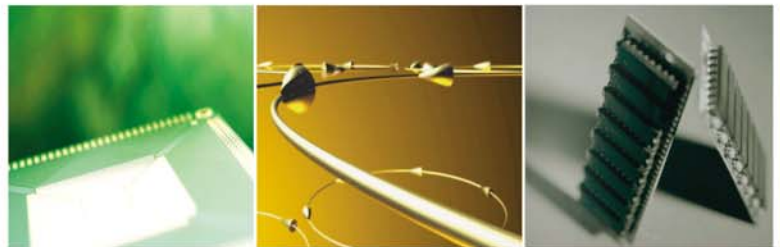


KISDI 이슈리포트

최근 경기침체가 방송통신서비스산업에 미치는 영향

김창완 · 이은민 · 김육준

Korea Information Society Development Institute



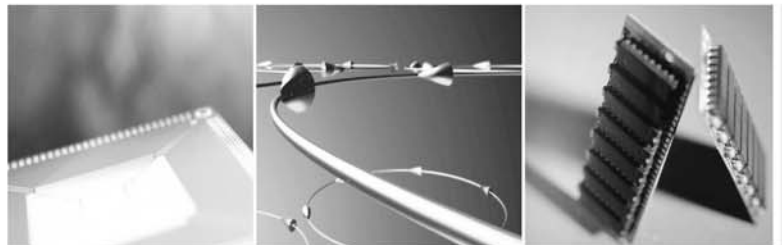
KISDI 이슈리포트

최근 경기침체가 방송통신서비스산업에 미치는 영향

2009. 4. 22

김창완 · 이은민 · 김욱준

Korea Information Society Development Institute



요약

- 1 | 최근 국내외 거시경제 동향
- 2 | 방송서비스부문 산업동향
- 3 | 통신서비스부문 산업동향
- 4 | 방송통신서비스 부문 정책동향
- 5 | 맺음말



김 창 완

- kimcw@kisdi.re.kr, 02-570-4230
- 서울대학교 국제경제학과 학사
- UCLA 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원
- 저서: 방송통신 콘텐츠 산업 육성에 관한 연구, 종합 유선방송사업자의 소유구조 연구 등

이 은 민

- micha76@kisdi.re.kr, 02-570-4314
- 성신여자대학교 경제학 학사
- 성신여자대학교 경제학 석사
- 현 정보통신정책연구원 주임연구원
- 저서: 방송통신 콘텐츠산업 육성에 관한 연구, 융합환경에서의 방송·통신콘텐츠 이용행태에 대한 실증분석 등

김 욱 준

- wkim@kisdi.re.kr, 02-570-4139
- 한국외국어대학교 독일어 학사
- 미국 Syracuse 대학교 국제관계학 석사
- 미국 Syracuse 대학교 정보통신정책 박사과정 수료
- 현 정보통신정책연구원 주임연구원
- 저서: 국가 간 브로드밴드 보급률 비교에 관한 개괄적 조사 연구, LinkLine의 가격압착케이스에 대한 미국연방대법원 판결논거 고찰 등

◆ 본 글의 내용은 필자의 개인적 견해로서 정보통신정책연구원의 공식입장과는 무관합니다. ◆

요 약

- 본 보고서는 4월에 발표된 2008년 방송통신서비스산업 통계를 이용하여 최근 경기변동이 방송통신서비스산업에 미치는 영향과 그 경로를 분석하고, 정부정책의 동향을 파악함
- '08년 4분기에 본격화된 경기침체에 따른 방송광고시장의 축소로 방송서비스시장의 전체적인 매출은 하락하였음
 - 광고수익 의존도가 높은 지상파방송시장 매출은 크게 하락한 반면,
 - 가입자기반의 비즈니스모델을 갖고 있는 유선방송사업은 상대적으로 적은 영향을 받았음
- 필수재 성격이 강한 통신서비스부문의 2008년 매출은 경기침체에 큰 영향을 받지 않았음
 - 가입자 증가와 함께 무선서비스분야는 성장하고 있으나,
 - 유무선대체의 영향으로 유선서비스부문은 성장정체가 지속되고 있음
- 경기침체는 기업에게 채용조달 비용 증가와 수요 불확실성으로 요약될 수 있으며, 경기가 회복된 이후의 경쟁력 확보를 위해 현재의 투자가 중요함
 - 정부정책은 신규사업자의 진출을 용이하게 하고 시장 경쟁을 촉진하여 궁극적으로 신규 투자를 이끌어 내는 기조를 가진 것으로 보이며,
 - 사업자 입장에서는 수요 불확실성에 대비하는 수익모델을 찾고, 안정적 재원을 확보하는 것이 중요한 것으로 판단됨

1. 최근 국내외 거시경제 동향

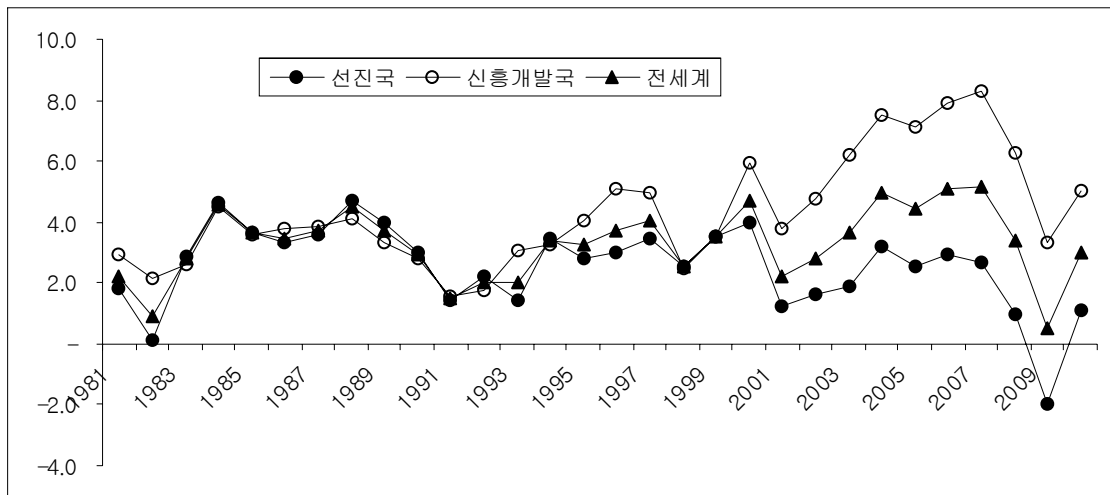
가. 해외 거시경제 동향

□ 글로벌 경기침체로 전 세계 GDP증가율 하락

- '08년 하반기에 시작된 글로벌 경기침체로 '08년 전 세계 GDP 증가율은 전년 전망에 비해 0.5%p 하락한 3.4%를 기록하고 '09년에 0.5%까지 떨어질 전망
- 전 세계 GDP증가율은 1990년 이후 전반적인 증가세를 이어 왔으나, 이번 글로벌 경기침체로 '09년에는 닷컴버블 붕괴 시기보다 낮은 성장세를 기록할 것으로 예상(IMF 2009. 1)

[그림 1-1] 전 세계 GDP 증가율 전망

(단위: %)



주: 2008년은 추정치, 2009년 이후는 전망치

자료: IMF(2009. 1)

〈표 1-1〉 전망시점에 따른 전세계 GDP증가율 전망치 비교

(단위: %)

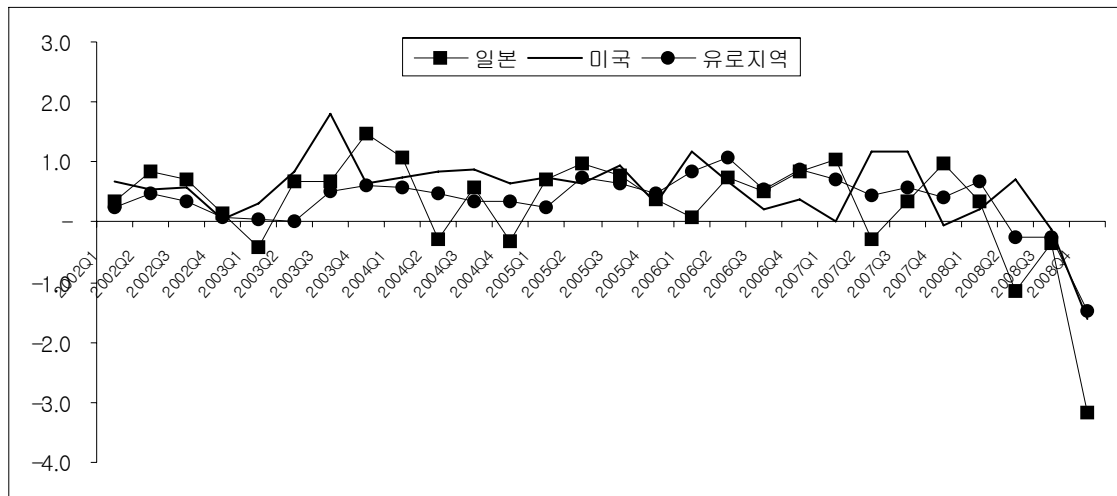
	2008	2009	2010
2009년 1월 전망	3.4	0.5	3.0
2008년 10월 전망	3.9	3.0	4.2

자료: IMF(2009. 1, 2008. 10)

- 주요국의 경기침체는 특히 '08년 4분기부터 본격적으로 시작
 - '02년 이래로 지속 성장하던 주요국의 분기별 GDP 증가율은 '08년 4분기에 큰 폭 하락(미국 -1.6%, 유로지역 -1.5%, 일본 -3.2%)

〔그림 1-2〕 주요국의 분기별 GDP 증가율 추이

(단위: %)

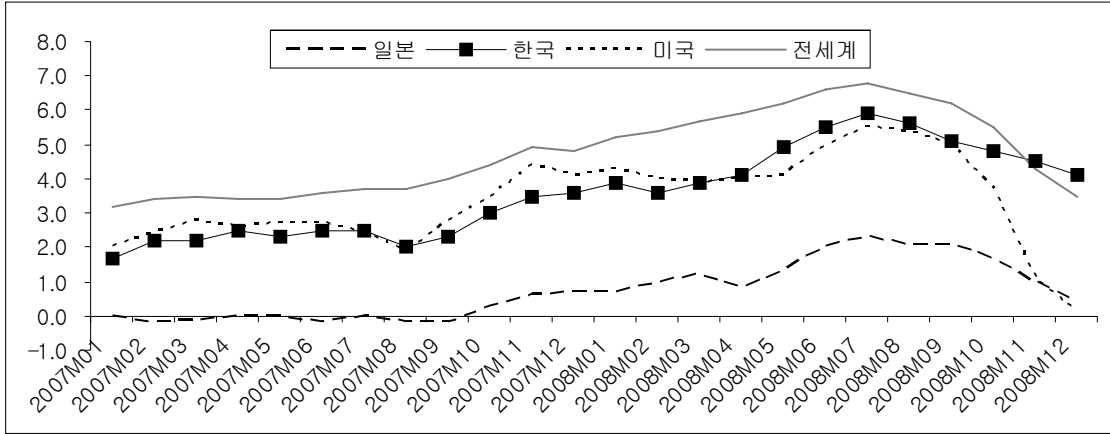


자료: Joint IMF-OECD Statistics

- 주요국의 소비자물가(Consumer Prices)지표도 '08년 하반기부터 하락세

[그림 1-3] 주요국의 소비자물가 추이

(단위: %)



자료: Joint IMF-OECD Statistics

나. 국내 거시경제 동향

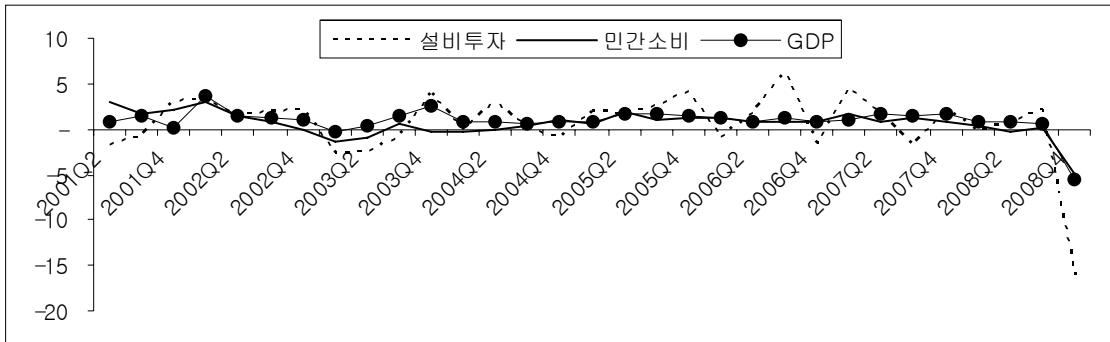
□ 2008년 4분기 우리나라의 GDP, 민간소비, 설비투자는 전년 동기대비 하락

○ 글로벌 경기침체의 영향으로 '08년 4분기 GDP는 5.6%, 민간소비는 4.8%, 설비투자는 16.1%('07년 4분기 대비) 하락

※ '08년 GDP 성장률은 2.2%

[그림 1-4] 2008년 4분기 국내 주요지표 추이

(단위: 전년동기대비, %)



자료: 한국은행(2009. 3)

2. 방송서비스부문 산업동향

□ 경기침체의 영향으로 국내 방송서비스시장 2008년 4분기 실적 하락

- '08년 방송서비스 시장 매출액은 전년과 비슷한 수준이나, 4분기 매출은 전년 동기대비 11.6% 감소
 - 방송서비스 매출은 2000년대 이후 증가하여 왔으나, '08년 매출은 9조8천억원으로 전년 수준에 머물고, '08년 4분기 매출은 전년대비 11.6% 감소한 2조4천억원에 그침
- 지상파방송서비스와 프로그램제작 부문의 매출은 감소하였으나, 유료방송시장은 소폭 성장
 - 특히 매출 비중이 높은 지상파방송서비스 및 프로그램 제작·공급서비스 부문의 4분기 매출이 24.8%, 3.8% 하락하여 전체 방송시장의 침체를 유인

〈표 2-1〉 방송서비스시장 시장규모 현황

(단위: 십억원, %)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008. 4분기
방송서비스 시장 규모	6,943	7,788	8,636	9,122	9,855	9,829	2,386
· 지상파방송서비스	3,531	3,536	3,508	3,647	3,761	3,621	840
· 유선방송서비스	1,151	1,505	1,701	1,410	1,576	1,661	409
· 위성방송서비스	150	255	360	439	474	467	117
· 프로그램 제작·공급	2,111	2,492	3,067	3,625	4,044	4,079	1,020
방송서비스 시장 증가율	-24.3%	12.2%	10.9%	5.6%	8.0%	-0.3%	-11.6%
· 지상파방송서비스	-1.8%	0.1%	-0.8%	4.0%	3.1%	-3.7%	-24.8%
· 유선방송서비스	19.0%	30.7%	13.0%	-17.1%	11.8%	5.4%	1.3%
· 위성방송서비스	135.5%	70.4%	41.2%	21.9%	7.9%	-1.4%	-0.3%
· 프로그램 제작·공급	-53.6%	18.0%	23.1%	18.2%	11.6%	0.9%	-3.8%

주: 1) 2008. 4분기 증가율은 전년동기대비 기준, 나머지는 전년대비 기준

2) '06년 이후 KAIT통계분류상 유선방송에서 초고속인터넷수입은 기간통신부문 매출로 분류

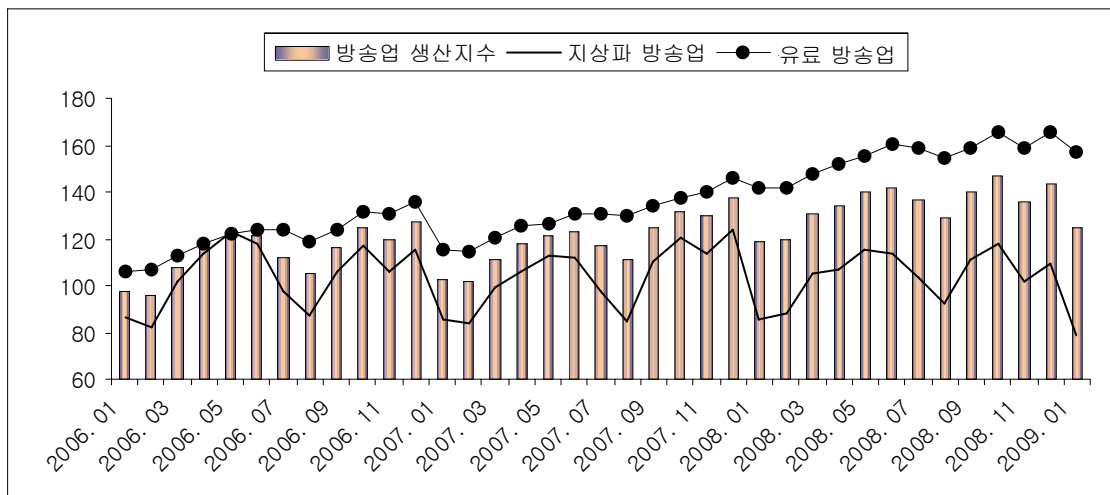
3) '03년의 -24.3%의 방송서비스시장 매출 증가율은 2002년 한일 월드컵으로 전년대비 매출이 58% 증가했던 것에 따른 기저효과(base effect)임

자료: 정보통신산업협회

최근 경기침체가 방송통신서비스산업에 미치는 영향

- 유료방송 서비스시장은 경기침체에 직면했던 4분기에도 1.3%의 매출성장세를 기록했고 '08년 전체매출도 전년대비 5.4% 증가하는 등 선전했으나, 전년 성장률인 11.8%에는 미치지 못함
- o '08년 4분기 국내 방송서비스업 생산지수 추이에서도 지상파 방송부문이 부진하고 유료방송서비스업이 성장하고 있는 것으로 나타남
 - ※ 서비스업생산지수는 서비스업의 생산활동을 파악하기 위해 매월 생산이나 매출 등을 업체에게 조사하여 통계청에서 발표하는 경기지표

[그림 2-1] 국내 방송서비스업 생산지수 월별 추이



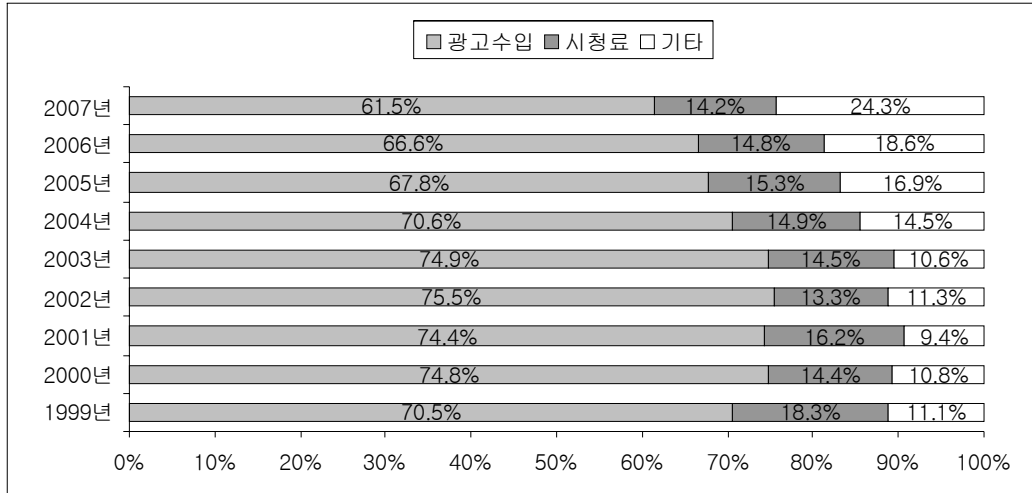
주: 2005년 생산(매출)=100, 경상지수 기준

자료: 통계청

□ 4분기 지상파방송 매출하락의 주요원인은 광고시장매출 급락

- o 지상파방송서비스의 매출내역 중 광고가 차지하는 비중은 '07년 62%에 이룸
 - 간접적인 기업광고인 협찬수입까지 포함한 광고비중은 전체 지상파방송서비스 매출의 67% 수준임('07년 기준)

[그림 2-2] 국내 지상파방송서비스부문의 매출내역



자료: 방송통신위원회

- 광고시장의 성장은 경기변동과 밀접하게 연동되어 있음
 - 카드사태 등으로 내수기반이 약해진 '03년에 광고 매출감소가 있었고, 경기가 회복되기 시작한 '05년 이후 광고매출도 호조세를 보임
 - 특히 내수경기를 반영하는 민간소비증가율은 경기침체시 마이너스 성장세를 나타내는데, 이는 전체광고 매출증가율과 유사한 패턴으로 판단됨

<표 2-2> 방송서비스시장과 내수지표 증감율 추이 비교

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
전체광고 증감율	19.8%	-0.6%	0.6%	3.1%	8.2%	4.7%
방송광고 증감율	31.8%	1.8%	-7.6%	2.7%	6.9%	2.4%
실질GDP 증가율	7.2%	2.8%	4.6%	4.0%	5.2%	5.1%
민간소비 증감율	8.9%	-0.4%	0.3%	4.6%	4.7%	5.1%

자료: 방송통신위원회, 한국방송광고공사

- '07년까지 국내 방송광고시장은 전반적인 증가추세를 보이며, 그 중 지상파방

송 광고는 2002년 이후 매출감소, 방송채널사용사업 광고매출은 지속적으로 증가세

- 2007년을 기준으로 항목별 비중을 살펴보면 전체 방송광고시장 매출은 지상파 71%, 방송채널사용사업 25%, 케이블 3%에서 발생
- 항목별 시장규모 및 비중을 고려하면 방송광고경기가 지상파 방송시장과 채널사용사업 방송시장에 큰 영향을 미친 것으로 판단됨

〈표 2-3〉 국내 방송광고시장 항목별 규모 추이

(단위: 억 원)

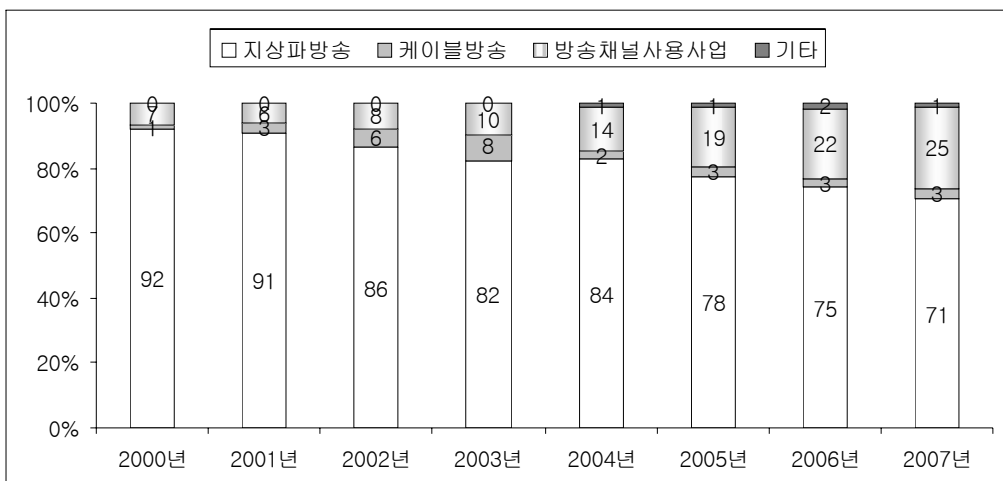
	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
전체	25,201	24,149	31,821	32,387	29,934	30,747	32,859	33,657
지상파방송	23,179	21,945	27,452	26,566	25,028	24,021	24,676	23,925
케이블방송	272	749	1,813	2,616	729	942	866	983
방송채널사용사업	1,751	1,454	2,556	3,205	4,129	5,710	7,181	8,578
기타	0	0	0	0	49	74	135	171

주: 2002년, 2003년 방송산업실태조사보고서에서는 광고수입과 홈쇼핑 송출수수료 수익을 광고 수익으로 분류하고 있어, 케이블방송의 광고수익이 다른 해보다 과다 산출

자료: 방송통신위원회

〔그림 2-3〕 국내 방송광고시장 항목별 비중 추이

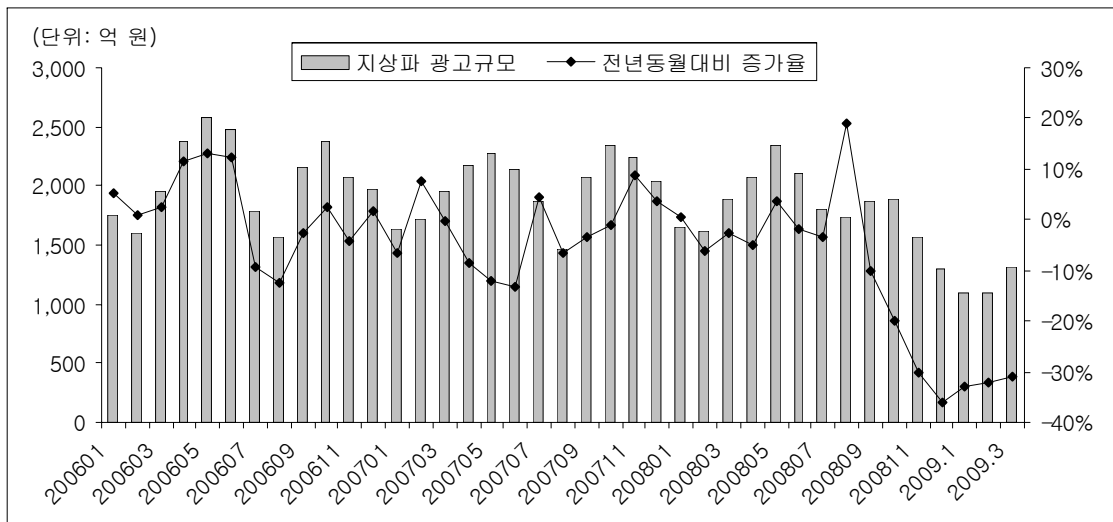
(단위: %)



자료: 방송통신위원회

- 방송광고시장의 70% 이상을 차지하는 지상파방송광고시장은 2008년 9월에 급락하여 2009년 3월 현재까지 계속 하강국면이 이어짐
 - 글로벌 금융위기 확산에 따른 실물경기 침체가 이어지며 국내 방송광고시장의 월매출은 1,100억원 수준까지 하락('08. 5월 2,348억원의 1/2이하 수준)

[그림 2-4] 지상파부문 광고매출 월별추이



자료: 한국방송광고공사

- 지상파방송사업자는 매출의 많은 부분을 광고에 의존하는 특성상, 경기 변동으로 인한 광고시장의 위축은 지상파방송의 급격한 매출 감소를 초래한 것으로 판단
 - (주)문화방송의 전년대비 매출은 236억원 감소, 광고수익은 446억원 감소, 영업이익은 195억원 감소
 - (주)SBS의 전년대비 매출은 282억원 감소, 광고수익은 424억원 감소, 영업이익은 269억원 감소

〈표 2-4〉 지상파방송사의 실적

(단위: 억원, %)

		2007년	2008년	증감
(주)문화방송	매출	7,777	7,541	▲ 236
	광고수익	6,729	6,283	▲ 446
	영업이익	237	42	▲ 195
(주)SBS	매출	6,354	6,072	▲ 282
	광고수익	5,870	5,446	▲ 424
	영업이익	324	55	▲ 269

주: 한국방송공사(KBS)는 감사보고서가 이용가능하지 않아 제외
 자료: 감사보고서

□ 유선방송시장의 선전은 수신료 기반의 수익모델과 ISP매출 증가에 기인

- '08년 유선방송서비스 시장 매출은 경기침체에도 불구하고 전년대비 5.4% 증가
 - 국내 유선방송서비스 시장의 매출은 '01~'08년간 안정적인 성장 중이며 '08년에도 전년대비 5.4% 증가한 1조 6천억원을 기록
 - 전체 유선방송시장의 90%를 차지하는 종합유선방송서비스사업자들은 수평적·수직적 합병과 점차 없어지고 있는 중계유선방송 가입자의 흡수를 통해 규모를 증가시키고 있는 중

〈표 2-5〉 국내 유선방송시장 매출내역

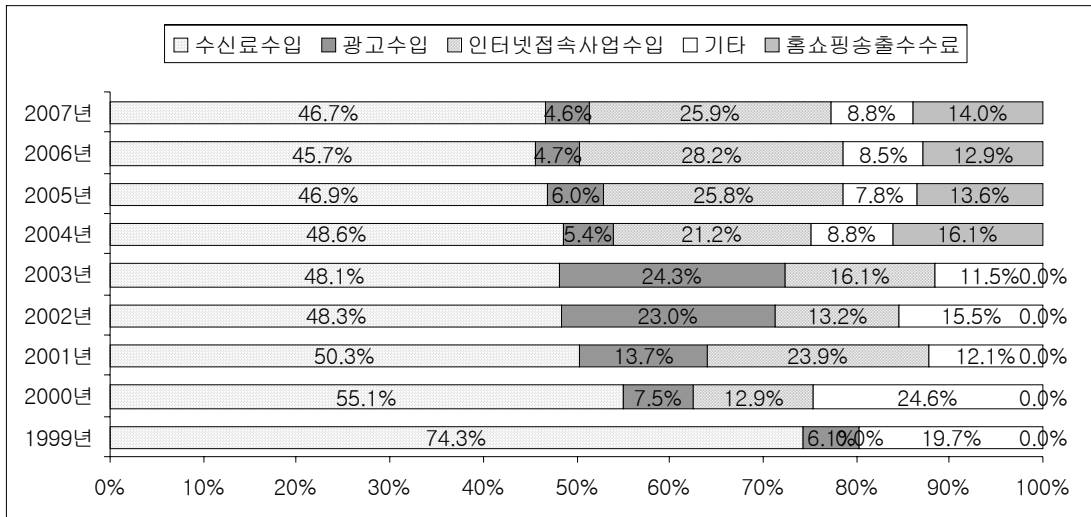
(단위: 십 억원, %)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
유선방송서비스	1,151.3	1,505.2	1,701.1	1,410.4	1,576.2	1,661.3
종합유선방송서비스	1,048.7	1,450.4	1,673.4	1,385.4	1,576.2	
중계유선방송(RO)	101.6	53.8	25.6	23.2	-	

주: 2006년 이후 KAIT통계분류상 유선방송매출의 ISP수입은 기간통신부문 매출로 분류
 자료: 정보통신산업협회

- 국내 종합유선방송시장의 매출 비중은 수신료 수입, 인터넷 접속사업 수입, 광고수입 순임
 - 유선방송시장에서 수신료는 약 50%를 차지하고 있으며, 디지털방송 가입자 증가로 수신료수입은 점차 증가할 전망
 - 인터넷접속사업 수입은 1999년 0%에서 높은 증가세를 보여 '07년 26%에 이르렀으며 점차 수신료 수입에 이은 안정적인 수익원으로 자리 잡음
 - 한편 지상파방송시장과 달리 유선방송시장의 광고수입은 5% 수준에 머물고 있음

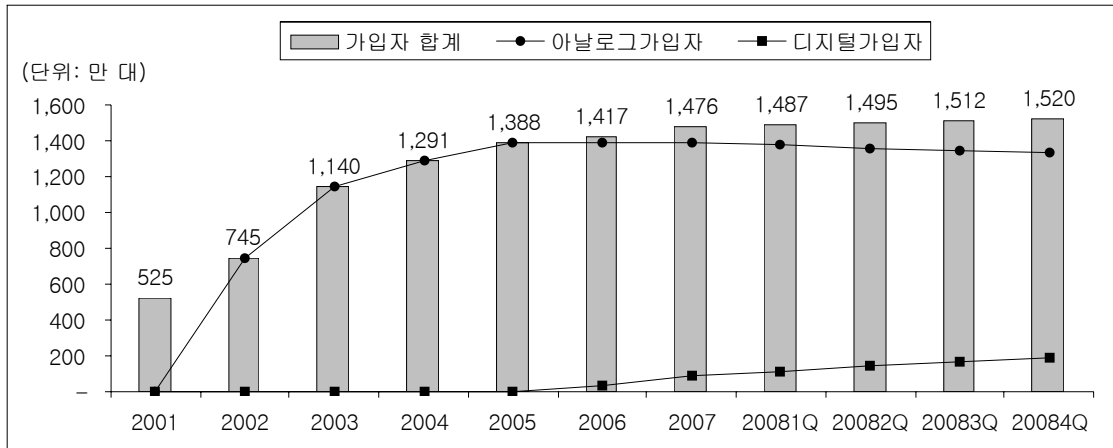
[그림 2-5] 국내 종합유선방송시장 매출구조



자료: 방송통신위원회

- 유선방송서비스의 총 가입자 수는 미약하나마 증가하며 '08년 4분기 1,520만 명을 기록
 - 총가입자수의 변화는 크지 않지만 요금이 높은 디지털케이블방송 가입자가 늘어남으로써 수신료 수입에는 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단됨

[그림 2-6] 국내 케이블TV 가입자 추이

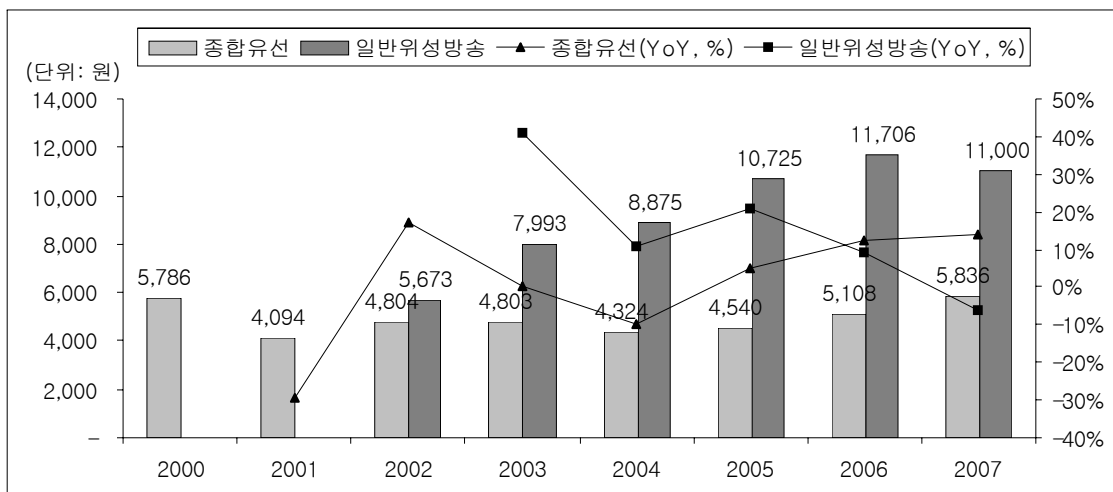


주: TV단자 기준

자료: 한국케이블협회

- 종합유선방송은 위성방송 등장 이후 가입자를 확보하기 위해 가입자별 월평균 매출액(ARPU)을 4천원 수준으로 유지했으나, '06년부터 디지털케이블방송 가입자가 증가하며 계속 상승 중임

[그림 2-7] 유료방송 가입자별 월평균매출액(APRU) 현황



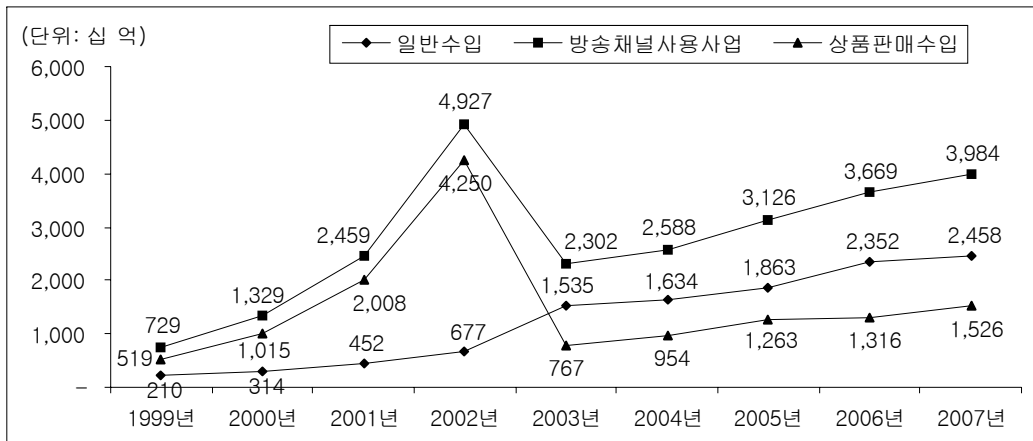
자료: 방송통신위원회

- 유선방송서비스는 광고의존도가 낮고 가입자 기반의 비즈니스 모델을 가지고 있어 경기변동의 영향을 덜 받는 것으로 판단됨
 - 유선방송서비스 매출 중 광고가 차지하는 비중은 5% 정도임
 - 케이블TV와 초고속인터넷서비스는 이미 사치재가 아닌 필수재에 가까워져, 극심한 경기불황이 아닌 상황에서는 가입해지가 많지는 않을 것으로 판단됨

□ 방송채널사용사업은 경기 침체의 영향으로 매출 감소

- 방송채널사용사업시장은 한일 월드컵이 있던 '02년에 매출이 급등한 것을 제외하면 대체로 안정적으로 성장해 왔음
 - 방송채널사용사업은 일반 방송채널수입과 홈쇼핑 등 방송채널사용사업 비관련인 상품판매 수입으로 구분되는데, '02년까지 상품판매수입이 시장을 견인했으나 이후 일반 방송채널사용사업이 성장을 이끌고 있음

[그림 2-8] 방송채널사용사업시장 시장규모 현황



자료: 방송통신위원회

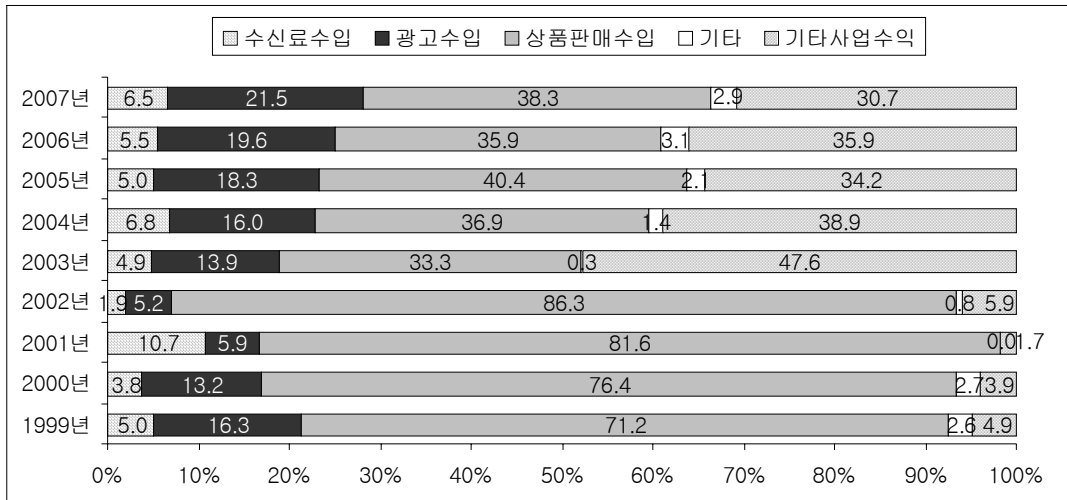
- '07년 매출구조를 살펴보면 상품판매수입부문에 대한 매출비중이 38%를 차지하고 있고, 장비임대·교육사업 등 기타수입이 31%, 광고수입이 22%, 수신료

최근 경기침체가 방송통신서비스산업에 미치는 영향

수입이 7%를 차지하고 있음

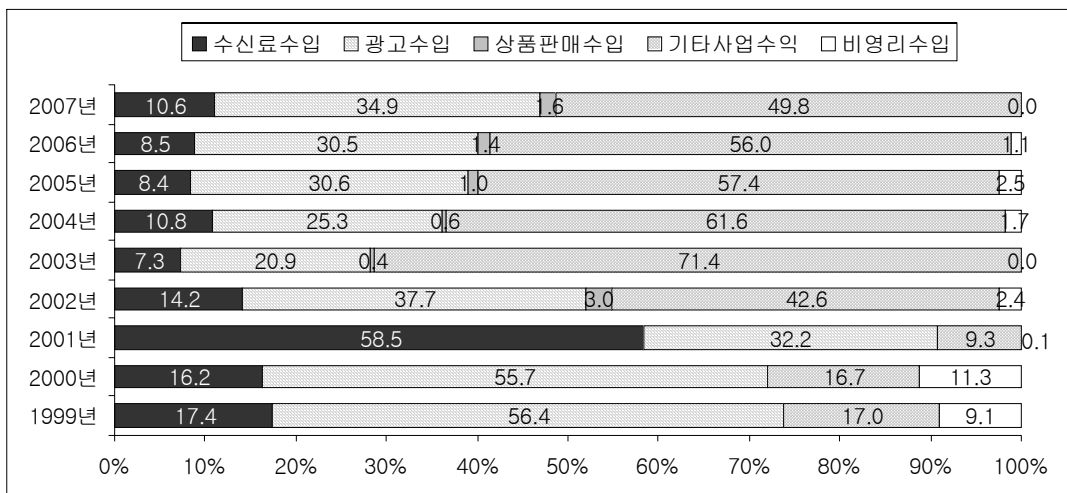
- 홈쇼핑PP를 제외한 방송채널사용사업의 매출구조는 수신료수입 10%, 광고 수입 50%, 기타사업수익 31%로 구성되어 있음

[그림 2-9] 국내 방송채널사용사업 매출구조(상품판매수입 포함)



자료: 방송통신위원회

[그림 2-10] 국내 방송채널사용사업 매출구조(상품판매수입 제외)



자료: 방송통신위원회

- 방송채널사용사업의 2008년 매출성장은 예년 추세에 못 미치는 0.9%를 기록하였으며, 4분기 매출성장은 -3.8%를 기록하였는데, 이 역시 광고시장 위축에 기인한 것으로 판단됨¹⁾(〈표 2-1〉 참조)

〈광고시장 구조 변화〉

- 국내 총 광고시장은 한일월드컵이 있었던 2002년까지 4대 매체를 중심으로 성장했으나 이후 뉴미디어광고시장이 부각되는 등 구조적 변화가 진행 중
 - 2001~2007년 연평균성장률을 매체별로 살펴보면 총 광고시장은 2001년 이후 연평균 5.7%의 완만한 성장세를 이어옴
 - 2001년에 총 광고매출의 77%를 차지했던 4대 매체광고 매출비중은 2007년에 58%까지 하락했으며, 특히 매체 다양화로 인쇄매체 비중이 크게 감소
 - 네트워크 고도화 및 인터넷 이용자가 급증하며 뉴미디어부문의 성장세가 높은 가운데, 케이블 TV광고와 온라인광고는 2001~2007년간 각각 31%, 41%씩 크게 증가하여 뉴미디어 광고성장을 견인
- ※ 온라인광고산업은 ① 오프라인 미디어의 대체력을 상당부분 잠식하고 있는 성장산업이고, ② 이미 과점 시장체제로 시장이 집중화되어 있고(NHN, Daum이 주도), ③ 비교적 낮은 단가로 인해 경기침체기 시 기존 매체의 광고수익을 대체할 수 있을 것으로 판단

매체 부문별 총광고비

(단위: 억 원, %)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	'01~'07 CAGR
4대 매체	44,014	52,840	50,328	46,695	45,267	46,242	46,524	0.9%
전파	21,909	27,175	26,422	25,003	24,175	24,638	23,883	1.4%
TV	19,537	24,394	23,671	22,350	21,492	21,839	21,076	1.3%
라디오	2,372	2,780	2,751	2,653	2,683	2,799	2,807	2.8%
인쇄	22,105	25,665	23,906	21,692	21,092	21,604	22,642	0.4%
신문	17,500	20,200	18,900	17,436	16,724	17,013	17,801	0.3%
잡지	4,605	5,465	5,006	4,256	4,368	4,591	4,841	0.8%
4매체제작/기타	2,437	2,688	2,756	6,722	7,315	7,711	7,873	21.6%
옥외광고	7,755	8,720	9,264	7,028	7,358	7,737	6,793	-2.2%
뉴미디어	2,933	4,195	5,675	7,957	10,599	14,650	18,706	36.2%
케이블TV	1,652	2,345	2,975	3,999	4,868	6,721	8,297	30.9%
온라인	1,281	1,850	2,700	3,927	5,669	7,790	10,200	41.3%
스카이라이프				31	62	120	120	
DMB						19	88	
총계	57,138	68,442	68,023	68,401	70,539	76,340	79,897	5.7%

자료: 제일기획

1) 방송채널사업에 대한 매출변동의 세부자료가 공개되지 않아, 실적변화에 대한 상세분석에는 한계가 있음

3. 통신서비스부문 산업동향

□ 경기침체에도 불구하고, 통신서비스시장은 성장하고 있으나 4분기 성장은 연성장률에 못 미침

- '08년 기간통신서비스시장은 전년대비 4.5% 증가한 35조 6천억원이고, 4분기는 전년동기대비 0.2% 증가한 8조 7천억원
- 통신서비스시장은 여전히 무선서비스매출에 의해 견인되고 있으며, 유선서비스부문은 4분기에 마이너스 성장을 보임
 - '08년 유선통신서비스시장은 전년대비 0.9% 증가한 14조 2천억원이고, 4분기는 전년동기대비 0.8% 감소한 3조 5천억원
 - '08년 무선통신서비스시장은 전년대비 7.1% 증가한 21조 3천억원이고, 4분기는 전년동기대비 0.8% 증가한 5조 2천억원

〈표 3 - 1〉 기간통신서비스시장 시장규모 현황

(단위: 십 억원, %)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008. 4Q
기간통신서비스	28,694	30,063	31,777	32,962	34,025	35,566	8,706
(증가율)	-0.6%	4.8%	5.7%	3.7%	3.2%	4.5%	0.2%
• 유선통신서비스	13,407	13,347	13,832	14,135	14,099	14,224	3,541
(증가율)	-1.6%	-0.4%	3.6%	2.2%	-0.3%	0.9%	-0.8%
• 무선통신서비스	15,288	16,715	17,945	18,827	19,926	21,342	5,165
(증가율)	0.4%	9.3%	7.4%	4.9%	5.8%	7.1%	0.8%

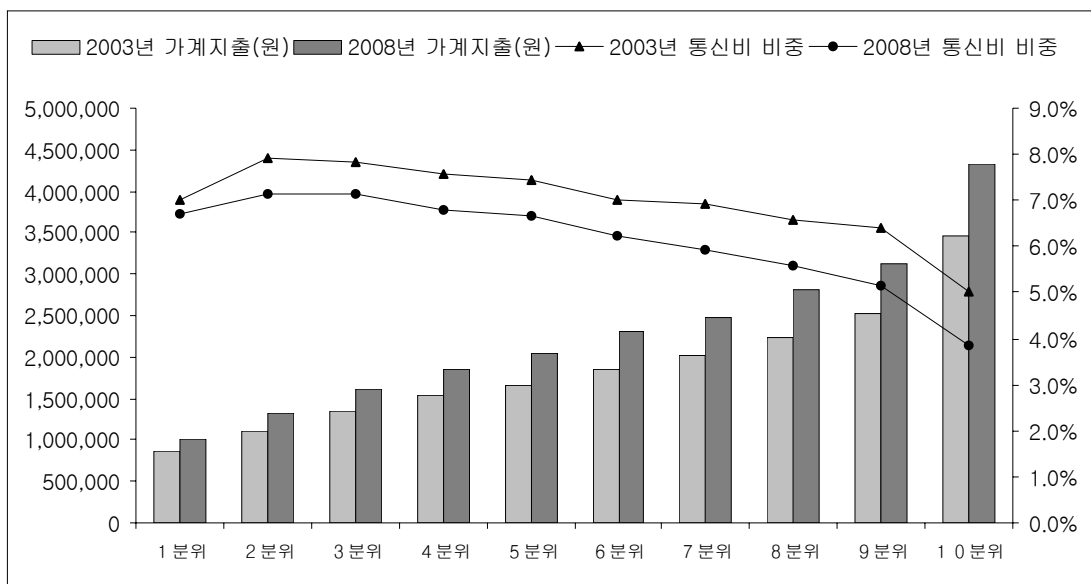
주: 2008. 4Q 증가율은 전년동기대비 기준, 나머지는 전년대비 기준

자료: 정보통신산업협회

- 통신서비스 시장이 경기변동에 덜 영향을 받는 것은 통신서비스의 필수재적 성격에 기인

- 통계청 자료에 의하면 소득이 낮을수록 가계소비지출에서 통신비가 차지하는 비중이 높는데, 이는 통신서비스가 필수재의 성격이 있음을 의미
- 이에 더해 가입자 기반모델의 사업인 점도 통신서비스 매출이 경기변동에 덜 민감한 것을 설명

[그림 3-1] 소득수준에 따른 가계지출과 통신비 비중(2003년, 2008년)



자료: 통계청

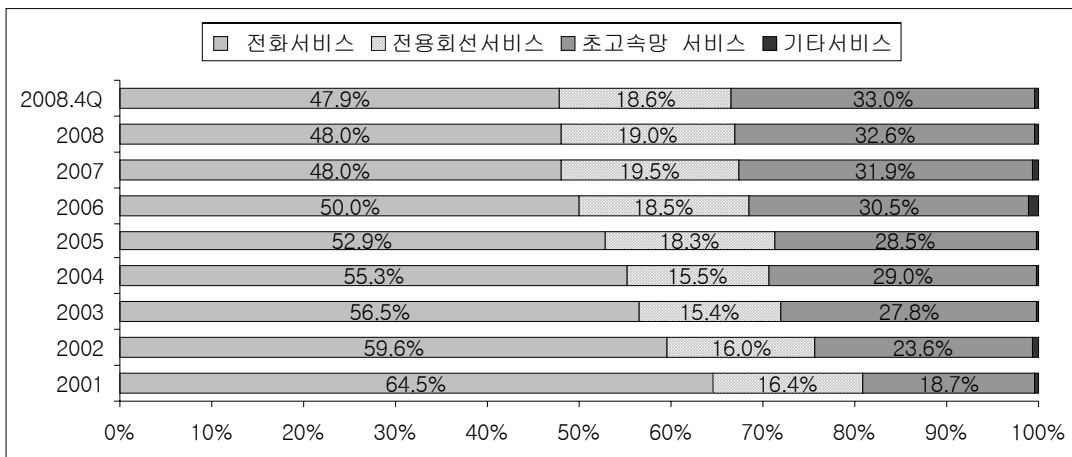
□ 유선통신서비스부문은 유무선대체로 인한 유선전화시장 정체, ISP 수입 증가

- 유선통신서비스시장은 '03년~'08년 연평균 4.3%의 성장세를 보이고 있으며, 초고속인터넷의 성장과 유선전화시장의 축소가 진행 중(<표 3-2> 참조)
 - 초고속인터넷서비스시장의 비중은 '01년 19%에서 '08년 33%까지 급증
 - ※ 우리나라 초고속인터넷 가입자수는 최근 4년간 지속적으로 증가해왔으며 '07년 7월 기준 우리나라의 가구당 초고속인터넷보급률은 94%로 OECD국가중

가장 높은 수준²⁾

- 유선전화서비스부문 비중은 지속적인 감소세임에도 불구하고 '08년에도 매출의 48%를 차지
- ※ KAIT분류상 유선전화서비스에는 기간통신사업자가 제공하는 인터넷전화도 포함

[그림 3-2] 유선통신서비스산업의 매출구조 추이



자료: 정보통신산업협회

- 유선통신서비스시장의 2008년 및 4분기 실적은 전화서비스부문 현상 유지, 초고속인터넷서비스 매출 증가
 - 시내전화가입자의 감소로 전화서비스 부문은 지속적으로 축소되어 왔으나, '08년에는 0.8%, 4분기 1.8%의 성장을 보임
 - ※ '08년 말 시내전화 가입자는 전년대비 4.3% 감소한 2,210만 명 수준
 - ※ 인터넷전화번호이동 실시 이후 시내전화 가입자는 감소 추세
 - 초고속인터넷 서비스부문은 가입자 증가로 2008년 4분기에도 2.2% 성장
 - ※ '08년 말 초고속인터넷 가입자는 전년대비 5.2% 증가한 1,547만 명 수준

2) 정 훈·나상우(2009)

〈표 3-2〉 유선통신서비스시장 시장규모 현황

(단위: 십 억원, %)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008. 4Q
유선통신서비스	13,407	13,347	13,832	14,135	14,099	14,224	3,541
(증가율)	-1.6%	-0.4%	3.6%	2.2%	-0.3%	0.9%	-0.8%
전화서비스	7,572	7,378	7,321	7,062	6,769	6,826	1,697
(증가율)	-6.9%	-2.6%	-0.8%	-3.5%	-4.1%	0.8%	1.8%
초고속망 서비스	3,728	3,877	3,947	4,311	4,494	4,636	1,170
(증가율)	15.7%	4.0%	1.8%	9.2%	4.3%	3.2%	2.2%
전용회선서비스	2,063	2,064	2,533	2,615	2,745	2,704	660
(증가율)	-5.4%	0%	22.7%	3.2%	5.0%	-1.5%	-9.9%
기타 서비스	43	29	32	148	90	58	14

주: 2008. 4Q 증가율은 전년동기대비 기준, 나머지는 전년대비 기준

자료: 정보통신산업협회

〈표 3-3〉 유선통신서비스 가입자 현황

(단위: 만 명, %)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
시내전화	2,272	2,349	2,288	2,287	2,292	2,312	2,313	2,213
(증가율)	3.6%	3.4%	-2.6%	0.0%	0.2%	0.9%	0.0%	-4.3%
이동전화	2,905	3,234	3,359	3,659	3,834	4,020	4,350	4,561
(증가율)	8.3%	11.4%	3.9%	8.9%	4.8%	4.8%	8.2%	4.8%
초고속인터넷	781	1,041	1,118	1,192	1,219	1,404	1,471	1,547
(증가율)	101.7%	33.3%	7.4%	6.6%	2.3%	15.2%	4.8%	5.2%

자료: 정보통신산업협회

- KT, SK브로드밴드 등 주요 통신사업자의 최근 매출은 정체를 보임

〈표 3-4〉 주요 유선통신서비스 사업자 실적 추이

(단위: 십 억원, 천명)

			2005	2006	2007	2008
KT	매출액	전체	11,877	11,856	11,936	11,785
		전화수익	4,397	4,247	4,185	3,985
		초고속인터넷	2,529	2,430	2,119	2,130
		기타부문	4,951	5,179	7,751	5,670
	가입자(천명)	전화	21,353	21,289	20,919	19,866
		초고속인터넷	6,243	6,353	6,516	6,712
SK 브로드밴드	매출액	전체	1,444	1,723	1,868	1,861
		초고속인터넷	938	1,091	1,106	1,048
		전화	375	464	531	559
	가입자(천명)	초고속인터넷	2,773	3,612	3,658	3,544
		전화	1,521	1,745	2,031	1,935
LG 데이콤	매출액	전체	1,134	1,236	1,353	1,647
		전화	480	455	477	532
	가입자(천명)	초고속인터넷	213	112	67	28
		전화	46	85	181	330
LG 파워콤	매출액	전체	638	856	1,110	1,274
		초고속인터넷	13	246	497	603
	가입자(천명)	초고속인터넷	262	1,204	1,721	2,182

자료: 각 사 IR 자료, 방송통신위원회

□ 무선통신서비스는 가입자 증가세를 기반으로 '08년에도 성장

- 무선통신서비스시장은 '03년~'08년 연평균 6.5%의 성장세를 지속
 - '08년 12월 이동전화가입율은 90%이상이며, 해외 많은 국가의 가입율이 100%를 넘고 있는 것을 고려하면 우리나라 이동전화시장은 성장의 여지가 남아 있다고 판단됨
 - ※ 유럽주요국의 평균 이동전화가입율은 122%(Merril Lynch 2008)
 - 무선통신서비스부문의 '08년 월별가입자 추이를 살펴보면 10~12월에도 5%

가 넘는 가입자 증가율을 나타냄

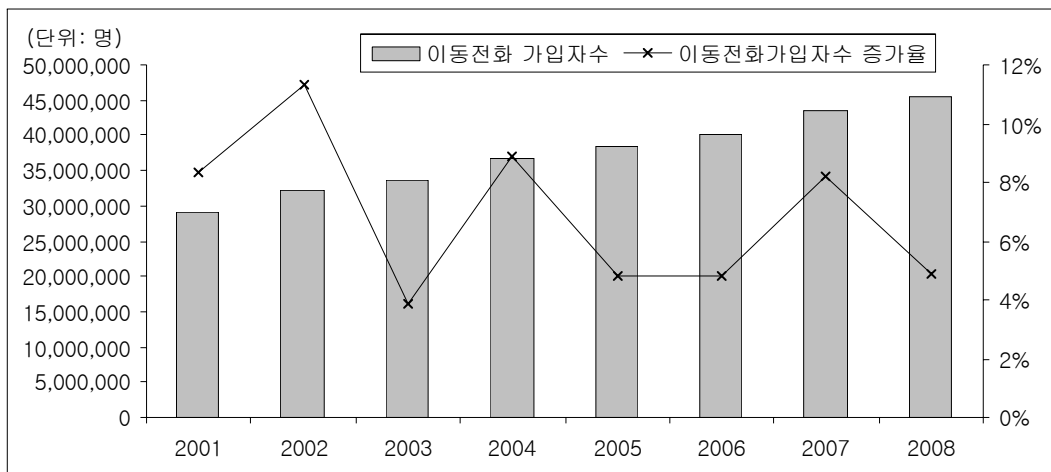
〈표 3-5〉 무선통신서비스 시장규모 추이

(단위: 10억원)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008. 4Q
무선통신서비스	15,288	16,715	17,945	18,827	19,926	21,342	5,165
(증가율)	0.4%	9.3%	7.4%	4.9%	5.8%	7.1%	0.8%
• 이동통신서비스	15,216	16,585	17,812	18,689	19,808	21,217	5,136
• 무선고정통신서비스	12	10	4	2	1	0	0
• 위성통신서비스	60	120	128	135	118	125	29

자료: 정보통신산업협회

〔그림 3-3〕 시내전화 및 이동전화 가입자수 추이



자료: 방송통신위원회

〈표 3-6〉 무선 전화서비스 2008년 월별 가입자 추이

(단위: 백만명)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
이동전화가입자	43.7	44.0	44.3	44.5	44.7	45.0	45.1	45.1	45.3	45.4	45.5	45.6
(증가율)	8.2%	7.9%	7.7%	7.4%	7.1%	6.3%	6.3%	6.2%	5.8%	5.6%	5.3%	4.8%

주: 전년동월대비 증가율 기준

자료: 방송통신위원회

- SKT, KTF, LGT 등 주요사업자의 매출은 지속적인 증가추세를 보임

〈표 3-7〉 주요 이동통신서비스 사업자의 실적 추이

(단위: 십억원, 천명)

		2005	2006	2007	2008
SKT	서비스매출액	10,161	10,651	11,286	11,675
	가입자(천명)	19,530	20,271	21,968	23,032
KTF	서비스매출액	5,008	5,220	5,572	5,984
	가입자(천명)	12,302	12,914	13,721	14,365
LGT	서비스매출액	2,675	2,954	3,248	3,432
	가입자(천명)	6,510	7,012	7,089	8,210

주: KTF의 경우 KT-PCS 실적 포함

자료: 각 사 IR 자료, 방송통신위원회

- 소득탄력성이 낮은 통신서비스의 특성으로 전체적인 통신서비스시장은 경기 침체에 별 다른 영향을 받지 않았으나, 서비스별 추세는 진행 중
 - 이동전화와 초고속인터넷서비스는 생활 필수품이 되었으므로, 극심한 경기 불황이 아닌 상황에서는 가입해지가 발생하지 않은 것으로 판단
 - 시내전화 가입은 축소되는 추세이며, 이동전화 가입은 증가세

4. 방송통신서비스 부문 정책동향

- '08년 4분기 이후 경기불황에 대처하는 정책의 초점은 통신요금 부담완화, 규제완화를 통한 시장활성화 및 산업진흥에 있음
 - 경제불황시 필수재적인 성격이 있는 이동전화 지출은 특히 서민층 가계에 부담이 되므로 요금감면 정책을 추진
 - 신규사업자의 시장진입과 규제완화를 통해 경쟁을 촉진하여 신규투자를 유도하고 시장활성화를 도모

가. 통신서비스 이용자 편익 증대

□ 이동전화 요금감면 계층 확대

- 이동전화 요금감면 대상이 기초생활수급자와 차상위계층으로 확대(약 382만 명)되며, 모든 해당자들이 감면을 받을 경우 그 규모는 연간 5천백억원이 될 것으로 예상
 - ※ 동 정책은 '08년 10월 1일부터 시행 중
 - 요금감면 신청 절차를 간소화하는 방안이 마련 중

□ WIPI 탑재 의무조항 해제

- 이동전화기를 통한 무선인터넷용 플랫폼인 WIPI의 탑재의무화가 폐지되어, 향후에는 사업자 자율로 플랫폼의 선택이 가능
 - WIPI는 '04년부터 모든 단말기에 의무적으로 탑재되어 왔으며, 의무조항 해제는 4월 1일부터 시행
- 세계적인 추세인 범용 모바일 OS의 탑재가 가능해져, 소비자는 보다 많은 콘

- 텐츠에 대한 접근이 수월해 질 것으로 예상
- 의무탑재 조항은 초기단계 모바일콘텐츠산업의 발전에는 기여하였으나, 세계적인 추세인 범용 OS로의 전환을 저해하여 콘텐츠 선택의 폭을 제한

나. 경쟁 정책

□ 통신서비스 재판매 제도 도입

- 통신사업자의 설비나 서비스를 도매로 제공받아 설비가 없는 사업자도 통신 서비스를 제공할 수 있게 하는 제도
 - 도매대가는 시장에서 자율적으로 결정되도록 하나, 의무제공사업자는 지정 되도록 추진
- 재판매 제도는 설비가 없이도 통신서비스를 제공할 수 있게 함으로써 사업자 간 경쟁을 촉진하고 궁극적으로 소비자 후생을 증진시키는 효과가 있음
 - ※ 재판매 제도 도입을 위한 전기통신사업법개정(안)은 국회 심의 중

□ 요금관련 이용약관 인가제 개선

- 인가 대상 서비스의 요금을 변경하는 것은 인가사항이었으나, 향후에는 요금을 인하할 경우 신고만으로도 가능
 - ※ 현재 인가 대상서비스는 KT의 시내전화 및 초고속인터넷과 SKT의 이동전화서비스임
- 사업자의 요금인가 절차를 간소화함으로써 요금인하의 효과가 보다 빠르게 소비자에게 전달될 수 있으며, 동시에 사업자의 요금인하도 기대됨
 - ※ 이용약관인가 제도 개선을 위한 전기통신사업법개정(안)은 국회 심의 중

□ 경매에 의한 주파수 할당 가능

- 통신사업용 주파수를 신규로 할당할 경우, 경제적 가치가 크고 수요가 많은 대역에 대해서는 경매제를 도입하는 내용의 전파법 개정을 추진
 - － 현행 제도하에서 상업용 주파수는 비교심사에 의해서 할당
 - ※ 할당이란 주파수 대역의 이용자를 선정하는 것을 의미
 - ※ 비교심사는 주파수 이용 신청자의 사업계획서를 비교하여 할당하는 제도
- 주파수 경매제도입은 시장친화적인 방법으로 ① 효율적인 사업자를 선정하고 ② 주파수 가치산정을 가능케 함
 - － 경매제는 최고가격을 제시할 의사가 있는 사업자가 대역을 이용하게 함으로써 주파수 이용효율을 높일 수 있음
 - － 공공자산인 주파수를 이용하는 가격인 주파수 이용대가가 시장을 통해 결정됨
 - ※ 경매제 도입을 위한 전파법개정(안)은 국회 심의 중

□ WiBro서비스에 010 번호 부여

- WiBro서비스에 이동전화 번호인 010이 부여되어 음성서비스가 가능
 - ※ WiBro는 이동중에도 초고속인터넷서비스 이용이 가능한 서비스로 현재 상용화되어 있음
- 전화번호가 부여되면 TPS 전략구사가 가능한 사업자가 증가할 수 있으므로 방송통신시장 전반에 걸쳐 경쟁이 활성화되고 요금 인하도 기대됨
 - ※ WiBro 번호부여 방안은 '08년 12월 방송통신위원회에서 의결

□ 주파수 회수·재배치 계획 마련

- 800~900MHz 대역 주파수를 후발 혹은 신규사업자에게 할당하는 주파수 회수·재배치 예정
 - 800MHz 대역에서 20MHz의 대역을 확보하여 3G이상의 신규서비스용으로 저주파수를 확보하지 못한 후발 혹은 신규사업자에게 할당할 계획
 - 900MHz 대역에서 20MHz의 대역을 확보하여 이동통신용으로 후발 혹은 신규사업자에게 할당할 계획
 - 현재 이용되고 있지 않은 WCDMA대역은 기존사업자 혹은 신규사업자에게 할당하고, WiBro대역도 신규사업자에게 할당

 - 한정된 자원인 주파수 대역의 회수·재배치는 이용효율 제고 및 경쟁활성화를 위해 중요한 조치임
 - 주파수 이용효율이 높은 저주파수 대역을 새로운 서비스용으로 후발·신규사업자에게 할당함으로써 사업자간 공정경쟁을 통한 경쟁활성화 도모
 - 과거에 할당되었으나 사업자가 반납한 주파수 대역을 재할당함으로써 주파수 자원의 이용효율을 높이고, 동시에 신규사업자의 시장진입을 가능케하여 경쟁활성화 촉진
- ※ 주파수 회수·재배치계획은 '08년 12월 방송통신위원회에서 의결

□ KT-KTF 합병

- 방송통신위원회는 KT와 KTF간의 합병을 인가조건과 함께 승인
 - 합병의 인가조건으로는 ① 전주, 관로 등 설비제공제도의 효율성 제고를 위한 개선계획 제출, ② 시내전화, 인터넷전화 번호이동절차 개선계획 제출, ③ 무선인터넷 접속체계의 합리적 개선 및 내·외부 콘텐츠 사업자 간 차별 금지 등임

- 합병으로 KT는 융합형 서비스의 제공이 보다 원활하게 되어 통신시장 활성화가 예상되며, 인가조건들은 사업자간 공정경쟁을 촉진할 것으로 예상
 - 번호이동을 통해 인터넷전화 이용자도 기존의 집전화번호를 이용할 수 있게 되었으며, 이는 인터넷전화의 경쟁력을 강화시켜 유선전화시장의 활성화에 도움이 될 것임
 - ※ 동 합병은 공정거래위원회('09년 2월 25일), 방송통신위원회('09년 3월 18일), 임시주총('09년 3월 27일)의 승인을 거쳤음
 - ※ 인터넷전화 번호이동성 제도는 '08년 10월부터 시행 중

다. 규제완화를 통한 산업 진흥

□ 방송콘텐츠 진흥사업

- 방송콘텐츠 산업 활성화 및 기반지원을 위해 2009년에 238억원을 집행할 예정
 - 주요한 사업은 콘텐츠 제작지원, 프로그램 제작비 융자, 해외한국어방송지원, 교육지원, 콘텐츠 유통시스템 구축 등 임

□ 방송부문 소유제한 완화

- 방송사업 소유가 제한되는 대기업 기준이 자산 10조원으로 완화되고 케이블 사업자의 시장점유 제한 기준도 완화
 - 지상파방송과 보도·종합편성PP에 대한 소유가 금지되는 대기업은 계열사를 포함해 자산 총합 3조원 이상인 기업으로 규정되었으나, 이 기준이 10조원으로 완화됨
 - 한 케이블사업자가 소유할 수 있는 시장규모는 전체 매출액의 33%로 제한되어 있었으나, 이 제한이 가입가구 수의 1/3로 변경되고 SO간 및 PP와 SO간 방송구역 수 소유 제한을 1/5 이하에서 1/3 이하로 완화

- 소유제한 완화는 방송부문에 새로운 자금유입과 대형화를 가능케 하여, 방송사업자의 경쟁력 강화에 도움을 줄 것으로 기대됨

※ 소유제한 완화를 위한 방송법 시행령은 08년12월 국무회의 의결 완료

□ 통신부문 허가제도 개선

- 통신부문은 제공하고자 하는 서비스별로 사업허가가 필요하였으나, 향후에는 한 번의 허가로 여러 서비스의 제공이 가능

– 통신부문으로의 진입시 서비스별로 심사가 이루어져 왔으나, 이를 단일화하여 한 서비스에 대해서 사업허가를 받으면 시내전화, 시외전화, 인터넷접속서비스 등 여러 서비스의 제공이 가능

- 진입절차의 간소화는 신규사업자의 시장진입을 원활히 하여, 경쟁활성화를 유도하는 효과가 있음

※ 허가제도 개선을 위한 전기통신사업법개정(안)은 국회 심의 중

5. 맺음말

- 이 보고서에서는 2009년 4월에 발표된 2008년 방송통신서비스산업 통계를 이용하여, 최근의 경기침체가 방송통신서비스산업에 미치는 영향과 경로를 분석하고, 이에 대응하는 정부정책의 동향을 파악함
- 분석결과, 경기변동의 영향을 크게 받는 광고시장의 위축으로 방송서비스부문의 매출 성장이 정체되었으며 특히 '08년 4분기 매출이 크게 축소된 것으로 나타남
 - 지상파방송사의 경우 4분기 매출은 전년 동기 대비 11%감소한 반면, 유선방송부문의 4분기에도 소폭 상승하였음
 - 이와 같이 부문별로 다른 양상을 보이는 것은 지상파방송의 경우 광고수익의 비중이 크나, 유선방송 경우 광고수익의 비중이 적으며 가입자 기반의 비즈니스모델을 갖는 특성에 기인한 것으로 파악됨
- 한편 통신서비스부문은 경기침체의 영향을 덜 받은 것으로 나타났는데, 이는 통신서비스가 이미 필수재의 성격을 가진 것에 기인하는 것으로 판단됨
 - 무선부문의 경우 가입자 및 매출은 증가세를 이어가고 있는데, 이는 우리나라 이동전화가입률이 약 90% 정도에 달하고 있으나, 해외주요국의 경우 이미 100% 이상의 가입률을 기록하는 것을 감안하면, 이동전화 시장의 성장여력이 남아있는 것으로 판단됨
 - 그러나, 유선부문의 경우 수년간 지속되어온 유무선대체에 따른 시내전화 가입자 및 수익감소로 성장 정체가 계속되고 있음
- 이번 경기불황에 대처하는 국내정책의 초점은 통신요금 부담완화, 규제완화를 통한 시장활성화 및 산업진흥에 있음
 - 필수재적인 성격이 있는 이동전화 지출은 경제불황시 특히 서민층 가계에 부

- 답이 되므로 요금감면 정책을 추진
 - 신규사업자의 시장진입과 규제완화를 통해 경쟁을 촉진하여 신규투자를 유도하고 시장활성화를 도모
 - 콘텐츠산업 및 그린IT 육성을 위한 적극적인 정책을 펼침
- 이러한 정부정책의 기조는 경기침체를 IT산업을 활용하여 극복하려는 주요국의 움직임과 유사함
 - 미국의 경기부양법안 ARRA of 2009에서는 의료IT, 스마트 그리드 사업, 초고속망보급 사업 등을 위해 420억 달러를 투자할 예정
 - 일본 총무성은 ICT 관련시장을 향후 3년간 100조엔 규모로 육성하는 '디지털 일본 창조 프로젝트-ICT 하토야마 계획'을 발표
- 사업전략 측면에서는 불확실한 수요에 대응한 수익성있는 비즈니스 모델의 모색 및 재원확보를 통한 신규투자가 경기침체가 종료된 후의 경쟁력 확보를 위해 가장 중요한 요소임
 - 경기침체는 기업에게 재원조달 비용의 증가와 수요의 불확실성으로 요약될 수 있으며, 경험적으로 경기침체시에는 투자를 줄여 마진을 유지하려는 경향이 있으나, 이는 미래지향적이지 않으며 경기가 회복된 이후의 경쟁력 확보를 위해서는 현재의 투자가 중요함
 - 유선사업의 경우 IPTV가입자 확보를 위한 망고도화 투자가 예상되며, 이동통신사업은 모바일브로드밴드 수요에 대비한 투자가 필요하고 지상파방송사업과 케이블사업부문에서는 디지털전환이 필요함

참 고 문 헌

- 김해수(2009), 「방송산업 통계의 시계열 분석」, 『방송통신정책』, 정보통신정책연구원, 제 21권 2호, 통권 455호, 29-50.
- 방송통신위원회, 「방송통신실태조사」, 각 호.
- 정보통신산업협회, 통신서비스 가입자 수.
_____, 방송통신서비스 매출액.
- 정 훈·나상우(2009), 「초고속인터넷서비스와 보편적서비스」, 『방송통신정책』, 정보통신정책연구원, 제 21권 5호, 통권 458호, 1-38.
- 제일기획, 「광고연감」, 각 호.
- 통계청, 서비스업 생산지수.
- 한국방송광고공사(KOBACO), 지상파 방송광고 월별데이터.
- 한국은행, 주요거시지표.
- 한국케이블협회, 분기별 케이블TV 가입자 수.
- IMF(2008), World Economic Outlook.
- _____(2009), World Economic Outlook-Update.
- IMF, Joint IMF-OECD Statistics.
- Merril Lynch(2008), Global Wireless Matrix 2Q08.
- OECD, Main Economic Indicators.