



특집 미래 방송 환경

## 하나로통신 방송·통신 융합 전략

□ 김경희 / 하나로통신 주

1945년 컬러TV의 등장으로 방송환경의 일대변화를 경험한 우리는 디지털방송이라는 또 다른 혁명에 직면해 있다. 올해 상반기 선보인 디지털위성방송과 공중파의 디지털방송은 국내 디지털방송의 본격적인 서막을 알리는 계기가 되었다. 이와 같은 디지털방송이 갖는 의미는 비단 채널의 증가, 화질과 음질의 향상뿐만 아니라, 방송과 통신이 융합되는 통합매체의 탄생을 예고하는 것이라 하겠다. 이미 공중파와 디지털위성방송은 디지털방송 송출에 이어 본격적인 양방향 서비스를 준비 중에 있고, 통신사업자들도 자체 유·무선 통신망을 이용한 양방향 방송서비스를 준비하고 있다.

매체간 통합, 콘텐츠간 통합, 사업영역간 통합으로 이어질 방송과 통신의 융합에 있어서 가장 중심적인 역할을 할 것으로 보이는 매체는 디지털케이블방송으로 예상된다. 이는 디지털케이블방송이 광대역 케이블망(HFC)을 기반으로 방송국과 시청자

간 대용량의 정보를 실시간으로 직접 송수신 할 수 있는 장점을 지니고 있어 양방향서비스를 위한 이상적인 조건을 가지고 있기 때문이다. 하지만 케이블방송의 경우 공중파와 위성방송에 비해 디지털 전환이 늦어지고 있다. 이는 상대 매체들이 단일사업자 주도로 디지털전환을 실시하고 있는 것에 비해 케이블방송의 경우, 전국에 산재된 종합유선방송사업자(SO)의 디지털전환을 위한 막대한 자금의 확보가 용이하지 않기 때문으로 보인다.

제 2 시대전환 사업자로 출범한 하나로통신은 방송과 통신의 융합이 가속화 되고 있는 현재의 환경변화에 적극적으로 대응하며, HFC기반의 초고속 인터넷을 주도하고 있는 기간 통신사업자로서 SO와의 기존 협력관계를 바탕으로, 축적된 양질의 통신 인프라를 방송영역으로 확대시킴으로써 디지털 케이블방송의 조기 실현을 위해 케이블방송 디지털 전환 사업에 참여하게 되었다.

이에 케이블방송사업자와 통신사업자의 환경변화와 그에 따른 케이블방송의 디지털전환 방안, 하나로통신의 디지털케이블방송 사업추진 전략에 대해 간략히 소개하고자 한다.

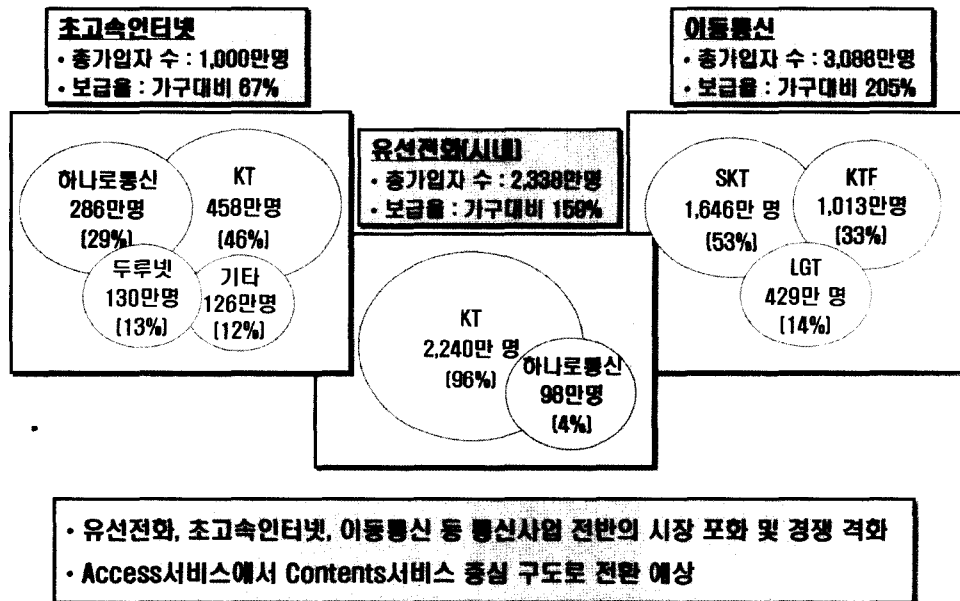
### 1. 케이블방송과 통신시장의 환경변화

올해 들어 개국 8년째를 맞는 국내 케이블방송은 전국 1,000만 가입자 돌파라는 양적인 성장을 바탕으로 사업안정기에 들어서고 있다. 하지만 디지털을 기반으로 한 경쟁매체의 등장과 방송과 통신의 융합으로 커다란 환경변화에 직면해 있다.

먼저 지난 6월 한일월드컵을 계기로 지상파 방송이 본격적인 디지털방송을 실시하였고, 지난 3월 본 방송을 시작한 디지털위성방송 "SkyLife"는 10월말 현재 약 45만의 가입자를 확보하고 있다. 또한 KT

는 최근 VDSL을 이용한 IP기반 VOD방송 서비스를 선보인바 있다. 이러한 디지털방송의 확산으로 인해 시청자들의 고품질 디지털방송에 대한 욕구가 점차 확대 되어 가고 있고, 그에 따른 국내 디지털 TV의 보급이 현재 약 100만대에 이르고 있다. 하지만 아직 디지털 전환을 이루지 못한 케이블방송의 경우, 시청자의 고품질 디지털방송에 대한 욕구를 충족시키지 못하고 있으며, 경쟁매체의 시장공략에서도 적절히 대응하지 못하고 있는 실정이다.

또한 방송·통신 번들 상품인 '케이블방송+초고속인터넷' 패키지 서비스의 등장은 케이블방송 시장을 크게 변화시키고 있다. 이미 일부 SO는 자체적으로 초고속인터넷 서비스와 VoIP 서비스를 케이블방송과 동시에 서비스하고 있으며 이들 SO중 상당수는 통신서비스 부분의 매출이 방송서비스 부분의 매출을 앞지르고 있어 통신서비스와의 융합에



(그림 1) 통신시장 현황

대한 필요성이 크게 인식되고 있다.

국내 통신시장도 최근 몇 년간 급격한 시장변화를 보이고 있다. 특히 초고속인터넷과 이동통신은 괄목할 만한 성장을 거두었다.

이러한 양적 팽창과 더불어 통신이용자의 욕구도 다양하게 변화하고 있다. 기존의 단순한 통신 접속 서비스에서 벗어나 다양하고 유용한 부가서비스에 대한 바램이 증대되고 있는 것이다. 통신사업자들은 이러한 가입자의 욕구에 부응하고, 서비스 고도화를 통한 신규 매출원 확보를 위해 콘텐츠를 중심으로 한 신규 부가서비스 개발에 몰두하고 있으며, 이러한 콘텐츠를 효과적으로 보급할 수 있는 각종 매체와의 융합을 시도하고 있다.

KT의 경우, 이미 디지털위성방송 'SkyLife'의 최대 주주로 참여하고 있으며, 앞서 언급한대로, 대용량 데이터 전송이 가능한 VDSL 및 엔토피아 가입자망을 이용하여 IP기반 VOD방송 서비스를 실시하고 있다.

KT는 자사의 데가팩스 가입자를 대상으로 PC는 물론 별도 컨버터를 통해 TV로도 최신 개봉영화를 제공하는 홈미디어서비스를 금년 11월부터 제공하고 있다. 또한 홈네트워킹 사업과 연계, 맥내 정보 단말과 정보가전기기를 유·무선 네트워크로 연결하여 TV기반 VOD서비스, 홈오트메이션 등 다양한 응용 서비스를 통합·제공할 계획이다.

SK텔레콤도 초근 모바일 방송을 위한 위성DAB 사업 진출을 준비 중에 있으며, 온라인 포털사이트인 '라이코스'를 인수하여 모바일 인터넷서비스 'Nate'와의 시너지를 통해 유무선 통합 인터넷서비스를 추진 중에 있다. 또한 SK텔레콤은 계열사인 TCC, 와이더넛닷컴을 통해 IP 기반의 양방향 TV 사업을 추진 중이다.

SK텔레콤이 추진 중인 IP기반의 양방향 TV사업

은 SK건설이 지은 북한산시티 아파트를 시범단지로 운영되고 있으며, PC가 아닌 일반 TV수상기로 DVD급의 고화질 VOD서비스, 웹접속, 이메일 서비스를 제공하는 사업이다.

두루넷은 자사의 초고속인터넷 서비스인 '멀티플러스' 고객들을 대상으로 금년 12월부터 '홈 엔터테인먼트' 사업을 개시했다. 두루넷이 제공하는 'ON-TV'는 초고속인터넷과 TV를 무선으로 연결, TV를 통해 좀더 친숙하고 편리하게 인터넷을 즐길 수 있도록 하고, 서비스 전용 사이트를 통해 코리아닷컴이 보유한 영화, 교육, 방송, 만화 등 콘텐츠를 HDTV급 고화질로 제공할 계획이다.

하나로통신도 케이블기반 초고속인터넷 부문 1위의 여세를 몰아 케이블망을 통한 방송·통신 융합 및 신규 부가서비스 시장 창출을 위해 DMC사업에 참여 중이다.

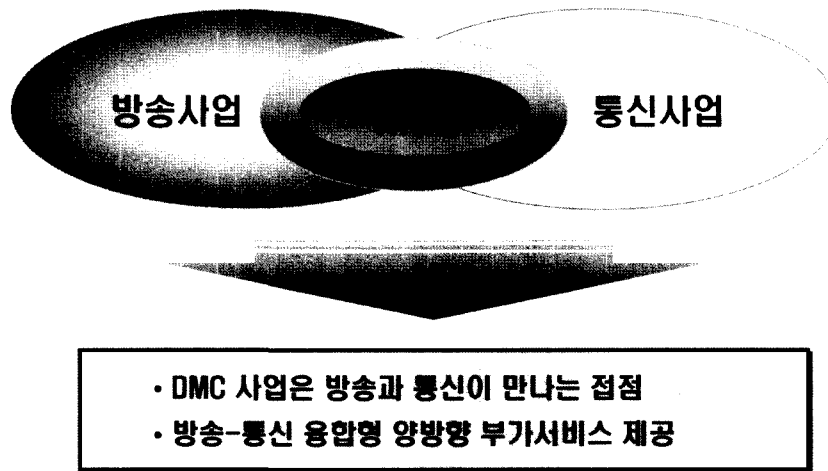
이렇듯 방송사업자와 통신사업자는 방송과 통신의 경계를 넘어서, 통합 멀티미디어 서비스 시장로의 진출을 활발히 모색하고 있다.

## 2. DMC의 필요성과 추진 방향

DMC(Digital Media Center)란 현재 아날로그 방식의 케이블방송 시스템을 디지털로 전환하는 데 있어서 헤드엔드 장비, CAS, 미들웨어 등에 대한 개별 SO의 막대한 투자부담을 덜어 주기 위한 대안적 모델이다.

즉, DMC는 SO들이 공동으로 사용할 수 있는 공용 디지털케이블방송 설비를 말하며, SO들은 DMC에 대한 공동투자 및 공동활용을 통해 규모의 경제를 달성하여 효율적인 디지털 전환이 가능하다.

DMC를 통한 케이블방송의 디지털화 추진방향



〈그림 2〉 DMC 개념

은 다음과 같다.

첫째, 전국 단위의 DMC 설립을 통한 규모의 경제 달성이다.

단일 SO 또는 MSO가 디지털케이블방송을 위한 설비를 구축할 경우, 약 500억원 이상의 개별 투자가 필요하며, 약 100만명 이상의 디지털케이블방송 가입자를 유치해야 손익분기점을 넘어서는 것으로 조사되고 있다. 따라서 현재 국내 케이블방송 시장 규모를 고려해 볼때 단일SO나 MSO가 독자적으로 디지털케이블방송을 실현하기는 매우 힘든 실정이며, DMC를 통한 공동투자 및 공동활용이 효과적인 대안이라 할 수 있겠다.

둘째, 전국적인 SO의 협력 및 통신사업자와의 연대를 통한 경쟁력 확보이다. 현재 디지털위성방송인 'SkyLife'는 막대한 자금력과 전국적인 유통망을 기반으로 공격적인 마케팅을 벌이고 있으며 KT의 통신망을 이용한 양방향서비스도 2003년 6월

중 선보일 예정이다. 이러한 거대 경쟁사업자에 대해 효과적으로 대응하기 위해서는 디지털위성방송과 마찬가지로 통신사업자와의 연대를 통해 보다 다양한 방송·통신 융합형 양방향서비스를 조기에 제공해야 한다. 또한 디지털위성방송 대비 취약점으로 꼽히는 전국적인 광대역 기간망 구성의 어려움을 통신사업자와의 협력을 통해 기존 통신 인프라를 활용함으로써 극복해야만 한다.

셋째, OpenCable방식의 기술표준 준수이다. DMC 구축시 OpenCable 기술표준 적용을 통해 관련 콘텐츠 및 부가서비스의 활용성을 높이고, 개방형 시스템 구현을 통해 STB의 가격 인하가 가능하다. 또한 정부주도의 OpenCable 표준방식 상용화 추진 움직임에 발맞춰 국내 디지털케이블방송 산업의 활성화 및 해외시장 진출의 기반을 마련할 수 있을 것이다.

넷째, 다양한 양방향서비스 제공이다. 앞서 언급

한 대로 광대역 통신망을 이용한 디지털케이블방송은 여타 지상파나 위성방송에 비해 다양한 양방향 서비스를 제공할 수 있다는 장점을 지니고 있다. 전국단위의 DMC가 설립될 경우, 전국적인 양방향서비스 시장의 조기 형성이 가능하게 되어 콘텐츠 제공사업자에게 보다 질 높은 양방향컨텐츠를 개발, 육성할 수 있는 여건을 조성해 줄 수 있다. 이를 통해 양질의 양방향컨텐츠 수급이 보다 용이하게 이루어질 것이다.

### 3. 하나로통신의 DMC 사업 추진 전략

하나로통신은 자체 유선통신 인프라 및 기존 SO와의 협력관계를 토대로 디지털 양방향서비스를 통한 부가가치 창출을 위해 DMC사업에 참여하게 되었다.

DMC사업의 효과적인 추진을 위한 하나로통신의 전략과 비전은 다음과 같다.

첫째, 전국단위의 DMC 설립 추진이다. 하나로통신은 이를 위해 타 DMC 추진세력과의 통합을 적극적으로 추진하고 있으며, 이미 지난 10월 한국 디지털케이블미디어센터(KDMC)와 DMC사업 부분을 통합한 바 있다. 이는 앞서 언급한 DMC사업의 규모의 경제를 달성하기 위해 전국적인 SO 유치와 케이블방송 가입자 기반을 확보하기 위한 방안인 것이다.

둘째, DMC사업을 위해 하나로통신의 기존 네트워크 및 국사를 활용할 예정이다. DMC사업을 위해서는 각 지역별 SHE(Super Head-End)간 그리고 SHE와 각 SO간에 대용량의 네트워크가 필요하며, 각종 방송장비 및 송출장비를 시설할 상면도 필요하다. 하나로통신의 기존 인프라를 적극 활용한다면 보다 경제적이고 신속하게 DMC를 구축할 수

있을 것이다.

셋째, 디지털 양방향서비스를 통한 부가가치 창출이다. 이미 하나로통신의 초고속인터넷 가입자에게 온라인 멀티미디어 콘텐츠를 제공하고, 자체 포털사이트인 '하나포스닷컴'을 운영중인 하나로드림(주)를 이용하여 VOD, TV포털, T-Commerce, 문자방송 등 다양한 멀티미디어 양방향서비스 사업 모델을 발굴하여 사업영역을 확대해 나갈 것이다.

넷째, 디지털케이블방송 기반의 종합멀티미디어 서비스 플랫폼을 지향할 것이다. 디지털 셋탑박스를 통해 방송과 통신이 융합된 양방향 콘텐츠를 제공함으로써 종합 홈엔터테인먼트 사업 및 홈네트워킹 사업으로의 진출을 모색할 것이다.

다섯째, SO와 통신사업자간 협력강화를 통한 Win-Win전략을 추진할 것이다. 방송과 통신의 사업영역이 모호해지면서 양사업자간의 이해관계가 복잡해질 수 있는 상황에서, DMC를 통해 기존 HFC기반 통신사업에 대해서는 SO와의 협력을 더욱 공고히 하고, 방송과 통신이 융합된 영역에서는 공동으로 신규사업을 창출하여 궁극적으로 방송사업자와 통신사업자의 협력구도를 이끌어 낼 것이다.

### 4. 결론

디지털 기술의 발전으로 인한 매체간, 서비스간, 사업영역간 경계가 모호해지면서 방송과 통신의 융합은 급속도로 진행되고 있다. 하나로통신은 이와 같은 환경에 적절히 대응하며, 디지털케이블방송의 다양한 양방향서비스 제공을 통한 부가가치 창출을 위해 DMC사업에 참여하고 있다. 또한 규모의 경제를 이루기 위해 전국단위 DMC설립을 위한 노력을 다각적으로 펼치고 있으며, 하나로통신

의 기존 통신인프라를 활용한 효율적인 DMC 설립을 추진 중이다.

이러한 DMC는 물리적으로 방송영역과 통신영역이 만나는 다리 역할을 할 것이며, 다양한 디지털 양방향서비스의 제공처가 될 것이다. 또한 궁극적으로 방송사업자와 통신사업자간 연대를 이끌어 낼

수 있는 협력의 장이 될 것으로 기대된다.

또한, 하나로통신은 DMC 사업을 통해 방송사업자와의 협력관계를 바탕으로 홈엔터테인먼트 및 홈네트워크 제공사업자로서 그 사업영역을 점차 확대해 나갈 것이다.

## 필자소개



### 김 경 회

- 1985년 2월 : 서강대학교 전자계산학과 졸업(공학사)
- 2001년 2월 : 서강대학교 경영대학원 졸업(경영학석사)  
한국후지쯔, 제일씨앤씨(현, CJ System) 근무
- 2001년 1월 : 하나로통신주식회사 입사  
하나로통신주식회사 디지털미디어사업팀장
- 주관심분야 : 디지털방송, VOD