

국내외 IPTV 도입현황과 전망 분석

□ 김국진 / 미디어미래연구소 소장

1. 서론

IPTV에 대한 관심이 늘어나고 있다. 그러나 전망보다 IPTV에 대한 정확한 통계는 찾아보기 어렵다. MRG는 2006년 통계를 490만이라고 하고, Strategy Analytics는 600만이라고 한다. 그것은 IPTV에 대한 개념정의의 문제로부터 여전히 이 시장에 대한 초기 추세와 반대로 큰 기대가 상충하면서 차이가 심한 수치들이 난무하고 있기 때문이다.

시장조사 전문업체인 MRG는 전세계적으로 IPTV의 가입자 규모가 2010년에는 5,000만이 될 것이라는 전망도 내놓았다. 이러한 높은 성장세의 전망은 미국을 제외한 유럽과 아시아에서의 성장세에 따른 전망이라는 것이 해당 기관의 입장이다. MRG에 의하면, 2010년에는 IPTV의 매출액규모가 167억불 규모가 되고 이중 128억불이 서비스부문에서 그리고 39억불이 시스템과 소프트웨어부문에서

나올 것으로 보았다.

iSuppli는 최근 보고서를 통해 2007년 세계 IPTV가입자수는 2006년 490만명에 비해 3배가 되는 1,450만명에 달하고, 2010년 6,300만명까지 늘어날 것이며 유선통신장비와 관련 반도체 판매의 증가를 견인할 것이라고 내다봤다.(전자신문, 2007.1.3일자) 해당보고서에 의하면, IPTV가입자수의 증가에 따라 통신회사들은 네트워크 대역과 용량 확대를 위한 장비 투자에 나설 것이며 그 영향으로 유선통신장비 매출규모는 2007년 1,014억달러로 지난해에 비해 7.2%가량 늘어날 것으로 예측된다. 또한 유선통신장비에 탑재되는 반도체의 판매도 2007년 194억달러에 달해, 전년대비 18.3% 성장할 것으로 전망하였다.

한편 Strategy Analytics는 앞서 전망보다 크게 예측치를 내고 있는데, IPTV 가입규모가 2011년 8,000만 가구 이상이 될 것으로 보고 있다. 그러나

유료시청은 단지 절반정도일 것이라고 한다. 이에 따르면 2006년에 600만 가구가 IPTV 사업자가 전송하는 디지털TV를 시청하고 있었지만 600만 가구 중 겨우 330만 가구만 TV 프로그램에 대해 직접적으로 요금을 지불했다. 통신사업자 및 인터넷 서비스 사업자들(ISPs)은 신규 고객을 끌어들이거나 기존 가입자들을 묶어두기 위해 브로드밴드 및 전화에 TV를 무료 번들로 제공했기 때문에 초기에 유료시청이 많지 않다는 것이다. Strategy Analytics는 2011년에는 유료 시청이 4,090만 가구로 증가할 것으로 예상한다.

그런가하면 보다 보수적인 전망도 있다. Forrester는 완만한 성장으로 유럽 xDSL/fiber 브로드밴드 가입자 넷 중 하나가 10년 안에 IPTV를 갖게 될 것이라고 예측한다. 그러나 개별국가별로 보면, 겨우 13%의 보급률이 예상되는 영국과 33%의 IPTV 보급률이 기대되는 프랑스 등 차이가 심할 것으로 보였다. Forrester는 2005년 이후 브로드밴드 TPS에 관심을 갖고 수용하는 유럽 소비자들을 추적해왔는데, 수용은 증가하고 있지만, 관심 정도는 별다른 변화가 없다는 평가도 내놓았다. 유럽의 IPTV 환경은 매우 다양하며 미성숙한 상태라는 것이다. 유럽에서는 지배적 통신사업자들 가운데 절반 이상이 IPTV를 출시했다. DT, FT, Telecom Italia, Telefonica 등 13개 서유럽 사업자들이 IPTV를 출시했다. Forrester에 따르면 지배적 사업자들은 아직 충분한 IPTV 가입자를 확보하지 못한 상태이다. 2006년 5월말 FT, Telefonica는 각각 1.7%, 1.2%, 1.8%의 IPTV 가구 보급률을 기록했다고 평가하였다.

분명한 것은 일부 사업자의 경우를 제외하면 실적이 좋지 않은 것은 사실이다. 그러나 아직 초기 단

계라는 사실이다. 통신사업자들은 모두 IPTV에 관심을 가지고 있으며 경쟁 대상이 되는 케이블 사업자나 방송사업자들도 이에 대한 관심을 기울이고 있어 급격한 변화의 가능성이 있다. 더욱이 All-IP 시대가 되면 자연스럽게 보편화 될 것으로 전망된다¹⁾. 그러면 IPTV를 둘러싼 주요국의 현황과 정책 이슈를 살펴보기로 한다.

II. 해외 IPTV 도입 동향 및 정책이슈²⁾

1. 미국

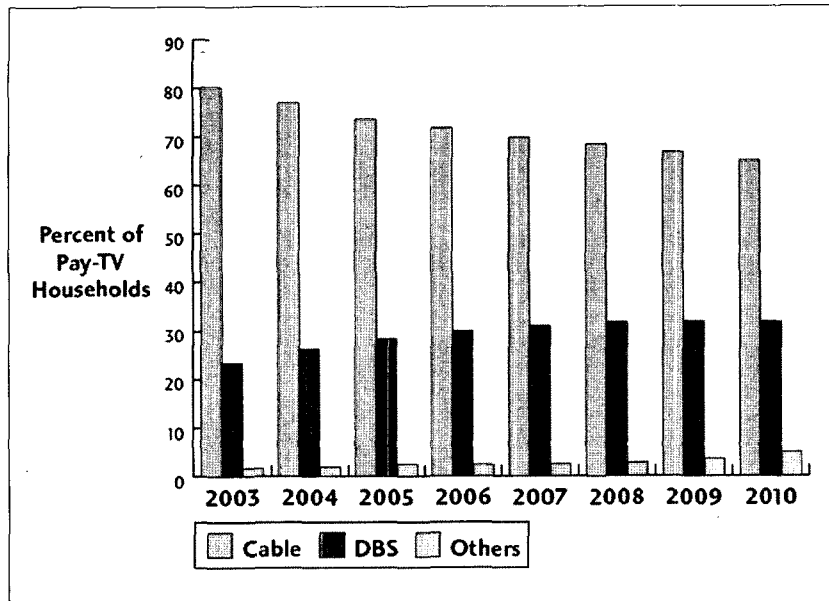
1) 도입 현황

미국은 케이블이 주도하는 시장으로서, 케이블 사업자와 후발 통신 사업자 간의 경쟁이 두드러진다. 현재 미국 가구의 약 85%가 유료TV에 가입한 상태로 유료TV 보급률이 크게 늘어나진 않을 것으로 보인다. 다만 인구증가로 인해 총 유료TV 가구의 수가 연간 약 1%~1.5% 정도씩 늘고 있는 정도이다. 그 중에서 케이블이 미국 가구의 60%, 유료TV 가구의 70%를 점유하고 있으며 위성은 30% 미만을 점유하고 있다(일부 가구는 케이블과 위성을 동시에 이용하기 때문에 다소 중복된다). 여기에 2%~2.5%는 C-band, MMDS, SMATV, 기존 전화회사의 TV 등으로 분산되어 있다.

현재 미국은 유료TV 보급률이 너무 높아서 크게 증가할 가능성이 적으며, 진입하려는 대부분의 시장에서 지배적인 케이블 사업자 및 두 개의 위성사업자와 경쟁해야 하는 상황에 직면해 있다.

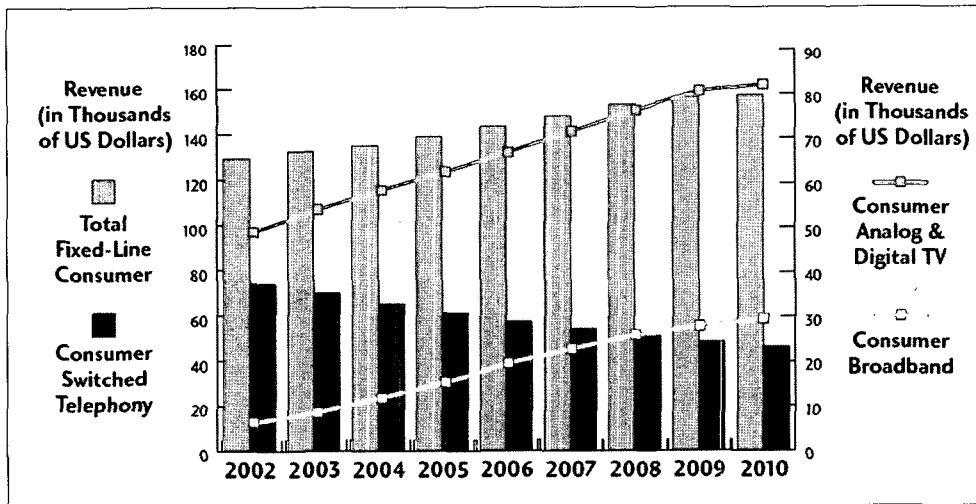
이처럼 경쟁이 치열한 시장임에도 불구하고 통

1) 김국진, 최성진(2007) IPTV, 나남출판사
2) 전 계서, 제3장에 해당되는 내용을 정리함.



〈그림 1〉 미국 유료TV 시장의 구조

출처: Yankee Group(2007)



〈그림2〉 미국 통신사업자 매출액 비교

출처: Yankee Group(2007)

신사업자들은 왜 TV 비즈니스에 뛰어들어야 하는가? 대답은 “할 수 밖에 없기 때문”이다. 유선 음성 통화는 심각한 가격 압박을 받고 있으며, 미국 가구의 6%는 유선 전화를 갖고 있지 않다. 음성통

화 시간은 유선전화에서 이동전화로 점차 옮겨가고 있다.

이러한 상황을 극복하기 위해 미국 통신사업자들은 시기에 따라 다른 모습으로 방송시장에 진입해

왔다. 즉, 1999년에서 2002년까지 M&A가 활발하게 전개되다가, 2002년부터 2004년까지는 방송사업자, 특히 위성사업자와의 전략적 제휴를 통한 번들링 서비스가 주로 이뤄졌다. 2003년부터 현재까지는 IPTV 개발을 통한 직접적인 진입방식이 추진되고 있다(김진기, 2006). 1996년 통신법의 개정으로 통신과 케이블 TV를 동시에 제공할 수 있게 되면서 통신 사업자들의 방송사업 참여에 이점으로 작용했다.

2. 정책이슈

미국에서 TV서비스 같은 다채널 비디오 서비스를 제공하기 위해서는 해당 지역의 지방정부로부터 프랜차이즈 면허를 받아야 한다³⁾. 하지만 통신사업자들은 서비스를 제공하고자 하는 각 지역의 지방정부와 개별적으로 협상을 벌여야 하기 때문에, 이 제도가 비디오 서비스 시장의 경쟁 확산을 저해하고 있다고 주장했다. IPTV 서비스를 위해 광케이블망을 도입하고 있는 AT&T와 Verizon은 전국 비디오 면허를 만들거나 지역 면허과정을 합리화해달라고 요구해왔다. 1999년 당시의 FCC 위원장인 캐너드가 우려한 대로 3,141개의 프랜차이즈당국으로부터 사업자들이 단시간에 프랜차이즈를 현상하여 받는 것은 그 자체가 엄청난 진입규제인 것이다.

비록 전국 단위의 면허는 아니지만, 가장 먼저 Texas주가 주정부에서 면허를 부여할 수 있도록 주 법령을 개정해, AT&T가 최초로 Texas주의 면허를 획득했고, Verizon도 2005년 10월 21개 지역에 대

한 면허를 획득했다. 이후 2006년 10월 20일 미국의 8개 주(California, Indiana, Kansas, New Jersey, North Carolina, South Carolina, Texas, Virginia)가 주 단위의 면허를 입법했다. 주 단위 면허는 통신기업의 빠른 시장 진입을 위한 포괄적 면허를 부여한다.

FCC는 MVPD 시장의 시장경쟁을 촉진하기 위해 2006년 12월 통신사업자가 TV시장에 보다 쉽게 진입할 수 있도록 지역 면허과정을 합리화 하는 규정을 허가했다. 이에 따라 지방자치기구는 신규참가를 신청한 기업에 대해 6개월 이내, 해당 지역의 공공 설비를 이미 이용하고 있는 기업의 경우 90일 이내에 프랜차이즈 신청을 승인해야 한다. 민주당 위원 2명의 반대에도 불구하고, 이 규정은 3대 2로 가결됐다.

FCC는 프랜차이즈 계약에 부당한 요구 조건이 포함되지 않도록 지방자치기구를 감시하는 역할을 맡는다. 지방 정부는 소비자의 이익을 위해 조건에 대한 협의를 진행할 수 있지만, 통신 사업자에게 부당한 요구조건을 제시하는 행위를 감시하는 것이다. 지방정부의 불합리한 프랜차이즈 허가 거부 유형으로는 무기한 협상 연장, 무리한 빌드아웃⁴⁾ 요구, 법정 상한(5%)을 넘어서는 프랜차이즈 요금 및 보상금 등의 요구, 공공·교육·정부 부문의 부당한 접속 요구 등이 해당된다.

그러나 이 규정이 이미 시행되고 있는 주법에 우선하는 것은 아니다. 미국에서는 텍사스와 캘리포니아 주를 포함한 14주가 이미 텔레비전 방송 관련 법률 개정에 착수했다. 미시건주가 통신 업체들의

3) MVPD(Multichannel Video Program Distribution)란, 케이블TV·위성방송·VOD·MMDS/LMDS(무선케이블TV) 등 지상파 방송을 제외한 다채널 영상미디어사업을 의미한다. 미국은 1990년대 이후 지상파 외에도 각종 방송·통신망을 통해 전송되는 다양한 영상서비스가 도입되면서 신규 영상미디어 서비스를 포괄하는 개념으로 MVPD를 도입하고 이를 지상파 방송과 구분해서 규제하고 있다.

4) Build-out : 신규사업자에게 지역내 모든 주민들에게 서비스를 제공하도록 하는 규정으로서, 시민단체들은 이 조항을 제한하게 되면 인구가 적은 지역의 저소득층이 소외될 수 있다고 지적한다.

멀티채널 비디오 시장 진입을 촉진하기 위해 제정된 비디오 프랜차이즈 개혁법을 발효시킨 10번째 주가 됐다.

AT&T는 다른 한편으로 자사의 IPTV 서비스인 "U-verse TV"를 "케이블 서비스"가 아니라 "정보 서비스"로 규정해서 지방 정부의 면허 허가요건(LFA)을 충족시키지 않아도 되도록 하고자 한다⁵⁾. 다시 말해, IPTV를 VoIP와 유사하게 다뤄야 한다는 입장이다. IP를 통해 전송되는 서비스이기 때문에 커뮤니케이션 서비스라기보다는 데이터 서비스로 취급해야 한다는 것이다. 이는 AT&T 입장에서 서비스 도입을 위한 프랜차이즈 비용이 필요 없어진다는 의미이며, 이에 대해서는 법적으로 아직 명확하지 않은 상태이다.

2. 영국

1) 도입 현황

영국에서는 Video Networks의 Homechoice와 Kingston Communications의 KIT가 각각 2000년, 2001년부터 이미 서비스를 시작했다. 그러나 Homechoice는 Kingston Communications이 지난 2006년 4월 서비스를 중단한 이래 독점적인 IPTV 사업자로 존재했음에도 불구하고 2006년 말까지 가입자 수 45,000명에 불과한 저조한 성장을 보이고 있다.

영국의 IPTV가입자 수가 저조한 이유는 유료 방송 사업자인 BSkyB와 디지털지상파방송의 지배력으로 인해 IPTV에 대한 요구가 크지 않기 때문이기도 하지만 무엇보다도 Homechoice가 LLU사업자로

현재까지 런던과 스티버니지 지역에서만 서비스를 제공하기 때문에 가입자 확보에 한계가 있기 때문이라고 할 수 있다. 이에 통신사업자인 Tiscali와 합병을 통해 사업 활성화를 위한 방안을 모색하고 있다.

한편 지난해 말 BT가 DTT broadcast/ DSL VOD를 출시하며 IPTV 서비스를 시작하였고 프랑스의 통신사업자 France Telecom도 2006년 내에 영국에서 IPTV 서비스를 실시한다고 밝혔다. 그 밖의 통신업체들도 IPTV를 통한 방송진출에 관심을 모으고 있어 향후 영국의 IPTV 시장의 경쟁이 증가할 것으로 예상된다.

2) 정책 이슈

영국의 2003년 커뮤니케이션 법은 방송과 통신을 구분하지 않고 전자커뮤니케이션망/전자커뮤니케이션서비스에 대한 단일 규제 프레임워크를 적용한다. 2003년 커뮤니케이션 법은 전자커뮤니케이션서비스 사업자에 대한 인허가권을 폐지하고, 등록제를 통하여 신규 시장진입이나 기존 사업자의 다른 영역 진입을 수월하게 했다. 이에 따라 IPTV는 특별한 허가절차 없이 등록요건만 갖추면 시장에 진입할 수 있게 되었다.

온디맨드 서비스도 허가(licence)나 신고(declaration)를 받을 필요가 없다. 자가채널 운영을 제외하고 방송콘텐츠, 데이터 전송도 규제 없이 사업자 등록으로 서비스 제공이 가능하다. 우리나라의 방송채널사용사업자(PP)격에 해당하는 TLCS(Television Licensable Content Service)의 경우 신청비와 수신료를 지불하는 등 일정 요건을 갖춰야 하는 등록제 방식 허가제를 따르고 있다.

5) AT&T에 따르면 프로젝트 Lightspeed는 각 사용자들이 네트워크와 직접 상호작용하고 특정 프로그램을 선택할 수 있는 전환(switched), 일대일(point-to-point), 양방향 네트워크이다. 이는 지배적 케이블 사업자들이 한 번에 모든 가입자의 가구에 모든 채널들을 전송하고 각 가정이 선택한 채널을 시청할 수 있는 셋톱 장비에 의존하는, 보다 덜 효율적인 다중접속(point-to-multipoint) 방송 같은 전송방식과 차별화된다.

그러나 전자커뮤니케이션서비스의 정의에는 콘텐츠 서비스가 포함되어 있지 않다. 따라서 IPTV가 등록만으로 전송서비스를 제공할 수 있다고는 하나 이는 네트워크 사업자로써의 허가를 받지 않는다는 의미이고 텔레비전 방송서비스를 제공하는 사업자의 경우는 별도의 허가를 받고 여전히 콘텐츠에 대한 규제를 받는다.

3. 이탈리아

1) 도입현황

이탈리아 방송시장은 지상파방송의 지배력이 매우 높다. 반면 유료방송시장은 위성방송이 21%의 점유율을 보이고 있으며 케이블 시장의 부재로 인해 전체적으로 유료방송 보급률은 매우 낮다. 이탈리아는 IPTV가 제공되기 전까지 위성방송사업자인 Sky가 프로축구 중계권을 기반으로 유료방송 시장을 독점하고 있었다. 그러나 1997년 제정된 개정 통신법을 통해 통신사업자들의 방송진출이 허용되면서 이탈리아 제 2통신사업자인 FastWeb이 사실상 유선방송 사업자의 역할을 수행하고 있다. FastWeb은 2003년 IPTV 서비스를 시작해 현재 주도적인 사업자로 발전하였다. 이탈리아 IPTV 사업자의 성공적인 시장진입에는 케이블 시장의 부재 등 낮은 유료방송 보급률로 인해 다채널 방송에 대한 소비자들의 요구가 컸기 때문이다. 또한 융합서비스에 대해 우호적이었던 정부 정책과, 콘텐츠 독점 방지를 위한 정책적 수급 지원 등은 이탈리아에서 IPTV가 조기 정착되는데 주요 요인이 되었다. 그러나 현재는 브로드밴드 가입자 성장이 둔화되면서 IPTV 확산에 걸림돌로 작용하고 있다.

2) 정책 이슈

이탈리아에서는 1997년 제정된 방송통신법에 근거해 통신과 방송에 대한 구분 없이 정책은 MOC(정보통신부)에서, 규제는 AGCOM(통신규제청)에서 일관되게 수행한다. 기존 방송사업자 및 통신사업자는 신규 융합서비스 시장에 진출할 경우 별도의 라이선스 없이 신고만으로도 진출이 가능하다.

이탈리아의 IPTV서비스는 실시간 방송이 아닌 a-la-carte나 VoD형태로 제공되는 서비스이다. 따라서 유럽연합의 '국경없는 TV' 지침 규정을 준수하여, 주문형서비스나 양방향 서비스 등의 점대점(Point-to-point) 서비스는 방송사업자에 적용되는 법의 적용으로부터 제외된다. 따라서 관계당국에 허가나 신고 없이도 IPTV 서비스가 가능하고 망 이용에 대해 MOC(정보통신부)에 notification만 하면 된다. VoD만 제공할 경우 어떠한 허가나 신고절차 없이 서비스제공이 가능하며 단지 콘텐츠에 대해서 MoC 산하의 방송담당 부서의 허가를 받게 된다. 한편, 이탈리아의 IPTV 사업자와 VoD 사업자는 어떠한 의무전송 규제도 받지 않는다.

III. 국내 IPTV 관련 이슈⁶⁾

IPTV는 실시간 방송과 VOD, 데이터방송 그리고 SMS와 게임 및 상거래를 제공한다. 용량상 차이는 있으나 방송이 주가 되고 부가서비스가 있는 것이다. 그러나 무한한 확장성도 가진 것이 사실이다. 초다 채널의 멀티미디어서비스가 가능하다. 이런 경제영역적 서비스는 현재 사업 근거를 마련하고 규

6) 전 계서, 제5장을 정리함

제한 법이 현재로서는 명확하게 존재하지 않는다. 그런 가운데 국내에서는 IPTV란 용어를 쓰면서도 실상은 인터넷TV를 염두에 두고 사용하는 경우와, IPTV를 염두에 두고 오히려 인터넷TV라는 표현을 사용함으로써 이에 대한 오해와 기만이 방치된 감도 없지 않다. 이는 지식과 정보의 독과점 상황에서 가장 보편적으로 발생하는 폐단이다.

현재 국내의 방송 통신 관련 규제기관은 크게 방송위원회와 정보통신부가 각각 방송과 통신을 구분해서 규제하고 있다. 따라서 방송 통신간 서비스 융합 및 시장의 융합 현상이 지속적으로 발생하면서 각각의 규제기관의 신규 서비스에 대한 이해관계가 상충되고 있는 상황이다. 융합기구 출범을 앞둔 상황 속에서도 이러한 이해관계는 여전히 담보상태에 놓여있다. 그것은 아직도 IPTV에 대한 명확한 법적 해석이 이루어지고 있지 않기 때문이다. 특히, IPTV의 법적 정의나 역무구분, 규제형평성 및 관리 감독 기관 등에 있어서 참여하게 대립되고 있으며 이러한 문제는 융합기구가 출범하여야 해결하기 용이할 것이다.

각각의 이해당사자들이 주장하고 제시하는 해외 사례의 경우를 보더라도 당사국의 입장 역시 그동안 확실하게 정립되어 있지 않았기 때문에 IPTV에 대한 다양한 해외사례 보고서가 발표되고 있기도 하다. 또한 동일한 해외 사례 보고서가 발표되어도 이해당사자의 입장에 맞는 유리한 자료만을 발췌하여 제공하는 상황도 비일비재하다. 그러다보니 현재까지 융합서비스의 핵심이라고 인식되고 있는 IPTV는 아무런 논의의 진전이 없었다. 지난 수년간 각각의 입장 차이만 확인하는 선에 멈추어 버린 것이다.

현재까지는 상반기 내에 IPTV 관련 정책 및 법제 도화를 마무리 하고 연내에 서비스가 상용화될 것이라는 의견이 대다수다. 특히 방송통신융합추진위

원회에서 정통부 및 방송위원회의 최종 합의를 요청하였으며, 이 최종 합의안을 토대로 관련 법제화를 도출하고자 한다. 또한 국회의 방송통신융합특별위원회도 융합기구 및 IPTV 법제화를 빠른 시일 내에 도출한다는 계획이어서 조만간 IPTV 서비스 상용화가 기대되고 있다.

현 시점에서 IPTV와 관련된 이슈 중 가장 첨예하게 대립되고 있는 부분은 바로 서비스 권역구분 이슈 및 법인 분리 이슈이다. 방송사업자 특히 케이블 사업자의 경우는 직접적으로 경쟁해야하는 입장이기 때문에 대자본 및 네트워크를 보유한 통신사업자가 전국 서비스를 제공할 경우 존립자체가 불투명해지며, 통신사업자의 경우 IPTV를 융합시대 TPS의 핵심 전략으로 인식하고 있기 때문에 지역면허 및 법인 분리는 사업전망을 불투명하게 하는 요인으로 작용하기 때문이다.

정보통신부는 원칙적으로 IPTV 사업자의 자회사 분리나 지역면허에 대해 반대하는 입장이다. 자회사 분리는 사업자 자율의 문제이며, 망개방을 의무화하고 시장점유율 제도를 도입하면 자회사로 분리하지 않아도 지배적 사업자의 지배력 전이를 차단할 수 있다고 인식하고 있다. 사업권역은 전국권역을 주장하고 있는데, 인터넷망의 특성상 IPTV에 사업권역 규제를 가하는 것은 불합리하며 크립스키밍 행위 방지를 위한 규제 방안으로 단계적으로 전국적 서비스 영역 확보 의무를 부과하는 방안 등을 검토할 수 있다는 입장이다.

통신사업자 역시 자회사 분리 및 권역 제한 반대 입장을 표명하고 있다. 통신사업자는 IPTV 시장에 규모 있는 사업자 참여가 필수적이며 이를 통해 콘텐츠산업 활성화, 국가 인프라 개선 등을 이루어낼 수 있다는 입장이다. 그러나 권역 제한 이슈에 있어서 통신사업자는 전국권역으로 서비스 면허를 받

되, 지배력 전이 방지를 위한 시장점유율 규제는 수용 가능하다는 입장을 보이고 있다.

그러나 통신사업자에 있어서 보다 민감한 이슈는 자회사 분리 여부이다. 융합시대에 신규 비즈니스 모델로 IPTV 사업 진출을 통한 미디어기업, 또는 종합엔터테인먼트 그룹으로 재탄생하려는 통신사업자는 자회사를 분리하게 되면, 그룹 차원의 시너지 효과를 얻을 수 없고, 위성방송사업 역시 수익성이 거의 없었던 전례를 들면서 법인 분리를 반대하고 있다.

특히 향후 미디어 시장이 단순한 개별 서비스 시장의 성장률은 점차 하락하고 결합서비스 시장이 성장할 것으로 예상됨에 따라 IPTV 산업은 절대적으로 놓칠 수 없는 비즈니스모델이다. 일례로 통신사업자의 유선전화 사업은 지난 수 년간 하락세를 보이고 있다. 이는 유선전화사업의 가입자 정체 뿐만 아니라 무선전화사업, VoIP 등 신규 사업이 유선 사업영역을 대체하고 있기 때문이다. 따라서 사실상 유선사업영역에서의 수익은 상당히 격감할 것으로 보이며 그에 따른 대체 수익원으로서 IPTV를 제공하려는 입장이기 때문에 법인 분리 문제는 민감할 수밖에 없다.

이와는 달리 방송사업자는 IPTV는 권역별로 허가해도 전국서비스가 가능한 만큼 지역간 불균형은 없으며 KT 사업부서간 부당거래 방지를 위해서는 별도 법인으로 분리해야 한다는 주장을 하고 있다. 일례로 NTT의 NTT 커뮤니케이션 분리 및 Ofcom의 BT의 서비스 분리 명령은 독과점 해소를 위한 사례로 독점방지가 최우선으로 적용되어야 한다는 입장이다.

방송위원회는 자회사 분리를 통해 내부보조 가능성을 차단하고, 네트워크 접속 및 임대, 원가산정의

객관화를 통해 망 중립성을 지키고, 전국 면허를 주더라도 크립스키밍 방지를 위해 권역제한 형평성을 고려해야 한다는 입장이다. 또 방송위원회는 IPTV를 종합유선방송사업자의 범주에 속하고 있는 것으로 인식하고 있기 때문에 사업권역은 케이블방송(77개)과 동일하게 나뉘어야 한다고 주장한다. 자회사 분리 여부는 위성방송사업자인 SkyLife와 무선통신사업자인 KTF와 동일한 정책 및 규제가 적용되어 규제의 일관성을 확보해야 한다는 입장이다. 또 망이 없는 사업자도 IPTV 서비스를 제공할 수 있고 나아가 콘텐츠 유통을 활성화하고 현재의 LLU 정책의 실효성이 낮은 상태에서는 지배적 사업자의 자회사 분리는 당연하다는 입장이다. 이에 따라 원칙적으로는 지역면허 부여가 우선이나 단계적으로 전국면허를 허가하는 방안을 고려할 수 있다는 입장을 보이고 있다.

IV. 전망과 정책⁷⁾

앞서 기술한 바와 같이 IPTV는 결국 사업자로 하여금 음성전화서비스와 초고속인터넷 서비스, 그리고 방송영상 서비스까지 3박자의 결합상품을 제공하는 것과 관련이 있다. 이러한 삼박자 서비스를 TPS (Triple Play Services)라고 한다. OECD(2006)자료에 의하면, 30개 회원국의 87개 사업자를 조사한 결과에서 이미 23개국에서 TPS가 실시되고 있는 것으로 나타났다. 이들 서비스들은 통신망이나 케이블망을 통해 모두 가능한데, 9개국의 10개 사업자는 케이블망을 통해 초고속인터넷서비스와 영상서비스를 제공하는 이른바 더블플레이패키지를 제공하고

7) 전 계서, 제5장을 정리함

있는 것으로 조사되었으며 21개국의 29개 사업자는 DSL을 통해 음성전화서비스와 초고속인터넷서비스를 제공하는 더블플레이패키지를 제공하고 있었다. 최근에는 유무선 통신과 아울러 인터넷 서비스, 그리고 방송영상 서비스를 제공하는 4박자 서비스, QPS를 제공하는 사례도 등장하고 있다.

TPS는 기존에 경쟁사업자가 두 가지 이상을 함께 제공하는 경우에는 방어적인 전략이 되고, 그렇지 않은 경우에는 적극적인 차별화 전략으로 사용 되는 경향이다. 문제는 소비자들이 이러한 사업자들이 늘어나면서 점점 더 번들링에 대한 관심이 늘어나고 있다는 것이다. 양기그룹(2005)에 의하면, 미국 가정에서 번들링 서비스에 관심있다는 응답은 지난 2002년 38%에서 2005년에는 47%로 늘어났다고 한다. 이같은 추세는 소비자들이 오히려 번들링을 제공하지 아니하는 사업자들의 서비스를 못마땅하게 생각하고 기왕이면 번들링을 제공하는 사업자의 서비스를 선택하게 되는 동인으로 작용하게 된다. 특히 할인혜택이 번들링의 주로 매력으로 인식하고 있어서 번들링을 제공하지 아니하는 사업자들이 불리한 시장여건이 되고 있다고 하겠다.

즉 번들링을 제공하지 못하는 사업자는 도태될 수 밖에 없는 상황이 확산되는 추세라고 하겠다. 문제는 번들링에 어느 하나는 제값을 받고 어느 것은 끼워팔기식으로 특정 서비스에 덤핑을 하더라도 규제할 수 없는 상황이다. 예를 들어 전화서비스는 공짜, 인터넷과 방송영상 서비스는 유료로 하는 식의 접근이나 방송영상 서비스는 공짜, 인터넷과 전화는 유료식의 접근으로 경쟁이 가능하다는 것인데 이는 한쪽의 손실을 다른 쪽의 수익으로 커버하는 상호보조를 한다는 의미가 되고 이는 시장을 왜곡할 수 있는 여지가 있다. 특히 디지털 융합시대에 콘텐츠부문에 끊임없는 투자가 이뤄져야 하는데 콘텐

츠의 빈곤을 공유하거나 재투자가 되는 동인을 제거하는 위험이 있을 수 있다.

한편 IPTV의 성격은 광대역화의 여부에 의해 그 성격이 제한적인 요소가 있다. 여전히 IPTV가 중계 유선방송적 위상을 벗어나지 못한 국가들도 있으며 이들 국가에서의 IPTV란 틈새시장을 잠식하는 성격을 벗어나지 못한 상태이다. Forrester Research에서의 평가처럼, 유럽의 IPTV 환경은 매우 다양하며 미성숙한 상태이다. 각국에서 2005년이후의 광대역화의 움직임이 활발한 가운데 Forrester Research에서는 광대역 TPS에 관심을 갖고 수용하는 유럽 소비자들을 추적해왔는데, 수용은 증가하고 있지만, 관심 정도는 별다른 변화가 없다는 평가도 내놓았다. 유럽에서는 지배적 통신사업자들 가운데 절반 이상이 IPTV를 출시했다. 그러나 Forrester에 따르면 지배적 사업자들은 아직 충분한 IPTV 가입자를 확보하지 못한 상태이다. 그런가 하면, 미국에서는 IPTV를 기존의 케이블에 대한 경쟁활성화 차원에서 다루고 있다. 그리고 IPTV를 도입하는 사업자는 광대역화를 통해 기존의 케이블과 대립관계에 돌입하였다. 미국에서의 케이블업체와 이들 통신사업자간의 가격경쟁을 보면서 가입자당 평균수익(ARPU)이 낮은 우리나라의 케이블 업체가 긴장하는 것은 당연하다. 이러한 차원에서 보면, 불과 4Mbps이하의 IPTV와 8~10 Mbps급의 서비스로서의 IPTV와 소위 100Mbps급의 서비스로서의 IPTV를 동일한 차원에서 볼 수는 없을 것이다. 달리 표현하자면, 기존 유료방송서비스시장의 틈새를 노린 보완재적 성격의 IPTV와 기존 유료방송서비스와 경쟁할 만한 대체재적 성격의 IPTV, 그리고 기존 유료방송서비스를 능가하는 우등재로서의 IPTV를 같이 볼 수 없다는 것이다. 즉, 3가지 차원에서 달리 접근과 이해가 필요하다.

우리는 어떠한가? 우리나라는 정보통신부의 정책적 선택에 의해 소위 BCN(Broadband Communication Network) 정책이 2010년까지 50~100Mbps 서비스 가구가 1,000만가구가 되도록 하겠다고 한다. 이러한 환경을 설정하고 보면, 우리나라에서의 광대역화라는 변수는 다른 나라에서 보아온 것 이상의 성격을 가진다고 보아야 할 것이다. 우리는 과정적으로 두 번째와 세 번째에 해당된다고 하겠다. 문제는 각 통신사업자들의 NGN 전략을 국가적으로 수용한 BCN 전략은 그 자체가 디지털융합환경을 밑바탕으로 통합된 서비스와 산업구도를 지향하고 있다는 것이다. 이러한 시각에서는 네트워크에 대한 투자는 무엇보다 우선되는 인프라 투자로 인식된다. 따라서 이러한 시각에서는 사업자들의 광대역화를 위한 투자 동인을 제공하는 정책에 의존하게 된다. 따라서 IPTV에 대한 통신사업자들, 특히 망을 가진 기간통신사업자들의 진입을 용이하게 하는 데에 관심을 기울이게 된다. 이는 지속적인 사회 변화, 성장요인을 찾고자 하는 과정속에서 나온 것이라는 점에서는 그 자체를 문제시 할 수는 없다. 그러나 지나치게 망 사업자중심의 접근법이 가져올 문제에 대해서 자각할 필요가 있다. 더욱이 기존에 유료방송영상 서비스부문에 유사서비스를 제공하

는 산업군이 있다는 사실을 등안시 한다면, 울타리 규제산업의 개별 사업자이해를 가지고 해당 울타리 규제기관간에 서로 대립하는 양상을 벗어날 수 없다. 또한 IPTV가 단일한 상품으로 존재하기 보다는 초고속인터넷서비스와 음성전화 서비스 나아가 이동전화서비스와도 결합상품으로 사업자간의 제휴를 통해서나 유무선 통합을 통해서나 제공되는 것이 분명하므로 망중심의 시너지 효과만큼이나 콘텐츠와 기존 산업계에 미치는 영향을 엄밀히 보아야 할 것이다. 기본적으로 다플랫폼시대에는 콘텐츠와 상거래(commerce)를 공유하게 되는데 문제는 충분히 다양한 콘텐츠가 양산되지 못하는 새로운 미디어 서비스도입이라는 것은 콘텐츠의 빈곤을 가져오고 이를 채우는 저질의 콘텐츠와 상거래만이 남는 결과를 가져온다. 따라서 수용자, 이용자를 지향한 콘텐츠중심적 정책이 대단히 중요하게 된다. 표준화전망을 긍정적으로 하는 경우 IPTV가 작게는 홈네트워크와 나아가 BCN 유비쿼터스 환경으로 가는 열쇠로 여겨지는 경향이 있으나 이것도 지나친 기술결정론적 시각이다. 일과 놀이로 융합된 우리 삶으로 고민의 수준을 한 단계 끌어올려야 한다. 광대역 정책은 단순히 서비스차원이 아니라 정치, 경제, 사회, 문화적 차원에서 나와야 한다.

필자 소개



김 국 진

- 현 미디어미래연구소 소장
방송통신융합추진위원회 위원
- 전 지상파 DMB 정책연구반 위원장
- 전 디지털방송추진위원회 위원
- 저서 : 현대방송의 이해(개정판, 공저), 데이터방송시스템, 방송통신융합의 이해(개정판), 디지털방송론, IPTV(공저)