



정보통신 미디어

표 1-3 최근 1주간 정보통신 미디어 관련 주요 뉴스 리스트

계제일자	출처	주요 내용 요약
7월 31일		KT, NDS CAS 전 모델 탑재 검토 ▶ KT는 10월 IPTV 상용화에 대비, 실시간 스트리밍 방식의 셋톱박스(STB)는 물론 기존 D&P(Download & Play)용 메가TV STB에도 미국 NDS의 CAS 도입 계획을 검토 중 ▶ 케이블 TV 및 위성방송업계는 특정 외산 업체가 CAS를 독점할 경우 국내 IPTV의 기능 개발과 비즈니스 모델을 해외 업체에 의존할 수 밖에 없게 될까 우려(참고로 NDS의 국내 CAS 시장 점유율은 73.1%, 디지털타임스, 6.20.)
		LG전자, 영화 스트리밍 기능 내장된 Blu-ray Disk Player 공개 ▶ LG전자가 미국 뉴욕에서 열린 '2008 서머 라인 쇼' 에서 DVD 대여·온라인 스트리밍 서비스 회사인 Netflix사의 콘텐츠를 스트리밍, TV로 재생할 수 있는 네트워크 블루레이 디스크 플레이어(BD300)를 공개. LG전자는 올 가을부터 판매할 계획 ▶ 향후 3년 이내 Blu-ray Disc Player시장은 3배 이상 성장할 것으로 예상
		2013년, 세계 2억 5,500만 가구가 HDTV를 시청할 것으로 예상 ▶ IMS Research에 따르면, 2007년 기준 세계 4,500만 가구가 HDTV 서비스를 받고 있으며, 이 수치는 2013년에 2억 5,500만 가구로 증가할 전망 ▶ 또한 직접위성방송(DTH)이 리딩 플랫폼의 위상을 유지할 전망인데, HD DTH 가구 수는 연평균 27.5%의 성장을 거듭, 2013년에는 9,700만 가구에 이를 것으로 전망
8월 1일		세계 IPTV 시장 2년 연속 2배가 넘는 성장 보여 ▶ 영국의 시장조사 회사 Point Topic에 의하면 2008년 3월 기준 세계 IPTV 가입자 수는 1,550만 명으로 2년 연속 2배가 넘는 증가를 보인 것으로 나타남. 특히, 840만 명의 가입자 수를 보인 유럽지역이 다른 지역에 비해 가장 높은 성장을 기록 ▶ 가입자들의 IPTV 접속 방법으로는 ADSL2+가 1,200만 명으로 압도적인 가운데, 광케이블 망을 이용한 접속자 수 또한 증가하고 있는 것으로 나타남
8월 3일	 	일본 '위성 DMB' 사업 중단, TU 미디어의 앞날에 업계의 관심 주목 ▶ 일본의 MBCo가 늘어나는 부채와 미래가 없는 시장성으로 인해 위성 DMB 서비스를 2009년 3월 중단키로 결정 ▶ 가장 접근성이 높은 휴대폰으로 서비스를 제공하지 못했다는 점과 우리의 지상파 DMB처럼 무료로 제공되는 '원세그'가 등장하면서 시장 경쟁력이 사라진 것이 실패요인으로 분석 ▶ 세계 유일의 위성 DMB 사업자로 남게 될 TU미디어는 제2의 MBCo가 되는 것을 막기 위해 '위성+지상파+이동통신사' 간 협력모델 발굴과 양방향 서비스를 강화하는 등 전환점 모색 중
8월 4일		소비자들 1~2년 내 Blu-ray Disk Player 구매 꺼려 ▶ ABI Research의 소비자 설문조사에 따르면, 1,000명의 응답자중 50% 이상이 향후 1~2년 내에 Blu-ray Disk Player(BD Player) 구매계획이 없는 것으로 조사되었고, 23%는 구매계획은 있지만 2009년 이후가 될 것이라고 밝혀 ▶ BD Player의 비싼 가격과 BD Player 구입 시 HDTV를 함께 구입해야한다는 점이 구매를 꺼리는 가장 큰 원인으로 분석
		2013년, iTV 출하량 1억 4,300만 대 예상 ▶ IMS Research에 따르면, iTV(일체형 디지털TV) 출하량이 2007년 5,200만 대에서 2013년 1억 4,300만 대로 증가할 전망. 일본의 경우 2003년 200만 대에 달했던 위성 STB 출하량이 2007년 30만 대로 감소하였는데 이는 iTV가 위성 STB를 대체한 것으로 분석 ▶ 미국의 경우 2008년 6월까지 5,500만 대의 cable STB 중 불과 37만 대 정도만이 iTV로 교체되었지만, 앞으로 등장할 tru2way™ iTV의 향상된 양방향 기능이 미국 케이블 STB 시장의 상당한 위협 요인이 될 전망

(자료): IITA 정보서비스단, 2008



□ 일본 '위성 DMB' 사업 중단, TU 미디어의 앞날에 업계의 관심 주목

○ 일본의 MBCo, 위성 DMB 서비스인 MobaHO!를 내년 3월 중단기로 결정

- MBCo는 늘어나는 부채와 미래가 없는 시장성으로 인해 설립 10여년, 방송 서비스를 시작한지 약 3년여 만에 사실상 시장에서 퇴출
 - ※ MBCo는 1998년 5월 Toshiba가 설립한 모바일 방송 전문 자회사로 2004년 10월에 '모바HO!'라는 이름으로 서비스 시작
 - ※ 서비스 개시 당시 3년 내 200만 가입자 확보를 목표로 하였으나 현재 가입자 수는 10만 명 수준이며, 2006년 3월 연매출은 6억 엔, 영업이익자는 122억 엔, 2008년 3월 연매출은 27억 엔, 영업이익자는 82억 엔으로 만성적자

○ 일본의 MBCo의 사업실패 요인

- 이동통신사와의 제휴 실패로 가장 접근성이 높은 휴대폰으로 서비스를 제공하지 못하고 주로 차량용과 PC용으로만 서비스를 제공함으로써 가입자 확보 실패
- 우리의 지상파 DMB처럼 무료로 제공되는 '원세그'가 등장하면서 시장 경쟁력 또한 상실

○ 국내 '위성 DMB' 사업자 TU미디어의 현황

- 무료 서비스인 지상파 DMB와의 힘겨운 경쟁, 가입자 정체, 적자 확대 등의 상황에 직면해 있으며, 대주주인 SK텔레콤의 사업 포기 검토로 한 때 존폐 위기를 겪기도 함
- 최근 지상파 DMB, SK텔레콤, TU 미디어의 '3자 제휴'를 통해 자구책 마련 중
 - ※ 일본의 MBCo가 사업을 중단함에 따라 TU미디어는 세계 유일의 '위성 DMB' 사업자로 남게 됨

표 1-4 TU미디어와 MBCo의 비교

구분	TU미디어	MBCo
자본금	3,232억 원	368억 엔
가입자	140만 명	10만 명
요금(가입비)	2만원	2,500엔
채널	비디오 21개	비디오 7개
	오디오 19개	오디오 40개

<자료> : 디지털타임스, 2008. 8

표 1-5 '3자 제휴' 를 통한 방송 환경 변화

- 지상파-위성DMB 통합 휴대폰 출시
- 개인화된 나만의 방송, 편승
- 지상파DMB 시청하면서 실시간 교통정보 확인 (현재는 별도 채널에 구성)
- DMB 방송 시청하면서 방송 콘텐츠 및 상품 구매
- 지상파-위성DMB 공동 수익 창출

<자료> : 매일경제, 2008. 8. 5.

□ 시사점

○ TU미디어는 '제2의 MBCo'가 되지 않기 위한 근본적인 대책 마련 필요

- '3자 제휴'를 통해 지상파 재전송이 허용되더라도 비싼 콘텐츠 비용 부담으로 수익성 불투명
- 지상파 DMB의 경우 1,500만 명의 시청자에도 불구하고 수익모델 부재

○ 신규가입자 증가를 위한 노력과 양방향 서비스를 강화하는 DMB 2.0 등을 통해 새로운 수익 창출을 위한 비즈니스 모델 발굴이 필요한 시점