



최근 IPTV 트렌드 및 주요 이슈

오세근*

새로운 방송통신 융합 비즈니스 모델로 주목을 받고 있는 IPTV가 그간의 우여곡절을 거쳐 IPTV 법 시행령이 확정되면서 상용화를 목전에 두고 있다. 그간 논란이 되어 왔던 네트워크 동등접근권이나 콘텐츠 동등접근권, 그리고 무엇보다 대기업의 진입제한 완화 등이 일단락되었지만 논란의 여지는 여전히 남아 있다. 그리고 기술과 서비스력은 앞섰으나 통합과 전략의 부재로 경쟁국들에 비해 상대적으로 상용화가 늦은만큼 국내 상용화에 만족하지 말고 글로벌 시대에 비추어 협소한 국내시장을 넘어 해외로의 진출 모색 등 전략적 비즈니스화가 절실하다. 본 고에서는 최근의 이런 IPTV 트렌드를 살펴보고자 한다. ☐

목	차
---	---

- I. IPTV 트렌드
- II. IPTV 주요 이슈
- III. 향후 전망

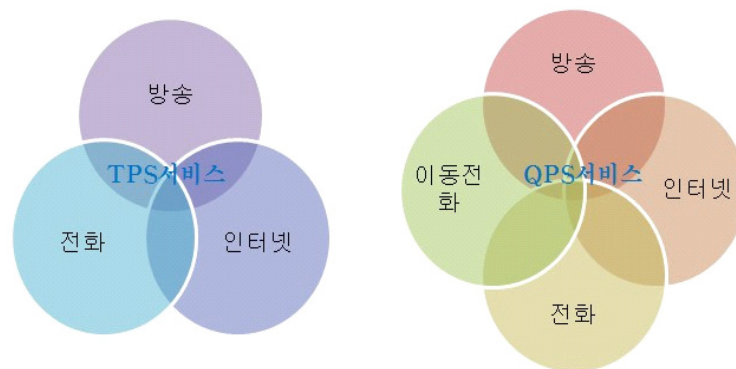
I. IPTV 트렌드

방통위가 IPTV 서비스 도입을 위해 최근 IPTV 법 시행령이 제정되면서 올 10월부터 본격적인 IPTV 상용 서비스 시행을 앞두고 있다. IPTV는 전망 기관에 따라 3,300만 가구(Informa, 2007.12)에서 7,300만 가구(MRG, 2007. 10)의 편차가 있지만, 전세계 TV 시청 가구의 약 5% 전후 수준에서 보급률을 보일 것으로 예측하고 있다. 또 2011년까지 전세계적으로 IPTV 가입자가 5,500만 가구에 이를 것으로 추정하고 있으며, VOD를 포함한 IPTV의 수익은 약 270억 달러 수준일 것으로 전망하고 있다(Ovum, 2007. 11). 이처럼 시장의 성장성과 기대감 속에 우리의 삶과 양식을 바꿀 IPTV는 산업계의 큰 화두로 대두되고 있으나 또 한편으로는 첨예한 대립각을 세우고 있다. 방송 및 통신업계에 있어

* SBS 비즈니스개발/대표연구원

서도 역시 융합이라는 패러다임의 변화를 거스를 수 없는 바 방송과 통신기술은 각기 발전을 거듭하여 이제는 방송망을 통해 인터넷 등의 양방향 통신 서비스가 가능해졌으며, 또한 통신망을 통해 실시간으로 방송 프로그램을 전송할 수 있게 되었다. IPTV는 방송통신 융합의 대표적 서비스로, 인터넷과 TV를 연동하여 방송을 비롯한 다양한 멀티 서비스와 양방향 서비스를 가능하게 한다. 특히 IPTV가 기존의 방송과 다른 점은 케이블방송처럼 방송 서비스를 제공하면서도, VOD, 채팅, 쇼핑, बैं킹 등 컴퓨터를 이용해야만 했던 다양한 서비스를 이제는 TV 매체를 이용하여 할 수 있다는 것이다. TV라는 매체는 컴퓨터와 달리 매우 친숙한 매체이기 때문에 IPTV가 보급은 많은 사람들이 이용에 있어 거부감 없이 쉽고 간편하게 온라인 서비스를 이용할 수 있을 것으로 보인다.

그 동안 정부는 방송통신 융합 시대를 준비하기 위해 방송통신 융합 정책을 총괄하는 방송통신위원회를 출범시켰으며, IPTV를 제공하기 위해 지난 IPTV법 시행령을 최종 확정하였다. 시행령의 확정으로 KT, 하나로텔레콤, LG 테이콤, 다음 등 대부분의 통신사업자들이 IPTV 제공을 준비하고 있으며, 이에 따라 방송사업자들은 긴장하지 않을 수 없는 형편이다. 지금까지는 방송시장과 통신시장이 서로 구별되어 방송사업자와 통신사업자간의 경쟁은 거의 없는 상황이었다. 그러나 IPTV를 통해 나타난 방송통신 융합 시장은 이제 더 이상 방송시장과 통신시장이 별개의 시장이 아니라 하나의 시장으로 통합되었음을 의미한다. 즉, 통신사업자의 IPTV와 방송사업자의 디지털케이블 TV 간의 본격적인 경쟁이 시작된 것이다. 사실 방송사업자와 통신사업자의 경쟁은 이미 시작되었다. 케이블방송 사업자들은 자사의 케이블방송 가입자를 대상으로 전화(VoIP)와 인터넷을 결합한 서비스를 제공하고 있으며, 이에 대해 통신사업자들은 자사의 인터넷 가입자를 대상으로 전화와 IPTV를 묶어서 제공하는 전략으로 대응하고 있다. 이와 같이 방송,



(그림 1) IPTV 결합 서비스 형태

전화, 인터넷을 결합한 TPS(Triple Play Service)는 앞으로 이동전화까지 결합한 QPS(Quadruple Play Service)로 확대될 것이며, 소비자들에게는 선택의 폭을 넓히고, 경제성과 편리성을 증대시킬 것으로 기대된다[1].

1. 정책

방송통신 분야는 그간 우리경제 사회의 중추신경망으로 세계적으로 앞선 방송통신 서비스와 휴대폰 등 단말기를 중심으로 한 관련 산업의 비약적 발전을 통해 우리경제를 이끌어 왔다. 앞으로는 고유가, 자원민족주의, 후발 개도국의 추격 등으로 많은 어려움을 겪고 있는 우리 경제의 돌과귀 마련에도 방송통신 융합의 큰 역할이 기대된다. 미국, 프랑스, 영국 등 선진 각국은 방송통신 융합을 중심으로 한 이종산업간 융합이 향후 경제사회 발전의 원동력이 될 것을 확신하고 방송통신 융합을 촉진시키기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다. 방송과 통신으로 엄격히 칸막이를 나누어 사업인허가 등을 하던 것을 방송통신 구분없이 단일한 규제체계를 적용하거나 인터넷 TV(IPTV) 등 방송통신이 융합된 새로운 서비스를 경쟁적으로 도입하는 등이 그것이다.

그간 우리나라는 융합 서비스 도입을 위한 법령 정비 등 융합분야가 발전할 수 있는 여건이 제대로 갖추어지지 않았지만, 지난 2월 말 방송통신위원회가 출범하면서 융합을 촉진하기 위한 틀이 마련되고 있다. 방송통신위원회는 방송통신의 융합을 활성화하고 이를 통해 우리 경제 성장 동력과 사회 전반의 효율성 향상을 위해 다양한 시책을 추진하고 있다. 올해까지 기초 연구를 하고, 2010년까지 전기통신기본법, 전기통신사업법, 방송법 등 방송과 통신을 칸막이 짓는 법령을 통합하여 방송통신 분야에 공통적으로 적용될 수 있도록 법적인 틀을 만들 예정이다.

대표적 융합 서비스인 IPTV는 오는 10월까지 상용 서비스가 시작될 수 있도록 관련제도를 정비하고, 영어교육 등 IPTV를 활용한 공공 서비스 시범사업을 통해 IPTV가 방송통신 융합의 촉매제 역할을 하도록 유도할 예정이다. 방송통신 융합의 기반이 되는 네트워크 업그레이드를 위해 2010년까지 100Mbps 급 광대역 통신망으로의 전환이 완료되고, 3차원 입체영상 등 고품질 디지털 콘텐츠 서비스 제공이 가능한 최대속도 1Gbps 급의 ‘기가 인터넷 서비스’도 도입될 예정이다. 디지털 콘텐츠 제작센터 건립, 방송콘텐츠 제작지원 등 방송통신 융합을 뒷받침할 디지털방송 콘텐츠 제작 기반도 확충한다.

법·제도 개선 등 융합을 촉진하기 위한 환경조성은 주로 정부의 몫이지만, 네트워크 고도화 등을 이루기 위해서는 방송통신 기업의 투자확대 등 국가사회 전반의 노력이 필요하다. 방통위는 정부와 민간의 노력을 잘 조화시켜 방송통신 융합이 관련 산업 발전과 국민 삶의 질 향상에 기여해 우리나라가 선진 일류국가로 도약할 수 있는 밑거름이 될 수 있도록 할 계획이다. 방송

통신 융합은 분명 우리에게 새로운 도전이면서 기회가 될 것으로 보인다.

가. 사업권 허가

IMT-2000, 와이브로 등과 달리 IPTV 사업자는 그 수에 제한 없이 허가를 내준다는 방침이다. 18일 방통위 및 관련 업계에 따르면, 이달 중 확정할 예정인 IPTV 사업의 허가·신고·등록·승인 절차 고시에 밝힌 항목별 심사기준에 따라, 그 기준을 충족할 경우 사업자 수에 제한을 두질 않고 허가를 내준다는 계획이다. 과거 IMT-2000 과 와이브로 사업의 경우 옛 정보통신부가 3 개 사업자씩 제한하여 사업허가를 내렸으며, 이 중 LG 텔레콤과 하나로텔레콤이 사업권을 획득하고도 사업을 포기한 바 있다. 이에 따라, 현재 IPTV 허가신청을 준비 중인 KT, 하나로텔레콤, LG 데이콤, 오픈IPTV 등의 사업자는 허가 심사를 통과할 경우 모두 사업권 획득이 가능하다.

방통위는 심사사항의 총 평가점수를 500 점 만점으로 하고 각 항목별로 60/100 점 이상·총점이 70/100 점 이상일 경우 IPTV 사업을 허가한다는 계획이다. 심사항목은 ① 방송의 공적책임·공정성·공익성의 실현 가능성(60 점) ② 콘텐츠 수급계획의 적절성 및 방송영상 산업발전에 대한 기여도(70 점) ③ 허가 사업계획 및 허가조건 또는 기타 준수사항의 이행여부(70 점) 등 총 500 점 만점이다. IPTV 사업자의 허가기간은 5년이며 이번에 최초 허가를 받은 IPTV 사업자는 3년 뒤에 재 허가를 받아야 한다. IPTV 법 허가기준은 아울러 IPTV 에 신규로 실시간 방송프로그램 콘텐츠 사업을 하려면 납입자본금과 실질자본금이 각각 5억 원 이상의 자본 요건을 갖추도록 하였다. 또 구조정실, 부조정실, 종합편집실 및 송출시설을 갖추고 실시간 방송프로그램 콘텐츠 사업을 영위할 수 있는 사무실을 보유하도록 하였다. 한편, IPTV 사업자에 대한 출연금은 허가 뒤 3년까지 면제되고, 3년경과 시점부터 연간 매출액의 6/100의 범위 안에서 재정상태·가입자 수 및 이용요금과 사업운용의 공공성 등을 참작해 방통위가 고시하는 비율에 따라 산정될 예정이다. 특히 대기업의 참여를 제한하기 위해 자산 규모를 10 조 원 이하 제한하기로 한 IPTV 종합편성·보도전문 콘텐츠사업 등의 경우 신규사업자는 승인신청서·사업계획서·주주현황·외국인 소유 현황 등을 제출하면 심사반을 구성해 계량평가와 비계량평가로 구분해 60일 이내에 승인 여부를 결정하도록 하였다. 그러나 방송법에 의해 이미 승인 받은 사업자는 콘텐츠사업 승인신청서와 방송채널 사용사업자 승인서를 제출하면 30일 이내에 승인 여부를 통보받게 된다[3].

나. 요금정책

방통위는 IPTV 요금책정과 관련하여 공정경쟁을 통한 산업 활성화를 위해 저가 가격경쟁을

촉발하는 요금유료화는 승인하지 않을 방침이다. 또 TPS, QPS 등 결합상품의 끼워 팔기 등에 대해서도 요금구조를 분명하게 살필 방침이다.

다. 해외시장 진출 지원책

지식경제부는 IPTV 산업 육성을 위해 IPTV가 해외 시장에 진출하는 데 도움이 되도록 해외 파트너 발굴 및 협력 추진, 수출 지역에 대한 공동연구 및 국제 표준 우선 추진, 해외정보 제공 등을 지원할 계획이다. 지경부는 IPTV 산업은 해외시장이 폭발적으로 늘어날 것으로 전망되기 때문에 국내 IPTV 시장의 해외 진출 여부가 중요한 문제가 될 것이라고 보고 IPTV를 IT 산업이 제도약할 수 있는 계기로 판단, IPTV 산업의 해외 진출과 국제 표준 및 특허 확보를 위해 노력하겠다는 입장이다. 이를 위한 구체적인 방안으로 국내 IPTV 관련 사업을 하는 중소기업에 한해 모아 IPTV 토털 솔루션을 제공하는 프로그램이 추진 중이다. 이는 국내 중소 부품 업체들이 좋은 기술을 갖고 있음에도 사업적으로 어려움에 처해 있는 상황을 돕기 위해서이다. 지경부는 국내 IPTV 시장의 해외 진출을 용이하게 하기 위해 해외 파트너를 발굴하는 작업도 계획 중이다. 지경부는 주요 수출 지역의 IPTV 기술개발 연구소와 공동으로 연구를 진행할 계획도 갖고 있다. 이는 국내 수출 업체들이 해외 현지 기술 변화에 민첩하게 대응할 수 있도록 지원하기 위함이다[5].

라. 콘텐츠 산업 육성

문화체육관광부는 유비쿼터스 환경에 대응하는 IPTV 등 디지털 콘텐츠 육성을 추진한다. 문화부는 디지털 콘텐츠 가치사슬연계 지원사업과 방송통신 융합 양방향 콘텐츠 지원사업 과제를 선정해 협약을 마무리한 것으로 알려지고 있다. 분야별로 삼성전자 컨소시엄은 비트컴퓨터 등 7개사가 참여, 사용자 맞춤형 u-Health 콘텐츠 개발을 추진한다. 프리젠틸 컨소시엄은 소리바다 등 5개사가 참여 와이브로 휴대 단말기에서도 무선을 통해 콘텐츠를 공유할 수 있는 환경을 제공하고 불법 콘텐츠 필터링 기능을 포함시킬 계획이다. 쌍용정보통신 컨소시엄(CJ 미디어 등 5개사 참여)은 낮은 인터넷 속도에서도 고품질의 IPTV 서비스 제공이 가능한 교육·오락·정보 콘텐츠를 개발하고, 엠피오 컨소시엄은 휴대용 PMP 기기에서도 3D 그래픽이 자연스럽게 구현될 수 있도록 할 예정이다. 이밖에 삼성전자 컨소시엄에서 디지털 TV 내장형 게임을, 그라비티는 인기만화 애니메이션 ‘뽀롱 뽀롱’ IPTV용 게임 버전인 ‘뽀롱 월드’를 개발한다.

디지털 콘텐츠 가치사슬 연계사업은 작년부터 진행되었으며, 개발된 콘텐츠를 DTV 등에 내장해 유럽 시장에 진출하거나 와이브로 단말기와 연계해 해외에 수출하는 등 콘텐츠 시장 확대를 위한 사업이다. 문화부는 한국의 앞선 IT 인프라에 비해 이를 활용하고 채워줄 콘텐츠는 부

족하지만 이것이 곧 콘텐츠 산업에 기회로 보고, 이것이 가치사슬 연계의 촉매제 역할을 하여 혁신적인 콘텐츠가 개발되는 기반이 되기를 기대하고 있다. 문화부는 방송통신 융합 콘텐츠 지원 사업을 통해 중장기적으로 성공 가능성이 높은 분야를 지속적으로 발굴해 지원을 확대할 방침이다[6].

마. 채널선택권

IPTV 사업자의 70 개 채널 실시간 방송 의무조항이 일정 기간 유예될 전망이다. IPTV 사업자와 콘텐츠 사업자(PP)간 협상이 순조롭게 진행되지 않아 사업 시작 시점까지 70 개 채널을 확보하지 못하더라도 서비스가 차질을 빚지 않도록 하기 위한 조치로 보여진다[8].

2. 산업

IPTV가 많은 기대 속에 통신업자들을 중심으로 경쟁적 진입을 하고 있다. IPTV는 산업계에 새로운 패러다임과 서비스 모델을 양산하고 있으며, 산업과 사회에 경쟁력과 편의성, 효율성을 가져다 줄 것임은 분명하다. 여기서는 최근 관련기업들의 움직임을 중심으로 간략하게 살펴보고자 한다.

가. KT

KT의 메가TV 가입자는 지난 6월 기준으로 65만 여명으로 초기의 폭발적 증가세에 비하여 다소 정체상태이다. 이는KT 전체 초고속인터넷 가입자 665만 명의 10% 정도이다. 따라서 KT는 이를 바탕으로 3년 안에 300만여 명의 가입자를 확보한다는 계획이다. KT는 가입자 증대를 위해 문화공연, 교육 등 다양한 CUG(Closed Users Group; 폐쇄이용자 그룹) 서비스를 제공하고 있다. KT는 지난해 12월부터 공연, 문화 유통 기업인 ‘밀레 21’이 제공하는 공연과 관련된 정보를 메가TV에서 실시간으로 조회할 수 있는 CUG 서비스를 하고 있다. 밀레 21이 보유하고 있는 뮤지컬 스피릿 오브 댄스, 와이키키 브라더스 등 560여 편의 뮤지컬, 오페라, 연극, 클래식, 무용, 국악 등 공연실황 콘텐츠와 관련정보를 ‘메가 TV 공연예술 CUG’에서 제공하며, 동시에 연극, 뮤지컬 등 고화질(HD)급 공연실황을 보고 티켓 예매까지 가능하다.

그 외 KT가 미용교육방송국 TV 헤어와 손잡고 미용교육 콘텐츠를 제공하는 ‘TV 헤어’ CUG가 있다. 학원을 찾을 필요 없이 편한 시간에 TV를 통해 파마, 커트 등 섬세한 머리손질 장면을 고화질로 보면서 미용전문교육을 받을 수 있다. 기독교 포털인 갓피아닷컴과 동영상 예매, 찬양 등이 가능한 교인전용 CUG 서비스 ‘갓피아 IPTV’, 유아교육 전문기업 한솔디케이와

제휴를 맺고 지난 12월부터 시작한 유아교육기관의 수업 지원 및 원아들의 가정학습 프로그램을 제공한다. 서울디지털대학의 강의도 KT ‘메가 TV’에서 들을 수 있다. 서울디지털대학은 IPTV로 양방향 온라인 강의와 각종 학사 서비스를 학생들에게 제공한다. 영업매장에서 저작권 걱정 없이 합법적으로 음악콘텐츠를 사용할 수 있는 ‘뮤직 VOD 서비스’도 제공하고 있다. 인터넷 콘텐츠 전문업체인 플랜티넷과 함께 제공하는 이 서비스는 체인점, 백화점, 레스토랑, 옷 매장 등에서 저렴한 비용으로 효율적인 배경영상 및 음악 관리가 가능한 서비스다[14].

나. 하나로텔레콤

하나로텔레콤 역시 금융권, 쇼핑몰 등의 CUG를 제공함으로써 새로운 수익모델 겸 고객편의성을 동시에 만족시키는 전략을 쓰고 있다. 새마을금고와 손을 잡고 전국 3,000여개 새마을금고에서 하나TV를 이용한 새마을금고 전용 채널 서비스를 단계적으로 제공하고 있다. 즉, 홍보와 교육도 하나TV 전용 채널로 이용하는 것이다. 새마을금고 직원들과 고객은 24시간 어느 때라도 방문해 유익한 정보를 얻을 수 있으며, 직원들은 사내교육, 방송을 이용할 수 있다. 이로써 비용절감은 물론이고, 또 앞으로 하나TV를 통한 TV뱅킹 서비스와 제휴 금융상품 판매, 공동마케팅 등 새마을금고 CUG 서비스를 단계적으로 확대할 계획이다. 하나TV에서는 또 카달로그 방식의 애경백화점 삼성몰 쇼핑 서비스를 시작한다. ‘카달로그 쇼핑’은 종이로 된 카달로그를 하나TV에서 보면서 상품주문, 결제까지 리모컨 하나로 가능한 서비스이다. 성별, 연령별로 세분화된 타겟 마케팅 등이 가능하다. 더 나아가 하나TV에 CUG 채널을 개설해 그룹사 사내방송, 백화점 매장방송, 기업간거래(B2B) 쇼핑몰 등도 운영한다. 또 하나TV에서 다양한 패션, 뷰티 전문 콘텐츠도 제공한다. 지난해 11월 종합 출판 미디어업체 아쉐뜨아인스미디어와 하나TV 콘텐츠 및 CUG 구축에 관한 업무 제휴를 맺고 서비스에 들어갔다. 하나TV CUG 서비스를 활용해 잡지와 촬영 동영상 등 다양한 패션·생활 콘텐츠를 제공한다. 아울러 IP 플랫폼을 활용한 새로운 매체 및 패션 커뮤니티로 활용할 계획이다. 하나로텔레콤은 현재 금융권에서 솔로몬 투자증권과 CUG 서비스 구축에 관한 협상을 진행 중이다. 그룹행사 실시간 중계방송, 사내 직원 교육, 기업광고 및 프로모션 등에 활용할 수 있는 CUG를 저렴한 비용에 구축할 수 있다는 점을 적극 알리고 있다[14].

다. LG 데이콤

LG 데이콤은 IPTV ‘myLGtv’를 활용한 다양한 타겟형 채널을 준비 중이다. 가정 고객뿐 아닌 기업 고객을 위한 화상회의, 재택근무, 원격수강 등 다양한 부가 서비스를 제공한다는 것이다.

먼저 개인과 기업을 대상으로 한 뒤에 특정한 또는 그룹을 대상으로 하는 영상 서비스를 검토 중이다. 이를 위해 LG 데이콤은 하나의 회선으로 인터넷과 전화, TV 서비스까지 제공하는 진정한 결합상품(TPS)으로 기업 고객들의 가치를 높여나갈 계획이다. 인터넷전화와 IPTV 를 연계한 화상 회의 시스템이나 재택 근무 지원 등의 기업용 부가 서비스와 함께 학교 등과 연계한 원격 수강, 과제 제출 등의 학교 관련 부가 서비스도 시장성 여부를 검토 중에 있다. 이 서비스는 과거 PC 통신에서 유행하던 CUG 의 인터넷 TV 용 솔루션으로 그 동안 방송이 갖고 있던 동시 다발적인 영상 전달을 특정한 대상으로 한 특정한 영상 전달이라는 새로운 개념으로 바꿀 전망이다. 다양한 타깃형 채널 운영이 가능해진다는 것이다. 이렇게 되면 아파트 동호회, 각종 학교 동창, 종교 모임, 지역 커뮤니티, 쇼핑 상가 등의 다양한 그룹들이 각각의 채널을 소유하고 프로그램을 제공하거나 양방향 서비스를 할 수 있게 된다. 이 서비스가 기업 대상으로 제공되면 기업의 사내방송은 물론, 동호회 등 커뮤니티 활동과 인트라넷 서비스까지 가능하게 될 전망이다. LG 데이콤은 프리미엄 인터넷 TV 로써 지속적으로 콘텐츠를 확보하고 실시간 방송에 맞춰 네트워크를 업그레이드하고 서비스를 차별화해 연말까지 20 만 가입자를 확보하는 것을 목표로 하고 있다. 이와 함께 기업 고객들의 목소리도 적극 반영해 경쟁사와 차별화된 인터넷 TV 서비스를 제공해 나갈 방침이다. LG 데이콤은 하반기 IPTV 실시간 방송을 위해 멀티캐스트가 가능한 전용망을 현재 별도 구축 중이다.

라. 포스테이타

포스테이타는 와이브로와 IPTV 사업에도 공을 들이고 있다. 이미 미국 로스앤젤레스를 비롯해 캘리포니아 지역에서 220 만 명의 한인 교포를 대상으로 IPTV 사업을 추진 중이다. 사업 초기에는 드라마, 연예/오락 프로그램, 영화 등 콘텐츠 제공 서비스에 집중하고 향후 TV 쇼핑물, 인터넷전화(VoIP), 온라인 교육, 노래방, 게임 등과 같은 부가 서비스 영역으로 사업을 확대할 계획이다. 수익원을 다양화하기 위한 방편이다. 향후 포스테이타가 핵심기술인 와이브로를 IPTV 사업과 결합해 모바일 IPTV 를 구현하고, 관련 솔루션도 개발할 방침이다[13].

3. 해외

IPTV 는 DSL 가입자의 꾸준한 증가, HDTV 가격 인하와 보급 확대, 그리고 Telco, Cable 등의 IPTV 시장 진출 등에 힘입어 세계적으로 꾸준한 성장세에 있는 것으로 관측되고 있다. 특히 유럽의 경우 상대적으로 DSL 의 보급이 낮은 대신 디지털 방송 분야가 앞서 있어 디지털 TV 인프라가 잘 보급되어 있다는 장점이 있고, 아태지역의 경우 중국, 인도의 경제 성장에 힘입

어 초고속 인터넷 및 디지털 방송에 대한 수요가 양적으로 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 전통적으로 케이블이 강한 미국에서도 케이블 가입자와 AT&T, Verizon 등 전통적인 통신사업체들의 서비스 개시와 함께 가입자가 증가하고 있다. 유럽에서는 Iliad 와 FT 중심의 프랑스가 각각 276 만 명, 97.5 만 명(작년 말 기준) 등 높은 가입자를 확보하고 있다. 스페인의 경우 텔레포니카가 47 만 여명의 가입자를 확보하고 있으며 다소 성장세가 느린 편이다. 벨기에의 경우 2005년부터 IPTV 를 시작한 벨가콤이 25 만 여명의 가입자(2007년 말 기준)를 확보하고 있다. 그 외 이탈리아의 FastWeb 은 IPTV 선두주자격으로 2001년부터 IPTV 서비스를 실시해 왔으며 작년 3월 스위스콤에 매각될 때까지 17 만 여명의 가입자를 확보하고 있었으나 IPTV 에 대한 밝은 전망과 서비스경험을 흡수하기 위해 비교적 높은 인수가격에 스위스콤에 매각되었다. 아시아지역에서는 홍콩의 PCCW 가 81 만 여명의 가입자를 확보하여 높은 성장세를 유지하고 있으며 대만의 청화텔레콤이 336 만여 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났다. 그 외 중국의 차이나 텔레콤이 작년 중반까지 31 만여 가입자를 확보하였으며 이 회사는 3,500 만의 브로드밴드 가입자를 유치하고 있어 향후 IPTV 가입자는 빠른 속도로 늘어날 것으로 보인다[9].

II. IPTV 주요 이슈

IPTV 의 10 월 시행을 앞두고 업계간, 정부와 산업간에 다양한 이슈들이 쟁점화 되고 있다. 본 고에서는 IPTV 시행령에 포함된 몇몇 이슈들을 중심으로 살펴보고자 한다.

<표 1> IPTV법 시행령 주요 내용

구분	내용	수혜자
망 동등접근	FTTH 전체를 협상기준으로 삼음	다음 등 망 없는 사업자
콘텐츠 동등접근	지상파 개별프로그램이 아닌 채널 전체를 협상기준으로 삼음	KT, 하나로텔레콤
대기업 진입제한 완화	자산총액 3조 원 미만에서 10조 원 미만으로 변경(종합편성 보도채널)	태광산업, 현대백화점, 태영

<자료>:방송통신위원회

1. 망 동등접근권

IPTV 법제화와 함께 최근 주요 이슈로 떠오르고 있는 것 중의 하나가 망 중립성 문제이다. 특히 다음이나 네이버처럼 망이 없는 사업자들이 IPTV 사업을 하고자 할 때 망의 개방성 유무는 진입장벽으로 작용을 할 수가 있고 소비자 선택권의 문제로까지 이어질 수 있어 중요한 이슈가 되는 것이다. KT 나 하나로 등 기존 망 사업자 입장에서는 막대한 자본을 투입한 인터넷망을

무임승차란 논리로 개방하기를 꺼려하는 반면, 다음 등 망이 없는 진입자들은 공공성과 소비자 수혜의 논리로 망의 중립성(미국; 동등접근권)을 주장하고 있는 것이다. ‘망 동등접근권’은 인터넷 사업자들 간의 분쟁에서 나타난 용어로 미국에서 ‘망 중립성’이라는 말로 논의가 여러 차례 되어왔다. 미국도 사실 이 망중립성에 대해서는 아직 명확한 결론을 내리지 못하고 있는데 그것은 망이 가진 사회공공재로서의 성격은 인정하지만 이 망을 설치하는데 돈을 투자한 사업자들이 민간 사업자이므로 이들의 사유재산에 규제를 가하는 것은 문제가 있다는 시각도 여전히 유효하기 때문이다. 그런데 요즘은 점점 망에 대한 사유재산으로서의 성격보다는 전체 콘텐츠의 발전이 중요하고 망 개방이 모든 사용자에게 가져다 주는 효용성이 너무나 크기 때문에 망 개방을 중요시 하는 분위기가 확산되고 있는 중이다. 그래서 이번 IPTV 법안에는 이런 망 개방의 정신을 담은 조항이 포함되어져 있다. IPTV 망을 소유한 사업자가 정당한 사유 없이 다른 사업자의 망사용을 제한하지 못하도록 하였고 또한 ‘부당하게 차별적인 대가와 조건으로 제공해서는 아니 된다’라고 명시하고 있다. 이 조항을 근거로 다음과 같이 망을 소유하지 못한 업체도 현재 IPTV를 준비하고 있다[13].

2. 콘텐츠 동등접근

최근 IPTV 관련법 시행령에 대한 논의에서 논란의 핵심이었던 개념이 ‘콘텐츠 동등접근’이다. 사실 이 용어는 미국의 ‘프로그램 접근규칙(Program Access Rule: PAR)’이라는 것에서 파생된 것으로 이 PAR 이란 것은 케이블이 발달한 미국은 케이블의 SO와 PP를 겸하고 있는 거대 MSP가 자신의 SO에만 시청자들에게 인기가 있는 프로그램을 공급하는 경우가 있었고 이런 것은 공정한 경쟁이 되지 못한다고 생각하여 어떤 SO와 수직적 결합관계에 있는 전국 채널 사업자가 타 사업자의 공급계약 요구에 대해 부당하게 거절하지 못하도록 한 것이다. 이것이 우리에게 나타난 것이 바로 ‘콘텐츠 동등접근권’이다. 법 조항의 내용을 살펴보면 대통령령으로 정하는 ‘주요방송프로그램’을 IPTV를 통해 시청할 수 있도록 다른 IPTV 사업자에게도 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하여야 한다고 하고 있다. 여기서 주요 프로그램이란 대부분이 공중파 방송의 프로그램을 뜻하는 것으로 이 조항으로 IPTV에는 일정 조건의 공중파 프로그램이 무조건 공급되어야 하는 것이다. 앞으로 대통령령으로 주요 프로그램이 무엇인지를 결정할 조건을 정할 예정인데 이 기준이 시청률이나 점유율이 되어서 공중파에서 어느 정도 인기가 있는 프로그램들은 모두 IPTV를 통해서 공급이 될 가능성이 높다[13],[11].

3. 대기업 진입규제 완화

방통위가 확정된 IPTV 법 시행령을 보면, 종합편성 및 보도전문 채널을 가질 수 있는 대기업 기준은 방송법 시행령에서 규정한 자산규모 3조 원에서 10조 원 미만으로 대폭 완화되었다. 이로써 규제를 받는 대기업은 57 곳에서 23 곳으로 크게 줄어들었고, 자산 총액 3~10조 원인 코로롱·동부·대림·효성 등 24 곳은 규제에서 벗어났다. 특히 현대백화점·태광산업 등 이미 홈쇼핑 채널이나 케이블방송을 가지고 있는 기업들도 자산규모 10조 원 미만이어서 종합편성 및 보도전문 채널을 추가로 가질 수 있게 되었다. 방통위는 대기업의 IPTV 시장 진입 제한 기준을 당초 3조 원(자산총액) 이상에서 10조 원 이상으로 확대해 누구나 사업을 할 수 있도록 한 것처럼 규제를 푸는 게 IPTV 기본 정책방향이라고 밝혔다. 방통위는 이를 위해 공교육과 영어교육, 민원발급 서비스에 IPTV를 활용하는 방안을 추진하는 등 공공·응용 서비스를 개발할 방침이다. 또 기존 방송·통신 서비스에서 볼 수 없었던 혁신적인 융합형 콘텐츠, 사용자 제작 콘텐츠(UCC), 부가통신 콘텐츠 개발을 촉진할 프로젝트를 마련해 지원하기로 했다. 방통위는 이 같은 IPTV 활성화 종합계획을 통해 주문형비디오(VOD), TV 쇼핑, 공교육 등 유관 산업을 육성할 수 있는 계기가 되도록 유도할 계획이다. 이로서 방송 영역을 국제 경쟁력 있는 규모로 키우겠다는 국가 정책적 의지라고 볼 수가 있다[10].

III. 향후 전망

IPTV가 위에서 보듯 많은 기업들의 기대 속에 진입을 하고 있으나 우리나라의 경우 공중파 방송만 시청하는 것 보다는 유선방송 등의 유료 가입자가 총 가구 수의 99% 이상이기 때문에 융합 서비스의 시장 확대가 쉽지만은 않다. 특히 유료방송 기반이 취약한 홍콩이나 이탈리아 등이 조기 성공한 사례가 이를 뒷받침하고 있다. 특히 우리나라의 유선방송이나 케이블 TV 서비스는 매우 저가이기 때문에 IPTV 및 디지털 케이블 서비스에 대한 저항이 심할 것으로 예상되고 있다. 또한 대부분의 시청자들은 수동적으로 TV에서 보여주는 방송에 익숙해 개인이 능동적으로 콘텐츠를 선택하는 PC 상의 웹 이용과는 성향이 다른 것도 이용의 편의성 확보와 콘텐츠의 차별화를 요구하고 있다. 따라서 IPTV가 성공적으로 안착하기 위해서는 IPTV의 이용의 편의성과 안정성에서 기존 방송 서비스 수준의 품질달성이 필요하다고 분석하고 있다. 삼성경제연구소의 보고서에 따르면, 양질의 콘텐츠와 대중적 서비스가 조기에 보급되어야 수동적인 대다수 TV 시청자가 IPTV로 전환할 것으로 분석하고 있다. 따라서 높은 수준의 양방향 콘텐츠의 확보를 위해서는 통신기업과 지상파 방송사가 본격적으로 참여해 고급 콘텐츠 개발을 활성화해

야 할 것으로 보인다. 양질의 대용량 콘텐츠가 수요를 견인하고 차세대 네트워크가 공급을 확대시켜 주면서 콘텐츠 산업과 네트워크 산업이 상생 발전할 수 있기 때문이다. 또한 망개방을 보장해 플랫폼간 경쟁을 활성화 하고, 콘텐츠 산업을 육성해야 한다. 특히 네트워크를 보유하지 못한 콘텐츠 사업자의 TV 포털 사업 진출을 장려하고, 콘텐츠 산업의 디지털 전환을 촉진하도록 기초 기술 및 기반 시설 지원하는 것도 중요하다. 그래야만 국내에서의 성공적인 안착을 통하여 보다 넓은 해외시장으로의 진출을 적극 추진이 가능하다[12]. 유럽과 홍콩 등은 우리가 주춤하는 사이에 이미 1 세대형 IPTV 를 거쳐, 미국을 중심으로 2 세대형 다채널 IPTV 가 시작되고 있다. 이제 곧 TPO Shift 와 무선인터넷, 기존 단말과 휴대 단말기간의 콘텐츠가 서로 공유하는 제 3 세대 형 IPTV 가 활성화 될 것으로 보인다. 3 세대형 IPTV 는 시간, 공간, 모든 디바이스에서 원하는 방송 콘텐츠를 시청할 수 있는 유비쿼터스화가 실현될 것으로 보인다. 또한 개인화된 패턴으로 게임, 음악, 뉴스 등 맞춤형 콘텐츠 서비스가 활성화 되고 프리미엄급 서비스와 개인화된 서비스를 혼합한 개인화된 포털 TV 가 등장하게 될 것으로 보인다. 이렇듯 다른 나라들은 어느덧 우리가 주춤하는 사이에 앞서나가고 있다. 우리는 앞선 기술과 서비스력을 갖추고도 전략과 조정력의 부족으로 세계시장을 선도할 기회들을 상실해 간다는 것은 너무나도 아쉬운 점이다. 보다 거시적 차원에서 세계화를 염두에 둔 비즈니스 전략으로 나가야 할 것이다[11],[13].

<참 고 문 헌>

- [1] 현창희, “IPTV 와 방송통신 융합시대의 도래”, ETRI 기술전략연구본부, 2008. 7. 8.
- [2] 윤일재, “5년 뒤 IPTV 가입가구 744 만” 하나금융경제연구소, 2008. 4. 25.
- [3] “IPTV 사업자 수 제한 없이 ‘허가’”, 디지털데일리 2008. 7. 18.
- [4] “IPTV 저가 출혈 경쟁 시 요금 불승인 방침 밝혀”, 이 데일리 2008. 6. 13.
- [5] 지경부 “IPTV 해외시장 진출 지원하겠다”, inews24 2008. 6. 13.
- [6] “문화부, IPTV 등 디지털 콘텐츠 육성 박차”, 이데일리 2008. 6. 25.
- [7] “별게 다 되는 인터넷 TV, 나만의 전용채널 가져볼까”, 파이낸셜뉴스 2008. 6. 10.
- [8] “IPTV 70 개 의무채널 방송 유예된다”, 머니투데이 2008. 5. 29.
- [9] “IPTV 해외 사업자 동향”, 유재홍, 최준균 IITA 2008. 5.
- [10] “IPTV 망중립성에 대한 전문가 의견은?”, zdnet 2008. 6. 2.
- [11] “IPTV 시대 「변화의 물결」 밀려온다”, ZDNet Korea 2008. 3. 5.
- [12] “포스테이타, 와이브로+ IPTV ‘양날개’ 전략”, 머니투데이 2008. 6. 10.
- [13] <http://bloter.net/tt/showpd/trackback/82>
- [14] “초고속통신 흑자에 10년”, moneytoday. 2008. 6. 8.

* 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITA의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.