

# IPTV서비스의 동향과 채널서비스 현황



김 영 수  
한국방송영상산업진흥원  
연구원

## I. 들어가며

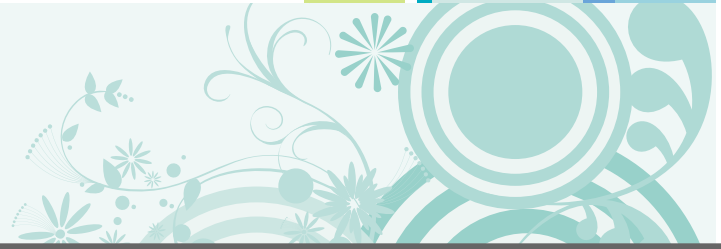
지난 2007년 12월 28일 ‘인터넷멀티미디어방송사업법(이하 IPTV법)’이 국회 본회의를 통과하여 IPTV 서비스 상용화를 위한 발판을 마련했다. 그러나 본격적인 상용화를 위해서는 아직도 극복해야 할 많은 과제를 안고 있다.

방송통신융합시대의 대표적 플랫폼인 IPTV의 출현은 첫째, 네트워크의 고도화와 관련 정보통신 기술의 발전, 둘째 유·무선 대체, 가입자당 매출(ARPU) 감소 등으로 인한 통신사업자의 매출 감소, 셋째 매체소비자의 능동적 소비패턴의 변화 등을 주요 동인으로 꼽을 수 있을 것이다.

프랑스, 홍콩을 비롯하여 세계 여러 나라에서 IPTV는 이미 상용화 된지 오래인 반면 우리나라는 2004년 10월 처음으로 IPTV 도입 필요성이 공식적으로 제기된 이후 38개월 만에 IPTV법이 만들어진 것이다. 이와 같이 오랜 시간동안 법안과 관련한 논의가 공전되었던 배경에는 IPTV서비스의 시행을 위한 정책 체계 전반의 미비와 주무기관간의 첨예한 대립에서 비롯되었다고 할 수 있다.

전 세계 IPTV 관련 특허기술 500여 개중에서 약 250여 개의 특허권을 보유하고 있는 우리나라는 기술적 인프라가 매우 발달하였다. 이를 반영하듯, IPTV 서비스 시행 법안 마련 이전부터 각 인터넷서비스사업자(ISP)들은 현행법 테두리 안에서 IPTV와 유사한 형태의 pre-IPTV(TV포털)를 서비스 중이다. KT의 ‘메가TV’, 하나로텔레콤의 ‘하나TV’, LG데이콤의 ‘myLGtv’가 바로 그것인데 사실상 수용자 입장에서 실시간 지상파방송을 제외하면 IPTV와 동일한 서비스라고 볼 수 있으며 현재 각 사업자와 시행기구인 방송통신위원회가 본격적인 IPTV 상용화를 위한 준비를 서두르고 있다.

- ▶ Biz\*Comm 5. 미디어융합의 현황 콘텐츠 유통의 다원화를 중심으로
- ▶ Biz\*Comm 6. 「IPTV법 시행령」 제정 방향
- ▶ Biz\*Comm 7. BRICs 정보통신 동향 및 전망
- ▶ Biz\*Comm 8. 2008년도 IT 트렌드로 알아보는 유비쿼터스사회



방송통신융합의 대표적 플랫폼인 IPTV가 상용화를 앞두고 있다. 지난해 말 ‘인터넷멀티미디어사업법’이 마련되었고 올 9월 IPTV 상용서비스를 위한 시행령 제정에 관심이 집중되고 있다. 현재 국내에서는 KT, 하나로텔 레콤, LG데이콤이 IPTV서비스를 제공하고 있으며 2008년 2월말 기준 130만 이상의 가입자를 확보하고 있다. 매체 경쟁이 치열한 우리나라의 방송환경에서 보다 합리적인 시행령 제정을 바탕으로 서비스 안정화를 위한 전략 수립과 수용자 복지 개선을 목표로 보다 성숙한 IPTV서비스가 정착되어야 할 것이다.

## II. IPTV 추진현황

지난 2004년 10월, IPTV 도입에 대한 첫 논의 이후, 방송통신융합추진위원회 발족, 시범서비스사업 시행, 법안 발의, 국회 방송통신특별위원회 조직 등 IPTV 법제화를 위한 움직임이 활발히 진행되었다. 2006년 7월 ‘하나TV’를 시작으로 pre-IPTV서비스가 개시되었고 같은 해 11월 IPTV 시범서비스사업이 시행되었다.

IPTV 시범서비스사업은 IPTV 시범사업공동추진협의회에서 2개의 주관사를 선정, 2006년 11월부터 12월 말까지 약 2개월간 진행되었다. 주관사로 선정된 2개사 중 KT가 주관사로 54개 참여업체로 구성된 C-큐브 컨소시엄과 다음커뮤니케이션이 주관사로 11개 참여업체로 구성된 다음컨소시엄이 참가했다. 시범서비스 결과, 양 컨소시엄 모두 가입자 이용행태 및 만족도 조사에서 기존 인기 콘텐츠인 영화와 지상파 드라마를 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다. 주 이용자층은 30~40대 가정주부였으며 주말 및 저녁시간대에는 가족시청도 이루어지는 것으로 나타나, 기존의 케이블방송 및 위성방송의 시청행태와 비슷한 양상을 보였다. 또한 인기콘텐츠 외의 노래방, 뉴스·날씨, 게임·오락 등도 상위권의 이용률을 나타내어 IPTV 차별화 전략의 가능성을 확인하였으며 아울러 유료방송 서비스와의 유사성 및 차별성, 콘텐츠와 네트워크의 결합 및 분리 이슈 등의 IPTV 도입방안을 둘러싼 실질적 의제가 도출되었다는 평가를 받고 있다.

IPTV 법제화의 근간이 되는 법안은 2007년 6월 13일 손봉숙 의원의 ‘방송법일부개정법률안(제176856호)’ 외 6개 법안이 제269회 국회 제9차 법안심사소위원회(2007년 11월 20일)에서 심사하였고 ‘인터넷멀티미디어방송사업법안’을 통합법안으로 마련, 합의하였다.

결국, 2007년 12월 28일 ‘인터넷멀티미디어방송사업법’은 큰 틀의 수정 없이 국회 본회의에서 통과하였으며 이로써 방송위원회, 정보통신부 등 부처간 이견으로 지난 4년간 표류해 온 IPTV 법제화가 일단락되었다. 법안의 주요 내용은 ① 전국사업권역 ② 시장지배적기간통신사업자 자회사 분리 없음 ③ 시장점유율 1/3 제한으로 집약될 수 있다. 다시 말해 사업권역은 전국권역으로 하고 사업권역과 관련해 IPTV 사업자에게 전

국사업 면허를 주되 77개 모든 권역에서 시장 점유율이 1/3 이상을 넘지 못하도록 하는 내용을 담고 있다.

한편, 지난 4월 16일 방송통신위원회가 IPTV 상용화와 관련한 IPTV 시행령 초안을 비공개 보고하였는데 주요 내용으로는 ① KT 등 지배적 사업자도 회계분리만으로 IPTV 사업을 제공할 수 있으며 ② 중소 사업자는 원하는 지역에서 IPTV 사업을 제공할 수 있고 ③ 망 동등접근의 대상은 '시장에서 경쟁력이 현저히 저하돼 공정경쟁이 불가능한 전기통신설비'로 한정되며 ④ 망 이용대가는 사업자간 협상으로 정하되 투자보수 산출에 있어 신규 설비에 대한 투자위험을 반영하도록 하는 등 4가지 사안이 포함되어 있다. 이 초안을 바탕으로 IPTV 시행령이 제정될 예정인데 방송통신융합 기구로 새 출발하는 방송통신위원회의 첫 시험대라는 점에서 큰 의미를 가진다.

IPTV 법제화와 상용화 과정에 대한 주요 내용을 정리하면 아래의 <표 1>과 같다.

**<표 1> IPTV 법제화 및 상용화 일지**

시기	주요 내용
2004. 10.	광대역통합망(BcN, Broadband convergence Network) IPTV 도입 필요성 제기
2004. 하반기	KT 등 IPTV 도입계획 발표
2004. 12.	국무조정실 '멀티미디어정책협의회' 및 정보통신부-방송위원회 '통신방송정책협의회'에서 IPTV 정책방향 협의
2005. 10.	'정보미디어사업법안' 유승희 의원 발의
2005. 11.	'방송법 개정안' 김재홍 의원 발의
2005. 12.	KT, 여의도 미디어센터 개설 및 시연
2006. 1.	정보통신부 및 방송위원회 개별 법안 준비 착수
2006. 1.	방송통신실무준비 TF 가동
2006. 7.	방송통신융합추진위원회 발족
2006. 7.	하나로텔레콤 '하나TV' 서비스 개시
2006. 8.	정보통신부-방송위원회간 고위정책협의회 개최(IPTV 공동시범사업 합의)
2006. 10.	방송통신고위정책협의회(06. 8. 16) 결정에 따라 IPTV시범사업공동추진협의회를 구성하여 IPTV 시범사업자로 KT(C-큐브 컨소시엄)와 다음(다음 컨소시엄)을 선정
2006. 11.	방송통신융합추진위원회 '방송통신위원회의 설립 및 운영에 관한 법률' 확정
2006. 11.	IPTV 시범서비스 개시
2007. 1.	국회 방송통신특별위원회 활동 개시
2007. 2.	국회 방송통신특별위원회에서 IPTV 도입방안 본격 논의
2007. 4.	방송통신융합추진위원회 IPTV 법안 다수안·소수안 확정
2007. 6.	홍창선·손봉숙·서상기 의원 등 IPTV 법안 발의
2007. 7.	국회 방송통신특별위원회 IPTV 법안심사 개시
2007. 7.	KT '메가TV' 서비스 개시
2007. 9. 11.	국회 방송통신특별위원회 제11차 전체회의에서 7개의 IPTV 관련 법안을 모두 법안심사소위에 회부

- ▶ Biz\*Comm 5. 미디어융합의 현황 콘텐츠 유통의 다원화를 중심으로
- ▶ Biz\*Comm 6. 「IPTV법 시행령」 제정 방향
- ▶ Biz\*Comm 7. BRICs 정보통신 동향 및 전망
- ▶ Biz\*Comm 8. 2008년도 IT 트렌드로 알아보는 유비쿼터스사회



시기	주요 내용
2007. 11. 15.	국회 방송통신특별위원회 법안심사 소위원회 IPTV 쟁점 합의
2007. 11. 20.	국회 방송통신특별위원회 '인터넷멀티미디어방송사업법안(가칭)' 의결
2007. 12. 10.	LG데이콤 'myLGtv' 서비스 개시
2007. 12. 28.	'인터넷멀티미디어방송사업법안' 국회 본회의 통과
2008. 1.	IPTV 지상파채널 VOD 유료화 추진(1주일 미만 VOD 대상)
2008. 4. 16.	방송통신위원회 IPTV법 시행령 초안 비공개 보고
2008. 4. 17.	MBC, IPTV 지상파채널 실시간 재전송 유료화 추진 발표
2008. 5.	다음커뮤니케이션 '오픈IPTV' 시범서비스사업 시작(예정)
2008. 5.	방송통신위원회 IPTV법 시행령, 고시 등 하위법령 제정(예정)
2008. 8.	방송통신위원회 IPTV사업자 선정(예정)
2008. 9.	IPTV서비스 상용화(예정)

현재 우리나라의 IPTV 사업자는 3개의 사업자로 KT의 '메가TV', 하나로텔레콤의 '하나TV', LG데이콤의 'myLGtv'가 있다. 가장 많은 가입자 수를 확보한 '하나TV'는 서비스 개시 1년 8개월 만인 2008년 2월 말 현재 가입자 수가 85만 8천 가구를 넘어섰고 '메가TV'는 48만 2천, 'myLGtv'는 5천 가구로 전체 우리나라의 IPTV 가입자 수는 134만 5천 가구에 이른다. 한국전자통신연구원이 2007년 말 분석한 IPTV 산업 전망보고서에 따르면 우리나라의 올해 IPTV 가입자가 200만, 2009년에 250만을 넘어선 뒤 2012년에는 330만 가구를 돌파할 것으로 예상했다. 각 사업자의 IPTV 서비스 개요는 아래의 <표 2>와 같다.

<표 2> 국내 IPTV 서비스 개요

구분	KT	하나로텔레콤	LG데이콤
서비스명	메가TV	하나TV	myLGtv
출시	2007년 7월	2006년 7월	2007년 12월
콘텐츠	2만여 편	7만여 편	4천여 편
강점	온라인신문, TV뱅킹 등 약 20종의 양방향서비스 제공	풍부한 콘텐츠, 업계 최초 시장진입으로 초기시장 선점	HD콘텐츠 강화
누적 가입자 수 (2008년 2월 기준)	48만 2천	85만 8천	5천
이용요금 (전화, 초고속인터넷 결합시)	6,800원	8,800원	8,000원

- ▶ Biz+Comm 1. 2008 통신서비스 시장 현황과 전망
- ▶ Biz+Comm 2. IT 3.0시대의 정보통신사업자 전략
- ▶ Biz+Comm 3. 통신시장 경쟁상황 평가제도 소개
- ▶ Biz+Comm 4. IPTV서비스의 동향과 채널서비스 현황

IPTV의 경제적 효과에 대하여 한국전자통신연구원은 IPTV서비스의 시장규모를 보수적으로 보더라도 올해 5,400억 원, 2009년 6,600억 원을 기록할 것으로 내다보고 있다. 한편, KT·하나로텔레콤·LG데이콤 등은 올해 IPTV 사업을 위해 네트워크, 플랫폼, 셋톱박스, 콘텐츠 부문에 총 1조 5,000억 원이 넘는 대규모 투자를 단행하고 있는데 투자 금액을 부문별로 살펴보면 네트워크에 1조 618억 원, 플랫폼 설비 1,137억 원, 셋톱박스 2,230억 원, 콘텐츠 1,800억 원을 투자할 계획인 것으로 알려졌다.

### III. 채널서비스 현황

IPTV로 인하여 유료방송 시장 구도가 크게 변화할 것이라고 보는 사람이 많다. 이 같은 전망은 대부분 IPTV가 방송과 통신의 특성을 모두 가지고 있어 양방향 커뮤니케이션을 거의 완벽하게 구현할 수 있다는 점에 기인한다. 하지만 방송을 즐길 수 있는 채널수가 대폭 확대되는 것도 무시할 수 없는 요인이다. 채널수가 증가하면 시청자들에게 선택의 폭은 넓어진다. 하지만 채널이 증가한 만큼 그 안을 무엇으로 채울 것인지도 중요한 문제이다. 다시 말해 양질의 콘텐츠 확보는 유료방송 시장에서 사업자들이 가지는 공통된 고민일 것이다. 더욱이 최근 IPTV 사업자들은 가장 인기 높은 지상파방송 콘텐츠의 수급에도 큰 어려움을 겪고 있다. 그 이유는 IPTV 사업자와 지상파방송사간의 콘텐츠 수급 재계약에서 지상파 프로그램의 VOD에 대한 무료 서비스 홀드백<sup>1)</sup>(holdback) 기간을 7일로 정했기 때문이다. 이로써 MBC는 1월 15일, KBS, SBS는 2월 1일부터 지금과 같은 12시간 직후 지상파방송 무료 시청이 불가능하다. 또한, 4월 17일에는 MBC가 IPTV와 디지털케이블TV 등 유료방송사업자를 대상으로 실시간 재송신 유료화를 추진한다고 발표하여 IPTV 실시간 지상파방송에 대한 논란이 일고 있다. 이러한 MBC의 유료화 방침에 IPTV 사업자 등은 공영방송의 횡포라고 주장하는 한편, MBC측은 공영서비스 강화와 MBC 위상 정립을 위하여 지상파 콘텐츠의 유료화는 당연하다는 입장으로 팽팽히 맞서고 있다.

이는 곧 IPTV서비스를 이용하는 가입자들의 불만으로 이어지고 있어 IPTV 사업자들도 매우 난감해 하고 있다. 이에 ‘하나TV’는 프로그램 건당 500원씩 부과되는 이용료를 이용자에게 300원 포인트로 적립해 주거나 또는 2,000원 가량의 월 단위 이벤트성 포인트를 적립해 주는 등 대책마련에 나섰다. ‘메가TV’와 ‘myLGtv’도 요금부과로 인한 이용자들의 불만을 최소화하기 위한 방안 마련에 고심하고 있다.

1) 지상파방송 방송 이후 IPTV에서 해당 프로그램을 주문형비디오(VOD)형태로 제공할 수 있는 시간차

- ▶ Biz\*Comm 5. 미디어융합의 현황 콘텐츠 유통의 다원화를 중심으로
- ▶ Biz\*Comm 6. 「IPTV법 시행령」 제정 방향
- ▶ Biz\*Comm 7. BRICs 정보통신 동향 및 전망
- ▶ Biz\*Comm 8. 2008년도 IT 트렌드로 알아보는 유비쿼터스사회



## 1. 메가TV

2007년 7월 서비스를 개시한 ‘메가TV’는 지난 2004년 KT의 VOD 서비스인 ‘홈엔(메가TV의 전신)’이 시초이며 2006년 ‘홈엔’을 ‘메가패스트V’로 바꾼데 이어 2007년 7월 ‘메가TV’를 선보였으며 2008년 2월 현재 48만 2천명의 가입자를 확보하였다. ‘메가TV’에서 제공하는 콘텐츠는 영화, 시리즈, 유아/어린이 등 대 상별서비스를 비롯하여 교육, 다큐멘터리, 문화, 취미/레저, 종교 등의 장르별 서비스를 21개 채널, 132개의 세부채널로 구성되어 있으며 약 2만여 편의 콘텐츠를 제공 중이다. 특히, ‘메가TV’는 ① 가장 많은 초고속인 터넷 가입자를 확보하여 IPTV 이용 전환이 다른 사업자에 비하여 유리하다는 것과 ② TV신문, 기상정보, TV-banking, 증권포털, 노래방, 게임 등 약 20여종의 양방향서비스 제공을 큰 장점으로 꼽을 수 있으며 서비스 이용을 스트리밍(streaming)방식과 다운로드&플레이 방식을 추가함으로써 안정적 서비스 제공에 한 층 다가갔다는 평가를 받고 있다.

양질의 콘텐츠 확보가 경쟁적 시장 상황에서 플랫폼의 정착을 위한 최우선 조건이라는 데에는 어느 사업자를 막론하고 이견이 없을 것이다. 특히, 올해 ‘메가TV’는 1,300억 원 가량을 콘텐츠 투자비로 책정해 놓고 있으며 디지털 콘텐츠 공모전 개최 등의 다양한 외부 행사도 추진하고 있는 것으로 알려져 있다. 또한 위성방송 사업자인 스카이라이프와 콘텐츠 제공과 제휴에 관한 전략도 모색 중이며 이 밖에 영화, 드라마, 애니메이션, 유아/어린이, 교육, 스포츠, 종교, 취미/레저 등의 콘텐츠 수급은 다양한 CP(Contents Provider)로 부터 판 권구매 방식 또는 사업자 인수 등의 방법으로 이루어지고 있다.

## 2. 하나TV

하나로텔레콤은 ‘하나TV’라는 브랜드로 2006년 7월부터 서비스를 개시하여 1년 8개월 만에 약 85만 8천 명의 가입자를 확보하여 국내 IPTV 시장의 선두 사업자로 자리를 굳건히 지키고 있다. 현재 ‘하나TV’는 21 개 채널, 164개의 하위 채널을 통하여 약 7만여 편의 콘텐츠를 제공하고 있다. 특히, ‘하나TV’는 ① 영화 VOD가 풍부하다는 점과 ② 유료 프리미엄 VOD의 경우 개봉작의 홀드백이 극장 종영 직후 혹은 45일 이내인 점이 이용자에게 크게 어필하고 있다. 뿐만 아니라, ③ STB 및 UI(User Interface) 개선 및 키워드 검색기능 강화, 성인물의 성인/서비스 인증의 복수 패스워드를 운영, 스크롤 메뉴에 콘텐츠에 대한 간략한 설명과 이미지를 노출시킴으로써 이용자의 편의를 극대화하였다.

‘하나TV’ 측도 다양한 콘텐츠 확보를 위하여 특정 CP와 판권계약을 서두르는 등 경쟁이 매우 치열하다. 현재까지 알려진 ‘하나TV’의 콘텐츠 수급처는 영화배급사를 비롯하여 약 200여개사<sup>2)</sup>에 이른다.

### 3. myLGtv

LG데이콤은 자사 초고속인터넷 가입자를 대상으로 지난해 7월 ‘myLG070’이라는 브랜드명으로 VoIP 서비스를 개시하여 출시 6개월 만에 22만 가입자를 확보하였다. 같은 해 12월에는 IPTV 서비스인 ‘myLGtv’를 선보이며 본격적인 IPTV 사업에 뛰어들었으며 8개 채널, 51개의 하위 채널에서 4,700여 편의 콘텐츠를 제공하고 있다. 그동안 IPTV 시장은 KT와 하나로텔레콤간의 양분화 된 구도였으나 ‘LG데이콤’의 시장 진입으로 사업자간 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 현재 ‘myLGtv’는 타사대비 ① 가장 많은 HD 콘텐츠를 확보했으며 ② 이용자 취향에 따라 자막과 재생 속도를 조절할 수 있다는 점을 강조하고 있다. 또한 ③ 초·중·고등학생 대상의 교육용 콘텐츠를 다량 확보하고 있다는 점도 주목할 만한 특징이다. 한편 ‘myLGtv’는 후발 주자인 만큼 다각적인 프로모션 전략과 TPS 사업부 신설 등을 통하여 올해 IPTV 사업 확장에 박차를 가한다는 각오다.

얼마 전 한 IPTV 사업자가 파악한 자료에 의하면 IPTV가 제공하는 장르 가운데 이용자들이 가장 선호하는 장르는 드라마였으며 그 다음으로 영화, 연예·오락, 애니메이션·어린이 순이었다. 또한, AGB닐슨미디어 리서치의 보고서에 따르면 IPTV가입자가 IPTV를 이용하는 시간대는 저녁 6시~9시가 가장 높았고 이어 오후 2시~6시, 오전 10시~오후 2시 순이었으며 오전 5시~7시 사이의 이용률이 가장 낮은 것으로 나타났다.

아래는 현재 IPTV 채널 서비스의 현황을 정리한 표이다. 각 사업자마다 채널명을 달리하는 경우가 있으나 콘텐츠의 장르나 분류 체계는 대동소이하다. 영화의 경우 ‘하나TV’가 HD 영화 VOD를 포함하여 가장 많은 콘텐츠를 보유하고 있다. 아울러 한국영화, 해외영화 모두 드라마, 로맨스, 코미디, 액션, 공포·스릴러, 가족 영화 등으로 장르를 세분화시켜 이용자의 선택성을 높였다. ‘myLGtv’ 역시 세분화된 장르와 함께 ‘HD 콘텐츠 모음’이라는 채널을 따로 두어 고화질 영화 선택이 용이하도록 배려했다. 그리고 양방향서비스의 경우 ‘메가TV’에서 가장 많은 종류의 콘텐츠를 제공하고 있으나 반면, ‘myLGtv’는 게임을 비롯한 양방향서비스가 취약한 편이다.

2) 영화의 경우 ‘CJ 엔터테인먼트’, ‘쇼박스’, ‘윌트디즈니’, ‘20세기 폭스’, ‘유니버설스튜디오’, ‘내셔널지오그래픽’, ‘BBC Worldwide’, ‘소니픽처스’, ‘MGM’, ‘파라마운트’ 등에서 제공 받으며 지상파방송은 ‘MBC’, ‘KBS’, ‘SBS’, ‘EBS’에서 그리고 교육 프로그램은 ‘종로학원’, ‘에듀피아’, ‘페르마에듀’, ‘EBS’에서 제공 받음. 이 밖에 ‘박스뮤직’, ‘스타엠’, ‘한국DMB’ 등과 콘텐츠 수급 계약을 체결하였음

- ▶ Biz\*Comm 5. 미디어융합의 현황 콘텐츠 유통의 다원화를 중심으로
- ▶ Biz\*Comm 6. 「IPTV법 시행령」 제정 방향
- ▶ Biz\*Comm 7. BRICs 정보통신 동향 및 전망
- ▶ Biz\*Comm 8. 2008년도 IT 트렌드로 알아보는 유비쿼터스사회



〈표 3〉 국내 IPTV 채널 서비스 현황(2008년 1월 기준)

구분	메가TV		하나TV		myLGtv	
	채널명	프로그램수(편)	채널명	프로그램수(편)	채널명	프로그램수(편)
영화	한국영화	200	한국영화	469	한국영화	177
	외국영화	441				
	테마영화	준비중	해외영화	807	해외영화	271
	개봉영화정보(국내외)	260				
지상파방송*	KBS	45	KBS	91	myLGtv PC VOD**	
	SBS TV 스페셜 <sup>3)</sup>	5	SBS	100		
	MBC	47	MBC	86		
시리즈	시리즈	62	시리즈	83	-	-
			디즈니채널	76	-	-
대상별서비스	메가키즈	208	키즈	244	키즈놀이학습	1,705
	뽕뽕이(EBS가 제공하는 유아 콘텐츠 포털 서비스로서 유아들을 위한 양방향서비스 제공)		초등학습	60		
	재미나라(유아용 율동, 노래, 학습 콘텐츠 제공)		중고등학습	419	키즈영어	1,779
	초중고학습	146	외국어학습	79		
	외국어/자격증	73	취업/자격증	57		
장르별서비스	여성문화	84	라이프	296	문화/예술	123
	취미레저	39	취미/레저	126	취미/레포츠	520
	종교	16	음악	620	다큐멘터리	114
	애니메이션	77	애니메이션	256	이달의 myLGtv	55
	스포츠	69	스포츠	911		
	생활정보 <sup>4)</sup>	-	특집관(겨울방학 학습용)	32		
	엔터테인먼트(TV-dosirak:음악채널, Film 2.0:영화관련정보, 노래방, UCC, 게임쇼 제공)		프로그램과 별도 편성된 영화프로그램으로 구성)			
	금융(TV-banking, 증권포털서비스 제공)		연예오락	35		
			재테크	71		
	메가TV쇼핑	8	쇼핑	20		
			뉴스	395		
			다큐	380		
			에로스	600		
			JOY 서비스 <sup>5)</sup>			



- ▶ Biz+Comm 1. 2008 통신서비스 시장 현황과 전망
- ▶ Biz+Comm 2. IT 3.0시대의 정보통신사업자 전략
- ▶ Biz+Comm 3. 통신시장 경쟁상황 평가제도 소개
- ▶ Biz+Comm 4. IPTV서비스의 동향과 채널서비스 현황

\* 드라마, 연예오락, 시사교양, 중영드라마를 중심으로 서비스가 제공되고 있으며 '하나TV'의 경우 MBC는 'MBC ON', KBS와 SBS는 '드라마 ON'이라는 별도의 세부채널에서 지상파 방영 7일 이내의 프로그램을 건당 500원에 유료로 제공하고 있음.

\*\* 지상파드라마, 스페셜드라마 및 영화예고편을 제공하는 별도 가입형 패키지로 2008년 1월 현재 IPTV 서비스로 편입시키기 위해 지상파방송사와 협의 중임.

#### IV. 결론

무한 플랫폼 경쟁시대에 IPTV 상용화를 앞두고 전문가들은 성공요인과 실패요인에 대한 다양한 견해를 내놓으며 이에 대한 다각적인 전략을 수립해야 한다고 입을 모은다. 권호영(2008)은 IPTV의 성공요인으로 ① 인구비례 대비 OECD 국가 중 최고의 초고속인터넷 가입자 수 ② 유료방송서비스의 높은 가입률과 경험 ③ 200개 이상의 대규모 등록PP ④ 저가의 IPTV 인프라 구축비용 ⑤ 전국 커버리지 등을 꼽았고 반면, 실패 요인으로는 ① 오랜 법제화 과정으로 인한 갈등으로 서비스 활성화 지연 ② 유료방송서비스의 낮은 ARPU ③ 콘텐츠 수급의 어려움 등을 지적하였다.

뿐만 아니라, IPTV news analysis(2006)에서도 IPTV 상용화 초기에 업계가 가장 중점적으로 추진해야 할 과제를 ① 콘텐츠의 차별화 ② TPS 혹은 QPS와 같은 패키징·가격 경쟁력 확보라고 조언한다. 이는 결국 IPTV서비스 도입에 있어 기존 방송환경에 대한 대응과 콘텐츠가 핵심이며 더 나은 서비스를 소비자들에게 제공함으로써 경쟁력도 함께 높아진다는 것이다. 특히, 케이블방송과 위성방송 등 유료방송 보급률이 높은 미국, 캐나다, 오스트리아, 우리나라의 경우 이미 온디맨드와 양방향서비스가 대부분의 네트워크에서 자리 잡았다는 점에서 더욱 강력한 콘텐츠 전략이 필수이다. 다시 말해, 킬러콘텐츠 확보가 IPTV의 정착을 성공적으로 이끄는 추동(jump starter)요인으로 작용할 것이다.

지난 2007년을 IPTV 상용화를 위한 기대단계라고 본다면 2008년은 IPTV서비스의 완성도를 높이는 시기이다. 보다 명쾌하고 실질적인 법 시행령의 테두리 안에서 앞서 거론한 성공전략 수립과 QoS, UI(User Interface) 등의 수용자를 위한 편의성 측면도 개선하여 IPTV 서비스가 하루빨리 정착되길 기대해본다. **KTOA**

3) SD 및 HD화질의 SBS 프로그램 시청이 가능하며 방청권 신청, 핫이슈 POLL 및 DVD 구매 등의 양방향서비스를 제공함.

4) 뉴스, 날씨, TV, 신문, 커뮤니케이션(메신저, SMS, 채팅) 서비스를 제공함.

5) 기상정보, 온라인게임, 노래방 등의 콘텐츠를 제공하는 별도의 양방향 엔터테인먼트 채널임.