

## 통신방송 융합 정책의 방향

### 1. 통신 및 방송 시장 규모 및 경쟁 상황

#### 가. 전체시장

○ 07년말 현재 50조의 시장

<정보통신서비스 매출액 현황>

(단위: 억원)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	'06~'07 성장률
기간통신	295,277	302,537	311,582	321,666	327,372	1.8%
별정통신	14,499	19,468	19,142	16,511	16,065	-2.7%
부가통신	45,171	61,967	59,758	62,608	65,736	5.0%
방송	69,430	77,878	78,526	91,030	99,659	9.5%
합계	424,378	461,851	469,010	491,816	508,834	3.5%

자료: 2005년까지는 한국정보통신산업협회, 2006년 이후는 KISDI 예측치

#### 나. 통신시장

- 07년말 현재 통신서비스시장은 약 40조원 규모로 33조원 규모의 기간통신 서비스가 매출액의 81%를 차지
- 유무선 대체의 심화와 무선시장의 성장 둔화
  - 지난 10년간 유선시장은 축소되고 이동전화시장의 비중이 지속적으로 증가
  - 매출액 규모에서 07년말 현재 이동전화 시장은 유선 시장의 3배에 달함: 99년에 이미 이동전화 시장규모가 유선전화 시장규모를 추월

## <유무선 전화시장 매출액 규모의 추이> ('98-'07)

자료) 정보통신부 홈페이지 통계자료 재구성

### 다. 방송시장

- 07년말 현재 방송서비스 시장은 통신서비스 시장의 1/4에 해당하는 약 10조원 규모
- 지상파를 제외하고는 10%이상의 매출 성장 기록
  - 지상파방송 매출액은 텔레비전 방송서비스 광고수입, 시청료 수입, 협찬 수입, 프로그램판매수입의 증가로 전년대비 4.6% 증가
  - 종합유선방송의 매출액은 수신료 수입, 인터넷접속사업수익에서 매출액 증가에 힘입어 전년대비 16.6% 증가
  - 위성방송사업은 일반위성방송사업자 매출액의 증가(전년대비 13.4% 증가 이나 둔화세)로 증가
  - 방송채널사용사업 매출액의 경우 절반이상을 차지하는 5개 홈쇼핑사업자의 매출액 성장률이 둔화(전년대비 10.4%)되었음에도 불구하고 홈쇼핑사업자를 제외한 나머지 채널사용사업자의 매출액 성장률이 높아(25.7%) 전년대비 17.3% 증가

<표> 국내 방송서비스 매출액 현황

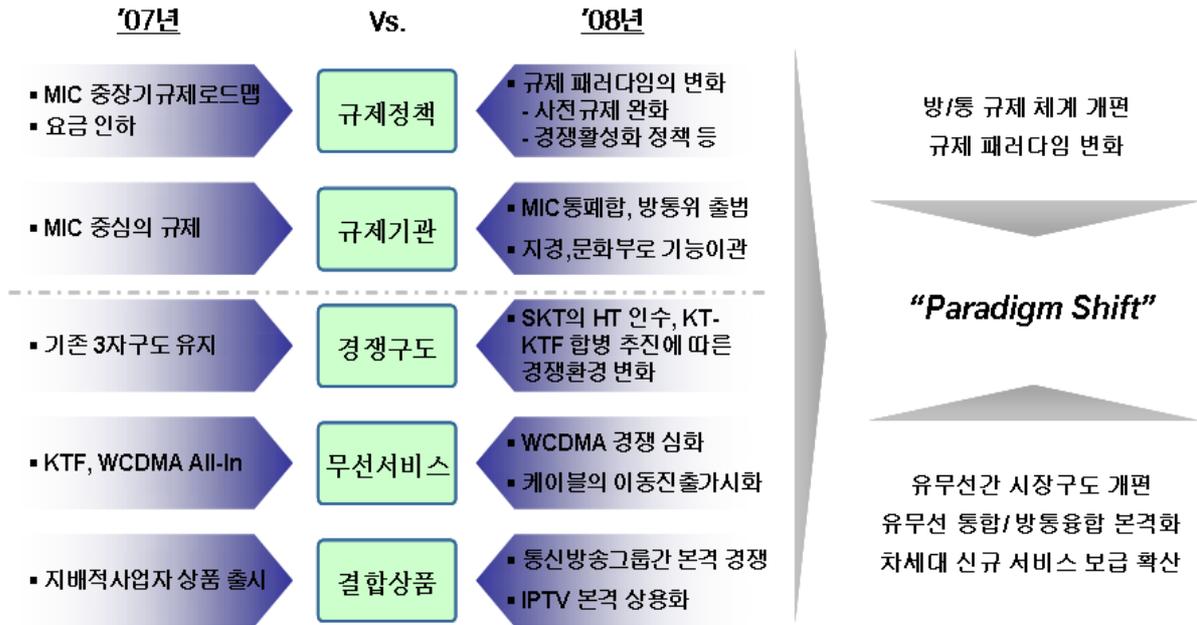
(단위: 백만원)

구분		2004	2004	2005	2006
지상파방송	텔레비전	3,190,799	3,184,148	3,176,923	3,328,443
	라디오	357,394	360,668	365,629	375,238
	지상파DMB	-	-	-	2,302
유선방송	종합유선	1,074,953	1,347,948	1,581,807	1,846,747
	중계유선	61,536	36,615	15,559	15,763
위성방송	일반위성방송	149,630	255,036	347,274	393,905
	위성DMB	-	-	21,550	88,756
방송채널사용사업		2,302,255	2,588,390	3,126,497	3,668,708
총계		7,136,569	7,772,805	8,635,239	9,719,862

- 주: 1. 지상파DMB는 YTNDMB, 한국DMB, 유원미디어 매출액 합계임  
 2. 종합유선방송은 2005년 111개사, 2006년 107개사 매출액 합계이며 중계유선방송은 2006년 108개사 매출액 합계임  
 3. 방송채널사용사업은 2005년 146개사, 2006년 169개사 매출액 합계임  
 자료) 방송위원회 『방송산업실태조사보고서』 (2004, 2005, 2006, 2007)

## 2. 수평적규제체제와 중장기 로드맵

○2008년은 paradigm shift 변화의 시기가 될 전망



### □ All-IP화가 시장 및 규제에 미치는 영향

○All-IP (BcN) 환경 (방통융합 포함)

- PSTN망, 2G/2.5G 이동망, 방송망 등 기존 망들이 IP망으로 업그레이드되어 인터넷과 직접 연동됨으로써, IP기반의 통합 백본망과 다양한 multi-service access network들로 이루어진 All-IP 망(NGN, BcN)으로 발전
- 기존 망의 개체로 인해 경쟁사업자가 선발사업자 망에 연결되는 상호접속점이 근본적으로 변화 가능→선발사업자의 망 업그레이드 투자 유인을 해치지 않는 범위 내에서 상호접속 제도 개편 필요
- 물리/전송계층, 서비스계층, 제어계층 등으로 분리되고 계층간 독립성이 유지됨으로써 망운영 비용/서비스 개발 비용의 절감 가능
- 개방형 네트워크 구조로 인해 혁신적인 독립 기업들의 진입이 용이하고

혁신적 서비스 개발 촉진

- 물리적 계층 뿐 아니라 상위의 여러 계층에 대해서도 망과 망 사이의 원만한 상호접속/연동/호환이 중요→상호접속에 있어 소프트웨어와 기술의 표준 및 호환성 문제가 중요 이슈로 등장 (이 부분은 정부개입 필요성에 대하여 일치된 견해가 없으며 관련 기술 보유국과 분쟁의 불씨가 될 수 있음)
- 계층별로 새로운 bottleneck 요소(예: 콘텐츠, CAS 등)가 발생할 수 있으며 이의 식별과 해소가 경쟁에 중요→필수설비 개념의 재정립 및 합리적 요청에 대한 접근 보장을 콘텐츠, CAS 등으로 확대할 필요성이 증가하는 반면, IPR(intellectual property rights) 독점권 침해 논란 야기 가능

<표> All-IP화가 시장 및 규제에 미치는 영향

구분		시장에 대한 영향	규제에 대한 영향
All-IP 융합	전송/제어/서비스 계층 분리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서비스 기반 경쟁</li> <li>- 제품 차별화 용이(원가기반 경쟁에서 가치기반 경쟁으로)</li> <li>- 신규서비스, 기술개발 촉진</li> <li>- 새로운 bottleneck 요소 등장 가능성 (API, OSS, 가입자 위치정보) 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신흥시장 등장, 경합성 증가에 따라 사전규제 (특히 요금규제) 명분 약화</li> <li>- 설비기반-서비스기반 사업자간, 서비스기반 사업자간 상호접속 제도</li> <li>- bottleneck 요소 재식별 및 접근제도 정비</li> </ul>
	Multi access, Multi service, Common core	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이종망 연동, intermodal competition</li> <li>- 수평적/수직적 M&amp;A 증가</li> <li>- 시장경계와 지배력의 가변성</li> <li>- 높은 공통(고정)비 원가구조</li> <li>- 제품통합/결합판매 촉진</li> <li>- 정액형 요금제 촉진</li> <li>- 램지 요금차별 유인 증가</li> <li>- legacy망 개체로 망운영비/접속점 변동</li> <li>- SMP사업자의 폐쇄적 연동/표준 전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가입자망 필수요소 재식별</li> <li>- 시장분석 능력 강화 (시장획정, 지배력 평가)</li> <li>- 수평적 규제체계</li> <li>- 회계분리, 원가기반 요금/접속료 한계</li> <li>- 수직통합, 결합판매의 +/- 효과 비교 형량</li> <li>- legacy망 개체에 따른 접속점 변동, 접속품질 저하 감시</li> <li>- 정액형 결합판매에 대응한 접속료 구조 개편</li> </ul>
	QoS 보장	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IPTV, BcN 전화 등 QoS 보장형 신규서비스 증가</li> <li>- QoS 클래스별 차등 소매상품 및 접속 상품 제공 유인 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 QoS망에 대한 접근원칙 정립 (투자유인 보호 vs. 공정경쟁)</li> <li>- 차별 규제의 합리적 완화 (비용구조의 반영 vs. 형평성)</li> </ul>

## 가. 규제로드맵의 추진

- 우리나라의 경우 지금까지는 설비기반경쟁을 중심으로 정책을 수립하였으나 시내, 이동전화 시장에서 설비기반경쟁사업자 수적 제한에서 파생되는 경쟁의 한계성 등으로 인하여 서비스기반경쟁 도입의 필요성이 대두되기 시작
- 이에 따라 우리나라도 설비기반 중심의 경쟁정책을 중심으로 서비스기반 경쟁정책을 가미하기 위한 시도를 시작하였으며, 2006년 12월 공청회에서 발표한 정보통신부의 통신규제 로드맵에 이러한 내용이 반영되어 있음
- 정보통신부 통신 규제정책 로드맵 발표(2007. 3) 및 로드맵 이행을 위한 정책 연구 추진
  - 통신규제 로드맵 추진에는 현행 규제체계는 세분화된 역무분류에 기초한 서비스별 제한경쟁을 내용으로 하고 있어 서비스간 경쟁이 확대되고 서로 다른 통신망이 점점 통합되는 통신시장 발전추세에 대응하기 곤란함이 배경으로 작용
  - 통신규제 로드맵 주요 내용으로는 ①통신역무 분류체계 개선, ②결합판매 규제완화, ③인터넷전화 활성화, ④보조금규제 일몰에 대비한 규제완화, ⑤초고속인터넷요금 신고제 전환 여부 확정, ⑥별정통신사업 제도 개선 등
- 발표된 통신규제 로드맵의 특징은
  - 첫째 진입장벽을 완화하여 경쟁을 활성화한다는 것임
  - 이를 위해 역무제도 및 허가제도 개편하여 역무침해의 논란을 없애고 하나의 license를 통해 다양한 서비스를 용이하게 제공할 수 있는 기회를 제공하며,
  - 재판매 제도를 도입하여 서비스기반경쟁을 활성화한다는 것임
  - 둘째는 신규서비스를 활성화한다는 것임
  - 결합판매의 허용을 통해 결합서비스를 활성화하고,
  - 번호이동성을 도입하여 VoIP의 활성화를 유도하며,
  - IPTV 법제도를 조기에 완료하여 IPTV시장을 활성화

- 그러나 무엇보다 가장 큰 의의는 도매시장의 도입 및 활성화(즉, 재판매 제도 도입)를 통해 관련 소매시장의 경쟁을 활성화하고 이를 통해 소매규제를 완화하고자 하는 것임

**<통신규제 로드맵 일정>**

단기 과제 (‘07년 확정)	중기 과제 (‘08~’09년 확정)	장기 과제 (‘10년 확정)
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기간통신역무 분류 개선 및 보완조치 마련</li> <li>○ 1단계 결합서비스 규제 완화</li> <li>○ 재판매, 간접접속, MVNO 등 도입 전제조건 연구</li> <li>○ 인터넷전화 활성화 방안 마련</li> <li>○ 인터넷 요금규제 개선</li> <li>○ IPTV 제도화</li> <li>○ 보조금 일몰 중간 이행 방안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기간/별정사업자간 차이 해소</li> <li>○ 망중립성 규제원칙</li> <li>○ 시내/이동전화 결합/요금인가 규제 개선</li> <li>○ 시내/이동전화 재판매 도입 시기 및 방식 결정</li> <li>○ 간접접속/MVNO 도입 시기 및 방식결정</li> <li>○ 심사할당 주파수 재할당 계획마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 허가제의 등록제 전환 및 기간/별정 통합</li> <li>○ 사업개시의무, 기금출연 의무 등 검토</li> <li>○ 주파수 배분제도 합리화</li> <li>○ BcN에 부합한 상호 접속/번호정책 방향</li> </ul>

**□ 통신역무 분류체계 개선**

- 기간통신역무 분류체계를 개선하여 단일역무로 통합
  - 새로운 기간통신역무 제공시 추가적인 사업허가가 불필요하게 되어 새로운 상품개발과 사업자간 경쟁을 촉진하는 효과를 기대
- ‘07년 3월 사업법 개정안을 마련하여 정기국회에 제출하고, 국회일정 등을 고려 실질적 역무통합 효과를 달성할 수 있도록 시행규칙 개정을 조속 추진
- 통신역무분류단위를 통합하는 전기통신사업법 개정안이 국회에 제출된 바 있음 (주된 내용)

□ 재판매활성화로 경쟁촉진

○MVNO 시행에 따라 제4의 이동통신사 등장 예상

- MVNO를 담은 전기통신사업법 개정안이 국회에 제출된 바 있음
- MVNO에 의한 제4 이동통신사의 유력한 후보로는 전국적 판매, 유통조직을 보유한 기업이 거론됨

<표> MVNO 사업자 후보군

후보군	장점	업체
유통업체	전국적 판매망	이마트 하이마트
금융권	전국에 1000여개 영업지점 이미 은행객장을 빌려주고 금융서비스 결합 단말기 판매를 유도하는 방식으로 이동통신사랑 제휴한 경험	국민은행
자동차업	판매영업소를 중심으로 강력한 영업조직을 보유	현대
유선 통신사업자	통신사업 경험과 인지도	포털
케이블업체	기존 결합상품(초고속인터넷+ 인터넷전화+ 디지털케이블 TV)에 이동전화를 결합한 4중 결합	MSO

□ 결합판매 규제완화

- 시장자율적 요금인하와 소비자욕구에 맞는 맞춤형서비스 개발을 유도하기 위해 결합판매에 대한 규제를 완화
- 지배적 사업자의 인가 대상 서비스(KT 시내전화·초고속, SKT 이동전화)에 대해 결합판매와 요금할인 허용(고시규정 개정은 '07년 1/4분기, 결합판매 시행 7.1)
  - 요금적정성과 다른 사업자의 공정한 경쟁기회 제공 여부를 검토
  - 할인율이 일정기준 이하일 경우 요금적정성 심사시 약식 절차 적용

## □ 인터넷전화 활성화

- 유선분야 경쟁상황 개선과 결합판매 활성화를 유도하기 위해 인터넷전화 활성화를 추진
- 이용자가 기존에 쓰던 시내전화번호를 그대로 사용하면서 인터넷전화로 변경할 수 있도록 번호이동성 제도 시행(규정개정 '07년 3/4분기)

## □ 보조금규제 일몰에 대비한 규제완화

- 보조금규제는 예정대로 '08년 3월 일몰시키고 전면적인 자유화에 대비하기 위해 추가적 규제완화 추진
  - 보조금지급에 대한 통신사업자의 자율성을 확대
  - 사업자 판단으로 단말기별로 보조금 차등지급 허용
  - 지역별, 대리점별로 보조금 지급규모가 차이가 날 수 있는 시장현실을 고려, 일정금액 범위내 보조금 편차 허용
- 관련내용은 07년 1/4분기 중 확정하고, 이용약관 신고일 30일후 시행
- 정통부는 단말기 보조금 규제 일몰에 대한 연락처 방안으로 의무약정제도 등을 검토할 계획

## □ 초고속인터넷요금 신고제 전환 여부 확정

- KT의 시장점유율 변화 추이, 후발사업자의 경쟁력, 통신망 투자 추이, 결합 판매 시행효과 등 종합적으로 검토한 후 결정
- KT 초고속인터넷요금 신고제 전환 여부에 대해 07년 3/4분기 중 결정

## □ 별정통신사업 제도 개선

- 통신망을 구축하지 않은 사업자의 실질적인 시장진입이 가능하도록 관련 제도를 단계적으로 개선
  - 별정통신사업자에게 통신망 구성 등을 위한 설비제공 요청 자격을 부여 하되 이용약관 신고, 보편적역무 손실보전금 분담, 회계정리 등의 의무를 부여

## 나. MBnomics와 규제완화

- MB정부는 규제완화정책의 기초하에 IT 8대정책을 추진할 것으로 알려짐
  - "IT 서비스 강화"를 통한 기기-서비스 동반 성장
  - 세계 SW시장 점유율 2%로 SW산업 10대 강국화
  - 복합적 완성도 높은 u-City 건설
  - 통신·방송융합 활성화를 위한 규제 정비
  - 서민생활비 절감을 위한 통신요금 인하
  - 80만 저소득층 가구에 인터넷 통신비 50% 감면
  - 서비스 산업의 규제완화 및 R&D투자 확대

### 3. 융합정책의 방향

#### □ 방송통신 융합에 따른 규제이슈

○규제환경의 변화는 다음과 같은 형태로 시장에 영향을 미칠 것임

- 전반적인 시장참여자 간 경합성 증가
- 신규 혁신서비스 증가 및 서비스 기반 경쟁 증가
- 기존 상품 간 결합상품 증가
- 수직적 M&A 증가

<표> 규제환경의 변화가 시장 및 규제에 미치는 영향

구분	시장에 대한 영향	규제에 대한 영향
역무통합	- 신규/상호진입 증가	- 시장획정 및 지배력평가 등 시장분석 기능 강화 필요
결합판매 제도개선	- 번들 경쟁 - M&A(특히 수직적 통합) 증가 - 신규서비스/기술혁신 촉진	- 동등접근성, 요금정정성 사전심의 - 동등접근성 사후규제 - 번들링의 친경쟁성 요소 고려 필요 (합리의 원칙)
소매규제 완화와 도매규제 강화	- 신규/혁신 소매상품 출시 - 서비스 기반 경쟁 증가	- 요금에 대한 사후규제권 강화 필요 - 도매규제 도입시 공쟁경쟁과 투자유인 보호의 합리적 조화 고려
FTA	- 외국 사업자 진입 촉진	- 규제 투명성, 비차별성 강화

○이러한 시장환경의 변화는 다시 규제체계에 새로운 전환을 요구함

- 다양하고 복잡한 사업자간 경쟁행위를 규율하기 위한 시장분석 능력 강화 필요
- 결합상품에 대한 동등접근성 보장 및 관련 사후규제 필요성 증가
- 소매요금 규제완화에 대응한 사후규제권한 확보 등

○신흥시장 등장, 경합성 증가에 따라 사전규제의 명분이 약화되고 사후규제의 필요성 증가

- 새로이 등장하는 이용자 이익저해 행위에 대한 식별 및 불공정 행위의 복잡화에 대비한 사후규제 기준 정립 필요

○핵심 규제 이슈

- 통신방송 규제기구의 통합에 따른 규제철학의 정립 문제
  - 공정경쟁의 강조 v. 방송의 공공성
  - 수평적 규제체계 도입에 따른 검토와도 연관
- All-IP화에 대응한 규제제도 개선
  - legacy망 개체에 따른 접속점 변동, 접속품질 저하 감시
  - 프리미엄 망에 대한 접근원칙 정립 (투자유인 보호 vs. 공정경쟁)
- 신규 융합서비스 및 결합판매에 대비한 사후규제 기준 정립
  - 동등접근성 사후규제 기준 정립
  - 결합판매의 친경쟁성 요소 고려 필요(합리의 원칙)

## 가. 진입정책

○역무 및 사업자 분류제도 개편

- (가칭)방송통신사업법 마련 추진 중

○허가제의 완화

- EU식의 일반인가제 도입 고려

## 나. 양수합병정책

- 과거 국내 통신시장 M&A는 이동전화시장의 3자, 유선시장의 2자 구도를 강화하였음
  - 유선통신서비스의 경우 M&A로 하나로텔레콤의 2위 사업자 지위 강화
  - 무선통신서비스의 경우 M&A 결과 SKT, KTF, LGT가 이동전화시장 3자 구도 형성

<표> 국내 통신시장의 주요 M&A 사례

시기	구분	주 업종
01	KTF/한솔엠닷컴	이동/이동
02	SKT/신세기통신	이동/이동
05	하나로텔레콤/두루넷	시내/시내
08	SKT/하나로텔레콤 KT-KTF?	무선/유선 유선/무선

출처) 박동욱외(2007), 융합시대 진입규제 개선방안 재구성

- 케이블방송시장에서는 M&A를 통해 MSO, MPP, MSP의 구조 강화추세
  - 02년부터 06년 사이 지상파3사와 EBS 모두 PP 수를 늘려 옴
  - 동 기간 MSO들이 PP와의 수직결합을 통해 MSP로 전환하고 기존 MSP 들도 결합 SO수와 PP 수를 증가시켜 옴

<표> 방송시장의 주요 기업결합 추이(2002-2006)

(단위: 채널수, 사업자수)

분류	집단	2002		2003		2004		2005		2006	
		PP	SO	PP	SO	PP	SO	PP	SO	PP	SO
MPP	KBS	3		3		3		4		5	
	MBC	3		3		3		4		4	
	SBS	3		6		6		7		7	
	EBS	2		2		2		2		4	
MSO	씨앤엠		12		10		10		16	MSP로 전환	
	한빛		0		10		10	티브로드로 인수됨			
	CMB								12	MSP로 전환	
	중앙네트워크		14		13		10				
	유진		2		2		2				
	큐릭스		6		6		6		6		6
MSP	CJ	4	5	5	5	9	7	17	13	19	15
	GS					1	1	1	2	1	2
	HCN		5	1	5	1	8	1	8	1	11
	티브로드	1	4	1	4	1	5	1	19	2	17
	온미디어	8	5	9	5	11	6	16	4	17	4
	씨앤엠									1	15
	CMB									1	13

\*) RO는 제외

자료) 방송위원회, 『방송산업실태조사보고서』 (2003-2007) 내용 재구성

○주요 MSP의 매출액은 SO와 PP 전체 매출액에서 60%를 차지

- SO 수와 PP 채널 수가 균형적으로 높은 CJ 계열이 가장 높은 19%의 점유율을 기록

<표> 2006년 SO/PP/MSO/MSP

결합현황: 매출액 기준

MSO		MPP		MSO/MSP	
구분	점유율	구분	점유율	구분	점유율
티브로드(17)	21.9	CJ(19)	14.9	CJ계열(15, 8)	18.9
CJ(15)	18.1	온미디어(17)	12.3	GS계열(2, 1)	11.9
씨앤엠(15)	15.9	채능교육(2)	8.7	HCN계열(11, 1)	8.7
HCN(11)	7.1	SBS(6)	4.9	티브로드계열(17, 2)	7.5
CMB(13)	5.9	MBC(4)	4.7	온미디어계열(4, 6)	6.1
큐릭스(6)	5.2	한전케이디엔	2.3	씨앤엠계열(15, 1)	5.4
GS홈쇼핑(2)	4.4	KBS(5)	1.3	CMB계열(13, 1)	2.1
온미디어(4)	2.6				
SO 전체중	81.1	PP 전체중	49.1	SO+PP 전체중	60.6

\*)최대출자지분 또는 투자액이 30% 이상일때 결합사업자로 인정  
 괄호안의 숫자는 MSO의 경우 SO 수, PP의 경우 채널수  
 자료) 방송위원회, 『방송산업실태조사보고서』 (2007) 재구성

○유무선통합사업자의 출현, 복합미디어사업자의 출현 지원 추세

다. 주파수정책

○현재 KT군과 SKT군은 무선통신에서 3밴드 사업자

○통신사업자인 KT와 SKT는 방송에서도 위성방송, 위성DMB 주파수 보유

<사업자별 주파수 보유 현황>

(단위 : MHz)

구분	유무선통신						방송		총량
	셀룰러	TRS	PCS	IMT2000	WiBro	B-WLL	위성방송	위성 DMB	
KT	본체		14			27	410	3200	3651
	KTF			40	40				80
LGT			20						20
SKT /HT		45			40	27			100
	HT						410		410

○여유주파수 대역에 대한 사업자들의 관심 증가

- 황금주파수 대역으로 알려진 700, 800 MHz 대역에 특히 관심 집중
- 3G 가입자 증가로 KTF와 SKT의 추가 대역 요구
- 케이블사업자의 이동통신시장 진출 욕구로 주파수 할당 관심
- 지상파방송사업자의 아날로그 방송용 주파수 활용 욕구

대역	연혁	비고
700MHz	아날로그 지상파	2012년 회수 - 검토대상: 54-88MHz, 752-806MHz - 추가검토대상: 698-752MHz
800MHz	SK텔레콤	2011년 회수 824-849, 869-894MHz의 총 50MHz
900MHz	공공용, 방송중계용	1GHz 대역중 국제로밍에 가장 유리한 대역
2.1GHz	LG텔레콤 반납	IMT-2000
2.3GHz	하나로텔레콤 반납	WiBro(WiMax)

○방통위는 여유주파수 대역에 대해 종합적 관리정책을 수립하기로 하고 의견 수렴 중

## 라. 공정경쟁정책

○필수설비에 대한 규제, 시장지배력 남용행위 금지 규제가 중심  
-대표적 필수설비로 가입자망(local loop)

## □ 망개방제도

○망개방제도에는 가입자망공동활용, 설비제공, MVNO, 로밍, 무선인터넷망개

방 등

○가입자망공동활용

- 광대역화, optical fiber 구축으로 과거 기준의 local loop이 점점 짧아지고 있는 추세 -> subloop unbundling제도 도입 요구 증가
- IPTV망 개방에 대한 요구 -> 프리미엄망은 백본, 가입자망과는 차이가 있어 LLU제도로 해결하기에는 무리

○MVNO

- 17대 국회에서 처리되지 못해 폐기된 상태
- 18대에서 다시 입법 처리될 것으로 예상

○로밍

- LGT의 로밍 요구 vs SKT의 기지국공용화
- 케이블의 이동통신 진출시 로밍 요구 높아질 것으로 예상

○무선인터넷망개방

- 세계적 추세에 맞춰 개방도를 높여가고 있는 상황

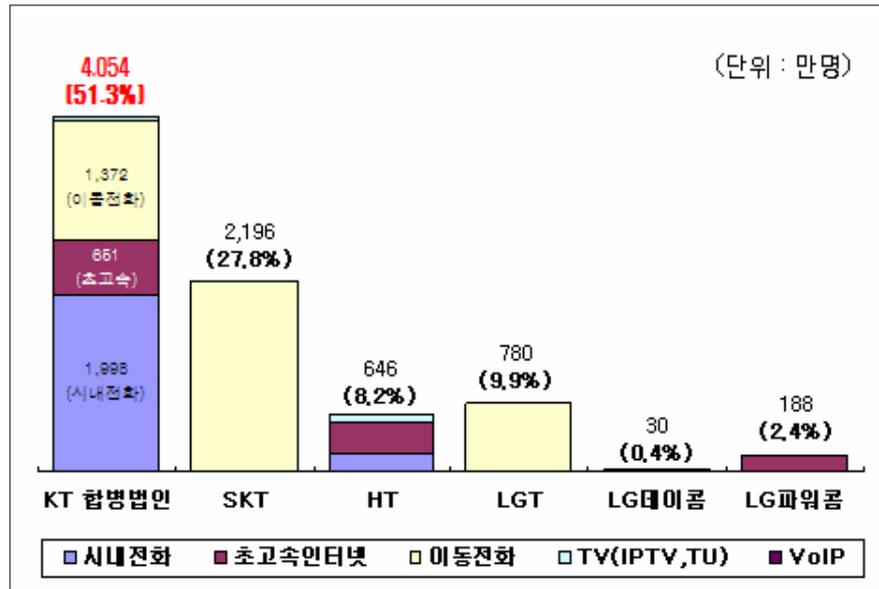
□ 결합판매

○결합판매에 의한 시너지 효과 극대화

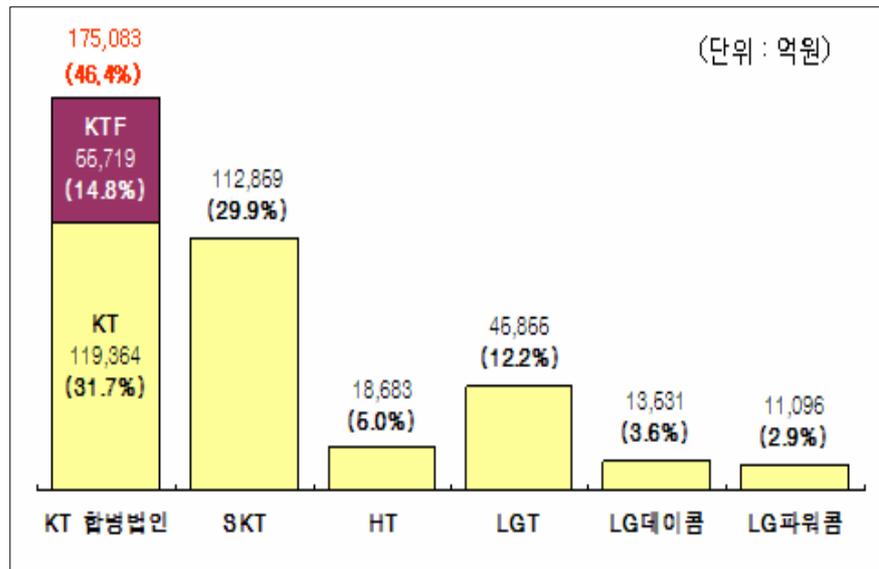
○반경쟁성 효과에 대한 우려

- 유무선통합사업자의 등장에 따라 가입자 기반 확대

### <유무선결합과 가입자 규모>



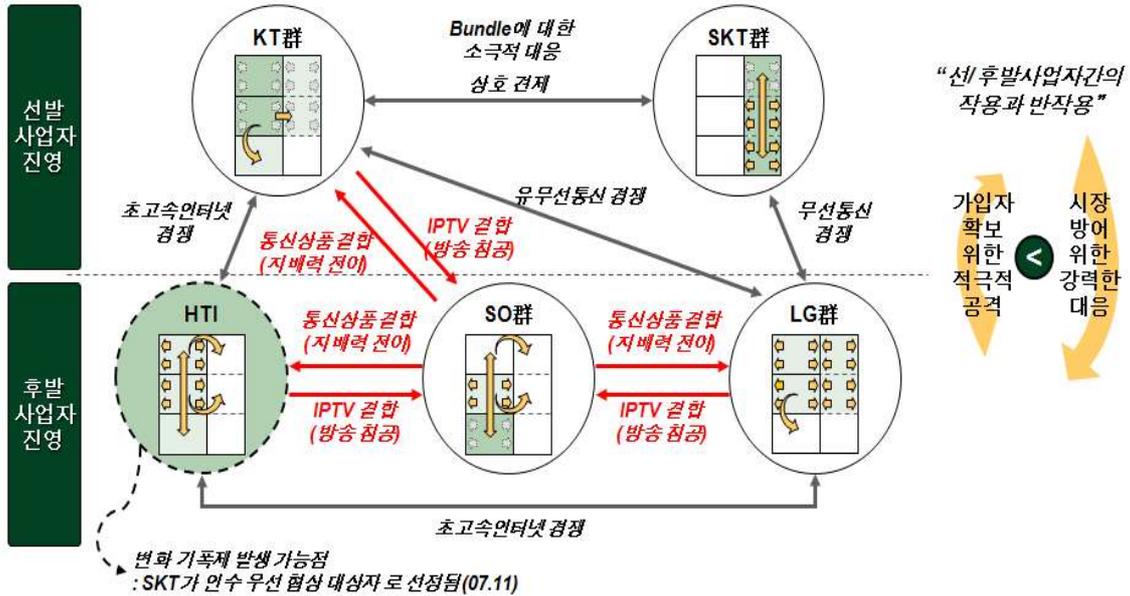
### <유무선결합과 매출 규모>



※ 자료 산정 기준 : 2007년 말 기준

## [그림] 사업자 경쟁 구도 전망

통신/방송 산업 전반의 경쟁 구도 변화



### 마. 방송정책

○한미 FTA 체결에 의한 대 외국인, 외국제작물 방송규제 완화

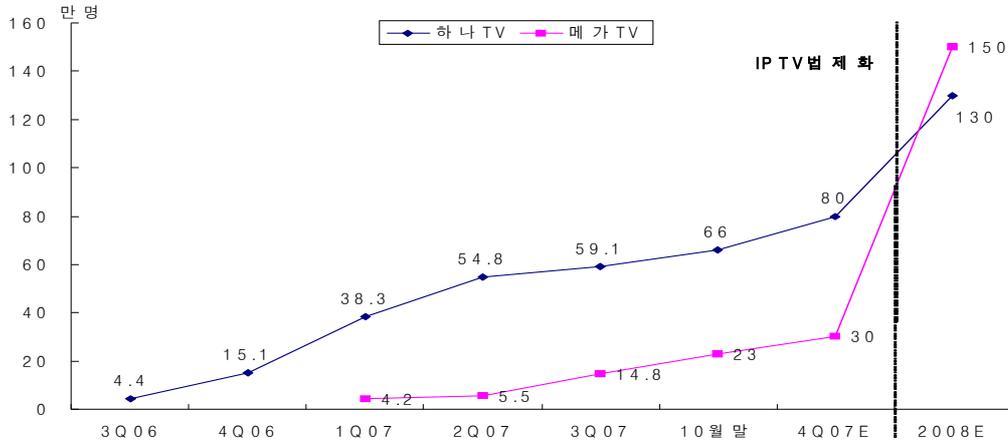
- PP 국내법인의 외국인 의제 기준이 기존 외국자본 50% 초과 또는 외국인 최다주주에서 외국인 의제를 배제함으로써 간접투자 100% 허용
- 비지상과부문 국내제작 방송물의 쿼터를 완화: 영화 25% -> 20%, 애니메이션 35% -> 30%
- 영화, 애니메이션, 대중음악 수입방송물에 대한 1개 국가 쿼터를 60% -> 80%로 확대

○지상파방송 중심 구조에서 탈피, 유료방송시장 성장 지원

○IPTV를 통해 유료방송시장 경쟁 도입

- 케이블, 위성방송, IPTV를 동일 유료시장으로 보기 시작
- 법에도 불구하고 시행령 제정이 늦어지고 있어 하반기에도 IPTV 시장 예상
- IPTV망 개방, 콘텐츠 동등접근이 가장 큰 이슈

<IPTV 가입자수 추이>



주> 2008년 수치는 각사의 발표 자료에 기초로 전망한 것임

○소유 및 경영규제 완화 동시 추진

- SO의 경영 상한 완화: 종합유선방송사업의 권역 1/5 상한제한을 완화하여 가입자 기준 1/3로 상향 조정하는 방안이 방송위내에서 통과
- PP로의 대기업, 신문 진출 허용 방침: 대기업 상한 10조 상향조정

○방송광고시장 개편 추진

- KOBACO 체제에서 경쟁도입 추진

○중간광고 허용 고려

<표> 중간광고 도입 관련 찬반 입장

쟁점	찬성	반대
프로그램 제작	프로그램 끊김 만큼 치밀하게 제작	시청자 이탈 막기 위해 오락성, 선정성 강화
매체 영향력	지상파의 매출, 점유율, 시청률 꾸준히 감소	케이블 시청률은 지상파의 절반이나 광고매출은 지상파의 17%에 불과, 지상파 광고영향력 건재
광고 혼잡도	중간광고로 광고블럭 분산되면 광고혼잡도 감소	객관적 혼잡도보다 지각하는 혼잡도 증가
비용 효율성	중간광고 주목도가 커져 광고주 입장에서 비용 효율성 증가, 불필요한 광고비 지출 방지	중간광고 거부하는 시청자에 대한 광고효과 미지수, 광고패키지 판매 고려하면 광고주 부담 증가

자료) 아이뉴스24 기사(2007. 11. 9) 재구성