

제 2권 1호 통권 11호

월간 방송통신산업 동향

▶ 방송통신산업 평가 및 전망

▶ 이슈 분석

- FCC, 망중립성 소송 컴캐스트에 패소
- 2010년 1분기 휴대폰 및 스마트폰 시장 현황 및 분석
- 통신사 '10년 1분기, 스마트폰 확대로 매출 확대, 수익은 감소
- IPTV실시간 가입자 200만 돌파, 지속 성장을 위해 자체 매체 경쟁력 강화 필요
- 해외기사분석: 마이크로소프트의 통신부문 진출



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향

- (방송통신생산지수) 전년동월대비 방송업 생산지수는 8.8%로 증가세 유지('10. 3월), 통신업 생산지수는 △1.2%로 감소세 지속('10. 3월)
- (통신서비스가입자) 전년동월대비 시내전화는 감소세 지속('10. 3월, △8.5%), 이동전화는 증가세 유지('10. 3월, 5.9%), 초고속인터넷은 증가폭 지속('09. 12월, 5.6%)
- (방송서비스가입자) 전월대비 디지털 케이블 TV 5.7만명('10년, 2월), IPTV 7.8만명 증가('10년, 3월)
- (평가) 향후 방송업은 지상파 광고 회복, 통신업은 스마트폰 확대에 따른 무선통신 서비스와 온라인광고 시장 회복에 따른 부가통신서비스 호조로 증가세 회복 전망

II. 이슈 분석

- FCC, 망중립성 소송 컴캐스트에 패소
 - FCC가 망중립성 소송에서 컴캐스트에 패소해 망중립성 논란 재점화, 망중립성 이슈는 인터넷 생태계 내 플레이어간 첨예한 이해관계를 반영하는 것으로 우리의 경우도 이에 대한 충분한 논의와 대응 필요
- 2010년 1분기 휴대폰 및 스마트폰 시장 현황 및 분석
 - 전세계 스마트폰 시장 성장률(49.6%)이 전체 휴대폰 시장 성장률(21.7%) 대폭 상회, 국내 휴대폰 제조업체들은 일반 휴대폰 시장에서의 주도권을 이어가면서, 스마트폰 시장에 대한 지속적인 신제품 출시로 경쟁력을 강화할 전망
- 통신사 '10년 1분기, 스마트폰 확대로 매출 확대, 수익은 감소
 - 스마트폰 확대에 따른 고가형 기본료 증가, 데이터 매출 증대로 전체 매출은 6.1% 증가했으나 스마트폰 보조금 지급에 따른 마케팅비용 증대로 수익은 감소해 중장기적 관점에서 수익성 개선을 위한 신규 수익 모델 개발 필요

○ IPTV실시간 가입자 200만 돌파, 지속 성장을 위해 자체 매체 경쟁력 강화 필요

- 통신서비스 결합상품 마케팅으로 뉴미디어 서비스 중 최단 기간 가입자 200만 돌파, 향후 안정적인 가입자 확보를 위해서는 open IPTV 활성화를 통한 차별화된 콘텐츠 및 양방향 서비스를 제공해 자체 매체 경쟁력 증진 필요

○ 해외기사분석: 마이크로소프트의 통신부문 진출

- 최근 마이크로 소프트는 클라우드 컴퓨팅사업과 이를 바탕으로 한 UC(Unified Communications)사업에 진출, 향후 UC사업은 All IP망 확산에 따라 활성화 될 전망 이므로 국내 관련 기업 및 정부의 적절한 대응 필요

III. 국내외 경제 동향

○ 국내 경제 동향

- 3월 광공업 생산지수는 수출과 내수의 호조로 전년동월대비 22.1% 증가(9개월 연속 증가), 소매판매는 내구재가 호조를 주도 전년동월대비 9.7% 증가

○ 해외 경제 동향

- 산업생산은 3월 미국 증가(전기대비 0.1%), 일본 증가세 전환(전기대비 0.3%), 중국 증가폭 확대(전년동월대비 18.3%), 2월 유로 증가폭 둔화(전기대비 0.7%)

○ <참고 1: 일본의 재정위기, 왜 표면화되지 않나?>

- 국가채무 측면에서 일본의 재정이 세계에서 가장 심각하나, 단기적인 대외 채무불이행 가능성은 극히 희박, 장기적으로는 재정지출을 효율화하고 성장잠재력을 확충하여 세수기반을 마련할 필요가 있음

○ <참고 2: 한국기업 자금운용 보수화 경향 뚜렷>

- 한국기업의 현금성 자산 규모는 빠르게 늘어나는 반면, 유형자산 규모는 매우 더디게 증가, 우리 기업들이 지속적인 성장기반 확보와 경쟁력 강화를 위해서는 보수적 자금 운영기조에서 벗어날 필요가 있음

<목 차>

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향	1
<방송통신산업 평가 및 전망>	1
1. 생산 동향	2
2. 가입자 동향	3
3. 지상파 광고 동향	6
4. 광고경기예측지수(KAI) 현황	6
5. 수출 동향	7
II. 이슈 분석	8
■ FCC, 망중립성 소송 컴캐스트에 패소	8
■ 2010년 1분기 휴대폰 및 스마트폰 시장 현황 및 분석	11
■ 통신사 '10년 1분기, 스마트폰 확대에 매출 확대, 수익은 감소	14
■ IPTV실시간 가입자 200만 돌파, 지속 성장을 위해 자체 매체 경쟁력 강화 필요 ...	17
■ 해외기사분석: 마이크로소프트의 통신부문 진출	21
III. 국내외 경제 동향	24
1. 국내외 경제 동향	24
2. 주요 경제 지표	27
<참고 1: 일본의 재정위기, 왜 표면화되지 않나?>	28
<참고 2: 한국기업 자금운용 보수화 경향 뚜렷>	29

I . 방송통신산업 동향

<방송통신산업 평가 및 전망>

□ 방송통신산업 평가: 방송업 성장세 유지, 통신업 부진 지속

- (방송통신생산지수) 전년동월대비 방송업 생산지수는 8.8%로 증가세 유지('10. 3월), 통신업 생산지수는 △1.2%로 감소세 지속('10. 3월)
- (통신서비스가입자) 전년동월대비 시내전화는 감소세 지속('10. 3월, △8.5%), 이동전화는 증가세 유지('10. 3월, 5.9%), 초고속인터넷은 증가폭 지속('09. 12월, 5.6%)
- (방송서비스가입자) 전월대비 디지털 케이블 TV 5.7만명('10년, 2월), IPTV 7.8만명 증가('10년, 3월)
- (광고) 4월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 29.3% 증가한 1,907억원 기록, 5월 광고경기예측지수(KAI)는 6월 월드컵 대비 사전마케팅 강화로 지상파 TV, 케이블TV, 인터넷 광고 등 전 부분에 걸친 호조로 125.9 기록 전망
- (수출) 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 통신기기 수출 부진으로 전년동월대비 △12.3% 감소한 29.2억 달러 기록('10. 4월)

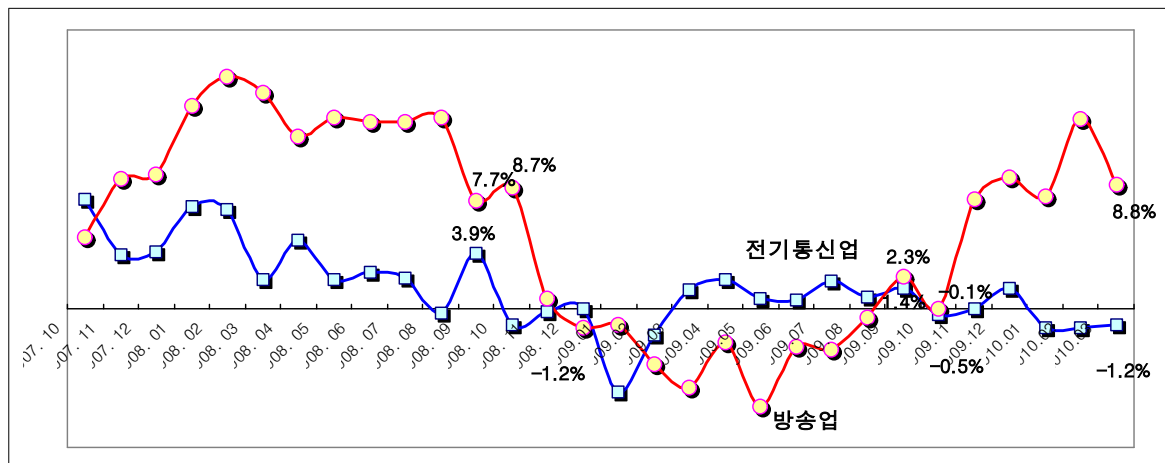
□ 방송통신산업 전망: 방송업은 지상파 광고 회복, 통신업은 스마트폰 확대에 따른 무선통신서비스와 온라인광고 시장 회복에 따른 부가통신 서비스 호조로 증가세 회복 전망

- 방송업은 경기 회복 및 월드컵 등 월드컵, 동계올림픽 등 대형 스포츠 이벤트 효과로 지상파방송 광고 시장의 성장세 지속
- 통신업은 스마트폰 확대 및 데이터 정액제 가입자 증가에 따른 무선서비스 시장 호조, 온라인 광고 시장 회복에 따른 부가통신서비스 매출 증가로 증가세를 회복할 전망

1. 생산 동향

- 3월 방송업 생산지수는 전년동월대비 8.8%로 증가세 유지, 통신업^{주)} 생산지수는 전년동월대비 △1.2%로 감소세 지속

[그림 I - 1] 방송통신 서비스업 생산지수 증가율 추이



주: 통신업은 우편업을 제외한 전기통신업만을 추정
자료: 통계청(2005=100 기준)

- 3월 방송업은 지상파광고 시장의 회복과 디지털케이블의 가입자 증가로 성장세 지속된 반면, 통신업은 유선통신서비스의 감소폭 확대

<표 I - 1> 방송통신 서비스업 활동 지수 및 증가율

(단위: 2005=100, 전년동기대비 %)

구분	'08년	'09년				'10년			
	연간	연간	2/4	3/4	4/4	1/4	1월	2월	3월
방송통신서비스업	3.3	0.02	0.5	1.2	0.9	△0.2	△0.5	0.1	△0.2
방송업	10.3	△0.5	△4.1	△0.5	5.7	10.2	8.1	13.6	8.8
지상파방송업	△4.5	△8.3	△15.5	△7.5	4.9	12.5	9.5	21.6	7.3
유선/위성 및 기타 방송업	19.8	3.4	2.1	3.1	6.0	9.2	7.5	10.6	9.5
통신업	2.5	0.1	1.1	1.4	0.3	△1.3	△1.4	△1.4	△1.2
유선통신업	0.2	△3.5	△1.5	△2.3	△3.7	△5.7	△8.0	△4.3	△5.0
무선통신업	5.3	2.4	3.0	3.0	1.9	1.9	3.0	1.2	1.4
기타 통신업	△0.2	6.0	3.9	9.7	8.5	2.8	6.2	△0.7	2.9

자료: 통계청

2. 가입자 동향

가. 유선통신

□ 3월 시내전화 가입자 수는 전년동월대비 △8.5%로 감소 지속, 번호이동자수는 9만7천명으로 지속 증가

- 시내전화 가입자는 3월말 현재 인터넷전화가 통신사업자들의 마케팅 확대, 번호이동 효과 등으로 확대되면서 지속적 하락세, 번호이동가입자 수는 후발사업자의 타사대비 저렴하고 다양한 요금제로 인해 확대

<표 I-2> 시내 전화 가입자 및 번호이동 추이

(단위: 천 명, 전년동월대비 %)

구분	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09. 12	'10. 1	'10. 2	'10. 3
가입자	21,651	21,474	21,317	21,124	20,905	20,750	20,554	20,395	20,241	20,090	19,979	19,884	19,803
증가율	-6.3%	-7.0%	-7.5%	-8.2%	-9.0%	-9.6%	-10.2%	-10.8%	-11.1%	-9.2%	-9.2%	9.0%	-8.5%
번호이동	18.4	19.3	14.1	16.2	25.4	29.0	54.1	57.7	65.3	67.7	67.2	74.4	97.3

주: KT의 일반전화, 집단전화, DID, ISDN 포함. SK브로드밴드의 일반전화, 구내통신, ISDN 포함. LG데이콤의 일반실선, 중계선의 DID/DOD겸용 및 DOD전용(채널수), 단, DID전용 중계선 제외, 사업용 일반전화 제외
자료: 방송통신위원회

□ '09년 12월 초고속인터넷서비스 가입자는 전년동월대비 5.6% 증가

- 인터넷전화, IPTV 및 디지털케이블 TV와의 결합서비스 확대에 따라 FTTH 가입자는 지속적으로 확대되어 매월 전년동기대비 5.4~5.6% 증가

<표 I-3> 초고속인터넷서비스 가입자 추이

(단위: 천 명, 전년동월대비 %)

구분	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09. 12
가입자	15,475	15,520	15,598	15,706	15,822	15,877	15,939	16,010	16,041	16,127	16,213	16,316	16,349
증가율	5.2%	5.1%	5.1%	4.9%	5.3%	5.5%	5.8%	6.1%	5.4%	5.6%	5.4%	5.6%	5.6%

자료: 방송통신위원회

나. 무선통신

□ 3월 이동전화 가입자 수는 전년동월대비 5.9% 증가

- 업체간 스마트폰 경쟁이 본격화되면서 스마트폰 확대를 위한 마케팅 비용 증대로 가입자 확대 지속. 번호이동자 수는 KT의 아이폰에 대응하기 위한 경쟁사들의 마케팅 강화로 8.4만명 기록해 2개월 연속 증가세

<표 I-4> 이동전화 가입자 및 번호 이동 추이

(단위: 천 명, 전년동월대비 %)

구분	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09. 12	'10. 1	'10. 2	'10. 3
가입자	46,235	46,497	46,836	47,071	47,340	47,528	47,660	47,750	47,846	47,944	48,220	48,577	48,978
증가율	4.4%	4.5%	4.7%	4.6%	5.2%	5.3%	5.3%	5.2%	5.2%	5.1%	5.3%	5.6%	5.9%
번호이동	888	1,070	1,412	1,476	1,197	633	534	531	524	844	646	775	844

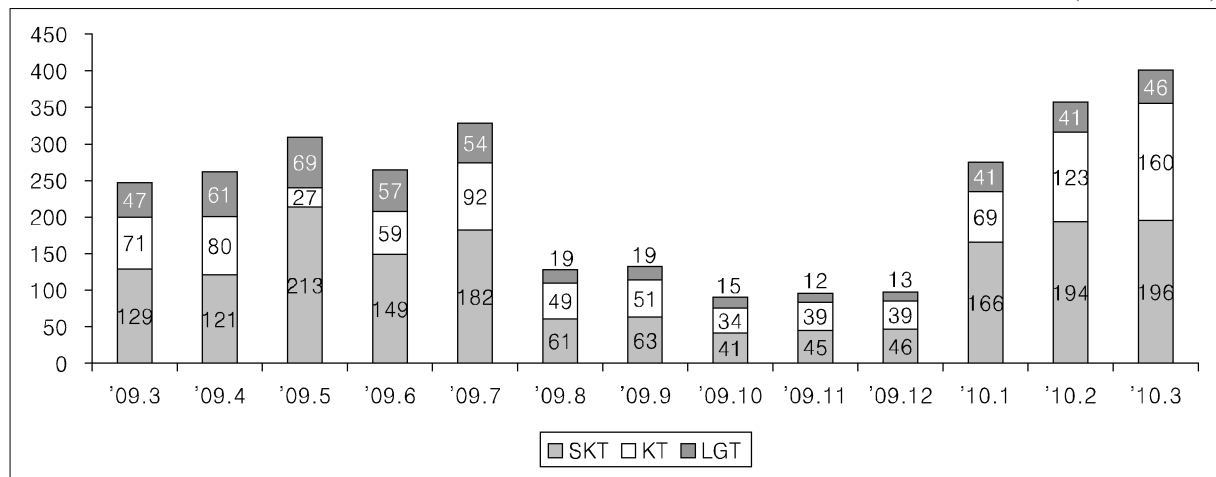
자료: 방송통신위원회

□ 3월 이동전화 순증가입자는 전월대비 4.4만명 증가

- KT의 아이폰 수요 확대 지속, SKT의 옴니아2 등 스마트폰에 대한 마케팅 비용 확대로 전월대비 순증가입자는 3개월 연속 급증

[그림 I-2] 사업자별 순증 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 방송통신위원회

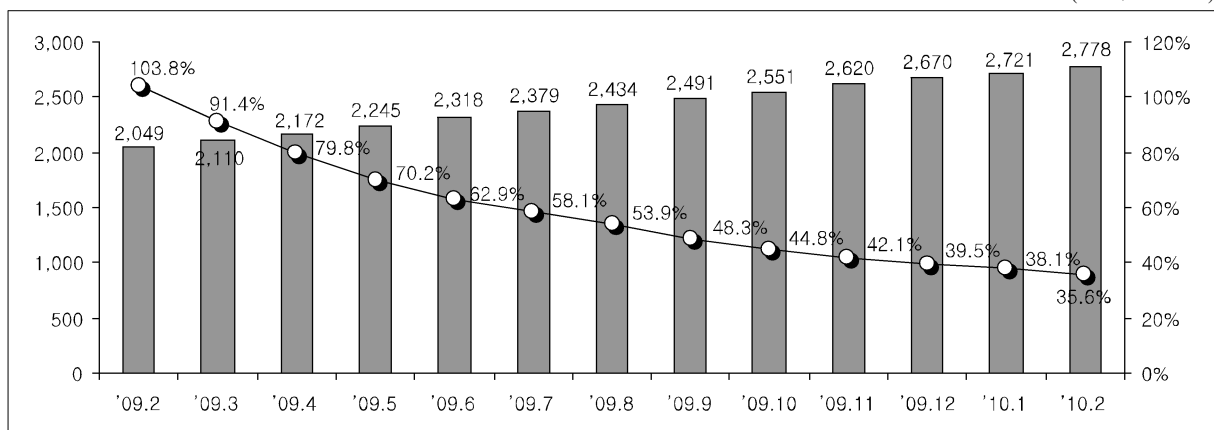
다. 방송서비스

□ 2월 디지털케이블TV 가입자는 전월대비 5.7만 명 증가해 277.8만 명 기록

- 대형 MSO들의 대도시를 중심으로한 결합서비스 제공과 HD콘텐츠의 확대로 디지털케이블TV 가입자 증가

[그림 I-3] 디지털케이블TV 방송 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 한국케이블TV방송협회

□ 3월 IPTV 가입자 수는 전월대비 7.8만 명 증가한 257.7만 명 기록

- 상용화 초기보다 온미디어계열, IB스포츠계열, YTN 등 우수 채널을 포함해 3배 정도 증가한 채널 수와 결합서비스 확대 및 위성방송과 IPTV 결합 상품인 하이브리드TV 가입자 증가

<표 I-5> 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천 명)

구분	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09. 12	'10. 1	'10. 2	'10. 3
브로드앤TV	756	747	747	775	812	817	810	816	832	856	877	891	883
메가TV	694	710	712	724	753	785	907	986	1,083	1,172	1,182	1,239	1,312
myLGTV	110	131	157	188	224	248	272	296	318	344	363	368	381
합계	1,561	1,587	1,616	1,687	1,789	1,850	1,988	2,098	2,233	2,372	2,422	2,499	2,577

주: VoD 포함한 TV 가입자 수입

자료: KT, SK브로드밴드, LG테크 IR 자료

3. 지상파 광고 동향

□ 4월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 29.3% 증가한 1,907억 원 기록

- 광고주들의 국내 경기 회복에 대한 기대감과 전년동월 광고시장의 침체에 따른 기저효과로 높은 성장률 기록, 지상파 DMB는 자체 광고 증가에 따라 고성장세 지속

<표 I-6> 지상파 광고 수주액 현황

(단위: 억 원, 전년동월대비 증가율 %)

구 분	'09년				'10년			
	연간	2/4	3/4	4/4	1/4	2월	3월	4월
지상파 광고액	19,064	4,699	4,936	5,923	4,831	1,653	1,689	1,907
증 가 율	전체	-12.8	-28.1	-8.7	24.4	37.8	50.8	29.1
	지상파 TV/라디오	-13.0	-28.3	-8.8	24.1	37.4	50.2	28.9
	지상파 DMB	39.4	39.6	25.2	94.4	106.6	170.4	69.5

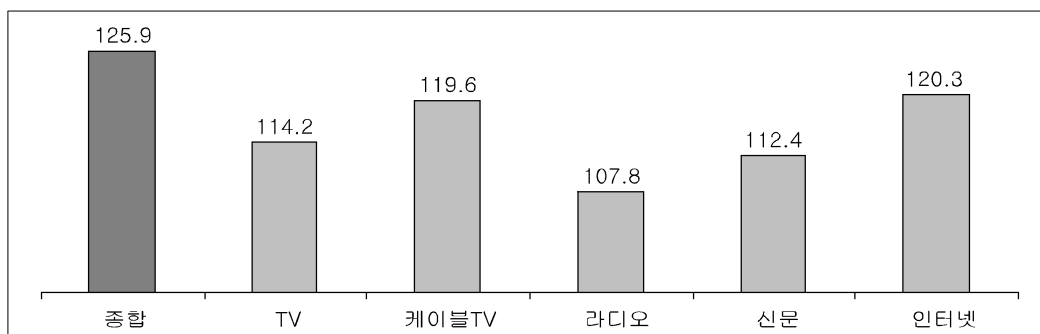
자료: 한국방송광고공사

4. 광고경기에측지수(KAI) 현황

□ 5월 광고경기에측지수는 125.9로 증가 예상

- 5월 국내 광고시장은 6월 월드컵을 앞둔 사전마케팅 활동이 활발하여 TV, 케이블TV, 인터넷 광고 등 전 부분에 걸쳐 호전될 전망

[그림 I-4] 매체별 광고경기에측지수(KAI) 5월 전망



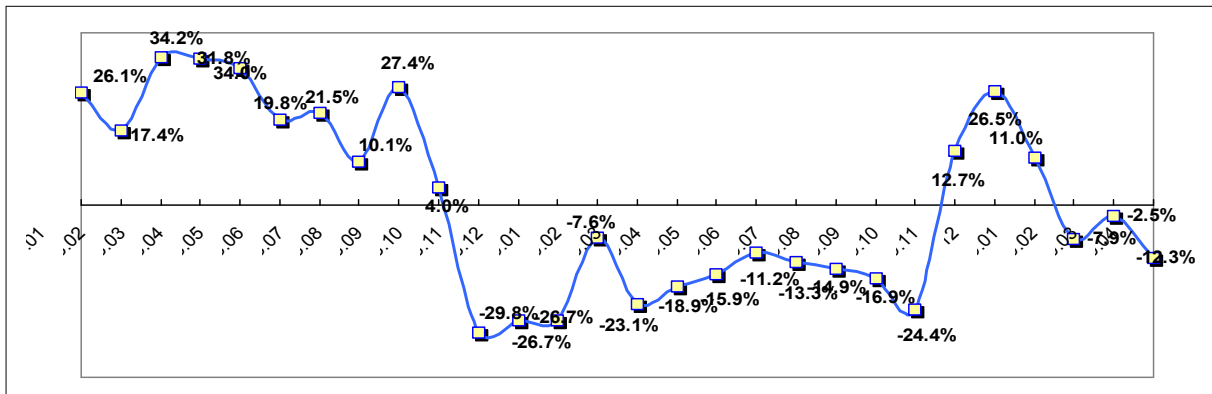
주: KAI 기준치인 100인 경우 광고비 증가 응답업체 수와 광고비 감소 응답업체 수가 같음을 의미, 100이상인 경우 광고비 증가 응답업체 수가 감소 응답업체 수보다 많음을 의미

자료: 한국방송광고공사 광고연구소

5. 수출 동향

□ 4월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 △12.3% 감소한 29.2억 달러 기록

[그림 I-5] 전년동월대비 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 증가율 추이



자료: 지식경제부, 2010년 4월(잠정치) IT산업 수출입 동향

- 4월 휴대폰 수출은 국내 업체들의 해외 생산 비중 확대와 휴대폰 수출 단가 하락으로 감소세를 기록한 반면, 영상기기는 본격적인 성장기에 진입한 중국 TV 시장에서 국내업체 주도의 LED TV 시장 확산으로 수출 확대

<표 I-7> 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 동향

(단위: 백만 달러, %: 전년대비)

구분	'10년 4월 금액	'09년 4월 금액	전년동기 대비 4월 증가율	'10. 4월 누적 금액	'09. 4월 누적 금액	전년동기 대비 4월 누적 증가율
통신방송영상음향기기	2,918	3,326	△12.3	11,962	12,391	△3.5
○ 통신 및 방송기기	1,970	2,613	△24.6	8,639	10,022	△13.8
－ 통신기기	1,951	2,605	△25.1	8,578	9,986	△14.1
－ 유선통신기기	88	92	△4.3	352	313	12.4
－ 무선통신기기	1,863	2,514	△25.9	8,226	9,678	△15.0
－ 방송국용기기	19	10	99.0	61	35	73.3
○ 영상 및 음향기기	948	713	33.0	3,323	2,368	40.3
－ 영상기기	734	520	41.1	2,540	1,696	49.8
－ 음향기기	93	83	11.5	362	289	25.1
－ 기타 영상음향기기	121	109	10.8	421	383	9.8

자료: 지식경제부, 2010년 4월(잠정치) IT산업 수출입 동향

II. 이슈 분석

[FCC, 망중립성 소송 컴캐스트에 패소]

- 미국 콜롬비아 항소법원은 4월 6일 망 중립성 관련 판결을 내려 2000년대 중반 이래 논란이 지속되고 있는 망 중립성에 대한 논의 재점화
- 망 중립성 이슈는 인터넷 생태계 내 플레이어간 첨예한 이해관계를 반영하는 것으로 우리의 경우도 이에 대한 충분한 논의와 대응이 요구됨

□ 미국 콜롬비아 항소법원은 지난 4월 6일 FCC가 Comcast의 트래픽 통제 행위를 규제할 필요성을 입증하지 못하였다고 판결

- FCC는 '08년 Comcast의 BitTorrent P2P 트래픽 전송 지연행위가 망 중립성 원칙에 위배된다고 트래픽 통제 중단 및 네트워크 관리 정책의 공개를 요구
- Comcast는 '08년 FCC의 요구를 우선 수용한 후, 법원에 소를 제기하였고, '10년 4월 6일 법원은 만장일치로 FCC가 Comcast의 트래픽 통제 행위 규제의 필요성을 입증하지 못하였다고 판결

□ 망 중립성이라는 용어는 2002년 Tim Wu와 Lawrence Lessig에 의해 처음 사용되었으며, 2005년 미국의 Madison River 사건으로 이슈화됨

- Wu는 “local network 또는 다른 이용자들의 이익에 손상을 입힌다는 증거가 없으면, 초고속인터넷 사업자는 inter-network 기준을 근거로 초고속인터넷 망상의 트래픽을 처리하는데 있어 차별을 할 수 없다”는 망중립성 원칙을 제시
- FCC는 '05년 망중립성 4원칙을 제시하였고, '09년 10월 6원칙으로 확대하고, 합리적 망 관리, 법집행, 공공안전, 국가 보안 당국의 요청, 관리형 서비스 등을 예외조항으로 제시

※ 6원칙: 콘텐츠 전송, 앱/서비스 이용, 기기부착·이용, 경쟁의 혜택, 비차별성, 투명성

- 학술적으로만 논의되던 망 중립성이 2005년 Madison River 사건으로 현실 세계에서 이슈화됨
 - － Madison River 사건은 ISP의 인터넷 트래픽 차단이 다른 인터넷 기업을 전략적으로 차별, 배제하는 수단으로 활용될 수 있음을 보여줌
 - ※ Madison River 사건(2005): 미국 노스캐롤라이나 유선통신사업자인 Madison River가 자사 가입자들이 타사 VoIP 서비스를 이용하지 못하도록 VoIP 트래픽을 차단. 2005년 3월 Madison River는 Vonage에 대한 VoIP 트래픽 차단을 인정하고, 향후 포트 차단을 중지하며, FCC에 1만5천달러의 벌금(합의금)을 납부하기로 합의하여 마무리
 - － '06년 3월에는 민주당 Ron Wyden 의원이 망 중립성 지지 법안을 발의하고, 공화당 Joe Barton 의원은 망 투자를 저해한다고 반대 법안을 발의

□ 망 중립성 이슈는 경제·사회·문화적 문제까지 복잡한 이해관계를 형성

- 망중립성 논쟁의 이해관계는 인터넷을 둘러싼 (생산) 기술의 변화, 사업자간 헤게모니 전환 등 가치사슬의 변화, 나아가 소비자의 이용 행태의 변화 등에 의해 복잡하게 얽혀 있음
 - － 네트워크 사업자는 포털 등 콘텐츠 사업자가 망에 무임승차하는 상황이므로, 이들이 망에 대한 비용을 일부 부담하여야 한다고 주장
 - 인터넷 트래픽의 급증, VoIP, IPTV 등 QoS 서비스 확산은 네트워크 투자 증대 요인으로 작용하므로 트래픽 관리의 필요성이 증대
 - ※ 2013년 트래픽은 2008년 대비 5배 성장 전망(CISCO)
 - － 구글 등 콘텐츠 사업자는 트래픽 관리 등은 인터넷을 이용한 사업자의 시장 활동을 제한하여 슈퍼터적 혁신을 통한 발전을 저해한다고 주장
 - － 정치인 및 시민단체 등은 공공재로서의 인터넷, 언론, 민주주의 측면에서 인터넷 규제가 바람직하지 않다는 사회문화적 이슈도 제기
- (가치사슬 변화) 나아가 최근의 인터넷 생태계에서 네트워크 사업자의 인터넷 접속서비스는 성장 정체 단계에 이르렀고, 가치사슬 자체도 콘텐츠/애플리케이션 중심으로 변화하여 양자의 관계가 보완에서 경쟁으로 변화

– 2000년 초반까지 콘텐츠/애플리케이션 사업자의 성장은 네트워크의 가치를 높이는 보완관계였으나, 최근에는 VoIP 등 네트워크 사업자의 전통적 수익 기반마저 위협하는 상황임

○ (기술 진보) 최근 정보처리 비용이 하락하고, 라우팅 기술이 발전하여 패킷의 유형에서 나아가 내용까지도 네트워크 사업자가 파악할 수 있는 등 저비용으로 트래픽 통제가 가능해짐

– 네트워크 사업자는 저비용으로 트래픽 통제를 실시해 망 투자에 일정 수준의 자율성 확보 및 구글 등 경쟁자에 대한 통제 가능

□ 망 중립성은 법원 판결 이후에도 여전히 뜨거운 감자로 논의가 지속되고 있으며, 우리도 논의의 진행과정을 살피고 적절한 대응이 요구되는 상황

○ FCC는 5월 6일 새로운 통신규제 로드맵을 통해 제3의 길을 통한 망 중립성 규제를 모색하고 있다고 밝힘

– 현재 AT&T, Comcast, Verizon 등 ISP들은 정보서비스 사업자로 분류되어 가벼운 규제를 받고 있으나, FCC의 새로운 통신규제 로드맵에서는 이들을 기간통신사업자로 바꾸어 보다 포괄적인 규제 접근을 시도

– 새로운 통신규제 로드맵이 제기된 것은 FCC의 주요 계획인 망 중립성, 국가 브로드밴드 계획 등에 있어서 ISP에 대한 규제가 요구되기 때문

○ 우리의 경우도 망 중립성 논의는 방송통신·미디어산업 육성, 미래 네트워크 선도 등 방통위 주요 계획 달성에 있어서 밀접한 연관을 맺고 있음

– 정책 수립 단계에서부터 효과적인 정책 집행을 위해 보다 망 중립성에 대한 다양한 의견 수렴 및 조정 과정이 요구됨

– 우리의 경우 미국과 달리 KT, SKB, LGT, SO 등 주요 ISP가 기간통신사업자로 분류되어 있으나, 망 중립성과 관련한 법제도 정비의 필요성에 대한 검토가 필요

※ 국내에서도 인터넷 종량제 도입 논의(2004~2006), 하나TV 호 차단(2006), 프리미엄 망의 구축 및 이용(2006) 등 다양한 망중립성 관련 이슈들이 제기되고 있음

【2010년 1분기 휴대폰 및 스마트폰 시장 현황 및 분석】

- '10. 1Q 전세계 휴대폰 시장 규모는 전년동기대비 21.7% 증가하였으나, 스마트폰 시장 규모는 전년동기대비 49.6% 증가(대수기준)
- 우리나라 휴대폰 제조업체들은 일반 휴대폰 시장에서의 주도권을 이어가면서, 스마트폰 시장에 대한 지속적인 신제품 출시로 경쟁력을 강화할 전망

□ '10. 1Q 전세계 휴대폰 시장 규모: 전년동기대비 21.7% 증가(대수기준)

- 성장세는 스마트폰 수요 증가 및 글로벌 경기 회복에 따른 것으로, 2010년 1분기 세계 휴대폰 출하량은 2억 9,490만대를 기록, 2009년 1분기의 2억 4,240만대와 비교해 크게 증가
 - － 모바일 이메일을 포함, 다양한 기능을 제공하는 스마트폰 수요가 크게 늘어나면서 고기능 단말기들이 출시되고 있음
 - － 특히, 스마트폰의 판매 호조에 힘입어 블랙베리 제조사인 Research In Motion (RIM)이 처음으로 세계 4위에 랭크
- IDC의 Worldwide Mobile Phone Tracker 연구보고서 기준(2010. 4)

<표 II-1> 휴대폰 제조업체 주요성과 현황과 변화('10. 1Q & '09. 1Q)

(단위: 백만대)

Vendor	2010. 1Q		2009. 1Q		'10. 1Q/'09. 1Q 변화	
	출하량	점유율	출하량	점유율	출하량	점유율
Nokia	107.8	36.3%	93.2	38.4%	15.4%	-2.1%p
Samsung	64.3	21.8%	45.9	18.9%	40.1%	2.9%p
LG	27.1	9.2%	22.6	9.3%	19.9%	-0.1%p
RIM	10.6	3.6%	7.3	3.0%	45.2%	0.6%p
Sony Ericsson	10.5	3.6%	14.5	6.0%	-27.6%	-2.4%p
Others	74.6	25.3%	58.9	24.3%	26.7%	1%p
Total	294.6	100.0%	242.4	100.0%	21.7%	-

자료: IDC(2010. 4)

- 블랙베리 제조사인 캐나다의 RIM(Research In motion)은 '10. 1Q에 약 1,500만대를 판매하여 세계 4위 휴대폰 제조업체로 진입하였으며, 대신 소니에릭슨은 근소한 차이로 5위로 밀려남

－ 모토로라는 약 850만대를 판매해 5순위권 밖으로 벗어남

- '05년 이후 노키아·삼성전자·LG전자·모토로라·소니에릭슨 등이 형성한 “휴대폰 Top 5구도”가 변화하는 첫 사례

- 휴대폰 업계의 노키아·삼성전자·LG전자 ‘Big 3구도’는 아직은 공고함

－ 노키아는 전년동기대비 약 2.1%p 감소한 36.6%의 시장점유율을 기록, 삼성전자는 약 3%p 상승한 21.8%로 기존 업체 중 유일하게 성장, LG전자는 전년동기대비 변화가 없는 9.2%의 점유율을 기록

□ '10. 1Q 전세계 스마트폰 시장 규모: 전년동기대비 49.6% 증가(대수 기준)

- 스마트폰 시장 규모는 '10. 1Q 약 5,400만대로 전체 휴대폰 시장의 약 18.2%의 비중을 차지, 전년동기(약 3,600만대) 대비 49.6% 증가한 수치

<표 II-2> 휴대폰 제조업체 주요성과 현황과 변화('10. 1Q & '09. 1Q)

(단위: 백만대)

Vendor	2010. 1Q		2009. 1Q		'10. 1Q/'09. 1Q 변화	
	출하량	점유율	출하량	점유율	출하량	점유율
Nokia	21.5	40.0%	13.7	38.2%	56.9%	1.8%p
RIM	10.6	19.7%	7.3	20.3%	45.2%	-0.6%p
Apple	8.8	16.4%	3.8	10.6%	131.6%	5.8%p
Others	12.8	23.8%	11.1	30.9%	15.3%	-7.1%p
Total	53.7	100.0%	35.9	100.0%	49.6%	—

자료: SA(2010. 4)

- 시장조사업체 SA에 따르면 노키아는 40.0%의 시장점유율로 여전히 스마트폰 1위 자리를 지키고 있으며, RIM이 19.7%, 애플은 16.4%를 차지
 - ※ IDC가 발표한 자료에 따르면 '10. 1Q 세계 스마트폰 출하량은 전년동기대비 56.7% 성장한 5,470만대로 추산
 - ※ IDC에 따르면 1분기 세계 스마트폰 시장 점유율은 노키아, 림, 애플, HTC, 모토로라 순으로 5강 구도를 형성, 시장점유율은 노키아 39.3%(2,150만대), 림 19.4%(1,060만대), 애플 16.1%(880만대), HTC 4.8%(260만대), 모토로라 4.2%(230만대)로 집계
- RIM의 전세계 휴대폰 'Top 5' 진입과 애플의 급격한 성장은 스마트폰 시장의 성장 트렌드와 함께 글로벌 휴대폰 시장의 회복세를 보여주고 있음
 - 스마트폰 시장은 이통사 보조금의 영향으로 성장하고 있으며, 심비안과 안드로이드 기반 저가 스마트폰 경쟁이 가열될 전망
 - ※ IDC에 따르면 올해 세계 스마트폰 출하량은 2억 2,680만대까지 확대, 전체 휴대폰 시장에서 18%를 차지할 전망, 스마트폰 시장은 2014년까지 연간 4억 3,840만대 규모로 확대될 전망
- 우리나라 휴대폰 제조업체들은 일반 휴대폰 시장에서의 지속적으로 주도권을 이어가면서, 스마트폰 시장에 지속적으로 다양한 신제품을 출시하여 시장점유율을 더욱 끌어올릴 계획
 - 삼성전자는 '10년 스마트폰 판매를 1,800만대 수준으로 늘려 글로벌 스마트폰 시장에서 8%대의 점유율을 달성한다는 목표를 제시
 - LG전자는 '10년 20여종의 스마트폰을 내놓을 계획으로, 스마트폰의 운영체제(OS)는 주로 구글의 '안드로이드'나 마이크로소프트(MS)의 '윈도폰' 등을 사용할 전망
 - ※ '10. 1Q 전세계 휴대폰 시장점유율 2위와 3위 업체인 삼성전자, LG전자는 '10. 1Q 전세계 스마트폰 시장에서 'Top 5' 진입에 실패

【통신사 '10년 1분기, 스마트폰 확대에 매출 확대, 수익은 감소】

- '10년 1분기 이동전화서비스 매출은 KT 아이폰, SKT 옴니아2 등 스마트폰 확대에 따른 고가형 기본료 증가, 데이터 매출 증대로 전년동기대비 6.1% 증가
- 반면 스마트폰 보급 확대를 위한 마케팅비용 증대로 KT 및 SKT의 수익이 감소하면서 중장기적 관점에서 수익성 개선을 위한 신규 수익 모델 개발 필요

□ 국내 통신3사 '10년 1분기 이동전화서비스 매출은 스마트폰 확대에 따른 고가형 기본료 증가, 데이터 매출 증대로 전년동기대비 6.1% 증가

<표 II-3> '10년 1분기 통신사 이동전화서비스 매출 추이

(단위: 십억원)

구분	'10년 1Q	'09년 1Q	전년동기대비 증가율	'09년 4Q	전기대비 증가율
SKT	3,018	2,876	4.9%	3,100	-2.6%
KT (단말수익포함시)	1,684 (2,578)	1,529 (2,183)	10.1% (18.1%)	1,695 (2,468)	-0.7% (4.4%)
LGT	867	845	2.6%	886	-2.1%
합계	5,569	5,250	6.1%	5,681	-2.0%

자료: IR자료(KT, LGT Guidance 기준)

○ KT는 아이폰 출시 후 공격적인 마케팅에 의한 가입자 상승, 스마트폰 확대에 따른 무선 데이터 매출 상승으로 10%의 높은 매출 성장 기록

— '10년 1분기말 기준 아이폰 누적 판매가 50만대를 돌파하면서 고가형 기본료 상품 가입자 증가로 기본료 매출이 전년동기대비 11.4% 상승

— 특히, 아이폰의 무선데이터에 대한 가입자당 평균매출(ARPU)이 높아 무선 데이터 매출도 20.6% 급증해 매출 호조세 견인

※ 스마트폰 가입자의 1분기 평균 ARPU는 4만9,611원으로 전체 평균 ARPU인 3만1,227원 보다 59% 높은 수준. 아이폰의 ARPU는 5만2,244원에 달해 무선 가입자 평균 ARPU 대비 67% 높은 것으로 분석(디지털타임즈 2010. 5. 20)

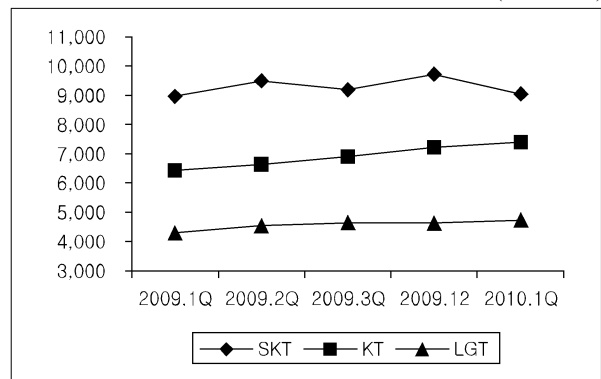
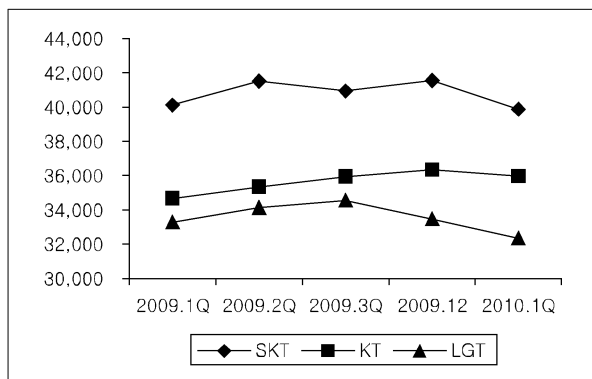
- SKT는 아이폰에 대응하고자 스마트폰 확대를 위한 공격적인 마케팅을 통해 높은 가입자 상승, 무선 데이터 매출 상승으로 안정적 성장세 유지
 - '10년 1분기 기준으로 옴니아 계열 단말기의 누적 판매가 60만대 돌파(개통 50만대)하는 등 스마트폰 보급 확대에 따른 고가형 기본료 가입자 확대로 기본료 매출이 전년동기대비 16% 상승, 무선인터넷 매출도 7% 성장
 - ※ '10년 1분기 순증가입자 SKT 55.5만명으로 KT 35.2만명, LGT 12.7만명보다 급증
 - 하지만 가입비 인하와 초당요금제 도입 등에 의한 ARPU 감소로 음성 통화료 매출이 전년동기대비 13% 감소하면서 매출 성장을 제한
- LGT는 기본료 상승에도 불구하고, 음성 통화료 감소 및 스마트폰 보급이 상대적으로 저조해 데이터 매출도 감소하면서 가장 낮은 매출 성장률 기록

[그림 II-1] '10년 1분기 통신사 ARPU 추이

<전체 ARPU 추이(가입비 제외)>

<데이터 ARPU 추이>

(단위: 원)



□ 반면 스마트폰 보급 초기 주도권 확보를 위한 마케팅비용 증대로 KT 및 SKT의 수익 감소

- 통신사 3사 중 스마트폰 보급이 저조했던 LGT를 제외한 KT와 SKT는 스마트폰 보급 확대를 위한 막대한 마케팅 비용을 지불하면서 전년동기 대비 수익률이 대폭 하락

※ 각사별 이동전화 마케팅비 SKT 8,460억원(28%) KT(추정치)는 4,760~6,355억원(매출대비 28.3%~37.8%), LGT(추정치) 2,500억원(매출대비 28.8%) (디지털데일리 2010. 5. 9)

<표 II-4> '10년 1분기 통신사 영업이익

(단위: 십억원)

구분	'10년 1Q	'09년 1Q	전년동기대비 증가율	'09년 4Q	전기대비 증가율
SKT	480	564	-15%	443	8%
KT	553	598	-7.6%	-549.5	흑자전환
LGT	583	225	374.6%	123	158.7%

자료: IR자료(KT, LGT 전체 매출 기준)

□ 국내 이동전화서비스 시장은 단기적으로 스마트폰 성장에 의해 성장세 지속, 하지만 여전히 경쟁이 치열해 수익성 개선은 제한적, 중장기적 관점에서 무선데이터 확대 등 신규 수익모델 개발 시급

○ '10년 국내 스마트폰 판매량은 전년대비 대폭 확대 전망

－ 국내 스마트폰 가입자 수는 '09년말 기준 74만명에서 '10년 4월말 기준 KT 85만명, SKT 80만명 등 '09년말 대비 2배이상 급증했고, 올 연말까지 KT 15종, SKT 20종의 스마트폰 라인업 확대 계획

※ 전세계 '10년 스마트폰 판매량은 전년대비 30.1% 증가한 22억대 규모로 성장(전체 휴대폰 출하량 비중 '09년 14.8% → '10년 17.9%)(IDC, 하나금융경영연구소 2010 4. 17. 재인용)

○ '10년 3월 방통위가 발표한 과도한 마케팅 경쟁에 따른 수익성 악화 개선과 이통사 투자활성화를 위한 “마케팅비 준수 가이드라인”(매출대비 20%, 단 '10년에는 22%)의 영향으로 2분기 이후부터 일정부분 수익성 개선 전망

－ 하지만 KT의 ‘스마트 스폰서’(약정기간동안 단말기 할부금은 없고, 특정 요금제에 가입)와 같은 스마트폰 요금 할인은 규제 대상에서 제외돼 마케팅 비용 지속 가능, 초당요금제 등 지속적인 통신요금 인하 조치와 결합 상품에 의한 할인효과로 ARPU가 하락하면서 수익성 개선은 제한적

○ 중장기적 관점에서 감소 추세인 통화료 매출 이외에 무선데이터 이용자 저변 확대를 통한 무선 데이터 수익 확대를 위해 와이파이존 확대와 앱스토어에 대응할 수 있는 애플리케이션 마켓 확대 등 신규 수익 모델 개발 시급

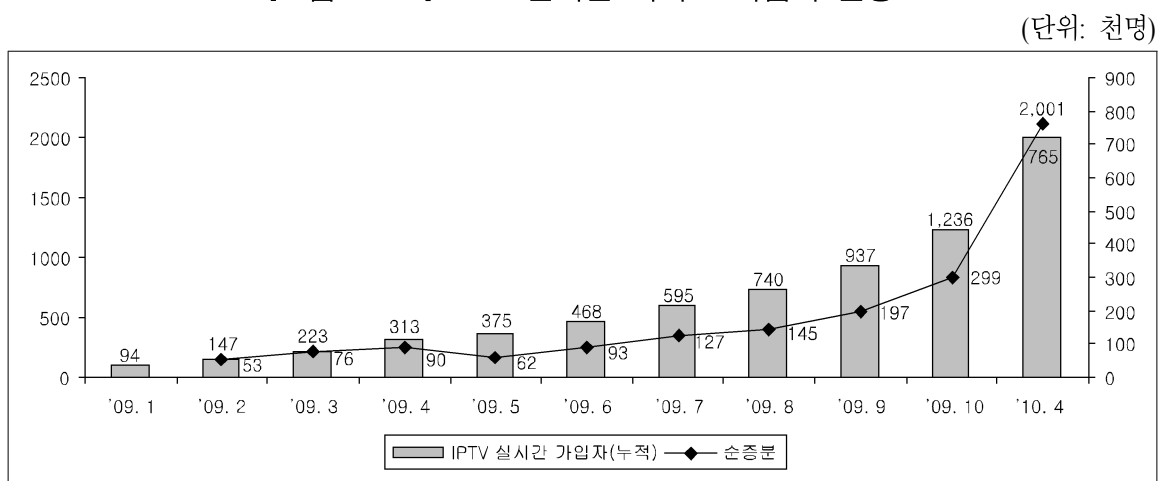
[IPTV실시간 가입자 200만 돌파, 지속 성장을 위해 자체 매체 경쟁력 강화 필요]

- IPTV서비스, 통신서비스 결합상품 마케팅으로 뉴미디어 서비스 중 최단 기간 가입자 200만 돌파
- 자체 매체 경쟁력 강화를 통한 가입자 확보를 위해 open IPTV를 통해 차별화된 콘텐츠 및 양방향 서비스 제공 가속화 필요

□ IPTV실시간서비스, 서비스 개시 16개월만에 200만 가입자 확보

- 디지털케이블 및 위성방송서비스 보다 빠른 시간내에 가입자 200만 돌파
 - － (IPTV서비스) '09년 1월 IPTV실시간 방송서비스 시작 후 9개월만에 가입자 100만을 기록한 후 6개월만인 '10년 4월 24일 기준 200만 1천명 기록
- 주문형비디오(VOD) 가입자를 합한 전체 IPTV 가입자 수는 265만에 달함
- 사업자별 실시간 IPTV서비스의 가입자 현황은 KT가 절반이 넘는 110만 6,000여 명으로 가장 많고, SK 브로드밴드가 50만 2,000여 명, LG텔레콤이 39만 1,000여 명임

[그림 II-2] IPTV실시간 서비스 가입자 현황

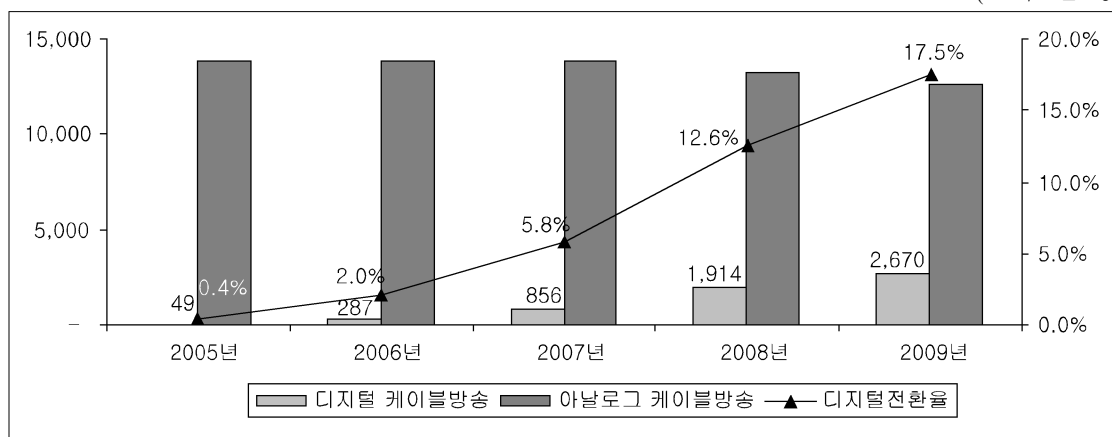


자료: 한국디지털미디어협회

- － (디지털케이블) '05년 2월 디지털 전환이 시작되어 4년만인 '09년 2월 가입자 200만을 돌파했으며, '10년 2월 현재 가입자는 278만여 만명 수준임
- '07년 이후 디지털 전환 증가율이 감소하고 있으며, 특히 '09년의 경우 전년동기대비 디지털케이블 가입자 증가율은 39.5%로 '07년 197.9%, '08년 123.7%에 비해 하락

[그림 II-3] 디지털 케이블 방송 가입자 현황

(단위: 천 명)



주: 가입자수는 TV단자 기준

자료: 한국케이블TV방송협회

- － (위성방송) '02년 3월 서비스 시작 후 5년만인 '07년 2월 가입자 200만돌파
- '10년 1월 기준 스카이라이프 가입자는 249만명으로 200만 돌파 후 가입자 증가세 정체

<표 II-5> 주요 미디어별 가입자 200만 확보 시기 비교

구 분	서비스 시작	100만 돌파 소요 기간	200만 돌파 소요 기간
IPTV	2009. 1	9개월(2009. 9)	1년 4개월(2010. 4)
디지털케이블	2005. 2	3년(2008. 2)	4년(2009. 2)
위성방송	2002. 3	1년 9개월(2003. 11)	5년(2007. 2)

□ 통신서비스 결합상품을 기반으로한 마케팅 효과로 아직 TV기반 주요 유료매체로의 경쟁력은 미흡

- 매체 경쟁력이 아닌 결합상품의 가격 절감 효과를 강조한 마케팅으로 단기간 가입자 확보
 - － 방송통신위원회에서 제시한 '09년 연내 가입자 200만명 유치를 목표로 초고속인터넷, 인터넷전화, IPTV 결합상품에 대해 공격적 마케팅 전개
 - 소비자 조사 결과, IPTV 가입자의 결합상품 가입율은 55.6%에 달함¹⁾
 - － 지상파방송와 PP의 실시간 채널, 스포츠 및 뉴스 채널 등 인기 콘텐츠를 수급했으나, 여전히 유료방송시장의 주요 플랫폼인 케이블방송과 동일 수준의 프로그램을 제공하지 못하는 한편, 차별화 서비스로 내세운 양방향 서비스도 케이블방송과 유사
 - 케이블TV의 인기채널인 CJ미디어 계열과 인기스포츠 중계 콘텐츠 부족
 - 게임, 이벤트 참여, 상품판매형 티커머스 등 양방향 서비스는 디지털케이블에서도 제공

□ 자체 매체 경쟁력 강화를 통한 가입자 확보를 위해 open IPTV를 통해 차별화된 콘텐츠 및 양방향 서비스 제공 가속화 필요

- 실시간채널 경쟁우위인 케이블과 VOD에서 잠재적 경쟁자인 OTT²⁾업체와의 경쟁을 위해 차별화된 서비스 제공 필요

1) 정진한 외(2009), 『IPTV 신규 방송서비스 도입과 소비자 행태에 관한 연구』, 기본연구 09-04, 정보통신정책연구원

2) OTT(Over-the-Top) 서비스는 인터넷 동영상서비스 또는 인터넷 VOD 서비스와 유사한 개념으로 기존의 통신 및 방송 사업자가 아닌 제3사업자들이 브로드밴드를 통해 제공하는 영화나 방송프로그램 등의 프리미엄 동영상 서비스를 의미함. 현재 OTT는 초기의 인터넷 동영상서비스와 달리 PC 뿐만 아니라 전용단말기(셋탑박스)를 통해 TV에서도 구현이 되는 서비스로 진화했음.

- TV 앱스토어, 채널·VOD 오픈, 오픈 UCC 서비스, 소셜 네트워크 서비스 (SNS), 오픈 커머스 등을 제공하는 오픈 IPTV가 활성화되면 플랫폼 사업자는 콘텐츠 수급 관련 비용을 줄일 수 있고 소비자들은 보다 풍부한 콘텐츠를 접하며 이용 편의를 높일 수 있음

※ KT는 올 연말에 자사 IPTV 서비스인 쿡(QOOK) TV에 앱스토어를 공식 출시할 예정

※ Verizon의 FiOS TV에서는 Facebook과 Twitter용 위젯을 연동형 서비스로 제공

【해외기사분석: 마이크로소프트의 통신부문 진출³⁾】

- 최근 마이크로 소프트는 클라우드 컴퓨팅사업과 이를 바탕으로 한 UC(Unified Communications)*사업에 진출
- * UC 사업: 실시간 통신(instant messaging(chat), presence information, Telephony (including IP telephony), video conferencing, call control and speech recognition)과 비실시간 통신(integrated voicemail, e-mail, SMS and fax)의 융합 서비스 제공. 또한 사업에 편리하도록 통신을 융합, 조정하는 사업
- 이러한 환경에서 마이크로소프트와 통신업체들이 경쟁관계를 이룰지 협력 관계를 이룰지는 불분명
- 앞으로 UC사업은 심화될 것으로 예상됨. 또한 All IP망과도 관련이 있는 것으로 생각되므로 관련 기업 및 정부의 적절한 대응 필요
- 뿐만 아니라 UC사업을 간접적으로 지원한다는 측면에서 요즈음 이슈가 되고 있는 태블릿 PC 개발시 기업에서는 기술적으로 가능하다면 일반가정에서 한 전화번호에 2~3대의 전화를 연결해서 쓰듯이, 휴대폰 외에 태블릿 PC도 휴대폰의 기능을 완벽히 수행하도록 하는 방안 등도 고려하는 등 추세 변화에 적극적인 대처 필요

□ 최근 마이크로 소프트는 클라우드 컴퓨팅사업과 이를 바탕으로 한 UC (Unified Communications)사업에 진출

- 최근 마이크로소프트(Microsoft)사가 Azure 플랫폼을 바탕으로 클라우드 컴퓨팅사업에 진출을 시도함. 이를 바탕으로 UC사업에도 참여
- 통신업체들도 마이크로소프트 등 클라우드 컴퓨팅 제공기업에 많은 관심을 보임. 또한 마이크로소프트 등도 클라우드 컴퓨팅사업에 진출하기 위해서는 통신업체와의 협력이 필요함

3) Total Telecom Magazine 2월 1일자 Cover Story “Changing Face” 정리하고 필자의 의견을 덧붙임

- 결국 통신업체가 클라우드 컴퓨팅업체와 고객을 잘 연결해야 클라우드 컴퓨팅사업이 성공할 수 있음

□ 그러나 마이크로소프트와 통신업체들이 경쟁관계를 이룰지 협력관계를 이룰지는 불분명

- 마이크로소프트는 스마트폰, Web search, Unified Communications(UC), IPTV 소프트웨어 등 통신업체들의 사업영역으로 들어오고 있음. 통신업체로서는 마이크로소프트가 적이 될지 아군이 될지 불명확한 상황
- 한편, 마이크로소프트는 클라우드 컴퓨팅사업에서 하이브리드(hybrid) 전략을 쓰고 있음. Azure라는 서비스 플랫폼이 마이크로소프트 센터에서 운영되지만 고객기업들이 그 지역이나 기업 자체의 호스팅 프로바이더(hosting provider)를 쓸 수 있도록 개방하고 있음
- 마이크로소프트의 클라우드 컴퓨팅 진출 예를 살펴보면, 먼저 T-system이 Azure를 이용해서 Deutsche Telecom's network와 연결된 자료를 웹에서 접근할 수 있도록 하는 사업을 성사시킴. 마이크로소프트와 HP는 Azure를 이용한 UC사업에 공동으로 2억 5천만 달러를 투자하기로 약속함
- 뿐만 아니라, 마이크로소프트는 “3 Screen and 1 Cloud” 전략을 통해서 IPTV, 모바일 TV 등으로도 진출을 시도함
 - 마이크로소프트는 새로운 IPTV 전달(delivery) 플랫폼인 Mediaroom 2.0을 선보임. 이것은 TV 서비스 제공업자가 콘텐츠를 다양한 기기(PC, 게임기, 스마트폰)에 전달할 수 있도록 함
- 스마트폰은 마이크로소프트에게는 점점 더 중요한 기기가 될 전망이다. 가트너에 따르면 2013년 스마트폰이 18.2억대로서 17.8억대가 될 것으로 추정되는 PC를 누르고 가장 중요한 인터넷 접근 기기가 될 전망이다

- 그러나 마이크로소프트의 스마트폰 OS가 시장에서 차지하는 비중은 2008년 3분기 13.6%에서 2009년 3분기 8.8%로 하락함
- 반면에 검색엔진 시장에서는 후발주자임에도 불구하고 마이크로소프트가 선전하고 있음(마이크로소프트 점유율 10.7%)

□ 앞으로 UC사업은 심화될 것으로 예상됨

- 가트너는 클라우드 컴퓨팅시장도 커져서 지금은 UC의 3~5%를 클라우드 컴퓨팅이 차지하고 있으나, 2012년까지는 이 비율이 40%까지 상승할 것으로 예측함
- 이에 따라 마이크로소프트는 클라우드 컴퓨팅시장에서 구글, 아마존, 시스코(Cisco), IBM 등과 경쟁할 것으로 보임
- 앞으로 UC사업은 심화될 것으로 보임. IDC에 따르면 장기적으로 UC를 채택할 것이라고 대답한 기업은 2008년 17%에서 2009년 32%로 늘어났고, 당장 UC를 채택할 것이라고 대답한 기업도 2008년 8%에서 2009년 17%로 늘어남
- 이에 따라 마이크로소프트 등 클라우드 컴퓨팅업체와 통신업체 간의 관계가 상당히 복잡해질 것으로 예측됨(경쟁 vs. 협력)
- 마이크로소프트 등은 자신들이 통신업체와 협력관계를 유지할 것이라고 강조하지만, 이는 더 지켜봐야 함
- 최근 Telenor는 UC사업을 추진하면서 마이크로소프트에 이 사업의 상당 부분을 맡김. 이는 마이크로소프트가 IBM, 시스코 등 잠재경쟁자들에 대해서 작은 전투에서 승리를 한 것으로 평가됨
- UC사업은 All IP망과도 관련이 있는 것으로 생각되므로 관련 기업 및 정부의 적절한 대응 필요
- 뿐만 아니라 UC사업을 간접적으로 지원한다는 측면에서 요즈음 이슈가 되고 있는 태블릿 PC 개발시 기업에서는 기술적으로 가능하다면 일반 가정에서 한 전화번호에 2~3대의 전화를 연결해서 쓰듯이, 휴대폰 외에 태블릿 PC도 휴대폰의 기능을 완벽히 수행하도록 하는 방안 등도 고려하는 등 추세 변화에 적극적인 대처 필요

Ⅲ. 국내외 경제 동향

1. 국내외 경제 동향

가. 국내 경제 동향

□ 3월 광공업생산 전년동월대비 22.1% 증가(9개월 연속 증가)

- 광공업생산은 기타운송장비($\Delta 15.8\%$), 석유정제($\Delta 10.6\%$) 등은 부진, 전년 동월의 기저효과와 반도체 및 부품(50.9%), 자동차(45.8%) 등의 호조로 증가

□ 3월 서비스업생산 전년동월대비 5.2% 증가(5개월 연속 증가)

- 서비스업생산은 교육($\Delta 3.8\%$), 예술·스포츠·여가($\Delta 5.5\%$) 등에서 부진하였으나, 운수(16.2%), 도매·소매(7.7%), 금융·보험업(5.0%) 등의 호조로 증가

□ 3월 경기선행지수는 전년동월대비 9.6% 기록(3개월 연속 하락)

- 향후 경기국면을 예고해주는 선행지수는 재고순환지표($\Delta 7.3\%p$), 건설수주액($\Delta 8.2\%$), 소비자기대지수($\Delta 2.0p$) 등의 감소로 전월대비 $0.7\%p$ 하락

(단위: 전년동월대비, %)

		2008	2009					2010 ^p		
		연간	9월	10월	11월	12월	연간 ^p	1월	2월 ^p	3월 ^p
GDP 성장률		2.3	1.0	6.0(0.2)			0.2	7.8(1.8)		
산업 생산	광공업 ¹⁾ 생산지수	3.4	11.1	0.2	18.1	34.2	-0.8	37.0	18.8	22.1
	서비스업 생산지수	3.6	4.1	-0.5	4.2	7.2	2.0	4.4	7.3	5.2
무역	수출(FOB, 억달러)	4,220	339	340	340	360	3,653	308	331	377
	수입(CIF, 억달러)	4,353	298	304	295	329	3,231	315	311	355
전망	경기선행지수	—	9.6	10.3	11.3	11.6	—	11.3	10.3	9.6

주: 1) 광업, 제조업, 전기·가스업을 포함. p는 잠정치, () 전기대비 성장률

자료: 한국은행(국민계정), 통계청(산업활동동향)

□ 3월 소비재 판매 전년동월대비 9.7% 증가

- 승용차(37.7%)가 크게 증가하여 내구재 호조(27.1%)를 주도하였으며, 비내구재 및 준내구재가 각각 3.2%, 1.0% 증가
- 3월 소비자 동향은 가계수입 전망(101)이 전월대비 소폭 감소, 소비자지출 전망(111)은 전월과 동일

□ 3월 취업자수는 2,337만명으로 전년동월대비 26만 7천명(1.2%) 증가

- 산업별로는 사업·개인·공공서비스업(4.4%), 전기·운수·통신·금융업(4.2%) 제조업(2.9%)등 증가, 농림어업(△12.0%), 도소매·음식숙박업(△1.6%) 등에서 감소
 - － 제조업 취업자수는 반도체·자동차 등의 생산·수출 증가 여파로 3개월 연속 상승
- 3월중 실업률은 전월보다 낮은 4.1%로 전년동월대비 0.1%p 상승
 - － 청년층 실업률은 9.0%로 전년동월대비 0.2%p 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2008	2009					2010 ^p		
		연간	9월	10월	11월	12월	연간	1월	2월	3월 ^p
소비	소비재판매	1.1	6.7	9.8	9.7	12.7	2.6	6.9	13.1	9.7
	－ 내구재	1.6	26.7	16.8	40.7	45.8	8.1	40.1	21.0	27.1
	－ 준내구재	-3.0	2.0	3.0	0.3	7.2	0.3	4.6	2.6	1.0
	－ 비내구재	1.4	0.3	9.6	1.5	1.5	1.2	-5.2	13.3	3.2
	가계수입전망	—	103	106	103	103	—	103	102	101
	소비지출전망	—	111	113	111	112	—	112	111	111
고용	취업자수(만명)	2,358	2,381	2,386	2,381	2,323	2,351	2,287	2,287	2,338
	전년동기대비(만명)	14.5	7.1	1.0	-1.0	-1.6	-7.2	0.5	12.5	26.7
	실업률(계절조정전)	3.2	3.4	3.2	3.3	3.5	3.6	5.0	4.9	4.1

주: 소비자동향조사는 향후 6개월 앞 전망치 임

자료: 한국은행(소비자동향조사), 통계청(산업활동동향, 소비자물가, 고용동향)

나. 해외 경제 동향⁴⁾

□ 美, 3월 산업생산 증가율 0.1% 기록, 9개월 연속 증가

- 1/4분기 성장률은 개인소비지출, 민간투자 증가 등에 힘입어 3.2%(전기대비 연율, 속보치)를 기록

□ 일본, 3월 산업생산 0.3%로 증가세 전환

- 3월 수출의 큰 폭 증가세 지속(전년동기대비 43.5%)되고, 소비 회복세가 확대

□ 중국, 1/4분기 경제성장률 내수 및 수출 호조로 전년동기대비 11.9% 상승

- 1/4분기 생산·소비 호조 지속, 소비자물가상승률 오름세로 인플레이 우려 제기

□ 유로지역, 2월 산업생산 0.7% 기록, 증가폭 감소

- 2월 소매 판매 전기대비 $\Delta 0.6\%$ 로 2개월 연속감소, 3월 실업률 10%를 유지하며 고용위축 지속

		2008	2009					2010		
		연간	9월	10월	11월	12월	연간	1월	2월	3월 ^p
미국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	<0.4>	-2.6	0.1<5.6>			<-2.4>	2.5<3.2>		
	산업생산 ¹⁾ (전기대비, %)	-2.2	0.6	0.2	0.7	0.7	-9.8	1.0	0.3	0.1
일본	GDP 성장률(전기대비, %)	-1.2	-5.2	-1.0			-5.2	-	-	-
	산업생산 ²⁾ (전기대비, %)	-3.4	2.1	0.5	2.6	2.6	-21.9	4.3	-0.6	0.3
중국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	9.6	9.1	10.7			8.7	11.9		
	산업생산(전년동기대비, %)	12.9	13.9	16.1	19.2	18.5	11.0	-	12.8	18.1
유럽	GDP 성장률(전기대비, %)	0.6	0.4	0.0			-4.1	-	-	-
	산업생산 ³⁾ (전기대비, %)	-1.8	0.7	0.3	1.3	0.8	-14.8	1.7	0.7	-

주: 1) 군인제외(계절변동조정 후), 2) 광공업생산지수, 3) Dow Jones EURO STOXX 50 Index

4) GDP성장률에서 < >는 전기대비 연율(%)

자료: Federal Reserve Bulletin, 일본은행, 중국인민은행, Monthly Bulletin(European Central Bank)

: 한국은행, 해외경제포커스 제2010-18호, 재인용

4) 한국은행(해외경제포커스), 산업연구원(KIET 경제·산업동향), 기재부(최근 경제동향) 자료 요약·발췌

2. 주요 경제 지표

구분	2009			2010				전월대비 증감률(%)
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	
KOSPI	1580.69	1555.60	1682.77	1602.43	1594.58	1692.85	1741.56	2.9%
KOSDAQ	486.46	464.32	513.57	496.57	507.03	515.74	523.75	1.6%
KOSDAQ IT	767.33	736	852.69	822.82	840.08	851.72	879.68	3.3%
다우	9712.73	10344.84	10428.05	10067.33	10325.26	10856.63	11008.61	1.4%
나스닥	2045.11	2144.6	2269.15	2147.35	2238.26	2397.96	2461.19	2.6%
원/달러 환율	1,175.25	1,164.23	1,166.45	1,138.82	1,157.08	1,137.64	1,117.11	-1.8%
원/엔 환율	1,300.78	1,304.43	1,300.81	1,248.26	1,281.72	1,255.84	1,195.31	-4.8%
금리(국고채 3년)	4.47	4.32	4.24	4.29	4.19	3.94	3.77	-0.17%p
유가(Dubai)	73.2	77.7	75.5	76.8	73.6	77.3	83.6	8.2%

주: '주가지수'는 월말 종가, '환율', '금리', '유가'는 월별 평균임. 금리의 전월대비 증감률 단위는 %p임
 자료: 한국거래소, 야후 금융서비스, 한국은행, 기획재정부

□ 주가

- 4월 KOSPI 지수는 무디스의 국가신용등급 상향(A2 → A1) 조정과 경기회복 기대로 전월대비 2.9% 증가했으나, 그리스 재정문제에 대한 우려로 최근 다시 하락

□ 환율

- 원/엔 환율은 유로존 불안이 완화되며 엔화가 약세를 보임에 따라 전월대비 △4.8% 하락, 원/달러 환율도 △1.8% 하락했으나, 그리스 등 유로국가의 재정문제가 부각되면서 최근 다시 상승

□ 금리

- 4월 국고채 금리는 통화완화정책 지속 전망, 유로존 재정불안 및 골드만삭스 피소에 따른 안전자산 선호 등으로 하락

□ 유가

- 국제 원유 시장은 경제지표 호조 및 세계경제 성장률 상향 조정 등으로 경기회복에 따른 수요증대 기대감이 커지면서 전월대비 8.2% 상승

<참고 1> 일본의 재정위기, 왜 표면화되지 않나?

(삼성경제연구소, 2010. 5. 4)

□ 국가채무 측면에서 일본의 재정이 세계에서 가장 심각

- 1990년대 이후 일본의 국가채무(GDP 대비 비율)가 급등하여 2009년 217.6% 까지 증가
 - － 재정위기가 표면화되고 있는 PIIGS 국가의 GDP 대비 국가채무 비율(2009년 기준)은 58~124%수준
- 2010년에는 순채무 잔고(GDP 대비 비율)에서도 이탈리아를 넘어설 전망
- 재정악화 속도 면에서도 일본이 G7국가 중 가장 빠른 편
- 이 때문에 일본의 재정에 대한 우려가 고조되고 있으나, 일본 국채의 신용 등급 및 가격은 안정 상태를 유지

□ 단기적인 대외 채무불이행 가능성은 극히 희박

- 일본 국가채무의 대부분을 일본국내 투자자가 보유하고 있기 때문에 재정적자 문제가 당장 대외 채무불이행으로 이어지기는 힘든 구조
 - － 2009년 말 기준 일본 국가채무의 93.8%를 일본 자국민이 보유
- 금리가 낮아 국채 이자부담이 경미
 - － 일본정부는 버블 붕괴 이후 종전 6%(공정할인율)였던 정책금리를 지속적으로 내려 1995년 9월에는 0.5%까지 인하하고 1999년 2월부터 사실상 제로금리정책을 실시
- 금융기관을 중심으로 한 강력한 국채 매입처가 존재
 - － 마땅한 투자처가 없는 상황에서 일본 금융기관과 개인들은 일본 국채를 안전성과 수익성을 보장하는 자산의 성격으로 인식하여 적극 매입

□ 장기적으로는 재정지출을 효율화하고 성장잠재력을 확충하여 세수기반을 마련할 필요가 있음

<참고 2> 한국기업 자금운용 보수화 경향 뚜렷

(LG경제연구원, 2010. 4. 14)

□ 한국기업 현금성 자산 비중 증가

- 12월 결산 비금융상장기업 1,534개사가 2009년말 현재 보유한 현금성 자산은 2008년말(87조 2,112억원)보다 17조 1,505억원 증가한 104조 3,617억원에 달함(증가율19.7%)

□ 유형자산 비중 감소

- 현금성 자산 규모는 빠르게 늘어나는 반면, 유형자산 규모는 매우 더디게 증가하고 있음
 - － 2000년대 들어 유형자산 증가율은 기업 규모의 성장속도보다 낮음. 2000~2009년중 연평균 유형자산 증가율은 3.7%, 동일 기간 중 유형자산증가율은 매출액증가율(7.1%) 대비 3.4%p, 자산증가율(8.0%) 대비 4.3%p 낮음
 - － 다만 금융위기 이후 유형자산의 증가속도는 다소 회복세. 그러나 이는 회계기준변경에 의한 자산 재평가 효과

□ 국내기업의 현금성자산 비중이 가장 빠르게 증가

- 국내 100대기업의 현금성 자산 증가율과 자산증가율의 차이는 6.1%p인 반면, 대만기업의 현금성 자산 증가율과 자산증가율의 차이는 2.1%p, 일본 기업은 0.3%p, 미국기업은 0.2%p, 중국은 4.3%p

□ 국내기업의 유형자산 비중이 가장 빠르게 감소

- 2000~2008년 중 국내 100대기업의 유형자산 증가율은 3.8%로, 자산증가율(9.0%)보다 5.2%p 낮은 반면, 일본기업의 유형자산 증가율은 자산증가율 대비 1.9%p, 미국기업은 0.1%p 높았음. 반면 중국기업의 유형자산 증가율은 자산증가율 대비 1.9%p, 대만 기업은 5.3%p 낮았음

□ 우리 기업들이 지속적인 성장기반 확보와 경쟁력 강화를 위해서는 보수적 자금운영기조에서 벗어날 필요가 있음