

국내 IPTV 사업자 전략과 경쟁력 비교분석

목차

I. 국내 IPTV 시장 동향	1
II. IPTV 업계의 사업추진 전략	3
III. 경쟁력 비교분석	9
IV. 시사점	17

《 요 약 》

- 그간 하나로텔레콤에 의해 주도되어 온 국내 IPTV 시장은 IPTV 관련 법안 제정과 KT, LG데이콤, Daum 컨소시엄 등 후발사업자의 시장참여로 서비스 활성화의 기회를 맞고 있다. IPTV 서비스 활성화를 위해 KT, 하나로텔레콤, LG데이콤 등은 올 한해 약 1조 6천억원을 투자할 계획이다. 최근 IPTV 가입자는 약 136만명으로 추산되고 있는데, IPTV 사업자의 시장 활성화를 위한 대대적인 시설투자로 그 규모가 2008년에는 약 300만명, 2012년에는 800만명에 이를 것으로 전망된다.
- 이와 관련하여 국내 IPTV 사업자들은 시장주도권 확보를 위해 다양한 사업전략을 추진하고 있다. 하나로텔레콤은 모회사인 SKT와 협력을 통한 결합상품 강화와 양질의 콘텐츠 확보 등을 통하여 선발사업자의 지위를 유지해나갈 계획이다. KT는 IPTV를 자사의 3대 핵심사업의 하나로 선정하고 양방향 서비스 및 참여형 서비스를 강화하여 올 한해 150만명의 가입자를 확보할 계획이다. LG데이콤은 저가전략 및 고급 콘텐츠 확보를 위주로 사업전략을 추진하고 있으며, Daum 컨소시엄은 콘텐츠 제공자의 자유롭고 능동적인 참여를 유도하는 오픈 플랫폼 전략 및 인터넷 콘텐츠 강화를 통하여 후발사업자의 한계를 극복할 계획이다.
- IPTV 업계와 Cable-TV 업계의 경쟁력을 비교·분석한 결과, 기술적 안정성 부문에서는 Cable-TV 업계가, 콘텐츠 제공역량 및 가입자 확보역량 측면에서는 IPTV 업계가 우위를 갖고 있으며, 다채널 서비스와 양방향 서비스 및 가격 경쟁력 측면에서는 양 업계가 비슷한 것으로 나타났다. IPTV 서비스 사업자간 경쟁력 측면에서는 콘텐츠 제공, 브랜드 Image, 자금·유통력 부문에서는 하나로텔레콤과 KT가 비슷하였고, 가격경쟁력 측면에서는 LG데이콤이 우위를 지닌 것으로 나타났다.
- 인터넷서비스 관련 산업에서 포털사업자가 막대한 부가가치를 창출하고 있다는 것을 볼 때 향후 국내 IPTV 시장 경쟁우위를 결정하는 핵심요소는 콘텐츠 확보능력이 될 전망이다. 또한 사업자들은 영업전략으로 수익성 확보를 위해 단기적으로는 신규고객 유치에 집중하겠지만, 장기적으로는 고객유지를 위한 Lock-In 전략을 추진할 것으로 보인다. 한편 유사 서비스 제공 측면에서 IPTV와 Cable-TV 업계 간 경쟁은 더욱 심화될 것으로 보이며, 양 업계는 생존전략으로서 M&A를 통한 대형화 및 규모의 경제 달성을 추구할 전망이다.

I. 국내 IPTV 시장 동향

□ IPTV 관련법안 제정

- 국내 IPTV 서비스는 2007년 12월 28일 “인터넷멀티미디어방송사업법” 제정으로 활성화 토대가 마련되었으나 지상파재전송¹⁾, 망중립성²⁾ 등이 현안사항으로 남아 있음
 - 지상파재전송 관련 수익배분 문제로 IPTV 사업자와 지상파방송사간 협의가 이루어지고 있으나 큰 진전은 없는 상황
 - 타 통신사 망을 이용한 IPTV 서비스 제공시 망중립성이 보장되지 않아 망 제공 사업자와 서비스 사업자간 분쟁 발생
- 국내 IPTV 서비스 가입자는 2008년 초 약 136만명으로 지속적 증가 추세를 보이고 있음
 - 2008년 2월말 기준으로 하나로텔레콤은 약 86만명, 2007년 7월 IPTV 사업에 참여한 KT는 약 50만명의 가입자 확보
 - 후발사업자인 LG데이콤은 2007년 12월 동 사업에 참여하였으며, 2008년 1월말 기준 약 3천명의 가입자 확보

국내 IPTV 서비스 가입자 현황

(단위 : 명)

구 분	2006년	2007년	2008년 (2월말)
하나로텔레콤	150,522	807,219	860,000
KT	-	324,609	500,000
LG데이콤	-	456	2,903
합계	150,522	1,132,284	1,362,903

주) 2008년 2월말 가입자 수는 근사치이며, LG데이콤 가입자 수는 2008년 1월말 기준임
자료 : 하나로텔레콤, KT 및 LG데이콤

- 1) 하나TV 서비스 초기에는 지상파방송이 익일자로 무료 제공되었으나, 지상파 방송사 자체 시청률 저하 등의 문제로 지상파 방송사가 유료화를 요구함에 따라 익일 시청시에는 500원의 시청료를 지불, 방송 7일 후에는 무료로 제공하게 되었음. 이에 대해 하나TV 이용자들은 계약위반이라는 이유를 들어 하나로텔레콤 앞 소송 진행 중
- 2) 모든 콘텐츠, 사이트 및 플랫폼을 동등하게 대우해야 한다는 것을 의미하며, 누가 언제든지 동등하게 네트워크에 접속할 수 있어야 한다는 것. LG과워콤 초고속인터넷 서비스와 하나TV를 이용하는 경우, 하나로텔레콤과 LG과워콤 측이 망 트래픽 증가 및 수익배분 문제에 대해 원만한 협의를 이끌어 내지 못하여 하나TV 서비스 제공에 차질이 생겼던 사례가 있었음

□ 국내 IPTV 사업 투자동향

- 국내 IPTV 사업자는 2008년 한 해 약 1조 6천억원을 투자할 계획
- KT, 하나로텔레콤, LG데이콤은 서비스 활성화를 위해 2008년 각각 1조 3,100억원, 1,221억원, 1,464억원을 투자할 계획

주요 IPTV 사업자의 2008년도 투자계획

(단위 : 억원)

구 분		KT	하나로텔레콤	LG데이콤	합 계
설비	Network	9,000	737	881	10,618
	Platform	1,000	34	103	1,137
	Set-top Box 등	1,800	80	350	2,230
Contents		1,300	370	130	1,800
합 계		13,100	1,221	1,464	15,785

자료 : 방송통신위원회

- 관련 사업자들의 대대적인 설비투자에 힘입어 국내 IPTV 서비스 가입자 규모는 지속적으로 증가할 것으로 보이며 2008년에 약 300백만명, 2012년에 이르면 800백만명 수준에 도달할 전망
- 2008년 하반기부터 상용화될 실시간 방송서비스도 2008년 IPTV 시장 규모 확대를 견인할 것으로 예상
 - 2009년부터는 IPTV가 이동전화, 유선전화(VoIP 포함), 초고속인터넷과 함께 통신서비스 사업자의 결합서비스로 제공되면서 가입자 증대를 촉발시킬 전망

국내 IPTV 서비스 가입자 전망

(단위 : 천명)

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
IPTV	3,035	5,414	6,309	7,197	7,782

자료 : 미래에셋증권 리서치 센터

II. IPTV 업계의 사업추진 전략

□ 하나로텔레콤 : 하나TV

- 하나로텔레콤은 기존의 TPS³⁾를 QPS⁴⁾로 확대하여 시장확대 추진
 - SKT와의 통합을 계기로 빠르면 2008년 4월부터 기존 TPS 결합상품에 SKT 이동통신서비스를 추가한 QPS를 출시할 계획
 - 이를 통해 2008년 하나TV 가입자 규모를 130만명 수준으로 늘릴 계획
- 고객의 니즈에 부응하기 위한 상품구성 다양화를 추진할 계획
 - 동사 상품구성은 크게 기본 상품과 선택형 상품으로 나뉘어지며, 선택형 상품은 패키지 상품, A La Carte⁵⁾ 및 방송 부가서비스로 구성
 - 기본 상품 외에 고객 선택형 상품을 강화함으로써 수익성 확보

하나TV의 상품구성 전략

상품 구성	기본상품		IPTV 서비스 가입자에게 의무적으로 제공하는 기본 채널
	선택형 상품	패키지 상품	기본 상품 중 Premium 상품을 장르별로 패키지로 묶어 고객이 선택 구매
		A La Carte	유료 채널 중 희망하는 채널만 개별 선택 구매
		부가서비스	채널 방송서비스와 연계되어 별도로 제공되는 서비스

자료 : 하나로텔레콤

- IPTV 콘텐츠 확보를 위해 지상파방송사와의 협력모델 강화, 콘텐츠 펀드 투자 등을 통한 자체 콘텐츠 확보 노력 병행
 - 동사는 원만한 서비스 제공을 위해 지상파 재전송 관련 지상파방송사와의 협력 등을 추진 중

3) TPS : Triple Play Services의 약자로, 3가지 상품을 연계한 결합서비스로, 하나로텔레콤의 TPS는 초고속인터넷, 유선전화 및 IPTV로 구성되어 있음

4) QPS : Quadruple Play Services의 약자로, 4가지 상품을 연계한 결합서비스로, 하나로텔레콤의 QPS는 동사 TPS와 SKT의 이동통신서비스가 결합된 형태로 구성

5) A La Carte (알라까르뜨) : 알라까르뜨는 개개의 요리마다 가격을 책정해 놓고 선택 주문할 수 있도록 한 메뉴 차림표를 의미하는 프랑스어

- 최근 ‘한화제2호데이터컨텐츠투자조합’에 20억원 출자계획을 발표하는 등 양질의 자체 콘텐츠 확보 추진
- 더불어 콘텐츠 유통을 통한 수익원 확보의 일환으로 하나TVi 시범 서비스 실시 중

- IPTV 서비스 품질 향상을 위해 지속적으로 기존 네트워크를 업그레이드 하고 오픈 플랫폼(Open Platform) 등을 통해 서비스 경쟁력 확보 추진
- HFC⁶⁾ 지역에는 DIBA⁷⁾ 등 신기술을 적용, FTTx 지역에는 광랜 확대, 백본망⁸⁾에는 QoS(Quality of Service) 증대를 위해 Premium Network 구축할 계획

□ KT : 메가TV

- KT는 메가TV(KT 3대 핵심사업의 하나로 선정)를 개인별 맞춤형 서비스로 진화시켜 2008년 150만명의 가입자 확보할 계획
- 초고속인터넷 서비스를 중심으로 메가TV, 모바일, 유선전화(VoIP 포함) 등을 결합하여 할인전략 및 통합 사후서비스 강화에 주력할 전망
- 동사는 Personalization 서비스 및 기업 채널 서비스 강화, 커뮤니케이션 서비스 확장을 통한 “양방향 서비스” 활성화 도모
- Personalization 서비스를 위해 이용패턴 분석 등으로 개별 고객 대상 서비스를 추천·제공할 계획
- 법인을 위한 채널을 별도로 편성, 제공 서비스 목적에 따라 다양한 맞춤형 서비스 제공
- 통신 인프라 활용을 극대화시킬 수 있는 CID(발신번호 서비스), 메신저, 영상전화 등 커뮤니케이션 기반의 서비스 활성화 추진

6) HFC : "Hybrid Fiber Coaxial"의 약자로, 광 케이블과 동축 케이블이 혼합된 방식을 의미하며, 전송장비에서 가입자 집 근처까지는 광 케이블로 데이터가 전송되고, 이후 과정은 광 분배기에서 동축 케이블로 데이터가 전송되는 방식

7) DIBA : "DOCSIS IPTV Bypass Architecture"의 약자로, 데이터가 케이블 망 전송의 표준기술인 DOCSIS(Data Over Cable Service Interface Specification)를 이용해 케이블 모뎀으로 이동할 때 추가적인 비용이 발생되는데, IP를 이용하여 동 비용 없이 TV로 이동시키는 새로운 방식

8) 백본망(Backbone Network) : 연결되어 있는 소형 회선들로부터 데이터를 수집해 빠르게 전송할 수 있는 대규모 전송회선을 의미하며, 우리말로 기간(基幹)이라고도 지칭

- 새로운 방식의 양방향 T-커머스 및 광고 솔루션 개발을 통한 “전자상거래” 및 “양방향 광고” 활성화 추진
 - GS-홈쇼핑과의 제휴를 통해 쇼핑 카탈로그를 Digital-Book 형태로 구현하여 리모컨 조작만으로도 상품검색, 정보 확인, 주문 및 결제의 모든 과정이 가능토록 설계
 - 단순 홍보용 AV⁹⁾ 광고 및 Banner 광고, 이벤트 및 지역광고 등 다양한 양방향 광고 솔루션 개발

- “참여형 서비스” 활성화를 위해 투표, 설문 시스템 및 ‘Multi-Angle’ 콘텐츠를 개발할 계획
 - 투표, 설문조사, 퀴즈 등 고객의 참여욕구를 충족시킬 수 있는 서비스를 개발하여 서비스 Feedback 자료 수집 추진
 - 다양한 위치 및 방향으로 촬영되는 영상 중 원하는 화면을 선택할 수 있는 Multi-Angle 서비스 제공할 예정

메가TV의 Multi-Angle 서비스



자료 : KT

9) AV : "Audio Visual"의 약자이며 우리말로 시청각으로 번역됨. 시각과 청각을 위주로 하는 오디오/비디오 선호정보를 의미하나 음향기기, 영상기기 등의 전달매체를 통칭하기도 함

KT의 메가TV 서비스 차별화 전략

주요 전략	세부전략
양방향 서비스	Personalization 서비스 강화
	맞춤형 기업 채널 서비스 강화
	커뮤니케이션 서비스 확장
커머스	특화된 커머스 비즈니스 모델 발굴
양방향 광고	양방향 광고 솔루션 개발
참여형 서비스	투표, 설문 등의 서비스 개발
	Multi-Angle 콘텐츠 개발

자료 : KT

□ LG데이콤 : myLGtv

- 2007년 12월 myLGTv를 출시한 LG데이콤은 저가전략을 중심으로 IPTV와 초고속인터넷, VoIP를 결합한 TPS 결합서비스 강화 추진
 - 동사는 하나로텔레콤, KT 대비 저렴한 결합서비스 요금을 바탕으로 신규고객 유치에 집중할 계획이며, 2008년 가입자 목표로 20만명 설정

IPTV 사업자별 결합서비스 요금 비교

구분	서비스상품	LG데이콤		하나로텔레콤		KT	
		개별	결합	개별	결합	개별	결합
DPS	초고속인터넷	28,000	25,200	29,700	26,730	30,600	29,070
	IPTV	10,000	9,000	11,000	9,900	8,000	6,800
	합계	38,000	34,200	40,700	36,630	38,600	35,870
TPS	초고속인터넷	28,000	25,200	29,700	23,760	30,600	29,070
	IPTV	10,000	8,000	11,000	8,800	8,000	6,800
	전화(VoIP 포함)	2,000	2,000	4,500	3,600	5,200	5,200
	총계	40,000	35,200	45,200	36,160	43,800	41,070

자료 : 각 사

○ 양방향 서비스를 기반으로 한 맞춤형 서비스 제공

- 동사는 채널 확장보다는 고급 콘텐츠 확보에 집중, 풍부한 인터넷 콘텐츠 수용을 통한 고객의 다양한 니즈 충족에 역점을 둘 전망
- VOD 및 실시간방송 시청 중간의 검색기능 제공 등 영상 중심의 차별화된 서비스 제공 추진

□ Daum 컨소시엄

○ Daum-셀런-한국Microsoft 컨소시엄은 50억원의 자본금으로 2008년 3월에 별도 IPTV 사업법인인 가칭 "Open IPTV"를 설립하고, 2008년 12월 IPTV 서비스 제공 예정

- 향후 지상파 방송사, 콘텐츠 업체 및 글로벌 대기업 등을 컨소시엄에 합류시켜 규모를 확장할 계획

○ 동 법인의 IPTV 사업 추진전략은 "Open Platform"을 중심으로 구성

- "Open Platform" 하에서는 지상파 방송사, 언론사 및 주요 PP 등이 자유롭게 입점할 수 있으며, 입점 사업자들의 능동적 참여를 통해 콘텐츠 수급 활성화를 꾀할 수 있을 것으로 기대됨

Open IPTV의 Open Platform 개념도



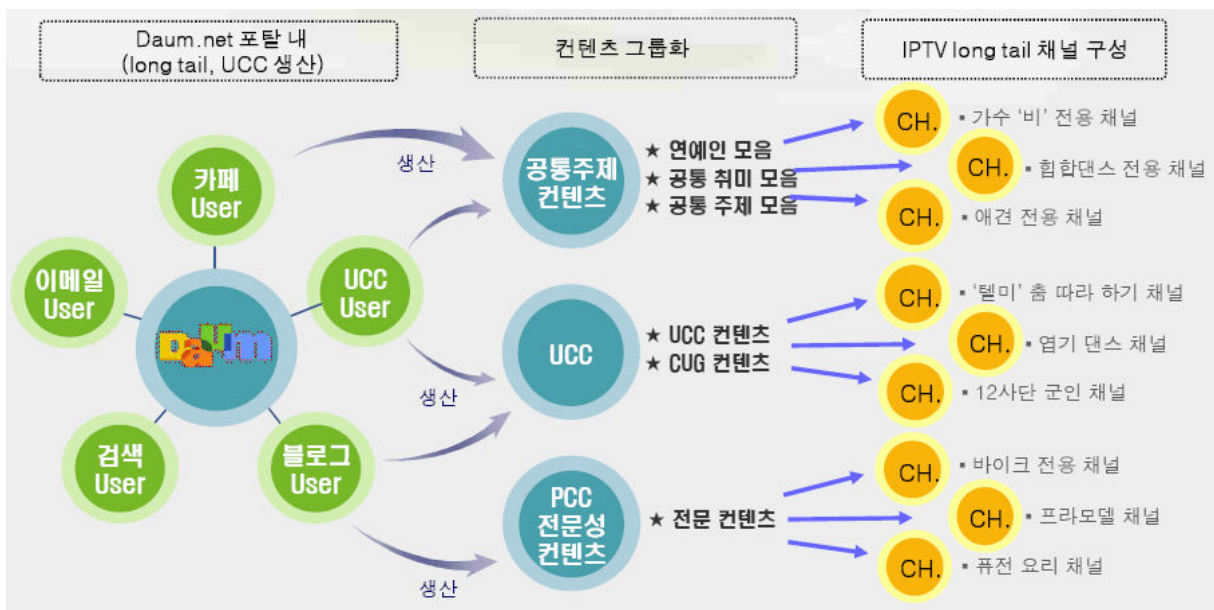
자료 : Daum

주) JV : Joint Venture

- 다양한 종류의 단말기를 통해 서비스를 제공함으로써 이용자 층 확대 등의 시너지 효과를 창출할 계획
 - 전용 셋탑박스 뿐만 아니라 삼보PC 빌트인, XBox 게임콘솔, UMPC 등 다양한 매체를 통해 IPTV 서비스를 제공함으로써 IPTV 이용자 층 확대 추진

- IPTV 서비스 차별화를 위해 풍부한 인터넷 콘텐츠를 기반으로 한 IPTV Long-tail Channel 구성 전략 추진
 - Daum은 인터넷 Portal 업체라는 강점을 살려 Daum Cafe, Blog 등으로부터 업로드되는 일 평균 12,000건의 영상 콘텐츠를 재가공 후 그룹별로 Channel화하여 시청자 니즈에 맞게 제공할 계획

Open IPTV의 콘텐츠 기반 Channel 구성 전략



자료 : Daum

Ⅲ. 경쟁력 비교분석

1. 산업간 경쟁력 비교분석 : IPTV vs. Cable-TV¹⁰⁾

□ 기술적 안정성

- 현 단계의 기술적 안정성은 Cable-TV가 IPTV보다 우위
 - Digital Cable-TV 기술의 원천기술인 아날로그 Cable-TV 방송기술은 세계적으로 많은 국가에서 수천만 가구를 대상으로 제공 중인 기술
 - 우리나라가 채택한 Digital Cable-TV 표준은 이미 미국에서 표준으로 채택된 방식이며 관련 방송시스템, 셋톱박스 등의 기술적 안정성도 검증된 상태

- 반면 IPTV는 신개념의 서비스이며 기술, 서비스 안정성도 입증 단계임
 - IPTV는 홍콩 등 일부 국가에서 수십만 가입자를 확보하며 성공적으로 시장에 진입하였지만, Cable-TV 방송처럼 수천만 가입자를 대상으로 서비스가 제공된 적은 없음
 - 또한 아직까지 관련 표준도 마련되지 못한 상태로 최근에는 표준 제정을 위한 논의가 진행되는 상황

□ 다채널 서비스 네트워크 : 채널 확장성

- 단기적으로는 다채널 서비스 측면에서 Cable-TV 업계가 우위
 - Cable-TV 업계는 기존 아날로그 방송이 중단되고 Digital 방송으로 완전하게 전환되는 2010년까지 HD급 채널을 125개까지 확장 가능
 - IPTV 업계는 기존 ADSL 또는 Cable-Modem 방식으로는 대역폭이 부족하거나 안정적인 서비스 제공이 어려워 관련 네트워크를 대대적으로 업그레이드해야 하는 부담이 있음

10) 산업간 경쟁력은 Cable-TV 업계가 추진 중인 "Digital Cable-TV" 전환을 중심으로 비교·분석하였음

- 중·장기적으로는 IPTV 사업자들의 관련 설비투자로 IPTV 업계의 경쟁우위가 Cable-TV와 대등하게 될 전망
 - IPTV 사업자들은 Cable-TV 업계 SO들이 제공하는 수준의 HD급 방송 제공을 위한 대대적인 설비투자 추진하고 있어 Digital Cable-TV 수준의 채널 확장능력 확보 가능

□ 양방향 서비스

- 양방향 서비스에 있어 IP(Internet Protocol)의 장점 때문에 IPTV가 양방향 서비스에 우위를 가질 것으로 예상되나 그 우위는 다소 제한적
 - 주로 거실에 두고 보는 TV의 경우 입력도구가 리모컨 정도로 제한된다는 점을 감안할 때, 최소한의 클릭이나 버튼 작동이 필요한 양방향 서비스가 주로 사용될 전망
- 특히 HFC망의 데이터 표준인 DOCSIS¹¹⁾가 3.0 버전으로 업그레이드됨에 따라 데이터 전송속도도 증가하여 Cable-TV 업계도 IPTV와 경쟁할 수 있는 양방향 서비스 구현 가능해진 상황

□ 콘텐츠 제공역량

- 콘텐츠 제공 측면에서 단기적으로는 Cable-TV 사업자가 유리함
 - Cable-TV 업계의 경우 이미 아날로그 방송 시절부터 PP와의 장기적인 계약관계를 유지하고 있으며, 동 관계는 디지털 방송이 실시될 경우에도 지속될 가능성 높음
- 장기적으로는 IPTV 사업자인 KT, 하나로텔레콤이 막대한 자금력을 바

11) DOCSIS : "Data Over Cable Service Interface Specification"의 약자로, 케이블 망을 통해 전송되는 데이터와 관련된 전송규약 또는 운영방식에 관한 정의를 포함하고 있는 국제 표준임. 현재 HFC 망을 통해 인터넷 접속 서비스를 제공하는 전 세계의 수많은 케이블 사업자들이 동 표준을 채택하고 있으며, Ver 1.0에서 시작하여 2006년 8월 Ver. 3.0까지 개발되었음

탕으로 양질의 PP 및 콘텐츠 확보를 추진할 것으로 보여 IPTV 업계가 경쟁우위를 확보할 수 있을 것으로 예상됨

□ 가격 경쟁력

- TPS 결합서비스 요금을 기준으로 두 업계의 요금제를 비교할 경우 Digital Cable-TV 결합상품 요금이 IPTV 서비스 결합상품 요금보다 최대 23% 저렴하여 가격 측면에서는 우위에 있음
 - 예를 들어, KT의 TPS 결합서비스 요금은 41,070원인데 비해 MSO인 씨엔엠의 TPS 결합서비스 요금은 31,700원으로 금액 면에서 상당한 차이가 나고 있음

TPS 결합서비스 요금 비교 : IPTV 업계 vs. Cable-TV 업계

(단위 : 원)

	CJ케이블넷	씨엔엠	구 분	KT	하나로텔레콤	
케이블	40,000	35,000	초고속인터넷	30,600	29,700	통신
	4,000	4,000	전화(기본료)	5,200	4,500	
	20,000	23,000	TV	8,000	11,000	
	64,000	62,000	개별요금 합계	43,800	45,200	
	31,800	31,700	TPS 요금	41,070	36,160	

자료 : 각 사

- 향후 IPTV 사업자가 가격인하를 추진할 경우 현재 IPTV 사업자의 가격경쟁력은 Cable-TV 업계와 대등해 질 수 있음
 - IPTV 사업자가 막대한 자금력과 설비투자를 바탕으로 규모의 경제를 달성할 경우 현실적으로 가격인하 추진 가능
 - IPTV 업계의 공격적인 가격인하 추진에 따른 저가기반 Cable-TV 업계의 수익성 하락 가능성도 상존

□ 가입자 확보역량

- 업계의 성장과 직결된 잠재적 가입자 확보능력 측면에서는 마케팅 역

량과 통신사업 경험이 풍부한 IPTV 업계가 우위

- KT, 하나로텔레콤은 전국 규모 사업을 추진하면서 Cable-TV 업계 대비 상대적으로 강력한 브랜드 신뢰도를 확보한 상태
- IPTV 사업자들은 초고속인터넷 시장 확대와 더불어 각 지역에 구축한 다양한 유통채널을 통해 신규가입자 유치 추진 가능

○ 반면 Cable-TV 업계의 경우 본격적인 가입자 유치경쟁이 벌어질 경우 가입자 확보역량 면에서 다소 불리

- 개별 SO들은 로컬 위주로 아날로그 방송 가입자를 확보해 왔기 때문에 전국규모의 경쟁에서 다소 불리할 수 있음

□ 종합 비교·분석

○ 기술적 안정성 측면에서는 Cable-TV 업계가 IPTV 업계에 비해 유리하며, 콘텐츠 제공역량 및 가입자 확보역량 측면에서는 IPTV 업계가 우위를 점하고 있는 것으로 나타남

- 다채널 서비스, 양방향 서비스 및 가격경쟁력에 있어서는 양 업계가 비슷한 역량을 보이고 있음

○ 양 업계가 비슷한 속성의 서비스를 제공한다는 측면에서 향후 업계간 경쟁 심화될 것으로 전망

- 장기적으로는 막대한 자금력 및 마케팅 능력을 보유한 IPTV 업계가 우위를 점할 것으로 보임

경쟁력 비교 : IPTV 업계 vs. Cable-TV 업계

구 분	경쟁력 비교		
기술적 안정성	IPTV 업계	<	Cable-TV 업계
다채널 서비스	IPTV 업계	=	Cable-TV 업계
양방향 서비스	IPTV 업계	=	Cable-TV 업계
콘텐츠 제공역량	IPTV 업계	>	Cable-TV 업계
가격 경쟁력	IPTV 업계	=	Cable-TV 업계
가입자 확보역량	IPTV 업계	>	Cable-TV 업계

2. 국내 IPTV 사업자간 경쟁력 비교분석

□ 콘텐츠 제공

- 약 70,000여편의 IPTV 콘텐츠를 보유한 하나로텔레콤의 경우 펀드, 지분출자 등을 통해 다양한 콘텐츠 확보
 - 동사는 'ISU-문화콘텐츠펀드', '기은-베넥스 문화콘텐츠펀드'에 각각 25억원을 출자하여 콘텐츠 확보를 추진 중이며, 국내외 200여개 콘텐츠 회사와 계약 체결
 - 하나로텔레콤을 인수한 SKT도 IHQ 및 YBM 서울음반을 인수하는 등 콘텐츠 확보에 적극적 행보를 보이고 있음

하나로텔레콤 및 SKT의 콘텐츠 확보 추진 현황

사업자명	세부 추진 상황
하나로텔레콤	'ISU-문화콘텐츠펀드', '기은-베넥스 문화콘텐츠펀드'에 각각 25억 원 출자 및 국내외 200여개 콘텐츠 회사와 계약
	시네마서비스에 25억 800만원을 투자, 3.7% 지분 확보
	하나로미디어, SKT커뮤니케이션즈와 콘텐츠 공급계약을 체결
SKT	연예기획사인 'IHQ', 음반제작사인 'YBM 서울음반'을 인수
	영화제작사 '청어람' 지분출자 및 3개의 음악펀드에 300억원, 4개의 영화펀드에 200억원을 출자

자료 : 하나로텔레콤, SKT

- 하나로텔레콤보다 많은 78,000여편의 콘텐츠를 보유한 KT도 영화펀드, 관련투자 및 지분 인수 등을 통해 콘텐츠 확보에 총력
 - 자회사 KTF는 '쇼박스'가 만든 영화펀드에 80억원을 투자한 바 있으며, KTF와 함께 '싸이더스FNH'의 51% 지분 인수
 - 최근 소프트뱅크와 400억원 규모의 투자조합을 설립하는 등 총 630억원을 뉴미디어 콘텐츠에 투자할 계획

KT의 콘텐츠 확보 추진 현황

사업자명	세부 추진 상황
KT	자회사 KTF가 '쇼박스'가 만든 영화펀드에 80억원 투자
	KTF와 함께 '싸이더스FNH'의 지분 중 51% 인수
	FNH영상펀드에 175억원 지원
	소프트뱅크와 400억원 규모의 투자조합 설립

- 2007년 12월 myLGtv를 출시한 LG데이콤은 콘텐츠 경쟁력 측면에서 하나로텔레콤 및 KT에 비해 취약한 편임
 - 영화, 교육 및 문화 콘텐츠 위주로 출발한 myLGtv는 하나TV 및 메가TV에 비해 서비스 기간이 짧아 아직 콘텐츠 양과 질 측면에서 보완이 필요한 상황

□ 가격경쟁력

- 대부분의 사용자가 요금 할인폭이 큰 결합서비스를 이용한다는 가정 하에서는 LG데이콤의 가격경쟁력이 가장 우위
 - LG데이콤의 TPS를 이용할 경우 총 비용은 35,200원으로 하나로텔레콤 및 KT의 TPS 요금인 36,160원 및 41,070원에 비해 저렴한 수준
- 결합서비스 없이 개별적 서비스만을 이용할 경우에는 KT, LG데이콤, 하나로텔레콤의 순서가 됨
 - IPTV만 이용할 경우 KT가 가장 저렴하여 8,000원이며, LG데이콤 및 하나로텔레콤의 경우 각각 10,000원 및 11,000원임

□ 브랜드 Image

- 최근 시행된 설문조사에 의하면 하나로텔레콤의 하나TV가 IPTV 1위 브랜드로서의 이미지를 가장 강하게 갖고 있는 것으로 조사됨
 - “대한민국 IPTV 1위 브랜드”라는 이미지 확보는 IPTV 시장 최초 진입과 동 서비스의 성공적 론칭에 기인
 - 국내 이동통신 1위 업체인 SKT로의 인수로 향후 보다 강력한 브랜드 Image를 구축할 수 있을 것으로 전망
- KT의 경우 “대한민국 유선전화 및 초고속인터넷 1위 업체”라는 굳건한 브랜드 Image 확보
 - 현재 동사의 IPTV 시장내 위치는 2위이지만, 대한민국 대표 통신 브랜드라는 Image를 통한 지속적 가입자 확보로 IPTV 시장내 1위 업체로의 부상을 기대하고 있음
- 반면, LG데이콤은 브랜드 Image 확보 면에서 다소 경쟁우위가 떨어짐
 - 이는 초고속인터넷, 이동전화 및 유선전화 등 기존 통신서비스 시장에서 취약한 LG통신그룹의 브랜드 파워가 IPTV 시장에도 영향을 주고 있기 때문

□ 자금력 및 유통 장악력

- KT는 시장점유율 1위인 유선전화 및 초고속인터넷을 기반으로 하여 자금력 및 유통장악력의 경쟁우위를 유지하고 있으나, SKT의 하나로텔레콤 인수로 향후 독보적 경쟁우위 유지가 어려울 수도 있음
 - SKT의 하나로텔레콤 인수로 하나로텔레콤은 자사 초고속인터넷 유통망 뿐만 아니라 SKT 이동통신서비스 유통망까지 활용할 수 있게 되어 자금력 및 유통 장악력 측면에서 경쟁우위 확보 가능

- 반면, LG데이콤은 시장점유율 3위인 LG과워콤을 신규고객 확보를 위한 유통망으로 활용할 예정으로 있어 유통장악력 측면에서 다소 불리
 - LG과워콤의 초고속인터넷은 업계에서 11% 가량의 시장점유율을 보이고 있으나, 경쟁사인 하나로텔레콤 및 KT의 시장점유율은 각각 25% 및 44% 가량으로 상당한 차이가 나고 있음

□ 종합 비교·분석

- IPTV 업계 내 경쟁력 측면에서는 하나로텔레콤과 KT가 콘텐츠 제공, 브랜드 Image 및 자금·유통력 측면에서 우위를 보이고 있음
 - 후발 사업자인 LG 데이콤은 가격경쟁력 측면에서 우위를 점하는 것으로 나타남
- 국내 IPTV 시장은 당분간 2강-2약 구도로 유지될 것으로 보임
 - 하나로텔레콤 및 KT가 2강 구도를 유지하고, 후발사업자인 LG데이콤과 신규사업자인 Daum 컨소시엄이 2약 구도에 포함될 전망

국내 IPTV 사업자 경쟁력 비교분석

구 분	경쟁력 비교				
콘텐츠 제공	하나로텔레콤	=	KT	>	LG데이콤
가격경쟁력	LG데이콤	>	하나로텔레콤	>	KT
브랜드Image	하나로텔레콤	=	KT	>	LG데이콤
자금·유통력	하나로텔레콤	=	KT	>	LG데이콤

IV. 시사점

- 향후 IPTV의 시장내 경쟁우위 결정 요소는 콘텐츠 확보능력이 될 전망
 - 통방융합의 산물인 IPTV 측면에서의 콘텐츠는 사업자 경쟁우위 확보의 핵심요소로 작용할 전망
 - 세계적인 컨설팅 그룹인 Accenture社는 “Beyond the Hype : the Future of Media”라는 보고서에서 2010년경 새로운 콘텐츠와 디지털 기술이 미래 미디어를 재정의할 것으로 전망한 바 있음
 - 이에 대해 국내 IPTV 사업자들의 콘텐츠 확보 노력은 더욱 강화될 것으로 보임
 - 통신서비스에 대한 가입 및 해지가 쉽게 처리되는 현 상황에서 차별화의 핵심요소인 콘텐츠 품질의 저하는 수익확보의 장애요인으로 작용
 - 따라서 PP에 대한 M&A 등을 통한 IPTV 콘텐츠 원천 확보가 IPTV 경쟁우위 확보의 한 축으로 부상할 전망

- IPTV 사업자간 시장경쟁은 당분간 2강-2약 구도를 유지할 전망
 - 당분간 하나로텔레콤 및 KT가 국내 IPTV 시장내 2강 경쟁구도를 구성할 전망
 - SKT의 하나로텔레콤 인수로 하나로텔레콤은 유·무선 경쟁력을 확보하게 되어 KT와 대등한 위치에서 경쟁구도를 형성할 것으로 보임
 - 하나로텔레콤의 경우 SKT의 무선통신을, KT는 자사의 유선통신을 중심으로 경쟁우위 확보 추진할 전망
 - LG데이콤과 Daum 컨소시엄의 경쟁력 확보에는 상당한 기간이 소요될 전망
 - 2007년 12월 IPTV 사업을 개시한 LG데이콤과 2008년 12월경 IPTV 상용서비스를 실시할 예정인 Daum 컨소시엄은 IPTV 사업 후발주자

라는 특성으로 인해 경쟁력 확보에는 다소 시일이 소요될 전망
 .후발주자의 특성상 시장점유율 확대를 위해 초기에는 저가전략을 중심으로 가입자 확보를 추진하고, 일정기간 경과 후 가격 이외의 요소를 중심으로 경쟁구도에 합류할 것으로 보임

□ 기존고객 유지를 위한 Lock-in¹²⁾ 전략 강화할 전망

- 단기적으로는 신규가입자 유치에 치중하는 전략이 추구될 것으로 보임
 - 서비스 가입자 확보가 매출과 바로 연결되는 통신서비스의 특성상 단기적으로는 IPTV 사업자도 수익성 증대를 위한 가입자 확보에 집중
 - .이를 위해 무료 부가서비스의 제공, 약정할인 등 다양한 유인책으로 가입자 확보를 추진할 것으로 예상됨
- 장기적으로는 결합서비스를 중심으로 한 고객유지 차원의 Lock-in 전략을 강화할 전망
 - 지속적으로 가입자 확대를 추구함과 동시에 Lock-in 전략을 집중적으로 구사하여 고객이탈을 최소화시키는 전략이 추진될 것으로 보임
 - .기존고객 유지비용이 신규고객 유치비용 대비 1/6~1/5 수준이라는 점을 감안할 때, 비용 최소화와 가입자 유지를 통한 수익성 증대 모두를 취하는 전략이 추진될 것으로 예상됨

□ 통방융합에 따른 경쟁심화 및 M&A 추진 전망

- IPTV의 경쟁재이자 대체재인 Digital Cable-TV를 앞세운 Cable-TV 업계의 대대적인 마케팅 공세로 향후 IPTV 업계와 Cable-TV 업계간 경쟁은 더욱 심화될 전망
 - IPTV 업계는 막대한 자금력과 유통장악력, 콘텐츠 확보, 대대적인 설비투자 등을 통해 신규고객 확보 추진

12) 고객이 제품 및 서비스에 대해 높은 Loyalty를 가지게 되어 보다 좋은 제품이나 서비스가 있어도 이용하지 않고 원래 쓰던 제품 및 서비스를 계속 이용하게 되는 것으로, Lock-in이 발생하는 주요 원인으로는 기 투자비용, 기회비용, 또는 전환비용(switching cost)등이 있음

- Cable-TV 업계는 Digital Cable-TV로의 전환, 저가전략, PP 투자를 통한 콘텐츠 확보, 이동통신망 시장진입 추진 등을 통해 IPTV 사업자에 대응

- 양 업계는 치열한 경쟁에서 생존하기 위해 M&A를 통한 대형화 및 규모의 경제 달성을 추구할 것으로 보임
- 지속적인 M&A 추진으로 현 4개인 IPTV 사업자는 향후 2~3개로, 7개인 Cable-TV 업계 MSO는 4~5개로 재편될 전망

참 고 자 료

- 권상준, “PP 사업자의 디지털화 대응전략”, 아이뉴스 24, 2008. 3
- 김창환, “IPTV 서비스 추진동향”, 전자부품연구원, 2008. 3
- 박태영, “하나로텔레콤의 IPTV 서비스 추진전략”, 아이뉴스24, 2008. 3
- 서강대학교, “방송통신융합시대의 양방향 콘텐츠 활성화 방안 연구”, 한국 소프트웨어진흥원, 2007.12
- 안성준, “LG데이콤 IPTV 추진계획 및 전략”, 아이뉴스24, 2008. 3
- 엔터키너, “IPTV 국제 표준화 동향”, 전자부품연구원, 2007.12
- 오세근, “IPTV 동향 및 기업들의 전략과 사례”, 전자부품연구원, 2008. 4
- _____, “법제화를 통해 본 최근 IPTV 동향”, 전자부품연구원, 2008. 2
- _____, “IPTV 서비스 트렌드와 비즈니스 전략”, 전자부품연구원, 2007. 7
- 이문행, “TV 포털 미디어 사례 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 2007. 9
- 이영수, “미래 안방 방송의 주인공은?”, LG주간경제, 2006. 9
- 이영열, “MegaTV 서비스 현황 및 발전방향”, 아이뉴스24, 2008. 3
- 이현노, “IPTV 산업동향”, IT-SoC 협회, 2007. 3
- 최소영, “오픈IPTV의 경쟁력”, 아이뉴스24, 2008. 3
- 최영석, “텔레콤 지각변동 - IPTV Economics”, 미래에셋증권, 2008. 3
- 홍인화, “차세대 IPTV 산업동향”, 전자부품연구원, 2008. 3
- DARAE, “국내외 IPTV 산업 현황과 전망”, IT벤처기업연합회, 2008. 3

<http://www.ddaily.co.kr> (디지털데일리)

<http://www.dt.co.kr> (디지털타임스)

<http://www.etnews.co.kr> (전자신문)

<http://www.eic.re.kr> (전자정보센터)