

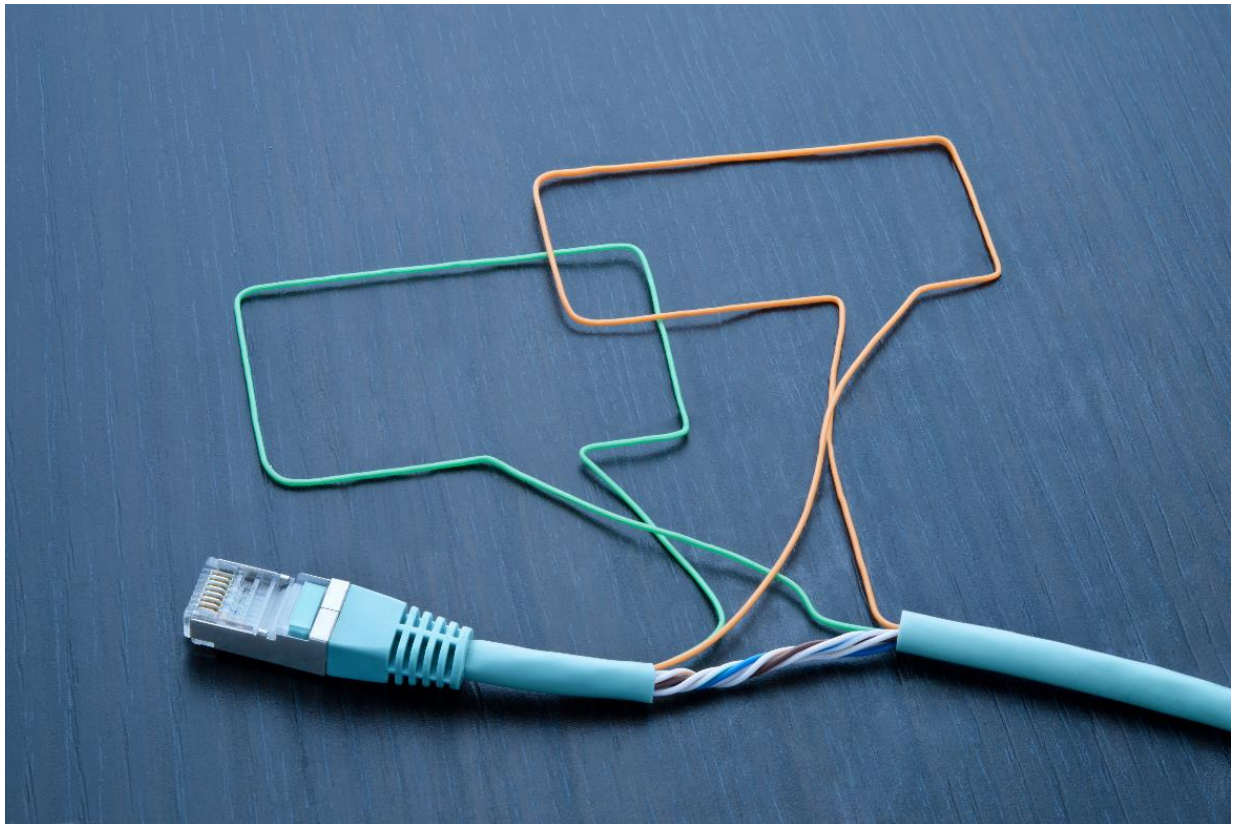
방송통신 융합의 현재와 미래

딜로이트 컨설팅

Tech, Media & Telecommunications Industry

Telecommunications Sector Leader

최 광 상무



방송통신 융합의 현재와 미래

들어가며

방송통신분야에서의 융합화 현상에 대해 알아보고, 향후 방송통신 융합 산업의 진화방향에 대해 이해하고자 한다.

최근 디지털 시대로의 화두 및 핵심 트렌드인 컨버전스(융복합)는 여러 산업분야에서 다양한 변화를 이끌고 있으며, 모든 산업에서 비즈니스의 틀을 깨고 사업구조를 혁신하여 새로운 가치를 창출하거나, 고객 경험 극대화, 사업 효율화 등을 달성하는데 공헌하고 있다.

또한 통신 및 방송산업에서도 디지털 기술의 발달로 방송 및 통신의 망(네트워크), 서비스, 사업자 간 융합이 활발해지면서 통신과 방송의 경계가 허물어지고 있으며, 이미 상당부분 융합이 진행된 상태이다. 이에 휴대폰으로 TV시청이 가능해졌고, TV를 시청하는 중에 화면에 등장하는 제품을 즉시 구매할 수도 있게 되었다.

최근에는 IPTV, 스마트 TV 등의 발전과 종합편성채널 사업자의 약진 등 방송통신분야에서도 융합서비스에 대한 움직임이 더욱 활발해 지고 있는바, 본고에서는 방송통신분야에서의 융합화 현상에 대해 알아보고, 이를 바탕으로 방송통신 융합산업의 진화방향에 대해 이해하고자 한다.

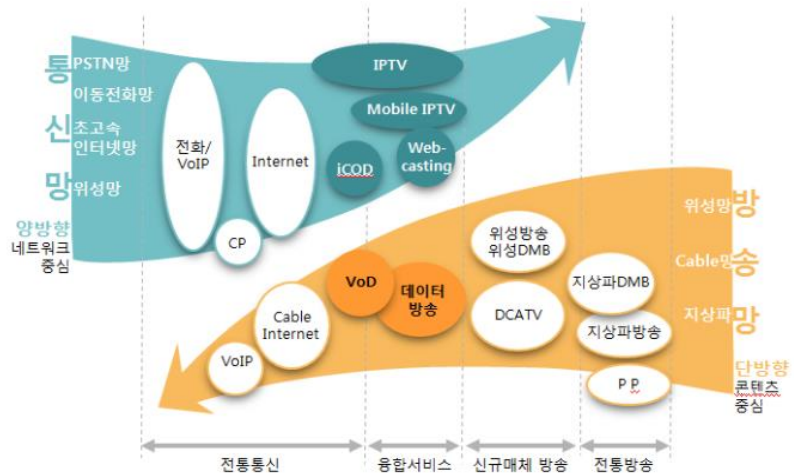


방송통신 융합에 대한 이해

스마트폰의 발달로 방송과 통신은 이미 산업간 구분이 어려울 정도이다.

통신산업과 방송산업은 과거 별개로 인식되던 산업이었으나 이제 마치 하나의 산업군으로 인식될 정도로 많은 융합이 이뤄지고 있다.

방송과 통신의 융합은 크게 망(네트워크), 서비스, 사업자 간 융합으로 나눌 수 있다. 망의 융합이란, 통신망과 방송망의 구분이 불분명해져 통신이 기존의 통신망뿐만 아니라 방송망을 통해서도 전송될 수 있고, 방송이 기존의 방송망과 더불어 통신망으로도 전송되는 것을 말한다. 서비스의 융합은 통신과 방송 양쪽의 특성을 모두 취한 서비스가 출현하는 것을 의미하는 것으로 주문형 비디오 서비스(VOD), 데이터 방송, 인터넷 방송 등이 대표적이다. 사업자 간의 융합은 방송사업자와 통신사업자가 상대 영역에 상호 진출하는 것으로 방송이 통신사업으로 진출하여 T-Commerce, 인터넷 전화(VoIP) 서비스를, 통신이 방송 사업으로 진출하여 DMB 서비스를 제공하는 것이 대표적인 예다.



[그림1. 통신, 방송 산업의 융합 과정]

서로 다른 기술 기반의 산업군이 각각 발전하여 각자의 영역에서 강점인 네트워크와 콘텐츠를 기반으로 양방향 콘텐츠 전송이라는 융합화가 일어나게 되는 것이다. 여기서 고려해야 할 점은 방송통신 융합이 타 산업에 많은 영향을 준다는 것이다.

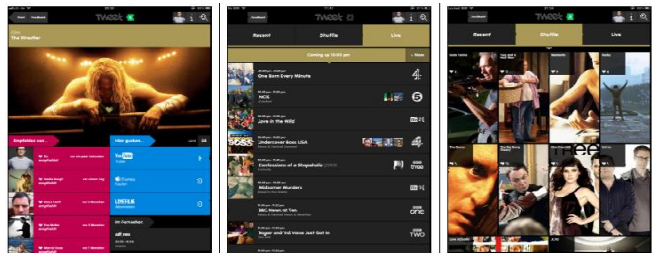
통신산업은 유/무선통신 네트워크를 기반으로 하는 산업이며, 양방향 데이터 전송이 가능하다. 이러한 네트워크 중심 기반의 통신산업은 초기에는 단순 음성 전송 위주로 시장이 형성되었으나 점차 문자, 데이터, 인터넷, Commerce 등으로 산업을 확장시켜 나갔으며 휴대폰과 PC, IoT 센서 등 디바이스 산업에도 많은 영향을 끼쳤다.

한편 방송산업은 콘텐츠를 단방향 전송하는 산업에서 시작하여 다양한 방송프로그램 등 콘텐츠 기반으로 산업이 형성되었다. 이후 점차 방송망 기술인 케이블, 위성, 지상파 등의 네트워크가 양방향으로 데이터 전송이 가능하게 되면서 개인 방송, 스마트 TV, 셋톱박스 등에 영향을 주면서 산업간 경계가 허물어지게 된다.

방송통신 융합에 따른 변화

융합에 따른 변화는 기술, 서비스의 비약적 발전을 견인한다. 또한 이 변화는 이미 생활의 많은 부분에 깊숙이 침투해 있다.

서비스의 변화 : 과거의 라디오와 같은 단순 음성 콘텐츠의 전달에서 IPTV로 대표할 수 있는 정보 선택형 형태로, 나아가 사용자의 성향을 파악하여 지능형으로 서비스를 제공하는 맞춤형으로 발전하고 있다. 또한 서비스 이용자들은 점차 수동적으로 콘텐츠를 수용하는 데에서 나아가 직접 콘텐츠를 생산하여 공유하게 되었고 그에 따라 창조형 서비스가 나타나기 시작하였다. 과거 개인단위가 아닌 매스미디어, 그리고 단방향의 단순 정보전달이었다면, 현재는 개인미디어, 열린미디어, 고부가 가치의 혁신적인 미디어로 서비스가 발전해 가고 있다.



기술의 변화 : 통신 기술 측면에서는 점차 대량의 멀티미디어 서비스 까지 지원할 수 있는 통신망의 속도 및 많은 데이터를 안정적으로 전송하기 위한 5G 기술 발전이 주요 화두이며, 방송기술 측면에서는 실감형 서비스를 지원하기 위해 보다 높은 화질 및 생생한 음성을 전달할 수 있는 디지털 방송 기술의 발전이 중요해 지고 있다. 융합서비스 기술 측면에서는 대표적인 방송통신 융합서비스와 IPTV가 점차 개방형으로 전환되는 것과 All IP 기반으로 전환하여 다양한 데이터서비스가 쉽게 전환 접속하여 융합을 지원하도록 발전하고 있다. 이외에도 디바이스 영역에서의 셋톱박스, 테블릿 등 음성, 영상, 데이터를 통합적으로 저장, 처리할 수 있는 지능형 디바이스로 변화하고 있다.

융합에 따른 변화는 이미 생활의 많은 부분에 깊숙이 침투해 있다.

IPTV : IPTV는 방송통신 융합의 대표적인 사례이다. 대표적인 통신 서비스인 인터넷망과 무선망을 활용하여 기존의 KBS, MBC, SBS 등의 지상파 방송 및 다양한 채널의 케이블 채널들을 서비스하기 때문에 통신과 방송서비스의 핵심 강점이 모인 서비스라고 할 수 있다. 또한 일정수준의 네트워크 대역폭을 확보하여 화질이 보장된 서비스로 실시간 방송뿐 아니라 원하는 프로그램을 골라서 보는 VOD, 양방향 데이터 방송, Commerce 등을 제공하고 있다. IPTV는 점차 커뮤니티형, 개인맞춤형, SNS 맞춤형 서비스가 제공되는 통신/웹 융합서비스로 발전하고 있으며, 향후 고품질의 3D, UHD방송 등의 실감형 및 초고 화질로 서비스가 제공될 것이다.



스마트TV : TV에 운영체제를 탑재하고 인터넷에 연결되어 인터넷 접속 제공, 어플리케이션 설치, 사용자 맞춤형 서비스까지 제공되는 것이 스마트 TV이다. 이는 다양한 사용자 맞춤형 서비스를 제공할 수 있도록 한다. 대표적인 스마트 TV로는 애플 TV, 구글 TV와 삼성, LG등 기존 제조업체의 스마트 TV를 들 수 있으며, 최근 방송통신 산업의 새로운 트렌드 중 가장 많은 화제를 일으키고 있기에 향후 주목해 볼 필요가 있다.

인터넷 TV : 방송망이 아닌 인터넷망에서 방송서비스가 제공되는 것을 인터넷 TV라고 한다. 인터넷 TV의 초기 서비스 모델로는 동영상 플레이어, UCC 동영상 웹사이트 등이 있으며, 보다 발전하여 공TV, 유튜브 등이 인터넷 방송의 시작이라고 할 수 있다. 또한 실시간 방송 서비스 보다 기존 영상 콘텐츠 판매에 집중하여 과거의 비디오, DVD 렌탈 서비스와 같은 2차 콘텐츠 유통시장 위주의 서비스로 iTunes, Amazon, 미국최대 DVD 렌탈 회사인 Netflix의 온라인 서비스 등이 이미 생활의 일부로 자리잡고 있다.

스마트 리모컨 : 과거의 단순한 버튼 위주의 리모컨 역시 새롭게 탈바꿈하고 있다. 많은 버튼의 형태가 아닌 보다 심플하고 직관적으로 콘트롤 할 수 있도록 바뀌고 있다. 삼성의 스마트 TV용 리모컨은 화면과 동일한 내용을 리모컨에서 볼 수도 있으며, 소니는 닌텐도 WII에서의 컨트롤러처럼 동작을 통해 모션을 인식할 수 있는 리모컨을 출시하고 있으며, 인터넷을 잘 활용할 수 있도록 마치 PC의 키보드와 같은 형태의 리모컨을 출시하기도 하였다. 또한 스마트폰에서도 App을 통해 새로운 UI의 리모컨을 사용할 수 있게 되었다.



Commerce : Commerce는 데이터 양방향 서비스가 가능해 짐에 따라 화면에 보여지는 상품의 정보를 인터넷을 통해서 얻고, 구매할 수 있는 서비스이다. 결제 또한 FinTech를 통해서 편리한 결제를 지원한다. 방송서비스의 수익모델이 광고위주의 수익모델임을 감안할 때, Commerce로의 수익모델 전환은 관련 산업 전체가 성장할 수 있을 것으로 예상되며, 방송통신뿐만 아니라 유관시장을 한 단계 성장시키는데 큰 역할을 할 것으로 기대한다.

개인 방송 : 스마트폰의 발전으로 개인은 언제 어디서나 휴대폰을 가지고 영상을 촬영하고, 실시간 방송이 가능하게 되는 시기가 되었다. 또한 최근에는 트위터를 비롯한 SNS가 발달하여 개인이 만든 동영상의 방송 콘텐츠 만큼이나 많은 사람들에게 순식간에 전파될 수 있게 되었으며 영향력 또한 기존의 방송을 능가하고 있다. 대표적인 서비스로는 아프리카TV가 있으며, 언론사에서의 시청자 제보 활용도 활발해지고 있다.



(3D) 멀티 앵글 : 제작자가 편집한 방송을 수동적으로 보는 것이 아닌 여러대의 카메라로 동시에 촬영된 영상을 한 화면에 모두 보여줘 시청자가 직접 선호하는 화면을 선별해서 볼 수 있는 (3D) 입체형 서비스이다.

데이터 부가 서비스 : 방송 프로그램을 보면서 뉴스 등의 텍스트, 이미지 문서, 소프트웨어 등을 추가적으로 수신 받고 더 나아가 양방향 서비스를 이용하는 방송 서비스이다.

해외 사업자들의 새로운 짝짓기

방송통신 산업은 이미 대규모의 M&A가 이루어지고 있으며, 이러한 트렌드는 앞으로도 계속 이어질 것으로 예상된다.

미국 통신시장 2위 기업인 AT&T가 무려 854억 달러(약 97조4400억 원)를 들여 타임워너를 인수키로 한 데는 방송통신 융합시장에 대응해 조기에 경쟁력을 확보하겠다는 의지로 풀이된다. 타임워너는 영화 스튜디오 워너브러더스를 비롯해 CNN, 케이블네트워크 HBO, 카툰네트워크 등을 보유하고 있다. 이를 활용할 경우, AT&T는 로컬 통신사업자가 아니라 글로벌 콘텐츠 미디어 사업자로 도약할 수 있다. (머니투데이, 2016.10)

스페인의 무선사업자 텔레포니카가 유선방송사업자인 Canal Plus를 인수한 것에 대해, 침체된 유료방송시장의 활성화를 위해 이를 인가했다. 특히, 텔레포니카와 Canal Plus가 합병할 경우, 전체 시장점유율이 70%에 육박하는 독과점적인 상황에서도 채널 도매제공과 인터넷 접속제공 등의 인가조건을 붙여 이를 전격적으로 허용했다. (ZDNet Korea, 2015.11)

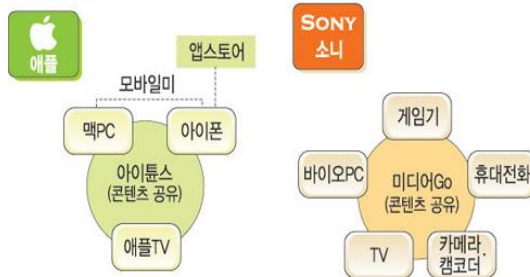
글로벌 미디어그룹의 M&A



(출처 : 동아일보 , 2015.11)

타 산업으로의 파급효과

이러한 방송통신 융합은 회사간 경쟁을 위한 M&A를 기인하며, ICT(정보통신기술) 시장을 활성화 시킨다. 실제 글로벌ICT 시장은 소프트웨어와 플랫폼이 새로운 부가가치를 창출하고 융합이 새로운 블루오션으로 부상하면서 통신 미디어 콘텐츠 디바이스 등이 융합된 차세대 플랫폼의 격전장으로 바뀌고 있다. 2010년 1조 2000억 달러였던 세계 ICT 융합시장 규모는 2020년 3조 8000억 달러로 커질 것으로 예상된다.



구글, 애플, 소니 등의 등 해외 대형 플랫폼사업자 뿐만 아니라 국내 통신사, 제조사들도 글로벌 시장을 주도하기 위하여 통신·미디어 사업자와의 적극적인 인수합병(M&A)으로 미디어 플랫폼을 통합하고, 이를 기반으로 새로운 성장모델 창출 및 융합 서비스 제공을 통한 위기 극복에 적극적으로 나서고 있다.

결언

불투명한 방송 통신 융합의 미래?

방송과 통신 융합에 대한 화두는 1996년 미국 통신법 제정 이후 꾸준히 미디어, 통신 업계에서 화려한 수사와 함께 부상했지만 실질적으로 기업가치, 수익관점에서의 성과는 미미한 수준이다. 한국의 상황 역시 크게 다르지는 않은 것 같다.

하지만, 연관 산업의 이해관계자들이 추구하는 방향에 따라 각 진영 공히 네트워크-양방향 서비스, 플랫폼-디지털 콘텐츠의 삼박자를 갖추고 여기에 소비자와의 접점이 되는 단말기까지 결합된 통합 서비스 모델의 탄생을 예상할 수 있으며 이미 현실화 되고 있다.

네이버, 다음카카오와 같은 대형 포털은 통신사, 콘텐츠 제작사들과 발바르게 합종 연횡을 이어가고 있으며, 통신사업으로 성장한 KT, SKT, LGU+ 등은 기존 네트워크 사업방향을 선회하여 다수의 콘텐츠 제작사와 서비스 관련기업을 인수·합병하여 미디어 그룹으로 재도약할 태세를 갖추고 있다. 또한 삼성, LG 등 제조사들도 이러한 동향에 참여하고 있기에 방송,통신 관련 생태계는 지속적으로 발전할 가능성을 내포하고 있음은 부정할 수 없을 것이다.





Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee (“DTTL”), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/kr/about for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte provides audit, consulting, financial advisory, risk management, tax and related services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries and territories, Deloitte brings world-class capabilities and high-quality service to clients, delivering the insights they need to address their most complex business challenges. Deloitte’s more than 220,000 professionals are committed to making an impact that matters..

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the “Deloitte network”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.