

미디어 (비중확대)

글로벌 트렌드와 함께 보는 한국의 미래창조과학부

- 전일 미래창조과학부와 방송통신위원회의 업무 보고, 신정부의 정책 방향 확인
- 한국 신정부의 과제는 일자리 창출, 미국 정부도 이미 ICT 정책을 통해 일자리 창출 노력
- 미디어 업종에 대한 비중확대 의견 유지

1. 일자리를 창출해야 하는 정부가 ICT와 과학을 내세우는 까닭?

■ 한국의 미래창조과학부는 신정부의 중추적 역할을 담당할 전망

전일 미래창조과학부와 방송통신위원회가 청와대에 업무보고를 했다. 특히 미래창조과학부는 ICT(정보통신기술)와 과학기술을 육성해 **신산업과 일자리 창출 목표**를 강조하고 있다. 일자리를 창출해야 하는 정부가 ICT와 과학을 내세우는 까닭은 무엇일까?

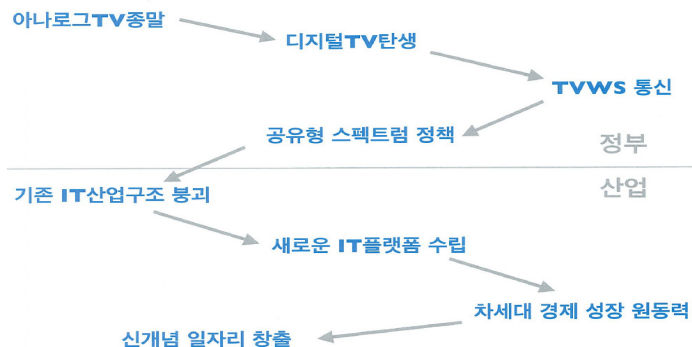
그 답은 가깝게는 미국에서 찾아볼 수 있는 것 같다. 미국 정부도 경제 저성장과 실업률에 골머리를 앓고 있다. 미국은 약 10년 전부터 FCC(연방통신위원회) 주도로 일관된 ICT 정책 전개를 통해 **일자리 창출**을 도모해 왔다. 특히 Google과 Facebook 등 실리콘밸리 기업들의 성장과 모바일 혁명과 더불어 이러한 정책이 성과를 내고 있는 것으로 파악된다.

그림 1. 한국의 미래창조과학부는 과학기술과 ICT를 육성하여 신산업 및 일자리 창출을 목표!



자료: 미래창조과학부

그림 2. 미국 정부도 ICT 정책을 통해 IT 산업의 혁명 및 신개념 일자리 창출에 노력



주: TWWS는 TV White Space, 주파수 면허를 받은 자가 시간/공간적으로 사용하지 않는 주파수를 비면허로 사용할 수 있는 대역
자료: gatech.edu

2. 한국의 미래창조과학부 및 방송통신위원회 2013년 업무계획 보고 분석

■ 미래창조과학부는 정보통신과 과학 산업 진흥을 통한 일자리 창출이 목표!

미래창조과학부는 “과학기술과 ICT를 통해 창조경제와 국민 행복을 실현”하는 것을 목표로 밝히고 있다. 세부 내용은 1) 국가 R&D와 ICT 역량을 총동원해 창업 생태계를 조성한다. 2) 과학기술과 ICT를 기반으로 신산업과 신수요를 창출하고, 기존 산업을 강화한다. 3) ‘21세기의 언어인 SW’와 콘텐츠를 창조경제의 핵심산업으로 육성하겠다는 것이다.

특히 산업 부문 중 부가가치가 높지만 아직 덜 성장한 부문(미디어, 과학기술, 소프트웨어)을 육성하겠다는 점, 그 방식이 규제 완화 등으로 실현 가능성이 높다는 점, 내수 시장의 성장과 일자리 창출을 통해 경제 성장을 도모하겠다는 점 등으로 흐름이 정리된다.

표 1. 미래창조과학부 업무보고 요약 (1)

주요 내용	세부 실천 예상안	관련 주요 종목
1) 창조경제 생태계 조성		
창업 생태계 조성		
- 중소기업청, 금융위원회 등 관계부처와의 정책적 연계 강화		
- 대학의 창업 교육과 맞춤형 창업 지원 확대		
- 현재의 보증이나 대출 중심의 자금조달 방식을 직접투자 방식으로 전환 노력		
과학기술과 ICT 역량을 종합 지원		
- 신산업 창조 및 신수요 창출	- 17년까지 10개의 프로젝트 추진	KT, SK텔레콤
- 인터넷 신산업 육성: 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, 사물인터넷 등	- 클라우드 컴퓨팅 발전법 제정	
- 국가 정보화 촉진		
2) 국가 연구개발 및 혁신 역량 강화		
창의 R&D 기초 체력 강화		
- 출연(연)을 세계 일류 연구기관으로 육성	- 출연금 비중을 현재 62%에서 70%까지 상향	
- 과학기술인 연금을 사학연금 수준으로 확대		
미래 유망분야 성장동력 육성		
- 신기술 연구 강화: BT(바이오기술), NT(나노기술), 에너지/환경		
- 한국형 발사체 조기 개발, 수출형 중형위성 개발, 달 탐사 추진		
- 파이프 공정 기술 개발		
- 의료용 중입자치료기 개발		
3) SW/콘텐츠를 핵심 산업화		
SW 집중 육성		
- 전주기적 SW 인력양성 체계 정비, 진흥 체계 개선		
- SW뱅크 구축 및 운영, 공정거래 기반 구축		
한국 스타일 콘텐츠로 세계에 진출		
- 창업 지원, 투자, 제작 지원	- '위풍당당콘텐츠 코리아 펀드' 조성	CJ E&M
- 산업계와 대학 인재의 창의적인 아이디어/스토리 참여 촉진	- '인큐베이팅 랩' 설립	
- 콘텐츠 뱅크 구축		
미디어 산업의 칸막이 규제 철폐, 신규 융합 서비스 육성		
- 위성-IPTV 결합 등 신규 융합서비스 도입 촉진 위해 칸막이식 규제 개선	- 방송법 개정, Dish Convergence Solution 도입	스카이라이프
- 유료방송 디지털 전환 지원	- 유료방송 디지털전환지원 특별법 제정	CJ헬로비전, 현대HCN
- 3D, UHD 등 차세대 방송 기술 로드맵 마련	- 지상파 고화질 3D 방송 상용화 (12월)	SBS, 스카이라이프, CJ헬로비전
- 스마트 광고 육성 정책 상반기내 수립		제일기획, NHN
C-P-N-D 생태계 토양인 네트워크를 세계 최고 수준으로 조성		
- 네트워크 인프라 확대: 유선 기가인터넷, 무선 무료 Wi-Fi존	- 17년까지 전국 90% 지역에 기가인터넷 보급	KT, SK브로드밴드, CJ헬로비전
- 무선 인터넷 속도 개선	- LTE보다 40배 빠른 무선 인터넷 개발	SK텔레콤, KT, LG유플러스
- 140MHz 폭의 주파수 LTE용으로 할당 추진	- 1.8/2.6GHz 대역 주파수 경매	SK텔레콤, KT, LG유플러스
- 1GHz 폭 이상의 신규 주파수 확보	- 모바일 광개토 플랜 2.0 수립	

자료: 미래창조과학부, KDB대우증권 리서치센터

미디어 산업 측면에서는 진흥의 의지가 강하게 엿보인다. 칸막이 식의 규제를 철폐하여 산업의 성장성을 회복시킬 전망이다. DCS(Dish Convergence Solution) 등 방송 융합 서비스 도입을 촉진할 계획이며, 유료방송의 디지털 전환을 지원하기 위해 특별법을 제정하겠다는 의지도 보이고 있다.

한편 **통신 산업 쪽은 투자와 규제 의지**가 강하다. 네트워크 품질 향상을 위해서 유선과 무선 부문 모두 투자 계획을 밝히고 있다. 주파수 재할당 및 신규 주파수 확보도 예정하고 있다. 주파수 정책 흐름에 따라 방송과 통신, 인터넷, IT 디바이스 제조 기업들은 영업 환경이 달라질 수 있다.

통신 산업의 규제는 대체로 통신비 관련 내용이다. 통신비 경감을 위해서 가입비의 단계적 폐지를 명시하고 있다. 2013년 40% → 2014년 30% → 2015년 30% 식으로 완전 폐지를 계획하고 있다. 알뜰폰(MVNO) 활성화를 지속할 예정이며, 보조금 차별 금지도 강조하고 있다.

표 2. 미래창조과학부 업무보고 요약 (2)

주요 내용	세부 실천 예상안	관련 주요 종목
4) 국제 협력과 글로벌화		
국제 사회에서 우리의 리더십 확보	- 국가간 과학기술공동위원회 추진	
- 글로벌 회의 개최	- 정보통신장관회의, ITU전권회의 개최	
- 과학기술과 ICT 한류 확산	- 해외 과학기술혁신 거점 설립	
국제과학비즈니스벨트를 글로벌 기초과학 연구거점으로 조성		
- 세계 Top 1% 과학자 300명 유치, 글로벌 연구리더 3,000명 양성		
- 종이온 가속기 구축		
- 과학-비즈니스 융합 전문가 양성	- 과학사업화 펀드 조성	
K-Move 확산 지원		
- 해외진출 전략 기지 활용	- 해외 IT 지원센터 확충	
- 인터넷 분야 혁신적 아이디어의 사업화 지원	- 글로벌 K-스타트업 프로그램 운영	
- 기술 인재의 해외 취업 지원	- ITU 청년인턴 도입, 국제 ICT 자격증 인정 확대	
5) 국민을 위한 과학기술과 ICT 구현		
국민생활과 밀접한 사회문제를 해결		
- 식품안전, 범죄예방, 환경사고 등을 과학기술로 해결	- 사회이슈 해결형 프로젝트 추진	
가계통신비 부담 경감		SK텔레콤, KT, LG유플러스
- 요금/서비스 경쟁 활성화	- 이동전화 가입비 단계적 폐지	
	- 맞춤형 요금제 확대	
	- 모든 스마트폰 요금제에 mVoIP 허용 추진	
- 알뜰폰 활성화 유도	- 신규 사업자 시장 진입 및 도매대가 인하	
- 보조금 차별 금지	- 단말기 유통구조 투명화	
안전하고 편리한 인터넷 환경		
- 기업 정보보호 안전망 구축	- 정보통신 기반시설 지정 확대	
	- 기업 보안수준 인증제 확대	
- 사이버테러 조기탐지 및 대응체계 구축	- 악성코드 확산 방지 위한 법제도 마련	
- 보안 사업을 신성장 동력으로 육성	- 첨단 방어기술 확보, 화이트 해커 양성	
- 글로벌 표준에 맞는 인터넷 환경 조성	- 17년까지 Active-X 퇴출, HTML5 확산 지원	
- 사이버 왕따 방지, 장애인 웹 접근성 개선	- 체험형 SW 개발, 웹 접근성 품질 인증제 도입	
우체국 창구 활용		
- 우체국 네트워크와 집배원 활용한 다양한 행정 서비스 수탁 추진		
- 우체국 금융 자금 활용	- 벤처기업 투자자금 조성	

자료: 미래창조과학부, KDB대우증권 리서치센터

■ 방송통신위원회는 국민의 권익을 위한 규제 위주의 공적 역할 전망

방송통신위원회는 미래창조과학부의 신설로 인해 업무 범위가 축소되었다. 국민의 권익을 위한 공적인 역할, 즉 규제가 강조되고 있다. “공정하고 창의적인 방송통신 환경 조성”이 목표이다.

1) 국민에게 신뢰받는 공정한 방송 구현, 2) 창조경제에 기여하는 방송통신 서비스 실현, 3) 국민 행복을 위한 방송통신 이용환경 조성 등으로 요약된다.

지상파 방송에 있어서는 KBS와 EBS의 공영방송 정체성 확립 및 공적 역할의 강화를 밝히고 있다. 이와 관련하여 KBS 수신료 인상이 실행될 수 있다. KBS는 1981년 이래로 월 2,500원 수준의 수신료가 동결된 상태로, 실질 물가 상승률을 적용하면 현재 월 600원 수준이다. 특히 2,500원 중 50원은 EBS가 공유하는 형태이다. 공영 방송의 수신료 등 공적 재원 증가시 상업 광고의 의존도를 축소하는 것이 행해질 수 있고, 이에 따른 반사효과가 SBS 등으로 나타날 수 있다.

표 3. 방송통신위원회 업무보고 요약

주요 내용	세부 실현 예상안	관련 주요 종목
1) 국민에게 신뢰받는 공정한 방송 구현		
공영방송 정체성 확립		
- 국회 '방송 공정성 특별위원회' 논의 지원	- KBS 수신료 인상	SBS
- 공영방송 재원구조 안정화 위한 제도 개선 방안 마련		
- EBS 교육방송 역할 강화, 프로그램 제작 지원 추진		
방송의 공적 역할 강화		
- 방송언어 순화, 외국인 방송접근권 제고, 지역방송 활성화		
미디어 다양성 지원		
- 스마트 미디어 대상의 시청점유율 조사 실시	- TV 본방송 위주의 시청률 지표 개선	SBS, CJ E&M
- 미디어 다양성 관련 법률 제정		
2) 창조경제에 기여하는 방송통신서비스 실현		
창조경제의 핵심 요소인 방송콘텐츠 산업 활성화 지원		
- 금년 1월부터 국내 신규 애니메이션 편성 의무 확대	- 종편PP, 전문PP까지 편성 의무범위 확대중	
- 어린이 주 시청시간대 애니메이션 편성의무 도입		
- 중소 외주제작사의 프로그램 제작 촉진 위해 재정지원, 외주인정기준 개선 방안 마련		
방송 광고 공공성 강화		
- 간접광고 허용범위와 기준 명확화, 모니터링 실시		
광고 시장 활성화 도모		SBS, CJ E&M, 제일기획
- 혁신형 중소기업에게 방송광고 제작 및 마케팅 지원		
- 방송광고산업 활성화 위한 기본계획 수립해나갈 예정		
3) 국민행복을 위한 방송통신 이용환경 조성		
이용자 편익 위주의 규제 강화		
- 방송통신서비스 가입/이용/해지 등 전반에 대한 실태 점검	- 방송통신 이용자 보호법 제정	
- 이용자 이익저해행위 점검 및 개선 예정		
이동통신 시장 보조금 중심의 경쟁 차단		SK텔레콤, KT, LG유플러스
- 보조금 조사의 신뢰성 확보 위해 표본추출 방식 개선	- 보조금 조사 확대 및 상시화	
- 시장지배력 남용 또는 과열 주도한 사업자 선별, 가중 제재 방안 검토	- 보조금 시장 과열시 처벌 강화	
방송통신 시장의 공정경쟁 환경 구축 노력		
- 유료방송 플랫폼 사업자와 프로그램 제공사업자간 채널/프로그램 거래 점검, 개선		
- 유/무선 통신사업자와 CP 간 수익 배분 점검, 개선		
- 이통사와 알뜰폰 사업자 간 불공정 거래행위 점검, 개선		
인터넷 이용환경 증진		
- 인터넷상 주민번호 사용 금지 위해 웹사이트 조사 및 시정	- 정보통신망법 개정 - 통신심의 축소 - 방송통신심의위원회 강화	
- 개인정보 유출시 보호조치 의무 위반 사업자는 과징금 부과		
- 인터넷 표현의 자유 증진		
- 개인 간 권리 침해에 대한 분쟁조정 기능 강화		
미래부와 원만한 협조체계 구축		

자료: 방송통신위원회, KDB대우증권 리서치센터

3. 미국 정부도 ICT 정책을 통해 일자리 창출을 도모

■ 미국은 FCC가 일관된 정책을 펼쳐 ICT 신산업을 지속적으로 지원

지난 16일 국회에서는 미래창조과학방송통신위원회 소속 민주통합당 최재천 국회의원 주관으로 'TV화이트 스페이스 정책에 의한 IT 산업구조의 혁명적 개편'이라는 세미나가 열렸다. 미국 조지아 공대의 임규태 박사가 글로벌 IT 산업의 흐름과 미국의 방송 통신 정책에 대해 강연했다.

미국 정부도 약 10년 전부터 ICT 정책을 통해 일자리 창출을 도모하고 있다. 미국 FCC(Federal Communications Commission)는 미국재생법안(2009), 미국 전역의 광대역 인터넷망 확립 계획(2010), 오바마 대통령 교서(2010), 경제활성화를 위한 정부 주파수 활용 극대화 방안(2012) 등을 통해 무선망 확대 및 주파수 확보를 지속적으로 전개했다. 이러한 정책들의 목표는 1차적으로 '즉각적인 일자리 창출'이다. 2차적으로는 '경제적으로 고통받는 산업군을 지원하고, 국가 인프라, 교육, 건강, 청정 에너지에 투자'하는 것이다.

특히 모바일 혁명이 디바이스 및 서비스 등에서 일어남에 따라 주파수 부족 현상이 심각해졌다. 미국 정부는 주파수 자원 자체가 부족하기보다는 기존의 정책이 주파수 부족 현상을 일으킨다고 판단했다. 주파수 정책의 전환을 통해서 신규 ICT 산업을 지원했고, 경제 성장까지 도모했다. 이러한 흐름 속에서 미국 내에서는 각 산업 진영 간의 주파수 확보 경쟁이 일어나고 있다. 이 경쟁 속에서 ICT 관련 기존 산업과 신규 산업 모두 경쟁력이 증진되고 있는 것으로 파악된다.

그림 3. 미국 정부는 ICT 정책을 통해 일자리 창출을 의도

미국재생법안 A.R.R.A. (2009.2) a.k.a Stimulus Package of 2009

American Recovery and Reinvestment Act (ARRA) of 2009: 미국경제 활성화 법안; Economic stimulus package enacted by the Congress in February 2009 and signed into law on February 17, 2009, by President Barack Obama.
예상지출액: \$891B (2009 ~ 2019)

일자목표: 즉각적인 일자리의 창출

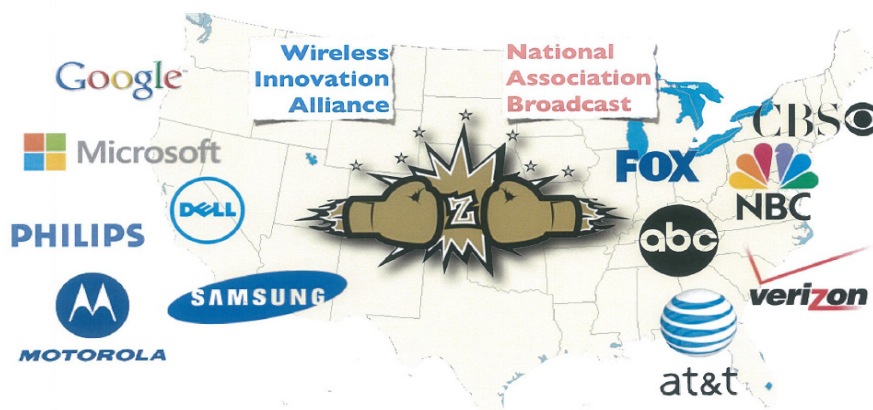
이차목표: 경제불황으로 고통받는 산업군에 원조를 하고, 국가 인프라, 교육, 건강, 청정에너지에 투자

HOW?

모든 미국 시민들에게 광대역 무선망을 제공하는데 70억 달러를 즉각 투자할 것

자료: gatech.edu

그림 4. 미국의 주파수 전쟁: 서부 실리콘밸리의 무선 혁신 연합과 동부의 방송 통신 연합이 대립 중



자료: gatech.edu

■ 방송의 디지털 전환은 글로벌 트렌드 → 주파수 효율화의 일환

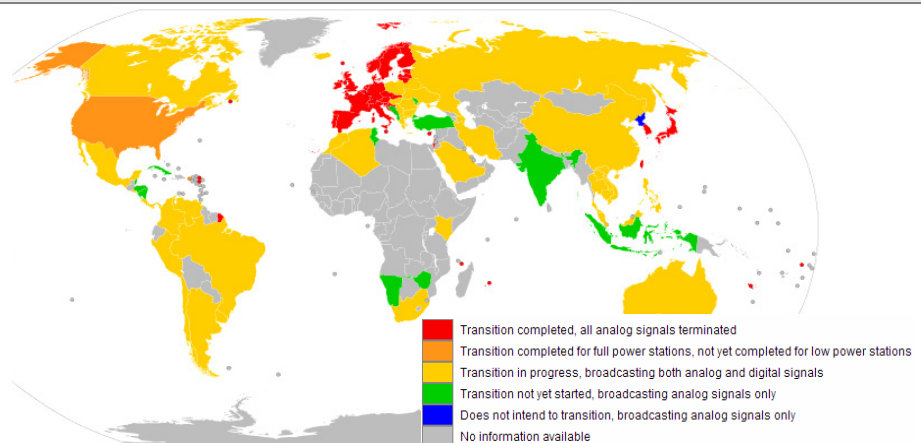
방송의 디지털 전환은 전 세계적으로 진행되고 있다. 디지털 전환이 전 세계적으로 동시에 이루어지고 있는 이유는 폭발적으로 증가하는 광대역 무선 서비스를 감당하기 위한 주파수가 부족하기 때문이다.

한국에서도 방송의 디지털 전환이 일어나고 있다. 작년부로 지상파 방송의 아날로그 방송의 종료 및 디지털 전환이 완료되었다. 현재는 유료방송 플랫폼의 디지털 전환이 진행되고 있다. 2012년 말 기준, 전체 유료방송 가입자 약 2,500만명 중 디지털 방송 가입자(디지털 케이블과 IPTV, 디지털 위성 가입자 합산)는 46%에 해당한다. 케이블SO의 디지털 전환율은 35% 수준이다.

한편, 한국의 이동통신 LTE 가입자는 지난주로 2,000만명을 돌파했다. 이는 전체 이동통신 가입자의 37%에 해당하고, 전체 스마트폰 이용자의 58%에 해당한다. 특히 LTE 도입 이후 모바일 트래픽 사용량은 현저한 증가세를 나타내고 있다.

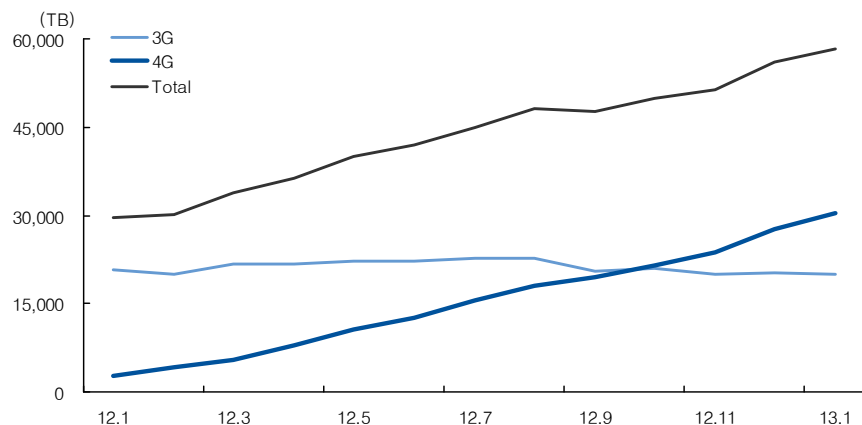
전일 미래창조과학부는 업무보고 중 방송의 디지털 전환 가속화를 위해 '유료방송 디지털전환지원 특별법 제정' 계획을 밝히기도 했다. 한편, 모바일 트래픽 사용량 증가에 대응하기 위해 140MHz 폭의 주파수 1.8 및 2.6 GHz 대역을 LTE용으로 할당할 계획을 밝혔다.

그림 5. 방송의 디지털 전환은 글로벌 트렌드: 주파수 부족 현상을 해결하기 위한 대응!



자료: Wikipedia

그림 6. 한국 모바일 트래픽 사용량은 LTE 도입 이후 현저히 증가세



자료: 방송통신위원회, KDB대우증권 리서치센터

4. 산업 성장의 구조적인 흐름도 미디어 및 ICT로 접어들고 있다

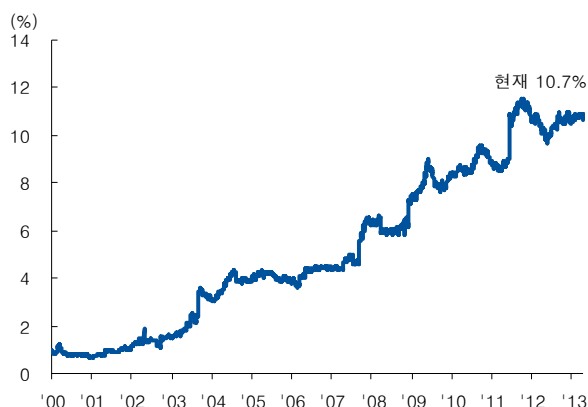
■ '욕망의 제조업'이 경제의 차기 성장의 축으로!

글로벌 경제의 산업 성장의 축이 구조적으로 이동하고 있는 중으로 판단된다. 최근까지의 산업의 근간을 이루었던 2차 제조업에서 3차 서비스업으로 성장 국면이 전환하고 있다. 또한 금융 위기 이후 전세계가 저성장에 빠져들고 있다. “품질이 좋은 물건을 만들어도 잘 팔리지 않는 세상”이다. 저 성장과 제조 경쟁이 심해지면서 욕망을 자극하는 매개체 역할을 하는 산업이 중요해질 전망이다. 바로 광고와 미디어, 콘텐츠 산업이다.

Heavy Industry에서 Soft Industry로의 성장 국면의 전환은 한국에서도 나타나고 있다. 철강, 조선, 기계, 자동차, IT 등 Heavy Industry군에서 글로벌 기업이 등장했다. 글로벌 지역별로 각 산업의 전성기는 움직이고 있다. 미국 → 일본 → 한국 순으로 시간차를 두고 각 산업은 전성기를 맞이하고 있고, 한국의 뒤로는 중국이 쫓아오고 있다. 현재는 IT 산업이 전성기를 맞이하고 있다.

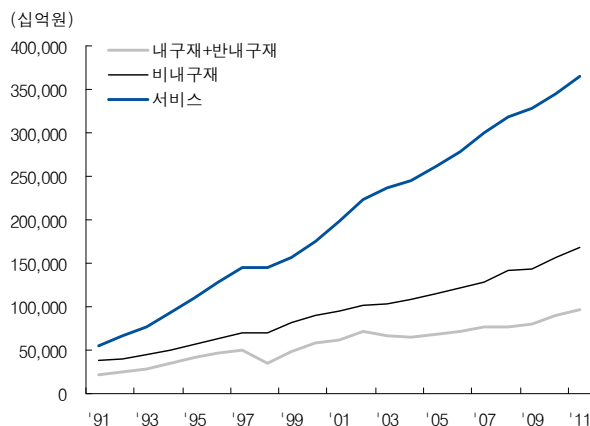
그렇다면 다음의 전성기를 맞이할 한국의 산업은 어디인가를 찾아볼 때다. 아시아의 경제 발전으로 내수 시장이 성장하고, 소비자의 소비도 서비스 부문이 빠르게 향상되고 있다. 사업의 의지와 투자할 만한 자본이 있는 기업들도 규제 완화 추세와 더불어 등장하고 있다. 한국의 미디어 및 콘텐츠 업종에 기회가 도래하고 있고, 투자 관심을 증대시켜야 되는 여건이라고 판단된다.

그림 7. 한국의 전체 시가총액에서 서비스업이 차지하는 비중 상승세



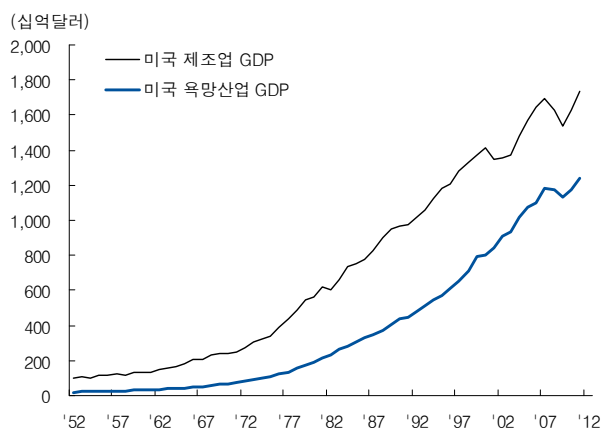
자료: WiseFn, KDB대우증권 리서치센터

그림 8. 한국 가계의 소비 중 서비스 부문이 가장 빠르게 증가 중



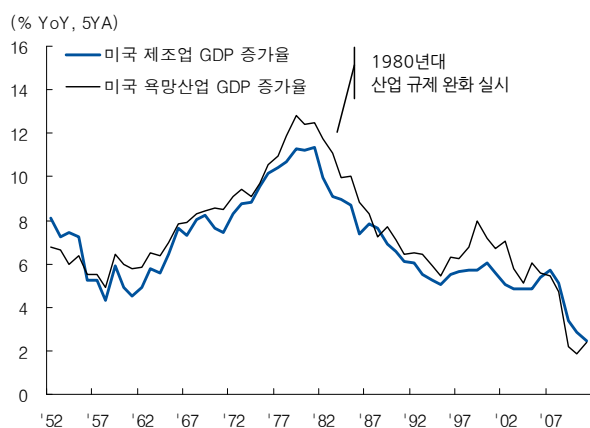
자료: CEIC, KDB대우증권 리서치센터

그림 9. 미국의 제조업 GDP와 욕망 산업 GDP 추이



주: 욕망산업은 언론, 예술, 연예 산업을 포함
자료: CEIC, KDB대우증권 리서치센터

그림 10. 미국의 욕망 산업 성장률은 규제 완화로 제조업과의 격차 확대



자료: CEIC, KDB대우증권 리서치센터

5. 한국의 ICT 부문은 신규 산업뿐 아니라 기존 산업에도 성장 동력이 남아있다

■ 기존 산업의 성장성 회복: 미디어 업종의 규제 완화가 대표적

한국의 ICT 부문은 미국과 비교시 신규 산업뿐 아니라 기존 산업에도 성장 동력이 남아있다고 판단된다. 미디어 업종이 대표적이다. 방송 시장은 규제 완화 흐름이 현저하다. 규제 완화는 오랫동안 정체되었던 산업의 역동성을 촉진해 성장성을 회복시킬 전망이다.

작년의 지상파 방송 부문의 규제 완화에 이어 올해에는 유료방송 플랫폼 부문에서 규제 완화가 시행될 전망이다. 칸막이식 규제의 철폐가 예정되어 있다. 케이블 SO 관련 개정안이 추진될 경우, 가입자 시장 점유율 제한 및 권역 규제 완화가 포함될 전망이다. 케이블 SO 산업 내 통합화(Consolidation)가 촉발될 것으로 예상된다. 위성-IPTV 융합 서비스인 DCS도 도입될 전망이다. 관련 기업인 CJ헬로비전, 현대HCN, 스카이라이프 등의 실적에도 실질적인 영향이 예상된다.

중장기적으로 광고 시장 활성화와 콘텐츠 펀드 조성 등을 통한 제작 여건 마련, 플랫폼과 콘텐츠 진영 간의 공정거래 촉진 등으로 광고 및 콘텐츠 시장에도 성장성이 도모될 것으로 판단된다. 광고 기업인 제일기획, 콘텐츠 권리를 가진 음악 기업 및 방송사 SBS 등의 영업 환경 개선이 기대된다.

■ 신규 산업의 성장 기회 가능성: 주파수 정책의 중장기 방향성에 주목

미국의 경우 TV화이트스페이스(TVWS)를 허용하는 혁신적인 주파수 정책을 통해 ICT 산업의 구조를 뒤흔들었다. 성장하고 있는 기업과 신규 산업에게 주파수 사용의 기회를 제공하면서 신산업 및 일자리를 창출하고 있다. 결국 주파수 정책의 중장기 방향성에 따라 ICT 산업의 양상과 성장 방향이 달라질 수 있다고 판단된다.

한국도 2012년에 방통위가 '모바일 광개토 플랜 (1.0)'을 발표하며 2020년까지 최대 650MHz의 신규 주파수를 확보한다고 했다. 이번 신정부의 미래부와 방통위 간의 업무 조정으로 이제는 미래부가 해당 계획을 넘겨받았다.

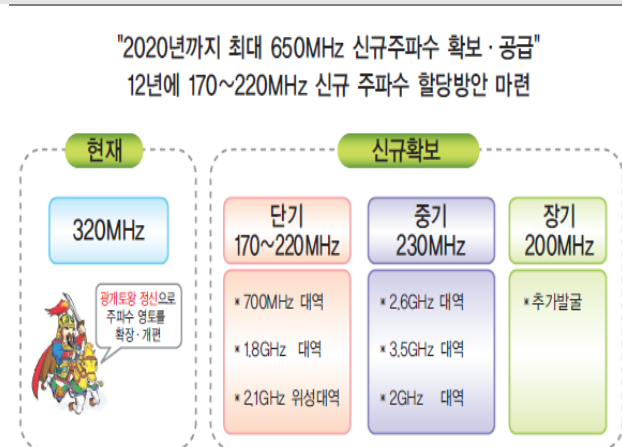
미래부는 '모바일 광개토 플랜 2.0'으로 기존 계획을 발전시킬 예정이다. 최대 1GHz 폭 이상의 신규 주파수 확보로 기존에 계획한 650MHz 확보 규모를 확대했다. 미국 사례를 보면, 이렇게 신규로 확보할 주파수를 통해 기회를 얻게 될 산업과 기업들이 어느 곳이 될지가 중요한 것으로 판단된다.

그림 11. 방송 시장의 규제 완화 흐름 추이와 전망



자료: KDB대우증권 리서치센터

그림 12. 모바일 광개토 플랜 1.0 → 2.0에서는 1GHz 규모로 확대



주: 방통위의 2012년 1.0 계획, 향후 미래부가 2.0으로 수정할 계획
자료: KAIT

6. 한국의 미디어/콘텐츠 업종의 방향성

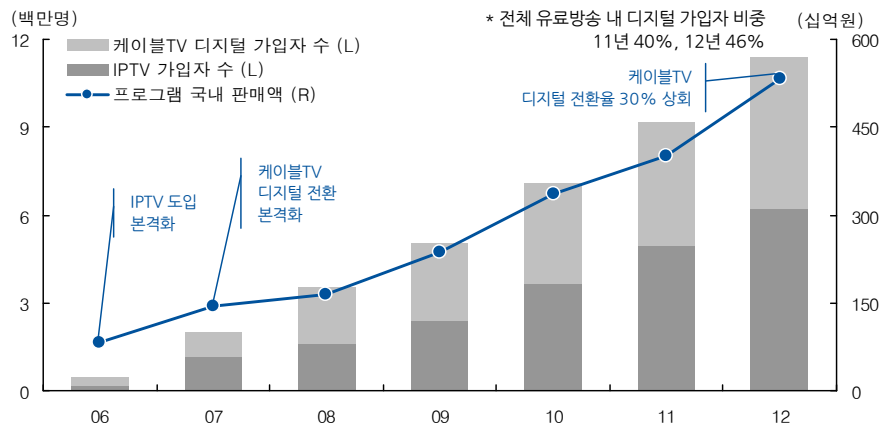
■ 국내 사업 전략: 내수 시장의 확대와 성장 회복

ICT 정책 흐름과 더불어 미디어/콘텐츠 산업의 국내 시장에서도 성장의 흐름이 발견되고 있다.

1) **부가 시장의 확대가 진전되고 있다.** 디지털 방송 전환으로 양방향 서비스가 가능해지고 있다. 대표적인 부가 시장은 VOD 등의 방송 콘텐츠 시장이다. 2006년 이후 국내 프로그램 판매액은 디지털 방송 가입자 증가와 더불어 시장의 형성이 가속화되고 있다. 한편 유료방송 가입자의 증가와 합리적 소비 트렌드가 만나면서, 홈쇼핑과 T커머스 등의 부가 유통 시장의 규모도 확대되고 있다. 위성방송인 스카이라이프와 IPTV는 쇼핑 채널의 송출 수수료 매출이 증가하면서 미디어 사업의 수익성이 증진되고 있다.

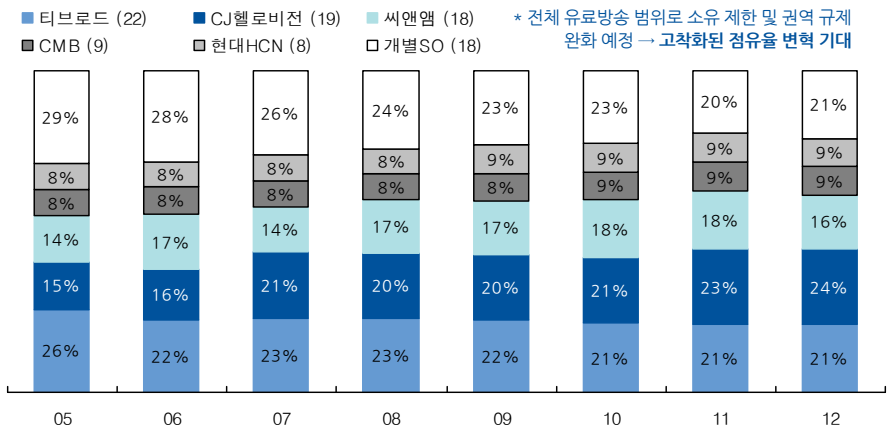
2) **기존 시장의 성장성이 회복될 전망이다.** 방송 부문의 디지털 전환으로 인해 기존 케이블 SO의 서비스 품질이 향상되고 있다. 케이블 SO 시장 내 구조개편 가능성도 제기되고 있다. 소유 규제 완화 등으로 사업의 의지를 지닌 기업이 규모의 성장을 꾀할 수 있는 환경도 도래하고 있다.

그림 13. 국내 디지털 방송 가입자 수와 프로그램 판매액, 동행 증가 중!



자료: 방송통신위원회, KDB대우증권 리서치센터

그림 14. 국내 케이블 SO의 고착화된 가입자 시장점유율, 규제 완화 이후 변혁 가능성!



주: SO는 System Operator, 괄호 안은 2012년 기준 SO 소유 개수 의미,
자료: KTOA, KDB대우증권 리서치센터

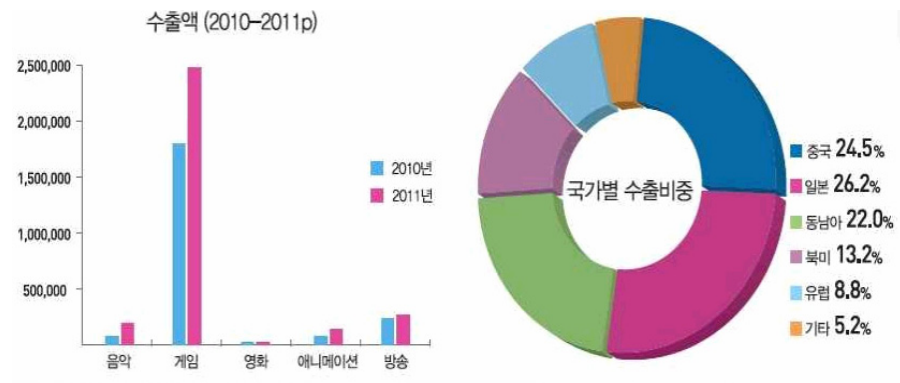
■ 해외 진출 방향: 현지화의 확대

한국의 미디어/콘텐츠 산업 중 수출을 주도한 최고의 업종은 단연 게임이다. 게임 업종은 콘텐츠 산업 내 압도적인 수출 기여를 하고 있다. 전체 콘텐츠 수출액의 약 70%의 비중을 차지하고 있다. 엔씨소프트와 넥슨, 네오위즈게임즈와 스마일게이트 등 많은 게임 기업들이 중국과 미국 등지에서 **현지화 전략(Localization)**을 통해 **훌륭한 수출 성과를** 낸 바 있다.

그 다음 수출 비중이 높은 콘텐츠는 음악, 방송, 애니메이션 등이다. 특히 음악 부문은 K-Pop의 성공으로 에스엠과 와이지엔터 등의 기업들이 성장하고 있으며, 가수 ‘싸이’의 글로벌 흥행 등으로 현재도 많은 관심을 받고 있다.

차기 해외 매출의 성장 가능성이 높은 미디어/콘텐츠 분야는 **영화와 광고 부문**이라고 예상된다. 영화와 광고도 제작의 증가, 시장 저변의 확대, 현지화 등을 통해 사업의 속도가 빨라지고 성장 전망이 좀더 밝아지고 있다고 판단된다. 특히 작은 내수 시장의 한계와 저성장 환경을 탈피하고 있으며, 사업의 의지가 있고 투자 자본이 풍부한 기업들도 등장하고 있어 주목된다.

그림 15. 한국 콘텐츠 산업 주요 업종 수출액 및 국가별 비중



자료: 한국콘텐츠진흥원 (2012)

그림 16. 해외 현지 시장 반응에 따른 콘텐츠 진출 전략



자료: 한국콘텐츠진흥원 (2012)

CJ E&M 영화 부문은 올해 현지화 전략을 통해 의미있는 성과를 만들어 나가고 있다. 지난주 12일 중국에서 개봉한 영화 ‘이별계약’이 현지 박스오피스 1위를 기록했다. 중국 배우를 기용해 중국어로 제작한 첫 영화로서, 배급도 중국 최대 국영 배급사인 China Film Group이 맡았다. CJ E&M은 8월에는 할리우드 배우들을 기용해 영어로 제작한 봉준호 감독의 ‘설국열차’를 전세계에 개봉할 예정이다. 북미 및 유럽 지역 등의 해외 배급은 미국의 10대 배급사 중 하나인 ‘The Weinstein Company’가 맡았다.

제일기획은 해외 매출액이 전체 연결 매출액의 70%에 근접하고 있다. 제일기획의 해외 종속기업 및 관계기업은 약 37개에 이른다. 2008년부터 해외 연결자회사의 매출액이 국내 본사의 매출액을 상회하기 시작했다. 올해에도 해외 매출의 성장이 전체 성장을 이끌어 나갈 것으로 전망된다. 특히 작년에는 광고 전략에 기여할 수 있는 기업을 미국과 중국에서 인수했다. 제일기획은 삼성전자의 글로벌 마케팅 확대의 수혜를 받는 것과 동시에 인력 충원과 M&A 등을 통해 해외 사업 역량을 지속적으로 향상시키고 있다.

그림 17. CJ E&M의 중국 제작 영화 ‘이별계약’ (4월 중국 개봉 후 1위)



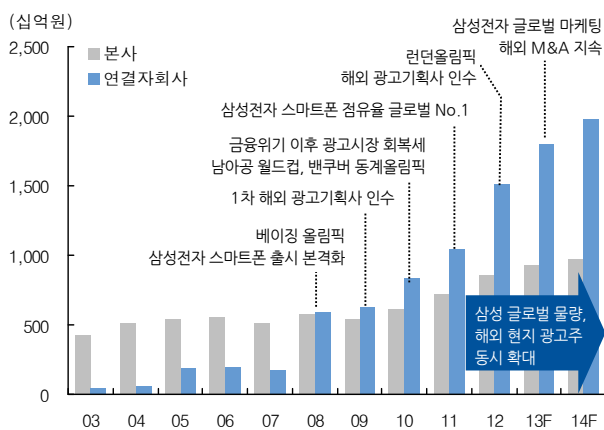
자료: CJ E&M

그림 18. CJ E&M의 할리우드 제작 영화 ‘설국열차’ (8월 전세계 개봉)



자료: CJ E&M

그림 19. 제일기획의 국내 본사와 해외 연결자회사 매출 추이 및 전망



자료: 제일기획, KDB대우증권 리서치센터

그림 20. 제일기획의 해외 네트워크 현황

유럽 (11개사)	미주 (6개사)	중국 (10개사)	중국 외 아시아 (5개사)	중동, 아프리카 (5개사)
Cheil Europe Ltd.	Cheil USA Inc.	Cheil China	Cheil India Pvt. Ltd.	Cheil MEA FZ-LLC
Cheil Germany GmbH	Cheil Mexico Inc. SA de CV	Cheil Hong Kong Ltd.	Cheil Singapore Pte. Ltd.	One Agency FZ LLC
Cheil France SAS	Cheil Brazil Communications	OpenTide Greater China Co., Ltd.	Cheil (Thailand) Ltd.	One Agency Interior Design LLC
Cheil Ukraine LLC	Cheil Central America Inc.	OpenTide Interactive Advertising Co., Ltd.	Cheil Integrated Marketing Philippines, Inc.	One Agency Printing LLC
One Agency Istanbul Advertisement, Communication & Production LLC	The Barbarian Group, LLC	OpenTide Taiwan Co., Ltd.	Cheil Vietnam Co. Ltd.	Cheil South Africa Pty., Ltd.
Cheil Italia S.r.l	McKinney Ventures LLC	OpenTide China Co., Ltd.		
Cheil Spain S.L		OpenTide e-Commerce Co., Ltd.		
Cheil Benelux B.V.		OpenTide Marketing Service Co., Ltd.		
Cheil Austria GmbH		Bravo Asia Limited		
Cheil Rus LLC		Bravo Asia - Shanghai		
Beattie McGuinnessBungay				

주: 종속기업 및 관계기업, 2012년 연결감사보고서 기준

자료: 제일기획, KDB대우증권 리서치센터

Compliance Notice

- CJ헬로비전: IPO 대표주관회사 업무를 수행한 법인. 제일기획: 자기주식 직접취득 위탁 법인.
- 본 자료는 당사 홈페이지에 게시된 자료로, 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없음을 확인함.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 회사의 유가증권을 보유하고 있지 않으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었음을 확인함.
- 투자 의견 분류 및 적용기준 (시장대비 상대이익 기준, 주가(—), 목표주가(=), Not covered(⊞))
- ▲매수(20% 이상), ■Trading Buy(10% 이상 예상되거나 주가에 영향을 주는 변수의 불확실성이 높은 경우), ●중립(±10% 등락), ◆비중축소(10% 이상 하락)

