


방송통신시장 컨버전스로 인한 경쟁구조 변화 분석



조은진
2016. 09.





I. 서론	1
II. 방송통신시장 컨버전스 배경	4
III. 방송통신시장 컨버전스 현황	9
IV. 방송통신시장 컨버전스와 경쟁구조 변화 분석	15
V. 요약 및 결론	37

본 보고서의 내용은 필자들의 개인적 견해로 한국전자통신연구원의 공식 입장과는 무관합니다.

1 서론

1.1 시장 경계와 컨버전스

● 시장 경계는 집중해야 할 대상과 경쟁관계에 있는 범위를 결정함¹⁾

- 방송통신시장의 경계는 시장획정이라 불리며 경쟁관계가 성립될 수 있는 상품/서비스 범위를 결정하는 과정임
- 시장획정은 사업자에게 일반적으로 제약을 만들어 선택과 활동을 제한하고 경쟁우위의 원천을 명확히 파악하여 사업전략과 운영의 핵심요소를 알려줌
- 규제목적에서는 경쟁사업자들이 서로의 행동에 제약을 줄 수 있거나 독립적으로 소비자에게 행동하는 것을 방해하는지 여부를 확인하기 위한 것임
- 방송통신시장의 시장획정은 초기에는 기술방식에 따라 유선전화(인프라 포함), 이동전화, 전용회선 등으로 구분하였으나 2000년대 초 경쟁법 원칙을 반영한 수요·공급 대체성 기반 방식으로 변경되었고 지금까지 유지되고 있음
- 기술 발전 및 시장 환경 변화로 인하여 서비스 특성이 변화함에 따라 수요·공급 대체성에도 영향을 미치게 되며 시장획정에도 다른 결과가 나올 수 있음

● 방송통신 생태계 내에서 컨버전스 추세 강화

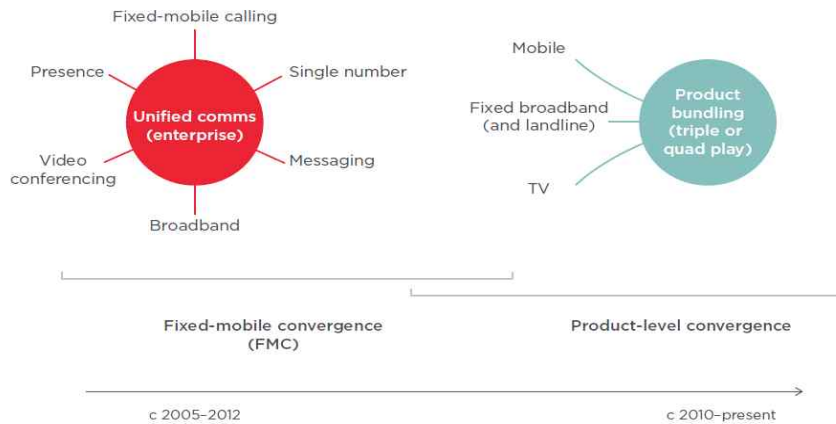
- 컨버전스는 2005년부터 등장하기 시작하였으며 사업자들이 유무선 통신서비스를 연계하여 제공하였음. 유선과 이동망이 로컬 레벨에서 통합되는 서비스로 건물 내에서는 유선전화, 건물 밖에는 이동서비스에 연결되는 서비스 제공하였음
- 2010년 이후의 컨버전스는 유무선망에서 all-IP 네트워크로 로컬에서 전국 단위로 확대되고 이용자들에게 TPS, QPS 결합서비스를 제공하는 형태로 발전

1) 딜로이트, 안진회계법인·딜로이트 컨설팅 지음, 경계의 종말, 원앤원북스, 2016

표 1 | 컨버전스 개념 진화 비교

구분	(2005~2012) FMC	(2012~현재) 상품 결합
시장 단계	정체기	성장기
상품/서비스	유무선 Unified 통신 (video conferencing, fixed-mobile calling)	TPS, QPS
수익 모델	주로 B2B 재판매	주로 B2C
가치사슬	강한 수직 결합	강한 수직 결합
고객 관계	직접 제공과 빌링	직접 제공과 빌링
네트워크	통합 유무선망	통합 all-IP 망

컨버전스 개념 진화



자료 : GSMA Intelligence, Convergence : repositioning in an expanded mobile ecosystem, 2015. 11

- 2010년 이후 방송통신사업자들은 유선망, 이동망, 케이블망 등을 독립적으로 소유·운영하였으나 결합서비스를 제공하기 위해 이종망간 기업 결합을 추진하게 되는 계기가 됨

● 방송통신시장 내에서 컨버전스 현황과 경쟁구조 변화 분석 필요

- 방송통신시장에서 컨버전스 현황파악을 위해서는 상품결합과 기업결합(M&A) 추세 검토 필요
- 방송통신시장에서 컨버전스가 강화되고 있는 환경변화 및 배경을 살펴보고 특히 기업간 결합(M&A)로 인한 경쟁구도 변화에 영향을 미쳤는지 분석 필요
- 기존 연구들에서는 방송통신시장의 컨버전스에 대한 종합적인 실태를 파악하기 어렵고 M&A 이후의 시장분석에 대한 연구가 부족한 실정임

📖 연구 방법 및 구성

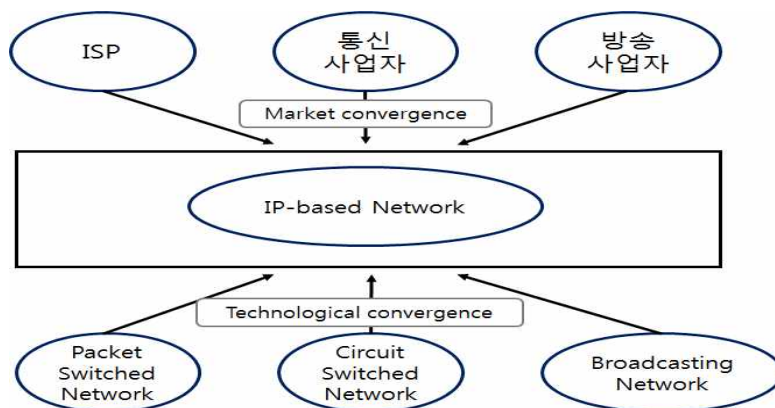
- 본 이슈보고서는 방송통신시장의 결합상품과 M&A 컨버전스 현황을 살펴보고 컨버전스에 따른 시장경쟁구조의 변화를 분석하여 결과를 도출하였음
- 본 이슈보고서의 각 장들은 다음과 같은 내용으로 구성됨
 - II장은 방송통신시장의 컨버전스 배경을 정리하였음
 - III장은 방송통신시장의 상품측면에서 컨버전스(결합상품)와 사업자측면에서 컨버전스(기업결합(M&A)) 현황을 분석하였음
 - IV장은 방송통신시장의 기업결합(M&A)에 따른 시장경쟁구조 변화를 분석하고 그 결과를 도출하였음
 - V장은 방송통신시장의 컨버전스와 시장경쟁에 관한 요약 및 결론을 도출하였음

II 방송통신시장 컨버전스 배경

기술관점 : All-IP 기반 네트워크 기술 발전

- 인터넷 기반 패러다임으로 전환되면서 통신, 미디어, 경계가 흐려지고 통합된 생태계를 구성하고 있음
 - All-IP망에서는 물리적 전송계층과 서비스 계층이 분리되어 네트워크와 그 위에 전송되는 패킷과의 경계가 구분하기 어려움
 - 인터넷을 통해 직접 이용자에게 콘텐츠를 제공할 수 있게 됨에 따라 방송통신 서비스 경계가 희미해지고 있음
 - 인터넷 서비스 발전은 각각 독립적으로 운영되던 시장과 서비스가 통합하게 되는 계기를 마련하였고 시장 및 서비스 확장을 위해 생태계 내 다른 시장으로 진입 가능해짐
 - 대용량 전송능력과 네트워크 품질이 개선되면서 IPTV와 같은 서비스 제공이 가능해지고 동시에 한계비용도 감소하였음
 - 과거 통신시장에서는 동선과 전화서비스로 대표되었으나 2005년 이후 인터넷 기반 서비스가 등장하였고 유무선 네트워크, 다양한 단말기(스마트폰, 테블릿, TV, PC) 등이 보급되면서 통합된 생태계를 형성

컨버전스 개념 진화

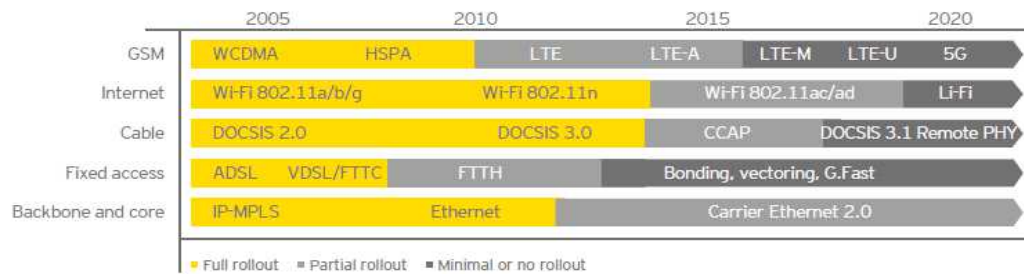


자료: Vision on Telecommunications, media and internet : the next steps

● IoT 환경을 조성하기 위한 고도화된 유무선 통합 네트워크 구축 필요

- 사람과 사람, 사람과 사물 통신을 넘어 사물간 인터넷을 통해 연결되는 IoT 시대가 등장하면서 새로운 가치를 창출하게 될 것으로 예상
- IoT를 구현하기 위한 통신기술은 폭넓게 사용되고 있는 IP와 이더넷을 기반으로 하는 유무선 통합 인프라에서 구현 가능
- 다양한 기기나 사물에 연결성을 제공하는 통신 및 네트워크 인프라 기술로는 블루투스, 와이기그(WiGig), 지그비(ZigBee) 등 근거리통신기술에서, WiFi, 5G, 등 무선·이동통신기술 및 이더넷 등 유선통신 기술이 다양하게 활용될 것으로 전망

IoT 환경을 위한 통합망 기술 발전 과정



자료 : EU, Global telecommunications study: navigating the road to 2020, 2015

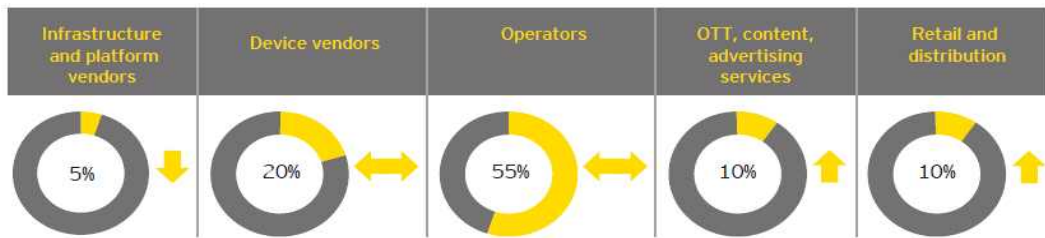
■ 사업자 관점 : 가입자 확보와 규모 확대 전략

① 가입자 확보 전략

- 방송통신사업자들은 결합판매 전략을 통해 churn 비율을 낮추고 이용자 고착 효과를 동시에 얻기 위함
 - 방송통신사업자들은 유선전화, 이동전화, 초고속, 유료방송서비스를 조합하여 결합 판매하는 전략을 도입하고 있음
 - 결합판매는 가입자 churn 비율을 감소시키고 가입자들이 다양한 단말기와 네트워크에서 가능한 서비스를 선택할 때 통제권을 확보하기 위한 목적임
- 방송통신사업자들은 통합사업자로 전환하여 자신들의 강점을 인접 시장으로 확장하거나 약점을 보완하기 위한 목적임
 - 이동사업자는 유선시장으로 확장하기 위한 것이고 유선사업자와 케이블사업자들은 이동시장으로 확장하기 위함

- 최근 이종망 사업자간 결합 움직임을 볼 수 있으며 유무선 사업자 양방향에서 컨버전스 추세가 강하게 나타나고 있음
- 사업자들은 가격 경쟁보다는 고객 요구에 맞게 통합 상품을 설계하고 가격을 설정함으로써 고객의 요구에 맞게 대응 가능해짐
- 방송통신사업자들은 방송통신 생태계 내 급성장하고 있는 OTT, 콘텐츠사업자와 경쟁하기 위해 컨버전스 전략 추진
 - OTT 서비스는 방송통신사업자들의 서비스와 요금을 대체하고 수입과 마진에 영향을 미치며 경쟁사업자로 등장함. OTT, 콘텐츠 사업자들이 방송통신 생태계에서 2015년 수입기준 10%를 차지하고 있음

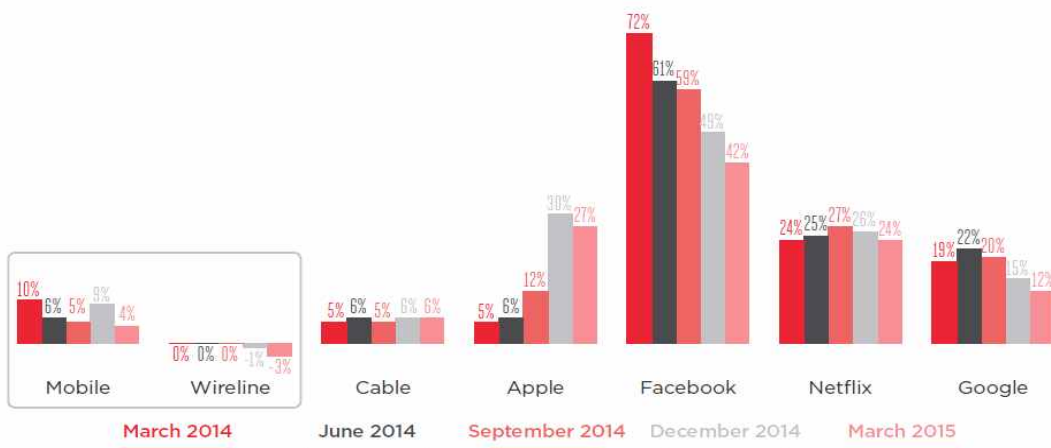
2015년 방송통신사업자 생태계 구성원 수입 비율



자료 : EU, Global telecommunications study: navigating the road to 2020, 2015

- 미국에서 2014년~ 2015년 1년간 방송통신사업자의 수입증가율은 0%~10% 이나 OTT, 콘텐츠, 플랫폼 등 인터넷사업자들은 두 자리 성장률 보임

미국의 방송통신사업자와 인터넷사업자의 수입 증가율



자료: GSMA Intelligence, Convergence: repositioning in an expanded mobile ecosystem, 2015. 11

- 이용자들이 유료방송서비스를 해지하고 인터넷 TV나 OTT 등 새로운 미디어 플랫폼으로 이동하는 cord cutting 현상이 증가하고 있음
- 방송통신사업자들은 막대한 네트워크 투자를 지속하면서 신속하게 신규사업자들과 경쟁해야하는 상황에 대응하기 위해 경쟁력 확보를 위한 컨버전스 전략 추진

② 규모 확대 전략

● 컨버전스 시대에서 규모가 중요한 경쟁요인으로 등장

- 기존 수입원과 가입자 기반을 보호하기 위해 규모를 확대하는 전략 중요하게 대두
- 사업자들은 규모 확대를 통해 광고사업자, 콘텐츠 제공사업자, 그 외 생태계의 관계자들과의 협상력이 증가됨

● 유무선 결합서비스를 제공하기 위한 대규모 망투자 비용 부담을 완화하기 위해 규모 확대 필요

- 방송통신사업자들은 음성, 데이터, 동영상을 전송할 수 있을 정도의 IP 통합망을 소유하는 것이 경쟁우위를 확보하는 핵심 동력임
- 대규모사업자는 망 구축에 필요한 높은 고정비용을 보다 많은 가입자에게 분배할 수 있으므로 네트워크 규모와 품질을 위한 투자 확대 가능

📖 이용자 관점 : 이용자 경험 향상

● 인터넷 기반의 네트워크 기술 등장으로 이용자들이 동일망에서 여러 유형의 서비스를 이용할 수 있게 됨

- 1990년대 중반부터 케이블망에서 전화와 인터넷, TV 서비스를 이용할 수 있게 되었고 2006년부터 동선망에서 전화, 인터넷, TV 서비스 이용
- 결합서비스 초기에는 유선전화와 인터넷에 대해 요금을 인하는 방법 중의 하나로 보고 회의적인 입장이었음

● 2010년 이후에는 이동기술이 발전함에 따라 이용자들은 이동성이 보장되는 고품질 서비스와 데이터, 콘텐츠 접속 니즈가 증가하고 있음

- 이용자들은 어디에서든지 어떤 인프라를 이용하든지 인터넷 접속이 가능하고 유무선서비스를 동시에 이용하고자 하는 요구가 증대됨에 따라 유선망에서 이동망으로 컨버전스 추세가 확대됨

- 방송통신사업자들은 유무선 통합망을 확보하는 방안으로 직접 망을 구축하거나 도매 서비스를 이용하거나 파트너 협약 추진
- 이용자의 미디어 콘텐츠 이용 매체에서 이동단말기가 차지하는 비중이 상승
 - Cisco 발표자료에 따르면, 모바일 인터넷 트래픽 비중은 2014년 전체 인터넷 트래픽 중 4%에서 2019년 18% 정도 상승할 것으로 예상
 - 이동 중에 콘텐츠와 앱을 이용하는 비율이 증가함에 따라 유무선간 끊임없는 핸드오버를 제공할 수 있도록 통합망 통제 관리가 중요해짐
- 이용자의 수요변화에 대응하여 제품의 속성도 다양하고 복합된 형태로 변화
 - 독립적인 단일 기능 제품에서 연결성·지능·반응성이 높아지는 스마트 형태 기기로 변화하고 있음
 - IoT 기반의 센서, 전자 장비 등이 포함된 다양한 기능의 스마트 단말기가 출시 될 것으로 예상

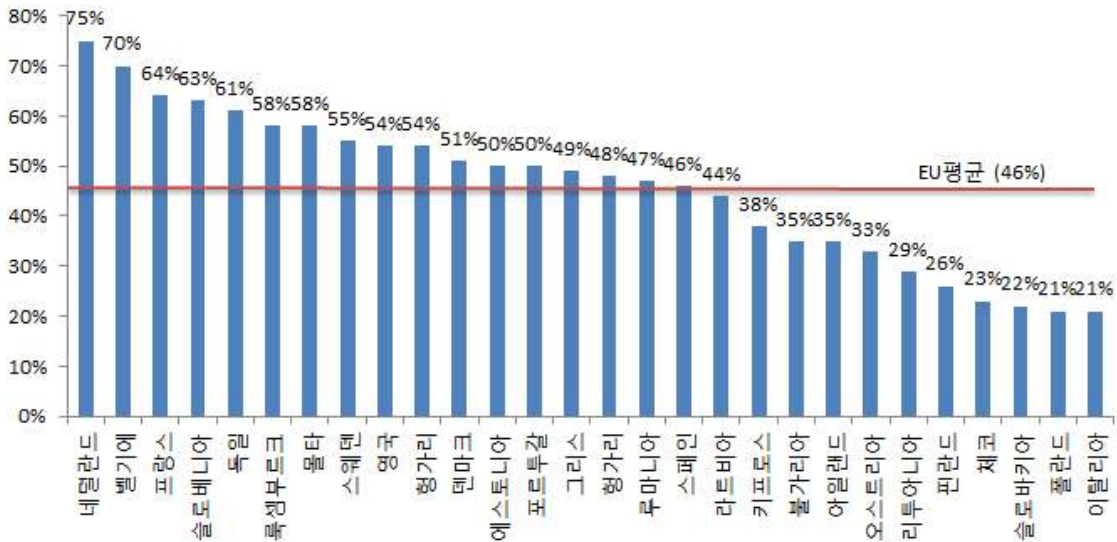
III 방송통신시장 컨버전스 현황

방송통신서비스 결합 상품 현황

● 국내 방송통신서비스 결합상품 보급률은 84.5%, EU 회원국은 46%

- 국내의 경우 2014년 결합상품 가입자는 총 1,541만 계약으로 전체 가구의 84.5%가 가입하고 있음
- EU의 경우 2014년 결합상품 평균 가입률은 46% 수준임. 네덜란드가 75%로 가장 높고, 그 뒤로 벨기에(70%), 프랑스(64%) 순으로 조사되었으며, 독일, 영국 등도 50%를 초과하고 있음

EU 회원국들의 결합상품 가입률 (2014년)

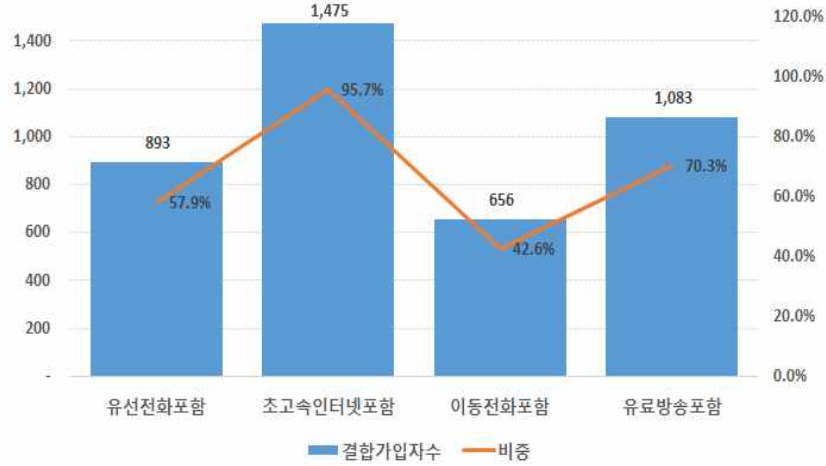


자료: EC, E-Communication household survey, 2014

● 방송통신 결합상품을 구성하는 서비스 가운데 국내외 모두 초고속인터넷 비중이 가장 높고 이동전화 비율은 낮은 수준인 것으로 나타남

- KISDI에서 발표한 2015년 통신시장 경쟁상황평가에 따르면 국내의 경우 초고속 인터넷이 차지하는 비율이 96%를 차지하고 있으며 이어 유료방송 70%, 유선전화 58%, 이동전화 43% 순임

국내 결합상품 구성서비스별 가입자 비율(만명) (2014년)



자료: KISDI, 2015년 통신시장 경쟁상황평가, 2015. 11

- EU의 경우 결합상품 구성서비스에서 초고속인터넷이 차지하는 비율이 90%로 가장 높고 이동전화는 29%로 낮은 편임

표 2 EU 회원국들의 결합상품 구성서비스 가입비율

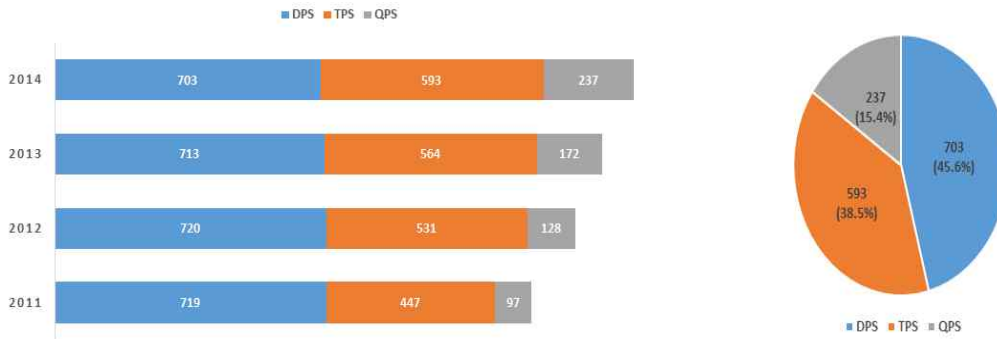
	09년	11년3월	11년12월	13년3월	14년1월
유선전화	86%	82%	81%	81%	80%
초고속인터넷	80%	90%	90%	91%	91%
이동전화	22%	19%	22%	26%	29%
방송	47%	48%	51%	54%	54%

자료: EC, E-Communication household survey, 2014, 2013, 2011 재구성

- 결합상품 유형별 가입 비율을 살펴보면 DPS가 가장 많고 TPS, QPS 순이며 결합상품 유형별 가입 순위는 국내외 동일함
- 2014년 국내 결합유형별 가입자 비중은 DPS가 45.6%, TPS가 38.5%, QPS가 15.4% 순이며 아직까지 QPS 가입 비율이 낮은 수준임

국내 결합상품 유형별 가입자 추이 (단위: 만명, %)

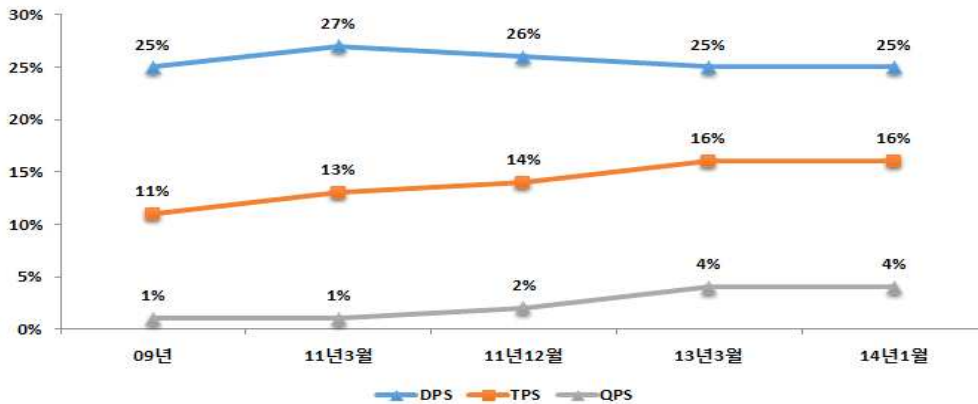
< 2014년 결합상품 유형 비율 >



자료: KISDI, 2015년 통신시장 경쟁상황평가, 2015. 11

- EU 회원국들의 결합상품 유형별 가입률 추세는 국내와 마찬가지로 DPS는 감소하고 TPS와 QPS가 증가하고 있음

EU 회원국들의 결합상품 유형별 가입률 (2014년)

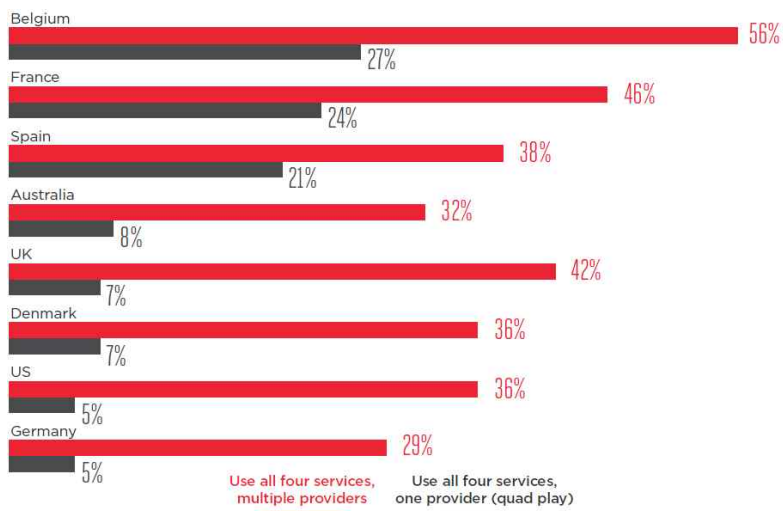


자료: EC, E-Communication household survey, 2014, 2013, 2011 재구성

- 국가마다 컨버전스 환경이 상이하기 때문에 QPS 결합상품 수요에도 차이가 보이고 있음
- 국내에서는 2009년 이후부터 통신 계열사 간 M&A가 이루어져 유무선 통합사업자가 경쟁하는 구도로 바뀌면서 이동전화를 포함한 QPS 결합상품의 경쟁이 치열해짐
- 2011년 통신사업자의 LTE서비스 경쟁이 본격화됨에 따라 QPS 유형의 결합상품이 다수 출시하면서 가입자가 증가하였으며, 전체 가구의 약 12.8%를 차지하고 있음

- 반면 QPS 가입률이 높은 국가는 벨기에, 프랑스, 스페인이 있으며 전체 가구의 20% 이상이 가입하고 있는 것으로 나타남
- 호주, 미국, 영국에서는 네 개의 QPS 구성서비스를 복수사업자에 가입한 가입자는 전체 가구의 약 40%를 초과하고 있으나 QPS 가입자 비율은 10% 미만으로 낮은 수준임

주요국 QPS 가입률과 네 개의 구성서비스 가입률 비교



자료 : GSMA Intelligence, Convergence: repositioning in an expanded mobile ecosystem, 2015. 11

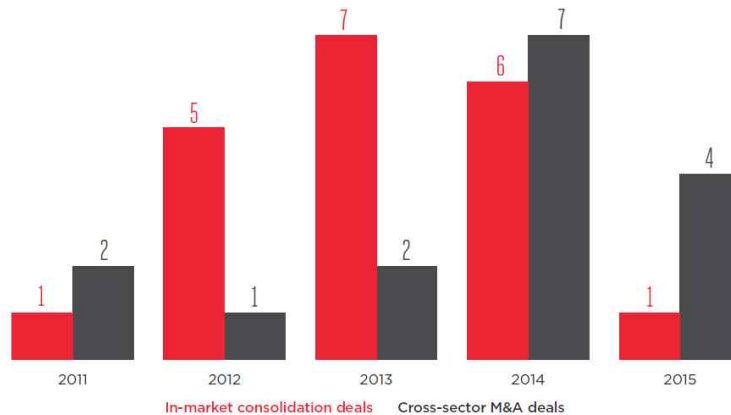
☐ 방송통신사업자 결합(M&A) 현황2)

- 2011년 이후 5년간 방송통신사업자 M&A 추세 분석결과³⁾ 동일매체 결합에서 이종매체 간 결합으로 이동하고 있는 것으로 나타남
- 2011년부터 2013년까지 동일매체 간 M&A가 대세였으나 2014년 이후에는 이종매체 간 결합이 더 활발히 진행되고 있는 것으로 나타남

2) GSMA Intelligence, Convergence: repositioning in an expanded mobile ecosystem, 2015. 11

3) 유럽, 미국, 캐나다, 한국, 일본 포함되었으며, M&A 완료 뿐만 아니라 제안, 거절, 루머 등이 포함된 자료임

방송통신사업자 M&A 거래 추세 (2011년 ~ 2015년)



자료 : GSMA Intelligence, Convergence: repositioning in an expanded mobile ecosystem, 2015. 11

- 이종매체 M&A에는 이동사업자가 케이블사업자 또는 위성방송사업자와 결합하거나 반대로 유선사업자가 이동사업자를 결합한 사례로 서비스 영역 확대하여 유무선통합사업자로 변모하기 위한 목적임
- M&A 거래 국가는 대부분 선진국 시장에서 발생하고 있음
 - 대표적인 이종매체 간 M&A 사례는 미국, 프랑스, 독일, 스페인, 일본 등이 있음
 - 미국의 AT&T가 위성 TV사업자인 DirecTV를 US\$485억에 인수하였음
 - 프랑스에서 Numericable이 SFR을 €170억에 인수하여 케이블 사업자가 이동 서비스를 제공할 수 있게 됨
 - 스페인에서는 이종매체 간 M&A가 활발히 추진되고 있음. 이동사업자인 Vodafone은 ONO를 €72억에 인수, Orange는 Jazztel을 €34억 인수하여 지배적사업자인 Telefonica와 경쟁하기 위하여 유선서비스를 보완하고 있음
 - Vodafone은 스페인뿐만 아니라 독일에서도 케이블사업자인 Kabel Deutschland를 €77억에 인수하여 통합화에 적극적으로 나서고 있음.
 - 영국은 예외적으로 설비기반 전국망 QPS 제공 사업자가 존재하지 않는 국가로 최근 BT가 EE를 £125억에 인수를 제안하였고 승인되면 영국에서 유일한 설비기반 통합사업자가 됨
- 방송통신서비스 QPS 결합서비스 활성화와 이종매체 간 M&A가 관계가 있는 것으로 나타남
 - 프랑스와 스페인에서는 QPS 제공이 가능한 통합사업자가 존재하는 경쟁구도임

- 프랑스는 2009년에 QPS가 출시되었고 2014년 보급률은 24%로 EU 회원국 중에서는 높은 편이며 통합사업자로는 Orange, Numericable가 있음
- 스페인은 2012년 10월 Telefonica가 “Movistar Fusion” 결합상품을 출시하였고, Orange, ONO 경쟁사업자들도 이동전화를 포함한 결합서비스 경쟁에 참여하면서 유무선 통합화 추세가 강화되고 있음. 이의 일환으로 상위 세 개 사업자가 이종망간 M&A를 추진하였음
- 영국의 경우 Vigin Media는 유일한 QPS 제공사업자이나 MVNO 사업자로 단말기 선택에 한계가 있고 이동서비스에서 경쟁력이 약한 편으로 QPS 경쟁이 활발하지 않음

IV 방송통신시장 컨버전스와 경쟁구조 변화

1. 분석 대상

- 방송통신시장 컨버전스로 인한 경쟁구조 변화를 분석하기 위해 M&A 사례 중 2010년 이후 발생한 이종 매체간 M&A 사례를 대상으로 함

표 3 주요 방송통신기업 이종매체 간 인수합병 사례

M&A 기업	국가	인가시기	인가조건
KDDI J.Com	일본	'10.2월	없음
Vodafone Kabel Deutschland	독일	'13.9월	없음
Vodafone Ono	스페인	'14.7월	없음
Telefonica Canal+	스페인	'15.4월	콘텐츠 도매제공 초고속망 개방
Orange Jazztel	스페인	'15.5월	중복 FTTH 매각 유/무선 망개방
AT&T DirectTV	미국	'15.7월	12.5백만 FTTN 구축

표 4 주요 방송통신기업 인수합병 대상 시장

국가	시기	유선/초고속	이동	유료방송		
				IPTV	케이블	위성
일본	'10.2월	KDDI	KDDI	KDDI	이종매체 KDDI	
독일	'13.9월	Vodafone	Vodafone	Vodafone	이종매체 Kabel Deutschland	
스페인	'14.7월	Vodafone	Vodafone	Vodafone	이종매체 Ono	
	'15.4월	Telefonica	Telefonica	Telefonica		이종매체 Canal+
	'15.5월	Orange	Orange	Orange		
미국	'15.7월	AT&T	AT&T	AT&T		이종매체 DirectTV

인수기업 (흰색) 피인수기업 (검은색)

자료 : TechPolis, An analysis of regulatory requirements for approval of recent Mergers & Acquisitions in telecommunications (2010-2015), 2015.June, 자료 재구성

- 이종매체 간 M&A 사례에서 피인수기업이 유료방송사업자(케이블, 위성방송) 비중이 높은 편이며 M&A를 통해 방송통신 통합사업자로 개편됨

2. 방송통신시장 컨버전스와 경쟁구조 변화 분석

가. 일본 KDDI 사례

☐ 인수합병과 방송통신시장 개요

인수합병 사업자	주요 역무 (합병전)	승인시기
KDDI	이동전화(2위), 초고속(2위)	10.2월
J:COM	케이블방송(1위)	

	유선전화	초고속인터넷	이동전화
가입자 수 (만건)	2,831	3,626	15,859
보급률 (가구기준)	75.7%	85.6%	124.8%(가입자)
주요사업자 시장점유율	NTT(73%) KDDI(20%) 소프트뱅크(4%)	NTT(54.6%) KDDI(20.6%) 소프트뱅크(6.7%)	NTT(45%) KDDI(29%) 소프트뱅크(26%)

자료 : 총무성, 전기통신사업시장동향, 2015, 휴대 PHS 가입계약수⁴⁾, 인터넷보급률⁵⁾

☐ 방송통신 결합서비스 현황

- 일본은 그룹 내외 유무선 사업자와 제휴하여 유무선 결합서비스를 제공하고 있으며 NTT는 금지행위 규제가 적용되어 공정한 결합서비스를 제공해야함
- NTT, KDDI, 소프트뱅크는 그룹 내외 사업자들과 제휴하여 유무선 결합서비스를 제공하고 있으며 KDDI만 활발하게 결합서비스를 제공하고 있음

그룹	제휴사업자 수		대표적인 유무선 결합 서비스 예
	그룹 내	그룹 외	
KDDI	33개	116개	- au 스마트 밸류(2012년 2월) - au 정리 토크(2008년 8월) - au → 자택 할인
NTT	6개	5개	- 후렛트 외출 팩 - 후렛트 광 모바일 팩 - OCN 광 모바일 할인

4) <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/field/tsuushin02.html>

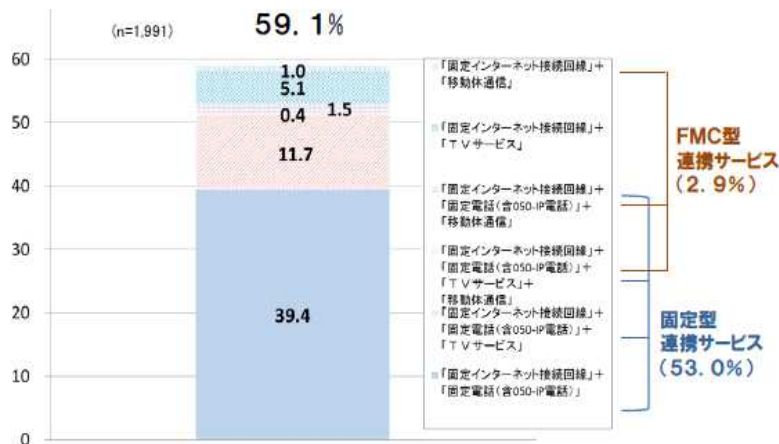
5) <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/new/index.html>

소프트뱅크	5개	3개	<ul style="list-style-type: none"> - 스마트폰 BB 할인(2012년 3월) - 소프트뱅크 휴대폰 세트 할인 - 화이트 콜 24 - 화이트 라인 24
-------	----	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 총무성, 전기통신사업분야 경쟁상황평가 2013, 전략적평가 기업그룹의 제휴서비스 경쟁환경에 미치는 영향에 관한 분석, 2014

- NTT 동서와 NTT 도코모는 유무선서비스 1위 사업자로 결합서비스를 판매할 유인이 낮음
- 2012년 유선전화, 인터넷, 이동전화, 방송서비스 가입자 대상 설문에서 결합서비스 가입자한 응답자는 전체의 59.1%이며 이중 유선서비스 결합가입자는 53%, 유무선 결합가입자는 2.9%로 유무선 결합서비스 이용 비율이 미미한 편임

일본의 결합서비스 유형별 점유율



자료: 총무성, 경쟁평가자문회 자료3, 2012년 전략적평가-시장간 연계서비스의 이용 동향

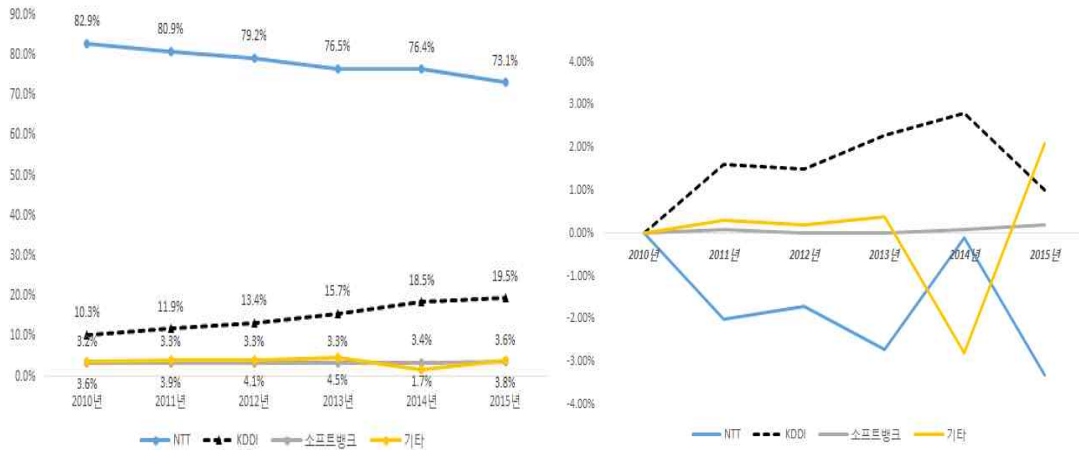
M&A 이후 시장경쟁구조 변화

- KDDI는 유무선통신 사업자로 2010년 케이블 사업자 J:COM 인수하고 2012년 “au 스마트 밸류” 유무선 결합서비스를 출시하였음
- 2010년 M&A 이후 KDDI의 시장점유율은 유선전화와 초고속인터넷시장의 경우 증가하고 이동전화시장의 경우 거의 변화가 없는 것으로 나타남⁶⁾
 - 유선전화시장에서는 2위를 유지하고 있으며 1위와의 시장점유율 격차가 50%이상 차이를 보이고 있으나 시장점유율은 가장 크게 증가하고 있는 것으로 나타남

6) 유료방송시장의 연도별 시장자료를 확보하기 곤란하여 분석에서 제외하였음

KDDI M&A 이후 유선전화서비스 시장점유율 변동 추이

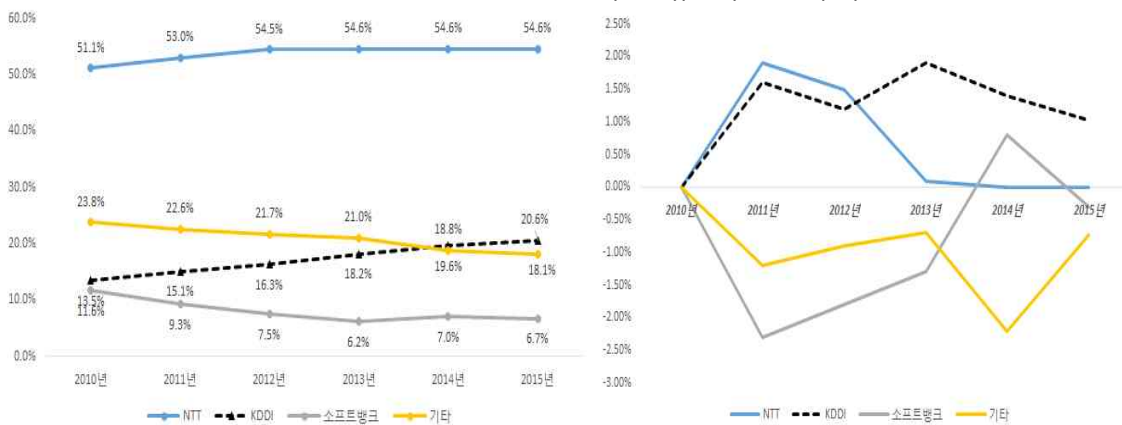
< 유선전화서비스 연도별 시장점유율과 변동 추이 >



- 초고속인터넷시장에서는 2014년 3위에서 2위로 바뀌었으며 연도별 시장점유율 증가폭도 가장 높고 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남. 1위 사업자와의 시장점유율 격차가 30% 이상 차이가 나고 있음

KDDI M&A 이후 초고속인터넷서비스 시장점유율 변동 추이

< 초고속인터넷서비스 연도별 시장점유율과 변동 추이 >

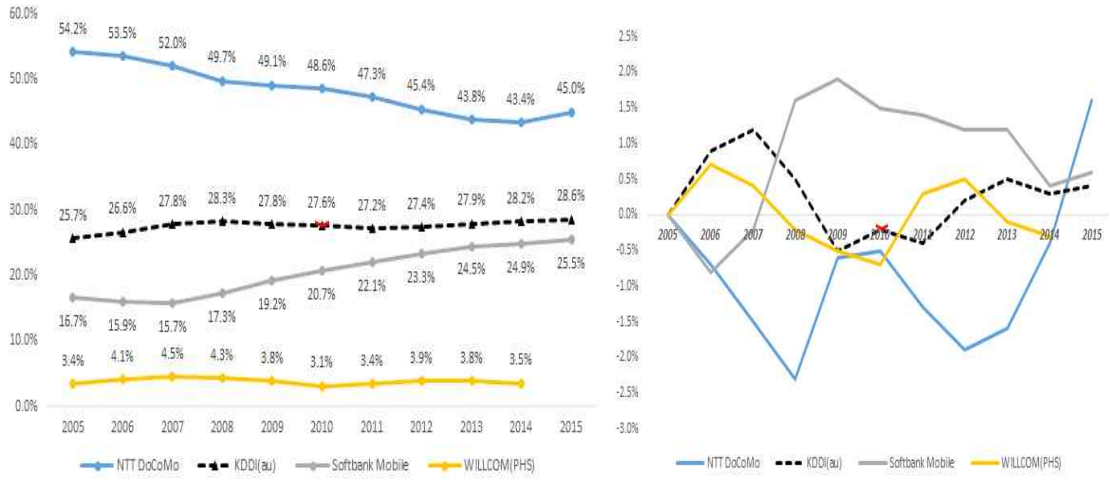


자료: 총무성, 2014년도 전기통신사업경쟁상황평가, 2015

- 이동전화시장에서 KDDI는 2위를 유지하고 있고 M&A 이후 시장점유율이 미미하게 증가하고 있음. 1위 사업자인 NTT 점유율은 감소하는 반면 3위 사업자인 Softbank mobile 점유율은 가장 크게 증가하는 것으로 나타남

KDDI M&A 이후 이동서비스 시장점유율 변동 추이

< 이동서비스 사업자별 시장점유율 추이와 연도별 시장점유율 변동 추이 >



자료 : Merrill Lynch, 2015.10.27.

- M&A 이후 KDDI의 유선전화와 초고속인터넷 점유율은 큰 폭으로 증가하였고 이동전화 점유율은 미미하게 증가한 것으로 나타남.
 - NTT는 유선전화, 초고속인터넷, 이동전화 1위 사업자를 유지하고 있어서 결합판매에 소극적인 입장임
 - M&A 이후 KDDI의 이동전화시장 점유율은 약 1% 증가한 반면 Softbank는 가장 큰 폭(약9%)으로 증가한 사업자로 이동시장 변화를 주도하고 있음
 - M&A로 인하여 유선전화, 초고속인터넷 시장의 경쟁 변화에는 영향을 미치고 있으나 이동전화시장에서 별로 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨

나. 독일 **Vodafone+Kabel deutschland M&A** 사례

인수합병과 방송통신시장 개요

표 8 독일의 인수합병 개요		
인수합병 사업자	제공 의무 (합병전)	승인시기
Vodafone	이동전화(2위), 초고속(3위), IPTV	13.9월
Kabel Deutschland	케이블방송(1위), 초고속(5위), MVNO	

표 9 | 독일의 방송통신시장 현황

	초고속인터넷	이동전화	유료방송
가입자 수(천명)	27,600	113,397	14,841
보급률(가구기준)	73.5%	141.4%(가입자)	40.8%
주요사업자 시장점유율	T-Mobile(46%) Vodafone(20%) United Internet(16%) Unitymedia(11%)	Telefonica(38%) T-Mobile(35%) Vodafone(27%)	Kabel(48%) Unitedmedia kabelbw(44%) Telecolumbus(8%)

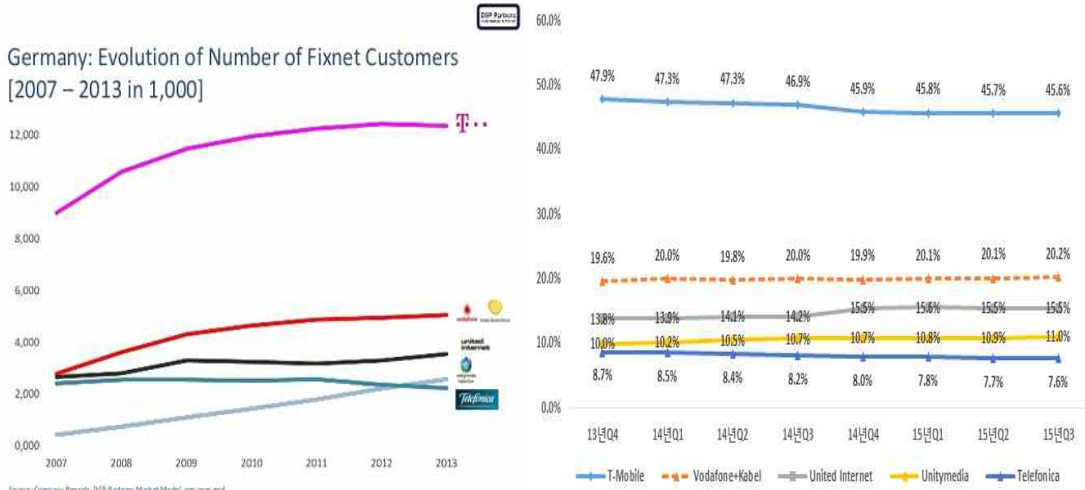
자료 : Kabel Deutschland Holding AG Unterfoehring, Annual Report, 2015. 03. 31, telecolumbus, compay presentation, 2016. 02, Unitymedia annual report, 2015. 2014, 2013, 2012, Wikipedia, List of countries by number of households, <http://www.dsp-partners.com/publications/telecommunications/german-telecommunications/>

M&A 이후 시장경쟁구조 변화

- 초고속인터넷시장에서 Vodafone은 2위사업자로 M&A 이후 연도별 시장점유율이 미미하게 증가하고 있고, 3위, 4위사업자도 동일한 추세를 보이고 있음
 - M&A 이후 Vodafone의 초고속인터넷 점유율은 0.6%로 증가하였으나 3위사업자는 1.7%, 4위 사업자는 1%로 증가하였음. 반면 1위 사업자 T-Mobile은 2.3% 감소, 5위사업자는 1.1% 감소하였음
 - 초고속인터넷시장에서 1위사업자와의 격차가 감소하는 추세이나 1위와 2위 사업자간 점유율은 두 배 이상의 격차를 보이고 있음
 - M&A 이후 Vodafone 뿐만 아니라 3위와 4위 사업자도 동일한 움직임을 보이고 있어서 M&A로 인한 시장경쟁구조 영향은 미미한 것으로 판단됨

M&A 전후 초고속인터넷 가입자 점유율 추이 (단위 : %)

< M&A 이전 초고속 가입자 추이 (단위 : 천명) > < M&A 이후 초고속 사업자별 점유율 추이 (단위 : %) >



자료 : DSP-Partners, The German telecommunications market

- 유료방송시장 1위 사업자인 Kabel Deutschland는 M&A 이후 유료방송가입자 수는 감소하고 있으며 시장경쟁구조의 변화에 영향이 미미한 것으로 판단됨
 - 유료방송가입자 수는 전반적으로 감소하는 추세임 (백만 이상 가입자 보유 유료 방송사업자 unitymedia kabelbw, telecolumbus)
 - M&A 이후 Kabel의 시장점유율은 0.2% 소폭 증가하고 있으나 M&A로 인한 시장경쟁구조의 변화는 별 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨

M&A 전후 유료방송 사업자별 가입자 추이 (단위 : 천명)



자료 Kabel Deutschland Holding AG Unterfoehring, Annual Report, 2015. 03. 31, telecolumbus, company presentation, 2016. 02, Unitymedia annual report, 2015. 2014, 2013, 2012

- 이동전화시장의 3위 사업자인 Vodafone은 2011년부터 가입자 수가 감소하는 추세로 M&A 이후에도 시장점유율이 미미하게 감소하는 것으로 나타남
 - M&A 이전 2011년부터 Vodafone의 이동전화 가입자수는 감소하고 있으나 그 외 모든 이동사업자들의 가입자수는 증가하는 것으로 나타남
 - M&A 이후 Vodafone의 점유율은 1.4% 감소하는 반면 2위사업자는 1.7% 증가하는 것으로 나타남. 1위사업자(2014년 7월 Telefonica와 E-Plus 합병)는 0.3% 감소하는 것으로 나타남
 - 이동전화시장에서 M&A 이후 2위 사업자인 T-Mobile가 시장 변화를 주도하고 있으므로 M&A로 인한 Vodafone의 영향력은 미치지 못하는 것으로 판단됨

M&A 전후 이동전화 가입자 점유율 추이 (단위 : %)

< M&A 이전 이동전화 가입자 추이 (단위 : 천명) > < M&A 이후 이동전화 사업자별 점유율 추이 (단위 : %) >



자료 : DSP-Partners, The German telecommunications market

- M&A 이후 Vodafone은 이동전화시장의 점유율이 감소하고 있고 초고속인터넷과 유료방송시장의 점유율이 미미하게 변하고 있으나 경쟁구조 변화에 거의 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - 이동전화시장에서는 Vodafone의 점유율이 감소하고 있어서 M&A로 인한 시장 경쟁구조변화에 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - 초고속인터넷시장에서는 Vodafone 점유율보다 3위, 4위 사업자 점유율이 더 크게 증가하고 유료방송시장에서는 Kabel의 점유율이 0.2% 증가하고 있으나 M&A로 인하여 시장경쟁구조 변화에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨

다. 스페인 Vodafone+ONO, Telefonica+Canal+, Orange+Jazztel M&A 사례

인수합병과 방송통신시장 개요

인수합병 사업자		제공 의무 (합병전)	승인시기
1차	Vodafone	이동전화(3위), 초고속(5위)	14.7월
	Ono	케이블방송(3위), 초고속(3위), MVNO	
2차	Telefonica(Movistar)	이동전화(1위), 초고속(1위), IPTV(1위)	15.4월

	Canal+(DTS)	위성방송(2위)	
3 차	Orange	이동전화(2위), 초고속(3위), IPTV(유료방송 5위)	15.5월
	Jazztel	초고속(4위)	

표 11 | 스페인 방송통신시장 현황

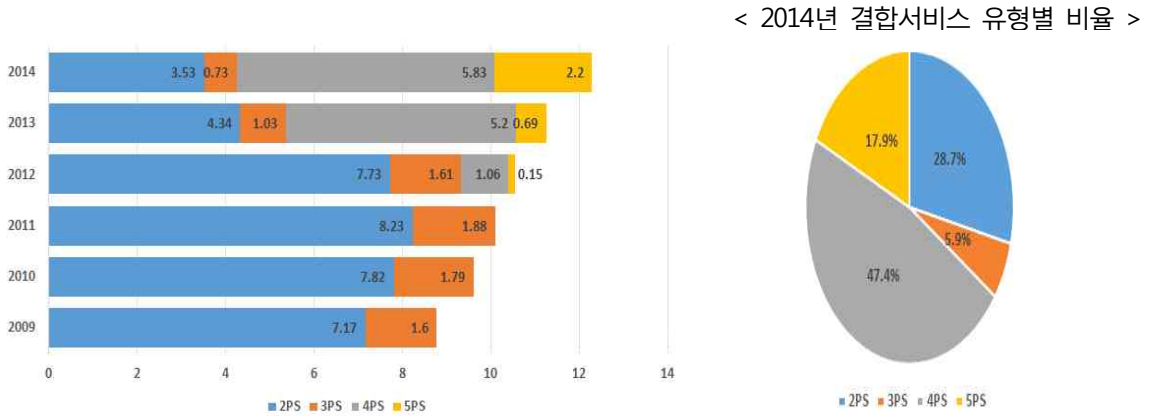
	초고속인터넷	이동전화	유료방송
가입자 수(천)	13,256	50,637	5,428
보급률(가구)	72.2%	109.2%(가입자)	29.4%
주요사업자 시장점유율	Movistar(Telefonica)(44%) Orange(29%) Vodafone(23%) Resto(5%)	Movistar(Telefonica)(31%) Orange(27%) Vodafone(26%) Resto(10%) Yoigo(6%)	Movistar(Telefonica)(73%) Vodafone(16%) Orange(3%)

자료: CNMC, Telecommunications and audiovisual sector economic report 2015, CNMC 통계자료

☞ 방송통신 결합서비스 현황

- 방송통신 결합서비스 경쟁이 활발한 국가이며 M&A를 통한 방송통신통합사업자 경쟁 구도로 개편
- 유무선 결합서비스는 연평균 7% 성장률을 보이고 있으며, 대표 결합서비스 유형이 DPS에서 QPS로 결합대상서비스 수가 증가하는 추세임
 - 2009년 결합가입자는 800만에서 2014년 1,200만명으로 연평균 7% 증가
 - 2009년 결합서비스는 유선망 중심의 DPS(유선 전화 + 유선 인터넷)과 TPS(유선전화+유선인터넷+유료방송)만 제공되었으며, 2012년 이후 이동서비스가 포함된 QPS(유무선 전화/인터넷)와 5PS(유무선 전화/인터넷+유료방송) 등장

스페인 결합서비스 연도별 가입자 추이 (단위: 백만회선)



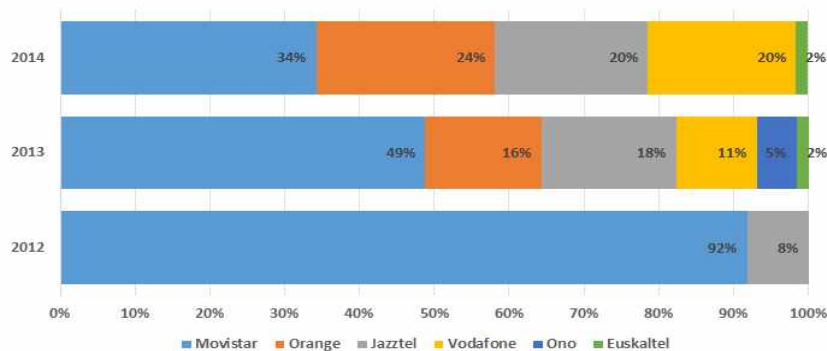
자료 : CNMC, Telecommunications and audiovisual sector economic report 2015

- 2013년 가입자가 가장 많은 대표적인 결합서비스가 DPS에서 QPS로 이동
- 2014년에는 5PS가 가입자 성장률이 가장 높은 것으로 나타남 (2013년 70만명에서 2014년 220만명으로 증가)

● 결합가입자가 가장 많은 QPS 사업자간 경쟁이 치열해 지고 있음

- 2012년 QPS 결합서비스에서 Movistar의 시장점유율이 92%를 차지하였으나 2013년 49%, 2014년 34%로 대폭 감소하였으며, 경쟁사업자들 (Orange, Vodafone, Ono)의 시장점유율은 2014년 20% 수준으로 성장하였음

스페인 QPS 결합서비스 사업자별 시장점유율 추이 (단위: %)

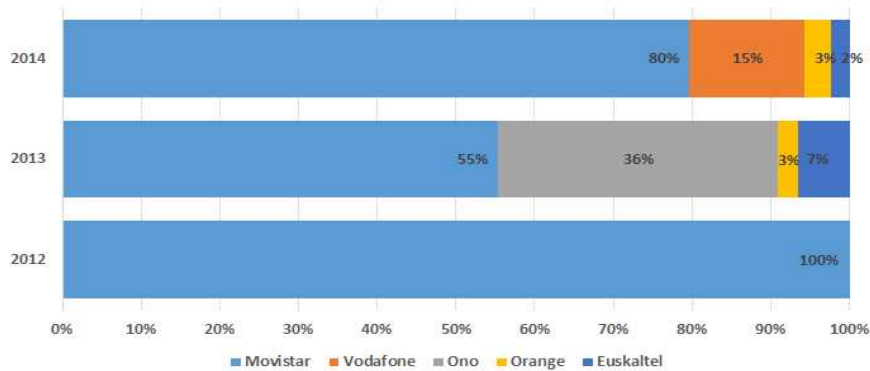


자료 : CNMC, Telecommunications and audiovisual sector economic report 2015

- 2012년에 처음 출시된 5PS는 성장률이 높은 서비스이며 Movistar가 시장점유율 1위를 차지하고 있음. DTS(Canal+)와 M&A을 통해 5PS 서비스에 마케팅에 주력하고 있으며 경쟁사업자들도 적극적으로 경쟁 시작

7) DTS는 Canal+ 공식 회사명

스페인 5PS 결합서비스 사업자별 시장점유율 추이 (단위: %)



* Vodafone은 2012년 12월부터 IPTV 서비스 제공 중단, Ono만 5PS서비스 제공

자료 : CNMC, Telecommunications and audiovisual sector economic report 2015

M&A이후 시장경쟁구조 변화

- 상위 3개 통신사업자가 2014년과 15년에 걸쳐 유무선 이종망간 M&A를 추진함에 따라 방송통신 통합사업자 형태로 개편되었음
 - 1차 M&A는 Vodafone, 2차 M&A는 Movistar, 3차 M&A는 Orange가 추진
- 초고속인터넷시장에서 M&A 이후 점유율 변화를 살펴보면 1위 사업자인 Movistar는 2% 감소하였고 Vodafone와 Orange는 각각 1%와 2%로 증가하는 복합적인 추세를 보이고 있음
 - 1차 Vodafone M&A 이후 점유율이 상승한 사업자는 Orange이며 반대로 감소한 사업자는 Movistar로 나타남
 - 2차 Movistar M&A와 3차 Orange M&A 이후에는 Orange와 Vodafone의 점유율이 증가하였고 Movistar는 변동이 없는 것으로 나타남
 - 가장 늦게 M&A를 추진한 Orange의 점유율이 가장 많이 증가하였고 M&A로 인해 인수합병 사업자의 점유율이 항상 증가하는 것은 아님

M&A 전후 초고속인터넷사업자 분기별 시장점유율 변동 추이

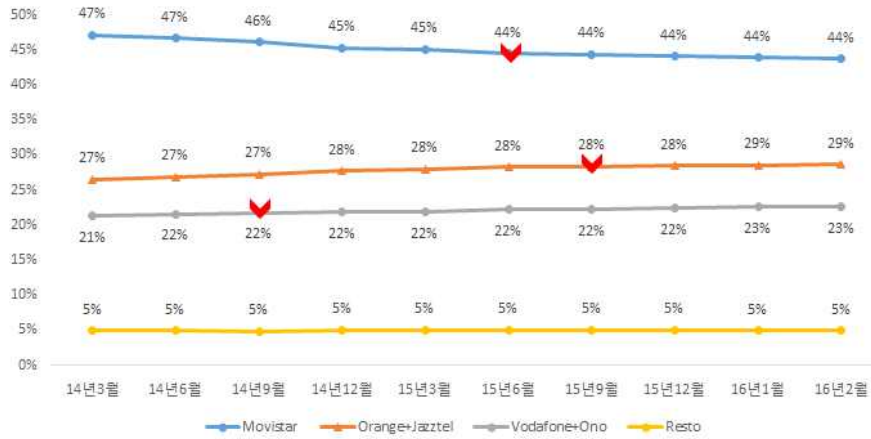
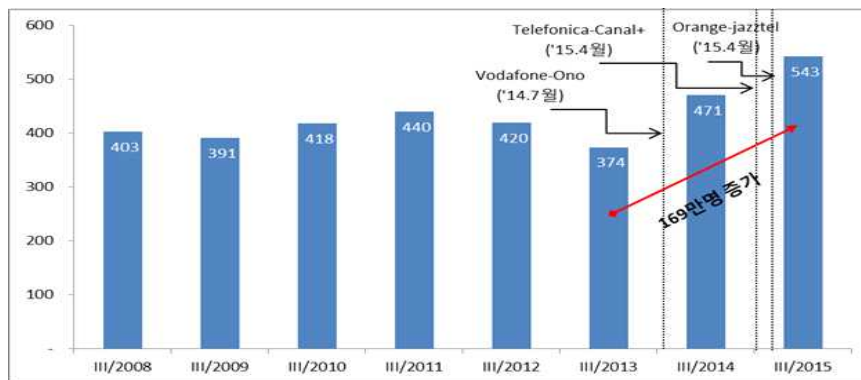


표 12 M&A 이후 초고속인터넷 사업자 점유율 변화

	Movistar	Orange	Vodafone
1차 M&A (Vodafone) 이후	-2%	+1%	-
2차 M&A (Movistar) 3차 M&A (Orange) 이후	-	+1%	+1%

- 유료방송시장은 2014년과 2015년 연 이은 M&A로 인해 가입자수가 크게 증가하였고 2015년 2차(Telefonica와 Canal+의 1위/2위 사업자) M&A로 인해 시장점유율이 70%를 이상을 차지하는 지배적사업자가 등장하게 됨
- 유료방송시장은 가입자 규모 자체가 작은 시장이었으나 인수합병으로 인해 규모가 크게 성장하고 있음(2014년 가입자 증가율(20%), 2015년(15%) 기록)

스페인 유료방송서비스 분기별 가입자 증가 (단위 : 만회선)



자료 : CNMC

- 1차 Vodafone M&A 이후 Vodafone 점유율은 미미하게 감소하는 반면 Telefonica (Movistar)와 Canal+(DTS)는 증가하는 것으로 나타남.
 - * Vodafone은 2012년 12월부터 IPTV 서비스 제공 중단, Ono만 서비스 제공
- 2차 Movistar M&A 이후에는 Movistar, Vodafone, Orange 모두 점유율이 증가하였고 그 중 Movistar가 가장 크게 증가하였음

M&A전후 유료방송서비스 분기별 시장점유율 변동 추이

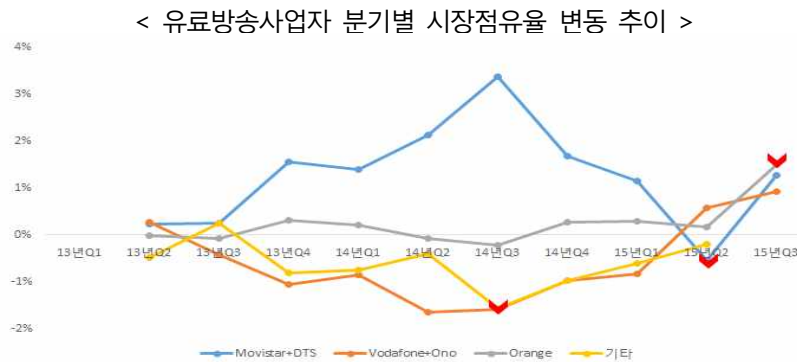
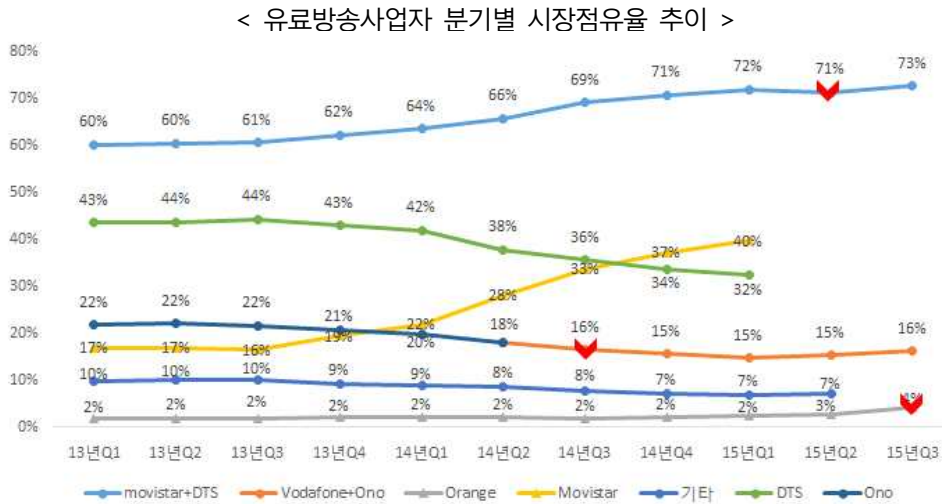


표 13 M&A 이후 유료방송 사업자 점유율 변화

	Movistar	Orange	Vodafone
1차 M&A (Vodafone) 이후	+2%	+1%	-1%
2차 M&A (Movistar) 이후	+2%	+1%	+1%

● 이동전화시장에서는 M&A 이후 사업자간 시장점유율 경쟁이 치열하고 상위 3개 사업자간 점유율 격차는 줄어가고 있는 추세임

- Vodafone은 2014년 Orange와 공동 2위사업자였으나 1차 M&A를 통해 단독

- 2위 사업자가 되었으며 그 점유율을 유지하고 있음. (3차 M&A 이후 3위로 하락)
- Orange도 2015년 3차 M&A를 통해 3위에서 2위 사업자로 역전하면서 단기간 내에 시장경쟁구도가 급변하는 역동적인 상황을 보여주고 있음
- * 다만, 피인수기업의 MVNO 가입자를 인수기업의 가입자로 포함한 점유율이며 M&A 이후 시장경쟁에는 거의 변동이 없는 것으로 나타남.

M&A전후 이동전화서비스 분기별 시장점유율 변동 추이

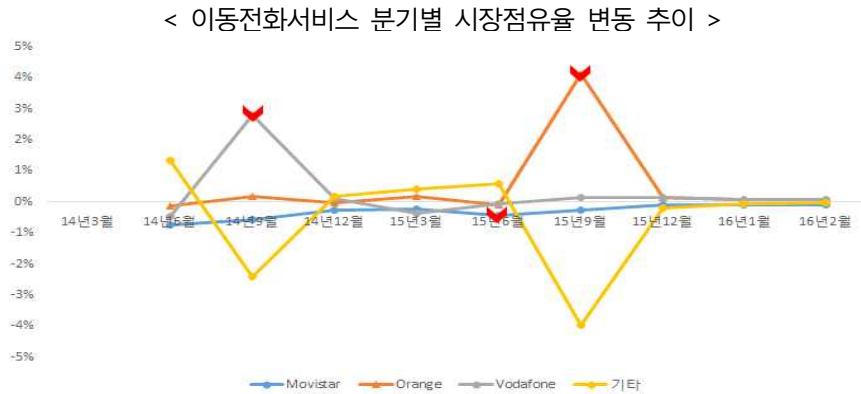
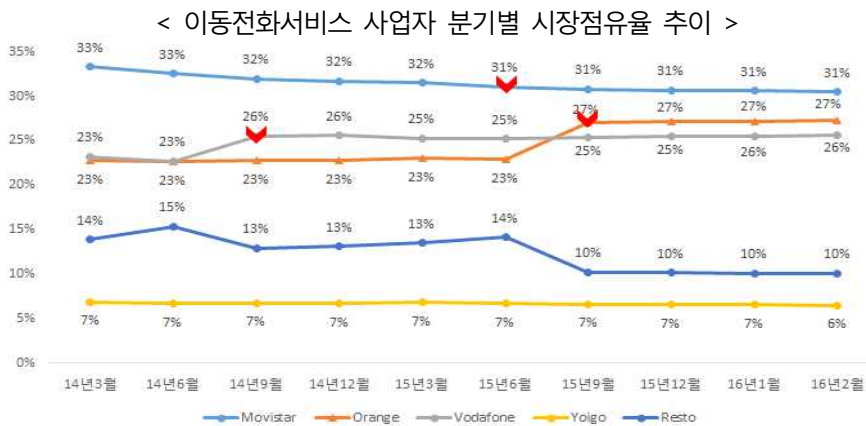


표 14 M&A 이후 이동전화 사업자 점유율 변화

	Movistar	Orange	Vodafone
1차 M&A (Vodafone) 이후	-1%	-	+2% (피인수기업 MVNO가입자)
2차 M&A (Movistar) 3차 M&A (Orange) 이후	-	+4% (피인수기업 MVNO가입자)	-

- 1위 사업자인 Movistar는 1차 M&A 이후 점유율이 미미하게 감소하였으며 2차와 3차 M&A 이후에는 변동이 없는 것으로 나타남

- 상위 3개 사업자의 M&A 이후 시장경쟁구조의 변화를 보이고 있는 시장은 유료 방송시장인 것으로 나타났으며 초고속인터넷과 이동전화시장에서는 M&A로 인해 경쟁이 더 활발해진 것으로 판단됨
 - 유료방송시장에서는 M&A로 인해 지배적사업자가 등장하게 되었고 M&A 이후 점유율이 증가하거나 유지하는 것으로 나타남. M&A로 인하여 시장경쟁에 영향을 미치는 것으로 판단됨
 - 초고속인터넷시장에서는 M&A 인수사업자 중에 일부 사업자는 점유율이 감소하고 있고 일부 사업자는 증가하는 복합적인 추세를 나타내고 있어서 M&A로 인한 시장 영향력이 존재한다고 보기 어려움
 - 이동전화시장에서는 피인수기업의 MVNO 가입자를 포함하여 인수기업들의 점유율이 상승하였음. 피인수기업의 MVNO 가입자가 없는 Movistar는 M&A 이후 점유율에는 거의 변동이 없는 것으로 나타남. M&A로 인해 사업자들의 점유율 변동이 발생하고 있고 사업자간 점유율 격차도 감소되어 시장 경쟁이 활성화 된 것으로 판단됨

라. 미국 AT&T + Direc TV M&A 사례

인수합병 및 방송통신시장 개요

표 15 인수합병 개요		
인수합병 사업자	제공 의무 (합병전)	승인시기
AT&T	이동전화(2위), 초고속(2위), IPTV(5위)	15.7월
DirecTV	위성방송(2위)	

표 16 미국 방송통신시장 현황			
	초고속인터넷	이동전화	유료방송
가입자(천명)	97,810	382,307	100,900
보급률(가구)	83.2%	119.9%(가입자)	85.8%
주요사업자 시장점유율	Comcast Cable(21.6%) AT&T(17.2%) Time Warner Cable(12.1%) Verizon (9.4%)	Verizon Wireless(36%) AT&T(33%) T-Mobile(16%) Sprint(15%)	AT&T(+DirecTV)(26%) Comcast(22%) Time Warner Cable(11%)

자료 : FCC, Annual report and analysis of competitive market conditions with respect to mobile wireless, including commercial mobile services, 2015. 12. 23, BOA, Merrill Lynch, 2015. 10. 27(인구수), FCC, Annual assessment of the status of competition in the market for the delivery of video programming, 2015. 4. 2, FCC, Internet access services: status as of December 31, 2014, 2016. 3, <http://www.statista.com/statistics/327131/number-of-broadband-subscribers-in-selected-countries/>

방송통신 결합서비스 현황

- 유료방송사업자들인 Comcast, Time Warner Cable, Charter 등을 중심으로 유료방송 단품과 결합상품(방송+인터넷+전화)을 제공
 - 유료방송시장에서 1위사업자는 케이블사업자 Comcast, 2위와 3위사업자는 위성 방송사업자 DirecTV, DISH Network 사업자 순임
 - 위성방송사업자들은 다른 유료방송에 비해 인터넷 성능이 열악하여 결합상품 경쟁 불리, 광대역과 전화서비스 결합판매를 위해서는 전화사업자와 계약 체결 필요
 - IPTV사업자들은 유료방송 단품과 결합상품(방송+인터넷+전화) 제공

표 17 미국의 유료방송사업자 현황 (2013년 기준)

유형	케이블	위성방송	전화(IPTV)
사업자 수	약 1,258개 20,000가입자 이상 : 36개 20,000 가입자 미만 : 수 백개	2개 (DirecTV와 DISH Network)	대규모 사업자 2개 (AT&T, Verizon) 다수의 소규모 사업자
커버리지	지역별 면허 (일부 지역만 중복사업자)	전국 면허	지역별 면허
서비스	유료방송, 결합서비스(전화, 방송, 인터넷)	유료방송, 결합서비스 불가(인터넷과 전화사업자 계약체결 필요)	유료방송, 결합서비스(전화, 방송, 인터넷)

자료 : FCC, In the matter of annual assessment of the status of competition in the market for the delivery of video programming, sixteenth report, 2015. 4. 2

M&A이후 시장경쟁구조 변화

- 2015년 7월 M&A 이후 모든 사업자의 점유율 자료 확보가 어려워 AT&T와 Verizon의 서비스별 가입자 수 자료를 기준으로 분석하였음⁸⁾
 - AT&T 분기별 가입자 수 자료를 기준으로 M&A 전후 가입자 추이를 분석하고 AT&T와 Verizon 사업자간의 가입자 변동 추이 분석 실시
- M&A 이후 AT&T 서비스별 가입자 변동 추이 분석 결과 유선전화, 초고속인터넷, 유료방송 가입자 수는 감소하고 이동가입자 수는 증가하는 것으로 나타남
 - 유선전화의 경우 가입자는 감소하고 있으며 M&A 이후에도 그 추세를 이어가고 있음
 - 인터넷의 경우 가입자 순증과 순감 추세를 반복하다가 M&A 이후 순감 추세를 이어가고 있음

⁸⁾Verizon, Financial & operating information, 2015, 4Q, 3Q, AT&T, Financial and operational results, 2015 4Q

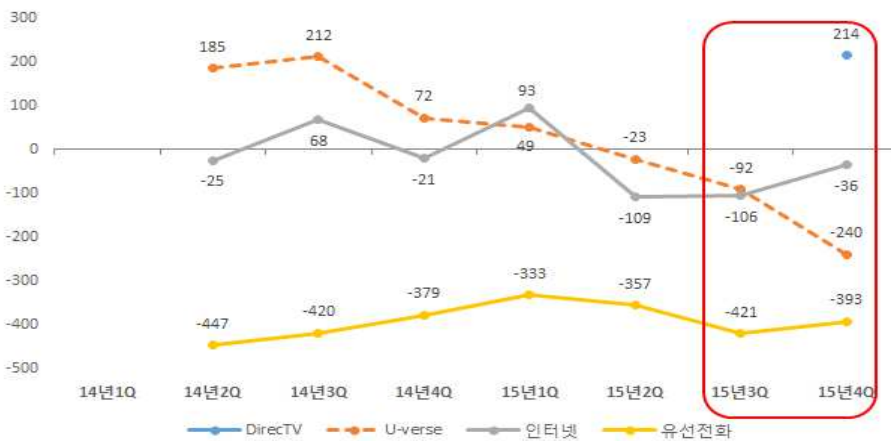
- 유료방송의 경우 M&A 이후 AT&T U-verse 가입자수는 감소하고 DirecTV 가입자는 증가하여 전체 가입자는 순감한 것으로 나타남
- 이동전화의 경우 지속적으로 가입자가 증가하는 추세를 보이고 있음

M&A 전후 AT&T 서비스 분기별 가입자와 순증감 추이 (단위: 천명)

< AT&T 서비스 분기별 가입자 추이 >



< AT&T 서비스 분기별 가입자 순증감 추이 >



● M&A 이후 AT&T와 Verizon 가입자 비교 결과, 유선전화와 초고속인터넷의 경우 AT&T가 Verizon에 비해 순감 가입자가 더 큰 반면 이동전화의 경우 가입자가 증가하는 추세로 순증가입자 추이는 혼조세 보임

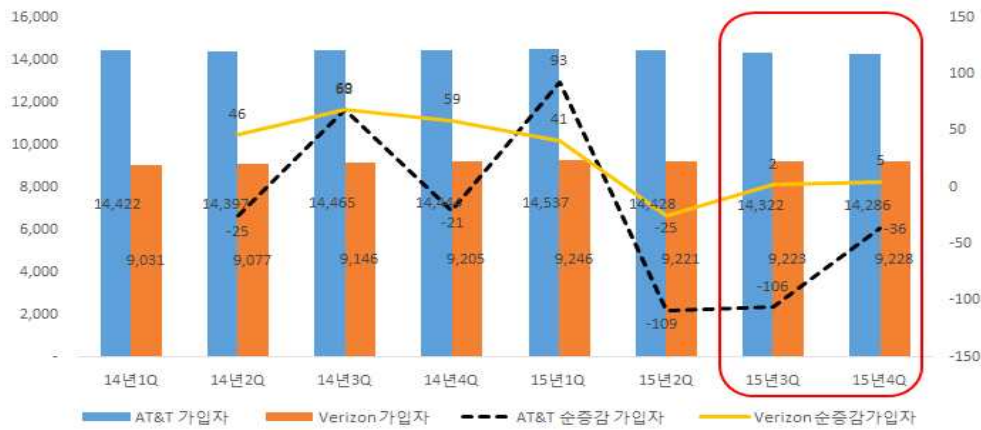
- 유선전화시장에서 가입자는 감소하는 추세로 AT&T가 Verizon에 비해 순감가입자가 더 큰 것으로 나타남

M&A 이후 AT&T와 Verizon 유선전화서비스 분기별 가입자 추이 (단위: 천명)



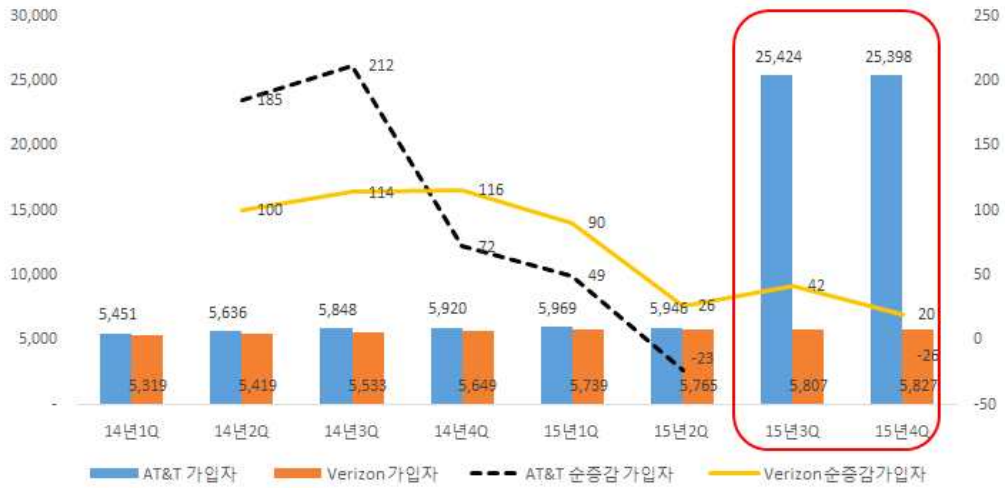
- 초고속인터넷시장에서 AT&T 가입자는 증가와 감소를 반복하다가 감소세로 전환하였으며, Verizon은 가입자가 미미하게 증가하는 추세로 나타남

M&A 이후 AT&T와 Verizon 초고속인터넷서비스 분기별 가입자 추이 (단위: 천명)



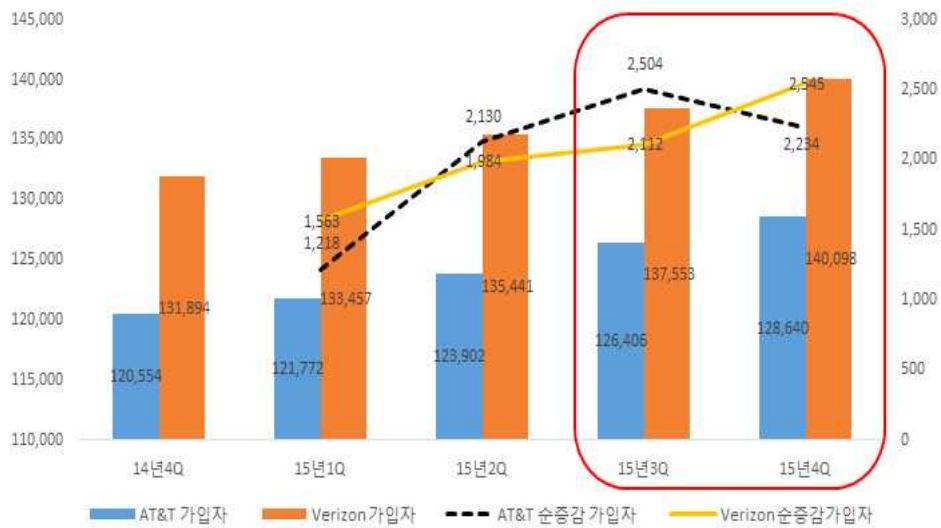
- 유료방송시장에서 가입자는 증가하는 추세이며 M&A 이후 Verizon 가입자는 순증세를 이어가고 있으나 AT&T 가입자는 미미하게 감소하는 것으로 나타남

M&A 이후 AT&T와 Verizon 유료방송서비스 분기별 가입자 추이 (단위: 천명)



- 이동전화시장에서 가입자는 증가하는 추세이며 M&A 이후 순증가입자 측면에서 Verizon과 AT&T는 혼조세를 보이고 있음

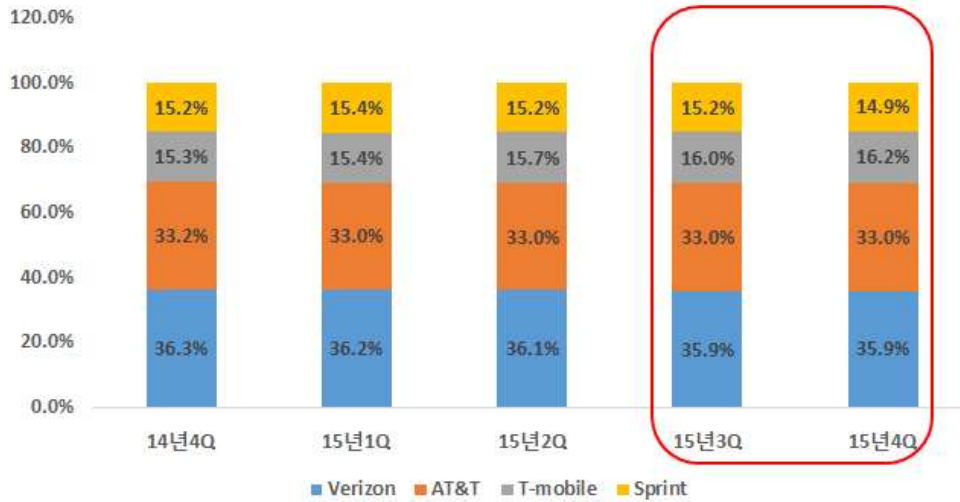
M&A 이후 AT&T와 Verizon 이동서비스 분기별 가입자 추이 (단위: 천명)



- 이동전화시장에서 주요 4개 사업자의 점유율 추세 분석 결과 M&A 이후 점유율이 상승한 사업자는 T-Mobile로 나타났으며 AT&T의 시장점유율은 변동이 거의 없는 것으로 나타남
- M&A 이후 AT&T 시장점유율은 변동이 없으며 1위 사업자인 Verizon은 감소하고, 오히려 3위 사업자인 T-Mobile는 증가하는 것으로 나타남. 두 사업자의 점유

을 변동 크기는 미미한 것으로 나타남

미국의 이동전화시장 주요 4개 사업자 분기별 점유율 추이 (단위: %)



자료: Strategy Analytics <http://www.fiercewireless.com/special-reports/how-verizon-att-t-mobile-sprint-and-more-stacked-q4-2015-top-8-carriers>

- M&A 이후 AT&T는 초고속, 유선전화, 유선방송시장에서 Verizon에 비해 순감가입자가 더 크고 이동전화에서 AT&T 시장점유율은 변동이 거의 없는 것으로 나타남
 - AT&T의 M&A는 단기적으로 시장점유율 변화에 별 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - AT&T M&A의 중장기적인 시장경쟁구조를 검토하기 위해서는 추가적인 조사가 필요함

마. 분석 결과 종합

- 방송통신서비스 이종 매체간 M&A 이후 시장경쟁구조의 변화를 분석한 결과 국가마다 다양한 형태를 보이고 있으며 일부 시장에서 M&A로 인하여 시장경쟁구조가 변화하는 것으로 나타남
 - M&A 완료 이후 경과 기간에 따라 2년 이상인 경우 중장기 사례와 2년 이내인 경우 단기 사례로 구분하였음. 중장기 사례에는 일본과 독일이 포함되고 단기에는 스페인과 미국이 포함됨.
 - 중장기 사례에서는 연도별 자료를 활용하였고 단기 사례에서는 연도별 자료 확보가 곤란하여 분기별 자료 기준으로 분석하였음

- M&A로 인해 중장기적인 시장경쟁구조 변화를 분석한 결과, 일본의 초고속인터넷과 유선전화시장에서 M&A로 인해 시장경쟁구조가 변하는 것으로 나타났으며, 그 외 시장에서는 영향이 거의 없는 것으로 나타남
 - 일본의 경우 M&A로 인하여 유선전화와 초고속인터넷시장에서 KDDI의 점유율증가에 영향을 미치는 반면 이동전화시장에서는 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - * KDDI는 M&A로 인해 유선전화와 초고속인터넷시장에서 점유율이 증가하였음
 - * 이동전화시장에서는 Softbank가 시장경쟁 변화를 주도하고 있으므로 KDDI의 M&A로 인한 영향력은 미미한 것으로 보임
 - 독일의 경우 M&A로 인하여 시장경쟁구조의 변화에 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - * 이동전화시장에서는 Vodafone의 점유율이 감소하고 있어서 M&A로 인한 시장경쟁구조변화에 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - * 초고속인터넷시장에서는 Vodafone 점유율보다 3위, 4위 사업자 점유율이 더 크게 증가하고 유료방송시장에서는 Kabel의 점유율이 0.2% 증가하고 있으나 M&A로 인하여 시장경쟁구조 변화에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
- M&A로 인한 단기적인 시장경쟁구조의 변화를 분석 결과, 스페인의 유료방송시장에서 M&A로 인하여 시장경쟁구조가 변화하는 것으로 나타났으며, 그 외 시장에서는 영향이 거의 없는 것으로 판단됨
 - 스페인의 경우 상위 3개 사업자가 M&A로 인하여 시장경쟁에 영향을 미치는 시장은 유료방송시장인 것으로 나타남. 초고속인터넷과 이동전화시장에서는 통합사업자 경쟁구도로 경쟁이 활발하게 진행되고 있음
 - * 유료방송시장에서 M&A로 인해 지배적사업자가 등장하게 되었고 지배적사업자의 점유율이 증가하는 것으로 나타남
 - * 초고속인터넷과 이동전화시장에서는 M&A 이후 점유율 변화가 복합적인 추세를 나타내고 있으며 점유율 격차가 감소하고 있음
 - 미국의 경우 M&A로 인해 시장경쟁에 거의 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - * M&A 이후 AT&T는 Verizon에 비해 유선전화, 초고속, 유료방송시장에서 가입자 감소가 더 크고 이동전화시장에서는 점유율 변화가 없는 것으로 나타남

- 스페인과 미국의 사례의 경우 매우 단기적인 시장자료를 활용하고 있어서 중장기적인 경쟁변화를 검토하기 위해서는 추가적인 조사가 필요함
- 지금까지 분석한 결과를 토대로 이종 매체간 M&A로 인한 방송통신시장의 경쟁구조의 변화에 대하여 일반화하기가 어려움. 다양한 시장경쟁구조의 변화를 보이는 이유를 다음과 같이 추정해 볼 수 있음
 - 일본의 경우 1위사업자인 NTT는 결합상품 판매에 소극적인 입장으로 경쟁적인 결합서비스 제공사업자가 부재한 상황임. 이러한 상황에서 M&A와 결합서비스로 인해 시장점유율이 확대된 것으로 판단됨
 - 독일의 경우 유무선 중심의 결합상품 가입이 활발하지 않으므로 이종 매체간 M&A로 인한 영향력은 미미한 것으로 판단됨
 - 스페인의 경우 경쟁사업자들도 결합상품을 제공하거나 제공가능한 상황이므로 M&A로 인한 시장 집중현상은 발생하지 않는 것으로 판단됨. 유료방송시장의 경우에는 M&A로 인하여 지배적사업자가 등장하게 되었고 그 사업자의 점유율이 확대되고 있음
 - 미국의 경우 AT&T 초고속인터넷 속도보다 케이블 모뎀이 우수하여 케이블 모뎀에 더 많이 가입하고 있음. 방송통신사업자가 제공하는 서비스별 경쟁력에 차이가 있거나 우수한 경우에 개별서비스의 경쟁력이 가입자 확보에 더 큰 영향을 미치는 것으로 판단됨

V 요약 및 결론

- All-IP** 네트워크 기반에서 사업자의 경쟁력을 강화 및 이용자 요구 사항을 만족시키기 위해 방송통신사업자들은 컨버전스 전략 추진
- 방송통신시장의 컨버전스로 인한 시장 경쟁 상황은 국가마다 다양한 형태를 보이고 있으며 일부시장에서 이종 매체간 **M&A**로 인해 시장 경쟁구조가 변화된 것으로 나타남
- 이종 매체간 M&A로 인한 시장경쟁구조의 변화를 시장점유율을 기준으로 분석 하였으며 국가별 상이한 시장경쟁구조의 변화를 보이고 있어서 일반화된 결과를 도출하기 어려움
- 이동전화시장은 이종 매체간 M&A로 인하여 경쟁구조변화에 별 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - 이동전화시장에서는 M&A 사업자가 아닌 일본의 Softbank, 독일의 T-Mobile, 미국의 T-Mobile 등 다른 경쟁사업자가 경쟁구조의 변화를 주도하고 있어서 M&A의 영향력은 미미한 것으로 보임
- 초고속인터넷시장은 일본에서만 M&A로 인하여 경쟁구조가 변화된 것으로 나타남
 - 일본의 경우 1위사업자가 결합상품 제공에 소극적인 입장으로 경쟁적인 결합서비스 제공사업자가 부재한 상황임. 이러한 상황에서 M&A와 결합서비스로 인한 M&A사업자의 시장점유율이 확대된 것으로 판단됨(유선전화에서도 동일하게 나타남)
- 유료방송시장은 스페인에서만 M&A로 인하여 경쟁구조가 변화된 것으로 나타남
 - 스페인은 M&A로 인하여 유료방송시장에 지배적사업자가 등장하게 되었고 그 사업자의 점유율이 확대되는 것으로 나타남
 - 독일은 유무선 결합상품 가입이 활발하지 않으므로 이종 매체간 M&A로 인한 영향력은 미미한 것으로 판단됨
- 본 조사에서는 이종 매체간 M&A 사례 대상 수가 많지 않고 대부분 최근에 발생하여 중장기 자료를 확보하기 곤란함. M&A로 인한 중장기적인 시장경쟁 상황

의 변화를 분석하는데 한계가 있음

- 단기적인 시장경쟁구조를 분석하는데 유용하나 5년 이상의 중장기적인 분석을 위해서는 추가적인 연구 필요함

- 방송통신시장의 컨버전스는 국제적인 트렌드로 국내시장에서도 결합 상품 경쟁이 활발하게 진행되고 있고 이종 매체간 **M&A** 잠재력을 보유하고 있어서 빠르게 컨버전스 환경으로 발전하고 있음
- 국내시장은 2009년 이후부터 통신 계열사 간 M&A가 이루어져 유무선 통합사업자가 경쟁하는 구도로 전환됨
- 2011년 본격적인 LTE 서비스 시작으로 DPS에서 이동전화과 유료방송을 포함한 TPS, QPS 유형의 결합상품 제공이 가능해 짐
- 2014년 국내 방송통신시장은 가구기준 84.5%로 높은 결합상품 보급률을 보이고 있으며 단순결합에서 TPS, QPS 결합상품 경쟁으로 전환되고 있음
- 최근에는 방송과 통신 매체간 M&A를 시도한 바 있으며 방송통신 통합사업자의 경쟁력을 확보를 위해 앞으로 다양한 이종 매체간 M&A가 추진될 것으로 예상

저자소개

조은진 ETRI 미래전략연구소 기술경제연구본부 방송통신정책연구실
책임연구원
e-mail: ejcho@etri.re.kr Tel. 042-860-5159

방송통신시장 컨버전스로 인한 경쟁구조 변화 분석

발행인 : 한성수

발행처 : 한국전자통신연구원 미래전략연구소 기술경제연구본부

발행일 : 2016년 9월 26일

ETRI 한국전자통신연구원
미래전략연구소

305-700 대전광역시 유성구 가정로 218
전화 : (042) 860-5159, 팩스 : (042) 860-6504

* 주의 : 본서의 일부 또는 전부를 무단으로 전재하거나 복사하는 것은
저작권 및 출판권을 침해하게 되오니 유의하시기 바랍니다.

