

KT, 딜라이브 인수 추진... 막 오른 '미디어 빅뱅'

SKT·LGU+ 이어 M&A 추진 정부, M&A 논의 긍정적 입장 과기부 "인수·합병 제도 정비" 합산규제 재도입시 인수 제동

'미디어 빅뱅'을 앞두고 정부 및 유료 방송 업계가 촉각을 기울이고 있다.

특히 정부는 현재 진행되고 있는 유료 방송 인수·합병(M&A) 논의에 대해 긍정적인 입장을 피력해 이전보다 규제 문턱이 낮아질 것으로 기대된다.

10일 이동통신 업계에 따르면 이동통신 사업자 KT는 최근 공시를 통해 딜라이브 인수 추진설에 대해 "유료방송사업 경쟁력 강화 측면에서 여러 방안을 고려 중이며 그런 측면에서 딜라이브 인수를 검토하고 있다"고 답했다.

LG유플러스와 SK텔레콤이 M&A를 추진하고 있는 상황에서 KT도 케이블방송 인수 의지를 피력한 셈이다. 케이블TV 3위 업체인 딜라이브를 인수하면 KT



이효성 방통위위원장이 올해 업무계획 브리핑을 진행하고 있다. /방송통신위원회

의 유료방송 합산 시장 점유율은 41.72%에 달하게 된다.

최근 인터넷TV(IPTV) 사업자인 LG유플러스는 CJ헬로 인수를, SK텔레콤은 자회사 SK브로드밴드를 통해 티브로드 인수에 나섰다. KT도 딜라이브 인수를 추진하면 이동통신 3사 모두 유료방송 M

&A에 뛰어들게 된다.

정부의 견해도 이전과 달리 호의적이다. 이효성 방통위위원회 위원장은 지난 7일 업무계획 브리핑을 통해 "국제적인 추세에 따라 우리나라도 인수합병을 통한 경쟁력 제고가 필요하다"며 "방송통신사업자 간 인수·합병 논의가 이뤄지는

경우 공공성·지역성이 담보될 수 있도록 심사하겠다"고 밝혔다.

아울러 3년 전 SK텔레콤의 CJ헬로 인수 추진 시 공정거래위원회 기업결합 심사에서 논란이 있었던 유료방송시장 권역 기준을 새로 변화하는 방송 시장 상황에 맞춰 바꾸겠다고 공언했다. 케이블TV 시장획정은 현재 7개 권역이다. 전국단위로 시장획정을 확대하면, 향후 유료방송사 간 M&A를 확대할 수 있는 시발점이 될 수 있다.

과학기술정보통신부도 업무보고 브리핑을 통해 유료방송사업자 M&A 제도를 정비하겠다고 강조했다.

과기정통부 관계자는 "공정 경쟁 부문에 대해 법적인 심사기준이 명시돼 있지 않아 이에 미치는 영향을 별도로 법적으로 명시해 심사를 강화하고자 한다"며 "또 방송법 상 일부 양도에 관해서는 별도의 규정이 없어 이를 합리적으로 개선해 제도를 적용하고자 한다"고 말했다.

이를 위해 과기정통부는 조만간 IPTV 법과 방송법 개정을 추진할 계획이다.

남은 눈은 공정거래위원회로 쏠린다. 공정위 또한 업무보고를 통해 기업 간 M&A로 기술혁신이 촉진된다고 판단될 경우 기업결합 심사에 속도를 내기로 했다. 특히 정보기술(IT) 등 신사업 분야의 기업결합 심사는 새로운 시장 환경에 맞춰 보완이 이뤄질 것으로 전망된다.

정부의 문턱도 이전에 비해 낮아진 셈이다. 다만, 유료방송 1위 사업자 KT의 경우 유료방송 합산규제가 M&A의 발목을 잡을 수 있다. 유료방송 합산규제란, 특정한 사업자가 전체 유료방송 가입자의 3분의 1 이상을 점유할 수 없도록 한 규정이다. 국회에서 합산규제를 재도입할 경우 KT의 딜라이브 인수가 불가능해진다.

유료방송 업계 관계자는 "이전과 달리 정부도 M&A를 해야 한다는 쪽으로 가닥이 잡히는 분위기"라며 "M&A 추진에 대한 긍정적인 분위기에 합산규제 재도입 논의도 완화될 것이라는 기대가 있다"고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

반려동물시장 세분화

노령동물 증가하면서 관련 시장 ↑ 연령·질병·원료 등 종류 천차만별 홍삼·어성초 함유된 한방영양제도

반려동물을 양육하는 가구가 증가하면서 시장이 세분화되고 있다.

6일 한국농촌경제연구원에 따르면 국내 반려동물 관련 시장이 최근 3년 동안 연평균 14.1% 성장해 2017년 기준 약 2조3300억원을 형성하고 있다. 2027년에는 시장 규모가 6조원까지 늘어날 것으로 전망된다.

농림축산검역본부 조사를 살펴보면 지난해 기준 국내 반려동물 양육 가구는 약 511만 가구로 전체 가구 수의 약 23.7%에 달한다. 즉, 4가구 중 1가구가 반려동물을 키우고 있는 셈이다.

반려동물 중에서도 가장 많은 비중을 차지하는 애완견은 약 600만 마리, 애견 인구는 1000만명에 달하는 것으로 업계는 추산하고 있다. 아울러 많은 애견인들 사이에서 반려견이 더 이상 동물이 아닌 인생을 함께하는 친구이자 심지어는 자식과도 같은 존재라는 인식이 확산되면서 애견 관련 시장 중에서도 고가의 프리미엄 라인이 빠르게 성장하고 있다.

특히 고급 사료와 간식은 사람들이 먹는 일반 음식보다 비싼 경우도 많은데 일생을 함께할 반려동물이 아프지 않고 오래 건강하길 바라는 마음에서 그 수요가 점차 늘고 있으며, 반려견의 건강과 보양을 생각하는 영양제 등 기능식품이 잇따라 출시되고 있다.

교원그룹의 라이프스타일 기업 교원더옴이 최근 '반려견 영양제'를 선보였다.

이 제품은 안전성, 전문성, 기능성을 갖춘 5가지 프리미엄 영양제로 전문 제약회사와 수의사가 함께 연구 개발한 제품이다. 비타민 A, E, B1, B2, C와 나리아신아미드 엽산, 판토텐산칼슘 등 13가지 영양성분이 함유된 '더 건강한 종합비타민'을 비롯해, '더 강화된 면역영양제', '더 부드러운 관절영양제', '더 윤기나는 피부영양제'와 '더 슬리한다

“반려동물 건강하게!”
영양제·보조제용품 다양화



이아트 영양제'까지 기능별 다양하게 출시돼 반려견의 연령이나 부족한 부분을 고려해 선택할 수 있다. 각 제품은 글루코사민, 오메가3, 가르니시아, 캄보지아, 6년근 홍삼 등 핵심 기능 성분 외에도 어성초, 구기자, 가시오가피 등의 5~6가지 한방 성분과 각종 양방 성분이 균형 있게 설계됐으며, 사료나 간식만으로는 부족하기 쉬운 영양소를 보충해 줌으로써 평소 반려견의 건강 관리에 도움을 받을 수 있다.

건강기능식품 전문기업 씨스팜은 최근 반려견의 관절 건강에 도움을 주는 '명명팔팔'을 출시했다. 관절염에 효능을 보이는 초록입홍합오일을 원료로 한

명명팔팔은 슬개골 탈구 예방이나 탈구 수술 후 유지나 관리가 필요한 반려견, 그리고 관절 관리가 필요한 노견·비만견 등을 위해 개발된 영양제다. 기존의 반려견 관절 영양제 시장에서 분말 형태의 초록입홍합을 사용하는 제품은 많지만, 명명팔팔은 식약처에서 관절 기능성과 안전성을 인정받은 오일 형태의 초록입홍합을 사용한다는 점에서 주목할 만하다. 사람이 먹을 때 개선 효과가 나타났기 때문에, 사람보다 체구가 작고 신진대사가 빠른 반려견의 경우, 더 빠르게 효과가 나타날 수 있다.

반려동물 사료업체 맘앤대디는 수제 간식 브랜드 마미아미를 통해 간식 10



/맘앤대디



/교원더옴

종을 선보였다.

기력 회복에 좋은 고단백 영양 간식인 '치킨안심저키'는 어린 강아지나 노령견 간식이다. 또한 다이어트가 필요한 반려견에게는 부족한 영양을 충족시켜준다. 면역력 강화와 항암 효과에 도움을 주는 '홍연어 저키', 당뇨에 걸린 강아지에게 탁월한 효과가 있는 '말고기 저키' 등이 있다. '무염황태채', '코코넛만치킨', '오리소떡볶' 등 3종 모두 단백질이 풍부한 간식으로 각각 간 기능 강화, 모질 개선, 피부 건강 등의 차별화된 효과가 있다.

반려견영양제 전문 기업 안스팸은 강아지 항문낭 관리에 도움을 주는 '제스티포우'를 출시했다.

안스팸은 세계 각국에서 검증된 강아지 영양제 및 간식을 수입·유통하는 업체로, 이번에 독점 계약을 통해 한국 소비자들에게 소개하는 제스티포우 '스쿠트 어웨이바이츠'는 현대 반려견이 겪는 고질적인 문제인 항문낭염 예방에 필요한 성분으로 구성된 강아지 영양제다. '스쿠트 어웨이바이츠'에는 장내 유익 박테리아를 강화시켜 건강한 배변운동 및 소화력을 유도하는 식물성 비타세움(프리바이오틱)과 섬유질이 높은 호박, 이노산 용에 좋은 민들레 뿌리, 단백질 분해 효소이자 항염증에 일조하는 프로멜라린 등이 다량 함유됐다. (박인홍 기자 parki7854@

현대차-카드사 협상 타결 신한·삼성·롯데는 '아직'

협상 불발시 가맹점 계약 해지

현대차와 일부 카드사간 수수료 협상이 타결됨에 따라 인상을 둘러싼 양측의 갈등이 진정 국면에 들어갔다.

하지만 일부 카드사는 현대차의 조정안을 받아들이지 않겠다는 입장을 고수하고 있어 가맹점 계약 종료라는 파국적 상황을 맞이할 가능성도 있다.

10일 업계에 따르면 현대차는 KB국민·현대·하나·NH농협·씨티카드와 신용카드 가맹점 수수료를 협상을 타결했다. 이에 따라 국민카드, 하나카드로도 10일부터 현대차를 구매할 수 있게 됐다.

나머지 신한·삼성·BC·롯데카드와는 여전히 협상을 진행 중이다. 신한·삼성·롯데카드와 현대차간 협상이 이날 마무리되지 않으면 11일부터 가맹점 계약이 해지된다.

BC카드도 현대차가 예고한 가맹점 계약 해지일이 14일이어서 양측이 협상할 시간적 여유가 아직 남아 있다.

가맹점 수수료율 인상을 두고 평행성을 달리던 양측이 접점을 찾게 된 것은 현대차가 지난 8일 전진된 조정안을 내면서다.

기존에 카드사는 1.8%대인 수수료율을 1.9% 중반대로 0.1~0.15%포인트 인상을 제시했고 현대차는 동결에 가까운 0.01~0.02%포인트 인상으로 맞서 양측의 입장차가 컸다.

그러다 현대차가 1.89% 수준의 조정안을 내면서 양측의 협상은 급물살을 탔다.

현대차와 협상을 타결한 카드사들은 수수료를 숫자를 확정 짓기보다는 일단 신한·삼성카드 등 대형 카드사가 결정한 수수료율 수준보다 약간 낮게 받는 것으로 합의한 것으로 알려졌다.

결국 신한·삼성카드의 행보가 관건이다. 롯데카드도 하위권 카드사여서 '대세'를 따를 가능성이 적지 않아 보인다.

현재 신한·삼성카드도 현대차의 조정안이 미흡하다고 보고 있다. 이들 카드사가 제일 우려하는 부분은 이른바 '역진성'과 타 업체과의 형평성이다.

/연합뉴스