



보도자료

2015년 2월 6일(금) 14:00 부터
보도하여 주시기 바랍니다.



3년의 혁신,
30년의 성장

문의 : 방송정책국 미디어다양성정책과 김재철 과장(☎2110-1460)
방송정책국 미디어다양성정책과 김우석 사무관 (☎2110-1461)

- IPTV 가입자 34% 증가로 유료방송시장 성장 주도
- 방송+초고속 등 결합상품 가입자가 유료방송시장의 43%
- IPTV·종편PP 등장 이후 시장 집중도 완화

- 2014년도 방송시장경쟁상황평가 결과 발표 -

방송통신위원회(위원장 최성준)는 오늘(2.6일) 「2014년도 방송시장경쟁 상황평가」 결과를 발표했다.

이번 방송시장경쟁상황평가는 일반적인 경쟁상황평가 절차에 따라 ①단위시장 확정 → ②평가지표 개발 → ③자료 수집 및 측정 → ④ 분석 및 평가의 단계로 진행되었으며

방송시장을 ▲ 유료방송시장(전체유료방송시장, 디지털방송시장), ▲ 방송 채널 거래시장(유료방송채널거래시장, 지상파채전송권거래시장), ▲ 방송프로그램 거래시장, ▲ 방송광고시장(전체방송광고시장, 지상파방송광고시장)으로 확정하여

각 시장별로 사업자 수, 시장 점유율 등 시장구조, 이용자의 대체서비스 결정가능성 등 대응력, 서비스 요금·품질 등 시장성과, 사업자 행위 등을 바탕으로 시장참여자 간의 경쟁상황을 평가하였다.

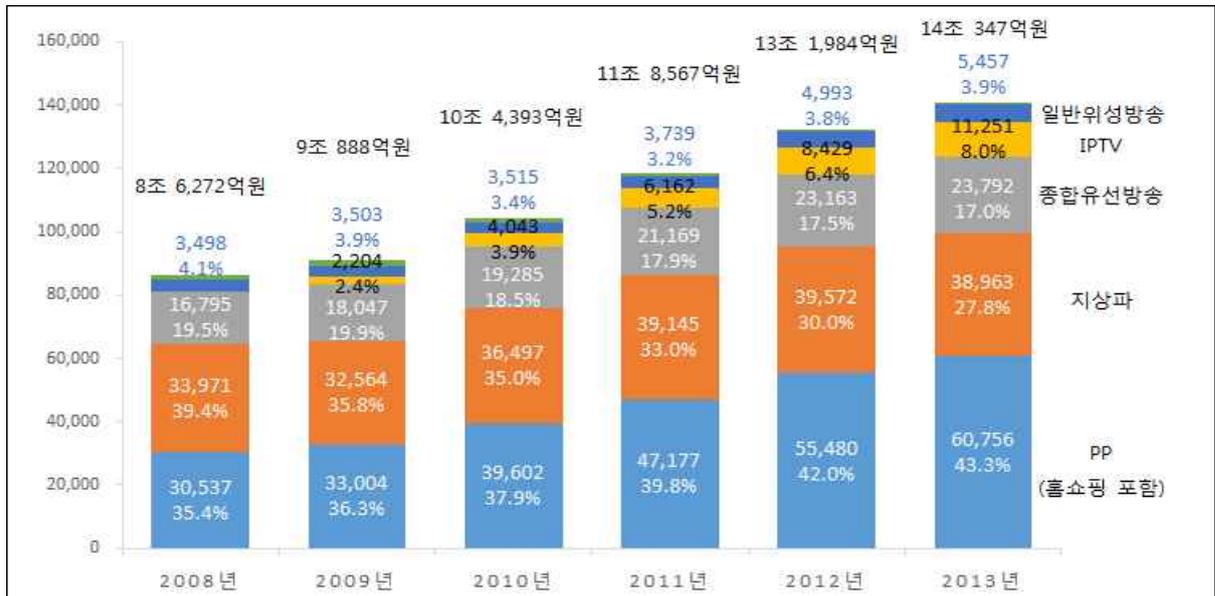
평가결과는 앞으로 방송시장에 대한 합리적인 규제개선 및 경쟁정책수립의 기초자료로 활용된다.

〈종합 평가〉

- IPTV, 종편 및 홈쇼핑PP 등의 성장으로 '13년말 기준 방송시장 전체 규모는 전년대비 6.3% 증가했으며, 지상파방송과 SO의 시장점유율은 감소추세가 유지되고 있는 반면 IPTV가 전년대비 33.5% 증가하여 방송시장 성장을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

〈 방송사업 매출액 및 사업자군별 점유율 추이 〉

(단위: 억 원)



- 아울러 방송과 초고속인터넷을 포함한 결합상품가입자가 빠르게 증가 (전체 유료방송시장의 43.1%, 전년대비 6%p 증가)하고 있고 VOD 매출액이 급성장('13년 4,331억원, 전년대비 45% 증가)하는 등 유료방송시장 상품과 수익 구조가 변하고 있으며 IPTV 3사가 전체 결합상품가입자의 80%, VOD시장 매출의 68%를 차지하여 그 변화를 주도하고 있는 것으로 분석되었다.
- 전체적으로 IPTV와 종편PP 등 신규사업자의 등장 이후 유료방송 가입자 시장, 방송채널사용사업자(PP) 시장, 방송광고시장 등 시장 전반에서 1, 2위 사업자간 격차가 좁아지고 시장 집중도가 완화된 것으로 평가되었으며,

아울러 가입자 유치 경쟁의 일환으로 방송상품을 초고속인터넷, 이동전화 등과 묶어 판매하는 과정에서 과도한 요금할인이나 경품 제공 등의 공정경쟁 제한 행위가 발생하지 않도록 앞으로 관련시장을 면밀히 주시할 필요가 있다는 의견이 함께 제시되었다.

< 시장 집중도 완화 추이 >

구 분	내 용
유료방송 권역별 가입자 HHI*	'12년 4,590 → '13년 4,191
PP 방송프로그램제공 매출액 HHI	'12년 1,589 → '13년 1,411
PP 시청률 HHI	'12년 723 → '13년 671
방송광고시장 HHI	'12년 1,638 → '13년 1,570

* HHI 지수 : 시장 전반적인 경쟁상황을 보여주는 지표 가운데 하나로 각 사업자의 시장점유율 제곱을 모두 합한 값으로 0에서 10,000(독점상태)의 값을 가지며 값이 클수록 시장집중도가 높음

<시장별 평가 결과>

□ 유료방송시장(SO, 위성방송, IPTV ↔ 이용자)

- SO가 72개 구역(CJ 20개, t-broad 16개, C&M 15개)에서 가입자 1위를 기록 중이나, 전체 가입자 수는 정체되고 있는 것으로 나타난 반면 전국 가입자수 1위인 KT계열의 점유율이 증가('12년 25.8%→ '13년 27.2%)하면서 최초로 1위를 차지한 구역(5개)이 나타나는 등 IPTV 진영과 SO 진영간 격차가 좁혀지고 있는 것으로 나타났다.
- 디지털유료방송시장에서는 SKB, LGU+ 가입자 점유율의 빠른 증가와 SO의 디지털전환 지속으로 1위 사업자인 KT계열의 시장점유율이 하락하고 있으며 시장집중도가 완화된 것으로 나타났다.

※ 디지털유료방송시장 점유율 추이('12년→'13년) : KT계열 44.0% → 41.1%, SKB 10.6% → 12.4%, LGU+ 7.7% → 10.0%

○ 주요 쟁점시장 분석

- **(결합상품)** 이동전화까지 포함한 결합상품 가입자 수는 약 282만명으로 전체 결합상품 가입자('13년 1,094만명)의 25.8%를 차지하였으며, SK는 이동전화 포함 결합상품 시장에서 최근('14년 3월) 점유율(40.2%)이 빠르게 증가하면서 KT(38.5%)를 추월한 것으로 나타났다.
 - **(VOD)** 유료방송사업자의 VOD 매출액은 4,331억원으로 전년 대비 45% 증가 했으며('12년 2,986억원), 수신료 매출에서 VOD가 차지하는 비중도 증가('12년 13.3% → '13년 17.7%)한 것으로 나타났다.
- ※ 매출 1위 사업자인 KT(매출액 1,717억원, 점유율 39.6%)를 비롯한 IPTV 3사가 2,931억원의 VOD 매출(점유율 67.7%)을 기록, SO(1,400억원, 32.3% 점유)에 우위
- **(OTT)** 관련 설문 응답자(660명) 중 63.2%가 유료방송 서비스와 OTT서비스가 유사한 서비스라고 생각하고 있으며, OTT 서비스를 사용하면서 유료방송 서비스도 계속 사용하겠다는 응답이 증가('13년 61.8%→'14년 68.4%)하는 등, OTT를 유료방송의 보완재로 인식하는 경향이 우세한 것으로 조사되었다.

□ 방송채널거래시장(지상파, PP ↔ SO, 위성, IPTV)

- 지상파3사와 CJ계열 PP(유료방송채널 거래시장 1위 사업자)의 시청 비중이 하락한 반면 종편PP 및 여타 유료채널의 성장으로 채널공급 측면의 시장집중도가 감소하는 등 '12년에 비해 시장구조가 경쟁적으로 변화되고 있는 것으로 나타났다.

※ CJ계열 PP의 프로그램제공 매출액 기준 시장점유율은 전년 대비 2.4%p 감소('12년 37.2% →'13년 34.8%), 매출액 기준 시장집중도 역시 완화 (12년 HH 1,589 →'13년 HH 1,411)

< 일일평균 TV 시청시간 비중 변화 추이 (단위:%) >

구 분	'11년	'12년	'13년
지상파3사	53.3	53.5	51.3
CJ계열 PP	9.1	7.6	7.1
종편PP	-	5.2	9.7

- 일반PP의 수신료 매출('13년, 5,671억원)은 전년도에 비해 13.2% 증가하고 지상파채널 재전송권 대가('13년, 1,255억원)도 전년도에 비해 94.3% 증가한 것으로 나타났다.
- 일반PP의 방송프로그램 제작비는 1조 4,006억원으로 전년도(1조 6,079억원)에 비해 12.9% 감소한 것으로 나타났다

□ 방송프로그램 거래시장(외주제작사 ↔ 지상파, PP)

- 전체(지상파+PP) 외주제작비 총규모가 '13년 7,269억원으로 전년에 비해 7.08% 줄어들어 전반적인 제작비 감소 추세와 일치하였다.
- 상위3대 수요자(지상파3사+계열PP)의 전체 외주제작비 대비 점유율은 전년도와 유사('12년 62.8%→'13년 62.7%)하고 수요점유율 집중도가 소폭 증가('12년 1,579 → '13년 1,612)하였으나 이는 종편의 진입과 이에 대응한 기존 PP의 콘텐츠 투자 증가로 전년도 수요집중도 완화폭('11년 HHI 2,081→'12년 1,579)이 커서 나타난 일시적 현상이라는 해석이 가능해 관련 시장 추세를 지속적으로 관찰할 필요가 있는 것으로 분석되었다.

□ 방송광고시장(방송사업자 ↔ 광고주)

- '13년 방송광고시장 규모는 3조 2,421억원(라디오와 홈쇼핑 광고 제외)으로 전년대비 2.7% 감소하였으며 지상파방송3사(지역관계사 및 계열PP 포함)의 광고매출 점유율도 감소 추세('13년 65.0%, 전년대비 1.4%p 감소)가 지속된 것으로 나타났다.
- 지상파 및 CJ계열 등 상위사업자의 위축, 종편PP의 성장 등으로 방송광고시장 집중도는 완화(HHI '12년 1,638→'13년 1,570)되고 있는 것으로 나타났다.

※ 4위사업자인 CJ계열의 광고매출액 기준 점유율도 전년대비 0.7%p 하락한 10.7%인 반면, 종편4사의 점유율 합계는 7.3%로 전년대비 2.2%p 증가

붙임 : 2014년도 방송시장경쟁상황평가 결과 요약 1부. 끝.