

팟캐스트(Podcast) 시장분석

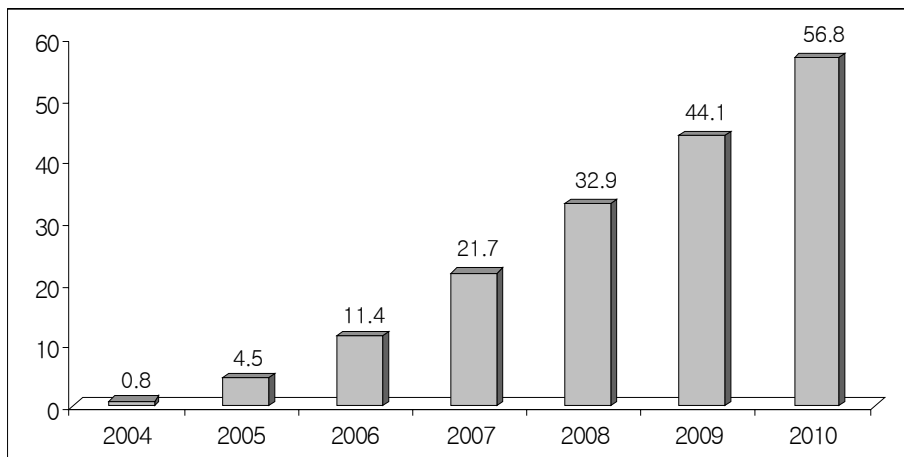
신성장산업연구실 주임연구원 이은민
(T. 570-4314, micha76@kisdi.re.kr)

1. 개요

팟캐스트(Podcast)란 Apple의 MP3 플레이어인 아이팟(iPod)과 방송(Broadcast)이 결합된 신조어로, 라디오 방송을 디지털로 녹음해 인터넷에서 개인 오디오 플레이어로 다운받는 것¹⁾을 의미한다. 시장조사기관인 PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT에 따르면 MP3플레이어를 보유하고 있는 미국성인(18세 이상) 2,200만명 중에서, 팟캐스트를 경험해 본 사람은 6백만명(29%해당)이며, 특히 18세~28세의 MP3 플레이어 사용자 중 팟

(그림 1) 미국 내 팟캐스트 이용자 증가 전망추이(2004~2010)

(단위: 백만명)



자료: www.podcast.co.kr, TDG자료 재인용

1) 뉴 옥스퍼드사전의 2005년 8월부터 수록된 '팟캐스트'의 정의임. 이 단어는 2005년에 올해의 단어로 선정되었음

캐스트를 경험한 사람은 약 50%에 이르는 것으로 나타났다.²⁾ 또한 The Diffusion Group에 따르면 2005년 미국의 팟캐스트의 이용자는 전년대비 400%이상 증가했으며, 2010년까지 매년 100%이상씩 성장할 것으로 전망했다.

현재 미국과 유럽의 사용자들은 원하는 시점에 오디오 플레이어로 개인이 구독하거나 서치한 팟쇼(Podshow)³⁾를 즐기는 것이 널리 보급되어 있다. 반면 팟캐스팅 보급이 아이팟 및 아이튠스(iTunes)의 성장과 함께 확대되었기 때문에, 아이튠스 뮤직스토어가 서비스 되지 않는 국내에는 보급이 미진한 상태이다.

본 고에서는 최근 엔터테인먼트 기능 이외에도 교육 및 비즈니스 등 다양한 용도로 확산되고 있는 팟캐스트에 대한 개념과 함께 시장의 성장요인과 문제점을 살펴보도록 하겠다.

2. 본 문

가. 개 념

팟캐스트는 애플컴퓨터가 도입한 인터넷 기반 음악방송 서비스로 방송국이나 개인이 제공하는 음악방송 등의 콘텐츠를 청취자가 인터넷으로 다운받아 PC나 MP3 플레이어 등의 휴대기기에서 감상하는 일련의 행위이다. 팟캐스트 청취자가 원하는 팟쇼(Podshow)를 구독(Subscribe)하면 정기적으로 업데이트 된 비디오·오디오 형태의 개별 Episode를 블로그 신디케이션 기술인 RSS⁴⁾ reader를 통해 자동으로 받게 되고, 자신이 원하는 디지털 미디어 플레이어(MP3플레이어, 뮤직폰, PC 등)를 통해 즐길 수 있다. 즉, 팟캐스팅 서비스는 기존 오디오(블로그 등) 서비스가 직접 방문을 통해서만 업데이트 확인이 가능하고, 스트리밍 방식이기 때문에 재생기기도 PC로 한정되었던 한계를 극복한 새로운 개념이다.

팟캐스터(Podcaster)의 PC에서 생산된 오디오, 비디오 등 다양한 파일들은 대개 많은 에피소드(Episode)를 담고 있는 일련의 콘텐츠, 팟쇼(Podshow)로 구성된다. 팟캐스터에 의해 퍼블리쉬된 에피소드는 인터넷을 통해 Listener(Podcatcher)의 RSS 소프트웨어에 저장된

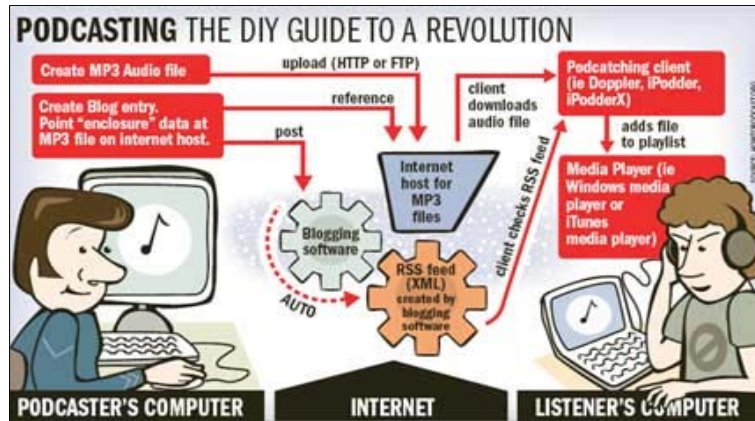
2) 2005년 4월 리서치 결과

3) 특정 라디오 토크쇼의 일련의 에피소드들의 모음처럼 지속적으로 생산·제공되는 콘텐츠를 일컬음. 종종 '채널(Channel)'이라고 불리기도 함

4) RSS는 Real Simple Syndication(매우 간단한 배포) 혹은 Rich Site Summary(풍부한 사이트 요약)의 약자로 XML기반의 표준 통신 포맷이며, RSS로 대표되는 콘텐츠 신디케이션 포맷을 통해 콘텐츠(또는 feed)를 전송할 수 있음. 일반적으로 인터넷 이용자는 북마크에 저장한 사이트의 업데이트 유무를 직접 방문을 통해서만 알 수 있지만, RSS를 이용하면 직접 방문하지 않고 RSS Reader(=Aggregator) 같은 프로그램을 이용하여 사이트 업데이트 유무를 쉽게 확인할 수 있음

다. 이 때 Listener의 소프트웨어는 구독한 팟쇼의 에피소드들을 일정 주기마다 업데이트 하고, PC에 다운로드 된 파일들은 오디오 플레이어가 지원되는 디바이스에서 재생된다.

(그림 2) 팟캐스트의 개념도



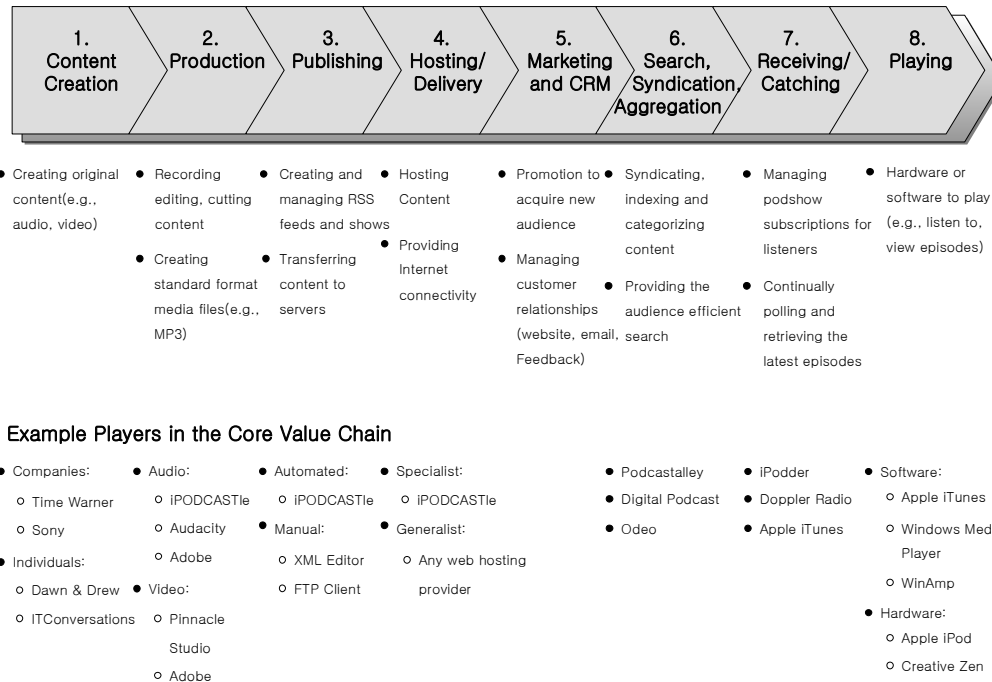
자료: www.podcast.co.kr

나. 구 조

팟캐스트 산업에는 콘텐츠의 생산 및 재생 뿐 아니라 배포(Publishing) 및 수집(Aggregation) 등의 핵심 부문들이 유기적으로 얽혀있다. (그림 3)은 팟캐스트 산업의 가치사슬이 어떻게 구성되어 있고 현재 어떤 플레이어들이 참여하고 있는지를 대략적으로 나타내고 있다.

Content Creator는 팟캐스팅을 위해 콘텐츠를 생산(1)하며, 이 역할은 Time Warner, Sony 등의 기업일 수도 있고, 개인일 수도 있다. 생산된 콘텐츠는 팟캐스팅이 가능하도록 녹음 및 편집 등의 과정을 거쳐 디지털 파일형태로 전환(2)되는데, iPODCASTle이나 Adobe가 주요 시장참여자로 활동하고 있다. 디지털 파일로 전환된 콘텐츠는 RSS 표준포맷 형태로 서버에 업로드(3)되고, 소비자들은 웹에서 통합 및 카테고리화 되어있는 파일들을 서치하여 바로 재생하여 듣거나 지속적으로 받아보도록 구독(Subscribe)신청(6)을 할 수 있다. 고객들은 정기적으로 업데이트 되어있는 파일들을 자동적으로 PC에 있는 RSS 소프트웨어에서 받아볼 수 있으며(7), 애플의 아이튠스를 통해 서비스를 받을 수 있다. PC에 받아진 파일들은 오디오 플레이어나 휴대용 기기에 동기화시켜 재생(8)된다.

[그림 3] 팟캐스트 산업의 가치사슬



자료: iPodCastle(2005. 7), p.10

팟캐스팅은 Podcaster와 Podcatcher간에 파일들을 배포하고 검색 및 구독할 수 있게 하는 Aggregator가 특히 중요한 역할을 한다. 개별 사이트들에서 다양한 Podcast들을 제공하고 있으며, 특히 iTunes(아이튠스 뮤직스토어)에는 Podcast라는 디렉토리가 개설되어 있어서, 구독신청을 한 콘텐츠들이 본인 PC에 자동적으로 업데이트되는 서비스가 제공중이다. 현재 애플의 아이튠스 뮤직스토어는 아이팟과 함께 팟캐스트 확산을 이끌어 왔으며, 2005년 6월에 출시된 비디오 아이팟의 보급은 비디오 팟캐스트의 가능성을 높힌 것으로 평가된다. 최근 Yahoo도 podcasts.yahoo.com이라는 사이트를 개설하고 주제별 디렉토리를 검색하여 원하는 파일들을 재생할 수 있도록 서비스를 제공하고 있다.

다. 전 망

현재 팟캐스팅 시장은 MP3P를 소유하고 있는 18~28세 미국성인 중 50%가 팟캐스트를 이용한다는 조사결과처럼, 블로거들을 중심으로 한 팟캐스팅 문화가 20대를 중심으로 형성되어 있다. 블로거(Blogger)들의 개인방송을 업로드하는 신디케이션 사이트인 Podcasting.net, iPodder.org, Podcastally.com 등에는 하루 1천건 이상의 콘텐츠가 등록되고 있다. 또한 ABC,

NBC, ESPN 디즈니, 전 미국의 공공라디오 등 대형방송국을 중심으로 팟캐스팅을 사업다각화 차원으로 이용하는 케이스도 점차 증가하고 있다.

또한 팟캐스팅을 대학 및 기업 e-learning 서비스의 효과적인 방법으로 제시하는 비즈니스 모델도 등장하고 있다. Apple은 2006년 1월에 대학 강의내용을 다운로드 받을 수 있는 'iTunes U' 서비스를 출시하며 iPod을 통한 e-learning시장을 견인하고 있다. IBM에서는 컨설턴트들이 금융/경제/가정/쇼핑 등에 대한 일반적인 정보와 회사의 경영실적 및 투자정보 등 특화된 정보를 제공하고 있다. IBM 이외에도 GE나 펩시(Pepsi) 등 많은 회사들도 적극적인 회사 홍보방안으로 팟캐스트를 이용하고 있다.

〈표 1〉 팟캐스팅의 활용

분야	활용내용	활용처
학교	애플의 'iTunes U'를 통해 강의 및 공지에 대해 팟캐스팅 서비스 제공	Rochester Institute of Technology, Stanford Univ. 등 많은 학교
신문	기사 자체보다는 논평이나 추가적인 내용에 대해 30분간 팟캐스팅 서비스 제공	영국 Guardian Unlimited, 호주의 The Daily Telegraph
웹블로그	자유로운 블로그 문화는 일찍이 시작되었음	개인 블로그들
방송	게스트나 토크이 있는 라디오, 토크쇼 등에 대해 팟캐스팅 서비스 제공	ABC, NBC, 미국의 공공라디오, 영국의 BBC 시범서비스 등
기업	기업의 경영실적, 투자정보 및 생활정보 제공	IBM, 펩시, General Motors

자료: Lou Latham et al(2005. 3), 전자신문

이러한 팟캐스트는 수익측면에서도 높은 잠재성을 보유하고 있다. 현재 유료 팟캐스트도 점차 증가하는 추세이고, 팟캐스트 사이에 짧은 광고물을 덧붙이는 'Podvertising'⁵⁾도 기업의 효과적인 광고수익원으로 등장했다. 점차적으로 기존에 인터넷이나 휴대전화단말기로 가능했던 많은 콘텐츠 서비스들이 팟캐스트 서비스 형태로도 제공될 것이다.

이외에도 MP3 플레이어 등 디지털 미디어 기기의 성장세는 팟캐스트의 확산 및 발전을 견인하고 있다. 애플의 아이팟 시리즈 및 아이튠스 서비스는 지금의 팟캐스트 시장 형성에 큰 역할을 해왔고, 비디오 아이팟 출시는 비디오 팟캐스트인 'Vodcasting'을 확산시킬 것으로 예상하고 있다. 애플 이외에도 야후 등 대형 뮤직스토어들이 팟캐스트 디렉토리를 보유하고 있으며, MP3 플레이어 이외에도 PMP, 뮤직폰 등 모바일 재생기기 보급의 확산도 이시장의

5) Podcast+Advertising의 결합 신조어

호재로 작용하고 있다.

이러한 낙관적 시각에도 불구하고 팟캐스팅은 여전히 문제점에 노출되어 있는데, e-learning 도구으로써의 부정적 인식이나 방송규제, 저작권문제 등이 그것이다. 현 시점의 팟캐스팅은 상호작용이 배제된 'Pushing Service'이기 때문에 교육서비스로써 부적합하다는 비판도 적지 않다. 또한 팟캐스팅이 라디오와 해적판 음악파일에 의존하는 부분이 크다는 지적과 함께 방송규제 및 저작권 문제도 과제로 남아있다.

3. 시사점

지금까지 살펴본바와 같이 팟캐스팅은 시작된지 1~2년밖에 지나지 않은 초기시장이다. 그럼에도 불구하고 애플의 제품라인들과 더불어 성장하며 널리 보급되어 현재에 이르렀다. 팟캐스팅은 초기에 블로거들의 개인방송을 청취하며 성장했으나, 점차 방송국·학교·기업에 이르는 조직적인 사업다각화 방안의 하나로 성장했다. 저렴한 비용과 사용의 편리함으로 인해 사용자들에게 높은 효용을 가져다 줌에 따라 향후에도 높은 성장세가 예상되나, 사용하는 콘텐츠에 대한 저작권리나 방송규제 등은 풀어야 할 숙제로 남아있다.

참고자료:

- [1] 전자신문(www.etnews.co.kr)
- [2] IT수출정보데이터베이스(www.itx.or.kr)
- [3] 팟캐스트(www.Podcast.co.kr)
- [4] iPODCASTle, "Demystifying Podcasting-A Market Analysis for the Business Person", 2005. 7
- [5] Lou latham, James Lundy, "Podcasting Is a New Medium for Training and Communication", Gartner Dataquest, 2006. 3. 8
- [6] PEW INTERNET&AMERICAN LIFE PROJECT, "Podcasting", 2005. 4
- [7] Steve Friess, "iTunes Mints Podcasting Stars", WIRED NEWS, 2005. 7. 20