

1. 1인가구의 유료방송서비스 가입 및 이용행태

신 지 형
부연구위원, ICT통계센터

● 조사 자료 및 배경

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년부터 매년 한국 미디어 패널조사를 실시하여 미디어 기기보유, 미디어 이용행태, 방송통신 서비스 가입·지출, 미디어 활용능력 등 다양한 미디어 이용현황을 동일 표본을 지속적으로 추적하여 조사 하는 연구를 매년 수행하고 있음
- 본 보고서에서는 2011년과 2012 한국 미디어 패널조사의 1인가구 649명의 자료를 활용하여 분석¹⁾
- 최근 미국의 경우 TV를 보유하고 있지만, 지상파 방송이나 유료방송서비스를 수신하고 있지 않은 제로TV가구가 급성장²⁾
- 이는 높은 비용뿐만 아니라 1인가구의 증가, 고령화 등의 인구특성에 따른 시청행태의 변화가 영향을 미치는 것으로 추정
- 제로TV가구는 25~44세, 무자녀, 1인 가구가 중심이었으며, 주로 OTT(Over the top) 서비스를 통하여 미디어 콘텐츠를 소비하는 등 미국의 감소하는 케이블 서비스 가입자의 추이를 설명하는 요인 중 하나로 꼽히고 있음
- 대한민국의 경우도 최근 1인가구의 시대가 본격도래 하며 통계청 주민등록기준 1인 가구는 전체의 25%이며, 서울시 거주인구 중 24%가 1인 가구로 집계되고 있음
- 게다가, 고령화 사회로 접어들며 65세 이상인 노인 1인가구의 증가하는 경향을 보이며, 통계청 추정 65세 이상 1인가구는 2013년 현재 전체 가구의 26.6%에서 2035년에는 45.0%를 차지할 것으로 전망
- 본 보고서에서는 한국 미디어 패널조사 자료를 바탕으로 1인가구의 유료방송 서비스 가입 현황과 특징에 대해 알아보고 시사점을 도출하고자 함

1) 이 보고서의 모든 분석 결과는 패널조사의 표본설계에 따라 부여된 가중치를 적용하여 추정

2) 닐슨, Cross platform report, 2012년 4/4분기

● 1인 가구 응답자 특성

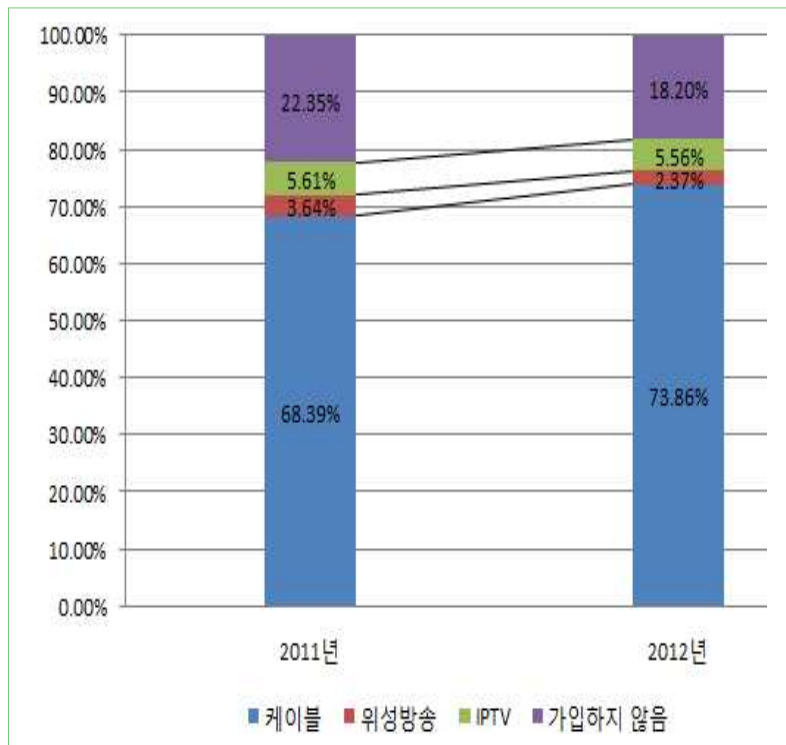
- 1인가구의 응답자 특성을 살펴보면, 연령대별로는 2~30대가 전체의 36.87%로 가장 많이 차지하고 있으며, 만 60세 이상의 고령자 층이 33.62%로 두 번째로 많이 차지함

<표 1> 1인 가구 응답자의 특성별 분포

		사례 수	백분율(%)
나이	만20~29세	125	19.21
	만30~39세	115	17.66
	만40~49세	99	15.22
	만50~59세	93	14.29
	만60~69세	81	12.54
	만70세 이상	137	21.08
최종 학력	무학, 초·중학교	266	41.00
	고등학교	168	25.95
	대학교 이상	212	32.74
	모름/무응답	2	0.37
소득	소득 없음	104	15.98
	50만원 미만	113	17.40
	50~100만원 미만	114	17.51
	100~200만원 미만	164	25.29
	200~300만원 미만	120	18.45
	300만원 이상	32	5.00
결혼여부	미혼	283	43.59
	배우자 있음	31	4.71
	사별	240	36.96
	이혼	96	14.74
성별	남	247	38.05
	여	402	61.95
지역	서울	141	21.70
	경기/인천	119	18.29
	강원	34	5.17
	대전/충청	99	15.23
	대구/경북	63	9.76
	부산/울산/경남	105	16.15
	광주/전라	86	13.27
	제주	3	0.42

- 학력별 분포로는 무학 또는 초·중학교를 마친 사람이 41%로 가장 많았으며, 대학교 이상의 고학력자는 32.74%를 차지
- 월평균 소득으로는 100~200만원 미만이 4명중 1명꼴로 가장 많았으며, 미혼자가 절반에 약간 못 미치는 43.59%를 차지
- 성별 분포를 보면, 여자(약 62%)가 남자(약 38%)보다 월등히 많았으며, 약 40%가 서울·경인 지역에 거주하고 있는 것으로 나타남

[그림 1] 인가구의 연도별 유료방송 서비스 가입현황 비교



● 1인가구의 유료방송서비스 가입현황

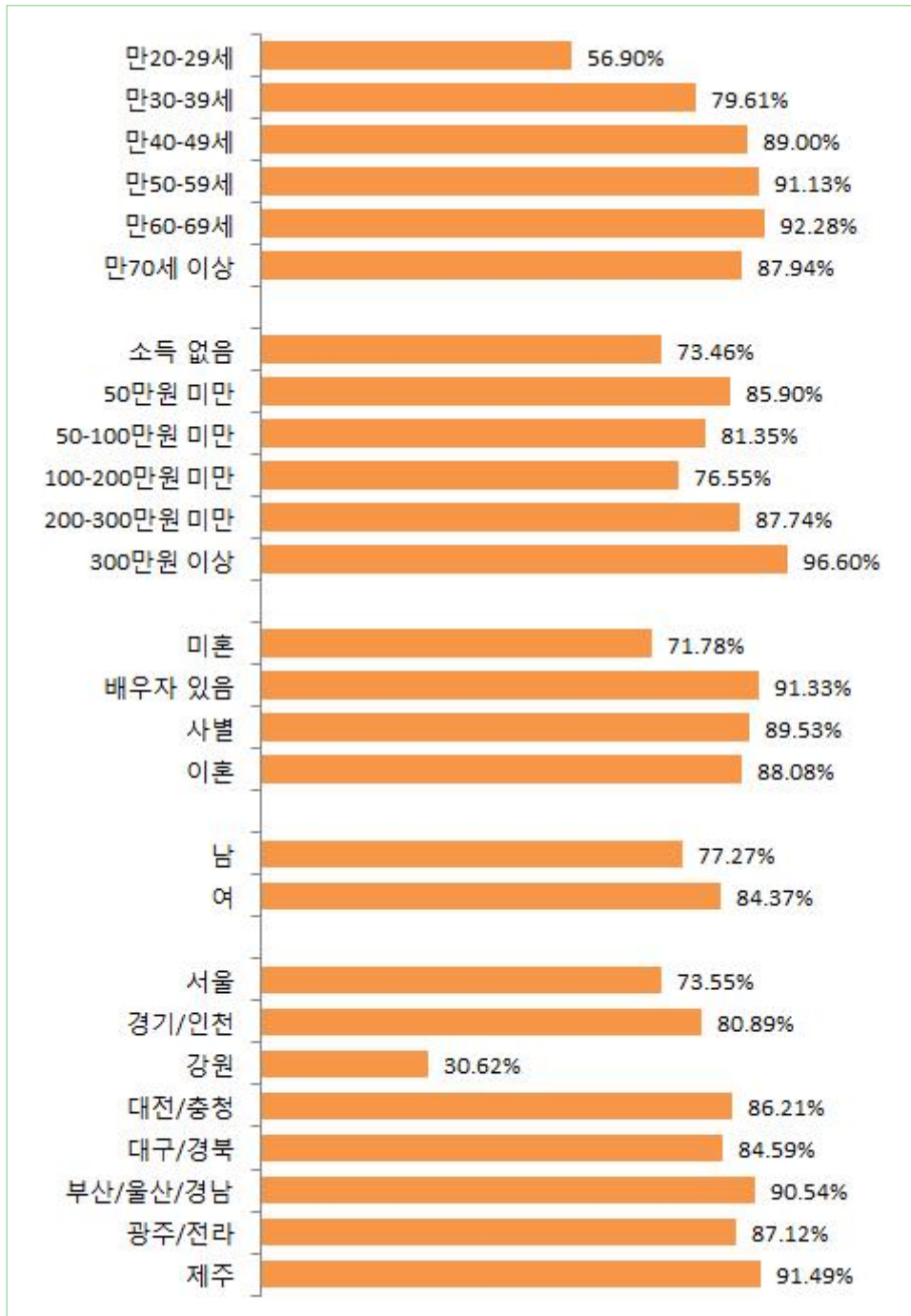
- 1인가구의 유료방송서비스에 가입하지 않은 가구는 약 18.20%로, 2011년 22.35% 이었던 것에 비하여 감소
- 이는, 2011년 68.39% 이었던 케이블TV 가입자가 2012년 73.86%로 5.47%p 증가했기 때문인 것으로 보이며, 위성방송과 IPTV의 가입자는 오히려 소폭 감소 한 것으로 나타남³⁾

- 1인가구의 경우, 주로 케이블TV를 이용하는 것으로 나타났으며, 이는 가입자 수를 기반으로 한 케이블TV의 유료방송 시장 점유율이 59%에 정도 인 것에 반해 다소 높은 것으로 보임⁴⁾
- 유료방송에 가입하고 있는 1인가구의 인구통계학적 살펴보면, 연령, 소득, 결혼여부, 성별, 거주지 등에 따라 분포의 차이를 보임
- 연령별 유료방송 서비스의 가입여부를 보면, 20대의 경우 57%에 그쳐 다른 연령대에 비해 현저하게 낮은 비율을 보였으며 5~60대의 경우 1인가구의 유료방송 서비스 가입비율이 가장 높게 나타남
- 유료방송 서비스의 가입여부는 소득수준에서도 현저한 차이를 보였지만, 소득이 없는 가구의 경우에도 약 73%가 유료방송 서비스를 이용하는 것으로 나타났으며, 배우자가 있는 경우와 가구주가 여자인 경우 유료방송 서비스를 더 많이 이용
- 지역별로는 강원도 거주자인 경우 유료방송서비스의 가입여부가 30% 정도에 그쳐, 가장 낮은 것으로 나타났으나, 이는 강원도에 거주하고 있는 1인가구의 소득, 연령 등 특성이 반영되었기 때문일 것이라고 추정됨
- 종합적으로 보았을 때, 서울/경기/인천지역의 미혼 남성의 경우 유료방송서비스의 가입률이 낮음

3) 중복응답 가능

4) 정용찬 외(2012), 2012년 방송산업실태조사, 정보통신정책연구원

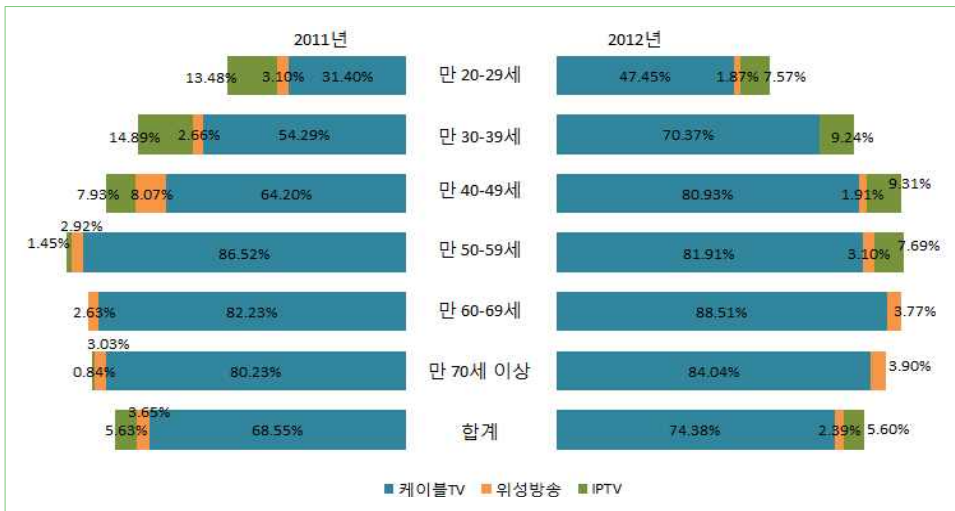
[그림 2] 1인가구의 인구통계학적 특징에 따른 유료방송서비스 가입률(2012년 기준)



● 1인가구 연령별 유료방송 서비스의 종류별 가입 현황

- 가입하고 있는 유료방송 서비스 중 케이블 TV가 차지하고 있는 비율이 전 연령층에서 가장 높게 나타남
- 2011년과 비교 해 보았을 때, 2~30대의 유료방송 서비스 중 IPTV의 이용비율은 줄어들고 오히려 케이블 TV의 선택이 증가
- 반면에, 50대의 경우 IPTV의 선택 비율이 현저하게 증가하고 케이블 서비스 가입자 비율은 줄어들음

[그림 3] 연령별 유료방송서비스 가입현황



● 시사점

- 2012년 1인가구의 유료방송 서비스 가입률은 전년도에 비해 증가하여 약 82%에 달하였으나, 이는 전체 가구의 유료방송 서비스 가입률인 약 86%⁵⁾에 못 미치는 것으로 나타났으며, 특히 2~30대의 젊은 층 1인가구의 유료방송 서비스의 가입률은 현저하게 낮음
- 최근, 유료방송 시장은 IPTV가 빠른 속도로 가입자를 확대하며 주도권을 가진 케이블 TV와 경쟁을 하고 있지만, 변화하는 미디어 이용행태와 인구특성에 따른 새로운 미디어 트렌드에 준비하고 소비자의 니즈를 충족시켜주는 서비스를 제공할 방안을 마련해야 할 필요가 있음

5) 김민철 외(2012), 2012 한국 미디어 패널조사, 정보통신정책연구원