

KISDI STAT

REPORT

2018. 7. 15 / Vol. 18-13


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

IPTV사업자의 방송사업매출 추이 분석

이선희
연구원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)이 매년 수행하고 있는 ‘방송산업 실태조사’는 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 주관하는 국가승인통계로 방송산업 분야별 시설 현황, 인력 현황, 재무현황, 사업결합 및 소유구조 현황, 방송프로그램 제작·유통, 편성현황, 유료방송 가입자 현황 등의 기초 자료를 수집하며 그 결과를 ‘방송산업 실태조사 보고서’로 제공하고 있음
- 본 보고서는 과학기술정보통신부·방송통신위원회 『방송산업 실태조사』와 방송통신위원회의 『2017년도 방송사업자 재산상황 공표집』 자료 중 방송사업매출을 활용하여 IPTV사업자의 매출 구성 추이를 분석함
 - ※ 2017년 기준 『방송산업 실태조사』는 현재 조사가 진행 중이므로 2016년까지의 데이터는 『방송산업 실태조사』를 활용하였으며, 2017년은 『2017년도 방송사업자 재산상황 공표집』을 활용함
 - ※ IPTV는 2008년부터 사업을 시작하였으며, 2013년까지는 방송산업 실태조사에서 총매출로 공표, 방송법(2015.12.22.)으로 인터넷 멀티미디어 방송사업자는 방송통신위원회에 재산상황을 제출

III IPTV 사업자 현황

- IPTV(Internet Protocol Television)는 초고속 인터넷을 기반으로 방송, 정보나 영상 콘텐츠 등을 TV를 통해 제공하는 서비스로, KT, SK브로드밴드, LG유플러스가 2008년 말에 사업 허가를 받고 2009년 초부터 상용화를 시작함

※ 『인터넷 멀티미디어 방송법』에 따르면 IPTV 즉 인터넷 멀티미디어 방송을 광대역통합정보통신망 등을 이용하여 양방향성을 가진 인터넷 프로토콜 방식으로 일정한 서비스 품질이 보장되는 가운데 텔레비전 수상기 등을 통하여 이용자에게 실시간 방송프로그램을 포함하여 데이터·영상·음성·음향 및 전자상거래 등의 콘텐츠를 복합적으로 제공하는 방송으로 정의함

- KT와 LG유플러스는 통신사업자로 IPTV서비스를 겸업하고 있으며, SK브로드밴드의 최대주주는 통신사업자인 SK텔레콤으로 IPTV 3사 모두 이동통신, 인터넷 등 통신사업과 방송서비스의 결합상품을 제공

※ SK브로드밴드는 방송채널사용사업(데이터홍쇼핑 사업)을 겸업하였다가 2017년 12월에 SK스토어로 분사하면서 홍쇼핑 사업을 이관

III IPTV 방송사업매출 항목 정의

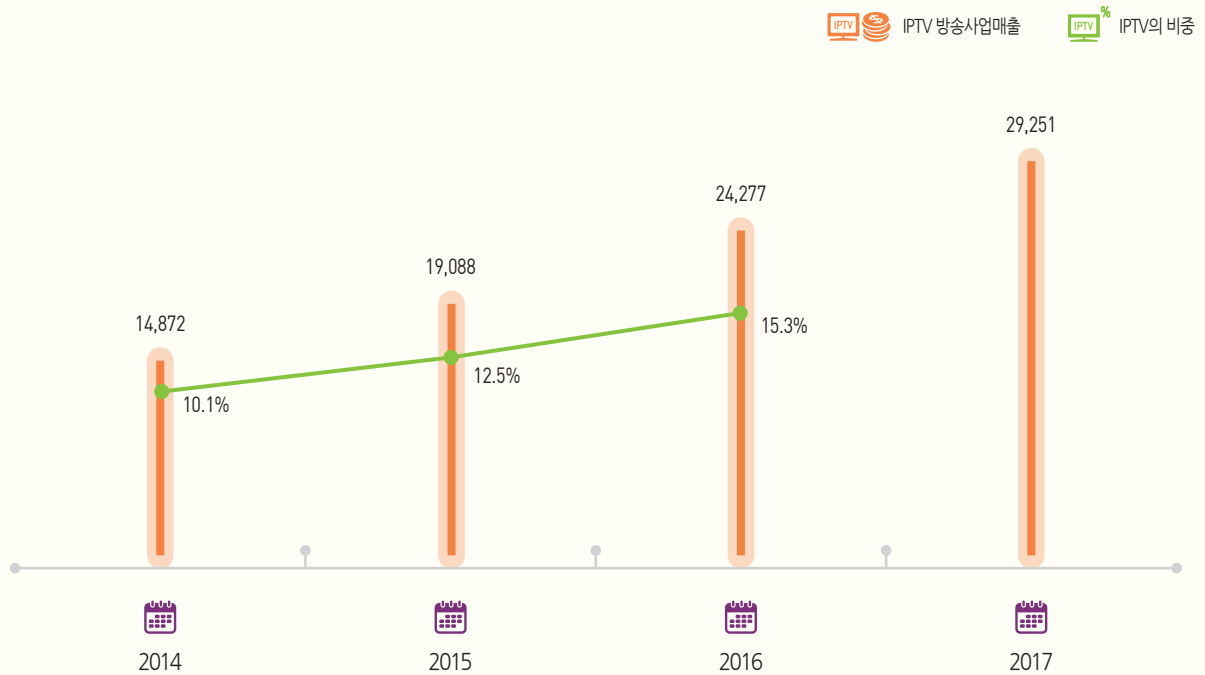
- IPTV 사업자의 방송매출은 유료방송수신료, 광고, 홈쇼핑송출수수료매출액, 가입및시설설치매출액, 단말장치대여(판매)매출액, 기타방송사업 매출액 등으로 이루어지며, 각 항목의 정의는 아래와 같음
- 유료방송수신료: IPTV 서비스 가입 혹은 주문형비디오 서비스 이용 가입자로부터 서비스 제공대가로 수수하는 요금으로 서비스 내용에 따라 기본채널수신료매출액, 유료채널수신료매출액, 유료주문형비디오(이하 'VOD')매출액, 기타수신료매출액으로 구분
- 광고: 광고를 목적으로 하는 방송내용물 방송에 따른 수익으로 직접 또는 방송광고판매대행사업자를 통한 매출액
- 홈쇼핑송출수수료매출액: IPTV 사업자의 홈쇼핑송출서비스 제공으로 발생하는 매출액(홈쇼핑 전문 방송 채널사용사업자로부터는 받는 방송프로그램 송출에 대한 대가)
- 가입및시설설치매출액: 신규 가입자 유치에 따른 가입비 및 방송수신 설비 설치서비스를 제공함으로써 발생하는 매출액
- 단말장치대여(판매)매출액: 가입자에게 단말장치를 대여(판매)함으로써 발생하는 매출액
- 기타방송사업 매출액: 방송사업매출액 중 제1호부터 제7호까지에 속하지 아니하는 매출액

III IPTV 방송사업매출 추이

- IPTV 사업자의 방송사업매출은 최근 4년간(2013년~2017년) 연평균 25.3% 증가하여 2017년 2조 9,251억원을 기록함
 - 전체 방송사업자 방송매출 내 IPTV의 비중은 2014년 10.1%, 2015년 12.5%에서 2016년 15.3%로 점차 증가
- ※ 전체 방송사업자 방송사업매출: 2014년 14조 7,731억원, 2015년 15조 3,195억원, 2016년 15조 9,023억원

[그림 1] IPTV의 방송사업매출 연도별 추이

(단위:억원, %)



주) 현재 『2018년 방송산업 실태조사 보고서』 공표 전으로 2017년 전체 방송사업자 방송매출은 미확정

- IPTV 방송사업매출 항목 중 유료방송수신료는 IPTV 가입자 증가로 전년대비 15.7%가 증가하여 2017년 기준 1조 9,916억 원 기록
- 가입및시설설치 매출은 2017년 기준 905억 원으로 최근 가장 큰 폭으로 증가(전년대비 135.6% 증가, 연평균 290.5% 증가)하였으며, 단말장치대여(판매)매출 또한 연평균 49.8% 증가하여 2017년 기준 1,701억 원 발생
- 광고의 경우, 2014년 147억에서 2017년 기준 994억으로 연평균 89%로 성장함
- 홈쇼핑방송 송출 대가로 홈쇼핑사업자로부터 받는 홈쇼핑송출수수료는 2017년 기준 4,890억원으로 전년대비 45.2%, 4년 간 연평균 40.7% 증가

[표 1] IPTV의 방송사업매출 내역 연도별 추이

(단위: 억원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	'16~'17년 증감률	연평균 증감률
방송사업매출	14,872	19,088	24,277	29,251	20.5%	25.3%
유료방송수신료	12,013	15,018	17,209	19,916	15.7%	18.4%
광고	147	436	846	994	17.5%	89.0%
홈쇼핑송출수수료	1,754	2,404	3,368	4,890	45.2%	40.7%
가입및시설설치	15	50	384	905	135.6%	290.5%
단말장치대여(판매)	506	842	1,637	1,701	3.9%	49.8%
기타방송사업	437	339	832	845	1.5%	24.5%

주) SK브로드밴드의 홈쇼핑사업으로 발생한 홈쇼핑방송매출은 '기타방송사업' 매출에 합산

- 유료방송수신료의 비중은 68.1%로, 최근 4년간 점차 비중이 줄어들었으나 여전히 가장 큰 비중을 차지 (2014: 80.8%, 2015 78.7%, 2016 70.9%)
- IPTV의 방송사업매출 중 두 번째로 비중이 큰 항목은 홈쇼핑송출수수료로 2014년 11.8%에서 2017년 16.7%로 4년 사이 4.9%p 증가
- 다음은 단말장치대여(단매)(2017년 기준 5.8%), 광고(3.4%), 가입및시설설치(3.1%), 기타방송사업(2.9%) 순으로 매출 비중이 큼

[표 2] IPTV의 방송사업매출 내역 비중 추이

(단위: %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년
방송사업매출	100	100	100	100
유료방송수신료	80.8	78.7	70.9	68.1
광고	1.0	2.3	3.5	3.4
홈쇼핑송출수수료	11.8	12.6	13.9	16.7
가입및시설설치	0.1	0.3	1.6	3.1
단말장치대여(판매)	3.4	4.4	6.7	5.8
기타방송사업	2.9	1.8	3.4	2.9

주) SK브로드밴드의 홈쇼핑사업으로 발생한 홈쇼핑방송매출은 '기타방송사업' 매출에 합산

III 유료방송수신료 매출 구성

- IPTV의 주요 수익원인 유료방송수신료 매출을 기본채널, 유료채널, 유료VOD, 기타수신료로 구분해서 살펴본 결과, 2017년 기준 기본채널수신료의 비중이 68.4%로 가장 컸으며, 다음은 유료VOD수신료(29.6%)로 나타남
- 기본채널수신료는 전년대비 21.7%가 증가하여 1조 3,627억 원을 기록하였으나, 유료채널수신료는 374억 원으로 28.4% 감소
- 유료VOD매출은 연평균 14.1%로 성장하여 2014년 3,972억 원에서 2017년 5,902억 원으로 증가

[표 3] IPTV의 방송수신료 연도별 추이

(단위: 억원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	'16-'17년 증감률	연평균 증감률
유료방송수신료매출액	12,013	15,018	17,209	19,916	15.7%	18.4%
기본채널수신료 ¹⁾	7,759	9,872	11,201	13,627	21.7%	20.7%
유료채널수신료 ²⁾	274	306	522	374	-28.4%	10.8%
유료VOD수신료 ³⁾	3,972	4,760	5,475	5,902	7.8%	14.1%
기타수신료 ⁴⁾	7	80	11	13	18.5%	21.6%

주 1) 채널 단위로 묶어 파는 기본 상품의 수신료매출액

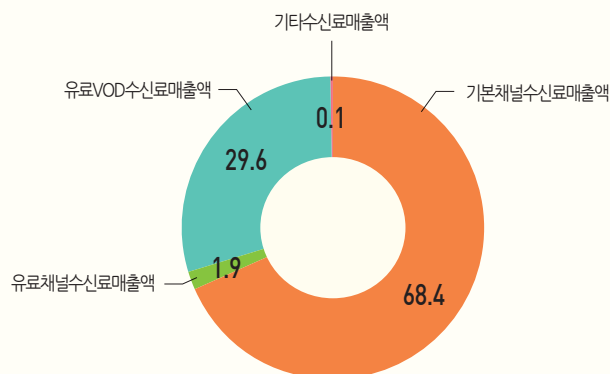
주 2) 기본 채널 단위 묶음에 포함되지 아니하고 채널 추가에 따라 채널마다 추가 요금을 받고 제공하는 채널 수신료매출액

주 3) 유료VOD서비스 제공에 따른 매출액

주 4) 기타수신료매출액: 수신료 매출액 중 위의 세 가지 항목을 제외한 기타수신료

[그림 2] IPTV 수신료 구성(2017년 기준)

(단위:%)



III 결과 요약 및 시사점

- IPTV 사업자의 방송사업매출은 최근 4년간(2013년~2017년) 연평균 25.3% 증가하여 2017년 기준 2조 9,251억 원 (전년대비 20.5% 증가)을 기록함
- IPTV 방송사업매출의 구성내역을 살펴보면, 방송수신료가 2017년 기준 68.1%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 다음은 흡수핑송출수수료(16.7%)임. IPTV사업은 수신료가 주요 수익원이며, 가입및시설설치(3.1%), 단말장치대여(판매)(5.8%) 등 대부분 서비스 가입과 관련한 매출이 약 77%를 차지
- 방송수신료 내에서 기본채널수신료의 비중이 68.4%였으며, 다음은 유료VOD수신료(29.6%)로 나타남. 특히, 유료VOD매출은 연평균 14.1%로 성장하여 2014년 3,972억 원에서 2017년 5,902억 원으로 증가. 편성된 프로그램 시청에서 벗어나 이용자가 원하는 시간에, 원하는 콘텐츠를 시청하기 위한 양방향 서비스에 대한 니즈는 계속 증가할 것으로 보임
- 주 수익원이 방송수신료매출이므로 IPTV의 방송매출 증가는 가입자 수 유지와 연결되어 있음. 최근 가입자 추이를 살펴보면, 종합유선방송과 위성방송에 비해 IPTV가 4년간 연평균 14%로 증가폭이 컸으며, 2017년에는 IPTV가 종합유선방송의 가입자 수를 넘어섬

[표 4] IPTV 가입자 추이

	2014년 말	2015년 말	2016년 말	2017년 말 ¹⁾
종합유선방송	14,611,459	13,732,042	13,886,673	14,036,693
중계유선방송	97,389	84,328	73,195	-
위성방송	3,091,604	3,091,938	3,183,501	3,245,577
IPTV	9,665,897	11,358,191	12,889,223	14,325,496
합계	27,466,348	28,266,499	30,032,592	31,607,766*

주1) 2014~2016년 가입자는 방송산업 실태조사 보고서 기준. 현재 『2018년 방송산업 실태조사 보고서』 공표 전으로 2017년 말 가입자의 경우, 중계유선방송가입자 자료 미정, 나머지 사업자는 과학기술정보통신부 자료를 인용함. *2017년 말 가입자 총계는 미확정치

출처: 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2016년~2017년 『방송산업 실태조사 보고서』, 2017년 말 기준 가입자는 과학기술정보통신부(2018.5.10.) 『17년 하반기 유료방송사업 가입자 수 및 시장점유율 공고』 인용

- 유료방송 가입 가구 비율은 2017년 기준 91.0%(방송통신위원회, 2017)로, 시장이 포화 상태에 있으므로 IPTV, 종합유선방송, 위성방송 등 유료방송 플랫폼 간 경쟁이 지속될 것으로 판단
- 기존 유료방송사업자들이 OTT 셋톱박스를 출시하는 등 OTT 시장에 관심을 가지고 진입하고 있음. IPTV 3사도 모바일IPTV 서비스를 운영하고 있으나 큰 두각을 나타내지 않고 있음. 향후 OTT 시장의 확대, 유료 방송 가입자 포화 등 방송시장의 환경 변화에 따라 구조인 IPTV사업자가 추진할 사업 다각화나 대응 계획에 주목할 필요가 있음

※ 종합유선방송사업자인 딜라이브는 OTT 셋톱박스 '딜라이브 플러스(2016년 6월)', IPTV사업자인 LG유플러스는 '뉴노큐브G1(2017년 2월)', 위성방송사업자인 KTS카이라이프는 '텔레비(2017년 9월)'를 출시

III 참고문헌

- 과학기술정보통신부(2018.5.10.) 『17년 하반기 유료방송사업 가입자 수 및 시장점유율 공고』
- 과학기술정보통신·방송통신위원회, 각 연도 『방송산업 실태조사 보고서』
- 방송통신위원회(2017), 『2017년 방송매체 이용행태 조사』
- 방송통신위원회(2018), 『2017년도 방송사업자 재산상황 공표집』

KISDI STAR

REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAT 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
18-12호	대중교통에서의 미디어 이용	신지형	2018-06-30
18-11호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2018-06-15
18-10호	스마트폰 이용 제한 가구와 그렇지 않은 가구의 스마트폰 이용행태 비교	오윤석	2018-05-30
18-09호	블록체인과 4차 산업혁명: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-05-15
18-08호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2018-04-30
18-07호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2018-04-15
18-06호	유료방송 서비스 가입 추세 분석	신지형	2018-03-31
18-05호	중고휴대폰(공기계) 보유 현황	김윤화	2018-03-15
18-04호	방송프로그램 국내판매·구매 추이 분석	노희윤	2018-02-28
18-03호	2017년 방송매체 이용행태조사 주요 결과	정용찬, 김윤화	2018-02-15
18-02호	가족구성에 따른 고령자들의 미디어 이용 및 활용능력 비교	오윤석	2018-01-30
18-01호	방송사의 드라마 프로그램 제작과 유통 현황 분석	이선희	2018-01-15
17-24호	2017년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2017-12-30
17-23호	2017년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2017-12-15
17-22호	데이터기반 통화 (VOIP) 사용자의 특성 및 통신 이용패턴	남충현	2017-11-30
17-21호	액티브시니어의 미디어 이용	신지형	2017-11-15
17-20호	OECD 회원국의 인터넷 이용 현황 비교	최지혜	2017-10-30
17-19호	온라인 관여가 디지털 유료 콘텐츠 이용에 미치는 영향	양정애	2017-10-15
17-18호	군집분석을 통한 성별, 연령별 미디어 이용 행태 파악 : 미디어 다이어리 자료를 중심으로	김현아, 노태영	2017-09-30
17-17호	미디어 활용능력(Media Literacy) 추이 분석	김윤화	2017-09-15
17-16호	1인 가구의 유료방송 이용 실태	김상우	2017-08-31
17-15호	유료방송사업자 방송사업매출 및 유료VOD수신료매출 추이 분석	노희윤	2017-08-15
17-14호	통계로 보는 홈쇼핑방송 환경의 변화	이선희	2017-07-31
17-13호	스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성	오윤석	2017-07-15
17-12호	능동적 인터넷 이용자의 미디어·콘텐츠 이용 행태 분석	남충현	2017-06-30
17-11호	온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석	최지혜	2017-06-15
17-10호	1인가구의 매체 보유와 이용 특성	정용찬	2017-05-31
17-09호	디지털, 아날로그 케이블TV의 가입자 특성 비교	김상우	2017-05-15
17-08호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2017-04-30
17-07호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용자 특성 분석	이선희	2017-04-15
17-06호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용	김윤화	2017-03-31

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

17-05호	라디오 보유와 이용행태 변화	박선영	2017-03-15
17-04호	가정 내 미디어 이용제한과 아동·청소년의 이용시간	신지형	2017-02-28
17-03호	20대의 자아존중감과 SNS 활동 특성	최지혜	2017-02-15
17-02호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2017-01-31
17-01호	스마트폰, TV 경쟁 매체의 가능성	정용찬	2017-01-15
16-24호	2016년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2016-12-30
16-23호	오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태	오윤석	2016-12-15
16-22호	방송프로그램 VOD시청과 SVOD의 이용	신지형	2016-11-30
16-21호	2016년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2016-11-15
16-20호	종합유선방송사업자 규모별 매출 추이 분석	노희윤	2016-10-30
16-19호	온라인상의 개인정보침해 우려 정도와 미디어 활용	김윤화	2016-10-15
16-18호	TV 보유 여부에 따른 미디어 이용행태 분석	오윤석	2016-09-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-09-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-08-30
16-15호	TV 시청시 스마트폰 동시 이용행태 분석	이선희	2016-08-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-07-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-07-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-06-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-06-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-05-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-05-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-04-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-04-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-03-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-02-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-02-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-01-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-01-15
15-19호	한국 ICT산업 동향 및 추세 분석	주재욱	2015-12-30
15-18호	어린이, 청소년 휴대폰보유 및 이용행태 분석	김윤화	2015-12-15
15-17호	2015년 미디어보유와 이용행태 변화	한국미디어패널조사 연구팀	2015-11-30
15-16호	독신가구의 미디어 이용행태	김욱준	2015-11-15
15-15호	복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2015-10-30
15-14호	대학생의 미디어 이용 행태	하형석	2015-10-15
15-13호	EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교	주재욱	2015-09-30
15-12호	방송 사업자 유형별 매출 추이 분석	유선실	2015-09-15
15-11호	주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교	정부연	2015-08-30
15-10호	유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성	정용찬	2015-08-15
15-09호	휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석	김윤화	2015-07-30
15-08호	라디오 이용 행태 추이 분석	박선영	2015-07-15
15-07호	한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교	주재욱	2015-06-30
15-06호	연령대별 수면 전후의 미디어 이용	하형석	2015-06-30

KISDI ICT통계정보연구실☆☆

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개☆☆

■ 미디어통계포털(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

■ 미디어 통계수첩(2018년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동