

하지만, 유료 콘텐츠를 기반으로 수익을 내는 인터넷업체는 아직은 소수에 그치고 있다. OPA에 따르면, 미국의 경우 유료 인터넷 콘텐츠매출의 85% 이상을 50개 정도의 기업이 차지하고 있는 상황이다. 그러나 광대역 인터넷 가입자의 증가와 고급 서비스와 콘텐츠를 이용하려는 소비자들의 욕구에 부응하여 유료 콘텐츠 시장이 꾸준히 성장할 것으로 예상되고 있다. 미국 인터넷 시장조사기관인 eMarketer는 미국 유료 콘텐츠 이용자수가 2002년 1,570만명에서 2003년 2,090만명으로 증가하여 전체 인터넷 이용자의 약 12%에 달할 것으로 예상하고 있다.

참고자료 :

- [1] Economist, "Profits at Last," 2002. 12. 19
- [2] eMarketer, "Consumer Reports on Online Content," *eMarketer Press Release*, 2003. 1. 10
- [3] OPA, "Online Paid Content: U.S. Market Spending Report," 2002. 12.
- [4] Yahoo!, "Yahoo! Reports 4 Quarter and Fiscal Year 2002 Financial Results," *Yahoo! Press Release*, 2003. 1. 15

미국의 2002년도 케이블TV 산업 결산

통신·방송정책연구실 주임연구원 곽동균
(T. 570-4415, tonggy@kisdi.re.kr)

1. 들어가며

지난 1994년 DirecTV가 디지털 위성방송 서비스를 시작한 이래, 그 동안 미국의 케이블 TV 업체는 디지털 전환을 통해 위성방송으로의 가입자 이탈을 방지하기 위해 안간힘을 기울여 왔다. 그러나 이러한 업계의 노력도 케이블TV가 전체 다채널 영상 서비스 제공 사업자(Multichannel Video Program Distributor, MVPD) 시장에서 차지하는 비중이 감소하는 추세를 막아내지는 못하고 있다.

최근 잇달아 발표된 미국의 케이블TV 산업에 대한 두 개의 중요한 보고서¹⁾에서도 이러한

1) 이는 매년 연례적으로 발표되는 FCC의 MVPD 시장의 경쟁 상황에 대한 연차 보고서와 NCTA의 케이블 산업에 대한 개요(overview)를 일컫는 것이다. 이 두 보고서는 비록 성격은 다르지만, 미국의 케이블TV 현황을 파악하기에 가장 적합한 문건들이라고 할 수 있을 정도로 유용한 자료들이다.

사실은 잘 드러나고 있는데, 이 글에서는 2002년도 미국 케이블TV 산업을 가입자 부문을 중심으로 결산해 보고, 가입자 부문의 성장세가 주춤해진 원인과 간략한 향후 전망을 해 보기로 한다.

2. 미국 케이블TV의 위상

1948년 기존 난시청 지역에 대한 해결책의 하나로서 케이블TV가 도입된 이래, 미국의 케이블TV 산업은 해마다 지속적인 성장을 해왔다. 그 결과 오늘날 미국은 세계 최대의 케이블TV 시장이 되었고, 케이블TV 산업은 미국의 다채널 영상 서비스 제공 사업자(Multichannel Video Program Distributor, MVPD) 시장의 2/3가 넘는 비중을 차지할 정도로, 미국의 MVPD 시장을 주도해 오고 있는 중이다.

하지만, 이러한 케이블TV의 성장은 DirecTV를 위시한 디지털 위성방송이 많은 채널과, 선명한 화질 및 음질로 다채널 영상 시장을 공략하면서부터 주춤하기 시작한 것도 사실이다. 특히 지난 '99년, DirecTV가 경쟁사업자인 Primestar(4월)와 USSB(5월)를 잇달아 인수한 것을 계기로, 위성방송이 미국의 디지털방송을 주도하면서 케이블TV는 가입자 증가세가 눈에 띄게 둔해졌는데, 이 해의 경우 다채널 영상 시장의 신규 가입자 중 65% 이상이 위성방송을 선택함으로써, 케이블TV 업계의 위기감이 최고조에 이르게 되었다.

이에 미국의 케이블TV 업계는 네트워크의 업그레이드와 디지털 서비스 제공을 통해 위기 상황을 타개해 나가는 것만이 이러한 위기 상황을 돌파할 수 있는 궁극적인 해결책이 될 것이라고 보고, 그 동안 이 분야에 막대한 예산을 투입해 왔으며, 디지털 서비스 제공의 비율을 매년 높여 온 바 있다.²⁾ 이러한 노력은 한 때 케이블TV에 대한 시각을 긍정적으로 바뀌게 하는데 크게 기여하였으며, 많은 사람들이 다시 한 번 미국 케이블TV의 전성시대가 도래하리라는 예상을 내놓는 원인이 되기도 하였다.

3. 미국의 케이블TV 가입자 현황

그런데, 최근 미국 연방통신위원회(FCC)가 발표한 '영상시장의 경쟁 상황에 대한 9번째 연차 보고서(Ninth Annual Report on Competition in Video Markets)'에서는 케이블TV 부문의 비중이 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타나서, 아직은 이러한 케이블TV 업계의

2) NCTA에 따르면, 2002년 12월까지 미국 케이블TV 업계가 디지털 서비스 제공을 위해 투자한 금액은 무려 700억 달러에 이르며, 2002년 한 해 동안만 약 146억 달러 정도가 투자된 것으로 조사되었다.

노력이 가입자 부문에서 가시화되고 있지는 않은 것으로 나타나고 있다. FCC의 보고서에 따르면, 2002년 6월까지의 자료를 대상으로 비교해 보았을 때 케이블TV 가입자는 약 6천8백8십만 가구로 집계되고 있다. 이는 2001년 6월에 비해서 약 30만 가구 정도가 증가한 수치이다. 하지만, 같은 기간 동안 위성방송 가입자는 210만 가구나 증가한 것으로 나타났다. 이로 인해 전체 MVPD 시장에서 위성방송이 차지하는 비중이 사상 최초로 20% 대를 돌파한 것으로 집계되었다.

〈표〉 미국의 케이블TV와 위성방송 가입자 증가 추이

(단위: 백만 가구)

| 구분 | 1998 | 2001 | 2002 |
|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 케이블TV 가입자 | 65.4 (85.3%) | 68.5 (80.2%) | 68.8 (76.5%) |
| 위성방송 가입자 | 7.2 (9.4%) | 16.1 (18.3%) | 18.2 (20.3%) |

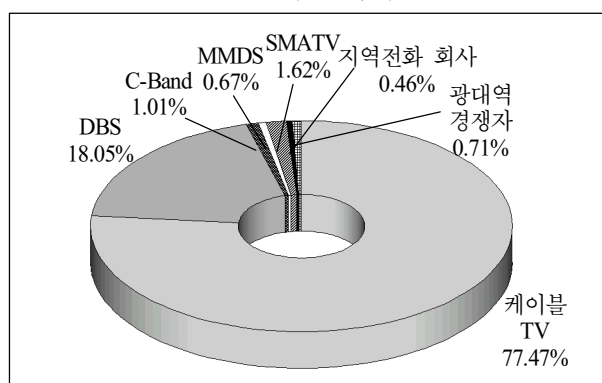
주: 2001년과 2002년은 6월말 기준이며, 괄호 안은 전체 다채널 영상 제공자 시장의 가입자 중에서 해당 서비스가 차지하는 비중

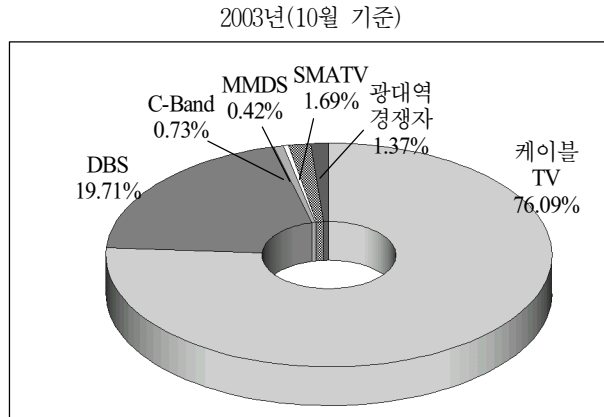
자료: FCC(Broadcasting & Cable, 2003년 1월 6일자 p.5에서 재인용)

FCC의 자료에서 나타나는 케이블TV 업계의 비중 축소는 '전미 케이블TV 사업자 연합회(National Cable & Telecommunication Association, NCTA)'가 발표한 자료에서도 읽을 수 있다. [그림]에서 보는 바와 같이 2002년도의 경우, 미국의 케이블TV가 전체 MVPD 시장에서 차지하는 비중은 약 76% 정도인데, 이는 전년 대비 약 1.5% 포인트 정도 감소된 수

[그림] 미국 MVPD 시장의 점유율 현황

2001년(9월 기준)





치이다. 반면, 위성방송 부문이 MVPD 시장에서 차지하는 비중은 아직 20%에 도달하지는 않은 것으로 나타났으나, 2001년에 비해 약 1.7% 포인트 정도 성장한 것으로 나타나 FCC의 집계와 비교적 유사한 추세를 보여주고 있다.

4. 미국 케이블TV 성장세 둔화의 원인

FCC 자료와 NCTA 자료는 집계 시점과 집계 방식 등에서 다소 차이가 있으나, 대체로 일관되게 전체 MVPD 시장에서 케이블TV의 비중 축소와 위성방송 부문의 비중 확대를 보여주고 있다.

이처럼 디지털화 될 경우 위성방송과 충분히 경쟁할 수 있을 것으로 기대되었던 케이블 TV 부문이 여전히 위성방송보다 신규 가입자 확보에서 뒤처지고 있는 이유는 여러 가지로 분석이 가능하다.

먼저, 지난 1999년 11월 의회를 통과한 위성방송시청자법(Satellite Home Viewer Act, SHVA) 개정안³⁾에서 볼 수 있는 것처럼, 그 동안 위성방송의 성장에 장애가 되어 왔던 제도적 장벽을 폐지함으로써 그 동안 케이블TV가 사실상 독점해 온 MVPD 시장에서 실질적인 경쟁을 유도하고자 하는 미 행정부와 의회의 정책적 노력이 결과적으로 케이블TV 부문에는 적지 않은 타격을 가져왔다고 볼 수 있다. 2002년의 결과는 케이블TV 업계의 자구책에도 불구하고, 이러한 정책 전환의 여파가 아직도 지속되고 있는 것으로 해석할 수도 있다.

다음으로는, 케이블TV 업계의 구조조정 요인을 들 수 있다. 주지하는 바와 같이 2002년에

3) 이 개정안으로 인해 미국의 위성방송 가입자들은 다른 유료방송(즉, 케이블TV)에 가입하지 않고도 지역방송사의 전파와 ABC나 CBS와 같은 전국 네트워크 방송을 수신할 수 있게 되었다. 즉 위성방송의 지상파 재전송 제한이 풀린 것이다.

는 Comcast가 AT&T의 케이블TV 부문을 인수하는 과정을 진행했기 때문에 이 회사를 비롯, 3번째와 5번째로 큰 MSO들인 Charter Communications와 Adelphia Communications 등이 가입자 확보에 어려움을 겪었던 것으로 전해진다.

이외에도 기존의 케이블TV 가입자가 어느 정도 포화상태에 이르렀기 때문에, 새로운 가입자를 유치하기 위해서는 상대적으로 인프라 구축에서 소외되어 왔던 지역에 집중해야 하는 점도 케이블TV 업계의 비중이 축소되고 있는 원인으로 꼽힌다. 이들 지역의 경우 케이블TV 업계는 가입자 당 유치 비용이라는 측면에서 아무래도 위성방송 업계에 비해 불리할 수밖에 없다는 것이다.

5. 향후 미국 케이블TV 산업에 대한 전망

그러나, 이러한 요인들에도 불구하고 미국의 케이블TV 업계의 전망은 그리 어둡지 않은 편이다. 비록, 전체 MVPD 시장에서 차지하는 가입자 비중은 감소하였으나, 2002년에도 케이블TV 업계의 매출액 자체는 비교적 큰 폭으로 증가하고 있기 때문이다. FCC의 자료에 따르면, 2002년 케이블TV 업계의 매출액은 전년에 비해 약 12.3% 정도 증가하였다. 이는 케이블 프로그램에 대한 시청자들의 호응 증대, 이로 인한 광고 수익의 증대가 이어지고 있으며, 가입자들의 프리미엄 서비스 구매율도 상승하고 있기 때문이다. 여기에 케이블 모뎀을 통한 초고속 인터넷 가입자 수도 꾸준히 늘어나고 있는 것은 케이블TV가 여전히 디지털방송 매체 중 유리한 고지를 점령할 수 있음을 말해준다고 생각된다.

참고자료 :

- [1] FCC, Annual Assessment of the State of Competition in the Market for the Delivery of Video Programming, MB Docket No. 02-145(FCC 02-338), 2002. 12.
- [2] "FCC Report: Cable Subs Slipping", *Broadcasting & Cable*, 2002. 1. 6.
- [3] NCTA, *Cable & Telecommunication Industry Overview 2002*, 2002.
- [4] <http://www.fcc.gov>
- [5] <http://www.ncta.com>