

방통위, 20년 방송시장경쟁상황평가 결과 발표

자료 출처: 방통위 보도자료 (3.24)

방송통신위원회가 지난 3월 24일 '2020년도 방송시장경쟁상황평가' 결과를 발표했다. 이번 평가는 2019년도 방송시장에 대한 경쟁상황을 유료방송시장, 방송채널거래시장, 방송프로그램거래시장, 방송광고시장으로 단위 시장을 획정하여 경쟁상황을 평가했다.

유료방송시장

가입자 특성, 유사성 인식, 수요·공급 대체성, 현행 제도 등을 고려하여 상품시장을 <디지털 유료방송시장(QAM, 위성, IPTV)>과 <8VSB 유료방송시장>으로 획정하고, 지리적 시장은 SO 방송 구역으로 획정하되 향후 경쟁환경 변화에 대응하기 위해 전국단위 분석도 병행하였다.

2019년 유료방송가입자는 3,377만(단자 수 기준, 이하 같음)으로 전년 대비 3.2% 증가하였는데, IPTV는 가입자 수가 1,713만으로 증가세(17년 1,433만→18년 1,566만→19년 1,713만)를 유지한 반면, SO 가입자 수는 1,348만으로 감소세(17년 1,404만→18년 1,380만→19년 1,348만)를 보였다. 디지털상품 유료방송 가입자와 8VSB 가입자는 각각 2,788만(17년 2,532만→18년 2,660만→19년 2,788만), 587만(17년 518만→18년 586만→19년 587만)으로 증가세를 이어간 반면, 아날로그상품 가입자는 1.9만(17년 111만→18년 27만→19년 1.9만)으로 급감한 것으로 나타났다.

2019년도 방송사업 매출액은 총 17조 6,717억 원

으로 전년 대비 2.1% 증가하였는데 IPTV 사업자의 방송사업 매출액은 전년 대비 12.2% 증가한 38,566억 원, 지상파 방송사의 방송사업 매출액은 전년 대비 7.4% 감소한 35,168억 원, SO의 방송사업 매출액은 전년 대비 3.2% 감소한 20,227억 원으로 등으로 조사되었다.

방송사업자 간 M&A 완료에 따라 19년 기준 상위 3개 사업자의 가입자 기준 점유율은 KT 계열 31.5%(1,065만), LGU+계열 25.0%(843만), SKB 24.3%(820만), 매출액 기준 점유율은 KT 계열 32.5%(2조 872억 원), SKB 27.2%(1조 7,491억 원), LGU+계열 26.1%(1조 6,805억 원)으로 나타났다. LGU+와 SKB에 각각 인수·합병된 舊 CJ헬로·티브로드 방송구역을 중심으로 총 52개 구역에서 시장집중도가 증가한 것으로 확인되었다.

방송채널거래시장

상품속성의 유사성, 가입자의 플랫폼 전환 의사, 채널 이용목적 및 시청행태 등을 고려하여 유료 방송채널거래시장과 지상파방송 3사별 채널 재송신권 거래 시장으로 획정하되, tvN, JTBC 등

일부 인기 유료방송채널의 협상력 강화 가능성 등을 고려하여 전체 방송채널을 동일시장으로 확정하는 것을 가정한 분석도 병행하였다.

2019년도 전체 채널제공 매출액은 11,151억 원으로 전년(10,366억 원) 대비 7.6% 증가한 가운데, 일반 PP(홈쇼핑·데이터·라디오·VOD PP 제외)의 매출액은 전년 대비 5.0% 증가한 7,539억 원으로 증가세(17년 6,994억 원→18년 7,182억 원→19년 7,539억 원)를 유지하였으며, 지상파방송 3사 재송신권 매출액도 전년 대비 13.5% 증가한 3,613억 원으로 증가세(17년 2,539억 원→18년 3,184억 원→19년 3,613억 원)를 이어간 것으로 확인되었다.

유료방송채널거래시장의 방송프로그램 매출은 상위 사업자인 CJ 계열, 중앙계열, MBC 계열의 점유율이 대체로 예년과 유사한 29.3%, 6.3%, 6.0% 수준을 유지한 가운데 종편 PP의 점유율은 증가 추세(17년 12.7%→18년 14.0%→19년 15.9%)를 이어갔고, 지상파 계열 PP는 소폭 감소(17년 17.1%→18년 16.6%→19년 16.3%)하였다.

지상파방송 3사 채널 재송신권 거래 시장의 채널 재송신 매출액은 3,613억 원으로 전년 대비 13.5% 증가하였으나, TV 부문 방송프로그램 제작비 총규모는 약 9,488억 원으로 전년 대비 5.5% 감소하였는데, KBS 2,935억 원(전년 대비 15.6% 감소), MBC 계열 3,406억 원(전년 대비 4.5% 감소), SBS와 지역민방 3,147억 원(전년 대비 5.0% 증가)으로 확인되었다.

한편, 전체 방송채널을 기준으로 채널제공 매출액을 조사한 결과 CJ 계열이 19.8%(2,211억 원)로 1위, 이어서 KBS 계열 13.9%(1,545억 원), MBC 계열 13.6%(1,522억 원), SBS 계열 12.0%(1,334억 원), 종편계열 10.8%(1,199억 원) 등의 순으로 나타났다.

방송프로그램거래시장

상품 특성, 납품 가능성, 수요처 전환 의사, 장르 전환 가능성, 제작과정, 투입 요소의 유사성 등을 고려, 전체 외주제작 프로그램 거래 시장을 동일 상품시장으로 확정하였다.

2019년도 전체 방송사업자의 외주제작비 총규모는 9,216억 원으로 전년 대비 11.7% 증가한 가운데 상위 3대 수요자는 여전히 지상파 3사(SBS 계열 22.3%, MBC 계열 21.0%, KBS 계열 16.6%)가 차지하였다. 2019년도에 방송사업자에 납품 실적이 있는 외주제작사는 649개사였는데, 이 중 564개사는 연간 5개 이하의 방송프로그램을 납품하였고, 10개 이상 납품한 외주제작사는 41개사에 불과하여 외주제작사는 제작비 및 저작권 배분 협상 등에서 방송사가 우위를 갖는다고 인식하는 것으로 조사되었다.

방송광고시장

전체 방송광고시장을 동일 상품시장으로 확정하였는데, 2019년도 전체 광고시장 규모는 11조 2,502억 원으로 전년(10조 8,701억 원) 대비 3.5% 증가한 가운데, 방송광고시장은 2조 7,599억 원으로 전년(2조 9,730억 원) 대비 7.2% 감소하였으나, 모바일 광고시장은 3조 2,824억 원(전체 광고시장의 29.2%)으로 증가세를 이어갔다.

2019년도 주요 방송사업자의 시청률 기준 점유율은 지상파 3사 계열 39.0%(전년 대비 3.1%p 감소), 종편 4사 계열 21.3%(전년 대비 1.2%p 증가), CJ ENM 10.7%(전년 대비 0.2%p 증가)로 사업자 간 시청률 경쟁이 증가한 것으로 확인되었다.

방통위는 '2020년도 방송시장경쟁상황평가' 보고서의 주요 데이터와 그래픽 파일은 방통위 홈페이지(www.kcc.go.kr)와 방송통계포털(www.mediastat.or.kr)에 공개했다. 