

# 4 지상파방송 사업자의 OTT 시장 진출: 영국 ITV의 ITVX 사례

## 1. ITVX 론칭 배경과 경과

ITVX는 영국 지상파방송사인 ITV가 2022년 12월에 정식으로 론칭한 자체 브랜드 OTT 서비스로서, 론칭 4개월이 지난 2023년 4월 9일까지 공식적으로 누적 10억 건의 스트리밍을 달성했고, 2023년 1분기 3억 8,900만 시간의 스트리밍 시간을 기록<sup>1)</sup>하는 등 론칭 초반부터 기대 이상으로 빠르게 이용자들의 호응을 얻으며 주목을 받고 있다.

ITVX는 ITV가 처음으로 출시하는 OTT 서비스는 아니다. 동사는 2008년 통신사인 BT의 'BT TV' 셋톱박스를 통해, 2009년에는 케이블 방송사인 버진 미디어(Virgin Media) 셋톱박스에서 VOD 서비스를 제공하기 시작했으며, 2015년까지 'ITV 플레이어(ITV Player)'라는 자체 브랜드 OTT 서비스를 제공해 왔는데, 2015년 11월 ITV 플레이어와 웹사이트(ITV.com)를 'ITV 허브(ITV Hub)'로 통합하여 서비스를 제공해 오다가 ITV 허브를 종료하고 ITVX를 론칭했다.

ITV가 2008년부터 10여년이 넘게 VOD 및 OTT 사업을 추진해 왔음에도 이번에 새롭게 ITVX를 론칭하기로 한 배경에는 영국 SVOD 시장을 넷플릭스(Netflix), 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video) 등 글로벌 OTT 업체들이 주도하고 있으며, ITV와 같은 로컬 지상파 방송사들이 SVOD 시장에서 의미 있는 시장 입지를 확보하지 못하고 있는 시장 상황과 관련이 있다.

실제 영국 방송통신 규제기관인 오프콤(Ofcom)이 2022년 8월에 발표한 'Media nations: UK 2022' 보고서에 의하면, 2022년 2분기 전체 가구의 60%가 넷플릭스에 가입해 있다. 넷플릭스가 SVOD 시장 1위를 계속 차지하고 있을 뿐만 아니라, 아마존 프라임 비디오,

1) Broadband TV News, "ITVX sustains strong launch", 2023.5.11

디즈니 플러스(Disney+) 가입 가구가 각각 46%, 23%였다. 반면 로컬 SVOD 서비스 중에서는 스카이(Sky)의 나우(Now)가 6%를 차지하는데 그치고 있다<sup>2)</sup>.

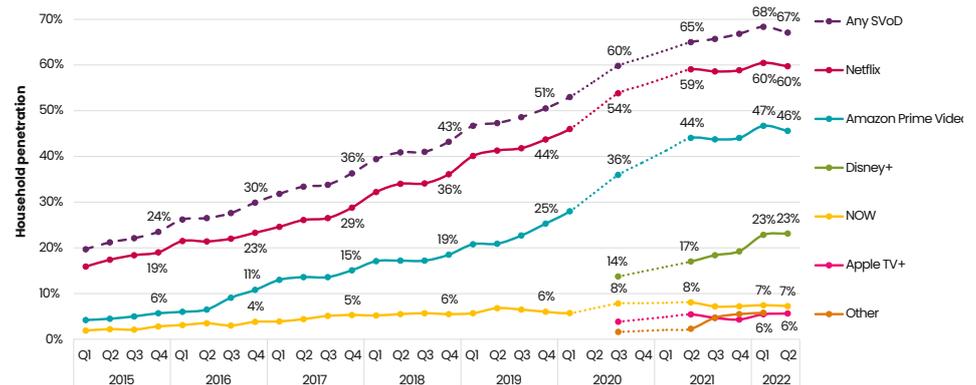
한편으로, 영국 SVOD 시장을 글로벌 OTT 업체들이 장악한 가운데, 최근 영국 OTT 시장에서는 고물가 상황으로 인해 SVOD 외에 광고 시청을 대가로 무료로 콘텐츠를 시청할 수 있는 AVOD(Ad-supported Video on Demand)와 실시간 무료 채널 서비스인 FAST(Free, Ad-supported Streaming TV) 수요가 급증하는 변화가 발생했다.

2021년 1월 시장조사업체인 IAS(Integral Ad Science)가 발표한 보고서에 의하면, 영국 소비자의 83%가 무료 스트리밍 콘텐츠를 위해 광고를 시청할 의향이 있으며, 56%는 향후 12개월 내에 광고 기반 무료 스트리밍 서비스를 이용할 것이라고 답했다<sup>3)</sup>. 또한 2023년 1월 또 다른 시장조사업체 옴디아(Omdia)의 전망에 의하면, 2027년까지 30억 달러 규모로 성장할 영국 AVOD 시장에서 FAST가 AVOD 매출의 20%를 차지할 정도로 성장할 것으로 예상된다<sup>4)</sup>.

이 같은 상황에서 ITV는 글로벌 OTT 사업자들이 장악하고 있는 SVOD 시장 상황의 변화를 도모하고, AVOD와 FAST의 부상이라는 트렌드에 부응하며, 자체 제작한 콘텐츠들을 실시간 방송 채널이 아닌, 디지털 스트리밍 방식으로 직접 소비자들에게 제공하는 '디지털 퍼스트(Digital First)' 전략을 구현할 자체 DTC(Direct to Consumer) 플랫폼이 필요했던 것으로 분석된다.

**[그림 1] 영국 가구의 SVOD 서비스별 가입 비중 추이**

자료: U-NEXT Ofcom(2022.8)



2) Screen Daily, "Number of UK homes subscribing to streaming platforms falls for the first time amid cost of living crisis", 2022.8.17

3) Rapid TV News, "AVOD gains massive interest in UK", 2021.1.27

4) Advanced Television, "Analysis: FAST to make up 20% of UK AVOD market", 2023.3.2

## 2. ITVX 서비스 개요와 주요 특징

ITV는 2022년 3월에 ITVX 론칭 계획과 서비스의 주요 특징들을 공개하면서 ITVX 론칭 배경과 기존 OTT 서비스와의 차별성을 강조했다<sup>5)</sup>. 이에 의하면, ITVX는 영국 로컬 OTT 서비스 중에서는 최초로 SVOD와 AVOD를 모두 제공하는 서비스로서, 수 천 시간의 콘텐츠를 광고 시청을 대가로 무료로 시청하거나, 월정액 구독료를 내고 광고 없이도 시청할 수 있다.

광고 없는 월정액 프리미엄 상품의 경우에는 ITV가 공영방송 BBC와 협력하여 2017년부터 제공 중인 로컬 SVOD 서비스인 '브리트박스(BritBox)'와 기타 파트너 업체들이 제공하는 콘텐츠 모두를 제공한다. 아울러 다른 어떤 OTT 서비스에서도 볼 수 없는 독점 제공 오리지널 시리즈물이 매주 새롭게 추가될 뿐만 아니라, 주요 행사나 이벤트 등을 실시간으로 전달하는 생중계 서비스가 제공된다.

특히 ITV는 ITVX 론칭이 콘텐츠 유통에 있어 OTT를 우선시하는 디지털 퍼스트 전략 차원에서 추진되는 것임을 강조했다. 선형(linear) 방송 채널을 통해 콘텐츠를 우선 제공하고 이후 VOD와 OTT 서비스로 확대하던 기존 전략과 완전히 반대로, 새로운 콘텐츠를 우선적으로 ITVX에서 가장 먼저 공개하고 이후에 선형 방송 채널로 유통시키는 '디지털 퍼스트 윈도우 전략(digital first windowing strategy)'을 추진하겠다고 밝힌 것이다.

이어 2022년 6월에는 보다 자세한 ITVX 콘텐츠 라인업을 공개했다<sup>6)</sup>. 이에 의하면, ITVX는 9,000시간 이상의 시리즈물, 다큐멘터리, 컬트 클래식 및 영화 등 다양한 장르의 무료 콘텐츠를 제공한다. 특히 ITV 방송 채널에 제공되기 이전에 최소 6개월 정도 ITVX에서만 독점으로 시청할 수 있는 다양한 장르의 오리지널 시리즈물이 제공된다고 발표했다.

구체적으로는 인기 배우 데미안 루이스(Damian Lewis)와 가이 피어스(Guy Pearce)가 주인공으로 등장하는 냉전 시대 배경 스파이물인 〈스파이 어몽 프렌즈(A Spy Among Friends)〉, 10대 드라마 〈텔 미 에브리씽(Tell Me Everything)〉, 4부작 스릴러물 〈위드아웃 씬(Without Sin)〉 등이 제공된다.

5) ITV, "Introducing ITVX - Britain's freshest new free streaming service launching later this year", 2022.3.2

6) Advanced Television, "ITVX to launch with 9,000 hours of free content", 2022.6.15

또한 ITVX와 ITV 방송 채널에서 동시에 방영되거나 ITVX에서 우선 제공되고 향후 ITV 선형 채널에 추가 제공될 콘텐츠들도 공개했다. 1970년대 영국 정치인이자 체신부 장관으로서 파란만장한 삶을 살았던 스톤하우스(Stonehouse)의 일대기를 그린 〈스톤하우스(Stonehouse)〉와 2015년 초연되었던 인기 드라마 〈언포가튼(Unforgotten)〉의 새로운 시즌이 주요 작품이다.

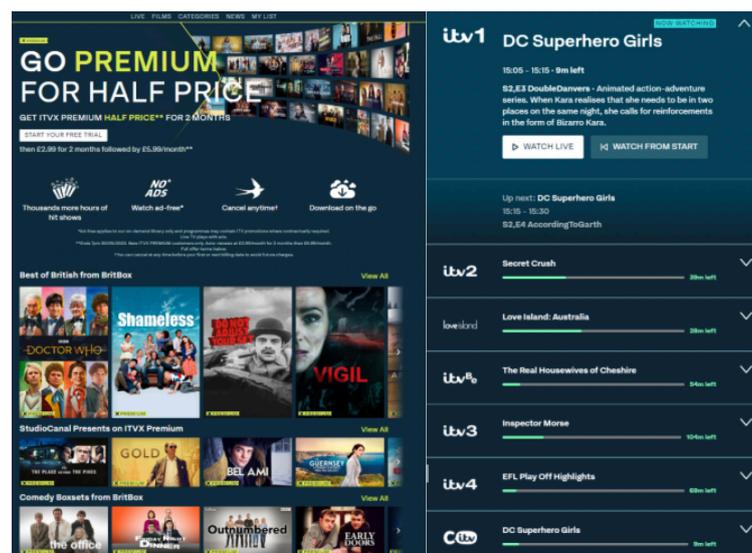
2022년 12월 8일(현지시간) 공식 론칭한 ITVX의 요금과 서비스 형태, 콘텐츠 제공 규모들을 정리해 보면, ITVX는 광고 시청을 대가로 무료로 이용할 수 있는 기본 ITVX 서비스(AVOD)와 광고 없이 시청할 수 있는 'ITVX 프리미엄(SVOD)'으로 구성된다. ITVX 프리미엄의 요금은 월 5.99파운드, 연 59.99파운드이다.

ITV 프리미엄 가입 시 ITV와 BBC, Channel 4/5, '스튜디오 까날 프레젠티(StudioCanal Presents)'가 제공하는 브릿박스의 모든 콘텐츠를 이용할 수 있다. 현재 브릿박스 요금이 월 5.99파운드라는 점에서, 이용자 입장에서는 ITVX 프리미엄을 이용하는 것이 브릿박스를 이용하는 것보다 더 다양한 콘텐츠를 시청할 수 있다는 이점이 있다.

실제로 ITV 발표를 인용한 언론 보도에 의하면, ITVX 프리미엄 가입자들에게는 광고 없는 시청 외에도, 무료 이용자에게는 제공되지 않은 6,000시간 이상 분량의 콘텐츠가 제공된다. 또한 스트리밍 기기에 원하는 콘텐츠를 다운로드 받아 오프라인 상태에서 시청할 수 있는 혜택도 ITV 프리미엄 가입자에게만 제공된다<sup>7)</sup>.

[그림 2] 'ITVX 프리미엄' 가입자 대상 주요 콘텐츠(좌) 및 일부 FAST 채널(우)

자료: ITVX



7) What to Watch, "ITVX price, shows, live TV and what you need to know about ITV's streaming service", 2023.5.3

한편, ITVX는 SVOD 가입자에 대한 오리지널 콘텐츠와 혜택 제공과 더불어 광고 기반 무료 스트리밍 수요에 부응하는데도 나섰다. 2023년 5월 21일 기준으로 모두 26개의 FAST 채널을 제공하고 있는 것이다. 특히 FAST 채널을 통해 ITV에서 제공 중인 ITV 1~4번 방송 채널과 ITV Be 채널 등 주요 디지털 지상파 채널을 ITVX를 통해 제공하고 있다. 다만, ITVX에서 제공되는 FAST 채널들에는 ITVX 프리미엄 가입자들이 시청하는 경우에도 광고가 포함된다.

웹(web) 버전 서비스를 기준으로 보면 전체적인 ITVX 구성은 크게 ▲라이브(Live), ▲영화(Film), ▲카테고리(Categories), ▲뉴스(News), ▲마이 리스트(My List) 등 5개로 구성된다. 라이브는 26개의 FAST 채널이고, 영화는 영화만 별도로 모아놓은 섹션이다. 카테고리는 팩추얼(Factual), 드라마(Drama&Soap), 아동(Children), 영화(Film), 스포츠(Sports), 뉴스, 엔터테인먼트 등 장르별 콘텐츠를 보여주는 섹션이다.

### 3. ITVX 론칭 이후 초반 성과와 최근 동향

ITVX는 론칭 이후 한 달이 지난 시점부터 소비자들로부터 호응을 얻으면서 성공적으로 시장에 안착중이라는 언론 보도와 이를 뒷받침해주는 수치들이 발표되고 있다. 실제 2023년 1월 중순, ITVX 론칭 한 달이 경과한 시점에서 ITVX로 인해서 ITV의 OTT 서비스 이용 시간이 급속하게 증가했다는 발표가 있었다.

동사 집계와 이를 인용한 언론 발표에 의하면, ITVX 출시 후 첫 달(2022년 12월 8일-2023년 1월 7일)에 ITV의 스트리밍 시간이 작년 같은 기간에 비해 55% 증가했으며, ITV의 OTT 이용자 역시 작년 같은 기간에 비해 65% 증가한 것으로 나타난 것이다.

동사는 론칭 이후 ITVX에서 실시간 중계된 2022년 카타르 월드컵 중계방송에 시청자들이 몰렸고, ITVX 독점 제공 콘텐츠도 가입자 증대를 견인했다고 분석했다. 캐롤린 맥콜(Carolyn McCall) ITVX 대표는 “월드컵 중계가 스트리밍 시간 증대에 중요한 역할을 했지만, 월드컵이 종료된 이후인 2023년 1월 스트리밍 시간도 전년 대비 29% 증가했다”면서,<sup>8)</sup> ITVX가 제공하는 콘텐츠에 시청자들이 호응을 보내고 있는 것이라고 평가했다.

8) Advanced Television, “Launch month success for ITVX”, 2023.1.13

론칭 4개월이 지난 2023년 4월부터는 동사 자체 집계뿐만 아니라, 시장조사업체들도 ITVX에 대한 소비자들의 관심과 인기가 급증하고 있다고 평가하기 시작했다. 영국 인터넷 시장 조사 및 데이터 분석 기업인 유고브(YouGov)가 조사한 브랜드 인덱스(BrandIndex)에 의하면, ITVX의 소비자들의 브랜드 고려/인지도(consideration and brand awareness scores)가 크게 상승했다<sup>9)</sup>.

우선 ITVX 론칭 직전이었던 2022년 11월 ITV Hub의 브랜드 이용 고려 스코어는 29.2점이었는데, 2023년 3월 ITVX 스코어는 38점으로 상승했다. ITVX는 디즈니 플러스와 영국 지상파 방송사 채널4(Channel 4)의 OTT 서비스인 '올포(All4)'를 제치고 소비자들이 이용을 고려하는 OTT 서비스 브랜드 6위에서 4위로 부상했다.

브랜드 인지도 역시 같은 기간 77.7점에서 91.5점으로 급상승했다. 이는 영국 로컬 OTT 서비스인 '올포(All4)'와 '나우TV(NowTV)'를 제치고 ITVX의 브랜드 인지도 순위가 2단계 오른 결과이며, 2022년 11월 ITV Hub의 브랜드 인지도 점수 13.3과는 비교할 수 없을 정도로 개선된 성과이다. 또한 2023년 4월 9일(현지시간)에는 ITV가 ITVX가 론칭 4개월 만에 10억 건의 스트리밍을 달성했다고 발표했다<sup>10)</sup>. 특히 ITVX 인기에 힘입어 2023년 3월은 전년 대비 무려 1억 건 이상이 증가한 2억 8,200만 건의 스트리밍이 발생했다.

2023년 4월말에는 시장조사업체인 칸타(Kantar)가 2023년 1분기 영국 SVOD 시장 보고서를 통해서 ITVX 프리미엄이 두각을 드러냈다고 평가했다. ITVX 프리미엄이 2023년 1분기 SVOD 신규 가입자 시장의 5%를 점유했으며, ITV Hub 대비 ITVX의 주간 이용자 규모도 급증했다고 집계했다. 특히 ITVX 프리미엄 가입자의 28%가 브릿박스 콘텐츠 통합 등 다양한 시리즈물의 콘텐츠를 즐길 수 있다는 점을 ITVX 프리미엄 가입의 주요 이유로 꼽았다고 분석했다.

## 4. 시사점

영국을 비롯해서 해외 주요국 OTT 시장이 넷플릭스, 아마존 등 글로벌 OTT 업체들의 주도로 성장하고, 이들이 가입자를 확대해 감에 따라, 각국 방송 산업에도 상당한 지각 변동이 발생했다. 우선 글로벌 SVOD 업체들이 자신들의 오리지널 콘텐츠를 자사

<sup>9)</sup> Marketing Week, "ITVX overtakes Disney+ and All 4 as UK's fourth most considered streaming service", 2023.4.13

<sup>10)</sup> Advanced Television, "ITVX hits 1bn streams", 2023.4.17

가입자들에게만 독점 유통시킴에 따라서 상대적으로 콘텐츠 경쟁력이 하락한 각국 케이블, 위성 등 유료방송사업자의 VOD 매출이 감소하거나, 나아가 유료방송을 해지하는 코드 커팅(cord cutting), 유료 방송 가입 자체를 하지 않고 OTT만 이용하는 코드 네버(cord never) 현상이 발생했다.

또한 ITV와 같은 지상파 방송사들도 시청행태 변화에 따라 자체 OTT 서비스를 론칭했지만, 인터넷 광고 시장 성장 등의 여파로 주요 수익원인 방송 광고 시장이 침체 또는 둔화되면서 글로벌 SVOD 업체들의 오리지널 콘텐츠와 직접 경쟁할 수 있는 프로그램 제작에 어려움을 겪어 왔다. 코로나19 팬데믹으로 OTT 시장이 급성장했지만, 영국 OTT 시장 경쟁 구도에 큰 변화는 없었다.

그런데, 엔데믹 시기로 접어들고 고물가 상황, 그리고 오리지널 콘텐츠 시청을 위해 평균 2~3개 정도의 SVOD 중복 가입을 해야 하는 상황에 지친 소비자들이 SVOD를 해지하고 AVOD와 FAST와 같은 광고 기반 OTT 서비스를 선호하는 이용 행태 변화의 트렌드가 뚜렷해지면서 ITV와 같은 지상파 방송사들이 OTT 사업을 정비할 기회와 여건이 마련되었다.

즉, 영국 OTT 시장의 주요 업체들이 SVOD 서비스에 주력하고 하고 있어 SVOD 가입자 감소로 인한 타격을 피할 수 없는 상황에서, ITV와 같은 지상파 방송사들은 광고를 대가로 시청자에게 무료로 콘텐츠를 제공하는 사업모델을 오랜 기간 유지해 왔다. 또한 FAST 처럼 편성표에 따라 광고가 포함된 실시간 채널을 제공하는 것도 지상파 방송사에 매우 익숙한 사업모델이라고 할 수 있다. 즉, SVOD 시장에서는 해지가 발생했지만, AVOD/FAST 수요가 증가한 것이 ITV와 같은 지상파 방송사에게는 OTT 사업 전략을 재정비할 기회가 될 수 있었다는 것이다.

실제로 ITV Hub와 새롭게 론칭된 ITVX의 가장 큰 차이점은 광고 시청을 대가로 무료로 제공되는 AVOD와 FAST 채널을 추가한 것이다. SVOD 가입 또는 월정액 요금 부담이 점점 커지면서 추가 가입은 물론이고, 기존 SVOD 해지도 고민하고 있으며, 광고를 좀 보더라도 양질의 콘텐츠를 무료로 볼 수 있는 OTT 서비스를 원하는 영국 소비자 니즈를 정확히 겨냥한 것이 ITVX의 주요 초반 성공 요인이라고 할 수 있다.

또한 SVOD 측면에서는 한 곳에서 다양한 소스의 콘텐츠를 모두 접할 수 있어 가성비와 이용 편성을 높인 소위 '애그리게이팅(agggregating)' 모델을 접목시킨 것도 주효했다. 즉, 기존 브릿박스에서 제공되던 영국 로컬 콘텐츠와 카날 스튜디오와의 제휴 및 오리지널

콘텐츠까지 통합시켜 제공함으로써, 다른 SVOD에서 보기 어려운 독점 콘텐츠뿐만 아니라, 다른 SVOD에 있는 콘텐츠도 한 곳에서 모두 보고자 하는 수요를 노린 것이 적중했다고 할 수 있다.

물론 향후 ITVX가 론칭 초반의 성공을 지속적으로 이어가면서, 영국 OTT 시장에서 지각변동을 이끌어 낼 것인지, 초반의 반짝 성공으로 끝날 것인지는 지켜볼 필요가 있다. 다만, 선형 채널 중심의 콘텐츠 유통 전략을 과감하게 혁신하고, 자신들이 가장 잘 할 수 있는 방송 광고 사업의 역량을 결합했으며, 외부 업체들과의 협력을 통해 다양한 장르와 소스의 콘텐츠들을 통합적으로 즐기고자 하는 소비자 니즈를 겨냥한 것이 초반 성공의 핵심 요인이이라는 점은 분명하다. 이는 글로벌 OTT 사업자와 경쟁하고 있는 로컬 OTT 업체들과 국내 지상파 방송사들의 OTT 사업에도 상당한 시사점을 제공해 주고 있다고 할 수 있다.

## 참고문헌

---

- Advanced Television, "ITVX to launch with 9,000 hours of free content", 2022.6.15.
- Advanced Television, "ITVX hits 1bn streams", 2023.4.17.
- Advanced Television, "Analysis: FAST to make up 20% of UK AVOD market", 2023.3.2.
- Advanced Television, "Launch month success for ITVX", 2023.1.13.
- Broadband TV News, "ITVX sustains strong launch", 2023.5.11.
- ITV, "Introducing ITVX - Britain's freshest new free streaming service launching later this year", 2022.3.2
- Marketing Week, "ITVX overtakes Disney+ and All 4 as UK's fourth most considered streaming service", 2023.4.13.
- Rapid TV News, "ITVX premium, Apple TV+ defy UK streaming market cull", 2023.4.20
- Rapid TV News, "AVOD gains massive interest in UK", 2021.1.27.
- Screen Daily, "Number of UK homes subscribing to streaming platforms falls for the first time amid cost of living crisis", 2022.8.17.
- What to Watch, "ITVX price, shows, live TV and what you need to know about ITV's streaming service", 2023.5.3.