

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『Connected (커넥티드) TV』

◎ 작성취지

- 본 보고서는 인터넷을 포함한 뉴미디어의 발달에 따라 전통 미디어 중의 하나인 TV 시장이 어떻게 변모하고 있는지 살펴보고 그 중의 하나로 떠오르고 있는 Connected (커넥티드) TV 시장의 현재 이슈를 짚어봄.
- 또한 점차 치열해 지고 있는 영국 커넥티드 티비 시장의 주요 기기 및 콘텐츠 공급자들에 대해 살펴보고 앞으로 시장이 어떻게 변화할지를 전망함.

※ 작성자 : 안소라 (골드스미스 대학 글로벌 미디어 석사)

◎ 작성순서

1. 「영국 커넥티드 TV 시장 배경」
 - 1) 영국 TV 방송 시장 개요
 - 2) 커넥티드 TV 의 등장
 - 3) 영국 커넥티드 TV 시장의 경쟁자 구도
2. 「영국 커넥티드 TV 시장 전망」

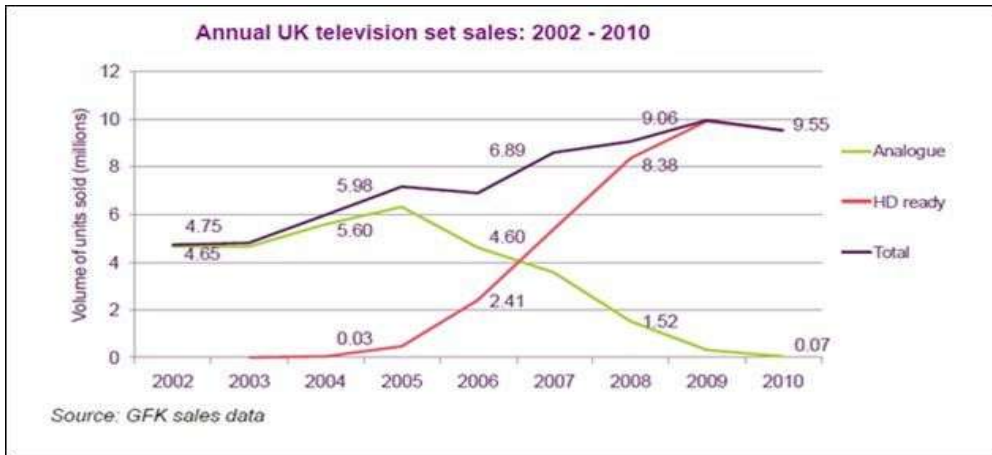
◎ 참고자료

- 영국 Ofcom www.ofcom.org.uk
- 영국 가디언 뉴스 <http://www.guardian.co.uk>
- 영국 텔레그래프 뉴스 <http://www.telegraph.co.uk>

1. 『영국 커넥티드 TV 시장 배경』

■ 영국 TV 방송 시장 개요

- 영국 방송통신규제기관인 오프콤 (Ofcom: Office of Communications) 에 따르면 영국은 지난 10월 디지털 TV 전환 사업을 완료한 이후로 신규 TV 기술들을 적극 도입하면서 통합적인 디지털 국가로 거듭나고 있음.
- 영국은 시청자들이 원하는 프로그램을 셋톱 박스에 녹음하고 원하는 때에 재생할 수 있도록 하는 디지털 비디오 리코더 기술 적용의 선두주자일 뿐만 아니라 시청자들이 새로운 기술들을 생활 속에 접목하는 속도도 빠른 편임.
- 그 예로 오프콤이 조사한 결과 영국 인터넷 사용자 전체의 1/4 (23%) 정도가 TV 콘텐츠를 인터넷을 이용해 시청한다고 나타남. 이는 BBC iPlayer, Sky Go, 4oD 와 같은 온라인 TV 캐치업 (Catch-up) 서비스의 인기에 기인한 것으로 보여짐. 같은 조사에서 미국과 스페인이 각각 17%, 16% 로 영국의 뒤를 따르며 영국의 온라인 상 TV 시청률이 다른 국가들에 비해 확연히 앞서있다는 것을 보여줌.
- 영국에도 스마트 TV가 급속도로 퍼져나가며 시청자들이 캐치업 TV 시청, 소셜 네트워킹 플랫폼, 게임 등의 온라인 서비스를 활발히 이용하는 것으로 나타남. 영국 소비자 전체의 15% 가 스마트 TV를 보유하고 있으며 이는 프랑스와 동일한 비율이며, 미국의 10% 에 비해 앞섬.
- 또한 이 조사결과에 따르면 영국 전체 2천 6백 6십만 정도의 가구가 TV 를 보유하고 있으며 가구 당 평균 2.25 대의 TV 를 보유하고 있는 것으로 집계됨. 아래의 [표 1]에서 보듯이 영국 전체 TV 판매량은 꾸준히 늘어나고 있으며 아날로그 TV 판매는 현저히 줄어든 반면 HD TV 의 판매량은 수직 상승 하고 있는 것을 볼 수 있음.
- 지난 몇 년간의 시청자들의 TV 시청행태를 보았을 때 인터넷과 그 외의 새로운 플랫폼들의 선전에도 불구하고 TV 시청이 꾸준히 이루어지고 있는 편임을 알 수 있음. 하지만 TV 시청률은 시청자의 나이에 크게 연관이 있기 때문에 현재의 새로운 기술들이 시간이 지남에 따라 보편화 되면서 주 시청자들의 TV 시청행태가 변할 가능성이 큼. 이는 전반적인 TV 산업에 위기 요인이자 기회요인으로 작용할 수 있음.



[표1. 2002-2010 년 사이 TV 판매량]

■ 커넥티드 TV 의 등장

- TV 는 다른 전통 미디어 플랫폼에 비해 온라인의 영향을 늦게 받은 편이라고 볼 수 있음. 하지만 YouTube 와 BBC iPlayer 와 같은 온라인 비디오 콘텐츠 스트리밍 사이트의 선전에도 불구하고 상대적으로 TV 시청자는 크게 줄지 않은 편임.
- 그 예로 소비자들이 아마존 킨들 (Amazon Kindle) 로 책을 읽고, iPad 로 신문을 읽고, 스마트폰으로 음악을 듣지만 텔레비전 프로그램과 영화는 여전히 큰 스크린으로 시청하는 것이 선호됨. 이에 따라 과거에 TV 가 다른 기기에 의해 대체될 것이라는 예상을 깨고 오히려 TV 와 인터넷이 접목하여 기술적으로 사양이 더 높아지고 있음.
- 최근 출시되고 있는 스마트 TV 는 전화, TV, DVD 플레이어, 홈 엔터테인먼트 시스템, 게임 스테이션 등을 하나의 기기로 통합하여 이용할 수 있어 여러 기기를 동시에 사용하는 데 불편함을 느낀 소비자들에게 어필하고자 함.
- TV 는 전통적으로 콘텐츠를 전송받고 디스플레이 하는 두 가지 주요 서비스를 제공하는 미디어 기기이지만 최근에 출시되는 TV 는 안테나, 위성, 개인 비디오 리코더 (PVRs), DVD 플레이어, 게임 콘솔, 컴퓨터 등의 다른 서비스 및 기기와 연결되어 데이터 전송을 받을 수 있으며, 그 기능이 점차 다양해지고 있음.
- 더욱더 많은 시청자들이 TV 를 시청하는 동안 쌍방향 연결성을 가진 노트북, 태블릿, 스마트 폰 등의 제 2의 스크린 (second screen) 또는 2 개 이상의 멀티 스크린을 함께 이용하는 시청 행태가 증가하고 있음. 커넥티드 TV 는 인터넷을 기반으로 소비자들이 다양한 기능을 이용할 수 있게 함으로써 다른 스크린으로 분산된 시청자의 주의를 하나의 스크린에 집중 시키려고 함.

- 영국 인구 전체의 39%가 BBC iPlayer을 최소 일주일에 한 번 시청한다는 조사 결과에서 보듯이, 주문형 콘텐츠가 더욱더 활성화되고 시청자들은 언제, 어디서든, 원하는 프로그램을 시청하는 데 익숙해지고 있는 점이 커넥티드 TV 기술의 발달을 더욱 촉진하고 있음.

■ 영국 커넥티드 TV 시장의 경쟁자 구도

- 커넥티드 TV는 TV와 웹의 벽을 무너뜨리며 신 개념의 콘텐츠, 채널, TV 앱 서비스의 새로운 지평을 열 것으로 예상함. TV 제작회사, 유료 TV 제공업자, 게임 콘솔, 방송사, 기술 회사들이 커넥티드 TV 시장을 선점하기 위해 각기 다른 노력을 펼치고 있음.
- 2011년 버진 미디어의 TiVo 서비스를 시작으로 2011/2012 년에의 YouView의 런칭으로 경쟁이 더욱 가열되고 있음. 삼성은 자사의 TV 앱 스토어를 통해 2백만 다운로드를 달성하였으며 다른 영국의 2천만 대의 콘솔들 또한 웹에 연결되는 기능을 선보이고 있음.

○ TV 제조업자

- TV 제조업자들은 평면 고화질 HD TV 등의 출시로 기기의 성능과 화면의 질을 높이며 TV 시장에서 꾸준한 선전을 해오고 있음.
- 하지만 TV 시장이 스마트폰, 태블릿 등의 다른 기기들의 위협을 받으며 새로운 전략이 요구되고 있음. 이에 따라 인터넷 커넥티드 TV가 다음 세대의 주요 기술로 떠오르며 영국에서는 삼성과 소니가 주요 마켓 리더로 자리매김 하고 있음.
- 또한 TV의 교체 주기가 하나의 넘어야 할 산으로 인식되고 있음. 2010년에 판매된 TV는 9백 50만 대로 이는 대부분 이미 기존에 보유하고 있는 TV를 교체한 것으로 영국 전체의 가구 당 TV 대수에는 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타남.
- TV의 평균 교체 주기는 최소 6년으로 교체 주기가 2년인 핸드폰과 3년인 노트북에 비교하여 교체 주기가 느림. 이는 인터넷 커넥티드 TV가 다른 기기들에 비교하여 보급 속도가 느릴 것으로 전망하는 근거가 됨.
- 인터넷 커넥티드 TV가 TV의 중요한 성능 중의 하나로 부각되는 추세이긴 하지만 이에 부합하는 콘텐츠 제공이 현재 부족하여 빠른 성장에 걸림돌이 될 것

이라는 관측이 있음.

- **삼성 인터넷 @ TV** 는 유럽 TV 시장에서 25% 의 마켓 점유율을 가지고 있는 삼성전자가 제공하는 서비스로 제 3자가 제공하는 다양한 앱을 무료 또는 유료로 다운받아 이용할 수 있음. BBC iPlayer, 유튜브 (YouTube), 러브필름 (LoveFilm), 스카이프 (Skype), 트위터 (Twitter) 와 Muzu.tv (주문형 뮤직 비디오) 등의 다양한 앱을 즐길 수 있음. 삼성 TV 는 하드 드라이버 상에 약 70 여개의 앱을 저장가능하며 앱 스토어에서 현재까지 약 400 여개의 앱을 다운로드 가능함.
- **파나소닉 Viera Connect** 는 파나소닉의 커넥티드 플랫폼으로 2011년에 런칭함. 게임과 소셜 네트워킹과 같은 쌍방향 기능과 라이브 스트리밍, 피트니스, 주문형 콘텐츠, 스카이프, 이베이, 넷스터 등의 서비스가 제공됨.
- **LG 스마트 TV** 는 LG 가 생산하는 TV 의 일부 모델에서 제공되는 플랫폼으로 업그레이드 박스를 기기에 연결해서 사용할 수 있고 LG 의 매직 모션 리모컨을 통해 조정 가능함. 제 3자 서비스와 앱에 열려 있으며 BBC iPlayer, 페이스북, 트위터, 구글맵, 게임 (Accedo), 인터넷 라디오 (Vtuner), Picasa 등의 서비스를 이용 가능함.

○ 셋톱 박스 공급자(1)

- 영국의 셋톱 박스 (Set-top box) 시장은 유료 TV (PayTV) 공급자들을 통해 소비자들이 할인된 가격 또는 무료로 서비스를 받는 보조금 지원 영역과 소비자들이 전체 가격을 다 지불하고 제한된 지상파 (FTA) 채널 또는 디지털 비디오 리코딩 서비스를 이용하는 리테일 영역의 둘로 나뉨.
- 보조금 지원 영역에서는 **스카이 (Sky)** 가 마켓을 선두하며 직접 셋톱박스를 제작하여 공급함. 현재 공급되고 있는 셋톱 박스들은 인터넷 접속 기능을 가지고 있지만 VoD 나 스카이 애니타임 플러스 (Sky Anytime+) 채널을 이용하기 위해서는 Sky 브로드밴드 서비스에 가입하고 있어야 함.
- Sky 는 셋톱박스 시장에서 몇 년 째 활약해오고 있으며 Sky+ HD 박스는 영국 4백만에 가까운 가구들에 설치되어 있음. 이를 기반으로 Sky Anytime+ 서비스는 런칭 이래 Sky TV 와 브로드 밴드 패키지에 포함되어 빠르게 가입자들을 확보함. Sky Anytime+ 는 Sky TV 와 브로드밴드 가입자들에게 제공되는 주문형 서비스로 주문형 영화와 1000 시간에 해당되는 주문형 TV 콘텐츠를 시청 할 수 있음.

- 버진 미디어 (Virgin Media) 는 자사의 독점 셋톱 박스 공급자로 티보 (TiVo) 를 선정하여 서비스를 제공 해오고 있음. TiVo 플랫폼은 버진 미디어 가입자들에게 한층 강화된 주문형 서비스, 7일 캐치업 서비스, TV 앱 등을 제공함. TiVo 박스는 독립 플래쉬 개발자들이 앱을 공급할 수 있도록 하여 Sky 박스에 비해 열린 서비스를 제공함.
- 2011 년 런칭 1분기에 5만 가입자를 확보하며 순조로운 출발세를 보였지만 셋톱 박스의 가격이 50파운드이며 한 달에 5파운드를 서비스 사용료를 내야하는 점에 TiVo 박스가 널리 공급되는 데에는 시간이 좀 더 필요할 것으로 보임.
- 유뷰 (YouView) 는 BT 와 TalkTalk, BBC, ITV, Channel 4, Five, See Saw, Arqiva 를 주요 주주로 하여 2011 년에 런칭한 이래로 빠른 성장세를 보이고 있음. YouView 는 HDTV, DVR 기능을 포함한 프리뷰 (Freeview) 디지털 지상파 (DTT: Digital terrestrial television) 콘텐츠와 주문형 서비스를 혼합한 하이브리드 방송 및 브로드밴드 서비스를 제공함. 제 3자가 개발한 인터넷 커넥티드 앱에도 오픈되어 있으며 무료, 유료 TV 채널과, 라디오, 주문형 채널, 캐치업 서비스, TV 앱, IP 멀티캐스트 등의 서비스를 제공함.
- 셋톱 박스는 200 파운드 가량이나 가입비와 매달 사용료는 무료임. 특히 기존 BT Vision 셋톱 박스는 Pace 에 의해 제작되며 BT 브로드 밴드와 연결되어 있음. 따라서 BT의 5백 75만 가입자들을 커넥티드 TV의 잠재적 사용자들로 볼 수 있으며 BT Vision 셋톱 박스는 YouView 박스로 점차 교체될 것으로 보임.

○ 셋톱 박스 공급자(2)

- 마이크로소프트, 소니, 닌텐도 등과 같이 인터넷에 연결되는 게임 콘솔의 영향이 점차 확대되는 추세를 보임. 이러한 게임 콘솔들은 온라인 게임에 주로 이용되나 인터넷 또는 블루레이, DVD 를 통하여 비디오 콘텐츠를 시청하는 데에도 폭넓게 사용되고 있음. 온라인 게임의 비중이 점차 높아져감에 따라 게임 콘솔이 TV 를 인터넷에 연결하는 매개체로 부각되고 있으나 게임 콘솔을 통해 정기적으로 비디오는 시청하는 행태는 여전히 그리 높지 않음.
- 엑스박스 라이브 (XBox Live) 는 온라인 멀티플레이어 게임과 디지털 미디어 공급 서비스로써, 제한적인 서비스는 무료로 제공되지만 메인 서비스는 가입을 해야만 이용할 수 있음. 주요 제공되는 서비스로는 Zune, Last FM 을 통한 뮤직 스트리밍, 게임 마켓 플레이스, SkyPlayer, 트위터와 페이스북, 그리고 윈도우 라이브 메신저 등이 있음. 영국에 4백만 Xbox 사용자들이 있는 것으로 추정되며 이

들 중 70-80%는 18-34세 사이 남성층임.

- **플레이스테이션 (PlayStation)** 은 Xbox와 마찬가지로 온라인 게임 및 디지털 미디어 공급 서비스를 제공하며 LoveFilm, BBC iPlayer, 4oD, ITV Player, PS3 웹 브라우저, 게임 스토어 등의 서비스를 이용 가능함. 영국에 3백만 사용자를 보유하고 다소 값비싼 콘솔 가격 때문에 Xbox 비해서 사용자 연령대가 높은 것으로 나타남.
- **닌텐도 와이파이 커넥션 (Nintendo WiFi Connection)** 은 온라인 멀티플레이어 게임을 위한 커넥티드 서비스로 Wii 콘텐츠 채널을 통해 인터넷 브라우징 또한 가능함. 제공되는 서비스는 뉴스와 날씨 등으로 아직까지 제한적으로 웹 브라우저를 통해 접속 가능한 서비스 이외의 제 3자 주문형 서비스는 제공 되지 않음. 영국에 8백 3십만 가량의 사용자가 있으며 엑스박스과 플레이스테이션과는 다르게 사용자의 반 정도가 여성층이고 18세 이하와 34세 이상이 더 많이 이용하는 것으로 나타남.

○ 온라인 기반 회사

- **애플 TV** 는 디지털 미디어 수신기로 집에서 사용하는 컴퓨터의 콘텐츠와 연동하여 아이튠 (iTunes), 넷플릭스 (Netflix), 플리커 (Flickr), 유튜브 (YouTube) 와 같은 디지털 서비스를 제한 없이 이용할 수 있게 함. 컴퓨터로부터 콘텐츠 또는 라이브 IP 를 스트리밍 할 수 있으나 셋톱 박스 내에 저장 공간은 없으며 애플에서 지정한 미디어 파트너의 콘텐츠만 재생할 수 있는 제한이 있음.
- **구글 TV** 는 셋탑 박스 또는 HD 박스들에서 이용되는 스마트 TV 플랫폼으로 안드로이드 시스템에 기반하여 주문형 프로그램과 인터넷 콘텐츠를 제공함. 즉각적인 인터넷 검색 또는 브라우징이 가능하고 애플 TV 와는 다르게 제 3자의 앱 또는 콘텐츠 사용이 자유로운 편임.
- **야후 커넥티드 TV** 는 위젯에 기반한 TV 콘텐츠 엔진으로 소니, VIZIO, 삼성, LG TV 의 일부 모델에 공급됨. 야후 커넥티드 TV 를 지원하는 전자기기들은 영국뿐만 아니라 미국, 네덜란드, 독일, 프랑스, 캐나다, 남아공 등을 포함한 16 개 국가에 공급되어 있음. 아마존 주문형 서비스, 블록버스터, USA today, 트위터, 이베이, 제 3자가 공급하는 위젯 등의 서비스를 이용 가능함.

2. 『커넥티드 TV 시장 전망』

- 인터넷의 등장 이래 음악 (애플과 iTunes) 과 프린트 산업 (아마존과 킨들) 에 산업 전체의 변화를 가져왔고 최근에는 비디오 콘텐츠의 소비에도 (YouTube) 큰 영향을 미치고 있음.
- 전문가들은 2015년에 전 세계적으로 5억대 수의 TV가 웹에 연결 될 것이라고 전망함. TV와 인터넷의 결합은 시청자들의 이전에 수동적 이었던 TV 시청 경험을 좀 더 인터랙티브 한 경험으로 바꾸고 있음.
- 시청자들은 단 한 번의 클릭으로 프로그램에 관한 정보는 물론이고 채팅, 포럼 방, 쇼핑, 날씨예보와 같은 서비스에 손쉽게 접근 할 수 있음. 이러한 기능은 이미 스마트폰, 태블릿에 존재하지만 이를 큰 TV 스크린에서 즐길 수 있게 됨.
- YouTube가 소비자의 비디오 콘텐츠 소비 방법을 바꾸어 놨듯이 커넥티드 TV 시장은 인터넷의 분배구조를 바꾸어 놓을 것이라는 관측이 지배적임. 이 시장에 진입하는 새로운 콘텐츠, 기기 공급자들은 가입비 및 매달 사용료를 청구 하는 수익모델 (S-VOD) 또는 콘텐츠 별로 가격을 청구 (T-VOD) 하는 모델을 기반으로 하여 주문형 콘텐츠를 공급하고 있음.
- 커넥티드 TV 는 소셜 네트워킹 플랫폼을 접목하여 ‘소셜 TV’ 로 거듭나고 있음. getglue.com 과 같은 소셜 서비스를 통해 자신이 시청하고 있는 프로그램, 가장 즐겨보는 프로그램 등을 친구들과 공유하고 프로그램에 대한 의견 또한 나눌 수 있음. ‘엔터테인먼트를 위한 소셜 네트워크’ 를 표방하는 이러한 플랫폼은 시청자들에게 가상 커뮤니티 공간을 제공함.
- getglue.com 의 경쟁자 중의 하나인 IntoNow 는 시청자들이 TV 프로그램을 시청하는 동안 바로 프로그램 커뮤니티에 접속/ 참여 할 수 있게 해줌. 이 커뮤니티 공간에서 시청자들은 친구들과 채팅을 한다거나 프로그램 시청 경험을 다른 시청자들과 동시에 공유할 수 있음.
- 이러한 점에서 시청자들은 언제 어디서 TV 를 시청 하더라도 친구들과 또는 다른 시청자들과 연결이 되어 시청 경험을 공유할 뿐만 아니라, 단지 시청자가 아닌 참가자가 되어 프로그램에 대한 피드백을 제공하며 시청하는 프로그램에 직접적으로 영향을 줄 수 있게 됨. 현재 경연 또는 게임 프로그램에서 사용하고 있는 시청자 투표 시스템도 이러한 시청자들의 참여를 돕는 방법 중의 하나로 이외에도 시청자의 수평적, 수직적 참여를 돕는 다양한 방법들이 개발될 것으로 보임.
- 커넥티드 TV 를 통해 제공되는 앱 또는 콘텐츠의 폭이 넓어짐과 동시에 시청자들은 관심 있는 콘텐츠들을 검색하여 찾는데 더 많은 시간을 할애할 것임. 하지

만 TV 에 연결된 인터넷을 통해 친구들이 현재 시청하고 있거나 예약해 놓은 TV 프로그램을 확인할 수 있을 뿐만 아니라, 콘텐츠의 시청 소감, 점수 등 또한 확인할 수 있어 시청자들의 의사결정을 보조하는 데 기능을 할 수 있음.

- 시청자들이 관심 있는 분야의 콘텐츠를 중심으로 찾아 시청하게 되면서 광고주 측면에서 소비자 타겟 선정이 좀 더 용이해질 것임. 불특정한 다수를 대상으로 광고하는 것이 아니라 어느 특정한 콘텐츠를 소비하는 타겟층을 공략하여 광고를 할 수 있게 됨.
- 이 외에 시청자가 커넥티드 TV 를 통해 광고나 TV 프로그램을 시청 시 원하는 상품이나 서비스를 선택해서 해당 웹사이트에 바로 접속하여 정보를 탐색할 수 있게 될 것임. 또한 기존의 아마존의 원클릭 쇼핑처럼 초기 한 번의 개인 정보 입력 후 단 한 번의 클릭만으로 관심 있는 물품을 구매를 할 수 있는 시스템이 출현할 것임.
- 커넥티드 TV 는 스마트 TV 의 보급을 통해 점차 대중화 되고 있기는 하지만 현재 스마트 TV 는 영국 인구 전체의 10% 정도가 보유하고 있는 정도로 보급률은 아직까지는 낮은 편임. 하지만 2011년 영국 전체 TV 판매량의 27% 를 스마트 TV 가 차지 하였으며 2014년에는 80% 에 육박할 것으로 예상됨.
- 여전히 휴대성이 용이한 스마트 폰과 태블릿은 그 입지를 굳히고 있지만 커넥티드 TV 의 미래는 TV 프로그램, 영화, 음악, 소셜 네트워킹, 쇼핑 등의 서비스를 하나의 기기로 통합할 수 있는 기술력과 그에 걸맞은 콘텐츠 경쟁력에 달려 있다고 볼 수 있음.