

제2장 세계 방송 시장의 동향 및 전망

제1절 세계 방송 시장 동향 및 전망

1. 전체 방송 시장 현황 및 전망

가. 세계 TV 가구수(Households) 현황 및 추이

세계 TV 보유 가구수는 2010년 기준 13억 9,714만 가구로 추정되며, 이는 2009년 대비 1.9%의 성장률을 기록한 것이다. 향후 2010~2015년 TV 보유 가구수는 연평균 1.8%의 성장률을 보이며 총 15억 2,791만 가구에 달할 것으로 전망되고 있다. 기존의 방송 산업 선발주자인 북미권, 유럽권의 성장률은 안정세를 보이는 반면, 일본, 중국을 비롯한 아시아 권과 중동/아프리카권, 중남미권의 가입자 수가 증가할 것으로 전망된다.

<표 II-1> 세계 TV 보유 가구수 현황 및 추이(2005~2015)

(단위: 백만 가구, %)

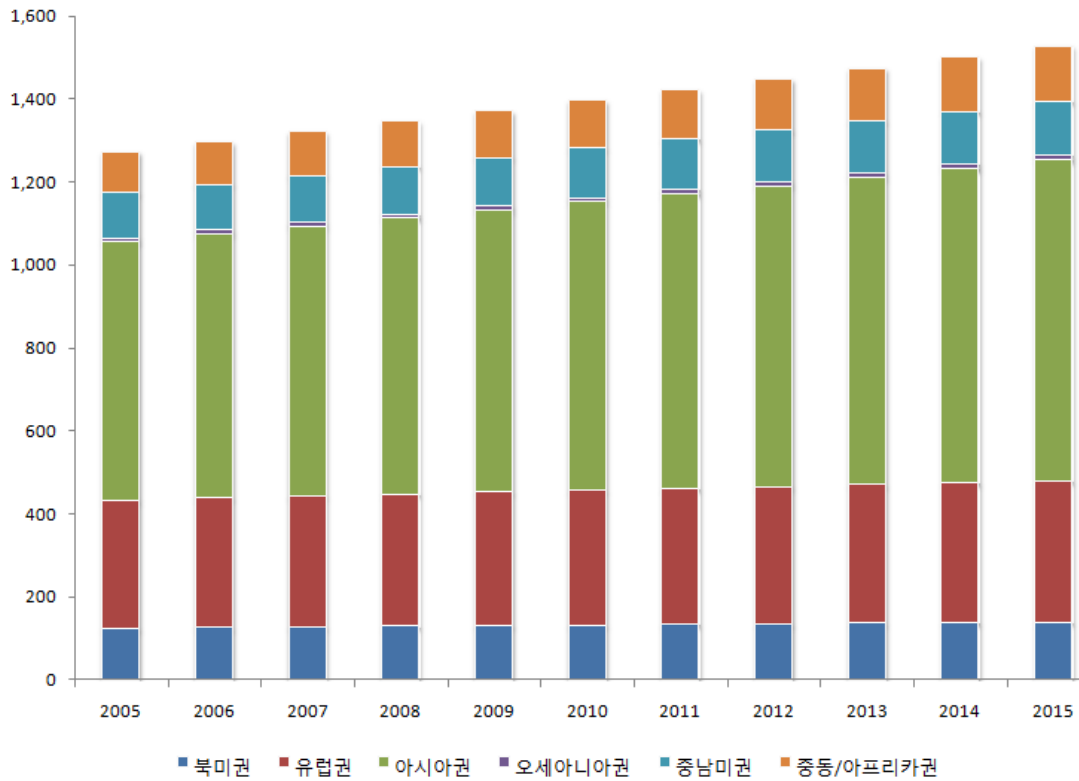
권역별	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
북미	123.4	124.8	126.5	128.5	129.9	131.3	132.8	134.1	135.7	137.1	138.6	1.1
성장률		1.2%	1.3%	1.6%	1.1%	1.1%	1.0%	3.0%	-3.0%	1.0%	3.0%	
유럽	309.9	313.1	316.0	319.0	321.9	325.0	328.0	331.1	334.2	337.3	340.4	0.9
성장률		1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	9.1%	10.1%	2.7%	9.1%	10.1%	
아시아	622.0	636.2	650.4	665.0	679.9	695.1	710.4	725.5	741.0	756.9	773.1	2.1
성장률		2.3%	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	-2.6%	1.7%	-5.3%	-2.6%	1.7%	
오세아니아	9.0	9.2	9.4	9.5	9.7	9.9	10.1	10.2	10.4	10.6	10.8	1.8
성장률		1.9%	1.7%	1.9%	1.9%	1.9%	3.6%	3.5%	4.3%	3.6%	3.5%	
중남미	108.9	111.1	113.2	115.3	117.5	119.7	121.9	124.2	126.1	128.3	130.5	1.8
성장률		2.0%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	6.5%	7.2%	9.0%	6.5%	7.2%	
중동/아프리카	99.7	102.9	106.1	109.4	112.7	116.1	119.6	123.2	126.9	130.7	123.2	3.0
성장률		3.2%	3.2%	3.1%	3.0%	6.0%	9.6%	7.9%	6.0%	9.6%	7.9%	
전체	1,273	1,297	1,322	1,347	1,372	1,397	1,423	1,448	1,474	1,501	1,528	1.8
성장률		1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	

자료원: Informa Telecoms & Media(2010)

세부 권역별로 살펴보면 아시아권이 가장 많은 TV보유 가구수를 보유하고 있다. 그 다음이 유럽과 북미, 중동/아프리카 그리고 중남미, 오세아니아권이다. 특히 아시아권의 경우 아시아 시장의 63%를 중국이 견인하고 있다.

[그림 II-1] 세계 TV보유 가구수 추이(2005~2015)

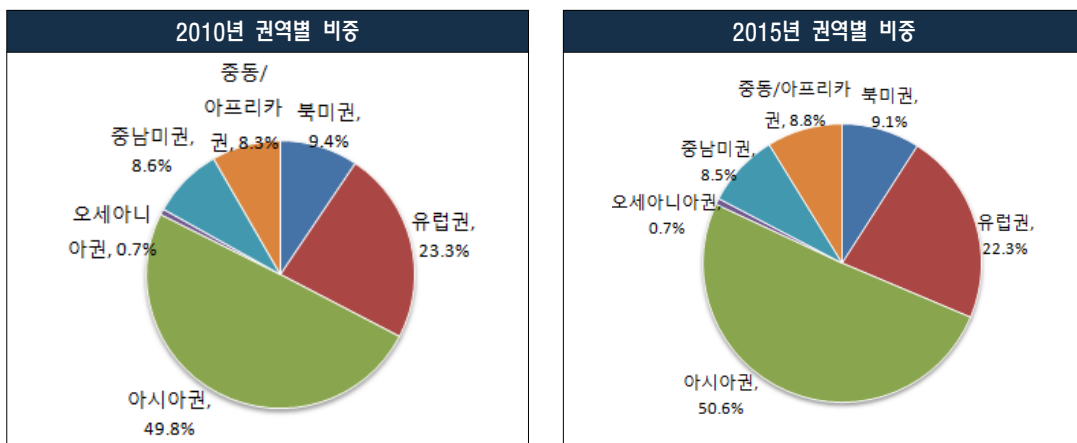
(단위: 백만 가구)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010)

[그림 II-2] 세계 TV 보유 가구수 비중(2010년, 2015년 비교)

(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010)

나. 방송 플랫폼 별 가입자 수(Subscriber) 현황 및 추이

방송 플랫폼별로는 2010년 기준 지상파 방송 가입자수가 6억 570만 명으로 나타났으며,

이는 2009년 대비 0.9%의 성장률을 보인 것이다. 2010~2015년까지 지상파 방송 가입자 수는 연평균 2.8%의 성장률을 보이며 총 6억 9,460만 명에 달할 것으로 전망되고 있다. 이어 2010년 유선 방송 가입자수는 4억 8,050만 명, 위성 방송이 2억 1,960만 명으로 전망된다. 2010~2015년 유선 방송 가입자는 연평균 0.6%로 소폭 상승하여 4억 9,623만 명으로 전망된다. 위성 방송 가입자 수는 2015년까지 연평균 5.8% 성장한 2억 9,080만 명으로 전망된다. 최근 신규 미디어 플랫폼으로서 급격히 성장하고 있는 IPTV 가입자 수는 2009년 대비 2010년 36.7% 성장한 4,410만 명이며 2015년까지 연평균 17.7%로 성장해 9,980만 명에 달할 것으로 전망된다. 모바일 방송 시장의 경우 2010년 가입자 수가 1억 5,220만 명으로 추산되며 2010~2015년 연평균 45.3% 성장률을 보여 총 9억 8,430만 명에 달할 것으로 전망되고 있다.

<표 II-2> 세계 방송플랫폼별 가입자 현황 및 추이(2005~2015)

(단위: 백만 명, %)

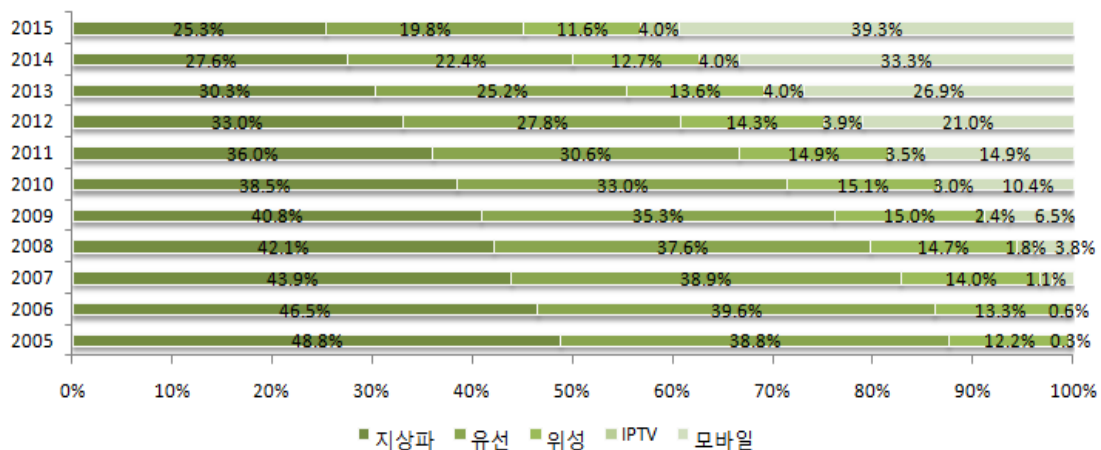
가입자	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
지상파	567.6	561.7	564.7	576.4	600.5	605.7	616.5	625.4	643.8	666.2	694.6	2.8
성장률		-1.1%	0.5%	2.1%	4.2%	0.9%	1.8%	1.4%	2.9%	3.5%	4.3%	
유선	396.8	422.0	445.8	462.4	473.1	480.5	485.9	489.8	493.1	495.8	496.3	0.6
성장률		6.4%	5.6%	3.7%	2.3%	1.6%	1.1%	0.8%	0.7%	0.5%	0.1%	
위성	124.5	141.4	160.2	180.4	201.1	219.6	236.7	252.7	267.0	280.3	290.8	5.8
성장률		13.6%	13.3%	12.6%	11.4%	9.3%	7.8%	6.8%	5.7%	5.0%	3.7%	
IPTV	3.3	6.5	13.0	21.6	32.3	44.10	56.1	67.9	79.1	89.3	99.8	17.7
성장률		93.5%	101.0%	66.4%	49.4%	36.7%	27.1%	21.1%	16.5%	12.9%	11.8%	
모바일	-	-	24.6	47.2	87.2	152.2	237.3	370.2	527.3	737.6	984.3	45.3
성장률			91.5%	84.9%	74.6%	55.9%	56.0%	42.4%	39.9%	33.4%		

주: 모바일 가입자 수의 경우 모바일 브로드캐스팅 방식 User와 모바일 스트리밍 방식 User의 합으로 산출함

자료원: Informa Telecoms & Media(2010)

[그림 II-3] 세계 방송 플랫폼별 가입자 비중 추이(2005~2015)

(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010)

1) 본 보고서의 '지상파 방송 가입자수'의 의미는 지상파 무료 및 유료 서비스를 동시에 제공받는 가구수를 의미함.

2. 전체 방송 시장 규모

방송 시장의 경우 경기의 영향을 많이 받는 대표적인 산업 중 하나이다. 2009년 미국발 글로벌 경제위기로 -2.0%의 성장률을 보였던 방송 시장은 2010년 들어 경기회복의 여파로 플러스 성장세로 돌아섰다. 2009년 3,545억 5,700만 달러에서 2010년 3,670억 2,200만 달러로 3.5%의 성장세를 보였다. 또한 향후 2015년까지 연평균 4.8%의 성장률을 기록하여 2015년 세계 방송 시장 규모는 4,628억 7,500만 달러에 달할 것으로 전망된다.

<표 II-3> 세계 방송 시장 규모 및 성장률 추이(2005~2015)

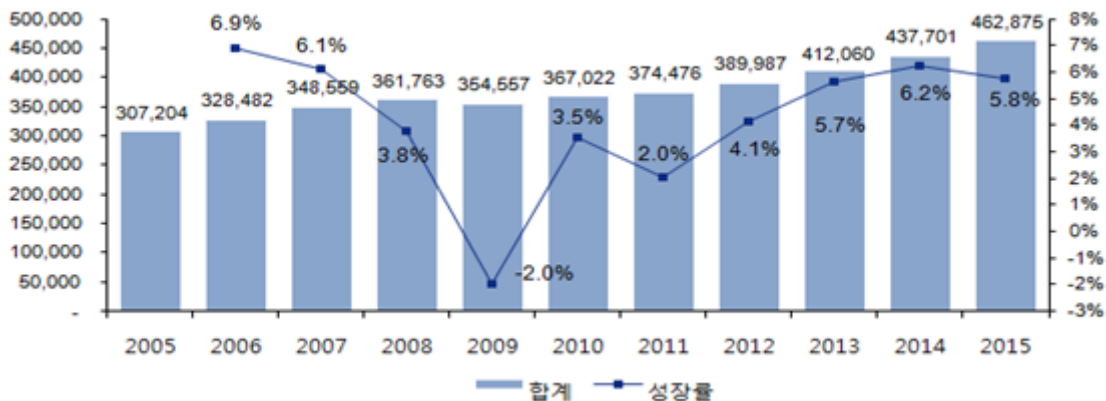
(단위: 백만 달러, %)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
전체	307,204	328,482	348,559	361,763	354,557	367,022	374,476	389,987	412,060	437,701	462,875	4.8%
성장률		6.9%	6.1%	3.8%	-2.0%	3.5%	2.0%	4.1%	5.7%	6.2%	5.8%	

자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-4] 세계 방송 시장 규모 및 성장률 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러, %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

이번 조사에서 가장 주목할 점은 인터넷 및 모바일 등 디지털 매체의 성장과 신흥 시장의 성장이 세계적인 성장 요인 역할을 한다는 점이다. 기존부터 자리잡고 있던 지상파, 유선 방송 시장 규모는 소폭 감소하는 반면, IPTV, 인터넷 방송, 모바일 방송 시장은 성장이 예상된다. 또한 기존 강국인 북미권의 미국이나 유럽권의 독일, 영국과 같이 이미 포화상태에 이른 시장들은 다소 주춤한 회복세를 보이고 있는 반면 아시아권과 중남미권과 같은 신흥시장이 그 틈새를 채워 나가며 세계 방송 시장은 지속적으로 성장할 전망이다.

가. 방송플랫폼 별 방송 시장 규모 및 추이

방송플랫폼 별로 살펴보면 디지털 지상파와 위성방송이 선도하며 IPTV 방송시장 및 온라인, 모바일 방송시장이 성장하는 것으로 나타난다.

지상파 방송의 경우 2009년 2,020억 8,100만 달러에서 2010년 2,178억 1,700만 달러로 2009년 대비 7.8%의 성장세를 보인 것으로 추산되고 있다. 향후 2015년까지는 연평균 5.5% 성장률을 기록하며 지상파 방송 시장 규모가 2,851억 100만 달러에 이를 전망이다. 유선 방송의 경우 2009년 830억 2,500만 달러에서 2010년 778억 4,300만 달러로 연평균 -6.2%의 감소세를 보였다. 2015년까지 연평균 0.2% 성장한 785억 1,100만 달러에 이를 전망이다.

위성 방송의 경우 2009년 607억 2,400만 달러에서 2010년 597억 7,200만 달러로 -1.6%의 마이너스 성장세를 보였다. 그러나 2015년까지 연평균 3.5%의 성장세로 돌아서 709억 4,800만 달러에 이를 전망이다.

대표적인 융합서비스인 IPTV의 경우 2009년 36억 8,500만 달러에서 2010년 51억 4,900만 달러로 39.7%의 급격한 성장세를 보였다. 2015년까지 17.7% 성장하여 116억 1,700만 달러가 될 전망이다. 세계 IPTV 시장은 브로드밴드 보급정도, 규제환경 등의 차이로 지역별 편차가 존재하나 전반적으로 성장세에 있다. IPTV의 경우 인터넷 브로드밴드의 제한된 가입자 기반에도 불구하고, 유선 방송, 위성 방송 등 기존의 TV 플랫폼들 중 가장 빠르게 성장하는 TV 플랫폼이다. 2010년 이후에는 북미와 아시아 지역이 IPTV 시장을 견인할 것으로 분석하고 있다. 현재까지는 유럽 지역이 세계 IPTV 시장에서 가장 강력한 성장세를 보이고 있다. 북미권에서는 유선 방송과 위성 방송 점유율이 높아 플랫폼과의 경쟁이 치열한 가운데, IPTV의 성장 잠재력이 여전히 높다. 아시아 지역은 IPTV가 향후 크게 발전할 가능성을 가지고 있다. 홍콩, 대만 등 일부 국가의 IPTV 산업은 연 30~40% 성장률을 보이고 있다. 중국의 경우 China Telecom과 China Netcom에 수십만 명이 가입하였으며, 다른 사업자도 시험서비스를 거쳐 서비스 제공을 서두르고 있다. 중국 IPTV는 2010년 555만 6,000명의 IPTV가입자가 2015년 1,739만 8,000명으로 확대되며 향후 몇 년 이내에 빠르고 안정적인 성장에 진입할 것으로 보인다. 인도는 광대역 인터넷 보급률이 작아 IPTV 보급에 장애가 되고 있지만, 잠재력은 높다. 중국, 인도 외의 신흥시장의 기술 확산도 예상되어 세계적으로 IPTV 시장의 성장은 지속될 전망이다.

인터넷 방송의 경우 인터넷 방송 광고부분으로만 보았을 때, 2009년 27억 4,600만 달러에서 2010년 32억 3,000만 달러로 2009년 대비 17.6% 성장 증가세를 보였다. 2010~2015년까지 연평균 18.1% 성장한 74억 800만 달러에 달할 전망이다. 인터넷 방송의 경우 방송과 통신이 결합된 형태로서 인터넷의 확산과 초고속 통신망 가입자가 증가함에 따라 급속히 발전하고 있는 산업이다.

모바일 방송의 경우 방송 시설뿐만 아니라 모바일망으로 전달되는 콘텐츠를 포함한다. 최근 스마트폰 열풍에 이은 모바일 가입자수 증대 및 유관 시장 확대에 따라 성장 잠재성이 높은 시장으로, 2009년 대비 2010년 39.9% 성장하여 32억 1,200만 달러 규모로 확대될 전망이다. 2010~2015년간 연평균 23.7% 성장하여 92억 8,900만 달러에 이를 것으로 보인다. 현재 세계 모바일 TV 시장은 중국, 일본, 한국으로 대표되는 아시아 태평양이 주도하고 있으며, 이러한 추세는 한동안 계속될 것으로 보인다. 유럽의 경우 EU가 모바일 TV 도입을 적극 추진하면서 아시아권의 뒤를 이어 모바일 TV 가입자 수 2위를 차지할 것으로 예상되며 북미권, 유럽권이 차례로 그 뒤를 이을 것으로 전망된다. 그동안 세계 모바일TV 시장에서 3강 구도를 다질 것으로 예상했던 DVB-H와 MediaFlo는 줄줄이 사업을 포기한 상황이며, DMB를 채택하는 나라들은 더욱 늘어나고 있다. 유럽에서는 노르웨이·네덜란드·프랑스 등이 DMB 시험방송 또는 본방송을 시작했으며, 아시아권에서는 베트남에 이어 캄

보디아와 인도네시아 등이 방송을 시작할 전망이다.

<표 II-4> 세계 플랫폼별 방송 시장 규모 및 성장률 추이(2005 ~2015)

(단위: 백만 달러, %)

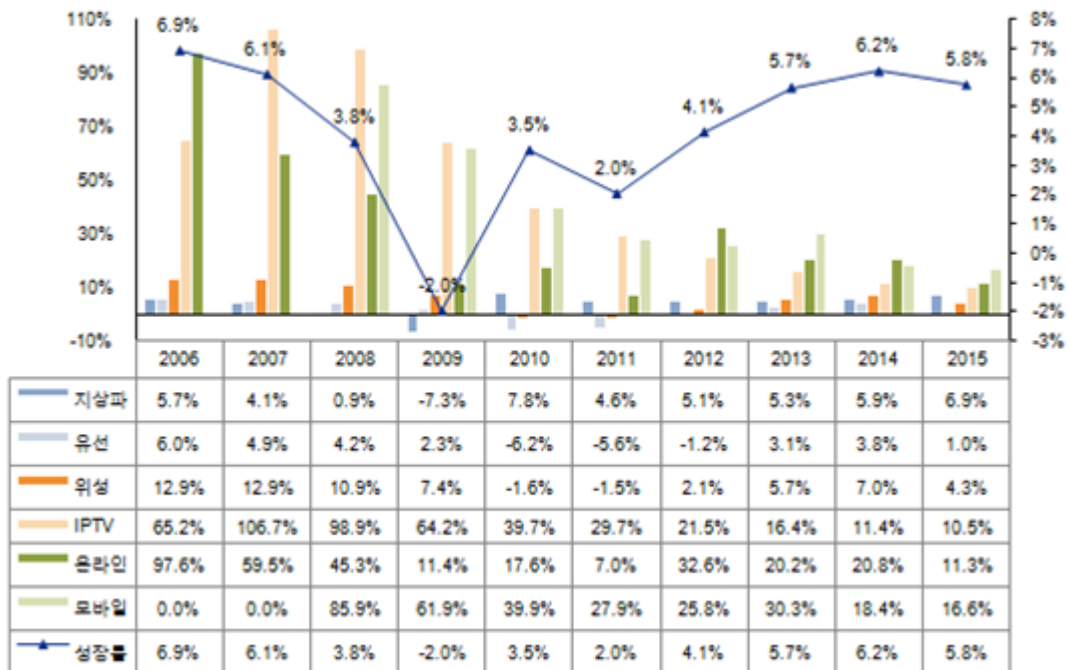
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
지상파	196,271	207,435	216,035	217,888	202,081	217,817	227,864	239,384	251,983	266,816	285,101	5.5
유선	70,059	74,285	77,937	81,196	83,025	77,843	73,515	72,640	74,864	77,743	78,511	0.2
위성	40,006	45,154	51,000	56,552	60,724	59,772	58,860	60,103	63,537	68,008	70,948	3.5
IPTV	330	546	1,128	2,245	3,685	5,149	6,676	8,114	9,441	10,515	11,617	17.7
인터넷	538	1,063	1,696	2,464	2,746	3,230	3,455	4,581	5,506	6,654	7,408	18.1
모바일	-	-	763	1,419	2,296	3,212	4,107	5,165	6,729	7,965	9,289	23.7
전체	307,204	328,482	348,559	361,763	354,557	367,022	374,476	389,987	412,060	437,701	462,875	4.8
성장률		6.9%	6.1%	3.8%	-2.0%	3.5%	2.0%	4.1%	5.7%	6.2%	5.8%	

주: 인터넷 방송 시장규모의 경우 인터넷 방송 광고부분만 도출하여 반영함. 모바일 방송 시장의 경우 모바일 스트리밍 서비스와 모바일 브로드캐스팅 서비스 시장규모를 합산하여 산출함.

자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-5] 세계 방송 플랫폼별 성장률 추이(2005 ~2015)

(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

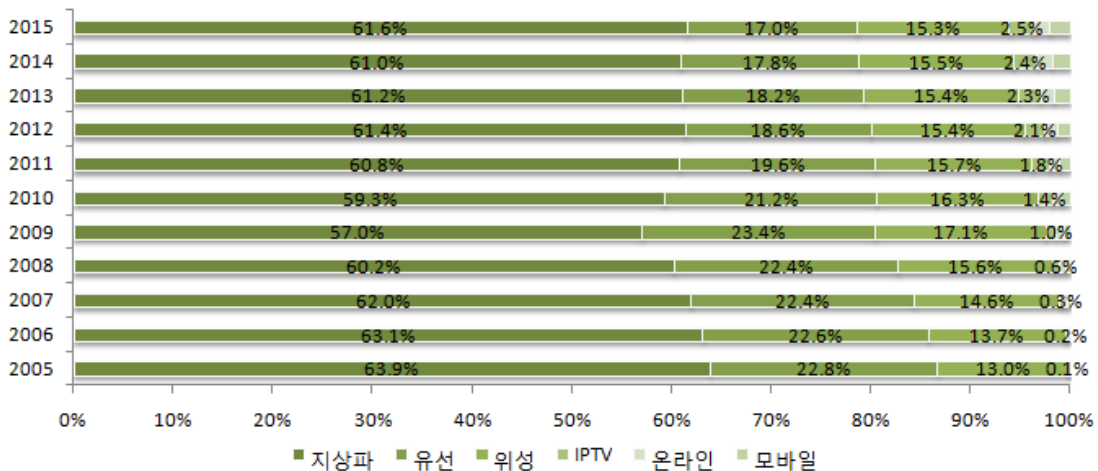
최근의 방송 산업은 기존 오랫동안 유지되어온 지상파 방송 위주의 체제에서 멀티채널과 멀티매체의 경쟁구도로 전환되는 추세이다. 변화 초기 유선 TV가 등장하며 기존의 지상파 방송과 유선 방송이 경쟁했던 것이 위성 방송과 IPTV, 인터넷 방송, 모바일 방송까지 출현하며 이종 매체간 경쟁과 채널간 경쟁으로 더욱 확대되는 모습이다. 이는 시장점유율의 변

화로 확인할 수 있다. 물론 여전히 지상파 방송이 방송 시장에서 차지하는 비중은 전체 시장의 50% 이상을 차지할 정도로 크지만, 점차적으로 지상파 방송의 영향력은 다소 약화되며, 광고매출의 하락으로 이어지고 있다. 대부분의 국가에서는 유선 방송, 위성 방송, IPTV 등의 멀티채널방송이 등장하면서 지상파 방송의 영향력이 점차로 약화되는 추세이다.

방송 시장 규모의 비중을 플랫폼별로 살펴보면, 2010년의 경우 지상파 방송이 59.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 유선 방송이 21.2%로 그 뒤를 잇는다. 향후 2015년 지상파 방송은 61.6%로 소폭 증가하고 유선 방송은 17.0%으로 크게 감소될 전망이다. 위성 방송 시장의 경우 2010년 16.3%에서 향후 2015년 15.3%로 소폭 감소할 전망이다. 반면 신규 서비스 시장인 IPTV, 인터넷, 모바일 방송 시장의 경우 2010년 1.4%, 0.9%, 0.9%에서 2015년 2.5%, 1.6%, 2.0%로 그 비중이 확대될 전망이다.

[그림 II-6] 세계 방송 플랫폼별 점유율 추이(2005~2015)

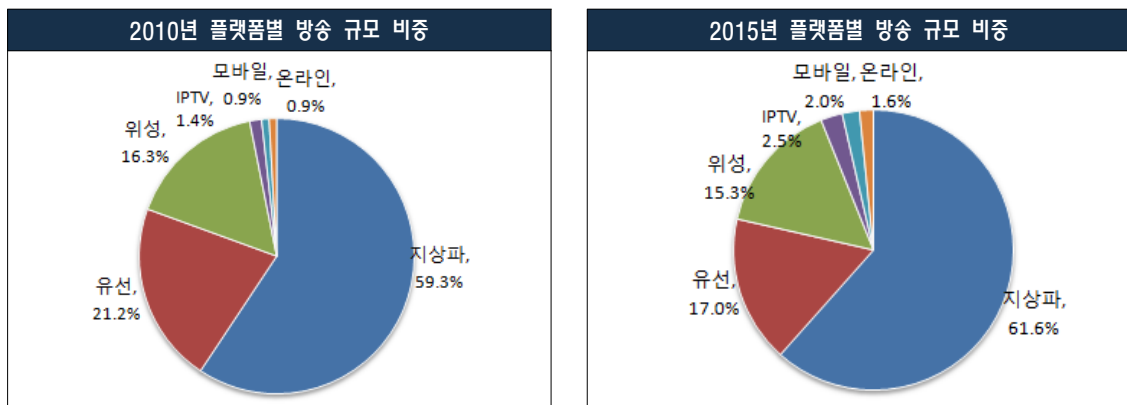
(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼성KPMG 재구성

[그림 II-7] 세계 방송 플랫폼별 시장 규모 비중(2010년 2015년 비교)

(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼성KPMG 재구성

방송 부분에서 빼놓을 수 없는 부분이 방송 광고시장이다. 방송 광고시장은 경기변동과 밀접하게 연관되어 있으며 글로벌 경제위기와 IT버블, 월드컵특수효과 등 시기의 주요 경기 지표들과 유사한 패턴을 보이고 있다. 특히 소비증가율과 상관관계가 높다. 방송 광고시장의 경우 매년 각국에서 성장하고 있는 산업이나 시장은 이미 성숙하였고 새로운 미디어의 출현으로 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

2009년은 경기 침체의 영향과 소비를 진작시킬 주요 스포츠 행사가 없어 전체적으로 -7.8%의 성장률을 보였으나, 경기가 일정 수준 회복됨에 따라 성장세에 접어들었다. 2010년 기준 2,205억 9,300만 달러로 2009년 대비 5.3% 성장하였으며, 향후 2015년까지 6.0% 성장하여 2,958억 2,000만 달러에 다다를 것으로 전망되고 있다.

방송사들이 변화하는 미디어 환경에서 경쟁력을 가지고 광고수익을 유지하기 위해서는 새로운 플랫폼을 통한 비디오프로그램 전송의 확대, 시청자들의 비디오프로그램 시청패턴과 여타 미디어 이용패턴의 변화를 파악하는 등의 기존의 텔레비전 광고시장을 확대하기 위한 지속적인 노력이 요구된다.

<표 II-5> 세계 방송 광고시장 규모 및 성장률 추이(2005 ~2015)

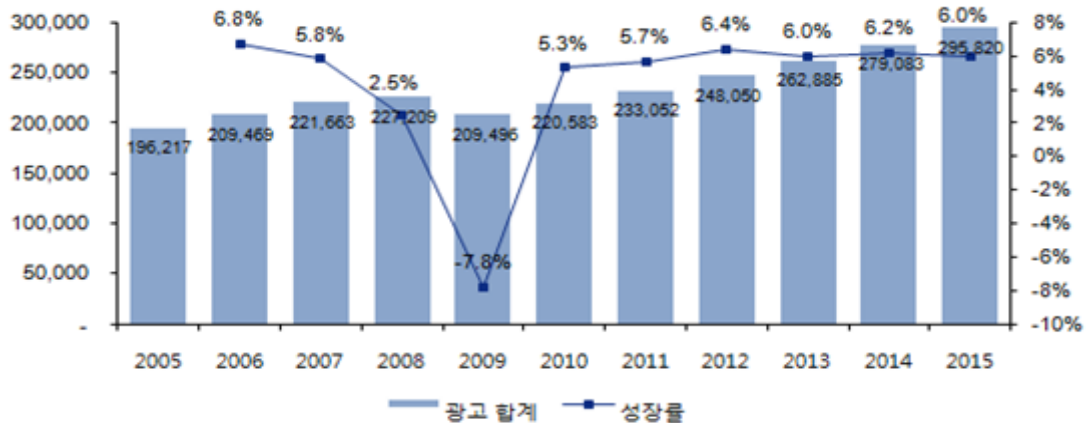
(단위: 백만 달러, %)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
전체	196,217	209,469	221,663	227,209	209,496	220,583	233,052	248,050	262,885	279,083	295,820	
성장률		6.8%	5.8%	2.5%	-7.8%	5.3%	5.7%	6.4%	6.0%	6.2%	6.0%	6.0

자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-8] 세계 방송 광고시장 규모 및 성장률 추이(2005 ~2015)

(단위: 백만 달러, %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

향후 2010~2015년 방송플랫폼별 광고 시장 추이를 살펴보면 긍정적인 성장세를 눈여겨볼 수 있다. 세부적으로 살펴보면, 최근의 지상파 방송 광고는 유선, 위성, IPTV의 멀티채널방송, 유료 방송, 인터넷 방송 등 뉴미디어의 성장과 시청률 감소에 따라 GDP에서 차지하는 비중이 적어지고 있다. 지상파 TV 광고의 경우 2010년 총 방송 광고의 58.8%를 차

지하며 2009년 대비 -0.4% 감소하였으며, 2015년에는 55.9%로 축소될 전망이다. 지상파 라디오 광고 또한 2010년 15.5%에서 2015년 13.9%로 비중이 작아지고 있다.

반면 디지털 지상파, 유선, 위성, IPTV 등의 멀티채널 TV 광고는 디지털 보급률의 확대와 전문채널의 시청자가 증가함에 따라 성장세가 지속될 것으로 전망된다. 멀티채널 TV 광고의 경우 2010년 기준 515억 1,900만 달러로 2009년 대비 8.6%의 성장률을 보였다. 향후 2010~2015년 연평균 8.6% 성장하여 2015년 777억 2,200만 달러를 기록할 것으로 전망된다. 방송 광고 시장에서의 점유율을 살펴보면 2010년 23.4%에서 2015년 26.3%로 확대될 전망이다.

온라인과 모바일 방송 광고 시장 또한 성장세에 있다. 2010년 온라인 방송 광고의 경우 전년대비 17.6% 성장한 32억 3,200만 달러로 추산되며, 향후 2015년까지 연평균 18.1% 고성장하여 74억 800만 달러에 이를 것으로 전망된다. 2010년 모바일 방송 광고시장의 경우 전년대비 16.1% 성장한 18억 4,600만 달러로 추산되고, 2010~2015년 연평균 17.4% 성장해 41억 2,400만 달러 규모로 전망된다. 온라인 방송 광고와 모바일 방송 광고의 시장점유율 추이로는 2010년 각각 1.5%, 0.8%에서 2015년 2.5%, 1.4%로 확대될 전망이다.

<표 II-6> 세계 플랫폼별 방송 광고시장 규모 및 성장률 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러, %)

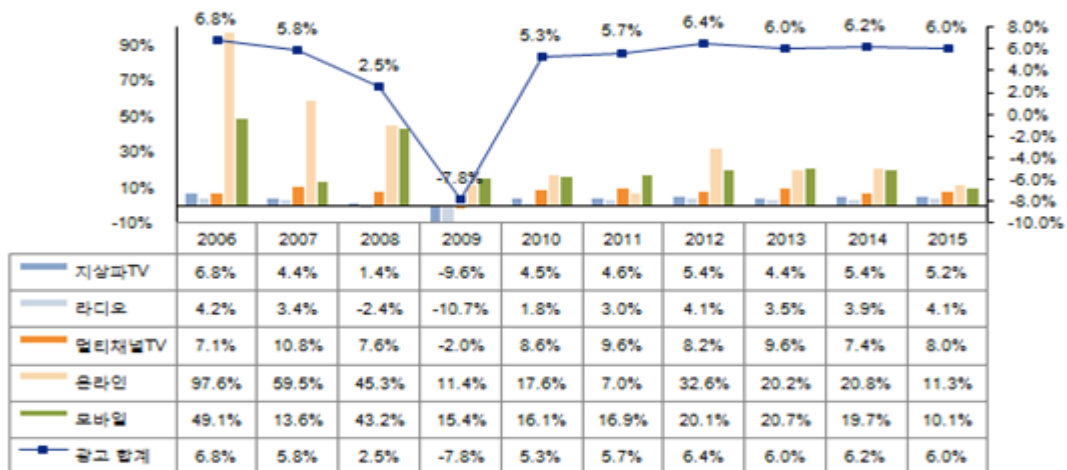
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
지상파 TV	121,415	129,685	135,453	137,318	124,111	129,757	135,736	143,068	149,295	157,295	165,472	5.0
라디오	35,803	37,292	38,578	37,639	33,614	34,231	35,245	36,705	37,989	39,457	41,094	3.7
멀티채널 TV	37,893	40,582	44,974	48,410	47,435	51,519	56,458	61,103	66,966	71,933	77,722	8.6
온라인	538	1,063	1,696	2,464	2,746	3,230	3,455	4,581	5,506	6,654	7,408	18.1
모바일	568	847	962	1,378	1,590	1,846	2,158	2,592	3,128	3,745	4,124	17.4
전체	196,217	209,469	221,663	227,209	209,496	220,583	233,052	248,050	262,885	279,083	295,820	6.0
성장률		6.8%	5.8%	2.5%	-7.8%	5.3%	5.7%	6.4%	6.0%	6.2%	6.0%	

주: 지상파 방송은 TV방송과 라디오 방송 모두를 포함. 멀티채널방송은 디지털지상파 방송 유선 방송 위성 방송 IPTV 포함.

자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 채구성

[그림 II-9] 세계 플랫폼별 방송 광고시장 성장률 추이(2005~2015)

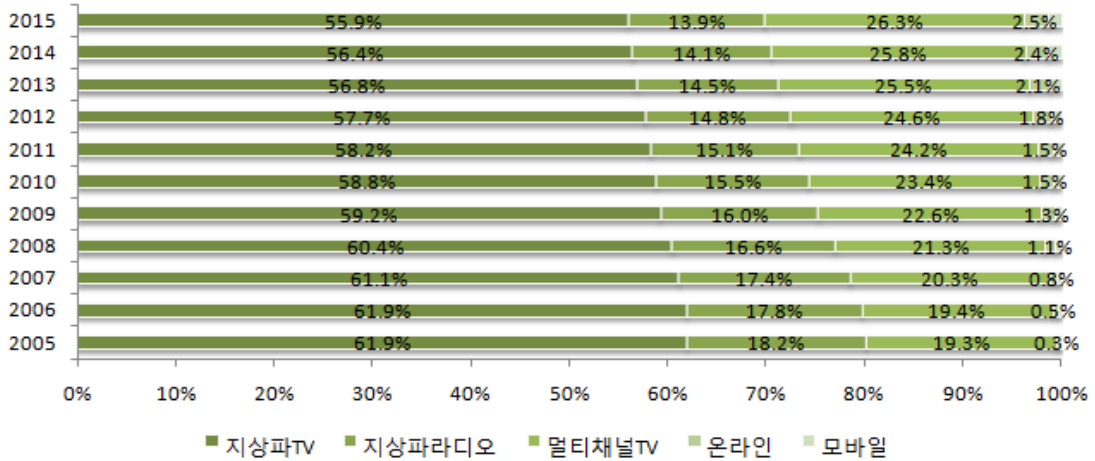
(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 채구성

[그림 II-10] 플랫폼별 방송 광고 시장점유율 추이(2005~2015)

(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

나. 권역별 방송 시장 규모 및 추이

세계 방송 시장은 2010년 기준 세계 방송 시장의 33% 차지하는 북미권과 유럽권이 시장 전반을 주도하고 있으나, 최근 들어 중국, 인도, 브라질 등의 아시아권과 중남미권, 중동/아프리카권 등 신흥 시장 비중이 점차 늘고 있는 추세이다. 북미권과 유럽권의 2010~2015년 방송 시장 성장률은 소폭 감소 혹은 소폭 증가세를 보이는 반면, 아시아권, 중남미권, 중동/아프리카권 등 신흥국가들의 경우 두 자리 수 이상의 성장세가 두드러질 전망이다.

<표 II-7> 권역별 방송 시장 규모 및 성장률 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러, %)

권역별	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
북미	120,333	127,499	131,273	131,832	126,369	120,061	114,389	112,435	112,205	112,851	112,764	-1.2
유럽	104,569	111,256	119,194	123,050	118,566	120,890	123,298	127,025	131,922	137,074	141,194	3.2
아시아	57,049	60,497	63,184	66,327	67,734	73,387	79,471	87,311	97,213	108,242	119,751	10.3
오세아니아	5,237	5,431	5,941	6,128	6,101	6,612	6,895	7,230	7,680	8,100	8,565	5.3
중남미	18,263	21,016	24,594	28,736	30,026	33,672	36,572	40,413	45,473	51,591	58,248	11.6
중동/아프리카	5,604	7,182	9,320	11,463	11,146	12,394	13,840	15,562	17,555	19,829	22,343	12.5
전체	307,204	328,482	348,559	361,763	354,557	367,022	374,476	389,987	412,060	437,701	462,875	4.8
성장률		6.9%	6.1%	3.8%	-2.0%	3.5%	2.0%	4.1%	5.7%	6.2%	5.8%	

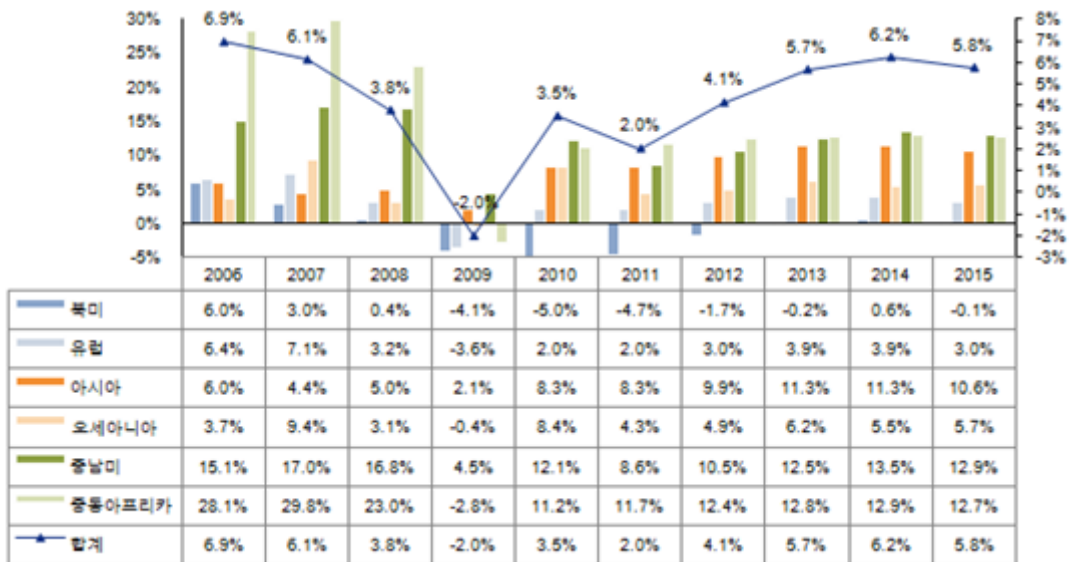
자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

2010년 북미권의 방송 시장규모는 1,200억 6,100만 달러이며 향후 2015년까지 연평균 -1.2%의 감소세를 보여 시장규모는 1,127억 6,400만 달러에 달할 전망이다. 유럽권은 2010년 기준 1,208억 9,000만 달러의 시장규모이며 향후 2015년까지 연평균 3.2%의 성장세를 보여 시장규모가 1,411억 9,400만 달러로 세계 1위에 이를 전망이다. 아시아권은

2010년 기준 733억 8,700만 달러이며 2015년까지 연평균 10.3% 급성장하여 1,197억 5,100만 달러에 이를 전망이다. 오세아니아권은 2010년 기준 66억 1,200만 달러로 전망되었으며 2015년까지 연평균 5.3% 성장하여 시장규모가 85억 6,500만 달러에 달할 전망이다. 아시아권과 함께 신흥 방송 시장으로 여겨지는 중남미권은 2009년 대비 2010년은 12.1%로 급성장하여 336억 7,200만 달러로 전망된다. 향후 2015년까지 연평균 11.6% 성장하여 582억 4,800만 달러에 달할 전망이다. 중동/아프리카권의 경우 2010년 남아공 월드컵 개최에 따른 효과로 2009년 대비 11.2%나 성장하여 2010년 123억 9,400만 달러에 달할 전망이다. 향후 2015년까지 꾸준히 높은 성장세인 12.5%로 성장하여 223억 4,300만 달러에 이를 전망이다.

[그림 II-11] 권역별 방송 시장 성장률추이(2005 ~2015)

(단위: %)

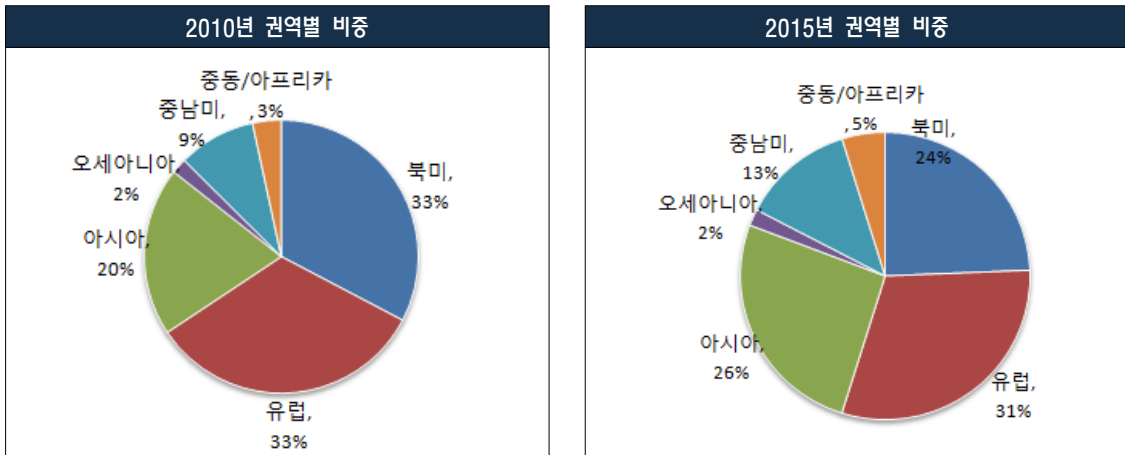


자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

방송 시장 규모의 비중을 권역별로 살펴보면, 2010년의 경우 북미권과 유럽권이 33%로 큰 비중을 차지하며 아시아권이 20%, 중남미권 9%, 중동/아프리카권 3%, 오세아니아 2%로 그 뒤를 잇는다. 향후 2015년 유럽권이 31%로 가장 큰 비중을 차지할 것으로 전망되며 북미권은 다소 감소한 24%에 이를 전망이다. 반면 신규 시장인 아시아권의 경우 26%, 중남미권은 13%, 중동/아프리카권은 5%대로 그 비중이 확대될 전망이다.

[그림 II-12] 권역별 방송 시장 규모 비중(2010년, 2015년 비교)

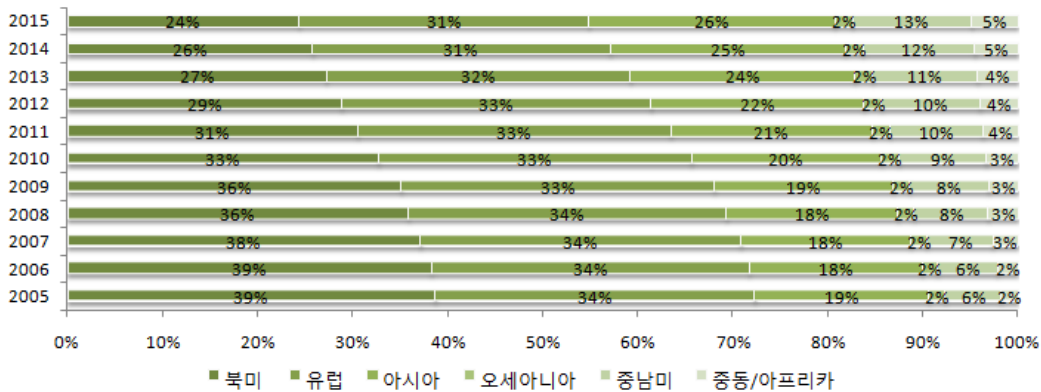
(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-13] 권역별 방송 시장점유율 추이(2005 ~2015)

(단위: %)



자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

한편 권역별 방송 광고시장 규모는 2009년에는 중남미권을 제외한 대부분의 권역이 마이너스 성장세를 보였으나 2010년 이후 경기시장 회복세를 타고 플러스 성장을 하고 있다. 여전히 방송 광고 시장이 강한 지역은 북미권이다. 2010년은 758억 4,100만 달러로 전년 대비 0.6% 성장하여 세계 방송 광고시장의 34.4%를 차지할 것으로 보인다. 2015년 북미권은 855억 2,800만 달러로 세계 방송 광고 매출액의 28.9%를 차지할 것으로 전망된다. 2010년 유럽권은 전년대비 2.2%의 성장률을 보여 568억 6,400만 달러로 추산되며, 2010~2015년 연평균성장률 3.4%를 기록하여 2015년에는 670억 8,000만 달러에 이를 것으로 보인다. 2010년은 세계 방송 광고시장에서 의 25.8%를 점유하며 2위를 기록했으며, 2015년에는 다소 그 비중이 감소되어 22.7%로 3위에 머무를 전망이다. 아시아권은 2010년 기준 500억 8,400만 달러로 세계 광고시장의 22.7%를 점유하며 북미권, 유럽권에 이어 3위를 기록했다. 또한 2010~2015년까지 연평균성장률 9.6%의 급성장세를 보이며, 2015년에는 세계 방송 광고 매출액의 26.8%를 차지하여 2위에 달하는 793

억 6,900만 달러를 기록할 전망이다.

2010년 기준 중남미권, 중동/아프리카권 방송 광고 시장은 가장 빠른 성장을 보이는 권역이다. 특히 중남미권이 연평균 14.7%로 급성장세를 보였다. 2015년까지 연평균 11.3%의 성장세를 보여 388억 8,500만 달러에 이를 것으로 전망된다. 중동/아프리카권은 2010년 전년대비 12.5% 성장한 101억 4,700만 달러를 기록하였으며, 2010~2015년 연평균성장률 12.6%로 2015년에는 184억 100만 달러에 이를 전망이다. 향후 중남미권과 중동/아프리카권 방송 광고 시장이 세계 방송 광고시장에서 차지하는 비중은 2010년 각각 10.3%, 4.6%에서 2015년 13.2%, 6.2%로 확대될 전망이다.

<표 II-8> 권역별 방송 광고시장 규모 및 성장추이(2005~2015)

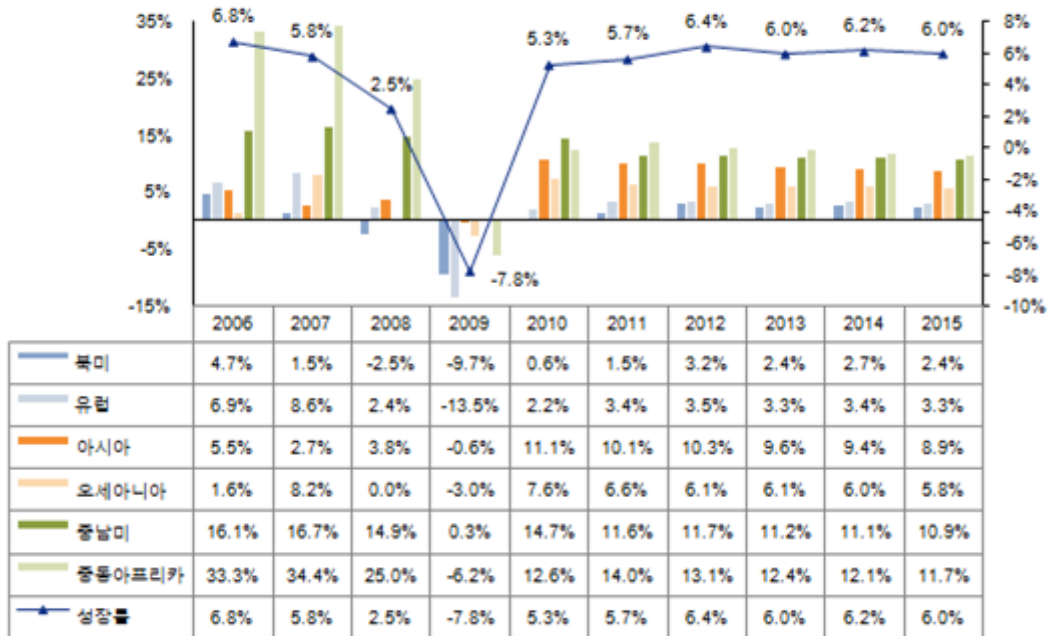
(단위: 백만 달러, %)

권역별	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
북미	80,573	84,369	85,647	83,511	75,398	75,841	76,984	79,434	81,343	83,538	85,528	2.4
유럽	54,063	57,768	62,751	64,266	55,614	56,864	58,773	60,829	62,815	64,935	67,080	3.4
아시아	40,327	42,541	43,687	45,362	45,092	50,084	55,132	60,830	66,641	72,890	79,369	9.6
오세아니아	4,244	4,310	4,662	4,664	4,525	4,870	5,190	5,506	5,843	6,197	6,558	6.1
중남미	12,718	14,761	17,227	19,797	19,857	22,777	25,409	28,376	31,544	35,049	38,885	11.3
중동/아프리카	4,292	5,720	7,689	9,609	9,010	10,147	11,565	13,074	14,698	16,473	18,401	12.6
전체	196,217	209,469	221,663	227,209	209,496	220,583	233,052	248,050	262,885	279,083	295,820	
성장률		6.8%	5.8%	2.5%	-7.8%	5.3%	5.7%	6.4%	6.0%	6.2%	6.0%	6.0

자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-14] 권역별 방송 광고 시장 성장률추이(2005~2015)

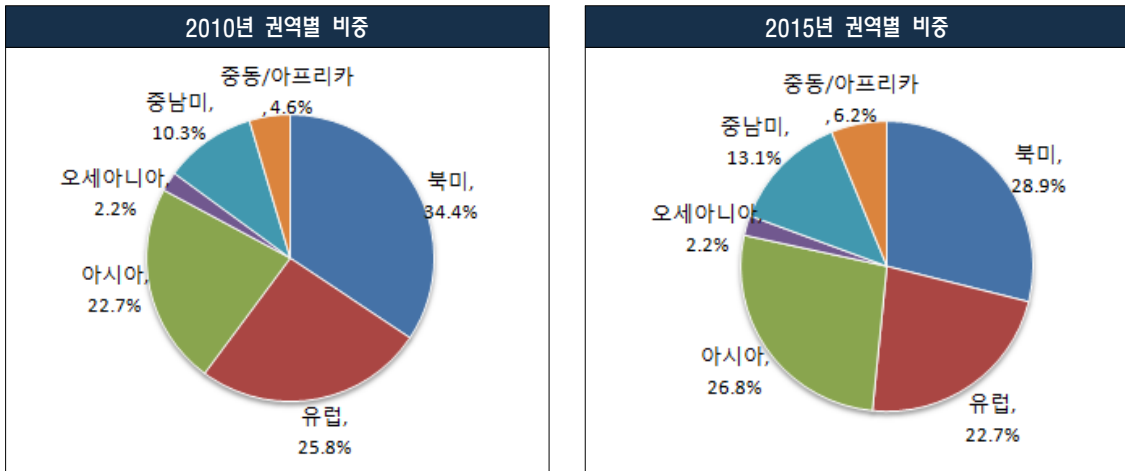
(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-15] 권역별 방송 광고 시장 규모 비중(2010년 2015년 비교)

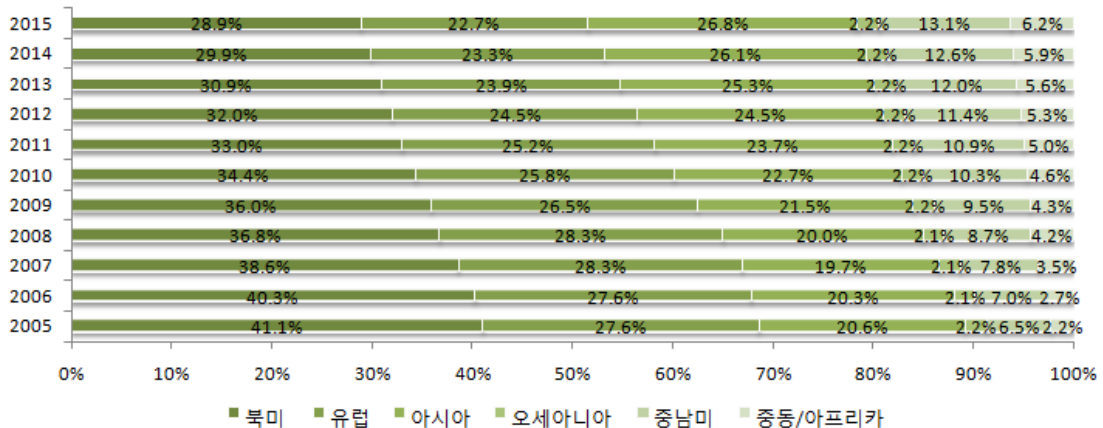
(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-16] 권역별 방송 광고 시장점유율 추이(2010 ~2015)

(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

다. 디지털 방송 시장 규모 및 추이

본 보고서의 디지털 방송 시장은 디지털 지상파 방송, 디지털 유선 방송, 위성 방송, IPTV, 인터넷 방송, 모바일 방송으로 정의한다. 아날로그 지상파, 아날로그 유선 방송 시장으로 대표되는 세계 아날로그 방송은 디지털 방송으로 전환되며, 2009년 대비 2010년 -1.7% 감소한 1,804억 5,500만 달러에 이를 전망이다. 반면에 2010년 디지털 방송 시장 규모는 2009년 대비 9.1% 성장한 1,865억 6,700만 달러에 이를 것으로 전망된다. 아날로그 방송시장은 지속적으로 감소하여 2010~2015년 연평균 -3.4%로 마이너스 성장하여 2015년 전체 방송 시장의 32.8%를 차지하는 비중인 1,517억 9,300만 달러에 이를 것으로 보인다. 반면, 디지털 방송 시장은 2010~2015년 연평균 10.8% 성장하여 2015년 전체 방

송시장의 67.2%에 달하는 3,110억 8,200만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<표 II-9> 디지털 방송 시장 규모 및 성장률 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러, %)

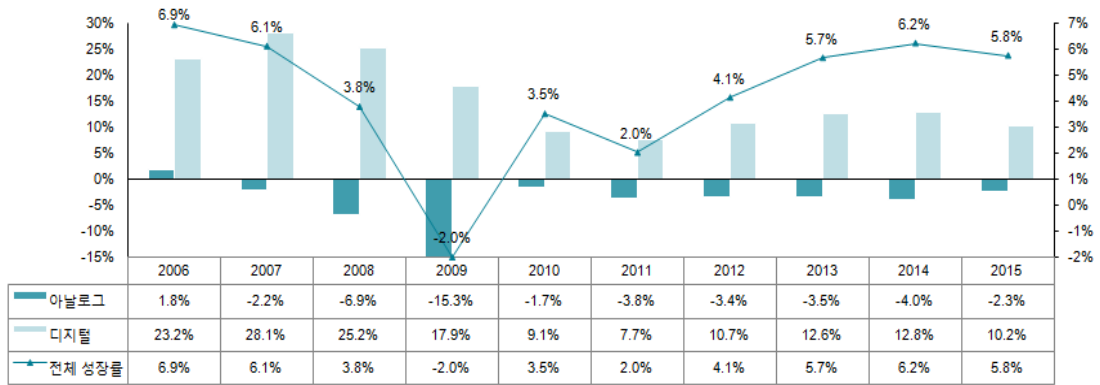
권역별	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
아날로그	233,784	238,065	232,723	216,697	183,532	180,455	173,636	167,657	161,773	155,349	151,793	-3.4
디지털	73,420	90,418	115,836	145,066	171,026	186,567	200,840	222,330	250,287	282,352	311,082	10.8
전체	307,204	328,482	348,559	361,763	354,557	367,022	374,476	389,987	412,060	437,701	462,875	4.8
성장률		6.9%	6.1%	3.8%	-2.0%	3.5%	2.0%	4.1%	5.7%	6.2%	5.8%	

자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

2005년부터 2015년까지의 플랫폼별 성장세 추이를 살펴보면, 디지털 지상파 방송, 모바일 방송과 인터넷 방송시장이 지속적으로 확대되는 것으로 보인다.

[그림 II-17] 디지털 방송 시장 성장률추이(2005~2015)

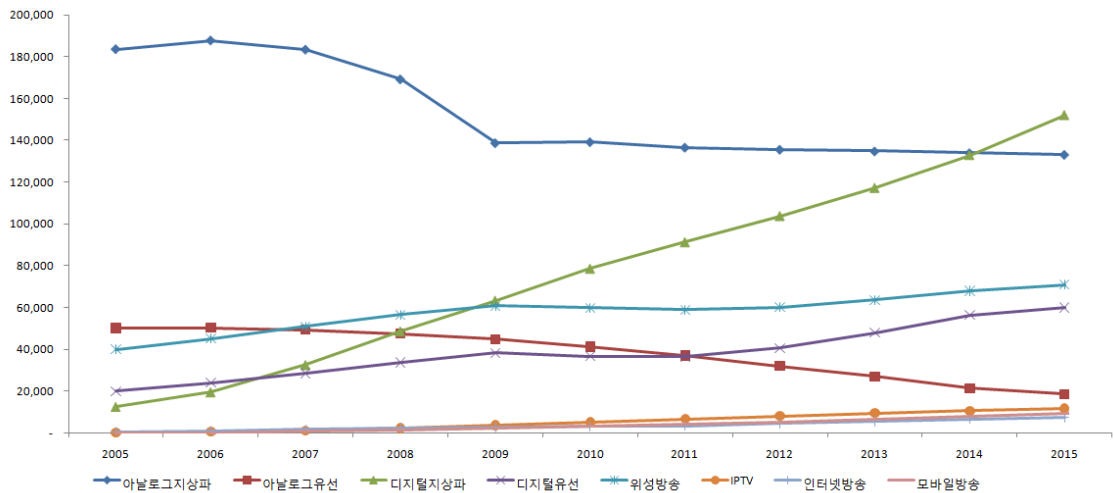
(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-18] 플랫폼별 디지털 방송 시장 추이(2005~2015)

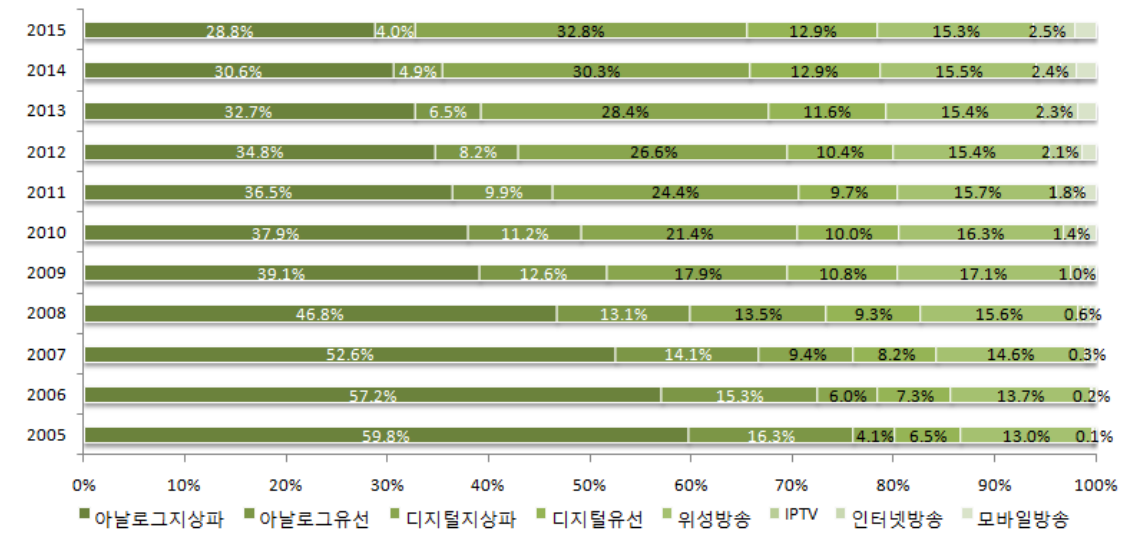
(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

[그림 II-19] 디지털 방송 시장 비중 추이(2005 ~2015)

(단위: %)



자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성