

영국 디지털 전환 현황 - 2008년 4/4분기 결산

영국의 미디어 규제기구 오프콤(Ofcom)은 2009년 4월 6일에 2008년 4/4분기 디지털 전환 보고서를 발표했다. 21번째 디지털 전환 관련 보고서인 이번 문건에서는 지난 2008년 하반기부터 시작된 영국의 디지털 전환 현황에 대해 상세히 다루고 있다. 오프콤의 분기별 디지털 전환 보고서는 단순한 문서 이상의 가치를 가진다고 할 수 있다. 정부 주도 아래 이루어지고 있는 영국의 디지털 전환의 분기별 피드백이며, 이로 인해 발생하는 문제점들을 늦지 않게 파악하고 수정·개선해 나갈 수 있는 제도적 안전장치로서의 역할이 바로 그것이다.

개요

영국 전역의 시청자들이 보유하고 있는 텔레비전 수는 약 6,000만여 대로 파악되고 있다. 이 중에서 주 시청 장치(한 가정에서 가족들이 가장 빈번히 이용하는 텔레비전으로 가구당 1대로 제한)로서의 텔레비전이 약 2,560만여 대이며, 보조 시청 장치(주 시청 텔레비전을 제외한 침실용, 부엌용 등의 텔레비전)로서의 텔레비전은 약 3,480만여 대로 조사되었다.

이번 조사에서 주 시청 장치로 디지털 방송을 시청하는 가구 수는 2,270만 가구로 전체의 88.8%를 차지했고, 아날로그 방송을 포함한 멀티채널 수신 가구는 전체의 88.9%로 이전 분기 대비 각 0.7% 포인트 증가한 것으로 조사되었다. 디지털 지상파방송(DTT)이 주 시청 플랫폼 980만(38.4%), 전체 1,770만(69.0%)으로 여전히 가장 보편적인 디지털 수신 장치로 조사되었으며, 유무료 위성 텔레비전이 주 시청 플랫폼 950만(37.0%)으로 작년 같은 분기 대비 약 0.5% 포인트 증가한 수치를 나타냈다. 이 중 유료 위성 텔레비전 수신 가구가 약 890만 가구였고, 나머지 60만 가구는 무료 위성방송을 수신하는 가구였다.

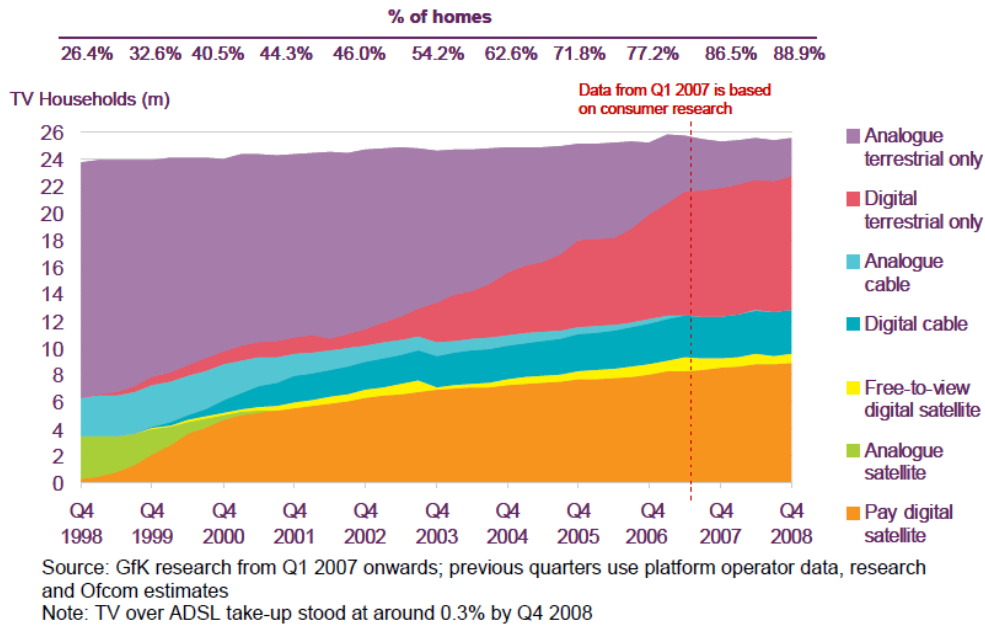
<표 1> 2008년 4/4분기 영국 디지털 전환 현황 요약표

	2008년 3/4분기	2008년 4/4분기	분기 대비 성장률
유료 디지털TV 수신 가구			
디지털케이블	330만	330만	0.6%
유료 디지털 위성(BSkyB)	880만	890만	1.4%
ADSL TV	10만	10만	-16.7%
총 유료 디지털TV 수신 가구	1,250만	1,270만	2.0%
Free-to-view(무료) 디지털 수신 가구			
DTT(Freeview)	930만	950만	1.3%
Free-to-view 디지털 위성	60만	60만	-3.2%
총 무료 디지털TV 수신 가구	1,000만	1,010만	1.1%
총 영국 내 디지털TV 수신 가구	2,260만	2,270만	0.8%
디지털 전환율	88.2%	88.8%	0.8%
기타 멀티채널 수신 가구			
아날로그 케이블 방송	2만	1만	-60.0%
총 멀티채널 보급률	88.2%	88.9%	0.7%

*출처: Ofcom(2009). 《The Communication Market: Digital Progress Report, Q4 2008》

이번 보고서에서 괄목할 만한 성장을 나타낸 조사 결과가 있었는데, 보조 시청용 텔레비전의 디지털 멀티채널 비율이 60.0%로 조사된 것이다. 1년 만에 무려 11% 포인트가 증가한 수치이다. 반면, 아날로그 지상파 채널만을 시청하는 가구는 총 290만 가구로 전체의 11.1%를 차지했는데, 이는 전년 대비 60만 가구(2.4% 포인트)가 줄어든 수치이다.

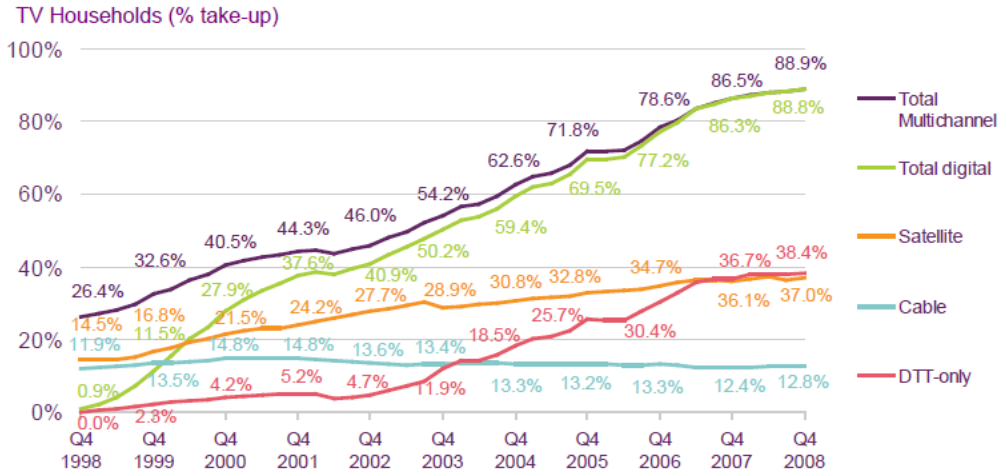
멀티채널 시장



<그림 1> 영국 내 멀티채널 시장 성장률(1998~2008)

멀티채널 시장은 전체 TV 시장의 88.9%를 차지할 만큼 성장했다. 이는 3년 전인 지난 2005년 3/4분기(68.0%)와 비교했을 때 약 21% 포인트, 2년 전인 2006년 3/4분기(74.8%)와 비교했을 때 약 14% 포인트, 1년 전인 2007년 3/4분기(86.1%)와 비교했을 때는 약 3% 포인트 가량 성장한 수치로, 상승세가 조금씩 둔화되고는 있지만 여전히 지속적인 증가 추세에 있다. 전체 88.9%의 멀티채널 수신 가구 중 88.8%의 가정이 디지털 멀티채널을 수신하고 있으며, 전체의 0.1%인 약 1만 가구 이하만이 2000년대 이전에 보급되었던 아날로그 멀티채널을 유지하고 있는 것으로 조사되었으나, 이들 역시 2009년 상반기 중에 디지털로 전환이 완료될 것으로 예상되기 때문에 2009년 상반기부터는 실제로 멀티채널 수신가구와 디지털 방송 수신가구의 통계가 일치할 것으로 전망된다.

디지털 방송 플랫폼의 변화 추이



Source: GfK research from Q1 2007 onwards; previous quarters use platform operator data, research and Ofcom estimates. Note: TV over ADSL take-up is too low to appear on this chart

<그림 2> 영국 내 멀티채널 플랫폼 변화 추이(1998~2008년)

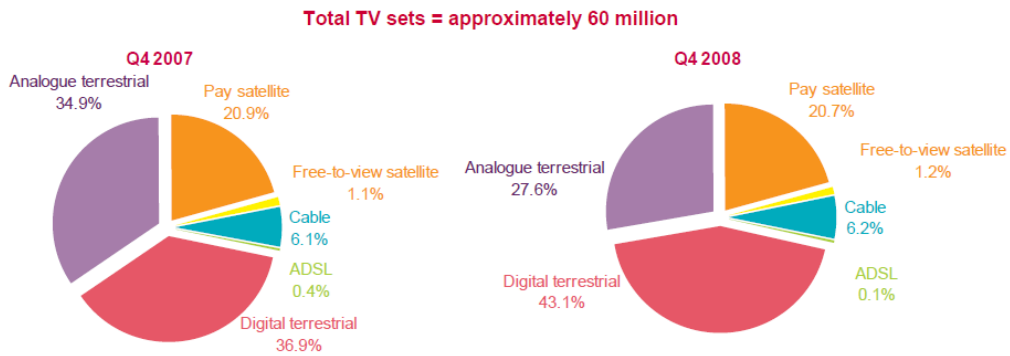
2007년 이후 디지털 지상파 텔레비전(DTT) 시장이 수년간 멀티채널 시장에서 우위를 점했던 위성 TV를 계속해서 앞지르고 있고, 이 간격은 점점 벌어지고 있다. 이는 멀티채널 시장 초창기였던 1990년대 후반에 위성 방식과 케이블 방식이 양분했던 시장 체재에서 케이블 방식의 성장 둔화와 위성 TV의 약진 속에 디지털 지상파의 급격한 성장이라는 세 가지 조건에 의한 결과로 분석될 수 있다. 초창기 멀티채널 시장을 양분했던 케이블 TV는 2001년 14.9%의 시장 점유율을 최고점으로 다시 하락세를 보였으며, 이후 13%대에서 계속 정체되는 양상을 나타내었다. 하지만, 2007년 12.4%까지 하락했던 케이블 시장이 2008년 들어 12.8%로 조금이라도 성장한 것은 'Virgin Media'의 공격적인 마케팅 결과로 분석할 수 있다. 특히, 유럽 위원회와 영국 정부가 공동으로 추진하고 있는 초고속 인터넷 사업에 Virgin Media가 가장 먼저 뛰어 들었고, 초고속 인터넷과 디지털 멀티채널 방송과의 번들 상품화

로 인해 반사 이익을 얻고 있는 것으로 해석할 수 있다. 2007년까지만 하더라도 케이블 TV의 초기 설치비용과 여러 가지 한계로 인해 더 이상의 획기적인 성장은 어렵다는 것이 영국 미디어 업계의 정설이었으나 2008년 유럽위원회의 광케이블을 바탕으로 하는 초고속 인터넷 사업 추진 발표 이후 케이블 방송의 새로운 도약 기회가 찾아온 것이 아니냐는 전망도 나오고 있는 상황이다.

위성 방식의 멀티채널은 가장 오랜 기간 동안 꾸준히 성장하고 있는 시장이다. BSkyB가 Sky 채널을 통해 공격적으로 시장을 잠식해 왔고, 특히 Sky Sports의 프리미어리그 중계권 확보를 통해 위성 멀티채널은 급속도로 확산되었다. 하지만, 2004년 이후 DTT 멀티채널의 콘텐츠 증가와 서비스의 질적인 향상 그리고 무엇보다도 가격 경쟁력에서 DTT에 밀리면서 결국 멀티채널 시장의 1위 자리를 내주었다.

Sky 위성 TV의 경우 2009년 4월 현재 기본적인 옵션의 멀티채널을 시청하는데 드는 비용은 한 달에 16.50파운드(한화 약 3만 4,000원) 정도이다. 여기에 뉴스나 어린이, 패션, 버라이어티 등의 카테고리별 채널을 각 1파운드에 추가할 수 있으며, 24시간 영화 전문 채널은 16파운드, 프리미어리그를 비롯한 각종 스포츠 이벤트를 시청할 수 있는 Sky Sports 채널은 18파운드의 옵션으로 추가할 수 있다. Sky에서 제공하는 집 전화와 브로드밴드, 위성 TV의 번들 상품을 이용한다면 이보다 더 저렴한 가격으로 멀티채널 방송을 수신할 수 있다.

디지털 지상파 방송(DTT)의 경우 프리뷰(Freeview) 셋톱박스 구입에만 약 20~100파운드 정도의 비용을 부담할 뿐 이후에는 추가로 발생하는 비용이 없기 때문에, 많은 구매자가 DTT 쪽으로 몰리고 있다. 게다가 저소득층이나 65세 이상의 노인이 포함된 가족의 경우 정부에서 셋톱박스 구입 보조금이 지급되기 때문에 특정 채널을 고집하는 시청자가 아니라면 충분히 매력적인 디지털 방송 수신 장치라 할 수 있다. 현재 영국에서 판매되고 있는 대부분의 TV에 DTT를 수신할 수 있는 프리뷰 셋톱박스(약 60여 개 채널 수신)가 내장되어 있기 때문에 일반 구매자의 입장에서 굳이 추가로 위성이나 케이블 멀티채널을 구입할 필요성을 느끼지 못하는 것도 DTT 시장의 성장 배경으로 해석할 수 있다.



Source: GfK research for both Q4 2007 and Q4 2008
 Note: figures may not add up to 100% owing to rounding.

<그림 3> 영국 내 TV 수신 플랫폼 비율(전체 TV 수신기 비율)

영국 내 TV의 총 개체 수는 약 6,000만 대로 잠정 집계되었다. 이 중에서 기본 5개 지상파 채널(BBC1, BBC2, ITV, Channel4, Five)만 수신할 수 있는 아날로그 지상파 수신 TV는 2007년 4/4분기 34.9%에 비해 7.3% 포인트 하락한 27.6%로 집계되었는데, 이는 기존 아날로그 수신 가정이 디지털 멀티채널 수신기 구입으로 인한 결과로 풀이된다. 반면 디지털 지상파 방송 수신 TV는 2007년 4/4분기 36.9%에서 2008년 4/4분기 43.1%로 6.2% 포인트 증가하였다.

디지털 위성 TV 시장

영국의 유료 위성 TV 시장을 독점하고 있는 BSkyB의 2008년 4/4분기 현황에 따르면, Sky Digital TV 서비스 가입자는 전 분기 대비 17만 1,000가구가 증가한 923만 8,000가구에 이른다. 이 수치는 전년 4/4분기 대비 약 40만 가구가 증가한 것이며, 이 중 약 34만 가구는 2008년에 처음으로 Sky 위성 TV에 가입한 것으로 나타났다. Sky 채널을 1가구 내에서 두 대 이상의 TV에 연결, 수신이 가능한 'Sky Multiroom' 서비스에 가입한 가구 수는 총 172만 3,000가구로 이는 전년 같은 기간 대비 19만여 명이 증가한 수치이다. 이러한 수치는 곧 Sky Media를 이용해 위

성 디지털 TV를 수신하는 가구의 19%가 하나 이상의 TV를 Sky에 연결하여 디지털 다채널 방송을 수신하고 있다는 것을 의미한다. BSkyB의 원하는 방송을 녹화하여 언제든지 볼 수 있는 디지털 비디오 녹화 서비스인 'Sky+' 상품에 가입한 가구는 전 분기 대비 51만 5,000가입자가 증가한 465만 가구로, Sky 위성 방송을 수신하는 가구의 50% 이상이 'Sky+' 서비스를 이용하는 것으로 나타났다. 또한 최근 스포츠 채널과 영화 채널을 중심으로 인기가 확산되고 있는 고화질 TV(High Definition, HD) 패키지 상품인 'Sky HD' 가입자는 2008년 4/4분기 현재 77만 9,000가구로 전 분기 대비 약 20만여 가구가 증가한 것으로 조사되었다. 2009년 3월까지의 조사 결과 Sky에서는 총 32개의 HD 채널을 제공하고 있으며, HD 방송 수신에 필요한 'Sky+ HD box'의 가격은 1년 전 150파운드(한화 약 30만 원)에서 현재 49파운드(한화 약 10만 원)로 저렴해졌다.

<표 2> 유료 디지털 위성 TV 시장 현황

Pay digital satellite – BSkyB	Q3 2008	Q4 2008
Pay-TV satellite subscribers	9,067,000 *	9,238,000 *
ARPU (annualised)	£430	£444
Churn	10.9%	9.9%
Basic package price	£17.00	£16.50
Sky Multiroom	1,655,000	1,723,000
Sky +	4,135,000	4,650,000
Sky HD	591,000	779,000

Source: BSkyB Q4 2008 results

기존의 Sky 수신자가 유료 채널 수신을 거부할 경우 보유하고 있는 위성 접시를 이용한 무료 위성 TV 수신이 가능하다. 현재 영국에서 무료 위성 TV를 수신하는 가구는 네 가지 유형으로 나뉜다. 첫째, BSkyB의 유료 위성 TV에 가입했다가 서비스를 해지한 이후 Sky의 위성 접시형 안테나를 보유하고 있다가 무료 위성 TV를

이용하는 경우, 둘째, 이전 챕터에서 설명한 대로 BskyB의 'Sky Pay Once'에 가입한 이후 유료 서비스 기간이 끝난 뒤 본인들의 의사에 따라 무료 수신 위성 TV로 전환한 경우, 셋째, BBC와 ITV에서 제공하는 'Freesat' 서비스를 이용하는 경우, 넷째, BskyB나 Freesat이 아닌 기타 위성 수신 장치를 구입하여 셋톱박스과 연결한 뒤 사용하는 경우 등으로 분류할 수 있다. 2008년 현재 영국 내 60만여 가구가 무료 위성 TV를 이용하고 있으며, 2008년 12월까지 약 23만여 개의 'Freesat' 수신 장비가 판매되어 2009년 상반기에는 이용자가 증가할 것으로 전망된다.

케이블 방송 시장

<표 3> 케이블 방송 시장 현황

Cable – Virgin Media	Q3 2008	Q4 2008
Digital TV subscribers	3,407,900	3,469,000
Total TV subscribers	3,576,500	3,621,000
Total subscribers (TV, telephony, internet)	4,740,400	4,755,200
Homes passed and marketed	12,561,900	12,553,100
TV penetration rate *	28.5%	28.8%
ARPU ** (annualised)	£503	£508
Churn **	18.0%	14.4%
Basic package price	£11.00	£11.00
Virgin DVR (V+)	468,700	521,500

Source: Virgin Media Q4 2008 results

* TV penetration rate is the based on the number of homes passed by the cable network.

** Virgin Media ARPU and churn rates relate to their total consumer division.

2008년 상반기까지만 하더라도 영국에서의 케이블 방송은 가장 미래가 불안정한 미디어 시장이었다. 디지털 시장은 지상파와 위성 TV가 양분하는 형국이었고, 케이블의 입지는 점점 줄어들었기 때문이다. 약 30개 이상이었던 지역 민간 케이블 사업자들을 Virgin Media가 통합한 이래 지속적으로 공격적인 마케팅을 시도해 왔지

만, 타 멀티채널 사업자들에 비해 성장률은 지속적으로 하향 곡선을 그리고 있었다. 그러나 유럽위원회의 광케이블을 이용한 초고속 인터넷 사업을 영국 정부가 수용하면서 케이블 방송은 새로운 국면에 접어들었다. 초고속 인터넷과 TV는 전혀 상관관계가 없는 것처럼 보이지만 실제로 영국 내 멀티채널 가입자들의 30% 이상이 TV와 인터넷 그리고 집 전화를 연계한 묶음형 상품을 이용하고 있기 때문이다. 더군다나 최근 Virgin Media에서 판매하고 있는 VOD(Video on Demand) 서비스는 전체 케이블 가입자의 절반 이상인 180만 가구(52%)가 가입할 정도로 인기 있는 아이템으로 각광을 받고 있다. 특히 2008년 2/4분기부터 서비스를 시작한 BBC iPlayer 캐치업 서비스에 이어 2009년 2월부터는 약 500시간 분량의 ITV on-demand 서비스를 제공하고 있다. 2008년 3/4분기 당시 케이블 TV 총 가입자 수는 357만 6,500가구로 조사되었으나 2008년 4/4분기에는 약 5만여 가구가 증가한 362만 1,000가구로 나타났다. 그러나 멀티채널 플랫폼 중 가장 유지비가 비싼 것으로 알려진 연간 유지비가 503파운드(한화 약 101만 원)에서 508파운드(한화 약 102만 원)로 소폭 상승한 것은 향후 케이블 TV가 경쟁력을 갖추기 위해 반드시 해결해야 할 과제로 남아 있다.

디지털 지상파 방송

<표 4> 디지털 지상파 방송 시장 현황

DTT quarterly sales (actuals)	Q4 2007	Q1 2008	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008
Freeview set-top boxes	1,931,130	1,273,955	912,115	973,730	1,409,220
Integrated Digital Televisions (IDTV's)	2,286,900	1,879,605	1,417,500	1,575,630	3,059,700
Total sales	4,218,030	3,153,560	2,329,615	2,549,360	4,468,920
DTT DVR sales*	346,000	252,000	191,000	195,000	393,000

Source: Sales figures from GfK, as adjusted by Freeview**

*DVR sales include devices that combine DVR with DVD recording functionality.

** Freeview adjusts the sales figures upwards by 5% to represent its estimate of the number of DTT set-top boxes and IDTVs sold in Northern Ireland and offshore islands.

2008년 4/4분기 지상파 디지털 수신 장비 판매 대수는 총 446만 8,920대(디지털 수신 장치 내장형 TV(Integrated Digital Television, IDTV) 305만 9,700대, Freeview 셋톱박스 140만 9,220대)를 기록했다. <표 4>에서도 확인할 수 있듯이, 해마다 4/4분기에 가장 높은 판매율을 기록하는데 그 이유는 크리스마스를 전후한 파격적인 세일 프로모션 행사로 인한 TV 판매 대수의 폭발적 증가 때문인 것으로 풀이된다. 관련 업계에서는 2009년을 기점으로 셋톱박스의 판매 수는 점차 하향 곡선을 그릴 것이라는 전망이 지배적인데, 이는 디지털 셋톱박스를 필요로 하는 아날로그 브라운관 TV 보유 가구가 급격히 줄어들고 있기 때문이다. 반면, 최근 PDP TV에서 LCD TV 그리고 새롭게 선보이게 될 LED TV에 이르기까지 모두가 디지털 방송과 HD 방송 수신이 가능한 IDTV로 생산되면서 새로운 TV를 구매하는 가구는 자연스럽게 지상파 디지털 방송을 수신할 수 있게 되었다. 디지털 지상파 방송의 녹화 후 시청이 가능한 DTT DVR(Digital Video Recorder) 장치의 판매 역시 전 분기(19만 5,000여 대) 대비 두 배에 가까운 39만 3,000여 대로 크게 증가한 것을 확인할 수 있었다.

맺으며

영국의 디지털 전환은 정부 주도의 국가적 사업의 성격이 강하다. 그러나 내부를 들여다보면 공공성의 측면만 강조되는 것이 아니라 시장 경쟁의 논리가 충분히 반영되는 산업적 특성을 발견할 수 있다. 시청자들은 무료 지상파, 유무료 위성, 유료 케이블 등의 디지털 전환 방법을 택일할 수 있고, 저소득층이나 노인층 시청자들이 무료 지상파로 전환할 경우 국가는 보조금을 지급하면서 디지털 전환을 독려하고 있다. 그러나 영국 가구의 절반 이상이 유료 TV를 시청하고 있는 상황에서 유료 멀티채널 사업자들 간의 치열한 경쟁 역시도 존재하는 것이 바로 영국의 디지털 TV 시장이다. 시청자들은 자신의 소득 수준, 관심 분야 등 자신의 상황에 맞추어 디지털 전환 방법을 선택할 수 있기 때문에, 일정 플랫폼에 크게 치중하지 않는 경향이 있다. 영국 정부는 이들 사업자 간의 공정 경쟁 여부에 대해서만 가이드라인을 제시할 뿐, 각 사업자들이 제공하는 콘텐츠에 대해서는 직접적인 제재를 가하지

않는다.

영국 전역의 완전 디지털 방송으로의 전환 시기인 2012년을 3년 앞둔 2009년 현재 영국은 디지털 전환을 90%를 눈앞에 두고 있다. 국민들의 자율에 의지할 수 밖에 없는 민주주의 사회 시스템에서 정부 주도 사업이 90%의 결과를 이끌어 낸 것은 매우 이례적인 사례라 할 수 있다. 그러나 영국 정부는 디지털 전환 홍보에 대한 긴장의 끈을 늦추지 않고 있다. 약 2년 전 최초의 디지털 전환 보고서에서도 언급하고 있다시피 디지털 전환에 반대하는 소수의 시청자들이 존재한다면 끝까지 그들을 설득하고 자율적인 디지털 전환을 이끌어 내는 것이 당연하다고 생각하기 때문이다. 바로 이러한 배려가 자율적 경쟁 시장과 공공성의 조화로운 공존을 가능하게 하는 기본 요소일 것이다.

● 참조 :

- Ofcom (2009). The Communication Market: Digital Progress Report Q4, 2008. Norwich: Ofcom.
- EMCA (2008). Digital Switchover - Status quo and outlook of UK, France, Spain, Italy and Germany. Berlin: EMCA.

- 작성 : 주재원(영국 리즈 대학교 커뮤니케이션학과 박사과정,
mediakorea@hotmail.com)