



영국, 온라인 광고 지출이 처음으로 TV 광고를 초과^{주)}

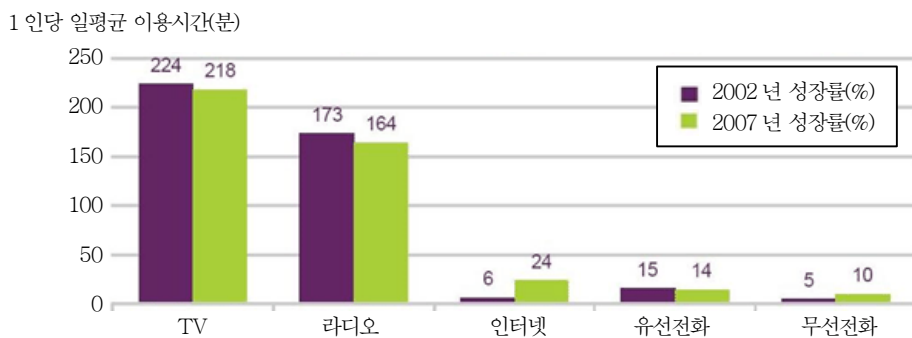
○ 영국정보통신청(Ofcom)이 8월 14일 발표한 ‘The Communications Market 2008(August)’ 보고서에 따르면, 2007년 영국 통신산업의 총 시장규모는 512억 파운드였으며, 소비자들의 통신 서비스 이용시간은 역대 최고치를 기록하였으나 요금 지불액은 줄어든 것으로 나타남



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 1) 2002~2007년 영국 통신산업의 매출 추이

○ 2007년에 영국 소비자들은 통신 서비스에 1일 평균 7시간 9분을 사용했는데, 이는



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 2) 2002년, 2007년 영국 소비자들의 통신서비스 이용시간 변화

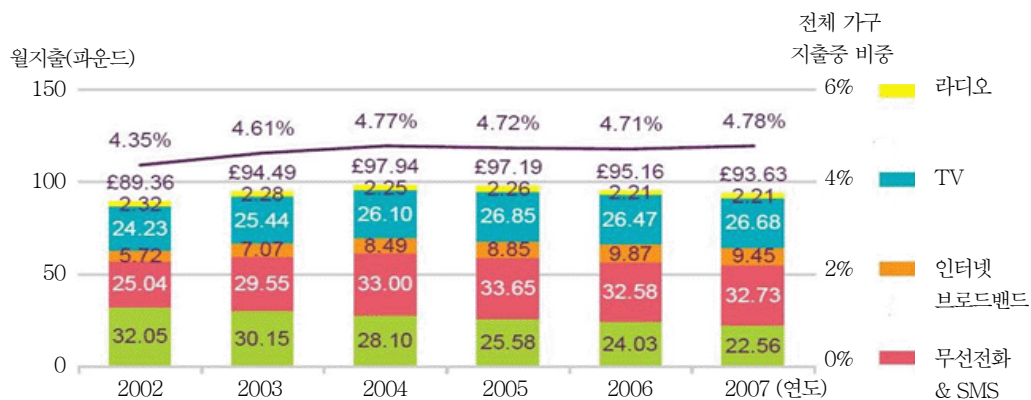
^{주)} http://www.ofcom.org.uk/media/news/2008/08/nr_20080814

* 본 내용과 관련된 사항은 정보인프라팀(☎ 042-710-1380)으로 문의하시기 바랍니다.

* 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITA의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.

2002년에 비해 6분이 증가한 것임

- 2007년 1가구가 통신 서비스에 지불한 평균요금은 1개월 당 93.63 파운드로 2004년에 비해 4.31 파운드(4.4%)가 감소하였으며, 2006년에 비해서도 1.53 파운드(1.6%)가 감소
 - 이에 비해, 2007년 영국의 평균 소매 물가지수(RPI)는 4.1% 상승하였음



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 3) 2002~2007년 영국의 가구당 유형별 통신 서비스 비용 지출

- Ofcom에 의하면, 통신 서비스 요금의 가격 저하는 보다 첨가의 서비스를 적극적으로 요구하는 소비자와 번들·서비스의 보급, 그리고 브로드밴드 접속가격 하락에 따른 것임
 - 예를 들어, 유선전화, 브로드밴드 접속, 유료 TV 등 3개 이상의 서비스를 번들로 이용하는 소비자가 차지하는 비중은 2006년부터 2008년 3월 사이에 18%에서 32%로 거의 2배 가까이 증가하였음
 - 반면, 인터넷 접속이나 브로드밴드 접속에 대한 세대 당 지출은 2006년 9.87 파운드에서 2007년에는 9.45 파운드로 줄어들었음
 - 2008년 3월까지 서비스 제공업체를 1회 이상 변경한 소비자의 비중은 인터넷 접속 서비스가 27%, 유선 전화가 37%, 휴대전화가 41%였는데 이는 서비스 업체간 가격인하 경쟁을 방증하는 것임
- 유선전화를 이용한 브로드밴드 서비스 이용 가구는 1년 새에 52%에서 58%로 증가하였는데, 이는 대부분의 소비자가 다이얼업 접속에서 상시 접속 브로드밴드로 업그레이드된 결과임
- 모바일 브로드밴드 단말기에 대한 대대적인 마케팅을 실시한 이후 무선인터넷을 이용하

- 는 영국 성인 소비자 수는 2008 년 3 월에 200 만 명으로 급증하였음
- 무선접속은 데이터 카드, USB 모뎀 또는 동글(dongle)을 통해 이루어지는데 특히 동글의 판매 증가가 큰 기여를 하였음. 동글은 노트북의 USB 포트에 꽂는 소형 단말기로 모바일 네트워크 접속을 가능하게 하는 기기임
- 모바일 브로드밴드 이용자의 4 분의 3 은 가정에서 동글을 통해 인터넷에 접속하고 있으며, 3 분의 2 는 동글과 유선전화를 병용해 인터넷에 접속하고 있음
- 2008 년 2~6 월의 5 개월 동안에만 동글의 판매대수가 월 평균 6 만 9,000 대에서 13 만 3,000 대로 두 배 가까이 증가함
- 5 개월 동안 신규 모바일 브로드밴드 접속자 수는 51 만 1,000 명 증가함
- 휴대전화 이용자의 10% 이상은 휴대전화를 통해 무선인터넷을 이용하고 있으며, 2007 년에 3G 모바일 접속자 수는 2006 년에 비해 470 만 명이 늘어나 60%의 증가율을 보이며 총 1,250 만 명에 달함
- 인터넷을 통해 라디오를 청취하는 소비자의 수는 2008 년 3 월 현재 1,450 만 명으로 2007 년 11 월의 1,200 만 명에 비해 21% 증가함

<표 1> 2006 년, 2007 년 영국 디지털 통신 서비스 보급을 현황

서비스 유형	영국 전체			잉글랜드	스코틀랜드	웨일즈	북아일랜드
	2007	2006	증감률				
유선전화	100%	100%	0%	100%	100%	100%	100%
2G 모바일	100%	100%	0%	100%	99%	98%	100%
3G 모바일	90%	70%	20%	95%	72%	68%	44%
DSL	99.6%	99.6%	0%	N/A	N/A	N/A	N/A
케이블 브로드밴드	49%	49%	0%	52%	38%	24%	30%
LLU	80%	67%	14%	84%	67%	64%	51%
IPTV	15%	15%	0%	N/A	N/A	N/A	N/A
디지털 위성 TV	98%	98%	0%	N/A	N/A	N/A	N/A
디지털 지상파 TV	73%	73%	0%	73%	82%	57%	58%
DAB 디지털 라디오	90%	88%	2%	N/A	N/A	N/A	N/A

<자료>: Ofcom, 2008 년 8 월

- 2007 년 온라인 광고 지출 금액은 28 억 파운드로 전년 대비 약 40% 성장하였으며, 최초로 TV 광고 지출 금액 24 억 파운드(ITV1, Channel 4, S4C, five 의 광고금액 합계)를 넘어섬
- 온라인 광고 지출 증가의 배경은 소비자들의 휴대전화와 인터넷의 이용시간이 증가했



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 4) 2002~2007년 영국 미디어 유형별 광고 지출금액 추이

기 때문임. 2002년부터 2007년 기간 동안 휴대전화의 1일 이용 시간(통화와 텍스트·메시징)은 5분부터 10분으로 2배 증가함. 또한 데스크탑 PC나 노트북 PC를 이용한 1일 인터넷 이용시간도 6분에서 24분으로 증가함

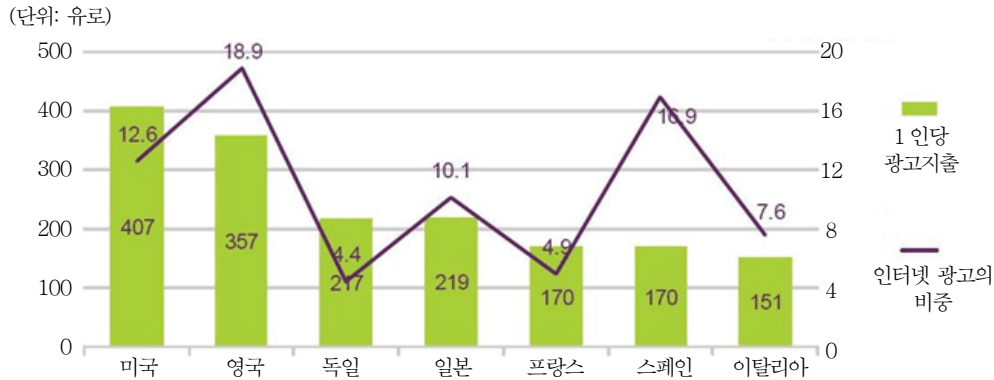
- 유형별로 보면, 2007년 유료 검색광고 시장은 16억 파운드로 전년 대비 39% 성장하며 인터넷 광고 시장을 지배하고 있으며, 분류광고 시장은 2007년에 54% 성장한 6억 파운드 매출을 기록하였고, 디스플레이 광고 시장도 2007년에 29% 성장한 6억 파운드를 기록함



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 5) 2002~2007년 영국 인터넷 광고 유형별 지출 금액 추이

- 인터넷 이용자 중 TV 프로그램을 온라인으로 시청하는 소비자의 비중은 2006년 8%에서 2007년 17%로 두 배 이상 증가함



<자료>: Ofcom, 2008년 8월

(그림 6) 2007년 국가별 1인당 광고지출 금액 및 인터넷 광고지출의 비중

- 방송 이후 최대 1주일 동안 온라인 보기를 제공하고 있는 BBC iPlayer 서비스는 2008년 3월 현재 매일 70만 건의 비디오 스트림을 제공하고 있음
- 인터넷 이용자의 32%는 2007년에 비디오 클립과 웹캐스트를 보았는데, 이는 2006년의 21%에서 50% 이상 성장한 것임
- YouTube를 보고 있는 인터넷 이용자 수는 2008년 4월에 900만 명에 달하였는데, 이는 1년 전에 비해 50% 가까이 늘어난 수치임
- 2008년 6월 말 현재 전체 가구의 87.2%가 디지털 TV를 보유하고 있는데, 1년 전의 보유 비율은 70%이었음
 - 2008년 3월 말 현재 영국에서 판매된 TV의 약 80%가 HD를 지원하는데, 1년 전에 HD 지원 비율은 50%이었음. HD 서비스 가입자 수는 1년 동안 두 배 이상 늘어 82만 9,000명에 달함
 - 대형 TV에 대한 선호도가 높아서 판매된 TV의 20%는 화면 크기가 33인치 이상이었음
- 영국에서 2007년에 송신된 텍스트 메시지는 600억 건으로서, 이는 2006년에 비해 36% 증가한 것이며, 2002년의 170억 건에 비해서는 234% 증가한 것임.
 - 2007년에 1인당 월평균 67건의 텍스트 메시지를 송신하였는데, 2006년의 이용건수는 월평균 53건이었음