

<미국사무소 이슈페이퍼>

미국 내 한국계 방송미디어 현황

2007년 12월

KOCCA 미국사무소

<제 목 차 례>

1. 미국 방송산업 현황 및 동향	3
□ 미국 방송시장 규모 및 주요 동향	3
□ 미국 방송시장 플랫폼별 점유율	4
2. 미국 내 한국지상파 방송현황	5
□ 미국 진출 한국지상파 법인 현황	5
□ 한국지상파의 미국 내 방송사업 진출 현황	6
3. 한국 방송콘텐츠 현지 유통현황	7
□ 위성방송을 통한 방송콘텐츠 유통	7
□ 한국 방송프로그램의 지상파 방송유통	9
□ 한국계 케이블 방송을 통한 유통현황	10
□ 기타 한국 케이블 PP사업자 현황	11
■ 참고자료	13

1. 미국 방송산업 현황 및 동향

□ 미국 방송시장 규모 및 주요 동향

- 미국은 전 세계 방송시장의 46%를 차지하는 세계 최대 방송 시장으로 2006년 미국 방송 산업은 TV 배급시장을 포함하여 약 1,571억 달러의 규모로 나타나 전년 대비 약 6.5%의 성장률을 보이고 있다.

[표1] 2006년 미국 방송산업규모 (단위: USD Million)

구분	2005년	2006년
미국	147,533	157,140
전세계	318,497	343,417

출처: PWC

1) 지상파의 M&A 및 통신사/IT 기업의 방송시장 진출

- CBS와 타임워너의 합병으로 CW네트워크를 형성하는 등 방송국 네트워크간의 합병 또는 인수등을 통해 시너지 효과를 높이려는 전략이 구사되고 있다.
- AT&T, Verizon등 통신사들이 적극적인 방송산업 진출을 꾀하고 있으며, Google 등 전통적인 IT 기업의 주파수 경매에 참여하려는 의사를 표명하고 있어, 미국에서도 통신사의 방송산업 진출은 커다란 화두가 되고 있다.

2) 오리지널 콘텐츠 확보를 위한 노력

- 대규모 방송 네트워크와의 보다 효율적인 경쟁을 위해 점점 더 많은 케이블 네트워크들이 오리지널 프로그램을 만들고 있으며, 다양한 배급 채널을 통한 신디케이션 사업을 확대하고 있다.
- 이로 인해 미국 방송산업계는 드라마 제작의 신흥 전성기를

맞고 있으며, 이러한 오리지널 콘텐츠의 양산은 한국을 포함한 아시아 뿐만 아니라 전세계 방송산업계에 큰 영향을 주고 있다.

3) 인종시장을 타겟으로 하는 신규 채널의 등장

- 장르 확대를 위시한 신규 채널 증가의 유행은 없어지고, 인종을 타겟으로 하는 새로운 신규 채널들이 증가하고 있다.
- 인종을 타겟으로 하는 신규 채널의 등장은 흑인 커뮤니티, 아시안 커뮤니티 등을 중심으로 미국 방송의 커다란 조류를 형성하고 있으며, 한국 콘텐츠는 이러한 아시안 커뮤니티를 타겟으로 하는 방송에 핵심 콘텐츠로 자리잡고 있다.

□ 미국 방송시장 플랫폼별 점유율

1) 지상파(Terrestrial Networks)

- 지상파의 경우 ABC, CBS, NBC, FOX, CW(UPN+WB) , PBS 등 총 6개의 전국 지상파 채널이 있으며, 98%의 가시청 가구를 확보하고 있다.

2) 케이블 TV(Cable TV)

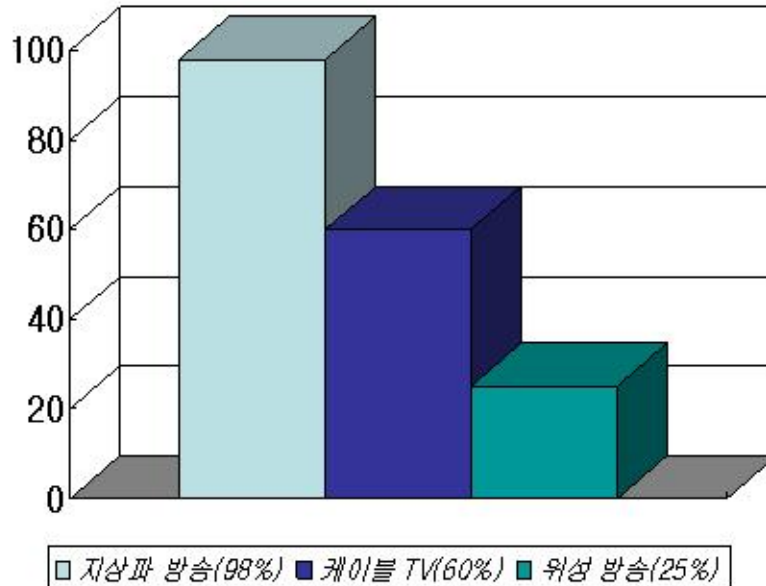
- 케이블 TV의 경우 MTV, CNN 등 우리나라에도 잘 알려진 수백개의 PP와 함께 지역별 독점권을 가진 Comcast, Time Warner Cable, Adelphia 등 MSO로 구성되어 있는데, 미국 전체 가구 중 가시청 가구의 비율은 60%에 이른다.

3) 위성 방송(Satellite TV)

- 위성방송은 DirectTV, Dish Network 등 크게 2개의 사업자가 서비스 되고 있는데, 양사 모두 1,000만에서 1,200만 시

청가구를 확보하고 있으며 미국 전체 가구 중 위성방송 전체의 가시청가구는 25%에 이른다.

[그림1] 미국 방송 플랫폼별 점유율 현황 (복수)



2. 미국 내 한국지상파 방송현황

□ 미국 진출 한국지상파 법인 현황

- 현재 미국에는, KBS, MBC, SBS, EBS 등 4개의 지상파 방송사가 모두 진출해 있는데, EBS를 제외한 3개 지상파 방송의 총 매출 규모는 거의 동일하며, 3개사의 총 매출은 24백만불 (약 250억원) 정도로 추산된다.
- 3개 지상파 사업자의 매출의 대부분은 비디오 사업 매출이라고 할 수 있으며, 일부 광고 매출도 포함되어 있다.

[표2] 미국 진출 지상파 법인 현황

구분	KBS	MBC	SBS	EBS
진출목적	한민족 글로벌	수익창출 목적	수익창출 목적	동포 교육 지원 /

	네트워크 구축명분 및 수익창출			수익창출
진출 또는 설립연도	1983년(2004개편)	1993년	1992년(2003개편)	2006년
인력규모	1) KBS LA: 서울 파견 2명 포함 25명 내외 2) KBS America: 서울 파견 2명 포함 25명 내외	MBC America : 서울 파견 2명 포함 25명 내외	SBS International: 서울 파견 2명 포함 25명 내외	EBS America: 법인 설립 준비중, 서울 파견 1명
시설 및 장비	자체 빌딩 소유 송출 및 제작 시설	최근 자체 빌딩 구매, 송출 /제작시설 준비 중	사무실 임대, 송출시설 보유	없음
사업규모	전체 사업으로 80억대 매출이나 전체적으로 큰 이익 없어 보임*	비디오 대여사업 등으로 매출 80억 및 40억대 순익 추정	비디오 대여사업 등으로 매출 80억 및 40억대 순익 추정	수억대 매출

□ 한국지상파의 미국 내 방송사업 진출 현황

- 미국 진출 한국 지상파 방송사들은 미국 내 지상파, 케이블, 위성 및 비디오 사업 등에 다양한 형태로 진출해 있으며, 이 사업군들 중 매출이 가장 큰 분야는 한인 대상 비디오 사업 분야 이다.
- 비디오 사업 분야의 매출은 KBS, MBS, SBS가 거의 동일한 규모로 연간 방송사 당 약 60-70억원의 매출이 발생하는 것으로 추정된다.

[표3] 한국지상파의 미국 내 방송사업진출 현황

구분	KBS	MBC	SBS	EBS
지상파 방송	직접진출(KBS LA)-1일 3시간	간접진출(KTAN) 주5일, 1일	없음	없음

	30분/채널사용료 연간 약 40억 소요 추정	4시간(아침30분 포함)		
케이블 방송	LA독자 채널확보 및 타 한인 밀집 지역에 프로그램 요금 독점 공급	3~4개 지역의 케이블에 콘텐츠 공급	현재 LA부근과 NY지역에 2개 채널에 콘텐츠 공급	LA와 그 주변의 1개 채널에 콘텐츠 공급
위성 방송	DISH NETWORK 1채널	KISB 1채널, DIREC TV 1채널	TAN 1채널, KISB 1채널, DIREC TV 2채널	TAN 1개 채널, 별도 위성 채널 부분진출
비디오 사업	미국 전역 580여개* 한인 비디오 대여점을 통해 비디오 사업 진행	미국 전역 580여개 한인 비디오 대여점을 통해 비디오 사업 진행	미국 전역 580여개 한인 비디오 대여점을 통해 비디오 사업 진행	없음

3. 한국 방송콘텐츠 현지 유통현황

□ 위성방송을 통한 방송콘텐츠 유통

- 한국방송을 위성으로 서비스하는 형태는 자체 위성을 보유한 미국위성방송사업자와 통신위성을 장기임차하는 International 사업자 등 2가지 형태가 있으며, 사업자로는 DirecTV, Dish Network, Tan TV, KISB 등 총 4개의 사업자가 있다.
- 최근 한국방송을 위성으로 서비스하는 사업자간 경쟁력이 심화되고 있으며, 위성방송 서비스에 있어서 가장 늦게 한국방송을 시작한 DirecTV가 그 경쟁력을 급속하게 확산시키고 있다.

1) 미국위성방송사업자

① DirecTV

- 자체 위성 보유한 미국의 위성방송 사업자
- 가입가구는 1,000-1,200만 가구
- 한인 패키지는 2005년 시작
- SBS, SBS Plus, MBC, YTN, CTS 등 5개 한국 채널 편성
- 한국방송 패키지 구성(월간)
 - MBC, YTN, SBS: \$26.99
 - MBC, YTN, SBS, SBS Plus: \$31.99
 - CTS: \$4.99
- 미국방송 패키지 구성(월간)
 - Basic: \$9.99
 - PREFERRED CHOICE: \$29.99
 - TOTAL CHOICE: \$29.99
- 한국+미국방송(월간): \$36.98 - \$66.97

② Dish Network

- 자체 위성 보유한 미국의 위성방송 사업자
- 가입가구는 1,000-1,200만 가구
- 한인 패키지는 2000년 시작
- KBS World, Arirang TV, JSTV, WOW-TV, BTN, Ongamenet 등 6개 한국 채널 편성
- 한국방송 패키지 구성(월간): \$24.99
- 미국방송 패키지 구성(월간): \$29.99 - \$89.99
- 한국+미국방송(월간): \$54.98 - \$114.98
- 한국방송 시청을 위해서 별도의 안테나를 달아야 함

2) International 사업자(Tan TV/ KISB)

- 통신위성을 장기 임대하는 사업자로 한국방송은 2개의 서비스가 있음

- TAN TV: KBS, MBC, SBS, EBS, YTN 등 6개의 채널을 월 \$27.5에 서비스
- KISB: MBC, SBS, MBN, 8개의 채널을 월 \$30에 서비스

□ 한국 방송프로그램의 지상파 방송유통

- 한인 시청자를 가장 많이 확보하고 있는 미국 내 한국방송 프로그램의 유통은 현지 지상파 방송인데, KBS가 직접 운영하는 KBS LA와 미주 한국일보에서 운영하는 KTAN이 있다.
- 주로 LA를 위주로 방송되고 있으며, 1일 3-4시간 편성되고 있다.

1) KBS LA

- 1983년 출범한 KTE의 후신으로 2004년 KBS America의 설립과 함께 KBS LA로 사명이 변경되었다.
- KBS America와는 별도의 법인으로 운영되고 있으며, 직원은 25여명이다.
- 1일 3.5시간, 주 7일 방송으로 운영되고 있다.
- 편성은 자체제작 1일 40분 내외를 포함하여 KBS LA 8시 뉴스, KBS 9시 뉴스, KBS 드라마, 오락 프로그램 등이다.
- 연간 40억원으로 추정되는 채널사용료를 내고 KBS가 직접 운영하고 있으며, 주수입원은 광고이다.
- KBS LA의 직접 운영으로 인해 한국 지상파 3사 중 유일하게 순이익이 거의 없으며, 손실은 KBS America에서 벌어들인 비디오 사업 등의 수익으로 메꾸고 있다.

2) KTAN

- 미주한국일보에서 1992년 부터 현지 지상파의 채널을 임차하여 운영하고 있다.

- 미주한국일보는 자사의 신문, KTAN, 라디오서울 등을 운영하고 있으며, 3개의 매체를 함께 소유함으로써 광고 수주의 극대화를 도모하고 있다.
- 아침 시간 30분을 포함하여 1일 4시간, 주 5일 방송으로 운영되고 있다.
- 편성은 자체제작 1일 20분 내외를 포함하여 KTAN 8시 뉴스, MBC 뉴스데스크, MBC 드라마, 기타 MBC 오락 프로그램 등으로 운영된다.
- 주 수입원은 광고이나, 미주한국일보는 이 지상파 방송 사업으로 많은 손실을 입고 있는 것으로 파악된다.
- 지상파 방송의 손실의 주된 요인은 채널사용료 인데, 미주한국일보는 이 손실을 라디오 서울, 미주한국일보, 한인업소특 등으로 메꾸고 있다.

□ 한국계 케이블 방송을 통한 유통현황

- 미국 내 한국방송 프로그램의 현지 케이블 채널 유통은 위성 및 지상파 유통보다도 훨씬 열악한 환경 속에서 이루어지고 있다.
- TVK 24, 한미 케이블 방송 등 LA지역을 중심으로 하는 케이블 TV 사업자 외에도 지역 채널 시간대를 임차하여 KBS, SBS 등을 방송하는 PP개념의 케이블 방송이 다수 존재한다.

1) TVK 24

- 2005년 LA 코리아타운 중심의 디지털 케이블 TV로 시작하였으며, 최근에는 Comcast는 통해 Maryland주의 Baltimore, Hartford, Howard 카운티에도 방송을 시작하였다.
- 초기에 MBC를 프로그램을 주로 편성 하였으나, MBC와의 프

로그램 공급 계약이 중단되고 현재는 한국 지상파 중 유일하게 EBS 프로그램을 편성하고 있다.

- EBS 외에 한국 케이블 PP들의 프로그램을 편성하고 있는데, YTN, Arirang, CGN, Q-Channel, ETN 등의 프로그램을 편성하고 있으며, 일부 자체제작도 하고 있다.
- 광고를 주 수입원으로 하고 있는데, 초기 치밀한 사업전략이 없는 상태에서 과도한 투자를 하였고, 광고 수입도 매우 적어 재정적 위기에 봉착하고 있다.
- 자체 스튜디오를 가지고 있어 임대사업도 병행하고 있으나 2년간 200억원에 가까운 누적 손실을 기록하고 있는 것으로 파악된다.

2) 한미케이블방송

- 1983년 LA 코리아타운을 중심으로 시작된 아날로그 케이블 TV이다.
- 현재 MBC 프로그램을 기반으로 MBN 뉴스와 KBS 일부 프로그램 및 기타 한국의 케이블 PP의 프로그램들을 편성하고 있다.
- 2004년 부터 KBS America와 협력을 맺고 있으며 주 수입원은 수신료인데 재정 상태가 매우 취약한 것으로 파악된다.
- ENG 카메라, 방송 편집기 등의 사업도 펼치고 있다.

□ 기타 한국 케이블 PP사업자 현황

- 기타 한국 케이블 PP들이 미국 내에서 다양한 경로를 통해 콘텐츠를 서비스하고 있으나 비디오 수익은 거의 전무한 것으로 파악되며, YTN을 제외하고는 방송에 있어서도 눈여겨 볼만한 수익은 거두지 못하는 것으로 파악된다.
- 미국의 특성상 기독교 관련 케이블 PP(CTS, CBS, CJN 등)

- 들의 사업이 활발한데, 24시간 위성 방송을 운영 중이다.
- 특히 기독교 TV (CTS)는 스튜디오 및 송출시설과 인력 10여명을 통한 일부 현지 제작까지 하고 있다.
 - 보도채널인 YTN이 제일 다양한 루트에 콘텐츠를 공급하고 있으며, 그 외 경제채널로 MBN, 다수의 연예오락관련 한국 케이블 PP채널들이 미국 내 위성, 케이블 등을 통해 수년 전부터 자사 콘텐츠를 공급을 해오고 있다.
 - 위의 다양한 PP사업자들 중 YTN을 제외하고는 큰 소득이 없는 것으로 알려져 있다.

■ 참고자료

- 미주 지역 주요 방송사 (KBS, MBC, SBS, EBS) 관계자 인터뷰
- 미주 한국일보, 중앙일보 등 주요 현지 일간지 관련자료
- 기타 현지 주요 일간지 관련자료