



2010년 상반기 미국 방송 콘텐츠 트렌드

1. 상반기 관련 정책

- Subscription-TV 법안 (입법안 321-101)
 - 지난 10년간 통신업계 정책 중 가장 큰 영향을 미칠 것으로 전망되는 입법안 321-101이 입법되었음
 - 이 법안은 전화통신회사가 브로드밴드 서비스를 제공할 수 있도록 하며 이로인하여 Cable TV 마켓 경쟁이 고도화 될 것으로 전망됨
 - 또한 입법안은 케이블 서비스 업계의 경쟁을 고도화 시킬 뿐 아니라 영상, 음성, 데이터 서비스를 제공할 브로드밴드의 경쟁을 완화시킬 것으로 보임
 - 인터넷 사용 가격과 접근성으로부터 보호하는 민주당의 개정안이 받아들여지지 않은 후 'net neutrality'에 관한 개정안이 상정되어 투표될 예정

- Double Airwaves for Mobile Internet
 - 오바마 정부는 스마트폰, 노트북의 인터넷과 휴대폰 기기에 연결 채널을 두 배로 늘릴 것을 제안하였으며 이는 모바일 광대역

통신망의 수요를 충족시키기 위해 500 메가헤르츠의 전파를 매각하는 계획을 말함

- 이 때문에 자신의 일부 주파수를 포기해야 하는 CBS, Fox등 주요 방송업체로부터 반발이 일으킬 것으로 예상되지만, 광대역확대를 통해 경제개발을 이룰 것이라고 전망

2. 방송 콘텐츠 제작 및 수출 트렌드

○ 스포츠 중계의 호황

- 2010년 상반기 가장 두드러진 미국 TV 방송 콘텐츠의 이슈로는 각 스포츠 경기가 TV 시청률 최고 기록을 세웠음
- 미국 TV방송에서 스포츠 중계는 가장 중요한 광고 수익 창출의 콘텐츠이자 미디어 이벤트로 중요한 의미를 차지
- 2010년 슈퍼볼 경기는 미국 TV 시청률 사상 신기록을 세웠으며 (1억 6백만 시청자) 총 4억 달러의 경제 효과를 거둠
- 2010년 NBA 챔피언십 경기는 18.2% 시청률, 1천8백만 시청자 기록하며 1998년 마이클 조던의 NBA 붐이 사그라든 이후 최고의 시청률로 2009년 보다 30% 증가세
- 미국내 유독 비인기 종목인 축구의 경우인 월드컵의 시청률이 2006년 대비 75~80% 증가율을 보였으며 예상외의 시청률 기록으로 ESPN의 월드컵 이후 스포츠 중계에 축구 종목을 고정 프로그램으로 기획하겠다고 발표함

○ 리얼리티쇼 장르 (경연쇼 포맷) 부활

- 2008년 이후 급격히 감소했던 리얼리티쇼의 제작이 2009년 <아메리카스 갓 텔런트>, <댄스 위스 스타스> 와 같은 새로운 포맷의 게임쇼와 결합

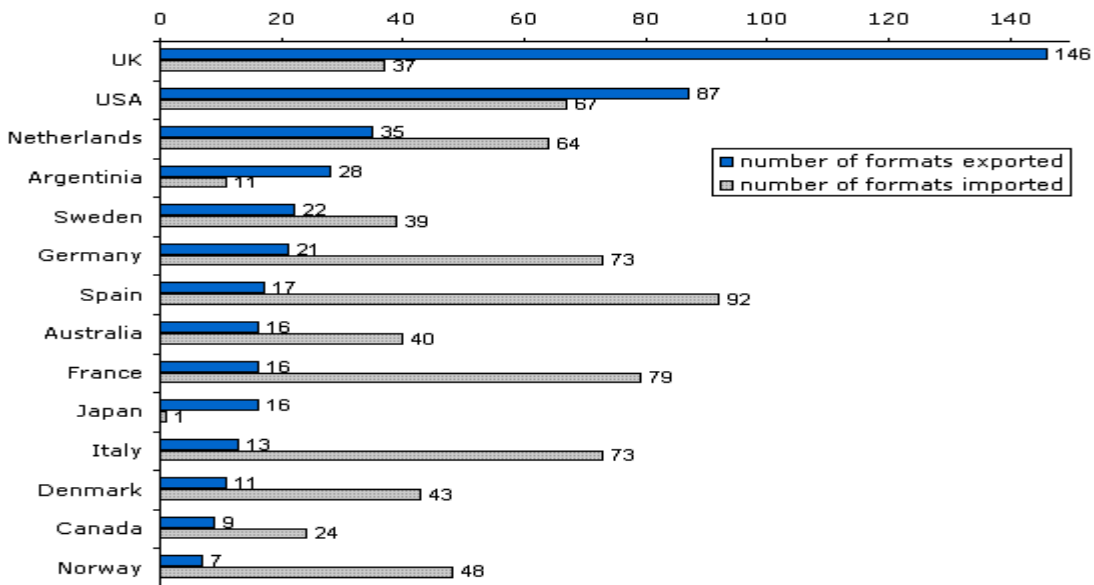
- 수요일 주요 시간대에 <아메리카스 갓 탤런트>, <So You Think You Can Dance> 이 시청률 장악하는 추세이며 댄스쇼의 인기를 반영, E! 채널 역시 Ryan Seacrest와 새로운 댄스쇼 프로그램 제작 중임

○ **프리미엄 케이블 네트워크 TV, “소프트 포르노” 로 경쟁 유지**

- HBO와 Showtime, Cinemax 등, 프리미엄 케이블 채널이 밤 시간 저예산 성인 영화 섹션을 새롭게 구성
- HBO의 <True Blood>, Showtime의 <The Tudors>, <Diary of a Call Girl> 이 심야 인기프로그램으로 자리잡음
- Cinemax는 “After Hours“, “Midnight Movies“와 같은 섹션을 통해 에로틱한 VOD 서비스를 실시하여 인기를 끌고 있음

○ **방송포맷수출 활성화**

- 세계 방송포맷 수입/수출 사례가 증가하고 있는 것으로 나타났으며 포맷뿐만 아니라 해외 방송채널 런칭 등 수출 사례가 증가하고 있음



출처: Frapa Report 2009

- Talent shows, studio game, quiz shows 등이 매출이 가장 높은 장르이며 드라마 포맷과 스페니시 드라마(telenovelas) 포맷의 인기가 높아지고 있는 추세임
- 세계적으로 가장 인기가 있는 TV 포맷은 아래와 같으며 10개의 포맷 중 4개는 미국에서 처음 방송된 포맷들임

The most successful TV formats around the world

Title	Launched in	First aired in
1 1 vs 100	2000	Netherlands
2 America's got talent	2006	USA
3 Are you smarter than a fifth grader?	2007	USA
4 Big Brother	1999	Netherlands
5 Cash Cab	2005	UK
6 Deal or no Deal	2000	Netherlands
7 Family Feud	1976	USA
8 Hole in the Wall (Nokabe)	2006	Japan
9 Pop Idol	2001	UK
10 Power of 10	2007	USA

출처: Frapa Report 2009

○ 인도시장 진출 확대

- 2010년 6월 FOX사는 인도에 FOX CRIME, FX, BABY TV, NATIONAL GEOGRAPHIC ADVENTURE 등의 7개의 새로운 채널과 런칭하였음
- FOX사는 현재까지 FOX 뉴스를 제외한 총 9개의 채널과 함께 범죄, 모험, 픽션, 어린이 쇼 등 다양한 주제의 프로그램들을 소개하고 있음

3. 새로운 기술 및 매체 동향

○ 3D TV 및 3D 콘텐츠 제작

- 2010년 1월 7일부터 10일까지 라스베이거스에서 열렸던 2010 International CES에서 세계 주요 가전 업체들의 화두는 3D TV였음
- 삼성, LG, 소니, 파나소닉, 도시바, 샤프 등 주요 가전 업체들은 2010년을 3D TV의 원년으로 삼고 기술 표준화 선점을 위해 치열한 기술 경쟁 양상을 보이고 있음
- 특히 소니는 PS3, 소니픽처스, 방송장비 등 3D와 관련해 콘텐츠, 장비 뿐만 아니라 디스플레이까지 수직적 통합을 이루고 있어 유리한 위치에 있으며, 최근 Discovery사와 제휴하여 신규 채널 런칭 계획을 발표하였음
- 3D TV 보급을 위해서는 3D 콘텐츠 제작이 시급해졌으며 이를 위해 삼성은 드림웍스와 제휴를 맺었으며 LG는 스카이라이프와 제휴를 맺었음
- 미국 ESPN은 3D 전용 채널인 ESPN 3-D를 2010년 6월에 런칭 하여 2010 월드컵 및 대학 풋볼, 농구 등의 다양한 스포츠 경기를 3D로 방송하고 있음
- 한편 다큐멘터리 전문 채널인 Discovery는 소니 및 IMAX와 전략적 제휴를 맺었으며 2011년 초 미국에서 3D 전문 채널을 신규 런칭 할 것이라고 발표했음

○ Internet Connected TV (구글 TV, 애플 TV 등)

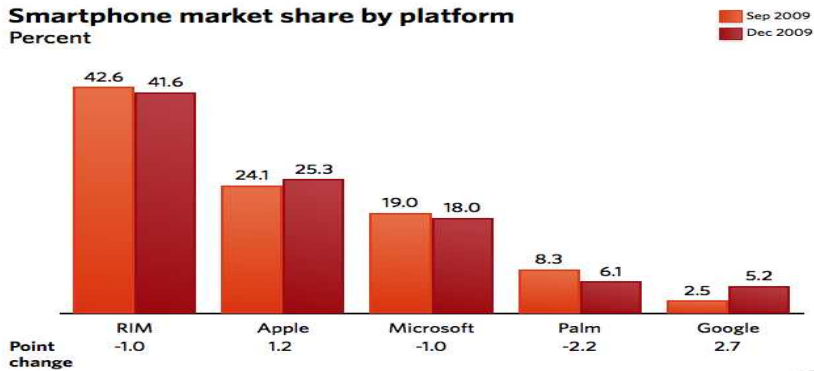
- 최근 구글은 인텔, 소니 등과의 협력으로 Internet Connected TV 시장에 진출할 예정이라고 발표, 기존의 TV프로그램뿐 아니라 온라인콘텐츠, 트위터 등의 애플리케이션, 구글어스, 유튜브 등 기존 구글 서비스가 제공될 예정임

- 또한 애플은 현재 애플TV 출시를 위해 내부적으로 제품 콘셉트 설정과 관련 기술 수집에 들어갔으며 내부적으로 제품 콘셉트 설정과 관련 기술 수집에 들어간 것으로 알려졌다
 - 또한 애플은 이용자들에게 월별로 요금을 받고 i-Tunes를 통해 TV프로그램을 시청할 수 있도록 하는 서비스를 추진하고 있음
 - 삼성TV 가 이용하고 있는 Yahoo!TVWidget은 정보, 비디오, 사진, 게임, 쇼핑, 스포츠 등 콘텐츠 제휴사들이 점차 증가하고 있는 추세임
- Over the Top (홀루, 넷플릭스) 서비스
 - 스마트TV의 또 다른 진영인 OTT(Over-The-Top)란 셋톱박스 등의 단말기를 통해 TV에서 인터넷 동영상 제공 서비스를 일컬으며 대표적인 업체로는 Netflix, Hulu 등이 있음
 - 인터넷으로 영화를 주문형비디오(VOD)로 제공하던 넷플릭스는 최근 게임 콘솔 등과 제휴하며 TV 시장으로 확대하고 있는 추세임
 - 넷플릭스는 X박스360을 통해 동영상 스트리밍 서비스를 제공하고 있으며 소니도 플레이스테이션3에서 HBO 콘텐츠를 이용할 수 있도록 제공하고 있음
 - 또한 인터넷으로 ABC, NBC, 폭스 등의 TV 프로그램을 무료로 제공하던 홀루는 2010년 6월 29일, PC는 물론 모바일 기기, 비디오 게임 콘솔, 텔레비전 등의 기기에서 추가적인 TV 프로그램들을 볼 수 있는 유료서비스 (\$9.99/month) Hulu Plus 런칭을 발표하였음
 - 컴캐스트와 타임워너는 기존 유료 가입자들에게 주문형 비디오를 무료로 제공하는 'TV에브리웨어' 서비스를 개발 중인 것으로 알려짐
- 새로운 플랫폼 (iPad, 스마트폰) 출시
 - 아이패드 (iPad) 출시

- 2010년 4월에 출시된 아이패드는 방송서비스의 확장 가능성을 보여줘 호평을 받았으며 이는 미국 주요 케이블TV 업체들은 아이패드로 서비스 만족도를 높이는 데 적극 나서고 있는 추세임
- Comcast 는 아이패드로 TV를 제어하고 방송을 보면서 친구와 대화할수 있는 기능 등을 제공하고 있으며 현재 제공하는 주문형 비디오 (VOD)는 1만1,000여개로, TV쇼와 온라인영화는 2만여개에 달함
- ABC 등의 방송사들은 동영상 콘텐츠를 위한 iPad App.을 출시하였으며, 유료 비즈니스 모델도 다양한 측면에서 시도되고 있음
- 또한 Hulu Plus 런칭으로 iPad 뿐만 아니라 애플 아이폰, 아이팟 터치 등을 통해 시청할 수 있는 방송 콘텐츠의 범위가 넓어졌음

- 모바일폰 시장의 변화

- 2010년 상반기 조사에 의하며 작년 동기간 대비 모바일을 통해 동영상을 시청하는 사용자의 수가 58% 증가한 것으로 밝혀짐
- 스마트폰 이용도가 증가함에 따라 방송콘텐츠를 볼 수 있는 프로그램들이 (app) 이 늘어나고 있으며 방송국 등과의 제휴사례 또한 증가하고 있음
- 컴캐스트, 타임워너케이블, 콕스커뮤니케이션즈 등 케이블TV 기업들은 다양한 웹 기반 방송서비스 런칭하고 있는 추세임
- 애플 과 구글 비 통신업체들의 모바일 폰 시장 참여에 따라 기존의 거대 통신 기업 및 단말기 제조업체들에 의해 주도되어 오던 시장의 판도가 변하고 있음
- 특히 미국에서 스마트폰 마켓의 주도권인 기존 RIM, 마이크로소프트, 팜에서 애플과 구글로 넘어가고 있으며 이는 전 세계적으로도 비슷한 추세임



Frapa Report 2009

출처:

4. 시청률 추이로 본 이용자 특성

- 2010년 2/4분기에서 USA 채널이 디즈니 채널을 제치고 시청률 1위를 달성하였음
- USA의 인기프로그램인 <Burn Notice> 가 814만명 시청자 기록을 달성하였으며 주 주 시청자의 연령대가 19세 이상인 것으로 조사됨
- <Hanna Montana> 시리즈와 <High School Musical> 등 어린이 시청자를 타겟하고 있는 디즈니 채널은 360만명의 시청자 기록으로 2위를 차지함
- 2010년 1분기에 작년 동기간대비 TV시청 시간이 2시간 이상 증가하였으며 TV 시청과 인터넷사용이 동시에 9.8%증가, 이는 한 달 기준 3시간 41분이 증가한 것임

월 기준 사용자수 (2세 이상)				
	2010년 1분기	2009년 4분기	2009년 1분기	연도대비 성장 %
텔레비전 시청	286,225	286,945	284,491	+0.6%
DVR/VOD 시청	94,599	90,768	80,066	+18.1%
인터넷 이용	191,301	190,885	163,110	+17.3%
인터넷 비디오 시청	134,501	138,135	131,102	+2.6%
휴대폰 이용	229,495	228,048	217,855	+5.3%
모바일 TV 시청	20,284	17,583	13,419	+51.2%

출처: Nielsen, Three Screen Report, Volume 8, 1st Quarter 2010

- 또한 모바일 비디오 시청자가 2천만명을 상회하고 있고 이는 51.2%의 증가율이며 총인구 중 52.7%가 HDTV를 시청하는 것으로 조사됨
- 미국 시청자들의 영상 시청률은 지속적인 상승률을 보이고 있으며 텔레비전, 인터넷, 모바일 등의 플랫폼으로 영상을 시청하고 있음
- 온라인과 모바일 이용자가 증가하고 있지만 텔레비전 시청률 또한 상승하고 있음 (2010년 1분기: 평균 158시간/1개월)

월 기준 사용시간 (2세 이상)					
	2010년 1분기	2009년 4분기	2009년 4분기	연도대비 성장 %	연도대비 사용분수 차이
텔레비전 시청	158:25	153:47	156:24	+1.3%	+2.01
DVR/VOD 시청	9:36	9:13	8:22	+14.7%	+1:14
인터넷 이용	25:26	26:32	29:15	-13.1%	-3:49
인터넷 비디오 시청	3:10	3:22	3:00	+5.9%	+0:11
모바일 TV 시청	3:37	3:37	3:37	변동 없음	0:00

출처: Nielsen, Three Screen Report, Volume 8, 1st Quarter 2010

- 미국 시청자들은 영상물 상영을 위해 기존의 텔레비전을 교체하기보다 새로운 미디어 플랫폼을 추가로 이용하고 있는 것으로 보임
- 인터넷 서비스를 제공받고 있는 미국 가정 중 59%이 적어도 한달에 한번은 텔레비전과 인터넷을 동시에 사용하고 있다고 밝혀짐

2010년 1분기 월 기준 연령별 사용시간								
	2-11	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	평균
텔레비전 시청	114:04	108:05	124:22	143:32	161:51	195:17	218:48	158:25
DVR/VOD 시청	6:48	5:54	7:04	13:30	12:36	11:01	5:47	9:36
인터넷 이용	4:28	8:16	22:28	30:16	32:29	28:14	22:53	25:26
인터넷 비디오 시청	1:24	2:09	5:33	4:30	3:34	2:20	1:27	3:10
모바일 TV 시청	0:00	7:13	5:47	3:15	2:53	2:10	1:44	3:37

출처: Nielsen, Three Screen Report, Volume 8, 1st Quarter 2010

- 텔레비전과 인터넷 동시 사용 (simultaneous activity)이 인터넷과 TV 판매가 증가하고 있는 이유 중 하나임
- 인터넷 서비스를 제공받고 있는 미국 가정 중 59%이 적어도 한달에 한번은 텔레비전 시청과 인터넷 이용을 동시에 하고 있음

- 이와 같은 소비자들은 평균 한 달에 3시간 41분 동안 인터넷을 사용하며 TV를 시청하는 것을 나타남

월 기준 TV와 인터넷 1회 이상 이용률				
	2010년 3월	2009년 9월	2009년 3월	연도 대비 성장 %
TV/인터넷 동시이용 %	58.7	58.7	61.5	-4.6
TV/인터넷 동시이용 사용자수	133,907	133,389	138,002	-3.0
TV/인터넷 동시 사용시간	3:41	3:11	3:21	9.8
TV panelist 평균 인터넷 이용 %	3.4	3.1	2.6	29.0
인터넷 panelist 평균 TV 이용 %	33.9	30.1	29.6	14.6

출처: Nielsen, Three Screen Report, Volume 8, 1st Quarter 2010