

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

한국콘텐츠진흥원
미국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『미국 내 케이블, 텔코, 위성 서비스 현황』

◎ 작성취지

- 케이블, 위성, 텔코 등 영화 및 방송콘텐츠를 제공하는 플랫폼의 가입현황 등을 살펴봄으로써 미국 내 콘텐츠 수요가 어떻게 이루어지고 있는지 분석하고자 함

◎ 작성순서

- 들어가기
- 6개 주요 플랫폼 현황
- 정리 및 시사점

1. 들어가기

■ 콘텐츠 플랫폼의 추세

- 2008년에서 2011년 사이에 270만 명가량의 가입자들이 유료 TV 서비스를 탈퇴하고, 넷플릭스와 같은 OTT(Over the Top)서비스에 가입하였음

※ OTT (Over the Top) 서비스란, 기존의 통신 및 방송 사업자와 더불어 제 3사업자들이 인터넷을 통해 드라마나 영화 등의 다양한 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스를 일컫음

- 이전에는 주로 케이블 가입자들이 위성이나 텔코(Telco)로 옮기는 추세였는데, 요즘은 위성이나 텔코도 가입자들을 잃고 있음

※ 텔코(Telco)란, 버라이즌이나 AT & T 같이 통신회사이면서 비디오 서비스를 제공하고 있는 업자

- 2012년 한해만 해도 360만 명가량이 케이블이나 위성 서비스를 탈퇴하고 OTT(Over the Top)서비스로 옮길 것으로 예상되고 있음
- 케이블이나 위성사업자들이 2011년도 한해에 39억 달러를 프로그램 비용으로 쓴 것에 비해 넷플릭스와 다른 OTT 사업자들은 고작 3억 달러를 프로그램 라이선스 비용에 지출하였음
- 2011년도 4분기에 290만 명의 케이블 가입자가 텔코와 위성 서비스 등으로 이탈, 그중 190만 명이 텔코, 그리고 28만 명이 위성으로 옮김
- 반면, 유료 TV 서비스 없이 인터넷만 사용하는 가구는 630만 명 증가했음
- 이는 2010년도보다 14% 증가한 수치이며, 530만 명의 가구가 무료 지상파 TV만 시청함
- ‘cord-nevers’ 라는 신조어가 생겨났는데, 이는 케이블이나 위성을 한번도 가입한 적이 없고, 온라인에서 비디오를 시청해 온 젊은 세대를 일컫는 단어임
- 이 세대는 케이블, 위성 등으로 TV를 보지 않고, 돈을 주고 가입하지도 않으며, 집 전화도 없고, 모바일 전화로만 생활함

Rank	MSO	BasicVideoSubscribers
1	Comcast Corporation	22,294,000
2	DirecTV	19,966,000
3	Dish Network Corporation	14,071,000
4	Time Warner Cable, Inc.	12,653,000
5	Cox Communications, Inc. ¹	4,756,000
6	Verizon Communications, Inc.	4,353,000
7	Charter Communications, Inc.	4,341,000
8	AT&T, Inc.	3,991,000
9	Cablevision Systems Corporation	3,257,000
10	Bright House Networks LLC ¹	2,079,000
11	Suddenlink Communications ¹	1,250,000
12	Mediacom Communications Corporation	1,059,000
13	CableOne, Inc.	622,000
14	WideOpenWest Networks, LLC ¹	460,000
15	RCN Corp. ¹	333,000

<미국 내 톱 유료 TV 사업자 가입자수 - 2012년도 3월 기준>

2. 6개 주요 플랫폼 현황

■ 컴캐스트(Comcast)

○ 컴캐스트 소개

- 컴캐스트는 미국에서 가장 큰 케이블 사업자이자 세 번째로 큰 전화통신 서비스업자이며, 인터넷 서비스 제공하는 업체임
- 본사는 필라델피아에 소재했으며, E! Entertainment Television, Style Network, G4, The Golf Channel and NBC Sports Network), distribution (ThePlatform) 및 그와 관련된 사업에 대한 상당 지분을 가지고 있으며, 또한 NBC Universal의 대주주임
- 컴캐스트는 대신 최악의 고객 서비스로 유명하며, ‘최악의 고객 서비스’ 상을 받기도 했음
- 컴캐스트는 ‘Xfinity’ 를 제공하고 있는데, 이 서비스는 콘텐츠 무한정 제공 및 크로스 플랫폼 기능을 포함하고 있는 것으로 컴캐스트가 제공하는 3중 서비스 (Triple play- TV, 인터넷, 전화)를 일컬음

○ 가입자수 및 패키지 종류

- 기본 서비스 가입자 2,390만 명, 디지털 가입자 1,750만 명, 인터넷 서비스 가입자 1,530만 명, 전화 서비스 가입자수는 700만 명임
- 시카고, 텍사스, 필라델피아, 메릴랜드, 시애틀, 샌프란시스코, 조지아주 및 40개 주 등에서 서비스되며, District of Columbia도 서비스 지역에 속함

패키지 종류	<i>Starter</i>	<i>Preferred</i>	<i>Premier</i>
가입료	29.99	39.99	84.99
채널수	80 + Channels	160 + Channels	200 + Channels

<패키지 종류>

- 아랍어, 중국어, 필리핀어, 프랑스어, 독일어, 그리스어, 이탈리아어, 이스라엘어, 일본어, 한국어, 폴란드어, 포르투갈어, 러시아어, 인도어, 베트남어 등의 외국채널 패키지가 있음
- 이중 한국채널 패키지에는 현재 TVK와 시애틀에서 방송되는 로컬채널 KOAM이 있음

■ 디렉 TV(Direct TV)

○ 디렉 TV 소개

- 로스앤젤레스에 본사를 두고 있는 디렉 TV는 미국에서 가장 큰 위성 TV 업체임
- 디쉬 네트워크(Dish Network)와 마찬가지로 통신서비스 업체들과 손을 잡고 인터넷 서비스와 전화 서비스를 제공하고 있음
- ‘TV Everywhere’ 서비스(언제 어디서나 콘텐츠를 관람할 수 있도록 하는 서비스) 제공을 통해 태블릿, 아이패드, 모바일 등에서 영화 및 많은 프로그램들을 서비스하기 시작했음

○ 다양한 패키지 종류

패키지 종류	<i>Entertainment</i>	<i>Choice</i>	<i>Choice Xtra</i>	<i>Choice Ultimate</i>	<i>Premier</i>
가입료	29.99	34.99	39.99	44.99	89.99
채널수	140+	150+	205+	225+	285+

<패키지 종류>

- 한국채널 패키지는 디렉 TV 가입자가 디쉬 네트워크보다 월등히 많음
- 이는 한참 디렉 TV가 외국채널 패키지를 확장하기 시작했을 2005년도 당시 디쉬 네트워크의 외국채널 담당자와 프로그래머들과의 사이가 상당히

- 악화가 되어 많은 외국 채널들이 디렉 TV로 옮기게 되었기 때문임
- 그 중에 한국 메인 채널도 디렉 TV로 옮기게 되면서, 디쉬 네트워크의 많은 가입자들이 디렉 TV로 옮기게 되었음
 - 하지만, 현재는 디렉 TV의 가입자수는 더 이상 성장하지 않고 있는 추세임

■ 디쉬 네트워크(Dish Network)

○ 디쉬 네트워크 소개

- 디쉬 네트워크는 콜로라도주 덴버에 소재한 미국에서 두 번째로 큰 위성 TV 사업자임
- 서비스는 모든 면에서 디렉 TV와 비슷하나, 작년에 영화 DVD 체인 사업자인 블록버스터를 인수한 후 가입자들에게 블록버스터 영화, 게임 DVD 우편 렌탈 서비스를 3개월씩 무료로 제공하는 등 적극적으로 프로모션을 시작했음
- 그리고 ‘Tailgater Portable Antenna’ 를 개발하여, 가입자들이 공원이나 밖에서 축구 경기나 TV 시청을 가능하게 만들었음
- 또한, 속도가 매우 빠른 위성 인터넷 서비스도 제공하고 있음
- 현재, 디쉬 네트워크에는 디렉 TV보다 더 많은 260개의 외국채널을 제공하고 있음
- 디렉 TV가 외국채널 마케팅 직원 수를 줄여서 지금은 몇 명밖에 되지 않는 반면, 디쉬 네트워크는 외국채널 마케팅 팀 직원도 25명이나 투입하여, 외국채널에 집중하여 홍보하고 있음
- 디렉 TV는 주로 NFL 같은 스포츠 채널에 주력하여 가입자들 확보에 성공한 반면, 디쉬 네트워크는 외국채널에 집중하여 성공하고자 최근에는 더욱 적극적으로 홍보하기 시작했으며, 디렉 TV에서 디쉬 네트워크로 옮기는 채널들도 생기기 시작했음
- 최근에 디쉬 네트워크는 300만 명 이상의 가입자를 가지고 있는 주요 커넥티드 TV 사업자인 로쿠와 계약하여 모든 외국채널들을 로쿠에

서비스하는 것으로 계약했음

- 즉, 로쿠와 계약하는 것은 곧 디쉬 네트워크와 계약하게 되는 셈임
- 이로 인해서 로쿠에 진출하려고 했던 디렉 TV 독점계약에 묶여있던 여러 외국채널들이 로쿠에 진출을 못하는 일이 벌어지게 됨

○ 다양한 패키지 종류

패키지 종류	<i>Premium</i>	<i>Blockbuster Home</i>	<i>Sports</i>	<i>Specialty</i>	<i>Latino</i>
가입료	\$16~\$44	\$10 for DVD Rental Dish 패키지 가입 요구	\$5 ~ \$142	\$5 ~ \$16	\$5 ~ \$15
채널수	4	20	50+	5	10+

<패키지 종류>

- 외국채널 패키지는 스페니쉬, 브라질어, 한국어, 만다린어(중국어), 광둥어(중국어), 러시아어, 필리핀어 등을 제공하고 있음
- 또한, 여러 개의 한국채널들도 서비스하고 있음

채널 이름	채널 번호
ARIRANG TELEVISION (ARANG)	9981
BTN (BTN)	9982
GOLF CHANNEL (GOLF)	401
JSTV (JSTV)	9983
KBS WORLD (KBS)	9980
ONE WORLD SPORTS (ONE)	9794
ONGAMENET (ONGME)	9984
WOW-TV (WOWTV)	9985

<한국채널 패키지>

■ 타임워너(Time Warner)

○ 타임워너 소개

- 타임워너는 전 세계에서 가장 큰 미디어와 엔터테인먼트 회사이며, 수익 면에서는 디즈니 다음으로 두 번째 큰 회사임
- 타임워너 케이블은 타임워너가 2009년도까지 소유하고 있다가 그 후 대주주가 없는 독립기업이 되었음
- 타임워너는 시청자들이 시청하는 채널들만 신호를 보내주는 기술인 ‘Switched Digital Video’ 를 최근 도입하여, 채널 대역폭을 더 확장하게 되었음
- 이 기술을 도입하면서 타임워너는 더 많은 HD 채널들을 수용할 수 있게 되었고, 대역폭을 더 효과적으로 사용할 수 있게 되었음
- 컴캐스트도 수 년 전에 같은 기술 도입을 위해 노력하다 많은 비용이 들어가게 되므로 포기한 적이 있었음
- 타임워너는 올해 2분기에만 가입자 17만 명을 잃었으며, 작년 2분기에 13만 명 잃은 것 보다 더욱 악화됨
- 하지만, 프로그램 가입비 인상으로 인해 실제 수익은 3% 증가한 것으로 나타남
- 타임워너 뉴욕은 특히 뉴욕 지역에서 적극적으로 마케팅 하고 있는 버라이즌 때문에 더욱 가입자들을 잃고 있음

○ 가입자수 및 패키지 종류

- 기본 서비스 가입자 1,300만 명, 디지털 가입자 880만 명, 인터넷 서비스 가입자 900만 명, 전화 서비스 가입자수는 410만 명임
- 타임워너는 캘리포니아, 뉴욕, 하와이 등 28개 주에서 서비스되고 있음

패키지 종류	<i>Digital</i>	<i>Standard</i>
가입료	\$40	\$30
채널수	200 + Channels	70 + HD Channels

<패키지 종류>

패키지 종류	<i>Value</i>	<i>MBC Package</i>	<i>SBS Package</i>
가입료	\$24.99	\$14.99	\$14.99
채널	MBC, KBS, SBS,	MBC, MBCD,	SBS, KBS,

	TVK1, TVK2, CGN	KBS, TVK1, TVK2, CGN	TVK1, TVK2, CGN
--	--------------------	-------------------------	--------------------

<한국채널 패키지>

■ Verizon FiOS TV(버라이즌 FiOS TV)

○ 버라이즌 FiOS TV 소개

- 버라이즌 FiOS는 버라이즌 커뮤니케이션스의 통신 상품으로 인터넷, 텔레비전(케이블/IPTV), 블라인드 인터넷 액세스 시스템을 제공함
- 버라이즌 FiOS는 서비스를 처음 시작했을 때 미전역에 FiOS 망을 깔 것이라고 공포했지만, 현재 더 이상 지역을 확장하지 않고 14개 주에만 서비스되고 있음
- 대신 버라이즌은 디렉 TV와 협력하여 버라이즌 FiOS가 제공되지 않는 지역에서 디렉 TV 서비스를 판매하고 있음

○ 가입자수 및 패키지 종류

패키지 종류	<i>Prime HD</i>	<i>Extreme HD</i>	<i>Ultimate HD</i>
가입료	\$64.99	\$74.99	\$89.99
채널수	210 + 55 HD	290 + 75 HD	385+110 HD

<패키지 종류>

- 기본 서비스 가입자 440만 명, 인터넷 서비스 가입자 910만 명, 무선통신 서비스 가입자 8,770만 명, 전화 서비스 가입자 수는 3,430만 명임
- 뉴욕, 뉴저지, 워싱턴 DC, 필라델피아, 시애틀, 로스앤젤레스 등 14개 주에서 서비스되고 있음

■ AT & T U-verse

○ AT & T U-verse 소개

- AT&T는 자신들의 U-verse만이 IPTV라고 주장하며, 2006년도에

런칭해서 거의 1년 만에 100만 명의 가입자를 확보하여 세계에서 가장 빨리 IPTV 망을 많이 확장한 회사임

○ 가입자수 및 패키지 종류

- 기본 서비스 가입자 410만 명, 인터넷 서비스 가입자 650만 명, 전화 서비스 가입자수는 260만 명임
- 로스앤젤레스, 샌프란시스코, 샌디에고, 달라스, 캔사스 등 22개 주에서 서비스되고 있음

패키지 종류	<i>U-Basic</i>	<i>U-Family</i>	<i>U-200</i>	<i>U-300</i>	<i>U-450</i>
가입료	\$19	\$57	\$72	\$87	\$119
채널수	로컬 채널	130	270	360	430

<패키지 종류>

4. 정리 및 시사점

■ 콘텐츠 플랫폼의 현재 및 미래

- 넷플릭스가 이제는 2,400만 명 가입자를 확보함으로써 미국의 최대 MSO 컴캐스트와 비슷한 가입자 수를 가지게 되었음
- 2011년도 1분기에는 2010년도 3,200만 달러 수익보다 거의 2배인 6,000만 달러를 벌어들였음
- 이는 모두 넷플릭스의 순이익으로 총 매출수익은 7억 1,900만 달러이며, 매 분기마다 가입자 수가 300만 명이 증가하는 반면에 컴캐스트는 감소하고 있음
- 따라서, 프로그래머 판매 업체들은 넷플릭스가 벌어들이는 것에 비해서 콘텐츠료를 충분히 받지 못하는 실정이며, 이들의 큰 수익은 대부분 플랫폼업자들에게서 발생됨
- 넷플릭스에 콘텐츠 제공으로 인해 플랫폼 가입자들의 대거 탈퇴가 발생하고 있으며, 이를 우려해 넷플릭스에 콘텐츠 제공하는 것을

- 제한하는 경향이 나타나고 있음
- 이미, 스타즈(Starz)와 쇼타임(Showtime)은 프로그램 제공수를 줄이기 시작했음
 - 하지만, 반면에 넷플릭스는 <매드맨> 등 유명 프로그램들을 HBO 같은 케이블 채널들이 방송하기 전에 넷플릭스에서 서비스할 수 있는 권리들을 박탈하기 시작했음
 - 컴캐스트는 HGTV와 푸드 네트워크를 가지고 있는 Scripps Network와 수년간의 ‘TV Everywhere’ 계약을 체결했음
 - 이 계약은 가입자들이 TV를 통해서 뿐만 아니라, 온라인과 모바일을 통해서도 프로그램을 시청할 수 있는 형태의 서비스를 말함
 - 이러한 서비스는 컴캐스트 뿐만 아니라 타임워너에서도 시작했으며, 새롭게 계약하는 프로그래머들에게 이러한 권리를 요구하기 시작했음
 - 이로 인해, 복잡한 계약싸움이 일어나고 있으며, 디렉 TV 역시 이전에는 전혀 요구하지 않았던 무료 VOD 권리까지 요구하는 등 예외는 아님
 - 바이아컴 같은 회사는 타임워너가 허락도 받지 않고 영화를 아이패드에 제공한 것으로 인해 타임워너를 소송하였으며, 2011년도에 결국 협의를 봤지만, 타임워너 웹사이트, 즉, 컴퓨터에서만 시청이 가능한 것으로 계약을 체결하였음
 - 현재 케이블이 가입자를 가장 많이 잃고 있으며, 가입자들은 무료 TV 채널, 인터넷, 모바일, 태블릿을 이용하거나 아니며 위성이나 텔코로 이탈하고 있음
 - 모바일과 태블릿으로 옮겨가고 있는 시청자들을 잡기 위해서 이러한 권리를 확보하는 치열한 전쟁이 일어나고 있으나, 콘텐츠 소유사들은 이러한 권리를 세분화하고 쉽게는 허락하지 않고 있는 추세임
 - 결국 미국도 더 이상 케이블/위성/텔코만의 경쟁도 아니며, OTT와의 싸움도 시작이 되었으며, 디쉬 네트워크가 로쿠와 계약을

- 한 것을 보면 커넥티드 TV의 중요성이 더욱 증명이 된 것임
- 심지어, 디쉬 네트워크의 한 관계자는 이제 커넥티드 TV가 미래라고 말하고 있음