

IPTV 광고 시장의 현황과 2016년 전망

글 | 박영진 SK브로드밴드 미디어컨버전스팀 매니저

2015년 10월 SK브로드밴드와 CJ헬로비전의 인수합병

지난 10월 30일 금요일, 늦은 저녁. 언론에서는 SK브로드밴드의 CJ헬로비전 인수합병 소식을 긴급 특보로 쏟아내기 시작했다. 인터넷 정보통신 및 미디어 관련 기사는 요동치기 시작했고, 이와 함께 필자의 전화기도 사실을 확인하고자 하는 지인들의 전화에 불이 나도록 계속 울려대는 상황이 발생했다.

당시, 필자는 사실 확인을 하고자 하는 지인들의 질문 전화에 대해 “본인도 신문기사를 통해 사실을 알았습니다. 관련 사실은 기사 내용 외에 아는 것이 없습니다”라는 자동응답기 같은 답변만 본의 아니게 계속할 수밖에 없는 상황이었다.

사실, 당시 필자는 언론에서 기사를 다루기 몇 시간 전에 이와 같은 사실을 우연히 알게 되었다. 처음 이 소식을 접했을 때 필자 역시 내 눈과 귀를 의심했었고, 이게 잘못된 내용이 아닌가 하는 생각을 했을 정도였다. 이미 아는 사람들은 다 알 정도로 SK가 CJ헬로비전이 아닌 다른 케이블TV업체의 인수합병을 준비한다는 소식이 널리 퍼져 있었고, 수많은 언론들이 이 또 다른 케이블TV업체의 인수 여부에 대해 관심 기사를 계속 보도하던 중이었기 때문이었다.

CJ헬로비전 인수합병 여부는 공식화되었고, 이제는 인수합병 이후 정보통신과 미디어업계에 대한 파장과 변화에 대해 관련 업종 종사자들의 관심이 집중되어 있는 상황이다. CJ헬로비전과 SK브로드밴드 간의 인수합병은 분명히 2016년 IPTV 광고 시장에도 상당한 변화를 일으킬 수 있는 매우 중요한 요인이기 때문이다.

국내 최초의 방송과 통신 융합 사례라고 하는 CJ헬로비전과 SK브로드밴드 간 인수합병이 2016년 광고산업과 앞으로의 광고산업 발전에 기여할 수 있는 긍정적인 영향요소가 되기를 기원하는 바이다.



2015 IPTV 광고 시장 현황과 2016년 전망

1) IPTV 가입자의 증가세 지속

2015년 IPTV(KT olleh TV, SK B tv, LG U+ tv) 전체 가입자는 약 1,230만 명 수준으로 증가하였다. 이는 2014년 하반기 1,000만 가입자를 돌파한 후 약 23% 이상 증가한 것으로, 이 추세를 간다면 2016년에는 IPTV 전체 가입자가 1,500만 명을 돌파하는 것은 어렵지 않다고 본다.

게다가, 최근 변수로 다가온 CJ헬로비전의 인수합병으로 CJ헬로비전 가입자 가운데 디지털 방송 가입자 약 250여만 가구가 IPTV 가입자로 변환 가입될 수 있다는 가정을 추가로 한다면 IPTV는 1,800만 가구에 육박하는 가입자를 보유하는 커버리지를 가지게 된다.

2) IPTV 광고비 시장의 급격한 성장세 유지

2015년 IPTV 광고비는 전년 대비 약 32% 이상 성장하여 약 840억 원 규모의 시장으로 성장한 것으로 추산된다. IPTV 광고비는 2014년 약 645억 원 수준의 시장이었으나, 2015년 약 200억 원 이상 성장했다. 현재 광고 시장에서 VOD 광고에 대한 관심이 계속적으로 유지되고 있는 추세를 따른다면 2016년에는 약 1,000억 원대 이상의 광고 시장으로 성장할 것으로 추정된다.

이처럼 IPTV 광고 시장의 성장세가 계속 유지되고 있는 것은 VOD 광고서비스의 성장에 기인한 바가 크다. 현재 광고 시장에서 VOD 광고를 중심으로 판매하고 있는 IPTV 3사(KT olleh TV, SK B tv, LG U+ tv)와 케이블TV VOD(구. 홈초이스), 그리고 지상파 방송사가 중심이 되어 설립한 SMR(스마트 미디어랩-Smart Media Rep.) 등이 모두 2015년 큰 성장을 한 것으로 추정되고 있고, 이 성장은 2015년 디지털 동영상 시장의 확대에서 비롯된 VOD(Video on Demand)에 대한 인식 증대와 함께 VOD를 광고 마케팅 톨로 활용하는 방법의 다양성 증가, 각 방송과 디지털미디어의 특성에 맞는 신상품 개발과 새로운 광고 방법에 대한 테스트 가능성이 증가한 것에 기인한다고 볼 수 있다.

이에 따라, VOD 광고를 기준으로 할 경우 2015년 VOD 광고비는 약 1,500억 원 수준의 시장으로 추정된다.

2016년은 큰 변화의 해

2016년은 IPTV에도 역시 큰 변화의 해가 될 전망이다. 2015년 초 지상파 방송사가 중심이 되어 설립한 SMR(스마트 미디어랩-Smart Media Rep.)의 등장이 미디어계의 큰 화두가 된 것처럼, 2016년은 SK브로드밴드와 CJ헬로비전의 새로운 시작이 제일 큰 관심사가 되고 있다. SK브로드밴드와 CJ헬로비전의 통합은 IPTV를 넘어 케이블TV와 다른 모든 미디어에 영향을 줄 소지가 많기에 향후 방향이 어떻게 진행될지 지켜보고 예측해보며 상상하는 일은 미디어 업계 종사자로서 재미있는 유희가 되지 않을까 하는 생각이 든다.

또한, 계속 새롭게 발전하고 있는 모바일 지향의 IPTV 역시 새롭게 시작하고 변화하는 IPTV 미디어의 양념과 같은 중요한 역할을 할 것으로 기대된다. ●



박영진 SK브로드밴드 미디어컨버전시스템 매니저

- SK브로드밴드 B tv 광고사업 담당
- (사)디지털방송광고포럼 총무이사
- 前 (사)광고총연합회 광고산업발전위원회 위원

PROFILE