

지난해 지상파 4년만에 흑자전환하고, IPTV 두자릿수 성장했다



방송통신위원회가 발표한 ‘2020년도 방송사업자 재산상황’ 보고서에 따르면, 지상파 3사가 지난해 영업이익 흑자 전환에 성공했고, IPTV가 두자릿수 매출 성장세를 보이며 주요 방송사업자 중 유일하게 점유율이 확대된 것으로 나타났다.

전체 방송사업 매출은 2019년 대비 1.9% 증가한 18조 106억원으로 집계됐다. IPTV는 11.1% 증가한 4조 2,836억원, 지상파는 1.4% 증가한 3조 5,665억원, 프로그램제공자(PP)는 0.2% 감소한 7조 725억원, 종합유선방송채널사업자(SO)는 4.4% 감소한 1조 9,328억원으로 조사됐다. 다만 지난해 대비 방송사업매출 점유율은 IPTV(21.8%→23.8%)를 제외한, 지상파(19.9%→19.8%), SO(11.4%→10.7%), 일반

PP(13.7%→13.7%) 등 모두 감소하거나 크게 변화가 없었다.

한편 방송사업자의 영업이익은 2019년 대비 4,578억원(17.6%) 증가한 3조 599억원이다. IPTV는 3,344억원 증가한 1조 8,924억원, 지상파는 2,217억원 증가한 77억원, PP는 1,015억원 증가한 9,228억원, SO는 453억원 감소한 1,947억원으로 나타났다. 지상파의 경우 적자가 지속되던 2017년 이후 4년만에 영업이익이 흑자로 돌아섰다.

모든 매체에서 광고 매출 하락

주요 수익원의 변화를 살펴보면 '19년 대비 광고매출 비중이 감소하고, 홈쇼핑송출수수료매출 및 방송수

표 1 | 매체별 방송사업매출 점유율 변동 추이('11년~'20년)

(단위 : %)

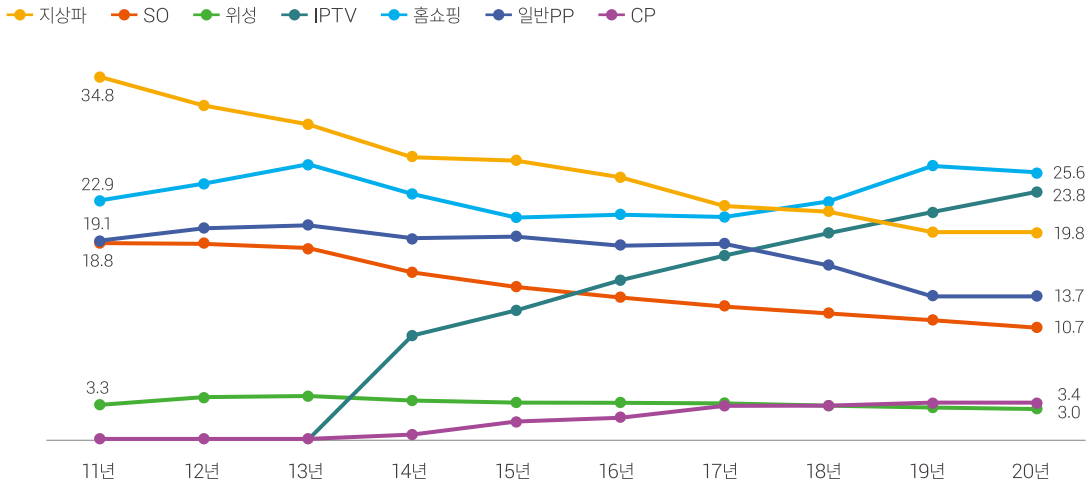
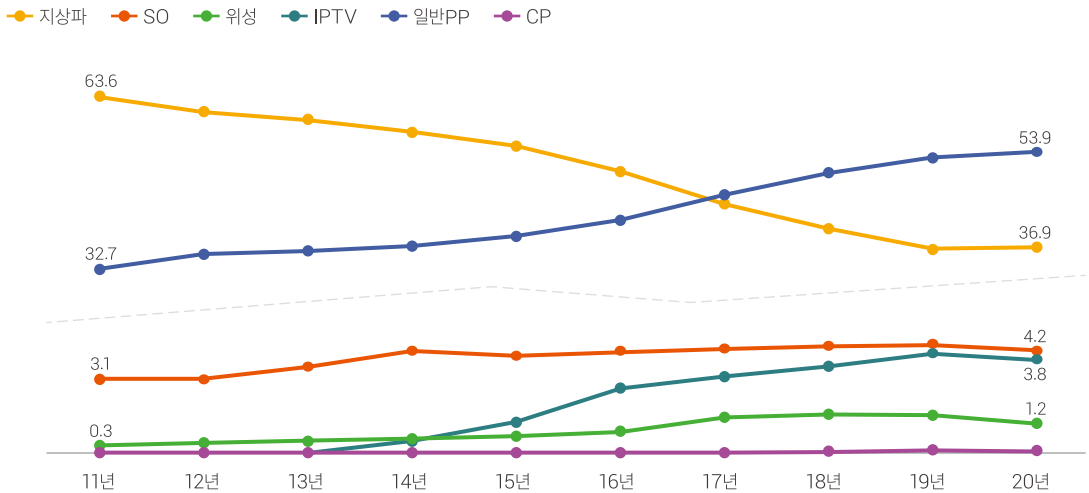


표 2 | 매체별 광고시장 점유율 변화 추이('11년~'20년)

(단위 : %)



신료 등이 차지하는 비중은 증가한 것으로 나타났다. 매체별로 주요 변동내역을 살펴보면 지상파의 경우 광고매출이 986억원 감소한 반면, 프로그램판매, 재송신, 수신료, 협찬 부문에서 매출액이 증가한 것으

로 나타났다. IPTV는 홈쇼핑송출수수료와 수신료, 단말장치대여 매출이 각 22.3%, 6.9%, 25.1% 늘어나며 성장을 견인했지만, 타 매체와 마찬가지로 광고 매출은 감소했다.

표 3 | 전체 방송통신 광고매출 현황

(단위 : 억원)

구분	16년	17년	18년	19년	20년	'16~'20 CAGR	
방송(재산상황)	32,225	31,663	32,275	30,009	27,172	▼4.2%	
인쇄	신문	18,670	18,585	19,031	19,397	18,431	▼0.3%
	잡지	4,524	4,517	4,448	4,333	4,117	▼2.3%
	소계	23,193	23,103	23,480	23,730	22,549	▼0.7%
인터넷	21,731	19,092	20,554	18,716	17,488	▼5.3%	
모바일	19,816	28,659	36,618	46,503	55,244	▲29.2%	
기타	15,535	17,180	17,589	17,610	14,644	▼1.5%	

SO는 상황이 가장 좋지 않았다. 수신료, 협찬, 홈쇼핑송출수수료 등 전반적으로 매출이 감소한 가운데, 특히 광고매출이 15.5% 줄어든 것으로 조사됐다. PP는 광고매출은 7.9% 감소했지만, 홈쇼핑방송사업, 협찬, 프로그램제공매출 모두 지난해 대비 증가한 것으로 집계됐다.

'20년도 광고매출은 '19년 대비 2,837억원 감소한 2조 7,172억원으로 나타났다. PP 1조 4,633억원, 지상파 1조 13억원, SO 1,145억원, IPTV 1,029억원 등으로 구성됐으며 전매체가 전년 대비 광고매출이 하락했다. 전체 광고시장에서 지상파의 비중은 감소('11년 63.6%→'20년 36.9%)하고, PP의 비중은 증가('11년 32.7%→'20년 53.9%) 추세로, 중편 성장세를 등에 업은 PP의 광고시장 내 점유율이 증가하고 있었다. 한편 광고시장에서 모바일 광고의 '16~'20년 연평균 증가율은 29.2%로 빠르게 증가하는 반면 방송광고 시장의 연평균 증가율은 4.2%로 감소하고 있는 것으로 나타났다.

2020년, 지상파 중편 통틀어 TV조선 최고 영업이익 달성


지난해 지상파 방송사업매출액은 KBS가 1조 3,522

억원(전년대비+0.5%), MBC 6,979억원(+8.3%), SBS 7,055억원(-0.3%) 로 나타났다.

세부적으로는 KBS는 광고(229억원↓)가 줄었지만 재송신 매출(39억원↑), 프로그램 판매(139억원↑), 수신료(85억원↑)가 늘었다.

MBC 또한 광고(65억원↓)가 줄었지만 재송신 매출(139억원↑), 협찬(123억원↑), 프로그램 판매(290억원↑)가 늘었다. SBS도 광고(369억원↓)가 줄었지만 재송신 매출(56억원↑), 협찬(103억원↑), 프로그램 판매(190억원↑)가 증가했다. 지상파방송사의 재송신 매출은 2016년 2,298억원에서 2020년 3,999억원으로 연평균 14.8% 증가한 것으로 나타났다.

종합편성채널의 총 방송사업매출액은 '19년 대비 850억원 증가한 9,078억원으로 집계됐다. JTBC는 6.6% 감소한 3,042억원, TV조선은 무려 40.3% 증가한 2,618억원, MBN은 1,730억원(10.6%↓), 채널A는 1,689억원(9.6%↓)이었다.

영업손익은 JTBC -195억원, 채널A -156억원, MBN -8억원으로 모두 마이너스 성장한 반면, TV조선 홀로 589억원이라는 역대 최고 영업이익을 달성한 것으로 조사됐다. 

김다혜 dahye@kaa.or.kr