

2020 KCA Media Issue & Trend

01 .1

트렌드리포트

BBC의 OTT 전략과 시사점 - iPlayer와 BritBox를 중심으로

1. 들어가며

2. BBC의 OTT 전략

- 2.1. iPlayer
- 2.2. BritBox

3. 시사점

- 3.1. 젊은 세대 시청자 소구 전략 필요한 iPlayer
- 3.2. 니치 마켓 정조준 강조되는 BritBox

4. 마치며

BBC의 OTT 전략과 시사점

- iPlayer와 BritBox를 중심으로

요약문

영국 공영방송사 BBC는 2019년을 기점으로 OTT 전략 개선에 열을 올리고 있다. 그리고 그 중심축에는 BBC 산하 방송 채널에서 제공되는 콘텐츠를 온라인 스트리밍으로 제공하는 iPlayer가 있다. 이와 더불어 민영방송사인 ITV와 공조를 통해 운영하고 있는 BritBox 역시 BBC의 체질 개선 행보를 보여주는 또 다른 사례다. 그러나 업계에서는 BBC의 이러한 체질 개선 행보를 다소 우려 섞인 채 바라보는 시선도 일부 존재한다.

1. 들어가며

지난 몇 년간 Netflix, Amazon을 비롯한 다수의 OTT 서비스는 빠른 성장을 이뤄냈다. 그리고 OTT 사업자들은 지상파, 위성, 케이블 등 기존 방송 사업자들의 영역을 잠식하고 있다.

각국 공영방송사들의 벤치마킹 대상인 BBC 역시 OTT 진영의 약진을 막아 세울 수는 없었던 모양이다. 지난 몇 년간 BBC 소유의 방송 채널 도달률¹⁾이 하락세를 보이고 있다. 이러한 추세는 특히 젊은 층에서 더욱 두드러진다. 영국 방송통신규제기관인 Ofcom은 2019년 10월 발표한 BBC 평가 보고서에서 “젊은 이용자 감소문제를 해결할 수 없다면 BBC는 한 세대의 시청자를 잃게 될 것이며 BBC의 능력과 영향력은 위협에 처할 것”이라고 평가기도 했다.

1) BBC는 도달범위에 대하여 “4세 이상 영국 국민 중 일주일동안 특정 채널에 대해 15분 이상 연속적으로 시청한 인구 비중”으로 정의한다

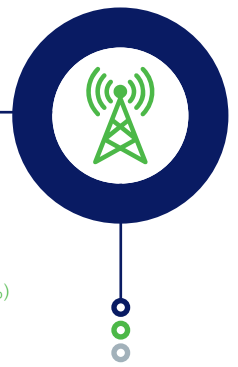
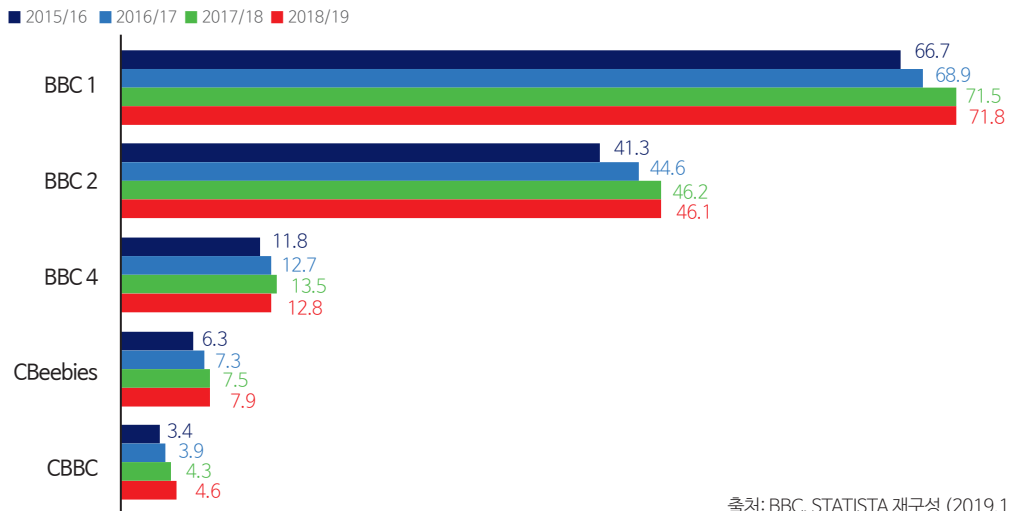


그림 1 BBC의 TV 방송사별 도달률

(단위: %)



출처: BBC, STATISTA 재구성 (2019.10)

물론 BBC도 이러한 위기상황을 인식하고 있다. 지난 몇 년간 OTT 시대를 맞아해 BBC 역시 “스트리밍” 중심으로 변화를 꾀하고 있다. 이에 본고에서는 BBC의 체질 개선 노력을 사례별로 살펴보고, 이러한 노력이 향후 영국의 OTT 지형 속에서 어떠한 위치를 점할 수 있을지 논의해 보고자 한다.

2. BBC의 OTT 전략

2.1. iPlayer

iPlayer는 사실 Netflix 등 OTT 진영의 위협이 있기 전부터 운영되어온 서비스다. BBC는 2003년에 처음으로 iPlayer의 개발 계획을 발표하고, 4년여의 준비 끝에 정부 당국의 허가를 얻어 2007년에 동 서비스의 베타 버전을 출시했다.

iPlayer는 영국에서만 서비스되고 있으며, 사용자는 서비스 접속 시점을 기준으로 1주일 이전에 BBC의 TV 또는 라디오 채널에서 방송된 콘텐츠를 무료로 스트리밍 또는 다운로드할 수 있었다.

인터넷과 연결된 환경에서라면 언제든지 온디맨드(On-demand) 서비스를 이용할 수 있었고, 무료 이용에 따른 광고도 없었기 때문에 큰 호응을 받았다.

하지만 Netflix, Amazon 등 미국발(發) SVOD 서비스의 영국 시장 진출이 본격화되면서 iPlayer에 대한 인기도 감소세에 접어들고 있다. 유럽의 마케팅 기술업체 Audience Project가 2019년 11월에 발표한 연례 설문조사 결과에 따르면, 영국인들에게 지난 일주일간 사용한 동영상 서비스에 대해 물었을 때 iPlayer를 이용했다는 비중은 소폭이지만 계속 감소하고 있었다. 이와 반대로, Netflix와 Amazon을 이용하는 비중은 상승세를 보였다.

상황이 이렇게 되자, BBC는 최근 iPlayer에 대한 경쟁력을 강화하겠다는 의지를 적극 표명하고 있다. 특히 2019년 6월 BBC는 그동안 30일로 제한했던 iPlayer 내 콘텐츠의 노출 기간을 1년으로 연장하는 방안과, 종영된 TV 시리즈는 첫 회부터 마지막 회까지 동시 공개하는 방안 등의 개선책을 내놓았다. 그리고 2019년 8월 이를 영국 규제 당국인 Ofcom이 수용하면서 실제로 iPlayer에 대한 대대적인 개선 작업이 이뤄질 길이 열렸다. 당시 Ofcom은 “공공의 방송콘텐츠 선택 및 이용 가능성을 높이고 시청 행태 변화에 대응하는 것이 필요하다”며 BBC의 iPlayer 개선 필요성에 대해 뜻을 같이한다는 견해를 내놓았다.

이후 BBC는 iPlayer에 대한 대대적인 변화를 계획하고 있다. 특히 지난 2019년 9월, BBC의 Tony Hall 사무총장은 iPlayer를 ‘totalTV’의 개념으로 바꿔놓을 것이라 언급한 바 있다. 여기서 말하는 totalTV란, BBC 산하 모든 채널의 콘텐츠를 iPlayer에서 제공한다는 뜻이다. 그리고 “인간적인 플랫폼”으로서 Netflix나 Amazon 등 OTT 서비스와 차별점을 두겠다는 방침이다. 여기서 말하는 “인간적인”의 의미는 iPlayer의 콘텐츠 큐레이션을 AI가 아닌 사람이 직접수행하겠다는 의미다.

업계 일각에서는 인간적인 플랫폼으로서 iPlayer가 콘텐츠의 다양성을 보장하여 Netflix와의 차별점을 얻을 것이라 예측하기도 한다. 쉽게 말해, Netflix와 같이 시청자 데이터 기반의 알고리즘 방식으로 콘텐츠를 큐레이션을 하는 경우, 시청자는 범죄나 스릴러 같은 화제성 높은 장르를 편식하기 쉬운 환경에 놓인다. 반면, iPlayer와 같이 사람이 선별하는 큐레이션 방식은 시청자들에게 다양한 종류의 콘텐츠를 제안할 수 있다는 분석이다.

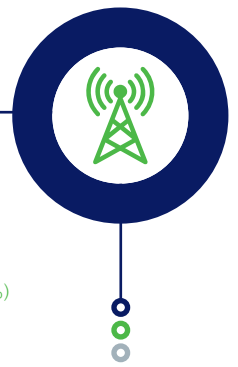
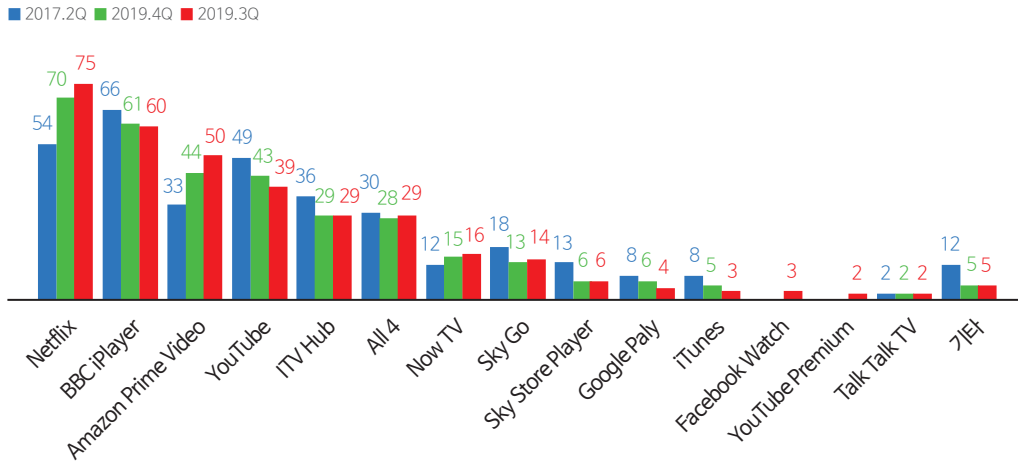


그림 2 영국의 동영상 서비스별 사용률

(단위: %)



출처: AudienceProject(2019.11)

2.2. BritBox

영국 민영방송사인 ITV와 조인트벤처로 운영하는 BritBox는 2017년 미국 거주자를 대상으로 한 SVOD 형태로 처음 출시되었다. BBC와 ITV의 콘텐츠를 미국에 거주하는 영국 콘텐츠 팬들에게 유통하는 창구로서 기능해온 것이다.

2019년부터는 영국에서도 서비스를 운영하기 시작했다. BritBox의 영국 출시는 상당한 의미가 있는데, 그 이유는 BBC와 ITV가 과거에도 한 차례 협력을 통한 VOD 플랫폼을 구축하려 했다가 정부 당국의 반대로 무산된 적이 있기 때문이다. 2008년 BBC와 ITV 그리고 Channel 4까지 연대해 준비한 신규 VOD 서비스 ‘Kangaroo Project’는 거대 방송사간의 연합이 당시 초창기에 불과했던 인터넷 VOD 시장에 불공정경쟁을 초래할 수 있다는 이유로 영국 공정경쟁위원회의 승인을 받지 못했다. 하지만 10여 년이라는 세월이 지난 시점에서 규제당국은 입장을 완전 바꿔, BritBox의 영국 출시를 독려하는 모습까지 보였다²⁾. 업계 일각에선 그만큼 현재 영국 정부가 Netflix나 Amazon 이 자국의 방송 미디어 시장에서 영향력을 키워나가는 현상을 우려하고 있기 때문이다.

2) 일례로, Ofcom은 BBC와 ITV가 영국에 BritBox를 출시하겠다고 제안하자 환영한다는 입장을 내놓았다.

2020년 현재 BritBox는 가장 방대한 양의 영국 콘텐츠를 이용할 수 있는 OTT 서비스라는 점을 내세우고 있다. BritBox는 BBC와 ITV는 물론이고, Channel 4, Channel 5 등 영국 내 다른 민간방송사업자들도 BritBox의 콘텐츠 프로바이더로 참여하고 있다. 여기에 더해 기존 서비스를 제공하던 미국, 캐나다, 영국에 이어 2020년 3월부터 호주에서도 서비스를 시작했다. 업계에서는 BritBox가 앞으로 영어권 국가를 중심으로 해외 시장 진출을 가속할 것으로 보고 있다.

하지만 BBC 입장에선 BritBox보다는 iPlayer에 더 많은 투자를 할 전망이다. BritBox의 지분 구조는 BBC가 10%, ITV가 90%로 형성되어 있다. 따라서 BritBox의 운영 대부분은 ITV 측이 추진하고 있다고 봐도 무방할 것이다. BritBox에서 제공되는 BBC 콘텐츠도 방영 시점이 상당히 지난 작품들이 주를 이룬다. 업계에서는 BBC에게 있어 BritBox는 추가적인 수익 창출을 위한 실험 정도의 의미를 지니고 있다고 본다.

3. 시사점

3.1. 젊은 세대 시청자 소구 전략 필요한 iPlayer

앞선 내용을 종합하면, 결국 OTT 시대를 맞이한 BBC의 전략은 iPlayer를 중심축으로 하고 있다. 이러한 가운데, 일각에서는 앞으로 BBC가 젊은 세대 시청자들을 위해 큰 노력을 기울여야 할 것이라 보고 있다. 일례로, 시장조사업체 Ampere Analysis는 2019년 1분기 기준 iPlayer의 시청층 내 34세 미만의 인구는 35% 비중을 차지했다고 설명했다. 반면, Netflix는 48%, Amazon은 44%의 비중을 차지한다.

무엇보다 젊은 세대 시청자들은 전체 미디어 소비에서 OTT 사용 비중이 높다. 그런데도 iPlayer 시청층 중 34세 미만 시청자의 비중이 타 OTT 서비스 대비 낮다는 점은 BBC 입장에서 상당히 매우 심각하게 받아들여야 할 대목이다.

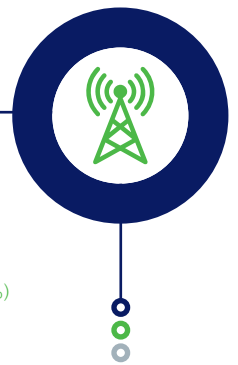
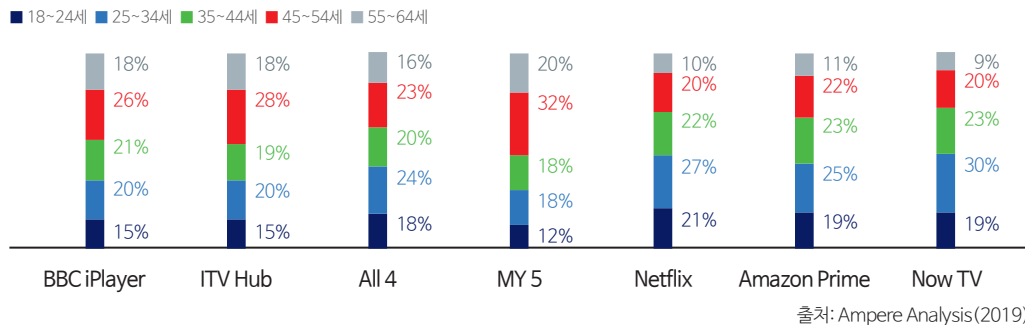


그림 3 영국 VOD 서비스의 연령대별 시청자 비중

(단위: %)



물론 이는 단순히 서비스만의 문제는 아니다. BBC의 영향력이 젊은 세대들 사이에서 계속 축소되고 있다. 젊은 세대 시청자들 사이에서 BBC의 방송 프로그램이 인기를 잃어가고 있음을 입증하는 자료는 이미 셀 수 없이 많다. 따라서 iPlayer, 더 나아가 BBC가 미래 전략을 꾸리는 데 있어 젊은 세대를 중심으로 해야 한다는 일각의 주장은 설득력을 얻는다.

하지만 BBC는 영국의 전 국민을 대상으로 수신료를 징수하여 운영되는 공영방송사다. 즉, 특정 연령대만을 위한 사업 전략을 전개하기 어렵다는 분석이다. BBC의 Tony Hall 사무총장은 iPlayer를 전 연령대가 두루 이용할 플랫폼으로서 진화시킬 방침임을 시사한 바 있다.

2020년 1월 Variety이 보도한 Tony Hall과의 인터뷰에서 그는 “자체적인 설문조사에서 젊은 세대 시청자들의 BBC에 대한 믿음이 여전히 강력하다”며, “문제는 그들에게 콘텐츠를 전달하는 방식이다”라고 언급했다. 이어 Tony Hall은 “iPlayer가 3~4년 내로 전 연령대에서 BBC를 사용하는 주된 방식이 될 것”이라고 덧붙이기도 했다.

그렇다고 해서 BBC가 외부에서 수행된 다수의 조사 결과에서 재차 나타나는 젊은 시청층의 이탈 현상을 완전히 모른 척하진 않을 것이다. BBC가 iPlayer의 전반적인 개선에 있어서 전 연령대를 중심으로 시청자의 이용 행태 변화를 반영하되, 젊은 시청자들을 다시 불러 모을 부수적인 방안에 대해 고심하고 있을 것이다. 과연 그 방안이 어떤 것인지는 아직 구체화되지 않았으므로, 당분간 많은 이들이 BBC의 행보를 눈여겨볼 것으로 예상된다.

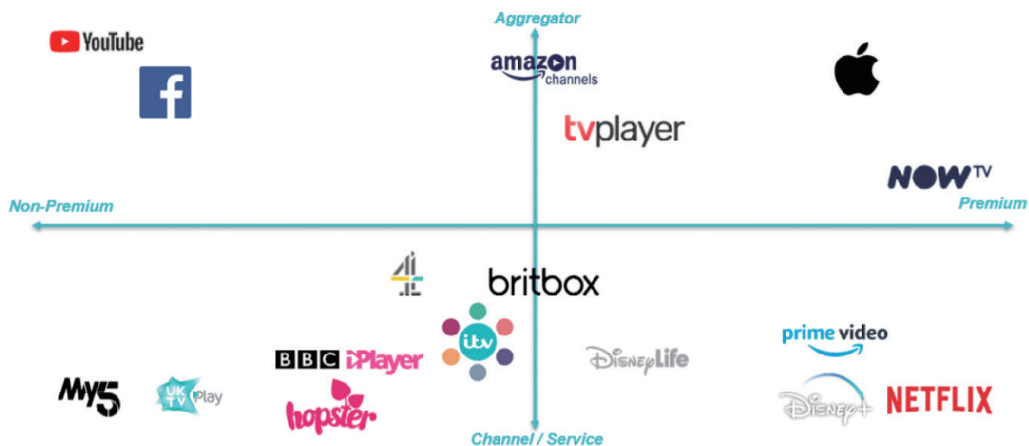
3.2. 니치 마켓 정조준 강조되는 BritBox

한편, 앞으로 영국 OTT 시장에는 미국 OTT 사업자들의 영향력이 더욱 확대될 전망이다. 이미 시장에 안착한 것으로 평가되는 Netflix, Amazon 등과 별도로 Disney+, Apple TV 등의 신규 OTT 서비스들이 최근 영국에 진출한 상황이다. 특히 Disney와 Apple이 가지고 있는 브랜드 파워를 고려하면, 영국 OTT 시장에서 Netflix와 Amazon 이상의 파급력을 발휘할 수 있다는 의견도 존재한다.

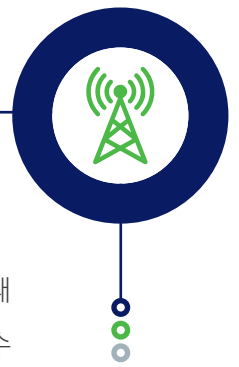
따라서 BBC를 비롯한 영국의 방송 미디어 사업자들은 앞으로 더욱 심각한 경쟁 환경에 놓일 가능성이 높다. 그 가운데에서도 특히 BritBox는 이러한 경쟁 심화의 직격탄을 맞을 전망이다. iPlayer의 경우, 무료로 제공되는 서비스이므로 Netflix, Amazon, Disney 등의 SVOD 서비스와 직접 경쟁은 피할 수 있다. 또한 iPlayer는 드라마, 영화 외에도 뉴스나 스포츠 중계와 같이 Netflix, Amazon, Disney 등이 제공하지 않는 콘텐츠를 아우르고 있다. 이를 통해서 영국 OTT 시장의 경쟁 심화를 어느 정도 우회할 수 있다고 분석한다.

하지만 BritBox는 상황이 다르다. BritBox는 유료로 서비스를 제공하고 있으며, 주 제공 콘텐츠의 유형은 영화나 드라마 시리즈로 Netflix, Amazon, Disney의 SVOD와 상당 부분 겹친다. 따라서 BritBox가 앞으로 시장에서 살아남기 위해서는 이 같은 미국 SVOD들과 견주어 확실한 차별점을 만들어야 한다는 분석이다.

그림 4 2019년 영국 OTT 시장 지형도



출처: Ampere Analysis (2019)



실제로 일각에서는 Netflix, Amazon이 영국에서 성공할 수 있었던 배경이 ‘미국’ 서비스였기 때문이라는 시각도 적지 않다. 쉽게 말해, 영국의 TV 방송으로는 이용할 수 없었던 콘텐츠들을 다수 제공한다는 점이 영국 시청자들로 하여금 더욱 쉽게 지갑을 열게 했다는 것이다.

게다가 앞서 설명했듯이 iPlayer가 그 동안 30일로 제한했던 콘텐츠 게시 기간을 1년으로 확장하는 등 영국인들이 무료로 영국 콘텐츠에 접근하는 것이 더욱 쉬워지고 있다. 이러한 상황에서 과연 BritBox가 내세우고 있는 차별점이 실효를 거둘 수 있을까라는 물음표가 남는 상황이다.

이에 따라 결국 BritBox는 앞으로 TV 방송으로는 제공하지 않는 ‘오리지널 콘텐츠’에 집중하게 될 것이라는 분석이 나오고 있다. 시장조사업체인 Enders Analysis의 Tom Harrington 수석연구원은 앞으로 BriBox가 “더 많은 돈을 투자하면, 더 많은 위험을 감수하게 될 것”이라고 설명했다. 이는 Netflix, Amazon 등 미국 SVOD 사업자들이 그 자본력에 있어 BBC나 ITV와 비교를 불허한다는 점을 강조한 것이다. 쉽게 말해 대규모 자본을 투입한 고품질 콘텐츠로는 BritBox가 시장에서 살아남을 수 없다는 것이다. 따라서 Tom Harrington은 Netflix나 Amazon이 충족시키지 못하는 니치한 콘텐츠 시장을 찾아야 한다고 조언했다.

4. 마치며

BBC는 세계 각국 공영방송사들에게 있어 언제나 벤치마킹의 대상이 되어왔다. 하지만 OTT 시대로 넘어오면서 BBC 역시 다른 방송사들과 마찬가지로 고전을 면치 못하고 있는 상황이다. 이러한 가운데, 산업의 변화에 맞춰 전략을 재편하는 BBC에 다시 한번 많은 이목이 쏠리는 상황이다.

그러나 현재로서 BBC의 전략에 대한 전망은 그리 밝지 않은 편이다. 영국 미디어 분야 전문 컨설팅업체 K7 Media의 Girts Licis 애널리스트는 BBC가 규제 당국의 관리하에 있는 방송국이라는 점에서 OTT 시대에서 불리한 측면이 있다고 지적했다. 쉽게 말해, BBC의 변화는 결국 규제 당국의 허가과 승인하에서 추진할 수 있는데 Netflix와 같은 민간기업에 비해 시장에 느리게 대응할 수밖에 없다.

이미 주사위는 던져졌다. BBC는 iPlayer의 대대적인 개편과 더불어 앞으로 이를 회사의 핵심 사업으로 꾸려나갈 것을 발표했다. BritBox 또한, ITV와의 공조 속에 내외수 시장의 공략을 가속하고 있다. 과연 BBC가 어떻게 난관을 타개해 나갈 것인가 앞으로 지속적인 관심이 필요한 상황이다.

REFERENCE

1. 'AudienceProject Insights 2020', AudienceProject, 2019. 11
2. 'BBC Revamping iPlayer, Says It Will Be the 'Heart of Everything We Do'', Variety, 2019.10.06
3. 'BritBox lands in Canada, sure to be a major disruptor in ever-shifting TV landscape', The Globe and Mail, 2018.02.18
4. 'Share of the population who use BBC TV services each week in the United Kingdom (UK) from 2015/16 to 2018/19', Statista, 2019.07
5. 'The Trouble With BritBox, Britain's New Weapon In The Streaming Wars', Deadline, 2019.11.15
6. 'The UK VoD market: Current status and future developments', Ampere Analysis, 2019.08.07
7. 'UK broadcasters BBC and ITV launch BritBox, their own OTT streaming - what does it mean for the TV streaming market?', Telemediaonline, 2019.07.19
8. 'What is BritBox? BBC and ITV's Netflix rival explained', Pocket-lint, 2020.03.13