

2019 KCA Media Issue & Trend

01 · 2

## 트렌드리포트

### 미국 실시간 인터넷 TV의 현황과 시사점

#### 1. 들어가며

#### 2. 미국 실시간 인터넷 TV의 시장의 현황

- 2.1. 미국 실시간 인터넷 TV 시장 개괄
- 2.2. 특정 영역의 전문 채널 서비스 제공
- 2.3. 전략적 제휴·인수합병

#### 3. 마치며

# 미국 실시간 인터넷 TV의 현황과 시사점

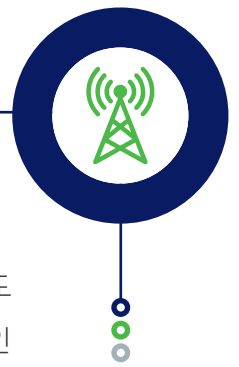
## 요약문

기존 유료 TV 서비스의 가입자 이탈 현상이 심화되는 가운데, 미국 실시간 인터넷 TV의 서비스는 지속적으로 가입자를 확보하며 성장세를 거듭하고 있다. 현재 미국 인터넷 TV 서비스 시장의 가장 두드러진 행보는 (1) 특정 주제에 특화된 콘텐츠를 제공하는 서비스의 확대와 (2) 거대 케이블 기업과 인터넷 TV 서비스 간 인수합병·전략적 제휴의 두 가지 특징으로 요약 가능하다.

## 1. 들어가며

지난 몇 년 동안 통신업계의 미디어 시장 진출이 가속화되면서 통신사가 주관하는 서비스인 실시간 인터넷 TV(이하 인터넷 TV) 또한 시장의 주요 이슈로 급부상했다. 인터넷 TV는 초고속 인터넷망을 통해 제공되는 멀티미디어 서비스로, TV 방송, VOD 등의 콘텐츠를 실시간으로 감상할 수 있으며 인터넷 서핑이나 영상 전화 등의 부가서비스 또한 이용 가능하다는 특징을 지닌다.

성장세를 거듭 중인 미국 인터넷 TV 시장의 최근 특징은 두 가지로 요약 가능하다. 첫 번째 특징은 니치(niche) 서비스의 제공이다. 스포츠, 요리 등에 특화된 프로그램을 제공하는 인터넷 TV가 활성화되고 있다. 일례로 2015년에 출범한 인터넷 TV Fubo TV는 NBC, Fox 등 방송사와 파트너십을 맺고 다양한 스포츠 경기 콘텐츠를 제공하고 있다. 2017년 상반기 기준으로, Fubo



TV에서 시청 가능한 60개 채널 중 18개는 스포츠 전문 채널이었으며, 나머지 34개 채널에서도 스포츠 프로그램을 제공했다<sup>1)</sup>. 반면, 2017년에 미국에서 출범한 인터넷 TV Philo는 DIY 전문인 DIY Network, 요리 전문인 Cooking Channel 등 생활·교양 관련 채널의 프로그램을 다양하게 선보이고 있다. 두 번째 특징은 유료 TV 서비스와의 전략적 제휴·인수합병이다. 미국 케이블 기업인 Comcast와 인터넷 TV 서비스인 VivaLive TV와 제휴, 미디어 기업 Viacom의 인터넷 TV 서비스인 Pluto TV인수가 대표적이다. 본고에서는 미국 인터넷 TV 시장의 현황을 파악함으로써 유료 TV 서비스 시장에서의 인터넷 TV의 위치를 고찰하고자 한다.

## 2. 미국 인터넷 TV 시장의 현황

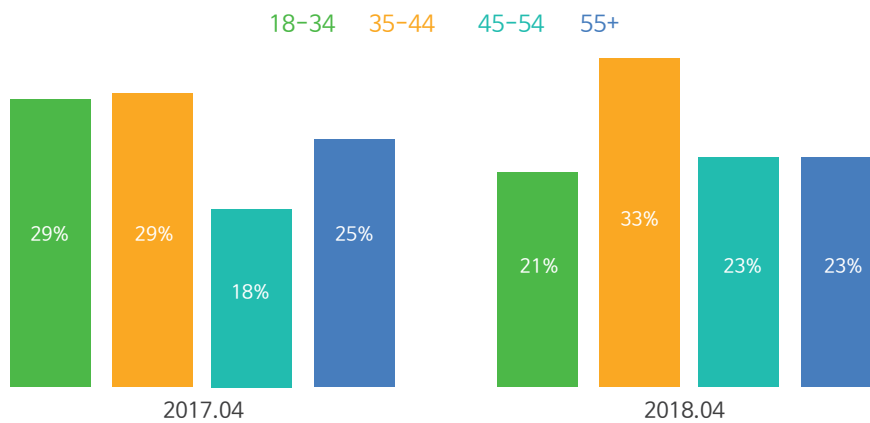
### 2.1. 미국 인터넷 TV 시장 개괄

최근 인터넷 TV 시장은 괄목할 만한 성장세를 보이고 있다. 2018년 4월에 시장조사기관인 Comscore에서 발표한 보고서 내용에 따르면, 인터넷 서비스를 사용하는 미국 가구 중 5%인 490만 가구가 인터넷 TV를 시청하고 있다. 이는 전년도보다 무려 58% 상승한 수치이다. 인터넷 TV 시청 가구 중 가장이 35~44세인 가구의 점유율은 33%로 가장 높았으며, 45~54세와 55세 이상인 가구의 점유율은 각각 23%, 18~34세인 가구의 점유율은 21%를 차지했다(그림 1). 인터넷 TV 서비스가 기존 TV 방송에 익숙한 중장년층에서도 긍정적인 반응을 이끌어내고 있는 것이다.

---

1) 2017년 상반기 기준 자료이므로 현재 제공되는 채널수와 차이가 있다. 2019년 8월 현재는 총 90개의 채널을 시청할 수 있다.

그림 1 미국 인터넷 TV 시청 가구의 연령대별 점유율 (좌)2017년 4월 (우)2018년 4월



출처: Comscore

실제로 미국에서 유료방송 서비스 가입자의 이탈이 심화되는 가운데, 인터넷 TV 서비스 가입자가 증가하고 있다. 시장조사기관인 Leichtman Research Group의 발표에 따르면 인터넷 TV를 제외한 미국 유료방송서비스(케이블 TV 서비스<sup>2</sup>, 위성 TV 서비스<sup>3</sup>, 유선통신서비스<sup>4</sup>)의 가입자는 2018년 1분기에만 71만 명이 감소했다. 케이블 TV 서비스 가입자는 28.5만 명 감소했으며, 위성 TV 서비스 가입자와 유선통신서비스 가입자는 각각 37.5만 명과 5만 명 씩 감소했다. 반면, 같은 기간 동안 인터넷 TV 가입자는 40.5만 명 증가했다. 전년도 1분기 인터넷 TV<sup>5</sup> 가입자가 26.5만 명 증가한 것에 비춰보았을 때, 증가 폭이 상당히 빠르다.

2) · Comcast, Charter, Cox, Altice, Mediacom, Cable ONE 가입자 한정.

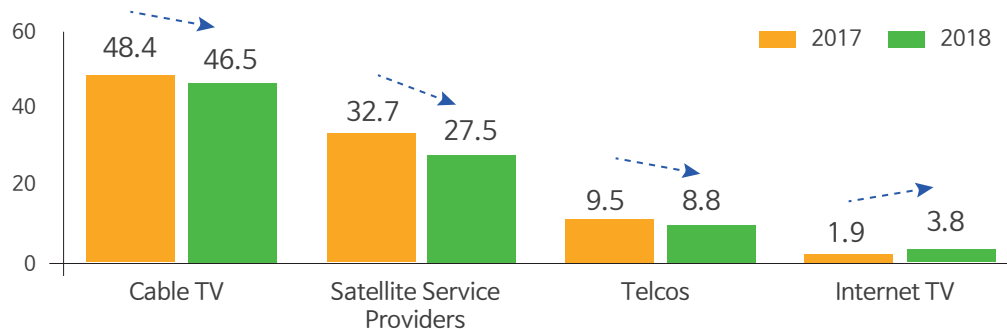
3) · DIRECTV, DISH TV 가입자 한정.

4) · Verizon FiOS, AT&amp;T U-verse 가입자 한정.

5) · Sling TV, DIRECTV NOW 가입자 한정.



그림 2 미국 유료 TV 서비스 가입자 수 변화 추이(단위: 백만 명)



출처: Leichtman Research Group

현재 인터넷 TV 시장의 양대 산맥은 Dish Network 산하의 Sling TV와 AT&T 산하의 DIRECTV NOW로 꼽힌다. 2018년 말 기준으로 Sling TV 가입자는 2.4백만 명, DIRECTV NOW 가입자는 1.6백만 명으로 Sling TV가 근소한 차이로 앞서고 있다. 2017년에 Google과 Hulu도 나란히 인터넷 TV 서비스를 출시했다. Bloomberg에 따르면, Google의 YouTube TV 가입자는 1백만 명, Hulu의 Hulu with Live TV는 약 2백만 명에 달하는 것으로 추산된다.

하지만 최근에는 Sling TV와 DIRECTV NOW의 이용자가 감소하는 추세이기 때문에 향후 인터넷 TV 시장의 판도를 쉽사리 예측할 수 없다. Sling TV의 신규 가입자 수는 몇 년간 증가세를 보이고 있지만, 그 증가율은 감소하는 추세이다. Sling TV 신규 가입자 수는 2016년에 87만 8천 명, 2017년에 71만 1천 명, 2018년에 20만 5천 명으로 지속적인 감소 추이를 보이고 있다. DIRECTV NOW는 2019년 초에 월 이용요금을 10달러(기본 가격 기준) 인상한 이후로 2019년 1분기에는 8만 3천 명, 2019년 2분기에는 16만 8천 명의 가입자가 이탈하는 등 가입자 감소 현상이 심화되고 있다<sup>6</sup>. 반면, YouTube TV와 Hulu with Live TV는 2019년 3월 기준으로 합산 가입자가 3백만 명 정도로 추산되며 인터넷 TV 업계에서 입지를 구축하고 있다. 미국 매체인

6) 서비스에 대한 광고가 상대적으로 저조한 편이라 가입자 수가 감소했다는 의견도 존재한다.

Bloomberg의 분석에 따르면, 두 서비스는 다수의 채널을 대량 묶음 판매하지 않고, 소수의 채널을 저렴한 가격에 묶음 판매하는 서비스를 별도로 제공하여 가격 경쟁력을 높인 것으로 전해진다.

**표1 주요 인터넷 TV 사업자의 서비스 정보 (2019년 기준)**

	Sling TV		DIRECTV NOW	YouTube TV	Hulu with Live TV	Playstation Vue
	Sling Orange	Sling Blue				
채널 수	34	49	40	70	60	50
가격(월)	\$25	\$25	\$50	\$49.99	\$49.99	\$49.99
가입자 수	약 2.4백만		약 1.5~1.6백만	약 1백만	약 1.6~2백만	약 80만

\*Sling Orange와 Sling Blue는 Sling TV에서 출시한 각기 다른 서비스 패키지로, 포함된 채널 종류가 다르다.

출처: Flixed

## 2.2. 특정 영역의 전문 채널 서비스 제공

Sling TV, DIRECTV NOW 등 메이저 인터넷 TV 서비스가 경합하는 가운데, 특정 영역의 전문 콘텐츠를 주로 제공하는 인터넷 TV 서비스도 확장되고 있다. Fubo TV와 Philo가 그 예이다. 먼저, 2015년에 출시된 Fubo TV는 스포츠 콘텐츠에 특화된 인터넷 TV로, 월 54.99달러에 약 90개의 채널을 제공하고 있다(2019년 8월 기준). Fubo TV의 성장률은 괄목할 만하다. Fubo TV의 2018년 미국 구독자는 2017년 대비 100% 증가한 25만 명에 달했으며, 2019년 2분기 시청 시간은 전년 대비 200% 상승한 30억 시간으로 증가했다.

주로 축구 경기 위주의 스트리밍 서비스를 제공하던 Fubo TV는 서비스 성장에 힘입어 2017년에 미국미식축구 중계 전문인 NFL Network과 NFL Redzone Channel<sup>7)</sup>, 지역 스포츠 방송인 NESN<sup>8)</sup>을 자사 채널로 편입시키기도 했다. 향후에는 스포츠 관련 토크쇼 프로그램·영화 등 자체

7) · NFL Network가 2009년부터 운영해온 미국 스포츠 TV 채널이다.

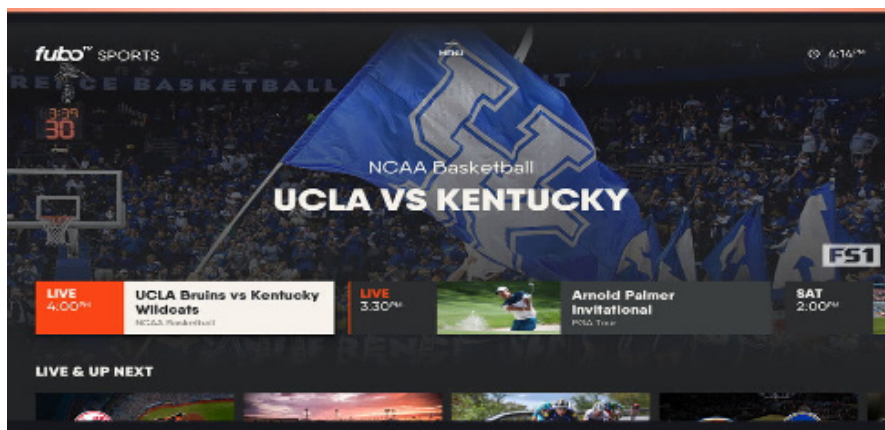
8) · New England Sports Network의 약자로, 미국 뉴잉글랜드 지역의 케이블 방송이다.





제작 콘텐츠도 제공할겠다는 계획이다. 2019년 6월에는 자체 AVOD 채널인 Fubo Sports Network도 출범했다. Fubo TV 측은 2019년 7월에는 스마트 TV 제조업체인 삼성·LG와 협약을 맺고, 해당 스마트 TV에서 Fubo Sports Network 채널을 선보이겠다고 발표했다. Fubo Sports Network는 24시간 내내 채널에서 스포츠 중계를 제공하는 것을 목표로 한다.<sup>9)</sup> Fubo TV에서 제공하지 않았던 비인기 스포츠도 중계할 예정이며, 24시간 내내 서비스를 제공하여 출시 1년 내에 5백만 달러의 광고 수익을 거두는 것을 목표로 하고 있다.

그림 3 Fubo TV 화면



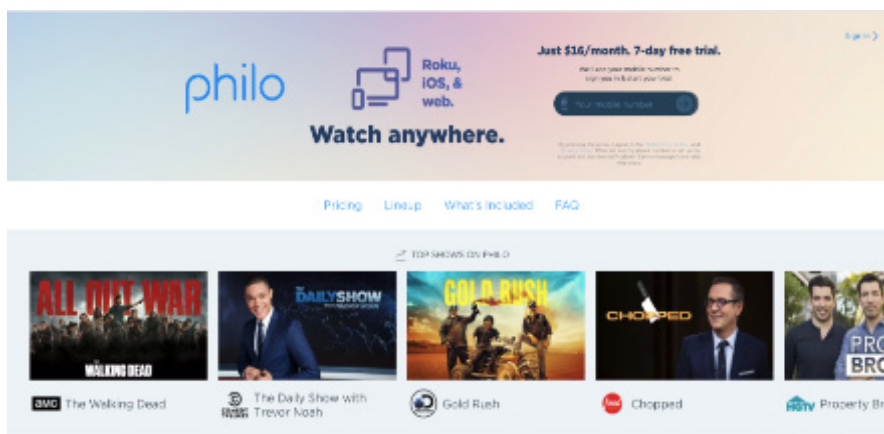
출처 : Fubo TV

2017년에 출범한 Philo는 요리, 여행 등의 콘텐츠에 특화된 인터넷 TV 서비스로, 월 20달러에 58개 채널을 제공하고 있다(2019년 8월 기준). Fubo TV 요금의 절반도 채 되지 않는 가격으로 타 인터넷 TV 서비스 대비 저렴한 요금제를 가지고 있다. 이는 중계권 구매 가격이 높은 스포츠나 뉴스 채널 대신, DIY, 여행, 요리, 동물 등 방송 가격이 상대적으로 저렴한 채널의 프로그램 위주로 서비스를 제공하기 때문이다. 요리, 음식 전문 채널인 Cooking Channe, Food Network, Tastemade와 DIY 전문 채널인 DIY Network, 여행 전문 채널인 Travel Channel 등이 대표적 채널이다.

9) 아직까지 24시간 서비스를 제공하진 않고 있다.

Philo에서 서비스하는 채널의 수가 점차 증가함에 따라 현재는 뉴스 전문 채널도 제공하고 있지만 그 수마저 한 개<sup>10)</sup>에 불과하다. 2019년 4월에 Philo는 젊은 세대의 라이프 스타일을 다루는 채널인 CLEO TV를 자사 서비스 채널로 영입시키는 등 지속적으로 생활·교양 콘텐츠 제공에 주력하는 행보를 보이고 있다. Philo 측이 가입자 수를 직접적으로 밝힌 적은 없지만, CEO인 Andrew McCollum이 세계 가전 전시회인 CES(Consumer Electronics Show)에서 한 발표에 따르면 2018년 동안 Philo는 월평균 40%의 성장률을 기록했다고 한다.

그림 4 Philo 구동 화면



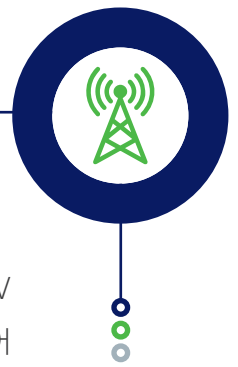
출처 : Fixed

### 2.3. 전략적 제휴·인수합병

기존 유료 TV 시장에서 코드커팅(cord-cutting) 현상이 확산되는 가운데, 케이블 TV는 인터넷 TV 서비스와의 전략적 제휴를 통해 위기를 타개하려는 움직임을 보이고 있다. 미국 케이블 TV인 Comcast와 미디어 기업인 Viva Entertainment 산하 인터넷 TV 서비스인 VivaLive TV의 전략적 제휴가 대표적 사례이다. 해당 제휴를 통해 VivaLive TV는 Comcast의 데이터 전송 기술을 바탕으로 한층 더 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있게 되었으며, Comcast는 해당 제휴를 통해 인터넷 TV 시장으로 사업을 확장할 발판을 마련했다는 분석이다.

10) BBC World News

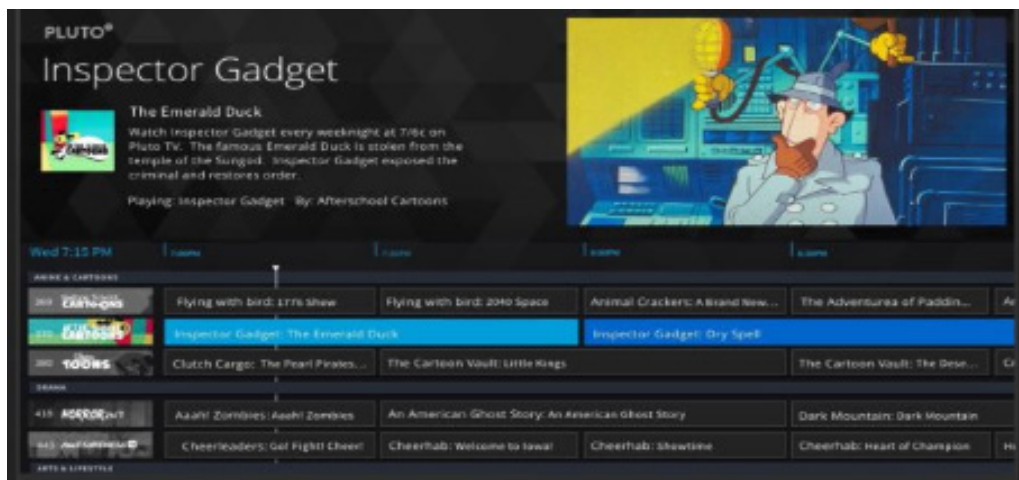




기존 유료 TV 서비스와 인터넷 TV 간 합종연횡은 전략적 제후에 그치지 않는다. 인터넷 TV 서비스를 인수하여 자사 방송 사업의 주축으로 전환하려는 행보도 목격되고 있다. 미디어 기업 Viacom은 2019년 1월에 약 100개의 채널을 제공하는 인터넷 TV 서비스인 Pluto TV를 인수했다. Viacom은 자사가 보유한 14~15개 채널을 Pluto TV에서도 서비스하겠다고 발표했으며, 이미 영국, 오스트리아, 독일 등지에서 〈Spongebob Squarepants〉, 〈The Hills〉 등 자사 방송 콘텐츠 중 일부를 Pluto TV의 팝업 채널 형식으로 선보인 바 있다. Pluto TV 서비스 내에 ‘MTV Pluto TV’, ‘Comedy Central’ 등 별도의 자사 방송 채널을 구성하겠다는 계획이다.

Pluto TV의 월간 활성 사용자(monthly active users)가 1,500만 명에 달하는 만큼, Viacom은 Pluto TV를 자사 방송 사업의 주축으로 삼고 사업을 확대하겠다는 전략이다. Pluto TV가 타 유료 서비스와 달리 광고 기반의 무료 AVOD 서비스라는 점도 이용자를 확보하는 데 유리하다고 볼 수 있다. 최근 Viacom과 미디어 기업 CBS의 합병으로, CBS All Access<sup>11)</sup>와 Pluto TV간 마찰 발생이 있을 수 있다는 우려가 제기되기도 했다.

그림 5 Pluto TV 화면



출처 : Tecnobezz

11) CBS의 자체 동영상 제공 서비스

### 3. 마치며

기존 유료 TV 서비스가 가입자 확보에 고전하는 반면, 인터넷 TV 서비스는 미국 내에서 지속적으로 신규 가입자를 확보하며 성장세를 보이고 있다. 현재 미국 인터넷 TV 서비스 시장에서는 DIRECTV Now, Sling TV 등 메이저 인터넷 TV 서비스가 애니메이션·드라마·영화 등 다양한 콘텐츠를 제공하며 경합을 벌이는 가운데, Fubo TV와 Philo처럼 특정 콘텐츠에 특화된 인터넷 TV도 시장에서의 영향력을 확대하고 있다. 또한 VivaLive TV와 Comcast가 전략적 제휴를 맺고, Viacom이 Pluto TV를 인수하는 등 거대 케이블 TV와 인터넷 TV 서비스 간의 합종연횡이 벌어지고 있다.

하지만 인터넷 TV의 성장세가 지속될 것이라 장담할 수 없다. 케이블 TV는 높은 접근성을 바탕으로 다양한 서비스를 제시해 재도약을 꾀하고 있다. 2019년 8월, 미국 케이블 방송 사업자인 Charter Communications는 Disney와의 합의하에 Hulu, Disney Plus, ESPN Plus 등 디즈니 산하 콘텐츠를 자사 케이블 방송에서도 제공할 예정이라고 발표했다. 제휴를 통한 서비스 결합뿐 아니라, 신규 서비스를 직접 출시하기도 한다. 미국 통신회사이자 케이블 TV 사업자인 AT&T는 자사가 운영하는 DIREC TV의 가입자 중에서 2019년 2분기에만 77만 8천명이 이탈한 후, 스트리밍 서비스로 사업을 확장하겠다는 계획을 밝혔다. AT&T는 막대한 자금력을 바탕으로 2020년 봄에 Warner Media의 스트리밍 서비스인 HBO Max를 개시할 예정이다. 거대 케이블 TV 사업자들이 스트리밍 업계로 사업을 전환함에 따라 인터넷 TV 서비스의 입지가 좁아질 가능성도 무시할 수 없다.





## REFERENCES

1. Bloomberg (2019.03.01.) Hulu, YouTube Snare 3 Million Customers for Live TV.  
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-03-01/hulu-youtube-are-said-to-snare-3-million-customers-for-live-tv>
2. Comscore 홈페이지.  
<https://www.comscore.com/Insights/Blog/When-Linear-TV-and-Digital-Collide-The-Rise-of-the-Virtual-MVPD>
3. Flixed (2019.05.20.) How to Watch Travel Channel Without Cable 2019 - Your Top 8 Options.  
<https://flixed.io/watch-travel-channel-without-cable/>
4. Leichtman Research Group 홈페이지.  
<https://www.leichtmanresearch.com/major-pay-tv-providers-lost-about-305000-subscribers-in-1q-2018/>  
<https://www.leichtmanresearch.com/press-releases/>
5. Techjury (2019.04.11.) The Most Incredible Cable TV Subscribers Statistics for 2019.  
<https://techjury.net/stats-about/the-most-incredible-cable-tv-subscribers-statistics-for-2019/>
6. TechNadu (2019.02.28.) David Gandler, fuboTV CEO/Co-Founder: fuboTV Expands to Better Appeal to Families.  
<https://www.technadu.com/david-gandler-fubotv-ceo-expands-to-appeal-families/59483/>
7. Technobezz (2019.05.16.) All you need to know about Pluto TV.  
<https://www.technobezz.com/all-you-need-to-know-about-pluto-tv-554528/>
8. The Information (2018.07.23.) YouTube TV Shows Tough Economics of Skinny Bundles.  
<https://www.theinformation.com/articles/youtube-tv-shows-tough-economics-of-skinny-bundles>
9. Variety (2019.06.26.) FuboTV Launches Free, Ad-Supported Streaming Sports Network.  
<https://variety.com/2019/digital/news/fubotv-sports-network-free-streaming-1203254297/>