nasmedia

| Nasmedia Digital Broadcasting Report |

2014년 상반기 IPTV 시장동향

|Part A| IPTV 가입가구와 광고시장 규모

|Part B| IPTV 광고 집행 현황 및 효과분석

|Part C| 상반기 IPTV 주요 서비스 동향

2014.07

www.nasmedia.co.kr © 2014 nasmedia inc. all rights reserved

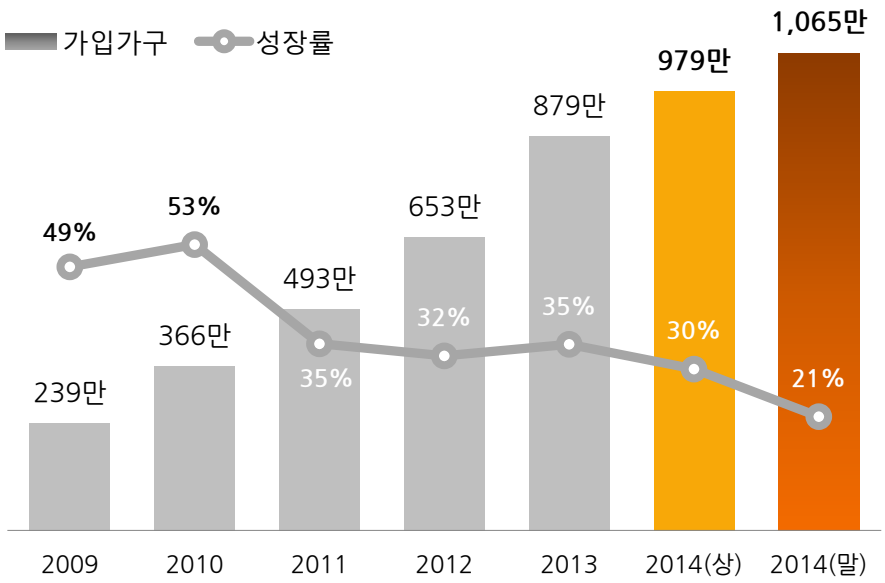
Part A. IPTV 가입가구와 광고시장 규모

1. IPTV 가입가구 추이
2. IPTV 광고시장 규모

A1. IPTV 가입가구 추이

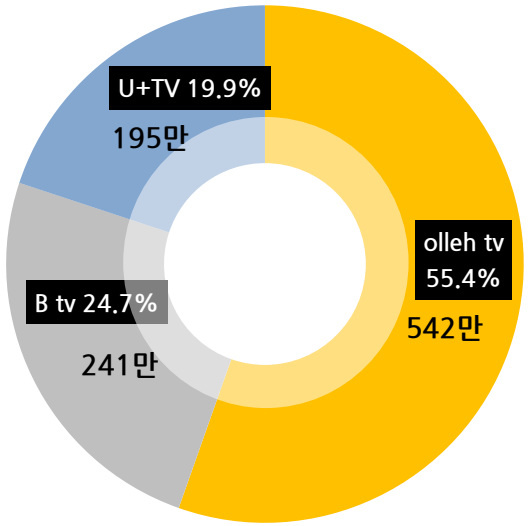
- 1분기에 900만을 돌파하여 2분기 IPTV 3사 총 가입가구 979만 달성 (전년 동기 대비 30% 증가)
- 국내 총 가구 1,735만 중 약 56% coverage
  : olleh tv 31%, B tv 14%, U+TV 11%
- 3분기 중 1,000만 돌파하여 2014년 말 1,065만 가입가구 달성 전망

[IPTV 가입가구 추이]



* IPTV 3 사 자료, 2014년 말 자료 : 나스미디어 추정치

[IPTV 3사 가입가구 비중]

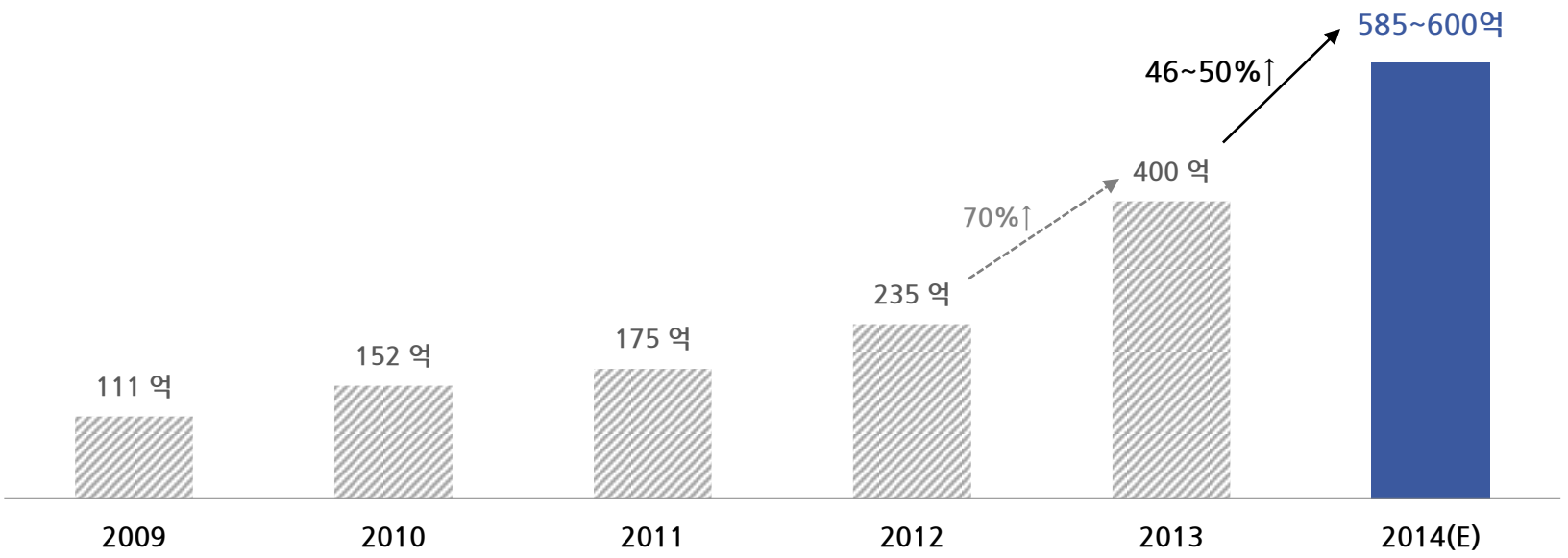


* 각 사 자료, 2014년 6월말 기준

A2. IPTV 광고시장 규모

- 2104년 상반기 IPTV 광고 취급고는 약 256억
  : 전년 동기 대비 62% 증가하여 가파른 성장세 기록 (2013년 상반기 158억)
  : 이중 olleh tv의 취급고가 약 55% 수준으로 가입가구 비율과 유사한 비중
- 2014년 전체 약 585~600억 취급고 달성 전망
  : 연내 1,000만 가입가구 달성이 예상되면서 안정된 가입자를 기반으로 약 585~600억 시장규모에 이를 것으로 보임

[연도별 취급고 추이]



* IPTV 3사 자료, 2014년 말 자료 : 나스미디어 추정치

Part B. IPTV 광고 집행 현황 및 효과분석

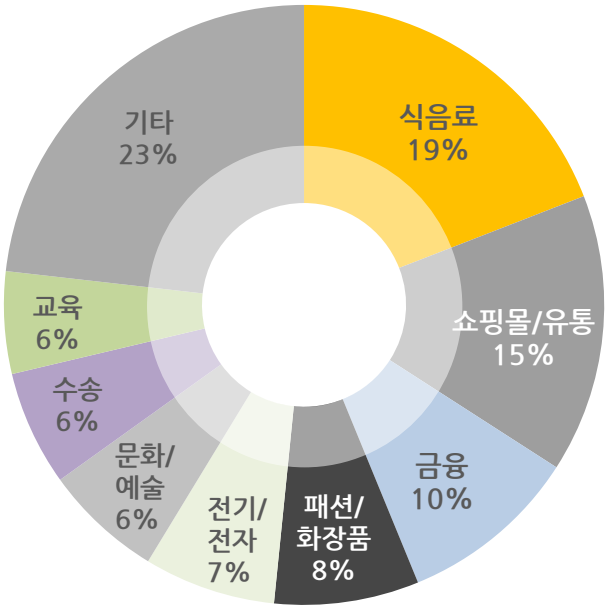
1. IPTV 광고 집행 현황
2. IPTV 광고 효과 분석

B1. IPTV 광고 집행 현황

| 주요 집행 업종 |

- **식음료, 쇼핑몰/유통, 금융 업종의 집행 비율이 높음** (45% 수준)
  : 식음료의 경우 매년 집행이 많은 업종으로 꾸준하게 가장 높은 비율을 차지하고 있음
  : 쇼핑몰/유통의 경우 광고주 수는 많지 않은 편이나, 집행 규모가 큰 편임
- **전년 대비 전기/전자, 교육 업종의 집행 증가**

[olleh tv 주요 업종 집행 비율]



[olleh tv 업종 집행 순위]

no.	업종	순위변동
1	식음료	-
2	쇼핑몰/유통	▲1
3	금융	▽1
4	패션/화장품	▲1
5	전기/전자	▲5
6	문화/예술	▲2
7	수송	▽4
8	교육	▲5
9	의료/건강	▲2
10	방송/통신서비스	▽3
11	생활/잡화	▲1
12	여행/관광/레저	▽3
13	게임/오락	▽7
14	사이트	▲4
15	건설/주택	▽1
16	공공기관/단체	▽1
17	컴퓨터	▽1
18	기타	-

* 순위변동의 경우 2013년 대비 2014년 상반기 변동

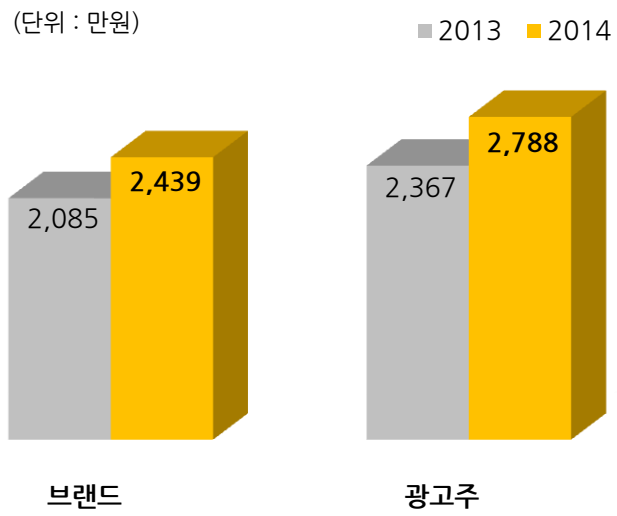
* olleh tv. 나스미디어 추정 자료

B1. IPTV 광고 집행 현황

| 집행 규모 |

- **1개월 평균 집행 금액은 2,800만원 수준으로 전년 대비 17% 증가** (광고주 기준)
  : SOV를 높이기 위해 단기간 내 대규모 예산을 집행하는 광고주가 증가함에 따라 평균 집행 금액 증가
- **2014년 상반기 동안 1억원 이상 집행(월 평균 1,660만원)한 광고주 집행 금액 비율이 약 53%**
  : 2억원 이상 집행한 광고주(월 평균 3,300만원 수준)이상 집행한 비율은 26%

[브랜드 및 광고주 평균 취급고]



[광고주 집행 금액별 구분]

(단위 : 만원)

구분	집행 금액 비율	
2억 이상 집행 광고주	26%	53%
1억 이상 ~ 2억 미만	27%	
5천만 이상 ~ 1억 미만	20%	-
5천만 미만	27%	-

* 비율은 총 광고비 중 해당 광고주가 집행한 광고 집행 금액 비율임

* olleh tv. 나스미디어 집행 자료

B1. IPTV 광고 집행 현황 – 집행 사례

쇼핑몰/유통

배달 어플리케이션 및 소셜 커머스 광고 집행 활발

- **2013년 하반기부터 신규 브랜드 집행 증가**
  : 기존 요기요(배달 앱)의 효과적인 광고 집행에 이어 티켓몬스터, 쿠팡, 배달의 민족 등 광고 집행 시작
  : IPTV는 구매력이 높은 연령층 비율이 높기 때문에, 타겟층과 맞는 쇼핑몰/유통 업종 집행이 점차 증가할 것으로 예상됨
- **이용자 분석을 통한 정교한 타겟팅 집행**

요기요 - 2012년 집행을 시작으로 현재까지 꾸준히 집행함에 따라 시장 인지도 큰 폭으로 상승

식음료

가장 높은 비중을 차지하는 업종으로 다양한 광고주 집행 중

- **제품 출시에 맞춰 예산을 집행하거나, 제품 이용이 많은 시기에 광고 집행**
- **3월부터 증가하기 시작하여 6월에 가장 많은 광고 집행**

롯데주류〈클라우드〉

도미노피자〈슈하스코 치즈롤 피자〉

BHC 〈별에서온코스치킨〉

B1. IPTV 광고 집행 현황 – 집행 사례

전기/전자

신규 광고주 및 집행 규모가 큰 광고 집행 증가

- **젊은 층의 이용이 높은 IPTV 이용 특성으로 인해 전기/전자 업종 광고주의 광고 집행 증가**
  : 특히 카메라, 생활가전 브랜드의 집행 증가

삼성전자 〈아가사랑세탁기〉

니콘카메라DSLR

삼홍테크 〈이누스 비데〉

교육

교육 콘텐츠가 강화됨에 따라 교육 업종의 광고 집행 증가

- **집행 광고주 수의 증가보다는 평균 광고 집행 규모가 큰 폭으로 증가**
  : 광고주 평균 취급고 70% 상승
- **타겟의 성향을 고려한 카테고리 및 프로그램 타겟팅을 통해 효율적으로 광고 집행**

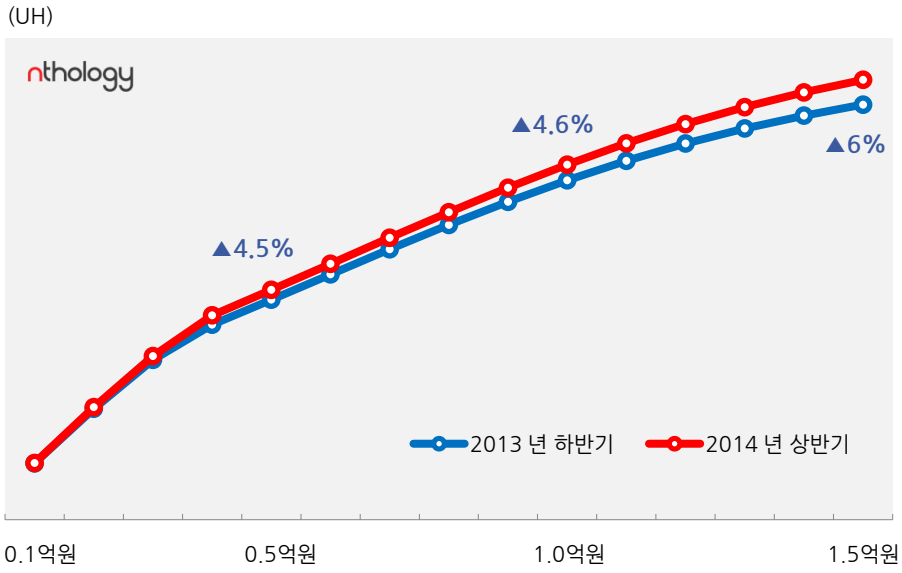
EBS 토목달 - 2013년 olleh tv에 집행한 결과, 높은 광고 효과 달성
2014년 상반기 집행 예산 증액

B2. IPTV 광고 효과 분석

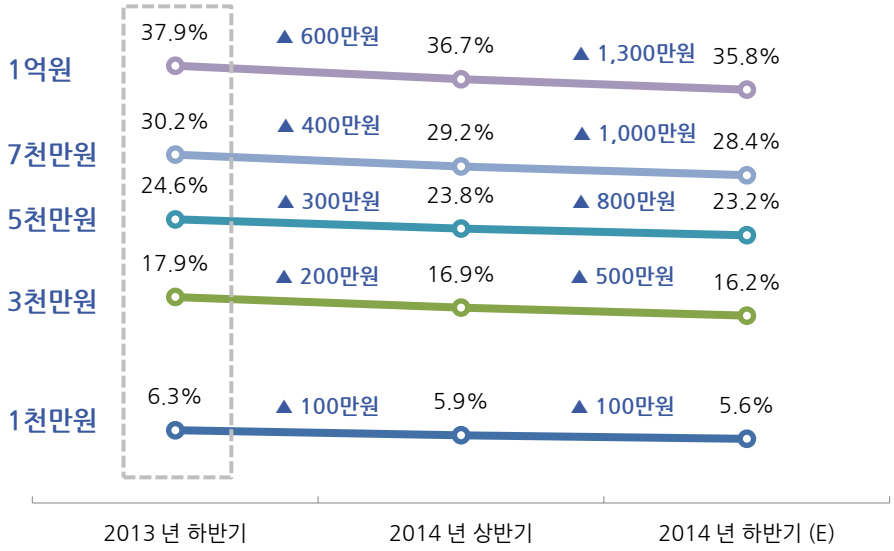
| IPTV Reach 분석 ① |

- **IPTV는 빠른 성장으로 광고 시청가구수가 매년 증가**
  : 2013년 하반기 대비 2014년 상반기 가입가구수 8%증가
  : 동일 예산으로 광고 집행 시 광고 시청 가구수는 1~6% 증가
- **동일 예산 집행 시 도달율은 1.8~3.2% 감소**
  : 가입가구 증가율 대비 광고 시청 가구수 증가율이 낮게 나타남
- **동일한 Reach 확보를 위해서는 기간별 매체비 증액 필요**

[기간별 Unique Household 증가 추이]



[동일 Reach 확보를 위한 광고 예산]



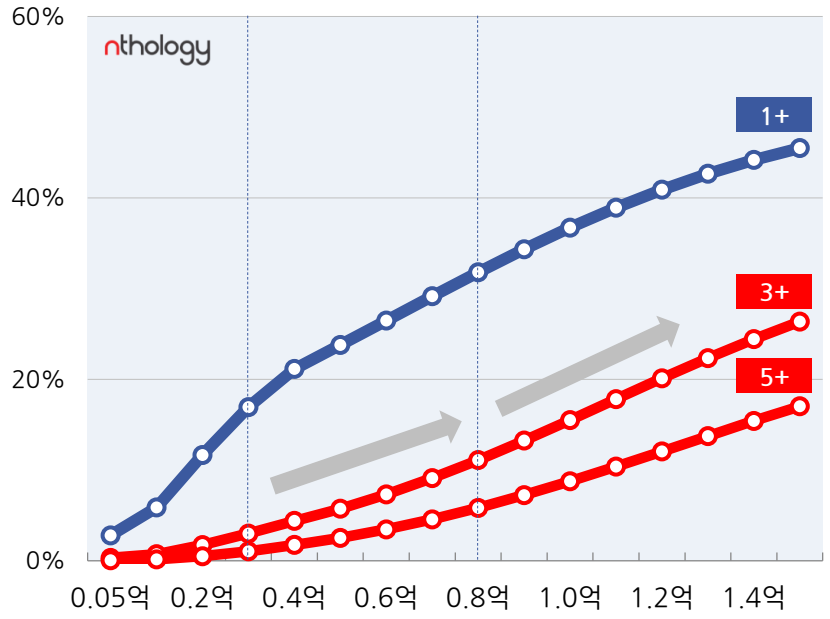
* 나스미디어 앤솔로지 DATA, olleh tv 기준

B2. IPTV 광고 효과 분석

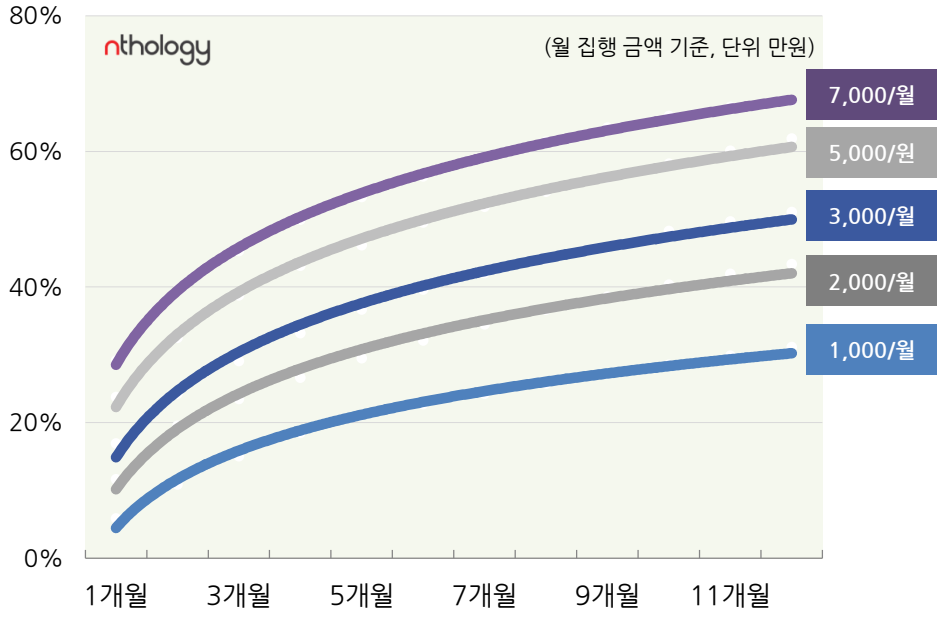
| IPTV Reach 분석 ② |

- **3+ 혹은 5+ Reach 달성을 위해서는 최소 3천만원 이상의 광고 집행 필요**
  : 월 집행금액 8천만원 이상부터 3+, 5+ Reach 증가율이 높아짐
- **가입가구의 꾸준한 증가로 인해 장기 집행 시 누적 리치는 계속 증가**
  : 특히 2~3개월 누적 구간에서 증가율이 높게 나타남

[집행 금액에 따른 3+, 5+ Reach Curve]



[집행 누적 기간에 따른 Reach 증가 곡선]



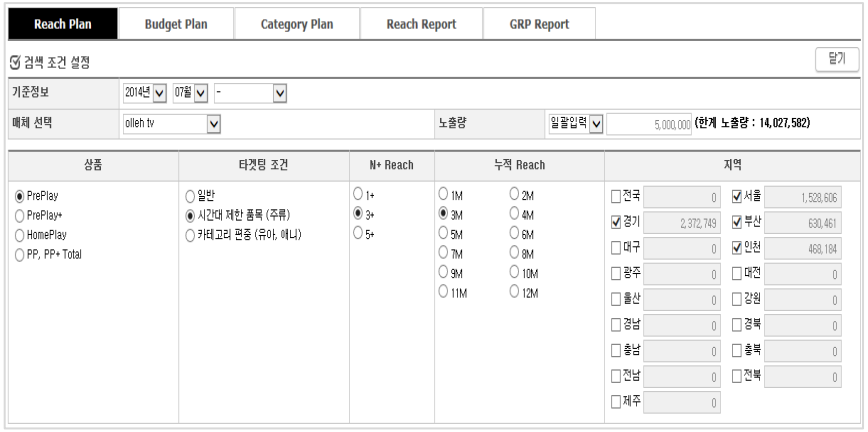
* 나스미디어 앤솔로지 DATA, olleh tv 기준

B2. IPTV 광고 효과 분석

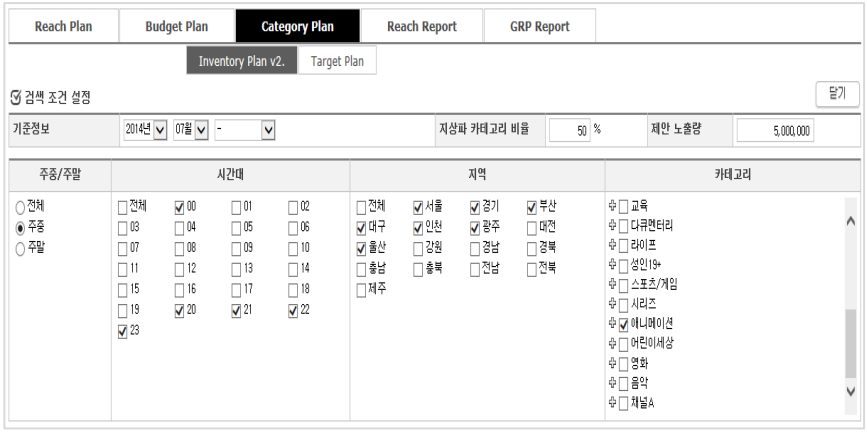
IPTV 광고효과 분석 시스템 nthology 버전 업그레이드!

- **2014년 초 IPTV 광고집행 전략 수립 및 광고효과 분석을 위한 IPTV 통합광고 솔루션 출시**
  : IPTV 광고 집행 전 효과예측 기능, 광고목표 달성을 위한 Planning 기능
  : IPTV 광고 집행 후 olleh tv, BTV, U+TV 각 매체사별은 물론 IPTV 통합 분석이 가능
- **2014년 7월부터 업그레이드 된 앤솔로지v2. 시스템을 통해 한차원 높은 포캐스팅 및 플래닝 제공**
  : 3+5+ Reach 예측이 가능하여 캠페인 목적에 맞게 예산 수립이 가능
  : 1개월~12개월 누적 집행에 대한 효과 예측 제공
  : 광고 예산에 따라 가장 효율적인 카테고리 플래닝 제공

[앤솔로지 Reach Plan]



[앤솔로지 Category Plan]



Part C. 상반기 IPTV 주요 동향

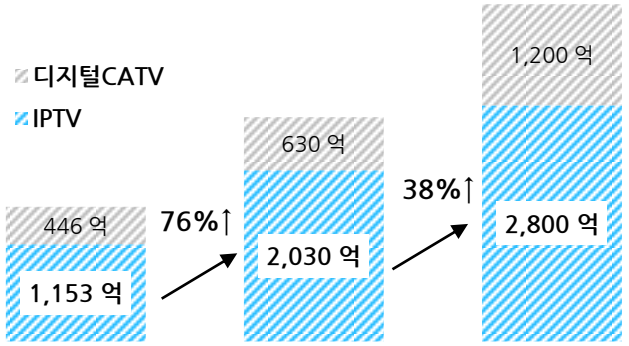
1. VOD 이용 증가
2. VOD 이용 행태
3. 모바일 IPTV 현황

C1. IPTV VOD 이용 증가

콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 IPTV VOD 이용 꾸준하게 증가

- **2013년 IPTV VOD 매출 약 2,800억으로 전년 대비 38% 성장**
  : TV VOD 시장 약 4,000억 중 70% 비중을 차지
  : 2014년도 전년 동기 대비 VOD 매출 증가 추세 (olleh tv 1월~4월 전년 동기 대비 15% 증가)
- **VOD 월정액 상품 가입자 꾸준한 증가**
  : olleh tv 월정액 상품 가입자 40만명, B tv 지상파·영화 등 정액 가입자 50만명 돌파(2014.3월 기준)
  : 2013년 지상파 홀드백 3주 변경을 계기로 월정액 상품 가입이 빠르게 증가했으며 이러한 증가 추세는 계속될 전망

[연도별 TV VOD 매출]



취급고/비율	2011년		2012년		2013년	
IPTV	1,153억	72%	2,030억	76%	**2,800억**	**70%**
디지털CATV	446억	28%	630억	24%	**1,200억**	**30%**
TV VOD total	1,599억	100%	2,660억	100%	**4,000억**	**100%**

[IPTV 3사 대표 월정액 상품]

	월정액 상품	요금	특징
olleh tv	프라임 무비팩	16,390	영화,미드 무제한
	지상파 무제한 즐기기	14,300	지상파 모든 유/무료 VOD 무제한
	CJ 무제한 즐기기	11,000	CJ E&M 모든 VOD 무제한
B tv	프리미어 월정액	9,000	극장종영 후 1개월 이내의 최신작 무제한
	지상파 월정액	13,000	지상파 모든 유료 다시보기 프로그램 무제한
	CJ E&M 월정액	10,000	CJ E&M 모든 VOD 무제한
U+TV	애니 프리미엄	9,000	애니메이션 무제한

* 자료 : 뉴스핌 등 신문기사

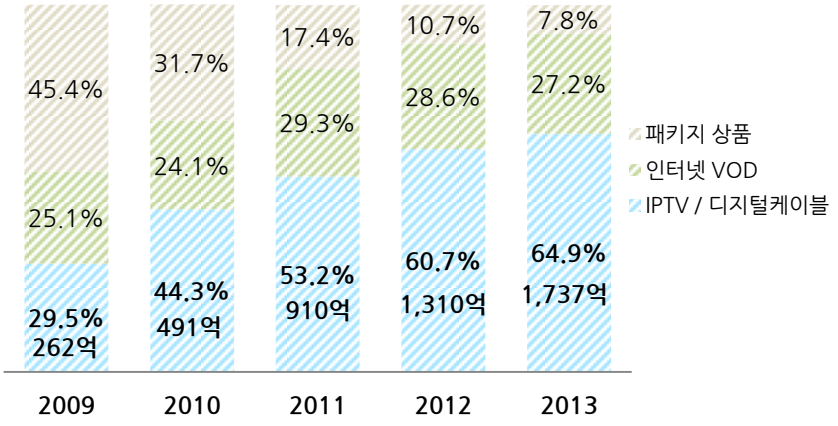
C1. IPTV VOD 이용 증가

영화 VOD 이용 증가 : 새로운 영화 콘텐츠 유통 채널로 자리잡은 IPTV

- **디지털 영화 VOD 시장 4년 만에 6배가 넘는 성장**
  영화 업계는 IPTV 시장이 과거 홈비디오 시장을 대체하는 새로운 유통 채널이 될 것으로 전망
  : 2009년 262억원에서 2013년 1,737억원으로 매년 가파르게 성장 중
- **IPTV 사업자들의 VOD 이용 확대 노력과 이용자들의 니즈 부합**
  : 극장동시 개봉작 확대, 극장개봉 이후 1주일 뒤 빠른 서비스 제공 등 지속적인 서비스 업그레이드 노력
  : 주요 이용요인은 편의성으로, 가정에서 자유롭게 이용하고자 할 때나 극장에 가기 힘든 경우 대안으로 이용
  : 최근 클라우드 DVD관 개설, 콘텐츠 "소비"에서 "소장"으로 이용행태도 다양화되는 추세

"관상", "광해", "7번방의 선물" VOD 100만 돌파
"겨울 왕국" 5월 기준 66만건 이용, 개봉 첫주 이용횟수 역대 최고기록(약 29만건)
"조선미녀삼총사" 극장 흥행은 부진했으나(47만관객) VOD로 21만 건 이용

[영화 디지털 온라인시장 내 플랫폼별 비중]



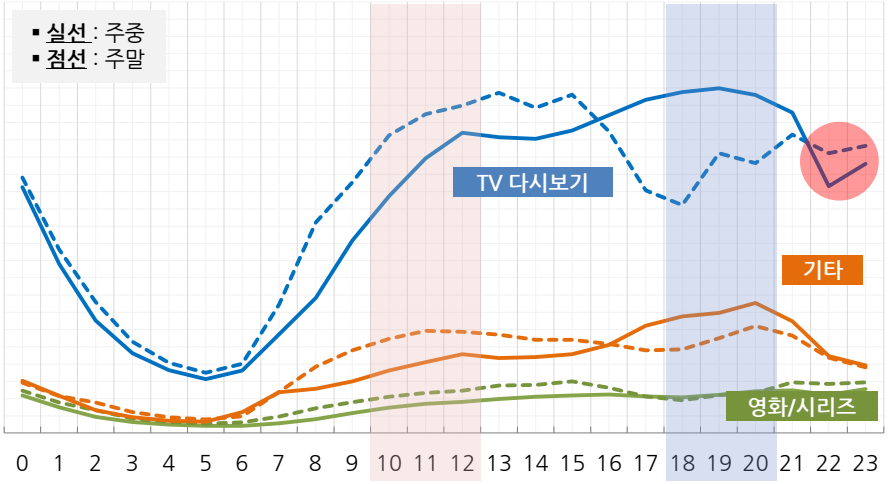
* 영진위, 유료VOD 영화콘텐츠 이용 실태 및 유통활성화 방안

C2. IPTV VOD 이용 행태

전반적인 VOD 이용 행태는 CATV와 유사한 시청 행태를 보임

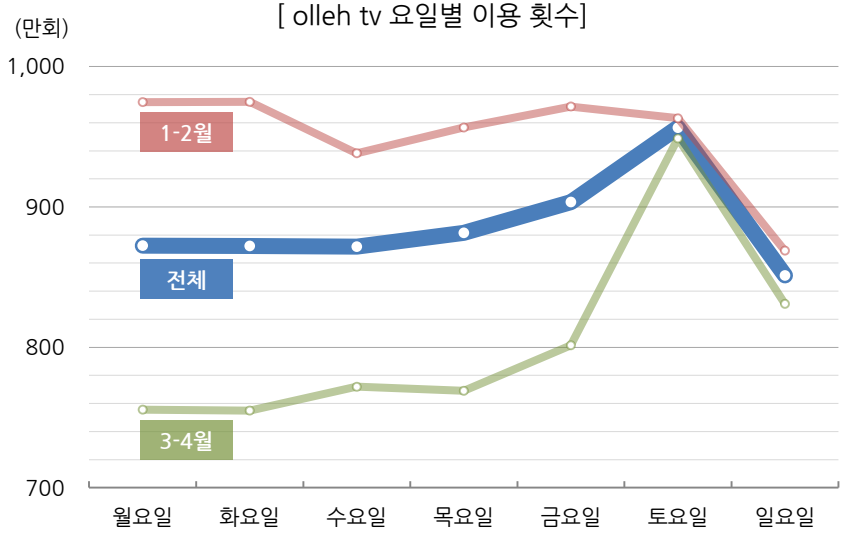
- **10~12시, 18~20시에 이용이 증가하는 패턴**
  : 주말은 오전 시간대, 주중엔 오후 시간대 이용이 많으며 장르별로 상이한 행태를 보임
  : TV 다시보기의 경우 지상파 채널에서 볼거리가 많은 시간대에는 VOD 이용 감소 (주중 22시에 이용 감소 후 23시에 이용 증가)
- **목요일부터 VOD 이용이 증가하여 토요일에 가장 많은 이용을 보임**

[olleh tv 시간대별-주요 카테고리 이용 패턴]



• TV다시보기 : TV다시보기 TOP10, TV다시보기 드라마/예능, 지상파3사, 종편4사, EBS
• 영화/시리즈 : 영화, 시리즈, 클라우드DVD관
• 기 타 : 올레tv TOP 100, 교육, 다큐멘터리, 라이프, 성인19+, 스포츠/게임, 음악 등

[olleh tv 요일별 이용 횟수]



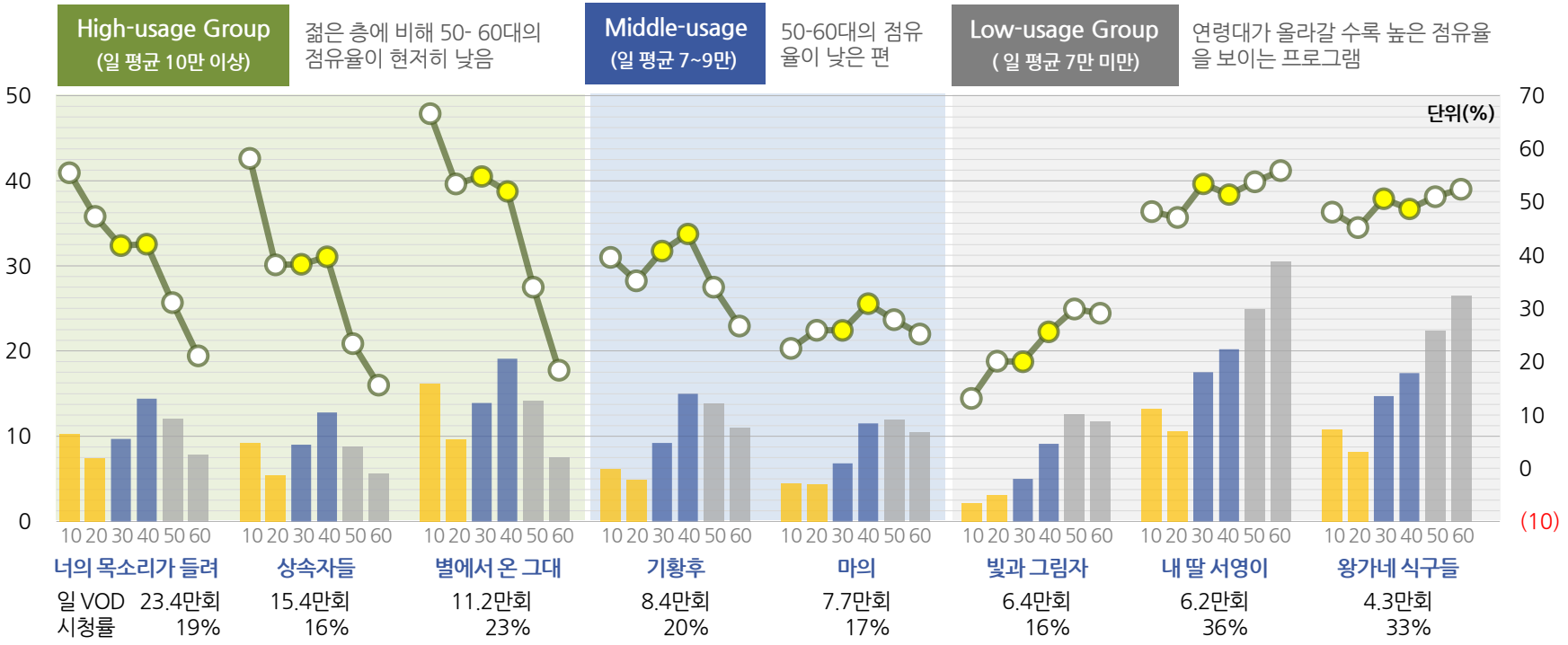
• 분석 기간 : 2014년 1월 1일 ~ 4월 15일
• 이용 횟수 : 기간 내 일 평균 이용 횟수 (좌측 그래프)
• 시청률 : 전국, 가구기준, TNmS Infosys (우측 그래프)
• 토요일 증가율 : 주중 VOD 이용 횟수 대비 증가율 표기

C2. IPTV VOD 이용 행태

지상파 시청률과 VOD 이용의 상관 관계

- **일반적으로 시청률이 높은 프로그램이 VOD 이용도 많은 편이나 시청률보다는 연령대별 시청 점유율과의 상관관계가 높음**
- 저 연령층의 점유율이 높은 프로그램의 VOD 이용량이 많으며,
  이는 젊은 층이 선호하는 프로그램일수록 VOD 이용이 많다고 볼 수 있음

* 막대 그래프 : 연령대별 시청률 (좌측 축 기준) * 선 그래프 : 연령대별 점유율 (우측 축 기준)



C2. IPTV VOD 이용 행태

달라진 TV 시청 행태를 반영하기 위해 2014년 VOD 시청률 조사를 본격화

- **피플미터 표본 500가구와 리턴패스 10,000가구를 통해 VOD 시청률 산정 (TNmS)**
- **지상파, PP, VOD 3개 플랫폼을 통해 시청된 통합 시청률 산출이 가능해 짐**
  : 수목드라마〈비밀〉 7회 통합 시청률은 23.77%로 지상파 시청률 (16.33%) 보다 7.44% 더 높음
  : PP 합계시청률은 4.38%, VOD 시청률은 3.06%로 나타남

[통합 시청률 예시]

비고	채널	날짜	요일	방송시간	방송회차	시청률(%)
지상파 본방	KBS2	2013.10.16	수요일	21:59:50 ~ 23:11:52	7회	12.42%
지상파 재방		2013.10.20	일요일	12:34:21 ~ 14:47:03	7회	3.91%
지상파 합계 (본방+재방)						**16.33%**
PP	KBS DRAMA	2013.10.20	일	15:45:51 ~ 17:03:20	7회	0.55%
		2013.10.22	화	18:44:51 ~ 20:01:18	7회	0.54%
		2013.10.23	수	08:00:48 ~ 09:17:33	7회	0.35%
		2013.10.23	수	25:40:43 ~ 25:59:59	7회	0.21%
		2013.10.24	목	02:00:00 ~ 02:48:23	7회	0.19%
		2013.10.24	목	13:34:17 ~ 14:51:37	7회	0.70%
		2013.10.25	금	21:36:54 ~ 22:54:25	7회	0.64%
		2013.10.26	토	23:57:45 ~ 25:15:15	7회	0.30%
		2013.11.09	토	17:05:53 ~ 18:23:24	7회	0.65%
	KBS W	2013.10.23	수	19:39:39 ~ 20:51:43	7회	0.09%
		2013.10.25	금	19:46:52 ~ 21:01:34	7회	0.06%
		2013.10.26	토	22:51:08 ~ 24:06:48	7회	0.10%
지상파 + PP 합계						**20.71%**
VOD		본방일 이후 4주간(2013.10.16 ~ 2013.11.12)			7회	**3.06%**
지상파 + PP + VOD 합계						**23.77%**

* VOD 시청률 : olleh tv 가입가구의 VOD 시청률을 VOD를 볼 수 있는 유료매체 전체 가구 비율로 적용하여 전국 모집단 기준으로 환산

C3. 모바일 IPTV 현황

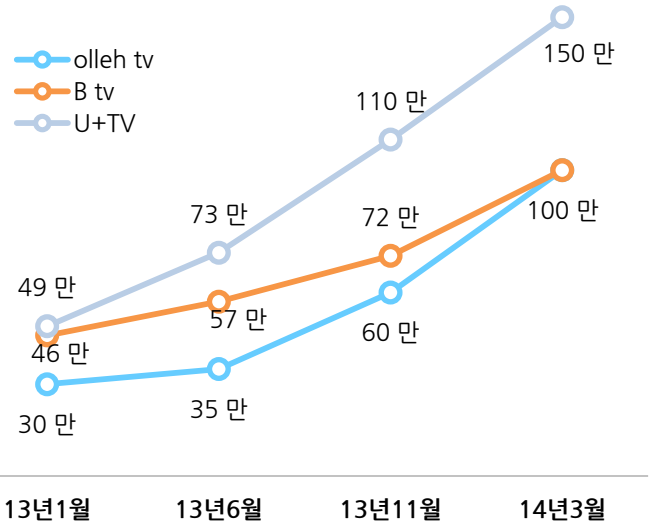
현재 IPTV 3사 전체 가입자 1,080만 / 유료가입자 350만 수준

- **사업자들의 적극적인 투자와 결합상품 등 마케팅파워, 이용자들의 영상 콘텐츠 시청행태 변화 등이 맞물려 가입자 증가**
  : 주말은 오전 시간대, 주중엔 오후 시간대 이용이 많으며 장르별로 상이한 행태를 보임
  : TV 다시보기의 경우 지상파 채널에서 볼거리가 많은 시간대에는 VOD 이용 감소 (주중 22시에 이용 감소 후 23시에 이용 증가)
- **IPTV 사업자의 모바일 IPTV 서비스 투자 노력**
  : UHD 콘텐츠 전송, 시청과 동시에 채팅, 통화가 가능한 기능 등 개발
  : 지상파 실시간 서비스 제공과 모바일 특화 콘텐츠 제공
  : 모바일 IPTV 요금 감면 프로모션을 통해 가입자 유치

[모바일 IPTV 서비스 현황]

	olleh tv mobile	B tv mobile	U+HDTV	Total
전체가입자	340 만	220 만	520 만	1,080 만
유료가입자	100 만	100 만	150 만	350 만
제공 채널수	75개	60개	70개	-
VOD 현황	6.3만편	4만편	4만편	-
월 정액제 이용료	5,000 원	2~3,000 원	5,000 원	-

[모바일 IPTV 유료가입자 추이]



| Nasmedia Digital Broadcasting Report |

2014년 상반기 IPTV 시장동향

2014.07

● 보고서 문의
| 나스미디어 디지털전략팀
| mbiz@nasmedia.co.kr

www.nasmedia.co.kr
© 2014. nasmedia inc. all rights reserved

more than expected nasmedia