

OTT 시청 기기별 시청 행태 분석

前방송미디어연구본부 정수민 부연구위원
soominjung@kisdi.re.kr

1. 연구 배경

■ OTT 시청 기기 다양화

- 한국미디어패널조사에 따르면 2021년 전국 기준 가구당 스마트TV 보유율은 29.8%, 태블릿PC 21.2%으로 스마트폰 외에도 다양한 기기를 통해 OTT를 시청할 수 있게 됨
- 스마트 TV뿐 아니라, OTT 서비스 앱을 이용할 수 있는 자체 OS를 탑재한 스마트모니터, 스마트 빔프로젝터 등 OTT 이용 편의성에 중점을 둔 다양한 가전기기들이 출시

■ 유료방송서비스와 OTT의 관계

- OTT 서비스 이용 증가로 IPTV 업체들이 OTT 서비스를 경쟁의 주요 수단으로 채택하면서 스마트TV 없이도 유료방송서비스를 통해 TV에서 OTT를 시청할 수 있게 됨
- 국내에서는 OTT 서비스 확산에 따른 유료방송서비스 구독 해지(cord-cutting)가 크게 관측되고 있지 않은 반면, 유료방송사업자들이 OTT 서비스를 유치하기위해 경쟁하면서 OTT서비스가 유료방송서비스의 보완재로 자리 잡는 추세
- IPTV 업체들의 OTT 경쟁 전략은 시즌, U+모바일 등 자체 OTT 개발에서 해외 OTT 서비스 유치로 변모
 - 기존 KT의 셋톱박스는 시즌과 넷플릭스만 제공하고 넷플릭스 결합상품 판매 중이었으나, 2021년도 말 안드로이드 TV OS를 탑재한 기가지니 A를 출시
 - SKB는 셋톱박스를 애플TV플러스 서비스 출시와 함께, 자사의 IPTV 서비스 셋톱박스를 애플TV 셋톱박스로 선택할 수 있는 상품 출시

- LGU+는 넷플릭스와 디즈니플러스 결합상품, 디즈니플러스 바로가기 버튼이 탑재된 리모콘이 포함된 상품을 출시
- 딜라이브, LG헬로비전 등 케이블TV 업체들도 OTT 서비스를 이용할 수 있는 셋톱박스 상품 출시

Ⅰ 연구목적

- 설문조사를 통해 OTT 이용자들이 어떤 기기를 통해 OTT를 시청하고, 각 기기별로 이용 행태에 어떤 차이를 보이는지 보고자 함
- OTT시청 기기별 선호 이유를 파악을 통해 향후 OTT 서비스 개선 방향 제시
- IPTV, 케이블TV 를 통한 OTT 이용 비율을 파악하고, OTT 서비스가 유료방송 서비스 선택에 어떤 영향을 주는지 조사

2. 연구 방법

Ⅰ 설문조사

- 최근 6개월간 OTT 시청 경험이 있는 이용자 1,504명을 대상으로 설문조사를 실시
 - 최근 6개월간 유튜브, 넷플릭스(Netflix), 디즈니플러스, 애플TV플러스, 아마존프라임, 웨이브, 티빙, 왓챠, 쿠팡플레이, 시즌, 카카오TV, 네이버now 를 이용한 경험이 있는 이용자를 조사대상으로 선정
 - 2022년 4월 주민등록인구현황과 2021년 인터넷이용행태조사 자료를 토대로 인구비례할당으로 샘플링
- 응답자들이 어떤 기기(스마트폰, TV, 노트북 등)를 이용하여 OTT를 시청하는지, 시청에 이용한 기기에 따라 이용행태 및 만족도가 달라지는 조사
 - 기기별로 시청 지속 시간, 시청하는 콘텐츠의 장르, 기기별로 선호하는 OTT 서비스의 차이를 조사
- 특히, TV를 통해 OTT를 시청할 수 있게 되면서, TV에서 OTT를 시청하는 것이 유료방송서비스 이용(서비스 변경 및 해지)에 영향을 주는지 보고자 함

3. OTT 시청 기기와 기기별 시청 행태 차이

▮ OTT 시청 기기 이용 경험

▣ 연령별 OTT 시청 기기 이용 경험

- 최근 6개월간 OTT 시청에 사용한 기기를 묻는 질문에서, 응답자의 대부분이 스마트폰을 사용했다고 응답
 - 전체 1,504명의 설문조사 응답자 중 95.7%가 스마트폰을 이용하여 OTT를 시청한 경험이 있으며, 모든 연령층에서 92% 이상의 응답률을 보임
- 전체 응답자를 대상으로 보면 스마트폰, PC/노트북, TV, 스마트패드 순으로 OTT 서비스 이용 경험이 높게 나타났으나, 스마트폰을 제외한 기기 이용 경험은 연령별로 상이함
 - 40대 이상의 연령층에서는 TV 수상기를 이용한 OTT 시청 경험이 60% 이상으로 PC/노트북의 이용 경험보다 높음
 - PC/노트북, 스마트패드를 이용한 OTT 시청 경험은 10대에서 가장 높고 연령이 높아질수록 하락하는 경향을 보임
 - 10대 응답자 중 PC/노트북, 스마트패드 이용 비율은 각각 83.9%, 45.2%인 반면, 60대에서는 각각 56.0%, 9.1%로 큰 격차를 보임
 - ※ KISDI에서 실시하는 한국미디어패널조사에 따르면 2021년 스마트패드(태블릿 PC) 보유율은 10대(만10세-19세) 45.8%, 20대 33.4%, 30대 30.8%, 40대 24.9%, 50대 10.2%, 60대 4.7%로 본 설문조사와 유사하지만 조금 낮게 나타남. 이는 본 조사의 설문 대상이 OTT를 이용하는 대상으로 한정된 것과 스마트패드의 보유가 아닌 이용한 경험을 묻기 때문으로 사료됨
- TV 수상기를 이용한 OTT 시청 경험은 최소 50%(20대)에서 최대 66.7%(60대)로 연령별로 비교적 고르게 나타남

〈표 1〉 OTT 시청기기 이용 경험 (% , 중복응답)

연령	스마트폰	PC/노트북	TV	스마트패드	기타 (빔프로젝터, 휴대용 모니터 등)
전체	95.7	62.1	59.6	27.1	4.1
15-19세	96.8	83.9	55.9	45.2	4.3
20대	97.7	73.8	50.0	41.0	5.5
30대	95.9	59.3	55.2	31.9	4.1
40대	96.6	58.4	61.2	29.8	3.4
50대	92.8	57.2	65.3	17.5	3.8
60대	95.5	56.0	66.7	9.1	4.1

■ 시청기기별 OTT 시청 행태

▣ 기기별 OTT 시청 빈도

- 각 기기별로 OTT 시청하는 빈도를 묻는 질문에서 스마트폰의 경우 ‘매일 사용’한다는 응답이 50% 이상으로 타 기기에 비해 매우 높게 나타남
 - 스마트폰을 OTT 시청에 ‘매일 이용’한다고 응답한 비율은 50.9%로 가장 높게 나타남
 - 스마트폰은 ‘주 2-3회 이용’이 19.0%, ‘주 4-5회 이용’이 17.0%, ‘주 1회 이하 이용’이 13.1%으로 스마트폰을 이용한 OTT 시청 빈도는 매우 높음
- 스마트폰을 제외한 다른 기기는 ‘주 2-3회 이용’이 가장 높게 나타났으며, ‘주 3회 이하 이용’이 50% 이상으로 시청 빈도가 스마트폰에 비해 적은 편
 - ‘주 2-3회 이용’은 PC/노트북은 31.8%, TV는 31.4%, 스마트패드는 38.6%로 스마트폰보다는 OTT시청에 사용되는 빈도가 적은 것으로 조사됨
 - ‘매일 이용’한다는 응답은 PC/노트북에서 27.1%, TV에서 28.4%, 스마트패드에서 25.8%로 스마트폰과 상당한 격차를 보임

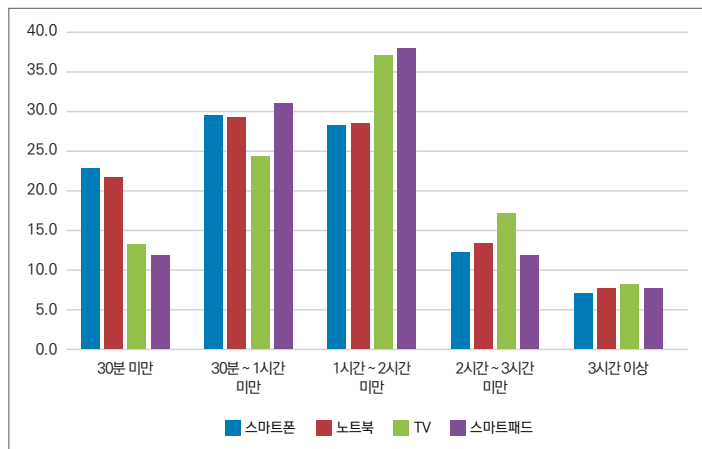
〈표 2〉 기기별 주간 OTT시청 빈도(%)

	매일	주 4-5회	주 2-3회	주 1회 이하
스마트폰	50.9	17.0	19.0	13.1
PC/노트북	27.1	15.8	31.8	25.3
TV	28.4	16.6	31.4	23.5
스마트패드	25.8	20.4	38.6	15.2

□ 기기별 OTT 시청 지속시간

- 각 기기별로 'OTT 1회 시청 시 시청 지속시간'을 묻는 질문에서, 스마트폰과 노트북은 '1시간 미만 시청'이 50% 이상으로 나타난 반면, TV와 스마트패드는 '1시간 이상 시청'이 50% 이상
 - 스마트폰과 노트북은 1회 시청 시 '30분이상 1시간미만 시청'한다는 응답이 각각 29.7%, 29.3%로 가장 높게 나타남
 - TV와 스마트패드의 경우는 '1시간 이상 2시간 미만'시청이 각각 37.1%, 37.8%로 가장 높게 나타남
 - '30분 미만'시청 비율은 스마트폰에서 22.7%, PC/노트북에서 21.6%, TV에서 13.3%, 스마트패드에서 11.8%

[그림 1] 기기별 OTT 시청지속시간(%)

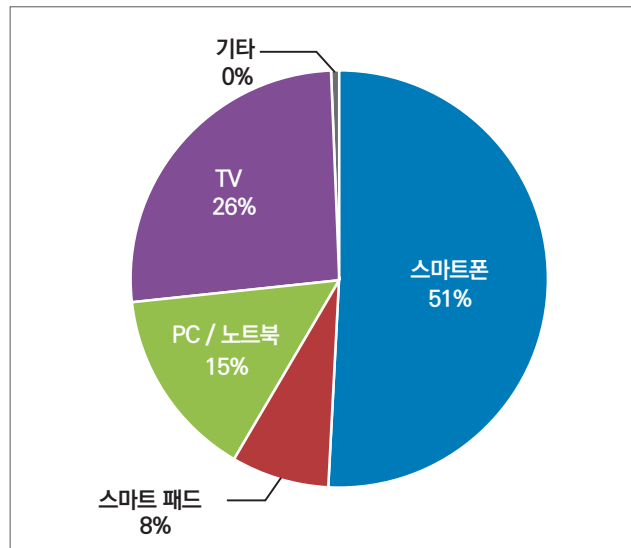


■ 스마트폰 선호 현상

- '집에서 OTT 시청시 주로 사용하는 기기'를 묻는 질문에서는 스마트폰이 51%로 가장 높게 조사됨
 - 그 다음은 TV 26%, PC/노트북 15%, 스마트패드 8% 순
- '큰 화면으로 OTT를 시청할 수 있는 상황에서도 스마트폰을 이용'하는지 묻는 질문에서는 '그렇다'는 응답이 53%로 스마트폰으로 OTT를 시청하는 것을 선호하는 응답자가 과반 이상

- 스마트폰을 이용하는 이유로는 ‘스마트폰 조작이 용이해서’가 62.8%로 가장 높게 나타남
- 그 다음은 ‘집안 어디에서든지 시청할 수 있어서’가 43.5%, ‘혼자 시청하고 싶어서’가 32.0% 순

[그림 2] 집에서 주로 이용하는 OTT 시청 기기



<표 3> 큰 화면이 이용 가능한 경우에도 스마트폰을 이용하는 이유(% , 중복응답)

스마트폰 조작이 용이해서	작은 화면이 좋아서	혼자 시청하고 싶어서	멀티 태스킹이 가능해서
62.8	5.5	32.0	14.1
짧은 시간동안 시청해서	다른 기기는 조작이 불편해서	집안 어디에서든지 시청할 수 있어서	기타
22.5	4.5	43.5	0.9

Ⅱ TV 수상기를 통한 이용한 OTT 시청

- TV 수상기를 이용하여 OTT를 시청하는 응답자의 비율은 59.6%로 스마트TV를 이용한다고 응답한 비율(66.2%)보다 낮게 나타남
- 스마트 TV를 이용하는 응답자 중 TV 수상기로 OTT를 시청하는 비율은 66.4%

※ 한국미디어패널조사에 따르면 2021년 전국 기준 가구당 스마트TV 보유율은 29.8% 본 조사보다 현저히 낮은 수치를 보임. 이는 본 조사가 OTT 이용자를 응답 대상으로 한정했기 때문으로 보인다. 스마트TV의 소유가 아닌 이용 여부를 묻고 있는 것과 조사 시점의 차이에서 기인한 것으로 보인다

- TV를 통해 OTT를 시청하는 방법으로는 'IPTV 혹은 케이블TV 서비스를 이용'한다는 응답이 46.4%로 가장 높게 나타남
 - 그 다음으로 '스마트 TV 이용' 41.0%, '스마트 기기 직접연결' 32.4%, '스마트 TV스틱 혹은 셋톱박스 이용' 29.0% 순
 - 스마트 TV를 이용하는 응답자 중에서도 IPTV 혹은 케이블TV의 셋톱박스를 통해 OTT를 이용 하는 응답자는 43.9%
- ※ 본 설문은 중복응답을 허용하기 때문에, 응답자가 여러 TV 수상기를 이용하면서 스마트 TV가 아닌 TV를 OTT 시청에 이용하는 경우도 포함된 수치

〈표 4〉 TV를 통한 OTT 시청 방법(% , 중복응답)

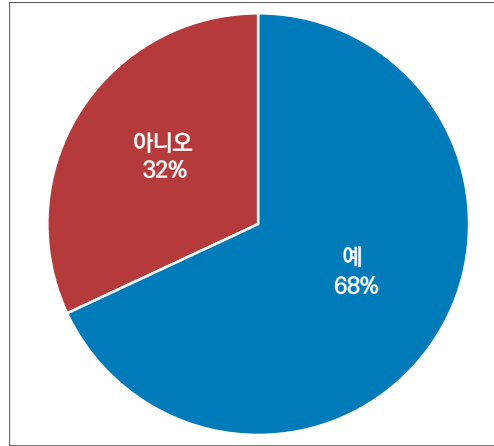
스마트 TV 이용	IPTV / 케이블 TV 서비스 이용	스마트 TV 스틱 / 셋톱박스 이용	스마트기기 직접 연결
41.0	46.4	29.0	32.4

4. OTT시청 기기 선호도

■ 기기별 콘텐츠 시청 만족도

- 동일한 OTT 콘텐츠를 다른 기기에서 시청했을 때 프로그램에 대한 만족도가 상이한지를 묻는 질문에서는 '그렇다'는 응답이 68%, '아니다'라는 응답이 32%로 나타남

[그림 3] 동일한 OTT 콘텐츠를 다른 기기에서 시청했을 때 프로그램 만족도에 차이



■ 기기별 OTT 서비스 이용의 용이성과 만족도

- 스마트폰, TV, 스마트패드를 이용하였을 때 OTT 시청시 만족도와 용이성을 묻는 질문에서, 콘텐츠 시청 만족도는 TV, 스마트패드, 스마트폰 순으로 높게 나타남
- 반면, OTT 서비스 이용의 용이성을 묻는 질문에서는 스마트폰, 스마트패드, TV순으로 용이성이 높게 나타남

〈표 5〉 OTT 콘텐츠 시청 만족도 이용의 만족도 (%)

시청기기	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
스마트폰	2.0	10.4	42.2	32.8	12.6
TV	1.5	4.7	29.4	39.4	25.1
스마트패드	2.4	9.2	38.4	33.8	16.2

주) 본 설문은 '○○기기를 이용하여 OTT 서비스를 이용하는 것에 만족한다'는 진술문에 '매우 동의하지않음', '동의하지 않음', '보통', '동의', '매우동의'의 응답을 하는 방식으로 조사되었음. 위의 표는 이해를 돕기 위해 문구를 변경하여 제시함

〈표 6〉 OTT 서비스 이용의 용이성 (%)

시청기기	전혀 용이하지 않음	용이하지 않음	보통	용이함	매우 용이함
스마트폰	0.7	3.3	23.3	41.8	30.9
TV	4.1	16.0	39.6	29.1	11.2
스마트패드	1.9	6.9	34.6	36.2	20.3

주) 본 설문은 '○○기기를 이용하여 OTT 서비스를 이용하는 것이 용이하다'는 명제에 '매우 동의하지않음', '동의하지 않음', '보통', '동의', '매우동의'의 응답을 하는 방식으로 조사되었음. 위의 표는 이해를 돕기 위해 문구를 변경하여 제시함

■ OTT시청 상황별 시청 기기 선택

▣ 장르별 시청 선호 기기

- 시청 장르별 선호 기기를 묻는 질문에서 드라마를 제외한 모든 장르에서 TV를 가장 선호
 - 영화와 스포츠의 경우는 TV를 가장 선호하는 비율이 각각 37.4%, 32.1%로 스마트폰을 가장 선호하는 비율 26.5%, 24.8%보다 높게 나타남
 - 예능의 경우 TV를 선호하는 비율이 33.4%, 스마트폰을 선호하는 비율이 33.0%로 TV를 선호하는 비율이 약간 높음
- 드라마의 경우 스마트폰을 가장 선호하는 비율이 각각 33.9%, TV를 선호하는 비율 33.8%보다 약간 높게 나타남

〈표 7〉 시청 장르별 선호 기기 (%)

	스마트폰	PC/노트북	TV	스마트패드	기타	해당 장르 시청 안함
드라마	33.9	13.1	33.8	8.9	0.6	9.6
영화	26.5	17.2	37.4	9.2	1.1	8.7
스포츠	24.8	11.2	32.1	5.2	0.4	26.3
예능	33.0	12.5	33.4	6.8	0.4	13.8

■ 몰아보기시 선호하는 시청 기기

- 특정 프로그램을 세편 이상 연속으로 시청하는 경우(몰아보기)에는 어떤 기기 사용을 선호하는지 묻는 질문에서는 TV를 가장 선호한다는 응답이 42.4%로 가장 높게 나타났지만 연령별로는 선호 기기에 큰 차이를 보임
 - 10대와 20대에서는 스마트폰이 각각 37.6%, 38.3%로 가장 높게 나타났고 그다음은 스마트패드가 24.7%, 21.9%, PC가 22.6%, 19.9%, TV가 15.1%, 18.4%로 전 연령에서 가장 선호되는 기기인 TV가 가장 낮은 순위를 보임
 - 30대에서는 스마트폰과 TV가 34.1%로 가장 높고, 그 다음 PC/노트북 20.0%, 스마트패드 11.9% 순
 - 40대 이상에서는 TV 선호도가 각각 43.5%(40대), 57.8%(50대), 65.8%(60대)로 가장 높았으며 그 다음은 스마트폰으로 30.4%(40대), 21.6%(50대), 18.1%(60대)
 - 연령이 증가할수록 TV에 대한 선호도가 높아지고 스마트폰과 스마트패드에 대한 선호도는 낮아지는 것을 보임

〈표 8〉 몰아보기시 선호 시청기기(%)

	스마트폰	PC/노트북	TV	스마트패드	기타
전체	29.0	17.0	42.4	11.0	0.7
15-19세	37.6	22.6	15.1	24.7	0.0
20대	38.3	19.9	18.4	21.9	1.6
30대	34.1	20.0	34.1	11.9	0.0
40대	30.4	15.8	43.5	9.9	0.3
50대	21.6	14.7	57.8	5.3	0.6
60대	18.1	12.8	65.8	2.1	1.2

■ OTT서비스별 가장 많이 이용하는 시청 기기

- OTT 서비스 별로 가장 많이 이용하는 시청 기기를 묻는 질문에서 유튜브, 쿠팡플레이, 티빙, 웨이브, 왓챠는 스마트폰이 넷플릭스, 디즈니플러스, 애플티비플러스는 TV 수상기가 가장 높은 응답률을 보임
 - 유튜브, 쿠팡플레이, 티빙, 웨이브를 스마트폰에서 가장 많이 시청한다는 응답은 각각 75.5%, 69.4%, 50.5%, 52.1%로 50% 이상의 응답률을 보임

- 넷플릭스, 디즈니플러스, 애플티비플러스는 TV에서 가장 많이 이용한다는 응답이 40.8%, 38.3%, 37.3%로 가장 높게 나타났고, 스마트폰을 가장 많이 이용한다는 응답이 두번째
- 왓챠의 경우 스마트폰을 가장 많이 이용한다는 응답이 41.1%로 가장 높았고, 그 다음은 스마트패드 22.8%, PC/노트북 17.8%, TV 17.2%로 다른 OTT 서비스와 다른 패턴을 보임

〈표 9〉 OTT 서비스 별 가장 많이 이용하는 시청 기기 (%)

	스마트폰	PC/노트북	TV	스마트패드	기타
유튜브	75.5	12.0	6.8	5.5	0.2
넷플릭스	28.2	17.2	40.8	13.3	0.6
쿠팡플레이	69.4	10.4	10.7	9.2	0.2
티빙	50.5	15.1	16.4	17.7	0.3
웨이브	52.1	15.7	17.5	14.8	0.0
디즈니플러스	31.0	14.5	38.3	15.3	0.8
왓챠	41.1	17.8	17.2	22.8	1.1
애플티비플러스	35.6	13.6	37.3	11.9	1.7

주) 본 설문 의 질문과 보기는 응답자들이 6개월간 이용 경험이 있다고 응답한 기기와 OTT 서비스로 한정됨

OTT 시청 기기별 OTT 서비스 이용

기기별 가장 많이 이용하는 OTT 서비스

- 각 기기에서 가장 많이 이용하는 OTT 서비스를 묻는 질문에서 스마트폰, PC/노트북, 스마트패드에서는 유튜브를 가장 많이 이용한다는 응답이 각각 73.6%, 63.0%, 52.1%로 가장 높게 나타남
 - 두번째로 많이 이용한다고 응답된 OTT 서비스는 넷플릭스로 스마트폰에서 13.1%, PC/노트북에서 17.6%
 - 스마트패드에서는 넷플릭스 27.0%, 티빙 6.9%, 웨이브 4.2%, 쿠팡플레이 3.7%, 왓챠 2.2%로 가장 많이 이용한다고 응답해 비교적 고른 이용 패턴을 보임
- 이와 달리, TV에서 가장 많이 이용하는 서비스는 넷플릭스가 45.6%로 가장 높게 나타났으며, 유튜브는 39.1%로 나타나 다른 기기들과 큰 차이를 보임

〈표 10〉 기기별 가장 많이 이용하는 OTT 서비스(%)

	유튜브	넷플릭스	디즈니 플러스	애플TV 플러스	웨이브	티빙	왓챠	쿠팡 플레이
스마트폰	73.6	13.1	0.6	0.1	3.6	2.2	0.5	2.8
PC/노트북	63.0	17.6	1.4	0.1	0.2	3.4	3.9	1.1
TV	39.1	45.6	1.8	0.3	0.1	3.1	3.2	0.8
스마트패드	52.1	27.0	1.5	0.2	4.2	6.9	2.2	3.7

주) 본 설문문의 질문과 보기는 응답자들이 6개월간 이용 경험이 있다고 응답한 기기와 OTT 서비스로 한정됨

OTT 서비스 선호도

동일 콘텐츠 제공시 선택하는 OTT 서비스

- 같은 프로그램이 여러 서비스에서 제공 중일 때 주로 어느 서비스를 이용하여 시청하는지를 묻는 질문에서는 유튜브가 56.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 넷플릭스 36.2% 순
 - 유튜브를 선호하는 이유로는 ‘해당 서비스에 접근이 편해서’가 88.8%로 압도적으로 높았고, 그 다음은 ‘해당 앱의 검색이 쉬워서’가 35.2%, ‘해당 앱의 조작성 편해서’가 27.3%
 - 넷플릭스를 선호하는 이유로는 ‘해당 서비스에 접근이 편해서’가 55.4%로 가장 높게 나타났고, 그 다음은 ‘TV로 시청할 수 있어서’ 38.9%, ‘해당 서비스에서 제공하는 화질/음질이 좋아서’ 25.0% 순
- 그 다음으로는 VOD 다시보기로, TV 수상기로 시청이 가능하다는 점에서 동일 콘텐츠를 제공하는 경우에는 다른 OTT 서비스보다 선호되는 것으로 나타남
 - VOD 다시보기의 응답률은 8.4%로, 웨이브 6.6%, 티빙 6.3% 보다 높은 수치를 보임
 - VOD 다시보기를 선택한 이유는 ‘TV로 시청할 수 있어서’가 61.4%로 가장 높고, 그 다음이 ‘해당 서비스에 접근이 편해서’로 43.3%
 - KT IPTV에서 제공하는 시즌의 경우도 주 시청 이유로 ‘TV로 시청할 수 있어서’가 41.4%로 두번째로 높게 나타나 TV수상기를 통한 시청이 가능하다는 점이 서비스에 대한 선호도로 이어지는 것으로 보임

〈표 11〉 동일 콘텐츠 제공 시 주 시청 OTT 서비스(% , 중복응답 가능)

유튜브	넷플릭스	디즈니	웨이브	티빙
56.7	36.2	1.9	6.6	6.3
왓차	쿠팡플레이	VOD 다시보기	시즌	기타
2.3	3.8	8.4	1.9	5.3

주) 본 질문의 보기는 '응답자들이 6개월 이내 이용한적이 있다고 응답한 서비스'에 한정됨

■ 넷플릭스(Netflix)와 티빙(Tving) 선호도

- 동일한 콘텐츠를 많이 보유하고 있는 넷플릭스와 티빙을 통해 응답자가 특정한 콘텐츠가 여러 서비스에서 제공될 때 어떤 서비스를 선호하는지 살펴봄
 - ※ 2022년 7월 기준으로 환혼, 아는 형님 나의 해방일지, 미스터선샤인, 슬기로운 의사생활, 비밀의 숲 등 다수의 tvN과 JTBC의 TV프로그램이 두 서비스에서 모두 제공됨
- 설문조사 응답자 중 최근 6개월간 넷플릭스와 티빙을 모두 이용한다고 응답한 수는 전체의 19%인 280명 중
 - 그 중, 61%인 170명은 특정 콘텐츠가 동시에 여러 OTT 서비스에서 제공 중일 경우, 넷플릭스에서 시청한다고 응답하였고, 21%인 60명이 티빙에서 시청한다고 응답
 - 넷플릭스와 티빙을 모두 선택한 응답자는 10%인 27명
 - ※ 해당 질문은 중복응답이 가능하며, 응답자들에게는 넷플릭스와 티빙 외에도 본인이 이용한다고 응답한 다른 OTT 서비스들(유튜브, 디즈니 플러스 등)도 보기로 주어짐
- 각 OTT 서비스를 선호하는 이유로는 '해당 서비스에 접근이 편해서'가 가장 많이 나타남
- 해당 OTT 서비스를 'TV로 시청할 수 있어서'는 넷플릭스에서 34%로 두번째로 높은 이유로 꼽힌 반면, 티빙은 22%로 '해당 앱의 조작이 편해서'에 이은 세번째 순위였음
 - 응답자들이 넷플릭스를 선호하는 이유가 TV 수상기를 통한 시청이 가능하기 때문일 수 있음

〈표 12〉 넷플릭스와 티빙 선호 이유 (중복응답)

	해당 서비스에 접근이 편해서	해당 서비스의 자막/배속 기능이 좋아서	해당 서비스에서 제공하는 화질/음질이 좋아서	해당 앱이 검색이 쉬워서	해당 앱의 조작이 편해서	TV로 시청할 수 있어서
넷플릭스	56%	26%	26%	14%	21%	34%
티빙	60%	10%	15%	10%	27%	22%

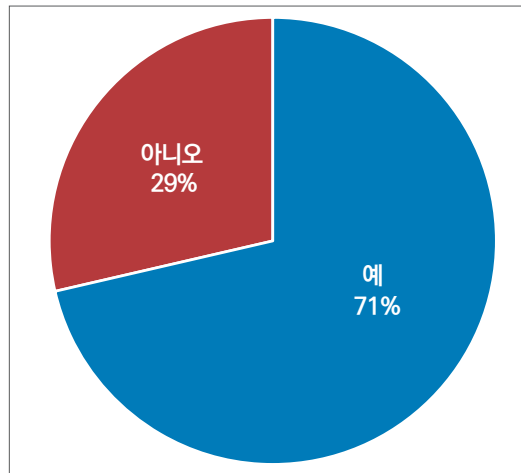
5. OTT 서비스와 시청기기 구입 결정

■ 시청 기기와 OTT 구독 결정

▣ OTT 구독 결정에서 시청 가능 기기 고려

- OTT 서비스를 구독할 때 스마트폰 외 다른 기기에서도 시청이 가능한지 고려한다는 응답은 71%로, 고려하지 않는다는 응답 29%보다 높게 나타남

[그림 4] OTT서비스 구독 시 스마트폰 제외 타 기기에서도 시청 가능 여부 고려



■ 시청 기기에 제약이 없을 시 추가 구독 서비스

- 가지고 있는 '모든 기기에서 제약 없이 OTT를 시청할 수 있는 경우 추가로 구독하고 싶은 서비스'를 묻는 질문에서는, 넷플릭스 43.8%, 유튜브 프리미엄 38.8%, 디즈니플러스 24.7%, 티빙 19.3%, 애플TV 플러스 15.0% 순으로 나타남
 - 연령별로 살펴보면 10대와 20대에서는 유튜브 프리미엄이 각각 62.4%, 53.1%로 가장 높았고, 30대 이상에서는 넷플릭스가 가장 높게 나타남

〈표 13〉 모든 기기에서 이용 가능 시 추가 구독 의향이 있는 서비스 (% , 중복응답)

	유튜브 프리미엄	넷플릭스	디즈니 플러스	애플TV 플러스	아마존 프라	웨이브	티빙	왓차	쿠팡 플레이	기타	없음
전체	38.8	43.8	24.7	15.0	6.3	12.4	19.3	12.2	11.5	4.1	15.0
15-19세	62.4	51.6	35.5	9.7	5.4	17.2	23.7	31.2	14.0	8.6	3.2
20대	53.1	43.8	34.0	14.5	6.6	18.0	21.9	20.7	13.3	3.9	11.7
30대	36.3	38.5	27.8	13.7	8.5	14.4	23.7	12.6	11.1	3.7	15.6
40대	33.5	45.0	29.8	24.2	7.5	11.8	19.9	8.7	9.3	3.4	10.9
50대	33.1	47.2	18.1	14.1	4.7	9.1	17.2	8.4	10.3	3.8	17.2
60대	32.1	40.3	9.5	7.8	4.5	7.4	12.3	5.3	13.6	4.5	24.7

■ OTT 시청을 위한 기기 구입

■ 기기 구입 경험 및 계획

- 과거 OTT시청을 목적으로 OTT 시청 가능 기기를 구입한 경험이 있는지 묻는 질문에서는 스마트폰이 31.6%로 가장 높게 나타남. 그 다음은 스마트TV 18.9%, 스마트패드 17.3% 순
- 향후 OTT 시청을 위해 기기를 추가로 구입할 계획이 있는지 묻는 질문에서도 스마트폰이 27.9%로 가장 높게 나타남. 그 다음은 스마트 TV 24.0%, 스마트패드 18.8% 순

〈표 14〉 과거 OTT시청을 위하여 구입한 기기 (% , 중복응답)

스마트폰	스마트패드	스마트 TV	스마트 TV 스틱	기타(빔프로젝터, 휴대용 모니터 등)	없음
31.6	17.3	18.9	9.4	4.7	35.6

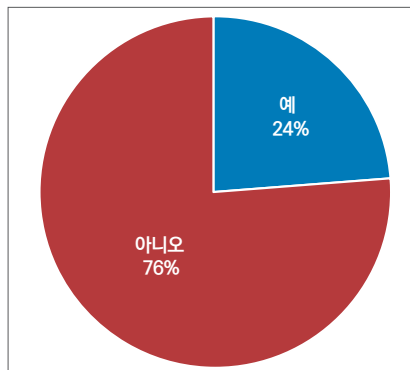
〈표 15〉 향후 OTT시청을 위하여 구입할 의향이 있는 기기 (% , 중복응답)

스마트폰	스마트패드	스마트 TV	스마트 TV 스틱	기타(빔프로젝터, 휴대용 모니터 등)	없음
27.9	18.8	24.0	10.2	9.5	28.3

■ 애플TV플러스 시청을 위한 기기 구입 계획

- 현재 애플TV플러스는 안드로이드 OS를 탑재한 기기에서는 사용이 불가능하기 때문에 애플TV플러스 시청을 위해서는 추가 기기 구입이 필요할 수 있음
- 지난 6개월간 애플TV플러스를 이용한 경험이 있는 59명을 대상으로 향후 애플TV플러스 시청을 위해 기기를 추가로 구입할 의사가 있는지 묻는 질문에서 ‘그렇다’는 응답이 24%로 나타남
 - 애플TV플러스 이용자 중 아이폰 소지자는 67.8%, 아이패드 소지자는 55.9%, 애플TV 소지자는 15.3%
 - 전체 응답자를 대상으로 향후 애플TV플러스 시청을 위하여 추가로 기기를 구입할 의향이 있는지 묻는 질문에서는 19.6%가 ‘그렇다’고 응답

[그림 5] 애플티비플러스 시청을 위해 시청기기 추가 구입 의향



주) 본 질문은 애플TV플러스를 이용한 경험이 있는 응답자들만 대상으로 한정

6. 유료방송시장과 OTT 서비스

■ IPTV와 케이블TV 서비스를 이용한 OTT 시청 현황

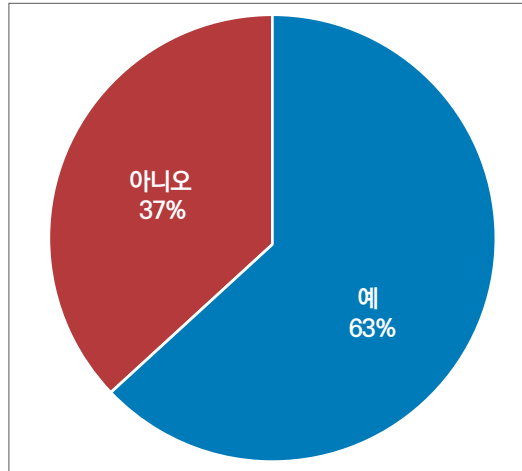
- 전체 설문 응답자중 27.7%가 IPTV/케이블TV를 이용해 TV에서 OTT 시청한다고 응답
- 스마트 TV를 이용하는 응답자 중에서도 IPTV 혹은 케이블TV의 셋톱박스를 통해 OTT를 이용 하는 응답자는 43.9%, 스마트 TV 기능은 사용하지 않고 IPTV 혹은 케이블TV 셋톱박스만을 통해 OTT를 이용하는 응답자는 25.5%
- IPTV/케이블TV 서비스를 이용하여 OTT를 TV에서 이용할 수 있는지 알고 있는지를 묻는 질문에서는 62.2%가 알고 있다고 응답

■ OTT서비스가 IPTV/케이블TV서비스 선택에 미치는 영향

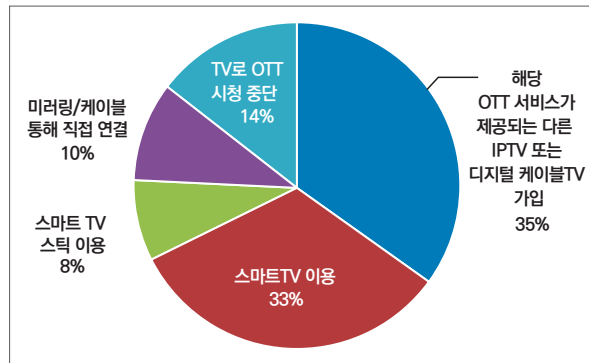
■ 유료방송서비스의 OTT 서비스 중단시 이용자 선택

- 유료방송서비스를 통해 TV 수상기에서 OTT를 이용하는 응답자를 대상으로 만약 이용 중인 유료방송에서 더이상 OTT를 이용할 수 없는 경우 서비스 이용을 중단 할 의향이 있는지 묻는 질문에서 응답자 415명 중 63%가 '유료방송 이용을 중단'하겠다고 응답
- 해당 유료방송 이용 중단 시 TV에서 OTT를 어떻게 이용하겠냐는 질문에서, 'OTT 서비스를 제공하는 다른 유료방송 서비스로 변경' 하겠다는 응답이 35%로 가장 높게 나타남
 - '스마트TV를 이용'하겠다는 응답이 33%, 'TV로 OTT를 시청하지 않겠다'는 응답이 14%, '직접 연결'이 10%, '스마트TV 스틱 이용'이 8%로 나타남
- 해당 유료방송을 계속해서 이용하는 이유로는 '휴대폰, 인터넷등과 결합상품으로 가입되어 있어서'가 46%로 가장 높음
 - 그 다음으로는 '다른 방법으로 OTT 서비스를 시청할 수 있어서' 27%, '해당 서비스에서 제공하는 방송 서비스에 만족해서' 20% 순

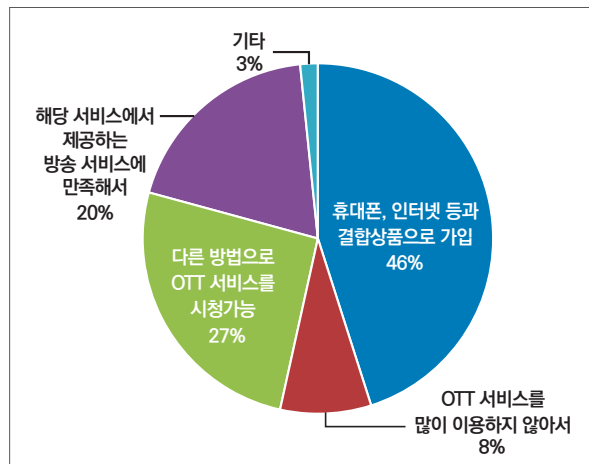
[그림 6] IPTV/케이블 TV에서 OTT를 이용할 수 없는 경우 해당 유료방송 이용 중단



[그림 7] 유료방송서비스 이용 중단 시 OTT 서비스 이용 방식



[그림 8] 유료방송서비스 이용 지속 이유



□ OTT 서비스 제공 및 할인과 유료방송서비스 선택

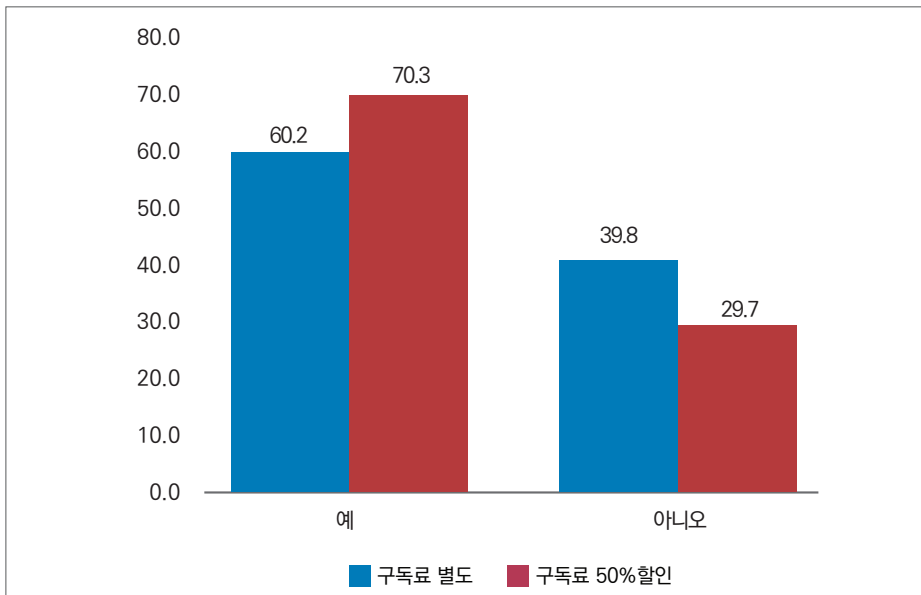
- 전체 설문조사 응답자를 대상으로 향후 유료방송 서비스 선택 시 특정 OTT서비스를 이용할 수 있는지를 고려할 것인가 묻는 질문에서 58.7%가 '고려하겠다'고 응답, 22.7%는 '고려하지 않는다'고 응답 (응답자의 18.6%는 향후 '유료방송 서비스에 가입할 의향이 없다'고 밝힘)

〈표 16〉 향후 유료방송서비스 선택 시 OTT 서비스 이용 가능성 고려(%)

예	아니오	유료방송서비스 가입 의향 없음
58.7	22.7	18.6

- 전체 응답자를 대상으로 스마트 TV와 같이 원하는 OTT서비스를 자유롭게 이용할 수 있는 가상의 유료방송서비스가 있다면 해당 서비스를 가입할 의향이 있는지 묻는 질문에서, 60.2%가 가입할 의사가 있다고 응답
- 추가로 가상의 서비스를 이용하면 OTT 서비스 구독료가 50% 할인되는 경우에는 응답자의 70.3%가 서비스 가입 의향이 있다고 응답

[그림 9] OTT서비스를 TV에서 자유롭게 이용할 수 있는 유료방송서비스 가입 의향



- 리모콘에 OTT서비스 바로가기 버튼(햅키)를 추가 하는데 얼마의 금액을 지불할 의향이 있는지 묻는 질문에서, 500원 초과 1000원 이하가 35.8%로 가장 높게 나타남. 그 다음은 지불 의사 없음이 31.8%, 500원 이하가 21.5%, 1000원 초과가 10.9%

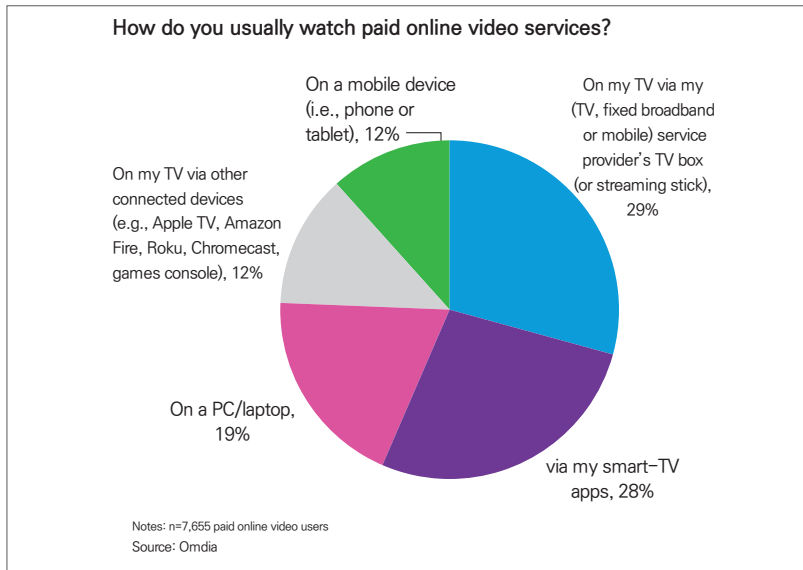
〈표 17〉 리모콘 OTT서비스 바로가기 버튼(햅키) 추가 시 지불 의향 금액

500원 이하	500원 초과 1000원 이하	1000원 초과	지불 의사 없음
21.5	35.8	10.9	31.8

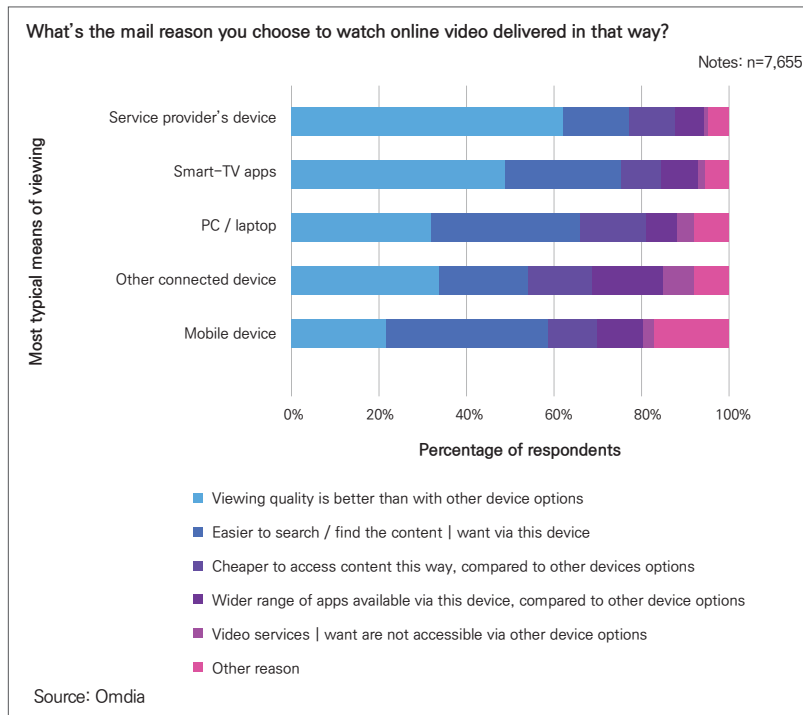
7. 해외 시청자의 OTT 이용 기기

- 2021년 12개국 이용자들을 대상으로 실시된 조사에 따르면, 유료 온라인 비디오를 시청하는 방법으로 유료방송 서비스의 셋톱박스 및 스마트TV스틱을 이용한다는 응답이 전체의 29%로 가장 높게 나타남
- 그 다음으로 스마트TV 28%, 노트북/PC 19%, 휴대폰 스마트패드 등 모바일 기기 12%, 기타 스마트TV 스틱, 게임 콘솔 등 이용이 12%. 스마트폰 이용이 가장 높게 나타난 국내 조사와 차이를 보임
 - ※ 호주, 브라질, 중국, 프랑스, 독일, 인도네시아, 말레이시아, 멕시코, 남아공, 스페인, 영국, 미국 12개국의 13,000명 이상의 응답자를 대상으로 조사
 - 유료방송 서비스 셋톱박스, 스마트TV, 기타 스마트TV스틱/게임콘솔을 주로 사용하는 응답자들은 해당 시청 방법을 선택한 이유로 화질을 가장 많이 선택
 - 노트북/PC, 모바일 기기를 선호하는 응답자들은 원하는 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있다는 점을 가장 많이 선택

[그림 10] 유료 온라인 비디오 주 시청 방법¹⁾



[그림 11] 시청 방법별 선호 이유²⁾



1) Omdia_2022_Digital Consumer Insights 2021 Online Video

2) Omdia_2022_Digital Consumer Insights 2021 Online Video

8. 요약 및 시사점

■ 가장 편리한 기기: 스마트폰

- 설문조사 결과 전체 설문 참여자 중 95.7%가 스마트폰을 이용하여 OTT를 시청한다고 응답
- 집에서 가장 많이 사용하는 기기 역시 스마트폰으로, 큰 화면으로 OTT시청을 할 수 있는 경우에도 스마트폰의 조작의 용이성과 휴대의 편리함으로 스마트폰을 이용하여 OTT를 시청
 - 이는 TV를 통해 유료 비디오 콘텐츠를 가장 많이 시청한다는 해외 조사 결과와 차이를 보임
- 스마트폰으로 가장 많이 이용하는 OTT 서비스는 유튜브(73.6%), 넷플릭스(13.1%), 웨이브(3.6%) 순으로 나타남
- 응답자들은 스마트폰으로는 OTT 서비스를 이용하는 것이 다른 기기(스마트패드, TV)보다 용이하다고 응답했으나, 스마트폰을 이용한 시청시 콘텐츠에 대한 만족도는 다른 기기로 시청했을 때 보다 낮다고 응답
 - 다른 기기들에서 이용하는 OTT 서비스 앱의 편리성, 검색기능 등이 개선 될 경우 스마트폰을 이용한 OTT 시청 의존도가 낮아질 것으로 예상

■ 가장 만족하는 기기: TV

- TV 수상기를 이용한 OTT 시청 경험은 최소 50%(20대)에서 최대 66.7%(60대)로 연령별 고르게 나타남
- TV를 이용한 OTT 시청 만족도가 다른 기기(스마트폰, 스마트패드)를 이용한 만족도보다 높음
 - 몰아보기시 가장 선호하는 기기는 TV로 나타났으며, 장르별 가장 선호하는 시청기기 조사에서도 드라마를 제외한 모든 장르(영화, 스포츠, 예능)에서 TV를 가장 선호하는 것으로 나타남
- 넷플릭스, 디즈니플러스, 애플티비플러스의 경우 TV로 시청하는 것을 가장 선호
- 동일 콘텐츠를 여러 서비스에서 제공중일 때 선호하는 OTT 서비스를 묻는 질문에서 'VOD 다시보기'가 유튜브, 넷플릭스에 이어 세번째로 높게

나타난 것은 응답자들이 TV 수상기를 이용한 콘텐츠 시청을 선호한다는 것을 보여줌

- 'VOD 다시보기'를 선호하는 이유 중 'TV로 시청할 수 있어서'가 61.4%

- 유료방송서비스와의 제휴를 통해 TV를 통한 해당 OTT 서비스의 접근성을 높이거나 TV에서 서비스되는 앱의 성능을 개선을 통해 OTT 서비스의 경쟁력을 키울 수 있을 것으로 사료됨

■ OTT 이용 기기 패턴의 연령별 차이

- OTT시청에 TV수상기를 이용하는 비율은 연령에 따라 증가
- 같은 프로그램을 연속적으로 시청하는 몰아보기시, 30대 이상은 TV를 선호하는 반면 20대 이하는 스마트폰을 선호
 - 가족 구성원이 많은 낮은 연령층에서 '혼자 시청' 하기 위해 스마트폰 선호하는 것으로 보임
- 노트북/PC, 스마트패드 이용 비율도 10대와 20대에서 다른 연령층보다 높게 나타남

■ 시청 기기별 OTT 이용 패턴 차이

- 스마트폰과 노트북/PC으로 OTT시청시 시청 지속시간은 TV, 스마트패드를 이용할 때 보다 짧은 것으로 조사됨
- 다른 기기에서는 유튜브를 가장 많이 시청하는 반면, TV에서는 넷플릭스를 가장 많이 시청
- 드라마와 예능프로는 스마트폰으로 영화와 스포츠는 TV로 시청을 선호하는 것으로 나타남
- OTT 서비스 구독시 어느 기기에서 시청할 수 있는지를 고려하며, 향후 OTT 시청을 위하여 스마트폰을 구입하겠다는 응답이 27.9%, 스마트 TV를 구입하겠다는 응답이 전체 24.%