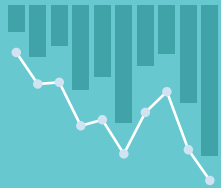




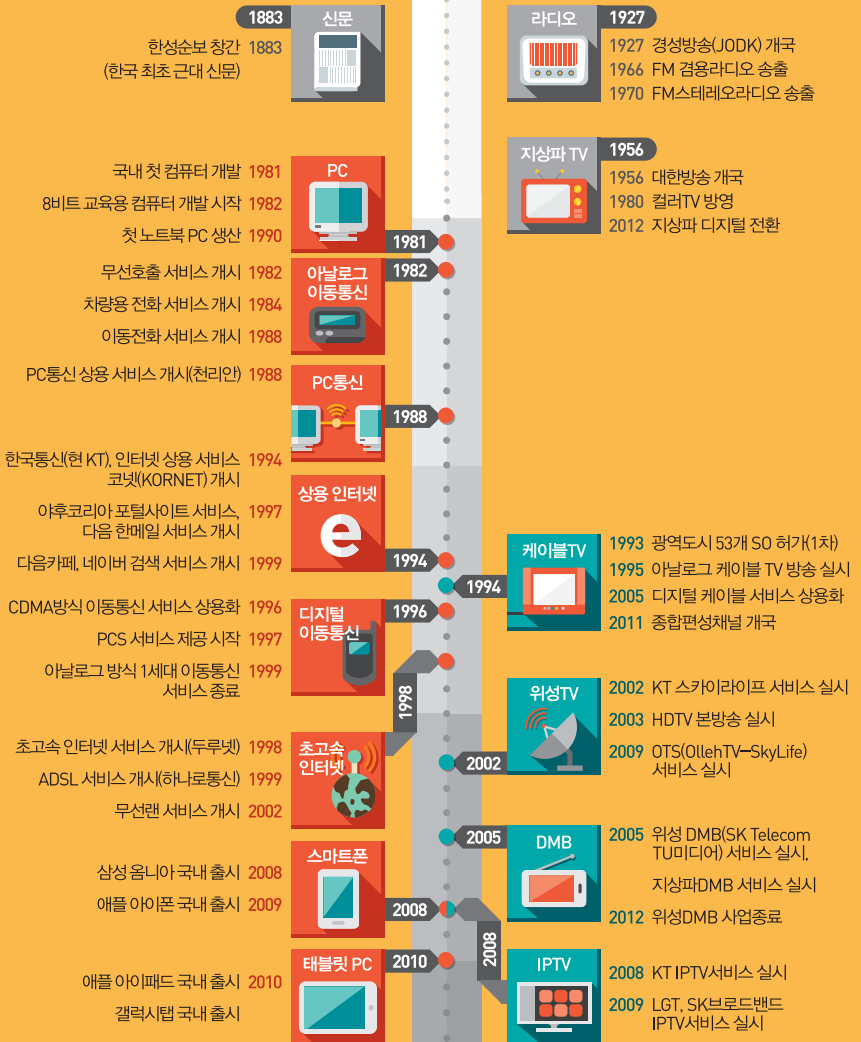
미디어 통계 수첩

한국미디어패널통계·방송매체이용통계·방송산업실태통계



이 자료는 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책 연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체 이용행태 조사, 미래 창조과학부와 방송통신위원회의 방송산업 실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성함

미디어 연대기





Contents 차례

인포그래픽 : 미디어 연대기 /3

I. 한국미디어패널조사 09



인포그래픽

2015 스마트폰 이용자 75% 돌파! /10

어린이부터 노년층까지 스마트폰 보유 증가 /11

미디어 다이어리 /12

TV보면서 스마트폰 채팅, 미디어 동시이용 증가 /13

중·장년층의 SNS 이용 큰 폭 증가 /14

유료방송과 결합상품 가입률 증가 /15

1. 한국미디어패널조사 개요 /17

2. 미디어 다이어리 /18

2-1. 매체별 평균 이용 시간 /18

2-2. 행위별 평균 이용 시간 /18

2-3. 동시이용 매체 이용 점유율 /19

2-4. 시간대별 미디어기기 평균 이용시간 - 전체 응답자 기준 /20

2-5. 시간대별 미디어기기 평균 이용시간 - 이용자 기준 /21

- 3. 미디어 이용행태 /22
 - 3-1. 인터넷미디어서비스 이용률 /22
 - 3-2. TV 방송프로그램 선호 장르 /22
- 4. 미디어 활용능력 /23
- 5. SNS 이용률 /24
 - 5-1. SNS 서비스사별 이용률 /24
 - 5-2. SNS 성별, 연령대별 이용률 /24
- 6. 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려 정도 /25
- 7. 어린이 및 청소년 미디어 활용 /26
 - 7-1. 어린이 및 청소년 휴대폰 보유율 /26
 - 7-2. 가구 내 미디어 이용 지침 활용비율 /26

II.

방송매체 이용행태 조사

27



인포그래픽

- 개인매체 가구매체 선호매체경향 /28
- 스마트폰 미디어 기능활용 /30
- 시간대별 방송 프로그램 시청취 이용률 /32
- 자녀의 TV시청 경향 /34

1. 방송매체 이용행태 조사 개요 /37
2. 가구매체 보유현황 /38
 - 2-1. 가구매체 보유율 /38
 - 2-2. 가구매체 평균 보유대수 /38
3. 개인매체 보유현황 39
 - 3-1. 개인매체 보유율 /39
 - 3-2. 개인매체 평균 보유대수 /39
4. 디지털TV 보유율 /40
 - 4-1. 디지털TV 보유율 /40
 - 4-2. 유료방송 가입유형별 디지털TV 보유율 /40
5. 유료방송 가입률 /41
 - 5-1. 유료방송 가입 가구 비율 - 전체 가구 기준 /41
 - 5-2. 유료방송 가입 가구 비율 - TV 보유가구 기준 /41
6. 일상에서 필수적인 매체 /42
 - 6-1. 일상에서 필수적인 매체 인식 비율 /42
 - 6-2. 연령별 일상에서 필수적인 매체 인식 비율 /42
7. 미디어 대체 효과 /43
 - 7-1. 연령별 해외 제작 프로그램 시청1) 비율(중복응답) /43
 - 7-2. 해외 제작 프로그램을 시청하기 위해 이용한 방법(중복응답) /44
8. 매체별 이용 빈도 /45
9. TV 시청 중 타매체 동시 이용 /46

Ⅲ.

방송산업 실태조사

47



인포그래픽

방송산업 주요현황 /48

1. 방송산업 실태조사 개요 /51
2. 2015년도 방송산업 실태조사 개황 /52
3. 방송사업자 수와 인력 /53
 - 3-1. 방송산업 사업자 수 /53
 - 3-2. 방송산업 종사자 수 /54
 - 3-3 방송산업 종사자 점유율 /54
4. 손익과 재무 현황 /55
 - 4-1. 방송매출액 /55
 - 4-2. 방송매체별 방송매출액 비중 /55
 - 4-3. 광고매출 /56
 - 4-4. 방송매체별 광고매출 비중 /56
 - 4-5. MSO별 방송매출액 /57
 - 4-6. MSO별 방송매출액 점유율 /57
 - 4-7. PP 방송매출액 /58
 - 4-8. PP 유형별 방송매출액 비중 /58
 - 4-9. 주요 MPP 방송매출액 /59

- 4-10. 주요 MPP 방송매출액 점유율 /59
- 4-11. 지상파 3사계열 방송·광고매출액 /60
- 4-12. 방송매체별 방송매출·순이익 /61
- 4-13. 주요 MSP 방송매출·순이익 /63

5. 유료방송 가입자 현황 /65

- 5-1. 유료방송 가입자 /65
- 5-2. 유료방송 가입자 점유율 /65
- 5-3. 종합유선방송 가입자 /66
- 5-4. 종합유선방송 아날로그/디지털 가입 비중 /66

6. 프로그램 제작과 유통 현황 /67

- 6-1. 지상파 제작비 추이 /67
- 6-2. PP 제작비 추이 /67
- 6-3. 지상파+PP 제작비 추이 /67
- 6-4. 방송사업자별 제작비 추이 /68
- 6-5. 방송산업 수출 추이 /71
- 6-6. 방송산업 수입 추이 /72

IV. 미디어 통계정보 이용

73



- KISDI STAT 소개페이지 /74
- 한국미디어패널 학술대회 /75
- 통계정보 이용방법 안내 /76
- ICT/미디어 통계 제공 사이트 /77



한국미디어패널조사



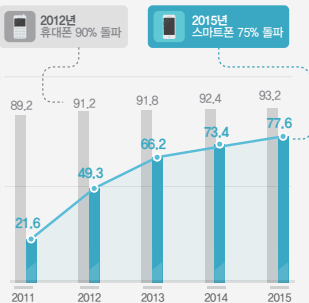
인포그래픽
한국미디어패널조사 개요
미디어 다이어리
미디어 이용행태
미디어 활용능력
SNS 이용률
온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려 정도
어린이 및 청소년 미디어 활용

2015 스마트폰 이용자 75% 돌파!



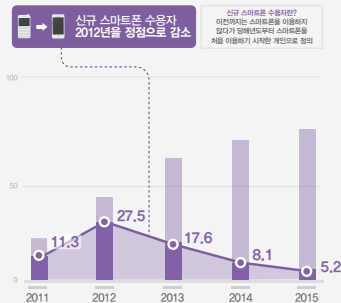
휴대폰 및 스마트폰 보유 현황

※ 휴대폰 보유율 ■ 스마트폰 보유율 (단위:%)
 ※ 기준: 2011년~2015년 각 해 응답매달별인 전체



신규 스마트폰 수용자 현황

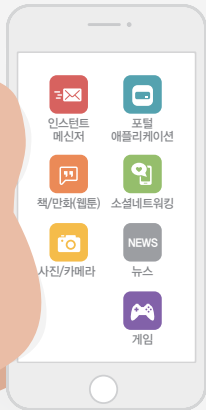
■ 신규 스마트폰 수용자 ■ 기존 스마트폰 이용자 (단위:%)
 ※ 기준: 2011년~2015년 완전 응답매달별인



신규 스마트폰 수용자만!
 이전까지는 스마트폰을 이용하지 않다가 당해년도부터 스마트폰을 처음 이용하기 시작한 개인으로 정의

스마트폰 애플리케이션 이용행태

※ 2015년 기준, 상위 3개 분야만 표기

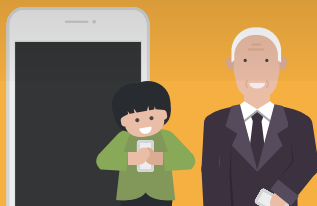


스마트폰 애플리케이션 이용 1위는 "인스턴트메신저"
18세 미만은 "게임"
65세 이상은 "사진 및 카메라"

전체	인스턴트 메신저	포털애플리케이션	게임
18세 미만	27.6%	14.7%	9.9%
18세~24세	26.4%	19.6%	9.6%
18세~24세	33.1%	11.5%	11.0%
25세~34세	28.0%	13.9%	11.0%
35세~44세	30.9%	18.6%	12.2%
45세~64세	27.6%	18.2%	14.1%
65세 이상	14.5%	14.0%	12.4%

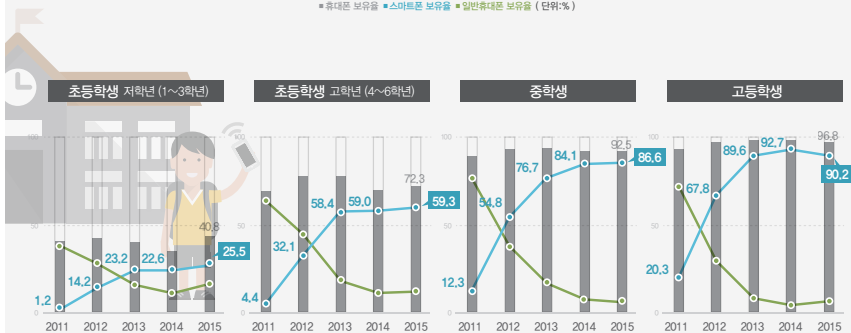
- 인스턴트 메신저
- 포털 애플리케이션
- 책/만화(웹툰)
- 소셜네트워킹
- 사진/카메라
- NEWS 뉴스
- 게임

어린이부터 노년층까지 스마트폰 보유 증가



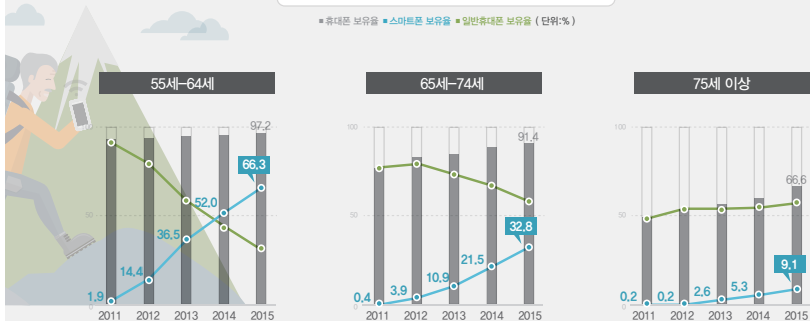
어린이 및 청소년 휴대폰/스마트폰 보유 현황

■ 휴대폰 보유율 ■ 스마트폰 보유율 ■ 일반휴대폰 보유율 (단위:%)



고령자 휴대폰/스마트폰 보유 현황

■ 휴대폰 보유율 ■ 스마트폰 보유율 ■ 일반휴대폰 보유율 (단위:%)



미디어 다이어리

TV는 저녁 9시 ~ 10시,
스마트폰은 오후 12시 ~ 1시 최대 이용

2015년 3월간의 미디어 다이어리* 작성
각 시간대별로 4개 주요 매체 이용자 비율 분석



컴퓨터 이용자
오전 10시 ~ 11시 최대
(11.1%)



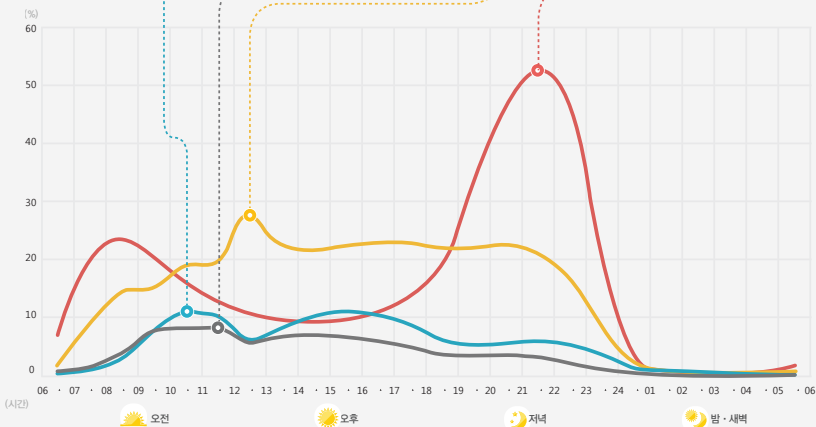
종이매체 이용자
오전 11시 ~ 12시 최대
(8.3%)



스마트폰 이용자
오후 12시 ~ 1시 최대
(27.8%)



TV시청자
저녁 9시 ~ 10시 최대
(53.1%)



미디어 다이어리란?

- 시간대별 미디어 이용행태를 파악하기 위한 미디어 이용일지
- 하루 24시간 동안에 일어난 미디어 이용 건(media use event)들을 이용 매체, 매체 연결방법, 이용행위(콘텐츠), 이용장소의 정보가 드러나도록 기록

- TV : 가정용, 전광판/옥외, 휴대용, 차량용 TV 포함
- 컴퓨터 : 데스크탑, 일반노트북, 태블릿 PC, PDA, 내비게이션, 키오스크 포함
- 종이매체 : 신문/책/잡지, 그림/사진/편지 포함

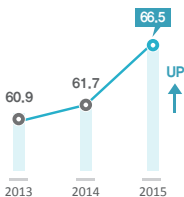
TV 보면서 스마트폰 채팅 미디어 동시이용 증가



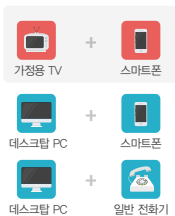
미디어 동시이용 형태

동시이용자 비율 증가

[단위: %]



점유율 및 동시매체 이용시간



44.0%

하루평균 22분 20초

- 지상파TV를 보면서 스마트폰 채팅/메신저 4분 36초
- 지상파TV를 보면서 스마트폰 통화 4분 18초

15.5%

하루평균 7분 51초

4.4%

하루평균 2분 13초

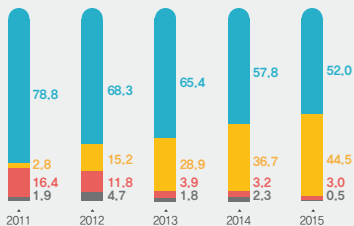
- 동시 이용기기 점유율 : 이용자 기준이며, 두가지 이상의 미디어 기기 동시 이용자(전체의 66.5%)의 동시이용 유형 중 해당 유형의 비중
- 동시매체 이용시간 : 하루 중 두 가지 매체를 동시에 이용하는 시간

온라인 동영상, VOD 시청 모바일 기기 이용 증가

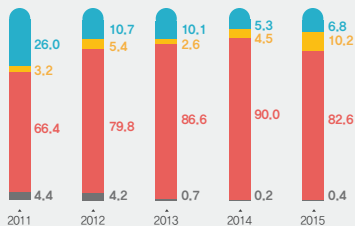


온라인 동영상 콘텐츠 이용기기

[단위: %]



VOD 콘텐츠 이용기기

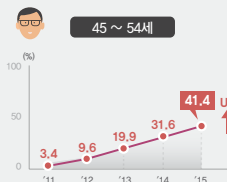
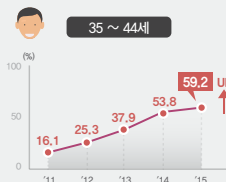
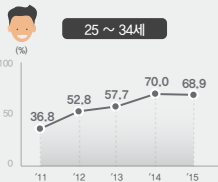
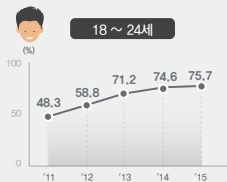
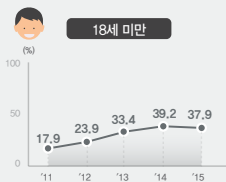
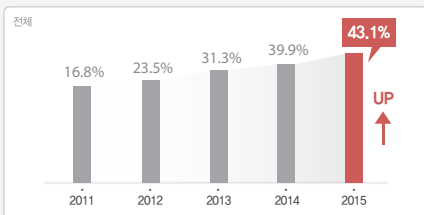


중·장년층의 SNS 이용 큰 폭 증가



SNS 연령대별 이용자 비율

2011년 이후 지속적으로 증가



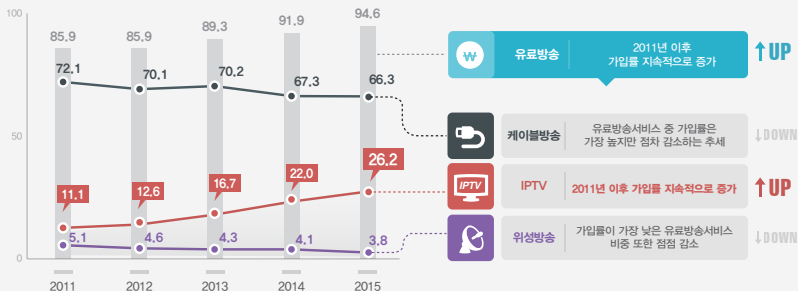
유료방송과 결합상품 가입률 증가

케이블방송 / 위성방송 가입 감소, IPTV 가입 증가 추세



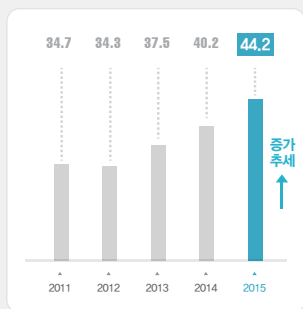
유료방송 가입 현황

[가구기준, 단위:%]



결합상품 가입 현황

[단위:%]



2015년 결합상품 제공 사업자 선택의 주된 이유

[단위:%]



1. 한국미디어패널조사 개요

조사 목적

- 한국미디어패널조사는 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악하기 위한 목적으로 실시하는 국가승인통계조사
- 2010년부터 동일한 가구와 개인을 대상으로 미디어 이용 변화양상을 조사한 국내 유일의 미디어 분야 패널조사
- ※ 패널조사(panel survey)란 조사대상자가 매년 바뀌는 일반통계 조사와 달리 조사대상자가 이사를 가더라도 다음 조사 때 추적해서 조사함. 조사대상이 어떻게 변했는지를 정확히 파악할 수 있지만 조사 대상자를 관리하는 데 많은 노력이 소요됨

조사 연혁

- '10.9: 「한국미디어패널조사」 제1회 조사 실시 (서울수도권을 포함한 6대 광역시 총 3,085가구 표본 조사)
- '10.9: 통계청 국가통계 승인(제40501호)
- '11.5: 표본 규모 확대(전국 16개 광역시도(제주 포함) 5,085가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 표본)
- '15.5: 6차년도 조사 실시
- ※ 통계작성기관 : 정보통신정책연구원, 조사업체 : 닐슨코리아

조사 대상과 방법

- 조사대상 : 전국 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원
(2015년 기준 가구: 4,305가구, 가구원: 9,873명)
- 표본설계 : 2010년 통계청 인구주택총조사 결과를 추출틀로 한 '층화2단확률비례 계통추출' 방식
- 조사방법 : 가구 방문 일대일 면접조사

조사 항목

- 가구설문 : 가구 현황, 미디어 기기 보유 현황, 방송통신 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 이용지침
- 개인설문 : 개인 특성, 미디어 기기 보유현황, 미디어 기기간 연결상태, 방송통신 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 이용행태, 미디어 이용능력, 가치관과 라이프스타일, 삶의 만족도, 건강 행태, 자아존중감 및 인지욕구, 미디어 다이어리(Media Diary)
- ※ 미디어 다이어리는 개인의 시간별 미디어 이용 현황을 파악하기 위해 15분 간격으로 미디어 이용 현황(무엇으로(매체), 무엇을(행위), 어떻게(연결), 어디서(장소))을 기입

2. 미디어 다이어리

2-1. 매체별 평균 이용 시간¹⁾

(단위: 사 분)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
TV	3:35	3:26	3:32	3:28	3:46
전화기	1:22	1:28	1:35	1:40	1:53
컴퓨터	2:35	2:34	2:53	2:45	3:10
종이 매체	2:28	2:44	3:15	3:10	3:33
오디오기기	2:02	2:06	2:09	1:53	1:57
공간 미디어	2:21	2:19	2:31	2:36	2:37
비디오 재생/녹화기기	1:39	1:34	1:13	1:40	1:32
촬영기기	1:05	1:12	1:16	1:25	1:12
게임기	1:10	1:05	1:22	1:07	2:37

주1) 매체별 이용자의 평균 이용 시간

2-2. 행위별 평균 이용 시간¹⁾

(단위: 사 분)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
TV/라디오/방송 프로그램	3:44	3:37	3:44	3:38	3:59
문서/그래픽 작업	3:28	3:41	3:46	3:23	3:50
신문/책/잡지	2:27	2:37	3:05	2:58	3:09
공간 미디어를 통한 활동	2:21	2:19	2:31	2:36	2:37
영화/동영상/UCC/음악/음원/사진	1:48	1:34	1:44	1:45	1:46
게임	1:45	1:41	1:35	1:31	1:42
통화/문자/이메일/채팅	1:20	1:21	1:16	1:17	1:23
온라인 검색/소셜네트워크/상거래	1:38	1:30	1:31	1:26	1:22
(종이로 된)그림/사진/편지/쪽지	0:47	1:23	0:56	1:15	0:42
사물인터넷	-	-	-	0:20	0:25

주1) 매체별 이용자의 기준, 사물인터넷은 2014년부터 조사



2-3. 동시이용 매체 이용¹⁾ 점유율

(단위 : %)

매체1 - 매체2	2011	2012	2013	2014	2015
가정용 TV - 스마트폰	6.8	17.8	30.8	40.2	44.0
데스크톱 PC - 스마트폰	6.2	12.3	15.1	14.8	15.5
데스크톱 PC - 일반 전화기	5.5	5.9	5.2	3.9	4.4
가정용 TV - 일반 전화기	10.6	9.4	5.0	5.1	4.4
가정용 TV - 데스크톱 PC	9.1	6.1	5.7	4.5	3.7

주1) 동시 매체 이용자 기준

2-4. 시간대별 미디어기기 평균 이용시간 - 전체 응답자 기준¹⁾

(2015년 기준, 단위: 분)

구 분	종이 매체	TV	컴퓨터	전화기	촬영기기	오디오기기	비디오 재생/ 녹화기기	게임기	공간 미디어 ²⁾
00시-01시	0.18	0.81	0.60	0.68	0.00	0.06	0.00	0.00	0.03
01시-02시	0.08	0.28	0.42	0.36	0.00	0.05	0.00	0.00	0.04
02시-03시	0.03	0.10	0.21	0.14	0.00	0.04	0.00	0.00	0.03
03시-04시	0.03	0.05	0.07	0.04	0.00	0.03	0.00	0.00	0.02
04시-05시	0.04	0.07	0.04	0.06	0.00	0.03	0.00	0.00	0.01
05시-06시	0.08	0.58	0.04	0.12	0.00	0.09	0.00	0.00	0.00
06시-07시	0.24	2.76	0.10	0.56	0.00	0.33	0.00	0.00	0.00
07시-08시	0.40	9.14	0.27	2.43	0.01	1.17	0.00	0.00	0.00
08시-09시	1.33	11.55	0.97	4.66	0.01	2.26	0.01	0.00	0.01
09시-10시	3.90	10.78	3.58	4.84	0.00	1.20	0.00	0.01	0.01
10시-11시	4.41	8.32	5.95	6.05	0.03	1.19	0.01	0.02	0.05
11시-12시	4.60	6.51	5.51	6.15	0.02	1.26	0.01	0.02	0.12
12시-13시	2.57	5.33	2.78	8.35	0.02	0.92	0.01	0.03	0.16
13시-14시	3.42	5.06	3.88	6.75	0.01	0.89	0.01	0.03	0.25
14시-15시	3.74	4.69	5.42	6.58	0.01	1.05	0.01	0.02	0.35
15시-16시	3.52	4.95	5.97	6.74	0.01	1.10	0.02	0.04	0.35
16시-17시	2.91	5.29	5.66	6.73	0.01	1.21	0.01	0.03	0.31
17시-18시	2.35	6.16	4.62	6.89	0.02	1.09	0.00	0.04	0.26
18시-19시	1.73	8.84	2.95	6.65	0.01	1.51	0.00	0.03	0.20
19시-20시	1.67	16.19	2.40	6.72	0.00	1.23	0.01	0.02	0.23
20시-21시	1.73	24.84	2.61	6.96	0.00	0.79	0.01	0.03	0.28
21시-22시	1.49	28.51	2.95	6.52	0.00	0.49	0.00	0.04	0.28
22시-23시	0.92	23.56	2.65	5.29	0.00	0.29	0.01	0.04	0.21
23시-24시	0.48	10.99	1.80	2.89	0.00	0.12	0.01	0.04	0.11
총 합계	41.85	195.37	61.46	103.17	0.15	18.40	0.15	0.46	3.31

주1) 전체 조사 대상자 수를 기준으로 계산하여 비이용자가 많은 게임기 등은 평균값이 과소하게 나타남

주2) 공간미디어는 영화관, 노래방, 멀티미디어방, 공연장, 갤러리, 박물관, 스포츠경기장 등 오프라인상에서 미디어 함유 활동을 의미함

2-5. 시간대별 미디어기기 평균 이용시간¹⁾ - 이용자 기준

(2015년기준, 단위: 분)

구 분	종이 매체	TV	컴퓨터	전화기	촬영기기	오디오기기	비디오 재생/ 녹화기기	게임기	공간 미디어 ²⁾
00시-01시	0.91	0.93	1.87	0.74	0.00	0.41	0.00	0.40	1.57
01시-02시	0.43	0.32	1.32	0.39	0.00	0.31	0.00	0.80	1.85
02시-03시	0.18	0.12	0.64	0.15	0.00	0.26	0.00	0.00	1.36
03시-04시	0.15	0.06	0.21	0.04	0.00	0.20	0.00	0.00	0.79
04시-05시	0.18	0.08	0.14	0.07	0.00	0.22	0.00	0.00	0.31
05시-06시	0.41	0.67	0.13	0.13	0.00	0.59	0.00	0.00	0.11
06시-07시	1.23	3.19	0.32	0.61	0.18	2.11	0.00	0.83	0.07
07시-08시	2.03	10.56	0.82	2.67	2.44	7.47	1.99	0.98	0.13
08시-09시	6.72	13.35	3.00	5.10	3.29	14.39	5.56	0.62	0.32
09시-10시	19.82	12.46	11.02	5.30	1.32	7.66	2.58	4.49	0.67
10시-11시	22.41	9.62	18.35	6.63	12.08	7.55	5.02	4.93	2.69
11시-12시	23.40	7.52	16.98	6.74	7.41	8.03	8.03	7.30	5.67
12시-13시	13.10	6.16	8.59	9.14	7.17	5.84	7.18	11.71	7.87
13시-14시	17.40	5.85	11.95	7.39	4.99	5.67	4.56	8.89	11.85
14시-15시	19.00	5.42	16.70	7.20	6.86	6.69	6.27	6.62	16.38
15시-16시	17.88	5.72	18.43	7.39	5.68	7.03	10.08	14.51	16.37
16시-17시	14.78	6.11	17.46	7.37	4.09	7.70	6.83	10.20	14.53
17시-18시	11.99	7.12	14.25	7.54	7.95	6.95	0.00	14.21	12.11
18시-19시	8.79	10.21	9.09	7.28	4.34	9.62	1.43	11.54	9.35
19시-20시	8.47	18.72	7.41	7.36	0.82	7.81	8.27	8.33	11.06
20시-21시	8.78	28.71	8.05	7.62	0.14	5.02	7.74	9.48	13.37
21시-22시	7.61	32.95	9.08	7.14	0.00	3.11	2.38	13.45	13.29
22시-23시	4.72	27.23	8.17	5.80	1.81	1.81	9.31	13.67	10.00
23시-24시	2.47	12.70	5.54	3.17	1.01	0.74	4.98	13.96	5.06
총 합계	212.84	225.78	189.50	112.98	71.57	117.18	92.21	156.91	156.79

주1) 매체별 이용자의 평균 이용 시간

주2) 공간미디어는 영화관, 노래방, 멀티미디어방, 공연장, 갤러리, 박물관, 스포츠경기장 등 오프라인상에서 미디어 향유 활동을 의미함

3. 미디어 이용행태

3-1. 인터넷미디어서비스 이용률¹⁾

(단위 : %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
이메일	57.8	57.7	59.7	60.7	61.9
인스턴트 메신저	-	-	-	63.7	70.5
블로그	17.7	8.1	7.3	16.3	7.1
SNS	16.8	23.5	31.3	39.9	43.1
클라우드 서비스	-	5.0	7.6	9.9	11.2

주1) 전체 응답자 기준. - 표시는 해당연도에 조사하지 않음

3-2. TV 방송프로그램 선호 장르¹⁾

(단위 : %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
오락 ²⁾	26.1	25.7	30.7	29.4	30.5
뉴스/시사 ³⁾	24.9	25.3	23.8	24.7	24.5
드라마	21.3	20.8	18.9	17.4	17.6
교양 ⁴⁾	6.8	7.7	10.5	11.9	10.4
스포츠	7.7	7.2	6.2	5.4	5.8
영화	7.5	7.6	5.5	4.8	5.0
아동/청소년 ⁵⁾	5.7	5.7	4.4	4.4	4.3
홈쇼핑	-	-	-	2.1	1.7

주1) 전체 응답자 기준. - 표시는 해당연도에 조사하지 않음

주2) 오락: 쇼(뮤직, 버라이어티, 퀴즈 및 게임 등), 코미디, 쇼/오락, 토크쇼

주3) 뉴스/시사: 뉴스, 시사보도/시사토론

주4) 교양: 다큐멘터리, 교양/생활정보/인포테인먼트

주5) 아동/청소년: 교육/학습, 애니메이션(만화)

4. 미디어 활용능력¹⁾

(단위 : %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
문자 메시지 열람, 확인	87.0	89.1	89.5	91.2	91.2
문자 메시지 송신	82.4	84.4	86.4	87.9	88.5
동영상 재생	57.6	60.1	60.3	61.8	65.3
동영상 다운로드	-	-	54.1	56.8	59.4
즐거찾기 웹사이트 방문	70.1	71.0	72.7	74.1	75.2
주소창 웹사이트 방문	67.4	68.4	70.7	71.9	72.8
검색어 입력 정보검색	69.1	70.5	72.5	73.7	75.7
인터넷 뱅킹	-	-	55.2	56.3	59.4
온라인 쇼핑 및 온라인 예약/예매	-	-	58.3	58.9	60.4
이메일 열람, 확인	65.4	66.0	67.0	68.5	68.8
이메일 송신	63.3	64.0	64.8	66.5	66.5
이메일 파일 첨부 송신	57.8	57.7	57.5	58.4	60.2
이메일 첨부파일 다운로드	59.0	58.8	58.6	58.8	60.8

주) 전체 응답자 기준. - 표시는 해당연도에 조사하지 않음



5. SNS 이용률

5-1. SNS 서비스사별 이용률¹⁾

(순위 응답 기준, 단위: %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
트위터 (Twitter)	20.4	19.4	13.1	12.4	10.8
페이스북 (Facebook)	12.6	28.0	23.4	28.4	30.0
싸이월드 미니홈피	59.9	17.0	5.5	4.0	2.4
카카오토리	-	31.5	55.4	46.4	45.7

주1) 전체 응답자 기준. - 표시는 해당연도에 조사하지 않음

5-2. SNS 성별, 연령대별 이용률¹⁾

(단위: %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
남성	17.3	23.4	32.0	41.6	44.3
여성	16.2	23.6	30.5	38.2	41.8
만 18세 미만	17.9	23.9	33.4	39.2	37.9
만 18~24세	48.3	58.8	71.2	74.6	75.7
만 25~34세	36.8	52.8	57.7	70.0	68.9
만 35~44세	16.1	25.3	37.9	53.8	59.2
만 45~54세	3.4	9.6	19.9	31.6	41.4
만 55세 이상	0.4	0.8	2.1	6.0	10.5

주1) 전체 응답자 기준

6. 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려 정도¹⁾

(2015년 기준, 단위: %)

구 분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
개인 정보 침해에 대한 우려	10.1	19.0	33.6	27.8	8.7
과거에 사용한 기기에 남아있는 개인정보에 대한 우려	11.7	16.9	31.4	29.6	9.7
온라인상에 기억 못하는 본인 정보가 남아있을 것에 대한 우려	12.1	17.8	30.8	29.1	9.5
온라인 사이트 이용 시 너무 많은 개인정보 요구	11.8	15.6	29.5	29.8	12.5
온라인 아이디 용도에 대한 우려	11.8	15.9	32.5	27.7	11.3
일반적인 인터넷 이용 시 프라이버시에 대한 우려	11.7	16.0	33.4	29.5	8.7
온라인 익명 사용자들에 대한 의심	11.0	14.2	32.4	30.6	11.0

주1) 전체 응답자 기준



7. 어린이 및 청소년 미디어 활용

7-1. 어린이 및 청소년 휴대폰 보유율¹⁾

(단위 : %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
스마트폰	8.4	41.4	58.9	62.4	62.8
일반폰	60.7	34.2	14.3	8.7	9.7

주1) 매체별 이용자의 평균 이용 시간

7-2. 가구 내 미디어 이용 지침 활용비율¹⁾

(단위 : %)

	2011	2012	2013	2014	2015
TV 시청	13.7	11.9	11.5	9.9	10.3
채널별 비밀번호 잠금 설정	20.4	14.6	21.4	15.7	20.2
총 시청 시간 통제	48.3	46.9	47.1	47.8	48.9
시청 시간대별 통제	49.2	46.1	48.5	47.4	28.2
프로그램 내용에 따른 통제	56.5	58.1	50.7	50.1	39.3
기타	1.8	2.5	2.2	3.6	2.2
인터넷 이용	13.7	11.9	11.4	9.9	9.5
유해 사이트 차단 프로그램 설치	42.9	35.6	39.0	33.2	28.8
총 인터넷 이용 시간 통제	67.1	66.9	54.7	62.0	56.6
인터넷 이용 시간대별 통제	40.3	40.2	47.2	38.7	26.9
사이트 성격에 따른 통제	41.2	37.5	37.3	31.6	24.5
PC방 출입통제	34.4	32.0	33.2	28.2	23.9
기타	3.7	4.2	3.6	3.4	4.3
게임	12.9	10.8	11.0	9.1	10.0
게임 사이트 접속차단 프로그램 설치	20.2	19.7	20.7	19.3	12.2
총 게임 이용 시간 통제	70.9	69.7	63.7	67.0	62.3
게임 이용 시간대별 통제	43.5	43.1	44.5	34.9	26.6
게임 성격에 따른 통제	56.6	47.2	49.5	43.5	30.9
전자오락실, 게임방, PC방 등의 출입통제	37.7	36.1	37.9	30.2	25.8
기타	4.8	3.0	3.6	1.2	4.2
스마트폰	-	-	-	7.4	7.9
스마트폰 이용 차단 프로그램 설치	-	-	-	15.8	10.0
총 스마트폰 이용 시간 통제	-	-	-	63.7	58.1
스마트폰 이용 시간대별 통제	-	-	-	34.5	32.1
애플리케이션 성격에 따른 통제	-	-	-	42.5	34.7
기타	-	-	-	3.9	5.7

주1) 전체 응답 가구 기준. - 표시는 해당연도에 조사하지 않음

II.

방송매체 이용행태 조사



인포그래픽

방송매체 이용행태 조사 개요

가구매체 보유현황

개인매체 보유현황

디지털TV 보유율

유료방송 가입률

일상에서 필수적인 매체

미디어 대체 효과

매체별 이용 빈도

TV 시청 중 타매체 동시 이용

개인 독주하는 스마트폰

스마트폰 보유율이 높아지면서
일상 생활에 필수적인 매체라는 인식도
모든 연령대에서 높아지고 있다.

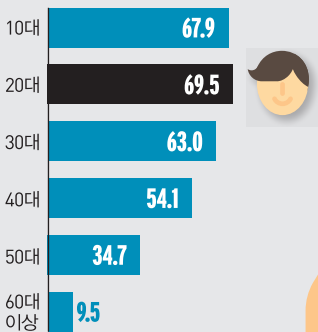
개인매체 선호매

이제는 스마

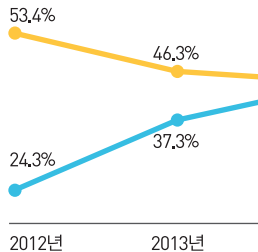
2015년 스마트폰, TV 제치고

일상생활에서 필수적인 매체 | 스마트폰

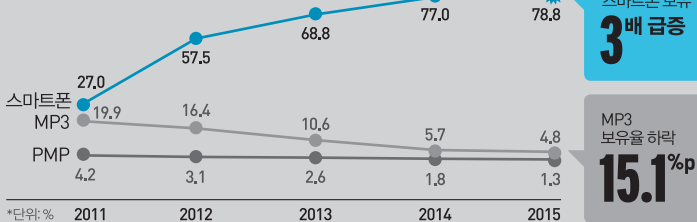
*단위: %



연도별 일상생활에서 필수



최근 5년간 개인 매체 보유율



*단위: %

가구매체 체 경향

밀리고 있는 TV 가구

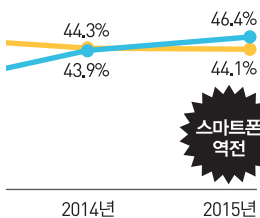
TV는 여전히 가구 내에서 가장 보편적인 미디어이긴 하나, 일상생활에서 필수적인 매체라는 인식은 스마트폰보다 낮아지는 추세이다

트폰의 시대

일상생활의 필수매체로 부상

적인 매체

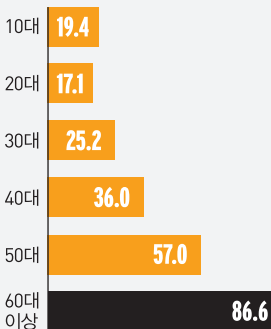
스마트폰 TV
전국 7,553명 대상 조사



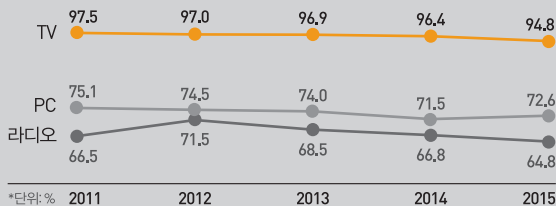
스마트폰
역전

일상생활에서 필수적인 매체 | TV

*단위: %



최근 5년간 가구 매체 보유율



TV 보유율 하락
2.7%p

라디오
보유율 하락
6.7%p

출처: 2015년 방송매체 이용행태 조사

가구: 전국 4,266가구 대상 조사 개인: 전국 만 13세 이상 남녀 7,553명 대상 조사



스마트폰 이용 실태

스마트폰 보유율이 80% 수준에 이르고, 스마트폰의 중요성 또한 높아지고 있다. 스마트폰의 미디어 관련 기능 중에서는 기사 검색 이용이 가장 높았다

스마트폰 기능

스마트폰 미디어 기능 이용 비율

*단위: %

스마트폰 이용자 5,951명, 주 1회 이상 이용 응답, 복수응답

기사 검색

71.9

음악재생

41.4

게임

36.7

기타
동영상

29.4

TV시청

25.3

영화

5.8

주요 기능 중요도

정보검색, 전달

81.8%

커뮤니케이션

62.5%

미디어컨텐츠시청

44.1%

TV를 시청하는

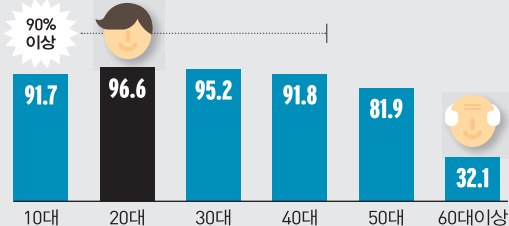
스마트폰을 이용하여 TV
시청 행태를



연령대별 스마트폰 보유율

*단위: %

60대를 제외한 전 연령대가 매우 높은 보유율을 보였다



연령별 스마트폰을 TV 프로그램 시청

10대 주1회 이상



34.2%

미디어 활용

스마트폰 이용 방송 시청



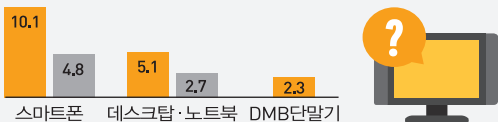
스마트폰을 이용한 지상파 방송 프로그램 시청이
고연령대로 확산되고 있으며, 예능프로그램을
시청하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다

또다른 방법

프로그램을 보는 비율과
살펴 본다

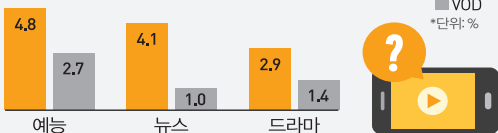
방송 프로그램 시청시 이용 기기

최근 1주일 이내 지상파 방송 프로그램 시청자 7,085명, 복수응답



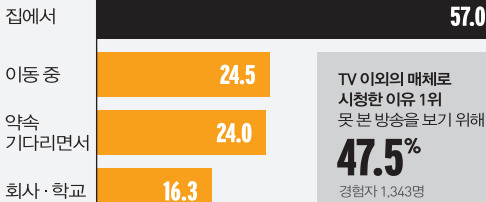
스마트폰을 이용한 방송 프로그램 유형별 시청 경향

최근 1주일 이내 지상파 방송 프로그램 시청자 7,085명, 복수응답



스마트폰으로 방송 프로그램 시청 상황

스마트폰으로 TV프로그램 시청 경험자 2,032명, 복수응답



이용한 비율

스마트폰 이용자
5,951명

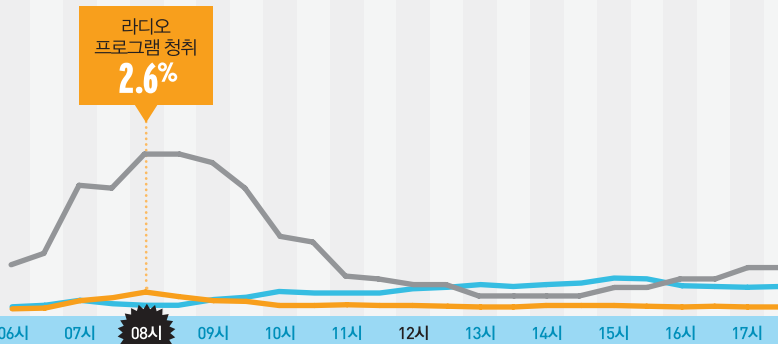
60대 주1회 이상

12.6%



시간대별 방송 프로그램

각 시간대별로 어떤 방식으로 방송프로그램을 시청 또는 청취하는지를 나타낸 그래프이다



AM 8:00
출근시간



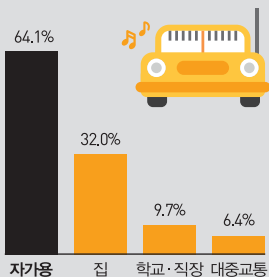
PM 12:00
점심시간



PM
퇴근

라디오 청취는 자가용에서

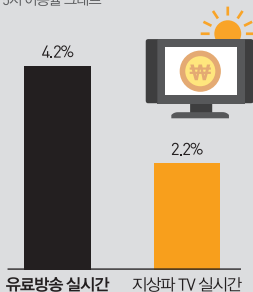
장소별 청취 비율 중, 자가용에서의 청취비율이 가장 높음



한낮엔 유료방송 시청

12시부터 16시까지 지상파 실시간보다 유료방송 실시간이 높음

*15시 이용률 그래프



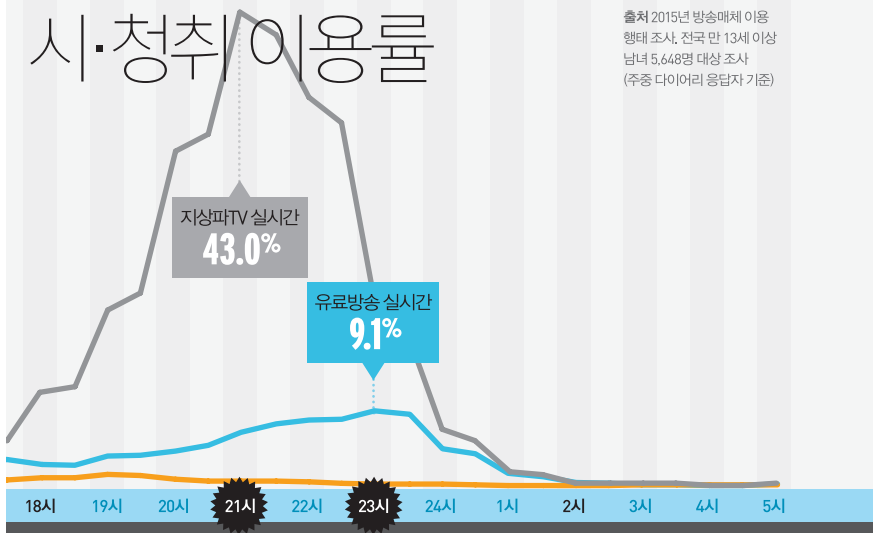
일과후 지상파

주 1회 이상 시청 프로그램 유형

- 뉴스
- 드라마
- 버라이어티쇼
- 코미디
- 시사보도
- 다큐멘터리

시·청취·이용률

출처 2015년 방송매체 이용
행태 조사, 전국 만 13세 이상
남녀 5,648명 대상 조사
(주중 다이러리 응답자 기준)



6:00
후



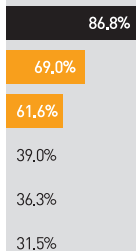
PM 11:00
심야



AM 2:00
취침시간

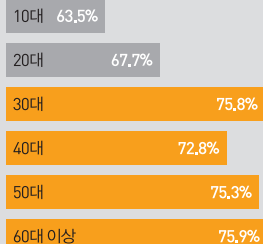
TV 뭐 볼까?

하는 지상파 방송
비율은 뉴스가 최고



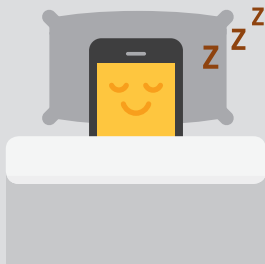
유료방송 시청 경험

30대 이상 연령대에서 최근 1주일
이내 유료방송 시청 비율이 높음



올빼미족도 잘 시간

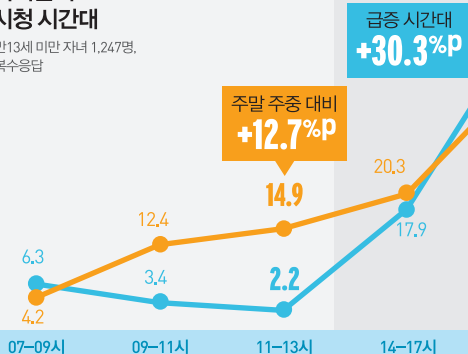
모든 방식의 시·청취 이용률이 새벽
2시 이후 1% 이하로 나타남



자녀의 TV 시청 경향

자녀들의 TV 시청 시간대

만13세 미만 자녀 1,247명, 복수응답



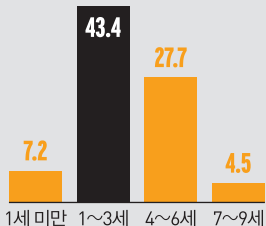
학교

저녁

1~3세에 주로 TV 시청을 처음으로 시작

만13세 미만 자녀 1,247명, 단일응답, 무응답 제외

*단위: %

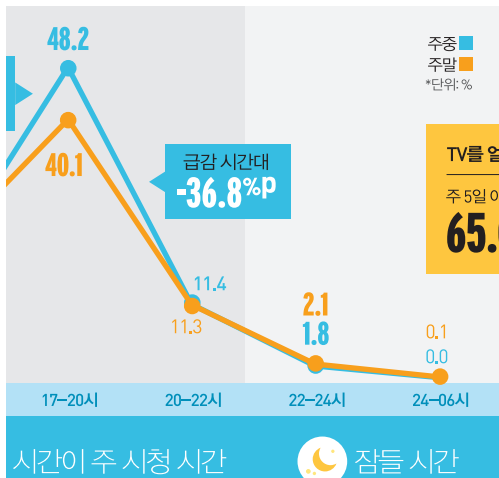


절반 정도가 자녀들과 함께

만13세 미만 자녀 1,247명, 단일응답, 무응답



만 13세 미만 자녀를 둔 부모들을 대상으로,
자녀들의 TV 이용에 관한 다양한 지표들을
조사하였다 출처: 2015년 방송매체 이용행태 조사



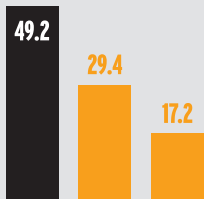
TV를 얼마나 자주 보나요

주 5일 이상 **65.0%** 주 1~4일 **25.3%**

TV 시청

제외

*단위: %

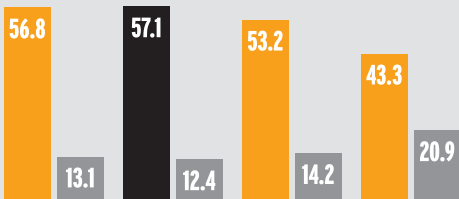


그렇다 중간이다 아니다

TV 시청 연령등급 준수 비율은 52.4%

만13세 미만 자녀 거주 가구 767가구, 단일응답

■ 그렇다
■ 아니다
*단위: %



3세이하 4-6세 7-9세 10-12세

1. 방송매체 이용행태 조사 개요

조사 목적

- TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석
- 정부의 수용자정책 수립, 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술 연구를 지원하고 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 기초 통계를 제공

조사 연혁

- '00.10 : 「TV시청행태 연구」라는 명칭으로 제 1회 조사 실시
(서울지역 13세 이상 1,000 표본 조사)
- '07.10 : 표본 규모 확대 (전국 13세 이상 69세 이하 3,000 표본)
- '08.10.14 : 통계청 국가통계 승인 (표본 규모 확대 권고)
※ 방송매체 이용에 관한 유일한 국가 승인 통계(제16402호)
- '15.5 : 제 16회 조사 실시
※ 통계작성기관 : 방송통신위원회, 조사수행기관 : 정보통신정책연구원

조사 대상과 방법

- 조사대상 : 2015년 기준 전국 4,266가구, 13세 이상 가구원 전원(7,553명) 조사
- 표집방법 : 2010년 통계청 인구센서스 결과에 기초한 조사구 방식
- 조사방법 : 가구 방문 일대일 면접조사
- 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.4\%$ (가구 기준), $\pm 2.2\%$ (개인 기준)

조사 항목

- 가구설문 : 매체 보유와 유료방송 가입, 유선 방송 이용, 위성방송 이용 행태, IPTV 시청행태, 자녀의 방송 매체 이용, 인구통계학적 특성
- 개인설문 : 매체 보유 및 이용, 지상파 방송 시청 행태, 라디오 청취 행태, 유료방송 시청 행태, 유선방송 시청 행태, 위성방송 시청 행태, IPTV 시청 행태, 지상파 DMB 시청 행태, 스마트기기 이용 행태, TV 시청시 타 매체 이용 행태, 가족 구성원 동반 시청 행태, 해외 방송 프로그램 시청, 미디어 다이어리(Media Diary)
※ 미디어 다이어리(Media Diary)는 개인의 시간별 매체 이용 현황을 파악하기 위해 30분 간격으로 집 안과 집 밖에서의 매체 이용 현황을 기입

2. 가구매체 보유현황

2-1. 가구매체 보유율¹⁾

(단위 : 가구, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N	3,413	3,453	3,434	3,427	4,266
TV ²⁾	97.5	97.0	96.9	96.4	94.8
데스크톱PC	69.5	66.2	62.8	58.4	59.5
노트북/넷북	20.2	28.3	29.3	34.0	34.3
라디오	48.5	39.9	35.2	25.7	23.9
차량용 라디오	50.3	61.3	58.4	58.7	57.8
차량용 DMB 단말기	45.4	46.3	45.8	48.4	45.8
DVD	20.3	15.3	12.8	9.4	7.7
디지털 캠코더	9.7	8.5	7.4	6.1	4.0
디지털 카메라	49.2	50.3	45.3	41.0	33.8
태블릿 PC	1.9	5.4	8.0	10.7	11.6
가구형 게임기	12.2	11.9	9.8	8.5	7.3

주1) 가구당 매체 보유율=해당 매체를 보유하고 있는 가구/총 가구 수

주2) TV: TV 수상기기를 뜻하며, 아날로그 TV 수상기와 디지털 TV 수상기를 모두 포함

2-2. 가구매체 평균 보유대수¹⁾

(단위 : 가구, 대)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N	3,413	3,453	3,434	3,427	4,266
TV ²⁾	1.32	1.31	1.25	1.26	1.24
데스크톱PC	0.75	0.72	0.68	0.62	0.63
노트북/넷북	0.23	0.31	0.32	0.39	0.39
라디오	0.53	0.48	0.40	0.27	0.25
차량용 라디오	0.55	0.68	0.66	0.66	0.63
차량용 DMB 단말기	0.48	0.50	0.49	0.53	0.50
DVD	0.21	0.15	0.13	0.10	0.08
디지털 캠코더	0.10	0.09	0.08	0.06	0.04
디지털 카메라	0.53	0.54	0.48	0.43	0.35
태블릿 PC	0.02	0.06	0.09	0.12	0.12
가구형 게임기	0.15	0.14	0.11	0.10	0.08

주1) 가구당 매체 대수=가구 전체의 총 매체 보유 대수/총 가구 수

주2) TV: TV 수상기기를 뜻하며, 아날로그 TV 수상기와 디지털 TV 수상기를 모두 포함

3. 개인매체 보유현황

3-1. 개인매체 보유율¹⁾

(단위: 명, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N	6,669	6,441	6,240	6,042	7,553
휴대폰	93.6	94.7	94.5	96.0	95.8
일반폰	66.9	37.7	26.3	19.3	17.5
스마트폰	27.0	57.5	68.8	76.9	78.8
DMB폰	38.2	61.2	67.4	70.7	66.5
MP3	19.9	16.4	10.6	5.7	4.8
PMP	4.2	3.1	2.6	1.8	1.3
휴대형 게임기	4.2	7.4	3.0	1.9	2.3
e-book	0.7	0.9	0.5	0.5	0.2

주1) 개인당 매체 보유율=해당 매체를 보유하고 있는 개인/총 사람 수

3-2. 개인매체 평균 보유대수

(단위: 명, 대)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N	6,669	6,441	6,240	6,042	7,553
휴대폰	0.95	0.96	0.96	0.97	0.97
일반폰	0.67	0.38	0.27	0.19	0.18
스마트폰	0.27	0.58	0.70	0.77	0.79
DMB폰	0.38	0.61	0.68	0.71	0.67
MP3	0.21	0.17	0.12	0.06	0.05
PMP	0.04	0.03	0.03	0.02	0.01
휴대형 게임기	0.05	0.08	0.03	0.02	0.03
e-book	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00



4. 디지털TV 보유율

4-1. 디지털TV 보유율

(단위: 가구, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N ¹⁾	3,327	3,350	3,327	3,304	4,406
TV가구 보유 전체	48.2	61.8	70.5	76.9	85.4
지상파TV만 시청 가구	35.6	52.6	67.4	61.5	69.4
유료방송 가입가구 전체	49.5	62.6	70.8	78.1	86.4

주1) N = TV 보유가구

4-2. 유료방송 가입유형별 디지털TV 보유율

(단위: %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
아날로그 케이블	40.7	46.4	48.8	51.3	67.1
디지털 케이블	69.4	80.6	82.0	84.8	88.1
위성방송	55.8	71.0	70.3	86.6	88.7
IPTV	65.7	80.9	86.5	91.3	94.7

5. 유료방송 가입률

5-1. 유료방송 가입 가구 비율 - 전체 가구 기준^{1)~3)}

(단위: 가구, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N ⁴⁾	3,413	3,453	3,434	3,427	4,266
유선방송(종합+중계)	74.8	69.1	64.5	60.4	57.3
위성방송	6.8	8.1	8.7	12.0	11.0
IPTV	12.4	18.1	22.8	27.7	30.6
지상파방송만 이용	9.0	7.9	6.8	6.7	5.3
TV 없음	2.5	3.0	3.1	3.6	5.2

주1) 유료방송 중복 가입 가구가 있으므로, 전체 합계가 100%를 초과함

주2) 유료방송 가입가구 비율=해당 유료방송을 가입한 가구/총 가구 수

주3) 유료방송 가입가구에는 TV 수상기 이외에 PC 등을 이용, 유료방송에 가입한 가구 포함

주4) N = 전체 가구 수

5-2. 유료방송 가입 가구 비율 - TV 보유가구 기준¹⁾

(단위: 가구, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N ²⁾	3,327	3,350	3,327	3,304	4,046
유선방송(종합+중계)	76.6	71.3	66.5	62.4	60.2
디지털 유선방송	17.2	26.3	35.8	38.7	44.5
위성방송	7.0	8.3	9.0	12.5	11.5
IPTV	12.6	18.6	23.5	28.6	31.9

주1) 유료방송 중복 가입 가구가 있으므로, 전체 합계가 100%를 초과함

주2) N = TV 보유가구 수

6. 일상에서 필수적인 매체

6-1. 일상에서 필수적인 매체 인식 비율¹⁾

(단위: 명, %)

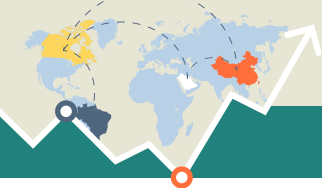
구 분	2011	2012	2013	2014	2015
N	6,669	6,441	6,240	6,042	7,553
TV	60.0	53.4	46.3	44.3	44.1
인터넷	33.0	-	-	-	-
스마트폰	-	24.3	37.3	43.9	46.4
PC/노트북	-	19.3	12.9	9.4	7.1
태블릿PC	-	0.3	0.3	0.2	0.1
신문	2.2	0.9	1.4	0.9	0.7
서적	2.2	0.9	0.6	0.6	0.4
라디오	1.4	0.8	0.9	0.5	0.5
잡지	0.0	0.1	0.3	0.3	0.7

주1) 해당 매체가 일상생활에서 필수적이라고 응답한 사람/총 사람 수

6-2. 연령별 일상에서 필수적인 매체 인식 비율

(단위: 명, %)

구 분	2011	2012	2013	2014	2015	
N	6,669	6,441	6,240	6,042	7,553	
10대	TV	26.5	20.6	14.8	14.7	19.4
	스마트폰	64.6	45.9	61.8	69.0	67.9
20대	TV	26.8	15.9	13.9	13.7	17.1
	스마트폰	66.5	50.7	67.3	69.0	69.5
30대	TV	49.5	36.4	25.3	24.4	25.2
	스마트폰	44.8	33.6	51.3	59.1	63.0
40대	TV	64.8	58.7	44.5	38.6	36.0
	스마트폰	25.6	19.3	38.4	48.6	54.1
50대	TV	83.7	81.0	73.7	69.3	57.0
	스마트폰	8.3	8.3	13.4	23.9	34.7
60대 이상	TV	94.7	92.9	93.2	92.8	86.6
	스마트폰	1.5	2.6	2.0	3.9	9.5



7. 미디어 대체 효과

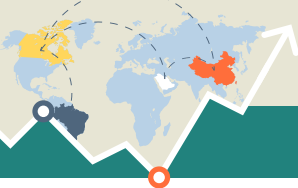
7-1. 연령별 해외 제작 프로그램 시청¹⁾ 비율(중복응답)

(단위: 명, %)

구분		2011	2012	2013	2014	2015
N ²⁾		6,669	6,441	6,240	6,042	7,553
전체	미국	23.6	16.0	13.4	10.2	10.0
	일본	3.2	4.9	3.3	1.6	2.4
	중국	2.4	4.6	3.2	1.7	2.6
10대	미국	23.2	14.1	15.1	9.4	7.5
	일본	6.5	4.0	4.6	0.7	0.7
	중국	1.7	3.0	2.2	0.6	1.8
20대	미국	32.8	23.2	13.6	14.6	13.8
	일본	5.3	9.2	3.4	2.5	4.4
	중국	2.9	5.9	3.1	2.1	3.0
30대	미국	34.3	20.6	19.7	18.0	14.2
	일본	3.5	5.8	4.5	2.9	2.9
	중국	2.3	5.3	4.1	2.4	2.7
40대	미국	25.2	19.6	16.5	11.1	12.9
	일본	3.0	3.9	3.3	2.3	2.2
	중국	3.4	5.3	4.0	2.6	3.6
50대	미국	17.1	12.9	10.4	5.4	6.7
	일본	1.4	4.4	2.5	0.5	2.1
	중국	2.3	4.8	3.0	1.0	2.5
60대 이상	미국	8.7	5.2	5.1	2.2	5.2
	일본	0.9	2.6	1.8	0.5	1.6
	중국	1.5	2.8	2.2	0.9	1.8

주1) 프로그램 시청은 지상파/케이블TV, 인터넷 실시간, 다운로드 등 포함 최근 1주일

주2) 일주일 이내 국가별 프로그램 시청자/연령별 사람 수



7-2. 해외 제작 프로그램을 시청하기 위해 이용한 방법(중복응답)

(단위 : 명, %)

구 분		2011	2012	2013	2014	2015
N ¹⁾	미국	1,573	1,028	837	617	756
	일본	215	315	204	99	178
	중국	159	296	198	103	197
지상파TV 편성	미국	40.1	33.5	44.0	34.9	31.2
	일본	26.5	37.6	47.2	14.6	35.1
	중국	33.5	48.3	54.9	35.1	31.6
유료방송채널편성	미국	53.2	55.7	49.2	39.1	55.6
	일본	36.2	44.3	53.6	27.9	41.9
	중국	44.3	54.6	56.1	30.5	49.1
유료방송VOD서비스	미국	12.9	15.5	18.7	11.9	11.2
	일본	16.5	16.5	15.2	5.4	12.9
	중국	14.0	10.5	17.1	14.4	7.3
실시간동영상사이트	미국	2.6	5.1	2.7	6.9	4.0
	일본	8.9	4.8	7.4	14.8	5.0
	중국	5.1	5.2	3.0	9.8	8.8
동영상VOD사이트	미국	1.8	3.7	2.5	2.9	2.7
	일본	10.3	3.2	2.3	5.6	2.9
	중국	3.3	1.4	1.4	3.3	4.6
동영상파일다운로드	미국	6.5	8.0	4.0	8.0	5.5
	일본	19.0	11.3	10.1	17.6	16.6
	중국	5.6	3.8	2.8	7.2	6.1

주1) N = 각 국가 제작 프로그램 시청자



8. 매체별 이용 빈도¹⁾

(단위: 명, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
N	6,669	6,441	6,240	6,042	7,553
TV	81.6	81.4	79.4	78.4	76.2
라디오	14.8	12.5	11.8	9.5	8.9
신문	16.5	12.2	10.0	8.2	7.1
스마트폰	-	52.6	65.8	70.8	73.7

주1) 해당매체를 주5일 이상 이용하는 비율



9. TV 시청 중 타매체 동시 이용

(단위 : 명, %)

구분	2012		2013		2014		2015	
N	6,441		6,240		6,042		7,553	
이용 빈도	항상 동시 이용	가끔 동시 이용	항상 동시 이용	가끔 동시 이용	항상 동시 이용	가끔 동시 이용	항상 동시 이용	가끔 동시 이용
신문	0.7	7.0	0.5	6.0	0.4	5.7	0.6	1.8
PC/노트북/넷북	1.5	15.3	0.8	11.8	0.9	11.5	1.0	6.3
태블릿PC	0.2	2.3	0.2	2.7	0.2	2.4	0.4	1.7
스마트폰	5.7	33.4	7.3	40.2	8.4	43.3	9.6	33.6

III.

방송산업 실태조사



인포그래픽

방송산업 실태조사 개요

2015년 방송산업 실태조사 개황

방송사업자 수와 인력

손익과 재무 현황

유료방송 가입자 현황

프로그램 제작과 유통 현황

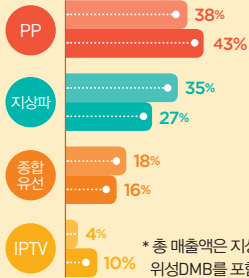
방송산업 주요현황



방송사업 매출액

방송사업 총 매출액 비중 변화

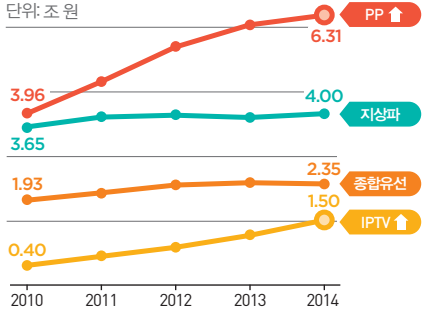
■ 2010년
■ 2014년



* 총 매출액은 지상파DMB, 중계유선, 유선방송, 위성DMB를 포함 산출

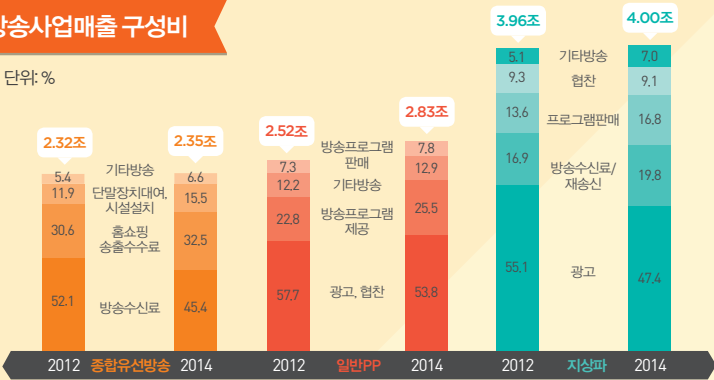
| 지상파·SO 비중 감소, PP·IPTV 비중 증가

단위: 조 원



방송사업매출 구성비

단위: %

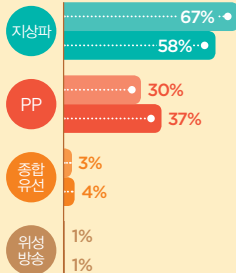


* 매출 구성비중은 회계기준 변경으로 2012년 이후부터 비교 * 일반PP는 홈쇼핑PP(TV, 데이터) 제외

방송 광고매출

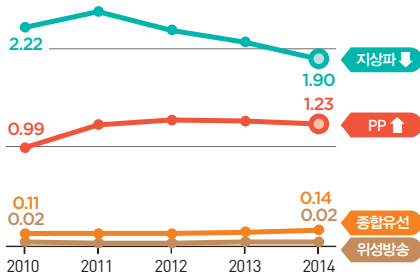
광고매출 비중 변화

■ 2010년
■ 2014년



| 지상파 비중 감소, PP 증가

단위: 조 원

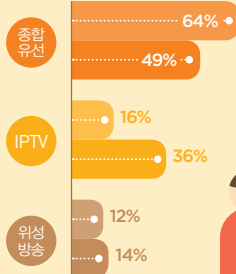


* 지상파는 지상파DMB포함

유료방송 가입자

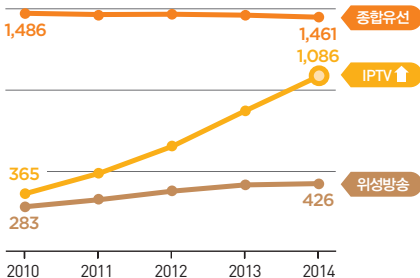
유료방송 총 가입자 비중 변화

■ 2010년
■ 2014년



| 종합유선 비중 감소, IPTV의 급증

단위: 만 단자

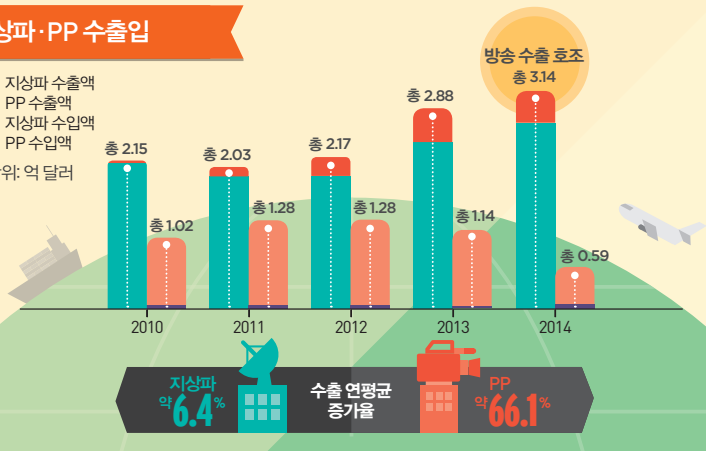


* OTS 중복 포함

지상파·PP 수출입

- 지상파 수출액
- PP 수출액
- 지상파 수입액
- PP 수입액

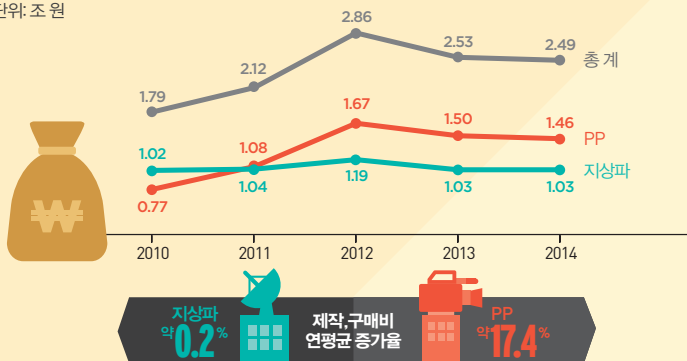
단위: 억 달러



지상파·PP 제작, 구매비

| PP가 제작비·구매비 증가를 주도

단위: 조 원





1. 방송산업 실태조사 개요

조사 목적

- 방송산업의 분야별 실태 파악을 통해 기초자료를 확보하고 이를 정책수립에 활용하기 위한 통계조사
- 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술연구를 지원하고 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 기초 통계를 제공하는데 목적이 있음

조사 연혁

- '00.6 : 「방송 운영현황 및 서비스 실태조사」라는 명칭으로 제 1회 조사 실시
- '01.4 : 「방송산업 실태조사」로 명칭 변경
- '06.4 : 통계작성 승인(승인 번호: 제92010호)
- '15.5 : 제 16회 조사 실시

※ 통계작성기관 : 미래창조과학부·방송통신위원회, 조사수행기관 : 정보통신정책연구원

조사 대상과 방법

- 조사 대상 : 미래창조과학부·방송통신위원회에 등록된 지상파방송사업자, 지상파 DMB사업자, 종합유선방송사업자, 중계유선방송사업자, 일반위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 전광판방송사업자, IPTV사업자(2015년 조사의 경우 2014년 12월말 기준 등록사업자)
- 조사 방법 : 전수조사, 인터넷 설문조사 (일부 전화, 우편, 팩스 조사 병행)

※ 2015년 조사의 경우 443개사 전체 자료 제출(응답률 100%)

조사 항목

- 인력과 시설 : 매체별·성별 종사자, 아날로그와 디지털시설 보유와 투자
- 프로그램 제작과 유통 : 제작비, 프로그램 판매와 구매, 수출입
- 방송편성과 운영 : 방송시간, 제작원별·방송유형별 편성
- 유료방송 : 가입자, 채널운영, 부가서비스 운영
- 사업결합과 소유구조, 손익·재무

2. 2015년도 방송산업 실태조사 개황

사업구분		사업자 수(개)	종사자 현황(명)	유료 가입자 현황(단자)	매출액 ¹⁾ (원)	방송사업 매출 ²⁾ (원)
지상파방송		53	14,365	-	4조5,496억	4조49억
지상파DMB ³⁾		19	103	-	110억	104억
종합유선방송 ⁴⁾		92	4,692	1,461만	3조4,018억	2조3,462억
중계유선방송 ⁵⁾		65	151	9.7만	65억	31억
일반위성방송		1	320	426만	6,228억	5,532억
IPTV ⁶⁾		3	645	1,086만	1조4,984억	1조4,984억
방송 채널 사용 ⁷⁾	PP 전체	181	14,339	-	13조9,558억	6조3,067억
	홈쇼핑PP	6	4,527	-	4조8,434억	3조4,438억
	일반PP(TV/라디오)	156	9,214	-	5조5,626억	2조6,303억
	데이터PP(DP) ⁸⁾	19	598	-	3조5,498억	2,326억
합계 ⁹⁾		414개	34,615명	2,983만	24조459억원	14조7,229억원

주1) 매출액은 수신료, 광고, 기타 방송매출(협찬, 프로그램 판매매출 등), 방송 이외의 기타사업매출이 포함. 단 IPTV 3사의 매출액에는 방송사업매출만 제시함

주2) 방송사업매출은 매출액 중 방송 이외의 기타사업매출을 제외한 수신료 매출, 광고 매출, 협찬 매출, 프로그램판매매출, 홈쇼핑방송매출 등이 포함

주3) 지상파DMB사업자의 자료는 지상파3사(KBS, MBC, SBS)와 지역지상파 13개사를 제외한 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비의 종사자와 매출임

주4) 방송통신위원회 2014년도 방송사업자 재산상황 공표집의 사업자 수 기준(2014년 연간 기준). 2014년 6월, ㈜현대HCN 포함방송이 ㈜현대HCN 경북방송으로 피합병되면서 2014년 말 기준 사업자수는 91개임.

주5) 2014년 말 기준 중계유선방송사업자는 미래창조과학부에 등록된 사업자 중에서 조사가능대상자를 확인하여 65개사로 확정함.

주6) IPTV사업자 종사자 현황은 IPTV사업부문의 운영인력임. 기타인력은 IPTV 서비스 기획, 개발, 콘텐츠 운영과 수급, T-Commerce사업 등을 담당하는 인력

주7) 2014년 말 기준 방송채널사용사업자 193개 중 지상파, 지상파DMB, 위성과 겸업하는 사업자 12개를 제외하여 181개.

주8) 데이터PP종사자는 방송관련 인력만 포함. 데이터PP 매출액 3조 5,498억원에는 통신사(SK브로드밴드)의 매출 2조 6,544억원이 포함되어 있으며, 방송사업매출 2,326억원에는 SBS콘텐츠허브의 방송사업매출 1,850억원이 포함되어 있음

주9) 사업자 수 합계는 전광판 방송사업자(29개) 제외

3. 방송사업자 수와 인력

3-1. 방송산업 사업자 수

(단위: 개)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
지상파방송	54	53	53	53	53
지상파DMB ¹⁾	19	19	19	19	19
종합유선	94	94	94	92	92
중계유선	100	97	78	69	65
위성방송	1	1	1	1	1
위성DMB ²⁾	1	1	1	-	-
IPTV	3	3	3	3	3
방송채널 사용사업	179	178	180	188	181
합계	451	446	429	425	414
전광판	32	25	18	17	29

주1) 지상파DMB 사업자에는 지상파3사(KBS, MBC, SBS)와 지역지상파 13개사, 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비가 포함.

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료



3-2. 방송산업 종사자 수

(단위: 명)

구분	2010.12	2011.12	2012.12	2013.12	2014.12
합계	29,878	32,443	33,888	34,714	34,615
지상파	13,403	13,691	14,226	14,430	14,365
지상파DMB ¹⁾	105	118	105	112	103
종합유선	4,899	4,846	4,946	4,943	4,692
중계유선	261	260	204	166	151
위성방송	290	295	298	307	320
위성DMB ²⁾	116	59	59	-	-
IPTV	470	520	573	589	645
방송채널사용사업	10,334	12,654	13,477	14,167	14,339
- 홈쇼핑PP	3,244	3,950	3,917	4,248	4,527
- 일반PP(TV/라디오)	6,753	8,436	9,092	9,304	9,214
- 데이터PP	337	268	468	615	598

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

3-3 방송산업 종사자 점유율

(단위: %)

구분	2010.12	2011.12	2012.12	2013.12	2014.12
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
지상파	44.9%	42.2%	42.0%	41.6%	41.5%
지상파DMB ¹⁾	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
종합유선	16.4%	14.9%	14.6%	14.2%	13.6%
중계유선	0.9%	0.8%	0.6%	0.5%	0.4%
위성방송	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%
위성DMB ²⁾	0.4%	0.2%	0.2%	-	-
IPTV	1.6%	1.6%	1.7%	1.7%	1.9%
방송채널사용사업	34.6%	39.0%	39.8%	40.8%	41.4%
- 홈쇼핑PP	10.9%	12.2%	11.6%	12.2%	13.1%
- 일반PP(TV/라디오)	22.6%	26.0%	26.8%	26.8%	26.6%
- 데이터PP	1.1%	0.8%	1.4%	1.8%	1.7%

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

4. 손익과 재무 현황

4-1. 방송매출액

(단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
합계	10,439,341	11,856,715	13,198,409	14,034,709	14,722,919
지상파	3,649,683	3,914,473	3,957,192	3,896,344	4,004,870
지상파DMB ¹⁾	14,516	16,897	11,551	9,484	10,431
종합유선	1,928,473	2,116,851	2,316,252	2,379,196	2,346,191
중계유선	9,284	5,375	4,304	3,275	3,098
위성방송	351,540	373,853	499,321	545,657	553,239
위성DMB ²⁾	121,372	95,380	18,879	-	-
IPTV	404,303	616,196	842,907	1,125,119	1,498,383
방송채널사용사업	3,960,170	4,717,690	5,548,004	6,075,634	6,306,708
홈쇼핑PP	2,161,614	2,574,848	3,028,591	3,406,254	3,443,770
PP(홈쇼핑 제외)	1,798,556	2,142,842	2,519,413	2,669,380	2,862,938

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

4-2. 방송매체별 방송매출액 비중

(단위 : %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
지상파	35.0%	33.0%	30.0%	27.8%	27.2%
지상파DMB ¹⁾	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
종합유선	18.5%	17.9%	17.5%	17.0%	15.9%
중계유선	0.1%	0.05%	0.03%	0.02%	0.02%
위성방송	3.4%	3.2%	3.8%	3.9%	3.8%
위성DMB ²⁾	1.2%	0.8%	0.1%	-	-
IPTV	3.9%	5.2%	6.4%	8.0%	10.2%
방송채널사용사업	37.9%	39.8%	42.0%	43.3%	42.8%
홈쇼핑PP	20.7%	21.7%	22.9%	24.3%	23.4%
PP(홈쇼핑 제외)	17.2%	18.1%	19.1%	19.0%	19.4%

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

4-3. 광고매출

(단위 : 백만원)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	3,341,440	3,734,214	3,579,634	3,476,317	3,289,926
지상파방송	2,216,196	2,375,356	2,180,050	2,067,538	1,897,565
지상파DMB ¹⁾	7,737	8,910	7,545	5,757	3,732
종합유선방송	111,174	114,361	109,924	121,969	141,713
일반위성방송	15,605	12,234	14,498	17,410	21,158
위성DMB ²⁾	4,510	1,800	111	-	-
방송채널사용사업	986,218	1,221,554	1,267,505	1,263,643	1,225,757

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

4-4. 방송매체별 광고매출 비중

(단위 : %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
지상파방송	66.3%	63.6%	60.9%	59.5%	57.7%
지상파DMB ¹⁾	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%
종합유선방송	3.3%	3.1%	3.1%	3.5%	4.3%
일반위성방송	0.5%	0.3%	0.4%	0.5%	0.6%
위성DMB ²⁾	0.1%	0.05%	0.003%	-	-
방송채널사용사업	29.5%	32.7%	35.4%	36.4%	37.3%

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주2) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

4-5. MSO별 방송매출액

(단위 : 백만원)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	1,928,473	2,116,851	2,316,252	2,379,196	2,346,191
씨제이헬로비전	429,007	503,103	576,268	666,282	693,761
티브로드	494,553	538,379	584,160	613,068	595,764
씨앤엠	351,510	474,112	458,213	459,586	439,252
씨엠비	103,563	114,203	129,768	145,233	140,823
현대에이치씨엔	166,260	183,550	205,327	222,768	222,708
지에스	67,164	-	-	-	-
개별 SO	316,415	303,504	362,515	272,258	253,883

4-6. MSO별 방송매출액 점유율

(단위 : %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
씨제이헬로비전	22.2%	23.8%	24.9%	28.0%	29.6%
티브로드	25.6%	25.4%	25.2%	25.8%	25.4%
씨앤엠	18.2%	22.4%	19.8%	19.3%	18.7%
씨엠비	5.4%	5.4%	5.6%	6.1%	6.0%
현대에이치씨엔	8.6%	8.7%	8.9%	9.4%	9.5%
지에스	3.5%	-	-	-	-
개별 SO	16.4%	14.3%	15.7%	11.4%	10.8%

4-7. PP 방송매출액

(단위 : 백만원)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	3,960,170	4,717,690	5,548,004	6,075,634	6,306,708
홈쇼핑PP	2,161,614	2,574,848	3,028,591	3,406,254	3,443,770
종합편성PP	-	84,593	226,373	306,152	401,640
보도PP	153,271	107,032	127,915	136,899	135,713
일반PP ¹⁾	1,514,839	1,734,688	1,978,831	2,021,439	2,092,966
DP ²⁾	130,446	216,529	186,294	204,890	232,619

주1) 일반PP에는 홈쇼핑법인(씨제이계열-씨제이오쇼핑, HCN계열-현대홈쇼핑) 및 DP 매출액 제외

주2) 에스비에스콘텐츠허브는 SBS계열이나 데이터PP 매출액에 포함. 지상파계열PP 매출에서는 제외

4-8. PP 유형별 방송매출액 비중

(단위 : %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
홈쇼핑PP	54.6%	54.6%	54.6%	56.1%	54.6%
종합편성PP	-	1.8%	4.1%	5.0%	6.4%
보도PP	3.9%	2.3%	2.3%	2.3%	2.2%
일반PP ¹⁾	38.3%	36.8%	35.7%	33.3%	33.2%
DP ²⁾	3.3%	4.6%	3.4%	3.4%	3.7%

주1) 일반PP에는 홈쇼핑법인(씨제이계열-씨제이오쇼핑, HCN계열-현대홈쇼핑) 및 DP 매출액 제외

주2) 에스비에스콘텐츠허브는 SBS계열이나 데이터PP 매출액에 포함. 지상파계열PP 매출에서는 제외

4-9. 주요 MPP 방송매출액

(단위 : 억원)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
CJ계열 ¹⁾	4,762	5,620	6,822	6,840	6,587
SBS계열	2,960	4,155	3,898	4,185	4,331
MBC계열	1,817	2,022	1,898	2,005	2,059
중앙미디어네트워크 계열 ²⁾	-	-	1,339	1,662	2,018
KBS계열	1,254	1,382	1,621	1,237	1,276
주요MPP 방송매출	10,793	13,179	15,578	15,929	16,271
PP 방송매출 (홈쇼핑 제외)	17,986	21,428	25,194	26,694	28,340

주1) CJ계열 방송매출액은 씨제이홈쇼핑 제외

주2) 중앙미디어네트워크 계열은 종합편성채널 JTBC가 '11년 말에 런칭되어 '12년부터 포함

4-10. 주요 MPP 방송매출액 점유율

(단위 : %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
CJ계열 ¹⁾	26.5%	26.2%	27.1%	25.6%	23.2%
SBS계열	16.5%	19.4%	15.5%	15.7%	15.3%
MBC계열	10.1%	9.4%	7.5%	7.5%	7.3%
중앙미디어네트워크 계열 ²⁾	-	-	5.3%	6.2%	7.1%
KBS계열	7.0%	6.5%	6.4%	4.6%	4.5%
주요MPP 방송매출	60.0%	61.5%	61.8%	59.7%	57.4%
PP 방송매출 (홈쇼핑 제외)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

주1) CJ계열 방송매출액은 씨제이홈쇼핑 제외

주2) 중앙미디어네트워크 계열은 종합편성채널 JTBC가 '11년 말에 런칭되어 '12년부터 포함

4-11. 지상파 3사계열 방송·광고매출액

(단위: 백만원)

구 분		2010	2011	2012	2013	2014
KBS	방송매출	1,361,764	1,415,693	1,504,014	1,485,536	1,483,316
	광고	588,699	598,666	623,583	579,350	522,311
KBS계열 PP	방송매출	125,405	138,222	162,120	123,706	127,584
	광고	89,570	97,798	100,209	95,646	97,535
KBS + KBS 계열 PP	방송매출	1,487,170	1,553,915	1,666,135	1,609,241	1,610,899
	광고	678,270	696,465	723,793	674,996	619,847
MBC ¹⁾	방송매출	734,924	867,213	783,627	805,110	796,553
	광고	524,926	597,708	493,294	479,020	446,009
MBC 계열 PP	방송매출	181,695	202,155	189,833	200,485	205,886
	광고	118,412	139,076	118,669	123,505	126,329
MBC + MBC 계열 PP	방송매출	916,619	1,069,368	973,460	1,005,596	1,002,439
	광고	643,338	736,784	611,963	602,525	572,337
SBS	방송매출	667,361	702,758	735,728	690,086	777,487
	광고	506,695	528,019	498,052	473,813	440,761
SBS 계열 PP	방송매출	296,031	415,465	389,758	418,524	433,095
	광고	124,213	198,445	120,543	123,202	118,668
SBS + SBS 계열 PP	방송매출	963,392	1,118,223	1,125,486	1,108,610	1,210,582
	광고	630,908	726,464	618,596	597,015	559,428
지상파 3사 소계	방송매출	2,764,049	2,985,665	3,023,369	2,980,732	3,057,355
	광고	1,620,321	1,724,393	1,614,930	1,532,183	1,409,081
3사 계열 PP소계	방송매출	603,131	755,842	741,711	742,715	766,566
	광고	332,195	435,319	339,421	342,353	342,532
지상파 3사 + 3사 계열 PP	방송매출	3,367,180	3,741,506	3,765,081	3,723,447	3,823,921
	광고	1,952,516	2,159,712	1,954,351	1,874,537	1,751,612
전체 지상파 합계	방송매출	3,649,683	3,914,473	3,957,192	3,896,344	4,004,870
	광고	2,216,196	2,375,356	2,180,050	2,067,538	1,897,565
PP (홈쇼핑 제외) 합계	방송매출	1,798,556	2,142,842	2,519,413	2,669,380	2,862,938
	광고	972,868	1,208,578	1,254,031	1,263,643	1,225,757
전체 지상파 + PP(홈쇼핑 제외)	방송매출	5,448,239	6,057,315	6,476,604	6,565,724	6,867,808
	광고	3,189,064	3,583,935	3,434,081	3,331,181	3,123,322

주1) MBC는 본사 기준

4-12. 방송매체별 방송매출·순이익

(단위 : 백만원)

구 분		2010	2011	2012	2013	2014
지상파	KBS	1,361,764	1,415,693	1,504,014	1,485,536	1,483,316
		43,414	4,783	-6,248	4,328	3,426
	MBC	734,924	867,213	783,627	805,110	796,553
		97,543	117,428	80,069	38,642	11,131
	지역MBC	376,049	391,199	352,634	326,490	330,798
		41,547	31,226	56,853	1,136	1,616
	SBS	667,361	702,758	735,728	690,086	777,487
		3,752	58,037	28,892	26,650	-3,352
	지역민방	241,072	268,961	257,776	244,311	239,840
		13,775	11,268	31,071	22,020	11,433
	지상파3사	2,764,049	2,985,665	3,023,369	2,980,732	3,057,355
		144,710	180,248	102,713	69,620	11,205
	지상파전체	3,649,683	3,914,473	3,957,192	3,896,344	4,004,870
		215,208	245,335	199,467	124,055	39,227
지상파 DMB ¹⁾		14,516	16,897	11,551	9,484	10,431
		-8,527	-932	5,211	-2,817	-4,415
SO		1,928,473	2,116,851	2,316,252	2,379,196	2,346,191
		346,271	384,102	472,097	361,825	262,010
PP	KBS 계열 PP	125,405	138,222	162,120	123,706	127,584
		12,791	9,291	4,820	4,855	6,194
	MBC 계열 PP	181,695	202,155	189,833	200,485	205,886
		8,465	21,345	8,640	16,609	20,495
	SBS 계열 PP	296,031	415,465	389,758	418,524	433,095
		29,014	42,523	27,364	34,567	21,097
	지상파 3사 계열	603,131	755,842	741,711	742,715	766,566
		50,271	73,159	40,823	56,032	47,786
	PP 전체	3,960,170	4,717,690	5,548,004	6,075,634	6,306,708
		553,235	576,978	310,571	573,576	859,421
	홈쇼핑 PP	2,161,614	2,574,848	3,028,591	3,406,254	3,443,770
		424,015	544,800	467,174	620,194	598,622
	데이터PP	130,446	216,529	186,294	204,890	232,619
		50,362	-42,953	29,207	89,789	32,254
일반PP	1,668,110	1,926,313	2,333,119	2,464,490	2,630,319	
	78,859	75,130	-185,809	-136,408	228,544	

주1) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
위성	351,540	373,853	499,321	545,657	553,239
	40,371	31,257	56,145	72,554	55,553
위성DMB ²⁾	121,372	95,380	18,879	-	-
	38,022	34,691	-74,164	-	-
합계 ³⁾	10,025,754	11,235,145	12,351,198	12,906,315	13,211,008
	1,184,580	1,271,430	969,327	1,129,194	1,216,210

주2) 위성DMB 2012년 8월말 사업종료로 2012년은 8월까지 매출 기준

주3) IPTV, 중계유선은 순이익 자료가 없어 본 표에서는 제외

4-13. 주요 MSP 방송매출·순이익¹⁾

(단위 : 백만원)

씨제이 계열	PP ²⁾	방송매출	476,196	561,964	682,161	684,021	658,706
		순이익	27,837	52,514	44,286	28,164	96,764
	SO	방송매출	429,007	503,103	576,268	666,282	693,761
		순이익	64,623	97,663	104,690	76,652	36,079
	소계	방송매출	905,203	1,065,067	1,258,430	1,350,303	1,352,466
		순이익	92,460	150,176	148,976	104,817	132,844
티브 로드 계열	PP	방송매출	71,323	85,527	85,787	87,744	101,421
		순이익	16,920	13,713	18,766	7,184	10,549
	SO	방송매출	494,553	538,379	584,160	613,068	595,764
		순이익	176,443	155,703	180,781	80,571	105,049
	소계	방송매출	565,876	623,907	669,947	700,812	697,185
		순이익	193,363	169,416	199,547	87,755	115,598
씨엔엠 계열	PP	방송매출	56,634	67,980	75,776	73,595	76,394
		순이익	11,686	8,710	5,628	5,286	4,271
	SO	방송매출	351,510	474,112	458,213	459,586	439,252
		순이익	32,634	30,278	41,529	77,618	35,542
	소계	방송매출	408,144	542,093	533,990	533,182	515,646
		순이익	44,320	38,988	47,156	82,903	39,813
현대 에이치씨엔 계열	PP	방송매출	9,304	12,167	14,019	15,501	15,628
		순이익	1,846	1,686	2,258	2,291	1,049
	SO	방송매출	166,260	183,550	205,327	222,768	222,708
		순이익	35,345	49,233	69,094	74,240	53,445
	소계	방송매출	175,564	195,716	219,346	238,269	238,335
		순이익	37,191	50,919	71,352	76,531	54,494
씨엠비 계열	PP	방송매출	3,861	6,655	7,670	7,861	10,018
		순이익	4,098	9,749	11,057	10,847	8,827
	SO	방송매출	103,563	114,203	129,768	145,233	140,823
		순이익	12,527	24,982	37,893	32,719	14,431
	소계	방송매출	107,424	120,859	137,439	153,094	150,841
		순이익	16,624	34,731	48,950	43,567	23,258

주1) 최다출자지분 또는 실질적인 경영권을 가지는 경우 결합사업자로 인정

주2) PP 방송사업매출에는 방송수신료매출, 광고매출, 협찬매출, 프로그램판매매출, 방송시설임대매출, 행사매출, 기타방 송사업매출이 포함됨. 단, 홈쇼핑PP의 방송사업매출(광고매출, 홈쇼핑방송매출)은 제외

지에스 계열	PP	방송매출	-	-	-	-	-
		순이익	-	-	-	-	-
	SO	방송매출	67,164	-	-	-	-
		순이익	9,150	-	-	-	-
	소계	방송매출	67,164	-	-	-	-
순이익		9,150	-	-	-	-	
MSP 합계	PP	방송매출	617,318	734,294	865,414	868,723	862,167
		순이익	62,387	86,371	81,994	53,772	121,460
	SO	방송매출	1,612,057	1,813,348	1,953,737	2,106,937	2,092,307
		순이익	330,720	357,859	433,987	341,801	244,546
	소계	방송매출	2,229,375	2,547,642	2,819,151	2,975,660	2,954,474
		순이익	393,107	444,231	515,981	395,573	366,006

5. 유료방송 가입자 현황

5-1. 유료방송 가입자

(단위: 만 단위)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
합계	2,336	2,429	2,526	2,776	2,983
종합유선	1,486	1,478	1,480	1,474	1,461
중계유선	18	18	12	10	10
일반위성방송	283	326	379	418	426
위성DMB ¹⁾	185	117	-	-	-
IPTV	365	489	655	874	1,086

주1) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료

5-2. 유료방송 가입자 점유율

(단위: %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
종합유선	63.6%	60.8%	58.6%	53.1%	49.0%
중계유선	0.8%	0.7%	0.5%	0.4%	0.3%
일반위성방송	12.1%	13.4%	15.0%	15.1%	14.3%
위성DMB ¹⁾	7.9%	4.8%	-	-	-
IPTV	15.6%	20.1%	25.9%	31.5%	36.4%

주1) 위성DMB는 2012년 8월말 사업 종료



5-3. 종합유선방송 가입자

(단위 : 만 단자)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
종합유선방송	1,486	1,478	1,480	1,474	1,461
아날로그방송	1,144	1,059	963	859	748
디지털방송	342	419	517	615	713

5-4. 종합유선방송 아날로그/디지털 가입 비중

(단위 : %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
아날로그방송	77.0%	71.7%	65.1%	58.3%	51.2%
디지털방송	23.0%	28.3%	34.9%	41.7%	48.8%

6. 프로그램 제작과 유통 현황

6-1. 지상파 제작비 추이

(단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
자체제작비 (공동제작 포함)	617,123	608,281	697,256	548,762	498,331
외주제작비	381,738	410,351	474,989	461,552	512,061
국내외구매비	22,047	17,327	20,579	19,307	18,047
합계	1,020,909	1,035,959	1,192,824	1,029,622	1,028,439

6-2. PP 제작비 추이

(단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
자체제작비 (공동제작 포함)	365,414	394,303	907,958	801,794	597,022
외주제작비	107,324	158,951	309,947	268,021	292,816
국내외구매비	296,884	526,810	452,581	431,543	570,834
합계	769,621	1,080,064	1,670,485	1,501,358	1,460,672

6-3. 지상파+PP 제작비 추이

(단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
자체제작	960,520	987,424	1,564,510	1,334,355	1,083,485
공동제작	22,017	15,160	40,704	16,200	11,868
순수외주	449,405	512,769	700,826	628,226	718,506
특수관계사 외주	39,657	56,533	84,110	101,348	86,372
국내물구매	167,221	234,273	223,863	249,921	341,418
국외물구매	151,709	309,864	249,296	200,930	247,463
합계	1,790,529	2,116,022	2,863,309	2,530,980	2,489,111

6-4. 방송사업자별 제작비 추이

(단위 : 백만원)

구 분		2010	2011	2012	2013	2014	
지 상 파	KBS	자체제작 ¹⁾	203,768	220,943	241,644	188,149	166,141
		외주제작 ²⁾	89,900	98,075	108,958	125,976	158,933
		국내외구매	8,966	7,014	9,896	7,874	6,784
		소계	302,635	326,032	360,498	321,998	331,858
	MBC	자체제작	93,309	116,385	130,886	102,415	97,865
		외주제작	91,309	122,663	154,305	167,011	155,402
		국내외구매	3,891	1,094	2,028	1,401	2,940
		소계	188,509	240,142	287,219	270,828	256,207
	지역 MBC	자체제작	36,019	37,849	39,276	42,648	38,881
		외주제작	1,461	927	1,079	1,425	1,333
		국내외구매	1,579	2,300	2,585	2,345	2,106
		소계	39,059	41,076	42,940	46,418	42,320
	SBS	자체제작	184,513	140,095	175,165	125,231	103,676
		외주제작	184,466	172,993	191,391	146,005	176,446
		국내외구매	4,101	3,006	2,244	2,476	3,101
		소계	373,080	316,094	368,800	273,712	283,223
지 상 파	지역민방 (SBS 제외) ³⁾	자체제작	37,433	41,348	60,506	42,249	38,536
		외주제작	3,315	5,393	4,963	4,574	3,891
		국내외구매	1,848	1,868	1,433	2,304	1,663
		소계	42,596	48,609	66,903	49,128	44,089
	지상파 3사 소계	자체제작	481,591	477,422	547,695	415,795	367,682
		외주제작	365,675	393,731	454,654	438,991	490,781
		국내외구매	16,958	11,114	14,168	11,752	12,825
		소계	864,223	882,268	1,016,518	866,538	871,288
	지상파 전체	자체제작	617,123	608,281	697,256	548,762	498,331
		외주제작	381,738	410,351	474,989	461,552	512,061
		국내외구매	22,047	17,327	20,579	19,307	18,047
		소계	1,020,909	1,035,959	1,192,824	1,029,622	1,028,439
지상파 DMB ⁴⁾	자체제작	2,093	1,354	2,151	2,052	1,701	
	외주제작	1,331	1,060	943	677	791	
	국내외구매	2,532	2,707	1,379	2,319	1,847	
	소계	5,956	5,121	4,473	5,048	4,339	

구 분		2010	2011	2012	2013	2014	
SO	자체제작	18,994	22,023	20,393	26,118	28,686	
	외주제작	12,103	16,811	12,565	16,975	13,233	
	국내외구매	544	1,146	522	1,517	2,294	
	기타 ⁵⁾	2,196	1,022	830	890	541	
	소계	33,837	41,002	34,310	45,500	44,755	
PP	KBS 계열 PP	자체제작	0	9,423	40,307	9,020	6,840
		외주제작	6,238	8,531	10,977	440	4,415
		국내외구매	34,685	50,265	60,737	64,420	68,606
		소계	40,923	68,219	112,021	73,880	79,861
	MBC 계열 PP	자체제작	16,127	9,756	17,092	13,589	12,121
		외주제작	24,743	21,603	13,042	14,111	8,587
		국내외구매	12,946	10,141	41,641	39,332	36,747
		소계	53,816	41,500	71,775	67,031	57,455
PP	SBS 계열 PP	자체제작	93,383	67,980	64,226	89,939	87,437
		외주제작	1,730	7,555	12,580	484	868
		국내외구매	54,977	32,463	44,085	27,026	27,642
		소계	150,090	107,998	120,890	117,449	115,947
	자상파 3사 계열 소계	자체제작	109,510	87,159	121,625	112,548	106,398
		외주제작	32,711	37,689	36,600	15,035	13,870
		국내외구매	102,608	92,868	146,462	130,778	132,994
		소계	244,829	217,717	304,687	258,360	253,263
	PP전체 (홍쇼핑 제외)	자체제작	314,644	340,480	849,815	739,796	532,105
		외주제작	106,687	157,810	308,904	266,443	291,552
		국내외구매	296,827	526,758	452,543	431,531	570,834
		소계	718,158	1,025,048	1,611,262	1,437,771	1,394,491
위성	자체제작	0	0	0	0	0	
	외주제작	1,760	2,548	1,315	2,591	978	
	국내외구매	672	1,117	1,039	1,009	878	
	소계	2,432	3,665	2,354	3,600	1,856	
위성DMB	자체제작	140	0	-	-	-	
	외주제작	0	0	-	-	-	
	국내외구매	2,921	968	-	-	-	
	소계	3,061	968	-	-	-	

구 분		2010	2011	2012	2013	2014
합 계 (홍쇼핑 제외)	자체제작	952,994	972,138	1,569,615	1,316,729	1,060,823
	외주제작	503,620	588,580	798,717	748,238	818,615
	국내외구매	325,542	550,023	476,061	455,683	593,900
	기타	2,196	1,022	830	890	541
	소계	1,784,351	2,111,763	2,845,223	2,521,540	2,473,880

주1) 자체제작에는 공동제작포함

주2) 외주제작에는 순수외주와 특수관계사외주를 포함

주3) 지역민방 10개사: 대구방송, 광주방송, 대전방송, 울산방송, 전주방송, 청주방송, 강원민방, 제주방송, 부산방송, 오비에스

주4) 지상파DMB는 와이티엔디엠비, 유원미디어, 한국디엠비 3개사 기준

주5) SO의 기타(SO 교환, 시청자제작)

6-5. 방송산업 수출 추이

(단위 : 천달러)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	171,009	203,354	216,986	287,755	313,808
①해외교포방송지원 ¹⁾	1,820	2,445	1,562	1,419	1,083
②비디오/DVD판매	20,825	13,178	7,909	17,349	7,176
③타임블록,포맷판매 ²⁾	21,289	18,791	27,796	27,970	33,936
④ 방송프로그램(소계)	127,075	168,941	179,718	239,435	256,276
지상파전체 ³⁾	121,769	158,070	153,507	191,403	212,069
KBS ⁴⁾	41,848	61,195	53,564	67,398	
EBS	517	985	764	384	
MBC ⁴⁾	33,522	50,072	51,019	64,105	
SBS ⁴⁾	45,784	45,607	40,666	59,373	
지역민방, 기타	98	211	7,494	143	
채널사용사업자	5,306	10,871	26,211	48,032	44,206
⑤기타 ⁵⁾	-	-	-	1,582	15,337

주1) 해외교포방송지원은 해외 교포를 대상으로 더빙이나 자막 작업 없이 우리나라 프로그램의 비디오나 VOD를 판매하는 것과 해외 수출용 프로그램에 대한 자막이나 더빙 작업을 위한 정부지원이 해당됨

주2) 타임블록 판매는 외국 방송사에서 특정 방송시간대에 국내 방송사의 프로그램만을 방송할 수 있도록 방송시간대를 판매하는 형태이므로 프로그램의 편수산출이 불가하여 금액만 기입. 포맷은 프로그램을 구성하는 제반 형식을 말하며, 독특하고 고유한 포맷은 저작권을 가지므로 거래의 대상이 됨

주3) 지상파 개별 방송사 수치는 '14년 기준부터 공표하지 않음

주4) 지상파 방송3사의 경우 본사 외 자회사 판매분 포함

주5) 기타: 해외교포방송지원, 비디오/DVD판매, 타임블록, 포맷, 방송프로그램(완성품) 외의 수출입 형태

6-6. 방송산업 수입 추이

(단위 : 천달러)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014
합 계	102,302	127,919	128,032	114,486	59,338
①해외교포방송지원 ¹⁾	0	0	0	0	0
②비디오/DVD판매	0	0	0	0	0
③타임블럭, 포맷판매 ²⁾	266	2	0	36	0
④방송프로그램(소계)	102,036	127,916	128,032	114,450	59,338
지상파전체 ³⁾	4,359	4,249	4,474	3,109	5,559
KBS ⁴⁾	1,791	2,223	1,897	1,422	
EBS	1,982	1,168	1,202	1,151	
MBC ⁴⁾	477	319	405	186	
SBS ⁴⁾	0	0	0	0	
지역민방, 기타	109	539	970	350	
채널사용사업자	97,677	123,667	123,558	111,341	53,779
⑤기타 ⁵⁾	-	-	-	0	0

주1) 해외교포방송지원은 해외 교포를 대상으로 더빙이나 자막 작업 없이 우리나라 프로그램의 비디오나 VOD를 판매하는 것과 해외 수출용 프로그램에 대한 자막이나 더빙 작업을 위한 정부지원이 해당됨

주2) 타임블럭 판매는 외국 방송사에서 특정 방송시간대에 국내 방송사의 프로그램만을 방송할 수 있도록 방송시간대를 판매하는 형태이므로 프로그램의 편수산출이 불가하여 금액만 기입, 포맷은 프로그램을 구성하는 제반 형식을 말하며, 독특하고 고유한 포맷은 저작권을 가지므로 거래의 대상이 됨

주3) 지상파 개별 방송사 수치는 '14년 기준부터 공표하지 않음

주4) 지상파 방송3사의 경우 본사 외 자회사 판매분 포함

주5) 기타: 해외교포방송지원, 비디오/DVD판매, 타임블럭, 포맷, 방송프로그램(완성품) 외의 수출입 형태

IV.

미디어 통계정보 이용



KISDI STAT 소개페이지
한국미디어패널 학술대회
통계정보 이용방법 안내
ICT/미디어 통계 제공 사이트

KISDI STAT 시스템 구축 목적

방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 통계 자료와 연구결과를 일반 이용자가 쉽고 편리하게 활용할 수 있도록 제공

KISDI STAT 제공 통계

1. 한국미디어패널

국내 5,000여 가구 및 개인의 미디어 기기 보유, 미디어 이용행태, 미디어 다이어리 결과 제공

2. 방송산업통계

방송사업자의 인력, 매출·손익·재무, 사업결합, 방송 산업 분야별 사업자 수, 종사자 수, 시설투자, 프로그램 제작, 유료 방송 가입자 현황 자료 제공

3. 해외방송통계

주요국의 방송산업 통계, 방송규제, 방송사업자 정보 제공

The screenshot displays the KISDISTAT website with the following elements:

- Header:** KISDISTAT logo, navigation menu (한국미디어패널, 방송산업통계, 해외방송통계, 자료실, KISDISTAT 소개), search bar, and utility links (로그인, 마이페이지).
- Main Content Area:**
 - Left Column:** A large graphic with the text "다양한 방송 및 뉴미디어 관련 통계를 사용자가 쉽게 접근할 수 있도록 제공하여 고객의 수요를 충족하는 것을 목표로 합니다." Below it is a list of reports:
 - [16-08호] 태블릿PC 보유와 이용 형태 분석 (16/05/03)
 - [16-07호] SNS(소셜네트워크서비스) 이용후이 및 이용행태... (16/04/18)
 - [16-06호] 세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화 (16/04/01)
 - [16-05호] 어린이 방송매체 이용행태 분석 (16/03/17)
 - [16-04호] 복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행... (16/03/04)
 - Right Column:** A grid of interactive statistics:
 - 미디어 기기 보유 (Media Device Possession)
 - 미디어 이용 행태 (Media Usage Behavior)
 - 미디어 다이어리 (Media Diary)
 - 방송사업자 수 (Number of Broadcasters)
 - 방송사업자 매출 (Broadcasters Revenue)
 - 유료방송 가입자 (Paid Broadcast Service Subscribers)
 - 미국 방송시장 (US Broadcast Market)
 - 중국 수용자조사 (China Audience Survey)
 - Bottom Section:**
 - 연구진 소개:** Korea Media Panel Survey Statistics
 - 제27기 KISDI STAT 서포터즈 모집:** Recruitment for the 27th KISDI STAT Supporters.

한국미디어패널 학술대회



제1회 한국미디어패널 학술대회

- 일시: 2013.11.08. (금)
- 장소: 서울대학교 호암교수회관 컨벤션센터
- 주최·주관: 정보통신정책연구원
- 주제
 - 미디어 이용의 시공간 분석
 - 미디어와 소비자 행동
 - 미디어간 경쟁
 - 미디어와 정치참여 외 4개 주제

제2회 한국미디어패널 학술대회

- 일시: 2014.10.24. (금)
- 장소: 서울대학교 호암교수회관 컨벤션센터
- 주최·주관: 정보통신정책연구원
- 주제
 - 미디어 이용행태와 연관산업의 진화
 - 미디어와 삶의 만족도
 - 스마트시대의 미디어 소비의 3개 주제

제3회 한국미디어패널 학술대회

- 일시: 2015.9.4. (금)
- 장소: 엘타워 5층 메리골드 II홀, 데이지홀, 라일락홀
- 주최·주관: 정보통신정책연구원
- 주제
 - 미디어 이용의 조사와 탐색
 - 모바일 기기 및 서비스 이용
 - 미디어 이용과 리터러시
 - 신체활동과 미디어 이용 외 4개 주제

제4회 한국미디어패널 학술대회 개최예정

- 일시: 2016.9.2. (금)
- 장소: 양재 스포타입 5층
- 주최·주관: 정보통신정책연구원

통계정보 이용방법 안내

한국미디어패널조사

KISDI STAT_ <http://stat.kisdi.re.kr>

한국미디어패널

설문지, 코드북 및
유저가이드,
원시자료

미디어 기기 보유, 미디어 기기 연결성,
미디어 다이어리, 미디어 이용행태,
방송통신 서비스 가입 및 지출, Special Section

KOSIS국가통계포털_ <http://kosis.kr>

국내통계

주제별 통계

교통·정보통신

정보통신

한국미디어
패널조사

방송매체 이용행태 조사

KISDI홈페이지_ <http://www.kisdi.re.kr>

방송통신동향

방송매체 이용행태

연도별 조사 보고서/주요 시계열 통계 및 원시자료

KOSIS국가통계포털_ <http://kosis.kr>

국내통계

주제별 통계

교통·정보통신

정보통신

방송매체
이용행태조사

방송산업 실태조사

KISDI STAT_ <http://stat.kisdi.re.kr>

방송산업통계

개요, 개별 사업자 정보

시설, 손익재무, 결합 및 소유 구조,
제작·유통·편성 현황, 유료방송가입자

KISDI홈페이지_ <http://www.kisdi.re.kr>

방송통신동향

방송산업 실태조사

연도별조사보고서/주요 시계열 조사



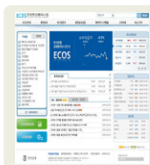
- 국가 주요 통계

KOSIS국가통계포털
<http://kosis.kr>



- 국가 주요 지표

e-나라지표
<http://www.index.go.kr>



- 한국은행
경제통계시스템

<http://ecos.bok.or.kr>



- ICT 통계

ITSTAT
<http://www.itstat.go.kr>



- 인터넷 통계

KISA ISIS 인터넷통계정보
<http://isis.kisa.or.kr>



- 전파 통계

전파환경정보시스템
<http://radiomap.go.kr>



- 유료방송 가입자

한국케이블TV 방송협회
<http://www.kcta.or.kr>



- 광고통계

방송통신광고 시스템
<http://adstat.kobaco.co.kr>



- 방송통신
해외정보시스템

<http://www.conex.or.kr>



- 언론산업실태조사

한국언론진흥재단
<http://www.kpf.or.kr>

미디어 통계 수첩의 내용에 관한 문의는
KISDI ICT통계정보연구실 미디어통계분석그룹으로
연락 바랍니다.

한국미디어패널통계 : 043) 531-4077

방송매체이용통계 : 043) 531-4109

방송산업실태통계 : 043) 531-4088

미디어 통계 수첩

발행인 김도환

발행일 2016년 3월

발행처 정보통신정책연구원

디자인·인쇄 (주)나눔커뮤니케이션
