

## 2005년 시청률, 낮방송 그리고 광고매출 변화

2006. 2. 3

### 요약

- I. 서론
  - II. 2005년 지상파 및 케이블TV 시청특성
  - III. 최근 5년간 지상파 및 케이블TV 시장동향
  - IV. 낮방송 개시 이후의 지상파TV 및  
케이블TV 지형변화
  - V. 결론 및 시사점
- 《부록》 : 2005년 성별·연령별 시청률 TOP 20

## 《 요 약 》

- 2005년 지상파TV 방송3사(이하 지상파TV)의 시청률은 31.9%로 계속 하락, 케이블TV 시청률은 12.1% 지속 증가 추세
  - 지상파TV 시청률은 2001년(39.2%) 대비 7.3% 포인트 감소, 케이블TV 시청률은 2001년(4.1%) 대비 8% 포인트 증가
  - 케이블TV가 지상파TV 시청률 감소를 일정부분 흡수하고 있는 것으로 분석됨
  
- 2005년 일일 평균 시청량 지상파TV '2시간 6분', 케이블TV '1시간 5분'
  - 지상파TV는 2001년(2시간 37분) 대비 31분 감소, 케이블TV는 2001년(21분) 대비 44분 증가
  - 지상파 및 케이블TV 시청량의 합이 2001년 '2시간 58분'에서 2005년 '3시간 11분'으로 13분 증가한데 그치고 있어 케이블TV가 지상파TV 시장을 일정부분 잠식하는 양상을 보임
  
- 2005년 지상파TV 가구시청률은 SBS(8.0%), KBS1(7.9%), KBS2(7.7%), MBC(7.5%) 순으로 약간씩 차이가 있는 것으로 나타남
  
- 2005년 개인시청률에 근거한 성별 지상파TV 시청률은 여성(3.8%~4.1%)이 남성(2.4~2.9%)보다 훨씬 높은 것으로 나타남
  - 남성의 지상파TV 채널별 선호도는 KBS1(2.9%), SBS(2.6%), KBS2(2.5%), MBC(2.4%) 순으로 KBS1이 약간 높았음
  - 여성의 경우, SBS(4.1%), KBS2(4.0%), KBS1(3.8%), MBC(3.8%) 순으로 큰 차이가 없는 것으로 나타남

- 2005년 개인시청률에 근거한 연령별 지상파TV 시청률 분석에서는 높은 연령일수록 시청률이 높은 것으로 나타남
- 30대까지는 KBS1의 시청률이 1~2%대로 현저하게 낮고 KBS2, MBC, SBS가 2~3%대로 비슷한 정도였으나 50대 이상에서는 KBS1이 9.2%로 매우 높고 나머지 채널은 4.5~4.9%대를 나타내 큰 차이를 보이고 있음
- 케이블TV 중 시청률이 높은 채널은 투니버스(1.31%), MBC드라마넷(0.95%), SBS드라마 플러스(0.92%), OCN(0.87%), 순이었음
- 이외에 KBS 스카이드라마(0.60%), 채널 CGV(0.57%), YTN(0.51%)를 제외하면 모두 0.4%대 이하의 낮은 시청률을 보이고 있어 심한 채널 편중현상을 보이고 있음
- 2005년의 지상파 및 케이블TV 월별 시청률을 비교해 보면 지상파TV는 1월(36.3%), 2월(35.3%)이 비교적 높게 나타난 반면 케이블TV는 1월(15.5%), 8월(15.4%), 12월(15.0%)이 높게 나타남
- 지상파TV의 경우, 야외 활동이 적은 겨울철에 시청률이 높은 반면 케이블TV는 방학이 포함된 월에 시청률이 높은 특성을 보이고 있음
  - 특히 8월의 경우 지상파TV의 평균 시청률은 매우 낮은 31.3%인데 비해 케이블TV는 15.4%로 높은 시청률을 보이고 있어 지상파TV에서 케이블TV로의 시청이동이 일부 있었음을 보여줌
- 시청률 및 시청량 증가와 함께 케이블TV의 광고매출이 증가하고 있으나 지상파PP의 급성장으로 비지상파PP의 성장은 미미한 수준임
- 지상파TV의 2004년 광고 매출은 1조 7,725억원으로 2003년(1조 8,774억원)에 비해 1,049억원 감소한데 비해 케이블 TV는 2004년 광고매출이 4,129억원으로 2003년(3,205억원)에 비해 924억원 증가했음

- 그러나 전체 케이블TV(PP)의 매출액 중 지상파 PP의 매출 점유율은 2001년 16.2%였던 것이 2004년 27.1%로 10.9% 포인트 증가하고 있어 7개의 지상파PP가 전체 케이블 시장의 1/4이상의 광고매출을 점하고 있음
  - 따라서 시청률 증가에도 불구하고 비지상파PP 시장은 여전히 어려움을 겪고 있음
    - 지상파TV의 해외 프로그램 수출이 2004년 5,524만 달러로 2001년(1,084억원)에 비해 5배 이상 크게 증가했지만 케이블PP의 수출은 79만 달러로 2001년(30만 달러)에 비해 49만 달러 정도 증가에 그치고 있어 불균형을 보여줌
- 지상파 방송 낮방송이 실시된 2005년 12월 낮시간대(12:00~16:00) 평균 가구시청률은 25.7%로, 낮방송 실시 이전 3개월 평균(21.8%) 보다 3.9% 포인트 상승하였고 이에 따라 동시간대 케이블 텔레비전 점유율이 59.0%로 이전 3개월 평균 64.5% 보다 5.5% 포인트 정도 감소하였음
- 12월 월별 시청률 자연 증가 추세를 감안하더라도 낮방송이후 지상파 방송의 시청률이 약간 상승했음을 알 수 있음
- 케이블TV 시청률과 광고매출이 지속적으로 증가하고 있으나 케이블TV(PP) 시장 내 지상파PP의 강세, 그리고 지상파 낮방송 실시 등으로 비지상파PP의 성장은 미미한 수준이며 이에 대한 지원과 제도정비가 필요함
- 산업경쟁력 강화와 제작주체의 다원화를 위한 정책적 지원의 확대가 요구됨
  - 수신료 배분비율 현실화 등의 제도보완이 요구됨
    - 케이블TV(PP)의 수신료 배분율이 6.6% 정도로 알려짐(2004년 국정감사자료)
    - 업계에서는 30~32.5%의 수신료 배분율이 합리적이라는 의견임

## I. 서론

- 다매체시대의 개막은 시청자들에게 개인의 취향과 선호도를 만족시켜줄 수 있는 채널 선택권을 늘려주었지만, 방송사업자들에게 있어서는 ‘생존’을 둘러싼 영역 간의 무한경쟁을 초래한 측면이 많음
  - 특히 그동안 시장 내에서 지배적 지위를 유지해 온 지상파TV의 위상이 상대적으로 약화되고, 가입자를 꾸준히 늘려온 케이블TV의 영향력은 증가되고 있는 추세임
  - 이러한 시장 내 경쟁은 DMB, IP-TV 등 새로운 매체의 등장으로 인해 더욱 심화될 것으로 예상됨
  - 국제화, 디지털화에 따라 산업경쟁력 강화와 제작주체의 다원화가 요구되고 있음
  
- 시청률 분석이 중요한 이유
  - 방송 시장은 2차 시장의 구조를 띠고 있어 시청자와 방송사간 직접적인 거래가 이루어지지 아니하고 광고주를 통해 거래가 이루어지는데, 이 때 시청률은 방송사가 수입을 얻기 위해 광고주와 거래하는 대상이 되므로 시청률의 변화 추이는 해당 매체의 영향력을 설명할 수 있는 근거가 됨<sup>1)</sup>
  - 흔히 방송산업의 성과로 매출액만을 분석하기도 하나, 시청률 자료를 포함한다는 것은 해당 매체에 대한 시청자의 지지도까지 함께 살펴볼 수 있는 것으로 더 정밀한 시장분석을 가능케 한다는 점에서 의미가 있음
  
- 본 보고서에서는 시청률 데이터를 중심으로 지상파 및 케이블TV의 시청행태를 분석하고, 이를 통해 드러난 결과를 주요 산업지표들과 연관하여 방송시장 내에서의 매체별 특성을 구체적으로 살펴보았음

1) 김대호, 김은미, 류춘렬. 2001. 케이블 채널 사업의 시장성파에 관한 검토 : 편성요소, 시청률, 수입 간의 상관관계. 한국언론학보, 45(3), 43쪽.

- 주요 분석대상은 EBS를 제외한 지상파TV(KBS, MBC, SBS) 및 방송채널 사용사업자(PP)임
- 본 분석이 프로그램에 대한 시청률 자료를 중심으로 지상파 및 케이블TV의 시장 내 영향력 증감과 그 함의에 천착하고 있기 때문에 송출을 담당하고 있는 종합유선방송사업자(SO)에 대한 분석은 생략하였음
- 1장에서는 지상파 및 케이블TV의 시청률 변화추이를 5년간의 시계열 분석을 통해 살펴보았으며 이와 함께 주요 요인별 시청특성을 2005년 자료를 중심으로 알아봄
- 2장에서는 최근 5년간 지상파 및 케이블TV의 시청률 변화 추이를 살펴보았으며, 이외에 두 매체의 프로그램 해외수출액, 평균자본금 등 산업의 경쟁력 및 건전성을 설명해 줄 수 있는 지표들을 함께 분석함으로써 방송시장 내 구조적인 문제점은 어떤 것들이 있는 지 알아봄
- 3장에서는 2005년 12월 1일 지상파TV의 낮방송 개시 이후 나타난 지상파TV 및 케이블TV간의 시청률 및 점유율 변화, 낮방송 편성상의 문제점, 광고매출에의 영향 등을 알아봄

□ 본 보고서에 활용된 시청률 자료는 AGB 닐슨 미디어리서치에서 제공하였음(표본가구: 전국 1550가구)

## II. 2005년 지상파 및 케이블TV 시청특성

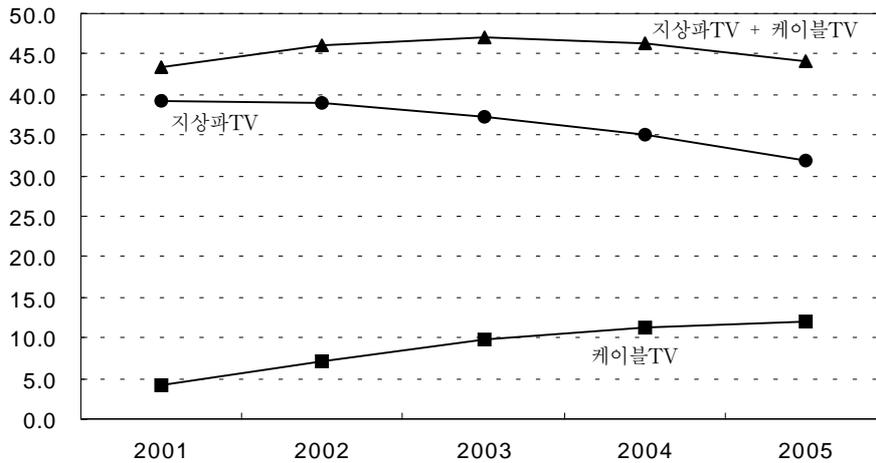
- 2005년 지상파 및 케이블TV 시청특성 분석을 알아보기 위하여 매체별 시청률을 중심으로 최근 5년간의 매체별 시청률 증감폭을 살펴보았으며 이와 함께 각 매체별 특성에 부합하는 요인을 중심으로 시청특성을 분석함
  - 지상파TV는 종합편성을 하는 방송으로 시청구성이 중요하기 때문에 각 채널별 선호도를 인구통계학적 속성별로 살펴보았고 추가적으로 평일과 주말의 시청률 차이를 함께 분석함
  - 케이블TV는 전문편성을 하기 때문에 시청구정보다는 장르별 선호도 위주로 살펴봄
  - 월별 시청률의 변화 추이와 하루 시청 추이는 지상파 및 케이블TV를 비교분석함

### 지상파TV의 시청률은 하락 추세, 케이블TV의 시청률은 증가 추세

- 최근 5년간 지상파TV의 시청률은 꾸준히 하락하는 반면 케이블TV의 시청률은 증가하는 추세에 있음
  - 지상파TV의 시청률은 2001년 39.2%에서 감소하여 2005년에 31.9%를 기록: 7.3% 포인트 하락
    - 평균 1.8% 포인트씩 하락하고 있으며 하락폭은 0.3('02)-1.6('03)-2.2('04)-3.2('05)로 매년 1% 포인트씩 증가
  - 케이블TV의 시청률은 2001년 4.1%에서 증가하여 2005년에 12.1%를 기록: 8% 포인트 증가
    - 평균 2.0% 포인트씩 증가하고 있으며 증가폭은 3.1('02)-2.5('03)-1.6('04)-0.8('05)로 매년 1% 포인트씩 하락

- 지상파TV의 2005년 시청률은 2001년보다 7.3% 포인트 하락한 반면 케이블TV는 8% 포인트 증가

최근 5년간 시청률 변화 추이(%)



분석 : 전국/가구 기준

최근 5년간 지상파 및 케이블TV의 시청률

단위 : %

연도	2001	2002	2003	2004	2005
지상파TV	39.2	38.9	37.3	35.1	31.9
케이블TV	4.1	7.2	9.7	11.3	12.1

분석 : 전국/가구 기준

### 지상파TV, 채널별 선호도 인구통계학적 속성별 차이 뚜렷

- 평균 가구시청률로 알아본 지상파TV 채널별 선호도는 SBS(8.0%)가 1위로 가장 높게 나타났고, 그 다음 KBS1(7.9%), KBS2(7.7%), MBC(7.5%)의 순으로 나타남

- 성별, 연령별, 학력별, 직업별 채널 선호도를 개인 시청률로 알아본 결과 각각의 인구통계학적 속성별로 채널 선호도가 뚜렷하게 나타남(2005년 기준)
- 성별로는 남성 선호도 1위 채널인 KBS1(남성기준 2.9%)이 여성에 있어서는 4위로 나타나 성별 선호도의 차이를 확인할 수 있었으며 여성은 SBS를 가장 선호(여성기준 4.1%)
  - KBS1이 주로 뉴스/다큐 프로그램을 방송하는 반면 SBS는 드라마/오락 프로그램의 비중이 크기 때문에 이것은 남성과 여성의 장르 선호도를 반영하는 것이라 볼 수 있음
  - 남성과 여성의 프로그램 선호도를 살펴본 결과, 남성의 경우 KBS1의 <불멸의 이순신>이 13.4%로 가장 높았으며 여성은 MBC의 <내이름은 김삼순>이 22.9%로 1위를 차지함(《부록》 참조)
  - 연령별로는 50대 미만과 50대 이상의 채널 선호도가 다르게 나타남
  - 50대 미만의 연령대에서는 KBS2, MBC, SBS의 선호가 골고루 나타난 반면 50대 이상에서는 KBS1의 선호도가 절대적이었음
  - 특히 50대 이상의 채널별 시청률은 KBS2, MBC, SBS모두 4%대인 것에 반해 KBS1 시청률은 9.2%로 높게 나타남
  - 연령별로 프로그램 선호도를 살펴본 결과, 4-9세 연령층과 50대 이상을 제외한 모든 집단에서 MBC의 <내이름은 김삼순>이 1위를 차지함(《부록》 참조)
  - 학력별 선호도는 고졸 이하와 대학 이상에서 차이
  - 초등 이하, 중졸, 고졸의 채널 선호도는 KBS1-KBS2-SBS-MBC 순으로 모두 같게 나타남
  - 대학 이상의 채널 선호도는 SBS(3.1%)-MBC(3.0%)-KBS2(2.9%)-KBS1(2.5%)으로 다른 학력보다 오히려 오락위주의 방송 채널을 더 선호 : 직업별로는 전문직 종에서 SBS, MBC에 대한 선호도가 높았으며(2.8%), 나머지 직업군에서는 KBS1의 시청률이 높게 나타남
  - 특히 농,수,축,임업에서 KBS1의 시청률이 7.6%로 다른 채널보다 3% 포인트

가량 높게 나타난 것은 연령별 선호도에서 50대 이상의 선호가 반영된 것으로 보임

2005년 지상파TV 채널별 선호도

단위 : 시청률 %

채널		KBS1	KBS2	MBC	SBS
가구시청률		7.9	7.7	7.5	8.0
성별 시청률	남자	2.9	2.5	2.4	2.6
	여자	3.8	4	3.8	4.1
연령별 시청률	4-9세	1.0	1.9	1.4	1.5
	10대	0.9	2.3	1.8	2.3
	20대	1.1	2.2	2.2	2.4
	30대	2.3	3.6	3.8	3.8
	40대	4.0	4.1	3.9	4.2
	50대이상	9.2	4.7	4.5	4.9
학력별 시청률	초등이하	3.8	3.2	2.5	2.9
	중졸	5.1	3.9	3.2	3.7
	고졸	4.1	3.8	3.6	4.1
	대학이상	2.5	2.9	3.0	3.1
직업별 시청률	전문/경영관리	2.4	2.5	2.8	2.8
	사무직	2.5	2.8	3.0	3.1
	서비스/기능/생산	3.5	3.3	3.2	3.3
	자영업	4.0	3.2	3.2	3.4
	농,수,축,임업	7.6	4.2	3.5	4.0
	주부	5.5	5.3	5.0	5.6
	학생	1	2.1	1.7	2.1
	무직	9.6	4.3	3.9	4.2
	미취학아	0.9	1.8	1.4	1.5
	기타	3.8	3.2	3.2	3.3

주 1 : 가구시청률을 제외한 각 인구통계학적 속성별로 알아본 채널별 선호도는 개인시청률을 기준으로 함

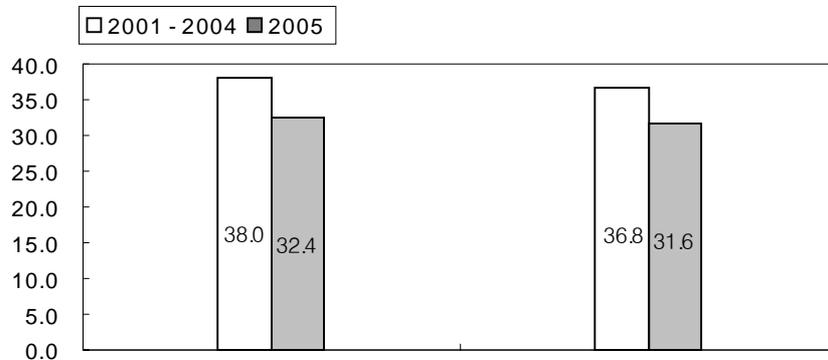
주 2 : 채널별 선호도를 순위별로 재구성하여 《부표》에 수록하였음

### 지상파TV, 평일보다 주말 시청률이 더 낮은 경향

#### □ 지상파TV의 시청률은 주말에 더 낮게 나타남

- 2001-2004년 평균 평일 시청률은 38.0%, 주말 시청률은 36.8%로 1.2% 포인트 떨어졌으며, 2005년에는 평일 32.4%, 주말 31.6%로 0.8% 포인트 하락
- 2005년은 이전 4년간보다 평일과 주말의 시청률의 차이가 약간 완화됨(0.4% 포인트)
- TV시청을 가정에서 보내는 여가시간의 지표로 볼 때 평일보다 주말에 오히려 야외활동이 더 많았으나, 2005년 이후 주 5일 근무가 확대됨에 따라 예년보다 사람들이 가정에서 여가를 보내는 시간이 더욱 많아졌다고 해석할 있으나 주 5일 근무제가 정착되는 동안 어떠한 양상을 보일지 좀더 지켜볼 필요

지상파TV 평일과 주말의 시청률(%)



분석 : 전국/가구 기준

### 케이블TV, 장르별 선호도 인구통계학적 속성별 차이 뚜렷

- 인기 장르는 영화(22.3%), 어린이(19.3%), 드라마(18.3%)

- 인기 있는 상위 3개의 장르(영화, 어린이, 드라마)가 전체의 59.9%를 차지
- 영화(22.3%)는 종교(1.8%)에 비해 열 배 이상 높은 점유율을 기록
- 이것은 장르별 선호도 뿐 아니라 장르별 채널의 수와도 연관된 결과일 수 있음

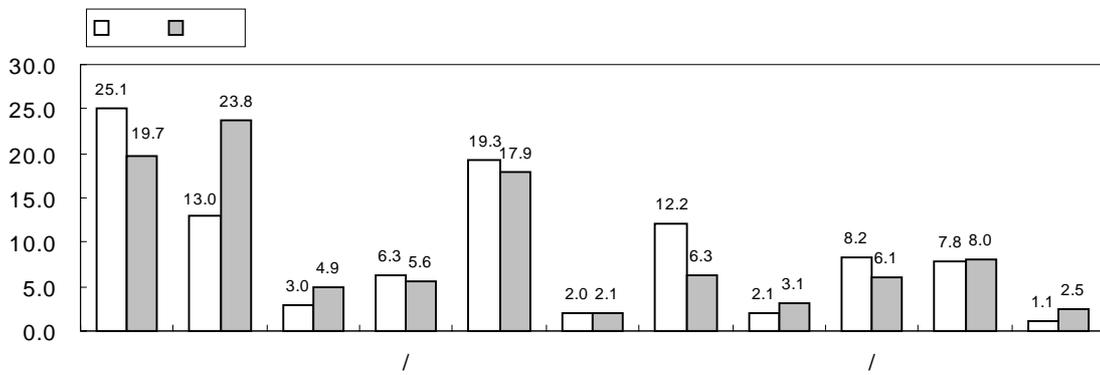
2005년 케이블TV 장르별 점유율

케이블TV 장르	점유율(%)
영화	22.3
어린이	19.3
드라마	18.3
스포츠	9.0
생활	8.0
연예/오락	6.9
뉴스/정보	6.0
홈쇼핑	3.9
음악	2.5
교육	2.1
종교	1.8
계	100

- 남성은 영화-어린이-스포츠-드라마 순으로 선호, 여성은 드라마-영화-어린이-생활 순으로 선호
- 성별로 가장 큰 차이를 보이는 케이블TV 장르는 드라마로, 시청 점유율의 차이가 10.8% 포인트
  - 드라마 장르는 여성 선호도 1위(23.8%)인 반면 남성은 4위(13.0%)로 여성의 점유율이 남성의 대략 두 배에 달함
  - 스포츠와 영화에 있어서도 5% 포인트 이상의 성별 점유율 차이가 남
  - 스포츠와 영화 모두 남성이 여성보다 높은 점유율을 보임

- 남성이 여성보다 선호하는 장르는 영화, 뉴스/정보, 어린이, 스포츠, 연예/오락이며 여성이 남성보다 선호하는 장르는 드라마, 홈쇼핑, 음악, 생활, 종교 등
- 둘 간의 차이가 거의 나타나지 않은 장르는 교육(0.1% 포인트 차이)

2005년 케이블TV 성별 · 장르별 점유율(%)



- 각 채널별로 선호도 상위 30위를 알아본 결과 영화전문채널이 6개, 어린이 5개, 드라마 채널이 3개
  - 영화, 어린이, 드라마 장르는 채널 수와 점유율에서 모두 우세
- 선호채널 상위 30위에 스포츠 채널이 4개
  - 스포츠 채널은 일정 시청층을 보유하고 있으며 드라마 전문 채널과 함께 지상파 방송사의 소유가 많은 장르

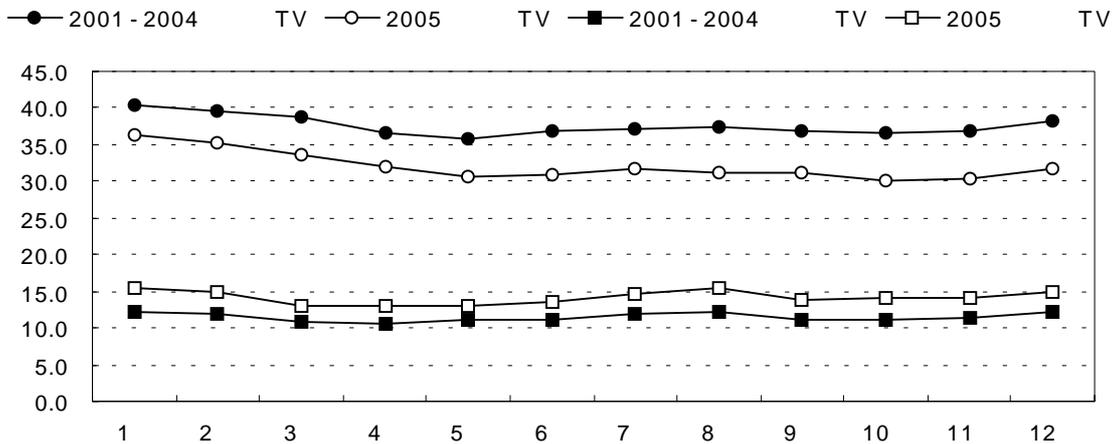
## 2005년 케이블TV 선호채널 상위 30위

순위	채널명	시청률(%)	점유율(%)
1	Tooniverse	1.308	9.48
2	MBC드라마넷	0.951	6.90
3	SBS드라마플러스	0.920	6.67
4	OCN	0.874	6.33
5	KBSSKY드라마	0.600	4.35
6	채널CGV	0.573	4.15
7	YTN	0.512	3.71
8	JEI재능방송	0.485	3.52
9	SUPER ACTION	0.477	3.46
10	MBC ESPN	0.476	3.45
11	Qwiny	0.363	2.63
12	Champ	0.341	2.47
13	XTM	0.340	2.46
14	SBS스포츠	0.310	2.24
15	코미디TV	0.290	2.10
16	ongamenet	0.259	1.87
17	MBC MOVIES	0.228	1.65
18	KBSSKY스포츠	0.211	1.53
19	Xports	0.205	1.49
20	Mnet	0.203	1.47
21	OnStyle	0.162	1.17
22	어린이TV	0.160	1.16
23	MBN	0.154	1.12
24	MIN	0.149	1.08
25	GS홈쇼핑	0.137	0.99
26	시네마TV	0.135	0.97
27	CJ홈쇼핑	0.129	0.94
28	바둑TV	0.125	0.91
29	현대홈쇼핑	0.119	0.86
30	MBC게임	0.117	0.85

월별 시청률의 변화는 지상파TV와 케이블TV가 유사하게 나타난 반면 하루 시청 추이는 경쟁적으로 나타남

- 2005년의 지상파 및 케이블TV 월별 시청률을 비교해 보면 지상파TV는 1월(36.3%), 2월(35.3%)이 비교적 높게 나타난 반면 케이블TV는 1월(15.5%), 8월(15.4%), 12월(15.0%)이 높게 나타남
- 지상파TV의 경우, 야외 활동이 적은 겨울철에 시청률이 높은 반면 케이블TV는 방학이 포함된 월에 시청률이 높은 특성을 보이고 있음
- 특히 8월의 경우 지상파TV의 평균 시청률은 매우 낮은 31.3%인데 비해 케이블TV는 15.4%로 높은 시청률을 보이고 있어 지상파TV에서 케이블TV로의 시청이동이 일부 있었음을 보여줌

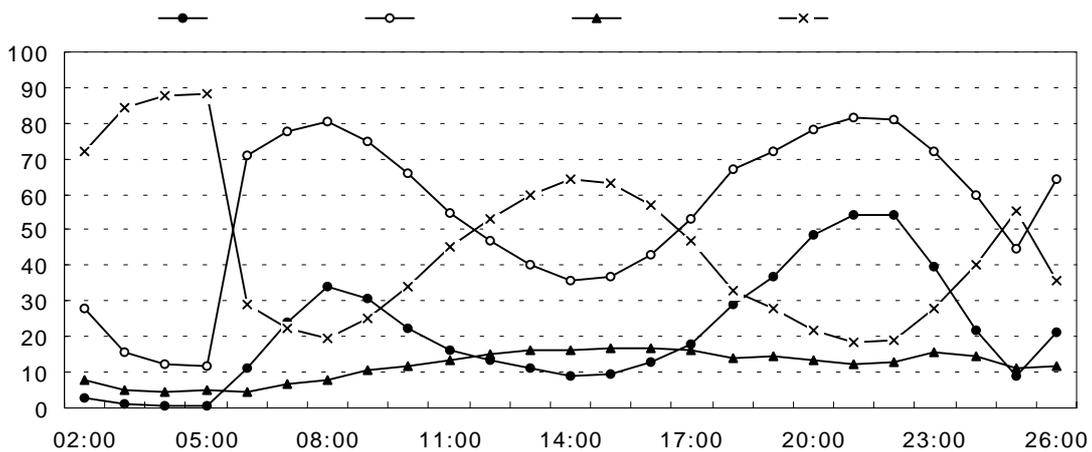
월별 시청률 변화 추이(%)



주 : 각 월별 시청률을 수치화하여 《부표》에 재구성함  
 분석 : 전국/가구 기준

- 2005년 지상파TV와 케이블TV의 시청률로 하루 시청 추이를 알아본 결과 지상파 TV는 08시경과 20-23시경 집중시청시간대가 나타났으며 케이블TV는 비교적 완만하나 낮시간대인 14시경 시청률이 가장 높게 나타남
- 지상파TV에 비해 케이블TV가 경쟁력을 가진 시간대는 02-05시와 14시경으로 케이블TV의 점유율이 지상파TV보다 높게 나타남
  - 심야시간대인 02-05시는 특집방송을 제외하면 지상파TV의 정파시간으로 케이블 TV의 자체 경쟁력이 확보된 것이라 볼 수 없음
  - 그러나 14시경 케이블TV의 시청률이 하루 중 가장 높게 나타난 것은 2005년 같은 시간대 지상파 방송사가 낮방송을 해왔던 사례에 비추어 볼 때, 케이블TV 자체의 경쟁력이 반영되었다고 볼 수 있음

2005년 지상파TV와 케이블TV의 하루 시청 추이



주 : 각 시간대의 시청률 및 점유율 자료를 수치화 하여 《부표》에 재구성함  
 분석 : 전국/가구 기준

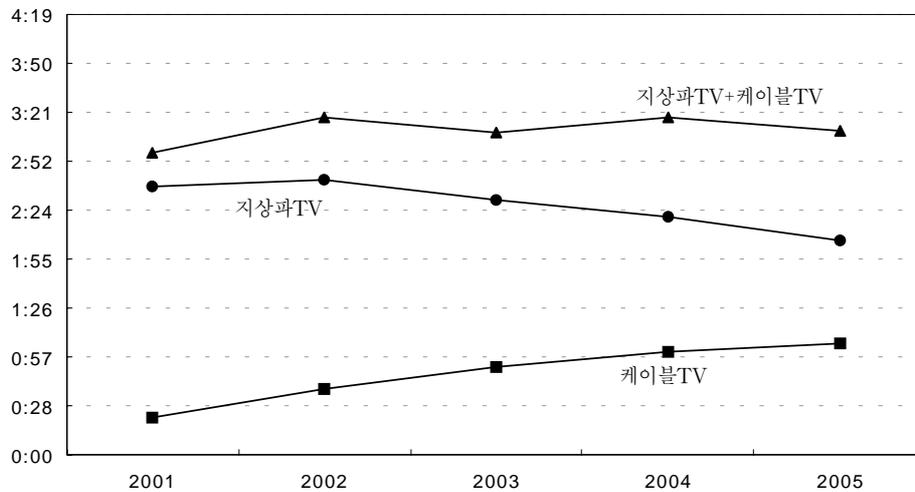
### III. 최근 5년간 지상파 및 케이블TV 시장동향

전체 시청량의 큰 변화 없이, 지상파TV의 시청량은 꾸준히 하락하는 반면 케이블TV의 시청량은 증가 추세

□ 비교적 일정한 시청량 내에서 지상파TV의 시청량 하락폭 이상으로 케이블TV의 시청량이 증가

- 2005년 지상파TV의 시청량은 2001년보다 31분 하락, 케이블TV는 44분 증가

일일평균 시청량 변화 추이 : 2001 - 2005년



분석 : 전국/가구 기준

- 지상파TV의 일일평균 시청량은 2001년 ‘2시간 37분’에서 2005년 ‘2시간 6분’을 기록
  - 2002년에 일시적 상승을 보이다가 2003년부터는 평균 12분씩 하락하는 추세
- 케이블TV의 경우 2001년부터 2005년까지 일일평균 시청량이 지속적으로 증가
  - 그러나 증가폭은 좁아지고 있음(17분('02)-13분('03)-9분('04)-5분('05))
- 2005년 일일평균 시청량은 여전히 지상파TV가 케이블TV보다 1시간 이상 앞서고 있으나 2001년의 시청량 차이가 2시간 16분이었던 것을 감안하면 방송시장에서 케이블TV의 영향력이 점점 커지고 있다는 것을 알 수 있음

최근 5년간 일일평균 시청량

단위 : 시간

연도	2001	2002	2003	2004	2005
지상파TV	2:37	2:41	2:29	2:19	2:06
케이블TV	0:21	0:38	0:51	1:00	1:05

분석 : 전국/가구 기준

- 광고매출액 역시 시청량과 유사한 패턴으로 변화
  - 지상파TV의 광고매출액은 2002년의 상승 후 하락세, 케이블TV(PP)는 2001년부터 꾸준히 증가 추세
  - 지상파TV의 2002-2004년 광고매출 평균 하락폭은 1,049억원, 케이블TV(PP)의 2001-2004년 평균 증가폭은 891억원

연도별 광고매출액

단위 : 백만원

연도	2001	2002	2003	2004
지상파TV	1,583,643	1,982,347	1,877,434	1,772,489
케이블TV(PP)	145,434	255,586	320,495	412,882

주 : 지상파TV는 EBS와 기타 지역민방을 제외한 KBS, MBC, SBS를, 케이블TV(PP)는 종합유선방송사업자(SO)를 제외한 방송채널사용사업자(PP)만을 대상으로 함

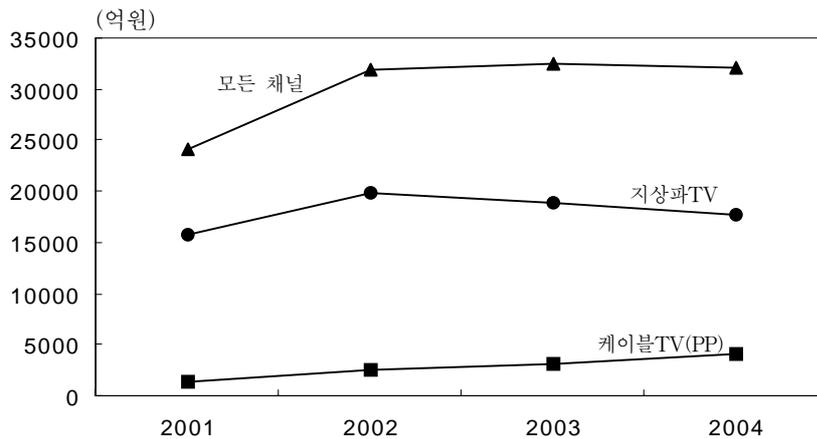
자료 : 방송위원회. 방송산업실태조사보고서. 2002-2005.

□ 전체 방송광고시장은 2002년 이후 평균 3조 2,870억원에서 큰 변동 보이지 않음

- 한정된 방송광고시장에서 지상파TV와 케이블TV(PP)의 경쟁

· 시청량과 마찬가지로 2004년의 지상파TV의 광고매출액은 2002년에 비해 2,099억원이 감소되었으나 케이블TV(PP)는 1,573억원이 증가되어 지상파TV의 광고수입의 일부를 케이블TV(PP)로 빼앗긴 형국

광고매출액 변화 추이 : 2001 - 2005년



자료 : 방송위원회. 방송산업실태조사보고서. 2002-2005.

- 시청량과 광고매출액의 변화 추이로서 알 수 있는 것은 케이블TV 시장의 양적 성장
- 실제로 케이블TV는 2001년 12월 5,376,120가구가 가입하고 2004년 6월에 두 배가량 늘어 천만 가입자를 돌파, 2005년 6월 11,694,162가구 가입자를 보유<sup>2)</sup>

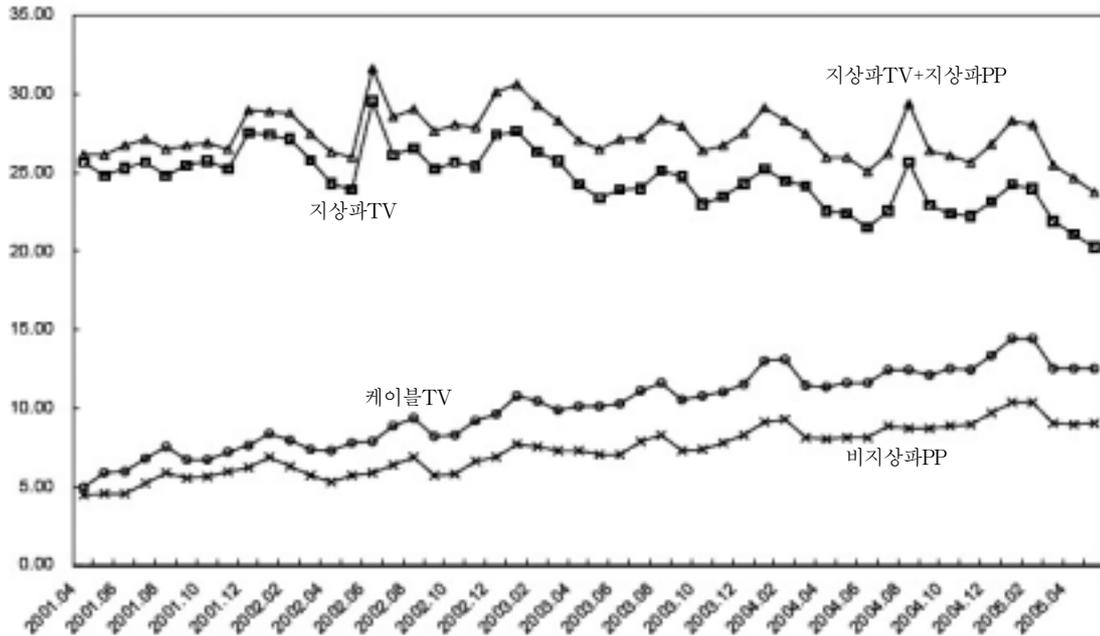
그러나 케이블TV 시장은 내부적으로 지상파PP에 의해 잠식

- 전체 케이블TV 채널을 지상파PP와 비지상파PP로 나누어 볼 때, 케이블TV의 시청률 증가는 비지상파PP의 시청률 증가 뿐 아니라 상당부분이 지상파PP의 시청률 증가에 의해 파생<sup>3)</sup>
- 지상파PP의 시청률을 포함하면 지상파TV의 시청률은 2001년 4월 26.1%에서 2003년 1월 30.6%로 오히려 증가, 그 이후 하락
  - 따라서 지상파PP의 시청률을 감안하면 지상파TV의 시청률 감소 및 케이블TV의 시청률 증가폭은 그다지 크지 않음

2) 방송위원회. 방송산업실태조사보고서(2002,2005).

3) 권호영, 오종호. 2005. 케이블TV 10년의 산업적/정책적 평가. 『케이블TV 성과와 발전』 세미나 발제문. 재인용 : 최용준. 2005. 지상파방송과 뉴미디어방송간의 대체 및 경쟁관계 실증분석. 『방송과 커뮤니케이션』, 6(2), 6-36.

지상파PP와 비지상파PP를 구분한 지상파TV 시청률 대비 케이블TV 시청률(%)

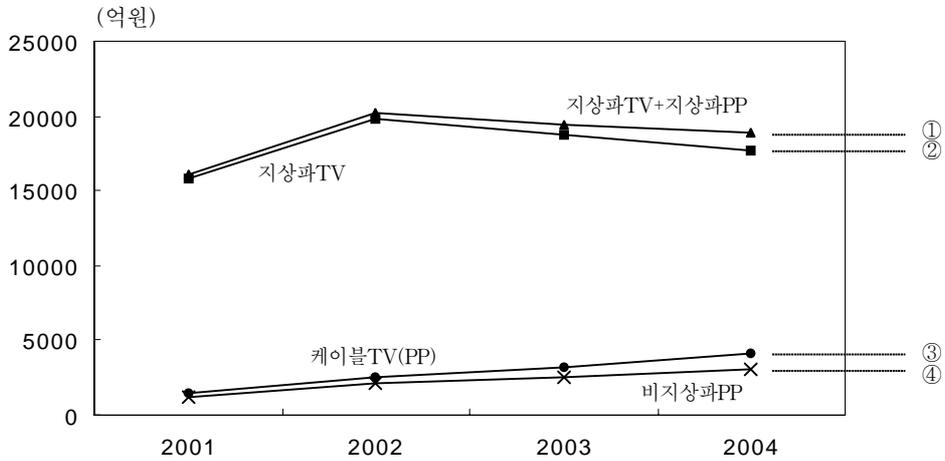


출처 : 권호영, 오종호, 2005. 재인용 : 최용준, 2005.

□ 지상파PP와 비지상파PP를 구분하여 2001-2004년의 광고 매출액 변화추이를 살펴 보면 시청률과 같은 양상이 나타남

- 지상파TV의 광고매출액은 ②와 같이 하락하고 있으나 지상파PP의 광고매출액을 합한 그래프 ①을 보면 실제로 떨어지는 폭이 완화되는 것을 알 수 있음
- 비지상파PP의 광고매출액을 따로 본 그래프 ④ 역시 증가하고는 있으나 ③에 못 미치는 성장을 보이고 있으며 그 차이는 점점 증가

지상파PP와 비지상파PP를 구분한 광고매출액 변화 추이



주 : 지상파PP는 KBS, MBC, SBS의 계열사인 KBS SKY, MBC ESPN, MBC 게임, MBC 드라마넷, SBS 골프, SBS 드라마+, SBS 스포츠를 대상으로 함

자료 : 방송위원회. 방송산업실태조사보고서. 2002-2005.

- 전체 케이블TV(PP)의 광고매출액 대비 각 지상파PP의 광고 매출액과 구성비를 살펴보았을 때, SBS 골프를 제외하면 대부분 연간 두 배 이상의 성장세를 보임
  - MBC 드라마넷과 SBS 드라마+가 가장 큰 폭의 매출 증가 : 지상파 프로그램의 2차 창구화가 가장 잘 이루어지는 채널로, 지상파 프로그램의 킬러 콘텐츠 면모를 보여줌
  
- 광고매출 점유율을 지상파PP의 방송사별로 살펴본 결과 KBS PP가 2002년 2.1%에서 2004년 5%로 2.9% 포인트 증가하였으며 MBC PP가 2001년 6% 포인트에서 2004년 11%로 5% 포인트 증가, 같은 기간 SBS PP는 10%에서 11%로 1% 포인트 증가
  - SBS 골프 채널의 영향으로 2001년에는 SBS PP가 가장 점유율이 높았으나 증가 폭은 세 채널 중 가장 낮았음

- 2004년 광고매출 점유율은 MBC PP와 SBS PP가 11%로 같으나 MBC PP가 광고매출 점유율의 증가폭이 세 채널 중 가장 높아 향후 앞설 것으로 전망

지상파PP 채널별 광고매출액과 구성비

단위 : 백만원

연도	전체 케이블 TV(PP)	KBS PP	MBC PP			SBS PP		
		KBS SKY	MBC ESPN	MBC 게임	MBC 드라마넷	SBS 골프	SBS 드라마+	SBS 스포츠
2001	145,434	—	3,063(2.1%)	756(0.5%)	4,951(3.4%)	10,385(7.1%)	361(0.2%)	4,066(2.8%)
2002	255,586	5,402(2.1%)	7,046(2.8%)	1,679(0.7%)	7,916(3.1%)	10,406(4.1%)	4,216(1.6%)	8,079(3.2%)
2003	320,495	13,442(4.2%)	7,571(2.4%)	2,757(0.9%)	15,278(4.8%)	11,975(3.7%)	8,786(2.7%)	7,570(2.4%)
2004	412,882	20,463(5.0%)	12,907(3.1%)	3,949(1.0%)	28,441(6.9%)	16,806(4.1%)	19,571(4.7%)	9,578(2.3%)

주 : 방송위원회의 방송산업실태조사보고서에 따르면 표에서 각 연도별 조사된 전체 케이블TV(PP)의 수는 2001년 116개, 2002년 128개, 2003년 121개, 2004년 130개.

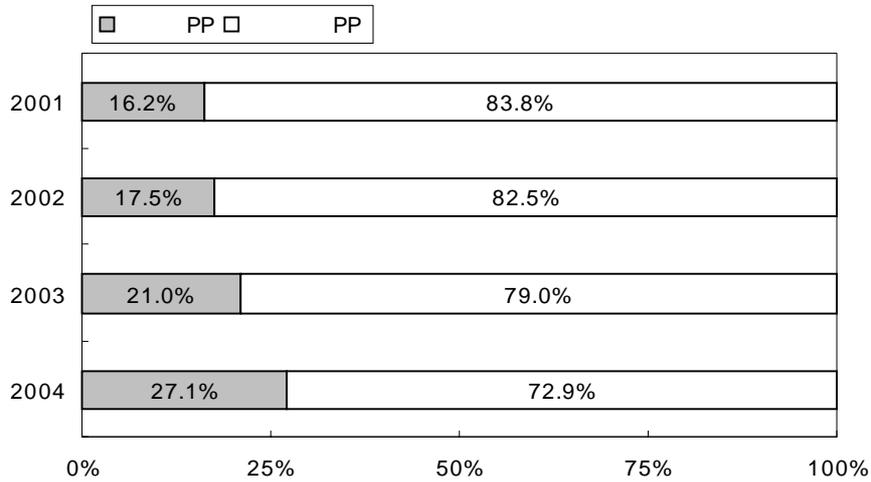
자료 : 방송위원회. 방송산업실태조사보고서. 2002-2005.

□ 케이블TV(PP) 내의 지상파PP 광고매출 점유율 증가

- 전체 케이블TV(PP)의 광고 매출액을 100%로 보았을 때, 지상파PP의 매출 점유율은 2001년에 16.2%였으나 2004년 27.1%로 10% 포인트 이상 큰 폭으로 증가함
- 증가폭 역시 1.3% 포인트('02)-3.5% 포인트('03)-6.1% 포인트('04)로 가파른 성장
- 7개(10% 이하)의 지상파PP가 100여개의 전체 케이블TV(PP)의 1/4이 넘는 광고매출을 점하고 있음
- 등록된 케이블TV(PP) 사업자 수가 2001년 114개, 2002년 158개로 늘었다가 2003년에 116개로 42개가 폐업하고 다시 2004년 6월 152개로 늘었다가 2005년 6월 137개로 13개가 줄어드는 등 불안정한 모습을 보임<sup>4)</sup> : 케이블TV(PP) 시장 내의 빈익빈 부익부 현상
- 결론적으로 케이블TV(PP) 시장 내에서조차 지상파 방송사의 지배적 지위가 여전히 유지되고 있다고 볼 수 있음

4) 자료 : 방송위원회, 방송산업실태조사보고서 2002-2005.

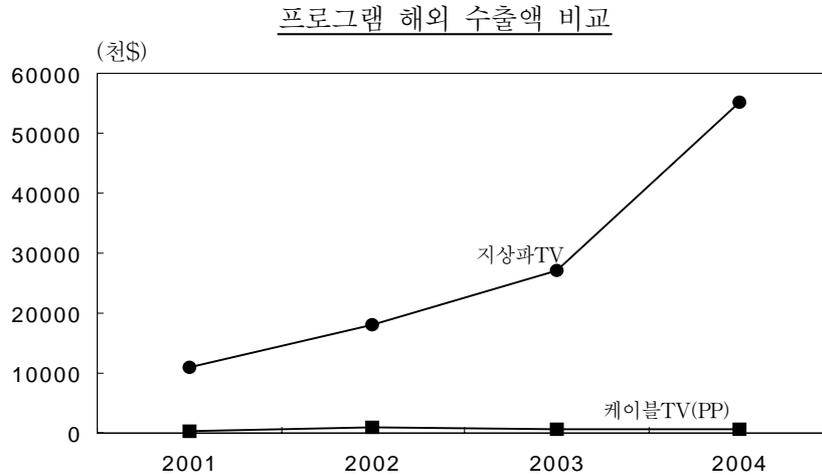
케이블TV(PP) 광고 매출 점유율



자료 : 방송위원회. 방송산업실태조사보고서. 2002-2005.

케이블TV(PP), 프로그램 수출이나 평균 자본금 등으로 볼 때 영향력 증가에 비해 내실 있는 성장이 뒷받침되지 않음

- 지상파TV와 케이블TV(PP)의 2001-2004년 프로그램 수출액을 비교해 보면 지상파TV는 급격하게 증가하는 반면 케이블TV(PP)는 낮은 수준에서 큰 변동 없음
  - 지상파TV는 2001년 1,084만 달러에서 2004년 5,524만 달러로 약 5배 이상 증가하였고, 케이블TV(PP)는 2001년 30만 달러에서 2002년 90만 달러로 올랐다가 다시 2004년 79만 달러로 하락
  - 지상파TV와 케이블TV(PP)간 심각한 프로그램 수출 불균형이 나타나고 있음



자료 : 방송위원회, 방송산업실태조사보고서, 2002-2005.

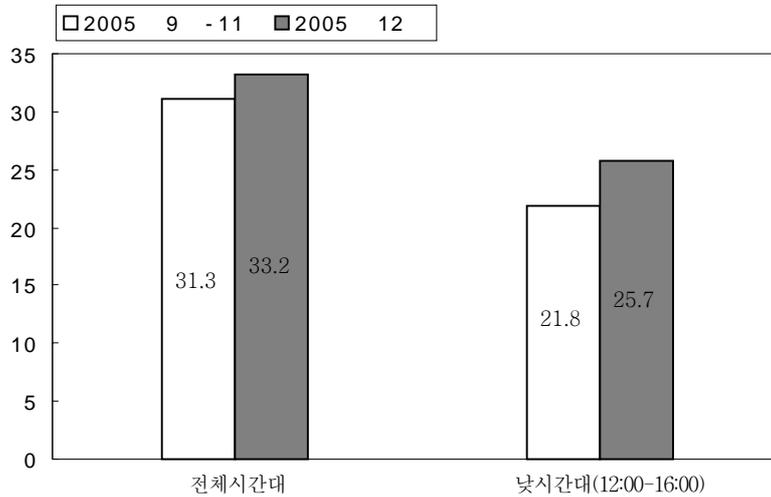
- 이러한 케이블TV(PP) 시장의 구조적인 문제점은 평균 자본금을 살펴봐도 유사하게 나타남
  - 평균 자본금에 있어서 케이블TV(PP)는 지상파TV에 비해 눈에 띄는 성장을 보이지 않음
  - 지상파TV의 평균 자본금은 2001년 5,785억에서 2004년 7,328억으로 증가하였으나 케이블TV(PP)의 경우 2001년 172억에서 2004년 131억으로 감소
  
- 여기까지의 논의를 정리해 볼 때, 케이블TV(PP) 시장은 겉으로 양적인 성장을 하는 것으로 보이나 내부적으로는 지상파PP의 영향이 막강
  - 케이블TV(PP)가 지상파TV의 창구 역할 혹은 구매한 프로그램을 송출하는 채널로서만 역할을 할 것이 아니라 자체적으로 경쟁력 있는 프로그램을 제작할 필요성 대두
  - 방송위원회는 PP콘텐츠 제작비 지원 사업에 2004년, 29억 8천만원을 지원하였고 2006년에는 40억원을 지원할 계획을 가지고 있으나 이것은 PP 제작활성화를 위한 충분한 금액이라고 볼 수 없으며, 이와 같은 노력이 정책적 차원에서 더 확대될 필요가 있음

#### IV. 낮방송 개시 이후의 지상파 및 케이블TV 지형변화

##### 지상파TV, 낮방송 개시 이후 하락했던 시청률 다소 회복

- 지상파TV의 낮방송 개시 이후 낮시간대 시청률이 상승하면서 전체시간대 시청률도 오르는 효과
  - 낮방송이 시작된 2005년 12월 낮시간대 평균 가구시청률은 25.7%로, 낮방송 개시 전 3개월(2005.9-11) 평균 21.8%에서 3.9% 포인트 상승
  - 전체시간대 시청률 역시 같은 기간 31.3%에서 33.2%로 2.1% 포인트 상승
  - 낮방송 개시 이전 4년간(2001-2004년)에도 12월 평균 가구시청률은 9-11월에 비해 1.4% 포인트 가량 상승
    - 12월에 시청률이 일시적으로 상승하는 것은 초·중·고등학교의 방학 등 간접적인 요인이 관련 있을 수 있으나 주로 12월 말에 방학이 실시되는 것으로 보아 방학의 영향은 그리 높지 않을 것으로 보임
    - 그러나 예년의 시청률 증가를 방학의 요인으로 본다 해도 2005년 12월에는 전체 시간대 시청률이 예년보다 0.7% 포인트가 더 상승하였으며 이러한 차이는 낮방송과 연관된 것이라 볼 수 있음
    - 향후 지속적으로 시청률 변화 추이를 봐야 할 것임

지상파TV 낮방송 이후 시청률(%) 변화

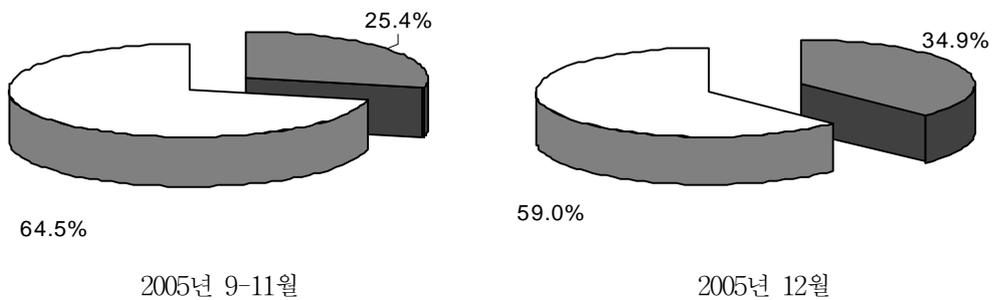


분석 : 전국/가구 기준, 평일(월-금) 시청률

낮방송 개시 이후 낮시간대 지상파TV 점유율 크게 상승

- 낮방송 이후 지상파TV는 낮시간대 시청률 상승에 힘입어, 점유율도 9.5% 포인트 높아짐

지상파TV 낮방송 개시 이후 낮시간대(12:00-16:00) 점유율



지상파TV의 낮시간대 프로그램 편성은 방송사별로 장르의 비중에 있어 차이를 보임

□ 전체 지상파TV(KBS, MBC, SBS)의 낮시간대 편성은 뉴스/보도가 13.9%, 정보/교양이 38.4%, 연예/오락이 27.3%를 차지

□ 뉴스/보도는 KBS1이 28.9%로 가장 높았으며 연예/오락은 KBS2가 59.4%로 가장 높았음

- 특히 KBS2의 연예/오락 비율은 MBC(28.6%), SBS(20.3%)와 비교하여 상당히 높게 나타남

- 이것은 '확대된 낮 방송시간의 오락프로그램 편성 비율'을 30%로 정하고 있는 방송위원회의 권고<sup>5)</sup>보다 훨씬 높은 수치임

□ 상업방송인 SBS는 낮시간대를 채우기 위해 정보/교양 프로그램을 신설하는 등 노력하는 모습이 보임

- 실제로 정보/교양이 60.1%로 다른 채널에 비해 월등히 높음을 알 수 있음

□ MBC는 다른 장르보다 연예/오락의 비율이 28.6%로 가장 많았으나 비교적 장르의 편중 없이 골고루 편성

□ 그러나 프로그램 편성의 변동이 잦고 기존의 낮방송에서 해왔던 스포츠 중계 등

5) 방송위원회는 2005년 11월 23일 『지상파텔레비전방송 운용허용시간 확대에 따른 권고사항』에서 평일 낮 방송시간대(12:00-16:00)에 오락프로그램의 편성 비율이 30%를 넘지 않게 편성하도록 하고 특히 이로 인하여 주 시청시간대 등 특정시간대에 오락프로그램의 편성이 늘어나거나 집중되지 않도록 권고하고 있음 또한 장애인 등 소외계층과 관련한 방송프로그램을 지속적으로 확대하고 특히 평일 낮 방송시간대에 그러한 프로그램을 강화하도록 하고 있음

의 특집 프로그램 비중이 20.4%나 되어 지상파TV의 낮방송이 정착되기까지는 좀 더 시간이 걸릴 것으로 보임

#### 지상파TV의 낮시간대 장르 편성 비율

	뉴스/보도	정보/교양	연예/오락	기타 (특집/스포츠)	월-금 낮시간 방송시간 총합
KBS1	346분(28.9%)	483분(40.2%)	13분(1.0%)	359분(29.9%)	1200분(100%)
KBS2	0분(0.0%)	333분(27.7%)	713분(59.4%)	155분(12.9%)	1200분(100%)
MBC	253분(21.0%)	308분(25.6%)	344분(28.6%)	296분(24.7%)	1200분(100%)
SBS	68분(5.6%)	721분(60.1%)	244분(20.3%)	168분(14.0%)	1200분(100%)
모든 채널	666분(13.9%)	1844분(38.4%)	1313분(27.3%)	978분(20.4%)	4800분(100%)

주 : 각 방송사 홈페이지에서 제공하는 편성표를 토대로 구성

2005년 12월 첫째 주부터 넷째 주 까지(2005.12.5-2005.12.30)의 평일 12:00-16:00시간대  
일주일 평균 기준

낮시간대 편성에 대한 준비 미흡으로 아직까지 재방송에 의존하는 비율이 큼

#### □ 낮방송 개시 이후 콘텐츠 중복의 문제

- 3사 평균 23.8%가 재방송 프로그램이며, 특히 KBS2와 MBC의 재방송 비율이 커 35% 이상을 차지
- 재방송 프로그램을 장르별로 살펴본 결과,
  - KBS2의 경우 인기 있는 연예/오락 프로그램을 하루 평균 60분 이상 편성하여 시청률을 의식하는 것으로 보임
  - MBC는 연예/오락 프로그램보다는 오히려 정보/교양 프로그램을 재방송하는 경우가 많았으며 특히 낮시간대 주부들의 시청을 끌어들이기 위해 드라마를 재방송하는 비율이 높았음

## 지상파TV 낮시간대 재방송 편성 비율

	본방송	재방송	월-금 낮시간 방송시간 총합
KBS1	1130분(94.2%)	70분(5.8%)	1200분(100%)
KBS2	732분(61.0%)	468분(39.0%)	1200분(100%)
MBC	764분(63.7%)	436분(36.4%)	1200분(100%)
SBS	1034분(86.2%)	166분(13.9%)	1200분(100%)
모든 채널	3660분(76.3%)	1140분(23.8%)	4800분(100%)

주 : 각 방송사 홈페이지에서 제공하는 편성표를 토대로 구성

2005년 12월 첫째 주부터 넷째 주 까지(2005.12.5-2005.12.30)의 평일 12:00-16:00시간대  
일주일 평균 기준

## 낮방송 이후 소외된 계층을 위한 정규 프로그램 편성 노력 미흡

□ 낮시간대 정규편성으로 소외된 계층을 위한 프로그램을 마련한 방송사는 MBC  
뿐이고 나머지는 특집 프로그램을 편성

- MBC는 매주 화요일 '1%의 나눔, 행복한 약속'으로 매주 60분을 정규편성
- 이외에도 MBC는 특집편성으로 'MBC 이웃사랑 특별생방송', 'MBC 폭설피해복구 특별생방송 - 함께하면 극복할 수 있습니다' 등을 방송
- SBS는 '김미화의 U'라는 프로그램 내에서 '2005 이웃사랑 특별생방송 희망을 이야기합니다', 또한 '재해극복 특별생방송 희망을 이야기합니다'를 특집편성
- KBS는 1TV에서 단 한 차례 '희망 2006 이웃사랑 함께해서 행복해요'라는 불우 이웃돕기 프로그램을 특집편성
- 소외계층을 위한 프로그램 편성시간을 각 방송사별로 비교해보면, 특집방송만으로도 MBC가 390분으로 KBS(120분), SBS(280분)보다 높았으며, 정규편성(240분)과 특집편성을 합치면 총 630분으로 매우 높게 나타남

- 특집편성은 낮방송 허용 이후 등장했다기 보다는 매년 연말에 관례적으로 있어왔던 것으로, 소외계층을 위한 정규방송의 편성은 아직 절대적으로 부족한 상황이며 이의 확대가 요구됨

지상파TV의 낮시간대 소외계층을 위한 프로그램 편성시간

단위 : 분

	정규방송	특집방송	합계
KBS	0	120	120
MBC	240	390	630
SBS	0	280	280
합계	240	790	1030

주 : 각 방송사 홈페이지에서 제공하는 편성표를 토대로 구성  
2005년 12월 한 달 기준

**낮방송으로 인한 광고매출액 변화는 아직까지 나타나고 있지 않음**

- 전체시간대 및 낮시간대 12월 광고매출액은 이전 3개월보다 감소, 이는 연간 광고매출의 특성(기업의 광고 예산 총액에 따른 제한)이 반영된 것으로 큰 의미가 있는 것은 아님
- 낮방송 개시 이후 낮시간대 광고매출액도 3사 총액 8억 여원으로 이전 3개월보다 감소하여 아직 낮방송으로 인한 광고수입의 증가는 나타나지 않고 있음

지상파TV 낮방송 이후 광고매출액 변화

	9월	10월	11월	12월
전체시간대 (단위 : 억원)	177,745,124	185,679,263	171,159,851	151,222,617
낮시간대(12:00-16:00) (단위 : 백만원)	2,444	2,137	1,477	828

자료 : 한국방송광고공사(www.kobaco.co.kr)

### Ⅲ. 결론 및 시사점

- 지상파TV는 채널별 선호도가, 케이블TV는 장르별 선호도가 인구통계학적 속성별로 뚜렷하게 나타남
- 지상파TV의 채널별 선호도를 가구 시청률로 알아본 결과, SBS(8.0%)-KBS1(7.9%)-KBS2(7.7%)-MBC(7.5%)의 순으로 나타났고, 각 지상파TV 채널은 인구통계학적 속성에 따라 선호도에 차이를 보임
  - 남성은 KBS1(2.9%)을, 여성은 SBS(4.1%)를 가장 선호하였으며, 연령별로는 50대 이상에서 KBS1(9.2%)의 지지가 높게 나타남
  - 직업별로는 전문직종에서 MBC(2.8%)와 SBS(2.8%)의 선호도가 상대적으로 높게 나타남
  - 2005년 지상파TV의 시청률은 주말(31.6%)보다 평일(32.4%)이 더 높게 나타났는데, 이것은 이전 4년간 평균 주말 시청률 36.8%, 평일 시청률 38.0% 보다는 평일과 주말의 시청률 차이가 다소 완화된 것으로 이는 주 5일 근무제도의 확대 실시에 따라 마땅한 여가 거리를 찾지 못한 시청층이 TV를 이용하려는 경향이 더 높아진 것으로 볼 수도 있으나, 좀더 추이를 지켜볼 필요가 있음
  - 케이블TV 장르별 선호도의 경우, 소수의 특정 장르에 대한 ‘쏠림’ 현상이 두드러지게 나타나 영화·어린이·드라마 장르가 전체 케이블TV 시청 점유율의 전체의 50%를 초과함
  - 지상파 및 케이블TV의 월별 시청률 변화추이를 살펴보면 지상파TV의 경우 야외 활동이 적은 겨울철에 시청률이 높은 반면 케이블 TV는 방학이 포함된 월에 시청률이 높은 특성을 보이고 있음
  - 하루 시청추이를 살펴본 결과 대부분의 시간대에서 지상파TV의 점유율 우위가 나타나고 있으나, 심야시간대 및 낮시간대에는 케이블TV가 일시적인 우세를 보임

- 시청률을 중심으로 지상파 및 케이블TV의 변화추이를 살펴본 결과, 지상파 TV의 시청률은 최근 5년간 꾸준히 하락한 반면 케이블TV의 시청률은 지속적으로 증가한 것으로 나타나 방송시장 내에서 차지하는 케이블TV의 영향력이 강화되고 있음을 알 수 있음
- 지상파TV의 시청률은 2001년부터 2005년까지 7.3% 포인트 감소(39.2%→31.9%), 케이블TV의 경우 같은 기간 동안 8% 포인트 상승(4.1%→12.1%)
  - 이와 같은 결과는 시청량 자료를 중심으로 살펴봐도 동일하게 나타남
  - 2005년 지상파TV의 시청량은 2001년보다 31분 하락(2시간 37분→2시간 6분), 케이블TV는 44분 증가(21분→1시간 5분)
- 그러나 케이블TV의 영향력 증가는 지상파PP의 영향이 큰 것으로 나타나, 케이블TV 시장 내에서도 지상파TV의 지배적 지위는 여전히 유지되고 있다고 볼 수 있음
- 전체 케이블TV 채널을 지상파PP와 비지상파PP로 나누어 볼 때, 케이블TV의 시청률 증가는 비지상파PP의 시청률 증가 뿐 아니라 상당부분이 지상파PP의 시청률 증가에 의해 견인되는 측면이 많음
  - 지상파PP의 시청률을 포함하면 지상파TV의 시청률은 2001년 4월 26.1%에서 2003년 1월 30.6%로 오히려 증가
  - 따라서 지상파PP의 시청률을 감안하면 지상파TV의 시청률 감소와 케이블TV의 시청률 증가폭은 그리 크지 않음
  - 광고매출액에 있어서도 유사한 패턴이 나타났으며, 지상파PP가 전체 케이블TV(PP) 시장에서 차지하고 있는 광고매출 점유율은 매년 큰 폭으로 상승하여 2004년에는 케이블TV(PP)의 전체 광고매출액(약 4,128억원)의 1/4 이상(약 1,117억원)을 지상파PP가 차지함
  - 결국 지상파PP를 제외한 순수 케이블TV(PP) 시장은 시청률 및 시청량 상승에 따른 영향력 증가에 비례할만한 내실 있는 성장을 이루지 못하고 있다고 판단되며,

이로 인해 PP간의 빈익빈 부익부 현상은 여전히 개선되지 못하고 있는 것으로 보임

- 케이블TV(PP)는 프로그램 해외수출액과 평균 자본금 등과 같은 산업지표측면에서도 지상파TV에 극명한 열세를 나타내고 있음

□ 지상파TV 낮방송 개시 이후, 시청률과 점유율이 다소 상승하였으나 아직까지 낮시간대 편성에 대한 준비는 미흡

- 지상파TV의 낮시간대 시청률이 21.8%에서 3.9% 포인트 상승하여 2005년 12월에는 25.7%를 기록하였으며 이것이 전체시간대 시청률에 영향을 미쳐 전체시간대 시청률 역시 1.9% 포인트(31.3%→33.2%) 상승
- 낮시간대 지상파TV 점유율도 9.5% 포인트(25.4%→34.9%) 가량 크게 상승
- 지상파TV의 낮시간대 장르 편성 비율은 방송사별로 장르의 비중에 차이가 있어, KBS1과 SBS는 정보/교양이, KBS2와 MBC는 연예/오락이 가장 높았음
- 특히 낮시간대를 재방송으로 채우는 비율이 커(전체 지상파TV 평균 23.8%) 아직까지 낮시간대 편성에 대한 치밀한 준비가 부족함을 보여주고 있음
- 소외계층 대상의 프로그램 편성에 대한 방송위원회의 권고안에도 불구하고 MBC만이 '1%의 나눔, 행복한 약속'이라는 프로그램을 매주 정규편성하고 있을 뿐 낮시간대의 시청자복지 구현 방안에 대한 방송사측의 의지는 현재 상황에서는 그리 높지 않은 것으로 보임
- 낮방송 개시 이후 낮시간대 광고매출액으로 인한 지상파TV의 광고매출액 증가효과는 아직까지 나타나고 있지 않음(연말이라는 광고매출의 특성이 고려될 필요)

□ 시청률 및 시청량 자료를 중심으로 볼 때 지상파TV의 영향력 감소, 케이블TV의 영향력 증가라는 단순한 결론을 내릴 수 있으나 매체간 균형발전이라는 측면에서는 아직까지 방송시장 내에서 지상파TV의 지배적 지위는 계속되고 있다고 할 수 있음

- 특히 지상파PP를 포함할 경우, 시청률 및 광고매출액 측면에서 지상파TV의 영향력은 변화가 없거나 오히려 높아진 측면이 있는데 이는 지상파TV가 낮방송에 대한 요구를 관철하기 위해 내세운 논리와 배치되는 측면이 없지 않음
  - 지상파TV의 낮방송 개시 이후 이 낮시간대 지상파TV의 점유율이 상승한 점을 감안할 때, 향후 지상파TV의 지배적 지위는 높아질 수도 있음
- 산업경쟁력 강화와 제작주체의 다원화를 위해 PP에 대한 콘텐츠 제작지원금 확대 등 영역간 공정 경쟁과 균형발전을 유도할 수 있는 다양한 정책적 방안이 적극적으로 수립·시행될 필요가 있음

## 《 참고문헌 》

- 김대호, 김은미, 류춘렬. 2001. 케이블 채널 사업의 시장성과에 관한 검토 : 편성요소, 시청률, 수입 간의 상관관계. 『한국언론학보』, 45(3), 39-68.
- 방송위원회. 2002. 『2002년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2003. 『2003년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2004. 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2005. 『2005년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2005. 『지상파텔레비전방송 운용허용시간 확대에 따른 권고사항』. 11월 23일자.
- 최용준. 2005. 지상파방송과 뉴미디어방송간의 대체 및 경쟁관계 실증분석. 『방송과 커뮤니케이션』, 6(2), 6-36.
- 한국방송광고공사. 2005-2006. 2005년 9-12월 방송광고비 현황. 『광고정보』. 2005년 10월호-2006년 1월호.

## 《 부 록 》

## □ 2005년도 성별 · 연령별 시청률 TOP 20 프로그램

## 2005년 남성 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	13.4
2	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	12.7
3	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	11.7
4	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	10.6
5	특별기획(프라하의연인)	SBS	9.1
6	개그콘서트	KBS2	8.3
7	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	7.8
8	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	7.8
9	일일연속극(굳세어라금순아)	MBC	7.8
10	일일연속극(별난여자별난남자)	KBS1	7.4
11	대하드라마(토지)	SBS	7.4
12	KBS9시뉴스	KBS1	7.0
13	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	6.8
14	일요일이좋다	SBS	6.8
15	VJ특공대	KBS2	6.6
16	특별기획(그린로즈)	SBS	6.6
17	특별기획(제5공화국)	MBC	6.5
18	MBC방송연예대상	MBC	6.4
19	월화드라마(불량주부)	SBS	6.4
20	KBS연기대상	KBS2	6.3

분석 : 가구/전국 시청률

2005년 여성 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	22.9
2	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	17.4
3	일일연속극(굳세어라금순아)	MBC	16.7
4	특별기획(프라하의연인)	SBS	16.0
5	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	15.5
6	일일연속극(별난여자별난남자)	KBS1	14.1
7	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	13.9
8	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	13.5
9	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	12.9
10	대하드라마(토지)	SBS	11.4
11	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	11.3
12	특별기획(온리유)	SBS	10.7
13	특별기획(그린로즈)	SBS	10.6
14	주말극장(하늘이시여)	SBS	10.5
15	KBS연기대상	KBS2	10.2
16	월화드라마(불량주부)	SBS	10.2
17	SBS연기대상	SBS	10.1
18	일일연속극(어여쁜당신)	KBS1	10.0
19	미니시리즈(신입사원)	MBC	9.8
20	드라마스페셜(마이걸)	SBS	9.8

분석 : 가구/전국 시청률

2005년 4-9세 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	마법전사미르가온	KBS2	9.8
2	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	9.7
3	일일연속극(굳세어라금순아)	MBC	8.2
4	개그콘서트	KBS2	8.0
5	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	7.7
6	일요일이좋다	SBS	7.2
7	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	6.5
8	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	6.0
9	TV동물농장	SBS	5.6
10	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	5.4
11	신비한TV서프라이즈	MBC	5.4
12	스펀지	KBS2	5.3
13	어린이드라마(641가족)	KBS2	5.3
14	일일연속극(별난여자별난남자)	KBS1	5.0
15	TV특종놀라운세상	MBC	4.7
16	아빠랑나랑부비부비빠빠<재>	EBS	4.6
17	KBS가요대상	KBS2	4.6
18	순간포착	SBS	4.6
19	실제상황토요일	SBS	4.6
20	구슬대전배틀비드맨	KBS2	4.4

분석 : 가구/전국 시청률

## 2005년 10-19세 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	12.7
2	일요일이좋다	SBS	12.4
3	개그콘서트	KBS2	11.4
4	KBS가요대상	KBS2	9.8
5	MBC가요대제전	MBC	9.5
6	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	8.9
7	KBS연기대상	KBS2	8.3
8	드라마스페셜(마이걸)	SBS	8.3
9	웃음을찾는사람들	SBS	8.2
10	특별기획(프라하의연인)	SBS	8.2
11	스펀지	KBS2	8.0
12	실제상황토요일	SBS	7.7
13	SBS연기대상	SBS	7.4
14	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	7.2
15	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	6.9
16	드라마스페셜(루루공주)	SBS	6.6
17	신비한TV서프라이즈	MBC	6.4
18	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	6.4
19	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	6.2
20	특별기획(온리유)	SBS	6.1

분석 : 가구/전국 시청률

## 2005년 20-29세 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	18.3
2	특별기획(프라하의연인)	SBS	11.7
3	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	9.4
4	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	8.8
5	일일연속극(굳세어라금순아)	MBC	8.6
6	야심만만	SBS	8.0
7	MBC방송연예대상	MBC	7.9
8	미니시리즈(신입사원)	MBC	7.8
9	웃음을찾는사람들	SBS	7.7
10	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	7.6
11	개그콘서트	KBS2	7.3
12	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	7.3
13	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	7.2
14	일요일이좋다	SBS	7.0
15	특별기획(그린로즈)	SBS	7.0
16	특별기획(온리유)	SBS	6.7
17	특별기획(백만장자와결혼하기)	SBS	6.6
18	상상+	KBS2	6.4
19	해피투게더프렌즈	KBS2	6.4
20	섹션TV연예통신	MBC	6.3

분석 : 가구/전국 시청률

## 2005년 30-39세 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	25.8
2	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	16.8
3	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	16.4
4	특별기획(프라하의연인)	SBS	15.7
5	일일연속극(굳세어라금순아)	MBC	14.9
6	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	14.6
7	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	14.1
8	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	14.1
9	미니시리즈(신입사원)	MBC	12.0
10	월화드라마(불량주부)	SBS	11.6
11	개그콘서트	KBS2	11.1
12	VJ특공대	KBS2	11.0
13	MBC방송연예대상	MBC	10.3
14	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	9.8
15	부부클리닉	KBS2	9.6
16	야심만만	SBS	9.6
17	해피투게더프렌즈	KBS2	9.5
18	KBS연기대상	KBS2	9.5
19	드라마스페셜(마이걸)	SBS	9.5
20	대하드라마(서동요)	SBS	9.4

분석 : 가구/전국 시청률

## 2005년 40-49세 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	19.6
2	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	17.7
3	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	17.7
4	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	16.8
5	특별기획(프라하의연인)	SBS	15.2
6	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	14.7
7	일일연속극(군세어라금순아)	MBC	14.4
8	일일연속극(별난여자별난남자)	KBS1	12.9
9	대하드라마(토지)	SBS	12.9
10	VJ특공대	KBS2	11.8
11	광복60년SBS대기획(패션70s)	SBS	11.7
12	주말연속극(슬픔이여안녕)	KBS2	11.5
13	월화드라마(불량주부)	SBS	11.2
14	특별기획(그린로즈)	SBS	10.7
15	KBS9시뉴스	KBS1	10.5
16	대하드라마(서동요)	SBS	10.4
17	부부클리닉	KBS2	10.3
18	금요드라마(사랑공감)	SBS	10.1
19	주말극장(하늘이시여)	SBS	10.1
20	SBS연기대상	SBS	10.0

분석 : 가구/전국 시청률

2005년 50세 이상 시청률 TOP 20

순위	프로그램명	방송국	시청률(%)
1	일일연속극(별난여자별난남자)	KBS1	25.2
2	주말연속극(부모님전상서)	KBS2	23.2
3	HD특별기획드라마(해신)	KBS2	22.0
4	TV소설(바람꽃)	KBS1	21.4
5	일일연속극(어여쁜당신)	KBS1	21.1
6	대하드라마(토지)	SBS	20.4
7	KBS9시뉴스	KBS1	19.0
8	수목드라마(장밋빛인생)	KBS2	18.9
9	일일연속극(굳세어라 금순아)	MBC	18.7
10	대하드라마(불멸의이순신)	KBS1	18.1
11	주말연속극(슬픔이여 안녕)	KBS2	18.1
12	TV소설(고향역)	KBS1	16.1
13	대추나무사랑걸렸네	KBS1	15.8
14	특별기획(프라하의연인)	SBS	15.5
15	가요무대	KBS1	15.3
16	이것이인생이다	KBS1	15.1
17	미니시리즈(내이름은김삼순)	MBC	14.7
18	전국노래자랑	KBS1	14.4
19	충청패트럴	KBS1	14.1
20	KBS뉴스네트워크	KBS1	14.0

분석 : 가구/전국 시청률

## 《 부 표 》

2005년 지상파TV 채널별 선호도

채널 선호 순위		1위	2위	3위	4위
가구		S	K1	K2	M
성별 선호도	남자	K1	S	K2	M
	여자	S	K2	M	K1
연령별 선호도	4-9세	K2	S	M	K1
	10대	S	K2	M	K1
	20대	S	M	K2	K1
	30대	M	S	K2	K1
	40대	S	K2	K1	M
	50대 이상	K1	S	K2	M
학력별 선호도	초등 이하	K1	K2	S	M
	중졸	K1	K2	S	M
	고졸	K1	K2	S	M
	대학 이상	S	M	K2	K1
직업별 선호도	전문/경영관리	M	S	K2	K1
	사무직	S	M	K2	K1
	서비스/기능/생산	K1	S	K2	M
	자영업	K1	S	M	K2
	농,수,축,임업	K1	K2	S	M
	주부	S	K1	K2	M
	학생	K2	S	M	K1
	무직	K1	K2	S	M
	미취학아	K1	K2	S	M
	기타	K1	S	M	K2

주 : K1 - KBS1, K2 - KBS2, M - MBC, S - SBS

가구시청률을 제외한 각 인구통계학적 속성별로 알아본 채널별 선호도는 개인시청률을 기준으로 함

월별 시청률 변화 추이(%)

	지상파TV		케이블TV	
	2001-2004년	2005년	2001-2004년	2005년
1월	40.3	36.3	12.2	15.5
2월	39.6	35.3	12.0	14.9
3월	38.7	33.6	10.8	13.1
4월	36.7	32.0	10.7	13.1
5월	35.7	30.7	11.0	13.1
6월	37.0	31.0	11.1	13.6
7월	37.1	31.7	12.0	14.7
8월	37.4	31.3	12.2	15.4
9월	36.8	31.2	11.0	13.9
10월	36.6	30.2	11.2	14.1
11월	36.9	30.4	11.5	14.1
12월	38.2	31.7	12.3	15.0

주 : 전국/가구 기준

## 2005년 지상파TV와 케이블TV의 시간대별 시청률 및 점유율

단위 : %

	지상파TV 시청률	지상파TV 점유율	케이블TV 시청률	케이블TV 점유율
02:00-03:00	2.9	27.7	7.7	72.3
03:00-04:00	1	15.7	5.3	84.3
04:00-05:00	0.6	12.4	4.2	87.6
05:00-06:00	0.6	11.9	4.8	88.1
06:00-07:00	11.4	70.7	4.7	29.3
07:00-08:00	23.8	77.6	6.9	22.4
08:00-09:00	33.8	80.7	8.1	19.3
09:00-10:00	30.7	74.6	10.4	25.4
10:00-11:00	22.6	66.1	11.6	33.9
11:00-12:00	16.1	54.9	13.2	45.1
12:00-12:00	13.3	47.2	14.9	52.8
13:00-14:00	11.1	40.4	16.4	59.6
14:00-15:00	9.1	35.7	16.4	64.3
15:00-16:00	9.6	36.6	16.5	63.4
16:00-17:00	12.6	42.9	16.7	57.1
17:00-18:00	18.1	53	16	47
18:00-19:00	28.9	67	14.2	33
19:00-20:00	37.1	72.2	14.3	27.8
20:00-21:00	48.7	78.4	13.4	21.6
21:00-22:00	54.4	81.3	12.5	18.7
22:00-23:00	54.1	80.9	12.8	19.1
23:00-24:00	39.5	72	15.4	28
24:00-25:00	21.7	59.8	14.6	40.2
25:00-26:00	9.1	44.5	11.3	55.5
26:00-27:00	21.3	64.4	11.8	35.6

주 : 시청률은 전국/가구 기준