

# 독립 PP(방송채널사용사업)의 현황에 대한 평가

## Evaluation on Status of Independent PP (Program Provider)

김대호, 김인희  
인하대학교 언론정보학과

Deaho Kim(jinseon@inha.ac.kr), In-hee Kim(inniis.kim@gmail.com)

### 요약

이 연구는 PP(방송채널사용사업) 현황을 진단하고, 특히 독립 PP의 실상을 구체적으로 파악하고자 이루어졌다. 이를 위해 14개 독립 PP를 선정하여 심층인터뷰를 진행하였으며, 독립 PP의 문제를 경영, 제작, 콘텐츠의 세 측면에서 분석하였다. 연구결과 독립 PP는 MPP에 비해 경영, 제작, 콘텐츠 모두에서 열악한 위상을 가지고 있음을 발견하였다. 독립 PP의 경영 구조는 매우 취약하였으며, 제작 환경도 좋지 않았다. 독립 PP들은 콘텐츠 제작 및 구매도 어려운 환경에 놓여 있으며, 지상파 재방 콘텐츠에 의존하는 등 제작보다는 유통에 치중하고 있는 실정이었다. 이는 PP시장의 불균형을 심화시키고, 궁극적으로는 한국의 콘텐츠 산업의 발전에 부정적인 결과를 초래하게 된다. 따라서 독립 PP의 위상을 높이기 위한 방안이 강구되어야 한다.

■ 중심어 : | 독립 PP | 경영 | 제작 | 콘텐츠 |

### Abstract

This study addressed status of PP(Program Provider) market, particularly focusing on independent PP. This research selected 14 independent channels and did in depth interviews for them. This study analyzed 14 channels in terms of management, production, and contents. The result showed that independent channels were in inferior condition than MPP(multiple PP) on all the aspects of management, production and content. The management structure of the PP were very vulnerable, production environment was not good. The PP were placed in a difficult environment in terms of production and purchases of content, therefore focused on distribution rather than production. This unbalance on the PP market resulted in negative effect on Korea's contents industry as well as PP industry. Therefore, this study suggested policy and regulatory reforms are needed to improve inferior status of independent PP.

■ keyword : | Independent PP | Management | Production | Content |

## 1. 들어가는 말

2011년 12월 종합편성채널의 등장으로 PP 시장은 커다란 변화를 겪게 되었다. 그동안 PP 시장은 지상파 방

송 3사 계열 PP와 CJ, 티브로드 계열의 PP들이 시장을 주도해 왔지만, 4개 종합편성채널이 한꺼번에 등장하면서 기존 PP와 종편 PP간에 치열한 경쟁이 벌어지게 되었다. 더욱이 종합편성채널은 SO, 위성방송의 의무전

\* 이 논문은 인하대학교의 지원에 의해 연구되었음

접수번호 : #121112-004

접수일자 : 2012년 11월 12일

심사완료일 : 2013년 01월 04일

교신저자 : 김인희, e-mail : inniis.kim@gmail.com

송 대상 채널로서, 기존 PP들은 송출될 수 있는 기회조차 줄어들는데 대한 위기의식마저 갖게 하였다.

최근 PP 시장에서는 중요한 변화가 나타나고 있다. 드라마, 영화, 스포츠, 뉴스 등의 일반채널 사업자들은 시청률 경쟁 심화로 자체 제작 비율을 높이면서 투자 규모도 늘리고 있다. 최근, 슈퍼스타 K의 대성공이 자체 제작 프로그램의 비율을 높이는데 큰 영향을 미치면서 수입 콘텐츠 위주에서 국내 콘텐츠 위주로 프로그램 편성 비율을 높이게 되었다. 뿐만 아니라 2011년 한미 FTA의 발효로 곧 해외 PP들이 진입하게 된다. 한미 FTA가 발효되면 글로벌미디어사업자가 우리나라 유료방송시장에 채널단위로 진출하게 되어 기존 PP들은 해외의 경쟁력있는 채널과 직접적인 경쟁을 벌여야 하는 상황에 직면하게 된다.

더욱이 PP 시장은 양극화되고 있다. 한편에서는 지상파방송 계열의 PP와 MPP등의 PP 강자들이 자립하고 있고, 다른 한편에서는 독립 PP들이 자리하고 있다. 그런데 독립 PP는 점점 그 위상에 위협을 받고 있다. 그동안 PP 산업에 대해 규제 완화나 지원을 통한 진흥 정책으로 개선되고 있지만, 규모가 작은 독립 PP들은 경영난으로 위기에 직면해 있다. 이는 허가제로 운영되던 PP의 진입규제가 등록제로 바뀌면서 PP 수가 크게 늘었고, 이로 인해 SO와 PP 간의 갈등 심화, 장르집중도 심화, 독립 PP의 재정적 어려움 등 여러 가지 문제를 양산하였기 때문이다. 이는 PP 시장의 불균형을 심화시키고 한국의 콘텐츠 산업의 발전에 부정적인 결과를 초래할 것이기 때문에, 본 연구에서는 독립 PP의 위상을 확립하기 위한 방안을 도출하기 위해 다매체·다채널 방송 환경 속에서 PP산업이 안고 있는 문제점을 검토하고자 한다. 특히 이 연구는 영세한 독립 PP의 실상을 정확히 파악하여, 독립 PP의 경쟁력 향상을 위한 방안 모색에 도움을 주고자 시도하였다. 이는 한국의 콘텐츠 산업에서 중요한 위치를 차지하고 있는 PP에 대한 정확한 이해 없이 콘텐츠 산업의 발전을 논하기 어렵다는 인식과 맥락을 같이 하고 있다.<sup>1)</sup> 독립 PP의

콘텐츠 제작 및 유통 시장이 개선되면, 양질의 콘텐츠가 유료방송 시장에 공급될 것이고, 이는 PP의 수익성을 개선할 것이며, 나아가 콘텐츠 산업을 성장시키는 동력이 될 것이다.

## II. PP 시장에 대한 선행 연구

지금까지 PP 시장에 대한 논의는 산업을 활성화시키기 위한 대안을 제시하는데 중점을 두고 있으며, 등록제 이후 PP 시장 현황과 PP의 성과에 영향을 미치는 요인을 살펴보는 연구, 그리고 수직적, 수평적 결합에 따른 PP 산업의 변화와 경영성과 등에 대한 구조 진단이 주를 이루었다.

먼저 PP 시장의 문제점으로 유료방송 시장에 대한 규제정책의 문제점을 지적하는 연구들이 있다. 이상식 [1]은 등록제 시행 이후 PP의 수가 너무 급격하게 증가하여 시장 혼란이 초래되었고, 산업 활성화를 위해서는 한시적으로 PP 시장 진입을 규제할 필요성이 있음을 지적하였다. 황상재 외[2]는 등록제 시행 이후 채널의 수가 늘어났지만 MPP 집중 현상이 두드러져 다양한 소스의 다양성 확보라는 목표는 달성하지 못했고 장르수도 줄어드는 등 노출의 다양성 또한 감소하는 경향을 지적하였다. 이들의 연구는 등록제 이후 PP 진입이 자유로워지면서 양질의 콘텐츠 제작 및 공급 능력을 갖추지 못한 영세 PP들이 난립한 점을 공통적으로 문제점으로 들고 있다.

또한 MPP가 독립 PP보다 성과가 좋다는 연구들이 잇따랐다. 여현철[3]은 PP 경영성과에 영향을 준 요인들을 분석하였는데, 케이블TV 초기에 출범한 허가 PP, MPP, MSP 및 지상파 계열PP가 경영성과가 좋은 것으로 파악되었다. 홍종배 등[4]에 따르면, 대부분 독립 PP들은 낮은 자기자본비율, 높은 부채비율, 매출액 감소, 낮은 송출 SO 당 가격, 낮은 현금흐름비율 등의 특징이

1) 방송채널사용사업자(PP, Program Provider)는 프로그램을 제작·편성하여 SO나 위성방송사업자에게 제공하며, 종합유선방송사업자(SO, System Operator)는 케이블 TV국을 소유, 가입자에게 전송한다. 복수의 PP를 운영하는 사업자를 복수방송채널사용사업자(MPP,

multiple program provider), 2개 이상의 SO를 가진 사업자를 복수 종합유선방송사업자(MSO, Multiple System Operator)라 한다. 그리고 SO와 PP를 복수로 겸영하는 사업자를 복수종합유선·방송채널사용사업자(MSP, Multiple System Operator & Program Provider)라 한다.

나타났다. PP 산업의 외형적 성장에도 불구하고, 독립 PP들은 열악한 재무구조 하에서 운영되고 있는 것이다.

오웬과 와일드만은 SO는 가입자 유인 및 유지 요인으로 다양한 채널이 필요하고 PP는 가입자 접촉점으로써 SO가 필요함에 따라 수직적 결합이 나타나며[5][6], 클레인은 수직적 결합된 MSP는 지분을 소유한 PP를 전승할 가능성이 높다고 주장했다[7]. 이들의 연구는 PP는 SO와 수직적으로 결합된 관계로부터 많은 혜택을 누릴 수 있다는 것이다[8]. 이처럼 수직적 결합된 MSP 등에 의해 독립 PP들은 점점 더 경쟁에서 살아남기 힘들다. 국내 케이블 시장에서 일어나는 기업결합을 실증적으로 분석한 연구에 의하면, 수직적 결합보다 수평적 결합이 많이 나타났고, 수평적 결합 지분을 많이 소유할수록 수직적 결합 지분을 많이 소유한 것으로 밝혀졌다. SO의 경우 이러한 결합이 활발하게 나타난 반면에 PP의 경우 결합 수준이 미미한 것으로 조사되었다[1]. 오정호[9]의 연구에 의하면 수평적 다각화가 영업이익을 증가시키는 반면 수직적 다각화는 영향을 미치지 못했다. 이 연구에서 흥미로운 점은 제작비율이 낮을수록 그리고 재방영비율이 높을수록 수익성이 높게 나타난 것이다. 이는 현재 독립 PP 시장과는 전혀 다른 양상으로 나타난 결과인데, 현재 독립 PP들의 경우 제작비율이 낮고 재방영비율이 높지만 수익성은 낮은 편이다.

그동안 여러 연구에서 PP산업이 직면하고 있는 산업적, 정책적 현안을 살펴보고 개선방안 제시에 중점을 두고 PP 육성 방안에 대한 논의가 지속적으로 제기되어 왔다. 그러나 실제로 독립 PP들이 처한 내부 경영 상황을 분석한 연구는 없었다. 그러므로 이 연구에서는 독립 PP의 시장을 진단하고, 독립 PP를 활성화하기 위한 방안을 모색하고자 한다.

### III. 국내 PP 시장

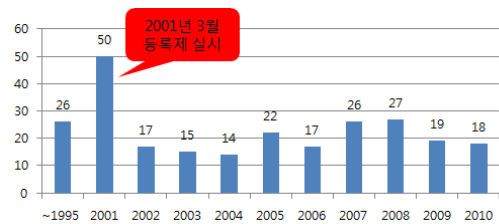
방송통신위원회(2011)에 따르면 2010년 말 기준 PP 사업자 수는 승인사업자 13개, 등록사업자 166개 등 총 179개(법인기준)로 나타났다.

표 1. PP사업자수[9]

구분	2007	2008	2009	2010	비고
승인	19	15	16	13	홈쇼핑 5, 보도 2, 데이터방송 6
등록	169	172	168	166	
계	188	187	184	179	법인기준

주) 2010년말 기준 방송채널사용사업자 수에는 지상파와 동일법인 10개사(SBS, CBS, 평화방송, TBN, TBS, 경기방송, 국제방송교류재단, EBS, 불교방송, iTV경인방송), 지상파DMB사업자와 동일법인 2개사(한국DMB, 유원미디어), 위성방송과 동일법인 1개사(케이티스카이라이프)가 제외됨

이는 1995년 케이블TV 출범 당시 20여 개에 불과하던 것에 비해 크게 늘어난 것으로, 2001년 3월 등록제 실시 이후 PP가 증가했기 때문이다.



출처: 방송통신위원회 홈페이지, "방송채널사용사업 현황 (2010.12.31)" 재구성

그림 1. TV채널 등록현황

현행 방송법에서는 방송채널사용사업자의 등록 요건을 다음과 같이 규정하고 있다. 이 규정은 5억 원의 최소한의 자본금과 송출시설 및 사무실 보유, 시청자가 다른 채널과 오인하지 않을 채널명의 사용 등 낮은 수준의 진입 요건을 명시하고 있다. 따라서 누구나 방송 채널 사업을 할 수 있도록 문호가 열려있는 셈이다.

제9조의2 (방송채널사용사업의 등록요건)

1. 납입자본금과 실질자본금(해당 방송채널사용사업만을 위한 자본금을 말한다)이 각각 5억 원 이상일 것. 이 경우 "자본금"은 주식회사 외의 법인의 경우에는 "출자금"으로 본다.
2. 주조정실, 부조정실, 종합편집실 및 송출시설을 갖출 것
3. 해당 방송채널사용사업을 영위할 수 있는 사무실을 보유할 것
4. 방송사업자가 사용하고 있는 다른 채널명과 동일한 채널명 또는 시청자가 동일한 채널로 오인할 수 있는 채널명을 사용하지 아니할 것

방송사업 수익 규모를 살펴보면, 2010년 말 기준 PP 총매출액은 전체 9조 5,698억 원이며, 그 중에서 방송사

업 수익은 3조 9,602억 원 규모로 집계되었다. 홈쇼핑과 데이터 PP를 제외한 일반PP의 총매출액은 2조 8,762억 원이며, 이중에서 방송사업 수익은 1조 5,148억 원을 차지하고 있다. 이 중 광고수익이 9,862억 원, 수신료수익(프로그램 제공에 따른 수익)이 4,113억 원을 차지하고 있는데, PP매출에서 광고비가 절대적인 비율을 차지함으로써(홈쇼핑제외) 경기 변동성이 심한 광고매출에 의존하여 콘텐츠에 지속적인 투자가 불가능하게 되었다. 이에 따라 PP가 양질의 콘텐츠를 바탕으로 채널 브랜드 파워를 높이기보다 채널전송 여부에 더욱 신경을 쓰게 되었다.

표 2. PP 방송사업수익 현황(2010년)[9]

구분	사업자수	종사자수	매출액	방송사업수익
전체	179	10,334	9조 5,698억	3조 9,602억
홈쇼핑PP	5	3,244	2조 9,220억	2조 1,616억
보도PP	2	1,014	1,743억	1,533억
일반PP	147	6,753	2조 8,762억	1조 5,148억
데이터PP	25	337	3조 5,974억	1,304억
주요MPP	-	2033	1조 5,201억	2조 3,698억

주) 주요 MPP의 경우 지상파3사, CJ, 티브로드 계열 PP 합산

한편, PP 시장에서 MPP 집중 현상은 점점 심화되고 있다. 사업자수 기준 16.1%(28개 사업자)인 MPP사업자가 전체 PP매출(홈쇼핑 제외)의 67.9%, 당기순이익 비중은 87.2%를 차지하고 있다[9]. 반면에 기타 PP의 경우 매출액은 증가하였으나 이익이 거의 발생하지 않고 있다. PP 시장의 매출과 이익이 MPP에 집중되면, 사실상 독립 PP들이 시장에서 고사하게 되어 결국 국내 방송프로그램 시장의 다양성을 해치고 경쟁력을 잃게 되는 원인으로 작용하게 된다. 당기순이익을 기준으로 살펴보면, 이익이 전체 PP 중 MPP에 집중되고 있는데 이는 수평, 수직 계열화에 따라 MPP 지배력이 시장에서 확대되고 있는 것을 보여주는 것이다. 또한 지상파 3사 계열PP 10개사의 매출액은 전체 PP 매출의 33.5%, 당기순이익 비중은 38.9%를 차지하고 있다[9]. 이는 지상파 3개 사업자가 자사의 콘텐츠를 계열PP사에 공급하여 유료방송 시장에서도 영향력을 유지하고 있는 것으로 볼 수 있다. 실제로 국내 독립 PP들은 대

개 지상파 콘텐츠에 거의 전적으로 의존하고 있다. 대부분의 독립 PP들이 오락, 드라마 위주의 지상파 콘텐츠 중심의 편성 전략을 유지하다보니 PP들의 기본 전략이 콘텐츠 제작이 아닌 유통에 집중되어 있는 것이 현실이다[10].

#### IV. 연구문제와 연구방법

이 연구는 독립 PP의 현황을 분석하고자 한다. 이를 위해 독립 PP를 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 인터뷰는 각 PP마다 개별적으로 실시되었고, 평균 2시간에 걸쳐 이루어졌다. 표본의 유의성과 조사의 신뢰성을 확보하기 위해 플랫폼 사업자가 자사에서 송출하고 있는 채널을 대상으로 실시한 2010년도 채널 평가에서 하위에 있는 14개 채널을 대상으로 선정하여 인터뷰를 실시하였다. 조사기간은 2011년 7월 4일부터 6일까지 3일간 아침 9시부터 저녁 6시까지 진행되었다. 14개 채널의 선정은 채널의 매체 영향력(어느 플랫폼에 송출되는지 등 커버리지 평가), 시청률, 재무 상태 등 정량적 및 정성적 평가를 통해 이루어졌다. 조사대상 PP와 인터뷰 대상자는 다음과 같다.

표 3. 조사 독립 PP와 인터뷰 대상자

매체 명	대상자	인원수
놀티비	경영담당 임원	3명
데일리안	편집국 국차장	2명
법률방송	대표이사 외	2명
부동산	뉴미디어국 국장	2명
비타민	미디어마케팅국 국장	2명
브레인	SO마케팅 본부장	2명
실버방송	방송담당 임원	2명
스페이스툰	대표이사 외	2명
일자리방송	대표이사 외	2명
카엔스포츠	방송총괄 부사장	1명
키즈TV	광고사업본부 대표이사	2명
한방건강TV	경영본부장	2명
MBCnet	대표이사 외	2명
tbs	TV국장	3명
합계		29명

독립 PP는 대개 열악한 경영 구조를 가지고 있다. 이는 인력 및 제작 투자를 어렵게 하여 연관한 제작 환경으로 귀결된다. 따라서 콘텐츠 제작 여력이 어려워지고,

콘텐츠의 품질 저하로 이어진다. 이는 낮은 시청률로 연결되어 전체적인 수입 하락으로 이어진다. 이는 다시 경영 구조의 열화로 이어지는 악순환 고리를 이루고 있다. 이러한 악순환 연결고리에서 경영, 제작 환경, 콘텐츠 등의 세 가지가 핵심 요인이다. 따라서 이 연구의 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제1: 독립 PP의 경영 특성은 어떠한가?
- 연구문제2: 독립 PP의 제작 환경은 어떠한가?
- 연구문제3: 독립 PP의 콘텐츠 상황<sup>2</sup>은 어떠한가?

## V. 연구결과

### 1. 독립 PP의 경영

독립 PP의 경영 구조는 매우 취약하다. 조사 대상 14개 채널 중, 놀티비, 부동산, 비타민, 실버방송, 스페이스툰, 카앤스포츠, 한방건강TV 등 7개 PP들이 마이너스 당기순이익으로 채무 구조가 취약한 것으로 나타났다[표 4].

그러나 각 채널의 담당자들은 채원 조달의 어려움을 알고 있음에도 불구하고, 이를 타개하기 위한 방법 모색에 적극적으로 참여하고 있지 않는 양상을 보이고 있다. 이는 경영진의 의지 박약, 외부 투자 채원을 끌어들이기 위한 노력 부족, 기타 사업수익 모델 발견의 어려움 등 때문인 것으로 나타났다.

“협찬이나 후원 등을 통해 채원 조달 확충하고자 하나 협회 등과의 협업도 어렵고, 후원사를 찾기도 힘들다. 다른 채원 마련 방안으로, 기타 부가 사업을 추진하고자 하지만 적절한 비즈니스 수익 모델 발견 또한 쉽지 않은 것이 현실이다. 게다가 내부에서 투자를 더 이끌어 낼 상황도 아니어서 열악한 채무 구조가 순환되고 있다.”(채널 A 경영담당 임원)

특히, 많은 채널담당자들이 방송발전기금 등 정부의 PP제작지원 정책을 알고 있으면서도 지원서 작성 등의 어려움과 자기부담금 30%에 대한 거부감 등으로 인해 제작지원 정책을 적극적으로 활용하지 못하고 있다.

“방송발전기금 등 정부 및 지자체의 PP제작지원 사업의 경우 수주하기 너무 어렵다. 자기부담금 30% 또한 영세한 사업자 입장에서 부담스럽다. 또한 자체제작 비율이 높은 PP에 대한 정부의 차별화된 제도적 지원 방안이 마련되어야 한다고 생각한다.”(채널 B 경영담당 임원)

“채원 마련을 위해서 채널 확보가 필요한데, SO영업이 너무 어렵다. 그리고 이미 유사한 장르의 PP가 타 SO에서 송출하고 있어 새로운 채널 창구를 열기가 쉽지 않다. 또한 기존의 SO들도 시청률 저조를 이유로 계약해지할 수 있는데, 채널의 다양성을 위해 독립 PP들을 보호해야 할 필요성이 있다.”(채널 C 경영책임자)

표 4. 14개 PP의 채널 손익/채무 현황

채널	자산총계	영업수익	방송사업수익	기타사업수익	영업손익	당기순이익
놀티비	887	348	348	-	-92	-88
데일리안	2,385	3,292	708	2,584	142	69
법률방송	4,493	1,934	1,934	-	180	157
부동산	2,632	4,627	4,627	-	-1,851	-2,786
비타민	535	317	317	-	-271	-282
브레인	1,690	1,765	1,765	-	439	386
실버방송	1,645	2,150	2,150	-	-324	-141
스페이스툰	858	389	389	-	-68	-76
일자리방송	3,684	3,243	3,185	58	379	302
카앤스포츠	1,128	799	783	16	-131	-171
키즈TV	8,403	1,045	-	600	-	876
한방건강TV	187	1,123	1,123	-	-111	-232
MBCnet	4,318	3,501	3,501	-	907	1,025

출처 : [9] 재구성

2) 본 논문에서는 콘텐츠 상황을 살펴보고자 ①인력, ②콘텐츠 수급, ③초방 및 재방 현황을 중심으로 살펴보았다.

따라서 이들은 개별 PP의 역량으로는 투자가 어려운 만큼 공동 설비 투자 등이 필요하다고 제안하였다.

“HD전환 및 제작의 재원 마련이 시급한 실정이다. 디지털 전환으로 인한 장비/시설 마련에 재원을 투자함에 따라 올해에는 제작비가 감소했다. 소규모의 독립 PP들이 HD전환 및 제작을 준비하는데 있어 공동 설비 제작 및 재원 투자 등 정책적 지원이 필요하다.”(채널 D 임원)

## 2. 독립PP의 제작 환경

PP 사업자들의 영세성은 시설 투자 현황 및 인력 구조에서 확연히 드러난다. 전체 PP 시설투자 현황을 조사 대상 PP와 비교할 때 커다란 차이를 보여주고 있다. 지상파 계열 PP는 말할 것도 없고, 일반 PP들이 이미 상당한 정도로 HD 시설 투자에 나서고 있는 상황에서 조사 대상 독립 PP들의 시설 투자는 매우 취약함을

알 수 있다(표 5).

또한 조사 대상 14개 채널의 인력 구조를 보면 데일리안을 제외한 다른 PP들의 인력 현황이 매우 열악한 것으로 나타났다. 스페이스툰의 인력은 4명으로 가장 적었으며, 브레인 TV, 놀티비, MBCnet, 비타민, 한방건강TV 등 6개 채널이 10명 이하의 인력으로 운영되고 있었다. 카엔스포츠의 경우 인터뷰 결과, 회사 내 방송 전문가를 확보하지 못해 제작 및 편성에 어려움을 겪고 있는 것으로 확인되었다(표 6).

조사 대상 채널 종사자의 인터뷰에서도 열악한 인력 구조를 커다란 문제점으로 꼽고 있었다.

“현재 인력부족 현상을 심각하게 걱정해야 할 상황이다. 전문 인력과 제작 시설이 절대적으로 부족하다보니 현재의 프로그램 제작 여건으로는 좋은 프로그램의 공급을 기대하기 어렵다.”(채널 E 편성책임자)

표 5. 14개 PP의 시설투자 현황

사업자ID	구분	제작시설(단위:개)						송출시설(단위:개)				제작시설 총보유면적	총보유 면적	비고
		스튜디오	종합편집실		개인편집실		녹음실	중계차	주조정실	아카이브 시스템	기타 설비			
		선형	비선형	선형	비선형									
놀티비	SD시설				1							6.40		
교통방송	아날로그 시설	1	1					1		2	287.10	988.20	지상파사업자와 별도 시설	
	SD시설	2							1	316.80				
법률방송	SD시설			5	3						33.00	264.00		
실버방송	아날로그 시설											825.00		
	SD시설	1	2		4						594.00			
	HD시설													
스페이스툰	-											110.22	제작시설없음/편집사 무공간	
데일리안	SD시설										25.00	80.00	다른 PP와 시설 공유	
일자리방송	아날로그 시설			1							33.00	132.00		
	SD시설													
MBCnet	아날로그 시설			1	1						120.00	368.00		
	SD시설			1	1				1					
	HD시설			1	1				1					
비타민	-											50.00	2009년 기준(제작시설 없음)	
부동산	SD시설	2			1					2	50.00	90.00		
키즈TV	-											297.00	제작시설 없음	
한방건강	SD시설	1		1	1						101.00	170.00		
브레인	SD시설	1	1	1	1			1			330.58	897.62		

주) 카엔스포츠의 경우, 자료 미제출로 확인 불가  
출처 : [9] RAW 데이터 재구성

표 6. 14개 채널의 인력 구조 현황

구분	임원	관리 행정 직	방송직					기술 직	연 구 직	영업 /홍 보직	기 타	합 계
			기 자	P D	아나 운서	제작 관련	기 타					
놀티비	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	6
교통 방송	1	52	0	67	21	0	20	84	0	9	55	309
법률 방송	4	2	1	3	1	5	3	0	0	0	0	19
실버 방송	3	1	0	7	0	1	0	0	0	3	0	15
스페이 스툰	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
데일리 안	3	3	0	12	2	3	3	0	0	0	0	26
일자리 방송	5	0	0	2	0	3	2	0	0	0	0	12
MBC net	1	1	0	2	0	0	2	0	0	2	0	8
비타민	5	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	10
부동산	1	2	5	4	0	5	2	8	0	9	1	37
키즈 TV	3	2	0	2	0	3	5	5	0	3	5	28
한방 건강	1	0	0	7	0	2	0	0	0	0	0	10
브레인	2	1	0	2	0	1	0	0	0	1	0	7

주1) 교통방송의 경우 지상파, PP 종사자 공유  
 주2) 카엔스포츠의 경우, 자료 미제출로 확인 불가  
 출처 : [9] RAW 데이터 재구성

### 3. PP의 콘텐츠 특성

PP의 콘텐츠 제작은 증가하고 있다. 특히 2010년 연간 제작과 수급비용은 7,696억 원으로 전년도 대비 41% 증가한 것으로 나타났는데 이는 자체제작비와 외주제작비가 전년도보다 크게 증가한 것에 기인한다. 세부적으로 보면 자체제작비(공동제작 포함)는 3,654억 원으로 총 제작비의 47.5% 차지하고 있으며, 외주제작비는 1,073억 원으로 총 제작비의 13.9%를 차지하고 있다. 국내물과 국외물 구매비는 2,969억 원으로 총 제작비의 38.6%를 차지하고 있다. 전년도에 비해 자체제작비와 외주제작비의 비중이 크게 증가한 반면 구매비의 비중은 감소했다[3]. 이러한 현상은 CJ 및 지상파 계열 PP들의 콘텐츠 역량이 크기 증가한데 따른 것이다[표 7].

그러나 이러한 경향은 독립 PP와는 거리가 있다. PP들의 자체제작 투자비가 소수의 MPP들에게 집중되어 있으며, 독립 PP들은 콘텐츠 제작도, 구매도 어려운 환경에 놓여 있다.

표 7. PP의 연간 프로그램 제작 및 수급비용[9]

구분	방송채널사용사업(단위:억원)			증감율
	2008년	2009년	2010년	
자체제작	2,456	2,069	3,607	74.4%
공동제작	46.3	46.9	47.2	0.6%
순수외주	707	460	975	111.9%
특수관계사 외주	0	86	98	14.5%
국내물구매	844	1,167	1,529	30.9%
국외물구매	1,183	1,631	1,440	△11.7%
합계	5,236	5,460	7,696	41.0%

“특화된 채널이다 보니 채널의 성격에 부합하는 콘텐츠를 구매하기 어렵다. 해외 인기 프로그램의 경우 이미 타 매체에서 방영을 했거나 판매되었기 때문에 해외 콘텐츠를 수급하기도 어려운 실정이다. 그래서 국내에 맞는 콘텐츠를 직접 제작하고자 하지만 재원 마련이 힘들다.”(채널 F 편성책임자)

따라서 독립 PP들에게 정상적인 제작투자 및 양질의 콘텐츠 제공을 기대하는 것은 어려운 일이다. 그리고 실제로 국내 독립 PP들은 지상파 재방 콘텐츠에 거의 전적으로 의존하는 문제를 드러내고 있으며, 제작보다는 유통에 치중하고 있는 실정이다.

“국내 유일의 법률방송이라는 특화된 장르의 채널로서 시장 경쟁력이 있다고 생각한다. 하지만 현재 프로그램의 다양성 부족, 낮은 콘텐츠 품질, 편성 혼재 등의 문제로 채널의 성격을 강화하고 있지 못하는 게 사실이다. 채널의 인지도를 높이기 위해 킬러 콘텐츠를 제작하기 위해 노력하고 있지만 아이템 발굴도 어렵도 제작 재원 마련도 힘들다.”(채널 G 편성책임자)

독립 PP들은 특히 채널 정체성에 대한 문제가 심각하게 나타나고 있다. 채널의 전문성과 특징이 있음에도 불구하고, 독립 PP들이 이를 잘 살리지 못하는 것이다.

“우리는 의료가 주요 컨셉이지만 건강/헬스 채널 분야에는 메디TV, 생활건강TV, 한방건강TV 등 유사한 장르의 채널이 많아 시청률 문제로 오락 및 성인 등 타 장르의 프로그램을 편성하다 보니 장르 정체성이 모호해지고 있다. 이에 따라 채널의 아이덴티티를 강화하기

표 8. 14개 채널의 제작비 현황(시간:분, 비용: 천원)

구분	자체제작		공동제작		순수외주		국내몰구매		국외구매(계)		합계	
	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용	시간	비용
놀티비			690	330,500	780	110,500	31,860	230,005			33,330	671,005
교통방송	438,000	1,174,698									438,000	1,174,698
법률방송	194,940	154,840	47,580	155,160							242,520	310,000
실버방송	21,060	609,398					32,700	698,988			53,760	1,308,386
스페이스툰												
데일리안	8,580	3,500			750	20,000	5,495	22,900			14,825	46,400
일자리방송	8,450	35,000					2,400	800	4,500	75,000	15,350	110,800
MBCnet			300	22,000			2,412	482,400			2,712	504,400
비타민	105	2,636					2,000	10,000			2,105	12,636
부동산	2,315	3,065,494			240	399,000	1,512	31,320			4,067	3,495,814
키즈TV	26,280	230,000			78,840	465,000	80,150	245,000			185,270	940,000
한방건강	20,180	110,789					6,220	32,380	390	2,033	26,790	145,202
브레인	27,300	1,038,831									27,300	1,038,831

주1) 스페이스툰의 경우, 2010년 기준 제작비 없음(2009년 구입몰로 편성)/2009년 자료 미제출  
 주2) 비타민의 경우, 2009년 기준  
 주3) 카엔스포츠의 경우, 자료 미제출  
 출처 : [9] RAW 데이터 재구성

어려운 악순환에 빠지게 되었다.”(채널 H 편성책임자)

“채널의 색깔은 분명하지만 협소한 커버리지와 킬리 콘텐츠의 부재로 인해 경쟁이 극심한 방송 시장에서 생존하기 위한 채널 포지셔닝이 쉽지 않다.

또한 경쟁채널이 많은 것도 채널 포지셔닝을 어렵게 하는 요인 중 하나로 작용한다.”(채널 I 편성책임자)

PP의 목적인 전문 채널의 성격을 살리지 못한다는 것은 아이러니하다. 그것은 독립 PP들의 존재 목표를 달성하지 못하고 있다는 말이 된다. 독립 PP의 존재는 자신의 전문적인 채널을 통해 전문적인 콘텐츠 제작, 유통에 기여하는데 그 의미가 있다. 그러나 현실은 이와 반대로 독립 PP들이 양질의 콘텐츠를 제공하지 못하고 지상파 채널 방송 콘텐츠에 전적으로 의존하는 상황이다. 분명 이러한 상황은 독립 PP들이 양적으로 아무리 많아도 콘텐츠 발전에 기여하지 못한다는 것과 같다.

표 9. 14개 채널의 장르 초방비율 현황

채널	초방 비율			
	1Q	2Q	3Q	4Q
놀티비	4.0%	1.7%	15.0%	9.0%
데일리안	17.3%	15.1%	8.0%	18.1%
법률방송	27.8%	26.0%	9.8%	2.8%
부동산	21.5%	22.0%	59.1%	3.2%
비타민	9.2%	4.4%	2.0%	0.9%
브레인	5.0%	4.4%	4.0%	4.0%
실버방송	10.1%	21.8%	11.7%	7.7%
스페이스툰	1.0%	1.2%	5.0%	0.2%
일자리방송	27.7%	30.2%	34.0%	25.6%
카엔스포츠	8.0%	16.8%	17.1%	17.4%
키즈TV	19.0%	17.6%	20.1%	14.3%
한방건강TV	5.1%	5.6%	4.6%	5.0%
MBCnet	7.4%	21.0%	28.6%	102.7%
tbsTV	31.7%	3.5%	39.0%	2.2%

주: 2010년1월~12월 방송 실적 기준  
 출처 : KT 내부자료, 2011

## VI. 맺음말

독립 PP는 경영, 제작, 콘텐츠 측면에서 모두 열악한 위상을 보여주고 있다. PP 채널들 일부가 이미 지상파 방송을 위협하고, 독자적인 브랜드를 확보하고 있으며, PP 산업이 전반적으로 확대되고 있는 상황과는 사뭇



다른 양상이다.

유료방송 시장은 케이블, 위성방송, IPTV 등의 다양한 플랫폼이 존재하지만, 제공하는 콘텐츠는 비슷하다. 이는 많은 PP 사업자들이 지상파 재방 등에 의존하기 때문인데, 이러한 콘텐츠 제작 회피 성향은 프로그램들의 질적 저하로 이어지고, 결국에는 시청자들의 불만 야기로 이어질 것이다. 즉 독립 PP가 제대로 서지 못하면 전체 PP 산업, 나아가 콘텐츠 산업에 부정적인 결과를 초래할 것이 분명하다.

이 연구에서는 먼저 경영 측면에서 독립 PP의 문제를 검토하였다. 독립 PP의 경영 구조는 매우 취약하였다. 조사 대상 14개 PP 중 7개 PP들이 마이너스 당기순이익을 보여주었다. 무엇보다도 경영진의 의지 박약, 외부 투자 재원을 끌어들이기 위한 노력 부족, 사업수익 모델 발견의 어려움 등의 문제를 드러냈다. 또한 독립 PP의 제작 환경도 좋지 않았다. 조사 대상 14개 채널 중 6개 채널이 10명 이하의 인력으로 운영되고 있을 정도였다.

한편, PP들의 자체제작 투자는 소수의 MPP들에게 집중되고, 독립 PP들은 콘텐츠 제작도, 구매도 어려운 환경에 놓여 있다. 따라서 독립 PP들은 지상파 재방 콘텐츠에 거의 전적으로 의존하는 문제를 드러내고 있으며, 제작보다는 유통에 치중하고 있는 실정이다. 특히 채널 정체성에 대한 문제도 심각하게 나타났다.

따라서 이러한 독립 PP에 대한 개선 방안이 다양하게 이루어져야 함을 알 수 있다. 먼저 독립 PP의 노력으로는 투자가 어려운 만큼 설비를 공동으로 이용하는 방안을 제시할 수 있다. 특히 제작 설비에 대해서는 공공 지원을 통해 비용 부담을 줄일 수 있다.

또한 독립 PP에 대해 정부나 콘텐츠 관련 공공 기구의 경영 컨설팅 지원 등을 통해 지속적으로 경영에 대한 자문과 도움을 주는 방안도 가능하다.

규제 측면에서는 콘텐츠 제작 및 수급을 위한 기초적인 수준의 투자 역량조차 갖추지 못한 영세한 독립 PP들이 시장에 난립하는 상황을 개선하기 위해 현재의 PP 등록제의 개선이 필요하다. 현행 등록제는 PP의 자유로운 진입을 위해 설정되었으나, 영세 PP 문제를 낳는 결과를 초래했다. 따라서 PP 등록제 보완이 필요하

며, 지상파에 비해 과도한 PP 매출액 규제 및 채널운영 규제 역시 적정 수준으로 완화될 필요가 있다. 등록제 개선에 대한 논의는 꾸준히 지적되었지만<sup>11</sup><sup>2</sup>, 아직도 해결되지 않아 여전히 중요한 문제로 남아있다.

현행 방송법에서는 PP 사업자들에게는 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 80이상을 주된 방송 분야의 프로그램으로 편성하도록 하고 있다(방송법 시행령 제50조 방송프로그램의 편성 등). 그러나 편성되는 콘텐츠의 특성에 대해서는 아무런 제한도 두지 않고 있다. 이에 따라 PP들은 지상파 방송프로그램과 해외 콘텐츠에 대해 과도하게 높은 의존도를 보이고 있다. 이러한 현상은 영세한 독립 PP들이 손실 위험이 높은 콘텐츠 제작에 투자하기보다는 안정적인 시청률이 보장되는 저가의 프로그램 수급에 치중하기 때문이다. 이는 또한 PP 시장에서 경쟁력을 확보하지 못하는 원인으로 작용한다. 적어도 PP가 자신의 전문 분야의 콘텐츠를 충분히 제공하도록 하는 장치가 필요하다.

독립 PP는 콘텐츠 산업의 한 축에 위치하고 있다. 그러나 지상파방송 계열의 PP와 MPP 등의 PP 강자들과 독립 PP와의 거리는 멀어져가고 있다. 독립 PP가 그 위상을 확립하지 않으면, PP산업과 콘텐츠 산업의 발전에 부정적인 영향을 미칠 것이다. 독립 PP에 대한 연구와 독립 PP의 발전을 위한 노력이 필요한 이유이다. 더욱이 콘텐츠 산업과 방송 생태계의 발전을 위해서는 MPP와 독립 PP가 경쟁하면서도 상생과 협력이 중요한 상황이다.

이 연구는 조사 대상 PP 수가 14개로 한정되어 있기 때문에 독립 PP 전체를 조망하는 데에는 한계가 있을 수 있다. 그러나 대다수 독립 PP들은 경영, 제작, 콘텐츠 측면에서 비슷한 상황에 처해있다. 게다가 일차적으로 플랫폼 사업자가 자사에서 송출하고 있는 채널을 대상으로 실시한 채널 평가에서 하위에 있는 PP를 분석했다는 점에서 이 연구에서 살펴보고자 하는 독립 PP들이 처한 내부 경영 상황을 분석하기에는 충분하다고 할 수 있다.

참고 문헌

[1] 이상식, "PP산업의 문제점과 활성화 방안", 방송위원회 PP산업 활성화 방안 토론회 자료집, 2003.

[2] 황상재, 정영주, "방송채널사용사업자 등록제 이후 케이블방송의 다양성 변화에 관한연구", 한국방송학보, 제19권, 제2호, pp.200-239, 2005.

[3] 여현철, *방송채널사용사업자(PP)의 경영성과 결정요인에 관한 연구 - 수익성을 중심으로*, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위청구논문, 2003.

[4] 홍종배, 이상식, "멀티 플랫폼 시대의 PP 경영 전략", 한국언론학회 봄철정기학술대회, 2009.

[5] 권호영, "PP의 전략 집단별 성과의 분석", 방송연구, 여름호, pp.187-212, 2005.

[6] B. M. Owen and S. S. Wildman, "Video Economics," Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.

[7] B. Klein, "The competitive consequences of vertical integration in cable industry," Report on behalf of the National Cable Television Association, Washington, DC, 1989.

[8] D. Waterman and A. A. Weiss, "The effects of vertical integration between cable television systems and pay cable networks," Journal of Econometrics, 1996.

[9] 방송통신위원회, "2010년도 방송사업자 재산상황 공표집", 2011(6).

[10] 오정호, "다각화 및 기업결합, 장르, 편성행위와 수익성: 방송채널사용사업자를 중심으로", 한국방송학보, 제21권, 제6호, pp.241-278, 2007.

[11] 방송통신위원회, "방송산업실태조사", 2011.

[12] 변상규, "미디어환경 변화와 방송 콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 채널정책 방안", KISDI 채널정책토론회 발제문, 2011.

[13] 김영주, 권호영, "채널사용사업자의 성과결정요인에 대한 연구", 한국언론학보, 제48권, 제5호, pp.138-160, 2004.

[14] 윤석민, 이현우, "우리나라 유료방송 PP 사업자

정상화 방안", 정보통신정책연구, 제18권, 제3호, pp.23-56, 2011.

[15] 이영미, 김원용, 홍아름, "케이블TV의 수평적 결합 완화 정책 실시에 따른 경영성과와 수용자 복지 측면에서의 차이에 관한 연구", 한국방송학보, 제23권, 제5호, pp.217-257, 2009.

[16] 이영미, "방송채널사용사업자의 수평적 결합 규제 완화에 따른 성과 차이에 관한 연구", 방송통신연구, 여름호, pp.231-259, 2010.

[17] 이재신, 임성원, 연보영, "한국케이블TV 산업의 결합구조에 관한 연구: PP-SO의 연결망분석을 중심으로", 방송연구, 여름호, pp.235-272, 2006.

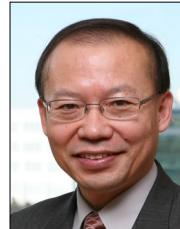
[18] 임정수, "유료방송 10년, PP 활성화 방안의 모색", 한국방송학회 심포지엄 자료집, 2004.

[19] 정인숙, 지성우, 김민호, "PP 등록제 효과분석 및 개선방안 연구, 방송통신위원회 연구보고서", 2008.

저자 소개

김 대 호(Daeho Kim)

정회원



- 1986년 2월 : 서울대학교 언론정보학과 (학사 및 석사)
- 1994년 7월 : University of Birmingham, UK(문화미디어 박사)
- 1999년 9월 ~ 현재 : 인하대학교 언론정보학과 교수

<관심분야> : 미디어산업 및 정책, 디지털 컨버전스

김 인 희(In-hee Kim)

정회원



- 2005년 8월 : 인하대학교 언론정보학과(학사 및 석사)
- 2011년 8월 ~ 현재 : 인하대학교 언론정보학과 박사과정

<관심분야> : 미디어산업 및 정책