



방송통신위원회

## 보도자료

2015년 6월 30일(화) 배포시점부터  
보도하여 주시기 바랍니다.



3년의 혁신,  
30년의 성장

문의 : 방송정책국 방송시장조사과 김성욱 과 장(☎2110-1440)  
방송정책국 방송시장조사과 이기훈 사무관(☎2110-1444)  
방송정책국 방송시장조사과 민혜림 주무관(☎2110-1448)

제공일: 2015. 6. 30.(화)

## 방통위, 2014년도 방송사업자 재산상황 공표

- 방송사업매출 전년 대비 3,151억원(2.4%) 증가한 13조 2,214억원 -

방송통신위원회(위원장 최성준)는 방송법 제98조제2항\*에 따라 330개 방송사업자의 「2014 회계연도 방송사업자 재산상황」을 공표하였다.

\* 방송법 제98조(자료제출) ②방송사업자는 매년말 당해 법인의 재산상황을 방송통신위원회에 제출하여야 하며 방송통신위원회는 이를 공표하여야 한다.

방송사업자의 방송사업매출은 전년대비 3,151억원(2.4%) 증가한 13조 2,214억원<sup>1)</sup>이며, 영업이익은 857억원(△6.7%) 감소한 1조 1,970억원으로 나타났다. 방송사업자 중 지상파, 위성, 방송채널사용사업자(PP) 및 지상파이동멀티미디어방송사업자(DMB)의 방송매출은 증가한 반면 종합유선방송사업자(SO)의 방송매출은 감소하였다.

SO의 방송사업매출 점유율은 전년대비 감소(18.4%→17.7%)한 반면 종편PP의 방송매출 증가(955억원)로 홈쇼핑PP를 제외한 나머지 PP 전체의 점유율은 증가(20.6%→21.4%)하였다.

1) 방송사업자 전체 매출액(기타사업매출 포함)은 22조 5,410억원으로 전년 대비 566억원 증가하였음

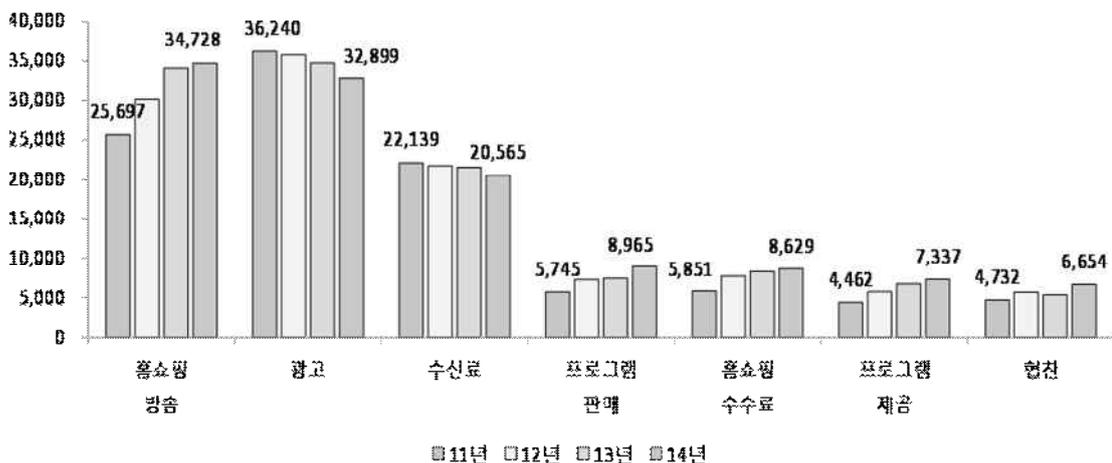
< 매체별 방송매출 현황 >

(단위 : 억원)

구분	10년	11년	12년	13년	14년	'13년 대비 '14년		'10~'14 평균 증감율	
						점유율	증감률		
지상파	36,497	39,145	39,572	38,963	40,049	30.3%	1,085	2.8%	2.3%
SO	19,285	21,169	23,163	23,792	23,462	17.7%	-330	-1.4%	5.0%
위성	3,515	3,739	4,993	5,457	5,532	4.2%	76	1.4%	12.0%
PP	39,602	47,177	55,480	60,756	63,067	47.7%	2,311	3.8%	12.3%
- 홈쇼핑	21,616	25,748	30,288	34,145	34,728	26.3%	582	1.7%	12.6%
- 홈쇼핑제외	17,986	21,428	25,192	26,611	28,340	21.4%	1,728	6.5%	12.0%
지상파DMB	145	169	116	95	104	0.1%	9	10.0%	-7.9%
위성DMB	1,214	954	189	-	-	-	-	-	-
계	100,258	112,351	123,512	129,063	132,214	100.0%	3,151	2.4%	7.2%

수익원별로는 전체 방송매출 중 홈쇼핑방송매출(3조 4,728억원, 26.3%), 광고매출(3조 2,899억원, 24.9%) 및 지상파·유료방송사의 수신료매출(2조 565억원, 15.6%)이 약 2/3를, 그 외 프로그램판매·제공매출, 홈쇼핑송출수수료매출 및 협찬매출 등이 1/3을 차지하였다.

< 주요 수익원별 변화 추이('11년~'14년) >



방송광고매출은 광고시장에서 모바일 등 타매체와의 경쟁심화 등으로 인해 전년 대비 1,864억원(△5.4%) 감소한 3조 2,899억원이며, 전체 방송광고시장에서 지상파의 비중은 감소('10년 66.3%→'14년 57.7%)하고 있으나 PP의 비중은 증가('10년 29.5%→'14년 37.3%)하는 추세로 나타났다.

수신료 매출은 2조 565억원으로 전년 대비 1,026억원(△4.8%) 감소하였다. 한국방송공사(KBS)가 징수하는 수신료는 전년 대비 징수대상의 증가(20,348천→20,751천)로 119억원 증가한 6,080억원이며 이 중 EBS에 전년 대비 3억원 증가한 170억원을 지급하였다. 유료방송 수신료매출은 전년 대비 SO 가입자(14,846천→14,677천) 및 위성 단독상품 가입자(1,948천→1,922천) 감소 등의 영향으로 각각 1,149억원 감소한 1조 4,315억원이었다.

방송사업자의 프로그램제작비는 전년 대비 1,284억원(3.1%) 증가한 4조 2,745억원이며 '11년(3조 6,068억원) 이후 연평균 5.8% 증가하였다. 방송사업매출 대비 제작비 투자 비율을 분석한 결과 지상파는 71.5%, PP(홈쇼핑PP 제외)는 43.2%이며 지상파는 증가하는 추세('11년 65.7%→'14년 71.5%)인 반면 PP는 감소하는 추세('12년 49.8%→'14년 43.2%)인 것으로 나타났다.

### 【 지상파 방송사업자 】

지상파 방송사의 매출은 4조 49억원으로 전년 대비 1,085억원(2.8%) 증가하였다. 에스비에스(SBS), 한국교육방송공사(EBS) 및 지역 문화방송(MBC)의 방송매출은 증가한 반면, 한국방송공사(KBS), MBC 및 지역민방의 방송매출은 감소하였다.

< 지상파 방송사업자별 방송매출 현황 >

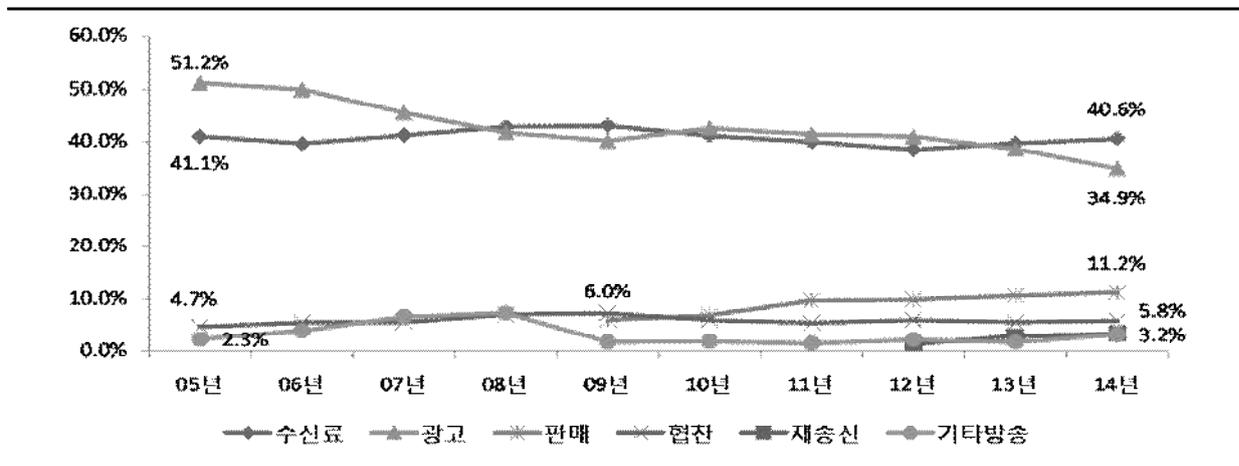
(단위 : 억원)

구분	10년	11년	12년	13년	14년	점유율	'13년 대비 '14년	'10~'14 평균 증감율	
							증감액		증감률
KBS	13,618	14,157	15,040	14,855	14,833	37.0%	-22	-0.1%	2.2%
MBC	7,349	8,672	7,836	8,051	7,966	19.9%	-86	-1.1%	2.0%
SBS	6,674	7,028	7,357	6,901	7,775	19.4%	874	12.7%	3.9%
EBS	1,142	1,255	1,534	1,632	1,699	4.2%	67	4.1%	10.4%
지역MBC	3,760	3,912	3,526	3,265	3,308	8.3%	43	1.3%	-3.2%
지역민방	2,280	2,531	2,578	2,443	2,398	6.0%	-45	-1.8%	1.3%
기타	1,674	1,590	1,700	1,816	2,070	5.2%	253	14.0%	5.4%
계	36,497	39,145	39,572	38,963	40,049	100.0%	1,085	2.8%	2.3%

수익원별로는 **광고매출**은 방송광고시장 침체 등으로 인해 전년 대비 1,700억원( $\Delta$ 8.2%) 감소한 1조 8,976억원, **수신료매출**은 전년 대비 122억원(2.0%) 증가한 6,250억원, **재송신매출**은 지역MBC 및 지역민방의 재송신매출 증가로 인해 296억원(23.6%) 증가한 1,551억원이었다.

KBS의 전체 매출액에서 차지하는 비중은 수신료(6,080억원, 40.6%), 광고(5,223억원, 34.9%), 프로그램판매(1,681억원, 11.2%) 순서로 높았으며 특히 광고매출의 경우 그 비중이 지속적으로 감소한 것으로 나타났다.

< KBS 수익원별 매출 비중 >



### 【 유료방송사업자(SO·위성) 】

유료방송사업자의 방송매출은 전년 대비 **254억원( $\Delta$ 0.9%)** 감소한 **2조 8,994억원**으로 SO의 방송매출은 수신료매출(방송요금) 감소(1조 1,663억원 → 1조 645억원)로 인해 330억원( $\Delta$ 1.4%) 감소한 2조 3,462억원이었다. 반면 위성은 홈쇼핑송출수수료매출 증가(824억원 → 1,000억원)로 인해 76억원 (1.4%) 증가한 5,532억원이었다.

< 유료방송사업자별 방송매출 현황 >

(단위 : 억원)

구분	10년	11년	12년	13년	14년	'13년 대비 '14년		'10~'14 CAGR	
						점유율	증감률		
SO	19,285	21,169	23,163	23,792	23,462	80.9%	-330	-1.4%	5.0%
- 씨제이	4,290	4,921	5,763	6,663	6,938	23.9%	275	4.1%	12.8%
- 티브로드	4,946	5,384	5,842	6,131	5,958	20.5%	-173	-2.8%	4.8%
- 씨앤엠	3,515	4,741	4,582	4,596	4,393	15.1%	-203	-4.4%	5.7%
- 에이치씨엔	1,663	1,835	2,053	2,228	2,227	7.7%	-1	0.0%	7.6%
- 씨엠비	1,036	1,142	1,298	1,452	1,408	4.9%	-44	-3.0%	8.0%
- 지에스	672	-	-	-	-	-	-	-	-
- 개별SO	3,164	3,145	3,625	2,723	2,539	8.8%	-184	-6.7%	-5.4%
위성	3,515	3,739	4,993	5,457	5,532	19.1%	76	1.4%	12.0%
계	22,800	24,907	28,156	29,249	28,994	100.0%	-254	-0.9%	6.2%

수익원별로는 수신료 매출은 가입자 감소 등으로 전년 대비 1,149억원 (△0.9%) 감소한 1조 4,315억원, 홈쇼핑송출수수료매출은 홈쇼핑시장 활성화 등의 영향으로 전년대비 315억원(3.8%) 증가한 8,629억원이었으며, 단말장치대여판매수수료는 SO의 디지털 가입자 증가 등으로 전년 대비 410억원(12.6%) 증가한 3,656억원이었다.

또한 유료방송사가 기본채널 수신료매출 중 PP에게 콘텐츠 사용대가로 지급하는 프로그램 사용료 지급비율은 SO의 경우 크게 증가('11년 21.1%→'14년 36.0%)한 반면, 위성은 비슷한 수준을 유지('11년 36.5%→'14년 38.1%)한 것으로 나타났다.

< 유료방송사의 기본채널 프로그램 사용료 지급 비율 >

(단위 : 억원)

구분	SO					위성				
	11년	12년	13년	14년	CAGR	11년	12년	13년	14년	CAGR
기본채널 수신료 매출(A)	10,899	10,529	9,587	8,266	-8.8%	2,727	3,101	3,217	3,144	4.9%
기본채널 프로그램 사용료(B)	2,300	2,590	2,789	2,980	9.0%	996	1,065	1,138	1,198	6.3%
프로그램 사용료 비율(B/A)	21.1%	24.6%	29.1%	36.0%	19.5%	36.5%	34.3%	35.4%	38.1%	1.4%

## 【 방송채널사용사업자(PP) 】

PP의 방송매출은 전년 대비 **2,311억원(3.8%)** 증가한 **6조 3,067억원**이며, 이 중 홈쇼핑PP를 제외한 나머지 PP 전체의 방송매출은 1,728억원(6.5%) 증가한 2조 8,340억원이었다.

**홈쇼핑PP**의 방송매출은 TV홈쇼핑시장 성장 및 데이터홈쇼핑의 활성화로 인해 전년 대비 **582억원(1.7%)** 증가한 **3조 4,728억원**이며 현대, 우리(롯데) 및 엔에스 홈쇼핑의 방송매출은 증가한 반면 씨제이, 지에스 및 홈앤쇼핑의 방송매출은 감소하였다.

**종합PP**의 방송매출은 프로그램제공·판매매출, 협찬매출 증가로 인해 전년대비 **955억원(31.5%)** 증가한 **4,016억원**이고, 프로그램제공매출, 협찬매출, 프로그램판매매출이 증가한 반면 광고매출은 전기 대비 126억원( $\Delta$ 5.3%) 감소하였다.

복수방송채널사용사업자(MPP) 중 **지상파계열 PP**(11개사)의 방송매출은 7,666억원으로 전년 대비 239억원(3.2%) 증가하였고, **CJ계열 PP**는 광고매출 감소 등으로 인해 253억원( $\Delta$ 3.7%) 감소한 6,587억원인 것으로 나타났다.

< PP 유형별 방송매출 >

(단위 : 억원)

구분	10년	11년	12년	13년	14년	'13년 대비 '14년		'10~'14 CAGR
						점유율	증감률	
홈쇼핑	21,616	25,748	30,288	34,145	34,728	55.1%	582 1.7%	12.6%
종합편성	-	846	2,264	3,062	4,016	6.4%	955 31.2%	68.1%
보도전문	1,533	1,070	1,279	1,369	1,357	2.2%	-12 -0.9%	-3.0%
MPP	12,202	14,847	16,459	16,536	16,810	26.7%	274 1.7%	8.3%
기타PP	4,250	4,666	5,191	5,645	6,156	9.8%	511 9.1%	9.7%
계	39,602	47,177	55,480	60,756	63,067	100.0%	2,311 3.8%	12.3%

수익원별로는 **광고매출**은 광고시장 침체에 따라 종편PP(△126억원), MPP(△285억원)의 광고매출 감소 등으로 379억원(△3.0%) 감소한 1조 2,258억원, **협찬매출**은 종편PP(785억원) 및 MPP(155억원)의 협찬매출 증가 등으로 966억원(47.8%) 증가한 2,986억원, **프로그램제공매출**은 유료방송사의 프로그램 사용료 지급액 증가에 따라 592억원(8.9%) 증가한 7,227억원이었다.

방송통신위원회는 「2014 회계연도 방송사업자 재산상황」을 공표하면서 방송사의 경영전략 수립 및 방송정책 마련의 기초 자료로 활용할 수 있도록 분석 대상을 최근 2년간 자료에서 10년간으로 확대하여 연평균 성장률, 점유율 등을 산출하였고, 유료방송사와 PP간 콘텐츠 대가 지급 수준을 확인할 수 있는 수신료매출(유료방송요금) 및 프로그램사용료 관련 구체적인 정보를 제공하였으며, 사업과 직접적으로 관련된 활동의 수익성 여부를 판단하기 위하여 '당기순이익' 대신 '영업이익'으로 분석 지표를 변경하여 이용자의 정보 활용도를 제고시켰다.

- 붙임 : 1. 2014회계연도 방송사업자 재산상황 요약  
2. 2014년도 방송사업자 재산상황 공표집. 끝.