

2022년 방송사업자 매출 증가폭 둔화, 광고 매출은 다시 감소

- 방통위, 2022년도 방송사업자 재산상황 공표
- 방송사업매출은 전년 대비 5,118억원(2.6%) 증가한 19조 9,137억원
- 일시적으로 증가하던 광고매출은 전년 대비 656억원(2.1%) 감소한 3조 830억원
- 프로그램제작비는 전년 대비 3,661억원(7.0%) 증가한 5조 6,098억원

방송통신위원회는 지상파, 유료방송, PP 등 357개 방송사업자의 「2022 회계연도 방송사업자 재산상황」을 13일 공표하였다.

전체 방송사업매출은 소폭 증가했으나 증가폭이 둔화되었다. 일시적으로 증가하던 방송광고매출이 감소 추세로 반전하였으나, 콘텐츠 제공과 관련된 매출의 증가세가 지속되며 총 매출은 증가 추세를 유지하였다. 특히, 개별 프로그램 판매매출액의 증가세가 두드러졌다. IPTV 업계를 제외한 모든 방송사업자의 영업이익이 감소했으나, 프로그램제작비 증가세는 유지되고 있는 것으로 나타났다.

< 방송사업매출 증가 추세 유지 >

전체 방송사업매출은 '21년 대비 5,118억원(2.6%) 증가한 19조 9,137억원이다. IPTV는 2,577억원 증가한 4조 8,945억원, 지상파는 1,669억원 증가한 4조 1,551억원, PP는 863억원 증가한 7조 6,268억원, 위성은 152억원 감소한 5,058억원, CP는 667억원 증가한 9,230억원, SO는 505억원 감소한 1조 8,037억원으로 조사되었다.

'21년 대비 방송사업매출 점유율은 홈쇼핑PP(19.7%→18.6%), 및 SO(9.6%→9.1%)는 감소, 지상파(20.6%→20.9%), IPTV(24.0%→24.6%), 일반PP(19.0%→19.7%)는 증가한 것으로 조사되었다.

< 매체별 방송사업매출 현황('18년~'22년) >

(단위 : 억원)

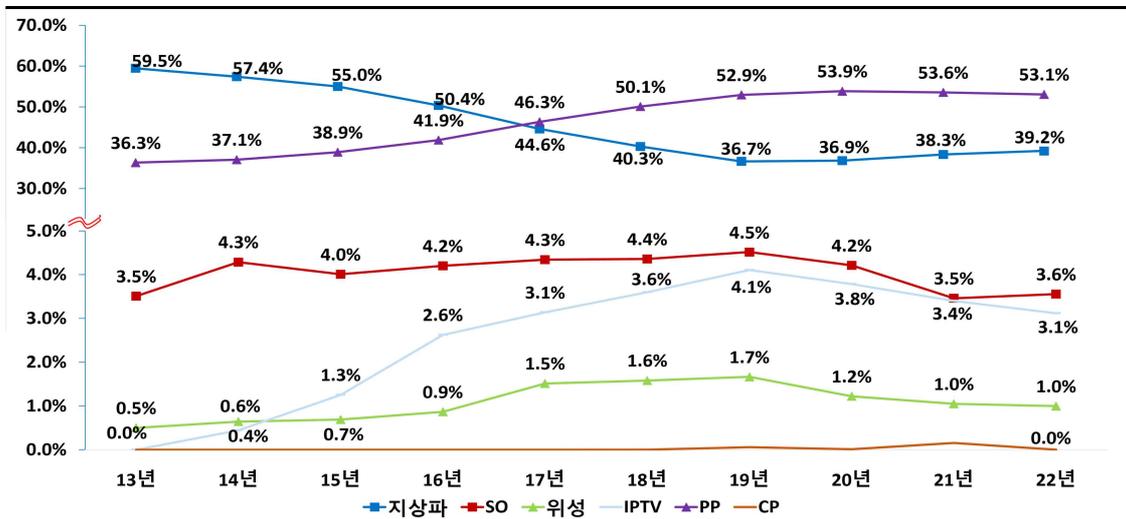
구분	18년	19년	20년	21년	22년	'21년 대비 '22년	
						증감액	증감률
지상파	37,965	35,168	35,665	39,882	41,551	1,669	4.2%
SO	20,898	20,227	19,328	18,542	18,037	△505	△2.7%
위성	5,551	5,485	5,328	5,210	5,058	△152	△2.9%
IPTV	34,358	38,566	42,836	46,368	48,945	2,577	5.6%
PP	68,402	70,849	70,725	75,405	76,268	863	1.1%
홈쇼핑PP*	34,948	37,118	38,118	38,204	37,113	△1,091	△2.9%
일반PP	33,454	33,731	32,607	37,201	39,155	1,954	5.3%
CP	5,761	6,311	6,148	8,563	9,230	667	7.8%
지상파DMB	104	95	76	49	48	△0.9	△1.9%
계	173,039	176,702	180,106	194,019	199,137	5,118	2.6%

* 씨제이오쇼핑(홈쇼핑PP)과 씨제이E&M(일반PP)이 '18년7월 합병 및 사명 변경하여 (주)씨제이이엔엠이 되었으나 CJ 일반PP와 홈쇼핑PP의 방송사업매출은 구분하여 반영

< 방송광고매출은 전반적으로 감소 추세, 지상파·SO 소폭 증가>

방송광고매출은 '21년 대비 656억원(2.1%) 감소한 3조 830억원이다. PP는 500억원(3.0%) 감소한 1조 6,362억원, IPTV는 110억원(10.2%) 감소한 961억원, 위성은 23억원(6.9%) 감소한 307억원으로 나타났다. 반면 지상파는 19억원(0.2%) 증가한 1조 2,090억원, SO는 6억원(0.5%) 증가한 1,096억원으로 나타났다. 매체별 광고시장에서 지상파의 점유율 감소('13년 59.5%→'22년 39.2%)와 PP의 점유율 증가('13년 36.3%→'22년 53.1%)추세는 완화되었다.(지상파는 전년대비 0.9% 증가, PP는 전년대비 0.5% 감소)

< 매체별 광고시장 점유율 변화 추이('13년~'22년) >



< 개별 프로그램 단위로 판매하는 “프로그램판매매출액” 증가세 뚜렷 >

방송사업자 주요 수익원별 증가율 조사 결과 프로그램판매매출액 증가율이 18.2%로서 차순위인 홈쇼핑송출수수료매출액 증가율 7.4%, 프로그램제공매출액 증가율 5.7% 보다 크게 앞서는 것으로 나타났다.

아울러 지상파, PP 등 콘텐츠 제작주체가 채널단위로 콘텐츠를 제공하는 대가(프로그램제공매출) 규모는 1조 844억원, 프로그램단위로 판매(VOD, OTT사업자 등에 제공)하는 매출 규모는 2조 977억원으로 나타났다.

< 방송사업자 주요 수익원의 전년 대비 증감 현황('21년~'22년) >

(단위 : 억원)

구분	방송사업매출	수신료매출	재송신매출	프로그램제공매출	광고매출	협찬매출	홈쇼핑송출수수료매출	단말장치대여매출	프로그램판매매출	홈쇼핑방송매출	기타방송사업매출
21년	194,019	43,635	4,079	10,262	31,486	9,439	22,490	7,136	17,807	38,193	9,492
22년	199,137	44,178	4,089	10,844	30,830	9,659	24,151	6,971	20,977	37,094	10,344
증감	5,118	543	10	582	△656	220	1,661	△165	3,170	△1,099	852
	2.6%	1.2%	0.2%	5.7%	△2.1%	2.3%	7.4%	△2.3%	18.2%	△2.9%	9.0%

< 유료방송사업자의 VOD 수신료 매출액 감소 추세 >

SO, 위성, IPTV사업자의 전체 유료VOD수신료매출액은 '21년 대비 228억원(3.6%) 감소한 6,077억원으로 '18년을 정점으로 감소세가 지속되는 것으로 나타났다.

< 유료방송사업자 유료VOD수신료 매출액 증감 현황('17년~'22년) >

(단위 : 억원)

구분	17년	18년	19년	20년	21년	22년	'21년 대비 '22년		'17~'22 CAGR
							증감액	증감률	
SO	1,608	1,561	1,437	1,229	933	828	△105	△11.3%	△12.4%
위성	42	55	66	69	72	33	△39	△54.3%	△4.7%
IPTV	5,902	6,590	6,412	6,258	5,299	5,216	△83	△1.6%	△2.4%
합계	7,552	8,205	7,914	7,556	6,305	6,077	△228	△3.6%	△4.3%

< 영업이익은 소폭 증가. IPTV 업계를 제외한 모든 사업자 영업이익 감소 추세 >

방송사업자의 영업이익은 '21년 대비 483억원(1.3%) 증가한 3조 8,182억원이다. IPTV는 2,564억원 증가한 2조 5,091억원, 지상파는 212억원 감소한 1,879억원, PP는 2,287억원 감소한 8,063억원, 위성은 69억원 감소한 505억원, SO는 209억원 감소한 1,309억원이며 CP는 695억원 증가한 1,339억원이다.

< 매체별 영업손익 현황('18년~'22년) >

(단위 : 억원)

구분	18년	19년	20년	21년	22년	'21년 대비	'22년
						증감액	증감률
지상파	△2,237	△2,140	77	2,091	1,879	△212	△10.2%
SO	3,105	2,400	1,947	1,518	1,309	△209	△13.8%
위성	633	650	671	574	505	△69	△12.1%
IPTV	18,795	15,580	18,924	22,527	25,091	2,564	11.4%
PP	6,369	8,213	9,228	10,350	8,063	△2,287	△22.1%
- 홈쇼핑PP	6,675	7,910	8,939	8,703	7,147	△1,556	△17.9%
- 일반PP	△306	303	290	1,646	916	△730	△44.4%
CP	1,565	1,302	△246	644	1,339	695	107.9%
지상파DMB	12	14	△4	△5	△4	1	적자지속
계	28,243	26,021	30,599	37,699	38,182	483	1.3%

※ 영업손익에는 방송사업 외의 사업에 해당하는 수익 및 비용이 포함

< TV홈쇼핑의 매출은 감소한 반면, 데이터홈쇼핑은 매출 소폭 증가 >

홈쇼핑PP의 방송사업매출은 '21년 대비 1,091억원(2.9%) 감소한 3조 7,113 억원이다. TV홈쇼핑은 '21년 대비 1,173억원(3.9%) 감소한 2조 8,998억원, 데이터홈쇼핑은 82억원(1.0%) 증가한 8,115억원으로 조사되었다. 아울러 홈쇼핑PP가 유료방송사업자에 지출한 송출수수료는 1,593억원(7.1%) 증가한 2조 4,101억원이며 이중 IPTV가 1,552억원(11.7%) 증가한 1조 4,795억원, SO는 88억원(1.2%) 증가한 7,558억원, 위성이 18억원(1.0%) 증가한 1,795억원으로 조사되었다.

< 홈쇼핑PP의 방송사업매출 현황('18년~'22년) >

(단위 : 억원)

구분	18년	19년	20년	21년	22년	'21년 대비	'22년	
						증감액	증감률	
T V	소계	30,704	31,501	30,942	30,171	28,998	△1,173	△3.9%
	씨제이*	6,260	6,683	6,401	5,605	4,924	△681	△12.2%
	지에스	5,643	5,224	4,738	4,671	4,737	66	1.4%
	현대	6,669	6,686	6,566	6,407	6,237	△170	△2.6%
	우리	5,858	6,143	6,234	6,437	6,188	△249	△3.9%
	엔에스	3,670	3,595	3,584	3,616	3,453	△163	△4.5%
	홈앤 공영	1,405	1,930	1,893	1,958	2,128	170	8.7%
데 이 터	소계	4,244	5,617	7,177	8,033	8,115	82	1.0%
	케이티알파	1,165	1,435	1,741	2,039	2,256	217	10.6%
	쇼핑엔티**	224	-	-	-	-	-	-
	신세계라이브	959	1,108	1,508	1,606	1,558	△48	△3.0%
	더블유쇼핑	507	629	776	982	1,089	107	10.9%
	에스케이스토아 티알엔	952	1,504	1,977	2,063	2,085	22	1.1%
계	34,948	37,118	38,119	38,204	37,113	△1,091	△2.9%	

* 씨제이 합병('18.7월)법인의 일반PP 관련 매출은 홈쇼핑PP 매출에서 제외

** 쇼핑엔티는 '18.4월에 티알엔에 인수·합병되었음

< 방송프로그램 제작비 증가 추세 유지 >

방송사업자의 프로그램 제작비는 '21년 대비 3,661억원(7.0%) 증가한 5조 6,098억원이다. 지상파는 '21년 대비 989억원(3.6%) 증가한 2조 8,613억원으로 전체 방송사업자 제작비의 51.0% 점유하였고, PP는 '21년 대비 2,165억원(10.1%) 증가한 2조 3,529억원으로 41.9% 점유하고 있다.

< 매체별 프로그램 제작비 현황('18년~'22년) >

(단위 : 억원)

구분	18년	19년	20년	21년	22년	점유율	'21년 대비 '22년	
							증감액	증감률
지상파	28,296	27,564	26,378	27,624	28,613	51.0%	989	3.6%
- KBS	10,245	9,788	9,273	9,938	10,358	18.5%	420	4.2%
- MBC	5,934	5,442	4,905	4,749	5,344	9.5%	595	12.5%
- SBS	5,183	5,442	5,333	5,511	5,802	10.3%	291	5.3%
- 기타	6,934	6,892	6,868	7,426	7,109	12.7%	△317	△4.3%
SO	803	822	746	903	879	1.6%	△24	△2.7%
위성	-	-	-	-	-	0.0%	-	0.0%
PP	18,299	19,977	19,529	21,364	23,529	41.9%	2,165	10.1%
- 종합편성	5,991	6,622	7,158	7,936	8,172	14.6%	235	3.0%
- KBS계열	523	278	287	352	366	0.7%	14	4.0%
- MBC계열	235	261	263	226	237	0.4%	11	4.8%
- SBS계열	1,117	1,226	1,090	1,104	1,115	2.0%	11	1.0%
- CJ계열*	4,431	4,881	3,986	4,432	5,105	9.1%	673	15.2%
- 기타	6,002	6,709	6,746	7,314	8,380	14.9%	1,066	14.6%
CP	437	620	1,128	2,503	3,034	5.4%	531	21.2%
지상파DMB	61	53	53	42	43	0.1%	1	2.3%
계	47,896	49,037	47,835	52,436	56,098	100.0%	3,661	7.0%

* 씨제이 홈쇼핑PP의 방송제작비는 일반PP 방송제작비와 함께 CJ계열로 분류

붙임 : 2022 회계연도 방송사업자 재산상황 요약. 끝.

담당 부서	방송기반국 방송시장조사과	책임자	과 장	김우석 (02-2138-1440)
		담당자	사무관	김민호 (02-2138-1523)

