

보도시점 2024. 6. 19.(수) 배포시점 배포 2024. 6. 19.(수)

2023년 방송사업매출 전년 대비 4.7% 감소 광고매출은 전년 대비 19% 감소

- 방통위, 2023년도 방송사업자 재산상황 공표
- 방송사업매출은 전년 대비 9,403억원(4.7%) 감소한 18조 9,734억원
- 방송광고매출은 전년 대비 5,847억원(19.0%) 감소한 2조 4,983억원
- 프로그램제작비는 전년 대비 390억원(0.7%) 증가한 5조 6,488억원

방송통신위원회(위원장 김홍일)는 지상파, 유료방송, PP 등 361개 방송사업자의 「2023 회계연도 방송사업자 재산상황」을 19일(수) 공표하였다.

전체 방송사업매출은 '22년에 비해 4.7% 감소하여 총 18조 9,734억원으로 집계되었다. 방송사업매출액은 지난 10년간 지속적으로 증가해왔으나 10년 만에 처음으로 감소하였다. 사업자 군별로는 지상파가 '22년 대비 10.2% 감소하여 가장 큰 폭으로 감소하였으며, IPTV를 제외하고 홈쇼핑PP, 일반 PP, CP 모두 감소하였다.

방송광고매출은 '22년에 비해 5,847억원(19.0%) 감소한 2조 4,983억원으로 집계되었다. 이는 지난 10년간의 방송광고매출 중 가장 낮은 수치이다. 프로그램 판매매출은 '22년도까지 증가 추세였으나, '23년도에는 520억원(2.5%) 감소하여 2조 457억원으로 집계되었다.

한편, 프로그램제작비는 전년 대비 390억원(0.7%) 증가하였으며, 이러한 비용 증가로 인해 전체 방송사업자의 영업이익은 '22년 대비 8,177억원(21.4%) 감소한 3조 5억원으로 집계되었다.

< 방송사업매출 '14년 이후 처음으로 감소 >

전체 방송사업매출은 '22년 대비 9,403억원(4.7%) 감소한 18조 9,734억원이다. IPTV는 1,127억원 증가하여 5조 72억원으로 집계된 반면, 나머지 사업군에서는 모두 방송사업매출이 감소하였다. 지상파는 4,242억원 감소한 3조 7,309억원, PP는 5,181억원 감소한 7조 1,087억원, 위성은 138억원 감소한 4,920억원, CP는 250억원 감소한 8,980억원, SO는 702억원 감소한 1조 7,335억원으로 집계되었다.

'22년 대비 방송사업매출 점유율은 홈쇼핑PP(18.6%→18.4%) 및 지상파(20.9%→19.7%), 일반PP(19.7%→19.1%)는 감소, IPTV(24.6%→26.4%)는 증가, SO(9.1%→9.1%)는 변동이 없는 것으로 나타났다.

< 매체별 방송사업매출 현황('19년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	19년	20년	21년	22년	23년	'22년 대비 '23년	
						증감액	증감률
지상파	35,168	35,665	39,882	41,551	37,309	△4,242	△10.2%
SO	20,227	19,328	18,542	18,037	17,335	△702	△3.9%
위성	5,485	5,328	5,210	5,058	4,920	△138	△2.7%
IPTV	38,566	42,836	46,368	48,945	50,072	1,127	2.3%
PP	70,849	70,725	75,405	76,268	71,087	△5,181	△6.8%
홈쇼핑PP*	37,118	38,118	38,204	37,113	34,933	△2,180	△5.9%
일반PP	33,731	32,607	37,201	39,155	36,154	△3,001	△7.7%
CP	6,311	6,148	8,563	9,230	8,980	△250	△2.7%
지상파DMB	95	76	49	48	31	△17	△35.4%
계	176,702	180,106	194,019	199,137	189,734	△9,403	△4.7%

* 씨제이오쇼핑(홈쇼핑PP)과 씨제이E&M(일반PP)이 '18년 7월 합병 및 사명 변경하여 (주)씨제이이엔엠이 되었으나 일반PP와 홈쇼핑PP의 방송사업매출은 구분하여 반영

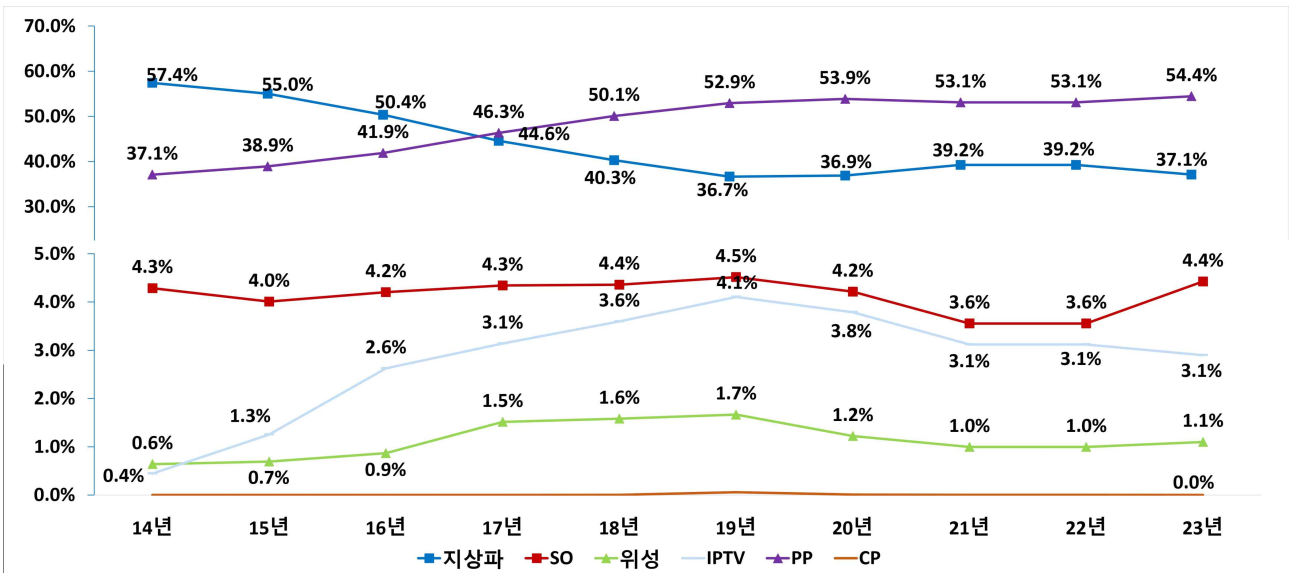
< 방송광고매출은 대폭 감소, 전년 대비 지상파 23.3%, PP 16.9% 감소 >

방송광고매출은 '22년 대비 5,847억원(19.0%) 감소한 2조 4,983억원이다. 방송광고매출은 '21년에 일시적으로 증가하였으나 '22년에 다시 감소 추세로 접어들었으며, '23년에 대부분의 사업자 군에서 감소로 나타났다.

지상파는 2,817억원(23.3%) 감소한 9,273억원, PP는 2,762억원(16.9%) 감소한 1조 3,600억원, IPTV는 237억원(24.7%) 감소한 724억원, 위성은 32억원(10.4%) 감소한 275억원으로 집계되었다. 반면 SO는 9억원(0.8%) 증가한 1,105억원으로 집계되었다.

매체별 광고시장에서 지상파의 점유율은 감소('14년 57.4%→'23년 37.1%)한 반면, PP의 점유율은 증가('14년 37.1%→'23년 54.4%)하였다.

< 매체별 광고시장 점유율 변화 추이('14년~'23년) >



< 수신료, 재송신매출, 프로그램제공매출, 홈쇼핑송출수수료만 증가 >

방송사업자 주요 수익원별 매출액 집계 결과, 수신료, 재송신매출, 프로그램제공매출, 홈쇼핑송출수수료는 증가한 반면, 광고, 협찬, 프로그램판매 등은 감소한 것으로 나타났다.

특히 지상파, PP 등 콘텐츠 제작주체가 프로그램 단위로 판매(VOD, OTT 사업자 등에 제공)하는 매출 규모는 '22년에는 증가한 반면에 '23년에는 520억원(2.5%) 감소하여 2조 457억원으로 집계되었다.

< 방송사업자 주요 수익원의 전년 대비 증감 현황('22년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	방송사업매출	수신료매출	재송신매출	프로그램제공매출	광고매출	협찬매출	홈쇼핑송출수수료매출	단말장치대여매출	프로그램판매매출	홈쇼핑방송매출	기타방송사업매출
22년	199,137	44,178	4,089	10,844	30,830	9,659	24,151	6,971	20,977	37,094	10,344
23년	189,734	44,372	4,550	11,162	24,983	9,125	24,494	6,865	20,457	34,903	8,823
증감	△9,403	194	461	318	△5,847	△534	343	△106	△520	△2,191	△1,521
	△4.7%	0.4%	11.3%	2.9%	△19.0%	△5.5%	1.4%	△1.5%	△2.5%	△5.9%	△14.7%

< 유료방송사업자의 기본채널수신료 매출액 소폭 증가 >

SO, 위성, IPTV 등 유료방송사업자 전체의 기본채널수신료 매출액은 '22년 대비 1,300억원(4.4%) 증가한 3조 689억원으로 집계되었다.

사업자군 별로는 SO는 '22년 대비 135억원(2.8%) 감소하여 4,770억원, 위성은 103억원(4.1%) 감소하여 2,440억원으로 집계된 반면, IPTV는 1,538억원(7.0%) 증가하여 2조 3,479억원으로 집계되었다.

< 유료방송사업자 기본채널수신료 매출액 증감 현황('19년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	19년	20년	21년	22년	23년	'22년 대비 '23년	'19~'23 CAGR	
							증감액	증감률
SO	5,672	5,336	5,105	4,905	4,770	△135	△2.8%	△4.2%
위성	2,660	2,624	2,614	2,543	2,440	△103	△4.1%	△2.1%
IPTV	17,290	19,075	20,994	21,941	23,479	1,538	7.0%	7.9%
합계	25,622	27,035	28,713	29,389	30,689	1,300	4.4%	4.6%

< IPTV를 제외한 모든 사업자 영업이익 감소, 지상파 및 일반PP는 영업손실 >

방송사업자의 영업이익은 '22년 대비 8,177억원(21.4%) 감소한 3조 5억원이다.

IPTV는 120억원 증가한 2조 5,211억원의 영업이익, 지상파는 2,168억원 감소한 289억원의 영업손실로 나타났으며, PP는 4,985억원 감소한 3,078억원의 영업이익, 위성은 63억원 감소한 442억원의 영업이익, SO는 678억원 감소한 631억원의 영업이익이며, CP는 405억원 감소한 934억원의 영업이익이다.

< 매체별 영업손익 현황('19년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	19년	20년	21년	22년	23년	'22년 대비 '23년	
						증감액	증감률
지상파	△2,140	77	2,091	1,879	△289	△2,168	△115.4%
SO	2,400	1,947	1,518	1,309	631	△678	△51.8%
위성	650	671	574	505	442	△63	△12.5%
IPTV	15,580	18,924	22,527	25,091	25,211	120	0.5%
PP	8,213	9,228	10,350	8,063	3,078	△4,985	△61.8%
홈쇼핑PP	7,910	8,939	8,703	7,147	4,430	△2,717	△38.0%
일반PP	303	290	1,646	916	△1,352	△2,268	△247.6%
CP	1,302	△246	644	1,339	934	△405	△30.2%
지상파DMB	14	△4	△5	△4	△2	2	적자지속
계	26,021	30,599	37,699	38,182	30,005	△8,177	△21.4%

※ 영업손익에는 방송사업 외의 사업에 해당하는 수익 및 비용이 포함

< TV홈쇼핑 및 데이터홈쇼핑 모두 매출 감소, 송출수수료는 소폭 증가 >

홈쇼핑PP의 방송사업매출은 '22년 대비 2,180억원(5.9%) 감소한 3조 4,933억원이다. TV홈쇼핑의 방송사업매출은 1,708억원(5.9%) 감소한 2조 7,290억원이며, 데이터홈쇼핑의 방송사업매출은 472억원(5.8%) 감소한 7,643억원이다.

아울러 홈쇼핑PP가 유료방송사업자에 지출한 송출수수료는 460억원 (1.9%) 증가한 2조 4,561억원이다. 이 중 IPTV가 받은 송출수수료는 609억원 (4.1%) 증가하여 1조 5,404억원이나, SO가 받은 송출수수료는 243억원 (3.2%) 감소한 7,318억원이며, 위성사업자가 받은 송출수수료는 23억원 (1.3%) 감소한 1,772억원이다.

< 홈쇼핑PP의 방송사업매출 현황('19년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	19년	20년	21년	22년	23년	'22년 대비 '23년		
						증감액	증감률	
T V	소계	31,501	30,942	30,171	28,998	27,290	△1,708	△5.9%
	씨제이*	6,683	6,401	5,605	4,924	4,615	△309	△6.3%
	지에스	5,224	4,738	4,671	4,737	4,365	△372	△7.9%
	현대	6,686	6,566	6,407	6,237	6,167	△70	△1.1%
	우리	6,143	6,234	6,437	6,188	5,104	△1,084	△17.5%
	엔에스	3,595	3,584	3,616	3,453	3,643	190	5.5%
	홈앤	1,930	1,893	1,958	2,128	2,127	△1	△0.0%
	공영	1,240	1,526	1,477	1,331	1,269	△62	△4.7%
데 이 터	소계	5,617	7,177	8,033	8,115	7,643	△472	△5.8%
	케이티알파	1,435	1,741	2,039	2,256	2,069	△187	△8.3%
	신세계라이브	1,108	1,508	1,606	1,558	1,604	46	3.0%
	더블유쇼핑	629	776	982	1,089	1,056	△33	△3.0%
	에스케이스토아	1,504	1,977	2,063	2,085	1,851	△234	△11.2%
	티알엔	941	1,175	1,343	1,127	1,063	△64	△5.7%
계	37,118	38,119	38,204	37,113	34,933	△2,180	△5.9%	

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

< 방송프로그램 제작비는 지속적으로 증가 >

방송사업자의 프로그램 제작비는 '22년 대비 390억원(0.7%) 증가한 5조 6,488억원이다. 지상파는 '22년 대비 243억원(0.8%) 감소한 2조 8,370억원으로 전체 방송사업자 제작비의 50.2% 점유하고 있으며, PP는 '22년 대비 192억원(0.8%) 증가한 2조 3,721억원으로 42.0% 점유하고 있다.

< 매체별 프로그램 제작비 현황('19년~'23년) >

(단위 : 억원)

구분	19년	20년	21년	22년	23년	'22년 대비 '23년		
						점유율	증감액	증감률
지상파	27,564	26,378	27,624	28,613	28,370	50.2%	△243	△0.8%
- KBS	9,788	9,273	9,938	10,358	10,037	17.8%	△321	△3.1%
- MBC	5,442	4,905	4,749	5,344	5,073	9.0%	△271	△5.1%
- SBS	5,442	5,333	5,511	5,802	6,232	11.0%	430	7.4%
- 기타	6,892	6,868	7,426	7,109	7,028	12.4%	△81	△1.1%
SO	822	746	903	879	887	1.6%	8	0.9%
PP	19,977	19,529	21,364	23,529	23,721	42.0%	192	0.8%
- 종합편성	6,622	7,158	7,936	8,172	8,622	15.3%	450	5.5%
- KBS계열	278	287	352	366	360	0.6%	△6	△1.6%
- MBC계열	261	263	226	237	333	0.6%	96	40.5%
- SBS계열	1,226	1,090	1,104	1,115	1,134	2.0%	19	1.7%
- CJ계열*	4,881	3,986	4,432	5,105	4,603	8.1%	△502	△9.8%
- 기타	6,709	6,746	7,314	8,380	8,669	15.3%	289	3.4%
CP	620	1,128	2,503	3,034	3,485	6.2%	451	14.9%
지상파DMB	53	53	42	43	25	0.0%	△18	△41.4%
계	49,037	47,835	52,436	56,098	56,488	100%	390	0.7%

* '18.7월 일반PP인 씨제이이엔엠(주)와 (주)씨제이오쇼핑 합병 후 홈쇼핑 방송의 방송제작비를 CJ계열로 분류

붙임 2023 회계연도 방송사업자 재산상황 요약

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



더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다
가벼운 증상은 동네 병의원으로

