

# IPTV 시장 활성화를 위한 소비자의 기능적 요구사항 연구

최일도 / 한국외국어대학교 언론정보연구소 연구원  
이주희 / KT본사 계약센터 과장

## 1. 연구의 배경 및 목적

디지털융합 기술을 기반으로 하는 통신방송융합 미디어의 주역으로 등장한 IPTV 서비스가 시작된 지 2009년 10월 현재 1년이 지나고 있다. IPTV는 도입 당시부터 양방향성TV로서의 기능적 특성이 강조되며 미디어융합 환경에 맞는 최적의 조건을 지니고 있으나 성공적인 정착률에 대해서는 여러 가지 논의가 있었다. 긍정적인 차원에서 보면 소비자 개성의 다양성과 미디어 다양성이 합치됨으로써 단기간에 활성화될 수 있다는 의견이 주류를 이뤘다. 부정적인 차원에서는 유료콘텐츠에 대한 인식부족과 디지털케이블TV 등 기존 미디어의 진입장벽 때문에 어려움을 겪을 것이라는 관측이 많았다.

국내 IPTV 서비스사업자로 선정된 KT(쑈TV), SK(브로드앤TV), LG(마이엘지TV) 등 3개 사는 성공의 여부가 가입 가구 수에 있다고 보고 가입 가구 수 증가를 위해 많은 노력을 해오고 있다. 현재 이들 3개사가 2009년 9월에 발표한 자료에 의하면 가입 가구 수가 KT(쑈TV)는 84만 가구, SK(브로드앤TV)도 84만 가구, LG(마이엘지TV)는 23만 가구를 돌파했다고 한다. 전체적으로 볼 때 191만 가구에 이르는 수치다. 가입 가구 수로만 보면 짧은 기간 동안 괄목할만한 성과를 거뒀다고 평가된다.

중요한 것은 실질적인 IPTV 소비자의 활용도다. 유료로 서비스되는 콘텐츠니만큼 가입 가구 수도 중요하지만 활용범위와 정도에 따라 수익구조에 영향을 주기 때문이다. 소비자의 활용도는 기본적으로 이용과 충족의 정도에 따라 달라지는데 이 과정에서 이용의 편의성은 매우 중요한 조건으로 작용된다(이학식 외, 2003). 이용의 편의성에는 시간적, 공간적 개념과 함께 기능적 요인이 존재한다. 특히, IPTV와 같은 복합적 기능을 지닌 기기는 소비자가 접근할 수 있는 1차적 여건이 기능적 요인에 의해 통제되는 경우가 많다. 물론 미디어 영역에서는 콘텐츠의 중요성이 가장 우선시되지만 새로운 기기의 기능적 요인은 최소한의 법칙처럼 작용될 수 있는 것이다.

본 연구에서는 IPTV 시장 활성화를 위해 소비자가 요구하는 기능적 요인을 분석해 그 대안을 제시하는데 목적이 있다. 가입 가구 수 확장도 중요하지만 이미 가입한 가구의 소비자가 IPTV를 사용함에 있어 편의성이 제공되지 않는다면 장기적인 활성화를 기대하기 어렵기 때문이다. 이를 위해 우선 지상파TV 소비자의 이용행태를 파악했다. IPTV는 아직 보편화되지 않았기에 직접적인 조사는 어렵지만 지상파 채널을 비롯한 다양한 콘텐츠가 디지털케이블TV와 경쟁적으로 서비스될 경우 지상파TV 이용행태는 IPTV와 디지털케이블TV로 연결될 것이기 때문이다. 이미 지상파TV 난시청 지역이 전국 기준 약 70%에 달한다는 평가가 나왔기에 지상파

TV 소비자의 미디어 이용행태는 IPTV와 디지털케이블TV 전체의 영역으로 흡수될 것이라는 전망을 근거로 한 것이다(한국케이블TV방송협회, 2009).

2008년 KOBACO에서 조사한 지상파TV 소비자의 이용행태 중 연령대별 평균 시청시간을 보면 50대 이상 연령층의 시청시간이 가장 길었다(〈표1〉 참조).

〈표 1〉 지상파TV 소비자 연령별 이용행태(N=5,832)

| 구분     | 평일      | 토요일     | 일요일     |
|--------|---------|---------|---------|
| 20대    | 1시간 54분 | 2시간 33분 | 3시간 01분 |
| 30대    | 2시간 13분 | 2시간 51분 | 3시간 23분 |
| 40대    | 2시간 18분 | 2시간 51분 | 3시간 23분 |
| 50대 이상 | 2시간 50분 | 3시간 11분 | 3시간 33분 |

※출처: KOBACO(2008). 2008소비자 행태조사 보고서.

케이블TV에 대한 시청행태 결과 역시 지상파TV 채널을 제외하고도 50대 이상의 소비자가 하루 평균 1시간 33분 정도로 가장 긴 시간을 시청하고 있는 것으로 나타났다. 또한 케이블TV 가입 이유 중 지상파TV 채널 난시청 때문이라는 이유가 41.6%에 달하는 것으로 추정됐다. 이 같은 결과는 IPTV 서비스가 보편화될 경우 지상파TV의 소비자는 디지털케이블TV와 IPTV의 주 소비자가 될 것이라는 것을 입증해주고 있다. 이에 본 연구에서는 50대 이상의 연령층을 미래의 IPTV 주 소비계층을 가정하고 이들 계층이 요구하는 기능적 요인을 조사하고자 했다.

## 2. 연구문제와 연구방법

위와 같은 논의를 통해 50대 이상 연령층이 IPTV를 이용함에 있어 요구하는 가장 중요한 기능적 요인을 조사해 효과적인 개선모델을 제시하려는 목적을 지니고 있다. 이와 함께 소비자의 호응도를 재조사함으로써 최종적인 논의의 방향을 제시하고자 했다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

〈연구문제1〉 IPTV 소비자가 서비스 이용과정에서 요구하는 기능적 요인은 무엇인가?

〈연구문제2〉 IPTV 소비자가 서비스 이용과정에서 요구하는 기능적 요인을 충족시키기 위한 개선방안은 무엇가?

연구방법으로는 목표소비자 계층에 대한 1차 FGI를 통해 나타난 진술문을 요약해 유목을 추출하고 실증 서베이를 실시함으로써 결과를 도출하는 접근방식을 사용했다. 1차적으로 도출된 결과와 기존 자료연구 및 2차 FGI 등을 근거로 분석해 구상된 방안은 최종적인 서베이를 통해 제안되도록 했다. 조사의 표본은 50세 이상의 연령층 중에서 IPTV 사용경험이 있는 소비자 150명으로 선정했다. 표본의 수집은 서울지역 구립복지관 문화센터에 수강중인 시민을 대상으로 했으며 성별의 구분은 두지 않았다. 조사는 2009년 6월 29일부터 7월 24일, 8월 10일부터 8월 24일에 걸쳐 시행됐으며 자료분석은 SPSS를 활용한 기술통계와 일원배치분산분

석 방법을 사용했다.

### 3. 연구결과 분석

목표소비자 계층인 50대 이상 연령층 중 전체 표본의 10%에 해당하는 12명을 선정해 FGI를 실시한 결과 진술문의 유형은 다음의 <표2>와 같이 나타났다.

<표 2> IPTV 소비자의 기능적 요구사항 FGI 결과(N=12)

| 구분      | 내용                                               | 중복 빈도 |
|---------|--------------------------------------------------|-------|
| 진술문 유형1 | 리모콘 기능이 쉽게 설계되었으면 좋겠음                            | 9명    |
|         | -리모콘이 복잡해서 작동이 어려움<br>-글자 크기가 너무 작음              |       |
| 진술문 유형2 | 콘텐츠 선택 과정이 단순했으면 좋겠음                             | 7명    |
|         | -드라마나 뉴스 등 단순하게 골라보기가 어려움<br>-화면에 연계된 정보가 많아 복잡함 |       |
| 진술문 유형3 | 네트워크에 따라 속도의 차이가 있음                              | 4명    |
|         | -때에 따라 작동이 느림<br>-유선망이 단절될 경우 시청이 불가능            |       |

위와 같은 FGI 결과로 볼 때 진술문 유형을 보면 리모콘 동작을 통한 시청과정에서 나타나는 문제가 주류를 이루고 있다는 것을 알 수 있다. 진술문 유형3의 내용은 HTTP와 같은 기술적 보완을 통해 극복해야 하는 문제로 IPTV 사업자가 계속 진행 중인 개선부분이다. 이 같은 FGI 결과가 보편적인 소비자 의견을 반영할 수 있는지를 확인하기 위해 도출된 유목으로 5점 척도 서베이를 실시한 결과는 다음의 <표3>과 같이 나타났다. 160명의 표본 중 결측값이 많은 설문을 제외한 143명의 표본조사를 분석했다.

<표 3> IPTV 소비자의 기능적 요구사항의 비중(N=143)

| 구분       | M      | S.D.    | Sig. | 구분   | S.S.    | df  | M.S.    | F       | Sig. |
|----------|--------|---------|------|------|---------|-----|---------|---------|------|
| 유형1(리모콘) | 4.1748 | .89060  | .000 | 집단 간 | 263.259 | 2   | 131.629 | 141.716 | .000 |
| 유형2(과정)  | 2.8811 | .97496  | .000 | 집단 내 | 395.678 | 426 | .929    |         |      |
| 유형3(속도)  | 2.3007 | 1.02115 | .000 | 합계   | 658.937 | 428 |         |         |      |

※Post Hoc Tests: 유형1-유형2, 유형2-유형3, 유형1-유형3/(Sig. = .000).

분석결과로 볼 때 표본은 통계적으로 유의미한 수준에서 리모콘이 지닌 문제점을 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 표본조사 결과와 FGI를 통해 나타난 결과를 종합하면 리모콘을 이용한 작동 과정에서 어려움이 발생하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이에 현재 사용되고 있는 IPTV 리모콘의 형태와 기능을 고찰해 개선방향을 찾아봤다.



〈그림1〉 현재 사용 중인 IPTV 리모콘의 형태

앞의 〈그림1〉에 제시된 리모콘은 IPTV의 모든 콘텐츠를 통제할 수 있는 기능을 갖추고 있지만 사용방법은 형태에 따라 다르게 나타났다. 모델1의 경우는 가장 보편적인 형태의 리모콘으로 기존의 위성방송이나 케이블 TV 리모콘과 유사한 형태다. 모델2는 ‘트랙볼’방식을 채택한 것으로 컴퓨터의 마우스 원리를 이용한 것이다. 모델3은 이들 기능을 복합적으로 소형화 시킨 형태다. 연구의 목적에 따라 이들 리모콘의 견본을 제시하고 표본의 의견을 수렴한 2차 FGI 결과는 다음과 같이 나타났다.

〈표 4〉 IPTV 소비자의 리모콘 형태에 대한 FGI 결과(N=12)

| 진술 내용                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 현재 모델이 공통적으로 사용하기 복잡함<br>② 단순히 채널을 선택할 수 있는 형태를 원함<br>③ 버튼 글자와 리모콘 크기가 큰 버튼형태였으면 좋겠음<br>④ IPTV 리모콘 본래의 기능에 편리함이 추가될 필요가 있음 |

조사된 결과를 근거로 볼 때 현재 사용되고 있는 리모콘보다 글자와 크기도 커야하고 단순한 채널선택 기능이 보완될 필요가 있음을 알 수 있었다. 또한 가정에서 젊은 계층이 이용할 수 있는 본래의 양방향성 미디어 기능도 함께 존재해야하는 조건이 나타났다. 이에 가상적인 형태의 〈그림2〉와 같은 단순화시킨 리모콘 패널의 모형을 제안하고 서베이를 실시한 결과는 다음의 〈표5〉와 같이 나타났다.

| 기존구조 |   |   | 추가구조 |
|------|---|---|------|
| 1    | 2 | 3 | 드라마  |
| 4    | 5 | 6 | 뉴스   |
| 7    | 8 | 9 | 오락   |
| *    | 0 | # | 스포츠  |
| A    | ▲ | B | 영화   |
| ◀    | ■ | ▶ | 쇼핑   |
| C    | ▼ | D | 취미   |
| ◎    |   |   | 교양   |

1안

| 기존구조 |     |     |   |   |   |
|------|-----|-----|---|---|---|
| 1    | 2   | 3   | 4 | 5 | 6 |
| 7    | 8   | 9   | 0 | * | # |
| ◀    | ■   | ▶   | ▲ | ▼ | ◎ |
| 추가구조 |     |     |   |   |   |
| KBS  | MBC | SBS |   |   |   |
| IPTV | 드라마 | 뉴스  |   |   |   |
| 오락   | 스포츠 | 영화  |   |   |   |
| 쇼핑   | 취미  | 교양  |   |   |   |

2안

〈그림 2〉 단순화시킨 리모콘 패널의 모형

〈표 5〉 단순화시킨 리모콘 패널의 모형에 대한 표본 선호도(N=150)

| 1안       | 2안       |
|----------|----------|
| 96명(64%) | 54명(36%) |

조사결과 전체 64%에 해당하는 표본이 기존의 리모콘 형태와 기능에 콘텐츠 영역별로 패널을 구분해 편의성을 배가한 1안과 같은 구조의 리모콘을 희망하는 것으로 나타났다.

#### 4. 결론 및 함의

연구결과 50세 이상 연령층의 소비자는 IPTV가 지닌 양방향성 멀티미디어의 기능보다는 기존의 TV 시청방식에 대한 편의성을 더 중요하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이 부분은 현재 IPTV가 추구하고 있는 미래의 전략적 배경과 방향이 다른 부분이다(박종봉, 2009). IPTV는 양방향성을 기반으로 콘텐츠의 확장과 다양성의 확보를 통해 T-Commerce와 같은 형태로도 연결될 수 있는 미디어 영역의 성장 동력으로 성장해야 할 소명을 지니고 있기 때문이다(미래에셋증권, 2008). 하지만 IPTV 가입 가구 수는 물론 활용도에 대한 소비자의 불만과 어려움이 나타나고 있는 현실에서 원활한 시장 활성화를 위해 리모콘의 형태와 기능이라는 근본적인 문제는 해결할 필요가 있다. 근본적 접근권이 배제된 미디어는 소비자행동 차원에서 볼 때 정착하기 어렵기 때문이다.

전체적인 소비자계층이 요구하는 IPTV에 대한 개선점은 서비스비용에 대한 문제가 가장 크게 나타나고 있지만 이것은 정책과 운영에 관한 부분이기 때문에 본 연구에서는 활용에 있어서의 개선점만을 다뤘다. 미래에 20대와 30대 계층이 IPTV의 본질적 기능을 활용하기 이전에 현재의 주요 소비자 계층인 50대 이상의 시청자 계층에 대한 보다 면밀한 마케팅 차원의 연구와 접근이 요구된다. IPTV는 유료콘텐츠를 제공하는 서비스이기 때문에 소비자의 활용에 따라 사용료를 비롯한 광고수익 등의 반응이 달라진다. 특히, 디지털케이블TV와 경쟁관계에 있는 IPTV의 입장에서는 미래의 시장도 중요하지만 서비스 초기의 소비자행동이 지니는 역할이 얼마나 중요한 것인가를 살펴야 할 것이다(이학식 외, 2003).

#### 참고문헌

- 미래에셋증권(2008). IPTV 시장 확대 전망.  
 방송통신위원회(2009). IPTV법 및 시행령 해설서.  
 박종봉(2009). IPTV 서비스, 국내외 현황과 향후 발전모습. TTA Journal 122호, 62-67.  
 이학식·안광호·하영원(2003). 소비자행동. 서울: 법문사.  
 한국방송광고공사(2008). 2008 소비자행태 연구. 서울: 한국방송광고사.  
 KT경영연구소(2008). 2009년 방통시장 전망.  
 Ovum(2009), "Video trends survey: the impact of OTT on traditional TV", Jonathan Doran, 2009. 3.

Schultz D. & Schultz, H.(2004). The Next Generation. NY: McGraw Hill.

[www.adic.co.kr](http://www.adic.co.kr)

[www.mylgtv.com](http://www.mylgtv.com)

[www.seri.org](http://www.seri.org)

[www.broadntv.com](http://www.broadntv.com)

[www.kcta.or.kr](http://www.kcta.or.kr)

[www.qook.co.kr](http://www.qook.co.kr)

[www.kcc.go.kr](http://www.kcc.go.kr)

[www.t-commerce.or.kr](http://www.t-commerce.or.kr)