

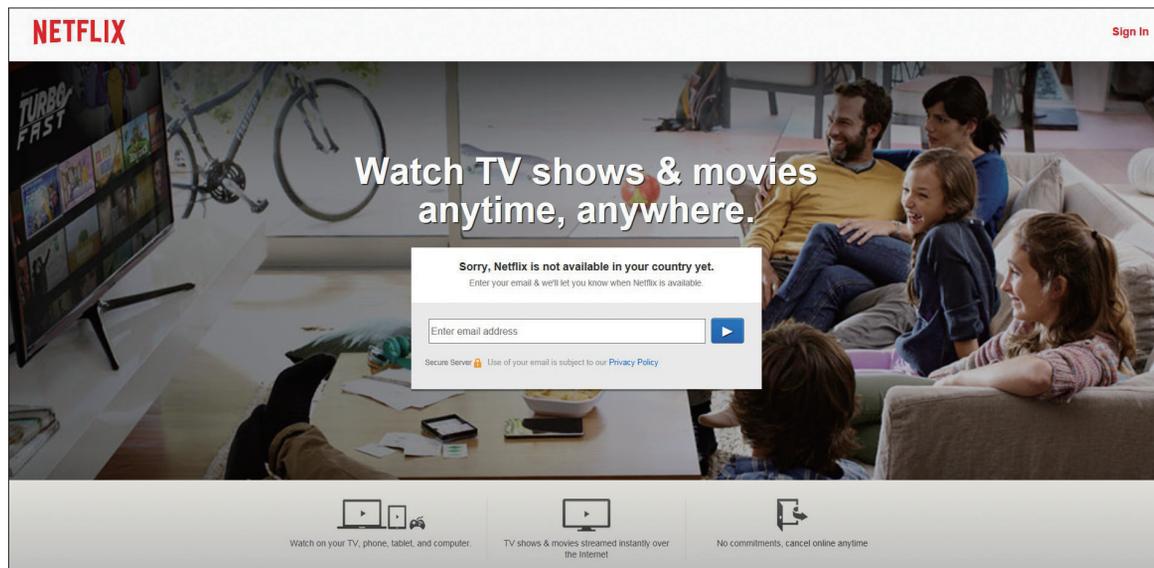
해외미디어 동향

송진 한국콘텐츠진흥원 책임연구원



스마트미디어 환경이 가속화되면서 다양한 비즈니스 모델을 실험하는 혁신은 끊임없이 이루어지고 있다. 생존을 건 시장 경쟁을 통해 소비자의 선택을 받은 서비스는 기존 시장의 질서와 서비스 형태를 변화시킨다. TV 시리즈 및 영화 콘텐츠를 VOD 스트리밍으로 제공하는 Netflix라는 새로운 서비스의 등장은 기존 방송 시장의 문법을 바꾸었다고 해도 과언이 아니다.

Netflix는 시청행위를 관습화시켜 네트워크 효과를 유발해온 전통적 방송 플랫폼 비즈니스 전략을 흔들었다. 장기간 축적해온 시청자 데이터를 면밀히 분석함으로써 시청자 취향을 정확히 반영한 콘텐츠 추천과 예측 시스템은 현재의 Netflix를 만든 기반이다. Netflix는 2013년 첫 방영된 정치 드라마 'House of Cards'를 시작으로 'Orange is the New Black', 'Peaky Blinders', 'The Fall', 'Arrested Development' 등 다양한 양질의 오리지널 콘텐츠를 제작하고, 이를 기존 지상파나 케이블 방송과 달리 한 시즌을 한꺼번에 출시하는 방식으로 시청자의 통제권을 강화하는 전략을 선택했으며, 결과적으로 충성도가 높은 시청자를 확보하는 데 성공했다. Netflix는 현재 미국 내 인터넷 다운스트림 대역폭의 약 35%를 단독으로 사용하고 있는 것으로 알려지고 있다. 올해 초 열린 CES 2015에서 발표된 조사결과에 따르면, 미국의 13~34세 연령층의 51%가 Netflix를 "매우 가치 있는 서비스"라고 답해, 지상파 방송(42%)과 케이블 방송(36%)을 앞질렀다.



[그림 1] Netflix 홈페이지

Netflix의 오리지널 콘텐츠 투자와

해외시장 확대의 상관관계

2015년 Netflix는 자체제작 오리지널 시리즈를 전년 대비 2배 이상 편성할 예정이다([표 1] 참조). 오리지널 콘텐츠를 확대한다는 것은 결국 그만큼의 제작비용 증가를 의미한다. 이러한 비용 증가는 수입의 증가 없이 이루어지기 어렵다. 이를 감당하기 위해서는 가입자 확대가 필수적이라 할 수 있다. 하지만 최근 Netflix의 미국 시장의 가입자 증가는 둔화 추세를 보이고 있다. 이는 HBO나 아마존 프라임 서비스가 OTT 시장에 가세하면서 미국 내 시장 경쟁이 강화되는데 기인한다.

그렇다면 대안은 무엇일까? Netflix가 찾은 방법은 해외 시장으로 시선을 돌리는 것이다. Netflix의 미국 외 해외 가입자는 2013년 1,584만 명에서 2014년 말 기준 1,828만 명으로 증가하였으며, 2015년 말에는 2,053만 명에 이를 것으로 예상되고 있다. 이러한 해외 가입자 증가율은 2012년 229.4%, 2013년 78.6%, 2014년 67.2%로, 같은 기간 내 미국 내 가입자 증가가 34.7%(2012년), 23.1%(2013년), 17.0%(2014년)이라는 점을 감안하면, 해외 가입자의 증가는 가히 폭발적이라 할 수 있다. 최근 발표된 Stifel Nicolaus & Co.의 보고서는 Netflix의 전 세계 총 가입자수가 2017년 초 5억에 이를 것이라는 전망을 내놓고 있다. 이처럼 빠른 속도로 해외 시장 공략을 추진하는 Netflix의 모습은 자신의 포트폴리오 중심으로 동영상을 확보하되 상대적으로 해외진출에 있어서는 신중한 입장을 보이는 Amazon과 대비된다.

글로벌 시장 장벽에 대처하는 Netflix의 자세

Netflix의 해외시장 확대는 2016년 연말까지 계속 될 것으로 알려져 있다. 그 주요 타겟은 일차적으로 유럽에 집중된다. Netflix는 지난해 9월 프랑스를 필두로 독일, 오스트리아, 스위스, 벨기에, 룩셈부르크 등에서 서비스를 개시하며 본격적인 유럽 시장 공략을 단행한 바 있다. 특히 프랑스 진출 시 지역 미디어 사업자와의 갈등, 문화적 예외(cultural exception) 정책과의 충돌 등이 예상되었으나, Netflix는 최초의 프랑스어 오리지널 드라마 시리즈 'Marseille'를 제작하는 방법으로 이러한 우려를 불식시키려는 시도를 했다. 'Marseille'는 전편 프랑스에서 촬영되며, 2015년 Netflix를 통해 독점 제공될 예정이다.

* 스페셜 프로그램, 미니시리즈, 영화는 포함하지 않음
출처: SNL Kagan(2015. 2. 20).

타이틀	장르	출시(예정)
Lilyhammer	코미디 드라마	2012.02
House of Cards	정치 드라마	2013.02
The Problem Solverz(season 2)	애니메이션	2013.03
Hemlock Grove	호러/스릴러	2013.04
Arrested Development(season 4)	코미디	2013.05
Orange is the New Black	코미디 드라마	2013.07
Turbo FAST	애니메이션	2013.12
Star Wars: The Clone Wars(season 6)	애니메이션	2014.03
The Killing(season 4)	범죄 드라마	2014.08
Bo Jack Horseman	애니메이션	2014.08
Trailer Park Boys(season 8)	코미디	2014.09
Veggie Tales in the House	애니메이션	2014.12
Marco Polo	드라마	2014.12
All Hail King Julien	애니메이션	2014.12
The Adventures of Puss in Boots	애니메이션	2015.01
Richie Rich	코미디	2015.02
Bloodline	스릴러 드라마	2015.03
Unbreakable Kimmy Schmidt	코미디	2015.03
Daredevil	수퍼히어로	2015.04
Grace and Frankie	코미디	2015.05
Dreamworks Dragons(season 3)	애니메이션	2015.봄
Dinotrax	애니메이션	2015.봄
Wet Hot American Summer	코미디	2015.여름
F is for Family	애니메이션	2015
Sense 8	SF	2015
Narcos	범죄 드라마	2015
Even After High	애니메이션	2015
Between	스릴러 드라마	2015
Popples	애니메이션	2015
Chef's Table	다큐멘터리	2015
Longmire(season 4)	범죄 드라마	2015
A.K.A. Jessica Jones	수퍼히어로	2015
Winx Club WOW! World of Winx	애니메이션	2016 초
The Crown	드라마	2016
Flaked	코미디	2016
Chelsea Handler Talk Show	토크쇼	2016
Justin Time: The New Adventures	애니메이션	2016
Kong: King of the Apes	애니메이션	2016
The Magic School Bus 360°	애니메이션	2016
Care Bears and Cousins	애니메이션	2016
Love	코미디	2016
The Get Down	음악 드라마	2016
Jadotville	드라마	2016
A Series of Unfortunate Events	코미디 드라마	미정
Luke Cage	수퍼히어로	미정
Iron Fist	수퍼히어로	미정
B.O.O.(Bureau of Otherworldly Operations)	애니메이션	미정
The Legend of Zelda	판타지	미정

[표 1] Netflix 오리지널 시리즈 목록

유럽 국가에 진출하면서 Netflix는 주로 통신사업자들을 파트너로 선택했다. 벨기에의 국영 통신사 Belacom의 TV 서비스에서 Netflix를 제공하고 있으며, 최근에는 이탈리아 제1의 통신사 Telecom Italia가 Netflix와 콘텐츠 거래 협상을 진행 중인 것으로 알려졌다. Netflix는 프랑스의 Boiygues Telecom, 독일의 Deutsche Telekom 등 IPTV 사업자와도 제휴를 체결한 바 있다. 이는 Netflix의 시장 확대 필요와 새로운 수익원을 찾아 콘텐츠 시장으로 움직이는 통신사의 필요가 맞아 떨어진 결과라 할 수 있겠다.

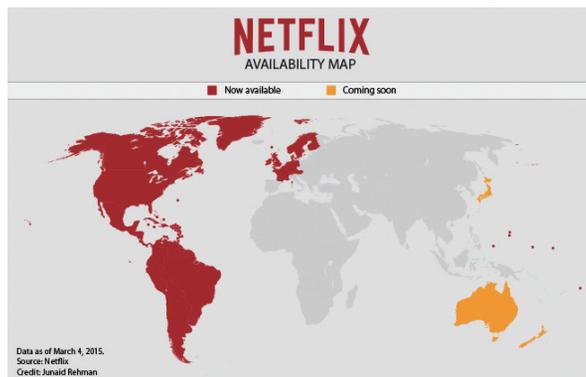
한편 Netflix는 시장 진출 여부를 판단하는 데 있어 해당국가의 시장 상황이나 불법복제물 등을 세밀하게 반영하는 것으로 보인다. 올해 9월 런칭을 앞두고 있는 스페인의 경우에서 그러한 모습이 잘 드러난다. Netflix는 지난 2011년 6월 매우 유리한 조건으로 스페인 진출 계약이 이루어지기 직전 한발 물러섰던 전력이 있다. 스페인의 경기침체와 높은 불법복제물 때문이었다. 작년에 Netflix가 유럽 6개국에 새로 진출할 때에도 스페인은 빠져 있었다. 그런데 2013년 하반기 이후 스페인이 불황에서 차츰 벗어나 2014년 1.4%의 GDP 성장률로 전문가들의 기대 이상으로 소비가 확대되면서 비로소 Netflix는 스페인 진출을 확정지었다. Netflix는 주요 할리우드 스튜디오 및 독립 배급사들과 스페인어 판권 계약을 완료하고, LG 스마트TV를 통해 9월부터 Netflix 서비스를 제공할 예정이다. 흥미로운 것은 지난 3월 스페인의 거대 통신기업 Telefonica가 스페인어 유료방송인 “Canal Plus”를 14억 달러에 인수하여 스페인 유료TV 시장의 35%의 시장 점유율을 확보하고 HD SVOD를 제공하는 “Movistar Series” 서비스를 지난 12월 개시하여 인기를 모으고 있는 시점에 Netflix의 스페인 진출이 맞물리게 되었다는 점이다. Netflix가 스페인 유료방송 시장에 어떠한 영향을 미칠지 지켜볼 일이다.

유럽을 넘어 아시아로

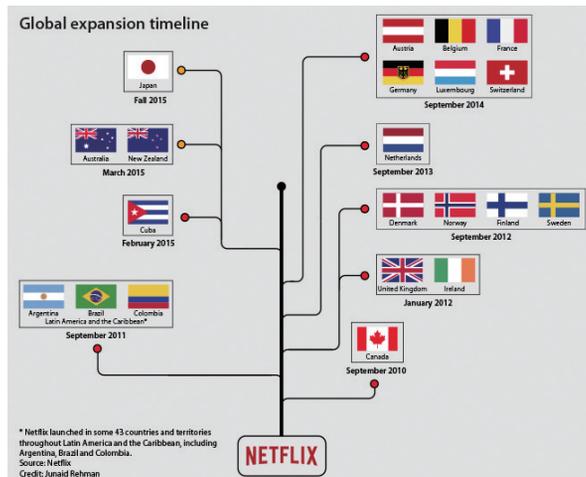
Netflix의 다음 타겟은 아시아를 향하고 있다. 지난 3월 24일 호주와 뉴질랜드에서의 서비스 개시와 더불어 이번 가을 일본 진출을 공식 선언했다. 언어와 문화적 배경이 전혀 다른 아시아 시장 진출은 Netflix에 주요한 터닝 포인트가 될 것이다.

첫 시험대는 일본이다. 일본 시청자들은 외국 콘텐츠에 그다지 개방적이지 않다. 외국 콘텐츠에 대부분 더빙을 할 정도로 자국어 중심의 콘텐츠를 이용하고 있다. 일본 시장에서 Netflix가 상대하게 될 가장 큰 경쟁상대는 로컬 콘텐츠 시장에서 다수의 인기 있는 무료 채널을 보유하고 있는 거대 지상파 TV 사업자일 것이다. 이 채널들은 지상파 뿐 아니라 위성을 통해서도 전송되며, 일본어를 기반으로 하고, 일본 수용자에게 최적화된 인기 프로그램들을 제공한다. 일본의 유료 TV 사업자들도 이들 무료 지상파 채널에 유의미한 대항마가 되지 못하고 있다. 일본 시장에서 Hulu Japan이 크게 성공을 거두지 못한 채 지난해 Nippon TV에 인수된 것도 그러한 맥락에서 볼 수 있다. Netflix는 일본에서도 이 지역에 기반을 둔 오리지널 콘텐츠를 제공할 계획이다. 일본의 대표적 비디오 게임 회사인 Nintendo와 협력하여 유명 게임인 “Legend of Zelda”에 기반을 둔 오리지널 시리즈를 런칭할 것으로 알려졌다.

출처 : SNL Kagan(2015.3.5)



[그림 2] Netflix 진출지역



[그림 3] Netflix의 글로벌 시장 진출 타임라인

Netflix는 일본시장을 겨냥한 오리지널 콘텐츠 외에 일본 TV 시리즈나 애니메이션, 영화 등을 추가적으로 제공할 계획인데, 핵심적인 로컬 콘텐츠를 얼마나 안정적으로 확보할 수 있을 것인가는 미지수이다. 이 부분이 일본에서의 Netflix 성공 여부를 결정하는 주요한 변수가 될 전망이다. 물론 전반적으로 Netflix가 글로벌 시장에서 확보해 놓은 브랜드 파워가 일본에서의 성공으로도 연결될 가능성도 높다.

더욱 관심을 모으고 있는 것은 중국 시장의 진출 여부이다. 중국은 일본보다 더욱 어려운 시장이 될 것임엔 분명하다. 엄격한 규제 환경과 불법 복제가 만연하고 있는 시장의 특성 때문이다. 현재 Netflix는 중국에 로컬 파트너 없이 진출할지의 여부를 검토하고 있다. Netflix의 최고 콘텐츠 책임자 Ted Sarandos는 중국 내 로컬 파트너를 통해 진출하는 것이 복잡하고 관리가 어려워 성공을 거두기 어려울 것이라고 언급한 바 있다. 중국 시장에 파트너 없이 들어가려면 8개의 면허를 개별적으로 획득해야 한다. Netflix는 중국에서 제작된 콘텐츠를 전 세계 다른 지역으로 수출할 계획을 가지고, 급격히 성장하는 중국 엔터테인먼트 시장을 노리고 있지만 현실적으로 그리 낙관하지 않을 것이라는 전망이 우세하다. Google, youtube, facebook, twitter 모두 중국에서 고배를 마신 전력이 있다. 기존 중국 내 영화 및 TV 스트리밍 서비스와의 경쟁도 치열할 것이다. Tencent, Alibaba 등은 외국의 TV 및 영화 콘텐츠를 수입하는데 막대한 예산을 쏟아 붓고 있다. 세계 최대 시장이지만 검열과 엄격한 규제로 악명 높은 중국 시장에서 Netflix가 성공적으로 사업을 영위할 수 있을지에 대해 귀추가 주목되는 이유이다.

이에 반해 상대적으로 싱가폴은 훨씬 쉬운 선택지가 될 전망이다. 영어권인데다가, 압도적인 시장지배력을 가진 사업자 없이 지상파 방송, 유료 방송, 통신사 등의 사업자들이 나름의 경쟁을 벌이고 있다. 특히 싱가폴에서는 지난해 7월 영화와 TV 시리즈를 불법 복제하여 제공하는 웹사이트들을 봉쇄하기 위해 엄격한 저작권법 개정이 이루어졌다는 점도 Netflix가 관심을 보이는 요소가 될 수 있다.

Netflix가 아직 아시아 지역에서 적용할 가격 정책을 자세히 밝히지는 않고 있지만, \$8.99의 미국 가격 기준과 유사한 수준이 될 것으로 업계에서는 전망하고 있다. 이 정도의 가격에 아시아 시장에서 불법 복제를 완전히 없앨 수는 없겠지만 장기적으로는 유료 서비스의 정착에 도움이 될 수 있을 것으로 보인다.

여기서 남는 질문은 ‘그렇다면 한국은?’일 것이다. Netflix의 한국 진출은 아직 정식으로 발표되지 않았지만, 많은 전문가들이 2016년 정도의 상륙을 예상하고 있다. 기대 반 우려 반으로 여러 가지 가능성에 대비해야 할 때이다. 

참고문헌

- Reuters(2015.3.10.). Telecom Italia says in talks with Netflix over content deal.
- Reuters(2015.3.2.). Netflix likely to enter Chinese market without local partner.
- SNL Kagan(2015.2.20.). Netflix and the cost of original content.
- SNL Kagan(2015.3.5.). Analysts: Netflix faces new challenges with Asian expansion.
- STRABASE(2014.3.12.). Netflix의 성공 비결은 시청자 행태 분석 통한 전략 수립..양질의 콘텐츠 제작과 네이티브 광고의 적절한 활용 돋보여.
- STRABASE(2014.9.30.). Netflix, 프랑스 필도로 유럽 진출 본격화...토종 사업자의 반발..문화적 예외 정책 극복이 관건
- Variety(2015.3.8.). Netflix negotiates 2015 Spain launch.