www.kca.kr

Korea Communications Agency



2020 KCA Media Issue & Trend 01·4

트렌드 리포트

Netflix의 위기와 Disney의 도전

1. 들어가며

2. Disney의 OTT 도전기

2.1. Disney의 자원 활용

2.2. 숏폼 콘텐츠 제작

3. 마치며

Netflix의 위기와 Disney의 도전

요약문

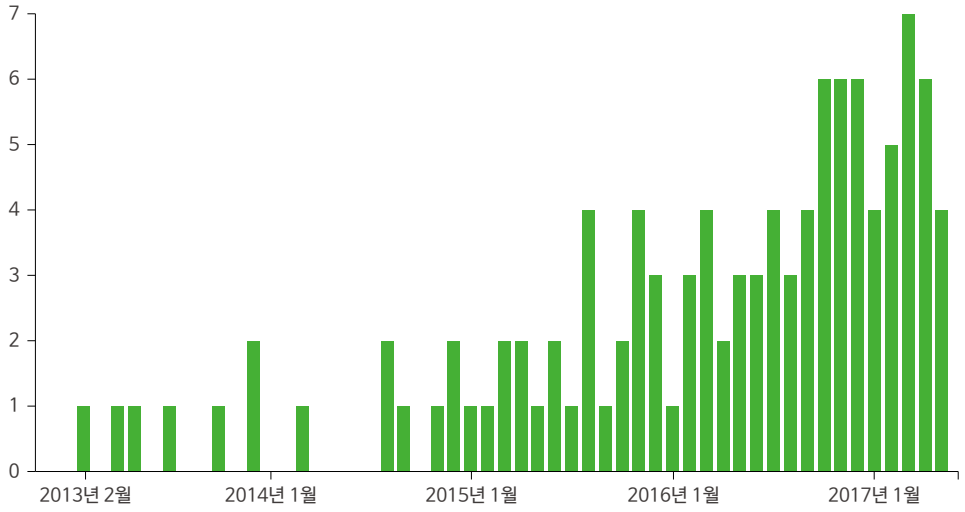
Disney+의 출범으로 스트리밍 시장의 판도는 더욱 예측하기 어려워졌다. Netflix가 상당수의 콘텐츠를 여전히 라이선싱 계약으로 확보하는 가운데, Disney+의 출범으로 Netflix에 등록된 Disney 다수의 콘텐츠가 삭제될 위기에 놓였다. 한편, Disney는 Disney+, ESPN+, Hulu로 OTT 시장의 입지를 다지고 있다. Disney는 스트리밍 서비스의 묶음 판매, 오리지널 콘텐츠 제작으로 스트리밍 시장에서 영향력을 확보하면서, YouTube 공식 채널을 개설하여 비하인드 영상, 최신 Disney 뉴스 영상, 실사화 영상 등 Disney IP를 활용한 숏폼 영상도 서비스하고 있다.

1. 들어가며

Apple, Comcast, WarnerMedia, Roku, Amazon 등 방송·통신·IT 기업이 경쟁적으로 연이어 스트리밍 시장에 진출하고 있다. 하지만 아직까지는 Netflix가 동영상 스트리밍 시장의 선두주자 자리를 차지하고 있다. 전 세계적으로 1억 명이 넘는 가입자를 보유하고 있는 Netflix는 콘텐츠 유통뿐 아니라, 기획 제작까지 영역을 확장한지 오래다. 2012년부터 오리지널 콘텐츠 제작을 시작한 Netflix는 2018년에는 130억 달러의 콘텐츠 예산 중 85%를 오리지널 콘텐츠에 투자했다. 오리지널 콘텐츠 투자 제작 비중도 점점 늘리고 있다. 데이터 전문 매체인 Towards

Data Science가 2013년 2월부터 2017년 1월까지 매월 Netflix가 공개한 자료를 분석한 결과(그림 1 참고), 2013년에는 오리지널 콘텐츠가 한 편에 불과했지만, 2017년 1월에는 최대 7편으로 늘어났다.

그림 1 Netflix의 오리지널 콘텐츠 공개 횟수(2013년 2월~2017년 1월)



출처: Towards Data Science

Netflix는 오리지널 콘텐츠의 완성도를 높이기 위해 Ryan Murphy, Kenya Barris, Shonda Rhimes 등 할리우드의 A급 각본가를 영입했다. Kenya Barris에게는 3년 치 계약금으로 1억 달러, Shonda Rhimes에게는 5년 치 계약금으로 1억 5,000만 달러를 지급하는 등 오리지널 콘텐츠 제작에 투자를 아끼지 않고 있다. 콘텐츠의 참신함과 출연자의 다양성을 높이기 위해서 미국 대통령을 지낸 Obama 부부와 오리지널 다큐멘터리 〈American Factory: A Conversation with the Obamas〉를 제작하기도 하고, 배우 Angelina Jolie가 감독·제작·각본을 담당한 역사 영화 〈First They Killed My Father〉를 선보여 골든 글로브(Golden Globe Awards)[1] 외국어 영화상 후보로 선정되는 쾌거를 달성했다. 또한 2020년 1월 23일에는 세계적 팝스타 Taylor Swift의 자전적 오리지널 다큐멘터리 〈Taylor Swift: Miss Americana〉를 공개할 예정이다.

1) 미국의 영화·TV 방송 시상식이다.

그림 2 〈American Factory: A Conversation with the Obamas〉의 장면



출처: YouTube

그림 3 〈First They Killed My Father〉의 장면



출처: IMDb

Netflix는 유명 각본가의 영입, 화제의 인물 섭외 등, 참신한 오리지널 콘텐츠를 제작하기 위해 다양한 방안을 강구하고 있지만, 라이선싱 콘텐츠 의존도는 여전히 높다. 영상 데이터 분석 기업인 7Park Data에 따르면, Netflix의 미국 구독자 중 오리지널 콘텐츠를 시청한 비율이 2017년 1월에는 14%, 10월에 24%였다. 구독자들이 시청한 콘텐츠 중 70% 이상이 라이선싱 콘텐츠를 선호하는 것으로 나타났다. 2018년 10월에는 오리지널 콘텐츠 시청 비율이 37%로 늘었지만, 다수의 구독자가 〈Grey's Anatomy〉, 〈Friends〉 등 라이선싱 콘텐츠를 선호하는 것으로 나타났다. 이를 비춰보면 오리지널 콘텐츠만으로는 Netflix가 스트리밍 업계에서 독보적인 위치를 점하기 어려울 수 있다.

그림 4 Netflix의 라이선싱 콘텐츠 〈Grey's Anatomy〉(왼쪽)과 〈Friends〉(오른쪽)



출처: Netflix

2019년 2분기에 Netflix가 겪은 한 차례의 부진도 향후 Netflix의 입지가 항상 안정적이진 않을 것이라는 점을 시사한다. 2019년 2분기 신규 구독자는 270만 명으로 당초 Netflix가 예상한 500만 명에 크게 못 미쳤다. 3년 만에 분기별 최저 증가율이었다. 본사가 위치한 미국에서는 오히려 구독자 수가 감소하기까지 했다. Netflix는 당초 2019년 2분기에는 자국에서 30만 명이 추가 구독할 것으로 전망했지만 실제로는 12만 6,000명이 탈퇴한 것으로 나타났다. 2011년 이후 처음으로 미국에서 구독자 수가 감소했다. 이러한 부진의 여파로 Netflix의 주가는 2019년 7월 18일 기준으로 11%나 하락했다. 2019년 3분기에 Netflix의 구독자 수는 1,500만 명 증가하고, 3분기 총수익도 전년 동기 대비 31.1% 증가한 52억 달러를 기록하는 등 어느 정도 호전 분위기로 반전시켰다. 하지만 2분기의 구독자 수 침체가 Netflix의 주가 하락에도 영향을 미친 만큼, Netflix가 구독자 수를 유지하거나 늘리지 않으면 향후 사업 경영의 어려움이 예상된다.

그런데다 최근 Netflix의 선두자리를 넘볼 수 있는 가장 강력한 경쟁자 중 하나인 Disney가 OTT 서비스를 출범했다. 〈Zootopia〉, 〈Avengers: Infinity War〉, 〈Star Wars: Rogue One〉 등 수많은 애니메이션과 영화, TV 시리즈를 제작하여 '콘텐츠 왕국'으로 불리던 Disney는 2017년 8월에 Netflix에 등록된 자사 라이선싱 콘텐츠들을 자체 스트리밍 서비스로 이전한다는 계획을 발표했다. 시장조사기관 Ampere Analysis의 분석에 따르면, Disney 콘텐츠가 Netflix에서 삭제될 경우에는 Netflix에서 제공되는 콘텐츠의 총 재생시간 중 20%가 감소할 것으로 추산하였다. Netflix의 입지가 크게 흔들릴 수 있다는 우려의 목소리가 제기되었다. 이를 반영하듯, 발표가 이루어진 날에 Disney의 주가는 6% 상승한 반면, Netflix의 주가는 3~4% 하락했다.

2. Disney의 OTT 도전기

2.1. Disney의 자원 활용

스포츠 콘텐츠 전문 스트리밍 서비스인 ESPN+, 광고 기반의 유료 스트리밍 서비스인 Hulu에 이어 Disney+까지 각종 스트리밍 사업을 전개하는 Disney는 SVOD 서비스의 강자인 Netflix와 AVOD 서비스의 선두주자인 YouTube에 도전장을 내미는 강력한 경쟁자로 부상했다. Disney+와 Netflix, YouTube의 각 특징을 요약한 (표 1)을 보면, Disney+는 Netflix와 YouTube보다 신생 서비스인 탓에 이용자 구독자 수나 콘텐츠 보유량 측면에서 저조한 수준이다. 하지만 경쟁자에 비해 상대적으로 저렴한 이용요금, 그리고 기업 내 존재하는 방대한 콘텐츠 목록 덕분에 성장 잠재력이 무궁무진할 것으로 기대된다. Disney는 Disney+외에도 Hulu, ESPN+로 미국 전역에 각각 2,850만 명, 350만 명의 유료 가입자를 보유하고 있다(2019년 11월 기준).

표 1 Disney+, Netflix, YouTube의 특징 요약

	Disney+	Netflix	YouTube
이용자/ 구독자 수	2,500만 명 (2020년 1분기 추산)	1억 6,350만 명 (2019년 9월)	20억 명 (2019년 12월 접속자 기준)
비즈니스 모델	SVOD	SVOD	SVOD (YouTube Premium)+AVOD
월 이용요금	7달러	9~16달러	무료 (YouTube Premium: 12달러)
콘텐츠 보유량	영화: 600개 이상 TV 프로그램: 7,500개 이상	영화: 4,000개 이상. TV 에피소드 편수: 47,000편 이상	1분마다 500시간 분량의 콘텐츠가 게재되고 있음
콘텐츠	〈Hawkeye〉, 〈Star Wars: The Rise of Skywalker〉, 〈Forky Ask A Question〉	〈Dark〉, 〈Confession Killer〉, 〈The House of Cards〉	이용자 자체 제작 콘텐츠, YouTube Originals 콘텐츠

출처: Google

Disney는 ESPN+, Hulu, Disney+ 서비스를 개별 판매하고 있지만, 2019년 11월 12일부터는 위의 세 가지 서비스를 월 12.99 달러에 판매하는 통합 패키지를 선보인다고 발표했다. 발표 당시 Hulu의 기본(Basic) 요금이 월 5.99달러, ESPN+의 요금이 월 5달러, Disney+가 월 7달러인 것을 고려하면 개별 서비스 이용금액의 합산보다 저렴한 가격에 세 가지 서비스를 동시 이용할 수 있다. ESPN+은 테니스, 복싱, 야구, 하키 등 각종 경기 영상을 제공하며, Disney+는 가족이 다함께 즐길 수 있는 아동용 콘텐츠를 다수 선보일 예정이다. 여기에 Hulu의 성인용 콘텐츠까지 포함하면, 해당 묶음 판매 서비스는 스포츠 팬, 아동, 성인들 모두의 취향을 다각도로 충족시킬 수 있다.

Netflix를 위시하여 스트리밍 시장 전반으로 오리지널 콘텐츠의 제작이 활성화되고 있는 가운데, Disney도 Hulu와 Disney+에서 오리지널 콘텐츠를 선보여 시장에서의 경쟁력 강화를 모색하고 있다. Disney의 발표에 따르면, Disney+ 출범 이후 1년간 총 10억 달러에 육박하는 예산이 오리지널 콘텐츠 제작에 투입될 예정이며, 점차 투입 액수를 늘려 2024년경에는 약 25억 달러를 투자할 것이라 발표했다. Disney의 콘텐츠와 마케팅 총괄 담당하는 Ricky Strauss에 따르면, Disney+에서 〈WandaVision〉, 〈The Falcon and the Winter Soldier〉, 〈Loki〉를 비롯해 30개 이상의 오리지널 콘텐츠가 제공될 예정이다. 〈Lady and the Tramp〉의 실사영화를 비롯해 Disney 콘텐츠 IP(Intellectual Property)를 활용한 작품과, 〈The World According to Jeff Goldblum〉 등 오리지널 각본이 바탕이 된 작품이 포함되어 있다. Disney는 기존 콘텐츠와 관련된 오리지널 콘텐츠를 다수 제작하여 콘텐츠의 연쇄 시청 효과를 모색하고 있다. Disney 영화 〈Beauty and the Beast〉의 시청자들이 해당 영화 음악을 작업한 Howard Ashman이 등장하는 다큐멘터리 〈Howard〉를 찾아 감상하도록 유도하는 방식이다.

그림 5 〈Lady and the Tramp〉(왼쪽)과 〈The World According to Jeff Goldblum〉(오른쪽)



출처: IMDb

Disney가 보유한 또 다른 유료 스트리밍 서비스인 Hulu도 오리지널 콘텐츠를 제작하기 위해 유명 배우 및 제작진을 적극 섭외하고 있다. 할리우드 배우인 Margot Robbie는 〈Dollface〉의 제작자로, 배우 겸 제작자인 Mindy Kaling은 영화 〈Four Weddings and a Funeral〉을 리메이크한 드라마의 각색가로 섭외했다. George Clooney도 오리지널 드라마 〈Catch-22〉의 감독과 주연으로 이름을 올렸다. Disney+가 Disney IP를 기반으로 스핀오프 콘텐츠를 제작한다면, Hulu는 소설과 논픽션 문학을 기반으로 오리지널 콘텐츠를 제작하고 있다. Hulu의 〈11.22.63〉, 〈The Handmaid's Tale〉, 〈The Looming Tower〉, 〈Little Fires Everywhere〉, 〈Castle Rock〉, 〈Looking for Alaska〉, 〈Nine Perfect Strangers〉, 〈Shrill〉, 〈Catch-22〉 등 모두 소설이나 논픽션 문학을 각색한 작품들이다. Hulu는 청소년 문학부터 공포 스릴러, 자전적 소설에 이르기까지 다양한 장르의 문학 작품을 영상화하고 있다. 이 중에서 〈The Handmaid's Tale〉와 〈The Looming Tower〉은 프라임타임 에미상(Primetime Emmy Award)[2]의 수상 후보로 선정되기도 했다.

그림 6 Hulu의 〈Dollface〉(왼쪽)과 〈Four Weddings and a Funeral〉(오른쪽)



출처: IMdb

그림 7 소설 원작의 Hulu 드라마 〈The Looming Tower〉(왼쪽)과 〈Castle Rock〉(오른쪽)



출처: IMdb

2) 미국의 방송 시상식이다.

Disney는 Disney+의 출시에 맞추어 'World of Disney', 'Mouse Gear', 'Emporium' 등, 디즈니의 각종 오락 시설 내에 위치한 상점에서 오리지널 콘텐츠 〈The Mandalorian〉과 관련된 상품을 판매했다. 팬 층이 두터운 영화 〈Star Wars〉 시리즈의 스핀오프 작품이자, Disney+의 출시와 동시에 공개된 〈The Mandalorian〉을 홍보하기 위함이었다. 이와 동시에 기존 〈Star Wars〉 시리즈의 팬들에게는 영화 관련 상품을 구매할 수 있는 이벤트이기도 했다. 지금까지는 대중을 상대로 관련 상품을 제공하거나 할인 이벤트를 제시하는 수준이었지만, 앞으로 데이터 분석 기술이 더욱 발달한다면 개별 구독자의 시청 패턴을 분석하여 맞춤형 콘텐츠 관련 이벤트를 제공하는 수준까지 도달할 것으로 예측된다.

2.2. 숏폼 콘텐츠 제작

Disney는 한편으로 소셜 미디어 채널에서 아동과 청소년을 주 시청 층으로 겨냥한 숏폼 콘텐츠를 공개하고 있다. Disney는 자체 케이블 방송인 Disney Channel에서 〈Rapunzel's Tangled Adventure〉, 〈Big Hero 6: The Series〉 등 Disney 영화 기반의 오리지널 애니메이션을 선보이며 대표적인 아동·10대 전용 방송 채널로 자리 잡았다. 하지만 최근 미디어 중심이 온라인으로 점차 이동하면서, 이들을 겨냥한 숏폼 콘텐츠를 소셜 채널로 제공하고 있는 것이다. Disney는 'Oh My Disney'라는 YouTube 채널을 개설하여 Disney 콘텐츠와 관련된 각종 숏폼 동영상을 게재하고 있다. Oh My Disney는 Disney 콘텐츠에 대한 최신 뉴스나 예고편, 퀴즈, 이벤트 등이 총망라 된 채널이다. Oh My Disney 채널에는 450개가 넘는 동영상이 등록되어 있으며, 구독자 수는 43만 5,000여 명에 달한다.

Oh My Disney의 YouTube 공식 채널에서는 여러 숏폼 시리즈를 감상할 수 있다. 한 회당 재생 시간이 10~15분 정도인 〈Oh My Disney Show〉는 Disney의 신작 영화, 행사 등 뉴스를 제공한다. 각 회의 분량이 1~2분 정도인 〈Oh My Disney IRL〉은 Disney 캐릭터를 실제 인물이나 동물로 실사화 한다. 〈Club Mickey Mouse〉에서는 1~5분 동안 청소년들이 춤과 노래를 선보이며, 예술 분야의 종사자를 초빙하여 대화를 나누기도 한다. 이 외에도, Disney 영화에 등장한 장면을 실제로 재현한 사람들을 소개하는 5~8분 분량의 〈Disney People〉, Disney 영화에 담긴 비화를 공개하는 2~3분 분량의 〈Disney Easter Eggs〉 등 Disney 팬들의 궁금증을 충족할 만한 다양한 내용의 콘텐츠가 제공 한다(표 2 참고).

표 2 Oh My Disney의 YouTube 공식 채널 콘텐츠 목록 예시

시리즈 제목	한 회 분량	내용
The Oh My Disney Show	10~15분	Disney의 신작 영화, 행사 등 최신 뉴스 소개
Oh My Disney IRL	1~2분	Disney 캐릭터를 실제 인물이나 동물로 실사화
Club Mickey Mouse	1~5분	청소년들이 등장하여 춤과 노래 퍼포먼스를 제공
Disney People	5~8분	Disney 영화 장면을 실제로 재현한 사람을 소개
Disney Easter Eggs	2~3분	Disney 영화 속 비화 공개

출처: YouTube

그림 8 〈Oh My Disney Show〉(왼쪽)과 〈Oh My Disney IRL〉(오른쪽)



출처: YouTube

그림 9 〈Club Mickey Mouse〉(왼쪽)과 〈Disney People〉(오른쪽)



출처: YouTube

3. 마치며

동영상 시장의 성장을 주도하며 업계에서 입지를 굳힌 Netflix는 유명 각본가와 작품 계약을 체결하고 화제의 인물을 출연자로 섭외하는 등, 참신성 있는 오리지널 콘텐츠를 기획하고 있다. 하지만 여전히 Netflix 이용자가 재생하는 콘텐츠 중 다수는 라이선싱 콘텐츠이며, 2019년 2분기에 구독자 수의 부진을 겪었다는 점에서 Netflix의 자체 경경쟁력을 과신하긴 이르다.

한편, '콘텐츠 왕국'으로 거듭난 Disney는 영화 제작, 케이블 TV 운영을 넘어 스트리밍 서비스로도 진출을 했다. ESPN+, Hulu, Disney+의 구독자를 모두 확보한 Disney는 글로벌 스트리밍 시장에서 Netflix의 강력한 경쟁자로 부상할 것으로 기대된다. 한편, Disney는 스트리밍 서비스로 콘텐츠를 제공하는 것뿐만 아니라, 소셜 채널로도 숏폼 형태의 2차 콘텐츠 영상을 게재하여 Disney 팬들과 장기적인 관계를 구축하고 있다. Disney 콘텐츠의 비하인드 영상, 실사화 영상 등 각종 Disney 관련 콘텐츠로 시청자의 궁금증을 해소하고, 아동 친화적인 콘텐츠를 구성한다는 전략이다.

Disney의 콘텐츠가 집약된 플랫폼으로 불리는 Disney+가 출범한 지 2개월이 넘어가는 현재, 이미 Disney+는 〈The Mandalorian〉 등 오리지널 콘텐츠를 생산하는 등 적극적으로 스트리밍 사업을 확장하고 있다. Disney+의 출시 외에도, 향후 Disney가 어떠한 콘텐츠 전략을 보일 지에 대해 미디어 업계는 관심을 집중시키고 있다.

REFERENCES

1. Business Insider(2019.07.17.) Netflix plunges more than 10% after a huge miss on subscriber growth during Q2.
   https://www.businessinsider.com/live-netflix-q2-2019-earnings-subscriber-growth-analysis-2019-7
2. CNBC(2019.02.21.) Netflix can compete as Disney, Warner Bros. enter the streaming space, but it won't be cheap.
   https://www.cnbc.com/2019/02/21/hurdles-netflix-faces-as-disney-warner-bros-enter-the-streaming-space.html
3. Google Play 홈페이지.
   https://play.google.com/store/apps/details?id=com.movile.omd_latam&hl=en_US
4. IMDb 홈페이지.
   https://www.imdb.com/title/tt8096832/mediaviewer/rm195071745
   https://www.imdb.com/title/tt10196390/mediaviewer/rm2812972801
   https://www.imdb.com/title/tt7661046/mediaviewer/rm928681729
   https://www.imdb.com/title/tt7587362/mediaviewer/rm3582762753
   https://www.imdb.com/title/tt4882376/mediaviewer/rm4246178305
   https://www.imdb.com/title/tt4882376/mediaviewer/rm4162292225
   https://www.imdb.com/title/tt6474236/mediaviewer/rm279991552
   https://www.imdb.com/title/tt6548228/mediaviewer/rm1291535616
5. Netflix 홈페이지.
   https://www.netflix.com/kr/title/70140391
   https://www.netflix.com/kr-en/title/70153404
6. Oh My Disney 홈페이지.
   https://ohmy.disney.com/news/
7. Oh My Disney의 YouTube 공식 채널 홈페이지.
   https://www.youtube.com/user/OhMyDisney
   https://www.youtube.com/watch?v=YKpubNis0gs&list=PL2gjKgJ_VQt-0DtP43Zu9Kzbqg9wxAOtq
   https://www.youtube.com/watch?v=e_C5zsPmuXE&list=PL2gjKgJ_VQt8tpeW-Y-bhdAthgeRb6jpx&index=4
   https://www.youtube.com/watch?v=nmvUErCglLE&list=PL2gjKgJ_VQt8GVO50XmvquBYOEV09hgm-&index=1
8. The Wrap(2019.11.07.) ESPN+ Now Has 3.5 Million Paid Subscribers.
   https://www.thewrap.com/espn-plus-hulu-subscribers-disney/
9. Towards Data Science(2019.12.04.) Is Netflix Original Content getting worse?
   https://towardsdatascience.com/is-netflix-original-content-getting-worse-e0ed57ebd054
10. Variety(2018.12.10.) Netflix Original Series Viewing Climbs, but Licensed Content Remains Majority of Total U.S. Streams.
    https://variety.com/2018/digital/news/netflix-original-series-licensed-viewing-friends-the-office-1203085230/
11. YouTube Netflix 공식 채널.
    https://www.youtube.com/watch?v=NRS0YDUf-Yc