

OTT 시장 각축장 된 대한민국

디즈니플러스 연내 진출로 경쟁 더욱 심해질 전망

최근 TV시청이 줄어들고 온라인동영상서비스(OTT) 시장이 커지면서 콘텐츠에 대한 투자와 경쟁이 치열해질 전망이다.

DMC미디어에 따르면 시장조사업체 모펫네이션스 리서치(MoffettNathanson Research)가 2019년 한해 미국 내 가장 많은 규모의 동영상 콘텐츠 투자를 집행한 미디어사업자는 '디즈니'(187억 달러)라고 밝혔다. 다음으로는 컴캐스트(159억 달러), AT&T(122억 달러), 넷플릭스(92억 달러), CBS 바이어컴(88억 달러), 아마존(58억 달러), 폭스(38억 달러), 디스커버리(26억 달러), 애플(20억 달러) 순으로 조사됐다.

미국 내 동영상 스트리밍 서비스 경쟁이 계속 가열되고 있는 상황에서 사업자 각각 '오리지널 콘텐츠'를 내세워 아예 사업자가 배우나 감독 등 제작진과 직접 계약을

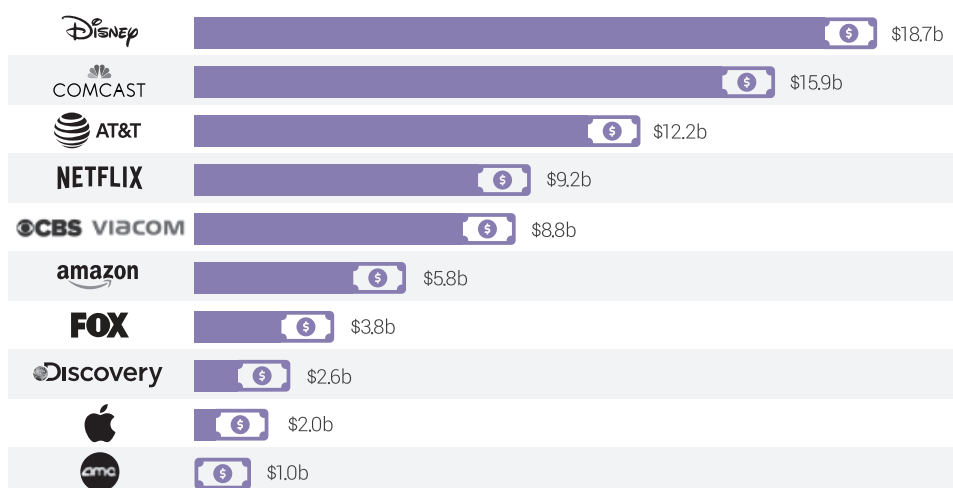
맺는 경우도 찾아지고 있는 것으로 나타났다. 특히 콘텐츠 투자 1위인 디즈니는 이미 겨울 왕국, 라이온킹, 마블 시리즈 등의 경쟁력 높은 방대한 콘텐츠를 확보하고 있다. 이를 증명하듯 지난 11월 12일 미국, 캐나다, 네덜란드 3국에서 자체 동영상 스트리밍 서비스 '디즈니 플러스(Disney+)'가 출시 하루만에 가입자가 1,000만명을 돌파했다.

현재 디즈니플러스의 구체적인 국내 출시일은 정해지지 않았지만, 올해 3월 6개국 추가 출시를 앞두고 있어, 업계에서는 빠르면 3월로 추정하고 있다. 이에 따라 국내 OTT 시장은 지상파3사와 SK텔레콤 '웨이브(Wavve)'와 CJ의 '티빙', 2016년 국내 진출한 '넷플릭스', KT '시즌' 등 국내외 사업자의 경쟁이 더욱 가열될 것으로 예상된다. K A A 이순임 lee.soonim@gmail.com

〈그림〉 미국 미디어 사업자들의 콘텐츠 경쟁

2019년 미국 내 주요 미디어 사업자의 동영상 투자액(편성 관련 지출액) 추정치*

(단위 : 10억 달러)



* 스포츠 관련 콘텐츠는 제외하며, 손익계산서에 반영된 금액 기준으로 산출됨
출처 : MoffettNathanson, 각사 IR 자료

statista