

# 한국 VOD 산업 연구 보고서



2021

# 한국 VOD 산업 연구 보고서

## 1. 한국 VOD 시장의 비약적 성장

한국 VOD\* 시장은 활발하게 성장하며 소비자에게 다양한 선택권을 제공하고 있다. VOD 서비스의 인기는 날로 높아지고 이들 서비스를 통해 제공되는 로컬 콘텐츠는 계속 확장됐다. 조사에 따르면 2020 년 VOD 서비스 구독자수는 총 **900 만명**을 기록했으며(그림 1)<sup>1</sup> 한국 내 인터넷 사용자의 **53%** 가 적어도 1 주일에 한 번 VOD 를 이용하고<sup>2</sup> VOD 서비스에서 로컬 콘텐츠를 시청하는 데 시청 시간의 **63%** 를 할애하는 것으로 밝혀졌다.<sup>3</sup>

FIGURE 1 2010~2025 년 VOD 구독자수 성장 지표



출처: Ampere

참고: VOD 구독자는 요금을 지불하는 모든 VOD 구독 고객을 포함한다. 출시일은 대한민국에서 처음 서비스를 이용할 수 있게 된 연도이다. 2021 년 이후의 수치는 예상 수치이다.

\* VOD 라는 용어는 전문적으로 만들어지고 큐레이션된 온라인 비디오 콘텐츠를 의미하며 YouTube 와 같은 사용자 생성 플랫폼을 포함하지 않는다. VOD 서비스 대신 소비자 직접 서비스(DTC) 및 온라인 큐레이션 콘텐츠(OCC)와 같은 용어를 대안으로 사용할 수 있다.

## 요약

본 백서는 Frontier Economics 가 실시한 VOD 콘텐츠 제작의 보호주의 정책이 미치는 경제적 영향 조사를 요약한 것이다. 또한, VOD 서비스 투자가 한국 산업에 갖는 영향력과 정책 입안자들이 참고할만한 콘텐츠 투자의 결실과 이점에 대해 조명한다.

**VOD 서비스는 한국의 영상(Audio-visual) 산업에 중요한 직접적, 간접적 경제적 기여를 하고 있다.** VOD 플랫폼은 한국 콘텐츠 및 영상산업에 막대한 투자를 하여 일자리를 창출하고 로컬 콘텐츠를 육성한다. VOD 서비스는 특히 국내 콘텐츠 시청을 중요하게 생각하는 소비자들로 인해 점점 더 수요가 높아지고 있다. 이는 한국에서 제작되는 고품질 작품에 대한 VOD 사업자들의 투자를 유도하고, 이는 다시 전 세계 시청자들에게 선보이게 된다.

**이러한 투자는 경제와 사회에 더 광범위한 이익을 제공한다.** 관련 종사자 훈련이나 인프라에 관한 투자는 영상 산업 전체에 영향을 미친다. 또한 관광을 유치하고, 한국의 세계적인 평판을 높이며 더 넓은 범위의 사회적 목표를 달성하는데 도움이 된다.

**메이드 인 코리아 콘텐츠 제작을 증진하려면 로컬 콘텐츠 제작에 대한 인센티브는 줄이지 않되 투자의 공급을 늘리는 데 정책의 중점을 두어야 한다.** 세금 혜택과 같은 일부 정책은 투자를 크게 증가시킬 수 있지만 제한 정책은 투자 저해로 이어질 수 있다.

조사결과 엄격한 제한 정책이 콘텐츠 수출을 감소시킨다는 점, 그리고 콘텐츠 투자 저하와 관계가 있다는 점을 확인했다.

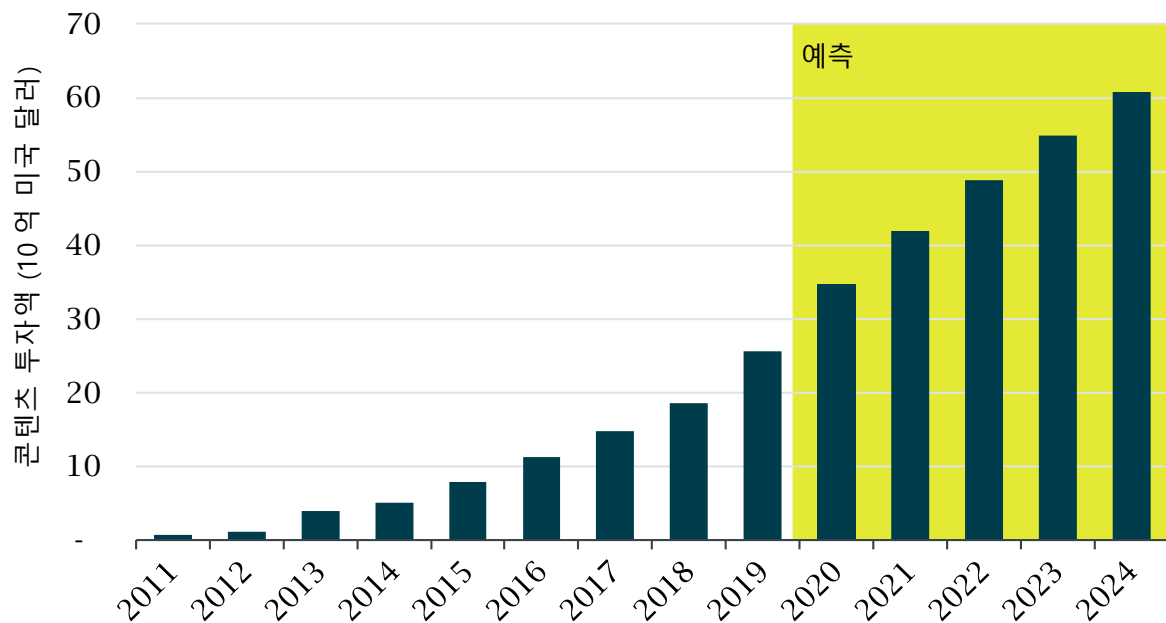
VOD 관련 매출이 증가세에 있다. 한국의 방송 및 온라인 비디오 부문에서 발생한 수익은 넷플릭스, 티빙, 웨이브, 아마존 프라임 비디오 등 VOD 사업자들이 진입한 후 2010 년~2019 년 사이에 **94%** 성장했다. 최근 쿠팡플레이의 출시로 VOD 산업은 한층 강화되었다. 디즈니 플러스 등 기타 VOD 서비스는 2021 년에 출시될 것으로 예상된다. 2010 년 이후 VOD 서비스의 매출은 **2 억 9,900 만 달러(한화 3,480 억 원<sup>4</sup>)**로 증가했다.<sup>5</sup>

## 글로벌 투자 증가로 인한 국내 콘텐츠 산업의 성장

### 2. VOD 서비스가 일으킨 콘텐츠 제작 붐

VOD 사업자는 전 세계적으로 자사의 서비스를 지원하기 위해 콘텐츠에 집중적으로 투자하고 있다. 2019 년, VOD 서비스는 오리지널 및 라이선스 타이틀을 포함하여 전 세계적으로 VOD 콘텐츠에 **257 억 달러(한화 29.9 조 원)**를 직접 투자했다. 이 금액은 2024 년까지 **610 억 달러(한화 71.1 조 원)**로 치솟을 것으로 예상된다.

FIGURE 2 2011 년~2024 년 글로벌 VOD 콘텐츠 투자액



출처: Ampere

주요 글로벌 제작사의 콘텐츠 투자 계획은 다음과 같다:

- 월트 디즈니는 2024 년까지 연간 **140 억~160 억 달러(한화 16 조~19 조 원)**를 글로벌 VOD 콘텐츠에 투자할 계획이다.
- 비아콤 CBS 는 2024 년까지 VOD 콘텐츠 투자를 **50 억 달러(한화 5.8 조 원)**로 늘릴 계획이다.<sup>6</sup>

- 워너미디어의 모회사 AT&T 는 2022 년까지 3 년 동안 HBO Max 에 **40 억 달러(한화 4.7 조 원)**를 투자하겠다고 약속했다.<sup>7</sup>
- 넷플릭스는 2028 년까지 연간 **280 억 달러(한화 32.6 조 원)**를 투자할 계획이다.<sup>8</sup>

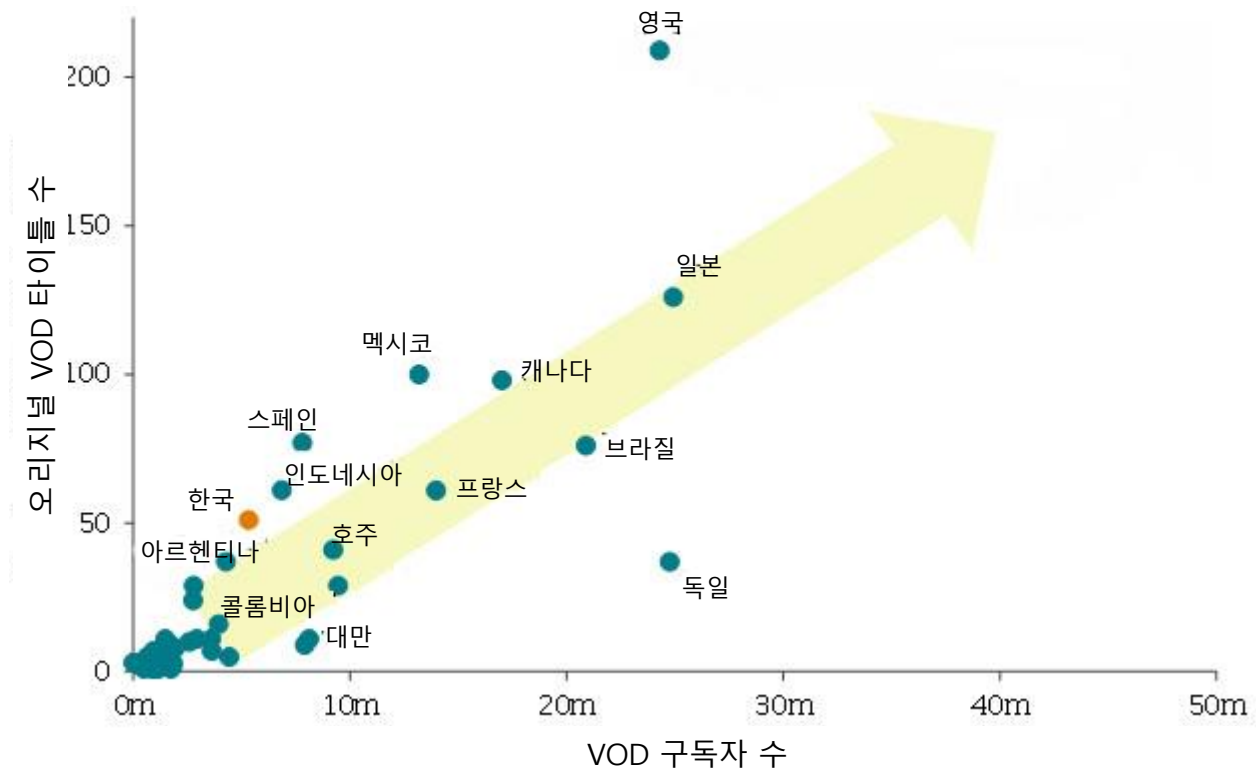
### 3. 글로벌 VOD 서비스의 한국 콘텐츠 투자 강화

Frontier Economics 의 조사 결과는 로컬 콘텐츠를 향한 소비자의 수요는 강력하며 이러한 수요가 로컬 콘텐츠 제작을 견인한다는 이전 연구의 맥락과 일치한다. VOD 서비스는 이러한 요구를 충족하고자 하며, 오리지널 작품 제작 및 로컬 타이틀 라이선싱으로 현지에 투자하고 있다. 한 나라의 구독자수가 증가하면 그 나라의 로컬 콘텐츠가 생산될 가능성도 높아진다. 주목할 만한 점은 VOD 의 오리지널 타이틀 투자의 전반적인 지리적 분포가 각국의 글로벌 VOD 구독자 수와 대체로 비례한다는 것이다(그림 3). 한국의 경우, VOD 구독자 수에 비해 VOD 오리지널 타이틀 수가 많다.

VOD 사업자들이 한국 콘텐츠에 투자하는 이유는 국내 구독자만을 위해서가 아니며 전세계적으로 인기를 끌고 있는 한국 TV 콘텐츠, 영화, 문화에 대한 수요를 충족하기 위한 것이기도 하다.

업계 내 주요 플랫폼들은 자사의 VOD 서비스뿐만 아니라 TV 및 극장 배급을 포함한 모든 채널을 위해 로컬 콘텐츠와 현지 산업에 투자한다는 점은 주목할 만하다. 2019 년, 월트디즈니, NBCU, 워너미디어 및 비아콤 CBS 는 총 **450 억 달러(한화 52.4 조 원)**를 모든 유통 채널에 걸쳐 전 세계의 콘텐츠 관련 지출과 제작에 투자했으며(스포츠 제외) VOD 서비스를 통해 일부 수익을 거둘 것이다. (각 사의 VOD 플랫폼: 디즈니 플러스, 피콕, HBO Max/HBO GO, 파라마운트 플러스)

FIGURE 3 VOD 구독자와 시장별 VOD "오리지널" 타이틀의 관계



출처: Ampere 및 Media Partners Asia 데이터의 Frontier 분석

참고: VOD 구독자는 2019년에 요금을 지불한 모든 글로벌 구독 VOD 고객을 포함한다. VOD 오리지널 타이틀은 VOD 서비스가 자체 제작하고 해당 서비스에만 출시된 타이틀을 의미한다. 본 지표는 아르헨티나, 브라질, 캐나다, 콜롬비아, 인도, 인도네시아, 멕시코, 한국, 대만에 있는 VOD 서비스의 오리지널 타이틀을 대상으로 조사되었다. 해당 VOD 서비스는 다음과 같다: 넷플릭스(타이틀의 19%), 아마존 프라임 비디오(15%), Hotstar(8%), 웨이브(Wave)(8%), iflix(5%), Eros Now(5%), 왓치플레이(5%), HamiVideo(4%), Hooq(4%), Claro Video(3%), friDay(3%), myVideo(3%), Looke(3%), SonyLiv(2%), VIU(2%). 기타 (예: Globo Play, CraveTV, Vidio, 및 Crunchyroll - 11%). 데이터에는 2017년 6월~2020년 4월 사이에 이용할 수 있는 콘텐츠가 포함되며 추가로 2020년 10월 인도네시아에서 이용 가능한 타이틀 세트를 반영하므로 최신 출시작은 반영하지 않는다. VOD 오리지널 타이틀이 제작되었던 모든 시장이 분석에 포함되었다. 참고자료가 없는 중국은 제외되었다. 미국과 인도는 규모 한도를 벗어났기 때문에 수치에 포함되지 않았다. 자세한 내용은 기술 부록을 참조한다.

VOD 서비스들은 한국 내 고용을 촉진하고 창조 경제를 더욱 강화하기 위해 상당한 규모의 오리지널 타이틀 및 라이선스 타이틀 관련 투자를 계획하고 있다.

- 넷플릭스는 2021년에 한국에서 제작되는 영화와 TV 시리즈에 **5억 달러(한화 5,820억 원)**를 지출할 예정이라고 발표했다. 2015년부터 2020년까지 넷플릭스는 **7억 달러(한화 8,160억 원)**를 투자하여 한국 콘텐츠 목록을 확대하고 한국 내에 제작 시설 두 곳을 마련했다. 넷플릭스는 기존 한국 콘텐츠에 대한 권리를 취득함과 동시에 현지에서 **80개** 이상의 오리지널 쇼와 영화를 제작했으며 올해는 더 많은 작품을 공개할 것이라 발표했다.<sup>9</sup>
- 넷플릭스는 스튜디오 드래곤 및 제이콘텐츠트리와 3년 동안 **40편** 이상의 한국 드라마를 제작하고 방영하는 콘텐츠 계약을 체결한 바 있다.<sup>10</sup>

- 디즈니 플러스는 올해 한국에 출시될 예정이며, 국내 영화 스튜디오인 뉴엔터테인먼트월드(NEW)와의 장기 계약을 체결하는 등 프로그램, 배우, 창작 산업에 이미 투자하기 시작했다.<sup>11</sup> 디즈니 플러스와 NEW의 파트너십에는 1년에 한 개 이상의 시리즈를 한국 디즈니 플러스에서 출시하는 **5,900 만 달러(한화 690 억 원)** 상당의 투자도 포함된다. NEW의 경영진은 이 파트너십을 “텐트폴 작품 제작을 위한 안정적인 토대를 구축” 하고 “전 세계 팬을 확보할 수 있는 글로벌 스튜디오로서의 도약”이라고 설명했다.<sup>12</sup>
- 홍콩 VOD 플랫폼인 VIU는 동남아시아 가입자들의 수요를 충족하기 위해 한국 콘텐츠에 집중적으로 투자할 계획을 발표했다. VIU는 ‘달이 뜨는 강’을 포함한 2021년에 출시될 여러 편의 오리지널 한국 콘텐츠를 선보였다.<sup>13</sup> VIU는 또한 최근 다섯 곳의 대형 한국 TV 방송사와 대규모 계약을 체결했다고 발표했다.<sup>14</sup>
- SK 텔레콤의 옥수수와 KBS, MBC, SBS가 공동 소유한 폭(POOQ)의 합병으로 탄생한 VOD 서비스 웨이브는 2019년 출시 당시 향후 5년간 국내 오리지널 프로덕션 및 해외 콘텐츠 라이선싱을 위해 **9 억 달러(한화 1 조 원)** 투자를 약속했다.<sup>15</sup> 웨이브는 자체 콘텐츠 스튜디오를 구축하여 내부 역량을 강화할 계획이다.
- 올해 초, CJ ENM은 VOD 플랫폼 티빙을 운영하기 위해 제작 회사 JTBC 스튜디오와 제휴를 발표했다. 이 합작 투자로 앞으로 3년간 제작에 **3 억 6,500 만 달러(한화 4,250 억 원)**를 투자할 것이다.<sup>16</sup>

## 4. 일자리 창출 및 경제 성장의 주역

VOD 서비스를 제공하는 미디어 기업들은 제작의 여러 사업 경로를 통해 직접 일자리를 창출한다. 이러한 경로에는 VOD 서비스, 장편 영화, TV 콘텐츠 제작, 유료 TV 채널 배급, 소비자 제품 라이선싱이 포함된다. 연구에 따르면 제작 비용의 평균 **60%** 이상이 케이터링, 서비스업, 건설, 법률 서비스 등 콘텐츠 제작 부문 외에서 발생한다.<sup>17</sup> 이러한 지출은 고용 효과를 높이고 미디어 부문을 통한 한국의 세수를 확대한다.

- 2018년, 한국 경제에서 영화 및 TV 산업이 차지한 규모는 **71 억 달러(한화 8 조 2,800 억 원)**이며 VOD 산업은 이 총 금액에서 **2 억 600 만 달러(한화 2,400 억 원)**에 해당한다.<sup>18</sup> 2020년까지 관련 산업의 기여도는 **6 억 6,900 만 달러(한화 7,800 억 원)**로 세 배 이상 증가했다.<sup>19</sup>
- 2018년 투자 및 운영을 통해 영화 및 TV 산업에서는 한국 내 **78,000** 개의 일자리를 직접 창출했다.<sup>20</sup>
- 간접적인 효과를 고려할 때, 2018년 한국의 GDP에 대한 영화 및 TV 산업의 총 기여는 **174 억 달러(한화 20.3 조 원)**였으며 **54 억 달러(한화 6 조 2,600 억 원)**의 세입을 창출하였다.

- "고용 승수"는 특정 분야에 대한 투자를 통해 직간접적으로 창출된 일자리와 유도된 일자리 수를 측정한다. 한국의 창조 경제 승수는 영화 및 TV 산업에서 새로운 일자리 한 개가 생길 때, 그 결과로 다른 경제 분야에서 약 **2.72** 개의 일자리가 생기는 것을 의미한다.<sup>21</sup> 2018 년 영화 및 TV 산업은 공급망을 통해 직·간접적으로 **315,400** 개의 일자리를 창출했으며 이 중 **7,820** 개의 일자리가 VOD 업계의 투자로 생겨났다.<sup>22</sup>

## 5. 한국 콘텐츠에 대한 국내 수요

Frontier Economics 는 한국 인터넷 사용자 1,000 명을 조사한 결과 한국 콘텐츠 및 해외 콘텐츠에 대한 수요가 모두 높고 VOD 서비스를 통해 국내 소비자들이 원하고 좋아하는 콘텐츠를 즐기고 있다는 점을 확인했다.<sup>23</sup>

소비자는 VOD 서비스가 로컬 콘텐츠를 제공하는 것이 중요하다고 생각한다. 한국 소비자들은 VOD 서비스를 통해 한국 콘텐츠를 시청한다. 이들이 스트리밍하는 프로그램의 **63%**는 한국에서 제작한 것이다. 설문조사에 따르면 한국 소비자들의 VOD 서비스 이용률이 빠른 속도로 증가하는 가운데 VOD 서비스를 통해 이미 다양한 로컬 콘텐츠를 즐기고 있으며 그에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다.



한국 VOD 서비스 시청 시간의 **63%**는 로컬 콘텐츠였다 <sup>24</sup>



한국인의 **43%**는 VOD 나 TV 콘텐츠 서비스가 로컬 콘텐츠를 제공하는 것을 중요하게 생각한다 <sup>25</sup>



소비자의 **57%**는 VOD 나 TV 서비스의 로컬 콘텐츠 양에 만족한다 <sup>26</sup>



한국 시청자의 **42%**는 VOD 서비스가 제공하는 한국인들을 위한 콘텐츠 수준이 좋음 또는 최고라고 생각한다 <sup>27</sup>

## 6. 전세계로 뻗어가는 한국 콘텐츠

글로벌 VOD 플랫폼들은 한국 콘텐츠를 글로벌 무대로 확장하고 있다. VOD 서비스는 한국 콘텐츠 팬들을 포함한 전세계의 다양한 시청자에게 무궁무진한 한국 콘텐츠를 제공하고 있다. VOD 서비스는 이러한 요구를 충족하여 국내

제작자들과 한국 수출을 지원하고 한국 예술과 문화 발전에 이바지하고 있다. 실제로 한국 콘텐츠의 인기가 높아지면서("한류") 2019 년 한국의 문화 수출은 **123 억 달러(한화 14.3 조 원)**에 이르렀다.<sup>28</sup>

## 사례 연구 – 한국 내 오리지널 콘텐츠 투자: 킹덤

킹덤은 넷플릭스의 첫 번째 한국 오리지널 시리즈였다. 이 작품은 한국과 전 세계에서 인기를 끌었으며 두 번째 시즌도 제작되었다. 또한 에피소드의 숫자나, 영화 및 TV 경력을 모두 갖춘 출연진 및 프로듀서로 구성되었다는 측면에서 기존 한국 TV 프로덕션과 다르게 제작되었다.

킹덤은 한국에서 한국인 출연진, 제작진, 프로듀서가 참여하여 제작되었다. 이 작품이 국내외에서 거둔 성공은 넷플릭스를



비롯한 다른 VOD 서비스들의 한국 내 온라인 콘텐츠 투자를 가능하게 한 촉매제 역할을 한 것으로 보인다. 최근 한 보도에서는 "넷플릭스 코리아는 여러 해 동안 공을 들여 한국 콘텐츠 제작자들과 파트너십을 구축하여 스트리밍 상품의 인기를 높였고 마침내 2019 년 킹덤을 통해 본격적으로 한국 오리지널 콘텐츠 제작에 발을 들였다. 이 작품은 국내와 해외에서 히트작이 되었고 한국의 온라인 시장 발전에 시발점이 되었다. 한국 콘텐츠 시장이 글로벌화됨에 따라, 다수의 신규 제작자들이 콘텐츠 제작 분야에 진입했으며, 일부는 해외 출신이나 다수는 한국 내 제작자들이다"<sup>29</sup> 라고 설명했다.

## 더 많은 경제적 이익을 견인하는 콘텐츠 투자

### 7. 기술, 혁신 및 인프라 발전으로 이어지는 VOD 투자

VOD 서비스 및 미디어 기업의 관련 콘텐츠 투자 지원은 광범위한 영상 산업에서 경제적 이익을 창출한다. 정책 입안자들은 정책과 규제 환경을 수립할 때 바로 이런 점을 고려해야 할 것이다. 이는 투자를 지원하고 규제 확실성을 제공하여 전체 산업 부문의 수용력과 역량을 강화하는 것이다.

- VOD 제공자들이 인재 및 기술 분야에 투자를 하면 업계로의 전문가 유입 및 업무 협력이 증가하며 영상 산업이 발전할 수 있다. 이와 같은 파급 효과는 투자 규모에 따라 증가하는 것으로 밝혀졌다.<sup>30</sup> 넷플릭스는 한국 애니메이션 제작자 협회와 제휴하여 한국에서 영화 및 글쓰기 워크숍을 운영하고 있다.<sup>31</sup>



- 해외기업의 국내 투자로 탄생한 혁신은 업계 전체로 확산되고 다른 국내 작품 제작에도 그 혜택이 돌아갈 것이다.<sup>32</sup>
- 스튜디오 공간이나 포스트 프로덕션 시설과 같은 인프라 투자는 산업 전체의 역량을 강화시킬 수 있다. 예를 들어, 넷플릭스는 한국 파주시와 연천군에서 총 **16,000m<sup>2</sup>** 규모의 스튜디오 프로덕션 허브 두 곳에 투자했다.<sup>33</sup>

## 8. 한국 내 광범위한 이익을 창출하는 VOD 투자

VOD 투자는 영상 산업을 넘어선 결실을 만들어낸다. 창조 산업은 더 넓은 범위에서 더 큰 규모의 경제적 이익을 창출한다. 특히 이 산업은 사람들을 연결하고 문화 및 정치적 차이에 대해 소통하게 하며 정체성과 표현의 원천이 되는 역할을 수행할 수 있다. 콘텐츠는 국가 내 통합을 돕고, 사회적 메시지를 전달하고, 한국의 문화와 영향력을 글로벌 무대에 선보일 수 있는 강력한 도구이다. VOD 서비스는 트레이닝 파트너십과 콘텐츠를 통해 다양성 및 포용성 등의 광범위한 사회적 목표를 달성하고 여론에 영향을 미칠 수 있다.

콘텐츠 투자는 좋아하는 작품 촬영지의 방문을 원하는 관광객들을 유치하는 요인이 될 수도 있다. 콘텐츠에서 한국을 소개하여 한국의 국제적 인지도와 명성도 높일 수 있다. VOD 서비스는 한국 콘텐츠를 전 세계 시청자에게 전달할 수 있어 작품이 공개된 후에도 오랫동안 관광을 촉진하고 한국에 더 광범위한 평판의 이익을 가져다줄 수 있는 중추적인 역할을 한다.

콘텐츠가 유치하는 관광이 증가하고 있다. TripAdvisor 설문조사에 따르면 전 세계 여행객의 **20%**는 여행지 방문 목적이 TV 쇼나 영화에서 본 곳이기 때문이라고 응답했다.<sup>34</sup> '킹덤의 캐릭터 되어보기'로 관광객을 유치하는 한국관광공사의 창덕궁 투어를 만들어낸 넷플릭스의 킹덤을 예로 들 수 있다.<sup>35</sup>

## 콘텐츠 투자 촉진의 중요성

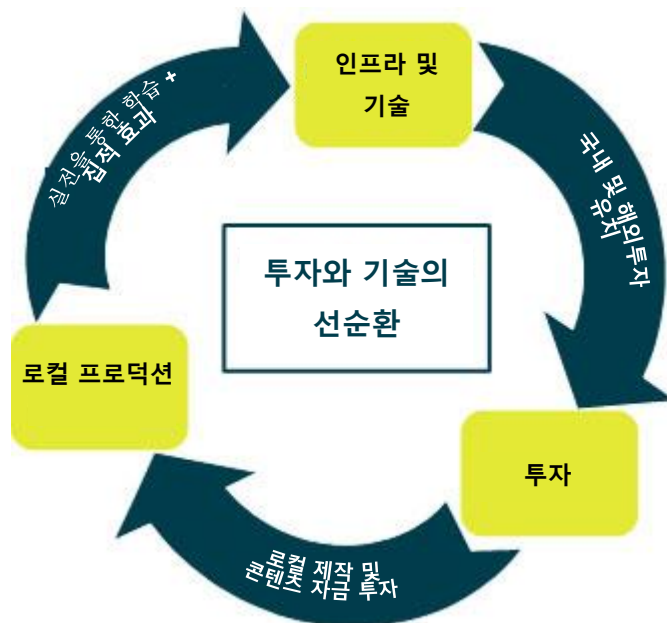
### 9. 투자 친화 정책을 활용한 영상산업 분야의 지속적인 성장 유도

정부는 콘텐츠 투자를 유치하여 막대한 이익을 얻는다. 이러한 고부가가치 활동은 GDP에 높은 기여를 하며 고임금 숙련직 고용을 지원하며 국가의 수출을 촉진한다.

하지만 최고 품질의 콘텐츠를 제작하기 위해서는 상당한 비용이 든다. 이를 위해서는 산업별 기반시설, 최첨단 기술, 복잡한 생산 과정, 여러 분야의 고도의 훈련을 받은 많은 전문가들이 필요하다. 또한 콘텐츠 제작은 다른 모든 예술 형식과 마찬가지로 리스크가 높은 투자이다.

세금 환급이나 콘텐츠 제작의 리스크와 높은 고정비 부담을 완화할 수 있는 정책이 콘텐츠 투자를 상당히 높이는 것으로 밝혀졌다.<sup>36</sup> 또한 정책 입안자들은 전 세계 및 한국 내 로컬 콘텐츠 제공자 모두에게 혜택을 주는 교육 훈련 프로그램을 지원함으로써 높은 가치를 보유한 전문 인력의 공급을 확보할 수 있다.

한국 영상 산업 부문 투자를 촉진하는 정책 구조는 투자 선순환의 기반이 된다.<sup>37</sup> 인프라와 기술 투자 촉진은 산업의 수용력과 역량을 강화한다. 이를 통해 국가는 새로운 투자를 유치할 수 있는 점점 더 매력적인 대상이 된다.

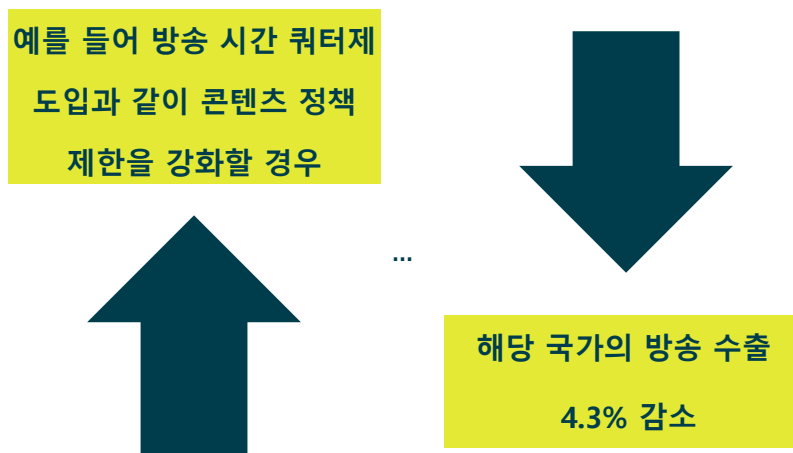


이러한 정책은 한국 내 제작 활동에 집중하도록 인센티브를 받은 기업들과 함께 로컬 제작 크리에이티브 허브의 자립을 도모하여 국가 경제에 이익이 되도록 할 수 있다. 한국을 예로 들면 넷플릭스의 포스트 프로덕션 파트너 프로그램은 Adone Studio와 같은 업체에 수익을 제공한다. 이 협업 계획은 더빙, 오디오 설명, 스크립트, 품질 관리 등 포스트 프로덕션 작업의 품질 향상을 목표로 한다.<sup>38</sup>

한국의 경우, 외국인 투자와 시장 진입을 저지하거나 제한하는 정책이 이러한 선순환을 방해할 수 있는 가능성이 있다. 보호주의와 제한정책은 영상 산업의 투자 증가, 최신 인프라 및 고도의 기술 확보를 막고 장기적으로 혁신과 성장 기회를 저해할 수 있다.

## 10. 보호주의 정책으로 인한 영상 산업의 경제적 타격

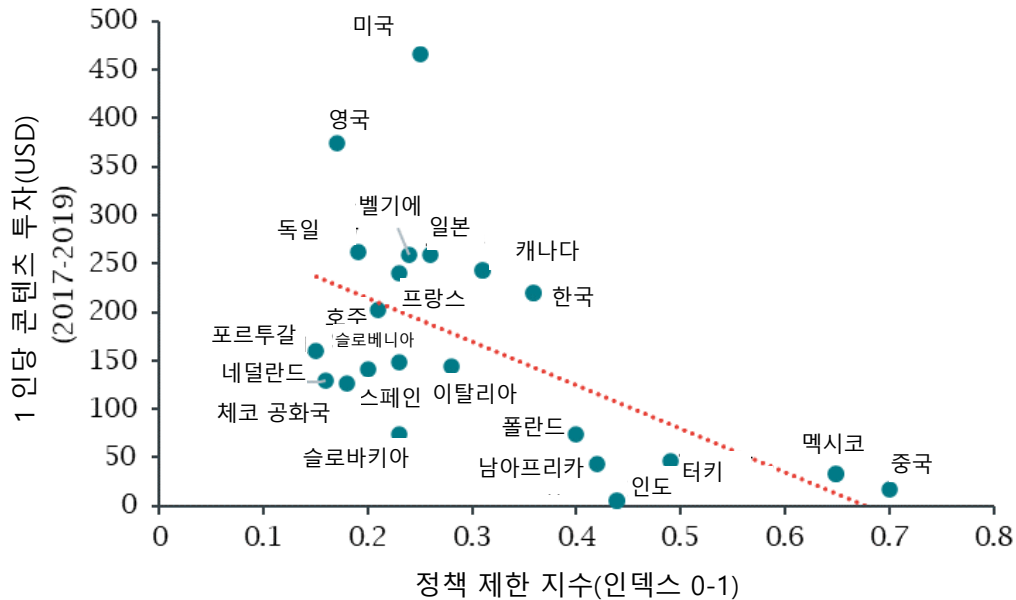
연구 결과에 따르면 글로벌한 경쟁으로부터 국내 기업을 보호하기 위한 보호주의 정책은 배타적이고 혁신이 부족한 산업 생태계를 만들어내고 세계적으로 요구되는 높은 품질의 콘텐츠 제작을 어렵게 만들 수 있다. 많은 국가가 국내 기업을 위주로 지원하는 문화 정책을 펼치지만, 일부 정책에는 대가가 따르며 정책의 효과는 미미한 것으로 나타났다. 보호주의 정책과 영상 무역(즉, 해외 콘텐츠 라이선싱)의 상관 관계를 조사한 분석에 따르면, 보호주의 정책이 강력할수록 (예: 콘텐츠 쿼터 도입) 콘텐츠 수출은 줄어드는 것으로 나타났다.<sup>39</sup> 이는 철저한 보호주의 정책을 시행하는 국가가 해외 시장에서 자국 콘텐츠로 수익을 보거나 전 세계를 대상으로 자국 문화를 홍보할 수 있는 능력이 부족함을 의미한다.



## 11. 규제 정책과 투자의 상관 관계

조사에 따르면 높은 수준의 규제가 있는 나라일수록 투자자의 콘텐츠 투자 수준이 낮은 것으로 나타났다. 다른 많은 요인도 작용하기는 하나<sup>40</sup> 그림 4는 강력한 보호주의 정책이 콘텐츠 투자를 저해한다는 가설을 증명한다. 콘텐츠 투자 감소는 어쩔 수 없이 해당 산업의 고용과 기술 개발 저하로 이어질 수밖에 없다.

FIGURE 4 영상 산업 규제 정책과 저조한 투자의 상관관계 (일부 OECD 국가 및 중국)



출처: Ampere 및 OECD 데이터의 Frontier 분석

참고: 콘텐츠 투자의 모든 가치는 명목 가치이다. 각 국가의 콘텐츠 투자 자료는 상업 및 공영 방송에 의한 투자와 선별된 VOD 서비스에 의한 투자를 포함하며, 여기서 지출은 국가별로 구분될 수 있다. 스포츠 권리에 대한 투자는 제외한다. 국가는 데이터 이용 가능성을 기준으로 선별되었으며 OECD 국가와 중국을 포함한다. 정책 제한의 수준은 산업 분야 내 비관세 서비스 장벽의 수준과 범위를 포함하는 OECD의 방송 분야 서비스 무역 제한지수(STRI)이다. STRI는 학계와 정책 입안자들이 광범위하게 이용하는 서비스 정책 제한 측정이다. STRI는 0에서 1까지의 지표로 0은 정책 제한 없음, 1은 가장 강력한 정책 제한을 의미한다.

## 12. 투자 의지를 저해하는 제한정책

영상 산업은 한국 및 전 세계에서 성장 중이며 국내 크리에이티브 산업을 포함한 더 넓은 범위의 경제에 이익을 준다. 정책 입안자들은 이러한 성장이 지속되도록 장려할 수 있다. 보호주의 제한에는 여러 타당한 정책 목표가 있을 수 있지만 (예: 지역 문화 콘텐츠 창작 또는 소비 지원, 자국 영상 산업 지원) 다음과 같은 부정적 결과를 초래할 수 있다.

- 제한 조치는 국내 및 외국 기업의 비용을 증가시키고 경쟁을 감소시키며 소비자 가격을 높일 수 있다.<sup>41</sup>
- 국내 투자 장벽은 해외 자본과 인재, 기술의 유입을 저해하고 국내 투자가 가져오는 새로운 기술과 혁신 도입을 늦출 수 있다.
- 쿼터나 기타 제한 조치를 위한 로컬 콘텐츠 정의의 기준이 엄격할 경우 로컬 콘텐츠와 국내 산업 투자를 저해할 수 있다.<sup>42</sup>
- 방송 시간 쿼터는 소비자들을 로컬 콘텐츠로 유도하도록 설계되었으나 이를 VOD 서비스에 적용할 경우 문제가 될 수 있다.

- VOD 서비스에서는 소비자가 원하는 콘텐츠를 선택할 수 있으므로 쿼터 적용 **효과가 없을 수 있다.**<sup>43</sup>
- 쿼터제를 시행하면 VOD 제공자가 로컬 콘텐츠의 품질보다 양을 우선적으로 고려하도록 영향을 미쳐 **투자가 저해되고** 경제적 이익이 줄어들 수 있다.<sup>44 45</sup>
- VOD 서비스는 라이선스 가능한 로컬 콘텐츠의 양에 맞춰 **전체 콘텐츠 규모를 줄일 수 있으며** 이에 따라 소비자의 선택 범위가 줄어들고 VOD 서비스의 제작 투자가 감소할 수 있다.
- 쿼터는 **진입 장벽을 만들고** 대규모 국내 소비자 기반을 갖춘 유명 VOD 제공자보다 소규모 VOD 진입자들에게 더 큰 피해를 줄 수 있다.

국내 산업이 계속 발전하기 위해서는 외국 기업과 공동 제작을 하는 것이 글로벌 VOD 사업자의 진입을 제한하는 것보다 효과적일 수 있다.

보호주의 정책은 비용을 높이고 투자를 제한하며 궁극적으로 국내 소비자가 이용할 수 있는 콘텐츠를 제한한다. 이는 잠재적으로 한국의 창조 산업에 부정적인 결과를 초래할 수 있다. 일부 정책은 저작권 침해를 증가시키는 부작용이 나타날 수 있다. 저작권 침해는 투자 수익을 낮추고 혁신과 새로운 콘텐츠 제작에 대한 의지를 약화시켜 영상 산업의 경제에 악영향을 준다. 또한 합법적인 사업 수익 흐름에 타격을 입혀 정부의 세입도 감소하게 된다. 한국의 경우, VOD 사용자의 17%는 합법적인 서비스에 원하는 콘텐츠가 없다면 불법 서비스를 통해 VOD 콘텐츠를 시청하거나 다운로드할 것이라고 답변했다. 이는 국가 경제와 문화에 모두 이롭지 않다.<sup>46</sup>

## 한국 영상 산업의 지속적인 성공을 이끌 VOD 산업

한국은 높은 잠재력을 갖춘 활발한 영화, TV, VOD 산업의 장이다. 특히 VOD 서비스의 입지는 점점 더 중요해지며 경제적 기여도도 높아지고 있다. 점점 더 많은 소비자들이 VOD 서비스를 구독하며 VOD

## 저자

CLIVE KENNY  
Frontier Economics

웹사이트 및 문의 사항

WWW.FRONTIER-ECONOMICS.COM

HELLO@FRONTIER-ECONOMICS.COM

+44 (0) 207 031 7000

플랫폼들은 소비자들이 원하고 좋아하는 한국산 콘텐츠를 제공하고 있다. VOD 서비스는 해외 시청자들에게 다양한 인기 한국 콘텐츠를 제공하여 세계에 한국을 선보이는 효과적인 쇼윈도 역할을 하고 있다.

투자 장려를 위한 정책을 신중하게 조율하면 한국은 새로운 고용 기회, 보다 높은 경제 성과, 수출 증가, 우수한 경쟁력을 확보한 기술 기반, 산업 인프라 확장과 같은 더 많은 혜택을 누리게 될 것이다. 이를 통해 새로운 투자를 유치할 조건을 갖추 수 있다. 정책 입안자들은 적절한 정책들을 올바르게 조합할 필요가 있다. 이들은 투자, 경제적 이익, 수출의 저하 및 디지털 저작권 침해 행위 등 보호주의 조치에 따른 의도치 않은 결과를 유념해야 한다. 정책 입안자들은 VOD 서비스, 제작자 및 제작 업체와 협력하여, 한국에서 창조 산업이 계속 번창할 수 있는 투자 환경을 조성할 수 있을 것이다.

<sup>1</sup> VOD 가입자 수는 한국의 VOD 서비스 유료 구독 건수로 계산된다. 구독은 보통 한 가정 내에서 복수의 사람이 이용한다.

<sup>2</sup> 출처는 한국 인터넷 사용자 1,006 명을 대상으로 실시한 온라인 소비자 조사("Kantar Survey")이다. 이 조사는 Frontier Economics 에서 설계하고 Kantar 가 2020 년 11 월 30 일~12 월 14 일 사이에 실시했다. 자세한 내용은 기술 부록을 참조한다. 질문: 귀하는 온라인 주문형 비디오 서비스상에서 일반 요금을 지불하고 전문적으로 제작된 장편 영화나 쇼, 시리즈를 제공하는 VOD 를 얼마나 자주 시청하십니까? 기준: 전체 응답자(1,006 명)

<sup>3</sup> Kantar Survey, 질문: 지난 주 온라인 비디오 구독 서비스(VOD)를 시청했을 때, 귀하가 계산 국가의 현지 콘텐츠를 몇 시간 동안 시청하십니까? 기준: 최소 1 주일에 한 번 구독형 VOD 를 시청한 응답자(534 명)

<sup>4</sup> 미 달러화를 한화로 변환할 때 2019 년 평균 미 달러화 대 한국 원화 환율을 적용했다. OECD 환율.

<sup>5</sup> Ampere, 2019 년 구독형 VOD 수익, 2020 년 10 월 추출

<sup>6</sup> 야심찬 파라마운트 플러스 출시와 함께 2024 년까지 6,500 만~7,500 만 스트리밍 구독을 목표로 하는 비아콤 CBS, 2021 년 2 월, Deadline (Deadline, With Ambitious Paramount+ Launch, ViacomCBS Targets 65 Million-75 Million Streaming Subs By 2024, February 2021)

<sup>7</sup> HBO Max , 스트리밍 전쟁에서 살아남기 위해 40 억 달러 베팅, 2020 년 5 월, Variety (Variety, Inside HBO Max, the \$4 Billion Bet to Stand Out in the Streaming Wars, May 2020)

<sup>8</sup> 넷플릭스 2020 년 콘텐츠에 170 억 달러 이상 지출: Analyst, 2020 년 1 월, Fortune

<sup>9</sup> 넷플릭스, 올해 한국에서 5 억 달러를 새로운 콘텐츠 개발에 쏟아부을 예정, 2021 년 2 월, CNBC(CNBC, Netflix to spend \$500 million in Korea this year to develop new content, February 2021)

<sup>10</sup> Netflix 대규모 K-드라마 계약, 2020 년 1 월, Asia Times(Asia Times, Netflix buys big into K-dramas, January 2020)

<sup>11</sup> 디즈니 플러스 시리즈에서 연기 데뷔를 한 강다니엘, 2021 년 2 월, NME(NME, Kang Daniel in talks to make acting debut on Disney+ series, February 2021)

<sup>12</sup> 디즈니, NEW 계열사와 한국 콘텐츠 공급 거래 체결, 2021 년 5 월, Variety(Variety, Disney Strikes Korean Content Supply Deal With NEW Affiliate, May 2021)

<sup>13</sup> Viu, 새로운 한국 Viu 오리지널 드라마 시리즈 달이 뜨는 강 발표, 2021 년 1 월, PCCW 보도자료(PCCW Press release, Viu announces new Korean Viu Original drama series River Where the Moon Rises, January 2021)

<sup>14</sup> 홍콩에 기반을 둔 VIU, 한국 콘텐츠로 확장 및 각색 작품 투자, 2020 년 7 월, Forbes(Forbes, Hong-Kong Based VIU Expands Korean Content And Invests In Adaptations, July 2020)

<sup>15</sup> 한국 업체를 선도하는 OTT 플랫폼 웨이브 CEO, 오리지널 작품을 위한 9 억 달러 투자 , 해외 공개 및 히트작 'SF8' 시즌 2 에 대한 설명, 2021 년 4 월, Deadline(Deadline, Leading South Korean OTT Platform Content Waver CEO Talks \$900M Originals Drive, International Roll-Out & Season 2 Of Hit Anthology Show 'SF8', April 2021)

<sup>16</sup> 새로운 경쟁 속에서 한국의 오리지널 콘텐츠에 초점을 맞춘 비디오 스트리밍 서비스, 2021 년 1 월, 연합뉴스(YonHap News Agency, Video streaming services focus on original content in S. Korea amid new competition, January 2021)

<sup>17</sup> 글로벌 영상 제작 - 필름 및 텔레비전이 코로나 19 이후 경제 회복에 미치는 영향, 2020 년 6 월, Olsberg•SPI(Olsberg•SPI, Global Screen Production - The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19, June 2020)

<sup>18</sup> 2018 년 한국 영화 및 텔레비전의 경제 기여도, 2018 년 12 월, MPA APAC(MPA APAC, The Economic Contribution of Film and Television in Korea in 2018, December 2018)

<sup>19</sup> 한국 스트리밍 서비스는 넷플릭스에 맞설 가능성이 있는가?, 2021 년 1 월, 코리아 헤럴드(The Korea Herald, Do Korean streaming services stand a chance against Netflix?, January 2021)

<sup>20</sup> 2018 년 한국 영화 및 텔레비전의 경제 기여도, 2018 년 12 월, MPA APAC(MPA APAC, The Economic Contribution of Film and Television in Korea in 2018, December 2018)

<sup>21</sup> 글로벌 영상 제작 - 필름 및 텔레비전이 코로나 19 이후 경제 회복에 미치는 영향, 2020 년 6 월, Olsberg•SPI(Olsberg•SPI, Global Screen Production - The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19, June 2020). 아시아 지역 영상 부문 가치 사슬의 고용 승수는 3.72 로 추산된다.

<sup>22</sup> 2018 년 한국 영화 및 텔레비전의 경제 기여도, 2018 년 12 월, MPA APAC(MPA APAC, The Economic Contribution of Film and Television in Korea in 2018, December 2018)

<sup>23</sup> Kantar Survey

<sup>24</sup> Kantar Survey, 질문: 지난 주 온라인 비디오 구독 서비스(VOD)를 시청했을 때, 귀하가 계신 국가의 현지 콘텐츠를 몇 시간 동안 시청하셨습니다? 기준: 최소 1 주일에 한 번 구독형 VOD 를 시청한 응답자(534 명)

<sup>25</sup> Kantar Survey, 질문: 사용하시는 모든 TV 및 비디오 서비스를 생각했을 때, TV 와 비디오 서비스가 다음 유형의 콘텐츠를 제공하는 것이 얼마나 중요한지 1~5 점의 척도로 평가해주시겠습니까? 척도: 1 = 나에게 전혀 중요하지 않음, 2 = 그다지 중요하지 않음, 3 = 보통, 4 = 나에게 상당히 중요함, 5 = 나에게 매우 중요함. 콘텐츠 유형: 나와 같은 사람들을 포함하는 콘텐츠, 내가 사는 곳을 대표하는 콘텐츠, 우리나라에서 만들어진 콘텐츠, 나의 삶과 관련이 있는 콘텐츠, 우리나라 사람이 만든 콘텐츠. 여기 제시된 결과는 콘텐츠 유형의 평균이다. 기준: 전체 응답자(1,006 명)

<sup>26</sup> Kantar Survey, 질문: 사용하시는 모든 TV 및 비디오 서비스를 생각했을 때, 귀하와 같은 국가 사람들을 위해 귀하가 사용하시는 언어로 만들어진 TV 및 비디오 콘텐츠의 양에 대해 1~5 점 척도를 기준으로 얼마나 만족하십니까? 척도: 1 = 매우 불만족, 2 = 다소 불만족, 3 = 보통, 4 = 다소 만족, 5 = 매우 만족. 기준: 전체 응답자(1,006 명)

<sup>27</sup> Kantar Survey, 질문: 귀하께서 시청하시는 여러 TV 및 비디오 서비스에 대해 생각해보셨을 때, 귀하의 국가에서 살아가는 사람들에 대한 이야기, 또는 귀하 국가의 연기자나 진행자 출연 등을 통해 얼마나 현지인들을 위해 잘 만들어졌다고 생각하십니까? 척도: 1 = 우리나라 사람들을 위해 특별히 만들어진 콘텐츠를 전혀 제공하지 않음, 2 = 우리나라 사람들을 위해 특별히 만들어진 콘텐츠를 충분히 제공하지 않음, 3 = 우리나라 사람들을 위해 특별히 만들어진 콘텐츠를 일부 제공함, 4 = 우리나라 사람들을 위해 특별히 만들어진 좋은 수준의 콘텐츠를 제공함, 5 = 우리나라 사람들을 위해 특별히 만들어진 최고의 수준의 콘텐츠를 제공함. 기준: 3 개월에 한 번 이상 서비스를 이용하는 모든 응답자(849 명)

<sup>28</sup> 작년 한국 문화상품 수출 규모 22.4 퍼센트 상승, 2020 년 4 월, 연합 뉴스 통신(Yonhap News Agency, Exports of Korean culture products soar 22.4 pct last year, April 2020)

<sup>29</sup> 한국 스트리밍 시장 과열, 2021 년 2 월, 영화진흥위원회 (Korean Film Council, Korean Streaming Market Heats Up, February 2021)

<sup>30</sup> O'Mahony, M., & Riley, R. (2012). 인적자원 파급효과: 교육의 중요성. NIESR

<sup>31</sup> 동남아시아 지역에서 180 개 오리지널 작품에 투자한 Netflix, 2019 년 11 월, Fierce Video(Fierce Video, Hastings says Netflix has invested in 180 originals from the SE Asia region, November 2019)

<sup>32</sup> 연구 결과에 따르면 혁신을 일으킨 기업이 얻는 혁신에 따른 경제적 이익은 10% 미만이며 나머지 이익은 더 넓은 경제로 확산된다. (Baumol, W., (1997). 혁신 파급효과와 파레토 최적 규모. 조사 보고서 97-42, C.V. Starr Center for Applied Economics(Starr 응용경제학 센터), New York University). 다른 연구에서는 미디어 활동의 지리적 클러스터가 오디오 비주얼 분야의 성공에 필요한 혁신을 어떻게 촉진하는지 설명했다. (Karlsson, C., & Rouchy, P. (2015). 미디어 클러스터 및 도시 지식 경제. 미디어의 경제학에 관한 안내서)

<sup>33</sup> 넷플릭스, 한국 내 영향력 확장: 넷플릭스 새로운 프로덕션 시설 두 곳과 함께 새해를 맞이하다., 2021 년 1 월

<sup>34</sup> 2016 년 6 가지 핵심 여행 트렌드, 2015 년 12 월, TripAdvisor(TripAdvisor, 6 key travel trends for 2016, December 2015.) 예를 들어 화면 상에서 연출된 콘텐츠에 매료되어 매년 230,000 명의 해외 관광객이 호주를 방문한다. 관광객들이 지출하는 비용은 7 억 2,500 만 호주 달러(한화 5,870 억 원)로 예상된다. Screen Australia, 스크린 화폐: 국내 영상 산업 가치 평가, 2016

<sup>35</sup> Visit Korea - <https://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/VR360.kto>

<sup>36</sup> BFI(2018) 영상 부문 세금 감면이 영국 전역의 경제 성장을 어떻게 높여주었는가(BFI (2018) How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK.) 연구 결과 세금 감면 없이는 제작의 91%가 성사되지 않았을 것으로 나타났다.

<sup>37</sup> Messerlin. (2019). 영화 산업의 일관적인 지원 정책 수립. Kritika Kultura, 32, 375-396

<sup>38</sup> Netflix 포스트 파트너 프로그램 - <https://np3.netflixstudios.com/>

<sup>39</sup> 이 분석은 보호주의 정책과 영상융합 무역 사이의 관계를 조사한다. 국가 간 영상융합 교역 수준에 여러 가지 요인이 어떻게 영향을 미치는지 알아보고 예측하기 위해 경제적 모델을 이용했다. 이 분석은 무역 제한이 영상융합 수출에 미치는 영향을 정확히 추출하기 위해 수행되었다(OECD 의 서비스 무역 제한 지표에 의해 측정). 이 모델에서는 만일 한국이 방송 부문의 정책 제한 수준을 OECD 평균(중앙값)으로 완화할 경우, 방송 수출이 31% 증가할 것으로 예상된다. 자세한 내용은 기술 부록을 참조한다.

<sup>40</sup> 한 국가의 투자 수준에 영향을 미치는 요인으로서는 산업 분야의 기존 자본금, 국가 소득 수준, 공공 투자 수준이 있다.

<sup>41</sup> OECD. (2015). 신규 정책 문제: 무역의 현지화 장벽 (Localisation Barriers to Trade). Paris: OECD Publishing

<sup>42</sup> Lee, B., & Bae, H.-S. (2004). 스크린 쿼터가 최근 국내 영화시장 자금 비율에 미치는 영향. Journal of Media Economics, 163-176

<sup>43</sup> Picard, R., Davis, C., Papandrea, F., & Park, S. (2016). 플랫폼 확산과 국내 콘텐츠 정책에 대한 영향. Telematics and Informatics, 683-692

<sup>44</sup> Anderson, C., Leigh, G., Swimmer, & Wing, S. (1997). 미국 프로그램에 대한 시청자 수요 및 캐나다 방송 규제에 미치는 영향에 대한 실증적 분석. The Journal of the Association for Public Policy Analysis and Management, 525-540

<sup>45</sup> Crampes, C., & Hollander, A. (2008). 영상융합 콘텐츠 규제: 쿼터 및 목적의 충돌. Journal of Regulatory Economics 34.3, 195-219

<sup>46</sup> Kantar Survey, 질문: 현재 이용하시는 온라인 구독형 비디오 서비스(VOD)를 이용할 수 없게 되었다면, 불법 서비스나 앱이라 할지라도 다른 출처를 통해 영화, 쇼, 시리즈를 시청하거나 다운로드하시겠습니까? 척도: 1 = 절대 아니다, 2 = 아마도 아닐 것이다, 3 = 아마 그럴 것이다, 4 = 그럴 가능성이 높다, 5 = 확실히 그럴 것이다. 기준: 3 개월에 한 번 이상 서비스를 사용하는 모든 응답자(849 명)