

## 『2011년 13호 ‘주간 심층이슈’』



### 『 미국내 온라인 영상물 스트리밍 산업 동향』

#### ○ 작성 취지

- 미국 온라인 영상물 스트리밍 산업 시장의 현황을 이해하는 동시에 YouTube, Netflix, Hulu와 같은 기업의 성공 전략 및 전망을 살펴봄으로써 향후 한국 온라인 스트리밍 산업 개발의 참고 자료로 활용하고자 함

※ 출처 : Silicon Alley Insider, quantcast 등

#### ○ 작성 순서

1. 「미국 온라인 영상물 스트리밍 산업의 현재」
2. 「미국 온라인 영상물 스트리밍 사이트의 현황」
3. 「시사점」

## 1. 『미국 온라인 영상물 스트리밍 산업의 현재』

### □ 미국 시청자의 시청 형태 변화

#### ○ 미국 온라인 영상물 스트리밍 서비스 이용 증가 추세

- 90% 이상의 미국 방송사의 프로그램들은 온라인 서비스를 통해 시청이 가능함 (이중 50%이상이 24시간 이내에 업로드)
- 1억7천7백만 명 이상의 인터넷 사용자들은 온라인을 통하여 영상물을

시청하고 있음 (2010년도 6월 기준)

- 미국 최대 온라인 VOD (Video On Demand) 사이트 Hulu는 월 평균 1억4천4백5십만 명의 시청자(unique viewers)가 방문, 2011년 2월에는 1억 4천만 명이 136억 편의 비디오를 시청하였음
- 지난 1년간 온라인 뉴스 및 영상물 시청이 2배 이상 증가하였으며 인터넷 사용자 34.2%가 인터넷을 통해서 뉴스를 시청하고 있음
- 2009년에는 long-form (장시간 상영되는 드라마, 영화 등) 영상물 시청자가 2배 이상 증가하였으며, 이에 는 Hulu의 성공과 인터넷 사용이 가능한 TV세트 구입 증가가 큰 영향을 미친 것으로 알려짐

### ○ 톱 10 온라인 VOD 사이트

순위	회사명	비디오 시청수 (2011년 2월)
1	YouTube	7,543,544
2	Hulu (NBC Universal, Fox 와 Disney-ABC Television Group의 합작회사)	826,452
3	Vevo (Joint venture between Sony Music Entertainment, Universal Music Group and Abu Dhabi Media)	317,763
4	MSN-Windows Live-Bing	253,340
5	Yahoo	168,396
6	The Turner-SI Digital Network (CartoonNetwork.com, TeamCoco.com, TBS.com, TNT.tv, adultswim.com)	161,895
7	Netflix	157,438
8	Facebook	146,788
9	CBS Entertainment sites	119,726
10	MTV Music	114,392

## 2. 『온라인 영상물 스트리밍 사이트의 현황』

### □ Netflix

#### ○ Netflix의 현황

- Netflix는 온라인 비디오 대여 서비스로 사업을 시작, Blockbuster의 경쟁사로 부상하였으나, 현재는 온라인 영상물 스트리밍에서 더 높은

수익을 올리고 있음

- 현재 10만 개가 넘는 타이틀을 제공하고 있으며, 스트리밍 고객을 포함해서 2,000만 명 이상의 월정액제 가입 고객이 있음
- 2011년도 3월에는 2억 개 이상의 영상물이 넷플릭스에서 스트리밍 서비스 되었음
- 최근 업계 1위인 YouTube보다 방문자들이 3배 이상 오랜 시간을 Netflix에서 할애하고 있다고 밝혀짐

【표 1】 온라인 영상물 사이트 선호도



[“어느 웹사이트를 통해서 영상물을 온라인으로 시청하는 것을 선호하십니까” 라는 질문에 대한 통계]

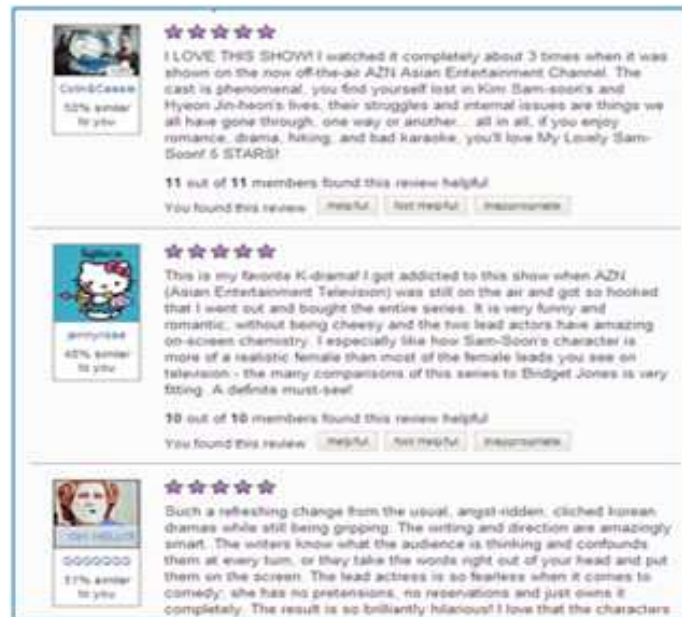
### ○ Netflix를 통해 제공되는 한국 콘텐츠

- Netflix에서 한국 드라마 역시 대여 및 온라인 스트리밍이 가능하며 이 중에는 <대장금>, <주몽>, <궁>, <불새>, <이브의 모든것> 등이 있음
- <대장금>, <궁>, <내 이름은 김삼순>과 같은 드라마는 몇천명 이상의 외국인들이 프로그램에 대해서 review(시청소감)를 남기기도 하였음

## 【그림 1】 Netflix를 통해 대여가 가능한 한국드라마 포스터



## 【그림 2】 외국인들이 남긴 한국드라마 시청소감



## □ Hulu

### ○ Hulu의 현황

- Hulu는 웹사이트이자, OTT (over the top: 인터넷을 통해 웹사이트에 접속하여 비디오 콘텐츠를 다운로드 하거나 스트리밍 하는것) 기반 가입 서비스로서 TV 프로그램, 영화, 짧은 동영상 클립, 방송사 TV 프로그램의 제작 과정, 영화 예고편 등을 서비스 하고 있음
- Hulu는 광고로 운영되는 무료 서비스인 Hulu와 광고 없이 콘텐츠를 스트리밍 할 수 있는 유료 서비스 Hulu Plus가 있음
- Hulu에게 콘텐츠를 제공하고 있는 TV 채널들로는 Fox, NBC, ABC, ABC Family, Biography Channel, MTV, VH1, Comedy Central, TV

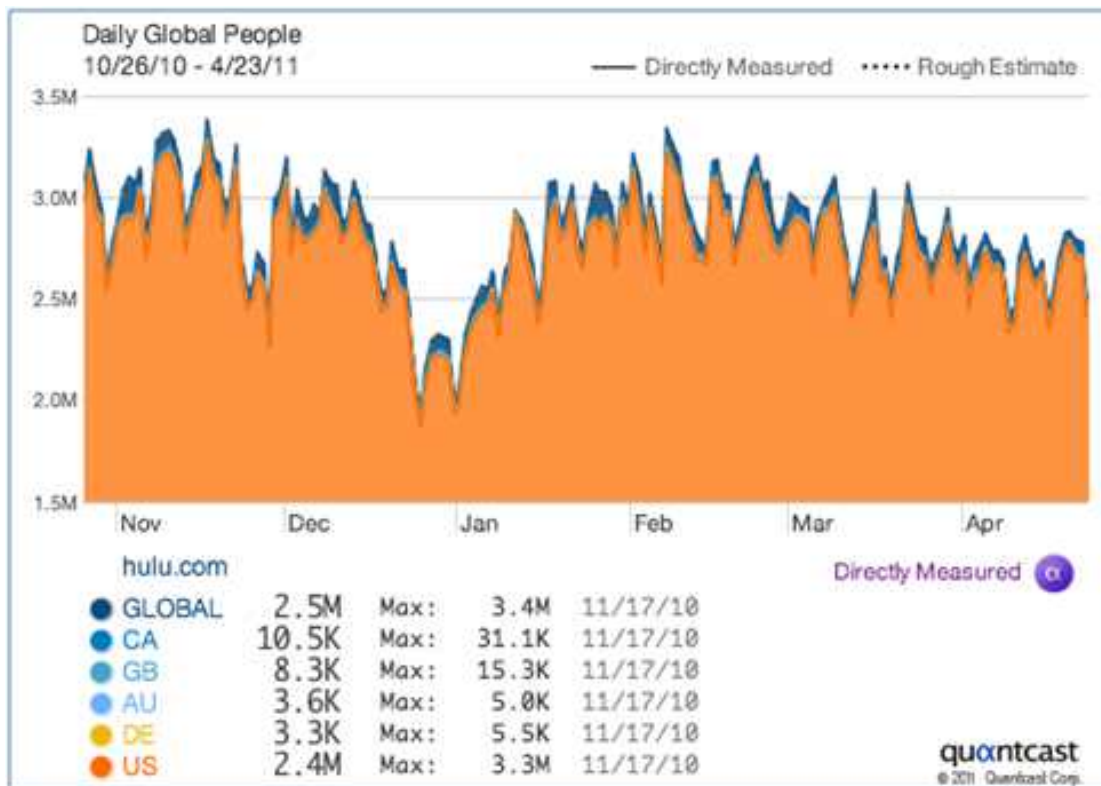
Land, Spike, National Geographic Channel 등이 있음

- 그외 영화 및 다른 콘텐츠를 제공하는 회사들은 NBC Universal, Lionsgate, MGM, Endemol, News Corp., Viacom, PBS, Sony, Time Warner 등이 있음

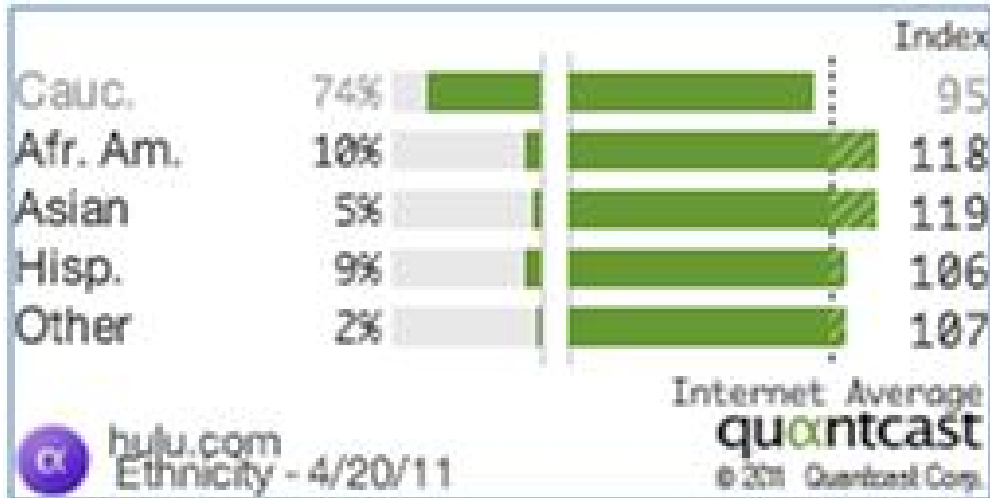
### ○ Hulu의 전망

- Hulu는 2011년도에 5억 달러의 수익을 예상하고 있으며, 그 중 3억 달러는 콘텐츠 제공자들에게 지급될 것이라 말하였음
- Hulu Plus는 2011년도 하반기까지 총 100만 명이 넘는 가입자를 유치할 예정
- 2010년 194개였던 광고주의 숫자가, 올해 2011년도 1분기 289개로 늘어났음
- Hulu는 1년 전부터 한국 콘텐츠(드라마)를 선보이기 시작했으며, 약 10편의 한국 드라마가 분기당 10만 달러가량의 수익을 창출하기 시작함
- Hulu는 한국 드라마가 예상을 뛰어넘는 사이트 방문자수를 기록하는 등 높은 인기를 보이자, 더 많은 한국 콘텐츠를 확보하기로 함

【표 2】 Hulu 방문자수 통계



**【표 3】 Hulu 방문자 인종 통계**



## □ YouTube

### ○ YouTube의 현황

- YouTube는 사용자들이 영상물을 공유하는 사이트로서, 현재 미국에서 Facebook, Twitter를 이어 방문횟수가 3번째로 많은 사이트임
- 2009년부터는 3D 영상물도 업로드 할 수 있게 되었으며, 최근에는 실시간 영상 스트리밍이 가능한 live video platform 서비스 제공 시작
- Live video platform을 통해서 소규모 음악 콘서트, 지방 또는 학교 스포츠 경기, 실시간 뉴스 보도, 지방 정치 관련 비디오 등을 스트리밍 할 수 있게 되었음
- YouTube의 가장 큰 문제점은 저작권이 있는 비디오가 불법으로 마구 업로드되는 것이었음
- 한국 공중파 방송 3사의 콘텐츠 또한 하루에 수백건씩 업로드 되고 있으며 영어자막까지 제공되어 많은 사용자들이 불법으로 이러한 콘텐츠를 시청하고 있었음
- YouTube를 대상으로 한국 공중파 방송 3사는 꾸준히 불법 업로드에 대한 통지와 불법 업로드 영상물 삭제 작업을 매일 진행하여 현재는 불법 업로드가 많이 줄어든 상태임

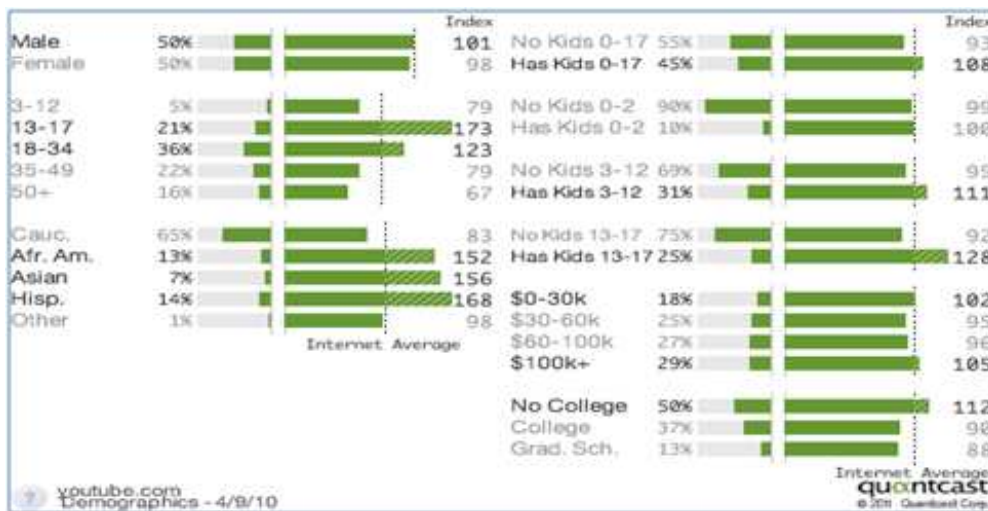
### ○ YouTube의 새로운 전략

- 2010년 11월 기준으로 YouTube에서 가장 많이 시청된 비디오는 ‘찰리가 내 손가락을 물었어요(영국의 1살짜리 아기가 3살짜리 형의

손가락을 무는 비디오)’ 라는 비디오이며 이 비디오가 스트리밍된 횟수는 2억4천5백만 번임

- 사이트 방문자 수와 영상물 스트리밍 횟수만으로는 YouTube가 아직 가장 인기 높은 스트리밍 사이트이지만 Netflix에게 방문자들을 뺏기고 있음
- 2011년도 2월 자료에 의하면, 2월 한달 동안 온라인 영상물을 시청한 이용자 중 Netflix 이용자들은 평균 9시간 16분을 사이트에서 소비한 반면, YouTube 이용자들은 평균 2시간 14분을 소비하였음
- 이러한 추세로 인하여 YouTube는 1억 달러를 그들의 original contents 제작에 투자할 것이라 발표
- 또한 YouTube는 [www.youtube.com/theroyalchannel](http://www.youtube.com/theroyalchannel)을 통해 영국 왕자 윌리엄의 결혼식을 4월 29일 실시간으로 방영
- 결혼식 뿐만 아니라 영국왕실에서 직접 올리는 결혼식 이후 행사 등에 대한 업데이트와 비하인드 스토리를 접하게 될 것임

【표 4】 YouTube 방문자 수 통계



## □ Crunchyroll, Dramafever, 그 외 아시안 콘텐츠 사이트

### ○ 한국 콘텐츠 배급 사이트

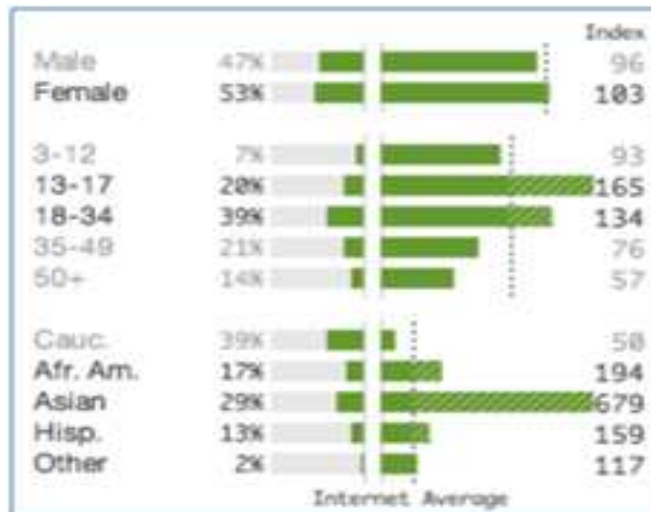
- Dramafever는 2009년 8월에 론칭하여 현재 41만 명 이상의 사용자들에게 230만 시간 이상의 영상을 제공하고 있음
- 현재는 주로 한국 드라마, 영화, 음악, 다큐멘터리 프로그램들을 제공하고 있으나, 점차 다른 아시안 영화와 TV 프로그램을 추가할 계획임

【그림 3】 Dramafever 웹사이트



- 사용자의 40%가 백인이며, 17%가 흑인, 히스패닉이 13%이며, 아시안은 29%밖에 되지 않음

【표 5】 Dramafever 방문자 인종 통계



- Crunchyroll은 일본 애니메이션 사이트로 시작하여 현재 한국 드라마도 서비스하고 있음
- 매달 5백만 명 이상의 방문자가 있으며, 850만 시간 이상의 비디오를 스트리밍 서비스하고 있음
- ‘커피 프린스’ 같은 드라마는 6만 명 이상의 사용자들이 시청한 기록이 있으며, 시청자들의 60% 이상이 백인/흑인/히스패닉계로 알려짐



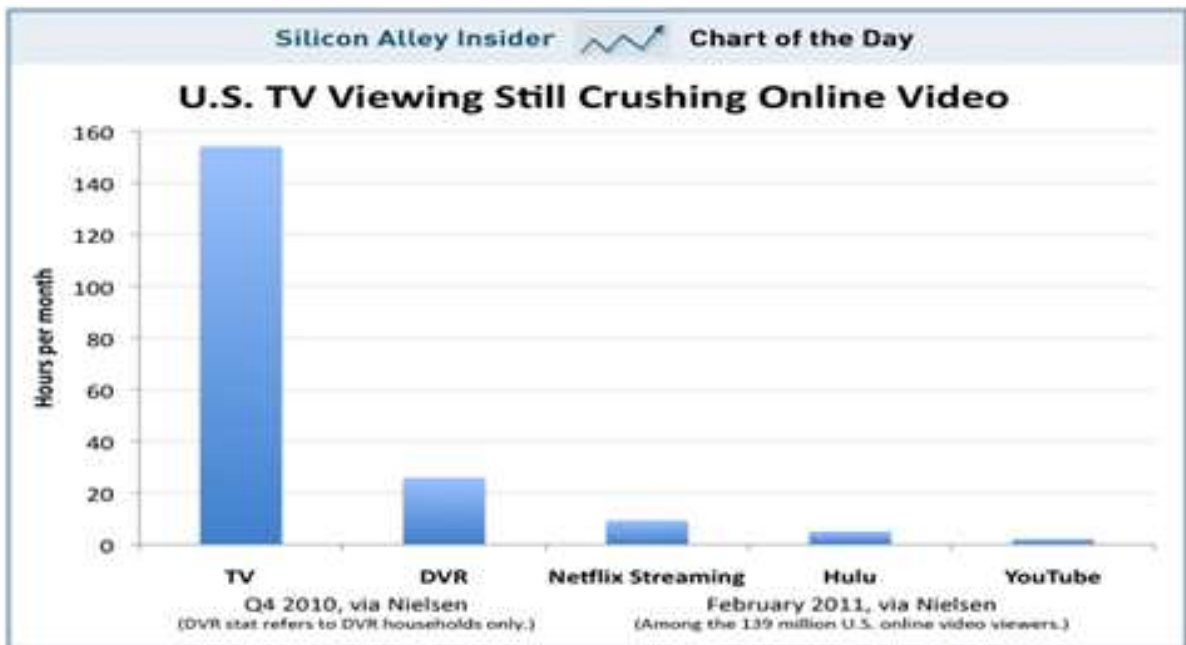
【그림 4】 Crunchyroll 웹사이트



### 3. 『시사점』

- 온라인 영상물 시청은 컴퓨터뿐만 아니라 태블릿 PC, 스마트폰, connected TV를 통해서도 가능하여 그 수가 확연히 성장하고 있음
- 하지만, 아래 도표에서 보듯이 일반 TV시청이 아직도 월등한 강세를 보임

【표 6】 각 플랫폼을 통한 영상 시청 시간



- Netflix나 Hulu와의 경쟁이 점점 치열해져 케이블사들은 자사의 프로그램을 스마트폰이나 태블릿 PC를 통해서 제공하는 계획을 발

빠르게 시행하고 있음

- Verizon은 320만 명이 넘는 Fios (Verizon이 새롭게 선보이고 있는 인터넷, 디지털 TV, 전화 패키지 서비스) 사용자 및 그 외 새로운 고객들을 대상으로 안드로이드 스마트폰에 영화를 서비스할 예정
- Time Warner 케이블은 iPad를 통해 TV프로그램을 고객들에게 서비스하고 있음
- Comcast 역시 2011년도 하반기까지 ‘TV Everywhere’ 이라는 슬로건을 내걸고, TV 프로그램과 영화를 기존 고객들에게 소액이나 무료로 iPad를 통해 제공할 예정
- 하지만 모든 제작사들이 자사의 프로그램을 이러한 multiple platform 서비스에 콘텐츠로 제공할 준비는 되어 있지 않음
- 케이블사 역시 multiple platform 서비스 방식을 통한 수익 창출 방법과, 제작자들과 어떠한 방식으로 수익을 분배해야 할지 고민 중임

### 【그림 5】 iPad를 통한 TV 시청



- 다양한 플랫폼의 출연으로 인해, 한국 콘텐츠와 같이 비주류 콘텐츠가 점점 미국주류 시청자들에게 노출될 기회가 늘어나고 있음
- 한 케이블 회사는 아시안 영화와 TV 프로그램으로만 이루어진 SVOD (Subscription Video On Demand) 채널을 계획 중이며, 대다수의 케이블사들은 아시안 VOD를 서비스할 계획을 가지고 있음
- 이러한 VOD 서비스는 아시안만을 타깃으로 하는 서비스가 아닌, 다양한 시청자들에게 노출되고 서비스될 확률이 높음
- Hulu와 Netflix 같은 온라인 스트리밍 사이트에도 한국 콘텐츠가

서비스되기 시작했으며, 많은 한국 드라마들이 YouTube를 통해 예고편과 첫 회를 제공하는 등, 홍보 수단으로 삼고 있음

- 앞으로 한국 콘텐츠에 무궁무진한 기회가 펼쳐지리라고 보이며, 그렇기 때문에 각 방송사는 한국 콘텐츠 배급을 통한 수익 창출 전략과, 한국 콘텐츠를 널리 알릴 수 있는 홍보 전략을 신중히 세우는 것이 매우 중요함