

—  
미국  
콘텐츠  
산업동향

Content Industry  
Trend of USA

20  
18

Vol. 15



# 미국 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF USA

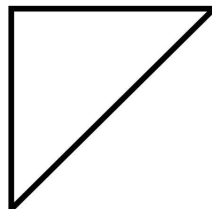
2018년 15호

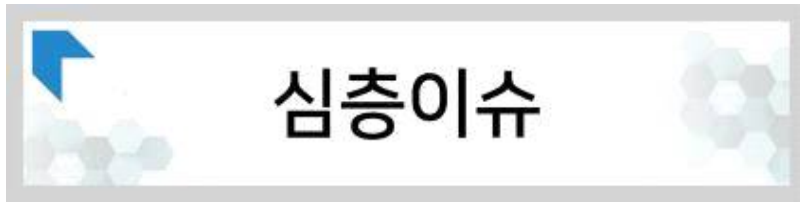
구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	<p>▶ <b>미국 미디어 산업의 변화와 향후 전망</b></p> <p>⇒ 월트 디즈니 컴퍼니와 21세기 폭스의 인수합병, AT&amp;T와 워너브라더스의 인수 등 거대 미디어 그룹 사이의 인수 합병거래를 바탕으로 현재 미국 미디어 산업의 지형도 변화와 앞으로의 전망에 대해 알아봄</p>	미디어 산업 인수합병

2018. 08. 10

한국콘텐츠진흥원

미국비즈니스센터





## 『미국 미디어 산업의 변화와 향후 전망』

### ◎ 작성취지

- 월트 디즈니 컴퍼니와 21세기 폭스의 인수합병, AT&T와 워너브라더스의 인수 등 거대 미디어 그룹 사이의 인수 합병거래를 바탕으로 현재 미국 미디어 산업의 지형도 변화와 앞으로의 전망에 대해 알아봄

### ◎ 작성순서

- 21세기 폭스 인수 경쟁
- 디즈니-폭스 인수에 따른 예상되는 변화들
- 미국의 미디어산업 지형도의 변화
- 2018년은 미디어 인수합병의 해
- 미디어 인수합병의 미래
- 정리와 시사점

## 1. 21세기 폭스 인수 경쟁

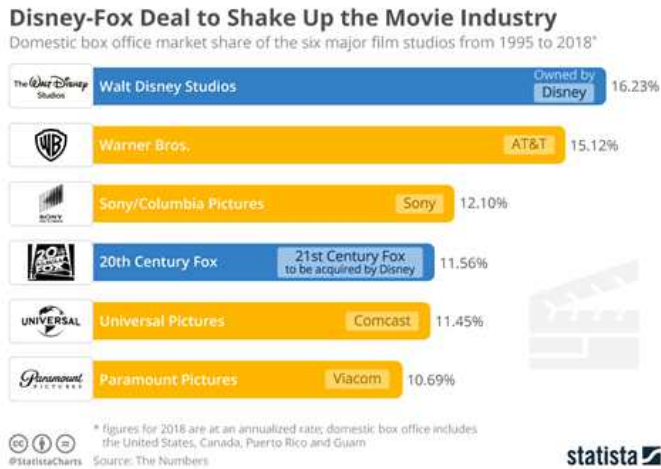
- 2017년 12월, 월트 디즈니 컴퍼니(Walt Disney company)가 21세기 폭스(21st Century Fox)의 영화 및 TV 사업부문에 대한 인수합병을 시작함
- 21세기 폭스 인수 거래는 전쟁이라고 표현할 정도로 많은 기업들이 거래 합류 의사를 밝힘. 유니버설 스튜디오(Universal Studio)와 NBC유니버설(NBC Universal)의 모회사인 컴캐스트(Comcast), 미국 최대의 통신사인 버라이즌(Verizon)과 소니(Sony) 등이 물망에 올랐으며, 마지막까지 참여한 두 업체는 디즈니와 컴캐스트였음

- 2018년 8월 현재도 인수합병이 마무리되지 않았지만, 디즈니와의 입찰 경쟁을 통해 인수규모를 700억 달러 이상으로 올렸던 컴캐스트가 입찰경쟁에서 빠지면서 최종적으로는 디즈니가 21세기폭스를 인수한다고 잠정적으로 결정됨
- 미디어 독과점 금지법에 따라 미국 법무부가 일정한 조건을 제시했고 디즈니가 그 조건을 따르기로 하면서 폭스 인수가 가속화됨
- 법무부가 제안한 조건은 21세기 폭스의 영화부문과 TV스튜디오, 케이블, 국제TV비즈니스사업부 등을 인수하되, 디즈니가 이미 ABC뉴스와 ESPN 등을 보유하고 있기 때문에 폭스 뉴스, 폭스 비즈니스 네트워크, 폭스 스포츠 네트워크 등은 제외하는 것이었음
- 디즈니-폭스의 전체 인수 규모는 2017년 12월 처음 인수를 발표할 때만해도 524억달러 수준이었으나 2018년 최종적으로 디즈니가 제안한 금액은 851억 달러까지 치솟음
- 한 가지 흥미로운 점은 컴캐스트가 폭스 인수경쟁을 포기하는 이유로 영국의 TV채널인 Sky 인수에 집중하기 위해서라고 발표한 것인데, 디즈니는 폭스를 인수함으로써 Sky 39.14% 지분을 자동 인수하게 됨

## 2. 디즈니-폭스 인수에 따른 예상되는 변화들

- 디즈니-폭스의 인수로 인해 가장 확실하게 일어나는 변화는 미국 영화 및 TV 산업을 이끌어온 할리우드의 메이저 스튜디오 여섯 개를 일컫는 빅6(Big 6)가 빅5로 줄어드는 것임
- 워너브러더스, 파라마운트, 20세기폭스, 디즈니, 유니버설, 컬럼비아(소니) 픽처스 여섯 개 메이저 스튜디오는 이제 디즈니가 21세기폭스를 인수함으로써 5개 스튜디오로 숫자는 줄어들지만, 디즈니의 영향력은 더욱 막강해질 것으로 전망함
- 디즈니는 이로써 <스타워즈> 프랜차이즈(루카스 필름스), 픽사애니메이션(디즈니/픽사), 마블스튜디오 등 기존에 보유한 막강한 라이브러리에 폭스의 <아바타>, <엑스맨>, <판타스틱4>, <데드풀> 등의 프랜차이즈를 추가하게 됨. 이로 인해 앞으로 디즈니 레이블 아래에서 제작하게 될 콘텐츠에 대한 기대도 높아짐

- 또한 넷플릭스에 대적할 만한 스트리밍 서비스가 시작될 것으로 예상됨
- 이미 디즈니가 2017년 8월 넷플릭스에서 스트리밍 서비스 중인 디즈니 라이브러리를 뺄 것이라고 발표했으며, 2019년이면 자사 작품을 서비스하는 자체 스트리밍 서비스를 구축하겠다고 발표한 바 있음
- 픽사, 마블, 루카스 필름, 폭스가 보유하고 앞으로 제작할 작품들이 모두 이 서비스를 통해 스트리밍될 가능성이 높음. TV까지 범위를 확대하면 스트리밍 가능한 콘텐츠의 수는 더욱 늘어날 것임
- 조사 및 통계 전문업체인 스태티스타(Statista)는 디즈니-폭스 인수 이후 1995년부터 2018년까지 각 스튜디오의 시장점유율을 집계함<sup>1)</sup>
- 월트디즈니스튜디오의 시장점유율은 16.23%로 1위였음. 4위인 20세기 폭스의 계열사인 21세기 폭스를 인수함으로써 업계 1위의 입지를 굳힘



<그림 1> 메이저 스튜디오의 시장점유율 (출처: Statista.com)

- 이 그래프에서 주목해야할 부분은 그래프의 점유율 옆에 ‘Owned by’로 표시된 소유관계임
- 월트디즈니스튜디오는 디즈니 소유이며, 워너브러더스는 최근(2018년 7월 12일) 인수 승인에 따라 AT&T의 소유가 됨

1) <https://www.statista.com/chart/12307/market-share-of-major-film-studios/>

- 소니/콜럼비아픽처스는 소니 소유이며, 유니버설픽처스는 미디어통신그룹 컴캐스트의 소유이고, 파라마운트 역시 미디어그룹 비아콤(Viacom)의 자회사임

### 3. 미국의 미디어산업 지형도의 변화

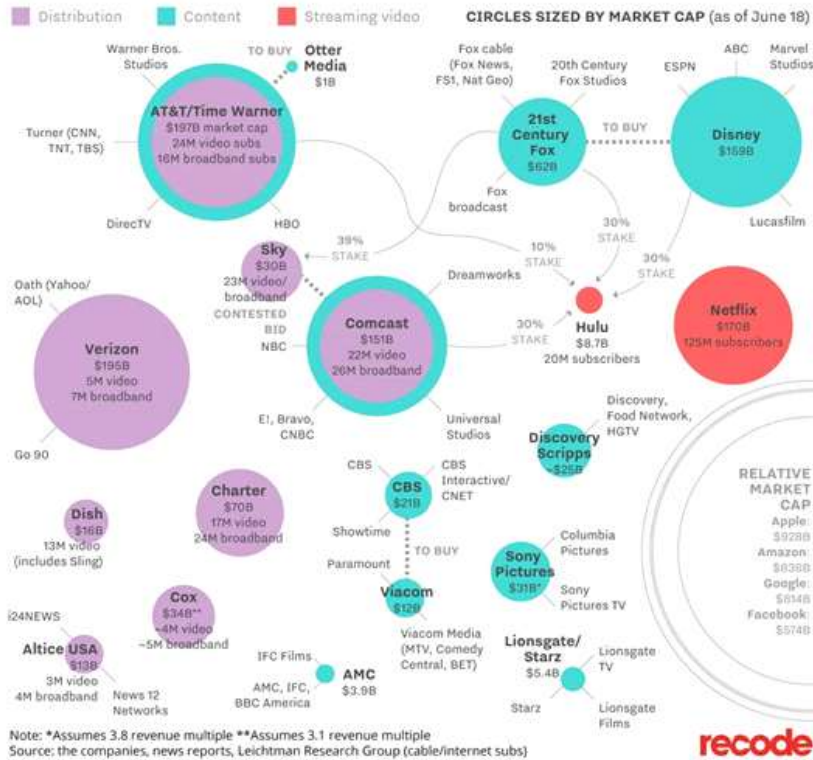
- ① 미디어 기업 간 인수합병은 선택이 아니라 필연적
  - 유튜브, 넷플릭스, 훌루가 출현하기 이전에 미디어 산업의 역할은 복잡하지 않았음
  - TV와 영화의 콘텐츠 제작을 담당하는 제작사/스튜디오가 있었고, 스튜디오는 콘텐츠를 배급하는 배급사들에게 배급권을 판매했음. 배급사들은 이 배급권을 사들여 최종적으로 소비자들에게 상영함으로써 되팔았음
  - 하지만 넷플릭스와 같이 이전에는 없었던 콘텐츠 배급 플랫폼의 등장 때문에 미디어 산업 내의 역할들이 복잡해짐
  - 이들은 배급 플랫폼인 동시에 오리지널 콘텐츠를 제작하는 스튜디오의 역할도 함으로써 최종소비자(관객, 시청자)와의 거리는 가까워졌지만 미디어산업 내에서의 관계는 과거와는 크게 달라짐
  - 따라서 전통적인 시장에 익숙한 미디어기업들은 인수합병을 통해 기업의 규모와 기능을 다각화하여 변화된 시장에서의 경쟁력을 높이려고 해서 인수합병거래수가 크게 늘어남

- ② 디지털 이머징 마켓의 현재

- 테크놀로지-미디어 컨퍼런스 미디어 그룹인 레코드(recode)가 업데이트하고 있는 ‘미디어산업 지형도’ (Media Landscape)는 미국의 미디어산업이 2018년 현재 어떤 모습인지를 한눈에 정리할 수 있음<sup>2)</sup>
- 인포그래픽에서 보라색 원으로 표현된 기업은 전통적인 산업 환경에서의 배급 기능을 수행하는 기업들로 AT&T, 버라이즌과 같은 통신사, Sky와 같은 TV채널, 컴캐스트 같은 네트워크를 모두 포함함

2) <https://www.recode.net/2018/11/23/16905844/media-landscape-verizon-amazon-comcast-disney-fox-relationships-chart>

### Media landscape



<그림 2> 미국 미디어산업의 지형도 (출처: Recode.net)

- 녹색은 콘텐츠 생산자, 콘텐츠 제공자로 21세기폭스, 디즈니, 드림웍스, 디스커버리, CBS, 비아콤, 소니픽처스 등 프로덕션스튜디오들이 이에 해당됨
- 붉은색으로 표현된 넷플릭스와 홀루는 스트리밍 비디오 서비스이며 원 크기로 표현된 시장점유율을 통해 시장에서의 영향력을 짐작할 수 있음
- 두드러지진 않지만 오른쪽 하단 부에 회색 반원으로 표현된 기업들의 규모와 시장점유율도 주목할 필요가 있음
- 애플, 아마존, 구글, 페이스북 등 새로운 환경의 미디어 기업들로 아직까지는 콘텐츠 제작과 배급에서 눈에 띄는 활동을 보이진 않지만, 이 기업

들이 시장에 진입했을 때의 영향력과 경쟁력을 예상해 볼 수 있음

### 4. 2018년은 미디어 인수합병의 해

#### ① 2018년 상반기 인수합병 최고치 기록

- 미디어 관련 뉴스를 전문적으로 다루는 캐퍼시티미디어(Capacity Media)에 따르면 2018년 상반기 전세계 미디어 인수합병 거래 총 금액은 2조5천억 달러를 넘어섬
- 이는 디즈니-폭스 인수로 인해 크게 늘어난 금액이기는 하지만, 전년도 같은 기간 동안과 비교하면 67% 상승함
- 또한 2018년은 상반기만 따져도 역사상 미디어 그룹 간 인수합병 거래 금액이 최고를 기록한 해이기도 함. 이전까지 가장 높았던 때는 2007년으로 2억3천억 달러를 기록함

#### ② 글로벌 인수합병 시장은 ‘의자 빼기 게임 중’

- JP모건체이스의 글로벌 인수합병을 담당하는 헤란 크리스터나(Heran Chirsteran)는 로이터와의 인터뷰에서 기업들은 빠르게 움직이고 있다며 AT&T와 타임워너의 합병이 큰 조건 없이 법무부의 승인을 받은 뒤로 많은 기업들이 인수합병에 적극적이라고 말함
- 또한 미디어 인수합병에 앞으로 아마존, 넷플릭스, 구글의 알파벳과 같은 테크놀로지 플랫폼들이 참여하게 될 것으로 전망함
- 현재로서 이 플랫폼들은 인수합병에 관망하는 입장이지만 머지않아 미디어기업, 통신사들과 함께 미디어산업의 인수합병을 주도하게 될 것이라고 예상함

#### ③ 독점 콘텐츠보다는 단순한 서비스와 저렴한 비용<sup>3)</sup>

- 한편 블룸버그(Bloomberg)는 이번 디즈니-폭스의 인수합병은 전 세계 미디어산업의 지형도를 더욱 복잡하게 만들었고 그로 인해 해당 기업들이 얻게 되는 수입은 예상처럼 크지 않을 거라는 회의적인 견해를 밝히기도 함

3)

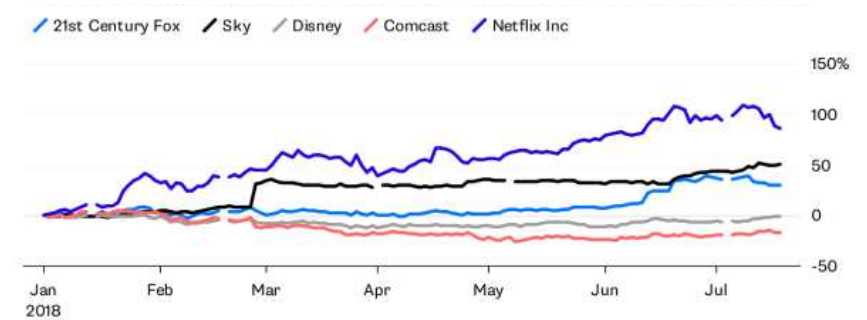
[https://www.washingtonpost.com/business/disney-prevails-in-fox-hunt-now-what/2018/07/19/48d79e60-8b70-11e8-9d59-dccc2c0cabcf\\_story.html?noredirect=on&utm\\_term=.f54027e25faa](https://www.washingtonpost.com/business/disney-prevails-in-fox-hunt-now-what/2018/07/19/48d79e60-8b70-11e8-9d59-dccc2c0cabcf_story.html?noredirect=on&utm_term=.f54027e25faa)

- 콘텐츠를 독점 배급하는 채널 및 서비스가 많아질수록 스트리밍 서비스의 비용이 높아지기 때문에, 소비자가 그 모든 서비스와 플랫폼을 구독하기는 어려울 것이라고 예측함
- 결국 독점 콘텐츠가 많아질수록 시장이 커지지 않고 이득과 손실의 총합이 0이 되는 제로섬게임을 하게 될 것으로 전망함
- 그리고 서비스가 복잡해지고 스트리밍 플랫폼이 많아질수록 현재 시장에서 우위를 선점하고 있는 넷플릭스의 단순한 플랜과 서비스가 더욱 소비자들의 선택을 받을 것으로 예상함
- 현재 넷플릭스는 서비스 플랜의 등급에 따라 동시 접속할 수 있는 스크린, HD화질, 독점 콘텐츠 등을 차등적으로 서비스하고 있으며 최저가격은 월/7.99달러, 최고가격은 월/13.99달러임
- 넷플릭스가 기존의 케이블 채널 서비스와 비교해서 더 다양한 채널을 제공하거나 더 많은 영화를 보유하고 있지 않았지만 구독자를 성장시킬 수 있었던 배경은 서비스의 편의성과 저렴한 비용 덕분임<sup>4)</sup>
- 또한 네트워크 통신비용이 증가할 것으로 예상함

④ 글로벌 인수합병 경쟁의 최고 경쟁자이자 수혜자는 넷플릭스

- 블룸버그의 분석에 따르면 디즈니와 컴캐스트의 입찰 경쟁으로 21세기 폭스와 스카이의 주가가 상승했는데, 두 기업 모두 2018년 최고 주가를 기록함

4) <https://www.bna.com/fair-play-foxdisney-b73014476804/>



<그림 3> 미디어 콘텐츠 기업의 주가 그래프 (출처: Bloomberg)

- 그러나 그래프에서 보듯이 21세기 폭스와 스카이 주가는 넷플릭스의 주가에 미치지 못한다고 지적함
- 흥미롭게도 디즈니-폭스 인수로 인해 가장 긴장하게 될 경쟁자는 넷플릭스가 꼽힘
- 넷플릭스는 2018년 5월 24일, 시가총액이 1530억 달러로 집계되어 월트 디즈니를 능가하는 세계 최고의 시가총액 엔터테인먼트 기업으로 자리매김하며 올드 미디어의 강자인 디즈니와 대적할 만한 상대로 떠오름<sup>5)</sup>
- 한편, 넷플릭스와 함께 거론되는 훌루(Hulu)의 경우는 설립의 배경 자체가 전통적인 미디어 그룹들이 넷플릭스에 대항하기 위해 만들어낸 스트리밍 서비스이기 때문에 콘텐츠 소유권이 복잡한 이유로 추후 인수합병 과정을 통해 단일 미디어 그룹 산하로 들어가게 될 가능성이 높음
- 디즈니, 컴캐스트, AT&T 등 여러 그룹들이 일정 부분 훌루에 대한 소유권을 가지고 있음

5) [https://www.huffingtonpost.kr/entry/story\\_kr\\_5b077d15e4b0fdb2aa51e55c?utm\\_hp\\_ref=kr-dijeuni](https://www.huffingtonpost.kr/entry/story_kr_5b077d15e4b0fdb2aa51e55c?utm_hp_ref=kr-dijeuni)

## 5. 미디어 인수합병의 미래

- 온라인 영화미디어 데드라인(Deadline.com)은 2018년은 미디어 인수합병의 해로 기억될 것이라고 하며, 디즈니-폭스, AT&T-타임워너와 같은 큰 규모의 거래에 가려지긴 했으나, 디스커버리(Discovery)-스크립스(Scripps), 싱클레어(Sinclair)-트리뷴(Tribune) 등과 같은 거래도 언급함<sup>6)</sup>
- 또한 비아콤, CBS, 소니, 라이온스게이트, MGM 등의 제작사들이 인수합병에 관심을 가질 거라고 예상함
- 인수합병에 관심을 가지는 배급사들로는 디쉬(Dish) 네트워크, 차터(Charter), 알타이스(Altice) 등을 언급함
- 미디어 업계 간의 인수합병이 의외로 넷플릭스에 미치는 영향은 당분간은 제한적일 것으로 전망됨
- 넷플릭스가 디지털 플랫폼 시장을 선점할 수 있었던 이유는 전통적인 미디어가 독점하고 판매하는 콘텐츠 라이브러리가 아닌 오리지널 콘텐츠이기 때문임
- 넷플릭스는 전통 미디어 또는 경쟁 미디어의 의존도를 최대한 낮춤으로써 경쟁력을 획득함
- 넷플릭스는 경쟁사들보다 앞서 고품질의 스트리밍 서비스를 개발했고 안정화했음. 이를 운영한 풍부한 경험도 가지고 있으므로 앞으로 다양한 방식으로 차별화된 서비스의 제공이 가능함
- 이를 테면 셋톱박스 업체들과의 파트너십과 게임으로의 영역확대들이 새로운 서비스 영역이며 고객들이 기대하는 추가 서비스이기도 함

## 6 정리와 시사점

- 2018년 상반기는 전 세계적으로 미디어 기업 간 인수합병 거래가 활발함. 디즈니-폭스, AT&T-타임워너 등 거대 기업들이 시장에서의 부족

한 기능과 콘텐츠를 보충함으로써 경쟁력을 확보하기 위해 인수합병을 선택함

- 이는 빠른 속도로 변화하는 디지털 미디어 시장에서 생존하기 위해서는 필수적인 과정으로 해석되며, 앞으로 더 많은 배급사와 제작사, 플랫폼 간의 활발한 인수합병을 통해 시장이 활성화될 것으로 예상됨
- 이런 시장의 움직임에 대해 흥미로운 점은 넷플릭스와 같은 디지털 플랫폼이 인수합병 거래에 직접적으로 관여되지 않았지만 계속해서 거론된다는 점으로, 올드미디어의 인수합병 경쟁 속에서 뉴미디어들이 영향을 받는 점임
- 당분간은 뉴미디어들이 올드미디어의 인수합병에 대해 크게 영향을 받지 않을 것으로 전망됨. 뉴 미디어들의 경쟁력이 올드미디어가 가진 콘텐츠 독점력에 있지 않기 때문임
- 그러나 올드미디어들이 인수합병을 통해 새로운 시장에 적응하고 경쟁력과 영향력을 동시에 확보하기 때문에 뉴미디어들도 이러한 인수합병의 트렌드로부터 완전히 자유롭지는 않을 것으로 예상됨
- 변화하는 미디어산업에서 소비자들의 선호도가 어느 서비스로 모일지는 지켜봐야할 과제임

6) <https://deadline.com/2017/12/media-mergers-2018-outlook-lionsgate-viacom-cbs-mgm-hollywood-predictions-1202231391/>

● 미국 비즈니스센터 담당자 연락처 ●

- 김철민 센터장 : +1-323-935-5001 / cmkim@kocca.kr
- 엘리홍 과장 : +1-323-935-5001 / ehong@kocca.kr
- 권순형 주임 : +1-323-935-5001 / gavin@kocca.kr
- 이민영 주임 : +1-323-935-5001 / irene@kocca.kr

발행인 김영준  
발행처 한국콘텐츠진흥원  
전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)  
전화 1566-1114  
www.kocca.kr