

멀티채널네트워크(MCN) 시장 동향

김 윤 화*

1. 개 요

동영상 소비 방식과 행태가 다양화되면서 ‘크리에이터’, ‘BJ’라 불리는 1인 콘텐츠 창작자의 위상이 높아지고 있다. 이러한 1인 창작자들의 콘텐츠를 묶어 유통하고 관리하는 채널네트워크 사업이 멀티채널네트워크(Multi Channel Network, MCN)이다. MCN은 1인 창작자들의 소속사 개념으로, 창작자들의 콘텐츠 유통 및 광고유치, 자금지원 등 매니지먼트와 마케팅을 대행하고 콘텐츠로부터 발생한 수익을 창작자와 분배하는 미디어 네트워크 사업을 뜻한다. 이에 국내외 주요 MCN 사업자 현황을 중심으로 아직은 생소한 MCN 시장을 살펴보고자 한다.

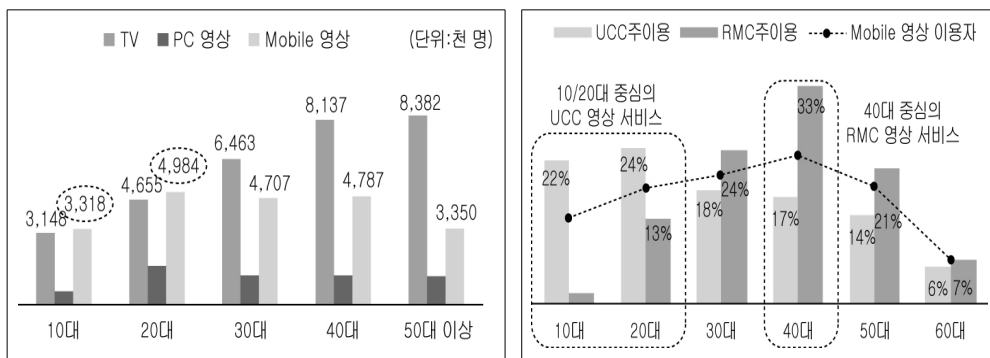
2. MCN 시장 동향

유튜브 등 UCC 플랫폼과 모바일 이용이 확대되면서 소위 ‘1인 방송’이라고 하는 UCC 콘텐츠가 새로운 미디어로 부상하고 있다. 특히 10대와 20대를 중심으로 기존 TV방송보다 PC나 모바일을 통해 각자에 취향에 맞는 온라인 동영상 콘텐츠를 찾아보는 미디어 소비행태가 증가하고 있다.

* 정보통신정책연구원 ICT통계정보연구실 부연구위원, (043)531-4077, yunabella@kisdi.re.kr

닐슨의 자료에서 보면, TV시청 비율이 여전히 큰 50대 이상에 비해 10대와 20대는 TV를 통한 방송시청보다 모바일 기기를 통한 동영상 시청 비율이 오히려 더 큰 것으로 나타나고 있다. 이에 따라 최근에는 웹드라마와 웹예능 등 온라인 전용 동영상 제작 및 SNS나 포털을 통한 유통 등 미디어 소비 방식이 크게 변화하고 있다. 콘텐츠를 공급자 관점에서 1인 창작자의 콘텐츠(User Creative Contents, UCC)와 기성 콘텐츠(Ready Made Contents, RMC)로 구분해서 소비 정도를 조사한 결과, 10대와 20대를 중심으로 UCC가 주로 소비되는 반면, 기성 콘텐츠는 40대와 50대를 중심으로 소비되는 경향이 뚜렷하다.

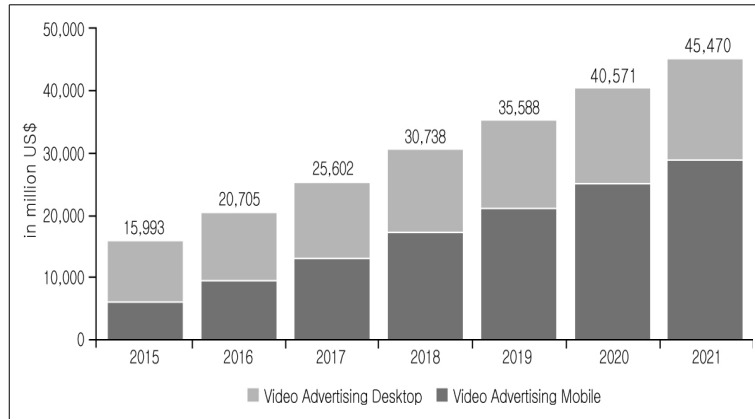
[그림 1] 연령대별 미디어 소비 행태



자료: 닐슨(2016. 1. 21)

이러한 미디어 소비행태의 변화는 광고산업 규모에도 영향을 미치고 있다. Statista는 전세계 디지털 동영상 광고 시장이 2016년 200억 달러에 달할 것으로 전망하고, 2021년까지 연평균 17% 증가하여 2021년에는 450억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다.

[그림 2] 전세계 디지털 동영상 광고시장 규모 전망



자료: statista(2016. 9)

디지털 동영상 시장의 확대 전망은 ‘1인 방송’ 시장에 긍정적인 신호라 할 수 있다. ‘1인 방송’은 콘텐츠를 만들어내는 1인 창작자와 콘텐츠를 유통하는 플랫폼으로 구성된다. 여기에 최근 유명 스타 1인 창작자들이 등장하고 이들이 큰 수익을 내면서 1인 창작자들의 기획사라 할 수 있는 MCN이 등장했다. MCN은 여러 1인 창작자들을 채널의 개념으로 묶어서 유튜브 등 UCC 플랫폼에 콘텐츠를 유통시키고, 광고를 유치하고, 콘텐츠 제작을 지원하는 등 매니지먼트와 마케팅을 대행하는 네트워크 사업이다. 콘텐츠로부터 발생하는 수익은 1인 창작자와 플랫폼 사업자, MCN 사업자에게 분배된다.

소셜블레이드닷컴(SOCIALBLADE.COM)에 따르면, 유튜브를 통해 콘텐츠를 유통하고 있는 MCN 중 월가입자수 증가가 가장 큰 BroadbandTV의 경우 보유하고 있는 채널이 19만개에 달하고, 월 가입자는 약 6천만명, 월 조회수는 135억건을 넘는 것으로 나타났다. 국내 업체로는 CJ E&M과 트레져헌터가 각각 29위와 87위에 랭크되어 있다.

〈표 1〉 주요 글로벌 MCN 구독 현황

	순위	MCN	채널수 (개)	월 가입자수 (천명)	월 조회수 (백만건)
글로벌 MCN Top10	1	BroadbandTV	187,623	58,360	13,520
	2	vevo	8,090	27,209	16,469
	3	Fullscreen	50,228	25,503	5,094
	4	Maker Studios	26,188	20,800	5,299
	5	Studio71	10,864	15,300	4,358
	6	YouPartnerVSP	35,248	15,120	2,674
	7	StyleHaul	4,601	11,595	1,975
	8	Freedom!	103,695	10,766	2,512
	9	Machinima	9,682	10,626	3,078
	10	AIR	20,682	10,202	3,005
국내 MCN 랭킹	29	CJ E&M	623	2,163	636
	87	Treasurehunter	114	764	250
	106	MNet	853	612	376
	131	jypentertainment	944	505	187
	213	afreecaTV	93	305	121

주: 월 가입자수 기준 순위임

자료: SOCIALBLADE.COM(2016. 11)의 “Top 250 YouTube Networks by Most Subscribed” 자료 재구성

해외 주요 MCN은 주로 미디어 스타트업의 형태로 사업을 시작한 후, 글로벌 미디어 그룹의 투자나 인수를 통해 사업의 규모를 키우고 있다. 26,000여개의 채널을 가지고 월 2천만명의 구독자를 확보하고 있는 Maker Studios는 2014년 디즈니로부터 5억 달러에 매입되었다. AwesomenessTV는 드림웍스가 3,300만 달러에 인수한 후, 미국 미디어 기업 Hearst로부터 8천만 달러의 투자를 받은 바 있다. Fullscreen은 미국 이동통신사업자 AT&T와 미디어 엔터테인먼트 플랫폼 Chernin Group의 조인트 벤처 Ottor Media에 2억 달러에 인수되었다.

국내의 경우는, 미디어 기업인 CJ E&M이 설립한 다이아 TV, 플랫폼 사업자에서 MCN 사업자로 전환한 아프리카TV, 유명 1인 창작자들이 협력하여 설립한 트레저헌터 등이 있다. 최근에는 KBS, KT, 카카오 등 방송·통신기업, 미디어 기업들도 잇따라 MCN 사업에 진출하고 있다.

〈표 2〉 국내외 주요 MCN 사업자 현황

국외	Maker Studios	- 2014년 5월 Disney가 5억 달러에 매입 - 게임/스포츠/음악/패션 콘텐츠 위주
	Fullscreen	- 2014년 9월 AT&T, The Chernin Group 조인트벤처가 2억 달러에 인수 - 코미디/게임/음악 콘텐츠 위주
	vevo	- Sony Music, Universal Music, EMI 합작으로 설립 - 음악/뮤직비디오 콘텐츠 위주
	StyleHaul	- 2014년 11월 RTL Group이 1억 700만 달러에 인수 - 패션/뷰티 콘텐츠 위주
	AwesomenessTV	- 2013년 5월 Dreamworks가 3,300만 달러에 인수 - 2014년 12월 Hearst 8천만 달러 투자로 25% 지분 인수 - 코미디/음악 콘텐츠 위주
	Machinima	- 2014년 2월 Warner Bros.가 1,800만 달러 투자 - 게임/영화 콘텐츠 위주
국내	다이아 TV	- 2013년 7월 CJ E&M이 설립
	Treasurehunter	- 2015년 1월 유명 1인 창작자들이 협력하여 설립 - 뷰티 전문 콘텐츠 스타트업 레페리 인수
	afreecaTV	- 2014년 자사의 인기 BJ를 중심으로 MCN 사업에 진출

자료: 스트라베이스(2015. 3) 재구성

3. 결 어

살펴본 바와 같이, 모바일기기를 중심으로 온라인 미디어 소비가 익숙한 젊은 세대를 중심으로 ‘1인 방송’이 성장하고 있으며, 이에 따라 1인 창작자의 콘텐츠 채널을

모아 유통 및 마케팅을 대행해주는 멀티채널네트워크(MCN) 사업이 부상하고 있다. MCN이 새로운 미디어 산업으로써 자리매김하기 위해서는 첫째, 1인 창작자라고 하는 양질의 콘텐츠 확보가 가장 중요하다. 최근 아프리카TV와 유명 BJ(비디오자키의 준말)간 마찰로 알 수 있듯이, 양질의 콘텐츠 확보를 위해서는 우선 콘텐츠-플랫폼-MCN 간의 건전한 생태계 마련이 필요하다. 둘째, MCN의 주요 소비자를 분석하고 데이터 분석을 통한 맞춤형 광고 수익을 명확히 해야 한다. 마지막으로 MCN이 모바일 환경에서 태어난 만큼 모바일페이먼트와 소셜미디어와의 결합이 MCN이 산업으로 성장하기 위해 중요한 요소가 될 것으로 보인다.

참고문헌

- 닐슨 (2016. 1. 21), “Mobile 영상 전성시대”, 월간 토픽, 제 252-2호.
- 스트라베이스 (2015. 3. 2), “멀티채널네트워크(MCN)의 출현이 갖는 의미와 글로벌 미디어 생태계 변화에 미칠 파급력 분석”.
- Socialblade.com (2016. 11). “Top 250 YouTube Networks by Most Subscribed”.
- Statista.com (2016. 9). “Statista Digital Market Outlook”.