

로컬이 곧 글로벌, 넷플릭스의 투자 공식

한국저작권위원회
심의산업통계팀
오승은
2025. 2. 26.

보고서 요약

북미 시장을 중심으로 성장해온 OTT는 최근 구독자 증가세 둔화로 다양한 성장 전략을 모색하고 있으며, 그 대안으로 아시아 태평양 (APAC) 지역이 부상하고 있다. 2024년 3분기 기준, 넷플릭스 신규 구독자의 약 50%가 APAC에서 발생했으며, 콘텐츠 제작비 역시 북미 대비 비영어권 지역으로 확대되는 추세다. 이에 넷플릭스는 'Local-to-Global(현지화 콘텐츠 전략)'을 채택하며, 각 지역의 문화와 소비 트렌드에 맞춘 콘텐츠를 제작하고 있다.

한국 콘텐츠는 이러한 비영어권 콘텐츠 시장에서 핵심적인 역할을 하고 있다. 2024년 한 해 동안 넷플릭스 글로벌 Top 10에 한국 작품이 52주 연속 포함되었으며, 2025년 2월 둘째 주 비영어권 프로그램 부문 Top 10에 4편이 포함되는 등 높은 인기를 이어가고 있다.

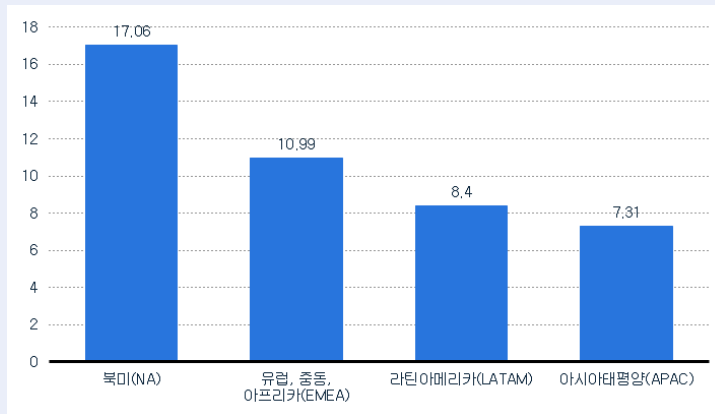
현지화 콘텐츠 제작을 강화하며, 비영어권 콘텐츠 투자 비중을 높이고 있는 OTT 시장의 변화 속에서 한국 콘텐츠의 글로벌 경쟁력과 영향력은 더욱 확대될 전망이다.

1) 포화 상태의 북미 OTT 시장

그동안 OTT는 북미 시장을 중심으로 성장해왔다. 넷플릭스의 지역별 콘텐츠 제작비를 살펴보면, 북미 지역이 항상 가장 높은 비중을 차지했으며, 구독자당 평균 수익(Average Revenue Per User, ARPU¹⁾) 역시 북미에서 가장 높았다. 2024년 4분기 넷플릭스의 북미 지역 ARPU는 17.06 달러(한화 약 2만 4,638원²⁾)로 기록되었다.

| 넷플릭스의 2024년 3분기 지역별 고객당 평균 매출(ARPU)

(단위: 달러)

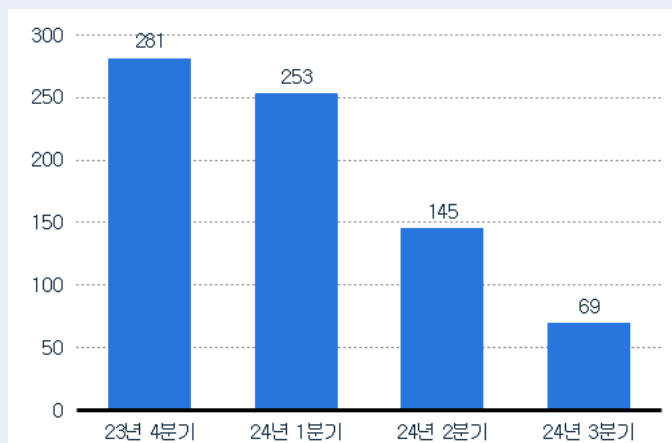


※출처: Netflix, "Netflix 2024년 3분기 재무제표" (자료제공: statista)

그러나 최근 북미 시장의 구독자 증가세가 둔화하는 흐름이 발견되었다. 2023년도 4분기 북미 지역 신규 구독자는 281만 명이었으나, 2024년도 3분기에는 오직 69만 명의 신규 구독자만을 확보하였다. 이는 기존의 북미 중심 전략을 벗어나 새로운 접근 방식이 필요했음을 의미한다.

| 넷플릭스 북미 지역 신규 구독자 추이(23년도 4분기-24년도 3분기)

(단위: 백만 명)



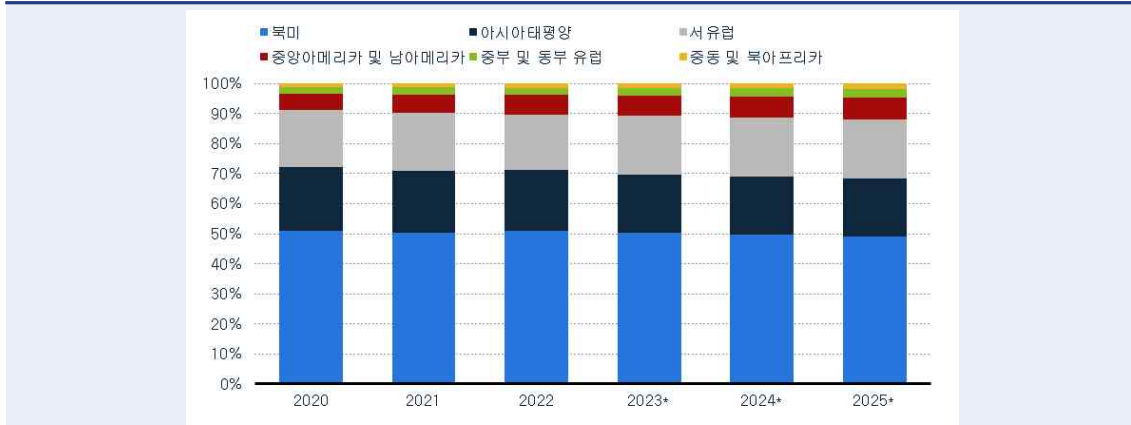
※출처: Netflix, "Netflix 2024년 3분기 재무제표" (자료제공: statista)

1) 특정 기간 동안의 총 수익을 해당 기간의 평균 사용자수로 나눈 지표

2) 환율은 2025. 2. 18. 오전 11:21 기준(하나은행 고시), 이하 보고서 본문에 동일 적용함

시장조사업체 암페어 애널리시스(Ampere Analysis)는 2024년부터 북미의 OTT 시장 점유율이 50% 미만으로 감소할 것이라고 전망했다.³⁾ 또한 2023년 기준, 북미 콘텐츠 제작비는 71억 달러(한화 약 10조 2,538억 원)로 전년 대비 5억 달러 감소하며 전 세계 제작비와 유사한 수준에 도달했다. 이는 한때 북미에 집중되었던 콘텐츠 투자가 전 세계로 확산되고 있음을 보여준다.

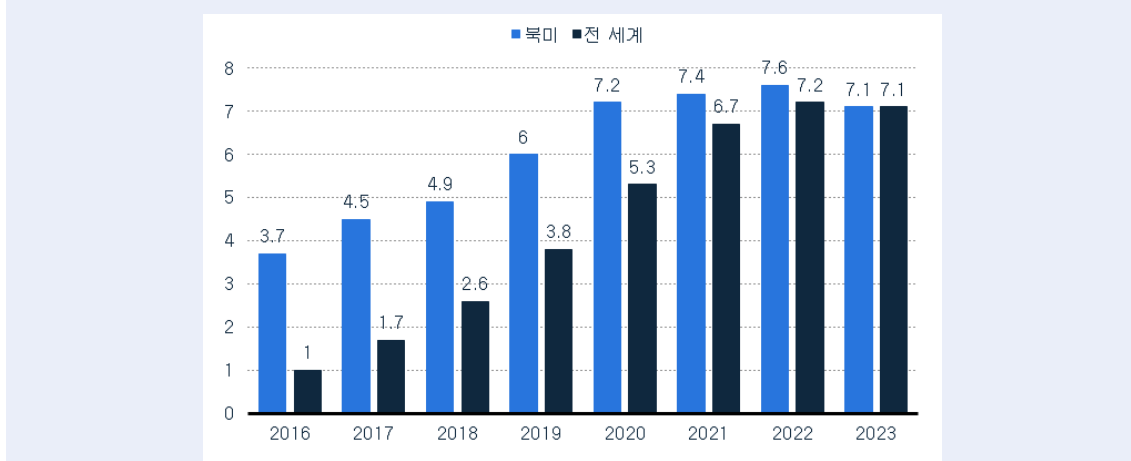
| 전 세계 OTT 구독 지역별 매출 분포



※출처: AMPERE, "North America will no longer make majority of global OTT subscription revenues from 2024", 2023.5.7. (자료제공: statista)

| 넷플릭스의 제작 지역별 콘텐츠 제작비(2016-2023)

(단위: 십억 달러)



※출처: AMPERE, "More than half of Netflix's content spending now outside of North America", <https://www.ampereanalysis.com/insight/more-than-half-of-netflix-content-spending-now-outside-of-north-america>, 2024.11.3. (자료제공: statista)

이러한 변화 속에서 주목받는 시장은 아시아 태평양(APAC) 지역이다. 넷플릭스의 2024년 3분기 신규 구독자 증가 수치를 보면, 북미에서는 69만 명이 증가한 반면 APAC에서는 228만 명이 추가되었다. 전체 신규 가입자의 50%가량이 APAC에서 발생했으며, 이는 이 지역의 성장 잠재력이 높다는 것을 시사한다.⁴⁾ 비록 APAC의 ARPU가 7.31달러로 북미 지역(17.06달러) 대비 낮은 수준을 보이고 있지만, 글로벌 OTT 플랫폼들은 지속적으로 이 지역에 대한 투자를 확대하고 있다.

3) 디지털미디어랩, "3억 구독자 돌파한 넷플릭스..시청률도 수익도 최고 기록", 2025.1.23.

4) Jeremyletter, "아시아가 주도한 넷플릭스 실적 (2024년 3분기)",

<https://jeremyletter.com/netflix-2024years-q3-results-5million-subsribers-increase-this-growth-with-asia-pacific-contents/>, 2024.10.22.

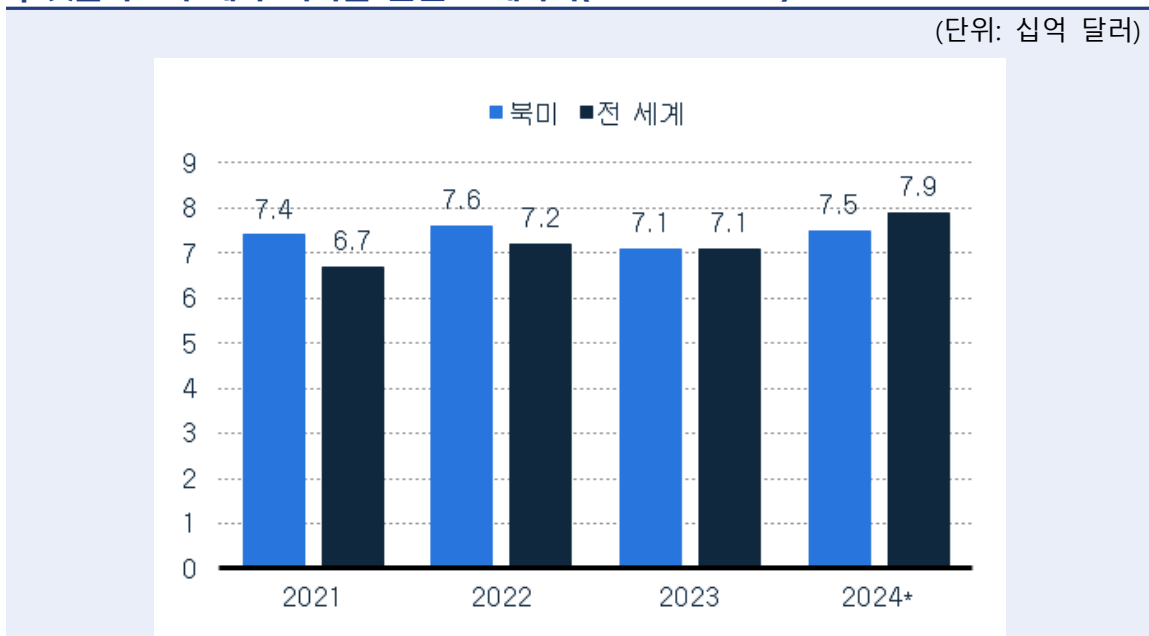
2) 넷플릭스의 해법: 현지화 콘텐츠(Local-to-Global)

넷플릭스는 최근 각 지역의 특성을 반영한 현지화 콘텐츠(Local-to-Global)에 집중하고 있다. 북미 시장에서 벗어나 비영어권 콘텐츠에 대한 투자를 확대하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

1. 비영어권 콘텐츠 투자 증가

넷플릭스의 북미 콘텐츠 제작비와 전 세계 제작비의 격차가 점점 줄어들어 2024년에는 전 세계 제작비가 북미 제작비를 추월할 것으로 전망한 바 있다. 2023년 전 세계 콘텐츠 제작비용 중 유럽 콘텐츠가 약 35%, 비영어권 콘텐츠가 약 30%를 차지했다. 넷플릭스 라이브러리에서는 일본, 한국, 스페인 콘텐츠가 각 5%, 4%, 3%를 차지하며 비영어권 콘텐츠 시장을 주도하는 모습을 보여주었다.

| 넷플릭스의 제작 지역별 콘텐츠 제작비(2021-2024)



※출처: AMPERE, "More than half of Netflix's content spending now outside of North America", <https://www.ampereanalysis.com/insight/more-than-half-of-netflixs-content-spending-now-outside-of-north-america>, 2024.11.3. (자료제공: statista)

2025년 2월 넷플릭스 오리지널 시리즈의 신작 중 12편이 영어권 콘텐츠, 22편이 비영어권 콘텐츠에 해당했고, 그 중 북미 콘텐츠는 10편, 아시아태평양 콘텐츠는 9편, 유럽·중동·아프리카 콘텐츠는 13편을 차지했다.

| 2025년 2월 넷플릭스 오리지널 신작 리스트

북미 (NA)	셀211	멕시코
	스위트 매그놀리아	미국
	연애 실험: 블라인드 러브	
	아메리칸 머더: 개비 페티토 살인 사건	
	개비의 매직하우스	
	금빛 코트의 대결	
	블랙 호크 다운, 그 생존의 기록	
	제로데이	
	풀 스윙	
	아웃사이드는 오늘도 달린다	
아시아태평양 (APAC)	홈앤버튼	한국
	멜로무비	일본
	골든 카무이: 홋카이도 무닌죄수 쟁탈 편	
	오프라인 러브	인도
	역대 최강의 라이벌: 인도 vs 파키스탄	
	다바 카르텔	대만
	결혼까진 했는데...요!	태국
	달라: 꽃과 죽음	호주
	애플 사이다 비니거	영국
유럽·중동·아프리카 (EMEA)	셀러브리티 베어 헌트	
	톡식 타운	스페인
	엔트레비아스	
	오, 발레리아	독일
	카산드라	
	투 핫! 독일	이탈리아
	우리 가족은	스웨덴
	오레 살인	네덜란드
	수탉은 오늘도 운다	폴란드
	사랑의 진실게임: 폴란드	튀르키예
	침묵의 묘지	남아프리카공화국
	블룸&빈	쿠웨이트
	익스체인지	아르헨티나
라틴아메리카 (LATAM)	나만 빼고 다 잘 살아	
	신토니아	브라질

※출처: Netflix

2. 현지 맞춤형 콘텐츠 제작

넷플릭스는 단순히 비영어권 콘텐츠 수를 늘리는 것이 아니라, **각국의 사회적 배경·정서·콘텐츠 소비 방식을 고려한 맞춤형 제작 방식을 적용하고 있다.** 예를 들어, 스페인 넷플릭스 오리지널 드라마 “종이의 집(La Casa de papel)”은 각 캐릭터에 시대적 요소를 반영하여 공감대를 형성했다. 또한, 터키에서는 자막보다 더빙을 선호하는 시청자의 특성을 고려하여 더빙 버전을 함께 제공하고 있다.⁵⁾ 이러한 현지화 콘텐츠 전략은 현지뿐만 아니라 전 세계 시청자들에게도 긍정적인 반응을 얻고 있다.⁶⁾

5) 한국방송통신전파진흥원, “해외 시장 확보를 위한 Netflix의 국가별 콘텐츠 공급 전략”, 「2019 미디어 이슈&트렌드(7월호) 트렌드리포트」

6) 디지털미디어랩, “빛을 발하는 넷플릭스 성공적인 전략.. Local To Global”, 2025.1.14.

3) 비영어권 콘텐츠 중 돋보이는 한국 콘텐츠

비영어권 콘텐츠에 대한 투자가 증가하는 가운데, 한국 콘텐츠는 핵심적인 역할을 하고 있다. 2024년에는 52주 연넷플릭스 글로벌 Top10에 한국 작품이 포함되었다. 넷플릭스 최고콘텐츠책임자 벨라 바자리아(Bela Bajaria)는 한국 콘텐츠가 글로벌 문화의 중심에 있으며, 한국 콘텐츠가 언어와 문화를 넘어 전 세계를 아우르는 영향력을 보여주고 있다고 말했다.⁷⁾

1. 넷플릭스 비영어권 프로그램 Top10에서 강세

2025년 2월 둘째주 기준, 넷플릭스 비영어권 프로그램 부문 Top 10에 한국 작품 4편이나 올랐다. “오징어 게임2”가 1위를 차지했으며, “중증외상센터”, “솔로지옥4”, “오징어 게임1”도 함께 순위권을 차지했다.

| 넷플릭스 비영어권 프로그램 부문 top 10(2025년 2월 둘째주)

순위	작품명	제작 국가
1	오징어 게임: season 2	한국
2	SAKAMOTO DAYS: season 1	일본
3	중증외상센터: season 1	한국
4	The Breakthrough: Limited Series	스웨덴
5	솔로지옥: season 4	한국
6	오징어 게임: season 1	한국
7	Fake Profile: Killer Match	콜롬비아
8	Fake Profile: season 1	콜롬비아
9	Alpha Males: season 3	스페인
10	My Happy Marriage: season 2	일본

* 출처: TUDUM, "Global top 10 non-english shows", <https://www.netflix.com/tudum/top10/tv-non-english>

2. 한국적 요소를 활용한 글로벌 콘텐츠의 성공

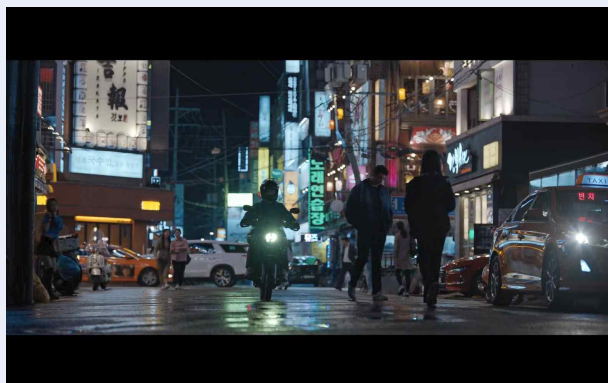
한국 고유의 요소를 담은 콘텐츠가 흥행하고 있다는 사실에도 주목할 필요가 있다. “오징어 게임”은 한국 전통적 요소를 활용하여 전 세계적인 인기를 끌었고, 25년 1월 4주 글로벌 1위를 기록한 “엑소, 키티(XO, Kitty)2”(제작: 미국) 또한 한국을 배경으로 걸그룹 뉴진스의 “OMG”, 한국의 PC방 문화 등을 자연스럽게 녹여내어 글로벌 시청자들에게 한국 문화를 알리는 역할을 하였다. 지난 1월 30일 넷플릭스에서 공개된 오리지널 시리즈 “더 리크루트(The recruit)2”에서는 한국 주요 배경으로 등장하기도 했다.

7) IT조선, “넷플릭스 CCO “한국 콘텐츠, 명실상부 글로벌 문화 중심””, <https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2023092133436>, 2025.2.4.

| “엑소, 키티2” 속 한국



| “더 리크루트 2” 속 한국



* 출처: Netflix

비영어권 콘텐츠에 대한 관심이 증가하는 흐름 속에서, 한국 콘텐츠는 글로벌 OTT 시장에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 넷플릭스의 현지화 콘텐츠 집중 전략과 한국적 요소를 활용한 콘텐츠 성공 사례를 통해, 한국의 글로벌 브랜드 가치가 더욱 높아질 것으로 기대된다.

| 참고자료

- Netflix, "Netflix 2024년 3분기 재무제표"
- AMPERE, "North America will no longer make majority of global OTT subscription revenues from 2024", 2023.5.7.
- AMPERE, "More than half of Netflix's content spending now outside of North America",
<https://www.ampereanalysis.com/insight/more-than-half-of-netflixs-content-spending-now-outside-of-north-america>, 2024.11.3.
- TUDUM, "Global top 10 non-english shows",
<https://www.netflix.com/tudum/top10/tv-non-english>
- 한국콘텐츠진흥원, "영어 vs 비영어, OTT 시장의 콘텐츠 점유 추세와 전망", 2024.11.12.
- 한국방송통신전파진흥원, "해외 시장 확보를 위한 Netflix의 국가별 콘텐츠 공급 전략", 「2019 미디어 이슈&트렌드(7월호) 트렌드리포트」
- 디지털미디어랩, "빛을 발하는 넷플릭스 성공적인 전략.. Local To Global", 2025.1.14.
- 디지털미디어랩, "3억 구독자 돌파한 넷플릭스..시청률도 수익도 최고 기록", 2025.1.23.
- 디지털미디어랩, "2024 방송미디어 트렌드 Top 10"
- Jeremyletter, "아시아가 주도한 넷플릭스 실적 (2024년 3분기)",
<https://jeremyletter.com/netflix-2024years-q3-results-5million-subsribers-increase-this-growth-with-asia-pacific-contents/>, 2024.10.22.
- IT조선, "넷플릭스 CCO "한국 콘텐츠, 명실상부 글로벌 문화 중심"",
<https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2023092133436>, 2025.2.4.
- 월간중앙, "세계 3위 달성한 '종이의 집', 흑평 이어지는 이유"