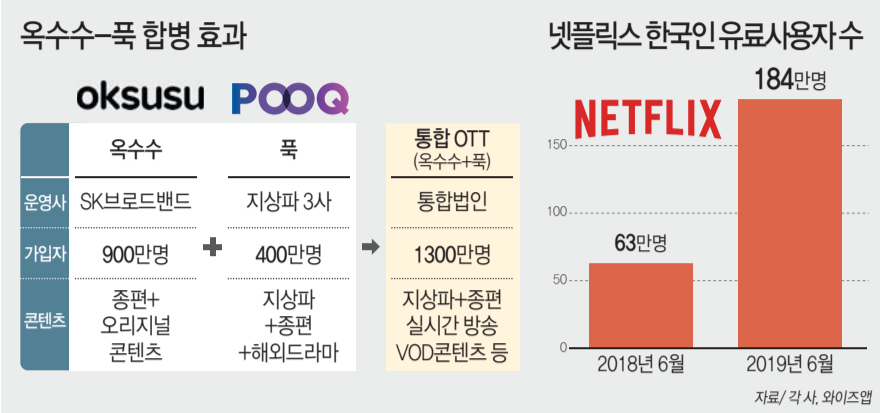


공룡이랑 싸워야 하는데... 기울어진 운동장이 '웬말'

OTT 왕좌의 게임

〈中〉 규제 울가미에 썩인 토종 OTT 지상파+통신사 '웨이브' 9월 출범 기존 유료방송과 동일한 규율 적용 잇따른 규제, 중소사업자엔 치명타 업계 "콘텐츠 확보 시급한 상황에 지원·보호없는 규제는 도태 야기"



OTT 서비스의 핵심으로 꼽히는 콘텐츠도 다변화됐다. 옥수수가 제작한 오리지널 콘텐츠에다, 폭의 MBC·SBS·KBS·EBS 등 지상파 채널과 종합편성방송 채널의 실시간 방송, 주문형비디오(VOD)를 확보하게 된 것. 업계에서는 웨이브가 '넷플릭스의 대항마' 역할을 할 것으로 기대하고 있다.

웨이브가 출범하면 대형 사업자의 탄생으로 국내 OTT 시장 경쟁은 더욱 심화될 것으로 예상된다. 미국 및 유럽 등 글로벌 시장에서는 넷플릭스가 압도적이라면, 국내 OTT 시장은 아직까지는 눈에 띄는 지배적 사업자가 없다. 규모가 작은 땅덩어리에 여러 사업자들이 난립하고 있는 모양새다. 폭과 옥수수의 합병은 국내 OTT 시장의 왕좌를 차지하기 위한 움직임인 셈이다.

삼정KPMG 경제연구원의 'OTT 레볼루션, 온라인 동영상 시장의 지각 변동과 비즈니스 기회' 보고서에 따르면

향후 국내 OTT 시장 경쟁은 폭과 옥수수의 합병법인 웨이브와 넷플릭스, CJ ENM 콘텐츠를 보유한 '티브', 통신사 산하 OTT 간의 4사전으로 전개될 것으로 예상된다.

KT와 LG유플러스의 경우 웨이브를 시험대로 삼아 향후 OTT 관련 M&A를 적극적으로 진행할 가능성도 크다. 왓츠플레이 등 중소 OTT 사업자는 통합보다 추천화 서비스 등 차별화 전략을 택하고 있다.

다만, 국내의 경우 글로벌 시장과 달리 유료 방송 요금이 낮아 OTT를 '보완재'로 이용할 가능성이 커 큰 과급력이 일어날 지는 미지수다. 또한 매년 수조원을 투자하는 글로벌 사업자 넷플릭스와 비교하면, 웨이브는 투자 금액이 2000억원 정도에 불과해 여전히 규모의 경제에서 취약하다.

국내 OTT 사업자가 넷플릭스에 대항할 몸집을 키우기 위한 답은 결국 '콘

텐츠'다. 웨이브의 성공적인 출범을 위해서는 상징적인 콘텐츠가 있어야 한다는 것이 업계의 한 목소리다. 실제 넷플릭스는 LG유플러스와 제휴를 하면서 국내 최초 독점 오리지널 드라마 '킹덤'을 제공한 결과, 지난 1월 기준으로 순이용자수가 전월 대비 65.6% 늘어난 것으로 추정된다.

미디어미래연구소 노창희 박사는 "오리지널 콘텐츠와 더불어 플랫폼만이 가지는 차별화 서비스를 만들어야 한다"며 "한류와 관련된 아이돌 특화 콘텐츠를 만드는 등 우리나라의 강점을 활용한 콘텐츠나 서비스를 같이 해 글로벌 시장을 겨냥하는 것이 방법이 될 수 있다"고 말했다.

◆진흥은 '외면', 규제는 '선두' 문제는 국내 OTT 사업자가 몸집을 키우기도 전에 일어난 규제의 움직임이다. 지난 26일 더불어민주당 김성수 의원은 OTT 서비스를 '온라인동영상제공사업자'로 하는 내용의 방송법 전부개정안(통합방송법) 수정안을 발의했다.

법적 지위가 모호한 OTT의 규제 공백을 없애겠다는 취지지만, 이제야 기지를 켜는 OTT 사업에 기존 유료방송과 동일한 잣대로 규율을 적용하는 것은 적합하지 않다는 지적이 있다.

일각에서는 유료방송 만큼 사업권 법적 보호 등 지원과 보호는 없이 규제만 가하려는 것은 맞지 않는 논리라고 호소하고 있다. 자유롭고 변화가 심한 O

TT 사업 특성 상 절차적 문제가 적용되면 사업에 제약이 있어 국내 OTT 사업자가 도태될 수 있다는 주장이다.

더구나 OTT에 대한 가입자 규모, 매출 등 정확한 데이터가 없는 시점에서 유료방송과 동일한 잣대를 들이대는 것은 시기상조일 수 있다. 특히 이 법안이 적용될 경우 중소 OTT 사업자에 대한 역차별이 심화될 수 있다는 우려도 있다.

콘텐츠연합플랫폼 관계자는 "해외에서도 아직까지 명확한 법 제도가 규제나 나오지 않은 상태에서 우리나라는 서비스 진흥이 아닌 규제에만 선제적으로 나서고 있다"며 "대응력을 갖춘 OTT 사업자를 제외한 중소 OTT 사업자는 역차별이 심화될 수 있다. 국내 OTT 사업자가 성장도 하기 전에 규제부터 하는 이유가 무엇인지 모르겠다"고 말했다.

글로벌 사업자들이 망 사용료를 내고 있지 않는데 비해 국내 OTT 사업자는 망 비용을 내야 하는 점도 문제다. '기울어진 운동장'이라는 지적이다.

이와 관련, OTT 업계 관계자는 "결국은 국내 OTT 서비스 제공자들에게 돈을 걸어서 사실상 넷플릭스의 망 비용을 내고 있는 셈"이라고 꼬집었다.

또 다른 업계 관계자는 "말로는 OTT 산업을 육성한다고는 하지만 결국 행정 편의적으로만 둔다"며 "콘텐츠 차별 경쟁이 시급한 시점에 규제부터 앞장서 국내 사업자들의 부담이 커지고 있다"고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr



더 큰 우산 아래로 서울과 경기 광명·시흥·부천·가평·구리·남양주에 호우주의보가 발효된 31일 오전 서울 광화문 거리에서 우산을 쓴 시민들이 그늘막 아래에서 비를 피하고 있다. /연합뉴스

'올빼미족 잡아라'... 야간배송 서비스 확대

유통채널 저녁 마케팅 '강화' 현대백 18시이후 타임세일 등 행사 롯데슈퍼 마감시간 늘려 '야간배송' 신세계TV쇼핑 '야심만만' 프로모션

장마가 끝나고 기록적인 폭염이 찾아 올 것으로 예보된 가운데, 유통업계가 '올빼미족'을 위한 저녁시간대 마케팅을 강화하는 추세다. 지난해 무더위로 저녁 시간대 매출이 크게 증가함에 따라 올 여름 백화점·대형마트 등 오프라인 채널에 이어 TV홈쇼핑까지 여름철 저녁 시간대 특화 마케팅을 진행하기로 했다.

현대백화점은 뜨거운 낮 시간대(12~4시)를 피해 초저녁 시간에 백화점을 찾는 고객들이 늘어나자 주로 오후 2시부터 4시 사이에 진행하던 마케팅을 오후 6시 이후에 집중하고 있다. 8월 8일까지 '백화점을 무더위 속 쉼터로 바꾼다'는 콘셉트로 '현백 바캉스'를 진행하는 것. 오후 6시 이후에 타임세일과 이벤트를 진행해 고객 체류시간을 늘린다는 계획이다.

현대백화점에 따르면, 지난해 7월 오후 오후 6시~8시 매출은 2017년 대비 14.8% 증가해 하루 매출 중 가장 높은 신장률을 기록했다. 반면, 백화점 매출이 가장 많이 발생하는 오후 2~4시, 4~6시 사이 매출은 각각 3.9%, 3.1% 감소한 것으로 나타났다.

현대백화점은 점포별로 오후 3~5시에 진행되던 패션 상품군 타임 세일 행

서초센터 단독! 야간배송? 오늘 도착! 저녁 9시에 주문해도 오늘 받아요~

야심만만 프로모션 /신세계TV쇼핑

사를 오후 6시 이후로 옮겼으며, 행사 규모 및 횟수도 늘리고 있다. 오후 6시 이후 현대백화점 식당가를 찾는 이용 고객에게는 10~30% 할인 혜택을 제공하고, 매장별로 디저트 메뉴를 무료로 증정한다. 식품판에서는 정육·생선 등 신선상품을 오후 6시 이후에 10~30% 할인 판매한다. 이외에 영패션 인기 아이템을 30~60% 할인 판매하는 '한밤의 세일(목동점)' 등 점포별 타임 세일을 테마로 한 행사도 진행한다.

롯데슈퍼는 '온라인올빼미쇼핑족'을 겨냥해 야간배송 서비스를 도입했다. 기존 오후 6시에 마감되던 당일 배송 서비스를 오후 9시까지 세 시간, 배송시간을 기존 오후 10시에서 자정까지 두 시간 늘린 것이다. 이로써 야간 시간에 활동하는 '온라인 올빼미 쇼핑족'들에게 신선식품을 포함한 총 5000여종의

상품을 빠르고 편리하게 제공할 수 있게 됐다.

롯데쇼핑 측은 롯데슈퍼 온라인몰의 야간배송 서비스를 '서초 롯데 프레스'를 시작으로 전국 18개 온라인 배송 센터로 확대해 나갈 예정"이라고 전했다.

열대야에 늦은 시각까지 홈쇼핑 상품을 구매하는 이들도 늘어났다. 현대홈쇼핑에 따르면 지난해 7~8월 현대대몰의 오후 8시에서 12시 사이 매출 비중은 2017년 동기 대비 약 30% 가량 늘어났을 정도로, 저녁 시간에 쇼핑을 하는 고객들이 크게 증가했다.

신세계TV쇼핑의 경우도 별반 다르지 않다. 지난해 8월 기준 신세계TV쇼핑에서 구매율이 가장 높은 시간대는 오후 10시~12시 사이로, 같은 기간 시간대별 평균 대비 약 1.7배 높은 구매율을 보였다.

이에 신세계TV쇼핑은 8월 한달 간 더위를 피해 늦은 밤 쇼핑을 즐기는 '올빼미족'들을 위한 프로모션, '야(야)심만만'을 진행한다. /신원선 기자 tree6834@

애널리스트·펀드매니저도 재량근로 가능

고용부 '재량근로제 가이드라인' 주52시간제 탄력업무 적용키로 고용노동부가 애널리스트와 펀드매니저를 재량근로제 대상 업무에 포함하기로 했다. 이에 따라 이들 노동자 스스로 주52시간내에서 탄력적으로 업무 시간 배분을 할 수 있게 된다.

고용노동부는 31일 근로기준법에 따른 '재량근로시간제(재량근로제)'의 대상 업무에 금융투자분석(애널리스트), 투자자산운용(펀드매니저) 등 2개 업무를 추가하는 내용의 고용부 고시를 개정했다고 밝혔다.

재량근로제는 유연근로제의 일종으로, 업무수행 방법을 노동자의 재량에

맡길 필요가 있는 경우 노사 합의로 소정근로시간을 정하는 제도다. 고용부는 증권업계의 요청에 따라 애널리스트와 펀드매니저 업무를 재량근로제 대상 업무에 포함키로 결정했다고 설명했다. 고용부 관계자는 "금융투자 분석·투자자산운용 업무는 자본시장에서 산업, 시장 동향과 전망, 기업가치 분석, 고객자산 운용 등을 수행하는 업무로 노동자가 자신만의 분석 전략·기법 등을 활용해 자율적으로 업무수행 방법을 결정하는 등 업무의 성질상 노동자에게 상당한 재량이 보장되고 근로의 양보다는 질과 성과에 따라 보수의 상당 부분이 결정되기에 재량근로제의 취지에 부합한다"고 밝혔다. /손현경 기자son89@