

5 넷플릭스 계정공유 유료화, 새로운 동력이 될까

1. 유료 계정공유 도입 배경

OTT 서비스가 시작된 이래 계정공유는 OTT를 이용하는 일반적인 방식의 하나로 자리 잡았다. 대부분의 OTT 서비스는 공식적으로 가족구성원과의 계정공유를 허용하는데, 실제로는 가족이 아닌 타인과의 계정공유에 대해서도 광범위하게 용인하는 분위기가 지배적이었다. 전통적인 텔레비전이나 유료 케이블 방송은 물론 유튜브와 같은 동영상 서비스와 경쟁해야 하는 OTT로서는 시장과 영향력을 확대하는 것이 우선적인 목표가 되었기 때문이다.

그러나 이제는 분위기가 달라졌다. 수익성 악화, 비용 증가, 시장 경쟁 심화 등에 직면한 OTT 업체에 있어 계정공유는 비즈니스에 불리하게 작용할 수 있다. 우선 타인 계정을 이용하는 이들은 정식 가입자로 산정되지 않으므로 계정 수 기준의 가입자 규모가 실제 해당 OTT 서비스 이용자 규모를 적절히 반영하지 못하는 문제가 있다. 또한 타인의 계정을 이용해 무료 또는 저가로 이용하는 가입자가 많을수록 OTT의 이용료 매출은 낮아지게 된다. 가장 먼저 칼을 빼든 것은 세계 최대 OTT인 넷플릭스이다.

먼저 기존 넷플릭스의 요금제와 서비스 내용을 살펴보자. '스탠다드(Standard)'와 '프리미엄(Premium)' 요금제는 계정을 소유한 가입자 본인 외에 스탠다드 요금제는 최대 1명, 프리미엄 요금제는 최대 3명이 동시에 넷플릭스를 이용할 수 있다. 이러한 계정공유는 한 가구에 속한 구성원, 다시 말해 계정 소유자와 지리적으로 같은 위치에서 동거하는 가정 내에서만 허용되고 동거하지 않는 가족이나 타인과의 계정공유는 원칙적으로 금지된다. 그동안 넷플릭스는 이를 적극적으로 차단하는 조치를 취하지 않아 왔다. 함께 살지 않는 부모와 자식 간 계정공유가 상당할 것으로 추정되는 상황에서 비밀번호 공유를 차단할 경우 불만과 가입 해지가 급증할 것으로 예상되었기 때문이다. 또한 계정공유를 통해

더욱 많은 사람들이 넷플릭스의 콘텐츠를 시청하게 된다면 콘텐츠에 대한 입소문이나 화제물이에 유리하다는 측면도 고려되었다.¹⁾ 덕분에 넷플릭스 이용자들은 하나의 유료 계정으로 다수의 사람들이 무료로 서비스를 이용하거나, 또는 요금을 분담하는 방식으로 저렴하게 서비스를 이용할 수 있었다. 이와 관련해 넷플릭스는 2022년 4월 실적발표에서 세계 1억 명 이상의 가구가 비밀번호를 공유하고 있으며, 미국과 캐나다에만 3,000만 가구 이상이 비밀번호를 공유하고 있다고 밝힌 바 있다.

그러나 2022년 1분기 넷플릭스 가입자 수가 10년 만에 20만 3,000명이 순감하자, 넷플릭스는 타인과의 비밀번호 공유 행위가 가입자 감소 현상의 주요 원인이라고 판단하고 이를 차단하기 위한 조치를 추진하기 시작했다. 2022년부터 일부 지역에서 시범적으로 비밀번호 공유 차단 및 계정공유 유료화 테스트를 실시한 후 점차 다른 지역으로 이를 확대했고, 2023년 5월에는 가장 중요한 시장인 미국에도 도입했다.

2. 유료 계정공유 서비스 추진 경과 및 현황

■ 유료 계정공유, 베일을 벗다

계정공유 차단의 핵심은 계정공유 사용자에게 ‘기본 위치’를 설정하도록 요구하고, 기존 요금제에서 매월 추가 요금을 낼 경우 해당 거주지에 거주하지 않는 사용자를 위해 최대 2개의 하위 계정을 만들 수 있도록 허용하는 것이다.

넷플릭스의 전략은 우선 일부 국가들에서 새로운 요금제를 테스트한 후 이를 다른 지역으로 확대시키는 것이었다. 이를 위해 2022년 3월 동거 가족 이외의 타인과 계정을 공유하는 경우 약간의 비용을 추가로 지불하고 최대 2개의 하위 계정을 추가할 수 있는 기능을 칠레, 코스타리카, 페루에서 테스트한다고 밝혔다. 넷플릭스는 해당 지역 가입자들을 대상으로 IP주소, 기기에서 접속한 ID, 가구 전체에서 넷플릭스 계정에 로그인한 장치 등에 대한 정보와 가구 외부에서 지속적인 계정공유가 행해지는지 여부를 식별하고, 비동거 외부인과의 계정 공유가 의심될 경우 기본 계정 소유자에게 추가된 장치가 가족의 일부인지를 확인해 달라는 이메일을 발송했다. 비동거 타인과의 공유를 원할 경우에는 칠레에서는 2,380칠레페소(CLP), 페루에서는 7.9페루솔(PEN), 코스타리카에서는 2.99달러의 추가 요금을 지불하도록 했다. 이후에는 시행 범위를 더욱 넓혀 2022년 7월에는

1) 2016년 1월 넷플릭스의 리드 헤이스팅스(Reed Hastings) CEO는 타인의 계정을 공유하면서 넷플릭스 콘텐츠를 접하는 사람들이 향후 유료 가입자가 되는 경우가 많다고 전하면서, 계정 정보 공유를 ‘긍정적인 것’이라고 표현한 바 있음

“계정공유 차단의 핵심은 계정공유 사용자에게 ‘기본 위치’를 설정하도록 요구하고, 기존 요금제에서 매월 추가 요금을 낼 경우 해당 거주지에 거주하지 않는 사용자를 위해 최대 2개의 하위 계정을 만들 수 있도록 허용하는 것이다”

아르헨티나, 엘살바도르, 과테말라, 온두라스, 도미니카 공화국 등 일부 남미 국가에서 비밀번호 공유를 차단하고 계정공유 시 월 3달러의 추가 요금을 부과하는 조치 시행했다.

이러한 실험을 진행하면서 2022년 11월 넷플릭스는 새로 도입할 서비스를 '유료 계정공유(paid sharing)'로 명명했다. 비밀번호 공유를 차단함으로써 기존의 '비밀번호 공유 고객(password customer)'을 '유료 고객(paying customer)'으로 전환시킨다는 의미이다. 넷플릭스 공동 대표이자 최고 콘텐츠 책임자인 테드 서랜드스(Ted Sarandos)는 새로운 유료 계정공유 서비스가 광고를 포함하는 저가 요금제와 함께 시너지를 창출하면서 가입자 해지를 방어할 것으로 전망했다.

■ 주요 시장으로 확대하다

넷플릭스는 2023년 2월 9일 캐나다, 뉴질랜드, 포르투갈, 스페인에서 유료 계정공유 서비스 시작한다고 발표했다. 남미 일부 국가들에게만 적용해 왔던 비밀번호 공유 차단 조치를 주요 시장인 북미와 유럽 국가들로 확대한 것이다. 이에 따라 해당 국가에서 비밀번호를 공유하려는 이용자들은 거주하는 집의 기본 위치를 설정해야 한다. 만약 집 외부에서 계정 공유를 원하는 친구나 가족이 있는 경우에는 스탠다드 또는 프리미엄 요금제에 가입한 상태에서 추가 요금을 내고 계정을 공유할 수 있다. 월 추가 비용은 캐나다 및 뉴질랜드 7.99달러, 포르투갈 3.99유로, 스페인 5.99유로이다.

그러자 넷플릭스가 언제 미국에서 해당 서비스를 런칭할 것인지에 관심이 집중되었다. 캐나다에서 해당 서비스를 런칭하면서 2023년 1분기 내 미국 시장에 런칭할 가능성이 고조되었기 때문이다. 2023년 4월 넷플릭스는 1분기 실적을 발표하면서 캐나다, 뉴질랜드, 스페인, 포르투갈에서의 유료 계정공유 서비스 런칭 결과에 만족한다고 전했다. 특히 미국의 선행 사례가 되는 캐나다의 경우, 해당 서비스 런칭 이후 가입자와 매출 증가세가 가속화되었다고 발표했다. 다만 이러한 서비스 메커니즘에 '충분한 개선 기회'가 있음을 고려하여 미국 시장에서의 출시를 1분기가 아닌 2분기로 연기한다고 밝히면서 신중한 태도를 보였다. 넷플릭스는 2023년 5월 23일 미국에서 유료 계정공유 서비스를 런칭했다. 미국에서는 월 7.99달러를 추가로 지불할 경우 기본 거주지 이외 지역에서 스탠다드 요금제 이용시 최대 1명, 프리미엄 요금제 이용시 최대 2명까지 추가로 계정을 공유할 수 있다.

한편 넷플릭스는 계정공유 유료화를 추진하는 동시에 계정 관리 관련 기능을 업데이트해왔다. 2022년 11월에는 본인 계정에서 로그인된 기기를 확인할 수 있도록 해주는 '액세스 및 디바이스 관리' 기능을 출시했는데, 이는 어떤 기기가 자신의 계정에 연결되어 있는지, 해당 기기에서 어떤 프로필로 시청했는지, 그리고 어디에서 시청했는지 등을 파악할 수 있게 해주고, 필요시에는 '사인 아웃(sign out)'을 통해 다른 프로필의 이용을 중단시킬 수 있는 기능이다. 또한 2022년 10월에는 이용자들이 사용하는 프로필을 새로운 계정을 만들어 이전시킬 수 있는 프로필 이전(Profile Transfer) 기능을 도입했다. 그동안 사용자가 짬해 놓은 콘텐츠, 시청 기록, 맞춤형 추천 등을 새로운 계정에 그대로 가져오도록 지원한 것이다. 이에 더해 미국에서 유료 계정공유 서비스 출시 후 얼마 지나지 않은 7월 11일에는 이용자들이 프로필을 기존의 다른 계정으로 전환할 수 있도록 프로필 이전 기능을 업데이트했다. 새로운 계정을 만들지 않고도 자신의 프로필을 기존 계정으로 이동시킬 수 있게 한 것이다. 이는 가족과 함께 살다가 거주지를 옮겨 배우자나 룸메이트와 계정을 공유해야 하는 계정공유 이용자들에게 유용한데, 사실상 계정공유 유료화를 지원하는 기능이다.

■ 우려에도 불구하고

넷플릭스 유료 계정공유 서비스는 미국 시장 런칭을 전후로 많은 논쟁과 우려를 불러 일으켰다. 고객 불만과 가입자 해지가 증가해 큰 타격을 받을 것이라는 부정적 전망이 제기되는 한편으로, 신규 매출을 확보하고 이용자 중 상당수를 광고 포함 요금제로 유인할 수 있다는 점에서 가입자 증가 효과를 얻을 수 있을 것이라는 전망이 엇갈려 나타난 것이다.

먼저 2023년 4월 시장조사업체 칸타(Kantar)의 조사 결과에 따르면, 넷플릭스가 암호 공유를 차단한 스페인에서 2023년 1분기에 약 100만 명의 가입자가 서비스를 해지한 것으로 확인되었다. 이러한 해지건수는 직전 분기 대비 3배가량 높은 수준으로, 스페인의 넷플릭스 이용자들은 10명 가운데 1명이 다가오는 2분기에 넷플릭스를 해지할 계획이라고 응답했다. 칸타는 1분기에 넷플릭스를 해지한 100만 명의 스페인 가입자 중 3분의 2가 다른 사람과 비밀번호를 공유하고 있었다는 사실을 언급하면서, 월 5.99유로의 요금을 추가 부과하는 유료 계정공유 서비스에 대한 이용자들의 거부감과 불만이 높아지면서 해지가 증가했다고 분석했다. 또한 2023년 5월 시장조사업체 삼바TV(Samba TV)와 해리스X(HarrisX)가 실시한 설문조사에서는 미국 밀레니얼 및 Z세대(MZ) 세대의 52%가 유료 계정공유 서비스가 런칭 될 경우 유료 가입자가 되기보다는 해지를 선택하겠다고 답한 것으로 나타났다.

반면, 넷플릭스가 유료 계정공유 서비스로 추가매출을 확보할 수 있을 것이라는 기대 섞인 전망도 존재했다. 2023년 4월 중순 맥쿼리 리서치(Macquarie Research)는 투자자들에게 발송한 자료에서 넷플릭스가 월 7.99달러의 추가 과금을 할 경우, 최월 11억 7,000만 달러에서 최대 35억 달러 규모의 연간 매출 순증을 기록할 것이라고 예측했다. 맥쿼리는 미국에서 유료 계정공유 서비스가 시행될 경우 타인과 암호를 공유하던 이용자는 ▲가입을 해지하고 이용을 중단하거나, ▲계정공유를 위해 월 7.99달러를 추가로 지불하거나, ▲프로필을 이전하여 본인 계정으로 광고 요금제를 이용하는 3가지 방법 중 하나를 선택할 것이며, 이 중 세 번째 옵션인 월 6.99달러의 광고 요금제를 선택할 가능성이 가장 높을 것으로 추정했다.

“비밀번호 공유를 금지할 경우 일부 가입자 이탈이 발생할 수는 있으나 신규 가입자 증가 효과가 더 클 것이라는 넷플릭스의 예상이 적중했다”

실제 반응은 어땠을까? 유료 계정공유 서비스 시행 초기인 현재까지 미국 시장에서 나타난 반응은 넷플릭스에게 있어 매우 긍정적이다. 2023년 6월 중순 시장조사 업체 안테나(Antenna)의 데이터에 따르면, 유료 계정공유 서비스 런칭 이후 넷플릭스의 하루 평균 신규 가입자 수는 2배 이상 증가한 것으로 나타났다. 유료 계정공유 서비스 런칭 직후인 5월 25일부터 28일 사이 넷플릭스의 하루 평균 신규 가입자 수는 직전 60일 평균보다 102% 증가한 7만 3,000명으로 집계되었다. 특히, 5월 26일부터 이틀 동안 신규 가입자는 하루에 약 10만 명을 기록했는데 이는 코로나19 봉쇄 시기의 하루 평균 가입자 수를 크게 상회하는 수치이다.

넷플릭스 가입을 해지하는 이용자도 증가하기는 했으나 신규 가입자 수가 해지 가입자 수를 초과했다. 안테나는 5월 23일 유료 계정공유 서비스 런칭 이후 넷플릭스의 가입/해지 비율이 런칭 이전 60일 기간 대비 25.6% 증가했다고 분석했다. 이러한 초기 결과를 놓고 보면, 비밀번호 공유를 금지할 경우 일부 가입자 이탈이 발생할 수는 있으나 신규 가입자 증가 효과가 더 클 것이라는 넷플릭스의 예상이 적중했다고 할 수 있다. 이에 미국 UBS 증권은 넷플릭스의 유료 계정공유 서비스가 회사의 성장을 가속화할 것으로 전망하면서 넷플릭스 가입자 순증 전망을 기존 2분기 140만 명에서 360만 명으로, 3분기 180만 명에서 650만 명으로 크게 상향했다.

3. 유료 계정공유 서비스, 아직까진 순항 중

넷플릭스가 2022년 비밀번호 공유 차단을 공식화했을 당시에는 코로나19 팬데믹 종료와 고물가·고금리 상황으로 인한 SVOD 가입자 해지 트렌드가 있었던 만큼 유료 계정공유 서비스에 대한 우려가 컸다. 또한 스페인에서 상당수의 가입자가 서비스를

해지하면서 이러한 우려가 현실로 나타나기도 했다. 더욱이 현재 시장에는 넷플릭스 외에도 다양한 OTT 서비스들이 존재하고, MZ 세대는 부모 세대만큼 TV를 시청하지 않는 대신 유튜브나 틱톡 등 다른 동영상 앱을 더 많이 이용하는 데다, 경기 침체와 비용 상승으로 과감한 오리지널 콘텐츠 투자가 어려워진 상황 역시 유료 계정공유 서비스의 리스크 요인이 되고 있다. 이에 일각에서는 유료 계정공유 서비스 런칭이 글로벌 OTT 시장에서 넷플릭스의 지배력이 여전히 유효한지를 가늠하는 시험대가 될 것이라는 분석을 제기하기도 했다.

미국에서 유료 계정공유 서비스 런칭 2개월이 지난 현재, 넷플릭스의 승부수는 효과를 발휘하고 있는 것으로 보인다. 특히 2022년 하반기에 넷플릭스가 도입한 새로운 광고 요금제가 유료 계정공유 서비스와 맞물려 신규 가입자 확보에 상당히 긍정적인 영향을 끼쳤을 것으로 추정된다. 넷플릭스는 2023년 4월 중순 미국에서 유료 계정공유 서비스 런칭을 한 달여 앞두고 광고 요금제 서비스를 HD 화질과 기기 2대에서 동시 접속이 가능하도록 업데이트했다. 소비자 입장에서는 월 7.99달러에 타인 계정으로 유료 계정공유 서비스를 이용하기 보다는 서비스 품질에서 차이가 없고 유료 계정공유보다 저렴한 광고 요금제에 대한 가입 유인이 높아졌다고 할 수 있다.

물론, 유료 계정공유 서비스의 초반 성과가 앞으로도 계속될 것이라고 예단하기는 어렵다. 신규 가입자 증가 효과는 오래 지속되지 못할 가능성이 크고, 스페인처럼 국가나 지역에 따라서는 가입자 이탈이 더 크게 나타날 수도 있다. 다만 분명한 것은 넷플릭스가 유료 계정공유 서비스를 런칭하면서 단순히 비밀번호 공유를 차단하는 데 그치지 않고 저가 요금제 품질 개선, 프로필 이전 기능 제공 등을 통해 서비스를 정비하는 노력을 기울였다는 점이다. 이러한 노력들이 더해져 우려가 컸던 넷플릭스의 유료 계정공유 서비스는 결과적으로 초반부터 시장에 안정적으로 안착하고 있다.

참고자료

- Digital TV Europe, Netflix will likely expand ad offering to more tiers, says Sarandos, 2022.12.9.
- Engadget, Netflix's password-sharing crackdown begins in Canada, New Zealand, Portugal and Spain, 2023.2.8.
- Gizchina, NETFLIX LOSES MILLIONS OF SUBSCRIBERS AS ACCOUNT SHARING ENDS, 2023.4.26.
- Investing.com, UBS bulled-up on Netflix as paid sharing accelerates growth, 2023.7.12.
- MacRumors, Netflix Password Sharing Crackdown Works, U.S. Subscriber Numbers Soar, 2023.6.9.
- MacRumors, Netflix Testing Password Sharing Plan That Costs \$3 Extra in Latin America, 2022.7.18.
- Netflix, Netflix First Quarter 2022 Earnings Interview - Letter to Shareholders, 2022.4.19.
- StreamTV Insider, Gen Z, Millennials more likely to cancel Netflix because of password sharing crackdown, 2023.5.30.
- StreamTV Insider, Netflix adds 1.75M global subscribers in Q1, delays broad paid sharing rollouts to Q2, 2023.4.18.
- TechCrunch, Netflix tests a new feature that will raise prices for account sharing, 2022.3.17.
- TechCrunch, Netflix tests its staying power with global password crackdown, 2023.5.25.
- TechCrunch, Netflix updates 'Profile Transfer' feature so users can switch to an existing account, 2023.7.12.
- The Verge, Netflix's ad-supported plan is getting better resolution at no extra cost, 2023.4.18.
- The Verge, Netflix will now let you kick your ex out of your account, 2022.11.16.