

[딜메이커 지창배]

## 디즈니+ 대리인으로 급성장...스캔들로 급락

이슬이 기자 입력: 2026.02.24 16:03

# 아카데미어 # 지창배 # CJ ENM

⑤ 디즈니 진출 초기 독점적 지위로 시장 장악했지만...오너리스크와 구설수 적자전환



서울 마포구 상암동에 위치한 CJ ENM 사옥(사진=뉴스1)

글로벌 콘텐츠 기업 디즈니는 지난 2021년 온라인동영상서비스인 디즈니플러스(Disney+) 한국 진출을 본격화했다. 디즈니의 상륙은 넷플릭스를 비롯한 기존 시장 경쟁사들을 긴장하게 했고, 제작사들은 새 기회를 잡기 위해 분주했다. 이 경쟁의 물밑에서 기민하게 움직인 것은 신생 제작사 아카데미어(현 씬앤스튜디오)였다.

사모펀드 운용사 원아시아파트너스 지창배 대표가 인수한 이 콘텐츠 제작사는 업계 예상을 깨고 디즈니의 한국 진출 초기에 독점적 지위를 확보하며 시장을 장악했다. 하지만 급성장 이면에는 일반적으로는 구상하기 힘든 사업적 거래 요소가 있었고, 그 여파는 훗날 국내 콘텐츠 업계 1위인 CJ ENM까지 흔들리게 했다.

## ◆ 디즈니 검증 시스템의 부재

아크미디어의 급성장은 디즈니의 한국 시장 진출과 함께 이뤄졌다. 당시 디즈니는 한국 콘텐츠(K-콘텐츠) 확보에 사활을 걸었지만 국내 제작 생태계에 대한 이해는 낮았다. 제작사의 역량이나 적정 제작비를 판단할 내부 시스템과 인력이 부족했다는 지적이다.

지창배 대표는 이 부분을 노린 것으로 보인다. 그는 중국 고위급 인맥을 앞세워 디즈니 측에 파격적인 제안을 건넸다. 한국 시장에 맞는 콘텐츠 수급과 제작비 관리를 일괄적으로 대행해 주겠다는 내용이었다. 디즈니 측도 지 대표의 광범위한 중국 네트워크를 높게 평가해 이 제안을 수용한 것으로 알려졌다.

아크미디어의 영업 방식은 금융 중개 모델과 흡사했다. 원아시아 펀드 자금을 활용해 중소 제작사들에게 제작비를 먼저 지급하는 프리 프로덕션 투자 방식을 취했다. 이후 디즈니로부터 제작비를 정산받아 자금을 회수하는 구조를 설계했다.

자금력이 부족한 중소 제작사들에게 아크미디어의 제안은 거절하기 힘든 제안이었다. 당장 촬영에 투입할 현금을 확보할 수 있었기 때문이다. 디즈니 역시 여러 제작사를 직접 관리하는 번거로움 대신 단일 창구를 통해 일을 처리하는 편의를 택했다.

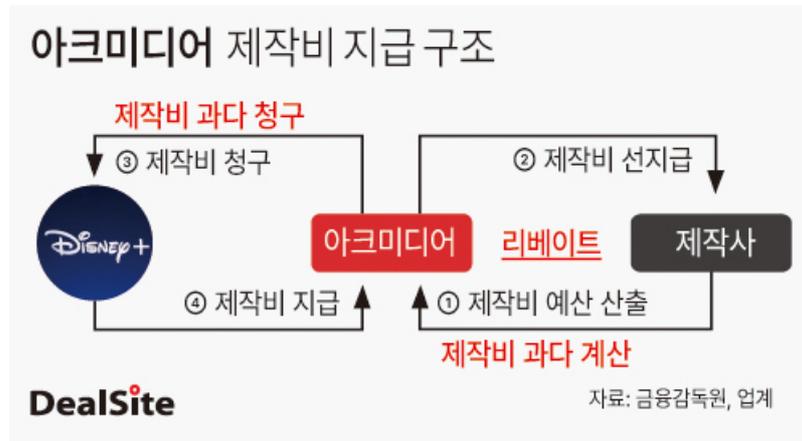
하지만 이 과정에서 아크미디어는 단순 중개자를 넘어 시장의 절대 강자로 올라섰다. 제작비 책정과 편성권까지 좌우하며 강한 영향력을 행사했다. 콘텐츠 시장의 질서를 아크가 쥐고 흔들었다는 지적도 나왔다. 콘텐츠 업계 관계자는 "당시 아크미디어를 통하지 않으면 디즈니 오리지널 편성을 따낼 수 없는 분위기였다"며 "작품보다는 아크미디어와의 관계가 편성의 우선순위가 되는 구조가 형성됐다"고 말했다.

독점적 지위는 감시받지 않는 권력으로 변질되기 쉽다. 아크미디어는 실제 제작비보다 부풀린 금액을 디즈니에 청구했다는 의혹을 당시에 받기도 했다. 하청 제작사와 잉여 차액을 나누는 방식의 리베이트 수수가 이뤄지고 있다는 투서도 나타났다.

이런저런 문제는 국내 최대 콘텐츠 기업 CJ ENM으로도 번졌다. 2023년 무렵 CJ ENM은 그룹 조직을 투입해 디즈니+ 관련 프로젝트를 진행한 산하 제작사 계열사들을 대상으로 대대적인 감사를 벌이기도 했다. CJ ENM 아래에는 스튜디오드래곤과 CJ ENM 스튜디오스, 피프스시즌 등이 있다.

당시 CJ 감사팀은 아크미디어와의 거래 내역을 집중적으로 살폈다. 조사 과정에서 일부 제작사의 제작비 유용과 리베이트 수수 정황이 포착된 것으로 알려졌다. CJ는 계열사에

대한 인사 조치를 단행했고, 해당 프로젝트를 총괄한 고위급 관계자를 퇴출시키기도 했다는 전언이다.



아카데미어 제작비 지급 구조(그래픽=딜사이트 김민영 기자)

#### ◆ 결국 디즈니도 단절

<카지노>, <무빙> 등을 거치며 한국 시장 파악을 마친 디즈니 본사도 결국 조치를 취했다. 디즈니코리아의 콘텐츠 조직을 전면 개편하면서 아카데미어와 맺었던 독점 편성 라인을 변경했다. 대신 제작사들과 직접 계약하는 비중을 늘리고 제작비 검증 프로세스를 강화했다는 설명이다.

아카데미어는 믿었던 디즈니가 파트너십을 약화하자 실적이 떨어졌다. 2022년 1000억 원을 넘겼던 매출은 2023년 711억원으로 하락했고, 영업손실이 당해 156억원을 기록하며 적자로 전환했다.

설상가상 오너인 지창배 대표가 다른 문제로 재판에 받게 되면서 회사는 구심점을 잃었다는 지적이다. 특히 지 대표가 관련 재판에서 일부 유죄를 받자 아카데미어도 힘을 잃게 됐다. 영상 콘텐츠 기획사가 자본 놀이 수단에 불과했다는 비판도 나왔다. 아카데미어 최대주주였던 '코리아그로스1호' 펀드의 운용사(GP)는 지난해 말 원아시아에서 팩텀프 라이빙에쿼티(PE)로 교체됐다.

이슬이 기자 seuli1024@dealsite.co.kr

관련종목

CJENM 035760