일본

영상 소프트 시장 규모 및 이용자의 이용 현황 조사 결과 보고서 공개

권용수 (건국대학교 일반대학원 법학박사)

일본영상소프트협회는 문화과학연구소 등과 함께 2018년 영상 소프트 시장 규모 및 이용자의 이용 현황을 조사한 결과 보고서를 공개하였는데, 이에 따르면 유료 동영상 전송 시장의 성장에 힘입어 일본 영상 소프트 시장이 전년 대비 8% 성장하였음.

조사 개요

○ 일반사단법인 일본영상소프트협회는 디지털 엔터테인먼트 그룹 재팬, 주식회사 문화과학연구소와 함께 2019년 5월 '영상 소프트 시장 규모 및 이용자 동향 조사 2018'을 공개함.

○ 이번 조사는 일본 국내에 거주하는 16~69세 남녀 인터넷 이용자를 대상으로 2018년 1월부터 12월까지의 영상 소프트 이용 현황을 조사한 후에 데이터 보정을 한 것임.

조사 결과

○ 2018년 영상 소프트 시장 규모는 유료 동영상 전송 시장의 가파른 성장세에 힘입어 2017년에 비해 8% 성장한 5,628억 엔을 기록함.

- 대여 시장 규모는 2017년에 비해 7.1% 감소한 1,542억 엔을 기록함.

- 그러나 판매 시장 규모가 2017년 대비 3% 증가한 2,106억 엔을 기록하였고, 무엇보다 유료 동영상 전송 시장 규모가 상위 서비스 제공업자가 순조로운 성장세에 힘입어 2017년 대비 31.1% 증가한 1,980억 엔을 기록함.

○ 2018년 1년 동안 구매, 대여, 유료 동영상 전송 서비스 등 유료로 영상 소프트를 이용한 사람(이하 '유료 콘텐츠 이용자')의 비율은 2017년에 비해 1.2% 감소한 40.5%를 기록함.

- 구체적으로 2018년 비디오 소프트 구매율은 15.8%, 대여 이용률은 25.6%, 유료 동영상 전송 서비스 이용률은 16.3%임.

- 그런데 5년 전인 2014년을 100으로 가정해 보면, 구매 이용자와 대여 이용자는 각각 13.2%, 31.1%나 감소되었으나 유료 동영상 전송 서비스 이용자는 3배 이상 급증하였음.

○ 1인당 연평균 소비금액은 비디오 소프트 구매 금액이 15,792엔, 대여 금액이 3,129엔, 유료 동영상 전송 서비스 이용 금액이 14,249엔을 기록하였는데, 유료 동영상 전송 서비스 이용 금액만이 증가 추세에 있음.

- 2018년 연평균 대여 장수는 16.2장으로 2017년의 15.8장에 견줘 약간 증가하였지만, 그 이용 금액은 2017년 3,336엔보다 감소한 3,129엔을 기록함.

- 유료 동영상 전송 서비스 이용 금액은 2017년 13,309엔에서 크게 증가한 14,249엔을 기록하였는데, 여러 플랫폼을 이용하는 이용자가 증가한 것과 CATV 경유 VOD 이용률 감소가 멈춘 것이 그 배경으로 지적됨.

○ 대여 이용자의 현황

- 남녀 모두 연령층이 낮을수록 이용률은 높지만 이용 금액은 적다는 특징을 보임. 또한 고령화와 함께 중장년층 인구가 감소하는 상황으로 인해 중장년층 이용자가 감소하는 한편, 간단한 이용에 목적을 둔 젊은 이용자가 증가한다는 두 가지 흐름을 볼 수 있음.

- 한편 최근 증가하는 비디오 대여점의 폐업과 관련해, 많은 이용자는 '유료 동영상 서비스를 이용한다'나 '택배 대여 서비스로 변경한다' 보다 거리가 멀더라도 다른 대여점을 찾아 이용할 생각이다'라고 대답하였음.

- 대여 이용자는 일반적으로 대여점 이용을 고집하는 경향이 강한 것으로 나타났는데, 이를 생각하면 대여점 감소가 시장에 상당한 영향을 미칠 수 있다고 판단됨.

○ 영상 소프트 구매 시장의 중심은 연간 3만 엔 이상의 DVD나 블루레이를 구매하는 특정 이용자(이하 '헤비 유저(heavy user)')임.

- 2018년 헤비 유저(heavy user)는 인구 대비 2.5%에 불과하였지만, 영상 소프트 시장 전체 구매 금액의 절반 이상을 차지함.

- 시장에서 헤비 유저(heavy user)가 지니는 중요성은 예나 지금이나 변함이 없지만, 2018년에는 헤비 유저(heavy user)의 비율이 5년 만에 처음으로 감소세를 보임. 참고로 1인당 평균 구매 금액은 2015년 정점을 찍은 후 감소세로 돌아선 상황임.

- 한편 DVD나 블루레이를 수집하는 이용자의 비율은 6.9%, 수집하려고 하는 이용자의 비율은 6.1%로 모두 2017년의 10.0%, 7.4%에 비해 감소하였음. 이는 헤비 유저(heavy user) 감소의 영향으로 이해할 수 있음.

○ 유료 동영상 전송 시장의 중심은 월정액 주문형 비디오(SVOD)임.

- 유료 동영상 전송 서비스 이용자의 각 서비스 이용률을 보면, SVOD는 86.5%, 건당 주문형 비디오(TVOD)는 24.4%, 구입형 비디오(EST)는 8.6%임.

- 또한 2014년부터 각 서비스의 비율 증감을 보면, SVOD는 20.7%나 증가한 반면, TVOD와 EST는 각각 22.7%, 14.3% 감소하였음.

- 한편 각 서비스의 이용 시기를 보면, SVOD의 경우 85.2%가 과거 5년 이내에 해당 서비스를 이용하기 시작한 반면, TVOD의 경우 73.4%가, EST의 경우 70.1%가 과거 5년 이내에 해당 서비스를 이용하기 시작하였음.

이는 상대적으로 SVOD 신규 이용자가 많았음을 의미함.

○ 2018년 일본의 4K 대응 텔레비전 보유율은 2015년 3.0%에서 7.5%로 2배 이상 증가하였음.

- 한편 UHD는 아직 인지도가 10%를 조금 웃도는 수준에 머물러 있고, 그 결과 보유율도 2.2%에 그치고 있음.

참고 자료

http://www.jva-net.or.jp/report/annual_2019_5-15.pdf