

# 国内再編からグローバル市場開拓へ 韓国「動画配信サービス」の進展

**世** 界規模で市場が急拡大する一方、加入者争奪の激しさも増しているグローバル動画配信サービス（OTT）。欧州では自国の放送コンテンツ保護のためOTT規制を強化する動きが見られるが、韓国では育成を図るために規制の撤廃やOTTの再編、海外展開も進みつつある。本リポートは、そうした韓国の動向を概観する。

韓国のOTT加入者数（2022年2月）は1245万人の米Netflixがトップ。国内勢のwave（489万人）とTVING（407万人）が続く。waveは、通信事業者と地上放送事業者が個別に運営していたOTTを19年に統合、国内最大手に躍り出た。TVINGも、通信大手のOTTの統合へ動く。国内勢はプラットフォームを集約化し、市場での消耗戦を避けようとしている。

ただ、人口約5000万の国内市場では成長に限界があるた



ソウルの韓国政府庁舎。尹政権はOTTの海外展開支援を強化する方針も打ち出す

め、グローバル展開に乗り出している。TVINGは22年から日本と米国の皮切りに海外展開を始め、waveも準備中だ。尹錫悦<sup>ユンシクニク</sup>新政権も放送メディア分野の最重要政策にOTTの支援強化を掲げる。電気通信事業法の改正でコンテンツ制作への税控除の適用を認める方針だ。業界と政府が一丸となり「韓国版Netflix」の輩出を目指す動きは、プラットフォームが乱立する日本にも示唆を与えると、筆者は結んでいる。

マルチメディア振興センター「韓国版Netflix輩出を目指す韓国メディア分野の取り組み」（2022年6月7日）  
マルチメディア振興センター ICTリサーチ&コンサルティング部 シニア・リサーチディレクター 三澤かおり

構成 岩崎義人

許諾番号：2022-061

「週刊東洋経済」2022年7月9日号

©東洋経済新報社 無断複写転載を禁じます。