

韓国版 Netflix 輩出を目指す韓国メディア分野の取り組み

一般財団法人マルチメディア振興センター (FMMC)

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



概要

バランスの取れたメディア産業発展を目指す韓国では、韓流コンテンツの海外展開にとどまらず、自国 OTT プラットフォームのグローバル化を追求する「韓国版 Netflix 輩出」を目指す。政策面では OTT の支援拡大を図り、業界では生き残りをかけた再編と海外展開を進める。尹錫悦新政権でもメディア促進政策の筆頭に自国 OTT 促進を掲げる。本稿ではこのような動きの只中にある韓国メディア分野の取り組みを概観する。

1. はじめに

コロナ特需で急成長した Netflix に代表されるグローバル動画配信サービス (OTT) の急成長に対し、自国の放送コンテンツや文化保護のため欧州をはじめ複数の諸国で OTT 規制を強化する動きが見られる¹。これとは対照的に、韓国では自国 OTT 育成のため、関連規制を撤廃し、グローバル展開を視野に入れた支援策を強化している。前回のリサーチレポート「黒船 Netflix 上陸で急速に変化する韓国メディア分野」²では、Netflix に対抗する力をつけるため、韓国の政策と市場の両方がダイナミックに動いていることを解説した。

韓国メディア業界のバランスの取れた成長のためには、自国コンテンツだけでなく自国 OTT プラットフォームの国際競争力確保が欠かせないという考えであり、2022 年からは主要 OTT の海外展開も始まる。2022 年 5 月に成立した尹錫悦新政権も、今後 5 年間の任期中に進める放送メディア分野の最重要政策として、自国 OTT の海外展開等の支援策を早期にまとめる方針である。国内市場では規模の経済を追求するための有料放送・OTT 再編が進展中である。有カコンテンツホルダーのメディア事業者はグローバル OTT 向けコンテンツ量産体制を視野に入れ、ドラマ制作部門を分社して米国のようなスタジオ化を進めている。韓国の政策と市場が一体となって、「Netflix 対抗」からさらに積極的な「韓国版 Netflix 輩出」へと舵を切っている。本稿では、生き残りをかけてグローバル展開に乗り出す韓国の主要 OTT サービスプラットフォームと、新政権の OTT 政策動向に焦点を当てる。

¹ FMMC 年間テーマ研究報告書「With/After コロナ時代における国内外の OTT-V 動向」(2021 年 10 月) 参照 <https://www.fmmc.or.jp/activities/report/itemid488-005978.html>

² <https://www.fmmc.or.jp/activities/itemid488-005646.html>

2. 生き残りをかけた再編とグローバル市場進出

韓国市場には複数の毎月課金の加入型 OTT (SVOD) が存在する。加入者数ではコロナ禍で急成長した Netflix が他社を引き離しており、国内勢では二強とされる wavve と Tving が後を追う。主な OTT の加入状況は表 1 のとおり。このほかの主な OTT プラットフォームとしては、通信事業者や電子商取引大手クーポンのサービスと、2021 年秋に韓国に上陸した Disney+ 等がある。

表 1 韓国の主な加入型 OTT サービス

サービス	経営主体 (業種)	加入者数 2022 年 2 月基準	2021 年売上 (ウォン)
Netflix	Netflix (米 IT)	1,245 万	6,316 億
wavve	SK テレコム (通信) と地上波 3 社 (放送) の 合併	489 万	2,301 億
Tving	Tving (総合エンタメ CJ ENM 子会社)	407 万	1,315 億
WATCHA	WATCHA (IT)	128 万	708 億

出所：各種資料を基に作成

人口約 5,000 万の国内市場では成長の限界があるため、韓国の主要 OTT はグローバル進出を目指し、今後はグローバル市場で米国系 OTT と勝負する。

そのためにはまず、加入者基盤とコンテンツ確保を目的とした、規模の経済追及に向けた統合再編が必要となる。サービス再編では、通信事業者と地上放送事業者が個別に運営していた OTT サービスを 2019 年に統合し国内最大手 OTT の wavve が誕生した。wavve は、世界的にも珍しい通信・放送の業界を超えた協力ケースとして注目される。OTT 再編は今後も進む見通しである。2022 年 3 月には総合通信最大手 KT と総合エンタメ最大手 CJ ENM が資本提携を含む包括的なコンテンツ事業協力で提携しており、両社の OTT サービスの統合の可能性が既に取りざたされている。Tving が KT の OTT サービスの Seezn を統合する方向で動くものと見られる。韓国の通信事業者は、強力なコンテンツホルダーの放送メディア系 OTT サービスと組み、プラットフォームを集約化することで国内での消耗戦を避けようとしている。

次に、グローバル進出であるが、主要 OTT のグローバル展開第一号として、WATCHA が日本で 2020 年秋からサービスを提供している。Tving は 2022 年から日本と米国を皮切りに海外展開する計画である。wavve も日本をはじめとする韓流人気の土壌がある諸国を中心に海外展開を準備中である。韓国のように規模が限定的な市場では、自国プラットフォームの生き残りのためには早期の市場再編と海外展開が必須条件といえる。

3. グローバル配信を見据えた韓流コンテンツ制作体制

有力コンテンツホルダーの放送事業者は、グローバル OTT 向けコンテンツ量産体制と機動力強化のため、ドラマ制作部門を分社して米国のようなスタジオを相次いで設立している。2016 年に CJ ENM がドラマ制作部門をスタジオドラゴンとして分社して以降、これまでに設立された主なスタジオは表 2 のとおり。特に、CJ ENM は 2022 年中に国内 2 か所、米国 1 か所、日本 1 か所の計 4 か所のマルチスタジオ体制を整備する。2022 年に韓国に新設する CJ ENM STUDIOS では国内外の OTT プラットフォームをターゲットにマルチジャンルのコンテンツの企画から制作までを手掛ける。日本に設立予定の（仮称）スタジオドラゴン・ジャパンではグローバル OTT 向けコンテンツを制作し、日本一のドラマ制作スタジオを目指す。

表 2 放送事業者から分社したドラマ制作スタジオ

事業者（業種）	スタジオ（設立年）	備考
CJ ENM（総合エンタメ、有料放送チャンネル提供）	スタジオドラゴン（2016年）	2017 年秋 KOSDAQ 上場。2022 年スタジオドラゴン・ジャパン設立で、日米韓に 4 か所のマルチスタジオ体制構築
SBS（地上放送）	スタジオ S（2020 年）	SBS 子会社を社名変更し再編
JTBC（有料放送に総合編成チャンネル提供）	SSL（2020 年）	JTBC 子会社を再編。2022 年 3 月 SSL（Studio LuluLala）に社名変更

出所：各種資料を基に作成

4. 国内OTTへの支援策

自国のメディア産業のバランスのとれた発展のため、韓国ではコンテンツだけでなく 2020 年から自国 OTT プラットフォームの海外展開等の政策的支援を開始した。尹錫悦新政権でも自国 OTT プラットフォームの海外展開支援強化方針にすでに言及し、別途施策をまとめる計画である。これまでに OTT プラットフォームへの政策支援として、コンテンツ制作のほか、コンテンツお勧め機能改善等に役立てるための AI 技術開発支援、海外見本市での広報が実施されている。新政権でのメディア関連政策は前政権からの路線を基本的に踏襲している。今後は動画配信サービス国際イベント開催、海外拠点連携支援等の政策を打ち出す予定であり、OTT 促進のための規制最小化と法制度整備を進める。制度整備の第一弾として、OTT への支援をしやすいするため電気通信事業法が改正され、OTT の定義が新設される。これにより、映画等の映像コンテンツと同様に OTT コンテンツ制作にも今後税控除が適用される。自国 OTT への支援は今後さらに手厚くなる見通しである。

5. 終わりに

2022 年第一四半期の Netflix の加入者数減少が世界的に大きな話題となっているが、今後のメディア分野における OTT プラットフォームの影響力はさらに強まることが予想される。そのため、韓国版 Netflix として強力な自国のグローバル OTT プラットフォームを輩出することにより、政策と業界が歩調を合わせる韓国の動向は一つの試金石でもある。自国 OTT 生き残りの視点から、放送業界と通信業界がプラットフォーム乱立を避けて自ら再編を進める動きも大変ユニークである。プラットフォームが乱立気味の日本にとっても一つの示唆と言えよう。米国系 OTT が既に先行するグローバル市場で後発の韓国 OTT がどのような形で対抗していくのか今後の戦略に引き続き注目したい。