

일본 OTT 서비스 경쟁 현황 및 로컬 사업자 티바(TVer)의 활약

- ▶ 일본 OTT 서비스 시장의 성장세가 이어지는 가운데 로컬 서비스 사업자 TVer가 무료 OTT 시장에서 활약
 - 일본 시장조사업체 임프레스(Impress) 종합연구소의 <온라인 동영상 비즈니스 조사보고서 2021>에 따르면, 일본의 유료 OTT 서비스 이용률은 25.6%를 기록하면서 2년 연속 4%p 이상 증가
 - 2021년 일본의 동영상 콘텐츠 이용 방식은 '실시간 TV 프로그램 시청(69.9%)'이 가장 많았으며, '녹화한 TV 프로그램 시청(54.9%)'-'Youtube 등 비디오 공유 플랫폼 이용(45.9%)'-'티바(TVer)등 무료 OTT 서비스 이용(30.7%)' 순으로 나타남
 - 유료 OTT 시장 점유율 1위는 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video, 69.2%)로 작년 대비 1.3%p 증가했고, 2위는 넷플릭스(Netflix, 21.4%), 3위는 훌루(Hulu, 10.3%)가 차지했으며, 무료 OTT 시장에서는 티바(TVer)가 꾸준한 이용률을 기록

