

2019 OTT 시장 트렌드, '다양화·세분화·맞춤형'

1020세대 중심으로 이용률 및 이용 빈도 높아



국내 온라인 동영상 스트리밍(OTT) 시장이 향후 지속적으로 높은 성장세를 유지할 것으로 전망됐다. 특히 매일 OTT 서비스를 이용한다는 응답이 10대와 20대 사이에서 높게 나타나기도 했다.

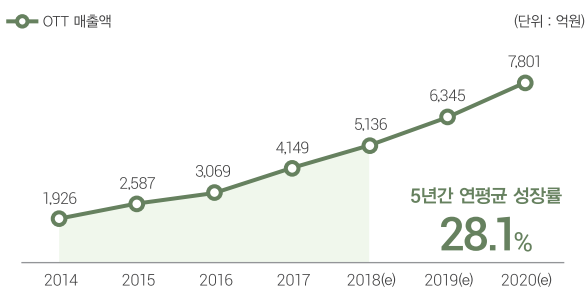
메조미디어가 발표한 '2019 OTT 서비스 트렌드 리포트'에 따르면 국내 OTT 시장 규모는 연평균 28.1%의 성장률을 보이며 2018년 5,136억원에서 내년에는 7,801억원까지 성장할 것이며, 국내 5대 OTT 사업자의 가입자 수도 24.4% 증가한 860만명을 기록할 것이라고 내다봤다.

먼저 OTT(Over The Top) 서비스는 온라인 동영상 스트리밍을 뜻하는 말로 기존의 통신 및 방송 사업자와

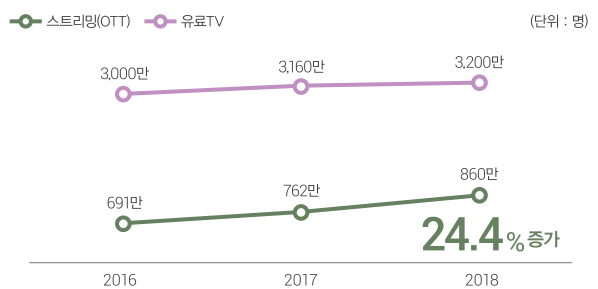
더불어 제 3의 사업자들이 인터넷을 통해 드라마나 영화 등의 다양한 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스를 말한다. 국내 OTT 시장은 지상파, 유료방송사업자, 이동통신사와 함께 IT 기업들이 후발주자로 진입하고 있는 상황이다. 지난 1월 지상파 연합 OTT 플랫폼인 POOQ과 SK텔레콤의 옥수수가 MOU를 체결하면서 오는 9월 서비스 출시를 앞두고 있다.

국내 OTT 서비스 이용률은 43%로 전년대비 7% 성장하였으며, 특히 젊은 층을 중심으로 이용률이 지속적으로 상승하고 있다. 연령별로는 20대(78%), 10대(72%), 30대(64%), 40대(45%), 50대(23%), 60대 이상(7%) 순이었고

〈표 1〉 국내 OTT 시장 규모 추이



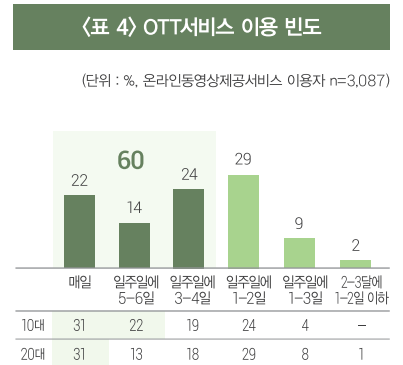
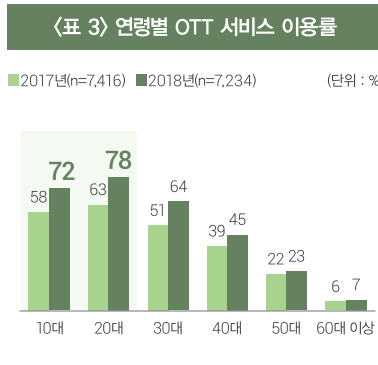
〈표 2〉 국내 5대 OTT vs 유료TV 가입자 수 추이



*자료: 메조미디어(5대 OTT : POOQ, U*모바일tv, 올레TV모바일, 옥수수, 넷플릭스)

방송통신기반(IPTV)	글로벌
 옥수수, U+모바일tv, KT올레TV모바일	 넷플릭스, 유튜브프리미엄, 아마존프라임비디오
방송채널	포털기반동영상
 PPOOQ, 티빙, 에브리온TV	 Naver TV, Kakao TV
소셜미디어동영상	기타동영상서비스
 페이스북, 인스타그램, IGTV	 왓츠플레이, 아프리카TV

*자료 : 메조미디어



특히 10대와 20대는 OTT 서비스를 매일 이용한다는 해 비유저 비중이 30%에 달하는 것으로 조사됐다.

메조미디어는 국내 OTT 시장을 크게 다섯 가지의 트렌드로 설명했다. ① 5G시대 콘텐츠 제공(AR/ VR/와이드중계 형태)을 통한 서비스 영역 확대 ② 다양한 유저 취향 고려한 니치 콘텐츠(특세시장, 세분화된 시청자) 증가 ③ 오리지널 콘텐츠 제작 확대 ④ 높은 몰입도 지닌 인터랙티브 콘텐츠 주목 ⑤ 시청자의 취향 분석을 통한 맞춤형 서비스 강화다.

먼저 5G 시대가 시작되면서 콘텐츠 기업의 온라인 채널 확대를 위한 주력 사업으로 동영상 스트리밍이 각광을 받고 있으며 해리포터 AR, 아이돌 VR, 5GX 와이드뷰

중계, 5G AI 전화 등 콘텐츠 서비스 유형이 다양해질 것으로 봤다. 또한 최근 시공간에 구애받지 않고 미디어를 소비하기 때문에 이들의 취향을 고려한 니치 콘텐츠를 기반으로 가입자를 단기간에 확보하는 전략도 중요한 트렌드로 꼽히고 있다. 이제는 더 이상 일방적인 스토리 설정보다는 시청자와의 참여와 소통을 통해 스토리를 완성해감으로써 보다 몰입도 높은 브랜드 경험을 할 수 있는 기회를 제공하고 개개인의 취향, 선호, 관심사에 대한 정확한 분석에 기반한 맞춤형 콘텐츠를 제공하면서 소비자들의 만족도를 높여가는 것이 추세라고 분석했다.

K A A 이순임 lee.soonim@gmail.com

<그림 1> 5G도입으로 다양해지는 콘텐츠 서비스 유형

<그림 2> 주요 OTT 플랫폼 오리지널 콘텐츠 제작 현황

NETFLIX	oksusu	olleh tv mobile
<ul style="list-style-type: none"> • '킹덤', '페르소나' 등 한국형 오리지널 콘텐츠 본격 제공 • '보건교사안은영' 등 화제적 꾸준히 선보일 예정 	<ul style="list-style-type: none"> • SM과 협업, 엑소, 레드벨벳 등 아이돌 콘텐츠 다수 보유 • '엑소의 사다리타고 세계여행' 3,500만 조회수 돌파 	<ul style="list-style-type: none"> • 리얼리티 '탐나는그녀들의 사생활', 웹드라마 '필수연애교양' 등 1020대 타겟 콘텐츠 공개

<그림 3> OTT 인터랙티브 콘텐츠 운영 사례

NETFLIX <Black Mirror : Bandersnatch>

- 2018년 12월, 주인공이 어떤 시리얼을 먹는지, 특정인과 말할지 등 시청자가 수시로 다음 장면을 선택하도록 한 인터랙티브 오리지널 콘텐츠 공개
- 2019년, 새로운 인터랙티브 콘텐츠<You Vs.Wild> 시리즈 공개 계획

<그림 4> AI 활용한 맞춤형 추천/분석 서비스

- 옥수수 : 이전 시청기록으로 재생 패턴을 보다 정교하게 분석하고 이를 적용한 추천 기능 강화
- PPOOQ : 시청 장르, 많이 본 인물, 태그 등 사용자 시청 패턴 알려주는 '취향 분석' 제공