

JAPAN

일본 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소



kocca KOSER
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『일본의 모바일 방송 & 인터넷TV 현황』

◎ 작성취지

- 뉴미디어 시장에서 우리가 PC기반의 콘텐츠시장인데 반해, 일본은 모바일 중심의 콘텐츠 시장이 발달되어 있음.
- 금년 4월부터 스마트폰 이용자를 겨냥한 멀티 모바일 방송이 최초로 서비스를 개시하며 일본의 지상파방송국도 새로운 인터넷TV인 '못토TV'를 통해 시청자 이탈방지에 나서고 있음.
- 주목되는 최근의 두 동향을 중심으로 일본 뉴미디어 콘텐츠 시장 현황을 정리하고자 함. 우리의 유력한 틈새시장으로 부상하는 모바일과 인터넷TV시장 진출을 위해 참고자료로 활용되기를 기대함.

※출처 : 「NOTTV개국발표회 보도자료」(2012.2.16./), 「재팬모바일캐스팅」안내자료, 「원세그」(일본어 위키피디아), BeeTV 홈페이지(beetv.jp), 「MCF 보도자료」(2011.7.15), 못토TV 보도자료(2012.1.26.) 등 기타 관련자료를 참고

◎ 작성순서

1. 일본 모바일 방송
 - NOTTV, BeeTV, 원세그
2. 모바일콘텐츠 시장
3. 인터넷 TV '못토 TV'
4. 시사점

1. 일본의 모바일방송

■ 일본 멀티모바일방송 주식회사와 NOTTV 서비스

○ 일본 멀티미디어방송 주식회사 개요

- 일본최초 멀티모바일 방송이 금년 4월부터 시작됨. 플랫폼의 운영주체는 일본멀티모바일방송주식회사인 mmbi임.

- 2011년 지상파 아날로그 TV방송이 중단된 이후 빈 V-High 주파수 (207.5-222MHz)를 이용해 주로 휴대단말에 동영상 및 음악, 전자서적 등의 대용량 콘텐츠를 전송하기 위해 설립된 회사임.
- 차세대 방송기술규격인 ISDB-Tmm 방식을 이용해 2012년 4월부터 ‘NOTTV’ 라는 브랜드로 방송할 예정임.

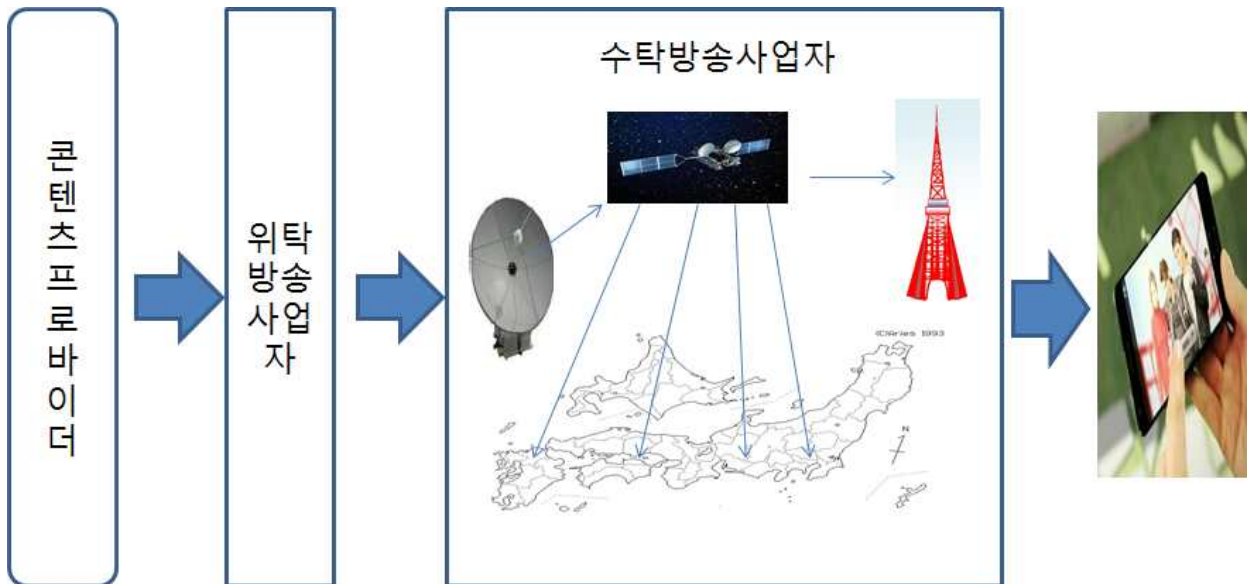
주식회사 mmbi의 개요

- 설립일 : 2009년 1월 9일
- 업종 : 정보 통신업
- 사업내용 : 2011년 7월 아날로그TV 중단후 생기는 빈 주파수를 이용해 차세대 멀티미디어 방송에 관한 제반활동
- 자본금 : 248억 9천 만엔
- 주요 주주 : NTT 도코모 60.45%
 - 후지 미디어 홀딩스 6.05%
 - 후지TV 자회사 0.23%, 닛폰방송 0.07%
 - 스카파 JSAT 6.0%
 - 니혼TV방송망 4.0%
 - 도쿄방송 홀딩스 4.0%
 - 덴츠 4%

○ 멀티미디어 방송 시스템의 개요

- 일본총무성은 모바일 멀티미디어 방송제도와 관련 다양한 방송사업자가 참가할 수 있도록 하드와 소프트웨어를 분리하는 ‘수탁방송 위탁방송제도’를 도입했음.
- 수탁방송사업자인 재팬 모바일 캐스팅(mmbi의 자회사)은 위탁방송사업자로부터 받은 프로그램 및 콘텐츠를 일본전국에 설치한 방송용기지국으로부터 방송함. 위탁방송사업자는 프로그램 및 콘텐츠 제작/편성을 담당하고 다양한 정보를 모바일캐스팅 이용자(시청자 및 청취자 등)에 제공.

그림 1 | 모바일콘텐츠 시장 추이



○ NOTTV서비스 개요

- NOTTV는 스마트폰을 중심으로 한 모바일 단말에서 기존의 TV방송과 같은 고품질 고화질의 ‘리얼타임시청’과 ‘시프트타임시청’ 두 가지의 시청스타일을 서비스함.

※리얼타임형 방송이란 방송중인 프로그램을 실시간으로 시청할 수 있는 서비스. 서버형 방송이란 보고 싶은 방송콘텐츠를 자동으로 서버에 저장하고 보고 싶을 때 어디서든 시청할 수 있는 서비스를 말함.

- 시프트타임시청에서는 ‘리얼타임시청’프로그램 관련 콘텐츠(파일등)를 동시에 방송하거나 ‘리얼타임시청’과 시청을 늦춰 프로그램을 방송함으로써 시청하지 못한 프로그램을 볼 수 있음.
- 또한 잡지 및 게임, 어플리케이션 등 각종 디지털콘텐츠(서버형 방송)도 앞으로 방송해나갈 예정임.
- NOTTV에서는 기존의 방송서비스와는 차별화된 방송과 통신을 연계시킨 쌍방향프로그램 및 ‘리얼타임 시청’과 소셜 미디어를 결합한 프로그

장르	프로그램명	개요
스포츠	2012 J-리그	위성방송 '스카파' J1리그 모든 경기를 방송(생방송 최대 5시합), J2 리그전도 주목시합을 수시로 방송, 하이라이트 프로그램등
	프로야구 2012	매주 수요일과 목요일 프로야구 중계
	프로야구 뉴스	유료채널 '후지TV ONE' 경기결과/하이라이트를 호화 해설진이 자세하게 전달
	골프센트럴	유료채널 '골프네트워크' 세계 골프계 소식을 가장 빠르고 자세하게 전달하는 일본 유일의 일간 골프뉴스프로그램
음악	음 CLIP	최신 음악, 인기도, 특집등 3개의 뮤직 클립집
	뮤직뱅크	'KBS월드'가 제공하는 KBS의 간판프로그램(k-pop)
	M Countdown	'Mnet'이 제공하는 라이브 형식의 인기음악프로그램(k-pop)
	FACTORY	후지TV의 음악프로그램 'FACTORY'를 NOTTV와 '후지TV 넥스트'가 라이브 중심으로 부활시킴
	MTV Unplugged	MTV 전통의 아퀴스틱 라이브
	Pigoo 라이브	'피구 HD'가 제공하는 '츠쿠바 테레비' 주최의 걸스 엔터테인먼트 공연 중에서 주목도 높은 그룹 만을 선별 매월 라이브를 방송
정보 / 버라이어티	SOLiVE 24	'웨더 뉴스'에서 제공하는 기상정보
	notty★LIVE 7시간!	월-금요일까지 매일 7시간 생방송! 패션, 화장품, 요리, 이벤트, 세일등
	스마트폰의 토리세츠	유명인을 MC로 기용해 스마트폰 유저에게 어플리케이션을 자세하게 소개하는 프로그램
	소셜 @ 토크 #엔단	유명인을 MC로 기용해 다양한 사람들과 논의하며 트위터 등 SNS를 활용
	패미츠TV	게임잡지 '패미츠'와 연동해 최신 정보를 소개
	미남자계	출연자는 모두 꽃미남. 여자를 만족시키고 즐겁게 하기 위한 버라이어티
	올나이트 닛폰 0	닛폰방송의 인기프로 '올나이트 닛폰 제 2부'가 신타이틀로 부활.
	애니츄(充)	애니메이션 관련 최신 정보를 보다 심층적으로 충실하게 전달하는 프로그램
	성우 생전화	성우와 성우 팬의 전화를 생방송
	영화예고편 피아~전부 노셋	주말 개봉되는 영화정보와 일정을 소개
	롯데기 Deeper	도쿄 롯데기의 최신 트렌드, 패션, 요리, 컬처, 비즈니스 등을 소개
	본전 뽑는 쇼핑	오크 론의 인기상품을 420엔 이상 할인가격으로 제공. 회원 대상 쇼핑프로
	아이돌 ☆리그!	NOTTV가 니혼TV가 연계하는 프로그램. NOTTV의 예선전을 통과한 아이돌이 니혼TV의 프로그램에 출연.
	청춘불패 시즌 2	'KBS WORLD'가 제공하는 인기 걸스 그룹 멤버가 어업 및 농업에 도전하는 리얼 버라이어티
	연예가 중계	'KBS WORLD'가 제공하는 한류 스타 동향 및 연예가 뉴스를 소개
	김승우의 승승장구	'KBS WORLD'가 제공하는 신감각 토크쇼
	해피 투게더 시즌3	'KBS WORLD'가 제공하는 해피 투게더
	너희들 나이스 카포~SEX감정 단	'LaLaTV'가 제공하는 10대, 20대 커플의 연애와 섹스에 관련된 토크 버라이어티
	당신이 히로인	'LaLaTV'가 제공하는 빛나는 여성에 밀착하는 리얼 다큐멘터리
	패션잡지 편집부 이야기	'LaLaTV'가 제공하는 패션잡지 'LL'를 무대로 드라마 형식의 트렌드 정보를 전달
	DRESS	나고야 지역의 지상파방송 'MBS'가 제공하는 패션 엔터테인먼트 정보프로그램.
	경마예상TV!	'후지테레비 TWO'가 제공하는 일요일 개최하는 중앙경마경기를 중심으로 철저하게 분석/예상하는 본격적인 경마프로그램
	천공마작	'엔타메~테레☆시네드라 버라이어티'가 제공하는 유명 프로마작인 경기
	NOTTV INFO	NOTTV의 프로그램 안내(주간 프로그램은 5분간, 매일 프로그램은 2분간 안내)

■ 표 1 ■ NOTTV 휴대폰채널 라인업(2012.2.16. 현재)

【 표 1-1 】 NOTTV 휴대폰 채널 라인업(2012.2.16. 현재)

애니메이션	거짓 스토리	니시오이신의 라이트 노벨작품, DVD60만장 판매한 '바케모노가타리'의 속편애니메이션 작품
	Fate/Zero	인기 게임 'Fate/stay night'에서 등장한 싸움의 진상을 파헤친 애니메이션 작품
	이누보쿠 시크릿 서비스	단행본 누계 100만부를 돌파한 후지와라 코코아 원작의 애니메이션 작품
	에루레카 세븐 AO	2005년에 방송된 TV애니메이션 '고향시편 에우레카세븐'의 속편 애니메이션 작품
드라마	오리지널 드라마	평일 오전 0시 NOTTV 오리지널 연속드라마. 후지TV와 공동제작한 드라마 방송
	미국 드라마 언더커버	LOST의 J·J·에이브람스가 제작총지휘한 액션 드라마
	한류드라마 신의 퀴즈	일본 첫 방송. 일화 완결형 스토리 전개. 의학범죄수사드라마.
	일할일회	국내외 최신 드라마 제 1회만을 소개하는 코너. BS/CS 및 DVD에서 제 2회는 시청
	고케닌잔쿠로	'시대극전문채널'이 제공하는 일본유명배우인 와타나베겐이 출연한 인기 시리즈를 특별 편성
영화	OO(인명)과 보는 OO(작품명)	명작/구작을 보면서 관련 연예인과 저명인과 함께 트위터로 감상평 소개
	시네호리 NEWS	'일본영화전문채널'이 제공하는 일본영화의 현재를 전달
	신영화정보 버라이어티 시네바라	'채널 NECO'가 제공하는 버라이어티를 가미해 영화정보를 소개
취미/양	카페 히요리	'식과 여행의 푸디스 TV'가 제공하는 전국 각지의 멋진 카페를 여행의 목적지로 삼고 '미소녀 도감'에 등장하는 모델이 방문
	낚시 스테이션	'초리비전'이 제공하는 낚시 정보, 낚시대회 등을 소개
	기어 스테이션	'초리비전'이 제공하는 낚시도구 관련 정보를 소개
	골프 피닉스	'골프 네트워크'가 제공하는 미국 레슨 프로가 시청자에게 제공하는 골프 상담 프로그램
	TOP 10	'골프 네트워크'가 제공하는 테마별 각 코스 및 골프 관련 각종 랭킹 등을 소개
	Fusion-아슬리트들의 경연	'골프 네트워크'가 제공하는 일본내 톱 프로가 다른 스포츠 일류 아슬리트와 경연.
	Girls News	'피구 HD'가 제공하는 걸스 엔터테인먼트의 모든 최신 뉴스를 전달
	미소녀 시계	'피구 HD'가 제공하는 제복미소녀의 사진이 1분마다 자동으로 교체되는 어플리케이션과 공동기획.
	가스미 라디오	'피구 HD'가 제공하는 서민파 아이돌이 진행하는 라디오풍 토크 프로그램
S-1 그랑프리	'파칭코★파치슬로TV'가 제공하는 파칭코 공략법 등을 소개	
디지털콘텐츠	DIME	트렌드 잡지인 'DIME'(전자판)을 소개
	도쿄 워커	도쿄의 각종 식, 관광, 엔터테인먼트 등을 소개하는 도시정보 잡지 '도쿄 워커'의 전자판을 소개

※NOTTV NEWS에서는 유료채널인 'TBS뉴스버드' (2012.4-2012.10)와 '닛테레 뉴스 24' (2012.11-2013.3)를 동시방송할 예정

램 등의 방송이 가능. 정보프로그램부터 드라마. 스포츠, 음악, 디지털콘텐츠등 폭넓은 장르를 커버하며 자체 기획 및 제작, 외부 조달

등을 통해 콘텐츠를 공급함.

- 1대 1통신과는 달리 불특정 다수 수백만 명이 동시시청해도 회선의 혼잡이 없는 것이 특징임. 시청자가 간이 블로그의 트위터 등을 통해 프로그램에 발언을 투고하거나 퀴즈프로그램에 회답하는 등의 통신융합형 쌍방향 프로그램도 가능함.
- 화질은 지상파 휴대폰 방송인 '원세그 방송'의 10배 정도라고 함.
- 서비스 이용료는 월 420엔(세금 포함)으로 리얼타임 시청 3채널과 서버형 방송(타임시프트방송/디지털콘텐츠'를 즐길 수 있음.
- 금년도내에 3대 광역권을 중심으로 기지국을 건설해 가구커버율 약 73%를 목표로 하고 2014년도에는 가구 커버율 약 91%로 끌어올린다는 계획임. 이를 위해 2015년에는 100국의 방송용 기지국을 건설하고, 개국 5년째인 2016년 4월에는 125국으로 일본전국을 커버함.
- 초년도에는 100만 계약을 목표로 하고 2015년도에는 600만 계약으로 확대해 흑자화한다는 계획임.
- 문제는 인터넷상에서 다양한 동영상서비스가 있어 경쟁이 치열함. 도코모의 프로모션과 양질의 콘텐츠확보가 이용자 확보를 좌우할 것임.



<NOTTV 개국발표회(2012.2.16.)>



<NOTTV의 방송화면>

■ BeeTV

○ BeeTV의 서비스개요

- BeeTV는 일본 에이벡스 엔터테인먼트와 NTT도코모가 합작한 회사로 에이벡스통신방송이 운영하는 휴대전화 전용 동영상 전송사이트임. 휴대전화의 스트리밍을 이용한 온디맨드형 동영상 전송사이트임.
- 2009년 5월부터 도코모 동영상에 제공하고 있으며 2011년 9월말 현재 이용자수는 184.4만 명임.
- NTT도코모가 운영하는 i-MODE의 유료콘텐츠 형식을 취하고 있으며 월액 시청료는 315엔임(세금 포함).
- 서비스 개시 당시의 사업계획으로는 2013년 3월기에 회원 350만명, 매출 150억 엔, 영업이익률 31%, 순이익률 22%를 목표로 하고 있음.
- 2010년 8월 현재 단월 흑자를 기록했으며 2012년도는 흑자를 예상
- 현재 드라마(43타이틀), 해외드라마(9타이틀), 코미디(24타이틀), 버라이어티(48타이틀), 뮤직(4타이틀), 걸스(32타이틀), 만화(30타이틀), 키즈(21타이틀), 가라오케(1타이틀) 장르를 두고 다양한 콘텐츠가 전송되고 있음.
- 한류드라마나 K-POP 아티스트 관련 영상도 일부 전송되고 있음.
- 프로그램 제작은 기본적으로 프로그램 제작사가 담당함. 프로그램 가운데에는 지상파방송에서 방송되었거나 DVD로 대여 및 판매되고 있는 프로그램이 다수이며 오리지널 제작도 일부 전송되고 있음. 영화관에서 상영된 작품도 있음.

■ 원세그 방송

○ 원세그 방송 서비스 개요

- 원세그(One seg)는 일본에서 주로 휴대전화 등의 모바일기기를 수신대상으로 하는 지상파 디지털TV방송임. 정식 명칭은 ‘휴대전화/이동체단말용 1세그먼트 부분 수신서비스’ 임.
- UHF대의 470MHz-770MHz를 13-62채널이라 부르는데, 채널 하나의 주파수 대역폭 6MHz가 13세그먼트로 나누어져 있음. 13세그먼트 중 하이비전방송에는 12세그먼트, 표준화질방송에는 4세그먼트가 할당되어 있음.
- 원세그 방송이란 13세그먼트 가운데 1세그먼트를 이용해 모바일 수신기

기를 대상으로 실시하는 방송임. 모바일단말(휴대전화등)이 화면이 작고 성능을 떨어뜨리는 대신 휴대성 및 이동성을 중시해 1세그먼트로 하기로 하면서 붙인 이름임.

- 한편 NHK는 휴대전화 등에서 시청하는 경우에도 수신계약이 필요하다고 주장하고 있지만, 통신단말로 사용할 뿐으로 TV시청을 목적으로 하지 않은 경우는 수신계약이 필요없다는 입장임.
- 2006년 4월부터 동경도 등 29도부현에서 개시해 동년 12월에는 하이비전 방송과 동시에 모든 43개현의 현청소재지 및 인근 시정촌(市町村)까지 확대되었고 2012년 현재 방송대학학원 채널을 제외하고 모든 지상파 방송국에서 실시되고 있음.
- 그 동안 지상파디지털TV와 동일한 프로그램을 내보내야하는 사이멀 방송이 의무화되었으나 2008년 4월부터 사이멀 방송 의무가 해제되어 일부 자체 프로그램을 방송하고 있음.
- 독자편성의 사례로는 니혼TV가 관동지역에서 프로야구 야간경기를 21시부터 하이라이트 형식으로 방송하고 있음.
- 또한 2008년 12월에는 ‘M-1 그랑프리’의 패자부활전을 TV아사히, 아사히방송, 홋카이도TV방송, 나고야 TV방송, 규슈아사히방송에서 동시 네트워크로 방송한 바 있음.
- NHK의 종합편성은 사이멀방송의 의무가 있으나 교육채널은 일부 독자편성을 실시하고 있음.

-



- <믹키 유천이 출연한 BeeTV드라마 뷰티풀 러브>



<원세그방송의 한 장면>

- 또한 현역(縣域)방송과는 별도로 특정 지역에 한정해 가령 프로축구 J-리그의 경기장이나 도쿄 시부야역 부근 등에서 실험방송이 실시되고 있음. 또한 텔레비전 오오이타도 2010년 4월 현역 민간방송국으로 최초로 ‘TOS마츠리’를 이벤트회장에서 원세그 방송을 실시한 바 있음.

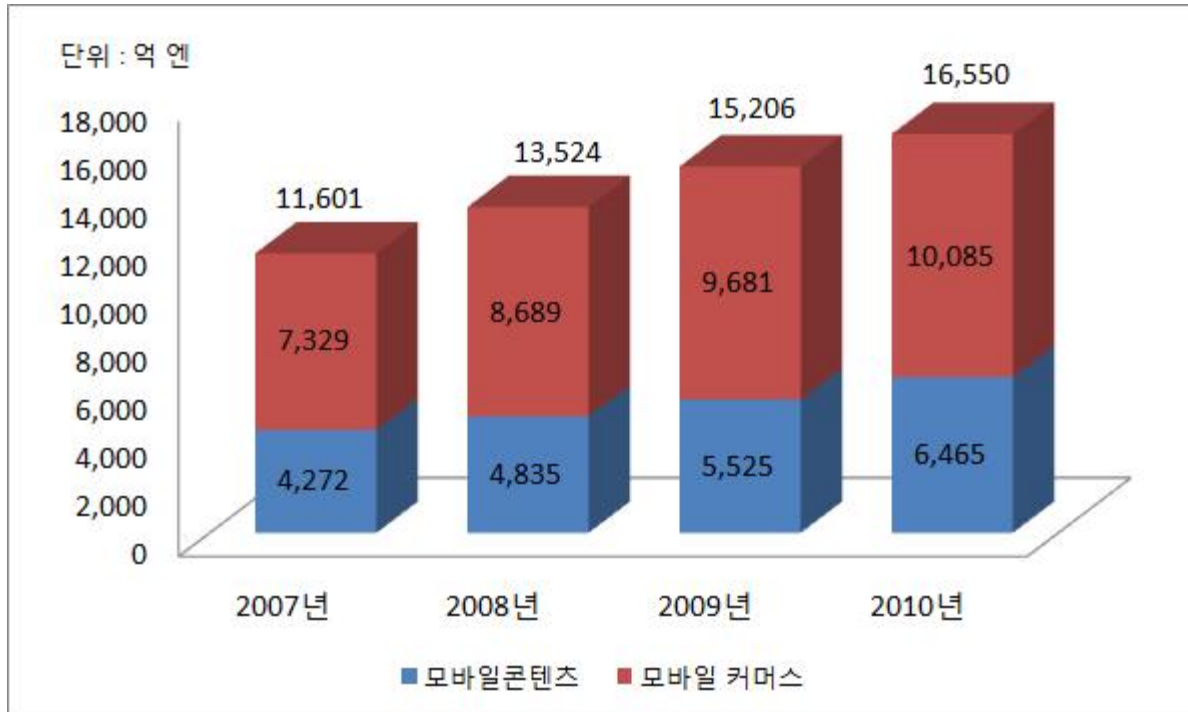
2. 모바일콘텐츠시장

■ 모바일콘텐츠산업 현황

○ 모바일콘텐츠 관련시장 개요

- 2011년 7월에 발표한 일반사단법인 모바일 콘텐츠 포럼(MCF)의 시장조사결과에 따르면, 모바일 콘텐츠 시장은 6,465억 엔으로 나타났음. 모바일 커머스 시장(1조 85억 엔)까지 합한 모바일 콘텐츠 관련 시장은 1조 6,550억 엔임.
- 모바일 콘텐츠 시장은 2009년 대비 17%나 늘어났고 모바일 콘텐츠관련 시장까지 합치면 전년대비 9% 증가했음.

■ 그림 2 ■ 모바일콘텐츠 관련시장 추이

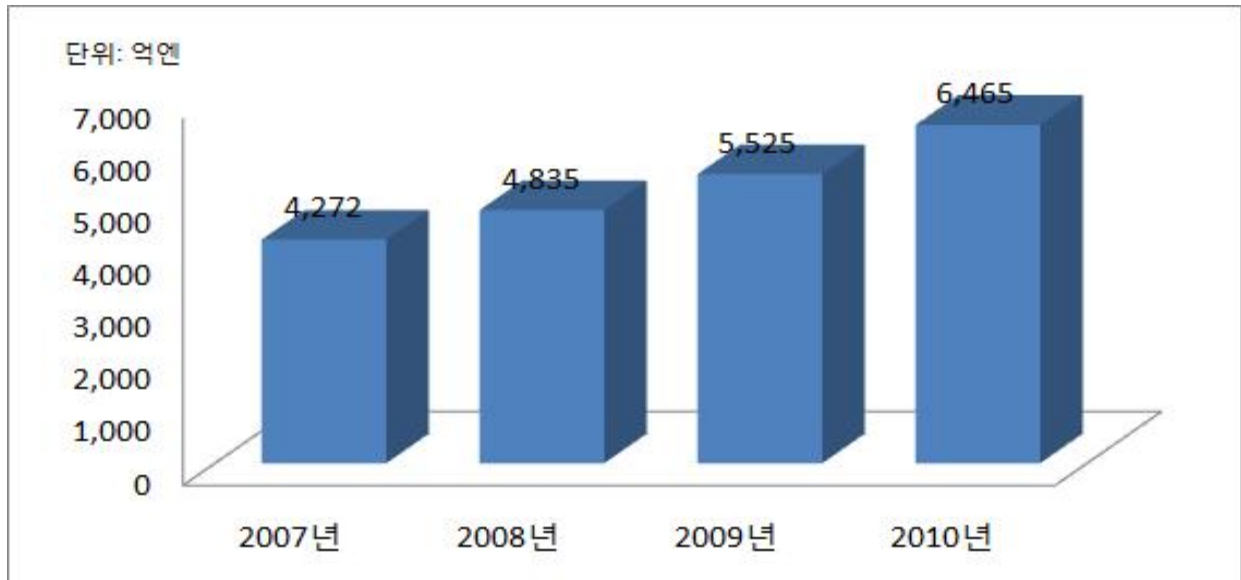


출처 : 모바일 콘텐츠 포럼(2011년 7월)

■ 모바일콘텐츠시장 현황

- 2010년 모바일콘텐츠시장의 시장규모는 전년대비 17% 증가한 6,465억 엔임. 피쳐폰의 매출을 대상으로 집계한 수치임.
- 모바일 콘텐츠(피쳐폰) 시장은 휴대전화 콜러링, 모바일게임, 장식 메일, 전자서적시장, 링백톤 시장, 점술시장, 대기화면 시장, 옷꾸미기 시장, 날씨/뉴스시장, 교통정보시장, 생활정보 시장, 아바타/아이템 판매(SNS등), 동영상전문, 연예/엔터테인먼트계, 미디어/정보계, 기타로 구성되어 있음.
- 일본모바일콘텐츠포럼의 조사(2011.7.15.발표)에 따르면, 2010년 모바일콘텐츠 시장(피쳐폰 대상)은 6,465억 엔으로 전년도 보다 17% 증가했음.
- 2009년까지 최대 시장이었던 ‘콜러링’ 등의 착신음계 시장은 구성비에 서 1,133억 엔(전년대비 6% 감소)을 기록해 2위를 기록했고 아바타/아이템시장이 1,389억 엔(전년대비 211% 증가)을 기록해 최대시장으로 부상했음.

■ 그림 3 ■ 모바일콘텐츠 시장 추이



출처: 모바일콘텐츠 포럼(2011.7)

- 동영상시장(전년대비 45% 증가), 일기예보/뉴스시장(전년대비 31% 증가), 생활정보시장(40% 증가) 등은 계속해서 성장을 지속하고 있음.

■ 표-2 ■ 2010년도 모바일콘텐츠 시장 장르별 매출액 추이

구분	2007년	2008년	2009년	2010년(전년대비)
착신 멜로디계 시장	559	473	402	335(-17%)
착신 노래계 시장	1,074	1,190	1,201	1,133(-6%)
착신 노래 시장	568	483	432	369(-15%)
착신 노래 풀 시장	506	707	769	764(-1%)
모바일 게임시장	848	869	884	822(-7%)
장식 메일계	116	171	228	243(7%)
전자서적 시장	221	395	500	516(3%)
링백톤 시장	87	110	115	130(13%)
점술시장	182	200	191	185(-3%)
대기화면계 시장	227	229	226	214(-5%)
옷꾸미기 시장	23	64	99	117(18%)
일기/뉴스시장	73	78	97	127(31%)
교통정보시장	164	206	241	267(11%)
생활정보시장	54	77	121	170(40%)
아바타/아이템판매(SNS등)	60	157	447	1,389(211%)
동영상 전문	36	62	112	162(45%)
연예/엔터테인먼트계	195	201	241	242(0%)
미디어/정보계	77	66	66	62(-6%)
기타	276	287	354	351(-1)
모바일 콘텐츠 시장 합계	4,272	4,835	5,525	6,465(17%)

출처: 총무성과 모바일콘텐츠포럼

- 모일콘텐츠시장 전체로 보면 증가경향을 보였지만, 아바타/아이템 판매 시장이 증가를 견인하고 있으며 그 이외의 시장은 처음으로 감소경향을 보였음. 회원제 유료 비즈니스모델에서 무료의 프리미엄 콘텐츠 이용으로 이행되고 있는 것이 원인으로 보임.
- 한편 2010년도 스마트폰 시장은 123억 엔(전년대비 251% 증가) 기록해 급성장하고 있음. 다만 피쳐폰의 2%으로 아직은 마켓이 매우 작음. 다만 단말의 급속한 보급과 새로운 비즈니스 모델의 확립, 글로벌 시장진출 등에서 시장 확대가 크게 기대됨.

■ 표 3 ■ 스마트폰 시장 매출액 추이

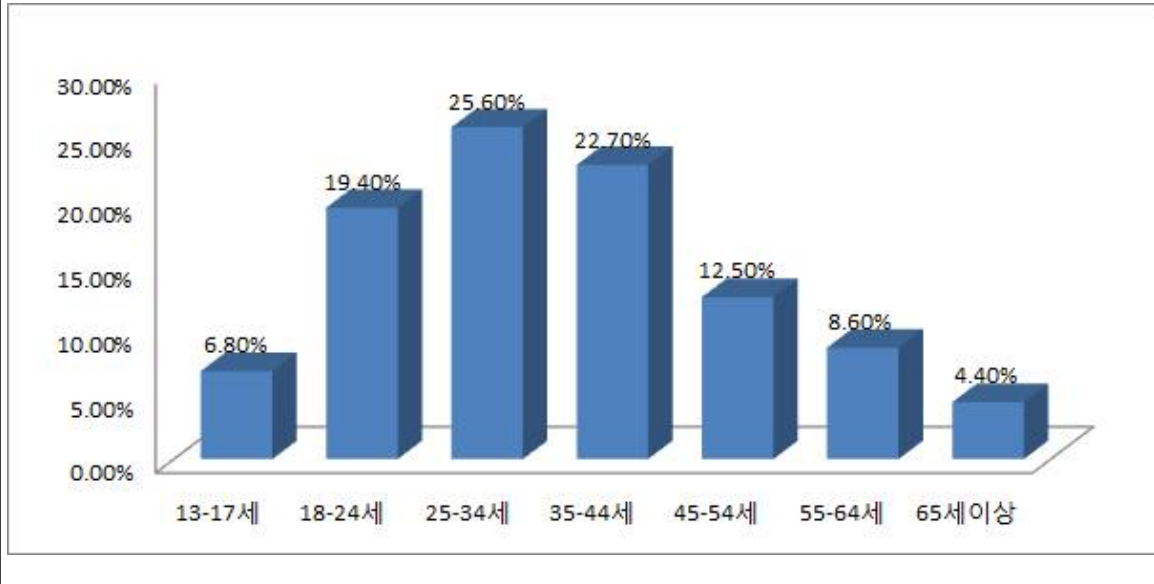
2007년	2008년	2009년	2010년	전년대비
-	12	35	123	251%

- 2011년에 스마트폰 보급이 급속도로 진행되었음. 스마트폰 시장이 현재 휴대전화시장을 견인하고 있고 판매기축은 완전히 스마트폰으로 이동중.
- 미국조사기관인 comScore 재팬의 발표에 따르면, 일본의 스마트폰 이용자는 1,465만 명으로 나타났음. 13세 이상 인구는 1억 1,360만 명으로 보급률은 12.8%임.
- 참고로 사단법인 전기통신사업자 협회에 따르면, 2011년 6월 현재 휴대전화 계약건수는 1억 2,125만 계약임. 이 가운데 콘텐츠 이용이 가능한 인터넷 대응의 휴대전화는 9,868만 계약, 제 3세대(3G)휴대전화는 1억 2,003만 계약으로 전체의 99%를 차지하고 있음.

<일본의 스마트폰 이용자>

- 남녀비율은 남성이 61.5%, 여성이 38.5%로 남자가 다수를 차지. 2010년 6월 시점과 비교해 여성비중이 11.4%로 크게 증가
- 연령별 구성은 25세-34세가 25.6%로 전체의 4분의 1을 차지해 가장 많은 연령대임. 이어 35세-44세가 22.7%, 18세-24세가 19.4%의 순으로 되어 있음.
- 44세 이하에서 74.5%, 45세 이상이 25.5%가 스마트폰을 이용

■그림 4■ 스마트폰 이용자 연령별 구성



3. 인터넷 TV ‘못토 TV’

■ ‘못토 TV’

○ 못토TV 서비스 개요

- ‘못토TV’는 인터넷TV로 지상파민간방송 키스태이션 5국과 덴츠가 공동으로 추진하는 인터넷 VOD서비스임. NHK도 참가를 검토중에 있음.

※못토(もっと)란 ‘더욱’ 또는 ‘좀더’란 뜻으로 더욱 TV를 보고 싶고 더욱 TV프로그램이 즐거워져서 TV프로그램이 더욱 가까워지는 의미를 담아 못토 TV라고 명명했음.

- 전국네트워크를 갖고 있는 도쿄의 키스태이션인 니혼TV방송망, TV아사히, TBSTV, TV도쿄, 후지텔레비전(이하 민간방송 키스태이션 5국)과 덴츠가 공동으로 추진하는 TV서비스임.



- 본서비스는 지상파방송에서 리얼타임시청을 촉진하고 프로그램시청시간을 확대하는 것을 목적으로 하는 독자적인 VOD서비스임.
- 모든 TV는 현재 금년 봄에 발매예정인 인터넷 TV에서 이용 가능함. 4월 2일부터 서비스 개시예정임. 향후 스마트폰 및 태블릿 단말 등의 전개도 검토중임.
- 이용방법은 ① 방송프로그램 시청중에 리모콘의 전용보턴을 누르면 각 방송국의 VOD화면(매장)으로 이동, ② 지상파방송을 작은 화면에 띄운 상태에서 각 방송국의 VOD서비스 선택이 가능, ③ 시청하고 싶은 콘텐츠를 구입하고 ④ 결제화면에서 소정사항을 입력하고 결제 종료하면 이용가능함(위의 그림을 참조).

- 가령 연속드라마 방송중에 전용보턴을 누르면 화면이 VOD로 이동하고 보지 못한 과거의 방송 등을 시청할 수 있음. 과거의 명작도 서비스하지만, 중심은 방송중인 프로그램임. 이러한 시청방법을 확산시킴으로써 CM에 의한 광고수입확대를 도모함.

4. 시사점

- 지상파TV의 참여는 새로운 뉴미디어 시장개척을 위한 가능성 타진임.
 - 금년 4월부터 등장하는 ‘NOTTV’ 와 ‘못토TV’ 에는 모두 지상파 키스레이션이 참여하고 있음. 콘소시엄 형태로 신규채널사업에 참여하고 있는데, 지상파TV 광고수입이 축소되고 있는 가운데, 신규시장에 대한 가능성을 점검하고자 하는 의도로 풀이됨.
 - 뉴미디어 비즈니스의 활성화로 일본내 방송통신 융합이 더욱 진행될 것으로 보이지만, 모두 전용단말(NOTTV는 도코모 스마트폰 기종과 못토 TV는 전용 TV수신기)이 필요한 만큼, 보급여부가 관건임.
- 모바일 콘텐츠 이용자를 둘러싼 가입자 확보경쟁이 치열한 가운데, NOTTV와 더불어 못토TV의 출범은 우리 콘텐츠에게도 새로운 유통창구로서의 역할이 기대됨.
 - NOTTV가 발표한 편성 라인업에서 한류콘텐츠가 일부 편성된 것으로 보아 스마트폰용에서도 높은 가능성을 암시함.
 - 못토 TV역시 한류콘텐츠의 새로운 권리 비즈니스 발생을 말해줌.
 - 방송통신융합형 콘텐츠에 있어서도 한발 앞서있는 우리 콘텐츠의 수출창구로써 가능성 여부도 조심스럽게 타진해 보아야 할 것임.
- 유력 콘텐츠인 한류콘텐츠의 활용도는 일본내 뉴미디어의 등장과 함께 더욱 확대될 것으로 기대됨.