

1 신규 SVOD 구독자 5명 중 1명, 실시간 스포츠 중계 선호

글로벌 시장조사기관 칸타(Kantar)의 2023년 3분기 엔터테인먼트 온디맨드(EoD) 데이터에 따르면, SVOD 신규 가입고객 5명 중 1명이 스포츠 콘텐츠를 시청을 목적으로 SVOD 서비스에 가입한 것으로 조사

자료 Rapid TV News, One-in-five new SVOD subscribers are motivated by live sport, 2023.10.26.

- 칸타는 스포츠 경기 생중계가 SVOD 서비스에 대한 강력한 구독 동기를 제공하고 있다고 평가
 - 칸타의 조사에 따르면, 3분기 신규 SVOD 가입자의 19%는 스포츠 콘텐츠 시청을 목적으로 SVOD 서비스에 가입
 - 칸타는 다수의 SVOD 사업자들이 최근 수년동안 스포츠 중계권에 막대한 투자를 해왔다고 전하면서, 최근에는 단순히 경기를 중계하는 것을 넘어 스포츠 다큐멘터리 등으로 스포츠 콘텐츠를 확장하는 데에도 힘을 싣고 있다고 분석
- 사업자별로 살펴보면, 3분기에는 디즈니플러스, 넷플릭스, 파라마운트플러스(Paramount+), 애플TV플러스(Apple TV+) 모두 신규 가입자가 크게 증가했는데, 특히 파라마운트플러스와 애플TV플러스의 가입자가 크게 증가
 - 파라마운트플러스와 애플TV플러스는 각각 <엘로우스톤(Yellowstone)>, <테드 래소(Ted Lasso)>라는 히어로물의 인기에 힘입어 신규 가입자 유치 순위에서 1위와 2위를 차지
 - 칸타는 파라마운트플러스가 내셔널풋볼리그(NFL)를, 애플TV플러스가 축구리그인 메이저리그사커(MLS)를 중계한다는 점을 언급하면서, 이들 두 회사가 스포츠 콘텐츠 측면에서도 미국에서 강력한 경쟁력을 보유하고 있다고 분석
- 한편 칸타는 넷플릭스와 경쟁하는 모든 스트리머의 가장 큰 과제는 화제작을 통해 유입된 신규 구독자들을 장기 구독자로 전환하는 데에 있다고 지적
 - 구독하는 스트리밍 서비스를 반복적으로 변경하는 ‘부메랑 가입자’가 여전히 많은 가운데, 스트리머는 구독자들이 자사 플랫폼에서 충분히 긴 시청시간을 갖도록 하는 것이 중요
 - 이 점에서 디즈니플러스는 가입 가구의 약 2/3가 매일 서비스를 이용하지 않는 것으로 나타나 가입자 유출 위험이 가장 큰 것으로 확인