

JAPAN

일본 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『2010년 일본 비디오소프트 시장동향』

◎ 일본영상소프트협회, '2010년 비디오소프트시장'통계 발표

- 일본영상소프트협회는 지난 4월 2010년도 일본비디오소프트시장관련 통계를 발표했음.
- 전체 비디오소프트시장규모가 축소되고 있는 가운데, 일본내 한류비즈니스의 핵심수입원인 비디오소프트의 시장동향과 수익구조를 통계적으로 살펴보고 보다 체계적인 일본시장에 대한 이해를 통해 일본내 콘텐츠비즈니스전략수립에 도움이 되고자 함.

※ 출처: 일반사단법인 일본영상소프트협회편 [2010년 통계조사보고서] 및 [비디오소프트시장 규모 및 유저 동향 조사 2010], 키네마순보 영화종합연구소 영화 영상산업비즈니스백서 2011-2012

◎ 작성순서

1. 2010년 비디오소프트 시장규모
2. 2010년 장르별 비디오소프트 시장규모
3. 2009년 vs 2010년 시장현황 비교
4. 비디오소프트 시장 유저동향 실태
5. 시사점

1. 2010년 비디오소프트 시장 현황

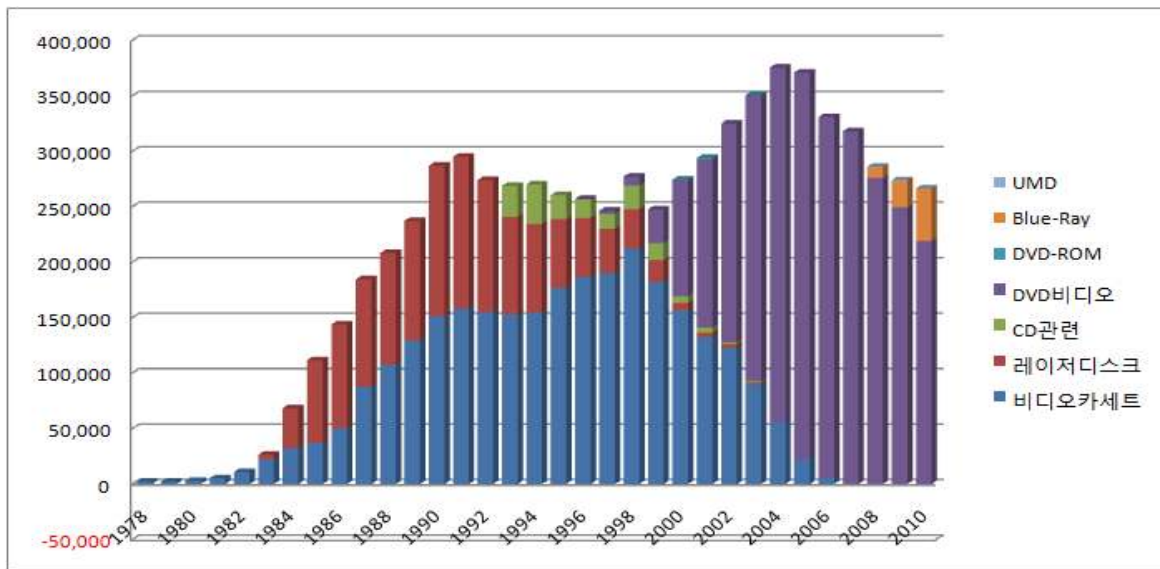
■ 총매출 2,665억 4,800만 엔으로 전년 대비 97.3%로 감소

◎ 블루레이 시장 빠르게 성장

- 일본영상소프트협회는 지난 4월 2010년도의 비디오소프트 시장통계를 발표했음. 2010년 비디오소프트 총매출액은 2,665억 4,800만 엔으로 2009년의 2,739억 6300만 엔보다 2.7%(금액으로는 약 74억1,500만 엔)가 감소했음. 최고점이던 2004년의 3,753억 9,300만 엔과 비교해 6년 사이에 약 30%가 줄어든 수치임.
- 매출액 추이를 살펴보면, 2004년 이후 계속해서 감소하고 있으나 2009년은 전년대비 95.8%, 2010년 97.3%로 감소율은 조금 둔화.

■ 그림 1 ■ 비디오소프트 매출액 추이

(단위: 백만 엔)



- 비디오 소프트웨어 전체 매출에서 차지하는 판매용, 렌탈용, 업무용 매출비율은 69.4(약 1,851억 엔) 대 30.2(약 804억 엔) 대 0.4(약 11억 엔).
- 채널별 매출구성비는 DVD가 82.3%(2,193억 엔), 블루레이가 17.7%(472억 엔), UMD가 0.0%(6천7백만 엔)를 차지하고 있으나 매년 DVD의 비중은 줄어들고 있고 블루레이는 증가하고 있는 경향.
 ※UMD란 소니컴퓨터엔터테인먼트의 휴대형게임기 'PSP'에 채택된 소형 광 디스크 크로 CD보다 소형.
- 비디오소프트를 카테고리별로 살펴보면, DVD가 2,192억 9,000만 엔으로 전년 대비 12% 감소했고 한편 블루레이는 471억 9,100만 엔으로 전년대비 95.7%나 증가.

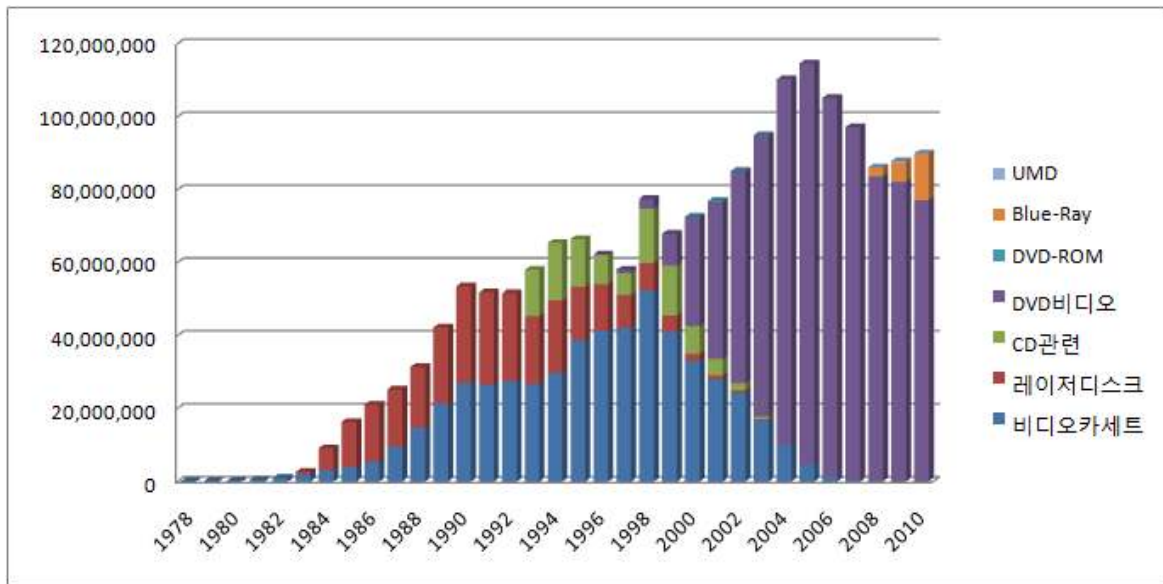
■ 표 1 ■ 비디오소프트 매출액(백만 엔/장)

구분	매출액 합계	구성비	전년대비	판매량 합계	구성비	전년비
DVD	219,290	82.3%	88.0%	77,194,473	85.8%	94.0%
블루레이	47,191	17.7%	195.7%	12,687,382	14.1%	236.6%
UMD	67	0.0%	15.4%	64,281	0.1%	20.2%
합계	266,548	100.0%	97.3%	89,946,136	100.0%	102.4%

- 한편 수량을 살펴보면, 2010년 8,994만6,136장으로 전년 대비 2.4% 증가해 2년 연속 상승함. 특히, 블루레이의 출하 수량은 전년 대비 무려 136.6%나 증가해, 새롭게 블루레이 시장이 형성되고 있음을 시사.

그림 2 | 비디오소프트 판매 수량 추이

(단위: 장)



○ 렌탈용은 감소, 판매용은 블루레이 보급으로 증가

- 비디오소프트를 유통채널별로 살펴보면, '판매용'이 1,850억 8,700만 엔으로 전년보다 3.4% 증가했음. 5년 만에 마이너스에서 플러스로 반전되었음. '판매용' 매출은 2009년보다 증가했는데, 이는 블루레이 시장 확대에 따른 요인으로 보임.
- 판매용 가운데, DVD 대 블루레이 대 UMD는 75.8 대 24.2 대 0.0임.
- '렌탈용'은 804억 300만 엔으로 전년대비 85.5%로 크게 하락했음. 한편 '업무용' 매출은 10.6억 엔임.

표 2 | 비디오소프트 유통 채널별 총매출

	전체(카세트를 제외한) 매출액			전체(카세트를 제외한) 매출 수량		
	금액	구성비	전년비	수량	구성비	전년비
판매용(개인용)	185,087	69.4%	103.4%	58,175,240	64.7%	105.1%
렌탈용(개인용)	80,403	30.2%	85.5%	31,094,465	34.6%	96.9%
업무용	1,058	0.4%	152.4%	676,431	0.8%	174.7%

2. 2010년 장르별 시장 현황

■ 비디오 소프트웨어 전체 매출 현황

○ 일본산 65.4%, 해외산 34.6%

- 판매용과 렌탈용을 합친 장르별 매출에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는

분야는 26.3%(약 700억 엔)의 일본애니메이션(일반용)임. 그 다음으로는 양화(약 492억 엔, 18.4%), J-POP(약 371억 엔, 13.9%), 방화(약 234억 엔, 8.8%), 일본TV드라마(약 194억 엔, 7.3%), 해외TV드라마(약 173억 엔, 6.5%), 아시아 TV드라마(약 137억 엔, 5.2%)의 순임.

- 일본산 장르와 해외산 장르의 매출을 비교하면, 일본산이 65.4%(약 1,744억 엔), 해외산이 34.6%(약 921억 엔)임.
- 특히 일본애니메이션(일반용)과 양화, 해외애니메이션 부문에서 블루레이 관련 매출 비율이 상대적으로 매우 높게 나타났음.
- 양화는 492억 엔 가운데, 131억 엔이 블루레이로 약 26.6%, 일본애니메이션(일반용)은 700억 엔 가운데, 블루레이 관련매출이 256억 엔(약 36.6%), 해외애니메이션(일반용)은 64억 엔 가운데, 블루레이가 24억 엔(37.5%)을 차지했음.

■ 판매용은 일본애니메이션(일반용), 렌탈용은 서양영화 매출이 톱

○ 판매용 일본산 장르 총매출은 전체의 73.4%, 해외산은 24.6%

- 판매용 비디오 소프트웨어 시장에서 매출액 기준 가장 많은 비중을 차지하고 있는 장르는 일본애니메이션으로 2010년에 약 554억 엔의 매출을 기록해 전체의 29.9%의 비중을 보임.

※어린이용 일본애니메이션은 약 23억 엔, 비중은 1.3%임.

- 그 다음이 일본음악(약 370억 엔, 20%) 서양영화(약 285억 엔, 15.2%), 일본영화(약 133억 엔, 7.2%), 일본TV드라마(약 125억 엔, 6.7%), 연예/취미/교양(약 106억 엔, 5.7%)의 순임.
- 매체별 비율을 살펴보면 DVD 판매용 매출은 1,402억 엔 4천만 엔으로 전년대비 10.1%가 감소했음. 이 가운데 장르별 구성은 음악(J-POP)이 25.3%를 차지해 일본애니메이션(일반)을 누르고 1위를 차지했음. 이어 일본애니메이션(일반)이 21.3%를 차지해 2위를 기록했으나 전년대비 26.9% 감소했음. 한편 DVD 판매감소는 블루레이 판매 증가로 이행되었다고 보임.
- 블루레이 판매 매출액의 비율을 보면, 일본 애니메이션(일반용)은 46.0%를 차지해 블루레이의 점유율이 절반에 가깝지만, 음악((J-Pop)에서는 DVD비디오의 점유율이 압도적으로 높고 블루레이는 4.1%에 그침. 외국영화는 38.9%, 일본영화에서는 20.3%를 블루레이가 차지함.

【 표 3 】 2010년 비디오소프트 전체 장르별 매출(단위: 백만 엔)

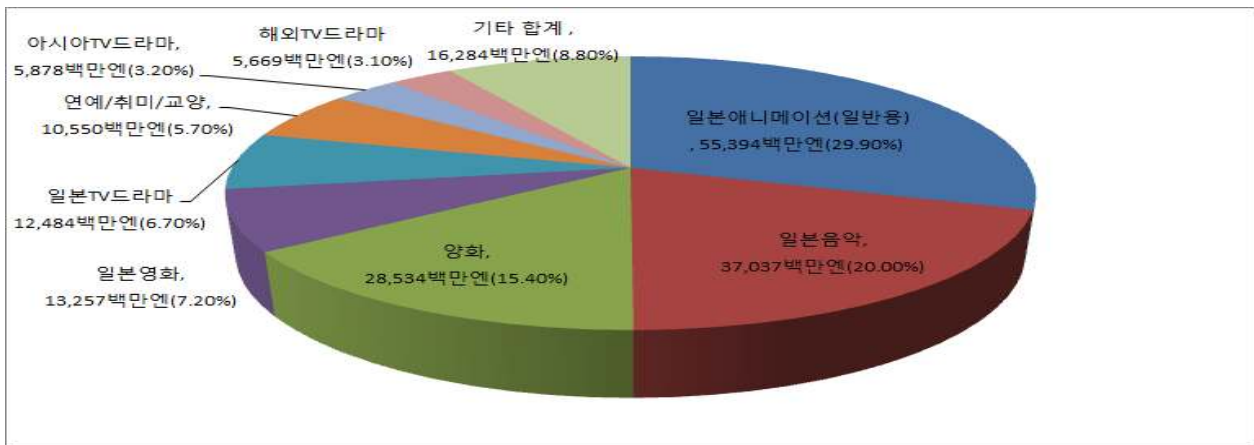
장르	합계	구성비	전년대비
방화(TV드라마를 제외)	23,355	8.8%	84.2%
일본TV드라마	19,392	7.3%	103.0%
양화(TV드라마를 제외)	49,155	18.4%	104.6%
해외TV드라마	17,305	6.5%	69.1%
아시아영화	827	0.3%	20.9%
아시아TV드라마	13,720	5.2%	96.7%
일본애니메이션(일반용)	70,008	26.3%	103.1%
해외애니메이션(일반용)	6,378	2.4%	137.9%
일본어린이용(애니메이션)	5,938	2.2%	103.5%
일본어린이용(애니메이션이외)	3,885	1.5%	93.2%
해외어린이용(애니메이션)	1,299	0.5%	70.8%
해외어린이용(애니메이션제외)	32	0.0%	55.2%
음악(J-Pop)	37,089	13.9%	104.7%
음악(Pop)	3,427	1.3%	80.6%
비디오카라오케	44	0.0%	125.7%
예능/취미/교양	12,061	4.5%	117.4%
스포츠	1,030	0.4%	78.8%
학교교육/기업교육/어학교육	331	0.1%	95.7%
성인오락	33	0.0%	78.6%

주) 장르에서 일본 어린이용(애니메이션) 등에 있는 “어린이용“이란, 10세 이하의 어린이를 대상으로 한 작품.

- 판매용 전체 매출 가운데, 일본산 장르 매출은 73.4%(약 1,360억 엔) 해외산 매출액은 26.6%임. 해외산 중에서 비아시아계가 23.1%로 압도적으로 많고 아시아계(아시아 TV드라마와 아시아 영화의 합계)의 매출비중은 약 62억 엔으로 전체의 3.4%에 불과함.

※상기 표(표-3)에서 알 수 있듯이 음악, 해외의 어린이용 애니메이션, 기타 해외의 어린이용 영상물 등은 아시아로 분류되어 있지 않아, 아시아계 매출에는 포함하지 않음.

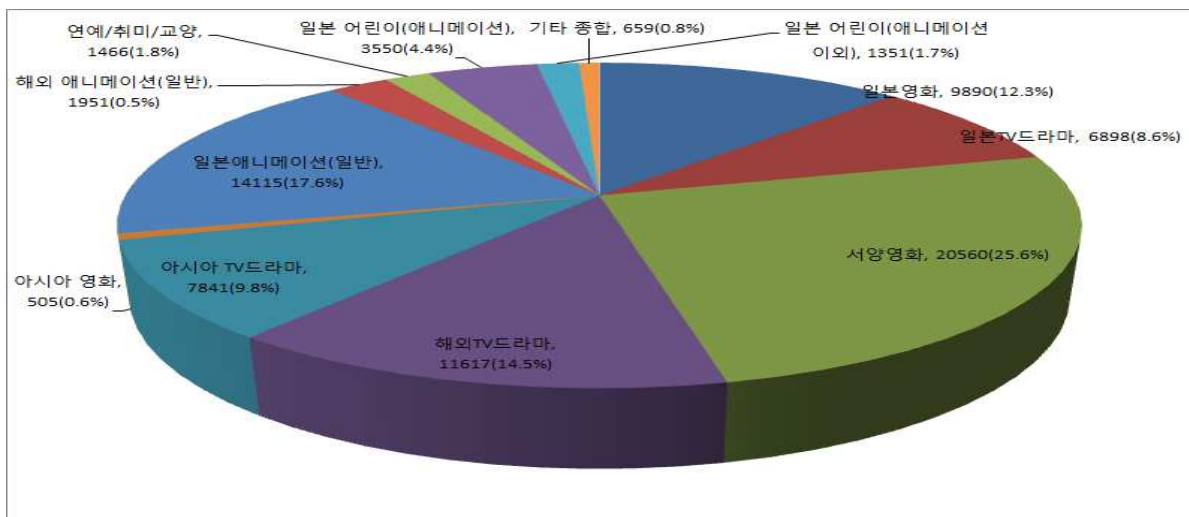
그림 3 판매용 장르 매출액 구성비



○ 렌탈용 일본산 장르 매출은 46.6%, 해외산은 53.4%

- 렌탈용 가운데 가장 많은 매출을 차지하고 있는 장르는 서양영화로 전체의 약 4분의 1에 해당하는 25.6%(금액 약 206억 엔)을 차지
- 그 다음이 일본애니메이션(일반용) 약 141억 엔(17.6%), 해외 TV드라마 약 116억 엔(14.5%), 일본영화 약 99억 엔(12.3%), 아시아 TV드라마 약 78억 엔(9.8%), 일본 TV드라마 약 69억 엔(8.6%), 일본 어린이용 애니메이션 약 36억 엔(4.4%)의 순임.
- 렌탈용은 판매용과 달리 해외영상 패키지 매출이 일본산 장르 보다 더 많은 비중을 차지하고 있음(해외산 53.4% vs 일본산 46.6%).
- 해외산 가운데 가장 많은 비중을 차지하는 것이 서양영화(약 206억 엔), 해외 TV드라마(116억 엔), 아시아 TV드라마(78억 엔) 순임.
- DVD 렌탈 매출은 780억엔 5,200만 엔으로 전년대비 15.7% 감소했음.

그림 3 렌탈용 장르 매출액 구성비



단위 ; 백만엔

- 아시아TV드라마 판매용은 증가, 렌탈은 감소
 - 2010년 판매용 아시아 TV드라마 매출은 약 59억 엔으로 2009년 보다 15.2% 증가했음.
 - 2009년 보다 DVD 판매용 매출(57.5억 엔, 전년대비 112.9%)은 물론 블루레이 매출(1.3억 엔, 전년대비 11.7배)이 크게 늘었음.
 - 반면 렌탈용 아시아 TV드라마 매출은 약 78억 엔을 기록해 2009년 보다 13.7% 감소했음.
- ※하지만 2011년에 들어와 일본 최대의 DVD유통체인 츠타야의 조사에 따르면 최근 아시아 TV드라마가 해외 TV드라마의 대여량을 추월할 정도로 렌탈이 늘어나고 있다고 함.
- 아시아 TV 드라마 판매와 렌탈매출 합계는 총 137억 엔으로 이 가운데 대부분이 한류드라마 관련 매출로 추정됨.

<한류드라마 렌탈DVD 베스트 20>

- 일본 최대 DVD유통체인인 츠타야의 조사에 따르면 2010년 한류드라마의 DVD렌탈회수가 처음으로 1억회를 돌파했다고 발표(공동통신 2010.12.6)
 - DVD전체 렌탈회수의 16.3%를 차지, 이는 한류붐 초기인 2004년의 약 3배에 해당
 - 10-20대 여성을 중심으로 K-POP스타가 등장하는 DVD작품에 관심이 집중된 결과로 풀이
- 2011년 5-7월 한류드라마가 서양영화나 일본영화를 누르고 렌탈회수 1위를 차지(뉴스 포스트세븐, 2011.10.6).
 - 이중 '미남이시네요'는 전국에서 450만회이상 렌탈

3. 2009년 vs 2010년 시장현황 비교

- 2009년 vs 2010년 비디오 소프트 매출액 비교
 - 해외애니메이션(일반용) 크게 증가, 해외 TV드라마는 크게 감소
 - 2009년과 비교해 장르별로 매출을 살펴보면(마이너 장르는 제외), 가장 많은 증가율을 보인 것은 해외애니메이션(일반용)으로 37.9% 증가했음. 이어 예능/취미/교양이 17.4%, 서양영화 4.6%, 일본 어린이(애니메이션) 3.5%, 일본애니메이션(일반용) 3.1%, 일본TV드라마 3.0%의 순임.

【 표 4 】 2010년 비디오소프트 전체 장르별 매출(단위: 백만 엔)

장르	2009년	구성비	전년도비	2010년	구성비	전년도비
방화(TV드라마를 제외)	27,754	10.1%	104.5%	23,355	8.8%	84.2%
일본TV드라마	18,821	6.9%	95.5%	19,392	7.3%	103.0%
양화(TV드라마를 제외)	47,010	17.2%	83.4%	49,155	18.4%	104.6%
해외TV드라마	25,046	9.2%	103.9%	17,305	6.5%	69.1%
아시아영화	3,953	1.4%	257.5%	827	0.3%	20.9%
아시아TV드라마	14,190	5.2%	79.1%	13,720	5.2%	96.7%
일본애니메이션(일반용)	67,920	24.8%	96.5%	70,008	26.3%	103.1%
해외애니메이션(일반용)	4,621	1.7%	120.5%	6,373	2.4%	137.9%
일본어린이용(애니메이션)	5,738	2.1%	76.3%	5,938	2.2%	103.5%
일본어린이용(애니메이션이외)	4,169	1.5%	82.5%	3,885	1.5%	93.2%
해외어린이용(애니메이션)	1,836	0.7%	92.7%	1,299	0.5%	70.8%
해외어린이용(애니메이션제외)	58	0.0%	34.9%	32	0.0%	55.2%
음악(J-Pop)	35,423	12.9%	115.6%	37,089	13.9%	104.7%
음악(Pop)	4,254	1.6%	160.0%	3,427	1.3%	80.6%
비디오카라오케	35	0.0%	63.6%	44	0.0%	125.7%
예능/취미/교양	10,272	3.8%	73.0%	12,061	4.5%	117.4%
스포츠	1,307	0.5%	144.3%	1,030	0.4%	78.8%
학교교육/기업교육/어학교육	346	0.1%	139.5%	331	0.1%	95.7%
성인오락	42	0.0%	190.9%	33	0.0%	78.6%
기타	1,036	0.4%	52.2%	1,244	0.5%	120.1%
합계	273,831	100.0%	95.8%	266,548	100.0%	97.3%

주) 장르에서 일본 어린이용(애니메이션) 등에 있는 “어린이용”이란, 10세 이하의 어린이를 대상으로 한 작품.

- 반면, 가장 많은 감소를 보인 것(마이너 장르는 제외)은 해외 TV드라마가 30.9%, 이어 서양음악 29.4%, 일본 영화 15.8%, 일본 어린이(애니메이션 이 외) 6.8%, 아시아 TV드라마 3.3%의 순임.
- 비디오소프트 매출이 매년 감소하는 가운데, 해외애니메이션과 일본음악 만 이 2년 연속 매출 증가를 보임. 반면 2년 연속 전년대비 매출 감소를 보인 부문은 아시아 TV드라마, 일본 어린이용(애니메이션 이외)임(상기 표 참조).

■ 2009년 vs 2010년 비디오 소프트웨어 판매용 매출액 비교

○ 해외애니메이션 매출증가, 해외TV드라마 매출 큰 폭 감소

- 2009년과 비교해 장르별로 판매 매출을 살펴보면(마이너 장르는 제외), 가장 많 은 증가율을 보인 것은 해외애니메이션(일반용)으로 37.9% 증가했음. 이어 아 시아 TV드라마가 15.2% 증가, 서양영화는 전년 대비 15.1%, 예능/취미/교양이 14.5%, 일본 애니메이션(일반용)은 전년 대비 8.7%, 일본음악은 전년 대비 4.9%의 순임.
- 일본산은 판매용 매출 4위의 일본영화만이 전년 대비 92.9%로 감소했을 뿐, 5

위의 일본 TV드라마도 전년 대비 3.0%, 6위의 예능/취미/교양도 전년 대비 14.5%를 기록하는 등, 주요 장르에서 전년보다 늘어남.

- 반면 2009년과 비교해 가장 큰 폭의 감소를 보인 판매매출 부문(마이너 장르는 제외)은 해외산이었음. 해외TV드라마는 전년보다 31.8%, 서양음악은 19.1% 떨어졌음. 이어 일본 어린이(애니메이션 이외) 11.3%, 일본영화 7.1%의 순임.
- 비디오소프트 전체의 '판매용' 매체 매출액은 블루레이의 매출 호조에 힘입어 전년을 3.4% 상회했음(1,850억 8,700만 엔).
- 2010년 판매용 매출에서 DVD비디오/Blu-Ray/UMD의 비율은 75.8:24.2:0.0으로 Blu-Ray의 비율이 4분의 1을 차지. 판매용 DVD 매출액은 전년대비 89.9%로 감소했지만, 판매용 Blu-Ray는 전년대비 97.6%늘어나, Blu-Ray의 성장이 판매용 전체 매출액의 증가를 견인했음.

■ 2009년 vs 2010년 비디오 소프트 렌탈용 매출액 비교

○ 해외TV드라마 30.5%나 감소

- 2009년과 비교해 2010년 렌탈용 매출은 804억 엔으로 14.5%의 감소를 보였음. 참고로 DVD와 블루레이의 매출은 97.1대 2.9로 판매용에 비해 대어되는 블루레이는 아직 소량에 불과함.
- 2009년과 비교해 가장 많은 증가율을 보인 장르(마이너 장르 제외)는 예능/취미/교양분야로 27.1% 증가했음. 이어 일본 어린이(애니메이션)이 4.6%, 일본 TV드라마 3.1%, 일본 어린이(애니메이션 이외) 2.8%의 순임.
- 반면 가장 많은 감소를 보인 분야는 해외TV드라마로 30.5%나 감소했으며 이어 일본영화 25.9%, 일본애니메이션(일반) 14.2%, 아시아TV드라마 13.7%, 서양영화 7.3%, 해외애니메이션(일반용) 3.9% 하락했음.

3. 비디오소프트 시장 유지 동향 실태¹⁾

■ 비디오소프트 구입과 렌탈 비율

○ 2010년 비디오소프트 구입율은 21.2%로 전년의 31.4%보다 크게 감소

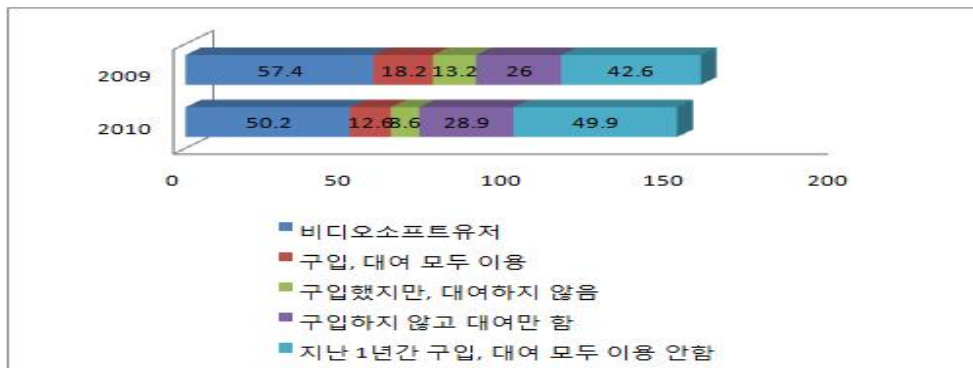
- 비디오소프트의 구입율을 보면, 2010년은 전체의 21.2%로 전년의 31.4%보다 약 10%나 감소. 비디오소프트의 렌탈율도 마찬가지로 2009년의 44.2%보다 줄어 41.6%에 그침.

1) 일본 전국에 거주하는 만 16세 이상 69세 미만의 남녀로 인터넷 이용자 1,176명을 대상으로 한 조사결과

- 비디오소프트 구입에 거액을 투입하는 헤비유저가 일정부분 판매용 시장을 지탱하는 구조라고 말할 수 있음.
- 2010년 조사부터 DVD와 블루레이를 구분하여 구입 상황을 조사함
- 블루레이 구입율은 6.1%, 연간 평균 구입 장수는 2.8장, 연간 평균 구입금액은 15,347엔임.
- 블루레이의 구입에 비해 DVD의 구입률은 19.6%, 평균 구입 매수는 5.1장, 평균 구입 금액은 20,498엔

■ 그림 4 ■ 비디오소프트(DVD&BD) 구입 및 대여 이용 현황

(단위: %)



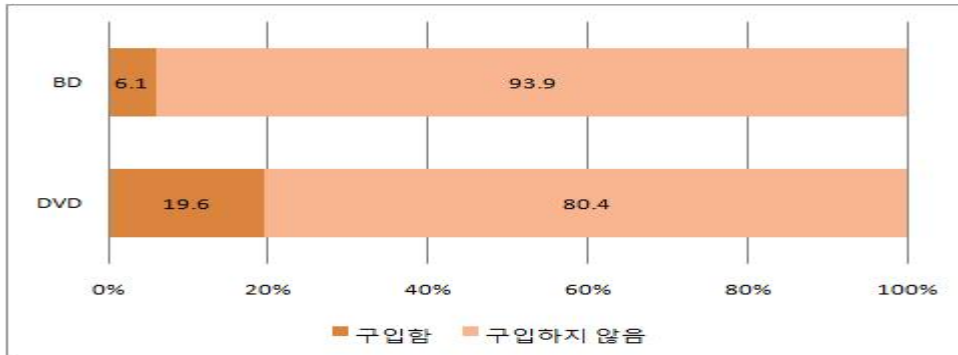
■ 표 5 ■ 비디오소프트(DVD&BD) 구입 수량과 금액 추이

	평균 구입 수량(a) (장)	평균구입금액(b)(엔)	1장당단가(a/b)(엔)
2010년	5.5	23,370	4249.0
2009년	4.6	17,923	3930.4
2006년	6.8	25,333	3703.2
2005년	8.9	33,346	3767.9

■ 표 6 ■ 판매용 비디오소프트의 헤비유저(연간 3만 엔 이상 구입자)의 비율 및 구입총액에서 차지하는 비율

	헤비유저의 비율(%)	헤비유저가 총구입액에서 차지하는 비율(%)
2010년	4.1	67.4
2009년	5.1	57.5
2006년	8.2	71.5
2005년	6.0	77.7

■ 그림 5 ■ DVD&BD 구입율 (%)



- 2009년에는 구입했지만, 2010년에는 구입하지 않은 사람 11.2% 증가
 - 2009년과 2010년의 비디오소프트 구입자를 대상으로 구입 매수의 증감을 물어본 결과, 작년에는 구입했지만 올해는 구입하지 않았다는 사람이 41.7%에서 52.9%로 큰 폭으로 늘어남.
 - 기존의 구입자가 구입을 하지 않음으로써 전체 비디오소프트 구입률은 크게 감소했는데, 특히 남성의 경우, 작년에는 구입했지만 올해는 사지 않았다는 사람의 비율이 크게 증가함.
 - 비디오소프트의 구입 매수가 늘어난 이유는 ‘갖고 싶은 소프트의 발매가 늘었기 때문에’이 가장 많았고 비디오소프트의 구입 매수가 줄어든 이유에 대해선, ‘금전적인 여유가 없어서’, ‘이전만큼 소프트의 구입이나 수집을 열심히 하지 않아서’가 가장 많았음.

- 인터넷의 온라인샵을 이용한 사람은 60.2%
 - 구입하는 곳으로는 인터넷의 온라인샵이 60.2%로 가장 많았고, 두 번째로 이용률이 높았던 곳은 렌탈비디오점으로 14.2%이었음. 세 번째는 가전대리점(13.6%), 네 번째는 레코드점(12.3%)이었음.

■ 그림 6 ■ 판매용 비디오 구입 수량의 증감(남녀별)

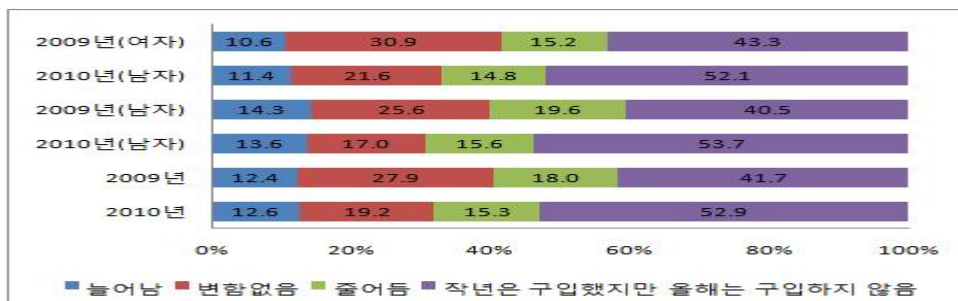
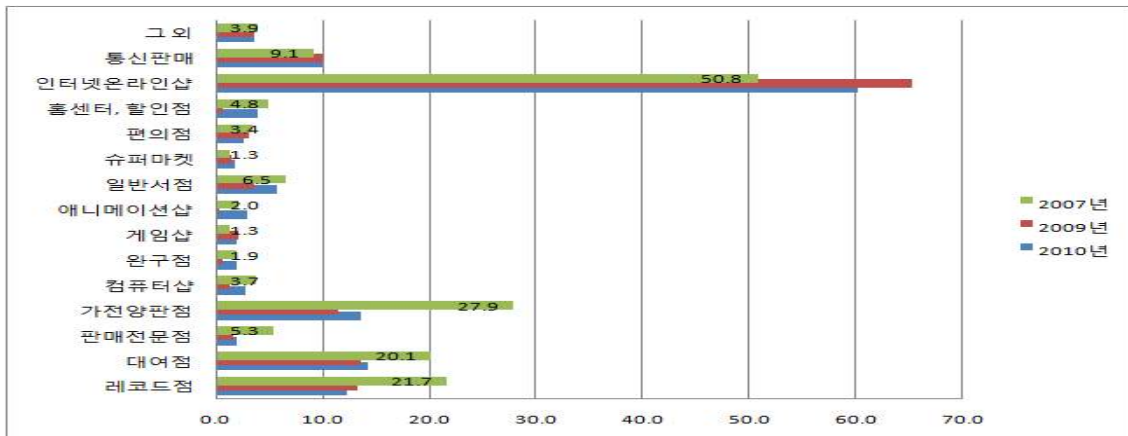


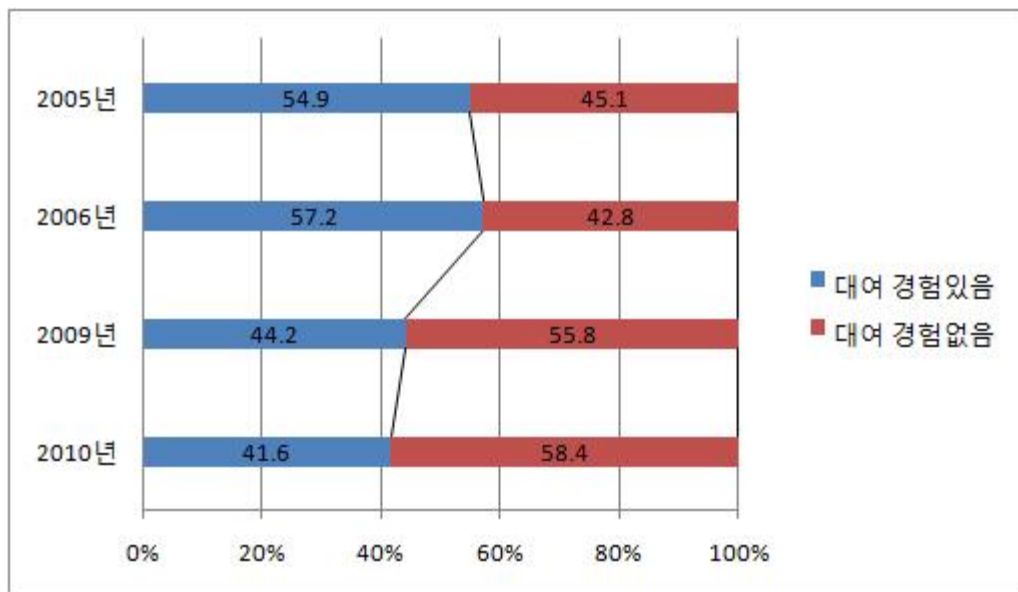
그림 7 | 비디오소프트(DVD&BD)의 루트별 구입을 추이



비디오소프트의 대여이용률 현황

- 비디오소프트의 대여이용률 감소와 함께 대여 이용 매수, 금액 모두 전년보다 줄어들음
 - 비디오소프트 대여의 연간 이용률은 41.6%로 전년보다 2.6% 감소함.
 - 연간 평균 이용매수는 24.1장(전년보다 4.5장 줄어들어, 전년대비 84.3%), 연간 이용금액은 5,314엔(전년보다 1,573엔 줄어들어, 전년대비 77.2%)로 감소함.
 - DVD의 연간 대여 이용률은 40.7%로 연간 평균 이용매수는 22.9장이었고, 블루레이의 연간 대여 이용률은 5.7%, 연간 평균이용 매수는 1.2장이었음.

그림 8 | 비디오소프트(DVD&BD)의 대여 이용률(%)



【 표 7 】 비디오소프트(DVD&BD)의 대여 이용률(%) 및 단가 추이

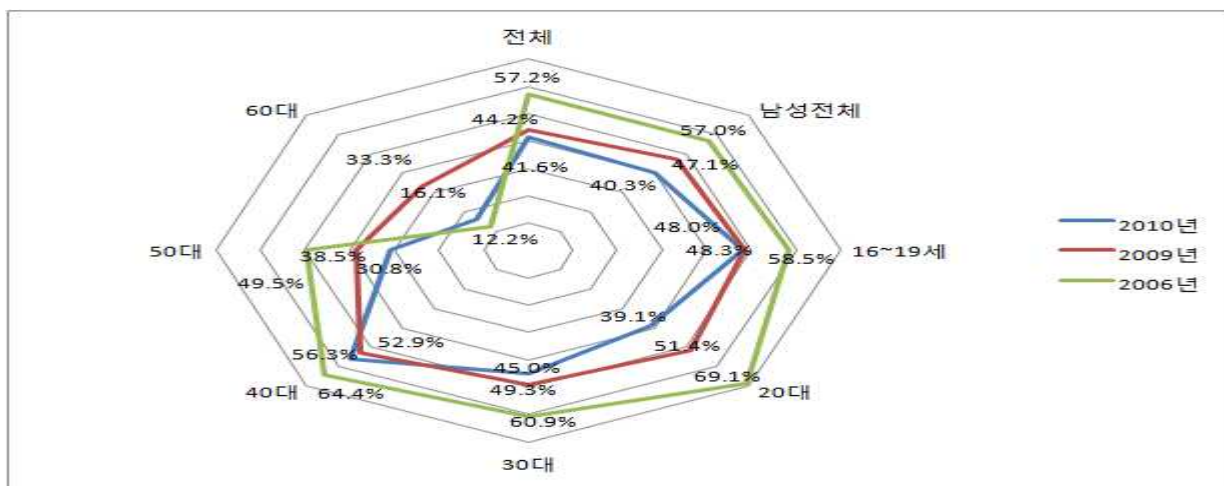
	대여 이용률	평균 구입 수량(a)	평균구입금액(b)	1장당단가(a/b)
2010년	41.60%	24.1장	5,314엔	220.5엔
2009년	44.20%	28.6장	6,557엔	240.8엔
2006년	57.20%	22.6장	5,576엔	246.7엔
2005년	54.90%	20.9장	5,305엔	253.8엔

【 표 8 】 DVD&BD의 대여 이용률/평균 대여 수량

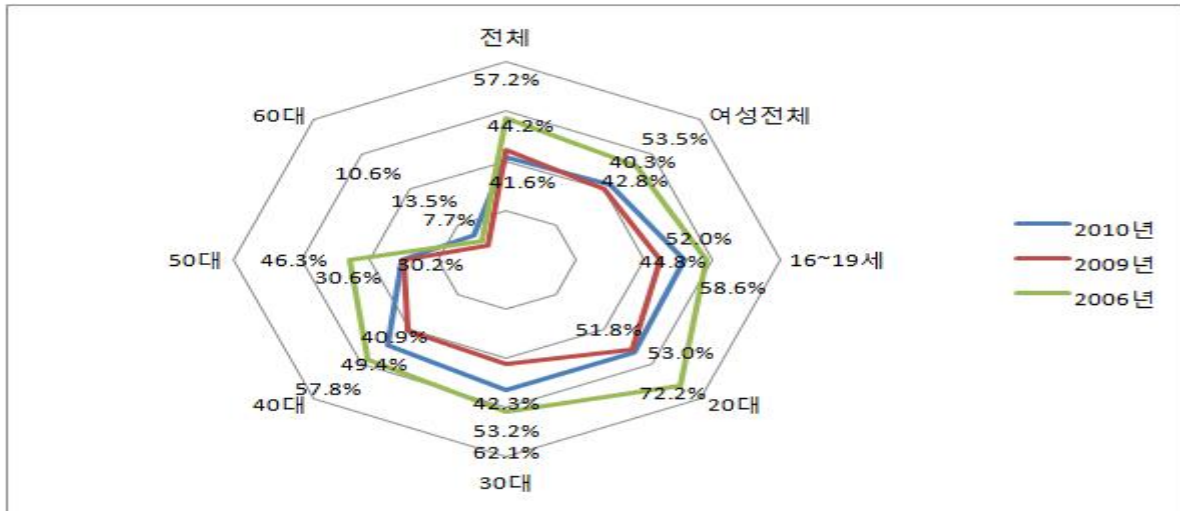
	평균대여 수량	이용률(%)
DVD	22.9장	40.7
BD	1.2장	5.7

- 남성의 대여 이용률은 전년의 47.1%에서 40.3% 감소, 여성은 약간 증가
 - 여성은 40대 이하의 이용률이 전년을 웃돌아, 전체로도 전년의 40.3%에서 42.8%로 증가함.
 - DVD의 대여 이용에 관해서는 30대 이상으로, 남성 이용률보다 여성의 이용률이 높았음.
 - 블루레이의 대여 이용에서는 60대를 제외한 남녀 이용률에 차가 없음.

【 그림 9 】 남자/연령별 비디오소프트의 대여 이용률



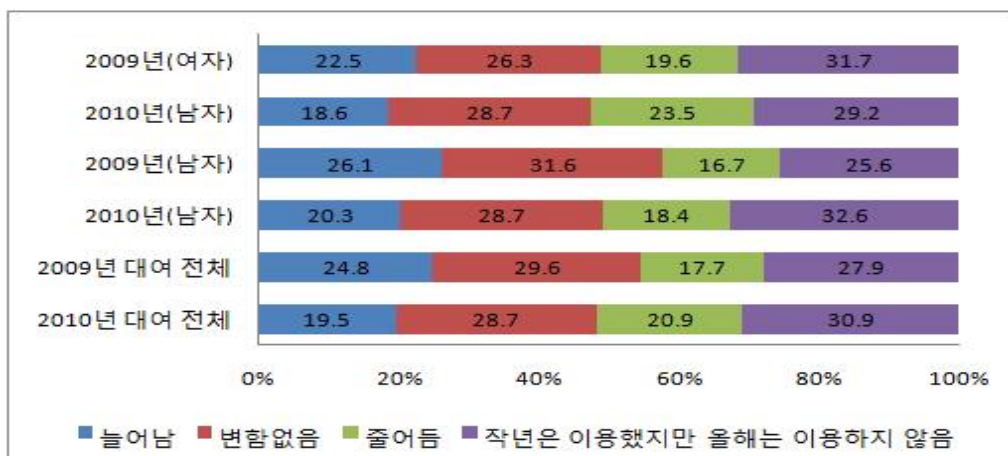
■ 그림 10 ■ 여자/연령별 비디오소프트의 대여 이용률



○ 대여 이용이 감소한 사람은 45.6%에서 51.8%로 증가함

- 대여 이용이 감소 및 '작년은 대여했지만 올해는 대여하지 않았다'고 한 사람이 전년의 45.6%에서 51.8%로 늘어남.
- 줄어든 이유는 '텔레비전 방송과 그것을 녹화한 것을 보는 기회가 늘어났기 때문이다'고 한 사람이 가장 많았음
- 2009년과 2010년의 2년 동안 대여한 사람 중에서, 이용 매수가 '증가'한 사람은 24.8%에서 19.5%로 감소함.
- 한편, '줄어든' 사람은 17.7%에서 20.9%로 증가했고, '작년은 이용했지만 올해는 이용하지 않았다'는 사람은 27.9%에서 30.9%로 증가함.
- 대여 매수가 줄어든 이유는 '텔레비전 방송과 그것을 녹화한 것을 볼 기회가 늘었기 때문이다'는 사람이 가장 많았고, 텔레비전의 시청 환경 변화가 가져온 영향이 큰 것으로 보임.

■ 그림 11 ■ 대여 비디오소프트 이용 수량의 증감(남녀별)

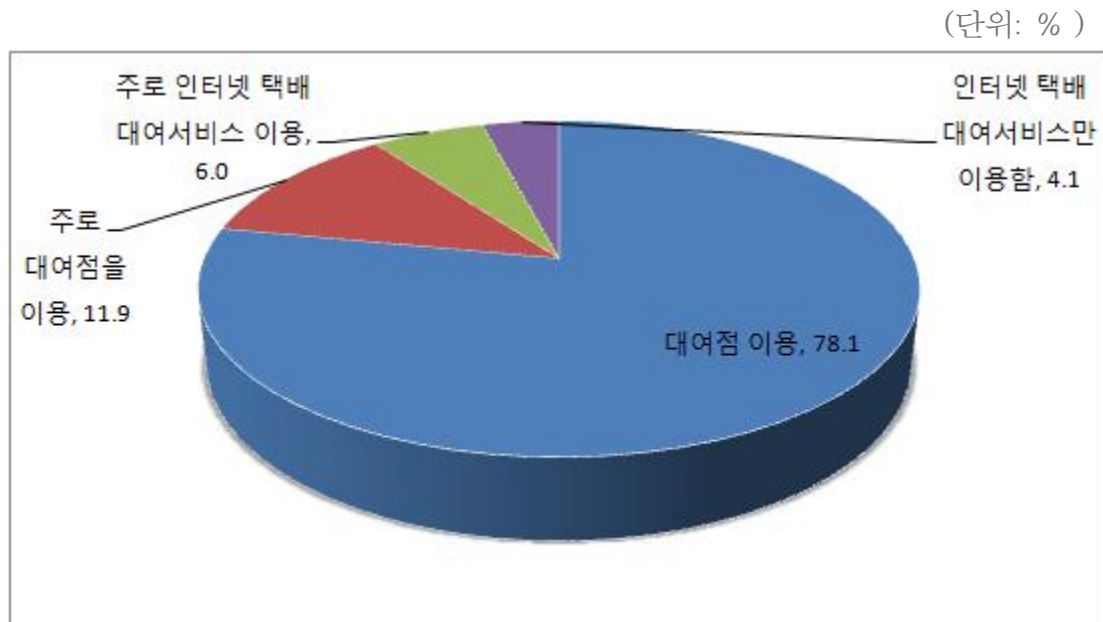


■ **대여점 이용이 주류이지만, 인터넷 대여는 헤비유저의 이용이 많음**

○ 대여점을 이용하는 사람은 전체의 39.9%, 인터넷 이용자는 9.1%

- 대여점에서 비디오소프트를 렌탈하는 사람은 전체의 39.9%, 인터넷을 이용하는 사람은 9.1%임. 대여점 이용자는 2009년의 92.6%에서 95.9%로 늘어났고, 인터넷 대여이용자는 2009년의 23.9%에서 21.9%로 줄어, 압도적으로 대여점을 이용한 렌탈이 주류인 것을 알 수 있음.
- 대여점의 연간 평균 이용 매수는 19.8장, 평균 이용금액은 4,163엔이었음. 1장당 이용 단가는 210.5엔이었지만, 인터넷 대여는 각각 23.5장, 6,026.8엔, 256.2엔으로 대여점의 평균보다 조금 높았음.
- 블루레이기기의 보유율은 전년의 26.9%에서 38.4%로 10%이상 증가함.
- 블루레이 소프트웨어의 구입율은 전년의 4.4%에서 6.1%로 약간 증가했고, 블루레이 보유자 중에서도 15.5%에 머물러 한층 더 강화된 확대방안이 필요할 것으로 보임.

■ 그림 12 ■ 2010년 비디오소프트(점포 & 인터넷)의 대여 이용률



※ 출처 : 일반사단법인 일본영상소프트협회편 『비디오소프트 시장 규모 및 유저 동향 조사 2010』

■ 표 9 ■ 비디오소프트(점포 & 인터넷)의 대여 이용률

	대여점 이용	주요 대여점 이용	주요 인터넷 택배 대여서비스 이용	인터넷 택배 대여서비스만 이용함	대여점 이용자	인터넷 택배 대여서비스 이용자
2010년	78.1	11.9	6.0	4.1	95.9	21.9
2009년	76.0	10.8	5.8	7.3	92.6	23.9

【 표 10 】 대여 비디오소프트(DVD&BD)의 샵과 인터넷 이용 수량 및 금액 비교

			이용자의 평균 이용 수량			이용자의 평균 금액(b)	1장당단가(b/a)
			DVD&BD(a)	DVD	BD		
대여 전체	전체	2010년	19.8장	18.7장	1.1장	4,163.7엔	210.5엔
	점포	2009년	24.0장	-	-	5,373.6엔	223.9엔
인터넷 택배	전체	2010년	23.5장	22.7장	0.8장	6,026.8엔	256.2엔
	대여 전체	2009년	26.7장	-	-	7,956.2엔	298.0엔
정액제	전체	2010년	27.9장	27.6장	0.3장	7,547.9엔	270.4엔
	대여 전체	2009년	32.4장	-	-	9,699.9엔	299.4엔
단품	전체	2010년	12.2장	11.1장	1.3장	2,578.4엔	212.0엔
	대여 전체	2009년	8.6장	-	-	2,440.4엔	283.8엔

【 표 11 】 블루레이 하드 소유율 추이(%)

	소유하고 있음	소유하지 않음	모름
2010년	38.4%	59.5%	2.0%
2009년	26.9%	70.0%	3.1%

4. 시사점

- 일본의 비디오소프트 시장은 매년 감소추세에 있으나 블루레이 시장은 확대일로에 있음. 블루레이 보급확대에 따라 블루레이용 소프트도 늘어날 것으로 보임.
 - 이런 유저의 경향에 대비한 고급화 전략이 수반되어야 할 것임.
- 비디오소프트시장 규모는 축소되고 있으나 구매자는 '헤비유저'화되는 경향이 강화되고 있음. '헤비유저'를 겨냥한 마케팅 대책을 강화할 필요가 있음.
- 한류비즈니스는 기존의 드라마뿐만 아니라 K-POP관련 영상소프트 비즈니스(별첨 참조)도 활기를 띠고 있음. 양자의 시너지효과를 염두에 둔 접근이 필요함
- 아울러 영상소프트의 구입루트가 렌탈비디오 shop을 줄어듦과 인터넷 온 라인샵을 이용하는 경향이 강화되고 있음. 이런 유저의 구매루트의 변화를 반영하는 유통전략이 필요함

별첨 자료(1) 2010년도 K-POP의 영상소프트 판매성적(종합, 1-100위)

순위	매체	타이틀	판매/발매일	연간 판매량
11	DVD	동방신기 비디오 클럽 컬렉션-THE ONE	am/10.3.17	165,044장
19	DVD	준수/재중/유천 THANKSGIVING LIVE IN DOME	am/10.9.8	131,248장
36	DVD	소녀시대/소녀시대 도래-방일 기념반-New Beginning of Girl's Generation	유니버설/10.8.11	92,610장
61	DVD	동방신기 -The Secret Code-FINAL in TOKYO DOME	am/09.9.30	66,890장
62	DVD	준수/재중/유천 3HREE VOICES	am/10.7.28	66,890장
76	DVD	동방신기 History in JAPAN SPECIAL	am/10.9.29	58,954장
85	DVD	동방신기/2nd LIVE TOUR 2007	am/07.9.26	55,500장
86	DVD	빅뱅/ELETRIC LOVE TOUR 2010	유니버설/10.4.28	55,182장
90	DVD	동방신기/3rd LIVE TOUR 2008~T~	am/10.8.6	53,748장

별첨 자료(2) 2010년도 한류드라마의 DVD 판매성적(TV드라마, 1-20위)

순위	매체	타이틀	판매/발매일	연간 판매량
2	DVD	미남이시네요 DVD-BOX2(4장)	CCC/도호 2010.5.28	28,489장
3	DVD	미남이시네요 DVD-BOX 1	CCC/도호 2010.4.23	27,946장
15	DVD	겨울연가 한국 KBS 노컷판 DVD-BOX(14장)	SPE 2010.11.24	15,826장

별첨 자료(3) 2010년도 영상소프트 렌탈성적(종합, 1-1000위)

순위	매체	타이틀	1점포당 회전수	1편당 회전율
270	DVD	바람의 나라(제 18권)	74.5	26.3
274	DVD	주몽(제 39권)	73.9	16.7
337	DVD	선덕여왕(제 1권)	65.4	23.9
558	DVD	화려한 유산(vol.1)	44.7	27.2
607	DVD	대장금(vol.18)	42	20.1
671	DVD	이산(VOL.1)	39.6	36
864	DVD	신데렐라 맨(vol.1)	34.23	42.1
865	DVD	일지매(10권)	34.22	28.7
971	DVD	커피프린스 제1호점(제 9권)	31.8	29