



ContentAsia's

The BIG List

directory

REPUBLIC OF KOREA

韓国

2025年10月

アジア・メディアコンテンツおよびサービス総合名鑑

この度、ContentAsia社より、同社発行「The BIG List」の日本語版を発行する許諾をいただきました。ContentAsia社のご協力に感謝申し上げますとともに、本資料が皆様のお役に立てることを願っております。なお、日本語版は、原文（英語）を翻訳したうえで、若干の補足説明を加えております。

一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)

2026年3月

韓国 概況

原文発行日：2025年10月

掲載一覧

無料放送 (Free TV)

- ・チャンネルA (Channel A)
- ・韓国教育放送公社 (Educational Broadcasting System、EBS)
- ・G1
- ・JTBC
- ・韓国放送公社 (Korean Broadcasting System、KBS)
- ・KNN (Korea New Network)
- ・毎日放送ネットワーク (Maeil Broadcasting Network、MBN)
- ・文化放送 (Munhwa Broadcasting Corporation、MBC)
- ・SBS (Seoul Broadcasting System)
- ・TBC
- ・TV朝鮮 (TV Chosun)
- ・UBC

有料放送 (Pay TV)

- ・B tv
- ・D'Live
- ・KT SkyLife / Olleh TV
- ・LG U+

ストリーミング

- ・Apple TV+ / 4K
- ・クーポンプレイ (Coupang Play)
- ・Disney+ コリア (Disney+ Korea)
- ・Kakao TV
- ・My K
- ・ネイバーTV (Naver TV)
- ・Netflix コリア (Netflix Korea)
- ・TVING + Wavve

制作会社、ポストプロダクション&スタジオ施設

- ・72 Seconds
- ・Bamboo Network
- ・Billions Plus
- ・Blink Pictures
- ・B&C Content
- ・Bound Entertainment
- ・Chorokbaem Media
- ・CJ ENM
- ・EMX
- ・ガリバー・スタジオ (Gulliver Studios)
- ・HB エンターテインメント (HB Entertainment)
- ・iHQ
- ・カカオ・エンターテインメント (Kakao Entertainment)
- ・KEATS ソウル (KEATS Seoul)
- ・KOFIC 南楊州スタジオ (KOFIC Namyangju Studios)
- ・LYD ネットワークス (LYD Networks)
- ・プレイバック・レコーディング・スタジオ (Playback Recording Studio)
- ・プレイリスト・スタジオ (Playlist Studio)
- ・サムシング・スペシャル (Something Special)
- ・スタジオ・キューブ (Studio Cube)
- ・スタジオ・ディスカバリー・코리아 (Studio Discovery Korea)
- ・スタジオ・ドラゴン (Studio Dragon)
- ・スタジオ・ゲール (Studio Gale)
- ・SLL (エスエルエル)
- ・VA コーポレーション (VA Corporation、VA Studio Hanam)
- ・ワイナットメディア (Why Not Media)

監督機関・業界団体

- ・韓国ケーブルテレビ放送協会 (Korea Cable Television & Telecommunications Association、KCTA)
- ・韓国放送通信委員会 (Korea Communications Commission、KCC)
- ・韓国放送協会 (Korean Broadcasters Association、KBA)
- ・韓国コンテンツ振興院 (Korea Creative Content Agency、KOCCA)
- ・韓国映画振興委員会 (Korean Film Council、KOFIC)
- ・韓国映像物等級委員会 (Korea Media Rating Board、KMRB)
- ・ソウル・フィルムコミッション (Seoul Film Commission、SFC)

統計データ

総人口	5,168万5,000人
総世帯数	2,182万1,000世帯
テレビ保有世帯率	91.9%
有料放送加入者数	3,630万人
インターネット加入者数	5,040万人
携帯電話加入者数	6,920万人

出典：韓国統計庁 / 国家統計ポータル KOSIS (2025年推計人口、2024年世帯数)、韓国放送通信委員会 (2024年テレビ保有世帯・有料放送加入者数)、DataReportal (2025年インターネット・携帯電話加入者数)



Squid Game season two, Netflix

韓国は国際的なエンターテインメント市場への進出においてアジアをリードし続けている。しかし、主流の韓国ドラマ製作者らにとって、それは慰めにもならない。彼らの多くは、2025年に制作発注数、収益、そして楽観的な見通しが急落するのを目の当たりにしたからだ。

ストリーミングへの移行、国内放送環境の継続的な衰退、そして高騰する制作費（多くの人は採算が合わず、持続不可能だと述べている）。これらの複合的要因が、これまでの熱狂を打ち砕いた。

悲惨な決算報告は、誰もが話題にしていたことを裏付け、「韓国のストーリーテリングは向かうところ敵なし」ともはやした見出しに疑問を投げかけた。その勢いは本当に止められないのかもしれないが、少なくとも今はそのように感じられない。

例えば今年の8月、韓国の大手スタジオドラゴン（Studio Dragon）は、その最新の業績について自らを「謙虚にならざるを得ない結果だ」と述べた。あのスタジオドラゴンが謙虚な姿勢を見せるなど、かつてなかったことだ。この驚くべき発言の後、2025年上半期の営業利益が95.8%減少したことが公表された。2024年上半期に283億ウォン（2,030万米ドル）だった純利益は、今年の同時期には14億ウォン（100万米ドル）の損失へと転落した。

そして、公共放送のKBSは、2年以上埋もれていた泥沼から完全に抜け出せていない。この巨大組織は2026年、世帯の公共料金と統合された受信料徴収から再び恩

恵を受けられるようになる。KBSは2026年について、ここ数年で初の均衡予算（収支が釣り合っている状態）を提示すると述べている。徴収問題の巻き戻しを権力者に説得できた安堵感から、KBSはすべての韓国人を徹底的に満足させるオリジナルコンテンツ製作に全力を注ぐ構えを見せている。

MBCの財務状況もまた、残念なものだ。最新の公開データは2024年のもので、この公的資金で運営される放送プラットフォームは、純利益が2023年の966億ウォンに対し

2024年には215億ウォンと減少した。

2026年の韓国における大きな課題の一つは、エンターテインメント大手CJ ENM傘下のTVINGとWavve（KBS、MBC、SBS、そして通信会社SKTの合併事業）の統合が、Netflixに対する国内の対抗馬を生み出すことに成功するかどうかだ。この合併に対する条件付きの承認はすでに下りており、もし2026年にこの統合プラットフォームが消費者から不当に搾取しない事を証明できれば、最終的に承認されることになる。そうであっても、何か劇的なことが起こらない限り、ダビデ（統合プラットフォーム）が、ゴリアテ（Netflix）に勝つ見込みは、あまり芳しくないように見える。

Netflixはモバイルストリーミング市場で60%以上のシェアを持っている。一方、韓国の2つのプラットフォームを合わせても、モバイルストリーミングシェアは約25%で、加入者数は約1,100万人だ（出典：Mobile Indexデータ）。

2026年における予測しにくい要素（ワイルドカード）は、TVINGとワーナー・ブラザーズ・ディスカバリーの提携だ。（ただし、ワーナー・ブラザーズ・ディスカバリー側には、自社の将来を劇的に変えるであろう全く別の検討事項が数多くある）。表向きには、この提携によりTVINGは2026年初頭から、韓国ドラマの一大市場である東南アジアのHBO Max内に、専用チャンネルを設けることになる。

現在、視聴実績データを公開できる十分な自信を持っているストリーミングプラットフォームはNetflixだけ

だ。他のプラットフォームがNetflixを上回っていた場合、歓喜の声があちこちで上がり、きっと何らかの公式発表があるだろうという前提で我々は動いている。しかし、そうはなっておらず、公表もないので……そういう動きは無いということだ。

東南アジア全体で、視聴者が自国の作品を見ていない場合、彼らは完全にNetflixの韓国ドラマシリーズに流入している。

韓国ドラマは国際市場でどれほど好調なのだろうか？

Netflixのデータによると、今年の上半期の世界のテレビシリーズ視聴は、完全にNetflix、より具体的には『イカゲーム』に支配されていた。『イカゲーム』シーズン2は、『アドレセンス (Adolescence)』（視聴回数1億4,480万回）に次いで世界で2番目に人気のあるタイトルだった（視聴時間8億4,030万時間／視聴回数1億1,730万回）。さらに『イカゲーム』シーズン3が3位に入っている（視聴時間4億3,860万時間／視聴回数7,150万回）。シーズン3は6月27日、つまり半期ランキングの締め切り3日前に公開されたにもかかわらずランクインしている。全体として、上半期におけるNetflixのトップ100タイトルのうち、アジア作品は13本あった。インドのラブコメ『ロイヤルズ (The Royals)』と日本のアニメシリーズ『サカモト・デイズ (SAKAMOTO DAYS)』を除いて、すべて韓国作品であった。

他に楽観的な材料はあるのだろうか？『K-pop Demon Hunters』がある。この米国映画はNetflixの歴代トップ映画だ。この結果のどこかに学ぶべき教訓があるはずだ。

無料放送 (Free TV)

チャンネル A (Channel A)

2011年12月に開局したチャンネルAは、東亜メディアグループ (Dong-A Media Group) が運営する全国的な総合編成ネットワークだ。このチャンネルは、ニュース、トーク、ドラマ、エンターテインメント、ドキュメンタリー番組など、幅広いコンテンツをそろえている。その編集方針は、人間味あふれる物語と家族向けのストーリーテリングを重視しており、大衆市場の視聴者の好みに合わせている。チャンネルAは、独自のドラマやバラエティ番組のフォーマットを継続的に提供することで、ブランド認知度を強化してきた。このサービスは、

ケーブル、IPTV、衛星プラットフォームを通じて全国に配信されており、インターネットに接続した視聴者へのリーチを拡大するデジタルストリーミング配信によって補完されている。

韓国教育放送公社 (Educational Broadcasting System、EBS)

1973年に設立され、韓国教育開発院 (Korean Educational Development Institute) 傘下の教育ラジオ放送として1974年に放送を開始したEBSは、1980年にテレビ放送を開始し、2000年に公社 (独立した公共放送組織) として再編された。現在、地上波ネットワークの「EBS1 (家族・一般教養コンテンツ)」と「EBS2 (小中学生向けのカリキュラムに基づいた番組、英語コンテンツを含む)」、および全国的な教育ラジオネットワークである「EBS FM」を含む7つのテレビチャンネルを運営している。また、EBSはデジタルおよびモバイルの学習プラットフォームを統合的に運営しており、その公共サービスとしての責務をオンラインや双方向型の教育分野にまで広げている。EBSは、国際共同制作やコンテンツ配信にも積極的に取り組み、国境を越えた教育メディア交流における役割を拡大している。

2025年には、AIを活用したコンテンツ制作に関する戦略的な取り組みを開始した。この取り組みでは、教育番組における世界的なパートナーシップを強化し続けると同時に、実験的なショート動画プロジェクトやアダプティブラーニング (個別最適化学習) のフォーマットを試験的に導入している。韓国の公共放送界において、EBSは、KBSのような総合編成の公共放送局や、民間放送局であるMBC、SBSと比較して、明確に異なる専門的な立ち位置を占めている。他の放送局が公共サービスとしての義務とエンターテインメントやニュース番組とのバランスを取っているのに対し、EBSは、「教育、文化、生涯学習」に一貫して焦点を当てている。その運営は、政府からの直接的な資金提供と、教育関連事業からの収益によって支えられている。EBSがデジタルやAIを活用したフォーマットへ多角化を進めていることは、変化し続ける視聴習慣に適応すると同時に、競争が激しくプラットフォームが主導する現代のメディア環境の中で、公共サービスとしての価値を改めて強化しようとする戦略的な取り組みを反映している。

G1

G1(江原 No.1 放送、Gangwon No.1 Broadcasting)、旧称・江原テレビ放送(Gangwon Television Broadcasting、GTB)は、江原道(Gangwon Province)の地域放送局である。2001年12月に事業を開始した。G1はSBSネットワークに加盟しており、SBSの全国向けコンテンツとともに、地域に特化した番組を放送している。G1はまた、「Fresh FM」というブランドでFMラジオも運営している。

JTBC

JTBC(中央東洋放送、JoongAng Tongyang Broadcasting Company)は2011年12月に開局し、日刊新聞の中央日報(JoongAng Ilbo)新聞の発行元である中央グループ(JoongAng Group)が所有している。この全国的な総合編成の無料放送チャンネルは、ニュース、時事問題、ドラマ、エンターテインメント、文化番組を提供している。JTBCとその制作部門は、『SKY キャッスル〜上流階級の妻たち〜(Sky Castle)』(2018/9年)や『財閥家の末息子〜Reborn Rich〜(Reborn Rich)』(2022年)などの大ヒットドラマシリーズで世界的な注目を集めた。国内では、このネットワークは日々のニュースや調査報道で知られている。JTBCは、地上デジタルテレビ、IPTV、ケーブル、衛星放送で視聴可能であり、関連のデジタルサービスも運営している。

韓国放送公社(Korean Broadcasting System、KBS)

公共放送局であるKBSの起源は、1926年のラジオネットワークにまで遡る。同組織は1961年にテレビ放送へ移行した。KBSは、KBS1(ニュース、時事、文化、教育番組に重点)とKBS2(エンターテインメント、ドラマ、バラエティ、スポーツ)という2つの地上波チャンネルを運営している。その事業内容は、国際衛星チャンネル(KBS World、KBS Korea)、7つのラジオサービス、4つのDMB(※注携帯電話や車載端末などの移動体で視聴できるデジタルテレビ・ラジオ放送サービス)チャンネルに及び、全国の地方局ネットワークによって支えられている。KBSは、受信料と広告収入を組み合わせたハイブリッドな財源モデルの下で運営されており、公共サービスの義務と商業的な側面とのバランスを取っ

ている。テレビ受信料は月額2,500ウォン(1.80米ドル)、または年額30,000ウォン(21.40米ドル)だ。2025年6月、KBSは受信料を月額500ウォン(0.40米ドル)引き上げて3,000ウォン(2.10米ドル)にすることを提案し、これは45年ぶりの値上げとなる。ストリーミングおよびオンデマンドサービスのmyK(※注KBSが提供する公式のストリーミングおよびオンデマンドサービスの名称)を通じて、KBSはデジタルでの視聴者との結びつきを拡大し、従来の放送形式とオンラインプラットフォームにまたがる視聴者の行動の変化に対応し続けている。商業放送局やグローバルなストリーミングプラットフォームとの競争が激化する中でも、KBSはその全国的なインフラに支えられ、大きなリーチと影響力を維持している。

KNN(Korea New Network)

KNNは、釜山(Busan、プサン)に拠点を置く地域の民間放送局で、釜山と慶尚南道(South Gyeongsang = Gyeongnam)地域を対象としている。元々は1994年に釜山放送(Pusan Broadcasting Corporation、PSB)として設立され、1995年に正式に放送を開始した。KNNはSBSネットワークに加盟しており、SBSの全国向け番組を中継する一方で、編成の約35%を占めるローカルコンテンツを制作している。KNNは時代とともに完全にデジタル放送へ移行し、ラジオやオンラインサービスにも進出している。

毎日放送ネットワーク(Maeil Broadcasting Network、MBN)

毎日経済新聞グループ(Maeil Business Newspaper Group)が運営するMBNは、1995年に経済専門のケーブルチャンネルとしてスタートし、2011年12月に全国的な総合編成チャンネルとして再開局した。MBNはニュース、時事問題、ドラマ、バラエティ、ライフスタイル番組を放送し、ケーブル、IPTV、衛星を通じてコンテンツを配信している。

文化放送(Munhwa Broadcasting Corporation、MBC)

1961年に設立された文化放送(MBC)は、韓国国内で約98%の世帯カバー率を誇る、韓国最大の全国放送局の一

つだ。主力の地上波チャンネルであるMBC TVは、ニュース、ドラマ、バラエティ、エンターテインメント、スポーツ、ドキュメンタリーなど幅広く取り混ぜて提供している。また、MBCは、複数の地方系列局、ジャンル別のケーブル・衛星チャンネル、地上波 DMB サービス（※注 携帯電話や車載端末などの移動体で視聴できるデジタルテレビ・ラジオ放送サービス）、ラジオ局を運営している。自社コンテンツはiMBC（※注 MBCのインターネット関連事業全般を担う子会社）を通じて世界中に配信されている。

SBS (Seoul Broadcasting System)

SBS (Seoul Broadcasting System) は1990年に設立され、1991年に韓国初の民間地上波放送局として開局した。SBSは、ニュース、ドラマ、エンターテインメント、スポーツ、映画、ドキュメンタリーを放送する全国規模の地上波テレビチャンネルを運営している。その有料テレビ事業には、SBS Plus、SBS Golf、SBS Sports、SBS Biz、およびいくつかの専門チャンネルがあり、これらに加えて1つのDMBサービスと2つのFMラジオ局も運営している。またSBSは、番組制作、配信、デジタルサービス事業も展開しており、それにはSBSアプリ（リアルタイムストリーミング、ポッドキャスト、アーカイブ）やAllVODポータル（※注 SBSが運営するビデオ・オン・デマンドサービスのポータルサイト）が含まれる。

TBC

TBC（旧大邱放送、Taegu Broadcasting Corporation）は、大邱（Daegu、テグ）に拠点を置く地域放送局で、大邱と慶尚北道の一部を放送エリアとしている。1994年に設立され、1995年に正式に開局した。TBCはSBSの系列局で、SBSの全国向け番組を中継する一方、ニュース、バラエティ、文化番組などの自社制作コンテンツも放送している。

TV朝鮮 (TV Chosun)

TV朝鮮 (TV Chosun) は、2011年12月に開局した、朝鮮日報メディアグループ (Chosun Ilbo media group) が運営する全国的な総合編成チャンネルだ。同チャンネルはニュース、ドラマ、エンターテインメント、

ライフスタイル番組を放送し、時事問題や保守寄りの論調に重点を置いていることで知られる。TV朝鮮は、地上デジタルテレビ、ケーブルテレビ、IPTV、衛星放送を通じて無料で視聴可能だ。

UBC

UBC（蔚山放送、Ulsan Broadcasting Corporation）は、蔚山（Ulsan、ウルサン）を拠点とする地域のテレビ・ラジオ放送局だ。SBSネットワークの系列局として、SBSの全国向け番組と共に、自社で制作した地域コンテンツも放送している。1997年に正式開局し、地上波テレビと地域FMラジオの両方を運営している。

有料放送 (Pay TV)

B tv

SKテレコムの子会社であるSKブロードバンドが、2006年にIPTVサービスB tvを開始した。このプラットフォームは、2023年第2四半期時点で約946万人の加入者に対し、250以上のSD/HDチャンネルと16万本以上のVODタイトルを提供している。月額料金は、B tvミニパック（60チャンネル）の7,700ウォン（5.50米ドル）から、B tv Allプラン（254チャンネルと見逃し配信サービス）の36,300ウォン（26米ドル）までとなっている。

D'Live

D'Liveは、韓国のケーブルインターネット、有料テレビ、OTTサービスのプロバイダーで、242以上のチャンネルを提供している。インターネット、テレビ、OTTをまとめたセットプランの料金は、3年契約で月額60,600ウォン（43.20米ドル）から、契約なしの場合は月額80,300ウォン（57.30米ドル）だ。

KT Skylife / Olleh TV

KT Skylife / Olleh TVは、衛星放送とIPTVサービスを提供し、230以上のHD/SDチャンネルと30万本以上のVODタイトルをそろえている。月額料金プランは、ベーシックパッケージの約16,500ウォン（11.80米ドル）から、全チャンネルへのアクセスと見逃し配信サービスが付いたプレミアムプランの55,000ウォン（39.20米

ドル) まで。KTはドラマ、スポーツ、トークショーなどの自社コンテンツを制作するほか、ブロードバンドやモバイルサービスも提供している。

LG U+

1996年に設立されたLG U+は、250以上のライブチャンネルと膨大なVODライブラリを提供するIPTVサービスプロバイダーだ。料金プランは、211チャンネルと100Mbpsのインターネット接続で月額38,500ウォン(27.50米ドル)から、211チャンネルと1Gbps接続で月額66,000ウォン(47.00米ドル)までとなっている。このプラットフォームはDisney+、Netflix、YouTube Premiumといったサードパーティのストリーミングサービスにも対応している。LG U+はブロードバンドサービスも運営している。

ストリーミング

Apple TV+ / 4K

Apple TV+は2021年11月4日に韓国でサービスを開始し、最初の韓国オリジナル作品として、人気ウェブトゥーン(※注 韓国発のデジタルコミック)を原作とするSFスリラー『Dr. Brain』を配信した。月額料金は7日間の無料トライアル後、6,500ウォン(4.60米ドル)だ。一方、Apple TV 4Kのデバイスは219,000ウォン(156.20米ドル)から販売されている。サービス開始以来、Apple TV+は韓国のラインナップを着実に拡充しており、最近の注目作には『Pachinko パチンコ』シーズン2(2024年)や、韓国のクリエイターと共同制作する2025年のオリジナル心理ドラマ『The Crow's Eye』などがある。

クーパン・プレイ (Coupang Play)

eコマース企業クーパン(Coupang)によって2020年12月に設立されたクーパン・プレイは、韓国のオリジナルコンテンツ、海外シリーズ、ライブスポーツを組み合わせ提供している。2025年2月には、BLACKPINKのジス(Jisoo)とパク・ジョンミン(Park Jeong-min)が主演するロマンティック・ファンタジー・ゾンビ・コメディ『Newtopia』を初公開した。Coupangの会員料金は月額4,990ウォン(3.60米ドル)だ。2025年6月からはスポーツパスを導入し、プレミアリーグ、NBA、F1

などのライブスポーツコンテンツへのアクセスに対し、追加で月額9,900ウォン(7.10米ドル)を課金している。

Disney+ コリア (Disney+ Korea)

ディズニープラス(Disney+)は、2021年11月12日に韓国でサービスを開始した。月額プランは9,900ウォン(7.10米ドル)から13,900ウォン(9.90米ドル)だ。

Kakao TV

Kakao TVは、カカオコーポレーション(Kakao Corporation)の下、2020年9月に「オリジナル」コンテンツサービスを再開した。UGC(ユーザー生成コンテンツ)、国内テレビ番組、オリジナルドラマやバラエティ番組を提供しており、その多くは10分から30分程度のモバイル向け中編のエピソードだ。最近の配信作品には『Face ID』(イ・ヒョリ Lee Hyo-riが出演するリアリティ番組)などがある。Kakao TVはコンテンツの多くを無料で提供しているが、一部のプレミアムコンテンツやオリジナル番組は有料となっている。

My K

My Kは韓国放送公社(Korean Broadcasting System、KBS)が運営するアプリで、KBS 1・KBS 2・KBSNチャンネルのリアルタイム放送、見逃し配信コンテンツ、KBSラジオを提供している。

Naver TV

Naver NOW(旧Naver TV)は、ネイバー株式会社(Naver Corporation)が2012年に始めた、広告で運営されるインターネット動画サイトだ。このサイトでは、インターネットドラマや娯楽番組、一般の利用者が作成した動画(UGC)など、多様なコンテンツを配信している。2022年3月、ネイバー社は携帯端末向けアプリをNaver NOWとして刷新し、従来のウェブサイトを新しいアプリに統合。今後は短い動画や、クリエイター主導の動画コンテンツに力を入れていく方針だ。また、2021年5月には、誰もがインターネット上で物語を創作・投稿できるサービスWattpadを約6億米ドルで買収した。

Netflix コリア (Netflix Korea)

Netflixは2016年1月に韓国でサービスを開始して以

来、同国のストリーミングプラットフォームのトップの座にある。Media Partners Asia (MPA) によると、2024年12月時点での加入者数は約836万人で、サブスクリプション型(定額制)オンライン動画市場全体の約31%を占めており、2025年には900万人の大台も視野に入っている。Netflixの月額料金は、広告付きプランが7,000ウォン(5米ドル)、スタンダードプランが13,500ウォン(9.60米ドル)、プレミアムプランが17,000ウォン(12.10米ドル)となっている。番組戦略や制作の優先順位は変化したものの、韓国オリジナル作品は依然としてNetflixの国内ラインナップの中心であり、同時に、世界中の視聴者をアジアコンテンツに引き込む力となっている。その筆頭が『イカゲーム』で、最近ではtvNのファンタジーロマンス『女王陛下、召し上げられ』(Bon Appetit Your Majesty)が挙げられる。今年、世界的に反響を呼んだ韓国作品には、このほかにも重厚な犯罪アクション『Mercy For None』、互いの人生を入れ替えた双子の姉妹を描く『Our Unwritten Seoul』、そして国を席卷しようとする混乱を阻止するため、固い意志を持つ刑事と謎めいた相棒が手を組む『Trigger』などがある。

TVING + Wavve

エンターテインメント大手のCJ ENMが運営するTVINGと、Wavve(KBS、MBC、SBSの地上波3社と通信大手SKTによる合併事業)は、Netflixに対抗する国内勢力を築くため、2025年半ばに条件付きで合併承認を得た。韓国公正取引委員会が課した条件には、2026年末までの監督と価格設定の制限が含まれる。両社を合わせると、モバイルストリーミング市場で25%強のシェアを占める。一方、Netflixのシェアは60%を超える。合併承認時に引用されたモバイルインデックス(Mobile Index)のデータによると、2025年5月時点の月間アクティブユーザー数(MAU)は、Tvingが716万人、Wavveが413万人だった。両プラットフォームを合わせると、ユーザー数は1,130万人となる。

TVING

2010年5月にサービスを開始した。ライブTVチャンネルのほか、ドラマ、バラエティ番組、映画、ドキュメンタリーなどのオンデマンドコンテンツ、そしてTVING

オリジナル作品を提供している。月額料金プランは、広告付きプランの月額5,500ウォン(4.00米ドル)から、4K画質と複数ユーザー利用に対応したプレミアムプランの月額17,000ウォン(12.10米ドル)まで用意されている。また、Wavveとのセットプラン「ダブルパス」のように、両プラットフォームを割引価格で利用できるパッケージも提供する。2025年第4四半期から2026年にかけてアジアで最も注目される動きとして、TVINGはワーナー・ブラザーズ・ディスカバリー(Warner Bros Discovery)と提携し、HBO Max内に専用チャンネルを設けることで、地域、ひいては世界進出への野心を実現する。この東南アジア向けの「大規模な」複数年にわたる独占的なコンテンツ制作・配信パートナーシップは、10月中旬に発表された。HBO Max上のTVING専用ページは、2026年初頭に開設される。11月から東南アジアのWBDプラットフォームで配信される韓国作品は、11月6日の『Dear X』を皮切りにスタートするが、その他の作品はまだ発表されていない。

Wavve

2019年9月にサービスを開始した。このサービスは、映画、ドラマ、テレビ番組など、国内外のコンテンツを提供している。料金プランは、広告付き・1画面プランの月額5,500ウォン(3.90米ドル)から、プレミアム・4画面プランの月額13,900ウォン(9.90米ドル)まである。また、WavveはTVINGとのセットプラン「ダブルパス」も提供しており、割引価格で両プラットフォームにアクセスできる。

制作会社、ポストプロダクション&

スタジオ施設

72 Seconds

ソウルを拠点とするデジタルコンテンツ・スタジオである72 Secondsは、ケーブルネットワークをはじめとする第三者向けのブランドコンテンツや、自社オリジナルコンテンツの制作を専門としている。同社は縦型ドラマやマイクロドラマを手がけており、一般的なオンライン動画の視聴時間が平均15秒であるのに対し、自社作品の平均視聴時間は75秒だと述べている。

Bamboo Network

2018年に設立されたBamboo Networkは、『The Bedmate Game: Sharehouse』や『Elevator』といったヒット作で短尺のリアリティ番組をシリーズ化し、この分野の第一人者となっている。ソウルに拠点を置く同社のCEOであるチョン・ダビン氏 (Dabin Chung) は、関わる全員が共に発展できる環境を作るというメッセージを掲げ、国際的な議論の場において、縦型フォーマットのプロデューサーとして韓国で最も注目される人物の一人だ。

Billions Plus

映画とテレビ番組の制作を専門としている。韓国のエンターテインメントエージェンシーであり制作会社でもあるBILLIONS (旧 Blade Entertainment) の子会社だ。同社は、BLACKPINKのジス (Jisoo) とパク・ジョンミン (Park Jung-min) が主演する韓国のゾンビアクションコメディシリーズ『Newtopia』を、Bound Entertainmentと共同で制作した。

Blink Pictures

Blink Picturesは、ソウルを拠点とするポストプロダクションおよびVFXスタジオだ。2008年にImagetreeとして設立された同社は、VFX制作全般、カラーグレーディング、ScreenXフォーマットのマスターリングへと事業を拡大するのに伴い、Blink Picturesに社名を変更した。

B&C Content

B&C Content (Bold & Courageous) は、ハリウッドと韓国のエンタメ界を繋ぎ、独創的なコンテンツを共同で生み出すことを専門とする、ソウルとロサンゼルスに拠点を置くタレントマネジメント&プロダクション会社だ。同社は、長編映画、テレビシリーズ、アニメーション、そしてリアリティ番組など、多様なプロジェクトを手掛けている。

Bound Entertainment

2019年に設立され、ソウルとロサンゼルスに拠点を置くBound Entertainmentは、テレビ、映画、デジタルメディアを専門とする会社だ。制作実績には、Billion Plus社と共同製作したシリーズ『Newtopia』が

ある。同シリーズは、2025年2月にクーパンプレイ (Coupang Play) で初公開された。

Chorokbaem Media

1998年に設立された Chorokbaem Media (緑蛇メディアの意) は、アニメーションやドラマシリーズの制作を専門とする企業だ。主な実績には、『ペントハウス』 (The Penthouse: War in Life) や、イギリスのシリーズ『クリミナル・ジャスティス』 (Criminal Justice) の韓国リメイク版で、Studio MおよびGold Medalistと共同制作した『ある日〜真実のペール』 (One Ordinary Day) などがある。2025年にはCJ ENMスタジオと提携し、法廷ドラマ『瑞草洞』 (Law and the City, 서초동) を制作した。この作品は2025年7月5日からtvNで放送を開始している。2024年の組織再編を経て、現在は制作事業とグローバルなパートナーシップに注力する。かつては中国のDMGエンターテインメントが筆頭株主だったが、現在はQキャピタル・パートナーズの支援を受けている。

CJ ENM

CJ ENMは、テレビ、映画、音楽、そして公演やイベントなど、あらゆる分野でコンテンツの制作・配給を手がける、韓国で最も存在感のあるエンターテインメント企業だ。同社が展開する主な事業には、tvNやMnetといった看板チャンネルをはじめ、クリエイターネットワークのDIA TV、デジタル動画配信サービスのTVINGなどが名を連ねる。2025年には、65本を超える新作ドラマやバラエティ番組という過去最多のラインナップを発表した。投資を拡大し、週間のドラマ放送枠も増設している。近年の主な制作作品には、『あいつは黒炎竜』 (My Dearest Nemesis)、『私が死ぬ一週間前』 (Way Back Love)、『いつかは賢いレジデント生活』 (Resident Playbook) などがある。

EMX

EMXは、ソウルに拠点を置くVFX (※注 視覚効果) およびバーチャルプロダクションの専門企業だ。デジタルツイン (※注 現実の空間をデジタル上に再現する技術) や、AIを活用した制作工程を強みとしている。同スタジオは、LiDAR (ライダー) スキャン (※注 レーザ

ー光で周囲の形状を精密に3Dデータ化する技術) やリアルタイム・レンダリング(※注 3Dデータから映像をその場で即座に作り出す技術)、バーチャルプロダクション技術を組み合わせ、映画やドラマ、広告の制作を手がける。

ガリバー・スタジオ (Gulliver Studios)

2019年に設立されたVFX(視覚効果)専門のガリバー・スタジオは、『イカゲーム』(Squid Game)をはじめとする数々の話題作を手がけている。同社は、モデリング(※注 3Dの形状作成)、リギング(※注 動きをつけるための骨組み設定)、コンポジット(※注 映像の合成)のほか、デジタルヒューマンやバーチャルプロダクションまで、制作の全工程を網羅するサービスを提供している。

HBエンターテインメント (HB Entertainment)

HBエンターテインメントは、ドラマや映画の制作、ならびにタレントのマネジメントを専門としている。主な実績には、Prime Videoで配信されたファンタジー・ラブコメディのウェブドラマ『私の彼はキューピッド』(My Man Is Cupid)などがある。

iHQ

エンターテインメントとメディアの複合企業であるiHQ(別名:サイダスHQ、SidusHQ)は、主に2つの部門を運営している。映像制作やタレントマネジメントを担う「エンターテインメント部門」と、放送局(チャンネル)の運営を行う「メディア部門」だ。主な制作実績には、『おいしい奴ら』(Delicious Guys、※注 人気グルメ番組)や『オルチャン時代』(Ulzzang Era)、そして『Amazing Outing』などがある。

カカオ・エンターテインメント (Kakao Entertainment)

カカオ・エンターテインメントは、ウェブトゥーン(※注 縦読みマンガ)から映画、ドラマ、タレントマネジメント、K-POPにいたるまで、幅広い事業領域を手がけている。傘下の制作スタジオには、バラム・ピクチャーズ(Baram Pictures)、クロス・ピクチャーズ(Kross Pictures)、ロゴス・フィルム(Logos Film)、メガモ

ンスター(Mega Monster)、サナイ・ピクチャーズ(Sanai Pictures)、ジップ・シネマ(Zip Cinema)などが名を連ねる。

KEATSソウル (KEATS Seoul)

キーツ・ソウル(KEATS Seoul)は、ソウルに拠点を置くオーディオ・ポストプロダクションスタジオだ。広告や映画、テレビ、オンラインメディア向けに、音楽制作や音響デザインを手がけている。

KOFIC南楊州撮影所 (KOFIC Namyangju Studios、 ※注 KOFICは韓国映画振興委員会)

ソウル近郊に位置する総合映画撮影所だ。複数の屋内スタジオや録音スタジオ、屋外撮影用のオープンセット、さらには撮影機材の提供まで、映画制作に必要なあらゆる施設とサービスを揃えている。

LYDネットワークス (LYD Networks)

LYD(Live Your Dream)は、メディアとコンテンツ配給を手がける企業だ。韓国市場への進出や、韓国から海外市場への展開を支援する、オーダーメイド型の窓口を提供している。直近では韓国以外の映画作品への関与を広げており、日本の映画『夏の砂の上』(On Summer Sand)の海外販売なども担当した。また、韓国の長編映画への投資も行っている。

プレイバック・レコーディング・スタジオ (Playback Recording Studio)

1999年に設立されたソウルのポストプロダクション(※注 撮影後の編集・加工)およびダビング(※注 吹き替え)スタジオだ。ボイスオーバー(※注 ナレーション録音)、ADR(※注 セリフの録り直し)、ミキシング(※注 音声の調整)、字幕制作といったサービスを提供している。

プレイリスト・スタジオ (Playlist Studio)

プレイリスト・スタジオ(Playlist Studio)は、ネイバー(Naver Corporation)の子会社であるスノー(SNOW Corp.)とネイバーウェブトゥーン(Naver Webtoon)によって2017年に設立されたデジタルコンテンツ・スタジオだ。同社は、デジタル配信を優先する

ウェブドラマやオリジナル形式のコンテンツを制作している。特に10代から20代の若年層をターゲットとしており、10代の恋愛や青春ドラマといったジャンルで際立った強みを持つ。主な制作実績には、複数シーズンにわたり人気を博した『恋愛プレイリスト』(Love Playlist)や『Growing Season』などがある。また直近では、カカオ・エンターテインメントおよび日本のフジテレビと共同制作した、オフィスでの男性同士の恋愛を描くBL作品『秘密の間柄』(Secret Relationships 2025年)を手がけている。

サムシング・スペシャル (Something Special)

サムシング・スペシャル (Something Special) は、世界的なフォーマットの専門家であるファン・ジヌ氏 (Jin Woo Hwang) とキム・インスン氏 (Insoon Kim) が設立した、韓国初の独立系テレビフォーマット企画・販売会社だ。ソウルを拠点に、オリジナルフォーマットの企画、開発、および国際市場への配給を専門としている。大胆なアイデアと真実味のある物語の構築を重視し、世界中の視聴者の共感を呼ぶ影響力の強いフォーマットを提供している。自社IPの開発に加え、海外企業との共同開発を通じて、グローバルなニーズに応える革新的なフォーマットを生み出している。

スタジオ・キューブ (Studio Cube)

大田 (テジョン) エキスポパーク内に位置するスタジオ・キューブは、韓国コンテンツ振興院 (Korea Creative Content Agency、KOCCA) が運営する、政府支援の総合制作施設だ。大型サウンドステージや屋外撮影セットを備え、映画やテレビ番組の制作に向けた全面的なサポートを提供している。2023年には、水中・水上撮影およびバーチャルプロダクションの専用ステージであるスタジオ M を新設し、機能を拡張した。複雑な水中・水上のシーンやバーチャルシーンの撮影に対応しており、高度な撮影環境を必要とする高予算ドラマや、グローバルな動画配信サービス (OTT) 向けコンテンツの制作に適している。

スタジオ・ディスカバリー・コリア (Studio Discovery Korea)

2020年1月に、ディスカバリー・ネットワークス・ア

ジア・パシフィック (Discovery Networks Asia-Pacific、70%) と、KT傘下のメディア企業スカイTV (skyTV、30%) による合弁会社として設立された。ディスカバリーが持つグローバルフォーマットのリメイクを含め、韓国の視聴者に向けたオリジナルコンテンツを制作している。これまでの主な制作番組には、『国境のない屋台』(Restaurant Without Borders) や、オーディション番組『シングアゲイン』(Sing Again) などがある。特に『シングアゲイン』はこれまでに4つのシーズンが制作されており、最新シーズンは2025年10月に放送を開始した。

スタジオ・ドラゴン (Studio Dragon)

スタジオ・ドラゴンは、CJ ENM傘下の韓国を代表するドラマ制作・マーケティング・配給会社だ。2016年にCJ ENMのドラマ部門から分割して設立された。コスダック (KOSDAQ) 上場企業である同社は、これまでに140以上のドラマシリーズを制作しており、代表作には『私の夫と結婚して』(Marry My Husband)、『涙の女王』(Queen of Tears)、『ヒエラルキー』(Hierarchy) などがある。

スタジオ・ゲイル (Studio Gale)

3Dアニメーション制作会社であるスタジオ・ゲイルは、2008年に設立された。グローバル市場向けのアニメーションコンテンツの企画・制作を専門としている。

同社は未就学児向け作品で広く知られており、代表作には『ポロンポロン ポロロ』(Pororo the Little Penguin)、『ちびっこバス タヨ』(Tayo the Little Bus)、『グラミのサーカス・ショー』(Grami's Circus Show)、『ティッシュ・タッシュ』(Tish Tash) などがある。近年のプロジェクトには、アジアで初めてUnity (※注 ゲームエンジン) を使用して制作されたアニメシリーズ『トモンカー』(Tomoncar) や、最新の『ティッシュ・タッシュ シングアロング・シリーズ』(Tish Tash Singalong Series) が挙げられる。

SLL

SLL (旧称スタジオ・ルルララ、Studio LuluLala。その前身はJTBCスタジオ) は、JTBC・中央グループ (JoongAng Media Group) 傘下のコンテンツ制作会社

だ。多数の制作レーベルを抱え、放送、デジタル、オンラインプラットフォーム向けに、ドラマ・映画（スクリプト）と、バラエティ等の番組（アンスクリプト）の両方のフォーマットを制作している。世界的な有力企業となることを目標に掲げている。近年の主な制作実績には、ドラマ『The Nice Guy』（原題：착한 사나이）や、スタジオ・フェニックス（Studio Phoenix）と共同制作した『Heavenly Ever After』がある。また、Netflixで配信された『今、私たちの学校は…』（All of Us Are Dead）は、同社傘下のフィルムモンスター（Film Monster）が、SLL中央、キム・ジョンハク・プロダクション、NPIOエンターテインメントと共同で制作した。

VA コーポレーション (VA Corporaton、VA Studio Hanam)

京畿道（キョンギド）河南（ハナム）市にあるVAコーポレーションの施設は、LEDウォールやXR（延長現実）システムを備えた大規模なバーチャルプロダクション・スタジオを擁している。映画、ドラマ、および没入型（イマーシブ）コンテンツの制作を目的とした拠点だ。

ワイナットメディア (Why Not Media)

2015年に設立されたワイナットメディアは、ウェブドラマシリーズの制作を専門としている。主に若年層をターゲットとし、恋愛や日常の何気ない光景を描いた作品を主なテーマとしている。制作実績には、恋愛シリーズの『片想いの合図』（Secret Crushes シーズン1～3）、『サダンより遠く、ウィジョンブより近く』（Always a Boyfriend, Never a Boyfriend シーズン1～3）、『オフィス・ウォッチ』（Office Watch シーズン1～2）などがある。コンテンツは主に自社のYouTubeチャンネルである「KOK TV」（ドラマ専門）と「KIK TV」（バラエティ専門）を通じて配信されており、週に2回、最新エピソードを公開している。

監督機関・業界団体

韓国ケーブルテレビ放送協会 (Korea Cable Television & Telecommunications Association、KCTA)

KCTAは、海外企業との連携を通じて、韓国のケーブ

ルテレビ利用者へ多様なコンテンツを提供することを目指している。

韓国放送通信委員会 (Korea Communications Commission、KCC)

※注 2025年10月に韓国放送メディア通信委員会（Korea Media and Communications Commission）に組織改編された。

KCCは2008年に、旧放送委員会と情報通信部を統合して発足した。放送通信サービスの規制や利用者の保護、放送サービスの独立性の維持などを担っている。

韓国放送協会 (Korean Broadcasters Association、KBA)

KBAは1974年、国内の地上波放送事業者によって設立された。放送環境の発展と、韓国における放送品質の向上を目指している。

韓国コンテンツ振興院 (Korea Creative Content Agency、KOCCA)

韓国コンテンツ振興院（KOCCA）は、文化体育観光部傘下の政府機関として、韓国のクリエイティブ産業を形成する上で中核的な役割を担っている。テレビ、映画、ゲーム、音楽、アニメ、新興メディアといった幅広い分野において、コンテンツ制作、資金調達、グローバル展開、そして研究開発（R&D）を直接支援している。設立以来、KOCCAはクリエイティブな戦略を推進し、韓国ドラマやK-POPのブームから最先端のゲーム開発、デジタルストーリーテリングに至るまで、韓国のコンテンツを世界舞台へと押し上げる原動力となった。政策、資金、国際市場への販路を組み合わせることで、韓国を単なるコンテンツ輸出国にとどめず、世界のエンターテインメントの潮流に影響を与える文化強国へと成長させている。

韓国映画振興委員会 (Korean Film Council、KOFIC)

1973年に文化体育観光部傘下に設立されたKOFICは、政策立案、資金支援、興行管理、国内外の映画に対する制作インセンティブ（※注 映画を制作してもらうための、経済的な優遇措置や支援策）を通じて、韓国の

映画産業を支援・振興している。また、人材育成、映画祭、グローバルマーケティングも支援しており、韓国映画の国際的な存在感を高める役割を担う。

韓国映像物等級委員会 (Korea Media Rating Board、KMRB)

KMRBは、テレビ番組、映画、およびデジタルコンテンツの年齢制限（レーティング）や内容の等級分類を統括している。

ソウル・フィルムコミッション (Seoul Film Commission、SFC)

ソウル特別市傘下の地方機関として、ソウル市内における映画やテレビ番組の撮影誘致と支援を専門に行っている。ロケ地の選定支援、撮影許可の申請代行、制作スタッフのデータベース提供に加え、ソウル独自の撮影インセンティブ（※注 助成制度）などを展開している。

©2025 Pencil Media Pte Ltd. All rights reserved.
*本稿に掲載した記事及び写真の無断転載はご遠慮ください。