JAPAN

일본
콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소

kocca KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

주간 심층이슈

『일본의 쿨재팬 전략과 추진정책』

◎ 작성취지

- 2010년도 이후 일본정부는 콘텐츠, 식, 관광 등을 축으로 한 '쿨재팬전략'을 국가전략분야로 자리매김하고 적극 지원하고 있음.
- 일본정부가 강력하게 추진하고 있는 쿨재팬전략에 대한 이해를 통해 이에 따른 대책을 고민해보고 국내 콘텐츠진흥정책수립시 참고자료로 활용하고자 함.

※출처: 지적재산전략본부 콘텐츠강화전문조사회
(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents_kyouka/)

◎ 작성순서

- 1. 지적재산추진계획 2012
- 2. 쿨 재팬전략
- 3. 각부처별 쿨재팬 추진대책
- 4. 쿨재팬 관련 정부예산(안)

1. 지적재산추진 계획 2012

지적재산추진 계획

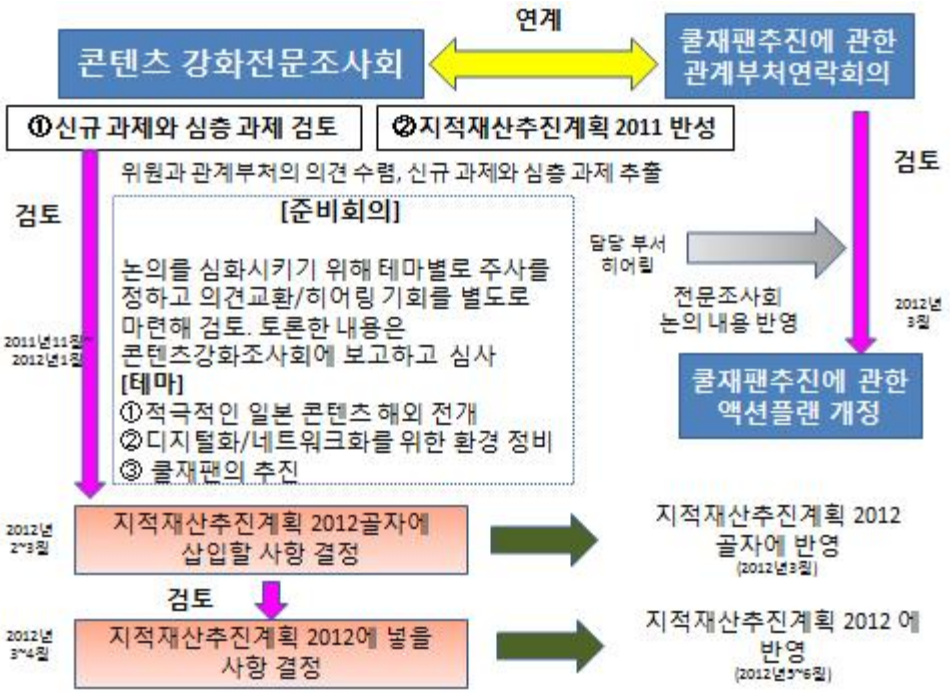
○ 콘텐츠강화 전문조사회 추진 방안

- 콘텐츠강화전문조사회는 [지적재산추진계획 2011]의 진행상황을 점검해 [지적재산추진계획 2012]의 책정을 위한 제언을 함.

※지적재산기본법 제 23조에 의거해 정부와 지적재산전략회의가 결정하는 액션플랜으로 2004년부터 매년 추진계획을 수립해옴.

- 현재 지적재산추진계획 2012는 디지털화와 네트워크화의 기반강화, 쿨재팬 추진을 통한 소프트 파워 강화에 역점을 두고 논의가 진행중임.

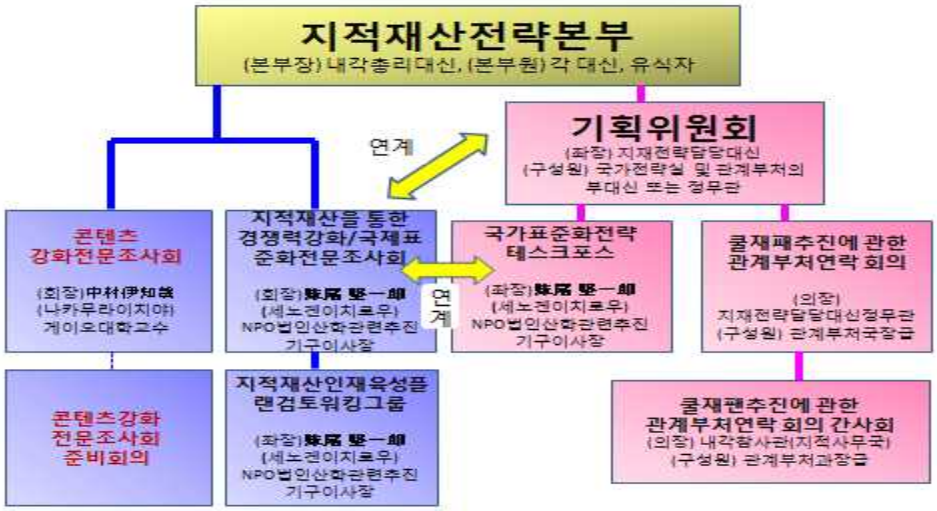
❙그림 1❙ 지적재산 추진계획 2012을 위한 콘텐츠강화 전문조사회 활동도식



○ 지적재산전략본부

- 내각총리대신을 본부장으로 하고 각 부처의 장관과 유식자로 구성된 지적재산전략 본부를 설립. 산하에 지적재산전략담당 대신을 위원장으로 하는 기획위원회를 두고, 국가표준화 전략테스크 포스, 쿨재팬 추진에 관한 관계부처연락회의를 운영함.
- 기획위원회와 별도로 [콘텐츠강화전문조사회], [지적재산을 이용한 경쟁력강화/국제표준화전문조사회]를 두고, 각 산하에 준비회의와 검토회를 운영함.

❙그림 2❙ 지적재산전략본부 조직도

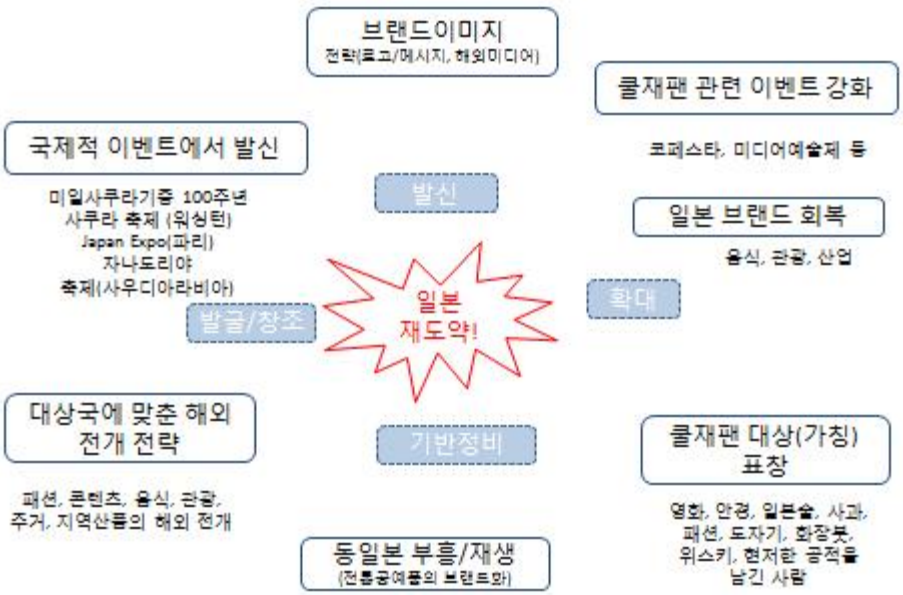


2. 쿨재팬(Cool Japan) 전략

쿨재팬 전략

쿨재팬 전략

- 일본정부는 쿨재팬전략에 대해 2010년 6월에 발표된 '산업구조비전' 및 '신성장전략'에서 문화산업 및 '쿨재팬'을 향후 전략산업분야로 자리매김하고 있음.
- 경제산업성에서는 각부처와 공동으로 쿨재팬의 인기를 새로운 수출상품으로 하는 동시에 관광객 유치 등을 목표로 한 정책 검토를 2010년도부터 개시함.
- 일본인의 미의식과 뛰어난 문화적 전통은 최근 '쿨재팬'으로 불리우며, 점차적으로 전세계에서 공감을 얻어가고 있음. 구체적으로는 쿨재팬의 대상은 패션, 콘텐츠, 식(食), 지역, 관광 등임.
- 각 지역에 묻혀있는 '쿨재팬'을 발굴/프로듀스하고 해외 각국에 발신함으로써 인기를 높이는 선순환 사이클을 확립함과 함께 기반을 정비해나가는 것이 중요함.
- 쿨재팬 추진을 통해 동일본대지진으로 영향을 받은 일본 브랜드의 회복을 위해 새로운 시책을 검토함.



▌그림 3▐ 쿨재팬 전략

○ 札幌(삿포로)콘텐츠 특구 지정

- 2011년 6월에 통과된 종합특별구역법(종합특구법)에 의거해 12월에 '삿포로 콘텐츠특구'를 지역 활성화 종합 특구로 지정함. 2011년12월 삿포로 콘텐츠 특구(신청자: 삿포로시)를 포함해 33지역을 특구로써 제1차 지정함.
- 종합특구제도는 국제 경쟁력의 강화(국제전략 종합특구)와 지역 활성화(지역 활성화 종합특구)를 위한 포괄적/선도적 시도에 대해 규제의 특례나 세무 및 재정/금융조치 등의 종합 지원을 하기 위한 것임.
- 삿포로콘텐츠 특구는 아시아의 콘텐츠산업 거점 도시를 목표로 영화/방송 프로그램 제작시 로케이션 촬영 허가의 규제 완화와 해외 로케이션 촬영비용을 지원하는 원스탑 통일 창구 설치를 목표로 하고 있음.

○ 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드 부흥 캠페인

- 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드 부흥 캠페인은 2011년 예산 2차 추경 11억 엔, 3차 추경예산 1억 엔으로 집행됨.
- 동일본지진으로 실추된 일본 음식, 관광, 제품 등에 대한 신뢰성을 회복하기 위해 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드의 부흥 캠페인을 실시.

▌그림 4▌ 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드 부흥 캠페인

3. 각부처별 쿨재팬 추진대책

총무성의 쿨재팬 전략

○ 각종 이벤트를 활용한 콘텐츠 해외 발신

- ATP상 텔레비전 그랑프리(주최 전일본 텔레비전프로그램 제작사연맹(ATP))는 TV프로그램 제작사 각 사의 제작 의욕고취와 제작 능력 향상 및 상호 교류를 도모해 더욱 텔레비전 산업의 발전에 기여하는 것으로 목적으로 함.
- 해외에서 높은 평가를 받을 수 있는 개성적인 연출 프로그램을 표창하며 총무성, 경제산업성, 일본방송협회, 일본민간방송연맹이 후원함.
- 1984년 창설되어 올해로 28회를 맞이했으며, 2007년부터 “JAPAN국제콘텐츠페스티벌(코페스타)”의 공식 이벤트로서 개최되고 있음.
- 2011년에는 10월20일 롯폰기 힐즈에서 개최됨.
- 국제드라마페스티벌 in TOKYO (주최: 국제드라마페스티벌 in TOKYO 실행위원회)는 일본 드라마의 해외 발신 기회 확대, 국제 경쟁력 향상을 도모하기 위해서 2007년부터 개최하고 있음.
- 2011년으로 5회째를 맞이한 국제드라마페스티벌 in TOKYO는 일본민간방송연맹, 주요 민간방송국, NHK, 영화사업자, 권리자단체 등으로 구성된 실행위원회가 주최하며, 총무성과 경제산업성이 공동으로 추진하고 있음.
- ‘국제드라마페스티벌협의회’가 운영하며 국제드라마페스티벌이 글로벌 콘텐츠

마켓으로서의 역할을 할 수 있도록 해외 이벤트와의 연계, 해외 콘텐츠 견본시에 출전 등을 실시하고 있음.

- 도쿄TV포럼(주최: 전일본 텔레비전프로그램 제작사연맹(ATP))은 ATP가 새로운 해외 비즈니스 기회 창출을 위해 지진 복구 등을 테마로 한 다큐멘터리의 국제 공동 제작을 위해 비즈니스 매칭이벤트를 2011년12월 개최했음. 총무성, 경제산업성, 외무성, 지적재산전략본부 등의 후원함.
- Asian Side of the DOC(ASD) in Tokyo(주최: Sunny Side of the DOC)는 유럽에서 22년 전에 설립된 프로그램 마켓 'Sunny Side of the DOC'가 모체로 다큐멘터리 분야에서의 국제공동제작의 비즈니스 매칭을 목적으로 개최함.
- 최근에는 구미 지역과 신흥 지역의 교류에 중점을 두고, 2010년부터는 'Asian Side of the DOC'라는 타이틀로 제1회(2010년)는 홍콩, 제2회(2011년)은 서울에서 개최되어 매회 세계에서 약 500명의 미디어 관련자가 참가함.
- 2012년3월19일~22일 까지 도쿄에서 개최될 예정됨.

○ 텔레비전 국제방송의 개요

- 세계 각국에서 텔레비전을 통해 대외 정보발신을 강화하는 움직임이 활발히 되고 있는 가운데, 일본에서도 2009년2월부터 'NHK월드 TV'가 외국인을 위한 24시간 영어 방송으로 리뉴얼됨.
- 일본의 문화, 산업 등의 최신 동향을 해외에 소개해 일본에 대한 정확한 인식을 키우는 동시에 국제 친선의 증진 및 외국과의 경제 교류의 발전 등을 도모함.
- 방송법에 의거해 요청 방송에 관련된 비용에 관해서는 67조의 규정에 의거해 정부가 부담하고 있음(2011년 예산액 24.5억 엔)

▌그림 5▐ 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드 부흥 캠페인

외무성의 쿨재팬 대책

현지 관계 기관간의 연계: 현지 테스크 포스 설립

- 서울, 상해, 홍콩, 하노이, 싱가포르, 뉴델리, 뉴욕, 로스엔젤레스, 상파울로, 파리, 런던, 자카르타, 방콕 등 13개 주요 도시에 쿨재팬 해외중점 거점을 설치/운영 중.

❙그림 6❙ 쿨재팬을 활용한 일본 브랜드 부흥 캠페인

문부과학성의 쿨재팬 관련 주요 사업

주요실시 사업 실적

- 문화예술의 해외 발신거점구축사업(2011년도 신규사업, 27단체를 채택): 아티스트 인 레지덴스 등에 지원함.
- 미디어예술제 해외전 : 2011년9월10일~10월2일까지 독일에서 미디어예술제 개최
- 요코하마 트리엔나레(Yokohama International Triennale of Contemporary Art) 2011 : 2011년 8월6일~11월6일까지 요코하마 미술관등에서 '요코하마 트리엔나레 2011' 개최.
- 동아시아공생회의 : 2011년 12월 13일과 14일 양일에 걸쳐 도쿄에서 '동아시아공생회의'를 개최함.
- 세계 문명 포럼: 2012년 2월 6일과 7일 도쿄프린스호텔에서 '세계 문명 포럼'을 개최함.

향후 실시 예정 사업

- 런던올림픽에서의 홍보 활동 : 2012년 7월27일~8월12일까지 영국 런던에서 런던올림픽의 JOC 재팬하우스에서 일본의 매력을 홍보할 예정임.

- 미디어예술제 : 2012년 2월24일~3월4일 도쿄국립신미술관에서 '미디어예술제'를 개최할 예정
- 동아시아문화교류추진프로젝트 : 2012년 신규 사업으로는 '동아시아문화교류추진프로젝트'를 추진할 예정

그 외 주요 관련 사업

- 중일영상교류사업 : 개막이벤트(일본영화/텔레비전 주간, 일본 애니메이션/페스티벌)을 2011년 6월 중국(북경, 상해)에서 개최하고, 일본애니메이션 페스티벌을 2011년 11월 중국 상해에서 개최함.
- 일독교류 150주년기념 이벤트 '평화의 빛 메시지'를 2011년 9월8일~10일 까지 독일에서 개최함.
- 한일교류축제 2011 in Tokyo : 2011년 9월30일~10월2일 도쿄 롯폰기힐즈에서 개최
- Japan/Indonesia 팝컬쳐 페스티벌 : 2012년 3월1일~3일 개최 예정
- 살롱드 루블 2012에서 '일본의 해'사업 : 2012년 3월16일~19일 프랑스 파리에서 개최 예정
- '일미사쿠라기증 100주년'을 맞이해 일본의 현대 팝컬쳐 발신 사업을 2012년 3월 미국 워싱턴에서 추진할 예정임.

문화예술의 해외발신거점 구축사업의 개요

- 사업의 취지/목적 : 이문화 교류를 담당하게 될 외국인 예술가를 적극적으로 받아들이고 국제적인 문화예술창조 등 각 지역에서 전개하고 있는 특색 있는 국제 문화교류사업(아티스트 인 레지던스 등)을 정부에서 강력히 지원함으로써 일본 각지에 문화 창조와 국제적 발신 거점을 구축.
- 보조대상사업으로는 "아티스트 인 레지던스사업(외국인 예술가를 초청해 실행하는 체재형 예술창조지원프로그램(이른바 아티스트 인 레지던스 프로그램)" 및 이 프로그램에 부수적으로 실시되는 "외국인 연구자/예술인을 초청해 실시하는 체재형 일본문화예술의 연구지원프로그램", "초청한 외국인예술가가 실시하는 창작 작품의 전시회", "공동창작활동", "워크샵", "강연회", "세미나", "심포지엄" 등임.

[문화청 미디어예술제] 개요

- 사업의 취지/목적: 미디어예술제는 우수한 미디어 작품을 표창함과 함께, 이것을 감상할 수 있는 기회를 제공함으로써 미디어예술 창조와 그 발전을 도모함으로써 일본 문화 향상과 진흥에 기여하는 것임.

- 4부문(아트, 엔터테인먼트, 애니메이션, 만화)으로 나뉘어 우수한 작품을 선정하고, 문화청 미디어예술제 상을 표창함. 또한 수상 작품을 각 부문의 특징을 살려 전시/상영하고, 해설, 실연(demonstration) 등을 실시함.

[문화청 미디어예술제 해외전] 개요

- 사업의 취지/목적: 일본의 미디어예술의 해외홍보 강화를 위해, 문화청 미디어예술제 해외전을 개최함으로써 일본의 뛰어난 작품을 소개함과 동시에 해외에서 평가를 받음으로써 일본 미디어 예술 발전에 기여하는 것.
- 문화청 미디어예술제의 수상 작품을 중심으로 만화, 애니메이션, 게임, 관객참여형 아트(Interactive art), 웹게임 등 일본 최첨단의 미디어예술작품을 종합적으로 전시/상영하고, 해설, 실연 등을 실시함으로써 최신 일본 미디어예술을 소개하고 문화청 미디어예술제에 관한 홍보도 함께 실시함.

[Yokohama International Triennale of Contemporary Art] 개요

- 요코하마트리엔날레는 3년 만에 개최되는 국제예술 페스티벌로 2011년 8월6일~11월6일까지 요코하마 지역에서 개최됨. 본 사업은 문화청의 [국제예술페스티벌지원사업]의 하나로 2억 엔의 지원금을 받음.
- [국제예술페스티벌지원사업]은 일본에서 개최되는 핵심적인 국제예술페스티벌에 대한 전략적 중점적 지원을 통해, 문화예술의 세계적 거점으로 육성함으로써 일본 문화예술의 수준 향상을 도모함과 동시에 뛰어난 문화예술의 해외 정보 발신을 강화해 세계 문화예술 수준 향상에 공헌하는 취지로 설립됨.
- 2011년은 333,739명을 동원했고, 그 중 유료 입장자는 250,693명이었음.

2011년 [동아시아 공생 회의] 개요

- '동아시아 공생문화의 육성 ~ 동아시아의 공생을 실현시키기 위해서~'라는 테마로 동아시아 각국이 공생하는 미래를 위한 이념을 정립하기 위해 동아시아 각국의 문화인, 예술가, 학식경험자, 그 외 문화에 관련된 사람들이 한 자리에 모여 회의를 개최함으로써 동아시아 각 국의 문화예술관계자 상호 네트워크를 강화하고 세계적인 공생에도 공헌하는 메시지를 동아시아에서 발신하는 것을 목적으로 함.
- 2011년 12월 13일~14일까지 도쿄에서 개최된 본 행사는 [동아시아민속예술공연]과 '재해와 문화', '동아시아 의식의 현재와 공생 과제'를 테마로 한 2개의 섹션으로 나뉘어 진행됨.
- [민속예술공연]에는 약 400명이, 각 토론 섹션에는 약250명이 참가함.

[세계 문명 포럼 2012] 개요

- 가치관과 기술이 급변하고 있는 21세기에서 현 세대는 '세대간 공정'에 배려할 책무가 있음. 이 세대간 공정을 실현하기 위해서 '이번 동북대지진을 포함해, 21세기에 우리들은 어떤 지구환경과 경제사회의 모습을 목표로 삼을 것인가?', '이것에 필요한 인간력을 양성함에 있어서 문화예술은 어떤 역할을 할 수 있는가?'를 서브테마로 세계 각국의 유식자들이 토론을 통해서 "완만한 합의(minimum consensus)"를 이끌어내는 방법을 모색함.
- "세대간의 공정을 실현하기 위해서"라는 테마로 2012년 2월6일과 7일 이틀 동안 개최됨.

[동아시아문화교류 추진 프로젝트 사업] 개요

- 세계 성장의 원동력임과 동시에 많은 과제를 안고 있는 동아시아지역의 문화교류를 통한 상호 이해의 증진, 이질성의 수용, 신뢰감의 심화, 공생을 위해 다양한 문화를 존중하면서 동아시아의 새로운 공존 모습을 모색하고 이것을 세계로 발신하는 것을 목적으로 함.
- 구체적으로는 동아시아 각 국의 문화인, 예술가 등이 한 자리에 모이는 [동아시아공생회의], 한중일 3개국에서 [동아시아공생문화도시]를 정하는 다양한 문화활동/예술활동을 개최하기 위한 준비사업을 실시함으로써 동아시아 지역에서의 문화교류/인적교류를 한 층 더 강화함으로써 장래를 향한 이 지역의 연대감과 문화적 공생과 창조에 기여할 취지에서 추진됨.
- 2012년 예산액은 1억6백만 엔으로 책정됨. [동아시아공생문화도시(가칭)]는 매년, 한중일 3개국 내에서 [동아시아공생문화도시]를 정하고, 해당 도시에서 동아시아 각국의 문화인/예술가가 참가하는 다양한 문화활동/예술활동을 개최해 3국을 비롯한 동아시아 각국에서 [동아시아공생문화도시] 프로젝트를 전개함.
- [동아시아공생문화도시]에서 다양성과 융합을 축적함으로써 문화 공동체의 기초를 창조함. 구체적으로는 한중일 3국을 돌면서 [동아시아공생문화도시] 한 곳을 정하거나, 또는 매년 한중일 각국에서 각각 [동아시아공생문화도시] 한 곳을 선정함.
- [동아시아공생문화도시]의 선정 방법은 아직 결정되지 않았지만, 각국 정부가 각국 국내위원회의 의견을 청취해 선정하고 한중일정상회담에서 승인하는 방안이 검토되고 있음.
- [동아시아공생문화도시]에는 해당 년도에 다양한 문화사업을 집중적으로 실시, 문화 사업추진의 코어 기간은 한 달 정도로 잡고 있음. 한중일 3개국은 무대 예술의 공연단 파견, 미술전의 실시, 대중예능, 오케스트라의 파견, 영화 상영회 등을 타국에서 실시하고 자국 내에서의 PR 등을 통해 상호 협력. 향후, ASEAN

각 국의 참가를 얻어 실시하는 것을 목표로 함.

농림수산성의 쿨재팬 전략

농림수산물/식품 수출 확대 방안

- 2011년 11월25일 농림수산물/식품 수출전략검토회에서 [농림수산물/식품 수출 확대 방안] 논의/정리함.
- (2020년※)농림수산물/식품의 수출액 1조엔 실현: ※목표달성 시기는 [일본 재생 기본 전략](2011년12월24일 개최)에 따름

전략 1 원자력발전소 사고에 따른 영향 대책

- 생략

전략 2 국가 전략적 마케팅

- 외국과의 경쟁에서 승리하기 위해, 품목/국가별 특성/상황에 맞추어 명확한 전략에 근거한 최적의 마케팅 체제/수법을 구축
- 1. 재팬 브랜드의 확립과 수출 촉진 체제의 정비
  - · 품목별로 재팬 브랜드를 확립해 국내외에서 마케팅 체제 정비
  - · 각국가별 베스트 액션플랜 마련

2. 일본이기 때문에 가능한 스토리 중시
   - · 확실한 품질, 상세한 제조법 등
   - · 문화를 연상시키는 포장/디자인

3. 사업자지원의 충실, 지원 체제 강화
   - · 작은 부분까지 신경을 쓴 사업자를 지원함과 동시에, JETRO 역할을 강화시켜 현지 네트워크와 노하우 축적을 살린 계속적인 지원 체제 구축, 해외 각국정부와 지역에 안전 정보의 발신/규제 완화의 강력한 대응

전략 3 비즈니스로서의 수출을 지원하는 시스템 만들기

- 수출 비즈니스를 성장 산업으로서 육성해 가기 위해서 펀드 창설, 산업계의 기술과 노하우 축적 활성 등의 수출을 지원하는 스킴 구축

1. 펀드 창설 등 수출 지원 스킴 구축
   - · 유망한 프로젝트에 리스크머니를 공급하는 펀드 창설
   - · 산업계의 기술과 노하우 축적을 농림수산물/식품 수출에 한 층 더 활용

2. 수출 확대/고도화를 위한 비즈니스 모델 구축
   - · 상기 시스템을 활용해 E커머스를 통한 수출 등, 수출 가능성을 넓히는 새로운 비즈니스 모델을 구축해외 각 정부와 지역에 안전 정보의 발신/규제 완화의 강력한 대응

전략 4 확실한 안전성/품질의 확보와 무역 실무차원에서 리스크 등에 적절하고 확실한 대응

– 안전 신화에 안주하고 있었던 기존의 자세에서 탈피해 안전성과 확실한 품질을 확보해 신뢰 회복

1. 글로벌 스탠다드 추구
   · HACCP와 GLOBAL.A.P 등 해외에서 통용되는 안전/품질 관리 체제구축추진
2. 재팬 브랜드 보전/ 향상
   · 지적재산 보호 컨소시엄 활용 등으로 상표권 등 침해에 엄격히 대응
3. 무역 실무 상의 리스크에 대응
   · 재외 공간의 농무/식품 담당을 충실하게 정비하는 등, 통관과 검역에 관한 개별 안건에 신속하게 대응할 수 있는 체제 구축해외 각 정부와 지역에 안전 정보의 발신/규제 완화의 강력한 대응

○ 전략 5 해외에서의 일본 음식문화 발신

– 상품을 파는 것뿐만 아니라 일본의 식품화도 함께 홍보해, 우수한 점을 세계에 보급, 식재료 수출 확대를 노림

1. 세계무형유산에 등록
   · 일본 식문화의 세계 무형유산등록을 위해, 정부와 관계자가 손잡고 추진
2. 관광 등 다른 분야, 타산업과의 연계
   · 일본 방문사업 등과의 연계, 다른 콘텐츠 등과 함께 일본식/일본 식재의 매력을 강력하게 어필
3. 문화 발신기능의 강화
   · 재외 공관 등과 JETRO등이 연계해서 해외에서 일본 식문화 발신을 추진
4. 세계에 자랑할 수 있는 인재 표창/육성
   · 요리사와 농업자 등 식문화를 담당하고 있는 사람들을 나라에서 표창
   · 일본식을 담당하는 해외 인재를 육성

○ 일본 식과 농림어업 재생을 위한 기본 방침/행동 계획

– 국산 농림수산물/식품의 수출 전략 재정비

– 지리적 표시의 보호제도 도입 : 일본의 고품질 농림수산물에 대한 신용을 높이고, 적절한 평가를 받을 수 있도록 지리적 표시 보호제도를 도입함.

■ 국토교통성의 쿨재팬 대책 ~관광객 등의 Inbound 촉진에 관해서~

○ 동북지진 이후 큰 폭으로 줄어든 외국 관광객 수요 환기

– 그 동안 꾸준히 증가해 오던 외국인 관광객 수가 동북 대지진과 원자력발전소 사고로 인해 크게 줄어듦.

– 동북 지진이 발생한 2011년의 월별 데이터를 보면, 1월 71.4만 명으로 전년 같은 기간 대비 11.5% 증가, 2월 67.9만 명으로 전년 대비 2.2% 증가한 반면, 지진이 발생한 3월은 35.3만 명으로 50.3%나 감소함.

– 3월 이후의 움직임을 보면, 4월 29.6만 명(62.5% 감소), 5월 35.8만 명(50.4% 감소), 6월 43.3만 명(36.1% 감소), 7월 56.1만 명(36.1% 감소), 8월 54.7만 명

(31.9% 감소). 9월 53.9만 명(24.9% 감소), 10월 61.6만 명(15.3% 감소)로 6월을 피크로 감소 경향이 둔화되고 있지만, 여전히 외국 관광객이 감소하고 있는 것이 현실임.

▌그림 7▌ 방일외국인 여행자 수의 추이

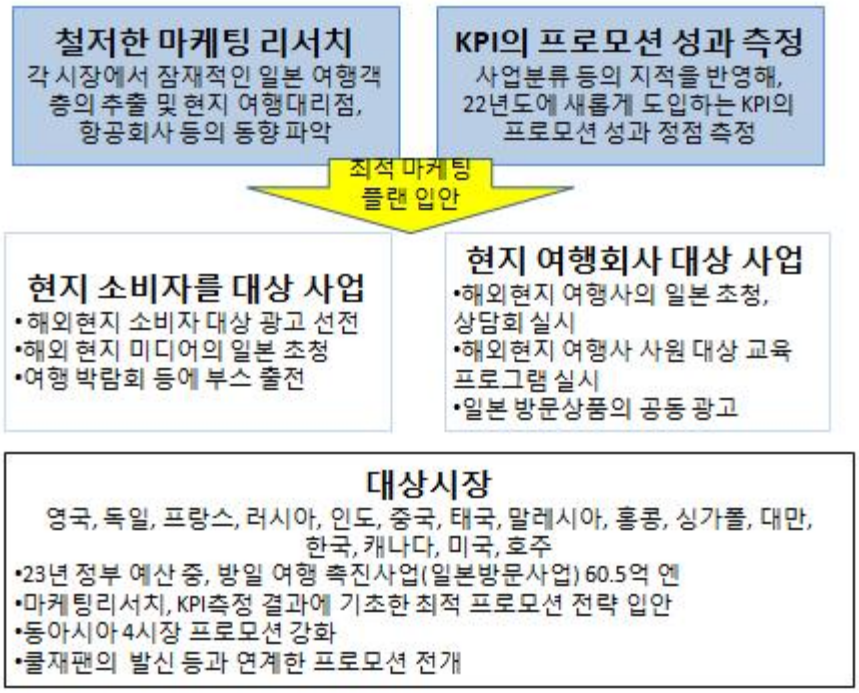
※ 주의 : 2011년1월~9월 수치는 잠정치, 10월~11월 수치는 추정치

- 2010년 일본을 방문한 외국인의 국적별로 살펴보면, 한국인이 244만 명으로 전년보다 53.8% 증가했고, 그 다음은 중국으로 141만 명으로 전년 대비 40.5% 증가, 대만 127만 명으로 23.8% 증가, 홍콩 51만 명으로 13.1%의 증가를 보임.
- 동북지진이 발생하기 이전에는 순조롭게 아시아 지역을 중심으로 한 외국인 관광객이 증가하고 있었음을 알 수 있음.

O 방일 외국인 3,000만 명 프로그램 (방일 여행 촉진 사업)

- 앞으로 방일 외국인 3,000만 명이라는 목표 달성을 위해, KPI(Key performance Indicator)의 측정 결과에 기초한 최적의 마케팅 플랜을 구축하고 선택과 집중을 통한 효과적인 해외 프로모션을 전개할 예정.
- KPI(Key performance Indicator)란 광고효과 등에 관한 객관적 지표를 말함.

▌그림 8▌ 방일 여행 촉진 사업



4. 쿨재팬 관련 정부 예산(안)

○ 2012년도 쿨재팬전략관련 정부예산안의 규모는 약 259억 엔임.

- 2003년도 추경예산 등을 포함하면 약 368억 엔임.
- 2011년도 예산액은 약 244억 엔이었음.

부처명	사업명 또는 사업개요	일반회계	특별회계
내각관방	쿨재팬을 활용한 일본브랜드 부흥캠페인		300만 엔
총무성	콘텐츠유통 촉진사업	4억3천만 엔	
	국제공동제작을 통한 지역콘텐츠 해외진출 관련 조사연구	8천100만 엔	
	국제방송의 추진	33억 9,800만 엔	
	정보통신기반 재해복구사업		9억1,400만 엔
외무성	콘텐츠 규제완화 및 콘텐츠침해대책 등에 대해 한일경제관계협의시 관계경비	600만 엔	
	중일경제파트너십협의(콘텐츠관련)	100만 엔	
	재외공관을 통한 일본문화발신	2억 3,100만 엔	
	쿨재팬 발신관련사업	1,300만 엔	
	대형문화사업을 통한 일본문화발신	6,800만 엔	
	TV프로그램 해외방송국 소개	국제교류기금 운영비에 포함	
	위조품 거래 방지에 관한 협정	1,300만 엔	
재무성	위조품 거래 방지에 관현 조약 참가촉진	200만 엔	
문부과학성	국제공동제작 영화지원사업	2억 엔	
	미디어예술제 등 사업	3억 7,700만 엔	
	국제경기대회 정보네트워크 구축지원사업	5천만 엔	
	국제예술페스티벌 지원사업	8천만 엔	
	예술가/문화인 등을 활용한 문화발신추진사업(문화교류사의 파견등)	7천 600만 엔	
	문화예술의 해외발신 거점구축사업	1억 4,500만 엔	
	동아시아 문화교류 추진프로젝트	1억 600만 엔	
	해외영화제 출품등 지원사업	7천 200만 엔	
	문화유산을 활용한 관광진흥/지역활성화 사업	58억 1,100만 엔	
	피해문화제의 복구등		37억 3,900만엔
	국제문화네트워크 구축 및 문화다양성 ㅎ보호 및 촉진 대책	2,300만 엔	
	신진예술가의 해외연수	4억 1,900만 엔	
	청년 애니메이터 등 인재육성사업	2억 1,500만 엔	
	성장분야등 핵심 전문인력 양성의 전략적 추진	4억 7,900만 엔	
	해외미디어예술크리어에터 등 초청사업	1,600만 엔	
	차세대를 짊어질 어린이의 문화예술체험사업	45억 300만 엔	
	미디어예술정보거점/콘소시엄 구축사업	1억 5,700만 엔	

농수성	동아시아식품산업 해외진출지원사업	7천 600만 엔	
	농산물등 수출회복사업		2억 3,800만 엔
	수출확대 리드사업	3억 1,800만 엔	
	수출확대 리드사업	9억 1,200만 엔	
	식과 지역 교류촉진대책 교부금	13억 6,400만 엔	
	지역브랜드 활용 관광촉진사업	1억 1,800만 엔	
	중국 쌀수출 확대를 위한 환경조성사업		3천 100만 엔
경제산업성	콘텐츠산업 강화대책 지원사업	9억 3,400만 엔	
	쿨재팬전략 추진사업	9억 1,800만 엔	
	무역원활화 사업비 보조금	10억 엔	
국토성	방일여행 촉진사업	42억 9,700만 엔	