

JAPAN

일본 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『일본콘텐츠산업 2012년 결산』

◎ 작성취지

- 2012년 일본의 콘텐츠산업은 동일본대지진이 발생했던 2011년보다 전체적으로 증가할 것으로 전망됨.
- 공기관 및 민간조사업체가 발표한 각종 통계자료를 토대로 2012년 일본콘텐츠산업과 트렌드를 진단하고 정리하고자 함.
- 이를 통해 일본 콘텐츠산업과 트렌드에 대한 최신 흐름을 체계적으로 이해함으로써 국내 콘텐츠기업의 일본진출전략 및 사업수립에 도움이 되고자 함.
※출처 : 「닛케이 엔터테인먼트」(2013년 1월호), 오리콘 통계자료 등 기타 관련자료 등을 참고

◎ 작성순서

- 1.방송 2.영화 3.음악
- 4.출판 5.애니메이션 6.게임

1. 방송

■ 방송산업 현황

○ 지상파 방송시장은 회복세

- 일본민간방송연맹 연구소에 따르면, 2012년도(2013년 3월기) 일본지상파 방송의 영업수입은 동일본대지진이 발생했던 2011년도보다 다소 회복될 전망이다. TV는 1.6%(127사) 증가, 라디오는 1.3%(99사) 감소를 예상.
- 한편 2012년도 위성방송인 BS의 영업수입은 광고방송을 주로 하는 BS 6사의 TV영업수입 합계는 623억 엔 정도(전년도 대비 11.8% 증가)로 예상.
- NHK는 2012년도 사업수입이 6,490억 엔이며 이는 2011년도의 6,604억 엔

보다 1,143억 엔이 감소한 수치임. 이렇게 감소한 주요 원인은 2012년 10월 수신료를 기존 월 1,345엔에서 120엔을 인하해 1,225엔(계좌 및 카드)으로 했기 때문임.

【표 1】 지상파TV, 라디오 영업수입전망

		2011년도(실적)	2012년도(예측)	2013년도(예측)
TV	영업수입 합계	-0.4	1.6	1.7
	스팟 합계	-0.6	2.5	2.5
라디오	영업수입 합계	-0.1	-1.3	-1.2
	스팟 합계	-2.5	-2.8	-2.0

출처: 일본민간방송연맹

【표 2】 주 동경 민방 키 스테이션의 매출액

	2011년 4월-9월	2012년 4월-9월
니혼TV(영업수입)	1,245억 엔	1,344억 엔
TBS(매출)	1,003억 엔	1,060억 엔
후지TV(매출)	1,604억 엔	1,643억 엔
TV아사히(매출)	980억 엔	1,067억 엔

주) 니혼TV는 2012년 10월 1일부로 니혼테레비 홀딩스주식회사로 사명을 변경

출처: 각사 홈페이지

○ 2012년 방송계 주요 동향

- 2011년 3월 동일본 대지진의 여파로 연기되었던 후쿠시마현, 미야기현, 이와테현 3현의 지상파아날로그 방송이 2012년 3월 31일로 디지털로 전면 전환되었음. 이로 인해 일본 전국 지상파방송의 디지털전환이 완료됨.
- 2012년은 새롭게 BS채널이 증가했고 SNS와의 제휴등 디지털 디바이스의 보급에 따른 대책으로 분주한 1년이었음.
- 2012년 3월에 BS에 7개 채널이 본방송을 실시함으로써 총 31채널이 되었음. ‘깊고 좁은’ 지상파와의 차별화된 편성전략으로 최근 시청자의 니즈를 반영 관심이 확대되고 있음.
- 위성방송 등을 운영하는 스카파 그룹은 이전 BS, CS, 광섬유로 전송로별

- 로 방송서비스 명칭 및 내용이 달랐음. 이것을 2012년 10월에 서비스 명칭을 ‘스카파’로 통일했음. 이로 인해 이용자에게 보다 알기 쉽고 가입도 수월해졌음.
- ‘인터넷 시대의 TV’라는 관점에서 2012년은 분수령이었음. 2012년 4월에 후지테레비와 구글은 콘텐츠 파트너십 계약을 체결했음. TBS 및 TV아사히에 뒤쳐진 지 3년째, 후지TV는 2012년 4월 이후 유튜브 상에 잇따라 채널을 개설했음.
 - 또한 2012년 10월에는 후지TV는 ‘CG 아나운서’를 기용하는 등 디지털 전개를 중시한 편성개편을 추진, 인터넷 유저를 끌어들이려는 전략임.
 - 런던올림픽과 관련 NHK온디맨드가 약 250시간에 걸쳐 TV방송과 인터넷 독점 중계를 포함, 모든 종목을 전송했음. 태블릿 단말의 보급으로 온디맨드 분야는 꾸준히 늘어나고 있어 인터넷 시대의 올림픽중계의 시금석이 되었음.
 - 2012년 10월 1일부로 지상파방송국인 니혼TV가 니혼TV홀딩스 주식회사로 전환했음. 니혼TV홀딩스 주식회사는 방송사업으로는 산하에 니혼TV방송망주식회사, BS니혼, CS니혼을 두고 있음.
 - 니혼TV홀딩스 회사는 그밖에 영상소프트 기업인 ‘밥’, 음악사업의 ‘일본테레비음악’도 자회사로 함. 한편 애니메이션 제작의 ‘매드하우스’, 웹/휴대사업의 ‘포어캐스트커뮤니케이션즈’는 니혼테레비 방송망의 자회사가 됨. 또한 영화사인 ‘닛가츠’, 영화 및 애니메이션 제작출자회사인 ‘D.N드림파트너즈’ 등도 니혼테레비방송망의 관련회사가 됨.
 - 지상파방송국은 최근 기존 방송사를 지주회사로 하고 이를 축으로 지상파방송국, 위성방송국, 케이블방송국을 통합·운영하는 움직임을 강화하고 있음. 도쿄 키 스테이션 가운데 이미 후지TV와 TBS, TV도쿄는 지주회사로 전환한 바 있으며 TV아사히만이 종전과 변함없이 주식회사 체제에 머물러 있음.
 - 한편 NHK는 2012년 10월 1일부로 수신료 인하 조치를 단행했음. 이전 요금은 지상파 계약이 월 1,345엔, 지상파방송 포함 위성방송계약이 2,290엔이었으나 수신료 인하로 지상파 계약이 1,225엔, 위성계약 2,170엔이

됨. 수신료 인하조치는 2011년 10월에 발표된 ‘2012년~2016년도 NHK경영계획’에 따른 것으로 국회에서 승인을 받음.

○ TV아사히의 대약진

- 시청률 경쟁에서 TV아사히의 대약진이 두드러진 한 해였음. 2012년 4월, TV아사히는 개국 이래 처음으로 월간 시청률 3관왕(프라임타임, 골든타임, 종일)을 차지했음. 이런 기세는 3개월간 지속되어, 2012년도 일사분기 3관왕을 획득.
- TV아사히는 2012년 연간시청률이 프라임타임(오후 7시~11시)에서 평균시청률 12.5를 기록해 1959년 개국 이래 처음으로 1위를 획득했음.
- 골든 타임(오후 7시~10시)은 12.2%로 개국 이래 처음으로 2위를 차지. 종일(오전 6시~심야 2시)은 7.7%로 41년 만에 네 번째 2위를 차지했음.
- 2004년부터 2010년까지 후지TV가 3관왕, 2011년 니혼TV가 3관왕등 후지TV와 니혼TV의 양강구도가 오랫동안 이어졌으나 여기에 TV아사히가 가세해 3강 구도가 될 전망이다.
- TV아사히의 약진의 배경은 ‘전방위적인 축제형 타임 테이블’ 임. 독점 방송권을 가진 축구 및 피겨스케이팅등 강력한 스포츠 프로그램을 갖고 있는 것을 비롯 인기 드라마 ‘파트너’, 버라이어티의 빈번한 특집구성 등으로 항상 축제분위기가 느껴졌음.
- 이에 인접한 뉴스프로그램도 영향을 받아 시청률이 높아진 점도 전체적인 시청률 상승에 기여했음.
- 아울러 TV아사히는 2011년 7월 디지털 전면전환에 따라 채널번호가 10에서 5로 변경된 점도 인지도 상승으로 연결되었음. 아울러 개국 55주년을 맞이해 대형 드라마 및 버라이어티의 특집, 3월의 야구 WBC, 4월의 피겨스케이팅 국가별 대항전, 여름의 세계 수영대회 등을 통해 시청률 확보 전략을 강화한다는 방침임.

○ 연속 드라마에서 NHK가 강세

- 비디오 리서치사는 2012년 12월 31일 방송된 ‘제 63회 NHK홍백노래 대항전’ 이 전반 33.2%, 후반 42.5%를 기록. 5년 연속으로 후반 40% 이상을 기록한 동시에 축구 월드컵 아시아 최종예선 호주전(6월 12일 방송, TV아사히)의 35.1%를 넘어 2012년에 방송된 프로그램 가운데 연간 시청률 1위를 차지함.
- 연간드라마시청률 랭킹에서 지금까지는 밤에 편성되는 드라마를 중심으로 랭킹이 결정되었으나 이번에는 NHK의 아침 드라마가 강세를 보임(이하의 표를 참조).
- 연속드라마 시청률 1위를 차지한 것은 NHK 아침TV소설 드라마인 ‘우메짱 선생’ (20.7%)임. 이어 2위와 4위도 모두 NHK 아침TV소설이 차지.
- 2년전 ‘계계계의 여보’ 가 평균 시청률 18.6%를 차지하면서 아침TV소설 드라마에 대한 인기가 부쩍 높아짐.
- ‘우메짱 선생’ 의 주인공은 지금까지의 히로인 이미지와는 다른 내성적인 성격임. 그럼에도 꾸준하게 남편과 가정을 뒷바라지하는 모습이 시청자의 공감을 샀음. 아울러 종전직후의 도쿄 가마타를 재현한 거대 오픈 세트도 현실감을 높여주었음.
- 동일본 대지진 부흥지원 프로젝트의 일환으로 기획된 동작품은 지진 및 액상화 피해가 컸던 이바라기현 다카하기시에서 크랭크인. 삼형제의 막내 우메코가 마을 의사가 되어 전후 미군 점령기부터 고도경제성장기까지를 묘사한 작품으로 동일본대지진 이후의 부흥과 겹쳐 공감을 삼.
 - ※액상화란 지진 등에 의해 지반전체가 액체처럼 되는 현상을 말함.
- NHK 아침TV소설 ‘카네이션’ 은 ‘소화(昭和)시대의 여성상’ 을 지키면서 처자가 있는 남성애 사랑을 느끼는 주인공에 시청자는 친근함을 느낌.
- 카네이션은 패션 디자이너 고시노 세자매를 키워낸 고시노 아야코의 일생을 그린 작품임. 오사카를 무대로 장난꾸러기 같은 성격에 마을 축제를 무척 좋아하는 주인공이 엄격하지만 따뜻한 시선으로 3명의 딸을 키워내는 모습은 시청자의 공감을 샀음.

- 시청률 3위는 TV아사히의 ‘Doctor-X 외과의/다이몬 미치코’ (17.7%)가 차지. 프리랜스 의사가 늘고 있는 시대적 배경에 입각, 드라마해 성공.
- ‘Doctor-X 외과의/다이몬 미치코’ 는 천재적인 의료기술을 갖고 있으면서 조직에 속하지 않고 프리랜서로 병원을 오고가는 다이몬 미치코를 통해 의료 현장을 묘사했음.
- 1화부터 18.6%의 순조로운 출발을 보였고 7화에선 20.1%를 기록. 마지막 회인 8화는 2012년 민간방송드라마로써는 최고시청률인 24.4%를 기록.
- ‘Doctor-X 외과의/다이몬 미치코’ 의 여파로 12월 22일 방송된 요네구라 주연의 스페셜 드라마 ‘뜨거운 공기’ 도 18.6%를 기록.
- 그리고 TV아사히의 ‘파트너’ 의 강점은 리얼리티임. 드라마가 주목하는 것은 범인이 엽기적인 인간이 아니라 사회에 잠재된 구조적인 악이라는 점임. 이에 대처하는 관점은 이 드라마의 자부심임.
- ‘Doctor-X’ 및 ‘파트너’ 의 선전으로 TV아사히는 처음으로 월간 3관왕을 획득함.
- 2012년은 미국의 트렌드 처럼 상위에 랭크된 드라마는 대부분 형사드라마 및 미스터리가 많았음.
- 이번 연도의 특징 중의 하나는 시청률은 부진했어도 SNS에서는 화제를 모은 드라마가 나타났다는 점임. ‘리치맨과 푸어 우먼’ 및 ‘리걸 하이’ 등으로 두 드라마는 시청률에서는 저조했지만, 스마트폰 및 인터넷 유저에게는 호응을 받았음.
- 아울러 언제나 시청률 상위를 랭크되었던 NHK의 대하드라마 ‘다이라노 기요모리’ 사상 처음으로 한 자리수 시청률을 기록한 점도 특징이었음. 일부러 화면을 흐리게 한 점, 베드신을 다용한 점 등 리얼리티를 소홀히 한 점 등이 시청률 부진의 원인으로 분석되고 있음.

【 표 3 】 2012년 연속 드라마 평균시청률 TOP 10 랭킹

No.	프로그램명	시간대	시청률
1	NHK, 연속TV소설 ‘우메짱 선생’	월~토 8시	20.7
2	NHK, 연속TV소설 ‘카네이션’	월~토 8시	19.1

No.	프로그램명	시간대	시청률
3	TV아사히, Doctor-X 외과의/다이몬 미치코	매주 목 21시	17.7
4	NHK, 연속TV소설 ‘순과 애’	월~토 8시	17.3
5	후지TV, PRICELESS~있을리 없지 그런 거!~	매주 월 21시	17.3
6	TV아사히, 파트너 시즌 11	매주 수 21시	16.8
7	후지TV, 열쇠가 잠긴 방	매주 월 21시	15.9
8	후지TV, 럭키 세븐	매주 월 21시	15.5
9	TBS, 일요극장 ‘ATARU’	매주 일 21시	15.4
10	후지TV, 스트로베리 나이트	매주 화 21시	15.3

출처: 비디오 리서치 관동지구 조사

- 드라마 시청률 1위, 2위를 랭크인 시킨 NHK 아침TV소설의 강세가 돋보임. 현재 방송중인 ‘순과 애’ 가 19.6%로 4위에 랭크인 된 점에서도 강세는 이어지고 있음.
- 민간방송드라마에서는 역시 TV아사히의 대두가 두드러졌음. 지금까지 ‘파트너’ 라는 고시청률 간판 프로그램이 동국의 드라마를 견인시켜왔으나 ‘닥터 X’ 의 예상을 뛰어넘는 약진으로 ‘TV아사히’ 의 스테이션 이미지는 더욱 상승했음.
- TOP 10의 내역을 보면, TV아사히가 2작품, 후지TV 4작품, TBS 1작품임.

【 표 4 】 2012년 작품별 드라마 시청률 TOP 10 랭킹(회 단위)

No.	프로그램명	시청률
1	NHK연속TV소설 ‘카네이션’ 제 97화	25.0%
2	NHK연속TV소설 ‘우메짱 선생’ 제 114화	24.9%
3	TV아사히, Doctor-X 외과의/다이몬 미치코 마지막회	24.4%
4	니혼TV, 24시간 TV드라마 스페셜 “휠체어로 나는 하늘을 날다”	23.8%
5	후지TV, 춤추는 대수사선 THE LAST TV 샐러리맨 형사와 최후의 난(難)사건	21.3%
6	TV아사히, 파트너 시즌 10/ 마지막회 특별확대 2시간 스페셜	20.5%
7	후지TV, PRICELESS~있을리 없지 그런 거!~ 제 8화	20.1%
8	TBS, 일요극장 ‘ATARU’	19.9%
9	NHK연속TV소설 ‘순과 애’	19.8%
10	“TV아사히 개국 55주년 기념 마츠모토 세이쵸 사망 20년 2주 연속 드라마 스페셜 뜨거운 공기 “	18.6%

출처: 비디오 리서치사

○ 버라이어티 평균시청률 랭킹

- 버라이어티 시청률은 상위를 석권한 것은 니혼TV임. 이의 뒤를 서서히 TV아사히가 추격하고 있는 상황임(아래 표 참조).
- ‘세계 끝까지 잇테Q’가 프로그램 사상 처음으로 시청률 연간 1위를 차지함. 2011년의 3위에서 1위로 부상함. 특히 9월 30일 개그맨 이모토의 매터호른 등장 특집은 20.8%의 시청률을 기록함.
- 일본에서 산악다큐멘터리 촬영으로는 정상급 팀이 투입됨. 기존 TV업계의 울타리를 뛰어넘을 수 있는 것이 니혼TV의 버라이어티의 강점임.
- 니혼TV가 버라이어티에 주력하는 이유 중의 하나는 드라마는 3개월이지만, 버라이어티는 이보다 훨씬 길기 때문임.
- 2011년 1위였던 ‘줄서는 법률상담소’는 3위로 하락했음. 메인 MC였던 신스케의 은퇴로 현재는 유명개그맨이 교대로 MC를 보고 있음.
- 15년 계속된 장수프로그램인 ‘춤추는! 산마 어전!!’은 2위로 도약했음. 2012년은 정상급 개그맨 아카시야 산마의 안정적인 진행이 재평가를 받은 결과라고 할 수 있음.
- 장수 프로그램이라면 19년째 방송되고 있는 ‘구루구루 나인티 나인’으로 시청률 4위를 기록함.
- ‘비밀의 겐민 SHOW’는 2011년 17위에서 11위로 급상승. 현재 지방의 트렌드 및 유행을 버라이어티 감각으로 소개해 특히 여성층의 지지를 얻고 있음.
- 여행을 선호하는 여성층의 니즈가 다른 현민의 시청동기를 유발시킴. 이의 배경에는 니혼TV의 원활한 지방 네트워크체제도 한 몫하고 있음.
- 니혼TV를 쫓고 있는 것이 TOP 10에 3개 프로그램을 진입시킨 TV아사히임. ‘만약의~’는 2011년 20위에서 8위로, ‘런던하츠’는 31위에서 10위로 수직상승함.
- 반면 버라이어티 프로그램에 강했던 후지TV는 TOP10에 하나의 프로그램도 진입시키지 못함. 이전 것을 리메이크(아이언 셰프)하려는 퇴보적 발상보다 얼리 어댑터를 사로잡는 도전적 발상이 필요한 때임.

- TV아사히의 ‘대개조 극적 비포어 애프터’ 는 2011년 50위에서 2012년에 28위로 급상승함. 집 전체를 개조하는 프로그램은 일본 오리지널 포맷임. 단순하게 집의 개조으로 끝나지 않고 여기에 가족 스토리가 훈훈하게 전제된 점도 인기요인임.
- 이전 ‘민방의 왕좌’ 로 까지 불리던 TBS는 50위 내에 4개 프로그램만이 랭크됨. 또한 TV도쿄도 고령자 대상의 온천과 여행과 요리 등에 특화된 프로그램에 안주하고 있는 느낌임.
- NHK가 오히려 버라이어티에서 두각을 나타내고 있음. 친근한 코미디언으로 유명한 츠루베씨를 기용한 ‘츠루베의 가족에 건배’ 가 9위에 랭크인 되었음. 츠루베씨가 사전 약속없이 ‘보통 사람’ 을 만나는 프로그램으로 시청자에게 파고들고 있음.
- 아울러 생활과학 버라이어티 ‘다메시테 갓텐’ (12.9%)도 600회가 넘는 장수프로그램으로 여전히 사랑을 받고 있음. 검증결과가 잘못 되었으면 나중에 제대로 정정하는 진지한 모습이 시청자에게 신뢰감을 주고 있음.

■ 표 5 ■ 2012년 버라이어티 프로그램 평균시청률 TOP 10 랭킹

No.	프로그램명	시간대	시청률
1	니혼TV, 세계 끝까지 잇테Q	매주 일 19시 58분	15.6
2	니혼TV, 춤추는 산마 어전!!	매주 화 19시 56분	15.0
3	니혼TV, 줄서는 법률상담소	매주 일 21시	14.9
4	니혼TV, 구루구루 나인티나인	매주 목 19시 56분	14.7
5	TBS, 핏탄코 칸칸	매주 금 19시 56분	14.4
6	니혼TV, 더 세계 경악 뉴스	매주 수 21시	14.3
7	TV아사히, 퀴즈 프레젠 버라이어티 Q사마!!	매주 월 20시	14.1
8	TV아사히, 만약의 시뮬레이션 버라이어티 해볼까!	매주 월 19시	14.0
9	NHK, 츠루베의 가족에 건배	매주 월 20시	13.9
10	TV아사히, 런던 하츠	매주 화 21시	13.4

출처: 비디오 리서치 관동지구 조사(2012년 1월 1일~11월 18일)

2. 영화

■ 2012년 극장용 영화 흥행

○ 극장흥행은 다소 회복

- 2012년도 극장 흥행은 2011년보다 회복되었음. 국내 연간 흥행수입은 작년보다 조금 증가한 1,950억 엔을 넘어설 전망이다.
- 2012년 영화계 특징은 일부 TV방송국주도 영화의 인기와 애니메이션의 새로운 전개로 요약할 수 있음.
- 2012년에도 ‘BRAVE HEARTS 우미자루’ 등과 같은 시리즈 영화 및 만화&애니메이션 등의 원작 영화가 강세를 보였음.
- 장기 불황 속에서 영화 관람료는 변함없이 1,800엔을 지불해야 하는 만큼, 관객은 ‘실패’ 하고 싶지 않음.
- 작품선택에 신중하게 되고 사전에 내용을 알 수 있는 시리즈물을 선호하는 경향이 강해지고 있음.
- 시리즈물 중에서 ‘BRAVE HEARTS 우미자루’의 흥행매출은 이전 작품이 80.4억 엔, 이번이 73억 엔을 기록함. 전작은 입장요금이 비싼 3D작품이었기에 관객동원 수는 이전 작품과 거의 비슷한 수준임.
- ‘우미자루’ 히트의 최대 요인은 구조활동의 스펙터클한 영상에 있음. 두 번째 작품에선 좌초한 대형 페리, 세 번째 작품에선 해상의 천연가스 플랜트, 그리고 이번 작품에선 동경만에 불시착한 점보 제트기를 무대로 하고 있음.
- 구조활동의 무대설정에 매회 신선함이 돋보이며 기대에 걸맞게 스케일감을 잘 살리고 있음.
- 반면 ‘춤추는 대수사선 THE FINAL 새로운 희망’은 전작이 73.1억 엔이었으나 이번엔 59억 엔으로 감소했음.
- 최대 문제점은 시리즈를 총괄하는 느낌이 약하다는 평가. 가령 ‘THE FINAL’이라고 하면서 주인공 아오시마 형사가 죽는 것도 아님.

- ‘ALWAYS 산초메의 석양 ‘64’ (흥행 11위)도 전작보다 흥행수입이 다
운. 중장년 관객이 많이 보는 영화라는 점에서 첫 3D영화라는 점이 그다
지 어필되지 못했음.
- 양화 시리즈물은 전반적으로 흥행이 감소했으나 그 중에서 ‘미션 임파
서블/고스트 프로토콜’ 만은 다소 상승했음. ‘톰크루즈가 크레몰린 폭파
의 용의자가 되어 쫓기는 신세가 된 점이 신선했고, 톰 크루즈가 세계 제
일의 초고층 빌딩을 기어오르는 장면, 톰 크루즈의 방일 등의 심플한 프
로모션도 어필되었음.
- “스마트폰과 트위터가 일반화된 상황에서 영화의 특징을 한 문장으로
표현하지 못하면 입소문을 타기 어렵다” 고 하는 시대임. 미션 임파서블
처럼 강인한 인상을 주면서 심플한 프로모션이 요구되는 상황임.
- 일본영화계를 놀라게 한 최대 뉴스는 ‘테루마에 로마에’ 의 흥행임. 흥
행에 성공한 최대 요인은 주인공 아베 히로시와 같은 서양인 얼굴형의
일본인이 고대 로마인을 연기하는 한편, 베테랑 배우인 평평한 얼굴의 사
사노 다카시 등이 일본인을 연기하는 캐스팅이 관객의 호기심을 자극한
결과임.
- 후지TV제작이지만, 대량 홍보에 의존했던 것이 아니라 반다이로부터 입
욕제, 우유비누 및 TOTO와 캠페인 등을 다양하게 프로모션을 전개하기
도 했음.
- TV CF는 주인공 아베히로시가 일본에 타임 슬립하는 스토리를 소개하는
버전부터 아베히로시가 화장실의 비데에 놀라는 버전 등이 소개됨.

■ 표 6 ■ 2012년 VS 2011년 흥행랭킹 10위 비교

순위	2011년		2012년	
	타이틀명	흥행수입	타이틀명	흥행수입
1	해리포터와 죽음의 비보(秘寶) 파트 2	95.1억 엔	BRAVE HEARTS 우미자루	73억 엔
2	캐러비안의 해적 생명의 샘	83.5억 엔	테루마에 로마에 쫓추는 대수사선 THE FINAL	59.8억 엔
3	고쿠리코 언덕에서	42.9억 엔	새로운 희망	59.5억 엔
4	트랜스포머 다크사이드 문	41.6억 엔	에반겔리온 신극장판 : Q	53억 엔~ 55억 엔

				(추정)
5	극장판 포켓몬스터 베스트 우잇슈 빅티니와 검은 영웅 제크롬/흰 영웅 레시람	41.4억 엔	미션 임파서블 : 고스트 프로토콜	53.8억 엔
6	훌륭한 가위놀이	37.3억 엔	늑대아이	42.2억 엔
7	GANTZ	34억 엔	바이오 하자드 V : 리트리뷰션	38.1억 엔
8	SP 혁명편	32.9억 엔	영화 도라에몬 노비타와 기적의 섬~애니멀 어드벤처~	36.2 억엔
9	명탐정 코난 침묵의 15분	30.5억 엔	극장판 포켓몬스터 베스트 위슈 큐레무 VS 성검사 케르디오	36.1억 엔
10	카스 2	29.6억 엔	어벤져스	36억 엔

출처 : 오리콘

주) 2011년 12월~2012년 11월 개봉작품을 기준

- 영화를 다양한 각도에서 프로모션함으로써 관객의 흥미를 끌었음.
- 오리지널 작품으로 크게 히트한 ‘늑대아이’는 미야자키 하야오 후계자로 꼽히는 호소다 마모루 감독의 작품으로 흥행수입 42억 엔을 기록함.
- 작품의 평판이 입소문을 타면서 엄마가 자식교육에 분투하는 모습, 자식의 성장과 독립을 탄탄하게 그린 휴먼 드라마적 요소를 바탕으로 비와 눈이 늑대와 인간의 모습으로 변신을 되풀이하는 장면은 귀여운 애니메이션 감각을 느끼게 함.
- 최대 영화배급업체인 도호가 배급을 맡아 이미 2012년 봄 이후의 애니메이션 라인업을 통해 사전에 홍보를 할 수 있었다는 점과 더불어 감독이 직접 쓴 원작소설이 문고판, 아동서적 판매 랭킹에 진입하는 등 개봉중에 베스트셀러가 됨으로써 서점의 홍보효과도 컸음.
- 일본 영화 가운데 주목받은 작품은 ‘루로니 검심’, ‘노보의 성’ 사극 액션임. ‘루로니 검심’은 칼싸움 장면, ‘노보의 성’은 전투 장면과 액션신이 영화의 매력포인트였음. 루로니의 경우 롱샷 촬영 및 3대의 카메라로 동시에 촬영함으로써 리얼감 및 스피드감을 강조했으며 노보에서는 인간드라마 부분을 이누도 잇신 감독, 액션부분을 히구치 감독이 분담. 잘 하는 분야를 공동으로 연출하는 방법으로 시너지효과를 냈음.

○ 신선미는 감소

- 흥행 작품의 신선미는 떨어졌음. 후지TV제작 도호 배급의 3작품이 일본 영화 극장흥행 베스트 3에 오를 전망이다.
- 그리고 ‘테루마에 로마에’와 ‘늑대아이의 비와 눈’를 제외하면 모두 시리즈물임. 매체의 대량홍보를 통한 일본영화 메이저 작품이 꾸준하게 흥행에 성공하고 외국영화 및 중규모 일본영화가 실패하는 구도는 더욱 선명해짐.
- 아래 표에서 알 수 있듯이 후지TV가 중심이 되어 제작한 3편의 작품 ‘BRAVE HEARTS’와 ‘테루마에 로마에’, ‘춤추는 대수사선’이 모두 극장 흥행 3위에 랭크된 점임.
- TV방송국 영화가 10년 이상 일본 영화계를 견인해왔으나 2012년에도 그 위상에는 변함이 없음. 다만 1998년 ‘춤추는 대수사선’의 영화화로 시작된 TV방송국 영화의 맹위는 2012년 ‘춤추는 대수사선 마지막’편이 상영되면서 종지부를 찍음. 양화의 경우, 해리포터 시리즈가 2011년을 마지막으로 양화의 파워는 크게 꺾임.
- TV방송국 영화의 중심적 존재였던 춤추는 대수사선 시리즈가 사라지면 TV방송국 영화도 차츰 그 지위를 상실해나갈 가능성이 높음.
- 2012년도 극장 흥행 TOP10에서 서양영화는 3편밖에 랭크인 되지 못했음. 2011년에는 일본영화 55%, 미국영화 45%였는데, 60%대 40%대로 격차가 더 벌어질 가능성이 있음.
- 서양영화 역시 시리즈물에 크게 의존하고 있으나 빅히트가 기대됐던 어메이징 스파이더맨의 흥행은 크게 예상을 밑도는 규모였음.
- 영화관의 디지털 전환은 한층 가속되었는데, 영화관에서는 콘서트 및 스포츠 등 영화이외의 디지털 콘텐츠 상영이 한층 늘어났음.

○ 만화, 게임 등 원작물의 범람

- 만화원작 영화화 및 애니메이션 등 어른과 어린이가 함께 즐길 수 있는 캐릭터계열 영화가 다시금 불경기에 강하다는 것이 입증된 해였음.

- 흥행수입 TOP 20 가운데 15 작품이 만화 및 게임 원작, 또는 애니메이션 원작이었음. 이 가운데 일본최대 배급업체인 도호의 작품이 10개나 차지하고 있음.
- 한편 해외기업 가운데에서는 캐릭터에 강한 디즈니의 활약상이 두드러졌음. 배급한 영화 ‘어벤져스’가 2012년 미국내 개봉영화 가운데 가장 많은 흥행수입을 거둠. 일본에서도 미국 코믹영화인 ‘어벤져스’가 흥행수입 37억 엔의 히트를 기록했다.
- 캐릭터는 나이를 먹지 않는 우량 자산임. 한번 히트하면 식상해질 때까지 다양하게 변주시키며 전개가 가능한 장점이 있음. 캐릭터 영화, 관련사업의 중요성은 앞으로도 더욱 높아질 것임.
- 한편 새로운 가능성을 지닌 신규사업 진출 및 시도가 잇따랐음. 폭발적으로 보급되고 있는 스마트폰 및 태블릿 용 영화 및 드라마 전송사업이 주목받고 있음. PC용으로는 이전부터 있었지만, 2012년부터 대형 업체가 스마트폰 전송사업에 뛰어들기 시작했음.

표 7 | 대기업의 스마트폰용 전송사업 진출현황

개시월	서비스 명칭	운영사
2011년 11월	VIDEO STORE(BEE TV)	NTT 도코모
2011년 12월	스카파! 온디멘드	스카파JSAT
2012년 4월	NOTTV	mmbi(NTT도코모 자회사)
2012년 5월	비디오 패스	au
2012년 8월	GAGA 시어터	가가
2012년 9월	전자대본 Rental	파피레스
2012년 12월	UULA	에이벡스, 소프트뱅크

출처 : 닛케이엔터테인먼트(2013.1)

○ 동일본대지진의 여파는 계속

- 동일본대지진 이후 사회저변에 깔려있는 불안한 느낌에 영화작가는 민감했음.
- 싱글 맘의 자녀 교육의 불안을 그린 ‘KOTOKO’, 원자력 발전소 사고

의 재발을 그린 ‘희망의 나라’, 의료 및 사법 시스템의 비인간성과 현대인의 고립을 그린 ‘마지막 신탁’, 그리고 ‘당신에’ 에션 주인공이 여행을 통해 가족과 고향으로부터 버림받은 사람들의 고통을 경험하고 있음.

【 표 8 】 2012년 일본내 한국영화 개봉작품 현황(참고용)

No	작품명	개봉월	No.	작품명	개봉월
1	슬픈 야수	1월	17	써니	5월
2	백야행	1월	18	미드나잇 FM	5월
3	마이웨이	1월	19	THE CAT	5월
4	너는 펫	1월	20	헬로 고스트	6월
5	어코스틱	2월	21	다만 너밖에	6월
6	만추	2월	22	의뢰인	7월
7	포에트리 아그네스의 시	2월	23	도가니	8월
8	아치와 시팍	2월	24	풍산개	8월
9	통증	2월	25	신궁	8월
10	아리랑	3월	26	언 상아	9월
11	초능력자	3월	27	고지전	10월
12	푸른 소금	3월	28	MR. 아이돌	11월
13	개구리 소년실종살인사건	3월	29	잘 알지도 못하는 주제에	11월
14	완득이	4월	30	하하하	11월
15	무산일기	5월	31	교수와 나와 그리고	11월
16	먼지도 쌓이면 로맨스	5월	32	다음날 아침은 타인	11월

주1) 1편은 국제공동제작 작품

주2) 상기는 일본내 작품명을 그대로 직역한 것으로 국내 원제명과 다를 수 있음.

3. 음악

■ 2012년 음악시장 개요

○ 2012년 음악비즈니스 동향, ‘해외진출’, ‘전송’, ‘라이브’ 강화

- 2012년의 일본음악계를 총괄하면, 새로운 수익원을 찾아 ‘해외진출’, ‘신규 전송서비스’, ‘라이브’ 에 역점을 두는 움직임이 두드러지고 있음.
- 해외진출의 대표적인 사례는 해외자매그룹이 결성된 AKB48임. Perfume 등이 아시아에서 라이브를 개최한 어뮤즈는 홍콩과 싱가포르에 새로운 거점을 개설했음.

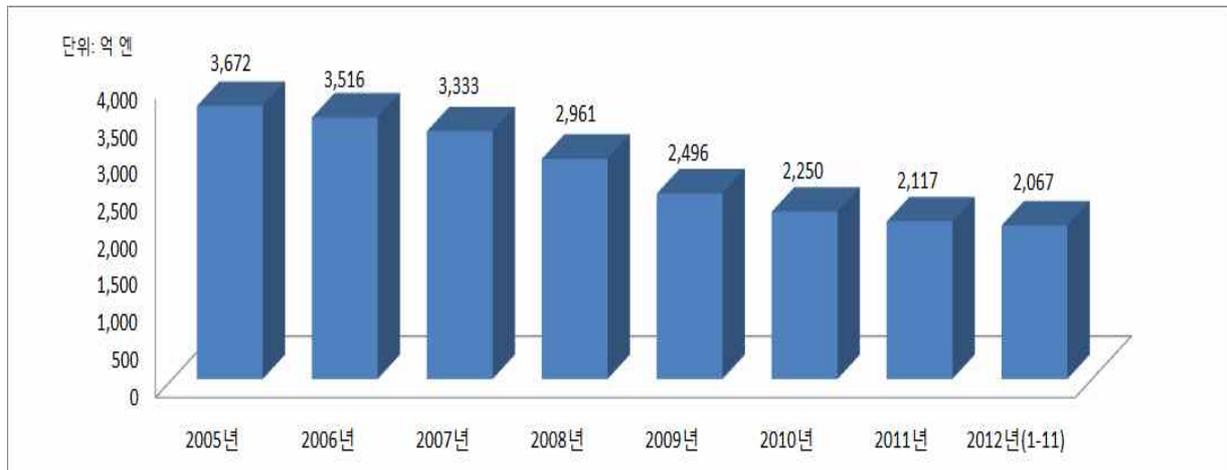
- 애니메이션 및 비주얼계를 중심으로 해외페스티벌 참가는 더욱 가속됨.
- 전송에서는 ‘콜러링’ 이 부진한 가운데, 각사가 스마트폰, PC 대책을 서두르고 있음. 소니의 ‘Music Unlimited’ 와 같은 정액제 서비스도 잇따라 스타트되었고 11월에는 소니 뮤직 엔터테인먼트가 iTunes에 악곡전송을 발표했다.
- 라이브에서는 10월에 유니버설 시그마가 오키나와에서 개최한 ‘SIGMA FES’ , 12월에 예정된 A-Sketch의 Ready Set Go! 등 레벨 자체가 페스티벌을 개최하는 케이스가 늘고 있음.
- ‘캐리파뮤파뮤’ 는 2011년 데뷔당시부터 세계 50개국 이상에서 전송을 개시, 해외에서 화제가 되어 유튜브에서 재생횟수 8천만 회를 기록(4곡 합계). 2012년 7월에는 파리의 ‘JAPAN EXPO’ 에도 참가. 2013년 2월부터는 10개국을 순회하는 월드투어를 실시 예정.
- 캐리파뮤파뮤가 단기간에 이 정도의 결과를 거둔 것은 아티스트 본인의 잠재력과 더불어 유튜브 및 SNS의 힘이 컸음.
- 포인트는 뮤직 비디오임. 처음부터 뮤직비디오에 공을 들여 제작비를 투입함. CG크리에이터에 의뢰해 해외에 널리 알려져 있는 재팬애니메이션의 매력을 듬뿍 느낄 수 있도록 제작함.
- 아울러 레벨의 공식 사이트를 스마트폰 및 태블릿 용으로 최적화함. 톱페이지부터 유튜브 및 트위터로 직접 갈 수 있도록 했음. 이 결과 캐리파뮤파뮤는 트위터에서 80만 명 이상의 팔로어를 획득.

○ 2012년 음악소프트 시장개요

- 일본 음악소프트 시장이 2012년에 14년 만에 감소에서 증가로 전환될 전망이다.
- CD 등의 2012년 생산매출은 2,900억 엔을 넘어설 전망으로 2011년도 실적(2,818억 엔)을 상회할 것으로 보임.
- 아이돌 인기로 싱글음반이 꾸준하게 판매되었고 중장년층에 인기가 높은 아티스트의 잇따른 베스트음반 앨범이 호조를 보인 것이 요인임.

- 일본레코드협회에 따르면, 2012년 1~11월 음악소프트 생산금액은 전년동기대비 12%가 증가 2,776억 엔을 기록.
- 아이돌 그룹 AKB48 및 아라시의 인기로 싱글음반의 생산금액은 415억 엔으로 6% 늘어났고 3년 연속 증가를 보임.
- CD 앨범은 전년대비 11% 증가한 1,623억 엔을 기록했음.
- DVD 및 블루레이 디스크 등을 포함한 음악비디오도 709억 엔으로 19% 증가해 호조를 보임.
- 음악시장전체가 플러스로 전환한 것은 12년 연속 감소를 거듭했던 앨범이 증가한 점이 큼.

■그림 1■ 오디오 레코드 생산매출 추이



출처 : 일본레코드협회

■그림 2■ 음악비디오 생산매출 추이



단위 :억 엔

출처 : 일본레코드협회

○ 2012년 CD 싱글 랭킹, AKB48과 자니스 소속 아티스트 돋보여

- 2012년 CD싱글차트는 아이돌세가 석권함. 랭킹 30위 가운데 24곡이 아이돌그룹의 CD싱글이었음. 아이돌 이외는 Mr.Children, B'z, 후쿠야마 마사 하루 등(닛케이의 사운드 스캔 통계, 2012년 1월 2일~11월 11일 기준)임.
- 2년 연속 TOP 5를 독점한 AKB48, 릴리스한 5곡 모두 밀리언셀러를 기록한 것도 2년 연속임. 2년 동안 TOP 10을 AKB48 한 팀이 모두 밀리언셀러로 기록한 쾌거를 이룩했음.
- 다만 가사이 도모미, 가시와기 유키 등 AKB48 멤버의 솔로데뷔를 시도했으나 모두 고전했음.

【 표 9 】 2011년/2012년 아티스트별 토탈매출 랭킹

순위	아티스트	2012년 매출	2011년 매출
1	AKB48	190,98(879.5만장)	162.8(AKB48)
2	EXILE	12,177(226.6만장)	153.7(아라시)
3	아라시	10,454(367.9만장)	56.0(EXILE)
4	Mr.Children	9,947	49.3(KARA)
5	간자니∞	4,916	40.5(소녀시대)

주) 단위 : 백 만엔

출처: 오리콘

- 또한 CD발매는 대부분 DVD부록, 재킷의 차이 등에 따라 복수 형태로 발매하고 있음. 또한 표제곡이 동일한 싱글을 복수 구매했을 때만 특전을 부여하는 케이스도 늘고 있음. 다시 말해 구입 장수는 늘어나더라도 ‘구입자수’는 늘어나고 있다고 할 수 없음.
- 정상급 남성아이돌그룹 아라시의 명성 또한 수그러들지 않았음. ‘와일드 앳 하트’와 ‘Face Down’ 두 작품이 2012년에 2011년과 동일하게 싱글 CD랭킹 6위와 7위에 올랐음.
- 이어 TOP10에 3작품을 진입시킨 것이 AKB48 자매그룹 SKE48임. 2011년에는 1작품만이 TOP10에 랭크됨.
- AKB48자매그룹이자 오사카 거점의 NMB48 또한 4작품을 TOP 20에 진입

- 시켰음(2011년에는 TOP20에 2작품).
- 2012년 AKB48의 ‘공식 라이벌’로 등장한 노기사카46은 3작품 모두 TOP30에 진입했음.
 - 아라시의 뒤를 이룰 자니스 사무소 아티스트의 등장도 주목할 만함. 새로운 팬층을 획득한 동시에 한 단계 위상이 올라선 간자니∞. 간자니는 콘서트에서 소개된 캐릭터를 영화화한 ‘에이트 레인저’ 에션 그룹으로서 처음으로 주연을 맡았고 그룹의 이름을 내건 버라이어티 프로그램이 인기를 얻는 등 훨씬 대중에게 친숙해진 아이돌그룹으로 거듭났음.
 - 그 결과 2011년 TOP30에 1곡에 그쳤으나 2012년에는 3작품으로 늘렸음. 아울러 자니스 사무소 소속 아티스트로 데뷔 2년째를 맞이해 멤버별 캐릭터가 침투한 Kis-my-ft2는 4작품이 TOP25에 랭크됨.
 - 처음으로 아시아 투어를 성공시킨 ‘Hey! say! JUMP’ 도 22위를 차지했음. Kis-my-ft2와 함께 2013년이 기대되는 유망주임.
 - 대부분 아이돌 일색인 가운데, 록밴드로 선전한 것이 Mr.Children임. 23위와 32위에 랭크됨.

■ 표 10 ■ 2012년 싱글판매랭킹

순위	판매량(만장)	타이틀	아티스트
1	182.0	한 여름의 Sounds good!	AKB48
2	143.7	GIVE ME FIVE!	AKB48
3	130.3	깡가무 체크	AKB48
4	121.5	UZA	AKB48
5	107.3	영원 프레셔	AKB48
6	64.9	와일드 앳 하트	아라시
7	62.0	Face Down	아리시
8	59.3	짝사랑 파이널	SKE48
9	58.8	키스도 왼쪽	SKE48
10	58.2	아이시테라브루	SKE48

출처: 오리콘

○ 2012년 CD 앨범 랭킹, Mr.Children과 구와다 등이 베스트음반이 호조

- 2011년 제로였던 앨범분야 밀리언셀러가 2012년에는 3작품이나 탄생함. Mr.Children이 데뷔 20주년 기념으로 발매한 베스트 앨범이 1위와 2위를 차지했음.
- 3위를 차지한 것은 AKB48의 오리지널 앨범 ‘1830m’ 로 밀리언셀러를 기록. 한편 2011년 발표한 앨범은 밀리언셀러에 못미쳤음.
- 데뷔 30년을 훨씬 넘은 구와다 게스케가 6위, 마츠도야 유미의 베스트 음반이 9위, 야마시타 다츠로의 베스트음반이 10위를 차지했음. 모두 과거의 한때를 풍미했던 ‘거인’ 들이 이뤄냈음.
- 구와다 게스케 및 야마시타 다츠로가 베스트음반을 발매해 중장년층의 니즈를 환기시킴. “중장년층이 음반가게에 들어오는 계기가 되어 다른 상품의 구매로도 연결되었다” (타워 레코드)고 분석.
- 11월에도 마츠도야 유미가 베스트 음반을 발매해 시장이 활기를 부여.
- 음악소프트는 그 동안 젊은 층의 음악이탈 및 인터넷을 통한 디지털전송의 보급, 인터넷상의 불법 다운로드의 영향으로 감소를 거듭해왔음.
- 그러나 소비시장에서 주목되는 중장년을 겨냥한다면 앞으로도 시장이 확대될 여지는 있음.
- 중년층을 고객으로 확보하기 위한 업계의 움직임도 강화되고 있음. 츠타야의 CCC는 한 장에 999엔의 CD ‘더 베스트 벨류 999’ 를 개발. 과거 인기가수 및 밴드의 명곡을 모은 CD로 200타이틀 이상을 발매해 누계 판매는 115만 장을 달성.
- 타워레코드는 과거의 수입CD를 1000엔 균일가격으로 200만장을 판매했음. 워너 뮤직재팬도 4월부터 재즈 명작 음반 200작품을 1,000엔으로 단계적으로 발매해 총 35만장을 판매.
- EMI뮤직재팬은 6월부터 ‘클래식 명음반 999베스트&모어 시리즈’ 를 합계 200작품 판매했음.

【 표 11 】 2012년 앨범판매 랭킹

순위	판매량(만장)	타이틀	아티스트
1	117.0	Mr. Children 2005-2010	Mr. Children
2	110.5	Mr. Children 2001-2005	Mr. Children
3	103.0	1830m	AKB48
4	84.8	Popcorn	아라시
5	76.7	EXILE JAPAN/solo	EXILE/EXILE ATSUSHI
6	75.8	I LOVE YOU-now&forever-	구와다 게스케
7	69.4	ALL SINGLES BEST 2	고부쿠로
8	61.3	[(an imitation) blood arange]	Mr. Children
9	55.0	마츠토야 유미 40주년 기념 베스트 앨범 일본의 사랑과 유민과	마츠토야 유미
10	51.9	OPUS ~ALL TIME BEST 1975-2012~	야마시타 다츠로

출처: 오리콘

【 표 12 】 2012년 작품별 뮤직DVD 판매량 랭킹

순위	판매량(만장)	타이틀	아티스트
1	71.4	ARASHI LIVE TOUR	아라시
2	39.8	EXILE LIVE TOUR 2011 TOWER OF WISH	EXILE
3	19.9	EXILE LIVE TRIBE TOUR 2012 TOWER OF WISH	EXILE
4	19.2	간자니∞ 5대 돔 투어 EIGHT X EIGHTER	간자니∞
5	17.1	동방신기 LIVE TOUR 2012~TONE~	동방신기
6	15.7	Kiss-My-MiNT Tour at 도쿄 돔 2012.4.8	Kis-My-Ft2
7	15.6	JAPAN FIRST TOUR GIRL' S GENERATION	소녀시대
8	14.2	namie amuro LIVE STYLE 2011	아무로 나미에
9	13.3	GIFT of SMAP CONCERT 2012	SMAP
10	12.0	Live at AIR JAM 2011	Hi-STANDARD

출처: 오리콘

- 세넬과 아테르의 ‘빌리브’ (영화 ‘BRAVE HEARTS 우미자루’ 의 주제 곡)가 서양음악으로는 최고인 22위를 차지함.
- 아울러 커버 음악부문에서는 유키 사오리 & 핑크마르티니의 ‘1969’ (2011년 11월 iTunes 전미 재즈차트에서 1위를 차지 일본에서 화제)가 24위, BENI의 ‘COVERS’ 가 27위를 차지함.

○ 피쳐폰 축소, 스마트폰 시장 확대

- 유료음악전송시장의 금액구성은 2011년 기준 모바일이 81%, 인터넷 다운로드가 17%를 차지했음. 모바일 중심의 전송시장이 형성되어있으나 2012년에 들어와 스마트폰의 보급 등에 따라 기존 피쳐폰 베이스의 유료전송시장의 급격한 축소가 예상되고 있음.
- 2012년 9월 현재 유료음악전송시장은 전년동기 대비 74% 수준임. 특히 모바일 시장은 279억 엔에 불과해 전년 동기대비 61% 수준에 머물러 있음. 반면, 인터넷 시장은 9월까지의 누계 123억 엔으로 전년동기 대비 34%나 증가했음.

┃ 그림 3 ┃ 유료음악전송매출추이



출처 : 일본레코드협회

┃ 표 13 ┃ 2010년/2011년도 라이브 시장 기본 데이터

구분	공연수	동원수	시장규모
2010년	18,112 건(4.1%증)	26,187,096명(0.5%증)	128,040백만 엔(2%증)
2011년	18,442 건(1.8% 증)	27,734,690명(5.9% 증)	159,620백 만엔(24.7%)

주) () 전년대비 증감율

출처 : ACPC

【 표 14 】 K-POP아티스트 2011년/2012년 토탈매출 랭킹 비교(100위 이내)

순위	아티스트	2012년 매출	2011년 매출
1	소녀시대	7위, 43억 3,200만 엔	4위, KARA 49억 2,600만 엔
2	카라	9위, 34억 1,600만 엔	5위, 소녀시대, 40억 4,900만 엔
3	동방신기	17위, 24억 1,000만 엔	9위, 동방신기, 26억 5,800만 엔
4	빅뱅	19위, 22억 3,900만 엔	42위, 2PM, 9억 9,100만 엔
5	수퍼주니어	31위, 12억 6,000만 엔	51위, SHINee, 8억 7,300만 엔
6	2PM	51위, 8억 8,400만 엔	52위, FTISLAND, 8억 900만 엔
7	SHINee	60위, 7억 2,800만 엔	53위, 빅뱅, 7억 8,900만 엔
8	CNBLUE	61위, 7억 2,200만 엔	74위, 초신성, 5억 8,200만 엔
9	김현중	63위, 6억 6,800만 엔	78위, CNBLUE, 5억 6,300만 엔
10	FTISLAND	68위, 6억 2,300만 엔	79위, 비스트, 5억 5,400만 엔
11	장근석	72위, 5억 9,800만 엔	84위, 수퍼주니어, 5억 1,700만 엔
12	초신성	93위, 4억 4,700만 엔	85위, 장근석, 5억 1,500만 엔
13	INFINITE	100위, 4억 1,300만 엔	
합계		187억, 4,000만 엔	178,2,600만 엔

출처: 오리콘

【 표 15 】 K-POP 2011년/2012년 CD싱글 랭킹 비교(50위 이내)

순위	2012년			순위	2011년		
	아티스트	타이틀	판매량		아티스트	타이틀	판매량
31	김현중	HEAT	202,672	16	동방신기	WHY	285,051
35	수퍼주니어	OPERA	184,469	25	KARA	GO GO SUMMER	230,082
40	동방신기	ANDROID	175,544	26	KARA	제트 코스터	225,175
47	2PM	Beautiful	163,463	29	장근석	LET ME CRY	215,714
48	동방신기	STILL	160,791	46	소녀시대	MR.TAXI/RUN DEVIL RUN	172,205
49	KARA	SPEED UP / GIRL' S POWER	158,613				
합계	아티스트 5명, 판매량 1,045,552장			합계	아티스트 4명, 판매량 1,128,227장		

출처 : 오리콘

【 표 16 】 K-POP 2011년/2012년 앨범 랭킹 비교(50위 이내)

순위	2012년			순위	2011년		
	아티스트	타이틀	판매량		아티스트	타이틀	판매량
18	KARA	수퍼걸	295,651	5	소녀시대	G I R L ' S GENERATION	642,054
25	소녀시대	G I R L ' S GENERATION	229,043	7	KARA	수퍼걸	450,595
31	빅뱅	ALIVE	187,865	20	동방신기	TONE	293,674
41	소녀시대	G I R L ' S	141,259	22	KARA	GIRL' S TALK	277,306

	GENERATION II	42	소녀시대	HOOT	148,761
합계	아티스트 3명, 판매량 712,559장	합계	아티스트 3명, 판매량 1,812,390장		

【 표 17 】 K-POP 2011년/2012년 음악DVD 랭킹 비교(50위 이내)

순위	2012년			순위	2011년		
	아티스트	타이틀	판매량		아티스트	타이틀	판매량
5	동방신기	LIVE TOUR 2012-TONE JAPAN FIRST	171,409	4	KARA	KARA BEST CLIPS	271,901
7	소녀시대	TOUR GIRL'S GENERATION	155,623	18	소녀시대	NEW BEGINNING OF GIRL'S GENERATION	79,924
11	KARA	KARA BEST CLIPS II & SHOWS	108,382				
25	소녀시대	GIRL'S GENERATION COMPLETE VIDEO COLLECTION	63,133				
30	빅뱅	LOVE & HOPE TOUR 2011	60,105				
48	수퍼주니어	SUPER SHOW4 LIVE IN JAPAN	40,511				
49	SHINee	THE 1st CONCERT IN JAPAN SHINee WORLD	39,393				
50	KARA	KARA 1st JAPAN TOUR 2012 KARASIA	38,730				
합계	아티스트 6명, 판매량 638,556장			합계	아티스트 2명, 351,825장		

출처 : 오리콘

4. 출판

■ 출판시장

○ 라쿠덴, 소니, 구글, 킨들 등 전자서적 본격 스타트

- ‘전자서적 원년’ 이라 불렸던 2010년. iPad의 발매를 계기로 단말기 제조업체 및 출판사는 기대에 부풀었으나 전자서적시장은 확대되지 않았음.
- 2년 후인 2012년이 돼서야 ‘전자서적 프로로그 년’ 이 되었다고 할 수 있음.

- 2012년 1월에 인터넷 대기업인 RAKUTEN이 전자서적 단말시장에 본격 진출했음. 7월에는 전자서적단말기 ‘kobo touch’ 를 발매하고 일본어 서적 3만권을 서비스할 수 있는 전용사이트를 개설함. 기존 전자서적 단말기의 반액에 해당하는 7,980엔이란 저렴한 단말가격으로 화제를 뿌렸음.
- 그러나 발매직후 각종 서비스 내용 및 운영트러블이 발생. 2012년 목표치인 100만대 판매에는 전혀 미치지 못한 상황임.
- 소니는 9월에 ‘PRS-T2’ 를 9,980엔에 발매. 이어 구글이 태블릿 단말 ‘Nexus 7’ 을 발매. 전자서점 ‘구글 플레이 북스’ 를 개시하고 일본 전자서적시장에 뛰어듦.
- 10월말 아마존이 전자서적 리더 ‘Kindle’ 일본어판 3개 기종에 대해 예약접수를 개시함. 동시에 5만권의 일본어 서적을 갖춘 ‘킨들 스토어’ 를 오픈. 킨들 단말 만이 아니라 스마트폰, 태블릿 등에서도 열람/구매가 가능한 점은 다른 단말에 앞서있는 서비스임
- 현재 상황에서는 킨들을 포함해 전자서점이 타이틀수 및 서적 정류도 규모가 엇비슷하며 실제 서점과의 본격경쟁에는 전혀 못 미침.
- 유저에게 있어 태블릿 등이 상당히 보급된 2013년이야말로 ‘전자서적 원년’ 이 될 듯함.

○ 종합부문 골반베개 다이어트 79.2만부, 밀리어 셀러 제로

- BOOK 종합부문은 ‘골반베개’ 가 들어간 ‘잠자는 것만으로! 골반베개 다이어트’ (2011년 2월 발매)가 매출 79.2만부로 연간 1위를 차지함. 2008년 조사 이래 다이어트 서적 및 최근 트렌드인 부록이 달린 서적으로서 첫 연간 1위를 차지함.
- 아울러 2008년에 5, 2009년 2, 2010년 2, 2011년 7개 작품이 밀리언셀러를 기록했지만, 2012년에는 제로임.
- ‘잠자는 것만으로! 골반베개 다이어트’ 는 1회에 5분 허리 밑에 골반베개를 두고 자는 것만으로 다이어트가 가능하다고 소개. 부록인 골반베개 하나로 다이어트를 시작할 수 있는 편리함과 TV 및 잡지를 비롯한 대량

미디어 노출로 일약 인기서적으로 등극함.

- 배우 미기 요스케가 주장한 ‘롱브레쓰 다이어트’가 히트해 2012년 밀리언셀러 작가가 되었음. 미기 요스케가 쓴 ‘롱 브레쓰 다이어트’ 시리즈 3권으로 도합 104.4만부의 매출을 기록. 작가별 총매출랭킹에서는 ‘사랑이야기’ (26.6만부) 등이 히트를 기록한 니시오 이신의 140.8만부에 이어 2위를 차지함.
- 텔런트 아가와 사와코의 ‘듣는 힘’이 연간 종합부문 2위(65.8만부)를 차지함. ‘듣는 힘, 마음을 여는 35의 힌트’ (2012년 1월 발매)가 비즈니스 서, 신서, 텔런트서적, 자기계발 부문에서 1위를 차지.
- 남녀노소를 막론하고 인터뷰 대상자의 솔직한 마음들을 끌어내오던 저자의 인터뷰 비결을 정리한 작품임. 인터뷰를 직업으로 하는 사람들뿐만 아니라 일상 커뮤니케이션 및 비즈니스현장에서도 실천 가능한 것으로 구체적인 사례 및 실패담을 곁들여 소개.

○ 사진집 부문에서 간자니∞ 첫 사진집이 연간 1위

- 사진집 분야에서는 2012년 데뷔 8주년을 맞이한 7인조 아이돌 그룹 ‘간자니∞’의 첫 사진집 ‘for no.∞’ (2012년 10월 발매)가 연간 13.8만부의 매출을 기록, 1위를 차지함.
- 2011년과 2010년에는 AKB48이 1위를 차지했으며 남성 사진집으로 1위는 4년만임.
- 그밖에 TOP10에는 AKB48관련 서적이 대거 랭크인 됨. 2012년 8월 AKB48을 졸업한 마에다 아츠코 관련이 2위, 4위, AKB48 자매그룹인 HKT 48의 사시하라 리노 사진집이 5위, AKB48의 가시와기 유키가 6위, AKB48 자매그룹인 SKE48의 마쓰이 레나 사진집이 9위, AKB48 총선거 관련이 3위, AKB48관련이 8위로 총 7개 서적이 TOP10에 랭크됨.
- 문예/소설부문에서 1위는 ‘배를 짜다’ (2011년 9월 발매,)가 45.8만부로 1위를 차지함. 출판사의 사전편집부를 무대로 등장인물 들의 갈등 및 인간상을 묘사한 장편소설임. ‘서점대상’ 수상을 계기로 인기에 불이 붙었고 2012년 7월에는 영화화도 발표되어 장기간 히트를 기록하고 있음.

- 그밖에 ‘수수께끼는 디너 후에 2’가 2011년 3위에서 2위로, 2011년 1위를 차지한 ‘수수께끼는 디너 후에’는 8위를 기록함.
- 아울러 코믹부문에서 연간 2위를 차지한 ‘구로코의 바스케’의 소설 ‘구로코의 바스케-Replace II-기적의 학원제’와 ‘구로코의 바스케-Replace III-여름 한때의 학원제’는 각각 4위와 6위를 차지함.
- 2012년 1월 제 146회 아쿠타가와상을 수상한 ‘도모구이’는 10위
- 문고부문에서는 ‘비브리아 고서당 제1탄’이 1위를 차지함. 시리즈 연간 총판매량은 206.7만부를 돌파했음.
- 2013년 1월 후지TV의 드라마로 방송되는 미가미엔의 ‘비브리아 고서당의 사건수첩’이 84.7만부로 1위를 차지함. ‘비브리아 고서당의 사건수첩 2’가 63.3만부로 5위, ‘비브리아 고서당의 사건수첩 3’이 58.7만부로 8위를 차지함.
- 동시리즈는 가나가와현 가마구라 한 권에 위치한 고서당 ‘비브리아 고서당’을 무대로 기묘한 손님이 가져오는 고서의 수수께끼 및 비밀을 파헤치는 미스터리 소설임.
- 그밖에 무라카미 하루기의 ‘1Q84 BOOK 1’이 78.9만부로 2위, 후편이 61만부로 6위를 차지함. 히가시노 게코의 ‘성녀의 구제’가 74.5만부로 3위, ‘플라치나 데이터’가 71.3만부로 4위를 기록. 2012년 나오기상을 수상한 ‘츠나구’는 50.1만부를 기록 9위를 차지함.

○ 서적구입은 신증경향

- 전체적으로 판매부수가 줄어들고 있음. 톱 30위의 반수 이상이 실용서임. 2012년에 밀리언셀러가 제로를 기록한 것은 대기업 정리해고 및 임금 삭감 등의 여파로 서적 구입이 신증해지고 있음. 반면 1인당 연간대출 권수(문부성 발표)는 증가하고 있다고 함.

【 표 18 】 주요 장르별 1위 서적 현황

장르	서적명	저자명	출판사	매출부수(추정)
종합	잠자는 것만으로! 골반베개 다이어트	(감수) 후쿠츠지도 시키	가구겐 퍼블리싱	792,426
코믹	ONE PIECE 65	오다에이치로	슈에이샤	3,336,992
문고	비브리아 고서당의 사건수첩	미가미엔	아스키 미디어 워크스	846,883
신서	듣는 힘	아가와 사와코	분게이슌슈	657,768
비즈니스서	듣는 힘	아가와 사와코	분게이슌슈	657,768
문예/소설	배를 짜다	미우라시온	고분샤	457,994
코믹에세이	일본인이 모르는 일본어 3 축! 졸업편	헤비구라&우미노가기코	미디어 팩토리	348,922
패션	Cath Kidston SPECIAL BRITISH ISSUE Spring Summer 2012	-	다카라지마샤	220,868
요리/구르메	체지방계 다니타의 사원식당 500kcal의 만복(満腹)식당	다니타	다이와쇼보	549,010
미용/다이어트	잠자는 것만으로! 골반베개 다이어트	(감수)후쿠츠지도시키	가구겐 퍼블리싱	792,426
사진집	for No.∞	(편)고단샤	고단샤	137,586
탤런트서적	듣는 힘	아가와사와코	분게이슌슈	657,768
게임공략서적	포켓몬스터 블랙 2/화이트 2 공식 가이드북 완전 스토리 공략 가이드	모토미야슈스케&원나프	오버랩	199,724
여행가이드	루루브 교토 '12~' 13	-	JTB 퍼블리싱	130,583
TV프로그램관련서적	SMAP×SMAP COMPLETE BOOK 월간 스마스마신분 vol.1 ~PINK~	-	도쿄뉴스통신사	143,645
무크	잠자는 것만으로! 골반베개 다이어트	(감수)후쿠츠지도시키	가구겐 퍼블리싱	792,426
아동서	난장이 대백과 ~놀라운 관찰 필드 가이드~	나바타도시 다카	나가사키 출판	327,932

출처 : 오리콘

주) 2011년 11월 21일~2012년 11월 18일, 일본전국 1,907서점 대상

- 연간베스트셀러 종합 TOP 30에 다이어트 관련서적이 많은 것도 특징임. 다이어트 및 건강 관련 서적이 14개나 랭크되어 있음.

- 그 다음에 두드러졌던 것은 인생에 관한 서적임. 2위의 ‘듣는 힘’ 및 3위의 ‘놓여진 장소에서 꽃을 피라’, 29위의 ‘하산의 사상’ 임.
- 2위는 듣는 힘은 앞에서 언급함. 85세의 수녀인 와타나베 가즈코의 에세이 ‘놓여진 장소에서 꽃을 피라’의 “중요한 것은 희망을 계속 갖는 것”, “어떻게든 꽃을 피지 못할 때는 뿌리를 밑으로 해서 뿌리를 내리는 것”이라는 메시지는 낭패감에 쌓인 일본인에게 공감을 줌.
- 한류관련 서적으로는 문고분야에서 조선왕국 왕비들의 운명이 89,900부가 판매되어 22위에 랭크인되었음. 아울러 사진집 분야에서 2PM이 2PM ARENA TOUR 2011이 16,938부가 판매되어 17위를 차지함.

5. 애니메이션

■ 애니메이션 시장

○ 오리지널 애니메이션과 CM의 결합 증가

- 현재 1조 3천억 엔 규모로 추산되는 애니메이션 산업시장. 애니메이션의 인기를 관측으로 연결시키려는 일반기업의 움직임도 강화되고 있음.
- 11월 17일 개봉된 ‘에반게리온’의 경우, 로손, ANA, NTT도코모 등 150사가 넘는 기업과의 콜라보레이션 및 타이업이 전개되었음.
- 도요타자동차는 글로벌 프로모션 전략의 일환으로 스튜디오 4° C와 손잡고 오리지널 애니메이션 ‘PES:Peace EcoSmile’를 제작. 다이세이 건설 및 메이지제과, 메르세데스 벤츠 등 대기업도 상품CF를 애니메이션으로 전개하기 시작함.
- 이처럼 애니메이션 특성을 활용해 기업의 메시지를 적극적으로 전달하려는 움직임이 강화되고 있음.
- 애니메이션 팬의 동원력을 활용한 새로운 비즈니스로서 라이브 뷰잉이 부상한 것도 2012년의 특징임. 라이브 이벤트 회장에서 모습을 전국 영화관에서 실시간으로 상영하고 동시에 관련상품 등을 판매함.

○ 팬커뮤니티의 파워 확대

- 2012년 블루레이 매출 랭킹에서는 ‘니세모노가타리’가 작품 및 종합 모두에서 인기(아래 표 참조).
- 게임 원작의 ‘Fate/Zero’, ‘페르소나 4’, ‘슈타인즈 게이트’도 상위에 랭크됨.
- 니세모노가타리는 2009년에 히트한 애니메이션 ‘니세모노가타리’의 인기작가 니시오 이신 원작의 팬타지 시리즈물임.
- ‘Fate/Zero’는 2011년에 빅 히트한 ‘마법소녀 마도카☆마기카’의 우로부치겐이 각본을 맡은 작품임.
- 원래 게임을 원작으로 하고 있고 애니메이션 이전에 영화가 공개되어 이미 인기작품으로 주목을 받아왔음.
- ‘페르소나 4’는 미스터리와 배틀의 요소를 결합한 게임원작 다운 작품임. 이것도 시리즈물임.
- 이들 작품의 인기에는 팬 커뮤니티의 힘이 존재함. 패키지 및 상품, 관련 서적까지 수집하는 팬의 로열티가 높은 작품임. 참고로 2011년의 대표 작품인 ‘마법소녀 마도카☆마기카’의 마지막회 시청률은 고작 2.3%였으나 블루레이 매출랭킹 TOP10에서는 6타이틀이나 차지함.
- 애니메이션 영화화의 성패는 팬을 얼마나 만족시키느냐에 달려있음. 팬을 만족시키면 일반인도 흥미를 갖게 되고 사회적 히트로 연결되는 것임.
- 현재 히트중인 ‘에반게리온 신극장판 : Q’는 일본에서 최대의 팬 커뮤니티를 갖고 있는 작품으로 그 기세가 일반인도 끌어들이고 있음.
- ‘마법소녀 리리카루인 것은 The MOVIE 2nd A’s’는 개봉직후 상품판 매액이 흥행성적으로 웃도는 현상까지 벌어짐. 이것도 팬 커뮤니티의 덕분임.
- ‘페르소나 3’, ‘슈타인즈 게이트’도 영화개봉을 앞두고 있는데, 2012년에 업계 내 히트에 그친 작품이라도 2013년 영화화를 통해 사회적 히트로 이어질 가능성도 있음.
- TV시리즈 이외에 극장용 애니메이션은 인기가 있었음. 호소다 마모루 감

독의 ‘늑대아이’의 히트에는 이른바 호소다 마모루 작품(시간을 달리는 소녀, 씬머워즈)의 기존 팬커뮤니티의 파워가 자리함.

【 표 19 】 2012년 TV 애니메이션 연간 블루레이 랭킹

순위	작품명	판매량	발매원
1	가짜 이야기 제1권 가렌비(상)	56,542	애니 플렉스
2	Fate/Zero BD Box I	52,133	애니 플렉스
3	페르소나 4 10	28,719	애니 플렉스
4	소도아트 온라인 1	27,326	애니 플렉스
5	TIGER&BUNNY 9	24,821	반다이 비주얼
6	경계선상의 호라이즌 II I	22,431	반다이 비주얼
7	STEINS;GATE Vol.9	17,456	프론티어 워크스/가도가와 서점
8	기동전사 건담 SEED BD BOX 3	12,473	반다이 비주얼
9	구로코의 바스케 2	10,807	반다이 비주얼
10	TARI TARI [1]	10,461	포니캐니온

출처 : 오리콘(2012.1.2.-10.28)

【 표 20 】 애니메이션 블루레이 연간 랭킹(종합)

순위	작품명	판매량	발매원
1	기동전사 건담 UC 5(OVA)	123,758	반다이 비주얼
2	영화 케이온(극장판)	108,029	TBS/사쿠라고 경음부
3	가짜 이야기 제1권/ 가렌비(상)(TV애니메이션)	56,542	애니플렉스
4	Fate/Zero	52,133	애니 플렉스
5	가짜 이야기 제 5권 츠키히 페닉스(하)	51,598	애니 플렉스

출처 : 오리콘

【 표 21 】 애니메이션 영화흥행수입 랭킹 5

순위	작품명	흥행수입	배급사
1	에반겔리온 신극장판:Q	50억 엔~	티조이/칼라
2	늑대어린이의 비와 눈	42억 엔	도호
3	드래몽(극장판) 노비타와 기적의 섬	36.2억 엔	도호
4	포켓몬스터(극장판) 베스트 워트 큐레무VS 성검사 케르디오	35억 엔	도호
5	명탐정 코난 11명째의 스트라이커	32.7억 엔	도호

출처 : 오리콘

6. 게임

■ 2012년 게임시장 개요

○ 업계전체에 새로운 비즈니스모델 모색

- 일본의 가정용 게임시장은 닌텐도의 3DS가 9월말에 누계 794만대를 기록하는 등 호조를 보여 2012년 말 연말 판촉 등에 힘입어 1000만 돌파를 예상
- 닌텐도의 ‘도비다세, 도우브츠노모리(튀어나와라, 동물의 숲)’의 패키지 판매 첫 주에 60만개 이상 판매를 기록, ‘몬스터헌터 4’도 2013년 봄 발매예정이라 호조는 이어질 전망이다.
- ‘튀어나와라, 동물의 숲’은 다운로드판도 20만개 이상으로 닌텐도는 인터넷에서도 성과를 거두고 있음.
- “3DS로 인터넷을 연결하는 사람은 약 75% 정도, ‘New 슈퍼마리오 브라더스 2’는 다운로드 서비스가 스타트되어 정기적으로 추가되는 프리미엄 콘텐츠는 소액과금으로 오랫동안 즐길 수 있어 인기”라고 함.
- 3DS이외에도 ‘파이널 판타지 13-2’ 및 ‘바이오 하자드 5’ 등 패키지 판매후에도 추가 콘텐츠를 전송해 롱셀러를 기록하고 있는 대작도 많음.
- 대응 타이틀도 늘어나는 경향이며 대형 타이틀은 다운로드에 의한 추가 과금을 포함한 비즈니스 모델로 자리잡고 있음.
- 한편 최근 2~3년 사이에 급속도로 확대되고 있는 소셜게임업계는 확률형 아이템이 사회문제가 되는 등 커다란 전환기를 맞이함.
- 앞으로 중요한 것은 업계전체에서 건전하게 마켓을 확대시켜가는 것임. 대형 SNG업체는 확률형 아이템에 대한 가이드라인을 발표했으며 11월에는 소셜게임협회를 결성했음.
- 해외진출도 본격화되고 있음. 현재 일본에서 주류인 카드 배틀게임은 다른 나라에서는 인기가 없을 것으로 예상했으나 ‘신격의 바하무드’가 미국을 비롯 차트 1위. 일본발 소셜게임의 가능성을 열었음.

- 스마트폰용 소셜게임 주도권 경쟁도 치열해지고 있음. 무료통화 LINE이 폭발적으로 확대. 아이템 과금형 게임 앱 ‘LINE GAME ‘을 제공하는 등 새로운 플랫폼으로 대두. 수익확보의 과제는 있지만, 이업종으로부터의 진출도 활발해지고 있음.
- 가정용 게임, 소셜게임 모두 2012년은 새로운 비즈니스 모델을 모색한 한 해였음. 그 성과는 2013년에 나타날 것임.

【 표 22 】 게임소프트 연간 판매 랭킹 TOP 10

순위	타이틀	메이커	하드/장르	판매량
1	포켓몬스터 블랙2·화이트2	포켓몬	DS/RPG	2,794,703
2	New 수퍼마리오 브라더스 2	닌텐도	3DS/액션	1,328,243
3	드래곤 퀘스트 몬스터스 테리의 원더 랜드 3D	스퀘어 에닉스	3DS/RPG	891,108
4	원피스 해적무쌍	반다이 나무코 게임스	PS3/액션	823,292
5	바이오 하자드 6	캡콤	3DS/액션/어드벤처	799,355
6	몬스터 헌터 3(트라이)G	캡콤	3DS/액션	766,366
7	마리오 카드 7	닌텐도	3DS/액션	741,654
8	수퍼 마리오 3D랜드	닌텐도	3DS/액션	668,495
9	드래곤 퀘스트 X 메자메시 5개 종족 온라인	스퀘어 에닉스	Wii/RPG	611,092
10	마리오 파티 9	닌텐도	Wii/보드게임 · 액션	559,996

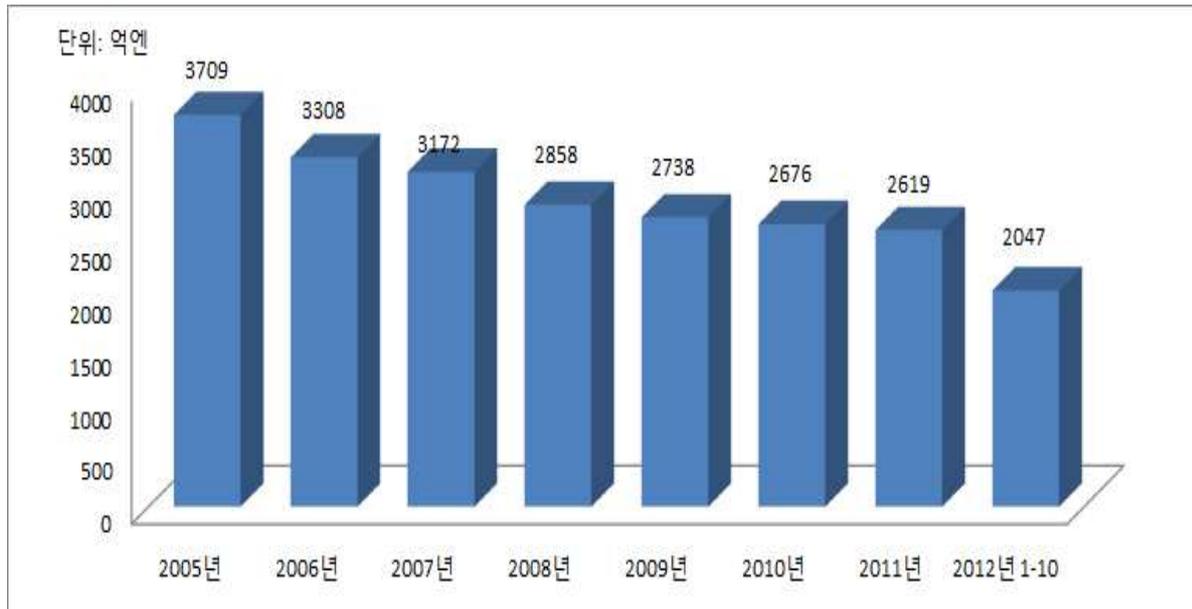
출처 : 파미통 조사(11.12.26-12.11.4)

주) ()는 누적판매대수

- 2012년은 3DS가 호조를 보인 한 해였음. 실제 하드 및 소프트웨어 모두 3DS가 시장을 견인했음. 2012년 상반기(4월~9월) 하드 및 소프트웨어 모두 전년 동기를 상회했음. 연간베이스로는 2011년보다 플러스가 될 전망이다.
- 연간세일즈 1위는 DS의 ‘포켓몬스터 블랙 2·화이트 2’ 임.
- 2011년 휴대형 게임기 시장은 부진을 보였으나 ‘몬스터 헌터 3G’ 및 ‘마리오 카드 7’ 등 밀리언 급 타이틀이 2011년말부터 잇따라 발매되어 2012년에 판매량을 크게 늘림.
- 시리즈의 속편은 역시 강했음. 신작으로 시장에서 가장 많이 판매된 것은

- ‘드래곤 도구마’ 임. 이미 속편제작에 들어갔다고 함. 인기 시리즈가 될 것으로 보임. 다만 신작은 도구마를 제외하고 히트하지 못함.
- 가정용게임의 개발에는 막대한 개발자금 및 마케팅 파워가 필요한 만큼, 게임 메이커의 축은 소셜 게임등 수익률이 높은 분야로 옮겨가고 있는 상황임.
 - 소셜게임은 2012년에 경쟁이 치열해지면서 기존의 세계관을 활용해 신규 유저를 확보하려는 움직임이 두드러졌음. 가령 인기애니메이션 및 AKB48 등의 아이돌, 인기가정용 게임과의 콜라보레이션 등임.
 - 새로운 타입의 게임으로 인기가 있는 것은 ‘퍼즐 & 드래곤스’ 임. 이 타이틀은 소셜게임의 주류인 육성, 합성, 확률형 아이템등 카드 배틀적 요소와 퍼즐게임이 배틀의 승패를 좌우하는 두뇌 플레이적인 요소가 결합되어 있음.
 - 손으로 화면을 슬라이드하는 퍼즐게임이 스마트폰 조작감각과 호환성이 좋고 게임밸런스도 매우 양호함.
 - 앞으로 이런 형태의 소셜게임이 새로운 트렌드가 될 것으로 보임.
 - 소셜게임에 NTT도코모 및 야마다전기 등 이업종의 진출이 활발해지고 있음.
 - mixi도 11년까지 과금하지 않은 광고모델이라고 했으나 2012년에 들어와 과금모델로 이행했음.

【그림 4】 영상소프트 매출추이



출처: 일본영상소프트협회

【그림 5】 모바일콘텐츠관련 시장규모 추이



※출처 : 총무성 발표 자료 <2011년 모바일콘텐츠의 산업구조실태에 관한 조사 결과>