

JAPAN

일본 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『2013년도 쿨재팬 전략』

◎ 작성취지

- 일본정부는 2010년 이후 일본 문화를 해외에 진출 및 전개시키기 위한 ‘쿨재팬’ 전략을 부쩍 강화하고 있음.
 - 특히 아베정권에 들어와 일본콘텐츠의 해외 로컬라이제이션 및 프로모션 등에 집중적으로 지원을 강화하고 있을 뿐만 아니라 금년도에는 쿨재팬 펀드에 약 500억 엔을 내놓을 계획임.
 - 일본의 쿨재팬 강화는 일부 지역에서는 한국과 ‘경합’을, 일부 지역에서는 아시아 콘텐츠에 대한 관심을 높여 시너지효과를 기대할 수도 있음.
 - 일본의 쿨재팬정책 최근 동향을 토대로 아베정권의 정책방향을 가늠하고 이에 대한 대비는 물론 한국의 글로벌 진출전략과 비교해 보고자 함.
- ※ 출처 : 쿨재팬 관련 ‘쿨재팬 관민유식자회의’, 경제산업성, 총무성 각종 매체의 관련기사 등을 토대로 작성

◎ 작성순서

- 1. 쿨재팬 정책개요
- 2. 쿨재팬과 콘텐츠 지원정책
- 3. 쿨재팬 사업 추진기관

1. 쿨재팬 정책개요

■ 쿨재팬(COOL JAPAN)이란?

○ 쿨재팬의 범위

- 쿨재팬(COOL JAPAN)이란 일본에서 체계화된 현대문화 및 전통문화가 국제적으로 평가받고 있는 현상 및 콘텐츠 자체, 또는 이것을 일본정부가 추진하는 홍보활동 및 경제활동을 가리키는 용어임.
- 구체적으로는 일본의 현대문화, 게임, 만화, 애니메이션 및 J-POP, 아

이돌 등의 팝컬처, 자동차, 오토바이, 전자기기 등의 일본제품, 현대의 식문화, 패션, 현대아트, 건축 등을 가리킴.

- 또한 일본의 무사도 전통에서 유래하는 유도, 검도 등을 포함한 무도, 일본 전통요리, 다도, 화도(華道, 꽃꽂이), 일본무용 등 일본에 관한 모든 사물이 대상이 될 수 있음.

※일본의 ‘쿨재팬’은 콘텐츠를 포함한 문화와 제조업 등까지를 대상으로 하는 포괄적 개념이며 우리의 ‘문화산업’보다 훨씬 광범위함.

【 표 1 】 쿨재팬의 대표적 사례

장르	작품명	내용	연도
영화 (만화)	테루마에 로마에	대만흥행수입랭킹 1위 획득. 이탈리아, 프랑스 등에서 배급 결정,	2012년
영화	오쿠리비토	제 81회 미국 아카데미상 최우수외국어영화상 부문	2008년
애니	센과 치히로의 행방불명	제 52회 베를린 국제영화제 금공상 수상, 애니상, 제75회 아카데미 장편애니메이션 수상.	2001년
애니 (만화)	원피스	30개국 이상의 국가 및 지역에서 방송되어 대히트	1999년~
드라마 (만화)	JIN-仁-	해외 80개국 및 지역에서 판매되어 성공. ※ 예능 프로그램에서는 해외 판매는 물론 ‘SASUKE’ ‘요리의 철인’ 등 포맷 판매로 세계적인 인기 프로그램이 된 경우도 있음.	2009년~
게임	‘파이널 판타지’ 시리즈	발매로부터 25년 동안 전세계 누계 판매량은 1억개를 돌파. 최근 타이틀은 해외 판매량이 일본을 능가하는 등 해외에서 정착	1987년~
패션	잡지 ‘Ray’	1988년 발간된 여성패션잡지로, 중국과 태국에서도 발매중이며 중국에서는 지명도 No.1 패션잡지	2009년~
식	일본요리	글로벌 푸드 앙케이트(hotels.com 조사)에서 이탈리아, 프랑스에 이어 3위. 그 중에서 초밥이 인기.	2012년
관광	일본관광	2003년도 대비 2012 방일 관광객이 60% 증가. 외국인 관광객 90%가 ‘만족, 다시 오고싶다’ 고 응답(일본 관광청 조사)	2011년

※ 장르의 () 안은 원작

- 2010년부터 경제산업성에 ‘쿨재팬실’이 설치되어 전략산업분야인 일본의 문화, 산업의 해외진출 촉진, 일본국내외 홍보 등 정책 기획 입안 및 사업 추진을 맡고 있음.
- ‘쿨재팬 전략’으로 일본의 대중문화를 중심으로 문화산업의 해외 진출지원, 수출확대 및 인재육성, 지적재산의 보호 등을 도모하는 산 관연계사업도 전개하고 있음.
- 2010년 6월 ‘신성장전략’과 아베정권의 ‘성장전략’ (금년 6월 발표)에서 콘텐츠산업을 주요 성장분야로 자리매김하고 있음.

- 경제산업성 주최로 일본문화의 해외비즈니스 전개 및 시장개척을 검토하는 ‘쿨재팬 관민유식자회의’가 개최되고 있음.

※ 의장 이나다 도모미(稲田朋美) 쿨재팬전략 담당대신(大臣) 포함 19명이 참가
(민간 유식자 7명)

- 쿨재팬과 관련 세금우대조치도 실시되고 있는데, ‘콘텐츠특구’를 설치하고 해외로부터 인재를 유치하고 있음.

<종합특구제도의 개요>

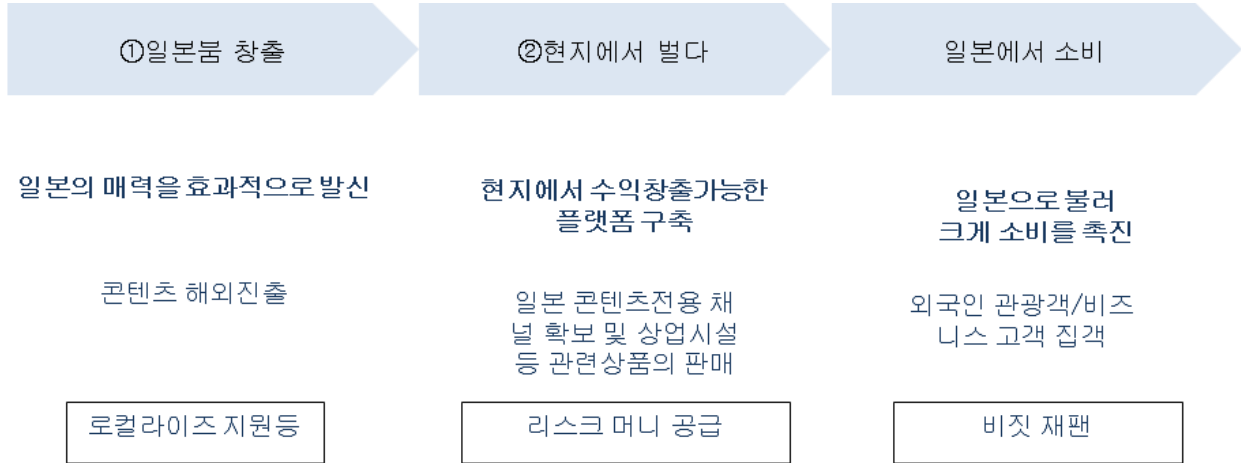
- 종합특구제도에는 ‘국제전략 종합특구’와 ‘지역활성화 종합특구’가 있음.
 - ‘삿보로 콘텐츠특구’는 2011년 12월 지역활성화 종합특구로 지정받았음.
- 특례 및 지원조치로는 규제·제도의 특례, 세제·재정·금융상의 지원 등이 있음.
 - 국제전략종합특구는 법인세 경감, 지역활성화종합특구는 개인출자의 소득공제
 - 재정지원은 종합특구추진조정비를 기동적으로 보완(2013년 124억 엔)
 - 이자보급제도(0.7%이내 5년간) 신설(2031년도 2.9억 엔)

■ 쿨재팬정책

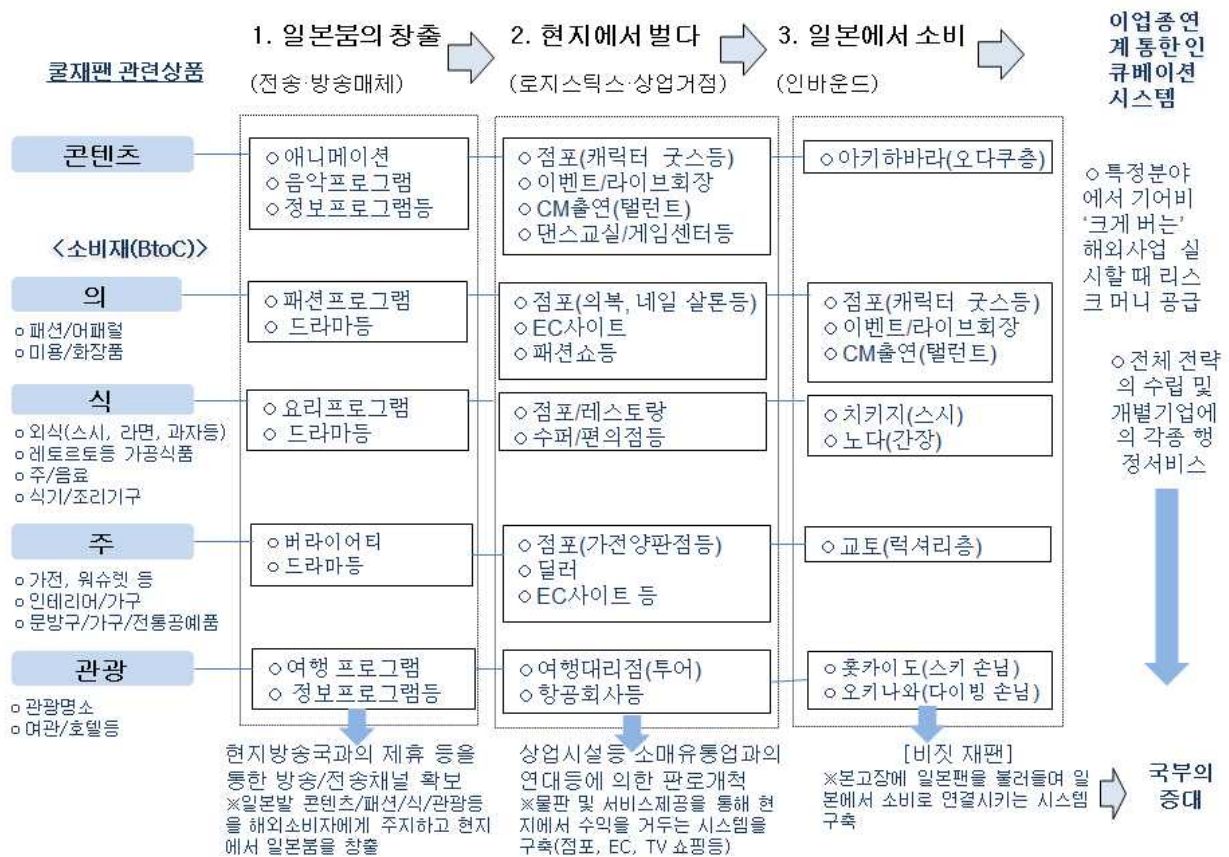
○ 정책개요

- 콘텐츠, 패션, 애니메이션 등 해외에서 인기가 높은 일본의 상품 및 서비스는 다수 존재함.
- 그러나 일본의 매력을 해외로 어필하는데 있어 잠재능력을 충분하게 발휘하지 못해 해외수요를 흡수하지 못하고 있음.
- 특히 쿨재팬을 떠받치는 크리에이터, 디자이너 등 및 중소기업은 발판으로 삼아야 할 해외거점이 없고 금융기관으로부터의 자금조달이 곤란하다는 등의 이유로 단독으로 해외진출 하기는 곤란한 상황임.
- 전략적인 해외진출을 위한 쿨재팬 전략의 조기 수립 및 실행이 필요

【그림 1】 쿨재팬정책의 전략개념도



【그림 2】 ‘대박나는’ 쿨재팬 전략의 전체개념도



■ 쿨재팬 정책목표

○ 2020년 12~17조엔 규모

- 아베정권은 금년 6월에 발표하는 정부차원의 '성장전략' 에 쿨재팬

전략을 입안할 예정임.

- 2020년 기준 세계 문화산업시장규모는 약 900조 이상이 될 전망으로 이 가운데 쿨재팬전략으로 12조~17조엔 획득을 목표로 함.

【 표 2 】 쿨재팬 정책의 계량 목표치

분야	세계시장규모 (2020년)	현재 일본시장 규모	일본 목표 (2020년)	
패션	207조	0.3조(0.1%)	2조(1%)~4조(1.9%)	
음식	683조	2.2조(0.3%)	4조(0.6%)~6조(.9%)	
콘텐츠	42조	0.7조(1.7%)	2조(4.7%)~3조(7.1%)	
관광	외국인 관광객의 일본국내 소비액	1.3조	4.1조	
합 계	패션·음식·콘텐츠	932조	3.2조(0.3%)	8조(0.9%)~13조(1.4%)
	관광포함	-	4.5조	12조~17조

(단위 : 엔, % : 점유율)

※ 상기 목표치는 어디까지나 현재의 목표치로 검토과정에서 변동 가능성이 높음.

■ 쿨재팬정책 관련예산

○ 2012년도 예산

- 쿨재팬 정책 가운데 콘텐츠의 해외전개 등의 촉진(경제산업성, 총무성) : 약 170억 엔
- 방일 외국인 관광객 유치강화 차원에서 개인여행의 촉진, 동남아시아 관광객 유치강화, 비즈니스 관광으로의 대책강화 등(국토교통성) : 10억 엔
- 관광입국추진을 위한 신속한 출입국 심사(법무성) : 약 6억 엔
- 21세기 동아시아청소년 대교류계획(JENESYS)의 확충을 통한 아시아 대양주 지역 및 북미지역간의 청소년교류(외무성) : 약 150억 엔
- 수출확대 및 일본식·식문화 발신 긴급대책사업(농수성) : 약 7억 엔
- 등 내수를 포함 2012년도 쿨재팬 관련 총예산은 총 343억 엔임.

○ 2013년도 예산(안)

- 2013년도 재정투융자 관련 쿨재팬을 추진하는 일본기업 지원으로 산업투자 출자(아래 표 참조)를 활용한 새로운 기관을 설립하고 리스크

머니를 약 500억 엔 공급(경제산업성)

<p style="text-align: center;"><재정용자와 산업투자자의 비교></p>		
	재정용자	산업투자자
원자	유이자 부채	과거 투자 등의 과실(NTT배당금 등)
목적	정책적 필요성이 높고 상환확실성이 있는 사업에 대해 장기/고정/저리 유상자금을 공급	정책적 필요성이 높고 리턴을 기대할 수 있지만, 리스크가 높아 민간만으로는 충분하게 자금이 공급되기 어려운 사업에 리스크 머니를 공급
방법	용자	투자
성격	· 상환확실성이 전제 · 확정이자	· 포트폴리오로써는 일정한 리턴을 요하지만, 개별 안건에서는 일정한 리스트 부담이 가능 · 확정이자에 구속되지 않는 용자도 가능

- 클라우드 시대에 대응한 콘텐츠 유통환경 정비 추진사업(총무성)
 - ☞ 약 3억 엔(방송콘텐츠 유통을 위한 과제에 대한 조사 등)
- 재외공관 통한 일본문화 발신(외무성)
 - ☞ 약 2억 엔(재외공관이 현지기관과 협력해 추진하는 일본문화 소개사업)
- 모방품·해적판 확산방지 각출금(재무성)
 - ☞ 약 1억 엔(세계세관기구에서 도상국에 기술협력)
- 동아시아문화교류 추진프로젝트(문부과학성)
 - ☞ 약 1억 엔(동아시아 문화도시 개시를 향한 이벤트의 실시 등)
- 문화예술의 해외발신거점 형성사업(문부과학성)
 - ☞ 약 2억 엔(외국인 예술가의 수용 등을 통한 거점형성 등)
- 문화유산 온라인 구상의 추진(문부과학성)
 - ☞ 약 1억 엔(웹상에서의 정보공개, 영어판 작성 착수)
- 일본음식을 확대하는 프로젝트(농림수산성)
 - ☞ 약 40억 엔(일본음식·음식문화 발신을 통한 수출의 촉진 등)
- JAPAN 브랜드 육성 지원사업(경제산업성)
 - ☞ 약 5억 엔(개발지원, 해외전시회 출전지원 등)
- 쿨재팬 소스 발굴·연계촉진사업(경제산업성)
 - ☞ 약 10억 엔(프로듀서 인재를 통한 소스 발굴 등)
- 콘텐츠산업강화대책지원사업(경제산업성)

- ☞ 약 8억 엔, 국제컨본시, 국제공동제작추진 등
- 쿨재팬 전략추진사업
 - ☞ 약 5억 엔(중소기업 등의 해외진출을 위한 플랫폼 구축 등)
- 방일여행 촉진사업(국토교통성)
 - ☞ 약 55억 엔(All Japan 체제를 통한 방일 프로모션, MICE(비즈니스 관광)유치 등)

■ 아베정권의 쿨재팬전략

○ 쿨재팬전략

- 아베정권은 6월 5일에 발표한 ‘성장전략’에 쿨재팬전략을 담았으며 이하 내용은 동 성장 전략내용 가운데 쿨재팬의 추진 내용만을 발췌 번역한 내용임.

쿨재팬의 추진(2013.6.5.)

③ 쿨재팬의 추진

- 풍요로운 문화를 배경으로 한 콘텐츠, 일본식·일본산 주류 등 ‘일본의 매력’을 효과적으로 발신하고 산업육성 및 해외수요의 확대하기 위해 쿨재팬을 국가전략으로 자리매김하고 국민일체 하에 대책을 강화한다.

○ 발신력의 강화

- ‘쿨재팬 추진회의’의 제언 등을 토대로 마련된 ‘액션플랜’(※ 상세내용 하기 액션플랜 참조)에 입각해 식, 일본산 주류, 패션, 제조, 콘텐츠 등의 연계를 통해 주요 국제회의·이벤트 등에서 ‘일본의 매력’을 효과적으로 발신하고 외국인의 공감과 참가를 끌어내어 쿨재팬을 지지하는 우수한 ‘인재’의 육성 등을 추진한다.

○ ‘주식회사 해외수요개척지원기구(가칭)’를 활용한 쿨재팬의 전략적 추진

- ‘일본의 매력’을 산업화로 연결시켜 나가기 위해 ‘주식회사 해외수요개척 지원기구(쿨재팬 추진 기구)를 설립하고 리스크 머니를 공급함으로써 쿨재팬을 전략적으로 추진해나간다.

○ 콘텐츠 등의 해외전개 촉진

- 2018년까지 방송콘텐츠 관련 해외시장 매출을 현재의 약 3배로 늘린다(현재 63억 엔).
- 콘텐츠의 권리처리를 원활하게 하기 위해 ‘영상콘텐츠 권리처리기구(aRma)’의 기능적 강화 등을 통한 권리처리 단일화 창구의 정비, 사전에 해외진출을 포함한 허락을 얻는 권리처리계약을 촉진하는 동시에 콘텐츠 정보 포털사이트 ‘Japacon’의 기능강화 등을 통한 권리정보관리·권리처리·정보발신을 집중화하는 단일창구의 정비, 해외진출을 포함한 권리처리계약의 촉진 등을 도모한다.
- ‘주식회사 해외수요개척지원기구’, ‘재팬콘텐츠 해외전개사무국’(J-LOP) 등을 중심으로 콘텐츠

의 로컬라이즈(자막, 더빙, 현지규격 대응 등) 지원의 본격화, 장래의 비즈니스전개를 내다보고 현지의 니즈에 맞는 해외방송국과의 국제공동제작지원의 대규모화, 해외시장에의 프로모션 강화, 해적판 대책의 근본적 강화, 해외방송국의 채널 및 방송시간·전송사이트 등의 일본 콘텐츠 유통채널의 확보 등을 도모한다.

○ **일본음식, 식문화의 해외전개·일본산 주류의 수출촉진**

- 농림수산물·식품의 수출확대(생략)
- 일본산주류에 대해 2020년까지 수출액 증가율이 농림수산물·식품의 수출액 증가율을 상회하는 것을 목표로 국제이벤트, 외교상의 리셉션·회식, 주요 국제공항, ‘주장(酒蔵)투어리즘’(※번역자 주) 술 주조장을 관광하는 투어) 등을 통한 발신에 나서는 동시에 일본식(食)과도 연계해 효과적인 상담회를 개최하는 등 해외 판로를 확대해 관민연대에 의한 수출증가를 도모한다. 이를 위해 ‘일본산 주류의 수출촉진연락회의’를 활용해 종합적인 수출환경정비를 추진한다.

○ **해외홍보체제 강화**

- 정부가 한마음이 되는 국제홍보 활동을 강화하는 것을 목적으로 금년 4월부터 개최되고 있는 ‘국제홍보강화 연락회의’를 최대한 활용해 쿨재팬 및 VISIT JAPAN, INVEST JAPAN 등의 시책에 대해 각 부처별 홍보기회·콘텐츠 등을 공유하는 등 해외홍보를 강화한다.

○ **외국인 관광객 등의 유치(VISIT JAPAN)의 강화(생략)**

- 지난 5월 27일에는 쿨재팬 추진을 위한 액션플랜도 아래와 같이 발표되었음.

<쿨재팬 발신강화를 위한 액션플랜(2013.5.27)>

<토탈 코디네이트, 함께>

- ① 쿨재팬 발신의 첫 시작으로써 세계적으로 높은 평가를 받고 있는 일본의 식문화발신이벤트를 해외에서 순차적으로 개최함. 이 때 식재료의 발신 및 스위트 등의 활용에도 배려한다. 또한 쿨재팬의 발신에 대해서는 상대국의 문화 등을 이해하고서 음식, 일본산 주류, 패션, 제조, 콘텐츠 등의 연대 가능성을 검토하고 경제적 효과에 문화적 가치를 부가한 토탈 코디네이트도 포함한 일본브랜드의 효과적 발신을 모색한다. 이때 민간의 훌륭한 인재의 활용 등을 통해 탄력적인 발상을 활용할 수 있도록 노력한다.(외무성, 경제산업성, 총무성, 농림수산성, 내각관방(일본 산주류의 수출촉진연락회의), 내각관방(국제홍보실))
- ② 애니메이션 등의 미디어 예술을 비롯한 예술문화의 종합적인 진흥을 도모하는 동시에 전통문화 및 팝컬처와의 융합을 포함, 일본발 예술작품을 해외로 발신한다.
- ③ 2012년도 추경예산을 활용한 일본관련 콘텐츠의 로컬라이즈, 프로모션, 국제공동제작 지원을 통한 쿨재팬의 발신 및 주식회사 해외수요개척지원기구(가칭 쿨재팬추진기구)를 통한 출자 등을 활용한 일본기업의 해외전개지원 등을 효과적으로 추진하고 인바운드 추진으로 연결하는 사이클을 실현한다.
- ④ 지역 방송국 및 프로그램 제작사 등이 능력과 의욕이 있는 중소기업, 자치단체 등과 협력해서 식 및 관광자원 등의 정보를 방송 및 인터넷을 통해 해외로 발신하고 지역활성화를 추진하는 대책 및 팝컬처 영상콘텐츠의 발신을 지원한다. (총무성, 경제산업성, 농림수산성)
- ⑤ 외국인·저명인을 활용한 축구 및 국내외 이벤트, 재외공관 활동 등을 통해 일본국내에 체재

하는 외국인은 물론, 널리 외국에서도 일본산 주류의 매력을 일본산 농림수산물/식품과 함께 발신하는 동시에 수출환경의 정비를 도모함. (내각관방(일본산 주류의 수출촉진연락회의), 재무성(국세청), 외무성, 농림수산성, 경제산업성, 관광청)

<계기>

- ⑥ ‘귀엽다’, ‘맛있다’, ‘건배’ 등 외국인에게 매력적인 일본어의 발음을 추진하는 동시에 쿨재팬 발신이벤트에서 이러한 일본어의 로마자 표기와 외국어를 결합시켜 국제통용어가 되는 카피 및 로고(예) ‘Kampai’ to the world)를 작성하는 등 쿨재팬을 아는 계기를 세계에 발신한다.(내각관방(국제홍보실), 문부과학성, 관계 각부성)
- ⑦ 총리대신, 퍼스트 레이디, 쿨재팬전략담당대신 등이 공식행사 등의 장에서 출선해서 일본브랜드를 발신함. (내각관방(지적재산전략추진사무국), 관계 각 부성)

<모두 함께>

- ⑧ 정부가 한 마음이 되어 쿨재팬이 경제재생에 있어 매우 중요한 핵심이라는 인식을 국민에게 널리 공유해나가기 위한 촉구를 행하는 등 이를 통해 쿨재팬의 추진 및 발신에 국민의 폭넓은 참가를 촉진한다. (예를들면, 총리가 ‘쿨재팬 입국선언’을 한다거나 쿨재팬 전략담당대신 등이 일본을 대표하는 크리에이터에 대해 쿨재팬의 발신에 참가 협력을 필요에 따라 요청하는 등) (내각관방(지적재산전략추진사무국), 관계 각부성)
- ⑨ 일본의 팝컬처를 대표하는 캐릭터에 대해 글로벌 인터넷 투표를 실시해 상위의 캐릭터로 캠페인을 실시. (관방장관(지적재산전략추진사무국), 관계 각 부성)
- ⑩ 차세대를 짊어질 어린이 및 젊은 층이 문화교류의 워크숍 등을 통해 특히 외국 아티스트 등과의 교류를 통해 외국인의 시선에서 본 일본의 매력을 인식할 수 있도록 한다. (문부과학성, 외무성)

<사랑받는 방법>

- ⑪ 인바운드 추진시, ‘대접’ 등 각지역의 스토리를 강조한 매력을 발신을 하는 동시에 팝컬처 애호가를 대상으로 한 일본브랜드 발신에 맞춰 방일정보를 발신하고 방문시에는 일본의 문화·산업 체험, 교류기회를 제공함으로써 만족도를 높여 인 바운드의 확대에 연결시킨다. 또한 쿨재팬 전략과 비짓 재팬사업을 효과적으로 연계시킬 필요가 있다는 점에서 쿨재팬 전략과 비짓 재팬사업을 함께 발신하도록 힘쓰고 쌍방의 관련이벤트 등의 정보공유를 통해 구체적인 연계를 계획적으로 도모할 수 있도록 한다.(관광청, 관계 각 부성)
- ⑫ 재외공관 등의 적극적인 활용을 도모함으로써 해외에서 일본의 문화·가치에 대한 이해 및 호감도를 높여 외국인의 손을 이용한 쿨재팬의 재발신으로 연결시킨다. 이때 계속적으로 팔로우업을 하는 등 대책의 성과를 보다 효과적 것으로 할 수 있도록 힘쓴다.(외무성, 관계 각 부성)

<스토리>

- ⑬ 국보, 중요문화재 호칭을 포함한 검토는 물론, 세계문화유산 지정을 목표로 하는 것에 대해 ‘일본유산’(가칭)으로 자리매김하는 등, 문화재 보전·정비 및 활용·발신, 전통예능·공예를 포함한 문화예술의 창조·발신을 통해 인바운드를 추진하기 위한 스토리가 각 지역에서 만들어져 문화예술창조 도시기능 강화 등에 연결될 수 있도록 조치를 강구한다. (문부과학성)

<육성한다>

- ⑭ 일본의 매력적인 콘텐츠창조 및 발신을 담당할 인재의 육성을 강화하는 동시에팝컬처의 현지

- 시장형성을 위해 아시아를 중심으로 예를들면 아티스트를 강사로 파견 또는 애니메이션 및 게임 교재의 제작·해외제공 등, 학교 등을 통한 인재육성을 전개한다. 또한 쿨재팬을 배우는 젊은 층을 지원하기 위해 젊은 일본문화 팬을 일본에 초청한다.(문부과학성, 외무성, 경제산업성)
- ⑮ 쿨재팬발신 이벤트를 전세계에서 정기적으로 실시하도록 지원하는 동시에 만화, 애니메이션, 미술, 음악 등의 국제 페스티벌·페어 등에의 참가·출품 및 훌륭한 일본의 무대예술 등의 해외공연 등에 대해 종합적으로 지원한다. (내각관방(지적재산전략추진사무국), 문부과학성, 관계 각 부성)
 - ⑯ 정통 일본요리를 만들 수 있는 요리인 및 일본요리에 조예가 깊은 학식경험자(일본인, 외국인) 등을 식의 전도사로서 육성하고 일본식·식문화의 보급·계발을 추진하게 한다. (농림수산성)
 - ⑰ 쿨재팬발신 이벤트 기회를 활용해 다도 소개의 장 마련 등을 통해 전통문화에서 예술문화까지 종합적으로 일본문화·식품을 모아 발신 또는 이의 지원을 행한다. (문부과학성, 외무성, 경제산업성, 농림수산성)
 - ⑱ 만화, 애니메이션, 게임 등의 팝컬처의 크리에이터가 용기를 얻을 수 있도록 포상사업을 충실히 한다.
 - ⑲ 새로운 재능을 가진 크리에이터 등을 활용할 수 있는 우수한 프로듀서 및 젊은 크리에이터가 해외 경험을 쌓을 수 있도록 해외연수 및 해외 교류, 국내외의 국제공동제작을 통해 육성하기 위한 지원을 실시한다. (문부과학성, 경제산업성)

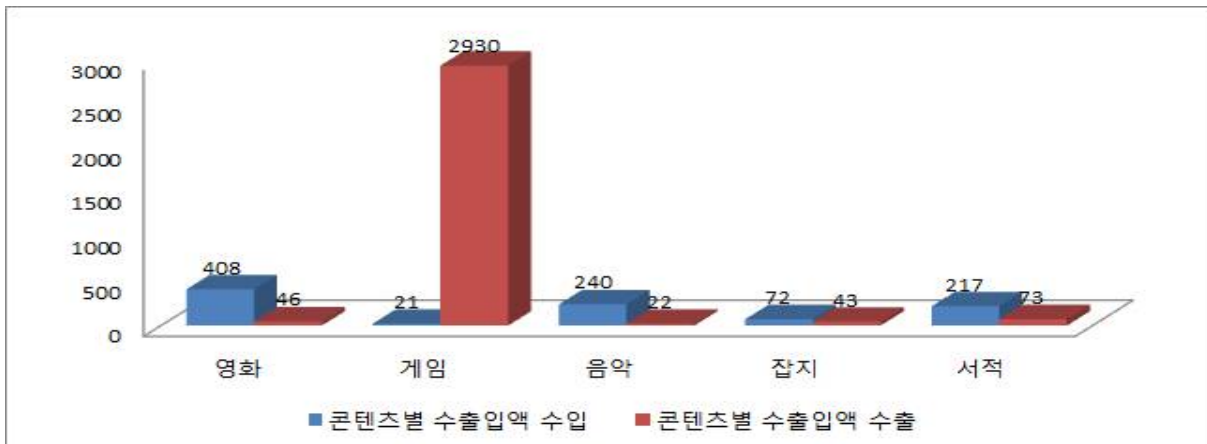
2. 쿨재팬과 콘텐츠 지원정책

■ 일본 콘텐츠의 해외수출현황

○ 콘텐츠의 해외수출

- 미즈비시UFJ 리서치 및 콘설팅에 따르면, 수출입을 비교하면, 수출이 수입을 초과하는 ‘흑자’는 게임뿐이며 영화, 음악, 서적 등은 수입초과상태임.

┃그림 3┃ 일본의 콘텐츠별 수출입액 비교



단위 : 억 엔

출처 : 미츠비시 UFJ 리서치&컨설팅

주) 음악은 2005년, 나머지는 2011년 기준

- 2011년도 기준 영화수출액은 46억 엔이며, 방송프로그램(지상파TV)은 63.6억 엔임.

■ 그림 4 ■ 일본영화수출액 추이



단위 : 백만 달러

출처 : 일반사단법인 일본영화제작사연맹 2011년은 미츠비시UFJ 리서치&컨설팅.

주) 2011년 수출액은 엔으로는 46억 엔으로 당시의 달러 환율(0.8)로 계산한 대략적인 수치임.

- 2011년도 기준 지상파TV 프로그램의 장르별/국가별 통계에 따르면, 애니메이션이 48.8%로 가장 많고 이어 버라이어티가 17.7%. 드라마가 17%, 다큐멘터리가 4.2%, 스포츠 2.4% 순임.
- 지역별로는 아시아가 53.1%로 가장 많고, 이어 북미가 24.7%, 유럽이 19.4%, 중남미 2.6% 순임.

■ 그림 5 ■ 일본의 지상파TV프로그램 수출액 추이



단위 : 억 엔

출처 : 총무성

■ 일본 콘텐츠의 해외전개 지원

○ 해외전개지원사업

- 일본정부의 콘텐츠관련 예산지원규모는 매년 감소하고 있음. 2010년에 310억 엔, 2011년에 244억 엔, 2012년 218억 엔임. 다만 콘텐츠, 제조업, 관광 등을 포함한 쿨재팬예산은 크게 늘었음.
- 쿨재팬전략의 일환으로 추진되는 콘텐츠해외전개 지원사업에는 영상소재의 로컬라이즈 지원에 95억 엔, PR이벤트 및 도항비 등을 지원에 60억 엔, 해외방송국과의 국제공동제작에 15억 엔, 도합 약 170억 엔 정도가 투입됨.
- 로컬라이즈 및 프로모션 등 지원에는 약 155억 엔 정도가 지원되는데, 해외 콘텐츠 유통에 탄력적으로 대응하면서 계속적 안정적으로 추진하기 위해 기금을 설립해서 지원함.

① <로컬라이즈 지원> (경제산업성과 총무성 공동요구)

- 쿨재팬전략에 입각해 프로그램, 영화 등 영상콘텐츠의 로컬라이즈(자막부여, 더빙등)에 대해 제작비의 일부를 민간단체 등을 통해 콘텐츠홀더 등에 대해 보조함. 담당부처는 경제산업성이며 지원금 보조비율은 2분의 1임. 보조금 지급은 2014년 12월까지임.
- 경제산업성과 공동으로 공모를 통해 선정된 법인을 통해 영상콘텐츠에 대한 현지어 자막 및 더빙 등을 제작함.

- 일본정부가 로컬라이즈 지원을 하게 된 배경은 방송콘텐츠의 해외수출이 매우 저조한 현실이 자리함. 콘텐츠산업규모는 미국에 이어 세계 제 2위임에도 불구하고 미국의 해외수출비율은 18% 정도인데 비해 일본은 불과 5%에 불과하기 때문임.
- ② <프로모션 등 지원> (경제산업성 단독요구)
 - 쿨재팬전략에 입각해 콘텐츠 프로모션에 대해 그 활동비의 일부를 민간단체 등을 통해 콘텐츠 홀더 등에 대해 보조함. 이와 관련 예산은 약 60억 엔 정도를 배분. 담당부처는 경제산업성이며 지원금 보조비율은 2분의 1임. 보조금 지급은 2014년 12월까지임.
- ③ <국제공동제작지원> (총무성의 단독요구)
 - 아시아 중점대상국 등에 있어 일본 방송국 등과 해외 방송국이 연대해 콘텐츠를 제작·발신하는 모델사업을 실시하고 효과 및 과제를 검증함. 담당부처는 방송·통신을 관할하는 총무성임.

2011년도 콘텐츠관련 주요 지원사업

<p style="text-align: center;">1. 해외전개의 촉진</p> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>콘텐츠산업강화대책지원사업(9억엔)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·코페스타(재팬국제콘텐츠페스티벌)개최 ·한중일문화산업포럼의 개최 ·아시아 콘텐츠 비즈니스 서밋 개최 ·일중영화/드라마 주간 및 애니메페스티벌 공동개최 ·해외 상담매칭을 지원하는 거점정비 </div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 10px;"> <p>지적재산권 워킹그룹등 침해대책 강화사업(4.8억엔의 내수)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·지적재산권 침해대책의 추진 ·각국의 지적재산 침해에 관한 조사 </div>	<p style="text-align: center;">2. 국내시장의 개척</p> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>서적 등 디지털전환추진사업(2억 엔)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·서적 디지털전환 추진등 ·통일 파일포맷 전환 지원사업 ·출판물 계약 원활화 실증사업 ·국회도서관과 서점 DB 제휴에 관한 실증사업 ※2010년도 추가경정사업 </div> <p style="text-align: center; font-size: small;">※문화청, 총무성과의 제휴사업</p>
<p style="text-align: center;">3. 콘텐츠산업인재의 육성</p> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">콘텐츠산업인재 발굴·육성사업(5억 엔)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·신인 프로듀서 해외연수기회의 제공 ·단편영상제작을 통한 젊은 크리에이터 발굴 </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: x-small;"> <div style="width: 45%;"> <p>※동경국제영화제 지원(1억 엔)(문화청)</p> <p>※국제공동제작 추진(10.7억 엔의 내수)(문화청)</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>※젊은 애니메이터등 인재육성(2.2억 엔)(문화청)</p> </div> </div>	

주) 상기 그림은 경제산업성이 추진하는 콘텐츠관련 지원사업임.
출처 : 경제산업성

○ 콘텐츠산업 강화대책 지원사업

- 쿼터팬전략의 일환으로 추진되는 동지원사업에 대해 2013년도에 투입되는 지원규모는 7.9억 엔 정도임. 2012년도에는 9.3억 엔이 투입 됨.
- 일본 콘텐츠는 해외에서 인기가 높으나 경제적 이익으로 전환하지 못하고 있음.
- 이를 위해 국제견본시의 개최, 정부간 대화/관민대화를 통한 국제공동제작의 추진 및 세계적으로 통용되는 콘텐츠비즈니스프로듀서의 육성 등에 대처함.
- 이를 위해 중소콘텐츠업체는 해외시장에 참가할 체력이 약한 만큼, 정부의 주도하에 각업계를 묶은 국제견본시를 개최해 일본콘텐츠를 통합적으로 국내외에 발신하며 해외거점을 통한 상담지원을 실시함.
- 아시아를 중심으로 한 각국과의 정부간 대화 및 아시아 아시아 콘텐츠 비즈니스 서밋(ACBS) 개최를 통해 국제공동제작 및 아시아 지역 관민콘텐츠 관계자와의 협업을 추진
- 유명한 젊은 프로듀서에 해외전문교육기관(미국UCLA영화학교 등)에서 최첨단 노하우 습득에서 국제인맥의 네트워크화까지 익힐 수 있도록 장기연수 등을 지원.

○ 클라우드시대에 대비한 콘텐츠 유통환경정비추진사업(2013년도)

- 동사업의 2013년도 예산안 규모는 2.6억 엔이 계상됨.
- 동사업의 내용은 동영상전송서비스의 보급 및 스마트폰, 스마트 TV 등의 다양한 정보단말의 등장으로 방송콘텐츠의 멀티유스 촉진이 기대되고 있는 한편, 불법콘텐츠의 유통증가도 우려시되고 있어 해외를 포함한 다양한 채널에서 신속하고 효율적으로 방송콘텐츠를 유통시키기 위한 환경정비가 필요함.
- 권리자별, 분야별로 제각각이었던 권리처리DB의 연계/통합 등의 정비를 추진하기 위해 방송콘텐츠의 종합적인 권리처리 플랫폼을 위한 실증실험을 실시.
- 인터넷 상에서 해적판 콘텐츠가 범람하고 있는 국가에서 현지 관계당

클라우드 시대에 대비한 콘텐츠유통환경정비의 통합추진
(불법유통대책, 합법유통의 촉진, 권리처리의 원활화)



해외 인터넷/방송 등
에 전송

국 및 사업자와 협력해 불법 유통대책과 합법콘텐츠의 전송을 세트로
대처

출처 : 총무성

<채널 재팬 사업>

- TBS와 니혼게이지아이신문그룹이 공동으로 설립한 '닛케이 TBS 스마트 미디어'를 사업주체로 해서 아시아 각국/지역을 대상으로 최신의 일본정보를 전달하는 2시간 프로그램 'Channel JAPAN'을 2012년 4월부터 매주 방송하고 있음.
- CNBC(아시아 전역), CNBC TV 18(인도), 유스트림(전세계), 메트로 TV(인도네시아 지상파), VTV2(베트남 지상파)등에서 방송되고 있음.
- VTR영상과 스튜디오 해설로 구성, 자체제작과 기존 프로그램을 활용
- 일본의 비즈니스/경제정보를 축으로 멋있고 첨단적인 일본의 유행, 문화, 테크놀로지 등 폭넓은 분야의 최신 토픽을 전달한다는 컨셉임.

<HELLO JAPAN 채널 사업>

- 사명 : J FOOD&CULTURE TV PTE. LTD.
- 본사소재지 : 싱가포르시내
- 설립 : 2011년 4월 25일
- 개국 : 2013년 2월 25일
- 방송지역 : 싱가포르
 - 수신방법 : 현재 케이블TV회사인 'StarHub'의 무료채널의 하나로서 전개
 - ※ 57만 가구가 시청가능하며 총 가구수의 약 50%를 커버
 - 방송형태 및 시간 : 영어자막, 24시간, 광고방송
 - 프로그램 내용 : 애니메이션, 버라이어티, 드라마, 음악, 영화, 여행, 음식, 정보, 스포츠 등

- 자본금 : 약 7.8억 엔
- 사업내용 : 싱가포르를 중심으로 한 아시아 태평양 지역에서 케이블 및 위성 등 각종 방송매체를 대상으로 일본관련콘텐츠의 공급, 채널 제공, 프로그램 등을 제작
- 덴츠, 니혼테레비방송망, TV아사히, 도쿄방송홀딩스, TV도쿄홀딩스, 싱가포르 투자회사인 싱가포르 Media Alliance, 이마지카 로봇 홀딩스 홋카이도테레비방송, 쇼가쿠칸슈에이샤프로덕션이 공동으로 출자한 TV사업 운영사인 'J FOOD & CULTURE TV PTE. LTD.'(이하 JFC TV)를 통해 아시아태평양 지역 국가를 대상으로 일본 콘텐츠 전문 종합엔터테인먼트 TV 채널 'Hello! Japan'을 개시
 - 해외의 일본 방송콘텐츠는 각국의 방송국이 독자적으로 구입해 방송하거나 NHK월드가 방송되고 있지만, 일본민간기업 주도로 광역전개를 하고 있는 방송채널은 JFC TV가 최초임.
- 싱가포르를 시작으로 점차 방송지역을 확대해 인도네시아, 필리핀, 홍콩, 말레이시아, 태국, 호주, 베트남, 인도, 한국, 대만 진출을 예정하고 있음.

■ 2012년도 추진된 콘텐츠 관련 사업

○ 프로젝트명 : 일본 콘텐츠를 위한 뉴 아시안 플랫폼

- 동 프로젝트는 2012년 홍콩에서 개최, 애니메이션을 중심으로 한 일본의 인기 콘텐츠를 일본과 거의 동일한 타이밍으로 현지 영화관에서 개봉하는 동시에 영화관내 등에 상설 매점을 설치하고 콘텐츠관련상품 및 일본산품 등을 판매함.

○ 프로젝트명 : 인도시장 Japacon · Kids TV사업

- 동 프로젝트는 인도의 어린이층(약 3.51억 명)과 그 부모세대를 대상으로 일본의 우수한 어린이 콘텐츠를 패키지화한 'Japacon · Kids TV사업'을 인도의 방송국과 연대해 로컬라이즈 방송. 현지 파트너기업과 콘소시엄을 구성해 물류 · 유통가공 및 백오피스 기능을 공동화한 프로모션, 유통, 판매 플랫폼을 구축하고 상기콘텐츠의 라이선스 기업 각사가 전개하는 전략 아이템을 판매 촉진함.

※ BACK OFFICE란 기업 조직에 있어 사무 · 관리업무 등을 담당하며 고객을 직접 대하는 프론트 오피스를 지원하는 부문을 말함.

○ 프로젝트명 : 'VOCALOID Trans-Pacific ' 보컬로이드¹⁾를 활용한 음악비즈니스 기반창출 프로젝트

- 동 프로젝트에서는 2012년도 개발 · 발매를 예정하고 있는 콘텐츠사

1) VOCALOID란 야마하가 개발한 음성합성기술 및 이의 응용제품의 총칭임.

업을 축으로 해서 벤더 각사를 규합하고 CGM(Consumer Generated Media), 유통, 어패럴등과 연합한 콘소시엄을 구성해 미국 및 환태평양지역을 대상으로 UGC(User Generated Content)콘텐츠의 발표·전송·방송·프로모션 관련 플랫폼 정비, 관련 상품판매 및 콜라보레이션을 추진해 ‘크게 버는’ 콘텐츠 비즈니스기반을 정비

○ **프로젝트명 : 도쿄 시부야 × 싱가포르**

- 일본의 차세대를 짚어질 패션사업자, 크리에이터 20팀 정도를 조직해 싱가포르에서 패션·컬처·아트 관련 쇼, 트레이드 쇼, 패션쇼를 개최.
- 인큐베이션과 도쿄 시부야 PR
- 현지 유력 크리에이터 및 싱가포르 정부 협업에 의한 현지 상품 개발, 판매, 운영 노하우를 상호 제공
- 백 오피스, 운영 리소스 공유를 통한 비용 장점을 살린 복수 브랜드의 매장전개 사업인 ‘패션 플랫폼 사업’ 을 목표로 함.

○ **프로젝트명 : 상해 콘텐츠 × 지역정보발신사업-지역에의 부유층 인바운드 촉진**

- 만화 및 애니메이션 등 콘텐츠의 매력을 통해 상해의 부유층을 일본 지역으로 불러들여 ‘자고, 먹고, 사고, 체험함’ 으로써 ‘크게 버는’ 것으로 연결시킴. 2012년도는 일본상품전문 전시회 참가 및 스낵류 음식점의 출점을 통해 콘텐츠와 지역의 정보를 발신함.

○ **프로젝트명 : 쿨재팬 인도네시아 프로젝트**

- 인도네시아 시장에서 일본의 상품, 콘텐츠 등의 시장동향 파악 및 현지 기업과의 매칭을 지원하는 동시에 현지진출을 위한 최대과제인 ‘지속적인 판로구축’ 을 위한 테스트 마케팅시스템의 구축 및 인도네시아 진출시 비즈니스 모델 모색, 아울러 전자상거래 활용한 해외판로 확대 스킴을 구축함.

○ **프로젝트명 : TOKYO FASHION WEEK 프로젝트**

- 재팬패션워크추진기구(JFWO)에 의해 선정된 패션디자이너가 일본의 텍스타일로 상품개발, 이를 통해 일본의 소재 개발력 및 감성을 어필.
- 도쿄패션워크의 브랜딩 효과를 활용해 패션신흥국인 중국, 사우디아라비아 시장에 ISETAN 등 국내외 유통업체와 손잡고 패션 및 관련 상품의 유통망 개척 및 확대를 목표로 함.

○ **프로젝트명 : ‘요리의 철인’ 등 일본 콘텐츠를 지렛대로 한 인도네시아 일본식산업 인큐베이션**

- 인도네시아에서 현재 일본관이 방송중이며 인지도가 매우 높은 ‘요리의 철인’ 등의 일본콘텐츠를 지렛대로 현지에서의 일본식 노출도 증가, ‘요리의 철인’ 통일브랜드를 활용한 일본식의 고부가가치화를 추진

○ **프로젝트명 : 쿨재팬류 콘텐츠×자동차에 의한 시너지 프로모션**

- 일본의 글로벌기업인 도요타가 프로덕션을 직접 지원해서 작품을 제작, 일본의 콘텐츠를 활용한 일본 브랜드의 새로운 판촉방법을 모색

○ **프로젝트명 : ‘HARAJUKU +’ 프로젝트**

- 도쿄 하라주쿠 문화를 견인하는 중소기업·크리에이터를 조직하고 대만 타이페이에서 점포 운영방법을 연구, 또한 BtoB 전시회에도 참가하며 이벤트, 광고, PR 활동을 전개, 하라주쿠 문화 전체 발신을 함으로써 새로운 시장을 창출하는 동시에 인바운드로도 연결하고자 함.

3. 쿨재팬 사업 추진기관

■ **쿨재팬 사업 추진기관**

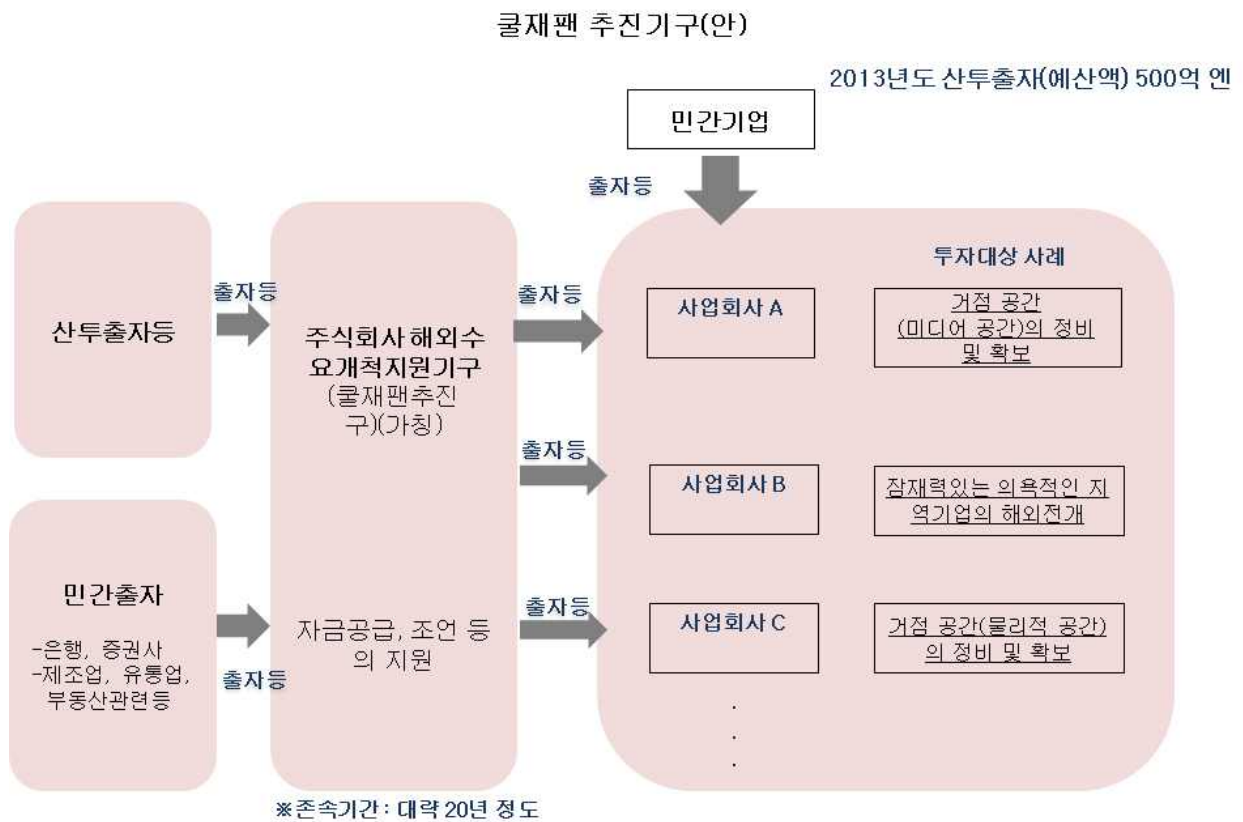
○ **콘텐츠관련 지원기관**

- 기존의 쿨재팬전략의 콘텐츠관련 주요 추진기관으로는 유니재팬(UNI JAPAN), 디지털콘텐츠협회(DCAJ), 영상산업진흥기구(VIPO) 등이 있음. 아울러 신규로 설립된 기관으로는 ANEW(아래 설명)와 쿨재팬추진기구(아래 설명) 등이 있음.

- 상기의 추진기관은 일본정부의 콘텐츠 관련 추진사업 등을 위탁받아 실시하고 있는 형태를 취함.
 - ① 유니재팬은 2005년 4월에 설립되었고 현재 이사장은 사코모토 준이치(주)쇼치쿠 대표이사)로 회원수(2013. 1. 10 현재)는 67개사.
 - 주요사업으로는 동경국제영화제 및 국제영상견본시인 TIFFCOM, 일본영화해외진출지원, 국제공동제작 지원 등 실시.
 - ② 디지털콘텐츠협회는 전신인 국제영상소프트웨어추진협의회가 1985년에 설립됨. 이후 1991년 멀티미디어국제회의포럼과 1996년 (사)일본컴퓨터그래픽협회를 통합해서 현재의 디지털콘텐츠협회가 탄생.
 - 동협회의 회장은 아다치 나오키 돗판인쇄주식회사(TOPPAN) 회장이 겸임.
 - 현재 회원수(2012. 6. 1. 현재) 는 76개사(정회원 27사/- 준회원 49사).
 - 주요사업으로는 시장 및 기술동향조사, 콘텐츠제작을 위한 법적 환경 정비, 디지털콘텐츠백서, 국제교류(국제 어워드 및 세미나 등) 등.
 - ③ 영상산업진흥기구는 2004년 12월에 설립됨. 현재의 이사장은 마츠타니 타카유키로 주식회사 데즈카프로덕션 사장이 겸임.
 - 현재 회원수(2013. 1. 10 현재)는 108개사(법인 84사 / 개인 10인 / 찬조 14사).
 - 주요사업으로는 인재육성 지원, 작품제작 지원, 기업 지원, 시장정비개척 등을 지원하고 있으며 CoFesta(일본 국제콘텐츠페스티벌)의 전체 코디네이터 역할도 수행
- ※ CoFesta란 콘텐츠관련 각종 이벤트 등의 통합명칭으로 일본의 게임, 애니메이션, 만화, 캐릭터, 방송, 음악, 영화, 패션, 디자인 등 콘텐츠산업 관련 각종 이벤트가 연계해 전 세계를 대상으로 재팬 콘텐츠를 전시 및 홍보 2011년도 총 입장객은 약 230만 명.
- ※ 상기 3개 기관은 우리원과 MOU 체결기관으로 UNIJAPAN은 13년 5월 24일부로 신규 체결

○ 쿨재팬 추진기구(신규)

- 일본정부는 ‘쿨재팬 추진기구(안)’ 를 설립하고 동기구를 통해 약 20년간 500억 엔(산업투자(산투), 아래 참조)의 운용을 맡길 예정임. 민간기업과 매칭방식이라서 그 투자규모는 약 1,000억 엔 정도로 예상됨.
- 쿨재팬추진기구(안)의 지원대상이 되는 사업이미지로는 크게 세 가지로 나눌 수 있음.
- 먼저 미디어 공간형으로는 재팬채널을 통해 방송콘텐츠를 방송 및 전



송하고 일본음식 및 상품판매 등을 연계함.

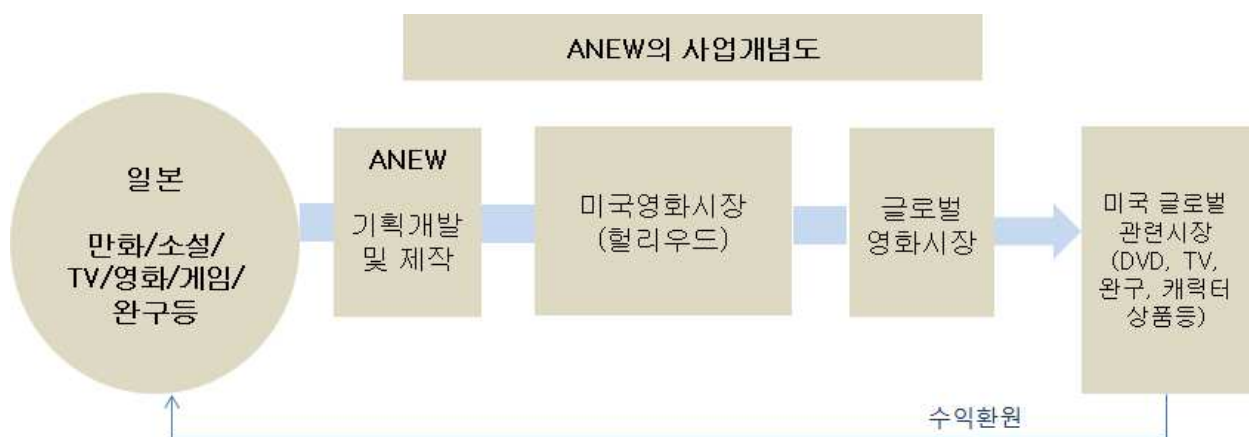
- 물리적 공간형이란 상업시설과의 연계를 통해 가령 ‘재팬 푸드코트’를 만들어 라면, 덴푸라, 일식양식, B급 요리 등 일본 독자의 요리산업의 거점을 구축
- 지역자원발굴형은 지역의 특색을 살린 상품의 해외진출을 도모함. 다카오카 동기, 에도기리코 유리, 남부철기, 구마노 미용필, 고슈 와인 등임.

○ ANEW(신규)

- 주식회사 산업혁신기구는 국내 기업 및 개인이 보유하는 콘텐츠(스토리 및 콘텐츠등)를 대상으로 해외전개를 위해 기획개발 등을 행하고 수익을 확보할 목적으로 새 회사인 ‘주식회사 All Nippon Entertainment Works’ (이하 ANEW)에 60억 엔을 출자해 2011년 8월에 설립됨.

※ 산업활력의 재생 및 산업활동의 혁신에 관한 특별조치법에 따라 설립된 관민출자의 투자 펀드임. 첨단기술 및 특허의 사업화를 지원하는 것을 목적으로 2009년에 설립됨. 관민 합해 905억 엔(정부 820억 엔, 민간기업 16사 85억 엔)을 출자함. 금융기관으로부터 자금조달 가능한 규모는 최대 9000억 엔 규모의 투자능력을 보유. 동기구의 설치기간은 15년간임.

- ANEW는 글로벌 시장에서 스토리 및 캐릭터 등을 리메이크하고 영화 등을 기획/개발함으로써 영화/TV/게임/서적(소설, 만화를 포함)/완구/캐릭터 상품 등의 주변산업(콘텐츠산업)의 수익을 확보하는 것을 목표로 함.
- 국제적으로 평가가 높은 매력적인 스토리 및 캐릭터가 다수 존재함에도 대부분이 글로벌 시장에는 전개되지 못하고 있음. 글로벌 시장에는 매력적인 스토리와 캐릭터 등에 대한 잠재 니즈가 있는 만큼, 이러한 니즈와 일본내의 스토리 및 캐릭터 등을 매칭시킴으로써 새로운 시장을 개척할 수 있음.
- ANEW는 일본내 매력적인 스토리/캐릭터 등을 글로벌 시장에 맞게 리메이크해 미국에서 영화화 등을 위해 기획개발업무를 미국의 프로듀서와 공동으로 추진함.
- 영화화의 성공을 통해 영화/TV/게임/서적/완구/캐릭터 상품 등의 글로벌 콘텐츠시장에서 일본세가 수익을 폭넓게 확보하는 것을 목표로 함.
- 본사소재지는 도쿄, 지점소재지는 미국 로스앤젤레스, 자본금 6억 엔, 사업내용은 일본콘텐츠의 해외진출용 기획 및 개발, 사장은 섀포드 R 클라이먼임.



<도에이 애니메이션 'GAIKING' 헐리우드에서 실사영화화>

- 2012년 12월 일본 최대 애니메이션 제작사인 도에이애니메이션과 ANEW는 미국의 Valhalla Entertainment와 공동으로 도에이 애니메이션의 대표작의 하나인 'GAIKING'의 헐리우드 실사영화화의 기획개발을 결정했다고 발표.
 - GAIKING은 '슈퍼 로봇 가이킹의 파일럿으로 스카우트된 청년이 인류를 구하기 위해 외계인 간들과 싸워나가는 이야기임.
- 본 프로젝트는 도에이 애니메이션의 미국진출전략 강화로 연결되는 동시에 ANEW에 있어 설립이후 최초의 기획개발 안건임.