

JAPAN

일본 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF JAPAN

한국콘텐츠진흥원
일본사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『일본내 한일연예인 팬클럽 동향』

◎ 작성취지

- 일본 음악업계의 최신 트렌드는 ‘라이브’ 로, 아티스트들의 라이브 공연이 잇따르면서 B2C 대상의 팬클럽비즈니스가 각광을 받고 있음.
- 일본에 진출한 한국 연예인의 상당수가 현지에서 팬클럽을 운영하고 있으며, 특히 2010년 이후 K-POP 아티스트의 팬클럽이 크게 늘어나고 있음.
- 일본 연예인의 팬클럽 비즈니스 모델과 전략 등을 분석하고 한국 연예인의 팬클럽 운영현황 및 체계를 살펴봄.
- 이를 통해 일본 팬클럽운영 및 관리체계를 이해하고 국내 연예인의 팬클럽 비즈니스 모델전략 수립에도 참고자료로 활용하고자 함.

※ 출처 : 한일 연예인 팬클럽페이지, 니혼게이지아이신문(2012년 11월 9일자)

◎ 작성순서

- 1. 일본의 팬클럽 개요
- 2. 일본 연예인의 팬클럽비즈니스 전략
- 3. 한국 연예인의 팬클럽 운영 현황

1. 일본의 팬클럽 개요

■ 일본의 팬클럽

○ 팬클럽이란?

- 팬클럽(Fan Club)은 배우나 스포츠팀 등의 팬으로 구성된 단체를 말함.응원을 받는 본인 또는 단체가 공식적으로 인정해 설치된 ‘공식 팬클럽(Official Fan Club)’ 형식이 대부분이지만, 열광적인 팬이 개인적으로 운영하는 ‘사설팬클럽’ 형식도 있고, 이것을 연예인 본인이 인정하는 경우도 있음
- 일반적으로 팬클럽운영은 입회금과 회비를 지불하는 시스템으로 이것이 주요 운영 재원이 됨
- 메이커와 브랜드 주최의 팬클럽의 경우는 응원하는 의미에서 입회금과 연회비를 무료로 하는 경우도 있음
- 세계 최다의 팬클럽 회원 수는 동방신기의 「Cassiopeia」로 약 80만 명으로 기네스북에 기록되기도 했음.
- 팬클럽을 개설하는 경우는 아이돌, 뮤지션, 배우, 극단, 성우, 스포츠 선수, 스포츠팀, 만화가, 작가, 메이커, 브랜드, 방송국 등이 있음.
- 팬클럽 회원들이 받을 수 있는 특전으로는 회원증 발행, 기념품/회원 한정상품/사인지 등의 선물, 회원지 발송(공식사이트의 SSL설정 회원용 지역에 제공되는 경우도 있음), 티켓의 우선 구입권, 할인권, 무료 초대권을 받을 수 있음
- 또한, 회원 한정 이벤트에도 참가할 수 있음(팬들의 모임, 사인회, 악수회, 촬영회 등, 회원증이 입장권 역할을 하기도 함)
- 관련 상품의 판매, 구입액에 따른 포인트 부여 및 교환 행사를 하는 경우도 있음
- 회원들의 상담, 질문의 창구로서 역할도 함

2. 일본 연예인의 팬클럽 비즈니스 전략

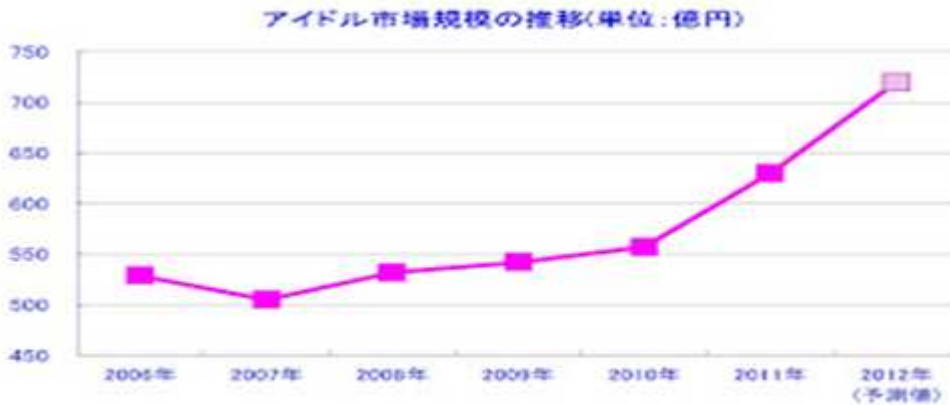
■ 일본의 아이돌 비즈니스 현황

○ 일본의 아이돌시장 환경

- 아이돌 시장은 ‘아이돌’의 콘서트 티켓, CD/DVD, 사진집, 관련 상품, 팬클럽의 회비 등으로 구성되어 있음(광고 수입 등은 제외)

- 야노경제연구소의 ‘아이돌’ 시장에 관한 조사 결과에 따르면, 아이돌 시장 규모를 보면, 2007년부터 증가세를 보이고 있는 유망한 시장임.
- 2011년의 아이돌 시장은 630억 엔으로 전년대비 13.1% 증가했고, 2012년은 720억 엔으로 전년대비 14.3% 증가할 것으로 예상됨

■그림 1■ 아이돌 시장 규모의 추이(단위: 억 엔)



- 2011년 시장 성장의 견인역할을 한 것은 한류 남성 아이돌과 자니즈였지만, 2012년은 여자 아이돌 그룹이 시장을 했음.
- 2013년은 해외 시장을 중심으로 증가세를 유지해, 전년보다 10% 정도 늘어난 약 800억 엔 시장이 될 것으로 전망됨.
- 일본 시장 경제의 회복이 더딤에도 아이돌 팬층은 지속적으로 증가하고 있음

■ AKB48의 팬클럽 운영사례

○ 연회비 480엔 전략

- AKB48의 팬클럽 운영을 담당하고 있는 AKS는 2010년 12월 팬클럽 조직을 개편하면서 다른 팬클럽의 회비보다 훨씬 적은 연회비 480엔(휴대사이트는 월 315엔)으로 책정함(입회비는 1,000엔)

※ AKS는 중도 채용을 통해 대기업과 벤처기업 등의 경영 기획부터 현장 실무 경험이 풍부한 인재들로 구성되어 있는 이벤트 기획사임

※ 팬클럽 사이트 : www.akb48.co.jp/fanclub/

- 2006년부터 계속 운영해왔던 기존의 ‘하시라의 가이’에서는 가입

- 비 1,000엔, 연회비 4,000엔을 받았음.
- AKB48이 폭넓은 층의 사람들에게 오랫동안 사랑받을 수 있도록, 또한 AKB48이 멀리 있는 아이돌이 아니라, 가까운 곳에 있는 아이돌로 인식되도록 입회비와 연회비를 각각 1,000엔, 480엔으로 책정해 다른 팬클럽이 4~5,000엔 정도의 연회비를 책정하고 있는 것과 다른 가격 차별화 전략을 내놓았음.
 - 이런 파격적인 가격인하의 의도는 팬클럽 회원이라는 고정 편을 확대하고 CD판매 및 전국 라이브 공연, 이벤트 등의 집객을 끌어올리려는 것임.
 - 메일매거진 등을 통해 신곡 및 투어 정보를 전송하고 회원한정의 특전을 제공함으로써 팬의 마음을 움직임. 선발총선거(200명이 넘는 멤버 가운데 인기투표로 순위를 가리는 행사) 투표권도 부여함.
 - 참고로 2012년 6월 선발총선거에서는 총투표수가 2011년보다 20% 늘어난 138만 표에 이룸. 팬클럽 회원만이 아니라 CD구입자, 휴대전화 사이트 회원 등도 투표권을 얻을 수 있음.
 - 입회금 1,000엔, 연회비 480엔이라는 파격적인 가격 설정은 초등학교생들의 용돈으로도 입회 가능한 수준으로 폭 넓은 연령층을 확보가능
 - 파격적인 가격인하로 팬클럽의 문지방을 낮게 하는 것은 열성적인 팬들에게 있어서는 반감을 불러일으킬 수 있는 요소임. 그럼에도 AKB48은 ‘친근한 아이돌’ 노선을 전면으로 내세우며 티켓 및 인기투표를 둘러싸고 팬들사이의 경쟁을 일으킴으로써 붐을 유지하고 있음.
 - 이는 ‘아이돌의 디플레이션화’의 일환으로 볼 수 있음. 팬클럽은 디플레이션이 진행됨에 따라 AKB48과 비교해서 다른 아이돌 그룹을 응원하는 것이 ‘그 만큼의 가치가 있는가?’ 라는 생각을 들게 함.
 - AKB48의 팬클럽은 연회비 480엔으로 해결할 수 있도록 하고 있음. 예를들면, 연 6회정도의 우편물이 발송되고 있는데, 여기에는 6회 × (80엔 우표 + 인쇄료 + 인건비 40엔(1회당 2분의 업무로 계산))로

약 1,000엔 정도의 비용이 드는 것으로 알려져 있음

- AKB48는 이런 코스트를 줄이기 위해, 우편 발송은 중단하고 이것을 인터넷 상에서 전환함으로써 480엔의 가격 설정이 가능하게 됨
- 파격적인 가격인하를 통해 ‘AKB48의 전략과 매칭하는 형태로 비즈니스 구축’에 성공한 것임.

○ 장기 전략

- 입회금은 다른 아이돌이나 (구) 팬클럽과 가격을 동일하게 하고, 대신 연회비를 큰 폭으로 내렸는데, AKB48는 장기적으로 활동한다는 전략이었기 때문에 오랫동안 무리가 되지 않는 금액으로 응원을 할 수 있도록 하겠다는 메시지가 포함되어 있음
- 인터넷과 텔레비전에서의 콘텐츠 소비, 악수회 등만 하면 AKB48를 응원하는 데 비용은 그다지 들지 않음

○ 친근한 아이돌 표방 전략

- 폭 넓은 층은 각 개인이 지불하는 ‘절대치’의 금액(초등학생이라도 지불할 수 있는 금액)으로 ‘친근한 존재의 아이돌’은 다른 아이돌과 비교해서 ‘비교치’를 의미함
- 다시 말하면, 코스트 퍼포먼스가 좋다는 것임
- 이처럼, AKB48는 다른 아이돌과 비교해 낮은 가격 설정으로 의류유통업체인 ‘유니크로’ 처럼 ‘친근한 존재’로 어필하는 것에 성공했고, 이는 ‘아직은 미완성이지만, 완성을 향해 가는 스토리를 소비해 주세요’라는 AKB48의 ‘스토리 구축’과 매치되어 있음

■ AKB48의 성공요인과 팬클럽 운영

○ AKB48의 성공 요인

- AKB48의 성공 배경에는 ‘아이돌의 디플레이션화’가 있음
- AKB48은 다수의 멤버를 보유하고 있어서, 전국에서 악수회, 매일 극장 공연을 가능하게 하고, ‘터치’를 중심으로 하는 팬을 확보하는 것에 성공함.

- 다른 아이돌 그룹이 이와 같은 AKB48의 전략을 추종하면서 기존 아이돌의 가치가 떨어지게 됨. 게다가 지금까지의 수익을 내려야 하는 액션을 취할 필요가 있어 ‘아이돌의 디플레이션화’가 진행됨.
- AKB48의 컨셉은 ‘언제나 만나러 갈 수 있는 아이돌’로 전용 극장을 아키하바라(秋葉原)에 두고 저가격으로 라이브를 제공하고 있음
- 팬들은 전용 극장에서 라이브를 즐기으로써 언제나 등신대의 아이돌을 만날 수 있음
- 인기가 높아져도 ‘라이브의 원점’은 그대로 계속 지켜온 것이 AKB48의 코어 팬 층을 구축하는 데 결정적인 역할을 하고 있음
- 이전 지방의 팬들은 아이돌을 만나기 위해 또는 정보를 얻기 위해 많은 비용이 필요했지만, 인터넷 시대인 지금은 아주 적은 비용으로도 아이돌의 라이브 영상을 시청할 수 있음
- 또한 AKB48은 멤버가 다수이기 때문에, 노출이 많고 여러 곳에서 사인회나 이벤트 등을 개최할 수 있음. 따라서 AKB48은 디플레이션에 강함

※ 다나카 히데요시(田中秀臣) 「AKB48의 경제학」에서

- AKB48이 라이브를 중시하는 배경으로는 음악 업계의 수익 모델이 극적으로 변화하고 있기 때문임
- 지금까지 가수들은 CD나 비디오를 판매하기 위해 라이브를 해왔음. 그러나 인터넷 시대에 들어오면서 데이터 복사나 다운로드가 수월해지면서, CD판매가 급속히 감소함
- 따라서 라이브를 수입원으로 하는 전략으로 시프트할 수 밖에 없게 됨. AKB48은 다른 아이돌 그룹과는 다른 전략을 택해 성공함

○ ‘마음의 소비’ 시대에 대응한 시스템

- AKB48는 인터넷 시대의 아이돌임. 관련 그룹과 연구생을 합하면, 항상 100명 이상의 멤버가 활동하고 있고, 각각이 블로그 등에서 개인의 일상생활을 발신하고 있음
- 일반층에도 지명도가 있다고 할 수 있는 멤버는 TV에 등장하는 상위의 몇 명에 지나지 않지만, 그 밑의 대다수 멤버들은 코어팬과 함

- ‘성장 스토리’ 를 공유하는 정신적 세계를 구축하고 있음
- 다나카 히데요시(田中秀臣) 교수는 이러한 밑의 세계를 ‘마음의 소비 네트워크’ 라고 부르고 있음

○ AKB48가 나타내는 시대의 키워드

- ‘불황형(디플레이션)’ 아이돌 : 젊은 층의 가처분 소득이 감소하고 있는 가운데, 저비용으로 힐링 효과를 제공해주면서 동시에 성장 스토리를 공유할 수 있는 아이돌이 코어팬의 지지를 모으고 있음. 라이브가 기본이지만 요금은 저렴해, ‘언제나 만날 수 있다’ 는 것이 최대의 컨셉임
- ‘마음의 소비’ 네트워크 : 많은 AKB48멤버 중에서 자신들이 선택하는 아이돌과 작은 스토리를 공유함. 이런 무수의 ‘정신적 연계’ 가 대단히 충성도 높은 팬층을 형성해 비즈니스 모델의 중핵이 됨.
- ‘총선거’ 시스템 : 인터넷시대의 아이돌은 주최권을 팬에게 양도해, 공정, 투명한 운영에 신경을 쓰고 있음. 이것으로 멤버의 모티베이션과 팬의 ‘응원하고 싶다’ 라는 마음은 항상 순화되어, 장기간 활약할 수 있는 토대가 형성됨
- 이런 인터넷 시대의 새로운 아이돌 그룹의 형태에서 필요 불가결한 것인 ‘새로운 팬클럽 운영’ 방식임



<AKB48 공식 팬클럽>

■ 자니스 연예인의 팬클럽

- 일본 최대의 연예매니지먼트사인 '자니스'에는 꽃미남 군단의 정상급 스타가 즐비함. 1990년대 데뷔이래 정상급 인기를 구가하고 있는 SMAP와 1990년 후반 데뷔이래 SMAP와 어깨를 나란히 하고 있는 ARASHI임.

※ARASHI는 작년 매출이 195억 엔, 팬클럽은 130만으로 추정되며 SMAP는 작년 매출이 177억 엔, 팬클럽 회원 98만 명으로 추정(출처 : <http://www.premiumcyzo.com>)

- 자니스의 팬클럽 운영은 자니스 소속의 연예인을 통합적으로 관리하는 '패밀리 클럽' 형태를 취하고 있음.

※ 참고 팬클럽 사이트 : <http://www.johnnys-net.jp/page?id=index>

- 자니스 소속으로 팬클럽을 운영하고 있는 연예인은 소년대, SMAP, TOKIO, KinKi Kids, V6, 아라시, 닷키&츠바사, KAT-TUN, NEWS, 간자니, 야마시타 도모히사, Hey! Say! JUMP, Kis-My-Ft2, Sexy Zone 등이며, 그밖에 소속 연예인의 팬클럽도 별도로 운영되고 있음.
- 여기서 좋아하는 아티스트를 선택하고 팬클럽에 가입함.
- 회원특전은 회원증발행, 회보발행, 콘서트 티켓 등 가급적 티켓 우선 신청, 게시판 서비스 등임.
- 입회비는 1,000엔, 연회비는 4,000엔임. 우편 입금용지를 이용해 송금하고 입회절차를 거친 후 회원증이 전달됨.
- 통합사이트의 구성은 아티스트, 뉴스 릴리스, 콘서트/스테이지, 패밀리 클럽, 자니스 숍으로 구성되어 있음. 아울러 프로그램 협력에는 자니스 소속 아티스트의 방송출연 정보 등이 게재되어 있음.
- 자니스 팬클럽 사이트에서는 온라인 숍을 운영하고 있지 않음. 대신 오프라인 숍을 운영하고 있는데, 자니스 하라주쿠, 자니스 오사카, 자니스 나고야, 자니스 후쿠오카 네 개의 점포에 대한 정보를 공개하고 있음.
- 이처럼 한정된 오프라인 점포에서만 아티스트의 굿스를 판매함으로써 팬들에게 '특별감'을 주기 위한 마케팅 전략으로 보임.

팬클럽 회보내용

- 회보 한정판 사진
- 각 작품 및 라이브 투어 등의 인터뷰
- 직필 메시지
- 라이브 및 이벤트 사진
- 라이브 및 이벤트 리포트
- 대기실 모습
- 레코딩 및 뮤직 비디오, CM 촬영 모습
- 한정상품의 프레젠테이션
- 테마를 정한 기획 페이지(로케이션, 대담, Q&A, 챌린지 기획등)
- 팬의 메시지, 사진, 일러스트 소개

표 1 | 한일 주요 연예인 팬클럽 회비 비교

아이돌 그룹	팬클럽명	입회비	연회비
AKB48	니혼바시라노 카이	1,000엔	480엔
모모이로 클러버 Z	ANGEL EYES	1,000엔	4,000엔
SMAP	SMAP	1,000엔	4,000엔
KARA		-	5,500엔
소녀시대	SONE JAPAN	1,000엔	5,000엔
BIGBANG	VIP JAPAN	1,000엔	5,000엔

3. 한국 연예인의 팬클럽 운영 현황**■ 한국 관련 팬클럽 개요**

- 일본에 진출한 한국 아티스트의 팬클럽이 다수 운영되고 있음.
- 소속사무소가 일괄적으로 모든 것을 관리하는 것이 기본적인 비즈니스 모델이지만, 소속사무소와 운영회사가 다른 사례도 많음
- 예를들면, 텔런트 개인이 운영회사를 선정하고 위탁해 팬클럽을 개설하는 경우, 또는 텔런트의 소속사무소가 운영회사에 위탁해 팬클럽을 개설하는 경우 등임.
- 한국과 일본 모두 팬클럽이 소속사무소와 직접 계약을 체결해 팬미

팅을 개최하는 것도 가능함

- 이렇듯 일괄적인 관리 체계를 갖지 못하는 경우는 직접적인 비즈니스에도 악영향을 끼쳐서 ‘갑자기 일본 팬클럽 폐쇄’ 라는 극단적인 조치도 자주 발생하고 있음

■ 한국 배우의 주요 팬클럽 사이트

○ 이준기

- 배우 이준기의 기존 사이트(<http://www.junkiworld.jp/>)는 계약문제로 인해 폐쇄되고 2009년 3월 새로운 사이트(<http://www.jungi-splendor.jp/>)를 리뉴얼 오픈 운영되었음.
- 2010년 5월 입대한 후, 2011년 12월 소속사무소가 바뀌면서 2012년 1월에 팬클럽사이트 <http://www.joongi-splendor.jp/>(일명 SPLENDOR)를 다시 오픈.
- 기존 팬클럽에서 회비를 지불하고 활동했던 회원들은 새로운 팬클럽에 가입해서 기존의 팬클럽에 남아있던 기간을 보장받고 활동할 수 있도록 함.
- 이준기 팬클럽 사이트의 메뉴구성은 뉴스, 프로파일, 무비, BBS, 오피셜 블로그, 상품, 로그인으로 구성되어 있으며 리퀘스트 코너도 상시 접수중에 있음.
- 리퀘스트 코너란 이준기가 부른 곡을 TV나 라디오 프로그램을 통해 팬들이 리퀘스트를 신청함으로써 널리 알리기 위한 곳으로 각 방송국 등의 리스트가 게재되어 있음.
- 그밖에 최근 사진집 발간 홍보코너 및 이준기가 주연한 ‘개와 늑대의 시간’을 VOD로 볼 수 있는 배너가 왼쪽 하단에 설치되어 있음. ‘개와 늑대의 시간’을 클릭하면, MBC JAPAN 사이트와 링크되어 있음.
- 이준기 팬클럽 회원에게 제공되는 특전은 아래와 같음. 회원카드의 발행, 입회기념품 선물, 공식사이트내의 회원한정 페이지 열람(동영상, 갤러리, 뉴스, 특별기획페이지, 게시판, 벽지 다운로드 등), 콘서트, 라이브, 이벤트 정보의 선행안내, 콘서트, 라이브, 이벤트, 투어

등의 선행예약 및 회원한정가격 제공(상기 콘서트, 라이브, 이벤트, 투어는 IMX주최만 가능), 메일매거진 전송, 오리지널 굿스, 회원한정 굿스의 판매 등임.

- 연회비는 6,300엔이며 기간은 1년임. 운영회사는 주식회사 IMX임.

(참고사례) 권상우 공식 팬클럽 폐쇄 관련 공지내용

- 발신은 권상우 공식팬클럽 사무국.
- 발신내용은 2009년 9월부터 운영되어온 Mr. Tears 권상우 공식 팬클럽에 대해 일본 소속사무소와의 매니지먼트 계약이 종료됨에 따라 2013년 8월 31일부로 팬클럽 운영을 종료하며 이에 따른 연회비 반환 및 사이트 및 팬클럽 운영에 관한 내용임.
- 따라서 2013년 3월 31일 시점에서 2013년 9월 1일 이후 유효기한을 갖게 되는 회원에 대해서는 연회비를 월단위로 계산해 잔월에 따른 금액을 반환함.
- 대상자는 2013년 9월 이후 우편저축은행발행의 불출(拂出)증명서를 우송. 우편저축은행 또는 우체국에 지참하고 금액을 수령할 것.
- 2013년 8월 31일까지는 정상시대로 운영할 것임.

○ 송승헌

- 배우 송승헌의 경우는 일시적이었지만, 유료 공식팬클럽이 2개 존재했었음
- Honeylang Japan과 (주)디지털어드벤처가 운영하는 사이트가 따로따로 운영되었음
- (주)디지털어드벤처가 운영하는 팬클럽사이트는 2009년 7월에 운영이 정식으로 중단됨.
- 현재는 Honeylang Japan(<http://www.songseungheon.cc/>)과 송승헌 공식일본 팬클럽(<http://songsh.jp/>)이 운영되고 있음
- 송승헌 공식 일본 팬클럽은 2009년 송승헌이 소속사무소를 독립하면서 팬클럽을 재가동해, 2009년 7월 19일부터 회원 모집을 시작함.
- 팬클럽 사이트의 구성은 무료콘텐츠로 뉴스, 프로파일, 갤러리, 무비로 되어 있음. 그리고 중앙에는 회원한정 메뉴로 인포메이션, 갤러리, 무비, 보드, 블로그, 습, 다운로드, 폴(투표)로 되어 있음. 로그인해야지 액세스가 가능한 메뉴임.

- 사이트 하단에는 송승헌이 출연했던 드라마와 영화가 배너로 설치되어 있으며 배너를 클릭하면 관련사이트로 연결됨. 또한 회원전용으로 송승헌에게 팬레터를 보낼 수 있는 배너도 설치되어 있음. 아울러 달력 및 팬미팅 DVD 판매 홍보 배너도 있음.
- 한편 송승헌의 모바일 사이트 개설안내와 더불어 이동통신사별(au, docomo, 소프트뱅크)로 송승헌 사이트로 액세스하는 방법을 설명하고 있음.
- 연회비는 6,300엔이며 유효기간은 1년간임.
- 특정상거래법에 입각한 운영회사는 SWAVE E&T로 되어 있음.
- Honeylang Japan은 송승헌의 26세 생일선물로 일본과 한국 팬의 공동제작인 ‘Seunghoney Oppa!! Site’가 탄생됨
- 송승헌이 인정한 공식 팬클럽으로 한국의 공식팬클럽과 교류를 통해 정보를 공유하고 있음.
- 2004년 7월 22일 소속사무소 GM기획(현 Mnet)과 송승헌 공식팬클럽 ‘Honeylang Japan’으로부터 ‘송승헌 일본공식팬클럽 Honeylang Japan’의 인정을 받음
- 2006년 7월 일본의 공식 팬클럽(재팬 오피셜)이 새롭게 설립됨에 따라서 Honeylang Japan은 한국 공식팬클럽 허니랑의 일본 사이트로써 조직을 개편함.
- Honeylang Japan은 송승헌을 좋아하는 팬들이 모여 운영하는 봉사 정신과 엔터테인먼트 정신이 넘치는 팬클럽으로 인정을 받고 있음.
- ‘Honeylang Japan’은 공식 팬클럽은 아니고 팬들이 운영하는 팬 사이트로 최근에는 커뮤니티 사이트 역할이 더 커지고 있어, 지금까지 있었던 과금 시스템을 폐지함.

○ 장근석

- 장근석 팬클럽 사이트는 2번 정도 바뀜. 2010년 6월 8일 오전10시를 기점으로 갑작스레 팬클럽이 폐쇄되면서 신규 회원 등의 회원들로부터 항의를 받은 바가 있음.
- 그 후, 2010년 11월 15일 다시 오픈한 것이 현재 활동하고 있는 공

식팬클럽사이트는 <http://www.jang-keunsuk.jp/> 임.

- 장근석의 공식 웹사이트에서 팬클럽은 하나의 메뉴로 구성되어 있음.
- 공식사이트의 구성은 ‘Notice’, ‘Profile’, ‘Biography’, ‘Shop’, Twitter, ‘Fanclub’ 으로 구성되어 있음.
- 팬클럽의 운영주체는 주식회사 플라우 인터내셔널임.
- 팬클럽에 들어가면 팬클럽 회원증을 발행받고, 입회 기념품, 팬클럽 회원 한정 페이지 열람(동영상, 갤러리, 회원 한정 뉴스, 특별기획 페이지, 게시판, 배경화면 다운로드 등)의 열람이 가능하고, 크리스마스 카드 발송, FRAU INTERNATIONAL이 주최하는 장근석 방일 이벤트 및 투어 등의 우선안내 및 선행 예약 접수를 할 수 있고 메일매거진을 받아볼 수 있음.
- 회원한정 콘텐츠로는 메시지, 갤러리, 스태프 블로그, 커뮤니티 코너가 있음. 메시지는 장근석의 일기 및 팬에의 메시지 등을 경신하고 있음. 갤러리에는 공식사이트에서 밖에 볼 수 없는 장근석의 평소모습을 동영상 등을 통해 전송
- 스태프 블로그에는 스태프에 의한 장근석 관련 귀뜸정보를 제공
- 커뮤니티는 팬클럽 회원을 위한 커뮤니케이션 스페이스임.
- 팬클럽회원의 회비는 가입비가 1,050엔, 연회비가 5,250엔임. 2년째 이후, 입회비 없이 5,250엔을 내면 회원자격이 유지됨.



■ 한국 아티스트의 주요 팬클럽 사이트

○ 동방신기 공식 팬클럽 사이트 Bigeast

- 2006년 4월 1일 정식 발족한 동방신기 공식 팬클럽의 ‘Bigeast’는 별도로 사이트를 구축해 운영되고 있음.
※<http://fc.avex.jp/bigeast/>
- Bigeast는 Big과 East를 조합한 용어로 한국의 동쪽에 위치하는 일본에서 커다란 힘이 되어 동방신기를 세계에 이름을 떨치게 하겠다는 팬들의 마음을 담아 이름을 명명.
- ‘Bigeast’는 에이벡스 마케팅 주식회사가 운영하는 회원제 팬클럽임.
- 회원에게 주는 특전은 다음과 같음.

1. 회원증 발행
2. DVD 부록의 회보발행
(SUMMER WINTER를 년 2회 발행)
3. 팬클럽 회원 한정 콘텐츠의 열람
 - ‘스태프 리포트’, PC벽지 등의 ‘다운로드 콘텐츠’, 코멘트 무비 등의 한정콘텐츠를 PC, 휴대전화, 스마트폰에서 즐길 수 있음.
4. 메일전송서비스
5. 티켓 우선판매
 - 주최자 및 이벤더의 협력이 가능한 경우에 한함.
 - 공연에 따라서는 추첨을 통한 안내가 되는 경우도 있음.
6. 팬클럽이벤트에의 참가권(예정)
 - 개최가 결정된 경우, 안내를 함. 응모자 다수의 경우, 추첨
7. 관람추첨에의 참가(예정)
 - ※주최자의 협력을 얻을 경우 안내 가능.
8. 팬클럽 한정굿스의 구입
9. 팬클럽 한정 특전부록 상품의 구입

- 회원이 되기 위해서는 회비를 내야함. 연회비 코스는 입회금이 1,000엔, 연회비 5,000엔, 월액코스는 입회비 1,000엔, 월액회비 315엔임.
- 연회비 코스는 입금일이 입회일이며 유효기간은 입회일부터 12개월 후의 월말임.
- 월회비코스는 입회일부터 당월말까지가 유효기간임.
- 회원을 계속 유지하고자 하는 경우는 신용카드 및 도코모 핸드폰 지불의 경우 자동적으로 연장됨.
- 월 회원의 경우, 연장의사를 확인함. 연장의사가 있는 회원은 익월 회비를 사전 지불해야 함.
- 탈퇴해 재차 가입하는 경우 입회금을 재차 내야 함.
- 신규회원의 경우, 동방신기 공식팬클럽의 입회등록은 메일주소 등록후 입회등록폼의 URL이 기재된 메일을 자동전송으로 받아 입회등록 폼에 필요사항을 기입 등록이 필요.
- 이후 입회금 및 연회비의 납부 확인후에 ‘동방신기 Bigeast 등록 완료’ 메일을 받으면 입회절차가 완료되며 회원증은 약 1개월 이내에 발송됨.
- 팬클럽 사이트의 메뉴는 ‘머리말’, ‘회원특전’, ‘회비와 회원 유효기간’, ‘자주 접수되는 질문/문의’ 가 있음.

- 사이트 왼쪽 상단에는 ‘로그인’, 바로 아래에는 ‘팬클럽신규가입’ 그 아래는 모바일 사이트 URL 송신, 팬클럽 공식 쇼 링크, 동방신기 공식 사이트 링크로 구성되어 있음.
- 아울러 사이트 중간에는 “TIME투어 성공기원 미산가 발매, TIME투어 성공을 기원하며 멤버, 댄서, 밴드, 투어스태프가 모두 차고 있던 ‘미산가’ 를 굿스로 등장! 닛산 스타지엠은 이걸 차고 응원합시다!!” 라고 되어 있음.



○ 소녀시대

- 소녀시대의 일본공식팬클럽은 ‘SONE JAPAN’ 임. 사이트는 <http://www.sonejapan.net/> 임. 사이트의 메뉴구성은 소녀시대 활동을 게재하는 ‘뉴스’, 회원 특전 및 가입에 대해 게재되어 있는 ‘JOIN’, ‘로그인’ 으로 구성되어 있음.
- 링크는 소녀시대 공식사이트, 유니버설 뮤직과 SME 배너가 설치되어 클릭하면 연결됨.
- 팬클럽운영회사는 주식회사 롬 세어링임.
- 팬클럽회원이 되면, 회원에게 제공되는 특전은 다음과 같음. 회원 메일 및 웹을 통해 소녀시대 관련 최신 정보의 제공, 라이브 이벤트의 팬클럽 티켓 선행접수, 회원전용웹페이지의 이용, 오리지널 회원증의 발행, 회원

한정 책자의 발행, 팬클럽 한정 굿스의 구입 등임.

- 회원이 되기 위해서는 입회금 1,000엔, 연회비 5,000엔을 내야 함.

○ 카라

- 카라의 공식팬클럽은 ‘KAMILIA JAPAN’ 임. 카라 팬클럽 사이트를 운영하는 회사는 주식회사 DSP MEDIA JAPAN임.

※<http://www.karaweb.jp/>

- 팬클럽사이트의 메뉴구성은 ‘뉴스’, ‘프로파일’, ‘갤러리’, ‘스페셜’, ‘TO KARA’, ‘SHOP’, ‘리퀘스트’, ‘ABOUT’, ‘메일 매거진’ 으로 구성되어 있음.
- 뉴스에는 다시금 인포메이션(KARA관련 뉴스), 미디어(TV출연), 업데이트(스태프 다이어리), 라이브/이벤트, 릴리스로 나뉘어져 있음.
- 프로파일에는 다시 바이오그래피, 프로파일, 디스코그래피&뮤직비디오로 구분되어 있음.
- 갤러리에는 회원전용사이트로 로그인 필요하며 포토와 무비로 나뉘어져 있음.
- 스페셜은 기본적으로 회원전용사이트로 액세스에는 로그인이 필요함. 하부메뉴로는 스케줄, 스태프 다이어리, FROM KARA, 이벤트, 다운로드, 커뮤니티가 있음.
- TO KARA 역시 회원전용 사이트임.
- SHOP에는 카라관련 굿스를 판매하는 서브 사이트로 하부메뉴에는 종합, 팬클럽 오리지널, 라이브, 기타로 되어 있음.
- 리퀘스트에는 TV, 라디오, 유선(有線)으로 나뉘어져 있는데, 유선 및 전국AM/FM 라디오방송국 및 TV의 각사이트에 액세스해서 리퀘스트 프로그램에 리퀘스트를 촉구하는 내용임. 팬들의 리퀘스트에 의해 각프로그램에서 KARA의 곡이 온에어될 수 있기 때문임.
- 특히 유선에 대해서는 유선의 시스템 및 리퀘스트 방법 등이 자세하게

설명되어 있음.

※유센이란 편의점 및 패스트푸드점, 렌탈점, 서점, 가라오케, 레스토랑, 카페 및 커피숍 등에서 흘러나오는 음성방송을 말함.

- ABOUT에는 팬클럽과 회원규약 관련 정보가 게재되어 있음.
- 메일 매거진에는 등록과 탈퇴에 관한 사항이 게재되어 있음.
- 팬클럽 회원에게는 아래와 같은 특전이 제공됨.
- 팬클럽 회원증 발행, 가입특전 선물, 공식사이트내 패스워드제 회원 열람, 그리팅 카드 발송(생일, 크리스마스카드), 회원한정 오리지널 굿스판매, 메일매거진 전송, 이벤트 선행안내, 회원경신시에 기념품 선물 등임.
- 회비는 입회비는 무료이며 연회비는 5,500엔 임. 회원기간에 대해서는 회원등록절차를 종료한 시점에서 기산해 1년간임.
- 가입신청방법은 팬클럽 사이트내 절차에 따라 가입폼에 필요사항을 입력한 후 송신. 등록 완료후에 화면상에서 회원번호를 발행하거나 등록 메일주소에도 회원번호를 송신.

카라 팬클럽의 기타 유의사항

(1) 저작권 등에 대해

회원전용사이트에서 제공하는 정보, 및 회원전용사이트에 게재되어 있는 모든 화상(사진, 디자인), 영상, 음악, 문장 등에 관한 저작권과 기타 일체의 권리는 KARA소속사무소 또는 기타 정당한 권리자에 귀속되어 있음. 따라서 회원전용사이트에 게재되어 있는 정보에 대해 무단사용·무단복제를 금지함.

(2) 면책사항에 대해

회원전용사이트에 게재되어 있는 모든 정보에 관해 팬클럽사무국은 어떠한 보증도 하지 않음. 회원전용사이트 이용시, 팬클럽사무국이외의 제3자로부터 행해진 행위, 서비스에 대해서도 당사는 책임을지지 않음. 게재된 정보는 예고없이 변경되는 경우가 있으니 사전에 양해바람. 또한 회원전용사이트 이용에 있어 발생한 직접적 또는 간접적 손해에 대해서는 일체의 책임을지지 않음.



<카라 공식 팬클럽 매거진(카밀리아)>

○ 빅뱅

- 빅뱅의 공식팬클럽사이트는 <http://fc.avex.jp/vip> 로, 2008년에 오픈.
- 회원특전은 어디보다 빠르게 빅뱅관련 정보를 받아볼 수 있다는 점, 오리지널 회원증 발행, 입회/계속 회원 특전 프레즌트, 빅뱅 타임스의 발행(부정기), 콘서트 티켓의 우선추첨, 팬클럽 전용 페이지의 열람, 팬클럽 한정 이벤트의 안내, 그리팅 카드의 발행, 버스데이 카드의 발행, TV 및 라디오 공개프로그램, 이벤트 등의 우선안내, 팬클럽 회원 한정 굿스의 판매, 팬클럽 습 구입특전 등을 제공하고 있음.
- 입회비는 1,000엔이며 연회비는 5,000엔임. 유효기간은 1년 동안임.
- 팬클럽 사무국은 에이벡스 마케팅 주식회사 내에 있고 문의처도 동일.
- 특정상거래법에 입각한 표기에 따른 판매회사는 에이벡스 마케팅 주식회사로 되어 있음.
- 빅뱅의 모바일 공식사이트 '빅뱅 월드' 도 운영되고 있음.
- 다른 사이트처럼 무료콘텐츠 메뉴는 설치되어 있지 않고 일부 뉴스를 제외하고는 회원 전용의 로그인을 통해서만 서비스 받을 수 있음.

프라이버시 폴리시(동방신기 및 빅뱅 공식팬클럽의 경우)

- 에이벡스 그룹은 개인정보의 누설, 멸실, 파기손 등의 방지를 위해 법령, 가이드라인 및 에이벡스 그룹 내부 규칙에 따라 적절한 안전관리대책을 시행하고 보유하는 개인정보의 보호에 또한 종업원에 대해서도 개인정보의 적절한 취급 등에 대한 교육 등을 실시하고 이의 보호에 만전을 기하도록 힘씀.
 - 에이벡스가 개인정보를 취득할 경우, 개인 정보의 이용목적을 명시함.
(구체적인 이용목적은 열거하고 있으나 생략)
 - 에이벡스 그룹은 합병, 분사화 영업양도 등으로 사업을 승계해 개인정보를 취득한 경우는 승계 전에 본인동의를 얻은 범위내 또는 통지 또는 공표한 이용목적 달성에 필요한 범위내에서 이용함.
 - 에이벡스 그룹은 이하의 경우를 제외하고 개인정보를 제 3자에게 제공하지 않음.
(구체적으로 사례를 명시하고 있으나 생략)
 - 개인데이터의 공동이용과 관련(에이벡스 그룹사를 구체적으로 명시하고 있음)생략
 - 개인정보의 수정, 추가, 삭제 등을 본인 또는 대리인이 희망할 경우는 청구 연락필요. 그 이외의 개인정보 공개 문의에 대해서는 엄격하게 제한
(구체적인 제한사례에 대해 명시하고 있으나 생략)
 - 13세 미만의 개인정보의 취급에 대해서는 반드시 보호자의 승인 필요
 - 문의 청구에 전화한 경우, 통화내용을 녹음.
- ※상기내용은 풀번역이 아니라 요약한 내용임.

○ 2PM

- 2PM의 팬사이트는 <http://www.hottestjapan.com> 으로, 회원에게 주는 특전은 라이브 티켓의 최우선 선행접수, 회원증 발행, 회보의 발행(연 4회), 입회 특전 상품, 연장 특전 상품, 전용사이트 열람, 회원 한정상품 판매, 공개프로그램 녹화 및 이벤트의 관람 초대 등임.
- 회비는 입회비가 1,000엔, 연회비는 4,500엔으로 유효기간은 4,500엔임.
- 팬클럽 사이트의 메뉴구성은 ABOUT Hottest Japan, Hottest NEWS, PHOTO, MOVIE, Hottest TALK, GOODS, Q&A로 되어 있음. ABOUT Hottest Japan, Hottest NEWS, GOODS, Q&A이외는 회원 전용으로 되어있음.
- 아래에는 2PM 관련 공식 굿스배너, 롯데면세점, 코웨이 캠페인 광고 배너 등이 설치되어 있음.
- 문의 및 연락처는 주식회사 JYP엔터테인먼트재팬으로 되어있음.

| 표 2 | 주요 한국 연예인 팬클럽 개설 현황

아티스트	입회금	연회비	회원증	입회특전	희보
신화 앤디	없음	6,300엔	○	×	×
신화 이민우	1,050엔	6,300엔	○	○	연 2회
신화 에릭	없음	6,300엔	○	×	×
신화 신혜성	없음	5,000엔	○	×	연 2회
신화 전진	1,050엔	6,300엔	○	○	연 2회
CNBlue	없음	4,000엔	○	○	×
JUST	3,000엔	무료	○	○	메일로 이행
K	700엔	4,000엔	○	○	×
Ryu	1,000엔	7,500엔	○	×	연4회
SE7EN	없음	1,050엔	×	×	2009/3/31종료
sgWANNABE +	없음	6,300엔	○	○	연1회
Tei	없음	-	×	×	×
T-max	없음	6,000엔	○	○	연1회
Zero	1,000엔	6,000엔	○	○	연1회
안재욱	없음	6,300엔	○	○	연1회
이지훈	없음	미정	미정	미정	미정
이준기	없음	6,300엔	○	○	×
이서진	1,000엔	5,000엔	○	×	×
이선균	없음	6,300엔	○	×	×
이동욱	1,000엔	5,000엔	○	○	연4회
이동건	없음	6,300엔	○	○	연1회
이병헌	없음	6,300엔	○	○	연3회
이민기	1,050엔	6,300엔 (월회비 630엔)	○	○	×
이민호	미정	6,000엔	○	○	미정
이영애	없음	4,200엔	○	×	연2회
원빈	없음	6,300엔	○	○	모바일팬클럽 (연1회)
오지호	1,050엔	5,250엔	×	○	×
엄태웅	3,000엔	6,000엔	○	○	×
오정혁	2,100엔	6,300엔	○	×	○
KARA	없음	5,500엔	○	○	×
강지환	없음	6,300엔	○	미정	×
강동원	없음	HP회원 무료	-	-	홈페이지 회원
꽃보다 남자 클럽	1,000엔	5,000엔	○	○	연1회
김재원	2,100엔	5,250엔	○	○	×
김승수	없음	6,300엔	○	×	연2회
김선아	1,000엔	4,000엔	×	○	○
김성수	없음	6,300엔	○	×	×
김범수	1,000엔	4,000엔	○	○	연2회
김민정	없음	6,300엔	○	×	×
김형중	5,250엔	없음	○	×	×
김현중	없음	없음	×	×	홈페이지회원
김민준	3,000엔	6,000엔	○	○	×
김래원	없음	5,800엔	○	○	×
권상우	없음	6,300엔	×	○	연4회

고수	1,000엔	5,000엔	○	○	×
공유	없음	6,300엔	○	×	×
준호	1,000엔	5,000엔	○	○	-
신성우	1,050엔	6,300엔	○	-	일본 공식 카페
신승훈	1,000엔	5,000엔	○	○	연3회
신현준	없음	월315엔	-	-	모바일팬클럽
신화	없음	HP회원/무료	-	-	홈페이지회원
소지섭	없음	월315엔	-	-	모바일팬클럽
서도영	없음	월315엔	-	-	모바일팬클럽
손예진	없음	월315엔	-	-	모바일팬클럽
송승헌	없음	6,300엔	○	○	연2회
손호영	없음	5,500엔	○	○	연1회
지성	없음	6,300엔	○	×	×
차태연	없음	6,300엔	○	○	연1회
장근석	1,050엔	5,250엔	○	○	×
장동건	1,000엔	4,000엔	○	○	연2회
장나라	없음	HP회원/무료	-	-	HP회원
장혁	없음	6,300엔	○	×	×
주지훈	없음	6,300엔	○	○	×
조인성	없음	6,300엔	○	○	연1회
초신성	없음	5,500엔	○	×	○
정우성	없음	6,300엔	○	○	연2회
박신양	1,050엔	6,300엔	○	○	무료사이트는 게시판 이용 권리만
박시후	없음	6,000엔	○	×	×
박현빈	없음	없음	-	-	-
박용하	1,000엔	4,000엔	○	×	연4회
비	없음	월315엔	○	×	모바일팬클럽
현빈	없음	6,300엔	○	○	연2회
배용준(모바일팬클럽)	800엔	없음	○	×	게시판 이용권 만 있음
윤은혜	없음	HP회원/무료	-	-	HP회원전용
윤계상	없음	6,300엔	○	×	×
윤상현	없음	5,000엔	○	○	○
윤태영	없음	6,300엔	○	×	×
류시원	1,000엔	5,000엔	○	○	모바일팬클럽 (연4회)
동방신기	없음	4,000엔	○	×	연4회

【 표 3 】 주요 K-POP 아티스트 팬클럽 현황

그룹명	통칭	한국공식FC	일본공식FC	응원컬러
신화		神話創造	THE LEGEND	오렌지
BoA	Jumping BoA	SOUL		펄레몬
비	Cloud	구루미	CloudJapan	실버
SE7EN	LUCKY SE7EN		LUCKY SE7EN-JAPAN	라이트그린
동방신기	Cassiopeia	가시/비기	Bigeast	펄레드
SG Wanna Be	사랑방		내사람	펄골드
천상지희	SHAPLEY	샤브리	-	파스텔핑크
SS501	Triple S		Triple S Japan	펄라이트그린
슈퍼주니어	E.L.F	에루푸	E.L.F-JAPAN	펄사파이어블루
Brown Eyed Gilrs				
BIGBANG	Everlasting	에버	특히 없음	
WonderGirls	WonderFul		-	펄와인레드
KARA	KAMILIA	카미리아	KAMILIA JAPAN	펄피치
FTIsland	Primadonna	프리	Primadonna Japan	펄엘로우
초신성	(SPLAND)	스프랜드/밀키	milky way	펄화이트
소녀시대	S♡NE	소우온	SONE JAPAN	펄핑크
SHINee	SHINee WORLD	샤오루	SHINee WORLD J	펄아쿠아그린
2AM	IAM	아이에무	-	펄블랙
SM☆SH			Smile	디프브라운
U-KISS	KISSme	키스미	KISSme JAPAN	(핑크)
2PM	HOTTEST	호데스토	Hottest Japan	펄블랙
IU	U愛나	유에나	-	
AfterSchool	Play Girlz		Play Girlz Japan	펄페리윙글
Rainbow	RAINNOUS	레이나스	없음※	
2NE1	BLACK JACK	BJ	BLACKJACK NOLZA	핫핑크
4Minute	4NIA	포니아	4NIA JAPAN	펄퍼플
T-ara				
f(x)	Queens		Sweet Treasure	펄아이보리
SHU-I			SHU-EYES	
BEAST	B2UTY	뷰리	BEAST & BEAUTY	펄민트나이트블루
MBLAQ	A+	에이플러스	없음※	펄초코렛
Secret	스크릿타임		-	
F.Cuz	RUNWAY	For U	F.ANTASIA	(바이올렛)
ZE:A	ZE:A ' S	제아즈	없음※	펄화이트
CNBLUE	BOICE		BOICE JAPAN	
대국남아	Master		없음※	
SISTER	STAR1	스타일	-	푸치샤펠
INFINITE	INSPIRIT	스피	INSPIRIT Japan	펄메탈골드
missA	say A		-	
TEENTOP	ANGEL	엔젤	없음※	펄라이트라벤더
Girl's Day	DAI5Y		없음※	
달샤벳	Darling	다링		
Black. B	BBC	비비시	BBC JAPAN	
A Pink	Pink Panda			
B1A4	BANA	바나	BANA JAPAN	

표 4 주요 한국연예인의 소속사무소 현황

그룹명	한국사무소	일본매니지먼트회사	일본음반사	일본 데뷔
F.Cuz	CAN entertainment	(주)월비	TUNES TRACKS (유니버설뮤직)	2011
T-ara	Core Contents Media		EMI Music Japan	2011
4Minute	CUBE Entertainment	UM360주식회사	Far Eastern Tribe Records (유니버설뮤직)	2010
BEAST	CUBE Entertainment	(주)하쿠호우도DY미디어파트너즈 (FC운영)	Far Eastern Tribe Records (유니버설뮤직)	2011
SS501	DSP media	DSPmedia JAPAN	포니캐논	2007
김현중	KEYEAST	(주)디지털어드벤처	데리셔스/데리/레코드(유니버설뮤직)	2012
허영재	B2M Entertainment	(주) KJ Star		-
김규중	B2M Entertainment	(주) KJ Star		-
박정민	CNr Media	(주)야마하앤드알	워너뮤직재팬	2011
김형중	S-Plus Entertainment	(주) SWAVE E&T	avex trax	2011
KARA	DSP media	DSPmediaJapan	유니버설 시그마	2010
Rainbow	DSP media	DSPmediaJapan	유니버설 시그마	2011
FTIsland	FNC MUSIC	FNC MUSIC JAPAN INC.	워너뮤직재팬	2008
CNBLUE	FNC MUSIC	FNC MUSIC JAPAN INC.	워너뮤직재팬	2011
sg WANNA BE+	IS Entermedia Group	JAKOL+a	Pony Canyon	2008
MBLAQ	J.Tune Camp ENTERTAINMENT	Rise Communications	Sony Music Records	2011
비	J.TUNE entertainment		도쿠마재팬 커뮤니케이션	2005
2PM	JYP entertainment	Ariola Japan(Sony)	Ariola Japan(Sony)	2011
2AM	JYP entertainment	Ariola Japan(Sony)	Ariola Japan(Sony)	2012
IU	LOEN Entertainment		EMI Music Japan	2012
초신성	maroo기획	maroo기획	유니버설 J	2009
Brown Eyed Girls	Neganetwork	(주)안제릭	Sony Music Records	2010
U-KISS	NH Media	(주)인터랙티브미디어믹스	avex trax	2011
대국남아	OPENWORLD ENTERTAINMENT	(주)디지털어드벤처	Sony Music Records	2011
AFTERSCH OOL	Pledis Entertainment		avex trax	2011
BoA	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT JAPAN	avex trax	2001
동방신기	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT JAPAN	avex trax	2005
천상지희	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT JAPAN	rhythm zone(avex)	2006
Super	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT	avex trax	2008

Junior		JAPAN		
소녀시대	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT JAPAN	NAYUTAWAVE RECORDS (유니버설뮤직)	2010
SHINee	S.M. Entertainment	S.M.ENTERTAINMENT JAPAN	EMI Music Japan	2011
SM☆SH	TN엔터테인먼트	JAKOL+a	포라이프뮤직엔터테인먼트	2010
Secret	TS Entertainment		Sony Music Records	2011
B1A4	WM엔터테인먼트	포니캐년	Pony Canyon	2012
INFINITE	Woollim Entertainment	(주) 윌비	BM.3	2011
SE7EN	YG Entertainment	YG entertainment Japan	YGEX(avex)	2005
GUMMY	YG Entertainment	YG entertainment Japan	YGEX(avex)	2011
BIGBANG	YG Entertainment	YG entertainment Japan	YGEX(avex)	2008
2NE1	YG Entertainment	YG entertainment Japan	YGEX(avex)	2011
SHU-I	예전미디어	GORDIE ENTERTAINMENT	avex trax	2010
JEWELRY	스타제국사무소		GIZA studio	2004
ZE:A	스타제국사무소	(주)인터랙티브미디어 믹스(IMX)	Happinet Music	2010