

일본의 영상콘텐츠시장 현황

일본의 국내 영상콘텐츠 시장이 최근 5년간 답보상태를 벗어나지 못하고 있는 가운데, TV 프로그램을 중심으로 한 수출확대로 돌파구를 찾아야 한다는 목소리가 높아지고 있음.

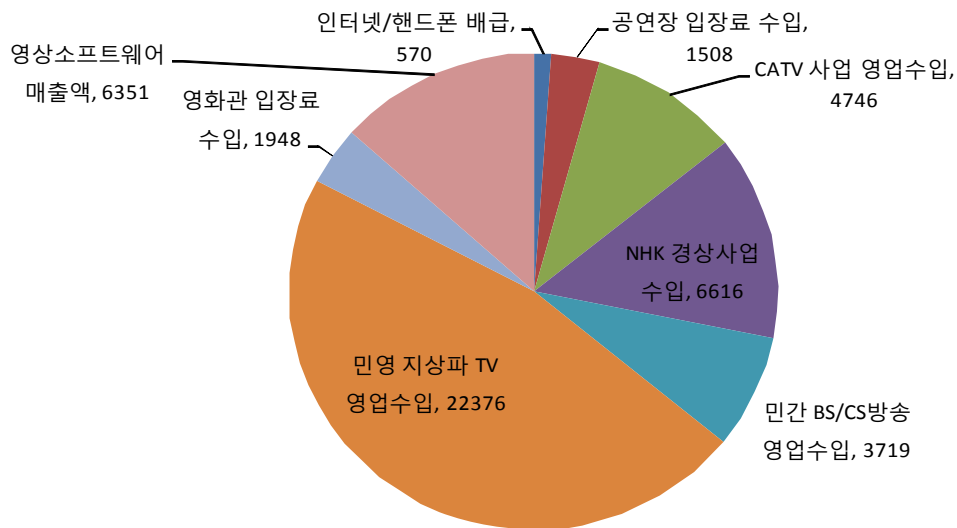
□ 일본의 국내 영상콘텐츠 시장은 4.8조 엔 규모에서 답보상태

- 일본의 영상콘텐츠 시장은 전체 콘텐츠 시장*의 답보를 반영하여 최근 5년간 4.8조 엔 규모를 벗어나지 못하고 있음.

* 일본의 콘텐츠시장 규모는 '04년 13.5조 엔→ '05년 14.2조 엔→ '06년 14.2조 엔→ '07년 14.1조 엔→ '08년 13.8조 엔이고, 이 중 영상콘텐츠는 4.8조 엔('08년 기준, 34.6%), 도서·신문·화상·텍스트 6.1조 엔(43.9%), 게임 1.2조 엔(8.6%), 음악·음성 1.8조 엔(12.9%)임.

- 2008년 기준으로 영상콘텐츠 가운데 가장 비중이 높은 분야는 민영 지상파 TV 방송(46.8%), CATV(9.9%), NHK(13.8%), 민영 BS/CS 방송(7.8%)을 합한 TV 방송 및 관련 서비스분야(78.3%)임.

〈그림 1〉 일본의 영상콘텐츠 시장 구성(2008년)



자료: 일본 디지털콘텐츠협회

□ 영상콘텐츠산업의 주력인 TV 방송국은 경영실적이 악화

- 일본에서 지상파 TV 방송국은 영상콘텐츠 시장에서 중심 플레이어이지만, 영업수입(매출액)*이 2004년 2.6조 엔에서 2008년 2.4조 엔으로 감소하는 등 경영실적은 악화추세에 있음.

* 지상파 TV방송국의 매출액대비 영업이익률 추이: '04년 8.5% → '05년 7.4% → '07년 3.8% → '08년 1.7%

- 일본 지상파 TV 방송국의 영업수입 감소는 주요 수익원인 광고수입 감소에서 비롯되고 있음.
- 특히, 2011년 7월 예정인 지상 디지털방송의 전면 실시는 지상파 TV 방송국에 비용부담을 가중시키고 있음.

□ TV 방송국은 프로그램의 해외수출 확대를 활로를 개척하라는 목소리 고양

○ 일본의 내수시장은 저출산의 영향으로 확대에 한계가 있어 프로그램과 같은 콘텐츠 수출을 본격적으로 추진해야 한다는 주장이 확산되고 있음.

- 일본의 TV 프로그램 수출금액('08년 기준)은 92.5억 엔이고, 장르별로는 애니메이션(50.4%), 오락물(22.5%), 드라마(11.7%), 다큐멘터리(5.2%) 순임*.

* 지역별로는 아시아 40.5%, 유럽 31.8%, 북미 25.8%, 중남미 1.6% 순임.

- 그러나 일본의 영상콘텐츠를 대표하는 애니메이션의 경우, 인터넷에 불법 해적물이 난무하고 해외 현지기업에 대한 라이선스 공여 형태로 수출이 이루어지고 있어 일본기업에게 돌아오는 실제 수익은 적은 것으로 지적되고 있음.
- 해외 바이어가 일본의 콘텐츠 수입 시 지적하는 장애요인으로서는 권리처리상 제약이 많고, 판매가격이 비싸며, 내용이 자국문화에 맞지 않다는 점 등임.

<참고자료>

財団法人デジタルコンテンツ協会, 「デジタルコンテンツ白書 2009」

中央三井トラストホールディングス, 「映像コンテンツのグローバル展開に期待する」, 調査レポート, 2010.春. No.69.