1. 일본

1) 콘텐츠시장 개요

그동안 일본은 2011년 동일본 대지진과 유럽과 미국을 중심으로 한 경제위기 그리고 심각한 엔고현상으로 장기침체가 심화되었지만 2012년 아베내각이 집권하면서 일본 경제가 조금씩 회복되는 양상을 보였다. 그러나 세계 경제 회복세와 자국의 꾸준한 경기 부양책에도 불구하고 게임과 애니메이션을 제외한 대부분의 콘텐츠 분야가 정체되거나 마이너스 성장을 보이면서 2013년 일본 콘텐츠시장 규모는 전년대비 0.7% 증가한 1,738억 4,100만 달러에 그쳤다. 일본의 높은 재정적자와 소비세 증세 정책은 일본인의 소비심리를 위축시킬 것으로 예상되면서 2018년까지 일본 콘텐츠시장은 연평균 0.3%의 성장세를 보이며 1,767억 6,300만 달러 수준으로 소폭 증가할 전망이다.

[표 2-1] 일본 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2009-2018

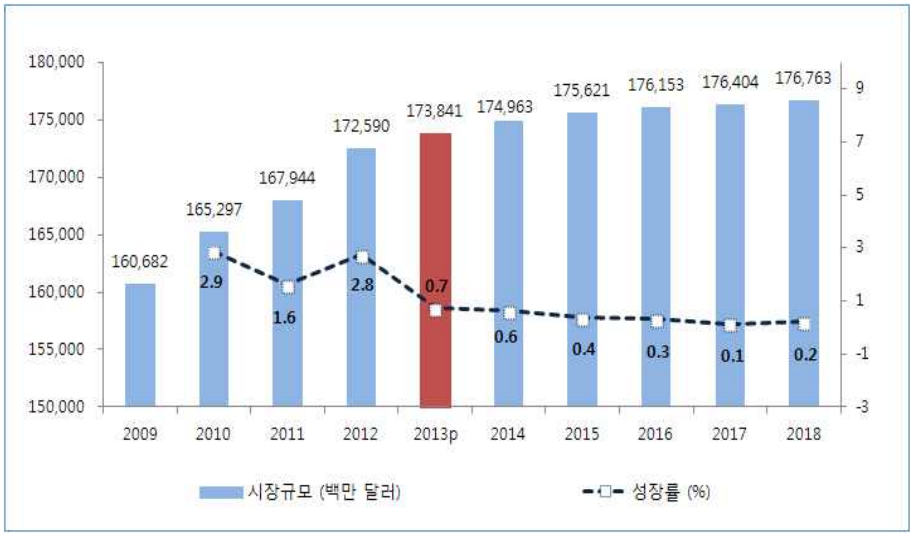
[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR[3]
출판	42,800	41,177	41,133	40,404	39,425	38,611	38,320	38,224	38,236	38,331	△0.6
만화	2,891	3,092	3,411	3,354	2,777	2,728	2,701	2,681	2,663	2,648	△1.0
음악	5,732	5,438	5,341	5,435	5,041	4,857	4,774	4,735	4,711	4,692	△1.4
게임	6,842	7,393	7,531	8,003	8,663	9,323	9,977	10,665	11,342	12,092	6.9
영화	7,043	7,581	6,951	6,823	6,745	6,703	6,693	6,727	6,809	6,946	0.6
애니메이션	2,315	2,616	2,758	2,921	3,498	4,204	4,735	4,937	5,262	5,669	10.1
방송	23,696	24,054	24,178	24,450	24,819	25,485	26,094	26,844	27,543	28,300	2.7
광고	39,045	38,741	38,400	39,677	40,194	40,935	41,453	42,058	42,590	43,248	1.5
캐릭터	11,540	10,850	10,300	10,115	10,135	9,942	9,775	9,644	9,549	9,493	△1.3
지식정보	54,126	59,572	63,091	67,531	68,240	68,774	68,658	68,069	67,111	66,019	1.5
산술합계	196,030	200,514	203,094	208,713	209,537	211,562	213,180	214,584	215,816	217,438	0.7
합계[4]	160,682	165,297	167,944	172,590	173,841	174,963	175,621	176,153	176,404	176,763	0.3

출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Oricon(2013, 2014), MDRI(2013), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

3) 2013년부터 2018년까지 복합성장률
4) 중복 시장을 제외한 시장 규모임
- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 게임 광고, 영화의 극장광고, 방송의 TV/라디오 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

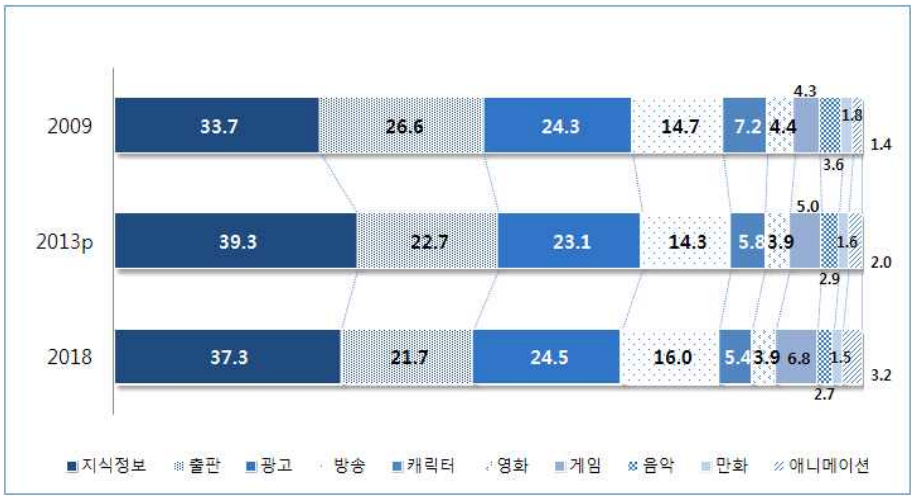
[그림 2-1] 일본 콘텐츠시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014), ICV2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Oricon(2013, 2014), MDRI(2013), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

2009년 일본 지식정보시장은 33.7%로 가장 높은 시장 비중을 보였는데 유·무선 인터넷 발달과 스마트기기의 보급률 증가로 2013년 39.3%까지 확대되었다. 출판시장은 2009년 26.6%의 시장 비중을 보였으나 전자책리더와 스마트폰, 전자책 앱의 등장으로 2013년 22.7%까지 위축되었다. 광고는 2013년 23.1%의 시장 규모를 형성하였는데 디지털 광고에 대한 수요증가로 2018년에는 시장 규모가 소폭 증가할 것으로 예상된다. 반면 성숙기에 있는 애니메이션, 만화, 음악 등은 2018년에도 현재와 비슷한 수준의 시장점유율을 유지할 것으로 보인다.

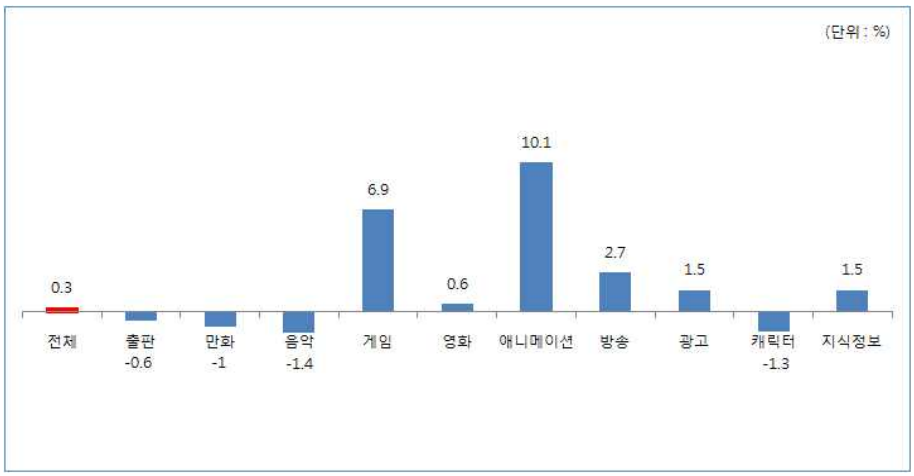
[그림 2-2] 일본 콘텐츠별 시장점유율, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Oricon(2013, 2014), MDRI(2013), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

향후 5년간 일본 콘텐츠산업은 애니메이션과 게임시장의 성장이 가장 높을 것으로 예측되고 있는 반면, 음악, 캐릭터, 만화, 출판시장은 마이너스 성장을 보일 것으로 예상되며 전반적으로 2018년까지 연평균 0.3%의 성장세를 보일 것으로 전망된다.

[그림 2-3] 일본 콘텐츠별 연평균성장률 추정 2013-2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Oricon(2013, 2014), MDRI(2013), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)