

## 일본의 문화 코드

### ㉠ 숫자에 담긴 의미

- 한국과 마찬가지로 ‘4(シ)’는 ‘사(死)’와 발음이 같기 때문에 불길한 숫자로 여겨 건물에 4층 표기가 없는 경우도 있음. ‘9(きゅう,く)’도 발음이 ‘굼(고통)’과 같기에 선호도가 낮음
- 많은 일본인들이 좋아하는 숫자는 ‘럭키세븐(幸七)’을 의미하는 ‘7’로 알려져 있으나, 사람마다 차이가 존재함

### ㉡ 식사 문화

- 식사 자리에 초대받은 경우, 준비한 음식이나 주문한 음식은 모두 먹는 것이 기본적인 매너임
- 음식이 담긴 그릇은 한 손으로 들고 먹는 것도 식사 매너이며, 한 손으로 들 수 없는 음식은 접시에 손을 얹어 먹는 것이 좋음. 메밀국수나 라면 등의 면류는 소리를 내어 먹는 경향이 있음
- 일본식 식당의 경우, 어느 자리가 가장 좋은 자리인지 사전에 판단하기 어렵기에, 사전에 가게에 확인하는 것이 좋음. 기본적으로 일등 상석은 다다미방 앞이며, 다음은 마루 옆 선반 앞이지만, 정원 등 경치가 아름다운 곳이라면 경치가 잘 보이는 자리를 상석으로 하는 경우도 많음
- 이자카야나 작은 음식점 등에서 주문한 메뉴가 나오기 전에 작은 접시나 그릇에 밑반찬이 나오는 경우가 있으며, 관동권에서는 ‘오토오시(お通し)’, 간사이권에서는 ‘つきだし(쓰키다시)’라고 부름
- ‘오토오시(お通し)’는 일반적으로 식당에서 서비스로 제공함. 그러나 유료로 제공하는 경우도 있으며, 익숙하지 않은 외국인 관광객 등은 이를 문제 삼기도 함
- 물은 요청 시 일반적으로 무료로 제공되지만, 식당에 따라 유료인 경우도 있음
- 서양처럼 식당에서 ‘팁’을 주는 관습은 없음

### ㉢ 사회적 문화 코드

- 일본 문화에서 공손함과 상호 존중은 매우 중요함. 타인을 존중하고 예의 바르게 행동하는 것이 강조되며 사회 공공장소에서의 행동과 태도가 일본 사회의 온화한 분위기를 형성하고 있음
- 일본은 그룹 중심의 문화를 가지고 있음. 그룹이나 조직의 일원으로서 역할을 중요시하며, 그룹

내에서의 조화와 협력을 강조함

- 일본은 감정을 과시하는 것은 피하려고 하는 경향이 있음. 감정을 조절하고 억제하는 것이 중요하며, 공개적으로 감정을 드러내지 않는 것이 바람직하다고 여김. 미묘한 신호와 간접적인 표현을 사용하여 의사소통하는 것이 일반적으로, 직설적이고 개인적인 의견 표현은 피하는 경향이 있음
- 일본에서는 고객 서비스가 매우 중요하며, 순서와 규칙을 준수하는 것을 강조하며, 이는 일상생활에서도 실천되고 있음

## ㉠ 주거 문화와 생활 습관

- 일본의 주택은 크게 전형적인 일본식 단독주택과 아파트로 구성되고 있음. 도시 지역에서는 아파트가 많으며, 주택은 교외나 시골 지역에 많이 집중되어 있음
- 거주면적 15평 내외의 규모가 작은 아파트도 많이 존재하며, 이 아파트들은 공간을 최대한 활용하는 설계와 효율적인 디자인이 특징임. 반면, 주택은 전통적인 나무 구조와 다다미 바닥이 있는 경우가 많음
- 일본은 한국과 같이 집에 들어갈 때 신발을 벗고 슬리퍼를 신는 습관이 있으므로, 현관에 신장이 마련되어 있음
- 웃어른의 나이와 지위에 따라 더 존경과 공손함을 나타내는 표현을 사용하는 문화가 있음. 특히 비즈니스 환경에서는 웃어른에게 대한 경의를 나타내는 언어 사용이 중요함
- 일본의 주거 문화와 생활 습관은 그 독특한 문화와 환경에 뿌리를 두고 있으며, 깊은 문화적 의미와 실용성을 결합하고 있음. 이러한 특징들은 일본 사회의 안정성과 조화로운 공동체 생활에 기여 중임

## ㉡ 종교 관련 문화

- 일본은 다양한 종교와 신앙 체계가 공존하는 다문화적인 사회로서, 종교는 일본 사회와 문화에 큰 영향을 미치며, 종교적인 신념과 의식은 다양한 일상생활과 이벤트에 반영됨
- 신사는 자연과 신성한 영역과 연결된 곳으로 인식되며, 많은 축제와 의식의 장소로 사용됨. 특히 '하쓰모데(初詣)'는 신사에서 새해 첫날 기도를 하는 중요한 신년 의식으로서, 일본인들은 가족과 함께 신사에 가서 새해 소원을 비는 것을 중요한 일로 여김
- 많은 일본인들은 절에서 기도하고 명상을 함. 사찰은 불교의 중심이 되며, 관광 명소로도 유명함. 매년 8월 15일 죽은 선조의 영혼을 기리는 정통 명절인 '오본(お盆)'이 있으며, 이는 불교와 일본 전통 신앙이 결합 된 행사임

## ② 예술과 문학 코드

- 일본은 전통적인 정형시인 하이쿠(俳句)와 탄카(短歌), 전통 소설 모노가타리(物語), 전통 연극 카부키(かぶき), 전통 공연 라쿠고(落語, らくご) 등 다양한 문학 및 예술 형식과 전통을 가지고 있음
- 일본에서는 다양한 문학 축제와 대회가 개최되고 있으며, 이러한 행사들은 작가들과 독자들에게 문학을 즐기고 공유할 기회를 제공하며, 문학계의 발전과 활성화에 기여 중임
- 일본의 정형시인 하이쿠(俳句)는 일본의 운문 문학을 대표하는 장르. 일본에서는 하이쿠 창작 대회가 정기적으로 개최되고 있으며, 외국인들을 대상으로도 창작 대회가 진행됨
- 일본 문학잡지인 분게이슌주(문예춘추)가 1927년 사망한 유명 소설가 아쿠타가와 류노스케의 업적을 기려 제정한 '아쿠타가와 류노스케상(芥川龍之介賞)'과 같은 다양한 문학상이 존재함
- 일본의 예술 및 문학 작품은 자연과의 조화를 중요시하는 것이 특징으로, 계절과 자연의 아름다움을 존경하며 자연을 주제로 하는 예술과 문화가 풍부함. 계절마다 다양한 축제가 열리며, 이러한 행사는 일본 문화의 중요한 부분을 형성함

## ② 인기 스포츠와 전통 스포츠

- 일본의 대표적인 전통 스포츠는 스모(相撲)로서, 일본의 국기(國技)로 불릴 정도로 높은 인기를 끌고 있음
- 이 외에 복싱, 검도 등이 인기를 끌고 있으나, 일본의 스포츠 문화를 대표하는 가장 높은 인기 종목은 야구임
- 야구는 '퍼시픽 리그'와 '센트럴 리그'로 나누어 진행되는 프로야구 외에 전국의 고등학교 야구부가 참여하는 고등학교 야구대회인 '고시엔(こうしえん)'이 상당히 높은 인기를 얻고 있음

## ② 개인화 트렌드 확산과 소셜 미디어의 높은 영향력

- 일본에서도 개인화된 제품과 서비스에 대한 수요가 증가하기 시작했으며, 음식, 의류, 화장품 등 다양한 분야에서 개인의 취향과 욕구를 고려한 맞춤형 제품과 서비스가 제공되고 있음
- 일본의 젊은 세대는 소셜 미디어를 통해 자신의 개성과 관심사를 표현하고 공유함. 이 같은 개인 브랜딩은 옷, 화장, 여행, 취미 등 여러 측면에서 강조되며, 소비 트렌드에 영향을 미치고 있음

- 일본에서 소셜 미디어는 매우 높은 영향력을 가지고 있으며, 사회, 문화, 비즈니스 등 다양한 측면에서 중요한 역할을 하고 있음. 라인(LINE)과 트위터가 일본에서 가장 많이 이용되는 대표적인 소셜 미디어 서비스임
- 일본에서는 트위터가 특히 큰 인기를 누리고 있으며, 일본어로 간편하게 트윗을 작성하고 다른 사용자와 상호 작용하는 편리한 플랫폼으로 인정받고 있음. 유명 인플루언서와 연예인들도 자주 사용하며, 특히 엔터테인먼트 분야에서 더 큰 영향력을 끼치는 서비스 중 하나임
- 라인은 일본에서 개인 메시지 및 음성 통화를 위한 가장 인기가 있는 메신저 앱으로, 개인간 소통 뿐 아니라 업무용 커뮤니케이션에도 많이 이용되고 있음

## ㉠ 초고령사회 진입으로 경제구조도 변화

- 일본은 지난 2010년에 65세 이상이 총인구의 20% 이상을 차지하는 초고령사회로 진입. 이로 인해 노년층의 일자리 참여도가 높아지고 있으며, 소비패턴과 경제구조에도 영향을 미치고 있음
- 고령화에 따라 노인들의 건강관리와 복지 서비스에 대한 수요가 증가 되고 있으며, 정부와 기업은 이에 대한 대응 강화를 추진하는 중임
- 노인을 위한 클럽, 취미 그룹, 여행 프로그램, 문화 이벤트 등 노년층 대상의 다양한 활동과 서비스가 늘어나고 있는 중. 또한, 고령층의 창의성과 예술 활동에 대한 관심이 높아지면서 노년 예술단체와 문화 활동이 적극적으로 추진 및 지원되고 있음

## ㉠ 한국 콘텐츠 기업들이 주목해야 할 부분들

### 1. '쿨 재팬' 전략에 대한 이해

- '쿨 재팬(Cool Japan)'은 음식과 대중문화를 비롯한 다양한 분야에 걸쳐 일본의 매력을 총칭하는 말. 일본 내각부의 '쿨 재팬 전략'에 따르면, 전 세계가 '쿨(멋지다)'하다고 생각하는 일본의 매력을 '쿨 재팬'으로 정의하고 있음
- 쿨 재팬은 오타쿠 문화부터 일본다운 풍경까지 모든 분야에 존재하며, 민관이 힘을 합쳐 이러한 콘텐츠를 활용하기 위한 노력 중임
- 일본 정부는 2010년에 쿨 재팬실을 설치하여 부처의 경계를 넘어 쿨 재팬을 세계에 알리기 위한 다양한 정책을 추진해 왔음. 주된 목적은 '세계의 공감'을 얻어 일본의 브랜드 파워를 높이고, 일본에 대한 애정을 가진 '일본 팬'을 늘려 일본의 소프트 파워를 강화하는 것임

## 2. 일본 콘텐츠에 대한 이해

- 일본인 특유의 창의적인 세계관에 대한 이해가 필요하며, '감사', '환대', '배려', '귀여움' 등 일본인 특유의 창의적인 세계관이 해외에서도 공유되고 있음
- 반면, 일본 콘텐츠의 매력은 해외에서 '내용이 어렵다'는 지적을 받기도 함. 일본에서는 말로 설명하지 않아도 감정의 변화를 표현하는 부분이 있어 직접적으로 말하지 않아도 의미를 파악할 수 있지만, 외국의 경우 말하지 않으면 전달되지 않는 문화적 차이가 있기 때문임

## 3. 일본 콘텐츠 분야의 규정과 금기 사항

- 음란물과 성적 콘텐츠: 일본에서는 음란물과 성적으로 공격적인 내용을 다루는 음반, 영상물, 콘텐츠에 대한 규제가 엄격함. 아동 포르노그래피, 성행위를 묘사하는 콘텐츠 등은 금지되어 있으며, 법적으로 엄격한 제재를 받음. 포르노그래피는 대부분 금지되어 있으며, 불법적인 포르노그래피 제작 및 배포는 엄격한 법적 처벌을 받을 수 있음
- 폭력적인 내용: 폭력적이고 추악한 내용을 다루는 음반과 영상물은 금기 사항으로 간주하고 있음. 특히 어린이와 청소년을 대상으로 하는 콘텐츠에 대한 규제가 엄격함
- 혐오 발언 및 인종 차별적 콘텐츠: 혐오 발언 및 인종 차별을 조장하는 음반과 영상물은 금지되어 있으며, 이러한 내용을 포함한 콘텐츠는 법적으로 문제 될 수 있음
- 타인의 개인 정보 보호: 타인의 개인 정보 보호가 중요하게 다루어짐. 개인 정보를 부적절하게 공개하거나 유출하는 콘텐츠는 법적으로 문제가 될 수 있음
- 정치적 성향을 홍보 및 국가 비방: 정치적 성향을 홍보하거나 국가를 비방하는 음반과 영상물은 규제 대상임
- 이러한 금기 사항들은 일본의 음반, 영상물 및 콘텐츠 산업에서 적용되며, 법적인 문제뿐만 아니라 사회적인 비난을 받을 수 있음. 따라서 음반, 영상물 및 콘텐츠를 제작하거나 소비할 때는 이러한 규제와 금기 사항을 준수하는 것이 중요함

※ 제공되는 내용은 콘텐츠 관련 해외 정보에 대한 국민들의 이해를 높이기 위한 참고사항일 뿐 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해가 아니며, 어떠한 법적 효력도 부여되지 않음을 알려드립니다. 또한 이 기사물에 수록된 자료는 2023년 10월 조사시점 기준이므로, 해외 국가의 정책 및 제도 등의 변화에 따라 업데이트가 필요할 수 있음을 알립니다