Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

Vol. 3

일본
콘텐츠
산업동향

Content Industry
Trend of Japan

2019

일본 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF JAPAN

2019년 3호

구분(장르)		제 목	Key Word
심층이슈		▶ 『일본 스타트업 자금조달 현황 및 관련 산업 동향』 ⇒ 일본 스타트업 시장의 자금조달 현황 및 관련 산업의 동향에 대해 조사함. ⇒ 일본 스타트업 시장의 동향 및 현황을 조사하여 보고서 발간을 통하여 한국 스타트업의 일본진출 전략수립에 도움이 되고자 함.	일본 스타트업, 비즈니스 콘텐츠 AI, 헬스케어 콘텐츠 지원정책
먼슬리단신	모바일	▶ CATV와 Hulu, 제휴를 통한 고객 ID 플랫폼 공동 관리	19.02.14
	콘텐츠	▶ 스마트 음악 게임 '8비트 스토이' ,AI 대화 기능 추가	19.02.14
	동향	▶ 2018년도 동영상 서비스 시장 규모, 전년 대비 19.5% 증가	19.02.20
	이벤트	▶ 2019년 제 22회 문화청 미디어 예술제, 만화부문대상 한국작가 수상	18.03.01

2019.3.

한국콘텐츠진흥원
일본비즈니스센터

심층이슈

『일본 스타트업 자금조달 현황 및 관련 산업 동향』

◉ 작성취지
- 일본 스타트업 시장의 자금조달 현황 및 관련 산업의 동향에 대해 조사함.
- 일본 스타트업 시장의 동향을 정리하여 발간함으로써 한국의 콘텐츠 스타트업 관련 사업자들의 일본진출을 위한 자료로 활용하고자 함.

◉ 작성순서
- 1. 개요와 배경
- 2. 사업 분야별 주목할 만한 동향
- 3. VC와 액셀러레이터, 인큐베이터 동향
- 4. 관련 사회/정책 동향
- 5. 한국 콘텐츠 스타트업들에 있어서의 시사점

1. 개요와 배경

2018년 일본 스타트업 생태계의 특징

○ 일본 스타트업의 특징
- 최근의 스타트업 붐 이전에도, 기존 기업에서 일하다 독립하는 창업이 드물지 않았음. 영업 네트워크를 통해 매출을 확보하여 초기 현금흐름 위험 낮춤.
- 내수시장의 규모가 크기 때문에, 해외 진출 및 글로벌 비즈니스 성격을 띤 창업이 아닌 내수시장을 대상으로 하는 스타트업들도 다수 존재함.
- 획기적인 아이디어로 단기간 급성장을 추구하는 사업모델 외에, 꾸준한 성장과 수익성을 중시하는 경우도 많음.

- 업종을 막론하고, 초기 완성도에 대한 사용자 및 파트너 기업들의 기준이 높은 편임.
- 정부에 의한 직접적인 지원보다는 기업 및 벤처캐피털에 의한 오픈 이노베이션 및 자본제휴가 중심을 이루고 있음. 정부도 수백만-수천만 엔 규모의 저금리 대여, 산업혁신 투자기구 등 별도기관을 통한 직접투자, 제도 보완 및 규제 완화 등 다면적으로 지원하고 있음.
- 일본 스타트업에서 최근 특징적으로 나타나는 추세는 1) 인구감소 및 고령화에 대한 대비, 2) 대기업에 의한 오픈 이노베이션, 3) 원천기술 중심의 도전, 4) 라이프 스타일에 밀착된 서비스와 기술이 있음.
- 스타트업의 사업 영역이 스마트폰을 이용한 비즈니스 외에도 우주, 에너지 등에 이르기까지 확대되어 있고, 유틸리티나 생산성 향상을 위한 기술 기업들이 높게 평가받는 것이 특징임.

○ 투자 현황
- 기업의 오픈 이노베이션과 새로운 투자 기회 모색을 위하여, 기업주도형 벤처캐피탈(Corporate Venture Capital, CVC) 구성과 독립계 벤처캐피탈(VC)들의 새로운 펀드 조성이 계속되고 있음.
- 조달금액 1억 엔 이상의 초기 투자가 증가하고, 건당 투자금액의 증가 추세가 명확함. 투자금은 많지만, 엄선하는 과정을 거쳐 투자를 실행하기 때문에, 좋은 기업에 초기 자금이 집중되는 경향이 있음.
- 법인 설립 초기에 수백만 엔에서 1천만 엔 정도의 규모로 이루어지는 극초기 투자는, 개인 엔젤 투자자에 의한 투자뿐 아니라, 기관에서 구성된 별도 펀드나, 큰 펀드에서 출자한 소규모 펀드를 통해서도 이루어짐. 큰 규모의 투자가 증가하면서, 극초기 투자가 언론에 알려지는 비중은 상대적으로 감소하고 있음.
- 핀테크 기업 오리가미(Origami), 헬스테크 기업 핑크(FiNC), 해양 미생물 벤처 유글레나(Euglena), 명함관리 서비스 산산(Sansan) 등 산업별 리드 스타트업들에 대한 수십억 엔 대의 대형 투자가 계속되고 있음.[1)]
- CVC의 설립이 늘며, 투자과열론도 대두되고 있는 상황임.

○ 외국계 스타트업의 활동
- 아시아 스타트업들의 일본 진출이 확대되고 있으며 시장 규모에 대한 기대뿐만이 아니라 글로벌 진출의 교두보로 해석하는 시각도 있음.[2)]
- 외국인 창업 증가와 함께 외국인 지원 프로그램도 증가함.

1) http://thebridge.jp/2018/09/major-funding-update-sep-2018
2) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35622480R20C18A9000000

- 일본은 국가별 사업의 용이성 랭킹에서 39위이며, 특히 수속이 많은 관계로 창업의 용이성 면에서는 93위로 낮은 편에 속함. 자금조달 환경이나 세금제도 등도 낮게 평가. 일본에서 창업하기까지 어려운 점으로서, 비자 신청 및 기업 설립 등 수속절차에 시간이 소요 / 계약서나 수속절차 서류가 모두 일본어(영어 문서의 지원 부족) / 외국인의 은행융자 곤란 / 은행의 영어능통자 부족 등이 있음.
- 창업 환경면에서 좋은 도시로는 도쿄가 절대적으로 우위에 있으며, 또 다른 스타트업 도시로는 후쿠오카가 부각되고 있음. 공과대학이 강한 규슈(Kyushu) 대학이 존재한다는 점과 지역적 특징으로 글로벌적 성향과 도쿄와 오사카 다음으로 유학생의 수가 많은 것도 주요요인으로 보임.

국내외를 대상으로 M&A 활동들이 다양하게 전개

- 일본 기업이 관여된 M&A 건수는 공표 기준으로 전년 대비 26% 증가한 3,850건으로 조사됨. 총액은 2.2배로 증가함. 일본 기업의 1천억 엔 이상의 해외 출자도 32건에 달함.[3)]
- 일본전산(日本電算)이 독일의 산업로봇 부품/공작기계 등의 독일 기업 5사를 총 500억 엔에 매수하였음.
- 리크루트 홀딩스가 미국 Glassdoor를 12억 달러에 매수함.

스타트업 지원

- 위워크(WeWork)가 일본에서의 영업 거점을 15개소 오픈 또는 오픈 준비 중에 있음. 소프트뱅크와 조인트벤처를 설립하여 운영함.
- 유력 벤처 200사를 대상으로 한 설문조사에서, 적극적으로 오픈 이노베이션을 진행하고 있는 회사로 KDDI, 도요타 자동차, 소프트뱅크 등이 거론됨. [4)]

포브스 재팬의 2019년 스타트업(Forbes Japan's Startup of the Year 2019)

- 아스트로스케일 (Astroscale): 우주 쓰레기 제거. 2020년에 실증실험
- 스마트뉴스 (SmartNews): 누적 다운로드 3,500만의 뉴스 앱
- 베이스 (BASE): 이커머스 플랫폼
- 비즈리치 (BIZREACH): 회원제 전직사이트, 인재소개, 사업승계M&A 플랫폼
- 아름 (Allm): 헬스케어 앱. 보험적용이 특징
- 파네일 (Panair): 전력공급 오퍼레이션 자동화
- 산산 (Sansan): 명함관리 앱

3) https://www.yomiuri.co.jp/economy/20190206-OYT1T50059/

4) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO27862820Y8A300C1X11000

- 프리 (freee): 중소기업 사업을 지원하는 클라우드 회계
- 오미세 (Omise): 태국을 거점으로 하는 분산형 결제 플랫폼
- GMS (Global Mobility Service): IoT 기술을 통한 자동차 론의 핀테크 서비스

유니콘 / IPO

- 2018년 12월 닛케이(Nikkei) 신문사가 넥스트 유니콘 추계 기업 가치 랭킹을 발표함.[5)] 1위는 AI 스타트업인 프리퍼드 네트웍스(Preferred Networks)로서, 기업가치가 2,402억 엔에 달함.
- 시가총액 100억 엔 이상의 비상장 기업(Next 유니콘)은 47개사가 존재하는 것으로 조사됨.
- 2018년에 주식을 공개한 기업은 모두 91사, 자금 조달은 약 2,100억 엔.[6)] 연말 전 상장을 처리하려는 움직임으로, 11월과 12월에 마더스(Mothers) 시장을 중심으로 상장되는 기업이 많았음.
- 수익성 이외에 성장성도 중요 검토 요인이나, 변동성이 높은 곳보다는 수익성이 확인된 상태에서 사업이 꾸준히 성장하는 기업의 상장이 눈에 띔.
- 2019년에는 투자 환경 악화를 예상하는 의견들이 많음. 그러나 기업 가치를 평가받은 회사들에 대한 공동투자는 내년에도 계속될 것이며, 리드(Lead) 투자 회피 성향이 나타나는 것도 유지될 것으로 예상됨.

2. 스타트업 주변 산업 환경의 동향

인프라

- IDC Japan이, 2022년에는 별도의 그래픽 처리 장치인 GPU(Graphics Processing Unit) 또는 프로그래밍 가능한 내부 회로를 가진 반도체 소자인 FPGA(Field Programmable Gate Array) 등의 부가적 액셀러레이터를 탑재한 시스템이 16.8%에 이를 것이라는 예측을 발표함[7)].
- NTT도코모(docomo)는 5G 시장에 향후 5년간 1조엔 규모의 설비를 투자할 방침임.
- 5G 통신 서비스 2019년 개시 목표. 전국 사업 전개 사업자에 NTT도코모, KDDI, 소프트뱅크 외 라쿠텐(Rakuten) 그룹이 신규로 참가함. 라쿠텐은 휴대전화 시장으로의 진입 설비자금 확보를 위하여 2천억 엔의 사채를 발행함.
- ITR의 "국내 IT 투자 동향 조사 2019"에 의하면, 기업의 IT 투자는 증가하는 경향을 보이고 있으며 2018년도에 IT 예산이 증가한 기업이 전체의 33.7%[8)]에 달함.

5) https://vdata.nikkei.com/newsgraphics/next-unicorn/

6) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO39066390Y8A211C1EA2000/

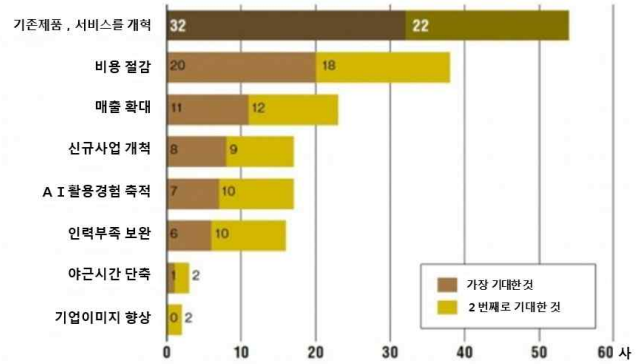
7) https://tech.nikkeibp.co.jp/atcl/nxt/news/18/02758/

8) https://nkbp.jp/2FV2Rsd

○ 선진 기술의 보급 확대

- 자동생산이 확대됨. 캐논(Canon)이 카메라에 이어 프린터에도 부분 자동생산 기술을 도입함. 교세라(Kyocera)도 2017년 컬러 토너 컨테이너의 전 공정을 자동화함. 아지노모토(Ajinomoto)가 포장공정에 자동화를 도입하여 생산성이 1.7배 증가함.
- 드론 조작법을 알려주고 수강증을 발급하는 자동차 학원이 나타남.
- 닛케이 xTech의 AI 활용 상황 조사(제조업 62사, 비제조업 51개사 대상)[9]에서는 AI를 활용하고 있는 기업이 전체의 83.2%로, 앞으로 활용하겠다는 기업이 15.0%로 조사됨. 적용 용도는 기존 제품이나 서비스의 혁신, 비용 절감, 매상 확대, 신규 사업 개척 순임.
- 자사 소유의 가상 서버를 운용하는 기업의 40% 정도가 일부(11.4%) 또는 전부(30%)를 클라우드 서비스로 이동시키는 계획을 가진 것으로 조사됨[10].

▌표 1▐ AI 활용 목적

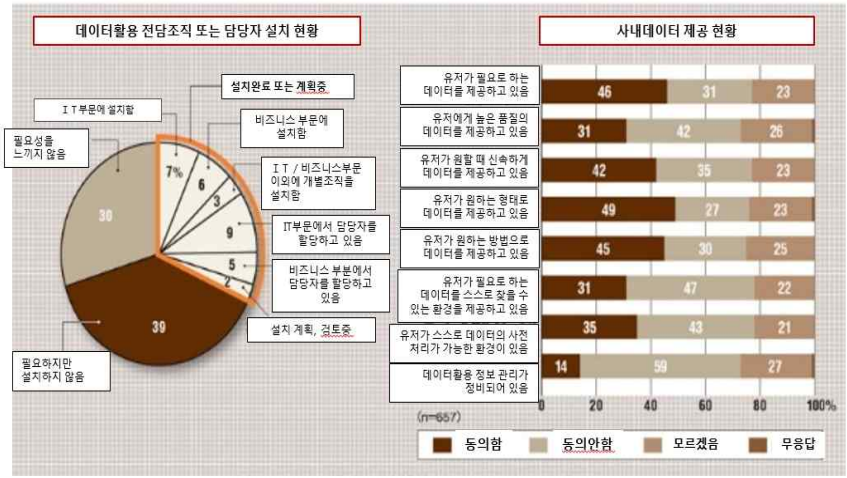


※출처: https://tech.nikkeibp.co.jp/atcl/nxt/column/18/00001/01071/

○ 데이터사이언티스트에 대한 인재 전쟁 격화

- 데이터사이언티스트(Data Scientist)에 대한 구인 수가 1년에 6배 증가하였음(메이저 서비스 별로 월 100건 이상). 전직 구인 배율이 6.45배를 기록할 만큼 데이터사이언티스트에 대한 수요는 점차 증가하고 있음. 이미 500명을 확보하고 있는 야후재팬(Yahoo Japan)도 2천 명을 목표로 계속 채용 중임.
- 츠타야(Tsutaya) 그룹이 6,400만 명에 대한 판매 데이터를 이용하여 상품 개발 및 판매전략에 활용하고 있음.
- 데이터 전담조직이나 담당자를 둔 기업은 30% 정도로,[11] 앞으로의 수요는 더욱 증가할 것으로 보임.
- 소프트뱅크가 영국의 자회사 암(ARM)을 통해서 미국의 데이터관리 기술 회사 트레져 데이타(Treasure Data)를 인수함. 또한 라쿠텐이 음식점 정보 회사 구루나비(Gurunavi)에 40억 엔을 투자하며 2대 주주가 됨. 야후재팬도 5월에 레티(Retty)에 투자한 적 있음[12].

▌표 2▐ 사내 데이터 활용 / 제공 현황



※출처:https://tech.nikkeibp.co.jp/it/atclact/active/17/100200154/070500065/?SS=imgviewactive&FD=54139247

2. 사업 분야별 주목할 만한 동향

■ 1. 비즈니스 콘텐츠 AI (Artificail Intelligence)

○ 콘텐츠 자동 생성, 콘텐츠 디지털화를 통한 생산성 향상에 AI가 활용

- 사무용품 기업 아스쿠루(ASKUL)가 AI로 8만 건의 상품 설명 문구를 8시간에 작성하였으며, 소프트뱅크가 AI를 이용하여 취업에 관심을 가진 학생들로부터의 채용 관련 질의응답의 80%를 해결하고 있음.
- AI 스피커에 업무용 및 일본어 특화에 대한 니즈가 부각[13]되고 있으며, 덴츠(Dentsu)

9) https://tech.nikkeibp.co.jp/atcl/nxt/column/18/00001/01071/
10) https://tech.nikkeibp.co.jp/it/atclact/active/17/100200154/070500066/
11) https://tech.nikkeibp.co.jp/it/atclact/active/17/100200154/070500065/
12) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO33562620Q8A730C1000000/

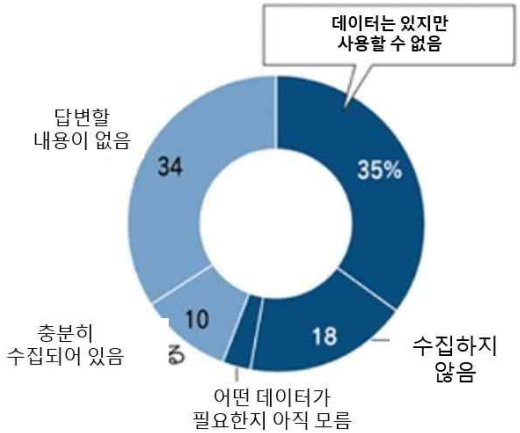
가 AI를 이용하여 광고 카피를 작성하기 시작[14]하였음.

- 코그니티(Cognitee)는, 기업 문화 및 커뮤니케이션의 품질을 높이기 위해 회사 안에서의 대화 및 문서의 논리 구조를 분석 평가하는 기술의 사업화를 시도하고 있음.
- 시나몬(Cinnamon)은 표기가 제각각인 서류와 전표를 AI를 활용해 해석 · 데이터화하는 서비스를 기업에 제공. 고객과 방대한 서류를 주고받는 금융 기관 등에 판매할 예정으로, 화이트칼라의 생산성 향상을 도모하고 있음.

○ 데이터 및 AI 인재 부족

- AI 기술의 정밀도는 높아지고 있으나, 주요 기업의 6할 정도가 AI 활용을 위해 필요한 데이터가 부족하거나 사용 불가능한 형태라고 응답[15] 했음.
- 일본의 AI 인재는 수요 대비 약 2만 7천 명 부족한 것으로 조사되었음.[16]

▌표 3▐ AI 활용에 필요한 데이터 수집 현황 (단위:%)



※출처: https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35932210Q8A930C1MM8000/

13) http://techon.nikkeibp.co.jp/atcl/feature/15/111500149/120600009
14) https://trend.nikkeibp.co.jp/atcl/contents/18/00057/00002
15) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35932210Q8A930C1MM8000
16) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO27693480V00C18A3000000

2. 헬스케어 콘텐츠

- 첨단 기기의 개발과 IT 기술의 활용으로, 의료 활동의 효율을 개선할 수 있는 여지가 많아졌으며, 특히 고령화 및 인구감소에 의하여 개호 산업에서의 접근 방식을 바꾸어야 하는 필요성도 대두되고 있음.
- 의료 활동에 대한 법률에 의한 통제와 기존 의료 산업의 보수적인 도입 의지, 의료보험 적용 해당 여부가 헬스케어 스타트업들의 사업 전개에 주요 고려해야 할 요인으로 보임.
- 법률적 제약을 피해서, 정보제공 중심의 서비스들이 다수 등장하고 있음.
- 행동 개선을 통한 다이어트 가정교사 핑크(FiNC)는 총 17개사의 기업 투자자들로부터 55억 엔의 투자유치를 받았음.
- 후생노동성의 오픈 데이터를 이용하여 진료과목이 아닌 질환 명으로 병원을 검색, 가능성 높은 병명을 진단하는 AI 문진 솔루션 닥터 유비(Dr. Ubie)가 간사이(Kansai) 전력 CVC로부터 수억 엔 규모의 자금을 조달했음.
- 약국 업무 효율 향상 시스템 무스비(Musubi)가 9억 엔을 조달했음.
- 생활습관병 치료 앱이 질환 치료용 프로그램 의료기기로 인정받음[17]

○ 원격진료

- 스마트폰을 이용한 원격진료 서비스 큐론(curon)이 11억 엔을 조달했음.
- AI를 활용한 의료 화상 진단 지원 기술을 제공하는 엘픽셀(LPixel)이 30억 엔을 조달했음.

3. 엔터테인먼트 / 게임 / e스포츠

- 스마트폰 화면을 생중계할 수 있는 화면 공유형 라이브 발신 플랫폼 미라티브(Mirrative)가 디엔에이(DeNA)에서 독립하며 10억 엔 이상의 자금을 조달했음.
- ANA 홀딩스는 가상현실로 아바타 로봇을 원격 조작하여 관광지 현지를 즐길 수 있는 "ANA 아바타 비전(ANA AVATAR VISION)" 계획 중[18]임.

○ 닌텐도

- 닌텐도(Nintendo)가 자사 게임기 스위치(Switch)와 연동되는 골판지 공작킷 닌텐도 라보(LABO)를 4월 발매[19]했음.
- 게임 벤처 코로프라(Colopl)가 닌텐도에게 터치패널 조작기술 특허권을 침해했다는 내용으로 44억 엔 피소됨. 닌텐도의 국내 첫 특허권침해 제소 건임.

17) http://www.seikatsusyukanbyo.com/calendar/2018/009641.php
18) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35325020T10C18A9000000/
19) https://www.nintendo.co.jp/labo/index.html

○ e스포츠

- 사이버에이전트(CyberAgent)의 게임 자회사들이 e스포츠 프로 리그를 운영하고 있음. KDDI, 삿포로 맥주 등 4개 팀이며, 급여 월 30만 엔 수준임.
- e스포츠에 대한 인지도가 작년 26%에서 올해 49.8%로 상승했으며, 그중 10-20대 남성에게는 약 80%의 인지도를 보이고 있음.[20]
- e스포츠 플레이어들의 정보교환 및 교류, 공동 참여를 도모하는 서비스들도 다수 개발되고 있음.

○ 유튜브(Youtube) 관련

- 실제 인물이 아닌 버추얼 유튜버(Virtual Youtuber)의 개발 및 활용이 본격화되고 있으며, 유튜버 기반 인플루언서 마케팅 에이전시 바즈(VAZ)가 VC와 엔젤들로부터 11.5억 엔을 조달했음.

○ 스포츠 정보

- 일본 스포츠 시장 규모는 현재 5조 엔으로 2020년 10조 엔, 2025년 15조 엔을 목표로 움직이고 있음.
- 스포츠 경기의 실황중계 및 SNS 서비스를 하는 오오카미(ookami)가 8억 엔을 조달했음.

4. 정보미디어

- 텍스트와 이미지로 구성된 콘텐츠 제공 미디어는 여전히 성황이며, 동영상을 중심으로 하는 미디어들도 대두되고 있음.
- 레시피 동영상 미디어 델리시 키친(Delish Kitchen)을 운영하는 회사가 20억 엔 조달하였으며 수차례 자금조달 후 KDDI와 자본 업무 제휴했음.
- 요리 레시피 동영상 서비스 크라시루(Kurashiru)가 서비스 개시한지 2년에 1천만 다운로드 기록했음.
- 일본 전통술 관련 정보만을 전문적으로 취급하며, 독자적인 전통술 개발 및 판매를 병행하는 서비스도 미디어로서의 가능성을 인정받고 자금 조달에 성공했음.

3. VC와 액셀러레이터, 인큐베이터 동향

1. 신규 액셀러레이터 출범

- 디지털 가라지(Digital Garage)가 바이오테크, 헬스케어 특화 액셀러레이터 오픈 네트워크 랩 바이오헬스(Open Network Lab BioHealth) 런치 했으며 다케다, MSD(머크

20) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35324180T10C18A9X30000

(Merck) 일본법인), 아스테라스(Astellas), 다나베 미쓰비시(Mitsubishi Tanabe) 등 지원 참가하였음.
- 닛세이 캐피탈(Nissay Capital) 액셀러레이터 프로그램 50M, 1기 데모데이 개최, 좋은 팀에 50M엔 (5억 원) 투자하겠다는 의지를 밝힘.
- 딥코어(DeepCore)가 위워크와 함께 AI 특화형 인큐베이터 커널 혼고(KERNEL HONGO) 개설하였으며, 현재 80명 입주해있음.
- 딥코어가 의료계 AI 사업화 지원 프로그램 개시. 의사와 AI 엔지니어 매칭하는 것이 주된 목적임.[21]
- JXTG, 리테일 서비스, 차세대 머트리얼/디바이스, 그린에너지 등 액셀러레이터 모집함.
- 디지털 가라지와 홋카이도 신문의 조인트벤처 D2 가라지 (D2 Garage)가 운영하는 액셀러레이터 "오픈 네트워크 랩 홋카이도(Open Network Lab HOKKAIDO)"가, 삿포로에서 제1기 데모데이 개최함.
- 테크펀드(TECHFUND)가 액셀러레이터 프로그램 "액셀(ACCEL) PROGRAM for ICO/STO" 시동하였으며, 펀딩 준비와 토큰 이코노미 대응의 지원을 희망하는 스타트업 모집[22].
- 덴츠(Dentsu)와 스크럼벤처스(Scrum Ventures, 샌프란시스코 거점 일본계VC)가 스포츠 테크 특화 액셀러레이터 프로그램 "스포츠 테크 도쿄(SPORTS TECH TOKYO)" 설명회 개최하였으며, 2020년 도쿄 올림픽·패럴림픽을 앞둔 시기이기 때문에 주목을 받고 있음.[23]
- 디지털 가라지(Digital Garage)가 부동산 대기업과 제휴하여, 부동산 및 거주환경에 대한 테마의 액셀러레이터 "오픈 네트워크 랩 레지테크(Open Network Lab Resi-Tech)" 시작했음.[24]
- 딥코어가 홍콩의 AI 특화 액셀러레이터 제로스에이아이(Zeroth.ai)와 전략적 제휴를 체결했으며, 양사는 이번 제휴를 통하여 거래 흐름의 공유, 아시아 시장에서의 투자 관련 지식 공유 등 쌍방향의 기업 커뮤니티의 연계를 실시할 예정임.
- 소니뮤직 엔터테인먼트가 자사 최초의 액셀러레이션 프로그램 "ENTX"의 데모데이 개최했으며, 제1기로 선정된 7팀을 대상으로 총 6번 걸친 멘토링 세션이 실시되었음.
- 또한 액셀러레이터는 아니지만, 파나소닉(Panasonic)과 미국 실리콘벨리의 벤처투자회사인 스크럼벤처스가 이노베이션 창출 합작회사 비엣지(BeeEdge) 설립하였으며, 파나소닉 내에서 활용되지 않은 기술을 찾아, 독립 스타트업을 설립하는 것을 목표로 함.

21) http://thebridge.jp/2018/07/m3-deepcore-partnership
22) http://thebridge.jp/2018/10/techfund-launches-accel-program-for-ico-sto
23) https://thebridge.jp/2018/10/sports-tech-tokyo-briefing-event
24) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO37524370Y8A101C1000000/

2. 지속적인 행사들

- 오픈 네트워크 랩(Open Network Lab, OnLab) 16기 데모데이. 디지털 가라지의 정례 행사로, 연 2회 실시. 의사들을 대상으로 하는 모바일 플랫폼, AI 화상 편집 서비스 등이 수상함.
- 오렌지 팹 아시아(Orange Fab Asia) 2018 데모데이. 공기에서 음료수를 만드는 AQR 제조사 스페이스 에입스(Space Apes, 대만)가 우승을 차지함.
- VR 등에 특화된 스타트업 인큐베이터 "도쿄 VR 스타트업스(Tokyo XR Startups)"가 제4기 데모데이 개최함.
- "도쿄 스타트업 게이트웨이(TOKYO STARTUP GATEWAY)" 가 제5기 데모데이를 도쿄에서 개최했음.
- 고베(Kobe)시와 500 Startups가 협력한 액셀러레이션 프로그램 "500 고베 액셀러레이터(500 KOBE ACCELERATOR)"의 데모데이가 도쿄에서 개최됨.

3. 특징 있는 콘텐츠 관련 신규 펀드

- 산업혁신 투자기구 (정부계 펀드 산업혁신기구의 개조)가 발족되었으며 연내 벤처캐피탈 펀드나 사모펀드를 시작할 방침을 표명했으며, 투자 규모는 2조 엔 예정임.[25]
- 이매지카 로봇 홀딩스(Imagica Robot Holdings)가 벤처캐피탈 사업을 개시하며 15억 엔 펀드 결성함. 엔터테인먼트 영역 중심 투자, 어린이 대상 애니메이션, 실사영화, TV CM 등 제작할 예정임.
- 그리(Gree)가 40억 엔 규모의 VTuver 펀드를 개시하였으며 유튜버(YouTuber) 발굴, 육성 관련 사업에 총 100억 엔 규모 투자 계획을 발표했음.

4. 관련 사회 / 정책 동향

1. 경제 상황

- 2019년도 일본 정부 예산이 처음으로 100조 엔을 초과했음.
- 상장기업(금융제외)의 2017년도 매출이 약 560조 엔, 순이익 29조 엔 (과거 최고)으로 5년 전 대비 3배가 증가한 수치임.
- 도쿄 증시 1부 시가총액이 647조 엔으로 1년 전 대비 13% 증가했음.
- 일본경제신문사에서 2018년 신입급여 발표(2,378 사 중)[26]. 1위 필 컴퍼니(Phil Company, 부동산컨설팅) 40만 엔, 2위 프라이스워터하우스쿠퍼스 재팬(PwC Japan) 35만 엔, 믹시(Mixi)/라쿠텐(Rakuten) 30만 엔 10위권, 39위 야후재팬 26만 엔 등 전체 평균 21.4만 엔임.
- 2017년부터 아마존이 통판 사업을 대응하며 2016년 대비 22% 증가한 매출 수치를 나타냄. 이는 세븐일레븐 매출의 2/3 수준이며 소비가 피크였던 1993년 대비 피복비 51% 감소, 식료・주거 10-11% 감소함.
- 개인소비 300조엔, 소매업 전체 매출 140조 엔 중 전자상거래(EC)가 15조 엔의 매출 수치를 보임.

2. 스타트업 지원정책

- 연초부터 대기업들이 기술 중심의 스타트업을 중심으로 투자와 매수를 검토할 것이라는 전망이 있었고[27], 실제 비즈니스 관련 영역에서 투자들이 이어짐.
- 경제산업성에서 스타트업을 지원하는 특별제도를 도입했으며 2018년부터 유망한 스타트업이 국가의 지원 제도를 우선적으로 사용할 수 있는 제도 시행함. 유니콘 육성 배출이 목표로서 관민 공동으로 연간 100-200개사를 선정하여 연간 5개사 정도는 6억 엔 정도를 상정하여 양산화 등 설비 도입비를 지원할 예정임. 이스라엘과 인도 등 해외 벤처 유치도 추진 중임[28].
- 도쿄의 창업률은 약 5%로, 10%대인 유럽과 미국에 비해 낮은 편에 속함. 도쿄도지사가 벤처기업 육성을 위해 연간 1천사 지원을 표명하였음.

○ 규제

- 정부가 플랫포머(Platformer)를 규제하는 독점금지법상의 새로운 조항들을 정비하였으며 공정거래위원회가 M&A 심사에서 데이터 과점이 경쟁을 저해할지를 판단 기준으로 추가함[29].
- 불법 민박에서의 숙박지 도촬, 숙박자에 의한 살인, 위법 건물 등 부작용이 발생함에 따라 개정 법안 개선 여부에 대한 논의가 지속되고 있음.
- 에어비앤비(Airbnb) 일본 내 게재 건수 80%가 감소하였음. 이는 주택민박사업법 시행으로 간이 숙소 허가가 필요해져서 위법 소지 시설들이 자진 감소된 것에 기인하는 것으로 추정됨.

○ 취업

- 정사원 부족 기업 49.2%. 2017년(43.7%), 2016년(37.6%) 대비 증가했음. 정사원이 부족한 업종 상위는 정보 서비스업(69.2%), 운수창고, 건설, 음식점 순[30]으로 나타남.

25) https://jp.reuters.com/article/fund-jic-idJPKCN1M51DL
26) https://vdata.nikkei.com/newsgraphics/research-starting-salary/
27) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO24815190Z11C17A2000000/
28) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO24384820X01C17A2EE8000/
29) https://r.nikkei.com/article/DGXMZO37292300S8A101C1MM8000

- 외국인 취업자 증가 추세이며 경영관리 비자의 취득자가 지난 5년간 2배로 증가[31]함.
- 닛케이(Nikkei)가 2019년도 채용 상황 조사 결과를 발표했음. 주요 기업의 2019년 봄 입사하는 대졸 채용 내정자 수는 전년 실적 대비 1.4% 증가한 반면 업무 자동화를 추진하는 은행업의 경우 16.1% 감소함.[32]
- 후생노동성이 발표한 9월의 유효 구인배율 1.64배. 한편 경기 선행지표인 신규 구인 수는 주요 산업 모두에 대해 전년 동월 감소했음.
- 문부과학성과 후생노동성이 2019년 봄 졸업 예정인 대학생들의 2018년 10월 현재 취직 내정률을 77.0%로 발표했음.

5. 한국 콘텐츠 스타트업들에 있어서의 시사점

한류 인기에 기대지 않은, 독자적인 품질과 완성도 필요

- 음악, 드라마 등 한류 콘텐츠에 대한 인지도는 높은 편이나, 대형 기획사나 일본의 미디어가 기대하는 절대적인 품질의 완성도가 전제되었다는 것이 중요함.
- 웹 콘텐츠는 뉴스 큐레이션 등을 통해 시장이 형성되어 있으나, 기존 사업자들의 자금력과 시장 장악력이 굳건하기 때문에, 콘텐츠의 차별성 및 완성도에 대한 재검토 후 접근할 필요가 있음.
- 일본 콘텐츠 시장의 규모는 매우 크나 품질에 대한 기준 및 경쟁은 더 심하기 때문에, 컬처라이징(Culturizing)에 드는 부담을 감수하는 노력이 선행되어야 함.
- 투자 시장은 활성화되어 있으나, 일본 기업에 대한 투자가 주로 이루어짐. 외국 기업에 대한 투자는 해당 지역의 시장 잠재력이나 기술 기업이 중심이며 해외 콘텐츠 자체에 대한 존재감은 높지 않은 상태임.
- 한국에서의 브랜드 인지도는 메가 벤처가 아닌 이상, 일본에서는 거의 통하지 않음.
- 자회사, 지점 등 현지 거점이 없는 상태에서의 금융거래는 매우 제한적임.

콘텐츠의 현지화 및 마케팅에 최신기술을 적극적으로 활용

- 일본의 스타트업 지원 정책의 주요 흐름에는 기술에 대한 중요도가 매우 큼.
- 한국에서 제작된 콘텐츠의 로컬라이징(Localizing)도 진출도 중요하지만, 디지털화된 콘텐츠의 배포 효율을 높일 수 있는 관련 기술을 습득하고, 이를 적극적으로 활용하기 위한 고민이 함께 필요함.
- 게임은 대형 게임업체의 장기간에 걸친 컬처라이징 및 대규모 마케팅에 의하여 성과가 나고 있으며, 현지 파트너와의 제휴 관계 및 퍼포먼스 마케팅을 효율적으로 이용할 경우 중소 업체들도 성과를 낼 수 있는 가능성은 존재함.

30) http://news.livedoor.com/article/detail/14768008

31) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35427620V10C18A9000000

32) https://www.nikkei.com/article/DGXMZO36473840U8A011C1SHA000

인접국인 것을 활용하여, 현지 이해도 고양을 위한 교류 기회 확대

- 출장, 행사 참가 등을 통해 현지 동향을 파악하고 현지 업체들과 가능한 적극적으로 교류를 맺어야 하며 현지에 이미 진출해 있는 기관 및 한국계 업체들과의 교류 기회 확대해야 함.
- 일본의 전시회는 보여주기 위한 행사가 아니라 실제 비즈니스 기회들이 만들어지는 곳이기 때문에 철저한 준비 및 적극적인 영업이 필요하며, 핵심 멤버들이 참여하여 스스로가 비즈니스 기회를 잡아야 함.
- 스타트업이라고 해도 '기업' 에 보편적으로 적용되는 문화가 있기 때문에, 일본의 비즈니스 매너, 유저 트렌드에 대한 학습이 절대적으로 필요함.

먼슬리 단신

1. CATV와 Hulu, 제휴를 통한 고객 ID 플랫폼 공동 관리
   ※ 출처_Impress Watch

2. 스마트폰 음악 게임 '8비트 스토리', AI 대화 기능 추가
   ※ 출처_M-on! Press

3. 2018년도 동영상 서비스 시장 규모, 전년 대비 19.5% 증가
   ※ 출처_MarkeZine

4. 2019년 제 22회 문화청 미디어 예술제, 만화부문 한국 작가가 대상 수상
   ※ 출처_Impress Watch

1. CATV와 Hulu, 제휴를 통한 고객 ID 플랫폼 공동 관리

○ 주요 내용

- 일본 케이블 티비 연맹(日本ケーブルテレビ連盟, 이하 CATV)과 동영상 서비스 회사 훌루(Hulu)가 연대를 결정, 3월 15일부터 케이블 아이디 플랫폼을 활용하여 CATV 이용자가 훌루에 가입할 경우 신규 가입 절차가 간단해진다고 발표함. 훌루 월정액 요금을 케이블 TV 요금과 함께 수납하는 것도 가능해짐.
- 전국 CATV국 중 케이블 아이디 플랫폼에 대응할 수 있는 곳부터 순차적으로 훌루 판매를 개시할 예정임.
- 회원 가입과 지불 방식의 편리성이 높아져 '훌루의 콘텐츠를 접할 기회가 많아진다' 고도 할 수 있음. 또한 구체적인 도입 시기는 별도의 도입 개시국에서 공표할 예정이라고 함.
- 시청을 위해서는 CATV국이 준비한 훌루도 시청이 가능한 셋톱박스(STB)가 사용될 예정이며 도입 방송국에서는 훌루 신규 가입 특정을 더하여 세트 플랜을 제공할 것을 검토중임.
- 이번에 활용되는 케이블 아이디 플랫폼은 CATV 각사가 관리하는 고객 아이디를 업계 공통 아이디로 관리하는 플랫폼. 이를 통해 업계 각 회사가 업무연계 통해 업계 외부의 서비스 사업자와 연대하는 것도 빨라질 것으로 보임.
- 2017년 7월에 서비스를 시작하여 2021년에는 500만 유저 달성을 목표로 하며 최종적으로 1,000만 유저를 목표로 하고 있음.

2. 스마트 음악 게임 '8비트 스토리', AI 대화 기능 추가

○ 주요 내용

- 스마트폰 음악 게임인 '8비트 스토리(8beatStory)' 가 게임 중에 캐릭터 소라노 카나데(空乃かなで)와 대화가 가능한 AI 회화 기능 '소라데 카나데 AI 토크(空乃かなで AIトーク)' 서비스를 2019년 2월 15일부터 제공한다고 발표함.
- AI 회화 기능은 AI 문의 응답 시스템을 개발, 운용하는 기무라 정보기술 주식회사(木村情報技術株式会社)와 크로노스(クロノス)의 공동 개발에 의해 실현된 것으로 AI 기

술을 스마트폰용 아이돌 음악 게임에 적용하는 것은 일본 최초임.
- 위의 기능은 캐릭터가 게임 유저가 입력한 언어를 인식하여 준비된 데이터 중 가장 알맞은 응답을 하는 것임.
- '소라노 카나데 AI 토크' 서비스 실시를 기념하여 2월 15일에는 니코니코(ニコニコ)에서 생방송을 진행하였음.

3. 2018년도 동영상 서비스 시장 규모, 전년 대비 19.5% 증가

○ 주요 내용
- GME 파트너스가 2018년 동영상 서비스 시장 추계와 2023년까지의 시장 규모에 관한 예측이 실린 '동영상 서비스 시장 5년간 예측(2019-2023) 리포트'를 발행함.
- 2018년 동영상 서비스 시장의 규모를 추산한 결과 전년 대비 19.5%가 증가하였고 2017년 시장 규모인 1,850억 엔(디지털 콘텐츠 협회 발표)를 바탕으로 2018년의 시장 규모를 계산한 결과 2,211억 엔이었음.
- 각 항목의 구성비를 살펴보면 정액제 동영상 서비스는 시장 전체의 76%, 렌탈형 동영상 서비스는 13.5%, 동영상 판매는 10.6%였음.
- 소비자 조사 결과를 더하여 일본과 미국에서의 동영상 서비스 보급 실적을 통해 2023년의 동영상 시장 규모를 추산하였음. 2018년부터 2023년에 걸쳐 평균 6.3% 성장을 하여 2023년에는 3,000억 엔까지 확대될 것으로 전망하였음.
- 또한 DVD, BD의 판매 및 렌탈 시장은 과거와 같은 비율로 감소한다고 가정할 경우, 동영상 서비스와 DVD, BD를 합산한 시장에서의 동영상 서비스의 구성비는 2023년에 52.2%가 될 것으로 예측하였음.

4. 2019년 제 22회 문화청 미디어 예술제, 만화부문 한국 작가가 대상 수상

○ 주요 내용
- 2019년 3월 1일, 미디어아트와 디지털 엔터테인먼트, 애니메이션, 만화, 게임, 비디오, 웹 등 '미디어아트'라는 영역의 작품을 표창하는 제22회 문화청 미디어 예술제(文化庁メディア芸術祭)의 각 부문의 수상작품을 발표함.
- 문화청 미디어 예술제는 새로운 분야의 예술의 뛰어난 성과를 소개하고 진흥하는 것을 목표로 1997년에 시작했음. '미디어 아트'라는 말을 묶어 미디어 아트, 애니메이션, 만화, 게임, 비디오, 웹 등 다양한 분야를 망라하고 있는 것이 특징이며, 특히

애니메이션이나 만화, 웹 콘텐츠 등의 사회 인지도 향상에 큰 역할을 해왔음.
- 아트 부문 대상은 후루다테 켄(古舘健)의 「Pulses/Grains/Phase/Moiré」, 엔터테인먼트 부문 대상은 「치코짱에게 혼나! (チコちゃんに叱られる!)」, 만화부문은 영매거진에서 연재되고 있는 한국 출신 Boichi(박무직)의 「ORIGIN(オリジン)」이 수상하였음.
- 이외에도 일본은 우수상 3작품, 신인상 1작품을 수상하였음. 우수상은 여름 극장 개봉에서 높은 평가를 받았던 이시다 히로야스(石田祐康)감독의 '펭귄 하이웨이(ペンギン・ハイウェイ)', 코우사카 키다로(高坂希太郎)감독의 '젊은 여주인은 초등학생!(若おかみは小学生!)', 그리고 히구치 신지(樋口真嗣) 감독의 TV 시리즈인 '히소네와 마소땅(ひそねとまそたん)'이 수상하였음.
- 신인상은 '자그마한 영웅 - 게와 계란과 투명 인간 -(ちいさな英雄-カニとタマゴと透明人間)'이라는 타이틀로 극장 상영된 옴니버스 영화인 야마시타 아키히코(山下明彦)감독의 '투명 인간(透明人間)'이 수상했음.
- 또한, 2019년 6월 1일부터 6월 16일까지 수상작품을 소개하는 수상작품전이 도쿄 오다이바(東京・お台場)의 일본 과학 미래관(日本科学未来)에서 개최됨. 작품 전시 이외에도 상영회 이벤트, 워크숍, 심포지엄 등이 실시될 예정임.

일본 비즈니스센터 담당자 연락처

- 황선혜 센터장 : +81-3-5363-4511 / hwang216@kocca.kr
- 이은정 주임 : +81-3-5363-4512 / piglove0901@kocca.kr
- 김수연 주임 : +81-3-5363-4510 / suyoun1433@kocca.kr
- 윤현일 주임 : +81-3-5363-4510 / hyunil1126@kocca.kr

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr