

일본의 콘텐츠 자금조달수단과 국내시사점

2008. 12. 17

요약

- I. 들어가며
- II. 콘텐츠 자금조달 제도정비
- III. 콘텐츠 자금조달수단
- IV. 일본형 제작위원회 분석
- V. 최근 자금조달 동향과 변화
- VI. 맺으며

작성 : 김영덕 연구원(3219-5521)

kimyd@kbi.re.kr

요약

- 방송콘텐츠 분야에서 외부자금조달이 증가한 배경은 제작비 상승 및 하이 리스크비즈니스라는 점 때문임. 외부자금조달은 제도적으로 규제하지 않는 한 커다란 흐름으로 앞으로도 가속될 것으로 전망됨.
- 일본의 자금조달수단은 장르별 특성, 제작비 규모, 조성비용 등 제반 사항 등이 고려되어 존재하고 있어 다양한 자금조달이 가능하도록 되어 있음.
 - 이와 관련 일본정부도 2000년 이후 자금조달을 위한 제도적 환경정비 등에 적극 나서고 있는 실정임.
- 일본의 자금조달수단 가운데 우리나라에 도입을 검토해볼 만한 사례로는 제작위원회, LLP, 저작권신탁 등을 고려해볼 수 있을 것임.
 - 특히 제작위원회는 한국에서도 방송분야에 현실적용도가 높은 것으로 판단됨.
 - 한국드라마의 경우, 한류 등의 영향으로 일부 드라마의 경우 제작비가 100억원이 넘는 대형화가 시도되고 있고 16부작, 24부작, 1년 단위의 대하드라마 등 붐업을 위한 시간적 길이도 충분하다고 할 수 있음.
 - 게다가 일부 드라마는 국내 시장뿐만 아니라 일본의 판권이나 부대사업을 염두에 두고 제작되고 있음. 아울러 일본의 콘텐츠비즈니스 업계는 한국의 드라마를 선구매하고 있는 상황임.

- 제작위원회 방식은 각 분야의 정예 멤버로 구성되기 때문에 하나의 콘텐츠를 붙여넣기거나 히트로 연결시키기 위해서는 최적의 플레이어로 구성되어 있음. 국내 콘텐츠부가시장 규모는 크지 않지만, 일본등 해외시장을 시야에 두고 멤버구성을 한다면, 국내 투자자 입장에서선 부대시장의 협조를 극복할 수 있을 것이고 해외투자자 입장에서선 한국의 크리에티비티에 대한 투자요인을 충분히 끌어낼 수 있을 것으로 보임.
 - 결과적으로 제작위원회 방식의 자본조달이 가능하다면, 한류의 지속과 확대에도 도움이 될 뿐만 아니라 해외자본과의 윈윈(win-win)구조구축에도 일정부분 기여할 것으로 기대됨.
 - 모든 드라마가 제작위원회를 결성해 자금 조달해야 할 필요는 없지만, 한국의 실정에 맞게 일부 기획 드라마에 한해 제작위원회 방식이 갖는 장점을 활용해 볼 필요가 있을 것임.
- 제작위원회의 문제점으로 지적되는 회계 투명성 문제나 권리분산 등은 SPC방식과 결합해 일정부분 극복할 수도 있을 것임.
- 다만 제작위원회 방식이 유통사업자 중심에 제작자에 대한 리턴확보가 미약하다는 한계는 일본에서의 LLP(유한책임사업조합)나 저작권신탁 등을 통한 자금조달 수단의 확대 내지 결합, 공적 펀드조성 등을 통해 제작자에 대한 리턴을 확보해나가는 노력도 필요할 것임.

I. 들어가며

- 방송프로그램을 위시해 영화, 애니메이션 등은 이전 모두 내부에서 조달되어 제작되었음. 그러나 영화, 애니메이션에 이어 최근에는 방송프로그램도 이러한 내부형 조달시스템이 무너지고 외부에서 자금을 조달해 제작되는 사례가 증가하고 있음.
- 방송콘텐츠분야에서 이렇게 외부형 자금조달이 많아진 것은 크게 제작비 상승, 하이리스크(Hi-risk) 사업이라는 점 때문임.
 - 방송프로그램은 일반적으로 제작기간이 길고 수많은 과정을 한 회사가 전담하는 것이 아니라 복수의 회사 및 스태프 캐스트에 의해 만들어지기 때문에 그 비용은 많이 소요됨.
 - 또한 한류 등으로 인한 스타 출연료 및 작가료 등 전반적인 인건비 상승, 새로운 기술의 적용 및 콘텐츠의 질적 제고를 위해 전체제작비는 매년 상승하고 있으나 현실적으로 1개사만으로는 자금을 조달하기 어려운 상황에 있음.
- 두 번째는 영화나 애니메이션과 마찬가지로 방송콘텐츠 역시 하이리스크형 비즈니스라는 점임.
 - 방송콘텐츠는 전체제작비에서 출연료, 작가료 등의 비율이 높아 콘텐츠 자체가 완성되기에 앞서 상당한 비용을 필요로 할 뿐만 아니라 콘텐츠가 만들어져 유통되고 부대사업화 되기까지는 비교적 장시간이 소요되기 때문에 단기에 자금을 회수할 수 있는 비즈니스가 아님.
 - 방송콘텐츠는 수요를 예측할 수 없는 특성으로 인해 유통시킨 콘텐츠가 기대수

익을 달성하지 못할 리스크가 항시 존재함.

- 한편 좋은 스토리와 기획을 갖고 있음에도 제작비에 대한 높은 진입장벽으로 제작을 실현하지 못하는 케이스를 발굴해 자금조달을 원활하게 지원할 필요가 있을 것임.
 - 더구나 경제위기로 인해 광고수익이 큰 폭으로 떨어지고 있는 상황에서 일부 프로그램을 폐지하거나 제작비를 긴축하려는 기조가 강화되면서 자칫 국내 콘텐츠제작산업이 크게 후퇴할 국면을 맞이하고 있음.
- 따라서 외부조달형 콘텐츠제작이 일반화되어 있는 일본의 선진적 금융조달기법 현황을 살펴보고 이것이 국내에 주는 시사점이 무엇인지 살펴보기로 함.

II. 콘텐츠 자금조달 제도정비

- 미국의 지적 재산 기반 사업을 통한 경제활성화 대책에 자극을 받아 일본정부도 2000년이후부터 콘텐츠 산업육성에 정책적 무게를 두기 시작함. 자금조달 제도 관련 주요 동향을 정리하면 다음과 같음.
 - 2003년 설립된 '지적재산전략본부'는 2004년에 '콘텐츠진흥책'을 발표하고 콘텐츠산업에 외부자금유입을 촉진시키는 환경조성에 필요한 정책을 마련.
 - 2004년 '신탁업법'이 개정되어 수탁가능한 재산 범위에 저작권 및 특허권 등의 지적재산권도 포함됨에 따라 지적재산권의 신탁상품화가 가능해짐.
 - 2005년 2월 '유한책임사업조합계약에 관한 법률'(LLP법)이 제정되어 유한책임

사업조합의 설립이 가능해짐.

- 2006년 5월 '신회사법'의 시행에 의해 유한회사제도가 폐지되고 주식회사로 통합됨. 이전에는 SPC로 유한회사를 설립해 이용하는 경우가 많았음.
 - 2006년 투자서비스법 시행으로 투자자 보호관점에서 공개 물의 변경 및 진입 규제를 도입
- 2006년 12월 신탁업법 개정으로 사업신탁과 자기신탁이 가능해짐. 콘텐츠제작사업 등을 '사업신탁'으로 해서 자금조달이 가능해짐.
- 기업이 자기재산을 자신에게 신탁해서 사업의 장래수익을 토대로 자금조달이 가능해짐.
 - 자기신탁의 경우 50명 이상의 투자자에게 수익권을 판매한 회사는 '금융청'의 감독을 받게끔 되었음.
- 2008년 4월 '금융상품거래법'의 시행으로 투자자보호가 강화되었음.
- '금융상품거래법'의 규제대상상품(집단투자스킴)이 될 경우, 유가증권견적서 및 유가증권 등록서와 같은 상세한 설명자료 작성 및 공개가 요구되어짐. 이로 인해 자금조달 코스트가 증가할 것이 예상되며 펀드 조성시 장애요소가 될 가능성(디지털콘텐츠 백서 2007, 177쪽).
 - 반면 프로기관투자가는 등록제로 서류 간소화를 단행하는 조치도 도입.

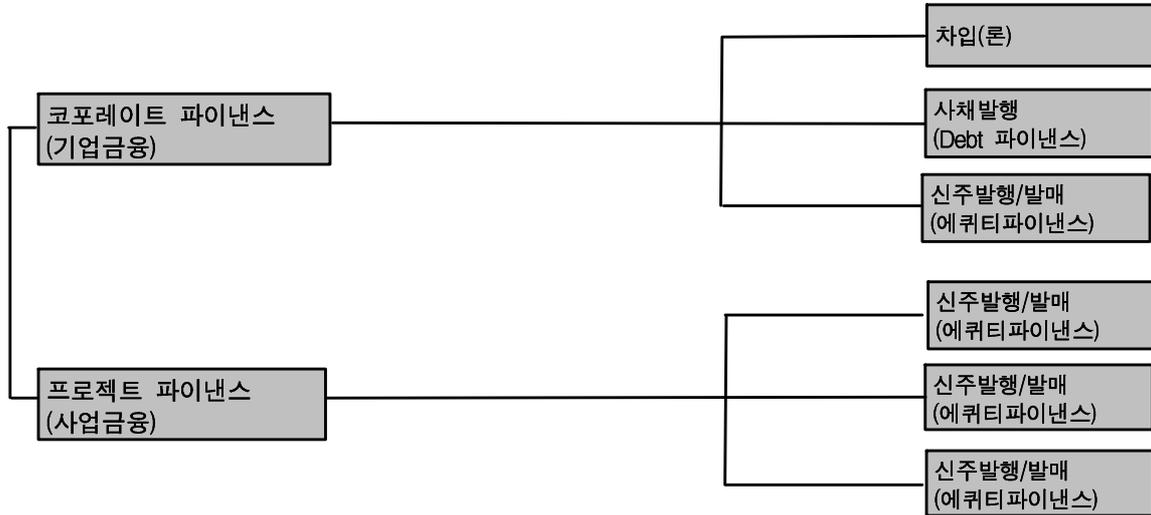
Ⅲ. 콘텐츠 자금조달수단

1. 자금조달수단의 분류

- 일반적인 자금조달방식과 마찬가지로 콘텐츠제작시에도 크게 ‘자체자금’과 ‘외부 자금’으로 구별할 수 있음. 외부자금 조달방식은 다시 ‘기업금융’과 ‘프로젝트 파이낸스’(사업금융)으로 나눌 수 있음(재팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 28쪽).
- 기업금융에는 구체적으로 은행차입, 사채발행, 에퀴티 파이낸스¹⁾등이 있는데, 기업의 건전성, 수익성 및 성장성, 담보의 유무 등이 투자사의 판단기준임.
 - 일본도 한국과 마찬가지로 담보능력이 없는 영세한 콘텐츠제작사는 수탁업무가 중심인 관계로 수입이 불안정하기 때문에 리스크가 높다고 판단해 은행차입시 커다란 제약을 받는 경우가 많은 것이 현실임.
 - 에퀴티 파이낸스는 벤처 캐피탈로부터 출자를 포함해 IPO(신규주식공개)를 해서 자금조달이 가능할 정도로 핵심적인 사업이 육성되어 있는 것은 아니라 역시 영세한 콘텐츠제작사에게 있어서는 실질적으로 기능하고 있지 못함.
- 프로젝트 파이낸스는 프로젝트가 자금조달주체가 되며 대상사업의 수익성정도가 투자사의 판단기준이 됨. 저작권 등의 지적재산권을 담보로 콘텐츠제작사도 이용 가능한 조달수단이지만, 충분하게 활용되고 있지는 못한 상황임. 지적재산권을 담보로 하는 경우 저작권처럼 '눈에 보이지 않는' 재산의 평가방법에 대해 대출자 측의 경험 및 노하우가 부족해 현재로서는 극복해야할 과제가 많음.

1) Equity Finance로 주식발행에 의한 자금조달을 말한다.

<그림 1> 자금조달수단의 분류



출처 : 재팬디지털 콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 2004년 6월, 29쪽

2. 주요 자금조달수단

1) 임의조합

- 임의조합(任意組合)이란 복수의 당사자가 개별적으로 출자해 공동사업을 운영한 다는 것을 약속하는 계약으로 성립되며 법인이 아닌 조합형태로 운영됨. 투자자와 사업주체가 분리되어 있지 않고 결합되어 있는 형태가 대부분임.
- 임의조합에 의한 콘텐츠자금조달수단으로 가장 보편적으로 이용되는 것은 흔히 '제작위원회'라 불리는 방식임.
 - 제작위원회 방식은 특정 콘텐츠로 사업이 가능한 당사자가 출자하는 형태이며

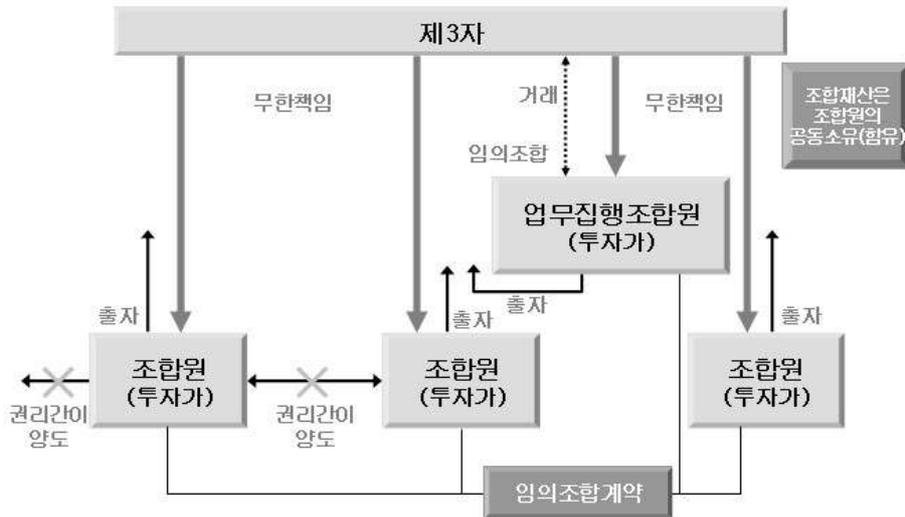
순수한 투자라기보다 공동사업적인 성격이 강한 특성을 지님.

- 따라서 조합원(투자자)은 콘텐츠업계사정에 정통한 프로페셔널로 구성되는 것이 일반적이며 업계가 아닌 사업자가 조합 구성원에 참여하기는 매우 어려운 구조임.
 - 제작위원회 방식이 선호되는 이유로서는 회계처리에 있어 청구권²⁾을 근거로 한 비용계상 및 손익 분배 등이 수월하다는 점임. 청구권을 갖게 되면 담당분야에서 콘텐츠판매는 모두 회사를 통하게 되어 매출계상 및 청구수수료를 얻는 것이 가능함(재팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 34쪽).
- 한편 임의조합계약은 사업에 관한 무한책임을 짐. 일반적으로 조합원의 책임부담 비율을 계약에서 투자액 범위내라고 규정한 경우라도 조합원이 저야 할 법적인 대외책임은 무한책임임.
- 임의조합에서 공동사업으로 발생하는 권리·의무는 각자 지분에 맞게 각 조합원이 공유하는 형태를 취함. 다만 개별적으로는 권리행사가 허용되지 않는 합유(合有)라는 소유형태로 조합원 전원의 동의를 얻지 못하면 다시 말해 조합원 한 사람이라도 반대하면 사전에 규정된 목적이외로 사용할 수는 없음(야시로 히데키저, 콘텐츠비즈니스 매니지먼트, 73쪽).
- 조합원의 지분양도는 수월하지 않고 조합원의 탈퇴와 가입은 타 조합원에 의한 동의를 필요로 함. 조합원 탈퇴시에는 지분반환청구에 응해야 함. 임의조합은 일반 투자가가 수용할 만한 자금조달수단으로 보기는 어려운 측면이 존재함.

2) 청구권이란 제작한 콘텐츠를 판매분야별로 분배해 각자 판매창구를 담당하는 권리임.

.....

<그림 2> 임의조합의 구성도



출처 : 주재 팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 2004년 6월, 34쪽

2) 익명조합

○ 익명조합이란 조합원(투자자)은 사업 주체인 영업자에 대해 출자를 하지만, 대외적인 행위는 모두 영업자가 담당하며 출자자는 그 뒤에 숨어있다는 의미의 계약 형태임(야시로히데키저, 73~74쪽, 재팬디지털콘텐츠, 35~36쪽).

- 익명조합은 영업자는 조합원으로부터 출자를 받아 조합계약에서 정한 영업을 담당하며 해당영업에서 발생한 이익을 조합원에게 분배하는 구조임. 제작위원회 방식과 달리 익명조합의 조합원은 사업과는 관계가 없는 순수한 투자자로 구성되는 경우가 대부분임.

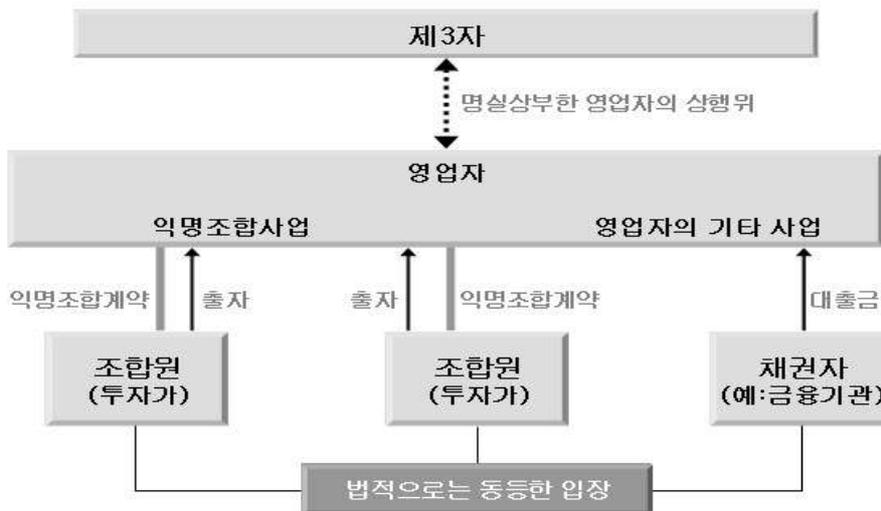
○ 익명조합은 무한책임을 지는 민법상의 임의조합과는 달리 출자액만큼 책임을 지는 유한책임으로 임의조합보다 투자자에게 있어 투자하기 쉽다는 점이 특징임.

- 하지만 구체적인 회계상의 규칙 및 영업자와 조합원의 규정은 계약여하에 일임되어 있는 케이스가 많음. 또한 익명조합재산이 영업자에게 귀속되기 때문에 투자자가 제3자에 대항할 수 없는 한계가 존재하고, 임의조합과 마찬가지로 조합원의 권리를 양도하기가 쉽지 않다는 점 등의 문제점이 존재함.

신인그라비아 ☆아이돌 펀드

- '재팬디지털콘텐츠'와 온라인 증권회사인 '제트증권'이 공동으로 개발한 금융상품인 '신인그라비아 ☆아이돌 펀드'는 상법에 입각한 익명조합에 의해 사전에 선발된 신인 그라비아 아이돌 5명에 대해 개인투자자가 출자(출자때 개총액은 500만엔으로 한 계좌당 5만엔부터 출자가능)하는 형태로 구성.
- 먼저 개인투자자가 JDC와 '익명조합계약'을 체결해 출자를 하고 JDC는 그 자금을 신인그라비아 아이돌의 DVD·사진집 제작의 일부에 충당함. 개인투자자에게는 DVD, 사진집의 매출에서 출자자 인세가 지급되는 구조임.

<그림 3> 익명조합의 구성도



출처 : 재팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 2004년 6월, 36쪽

3) 유한책임사업조합(LLP)

- LLP(Limited Liability Partnership)은 사업을 목적으로 하는 조합계약을 기초로 형성된 기업조직체임. 영국 및 미국에 이어 2005년 일본도 '유한책임사업조합계획에 관한 법률'이 제정되어 2006년부터 일본판 LLP인 '유한책임사업조합'의 설립이 가능해졌음.
 - 유한책임사업조합은 기존의 제작위원회 시스템을 보완하고 생각만큼 활성화되지 않았던 투자조합대신 외부자본을 유치할 목적으로 도입(최영준, 128쪽).

- 일본판 LLP의 특징은 출자자가 출자액의 범위내에서 유한책임을 진다는 점, 내 부자치원칙에 입각해 출자액의 많고적음에 관계없이 이익의 배분 및 권한 등을 자유롭게 정해도 좋다는 점, LLP는 구성원이 비과세라서 출자자에게 직접과세됨.
 - 출자한 금액이 1000만엔이고 1500만엔의 부채를 안고 해산한다고 하더라도 1,000만엔에 대해서만 책임을 짐.
 - 주식회사의 경우 지분에 의해 발언력과 표가 결정되는 구조이나, LLP의 경우 출자비율과 관계없이 출자자끼리 협의해 자유롭게 정할 수 있음.
 - 단적으로 말하면 흑자가 계속되더라도 LLP자체에는 과세되지 않음.

- 2005년 8월 제도시행이후 2006년 12월 현재 1,600건이상의 LLP설립. 현재 가장 주목받고 있는 자본조달수단임.

- 투자자보호와 재능있는 개인 및 중소기업자에 대한 수익환원을 위한 제도라고 할 수 있음. LLP란 참가자가 출자 및 재능 등의 공헌도를 포괄적으로 판단해 이익을 분배하는 제도임. 따라서 거액의 투자를 하지 않더라도 원작자가 공헌도를 인

정받아 수익환원 받는 케이스가 생길 수 있음(디지털콘텐츠백서 2008, 177쪽).

- 따라서 자체자본조달능력이 부족한 독립제작사들도 유한책임사업조합의 형태로 안정적인 자본조달을 할 수 있는 가능성을 제공해주었음(최영준, 129쪽).

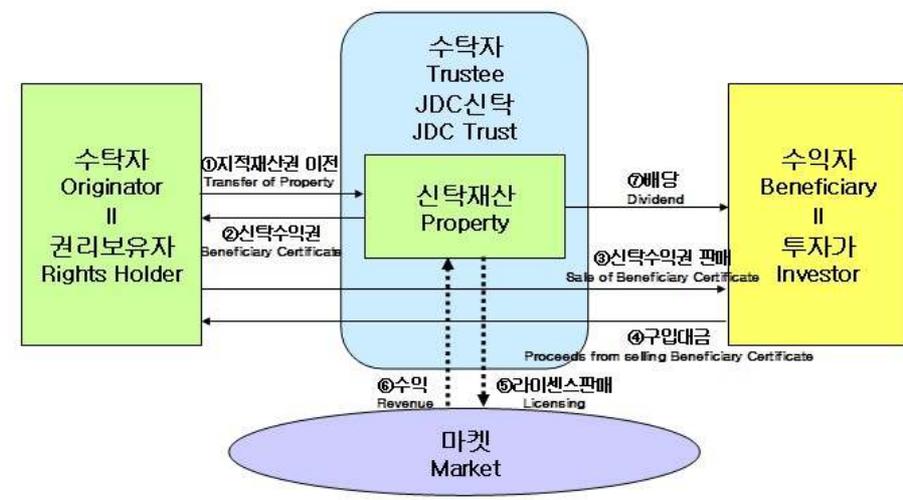
4) 중소기업등 투자사업유한책임조합

- 1998년 11월에 시행된 '중소기업등 투자사업 유한책임 조합계약에 관한 법률'(중소벤처펀드법)에 입각해 설립된 책임조합은 민법상의 조합계약인 임의조합을 베이스로 하면서 임의조합에서 문제시 되었던 투자자의 책임범위를 투자액의 범위로 한정하고 있음(재팬디지털콘텐츠, 37쪽).
- 처음에는 중소기업(미공개기업)에 대해 투자를 실시하기 위한 법령으로 정비되었지만, 2004년 법개정에 의해 공개기업 및 별도 펀드 등への 출자도 가능한 '펀드법'에 입각한 조합임.
- 조합원은 투자자로서 참여하고 영업자가 펀드를 운용(투자처의 선정과 실시)함. 일반적인 펀드운영과 마찬가지로 운영수수료를 영업자가 펀드로부터 얻고 그 잔액을 투자하고 그 배당은 성공보수분을 영업자가 빼고 나서 투자액에 입각해 투자자에게 배당되는 구조임.

5) 신탁

- 2004년 11월 신탁업법의 개정에 따라 콘텐츠(저작권)를 신탁 대상으로 할 수 있게 되었음. 재산의 권리/의무를 수탁자에게 법률상·형식상 귀속시키면서 실질적으로는 수익자에게 재산을 귀속시키는 상태를 만들어낼 수 있음. 수탁자에게 귀속된 재산은 '신탁재산'이 되며 수탁자로부터도 위탁자로부터도 독립적 재산으로 간주되며 수탁자의 상황에 좌우되지 않기 때문에 재산의 안전성이 높아지게 됨(야시로히데키저, 74~75쪽).
- 신탁이라는 개념은 재산의 가치/성격/수를 전환시키는 전환기능과 재산을 소유자로부터 분리시키는 분리기능을 갖고 있음. 이런 기능을 활용함으로써 자산관리 및 금융등 폭넓은 용도로 활용이 가능함.
 - 저작권 신탁이 가능해짐에 따라 투자자에게 있어 투자리스크를 줄이는 효과를 가져옴(최영준외, 한국영화산업 투자환경 및 자본조달구조, 한국영화진흥위원회, 128쪽).
 - 때문에 신탁은 자산의 유동화/증권화의 수단으로서는 이상에 가까운 형태이며 실무상 이용범위는 넓음. 앞으로 가장 활용이 기대되는 방식이라고 할 수 있음.

<그림 4> 신탁을 활용한 자금조달 구성도



출처 : JDC신탁 내부자료

JDC신탁의 신탁형 시네캐논펀드

- JDC신탁은 2006년에 '시네캐논'이 제작 및 구매하는 극장용 영화를 투자 대상으로 하는 개인투자자 대상 펀드 '시네마 신탁TM~시네캐논펀드 제1호~'를 결성했음. 펀드 총액 45억엔으로 개인투자자로부터 모집한 자금을 20작품 이상의 영화에 투자함. 본격적인 포트폴리오형 영화펀드로 세계적으로도 유례없는 일본 독자적인 금융상품임.
- 포트폴리오형 영화펀드란 개별 작품별로 출자하는 것이 아니라 작품을 묶어서 출자하는 형태임. 분산투자효과에 의해 펀드전체로서의 리스크가 감소됨. 펀드 운용기간은 5년임.
- 시네캐논은 작품의 저작권을 JDC신탁에 신탁설정하고 신탁수익권의 교부를 받음. 교부된 신탁수익권을 '시네마신탁TM~시네캐논 펀드 제1호~'에 대해 매각함으로써 자금조달을 함. 또한 P&A비(필름의 프린트대 및 선전광고비 등의 극장배급경비)의 자금조달에 관해서는 펀드에서 시네캐논에 대해 돈을 제공함.
- 시네캐논도 펀드대상이 되는 작품이 히트한 경우, 종전보다도 높은 성공보수를 받으며 펀드기간이 종료하면 원칙적으로 모든 저작권, 또는 배급권은 시네캐논에게 반환됨(B-maga, 2005년 11월호 9쪽).

6) 특정목적회사(TMK)

- 2000년 11월 시행된 '자산 유동화에 관한 법률'에 입각한 특정목적회사(TMK)를 가리킴. 이 법은 투자자로부터 모은 자금을 전문가가 시장에서 관리, 운용하는 집

단적 투자 장치에 대해 자금조달자의 선택폭을 확대하고 투자자에 대한 다양한 상품제공을 가능케 한다는 관점에서 법제 정비를 도모한 것임(재팬디지털콘텐츠, 39~40쪽).

- 종전법률에 있어서는 유동화자산대상이 부동산, 지명금전채권 및 이들을 신탁한 신탁수익권으로 한정되었지만, 이를 재산권 일반으로 확대됨에 따라 저작권을 포함한 지적재산권을 TMK에 양도할 수 있게 되었음.

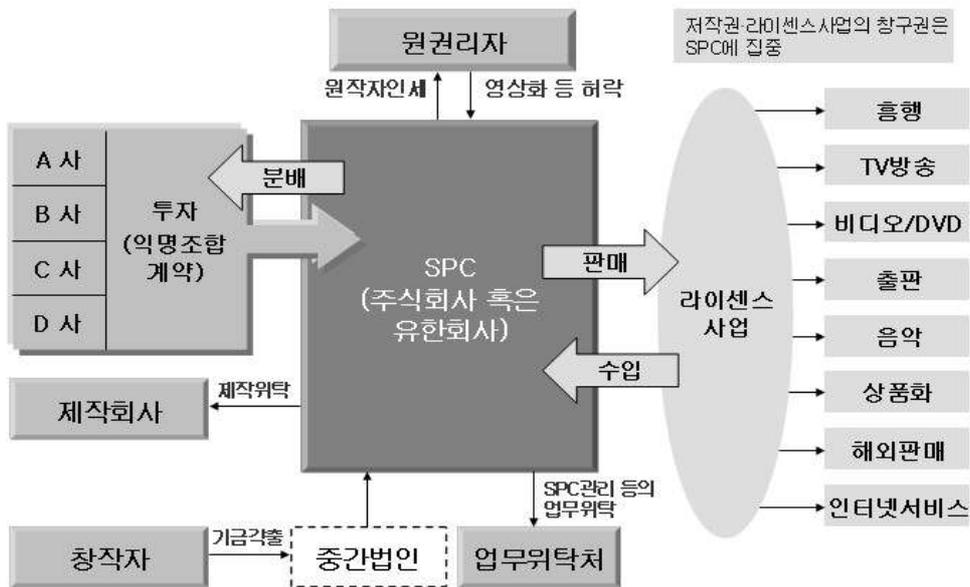
- 그러나 회사라는 조직형태를 취하기 위해 이사역의 선정 및 정관의 작성등 TMK 설립의 사무가 발생하고 유동화 계획서를 작성해야 하는 사무적 부담이 큼. 따라서 소액의 자금을 조달하려고 하는 자에게 있어서는 코스트가 맞지 않고 금융기관도 비용 대비 효과 등에서 소극적으로 나올 수 있음.

7) SPC(특별목적회사)

- SPC는 '특별한 목적을 위해 설립된 회사'로 일반적으로 주식회사 또는 유한회사의 형태를 띤다.
 - SPC는 하나의 프로젝트를 위해 하나의 회사를 만드는 것임. 물론 회사는 페이퍼 컴퍼니이며 커다란 조직을 만드는 것은 아님. 다만 일반 회사 설립과 마찬가지로 자본금을 내고 등기등의 절차를 밟는 등 나름 비용과 수고가 들기 때문에 어느 정도 이상의 규모가 있는 프로젝트에 적합한 자금조달수단임.
- 제작되는 작품의 저작권과 라이선스사업을 실시하는 창구권을 모두 SPC에 집중시키는 것이 특징임. SPC는 투자자와의 사이에서 개별적으로 익명조합계약을 체결해서 투자를 받아 그 자금을 토대로 작품을 제작함.

- 완성된 작품은 SPC가 창구가 되어 극장공개권, 비디오·DVD화권, TV방영권, 상품화권, 게임화권, 해외판매권, 브로드밴드전송권등에서 얻는 로열티 수입을 토대로 권리자에 대한 분배처리를 하고난 후의 수익을 각투자자에게 환원함(재팬 디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달 스킴, 55쪽).

<그림 5> SPC방식의 개요도



출처 : 재팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 2004년 6월, 53쪽

- 제작위원회는 임의조합계약에 입각한 투자이며 투자자는 투자비율에 맞춰 저작권을 공유함. 그러나 SPC방식의 경우는 익명조합계약에 의한 투자이기 때문에 저작권은 SPC에 귀속되며 투자자가 갖는 것은 수익분배청구권뿐임. SPC는 유한책임이고 제작위원회는 무한책임임.

- SPC는 제작위원회 방식처럼 멤버 전원의 동의를 구할 필요가 없어 권리행사를 원활하게 진행할 수 있는 이점이 있음. 또한 새로운 미디어가 등장하면 제작위

원회는 멤버 전원의 동의를 얻지 않으면 안 되기 때문에 시간이 걸리나 SPC는 권리가 집중되어 있는 만큼, 기동적인 대응이 가능함.

- 제작위원회의 창구각사는 자체 사업의 수익을 확보하고 그 위에 수수료가 들어오는 구조이나 SPC는 창구수수료가 거의 들어가지 때문에 그 만큼, 투자자에게 환원되는 배당액은 높아짐.

<표 1> 제작위원회와 SPC방식의 비교

구분	제작위원회방식	SPC방식
조직형태	민법상의 임의조합	상법상의 주식회사 또는 유한회사(법인격)
투자계약의 종류	임의조합계약	익명조합계약
저작권의 귀속	조합원(투자가)의 공유	SPC
투자가의 책임범위	무한책임	유한책임
창구권 보유자	개별 조합원	SPC
자금흐름의 투명성	낮음	높음
도산격리효과	낮음	높음
코스트	저렴	고가
간사회사 또는 운영회사의 사무부담	중간	높다

출처 : 야시로히데키, 콘텐츠비즈니스매니지먼트, 2005년 9월, 77쪽

8) 자금조달수단의 기능비교

- 이하의 표를 살펴보면, O표시가 많으면 그만큼, 신속한 자금조달이 가능한 자금조달수단이라고 할 수 있음. 각SPV에서 O의 수만을 보면, '신탁'이 가장 적합한 자금조달수단이라고 할 수 있음. 신탁을 제외하면 어느 것도 일장일단이 있다고 할 수 있음(재팬디지털콘텐츠, 44~46쪽).
- 조성비용과 투자자보호강도를 살펴보면, 조성비용과 투자자보호강도가 알맞게 밸런스를 유지하고 있는 자금조달수단이 바람직함.
 - 조성비용이 가장 많이 소요되는 것은 상품펀드법과 자산유동화법에 의한 SPC 설립임. 그러나 익명조합, 임의조합 등은 조성코스트가 낮아 기동성이 뛰어나.
 - 투자자보호강도도 상품펀드나 자산유동화가 더 높음. 반면 조합형태나 신탁 등은 상품펀드보다 낮은 편임.

<표 2> 주요 자금조달 스킴과 그 특징

구분	임의조합	유한책임조합	익명조합	특정목적조합	신탁
지적재산권 포함가부	○	○	○	○	○
투자자의 유한책임성	x	○	○	○	○
포함재산의 독립성	○	○	x	○	○
투자자 권리의 실질양도성	x	x	△ (조건부)	○	○
유가증권화의 가부	x	x	x	○	△ (상품별)
당국등에의 등록필요여부	○	○	○	x	○
소규모자금조달의 가부	○	○	○	x	○
제작/개발자금의 조달	○	x	○	x	○

출처 : 야시로히데키, 콘텐츠비즈니스·매니지먼트, 2005년 9월, 75쪽

IV. 일본형 제작위원회 분석

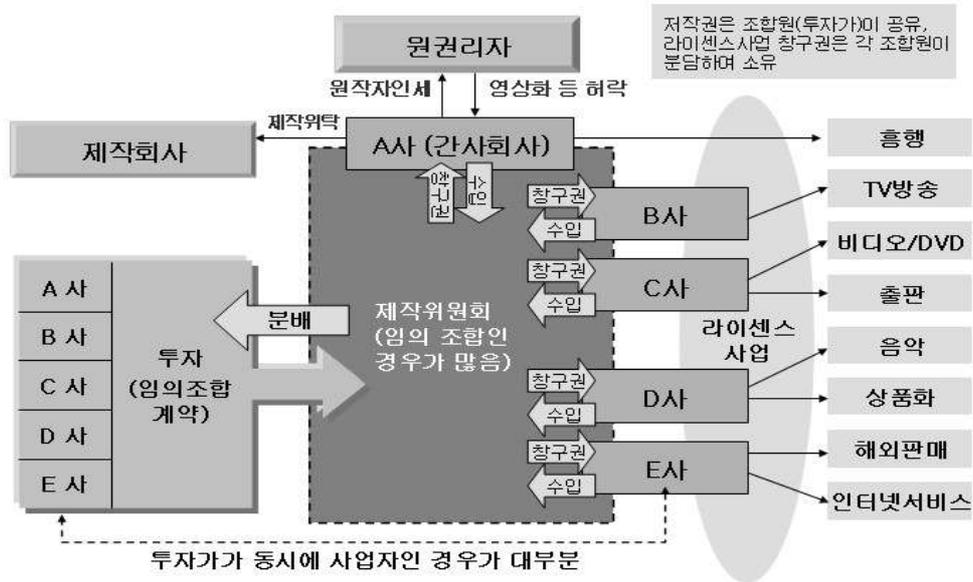
1. 제작위원회 도입의 역사

- 제작위원회 시스템은 영화산업에 대한 높은 투자위험성과 정보비대칭성으로 외부로부터의 자금유입이 단절된 상황과 출판, 만화, 비디오, 게임 등 영화콘텐츠의 2차시장이 매우 발달한 상황이 맞물리면서 탄생한 일본의 특징적인 자본조달 시스템이라고 할 수 있음(최영준, 123쪽).
- 전통적으로 도호(東寶), 쇼치쿠(松竹), 도에이(東映)라는 3대 메이저 스튜디오가 제작 및 배급, 유통을 지배해왔으나 1970년대 이후 무료 지상파TV의 급성장 등으로 인해 일본영화가 침체된 이래 제작부문을 대폭 축소하고 배급 및 상영부문을 통해 수익을 확보하는 전략으로 전환.
- 이로 인해 1990년대 이후 일본영화는 기존 3대 영화사와 TV방송사 및 출판사 등 대형 미디어 기업과의 자본결합을 통해 영화제작비 부담을 완화시키는 형태로 진화되면서 본격적으로 제작위원회 시스템이 도입되었음.
 - 제작위원회는 극장용애니메이션인 미야자키 하야오의 ‘바람계곡의 나우시카’, 오시이마모루의 ‘아키라’로 유명해졌고 초창기에는 영화제작에서 많이 도입되어왔으나 ‘프로젝트 EVA’ 및 ‘EVA제작위원회’의 상업적인 대성공에 의해 TV프로그램에도 보급되기 시작하고 있음. 최근에는 심야특별프로그램 ‘GARO’도 제작위원회 방식으로 제작됨.

2. 제작위원회의 개요

- 제작위원회는 기본적으로는 민법상의 임의조합에 해당된다고 하지만, 계약서상에 명확하게 명시되어 있는 것은 아니며 '공동제작계약'과 같은 형식을 취하는 경우가 많음. 구성멤버는 기본적으로 업계의 프로로 한정되며 투자조합보다는 공동사업체로서의 성격이 강함.
- 극장용 영화의 제작위원회를 예로 들면, 멤버에는 영화제작사, 출판사, 영화배급사, 비디오 판매사, TV방송국, 광고사등 콘텐츠 업계에서 비교적 규모가 크고 영화제작부터 판매, 프로모션, 유통까지를 담당하고 있는 기업이 참가하고 있음(중앙아오아마감사법인편, 콘텐츠비즈니스 핸드북, 189쪽).
 - 영화제작사는 영화제작, 출판사는 원작서적의 출판, 배급사는 완성된 영화의 배급을 각각 담당하고 비디오판매사는 영화를 비디오/DVD화해서 판매함. 또한 TV방송국은 영화개봉시에 관객동원을 위한 스포트광고를 내보내고 극장개봉이 후에 상당기간이 지나 TV에서 방송함. 광고회사는 영화배급 및 비디오 판매, TV방송을 비롯해 이 영화에 관련하는 프로모션과 마케팅을 총괄함.
 - 제작위원회 구성멤버는 해당 비즈니스에 밀접하게 관련되어있는 사업체로 구성되는 경우가 대부분이며 투자액에 따른 배당과 더불어 권리를 얻기 위해 참가한다고 할 수 있음. 따라서 각사는 순수한 투자부분의 회수뿐만 아니라 자사가 관계하는 비즈니스로부터 얻는 수익도 포함해 투자여부를 결정함.
 - 제작위원회에 있어서는 위원회를 대표해 전체를 총괄하는 간사회사가 있으며 여기서 평소 알고 지내는 회사를 중심으로 부탁을 하고 멤버를 결정해가는 것이 일반적인 수순임. 업계외의 회사가 멤버에 들어와 투자하는 케이스는 거의 없음.

<그림 6> 제작위원회 방식의 구성도



출처 : 주) 채팬디지털콘텐츠, 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 2004년 6월, 49쪽

3. 제작위원회의 장단점 분석

1) 장점

- 복수의 회사에 대해 출자를 공모해 투자를 받는 만큼, 한 투자사가 보다 많은 작품에 리스크를 분산해서 출자할 수 있게 되며 제작비조달이 어려운 제작프로덕션 입장에서는 용이하게 콘텐츠제작비 조달이 가능함.
- 출자자는 콘텐츠에서 발생하는 다양한 권리 즉, TV방영, 극장상영, 해외전개, 인터넷전송, 비디오소프트, 관련서적 출판, 캐릭터 판권 등에 대해 독점적 사용권을 얻고 취득한 권리를 최대한 활용해 비즈니스를 전개하는 동시에 작품의 매출향상을 도모할 수도 있음.

- 임의조합인 만큼, 제작위원회의 조성비용이 거의 발생하지 않는다는 점임. 또한 회계 처리에서 비용계상 및 손익분배가 용이하다는 점도 메리트 중의 하나임.
- 각 영역의 '대표선수'들로만 구성되어 출자되고 제작된 콘텐츠를 해당영역에서 권리비즈니스 차원에서 최대한 활용하는 비즈니스 구조인 만큼, '대박콘텐츠'를 만들어내기 용이한 자금조달수단이라고 할 수 있음.
 - 이하는 감사법인 토마즈가 정리한 2006년/2007년 영화 흥행수입 상위 20를 정리한 표인데, 흥행에 성공한 작품의 대부분이 제작위원회에 의한 자금조달방식을 취하고 있음.

<표 3> 2006년/2007년 흥행수입 상위 20위 작품의 자금조달현황

	제목	관여방법		제목	관여방법
1	게드전기	제작위원회	1	HERO	후지TV제작
2	우미자루	후지TV제작	2	포켓몬스터	제작위원회
3	THE 우초텐호텔	공동제작	3	Always 속산초메의 석양	제작위원회
4	일본침몰	제작위원회	4	서유기	후지TV제작
5	데쓰노트 the last name	제작위원회	5	무사의 이치분	제작위원회
6	남자들의 야마토	제작위원회	6	고이조라	제작위원회
7	포켓몬스터	제작위원회	7	도라에몽	
8	도라에몽	제작위원회	8	도로로	제작위원회
9	눈물 주룩주룩	제작위원회	9	언페어	공동제작
10	명탐정 코난	제작위원회	10	명탐정코난	제작위원회
11	데쓰노트 전편	제작위원회	11	클로우즈ZERO	제작위원회
12	내일의 기억		12	계게로의 기타로	제작위원회
13	트릭	제작위원회	13	오오쿠	후지TV제작
14	현청의 별	제작위원회	14	무기 Haaaan!	제작위원회
15	브레이브 스토리	후지TV제작	15	에반겔리온	
16	폭풍의 밤에	제작위원회	16	도쿄 타워	제작위원회

17	기사라츠 캐츠아이	제작위원회	17	동물의 숲	제작위원회
18	여우새끼 헬렌	제작위원회	18	Life 천국에서 너를 만날 수 있다면	제작위원회
19	홀라걸		19	크레용 신짱	
20	크레용신짱		20	배터리	제작위원회

출처 : 감사법인 토마즈(2008.10.24)

2) 단점

- 콘텐츠업계이외의 금융기관 및 일반사업자, 해외사업자 등 순수한 투자자가 제작위원회에 참여하기 어렵다는 점임(재팬디지털콘텐츠, 50~51쪽).
- 사업에 관여한 투자자와 비교해 사업에 관여하지 않은 순수한 투자자의 회수율이 낮고 정보공개가 불충분함.
- 제작위원회 방식은 출자자가 수익을 확실하게 확보하는 것을 전제로 결성되기 때문에 따라서 작품내용이 대중적인 것, 상업적인 것을 지향하는 경향이 두드러짐. 따라서 예술성이 낮고 실험적인 작품은 제작위원회의 출자대상이 되기 어려운 한계 존재.
- 이익배분에 대해서 출자를 공모하고 프로모션하는 광고대리점, 기업 등의 의향을 제작에 반영해야 하는 점과 수익발생시에 수익의 많은 부분을 가져가게 되어 실제 제작을 담당하는 현장에 돌아오는 수익은 적어진다는 점도 문제임. 제작프로덕션이 하청화 우려가 존재함.

- 출자리스크가 각사에 분산되는 만큼, 저작권 등의 권한도 투자자에게 분산되어버리는 경우가 많음. 이 경우 제작된 작품의 퀄리티 및 판매전략에 관한 최종적인 책임까지도 개별적으로 지게 되어 전체적인 통제가 어려운 부분 존재
 - 감독과 마찬가지로 작품의 성패의 책임을 지는 입장에 있는 프로듀서를 출자각사가 개별적으로 파견하는 경우가 많아 그 결과 명백하게 실패작이 되는 것이 우려되는 상황에 직면하는 경우에도 누구도 제도수정을 하려 하지 않거나 프로듀서의 권한에서 수정할 수 있는 일에 대해 타사 프로듀서와의 동의 및 사전교섭이 필요해지는 등의 이유에서 제도수정을 주저하게 되는 사태도 있음.
 - 상이한 의견을 가진 복수의 유력출자자가 수시로 개입하는 바람에 제작현장이 혼란/내분에 휩싸이게 되거나 주요 스태프 및 배우 성우 등이 그 출자자 측의 의향에 따라 교체되는 등 결과적으로 작품의 내용이 혼란스럽고 부실해지는 케이스도 발생할 위험성이 있음.

V. 최근 자금조달 동향과 변화

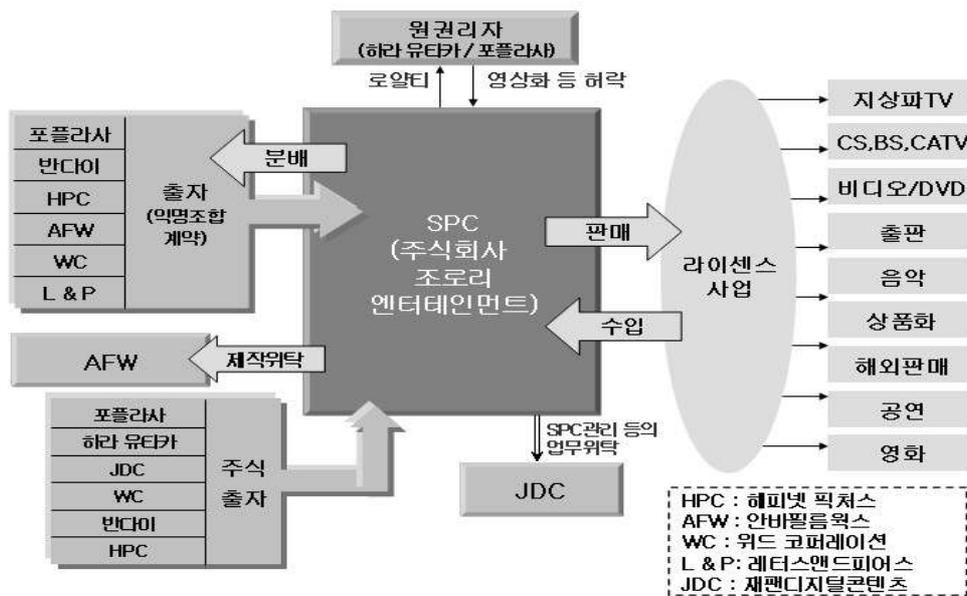
- 앞서 언급한 자금조달수단이 개별적으로 적용되는 일은 거의 없으며 각 수단의 조합이 다양하게 이루어지며 진화되고 있음.
- 최근에는 제작위원회의 단점을 보완해 특별목적회사(SPC)를 설립하는 방안도 나타나고 있음. 이로써 기관투자가 및 금융관계자등이 출자하기 쉬워져 출자스폰서의 다양화 및 제작예산이 확대됨. 또한 작품의 저작권소유가 SPCL로 통합되어 있기 때문에 새로운 매체에서 사업을 전개할 시에 신속하게 대처할 수 있는 이점이 있음.

- 대표적인 사례로서 ‘가이게츠 조로리’의 ‘조로리 엔터테인먼트’를 들 수 있음. 또한 주식회사 방식으로는 쇼치쿠 주도로 설립한 동명영화작품인 ‘어나더 헤븐사’도 있음.

○ 이하의 그림은 유아대상 베스트 셀러 그림책을 원작으로 한 영상권리회사를 설립한 사례임. 이것은 제작위원회 방식으로 애니메이션을 제작했으나 지속적인 사업을 예상해 SPC를 설립하고 있는 점에서 임의조합의 제작위원회와 함께 사업수익을 지속적으로 관리하기 위한 SPC가 결합된 형태라고 할 수 있음.

- 제작한 것은 TV애니메이션 시리즈이며 다양한 2차 이용이 가능한 만큼, 다양한 사업자가 참여해 제작위원회를 구성하고 있음.
- 아울러 지속적으로 영상을 바탕으로 한 수입이 예상되었기 때문에 주식회사 형태를 설립했음.

<그림 7> 제작위원회와 SPC의 결합 사례



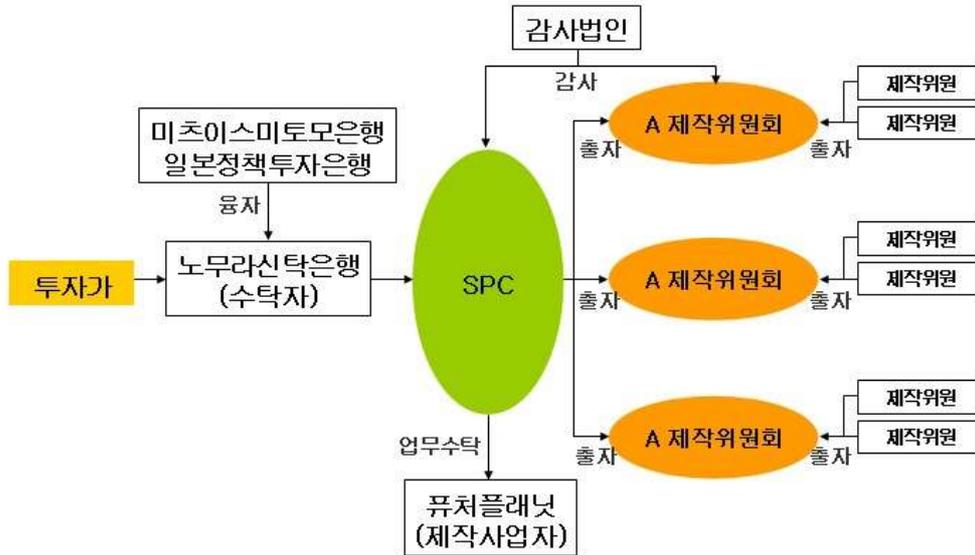
출처 : 주식회사 싱크 대표 모리 유지의 국내강연자료(2006.4)

- 이하의 그림은 SPC, 제작위원회, 용자 수단이 혼합되어 있는 자본조달형태임. 대표적인 사례로 퓨처 플라넷의 노무라 신탁은행과 결합한 '멀티콘텐츠펀드2'가 있음.
 - 노무라신탁이 투자자로부터 받은 자금을 SPC를 적용해 복수의 제작위원회에 출자하는 방식임. 투자자는 작품에서 발생하는 흥행수입 및 TV방송권 및 DVD 권에 따라 분배금을 수령함.
 - SPC는 각제작위원회에 대해 50%이상 출자함으로써 제작의 주도권을 확보하고서 제작사인 퓨처 플라넷에 작품제작을 위탁하는 형식임. SPC와 제작위원회에 는 감사법인이 반년마다 회계감사를 실시함.

- 투자자로부터 자금조달과 함께 미쓰이쓰미토모은행과 일본정책투자은행으로부터 도 자금을 조달해 투자효율을 높이고 있음. 단독 작품 및 완성된 작품을 대상으로 한 용자사례는 존재했었지만, 복수작품의 제작단계에서의 용자사례로서는 일본 최초의 시도임(디지털콘텐츠백서 2008, 168쪽).

- 다만 투자와 용자를 결합한 자금조달은 용자분이 우선 변제대상이 되고 투자분은 나중에 배당됨. 투자는 리스크를 지는 대가로 배당을 받지만, 용자는 미리 규정된 금리가 수익이 되기 때문임.

<그림 8> 기본적인 자금조달방법을 결합한 콘텐츠 투자·용자사례

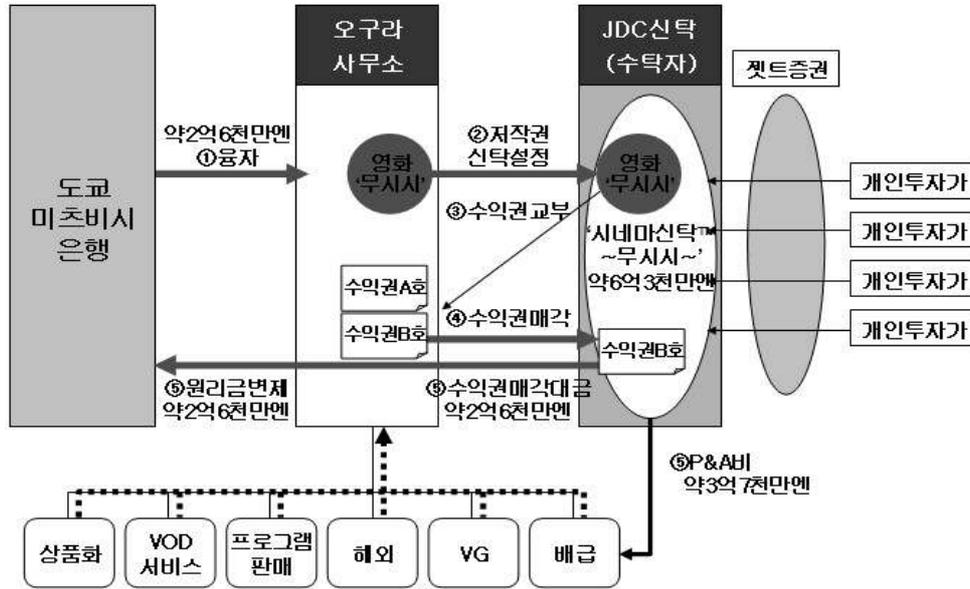


출처:미츠이스미토모은행-일본정책투자은행프레스 발표자료

○ 극장용 애니메이션 '무시시'는 은행용자와 수익권 신탁을 조합한 사례임.

- 애니메이션 제작사인 '오구라사무소'는 도쿄미쓰비시은행으로부터 제작비 명목으로 2억6천만엔을 용자받았고 오구라사무소는 영화 '무시시'를 JDC신탁에 저작권 신탁을 설정하고 수익권을 매각해 자금을 조달했음.
- JDC신탁은 개인투자자로부터 약 6억3천만엔의 자금을 조성해 도쿄미쓰비시은행에 수익권 매각대금을 변제했고 나머지 약 3억7천만엔은 P&A비용으로 사용되었음.

<그림 9> 용자와 저작권신탁을 통한 자금조달사례



출처 : JDC신탁 내부자료

VI. 맺으며

- 지금까지 일본의 콘텐츠자금조달수단의 현황을 살펴보았음. 일본은 콘텐츠제작에 있어 다양한 자금조달수단이 존재하고 활발하게 외부자금조달이 이루어지고 있는 것으로 보임.
- 일본정부는 2000년 이후 콘텐츠 자금조달의 중요성을 인식하고 상법, 자본유동화법, 펀드법, 금융상품거래법, 신탁업법, LLP 법 등 관련법 개정예 적극적으로 나서고 있음.
- 일본의 연간콘텐츠제작비는 약 2~3조엔 규모인데, 이 중에 절반에 해당하는 1조부터 1조5천억엔이 개인펀드, 신탁형 자금조달이 될 것으로 예상(B-maga

2005년 11월호 8쪽).

- 일본의 자본조달시스템의 특징은 유통사업자중심의 임의조합 형태로 구성되는 제작위원회 방식이 매우 일반화되어 있고 상대적으로 국내에서 인기가 있는 펀드를 모태로 하는 투자조합형태의 자금조달은 활발한 편은 아님.
- 일본의 자금조달 시스템 가운데 제작위원회 방식은 한국의 현 방송콘텐츠시장에서도 매우 적용가능성이 높은 것으로 판단됨.
 - 제작위원회 시스템은 일본 영화산업이 침체국면을 벗어나 성장의 활력을 찾는데 기여했다는 긍정적 평가도 존재(한국영화 동향과 전망, 2008년 3월호 10쪽).
 - 일본에서 TV애니메이션을 제외하고 제작위원회 방식이 방송콘텐츠에 적용된 사례는 그리 많지 않음. 그럼에도 한국적 방송콘텐츠에 제작위원회가 현실적 적용이 가능한 이유는 다음과 같음.
 - 일본 드라마는 11부작 전후에서 단기로 끝나는 경우가 많음. 붐업을 위한 시간 또는 길이의 충분성이나 제작비 규모, 그리고 방송사와 외주제작사의 오랜 관계성 측면에서 제작위원회 방식은 일본에서 아직 미미한 실정임.
 - 하지만 한국의 경우, 한류 등의 영향으로 일부 드라마의 경우 제작비가 100억 원이 넘는 대형화가 시도되고 있고 16부작, 24부작, 1년 단위의 대하드라마 등 붐업을 위한 시간적 길이도 충분하다고 할 수 있음.
 - 게다가 일부 드라마는 국내 시장뿐만 아니라 일본의 판권이나 부대사업을 염두에 두고 제작되고 있는 현실이 존재하고 있음. 아울러 일본의 콘텐츠비즈니스 업계는 한국의 드라마를 선구매하고 있는 상황임.

- 제작위원회 방식은 각 분야의 정예 멤버로 구성되기 때문에 하나의 콘텐츠를 붐 업시키거나 히트로 연결시키기 위해서는 최적의 플레이어로 구성되어 있음. 국내 콘텐츠부가시장 규모는 크지 않지만, 일본등 해외시장을 시야에 두고 멤버구성을 한다면, 국내 투자자 입장에선 부대시장의 협소함을 극복할 수 있을 것이고 해외 투자자 입장에서 한국 크리에티비티에 대한 투자요인을 충분히 끌어낼 수 있을 것으로 보임.
 - 결과적으로 제작위원회 방식의 자본조달이 가능하다면, 한류의 지속과 확대에도 도움이 될 뿐만 아니라 해외자본과의 윈윈(win-win)구조구축에도 일정부분 기여할 것으로 기대됨.
 - 모든 드라마가 제작위원회를 결성해 자금조달해야 할 필요는 없지만, 한국의 실정에 맞게 일부 기획 드라마에 한해 제작위원회 방식이 갖는 장점을 활용해 볼 필요가 있을 것임.
- 제작위원회의 문제점으로 지적되는 회계 투명성 문제나 권리분산 등은 SPC방식과 결합해 일정부분 극복할 수도 있을 것임.
- 다만 제작위원회 방식이 유통사업자 중심으로 제작자에 대한 리턴확보가 미약하다는 한계는 일본에서의 LLP(유한책임사업조합)나 저작권신탁 등을 통한 자금조달수단의 확대 내지 결합, 공적 펀드조성 등을 통해 극복해나가는 노력도 필요할 것임.

<참고문헌>

[국내 문헌]

이은경(2008), 일본제작위원회 시스템 현황과 국내 도입 가능성, 한국영화 동향과 전망, 2008년 3월호

최영준외(2007), 한국영화산업 투자환경 및 자본조달구조, 한국영화진흥위원회, 2007-4

[일본 문헌]

- 경제산업연구소/재팬디지털콘텐츠(2003), 콘텐츠파이낸스연구회 보고서
- 중앙아오야마감사법인편(2005), 콘텐츠비즈니스 핸드북
- 디지털콘텐츠협회편(2005), 디지털 콘텐츠백서 2005
- 디지털콘텐츠협회편(2006), 디지털 콘텐츠백서 2006
- 디지털콘텐츠협회편(2007), 디지털 콘텐츠백서 2007
- 디지털콘텐츠협회편(2008), 디지털 콘텐츠백서 2008
- 주)재팬디지털콘텐츠(2004), 콘텐츠비즈니스의 자금조달스킴, 주식회사 규텐사
- 모리유지(2006), 일본의 콘텐츠 파이낸스
- 야시로히데키저(2009), 콘텐츠비즈니스 매니지먼트, 동양경제신보사
- 이토마사유키(2008), 일본의 방송콘텐츠 제작방식과 자금조달현황, 2008년 10월

[인터넷 자료]

<http://ja.wikipedia.org/wiki/LLP>

<http://ja.wikipedia.org/wiki/製作委員会方式>

<http://www.jdc.jp/work/fund/index.html>

<콘텐츠관련 펀드 일람>

펀드조성 시기	명칭	스킴	투자대상	실시주체	비고
불명	북파인드	익명조합	서적	英治출판	
1998년	파리바 가가시네마펀드		서양영화구매	가가커뮤니케이션즈/파리바재판	
1998년	도쿄멀티미디어펀드	임의조합	게임/애니메/영화/음악 /비즈니스소프트, 정보서비스/서적	재팬디지털콘텐츠	
1998년~	-	임의조합	게임/애니메/영화/음악 /출판등	아오조라인베스트먼트	
2000년	게임펀드 도키메키메모리얼	외국투자 신탁	게임	코나미/마넥스증권	공모
2001년	도쿄멀티미디어펀드2	투자사업 유한책임 조합	게임/애니메/영화/음악 /비즈니스소프트/정보 서비스/서적	재팬디지털콘텐츠	
2002년	골든 라이온	익명조합	중국잡기단공연	도쿄파이낸스 앤드 엔터테인먼트/DLJ디렉트 SFG증권	공모
2003년	쥬라식 파크 인스티튜트 투어 익명조합	익명조합	공룡이벤트	주식회사 하마즈/이 트레이드 증권	공모
2003년	-	익명조합	비디오/DVD/서적	아티스트 하우스/이토추상사/이토 츄파이낸스	
2003년	뮤직펀드	익명조합	음악	라이트 बैं크	
2003년	신인그라비아☆아이돌 펀드	익명조합	사진집/DVD	재팬디지털콘텐츠/제트증 권	공모
2003년~	음악펀드/BORELO'등	익명조합	음악	뮤직시큐리티즈	
2003년/ 04년	큐피큐피펀드/텐유펀드	익명조합	극장공연	아트콤플렉스 1928	
2004년	가이게츠조로리프로젝	익명조합	애니메	재팬디지털콘텐츠	

	트				
2004년	텐쓰테크콘텐츠파트너즈	불명	휴대전화용 콘텐츠/음악	텐쓰테크/住信인베스트먼트	
2004년	-	불명	영화	엔터테인먼트컴	
2004년	픽쳐펀드	불명	DVD	비프로모션	
2004년	애니메펀드	익명조합	애니메	재팬디지털콘텐츠/라쿠텐 증권, 제트증권	
2004년	일본영화펀드	익명조합	영화제작자금	가도가와영화/미즈호은행 /코나미/이마지카등 법인 6사	
2006년			20억엔 규모 애니메이션작품 35편	가도가와서점, 일본정책투자은행	
2007년			20억엔규모, 해외시장을 타겟으로 하는 애니메이션 작품	중소기업기반정비기구, 대형금융기관	
2007년			10억엔, 일본국내의 우수콘텐츠 및 이를 보유하는 중소미디어콘텐츠기업	GDH캐피탈	
2007년			20억엔 규모, 서양영화배급사가 구매하는 해외영화	재팬디지털콘텐츠신탁	
2008년			18억엔, 아시아신인감독의 발굴 및 감독작품	에이벡스HD	

출처 : 경제산업성, 디지털콘텐츠백서 2008