

한일드라마 제작환경비교

2009. 4. 15

요약

1. 들어가며
2. 한일드라마 편성과 시청현황
3. 한일드라마 제작환경비교
4. 시사점

작성 : 김영덕 연구원(3219-5521)

kimyd@kbi.re.kr

요약

- 현재의 주 2회 140분 편성, 16부작 또는 24부작 체제를 개선해 일본처럼 주 1회 편성, 방송시간 축소, 또는 사전제작 및 준사전제작의 제작관행의 도입을 검토할 필요가 있음. 드라마제작비에 대한 선택과 집중이 가능할 뿐만 아니라 제작현장의 노동 부담을 줄이며 제작컬리티와 완성도를 높일 수 있을 것임.
- 철저한 분업에 의한 프로듀서 시스템 도입이 필요함. 현재의 PD시스템은 빠빠한 스케줄 속에서의 현장연출도 요구하면서 그밖에 기획, 제작관리 등의 행정업무까지도 신경을 써야하는 고강도의 노동력을 필요로 함. 기획과 마케팅 능력 등을 가진 전문 프로듀서를 체계적으로 양성해 시장에 공급하는 정책이 필요할 것임.
 - 일본처럼 프로듀서와 현장디렉터의 업무를 분리해 현장디렉터는 현장연출에만 전념하게하고 나머지 업무는 프로듀서에게 부여함으로써 드라마기획 역량을 강화하는 동시에 제작에서의 내실을 높여야 할 것임.
- 2차이후의 시장불투명성을 최소화시키기 위해서는 1차시장의 안정성을 강화하는 정책이 필요할 것임. 안정적 1차시장의 확립을 위해서는 중간광고, 광고총량제 등 광고시장을 확대해 제작비 규모를 늘리는 방안과 이와 병행해 현업의 이해관계자들이 버블성 제작비상승을 막고 이를 현실화시키려는 전략적 노력이 필요함.

<표> 한일드라마광고비 대비 제작비규모

구분	한국	일본
편당 광고비(완판)기준	3억 2,200만원(70분 7분 기준)	1억 1,200만엔(53분, 7분 기준)
드라마제작비	약 2.6억원~2.7억원(방송사 지급 60%기준 1.6억원)	약 4천만엔

주) 한국자료 조선일보 2008년 1월 4일자, 오후 8시부터 11시까지의 15초 광고단가 1,100만원에서 1,200만 원수준이며 1,150만원으로 계산할 경우 약 3억 2천만원. 일본자료는 후지TV 오후 9시 기준 시세 30초 800만엔 x 14회로 계산

■ 과도한 출연료는 전체 제작비를 상승시키고 수익을 악화시키는 주요 요인이 될 수 있음. 따라서 일본처럼 시장에 대한 신뢰관계의 기초 위에서 나름의 객관적 근거와 내부검증시스템을 갖고 출연료 협상이 합리적 수준에서 이루어져야 할 것임. 우리에게서 이해당사자간의 신뢰회복과 함께 일본의 '잠재 시청률'과 같은 객관적 데이터 등에 입각한 합리적인 출연료 산정시스템의 도입이 필요.

- 한국의 드라마제작비 가운데 출연료가 차지하는 비중은 60%수준(출처는 본문참조)이며 일본은 20~30%수준임.
- 한국의 스타급 연기자 출연료는 전체제작비의 10분의 1수준을 넘어서는 경우가 많은데, 일본측 스타급 연기자의 출연료는 거의 10분의 1이하 수준임.

1. 들어가며

1) 드라마의 중요성

■ 드라마는 남녀노소를 포함해 온 국민에게 사랑받는 대한민국 대표 콘텐츠라고 할 수 있음.

- 드라마는 우리 국민이 가장 일상적으로 접하는 TV매체를 통해 방송되는 핵심 콘텐츠라고 할 수 있음.

- 수면/업무이외에 가장 많은 시간을 투입하고 있는 것이 TV시청

※ 지상파TV시청 일일평균 2시간 26분, 드라마는 36.5로 장르별 선호도 1위¹⁾

■ 드라마가 주는 사회적, 경제적, 문화적 영향력은 매우 큼. 그 만큼, 드라마를 만들어 내는 과정과 편성은 매우 중요하다고 할 수 있음.

- 드라마는 사회현상 및 대중문화트렌드를 만들어내는 가장 강력한 동력원일 뿐만 아니라 '겨울연가', '천국의 계단', '대장금', '내이름은 김삼순', '궁', '주몽', '태왕사신기', '꽃보다 남자' 등에서 알 수 있듯이 경제적 파급효과도 매우 큼.

※ 현대경제연구원의 조사에 따르면 겨울연가 한편의 경제적 효과는 3조원²⁾

- 방송사 입장에서도 드라마는 스테이션 이미지 제고 및 안정적 고수입원으로 가장 주목하고 있는 콘텐츠임.

1) KOBACO, 2008년 소비자행태조사 보고서

2) 현대경제연구원(2004), 한류현상과 문화산업화 전략

※ 2008년 시청률 상위 20 가운데, 드라마가 18개(출처: AGB닐슨미디어리서치)

- 이처럼 국가전략콘텐츠라고 할 만한 '드라마'를 어떻게 '지속가능한 산업'으로 육성시켜나가느냐는 현업이든, 국가정책기관이든 모두에게 있어 매우 중요한 관심사임.

2) 한일 드라마비교의 의미

- 한국과 일본의 방송은 지리적, 문화적, 방송구조적 측면 등에서 '교류'는 운명적 관계라고 할 수 있을 것임. 한일드라마 제작과 편성비교는 한국드라마가 안고 있는 다양한 문제 및 과제를 푸는 단서 및 시사점 등을 제공하는 기회가 될 것임.
 - 특히 한국은 방송제도 및 산업 측면뿐만 아니라 드라마를 만드는 제작구조 및 과정 역시 유사한 특성을 지니고 있음.
 - 지상파 방송중심의 드라마생산과 외주제작의 역할과 기능, 드라마 제작과정도 유사함.
- 한국드라마는 '한류'의 중심콘텐츠로 일본은 애니메이션과 함께 드라마가 '일류'를 견인하고 있음. 특히 아시아지역의 시청자를 중심으로 한류와 일류는 인기리에 수용되고 있음. 그런 면에서 한국과 일본의 드라마는 아시아시장을 두고 경합하고 있는 상대라고 할 수 있음.
 - 뿐만 아니라 한국시장에서 2004년 방송개방이후 일본드라마는 국내드라마와 부분경쟁을 하고 있고 일본드라마 역시 '겨울연가' 이후 자국시장에서 한국드라마와 부분경쟁을 하고 있음.

- 그런 의미에서 한국드라마와 경쟁상대인 일본이라는 '거울'을 통해 한국드라마의 제작환경을 들여다보는 것은 현재 우리가 안고 있는 드라마관련 각종 과제나 문제점에 대한 시사점을 제시해줄 것임.

2. 한일 드라마 편성과 시청 현황

1) 드라마 편성현황

- 한국드라마제작사협회의 조사에 따르면, 2007년에 지상파TV에서 방송된 드라마는 85타이틀임. 연간베이스로 방송되는 드라마회수(4개 채널기준)는 대략 3,000편 이상으로 추산됨.
 - 반면 일본은 연간 방송되는 타이틀수가 대략 130여 타이틀(7개 채널기준) 전후가 될 것으로 추산되며 연간 방송되는 드라마회수는 한국과 비슷한 3,000편 수준으로 보임.
 - 채널수는 일본(7개 채널)보다 한국(4개 채널)이 적지만, 방송되는 드라마회수는 비슷한 수준으로 상대적으로 한국이 드라마 편성량이 많다고 할 수 있음³⁾.
- 일본의 지상파TV에서 1주일에 편성되는 드라마는 35타이틀이고 한국은 20타이틀임(<표-1> 참조). 이를 회수로 계산하면 일본이 60회이며 한국이 64회임.
 - 일본과 비교해 한국의 드라마 타이틀 수(한국 20, 일본 35)는 적지만, 편성되는 회수(한국 64, 일본 60)는 일본보다 많음.

3) 참고로 일본은 일일 평균 방송시간이 22시간~24시간이고 1편당 드라마길이가 46분 정도이다. 따라서 방송시간은 우리가 짧고 편당길이는 일본이 짧다.

- 한일 드라마 편성 비교결과가 의미하는 것은 한국이 일본보다 상대적으로 많은 양의 드라마를 편성하고 있지만, 타이틀 수는 일본보다 한국이 적다는 점임.
 - 일본의 드라마타이틀 수가 많다는 것은 그 만큼 다양한 스토리의 드라마가 편성되고 있다는 의미임.
 - 국내에서 쉽게 찾아보기 어려운 추리드라마, 에로드라마, 판타지드라마, 과학SF 드라마, 서스펜스드라마, 형사드라마 등 다양한 종의 드라마가 편성되고 있음⁴⁾.
- 특히 일본은 주 1회 드라마가 유독 많은 점(총 35타이틀 가운데 29타이틀)에서 알 수 있는데, 이는 한국에 비해 다양한 스토리의 드라마가 방송될 수 있는 편성 기반이 되고 있음.

<표-1> 한일드라마편성비교

구분	일본	구분	한국
주 1회 드라마	29	단막극	2
월~금 드라마	5	월~금 드라마	6
월~토 드라마	1	월~토 드라마	2
		월화 드라마	3
		수목 드라마	3
		토일 드라마	4
회수	60회	회수	64회
타이틀 합계	35타이틀	타이틀 합계	20타이틀

※ 일본 2008.10, 한국 2009.1.18~24 지상파 키 스테이션의 편성표 기준

- 한국의 메인드라마(미니시리즈)와 일본의 메인드라마(주 1회 편성드라마)를 비교하면 편성시간대가 다름. 한일모두 프라임타임대(오후 7시~11시)에 메인드라마가 편성되고 있지만, 일본의 경우 오후 9시대, 한국은 보통 10시대임.

4) 우리나라에서는 있는데, 일본에서 찾아보기 어려운 드라마로는 시트콤, '부부클리닉'과 같은 부부문제를 소재로 특화된 드라마 등이다.

- 한국 미니시리즈의 경우, 종영까지 16부작의 경우 주 2회 편성으로 두 달 정도, 24부작의 경우 석 달 정도가 소요됨. 반면 일본은 10~12부작의 경우 주 1회 편성으로 약 3개월 정도가 걸림.
 - 일본은 한국보다 회수는 짧아도 주1회 방송이라 방영기간은 우리와 거의 동일하거나 짧.

- 일본의 경우 1회당 방송시간은 중간광고가 7~8분 정도 삽입되기 때문에 실제 방송되는 분량은 약 46분 정도임. 반면 한국은 중간광고 없이 70분 전후를 내리 방송함.
 - 주 2회 140분 이상을 방송해야 하는 한국은 주 1회, 46분 길이의 일본보다 제작현장이 사전제작이 아닌 이상, '시간'을 의식하면서 진행될 수밖에 없음.
 - 일본의 경우, 10~12부작일 경우 대개 2분의 1정도를 마치고 방송에 들어가기 때문에 촬영에 대한 시간적 부담은 크지 않음. 따라서 일반적으로 주 5일 정도 촬영이 이루어지며 특수한 경우를 제외하고 우리처럼 철야작업을 하는 경우는 거의 없다고 함. 반면 한국의 경우 주 6일 이상의 촬영에 철야가 다반사라 항상 시간에 쫓기면서 드라마를 제작하고 있는 실정임.

- 시즌제 편성이 많은 것도 특징임. 우리나라의 경우 최근에 와서야 '궁S'나 '종합병원2'처럼 시즌제 편성이 나타나기 시작했는데, 일본은 오래전부터 시즌제 드라마를 도입해 정착되어 있는 상태임.
 - 국내에도 소개되었던 일본의 시즌제 드라마로는 '고쿠센', '꽃보다 남자', '트릭', '닥터 고토진료소', 그밖에 '부호형사', '시효경찰', '특명병동 24시', '의룡', '아이보', '학교' 시리즈등 상당수에 이르고 있음.

2) 드라마시청률 현황

■ 한국은 드라마가 압도적으로 시청률 상위에 포진되어 있으나 일본은 드라마보다 버라이어티 등 오락프로그램이 우세를 보이고 있음(<표-2> 참조).

- 한국은 드라마가 시청률 10위 안에 7개나 랭크되어 있는데 일본은 드라마가 2개('천지인', '쓰바사')에 불과함. 대신 버라이어티/퀴즈 등의 오락프로그램이 6개나 포함되어 있어 전반적으로 드라마보다 오락프로그램의 인기가 높음.
- 한국은 1위('꽃보다 남자' 31.8)와 10위('집으로 가는 길' 17.8)의 격차가 14포인트나 벌어져 특정 인기프로그램에 시청률이 몰리는 경향이 높고, 반면 일본은 1위('천지인' 19.8)와 10위(16.7 '올스타 감사제')가 3.1포인트 밖에 차이가 없어 한국과 비교해 인기프로그램의 시청률이 다양하게 분산되어 있는 특징을 보임.

<표-2> 한일드라마시청률비교

한국			일본		
순위	프로그램명(장르)	시청률	순위	프로그램명(장르)	시청률
1	꽃보다 남자(드라마)	31.8	1	천지인(드라마)	19.8
2	한국 대 북한 월드컵축구(스포츠)	30.4	2	퀴즈 핵사곤2(퀴즈/오락)	19.3
3	아내의 유혹(드라마)	29.8	3	회전초밥&패밀리 레스토랑의 인기요리~(오락)	18.8
4	내사랑 금지옥엽(드라마)	27.3	3	쇼텐(코미디/오락)	18.8
5	가문의 영광(드라마)	27.1	5	NHK뉴스7(보도)	18.6
6	일요일이 좋다(버라이어티)	23	6	하네루도비라(오락)	17.8
7	개그콘서트(코미디)	22.8	7	JNN50주년 나카이마사히로의 킹스마~(오락)	17.7
8	하얀 거짓말(드라마)	19.6	7	쓰바사(드라마)	17.7
9	미워도 다시 한번(드라마)	19.2	9	진상보도반기사(교양)	17.3
10	집으로 가는 길(드라마)	17.8	10	JNN50주년 올스타 감사제(퀴즈/오락)	16.7

※ 자료출처: 한국 AGB닐슨미디어리서치코리아(2009.3.30~4.5), 일본 비디오리서치 (2009.3.30~4.5)

3) 드라마 해외수출비교

- 일본 지상파TV프로그램의 수출금액은 2005년 기준 83억엔에서 88억엔 정도로 추산되며 국내 지상파방송의 수출액은 약 1억 1,400만 달러임⁵⁾. 한국의 지상파 방송이 수출금액면에서 일본의 지상파방송을 다소 앞서고 있는 것으로 보임.
 - 한국의 경우 2005년 기준 전체 수출액에서 차지하는 드라마 비중이 96.2%(약 1억9백만 달러)를 차지하고 있을 정도로 압도적으로 높음.
 - 반면 일본은 전체 수출에서 드라마가 차지하는 비중이 30.2%(금액은 약 26억 엔)에 불과함. 한국보다 수출비중이 상당히 낮을 뿐만 아니라 수출금액도 2005년 기준 3배 전후(1억 9백만 달러 대 26억엔)의 격차를 보이고 있음.

<표-3> 한일드라마 수출비중 비교(2005년)

장르구분	한국	일본
드라마	96.2%	30.2%
애니메이션	0.1%	31.8%
버라이어티	0.6%	20%
다큐멘터리	0.2%	6.6%
기타	2.8%	11.4%

※ 출처 : 일본총무성. 문화체육관광부/방송진흥원

5) 김영덕, 한일방송시장개방과 경쟁력 비교, KBI포커스, 2008.7.1

3. 한일드라마 제작환경비교

1) 드라마 제작체제와 제작과정

(1) 드라마제작과정

- 일본은 드라마가 별도의 '국' 단위로 되어있는 것이 아니라 편성제작국과 같은 부서 내에서 드라마를 담당하고 있음. 반면 한국은 KBS가 '드라마제작국', MBC가 '드라마국', SBS가 '드라마총괄'처럼 국 단위에서 드라마를 제작하고 있음.
 - 일본의 경우 NHK '프로그램 제작국'내 '예능프로그램센터', 후지TV '편성제작국'내 '드라마센터', TBS '제작국'내 '드라마제작센터'에서 드라마제작을 담당하고 있음.
 - 한국의 지상파방송 3사는 국단위로 드라마부서를 별도로 설치해 드라마만을 집중적으로 제작하고 있는 체제임. 반면 일본은 국(局)내에서 담당하는 콘텐츠 중의 하나로써 드라마를 제작하고 있는데, 이는 한국이 일본보다 드라마가 조직 내에서 차지하는 비중이 크다는 것을 말해줌.

- 드라마제작과정만을 살펴보면, 한국과 일본은 크게 다르지 않음. 외부제작의 경우 방송사가 기획하거나 제작프로덕션이 방송사로 기획을 제안하고 제작에 대해서 방송사와 협의한 후에 캐스팅 등을 결정하게 되고 그 이후에 제작, 방송의 과정을 거치게 되는데, 형식적인 측면에서 보면 한국과 큰 차이는 없음⁶⁾.

6) 김용범, 일본드라마제작시스템이 한국에 주는 시사점, 방송문화, 2009년 1월호

■ 다만 구체적인 과정에서는 차이가 존재함. 먼저 일본에서 메인드라마의 주연급을 캐스팅할 경우, 먼저 스타를 캐스팅하고 그 다음에 대본을 작성하는 경우가 일반적임. 그 만큼 스타의 스케줄이 상당 기간 잡혀져 있어 미리 캐스팅을 확보하고 대본작업에 돌입하지 않으면 안되기 때문임. 반면 국내의 경우 대본작업이후에 주연 캐스팅작업에 들어가는 것이 일반적임.

- 일본에서 연기자 캐스팅 권한은 기본적으로 방송사에 있음. 외주제작의 경우에도 캐스팅 결정권은 방송사가 주도하고 있으나 국내 외주제작의 경우 기본적으로 외주제작사와 방송사에 캐스팅 권한이 있음.

■ 한국은 드라마제작과 관련 거의 모든 책임이 부여되는 현장 디렉터 중심의 제작 관행이라고 할 수 있음. 반면 일본은 현장디렉터와 프로듀서의 업무를 명확하게 분리시켜 업무의 전문화를 도모하고 있음.

- 일본에서 프로듀서제가 본격적으로 도입된 것은 1980년대 후반으로 알려져 있으며 이의 선봉에 섰던 것이 일본 트렌디 드라마의 지평을 개척한 후지TV임.

■ 한국의 경우 일본처럼 프로듀서와 현장연출업무가 구분되어 있지 않아 현장연출자에게 과중한 업무가 부여될 소지가 큼. 현장연출에 전념하기 어려운 측면이 존재함.

- 반면 일본의 프로듀서는 기획을 선정하고 이를 작가와 발전시키며 연기자 캐스팅 및 연출을 포함한 스태프 구성, 촬영진행의 총괄, 제작비 관리 등의 업무를 담당하고 있음. 따라서 일본의 프로듀서 시스템은 연출은 현장연출업무에만 집중할 수 있는 메리트가 있음.

■ 일본에서 시리즈 드라마를 담당하는 디렉터는 두 사람 또는 세 사람이 투입됨.

처음에는 치프 디렉터가 그 다음은 세컨드 디렉터 or 써드 디렉터가 제작을 담당하고 있음⁷⁾. 한국은 두 사람의 디렉터가 투입되는데 선임이 세트촬영, 후임이 야외촬영을 맡음.

- 우리와 비교해 일본의 촬영현장은 분단위로 스케줄이 나와 있을 정도로 '약속'과 '시간'관념이 철저하게 기능하는 문화속에서 드라마가 제작되고 있음. 한 예로 '타임키피어⁸⁾'를 맡고 있는 스태프는 디렉터와 수시로 협의하며 제작시간을 체크하고 관리할 뿐만아니라, 녹화 후에 방송용 테이프의 편집과정에도 참여할 만큼, 중요한 직책임.
- 일본은 드라마기획이 최소 6개월~1년부터 시작되며 대략 2분의 1 정도를 제작하고 나서 방송에 들어가는 것이 대부분임. 우리의 '쪽대본', '초치기제작'로 비유되는 제작현장처럼 늘상 방송시간에 쫓겨 촬영하는 경우는 찾아보기 어려움.
- 한국은 촬영과 조명은 잘 보이도록 직접 조명을 선호해 피사체가 뚜렷함. 반면 일본은 낮은 조도와 자연광 등을 최대한 살려 촬영함. 따라서 일본드라마는 자연스런 영상이나 뒷 배경이 흐릿하게 나오는 장면이 많이 등장함.
- 일본의 경우 드라마 원작과 관련 오래전부터 소설이나 만화 등을 드라마로 리메이크하는 사례가 정착되어 있음. 우리도 최근에 자체 오리지널보다 국내 소설 또는 만화를 원작으로 하거나 일본원작을 드라마로 만드는 사례가 많아지고 있음.
 - 국내 소설 및 만화가 원작인 것으로는 '달콤한 나의 도시', '식객', '타짜', '쩨의

7) 이만제/김영덕(2007), 국내드라마 제작시스템 개선방안연구, 한국방송영상산업진흥원, 176쪽

8) 우리의 스크립터 or 기록에 해당하는 스태프

전쟁', '궁', '일지매' 등이 있음.

- 일본원작을 구매해 한국에서 드라마로 만든 것은 최근에 종영된 '꽃보다 남자', '연애시대', '하얀 거탑', '101번째 프로포즈', '요조숙녀'등임.

(2) 외주제작과 드라마

■ 일본의 드라마제작사는 약 50업체 정도로 추산됨. 지상파방송사와 외부의 드라마 프로덕션이 매년 약 3,000여 편의 드라마를 만들어내고 있음.

- 2008년에 외주제작된 프로그램 가운데 방송사 기획 48.4%, 제작사 기획 29.2%, 광고대리점 기획 15.6%, 기타 4.4%임. 외주제작 프로그램 가운데 제작사에게 2차 이용권이 있는 경우는 3.5%, 방송국에 있는 경우는 26.3%, 제작사와 방송국 합의에 의한 2차이용은 70.2%등으로 되어 있음⁹⁾.

■ 외주제작사의 2차 이용방법은 재방송이용이 가장 많고(71.6%), 비디오화(56%), 위성방송(29.8%), 인터넷 전송(24.8%), 케이블TV(24.8%), 프로그램 소재 및 포맷 등(24.1%), 해외판매(21.3%), 출판이용(14.2%)임¹⁰⁾.

■ 저작권은 계약내용에 따라 다양한 케이스가 존재함. 일본상황은 국내 방송환경과 다르기 때문에 일률적인 적용은 어렵지만, 최근의 경향은 1방송사가 100% 제작비를 지급했다고 하더라도 1차방송권만 갖고 2차이용권은 제작사에게 귀속되거나 약정된 기간(대개 3년)이후에는 제작사에게 권리를 돌려주는 사례가 두드러지는 등 드라마제작자에 대한 권리를 인정하고 있는 추세임.

9) 일본총무성, 방송프로그램제작업 실태조사 보도자료, 2009년 2월 17일

10) 일본총무성, 방송프로그램제작업 실태조사 보도자료, 2009년 2월 17일

2) 제작비 편성과 출연료

(1) 제작비편성

■ 한국에 비해 일본 지상파TV의 외주제작에 대한 의존도는 그리 높지 않음. 후지TV의 2007년 초반 드라마 라인업 9개 가운데, 자체제작 3타이틀, 자체/외주 공동제작 1타이틀, 자체/외주 교대 제작 3타이틀, 지방민간방송국 2타이틀¹¹⁾임. 반면 한국은 외주제작드라마가 전체 드라마의 70%를 차지하고 있으며 특히 미니시리즈는 그 이상을 점하고 있음.

- 한국은 드라마제작사가 30~40개, 일본은 50개 정도로 추정됨. 다만 한국은 독립제작사 형태로 되어 있고 일본은 방송사가 투자한 계열형태의 드라마제작사가 상당수를 차지하고 있음¹²⁾.

■ 외주제작 미니시리즈의 경우, 케이스별로 다양하지만, 한국은 대체로 전체 제작비의 60%가량을 지급하며 금액으로 1억 2천만원에서 2억원 상당에 이른다고 함¹³⁾. 나머지 부족한 금액은 외주제작사가 제작사나 민간투자, 간접광고(PPL)등으로부터 조달하고 있는 상황임.

- 국내 방송사의 드라마 자체제작비는 드라마 성격 등에 따라 달라지지만, 대략 1억 5천만원 선으로 추정되고 있음¹⁴⁾.

11) 일본의 경우 나고야TV, 도카이TV등 경영여력이 있는 지역의 민간방송사를 중심으로 드라마를 제작해 전국 네트워크를 통해 종종 내보내고 있음.

12) NHK엔터프라이즈 NHK, 교도TV는 후지TV, 드림맥스, TBS비전은 TBS, TV아사히영상은 TV아사히 등이 계열관계임.

13) 하윤금, 한국TV연기자 출연료 제도의 합리적 대안 모색, TV드라마 위기와 출연료 정상화, 2008년 12월 1일, 24쪽

- 일본에서 드라마를 제작할 경우, 편당 평균 제작비는 3천만엔에서 5천만엔 정도가 시세임. 특집 2부작일 경우 제작비는 1억 엔을 넘어서는 경우도 있음.
 - 한편 일본방송국의 자체제작은 외주제작사에 지급하는 금액과 동일한 수준이거나 다소 높은 수준으로 제작되고 있음.

- 일본의 경우 외부에 제작을 위탁할 경우, 방송국으로부터 소요되는 실제제작비의 100%가 지급됨. 따라서 드라마제작사가 한국처럼 민간투자나 PPL등을 통해 부족한 제작비를 조달할 필요는 없음.
 - 만성적인 제작비부족과 조달압박을 받아야 하는 국내외주제작사의 자금조달환경과는 다르며 일본은 방송사로부터 안정적으로 제작비를 조달받아 드라마를 제작하고 있음.
 - 일본은 외주제작의 경우 방송사로부터 드라마 제작비를 조달받는 것이 주류지만, 최근에는 각종 민간펀드 및 제작위원회 방식에 의한 자금조달방식이 드라마제작에 부분적으로 도입되고 있음.

- 드라마제작비 규모는 기본적으로 방송사가 벌어들이는 광고수익과 밀접한 상관관계를 갖고 있음. 방송사의 드라마제작비는 드라마에 붙는 스폰서의 광고수익 범위 내에서 적정이윤, 인건비 등을 제외하고 책정되는 것이 일반적임. 그런 측면에서 한국의 드라마제작비는 일본에 비해 매우 높게 책정되어 있다고 할 수 있음.

- 국내 드라마 미니시리즈 70분물의 경우 7분 이내에서 광고가 가능하며 이것이 완판될 경우, 대략 3억 2천만원 정도의 광고수입을 기대할 수 있음. 반면 일본의

14) 하윤금, 한국TV연기자 출연료 제도의 합리적 대안 모색, TV드라마 위기와 출연료 정상화, 2008년 12월 1일, 24쪽

경우 54분물의 경우 대략 7~8분의 광고를 할 수 있으며 이 경우 수입은 1억 1,200만엔 정도임(<표-4 참조>).

- 방송사에서 지급되는 금액을 60%로 계산할 경우, 평균 약 1.6억으로 추산되며 나머지 40%를 포함하면 전체제작비는 2억 6천만원~7천만원 선으로 판단됨. 한편 일본의 경우 드라마 한 편당 제작비는 평균 약 4천만엔 정도임.
- 국내 드라마제작비는 광고수익 3억 2천여만원 가운데 전체 제작비가 2억 6천만원~7천만원이라고 한다면, 광고가 완판된다고 가정할 경우, 단순계산으로 6천만원~7천만원의 수익만이 발생함.
- 일본의 경우 광고비 1억 1,200만엔 가운데 제작비로 소요되는 금액은 약 4천만엔, 따라서 수익은 약 7천2백만엔, 우리 돈으로 환산할 경우 한 편당 약 10억 원의 수익을 낼 수 있음.
- 완판될 경우를 가정한 것이지만, 한일 방송광고수익과 제작비 구조에서 알 수 있듯이, 한국보다 일본의 드라마제작은 1차시장인 지상파방송 광고시장에서 안정적 수익창출이 가능한 구조라고 할 수 있음.
- 반면 국내 드라마제작은 1차 시장에서 적정이윤 및 인건비등을 제외하면, 순이익을 기대하기 어렵고 결국 2차 시장 또는 해외시장에서 수익을 거두지 않으면 적자를 면하기 어려운 매우 불안한 수익구조라고 할 수 있음.

■ 한편 PPL은 일본에서도 원칙적으로 금지되어 있으며 다만 PPL노출이 불가피할 경우, 드라마내용의 상식적 흐름에 방해되지 않는 선에서 제작책임자의 재량에 의해 삽입이 가능함.

- 그러나 PPL은 드라마 대본을 뜯어고쳐야 하는 번거로움이 있고 그렇게 까지 해야 할 뚜렷한 이유가 없는 한, 불가피한 경우를 제외하고 거의 없음.
- 불가피한 경우 해당드라마의 제공스폰서 상품을 드라마 내에서 사용한다고 함.

<표-4> 한일드라마광고비 대비 제작비규모

구분	한국	일본
편당 광고비(완판)기준	3억 2,200만원(70분 7분 기준)	1억 1,200만엔(53분, 7분 기준)
드라마제작비	약 2.6억원~2.7억원(방송사 지급 60%기준 1.6억원)	약 4천만엔

주) 한국자료 조선일보 2008년 1월 4일자, 오후 8시부터 11시까지의 15초 광고단가 1,100만원에서 1,200만원 수준이며 1,150만원으로 계산할 경우 약 3억 2천만원. 일본자료는 후지TV 오후 9시 기준 시세 30초 800만 엔x14회로 계산

(2) 출연료 예산구조

- 한국과 일본의 텔런트 출연료는 등급제 연기자와 계약연기자로 이원화되어 있는 구조라는 점은 동일함.
 - 그러나 한국은 일본내 한류이후 출연료, 작가료 등이 급상승해 전체 제작비예산 구조를 상당부분 압박하고 있는 상황임.
 - 박창식¹⁵⁾에 따르면, 출연료가 전체 제작비의 60%를 차지하고 있으며 이중 스타급 출연료 비중이 매우 높음.
 - 문제는 한정된 제작비 예산 가운데 일부 스타 출연료가 과도하게 지급됨에 따라 등급제 연기자에 대한 출연료 양극화가 초래되고 있고 비출연료 예산을 감소시켜 드라마의 전반적인 질을 떨어뜨리고 있다는 점임.

- 일본의 경우 아래 표(<표-5>)에서 제시하고 있듯이 출연료 비중은 전체 예산의 20%선이고 많아도 30%를 넘어서는 일은 없다고 함.
 - 작가료에 해당하는 문예비도 전체 제작비의 3%수준에서 지급되고 있음.

15) 박창식(2008), 드라마제작사의 드라마제작/유통현황과 과제, KBI세미나

- 따라서 비출연료 항목에 대한 적절한 예산편성이 가능해짐. 아래 표처럼 비출연료 항목인 기술비와 미술비 등에 40% 정도의 예산을 투입해 드라마의 품질을 높이고 있음.
- 일본드라마가 ‘웰메이드 드라마’라는 평가를 받고 있는 배경에는 이러한 안정된 제작비 편성구조가 일익을 담당하고 있는 것으로 풀이됨.

<표-5>한일 제작비 예산편성구조

항목	한국	항목	일본
출연료	60%	출연료	20%
극본료	15%	문예비	3%
스태프료	23%	업무위탁비	20%
진행비등	2%	제작잡비	10%
		시설사용료	2%
		기술비	20%
		저작권 사용료	5%
		미술비	20%

※ 출처 : 박창식(2008), 드라마제작사의 드라마제작/유통현황과 과제, 일본민간방송연맹편(2008), 방송핸드북

■ 스타급 연기자의 출연료는 아래 표(<표-6>)와 같음. 한국측 연기자는 일본측 연기자보다 제작비 예산규모에 비해 상대적으로 높은 출연료를 받고 있음을 알 수 있음.

- 한국측 전체 편당 평균 제작비가 2억 6천~7천만원이라고 했을 때, 이하에 제시된 연기자의 출연료는 모두 10분의 1수준을 넘어서고 있음.
- 반면 일본측 연기자의 출연료를 약 4천만엔 이라고 했을 때, '마쓰시마 나나코'를 제외하고 모두 10분의 1이하의 출연료를 받고 있음. 나카이마사히로의 경우 전체제작비에서 차지하는 비중은 약 16분의 1수준임.

<표-6> 한일 스타급 연기자의 출연료 비교

한국		일본	
연기자	금액	연기자	금액
배용준	2억5천만원(?)	기무라다쿠야	350만엔
송승헌	7천만원	가토리신고	300만엔
권상우	5천만원	마쓰시마나나코	450만엔
박신양	5천만원	구사나기쓰요시	270만엔
이정재	5천만원	나카이마사히로	250만엔
최지우	4,800만원	도오모토고이치	250만엔
송일국	4천만원	아카시야산마	300만엔
고현정	3,500만원	가라자와도시아키	300만엔
송혜교	3,500만원	다무라마사가즈	300만엔
손예진	3천만원(?)	나카마유키에	300만엔

※ 출처 : 하윤금, 한국TV연기자 출연료 제도의 합리적 대안 모색, TV드라마 위기와 출연료 정상화, 2008년 12월 1일, 광문사북스83 플래시익사이팅편집부편, 탤런트 등급 랭킹 BOOK 2006년도판

■ 일본측 연기자들의 출연료가 우리보다 안정적인 배경은 나름의 축적된 자료를 바탕으로 그 선에서 합리적으로 출연료 협상이 이루어지고 있기 때문임. 가령 이른바 ‘잠재시청률’이라고 해서 지난 3년간의 출연드라마 시청률, TV출연횟수, 매체 노출건수 등을 바탕으로 해당 연기가 출연할 경우 예상되는 잠재시청률을 계산하고 이를 토대로 출연료 산정이 이루어지는 시스템을 갖고 있다는 점임.

※ 잠재시청률 마쓰시마나나코 14.8%, 나카마유키에 14.1%, 기무라다쿠야 13.1% 가토리신고 12.1%¹⁶⁾

- 반면 한국은 주먹구구식으로 출연료 산정이 이루어지고 있어 전체 제작비 가운데 출연료 비중이 지나치게 높아진 것이라고 판단됨.

16) 광문사북스83 플래시익사이팅편집부편, 탤런트 등급 랭킹 BOOK 2006년도판

4. 시사점

- 현재의 주 2회 140분 편성, 16부작 또는 24부작 체제를 개선해 일본처럼 주 1회 편성, 방송시간 축소, 또는 사전제작 및 준사전제작의 제작관행의 도입을 검토할 필요가 있음. 드라마제작비에 대한 선택과 집중이 가능할 뿐만 아니라 제작현장의 노동부담을 줄이며 제작퀄리티와 완성도를 높일 수 있을 것임.
 - 일본의 드라마제작과 편성은 1크루에 10~12부작, 실방송시간 46분, 주1회라는 인터벌 속에서 이루어지기 때문에 제작현장에서의 부담은 덜 함. 반면 주 2회, 16부작 또는 24부작, 편당 방송시간 70분의 한국은 상당한 노동압박 속에서 드라마를 제작해야 함.
 - 이러한 제작부담은 때때로 '초치기제작', '쪽대본'이란 열악한 제작환경으로 나타나고 제작퀄리티 및 완성도관리에도 심각한 문제를 발생시킬 수 있음.
- 철저한 분업에 의한 프로듀서 시스템 도입이 필요함. 현재의 PD시스템은 빡빡한 스케줄 속에서의 현장연출도 요구하면서 그밖에 기획, 제작관리 등의 행정업무까지도 신경을 써야하는 고강도의 노동력을 필요로 함.
 - 드라마관련 업무가 세분화되면서 이전보다 기획과 제작관리의 중요성, 마케팅 및 프로모션의 필요성이 커지고 있음. 이로 인해 현장제작중심의 PD시스템으로는 복잡하고 다기해진 드라마관련 업무를 충실하게 소화해낼 수 없게 되었음.
 - 일본처럼 프로듀서와 현장디렉터의 업무를 분리해 현장디렉터는 현장연출에만 전념케하고 나머지 업무는 프로듀서에게 부여함으로써 드라마기획역량을 강화하는 동시에 제작에서의 내실을 높여야 할 것임.
 - 기획과 마케팅 능력 등을 가진 전문 프로듀서를 체계적으로 양성해 시장에 공급하는 정책이 필요할 것임.

- 2차이후의 시장불투명성을 최소화시키기 위해서는 1차시장의 안정성을 강화하는 정책이 필요할 것임. 안정적 1차시장의 확립을 위해서는 중간광고, 광고총량제 등 광고시장을 확대해 제작비 규모를 늘리는 방안과 이와 병행해 현업의 이해관계자들이 버블성 제작비상승을 막고 이를 현실화시키려는 전략적 노력이 필요함.
 - 광고수익 대비 제작비가 높은 한국에 비해 일본은 합리적 수준에서 제작비가 책정되어 안정된 드라마수익기반을 갖고 있음. 다시말해 1차 시장인 지상파방송에서 안정적 수익모델을 확립할 수 있는 시장이 형성되어 있음. 수익여부를 가늠하기 어려운 불투명한 2차시장 및 후속시장을 내다보고 무작정 제작비를 늘려가는 것은 바람직하지 않음. '지속가능한 드라마산업'을 위해서는 1차시장에서 어느 정도 안정적 수익을 낼 수 있도록 드라마업계관계자들의 지혜와 가시적 노력이 매우 중요한 관건임.

- 과도한 출연료는 전체 제작비를 상승시키고 수익을 악화시키는 주요 요인이 될 수 있음. 따라서 일본처럼 시장에 대한 신뢰관계의 기초 위에서 나름의 객관적 근거와 내부검증시스템을 갖고 출연료 협상이 합리적 수준에서 이루어져야 할 것임. 우리에게서 이해당사자간의 신뢰회복과 함께 일본의 잠재시청률과 같은 객관적 데이터 등에 입각한 합리적인 출연료 산정시스템의 도입이 필요함.

참고문헌

<국내 문헌>

광문사북스83 플래시익사이팅편집부편, 텔런트 등급 랭킹 BOOK 2006년판

김영덕, 한일방송시장개방과 경쟁력 비교, KBI포커스, 2008.7.1

김용범, 일본드라마제작시스템이 한국에 주는 시사점, 방송문화, 2009년 1월호

박창식(2008), 드라마제작사의 드라마제작/유통현황과 과제, KBI세미나

AGB닐슨미디어리서치 자료

이만제/김영덕(2007), 국내드라마 제작시스템 개선방안연구, 한국방송영상산업진흥원

일본민간방송연맹편(2008), 방송핸드북

일본비디오리서치사 시청률자료

조선일보 2008년 1월 4일자

하운금, 한국TV연기자 출연료 제도의 합리적 대안 모색, TV드라마 위기와 출연료 정상화, 2008년 12월 1일

한국방송광고공사, 2008년 소비자행태조사 보고서

현대경제연구원(2004), 한류현상과 문화산업화 전략