

인사말

콘텐츠를 둘러싼 정세는 디지털 기술의 진화 아래 급속한 인터넷의 보급, broadband화의 진전 등 현저하게 변화하고 있다. 이에 따라 일본의 콘텐츠 산업은 새로운 전략이 요구되고 있다.

본 책자는 이러한 상황을 배경으로 일본의 콘텐츠 산업을 개관한 것으로 「2006년 일본 시장규모」, 「일본 콘텐츠정책」, 「콘텐츠산업의 현상(일본시장)」 등, 게재내용의 대부분은 당 협회 발행의 「디지털 콘텐츠 백서 2007」에서 인용하고 있다.

본 책자가 일본의 콘텐츠 산업에 대한 이해를 하는데 조금이나마 도움이 되어야 한다.

※ 본 책자에 게재되어 있는 정보는 2007년 8월 현재의 것입니다.

Copyright©2007DCAJ All rights reserved
 Reproduction Forbidden
 발행처: 주단계과교지
 Printed in Japan by Dai Nippon Printing Co., Ltd.

본 책자에 대하여

본 책자는, 「디지털 콘텐츠백서2007」의 부록한권

◆본 책자에 있어서 콘텐츠의 정의

콘텐츠	다양한 미디어상에서 유통하는 「영상, 음악, 게임, 도서」 등, 동영상·상자화·음성·문자·프로그램 등의 표현요소로 의해 구성된 "정보의 내용"
디지털 콘텐츠	디지털 형식으로 기록된 콘텐츠

◆시장규모의 골자

· 콘텐츠 산업의 시장규모

미디어에서 유통하는 콘텐츠의 시장규모를 산업단체간관청 등외-공표치에 기초하여
 *산림청(산업규모)로서 파악한 것. 콘텐츠별 「영상」, 「음악·음성(강디오방송)」, 「게임」, 「도서·신문·잡지·믹스트」로 분류하여, 이것과 크로스 하는 형태로 콘텐츠를 유통시키는 미디어로서, ①멀티미디어의 출판·발행·판매에 의한 유통 ②인터넷서비스에 의한 유통 ③인터넷대용 휴대전화에 의한 유통 ④영화·가라오케·이케이드게임 등의 거점서비스에 의한 유통 ⑤텔레비전 지상파·위성·CATV와 라디오에 의한 방송으로 분류하여 시장규모를 추계하고 있다.

*산림청외·관련청 등외-공표치에 기초하여 추계하기 때문에 「연도」의 「연별」 발표의 수치가 존재하고 있다.

연도	영상	음악·음성	게임	도서·신문·잡지·믹스트
2006				
2005				
2004				
2003				
2002				
2001				
2000				
1999				
1998				
1997				
1996				
1995				
1994				
1993				
1992				
1991				
1990				

· 디지털 콘텐츠의 시장규모

디지털형식으로 기록된 콘텐츠를 대상으로 하여, 콘텐츠의 이용자에 대한 1년간의 예상규모를 시장규모로서 파악한 것.

*이용자가 구입한 단계에서 디지털데이터로서 표현되는 것을 대상으로 하고 있다. 따라서, 복제단계에서는 디지털복사(전자책)이더라도 이용자에게는 해당프로그램(데이터)으로 제공되는 시점·신문 등의 대상으로 하지 않는다.

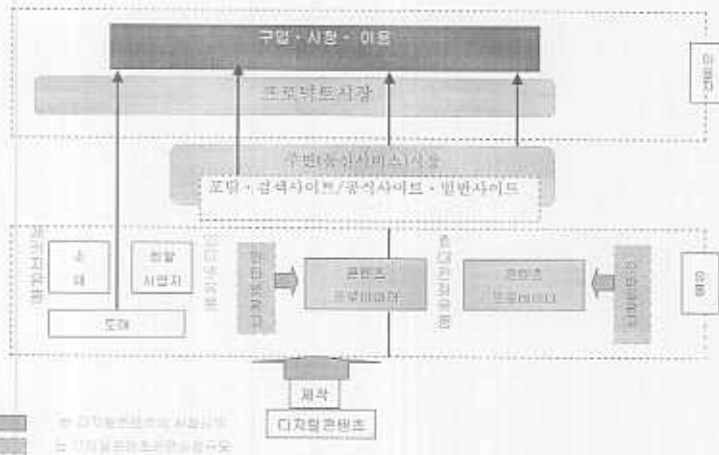
콘텐츠를 「영상」, 「음악」, 「게임」, 「도서·화상·텍스트」로 분류하여, 이것과 크로스 하는 형태로 콘텐츠를 유통시키는 미디어로서, ①멀티미디어의 출판·발행·판매에 의한 유통 ②인터넷서비스에 의한 유통 ③인터넷대용 휴대전화에 의한 유통으로 분류하여 시장규모를 추계하고 있다.

연도	영상	음악	게임	도서·화상·텍스트
2006				
2005				
2004				
2003				
2002				
2001				
2000				
1999				
1998				
1997				
1996				
1995				
1994				
1993				
1992				
1991				
1990				

•디지털 콘텐츠 관련 시장규모

상기 디지털 콘텐츠를 이용하기 위한 플랫폼이 되는 계층은 「프론트엔드시장」, 디지털 콘텐츠의 유통과 관동하는 각종 서비스사업은 「후엔드시장」라고 한다.

◆디지털 콘텐츠 유통의 구조(개략)



목차

인사말

본 책자에 대하여

1. 2006년 일본시장규모	5
- 콘텐츠산업의 시장규모2006	
- 디지털콘텐츠 시장규모2006	
2. 일본의 콘텐츠정책	12
- 일본콘텐츠진흥책에 관련된 주요동향	
3. 콘텐츠산업의 현상(일본시장)	22
4. 주요 콘텐츠관련 이벤트	29

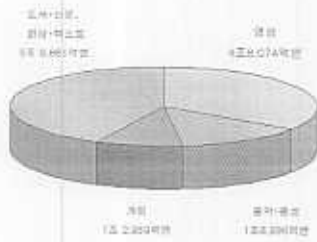
1. 2006년 일본시장규모

● 콘텐츠 산업의 시장규모 2006

미디어로 유통되고 있는 콘텐츠 시장규모를 산업형태(산업규모)로서 파악하고 있는 「콘텐츠 산업의 시장규모」는 산업단체·관련성장 등의 공조치에 기초하여 추계된 결과, 2006년은 13조9,890억엔(주1)으로 전년 대비 1.1%의 신장했다(도표1).

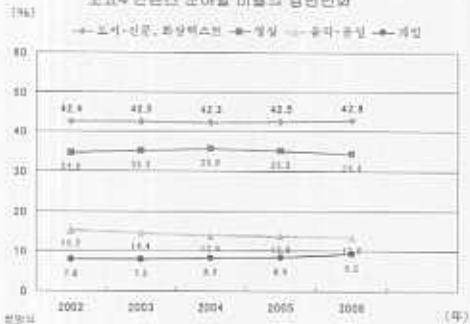
이 중에 포함된 「디지털 콘텐츠의 시장규모」는 2조7,699억엔(전년 대비 8.3%증가)으로 콘텐츠 산업 전체의 19.8%를 차지하고 있어 순조롭게 성장을 이어가고 있다. 2006년의 「콘텐츠의 분야별 비율」은 도표2에 나와 있는 것과 같이 서적·영화, 잡지·수업, 신문사 중 해상에 패키지는프의 대상 등을 향한 도서·신문, 영상·텍스트가 42.8%를 차지하고, 이어서 영상소프트 제작, 영화출판수입, 텔레비전방송·관련서비스수입 등을 포함한 방송이 34.4%, 이어서 음악·영상(라디오방송)의 13.6%, 게임의 9.3%이다. 이 비율 및 그 순위는 과거 5년간 거의 변화가 없다(도표4).

도표1 콘텐츠 산업의 시장규모 2006

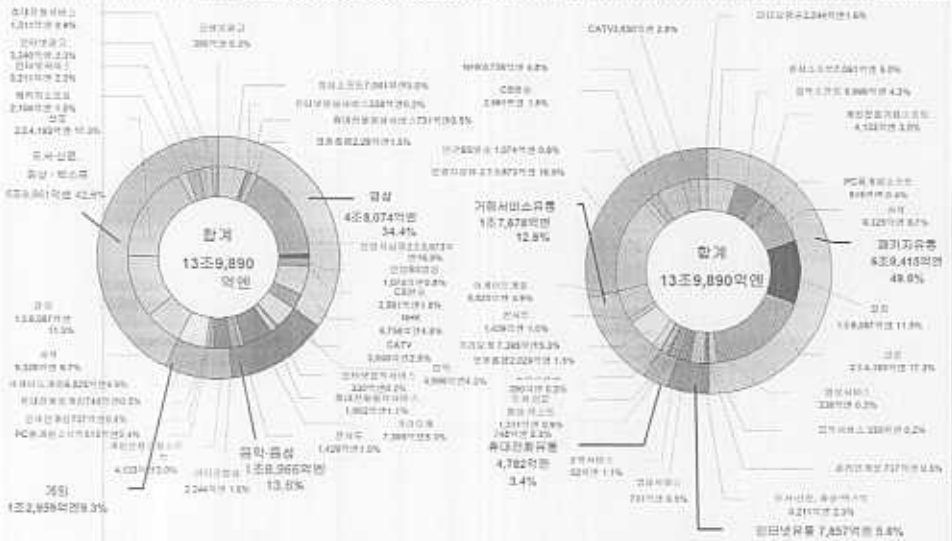


주1: 서적·영화·잡지·수업 등의 분류에 기초하여 추계된 값이며 「연도」표 「개년」행의 수치가 일치하고 있다.

도표4 콘텐츠 분야별 비율의 경년변화



1. 2006년 일본시장규모



1. 2006년 일본시장규모

● 콘텐츠 산업의 시장규모 2006

「유형미디어별 비율」에서는 도표3에 나와 있는 것과 같이 멀티미디어의 출판·발행·판매에 의한 유형이 49.6%로 막 반수를 차지하고, 이어서 텔레비전 지상파·위성·CATV와 라디오에 의한 28.7%, 영화관·기타오락·아케이드게임 등의 거점서비스에 의한 유형이 12.6%로 이어지고, 인터넷이나 휴대전화에 의한 유형은 멀티미디어와 방송과 비교한 경우로 극소수에 불과하다.

이 비율 및 그 순위도 과거 5년간 거의 변하지 않는 상황이나 (도표5), 경제변화에 있어서는 휴대전화에 의한 유형은 멀티미디어나 거점서비스에 의한 콘텐츠 유형의 비율이 점점 감소하는 한편, 인터넷이나 휴대전화에 의한 유형의 비율이 증가하나 증가의 경향이 있다. 또, 지금까지 멀티미디어의 비율이 반수를 차지하고 있던 것에 대하여 2006년은 반수에 미치지 못할 것이 확실하다. 인터넷유형은 조금씩이지만 하나 증가하는 경세의 콘텐츠 유형이던데로서 멀티미디어로부터 인터넷이나 휴대전화로의 전환이 진행되고 있는 것으로 보여진다.

※ 표시단위: 천만엔

	2002년		2003년		2004년		2005년		2006년	
	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)
연간	45,372	34.5	48,511	35.2	48,391	35.6	48,722	35.2	48,078	34.4
회계장비	20,219	15.2	19,074	14.4	18,893	13.8	18,288	13.8	18,924	13.7
게임	10,346	7.5	10,474	7.9	11,042	8.2	11,770	8.9	12,853	9.2
도시·시골, 출판·박스세트	88,303	47.4	98,128	42.8	87,280	42.3	88,731	42.3	88,001	42.3
합계	122,728	100.0	132,194	100.0	136,294	100.0	138,223	100.0	138,883	100.0
내년성장률(%)			▲0.4		2.3		2.3		1.1	

주: 산업연차·출판물 등의 종류에 따라 조세에 부과되는 과세액이 「연도」, 즉 「학년」, 발행의 수치가 일치하고 있다.

1. 2006년 일본시장규모

● 콘텐츠 산업의 시장규모 2006

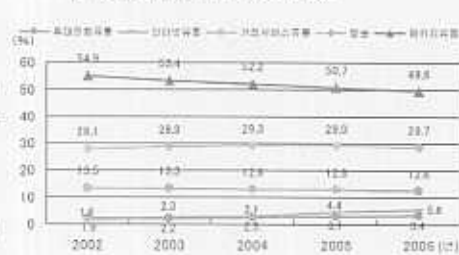
콘텐츠 산업 전체 중에서, 산업이 변하지 않은 다채로운 인터넷이나 휴대전화 등의 새로운 미디어로 유형하고 있는 콘텐츠(디지털 콘텐츠)이다.

인터넷광고나 모바일광고의 높은 성장도 부수적이거나, 동시에 이용자에게 유용한 서비스를 제공하고 광고수입으로 수익을 확보하는 비즈니스 모델이 활발해지고 있다.

한편, 광고수입에 의한 대표적인 비즈니스 모델인 지상TV방송에서는 방위지상파TV 영업수입에 있어서 기타사업수입, 즉 방송의 수입이 해마다 증가하고 있다고 한다.

광고수입이 감소하는 가운데 TV방송에서는 영웅나 애니메이션의 제작위판에 출자공개를 한다거나 TV방송과 연동한 사업을 전개하는 것으로 수익률을 높이는 경향이 강해지고 있다.

도표5 유형미디어별 비율의 경년변화



※ 표시단위: 천만엔

	2002년		2003년		2004년		2005년		2006년	
	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)	액(천만엔)	비율(%)
멀티미디어	72,421	54.9	70,941	51.4	70,550	52.2	70,140	50.7	69,416	49.8
인터넷 유형	2,115	1.6	3,041	2.3	4,184	3.1	8,106	4.4	7,887	5.8
휴대전화 유형	2,498	1.9	2,861	2.2	3,297	2.4	4,251	3.1	4,782	3.4
가동서비스 유형	17,882	13.8	17,090	12.3	17,431	12.8	17,888	12.9	17,870	12.9
합계	132,228	100.0	132,194	100.0	136,294	100.0	138,223	100.0	138,883	100.0
내년성장률(%)			▲0.4		2.3		2.3		1.1	

주: 산업연차·출판물 등의 종류에 따라 조세에 부과되는 과세액이 「연도」, 즉 「학년」, 발행의 수치가 일치하고 있다.

1. 2006년 일본시장규모

● 디지털 콘텐츠의 시장규모 2006

한편, 고속 대중량 서비스, 통신이용시의 경제적 서비스의 질을 높여줌으로써 이동전화 서비스나 휴대전화 음성 서비스는 상승세를 보이고 있다. 한편, 고속 대중량 서비스, 통신이용시의 경제적 서비스의 질을 높여줌으로써 이동전화 서비스나 휴대전화 음성 서비스는 상승세를 보이고 있다.

음악계 콘텐츠에서는 음악 CD는 전반부 미경하는 한편, PC용 음악서비스는 호조를 확대하고 있다. 일본 레코딩 협회의 발표 자료에 따르면, 2006년도의 유료음악서비스 매출액이 CD시장의 생산금액을 웃돌고 있다. PC나 휴대전화용 음악서비스에 의한 음악시장이 한층 활주화 것으로 보여진다.

음악전문 서비스에서는 저가격화와 악마의 증식화가 진행하여 휴대전화의 결제제가 정착하고, 모바일 오디오 플레이어의 대중화나 저가격화가 진행됨으로써 향후에도 음악전문시장의 성장이 기대된다.

대체로 호조인 게임계 콘텐츠에서는 2006년은 차세대게임 전용기가 집결하고, 게임전용기를 소프트웨어 시장은 새로운 국면을 맞이했다고 할 수 있다.

PPC나 학원, 적선 하드웨어계열은 시련조류가 인기가 있는 한편, 학습계 게임에 인기가 없어, 폭넓은 흥과 인공받은 닌텐도DS용 소프트웨어 시장도 견인하였다.

콘텐츠의 지위는 이중적수가 안정되어 증가하고 있는 것으로 호조로운 성상을 보여주고 있다. 그 배경에는, 고속 대중량 통신서비스, 통신이용시의 경제적 서비스의 보급에 의한 것이 크다.

또한, 최상·최저급 콘텐츠에서는 여전히 성장이 현저한 것은 PC나 휴대전화용 전자서적이다. 전자서적 시장에서는 지금까지 본계계의 확률이 증상이었던 것에 비해, 전자교과서·책이 발매되어져, 급속하게 시장이 확대되고 있다.

향후에는, 전자교과서·전자서적시장을 견인할 것으로 보여진다.

성장이 현저한 디지털 콘텐츠시장의 「유용미디어별 비율」의 경년변화(도표7)를 보면, 멀티미디어의 출판·발행·유통에 의한 유통이 압도적이다. 그렇지만, 멀티미디어 시장이 축소하고 있는 반면, 인터넷이나 휴대전화에 의한 유통은 해마다 증가경향에 있다. 한편, 「디지털 콘텐츠의 분야별 비율」의 경년변화(도표8)를 보면, 2006년은 영상이 25.7%, 음악이 26.3%, 게임은 22.1%, 도서, 최상·최저급은 23.9%로, 거의 같은 비율로 되어 가는 것이 주목된다.

이것으로부터 다양한 콘텐츠가 소비자에게 제공되도록 되어져, 인터넷이나 휴대전화기 디지털 콘텐츠 시장의 계속적인 성장을 담당하는 유용미디어로서 기능하고 있음이 양해되었다.

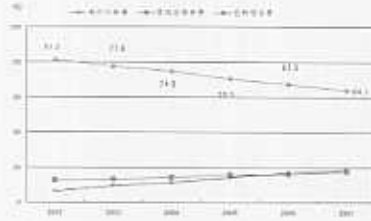
또한, 인터넷이나 휴대전화용 분야 콘텐츠가, 가까워지는 가운데 영상계나 게임계 콘텐츠와 연계한 제품 출시 등으로, 다양화하는 콘텐츠에 대응한 라이선스에 대한 대처가 활발해지고 보다 많은 콘텐츠의 제공을 목표로 한 움직임이 높아지고 있다.

1. 2006년 일본시장규모

도표6 디지털 콘텐츠의 분야별규모의 경년변화



도표7 유용미디어 비율의 경년변화

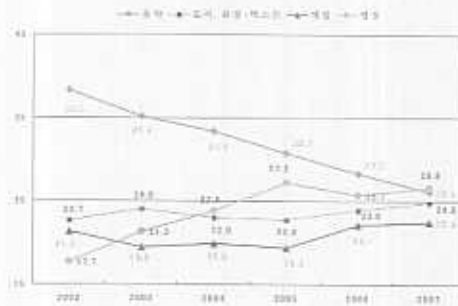


구분	2006년 4월		2005년 4월		2004년 4월		2003년 4월		2002년 4월			
	규모(억 원)	증감률(%)	규모(억 원)	증감률(%)	규모(억 원)	증감률(%)	규모(억 원)	증감률(%)	규모(억 원)	증감률(%)		
멀티미디어	18,345	31.3	18,214	77.6	17,001	74.6	16,223	70.5	16,290	67.5	16,647	64.1
유용미디어	1,270	6.3	1,058	9.3	2,655	11.2	3,000	14.0	4,817	10.7	5,718	15.6
특수콘텐츠	2,492	15.4	2,700	13.1	3,211	14.3	3,361	15.3	4,362	15.9	5,308	17.3
합계	21,148	16.0	21,032	100.0	22,867	100.0	25,584	100.0	26,669	100.0	35,673	100.0
내년전망비율(%)			8.4		9.7		11.9		8.3		10.7	

※1: 영상·음악·게임·도서의 분야별 규모는 「연도」 및 「분야」 항목의 수치가 총합하고 있다.

1. 2006년 일본시장규모

도표8 디지털 콘텐츠 분야별비율의 경년변화



2. 일본의 콘텐츠 정책

● 머리말

일본에 있어서의 관심을 본 콘텐츠진흥적의 기원은 2003년 7월의 「지적재산의 창조, 보호 및 활용에 관한 추진계획」(지적재산추진계획)에 있다고 할 수 있다. 지적재산권위원회는 이하에 내건 문제와 그것들을 근거로 한 제시책을 밝히고, 그 중에서 항상 콘텐츠를 지적재산권력의 기층의 하나로서 명시해 왔다.

(1)2003년 7월 8일 「지적재산의 창조, 보호 및 활용에 관한 추진계획」

「제4장 콘텐츠 비즈니스의 비약적 확대」

(2)「2004년 5월 27일 지적재산추진계획 2004」

「제4장 콘텐츠 비즈니스의 비약적 확대」

(3)「2005년 6월 10일 지적재산추진계획 2005」

「제4장 콘텐츠를 살린 문화창조국가로의 자세」

(4)「2006년 6월 9일 지적재산추진계획 2006」

「제4장 콘텐츠를 살린 문화창조국가 만들기」

(5)「2007년 5월 31일 지적재산추진계획 2007」

「제4장 콘텐츠를 살린 문화창조국가 만들기」

주목할 것은 (2)와(3)의 차이점이다. 타이틀에서 알 수 있듯이 양자간에는 큰 차이가 있다. 전자가 콘텐츠 비즈니스의 진흥의 것에 대해 주자는 콘텐츠 진흥이다. 콘텐츠 진흥은 콘텐츠 비즈니스의 진흥과 별개이다. 콘텐츠산업, 콘텐츠 소프트웨어산업, 하드웨어산업, 네트워크사업 등의 진흥을 보태도 부족하다.

이것들에 거세하여 문화예술의 진흥, 외교나 지역경제활성화와의 활용 등을 포함한 자유로 큰 개념이 있고 할 수 있다. 다시 말하면, 「콘텐츠를 살린 문화창조국가」라는 개념을 이용하는 것에 의해 콘텐츠진흥은 국민의 최대공약수가 적용할 수 있는 정책으로 발전한 것으로 생각된다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

● 일본의 콘텐츠진흥책에 관계된 주요동향

2006년부터 2007년에 걸친 주요 정책동향을 시계열로 하고한다.

●)2006년 8월 1일 정보통신성의회가 「지상디지털방송의 이익활용의 방식과 보급으로 향한 행정의 원수해와 활역할」의 제정차 중간담판서 책정

중무대상의 고분기급의 정보통신성의회는 지상디지털방송의 보급촉진에 관한 제정차 중간담판을 책정했다. 소위 중무담판에 대해서는 시청자의 권리장독보를 위해 프로그램 녹화는 1회만으로 한 제한을 완화하고 개인이들의 범위내에서 DVD 등으로의 복제를 용이하게 하도록 제언, 방송사말자나 전기 매이거들에 대해, 인내로 완화의 조건이나 시기를 정리하도록 요청했다.

●)2006년 8월 24일 문화심의회저작권위원회가 IP멀티캐스트관계로 보고서를 공표

문화심의회 저작권위원회는 동 문화회법제론재사위원회에서 권리를 받아, 「저작권보호회(IP멀티캐스트방송 및 멀티-단국관계)보고서」를 정리했다.

IP멀티캐스트방송에 있어서의 저작권자에 대한 권리처리의 의무를, 텔레비전과 같은 프로그램을 동시에 방송하는 중시재송신의 경우에 한해, CATV수준으로 간략화 했다. 보고에 기초하여 문화과학성은 기술의 임시국회에도 저작권법의 개정안을 제출한다.

●)2006년 8월 30일 중무성 「통신·방송의 종합적인 법제도에 관한 연구회」의 논의 시작하다

중무성은 통신·방송의 종합·개편에 대응한 법제도의 방식에 대해 경제적 관지에서 조사연구를 실시하기 위해 「통신·방송의 종합적인 법제도에 관한 연구회」를 스타트 하였다. 6월 20일의 「통신·방송의 방식에 관한 정부여당 합의」를 전제로 한 것으로, 향후 1년간 정도의 정도를 거쳐 법제도의 검토 방향성을 구체화한다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

정책방향은 (1)평등법제의 관용상황과 과제, (2)통신·방송관련기술, 네트워크의 확산과 장애경향 (3)통신·방송관련 서비스·비즈니스모델의 경쟁경향(4)진출 플랫폼 콘텐츠 등의 규율의방식(5)통신의 비밀·표현 자유의 방식(6)여러나라 서비스상황 및 법제도 등.

●)2006년9월 1일 세계지적소유권기관(WIPO)이 일본사무소를 개설

지적재산제도의 국제조사 등을 담당하는 세계지적소유권기관(WIPO)의 일본사무소(통칭 「WIPO제팬오피스」)가, 동경·(아오야마)의 고쿠엔대학내에 정식으로 개설되었다.

●)2006년 9월 5일 중무성의 유비쿼타스넷 사회의 제도문제경토회가 보고서를 공표

2월부터 경토가 실시되었던 중무성의 「유비쿼타스넷 사회의 제도문제경토회」가 보고서를 정리하여 공표했다. 출연자 등이 평행하여 이차이종에 지장이 있다고 보어지는 텔레비전방송 프로그램에 대해서는 등록제도를 마련하여 표이들을 추가 할도록 해야한다는 제안이 포함되어 있다. 구체적으로는 각본가나 배우 등에게 이용이나 주소 등의 정보를 등록하도록 하여 제송자가 DVD나 인터넷서비스에서의 패이들을 희망하는 경우의 권리처리(권리자말기나 허락 등)를 용이화 하 하는 것. 또한, 등록의 인센티브를 높이기 위해 등록에 따른 권리기관을 연장하는 구조도 제안되었다.

●)2006년 11월 9일 외무성 해외교류심의회 광 걸쳐 전문위원회 보고서 공표

여러 나라에 있어서의 대일 이미지의 개선 등, 일본의 발전력강화를 위해 외무성으로서 어떠한 광 걸쳐에 관계해 가는 것이 적당할 것인가를 검토한 외무성 해외교류심의회 광 걸쳐전문위원회는 검토의 성과로서 「『광 걸쳐의 문화외교에 있어서의 활용』에 관한 보고」를 공표했다. 외무성을 비롯해 정부·공적기관이 관수할 안일로서 광 걸쳐에의 관심에 연결하는 것 등이 중요하다고 했다. 또한 광 걸쳐 광부회의 설치, 관련법제에 있는 지견 등의 무효화등의 필요성을 나타냈다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

- 2008년 11월 20일 저작권산업진흥본부의 사무국장에 오가와 히로시(小川洋)·(前)특허청장관이 취임
내각관방의 저작권산업진흥본부의 사무국장에 오가와 히로시 전 특허청장관이 취임했다. 2007년 연두소감에서 본 장관은 2003년부터 2005년까지 3년간을 저작권정책의 「제1기」로 명칭하고, 2006년부터 3년간을 「제2기」로 명칭하는 것과 동시에 새로운 과제에도 대응할 「제2기」라고 자리매김 한 것을 나타냈다. 저작권보호의 강화로서 특허상사법률의 개선, 특허제도의 국제적 조화, 모방품·해독판대역, 지적상품창구의 촉진·활용 등, 일본의 소프트웨어를 높여가기 위한 자세로서 영화·애니메이션·음악 등 콘텐츠의 창작과 유통의 촉진, 게임·식·지식콘텐츠의 진흥 등이 있다고 했다.
- 2008년 12월 15일 IP알티케스트 등에 관계된 저작권법 일부개정법안이 성립
제165회 임시국회에 있어서 (1)방송의 동시재송신의 권유화, (2)시대의 변화에 대응한 권리제한 등, (3)저작권 등 보호의 실용성의 확보, 의 새가치를 골격으로 한 저작권법개정법안이 성립했다.
T(1)방송의 동시재송신의 권유화」는 소위 IP알티케스트방송에 관계한 것으로, 지상파 디지털화에 따라 방송파가 잡지되는 지역에 대하여 IP알티케스트방송으로의 대체가 검토되고 있는 것으로 신속하게 대응할 필요가 있기 때문 이 때문에, 개정안은 원칙으로서 정선19년 7월 1일에 시행하나, (1)은 동선 19년 1월 11일 시행이다.
- 2007년 1월 22일 지재본부가 「세계최첨단 콘텐츠대국의 실현을 목표로」를 공표
저작권산업진흥본부의 콘텐츠진흥조사회기획 위원그룹은 콘텐츠산업의 국제경쟁력을 위한 과제와 재원을 포함한 보고서「세계최첨단의 콘텐츠대국의 실현을 목표로」를 정리했다. 콘텐츠산업의 해외진출촉진과 디지털환경에 있어서의 국제적협도의 재검토가 주된 재원내용으로 되어있다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

- 2007년 1월 30일 문화심의회저작권분과회가 보고서를 공표
문화심의회저작권분과회는 사적복제의 재검토 등의 검토결과를 보고서로서 정리했다. 본 분과회는 기술혁신이나 새로운 비즈니스의 등장, 국제적인 융합 등에 대응하기 위해 「법제문제소위원회」 「사적복합복화소위원회」 「국제소위원회」 를 골격하여 논의해 왔으나, 이번에는 법제문제소위원회와 국제소위원회의 검토결과가 보고서로서 공표되었다. 사적복합복화소위원회에 대해서는 향후에도 계속하여 검토가 실시된다.
- 2007년 3월 12일 문화청이 「과거의 저작물 등의 보호와 이용에 관한 소위원회」설치
문화청 문화심의회저작권분과회는 과거의 저작물에 관한 보호와 이용의 방식을 검토한 「과거의 저작물 등의 보호와 이용에 관한 소위원회」를 설치했다. 본 소위원회에서는 저작권의 보호기간연장문제, 과거의 저작물을 효율하게 이용·수집·보존하기 위한 방법, 인터넷 상의 저작물의 이용변환 등에 대해 논한다.
저작권분과회에는 동 소위원회 외, 저작권법제도의 방식을 심의하는 「법제문제소위원」, 사적복합복화에 관한 제도를 심의하는 「사적복합복화소위원회」, 국제적 불만들거로의 증거의 방식을 심의하는 「국제소위원회」가 있다.
- 2007년 3월 22일 JAPAN국제 콘텐츠페스티벌의 개요 밝히다
경제산업성의 주도로 게임이나 애니메이션, 만화, 음악, 방송, 영화 등의 콘텐츠가 집결한 이벤트로서 계획이 진행되어 왔던 「JAPAN국제 콘텐츠페스티벌」에 대하여 동 페스티벌실현위원회(위원장·사단법인 영화산업단체연합회 상임이사 오모리니 노부요시(大谷徳義))가 실시계획을 발표했다.
- 9월 19일 동경국제포럼에서 열린 세미노가 열린다. 이어서, 9월20일부터 개최되는 동경게임쇼2007를 시작으로, 애니메이션, 만화, 캐릭터, 음악, 방송의 이벤트를 거쳐, 동경국제영화제로 종료하는 일련의 콘 페스티벌이다. 일본발 글로벌 콘텐츠전략을 목표로 한다. 또한, 이 콘텐츠페스티벌을 계기로 새로운 일본의 콘텐츠진흥 및 새로운 일본브랜드의 창출을 목표로 한다. 게다가 기간내에는 컴퓨터그래픽스에 관한 이벤트 「ASIAGRAPH」나 아시아의 음악의 대상으로 한 이벤트 「동경아시아유적·문화·관광쇼」 등도 예정되어 있다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

● 2007년 4월 11일 제1회 일중환 3개국관세국경-장관회의 열리기

일본, 중국, 한국의 세관장관이 상호협력 등에 대하여 대화하는 「제1회 일중환 3개국관세국경-장관회의」가 동경에서 개최되어, 일본에서는 青山浩典, 자유당관세국경, 중국에서 魏新生, 세관총서장, 한국에서 成尤甲, 관세청장관이 참석했다.

일본에서 수입금지건수가 급증하고 있는 거품보험드용대학 등, 지적재산의 보호를 향해 공동연구를 실시하는 것에 합의했다. 관주는, 실무자 견학의 작업그룹을 공동으로 보편시켜, 특별 등에 관한 정보의 공유를 진행한다. 회의는 원칙으로서 매년 개최할 예정으로 다음 회의 한국개최.

● 2007년 4월 25일 경단연-미타라이(御手洗)회장이 G8비즈니스-서밋에서 지적재산문제 언급

독일-베를린에서 열린 G8비즈니스-서밋에 참석한 일본경단연-미타라이 후지오(御手洗富士夫)회장은 지적재산권 문제가 이르기 위해서는 이노베이션의 촉진과 지적재산권의 보호가 중요하다는 것을 강조하는 것과 함께, 모방을 억제할 대책을 위한 법적 검토의 정비나, 박람회비인용을 위한 제정주의의 설정을 제안했다.

● 2007년 5월 7일 특허청이 2006년도판 「모방피해조사보고서」를 발표

특허청은 2006년도판 모방피해조사보고서를 발표했다. 8,000사를 대상으로 한 앙케이트조사에 의하면, 일본의 기업 단체가 2005년도에 모방품이나, 유출품에 의해 피해를 받은 나라-지역의 랭크는 1위는 중국이었다. 또한 중국에서 자조된 모방품 중, 중국내에서 판매 소비되고 있는 것은 23.8%로 일본(13.3%)이나 유럽(7%), 북미(6.1%), 예외 유통하고 있는 상품이 명목해졌다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

● 2007년 5월 18일 아시아-게이트웨이 전략회의가 「일본문화산업전략」을 발표

2006년 10월 27일 회의결과 이후, 일본이 매력있는 나라가 되기 위해 필요한 정책을 실현하기 위한, 구상할 논의를 2006년 10월 27일 회의결과(의장:내각총리대신)는 5월 18일 「아시아-게이트웨이 구상」을 결정공표했다. 동일, 합쳐서 공표된 「일본문화산업전략」은 구체적인 정책의 기행으로서, (1)일본의 매력물, 해외로의 발전에 따른 시장의 확대, (2)해외진출을 시하여, 일본 문화산업의 경쟁력강화, (3)문화산업의 기반 정비, 의 세가지로 들었다.

● 2007년 5월 24일 문화청이 「누구라도 할 수 있는 저작권계약[업문면]」을 개설

문화청은 저작권계약을 해설하는 사이트「누구라도 할 수 있는 저작권계약[업문면]」을 개설했다. 저작권의 창작이나 이용에 있어서, 서면에 의한 계약의 보급, 계약을 목적으로 한 사이트로 「계약원면」 「원고원면」 「작품모질면」이라고 하는 시계를 들어, Flash 애니메이션 이용한 초심자용으로 해설하고 있다.

문화청은 지금까지도 계약의 모형을 번거로 작성하는 「저작권계약서 작성지원시스템」, 계약의 기본적인 성격과 구체적인 조항의 위치를 알기 쉽게 해설하는 「누구라도 할 수 있는 저작권계약 매뉴얼」을 제공하고 있어 이번 「누구라도 할 수 있는 저작권계약[업문면]」은 이들의 도입면에 해당되는 것이다.

● 2007년 5월 25일 「영화의 도합의 방식에 관한 법률안」이 가결-성립

영화관 등에서 도합된 동영상이나 동상이, 명확한DVD로서 유통으로 판매된다든가 인터넷상에서 배포되는 것을 금지하는 것을 목적으로 발의된 「영화의 도합방지에 관한 법률안」이 참의원본회의에서 가결, 성립했다. 성립한 법안에서는 상영개시에서 8개월이내의 영화를 도합하는 경우, 10년이하의 경력이나 1,000만엔이하의 매출을 부과하는 것을 규정하고 있다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

-) 2007년 5월 31일 지적재산전략본부(『지적재산추진계획 2007』)를 결정
지적재산전략본부(본부장-아베신조, 전수장)는 『지적재산추진계획 2007』을 결정했다. 2003년 이후 5회째가 된다. 콘텐츠 관측적으로 특정한 제4장의 타이틀은 2006의 「콘텐츠를 실현 문화 창조국가 만들기」를 계승하고 세계최고의 콘텐츠마케팅실현을 목표로 내걸었다.
-) 2007년 6월 8일 하이리겐당-서미트에서 지재보호의 필요성 구가되다
미국-하이리겐당에서 개최된 주요국가수뇌회담은 「세계경제에 있어서의 성장과 혁신」이란 제목으로 성명을 채택했다. 지구화난과 대역이 황제가 된 한-서미트이다. 성명에서는 지적재산권문제도 포함되었다. 이노베이션에 따라 일어나는 이익을 계속적인 것으로 여기는 지적재산권에 의한 보호가 필요하고, 그를 위해서는 모방품이나 특허권과 지적재산권 보호를 위한 노력을 계속해야 한다고 했다.
-) 2007년 6월 13일 경제산업성 및 관계성장이 「정부모방품-해적판 대책종합장구 연차보고서」를 발표
경제산업성 및 관계성장이 「정부모방품-해적판대책종합장구 연차보고서」를 정리해 발표했다. 이 장구는 기업 등이 모방품-해적판에 따른 피해를 받아, 발명 등의 분이나 저작권부의 움직임 등을 요구할 때의 장구를 일괄적인 것으로, 2004년 6월 31일 개선했다. 설치 이후부터 2006년말까지 누계 496건의 상안이 있었다.
모방품-해적판의 피해액은 약 절반이 중국(총량률 포함)이었다. 또한 일본내에서 유통하고 있는 모방품-해적판의 피해상위 341건 중, 90%에 해당하는 297건이 인터넷거래에 의한 것이었다. 동 보고서는, 정부가 지적재산추진계획에 기초하여 해년도 작성하고 있고, 이번이 2회째, 상당한건은 법령별로 보면 상회법이 가장 많고, 이어서 지적재산, 부정경쟁방지법의 순. 특허청에의 상담건수가 가장 많다.

2. 일본의 콘텐츠 정책

-) 2007년 6월 14일 경제산업성 「콘텐츠 글로벌 전략 연구회」가 중간정리
2006년 12월부터 영화나 텔레비전 프로그램, 게임, 애니메이션, 음악 등의 해외시장 촉진책을 검토했던 경제산업성 「콘텐츠 글로벌 전략 연구회」가 반년만에 결함 논의를 중간 정리했다. 올 가을에 개최예정인 「JAPAN 국제 콘텐츠페스티벌」 등을 활용하여 프로모셔 강화의 해를 도모하는 외에, 펀드를 창설하여 국제공동제작에 대한 자금관리를 정비하는 등 시책이 담겨 있다.
-) 2007년 6월 14일 「재팬-콘텐츠-스페이스」 개설
콘텐츠 포털사이트 운영협의회는 일본의 영화, 텔레비전 프로그램, 음악, 음악 등의 콘텐츠에 관한 정보를 제공하는 포털사이트 「재팬-콘텐츠-스페이스」를 개설했다.
콘텐츠의 아차이콘텐츠를 목적으로 개설된 것으로, 아차이율을 최상하는 유저는 포털사이트에 유저등록하여 운영협의회의에 의한 사전심사를 통과한 후 각 콘텐츠의 권리자로서의 저작권수에 관한 정보를 제공할 수 있다.
-) 2007년 6월 19일 정부가 「골대 방향 2007」를 각의결정
정부는 아베내각으로서 처음으로 「골대 방향 2007」를 각의결정했다. 장석 타이틀은 「경제재정 개혁의 기본방침 2007~ 『이름다른 나라』로의 시나리오~」, 콘텐츠에 관련하여 「디지털화, 인터넷극화의 특성에 대응하여 저작권 등의 보호와 이용의 방식에 관한 새로운 방해도나 저작권의 중도를 추진하고, 세계 최첨단의 디지털 콘텐츠 유통속도의 면제도 등을 2년 이내에 정비한다.」, 「모방품-유악판 확산방지조약(가칭)」의 조기실현을 위해 국제각국과의 논의를 선도한다. 또한, 국제표준화 활동의 리더십을 중 국제표준종합전략을 적실해 실행하는 것과 동시에, 향후 중요한 기술분야에 대한 분야별 지적재산권을 19년 중에 적정한다.」

2. 일본의 콘텐츠 정책

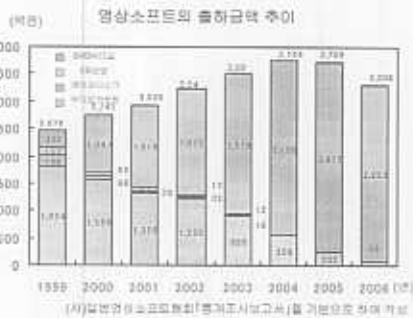
도표1 주요동향일람

연도	주요동향
2000년 10월 17일	경남통신정보진흥원 「디지털콘텐츠산업의 미래성장동력으로서의 유망성을 극대화하기 위한 정책」의 제정(주요사업인별 특장)
2000년 10월 24일	문화체육관광부와 방송통신위원회 「유망콘텐츠의 경제적 효과에 관한 연구」를 실시
2000년 11월 27일	총무청 「문화·체육의 융합적인 정책적 접근의 연구」에 논의를 시작함
2000년 12월 13일	세계지적재산권기구(WIPO)의 「일본 사무소」를 개소
2000년 12월 20일	총무청과 문화체육관광부 시흥의 제도개선 위원회가 모교회를 구성
2001년 1월 29일	외무성 「외국인투자촉진법」을 개정(문화부청과 보고서를 발의)
2001년 3월 14일	지적재산권위원회가 사무국설립을 허가(문화·스포츠 행정청합설이 추진)
2001년 3월 29일	문화체육관광부의 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 4월 10일	지적재산권위원회가 「세계적 시장에서의 문화콘텐츠의 경쟁력 제고」를 발표
2001년 4월 25일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 5월 22일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 5월 24일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 6월 27일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 7월 10일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 7월 17일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 7월 24일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 8월 14일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 8월 21일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 8월 28일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 9월 4일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 9월 11일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 9월 18일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 9월 25일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 10월 2일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 10월 9일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 10월 16일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 10월 23일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 10월 30일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 11월 6일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 11월 13일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 11월 20일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 11월 27일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 12월 4일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 12월 11일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 12월 18일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2001년 12월 25일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구
2002년 1월 1일	문화체육관광부 「문화·체육의 융합적 접근」에 관한 연구

3. 콘텐츠산업의 현상(일본시장)

현상

* 원칙으로 표시단위는 시사오임

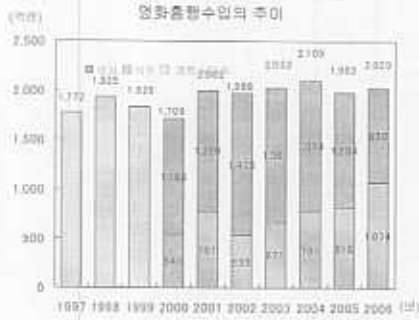


- * DVD-ROM, 그 외는 제외함
- * 카세트판 음반지 카세트 및 8mm 카세트
- * 레이저 디스크인, LD, VHD, LD-싱글, LD-ROM, MUSE-LD, VSD 등
- * CD관련어린, 비디오인CD, CD-G, CD-ROM 등, 정치학·동영상음 불문헌, 화상음 수반한 것
- * 2004년부터 조사대상은 비디오 카세트와 DVD 비디오 인.

- * 국영화 : 방송, 일본·해외의 TV드라마
- * 애니메이션:일본, 해외, 어린이용을 포함
- * 음악 : 방악, 양악, 비디오가라오케
- * 게임 : 어린이용 프로그래밍, 게임, 스포츠, 학교·기업·대학교육, 성인교육, 그 외

3. 콘텐츠산업의 현상(일본시장)

영상

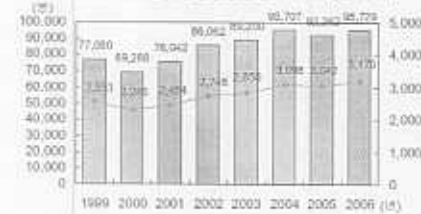


※ 범칙으로 표시된 경우는 사시오입

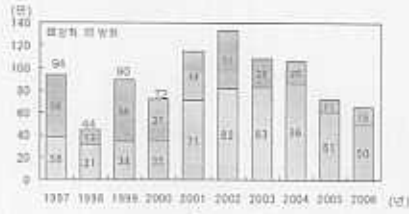


애니메이션

TV애니메이션 프로그램 연간총방송량의 추이(관동지구)



극장애니메이션 개봉수의 추이



애니메이션 소프트웨어 총매출액 추이



애니메이션 업계매출액 추이



일본영상소프트웨어협회 발표 자료에 기초한 추이
※ 2006년 12월말 현재
※ 2006년 12월말 현재
※ 2006년 12월말 현재

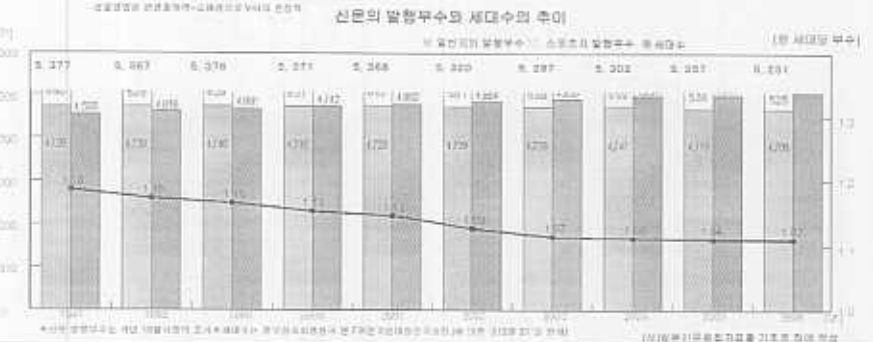
00 박



개 입

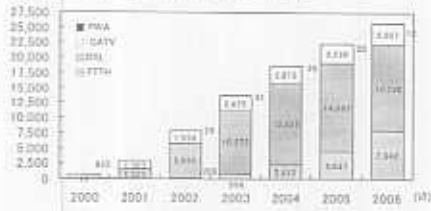


출 판

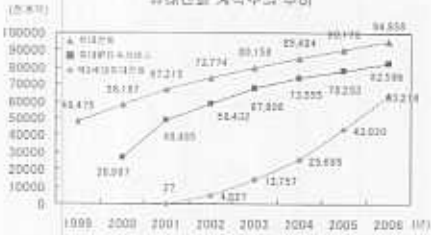


통신

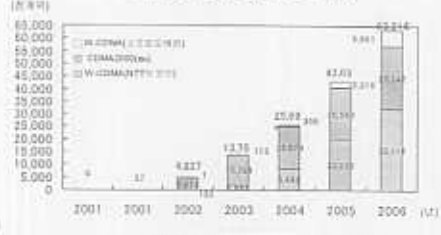
브로드밴드 서비스계약수의 추이



휴대전화 계약수의 추이

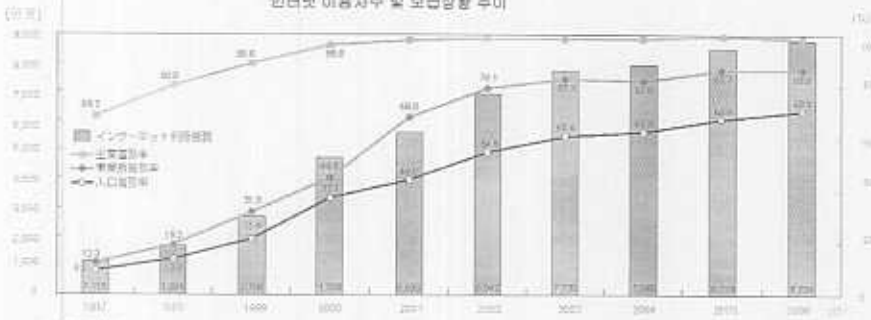


제3세대 휴대전화계약수의 추이



통신

인터넷 이용자 수 및 보급상황 추이



* 국가통계자료
 * 인터넷 이용자 조사대상은 1999년 기준은 15~69세, 2000년은 15~79세, 2001년부터는 15세 이상
 * 기간연평균 증가율은 1997~1998년 10.0%, 1998~1999년 10.0%, 1999~2000년 10.0%, 2000~2001년 10.0%, 2001~2002년 10.0%, 2002~2003년 10.0%, 2003~2004년 10.0%, 2004~2005년 10.0%, 2005~2006년 10.0%
 * 4세 이하의 어린이는 인터넷 이용자가 아니다

4. 주요 콘텐츠관련 이벤트

■ 일본국내

국립공, 방송통신진흥기장 (일본국내) 이벤트를 게재

개최일/개최장소	이벤트명	분야
2007년9월19일 동경국제포럼	제1회 국제콘텐츠페스티벌 오픈이벤트 http://www.zofesta.jp/contents/opening.html	콘텐츠전반
2007년9월20일~23일 마쿠하리엑스	동경개최쇼2007 http://tgs.cesa.or.jp/	게임
2007년9월24일~28일 동경(과학촌)컨벤션센터	DiGRA2007 http://digra2007.jp/ (Eng, Jpn) http://digra2007.digrjapan.org/japanese/	게임
2007년9월26일~28일 동경(과학촌)컨벤션센터	CEDEC2007 http://cedec.cesa.or.jp/	게임
2007년10월2일~6일 마쿠하리엑스	CEATEC http://www.ceatec.com/2007/ja/visitor/	기술·제품·서비스·소프트웨어
2007년10월4~7일 아키히바라UDX	제1회 애니메이션 콘텐츠 마칭 2007(JAM2007) http://www.asa.jp/megajam2007/eoc.pdf	애니메이션
2007년10월11일~14일 아키히바라UDX	ASIAGRAPH2007 http://www.asiagraph.jp/	CG
2007년10월11일 아키히바라UDX	제22회 디지털콘텐츠그랑프리 표창식 http://www.dcaj.org/jcc/jcc2007.html	디지털콘텐츠전반
2007년10월11일 아키히바라UDX	디지털크리에이티브 컨벤션 표창식 http://www.dcaj.org/jcc/dcc2007.html	디지털영상

4. 주요 콘텐츠관련 이벤트

■ 일본국내

국립공, 방송통신진흥기장 (일본국내) 이벤트를 게재

개최일/개최장소	이벤트명	분야
2007년10월15일~19일 동경(메바스, 시부야)	TAM 동경아시아·뮤직·마켓 http://tam.jp/	음악
2007년10월20~28일 북부기힐즈, Bunkamura외	제20회 동경국제영화제 http://tiff.jp.net/ja/	영화
2007년10월22일~24일 북부기힐즈	TIFFCOM2007 - 아시아·퍼시픽·엔터테인먼트·마켓 http://www.tiffcom.jp/2007/	콘텐츠전반
2007년10월20일~28일 엔터테인먼트연구소홀드외	아키히바라엔터테인먼트2007 http://www.entama.com/	엔터테인먼트전반
2007년10월23일~29일 NHK방송센터	제34회 일본상교역프로그램 국제경매 http://www.nhk.or.jp/jc-prize/index_e.html	교역프로그램
2007년10월23일 북부기힐즈리우드홀	ATP상 텔레비전그랑프리 http://www.atp.or.jp/modules/award/	TV방송프로그램
2007년10월25일~26일 북부기힐즈	동경콘텐츠마켓(TCM) http://tcm2007.smj.go.jp/	영상전반
2007년10월31일~11월2일 동경(메사이드)	라이선싱 아시아2007 http://www.licensing-asia.jp/	유통권
2008년3월27일~30일 동경(메사이드)	동경국제애니메이션2008 http://www.tokyocanime.jp/	애니메이션

4. 주요 콘텐츠관련 이벤트

■ 구미

개최일/개최장소	이벤트명	분야
2007년 10월 8일~12일 프랑스·런	MIPCOM 2007 http://www.mipcom.com/	TV프로그램
2007년 10월 16일~21일 미국·로스앤젤레스	E For All Expo http://eforallexpo.com/	게임
2007년 10월 31일~11월 7일 미국·산타모니카	American Film Market 2007 http://www.afm.com/afm/afm07/out.asp	영화
2008년 1월 24일~27일 프랑스·앙그레미	안그레미 국제영화·드·시네마스틴날 http://www.edangreleme.com/index.html	영화
2008년 1월 27일~31일 프랑스·런	MIDEM2008 http://www.midem.com/	음악
차세대 게임 개발 마당(2007년은 3월 5일~8일) 미국·샌프란시스코	GDC(Game Developers Conference) 2008 http://www.gdcconf.com/	게임
차세대 게임 개발 마당(2007년은 4월 7일~8일) 스위스·제네바	POLYMANGA http://www.polymanga.com/index.php	만화·애니메이션
2008년 4월 7일~11일 프랑스·런	MIP-TV 2008 http://www.mip-tv.com/	TV프로그램

4. 주요 콘텐츠관련 이벤트

■ 구미

■ 아시아

개최일/개최장소	이벤트명	분야	개최일/개최장소	이벤트명	분야
2008년 4월 12일~17일 미국·라스베이거스	NAB2008 http://www.nabshow.com/	미디어 방송	2007년 10월 4일~12일 한국·부산	부산국제영화제 2007 http://www.piff.org/ntro/default.asp	영화
2008년 5월 14일~25일 프랑스·런	Cannes International Film Festival http://www.festival-cannes.org/	영화	2007년 11월 8일~11일 한국·고양시	Gstar2007 http://www.gstar.or.kr/	게임
차세대 게임 개발 마당(2007년은 6월 11일~13일) 미국·산타모니카	E3(Electronic Entertainment Expo)2008 http://www.e3expo.com/	게임	차세대 게임 개발 마당(2007년은 4월 29일~5월 2일)중국·광주	중국국제영화·애니메이션 박람회 http://www.cicaf.com/	만화·애니메이션
차세대 게임 개발 마당(2007년은 7월 5일~8일) 프랑스·파리	Japan Expo http://sakul.com/index.php	CG	차세대 게임 개발 마당(2007년은 6월 16일~24일) 중국·상해	상해국제영화제 http://www.siff.com/	영화

이 요약본의 권리는 일본 디지털콘텐츠협회(DCAJ)가
가지고 있고, 디지털콘텐츠백서2007은 일본국내에서
유료로 판매되고 있습니다.

국문 요약본 자료는 당 협회로부터 허락을 받아
한국문화콘텐츠진흥원 일본사무소가 번역 배포하고
있습니다.

© Digital Content Association of Japan(DCAJ)