



『 일본에서의 신 한류 엔터테인먼트 최신동향 』

○ 작성 취지

- ‘겨울연가’이후 중년층을 중심으로 한 한류 붐이 정착되면서, 현재는 드라마를 중심으로 한 중년 소비층 중심으로 안정적인 한류가 진행되고 있다고 평가
 - 최근 ‘주몽’, ‘대장금’ 등 사극인기를 배경으로 한 남성 중년층의 관심은 유지되면서, 일본 내 한국 여성 아이들의 인기상승으로 10~20대 중심의 새로운 팬 층 형성
 - 의미 있는 점은, 그동안 한국음악의 불모지로만 여겨졌던 일본 음악업계에 새롭게 K-POP이 특히 인기 아이돌 중심으로 자리를 잡고 있다는 점으로, 이하에서는 이를 중심으로 한 최근의 엔터테인먼트 동향을 정리, 재조명해 보고자 함
- ※출처 : 「월간 닛케이엔터테인먼트 5월호」 (Nikkei BP사 발행) 등 종합 정리

○ 작성 순서

1. 「신 한류 엔터테인먼트 최신 동향」
2. 「신 한류① : 드라마 편」
3. 「신 한류② : 음악 편」
4. 「시사점」

1. 『신 한류 엔터테인먼트 최신 동향』

□ 「주요동향 종합」

- 「음악」 : 10~20대 여성층 중심으로 한국 아이돌 그룹에 팬 층 형성
 - 2월 발매된 동방신기 현지 베스트앨범 'BEST SELECTION 2010'이 50만장 돌파
 - 동방신기 해체와 더불어 준수, 재중, 유천의 3인 유닛이 새로 결성, 금년 6월 오사카 돐, 도쿄 돐에서 **빅 콘서트** 개최 예정

☞ 과거 한국 아티스트들의 일본진출이 많았으나, 동방신기가 일본에서 대성공을 이룬 이유로 일본어로 노래를 부르고, 버라이어티 프로그램에 일본어 토크를 구사한 점이 성공사례로 지적, 이에 따라 모든 연예인의 희망인 'NHK 홍백가합전'에도 출전하는 대성공을 이룸

「준수/재중/유천 신 유닛 사이트」 (에이벡스 운영)
○ 동방신기 해체 후 에이벡스에서 상기 3명의 신 유닛 결성과 동시에 오사카/도쿄 돐에서 대대적인 콘서트 개최 예정(6/5~6/6, 6/12~6/13) ☞ http://rhythmzone.net/jyj/index.html

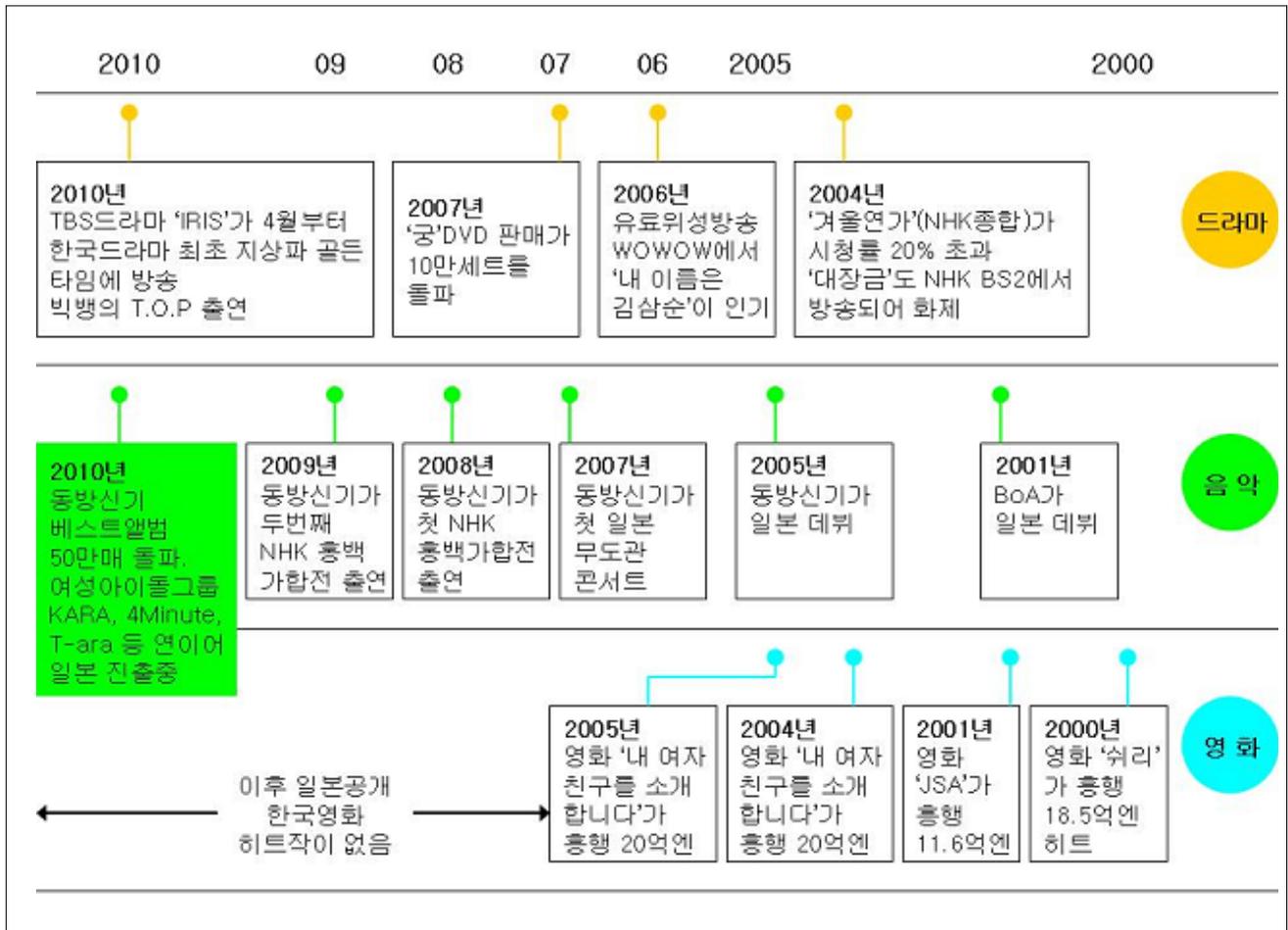
- 「드라마」 : 일본 TV사상 한국드라마 '아이리스'가 평일 골든타임대인 **매주 수요일 9시** 방송(4월 21일, 현지어 더빙 판 첫 방송)
 - 특히 초반부 아키타 현을 배경으로 한 촬영 분은 일본에서도 화제가 되어 사전 홍보방송, 한국 관광객 수 등을 상세히 방송

「아키타 현청 홈페이지 내 아이리스 사이트」

- 아키타 현 사이트 내에 **아키타 촬영지 중심**으로 한 관광사이트 구축
 - 드라마 일본 내 방송 정보도 안내 중
- www.pref.akita.lg.jp/icity/browser?ActionCode=content&ContentID=1266886639625&SiteID=0



(그림1) 한국 엔터테인먼트의 인기 흐름 (월간 닛케이 5월호)



□ 「중요 시사 포인트」

○ 「일본 테이스트(맛)」

- 일본을 무대로 제작된 드라마가 일본인에 관심을 모으고, 드라마의 재미와 더불어 계 관계자들의 주목을 끌고 있음
 - 내년 방송예정인 한일 공동제작 드라마 ‘적과 흑’ 도 ‘아이리스’와 같은 아키타현 등 기타 지역에서 촬영
 - 한국드라마 내 일본 지역, 일본인 배우 등이 등장하는 일본 테이스트가 가미되어 일본 시청자들을 주목을 끌고 있음
 - ☞ 동방신기 ‘재중’이 출연하는 후지TV의 목요드라마(22시 방송) ‘솔직하기 못해서(素直になれなくて)’는 일본인 배우와 공연, 배경은 동경

○ 「여성그룹의 도래 및 주목」

- 기존 한국 아이돌 스타라면, ‘동방신기’, ‘SS501’ 등 남성 아이돌그룹 중심
- 최근 한류 확산, 마켓 확대를 위해 ‘4Minute’, ‘KARA’ 등의 여성 아이돌 그룹들에 대한 ‘선행자 이익’을 얻기 위해 업계 관계자들이 붐을 조성

「포미닛(4Minute) 일본 공식 사이트(Universal Japan)」

- 일본 1st 싱글(Musik) 발매(5/5), 일본 1st 라이브공연 실시(Zepp Tokyo(5/8))
 - ※ 공식 데뷔전 프리미엄 라이브(3/5) 실시
 - ☞ www.universal-music.co.jp/4minute/

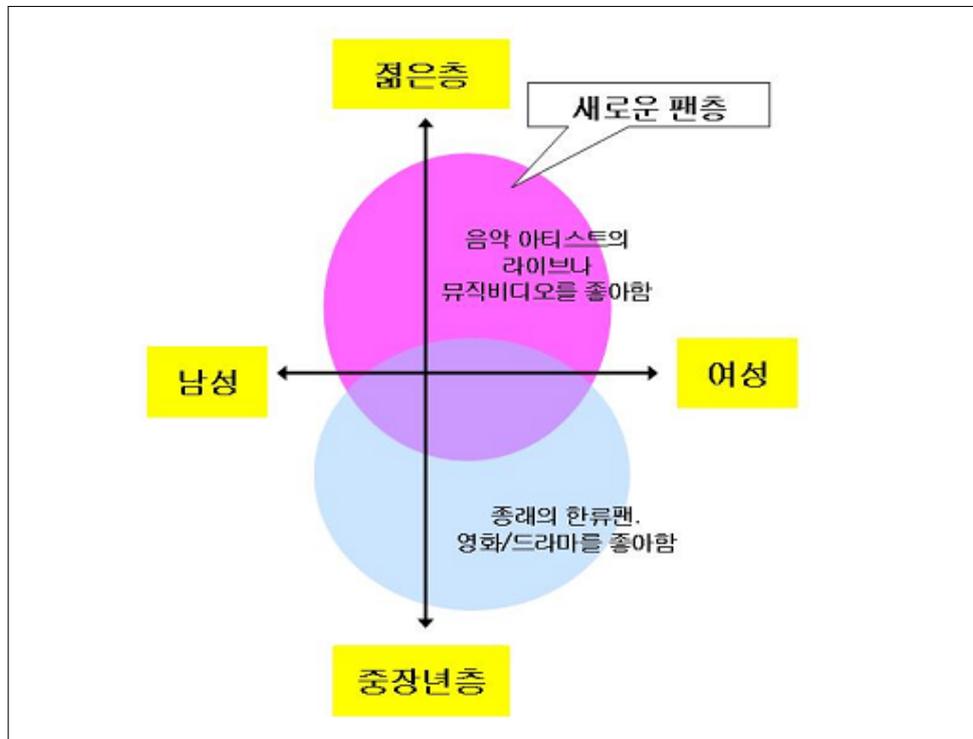


「카라(KARA) 일본 공식 사이트」

- 일본 1st 라이브공연 실시(아카사카BLITZ, 2/7)
- 공식팬클럽 발족 팬 미팅 실시(요코하마 미나토미라이홀, 5/9)
- ☞ www.karaweb.jp



(그림2) 한국 엔터테인먼트 팬 구성도 (월간 닛케이 5월호)



2. 『신 한류① : 드라마 편』

□ 「Cross Over(아이리스를 중심으로)」

- 최근 많은 한국 드라마가 배우, 제작사, 촬영지가 한일 양국에서 크로스 오버로 제작되고 있음
 - 대표적인 사례로, 일본 방영 전부터 TBS의 골든타임에 방영이 정해져 화제가 된 ‘아이리스’임
 - TBS 요시노 유코 프로듀서의 의하면, 아이리스는 한국 측 프로듀와 5년 전부터 기획 구상하였다고 함
- 캐스트, 스탭 모두 한국인이지만, ‘아이리스’는 기획단계에서부터 TBS가 참가하고 있기 때문에 기 제작된 작품을 구매하는 종래의 방법과는 다른 노선을 취하고 있음
 - 특히, TBS가 ‘아이리스’를 일본에 전개하기 위해 한국 제작사에 요청한 2가지 조건이 있었는데
 - ① 극중 러브스토리 요소를 가미할 것
 - ⇒ ‘러브’ 요소는 드라마의 주 시청자가 여성이기에 여기에 어필하기 위한 것
 - ② 음악과 영상은 일본에서 비즈니스하기 쉽도록 권리를 명확히 처리할 것
 - ⇒ 이는 지금까지 일본에 소개된 드라마 중 음악과 극중 삽입 영상 등에 대한 권리처리가 명확하지 않아 제대로 일본 내 비즈니스 전개가 되지 않았기 때문
- 이 모든 조건이 클리어 되면서 드라마 제작에 투자와 동시에 일본 국내 모든 권리를 가지고 비즈니스를 전개하는 획기적인 사례라고 볼 수 있음

□ 「K-POP 가수가 배우로 등장」

- 일본 상반기 드라마 편성 작품 중 화제는 4월 15일부터 후지TV가 매주 목요일 22시에 방영중인 ‘솔직하지 못해서(素直になれなくて)’에 등장하는 동방신기 출신 영웅재중이 메인 캐스트 중 한명으로 출연하는 것
- 내용은, 인터넷을 통해 알게 된 남녀 5명의 사랑과 우정을 그린 현대극으로 각본은 한국에서도 인기 있는 키타가와 에리코(北川悦吏子)씨가 담당
 - ☞ 주요 각본작품 : ‘사랑한다고 말해줘’, ‘롱 버케이션’, ‘뷰티플 라이프’, ‘러브 스토리’, ‘천국의 우편배달부’, ‘하늘에서 내리는 일억 개의 별’ 등

- ☞ ‘천국의 우편배달부’는 삼화네트웍스 제작의 텔레시네마7 작품 중 한 작품으로 ‘영웅재중’이 주연
- 한국 감독, 캐스트로 제작, 일본인 시나리오 작가의 각본으로 제작된 ‘텔레시네마7’도 전형적인 크로스오버 작품인데, ‘천국의 우편배달부’가 5월 29일 일본 전국 64개 극장 개봉 예정으로 올 가을에는 TV아사히를 통해 방영 예정

드라마 ‘솔직하지 못해서’	텔레시네마 ‘천국의 우편배달부’
	

- 그 외에도 같은 텔레시네마7 작품 중 ‘19’에 **빅뱅의 V.I**가 출연, ‘아이리스’(4/21~, 매주 수요일 9시 방영)에는 빅뱅의 ‘T.O.P’이 출연하고 있음
- ☞ ‘빅뱅’은 ‘09년 일본레코드대상(일본작곡가협회 주최, TBS 후원 뮤직어워드) 최우수신인상 수상
- 일본에서도 인기가 높았던 드라마 ‘꽃보다 남자(한국판)’에 출연했던 **김 준은** ‘티맥스’의 멤버로, 에이벡스가 전개하고 있는 **핸드폰TV방송국인 BeeTV**에서 3월 20일부터 서비스하고 있는 모바일드라마 ‘피그말리온의 사랑(キミの記憶をボクにください)’에 주연으로 출연중임
- ☞ 일본에서도 인기가 높았던 ‘커피프린스1호점’에 출연했던 김재욱도 주연으로 출연

모바일드라마 '피그말리온의 사랑'



- 에이벡스 통신방송 관계자는 'BeeTV의 주 유저는 대부분 한류드라마 미경험자가 많은 20대 여성이 주류로, 이를 타겟으로 삼기 위해서는 신세대 스타가 필요하다'라고 함
- 향후 한국 아티스트의 일본드라마나 공동제작 작품 등에서의 출연이 늘어날 것으로 보이며, 이에 따라 한일 양국간 차세대 배우들뿐만 아니라 스텝진들의 교류가 활성화되리라 봄

3. 『신 한류② : 음악 편』

□ 「남성그룹 : 포스트 동방신기」

- ‘동방신기’의 일본에서의 성공은 탁월한 가창력, 장신의 빼어난 스타일 이외에 일본어 커뮤니케이션 능력이 있는 친근감 있는 캐릭터라는 점임
- 현재 ‘동방신기’ 뒤를 이어 많은 남성 아이돌그룹이 가창력, 외모뿐만 아니라 일본어 구사로서 일본에서의 인기를 획득하고자 노력하고 있는 가운데, 특히 ‘초신성’이 인기를 모으고 있음
- ‘초신성’은 여성 아이돌그룹 ‘T-ara’와 함께 ‘TTL’이라는 Collaboration Unit명으로 3월부터 방송중인 패밀리 레스토랑 CM에 기용되어 일본어로 노래를 부르며, 일본어로 캠페인 안내를 하고 있음
 - ☞ CM송의 타이틀 ‘J·P는 Japan Project의 약자로, 일본진출 의욕을 강력히 내비치고 있으며, T-ara에 있어서 실질적인 일본 데뷔 곡임
 - ☞ 신 유닛명 ‘TTL’은 작년 두 아이돌 그룹의 멤버가 모여 발표한 히트싱글 ‘Time To Love’의 약자임
- ‘동방신기’가 일본어를 유창하게 하면서 ‘샤베쿠리007’, ‘오샤레이즘’ 등의 버라이어티 프로그램에 출연하였는데, ‘초신성’도 일본어가 유창한 ‘윤희’를 리더로 의욕적으로 일본어를 습득, 현재 ‘오모이키리PON!’ 등의 정보 버라이어티 프로그램에 출연하면서 인지도를 높이고 있음
- 남성 아이돌그룹들이 버라이어티 프로그램, CM 등의 영상분야에도 참여 하면서 인지도를 높이고 있는데, 이러한 분야에 활동영역을 넓히는 또 하나의 이유로 일본 팬들의 인지도 유지라고 할 수 있음
 - 이들 아이돌 그룹의 비즈니스영역을 축소시키지 않고 양국에서 활동을 유지하기 위해서는, 콘서트를 통한 일시적인 공연으로 끝내는 것이 아니라 일본 팬들에게도 항상 자신들을 기억에 남기기 위해 CM이나 TV프로그램에 출연하는 것
- 한 예로 이미 많은 일본 여성 팬을 확보하고 있는 SS501은 현재 주 무대를 한국에서 활동하고 있음에도 불구하고, 리더 김현중이 출연한 ‘꽃보다 남자’가 다채널을 통한 재방송 등의 영향으로 일본 내에서는 여전히 SS501관련 프로그램이 인기가 있음

- 동 드라마의 OST에 참가한 'SHINee'는 작년에 일본 데뷔, 현재 디지털 싱글이 에이벡스의 Mumo를 통해 'Ring Ding Dong'이 서비스중임



□ 「여성그룹 : 공백영역 진입」

- 일본 정식 데뷔 전 '초신성'과 같은 Mnet미디어 소속 '티아라'의 CM데뷔 등은 CM을 내는 기업의 히트 전에 먼저 인기를 확보하고 싶다는 목적이 부합된 결과임
- 특히, 정식데뷔전에 'KARA'의 경우, 아카사카BLITZ에서 1회의 유료 프리미엄이벤트를 기획했었으나, 티켓의 판매가 순조로워서 낮, 저녁 2회 공연을 실시하였고, '4Minute'의 경우도 시부야 SHIBUYA-AX 공연장에서 초청이벤트를 실시하였는데, 10배 가까운 응모가 있었음
 - 이들 2가지 사례의 공통점으로 들 수 있는 것은,
 - ① 이미 고정 팬이 형성되어 있다는 점
 - ② 집결한 여성 팬의 대부분이 10대~20대라는 점
- 처음 일본에 한국 여성 아이돌그룹이 소개된 것은 1998년 'S.E.S'가 에이벡스를 통해 데뷔한 것이 처음이라고 볼 수 있으며, 이후 2004년 '슈가'가 호리프로를 통해 데뷔, 'Being 그룹의 GIZA studio를 통해 '쥬얼리'가 데뷔하기도 했었지만, 모두 일본어로 노래를 부르긴 했으나 솔로로 성공한 BoA와 같이 실적을 쌓아가지는 못했음
- 지금 제2의 한국 여성 아이돌그룹의 일본진출이 시작되고 있는데, 그 이유는,
 - ① 메이크업, 헤어스타일, 패션 등에 별 차이를 느끼지 못하여 일본의 젊은층들이 한국 여성 아이돌그룹을 보고 '귀엽다'고 느끼고 있다는 점
 - ② 일본 음악시장에 R&B계열의 여성 댄스그룹의 부족한 점을 들 수 있음

- 이렇게 한국 여성 그룹은 남성 그룹의 캐릭터 중시와는 달리 비주얼과 음악성, 패션 등 동 세대의 팬들의 동경을 노리고 있다고 볼 수 있음



□ 「기타 아티스트」

- 한국의 아이돌그룹이라고 하면 R&B계열의 댄스나 발라드가 메인이나, 최근 밴드계열 아이돌 그룹의 새로운 인기 아티스트도 등장
- 한국에서는 밴드가 크게 히트하지 않아 많은 밴드 그룹들이 일본진출을 노리고 있는 가운데, CNBLUE나 FTIsland의 경우는 한국에서 인기를 굳히고 일본에 진출을 도모하고 있음
 - 일본 KNTV(위성CS방송)에서 소개되고 있는 드라마 '미남이시네요'에 출연 중인 정용화(CNBLUE), 이홍기(FTIsland)의 인기는 상승 중
- 반면, 솔로가수들의 활동이 뜸해지고 있긴 하지만, K-POP의 인기를 이야기할 때 빼놓을 수 없는 것도 솔로가수임
 - 일본에서도 소개된 바 있는 인기 드라마 '내조의 여왕'의 윤상현은 극중 불렀던 노래의 인기를 토대로 3월31일 일본 나카니시 야스시(中西保志)의 히트발라드 '최후의 비(最後の雨)'의 커버 곡으로 가수 데뷔
- 한편, 동방신기 시아준수의 쌍둥이 형으로 작년 버라이어티 프로그램 출연을 계기로 연예계 데뷔한 준호는, 4월 18일 일본 데뷔 쇼케이스를 성공리에 마치기도 하면서 인기를 모으고 있음



4. 『시사점』

- 한국서 **히트한 드라마를 수입** 방송하거나, 한국에서 인기 있는 가수들의 **1회성 공연**만으로는 이제 기존의 한류 팬에서 어필하는 것이 쉽지 않게 되어 있어 다양한 분야에서 **새로운 전략과 마케팅 기법**으로 한류 팬 층의 다변화를 도모하고 있음
- 드라마 '아이리스'처럼 **기획단계**에서 일본의 방송사를 참여 유치하거나, 한일 양국의 배우, 스태프, 촬영지 등을 혼합시켜 제작하여 **이질감을 떨어뜨리는** 소위 '**크로스 오버**' 전략은 성공적이었으며, 이를 통해 신 한류의 새로운 붐을 일으킬 수 있는 가능성을 엿볼 수 있었음
- K-POP 분야에서도, '동방신기'나 'BoA'에서 배웠듯이 **철저한 현지화** 작업을 하면서, **현지TV 출연** 등을 통해 **지속적인 자기 홍보 및 인지도 상승** 등을 도모하면서 **10대~20대 중심의 젊은층 확보**에 지혜를 모으는 전략이 필요한데, 특히 최근 인기를 끌고 있는 여성 아이돌그룹에게도 적용되는 전략이라고 사료됨
- 나아가 **비주얼, 음악성, 패션**으로 일본의 젊은층과의 **일체감과 동질감**을 어필하면서 주목을 받는 것이 필요하며, 이에 대한 **비즈니스 가능성**으로 이를 둘러싼 **업계의 선점 경쟁**이 두드러지고 있는 가운데 현지 팬들과의 조화(언어, 패션 등)를 기본으로 한 원칙에 충실한 비즈니스 전개가 필요할 것으로 판단됨