



『2010년 40호 ‘주간 심층이슈’』



『 2011년 일본콘텐츠산업 전망』

○ 작성 취지

- 일본의 각종 주간지는 작년 연말 일본 콘텐츠산업에 대해 최근 동향과 금년도 전망을 분석하는 특집을 게재하고 있음.
- 일본의 우수주간지가 제시하는 금년도 일본 콘텐츠산업 전망을 정리함으로써 국내콘텐츠기업의 일본진출전략 및 사업수립에 참고하고자 함.

※출처 : 「주간동양경제」(2010.12.25/2011.1.1), 「주간다이아몬드」(2010.12.25/2011.1.1), 「닛케이비즈니스」(연말 특집), 기타관련자료 등에서 발췌

○ 작성 순서

1. 「일본콘텐츠산업 전망」

- 방송·통신, 게임, 전자서적, 스마트폰, 소셜미디어, 엔터테인먼트, 영화와 3D콘텐츠, 가전, K-POP

2. 「시사점」

1. 『 일본콘텐츠산업 전망』

□ 「방송·통신」

- 2011년 7월 24일 아날로그 방송중단과 전면적인 디지털방송 전환으로 일본의 총가구 가운데 약 10~15%가 디지털 방송 수신이 불가능.
- 조사에 따르면 디지털방송을 수신할 수 없는 가구는 약 745만에 이르며 대부분 빌딩 및 맨션 등에 따른 수신장애임.

- 건물주가 수신시설을 설치하고 수신장애를 해결해야 하지만, 자비 등의 비용부담과 더불어 시간이 소요.
- 아날로그 방송은 수신되나, 지상파디지털방송이 나오지 않는 새로운 ‘난시청’ 문제도 미해결 상태임.
- 수백만 가구의 시청자가 디지털 방송을 수신할 수 없게 됨에 따라 **방송사의 광고수입감소가 예상됨**. 방송사는 자체콘텐츠제작보다 **콘텐츠구매를 우선하고 방송광고외수입 늘리기를 강화**
- 디지털방송전환에 따른 시청자 확보와 이탈시청자 최소화, BS디지털의 신규채널 증가(현 22채널→29채널), 휴대멀티미디어방송플랫폼 개국준비 등으로 **콘텐츠 확보를 두고 채널간 경쟁은 한층 치열해질 전망**

<(표1) BS디지털방송 채널 현황>

현재 방송중	11.10월 방송개시예정	11년 말 방송개시예정
NHKBS-1(11.4월부터 HD방송예정)	스타채널플러스(영화)	J sports PLUS(스포츠)
NHKBS-2(11.4월부터 HD방송예정)	스타채널클래식(영화)	J sports ESPN(스포츠)
NHK하이비전('11.3월 방송종료예정)	J sports 1(스포츠)	양화★시네필 이마지카(애니메이션)
WOWOW(11.10.1부터 3채널)	J sports 2(스포츠)	BS-F(가칭)(낙시등)
스타채널HV (클래식과 플러스가 참가해 BS에서 3채널)	애니맥스(애니메이션)	일본영화전문채널(영화)
BS닛테레(현행유지)	BS-FOX(영화)	D-Life(가칭)(영화)
BS아사히(현행유지)	스카젠 804(영화)	디즈니 채널(영화)
BS-TBS(현행유지)	방송대학학원(교육)	
BS후지(현행유지)	그린채널(경마등)	
BS일레븐(현행유지)		
Twelv(현행유지)		

- 아날로그방송중단에 따라 비게 되는 **유효 주파수할당을 두고 이를 확보하기 위한 통신사업자간 경쟁도 심화될 전망임**.
 - 새롭게 사용가능한 주파수대역은 700메가헤르츠부터 900메가헤르츠
 - 향후 일정은 금년 6월경 정기국회에서 전파법 개정안이 통과되고, 이에 입각해 7월 이후 가이드라인 고시 발표, 10월쯤 사업자 선정예정.
 - 통신사업자 입장에선 급속한 스마트폰 보급으로 인터넷 이용 늘어나 이에 따라 **통신트래픽 부담이 크게 증가**.
 - **통신트래픽 완화를 위해 새로운 주파수 확보 절실한 상황**으로 NTT도 코모, au, 소프트뱅크 등 통신사업자간 경쟁이 격화될 전망.

※현재 ‘전파경매’ 도입에 적극적인 민주당, 이에 반대하는 총무성간에 대립중

- 금년 4월부터 휴대전화의 SIM로크해제 조치로 **유저의 네트워크 선택이 자유로워질 전망.**
 - 다만 소프트뱅크가 ‘황금알’인 아이폰의 SIM로크를 해제할 가능성은 크지 않아 **시장에의 영향은 한정적일 가능성.**
 - 소프트뱅크는 일부 휴대단말에서만 로크를 해제할 방침이고, 통신방식이 다른 au는 호환성이 없음.
- 작년 11월 **방송법 개정(박스 참고)으로 영상콘텐츠 등을 둘러싼 방송통신, 인터넷 업계의 각축전이 더욱 치열해질 전망임.**
 - 통신사업자의 방송시장진출, 방송사업자의 통신시장진출도 **방송영상콘텐츠 수요확대**

<방송법 개정 주요내용>(2010.11.26)

- 방송·통신융합을 제도화한 **60년만의 발본적 개정**
- ‘방송’의 정의를 기존의 “공중에 의해 직접 수신되는 것을 목적으로 하는 ‘무선통신’에서 ‘전기통신’으로 개정
 - 방송·통신의 경계를 허물고 **하나의 방송법체계에서 수용**
 - 무선국면허를 가진 사업자가 **통신과 방송업무 겸업가능.**
 - 이에 따라 **방송하지 않은 심야시간대를 이용해 낮 시간대 콘텐츠 전송가능.**
 - 4개 방송관련 법률을 하나 방송법으로 통합.
 - **외부제작사가 방송국 설비를 이용해 방송 가능.**
 - 경영난에 직면한 지방방송국이 **방송설비를 통합적으로 운영가능**
- 복수 방송국에의 출자비율 상한을 현행 5분의 1에서 **3분의 1로 완화.**
 - 키스태이션의 지방방송국 지원이 용이해짐.



□ 「게임」

- 일본 게임산업은 2010년 바닥을 치고 금년엔 회복세로 전환될 전망.
 - 2007년부터 2009년까지 매출이 줄곧 2조 엔을 넘어섰으나 2010년에는 2조엔을 밑돌 것으로 예상.
 - 금년엔 닌텐도 3DS가 2월쯤에 발매될 예정이고 중반쯤엔 소프트메이커가 일제히 소프트를 시장에 투입하면서 매출이 늘어날 전망.
 - 시장이 회복되더라도 기존의 유명소프트 의존구도, 신규고객층 유입 미미, 해외시장에서의 고전 등으로 장기전망은 불투명한 상황임.
 - 온라인 게임은 특정 유저가 한정된 게임만을 즐기는 포화상태며, 급성장한 모바일 게임도 고성장의 한계가 엿보이기 시작함.
- 일본의 SNG플랫폼은 외부의 게임개발자에 오픈되어 있는 상황에서 외국 업체 진출도 예상되어 우수한 게임콘텐츠 확보를 둘러싼 경쟁은 한층 가열될 전망
 - 야노경제연구소에 따르면 2009년도 311억엔에서 금년엔 1,000억엔을 넘어설 것으로 전망
 - 일본의 SNG시장은 외국과 달리 PC보다 휴대전화를 중심으로 발달되어 있으며 모바게(DeNA)와 GREE, mixi(SNS기업)의 SNG 플랫폼이 3분하고 있는 양상임.
 - ※모바게, GREE, mixi 모두 2,000만명 이상의 가입자를 보유하며 매출은 개발자 7, 플랫폼 3으로 나누며 매출의 절반이 이익
 - 세계 최대 SNS인 '페이스북'이 일본진출을 강화할 전망이고 SNS기업인 사이버 에이젠트와 GMO인터넷가 스마트폰 기반의 SNG구축에 나서고 있고 SNG시장은 경쟁이 치열해질 전망이다.
 - 일본의 SNG는 휴대전화가 베이스로 기본 플레이는 무료이나 게임아이템에 과금하는 모델임.
 - 이용형태는 주로 통근 및 통학, 취침전에 잠시 심심풀이로 즐기는 형태가 일반적임.
 - 일본은 통화료와 병행해 이용료 등을 징수하는 시스템이라 게임 중에 유료 아이템을 구입하기 용이.



□ 「전자서적」

- 2010년이 ‘전자서적원년’이고 했지만, ‘선전’만 요란했지 ‘내용’이 부실했음.
 - 2010년 매출은 600억엔을 넘어설 것으로 추정되나 대부분이 만화와 사진집이며 활자콘텐츠는 절판본 등이 많이 포함되어있고 약 수 만점 정도의 양, 시장은 수십억엔 수준에 불과
 - 2010년 5월의 ‘iPad’, 11월의 갤럭시 탭에 이어 12월에 샤프의 다기능 단말 ‘갈라파고스’, 소니의 전자서적단말 ‘리더’가 발매되어, 본격적인 보급이 기대됨.
 - 샤프의 갈라파고스는 CCC와 합작회사 TSUTAYA GALAPAGOS를 설립, 풍부한 콘텐츠로 승부. 잡지 라인업 50지정도이며 금년에는 100지로 확대할 방침. 신문, 잡지 등의 정기전송서비스모델을 축으로 하는 것이 소니 및 아마존과 결정적인 차이.
 - 고화질의 칼라 액정을 채택했고 금년 봄부터 영상 및 음악, 게임 전송 서비스를 개시하며 계약은 100만 건이 목표
 - 소니의 ‘리더’는 종이의 질감을 최대한 구현했고 1,400권 보존가능하며 문자확대가 가능해 고령자에도 유리하다는 평가
 - 일본의 전자서적 단말은 샤프와 CCC연합의 ‘갈라파고스’ 진영과 소니, KDDI, 아사히신문사,-dot판인쇄 연합의 ‘북리스타’ 진영으로 양분
 - ※약 2만권 이상의 전자서적을 취급하는 ‘리더 스토어’를 최근 설립
- 금년 봄에 구글의 ‘E-BOOK STORE’가 일본진출 예정이며 아마존의 킨들도 일본시장을 노리고 있어 전자서적시장은 서서히 경쟁이 뜨거워질 전망.
- 대일본인쇄와 NTT도코모가 종이와 전자서적을 취급하는 하이브리드형

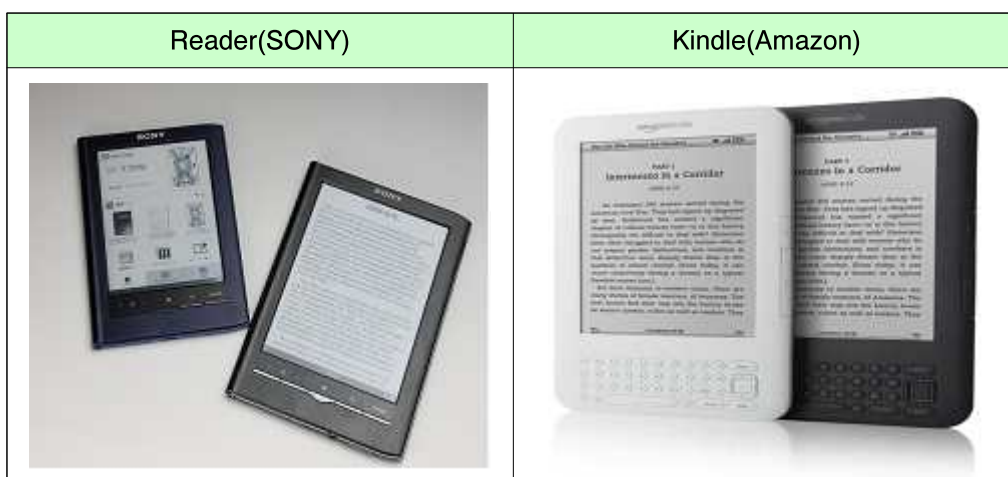
서점을 설립, 금년 1월부터 NTT 도코모 대상 휴대단말로 전송개시.

- 소프트뱅크도 서점 서비스를 개시하는 등 경쟁가열
- 전송서비스별로 규격이 제각각 이어 **표준화가 최대과제**임. 가령 소니의 ‘리더’에서 샤프의 ‘갈라파고스’용 서적 및 신문을 열람할 수 없음.
- 외국에선 PC에서 다운로드해서 단말로 읽을 수 있으나 다만 일본은 불가능한 상태로 비즈니스환경은 갖춰지지 않은 상태임.

<(표2) 일본 주요 전자서적용 단말기 일람>

제품명	화면크기/중량(가격)	발매일	특징	전송서비스
GALAPA GOS (sharp)	5.5형/220그램(3만9800엔) 10.8형/765그램(5만4800엔)	'10.12.10	10.8형으로 신문 및 잡지 열람도 가능, 5.5형은 7시간 구동	신문외, 서적, 만화, 잡지등 2만권
iPad (Apple/Softbank)	9.7형/680그램 (4만8800엔~)	'10.5.28	30만종류이상의 풍부한 애플리케이션 전송	서적, 동영상, 음악, 게임등 폭넓게 서비스
Galaxy Tab(Samsung/NTT DoCoMo)	7형/382그램 (3만엔 전후, 휴대회선 계약 필요)	'10.11.26	기본소프트에 ‘안드로이드’ 최신판을 탑재, 높은 처리능력	실험서비스중, 금년 봄에 서적 및 만화, 잡지등 제공
Readers (SONY)	5형/155그램(약 2만엔) 6형/215그램(약 2만5천엔)	'10.12.10	전자페이퍼 채택, 일반사용시 1만페이지 독서 가능	문예 및 실용서등 서적 2만권
Kindle (Amazon)	6형/247그램(139달러~)	'10.8.27	최신형은 일본어 표시	영문서 70만권이상, 일본어 서적제공은 미정

※ 출처: 닛케이신문('10.11.29일자)



□ 「스마트폰」

- MM총합연구소에 따르면 2010년도 스마트폰 출하대수가 675만대로 전망, 일본내 스마트폰은 누적 1000만대 수준으로 추정됨. 금년엔 출하대수가

1,545만대로 확대될 전망이다.

- 작년에 iPhone 4가 폭발적으로 판매되어 스마트폰 붐이 확대일로. 라이벌인 '안드로이드'를 탑재한 스마트폰도 잇따라 출시됨.
- 작년 여름에는 NTT 도코모에서 '엑스페리아'와 '갤럭시 S', au의 휴대전화지갑 및 원세그(지상파방송을 휴대전화로 수신) 등이 경쟁적으로 발매되어 스마트폰이 주력 제품으로 판매되고 있음
- ※작년 연말 기준 전체 휴대전화의 절반이 스마트폰
- 금년에도 신형 스마트폰이 잇따라 출시될 예정으로 신기종간의 경쟁이 과열되어 후반부에는 도태되는 회사도 나올 가능성.
- 휴대전화 및 태블릿 단말의 글로벌화가 진행되어 미국등과 더불어 특히 한국, 대만(HTC), 중국(華爲技術)등 아시아산제품의 진출이 두드러질 전망.
- 특히 안드로이드는 동업종 타사도 동일한 OS를 탑재하기 때문에 치열한 가격경쟁을 유발할 가능성.
- iPad 출시로 태블릿 단말이 주목받고 있음. 출판, 자동차, 섬유, 의료.제약 등의 업계 및 서비스업, 영업직에서 급속도로 확대중임.
- 스마트폰의 보급은 기존 통신사업자의 사업기반을 붕괴시킬 위험을 갖고 있음.
 - 자체 인터넷망을 경유하지 않고 곧바로 인터넷에 접속가능하며 종전 유료 전송했던 뉴스 및 날씨 등은 무료로 열람가능.
 - 통신사업자가 통제 가능한 것은 가격과 네트워크 밖에 없는데, 경쟁치열해지면 가격인하 경쟁에 빠질 수도 있음.

□ 「소셜 미디어」

- 일본내 트위터 이용자는 1,000만명, 2008년부터 진출한 페이스북은 현재 약 200만명 수준으로 많지 않지만, 2011년에는 크게 늘어날 것으로 예상됨. 2010년은 '페이스북 원년'이 될 것으로 전망.
- 페이스북(유저수 약 5억명)은 현재 세계 최대검색사이트 '구글' 방문자를 앞지르고 유저가 가장 오랜 시간 체류하는 미디어가 됨.
 - 페이스북 창시자 주커버그의 성공스토리가 일본에서 개봉예정.
- 사교활동을 서포트하고 네트워킹 서비스를 제공하는 페이스북이 일본에서 부진했던 배경은 일본인이 인맥구축에 소극적이었기 때문임.

- 자신이 선택한 상대와만 주고받는 **폐쇄적인 커뮤니케이션**을 제공해 성공한 **믹시가 그 전형적인 사례**임.
 - 믹시사이트에서 친구(‘마이믹’) 검색기능을 추가(메일어드레스에 의한 ID검색기능 추가)하려하자 유저로부터 ‘자신이 노출되는 것은 곤란하다’며 대량 클레임이 제기된 바 있음. 결국 메일 어드레스 검색기능은 중단되었음.
 - **믹시 회원**은 익명으로 참가하는 가상적인 사교장과 현재의 인간관계로부터 도피하기 위한 ‘**셸터**’로서 **SNS의 폐쇄성을 선호**하고 있음.
 - 반면 SNS기업인 ‘GREE’는 게임을 매개로 ‘**엔터테인먼트 플랫폼**’을 지향하며 **회원수를 크게 늘림**.
- 페이스북과 트위터 애용자는 40세 이상의 이용자임. **금년에도 40대 남성을 중심으로 페이스북 이용자가 크게 늘어날 것**으로 보임.
- 지금까지 잘 알지 못했던 지인이 공통의 취미 및 생각을 가지거나 음악 등의 화제를 계기로 친구와 우정을 나누거나 **커뮤니케이션 하는 재미가 널리 인식**되고 있음.
 - 금년엔 트위터라는 잠재적인 유저 예비군을 중심으로 페이스북 이용자가 크게 늘어날 것임.
- 구글과 야후의 제휴(10.7월)가 허용되면서 일본내에서 구글 검색엔진은 90%의 점유율을 가짐. **거대 공룡 출현으로 검색엔진시장은 성장이 둔화될 전망**.
- 유효경쟁이 어려워 **중소검색엔진업체는 심각한 경영난에 봉착할 전망**. 이에 대한 대응 차원에서 **마이크로소프트와 네이버재팬이 제휴**
- **일본SNS기업의 글로벌진출도 강화될 전망**임.
- 믹시는 중국의 **렌렌**, 한국의 **사이월드와 제휴**, DeNA는 미국의 스마트폰 어플리케이션 개발사 등에 잇따라 **출자 및 매수** 등



□ 「엔터테인먼트」

- 2010년은 남성아이돌그룹 '아라시'와 여성아이돌그룹 'AKB'가 싱글 히트 랭킹 상위를 거의 독점하다시피했음.
 - 아라시는 어린이와 10대 그리고 F2층(여성 35세~49세)에서 인기였음.
 - 아라시의 인기를 지탱한 연령층은 이른바 '모녀일체형'으로 딸이 아라시를 좋아해서 엄마도 의사연애(擬似戀愛)가 가능.
 - 딸이 사달라고 하면 엄마가 돈을 내는 패턴으로 시간과 돈을 가진 것은 이들 모녀일체형임. 이들을 사로잡지 않으면 엔터테인먼트 비즈니스는 성공하기 어려움.
 - 원래 일본은 여성아이돌의 인기가 높은 나라인데, 그 동안 부재상태가 지속되었음. 음악이 '전송'주도로 되고 신인여성가수가 TV에 출연할 수 있는 기회가 적어졌기 때문임.
 - 이런 상태에서 경쾌한 음악을 부르고 친근함을 무기로 한 AKB48이 등장해서 크게 인기를 얻었음.
 - 금년에도 아라시와 AKB48의 인기는 계속될 것으로 전망됨.
- 지상파방송이 하나같이 프라임 타임대에 시끌벅적한 버라이어티를 편성하고 있어 고령자(인구의 4분의 1 차지)들은 오히려 BS디지털 등에서 편성하는 여행프로그램, 예술프로그램, 과거 다큐멘터리, 영화 등을 한층 선호하게 될 것임.
- 작년에 개그맨 등의 등용문인 코미디 프로그램이 몇몇 폐지 및 축소되었는데, 시청률부진이 원인.
 - 따라서 인터넷 및 극장에서 인기 코미디언 및 개그맨이 탄생할 가능성이 커질 것임.
 - 특히 일본최대의 연예프로덕션인 '요시모토흥업' 등이 인터넷 및 극장 비즈니스 강화를 선언, 인터넷에서 인기를 얻어 스타가 되는 젊은 개그맨도 나오고 있음.



□ 「영화&3D콘텐츠」

- 2010년 극장흥행수입은 2,200억엔으로 역대 최고를 기록할 전망이다. 다만 영화관객이 증가한 것은 아니며 3D영화 추가요금에 따른 매출증가로 분석
- 금년에도 일본영화와 허리우드 영화의 강세가 이어질 것임.
 - 시네마콤플렉스의 보급에 따라 비즈니스 흥행 중시의 상영구도가 정착, 그 결과 유럽 영화는 자취를 감춤.
- 3D영화는 작년에 이어 인기를 유지할 전망이다.
 - 3D영화의 보급으로 영화자막이 없어지고 더빙이 주류가 될 것임.
 - 2010년 흥행수입 상위는 아바타, 이상한 나라의 앨리스, 토이 스토리 3은 3D영화로 모두 흥행수입 100억엔을 돌파.
 - 금년에도 ‘캐라비언의 해적 4’, ‘해리포터와 죽음의 성물 PART2’, ‘카즈 2’등이 개봉예정
- 한편 스튜디오 지브리 영화 등이 개봉될 예정이며, TV드라마의 영화화 대작이 적어지고 반대로 ‘고백’, ‘악인’처럼 TV방송국 제작외의 작품이 늘어날 전망이다.

<(표3) 11년도 3D 동향>

분야	내용
게임	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소니 컴퓨터 엔터테인먼트 및 닌텐도 등의 3D게임이 잇따라 출시될 예정. - 닌텐도 3DS는 나안으로 즐길 수 있음. 3D사진 촬영도 가능 - 플레이 스테이션(MOVE)도 모션 콘트롤러를 채택, 대응소프트도 잇따라 발매될 예정 ○ 플레이스테이션의 인기소프트 ‘그란츠리스모5’ 최신판 2010년 11월 출시
영화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2011년에도 잇따라 허리우드 3D 대형작품 개봉예정 - 일본의 3D는 아직 애니메이션이 주류이며 실사 3D제작은 미미 - 소년 마이로의 화성모험기(2011.4) - 미국 코믹의 인기 히어로도 3D로 등장

	※마이티 소(2011.7), 캡틴 아메리카/더 퍼스트 어벤저(2011.10) - 트랜스포머 다크 어브 더 문(2011.7월 개봉) - 픽사의 애니메이션 속편 3D '카즈 2'(2011.7월 개봉) - 일본최초의 본격 3D영화는 CG애니메이션 ※'프렌즈 모노노케시의 나키'(2011.12월 개봉)
스포츠	○ 야구, 축구 및 럭비, 피겨스케이팅 등 3D콘텐츠가 더욱 제작될 전망 - 골프 레슨 프로그램도 3D제작



□ 「가전제품」

- 2010년 에코포인트 정책에 힘입어 박막형 TV가 불티나게 판매됨.
 - 박막형TV는 1,800만대를 예상했으나 2,400만대 판매된 것으로 추정.
- 그러나 금년도 일본내 TV시장은 1,000만대 정도로 크게 축소 전망.
 - 2011년 7월 24일 아날로그 방송중단으로 이미 상당수의 TV수상기 교체수요가 완료되었기 때문임.
 - 스마트폰과 태블릿 PC의 판매도 늘어날 전망. 그러나 TV수상기 만큼의 수익에는 못미칠 전망.
 - 대형 메이커들이 잇따라 태블릿 단말기 발매(삼성, 샤프, 미국 델 및 휴저렛 팩커드가 태블릿 단말기 개발, 캐나다의 리서치 인 모션등)
 - 태블릿 단말기의 보급으로 넷북이 궁지에 몰릴 것임.
- 소니 제품의 구글TV(안드로이드OS를 채택한 구글TV 등 인터넷에 접속 가능한 IPTV)가 일본에서 발매되며 도시바에서도 출시예정.
- 3DTV도 콘텐츠의 확충과 수상기 가격인하에 따라 본격적인 보급기에 돌입할 것으로 예상
- 일본내 PC시장은 법인수요는 피크를 넘어섰고, 개인수요도 부진

□ 「K-POP」

- 2010년엔 소녀시대와 KARA로 대표되는 K-POP여성아이돌그룹의 인기가 일본음악업계의 큰 화제였음.
 - 복합적 요인에 의한 인기이지만, 무엇보다 동방신기가 구축한 일본내 K-POP인기 기반에 힘입은 바 큼.
 - 수십만명의 동방신기 팬이 동방신기 해체후 발견한 것이 소녀시대와 카라였음. 이때 K-POP 정보수집의 거점이었던 '유튜브'도 큰 역할
 - 카라 데뷔 싱글 15만장, 소녀시대 16만장 판매되었고 팬은 10대 후반 부터 20대여성이 중심임.
 - 수록곡 모두 한국어로 된 앨범이 히트차트 상위권에 랭크됨.
 - 일본에 장기체재하며 J-POP를 불러 인기를 모은 보아 및 동방신기 모델은 소녀시대 및 카라 등의 한국어 노래 히트로 바뀌고 있음.
- K-POP아이돌그룹의 진출러시는 금년이 피크를 맞이할 것임.
 - 진출한 그룹 모두가 성공하는 것은 아니며 일부 퇴출되는 가수도 생길 것임.
 - 동방신기의 부활과 그 이후의 활동재개도 K-POP인기에 큰 영향을 미칠 것임.
 - 아이돌가수가 출연한 드라마가 다량 수입될 전망.
 - 일본어를 자유롭게 구사하는 한류연예인도 일본TV에 등장할 것임.
- 한류 연예인 팬미팅 및 K-POP가수 콘서트 이벤트가 늘어날 것임.
 - 대형 K-POP이벤트도 다수 개최될 예정.

2. 『시사점』

- 금년엔 디지털방송, 스마트폰, 3D, SNG, 전자서적, K-POP 등에서 '성장'이 두드러질 것으로 한 해가 될 전망이다.
- 새로운 하드웨어 및 미디어가 보급되면 될 수록 콘텐츠의 중요성은 더욱 더 강화될 것임.
 - 금년에도 새로운 콘텐츠 유통수단이 잇따라 시장진입을 시도하는 만큼, 하이리스크의 자체제작보다 외부 및 해외콘텐츠에 대한 의존도는 심화

될 것으로 전망.

- 일본경제의 장기불황이 지속되는 가운데, 광고수입 및 개인소비도 위축되고 있는 상황임.
 - 콘텐츠에 대한 보수적 투자성향은 금년에도 이어질 전망이며 상대적으로 해외우수콘텐츠에 대한 '수요'는 증가할 것으로 보임.
 - 기존 미디어 및 플랫폼업체는 현재의 시장을 대체할 만큼, 새롭게 부상 중인 콘텐츠시장이 큰 것이 아니나 현재의 정체감을 타개하고 시장선점 및 확대를 위해 보다 구체적인 움직임을 보일 것으로 전망.
- '갈라파고스화'(일본인의 내향적 특성)에 대한 사회적 반성과 오픈마켓의 스마트폰 및 K-POP붐 등의 반동으로 일본콘텐츠의 글로벌화가 한층 강화될 전망이다.