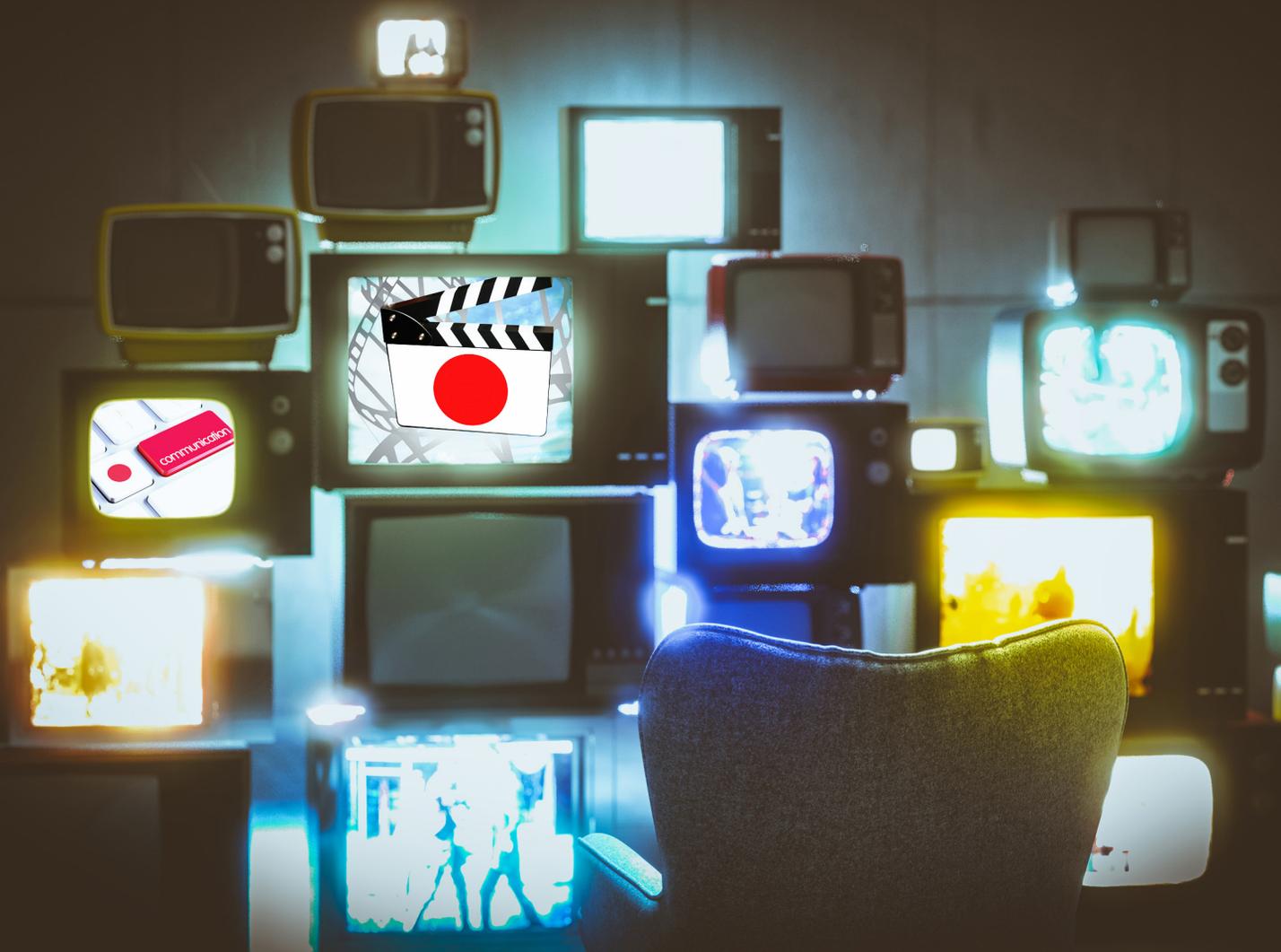


일본의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원정책 동향

[목차]

1. 들어가며
2. 일본 정부의 부처별 미디어콘텐츠 해외진출 지원정책 동향
3. 일본 정부의 미디어콘텐츠 해외진출 지원정책 시사점
4. 마치며



요약문

“

최근 일본 내각부는 ‘새로운 쿨 재팬 전략’, ‘새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행 계획(콘텐츠산업 활성화 전략)’, ‘지적재산 추진 계획 2025’, 경제산업성은 ‘엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략-콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성을 위한 5개년 행동 계획’, 총무성은 ‘방송 콘텐츠의 제작능력 강화 및 해외 수출 추진 패키지’ 등 정부 부처마다 자국의 미디어콘텐츠 산업을 활성화하고 해외 진출을 지원하기 위한 계획을 연이어 추진하고 있다. 한·일간 국제공동제작이 늘어나고 글로벌 협업도 심화하는 추세다. 일본 정부의 전략을 살펴보고 일본의 해외 진출 지원정책과 산업 동향으로부터 얻을 수 있는 시사점을 다루고자 한다.

”



들어가며

최근 일본에서는 내각부는 ‘새로운 쿨 재팬 전략’, ‘새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행 계획(콘텐츠 산업 활성화 전략)’, ‘지적재산 추진 계획 2025’, 경제산업성은 ‘엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략-콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성을 위한 5개년 행동 계획’, 총무성은 ‘방송 콘텐츠의 제작능력 강화 및 해외 수출 추진 패키지’ 등 정부 부처마다 자국의 미디어콘텐츠 산업을 활성화하고 해외 진출을 지원하기 위한 계획을 연이어 추진하고 있다.

이러한 일본의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원 정책은 처음이 아니다. 우리나라 K-콘텐츠가 세계적으로 인기를 얻고 나자, '국제적으로 인기가 많은 IP를 가진 일본도 할 수 있다', '한국은 콘텐츠 수출이 국책사업이어서 성공했으니 일본도 국책 사업으로 지원해야 한다'는 여론이 생기면서, 2010년부터 '쿨 재팬(Cool Japan) 전략'을 시행했고 약 500억 엔을 투자해 일본 미디어콘텐츠의 해외 진출을 지원했으나 일본 내에서도 뚜렷한 성과를 내지 못한 정책이라는 평가를 받았다. 2024년부터 다시 한번 '새로운 쿨 재팬 전략'을 중심으로 다양한 정부 부처가 협력해 미디어콘텐츠 해외 진출 정책을 다양하게 실행하게 되었다.

일본은 정부 부처별로 다양하게 정책을 발표하고 있으나, 유일한 목표는 2033년 콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성이다. 지난 '쿨 재팬 전략'이 뚜렷한 수치 목표가 없어서 실패했다는 분석 결과가 있어 이번에는 모든 부처가 동일 목표를 향해 다양한 계획을 실행하고 있다.

일본 콘텐츠 수출 20조 엔 목표를 달성하고, 해외 매출이 증가하면, 일본의 매력에 해외에 알려지면 서 인바운드(inbound) 관광, 식품, 뷰티 등 일본이 '쿨 재팬' 산업으로 분류한 분야의 매출도 증가할 것으로 예상된다. '쿨 재팬' 산업 매출 2033년 50조 엔 달성을 추가 목표로 삼고 있다.

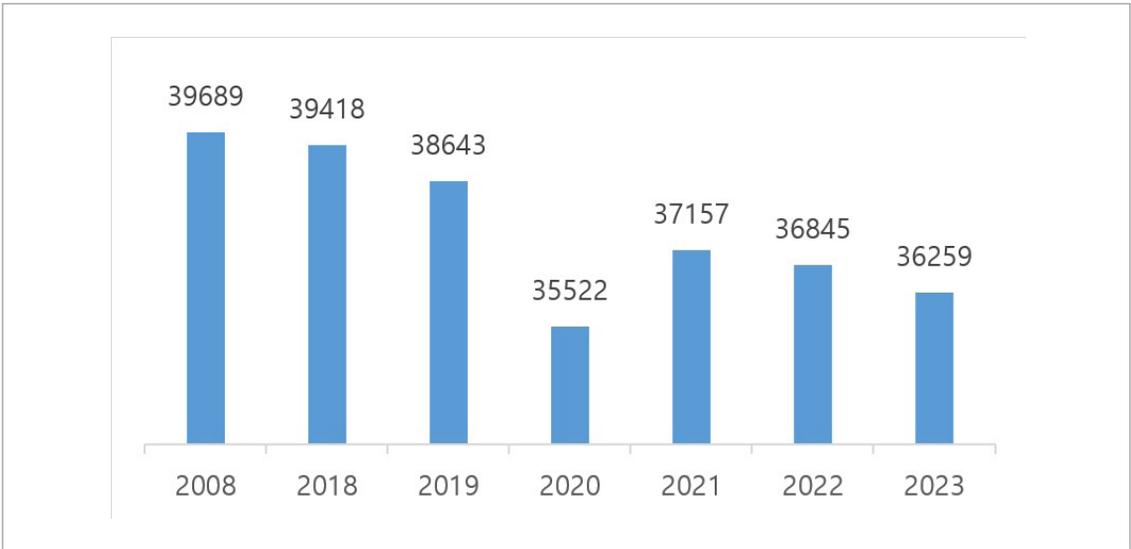
일본 내각부와 총리실은 일본의 콘텐츠 산업이 반도체 산업보다 규모가 큰 만큼, 콘텐츠 산업을 기간 산업으로 정의하고 더 많은 지원을 통해 큰 틀을 만들고자 한다. 경제산업성은 콘텐츠 산업 전반의 수출 증가, 총무성은 방송사업자 중심의 수출 증가를 위해 지원 사업을 펼치고 있다.

일본 정부는 이를 '올(All) 재팬 전략'이라 부르며 부처 간 협력을 강화하고 있다. 또한, 일본의 민간사업자도 경제산업성 및 총무성과 협력해 일본의 미디어콘텐츠 해외 진출을 돕기 위한 사단법인이나 비영리단체를 설립해 컨설팅 및 홍보 기회를 제공하고 있다.

민간에서는 일본 방송사업자의 글로벌 협력이 늘어나고 있다. 한일 방송제작사가 공동제작한 드라마가 일본 OTT와 한국 유료방송에서 함께 방영되는 등 다양한 사례가 늘고 있다. 일본 방송제작사의 넷플릭스 진출도 늘고 있다. 일본은 미디어콘텐츠 관련 내수 시장이 크고 탄탄해서 대부분의 사업자가 해외 진출에 관심이 없는 것으로 알려졌다. 지상파 민영방송국 영업이익률은 2013년 6.5%에서 2023년 3.6%로 감소했으나 계속 흑자를 유지하고 있다. 케이블방송도 영업이익률이 2013년 8.4%에서 2023년 8.0%로, 위성방송 영업이익률도 2013년 8.9%에서 2023년 6.0%로 감소했으나 흑자를 유지하고 있다. 그러나 2022년부터 전체 방송 산업 시장 규모가 조금씩 감소하기 시작하면서 한·일 공동제작 및 해외 진출에 관심을 보이고 있다.

일본의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원 전략이 한국 미디어콘텐츠 업계와 K-콘텐츠 수출에 어떤 영향

<그림 1> 일본 방송 산업 시장 규모¹⁾ (단위:억 엔) (지상파, 위성방송, 케이블방송, 공영방송NHK 매출 합계)



을 미칠 것인지, 일본 정부의 전략을 살펴보고 일본의 해외 진출 지원정책과 산업 동향으로부터 얻을 수 있는 시사점을 다루고자 한다.

part 2

일본 정부의 부처별 미디어콘텐츠 해외 진출 지원정책 동향

2-1. 내각부

일본의 국가 전체 주요 정책 입안을 담당하고 총리의 행정업무를 지원하는 행정기관인 내각부는 2024년 6월 '새로운 쿨 재팬 전략'을 발표했다. 내각부는 일본의 콘텐츠 산업은 반도체 산업보다 규모가 크며 기간산업으로 키울 필요가 있다고 보고, 미디어콘텐츠 산업의 성장과 해외 진출을 지원하는 '새로운 쿨 재팬 전략'을 발표했다.

1. 총무성. (2025.7). 2025년도정보통신백서

〈표 1〉 일본 정부의 미디어콘텐츠 해외 지원 정책

정부 부처	정부 부처	정부 부처	정부 부처
경제산업성	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 쿨 재팬 전략 - 새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행 계획(콘텐츠산업 활성화 전략) - 지적재산 추진 계획 	2033년 콘텐츠 해외 매출 20조 엔 달성	콘텐츠 산업을 일본 기간 산업으로 지정하고 지원
경제산업성	<ul style="list-style-type: none"> - 엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략 - 콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성을 위한 5개년 행동 계획 - 콘텐츠 해외 진출 촉진/기반 강화 사업 보조금 		일본 콘텐츠 산업 전반에 걸친 해외 진출 지원
경제산업성	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 콘텐츠 제작능력 강화 및 수출 추진 패키지 - 방송 콘텐츠 해외 진출 추진 및 조성 사업 - 방송 콘텐츠 해외 진출 촉진 기구 지원 		일본 방송사업자가 제작한 콘텐츠의 해외 진출 지원

출처: 필자 작성.

‘쿨 재팬 전략’은 2010년 당시 한류 붐을 넘어 K-POP, K-드라마, K-콘텐츠가 세계적으로 인기를 얻는 현상을 보고 한국은 콘텐츠 산업을 국책사업으로 지원해서 성공했으나 일본은 정부가 지원하지 않아 성공하지 못했다는 여론이 생기면서 시작되었다. 경제산업성을 중심으로 정부 예산 약 500억 엔을 투자해 ‘쿨 재팬 기구’(해외 수요 개척 지원 기구)를 설립하고 일본 콘텐츠 산업의 해외 진출을 지원했으나 큰 성과를 내지 못했다. 이에 2024년 담당 조직을 내각부로 격상하고, 다시 한번 구체적인 목표를 설정해 ‘새로운 쿨 재팬 전략’을 발표하게 되었다.

그러나 ‘쿨 재팬’이 일본 정부의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원을 위한 첫 지원책은 아니다. 일본은 이미 2001년부터 콘텐츠 산업의 해외 진출을 지원해왔다. 2001년 경제산업성 안에 문화정보관련산업과(미디어/콘텐츠과)를 신설하고 정부가 전략적으로 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임 등 일본 콘텐츠의 해외 진출을 지원하는 사업을 시행했었다. 이러한 사업은 ‘쿨 재팬 전략’의 기초가 되었다. 경제산업성에 따르면 ‘쿨 재팬’이라는 용어는 미국에서 시작되었다고 한다. 일본의 ‘쿨(Cool)’한 소프트 파워를 널리 알려야 한다는 미국 언론 보도를 보고 ‘쿨 재팬’이라는 용어를 사용하게 되었다고 한다. 일



본이 콘텐츠 산업을 전략 산업으로서 정부 차원에서 적극적으로 지원을 시작한 것은 2001년으로 볼 수 있다.

일본 내각부의 ‘새로운 쿨 재팬 전략’은 미디어콘텐츠는 물론이고 뷰티, 패션, 식품, 관광까지 다양한 분야의 해외 진출을 지원하는 정책이다.

‘새로운 쿨 재팬 전략’의 목표는 크게 3가지가 있다.

- ① 만화, 애니메이션, 게임, 영화 등 일본 콘텐츠 산업의 해외 매출을 2033년 20조 엔으로 늘린다.
(2022년 약4.7조 엔, 2023년 약5.8조 엔)
- ② 콘텐츠, 인바운드 관광, 식품, 뷰티 같이 일본의 매력을 알릴 수 있는 분야를 ‘쿨 재팬’ 관련 산업으로 분류하고 해당 분야의 해외 매출을 2033년까지 50조 엔으로 확대한다. 일본 식당 해외 진출, 농수산물 수출 증대, 패션 뷰티 관련 일본 브랜드 수출 증대, 일본 애니메이션의 배경이 된 지방 도시를 찾아가는 ‘성지 순례’ 관광을 늘리고 다양한 외국어로 안내하는 콘텐츠를 제작해 일본을 찾는 인바운드 관광객이 늘어나 지방 경제가 활성화 되는 것 등을 목표로 한다.
- ③ 주요 국가 및 지역을 대상으로 한 조사를 정기적으로 실시해 일본을 좋아한다고 응답한 해외 일본 팬 비율을 10%p 늘린다.

내각부는 지난 ‘쿨 재팬 전략’이 명확한 목표 부재, 수출이 늘어도 제작자는 큰 이익을 거두지 못하는

2. 내각부 홈페이지 (2026년 1월 18일 기준)

애매한 계약, 아날로그 콘텐츠 위주의 수출 전략으로 디지털 시대에 맞지 않는 상품 기획 등으로 인해 큰 성공을 거두지 못했다는 점을 반성했다. 그리고 '새로운 쿨 재팬 전략'은 명확하게 3가지 목표를 제시했다. 이를 달성하기 위해 구체적인 행동 계획도 마련했다.

주요 계획은 ①미디어콘텐츠 분야 제작비 지원 ②민관 공동 투자 증액 ③미디어콘텐츠 번역 지원 ④ 해외 전시회 참가 등 홍보 지원 ⑤지식재산권 보호 강화 ⑥AI를 활용한 제작 기술 지원 ⑦아날로그 미디어콘텐츠의 디지털화 지원 ⑧열정페이(일본에서는 원하는 일을 하는 보람을 내세우며 임금을 착취한다고 해서 야리가이 착취(やりがい搾取)라고 함) 방지를 위한 노동 환경 개선 ⑨일본 콘텐츠를 좋아하는 팬덤 만들기, ⑩매해 약 2조 엔으로 추정되는 해적판 유통 단속 강화 등이 있다.

미디어콘텐츠 업계의 열정페이 방지를 위해 프리랜서를 포함한 모든 콘텐츠 제작 참여자들이 제작사와 구두 계약이 아닌 서면으로 계약서를 작성하고, 명확한 업무 범위와 임금을 책정하는 계약 방식을 도입하기 시작했다.

팬덤 만들기를 위한 인바운드 관광 상품도 늘고 있다. 애니메이션이나 게임에 등장하는 지방 도시를 관광하는 '성지 순례'를 위해 관광 안내를 다언어로 지원하고 외국인 관광객이 참여할 수 있는 이벤트를 다양하게 개최하도록 지원하고 있다.

'새로운 쿨 재팬 전략'을 위해 편성된 예산은 2024년 386.78억 엔, 2025년 599.47억 엔(최종 예산은 변동될 가능성 있음)이며 2026년도 예산은 아직 발표되지 않았으나 콘텐츠 산업 진흥, 콘텐츠 산업의 해외 진출 지원, 일본 문화의 해외 전파를 위한 홍보, 콘텐츠를 매개로 해외 관광객 유치, 콘텐츠 디지털 아카이브화, 크리에이터 육성 및 지원 등을 위해 비슷한 규모의 예산을 편성할 것으로 알려져 있다. 한편으로 일본 콘텐츠 수출 20조 엔 달성 과제로서 일본 음악 산업의 공신력 있는 해외 매출 통계가 없다는 점이 문제 되고 있다. 특히 유튜브 뮤직(YouTube Music), 스포티파이(Spotify) 등 음악 스트리밍 서비스를 통해 일본 음악을 서비스한 매출 통계, 일본 가수의 해외 라이브 공연 매출과 관련된 공신력 있는 통계가 없어서 음악 시장 해외 매출을 정확히 파악하지 못하고 있다. 음악 시장을 포함하면 일본 콘텐츠 해외 매출은 실제 일본 정부가 파악한 금액보다 많을 것으로 예상된다. 이에 음원 저작권자들은 정부 기관이 인용할 수 있을 정도로 신뢰할 수 있는 음악 산업 수출 통계를 만들려 하고 있다.

내각부는 2024년 6월 '새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행 계획' 및 '지적재산 추진 계획'을 추가로 발표하고, 2033년 콘텐츠 해외 매출 20조 엔 달성을 다시 한번 강조했다.

'새로운 쿨 재팬 전략'을 중심으로 경제산업성은 콘텐츠 산업의 전반적인 디지털화와 해외 진출 지

원, 총무성은 방송 콘텐츠 산업의 해외 진출 지원, 문부과학성은 크리에이터 개인 지원 자금 운용으로 나눠 지원하기로 했다.

일본 콘텐츠 산업 해외 진출 지원을 위한 민관 협력을 강화하기 위해 일본의 방송/영화/만화/음악/애니메이션/게임 등 거의 모든 콘텐츠 제작사 대표가 참가하는 ‘콘텐츠 산업 관민(민관) 협의회’, ‘영화 전략 기획 위원회’를 조직했다.

내각부는 2025년 9월 미디어콘텐츠의 해외 진출을 지원하는 정책을 종합한 ‘디지털 관련 산업의 글로벌화 촉진 시책’을 발표하고 콘텐츠 산업의 국제 경쟁력 강화, 일본 기업 시가총액에서 콘텐츠 산업이 차지하는 비율이 절반 이상이 되도록 지원, 수출을 위한 저작권 해결 및 이에 대한 적정한 대가를 다시 한번 강조했다.

2-2. 경제산업성

우리나라의 산업통상부와 유사한 경제산업성은 내각부의 ‘새로운 쿨 재팬 전략’과 연계해 2025년 6월부터 ‘엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략-콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성을 위한 5개년 행동 계획’을 추진하고 있다. 경제산업성 또한 공동 목표인 2033년 일본 콘텐츠 매출 20조 엔 달성 및 콘텐츠 산업 전반에 걸친 국제 경쟁력 강화를 위해 ①지적재산 육성 ②인재 양성 ③아날로그 콘텐츠의 디지털화 투자 ④국제 유통망 정비 ⑤팬덤 형성을 지원하며 콘텐츠 해외 진출 촉진/기반 강화 사업 보조금도 운용하고 있다.

경제산업성의 엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략의 2025년 예산은 약 350억 엔으로 5가지 원칙에 따라 지원한다.

- ① 단발성 지원이 아닌 전략적 대규모 장기 지원
- ② 일본 콘텐츠의 전 세계 유통을 위한 국제 유통망 정비 사업 투자
- ③ 지원은 하되 작품 내용은 간섭하지 않음
- ④ 지원 제도 간소화
- ⑤ ‘하이리스크 하이리턴’(High risk high return), 새로운 기술이나 사업 모델 등 도전적인 사업을 우선 지원

경제산업성은 콘텐츠 해외 진출 촉진/기반 강화를 위한 크리에이터 사업자 보조금 사업 JLOX+(Ja-

pan content Localization and business transformation Plus)도 진행하고 있다. 콘텐츠 관련 보조금으로 사업마다 지원 규모는 다르나, 최대 사업비의 50%, 2억 엔까지 지원받을 수 있다. JLOX+의 경우 우리나라에서는 국제 공동제작 영화나 드라마를 일본에서 촬영하면 제작비 절반가량을 돌려받을 수 있는 일본 정부의 예산 지원 프로그램으로 알려져 있다. 일본 국내에서는 JLOX+가 콘텐츠 산업의 해외 진출 및 현지화, 해외 시장 개척을 위한 홍보 보조금으로 활용되고 있다. JLOX+ 보조금을 사용할 수 있는 범위는 제작비, 특수효과비, 전시회 참가비, 현지화, 번역비, 아날로그 콘텐츠의 디지털화, 해외 홍보비, 콘텐츠 제작 관련 AI 및 앱 개발비 등 다양하다. JLOX+ 보조금은 경제산업성 예산이나 특정 비영리 활동 법인 영상 산업 진흥 기구(VIPO)가 공모 모집 및 선정 등 사무국 역할을 담당한다.

2-3. 총무성

방송 통신 정책을 담당하는 총무성은 2025년 2월 ‘방송 콘텐츠의 제작능력 강화 및 수출 추진 패키지’를 발표하고 내각부, 경제산업성과 공동 목표인 2033년 콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성을 지원하고 있다.

패키지 내용은 일본이 현재 과제로 삼고 있는 점을 해소하기 위해 ①글로벌 시장이 요구하는 고품질 콘텐츠 제작을 위해 첨단 기술을 보유한 인재 양성 및 제작 현장의 올바른 거래 관행 도입 ②수출을 위한 권리 명확화 및 저작권 업무 효율화 ③일본 방송 콘텐츠를 모은 OTT 플랫폼/해외 유통 채널 개발을 추진한다. 총무성의 방송 콘텐츠 수출 지원 예산은 2025년 약25.6억 엔이다.

일본 방송 콘텐츠를 모은 OTT 플랫폼이 2026년 3월부터 태국에서 서비스를 시작한다. 총무성과 이동통신사인 NTT도코모(NTTドコモ)가 협력해서 NTT도코모와 협력 관계인 태국 이동통신사의 OTT에 일본 채널을 신설하고 일본 방송 콘텐츠를 제공하기로 했다. 태국에서 시작한 뒤 여러 나라의 OTT에 일본 채널을 추가할 예정이다.

총무성은 일본 내의 제작 투자, 수출을 위한 권리 처리, 콘텐츠 해외 유통이라는 3가지 요소가 원활히 순환함으로써 방송 콘텐츠 제작능력이 강화되고 해외 진출도 늘어날 것으로 보았다. 총무성은 무엇보다도 방송 업계의 적절한 거래 환경, 제작 참가자에 대한 대가 산정에 문제가 있다는 업계의 목소리를 반영하고자 한다. 이에 2023년부터 ‘방송 콘텐츠의 제작 거래 적정화에 관한 가이드라인’을 제작하고 방송사업자 및 제작사에 배포했다. 총무성은 국제 표준에 맞지 않는 방송 콘텐츠 제작 관행으로는 매력적인 콘텐츠 제작과 해외 진출이 모두 어렵다고 생각해서 계약서를 체결하지 않는 잘못된 제작 관행을 없애고자 방송 콘텐츠 제작 전문 법률상담을 시작했다. 그리고 계약서를 반드시

체결했는지 수시로 설문 조사하고 있다.

총무성은 2025년부터 일본의 방송사업자, 방송제작사를 대상으로 해외 방송 또는 서비스를 전제로 제작되며 4K, VFX(Visual effect), 3D CG, AI 기술을 사용한 드라마, 예능, 다큐멘터리와 같은 실사판 작품의 제작비를 50%, 최대 2억 엔 지원하는 보조금 사업 '선진 설비 등을 활용한 방송 콘텐츠 제작 촉진 사업'도 시작했다. 보조금은 제작을 위한 설비 구매 비용으로도 사용 가능하다. 방송이나 OTT 서비스를 전제로 한 콘텐츠여야 한다는 조건이 있으나, 이미 많은 수의 방송사업자가 보조금을 신청했다. 2025년은 합계 약 9억 엔 지원되었다.

총무성의 보조금 사업은 애니메이션 위주의 방송 콘텐츠 수출을 드라마, 예능, 다큐멘터리 같은 실사판 방송 콘텐츠 수출로 확대하기 위해서다.

총무성의 2025년 정보통신백서에 따르면, 일본 방송 콘텐츠 수출액은 2017년 444.5억 엔에서 2023년 835.8억 엔으로 증가했으나, 수출의 90.7%를 애니메이션이 차지하고 있었다. 방송 콘텐츠 수출 내역을 보면, 통계를 작성하기 시작한 2017년만 해도 애니메이션 82.9%, 드라마 8.1%, 예능 6.3%, 스포츠 0.6%, 다큐멘터리 0.2%, 기타 1.9%였으나 2023년에는 애니메이션 90.7%, 드라마 4.9%, 예능 4.1%, 스포츠 0%, 다큐멘터리 0.1%, 기타 0.2%로 애니메이션이 일본 방송 콘텐츠 수출의 대부분을 차지하고 있다. 이에 총무성은 애니메이션 이외의 방송 콘텐츠 수출을 늘리는 것을 2033년 콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔 달성의 지름길로 여기고 있다. 해당 보조금은 일본의 광고 대행사인 덴츠(電通グループ)가 사무국 역할을 담당하고 있다.

총무성은 국제 경쟁력을 갖춘 고품질 방송 콘텐츠가 많이 부족하다 보고 있다. 이유는 일본의 경우 이미 내수 시장만으로 충분히 이익이 되기 때문이다. 이제까지 해외 진출을 염두에 둔 방송 콘텐츠를 제작하지 않았고 현재도 4K로 제작한 방송 콘텐츠가 많지 않은 상황이다. 일본은 내수 시장이 큰 만큼, 방송 콘텐츠 제작 기획부터 저작권 처리까지 모든 업무가 일본 국내 시장에만 맞춰 있다. 그래서 2000년 이전에 제작된 방송 콘텐츠는 수출 의뢰가 와도 누가 저작권자인지 찾지 못해 수출하지 못하는 경우도 있었다. 총무성은 제작비 지원 외에도 수출하기 쉬운 저작권 처리 환경을 만들고자 한다. 총무성은 일반 사단법인 '방송 콘텐츠 해외 진출 촉진 기구'(BEAJ Broadcast Program Export Association of Japan)도 지원하고 있다. BEAJ는 2013년 8월 일본의 '쿨 재팬' 전략과 연계해 일본 방송 콘텐츠 산업 수출을 위한 컨설팅 업무를 돕는 민간단체로 설립되었다. 2026년 1월 현재 방송국, 방송제작사, 종합상사, 광고대행사 등 102개 기업이 BEAJ 회원사로 참가하고 있다. 운영비는 회원사의 회비 및 총무성 보조금이다.

총무성은 내각부의 '새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행 계획'의 일환으로 콘텐츠 산업 관계 부처 및 콘텐츠 산업 관계자가 참가하는 '콘텐츠 산업 관민(민관) 협의회'도 운영하고 있다. 해당 협의회를 통해 크리에이터 육성 및 콘텐츠 수출 진흥을 위한 업계의 목소리를 들으려 한다. 이제까지 일본 콘텐츠의 수출은 영화 아니면 애니메이션이었으나, 총무성은 애니메이션 이외의 방송 콘텐츠 수출에 주력하는 방향으로 지원하고 있다.

2026년 1월 총무성은 '방송 콘텐츠 제작능력 강화 및 수출 추진 패키지 2.0' 전략을 통해 방송 콘텐츠 기획 개발부터 유통까지 제작사들이 수출을 전제로 움직이는 구조를 구축한다는 계획을 발표했다. 총무성은 보조금 사업도 이어 나가며 보조금을 활용해 방송사업자 및 제작사들이 해외 공동제작으로 해외 OTT에 작품을 유통하는 경험을 통해 해외로 눈을 돌리는 기회를 제공하려 한다. 총무성은 2026년 1월 한국콘텐츠진흥원의 도움으로 일본 콘텐츠 제작사의 한국 연수를 시작했다. 한국과 공동제작에 관심 있는 일본 제작사가 한국의 제작사를 방문하고 교류하는 일정이었다.



일본 정부의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원정책 시사점

3-1. 단일 목표

일본은 내각부, 경제산업성, 총무성이 각각 미디어콘텐츠 해외 진출 지원정책 및 예산을 가지고 움직이나, 목표는 2033년 콘텐츠 수출 20조 엔 달성이다. 경제산업성은 콘텐츠 산업 전반, 총무성은 방송사업자 중심으로 지원하는 차이는 있으나, 누가 어떤 전략을 펼치든 목표는 하나이기에 부처별로 협력하는 구조를 만들었다.

3-2. 방송 콘텐츠 수출 지원에 집중

경제산업성과 총무성은 2033년 콘텐츠 수출 20조 엔 달성을 목표로 드라마, 예능, 다큐멘터리 등 방송 콘텐츠를 수출하기 위한 보조금을 지원하고 있다. 과거 '쿨 재팬 전략'은 이미 해외 인지도와 인기 있는 애니메이션, 게임, 캐릭터 위주로 지원을 했고, 방송 콘텐츠는 제외되었다. '새로운 쿨 재팬 전략'에서는 해외 OTT 방송 콘텐츠 수출을 중요하게 여기며, 최대 2억 엔을 지원하는 보조금 사업으

로 방송사업자들이 부담 갖지 않고 해외 진출을 위한 제작에 도전할 수 있는 환경이 마련되었다. 일본 정부는 방송 콘텐츠 수출을 위해 저작권 처리를 빠르게 할 수 있도록 절차를 개선하거나, AI를 활용해 화질을 개선하거나, 외국어 자막을 생성하는 기술 개발을 지원하는 등 콘텐츠 제작비 외에 주변 환경 개선을 위한 지원도 다양하게 제공하고 있다.

3-3. 민간 협력을 재팬 전략

일본 정부는 미디어콘텐츠 수출을 위해 사단법인이나 비영리기구(VIPO, BEAJ)를 적극 활용한다. 우리나라 콘텐츠진흥원과 유사한 역할을 담당하면서도 민간 조직이기에 자유롭고 유연하게 지원을 펼칠 수 있다는 장점이 있다. 우리나라의 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 같은 역할을 하는 경제산업성 산하의 수출 진흥 조직 일본무역진흥기구(JETRO)가 콘텐츠 수출도 담당하고 있으나, 이와 별개로 미디어콘텐츠 시장 확대, 방송 문화 발전, 일본 방송 콘텐츠에 대한 해외 이용자의 관심을 증가시키는 일만 담당하는 민간 조직을 늘리고 있다.

이러한 민간 조직 사업을 통해 일본 방송사업자와 제작사의 해외 공동제작이 늘어나고 있으며, 한국과 일본 간 공동제작 또한 증가하고 있다. 한·일 방송제작사가 공동제작한 드라마를 일본 OTT에 서비스하거나, 한국 유료방송에서 방영하는 등의 다양한 사례가 늘고 있다. 일본 방송제작사의 넷플릭스 진출도 늘고 있다. 일본의 방송제작사는 세계적으로 팬이 많은 K-콘텐츠의 도움을 받고 싶어하며, 한·일 공동제작 및 해외 진출에 관심을 보이고 있다.

방송/영화/만화/음악/애니메이션/게임 등 거의 모든 콘텐츠 제작사 대표가 참가하는 ‘콘텐츠 산업 관민(민관) 협의회’에 내각부를 중심으로 경제산업성, 총무성, 문화청, 외무성, 지식재산 전략 추진 사무국, 지자체까지 참가해서 업계 목소리를 경청하고 ‘올 재팬’으로 함께 수출을 늘리는 분위기를 만들고 있다.

part 4 — 마치며

일본의 미디어콘텐츠 해외 진출 지원 전략은 2001년부터 시작되었으며 전 세계에서 K-콘텐츠가 인

기를 얻고 꾸준히 시장 규모가 커지는 것을 보고 일본도 할 수 있다는 분위기가 생기면서 지원 규모가 커지기 시작했다. 일본 정부는 콘텐츠 산업을 기간 산업으로 정하고 예산을 투입하고있다.

일본은 미디어콘텐츠 산업 수출 지원 정책 사업인 '쿨 재팬'이 구체적인 목표가 없었기에 실패했다고 보고 다시 한번 2024년 '새로운 쿨 재팬 전략'을 통해 2033년 콘텐츠 산업 해외 매출 20조 엔을 목표로 여러 부처가 협력하는 방안을 실행 중이다. 이를 위해 작품당 최대 2억 엔의 보조금을 활용해 방송사업자와 제작사가 큰 부담 없이 해외 공동제작이나 해외 OTT에 서비스할 방송 콘텐츠 제작에 도전하도록 돕고 있다. 충분히 이익을 낼 수 있는 안정된 내수 시장에 만족하며 해외 진출을 꺼리는 일본 방송사업자가 많아 어떻게든 수출을 늘리려는 정부와 방송사업자의 힘겨루기가 이어졌으나 보조금이 생기면서 해외 진출에 도전하는 방송사업자가 늘고 있다.

이 과정에서 세계적으로 큰 인기를 얻은 K-콘텐츠 제작 노하우에 관심이 많은 일본 방송사업자와 시장규모가 큰 일본과 공동제작으로 제작비 부담을 덜고 싶은 한국 방송사업자 간의 이익이 맞아떨어져 한·일 공동제작 작품이 늘어나고 있다.

향후 일본 방송사업자는 일본 정부 보조금을 받고, 한국 제작사는 한국 정부 보조금을 받아서 더 규모가 큰 공동제작도 가능할 것으로 보인다. 한·일 공동제작으로 서로의 보조금을 잘 활용해서 새로운 콘텐츠 IP를 개발하고 전 세계에서 서비스 하는 등 다양한 협력 사업이 가능할 것으로 전망된다.

레퍼런스



참고문헌

- 내각부. (2024.6). 새로운 쿨 재팬 전략
- 내각부. (2024.6). 새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행계획
- 내각부. (2024.6). 지식재산 추진 계획
- 경제산업성. (2025.6). 엔터테인먼트 크리에이티브 산업 전략
- 총무성. (2025.7). 2025년도 정보통신백서
- 총무성. (2025.7). 선진 설비 등을 활용한 방송 콘텐츠 제작 촉진 사업
- 일본 영상산업진흥기구



본지에 게시된 내용은 필자 개인의 의견으로, 발행 기관의 공식 의견과는 일치하지 않을 수 있습니다.