www.kca.kr

Korea Communications Agency

2020 KCA Media Issue & Trend 01·4

트렌드리포트

일본

TV다큐멘터리 제작 지원 현황

1. 들어가며

2. 정부 차원의 방송콘텐츠 해외 전개 지원

3. 삿포로시의 국제공동제작 조성금 지원

4. Tokyo Docs와 Yahoo의 국제공동제작 지원

5. 마치며

일본

TV다큐멘터리 제작 지원 현황

천명재(게임물관리위원회)

요약문

일본의 TV다큐멘터리 지원 정책은 2010년 이후 정부의 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업의 하나로 간주되어 국제공동제작 지원과 국제문화교류 차원으로 진행된다. 지자체와 민간 차원의 지원 활동도 다양하게 전개되고 있는데, 특히 삿포로시의 다큐멘터리 국제공동제작에 대한 조성금 제도는 지방의 제작자에게도 충분한 기회를 제공하는 새로운 장이 되고 있다. 또한 민간 차원의 Tokyo Docs와 야후는 다큐멘터리의 국제공동제작 지원을 추진하여 해외에서도 널리 자금을 받아 제작하는 기회를 확대하고, 해외의 프로듀서와 공동제작을 추진하기 위한 인적네트워크 구축도 적극 지원하고 있다. 한편 독자적인 콘텐츠의 확보 및 증가를 도모하고 있는 넷플릭스가 2016년부터 Tokyo Docs에 참가함에 따라 일본의 TV다큐멘터리 제작 지원에도 어떠한 변화가 초래될지 귀추가 주목된다.

1. 들어가며

일본에서 TV다큐멘터리의 시작은 공공방송의 일본방송협회(NHK)가 1954년에 처음으로 정시 편성한 것에서 출발하며, 1950년대 후반에는 NHK의 사회다큐멘터리가 본격적으로 등장하고, 1960년대 초반에는 민방의 휴먼다큐멘터리가 출현했다. 이에 따라 1960년대 중반 이후에는 NHK와 민방 모두 사회·교양 분야를 대폭 증가하고 휴먼·기행·과학 등의 분야도 방송하기 시작했다. 1970년대 이후부터 NHK는 사회·인간·기행·과학·자연 분야를 망라하고 대형 해외기행, 정치·경제, 근현대사 검증, 미래예측 등을 주제로 하는 TV다큐멘터리를 확대하고, 1980년부터는 다큐멘터리 국제공동제작을 추진하기 시작했다. 이에 비해, 민방에서는 각사의 네트워크 재편성을 완료하고 현재의 지상파TV 체제가 구축되었지만, TV다큐멘터리는 점차

로컬 편성과 심야 편성으로 전환되어 1980년부터는 로컬 방송국이 TV다큐멘터리를 제작하는 체제가 형성되었다. 또한 1990년대는 기술혁신의 진전에 따라 민방에도 위성방송의 다채널화가 도래하여 TV다큐멘터리의 수는 증가했지만, 경기침체의 영향으로 예산 삭감에 고전해 왔다.

2000년대에 들어와 젊은 층의 TV 시청 감소 현상이 진행되는 상황에서도 NHK는 사회문제 전반을 다루는 다큐멘터리와 인간·장소 등의 소프트한 사회성을 주제로 하는 다큐멘터리 등을 편성하여 2008년 상반기(4월~9월)의 골든타임(저녁 7시~10시)에 13.6%의 평균 시청률을 달성하기도 했다.[1] 이렇게 좋은 성과를 거둘 수 있었던 데에는 1940년대 후반의 베이비붐 세대(団塊世代)가 정년퇴직 후에 다큐멘터리를 즐겨보는 것에서 비롯되었다는 분석이 있다. 이에 민방에서도 중년층과 노년층을 시청타깃으로 하는 TV다큐멘터리 제작이 점차 활성화되고 있다.

한편 방송사업자의 TV다큐멘터리 제작에 대한 일본 정부의 콘텐츠 진흥 정책은 2003년 내각부의 지적재산전략본부 설치와 2004년 「콘텐츠의 창조, 보호 및 활용의 촉진에 관한 법률」 제정을 통해 시작되었지만, 주요 내용은 콘텐츠 자체에 대한 직접적인 지원보다 인프라 정비와 이벤트 개최 등을 중심으로 전개되었다. 그러다 2010년 경제산업성이「Cool Japan」을 발표한 이후에는 콘텐츠의 해외 전개를 위한 지원 정책이 본격적으로 등장했다. 특히 방송콘텐츠와 관련해서는 정부 부처(총무성, 경제산업성, 외무성, 관광청, 농림수산성)가 연계하여 콘텐츠의 해외 전개를 종합적으로 지원하고, 경제 활성화와 지역창생 등에 기여할 것을 목표로 제시했다. 이에 따라 내각부는 2012년 「지적재산추진계획2012」를 발표하여 「Cool Japan」의 추진에 의한 소프트파워 강화를 중요시책으로 강조하고 관민 협력에 의한 콘텐츠의 해외 전개를 새로운 경제성장의 원동력으로 제언했다. 특히 TV다큐멘터리와 관련해서는 방송편성의 감소에 따라 국내시장이 급속히 감소하여 해외 전개가 시급한 점, 다른 장르에 비해 국제공동제작이 용이한 이점에도 불구하고 영화의 국제공동제작에 비해 TV다큐멘터리의 지원이 부족한 점 등이 처음으로 언급되어 향후 국제공동제작의 촉진과 인재양성이 과제로 제시되었다. 이에 본고에서는 일본의 TV다큐멘터리 해외 전개 지원과 TV다큐멘터리 국제공동제작 지원에 대해 살펴보고자 한다.

1) https://www.j-cast.com/2008/10/13028166.html?p=all

2. 정부 차원의 방송콘텐츠 해외 전개 지원

일본 정부는 콘텐츠 수출을 통해 국내시장의 침체에 따른 경제성장에 공헌하고, 일본의 위상을 향상시켜 국내시장 의존에서 벗어난 콘텐츠 산업의 활성화를 도모하기 위해 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업을 추진해 왔다. 특히 총무성은 2016년도 2.25억 엔, 2017년도 2.42억 엔을 투입하여 「Cool Japan」 전략을 실현하기 위해 방송콘텐츠 해외 전개를 지원해왔다. 이러한 정부 차원의 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업에 따라 2017년도 일본의 방송산업 매출액은 3조9,337억 엔으로 전년도 대비 0.1% 증가하고, 콘텐츠 시장규모는 2017년도 11조 8,099억 엔으로 전년도 대비 0.9% 증가했으며, 방송콘텐츠 수출액은 2017년도 444.5억 엔(전년도 대비 13% 증가)으로 2010년도 이후 지속적으로 성장해왔다.

표 1 일본 방송콘텐츠 해외 수출액 추이

(단위: 억 엔)

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	66.3	71.6	104.3	137.8	182.5	288.5	393.5	444.5

출처: 総務省, 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2017年度), 令和元年5月

그러나 정부 차원의 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업은 TV다큐멘터리에는 그다지 영향을 미치지 못하고 있는 실정이다. 2017년도 일본 방송콘텐츠의 수출액은 애니메이션을 제외하고는 대부분의 장르가 감소 경향을 보이고 있다. 특히 TV다큐멘터리가 차지하는 비중은 0.2%(7,500만 엔)로서 2013년도 이후 지속적인 감소를 보이고 있으며, 주요 수출국도 아시아(4,800만 엔), 북미(1,200만 엔), 유럽(300만 엔)에 그치고 있다. 이와 같이 아시아 시장을 중심으로 인기를 얻었던 일본 콘텐츠의 해외 진출이 지속적으로 진행되지 않은 이유는 여전히 일본 내수 시장에 대한 의존도가 높은 점 때문이라 할 수 있다.

표 2 일본 방송콘텐츠 해외 수출액 추이

(단위: %)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
애니메이션	62.2	64.3	76.6	77.1	82.9
드라마	15.6	17	10	10.2	8.1
버라이어티	13.3	11.4	10.8	9.7	6.3
스포츠	1.8	0.9	0.9	0.6	0.6
다큐멘터리	1.9	1.7	0.8	0.6	0.2
기타	5.3	4.7	0.9	1.7	1.9

출처: 総務省, 『情報通信白書 令和元年版』

또한 일본의 TV다큐멘터리 제작은 국내자금이 100% 투입되는 경우가 많은 가운데 방송사업자의 제작예산 감소와 제작회사에 대한 지출비용 증가에 따라 자금 조달의 어려움도 제기되고 있다. 그 결과 2017년도 일본의 방송프로그램 제작회사가 제작한 프로그램은 정보프로그램과 광고인 CM(Commercial Message)이 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, TV다큐멘터리는 버라이어티, 스포츠, 보도에 이어 39.2%를 차지하고 있다.

표 3 일본 방송프로그램 제작회사가 제작한 프로그램 장르 추이

(단위: %, 복수응답)

구분	2015년도	2016년도	2017년도
정보프로그램	68.3	72.9	71.2
CM(Commercial Message)	60.2	66.4	66.5
버라이어티	44.1	47.8	46.5
스포츠	37.6	45.4	43.4
다큐멘터리	38.2	44.8	39.2
보도	36	44	41.8
교양	35.5	38.3	35.1
음악	28.8	32.7	32
와이드쇼	15.1	18	14.2
드라마	14.2	14.5	17.1
TV쇼핑	9.7	10.6	8.9
애니메이션	2.7	2.7	2.8
기타	2.7	4.4	3.5

주) 방송프로그램 제작회사의 조사대상은 2015년도 372개사, 2016년도 339개사, 2017년도 316개사임
출처: 総務省, 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2017年度), 令和元年5月

이에 따라 2018년 내각부는 「미래투자전략2018」을 발표하여 2020년도까지 방송콘텐츠 관련 해외 매출액을 500억 엔으로 증가시키고, 일본과 해외 방송국 등이 지역 활성화를 위해 일본의 매력을 발신하는 방송콘텐츠를 공동 제작하여 해외에서 방송하는 것을 지원하기로 하였다. 이에 총무성도 TV다큐멘터리를 포함한 방송콘텐츠의 해외 전개 강화 사업으로 2018년도 예산 3.5억 엔, 2019년도 예산 2억 엔을 지원하고 있다.

한편 외무성은 일본의 콘텐츠가 방송되기 어려운 국가·지역을 대상으로 다큐멘터리를 비롯하여 드라마, 영화, 애니메이션, 버라이어티 등을 무상으로 제공하는 사업을 추진해 왔다(2014년도 30억 엔, 2015년도 25억 엔, 2017년도 15억 엔). 이 사업을 담당하고 있는 독립행정법인 국제교류기금은 해외의 일반시민에게 지방을 포함한 일본의 매력을 발신하여 일본에 대한 이해 촉진과 친일감정 양성, 일본기업의 해외진출 기반 조성, 인바운드 관광 촉진을 주요 업무로 하고 있다. [2] 국제교류기금은 일본 국내의 콘텐츠 소유자로부터 제안을 받은 해외TV 방송용 콘텐츠를 국제교류기금의 해외거점 및 외무성 재외공관을 통해 대상국가의 TV방송국에 소개하고 방송희망이 제시된 경우 콘텐츠 소유자와 프로그램 제공 계약을 체결하는 업무를 수행하고 있다.

해외TV 방송용으로 우선되는 콘텐츠 내용은 일본의 생활과 일본인의 사고방식이 전달되는 것, 콘셉트가 명확하고 일본에 관한 지식이 없더라도 이해하기 쉬운 것, 인바운드로 이어지는 것, 일본의 자연과 풍경을 아름다운 영상으로 전달하는 것, 일본 독자적인 문화와 선진기술을 전달하는 것, 어린이 콘텐츠, 수상작품, 시리즈·편수가 많은 것이 해당된다. 또한 콘텐츠 형태는 인터넷방송이 가능한 것, 폭력장면·성적묘사·음주·흡연 장면이 적은 것, 과거 5년 이내에 제작된 새로운 것, 외국어판(자막·더빙·외국어대본)이 준비되어 있는 것, 해외TV방송국에 제공할 경우 권리문제가 없는 것, 자막 등이 적거나 제거 가능한 것 등이다. 이러한 콘텐츠의 제안은 2019년도의 경우 1개사당 5개 콘텐츠로 제한되며, 대상국가의 TV방송국에 대한 프로그램 제공 시에는 방송에 필요한 권료, 방송용 소재작성 비용(포맷 변환 비용, 미디어 대금 등), 대상국가에 대한 방송용 소재송부 비용, 외국어판(자막·더빙·대본) 제작비의 일부 비용이 지원된다.

2) 국제교류기금은 1972년 외무성 소관의 특수법인으로 설립되어 2003년 독립행정법인으로 변경되어 국제문화교류를 종합적으로 실시하는 기관이다. https://www.jpf.go.jp/j/index.html

외무성과 국제교류기금에 의한 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업은 2017년 9월까지 120개 국가·지역의 155개 TV방송국에 1,734개 프로그램의 방송합의서를 체결하는 성과를 거두었다. 이 중 75개 국가와 지역에 591개 프로그램이 방송되었으며, TV다큐멘터리는 몽골, 통가, 마셜제도, 트리니다드토바고, 멕시코, 에콰도르, 크로아티아, 나미비아, 네팔, 앙고라 등에서 방영되었다.

3. 삿포로시의 국제공동제작 조성금 지원

정부 차원의 TV다큐멘터리 지원과 달리, 지자체에서는 TV다큐멘터리의 수출과 방송편성 감소 등으로 국내시장이 급격히 축소하고 있다. 이러한 상황을 극복하기 위해 지차체에서는 TV다큐멘터리 제작에 대한 지원을 추진하고 있는데, 그 대표적인 지자체가 삿포로시(札幌市)다. 삿포로시는 지역의 매력을 해외 발신하고 해외시장에서 경쟁할 수 있는 다큐프로그램 영상제작자를 육성하여 영상산업 기반을 정비하는 활동으로 다큐멘터리의 국제공동제작을 지원하고 있다. 이처럼 삿포로시가 콘텐츠 시책에 주력하게 된 배경에는 2011년 12월 정부의 「Cool Japan」 전략에 따라 일본에서 처음으로 콘텐츠 분야에서의 지역 활성화 종합특구로 지정(2012~2015년도)된 것을 들 수 있다.[3] 당시 중국영화 『非誠勿擾』(She's the one)의 상영으로 홋카이도(北海道) 내에 중국인 관광객이 약 2배 증가하여 촬영지 유치를 비롯하여 인바운드를 목적으로 한 콘텐츠의 수출을 지원하는 조치가 추진되었다. 이를 계기로 삿포로시는 콘텐츠 특구기간이 종료하는 2016년 3월 일반재단법인 삿포로산업진흥재단 내에 영상산업진흥과를 설치하고, 산하에 비영리공적기구인 삿포로영화위원회(Sapporo Film Commission, SFC)를 설립하여 영상산업 진흥과 촬영 지원의 충실화를 도모해왔다.

SFC의 영상산업 진흥에는 인재육성 프로그램, 국제공동제작 추진 및 영상제작 조성금 지원, 영상콘텐츠 판로 확대 사업이 있다. 먼저 인재육성 프로그램으로는 방송, 영화, 애니메이션, 영상

3) https://news.yahoo.co.jp/byline/hasegawatomoko/20161221-00065707/

관련 사업자, 영상제작 기획과 제작 스킬을 가진 자를 대상으로 지역을 활용한 국제공동제작 기획제안·교섭·자금조달에 관한 능력을 연마하여 해외시장에 도전하고 네트워크를 구축할 수 있도록 지원하는 'Sapporo International Documentary Coproduction(Sapporo IDC Program)'이 있다. 또한 전국의 고등학생 이상을 대상으로 하는 '삿포로 학생 영상 콘테스트'와 영상작품에 관심 있는 젊은 층에게 프로의 경험에 근거한 조언과 메시지를 전달하는 '다큐멘터리 제작 강좌' 등이 있다.

다음으로 국제공동제작 추진 및 영상제작 조성금 지원과 관련해서는 삿포로를 무대로 하는 다큐멘터리 등이 삿포로시 내의 사업자와 해외 사업자 간에 활발히 제작되어 해외에 널리 공개·방송되도록 국제공동제작에 관한 경비의 일부를 조성하고 있다. 이는 삿포로시 영상제작자를 대상으로 해외에 대한 기획제안 능력을 육성하는 기회를 창출하고, 이러한 기회의 활용을 통해 삿포로시 영상제작자의 경쟁력 및 성장성을 높여 삿포로시 경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다. 따라서 조성금을 활용하여 촬영된 영상은 TV, 영화, 인터넷 등 다양한 매체를 통해 발신되고 있다. SFC의 조성금 교부대상은 국제 다큐멘터리 행사에서 공동제작자를 찾기 위한 예고편 제작의 경우 기획제안이 구체적으로 계획되어 있어야 하며, 다큐멘터리 영상의 본편 제작의 경우에는 일반에 널리 방영되는 것이 결정되어 있어야 한다. 또한 정치적·종교적 의도가 없는 것과 공서양속에 반하지 않는 것이 해당된다. 조성금은 삿포로시의 영상제작자를 대상으로 하며, 조성금의 상한액은 예고편 50만 엔과 본편 400만 엔으로 책정되어 있다.

표 4 조성금 대상사업 지정 통지를 받은 자가 부담한 경비

대상경비		산정기준
시설사용료·허가수수료	삿포로시 소유시설(임대시설·공원 등)	전액
	상기 외 시설	1/2
인건비	삿포로 영상촬영 코디네이터 삿포로 특구 통역 안내사	1/2
	감독, 연출, 조명기사, 녹음기사, 조수, 카메라맨, 디자이너, 헤어메이커, 스타일리스트, 로케이션 코디네이터, 경비원, 운전기사, 편집자, CG기술자, 애니메이션 제작자, 음악가 등 영상제작관계자	1/2
사례비	출연자, 출연엑스트라 - 1인 1일 상한 50,000엔	1/2
기재비	기자재 등 대여비, 기자재 사용료, 기자재 운반비 등	1/2
차량비	로케버스·극용차, 제작차, 운반차량 등 대여비 및 택시비 등	1/2
숙박비	영상제작관계자의 숙박비 - 1인 1박 상한 15,000엔	1/2
왕복여비	이사장이 필요하다고 인정하는 구간의 왕복(편도) 국내 항공비 - 1인 편도 상한 30,000엔 이사장이 필요하다고 인정한 구간의 왕복(편도) 국제 항공비 - 1인 편도 상한 150,000엔 이사장이 필요하다고 인정한 구간의 항공비 외 여비(전철비 등) - 1인 편도 상한 30,000엔	1/2
현지화 경비	번역비, 녹음비	1/2
기타 경비	1) 촬영 등을 위해 사용한 차량 연료비·주차비·고속도로비 2) 촬영 등에 필요한 세트와 기초 제작비 3) 촬영 등에 관련된 보험료 4) 촬영 등에 사용한 인서트 소재비 5) 촬영 등에 사용한 미술비(대도구, 소도구, 의상) 6) 촬영된 영상 내에 사용하는 라이브러리 영상 사용료 7) 기타 이사장이 필요하다고 인정한 비용	1/2

조성금의 심사는 일반사단법인 삿포로산업진흥재단 이사장이 심사위원회에 부의하여 의견을 수렴한 후 결정한다. 심사위원회는 이사장이 위촉하는 위원 6명 이내로 구성되며, 심사위원장은 일반사단법인 삿포로산업진흥재단 직원이 담당한다. 심사위원회 개최는 심사위원장이 정기적으로 소집하며 과반수 위원의 출석으로 개최된다. 조성금의 심사방법은 신청서류 및 신청자에 의한 프리젠테이션을 참고로 예고편과 본편 제작에 대해 각각 심사하며, 심사위원의 협의를 거쳐 예산의 범위 내에서 조성금 교부 후보자를 결정한다.

예고편의 심사기준은, ①기획내용의 매력도(30점), ②영상제작 실적(30점, 해외 영상제작자와 국제공동제작 실적이 있는 경우 10점 가점), ③예산의 타당성(10점), ④상정하고 있는 기획제안사의 타당성(20점), ⑤삿포로시가 실시하는 '국제다큐멘터리공동제작지원사업' 위탁업무 참가 유무(10점)의 총 100점으로 구성된다. 본편의 심사기준은, 예고편의 ①과 ②에 더해 ③예산의 타당성 20점, ④공동제작자의 타당성 20점으로 구성되어 있다. 예고편과 본편의 합격 기준은 평균 65점 이상이다.

마지막으로 영상콘텐츠 판로 확대 사업과 관련해서는 TIFFCOM(도쿄), ATF(싱가포르), FILMART(홍콩) 등에 출품하고자 하는 영상 관련 사업자를 대상으로 국내외 마켓담당자와의 연락조정과 출품료 등을 지원하고 있다. 이러한 영상산업 진흥 외에도 SFC는 삿포로를 무대로 하는 TV프로그램, 영화, CM 등의 촬영 희망자에 대하여 각종 정보(촬영지, 일기예보, 이벤트 정보, 촬영 신청, 다언어 대응 등)를 제공하고 있다.

4. Tokyo Docs와 Yahoo의 국제공동제작 지원

일본에서 TV다큐멘터리 제작 지원은 정부와 지자체에 더해 민간 차원에서도 활발히 전개되고 있다. '전일본TV프로그램제작자연맹(ATP)'은 국제공동제작 경험이 일부 방송국에 한정되어 있는 문제를 타파하기 위해 2011년 12월 도쿄TV포럼을 처음으로 개최했다. 이 포럼은 ATP 산하의 다큐멘터리 제작자뿐만 아니라 폭넓은 인재들의 다큐멘터리의 국제공동제작을 추진하고 지원하기 위한 민간 최초의 시도로서, 2013년 12월부터는 Tokyo Docs로 명칭이 변경되었다.[4]

Tokyo Docs는 기획제안회의를 통해 TV다큐멘터리의 국제공동제작을 추진하는 거점 역할을 수행하고, 이에 필요한 인재육성을 위한 연수를 시행하며, 공동제작의 실현을 위해 필요한

4) 도쿄TV포럼은 2013년 8월 설립된 NPO법인 도쿄TV포럼이 운영해오다가 2018년 9월 NPO법인 Tokyo Docs로 명칭이 변경되었으며, 회원사는 2019년 현재 단체회원 21개사, 찬조회원 18개사로 구성되어 있다(http://tokyodocs.jp/index.html).

구체적인 지원을 추진하기 위해 'Tokyo Docs Fund'를 창설하여 총 500만 엔의 개발자금과 상금을 지원하고 있다. 개발자금은 Tokyo Docs의 기획제안회의에서 선정된 최우수기획상 100만 엔과 우수기획상 50만 엔, Colors of Asia에서 선정된 우수기획상 1편당 10만 엔이 각각 제공된다. 그 외에 Short Documentary Showcase의 우수작품상으로 선정된 작품 1편당 20만 엔의 상금이 수여 된다. [5] 또한 일본 국내와 아시아에서 활동하는 다큐멘터리 제작 프로듀서, 디렉터, 감독, 배급담당자에 대해서는 Tokyo Docs와 연계하는 해외 이벤트(IDFA, Hot Docs, Sunny Side of the Docs, Asian Side of the Doc, Docs by the Sea, Sheffield Doc·Fest, Docedge Kolkata, AIDC 등) 및 Tokyo Docs가 중요하다고 인정하는 이벤트의 참가도 지원하고 있다.

Tokyo Docs Fund의 지원조건은 ①해외 기획제안회의에서 채택된 자, ②해외 다큐멘터리 이벤트에서 상영작품 및 경쟁작품으로 채택된 자, ③해외 이벤트에서의 공식 개별 미팅에 초대된 자, ④해외 워크숍에 초대된 자, ⑤Tokyo Docs가 지원대상으로 인정한 경우이며, 1편의 기획에 대해 1회에 한하여 이벤트 등록비 및 항공권을 지원하고 있다.

한편 일본 국내 최대의 인터넷매체 야후도 다큐멘터리의 국제공동제작을 지원하는 Tokyo Docs와 연계하여 다큐멘터리 제작자의 창작활동 지원을 본격적으로 개시했다. [6] 야후는 Tokyo Docs와의 연계활동으로 'Short Documentary Showcase' 부문에 응모하는 다큐멘터리 제작자에게 기획제안용 영상작품의 제작지원금과 숙박·교통비 등의 경비를 제공하며, 선고대상이 된 영상작품에 대해서는 국제공동제작 기회를 제공하고 야후에도 일부 전송할 방침이다.

이처럼 야후가 Tokyo Docs와 연계하는 목적은 크리에이터의 창작활동을 지원하고 활약할 수 있는 장을 마련하는 것에 있다. 이는 'Yahoo! JAPAN'이라는 플랫폼을 활용하여 크리에이터가 전달하고 싶은 메시지를 전달하거나 자신에 대해 인정을 받거나 새로운 만남과 업무로 이어지도록 지원하는 것을 의미한다. 이를 위해 야후는 2018년 10월 30일'Yahoo!

5) Tokyo Docs 2019에는 최우수기획상 2편, 우수기획상 4편, Colors of Asia 2020상 3편, 쇼트·다큐멘터리·쇼케이스 우수작품상 3편이 선정되었다.

6) https://www.screens-lab.jp/article/10152

JAPAN 크리에이터즈 프로그램'을 새로운 개인 발신 플랫폼으로 정식 오픈하여 다큐멘터리 뿐만 아니라 가치 있는 영상콘텐츠를 제작하는 다양한 크리에이터들을 지원하고 'Yahoo! JAPAN'을 통해 유저에게 전달하기 시작했다.[7]

야후가 다큐멘터리 제작자를 지원하는 제작자금은 'Yahoo! Japan 크리에이터즈 프로그램'의 인센티브로 활용되어 영상작품의 촬영과 편집 시 최소한의 제작비용으로 제공된다. 또한 이러한 제작지원금으로 만들어진 영상작품은 야후의 플랫폼에 전송되지만, 영상의 저작권은 모두 제작자가 관리하며 TV방송과 영화제작이 실현될 경우에도 야후에서 전송된 영상은 제작자의 판단으로 사용할 수 있도록 하고 있다.

5. 마치며

TV다큐멘터리를 제작하기 위해서는 제작자금의 조달 문제뿐만 아니라 방송망·전송망 확보의 어려움과 인적네트워크와 인재양성 프로그램의 제공 부족 등 많은 과제가 제기되어 왔다. 이에 따라 일본은 2000년대 초반까지 NHK를 제외하면 방송사업자와 제작회사가 다큐멘터리 국제공동제작에 적극적으로 참여하지 않는 상황이 오랫동안 지속되어 왔으며, 자력으로 해외에서의 수요를 확보하려는 움직임도 일어나지 않았다.

그러나 2010년 이후 일본의 TV다큐멘터리는 정부의 방송콘텐츠 해외 전개 지원 사업의 하나로 간주되어 국제공동제작 지원과 국제문화교류 차원의 지원이 전개되고 있으며, 지자체와 민간 차원의 지원 활동도 다양하게 전개되고 있다. 특히 삿포로시의 다큐멘터리 국제공동제작에 대한 조성금 제도는 지방의 제작자에게도 충분한 기회를 제공하는 새로운 장으로 구축되고 있다. 또한 민간 차원의 Tokyo Docs와 야후는 다큐멘터리의 국제공동제작 지원을 추진하여 해외에서도 널리 자금을 받아 제작하는 기회를 확대하고, 해외의 프로듀서와 공동제작을 추진하기 위한 인적네트워크 구축도 적극 지원하고 있다.

---

7) https://www.screens-lab.jp/article/10233

특히 야후는 일본의 방송국과 영화회사에 크리에이터 개인의 활약이 확대되어 가는 길도 구상하고 있으며, 향후에는 비즈니스적인 구조를 고려하여 플랫폼 입장에서 온·오프라인을 포함하여 크리에이터들이 활약의 폭을 넓히는 인적네트워크 구축을 모색하고 있다. 이를 위해 'Yahoo! Japan'이 크리에이터를 지원하는 플랫폼이 되고, 가치 있는 다큐멘터리 작품을 지속적으로 유저에게 전달해 가며, 그 발신과 활동이 계기가 되어 TV와 영화, 국제공동제작 등의 단계로 이어지기 위한 도약대 역할로서 장래에는 방송국과 영화회사와의 연계도 고려하고 있다.

한편 TV다큐멘터리는 엔터테인먼트성이 높은 드라마와 버라이어티에 비해 수익성이 좋은 콘텐츠는 아니지만, TV다큐멘터리의 국제공동제작은 현지 파트너 국가에서 방송될 확률이 높은 점, 제작비를 상호 분담하여 비용 부담을 줄일 수 있는 점, 국내제작보다도 다면적인 시점이 부가되어 세계시장에 전달하기 쉬운 점 등의 이점이 있다. 이에 따라 2015년 가을부터 일본에서 동영상 스트리밍 서비스를 개시한 넷플릭스가 2016년부터 Tokyo Docs에 참가하기 시작했다. 넷플릭스는 후지TV, 요시모토·덴츠의 공동 출자회사와 각각 제휴하여 제작비를 전액 부담하고 전송권을 독점하는 형태로 공동제작을 추진해 왔으며, 2016년에는 NHK의 국제공동제작 다큐멘터리 드라마에 제작비를 공동 분담하여 일본 방송시간에 맞춰 해외에 전송했다.[8] 이처럼 독자적인 콘텐츠의 확보 및 증가를 도모하고 있는 넷플릭스가 Tokyo Docs에 참가함에 따라 일본의 TV다큐멘터리 제작 지원에도 어떠한 변화가 초래될지 귀추가 주목된다.

8) NHK는 인터넷방송사업자와 직접 제휴하는 것이 현행 방송법에 저촉될 우려가 있는 점을 고려하여 넷플릭스와 제휴하고 있는 캐나다의 Don Carmody Television과 네덜란드의 FATT라는 프로그램제작회사 2개사와 공동제작 계약을 체결했다.
https://business.nikkei.com/atcl/report/15/110879/111500487/

REFERENCES

1. 宮田章(2019), NHKドキュメンタリーの制作技法の中長期的な展開
~主に技術環境の視点から~, 放送研究と調査, No.816, pp.2－29
2. Neoneo編集室(2014), 永久保存版　テレビドキュメンタリーの60年,
ドキュメンタリーマガジン neoneo, No.4, pp.6－88
3. 丹羽美之(2003), テレビが描いた日本―ドキュメンタリー番組の五十年,
『AURA』(157), pp.24－29
4. 経済産業省(2013)、コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性
5. 総務省(2009.3), 放送コンテンツの海外展開の最新の取組について
6. 総務省(2009.5), 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2017年度)
7. 総務省(2009), 情報通信白書 令和元年版
8. 国際交流基金(2009), 平成31年度「放送コンテンツ海外展開支援事業」
9. NHKの高視聴率に危機感　民放がドキュメンタリー重視,
J-CASTニュース, 2008.1.13.
10. ヤフーが本格的に乗り出す、ドキュメンタリー作家の創作活動支援とは？～Tokyo Docsとの連携理由～（前編）, Screens, 2018.9.10.
11.ヤフーが参入する映像クリエイター支援事業とは？～「Yahoo! JAPAN クリエイターズプログラム」の狙い～（後編）, Screens, 2018.9.26.
12. ローカルから世界へ、ドキュメンタリー制作を支援する全国初
の試み, 2016.12.21.
13. 特報:NHKとNetflix、共同製作ドラマを公開, 日経ビジネス, 2016.11.16.