
2025년 상반기 방송통신정책연구 (K-OTT·미디어 해외진출 관련) 국외 출장 결과보고서

2025. 12.

I. 출장개요

□ 개 요

- 출 장 국 : 일본(도쿄)
- 출장목적 : '25년 상반기 방송통신정책연구(IITP과제) “K-OTT·미디어 해외진출 촉진을 위한 글로벌 협력 활성화 방안 연구” 수행을 위한 한·일 방송미디어 협력 추진
- 출장기간 : 2025. 12. 7.(일) ~ 12.10.(수) / 3박 4일
- 작 성 자 : 미디어정책기획팀 이수엽(3급)
- 출 장 자 : 미디어정책기획팀 안영민 팀장(2급), 이수엽 차장(3급)

□ 출장 일정

일자	출발지	도착지	시간	업무 수행 내용
12.07.(일)	김포	도쿄	09:00~11:30	▸ 출국(김포 → 도쿄)
			12:30~13:30	▸ 현지 이동(공항 → 숙소)
12.08.(월)	도쿄	도쿄	10:00~12:00	▸ ① NHK 엔터프라이즈 방문 - 국제공동제작 및 한일 방송사 협력방안 논의
			13:00~15:00	▸ ② J-WAVE 방문 - 라지코가 일본 라디오 방송에 미친 영향 파악
			16:00~18:00	▸ ③ 라지코, 미디어플랫폼랩 방문 - 통합 라디오 플랫폼 운영 현황 파악
12.09.(화)			15:00~17:00	▸ ④ 총무성 방문 - 한일 방송미디어 해외 진출 정책 공유 - 국제공동제작 및 양국 방송사 협력 방안 논의
12.10.(수)	도쿄	김포	10:00~12:00	▸ ⑤ 정보통신연구기구(NICT) 방문 - 일본 방송 분야 조성금 운용 정책 동향 파악
			20:00~22:30	▸ 출국(도쿄 → 김포)

II. 출장 내용

1 NHK 엔터프라이즈

□ 방문 개요

- (방문목적) 국제공동제작 및 한일 방송사 협력 활성화 방안 논의
- (일시/장소) '25. 12. 8.(월), 10:00~12:00 / NHK 엔터프라이즈 회의실
- (참 석 자) NHK 엔터프라이즈, KCA 등 8명

구분	소속	이름	직위
NHK 엔터프라이즈	이노베이션 추진실	마루다 토모코	총괄 프로듀서
	콘텐츠 전략센터*	오쿠다이라 히로코	총괄 오피서(주간)
		키시베 카오리	시니어 프로듀서
		츠네키 케이코	시니어 프로듀서
	제3제작센터 드라마부	칸바야시 신타로	시니어 프로듀서
한국방송통신 전파진흥원	미디어정책기획팀	안영민	팀장
		이수엽	차장
통역	KDDI 종합연구소	조장은	특별연구원

*NHK 엔터프라이즈, 제작 프로그램을 판매하기 위한 전략 부서로 국제공동제작도 진행

□ 주요 논의 내용

- NHK 엔터프라이즈 개요
 - NHK의 자회사이지만, 수신료 수입 외에 외부 지원을 받을 수 없는 NHK와 달리 외부 재원을 활용한 공동제작에 참여 가능
 - U-NEXT, 아마존 프라임 재팬 등 OTT와도 협력하고 있으며, CJ ENM, JTBC 등 한국 사업자와 공동 제작한 경험이 있음
- 국제공동제작 지원사업 및 콘텐츠·미디어 전략 펀드에 대한 의견
 - NHK의 수신료 수입이 감소하면서 NHK 엔터프라이즈도 외부

파트너를 찾는 중으로, 한국방송통신전파진흥원의 지원사업과 펀드를 활용한 한일 공동제작에 커다란 관심이 있음

- 한국방송통신전파진흥원 공동제작 지원사업의 조건*이 좋아 적극적으로 활용하고자 함

* 한국 방송국을 주관사업자로 하여 지원사업에 신청하고, 일본 방송국 또는 자회사가 협력사/투자사로 참가하여 IP를 공유하며, 제작한 방송 프로그램은 일본 방송이나 OTT를 통해 유통

- 한국에 파트너가 생기고 한국 측에서 일본에 관심을 둔다면 뭐든 함께 해보고 싶은 의향이 있음. 함께 좋은 작품을 만들고 IP를 남겨 수익을 내고자 함

* (아이디어 제안) 한국의 '트와이스'처럼 한·일 멤버가 있는 아이돌그룹 성공 사례 드라마화. 성공 과정에서의 갈등, 멤버들의 문화충돌 등을 스토리로 만들면, 향후 OST를 활용한 IP 사업 및 공연 등 이벤트 확장도 가능

- '26년도 지원사업은 시간이 촉박해 '27년을 목표로 준비하고자 하며, 한국방송통신전파진흥원이 한국 파트너와 연계해 주면 좋겠음
- 공동제작과 함께 콘텐츠·미디어 전략펀드에 대해서도 관심이 많으며, 관련 정부를 내부 부서와 공유하겠음

□ 회의 사진



2

J-WAVE 방문

□ 방문 개요

- (방문목적) 일본 통합플랫폼 라지코가 라디오 방송에 미친 영향 파악
- (일시/장소) '25. 12. 8.(월), 13:00~15:00 / J-WAVE 본사 회의실
- (참 석 자) J-WAVE, 국내 전문가, KCA 등 10명

구분	소속	이름	직위
J-WAVE*	마케팅 디자인국	시오다 마사토	국장
	콘텐츠 비즈니스국	후카츠 사키	리더
국내 전문가	MBC 라디오국	임재윤	부장
	SBS 라디오편성팀	이경렬	부장
	CBS 기술국	한철	부장
	SMR	전승훈	대표
	한양사이버대학교	김광재	교수
한국방송통신 전파진흥원	미디어정책기획팀	안영민	팀장
		이수엽	차장
통역	KDDI 종합연구소	조장은	특별연구원

*일본의 FM 방송사, 통합플랫폼 Radiko 참여

□ 주요 논의 내용

○ J-WAVE 개요

- '88년 개국한 도쿄의 2번째 민방 라디오 방송국으로 도쿄의 음악, 문화, 지금 일어나는 일을 전하는 라디오를 모토로 함
- 주요 청취자는 30~50대 도시 생활자, 고소득, 전문직으로, 이들을 타겟으로 고품질 음악을 제공하는 독자적 방송국이 되고자 함

○ 라지코 참여 배경

- '00년 도쿄 도심 재개발로 고층 빌딩이 늘어나면서 FM 주파수

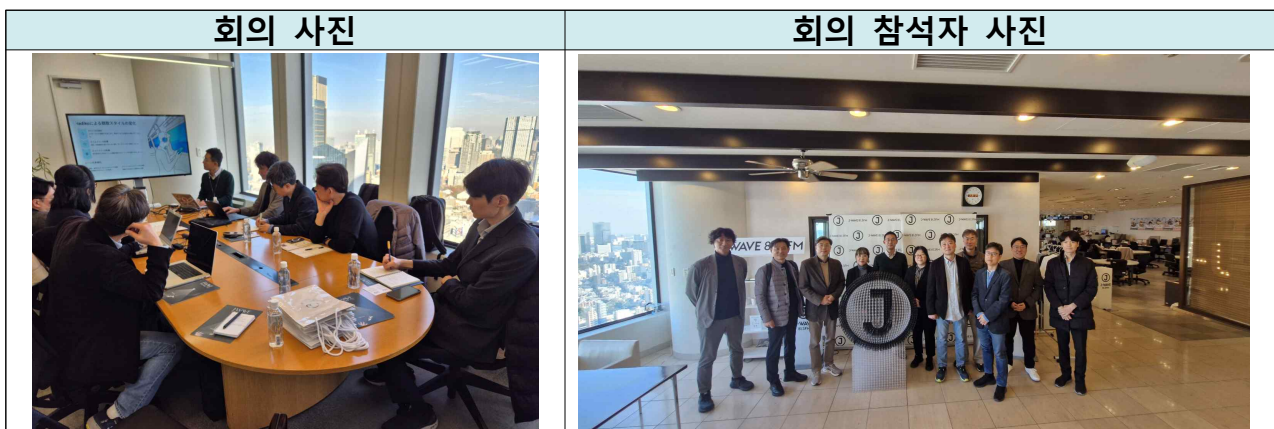
난청 문제가 발생했고, 스마트폰의 보급으로 인터넷 라디오에 대한 필요성이 생김

- 라지코는 방송사가 이러한 변화에 대응하기 위한 컨소시엄 플랫폼 성격을 갖고 있으며, 모든 라디오 방송국이 참여한 플랫폼이기에 유튜브와 같은 대형 OTT 대응을 포함한 영향력이 있음

○ 라지코 참여가 미친 영향

- (이용자 편익) 라디오 이용이 편리해지고 충분한 음질이 확보됨
 - (이용자 확보) 타임/에이리어 프리 서비스를 통해 심야 방송을 듣는 사람이 증가했으며, 지방 팬들도 J-WAVE를 듣게 됨. 라지코는 신규 이용자 공급 역할을 함
 - (기획·제작) 라지코 데이터를 활용해 방송프로그램을 기획하고 있음
 - (광고) 데이터를 통해 청취자가 가시화되면서 타겟 광고가 가능해졌고, 광고주에게 데이터에 기반한 설명이 가능해짐
 - (데이터 활용) 데이터를 통해 방송 팬을 커뮤니티화해 이익을 얻기 위한 다양한 사업을 기획·운영하고 있음
- * 예를 들어 같은 방송을 매주 듣는 사람(라지코 데이터)과 보사노바 이벤트에 참여한 사람(J-WAVE 홈페이지 데이터)을 합쳐 보사노바 커뮤니티를 만들면, 일을 바탕으로 새로운 사업을 할 수 있음

□ 행사사진



3

라지코, 미디어플랫폼랩 방문

□ 방문 개요

- (방문목적) 라지코 운영·기술 현황 및 통합 플랫폼 동향 파악
- (일시/장소) '25. 12. 8.(월), 15:30~17:30 / 라지코 본사 회의실
- (참석자) 라지코, 미디어플랫폼랩, 국내 전문가, KCA 등 16명

구분	소속	이름	직위
라지코*	-	아오키 타카히로	회장
	-	이케다 타카오	대표이사
	광고 비즈니스 부문	시마 유우지	이사
	방송 기술 부문	나카무라 준	이사
	서비스 부문	사카야 유타카	이사 / 플랫폼 추진실장
	총무 부문	오카타 준페이	이사 / 매니지먼트 추진실장
미디어 플랫폼랩**	-	토치시타 테루유키	대표이사
	플랫폼 비즈니스 부문	오키무라 요시마키	이사
국내 전문가	MBC 라디오국	임재윤	부장
	SBS 라디오편성팀	이경렬	부장
	CBS 기술국	한철	부장
	SMR	전승훈	대표
	한양사이버대학교	김광재	교수
한국방송통신 전파진흥원	미디어정책기획팀	안영민	팀장
		이수엽	차장
통역	KDDI종합연구소	조장은	특별연구원

*라지코(Radiko) : 일본의 디지털 오디오 통합 플랫폼(NHK, 민영방송사 99개 참여)

*미디어플랫폼랩(Media Platform Lab) : 라지코의 기술 부문(플랫폼, 데이터) 담당

□ 주요 논의 내용

○ 라지코 설립 배경

- 라디오 청취자 감소, 광고 감소에 따른 위기감이 주된 추진 동력으로,

각 방송사의 방송/광고/영업/편성 방식을 합치는 게 가장 힘든 과제였음

- 시장이 있어야 한다는 방향성 아래, 각 방송사 사정보다 라지코를 우선시하며 라지코 설립을 추진해 옴

○ 광고 생태계 형성

- 디지털 오디오 광고 7년 차로, 최근 1~2년간 디지털 오디오 광고가 급증하면서 터닝 포인트가 오고 있다고 생각함

* 라지코 광고 매출은 전년대비 160%, '25년 상반기에는 전년동기대비 220% 상승

- 데이터를 통합해 규모를 만들어야 디지털 오디오 광고 시장을 형성하고, 광고주에게 영업하며, 글로벌 플랫폼과 경쟁할 수 있음. 현재에도 광고 시장 성장을 위해 스포티파이 등 경쟁사와 협력 중

○ 음악 저작권 처리

- 음악 업계와 라디오 업계가 위기감을 공유했기 때문에 타결할 수 있었으며, 저작권 및 저작인접권은 타임프리 사용만큼 지불

○ 플랫폼 운영 방식(기술)

- 라지코의 백엔드는 통신사인 NTT서일본의 자회사 NTT스마트커넥트에서 담당하며, 라지코와 NTT스마트커넥트가 미디어플랫폼랩을 설립
- 현재는 '프론트엔드 앱 개발(라지코) - 데이터 분석(라지코) - 음성 송신 플랫폼 개발(미디어플랫폼랩)' 구조

□ 행사사진



4

총무성 방문

□ 방문 개요

- (방문목적) 방송미디어 해외 진출 정책 공유, 국제공동제작 및 한일 방송사 협력 방안 논의
- (일시/장소) '25. 12. 9.(화), 15:00~17:00 / 총무성 회의실
- (참 석 자) 총무성, KCA 등 9명

구분	소속	이름	직위
총무성 정보유통행정국	정보통신작품진흥과* (콘텐츠진흥과)	오카야마 코우지	실장
		요시다 코우키	과장
		키타야마 에츠크	과장
		사이토 노부히로	과장보좌
		야스다 사리	국제계장
		사와타니 히로시	계장
한국방송통신 전파진흥원	미디어정책기획팀	안영민	팀장
		이수엽	차장
통역	KDDI 종합연구소	조장은	특별연구원

*일본 방송 콘텐츠 해외 유통 지원 정책 담당부서

□ 주요 논의 내용

- 일본 해외 진출 지원 정책 개요
 - '24년에 '새로운 자본주의 그랜드 디자인 및 실행계획'을 발표하고, 관계 부처 및 업계가 참여하는 콘텐츠산업 관민협의회를 설립, 크리에이터 육성 및 콘텐츠 수출을 진흥하려 함
 - 방송 콘텐츠 수출진흥은 기존 정책에서 제외되었으나 '24년 이후에는 중요하게 다루고 있음
 - '23년에는 방송 수출을 위한 컨설팅을 담당하는 사단법인 방송 콘텐츠 해외 전개 촉진 기구 BEAJ를 설립, 전국 93개(방송국 69개) 회원사가 소속돼 있으며 총무성은 위탁 형식으로 BEAJ에 비용을 보조

○ 해외 진출 지원 정책에서 총무성의 역할

- (소관업무) 총무성은 방송통신 담당 부처로 방송/OTT 콘텐츠 제작 역량 강화 및 수출을 담당하며, '25년부터 수출 지원을 시작
- (지원예산) '25년 기준 25.6억 엔(국비), '26년에는 16.3억 엔을 요청했으나 더 많이 배정받을 것으로 예상함. 기획에서 유통까지 수출을 전제로 제작사들이 움직이는 구조를 구축하는 것이 목적
- (지원방식) 제작을 위한 설비 구매/렌탈 비용을 지원

구분	대상	지원금액	지원내용
A타입	지방방송국/ 소규모 제작사	제작비 1/2 (최대 3천만 엔)	4K 활용
B타입	수도권 대형 방송국	제작비 1/2 (최대 2억 엔)	4K, VFX, 3D, AI 활용

○ 지역 방송국 해외(태국) OTT 진출 지원

- '25년 해외 서비스를 위한 플랫폼 사업을 처음 진행했으며, 일본 이통사의 도움으로 태국 이통사와 접촉하여, 태국 이통사가 운영하는 OTT에 '재팬 채널'을 만들어, 일본 지역방송사 콘텐츠를 서비스 하고 해외 이용자의 데이터를 확보하는 것을 목적으로 추진 중

○ 한일 방송 사업자 교류

- 한국콘텐츠진흥원과 공동으로 일본 콘텐츠 제작사를 대상으로 '26년 1월 한국 연수를 진행하며, 1월 20일 교류회를 진행할 때, 한국방송통신전파진흥원의 도움으로 한국 방송사를 만나길 원함

□ 행사사진



5

정보통신연구기구(NICT) 방문

□ 방문 개요

- (방문목적) 일본 방송 분야 조성금 운용 정책 동향 파악
- (일시/장소) '25. 12. 10.(수), 10:00~12:00 / NICT 회의실
- (참 석 자) NICT, KCA 등 7명

구분	소속	이름	직위
정보통신 연구기구 (NICT)*	디플로이먼트 전략부문 정보 배리어프리 추진실	아시자와 히로카즈	실장
		오구라 코지	참사
		나카노 모토오	참사
		하세가와 료	사원
한국방송통신 전파진흥원	미디어정책기획팀	안영민	팀장
		이수엽	차장
통역	KDDI종합연구소	조장은	특별연구원

*정보통신연구기구 : 총무성 산하 일본 유일의 공적 ICT 연구기관

□ 주요 논의 내용

○ 정보통신연구기구 개요

- (개요) 일본 유일의 국립 연구개발 법인으로 정보통신 연구개발과 방송 사업 고도화 지원 두 가지 일을 하고 있음

* 중점 5분야: 전자파 선진기술, 혁신적 네트워크 사이버 보안, 유니버설 커뮤니케이션, 프론티어 사이언스

* 전략 4영역: Beyond 5G, AI, 양자 정보통신, 사이버 보안

- (지원사업) 통신·방송 신체장애인 이용 원활화 사업을 추진하기 위해 자막방송, 해설방송, 수화방송 등을 지원함

* (1) 정보 배리어 프리 의무 제공 사업 추진 조성금 교부 업무

(2) 자막 프로그램, 해설 프로그램 및 수화 프로그램 제작 촉진 조성금 교부 업무

- (3) 생방송 자막 프로그램 보급 촉진 조성금 교부 업무
 - (4) 수화 번역 영상 제공 촉진 조성금 교부 업무
 - (5) 통신·방송 신체장애인 이용 원활화 사업 관련 정보제공 업무
- (지원예산) 전파이용료는 국민 모두를 위한 연구에만 사용할 수 있어, 장애인 방송을 위한 지원은 총무성으로부터 사업비 보조금 형태로 예산이 지급되며, 총예산은 6억 엔 규모
- * 일본에는 방송사업자에게 수익 일부를 기금으로 걷는 제도는 없음, 대신에 관련 사업자는 전파이용료를 내야 함. TV와 달리 일본의 라디오 사업자는 적자를 보고 있어 이들을 중심으로 전파이용료 납부 관련 갈등 발생 중
- (지원방식) 관련 방송을 제작하기 위한 필요경비(기자재 구입/렌탈 포함)의 1/2를 지원하며, 4월 초*에 신청서를 받고 다음 해 3월에 심사를 거쳐 필요경비 지원
- * 일본 회계연도는 4월에 시작
- * 생방송 자막 제작은 기술 발전이 너무 빨라, 지원 항목을 사전에 정하지 않고, 사업자들 제안에 맞춰 예산을 지원하고 있음

□ 행사사진

