

일본 시장 전용 한국 문화 콘텐츠 채널 기획 및 전략적 포지셔닝 보고서

한국 거주 재일한국인 2세 크리에이터의 정체성을 활용한 시장 진입 전략

한국과 일본 양국의 문화적 배경을 동시에 보유한 19세 재일한국인 2세 여성 크리에이터는 현재 포화 상태인 한국 여행 및 문화 콘텐츠 시장에서 독보적인 경쟁 우위를 점할 수 있는 잠재력을 갖추고 있다. 일본에서 성장하며 형성된 감성과 한국으로의 이주라는 개인적 서사는 단순히 정보를 전달하는 기존 유튜버들과 차별화되는 강력한 스토리텔링의 원천이 된다.¹ 최근 일본의 MZ세대(밀레니얼 및 Z세대)는 단순한 관광 정보보다는 크리에이터의 '세계관'과 '공감'에 기반한 콘텐츠에 더 강력하게 반응하는 경향을 보인다.¹ 따라서 본 보고서는 크리에이터의 고유한 정체성을 핵심 자산으로 삼아, 일본 현지의 최신 트렌드와 한국 내 로컬 핫플레이스를 연결하는 전략적 콘텐츠 구상안을 제시한다.

일본 현지의 한국 열풍은 4차 한류를 넘어 일상화 단계에 진입했으며, 특히 2024년과 2025년의 트렌드는 '개인화된 경험'과 '논리적인 소비'로 요약된다.¹ 재일한국인으로서 느끼는 한국 생활의 미묘한 온도 차이와 이주 과정에서 겪는 실제적인 에피소드들은 일본 시청자들에게 신선한 충격과 실질적인 정보를 동시에 제공할 수 있다.³ 예를 들어, 한국의 식당 문화에서 겪는 사소한 오해나 대중교통 이용 시의 문화적 차이는 단순한 브이로그를 넘어선 인류학적 통찰을 담은 콘텐츠로 확장될 수 있다.³ 이러한 접근은 시청자로 하여금 크리에이터의 성장을 함께 지켜보게 만드는 '판다ム(팬덤) 이코노미'를 형성하는 기반이 된다.⁴

일본 MZ세대의 소비 심리 및 디지털 콘텐츠 수용 행태 분석

일본 MZ세대의 소비 행동은 '나다움'과 '경험 가치'를 최우선으로 하며, 이들은 SNS를 통해 정보를 수집하고 비교한 뒤 구매에 이르는 주기가 매우 빠르다.¹ 특히 인스타그램과 유튜브를 통해 발견한 트렌드를 자신의 일상에 적용하는 과정에서 '공감할 수 있는 스토리'를 가장 중요하게 생각한다.¹

분석 항목	MZ세대의 특징 및 요구 사항	콘텐츠 반영 전략
정보 검색	인스타그램, 틱톡, 유튜브(소규모 KOL 선호)	검색 최적화된 키워드와 감성적인 썸네일 활용 ¹
가치 기준	가성비보다는 감성, 스토리, 공감, 자기 만족	단순 정보 나열이 아닌 '내가 이곳에 간 이유' 설명 ¹
선호 테마	작은 사치(Small Luxury), 체험, 나다움	한정판 메뉴, 커스텀 체험, 로컬 숨은 명소 발굴 ⁴

구매 채널	온라인 몰, 편의점, 라이프스타일 숍	한국 편의점 신상 및 배달 앱 이용 가이드 제공 ⁵
-------	----------------------	---

최근 일본 시장에서 주목받는 '공감형 마케팅'은 크리에이터가 시청자와 동일한 눈높이에서 소통할 때 극대화된다.¹ 19세라는 연령대는 일본의 또래 세대에게는 동경의 대상이자 동시에 친근한 친구 같은 이미지를 전달하기에 최적화되어 있다. 이들은 완벽하게 정돈된 광고성 영상보다는 다소 서투르더라도 진정성 있는 일상의 기록에 더 큰 매력을 느낀다.¹ 또한, 지속 가능성이나 사회적 정의와 같은 가치 지향적 소비에 관심이 높은 세대 특성을 고려하여, 한국의 업사이클링 브랜드나 비건 카페 등을 소개하는 것도 브랜드 이미지를 구축하는 데 효과적일 것이다.¹

일본 내 주요 한국 관련 유튜브 채널 경쟁 구도 및 차별화 지점

일본 시장에서 이미 확고한 위치를 점하고 있는 채널들을 분석하면, 신규 채널이 공략해야 할 '니치(Niche)' 영역이 명확해진다. 2024년 기준 일본 내 한국 관련 유튜브 랭킹 상위권은 수년째 변동 없이 유지되고 있으나, 이는 동시에 새로운 시각에 대한 시청자들의 갈증이 존재함을 의미한다.⁶

채널명	주요 콘텐츠 전략	성공 요인 및 특징
토모토모 (Tomotomo)	한일 커플 브이로그, 감성 라이프스타일	압도적인 영상미와 서정적인 편집 스타일 ⁶
카오루TV (KaoruTV)	한국 로컬 맛집, 스트리트 푸드, 먹방	유창한 한국어와 현지인만 아는 노포 발굴 ⁶
토기모치 (Togimochi)	편의점 신상, 배달 음식 리뷰, ASMR	빠른 정보 전달과 솔직하고 친근한 리뷰 방식 ⁶

기존 채널들이 주로 '커플', '맛집 전문', '리뷰'에 집중되어 있다면, 본 채널은 '재일한국인 2세의 한국 이주 및 정착기'라는 독자적인 서사를 전면에 내세워야 한다. 이는 단순히 한국을 여행하는 외국인의 시선이 아니라, 자신의 뿌리를 찾아가는 과정에서 겪는 내면의 변화와 외부와의 충돌을 모두 담아낼 수 있는 입체적인 컨셉이다.³

특히 일본 현지 시청자들은 한국의 '빨리빨리' 문화나 적극적인 의사표현 방식에 대해 호기심과 동시에 두려움을 느끼는 경우가 많다. 크리에이터가 한국 식당에서 쟁반째 음식을 주는 문화를 오해했던 사례나 버스 안에서의 소음 기준 등 문화적 충격(Culture Shock)을 겪는 모습은 일본 시청자들에게 큰 재미와 안도감을 준다.³ 이러한 '실패담'과 '오해 해결 과정'은 시청자와의 심리적 거리감을 줄이는 핵심 장치가 된다.

2024-2025 한국 MZ세대 미식 트렌드와 콘텐츠 확장성

한국의 미식 문화는 현재 '자극적인 맛'과 '개인화된 커스텀'이 결합된 형태로 진화하고 있다. 특히 일본인 관광객들 사이에서 한국의 배달 문화와 무인 점포에 대한 관심이 높은 만큼, 최신 유행 식품들을 직접

주문하고 커스텀하는 과정을 보여주는 콘텐츠는 높은 조회수를 보장한다.⁵

유행 품목	2025년 4월 기준 검색량(예측)	핵심 성공 요인 및 특징
마라탕	200,800회	매운맛의 중독성과 재료 선택의 자유로움(다이어트식 활용 가능) ⁸
요아정	200,800회	'요거트 아이스크림의 정석', 벌집꿀 등 화려한 토핑의 시각적 효과 ⁸
런던 베이글	161,700회	'오픈런' 필수, 한국인 취향의 쫄깃한 식감과 독보적 공간 브랜딩 ⁸
쫄득 쿠키	138,300회	마슈멜로를 활용한 ASMR 최적화 식감, SNS 레시피 확산 ⁸
두바이 초콜릿	54,400회	피스타치오와 카다이프의 이색적인 식감, 품귀 현상으로 인한 희소성 ⁸

이러한 미식 트렌드는 단순히 '맛있다'는 평가에 그치지 않고, 각 식품이 가진 '맥락'을 설명하는 것이 중요하다. 예를 들어, 마라탕이 단순한 외식을 넘어 스트레스 해소 수단으로 자리 잡은 배경이나, 요아정의 벌집꿀 수입액이 전년 대비 25,885%나 급증한 데이터 등을 인용하여 한국 사회의 유행 속도를 시각화할 수 있다.⁸ 일본 시청자들에게는 '왜 지금 한국인들이 이 음식에 열광하는가'에 대한 사회심리학적 설명이 곁들여질 때 콘텐츠의 권위가 생긴다.¹

또한, 최근 한국에서는 '스웨디시 구미(Swedish Gummy)'와 같은 시각적·촉각적 자극을 중시하는 간식류가 편의점에서 큰 인기를 끌고 있다.⁸ 일본의 젤리 문화와 비교하며 한국 편의점의 빠른 상품 회전율을 보여주는 콘텐츠는 일본 MZ세대에게 매우 흥미로운 주제가 될 것이다.⁸

뷰티 및 패션 분야의 '로지컬 바이(Logical Buying)'와 개인화 트렌드

일본의 한국 뷰티 소비 패턴은 '성분'과 '효능'을 철저히 분석하는 '로지컬 바이' 형태로 변화하고 있다.¹ 2025년 한국 뷰티 시장의 키워드는 '스마트 스텝'과 '셀프 커스텀'으로, 이는 복잡한 단계를 줄이면서도 개인의 특성에 맞춘 최적화된 관리를 의미한다.²

2025년 한국 뷰티 시장 핵심 키워드

1. **스마트 스텝 미용**: 불필요한 스킨케어 단계를 과감히 생략하고, 고기능성 단일 제품으로 최대의 효과를 내는 미니멀리즘 방식이다.¹
2. **셀프 커스텀 코스메**: 매장에서 직접 개인의 피부 톤이나 상태를 측정하고 즉석에서 화장품을 조제해주는 경험 중심의 서비스이다.²
3. **성분주의(成分主義)**: 알코올이나 향료가 배제된 저자극 성분, 엑소좀이나 스피쿨 등 진화된 멀티케어 성분에 대한 선호가 뚜렷하다.¹
4. **웨어러블 코스메**: 립이나 치크 제품을 액세서리처럼 몸에 지니고 다닐 수 있는 미니 사이즈 제품들이 패션 아이템으로 부상하고 있다.⁹

크리에이터는 올리브영과 같은 드럭스토어에서 일본인들에게 잘 알려지지 않은 '도터스 코스메틱(의사 공동 개발 화장품)'이나 약국 화장품을 추천하면서, 상세한 성분을 일본어로 번역해주는 '성분 분석 가이드' 콘텐츠를 제작할 수 있다.¹ 이는 정보의 신뢰도를 높여 SNS 상에서의 확산을 유도하는 전략이 된다.¹

패션의 경우, 'Y2K 스타일'의 인기가 지속되는 가운데 세련된 '미니멀 룩'이 공존하는 양상을 보인다.¹ 특히 젠더리스 스타일이나 빈티지 리메이크(DIY) 문화는 자신만의 개성을 중시하는 일본 MZ세대에게 매력적인 소재이다.¹ 한국의 로컬 디자이너 브랜드 솜이나 성수동, 한남동의 편집숍 투어를 통해 한국 패션의 역동성을 보여주는 것이 효과적이다.¹

경기도 수원·화성 지역의 로컬 핫플레이스 심층 분석

서울을 벗어난 근교 여행에 대한 수요가 늘어남에 따라, 역사적 가치와 현대적 감성이 공존하는 수원 화성 행궁동과 화성시 일대는 일본인 관광객들에게 최적의 '숨은 명소'가 된다.⁵ 특히 행궁동은 '행리단길'로 불리며 수많은 주택 개조 카페와 공방들이 밀집해 있어, 일본의 '시타마치(Shitamachi)' 감성과 한국의 트렌드가 결합된 독특한 분위기를 자아낸다.¹⁰

수원 행궁동의 주요 콘텐츠 스팟 분석

장소명	콘텐츠 테마 및 매력 포인트	시청 포인트
사랑과 자유	빈티지 아지트 감성, 고양이 토스트	아늑한 주택 개조 인테리어와 귀여운 디저트 연출 ¹¹
일상엔	일본풍 인테리어와 한국식 베이커리의 만남	대나무와 모래를 활용한 젠(Zen) 스타일의 공간 미학 ¹²
카페 매홀	퓨전 한옥, 전통 꽃차와 보자기 아트 체험	한옥 게스트하우스와 연계된 전통 문화의 현대적 해석 ¹⁰

팔레센트	장안문 뷰, 야경 및 열기구 조망	성곽길을 배경으로 한 파노라마 사진 촬영 포인트 ⁵
킵뎃 로스터리	필터 커피 전문, 붉은 벽돌의 세련된 감성	하루 100잔 한정 바닐라 라떼와 로스팅 공정 공개 ⁵

행궁동의 가장 큰 특징은 어느 카페에 앉아도 유네스코 세계문화유산인 화성 성곽이나 장안문 등을 조망할 수 있다는 점이다.⁵ 이는 일본 관광객들에게 단순한 휴식을 넘어 역사적 공간 안에 머무는 듯한 특별한 경험을 제공한다. 크리에이터는 이곳에서 '한복 대여 후 성곽길 산책'이나 '밤의 화성 야경 투어'와 같은 체류형 콘텐츠를 기획하여 일본 시청자들의 방문 욕구를 자극할 수 있다.⁵

화성시의 자연 경관과 로컬 미식의 재발견

화성시는 서해안의 광활한 자연과 대규모 베이커리 카페들이 어우러져 '치유(Healing)'를 주제로 한 콘텐츠 제작에 적합하다.¹³

- **제부도와 서해랑 케이블카:** 물때에 맞춰 열리는 바닷길과 해상 케이블카를 통해 보는 서해의 낙조는 일본의 해안가와와는 다른 장엄한 스케일을 보여준다.¹³
- **궁평항 낙조길:** 화성 8경 중 하나로, 방파제 끝 등대까지 이어지는 산책로는 '사진 출사 명소'로 소개하기 좋다.¹⁴
- **로컬 맛집의 깊이:** 유황오리와 무농약 채소를 제공하는 '칠보농원', 20년 전통의 '산골추어탕', 그리고 푸짐한 보리밥 정식을 내놓는 '물레방아' 등은 한국의 정통 미식을 찾는 일본인들에게 강력히 추천할 만한 곳이다.¹³

이러한 지역 정보를 전달할 때 주의할 점은 '접근성'에 대한 상세 가이드이다. 주차 공간이 협소한 행궁동의 특성상 인근 시립미술관이나 공영주차장 이용 팁을 제공하거나, 대중교통 이용 시의 정류장 위치 등을 명확히 안내하는 것이 실제 여행을 계획하는 일본인들에게 큰 도움이 된다.⁵

재일한국인 크리에이터의 정체성 기반 스토리텔링과 차별화 전략

단순히 장소를 소개하는 것을 넘어, 크리에이터 자신의 '정체성'을 콘텐츠의 중심 축으로 삼는 것은 장기적인 채널 성장의 핵심이다. 19세라는 나이에 일본에서의 생활을 뒤로하고 한국으로 이주해 온 서사는 그 자체로 시청자들의 궁금증과 몰입을 유발한다.¹

문화적 차이와 오해를 콘텐츠화하는 방법

1. **언어적 뉘앙스의 차이:** 일본어와 한국어는 문법적으로 유사하지만, 사용하는 단어의 온도나 상황에 따른 표현 방식이 다르다. '일본인 2세가 한국에서 처음 배운 무서운 표현'이나 '한국인의 거절 표현을 오해했던 경험' 등을 주제로 다룬다.
2. **사회적 규범과 에티켓:** 부산의 한 식당에서 쟁반을 그대로 두고 간 아주머니를 오해했던 사례처럼, 한국 특유의 '투박한 정'이나 식당 문화를 일본인의 관점에서 해석해주고 설명해주는 과정을 보여준다.³
3. **세대 간의 소통:** 한국 MZ세대의 'YOLO' 정신이나 개인의 행복을 우선시하는 가치관이 일본의

'사토리 세대'나 최근의 트렌드와 어떻게 다른지를 비교 분석한다.⁴

크리에이터는 자신의 외모나 배경 때문에 겪었던 차별의 경험이 있다면 이를 솔직하게 공유하는 것도 방법이다. 에콰도르 출신 아버지를 둔 한국 태생 소년의 사례처럼, 낯선 시선에 대한 아픔을 극복하고 한국에 대한 애정을 표현하는 서사는 시청자들에게 깊은 울림을 준다.⁷ 이는 단순히 '한국이 좋다'는 찬양보다 훨씬 더 강력한 진정성을 담보하게 한다.

영상 제작 기법 및 디지털 마케팅 전략의 고도화

일본 유튜브 시장은 영상의 질(Quality)에 매우 민감하며, 특히 브이로그 카테고리에서는 특유의 미니멀리즘과 감각적인 색보정이 선호된다.¹⁸ 2025년의 영상 트렌드는 AI 기술을 활용한 효율적인 제작과 수직형 쇼트폼(Shorts)을 통한 팬덤 확장이 주를 이룬다.¹⁸

일본 시장 선호 영상 편집 스타일

- **시각적 미학:** 과도한 효과보다는 자연광을 살린 부드러운 색감과 고해상도(4K 이상) 영상을 지향한다.
- **자막 설계:** 정보를 전달하는 자막은 얇고 깔끔한 고딕체나 명조체를 사용하며, 화면 전체를 덮지 않도록 배치한다.¹⁸ 일본 시청자들은 자막을 '디자인의 일부'로 인식하는 경향이 강하다.
- **음향 효과(ASMR):** 요아정의 벌집꿀을 씹는 소리나 쫄떡 쿠키의 식감을 극대화한 음향은 시각적 정보 이상의 몰입감을 선사한다.⁸
- **수직형 콘텐츠(Shorts):** 틱톡이나 인스타그램 릴스, 유튜브 쇼츠를 위해 60초 내외의 수직형 영상을 별도로 제작한다. 최근 일본에서는 '수직형 짧은 드라마'가 사회 현상으로 번질 만큼 인기가 높으므로, 이를 활용한 짧은 에피소드 구성을 추천한다.¹⁸

또한, AI 기술을 적극적으로 활용하여 다국어 자막을 생성하거나, 데이터 분석을 통해 일본 내 급상승 키워드를 실시간으로 파악하여 콘텐츠에 반영하는 기민함이 필요하다.¹⁸ '생성형 AI'를 활용해 영상의 배경음악(BGM)을 직접 작곡하거나, 썸네일 이미지를 최적화하는 작업은 1인 크리에이터의 업무 효율을 극대화해 줄 것이다.¹⁸

채널 성장을 위한 12개월 단계별 로드맵 및 비전

신규 채널은 초기 3개월 동안 확고한 브랜드 이미지를 구축하고, 이후 점진적으로 콘텐츠의 깊이와 범위를 확장해야 한다.¹

단계	목표	핵심 활동 및 콘텐츠 주제
1단계 (1~3개월)	정체성 확립 및 초기 팬덤 구축	'일본인 2세의 한국 이주기' 시리즈, 첫 한국 집 구하기, 한국어 공부 팁 ¹
2단계 (4~6개월)	카테고리 전문성 강화	수원/화성 로컬 투어, 올리브영

		성분 분석 가이드, MZ 유형 식품 리뷰 ¹
3단계 (7~9개월)	시청자 참여 및 커뮤니티 활성화	시청자 질문 응답(Q&A), 라이브 스트리밍, 한국인 친구와의 문화 차이 대결 ⁴
4단계 (10~12개월)	브랜드 확장 및 수익 모델 다각화	한일 기업 협업 프로젝트, 로컬 맛집 지도 굿즈 제작, 오프라인 팬미팅 기획 ⁴

장기적으로 이 채널은 단순한 유튜브 채널을 넘어, 일본과 한국을 잇는 '문화 매개체'로 성장해야 한다. 웹3(Web3)나 NFT를 활용하여 팬들이 채널 운영에 참여하게 하거나, AI 기반의 개인화된 여행 추천 서비스를 제공하는 등 기술적인 진보를 결합한다면 더욱 강력한 경쟁력을 갖게 될 것이다.⁴

결론 및 제언

본 보고서에서 분석한 바와 같이, 19세 재일한국인 2세 크리에이터는 일본 MZ세대의 최신 트렌드인 '공감', '성분주의', '개인화'를 완벽하게 관통할 수 있는 유일무이한 서사를 가지고 있다. 특히 수원을 중심으로 한 로컬 명소와 한국의 최신 미식 트렌드를 크리에이터의 이주 정착기와 결합한다면, 정보와 감동이 공존하는 고밀도의 콘텐츠를 생산할 수 있다.¹

성공의 열쇠는 '현지화된 시각'과 '진정성 있는 소통'에 있다. 일본 시청자들은 완벽한 가이드보다는, 자신들과 비슷한 배경을 가진 소녀가 한국이라는 낯설고도 친숙한 나라에서 좌충우돌하며 적응해 나가는 모습에 기꺼이 응원의 박수를 보낼 것이다. 이러한 인간적인 매력에 정교한 데이터 분석과 최신 영상 기술을 더한다면, 2025년 일본 내 한국 관련 유튜브 시장의 새로운 아이콘으로 자리매김할 수 있을 것으로 판단된다.

참고 자료

1. 韓国Z世代・MZ世代の最新ハマリトレンド2025 | 消費行動と購買 ..., 4월 13, 2026에 액세스, <https://note.com/ssmarketinggroup/n/n831a598ef4da>
2. 韓国GLOWPICK編集長による、Kビューティトレンド分析。2025年に来る4つのキーワード, 4월 13, 2026에 액세스, https://business.cosme.net/column/trend/global_20250201
3. "식당서 큰 소리 냈다가 눈총...한국 인종차별 짜증" 인도 유튜버의 분노 - 뉴스1, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.news1.kr/society/general-society/5549201>
4. 韓国MZ世代の「推し消費」現象を紐解く | ファンダムエコノミーがもたらす市場変化と参入戦略, 4월 13, 2026에 액세스, <https://influk.bwell.jp/media/archives/388/korea-marketing>
5. "궁궐을 배경으로 커피 한 잔"... 봄에 꼭 가야하는 수원 화성 뷰 카페 5 ..., 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.tourtoctoc.com/news/articleView.html?idxno=4378>
6. [2024] Ranking of Korean YouTubers by subscribers! How much has changed in a year? Ranking by inc... - YouTube, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=49rXYuMTEN8>

7. [더깊은뉴스] “나도 한국인입니다”...다문화 2세들의 호소 - YouTube, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=gTwU0dqEnWc>
8. 2025年最新版 | 韓国MZ世代に人気の食トレンドTOP10 ~SNSから読み解く消費行動, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.gldaily.com/news/columns/columns45029/>
9. 【2025年】業界に変化をもたらすMZ世代の価値観トレンドレポート【業種別事例一覧】, 4월 13, 2026에 액세스, <https://new-standard.co.jp/posts/21382>
10. 인싸들의 Pick 수원 '행궁동 한옥카페' 4> 여행기사 :대한민국 구석구석, 4월 13, 2026에 액세스, https://korean.visitkorea.or.kr/detail/rem_detail.do?cotid=5a09ff55-fef9-43d1-b69d-0b668dd44164
11. 사랑과 자유 - 행궁동 카페, 일본 맛집 - 다이닝코드, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.diningcode.com/profile.php?rid=pdkTB8JU5gEt>
12. 수원 데이트 코스 추천: 일본풍 감성카페 '일상엔', 4월 13, 2026에 액세스, <https://boarddatebyminggeunni.tistory.com/14>
13. 화성 제부도 여행 코스 가볼 만한 곳, 현지인 맛집 추천 | 경기도 화성시 - 웰로, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.welfarehello.com/community/hometownNews/4ebde1cb-4a40-4bd0-9a3a-78c1900ac9b0>
14. 화성시 궁평항 /일몰명소 /당일치기 국내여행 /화성시 가볼만한곳 /경기도 가볼만한곳 /화성방조제 /데이트 명소 /드라이브 명소 - YouTube, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=v7gltY5DlNo>
15. 경기도 화성여행코스 베스트5 소개 - 제부도 대부도 궁평항 백미리어촌계 차박존까지, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=ZshCfNKOUQo>
16. 경기도 화성여행코스BEST 7 추천#궁평항#궁평낙조길#제부도#서해랑캐이블카#용건릉#용주사#우음도#화성공룡알 화석산지#화성가볼만한곳#18억년전지질 - YouTube, 4월 13, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=vxoAa93PgoQ>
17. 화성 가장 사랑받은 인기 맛집 TOP 10 - 테마여행, 4월 13, 2026에 액세스, <https://sjaksu.tistory.com/entry/%ED%99%94%EC%84%B1-%EA%B0%80%EC%9E%A5-%EC%82%AC%EB%9E%91%EB%B0%9B%EC%9D%80-%EC%9D%B8%EA%B8%B0-%EB%A7%9B%EC%A7%91-TOP-10>
18. 【AOI with Z 8】 ハイスペックだけど 『心のままにシャッターを押す ...』, 4월 13, 2026에 액세스, <https://vook.vc/n/6438>
19. 企業が動画を外注せず内製する理由 | 企業担当者のための動画活用 ..., 4월 13, 2026에 액세스, <https://vook.vc/n/6625>