

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2023

**WEEKLY
GLOBAL**

위클리글로벌

341 호

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> [미국] Roku-NBC Universal, FAST 서비스 협업 강화 [미국] 할리우드 작가 조합, 스튜디오의 역제안서 검토 중 [심천] 빌리빌리 2023년 2분기 총수입 53억 위안 달성 [유럽] 영국 매거진, 한국 영화와 드라마가 세계를 지배하는 이유 분석 [유럽] 프랑스 언론, 넷플릭스의 신규 한국 예능 방영 소식 주목 [베트남] <베트남의 맛>, 아시아 전역에 방송되는 베트남 리얼리티 쇼 [UAE] 2029년까지 천만 구독을 추가할 아프리카 SVOD [UAE] 2029년까지 아랍어 SVOD 구독자 2,800만 명에 이를 것 [UAE] 사우디아라비아 문화부와 MBC 그룹, TV 채널 개설 파트너십 계약 체결 [UAE] 이스라엘의 주요 방송사들, 새로운 정부 미디어 법안에 반대하기 위해 연합 [태국] 황금 시간대를 한국 드라마에 할애한 채널 7HD [태국] 타이미디어펀드, 소프트파워 홍보 위해 예능 프로그램 제작 지원 [태국] 더원엔터프라이즈-SBS 콘텐츠허브 합작 드라마 하반기 방송 예정
 게임·유희복합	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 넷플릭스, TV와 PC용 게임 테스트 개시 [심천] <왕자영요> 7월 글로벌 모바일게임 수입 1위 [인니] 이스포츠팀 GRD, '삼성 갤럭시 게이밍 아카데미' 결승전에서 우승 [UAE] 사비게임 스튜디오즈, Steer Studios로 리브랜딩 [UAE] UAE, 사우디 리야드에서 출범한 아프로-아랍 이스포츠 리그에 합류 [UAE] 사우디아라비아, 게이머의 약 73%가 스마트폰 사용 [태국] 태국 게이머들을 위한 안전한 원스톱 플랫폼 '게미코'
 애니·캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> [일본] 애니메이션 시장 3년 만에 회복세 2022년 시장 매출 총액 2,703억 엔 기록 [UAE] 문버그 엔터테인먼트, 아마존 프라임 비디오 콘텐츠 계약 체결
 만화·웹툰	<ul style="list-style-type: none"> [유럽] 프랑스 언론, 웹툰 <픽 미 업!> 이광은 아트디렉터 조명 [유럽] 웹툰이 만화 세계를 장악하는 방법 [유럽] 2023 일사분기 프랑스 만가 판매 18% 감소
 음악	<ul style="list-style-type: none"> [심천] 텐센트 뮤직 유료사용자 최초로 1억 명 돌파 [베트남] 'HAY Fest 2023'에 참가한 에픽하이와 보이존의 로난 키팅
 패션	<ul style="list-style-type: none"> [태국] 순환 패션 제안하는 전시회 개최 [러시아] 지금 한국의 패션 트렌드
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> [북경] 2022년 중국 모바일페이 거래규모 309조 위안 달성 [북경] 텐센트, 올해 2분기 매출액 1,492억 위안, 전년 대비 11% 증가 [일본] 일본변리사회 생성형 AI에 따른 저작권 문제 논점정리 [인니] 인니 중소기업협동조합부·해양투자조정부, '중소기업의 날' 기념 'Road to Indonesia Startup Ecosystem Summit 2023' 개최 [베트남] 디스패치, 한국 스타들의 호안끼엠 호수 체크인 사진 공유 [태국] 내각 구성 지연으로 소프트파워 추진 기회를 놓칠 수 있다는 우려 제기



방송·영화



☑ [미국] Roku - NBC Universal, FAST 서비스 협업 강화 1)

KOCCA

● Roku 와 NBC Univeral 이 FAST 서비스 협업 강화

- ☑ Roku 와 NBCUniversal 은 새로운 FAST(광고 기반 무료 스트리밍) 채널을 론칭하기 위해 상호 협력하고 있으며, Roku 채널에서 이용 가능한 유명 TV 콘텐츠를 확장하고 있음
- ☑ Roku Channel 은 이미 NBC News Now, Dateline, Today All Day, NBC 지역 방송 및 지역 Telemundo 뉴스 채널과 같은 FAST 채널을 운영하고 있음에도 올해 후반 FAST 채널 두 개를 추가로 론칭할 예정이라고 함
- ☑ 최근 몇 년간 FAST 시장이 대중적으로 성장하여 수십 억 달러 규모로 부상하고 있으며, 미디어 기업들이 스트리밍 사업의 수익문제를 해결하기 위한 방안으로 떠오르면서 성장이 더욱 가속화되고 있다는 것이 배경임
- ☑ OTT 들은 초반에는 <Friends>, <The Office>와 같은 유명 드라마의 권리를 독점적으로 유지함으로써 구독 서비스의 핵심 요소로 삼으려 했으나, 이제는 FAST 서비스를 통해 더 폭넓게 라이선스를 보유하려는 의지가 강해진 것으로 보임

☑ [미국] 할리우드 작가 조합 스튜디오의 역제안서 검토 중 2)

KOCCA

● 할리우드 작가 조합, 스튜디오의 역제안서 검토 중

- ☑ 작가 조합은 동부 지부 리더들이 얼마 전 영화 및 텔레비전 프로듀서 조합(AMPTP)이 역제안한 안건을 검토하기 위해 로스앤젤레스에 도착했다고 알리며 차기 3년 계약에 대해 스튜디오와 다시 협상할 예정이라고 함. 파업 중 동부 지부의 리더들이 서부 지부와 함께하는 것은 비교적 흔한 일이라고 함
- ☑ 작가 조합은 회원들에게 금주 중 스튜디오의 제안을 평가하여 이에 응답할 것이라고 밝힘. 양측 모두 지난 회의 이후에는 협상에 진전이 보인다고 느꼈지만, 작가 조합 이사회 구성원들에게조차도 역제안에 대한 구체적인 세부 내용이 거의 알려져 있지 않아 희망적 낙관을 하는데 조심스러워하고 있음
- ☑ 하지만 작가 조합은 조합원들이 무엇인가 진행 중이라는 사실 자체에 만족하고 있으며, 아직 세부 내용은 잘 모르지만 긍정적인 기운이 느껴진다고 표현함. 또, AMPTP 를 협상 테이블로 다시 데려오기 위해 기울여 온 노력이 성공한 것에 기운을 얻고 있다고도 함
- ☑ 한편, 할리우드의 최대 노동 조합인 SAG-AFTRA(미국 배우 노조)는 파업을 지속하며 아직 AMPTP 와의 협상 테이블로 돌아오지 않았지만, 작가 조합이 다시 스튜디오와 대화를 하고 있다는 사실에 대해 기쁘게 생각한다고 밝힘

1) 출처 : <https://deadline.com/2023/08/nbcuniversal-roku-fast-ties-channels-streaming-murder-she-wrote-little-house-on-the-prairie-1235519738>
<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/roku-saved-by-the-bell-murder-she-wrote-channels-1235566340>
 2) 출처 : <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/wga-east-leadership-review-studio-proposal-1235567078>

✔ [심천] 빌리빌리 2023년 2분기 총수입 53억 위안 달성 3)

KOCCA

- 빌리빌리(哔哩哔哩)가 발표한 공식자료에 따르면 2023년 2분기 총수입은 53억 400만 위안을 달성했으며, 이는 전년도 동기 대비 6% 증가한 수치임. 2분기 일일 평균 사용자수는 9,650만 명에 달했으며, 유저 일일 평균 사용시간은 94분으로 모두 전년도 동기 대비 증가한 수치임
 - ✔ 이 중 부가유료서비스의 총 수입은 23억 위안이며, 광고 수입이 16억 위안을 달성하였으며 모두 전년도 동기 대비 증가하였지만, 8억 909만 위안을 달성한 모바일게임 수입과 5억 387억 위안을 달성한 IP 파생품 및 기타 서비스는 전년도 동기 대비 하락하였음

✔ [유럽] 영국 매거진, 한국 영화와 드라마가 세계를 지배하는 이유 분석 4)

KOCCA

- 영국 매거진은 최근 10년 사이 한국 문화가 서구에 지대한 영향을 미치고 있다며, 한국은 21세기 가장 극적인 경제 성장을 누리며 문화로 세계를 지배하는 국가라고 소개함. 이어, 한류는 영화, 방송, 음악, 패션 분야로 확장되는 한국 대중문화의 세계적인 성공을 의미하는 용어로, 이러한 한류가 본격적으로 시작되었다고 전함
 - ✔ 한편, 영화 및 방송 산업은 1990년대 한국 기업들의 시청각 콘텐츠 투자와 함께 시작되었다며, 그 결과 이창동 감독의 영화 <박하사탕>과 더불어 박찬욱 감독의 복수 3부작 <복수는 나의 것>, <올드보이>, <친절한 금자씨>와 같은 명작들이 등장했다고 설명함. 언론은 영화 <아가씨>와 <버닝>이 세계 시장에서 흥행하며 한국 영화의 성공을 입증했지만, 한국 영화가 세계적으로 강세를 보인 최고의 순간은 봉준호 감독의 <기생충>이 비영어권 영화 최초로 아카데미 최우수 작품상을 받은 2020년이라고 전함. 해당 감독은 <설국열차>와 <옥자> 등 걸작으로 서양 영화계에서 이미 인지도를 쌓았지만, <기생충>에서야말로 천재성을 드러내며 한국 영화 최초로 칸 영화제 황금종려상을 받는 영예를 안았다고 언급함
 - ✔ 방송의 경우 2019년 드라마 <오징어 게임>이 미국과 유럽에서 열풍을 일으키며 서구 문화에 무시할 수 없는 영향을 끼쳤다고 평함. 특히, 한국 영화와 드라마는 사회적 불평등 및 고립 등 보편적인 현상을 다루어 전 세계 시청자들의 공감을 쉽게 자아낼 수 있었다고 분석함
 - ✔ 끝으로, 서구권 국가 기업들도 한국을 유망한 엔터테인먼트 시장으로 삼고 있다며, <오징어 게임>과 <더 글로리>와 같은 차기 흥행작이 등장한다면, 넷플릭스가 앞으로도 꾸준히 한류 콘텐츠를 제공할 것으로 전망함

3) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2023/08/525789>

4) 출처 : 영국 매거진, Far Out Magazine

<https://faroutmagazine.co.uk/hallyu-south-korean-film-and-tv-dominating-the-globe>

☑ [유럽] 프랑스 언론, 넷플릭스의 신규 한국 예능 방영 소식 주목 5)

KOCCA

- 프랑스 언론은 넷플릭스가 아시아 콘텐츠와 K-드라마를 가장 많이 제공하는 스트리밍 플랫폼으로 거듭났다고 전함. 이어, 한국 로맨스 드라마 <도깨비>, <더 킹 : 영원의 군주>, <사랑의 불시착>, <스물다섯 스물하나>, <밥 잘 사주는 예쁜 누나>는 해당 플랫폼의 구독자들이 가장 좋아하는 인기 작품이라고 소개함
 - ☑ 특히, 최근 방영된 리얼리티 예능 <좀비버스> 외에도 넷플릭스는 더 많은 작품을 공개하며 아시아 콘텐츠에 문을 열었다고 설명함. 한국 작품의 경우, 대표적으로 연애 리얼리티 예능 <솔로지옥> 시즌 3 을 공개한다고 언급함

☑ [베트남] <베트남의 맛>, 아시아 전역에 방송되는 베트남 리얼리티 쇼 6)

KOCCA

- <베트남의 맛, Let's Feast Vietnam> 프로그램은 BHD 제작사와 문화체육관광부 산하 국제협력국, 메타 (Meta) 등이 협력해 베트남의 문화, 관광, 음식을 홍보하고자 제작한 리얼리티 쇼임
 - ☑ 이 프로그램은 베트남 시청자 및 넷플릭스, 메타를 통해 아시아 전역 시청자에게 소개됨. 또한, 베트남뿐만 아니라 한국, 인도네시아, 홍콩, 필리핀, 인도네시아, 대만 등에서 온 14 명의 콘텐츠 크리에이터가 프로그램에 참가해 명소를 구경하면서 긍정적인 메시지를 전달하는 단편 영상 제작과 같은 챌린지를 수행할 예정임
 - ☑ <베트남의 맛>은 2023 년 8 월 15 일부터 매주 화요일과 수요일 넷플릭스와 다넷(DANET) 어플리케이션을 통해 방송 예정임



[그림 1] <베트남의 맛> 예고편

5) 출처 : 프랑스 시청각 콘텐츠 전문 언론, Télé-Loisirs

<https://www.programme-tv.net/news/cinema/333620-netflix-annonce-une-excellente-nouvelle-pour-les-fans-de-k-dramas-et-de-productions-asiatiques>

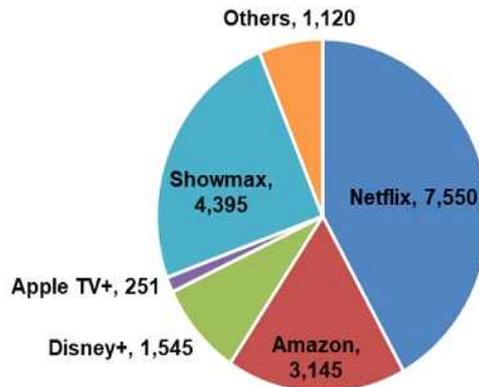
6) 출처 : <https://tuoitre.vn/hanh-trinh-ky-thu-show-truyen-hinh-thuc-te-viet-phat-song-khap-chau-a-20230810230849689.htm>

☑ [UAE] 2029년까지 천만 구독을 추가할 아프리카 SVOD 7)

KOCCA

- 지역 SVOD(월 단위 정기결제 후 기간 동안 무제한으로 시청할 수 있는 서비스) 보급률은 2029년까지 아프리카 TV 가구의 7.7%만이 최소 하나의 구독료를 지불하는 등 낮은 수준을 유지할 것
 - ☑ 디지털 TV 연구에 따르면 아프리카 SVOD 구독 환경은 향후 몇 년 동안 크게 확장되어 2029년까지 유료 SVOD 구독이 100만 개로 급증할 것으로 예상됨
 - ☑ 이러한 빠른 궤적에도 불구하고 SVOD 채택은 2029년까지 최소 1회의 구독료 지불을 선택한 텔레비전 가구의 7.7%에 불과해 상대적으로 낮은 수준을 유지할 것으로 예상됨
 - ☑ 예측에 따르면 넷플릭스는 2029년까지 약 755만 명의 가입자를 확보하고 2023년 말보다 340만 명의 주목할 만한 추가를 기록하며 시장에서 독보적인 우위를 점할 것으로 전망함
 - ☑ 남아프리카 유료 TV 제공업체 멀티초이스(MultiChoice)가 소유한 2위인 Showmax가 2029년까지 440만 명의 유료 가입자를 달성할 것으로 예상되며, 이는 2023년 수치와 비교하여 거의 3백만 명의 가입자가 증가한 것임

Africa SVOD subscribers by platform in 2029 ('000s)



[그림 2] 2029년까지 천만 구독을 추가할 아프리카 SVOD (출처: Digital TV Research)

☑ [UAE] 2029년까지 아랍어 SVOD 구독자가 2,800만 명에 이를 것 8)

KOCCA

- 보고서에 따르면 넷플릭스는 여전히 시장을 주도하지만 중동 현지 사업자들의 강력한 도전을 받을 것이라고 함
 - ☑ 디지털 TV의 최신 연구에 따르면 아랍 13개국의 SVOD 사용자 수가 2029년까지 거의 두 배에 가까운 누적 수치인 2,800만 명에 이를 것으로 예상됨
 - ☑ 넷플릭스가 시장 주도권을 유지하는 동안 현지 스트리밍 서비스가 강력한 경쟁자로 부상할 것임

7) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/african-svod-to-add-10m-subscriptions-by-2029-digital-tv-research>

8) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/arabic-svod-subscriptions-to-reach-28m-by-2029-digital-tv-research>

- ☑ 스타즈플레이(StarzPlay), 샤히드(Shahid VIP) 및 OSN+는 2029 년까지 총 아랍어 구독의 46%를 차지하여 2023 년부터 총 470 만 구독자 증가에 기여할 것임
- ☑ 미국에 기반을 둔 일부 플랫폼이 글로벌 출시 및 현지 콘텐츠 스트리밍을 낮추면 아랍 사업자 플랫폼이 번창할 것으로 전망됨

SVOD subscribers by platform in Arabic-speaking countries in 2029 (million)

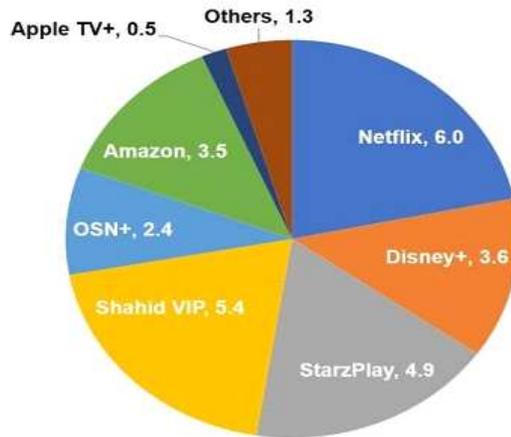


그림 3 | 2029년까지 아랍어 SVOD 구독자 2,800만 명 추가 (출처: Digital TV Research)

☑ **[UAE] 사우디아라비아 문화부와 MBC 그룹, TV 채널 개설 파트너십 계약 체결 9) KOCCA**

- 이 계약에는 온라인 플랫폼용 비디오, 팟캐스트 및 다큐멘터리를 제작할 디지털 미디어 플랫폼을 만들 계획도 포함
 - ☑ 사우디 프레스 에이전시(Saudi Press Agency)에서 보도한 이 파트너십은 핵심 지역 문화 허브로서의 사우디아라비아의 위상을 강화하고 사우디 비전(Saudi Vision) 2030 의 문화적 목표에 부합하는 것을 목표로 함
 - ☑ 9 월에 스트리밍을 시작할 예정인 이 채널은 MBC 위성 패키지와 Shahid.net 을 통해 시청할 수 있음
 - ☑ 주요 목표는 사우디 문화 콘텐츠를 전 세계적으로 확대하여 전 세계 혁신 환경에서 사우디아라비아의 존재에 기여하는 것으로 채널의 다양한 라인업은 문학, 시, 연극, 영화, 패션, 요리 예술을 아우르며 중동 현지 및 해외 시청자에게 서비스함
 - ☑ 이 계약에는 채널 외에도 온라인 플랫폼용 비디오 콘텐츠 생성에 특화된 디지털 미디어 플랫폼의 출시가 포함됨. 이 플랫폼은 팟캐스트 및 다큐멘터리를 스트리밍하여 지역 콘텐츠 제작자의 기회를 확대하고 해당 분야 전문가와의 연결을 촉진함
 - ☑ 이 계획은 사우디 비전 2030 이 주도하는 문화적 목표와 일치하며, 급속한 기술 발전을 포용하려는 신세대의 열망과 일치함

9) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/saudi-arabias-ministry-of-culture-and-mbc-group-sign-deal-to-launch-tv-channel>

☑ [UAE] 이스라엘의 주요 방송사들, 새로운 정부 미디어 법안에 반대하기 위해 연합 10) KOCCA

○ 법안은 올해 말에 통과되어 2024 년에 시행될 것으로 예상됨

- ☑ 이스라엘의 주요 방송사인 Keshet 12, Reshet 13, Kan 이 연합하여 정부의 최신 미디어 법안에 반대하는 공동 이니셔티브를 시작함. 또한, 개혁으로 인한 미디어 독립 및 언론 자유 위협에 대응하기 위해 이스라엘 TV 채널 포럼을 구성함
- ☑ 공동 발표에서 세 네트워크는 Benjamin Netanyahu 총리의 Shlomo Karhi 통신부 장관이 옹호하는 법안 뒤에 있는 정부의 의도에 대해 우려를 표명함
- ☑ 논쟁적인 사법 개혁 이후 미디어 환경에 대한 정부의 잠재적 영향력을 두려워하며 제안된 변경 사항에는 현지 콘텐츠 요구 사항 축소, 이스라엘 콘텐츠를 방해할 수 있는 정부가 임명한 구성원으로 새로운 규제 기관 설립, 독립 방송 뉴스 라이선스의 필요성 제거, 정부 위원회에 등급 데이터 감독 배치 등이 포함됨
- ☑ 구체적인 전략이 제시되지는 않았지만, 이 포럼은 이스라엘에서 뉴스와 텔레비전을 통제하는 정치적 실체가 있을 수 있는 전례 없는 위협을 강조했다
- ☑ 법안의 잠재적인 경제적 영향에 대한 우려도 제기되었는데, 이는 무료 채널의 권리를 침해하고 지역 제작 및 음악 산업에 해로운 영향을 미치면서 특정 미디어 기업에 이익이 된다는 점을 시사함

☑ [태국] 황금 시간대를 한국 드라마에 할애한 채널 7HD 11) KOCCA

○ 채널 7HD 는 오는 9 월 가을 개편을 맞아 월요일부터 목요일까지 슈퍼스타 팟차라파 차이츠어(พรธรรมา ไชยเชื้อ)를 앞세운 로맨틱 드라마 <바람이 별에 스친다(ลมพัดผ่านดาว, 이하 롬팟판다우)>를 방송하고 곧바로 한국 인기 드라마 <고스트 닥터>를 내보낼 계획임

- ☑ 2004 년 문예 부문 국가예술인에 오른 워 워닛차이꾼(ว.วินิจชญกุล)의 작품을 원작으로 한 <롬팟판다우>의 남자 주인공으로는 쯘싸다편 폰디(เชษฐาภรณ์ ผลดี)와 핫싸위 팍카퐁파이싼(ทศวีร์ ภคพงษ์ไพศาล)이 팟차라파와 호흡을 맞추게 되며, 이 밖에도 실력 있는 조연배우들과 한국에서도 유명한 미남 배우 수파쉴 쯘치위왓(ศุภศิษย์ จงษ์วิวัฒน์)이 출연해 팬들을 놀라게 할 예정임
- ☑ 9 월 6 일 20 시 30 분에 첫 회가 방영되는 <롬팟판다우>는 진정한 사랑을 해본 적 없는 일중독 여성이 두 남자를 만나면서 시작되는 이야기로, 그녀의 마음을 차지할 단 한 사람을 찾아가는 스토리를 그림
- ☑ 이어 21 시 30 분부터는 한국에서 폭발적인 반응으로 높은 시청률을 기록했던 정지훈(비), 김범, 김유진 이 출연한 판타지 의학 드라마 <고스트 닥터>가 방영됨
- ☑ 거만하기 이를 데 없는 병원에서 가장 높은 연봉을 받는 천재 심장외과 의사 ‘차영민(비)’이 사고를 당하면서 혼수상태로 응급실에 도착했는데 마침 집안은 좋고 실력은 없는 ‘고승탁(김범)’이 당직임. 사고를 당

10) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/israels-major-broadcasters-unite-to-oppose-new-government-media-bill>

11) 출처 : <https://www.thairath.co.th/entertain/series/2716004>

하면서 빠져나간 차영민의 영혼이 고승탁에게 들어가 극과 극의 성격을 가진 2 명의 의사가 불가피하게 한 몸을 쓰면서 벌어지는 복잡한 이야기로 시청자들의 기대를 모으고 있음

☑ [태국] 타이미디어펀드, 소프트파워 홍보 위해 예능 프로그램 제작 지원 12)

KOCCA

○ 타이미디어펀드(이하 TMF)가 ‘디 온리 원 타일랜드(The Only One Thailand)’ 프로그램을 공개함

- ☑ 이는 전략적 자금 지원 프로젝트의 하나로, 온라인 매체를 통해 태국 현지 문화에 대한 인식을 높이고 태국 문화의 주요 이슈를 널리 알리는 것을 목표로 유명 인플루언서들이 참여해 창의적 문화, 공동체 생활 방식, 예술 문화, 지방 마다 내려오는 선조들의 지혜, 역사, 관광 및 태국 음식 등을 세계에 알리고자 제작한 6 편의 리얼리티 프로그램임
- ☑ TMF 타나꾼 씨썩사이(ธนาคาร ซีรีส์ไฮ) 회장은 “정체성과 문화는 음식-예술-음악-영화-관광지 등을 통해 투영되는 태국의 중요한 기반이다. 이에 태국 소프트파워의 가치를 세계적으로 알려 경제적 가치를 높여 수익을 창출하고, 신뢰를 쌓아 국가 이미지를 증진과 관광을 촉진하기 위해 창의적인 미디어 제작을 지원하고 있다”라고 제작 의도를 밝힘. 관광, 음식, 타이 마사지, 무에타이, 여행, 음악 6 편으로 구성되어 있으며 다양한 차원에서의 태국 문화와 전통을 보여줌

☑ [태국] 더원엔터프라이즈-SBS 콘텐츠허브 합작 드라마 하반기 방송 예정 13)

KOCCA

○ 태국 종합 미디어 엔터테인먼트사 더원엔터프라이즈(The One Enterprise, 이하 ONEE)의 2 분기 실적 보고서를 요약하면, 전 분기 대비 13.4% 증가한 16 억 780 만 바트(약 610 억 원) 매출을 달성했으며, 이는 작년 같은 기간보다 4.9% 증가한 수치임. 콘서트 개최 및 아티스트 매니지먼트 사업 수익은 이번 분기에 가장 높은 성장세를 보였고, 2 분기 순이익은 전 분기 대비 134.0% 증가한 1 억 2,100 만 바트(약 45 억 원)를 기록함

- ☑ ONEE 는 생방송, 온라인, 저작권 및 각종 플랫폼의 프로덕션 서비스 등 수익의 핵심이 되는 엔터테인먼트와 라이프스타일 콘텐츠에 초점을 맞춰 전략 계획을 수립했고, 이것이 회사의 강점으로 작용함. 신인을 발굴해 육성하는 아이돌 마케팅은 계속해서 추진돼 국제적 규모로 확장됨. 또한 소비즈 부문은 단순히 전시나 이벤트를 기획하는 것이 아니라 커뮤니티와 팬덤을 만드는 데 더 중점을 두고 있음
- ☑ ONEE 는 지난해 2 분기부터 회복 조짐을 보였음. 콘텐츠에서 인기를 얻은 아티스트들의 성장이 향후 중요한 원동력이 될 것임. 콘서트 및 활동 수익은 전 분기 대비 32.6%, 전년 대비 707.2% 증가함. 아티스트 매니지먼트 수입은 전년 대비 65.8% 늘어났으며, 광고와 TV 방송 시간 수익은 여전히 46%의 주요 수입으로 남아 있음. 또한 라디오 매체는 전 분기 대비 39.6% 이상, 지난해 같은 기간보다 34.8% 높은 수익을 올린 것으로 나타남
- ☑ 하반기에 한국 콘텐츠 유통 전문기업 SBS 콘텐츠허브와의 합작 드라마 <VIP 락썬추(VIP ราชชนนี)>가 ONNE 의 ONE31 채널을 통해 방송될 예정이며, 나왓 마쁘라폼(ณวัฒน์ มาประกอบ)과 폰팁 왓차라뜨라꾼(พนทิพย์ ชวรรตระกูล)이 주연을 맡음

12) 출처 : <https://www.thaimediafund.or.th/news08082566>

13) 출처 : <https://mgronline.com/business/detail/9660000072688>

게임·융복합



☑ [미국] 넷플릭스, TV 및 PC 용 게임 테스트 개시 14)

KOCCA

○ 넷플릭스가 TV 와 PC 에서 플레이할 수 있는 게임의 베타테스트 개시함

- ☑ 넷플릭스가 구독자를 대상으로 모바일 기기에서 플레이할 수 있는 게임 플랫폼을 론칭한 지 2 년 만에 PC 및 인터넷이 연결된 TV 에서 플레이할 수 있는 게임의 베타테스트를 시작함
- ☑ 넷플릭스는 캐나다와 영국의 소수 회원들을 대상으로, TV 와 PC 와 맥을 통해 지원되는 브라우저에서 제한된 베타 테스트를 실행한다고 발표함. 이 베타 테스트는 게임 스트리밍 기술과 컨트롤러를 테스트하고, 고객 경험을 개선하기 위한 것이라고 함
- ☑ 넷플릭스는 작년 가을, 클라우드 게임 및 TV 와 컴퓨터에서 게임을 플레이하는 것이 가능하게 확장하려는 계획을 발표한 바가 있음
- ☑ TV 게임은 Amazon Fire TV 스트리밍 미디어 플레이어, Google TV 를 탑재한 Chromecast, LG TV, Roku 디바이스 및 TV, 삼성 스마트 TV 및 월마트 Onn TV 등과 같은 초기 협력 파트너들의 특정 기기에서만 플레이할 수 있게 할 예정이며, 계속해서 기기를 추가할 것이라 함
- ☑ 넷플릭스는 자사의 IP 를 활용한 게임을 개발하는 것이 특징인데, 현재 모바일 라인업에 70 개의 게임을 보유하고 있으며, 2023 년 말까지 약 95 개의 게임을 제공할 계획이라고 밝힘. 이 중 Ripstone 의 'The Queen's Gambit Chess', Nanobit 의 'Too Hot to Handle 2'는 넷플릭스의 오리지널 TV 프로그램을 기반으로 한 게임임

☑ [심천] <왕자영요> 7 월 글로벌 모바일게임 수입 1 위 15)

KOCCA

○ 센서타워 스토어 정보 플랫폼에 따르면, 텐센트 산하 <왕자영요(王者荣耀)>가 글로벌 iPhone App Store 와 Google Play 에서 총 2 억 2,000 만 달러의 수입을 올리며 글로벌 베스트셀러 게임 1 위를 달성하였음

- ☑ 텐센트 산하의 다른 게임 <PUBG Mobile>은 총 1 억 7,200 만 달러의 수입을 올리며 베스트셀러 2 위를 달성하였으며, 총수입의 62.8%는 중국 iPhone App Store 가 차지하였음
- ☑ 넷이즈의 모바일게임 <역수한(逆水寒)>은 총 1 억 1,300 만 달러의 수입을 올리며 베스트셀러 랭킹 3 위 에 위치하였으며, 뛰어난 디자인과 풍부한 게임 콘텐츠로 7 월 한 달간 중국 iPhone App Store 베스트 셀러 랭킹 탑 3 에 위치하였음

14) 출처 : <https://variety.com/2023/digital/news/netflix-games-test-tvs-pcs-macs-phone-controller-1235695784>

15) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2023/08/525523>

☑ [인니] 이스포츠팀 GRD, ‘삼성 갤럭시 게이밍 아카데미’ 결승전에서 우승 16)

KOCCA

- 삼성 인도네시아와 온라인 미디어 플랫폼 킨시르(KINCIR)가 주최한 ‘삼성 갤럭시 게이밍 아카데미(Samsung Galaxy Gaming Academy)’ 행사에서 국내 이스포츠팀 GRD 가 Pats Esports 를 3-1 로 우승을 차지하였음. 이번 토너먼트 기간 동안 GRD 는 삼성의 갤럭시 A34 5G 모델을 사용함
 - ☑ 이번 행사는 <모바일 레전드:뱅뱅(MLBB)> 이스포츠 팀 발굴 이벤트로 지난 5 월부터 인도네시아 전역에서 2,800 명 이상의 지원자가 참여함
 - ☑ 우승팀 GRD 에게는 ‘2023 Esports President’s Cup’ 대회 와일드카드와 함께 갤럭시팀 전속계약권이 주어짐. 소속 팀원은 Hanifan Octoza Al Fadli(ID : SkyyZaa), Edvan Marcellino(ID : LeoVan), Muhammad Daffa Ramadhan(ID : Belovaz), Muhammad Miftah Hidayat(ID : Dayyzee)와 Fauzan Khotib(ID : Myuukazaanqt)으로 총 5 명으로 구성됨
 - ☑ 삼성 갤럭시 아카데미 기간 동안 참가자들은 인도네시아 <모바일 레전드:뱅뱅(MLBB)>게임 분야에서 유명하고 최고로 알려진 이스포츠 팀 ‘Gaming House(GH)로부터 집중적으로 교육 받을 수 있었음



[그림 4] ‘삼성 갤럭시 게이밍 아카데미’ 우승팀 GRD 단체사진

☑ [UAE] 사비게임 스튜디오즈, Steer Studios 로 리브랜딩 17)

KOCCA

- Steer Studios 로 브랜드를 변경하고 글로벌 게임 시장에서 입지를 강화시킴
 - ☑ 사우디 아라비아의 공공투자기금이 전액 출자한 사비 게임즈 스튜디오는 브랜드를 새롭게 Steer Studios 로 바꾸고 게임 개발 스튜디오의 성장 궤적에 중요한 이정표를 세웠음
 - ☑ 전략적 리브랜딩을 통해 Steer Studios 는 시장 입지를 공고히 하고 새로운 활력으로 미래 방향을 추구

16) 출처 : <https://kincir.com/game/mobile-game/samsung-galaxy-gaming-academy-sukses>
<https://www.droidlime.com/berita/tim-e-sport-grd-sabet-juara-samsung-galaxy-gaming-academy>
 17) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/savvy-games-studios-rebrands-to-steer-studios>

할 예정임. 리브랜딩을 통해 비전, 가치 및 글로벌 플레이어 기반에 최고의 게임을 제공한다는 사명에 공감하는 고유한 정체성을 확립하는 것을 목표로 함

- ✔ 브랜드 변경에 대해 Steer 가 게임 산업 내에서 새로운 영역을 개척하는 혁신의 횃불이 되도록 보장할 것임. ‘Steer’라는 이름은 미지의 영역을 탐험하고 획기적인 게임 경험을 개척하려는 스튜디오의 약속을 구현하며 대담함과 역동성을 수용하는 Steer Studios 는 몰입형 게임 플레이와 상상력이 풍부한 스토리텔링을 제공하여 전 세계 게이머를 사로잡는 것을 목표로 함
- ✔ 리야드에 위치한 Steer Studios 는 이 지역 최초의 국제 게임 스튜디오 중 하나로 약 30%가 여성인 50명 이상의 구성원으로 구성된 팀과 함께 글로벌 게임 커뮤니티를 위한 게임 제작에 전념하고 있음
- ✔ 스튜디오는 뚜렷한 정체성을 확립함으로써 사우디아라비아 게임 부문의 성장과 사우디아라비아의 비전 2030 에 제시된 목표 실현에 기여하고자함

✔ [UAE] UAE, 사우디 리야드에서 출범한 아프로-아랍 이스포츠 리그에 합류 18) KOCCA

○ 아랍과 아프리카 세계의 25 개국이 참여하는 새로운 게임 대회인 아프로 아랍 이스포츠 리그(Afro-Arab Esports League)가 사우디아라비아 리야드에서 시작됨

- ✔ 리그는 국경, 문화 및 배경을 넘어 사람들을 하나로 묶는 게임의 힘을 활용하는 동시에 국가 전체에서 이스포츠의 경쟁 수준을 향상시키기 위해 만들어졌음
- ✔ 리그에 포함된 국가는 UAE, 사우디아라비아, 이집트, 쿠웨이트, 오만, 바레인, 튀니지, 세네갈, 케냐, 가나, 모로코, 카메룬, 말리, 소말리아, 리비아, 시리아, 이라크, 부르키나파소, 요르단, 레바논, 코트디부아르, 지부티, 남아프리카 공화국, 나미비아 및 나이지리아임
- ✔ 파이살 빈 반다르 빈(Faisal bin Bandar bin) 왕자는 “아프로아랍 이스포츠 리그는 아프리카와 아랍 세계 모두에서 이스포츠의 중요성이 커지고 있다는 증거이자 25 개 참가국 간의 문화 교류와 협력을 위한 공간을 만드는 핵심 방법”이라고 언급함
- ✔ 리야드는 대규모 게임 및 이스포츠 축제인 Gamers8: The Land of Heroes 에서 아프로-아랍 이스포츠 리그의 토너먼트를 개최할 예정임
- ✔ e 풋볼 및 <발로란트(Valorant)>의 토너먼트는 남자와 여자로 구분되며 게이머스 8 의 블르바드 리야드 시티(Boulevard Riyadh City)내 챌린지 존(Challenge Zone)에서 진행됨

18) 출처 : <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/pop-culture/2023/08/19/uae-joins-afro-arab-esports-league-that-launched-in-riyadh>

☑ [UAE] 사우디아라비아, 게이머의 약 73%가 스마트폰 사용 19)

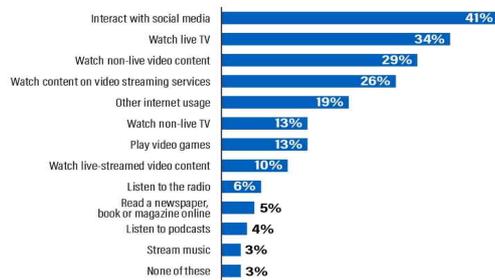
KOCCA

- YouGov 는 사우디아라비아 게이머의 약 73%가 스마트폰을 사용하며 다른 매체보다 상당한 이점을 가지고 있다고 발표함
 - ☑ 스마트폰은 여전히 사우디아라비아의 게이머들이 선택하는 매체로 사용자의 약 4분의 3이 편의성과 휴대성을 제공하는 플랫폼을 선택한다는 연구 결과가 나왔음
 - ☑ 영국에 본사를 둔 리서치 회사인 YouGov 는 사우디아라비아 게이머의 약 73%가 스마트폰을 사용하며 다른 매체보다 많은 이점을 가지고 있다고 언급함
 - ☑ 마이크로소프트 엑스박스, 소니 플레이스테이션, 닌텐도 스위치 등을 포함한 게임 콘솔은 34%로 2위를 차지했음. 데스크탑과 랩탑이 33%, 하이엔드 게이밍 PC가 14%로 그 뒤를 이었음. 태블릿도 약 25%의 인기를 유지하고 있음
 - ☑ YouGov 는 모바일 장치가 캐주얼 게임의 문을 크게 열었지만 Xbox 및 플레이스테이션과 같은 게임은 계속해서 게임 애호가들에게 어필하고 있으며 주간 게이머의 3분의 1은 전용 게임 콘솔을 사용하여 비디오 게임을 함. 이로 인해 게임이 생방송이 아닌 TV 시청과 함께 여섯 번째로 큰 온라인 활동이 되었다고 언급함
 - ☑ YouGov 는 소셜 미디어에서 상호작용하는 것이 여전히 최고의 온라인 활동으로, 조사 대상자의 41%가 소셜 미디어에 참여하고 있다고 답했고 그 뒤를 이어 라이브 콘텐츠, YouTube 와 같은 비라이브 콘텐츠, 넷플릭스 및 아마존 프라임과 같은 스트리밍 비디오, 웹 서핑이나 이메일 확인과 같은 기타 콘텐츠가 뒤를 이었음
 - ☑ 게임은 2020년 코로나 19 대유행 기간 동안 전 세계적으로 큰 사업이 되었으며, 뉴에이지 기술로 더 많은 대중에게 다가갔고 소비자 요구에 맞는 새로운 타이틀을 개발할 수 있는 기회를 제공함
 - ☑ 사우디아라비아는 국가 게임 및 이스포츠 전략의 일환으로 2030년까지 30개의 게임을 개발하고 약 40,000개의 일자리를 창출할 계획임
 - ☑ 지난 9월 모하메드 빈 살만 사우디 왕세자가 공개한 이 프로그램은 업계를 위한 포괄적인 투자 프로그램의 개요를 설명하고 2030년까지 왕국을 글로벌 게임 센터로 만드는 궁극적인 목표를 발표함
 - ☑ 리야드는 산업 발전을 촉진하기 위해 사우디 이스포츠 연맹(Saudi Esports Federation)을 만들고 회장인 파이살 빈 반다르(Faisal bin Bandar) 왕자는 12월에 글로벌 이스포츠 연맹의 부회장으로 임명되었음
 - ☑ YouGov 의 데이터에 따르면 지난 달 사우디아라비아는 이스포츠 연맹이 주최하고 세계 최대 게임 축제 중 하나인 Gamers8을 개최했으며 사우디아라비아 국민들은 이 행사에 대해 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타남. 응답자의 약 3분의 2가 "Gamers8은 게임 산업의 미래 글로벌 허브로서 왕국의 위상을 강화할 것"이라는 성명에 동의했음
 - ☑ 사우디 아라비아의 게임 산업은 사우디 이스포츠 연맹, 국가 개발 기금 및 사회 개발 은행으로부터 4억 8,800만 달러 상당의 새로운 자금 지원을 받아 2월 리야드에서 열린 Leap 기술 컨퍼런스에서 발표되었음
 - ☑ 글로벌 게임 시장의 매출은 2026년까지 2,124억 달러에 달할 것으로 예상되며, 모바일 플랫폼이 계속

19) 출처 : <https://www.thenationalnews.com/business/technology/2023/08/17/smartphones-dominate-online-gaming-in-saudi-arabia>

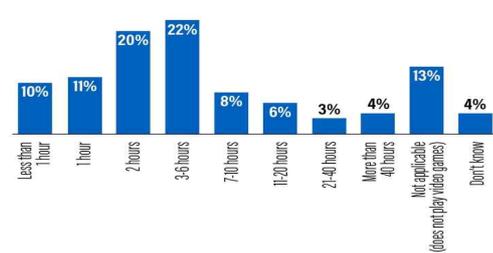
- ☑ 해서 성장을 주도할 것이라고 시장 데이터 플랫폼 Newzoo 가 지난주 8 월 시장 업데이트에서 밝혔음
- ☑ 게임 개발자 지원 시스템인 Nine66 의 12 월 보고서에 따르면 사우디아라비아의 게임 스타트업 수는 인큐베이션 프로그램에 힘입어 전년도 13 개에서 2022 년 24 개로 거의 두 배 증가했음
- ☑ 연구에 따르면 사우디아라비아의 게임은 온라인 활동에서 라이브 스트리밍 비디오 콘텐츠 시청, 라디오, 팟캐스트 청취, 신문이나 책 읽기, 음악 스트리밍과 같은 다른 온라인 활동을 능가함
- ☑ 매주 게임에 소요되는 시간에 대해 사우디 거주자의 가장 큰 비율(22%)이 약 3~6 시간을 사용한다고 답했으며 5 분의 1 이 2 시간을 사용한다고 YouGov 가 언급함
- ☑ VR 게임의 잠재력과 메타버스의 꾸준한 상승에도 불구하고 가상 현실 헤드셋의 채택률은 낮으며 주간 게이머의 9%만이 게임 부문 중에 가상 현실 헤드셋 장치를 사용하는 것으로 나타났음

ONLINE ACTIVITIES SAUDI RESIDENTS SPEND MOST TIME ON



Source: YouGov

HOURS SAUDI RESIDENTS SPEND GAMING EACH WEEK



Percentages may not add up to 100% due to rounding

Source: YouGov

그림 5 | 사우디아라비아 사람이 가장 많은 시간을 보내는 온라인 활동 (출처: YouGov) / 사우디아라비아 사람들이 매주 게임으로 보내는 시간 (출처: YouGov)

☑ [태국] 태국 게이머들을 위한 안전한 원스톱 플랫폼 게이코 20

KOCCA

- 게이코(Gamigo) 싸씨마편 팍디웃싸(ศศิมาภรณ์ ภาดีอุตสา) 대표는 플랫폼 출시 행사에서 “게이코(Gamigo)는 이스포츠, 마켓플레이스, 토너먼트 주최자, 게임 커뮤니티 등 태국 게임산업의 모든 측면을 연결해 생태계를 구축하는 플랫폼이다. 국내 게임업계의 수준을 세계 수준으로 끌어올리기 위해 경험 공유 채널과 특혜를 주는 시스템도 포함했다. 앞으로 새로운 직종이나 통계자료 수집 등의 기능을 추가할 계획”이라고 밝힘
- ☑ 태국 전체 인구의 47%인 3,200 만 명 이상의 게이미용자들을 대상으로 태국 디지털경제사회위원회 지원을 받아 신분을 확인할 수 있는 디지털 ID 인증시스템을 구축해 이용자들이 안심하고 사용할 수 있음
 - 마켓플레이스: 게임 및 아이템을 사고 판매하는 장소로 회원은 상품을 진열할 수 있고, 추가 수수료는 없으며, 결제할 수 있는 많은 채널을 확보하고 있음. 높은 보안성과 상품 결제 및 배송을 확인하는 시스템도 갖추고 있어 부정 거래 행위를 줄였으며, 지금까지 회원 2 만여 명과 게이코 공식 채널을 통해 인증을 받은 온라인 매장이 30 여 개임. 출시 전부터 1 만 5,000 개 이상의 상품이 유통되고 있으며, 현재 태국에는 2,700 만 명의 게이머가 있음. 게이머의 1 인당 평균 지출은 연간 1,750 바트(약 6 만 6 천 원)로 2025년에는 1 인당 연간 2,320 바트(약 8 만 8 천 원)로 높아질 것이라 예상함. 게이코 마켓플레이스는 태국에서 최초이자 유일한 인증시스템을 바탕으로

20) 출처 : <https://www.nationtv.tv/lifestyle/hitech/378926746>

안전하고 편리한 게이머들의 C2C(Customer to Customer) 시장을 지원하는 공간이 될 것임

- 이스포츠: 지난 2022 년 태국 이스포츠 시장은 10% 성장하면서 최대 398 억 2,200 만 바트(약 1 조 5,118 억 원)에 달했고, 연간 20% 이상 지속적인 성장이 가능함. 게이코는 게이코 플랫폼이 주최자-참가자-대회 스폰서를 포함해 이스포츠 산업 전체를 지원하는 공간이 되길 기대함. 토너먼트 구성-조 편성-일정-상금 지급-기록관리 등 대회를 한 곳에서 관리할 수 있는 시스템을 구축해 이스포츠의 새로운 표준이 될 수 있도록 설계할 계획임
- ☞ 2021 년 태국 내 이스포츠 인구가 980 만 명이었고, 계속 인기가 높아져 2027년에는 태국 전체 인구의 약 1/3 에 해당하는 1,870 만 명까지 증가할 것으로 예상됨. 향후 5 년(2022~2027 년) 동안 태국에서 모바일 이스포츠 플레이어의 수는 연평균 11.4% 증가할 것으로 전망됨. 이는 2021 년 태국에서 스마트폰으로 게임을 즐기는 사용자가 전체의 67%에 달한다는 통계청 데이터와 일치함. 하지만 태국에서는 이스포츠 선수들이 진정한 경쟁에 참여할 기회가 매우 적어서 게이코가 진정한 프로 게이머를 육성할 수 있는 곳이 될 수 있도록 노력할 것임

애니·캐릭터



☑ [일본] 애니메이션 시장 3년 만에 회복세 2022년 시장 매출총액 2,703억 엔 기록 ²¹⁾KOCCA

- 2022년(1~12월기 결산) 애니메이션 제작업계의 시장규모(사업자매출액 기준)는 전년의 2,540억 4,800만 엔을 6.4% 상회하는 2,703억 9,200만 엔으로 나타남. 2년 연속 감소세를 이어가던 2021년과 정반대로 3년 만에 시장이 회복세로 돌아섰음
 - ☑ 애니메이션 제작시장은 2011년 이후 제작 원청을 중심으로 제작 편수 증가와 전송료 등 라이선스 수입의 증가에 힘입어 2019년까지 9년 연속 확대되었으나 2020~2021년은 코로나 19에 따른 제작, 공개 스케줄 지연 등으로 납품이 연기되는 영향을 받아 전년 대비 감소세를 이어왔음
 - ☑ 2022년도 계속해서 제작 편수가 코로나 이전과 비교하여 감소하는 사례가 많았으나 2023년 이후 공개될 극장판 영화나 애니메이션 작품 등 제작 건수가 증가해 제작시장 전체가 회복세로 돌아서는 움직임이 확산되고 있음. 가깝게는 TV, OTT 용으로 오리지널 애니메이션제작 안건이나 인터넷 스트리밍·시청시장 확대에 따른 IP 수입이 중견 원청 제작회사에도 서서히 퍼져가고 있음
 - ☑ 현재 실적 베이스 추이를 볼 때, 2023년 애니메이션 제작시장은 2022년 대비 10% 늘어날 것으로 예상하고 제작 건수에 의한 수입이 주체였던 코로나 이전 수준(2019:2,877억 엔)을 상회하는 사상 최대치인 3,000억 엔을 돌파할 가능성이 있음
 - ☑ 2022년 제작사 당 평균 매출액은 8억 6,400만 엔이었으며 2020년부터 감소해오던 매출액이 증가로 돌아섰고 코로나 이전 수준까지 육박했음. 실적 동향을 보면 전체 ‘증수’ 44%, ‘감수’ 21%로 증수가 크게 앞섰음. 또한, 매출 증가율도 과거 5년간 가장 큰 것으로 나타났으며 매출 감소비율은 과거 20년 중 최소인 것으로 나타났음
 - ☑ 손익 면에서는 ‘증익’이 된 기업이 47%를 차지했지만, ‘적자’를 기록한 기업도 31%에 이르러 수익력이 양분화된 양상을 보였음. 적자비율은 작년부터 줄어들고 있으며 이는 제작 편수 감소로 인해 수주 받은 작업을 자체 제작으로 소화하여 프리랜서 등에게 발주하는 외주비가 감소한 것에 기인함. 단, 젊은 애니메이터 확보의 어려움 등 인력 부족에 대한 개선의 여지가 불투명해 23년도 이후 적자 폭이 다시 커질 우려가 있음
 - ☑ 제작형태별 평균 매출액을 보면, 직접 제작을 의뢰받고 완성할 수 있는 ‘원청·그로스칭(하청업체)’이 2022년 평균 매출액 16억 6,700만 엔으로 전년(15억 5,300만 엔)을 약 1억 1,400만 엔 상회해 2년 만에 증가로 돌아섰으며 과거 10년 중 최고치를 기록했음
 - ☑ 실적 동향으로는 ‘증수’가 54%, ‘감수’가 25%였으며 손익 면에서 ‘증익’이 49%로 과거 20년 중 두 번째로 많았던 반면, ‘적자’가 34%를 차지하는 등 원청 간의 수익력 양분화가 진행되고 있는 것으로 보임
 - ☑ 애니메이션제작을 하청받고 있는 ‘전문스튜디오’는 2022년 평균 매출액이 3억 7,200만 엔으로 나타나 코로나에 따른 제작 편수 감소의 영향을 크게 받았던 21년(3억 5,700만 엔)으로부터 증가세로 돌아섰음

21) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/9be59a4e8c2482c89802496b411663b3f2d47d44>

- ❖ 실적 동향으로는 ‘증수’가 39%, ‘감수’가 18%였으며 특히 ‘감수’는 과거 20년 중 처음으로 20% 아래로 떨어졌음. 손익 면에서는 ‘증익’이 45%로 가장 높았음
- ❖일본동영상협회에 따르면 2021년 TV 애니메이션제작 편수는 310편이었고 2020년에 이어 2년 연속 증가세, 가장 높았던 2016년(361편)에 비해 약 80% 수준에 이르렀음
- ❖애니메이터 인력 부족에서 비롯된 애니메이션제작 현장 문제로 큰 폭의 제작 편수 증가를 기대하기 어려우며 2010년대 초부터 현지화 되고 있는 제작 편수 증가에 따른 수요 증가로 비즈니스 모델은 전환기를 맞고 있음
- ❖애니메이션 산업 시장을 보면, 동영상스트리밍서비스(VOD) 등 ‘애니메이션 스트리밍 시장’이 사상 최고치인 1,543억 엔을 기록해 과거 10년 사이에 10배로 급속히 팽창하였음
- ❖넷플릭스 외 Hulu, 텐센트 등 이용보급, 침투가 주요인으로 보이며, ‘극장판 애니메이션 시장’(602억 엔)도 크게 성장해 흥행 수입이 100억 엔을 돌파한 <원피스필름레드>와 <주술회전 0> 등 소년점프 계열 작품, <스즈메의문단속>과 같은 히트작이 기여했음
- ❖한편, 일본애니메이션 제작사가 해외 동영상 플랫폼, 제작사와 거래를 하는 경우도 늘고 있음. 애니메이션제작기업 314사 중 외주 및 제작하청, 작품제공 등으로 해외 기업과 거래 중인 기업은 103사에 달함. 전체적으로 3사 중 1사가 해외 기업과 거래하고 있어 거래사수, 비율 모두 조사개시 이래 역대 최고치를 기록함
- ❖특히 미국계 기업과의 거래가 전년(26개사)보다 2배 증가하여 22년에 이어 거래 확대가 지속되고 있음. 넷플릭스와 아마존 등 동영상 플랫폼에 애니메이션 제공, 독점 스트리밍 등 직접 계약, 거래하는 기호가 대기업부터 중견 원청기업에까지 확대된 것이 요인으로 보임
- ❖근래 일본애니메이션은 제작은 중국, 대만, 한국과 스트리밍은 미국, 유럽과 각각 거래가 증가하는 경향이 커지고 있음
- ❖2023년에도 <귀멸의 칼날:도공 마을편>을 비롯한 화제작이 많고 <알바 뛰는 마왕님!>, <늑대와 향신료>와 같은 꾸준한 인기를 자랑하는 작품이 십여 년 만의 속편이나 리메이크가 결정되는 등의 움직임이 눈에 띈
- ❖극장판으로는 <슬램덩크>가 중국에서 큰 인기를 끌었고 미야자키 하야오 감독의 최신작 <그대들, 어떻게 살 것인가(君たちはどう生きるのか)>이 순조로운 출발을 보임
- ❖일본애니메이션은 앞으로도 높은 제작능력과 기획력을 바탕으로 한 ‘킬러 콘텐츠’로서의 지위 확보를 기대할 수 있음. 한편, 애니메이션에서는 그동안 주축이었던 TV 방송에서 VOD로 스트리밍 채널의 다양화가 진행되고 있음. <체인소 맨> 등 단독 출자로 제작한 것이나, VOD 운영 대기업이 독점 작품 제작에 거액의 자금을 투입해 제작하는 등 제작위원회의 구성이 전제되었던 종래 애니메이션제작 모델과 다른 사례가 늘고 있음
- ❖이러한 제작모델은 한 회사가 부담하는 리스크가 커지지만, 관련 굿즈 등 IP 수입을 최대화할 수 있다는 장점이 있음. 자금과 제작능력 등 해결해야 할 부분도 있지만, 저임금과 과중 노동 문제 원인이 된 저수익 탈피책으로서 제작사가 적극적으로 IP를 보유하는 제작모델이 앞으로 유력한 선택지로 널리 침투될 가능성이 있음. 단, VOD용 기획작품 증가는 TV 애니메이션과 극장판용으로도 이미 어려움에 처한 제작현장의 인력 부족이나 과중 노동을 조장할 위험성도 존재함
- ❖히트작과 IP 유무, 관련 수익 동향이 VOD 회원 수에 좌우되는 점도 제작능력과 기업 규모에 따라 원청업자 간의 수익 격차가 벌어질 가능성도 있음. 하청 받은 전문스튜디오는 디지털 제작 대응이 곤란한 소규

모 기업도 일부 존재하여 폐업을 진행하는 움직임도 있어 지금까지 애니메이션제작을 지탱해 온 아날로그 형식의 애니메이션 제작기반이 무너질 징후도 보이고 있어 해결해야 할 문제가 많음

- 2020년대 애니메이션제작업계는 스트리밍 채널 및 수익원이 다양화되는 가운데 품질 유지와 미래를 위한 투자를 가능하게 하는 히트작을 통한 수익 환원과 같은 구조 마련에 있어 어떤 제작모델이 최적인지 모색해나가는 전개가 계속될 것으로 보임



그림 6 일본 애니메이션 시장 추이 / 전체 실적동향

☑ [유럽] 문버그 엔터테인먼트, 아마존 프라임 비디오 콘텐츠 계약 체결 22)

KOCCA

- 캔들 미디어(Candle Media)의 사업부인 문버그 엔터테인먼트는 영국, 아일랜드, 스페인, 독일, 터키 및 포르투갈 전역의 시청자를 위해 프라임 비디오에서 시청할 수 있는 다양한 콘텐츠 제공 계획을 발표
- 아마존 프라임 비디오와의 파트너십을 통해 문버그 포트폴리오의 새로운 에피소드와 클래식 에피소드를 모두 아마존 플랫폼으로 가져올 것임. 파트너십은 독일과 터키에서 진행 중이며, 영국, 아일랜드, 이베리아에서의 출시는 올해 안에 예정되어 있음



그림 7 문버그 애니메이션 코코멜로 (출처: 문버그 엔터테인먼트)

22) 출처 : 프랑스 인포테인먼트 전문 언론, Melty

<https://www.melty.fr/comics-mangas/pick-me-up-rencontre-avec-lee-kwang-eun-directeur-artistique-de-la-serie-1129406.html#item=1>

만화·웹툰



☑ [유럽] 프랑스 언론, 웹툰 <픽 미 업!> 이광은 아트디렉터 조명 23)

KOCCA

- 프랑스 언론은 웹툰이 시각적 스토리텔링의 새로운 차원을 제공하며 전 세계 독자를 매료시켰으며, 이는 단순한 온라인 만화가 아닌 비주얼 아트와 몰입형 내레이션을 결합한 콘텐츠라고 소개함. 이어, 언론은 최근 프랑스 빌팡트(Villepinte)에서 개최된 일본문화축제 재팬 엑스포(Japan Expo)에 방문한 웹툰 <픽 미 업!>의 이광은 아트디렉터를 조명함
 - ☑ 본 작품은 동명의 웹소설을 각색한 웹툰임. 해당 작가는 “웹툰은 수많은 인물과 전투로 가득한 일종의 뽑기 게임과 같다”며, “모든 장면을 완벽히 각색하는 데에는 어려움이 있지만, 경험을 쌓을수록 이러한 문제점을 수월하게 극복한다”고 말함. 또한 “소설 속 묘사가 구체적일수록 이야기 속 인물과 작중 배경을 시각화하기 편하다”며, “각색에서 가장 중요한 점은 적합한 순간과 조건에 적합한 인물을 배치하는 것”이라고 강조함
 - ☑ 이광은 작가는 웹툰의 미래가 밝을 것으로 전망함. 웹툰은 아직 시작 단계에 있을 뿐, 넷플릭스를 비롯한 스트리밍 플랫폼의 투자 가능성 또한 열려있기 때문임. 본 작가는 스마트폰 등 유사 첨단 기기가 존재하는 한, 웹툰 산업의 미래를 걱정하지 않아도 될 것이라고 언급함

☑ [유럽] 웹툰이 만화 세계를 장악하는 방법 24)

KOCCA

- 이탈리아 매거진은 최근 몇 년 사이 웹툰 열풍이 불었다며, 만화가 단순히 종이책이라고 생각한다면 큰 오산이라고 전함. 이어, 인도 시장조사 기관 FBI(Fortune Business Insight)에 따르면 2021 년 웹툰 시장 가치는 73 억 6,000 만 달러에 달했으며, 이는 2028 년에 111 억 2,000 만 달러로 성장할 것으로 예상된다고 설명함
 - ☑ 웹툰은 특히 모바일 웹에서 소비 가능하다는 강점을 보유하며 디지털 만화 부문에 활력을 불어넣었다고 호평함. 예컨대 2020 년 일본 만화 시장 수익은 6,120 억 엔을 달성하며 최고 기록을 경신했지만, 이중 절반은 디지털 만화로 벌어들인 금액이었기 때문임
 - ☑ 언론은 한국 만화 독자의 76%가 디지털로 책을 읽음으로써 종이 만화 독자 비율을 능가했으며, 이후 다수의 웹툰이 인기를 얻어 드라마와 애니메이션으로 각색되었다고 전함. 또한, 네이버의 웹툰(Webtoon)은 다국적 작가들이 자신의 이야기를 선보이는 글로벌 플랫폼으로 거듭나 뉴질랜드 작품 <로어 올림푸스(Lore Olympus)>가 탄생하는 계기를 마련했다고 언급함
 - ☑ 언론은 당국 내 출판되는 한국 작품 또한 조명함. 이탈리아 만화 출판사 스타 코믹스(Star Comics)가 웹툰 시장에 높은 관심을 보인다면, <나 혼자만 레벨업>, <온 오어 오프>, <더 복서> 등의 단행본 출판 소식을 알림

23) 출처 : 프랑스 인포테인먼트 전문 언론, Melty

<https://www.melty.fr/comics-mangas/pick-me-up-rencontre-avec-lee-kwang-eun-directeur-artistique-de-la-serie-1129406.html#item=1>

24) 출처 : 이탈리아 매거진, Wired

<https://www.wired.it/article/webcomic-webtoon-successo-italia-piattaforma-tacotoon-titoli>

- ☑ 끝으로, 밀라노 소재 만화 출판사 에디지오니 BD (Edizioni BD)가 개설한 이탈리아 최초의 웹툰 전용 플랫폼 타코툰(Tacotoon)을 소개함. 해당 출판사는 코로나 19 이전부터 한국 웹툰에 관심을 가졌으며, 봉쇄 기간 디지털 만화 소비가 가속함에 따라 2020 년에 본격적으로 웹툰 사업을 착수했음. 타코툰은 네이버 웹툰과 유사한 방식으로 운영되어 모바일 및 PC 기기에서 사용 가능하며, 부분 무료 시스템을 적용하여 작품 첫 화를 제외한 나머지 에피소드는 한 편당 25~30 상퐁(centime)에 판매함
- ☑ 본 플랫폼은 현지 작가들이 독점적으로 제공하는 작품과 유토리 작가의 <판도라의 선택>을 비롯한 한국 웹툰 100 여 편을 수급했음. 이러한 작품들은 출판사 제안서를 통해 선정되기도 하지만, 타코툰의 협업 제안을 받아 플랫폼에서 연재되기도 함

☑ [유럽] 2023 일사분기 프랑스 망가 판매 18% 감소 25)

KOCCA

- 프랑스 시장조사업체 GfK Intelligence France 에 따르면 올해 일사분기 프랑스 망가 판매 부수가 100 만 부 이하로 하락함
 - ☑ 이는 작년 동기간 대비 18% 감소한 수치로, 러시아의 우크라이나 침공 여파로 인한 종잇값 상승과 그에 따른 출간 가격 인상이 주원인임. 따라서 현재 망가 한 권당 평균 가격은 6.99 유로 이상으로, 일부 작품의 경우 약 10 유로를 웃도는 가격에 판매됨
 - ☑ 프랑스 망가 전문 서점 하야쿠 숍(Hayaku Shop)의 크리스토프 르낭(Christophe Lenain) 대표는 “과거 소비자들의 장바구니에는 즐겨 읽는 작품 8 권과 호기심으로 구매하는 작품 2 권이 담겨있었다면, 오늘날은 불과 5 권만이 담긴다”라고 언급함
 - ☑ 그러나 이러한 현상이 프랑스 망가 시장의 붕괴를 의미하는 것은 아님. 코로나 19 와 그로 인한 봉쇄 기간은 당국 망가 시장에 기회로 작용했음. 그 결과, 2021 년 당국 망가 매출은 2 배로 올랐으며, 15~17 세 사이 청소년의 문화생활을 지원하는 문화 패스(Pass Culture)의 활성화 또한 청소년들의 폭발적인 망가 소비에 기여함
 - ☑ 프랑스 망가 출판사 카나(Kana) 마티유 아드멍(Mathieu Adment) 프로젝트 매니저는 “이 같은 결과는 망가의 매출과 가치가 기록적인 성장을 이룬 시기 직후의 감소치일 뿐”이라며, 2023 년 매출은 코로나 19 이전인 2019 년 실적보다 2 배가량 더 높아 여전히 호실적이라고 볼 수 있다고 분석함
 - ☑ 한편, 망가는 프랑스 출판 분야 매출의 10%를 차지하며 당국에서 가장 많이 소비되는 출판물 1 위를 유지함

25) 출처 : 프랑스 공영 라디오 채널, Radio France

<https://www.radiofrance.fr/franceinter/en-france-les-ventes-de-mangas-marquent-le-pas-7744616>

음악



☑ [심천] 텐센트 뮤직 유료사용자 최초로 1억 명 돌파 26)

KOCCA

- 텐센트 뮤직에서 발표한 공식 자료에 따르면 텐센트 뮤직의 유료사용자 수가 최초로 1억 명을 돌파하였으며, 텐센트 뮤직의 2분기 유료사용자 수입은 32.2%가 증가하여 약 28억 9,000만 위안에 도달하였음. 텐센트 뮤직은 자동결제 사용 시 한달에 3위안(한화 약 548원)으로 결제가 가능한 프로모션 등 여러 가지 프로모션들을 실행하였으며, 텐센트는 이를 유료회원의 수가 증가하는 이유 중 하나라고 추측하고 있음
- ☑ 텐센트 뮤직은 음악 스트리밍 이외에도 콘서트 티켓 판매, 광고 등 수입으로 총 42억 500만 위안의 수입을 올렸으며, 이는 전년도 동기 대비 47.6% 증가한 수치임. 2분기 텐센트 뮤직의 스트리밍 서비스는 총 30억 400만 위안의 수입을 올리며 처음으로 소셜 엔터테인먼트 서비스를 추월하였음

☑ [베트남] HAY Fest 2023, 에픽하이, 로난 키팅(보이존) 참가 27)

KOCCA

- ☑ 지난 8월 8일 저녁, Hay Fest 2023 음악 축제 주최 측은 에픽하이, 보이존(Boyzone) 리더 로난 키팅(Ronan Keating)이 올 9월 말에 하노이에 와서 공연할 것이라고 확인했음
- ☑ 이와 같은 글로벌 스타의 이름 외에도 음악 축제에는 Suboi, JustaTee, Chillies, 쯡 꾸언(Trung Quan), 호앙 중(Hoang Dung) 등 20여명의 베트남 유명 아티스트들이 HAY Fest 2023에서 공연을 선보일 예정이다. 또한 8월 8일 주최 측은 HAY Fest가 '청춘의 모임'을 주제로 다채로운 음악을 통해 80~90년생들의 청춘을 다시 불러오는 여정이라고 밝힘



[그림 8] HAY Fest 2023에 참가할 에픽하이

26) 출처 : <http://www.eeo.com.cn/2023/0815/601431.shtml>

27) 출처 : <https://vtv.vn/van-hoa-giai-tri/epik-high-va-ronan-keating-boyzone-xac-nhan-bieu-dien-tai-viet-nam-20230808222830868.htm>

패션



☑ [태국] 순환 패션 제안하는 전시회 개최 28)

KOCCA

○ 8월 3일부터 12월 3일까지 뮤지엄시암(Museum Siam)에서 ‘패스트 패션 소비가 지구를 파괴한다(Fast Fashion ซ้ำปล้างโลก)’는 주제로 지구를 살리면서 패션을 즐기는 방법을 제안하는 순환 패션 전시회가 열림

- ☑ 이곳은 관람객이 와서 배우고 다양한 시각을 통해 의견을 교환할 수 있는 학습 박물관으로, 이번 전시회에서는 패션에 대한 문제를 제시하고 변화무쌍한 패션 트렌드가 세상에 어떤 영향을 미치는지 보여줌. 또한 관람객들이 패션을 즐기며 환경친화적인 의류를 선택할 수 있도록 방법을 안내해 지구를 지키기 위해 함께 변화를 만들어 간다는 데 의의가 있음
- ☑ 이 전시회에서는 패스트 패션에 대해 다음의 내용을 전하고자 함
 - 패션 의류 사업은 시장의 요구에 맞게 제작 및 설계해야 하는 대규모 산업임. 옷은 단순히 기능적인 역할만 하는 것이 아닌 아름다움을 추구하고 자신의 정체성과 사회적 지위를 나타내길 바라는 소비자의 욕구에 따라 유행을 만들어야 함
 - 유행은 빠르게 변하고 패션 종사자들은 사업을 유지하기 위해 끊임없이 새로운 옷을 생산할 수밖에 없는 상황임. 이때 소비되지 못하고 새로운 유행에 자리를 내줘야 하는 톤(ton) 단위의 엄청난 양의 옷이 쓰레기가 돼 지구 환경의 독이 되고, 유행에 맞춰 물건을 내놓기 위해서는 노동자들의 장시간 노동이 불가피해 그들의 건강에 영향을 미치고 있음
- ☑ 이 문제 해결을 위해 각자가 친환경 원료 선택-중고 거래 활성화-필요한 사람들에게 나누는 기부활동 등 이 지구를 지키기 위해 작은 변화를 만드는 시작이 될 수 있음

☑ [러시아] 지금 한국의 패션 트렌드 29)

KOCCA

○ 한국 패션전문가의 한국 패션 트렌드 진단

- ☑ 유민은 02 ARMOIRE 프로젝트의 디자이너이자 창립자, inni 의 K-패션 컬렉션 디렉터임
- ☑ K 팝 산업이 패션에 미치는 영향이 큼. K 팝 스타들 유명 브랜드를 대표하며 큰 인기를 끌곤 함. 또한 온라인 쇼핑으로 가격을 비교하고 빠른 배송을 받을 수 있음. 심플한 디자인과 미니멀리즘을 강조하는 미들마켓 패션 시장이 대중화됨
- ☑ 일반적으로 한국 패션은 다른 아시아 국가의 패션 트렌드에 비해 보수적이고 미니멀함. 밝은 색상과 노출 의상보다는 원칙적으로 오피스 스타일이 선호됨. 동시에 한국 디자이너들은 엄격한 보수주의에서 벗어나 흥미로운 디테일로 기본 룩을 보완하고 있음
- ☑ 한국의 패션디자이너들은 요리법, 음악, 예술에 이르기까지 다양한 분야의 창의적인 사람들과 협력하고 그 결과 재능 있고 창의적인 솔루션이 탄생하고 네트워크가 생성됨

28) 출처 : <https://www.thansettakij.com/lifestyle/travel-shopping/572933>

29) 출처 : <https://thegirl.ru/articles/dizainer-min-yu-rasskazala-kakoi-stil-seichas-nosyat-v-yuzhnoi-koree>

통합(정책·기타)

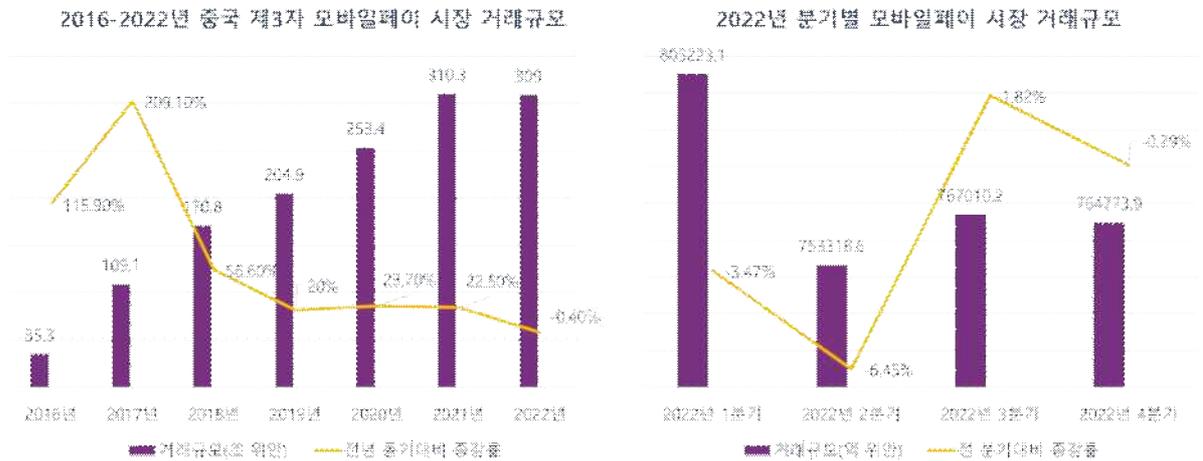


☑ [북경] 2022년 중국 모바일페이 거래규모 309 조 위안

KOCCA

○ 8월 16일, 중국 연구기관 analysts(易观分析)가 발표한 <중국 제3자 지불시장 전문분석 2023(中国第三方支付市场专题分析 2023)> 보고서에 따르면, 2022년 중국 모바일페이 거래 규모는 총 309 조 위안(약 5경 6,469 조 원)으로 전년대비 0.14% 감소함

☑ 해당 보고서는 작년 모바일페이 거래규모를 분기별로 보면 제 1·2·4 분기가 전분기 대비 감소 추세를 보이는데 이 시기가 중국 내 코로나 19 확산 시기와 맞물린다며 감염병 확산의 영향을 받은 것으로 분석함



[그림 9] 16~22 중국 제3자 모바일페이 시장 거래 규모 / 22년 분기별 모바일페이 시장 거래규모

☑ [북경] 텐센트, 올해 2분기 매출액 1,492 억 위안, 전년 대비 11% 증가

KOCCA

○ 8월 16일, 텐센트(腾讯)가 발표한 2023년 제 2분기 재무보고에 따르면, 해당기간 매출액은 1,492 억 800 만 위안(약 27 조 2,513 억 원)으로 전년 동기대비 11% 증가하였으며, 순이익은 전년 동기대비 33% 증가한 375 억 4,800 만 위안(약 6 조 8,588 억 원)을 기록함

☑ 텐센트의 매출액은 2분기 연속 성장세를 유지하고 있으며, 순이익의 전년 동기대비 증가율은 4분기 연속 매출액의 증가율을 넘어섬

☑ 또, 광고, 위챗채널(视频号), 해외게임이 해당 분기에서 높은 실적을 거두었는데 광고 매출액이 전년 동기대비 34% 증가한 250 억 300 만 위안(약 4 조 5,692 억 원)이며, 이 중 위챗채널에서 발생한 광고 매출액이 30 억 위안(약 5,480 억 원)임. 같은 기간 게임사업 총 매출액은 445 억 위안(약 8 조 1,288 억 원)이며, 이 중 국제시장 매출액이 전년 동기대비 19% 증가한 127 억 위안(약 2 조 3,199 억 원)임

☑ [일본] 일본변리사회 생성형 AI 에 따른 저작권 문제 논점정리 30)

- 생성형 AI 가 생성한 일러스트나 문장 등 저작권상 문제가 지적되는 가운데 일본변리사회는 지난 4 일, 보도 관계자를 대상으로 <생성형 AI 와 저작권법에 관한 논점정리> 설명회를 개최함
 - ☑ 이 문제에 관련하여 변리사 입장에서의 견해를 밝힘과 동시에 생성형 AI 기술에 관해 설명, AI 이용장 치와 AI 이용발명 관련 특허 및 발명 등에 관해서도 설명하였음
 - ☑ 다카하시 변리사는 먼저 ‘고도한 생성형 AI 의 등장으로 일러스트나 문장 등 누구나 간단히 단시간에 대 량으로 작성하는 것이 가능해졌으며, 이노베이션이 기대되는 한편, 저작권 관련 논점, 문제가 제기되고 있음’이라고 현 상황을 설명하였음
 - ☑ 저작권법은 법원에서만 판결을 내릴 수 있는 법률이기 때문에 예측 가능성이나 판단 명확성이 낮아 개별 사안에 대하여 ‘저작권이 성립되는가’, ‘유사성이 인정되는 저작권 침해가 성립되는가’와 같은 판단은 전 문가 사이에서도 의견이 갈리는 경우가 드물지 않다고 함
 - ☑ 창작자로서는 직접 만든 창작물은 당연히 저작권이 발생할 것이라는 선입견을 가질 수가 있으나 실제 결론과 는 차이가 나는 경우가 있다고 하며 저작권 침해인지 아닌지 전문가라 해도 즉시 판단하는 것은 어렵다고 함
 - ☑ 생성형 AI 학습 단계에 있어서 ‘자신의 창작물을 학습하도록 하고 싶지 않음’, ‘학습했다고 하면 보상을 받 고 싶음’이라고 창작자가 생각하여도 그 창작물에 대해 원래 저작권이 발생하고 있는지, 기반 모델을 개 발하는 기업이 학습 내용을 공개하지 않는다면 대상 창작물을 학습하였는지 아닌지도 모른다는 문제가 발생하는 것 등을 지적하였음
 - ☑ 생성형 AI 를 개발하는 사업자에 대한 학습내용 공개의 투명성과 정보 공개 협력이 요구되는 이유가 이에 해당함. 또한, 저작권의 발생이나 침해 등 법원에서 판결이 내려지기 때문에 많은 시간과 비용이 들어 생 성형 AI 의 진화 속도와 창작물이 연이어 등장하는 상황을 고려하면 현재 저작권법의 개념으로는 현실적 이지 못한 상황인 것도 사실임
 - ☑ 이에 따라 생성형 AI 에 관한 문제 해결을 위해 현행 저작권법을 개정한다는 접근법은 적합하지 않다는 견해가 많음. 한편, 생성형 AI 를 활용해서 만들어진 생성물에 저작권이 인정되는지 아닌지에 대한 점도 중요한 문제로 대두되었음
 - ☑ 저작권법이 ‘인간의 사상 혹은 감정 표현을 보호’하는 관점에서 본다면 생성형 AI 가 ‘인간’이 아니므로 AI 생성물에는 저작권이 발생하지 않는다는 설이 유력하고, 실제 日 문화청 문화심의회 저작권분과회에 서도 저작권이 발생하지 않는다는 방향으로 논의가 진행되고 있음
 - ☑ 또한, 미국 저작권국 가이드라인에서도 화상 생성 AI 를 사용해 제작된 그래픽 노벨은 저작권 보호를 받 지 않는다고 제시하고 있음
 - ☑ AI 를 인간 창작을 보조하는 도구로써 사용하였다면 저작권이 발생할 여지가 있다고도 지적함. 예를 들어 인간이 그린 그림을 바탕으로 AI 가 노이즈 제거나 색조 조정을 한 경우가 그에 해당함. 여기서는 ‘어떤

30) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/3d0057e6594aa90166afa15084732963e4f3d4f0>

AI 를 어떻게 사용하였는지'를 모른다면 저작권 판단이 어려우므로 앞으로는 창작물을 제작하는 과정을 상세히 기록하는 것이 중요해질 가능성이 있다고 함

- ☑️ 저작권법은 생성형 AI 에 적용하면 저작권 해석에 따라 복잡해진다는 것이 다카하시 변리사의 견해이기도 하며, 생성형 AI 활용에 대한 제안과 대책을 제시하였음
- ☑️ 먼저, 저작권 비즈니스를 상정하고 있는 경우에는 '저작권이 발생하도록 창작하는 것'이 중요하다고 지적함. 저작권이 없으면 다른 사람이 복제할 수 있기 때문에 저작권의 존재를 전제로 한 비즈니스가 성립하지 않게 되며, '어떤 목적과 어떠한 AI 를 사용하여 누가 어떻게 창작하는지'와 같은 전략과 과정이 중요해진다고 전함. 창작과정 증거 확보에는 타임스탬프 등을 활용하는 것을 들 수 있음
- ☑️ 두 번째로는 'AI 에 따른 생성물을 공개할 때 발생하는 문제에 대한 대응'으로 생성물을 공개할 때에는 타인의 저작권을 침해하고 있는지 검토해야 하며 분쟁이 발생할 것을 대비하여 창작과정을 상세히 기록해두는 것이 중요하다고 전함
- ☑️ 또한, 저작권법에서는 소위 '작품'이나 아이디어를 보호받지 않지만 유사한 것을 감정적으로 용서할 수 없다는 층이 존재하면 SNS 등 문제가 될 가능성이 있으므로 저작권법에 저촉되지 않는다고 판단한 경우라도 사전에 관계자와 합의를 하는 등 저작권법 이외의 관점에서의 대응도 준비할 필요가 있다고 함
- ☑️ 세 번째로는 비즈니스에서의 생성형 AI 이용에 관한 '대책'의 중요성을 들었음. 생성형 AI 를 활용하는 것으로 업무 효율화를 꾀하고 시간 단축이나 비용삭감으로 이어질 것이라 기대되지만 이를 통해 남은 시간과 비용의 일부를 조사나 기록, 계약검토와 같은 '리스크 회피'를 위한 충당을 생각해야 한다고 제안하였음



그림 10 | 일본변리사회 회견 사진

☑️ [인니] 중소기업협동조합부-해양투자조정부, '국가 중소기업의 날' 기념 <Road to Indonesia Startup Ecosystem Summit 2023> 개최 KOCCA 31)

- 인도네시아 중소기업협동조합부(KemkopUKM)와 해양투자조정부(Kemnkomarves)는 올해 8 월 10 일 부터 13 일까지 열린 '국가 중소기업의 날 엑스포 (Hari UMKM Nasional EXPO 2023)' 행사를 기념하며 2 일 차 부대행사로 <Road to Indonesia Startup Ecosystem Summit 2023> 포럼을 개최함
- ☑️ 중소기업협동조합부는 2024 년까지 기업가치의 비율이 3.95%에 달하도록 'Enterprenuer Hub'라는 정부

31) 출처 : <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6870676/luhut-ungkap-startup-ri-terbanyak-nomor-6-di-dunia>
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/50713/start-up-inovatif-berbasis-teknologi-percepat-indonesia-jadi-negara-maju/0/berita>
<https://infografis.sindonews.com/photo/24637/startup-indonesia-ranking-6-dunia-di-atas-jerman-dan-prancis-1691703846>

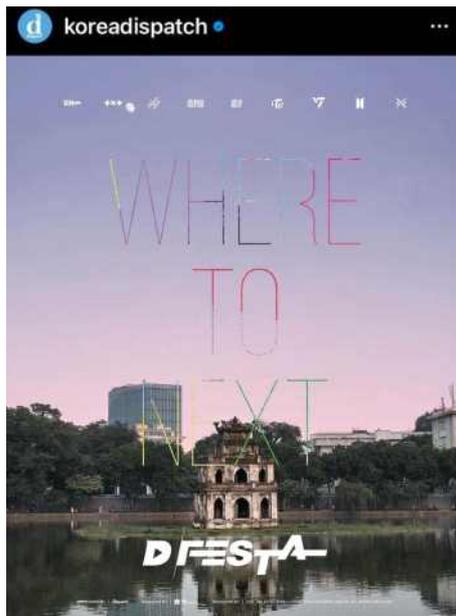
프로그램을 통해 민간기업과 더불어 대학교 대상으로 스타트업 생태계의 플랫폼을 운영하며 적극적으로 지원하고 있다고 함. 루훗 해양투자조정부 장관이 보유한 자료(<https://www.startupranking.com/countries>)에 따르면 지난 5 월 10 일 기준 인도네시아 국내 스타트업은 총 2,492 개사인 것으로, 세계 6 위를 기록했음을 공개하였음. 한편 1 위는 총 77,553 개의 스타트업 보유국으로 미국이 가장 많았음

- ✔ 루훗 장관은 신생기업과 중소기업 간의 협력을 지속 지원할 것을 약속하며 이번 행사가 스타트업 인큐베이팅과 성장 가속화를 위한 니즈 솔루션과 투자를 위한 기회의 장이 되길 바라면서, 스타트업을 위한 시장정보, 벤처캐피탈, 학계, 지역사회, 언론과의 협력을 구축할 것이라고 함
- ✔ 줄키플리 무역부 장관은 현재 인도네시아가 중동과 중남미를 포함하여 아세안에서 30 개의 주요 무역 협정을 보유하고 있다고 알림

✔ [베트남] 디스패치 한국 스타들의 호안끼엠 호수 체크인 사진 공유 32)

KOCCA

- 지난 8 일 디스패치는 "Where To Next"-D'Festa 라는 글자와 함께 베트남 하노이 호안끼엠 호수 사진을 올렸음. 디스패치 사진에는 방탄소년단, 트와이스, SEVENTEEN, NCT 등과 같은 많은 유명한 한국 아티스트들이 있어서 베트남 K 팝 팬들을 흥분시킴
- ✔ 유명 여행지뿐만 아니라 최근 SEEN Festival, 블랙핑크의 콘서트인 BORN PINK 등과 같은 많은 K 팝 행사가 베트남에서 집중 개최되는 것은 베트남 팬들이 K 팝 아이돌 공연을 볼 수 있는 기회를 열어준 계기가 됨. 이에 이번 디스패치가 공유한 사진에 베트남 팬들은 기대가 자연스럽게 높아지고 있음



|그림 11| 디스패치 공유 사진

32) 출처 : <https://kenh14.vn/dispatch-bat-ngo-dang-anh-co-bts-va-loat-sao-han-check-in-ho-guom-ha-noi-20230808160735745.chn>

☑ [태국] 내각 구성 지연으로 소프트파워 추진 기회 놓칠 수 있다는 우려 제기 33) KOCCA

- 내각 구성이 늦어져 소프트파워 추진에 있어 새 정부가 들어서서 정책 방향을 세울 때까지 기다려야 하고 방향도 명확하지 않다는 것이 문제임. 이렇게 발생한 공백은 예산지출과 투자자들의 신뢰에도 영향을 미쳐 태국 경제에 위험 요소가 될 수 있음
 - ☑ 현재 국민소득을 창출에 앞장서고 있는 관광업의 경우, 올해 들어 지난 7 개월 동안 태국에 입국한 외국인 관광객 숫자는 올해 목표 최소 2,500 만 명 중 1,540 만 명 이상이었는데 내각 구성을 기다리느라 동력을 잃게 될 것 같아 우려됨
 - ☑ 국내외 관광 수입은 1 조 2,000 억 바트(약 45 조 5,000 억 원) 중 관광 수입이 7,400 억 바트(약 28 조 원) 될 것이라는 예측이 나오는 가운데 국내관광에 있어 정부는 5 개 지역을 태국 소프트파워 중점판매처로 정해 태국의 정체성을 보여줄 수 있는 상품을 지원하고 2024 년 관광산업 목표를 3 조 바트(약 113 조 7,700 억 원)로 설정함
 - ☑ 정부가 외국인을 유치할 수 있는 태국 소프트파워를 만들어 내기 위해 관광지를 활용해 문화가 힘을 발휘할 수 있도록 온라인 플랫폼을 통해 전 세계에 전파될 수 있게 영화 및 영상 제작을 지원해야 함
 - ☑ 예를 들어, 한국 촬영팀은 드라마 <킹더랜드>의 10 회에서 태국인과 외국인 관광객들이 관광지 곳곳을 방문하며 문화를 체험하는 내용으로 채웠는데, 이는 5F(무에타이, 음식, 축제, 패션, 영화)를 바탕으로 창조문화산업을 강화하는 정부 정책에 부합함
 - ☑ 또한 미국-캐나다-프랑스-그리스-스위스-네덜란드-인도-호주 등 8 개국에서 21 편의 영화나 드라마를 촬영하기 위해 방문할 예정으로 총투자 금액은 38 억 바트(약 ,440 억 원) 이상임
 - ☑ 새 정부가 들어서면 민간과 공공기관이 법 개정을 제안했기 때문에 태국 소프트파워에 대한 정책 변화가 불가피할 것으로 보임

33) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/business/economic/1082803>

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

 미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장	 +1-323-935-2070	 shju@kocca.kr
 유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 yoosunghoon@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hyyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 hmkim@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 yskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjy84@kocca.kr
 UAE 비즈니스센터(두바이) 오현전 센터장	 +971-2-491-7227	 ho@kocca.kr
 태국 마케터(방콕) 박웅진 부장	 +66-2-017-2856	 wjpark@kocca.kr
 러시아 마케터(모스크바) 김시우 과장	 +7-968-943-4571	 cu@kocca.kr

발행인 _____ 조현래

발행처 _____ 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr