

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2022

**WEEKLY
GLOBAL**

위클리글로벌

294 호

목차

위클리글로벌 | 294 호

2022년 9월 26일 해외사업지원단

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> [북경] 광전총국, 중국산 드라마에 동일한 타이틀 이미지 적용 요구 [북경] 더우인, 향후 30분 길이 이상의 고화질 영상 업로드 지원 예정 [유럽] 프랑스 방송, 에미상 남우주연상 이정재 인터뷰 소식 전해 [유럽] 유럽 매거진, <오징어 게임> 리얼리티쇼 참가 방법 소개 [유럽] 유럽 매거진, 한국 드라마 방영 소식 기대감 전해 [UAE] 사우디아라비아 '스타즈플레이'에서 가장 많이 시청되는 애니메이션 장르 [UAE] MBC 그룹, 사우디아라비아 리야드에 새 사옥 개관 [태국] 아세안과 중국시장에서 태국 드라마의 위상
 게임·융복합	<ul style="list-style-type: none"> [미국] '페이지 클렌', 메타버스 <페이지 월드> 개발 [북경] 2022년 상반기 중국 게임회사 TOP10 매출규모 및 변화 [심천] <2022 아이치이 iJOY 열향회> 개최 [심천] CCTV 인큐베이팅 디지털 수집품 판매 플랫폼 '양수창' [심천] 게임 <원신>, 유포테이블과 장편 애니메이션 제작 [일본] 25년 역사의 <다마고치>, Z세대에 다시 인기 [인니] 인도네시아 게임 <A Space for the Unbound>, 퍼블리셔와의 계약 문제로 출시 연기 [베트남] 2022 가을, 베트남 UEC 토너먼트 컴백
 애니·캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 편코, 협업을 통한 게임제작, 스토어 오픈 [태국] 태국 촌부리, 콜롬비아 픽처스 테마파크 개장
 만화·웹툰	<ul style="list-style-type: none"> [유럽] 프랑스 언론, <나 혼자만 레벨업> 프랑스에서 가장 인기 있는 만화 중 하나로 소개 [태국] 웹툰을 통해 한국전쟁 태국 참전용사를 기억
 음악	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 스포티파이, 오디오북 출시 [유럽] 이날치 밴드, 영국에서 K 팝 콘서트 데뷔 무대 성공적으로 선보여 [UAE] 스포티파이 UAE 의 Z세대 및 밀레니엄 세대를 위한 디지털 오디오의 역할 평가 [UAE] 플래쉬 엔터테인먼트, 사우디아라비아 리야드에 본사 설립
 패션	<ul style="list-style-type: none"> [유럽] 영국 언론, 전 세계 패션에 미치는 한류 열풍 전해
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> [일본] 일본 e 스포츠 연합(JeSU), '일본 e 스포츠어워드' 창설 발표 [인니] 인도네시아-네덜란드, 창조경제 부문 협력 파트너십 구축 [베트남] 한국·베트남 수교 30주년, 등불 문화축제 [베트남] 한국 '유산' 전시회, 베트남에서 개최 [태국] 문화부, 태국영화를 통해 세계무대에서 소프트파워를 겨룬다 [태국] 태국인들의 행동을 꿰뚫고 있는 트위터 [태국] 게임, e 스포츠, 디지털 트렌드에 대한 새로운 전망 [러시아] 제재로 인한 러시아 IT 생태계 변화 및 콘텐츠 산업 영향



방송·영화



☑ [북경] 광전총국, 중국산 드라마에 동일한 타이틀 이미지 적용 요구 1)

KOCCA

- 9월 21일, 광전총국(国家广播电视总局)이 공식 홈페이지를 통해 <중국산 드라마 타이틀 통일표식 사용 관련 통지(关于使用国产电视剧片头统一标识的通知)>를 발표함
 - ☑ 내용에는 당국이 드라마 제작 규범 및 표준화 수준 제고를 위하여 중국산 드라마에 적용할 문화적 상징성 이미지를 제작하였으며, 통지 발표일인 21일부터 적용하도록 함
 - ☑ 이에 따라, 중국 각 지역의 관련 기관은 심사를 통과한 중국산 드라마에 허가증 발급 시 해당 이미지를 함께 발급하여 매 회차의 드라마 방영이 시작되기 전 노출하도록 안내해야 함. 이번 통지의 시행과 동시에 2016년 2월 25일 발표된 <드라마 및 관련 광고 방송 관리 관련 통지(关于进一步规范电视剧及相关广告播出管理的通知)> 중 '드라마 회차의 제목 표시 화면에 발행허가증 번호를 표기해야 한다'는 규범은 시행 중단됨



[그림 1] 중국산 드라마 타이틀 이미지 샘플

☑ [북경] 더우인, 향후 30분 길이 이상의 고화질영상 업로드 지원 예정

KOCCA

- 9월 20일, 더우인(抖音)은 '더우인창작자대회(抖音创作者大会)'를 개최해 당사 플랫폼의 이미지, 롱클립 영상, 라이브방송, 생활 서비스 등 분야에서의 업무성과와 지원 정책에 대해 발표함
 - ☑ 당일 더우인의 책임자는 향후 플랫폼에서 30분 길이 이상의 영상을 업로드할 수 있도록 개방할 예정이며, 해상도는 4K 120hz, 용량은 64GB 까지 지원될 것이라고 함

1) 광전총국 공식홈페이지 : http://www.nrta.gov.cn/art/2022/9/21/art_113_61775.html

✔ [유럽] 프랑스 방송, 에미상 남우주연상 이정재 인터뷰 소식 전해 2)

KOCCA

- 프랑스 공영방송사 France24 는 비영어권 드라마 최초로 에미상 남우주연상을 수상한 <오징어 게임>의 이정재가 프랑스 통신사(AFP)와 진행한 인터뷰를 공개함
 - ✔ “한국 영화가 현대사회의 경쟁과 냉혹함을 다루는 이야기를 통해 전 세계 관객들에게 다가가기까지 수 년의 시간이 걸렸다”는 이정재의 소감을 전하며 이러한 노력을 통해 “한국이 전 세계 관객과 연결되는 좋은 콘텐츠를 만들어낼 수 있었다”고 덧붙임
 - ✔ 기사는 <오징어 게임>이 잔혹한 사회 풍자를 통해 오스카에서 최우수 작품상을 받은 최초의 비영어권 영화 <기생충>의 발자취를 따른다고 언급함. 한편 기사는 <오징어 게임>의 감독 황동혁이 시즌 2 를 통해 주인공 성기훈의 달라진 모습을 드러낼 계획이라고 전함

✔ [유럽] 영국 매거진, <오징어 게임> 리얼리티쇼 참가 방법 소개 3)

KOCCA

- 영국 매거진 Metro 는 일반인 참가자들이 천문학적인 상금을 얻을 수 있는 <오징어 게임> 리얼리티쇼 소식을 전하며, <오징어 게임>이 에미상 14 부문의 수상 후보로 선정되고 주인공 이정재가 남우주연상을 꺾으며 기록적인 성공을 거두었다고 언급함
 - ✔ 기사는 <오징어 게임> 리얼리티쇼가 456 명의 플레이어가 456 만 달러를 놓고 경쟁하는 프로그램으로, 리얼리티 TV 역사상 가장 큰 규모의 출연자와 대규모의 상금을 공개한 ‘역대 최대의 경쟁 리얼리티쇼’라고 전함. 참가 자격은 전 세계 모든 지역, 영어 구사가 가능한 자이며, ‘오징어 게임 캐스팅’ 공식 홈페이지를 통해 9 월 17 일까지 참가 신청을 받았다고 전함

✔ [유럽] 영국 매거진, 한국 드라마 방영 소식 기대감 전해 4)

KOCCA

- 영국 매거진 NME 는 디즈니+가 새로운 스릴러 드라마인 <형사록> 방영 소식과 함께 출연 배우 명단을 공개했다고 기대감을 전함
 - ✔ 드라마는 동료를 죽인 살인 누명을 쓰고 정체 불명의 협박범을 상대로 과거를 좇는 형사 김택록의 이야기를 그리고 있음. 김택록 역을 맡은 이성민, 인기 드라마 <태양의 후예> 친구가 국진한 역으로 캐스팅 되었으며, 10 월 첫 에피소드를 선보일 예정이라고 언급함

2) 출처 : 프랑스 공영방송매체, France24
<https://www.france24.com/en/live-news/20220917-korean-cinematic-rise-years-in-the-making-says-squid-game-star>
 3) 출처 : 영국 매거진, Metro
<https://metro.co.uk/2022/09/17/how-to-apply-to-be-on-squid-game-the-challenge-spin-off-reality-series-17395724>
 4) 출처 : 영국 매거진, NME
<https://www.nme.com/news/tv/jin-gu-lee-seong-min-star-disney-k-drama-shadow-detective-3309878>
https://www.nme.com/en_asia/news/tv/dr-romantic-renewed-for-a-third-season-3311570

- ☑ NME의 다른 기사는 인기 멜로 의학 드라마 '낭만닥터 김사부' 시즌 3 제작 소식을 전함. 한석규, 안효섭, 이성경은 기존 배역을 충실히 소화할 것이며, 유인식 감독과 강은경·임혜민 작가도 새로운 시즌 작업에 착수할 예정이라고 전함. 2023년 SBS에서 첫 방송 예정이며 해당 드라마는 영화화 가능성이 있다고 밝힘

☑ [UAE] 사우디아라비아 '스타즈플레이'에서 가장 많이 시청되는 애니메이션 장르 5) KOCCA

- 일본 애니메이션을 포함한 애니메이션은 스트리밍 플랫폼 스타즈플레이의 사우디 가입자들이 가장 많이 시청되는 장르 중 하나로 부상
 - ☑ UAE에 기반을 둔 스타즈플레이는 넷플릭스 및 중동 MBC 소유의 샤히드(Shahid)와 경쟁하는 중동 지역에서 가장 큰 주문형 비디오 플레이어 중 하나임
 - ☑ 중동 시청자들이 가장 좋아하는 시청 장르는 애니메이션, 코미디, 아랍 드라마로 넷플릭스와 경쟁하는 스타즈플레이는 사우디아라비아에서 가장 많이 본 애니메이션이 나루토와 진격의 거인이라고 밝힘
 - ☑ 할리우드 드라마는 빅뱅시리즈 및 더 오피스(The Office) 였고 아랍 드라마로는 '밥알하라(Bab Al Hara)와 '다히(Daheeh)가 가장 많이 시청됐음

☑ [UAE] MBC 그룹, 사우디아라비아 리야드에 새 사옥 개관 6) KOCCA

- MBC 그룹은 2020년 사우디 문화부 장관 바드르 빈 파르한(Badr bin Farhan) 왕자와 체결한 협약에 따라 본사를 두바이에서 리야드로 이전함
 - ☑ 사우디아라비아의 미디어 장관 대행인 마지드 빈 압둘라 알카사비 (Majid bin Abdullah Alkassabi) 박사 후원으로 MBC 그룹 회장 왈리드 빈 이브라힘 알 이브라힘(Waleed bin Ibrahim Al Ibrahim)이 사우디 수도에 MBC 그룹의 새로운 운영 센터를 개관함. 사우디아라비아 MBC는 1991년 런던에서 첫 번째 채널인 MBC 1을 개국했고 2002년 두바이 미디어 시티로 이전했음
 - ☑ 2020년 MBC 그룹은 사우디 문화부 장관인 바드르 빈 파르한 왕자와 24시간 뉴스 채널인 알 아라비아(Al Arabiya)와 속보 채널인 알하다스(Al-Hadath)의 허브인 MBC가 본사를 리야드로 이전하는 협약을 체결했음

☑ [태국] 아세안과 중국시장에서 태국 드라마의 위상 7) KOCCA

- 현재 태국 Y 시리즈는 태국의 소프트파워로 해외에서 많은 인기를 끌고 있음. 과거 태국 드라마는 중국과 아세안(ASEAN) 시장에 몇 차례 진출한 바 있음
 - ☑ 치앙마이대학교 사회과학부 암편 짜랏띠꾼(อภพร จีระศักดิ์) 교수의 '아세안 및 중국 웹사이트를 통한 태국 TV 드라마 소비: 베트남, 필리핀, 인도네시아 및 중국의 사례 연구'(2019)에 따르면, 태국 드라마 제작자

5) 출처 : <https://www.arabianbusiness.com/industries/media/saudis-huge-fans-of-anime-new-report-reveals>

6) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/mbc-group-opens-new-hq-in-riyadh>

7) 출처 : <https://plus.thairath.co.th/topic/spark/102112>

와 수출관계자들은 2014년 디지털 TV 방송이 시작된 이후 해외시장 공략을 위해 적응하기 시작함

- ✔ 그러나 주요 TV 드라마 제작자들은 인터넷 통신 변화를 인식하거나 반응하지 않았고, 웹사이트를 통해 해외에서 드라마가 소비될 수 있다는 것을 생각하지 못함. 반면 중견 드라마 제작사나 신생 제작사들 사이에서는 인터넷 채널을 통해 해외시장을 공략하려는 시도들이 늘어남
- ✔ 태국 제작자들은 국내외 소비자에게 접근하기 위해 콘텐츠 조정이 가장 중요하다고 보고, 특정 고객층을 잡기 위해 뉴스 이후에 방송되던 전통적인 드라마 형식에서 벗어나 학교 내 10대들의 로맨스, Y 시리즈, <클럽 금요일>, <더 시리즈>와 같은 리얼리티 드라마, 리메이크 드라마 등 로맨틱한 사랑이나 가족 간의 이야기를 중심으로 한 다양한 드라마를 제작하려고 노력함
- ✔ 또한 태국 제작자들의 변화는 아시아의 기술 및 문화적 맥락의 변화에서 비롯됨. 중국의 경우 인터넷은 엔터테인먼트 미디어 사용에 중요한 역할을 함. 태국 드라마가 처음 중국에서 인기를 얻었던 것은 위성방송이 시작되던 2008년부터 2011년 사이였고, 두 번째는 2014년 이후 인터넷 시청이 시작된 시기임
- ✔ 중국의 주요 웹사이트 소유주들은 자신들의 애플리케이션에서 더 많은 서비스를 제공하기 위해 합법적인 외국 엔터테인먼트 콘텐츠로 눈을 돌리게 됨. 이는 태국 제작사들이 저작권을 판매하고 더 많은 나라에 방송할 수 있는 기회가 됨
- ✔ 베트남과 필리핀의 경우 태국 드라마 수입이 급증하고 있는데, 이는 자국 내 한국 드라마의 인기가 눈에 띄게 줄어들었기 때문임. 태국 드라마가 베트남 젊은 세대들 사이에서 주류가 되었다고 말할 수는 없으나 청소년들의 일상에 적지 않은 영향을 미치고 있으며, 베트남 젊은 세대가 선호하는 아시아 엔터테인먼트 미디어 상위에 있다고 할 수 있음
- ✔ 필리핀과 인도네시아에서 태국 드라마의 인기는 아직 제한적이며, 소수의 마니아층이 형성되어 있음
- ✔ 중국과 베트남에서 태국 드라마 팬들이 자발적으로 좋아하는 것을 공유하기 위해 드라마 자막을 만들려는 목적으로 모이고 있으며 이들을 '팬십(Fansip)' 그룹이라고 부름. 이들은 두 사회의 문화적 연결고리로서 중요한 역할을 하고 있음
- ✔ 태국 드라마 제작자들이 변화하는 관객의 취향에 맞는 태국적이고 보편적인 콘텐츠를 개발하는 것을 돕기 위해서는 '태국 TV 드라마 수출진흥원' 설립도 고려해볼 수 있음

게임·융복합



☑ [미국] '페이즈 클랜', 메타버스 <페이즈 월드>개발 8)

KOCCA

○ 스트리밍 플랫폼의 묶음 상품

- ☑ e 스포츠 팀을 보유한 게임 미디어 플랫폼 '페이즈 클랜'이 메타버스 게임시장을 이끌고 있는 '더 샌드박스'와의 파트너십을 발표하면서 본격적으로 메타버스 진출에 대해 밝힘
- ☑ 샌드박스는 가상 부동산, 가상 놀이공원 등 메타버스에 대한 새로운 아이디어들을 지속적으로 생산하고 있음
- ☑ 두 회사가 공동으로 제작하게 될 메타버스 <페이즈 월드>는 페이즈 클랜의 팬들을 위해 샌드박스 내에 지어질 가상 커뮤니티로 디지털 인프라, 버추얼 이벤트, 게임, 디지털 상품 등의 기능을 포함할 예정임. 게임화된 <페이즈 월드>로 팬들의 참여를 유도해 또 다른 수익을 기대해 볼 수 있음
- ☑ 파트너십을 통해 샌드박스는 <페이즈 월드> 주변의 디지털 부동산을 팬 개인이 직접 거래할 수 있는 경험을 제공할 것이라 밝힘. 팬들에게 색다른 경험을 주기 위한 것으로 부동산 거래는 올해 말 개최될 예정이며 이에 대한 자세한 내용은 추후 발표하겠다고 언급함
- ☑ '페이즈 클랜'은 게임과 청소년 문화의 정점에 있는 브랜드로 현재 워너 뮤직 그룹, 유니소프트, 아디다스 등 400 개 이상의 파트너십을 진행 중이라 함. 이번 샌드박스와의 파트너십으로 메타버스를 만드는 것이 웹 3.0, 메타버스에서 입지를 넓힐 수 있는 좋은 기회라며 메타버스 시장에 대한 의지를 밝힘

☑ [북경] 2022 년 상반기 중국 게임회사 TOP10 매출규모 및 변화

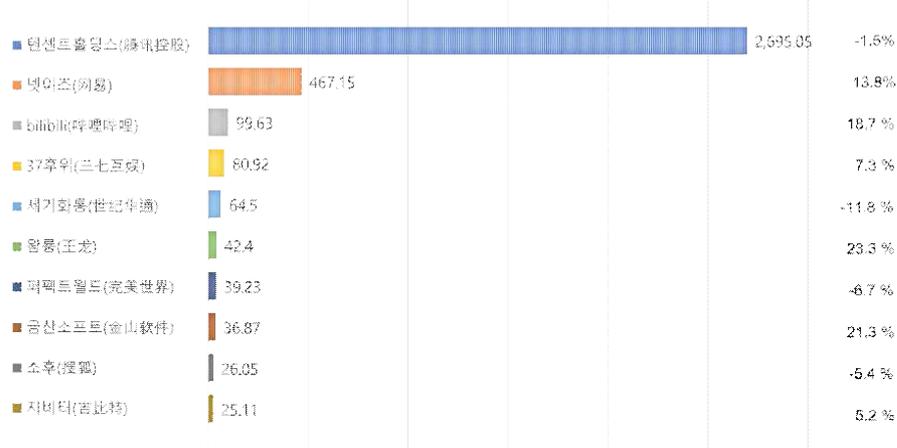
KOCCA

- 9 월 17 일, Analysys(易观分析)가 공개한 데이터에 따르면, 올해 상반기 텐센트홀딩스(腾讯控股)의 총매출액은 2,695 억 위안(약 53 조 4,849 억 원)으로 전년 동기대비 1.5% 감소하였고 이 중 게임 서비스 매출액이 860 억 4,100 만 위안(약 17 조 756 억 원)으로 전체 매출액의 31.7%를 차지함
- ☑ 최근 중국 정부의 게임산업에 대한 관리 감독 정책 강화로 모바일 게임 <왕자영요(王者荣耀)>, <천야명월도(天涯明月刀)>와 PC 게임 <던전앤파이터>, <리그 오브 레전드> 등 주력 제품들의 매출액이 소폭 감소함
- ☑ 동기간 넷이즈(网易)의 총매출액은 전년 동기대비 13.8% 증가한 467 억 1,500 만 위안(약 9 조 2,710 억 원)으로 이 중 게임 관련 서비스 매출액은 181 억 위안(약 3 조 5,921 억 원) 규모임. Analysys 는 중국 국산 게임에 대한 판호 발급 재개와 해외 신흥시장의 가파른 성장으로 중국의 게임산업이 새로운 국면에 접어들었으나 신규게임 감소와 구매성과 저조, 투자 감소 등의 요소가 상반기 성적에 영향을 미친 것으로 분석함

8) 출처 : <https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/faze-clan-the-sandbox-1235221074>

2022년 상반기 중국 게임회사 매출액 TOP10

단위 : 중국 RMB



[그림 2] 2022년 상반기 중국 게임회사 매출액 TOP10

☑ [심천] <2022 아이치이 iJOY 열향회> 개최 9)

KOCCA

○ 2022년 9월 15일 아이치이(爱奇艺) 연례 마케팅 콘퍼런스 ‘2022 아이치이 iJOY 열향회(2022 爱奇艺 iJOY 悦享会)’가 중국 항저우(杭州)에서 개최됨

- ☑ 아이치이는 이번 콘퍼런스에서 최신 콘텐츠 235 편을 공개하고 일부 양질의 영화, 드라마, 예능, 만화를 중점적으로 추천함과 동시에 지속적으로 양질의 콘텐츠를 제작하고 대중의 관심에 호응하며 협력 파트너와 함께 장기적인 브랜드 가치를 구축할 것이라고 강조함
- ☑ 문화향유 시장의 중요 요소는 콘텐츠 가치이며, 양질의 IP, 고품질 창작, 몰입형 체험 등이 문화향유 시장의 티핑 포인트가 될 수 있음. 2022년 아이치이는 드라마 시리즈, 예능, 영화, 애니메이션, 키즈 등 여러 콘텐츠 분야에서 좋은 성적을 거두었으며 <인세간(人世间)>, <경찰영예(警察荣誉)>, <창란결(苍兰诀)>, <중국설창전봉대결(中国说唱巅峰对决)> 등 명품 콘텐츠를 선보임
- ☑ 아이치이 창업자, CEO 공위(龚宇)는 이번 콘퍼런스에서 “올해 상반기에 아이치이는 ‘개원절류(开源节流)’ 전략을 효율적으로 실행해 적자에서 흑자 전환을 실현하고, 하반기에는 ‘냉정증강(冷静增长)’ 전략을 실행해 콘텐츠와 시장 투자를 적절하게 늘릴 예정이며 과학기술을 기반으로 양질의 콘텐츠를 제작하고 플랫폼과 파트너가 상생할 수 있도록 노력할 것이다”라고 전함. 아울러 아이치이는 클라우드 시네마, 스마트 제작, 해외사업, 수에커(随刻) 플랫폼 운영, AR/VR, 웹 3 등 차세대 사업에 주력할 예정이라고 밝힘

9) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1744085871263193286&wfr=spider&for=pc>

☑ [심천] CCTV 인큐베이팅 디지털 수집품 판매 플랫폼 ‘양수창’ 10)

KOCCA

- 9월 16일, 중국 중앙방송 CCTV(央视网)가 인큐베이팅한 디지털 수집품 판매 플랫폼인 양수창(央数藏, YSC)이 정식 출시됨. 양수창은 CCTV가 메타버스의 응용을 탐구하는 중요한 실천이며, 동시에 “신재체(新载体, 새로운 매체)”를 빌려 중국 문화를 전파하는 적극적인 시도라고 볼 수 있음
 - ☑ 디지털 수집품은 블록체인 기술의 혁신적 응용으로서 중국 문화 전파에 긍정적인 추진 가치를 가지고 있으며 메타버스 산업의 급속한 정착과 발전에 필요한 콘텐츠 기반이기도 함
 - ☑ 향후 양수창은 문화, 체육, 우주, 과학기술, 관광, 공익 등 여러 방향에 초점을 맞추고 더 많은 우수한 IP와 브랜드가 디지털 수집품, 디지털 예술의 형태를 빌려 대중들의 시야에 진입할 수 있도록 도울 계획임

☑ [심천] 게임 <원신>, 유포테이블과 장편 애니메이션 제작 11)

KOCCA

- 9월 16일 <원신> 프로젝트팀은 글로벌 유명 애니메이션 제작사인 유포테이블(ufotable)과 공동 제작하는 ‘<원신> 애니메이션 프로젝트’가 정식으로 시작됐다고 발표함. 이날 방송된 <원신>의 새 버전(3.1 버전) 미리 보기 스페셜 프로그램에서는 이번 애니메이션 프로젝트의 콘셉트 영상이 처음으로 공개됨
 - ☑ <원신>은 미호요(米哈游)가 2020년 9월 28일에 출시한 오픈월드 어드벤처 게임으로 PS, PC, iOS, 안드로이드 플랫폼에 업로드 되었으며, 13개 국가의 언어 자막과 4개 국어 더빙(중국어, 영어, 일본어, 한국어)으로 전 세계 200여 국가에 서비스되고 있음
 - ☑ <원신>은 이전에 <동야우희(冬夜愚戏)>, <설제봉춘(雪霁逢椿)>를 포함한 여러 게임과 관련된 단편 에피소드를 발표한 적이 있음. 해당 에피소드 영상은 빌리빌리에서 각각 1,700만과 1,100만 뷰를 기록했을 뿐만 아니라, <동야우희>는 유튜브에서도 천만 뷰를 기록함



[그림 3] 미호요 x ufotable <원신> 애니메이션 일러스트

10) 출처 : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_19930624

11) 출처 : <https://www.ithome.com/0/641/905.htm>

☑ [일본] 25년 역사의 <다마고치>, Z 세대에 다시 인기 12)

- 1990 년대에 공전의 대히트로 사회 현상으로까지 번진 주식회사 반다이의 <다마고치> 캐릭터 육성 게임기가 발매 25 년이 지난 현재 Z 세대를 중심으로 다시 인기를 끌고 있음
 - ☑ 다마고치는 1996 년에 ‘디지털 휴대 펫’이란 콘셉트로 발매되었으며 최근 2021 년 11 월에 신상품 ‘다마고치스마트’가 발매되었음. ‘다마고치스마트’는 시대를 반영한 여러 기능이 탑재되어 있으며 그중 하나가 ‘다마고치 다맛칭구앱(たまっちんぐアプリ)’으로 자신의 다마고치 프로필을 작성하거나 데이트할 상대를 고를 수 있어 현실 세계에서의 매칭 앱과 비슷하다는 점이 특징임
 - ☑ 또한, ‘다마워크’라는 기능은 다마고치에게 아르바이트를 시킬 수 있는 기능으로 급료로 받은 포인트(다마고치 스마트 세계 안에서의 화폐)를 사용해 음식배달서비스 ‘다마딜리버리’와 ‘다마쇼핑’으로 쇼핑을 할 수 있고 다마고치스마트 안에서 원하는 상품을 주문하는 것도 가능함. 이와 같은 매칭 앱과 음식배달 등 현대 생활에 맞는 기능을 통해 자신의 다마고치를 돌보는 것에 빠진 Z 세대가 다수 존재함
 - ☑ 최근 다마고치는 다양한 캐릭터와 협업한 시리즈도 등장하여 인기를 끌고 있음. 대표적으로 BTS 의 멤버를 모티브로 한 캐릭터 ‘타이니탄(TinyTAN)’콜라보 다마고치가 그 예로, 자신이 좋아하는 캐릭터를 돌보기 때문에 팬에게는 인기 있는 기능이기도 함
 - ☑ 한편, 1990 년대에 처음 다마고치를 가지고 놀던 세대가 현 Z 세대의 부모세대 이기도 하여 가족이 함께 즐길 수 있다는 점도 역사가 긴 다마고치만의 특징이라고 할 수 있음. 최근 다마고치의 기능 중에는 다른 다마고치와 대화할 수 있는 ‘통신(ツースン)’ 기능이 있어 부모와 자녀가 한 대씩 구매해 가족 간의 커뮤니케이션을 통한 교류의 장으로 이용할 수 있음
 - ☑ 또한, 다마고치의 형태를 살려 꾸미기 혹은 놀이도 유행 중으로 마음에 드는 사진 등을 출력하여 화면 부분에 사진을 넣어 스티커로 만들거나 스마트폰의 배경화면으로 이용하기도 함
 - ☑ 이처럼 다마고치는 시대에 맞추어 계속해서 진화해오고 있고, 트렌드에 맞는 캐릭터와 협업하는 것으로 초창기 다마고치 유행 세대뿐만 아니라 Z 세대에게도 즐거움을 선사하고 있음



그림 4 | 게임기 ‘다마고치’ 이미지

12) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/3b1b61b4d6061dbe2c1177553dae21996825018f?page=2>

☑ [인니] 인도네시아 게임 <A Space for the Unbound>, 퍼블리셔와의 계약 문제로 출시 연기 KOCCA

- 인도네시아 게임 개발사 Mojiken Studio 가 개발하고, Toge Production 에서 제작을 맡은 <A Space for the Unbound>는 1990 년대 인도네시아의 시골 마을을 배경으로 의문의 소녀 이야기를 담은 어드벤처 게임임
 - ☑ <A Space for the Unbound>은 2020 년 대중들에게 처음 소개되어 2022년에는 PS4, PS5, Xbox One, Xbox Series S/X, Nintendo Switch 및 PC 등의 플랫폼을 통해 전 세계적으로 동시에 출시될 예정이었으나 지금 조달 문제로 퍼블리셔 PQube 와의 계약이 해지됨에 따라 게임 출시 일정이 무기한 연기된 상황임
 - ☑ Toge Production 은 8 월 24 일 공식 트위터 계정 @asftugame 을 통해 공식 입장문 발표에 따르면 PQube 는 Mojiken Studio 와 Toge Production 의 명의를 사용하여 지원금을 횡령하여 개인적인 용도로 사용한 것으로 의심됨. 현재 PQube 는 자금에 대한 정보를 숨기고 있음. 이로 인해 <A Space for the Unbound> 출시를 무기한 연기할 것이라 밝힘
 - ☑ 현재 PQube 에서는 여전히 계약해지를 거부하고 있으나, Mojiken Studio 와 Toge Production 은 새로운 파트너사와 협력할 방안을 마련하고 있으며 게임의 정상적인 출시를 위해 최선을 다하겠다고 덧붙임



[그림 5] <A Space for the Unbound> 이미지 | 출처 | Toge Production 홈페이지

☑ [베트남] 2022 가을, 베트남 UEC 토너먼트 컴백 13)

KOCCA

- UEC(Univerity Esports Championship) Samsung 2022 는 베트남 대학생을 위한 e 스포츠 토너먼트 대회임
 - ☑ 해당 대회는 9 월 17 일부터 개최되며, 대회개최 후 1 년이 되는 베트남에서 가장 큰 규모의 학생 대회. 베트남 레크리에이션 및 전자스포츠협회(VIRESA)와 VNG 회사가 공동 주최하는 2022 년 가을 UEC 는 젊은이들의 열정을 볼 수 있고, 총상금이 약 300,000,000 VND (한화 약 1,761 만 원)으로 참가자들에게 좋은 기회가 될 것으로 전망하고 있음

13) 출처 : <https://gamek.vn/uec-mua-thu-2022-chinh-thuc-tro-lai-moi-hon-hap-dan-hon-va-toc-do-hon-178220918104844631.chn>

- ☑ 2022년 가을 UEC는 삼성 후원사와 함께 <PUBG 모바일>, <리그 오브 레전드>, <VALORANT> 등 3개 종목이 온라인 방식으로 진행됨. 특히, 이번 시즌은 한 달밖에 진행되지 않아, e 스포츠 대회를 다른 전통 스포츠에 더 가깝게 다가서고, 전국의 젊은 세대에게 상당한 영향력을 가져올 수 있는 것을 목표로 수백의 대학생 팀을 모일 수 있는 것으로 예상함



|그림 6| '2022년 가을, 베트남 UEC 삼성' 토너먼트 포스터

애니·캐릭터



✓ [미국] 펀코, 협업을 통한 게임제작과 스토어오픈 14)

KOCCA

○ 펀코의 콘솔게임 제작

- ✓ 미국의 캐릭터·완구회사 펀코에서 첫 콘솔 게임 개발 중이라고 밝힘. 제작될 콘솔게임은 펀코에서 가장 인기 높은 캐릭터 피규어 ‘POP!’라인의 캐릭터들을 혼합해서 만들어질 예정임
- ✓ 다양한 캐릭터 IP 를 가지고 있는 펀코에서 마블, DC, 디즈니, 스타워즈와 같은 오랫동안 사랑받은 기존 캐릭터들과 새로운 캐릭터들을 혼합해서 만드는 것이 큰 특징이라고 함. 펀코는 <LEGO>의 비디오게임 개발자의 지원과 함께 ‘10:10 게임즈’와 협업을 통해 2023 년 출시를 목표로 한다고 함

○ 아티스트와의 협업

- ✓ 최근 펀코는 미국 팝스타 스눕독과 협업을 맺어, 오는 1 월 스토어를 오픈할 예정임
- ✓ 스토어를 통해 스눕독과의 협업으로 제작하는 독점 POP! 피규어, 골드 라인 피규어, 음악, 영화 관련 다양한 제품들을 소개할 예정이라고 함
- ✓ 펀코는 스포츠 또는 음악에서 협업으로 콘서트, 이벤트와 같은 장소를 활용한다면 더 많은 사람들의 관심을 얻을 수 있어 브랜드를 알리는데 큰 효과를 볼 수 있을 것이라고 말함

✓ [태국] 태국 촌부리, 콜롬비아 픽처스 테마파크 개장 15)

KOCCA

○ 관광업이 회복세로 돌아서면서 소니픽처스엔터테인먼트(Sony Pictures Entertainment, 이하 소니픽처스)는 오는 10 월 11 일 현지 개발사인 아마존폴스(Amazon Falls Co.)와 함께 콜롬비아 픽처스(Columbia Pictures)가 제작한 영화 인기 캐릭터를 소재로 방콕에서 약 90 분 거리에 있는 촌부리 방싸레(บางเสาธง)에 더 콜롬비아 픽처스 아쿠아버스(The Columbia Pictures' Aquaverse) 테마파크를 개장한다고 밝힘

- ✓ 관광산업 재개와 여행 규제가 풀리면서 태국은 코로나 19 이전 4,000 만 명이었던 관광객 숫자에는 비할 수 없지만, 올해 1,000 만 명 내년에 3,000 만 명의 관광객을 유치할 수 있을 것으로 기대함
- ✓ 다음의 5 개 테마파크 <고스트버스터즈(Ghostbuster)>, <쥬만지(Jumanji)>, <몬스터 호텔(Hotel Transylvania)>, <이모티: 더 무비(The Emoji Movie)>, <서핑 업(Surf's Up)>을 먼저 개장하고 <배드 보이즈(Bad Boys)>, <좀비랜드(Zombieland)>, <클라우드 위드 어 찬스 어 미트볼(Cloudy With a Chance of Meatball)>은 추후 개장할 예정임 16)
- ✓ 소니픽처스의 제프리 갓식(Jeffrey Godsick) 부회장은 “콜롬비아 픽처스의 아쿠아버스는 세계적으로

14) 출처 : <https://www.nme.com/news/music/snoop-dogg-themed-funko-store-to-open-in-los-angeles-3312639>
<https://variety.com/2022/digital/news/funko-video-game-snoop-dogg-store-sofi-stadium-1235371379>

15) 출처 : <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-09-15/columbia-pictures-theme-park-set-to-open-in-thailand-next-month?leadSource=verify%20wall>

16) 출처 : <https://www.flashfly.net/wp/401927>

알려진 영화와 TV 브랜드를 활용해 지역 기반 엔터테인먼트를 성장 및 확장 시키려는 소니픽처스의 더 큰 글로벌 전략의 다음 단계이다”라고 발표함

- ☑ 이미 5성급 해변 휴양지와 관광객들에게 인기 있는 레스토랑이 있는 지역에 있는 14 에이커(약 4,000㎡) 규모의 이 테마파크는 앞으로 새로운 명소가 될 것이라고 회사 측은 전함

만화·웹툰



☑ [유럽] 프랑스 언론, <나 혼자만 레벨업> 프랑스에서 가장 인기 있는 만화 중 하나로 소개 17) KOCCA

- 프랑스 일간지 르몽드는 웹툰 플랫폼 ‘픽코마’가 온라인 만화 플랫폼 ‘베리툰’에 이어 인기 웹툰 시리즈인 <나 혼자만 레벨업>을 9월 19일 선보였다고 전함
 - ☑ 이미 단행본으로 큰 인기를 얻은 <나 혼자만 레벨업>은 리서치 기관 GfK의 조사에 따르면 프랑스 ‘망가’ 부문 베스트셀러 10위권에 선정되며, 프랑스에서 큰 인기를 실감할 수 있다고 언급함
 - ☑ 또한, 기사는 <나 혼자만 레벨업>이 <노블레스>, <신의 탑>, <여신강림>과 함께 전 세계에서 가장 많이 읽힌 웹툰 중 하나로, 9개의 언어로 번역되고 총 14억 페이지뷰 수를 기록하며 기록적인 성공을 거두었다고 밝힘. 기사는 웹툰의 성공을 분석하며 “독자의 호기심과 물음이 만화 내부에서 잘 해소된다”는 픽코마 유럽 콘텐츠 매니저 폴린 멘데스의 의견을 전함
 - ☑ 한편, 판타지 요소가 가미된 이 웹툰의 세계관과 주인공이 수행하는 규칙은 RPG 게임의 영향을 받았으며, 향후 애니메이션 시리즈와 비디오 게임 각색 소식에 기대감을 모은다고 덧붙임

☑ [태국] 웹툰을 통해 한국전쟁 태국 참전용사를 기억 18) KOCCA

- 주태국한국문화원은 카카오웹툰과 함께 지난 24일 퇴역군인 웹툰 시리즈 <깜왜라땀하멘(ข้ามเวลาตามหาหมั้น)>을 출시함
 - ☑ 이 웹툰은 한국전쟁에 참전했던 태국 참전용사들의 희생을 기념하기 위해 18개월 동안 준비됐으며, 주태국한국문화원과 한국 작가 쓰어 김(เสื่อ คิม)이 태국 참전용사들과의 인터뷰를 토대로 이야기를 만든 후 태국 만화가 피닉스(fynnyx)에게 작화를 맡김
 - ☑ ‘깜왜라땀하멘’은 인기 K 팝 보이그룹 리틀 타이거의 리더인 ‘케이(K)’의 실종으로 이야기가 시작됨. 일반인들에게 ‘케이’의 존재는 기억에 남아있지 않지만, 유일하게 그를 기억하는 열혈팬 성형외과 의사 ‘빔(빔)’이 한국전쟁이 발발한 과거로 돌아가서 어린 태국 군인들과 마주하고 그들의 희생을 지켜봄. ‘리틀 타이거’라는 밴드 이름은 당시 미군 총사령관이 태국 군인들의 용맹스러움을 치하하기 위해 지어준 작은 호랑이라는 뜻의 ‘파약너이(พญาคชมัน้อย)’에서 유래한 별명임
 - ☑ 웹툰은 9월 24일 첫 번째 에피소드를 시작으로 매주 일요일 새로운 에피소드가 차례로 공개되며, 3주에 1번씩 휴재됨. 주태국한국문화원 웹사이트를 통해 매회 예고편을 감상할 수 있음
 - ☑ 주태국한국문화원 조재일 원장은 “태국 청소년들 사이에서 K 팝 열풍이 크게 풀고 있지만, 태국 정부가 한국을 돕기 위해 지원했던 태국 한국전쟁 참전용사들의 희생에 대해서는 거의 알지 못한다. 이러한 인식 때문에 우리는 태국 청소년들이 참전용사들을 기억할 수 있도록 웹툰을 제작하게 됐다. 이 웹툰 시리즈가

17) 출처 : 프랑스 일간지, 르몽드

<https://www.lmrd.fr/pics/afp/2022/09/19/france-chaus-et-ques-oubs-sab-ldrge-wdcom-sud-conn-pami-ks-ks-plus-populaires-en-faire-6142315-440888.html>

18) 출처 : <https://www.dailynews.co.th/news/1498362>

양국 간의 우호 관계를 증진시킬 수 있기를 희망한다”고 소감을 밝힘

- ☑ 한편 오는 10 월 10 일 주태국한국문화원은 카카오웹툰과 함께 유명한 한국 웹툰을 홍보하기 위해 ‘K-웹툰 전시회’를 개최할 예정임. 태국 팬들에게 한국 작가를 만날 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 기대를 모으고 있음



[그림 1] 주태국한국문화원과 카카오 웹툰이 만든 웹툰 <깜왜라땀하멘(ข้ามเวลาตามทหาร)>

음악



✓ [미국] 스포티파이, 오디오북 출시 19)

KOCCA

○ 스포티파이의 오디오북

- ✓ 스포티파이가 지난 6 월 오디오북 회사 ‘파인드어웨이’를 인수한 이후, 현지시각 9 월 20 일부터 미국에서 오디오북 기능을 출시하겠다고 밝힘
- ✓ 새로 출시하는 오디오북은 추가적인 구독, 광고시청 없이 여러 메이저 출판사들의 오디오북을 총 30 만 편 넘게 즐길 수 있다고 함 현재는 새로운 사업의 맛보기 단계로 앞으로 새로운 구독 요금제가 생길 수 있으며, 스포티파이만의 독점 오리지널 오디오북 제작 또한 고려하고 있다고 발표함
- ✓ 스포티파이의 오디오북은 오프라인 재생을 위한 저장기능, 자동 북마크기능, 재생속도 조절, 리뷰 기능 등 여러 기능을 가지고 있다고 함

○ 오디오북 사업

- ✓ 오디오시장에서 팟캐스트 사업을 성공적으로 진행하고 있는 스포티파이는 오디오북 시장이 잠재력이 있는 미개척 분야로 평가함
- ✓ 스포티파이의 조사에 의하면 오디오북은 전체 도서시장에서 6%~7% 정도의 비중을 차지하고 있지만 연간 20%의 성장률을 기록하고 있으며, 2027 년까지 150 억 달러의 가치를 기록할 수 있을 것이라 전망함

✓ [유럽] 이날치 밴드, 영국에서 K 팝 데뷔 무대 성공적으로 선보여 20)

KOCCA

○ 유럽 방송매체 유로뉴스는 한국 밴드 이날치가 영국에 성공적인 데뷔 무대를 선보였다고 전함. K 팝 밴드 이날치는 런던 노팅힐 코로넷 극장(The Coronet Theatre)에서 10 월 1 일까지 개최되는 페스티벌 ‘범 내려 온다(Tiger is Coming)’의 개막공연과 함께 세 번의 공연을 선보였다고 전함

- ✓ 코로나 이후 외국에서 최초로 무대를 올리며 “국제적인 인기를 실감할 수 있던 특별한 공연”이라는 이날치 밴드의 보컬 이나래의 소감을 전함
- ✓ 기사는 이날치 밴드의 구성이 전통적인 국악 가수, 베이시스트, 드러머로 이루어져 K 팝 장르의 색다른 면모를 보여준다고 밝힘. 이날치는 Apple TV+ 시리즈 드라마 <파친코>의 수록곡 ‘Let’s Live for Today’를 소개해 화제를 불러 모은 바 있으며, 이날치의 베이시스트 장영규는 한국 공포 영화 <곡성>과 <부산행>의 음악감독으로 참여한 바 있다고 전함

19) 출처 : <https://variety.com/vip/audiobooks-have-potential-to-be-a-game-changer-for-spotify-1235378439>
<https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/spotify-audiobooks-1235223861>
<https://variety.com/2022/digital/news/spotify-audiobooks-launch-1235377204>

20) 출처 : 유럽방송매체, 유로뉴스(Euronews)
<https://www.euronews.com/culture/2022/09/13/leenalchi-the-new-k-pop-band-to-hit-the-uks-shores>

- ☞ 한편 기사는 한국 소프트 파워의 파급력을 언급하며 오스카상을 수여한 <기생충>, 넷플릭스에서 가장 많은 시청 횟수를 기록한 <오징어 게임>, 세계 음악 차트를 석권하고 있는 BTS 를 예시로 전함. 영국은 K 팝 장르를 전 세계에서 11 위권으로 스트리밍하고 있다고 언급하며, 영국 무대는 K 팝 밴드에게 큰 기회의 장이라고 분석함

☑ [UAE] 스포티파이, UAE 의 Z세대 및 밀레니엄 세대를 위한 디지털 오디오의 역할 평가²¹⁾ KOCCA

○ 스포티파이는 Z세대와 밀레니얼 세대의 삶에서 디지털 오디오의 역할을 탐구하는 연례 글로벌 문화 및 트렌드 보고서 컬처 넥스트(Culture Next)의 UAE 판을 발표

- ☞ 스포티파이 광고(Spotify Advertising)의 연례 글로벌 트렌드 보고서인 컬처 넥스트의 UAE 판에 따르면 UAE 의 Z세대는 밀레니엄 세대보다 소셜 미디어에서 음악 제작자의 음악을 들은 후 팔로우할 가능성이 더 높음(53% 대 45%)
- ☞ 스포티파이는 오디오를 통해 자신의 위치를 탐색하고 정의하는 테이스트 메이커, 팬, 개인으로서 Z세대에 대해 분석함. 전 세계적으로 Z세대는 세상을 더 나은 곳으로 만들 준비가 되어 있음. Z세대의 69%는 자신의 세대를 현상 유지가 아닌 변화를 주도하는 것으로 규정함
- ☞ 연구에 따르면 Z세대는 밀레니엄 세대보다 "스트레스에 시달리고 있다"고 표현하고 "우리 세대는 세상의 문제를 해결해야 하는 부담이 너무 크다"는 데 동의할 가능성이 더 큼. 약 80%는 오디오를 통해 성격의 다양한 면을 탐색한다고 말했으며, 3분의 1 이상이 선택한 팟캐스트가 기쁨에서 슬픔에 이르기까지 다양한 감정을 느끼는 데 도움이 된다고 말했음
- ☞ 연구에 따르면 Z세대는 크리에이터와 팬의 관계를 단방향 방송에서 양방향 교환으로 전환하면서 혁명을 일으키고 있음. Z세대의 생각과 감정이 뮤직션과 팟캐스터의 목소리로 전달됨에 따라 크리에이터와 팬의 관계는 더 개방적이고 친밀해짐. 소규모의 제작자를 위해서라도 Z세대는 온라인 커뮤니티를 형성하여 좋아하는 아티스트에 대해 찾을 수 있는 모든 정보를 찾아 서로를 격려하고 스탠 문화(stan culture)를 조성함
- ☞ 많은 Z제작자들은 자신이 구축한 디지털 세계 또는 팬을 사용하여 보다 깊고 의미 있는 연결을 통해 긴밀한 팬 기반을 조성하고 있음. UAE 의 Z세대 중 53%는 특정 제작자의 팬을 위해 디지털 커뮤니티에 가입했다고 말했음
- ☞ 이전 세대의 10대들은 종종 어울리기를 원했지만 Z세대는 눈에 띄기를 열망하고 끊임없이 자신의 개성을 표현하는 새로운 방법을 찾음. 오디오는 Z세대가 틈새시장을 탐색하고 자신이 전혀 알지 못했던 정체성을 활용하고, 심지어 새로운 정체성을 창출하는 데 도움이 된다고 보고서는 밝힘
- ☞ UAE 의 Z세대 중 73%가 오디오를 통해 다른 방식으로는 경험하지 못한 문화의 바깥쪽 주변을 탐험한다고 밝혔고 80%가 오디오를 통해 성격의 다른 면을 탐색할 수 있다고 말했음
- ☞ Z세대는 삶의 사운드트랙을 위해 오디오를 사용함. UAE 의 Z세대 중 78%가 영화나 드라마의 음악을 청취하며 자신이 이야기 속 인물인 것처럼 느끼기를 좋아함
- ☞ Z세대의 제작자는 오디오를 사용하여 분신을 주류로 끌어들이. 예를 들어 UAE 의 Z세대의 63%는 오디오 제작자가 다른 페르소나 또는 캐릭터를 맡는 것을 좋아한다고 밝힘

21) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/spotify-explores-role-of-digital-audio-for-uaes-gen-z-and-millennials>

- ✔ Z 세대는 삶의 가장 복잡한 문제를 해결할 수 있는 안전한 공간으로 팟캐스트로 눈을 돌리고 있음. 특히 성인이 되어가는 18~24 세 사이에서 팟캐스트는 단순한 오락을 넘어 지식, 학습, 카타르시스의 공간 역할을 함. UAE 의 18 세에서 24 세 사이의 59%는 가족과 이야기하기 전에 어려운 질문이나 개인적인 질문에 대한 답을 얻기 위해 팟캐스트를 찾는다고 답했으며, 같은 그룹의 66%는 팟캐스트를 통해 정보를 전달한다고 언급함. UAE Z 의 68%에 따르면 오디오는 자신을 더 잘 이해하는 데 도움이 된다고 밝힘
- ✔ UAE Z 세대의 71%는 과거의 미디어를 듣고 시청하는 것을 좋아한다고 답함. 미디어가 과거의 더 단순했던 시절을 떠올리게 하기 때문임. Z 세대에게 과거는 미래를 위한 연료이며 이는 음악 그 이상에 해당함. UAE Z 세대의 75%는 브랜드가 오래된 미적 스타일을 복원하는 것을 좋아하고 72%는 브랜드가 고급 제품이나 콘텐츠를 제작할 때 좋아함
- ✔ 오디오를 통해 Z 세대는 다른 어떤 매체보다 자신에 대해 공유하고 싶은 이야기를 선별함. UAE Z 세대의 82%는 자신의 청취 습관을 되돌아보며 스스로에 대해 뭔가를 배웠다고 말했고, 74%는 청취 습관이 자신이 누구인지에 대해 이야기한다고 믿음. Z 세대는 재생 목록을 통해 개별 스토리를 구성하고 전달하는 데 전문가임

✔ [UAE] 플래쉬 엔터테인먼트, 사우디아라비아 리야드에 본사 설립 22)

KOCCA

- 사우디아라비아의 본사 개관은 다양하고 지속 가능한 경제를 위해 새로운 산업을 창출하기 위한 사우디 비전 2030 에 부합
 - ✔ 플래쉬 엔터테인먼트는 사우디아라비아의 엔터테인먼트 산업 전반에 걸친 빠른 성장에 기여하고 사우디아라비아의 사우디화 목표를 지원하겠다는 약속으로 리야드에 사우디아라비아 본부를 공식 개관했음
 - ✔ 글로벌 브랜드, 협회 및 프랜차이즈와의 파트너십을 통해 400 개 이상의 주요 행사 개최를 포함하여 15 년의 지역 유산을 활용하여 다양한 경제를 육성하고 사우디아라비아를 세계적 수준의 라이브 엔터테인먼트 및 관광 명소로 이끌 것임
 - ✔ 플래쉬 엔터테인먼트는 2008 년 설립 이후 디즈니, FIFA, NBA, UFC, WWE 등의 글로벌 브랜드는 물론 다양한 국제 AAA 음악 공연자들과 협력해 왔음
 - ✔ 공식 UAE 국경일 축하, 아부다비의 문화 축제, 수백 개의 커뮤니티 중심 쇼케이스를 포함하여 UAE 에서 사우디아라비아, 요르단, 바레인, 레바논까지 중동 전역에서 국가적으로 중요한 이벤트를 개최해 왔음
 - ✔ 2021 년에 플래쉬 엔터테인먼트는 수상 경력에 빛나는 Dota 2 MENA Cup 과 같은 이벤트를 통해 e 스포츠로 다각화했음

22) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/flash-entertainment-opens-hq-in-riyadh>



☑ [유럽] 영국 언론, 전 세계 패션에 미치는 한류 열풍 전해 23)

KOCCA

○ 영국 일간지 더 가디언은 패션, 음악 등 전 세계 문화를 선도하는 한류 열풍을 전달함

- ☑ 해당 기사는 패션 부문 디자이너 박소희, 음악 부문 가수 림킴, 방송 부문 배우 박지후, 영화 부문 감독 김보라를 한류 열풍에서 새롭게 조명할 인물로 주목하고 있음
- ☑ 기사는 한국 패션 디자이너 박소희가 미스 소희(Miss Sohee) 브랜드 대표이자 크리에이티브 디렉터로 활동하며 전 세계에서 큰 주목을 받고 있다고 전함. 미스 소희는 화려하고 풍성한 세미 꾸뛰르 컬렉션과 함께 기성복 컬렉션을 출시하고 있으며, 이탈리아 럭셔리 브랜드 돌체 앤 가바나의 후원을 받아 올해 밀라노 패션위크에 데뷔 무대를 선보인 바 있음
- ☑ 한편 영국 패션 전문 매거진 FAD는 빅토리아&앨버트 박물관에서 진행되는 ‘한류! 코리안 웨이브 (Hallyu! The Korean Wave)’ 전시회에 한국 디자이너 브랜드 미스 소희, 시-지엔(C-ZANNE), 단하(Danha), 민주김(Minju Kim) 등이 참여해 현대적으로 재해석한 한복과 생활패션 의복 20 여 벌을 공개한다고 밝힘

23) 출처 : 영국 일간지 더 가디언, 패션 전문 매거진 FAD

<https://www.theguardian.com/culture/2022/sep/17/hallyu-south-korean-wave-fashion-art-film-television-music>
<https://fadmagazine.com/2022/09/21/va-opens-first-major-exhibition-on-korean-pop-culture-hallyu-the-korean-wave>

통합(정책·기타)



☑ [일본] 일본 e 스포츠 연합(JeSU), '일본 e 스포츠어워드' 창설 발표 24)

KOCCA

- 일반사단법인 일본 e 스포츠 연합(JeSU)은 지난 16 일, '도쿄게임쇼 2022'내 비즈니스 세미나에서 'e 스포츠의 미래(Future of esports)'를 주제로 패널 토론을 실시하고 '일본 e 스포츠어워드'를 창설한다고 밝힘
 - ☑ 패널 토론에서는 프로 e 스포츠 플레이어인 네모(NEMO)선수, 주식회사 마우스컴퓨터 마케팅본부의 스기사와 타츠야(杉澤竜也) 본부장, 경제산업성 상무정보정책국 콘텐츠산업과의 우에다 야스나리(上田泰成) 과장보좌, 4Gamer.net 의 오카다 카즈히사(岡田和久) 편집장 등 e 스포츠 관련 각 분야를 대표하는 4 명이 e 스포츠 발전을 위해 각 영역의 과제 및 전망을 토론함
 - ☑ 패널 토론 마지막 부분에서 JeSU 는 '일본 e 스포츠어워드' 창설을 발표함. e 스포츠가 더 나은 미래로 이어질 수 있도록 활발한 의견교환이 이루어졌음
 - ☑ '일본 e 스포츠어워드'는 e 스포츠 문화의 진흥과 산업으로의 발전을 목적으로 연간 가장 활약한 선수와 팀, 경기 타이틀, 주목할 새로운 활동 등을 표창하는 것으로 표창 부문 및 선발방법, 실시 일정 등에 대해서는 향후 JeSU 를 중심으로 검토 진행할 예정임
 - ☑ 일본 e 스포츠 연합(JeSU)은 일본 국내 e 스포츠 보급과 발전, e 스포츠 진흥을 목적으로 국민, 청소년의 경기력 향상 및 스포츠 정신 보급을 목적으로 설립함
 - ☑ e 스포츠 인지 향상과 e 스포츠 선수의 활약 확대를 목표로 경기 타이틀 공인과 선수의 프로 라이선스 발급, 아시아 경기대회 및 국제 e 스포츠 대회 선수 파견 등 여러 활동을 하고 있음
 - ☑ 또한, 아래 후원기업과 단체의 지원을 받아 e 스포츠 산업발전을 위해 노력하고 있음
 - 공식후원: KDDI 주식회사, ZONe 에너지, 주식회사 로슨(Lawson), 주식회사 빔스(Beams), 주식회사 마우스컴퓨터
 - 활동조성: 일반재단법인 코즈키재단(上月財団)
 - 협력: 일반사단법인 컴퓨터엔터테인먼트협회(CESA), 일반사단법인 일본온라인게임협회(JOGA)
 - 후원: 일반사단법인 일본아뮤즈먼트산업협회(JAIA), 일반사단법인 디지털미디어협회(AMD)

☑ [인니] 인도네시아-네덜란드, 창조경제 부문 협력 파트너십 구축

KOCCA

- 2022 년 9 월 15 일 자카르타에서 인도네시아 관광창조경제부 장관 Sandiaga Uno 와 네덜란드 교육문화 과학부 장관 Gunay Uslu 참석하에 창조경제 부문 협력 강화를 위한 MOU 를 체결함
 - ☑ 인도네시아 관광창조경제부 장관 Sandiaga Uno 는 이번 MOU 초기에 영화, 게임 및 요리 산업을 중점으로 협력을 진행하였으면 한다고 전함. 더불어 올해 목표인 110 만 개 일자리 창출 중 70 만 개는 창조

24) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/9b69f8f948c0f1d14d7eed2635e988d9dfcbbf5c>
<https://www.jiji.com/jc/article?k=000000092.000039144&g=prt>

경제 부문에서 창출할 계획이며 영화산업에서만 카메라맨, 음향엔지니어, 배우, 프로듀서, 총괄프로듀서 등에 이르기까지 20~30 만개의 일자리를 창출할 수 있는 가능성이 있다고 밝힘

- ☑ 네덜란드 교육문화과학부 장관 Gunay Uslu 는 현재와 미래에 대한 계획을 세울 수 있는 기반인 MOU 를 체결하게 되어 기뻐하며 인도네시아의 영화와 디자인 등의 많은 분야 전문가들과 함께 일하며 서로의 경험과 관점을 배워나갔으면 한다고 전함



[그림 7] | 사진 | 인도네시아-네덜란드 창조경제 부문 MOU 체결 | 출처 | detiktravel

☑ [베트남] ‘한·베 수교 30 주년’ 등불 문화축제 25)

KOCCA

- 한국과 베트남 수교 30 주년을 기념하는 등불 문화축제가 개최됨. 주베트남한국문화원은 지난 9일부터 사흘간 수도 하노이의 중심부인 호안끼엠(Hoan Kiem) 광장에서 열린 이번 행사에 하노이 시민을 비롯해 외국인 관광객 등 약 8 만여 명이 다녀갔다고 지난 14 일 밝힘
- ☑ 행사장 주변에는 한국의 '청사초롱'과 베트남의 '호이안(Hoi An) 등'이 설치된 등불거리가 조성될 뿐만 아니라 한·베 소년소녀 합창단을 비롯해 유명 K 팝 가수 효린과 신인 아이돌 MCND 외에도 베트남 가수인 득푹(Duc Phuc), 호앙 투이 린 (Hoang Thuy Linh), 수니 하 린이(Suni Ha Linh) 등이 축하 공연을 선보임
- ☑ 또한, 한국콘텐츠진흥원 베트남 센터를 비롯한 문화원, 관광공사, 저작권위원회, 세종학당 등 유관기관이 홍보부스를 운영, 참여해 한식과 한복, 한글, 캐릭터 등 콘텐츠, 음악 등 다양한 한국 문화체험 행사에도 수많은 관람객들이 참여해 즐거움을 전달함



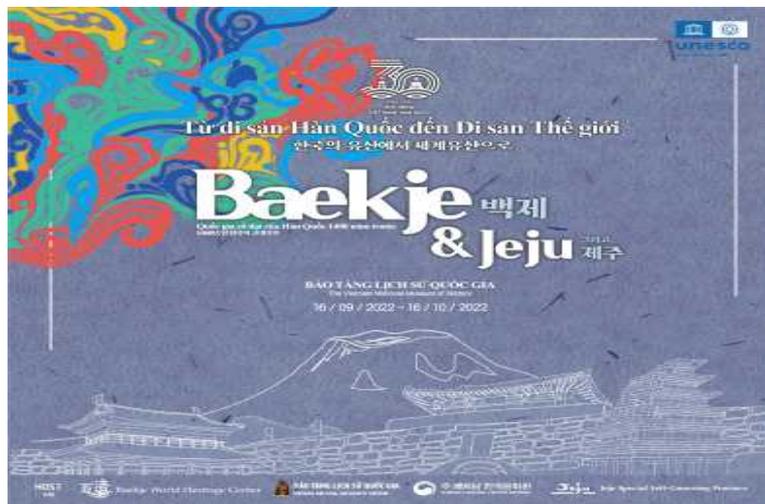
[그림 8] 한·베트남 등불 문화축제 개막식

25) 출처 : <https://baotintuc.vn/doi-song-van-hoa/le-hoi-van-hoa-den-long-viet-nam-han-quoc-tai-ha-noi-20220910211128944.htm>

☑ [베트남] 한국 ‘유산’ 전시회, 베트남에서 개최 26)

KOCCA

- 지난 9 월 13 일 베트남 국립역사박물관은 ‘백제와 제주: 한국의 유산에서 세계의 유산으로’ 전시를 9 월 16 일부터 10 월 16 일까지 하노이 호안끼엠 군에 있는 박물관에서 개최함
 - ☑ 이번 전시는 국립베트남역사박물관, 백제 세계유산 센터, 주베트남한국문화원, 제주특별자치도가 공동으로 주관하는 행사로, 이는 한국-베트남 양국 국민의 문화교류와 친선을 강화하고 베트남-한국 수교 30 주년을 위한 실질적인 활동임
 - ☑ 이 전시는 또한 화산섬-제주 용암동굴의 세계적 가치와 백제문화단지의 자연적 특징, 한국문화 등에 대해 베트남 대중과 세계에 소개하는 기회이기도 함. 더구나, 관람자들은 한복 체험, 등불 만들기, 한국 그리고 백제 특산물 맛보기 등 다양한 활동을 체험할 수 있다고 밝힘
 - ☑ 이를 통해 세계문화공동체에 양국의 지속 가능한 발전과 공동 번영을 위해 양국 국민이 서로를 이해하고 더 가까워지는 데 기여할 것으로 기대됨



|그림 9| 전시회 포스터

☑ [태국] 문화부, 태국 영화를 통해 세계무대에서 소프트파워를 겨룬다 27)

KOCCA

- 이달 15 일 문화부 유파 타위왓타나깃부언(ยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร) 상임 비서관은 미국 영화협회(MPA) 스테픈 제너(Stephen Jenner) 부회장과 국내외 영화제작자, 영화 및 TV 산업 관련 기관 대표자들이 참석한 가운데 태국 국립미술관에서 2022 태국 영화 세미나와 워크숍 개막식을 주재함
 - ☑ 이 세미나는 세계무대에서 경쟁하게 될 태국 창조 영화산업에 대한 지식 교류를 위해 열렸으며 태국적인 이야기를 넣거나 소프트파워를 활용하는 것은 태국 콘텐츠산업에 큰 도움이 될 것으로 기대함
 - ☑ 유파 상임 비서관은 “영화는 정부가 주력하고 있는 산업 중 하나이며 영화, TV, 광고, 애니메이션, 게임,

26) 출처 : <https://toquoc.vn/ngam-bao-vat-quoc-gia-han-quoc-tai-ha-noi-2022091621145163.htm>

27) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/health/social/1027245>

음악, 디지털콘텐츠 등 다양한 형태의 콘텐츠산업을 포괄하고 있다. 이는 정부가 소프트파워 정책을 추진하는 데 있어 중요한 메커니즘이며, 콘텐츠산업은 인지적 문화적 개입을 통해 소비자에게 영향을 미치는 것은 물론 경제, 사회, 문화적 측면을 포함해 모든 차원에서 직간접적으로 최소 2,000 억 바트(약 7 조 5,000 억 원) 이상의 수익을 창출하게 될 것”이라고 설명함

- ☞ 또한 “현재 상황 때문에 극장에서 영화를 보는 관객들은 감소하면서 관객들이 스트리밍 방식을 선호하게 돼 시장에 새로운 플랫폼이 많이 생겨났다. 문화부는 영화 매체를 통해 소프트파워의 중요성을 인식했으며 수출, 소득, 경제 성장 및 태국 가치 창출을 위해 영화산업 종사자들이 국내 문화, 음식, 관광지에 대한 콘텐츠를 영화, 비디오 및 미디어에 삽입하도록 유도하는 데 초점을 맞추고 있다”고 덧붙임
- ☞ 미시경제 컨설팅 회사 프런티어이코노믹(Frontier Economics) 보고서에 따르면 영화와 TV 산업은 태국의 창조경제를 이끄는 중요한 메커니즘이 되고 있음. 태국 최고의 창조성과 문화를 보여주기 위해 콘텐츠의 활용을 통해 소득잠재력을 증가시키고, 좋은 국가 이미지를 만들고, 관광을 유도하며, 다양한 콘텐츠 유통 채널을 확보할 수 있음
- ☞ 태국 스트리밍 서비스 회사 온라인큐레이티드콘텐츠(Online Curated Content)는 경제적 영향 보고서에서 다음과 같은 내용을 발표함
 - 2021 년 태국 OCC 회원 수가 1,130 만 명
 - 가입자의 81%가 최소 주 1 회 OCC 서비스를 이용함
 - 2021 년 OCC 사업자가 태국 콘텐츠에 37 억 바트 (약 1,400 억 원)을 투자
 - 2023년에는 53 억 바트 (약 2,000 억 원)까지 증가할 것으로 예상됨
- ☞ OCC 서비스는 태국 콘텐츠를 글로벌 무대로 이끌었음. 넷플릭스에서 방영된 <타이 케이브 레스큐(Thai Cave Rescue, ถ้ำหลวง: ภารกิจแห่งความหวัง)>를 시작으로 OCC 사업자는 태국 사용자의 요구에 부응하기 위해 태국 콘텐츠 투자를 늘리고 있음. 이는 태국 내 고용을 창출하고 순환 경제를 촉진함. 2020 년 OCC 는 태국에서 45,000 개의 일자리를 창출함

☑ [태국] 태국인들의 행동을 꿰뚫고 있는 트위터 28)

KOCCA

- 태국인들에게 트위터(Twitter)는 현재 일어나고 있는 사건을 알려주고, 이야기하고, 공유하는 장소임. 따라서 어떤 사건이 발생했을 때 가장 먼저 알 수 있는 곳이 트위터임
 - ☞ 트위터 아시아 태평양지역 브랜드 광고 책임자 제이 트랏젠(เจย์ ทรตเจนน)은 “2021 년 3 분기부터 4 분기 사이 트위터 동영상 시청 횟수가 100 억 건 이상을 돌파하면서 전 세계 주요 비디오 콘텐츠의 원천이 됐다”고 밝히면서 “태국 트위터에서 비디오의 인기는 증가하고 있으며 심층 데이터 분석 결과 태국인의 72%가 트위터에서 비디오를 보는 것을 좋아하는 것으로 나타났다”고 언급함
 - ☞ 최근 연구에 따르면 비디오는 태국인들의 트위터 사용에 있어 중요한 부분이 됐고, 트위터 동영상 시청 시간이 81% 증가한 것으로 나타남

28) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1027771>

- ✔ 트위터 비디오 시청 분량은 70% 이상 증가함. 태국인들은 시사 뉴스, 라이프 스타일, 트렌드와 같은 콘텐츠를 즐겨 시청함. 트위터상의 대화가 소비 촉진에 도움이 됨. 설문 참여자 중 76%가 트위터상의 대화를 통해 상품을 구매했다고 답함
- ✔ 현재 태국 트위터 콘텐츠의 76%가 동영상이며, 트위터를 사용하는 태국인의 73%가 트위터는 온라인 동영상 콘텐츠를 시청하는 주요 플랫폼이라고 언급함. 사용자의 53%가 자신의 타임라인 페이지를 보면서 새로운 비디오 콘텐츠를 찾는다고 했으며, 44%는 트위터에서 동영상 콘텐츠를 검색한다고 답함
- ✔ 태국 트위터 인기 동영상 콘텐츠 범주를 보면 시사뉴스(59%), 밈과 바이럴 콘텐츠(51%), 스타와 셀럽(46%), 라이프스타일(41%), 인플루언서 또는 콘텐츠 크리에이터(39%) 순임
- ✔ 또한 사람들은 트위터에서 비디오 콘텐츠를 소비하기 위한 새로운 방법을 찾고 있음. 비디오 콘텐츠 소비와 관련된 조사에서 태국인들은 라이브 스트리밍(46%), 뉴스(45%), 각종 축제 방송(44%), 신제품 출시 및 연예인과의 질의응답(41%)이라고 답함
- ✔ 특히 40% 이상이 영화제 시상식을 라이브로 시청했는데, 이 기간 트위터 사용자의 5명 중 4명은 TV나 다른 스트리밍 콘텐츠를 시청하면서 트위터로 눈을 돌렸고, 73%는 스포츠 중계를 보면서 다른 사람과 대화하기 위해 트위터를 사용함
- ✔ 태국인들은 트위터를 통해 광고영상도 시청함. 흥미로운 점은 태국인 10명 중 6명은 트위터 상의 브랜드 광고를 즐거움으로 여기고, 57%는 다른 플랫폼보다 트위터에서 광고 동영상을 시청하는 것을 선호하고 있음. 이는 브랜드가 시청자와 연계된 콘텐츠를 만들고 트위터의 동영상 영향력을 활용해 제품에 대한 인식과 수요를 창출할 수 있는 중요한 기회가 될 것임

✔ [태국] 게임, e 스포츠, 디지털 트렌드에 대한 새로운 전망 29)

KOCCA

- ✔ 창조경제진흥원(Creative Economy Agency, 이하 CEA) 원장 차크릿 피차양꾼(ชาคริต พิชญางกูร) 박사는 “디지털 기술 발전과 코로나 19의 확산으로 소비 경향은 디지털 사용으로 빠르게 전환되고 있으며 이러한 경향은 앞으로도 지속될 가능성이 크다”고 밝힘. 아래는 차크릿 원장의 인터뷰 주요 내용 요약
 - ✔ CEA는 태국 소프트파워 전략 추진 기관으로서 국내 창조산업이 국제적 경쟁력을 갖출 수 있도록 생태계 조성 노력하고 있음. 태국 소프트파워를 세계무대로 끌어올릴 수 있는 잠재력이 있는 분야는 출판, 방송, 소프트웨어(게임, 음악)와 같은 콘텐츠 산업으로, 2019년에만 최소 900억 바트(약 3조 3,800억 원) 규모의 경제적 가치를 창출함
 - ✔ 오늘날 소셜미디어는 국민들의 삶에 큰 영향을 주고 있어서 태국 소프트파워를 효율적으로 세계 시장에 진출시키기 위해 미래에 국가 수익 창출에 이바지할 수 있는 성장 잠재력이 높은 게임, 만화, 캐릭터 산업을 간과해서는 안 됨
 - ✔ 디지털 기술의 확산으로 해외시장 진출이 더 쉽고 빨라짐. 주요 수출 시장은 아세안(ASEAN)+3국(중국, 일본, 한국)과 대만, 홍콩, 미국, 유럽임
 - ✔ 2020년 태국 게임산업은 전년 대비 계속 확장됨. 2020년 태국 게임산업에서 이익은 전년 대비 34% 증가한 301억 6천 7백만 바트(약 1조 1,300억 원)로 세계 20위 규모임

29) 출처 : <https://www.thansettakij.com/tech/it/541108>

- ☞ 태국 온라인게임 인구는 2020 년 기준 2,981 만 명으로 세계 21 위이며, 전년 대비 3.8% 증가함. 가장 인기 있는 게임을 살펴보면 <프리 파이어(Free Fire, 모바일)>, <도타 2(DOTA 2, PC)>, <피파 2022(FIFA 22, 콘솔)> 순이며 태국인들은 모바일 게임을 선호함
- ☞ 2019 년부터 2021 년 사이 세계 시장에서 e 스포츠의 총 수익은 평균 6% 성장했고, 2021 년 총 수익은 346 억 6,640 만 바트 (약 1 조 3,000 억 원)이었음. 2024 년까지 평균 14%씩 성장해 517 억 2,940 만 바트 (약 1 조 9,400 억 원)에 달할 것으로 예상함. 2021 년 전 세계 e 스포츠 산업의 수익 면에서 높은 비율을 차지한 국가는 중국(33%)과 미국(27%)이었고, 동남아시아국가 중에서는 인도네시아와 필리핀이 가장 높은 수익을 기록함
- ☞ 한편 2020 년 태국의 e 스포츠 관중 수는 371 만 명으로 이 중 55% (205 만 명)가 고정 팬이었음. 2019 년 태국에서 e 스포츠 토너먼트를 시청하는 이용자(16~64 세) 비율은 25% 세계 5 위로 전 세계 비율 22%보다 높음
- ☞ 또한 2021 년 e 스포츠 대회에 참가한 태국 선수는 659 명으로 동남아시아에서는 1 위, 세계에서는 10 번째로 많은 대회에 참가했음. 이 밖에도 태국 선수들이 받은 상금은 1 억 5,600 만 바트 (약 58 억 6,000 만원)으로 동남아시아 1 위, 전 세계 12 위에 올라있음. 또한 2018 년부터 2020 년까지 총 83 차례의 국내 대회를 개최하였고 이는 동남아시아에서는 3 번째임
- ☞ 현재 태국에서 개발한 많은 게임들이 유명 스팀(Steam), PS4, 엑스박스(XBOX)와 같은 게이밍 플랫폼을 통해 즐길 수 있으며, 공포게임 <아라야(ARAYA)>, <홈 스위트 홈(Home Sweet Home)>이 인기를 끌고 있음
- ☞ CEA 는 e 스포츠 대회를 발전시키기 위해 공공과 민간 부문 간의 협력을 구축하는 데 기여하기를 희망함. 또한 태국을 아세안에서 e 스포츠 리그와 토너먼트의 중심지로 만들기 위해 창의적 인재를 양성하고 게임 사업자에게 필요한 경영 및 마케팅 지식을 제공하며 게임 관련 사업을 육성하는 것을 목표로 설정함
- ☞ 콘텐츠산업에 있어 창조경제 성장을 촉진하고 지원하기 위해 CEA 는 태국 국영 석유·가스 회사 PTT 와 협력해 콘텐츠산업 인재 양성을 위해 입체영상을 만드는 볼류매틱 360(Volumatic 360), 확장현실 (Extended Reality, XR), 특수영상 및 시각효과(Advanced Visual Effect, VFX), 드론(Drone), 메타버스 등과 같은 관련 자원 및 기술지원을 통해 태국 소프트파워 수준을 높이는데 기여했음
- ☞ 또한 콘텐츠 랩을 설립해 e 스포츠, 메타버스와 관련된 태국 창의산업 분야의 실력 있는 강사의 교육 및 워크숍을 통해 감독, 프로듀서, 시나리오 작가 등 새로운 콘텐츠 그룹의 창작자를 육성함. 올해 말 참가자를 모집할 예정임
- ☞ 디자인 워크 행사를 통해 일반 대중이 소프트파워 개발 사례와 관련 기술을 접할 수 있도록 로드쇼를 개최하고 있으며, 2023 년에는 대학으로 찾아가 소프트웨어 개발 기술을 전시해 학생들이 기술을 접할 기회를 제공할 예정임
- ☞ 태국 소프트파워를 발전시켜 창조경제를 국내를 넘어 국제적 수준으로 끌어올리기 위해 디자인 사고 (Design Thinking) 형식으로 산업 및 기술 동향에 대한 교육 및 워크숍을 실시할 것임

○ 제재로 인해 서방의 소프트웨어 라이선스가 종료되고 글로벌 플랫폼 사용이 어려워짐

- ☑ 지난 7 월 <마이크로소프트>는 러시아 최대 IT 회사인 <Yandex>와 <VK>에 클라우드 플랫폼과 SPLA 계약을 갱신하지 않으면서 러시아에서 마이크로소프트 기반의 서비스 제공이 어려워짐³⁰⁾
- ☑ 게임 플랫폼 <스팀>과 <에픽게임즈>는 러시아에서 유료결제 불가³¹⁾
- ☑ 안드로이드<구글 플레이 스토어> 및 애플<앱스토어> 러시아 사용자 유료결제 불가³²⁾
- ☑ 이에 따라, 러시아 독자 IT 생태계 구축 중
 - 러시아 국내 IT 개발 회사들은 “기술적 주권”을 위한 산업용 소프트웨어 공급³³⁾
 - 러시아 대형 IT 기업인 <VK>는 자체적인 게임 플랫폼을 출시할 예정이며 게임사와 협의 중³⁴⁾
 - 러시아 자체 모바일 어플리케이션 다운로드 플랫폼인 <RuStore>, <NashStore> 개발 및 운영 중³⁵⁾
- ☑ 러시아 정부는 서방을 배제한 IT 산업 구축을 위해 대규모 지원³⁶⁾

30) 출처 : <https://habr.com/ru/news/t/689610>

31) 출처 : https://www.rbc.ru/business/19/09/2022/6327b00f9a794719c0694e4c?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

32) 출처 : https://www.it-world.ru/tech/practice/187497.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

33) 출처 : https://realnoevremya.ru/articles/261129-perehod-kompanii-na-rossijskoe-po-eto-bolno?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

34) 출처 : <https://ivbg.ru/8278830-vk-nameren-sdelat-rossijskij-analog-steam-i-epis-games-store.html>

35) 출처 : https://tass.ru/ekonomika/15613243?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

36) 출처 : https://tass.ru/opinions/15820001?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('22.8 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 Hot 100 <ul style="list-style-type: none"> - (10 위) benny blanco, BTS&Snoop Dogg (Bad Decisions) - (22 위) BLACKPINK (Pink Venom) - (40 위) Charlie Puth Feat. Jung Kook (Left And Right) o 빌보드 200 <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) ATEEZ (The World EP.1:Movement) - (4 위) SEVENTEEN (Sector 17) - (6 위) ENHYPEN (Manifesto: Day1) - (49 위) BTS (Proof) o 스포티파이 Weekly Top Songs USA <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) BLACKPINK (Pink Venom) - (15 위) benny blanco, BTS&Snoop Dogg (Bad Decisions) - (17 위) Charlie Puth Feat. Jung Kook (Left And Right) o 스포티파이 Weekly Top Albums USA <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) BTS (Proof) 	<ul style="list-style-type: none"> o Netflix <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 카터 - (6 위) 이상한 변호사 우영우 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 <ul style="list-style-type: none"> - (11 위) PUBG MOBILE: Aftermath o 구글플레이 <ul style="list-style-type: none"> - (42 위) PUBG MOBILE: Aftermath 	
동북아	중국	<ul style="list-style-type: none"> o QQ 뮤직 인기차트 TOP10 (8.29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) TWICE(Talk that Talk) - (2 위) After LIKE(IVE) o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 (8.29-9.4) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) BLACKPINK(Pink Venom) - (7 위) After LIKE(IVE) 	<ul style="list-style-type: none"> o 텐센트, 유쿠, 아이치이 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 순위권 내 한국콘텐츠 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 17173 PC 게임 인기 (8.29) <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) 던전앤파이터 - (11 위) Aion - (12 위) MU Online - (17 위) 블레이드 앤 소울 o 17173 모바일게임 인기 (8.29) <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 전투파검령(블레이드 앤 소울 모바일) 	<ul style="list-style-type: none"> o 콰이칸웹툰(8.29) <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 나 혼자만 레벨업

동남아	일본	<ul style="list-style-type: none"> o 오리콘차트(8월) <ul style="list-style-type: none"> 1) 주간 합산싱글랭킹(8월 3주) <ul style="list-style-type: none"> - (9위) 동방신기(UTSUROI) 2) 주간 합산앨범랭킹(8월 3주) <ul style="list-style-type: none"> - (9위) AB6IX(SAVIOR) - (10위) NewJeans (NewJeans 1st EP 'NewJeans') 3) 월간 앨범 랭킹(8월) <ul style="list-style-type: none"> - (7위) SEVENTEEN (SEVENTEEN 4th Album Repackage「SECTOR 17」) o 유튜브차트/인기아티스트 (8.19~8.2) <ul style="list-style-type: none"> - (2위) BTS(방탄소년단) - (3위) BLACKPINK - (4위) TWICE(트와이스) - (8위) IVE(아이브) o 유튜브차트/인기곡 (8.19~8.25) <ul style="list-style-type: none"> - (2위) BLACKPINK(Pink Venom) - (4위) IVE(After LIKE) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 TV 월간 인기 랭킹 (8월) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 이상한 변호사 우영우 - (2위) 이태원 클라쓰 - (3위) 환혼 - (5위) 미남당 - (6위) 사랑의 불시착 - (8위) 블랙의 신부 	<ul style="list-style-type: none"> - (6위) 메이플스토리 모바일 - (10위) 라그나로크 온라인 - (16위) CrossFire 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인망가('22. 8. 18) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 내 남편과 결혼해줘 - (2위) 여신강림 - (3위) 싸움독학 - (4위) 입학용병 - (5위) 반드시 해피엔딩참교육 - (6위) 간을 빼앗긴 아내 - (7위) 참교육 - (8위) 외모지상주의, 나 혼자 만렙 뉴비 - (9위) 99 강화나무몽둥이 - (10위) 네가 죽기를 바랄 때가 있었다 o 픽코마 스마툰('22. 8. 18) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 회귀했더니 공작 - (2위) 황제의 아이를 숨기는 방법 - (3위) 이번 생은 내가 주인입니다 - (4위) 당신의 이해를 돕기 위하여 - (5위) 남편을 내 편으로 만드는 방법 - (6위) 나 혼자만 레벨업 - (7위) 두 번 사는 랭커 - (9위) 토끼와 흑표범의 공생 관계
	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> o 스포티파이 (08월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (2위) 블랙핑크 (Pink Venom) - (15위) Charlie Puth Feat. Jung Kook (Left And Right) - (46위) NewJeans (Hype Boy) - (50위) 소녀시대 (FOREVER 1) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - 영화 (08.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 서울대작전 o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - TV (08.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 환혼 - (2위) 이상한 변호사 우영우 - (3위) 신사와 아가씨 - (4위) 군검사 도베르만 - (5위) 미남당 - (9위) 간 떨어지는 동거 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 (08.31) <ul style="list-style-type: none"> - (4위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 - (25위) 더스파이크: 리마스터드-배구선수키우기 o 구글플레이 (08.31) <ul style="list-style-type: none"> - (6위) 더 스파이크 : 리마스터드 - 배구선수 키우기 - (45위) 월드 축구 리그 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인웹툰(08월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 내 남편과 결혼해줘 - (2위) 여신강림 - (3위) 존잘주의 - (4위) 반드시 해피엔딩 - (5위) 외모지상주의 - (7위) 참교육 - (8위) 물어보는 사이 - (9위) 터치터치 그대 - (10위) 입학용병
	베트남	<ul style="list-style-type: none"> o 베트남 스포티파이 탑 50 (8월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) BTS (Dynamite) - (2위) BLACKPINK (Pink Venom) - (3위) BTS (Butter) - (5위) BTS (Yet To Come) - (8위) BTS (Run BTS) - (13위) IVE (After LIKE) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (08.24) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 이상한 변호사 우영우 - (2위) 환혼 - (3위) 신사와 아가씨 - (5위) 미남당 - (6위) 모범가족 - (8위) 황금빛 내 인생 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 (08.24) <ul style="list-style-type: none"> - 무료 : (6위)VNG 플레이투게더 - 유료 : 순위 없음 o 구글플레이 (08.24) <ul style="list-style-type: none"> - 무료 : (1위)VNG 플레이투게더 	

	<ul style="list-style-type: none"> - (14 위) J-hope (Arson) - (17 위) NewJeans (Attention) - (20 위) J-hope (MORE) - (13 위) IVE (After LIKE) - (30 위) NewJeans (Hype Boy) <p>o Zing 차트 - Kpop 차트 (8 월 4 주)</p> <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) WSG Wanabe (At That Monent) - (2 위) WSG Wanabe (I Missed You) - (3 위) IVE (Love Dive) - (4 위) SNSD (FOREVER 1) - (5 위) BIG Naughty, 10cm (Beyond Love) 	<ul style="list-style-type: none"> - (9 위) 고스트 닥터 - (10 위) 빈센조 	<p>- 유료 : 순위 없음</p>	
<p>태국</p>	<p>o 태국 스포티파이 탑 100 (8 월 4 째주)</p> <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) BLACKPINK (Pink Venom) - (2 위) BTS (Dynamite) - (11 위) NewJeans (Hype Boy) - (18 위) LISA (MONEY) - (26 위) NewJeans (Attention) - (27 위) IVE (After LIKE) - (33 위) BTS (Butter) - (36 위) LISA (LALISA) - (50 위) Girls' Generation (FOREVER 1) - (61 위) BTS (Yet To Come) - (63 위) BLACKPINK (How You Like That) - (65 위) NewJeans (Hurt) - (78 위) IVE (LOVE DIVE) - (81 위) j-hope (Arson) - (82 위) BTS (Run BTS) - (83 위) TREASURE (DARARI) - (85 위) NewJeans (Cookie) - (90 위) LE SSERAFIM (FEARLESS) - (91 위) j-hope (MORE) - (93 위) NAYEON (POP!) - (95 위) HYBS (Ride) 	<p>o 넷플릭스 TV 월간 탑 10 (08.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 환혼 - (3 위) 신사와 아가씨 - (4 위) 이상한 변호사 우영우 - (5 위) 군검사 도베르만 - (10 위) 사내맞선 		<p>o 라인웍툰 탑 10 (08.31)</p> <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (4 위) 달의 제단 - (5 위) 루키즘 - (6 위) 참교육 - (7 위) 여신강림 - (8 위) 입학용병 - (10 위) 싸움독학 <p>o 카카오펍툰 탑 10 (08.31)</p> <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 남주의 입양딸이 되었습니다 - (2 위) 폭군의 안정제 - (3 위) 악녀 카루나가 작아졌어요 - (4 위) 하필이면 까마귀가 되어버렸다 - (5 위) 세이렌 - 악당과 계약가족이 되었다 - (6 위) 건강이 없습니다 - (7 위) 남주의 복지를 책임지겠습니다 - (8 위) 어떤 계모님의 메르헨 - (9 위) 만렙 영웅님께서 귀환하신다 - (10 위) 여보, 나 파업할게요

유럽	영국	<ul style="list-style-type: none"> o Spotify 200 - (61 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 음악차트 100 - (1 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 인기 아티스트 100 - (4 위) BLACK PINK - (50 위) BTS 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 : 순위 없음 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 매출 - (69 위) 서머너즈 워:천공의 아레나 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 영국 웹툰 TOP 10 - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (2 위) 버려진 나의 최애를 위하여 - (5 위) 신화급 귀속 아이템을 손에 넣었다 - (6 위) 킬더드래곤 - (8 위) 칼에 취한 밤을 걷다 - (10 위) 신기일전
	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> o Spotify 200 - (102 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 음악차트 100 - (72 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 인기 아티스트 100 - (13 위) BLACK PINK - (62 위) BTS 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 : 순위 없음 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 매출 - (5 위) 서머너즈 워: 천공의 아레나 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 10 - (1 위) 루크 비셀 따라잡기 - (2 위) 황녀, 미친 꽃으로 피어나다 - (3 위) 신화급 귀속 아이템을 손에 넣었다 - (7 위) 브레이커 이터널 포스 - (10 위) 일상이 무너졌다 o 프랑스 베리툰(verytoon) TOP 3 - (1 위) 나 혼자만 레벨업 - (2 위) 버림받은 황비 - (3 위) 전지적 짝사랑 시점 o 프랑스 델리툰(delitoun) TOP 5 - (1 위) 당신의 후회는 받지 않겠습니다 - (2 위) 빛과 그림자 - (3 위) 불안전 변태 - (4 위) 이 세계의 황비 - (5 위) 약녀가 사랑할 때
	독일	<ul style="list-style-type: none"> o Spotify 200 - (55 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 음악차트 100 - (1 위) BLACK PINK (Pink Venom) o 유튜브 인기 아티스트 100 - (4 위) BLACK PINK - (36 위) BTS 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 : 순위 없음 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 매출 - (6 위) 서머너즈 워: 천공의 아레나 - (92 위) 일곱 개의 대죄 o 구글플레이 매출 - (14 위) 서머너즈 워: 천공의 아레나 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 독일 웹툰 TOP 10 - (1 위) 갑의 순정 - (3 위) 최종 보스 공대장 - (4 위) 귀령왕 - (5 위) 흑역사를 없애는 법 - (6 위) 달달한 그녀

중동	UAE	<ul style="list-style-type: none"> o 양가미 차트(8.30) - (16 위) BLACK PINK (Pink Venom) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 UAE TOP 10(8.30) - (2 위) 이상한 변호사 우영우 - (3 위) 환혼 o 넷플릭스 사우디 TOP 10(8.30) - (2 위) 이상한 변호사 우영우 - (5 위) 환혼 o 넷플릭스 이집트 TOP 10(8.30) - (5 위) 이상한 변호사 우영우 - (10 위) 환혼 o 넷플릭스 오만 TOP 10(8.30) - (2 위) 이상한 변호사 우영우 - (5 위) 환혼 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 UAE (8.30) - (1 위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어 사우디 (8.30) - (2 위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어 오만 (8.30) - (2 위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어 이집트(8.30) - (1 위) 배틀그라운드 	
러시아	러시아	<ul style="list-style-type: none"> o 안텍스 뮤직 100(22년 9월 22일) 100 위 내 한국음악 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 러시아 OTT tv TOP 100 (09.22) - (46 위) 여신강림 - (57 위) 고스트 닥터 - (90 위) 구미호던 - (97 위) 양큼한 돌싱녀 - (100 위) 일단 뜨겁게 청소하라 	<ul style="list-style-type: none"> o 러시아 게임차트 - (7 위) 배틀그라운드 	

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현지에서 공개되는 주요 차트 순위를 한국콘텐츠진흥원 해외거점에서 수시 모니터링을 통해 국가별, 분야별 차트 유무, 발표 시점 및 주기 등을 종합적으로 고려·집계하여 월간 단위로 정리한 것입니다.

※ 본 자료 작성 취지는 현지에서 인기를 얻는 특정 콘텐츠, 아티스트의 정확한 순위 보다는 전반적인 한류콘텐츠의 인기유지 및 점유 정도 등에 대한 **경향성**을 보기 위함이므로 **참고용**으로만 활용하시기 바랍니다.

| 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	 hjyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 momo@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

