

2024

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

380 호

구분	제목
 방송·영화	• [미국] 디즈니·워너브라더스, 스트리밍 패키지 서비스 출시 예정 • [북경] 2024 년 4 월 중국 박스오피스 전년 동기대비 22% 감소 • [프랑스] 4 월 프랑스 영화관 관객 수 급감 • [프랑스] 프랑스 민영 방송사 'Canal+', 유료 TV 네트워크 OCS 인수 • [베트남] 영화 <비엣 그리고 남>, 2024 칸 영화제 공식 초청 • [베트남] 쩌아잉훙 감독, 2024 상하이 국제 영화제 심사위원장 임명 • [UAE] 제 10 회 사우디 영화제 개막 • [멕시코] 제 77 회 칸 국제영화제 다양한 부문과 프로그램에서 활약
 게임·유희합	• [북경] 텐센트, 2024 년 1 분기 재무보고서 발표 • [심천] 블리자드 중국 시장 복귀 이후 스타크래프트 2 첫 오프라인 대회 개최 • [심천] 2024 년 4 월 중국 모바일 게임 해외 매출액 순위 Top 30 • [인니] 인니 정부, 폭력적인 온라인 게임 제어를 위한 권고안 검토 중 • [태국] 태국 최초의 이스포츠 MBA 과정 개설, 한중일 연수 병행 • [인도] 대법원, 온라인 게임 세금 관련 다툼의 중심에 서다
 애니·캐릭터	• [북경] 제 20 회 중국 국제 애니메이션 5 월 29 일 개최 예정 • [인도] 영화 <Baahubali>, 애니메이션 시리즈로 재탄생 • [멕시코] 애니메이션 영화 <새들의 회의>, 2024 칸 필름마켓에서 선보인다 • [멕시코] 현지 대학교, 애니메이션 제작사와 협약 통해 스톱 모션 영화 제작 추진
 만화·웹툰	• [아르헨티나] ACC Arhentina Comic Con 소개
 음악	• [북경] 왕이원뮤직, 카카오 엔터테인먼트와 저작권 협력 계약 체결 • [일본] 일본레코드협회, '음악 미디어 이용자 실태 조사' 발표 • [프랑스] 프랑스 언론, 틱톡 내 유행 중인 '원영이즘' 현상에 주목 • [인니] 'Hammersonic 2024 : Festival Music Rock' 개최 • [베트남] 템페스트, 데뷔 후 첫 월드 투어 6 월 호찌민부터 시작 • [태국] BTS 팝업 스토어 개장 • [태국] 아이콘시암 댄스토피아 시즌 3 개최 • [러시아] K 팝 공연 이어져
 패션	• [UAE] UAE 패션 디자이너의 드레스가 티파니앤코 행사에서 주목 • [태국] 짐 톰슨 '하이랜드의 추억' 특별 컬렉션 • [멕시코] 디올, 프리다 칼로 뮤즈로 삼은 컬렉션 개최



구분	제목
 통합(정책 등)	• [미국] 오픈 AI, 신규 모델 AI 'GPT-4o' 공개 • [심천] 中 노동절 연휴 기간 공연시장 티켓 판매액 20 억 8,400 만 위안 • [일본] 닛케이 크로스 트렌드, '트렌드 맵 2024 상반기' 발표 • [프랑스] 프랑스인의 AI 및 미디어 사용 실태 조사 • [프랑스] 마이크로소프트, 프랑스에 40 억 유로 투자 계획 발표 • [UAE] 5 월 두바이에서 세계 최대 AI 프롬프트 엔지니어링 대회 개최 예정 • [UAE] 이집트와 이탈리아, 카이로 AI 센터 설립 합의 • [UAE] 중동 기업 76%가 AI 기술에 주목 • [UAE] 두바이 AI 산업 발전을 위한 중장기 계획 발표 • [태국] 2024 한 · 태 저작권 포럼 개최 • [태국] 일본에서 열린 태국 소프트파워 페스티벌 • [태국] 태국 출판시장의 미래는 긍정적 • [인도] 미디어 · 엔터테인먼트 지출, FY22~24 기간 100% 증가 • [인도] 미디어 산업, '제재 중심, 강압적' 방송 정책에 반발 • [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신 • [아르헨티나] 아르헨티나 문화소비 형태 • [아르헨티나] 아르헨티나 MICA 소개



방송·영화



✓ [미국] 디즈니·워너브라더스, 스트리밍 패키지 서비스 출시 예정 ¹⁾

● 디즈니·워너브라더스 콘텐츠를 한 곳에서 볼 수 있다

- ✓ 지난 8 일(현지 시각), 미국의 대형 콘텐츠·미디어 기업인 디즈니(Disney Entertainment)와 워너브라더스(Warner Bros. Discovery)가 디즈니플러스(Disney+), 훌루(Hulu), 맥스(Max)를 한 번에 볼 수 있는 서비스를 올여름 출시할 예정이라고 밝힘
- ✓ 이에 따라 이용자들은 이전보다 저렴한 가격에 디즈니의 OTT 인 ‘디즈니플러스’와 ‘훌루’를 비롯해 워너브라더스의 스트리밍 서비스인 ‘맥스’까지 하나의 요금제로 이용할 수 있게 됨
- ✓ 자세한 상품 정보와 가격은 공개되지 않았으나, 이용자들은 광고가 포함된 혹은 광고가 없는 플랜을 선택할 수 있다고 밝힘. 디즈니 엔터테인먼트의 조 얼리 사장(Joe Earley)은 "맥스와의 새로운 번들은 가입자에게 훨씬 더 많은 선택권과 가치를 제공할 것"이라는 기대감을 드러냄
- ✓ 이와 같은 협업은 OTT 업계에서 압도적 1 위로 독주 중인 넷플릭스에 대항하기 위한 움직임으로 보임. 워너브라더스 스트리밍 부문 사장 JB 페렛(JB Perrett)도 "이 새로운 서비스는 구독자를 점차 늘리고 훨씬 더 강하게 붙드는 데 기여할 것"이라고 강조함
- ✓ 미국 CNBC 의 보도에 따르면, 디즈니가 배급사 역할을 담당하게 되며 구독료 수익 중 일부를 워너브라더스에 지급하는 형태가 될 것이라고 밝힘. 이와 같은 협업은 스트리밍 서비스의 새로운 장을 열 것으로 보임

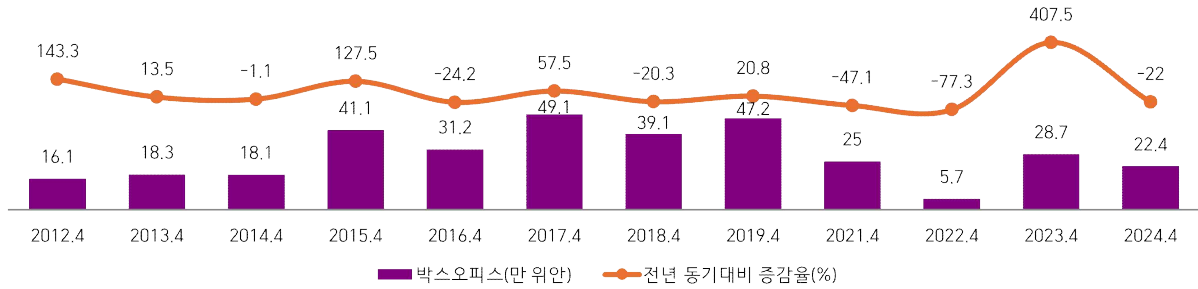
✓ [북경] 2024 년 4 월 중국 박스오피스 전년 동기대비 22% 감소

- 5 월 13 일, endata(艺恩数据)가 발표한 <2024 년 4 월 엔터테인먼트 시장 관찰(2024 年 4 月文娱行业市场观察)> 보고서에 따르면, 올해 4 월 중국 영화시장 박스오피스는 총 22 억 4,000 만 위안(약 4,189 억 원)으로 전년 동기대비 22% 감소하였으나, 청명절 연휴기간(4 월 4 일~6 일) 박스오피스가 8 억 4,000 만 위안(약 1,571 억 원)을 기록하며 역대 중국 청명절 기간 최고 흥행 기록을 세움
- ✓ 지난 4 월 중국 박스오피스는 외산 영화가 강세를 보였으며, 일본 애니메이션 <그대들은 어떻게 살 것인가(你想活出怎样的人生)>와 할리우드 액션물 <고질라 X 콩: 뉴 엠파이어(哥斯拉大战金刚 2 : 帝国崛起)>가 1, 2 위를 차지함

1) 출처 :

<https://senalnews.com/en/digital/disney-and-warner-bros-discovery-to-launch-a-disney-hulu-and-max-bundle>

2012-2024년 4월 박스오피스



2024년 4월 중국 박스오피스 순위 TOP 10

순위	작품명	박스오피스	상영횟수	관객 수	장르	국가	개봉일
		(단위 : 만)					
1	그대들은 어떻게 살 것인가 (你想活出怎样的人生)	77655.84	278.02	1996.88	애니	일본	4.03
2	고질라 X 콩: 뉴 임파이어 (哥斯拉大战金刚 2 : 帝国崛起)	59959.71	270.68	1407.13	액션	미국	3.29
3	초목인간 (草木人间)	12159.72	84.64	318.14	드라마	중국	4.03
4	아문일기요태양(我们一起摇太阳)	11653.84	74.98	280.61	드라마	중국	3.30
5	쿵푸팬더 4 (功夫熊猫 4)	10487.77	58.67	259.57	애니	미국	3.22
6	황작재후! (黄雀在后!)	10084.82	74.42	263.45	드라마	중국	4.03
7	구룡성채지위성(九龙城寨之围城)	8071.14	24.51	198.25	드라마	중국	5.01
8	대"반"파 (大"反"派)	5702.87	46.45	149.78	코미디	중국	4.04
9	극장판 스파이패밀리코드:화이트 (间谍过家家 代号 : 白)	3635.11	8.65	91.74	애니	일본	4.30
10	주처제삼해 (周处除三害)	2170.84	20.71	54.51	액션	대만	3.01

* 해당 표의 박스오피스, 상영횟수, 관객수는 4월 30일까지의 기준으로 상영 중인 작품의 경우 데이터 값이 추후 변경될 수 있음

✓ [프랑스] 4월 프랑스 영화관 관객 수 급감 2)

- 프랑스 국립영화영상센터(CNC)의 조사에 따르면, 2024년 4월 영화관 관객 수는 전년 대비 35.5% 감소한 1,200만 명을 기록함
 - ✓ 2024년 4월에는 작년보다 14편 많은 74편의 영화가 개봉했지만, 이와는 대조적으로 극장 관람객 수는 작년보다 감소함. 주당 평균 영화 개봉 수도 상승하였으며, 미국 작품은 10편으로 작년 대비 5편, 프랑스 작품은 41편으로 작년 대비 4편이 더 개봉되었으나, 관람객 수는 6백만 명 이상 감소함
 - ✓ 전반적으로 2024년 1월 1일 이후 영화관 관객 수는 작년 동기 대비 17.1% 감소한 것으로 나타남

2) 출처 : <https://the-media-leader.fr/12-millions-de-francais-ont-frequence-les-salles-de-cinema-en-avril-2024>

✓ [프랑스] 프랑스 민영 방송사 Canal+, 유료 TV 네트워크 OCS 인수 3) 4) 5)

- 프랑스 민영 방송사 카날 플러스(Canal+)가 프랑스 통신 회사 오랑주(Orange)의 유료 TV 네트워크 그룹, OCS(Orange Cinéma Séries)를 인수함으로써 영화 및 시리즈 전용 채널을 확장함
 - ✓ 해당 확장의 일환으로 카날 플러스는 7 월 3 일 Ciné+ OCS 를 출시 예정이며, OCS 와 Ciné+의 장점을 통합하여 6 개의 채널과 온디맨드 플랫폼을 통해 제공할 예정임
 - ✓ 서비스 예정인 6 개의 채널은 Ciné+ Frisson, Ciné+ Émotion, Ciné+ Family, Ciné+ Festival, Ciné+ Classic, OCS 채널로 구성되며, 채널마다 각각의 테마를 보유하고 있음. 공포 스릴러 영화는 Ciné+ Frisson, 로맨스 영화는 Ciné+ Émotion, 가족 영화는 Ciné+ Family, 인디 영화는 Ciné+ Festival, 클래식 영화는 Ciné+ Classic 채널에서 방송될 예정임. 또한, OCS 채널에서는 극장 개봉 후 6 개월이 지난 영화와 프랑스 및 글로벌 시리즈를 방송할 계획임

✓ [베트남] 영화 <비엣 그리고 남>, 2024 칸 영화제 공식 초청 6)

- 쩡영민구이(Truong Minh Quy) 감독의 영화 <비엣 그리고 남>(Viet and Nam)은 2024 칸 영화제의 주목할 만한 시선(Un Certain Regard) 부문에 공식 초청되어 국내외 영화애호가들로부터 많은 관심을 받았음
 - ✓ 이 영화는 광부인 남(Nam)과 비엣(Viet)의 이야기를 그려내며 고향을 떠나고 유럽으로 가는 여정, 전쟁에서 돌아가신 남(Nam)의 아버지에 대해 알아가는 여정 등을 보여준 영화임
 - ✓ 브래들리 류(Bradly Liew) 제작자는 이 영화가 소재에 대한 믿음과 감독과의 10 년 이상의 우정이 결합된 작품이며, 주인공인 남(Nam)과 비엣(Viet)은 희망의 렌즈를 통해 국가의 젊은 세대의 사랑, 꿈, 상처를 탐구하는 여정을 보여준다고 밝혔음
 - ✓ 쩡영민구이 감독은 아시아영화아카데미(부산국제영화제, 2012), 베를린날레 텔런츠(베를린 국제영화제, 2016) 등 프로그램에 참가했으며 오버하우젠(독일), 클레르몽페랑(프랑스), 레 렌콘트르 인터내셔널 파리(Les Rencontres Internationales Paris - 프랑스) 등 국제 영화제에서 본인의 작품을 상영한 바가 있었음

3) 출처 :

<https://the-media-leader.fr/le-groupe-canal-renforce-son-offre-de-chaines-dediees-au-cinema-et-aux-series-avec-cine-ocs>

4) 출처 : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/orange-acte-la-cession-docs-a-canal-1895083>

5) 출처 : <https://www.canalplusgroup.com/fr/press/press-35>

6) 출처 :

<https://thethaovanhoa.vn/phim-viet-va-nam-cua-truong-minh-quy-gop-mat-tai-lhp-cannes-2024-du-chua-duoc-ca-p-phep-20240412083146521.htm>



[그림 1] 영화 <비엠티 그리고 난>

☑ [베트남] 쩐아잉훙 감독, 2024 상하이 국제 영화제 심사위원장 임명 7)

- 2024 상하이 국제 영화제 조직위원회는 베트남 감독이자 작가인 쩐아잉훙(Tran Anh Hung)이 영화제 심사위원장으로 임명된다고 밝혔음
- ☑ 2024 상하이 국제 영화제 조직위원회에 따르면, 쩐아잉훙 감독은 동양과 서양 문화의 특성을 융합하여 이를 섬세하고 심오하며 낭만적인 방법으로 자신의 작품을 표현하기로 유명함
- ☑ 쩐아잉훙 감독은 1993 년 칸 국제 영화제에서 황금카메라상을 수상한 영화 <그린 파파야의 향기>(Mui Du Du Xanh), 1995 년 이탈리아 베니스 국제 영화제 황금사자상을 수상한 영화 <씨클로>(Xich Lo) 등 영화들로 이름을 알렸음
- ☑ 2010 년 영화 <노르웨이의 숲>(Rung Na Uy)도 여러 국제 영화제에 참석하며 전세계에서 상영되어 평론가들과 영화애호가들로부터 많은 찬사를 받았음. 특히, 가장 최근에는 영화 <사물의 맛>(Muon Vi Nhan Gian)로 2023 칸 영화제에서 최우수 감독상을 수상했음
- ☑ 2024 상하이 국제 영화제 심사위원장으로 임명된 것은 쩐아잉훙 감독이 전반적인 국제 영화, 특히 아시아 영화계에서 점점 더 높은 명성을 얻고 있음을 입증함



[그림 2] 쩐아잉훙 감독

7) 출처 :

https://baomoi.com/dao-dien-tran-anh-hung-la-chu-tich-ban-giam-khao-lhp-quoc-te-thuong-hai-2024-c48970690.epi?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR2s5tY4HXclPdOhrOIKG9uqPAjAaPNZS0GiHSQLQb9KFEM3OafujBPTR1Y_aem_AW Dd4IFlJu74CIJGZ3HbbjN7F6mTjXMAwEjbCqwtA0uevDNoliMKmOJbBU_3kqlaU9RugRSUS76d3O8zK9W6XwRo

✓ [UAE] 제 10 회 사우디 영화제 개막 8)

○ 제 10 회 사우디 영화제(Saudi Film Festival) 5 월 2 일부터 8 일간 개최됨

- ✓ 전 세계의 영화 제작자, 배우, 투자 및 배급사 등 관계자를 초청한 가운데 76 개의 영화가 이번 영화제에서 소개되며 시상식, 레드카펫, 사인회 등 다양한 부대행사가 개최됨
- ✓ 개막작은 사우디 감독 압둘라흐만(Abdulrahman Sandokji)의 장편 다큐멘터리 〈Underground〉로, 사우디 음악 산업 발전에 관한 내용을 담고 있음
- ✓ 2008 년 시작된 사우디 영화제(Saudi Film Festival)는 GCC 지역 최대 영화제로 성장하였으며 올해는 인도 영화와 공상과학 영화 두 가지 주제를 핵심으로 주요 작품 상영과 최신 기술 소개까지 다양한 프로그램을 포함함
- ✓ 인도 발리우드(Bollywood) 유명 작품뿐만 아니라 중동 지역에 거의 소개되지 않았던 인도의 단편, 애니메이션 까지 소개되고 문화 세미나와 어린이를 위한 특별 프로그램까지 선보임
- ✓ 실시간 렌더링, 모션캡처 등 현실과 첨단 디지털 기술을 접목한 가상 현실 제작 기술로서 보다 효율성과 몰입성을 높인 최신 영화 제작 기술 NeoCyb 체험관도 운영함
- ✓ 특히 올해 영화제에서는 환경 부문의 최고 다큐멘터리에 수여되는 황금야자수상과 환경 애니메이션을 위한 수상 부문을 신설하여 사우디아라비아 및 중동 지역의 기후 변화와 지속 가능 미래에 대한 최근 관심 반영 되기도 함
- ✓ 다양한 작품 출연으로 국제영화제에서 수상하기도 한 사우디 배우 압둘모센 알-네메르(Abdulmohsen Al-Nemer) 기념관도 운영되며 그간 사우디에서 상영이 금지되었던 시리아 감독 모하마드 말라스(Mohammad Malas)가 레바논의 팔레스타인 난민 캠프의 현실을 담은 다큐멘터리 〈Al-Manam〉도 소개가 되는 등 10 주년을 맞은 사우디 영화제(Saudi Film Festival)를 다채로운 프로그램으로 가득 채운 것으로 평가됨

✓ [멕시코] 제 77 회 칸 국제영화제 다양한 부문과 프로그램에서 활약 9)

○ 멕시코 영화는 5 월 14~25 일 개최되는 제 77 회 칸 영화제의 다양한 부문과 프로그램에서 활약할 예정임

- ✓ 프랑스의 자크 오디아르 감독과 멕시코 회사인 피미엔타 필름이 공동 제작한 영화 ‘에밀리아 페레즈’가 황금종려상을 놓고 경쟁 부문에 초청됨
- ✓ 신진 인재를 발굴하고 지원하는 공간인 제 63 회 비평가 주간에는 멕시코가 두 작품으로 참여하며 마린티아 구티에레스 감독의 단편 영화 ‘쉬 스테이스’와 페테리코 루이스 감독의 장편 영화 ‘시몬 델 라 몬타냐’를 소개함
- ✓ 파브리크 시네마 부문에서는 멕시코가 공동 제작으로 참여한 ‘더 라스트 킹’ 프로젝트를 홍보하고, 시네프

8) 출처 : <https://www.arabnews.com/node/2503136/lifestyle>

9) 출처 : <https://almomento.mx/el-cine-mexicano-brillara-en-el-festival-internacional-de-cine-de-cannes>

부문에는 과달라하라 대학이 공동 제작한 가브리엘 에스드라스의 단편 영화 ‘엘레바시온’을 선보일 예정

- ✔ 판타스틱 파빌리온에서는 공포 장르에 특화된 멕시코 제작사들이 참여하는 페스티벌을 개최할 예정이며, 모렐리아 국제영화제는 가장 최근의 회차에서 선보인 영화들로 특별 비경쟁 프로그램을 소개함
- ✔ 과나후아토 국제영화제도 칸 필름마켓의 단편 영화 코너에서 엄선된 8 편의 영화를 선보이고 다수의 영화 제작자들을 대동하여 영화산업의 국제적 인맥 네트워크를 강화할 것임
- ✔ 멕시코 영화진흥위원회(IMCINE)는 칸 국제영화제에 참여하는 작품을 홍보하고 업계 미팅을 조율하며 멕시코 영화의 다양성과 우수성이 다시 한 번 국제무대에서 빛을 발할 수 있도록 만반의 준비를 하고 있음

게임·유통합



✓ [북경] 텐센트, 2024 년 1 분기 재무보고서 발표

○ 5 월 14 일, 텐센트 홀딩스(腾讯控股)가 올해 1 분기 재무보고를 발표함

- ✓ 내용에 따르면, 해당기간 텐센트 홀딩스의 매출액은 총 1,595 억 위안(약 29 조 7,754 억 원)으로 전년 동기대비 6%, 전분기대비 3% 증가했으며, 영업이익은 전년 동기대비 30% 증가한 586 억 위안(약 10 조 9,731 억 원)을 기록함
- ✓ 텐센트의 게임사업 분야 올해 1 분기 매출액은 총 487 억 위안(약 9 조 908 억 원)이며, 이 중 중국 시장 매출액이 345 억 위안(약 6 조 4,401 억 원), 해외 시장 매출액이 136 억 위안(약 2 조 5,387 억 원)임

✓ [심천] 블리자드 중국 시장 복귀 이후 스타크래프트 2 첫 오프라인 대회 개최¹⁰⁾

- 블리자드가 중국 시장에 복귀한 이후 처음으로 열리는 스타크래프트 2 오프라인 대회 ‘StarsWar11 스타크래프트 2 결승전’이 오는 5 월 18 일부터 19 일까지 중국 시안에서 개최될 예정임
- ✓ 블리자드와 넷이즈의 정식 승인을 받아 개최되는 StarsWar11 에 한국 선수 구미호, 마루, 히어로와 올리베리아(Oliveira)를 비롯해 총 8 명의 선수가 참가함



[그림 3] ‘StarsWar11 스타2 결승전’ 포스터 이미지(사진 출처: StarsWar 공식 웨이보 계정)

10) 출처: <https://www.ithome.com/0/767/647.htm>

☑ [심천] 2024년 4월 중국 모바일 게임 해외 매출액 순위 Top 30¹¹⁾

- 센서타워에 따르면 <라스트 워: 서바이벌(Last War:Survival Game)>과 <화이트 아웃 서바이벌(Whiteout Survival)>이 4월 중국 모바일 게임 해외 매출액 순위 Top30에서 1위와 2위를 기록함

- ☑ FirstFun 이 서비스하는 <라스트 워: 서바이벌>은 미국 및 한국 모바일 게임 시장의 멀티 플랫폼에서 광고 점유율 상위권을 차지했으며, 'Foodie Carnival' 등의 이벤트에 힘입어 인앱 수익이 다시 16% 증가했고, 중국 모바일 게임 해외 매출액 순위 및 4X 전략 모바일 게임 매출액 순위에서 연속 1위를 기록함. 해당 게임은 2023년 8월 출시 이후 매출액과 활성 이용자 수가 8개월 연속 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타남
- ☑ 4월 하순 4.6 버전으로 업데이트를 실시한 <원신(原神)>의 경우 매출액이 53% 증가해 6위를 차지함
- ☑ 릴리스(莉莉丝)가 3월 하순에 출시한 신작 게임 <AFK : 새로운 여정(AFK Journey)>은 스토리, 캐릭터, 플레이, 아트 디자인에서 엄청난 발전을 이루었으며, 틱톡, 인스타그램, 유튜브 등 플랫폼에 고품질 광고를 내보내며 출시 한 달 만에 10위에 올랐고 매출액 증가폭 순위에서 1위를 차지함

2024年4月中国手游收入TOP30 | 海外App Store + Google Play

手游及发行商		
1	Last War: Survival Game FirstFun	-
2	Whiteout Survival 点点互动	-
3	菇勇者传说 Joy Net Games	-
4	崩坏：星穹铁道 米哈游	-
5	PUBG MOBILE 腾讯	-
6	原神 米哈游	-
7	使命召唤手游 动视暴雪 & 腾讯	-
8	Mobile Legends: Bang Bang 沐瞳科技	▲
9	Age of Origins CamelGames	-
10	AFK Journey 莉莉丝	★
11	Puzzles & Survival 三七互娱	▼
12	万国觉醒 莉莉丝	▼
13	Project Makeover Magic Tavern	-
14	荒野行动 网易	▲
15	Gossip Harbor: Merge & Story 柠檬微趣	-
16	王国纪元 IGG	▼
17	口袋奇兵 江娱互动	▼
18	雀魂 悠星网络	▲
19	偶像梦幻祭!! Music 乐元素	▲
20	Seaside Escape: Merge & Story 柠檬微趣	▼
21	Survivor!.io 海彼	▼
22	Watcher of Realms 沐瞳科技	▲
23	暗黑破坏神：不朽 动视暴雪 & 网易	▲
24	Top Heroes 江娱互动	▼
25	战火与秩序 CamelGames	-
26	Hero Clash 冰川网络	▼
27	马赛克英雄 More2Game & Ujoy Games & 易幻网络	▼
28	黑道风云 友塔游戏	▲
29	第五人格 网易	▲
30	The Grand Mafia 友塔游戏	▲

주: 위 순위표는 중국을 제외한 국가 및 지역 iOS 및 안드로이드 앱스토어의 모바일 게임 매출액 추정치를 기반으로 작성된 것임

[그림 4] 2024년 4월 중국 모바일 게임 해외 매출액 순위 Top30(사진 출처: 센서타워)

11) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2024/05/543715>

✓ [인니] 인니 정부, 폭력적인 온라인 게임 제어를 위한 권고안 검토 중 12)

- 인도네시아 관광창조경제부는 청소년들에게 부정적인 영향을 미치는 폭력 및 음란물이 포함된 온라인 게임을 제어해달라는 국민 청원에 대응하기 위해 산디아가 우노 장관은 이에 관련된 권고안을 검토하고 있다고 밝힘
 - ✓ 이번 조치와 관련해 인도네시아 아동보호기구(LPAI)은 폭력 요소를 포함한 온라인 게임을 차단하자는 담론을 전폭적으로 지지하기로 하였음. 더불어 산디아가 우노 장관은 온라인 게임 콘텐츠 검토 과정에서 위험한 내용이 발견되었을 경우 이에 따른 단호한 조치를 취할 것이라고 함
 - ✓ 인도네시아 아동보호위원회(KPAI)는 지난 2 월 온라인 게임 채팅을 통해서 만난 아동·청소년을 대상으로 성착취물을 제작해 판매하는 무리들이 달아나려다 수카르노하타 국제공항에서 체포된 사건과 더불어 이 외에도 온라인 게임의 영향으로 아이들이 부모를 살해하는 사건 등 여러 범죄 사건을 소개하며 심각성을 강조함

✓ [태국] 태국 최초의 이스포츠 MBA 과정 개설, 한중일 연수 병행 13)

- 1937 년 방콕에 설립한 라차팻수언수난타 공립대학교(Suan Sunanha Rajabhat Univ.)는 빠르게 성장하고 있는 이스포츠 산업에 대비하기 위해 태국 최초의 MBA 프로그램을 개설함
 - ✓ 피켓 라차팻수언수난타 대학교 이스포츠 · 엔터테인먼트관리 MBA 프로그램 학장은 올해부터 1 기를 모집해 학생들을 양성하겠다고 밝힘
 - ✓ 이스포츠 산업의 역사와 성장, 생태계 등 포괄적인 이해와 함께 경쟁이 치열한 게임 산업에서 리더십을 수행할 수 있도록 전략적 관리, 마케팅, 브랜딩 등 비즈니스 적용 기술을 다방면으로 교육할 예정임
 - ✓ MBA 프로그램은 한중일 연수 또는 인턴십을 포함해 3 학기 총 1 년 과정으로 진행
 - 올해 5 월 15 일부터 6 월 15 일까지 30 명의 학생들을 선발하고, 다양한 기관 및 외부 전문가를 초청해 매주 토·일요일 강의를 진행할 것임
 - ✓ 피켓 박사는 또한 대학이 한국, 태국, 중국의 기관, 단체, 학교 등과 양해각서 체결을 앞두고 있다고 밝힘
 - ✓ 아래는 대학과 협력을 맺고 있는 곳들임
 - [공공기관] 태국 체육청, 디지털경제진흥원(depa)
 - [단체] 태국이스포츠협회
 - [학교] 고려대학교 세종캠퍼스
 - [기업] (한국) 미래엔이스포츠(Miraen Esports) (중국) 넷드래곤웹소프트(NetDragon Websoft) (태국) 가레나 타일랜드(Garena Thailand), 테로엔터테인먼트(Tero Entertainment), 아센트(Acent), 포커스아레나(Focus Arena), 시암스포츠킨디케이트(Siam Sport Syndicate)

12) 출처 :

<https://katadata.co.id/berita/nasional/663204bf4f16f/pemerintah-kaji-rekomendasi-blokir-gim-berunsur-kekerasan>

<https://www.antaraneews.com/berita/4083690/menparekraf-pemerintah-kaji-rekomendasi-blokir-gim-online-kekerasan>

13) 출처 : https://www.matichon.co.th/education/news_4574024

✔ [인도] 대법원, 온라인 게임 세금 관련 다툼의 중심에 서다¹⁴⁾

● 대법원장, GST 관련 쟁점에 대한 의견 청취 7 월 시사...요율,소급적용, 과세 대상 등 논의 될 듯

- ✔ 인도 대법원은 총 배당액에 대해 28%의 상품서비스세(Goods and Service Tax)를 부과하겠다는 정부 고지에 반대하는 일련의 항소를 오는 7 월 검토하겠다는 계획을 최근 밝혔음. DY Chandrachud 대법원장은 게임회사를 보유한 Baazi Network 의 정부 세금 부과 통지에 대한 이의제기 심판 과정에서 이같이 밝혔음
- ✔ 이 게임 회사의 대표는 정부가 즉각적인 조치를 취하지 않겠다고 보증했음에도 몇몇 명령이 여전히 발표될 가능성이 있다고 주장함. 정부의 GST 담당 부서의 대표는 변호사들에게 이 문제의 해결을 위한 의사 소통을 촉구했음
- ✔ 대법원장은 대법원이 여름 휴가기간 이후 이 청구를 처리할 것임을 시사하며, 다수의 관련 기업의 법률대리인에게 청문 날짜를 확정하기 위한 회의를 잡으라고 권유함. 대법원은 현재 총 배당금의 28%에 해당하는 GST 를 소급해 적용하겠다는 정부 방침에 반대해 온라인 실제 돈 게임 기업들이 제기한 30 개의 청구를 다루고 있음
- ✔ 지난해 12 월 대법원은 정부의 세금 부과 통지에 대한 중지 가처분 신청은 기각했지만, 효력을 다투는 청구는 받아들였음. 이들은 각기 다른 고등법원에서 이송된 27 건, Head Digital 및 Play Games24x7 가 제기한 최초 청원 2 건, GST 부서가 Karnataka 고등법원 판결에 대한 항소 1 건을 포함함
- ✔ 지난 해 12 월 현재 게임 업체들은 2022~23 년과 2023~24 년의 초기 7 개월 동안 벌금과 과징금을 제외하고 약 136 억 달러의 GST 탈루를 알리는 71 개의 통지를 받았음. 세금액의 100%에 이르는 벌금 부과가 가능한 제 74 조를 적용할 경우, 총액은 이자를 포함하여 약 280 억 달러를 초과할 수 있음
- ✔ GST 위원회는 6 개월 후 재검토를 약속하며 2023 년 10 월 1 일부터 전체 배당금 가치에 28%의 GST 를 부과했음. 그러나 기업들은 전체 배당금 가치가 아닌 게임 총 매출액에 기반하여 계산할 것을 주장하고 있음
- ✔ 그러나 게임 기업들은 GST 위원회가 세금을 소급해 부과하기로 함으로써 다시 한번 큰 타격을 입었음. 위원회의 해석에 따르면, 2017 년 8 월부터 2023 년 10 월 1 일까지 베팅이 이루어진 모든 온라인 게임은 기술이나 운에 관계 없이 도박으로 분류되므로 배당금 총액에 대해 28%의 GST 를 납부해야 함
- ✔ Baazi Games 와 전인도게임연합(All India Gaming Federation)은 이 문제에 대해 언급을 거부해 왔음
- ✔ 한편, 인도 정부의 정책 고문 겸 실무 개발 경제학자인 Aruna Sharma 박사는 “여러 법원에서의 여러 소송이 일관성을 제공하고 신뢰할 수 있는 해결책을 제공하기 위해 대법원으로 통합된 것은 긍정적”이라면서 “최종적으로 해결되어야 할 문제는 GST 요율을 결정하는 것뿐만 아니라 소급적용 여부와 세금 적용 대상을 명확히 하는 것이며, 원천 공제를 한, 게임이용자가 열심히 번 상금은 세금을 내지 않아야 하며, GST 는 개발자와 플랫폼의 수익에만 초점을 맞춰야 한다”라고 말했음

14) 출처 :

<https://www.businessstoday.in/technology/news/story/supreme-court-takes-centre-stage-in-online-gaming-tax-saga-likely-to-hear-pleas-challenging-28-gst-in-july-428167-2024-05-04>

애니·캐릭터



✓ [북경] 제 20 회 중국 국제 애니메이션 페스티벌 5 월 29 일 개최 예정

- 5 월 13 일, 제 20 회 중국 국제 애니메이션 페스티벌(第二十届中国国际动漫节) 준비회의가 항주(杭州)에서 개최됨
 - ✓ 올해 행사는 5 월 29 일부터 6 월 2 일까지 5 일간 항저우 백마호국제전시센터(杭州白马湖国际会展中心)를 중심으로 개최될 예정이며, 현재까지 50 개 국가 및 지역의 애니메이션 관련 기업·기관·관계자가 참가를 확정함
 - ✓ 이번 행사는 ‘중국 만화의 적절한 시기(国漫正当时)’라는 주제로 전시, 상영, 비즈니스 교류, 경연, 인재 양성 등 20 여 개 프로젝트로 구성될 예정임
 - ✓ 이와 함께 B2B 연계 행사인 국제 애니메이션&게임 비즈니스 교류회(iABC)가 5 월 28 일과 29 일 양일간 뉴센트리항주그랜드호텔(杭州滨江开元名都大酒店)에서 개최됨. 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스 센터 주관으로 국내 애니메이션·캐릭터 분야 10 개 기업의 참가 및 비즈매칭을 지원할 예정임

✓ [인도] 영화 <Baahubali>, 애니메이션 시리즈로 재탄생 15)

- “책, 소설, 게임, 애니 좋아하는 사람도 있어…이야기를 영화로만 생각하는 마음가짐 변해야”
 - ✓ 자신의 영화 <Baahubalia>를 디즈니+ 핫스타의 애니메이션 시리즈<Baahubali: Crown of Blood>로 제작한 인도의 유명 영화감독 SS Rajamouli 가 애니메이션을 아직 어린이만을 위한 것으로 간주하는 인도 콘텐츠업계의 분위기에 대한 아쉬움을 표함
 - ✓ 그는 최근 <Baahubali> 애니메이션 방영을 앞두고 가진 언론과의 인터뷰에서 왜 이번 애니메이션 시리즈가 <Baahubali>를 위한 올바른 결정이라고 생각하는지, 인도 영화감독들도 애니메이션을 스토리텔링에 좋은 매체로 인식하기 시작해야 하는지 등 다양한 주제에 대해 이야기함
 - ✓ Rajamouli 는인도에서, 특히 많은 영화감독들이 애니메이션을 다른 아시아 국가와는 달리 어린이만을 위한 것으로 보는 것에 대해 언급함. 그는 “인도 같이 다채로운 나라가, 애니메이션에 관해 어린이 만화를 넘어서지 못 하는 것은 놀라울 정도”라며 “우리는 여전히 모든 이야기를 영화로만 생각하지만, 수억의 인구를 가진 나라에서 그들 중 단지 천만 명만이 매우 성공적인 영화라는 <Baahubali>와 같은 영화를 본다”라고 주장함
 - ✓ 그는 “Hyderabad 만 해도 대부분이 생각하는 것과는 달리 애니메이션 관객이 있다는 것을 알고 있다”라면서 “영화를 만드는 사람으로서 모든 매체를 탐색하고 개척해야 한다”라고 말함. “책을 좋아하는 사람도, 소설, 게임, 애니메이션을 좋아하는 사람도 있기 때문에 Baahubali 이야기도 그들과 같은 사람들에게

15) 출처 :

<https://www.hindustantimes.com/entertainment/web-series/ss-rajamouli-rues-that-india-still-looks-at-animation-as-something-for-children-calls-it-surprising-101715086250817.html>

전달해야 한다”라면서 “그러나 우리는 여전히 영화로서만 Baahubali 를 이야기 하는데, 이런 마음가짐은 바뀌어야 한다”라고 덧붙임

✔ [멕시코] 애니메이션 영화 <새들의 회의>, 2024 칸 필름마켓에서 선보인다 ¹⁶⁾

- 상대적으로 애니메이션 영화의 제작이 어렵다고 여겨지는 현지 영화계에서 탄생한 <새들의 회의(El lenguaje de los pájaros)>이 2024 칸 국제영화제 필름마켓 애니메이션 데이 섹션에서 선보일 예정임
- ✔ 역사적으로 멕시코 애니메이션 시장은 국제적 인지도를 쌓은 작품들이 발전을 이끌어 오며, 새로운 영화 학교와 워크숍도 활성화되어 창작자들을 양성해 옴
- ✔ 또한, 디지털 기술의 가용성이 높아짐에 따라 새로운 창작 기술과 스타일도 선보이며 애니메이션의 한계가 확장되고 있지만, 아직까지는 진입 장벽이 높다는 인식이 있어 멕시코에서 애니메이션 영화는 많은 이들이 도전할 수 있는 분야가 아니었음
- ✔ <새들의 회의>의 제작자 신시아 페르난데스와 데이비드 플로레스는 친밀한 이야기와 복합적인 제작 방식을 통해 애니메이션 제작에 대한 편견을 지우고 많은 이들에게 실현 가능성을 보여주고 있음
- ✔ 이러한 배경에서 탄생한 ‘새들의 회의’는 잊혀진 유년기, 부재, 버림받음 등의 주제를 전하는 판타지와 공포 장르가 혼합된 멕시코 장편영화임
- ✔ 어른들 눈에 아이들이 잊혀진 채 지내는 혼란스러운 마을에서 한 소녀가 잊혀지지 않으려 동굴에 숨겨진 비밀을 발견하고 새의 언어를 해독하는 줄거리를 다루고 있음
- ✔ 영화 전반에 걸쳐 아이들이 없는 마을에서는 무슨 일이 일어나는지, 어른들이 사회에서 어린이들을 지우는 방식 등 사회적 문제를 화두로 던짐
- ✔ 영화는 20 세기 초 동화책 그림과 유사한 분위기를 연출하기 위해, 디지털 2D 애니메이션과 전통적인 2D 애니메이션 방식을 결합하여 제작되었으며 조형 예술의 감각과 수채화를 통해 시각적 정체성을 갖추
- ✔ 제작자들은 멕시코의 이야기를 전할 때 애니메이션이 탁월한 수단이 될 수 있다며 현지의 애니메이션 영화가 더욱 홍보되고 이 작품이 멕시코 애니메이션계에 기여하기를 희망한다고 전함
- ✔ 영화는 킥스타터라는 크라우드 펀딩을 통해 551,402 페소(약 4,461 만원)의 자금을 조달받아 제작 비용을 충당할 수 있었고, 칸 영화제에 진출할 수 있는 지원도 받았다고 함

16) 출처 :

<https://www.procine.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/el-lenguaje-de-los-pajaros-la-cinta-de-animacion-mexicana-que-estara-presente-en-el-festival-de-cannes-2024>



[그림 5] 〈새들의 회의〉

✔ [멕시코] 현지 대학교, 애니메이션 제작사와 협약 통해 스톱 모션 영화 제작 추진 17)

- 멕시코 최초의 스톱 모션 영화 제작을 위해 과달라하라의 바예 데 아테마학 대학교(UNIVA)와 유명 제작사 인솜니아 애니메이션(Inzomnia Animation)이 지난 5 월 9 일 협력을 체결함
 - ✔ 이 프로젝트에는 동 대학교 애니메이션, 디지털 아트 및 멀티미디어 학사 학위를 취득한 학생들이 참여하여 협업 및 공동 제작 프레임워크를 구축하고 더불어 멕시코 애니메이션 제작의 새로운 표준을 설정한다는 포부를 가지고 있음
 - ✔ 학생들은 루이즈 테예즈 감독이 연출하는 ‘인솜니아’라는 영화에 협력하며 제작의 일부는 학교 캠퍼스에서 진행될 예정임
 - ✔ 동 영화는 인류가 잠을 자지 못 해 자동인형으로 변하게 된 디스토피아적 미래를 구하는 용감한 소녀에 대한 이야기를 다룸
 - ✔ 관계자들은 멕시코의 창조 산업, 국제 프로젝트에 학생들을 참여시켜 인재를 개발하고 애니메이션 영화판의 발전을 이끌어 나가겠다는 뜻을 밝힘

17) 출처 : <https://www.cronica.com.mx/academia/univa-guadalajara-firma-convenio-inzomnia-animation.html>

만화·웹툰



✓ [아르헨티나] ACC Argentina Comic Con 소개 ¹⁸⁾

● 아르헨티나에서 진행되는 최대 만화 행사 Comic Con

- ✓ 아르헨티나 코믹-콘 (Argentina Comic Con, 이하 ACC) 행사는 2024 년도 5 월 24~26 일에 개최함
- ✓ ACC 는 아르헨티나에서 가장 큰 대중문화컨벤션이자 스페인어 사용 지역에서 가장 중요한 엔터테인먼트 산업 이벤트로 세계 각지에서 개최되고 있는 대중 문화를 주제로 한 컨벤션이자 이벤트임. ACC 는 미국에서 40 년 이상 진행된 영화 및 TV 스튜디오, 비디오 게임 회사 및 출판사가 참여. 영화, TV, 비디오 게임 및 음악 산업을 위한 광고 및 프레젠테이션의 플랫폼을 지칭하기도 함
- ✓ ACC 는 2013 년에 시작되었으며 각종 전시는 물론 국내외 감독, 배우 등 유명 인사를 초청함
- ✓ ACC 주관기관은 ComicCon S.A.로 아르헨티나에서 열리는 Comic-Con 프랜차이즈의 온오프라인 에디션을 제작하고 행사를 조직하는 회사임
- ✓ 2024 년도 ACC 는 부에노스 아이레스의 Av. Costanera R. Obligado Y J. Salguero 에 위치한 Centro Costa Salguero 에서 열림. 행사 내용은 어린이와 청소년을 위한 각종 행사, 영화 및 TV 상영, 굿즈 판매, 샐럽과의 만남, 패널, Photo OPS 코너, 예술가와의 만남, 코스플레이경연대회, 푸드코너 등이 준비되어 있음
- ✓ 2024 년도 초대 손님은 미국 배우 브랜든 루스 Brandon Ruth, 우루과이 배우 엔소 보그린치치 Enzo Vogrincic, 멕시코 성우 에밀리오 트레베뇨 Emilio Treviño, 베네수엘라 성우 후안 구스만 Juan Guzmán 등이 있음
- ✓ 입장권은 1 일권부터 3 일권까지 다양하고 요일에 따라 차등이 있음. 가장 저렴한 1 일 입장권의 경우 1 인 19,900+2,400 페소 (US\$26 approx.)임



[그림 6] 2024 ACC 홈페이지

18) 출처 : <https://comic-con.com.ar>

음악

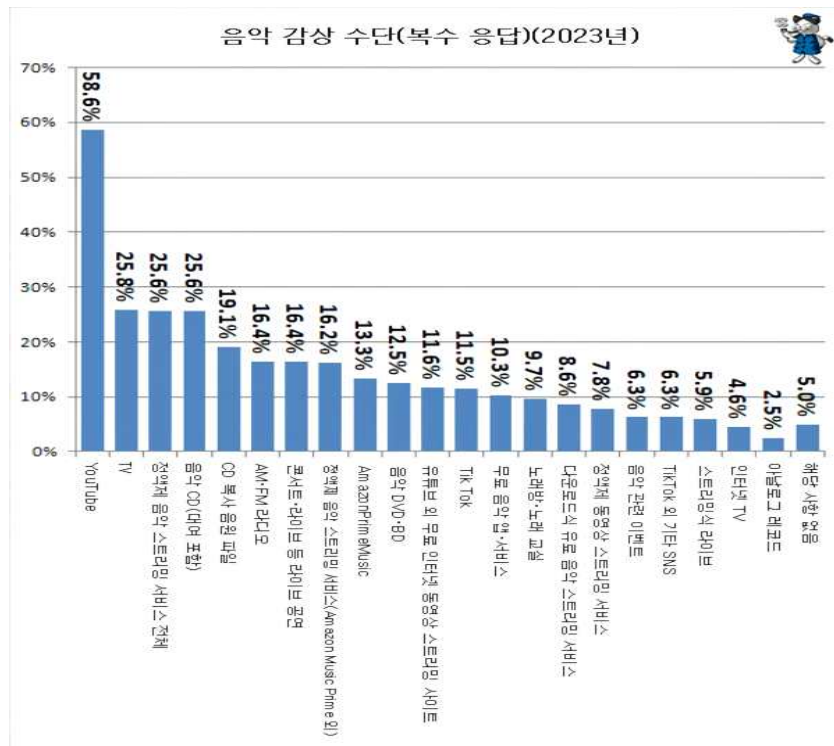


✓ [일본] 일본레코드협회, ‘음악 미디어 이용자 실태 조사’ 발표 19)

- 일본레코드협회(RIAJ)가 음악 감상 수단 및 인식에 관한 <음악 미디어 이용자 실태 조사>를 2024 년 3 월에 발표함
 - ✓ 본 조사는 일상생활에서 음악을 접할 수 있는 여러 기회 중에 수동적으로 음악이 들리는 경우를 제외하고 응답자가 ‘음악을 듣고 싶다’라는 능동적 태도에서 이어진 음악 감상 수단을 다루고 있음(복수 응답).
 - ✓ 전체 응답 중 58.6%가 ‘음악을 듣고 싶을 때 유튜브를 이용한다’라고 가장 높은 수치를 나타냈으며, 원래 유튜브는 동영상 공유 사이트이지만, 이제는 음악 감상 사이트로도 폭넓게 인식되고 있는 상황임. 실제로 많은 음악관련 기업들이 신곡 홍보를 위해 유튜브를 홍보 수단으로 사용하는 등 그 가치를 발휘하고 있음
 - ✓ 다음으로 ‘TV’가 25.8%를 차지하며 2 위에 올랐으나, 같은 4 대 매체 중 하나인 AM · FM 라디오는 6 위로 20%에 못 미치는 수치를 보여줌. TV 를 보는 사람이나 라디오를 듣는 사람은 자연스럽게 음악도 듣게 되지만, 본 조사는 ‘음악을 들을 목적으로 전원을 켜는 사람’에 국한하고 있음
 - ✓ 다음으로 TV 와 거의 같은 수치를 보이는 것이 ‘정액제 음악 스트리밍 서비스 전체’임. 이는 ‘정액제 음악 스트리밍 서비스’, ‘Amazon Music Prime’ 중 어느 하나라도 해당하는 값을 나타내며, 30%에 가까운 사람들이 어떤 형태로든 정액제 음악 스트리밍 서비스를 통해 음악을 듣고 있음. 그중 ‘Amazon Music Prime’은 단독으로 9 위, 13.3%라는 높은 수치를 보이고 있음
 - ✓ ‘정액제 음악 스트리밍 서비스 전체’와 동일한 수치를 나타내고 있는 것은 ‘음악 CD(대여 포함)’로, 이는 직접 구매한 CD 외에 CD 대여 및 타인으로부터 빌린 CD 를 포함한 값임. 비슷한 응답으로 ‘CD 복사 음원 파일’이 5 위에 올랐으나, 이는 듣고 싶은 곡만 갖고 청취 매체가 다를 뿐임. 사실상 이동성이 높은 스마트폰 이나 휴대용 음악 재생 플레이어로 듣기 위해 음악 CD 구매 후 데이터화 하여 스마트폰 등에 담아 음악 청취를 즐기고, CD 자체는 보관하는 사람이 많을 것으로 보고 있음
 - ✓ 현장 체험을 즐길 수 있다는 점에서 주목받고 있는 ‘콘서트 · 라이브 등 라이브 공연’은 16.4%로 나타남. 코로나 19 로 인해 콘서트가 취소되는 사례가 많아 지난 몇 년간 낮은 수치를 보였으나, 2023 년에는 전년 대비 0.6%포인트 상승하였음
 - ✓ 다음으로 전년도 조사 결과와의 차이값을 보면, ‘틱톡’과 ‘틱톡 외 기타 SNS’가 크게 성장하고 있는 것과 동시에 ‘유튜브’가 5.4%포인트나 감소한 것을 보면, 음악 감상 수단으로서 소셜 서비스 간 이동이 일어나고 있는 것을 알 수 있음. 또한 ‘콘서트 · 라이브 등 라이브 공연’, ‘노래방 · 노래 교실’, ‘음악 관련 이벤트’와 같은 체험형 수단의 수치도 높아지고 있음
 - ✓ ‘정액제 음악 스트리밍 서비스 전체’가 전년 대비 큰 폭으로 하락했으나, ‘Amazon Music Prime’의 하락 폭은 그 이상이며, ‘정액제 음악 스트리밍 서비스(Amazon Music Prime 제외)’는 성장하고 있음. 이는 정액제 음악 스트리밍 서비스 중 ‘Amazon Music Prime’의 이용자 이탈이 일어나고 있다고 추측할 수 있음

19) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/3f4fd11c30ea9a21fbbb326fedabb1f739d0e6c3>

- 이번 조사가 인터넷 조사라는 점도 하나의 요인이 될 수 있지만, ‘음악을 듣는다’라는 인식에 따라 사용하고 있는 음악 감상 수단으로 물리적 미디어가 디지털 서비스에 밀리고 있는 현상은 주목할 만한 부분임



[그림 7] 일본레코드협회, <음악 감상 수단> 조사 결과(출처: 음악 미디어 이용자 실태 조사)

❖ [프랑스] 프랑스 언론, 틱톡 내 유행 중인 ‘원영이즘’ 현상에 주목 20

- 프랑스 언론은 한국 걸그룹 IVE 멤버 장원영을 열렬히 따르는 팬들이 자신의 팔로워들에게 장원영과 같은 자신감을 갖도록 독려하는 ‘원영이즘(wonyoungism)’의 유행에 주목함
 - 틱톡에서 유행하는 해당 유행은 오전 5 시 기상, 매니큐어 바른 긴 손톱, 아름다운 입술, 긴 생머리, 슬림한 체형을 위한 다이어트 등 거의 모든 것이 외모와 자신감에 기반하고 있음
 - 원영이즘은 장원영의 팬층 대다수를 차지하고 있는 10 대에게 지나치게 엄격한 식단과 운동법을 권장하는 것으로 문제가 되어, 장원영은 해당 팬들에게 성인이 되기 전까지는 다이어트를 지양할 것을 권하는 영상을 올리기도 함
 - 한편, 이 현상은 외적인 변화를 넘어서 자신을 스스로 개발하고 행복한 삶을 추구하는 것을 목표로 함. 원영주의 전용 틱톡 계정 운영자인 14 세 소녀 예시아 오테로(Yeshia Otero)는 미국 데일리 비스트(The Daily Beast)와의 인터뷰를 통해 해당 유행은 나쁜 식습관을 막아주고, 자신감을 키우며, 학교 성적 향상에도 도움이 되었다고 언급함

20) 출처 :

<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/un-monde-nouveau/un-monde-nouveau-du-mercredi-08-mai-2024-9436081>

☑ [인니] ‘Hammersonic 2024 : Festival Music Rock’ 개최 21)

- 동남아시아 최대의 록 음악 페스티벌인 ‘헤머소닉 2024(Hammersonic 2024 : Festival Music Rock)’가 “The Majestic Fellowship”이라는 주제로 이달 5 월 4 일~5 일 자카르타 카니발 안쪽 해변에서 개최되었음
- ☑ 이번 페스티벌에 참가한 국내외 밴드는 A Day To Remember, Madball, Saosin, Crossfaith, Yngwie Malmsteen, Marty Friedman, We The Kings Fear Factory, Suffocation, Tiny Moving Forwards, Stand Atlantic, Nervosa 등 53 개가 참여하였음
- ☑ 행사 프로모터에 따르면 인도네시아 현지 관객뿐만 아니라 말레이시아, 싱가포르, 브루나이, 호주, 네덜란드 등 이웃 국가에서도 방문하여 페스티벌 기간동안 다녀간 관객은 약 1,000 명으로 파악됨
- ☑ 페스티벌 티켓은 Tokopedia Tiket Event에서 2 일 참가용, 1 일 참가용 각각 약 147,000 원 (1,735,999 루피아), 약 89,000 원(1,053,999 루피아)에 판매되었음



[그림 8] ‘헤머소닉 2024’ 록 페스티벌 포스터(Ravel Entertainment)

21) 출처 : <https://www.jpnn.com/news/hammersonic-2024-dimulai-hari-ini-tiket-masih-tersedia>
<https://www.jpnn.com/news/53-band-siap-menggebrak-hammersonic-2024-akhir-pekan-ini>
<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5588751/merayakan-persaudaraan-di-hammersonic-2024?page=3>

✓ [베트남] 템페스트, 데뷔 후 첫 월드 투어 6 월 호찌민부터 시작 22)

- 소속사 위에화엔터테인먼트는 템페스트가 오는 6 월 15 일 베트남 호찌민에 위치한 푸터(Phu Tho) 실내스포츠 경기장에서 콘서트를 개최할 예정이라고 밝혔다
- ✓ 특히, 다른 한국 아이돌 그룹들이 한국 서울을 시작으로 다른 나라에서 콘서트를 개최하는 반면, 템페스트는 베트남 호찌민에서 이번 월드 투어를 시작하여 베트남 팬들의 뜨거운 반응을 얻고 있음
- ✓ 데뷔 2 주년을 맞은 템페스트는 4 개의 미니앨범과 1 개의 싱글을 발매했으며 많은 국내외 음악 페스티벌과 시상식에 출연하여 인상적인 성적을 거뒀고 많은 팬을 보유하고 있음
- ✓ 앞서 템페스트는 베트남 '호조 뮤직 페스티벌(HOZO Music festival)'에 참여하며 인기를 증명한 바 있음. 특히 템페스트가 베트남에 입국했을 당시 수많은 베트남 팬이 공항에 모여들어 환영의 물결을 이뤘음
- ✓ 이번 월드 투어 'World Premiere: The First Ever Live 2024 Tempest Concert [T-Our: Tempest Voyage]'를 통해 베트남에서 많은 사랑을 받는 템페스트는 베트남 팬들을 만나는 만큼 다채로운 무대가 가득한 공연으로 특별한 추억을 선사할 예정임



[그림 9] 템페스트의 월드 투어 포스터

✓ [태국] 방탄소년단 팝업 스토어 개장 23)

- 현대자동차 광고대행사인 이노션(INNOCEAN)은 하이브와 손잡고 시암파라곤 쇼핑센터 3 층에서 'BTS 팝업: 모노크롬 인 방콕(Monochrome in Bangkok)'을 5 월 10 일부터 6 월 23 일까지 운영함
- ✓ 동남아시아 최초인 이번 팝업스토어는 오는 6 월 전역을 앞둔 멤버 진(Jin)을 축하하며, 방콕의 랜드마크로

22) 출처 :

https://kenh14.vn/tempest-xac-nhan-to-chuc-concert-mo-man-worldtour-dau-tien-trong-su-nghiep-tai-tphcm-20240425210803514.chn?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR0DdOELDRSBtpDyKrJ6S8XjXuplXwZxvW7ibrRMKNHilBWWWW3jdpC1oVVs_aem_AWBghcxyMIERFwljrxv2dF3jMxAg1ys-5EljcDD2jvdXfNR96egAPSBzdLzDZSYr3HRTvUou0B6d2pv7ANPwJpRj

23) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/corporate-moves/lifestyle/1126186>

불리는 시암파라곤 쇼핑센터의 330 m²의 대형공간에 설치됨

- ✔ 이번 팝업은 ‘독점적이고 럭셔리한 현대식 창고(Exclusive & Luxury Modern Warehouse)’라는 주제로 아티스트 단체 및 개인 인물사진 전시, 모노크롬(흑백) 팝업 테마를 담은 대형 오브제 전시, DIY 상품 체험공간을 구성함
- ✔ 태국 방탄소년단 팬클럽을 비롯한 많은 팬들이 개장 전부터 줄을 서며 성화를 이룸
- ✔ 이외에도 6월 13일, 방탄소년단 데뷔 11주년을 기념하는 특별한 이벤트를 준비 중임



[그림 10] 개장 전 인파 / 팝업스토어 입구

✔ [태국] 아이콘시암 댄스토피아 시즌 3 개최 24)

- 방콕의 아이콘시암(Iconsiam) 쇼핑센터는 주태국한국문화원·태국체육청·태국치어스스포츠협회 등과 함께 ‘아이콘시암 댄스토피아 시즌 3(Iconsiam Dancetopia Competition Season 3)’대회를 개최함
- ✔ 태국 최고의 댄서들이 모여 K 팝, T 팝, J 팝, 힙합, 치어리딩 등 다양한 분야의 재능을 뽐내는 이번 대회는 5월 9일~12일, 17일~19일 아이콘시암 리버파크에서 개최됨
- ✔ 올해로 3 회째를 맞은 아이콘시암 댄스토피아 대회는 ‘춤을 세계로(Dance to the world)’라는 컨셉으로 K 팝 커버댄스 댄서들이 30 만 바트(약 1,140 만원) 이상의 상금을 두고 경쟁을 펼치며, 수상자 중에서는 한국의 댄스트레이닝캠프에도 참가할 수 있는 기회도 얻을 수 있음
- ✔ 이외에도 3 만 바트(약 114 만원) 이상의 상금이 걸려있는 태국 최대 규모의 T 팝 배틀과 랜덤댄스(The Best Random Dance) 경연대회가 열림



[그림 11] 행사 참가자들 / 경연 모습

24) 출처 : https://www.matichon.co.th/publicize/news_4573488

✓ [러시아] K 팝 공연 이어져 25)

○ K 팝 그룹 X:IN 이 5 월 12 일 모스크바에서 첫 단독 콘서트를 성공리에 마칩

- ✓ X:IN 은 러시아인 멤버 ‘NOVA’ (본명 Мария Емельянова)가 포함된 5 인조 그룹임. 특히 모스크바에서 K 팝 커버댄서로 시작해 한국에서 연습생 생활을 거쳐 데뷔한 ‘NOVA’에 대한 관심이 매우 뜨거웠으며 한국의 아이돌이 되는 과정, 국제적인 멤버, 러시아에서의 반응 등 다양한 인터뷰를 가졌음



[그림 12] X:IN 콘서트 현장

○ 러시아어 리메이크 앨범을 발표한 한국밴드 W24 는 10 월 모스크바와 상트페테르부르크에서 콘서트를 가질 예정임

- ✓ 러시아의 인기 라디오 프로그램에 출연해 라이브를 보여준 W24 는 많은 인기를 실감할 수 있었음



[그림 13] 한국 밴드 W24

25) 출처 :

<https://iz.ru/1696541/iuliia-frolova-valerii-chub/u-vashego-khleba-udivitelnyi-vkus-tolko-i-delaiu-cto-em-ego>

<https://tass.ru/interviews/20780801>

<https://www.km.ru/muzyka/2024/05/15/shou-i-predstavleniya-v-rossii-i-za-rubezhom/910839-koreiskaya-gruppa-w-24-vernetsy>

<https://russianteleweek.ru/stars/korejskaja-k-pop-gruppa-priehala-za-ljubovju-rossijskih-fanatov-my-nadeemsja-u-na-s-vse-poluchitsja>

패션



✓ [UAE] UAE 패션 디자이너의 드레스가 티파니앤코 행사에서 주목 26)

- 퀸스 갬빗 주연으로 유명한 할리우드 여배우 안야 테일러 조이(Anya Taylor-Joy)가 미국에서 열린 명품 주얼리 브랜드 티파니앤코 행사에서 UAE 출신 패션 디자이너 함다 알 파힘(Hamda Al-Fahim)의 드레스를 입으며 주목받음
 - ✓ ‘Velvet Canyon’으로 불리는 이 드레스는 짙은 황금빛 갈색 벨벳 소재로 코르셋 스타일의 몸통과 후드 디테일로 주목받았으며 함께 착용한 티파니앤코의 레드 라인스톤 다이아몬드 목걸이, 반지, 팔찌와 어우러져 독특한 매력을 더함
 - ✓ 알 파힘은 아부다비를 기반으로 활동하는 패션 디자이너로 다양한 소재와 실루엣을 강조하는 것을 특징으로 여성스러움과 세련미를 결합한 작품을 다수 선보여 왔으며 2022년에는 미국 럭셔리 핸드백 디자이너 타일러 엘리스와 협업하여 한정판 컬렉션을 선보인 바 있음



[그림 14] UAE 패션 디자이너 함다 알 파힘의 드레스 “Velvet Canyon”을 선보이는 배우 안야 테일러 조이(Anya Taylor-Joy)

✓ [태국] 짐 톰슨 ‘하이랜드의 추억’ 특별 컬렉션 27)

- 태국 실크산업의 대표 브랜드 짐 톰슨(Jim Thompson)이 창립 73 주년을 기념해 ‘하이랜드의 추억(The Memory of the Highlands)’ 컬렉션을 선보임
 - ✓ 이번 컬렉션은 1967 년 3 월 태국의 실크왕이라 불리던 짐 톰슨이 말레이시아의 고지대 카메론 하이랜드

26) 출처 : <https://www.arabnews.com/node/2499731/lifestyle>

27) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/beauty-fashion/1126660>

(Cameron Highlands)에서 흔적도 없이 사라진 것을 추억하며 출시했음

- ☑ 대표 아이템으로 1960~70년대 컬렉션에서 영감을 받은 실크무늬 켈팅백, 반소매 하와이안 셔츠, 크롭 탑 등이 있으며, 차리따 수연사네 2016년 미스유니버스 태국을 모델로 기용해 홍보함
- ☑ 짐 톰슨의 마케팅 이야기는 '아직도 세상에 미스터리로 남아있는 짐 톰슨과의 이별의 순간을 기억하기 위한 이번 컬렉션은 매우 특별하며 브랜드 창립자의 아름답고 현대적인 비전과도 부합한다'라고 말함



[그림 15] 짐 톰슨의 마지막 사진 배경으로 모델 촬영 / 특별 컬렉션

☑ [멕시코] 디올, 프리다 칼로 뮤즈로 삼은 컬렉션 개최 28)

- 5월 20일 밤, 산 일데폰소 대학 메인 정원에서 디올의 라틴 아메리카 첫 번째 메인 패션쇼의 사전 행사로 마리아 그라치아 치우리의 2024 크루즈 컬렉션을 선보임
 - ☑ 패션쇼 개최 장소는 컬렉션에서 디자이너가 재해석한 현지 대표 여류화가이자 멕시코 문화의 아이콘인 프리다 칼로가 공부한 곳으로 멕시코 거장들의 벽화 앞에서 90개 이상의 룩을 선보임
 - ☑ 주목받는 행사답게 나오미 왓츠, 알리시아 키스, 레티시아 카스타 등 해외 인사와 멕시코 원주민 출신 배우 알리차 아파리시오를 포함하여 카를라 소우사, 아이슬린 데르베스 등 배우들이 참석
 - ☑ 이번 패션쇼는 프리다 칼로를 뮤즈로 삼아 멕시코의 나비와 자수를 활용한 룩을 선보였고, 나비 장식이 돋보이는 의상을 입은 여성 마리아치들이 전통음악도 공연함
 - ☑ 컬렉션은 프리다 칼로의 발언 중 하나인 '인생에서 가장 강력한 예술은 고통을 치유의 부적으로 승화시키는 것이다. 나비는 색의 향연에서 다시 태어난다.'라는 문장과 공통적 요소를 보여줌
 - ☑ 또한, 나비가 가진 변형의 속성을 이용한 드레스, 스커트, 품이 있는 블라우스, 투피스 혹은 쓰리피스 수트는 멕시코 공예 장인들과 디올의 최대 노하우가 결합된 결과로 평가됨
 - ☑ 이번 행사는 멕시코 전통문화에 가해지는 표절과 문화 전유 현상에 맞서 목소리를 내고 있는 멕시코 문화부장관의 지원을 받아 추진되었으며, 디자이너는 멕시코 장인 공동체에 대한 존중을 보여주며 쇼를 진행함

28) 출처 :

<https://mx.fashionnetwork.com/news/Dior-toma-a-frida-kahlo-como-musa-en-su-viaje-de-mariposas-y-bordados-en-mexico,1518422.html>

- ✔ 선보인 룩에는 멕시코 전통 자수, 동식물 피규어, 전통색상 등이 사용되었고, 국기의 상징인 뱀을 잡아먹는 독수리를 소재로 한 드레스도 있었음
- ✔ 크리스찬 디올은 1953 년 ‘멕시코’라고 명명한 드레스를 제작했었고, 존 갈리아노도 1999 년 멕시코에 대한 애정을 담은 새들백을 제작했으며, 치우리 또한 재작년 이들 작품과 멕시코에 영감을 받은 ‘멕시코’라는 드레스 작품을 선보이며 과거부터 디올의 디자이너들은 멕시코와 각별한 관계를 유지해 옴
- ✔ 명품시장에서 라틴아메리카 1 위, 세계 15 위의 규모를 차지하는 멕시코는 명품 브랜드와의 협업 조건을 잘 갖추고 있으며, 크리스찬 디올이 브랜드를 론칭 한 뒤 불과 2 년 만에 마케팅 계약을 체결한 국가의 하나로도 알려져 있음

통합(정책·기타)



✓ [미국] 오픈 AI, 신규 모델 AI 'GPT-4o' 공개 ²⁹⁾

● 오픈 AI, ChatGPT 의 새로운 AI 모델 'GPT-4o' 공개

- ✓ Chat GPT 개발사인 오픈 AI(OpenAI)가 13 일(현지시간), 새로운 인공지능 'GPT-4o'(GPT-포오)를 공개함. GPT-4o 는 주로 텍스트로 대화할 수 있었던 기존 모델과 달리, 이용자와 실시간 음성 대화를 통해 질문하고 답변을 요청할 수 있는 AI 모델임
- ✓ GPT-4o 의 'o'는 모든 것이라는 라틴어 '오미니'(omni)를 의미하는데, 이는 음성 인식, 스피치-투-텍스트(Speech to text), 이미지 인식 기능 등이 통합돼 자연스러운 실시간 상호작용이 가능한 멀티모달(Multimodal) 모델이라고 할 수 있음. 오픈 AI 는 'GPT-4o'의 응답 시간이 최소 232 밀리초, 평균 320 밀리초로, 실제 인간의 응답 시간과 비슷하다고 밝힘
- ✓ 미라 무라티(Mira Murati) 최고경영자(CEO)는 생방송으로 진행된 행사에서, "챗 GPT 가 이제 메모리 기능도 갖추게 돼 사용자와 이전 대화를 통해 학습하고 실시간 번역을 할 수 있게 됐다"라며, "사용 편의성 측면에서 큰 진전을 이룬 것은 처음이다"라고 강조함
- ✓ 특히 이번 새 모델은 50 개 언어를 지원하도록 품질과 속도를 개선함. 오픈 AI 는 이번 모델이 지난해 11 월 선보인 GPT-4 터보보다 두 배 더 빠르고 비용은 2 분의 1 수준이라고 설명함
- ✓ 한편, 일각에서는 검증되지 않은 새로운 서비스가 빠르게 출시되는 속도에 대한 우려의 목소리가 나오고 있음. 오픈 AI 는 앞으로 몇 주에 걸쳐 사용자에게 GPT-4o 기능을 공개할 예정이라고 밝힘

✓ [심천] 中 노동절 연휴기간 공연시장 티켓 판매액 20 억 8,400 만 위안 ³⁰⁾

- 중국공연산업협회(中国演出行业协会)가 5 월 7 일 발표한 <노동절 연휴기간 중국 공연시장 브리핑("五一"假期全国演出市场简报)>에 따르면 해당 기간 개최된 상업공연(오락시설 공연 제외) 횟수는 전년 동기 대비 10.66% 증가한 3 만 4,400 회로 집계됨
- ✓ 티켓 판매액은 20 억 8,400 만 위안으로 전년 동기 대비 37.17% 증가했으며, 동원된 관객 수는 10,267,300 명으로 전년 동기 대비 18.63% 증가함
- ✓ 이 기간 중국 공연시장은 중국 문화 관광의 홍보에 중점을 둔 특색있는 공연을 매개로 관광객을 끌어들이는 특징을 보였으며, 공연 1 회당 5,000 명 이상의 관객 수를 동원한 대형 공연의 횟수, 티켓 판매액, 관객 수가 전년 동기 대비 크게 늘어난 것으로 나타남

29) 출처 : <https://www.cnn.com/2024/05/13/openai-launches-new-ai-model-and-desktop-version-of-chatgpt.html>

30) 출처 :

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%A7%82%E5%AF%9F&id=1788031575521284098>

- ☞ 또 올해는 ‘베이징 슈퍼 딸기 음악축제(北京超级草莓音乐节)’에 벨라루스, 영국, 일본, 미국, 태국, 인도 등 국가에서 온 유명 밴드와 음악인이 참여하는 등 해외 뮤지션들이 중국 음악 페스티벌에 참여하는 비중이 크게 높아짐

☑ [일본] 닛케이 크로스 트렌드, ‘트렌드 맵 2024 상반기’ 조사 결과 발표 31)

- 주식회사 닛케이 BP는 마케팅&이노베이션 전문 매체 <닛케이 크로스 트렌드>가 작성한 ‘마케팅’, ‘소비 트렌드’, ‘테크놀로지’의 흐름을 파악할 수 있는 <트렌드 맵 2024 상반기>를 발표하고 관련 주목 키워드를 14 일에 순위화함

- ☞ 마케팅, 소비 트렌드, 테크놀로지 등 3 개 분야는 변화가 심하고 다양한 버즈워드³²⁾가 난무하는 분야임. 이 중에서 중장기적으로 주목해야 할 트렌드를 파악하기 위해 외부 자문위원 50 여 명과 편집부 기자 등 각 분야 전문가들의 의견을 종합하였음. 본 분석 결과는 ‘유망성’과 현재 시점에서의 ‘경제적 영향력’ 두 가지 요소를 바탕으로 작성되었음
- ☞ 지난 23 년 11 월 조사 대비 이번 조사에서 ‘유망성’ 점수가 가장 증가한 상위 3 개 분야는, 마케팅 분야에서는 ‘구독형 커머스(サブスクリプション型コマース)’, ‘CX(고객 경험)’, ‘챗봇(대화형 AI 포함)’이 차지함. 소비 트렌드 분야에서는 ‘크로스보더 EC(越境 EC)’, ‘절약 지향(節約志向)’, ‘TikTok 품질(TikTok 売れ)³³⁾’, ‘맞벌이(共働き)’가, 테크놀로지 분야에서는 ‘VUI(음성 사용자 인터페이스)’, ‘생성형 AI(ChatGPT, Copilot in Windows 등)’, ‘푸드테크’ 순으로 나타남
- ☞ 반면 ‘경제적 영향력’에서 가장 높은 성장률을 보인 분야는 마케팅 분야의 ‘개인화(パーソナライゼーション)’로 나타남. 그 외에 소비 트렌드 분야에서는 ‘크로스보더 EC’, 테크놀로지 분야에서는 ‘생성형 AI(ChatGPT, Copilot in Windows 등)’가 각각 가장 높은 성장세를 보임
- ☞ 이번 조사에서 새롭게 추가된 키워드는 마케팅 분야의 ‘몰입형’과 소비 트렌드 분야의 ‘재사용 소비(リユース消費)’, 테크놀로지 분야의 ‘우주기술’, ‘오감기술’임
- ☞ 지난 조사에서 유망성이 가장 큰 폭으로 성장한 키워드는 소비 트렌드 분야의 ‘크로스보더 EC’로, 0.27 포인트 증가한 3.67 을 기록함. 크로스보더 EC 는 외국어를 제공하는 EC 사이트에 외국인 소비자를 유치하여 상품을 해외로 배송하는 인터넷 쇼핑의 한 방식임
- ☞ 경제산업성의 조사에 따르면, 2022 년 크로스보더 EC 시장 규모는 미국향(미국 소비자가 일본에서 상품을 구입)이 전년 대비 6.8% 증가한 1 조 3,056 억 엔, 중국향(중국 소비자가 일본에서 상품을 구입)도 5.6% 증가한 2 조 2,569 억 엔을 기록함. 최근 방일 외국인 수가 24 년 3 월 단일 월로 처음으로 300 만 명을 돌파하는 등 인바운드 수요는 계속해서 가속도가 붙고 있으며, 일본에서 구매한 상품을 귀국 후 재구매하고자 하는 소비자를 위한 크로스보더 EC 에 기대를 거는 기업이 증가하면서 유망성 점수가 상승한 것으로 보임

31) 출처 : <https://www.nikkeibp.co.jp/atcl/newsrelease/corp/20240514>

32) 인터넷에서 검색 엔진을 이용하여 정보를 찾을 때 검색에 도움을 주지 못하는 단어

33) TikTok 의 게시물이나 광고를 통해 상품 정보가 급속도로 확산되어 판매량이 급증하는 현상

- ❖ 마케팅 분야에서 유망성 점수가 가장 많이 증가한 분야는 3.84(0.12 점 증가)를 기록한 '구독형 커머스'임. 정액제로 무제한 이용이 가능한 구독형 커머스는 동영상, 음악 등 소프트웨어에 이어, 파나소닉이 소형 식기 세척기 'SOLOTA'를 월 1,290 엔(세금 포함)에 제공하는 등 하드웨어까지 그 영역을 넓히고 있음
- ❖ 최근에는 특정 장르를 겨냥한 '틈새시장화'도 진행되고 있음. 예를 들어 '24 년 4 월, 가오(花王)의 스킨케어 브랜드 <Curél(キュレル)>에서 초박형 마스크팩을 만들 수 있는 주는 화장액³⁴⁾을 월 3,980 엔(세금 포함) 부터 정기적으로 배송하는 서비스를 시작함. 브랜드 최초의 구독형 커머스 사업으로, 화장액을 얼굴 등에 분사할 수 있는 전용 기기와 세트로 제공하고 있음. 야노경제연구소(矢野經濟研究所)는 2024 년 일본 구독경제 시장이 전년 대비 4.2% 증가한 9,831 억 엔으로 성장할 것으로 전망하고 있음
- ❖ 소비 트렌드 분야의 '절약 지향'이 장르별 유망성 점수 성장률 2 위를 차지한 것은 이러한 추세를 잘 반영한 결과라고 볼 수 있음. 글로벌 인플레이션으로 인한 원자재 가격 상승이 지속되고 있고, 가격 재인상 등의 대응을 취해야 하는 기업들도 적지 않음. 이에 가격 및 요금에 민감해진 소비자들의 브랜드 이탈을 막기 위한 효과적인 대응책 마련이 더욱 중요해졌다는 것이 전문가들의 공통된 의견임
- ❖ 경제적 영향력에서 지난 조사 대비 가장 높은 성장세를 보인 분야는 마케팅 분야의 3.36 점을 기록한 '개인화'(0.48 점 증가)로 나타남. 소비자 개개인의 취향에 맞게 모양과 색상을 선택할 수 있고, 체질 등에 맞게 맞춤 제작할 수 있는 등 최근 몇 년 사이 개인화가 가능한 서비스가 증가하고 있음
- ❖ '개인화'는 그동안 패션 및 자동차 등이 중심을 이루었으나, 최근에는 식품업계로까지 확장되고 있음. 예를 들어, 가루비(カルビー)는 작년 4 월부터 검사 키트를 통해 총 57 가지 종류 중 소비자 개개인의 장내 환경에 맞는 그래놀라를 정기적으로 제공해 주는 서비스 <Body Granola>를 시작했으며, 24 년 4 월에는 영양사와의 일대일 식단 코칭(1 회 30 분)을 받을 수 있는 부가 서비스도 시작함
- ❖ 테크놀로지 분야의 경제적 영향력에서 3.32 를 기록한 '생성형 AI(ChatGPT, Copilot in Windows 등)'(0.32 점 증가)가 성장률 1 위를 차지해 눈길을 끌었으며, <ChatGPT>의 개발사인 미국 오픈 AI 는 24 년 4 월 일본에 아시아 최초의 거점을 설립하였음. 또한 법인 등을 대상으로 처리 속도가 기존보다 약 3 배 빠른 대규모 언어 모델(LLM) <GPT-4>의 일본어 특화 버전을 제공한다고 밝힘
- ❖ 오픈 AI 와 제휴를 맺고 있는 미국 마이크로소프트도 생성형 AI 에 의한 수요 급증에 대비해 향후 2 년간 29 억 달러(약 4,400 억 엔)를 투자해 일본 내 데이터센터를 확충한다고 이번 달에 발표함. 이러한 기대감이 이번 조사 결과에도 반영되어 나타났음
- ❖ 이번에 추가된 4 개의 신규 키워드 중 주목할 만한 키워드는 소비 트렌드 분야 장르별 유망성 순위에서 15 위를 차지한 '재사용 소비'임
- ❖ 료히케이카쿠(良品計画)³⁵⁾는 고객으로부터 회수한 상품을 남색이나 검은색 등으로 염색해 재판매하는 서비스 <ReMUJI>를 제공하고 있으며, 유니클로도 회수한 의류를 염색과 워싱 가공을 통해 빈티지한 느낌으로 리메이크한 헌 옷을 기간 한정으로 판매해 Z 세대를 중심으로 화제를 모았음. 이처럼 친환경에 대한 브랜드 태도에 따라 공감도가 좌우되는 경향이 강해지고 있으며, 앞으로 재사용 상품을 선호하는

34) 스킨과 에센스의 효과를 동시에 얻을 수 있는 화장품

35) 일본의 소매업체로, 라이프스타일 브랜드인 '무인양품(無印良品, 무지루시료힌)'을 중심으로 잡화, 식품, 가구, 의약품 소매점을 일본 국 내외에 출점하고 있음

흐름이 가속화될 것이라는 전문가들의 의견이 대다수임

- 이번 <트렌드 맵 2024 상반기>는 24 년 4 월에 실시되었으며, 전체 키워드의 점수 및 상세 내용은 14 일에 넷케이 크로스 트렌드 홈페이지에 공개될 예정임

	분야	키워드	24년 상반기 점수	23년 하반기 점수	차량 표시 대비
유망성	마케팅	1 위 구독형 커머스	3.84	3.72	+0.12
		2 위 CX(고객경험)	4.34	4.29	+0.05
		3 위 챗봇(대화형 AI 포함)	3.97	3.94	+0.03
	소비 트렌드	1 위 크로스보더 EC	3.67	3.40	+0.27
		2 위 질약 지향	3.39	3.21	+0.18
		Tik Tok 품질	3.00	2.97	+0.03
	테크놀로지	맞벌이	4.06	4.03	+0.03
		VUI(음성 사용자 인터페이스)	3.31	3.12	+0.19
		생성형 AI(ChatGPT, Copilot in Windows 등)	4.74	4.55	+0.19
경제적 영향력	마케팅	푸드테크	4.10	3.90	+0.19
	소비 트렌드	1 위 개인화	3.36	2.89	+0.48
		2 위 팬 베이스	3.06	2.71	+0.35
		3 위 D2C(Direct to Consumer)	3.13	2.86	+0.27
	테크놀로지	1 위 크로스보더 EC	2.90	2.50	+0.40
		2 위 덕질 소비	3.29	3.00	+0.29
		3 위 인바운드 소비	3.61	3.43	+0.18
	테크놀로지	1 위 생성형 AI(ChatGPT, Copilot in Windows 등)	3.32	3.00	+0.32
		2 위 VUI(음성 사용자 인터페이스)	2.66	2.35	+0.31
		3 위 푸드테크	2.81	2.52	+0.29

[그림 16] 넷케이 크로스 트렌드 <트렌드 맵 2024 상반기> 이미지

☑ [프랑스] 프랑스인의 AI 및 미디어 사용 실태 조사 36)

- 영국 조사 기관 칸타르 미디어(Kantar Media)의 15 세 이상 프랑스인 15,000 명을 대상으로 한 프랑스 내 미디어 이용 연구에 따르면, 프랑스인들은 Chat GPT 나 구글 Gemini 와 같은 대화형 AI 사용률이 높은 것으로 나타남
 - 지난 1 년간 AI 사용 유무에 대한 설문에서 사용해 본 적이 있다고 답한 응답자는 설문 대상자의 22%로 조사됨. 이러한 경향은 15 세에서 24 세 사이의 젊은 층에서 훨씬 더 두드러져, 46.6%가 AI 를 사용해 본 경험이 있다고 응답함
 - AI 기술 사용 목적에 대한 조사에서는 프랑스인의 45.8%는 여가 목적으로, 42.8%는 업무나 학습 목적으로 AI 를 사용하고 있는 것으로 밝혀짐
 - 해당 연구를 통해 정보에 대한 프랑스인의 관심이 점차 증가하고 있음을 볼 수 있음. 응답자의 28.6%가 정기적으로 뉴스를 검색하고 25.5%가 지역 뉴스를 검색한다고 응답함
 - 또한, 프랑스인의 31.2%가 소셜 네트워크가 팟캐스트나 웹사이트보다 더 많은 콘텐츠를 제공한다고 생각하는 것으로 나타났으며, 33.8%는 웹사이트와 애플리케이션이 실용적인 정보와 조언을 제공한다고 응답함

36) 출처 : <https://the-media-leader.fr/lintelligence-artificielle-seduit-plus-de-20-des-francais-selon-kantar-media>

☑ [프랑스] 마이크로소프트, 프랑스에 40 억 유로 투자 계획 발표 37)

- 마이크로소프트는 AI 및 클라우드 인프라 강화를 위해 프랑스 내 데이터 센터 개발에 40 억 유로를 투자할 계획을 밝힘
 - ☑ 마이크로소프트 브래드 스미스(Brad Smith) 사장은 AFP와의 인터뷰에서 해당 투자는 최근 몇 달 동안 미국 기업이 AI 분야에 대규모로 투자한 해외 투자 중 가장 큰 규모임을 언급함
 - ☑ 새로운 데이터 센터는 프랑스 동부 뮐루즈(Mulhouse) 근처에 설립될 계획이며, 기존의 파리 지역과 마르세유 지역 데이터 센터는 더욱 확장될 예정임. 해당 데이터 센터들엔 클라우드 및 AI 기술의 작동에 필수적인 컴퓨터 서버가 들어설 예정임
 - ☑ 해당 센터들에는 최대 2 만 5 천 개의 GPU(그래픽 처리 장치) 용량을 갖춘 최신 프로세서를 설치하여, 프랑스의 클라우드 및 인공지능 서비스를 강화할 계획임. 또한 마이크로소프트사는 2025 년까지 데이터 센터를 포함한 모든 관련 시설을 100% 재생 에너지로 운영할 수 있는 시스템을 구축할 예정임
 - ☑ 이러한 인프라 개발 외에도 마이크로소프트는 다양한 교육 프로그램과 파트너십을 통해 2027 년 말까지 프랑스에서 약 100 만 명에게 AI 관련 직업 교육을 제공할 계획이며, 해당 기간 동안 2,500 개 이상의 스타트업을 지원하겠다고 밝힘
 - ☑ 브래드 스미스는 이번 투자를 통해 이미 인공지능 분야의 선두 주자인 프랑스가 해당 분야의 발전을 더욱 촉진시킬 것으로 기대된다고 언급함

☑ [UAE] 5 월 두바이에서 세계 최대 인공지능 프롬프트 엔지니어링 대회 개최 예정 38)

- 오는 5 월 20 일~21 일, 두바이 미래 박물관(Dubai Future Museum)에서 세계 최대 규모의 인공지능 프롬프트 엔지니어링(AI Prompt Engineering) 대회 'Global Prompt Engineering Championship' 개최 예정임
 - ☑ 두바이 인공지능 센터(DCAI)가 주최하고 두바이 왕세자이자 셰이크 함단 빈 모하메드 빈 라시드 알막툼(H.H. Sheikh Hamdan bin Mohammed bin Rashid Al Maktoum)의 후원으로 개최되는 이 대회는 최종 상금 100 만 디르함(약 3 억 7 천만원)에 달함
 - ☑ 이번 대회는 코딩, 예술, 문학 총 3 개 분야에서 생성형 인공지능(Generative AI) 활용을 위한 프롬프트 엔지니어링 기술을 평가하며 속도, 품질, 정확성 등의 기준에 따라 각 분야 전문가의 투표를 통해 분야별 10 명씩 선발하여 결선 진행함

37) 출처 :

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/intelligence-artificielle/choose-france-microsoft-annonce-un-investissement-de-4-milliards-deuros-dans-lhexagone-2094266>

38) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/world/middle-east/dubai-set-to-host-worlds-largest-ai-prompt-engineering-competition-ant7go0a>

- ✔ 코딩 부문에서는 프로그래밍 기술과 인공지능 모델을 훈련하는 능력을 평가하며 예술 부문에서는 생성형 인공지능(Generative AI)을 활용한 예술 작품 생성 능력에 대해 심사하고, 문학 부문은 소설이나 시 등 문학작품의 생성 능력을 평가함
- ✔ 전 세계 인공지능(AI) 분야 전문가를 대상으로 개최하는 이번 대회의 개최로 두바이는 인공지능 기술 및 응용 분야의 선도적인 역할을 강화하고 글로벌 인공지능 기술 중심지로 성장할 수 있을 것으로 기대됨
- ✔ 두바이 미래재단(DFF)의 CEO 칼판 벨홀(Khalfan Belhou)은 이번 대회가 인공지능 관련 첨단 기술 수용에 대한 두바이의 의지를 반영하고 있다고 발표
- ✔ 이번 대회로 두바이를 세계적인 인공지능 기술의 중심지로 홍보하고 전 세계의 참가자들과 전문가의 교류와 협력을 통해 다양한 네트워크를 구축하고 발전시킬 것으로 기대됨

✔ [UAE] 이집트와 이탈리아, 카이로 AI 센터 설립 합의 39)

- 이탈리아 제조기업부 장관 아돌포 우르소(Adolfo Urso)는 지난 4 월 이집트를 방문하여 이집트 통신정보기술부 장관 아무르 탈랏(Amr Talaat)과 면담을 통해 카이로 AI 센터 설립에 합의함
 - ✔ 카이로 AI 센터는 아프리카 지역 인공지능(AI) 기술 개발과 관련 산업 발전을 위해 설립되는 기관으로 아프리카 국가들에 AI 기술 교육과 산업 발전을 지원할 예정
 - ✔ 이탈리아는 이집트의 지리적 이점과 최근 이집트의 인공지능 관련 기술 발전을 강조하며 이번 합의를 통해 이집트와 이탈리아가 AI 관련 산업과 글로벌 디지털 인프라 구축에 있어 전략적 파트너로서 지속적인 협력 관계를 약속
 - ✔ 이집트는 유럽, 아시아, 아프리카 대륙의 중심에 위치해 대륙 간 데이터 트래픽의 90%가 이집트를 통과 하는 데이터 통로로서 통신 산업 발전에 잠재력을 보유
 - ✔ 이탈리아는 이집트 정보통신 기술 발전에 대한 지원을 통해 글로벌 디지털 산업과 AI 관련 산업에서 영향력을 늘려 갈 것으로 예상

✔ [UAE] 중동 기업 76%가 AI 기술에 주목 40)

- 최근 급변하는 경영환경에서 경쟁력을 유지하기 위한 운영 효율성 달성을 목표로 중동 기업의 76%가 인공지능(AI) 기술에 주목하는 것으로 조사되었으며 이들 기업은 비즈니스 프로세스 효율성을 향상해 시간과 비용을 절감하고 빠른 의사결정뿐만 아니라 고객 경험(CX) 솔루션을 위한 수단으로 인공지능(AI) 관련 기술에 전략적으로 투자를 확대해 가고 있음

39) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/business/technology-and-telecom/egypt-italy-to-partner-on-ai-centre-in-cairo-serving-africa-o5yde5os>

40) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/business/technology-and-telecom/76-of-companies-in-re-evaluating-ai-platforms-syp4yzk1>

- ✔ 소비자가 제품이나 서비스를 구매하고 이용하는 과정에서 만족도와 브랜드 충성도를 높이기 위해 고객 경험(CX)의 중요도가 높아진 만큼 중동 기업들이 소비자와의 상호 작용을 개선하고 개별 특성에 맞는 서비스 제공을 위한 수단으로써 인공지능(AI)의 기능을 재평가하고 있음
- ✔ 최근 다양한 콘퍼런스와 행사에서 고객 경험(CX) 기술과 전략에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있으며 인공지능(AI) 기술을 활용한 소비자 행동 특성 분석과 만족도 조사 등 최신 기술에 대한 중동 지역의 관심도가 실제 투자로 이어지고 있는 것으로 분석됨
- ✔ 지난 4 월 30 일 두바이에서 개최된 “고객 경험 라이브 어워즈 2024(Customer Experience Live Awards Middle East 2024)”의 연간 보고서에서 이와 같은 내용이 발표되었으며 이번 행사에 참여한 UAE 국영 통신 기업 e&enterprise, 두바이 국영 보험사, 아부다비 석유공사 ADNOC, 및 글로벌 설문 조사 기관 NICE, 글로벌 화상회의 플랫폼 Zoom, Webex by Cisco 등 국내외 다양한 기업들이 향후 중동 지역의 디지털 전환과 인공지능(AI) 투자 동향에 대해 논의함

✔ [UAE] 두바이 AI 산업 발전을 위한 중장기 계획 발표 41)

- 두바이 각 정부 기관의 인공지능(AI) 담당 CEO 임명 및 인공지능(AI) 관련 기술 기업 지원 인큐베이터 Web 3 설립 등 인공지능(AI) 기술 관련 두바이의 글로벌 입지 강화를 위한 중장기 계획이 발표됨
 - ✔ 전 세계의 혁신 기술 스타트업, 전문가와 리더를 유치하고 관련 인프라 기반 육성 및 인공지능(AI) 기술 잠재력을 실제 생활 적용을 확대하는 것을 목표로 추진되는 이 청사진에는 연 단위 실행 계획 등 구체적 내용을 포함됨
 - ✔ 현지 학교, 대학 등 교육기관에 인공지능(AI) 시스템을 교육 인프라와 통합하는 내용도 포함됨
 - ✔ 인공지능(AI) 기술 기업 유치를 위해 전용 사업자 등록(Dubai Commercial License for Artificial Intelligence)을 도입하여 혁신 기술 기업을 위한 비즈니스 환경을 조성하고, 두바이 데이터 센터 설립을 위한 전용 부지도 할당되어 세계적 수준의 디지털 인프라 개발을 추진할 것으로 예상됨
 - ✔ 두바이 왕세자 셰이크 함단 빈 모하메드 빈 라시드 알 막툼(Sheikh Hamdan bin Mohammed bin Rasid Al Maktoum)은 이번 중장기 계획 발표와 함께 1999 년부터 추진되어 온 두바이의 디지털 혁신의 역사를 언급하며 앞으로도 적극적인 투자와 국가적 차원의 중장기 전략을 통해 두바이를 기술 및 인공지능(AI) 분야의 글로벌 허브로 자리매김하겠다는 의지를 표명함

41) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/press-release/government-news/dubai-launches-global-blueprint-for-artificial-intelligence-e-ejz9qlgz>

✓ [태국] 2024 한태 저작권 포럼 개최 42)

- 한국 문화체육관광부, 한국저작권보호원과 태국 상무부 지식재산국(DIP)은 5 월 16 일 태국 방콕에서 ‘2024 한태 저작권 포럼’을 개최함
 - ✓ 디지털 시대의 저작권 정책과 교류협력이라는 주제로 열린 이번 포럼에서는 양국 저작권 당국 관계자 및 관련 업계 80 여명이 참석해 디지털 환경과 저작권 정책 동향, 음악 저작권 분야 한태 협력 방안, 콘텐츠 산업 한태 협력 방안에 대해 논의함
 - ✓ 이외에 양국은 저작권 보호 환경을 개선하기 위해 저작권 인식을 높이는 공동사업도 추진할 예정임
- 올해 4 월 미국무역대표부(USTR)가 발행한 슈퍼 301 조 보고서에서 미국은 태국 정부의 지적재산권 시스템 개선을 높이 평가했지만 태국을 계속해서 감시대상국으로 유지했음
 - ✓ 미국은 여전히 태국의 영화관 내 불법 녹화, 허위 저작권을 주장해 로열티 징수, 온라인 콘텐츠 불법 다운로드 및 복제, 저작권 침해 사건의 민형사상 소송이 지연되는 문제들에 대해 우려를 표하고 있음
 - ✓ 우티까이 지신재산국장은 빠른 시일 내 상향을 목표로 하며 불법 복제 진압과 지리적 표시제(GI) 실시를 우선순위로 두겠다고 밝힘

✓ [태국] 일본에서 열린 태국 소프트파워 페스티벌 43)

- 품담 태국 부총리 겸 상무부장관은 5 월 11 일, 일본 도쿄에서 개최한 제 24 회 ‘도쿄타이페스티벌(Thai Festival Tokyo)’에 참석해 개막식을 주재함
 - ✓ ‘도쿄타이페스티벌’은 매년 일본에서 개최하는 태국 소프트파워 홍보 행사로 2000 년부터 ‘타이음식축제(Thai Food Festival)’로 진행해 오다가 2005 년부터 ‘타이페스티벌(Thai Festival)’로 명칭이 바뀜
 - ✓ 올해는 5 월 11 일~12 일 도쿄 요요기 공원에서 열렸으며, 80 개 이상의 부스를 설치하고 태국의 문화 · 관광 · 체육 · 제품 등을 소개하며 일본 소비자들과 네트워크를 다짐
- 올해는 상무부·문화부·관광체육부 등 각 부처가 협업해 태국 소프트파워 홍보에 매진
 - ✓ [문화부] 태국 세 번째 등재 유네스코무형문화유산인 태국 남부의 무용극 ‘노라’ 공연 팀을 파견해 전통음악과 무용을 홍보
 - ✓ [관광체육부] 관광 뿐 아니라 무에타이 지도자와 학생들을 이끌고 행사에 참가해 무에타이의 예술과 문화를 널리 홍보함
 - ✓ [상무부] 올해는 태국직물·Y 시리즈·디지털콘텐츠 부스를 설치하고 행사장에서 집중 홍보하며, 이외에 일본 베이시아(Beisia) 슈퍼마켓 체인과 협력해 일본 전역 133 개 지점에서 6 월 한 달간 태국음식 · 과일 등을 판매함

42) 출처 : <https://www.tcijthai.com/news/2024/5/current/13633>

43) 출처 : <https://www.posttoday.com/smart-sme/708847>

- 행사장 개막식에는 고무라 마사히로 일본 외무대신 비서관, 윗추 웨차치와 주일 태국대사(전 주한 태국대사) 등이 참석했음. 한편 프랑스-이탈리아 순방 후 방일 대표단에 합류한 세타 총리는 행사장을 방문해 각 부처의 소프트웨어 홍보를 치하함

- ✔ 30~35 만 명의 방문객들이 행사장을 찾을 것으로 예상하며, 이외에도 태국의 인기 배우 떼 따완과 뉴 티띠품이 특별 팬미팅을 개최하며 열기를 더했음



[그림 17] 행사장 인파 / 행사장 방문한 세타 총리

✔ [태국] 태국 출판시장의 미래는 긍정적 44)

- 방콕비즈니스뉴스는 태국 출판업계 3 명의 CEO 를 인터뷰함. 아래는 인터뷰 요약본

- ✔ 릿쑤언 플랜포키즈(Plan for Kids) CEO 는 태국 서점의 필수 서적이 How to(지식계발서)-영어 교재-Y 소설(동성로맨스소설)이라고 말함
 - 올해 태국 도서산업 가치는 약 140 억 바트(약 5,320 억 원)로 예상하며, 자녀들에게 책을 선물하는 부모들의 지원으로 출판시장 성장은 태국 경제성장률보다 상향할 것으로 전망됨
 - 400 여개에 달하는 태국 출판사는 매년 새로운 출판사가 탄생하고 폐업이 순환하고 있어서 비슷한 수준을 유지하고 있다고 함. 27 년 이상 사업을 이어온 플랜포키즈는 아동도서에 중점을 두고 올해도 100 여권의 신간을 출시할 계획임
- ✔ 잭커린 빅배드울프북스(Big Bad Wolf Books) 말레이시아 공동 창립자는 아세안 지역의 도서시장이 매년 지속적으로 성장하고 있으며, 부모들의 자녀들에 대한 책 구매가 좋은 반응을 얻고 있다고 함
 - 5 월 23 일부터 6 월 4 일까지 더마켓방콕 라차쁘라송(The Market Bangkok Ratchaprasong)에서 200 만 권 이상의 영어도서를 전시하고 빅배드울프북스 축제를 개최할 것임
- ✔ 프라스윈 아세안도서출판협회 사무총장이자 실크웜북스(Silkworm Books) 이사는 독서를 좋아하는 신세대를 중심으로 트렌드가 확대되고 있다고 말함
 - 신세대 트렌드가 기술교육 향상 분야를 포함 다양한 분야로 확대되고 있으며, 아세안도서출판협회는 태국 도서시장 확대를 위해 출판사들과 더 많은 지방 로드쇼를 개최하고 있음

44) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1126637>

✓ [인도] 미디어·엔터테인먼트 지출, FY22~24 기간 100% 증가 45)

○ CMS Consumption Report “오락은 더 이상 사치 아냐...의식주 패러다임 벗어나”

- ✓ 2024 회계연도에 미디어 및 엔터테인먼트 분야에 대한 평균 소비가 29.3% 증가한 인도에서 오락 (Entertainment)은 더 이상 사치품이 아니라고 인도 미디어연구센터(Centerfor Media Studies) Consumption Report 2024 가 밝힘
- ✓ ‘끝나지 않은 인도의 소비 이야기(Unfolding India’sConsumption Story)’라는 제목의 이 보고서에서 CMS 는 현금 기반 지출의 증가가 주도한 인도의 소비 트렌드와 그 중심 부문을 부각해 보여줌. 나아가 FY22~FY24 두해동안 미디어.엔터테인먼트 부문의 평균 소비가 100% 가까이 증가했다고 지적함
- ✓ 보고서에 따르면, 인도인들은 ‘의식주(roti, kapda, makaan)’ 패러다임을 벗어나 비선택적 상품 뿐 아니라 선택적 상품에 대한 소비를 늘리고 있음. 비선택적 상품의 소비 증가는 FY24 에 생활소비재 (Fast MovingConsumer Goods) 부문의 평균 소비가 연평균 16.76% 증가한 사실이 뒷받침함. FY23 에 이 부문이 21.94% 하락한 것에 비하면 주목할 만한 회복임
- ✓ 보고서와 관련, CMS 의 고위 관계자는 “인도 경제는 지속적으로 소비가 주도하고 있으며, 지출 패턴이 진화하면서 굳건한 성장세를 보이고 있다”라면서 “FMCG, 항공 및 전자 상거래와 같은 부문이 더욱 강력한 소비의 성장을 이끌 것으로 예상되는 FY25 에도 굳건한 성장이 기대되며, 디지털화의 증가, 소득 증대, 맞춤형 서비스에 대한 수요 등 다양한 요인들의 결합으로 이러한 부문의 소비를 촉진할 것”이라고 말함
- ✓ 2024 회계연도에 항공과 철도 분야의 연평균 소비가 각각 6.36%, 8.16% 증가하는 등 여행 부문 또한 상승세를 보이고 있음. FY22~FY24 에 항공 및 철도 분야의 평균 소비는 각각 27.42%, 56.35% 증가했음
- ✓ 흥미로운 것은, FY24 에 전자상거래와 교육 분야 소비 감소세가 줄어들면서 인도의 소비 경향은 변화를 겪고 있음. FY24 에 전자상거래의 평균 소비는 FY23 의-25.44% 대비-14.61%이었으며 교육의 평균 소비는 FY23 의-1.61% 대비 증가세로 전환됐음
- ✓ 그러나 FY24 에 지출을 위한 ATM 평균 인출 금액이 10.37% 증가한 것은 대도시가 인도 소비지출을 지배하고 있음을 보여줌. 여행 및 관광 지역에서는 3.94%, 준대도시 지역은 3.73% 증가했음

45) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/business/industry-entertainment-spending-increased-nearly-100-in-2-years-reveal-s-cms-consumption-reportnbsp-3477116>

☑ [인도] 미디어 산업, ‘제재 중심, 강압적’ 방송 정책에 반발 46)

● 모든 형태의 미디어를 하나의 규제 영역 아래...“콘텐츠 유포 제한은 언론의 자유 제한”

- ☑ 인도 정부의 국가방송정책(National Broadcasting Policy)이 방송 종사자, 영화 및 TV 프로듀서, 기타 관련 산업 단체들로부터 “표현의 자유를 제한할 수 있는 강압적 규제”라는 비판을 받고 있음. 이 정책은 스트리밍 비디오, 오디오 플랫폼을 포함한 모든 형태의 미디어를 하나의 규제 영역 아래로 가져오려는 목표를 가지고 있음
- ☑ 업계의 관련 단체들은 이 정책의 초안이 정부의 통지에 대해 반복적으로 제기해 온 우려들을 불식하지 못했다고 말함. 이들은 지난달 자문 문서를 통해 방송 정책에 대한 피드백을 요청한 인도통신규제청(Telecom Regulatory Authority of India)에 자신들의 우려 사항을 제출했음
- ☑ 인도방송디지털재단(Indian Broadcasting and Digital Foundation)은 방송정책에 대한 피드백에서 “정보나 콘텐츠를 방송하는 자유는 정보화된 민주주의를 위해서, 자신이 보고 싶어하는 것에 접근할 수 있는 시청자들의 근본적 권리를 지키기 위해서 필수적인 것”이라면서 “어떠한 형태로든 콘텐츠의 유포에 제한을 가하는 것은 언론과 표현의 자유를 제한하는 것과 같다”고 말했음
- ☑ 특히, IBDF는 “방송사의 콘텐츠 선택권은 전송 측면들만을 대상으로 하고 있는 Trai 법의 규율 대상이 아니다”라고 강조하고 “자문 문서는 스트리밍 비디오 플랫폼 또한 방송 영역에 포함시키려고 하는데, 이는 Trai 자신의 입장과도 상충된다”라면서 “전통 텔레비전과 ‘온라인 취향별 콘텐츠 제공업체’를 하나로 묶는 것은 ‘역차별’로 이어질 것”이라고 덧붙였다
- ☑ 방송서비스(규제)법(Broadcast Services (Regulation) Bill) 초안은 특히 콘텐츠 플랫폼들이 공동으로 콘텐츠를 방송하기 전에 이를 사전에 인증하는, 본질적으로 내부 검열 기구로 작동하는 콘텐츠 평가 위원회를 구성하도록 하고 있음
- ☑ 이와 관련, IBDF는 “자율규제 기구에 정부의 개입이 없어야 한다”면서 “은퇴한 판사가 방송사들의 자율 규제 기관을 맡고 있다는 사실을 고려하면, 이는 이러한 사법기구의 결정에 문제 제기를 하기 위해 행정부 인사가 의장을 맡는 제 3의 기구를 추가하는 것으로, 이는 권력분립의 원칙에 직접적으로 상충하는 것이며 법이 허용하지 않는 것”이라고 말했음
- ☑ 뉴스 방송인·디지털협회(New Broadcasters and Digital Association)도 국가방송정책은 일반적으로 미디어 및 엔터테인먼트 영역에 적용되는 측면들을 다루지 않아야 한다고 말했음. 협회는 “따라서, 영화와 음악 산업, 온라인 게임, 애니메이션의 성장, VFX와 후반제작에 관한 사항들은 Trai의 권한 범위에 있지 않다”라면서 “이러한 분야는 방송 영역을 구성하지 않고 있기 때문에 현행 방송 규정 아래 규제되지 않고 있으며 규제되지 않아야 하고, 따라서 이러한 부문들은 국방송정책에 포함되지 않아야 한다”라고 말했음
- ☑ 인도인터넷모바일협회(Internet and Mobile Association of India) 또한 “콘텐츠 규제는 정보통신부

46) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/media/national-broadcasting-policy-is-restrictive-and-heavy-handed-media-industry-bodies-tell-tra-11715061764991.html>

(Ministry of Information and Broadcasting) 관할이고, 앞으로도 그래야 한다”면서 “콘텐츠와 전송의 체계적인 분리는 매우 중요하다”라고 강조했다

- ☑ 협회는 “전송과 관련, DTH/케이블과 같은 접근 기술은 MIB 가 규율하는 반면, 무선이나 유선 광대역은 통신부(Department of Telecommunications) 관할에 속한다”라면서 “통신, DTH 동시 허가는 전보법에 따라 부여되지만, DTH 라이선스는 MIB 에 의해 관리되는데, 이렇게 분리돼 있으면 일관된 정책 접근이 어렵고, 규제 비용도 증가하는데, 따라서 모든 매체를 아우르는 콘텐츠 규제는 MIB 아래에 있어야 한다”라고 주장했다
- ☑ Culver Max Entertainment(옛 Sony Pictures Networks India)는 “국가방송정책에 스트리밍 플랫폼을 포함시키면 ‘잘 정립된 환경 안에 엄청난 혼란’을 야기해 전체 디지털 미디어 생태계를 반생산적으로 만들 것”이라고 말했다

☑ [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신

● ENHYPEN 의〈Fatal Trouble〉, 애니메이션-흡혈귀 전설 훌륭하게 융합 / India Times ⁴⁷⁾

- ☑ 한국의 보이 밴드인 ENHYPEN 의 최신 뮤직 비디오 〈Fatal Trouble〉이 달리는 기차와 창 밖으로 보이는 풍경을 통해 서로 다른 시대의 뱀파이어 소년들을 보여주며 시간 여행과 역사적 반성이라는 주제를 탐구하는 시각적으로 놀라운 이야기를 애니메이션 형식으로 보여줘 시청자들을 놀라게 했다고 보도함

● 인도 유명 기업인, K-뷰티 트렌드 '맹목적인 추종'에 대해 경고 / HindustanTimes ⁴⁸⁾

- ☑ 마마어스의 공동 창업자 가잘 알라그(Ghazal Alagh)는 한국인과 인도인의 피부에는 멜라닌 함량과 기후라는 두 가지 주요 차이점이 있다면서 멜라닌이 풍부한 인도 피부는 한국 피부와 달리 태닝과 색소 침착과 같은 문제에 직면할 수 있어 한국의 뷰티 트렌드를 맹목적으로 따라가는 것은 위험하다고 경고했다고 보도함

● 〈기생충〉부터 〈박쥐〉까지, 칸에서 우수성을 재정의한 한국 영화 8 편 / Money Control ⁴⁹⁾

- ☑ 한국 영화는 칸 영화제에서 가슴 찡한 서사와 뛰어난 연기를 선보이며 지울 수 없는 발자취를 남겼다면 〈밀양〉(2007), 〈기생충〉(2019), 〈올드보이〉(2003), 〈브로커〉(2022), 〈취화선〉(2002), 〈시〉(2010), 〈박쥐〉(2009), 〈헤어질 결심〉(2022) 등 주목해야 할 8 편의 영화를 소개함

47) 출처 :

http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/110089944.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst

48) 출처 :

https://www.hindustantimes.com/trending/ghazal-alagh-warns-against-blindly-following-korean-skincare-trend-embrace-your-desi-skin-101715583070171.html#google_vignette

49) 출처 :

<https://www.moneycontrol.com/entertainment/movies/from-parasite-to-thirst-8-south-korean-films-that-redefined-excellence-at-cannes-photo-gallery-12721420.html>

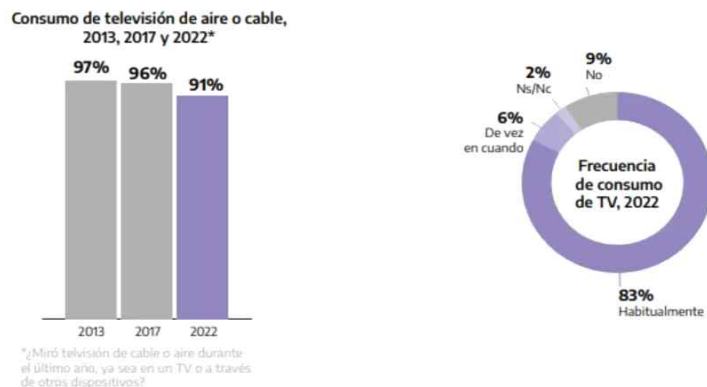
✓ [아르헨티나] 아르헨티나 문화소비 형태 50)

○ 아르헨티나는 넷플릭스, 디즈니+ 플랫폼이 강세, SNS 활용은 Whatsapp, Youtube 주로 사용

- ✓ 아르헨티나 정부의 전국문화소비조사 (Encuesta Nacional de Consumos Culturales)는 2013, 2017 년에 이어 2023 년 아르헨티나 국민들의 디지털 사용, 대량 소비, 플랫폼 사용, 문화 유산에 대한 접근 및 예술 교육에 수요 조사 결과를 발표함
- ✓ 아르헨티나는 얼마나 자주, 어떤 형식으로 무엇을 보고, 무엇을 듣고, 무엇을 읽고, 무엇을 소비하는지와 디지털 사용 확대 양상 파악이 주된 질문임. 2022 년 11 월부터 2023 년 1 월 중 도시에 거주하는 13 세 이상 약 3 만 명을 대상으로 직접 방문 인터뷰를 통해 93 개 질문으로 구성된 설문지를 사용해 조사했으며 결과에 반영된 총 샘플은 3,380 개임. 조사 결과는 아르헨티나 문화 정책 결정 과정에 반영함
- ✓ 조사대상자의 91%가 여전히 TV 를 시청한다고 답했고 이중 83%는 정기적으로 TV 를 시청한다고 답했으나 2013 년 (97%), 2017 년 (96%)와 비교하면 TV 시청 비율이 점차 감소 추세에 있음을 알 수 있음
- ✓ 시청각 콘텐츠 측면에서 플랫폼의 성장을 주목할 필요가 있음. 조사대상자의 약 65%는 웹플랫폼을 이용해 영화나 드라마를 시청하고 이 중 59%는 구독료를 지불하는 것으로 나타남. 플랫폼 사용 순위는 넷플릭스가 63%로 1 위, Disney Plus 가 2 위를 차지함
- ✓ 조사대상자의 96%가 음악을 듣고 그 중 93%는 자주 듣는 것으로 나타남. 라디오 청취 쇠퇴가 눈에 띄는데 2013 년 이후 약 20% 하락한 67%를 기록함. 그럼에도 불구하고 FM 은 여전히 음악 프로그램을 주도 하고 있음. 인구의 13% (여성 9%, 남성 17%)가 팟캐스트를 즐겨 들으며, 18~29 세 사이의 젊은 상류층 남성들이 문화소비에 더 적극적인 것으로 나타남
- ✓ 종이 신문의 쇠퇴가 두드러짐. 조사 대상자의 14%가 종이 신문을 자주 읽는 반면 40%는 전혀 읽지 않는다고 응답함. 반면 46%는 디지털 신문을 자주 읽는 것으로 나타남. SNS 를 통해 뉴스를 접하는 응답자는 48%임
- ✓ 조사대상자의 절반이 지난해 최소한 한 권의 책을 읽었으며 단 한 권도 읽지 않았다는 답은 3%임. 한 해 동안 최소한 한 권의 책을 읽었다고 답한 응답자는 2013 년도에는 57%, 2017 년에는 44%였음. 10 명 중 2 명은 종이책보다는 디지털책을, 1 명은 오디오 북을 선호하는 것으로 나타남
- ✓ 디지털사용의 핵심은 SNS 인데 지난 10 년간 두 배 이상 증가하여 조사대상자의 95%가 SNS 를 사용하고 있는 것으로 나타남. SNS 중에서는 WhatsApp (92%), YouTube (82%), Facebook (72%) 순으로 나타남. 그러나 대부분의 경우 다른 사람의 게시물을 보는데 만족하고 약 40%만이 본인 게시물을 올리는 것으로 나타남
- ✓ 조사대상자의 1/3 이 게임을 하는데 41%대 25%로 남자가 게임을 하는 경우가 압도적으로 많음. 가장 많이 게임을 하는 연령층은 13~17 세의 사회경제적 수준이 높은 계층인 것으로 나타남

50) 출처 : Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023 (Coordinador del Sistema de Información Cultural de la Argentina, Directora de Planificación y Seguimiento de Gestión, Ministro de Cultura)

- ☑ 팬데믹 이후 조사가 이루어진 만큼 앞으로의 추이를 지켜볼 필요가 있음. 이번 조사대상자의 경우 36%는 영화관, 15%는 극장, 29%는 라이브음악공연, 20%는 박물관에 갔다고 답했음. 기타 문화소비에서는 56%가 공예박람회와 전시에 갔음. 또한 10명 중 4명은 문화 관련 커뮤니티 활동에 참여했는데 이는 2017년 대비 10% 증가한 수치임. 또한, 35%는 워크샵, 강좌, 컨퍼런스 등 문화교육관련 행사에 참여한 것으로 나타남
- ☑ 조사대상자의 97%는 휴대폰을 가지고 있고 92%가 집에 인터넷이 설치되어 있음. 조사대상자의 58%는 휴대폰을 통해 뉴스를 접하는 것으로 나타남
- ☑ 즐겨듣는 음악은 콰이어/레게톤 (62%), 아르헨티나 록 (59%), 아르헨티나 민속음악(48%)인 것으로 나타남. 2013 년도에 가장 즐겨 듣는 음악은 로맨틱 음악이었다는 점을 상기할 필요가 있음
- ☑ 가장 많이 시청한 TV 프로그램은 뉴스(70%), 그리고 스포츠(62%), 영화(58%) 순임. 플랫폼에서는 액션/어드벤처(48%), 코미디(40%) 순으로 나타남. 즐겨보는 영화 장르는 액션/어드벤처(18%), 서스펜스(13%), 로맨틱(9%) 장르가 우세를 보임. 비디오게임 장르에서는 액션 (19%)이 가장 높고 어드벤처, 스포츠, 퍼즐 등이 그 뒤를 따르는 것으로 나타남



[그림 18] 'TV 소비와 시청 빈도'

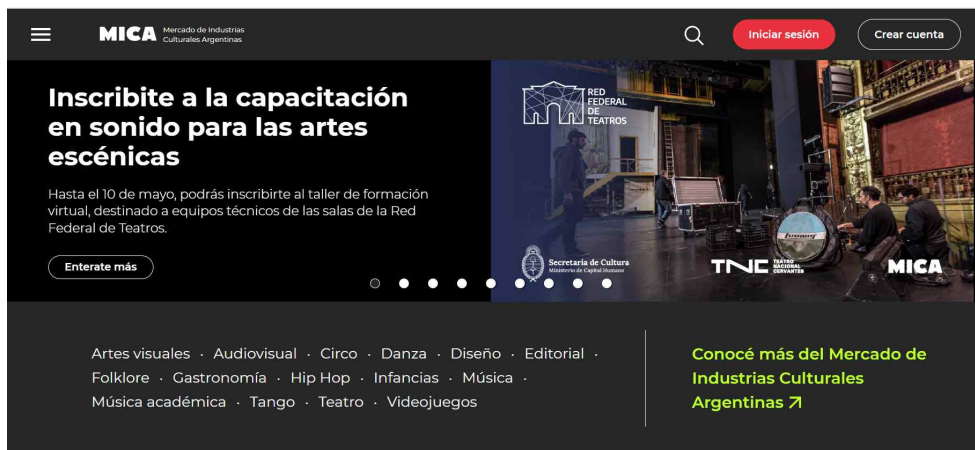


[그림 19] '플랫폼 사용' 및 'SNS 사용'

✓ [아르헨티나] 아르헨티나 문화산업진흥기관 MICA 소개 51)

● 아르헨티나의 문화진흥과 문화창작자, 제작자들의 만남의 공간 플랫폼 MICA

- ✓ 문화산업은 아르헨티나 문화부 (Ministerio de Cultura)가 관장하고 특히, 문화부 산하 조직인 아르헨티나 문화산업시장 (MICA el Mercado de Industrias Culturales Argentinas)은 아르헨티나 뿐만 아니라 중남미 지역 전체에서 문화 부문 진흥과 강화를 위한 핵심 공간으로 자리 잡음
- ✓ MICA 는 기획 창출, 예술 작품 확산, 해당 부문의 협업 네트워크 구축 촉진을 목표로 2011 년에 창설됨. MICA 에서 개최하는 문화박람회는 중남미 전역의 문화 및 창의 산업 분야의 예술가, 기업가, 전문가들이 모이는 만남의 플랫폼으로 자리잡음
- ✓ MICA 는 또한, 지역 통합과 문화 상품 및 서비스의 국제화 촉진을 통해 아르헨티나의 문화 역량을 국제적으로 알리는 것을 궁극적 목적으로 함
- ✓ MICA 지원 분야는 비주얼아트 (Artes visuales), 시청각 (Audiovisual), 씨커스 (Circo), 무용 (Danza), 디자인 (Diseño), 출판 (Editorial), 민속 (Folklore), 음식 (Gastronomía), 힙합 (Hip Hop), 어린이를 위한 예술 (Infancias), 음악 (Música), 고전 음악 (Música académica), 탱고 (Tango), 연극 (Teatro), 비디오게임 (Videojuegos) 등이 있음



[그림 20] MICA 홈페이지

51) 출처 : <https://mica.gob.ar/inicio>

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

	미국 비즈니스센터(LA) 박병호 센터장	 +1-323-935-2070	 jackone@kocca.kr
	유럽 비즈니스센터(파리) 김문주 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 kmj@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hgyoon8591@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(심천) 심계진 센터장	 +86-755-2692-7797	 sophia@kocca.kr
	일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
	인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-252-3151	 yskim@kocca.kr
	베트남 비즈니스센터(하노이) 성임경 센터장	 +84-39-226-4093	 imksman@kocca.kr
	UAE 비즈니스센터(두바이) 박영일 센터장	 +971-2-491-7227	 yppy01@kocca.kr
	태국 비즈니스센터(방콕) 박웅진 센터장	 +66-2-853-3903	 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



공공누리

공공 저작물 자유이용허락