KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2020

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

191 호

목차

위클리글로벌 | 191 호

2020 년 9 월 29 일 한류사업팀

구분	제목
방송/영화	• [미국] 트라이베카 영화제, 오는 2021 년 행사부터 비디오 게임분야 시상 • [유럽] 노르웨이, 스웨덴 등 유럽 8 개국에서 디즈니플러스 서비스 시작 • [유럽] 프랑스어판 넷플릭스 표방 TV5MONDE+, 194 개국 서비스 시작 • [유럽] 프랑스 방송국 M6, 한국드라마 '마더' 리메이크 결정 • [북경] 영화 〈팔백〉, 박스오피스 30 억 위안 근접 • [북경] 한국만화 원작 〈풀하우스〉 리메이크 중국 웹드라마 스트리밍중 • [북경] 최근 3 년간 중국 위성 TV 인기드라마 순위 • [일본] 〈사랑의 불시착〉 출연배우 김정현, 일본팬과 온라인서 첫 팬 미팅 • [일본] 코분샤의 월간지 'VERY'와 영화'82 년생 김지영' 협업, 온라인 콘텐츠기획 • [UAE] 〈부산국제영화제〉가 선택한 이란 영화들
게임/융복합	• [미국] 글로벌 게임사 '에픽게임즈', 결제시스템 관련 애플과의 소송 진행 • [유럽] 프랑스 마크롱 대통령, '5G 체계 구축에 박차 가하겠다' 발표 • [유럽] 2020 년 유럽 e-스포츠 시장동향백서 발간 • [심천] 오프라인 VR 게임 기업 '천진세계(沉浸世界)', 천만위안 융자 유치 • [베트남] 한빛소프트 모바일 '클럽오디션' 베트남 출시 • [UAE] UAE 와 사우디아라비아, 코로나 19 봉쇄 기간 동안 게임 하드웨어 판매 급증
애니/캐릭터	• [베트남] 주식회사 아들과 딸, 베트남 문구 제조·유통 기업 '띠엔롱 그룹' 업무 협업 • [UAE] 사우디 애니메이션 '마사미르(Masameer)' 제작 스튜디오, 넷플릭스와 5 년 계약
만화/웹툰	• [인니] 크위꾸(Kwikku), 웹툰/웹소설 경연대회 개최
음악	• [유럽] 프랑스 음반시장 2020 년 상반기 매출 2 억 7,900 만 유로 • [일본] 해외 활동 제한에도 불구하고 트와이스, 세븐틴 오리콘 차트 기록 경신 • [일본] 드라마 인기에 버금가는 한국 드라마 사운드 트랙 음반 대히트 • [UAE] 스포티파이, Riot Games 의 League of Legends 후원 • [UAE] 두바이 페스티벌 시티로 돌아온 빛과 물 쇼 'Imagin'
패션	• [인니] 자카르타 패션허브, 공식 오픈
통합(정책 등)	• [북경] 인터넷정보판공실, 인터넷 뉴스정보서비스 허가 연장등록 개시 • [심천] 심천시 룽강구(龙岗区), 첫 e-스포츠 발전 추진 정책 발표 • [일본] K-POP 아티스트의 애독서가 팔리는 이유, 팬 심리를 자극한 '서적의 한류 붐' • [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 1 – 유통미디어별 시장규모 • [베트남] 강경화 장관, 18 일 한-베 외교부 장관 회담, 필수인력 입국 협의 • [UAE] 사우디아라비아인, TV 보다 모바일 동영상을 두 배 더 시청

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

방송·영화

[미국] 트라이베카 영화제, 오는 2021 년 행사부터 비디오 게임분야 시상[1)]

|그림 1| Tribeca Games Award (출처 : Tribecafilm.com)

- 2002 년 뉴욕에서 시작된 트라이베카 영화제(Tribeca Film Festical)는 로버트 드 니로와 프로듀서 제인 로젠탈, 크레이그 핫코프 3 인이 만든 행사로, 젊은 인디펜던트 감성의 실험적인 작품이 다수 출품되는 것으로 점차 유명해져 현재는 독립영화계 주요 행사 중 하나로 자리매김하였음
- 올해 제 19 회를 맞은 트라이베카 영화제에서도 이러한 경향이 이어졌는데, 한국예술종합학교의 '레인 프루츠'라는 실감미디어 콘텐츠가 '360 시네마 부문'에 한국 작품으로는 유일하게 공식 초청되기도 하였음
- 행사 주최 측은 오는 2021 년 제 20 회 행사부터는 비디오 게임 부문(Tribeca Games Award)이 추가될 것이라고 9 월 24 일(현지시간) 밝혔음
- 비디오 게임 부문은 게임 콘텐츠 중 스토리텔링이 뛰어난 작품(artistic excellence in storytelling)을 골라 시상하는 것으로, 이러한 변화와 맞물려 트라이베카 측에서는 게임 산업 분야의 자문위원회를 구성하여 구체적인 노미네이션 기준을 마련하고 있는 것으로 알려짐
- 영화제 설립자 중 한명인 제인 로젠탈은 할리우드 리포터(The Hollywood Reporter)와의 인터뷰를 통해, "우리 영화제는 형식과 관계없이 좋은 스토리텔링 자체를 장려하기 위해 힘쓰고 있다"며, "게임 창작자들이 유니크한 캐릭터와 독특한 스토리 라인을 만들어 내었다면 마땅히 축하해야 할 것"이라고 밝힘

1) 출처
- https://www.hollywoodreporter.com/news/tribeca-film-festival-add-video-games-official-selections
- https://www.theverge.com/2020/9/24/21454172/tribeca-film-festival-games-awards-kojima-same-lake
- https://www.polygon.com/2020/9/24/21452288/tribeca-games-film-festival-call-for-submissions-hideo-kojima-jon-favreau
- https://www.indiewire.com/2020/09/tribeca-film-festival-adds-video-games-in-2021-1234588436/
- https://tribecafilm.com/games

[유럽] 노르웨이, 스웨덴 등 유럽 8 개국에서 디즈니플러스 서비스 시작[2)]

- 디즈니의 자체 스트리밍 서비스 디즈니플러스가 9 월 14 일부터 노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드. 아이슬란드. 벨기에, 포르투갈, 룩셈부르크 등 8 개국에서 서비스를 시작하여 유럽 전역으로 사업을 확장하고 있음.
- 스타워즈의 스핀 오프 시리즈 «더 만달로리안(The Mandalorian)»부터 내셔널 지오그래픽의 다큐멘터리 « 더 월드 어코딩 투 제프 골드블럼(The World According to Jeff Goldblum) », 디즈니 다큐 시리즈 « 더 이매지니어링 스토리(The Imagineering Story)» « 심슨가족(The Simpsons)»의 첫 30 개 시즌 등 다양한 콘텐츠를 포함하고 있음.
- 수익의 가장 큰 부분을 차지하는 테마파크 사업이 최근 코로나 19 사태로 치명타를 입으면서, 디즈니는 그 격차를 메우기 위해 점점 더 D2C(Direct to Consumer) 전략으로 눈을 돌리고 있는 상황임.
- 현재 디즈니플러스 구독자는 전 세계 6 천만 명에 달하며, 훌루(Hulu), ESPN +를 포함한 D2C 서비스 전반에 전 세계 1 억 명 이상의 SVOD 고객을 보유하고 있음. 또한 오는 11 월 라틴 아메리카에 출시, 내년에는 Star 라는 새로운 인터내셔널 D2C 서비스 출범을 예고한 바 있음.

[유럽] 프랑스어판 넷플릭스 표방 TV5MONDE+, 194 개국 서비스 시작[3)]

- 지난 9 월 9 일 프랑스어 국제방송채널 '테베생크몽드(TV5MONDE)'가 스트리밍 서비스 플랫폼 '테베생크몽드플러스(TV5MONDE+)'를 출범함.
- 테베생크몽드플러스는 내년까지 5,000 시간 분량의 프랑스어권 국가들의 파트너 채널들(프랑스 텔레비지옹, 벨기에 프랑스어 방송 RTBF, 스위스 프랑스어 방송 RTS, 라디오 캐나다 등)의 콘텐츠를 기반으로 함. 오리지널 콘텐츠의 공동 제작 또한 예정되어 있음.
- 우리나라를 포함 194 개국에서 무료로 서비스되며 중국, 네덜란드, 미국은 2021 년에 서비스 시작 예정, 5 개 언어 자막이 제공됨(프랑스어, 영어, 독일어, 스페인어, 아랍어).
- 유료구독을 요하는 SVOD 서비스가 아니라 광고수익 기반의 AVOD 서비스로 운영됨. 테베생크몽드 사장 이브 비고(Yves Bigot)는 '넷플릭스나 아마존 프라임과 경쟁하는 것이 아니라, 모든 프랑스어권 및 프랑스 애호가 시청자들에게 최고의 프랑스어 영상 창작물을 제공하는 것'이라는 목표를 밝힘.
- 2018 년 10 월 프랑스어권 국가 공동체인 프랑코포니 정상 회담에서 논의가 시작된 이 플랫폼은, 넷플릭스를 비롯한 영미권 영상 콘텐츠에 잠식 위기에 처한 캐나다가 추진하였고, 4 년 동안 1,470 만 캐나다달러(950 만 유로), 스위스가 판권구매를 위한 30 만 유로를 출자함.
- 현재 OTT 및 모바일 앱에서 이용 가능하며, ISP 서비스는 2021 년부터 가능한 것으로 알려짐.
- 글로벌 홍보마케팅에 수백만 유로의 예산을 책정한 것으로 알려졌으며, 이를 위한 디지털 마케팅은

2) 출처 : TBI 방송산업정보 플랫폼 (https://tbivision.com/2020/09/15/disney-expands-reach-across-europe-with-nordic-roll-out/)
3) 출처: Stratégies 프랑스 미디어전문언론 (https://www.strategies.fr/actualites/medias/4049473W/tv5monde-plus-l-anti-netflix-francophone.html)

Dare.Win, 기술 제공은 Redbee, Dotscreen, Thinkmarket, 관리는 France TV Pub, Canal + Advertising 이 담당함.

[유럽] 프랑스 방송국 M6, 한국드라마 '마더' 리메이크 결정[4)]

- **프랑스 민영방송채널 M6 가 한국 드라마인 '마더(tvN)'를 각색한 드라마 "Tout pour Lisa (리사를 위한 모든 것)" 시리즈 제작을 발표함 (Incognita Films 프로덕션).**
  - '마더'는 지난 2018 년 제 1 회 칸 국제 시리즈 페스티벌 경쟁부문에 아시아 드라마로서 유일하게 진출해 화제를 모은 바 있음. 또한 M6 는 최근 몇 년간 해외 TV 프로그램 리메이크 정책을 지속 중임.
  - 공개된 시놉시스에 따르면. 인물 및 스토리 등이 원작의 구성에서 크게 벗어나지 않을 것으로 보임.
  - 방영일은 알려지지 않았으나 촬영은 오는 10 월부터 프랑스 서부 항구도시 생나제르에서 진행되며, 편당 52 분, 총 6 부작으로 구성됨.
  - 안나 프레고네스(Anna Frégonèse)와 실비 오드쾨르(Sylvie Audcoeur)가 각색을, 얀 사뮤엘(Yann Samuell)이 연출을 맡고, 카롤리나 앙글라드(Caroline Anglade), 빅토리아 아브릴(Victoria Abril), 크리스티나 레알리(Cristiana Reali) 및 데보라 프랑수아(Deborah François)가 출연함.

[북경] 영화 〈팔백〉, 박스오피스 30 억 위안 근접

- 중국 박스오피스 사이트 마오옌(猫眼)의 데이터에 따르면, 중국 영화 〈팔백(八佰)〉의 박스오피스는 개봉 33 일 만인 9 월 22 일에 29 억 위안(약 4,796 억 원)을 넘겼으며, 9 월 25 일에는 29 억 7,200 만 위안(약 5,099 억 원)을 넘김. 중국 다수 언론은 이 기록이 미국 영화 〈나쁜 녀석들 : 포에버〉가 기록한 4.25 억 달러(약 4,976 억 원)보다 높아 2020 년 전 세계에서 가장 높은 박스오피스를 갱신했다고 보도함. 영화 〈팔백〉의 상영종료 예정일이 기존 9 월 22 일에서 10 월 21 일로 연장되어 중국 국경절과 중추절 연휴 기간에도 상영될 예정임

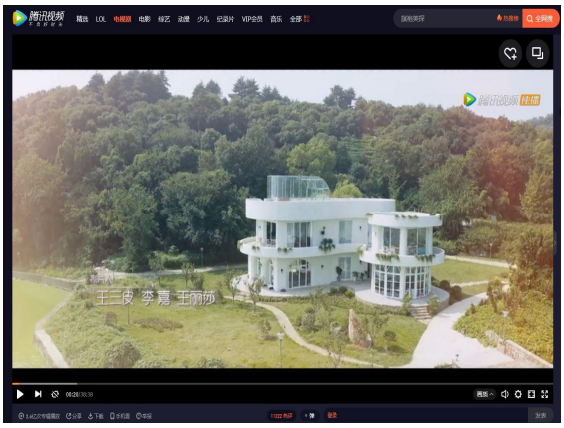
[북경] 한국만화 원작 〈풀하우스〉, 리메이크 중국 웹드라마 스트리밍중 [5)]

- 한국만화 〈풀하우스〉를 리메이크한 중국 드라마 〈중하만천심(仲夏滿天心)〉이 8 월 28 일부터 텐센트비디오에서 독점 스트리밍을 시작함. 2004 년, 먼저 원작을 드라마로 리메이크한 한국 드라마 〈풀하우스〉

4) 출처: vl. 프랑스디지털매거진 (https://vl-media.fr/tout-pour-lisa-m6-va-adapter-la-serie-sud-coreenne-mother/)
Nouveauté Télé 프랑스 tv 정보플랫폼 (https://www.nouveautes-tele.com/145017-tout-pour-lisa-serie-m6-caroline-anglade-et-victoria-abril.html)
Allociné 프랑스 영화/방송 데이터베이스 (http://www.allocine.fr/series/ficheserie_gen_cserie=27148.html)
5) 출처 : 텐센트비디오(https://v.qq.com/x/cover/mzc00200rhdx54p.html?)

가 당시 중국에서도 인기리에 방영된 적이 있어 일부 네티즌들은 〈중하만천심〉을 중국판 〈풀하우스〉라고 부르기도 함. 해당 드라마는 텐센트픽쳐스와 쥐허미디어(聚禾影画) 공동제작으로 2019 년 7 월부터 9 월까지 중국 무석(无锡)에서 촬영되었으며, 총 24 부작으로 9 월 25 일 기준 18 회까지 방송됨.

|그림 1| 〈중하만천심〉 드라마 포스터


|그림 2| 〈중하만천심〉 방송화면

[북경] 최근 3 년간 중국 위성 TV 인기드라마 순위[6)]

시청률 단위 : 퍼센트(%)

순위	2020 년		2018 년		2019 년	
	작품명	시청률	작품명	시청률	작품명	시청률
1	안가 : Selling Dream(安家) 동방	4.82	연애선생 (恋爱先生)	2.79	녹비홍수 (知否知否应是绿肥红瘦)	3.7
2	완미관계(完美关系)	2.97	플라이 마이 라이프(老男孩)	2.58	역류이상적니 (逆流而上的你)	2.79
3	여과세월가회두 (如果岁月可回头)	2.89	풍쟁(风筝)	2.51	도정호:가족의 재발견(都挺好) 절강	2.52
4	렵호(猎狐)	2.78	미호생활(美好生活)	2.43	첩전심해지경칩 (谍战深海之惊蛰)	2.37
5	이가인지명(以家人之名)	2.72	정양문하소여인 (正阳门下小女人)	2.33	소년파(少年派)	2.22
6	신세계(新世界)	2.48	낭도(娘道)	2.3	도정호:가족의 재발견(都挺好) 강소	2.21
7	삼십이이(三十而已)	2.41	행복일가인(幸福一家人)	2.3	여과가이저양애 (如果可以这样爱)	2.13
8	하일참시행복(下一站是幸福)	2.38	대강대하(大江大河)	2.26	노주관(老酒馆)	2.06
9	안가 : Selling Dream(安家) 북경	2.28	원대전정(远大前程)	2.22	소환희(小欢喜)	2.01
10	정영율사(精英律师)	2.27	니지도적허다년 (你迟到的许多年)	2.18	지위우견니(只为遇见你)	1.95

6) 데이터출처 : NCC 海量融源收视率(全国网), 2018. 1. 1 ~ 2020. 9. 10

[일본] 〈사랑의 불시착〉 출연배우 김정현, 일본팬과 온라인서 첫 팬 미팅[7)]

- 올해 2 월 일본 넷플릭스에서 공개된 이후 현재까지 '오늘의 종합 TOP 10'에 계속해서 랭크인 되어있는 드라마 '사랑의 불시착'에서 구승준 역을 맡아 화제가 된 배우 김정현의 온라인 팬 미팅이 10 월 31 일 개최됨. 처음으로 일본 팬들과 만나는 자리임과 더불어 배우 본인의 첫 팬 미팅이라고 함.
- 김정현이 연기한 '구승준'은 북한으로 도망간 사기꾼이지만 미워할 수 없는 캐릭터로 서지혜가 연기한 '서단'과의 로맨스로 주목을 모았음. '사랑의 불시착' 외에도 드라마'질투의 화신', '학교 2017', '시간' 등에 출연해 높은 연기력을 가졌다고 평가받는 배우임.
- 이번 팬 미팅은 한국에서 일본으로 생중계되며, 지금까지 일본에서의 공식 활동을 한 적이 없음에도 불구하고 팬 미팅을 열게 된 것에는 '사랑의 불시착'의 효과가 큰 것으로 보임. 한국에서도 버라이어티 방송 등의 출연 이력이 거의 없으며 이번 팬 미팅이 사상 첫 팬 미팅이기 때문에 더욱 주목받고 있음. '사랑의 불시착'에 관한 이야기를 하는 시간도 예정되어있어 드라마 팬들에게도 놓칠 수 없는 이벤트가 될 예정임.

[일본] 코분샤의 월간지 'VERY'와 영화'82 년생 김지영' 협업, 온라인 콘텐츠기획[8)]

|그림 3| VERY Academy와 82년생 김지영의 협업

- 일본 출판사 코분샤(光文社)의 결혼, 출산, 육아 등을 테마로 한 30 대 여성 중심 잡지 'VERY'와 10 월 9 일 일본에서 개봉 예정인 영화 '82 년생 김지영'이 콜라보 온라인 강좌 콘텐츠를 기획함. 〈영화'82 년생 김지영'으로 생각해보는 주부의 호칭 -가정 내 편견으로부터 자유로워지는 힌트->라는 주제로 일본 사회의 성차별 문제에 대해 고찰하는 강좌라고 함.
- 이번 강좌에서는 주인님(ご主人, 旦那様, 남편을 부르는 호칭)', '부인(嫁, 奥さん, 아내를 부르는 호칭)' 등 일본 특유의 가정 내 호칭에 대한 위화감을 시작으로 일본 가정에 뿌리 박혀있는 성별 역할 분업 등에 관해 이야기하는 시간을 가질 예정이라고 함. 여성 활약을 주장하면서도 현재까지 성에 대한 편견이 강하게 박혀있는 일본 사회의 모순에 대해서도 고찰해 나갈 예정임. 인기 탤런트 류체루(りゅうちぇる)와 VERY 전속 모델 마키노 사야(牧野紗弥), 사회학자 다나카 토시유키(田中俊之)를 게스트로 섭외함.
- 강좌가 진행되는 'VERY Academy'는 엄마들을 위한 배움의 시간을 제공해주는 온라인 스트리밍 콘텐

7) 출처: https://www.hokkaido-np.co.jp/article/461295
8) 출처 ; https://www.sankei.com/economy/news/200918/prl2009180686-n1.html

츠로 10 월 2 일 공개되는 본 콜라보가 두 번째 콘텐츠라고 함.

- 최근 일본에서 한국의 페미니스트 사회 현상이나 관련 서적에 관한 관심이 높아지고 있는 만큼 영화 '82 년생 김지영'과 더불어 'VERY'와 함께한 협업 콘텐츠까지 주목을 모을 것이라고 예상됨.

[UAE] 〈부산국제영화제〉가 선택한 이란 영화들[9)]

이란 영화인들이 제작한 영화들이 〈부산국제영화제(BIFF)〉의 다양한 섹션에서 상영될 예정

|그림 4| 영화 'Sun Children'의 한 장면

- 10 월 7 일부터 16 일까지 진행되는 〈제 25 회 부산국제영화제〉에서 상영작 라인업을 발표했고 다양한 이란 영화들이 상영 예정임
- 다양한 수상경력에 빛나는 영화감독 마지드 마지디(Majid Majid)의 영화 "태양의 아이들(Sun Children)"은 세계 각국의 동시대 아이코닉한 영화제작자들의 영화를 선보이는 '아이콘' 부분에서 경쟁할 예정임
- "태양의 아이들"의 스타 배우 루홀라 자마니(Ruhollah Zamani)는 지난 〈제 77 회 베니스국제영화제〉에서 신인배우상(Marcello Mastroianni Award)을 수상하며 최고의 젊은 배우로 선정되었고 마지디 감독 또한 매직 랜턴상(Magic Lantern Award)을 수상함
- "태양의 아이들"은 테헤란의 아동 노동을 다룬 영화로 지난 2 월 테헤란에서 열린 〈제 38 회 파지르영화제〉에서 최고 상인 '크리스탈 시모로그(Crystal Simorgh) 상'을 수상받은 바 있음

9) 출처 : https://www.tehrantimes.com/news/452445/Busan-festival-picks-films-from-Iran

- 테헤란을 기반으로 활동하는 아프가니스탄 출신 나비드 마흐무디와 잠시드 마흐무디 형제가 제작한 "성스러운 물(To Die in the Pure Water)"은 이란에 거주하는 아프가니스탄인에 대한 영화로 아시아 영화 제작자들에게 헌정되는 '아시아영화의 창' 부문에서 상영될 예정
- "성스러운 물"은 유럽 행 비자를 받기 위해 기독교로 개종하는 것과 모든 문제를 직면한 채 무슬림으로서 계속 살아가는 것 사이의 딜레마에 직면한 젊은 아프가니스탄인 청년에 대한 영화임
- "언덕 위의 소녀(Chnchik)"는 아람 샤흐바잔(Aram Shahbazyan) 감독의 영화로, 첫 번째 혹은 두 번째 영화를 만든 신진 감독들의 경쟁 세션인 '뉴 커런츠' 부문에 초대됨
- 영화의 원제인 'Chnchik'은 영화의 주인공이자 산간지방에 있는 작은 커뮤니티에 사는 24 세 꼽추 여성의 별명임
- 샤디 카람루디(Shadi Karamrudi) 감독의 '항상 그렇게(All the Time)'은 '아시아단편 경쟁' 부문에, 미나 케샤바르츠(Mina Keshavarz) 감독의 '생존의 기술(The Art of Living in Danger)과 '베흐루즈 누라니푸르(Behruz Nuranipur) 감독의 '밤의 아이들(Children of the Night)'은 '다큐멘터리 경쟁' 부문에서 상영될 예정임

게임·융복합

[미국] 글로벌 게임사 '에픽게임즈', 결제시스템 관련 애플과의 소송 진행[10)]

|그림 2| 에픽게임즈의 패러디 영상 (출처 : 공식 유튜브 채널)

- 세계적 히트작 1 인칭 슈터(FPS) 게임 '포트나이트'의 제작·유통사 에픽게임즈는 최근 공식 유튜브에 '애플 이야말로 2020 년의 독재자'라며 조롱하는 영상을 올림
- 이는 과거 애플이 조지 오웰의 저서 '1984'를 패러디하여 경쟁사인 IBM 을 '빅 브라더'로 묘사한 광고를 다시금 패러디한 것으로, 현재 진행 중인 애플을 상대로 한 법정 소송과 관련이 있음
- 애플은 앱스토어(App Store)에 입점한 모든 앱에 '앱스토어 인앱(In App) 결제', 즉 앱스토어의 결제 시스템을 거친 결제 방식만을 강제했는데, 이때 결제 금액 중 30%의 수수료를 가져감. 또한, 앱사가 별도 결재 시스템을 구축할 경우 앱스토어에서 해당 앱을 퇴출 조치함
- 이러한 정책에 반발해 자체 결제 시스템을 구축한 에픽게임즈를 앱스토어에서 쫓아내자, 에픽게임즈가 양사를 상대로 캘리포니아 연방지방법원에 셔먼법(반독점법) 위반 등 혐의로 소송을 제기한 것임
- 에픽게임즈의 '초강수'에 마이크로소프트(MS), 페이스북에 이어 세계 최대 음원 스트리밍 서비스 플랫폼 스포티파이 등은 잇따라 지지 선언을 하였음
- 법원은 일단 본안 판단 이전 가처분 성격의 임시제한명령(TRO)에서, 애플과 에픽게임즈 양쪽의 손을 반반씩 들어주었음. 법원은 애플이 규정 위반을 이유로 앱스토어에서 포트나이트 앱을 계속 배제할 수 있다고 결정하는 동시에, 에픽게임즈의 개발자 계정은 삭제할 수 없다고 판단하였음

10) 출처
- https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2020-09-24/epic-games-v-apple-fortnite-lawsuit-threatens-app-ecosystem
- https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-09-09-apple-goes-on-offensive-in-epic-games-lawsuit
- https://www.abc.net.au/news/2020-09-24/stop-fortnite-delete-from-iphone-update-apple-lawsuit/12697282
- https://www.theverge.com/2020/9/8/21427779/apple-epic-games-breach-of-contract-lawsuit-fortnite-app-store
- https://www.usatoday.com/story/tech/2020/09/19/fortnite-apple-lawsuit-epic-games-files-more-court-documents/5838719002/

[유럽] 프랑스 마크롱 대통령, '5G 체계 구축에 박차 가하겠다' 발표[11)]

- **지난 9 월 15 일 마크롱 대통령은 엘리제궁에서 열린 프렌치 테크 기업인들과의 간담회 자리에서 5G 체계 구축에 박차를 가하겠다고 발표함**
  - 프랑스는 지난 2018 년 5G 기술 도입을 위한 국가 전략을 발표하고 그에 대한 준비를 해온 바 있음. 이와 관련, 프랑스 통신규제청은 작년 2030 년까지 프랑스 전국에 5G 기지국을 설치하는 것을 목표로 5G 체계 구축을 위한 단계적인 추진계획을 발표하였음.
  - 그러나 동시에 이에 대한 반대여론이 시작됨. 5G 반대론자들의 주장은 무선 주파수 노출로 인한 인체에 대한 위험과 지구온난화 등 환경에 미치는 악영향이 주된 내용임.
  - 특히 지난 9 월 12 일 프랑스 11 개 대도시 시장을 포함, 60 명의 선출직 공무원들이 최소 2021 년 여름까지 5G 도입 유예를 요구하는 공동성명을 내놓는 등, 주파수 경매를 앞두고 반대여론이 극에 달함.
  - 즉, 마크롱 대통령은 이번 담화를 통해 반대여론에도 불구, 5G 기술 도입 의지를 분명히 한 것.
  - 이튿날 프랑스 정부는 190 페이지 분량의 '5G 시행이 건강에 미치는 영향' 연구 보고서를 발간하는 등, 5G 체계가 건강 및 환경에 미치는 악영향에 대한 논란을 일축, 향후 몇달 안에 관련 로드맵 발표를 예고함.
  - 보고서의 주된 내용은 5G 가 인체에 미치는 위험은 현재 과학적으로 입증되지 않았고, 이미 5G 를 출시한 많은 국가 중 어디에서도 관련 건강 문제가 보고되지 않았다는 것임
  - 이에 따라 프랑스 정부는 9 월 29 일 예정된 주파수 경매를 유예 없이 진행하겠다고 확인함.

[유럽] 2020 년 유럽 e-스포츠 시장동향백서 발간[12)]

- **유럽의 대표적 게임시장분석업체인 뉴주가 « 유럽 e 스포츠: 디지털 상품 구매 및 결제에 대한 소비자 행태 » 제하 2020 년 e 스포츠 시장동향백서를 발간함.**
  - 이 보고서는 유럽 10 개국 (영국, 네덜란드, 벨기에, 프랑스, 스페인, 이탈리아, 독일, 노르웨이, 스웨덴, 핀란드) 국가별 약 1,000 명, 총 10,175 명의 e-스포츠 시청자 (18-45 세)를 대상으로 5 월 29 일부터 6 월 28 일까지 실시한 온라인 설문 조사 결과를 기반으로 함.
  - e-스포츠 소비자로서의 시청자의 행태, 소비 습관, 온라인 결제 장벽, 코로나의 영향, 여성의 역할 증가 등 다양한 주제에 대해 조명하여 유럽 e-스포츠 시장의 고유한 매커니즘 규명을 목표로 함.
- 주요 결과 분석
  - 게임과 e-스포츠는 코로나 사태에서 유일하게 성장한 산업으로 평가받고 있음. 이 보고서에 따르면, 2020 년 유럽의 e-스포츠 소비자는 9,200 만 명에 달하는 것으로 알려졌으며, 이는 2019 년에 비해 7.4% 증가한 수치임.

11) 출처 : Les Échos 프랑스 일간지 (https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/5g-le-gouvernement-veut-aller-de-lavant-1242631)
12) 출처 프랑스 게임진흥원 (https://www.afjv.com/news/10347_le-succes-de-l-esport-ne-palit-pas-avec-la-pandemie-de-la-covid-19-en-france.htm
백서 전문 다운로드 링크 (https://drive.google.com/file/d/1MP8W6T3RA7sokGLWqwH3yLNxRgyJE4s1/view)

- 이 중 'e-스포츠 애호가' (월 1 회 이상 e-스포츠 관련 콘텐츠를 시청하는 사람들)는 3,300 만 명, 나머지 5,900 만 명은 '비정기적 시청자' (월 1 회 이하로 e-스포츠 관련 콘텐츠를 시청하는 사람들)로 분류됨.
- 코로나 19 의 영향
  - 과반수의 응답자들이 코로나로 인한 제한이 있었던 시기에 e-스포츠를 더 많이 시청했다고 답함 (59%). 비슷하다는 응답은 18%, 그렇지 않다는 응답은 23%임.
  - 그 중 스페인이 70%로 가장 높았고 영국, 이탈리아. 프랑스가 그 뒤를 이음. 10 개국 중 노르웨이와 핀란드만이 그렇다고 대답한 사람이 더 적었음.
- 시청자 연령층
  - 18~20 세 응답자의 약 33%가 한 달에 여러 차례 e-스포츠를 시청했으며, 21~25 세의 시청 빈도가 가장 높은 것으로 나타남.
  - 팬 연령층은 또한 국가마다 다르게 나타남. 핀란드에서는 18-20 세의 52%가 e-스포츠 애호가였으나, 영국에서는 21%에 불과함.
- 여성의 참여 증가
  - 응답자 중 32%는 여성이었으며, 이들 중 대부분은 비정기적 시청자였으나, 전체 응답자의 약 60%는 e-스포츠에 참여하는 여성의 수가 증가하고 있다는 데 동의한다고 대답함.
  - 응답자 중 남성의 38%, 여성의 27%가 e-스포츠 애호가로 분류됨
- 소비 행태
  - e-스포츠 애호가의 58% (남성과 여성 모두)가 e-스포츠 관련 제품에 돈을 지출한 반면, 비정기적 시청자의 경우 37%로 나타남.
  - 여성이 남성보다 더 많은 돈을 e-스포츠에 지출하는 것으로 밝혀짐. 남성의 46%, 여성의 48%가 지난 12 개월간 e-스포츠 관련 제품에 돈을 지출했다고 응답함.
  - 여성은 응원팀의 광고 상품을 비롯한 실물 상품을 선호하는 반면, 남성은 게임상의 디지털 아이템을 선호함.
  - 자신을 e-스포츠 애호가라고 밝힌 응답자들은 디지털 e-스포츠 제품에 대한 지출의 45%가 다른 사람들을 위한 것이라고 답했으며, 19%는 파트너를 위해 지출했다고 답함.
  - 스페인의 e-스포츠 애호가들은 e-스포츠 상품에 지출할 가능성이 가장 높았으며, 그 중 62%는 지난 12 개월 동안 실제로 그렇게 했다고 답함. 프랑스, 이탈리아, 영국이 그 뒤를 이음.
- 전망
  - 보고서는 또한 e-스포츠와 관련된 글로벌 매출이 연말까지 9 억 9,390 만 달러, 2023 년까지 16 억 달러에 이를 것으로 추정함. 유럽 매출에 관해서는 '비슷한 궤도에 있다'고 언급했으나 정확한 수치를 제공하지는 않음.

[심천] 오프라인 VR 게임 기업 '천진세계(沉浸世界)', 천만위안 융자 유치

- 오프라인 소셜 엔터테인먼트 회사인 '천진세계'는 최근 웨이자본(惟一资本)으로부터 투자를 받았으며, 향후 콘텐츠 개발 및 기술 발전 분야에 자금을 투입할 예정이라고 밝혔음. 천진세계는 2016 년 4 월에 설립되었으며 VR 기술 기반 몰입식 체험 콘텐츠 개발, 소프트하드웨어 통합 솔루션과 가상현실 콘텐츠 제작 관련 프로젝트를 운영하는 소셜 엔터테인먼트 기업임.
- 중국 오프라인 VR 게임 기업들은 대부분 삼국살(三国杀), 랑인살(狼人杀), 쥐번샤(剧本杀), 밀실탈출(密室逃脱)등 체험형 게임을 서비스 하고 있음. 2019 년까지 중국 현지 오프라인 VR 게임 체험관은 총

1 만 3,000 여 개가 오픈하였으며, 시장 규모의 경우 100 억 위안을 돌파하였다고 통계되었음.

- 전통적인 밀실탈출 게임의 경우 한정된 물리적 공간 내 공간 설계에 있어 창의력 부재로 인한 체험자 만족도가 낮은 단점이 있음. 하지만 천진세계는 VR 기술을 활용한 물리적 공간 구축을 통하여 물리적 공간의 한계를 넘어섬과 동시에 상호 인터렉티브 체험을 구현하였음.
- 웨이자본 창립자인 탕샤오밍(唐昭明)은 "천진세계는 중국 내 시청각 엔터테인먼트 서비스 및 기술을 보유하고 있는 메이저 기업이라고 판단한다. 코로나 19 의 영향 하에서도 천진세계의 오프라인 매장 규모와 수익이 여전히 상승세를 보이고 있다. 이는 천진세계의 VR 게임 콘텐츠가 소비자들에게 인정받고 있다는 것으로 분석된다. 천진세계의 VR 게임 콘텐츠 창작과 새로운 패러다임의 사업 전략은 향후 중국 내 최고의 가상현실 콘텐츠 배급사로 성장하게 만들 것이며 이를 위해 웨이자본은 투자를 결정하였다."고 언급함.

[베트남] 한빛소프트 모바일 '클럽오디션' 베트남 출시

|그림 5| 베트남 '클럽오디션(Club Audition)' 포스터

- 지난 15 일, 한빛소프트(HanbitSoft)는 모바일 리듬 액션 게임 '클럽오디션(Club Audition)'을 베트남에 출시했다고 밝힘
- 현지 퍼블리셔는 'VTC 온라인'이 맡았으며, 게임명은 '오디션 X(Audition X)'로 정함. 앞서 인도네시아, 태국, 대만, 싱가포르 등에 이어 이번 베트남 출시를 계기로 8 개 동남아시아 국가에 서비스 제공 중. 클럽오디션은 PC 온라인 리듬 액션 게임 오디션 IP 를 계승한 첫 번째 모바일 게임으로, 한국에서 100 만 다운로드를 돌파했고, 위 동남아 시장에서도 매출 순위 상위권 유지 중임
- 한빛소프트는 동남아시아 지역에서 PC 버전 오디션을 활용한 e-스포츠 대회가 열릴 정도로 관심이 높은 점에 착안, 클럽오디션 게임도 인기가 많은 만큼 베트남에서의 성과도 기대하고 있음. 한빛소프트 관계자는 "PC 오디션이 지난 14 년간 베트남 유저들의 사랑 덕분에 정상의 자리를 오랫동안 유지하고 있다"며 "클럽오디션 또한 핵심 콘텐츠인 춤과 음악, 그리고 게임 내 커뮤니티 활동 등을 통해 유저들의 마음을 사로잡을 것으로 기대한다"고 언급함

[UAE] UAE 와 사우디아라비아, 코로나 19 봉쇄 기간 동안 게임 하드웨어 판매 급증[13)]

2020 년 상반기 UAE 에서 VR 하드웨어 판매 거의 절반이상으로 증가

- UAE 의 가상현실(VR) 시장이 2020 년 상반기에 크게 성장함. 재택을 하게 되면서 사람들이 엔터테인먼트 및 피트니스를 위한 AR 및 VR 게임 플랫폼 구매에 따른 것으로 보임
- POS 거래를 추적하는 리서치 회사 GfK 에 따르면 2020 년 상반기 VR 장비 판매는 총 150 만 달러로 2019 년 같은 기간에 비해 46 % 증가했다고 밝힘
- GfK 데이터에 따르면 전체 게임시장도 같은 기간에 크게 성장했으며, UAE 와 사우디아라비아에서 2020 년 상반기 동안 게임 하드웨어 판매가 29 % 증가하여 256 백만 달러의 매출을 기록함
- 이 중 게임용 노트북(32 %), 비디오 게임 콘솔(31 %), 게임 및 레저 기기(17 %)가 상위 3 개 부문을 차지하며 2020 년 상반기 판매 실적 중 207 백만 달러 이상 기여함. 또한 이 기간 동안 가장 빠르게 판매가 성장한 주변기기로는 게임용 모니터와 키보드, 마우스로 작년 같은 기간 대비 각 110 %와 77 % 의 매출을 올렸음. 게임용 노트북과 헤드셋 또한 기하급수적인 성장을 기록하며 60 %의 매출을 올림
- 봉쇄 기간 동안 실시 된 GfK Consumer Pulse 설문 조사 응답자 중 절반 이상(51 %)이 비디오 게임을 실내에서 즐기는 주요 엔터테인먼트의 하나로 꼽았고, 이는 주문형 비디오(50 %), 음악 스트리밍(49 %), 스포츠 시청(37 %), 라디오 청취(30 %)보다 높게 나타남. 참고로 1 위는 전통적인 방식의 영화 감상(71 %)임
- GfK 의 IT 패널 분석가 Shika Samuel 은 5G 출시를 포함하여 디지털 공간의 기술 개발과 혁신은 전 세계적으로 게임의 급속한 성장을 계속 가속화 할 것으로 전망함

13) 출처 : https://gulfbusiness.com/gaming-hardware-sales-surge-during-lockdown-in-uae-and-saudi-arabia/

애니메이션·캐릭터

[베트남] 주식회사 아들과 딸, 베트남 문구 제조·유통 기업 '띠엔롱 그룹'과 업무 협업

|그림 6| 아들과 딸 – 띠엔롱 그룹의 만남

- 지난 14 일, 주식회사 아들과 딸은 베트남 1 등 문구 브랜드인 '띠엔롱 그룹(THIEN LONG GROUP)'과의 협업을 통해 다양한 정글 비트 제품을 제조 및 유통하겠다고 밝힘
- 띠엔롱 그룹은 40 년 전통을 가진 문구 분야 유명 브랜드로 베트남 호치민에 본사를 둔 문구류 제조 및 유통 회사임. 주식회사 아들과 딸의 조진석 대표는 "베트남 1 등 문구 기업인 띠엔롱 그룹과의 협업을 통해 질 좋은 정글 비트 제품을 베트남 아이들에게 선보일 수 있는 기회가 되어 기쁘다"며, "베트남 인기 애니메이션인 '정글 비트 더 무비'를 시작으로 베트남 내 다양한 캐릭터 제품을 제공할 수 있도록 최선을 다해 노력할 것"이라고 밝힘
- 주식회사 아들과 딸은 올해 띠엔롱 그룹과의 업무 협약을 통해 베트남 내 캐릭터 라이선싱 사업분야에서 안정적 자리매김을 할 것으로 기대됨. 또한 캐릭터 라이선싱 사업 이외 CJ HK Entertainment, VTVcab 등과의 미디어 사업 협력을 통해 다방면으로 베트남 소비자와의 만남을 준비하고 있음

[UAE] 사우디 애니메이션 '마사미르(Masameer)' 제작 스튜디오, 넷플릭스와 5 년 계약[14)]

|그림 7| 리야드에 소재하고 있는 'Myrkott' 스튜디오의 모습

- 사우디아라비아의 성인 애니메이션 시리즈 '마사미르'를 제작한 Myrkott 스튜디오가 넷플릭스와 5 년간 독점 파트너십 계약을 맺음. 이 계약은 애니메이션 '마사미르'의 새 시즌들과 다양한 마사미르 영화가 스트리밍 플랫폼을 위해서 제작된다는 것을 뜻하며, 이전 시즌들은 넷플릭스에 업로드되기 전 특별 편집될 예정임
- 이러한 계약은 넷플릭스가 다양한 지역 기반의 콘텐츠를 추가해 자사의 여러 지역 콘텐츠 목록을 확장하려는 목적과 부합함
- Myrkott 스튜디오의 완전히 새롭게 제작된 애니메이션 시리즈 또한 이 계약의 내용으로 포함되는 것으로 알려졌으나 해당 프로젝트가 알려지기까지는 앞으로 시간이 더 걸릴 것으로 보임
- 넷플릭스의 MENAT(중동, 북아프리카, 터키) 지역 콘텐츠 디렉터인 누하 엘 타옙(Nuha El Tayeb)은 이번 계약에 대한 성명서에서 "Myrkott 스튜디오는 MENAT 지역의 애니메이션과 창의적인 이야기의 선두"라고 말하며 "넷플릭스는 사우디아라비아만의 독창적인 이야기에 계속 투자해, 사우디아라비아의 콘텐츠와 이야기가 아랍국가 그리고 세계로 뻗어나도록 하겠다"고 밝힘
- Myrkott 스튜디오의 최고경영자이자 공동창업자인 압둘아지즈 알무자이니(Abdulaziz Almuzaini)는 스튜디오의 애니메이션 제작에 대한 것만이 아닌 더 깊은 파트너십이 되기를 기대한다고 밝힘. 더하여 이번 계약에 대해 "넷플릭스와 일하면서 우리는 사우디·아랍의 능력 있는 인재들에게 큰 꿈을 꾸도록 고무하고 싶다"고 말하며 "기회균등과 재능 그리고 창의성을 지원하겠다"고 언급함. 기회균등, 재능, 창의성은 지난 수년간 Myrkott 스튜디오가 탁월함을 추구할 수 있도록 부채질한 가치로 꼽힘
- 참고로 올 초, Myrkott 스튜디오는 '마사미르: 더 무비'라는 영화를 넷플릭스에 공개한 바 있으며, 이 영화는 주인공 사드(Saad)와 살투(Saltooh) 그리고 칼프(Kalb)가 큰 실패를 겪은 후 슈퍼히어로 그룹에 합류하기 위해 노력하는 모험을 그린 애니메이션임

14) 출처 : https://www.thenational.ae/arts-culture/saudi-animation-studio-behind-masameer-signs-five-year-deal-with-netflix-1.1078527

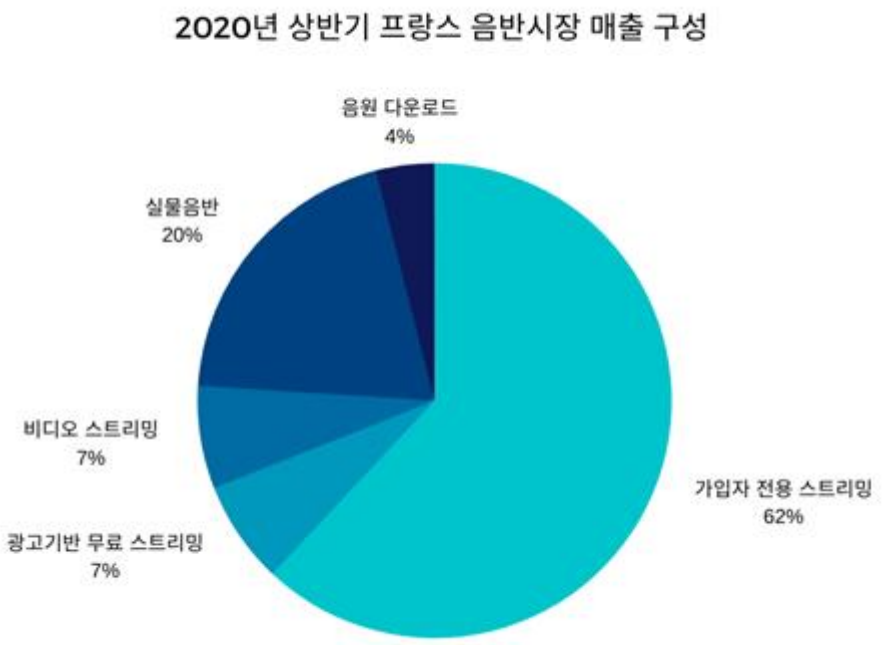
만화·웹툰

[인니] 크위꾸(Kwikku), 웹툰/웹소설 경연대회 개최

- 2020 년 8 월 17 일 인도네시아 웹툰/웹소설 플랫폼인 크위꾸(Kwikku)는 웹툰/웹소설 경연대회 결과를 발표함
- 2020 년 4 월 23 일부터 7 월 23 일까지 진행된 이번 대회는 약 7,000 여 편의 작품이 응모된 가운데 각 분야별 저명한 작가들이 심사위원으로 참여하여 총 13 편의 우수작을 선정함
- 웹툰 분야 심사위원은 파자 메영(Faza Meonk), 스웨따 까르띠까(Sweta Kartika), 디따 아멜리아(Ditta Amelia), 게르디 웨까(Gerdi WK), 란 끌라나(Lan Kelana)이고, 웹소설 분야 심사위원은 에 푸아디(A.Fuadi), 디 레스타리(Dee Lestari), 빠라디따(Paradita), 룰룩 하에프(Luluk HF), 바유 쁘르마나(Bayu Permana)임
- 웹툰 분야 주요 수상작은 1 등 까이리포다(Kyriepoda)의 〈Cinta Bukan Pemeran Utama〉, 2 등 옥또 바링빙(Octo Baringbing)의 〈Lelaki Koin〉, 3 등 삭카 사뜨리아 누그라하(Sakha Satria Nugraha)의 〈Heart Shaped Metal〉로, 각각 1 억만 루피아(약 800 만원), 5,000 만 루피아(약 400 만원), 2,500 만 루피아(약 200 만원) 상당의 상금을 받음
- 웹소설 분야 주요 수상작은 1 등 알림 박띠아르(Alim Bakhtiar)의 〈Sriti Wani〉, 2 등 빤지(Panji)의 〈Perkamen Sanada〉, 3 등 아즈리 작끼아(Azri Zakkiah)의 〈Khudr〉로 각각 2 억만 루피아(약 1,600 만원), 5,000 만 루피아(약 400 만원), 2,500 만 루피아(약 200 만원) 상당의 상금을 받음
- 해당 수상작은 끄위꾸(Kwikku) 플랫폼에 게재되며, 추후 도서 출판의 기회를 가짐
- 한편, 2013 년 설립된 끄위꾸(Kwikku)는 현지 영화제작사인 팔콘 픽쳐스(Falcon Pictures)와 협업하여 2020 년 9 월 1 일부터 10 월 31 일까지 '인생 이야기'라는 테마로 영화 대본 경연대회를 이어 개최함

음악

[유럽] 프랑스 음반시장 2020 년 상반기 매출 2 억 7,900 만 유로[15)]



|그림 8| 2020년 상반기 프랑스 음반시장 매출 구성

- 지난 9 월 16 일 프랑스 음반협회(SNEP)가 발표한 2020 년 상반기 프랑스 음악 시장 매출 보고서에 따르면, 총 매출은 2 억 9,930 만 유로로 2019 년 상반기 (278.3 백만 유로)에 비해 0.4% 증가함.
- 협회는 '프랑스 음반시장은 3 년 연속 성장했으나, 2020 년 상반기는 성장세가 둔화 되었다. 코로나 19 의 영향, 특히 지난봄 이동금지령의 영향으로 보인다'고 총평함.
- 스트리밍 부문은 2 억 1,260 만 유로의 수익을 올려 작년 동기대비 20.7% 성장했으며 (2019 년 상반기에는 1 억 7,620 만 유로), 전체 시장의 76%를 차지함(13 포인트 상승). 또한, 총 스트리밍 횟수는 405 억 회로 작년 동기 333 억 회보다 23% 증가함.
- 실물음반 매출은 5,580 만 유로로 36.8% 감소(2019 년 상반기 8,830 만 유로)하여 전체 매출의 20%로, 작년 동기 32% 대비 크게 하락함. 그중 LP (-14%)가 CD (-39%)보다 매출하락폭이 적으며, 해당 기간 실물음반판매의 31%를 구성함.

15) 출처:프랑스 음반협회 (https://snepmusique.com/non-classe/musique-enregistree-resultats-du-premier-semestre-2020/)

[일본] 해외 활동 제한에도 불구하고 트와이스, 세븐틴 오리콘 차트 기록 경신[16)]

- 13 인조 보이그룹 세븐틴의 일본 두 번째 앨범 '24H'이 첫 주 24.7 만 장을 판매하여 9 월 15 일 발표된 최신 '오리콘 주간 앨범 랭킹'에서 첫 등장 1 위를 획득함. 7 월 6 일, 7 월 13 일 발표된 랭킹에서도 1 위를 한 것에 이어 '네 작품 연속 1 위'를 달성, 해외 아티스트로서는 1998 년 머라이어 캐리, 2019 년 트와이스에 이은 사상 3 번째 아티스트임. 해외 남성 아티스트로서는 사상 첫 기록이라고 함. 또한 '첫 주 매출 20 만 장 초과'로 자기 최고 기록을 기록함.

|그림 9| 트와이스 일본 세 번째 베스트 앨범 '#TWICE3'

- 트와이스는 일본 세 번째 베스트 앨범 '#TWICE 3'이 첫 주 10.9 만 장을 판매하여 9 월 22 일 발표된 최신 '오리콘 주간 앨범 랭킹'에서 첫 등장 1 위를 획득함. 이번 기록으로 해외 여성 아티스트'앨범 통산 1 위 획득 작품 수' 역대 1 위에 보아와 함께 공동 1 위를 차지함. 또한 '통산 일곱 작품 이상 앨범 1 위'는 동방신기(8 작), 보아(7 작) 에 이은 해외 아티스트 사상 3 번째 기록을 획득함.
- 이어 트와이스는 11 월 18 일 일본 7 번째 싱글을 발매할 예정임. 7 월에 발표한 6 번째 싱글 'Fanfare' 까지 일본에서 발매한 열 작품 모두 출하량이 25 만 장을 넘겨 일본 레코드 협회에서부터 플래티넘 인정을 받았음.

16) 출처 :
-https://www.hokkaido-np.co.jp/article/462657
-https://mainichi.jp/articles/20200915/orc/00m/200/001000c
-https://news.yahoo.co.jp/articles/2c154d96f97b43fcf1d5936a346b961ce6e4744a

[일본] 드라마 인기에 버금가는 한국 드라마 사운드 트랙 음반 대히트[17)]

- 제 3 차 한류 열풍에 따라 드라마에서 사용된 OST 음악을 모은 사운드 트랙 판이 히트하고 있음. K-POP 인기 가수들이 극 중 인물의 심정을 표현해 담은 노래가 많은 것이 특징으로 드라마의 감동을 귀를 통해 재현할 수 있다는 것이 사운드 트랙이 히트하는 이유라고 함.
- 이러한 한국 드라마의 사운드 트랙 제작은 킹 레코드의 수석 디렉터 와타리 나오코(渡菜保子)가 기획하였는데, 그는 2016 년 드라마인 '태양의 후예'가 일본에서도 화제를 끌었음에도 드라마의 사운드 트랙은 일본에서 들을 수가 없다는 것을 시장조사를 통해 발견해 그때부터 한국 드라마의 일본판 사운드 트랙의 제작을 위해 노력했다고 함. 드라마별 OST 권리자를 찾아가 교섭하는 등의 과정을 일일이 거쳐 사운드 트랙 CD 음반을 제작/발매하고 있으며, 특히 최근에 발매한 '사랑의 불시착'과 '이태원 클라스'의 사운드 트랙 음반은 두 작품 모두 출하 음반 수가 만 장을 넘기는 기록을 세움.
- 일본판 사운드 트랙을 만들 때 더욱 신경 쓰는 것은 음반 CD 와 함께 제공하는 책자 제작이라고 함. 예를 들면 가사를 작성할 때 번역은 한국 영화 자막 번역을 담당하는 최고 전문가에게 의뢰하며 번역과 함께 가타카나를 달아 드라마 팬들이 OST 를 한국어로 함께 부를 수 있게 제작함.

[UAE] 스포티파이, Riot Games 의 League of Legends 공식 후원[18)]

Spotify 는 League of Legends 글로벌 이벤트의 공식 및 독점 오디오 스트리밍 파트너사로 사인

- Spotify 는 Riot Games 의 League of Legends 의 글로벌 오디오 서비스 제공 업체로 등록, 스폰서십은 MENA 지역을 포함하여 전 세계 리그 오브 레전드 팬들을 위한 오디오 재생 목록을 제공함
- MOBA(Multiplayer Online Battle Arena)게임 League of Legends 는 세계에서 가장 큰 e-스포츠로, 작년에는 5 개 대륙 37 개 이상의 도시에서 토너먼트가 열렸으며, 2019 년 세계 선수권 대회 결승전 시청률은 2,180 만 명의 평균 시청률 기록했음. 게이머와 팬들은 게임뿐만 아니라 스트리밍도 하며, 공식 리그 오브 레전드 사운드 트랙은 월 480 만 명 이상의 Spotify 청취자를 확보하고 있다고 밝힘
- Spotify 는 World 's Anthem 제작 과정의 비하인드 스토리 및 뮤직 비디오를 함께 공개한 후 세계 선수권 대회 개막식에서 공연예정임. 지난 몇 년 동안 Riot Games 는 Imagine Dragons, The Glitch Mob 및 Against the Current 등의 아티스트들과 함께 작업한 바 있음

17) 출처 : https://www.sankei.com/entertainments/news/200921/ent2009210003-n1.html
18) 출처 : https://gulfbusiness.com/spotify-signs-up-as-sponsor-for-riot-games-league-of-legends/

[UAE] 두바이 페스티벌 시티로 돌아온 빛과 물 쇼 'Imagine'[19)]

두바이 홈 페스티벌 리테일 이벤트의 시작을 축하하기 위해 9 월 24 일 다시 시작

|그림 10| 두바이 Imagine 쇼

- 6 개월 동안 보수 작업으로 중단된 Imagine 쇼는 9 월 24 일 재개되어 불꽃놀이와 함께 아기상어 등 핑크 퐁 메들리를 선보일 예정임
- Imagine 쇼는 레이저, 빛, 불과 물 요소를 결합하여 감동적인 서사를 전달하며 360 각도의 스토리, 서라운드 사운드를 사용 청중들과 감성적으로 연결됨
- 새로운 쇼에는 안무가 있는 레이저, 조명 및 C'est La Vie, Jai Ho 및 Imagine 과 같은 히트곡을 선보이며, 3D 효과 매핑 쇼와 같은 맞춤형 콘텐츠가 포함됨. 각각 약 3-4 분 동안 진행되는 이 쇼는 국경일, 축제 및 새해 전야와 같은 중요한 순간을 축하하기 위한 쇼를 진행함

19) 출처 : https://gulfbusiness.com/light-and-water-show-imagine-returns-to-dubai-festival-city/

패션

[인니] 자카르타 패션허브, 공식 오픈

- 2020 년 8 월 18 일 패션계 코워킹 스페이스인 자카르타 패션허브(Jakarta Fashion Hub)가 공식으로 오픈함
- 해당 공간은 비스코스 레이온 생산회사인 아시아 퍼시픽 레이온(Asia Pacific Rayon)사가 설립하였으며, 컨셉 기획, 제품 디자인 등 패션 관련 일체 활동을 한 공간에서 실행할 수 있도록 다양한 시설을 구비하고 있음
- 특히, 사진 촬영 스튜디오를 구축하여 청년 패션 창업가들이 저렴한 비용에 임차하여 활용할 수 있게 함
- 이 외에도 아시아 퍼시픽 레이온사와 협업한 디자이너들의 작품 전시공간도 함께 마련되어 있음
- 아시아 퍼시픽 레이온사의 바스리 깜바(Basrie Kamba) 대표이사는 “대학생, 디자이너, 패션 사업가 등 패션 업계 종사자들이 해당 공간을 통해 인도네시아 패션산업 발전에 이바지하기를 바란다.”라고 밝힘
- 한편, 자카르타 패션허브는 올해 말까지 모든 방문자 대상 무료 멤버십을 제공하며, 구비시설을 사용하기 위해서는 사전에 웹사이트(www.jakartafashionhub.com)를 통해 예약 후, 50,000 루피아/일(약 4,000 원 상당)을 지불해야 함

통합(정책·기타)

[북경] 인터넷정보판공실, 인터넷 뉴스정보서비스 허가 연장등록 개시

- 최근, 국가인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)은 인터넷 뉴스정보서비스 허가 연장등록 작업을 개시함. 작업 개시 후 인민망(人民网)・신화망(新华网)・CCTV 국제망(央视国际)이 첫 번째로 허가 연장등록을 완료함. 2017 년 6 월 1 일부터 시행된 〈인터넷 뉴스정보서비스 관리규정(互联网新闻信息服务管理规定)〉에 따라 인터넷 뉴스정보서비스 허가증의 유효기간은 3 년이며, 관련 업무에 종사하는 사업자는 유효기간 만료 30 일 전에 연장을 신청해야 함.

[심천] 심천시 룽강구(龙岗区), 첫 e-스포츠 발전 추진 정책 발표

- 최근 웨강아오 대만구(粤港澳大湾区) 지역 내 e-스포츠 산업 발전 추진을 위하여 '대만구 e-스포츠 전략 산업 협력 발표회'가 심첨미디어그룹주최하에 개최되었음. 이 자리에서 마카오 e-스포츠협회 회장 허유쥔(何猷君)이 창립한 V5 e-스포츠 클럽을 심천시 룽강구 다윈센터에 입주 시키며 상시 훈련 및 운영을 센터에서 진행할 계획이라고 밝혔음.
- 심천시의 경우 게임/e-스포츠 관련 우수한 산업 기반을 바탕으로 게임 산업 매출이 지속적으로 상승세를 보이고 있으며, 콘텐츠, 기술, 시장 등의 방면에서도 타 지역과 비교 시 상대적으로 우위에 있음. 2020 년 룽강구는 심천시 최초로 e-스포츠 산업 육성 정책인 〈룽강 e-스포츠 산업 9 조(龙岗电竞产业 9 条)〉를 발표하였으며 e-스포츠 산업 관련 기업을 대상으로 입체적인 지원 서비스를 제공할 예정임.
- 〈룽강 e-스포츠 산업 9 조〉 핵심 내용은 ▶자체 개발 게임에 대한 저작권 등록증 보유 게임 기업을 대상으로 기업 당 연간 최고 10 만 위안의 장려금 지급 ▶전국 e-스포츠 프로 대회 혹은 글로벌 대형 e-스포츠 대회의 게임으로 선정될 경우 프로젝트별 백만 위안의 보너스 지급. ▶각 지역의 e-스포츠 클럽들이 룽강구 지역 내 게임사업 발전을 위하여 최근 2 년간 룽강구로 이전한 톱 클럽에 대해 200 만 위안의 정착 장려금 지급 ▶e-스포츠 경기장 건설에 투자한 룽강구 내 기업을 대상으로 맞춤형 문화 체육 시설 지원 정책에 따라 최대 200 만 위안까지 지원함.

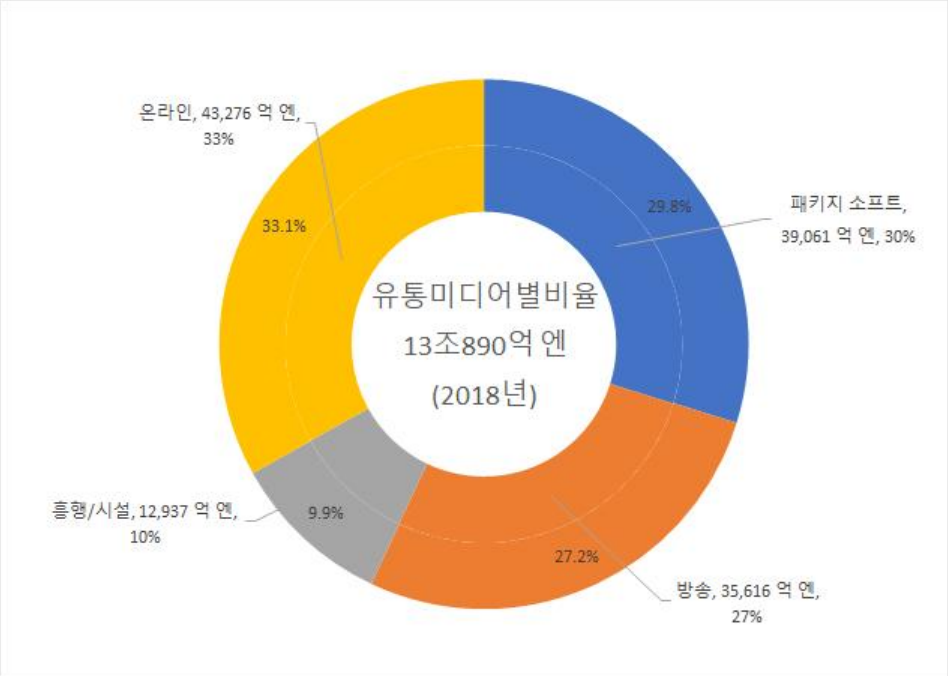
[일본] K-POP 아티스트의 애독서가 팔리는 이유, 팬 심리를 자극한 '서적의 한류 붐'[20)]

|그림 11| 도쿄 이케부쿠로 HMV 서점에 배치된 K-POP 아티스트 애독서 코너

- '나는 나로 살기로 했다'가 일본에서 40 만 부, '죽고 싶지만, 떡볶이는 먹고 싶어'와 '하마터면 열심히 살 뻔했다'가 각각 10 만 부 판매를 달성함. 호평에 판매되고 있는 한국 에세이와 자기계발서의 공통점은 BTS 나 동방신기, BLACKPINK 등 K-POP 아티스트들의 애독서라는 것임
- 좋아하는 아티스트가 추천하는 책을 읽고 싶어 하는 팬들의 마음에 힘입어 일본 전국의 HMV&BOOKS 서점에서는 'K-POP 아티스트들의 애독서 코너'를 개설해 영화로도 개봉 예정인 '82 년생 김지영'의 원작 소설책과 화제의 자기계발서 에세이들을 전시 중임. 이러한 'K-POP 스타 애독서' 페어는 HMV 본사가 제안해 올해 7 월부터 진열됨. K-POP 앨범 진열대 밑에 함께 배치되어 10 대부터 20 대 후반의 여성 고객 층에게 호평을 받고 있음.
- 또한, BTS 의 뷔가 공항에서 들고 있는 모습이 화제가 된 서적 '말의 내공'에는 표지의 3 분의 1 이상이 'BTS 뷔의 애독서'라는 문구가 채우고 있는 등 팬들의 심리를 자극한 마케팅 또한 진행 중임.
- 'K-POP 아티스트들의 애독서'는 처음 기획 당시에는 일시적인 '페어'의 형태로 진행될 예정이었으나 상설 코너로 변경되어 앞으로도 K-POP 아티스트들의 SNS 나 동영상들을 참고로 해 새로운 애독서 제품군을 추가해 나갈 예정임.

20) 출처 : https://news.yahoo.co.jp/articles/0c90c173e29bda9b075d293e7e3b8b030ba187ef?page=1

[일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 1 – 유통 미디어별 시장 규모



|그림 12| 일본 콘텐츠 시장 유통 미디어별 비율[21)]

- 2018 년 기준 일본 콘텐츠시장의 총 규모는 13 조 890 억 엔이며, 이는 전년도보다 무려 5,212 억 엔이 증가한 수준임. 이 중 '패키지 소프트'가 30%를 차지함.
- 패키지소프트란 DVD 와 같은 영상 소프트, CD, 가정용 게임 소프트와 신문과 잡지 등 지면으로 인쇄되는 콘텐츠를 일컫는데 약 4 조 규모의 시장이며, 특히 한국에서는 생소하다고 할 수 있는 DVD 판매 및 렌탈 관련의 3,361 억 엔 부분이 눈길을 끔.

21) 출처 : 일본영상소프트협회 연간매출통계 및 렌탈점 실태조사 추산, 휴먼미디어사 일본과 세계의 미디어콘텐츠시장 데이터베이스 2019 발췌

[베트남] 강경화 장관, 18 일 한-베 외교부 장관 회담, 필수인력 입국 협의

|그림 13| 2019년 베트남, 강경화 외교부 장관과 팜빙 밍 외교부 장관

- 강경화 외교부 장관은 오는 17~18 일 이틀 일정으로 베트남을 방문, 양국 간 협력 증진 방안을 논의할 것이라고 외교부 대변인은 전함
- 강경화 장관은 팜 빙 밍(Pham Binh Minh) 베트남 부총리 겸 외교부 장관의 초청으로 베트남 방문 및 18 일 하노이에서 한-베트남 외교부 장관 회담을 가질 예정이며, 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)상황에서 베트남을 공식 방문하는 첫 외교부 장관임
- 강 장관은 이번 방문에서 응우옌 쑤언 푹(Nguyen Xuan Phuc) 베트남 총리도 예방할 예정임. 한-베트남 외교 회담에서는 코로나 19 대응 협력, 양국 간 전략적 협력 동반자 관계 발전, 지역·국제 정세 등을 논의 예정임. 또한 기업인 등 필수인력의 베트남 입국 제도화, 양국 간 정기 항공편 재개 방안, 경제 협력 방안 등을 협의하며, 이와 함께 베트남 현지 삼성, LG, SK 등 한국 기업 대표, 현지 교포와 간담회도 예정되어 있음

[UAE] 사우디아라비아인, TV 보다 모바일 동영상을 두 배 더 시청[22)]

대부분의 시청자들은 장편 TV 또는 동영상 시리즈 시청이 너무 많은 시간을 할애해야 한다고 생각

|그림 14| 스냅챗 이미지

- Snapchat 을 소유한 Snap 의 새로운 보고서에 따르면 사우디는 현재 평균적으로 엔터테인먼트를 위해 휴대 전화로 4 시간 5 분을 소비하는 반면 TV 를 시청하는 데는 하루 1 시간 58 분을 소요함
- 이 보고서에 따르면 수직 디스플레이로 만들어진 고품질 스토리텔링에 대한 소비자의 수요가 급증하면서 TV 품질의 모바일 콘텐츠에 대한 수요가 그 어느 때보다 빠르게 증가하고 있음. 90 %의 시청자들은 장편 TV 또는 동영상 시리즈가 바쁜 삶에 너무 많은 시간을 할애하게 만들기 때문에 한때 '추가'로 여겨지던 프리미엄 모바일 동영상을 더 시청한다고 밝힘
- Snap 의 MENA 지역 디렉터 Hussein Freijeh 에 따르면 모바일 매체와 비디오로 소통하는 사람들의 소비방식이 급격히 변화하고 있으며, 브랜드 커뮤니케이션에서 엔터테인먼트에 이르기까지 좋아하는 브랜드와 연결되고 주변 세계에서 일어나는 일을 파악하기 위해 점차 모바일 콘텐츠로의 전환이 이루어지고 있다고 함

22) 출처 : https://gulfbusiness.com/saudis-spend-twice-as-much-time-watching-mobile-video-as-tv-study-shows

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 KOCCA

미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장	+1-323-935-2070	thinkju@kocca.kr
유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장	+33-1-42-93-02-84	misterx1@kocca.kr
중국 비즈니스센터(북경) 김상현 센터장	+86-10-6501-9971	willbe@kocca.kr
중국 비즈니스센터(심천) 남궁영준 센터장	+86-755-2692-7797	pinoky14@kocca.kr
일본 비즈니스센터(동경) 황선혜 센터장	+81-3-5363-4511	hwang216@kocca.kr
인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장	+62-21-2256-2396	girl94@kocca.kr
중동마케터(UAE 아부다비) 오현전 부장	+971-2-491-7227	oh@kocca.kr
베트남마케터(하노이) 홍정용 부장	+84-39-226-4093	hongiy@kocca.kr

발행인 김영준
발행처 한국콘텐츠진흥원
ISSN 2733-578X
전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
1566-1114
www.kocca.kr