

# 2026

## WEEKLY GLOBAL



위클리글로벌

481 호





# 목차

## 위클리글로벌 | 481 호

2026년 5월 18일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 방송·영화·OTT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [북경] 광전총국, 2025년 중국 방송산업 통계 발표</li> <li>• [북경] 광전총국, 2026년 1분기 중국산 드라마 발행허가 리스트 발표</li> <li>• [북경] 2026년 중국 노동절 연휴 박스오피스 7억 5,859만 위안</li> <li>• [오사카] TV 도쿄 홀딩스 순이익 4% 증가 전망... 애니메이션·스트리밍 호조</li> <li>• [태국] 태국 문화부, 칸 영화제 참석해 지속적인 홍보</li> <li>• [UAE] 영화 &lt;Halal Dreams&gt;, 글로벌 영화제 진출 통해 UAE 독립영화 성장 가능성 확대</li> <li>• [호주] 워너브라더스 &lt;모탈 컴бат 2&gt; 퀸즐랜드 촬영... 골드코스트 글로벌 제작지로 부상</li> <li>• [싱가포르] 한국 드라마 제작사 미스터로맨스, 싱가포르관광청과 파트너십 MOU 체결</li> <li>• [프랑스] 윤가은 감독의 &lt;세계의 주인&gt; 프랑스 개봉</li> <li>• [뉴욕] CNN 시리즈 &lt;K-Everything&gt; 통해 K-문화 확산 조명</li> <li>• [멕시코] 어머니날 특집: 멕시코 미디어가 추천하는 명작 K-드라마 속 어머니 캐릭터 3선</li> <li>• [스웨덴] 스웨덴 영화·TV 업계, 해외 스트리밍 기업 대상 '스트리밍세' 도입 촉구</li> <li>• [스웨덴] 2025년 스웨덴에서 유튜브, 일반 TV 시청률 추월</li> <li>• [아르헨티나] 디즈니플러스, 한국 드라마 &lt;21세기 대군부인&gt; 공개</li> <li>• [아르헨티나] 충격적 반전의 넷플릭스 한국 드라마</li> <li>• [아르헨티나] 칸을 사로잡고 한국 영화계의 새바람이 될 &lt;군체&gt;</li> <li>• [캐나다] Bell Media, 1분기 광고 매출 감소... 디지털·스트리밍 부문은 성장 지속</li> <li>• [폴란드] TVP, &lt;더 보이즈 오브 폴란드&gt; 시즌 17 제작 확정, 프리 캐스팅 시작</li> <li>• [폴란드] 체코 공영방송 CT, 4월 시청률 1위 수성... 주요 시간대는 민방이 주도</li> <li>• [폴란드] 체코 프라하 'Naruby' 영화제 개최... 교회에서 B급·컬트 무비 상영</li> <li>• [영국] 영국 아카데미상 텔레비전 부문 시상식 결과</li> <li>• [영국] 영국 부동산 개발업체, 스튜디오에서 데이터센터 건설로 사업 방향 전환</li> </ul>
 게임·융복합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [북경] 국가신문출판서, 4월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 명단 발표</li> <li>• [오사카] 토에이, 게임 브랜드 '토에이 게임즈' 설립</li> <li>• [인니] 인도네시아 이스포츠 팀, 초대 'SEA 이스포츠 네이션스컵 2026' 종합 우승</li> <li>• [베트남] 한-베, &lt;베트남 게임버스 2026&gt;서 게임 산업 협력 '맞손'</li> <li>• [사우디] 새비 게임즈 그룹, 로블록스와 업무협약 체결... 사우디 시장 진출 본격화</li> <li>• [러시아] 제 4회 Cyber Saturday, K 콘텐츠를 중심으로 구성</li> <li>• [러시아] 모스크바와 브라질, 게임산업 발전에 협력 예정</li> <li>• [스웨덴] 스킨레프테오, 창작산업 네트워킹 행사 'SKEÅ: CREATIVE CONNECT' 개최</li> <li>• [캐나다] Canadian Game Awards 2026, 'Mass Effect' 성우 참여·체험형 행사 확대 예고</li> </ul>




구분	제목
 <p>애니·캐릭터</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[심천] AI 하이엔드 아트토이 브랜드 모모토이, 상하이·우한·쑤저우에 오프라인 매장 동시 운영</li> <li>[심천] 유쿠와 시장조사 기관 CTR, &lt;2026 애니메이션 마케팅 가이드&gt; 공동 발표</li> <li>[호주] 호주·캐나다·싱가포르 공동제작 애니메이션 &lt;It's Andrew!&gt; 방영</li> <li>[싱가포르] 월트디즈니컴퍼니, 2027년 싱가포르에서 아시아 최초 'D23 아시아' 팬 행사 개최 발표</li> <li>[러시아] 아동용품 산업 컨퍼런스, 애니메이션 기반 성장모델 논의</li> <li>[러시아] 일본 애니메이션 제작사, 우즈베키스탄에 지사 설립 예정</li> <li>[브라질] Crunchyroll, 글로벌 'Ani-May' 캠페인 브라질 5개 주요 도시에서 전개</li> <li>[도쿄] 日 애니메이션 스튜디오, 하도급에서 벗어나 IP 직접 확보로 수익 구조 재편</li> </ul>
 <p>만화·웹툰·스토리</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[폴란드] 출판 업계, 구글에 뉴스 사용료 요구... 협상 장기화 국면</li> </ul>
 <p>음악</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[오사카] 5월 29일 아시아 최대 재즈 페스티벌 '자바 재즈 페스티벌 2026' 개최</li> <li>[베트남] 싸이·박재범·웬디, 하노이 &lt;K-PULSE HANOI 2026&gt; 공연 합류</li> <li>[태국] 태국에서 K 팝 인기는 하락세일까?</li> <li>[태국] 밀리, 레드불 댄스 경연대회의 무대를 뜨겁게 달굴 예정</li> <li>[필리핀] 2026년 아세안 의장국 필리핀 마닐라에서 '2026 ROUND in the Philippines' 개최</li> <li>[멕시코] BTS, 멕시코 대통령궁 발코니서 5만 팬과 역사적 만남</li> <li>[멕시코] BTS 멤버 지민·진·슈가, 루차리브레 성지 아레나 멕시코 깜짝 방문... 미스티코와 포옹까지</li> <li>[멕시코] BTS, 멕시코 투어 2일 차... '루차 리브레' 문화 융합과 초창기 향수 자극하며 성료</li> <li>[멕시코] 멕시코 경제부 장관, 막후 외교 일정 직후 BTS 콘서트 관람 인증 화제</li> <li>[브라질] 한국 콘텐츠 기업, 리우데자네이루서 브라질 기업과 비즈니스 협력 논의</li> <li>[스웨덴] 스웨덴 작곡가들, 'ASCAP 팝 뮤직 어워드' 수상</li> <li>[스웨덴] 스포티파이, 아티스트 인증 배지 도입</li> <li>[아르헨티나] BTS, 새 앨범에 담긴 의미 및 아르헨티나 최초 방문에서 기대되는 것</li> <li>[아르헨티나] 오늘 자 아르헨티나 아이튠즈 최고 인기곡, 서인국의 &lt;Out of time&gt;</li> <li>[아르헨티나] 페루에서 울려 퍼질 BTS의 아리랑 월드 투어 2026 공식 세트리스트</li> <li>[아르헨티나] 2026년 칠레에서 개최되는 BTS 콘서트</li> <li>[영국] 스트레이 키즈의 인지도와 인기</li> </ul>
 <p>패션</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[UAE] 중동 전쟁 장기화에 따른 글로벌 럭셔리 패션 산업 불확실성 확대</li> <li>[호주] 호주 패션업계, AI 활용 확대 속 창작 윤리 논쟁 확산</li> <li>[영국] 주요 순간에 등장하는 블레이저 패션</li> </ul>



# 목차

위클리글로벌 | 481 호

2026년 5월 18일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [북경] 중앙인터넷정보판공실, 숏폼 콘텐츠 표시 규범화 추진</li> <li>• [북경] 2026년 1분기 중국 규모이상 문화산업 기업 매출액 3조 3,939억 위안</li> <li>• [북경] 2026년 1분기 중국 인터넷 관련 서비스사업 매출액 5,027억 위안</li> <li>• [심천] 2026 홍콩 일러스트레이션 앤 크리에이티브 쇼, 5월 23일부터 개최</li> <li>• [오사카] 엔터테인먼트 수출 육성, 장기적 관점 필요</li> <li>• [베트남] 베트남 정부, 디지털 저작권 침해 대응 및 법 집행 강화</li> <li>• [태국] 지식재산권의 힘으로 경제를 이끌겠다는 핵심 사명 발표</li> <li>• [사우디] SDAIA, 책임 있는 AI 활용 규제를 위한 답페이크 가이드라인 발표</li> <li>• [인도] 인도, 창조경제 측정 체계 강화 IP · 디지털 콘텐츠 중심 성장 전략 추진</li> <li>• [인도] 'Franchise India 2026', 텔리서 개최- 130개 이상 글로벌 브랜드 참가 예정</li> <li>• [호주] 연방정부 Screen Australia, 국제 진출형 작가 · 감독 육성 프로그램 참가자 모집</li> <li>• [싱가포르] 말레이시아 사바 지역 창작 산업 육성 행사 '크리에이티브! 이스트 사바 2026' 첫 개최 성료</li> <li>• [싱가포르] 정보통신미디어개발청법 개정안 통과</li> <li>• [필리핀] 2026 코리아 페스티벌 필리핀 여름의 수도 '바기오'에서 개최</li> <li>• [프랑스] CNC, 70만 유로 규모 영화·영상 교육 지원 기금 신설</li> <li>• [프랑스] Canal+와 Hachette Livre 합작 회사 설립</li> <li>• [뉴욕] 국제 캐스팅 디렉터 협회, AI 캐스팅 가이드라인 발표</li> <li>• [러시아] 연방통신감독청, 주요 게임사들과 개인정보 관련 소송 시작</li> <li>• [러시아] 애니메이션 제작비 전액 지원, 5월 6일부터 시행</li> <li>• [러시아] 인공지능법 초안, 인공지능 콘텐츠 표시 플랫폼 확인 의무 삭제</li> <li>• [멕시코] 멕시코 음악 산업, AI 시대 저작권 보호위한 대규모 포럼 개최</li> <li>• [캐나다] 캐나다 정부, 'AI·노동 자문위원회' 신설 추진... 노동계 의견 반영 강화</li> <li>• [캐나다] 개인정보 감독기관, OpenAI의 ChatGPT 학습 데이터 수집 방식 위법 판단</li> <li>• [영국] 문화예술 활동과 생물학적 노화 속도 저하의 연관성</li> <li>• [도쿄] 칸 마르쉐 뒤 필름, 2026 주빈국으로 일본 선정... 일본 콘텐츠 역대 최대 규모 소개</li> </ul>



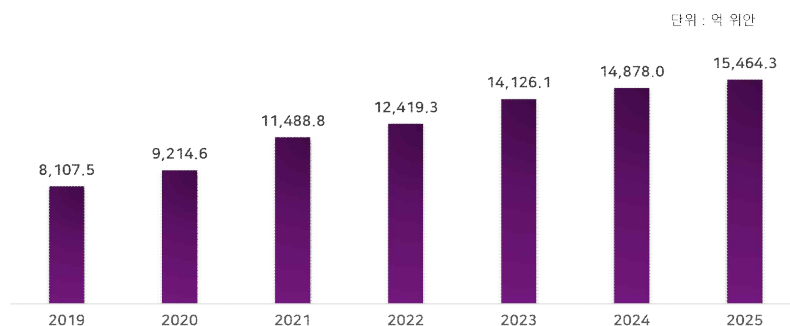


☑ [북경] 광전총국, 2025 년 중국 방송산업 통계 발표

● 5 월 13 일, 국가광전총국(国家广播电视总局)이 발표한 <2025 년 전국 방송산업 통계 공보(2025 年全国广播电视行业统计公报)<sup>1)</sup>>에 따르면 2025 년 중국 방송 및 온라인 시청 산업 총 매출액은 전년 대비 5.22% 증가한 1 조 5,464 억 2,900 만 위안(약 341 조 3,587 억 원)으로 집계됨

- ☑ 이 중 방송과 인터넷 시청업무로 발생한 실제 매출액은 전년 대비 5.00% 증가한 1 조 3,308 억 1,300 만 위안(약 293 조 7,636 억 원)이며, 정부 보조금 수입 1,042 억 4,500 만 위안(약 23 조 193 억 원), 기타 수입 1,113 억 7,100 만 위안(약 24 조 5,884 억 원)으로 집계됨. 부문별로는 스포츠 및 라이브 커머스 매출은 4,795 억 4,400 만 위안(약 105 조 9,072 억 원), 기술 서비스 및 게임 등 기타 매출은 1,853 억 8,900 만 위안(약 40 조 9,431 억 원)으로 전년 대비 각각 11.28%와 11.02% 증가함
- ☑ 작년 말 기준 중국 내 IPTV 가입자는 4 억 가구 이상이며, OTT 평균 월간 활성 이용자는 2 억 8,500 만 가구임. 온라인 비디오 유료 회원은 7 억 7,400 만 명, 스포츠 콘텐츠 업로드 사용자는 10 억 명을 상회함

2019-2025 중국 방송 및 인터넷 시청산업 매출액 추이



[그림 1] 2019-2025 중국 방송 및 인터넷 시청산업 매출액 추이

☑ [북경] 광전총국, 2026 년 1 분기 중국산 드라마 발행허가 리스트 발표

● 4 월 24 일, 국가광전총국(国家广播电视总局)은 공식 홈페이지를 통해 <2026 년 1 분기 발행허가 현황(关于 2026 年第一季度全国国产电视剧发行许可情况的通告)<sup>2)</sup>>을 발표함

- ☑ 해당기간 발행을 허가받은 중국산 드라마는 총 28 편 814 화이며, 현대(现代) 배경 소재 작품은 포함되어 있지 않음

1) 출처: [https://www.nrta.gov.cn/art/2026/5/13/art\\_113\\_73265.html](https://www.nrta.gov.cn/art/2026/5/13/art_113_73265.html)

2) 출처: [https://www.nrta.gov.cn/art/2026/4/24/art\\_113\\_73133.html](https://www.nrta.gov.cn/art/2026/4/24/art_113_73133.html)

2026년 1분기 중국 내 방영허가 발급받은 중국산 드라마 시대배경 분류

시대 구분	작품수	비율	편수	비율
당대	17	60.71%	470	57.74%
현대	0	0.00%	0	0.00%
근대	5	17.86%	163	20.02%
고대	5	17.86%	163	20.64%
중대	1	3.57%	13	1.60%
총 합계	28		814	

\* 당대(当代) : 개혁개방(1978년) 이후 / 현대(现代) : 1949년부터 개혁개방전 / 근대(近代) : 중국 신해혁명(1911년)부터 1949년 / 고대(古代) : 신해혁명 이전 / 중대(重大) : 광전중국기 중대 혁명과 역사에 대해 규정한 시기(소재)

### ☑ [북경] 2026년 중국 노동절 연휴 박스오피스 7억 5,859만 위안

- 중국 영화 박스오피스 분석 플랫폼 마오옌 전문가버전(猫眼专业版) 데이터에 따르면, 올해 노동절 연휴기간인 5월 1일부터 5일까지 중국 영화 박스오피스는 7억 5,859만 위안(약 1,638억 원)으로 전년 동기 대비 1.44% 증가함
  - ☑ 해당 기간 동원된 관람객 수는 전년 동기 대비 10.26% 증가한 2,084만 9천 명이며, 평균 영화 티켓 판매 금액은 36.3 위안(약 7,838 원)임
  - ☑ 해당 기간 가장 높은 흥행 성적을 거둔 작품은 5월 1일 개봉한 <소실적인(消失的人)>으로 박스오피스 2억 6,440만 위안(약 570억 9,453만 원)을 기록함. 이어 2위를 기록한 작품 역시 동일한 날짜에 개봉한 <한전 1994(寒战 1994)>로 2억 79만 위안(약 433억 원)을 기록함. 3위는 4월 30일 개봉한 <악마는 프라다를 입는다 2>로 해당 기간 5,819만 위안(약 125억 원)을 기록함

### ☑ [오사카] TV 도쿄 홀딩스 순이익 4% 증가 전망...애니메이션·스트리밍 호조 3)

- 지난 5월 8일, TV 도쿄 홀딩스는 2027년 3월기 연결 순이익이 전년 대비 4% 증가한 80억 엔에 도달할 전망임을 발표. 해외 애니메이션 판매 확대 및 게임화에 따른 판권 수입, 스트리밍 광고 및 플랫폼 판매 증가가 실적을 견인할 것으로 보임
  - ☑ 매출은 전년 대비 2% 증가한 1,680억 엔, 영업이익은 1% 증가한 115억 엔 예상. 지상파·BS 방송 사업은 광고 수요 변화 영향으로 영업이익이 29% 감소한 35억 엔으로 전망되고 있으나, 애니메이션·스트리밍 사업이 이를 상쇄할 것으로 분석됨
  - ☑ 현재 진행 중인 중기 경영계획도 상향 조정되어 2028년 3월기 영업이익 목표가 125억 엔으로 설정. 매출은 1,730억 엔, 순이익은 89억 엔으로 전망되며 주주환원 정책도 강화 예정
  - ☑ 2026년 3월 기 연결결산에서는 순이익이 77억 엔으로 사상 최고치를 기록했으며, 매출은 1,649억 엔,

3) 출처: <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC073WY0X00C26A5000000>

영업이익은 114 억 엔으로 역대 최고 수준을 달성. 지상파·BS 방송 사업의 영업이익은 55 억 엔으로 지상파 방송에서 반영되는 중간 광고가 이익 확대를 견인하였음

- ☞ 애니메이션·스트리밍 사업의 영업이익은 65 억 엔으로 ‘NARUTO’, ‘BORUTO’ 등 IP 기반 애니메이션의 게임화 및 상품화로 해외 권리 수입을 확보. 일본에서 방송 수요가 감소하고 있는 가운데 TV 도쿄 홀딩스가 새로운 사업을 통해 경쟁력을 유지할 수 있는지 귀추가 주목되고 있음

#### ☑ [태국] 태국 문화부, 칸 영화제 참석해 지속적인 홍보 4)

##### ○ 올해에도 태국 문화부는 상무부 등과 협력해 5 월 12 일부터 23 일까지 프랑스 칸에서 열리는 제 79 회 칸 영화제에 민간업체들을 이끌고 참가해 다양한 행사를 선보였음

- ☞ 5 월 14 일, 칸에서 ‘감독과의 대화’ 행사를 주재한 싸비다 타이셋 문화부장관은 공공·민간의 협력을 통해 ‘콘텐츠 타일랜드(Content Thailand)’를 더욱 진흥할 것이라고 밝혔음
- ☞ 태국에서는 올해 칸 영화제에 영화 <9 왓수싸완(9 Temples to Heaven)>가 감독 주간, 19 분짜리 단편영화 <탐아라이(What Do You Seek in the Dark)>가 비평가 주간에 출품되었음
- ☞ 또한 문화부는 ‘태국영화 쇼케이스 칸 2026(Thai Cinema Showcase Cannes)’ 행사를 개최하고 태국을 대표하는 제작사들의 영화를 홍보하고 교류하는 네트워크 자리를 만들었음
- ☞ 특히 올해 8 월 개봉을 앞둔 태국 영화 <감싸라팝킹머피(The Confession of Shaman)>에 카메오로 출연한 K 팝 그룹 갓세븐의 태국인 멤버 뱀뱀이 태국부스 개관식, 레드카펫, 타이 나이트(Thai Night)를 비롯한 다양한 행사에 참석해 태국을 홍보할 예정임
- ☞ 이외에도 태국은 투자비용 500 만 바트(약 23 억 원) 이상의 경우 최대 20%까지 현금으로 환급해주는 태국 로케이션 정책을 적극 홍보할 예정임



[그림 2] 칸 영화제 뱀뱀 참가 홍보물

4) 출처: <https://www.thairath.co.th/news/governmentpolicy/2931513>

☑ [UAE] 영화 <Halal Dreams>, 글로벌 영화제 진출 통해 UAE 독립영화 성장 가능성 확대 5)

- UAE 영화 감독 모하메드 맘두(Mohammed Mamdouh)의 단편 영화 <Halal Dreams>가 오스카 출품 자격 영화제에 진출하며 UAE 독립영화 산업의 글로벌 확장 가능성을 보여주고 있음
  - ☑ 해당 작품은 뉴욕 쇼츠 국제영화제, LA 쇼트필름 어워즈 등 국제 영화제에서 수상하며 주목받고 있으며, 이집트 출신 할랄 푸드트럭 노동자의 삶과 가족 관계를 다룬 하이브리드 다큐멘터리 형식으로 제작됨
  - ☑ 맘두 감독은 과거 아부다비 영화제와 에미리츠 영화제를 통해 활동을 시작했으며, 이후 OSN·StarzPlay·Dubizzle 등 중동 미디어 및 플랫폼 기업에서 브랜드·미디어 관련 업무를 수행한 바 있음. 현재는 샤르자 아메리칸대학에서 영화 및 뉴미디어 디자인을 강의하며 창작 활동을 병행 중
  - ☑ 영화는 뉴욕 타임스퀘어 주변 할랄 푸드트럭 종사자들과의 실제 경험에서 영감을 받아 제작되었으며, 대부분의 출연자가 현지 일반인으로 참여하는 등 다큐멘터리와 극영화 요소를 결합한 연출 방식을 활용함
  - ☑ 맘두 감독은 현재 차기 프로젝트 ‘Moments Apart’를 준비 중이며, 치매와 알츠하이머 환자의 시점을 전통 영화와 VR 콘텐츠를 결합해 표현하는 몰입형 스토리텔링을 기획하고 있음. 이는 UAE 내 영상 콘텐츠와 신기술 융합 사례로도 주목받고 있음
  - ☑ 이번 사례는 UAE 로컬 창작자들이 국제 영화제와 글로벌 콘텐츠 플랫폼을 기반으로 활동 범위를 확대하고 있으며, 중동 지역 독립영화 산업 역시 글로벌 시장과 연결되는 흐름이 강화되고 있음을 보여주는 사례로 평가됨

☑ [호주] 워너브라더스 <모탈 컴бат 2> 퀸즐랜드 촬영... 골드코스트 글로벌 제작지로 부상 6)

- 주정부 지원 아래 대형 해외 프로젝트 유치 확대... 현지 제작 인프라와 인력 경쟁력 주목
  - ☑ 워너브라더스와 뉴라인시네마의 액션 영화 ‘모탈 컴бат 2(Mortal Kombat II)’는 빌리지 로드쇼 스튜디오 (Village Roadshow Studios)를 포함한 퀸즐랜드 지역에서 촬영됐으며, 시드니와 골드코스트에서 진행된 호주 프리뷰 행사에서는 현지 촬영 경험과 퀸즐랜드 제작 환경에 대한 이야기가 소개됨
  - ☑ 코로나 팬데믹 기간 국제 촬영지 다수가 폐쇄됐던 2020~2021 년 이후, 퀸즐랜드 정부는 현지 스크린 산업 육성을 적극 추진해 왔으며, 주정부 스크린 지원 기관인 스크린 퀸즐랜드(Screen Queensland)는 제작 지원 정책을 통해 ‘모탈 컴бат 2’와 ‘아나콘다(Anaconda)’ 리메이크 등 해외 프로젝트 유치에 나서고 있음
  - ☑ 스크린 퀸즐랜드에 따르면 ‘모탈 컴бат 2’는 골드코스트에서 560 명 이상의 현지 출연진과 제작진을 고용하였고, 제작 과정에서 약 6,800 만 호주달러 (한화 약 620 억) 규모의 경제 효과를 창출하였으며 현지 인력들이

5) 출처:

<https://www.thenationalnews.com/arts-culture/2026/03/13/uae-filmmaker-mohammed-mamdouhs-halal-dreams-heads-to-oscar-qualifying-festival>

6) 출처: <https://www.abc.net.au/news/2026-05-12/mortal-kombat-two-gold-coast-interview/106665908>

대형 프로젝트 경험을 축적하는 계기가 되고 있다고 설명함

- ☑ 감독 사이먼 맥쿼이드(Simon McQuoid)는 호주가 이미 국제 스크린 제작 산업에서 경쟁력 있는 제작지로 자리하고 있다고 평가하며 세제 지원과 숙련된 제작진, 지속적인 인력 양성 구조 등을 강점으로 언급했고, 영화에 출연한 브리즈번 출신 배우 조시 로슨(Josh Lawson) 역시 해외 제작 유치를 지속하기 위해 정부 차원의 산업 지원과 스튜디오 공간 확대가 중요하다고 강조함



[그림 3] 모탈 컴뱃 2(Mortal Kombat II) 촬영 현장(출처: ABC News 보도자료)

## ☑ [싱가포르] 한국 드라마 제작사 미스터로맨스, 싱가포르관광청과 파트너십 MOU 체결 7)

### ○ 〈바이 킹〉 현지 촬영을 첫 협력 사업으로 추진, 드라마 촬영지 관광 자원화 전략 가동

- ☑ 싱가포르관광청(Singapore Tourism Board)이 2026년 5월 8일 연례 관광 산업 컨퍼런스 TIC 2026에서 한국 드라마 제작사 미스터로맨스(Mr. Romance, 대표 심세윤)와 3년 파트너십 MOU를 공식 체결
- ☑ 미스터로맨스는 디즈니+ 오리지널 시리즈 〈무빙〉과 〈조명가게〉를 제작한 회사로, 싱가포르 관광청은 이번 협약을 통해 드라마 속 촬영지를 직접 방문하는 여행 트렌드인 셋제팅(Set-jetting) 전략을 본격 추진할 계획. 협력의 첫 사업은 주지훈·이준호 주연의 넷플릭스 오리지널 드라마 〈바이 킹(Buy King)〉으로, 재벌 가문의 경영권 승계 경쟁을 다룬 이 작품은 현재 싱가포르 전역에서 촬영 중임
- ☑ 싱가포르 관광청 쉐린 탄(Serene Tan) 북아시아 담당 이사는 "미스터로맨스는 전 세계 시청자를 사로잡은 창의적 역량을 갖춘 파트너"라며 "그들의 스토리를 통해 싱가포르를 전 세계 시청자에게 매력적인 여행지로 자연스럽게 소개하고 싶다"라고 밝혔음. 미스터로맨스 심세윤 대표도 "싱가포르의 매력을 작품에 녹여 시청자들에게 새로운 여행 영감을 불어넣겠다"라고 화답했음
- ☑ 싱가포르 관광청이 한국 제작사와의 협력에 공을 들이는 배경에는 K-콘텐츠의 실질적인 관광 유발 효과가 있음. 실제로 2025년에는 콜드플레이(Coldplay)·블랙핑크 지수·BTS 진이 싱가포르를 뮤직비디오 촬영지로 선택하면서 글로벌 팬들의 관심을 모았으며, 같은 해 싱가포르 관광 수입은 역대 최고치인 328억 싱가포르달러(한화 약 37조 원)를 기록했음. 싱가포르 관광청은 이처럼 K-콘텐츠 협력을 향후 관광 수요 창출의 핵심 축으로 삼겠다는 방침임

7) 출처:

<https://www.stb.gov.sg/about-stb/media-publications/speeches/speech-by-ms-melissa-ow--chief-executive--singapore-tourism-board--at-the-tourism-industry-conference-2026>



[그림 4] STB-미스터로맨스 협약 체결 (출처: STB)

## ☑ [프랑스] 윤가은 감독의 <세계의 주인> 프랑스 개봉 8)9)10)

### ○ 윤가은 감독의 세 번째 장편 영화 <세계의 주인> 프랑스 개봉

- ☑ 한국에서 20 만 명 이상의 관객을 동원하며 2025 년 한국 최고의 독립영화 흥행작 이자, 2025 년 낭트 3 대륙 영화제(Festival Des 3 Continents) 대상 수상작인 <세계의 주인>이 프랑스에서 개봉함
- ☑ 윤가은 감독은 2012 년 클레르 몽페랑 국제 단편 영화제(Festival international du court métrage de Clermont-Ferrand)에서 <손님>으로 대상을 차지하며 일찌감치 프랑스 영화계의 주목을 받았음
- ☑ 이 작품은 <살인의 추억>, <기생충> 등을 연출한 봉준호 감독으로부터 걸작이라는 극찬을 받으며 '어린 시절을 묘사하는데 예리함'이 돋보인다고 평가함
- ☑ 윤가은 감독은 한국의 현실을 묘사하면서도 더 넓은 관객에게 닿기 위해 보편적인 주제에 집중했음을 밝히며, '영화 시장은 단 하나이며, 그것은 전 세계이다. 특정 지역 관객만을 위한 영화라는 건 더 이상 존재하지 않는다'라고 밝힘

## ☑ [뉴욕] CNN 시리즈 <K-Everything> 통해 K-문화 확산 조명 11)12)

- 한국계 미국인 배우이자 프로듀서인 다니엘 대 김(Daniel Dae Kim)이 CNN 오리지널 시리즈를 통해 한국 문화 산업의 글로벌 확산과 영향력을 조명함. 해당 시리즈는 현대자동차가 후원 하였으며 K-뷰티, K 팝, K-푸드, K-필름 등 다양한 영역을 아우르며 한국 문화의 성장 과정을 다각도로 분석하는 콘텐츠로 기획됨
- ☑ 신작 <K-Everything: The Global Rise of Korean Culture>는 CNN 과 HBO Max 를 통해 5 월 9 일

8) 출처:

[https://www.lemonde.fr/culture/article/2026/05/09/yoon-ga-eun-autrice-de-the-world-of-love-une-cineaste-attentive-a-la-jeunesse\\_6687411\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2026/05/09/yoon-ga-eun-autrice-de-the-world-of-love-une-cineaste-attentive-a-la-jeunesse_6687411_3246.html)

9) 출처:

<https://www.telerama.fr/cinema/the-world-of-love-qui-est-sa-realisatrice-yoon-ga-eun-figure-montante-du-cinema-coreen-7030994.php>

10) 출처:

[https://www.franceinfo.fr/culture/cinema/sorties-de-films/the-world-of-love-un-film-sud-coreen-et-universel-sur-le-s-violences-sexuelles-et-la-jeunesse\\_7974344.html](https://www.franceinfo.fr/culture/cinema/sorties-de-films/the-world-of-love-un-film-sud-coreen-et-universel-sur-le-s-violences-sexuelles-et-la-jeunesse_7974344.html)

11) 출처: <https://apnews.com/article/daniel-dae-kim-korea-travel-cnn-a360585d91ae04ce57211f347a0cb89d>

12) 출처: <https://variety.com/2026/tv/news/daniel-dae-kim-cnn-series-k-everything-may-premiere-1236700415>

공개됨. 전쟁 이후 수십 년 만에 한국이 문화·경제 강국으로 도약한 배경을 산업별 사례 중심으로 탐색함. 음식, 영화, 음악, 뷰티 등 일상과 산업을 연결하는 방식으로 한국 문화의 글로벌 확산 구조를 설명하는 데 초점을 둠

- ✔ 프로그램은 평창 김치 페스티벌, 뷰티 제품 생산 공정, 콘텐츠 창작자 인터뷰 등 현장 기반 접근을 통해 K-푸드와 K-뷰티가 글로벌 시장에 미치는 영향력을 분석함. 또한 배우 이병헌, 가수 싸이, 빅뱅 태양 등 주요 인물들과의 인터뷰를 통해 K-콘텐츠 산업의 성공 요인을 소개함
- ✔ 특히 뷰티 에피소드에서는 메이크업 아티스트 및 인플루언서와의 대화를 통해 변화하는 미의 기준을 탐색하고, 달팽이 점액 등 원료 기반 생산 과정까지 소개하며 K-뷰티 산업의 차별성을 보여줌
- ✔ 해당 시리즈는 단순한 여행·체험 프로그램을 넘어 한국 문화에 대한 글로벌 이해도를 높이는 입문형 콘텐츠로 기획됨. 다니엘 대 김은 한국 출생 후 미국에서 성장한 배경을 바탕으로, 한국 사회를 내부자와 외부자의 시선에서 동시에 해석하는 내러티브를 구축함
- ✔ 한편, 프로그램은 최근 증가한 아시아계 혐오 문제와 관련해 문화적 이해 증진의 중요성을 강조하는 메시지도 포함하고 있음. 문화 콘텐츠를 통한 상호 이해가 글로벌 커뮤니티 형성에 기여할 수 있다는 점을 제시하며, K-컬처의 확산이 사회적 의미를 갖는 흐름으로 확장되고 있음을 보여줌

### ✔ [멕시코] 어머니날 특집: 멕시코 미디어가 추천하는 명작 K-드라마 속 어머니 캐릭터 3선 13)

- 멕시코의 5월 10일 어머니날을 맞아 멕시코 주요 미디어들이 K-드라마 속 인상적인 어머니 캐릭터를 소개하는 콘텐츠를 앞다퉈 발행하며, K-드라마가 멕시코 내 모성 문화 콘텐츠로 완전히 자리 잡았음을 보여줌
  - ✔ 추천 작품으로는 <Our Blues>(BTS 뷁가 가장 좋아하는 K-드라마로 알려져 화제, 아들과의 화해를 통해 모성의 희생을 그린 작품), <Mother>(학대받는 아이를 구한 교사가 어머니로 성장하는 감동 스토리), <Green Mother's Club>(경쟁 사회 속에서도 진정한 모성의 의미를 찾아가는 이야기) 등 3편이 선정됨. 세 작품 모두 현재 스트리밍 플랫폼을 통해 시청 가능함
  - ✔ 특히 <Our Blues> 소개에서 BTS 뷁가 직접 즐겨보는 작품임을 언급한 점이 주목됨. K 팝 아이돌의 콘텐츠 추천이 멕시코 내 K-드라마 소비를 촉진하는 주요 동인으로 작용하고 있음을 보여주는 사례임

### ✔ [스웨덴] 스웨덴 영화·TV 업계, 해외 스트리밍 기업 대상 ‘스트리밍세’ 도입 촉구 14)

- 스웨덴이 해외 스트리밍 기업에 대한 이른바 ‘스트리밍세’를 도입하지 않을 경우, 북유럽 국가 가운데 유일하게 해외 스트리밍 기업에 별도의 자국 콘텐츠 산업 지원 분담금을 부과하지 않는 나라가 될 것이며, 이에 따라 해외 스트리밍 기업의 스웨덴 콘텐츠 생태계 대한 기여가 상대적으로 낮아질 수 있다는 우려가 제기됐음
  - ✔ 스웨덴 영화·TV 제작사 협회(Film & tv-producenterna)회장 에바 하밀톤(Eva Hamilton)은 “스웨덴어와 스웨덴 문화는 지원 없이는 버틸 수 없다”라고 말하며, 현행 구조가 스웨덴 영화·TV 제작 기반을 약화시킬

13) 출처: <https://www.tvazteca.com/azteca7/kdramas>

14) 출처: <https://www.svt.se/kultur/tunga-kritiken-sverige-behover-en-stromningskatt>

수 있다고 지적했음

- ☑ 2025년 발표된 스웨덴 정부의 영화산업 정책 조사 보고서는 스웨덴 내 스트리밍 기업 매출의 1.5%를 매년 부담금으로 부과해, 새로운 스웨덴 영화와 TV 시리즈 제작에 투입하는 방안을 제안했음. 이 제안에는 영화 기금 신설, 영화관 부가가치세 인하, 스트리밍 서비스 연매출 1.5% 부담금 부과 등이 포함됐음
- ☑ 스웨덴 영화·TV 제작사 협회는 2026년 6월 확정될 새 영화 정책에 스트리밍 기업의 투자 의무 또는 스트리밍세가 포함되기를 요구하고 있음
- ☑ 덴마크와 노르웨이에서는 스트리밍 기업이 현지 콘텐츠에 투자하거나 부담금을 내야 하며, 핀란드도 내년부터 유사한 법 시행을 앞두고 있어 스웨덴의 지체가 업계 경쟁력 저하로 이어질 수 있다는 우려도 있음
- ☑ 에바 하밀톤 회장은 스웨덴 영화가 심각한 위협을 받고 있다며, 핀란드·덴마크·노르웨이와 달리 스웨덴이 아직 유사한 조치를 도입하지 않은 점을 비판했음
- ☑ SVT는 문화부 장관 파리사 릴리에스트란드(Parisa Liljestrand)에게 논평을 요청했으나, 장관은 시간 부족을 이유로 답변을 거절했음
- ☑ 정부 측은 2026년 1월 새 영화 정책 법안을 총선 전 제출하겠다는 입장을 밝혔으나, 문화부 장관은 구체적으로 어떤 제안이 포함될지는 명확히 밝히지 않았음



그림 5 | Netflix, Disney+, HBO 등 주요 글로벌 스트리밍 서비스

☑ [스웨덴] 2025년 스웨덴에서 유튜브, 일반 TV 시청률 추월 15)

- 2025년 스웨덴에서는 유튜브(YouTube)를 보는 사람이 지상파·케이블 등 일반 TV를 시청하는 사람보다 더 많은 것으로 조사됐음
  - ☑ 예테보리 대학교(Göteborgs universitet) 산하 노르디콤(Nordicom)의 미디어 이용 실태 조사 보고서 ‘미디어 바로미터’(Media Barometer)에 따르면, 2025년 스웨덴에서는 9세부터 85세 인구의 52%가 매일 유튜브를 시청한 것으로 나타났음
  - ☑ 이는 전년보다 5%포인트 증가한 수치로, 유튜브가 스웨덴의 주요 영상 시청 채널로 자리 잡고 있음을 보여줌
  - ☑ 특히 이용 증가 폭은 고령층에서 가장 크게 나타나, 기존에 젊은 세대 중심이었던 유튜브 시청이 전 연령대로

15) 출처: <https://swedenherald.com/article/youtube-overtakes-traditional-tv-viewing-in-sweden-by-2025>

확산되고 있는 것으로 분석됐음

- ✔ 조사 책임자 엘리사베트 팔크(Elisabeth Falk)는 유튜브는 여전히 젊은 층이 가장 많이 이용하지만, 가장 빠르게 늘고 있는 연령층은 고령층이라고 설명하며 “유튜브에는 매우 다양한 콘텐츠가 있으며, 점점 더 많은 고령층이 이를 이용하고 있다”라고 덧붙였다
- ✔ 유튜브 이외에도 SVT Play, Netflix, TV4 Play 등 온라인 동영상 서비스 이용이 꾸준히 증가하면서, 기존 방송 기반의 TV 시청 시간은 계속 감소하는 추세를 보였음
- ✔ 노르디콤(Nordicom)은 이번 조사 결과가 스웨덴인의 미디어 이용 방식이 방송 중심에서 온라인 플랫폼 중심으로 빠르게 이동하고 있음을 보여준다고 분석했음



[그림 6] Youtube

## ✔ [아르헨티나] 디즈니플러스, 한국 드라마 <21 세기 대군부인> 공개 16)

### ○ 가상의 입헌군주제 한국을 배경으로 아이유, 변우석 출연

- ✔ 디즈니플러스가 오는 2026년 4월 10일 새로운 오리지널 시리즈 <21세기 대군부인(스페인어 타이틀: La corona perfecta)>을 공개한다고 공식 발표함. 엄격한 사회 규범 아래 전통과 현대가 공존하는 가상의 입헌군주제 한국이 드라마의 배경임. 재능 있는 대표이자 재벌가 상속녀인 성희주를 중심으로 이야기가 전개됨
- ✔ 결혼하라는 가족의 압박을 받는 성희주는 황실 생일 연회에서 이안 대군과의 계약 결혼을 결심함. 둘의 관계는 서로 간의 필요에 기반을 두는데, 성희주는 경제적 힘을, 이안 대군은 상류사회를 누비는 데 필요한 왕실 지위를 제공함. 이 드라마는 두 인물이 운명을 다시 쓰기 위해 계급의 장벽에 도전하는 모습을 그림. 에피소드 전반에 걸쳐 드라마, 코미디, 로맨스 요소를 아우르는 작품임
- ✔ 아이유와 변우석이 주연을 맡고, 노상현, 공승연, 유수빈, 이연 등이 출연함. 연출은 시각적 서사와 함께 기업 세계와 궁중 법도 간의 대비에 주목함. <21세기 대군부인>의 전 세계 공개는 올해 디즈니플러스가 아시아 콘텐츠 시장에서 던지는 강력한 승부수임

16) 출처: <https://xiahpop.com/la-corona-perfecta-estreno-disney-plus-iu-byeon-wooseok>

## ✔ [아르헨티나] 충격적 반전의 넷플릭스 한국 드라마 17)

### ○ 미스터리, 긴장감, 감동이 어우러진 <지금 우리는>

- ✔ 한국 드라마의 성장은 이제 새로운 일도 아니지만, 종종 틀을 깨며 다시 한국 드라마에 대한 관심을 끄는 작품이 등장하곤 함. 넷플릭스에서 다수의 시즌이나 대규모 홍보 없이도 가장 많이 시청된 작품 중 하나로 등극한 <지금 우리는>(스페인어 타이틀: Estamos muertos)이 대표적인 예임
- ✔ 공개 후 이 드라마는 조용히 주목받기 시작함. 처음에는 강렬한 이야기를 찾는 이들에게서 인기를 얻었으나, 며칠 만에 입소문이 퍼지면서 넷플릭스에서 볼 수 있는 가장 매력적인 한국 드라마 중 하나로 자리 잡음
- ✔ 일상적 공간인 한 고등학교에서 이야기가 시작됨. 여느 때와 다름없어 보이던 하루는 정체불명의 감염병 확산 때문에 악몽으로 변함. 순식간에 대혼란이 찾아오고, 학생들은 이제 생존이 선택이 아니라 절실한 필요가 되어버린 환경에 갇히게 됨
- ✔ <지금 우리는>이 한국 드라마 시장에서 돋보이는 것은 공포 요소 때문만은 아님. 매 에피소드를 관통하는 끊임없는 긴장감 때문임. 잠깐 쉴 시간도, 숨돌릴 틈도 없음. 모든 결정은 마지막이 될 수 있고, 두려움이 팽배한 가운데 모든 관계가 시험대에 오르게 됨
- ✔ 또한, 이 드라마는 작품 대부분이 하지 못하는 것을 해내는데, 바로 시청자가 처음부터 공감할 수 있는 캐릭터를 구축하는 것임. 이러한 친밀감 덕분에 반전의 충격이 더 크게 느껴지고, 상실이 더 가슴 아프게 다가오며, 장면의 현실감이 살아남
- ✔ 전 세계적으로 한국 드라마가 입지를 넓혀가고 있는 상황에서, <지금 우리는>은 K 드라마의 주요 기대작 중 하나로 자리매김하고 있음. 이는 미스터리, 긴장감, 감동을 하나의 서사에 녹여낸 방식에 힘입은 것임

## ✔ [아르헨티나] 칸을 사로잡고 한국 영화계의 새바람이 될 <군체> 18)

### ○ 전지현과 지창욱이 주연한 연상호 감독의 새로운 SF 스릴러

- ✔ 전지현과 지창욱이 주연을 맡은 연상호 감독의 새로운 SF 스릴러 <군체(Colony)>가 오는 2026년 5월 18일 칸 영화제 미드나잇 스크리닝(Midnight Screening) 섹션에서 상영될 예정임. 서울과 부산에서 촬영된 이 영화는 변이 바이러스 확산 후 격리된 타워에서 살아남은 이들의 사투를 그려냄. 이번 국제 개봉은 글로벌 팬데믹 이후 한국 영화, 그리고 한국 영화의 사회적 반영을 들여다볼 계기가 될 것임
- ✔ <부산행>(2016)과 <반도>(2020)로 전 세계에 이름을 알린 연상호 감독은 이번 작품을 통해 다시 한번 사회적 공포를 다루며, 이번에는 특히 감염기의 집단 격리 상황에 초점을 맞춤. 바이러스가 폭력적 변이를 일으키는 봉쇄된 건물에 갇힌 데이터 분석가 권세정(전지현 분)을 중심으로 이야기가 전개됨. 지창욱은

17) 출처:

<https://www.minutoneuquen.com/entretenimiento/2026/4/12/la-serie-coreana-de-netflix-que-todos-estan-descubriendo-tiene-un-giro-impactante-406854.html>

18) 출처:

<https://reporteasia.com/cultura/cultura-pop/2026/04/19/colony-conquista-cannes-y-renueva-el-cine-coreano-de-2026>

혼란 속에서 장애가 있는 여동생을 보호하기로 결심한 오빠인 최현석을 연기함. 이 작품은 드라마 <지리산> (2023) 이후로 4년 만에 스크린으로 돌아오는 전지현의 복귀작이자, <발신제한>(2022) 이후 지창욱의 복귀작이기도 함

- ✔ 격리 서사로 돌아온 연상호 감독의 이 작품은 실제 포스트팬데믹 상황에 부합함. 2022년부터 한국에서는 격리의 심리적 후유증을 다룬 작품들이 유행했으며, 이는 문체부의 문화 관련 보고서로 명문화된 현상이기도 함. <군체>는 이러한 성찰을 이어받아, 시스템이 붕괴된 상황에서 개인이 취하는 행동 방식을 도덕적 측면에서 관찰함
- ✔ 기술적 측면도 주목받음. <곡성>(2016) 참여로 잘 알려진 이모개 감독의 촬영은 차가운 대비와 불연속적인 조명에 기반을 둬. 장영규 감독의 음악은 정서적 폐소공포증을 강화하는 음향 요소를 가미함. 또한, <괴물>의 효과를 담당했던 Dexter Studios가 후반 작업을 맡아, 기술적 정밀함과 절제된 미학을 함께 갖춘 작품이 탄생함
- ✔ 연상호 감독은 이 프로젝트를 "집단적 공포 속 윤리에 관한 탐구"라고 일컬음. 개봉 전 기자회견에서 감독은 이 작품은 단순한 생존 영화가 아니라 인간의 신뢰 체계에 대한 거울과 같다고 밝힘. 이렇게 <군체>는 오락물을 넘어 동시대적 사회 행동에 대한 영화적 해석으로 자리매김함
- ✔ <군체>는 한국 바이러스 소재 픽션들이 <더 라스트 오브 어스>(HBO, 2023)나 <28년 후>와 같은 글로벌 작품들과 차별화를 꾀하는 흐름에서 등장한 작품임. 서구식 표준이 영웅주의, 군사적 대응 체계 등에 초점을 맞춰진 것과 대조적으로, 연상호 감독의 이 작품은 도덕적, 사회적 측면에 집중함. <군체>에서 적은 감염자뿐만 아니라, 누가 구원받을 자격이 있는지 결정하는 권력 메커니즘임
- ✔ 칸 영화제는 <군체>에 대한 국제적 비평의 장이 될 전망이다. 2010년부터 칸 영화제는 '미드나잇 스크리닝' 섹션에서 <악녀>(2017), <반도>(2020) 등 단 6편의 한국 작품을 상영함. 2026년 5월 18일 전 세계 첫 상영은 도쿄, 런던, 로스앤젤레스에서의 상영을 아우르는 미디어 투어의 시작이 될 것임
- ✔ CJ ENM은 2026년 6월 10일부터 40개가 넘는 국가에서 개봉을 준비 중이며, 이로써 <군체>는 <기생충>, <부산행>과 같은 다른 한국 수출 영화들과 어깨를 나란히 하게 될 것임. 이러한 확장 전략은 아시아에서 가장 역동적인 창작 거점 중 하나로서 한국 영화의 위상을 더욱 공고히 함
- ✔ 라틴아메리카의 경우 CJ ENM은 멕시코, 아르헨티나 및 칠레 극장을 위한 전용 자막을 준비하고 있는데, 이는 스페인어권 시장에 대한 관심이 커졌다는 것을 보여줌. 또한, 넷플릭스 및 Viu와 같은 플랫폼이 디지털 권리 확보에 관심을 보이고 있으나, 아직 공식적으로 확인된 바는 없음. 2019년부터 한국 영화에 대한 국제적 관심이 높아지는 추세이며, <군체>는 지역적이면서도 보편적인 이야기를 통해 이 흐름에 합류하려 함

☑ [캐나다] Bell Media, 1 분기 광고 매출 감소... 디지털·스트리밍 부문은 성장 지속 19)

- 캐나다 통신·미디어 기업 BCE 가 2026 년 1 분기 실적을 발표한 가운데, 자회사 Bell Media 의 광고 매출은 전년 대비 12.8% 감소한 것으로 나타남
  - ☑ 회사는 전통 TV·라디오·옥외광고 시장의 광고 수요 약세와 함께, 일부 광고 예산이 2026 동계올림픽 중계권을 보유한 CBC/Radio-Canada 로 이동한 점이 영향을 미쳤다고 설명함
  - ☑ 다만 디지털 부문 성장세는 이어졌으며, 스포츠 스트리밍 및 OTT 플랫폼 Crave 가입자 증가와 디지털 영상 광고 확대에 힘입어 Bell Media 전체 매출은 소폭 증가한 것으로 나타남
  - ☑ Crave 가입자는 전년 대비 25% 증가한 474 만 명을 기록했으며, 특히 직접 구독(DTC·Direct-to-Consumer) 가입자가 59% 증가한 것으로 집계됨
  - ☑ Bell Media 는 현재 전체 매출의 46%가 디지털 부문에서 발생하고 있다고 밝혔으며, 이는 2020 년 당시 19% 수준 대비 크게 확대된 수치라고 설명함
  - ☑ 회사는 광고 기반 요금제 확대, Tubi 와의 배급 파트너십, 커넥티드 TV(CTV·Connected TV) 광고 증가 등이 디지털 광고 성장에 기여했다고 분석함
  - ☑ 한편 Bell Media 는 최근 NHL 오타와 세너터스, 몬트리올 캐네이디언스, 위니펙 제츠와의 지역 중계권 계약을 연장했으며, WNBA 토론토 템포 경기 중계권도 새롭게 확보했다고 발표함
  - ☑ BCE 는 스포츠 콘텐츠가 실시간 시청률과 광고 프리미엄, 구독자 유지에 핵심 역할을 하고 있다고 강조하며, 향후 추가 스포츠 중계권 계약도 추진할 계획이라고 밝힘

☑ [폴란드] 공영방송 TVP, <더 보이스 오브 폴란드> 시즌 17 제작 발표 20)

- 폴란드 공영방송 TVP, <더 보이스...> 3 개 시즌 동시 제작 확정, 프리 캐스팅 시작
  - ☑ 폴란드 공영방송 TVP 가 오디션 프로그램 <더 보이스 오브 폴란드(The Voice of Poland)> 시즌 17, <더 보이스 키즈(The Voice Kids)> 시즌 10, <더 보이스 시니어(The Voice Senior)> 시즌 8 의 제작을 확정하고 참가자 모집을 시작함. 세 프로그램 모두 TVP 가 기획·발주하고 제작사 Rochstar 가 제작을 맡음
  - ☑ <더 보이스 오브 폴란드>는 2011 년 첫 방송 이후 TVP 의 대표적인 음악 오디션 프로그램으로 자리 잡으며 폴란드 음악 생태계 내 영향력을 이어가고 있음. 이번 세 시즌 동시 제작 결정은 안정적인 포맷 운영과 수익 구조를 기반으로 한 것으로 풀이됨. OTT 확산으로 지상파 시청률이 전반적으로 하락하는 가운데 글로벌 시장에서 검증된 포맷을 기반으로 제작하는 해당 시리즈가 리스크는 낮고 성공 가능성은 높은

19) 출처: <https://mediaincanada.com/2026/05/08/bell-media-ad-revenue-falls-in-q1-despite-digital-gains>

20) 출처:

<https://www.tvp.pl/rozrywka/programy/gdzie-i-kiedy-zglaszac-sie-do-kolejnych-edycji-the-voice-of-poland-the-voice-kids-i-the-voice-senior,93025596>

<https://www.rmfm.rozrywka/show-biznes/news,91377,tvp-oficjalnie-poinformowala-ws-the-voice-of-poland-decyzja-zapadla.html>

- 콘텐츠로 평가됨. TVP 는 신규 포맷 개발보다는 기존 IP 의 시즌 확장을 지속하는 전략을 유지하고 있음
- ☑ 또한 전 연령층을 아우르는 구조도 특징임. 성인 대상 메인 시즌 외에 청소년용 '키즈', 중장년층 대상 '시니어' 버전으로 브랜드를 확장 운영하며 시청층을 넓혀가고 있음. 프리 캐스팅은 현재 진행 중이며 방영 일정은 추후 공개될 예정임



[그림 기 <더 보이즈 오브 폴란드> 참가자 모집 홍보 이미지 (출처: tvp.pl)

☑ [폴란드] 체코 공영방송 CT, 4 월 시청률 1 위 수성... 주요 시간대는 민영방송이 주도 21)

- ☑ 체코 공영 방송사 CT(Česká Televize)가 4 월에도 15 세 이상 시청자층 기준 전체 시청률 1 위를 유지함. 체코 시청률 조사기관 ATO 가 발표한 2026 년 4 월 공식 데이터에 따르면, CT 의 시청률 점유율은 29.10%로 전년 동월 대비 1.75 %포인트 상승함. 반면 민영 방송사 노바 그룹(Nova Group)과 FTV 프티마 (FTV Prima)의 점유율은 지난해 4 월 대비 소폭 하락하며 공영방송과의 격차가 확대됨
- ☑ CT 계열 채널 가운데서는 CT2 의 약진이 두드러짐. CT2 는 전년 대비 0.74 %포인트 오른 4.59 %를 기록함. 다큐멘터리 프로그램 <모드라 크레프(Modrá krev)>와 <옐로 프로그 투 몽골리아(Yellow Frog to Mongolia)>가 시청률 상승을 견인한 것으로 분석됨. 뉴스 채널 CT24 도 점유율 5%대를 돌파하며 전년 대비 0.71 %포인트 상승함. 다만 민영 방송사 노바 그룹은 프라임 타임(오후 7 시~11 시)과 핵심 광고 타깃층인 15~54 세, 18~69 세 시청자 그룹에서 모두 시청률 1 위를 차지함
- ☑ 4 월 최고 인기 프로그램은 노바의 드라마 시리즈 <불도크 즈 포데브라트(Buldok z Podebrad)>로, 15 세 이상 시청자 기준 125 만 명을 기록함. 이어 같은 채널의 <오드즈나크 비소치나>가 116 만 명, 저녁 메인 뉴스 <텔레비즈니 노비니>가 114 만 명으로 뒤를 이음. CNN 프티마 뉴스와 프티마 크리미 역시 전년 대비 각각 0.5 %포인트, 0.2 %포인트 상승하며 뉴스 및 장르 채널 전반의 성장세가 이어짐

21) 출처: <https://www.mediaguru.cz/stanice-ct-udrzely-prvenstvi-i-v-dubnu-nova-vede-v-prime-time-a-u-mladsich>  
[https://pressweb.nova.cz/tiskova-zprava/640605-skupina-nova-vitezne-vstoupila-do-roku-2026?utm\\_source=chatgpt.com](https://pressweb.nova.cz/tiskova-zprava/640605-skupina-nova-vitezne-vstoupila-do-roku-2026?utm_source=chatgpt.com)

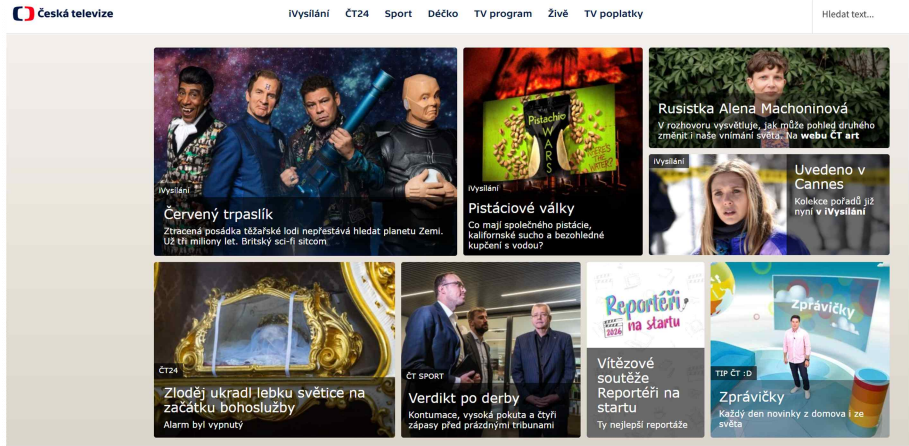


그림 8 | 체코 공영방송 CT(Česká Televize) 홈페이지 (출처: ceskatelevize.cz)

## ☑ [폴란드] 체코 프라하 'Naruby' 영화제 개최... 교회에서 B 급·컬트 무비 상영 22)

### ○ '반(反) 주류 영화' 선보이는 체코 영화제 'Naruby'... 6 월 중순 프라하에서 열려

- ☑ 체코 프라하에서 오는 6 월 11 일부터 13 일까지 B 급·컬트 영화 전문 영화제 '필름 페스트 나루비(Film Fest Naruby)'가 열림. 행사의 주 무대는 성 안나 교회(Church of St. Anne)이며, 이 교회는 10 세기 성 바츨라프가 세운 역사적 건물로 현재는 복합문화공간 '프라하 크로스로드(Prague Crossroads)'로 운영 중임. 유서 깊은 종교 건축물에서 의도적으로 조악하게 제작된 괴작들을 상영하는 역설적 콘셉트가 영화제의 정체성임. 이전에는 프라하 하수 처리장을 행사장으로 활용한 바 있으며, 올해도 구시가지 내 복수의 장소를 활용하는 멀티사이트 방식을 채택함
- ☑ 2026 년 상영작의 하이라이트는 공룡으로 변신하는 신부를 주인공으로 한 영화 <더 벨로시패스터 2(The VelociPastor 2)>의 유럽 최초 상영임. 이 영화의 연출자 브렌던 스티어(Brendan Steere) 감독이 상영회 행사에 참석할 예정인데 핀란드 감독 티모 부오렌솔라(Timo Vuorensola) 역시 톰 펠튼 주연의 신작 <알터드(Altered)> 상영 현장에 참석해 관객과의 대화를 진행할 계획임. 이외 상영작으로는 <예수: 뱀파이어 헌터>(Ježíš lovec upírů), <언젠가 우간다에서>(Tenkrát v Ugandě), <화장실 좀비>(Záchodový zombíky) 등 수십 년에 걸친 컬트 장르 영화들이 라인업에 포함됨
- ☑ 영화 상영 외에도 체코슬로바키아 VHS 시대의 속성 더빙 문화와 독립 제작을 주제로 한 토크 프로그램, 인근 베들레헴 예배당 가이드 투어 등이 함께 진행됨. 영화가 상영되는 교회 내에서는 주류를 포함한 음료를 자유롭게 즐길 수 있으며, 푸드 스탠드와 굿즈 판매 공간도 마련됨. 단순히 기이한 볼거리를 넘어 B 급 영화 문화 전반을 논하는 플랫폼을 지향한다는 점에서 해마다 틈새 마니아층을 중심으로 입소문이 이어지고 있음

22) 출처:

<https://www.praguereporter.com/home/2026/4/17/unholy-films-in-a-sacred-czech-church-film-fest-naruby-returns-to-prague-june-11-13>



[그림 9] 체코 Naruby 영화제 초청작 <VelociPastor> 이미지 (출처: filmweb.pl)

## ☑ [영국] 영국 아카데미상 텔레비전 부문 시상식 결과 23)

### ○ 2026 년 영국 아카데미상 텔레비전 부문 시상식이 5 월 9 일에 개최됨

- ☑ 넷플릭스 드라마 <소년의 시간>은 십 대 소년의 폭력을 섬뜩하게 묘사해 평단의 극찬을 받으며 수상을 휩쓸. 각 에피소드를 원테이크로 촬영한 드라마는 최우수 미니시리즈상을 수상함
- ☑ 공동 제작자인 스티븐 그레이엄(Stephen Graham)은 남우주연상 수상 소감에서 모든 어린이에게 어디 출신이든, 무엇이든 가능하다는 것을 보여주고 싶었다고 밝힘. 그는 인간의 본질을 이야기할 기회가 있고, 아름다운 이야기를 전할 의무가 있다고 말함
- ☑ 학교에서 여학생을 살해한 혐의로 체포된 13 세 소년 제이미 밀러(Jamie Miller) 역을 맡은 오웬 쿠퍼(Owen Cooper)는 남우조연상을 받았으며, 크리스틴 트레마르코(Christine Tremarco)는 여우조연상을 수상함
- ☑ 범죄 시리즈 <코드 오브 사일런스(Code of Silence)>가 최우수 드라마상을, 나제스 라쉬디(Narges Rashidi)는 <프리즈너 951>로 여우주연상을 수상함
- ☑ 다큐멘터리 <가자: 닥터스 언더 어택(Gaza: Doctors Under Attack)>는 시사 부문을 수상함. 작품은 BBC 가 제작을 의뢰했다가 공정성 문제로 제작이 취소되면서 채널 4 에서 방영함. 기자 라미타 나바이(Ramita Navai)는 BBC 를 비판하며 이스라엘에 의해 살해된 1,700 명의 팔레스타인 의사와 의료진을 추모함. 이는 BBC 가 제작비를 대고 방영을 거부한 조사 결과로, 침묵과 검열에 굴복하지 않겠다 함
- ☑ 채널 4 는 이스라엘-이란 전쟁 보도로 수상의 영예를 얻음
- ☑ 팩추얼 장르에서는 사이먼 샤마(Simon Schama)의 BBC2 다큐멘터리 <더 로드 투 아우슈비츠(The Road to Auschwitz)>과 채널 4 의 시리즈 <씨 노 이블(See No Evil)>이 수상함. <씨 노 이블>은 영국 성공회 성범죄자 존 스미스(John Smyth) 스캔들을 다룬 작품으로, 해당 스캔들은 캔터베리 대주교의 사임으로 이어짐
- ☑ 넷플릭스의 <그렌펠 화재 사건: 진실 속으로(Grenfell: Uncovered)>는 참사와 그 이후의 공청회 영상, 생존자와 유가족의 증언을 담아 최우수 단편 다큐멘터리상을 수상함

23) 출처: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2026/may/10/adolescence-dominates-bafta-tv-awards>

- ✔ BBC 의 <셀레브리티 트레이터스(The Celebrity Traitors)>는 최우수 리얼리티쇼로 선정됨
- ✔ 최우수 각본 코미디 부문은 BBC 시트콤 <아만다랜드(Amandaland)>가 수상함
- ✔ 스티브 쿠건은 영국의 정신 건강 위기를 다룬 모큐멘터리 <하우 아 유? 이츠 앨런 (파트리지) (How Are You? It's Alan (Partridge))>로 코미디 부문 남우주연상을 수상함

## ✔ [영국] 영국 부동산 개발업체, 스튜디오에서 데이터센터 건설로 사업 방향 전환 24)

- **할리우드 블록버스터 영화와 대규모 예산의 TV 시리즈로 영국의 영화 및 TV 스튜디오 시설은 항상 붐빔. 하지만 스트리밍 전쟁이 정점을 지나 재편되면서 콘텐츠 경쟁이 둔화되면서 부동산 개발업체는 인공지능 붐을 틈타 데이터센터 건설에 집중하고 있음**
  - ✔ 4년 전, 영국 영상산업은 스트리밍 전쟁으로 78억 파운드(한화 약 15조 6천억 원)의 투자가 유입돼 정점을 맞이함. 이에 따라 스튜디오 건설 및 확장 계획이 급증했고, 수요가 공급을 초과하자 공장 등 임시 부지를 활용하는 등의 시장이 활성화함
  - ✔ 2023년 할리우드 배우와 작가 파업으로 제작이 중단되자, 스트리밍 회사는 지속 가능한 수익성을 추구하기 위해 콘텐츠에 더욱 신중히 투자함
  - ✔ 영국영화위원회(British Film Commission)의 최고경영자 에이드리언 우튼(Adrian Wootton)은 지난 3년간 영국에 건설된 스튜디오 공간은 기록적인 수준으로 2020년 300만 평방피트에서 600만 평방피트 이상으로 늘어났다고 밝힘
  - ✔ 007과 디즈니 프랜차이즈의 본거지인 파인우드(Pinewood) 스튜디오는 계획된 140만 평방피트 규모의 확장 공사 중 78%인 21개의 사운드 스테이지를 데이터센터로 전환하는 계획을 허가받았다고 함
  - ✔ 지난해 사모펀드 그룹 블랙스톤(Blackstone)과 허드슨 퍼시픽 프로퍼티스(Hudson Pacific Properties)는 하트퍼드셔에 7억 파운드(한화 약 1조 4천억 원) 규모의 할리우드 스타일 스튜디오 단지를 건설하려던 계획을 포기하고 데이터센터를 등 다른 용도에 대해 논의 중임
  - ✔ 임시 촬영 공간 분야의 선두주자였던 스테이지 피프티(Stage Fifty)의 폐쇄로 인해 버킹엄셔주 하이 위컴(High Wycombe)에 건설 예정이었던 와이컴 필름 스튜디오(Wycombe Film Studios) 프로젝트가 백지화됨. 이는 6개의 데이터센터가 건설될 예정임
  - ✔ 수요 둔화로 인해 잉글랜드 북부에 선덜랜드의 크라운 워크스 스튜디오(Crown Works Studios) 프로젝트 역시 주요 투자자인 케인 인터내셔널(Cain International)이 투자를 철회하면서 난항을 겪음
  - ✔ 부동산 컨설팅 회사인 램버트 스미스 햄튼(Lambert Smith Hampton)의 이사인 크리스 베리(Chris Berry)는 제작 수요와 스튜디오 공간 사이의 균형점이 형성된 것 같다고 말함. 이에 비해 데이터센터 개발 용지의 가치는 스튜디오 부지 가격의 최소 두세 배 올라, 개발 허가를 받는데 매우 유리해졌다고 함
  - ✔ 하지만 영국 영상 산업은 여전히 중요한 역할을 하고 있음. 2025년 영국 영화 및 TV 제작에 약 70억 파운드

24) 출처: <https://www.theguardian.com/film/2026/may/09/tv-film-studios-developers-datacentres-ai-boom>

(한화약 15 조 원)가 투자됨. 이는 미국 스튜디오와 스트리밍 서비스 업체의 역할을 보여줌. 이들은 영국 영화 및 고품질 TV 제작 투자액 중 80% 이상을 차지함

- ☑ 디즈니는 파인우드 스튜디오와 장기 제작 계약을 체결했으며, 넷플릭스와 아마존은 자매 스튜디오인 셰퍼튼(Shepperton)과 계약을 맺음. 워너 브라더스는 2000 년부터 리브스덴(Leavesden)을 임대함. 스카이 스튜디오 엘스트리(Sky Studios Elstree)는 NBC 유니버설의 유럽 제작 기지 역할을 하고 있음

## 게임·융복합



### ✔ [북경] 국가신문출판서, 4 월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 명단 발표

- 4 월 28 일, 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 공식 홈페이지를 통해 <2026 년 4 월 중국산 온라인게임 판호허가 명단(2026 年 4 月份国产网络游戏审批信息)<sup>25)</sup>> 및 <2026 년 외산 온라인게임 판호허가 명단(2026 年进口网络游戏审批信息)<sup>26)</sup>>을 각각 발표함
  - ✔ 이번에 판호를 발급받은 게임은 중국산 147 종<sup>27)</sup>, 외산이 7 종<sup>28)</sup>임
  - ✔ 올해 4 월 기준, 중국 당국이 판호를 발급한 중국산 게임은 총 600 종, 외산 게임은 총 21 종으로 집계됨. 전체 판호 발급 건수 중 외산게임이 차지하는 비중은 약 3.4% 수준임

### ✔ [오사카] 토에이, 게임 브랜드 '토에이 게임즈' 설립 <sup>29)</sup>

- 지난 4 월 21 일, 토에이 주식회사(이하, 토에이)가 게임 사업 브랜드 '토에이 게임즈' 설립 발표. 외부 개발사와 협력하여 PC·콘솔 게임 개발에 나설 예정이며, 게임 사업을 기반으로 영상 작품 외의 신규 IP 창출을 목표로 두고 있음
  - ✔ 게임 사업 전개는 토에이 창립 75 주년을 맞은 새로운 도전임. 게임 제작은 외부 크리에이터에게 맡기고 토에이는 상품 판매 및 홍보를 담당할 방침
  - ✔ 현재 게임 플랫폼 Steam 용 PC 게임 개발을 진행 중. 24 일 공개 예정인 신규 작품은 '가면라이더(仮面ライダー)' 등 토에이의 기존 IP 기반이 아닌 신규 IP 게임으로 알려져 있음
  - ✔ 토에이는 2033 년까지 해외 매출 비중을 50%로 확대할 목표를 제시하며, 게임 사업을 기반으로 글로벌 시장 공략을 강화할 방침을 내세우고 있음

### ✔ [인니] 인도네시아 이스포츠 팀, 초대 'SEA 이스포츠 네이션스컵 2026' 종합 우승 <sup>30)</sup>

- 2026 년 5 월 8~9 일 베트남 호찌민시 사이공 전시컨벤션센터(SECC)에서 개최된 초대 'SEA 이스포츠 네이션스컵(SNC) 2026'에서 인도네시아 이스포츠 국가대표팀이 종합 우승을 차지함
  - ✔ 동남아시아 이스포츠 연맹(SEAEF)이 주최하고 베트남 게임버스 2026(Vietnam GameVerse 2026)

25) 출처: [https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/gcwlyxspxx/202604/t20260429\\_987943.html](https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/gcwlyxspxx/202604/t20260429_987943.html)

26) 출처: [https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202601/t20260126\\_947910.html](https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202601/t20260126_947910.html)

27) 모바일게임 135 종, PC 게임 1 종, 멀티플랫폼 지원 게임(모바일 · PC 10 종 / 모바일 · PC · 콘솔 1 종)

28) 모바일게임 3 종, PC 게임 2 종, 멀티플랫폼 지원 게임(모바일 · PC 2 종)

29) 출처: <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC212ZCOR20C26A4000000>

30) 출처: <https://www.antaraneews.com/infografik/5563179/indonesia-juara-umum-sea-esports-nations-cup>  
<https://uzone.id/indonesia-juara-umum-sea-esports-nations-cup-2026-borong-5-medali>

행사의 일환으로 개최된 초대 'SEA 이스포츠 네이션스컵(SNC) 2026'은 동남아시아 11 개 전 회원국이 참여하는 최초의 공식 국가대표팀 기반 이스포츠 대회임

- ☑ 이번 대회는 "11 개국이 하나로(11 as One)"라는 슬로건 아래 TFT(Teamfight Tactics), PUBG 모바일, 크로스파이어: 레전드, 토탈 풋볼 등 4 개 종목에서 91 명의 선수와 6 명의 코치가 참여함. 총상금 규모는 41,000 달러(약 5,700 만 원)로 책정됐으며, 대회는 온라인 예선과 오프라인 결선의 2 단계로 진행됨
- ☑ 인도네시아 이스포츠 국가대표팀(팀 Merah Putih)은 PUBG 모바일 솔로, TFT, 크로스파이어: 레전드에서 금메달을 획득하고 PUBG 모바일 솔로에서 은메달, PUBG 모바일 듀오에서 동메달을 추가하며 총 3 금 1 은 1 동으로 종합 1 위를 차지함
- ☑ 최종 국가별 메달 순위에서는 인도네시아가 1 위, 베트남(금 1·은 3·동 1)이 2 위를 차지했으며, 뒤를 이어 태국, 싱가포르, 말레이시아가 Top 5 에 등극함
- ☑ 이번 우승은 동남아시아 시장에서 인도네시아가 게임 소비 대국을 넘어 국제 이스포츠 경쟁력을 갖춘 강자로 자리매김하고 있음을 입증한 사례로, SEA 게임스·아시안 게임과 연계되는 다층적 이스포츠 경쟁 시스템의 거점으로 부상 중인 인도네시아 시장의 전략적 중요성을 재확인해주는 결과로 평가됨

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	POINT
1	INDONESIA	3	1	1	0	0	0	0	0	0	0	448
2	VIETNAM	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	390
3	THAILAND	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	190
4	SINGAPORE	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	120
5	MALAYSIA	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	105
6	PHILIPPINES	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	75
7	CAMBODIA	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	72
8	TIMOR-LESTE	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	66
9	BRUNEI DARUSSALAM	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	60
10	LAOS	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	30
11	MYANMAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

〈그림 10〉 'SEA 이스포츠 네이션스컵 2026' 메달 집계

☑ [베트남] 한-베, 〈베트남 게임버스 2026〉서 게임 산업 협력 '맞손' 31)

- 지난 5 월 8 일부터 9 일까지 호치민시 사이공 전시컨벤션센터(SECC)에서 개최된 〈베트남 게임버스(Vietnam GameVerse) 2026〉은 게임 산업의 최신 트렌드를 소개하는 동시에 국내외 기업, 관리 기관 및 개발자 커뮤니티를 잇는 소통의 장이 되었음
  - ☑ 특히 이번 행사에는 이재명 대통령의 베트남 국민 방문 이후 체결된 문화 협력 내용을 이행하기 위해 한국콘텐츠진흥원, 게임문화재단 등 주요 기관 관계자 16 명으로 구성된 한국 대표단이 참석하여 양국 협력의 의지를 재확인함
  - ☑ 양국은 이번 만남을 통해 실질적인 협력 기반을 마련함. 한국 대표단은 베트남 라디오·방송·전자정보국 (ABEI) 레 쩡 트 조(Le Quang Tu Do) 국장과 인력 양성 및 산업 확대 방안을 논의했으며, 그 결과로 한국콘텐츠진흥원, 베트남 라디오·방송·전자정보국, VTC(Vietnam Multimedia Corporation, 베트남

31) 출처:

<https://thethaovanhoa.vn/viet-nam-han-quoc-thuc-day-hop-tac-nganh-game-tai-vietnam-gameverse-2026-20260511120832386.htm>

정보통신부 산하)의 국유기업 간 게임 인력 양성 협력을 위한 의향서(LOI)를 체결함. 이는 양국이 게임 관리 노하우를 공유하고 산업 규모를 함께 키워나가기 위한 견고한 토대가 될 것으로 전망됨

- ☞ 행사 기간 중 운영된 전문 프로그램도 큰 주목을 받았음. 그중, 5월 8일 열린 <한-베 인디게임 세미나>에서는 양국 개발자들이 인디게임 지원 정책과 운영 경험을 직접 교환했으며, 제로그램(Zerogram), 스토리타코(Storytaco) 등 한국 기업이 참여한 K-게임 홍보존도 관람객들의 뜨거운 열기로 가득 찼음. 아울러 청소년 대상 '건전한 게임 문화 교육'을 통해 학생과 학부모가 올바른 게임 문화를 이해할 수 있는 기회를 제공함
- ☞ 주베트남 한국문화원 박찬아 원장은 이번 행사를 통해 양국이 산업적 파트너를 넘어 게임을 통한 '핵심 문화 파트너'로 각인시키는 계기가 되었다고 평가함. 한국 측은 지난달 이재명 대통령 방문 시 체결된 문화 협력 업무협약(MOU)이 효과적으로 실행될 수 있도록 베트남 관계 기관과 긴밀한 협력을 지속하고, 양국의 전략적 파트너십을 더욱 공고히 해 나갈 방침임

### ☞ [사우디] 새비 게임즈 그룹, 로블록스와 업무협약 체결... 사우디 시장 진출 본격화

- ☞ 사우디 국부펀드(PIF) 산하의 게임 및 이스포츠 전문 기업인 새비 게임즈 그룹(Savvy Games Group)이 글로벌 메타버스 플랫폼 로블록스(Roblox)와 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝힘. 양사는 이번 협력을 통해 사우디아라비아 내 게임 개발에 대한 접근성을 높이고 창의적 인재 양성에 나설 계획임. 이번 업무협약에 따라 새비 게임즈 그룹은 로블록스가 사우디 현지에서 운영 기반을 구축할 수 있도록 지원함. 특히 로블록스의 전문 개발자 관계(Developer Relations) 팀을 현지에 투입해 사우디 개발자와 스튜디오를 직접 지원할 예정임. 이를 통해 현지 크리에이터들은 로블록스로부터 직접적인 기술 지원과 커뮤니티 빌딩, 맞춤형 교육 리소스를 제공받게 됨
- ☞ 양사의 협력은 교육 분야에 중점을 둬. 새비 게임즈 그룹과 사우디 교육부가 맺고 있는 기존 파트너십을 활용해 학생, 학교, 학부모를 대상으로 다양한 프로그램을 진행할 예정임. 특히 70만 명 이상의 고등학생이 참여한 전국 규모의 아이디어 공모전에서 당선된 컨셉을 바탕으로, 사우디 개발자들이 로블록스 플랫폼 내에서 실제 게임을 제작할 수 있도록 지원하는 프로그램도 포함됐음. 또한 온라인 안전, 자녀 보호 기능, 디지털 리터러시 교육 등 안전한 게임 환경 조성을 위한 국가 맞춤형 교육 자료도 공동 개발할 방침임. 브라이언 워드(Brian Ward) 새비 게임즈 그룹 최고 경영자(CEO)는 사우디의 게임 산업은 경력 개발과 창업의 기회로서 빠르게 성장하고 있다며, 로블록스와의 업무협약을 통해 더 많은 사우디 학생들이 게임 개발 도구를 활용하고, 급변하는 산업에서 성공할 수 있는 자원과 지원을 받게 되어 기쁘다고 밝힘. 데이브 바주키(Dave Baszucki) 로블록스 공동 창업자 겸 CEO는 로블록스의 비전은 누구나 어디서든 크리에이터가 될 수 있도록 기술적 장벽을 낮추는 것이라며, 이번 협약은 사우디 'Vision 2030'에 발맞춰 크리에이터 생태계를 확장하고, 다음 세대를 위한 고품질 교육 기회에 투자함으로써 사우디의 디지털 경제 성장에 기여할 것이라고 강조함
- ☞ 이번 파트너십은 사우디아라비아의 'Vision 2030' 및 '국가 게임 및 이스포츠 전략'의 목표와 같으며, 새비 게임즈 그룹과 로블록스는 인재 육성을 위한 기회를 창출함으로써 사우디가 글로벌 게임 허브로 도약할 수 있는 강력한 생태계를 구축해 나갈 계획임

✔ [러시아] 제 4 회 Cyber Saturday, K 콘텐츠를 중심으로 구성 32)

- 모스크바 게임 및 애니메이션 클러스터에서 5 월 23 일에 4 번째 “Cyber Saturday” 행사가 개최됨. 이번 행사는 K 팝과 현대 한국의 대중문화를 주제로 다룰 예정
  - ✔ 주최 측은 러시아와 한국의 게임, 음악, 댄스 공연, 요리 프로젝트를 한자리에 모을 계획. 다만 행사 자체는 게임산업에 대한 초점을 유지하여, 러시아 게임 개발 현황을 방문객들에게 소개하는 데 중점을 둘 것으로 알려짐
  - ✔ 이번 행사에는 클러스터 입주 기업, 게임 팩토리 참가자, 그리고 인터넷 개발 연구소(ИРИ, Института развития интернета /IRI, Institute of Internet Development)의 지원을 받는 게임들을 체험할 수 있는 플레이 테스트 존을 마련. 방문객들은 새로운 프로젝트와 데모를 접할 수 있으며, 그중 일부는 처음으로 일반에 공개되는 것들. 또한 방문객들에게는 개발자들과 직접 소통할 기회도 제공됨
  - ✔ 별도 프로그램으로 한국의 <Battleground>와 러시아의 <Escape from Tarkov>의 이스포츠 토너먼트가 개최될 예정. 또한 러시아와 한국 공연자들의 콘서트, 댄스 쇼, 테마별 경연 대회 및 시상 등이 계획되어 있음
  - ✔ 이 프로젝트는 모스크바시 문화부의 지원을 받아 창조산업진흥원이 주관. 사업의 목표는 러시아 게임산업을 발전시키고 양국 간의 문화적 교류를 증진하는 것. 모스크바에서 이전에 개최된 유사 행사에서도 이스포츠 토너먼트와 신작 게임 발표회가 진행되었음. 이번 새 프로그램 역시 게임 중심의 구성을 유지하되, 러시아와 한국, 나아가 아시아 전반 프로젝트 간의 협력에도 관심을 둘 예정

✔ [러시아] 모스크바와 브라질, 게임산업 발전에 협력 예정 33)

- ✔ 모스크바시와 브라질은 함께 게임산업을 발전시키기로 합의. 이번 협약은 상파울루에서 열린 게임 마켓인 모스크바 비디오게임 페스티벌에 대한 모스크바 게임 기업들의 방문 이후 체결되었음. 협약에는 게임 및 애니메이션의 공동 제작 및 홍보에 대한 내용 등이 포함되어 있음
- ✔ 모스크바 부시장 나탈리아 세르구니나(Наталья Сергунина/Natalia Sergunina)는 이번 협약이 모스크바시 게임 기업의 방문 결과로 이루어졌으며, 이를 통해 양국 전문가들 사이에서 상당한 관심이 고조되었다고 밝힘. 모스크바 시장실 및 정부의 보도자료에 따르면, 세르구니나 부시장은 게임 제작 및 유통, 교육 프로그램, 국제 프로젝트 참여와 관련된 15 건의 추가 협약이 진행 중이라고 덧붙였다
- ✔ 모스크바 게임 페스티벌은 4 월 30 일부터 5 월 3 일까지 상파울루에서 개최되었으며, 9 개의 프로젝트 쇼케이스, 이스포츠 이벤트, 그리고 모스크바 게임 허브 소개 등이 포함되었음. 상파울루를 방문한 러시아 게임 기업들은 브라질 파트너들과 300 건 이상의 미팅을 갖고 게임 현지화 및 홍보에 대해 논의

32) 출처:

[https://rg.ru/2026/05/06/v-moskve-projdet-festival-rossijsko-korejskoj-igrovoj-kultury.html?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F](https://rg.ru/2026/05/06/v-moskve-projdet-festival-rossijsko-korejskoj-igrovoj-kultury.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F)

33) 출처: <https://abnews.ru/center/news/msk/2026/5/7/moskva-i-braziliya-dogovorilis-o-razvitii-industrii-videoigr>

☑ [스웨덴] 스켈레프테오, 창작산업 네트워킹 행사 ‘SKEÅ: CREATIVE CONNECT’ 개최 34)

- 북부 스웨덴의 게임산업 클러스터 Arctic Game 과 Nordsken 이 스웨덴 스웨덴 북부 도시 스켈레프테오 (Skellefteå)에서 게임, 영화, VFX 분야 창작자들을 연결하는 행사 ‘SKEÅ: CREATIVE CONNECT’를 개최한다고 발표했다
- ☑ 이번 행사는 스켈레프테오가 1987년 ‘노르딕 시노그래피 스쿨’(Nordiska Scenografiskolan) 설립 이후 게임·영화·VFX 인재를 길러온 창작산업 기반을 조명하는 취지로 마련됐다
- ☑ Arctic Game 는 ‘Skeå Creative Connect’가 게임, 영화, 디지털 경험 분야 종사자들이 아이디어를 교환하고 북부 스웨덴 창작산업의 미래를 논의하는 행사라고 소개했으며, 창작 커뮤니티 형성과 혁신 촉진을 목표로 한다고 밝혔다
- ☑ 행사에는 Arrowhead Game Studios, Goodbye Kansas 등 스켈레프테오와 연결된 스튜디오와 창작자들이 참여하며, 지역 창작산업의 과거 성과와 향후 발전 가능성을 함께 다룬 예정이다
- ☑ Arctic Game 의 비즈니스 개발자 팀 라이네르트(Tim Leinert)는 “‘SKEÅ: CREATIVE CONNECT’는 스켈레프테오에 살아 있는 창작산업이 있음을 보여주기 위한 행사”라며, 지역 기반의 재연결과 협업 강화를 강조했다
- ☑ 프로그램은 5월 26일 ‘영감의 밤 및 지역 게임 테스트’, 5월 27일 Luleå tekniska universitet 과 Visual Magic 의 ‘캠퍼스 졸업 전시’, 5월 28일 ‘SKEÅ: CREATIVE CONNECT’ 콘퍼런스로 구성됨
- ☑ 이후 5월 29일에는 Nordsken Festival, 5월 30~31일에는 ‘VAFF: Västerbotten Film Festival’이 이어지며, 게임·디지털 문화·영화 분야 창작자들의 네트워킹 기회가 확장될 예정이다



[그림 11] 스켈레프테오에서 열릴 예정인 창작산업 네트워킹 행사 ‘SKEÅ: CREATIVE CONNECT’ 포스터

34) 출처:

<https://www.mynewsdesk.com/se/skellefteaa-science-city/pressreleases/arctic-game-och-nordsken-presenterar-skeaa-creative-connect-3384876>

☑ [캐나다] Canadian Game Awards 2026, 'Mass Effect' 성우 참여·체험형 행사 확대 예고 35)

- 캐나다 게임 시상식 'Canadian Game Awards(CGA)'가 오는 5월 21일 Toronto Metro Toronto Convention Centre 내 John W.H. Bassett Theatre 에서 개최될 예정인 가운데, 주최 측이 올해 행사 구성과 주요 프로그램 내용을 공개함
  - ☑ 올해 시상식은 캐나다 대표 게임 시리즈 Mass Effect 의 주인공 'Commander Shepard' 성우인 Jennifer Hale 과 Mark Meer 가 공동 진행자로 참여할 예정이며, 행사에서는 작품 관련 연출과 팬 서비스를 함께 선보일 계획이라고 밝힘
  - ☑ 행사 총괄 프로듀서 Carl-Edwin Michel 은 올해 후보작들의 장르 다양성이 크게 확대됐으며, 특정 작품이 압도적인 우위를 점하기보다는 여러 작품이 경쟁하는 구도가 형성됐다고 설명함
  - ☑ 올해 CGA 는 기존 시상식 중심 구성 외에도 체험형 프로그램과 게임 쇼케이스를 강화했으며, 오후 4시부터 진행되는 'Eh! Game Showcase'를 통해 플레이 가능한 캐나다 게임 시연과 현장 체험 콘텐츠를 운영할 예정임
  - ☑ 또한 일부 캐나다 게임 스튜디오의 신작 공개 및 월드 프리미어 형식의 발표도 진행될 예정이며, 주최 측은 "시상식 중심 구조는 유지하되 팬들이 함께 즐길 수 있는 엔터테인먼트 요소를 확대하고 있다"라고 설명함
  - ☑ 올해부터 행사 일정은 기존 2월에서 5월로 변경됐으며, 캐나다 게임산업 B2B 행사인 XP Game Summit 과 연계해 업계 관계자 및 글로벌 참가자 유입 효과를 확대하려는 목적이라고 밝힘
  - ☑ 주최 측은 장기적으로 Canadian Game Awards 를 캐나다 음악 시상식 'JUNO Awards' 수준의 대중성과 산업 대표성을 갖춘 행사로 성장시키는 것을 목표로 하고 있으며, 향후 일반 대중과 주류 미디어 대상 노출 확대도 추진할 계획이라고 설명함
  - ☑ 한편, 올해 행사에서는 캐나다 게임 커뮤니티 대상 'Fan Choice Award'도 다시 운영되며, 몬트리올 기반 게임사 Red Barrels 의 창립 15주년 관련 특별 프로그램도 함께 진행될 예정임

35) 출처: <https://mobilesyrup.com/2026/05/11/canadian-game-awards-2026-producer-carl-edwin-michel-interview>

## 애니·캐릭터



### ✓ [심천] AI 하이엔드 아트토이 브랜드 모모토이, 상하이·우한·쑤저우에 오프라인 매장 동시 운영 36)

- AI 하이엔드 아트토이 브랜드 모모토이(MOMOTOY)가 최근 상하이·우한·쑤저우에 오프라인 매장을 동시에 오픈하며 AI 기반 아트토이의 오프라인 시장 확대에 나섰다. 모모토이는 도시별 특성에 맞춘 차별화 운영 모델을 선보임
  - ✓ 상하이 매장은 도시 핵심 프리미엄 상권에 입점해 미니멀한 하이엔드 공간 디자인을 적용한 몰입형 아트토이 체험관을 조성했으며, 고소득 젊은층·트렌드세터·프리미엄 선물 수요층을 주요 타겟으로 공략함
  - ✓ 우한 매장은 핵심 관광 테마파크 내에 조성됐으며, 가족·아동 고객층과 젊은 관광객층을 중심으로 테마형 공간 연출, IP 체험형 콘텐츠, 가족 참여 프로그램, 캐릭터 퍼레이드 등을 운영해 대규모 잠재 소비자 유입을 이끌어냄
  - ✓ 쑤저우 매장은 세계 최초의 모모토이 AI 아트토이관으로, AI 감성 인터랙션과 멀티모달 체험 등 핵심 기술을 접목한 테크 기반 아트토이 공간을 구축해 기술 애호가와 젊은 직장인층의 방문을 유도함
  - ✓ 모모토이는 브랜드 출범 초기부터 하이엔드·기술·트렌드·컬렉션이라는 4 대 핵심 분야를 중심으로 사업을 전개해 왔으며, 기존 아트토이 업계의 획일적인 디자인과 단일한 가치 구조에서 벗어나 '아트토이의 엔터테인먼트성 + 귀금속 컬렉션 가치 + AI 감성 인터랙션'을 결합한 혁신 모델로 새로운 시장을 개척하고 있음

### ✓ [심천] 유쿠와 시장 조사 기관 CTR, <2026 애니메이션 마케팅 가이드> 공동 발표 37)

- 최근 중국 OTT 플랫폼 유쿠와 중국국제전시총공사(중문: 中国国际电视总公司, 영문: China International Television Corporation) 산하 시장 조사 기관 CTR(央视市场研究股份有限公司)이 공동으로 <2026 애니메이션 마케팅 가이드(2026 动漫营销航海书)>를 발표함
  - ✓ 가이드에 따르면, 중국 내 범이차원(泛二次元·광범위서브컬처) 이용자 수는 5 억 명을 돌파했으며, 애니메이션 굿즈 시장 규모는 6,500 억 위안을 넘어선 것으로 나타남
  - ✓ 공개된 데이터에 따르면 중국산 애니메이션의 재생 비중은 전체 애니메이션 재생 수익의 76%를 차지했으며, 이용자의 약 70%가 중국산 애니메이션 콘텐츠를 선호하는 것으로 조사됨
  - ✓ 2026 년 1 분기 온라인 플랫폼 유효 재생 수 TOP20 통계 기준, 애니메이션 콘텐츠 재생 규모는 장편 드라마 시장의 절반 수준까지 확대됐으며 증가율 역시 장편 드라마를 상회한 것으로 나타남. 또한 애니메이션은 젊은 층의 핵심 여가·오락 콘텐츠로 자리잡았으며, 18~40 세 소비층이 주요 소비군으로 분석됨

36) 출처: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1863345828014689433&wfr=spider&for=pc>

37) 출처: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1864984299173701280&wfr=spider&for=pc>

- ☑ 이용자 충성도 역시 일반 대중문화 소비층 대비 높은 수준을 기록함. 조사 결과 전체 애니메이션 이용자의 84% 이상이 관련 소비 경험이 있으며, 연평균 애니메이션 관련 지출액은 8,500 위안에 달하는 것으로 나타남

☑ [호주] 호주·캐나다·싱가포르 공동제작 애니메이션 <It's Andrew!> 방영 38)

○ ABC Kids 신규 유아 애니메이션 공개... 국제 공동제작 기반 아동 콘텐츠 협업 사례

- ☑ 호주 공영방송 ABC 와 호주 연방정부 스크린 지원 기관인 Screen Australia 는 신규 유아용 애니메이션 시리즈 <It's Andrew!>가 오는 6 월 ABC iview 와 ABC Kids 를 통해 공개된다고 발표했으며, 작품은 상상력이 풍부한 어린 코볼소 캐릭터 'Andrew'의 모험 이야기를 중심으로 구성됨
- ☑ <It's Andrew!>는 호주 제작사 Pirate Size Productions 를 비롯해 캐나다·싱가포르 제작사가 함께 참여한 호주·캐나다·싱가포르 공식 공동제작 프로젝트로, ABC 와 캐나다 CBC 가 공동 참여했으며 Screen Australia 와 Canada Media Fund 등의 지원 아래 제작됨
- ☑ 작품에는 호주 배우 루시 두락(Lucy Durack)과 데미안 가비(Damien Garvey)가 목소리 출연에 참여했으며, 상상력이 풍부한 어린 코볼소 캐릭터 'Andrew'의 이야기를 담은 유아용 애니메이션 시리즈로 ABC Kids 와 ABC iview, 캐나다 CBC Kids 등을 통해 공개될 예정임
- ☑ 이번 작품은 호주·캐나다·싱가포르 제작사가 공동 참여하고 각국 공영방송 및 콘텐츠 지원 기관이 협력한 국제 공동제작 프로젝트로, 최근 호주 애니메이션 및 아동 콘텐츠 분야에서 나타나고 있는 국가 간 제작·배급 협업 사례 중 하나로 소개됨



[그림 12] 호주·캐나다·싱가포르 공식 공동제작 애니메이션 'It's Andrew' (출처: Screen Australia 공식 웹사이트)

38) 출처: <https://www.screenaustralia.gov.au/its-andrew-stomps-onto-screens-this-june>



## [싱가포르] 월트디즈니컴퍼니, 2027년 싱가포르에서 아시아 최초 'D23 아시아' 팬 행사 개최 발표 39)

### ○ 미국·브라질에 이어 세 번째 개최지로 싱가포르 선정

- ✔ 월트디즈니컴퍼니(The Walt Disney Company)가 2026년 5월 5일 글로벌 공식 팬 행사 'D23 아시아: 더 얼티밋 디즈니 팬 이벤트(D23 Asia: The Ultimate Disney Fan Event)'를 2027년 싱가포르에서 아시아 최초 개최한다고 발표
- ✔ D23은 디즈니의 공식 팬클럽인 'D23: The Official Disney Fan Club'이 2009년 시작한 대규모 팬 행사로, 'D'는 디즈니(Disney)를, '23'은 월트 디즈니가 1923년 할리우드에 첫 스튜디오를 연 해를 의미. 미국 애너하임과 최근 개최된 D23 브라질에 이어 싱가포르가 세 번째 개최지로 선정됐으며, 이는 아시아 태평양 지역에서는 처음임
- ✔ D23 아시아는 수일간 진행되는 행사로, 라이브 무대 발표·신작 공개·인터랙티브 체험· 한정판 상품 등으로 구성됨. 특히 디즈니플러스의 아시아 태평양 오리지널 콘텐츠를 독점 선공개하고 제작진과 직접 소통하는 프로그램이 포함될 예정으로, 아시아 팬들을 위해 새롭게 설계된 경험을 제공할 방침임
- ✔ 월트디즈니컴퍼니 최고마케팅·브랜드책임자 아사드 아야즈(Asad Ayaz)는 "아시아 태평양 지역 디즈니 팬들의 열정에 부응해 그들이 있는 곳으로 직접 찾아가고자 한다"라고 밝혔으며, 아시아 태평양 총괄 캐럴 최(Carol Choi)는 "아시아 태평양 전역에서 팬층이 빠르게 확대되고 있는 만큼 D23의 싱가포르 개최는 자연스러운 다음 단계"라고 설명
- ✔ 싱가포르관광청(STB)과의 파트너십 하에 진행되며, 싱가포르 관광청의 진 응(Jean Ng) 부청장은 "동남 아시아 최초 D23 개최를 통해 싱가포르를 아시아 태평양 팬덤 문화의 핵심 거점으로 자리매김하겠다"라고 밝힘



## [러시아] 아동용품 산업 컨퍼런스, 애니메이션 기반 성장모델 논의 40)

### ○ 아동용품 산업 컨퍼런스(И П Т, Конгресс индустрии детских товаров /CGI, Children's Goods Industry Congress)가 5월 12일부터 14일까지 모스크바에서 개최됨

- ✔ 주요 정부 기관, 대학, 유력 언론매체 및 시장 전문가들이 참여. 컨퍼런스의 목표는 시급한 업계 현안에 대한 논의이며, 특히 분산된 시장 발전 계획들을 통합적이고 확장 가능한 시스템으로 전환하는 것임
- ✔ 컨퍼런스의 주요 논의 주제 중 하나는 러시아 애니메이션을 기반으로 한 새로운 시장 경제모델. 핵심 세션인 "우리의 영웅들, 우리의 경제: 애니메이션에서 산업 생산으로(Свои герои, своя экон

39) 출처: <https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/entertainment/d23-asia-fan-event-singapore-2027-582761>

40) 출처:

[https://rg.ru/2026/05/06/v-moskve-projdet-festival-rossijsko-korejskoj-igrovoj-kultury.html?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F](https://rg.ru/2026/05/06/v-moskve-projdet-festival-rossijsko-korejskoj-igrovoj-kultury.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F)

омика: от анимации до промышленного производства /Its own heroes, its own economy: from animation to industrial production)”에서 참가자들은 러시아 애니메이션산업이 산업 자산으로 변모하는 과정, 그리고 라이선스 제품 시장의 발전 잠재력을 살펴볼 예정

- ☞ 현재 러시아 아동용품 시장 규모는 2 조 1,000 억 루블에 달하며, 그중 라이선스 제품 시장 규모는 2,300 억 루블을 넘어섬. 한편, 러시아 애니메이션산업 전체 규모는 120 억~200 억 루블로 추산됨. 모스크바시 산하 창조산업진흥원에 따르면, 라이선스 사업은 이미 많은 애니메이션 제작사들의 주요 수입원. 하지만 라이선스 산업 규모에서 러시아 애니메이션의 비중은 여전히 미미한 수준임
- ☞ 이번 컨퍼런스에서는 제품에 애니메이션 캐릭터를 적극적으로 활용하는 제조업체를 위한 새로운 지원 프로그램이 발표될 예정. 관련 전문가들은 애니메이션 콘텐츠와 산업 생산의 시너지 효과라는 새로운 경제모델을 가장 먼저 도입하는 기업들이 업계를 선도할 것으로 예측

### ☑ [러시아] 일본 애니메이션 제작사, 우즈베키스탄에 지사 설립 예정 41)

- 우즈베키스탄 디지털기술부의 보도자료에 따르면, 일본의 애니메이션 스튜디오 “엘프인(ELF-IN)”이 우즈베키스탄에 지사를 설립하고 우즈베키스탄의 애니메이션산업 발전에 기여할 예정
  - ☞ 이번 협력의 일환으로 양측은 일본 시장을 겨냥한 애니메이션 교육 프로그램을 시작할 계획. 이를 위해 70 만 달러 이상의 보조금이 지원되어 해당 분야 전문가 양성에 활용될 예정이며 일본의 관련 전문가들도 이 프로젝트에 참여할 예정
  - ☞ 우즈베키스탄 당국은 이번 협력을 통해 청년들을 위한 고임금 일자리를 창출하고 디지털 서비스 수출을 늘릴 수 있기를 기대하고 있음. 관련된 협상 과정에서 양측은 공동 교육 프로그램 개발, 소프트웨어 이용 스킬 개발, 원격 디지털 서비스 확대 등에 대해 논의
  - ☞ “이번 협력의 일환으로 일본 시장을 겨냥한 애니메이션 교육 기관이 설립될 예정이며, 일본의 저명한 전문가들이 참여할 것이다. 또한, 해당 회사는 우즈베키스탄에 자회사를 설립하여 고임금 일자리를 창출할 것이다.”라고 문화부는 성명에서 밝힘

### ☑ [브라질] Crunchyroll, 글로벌 ‘Ani-May’ 캠페인 브라질 5 개 주요 도시에서 전개 42)43)

- 브라질 5 개 주요 도시에서 Ani-May 전개...애니메이션을 도시 공간으로 확장
  - ☞ 글로벌 애니메이션 스트리밍 플랫폼 크런치롤(Crunchyroll)은 매년 5 월 진행하는 글로벌 ‘Ani-May’ 캠페인을 브라질에 대대적으로 도입해, 상파울루, 리우데자네이루, 브라질리아, 사우바도르, 포르탈레자

41) 출처:

[https://kz.kursiv.media/2026-05-07/fvfv-yaponskaya-studiya-otkroet-filial-v-uzbekistane-dlya-proizvodstva-anime/?utm\\_campaign=endless\\_feed](https://kz.kursiv.media/2026-05-07/fvfv-yaponskaya-studiya-otkroet-filial-v-uzbekistane-dlya-proizvodstva-anime/?utm_campaign=endless_feed)

42) 출처: <https://www.jwave.com.br/2026/05/crunchyroll-campanha-global-ani-may-brasil>

43) 출처: <https://alternativanerd.com.br/animes-mangas/anime-nas-ruas-crunchyroll-leva-o-ani-may-para-o-brasil>

등 5 개 주요 도시에서 전개함

- ✔ 이번 캠페인은 애니메이션을 디지털 플랫폼 화면 밖의 실제 도시 공간으로 확장해, 거리와 대중교통 등 일상 공간에서 대중과의 접점을 넓히는 방식으로 기획됨
- ✔ 이를 통해 크런치롤은 애니메이션을 단순한 시청 콘텐츠가 아닌, 현지 도시 문화와 생활 속 경험으로 재구성하는 전략을 적극적으로 펼치고 있음

○ OOH 중심 전략 강화... 상파울루 지하철 체험형 프로모션 운영

- ✔ 해당 캠페인은 지하철역, 도심 인프라, 거리 시계탑 등 대형 옥외광고(OOH, Out-of-Home) 매체를 중심으로 전개되며, 글로벌 광고대행사 덴츠 브라질(Dentsu Brasil)과 옥외광고 전문기업 제이씨데코 브라질(JCDecaux Brasil)이 파트너로 참여함
- ✔ 특히 상파울루에서는 지하철 4 호선 프라지키 코치뉴 역에 2026 년 5 월 5 일부터 20 일까지 체험형 프로모션 전용 공간을 운영하며, 방문객에게 한정판 경품을 제공하고 몰입형 애니메이션 테마 구역을 조성함
- ✔ 이 프로모션 부스는 매일 오전 10 시부터 오후 4 시까지 운영되며, 상파울루 지하철 핵심 노선의 대규모 유동 인구를 겨냥한 오프라인 접점으로 효과적으로 활용되고 있음

○ 브라질, 애니메이션 핵심 소비시장 부상... 젊은 층 중심 문화 영향력 확대

- ✔ 캠페인 기획 및 참여사들은 브라질이 세계에서 가장 중요한 애니메이션 핵심 소비시장 가운데 하나라고 입을 모아 평가함
- ✔ 덴츠 측이 제시한 시장 조사 자료에 따르면, 브라질 전체 인구의 약 60%가 매주 애니메이션 관련 콘텐츠를 시청하는 것으로 나타남
- ✔ 이는 애니메이션이 더 이상 일부 마니아층만의 하위문화에 머무르지 않고, MZ 세대를 중심으로 브라질 주류 대중문화의 일상 속에 깊게 자리 잡고 있음을 시사함
- ✔ 크런치롤은 이러한 브라질 시장의 강력한 수요 특성을 바탕으로, 스트리밍, 오프라인 이벤트, 브랜드 경험을 통합 전개하는 핵심 전략 요충지로 삼고 있음

○ 애니메이션, 스크린 밖 브랜드 경험으로 확장... 글로벌 팬 커뮤니티 전략 강화

- ✔ 크런치롤은 브라질 내 Ani-May 캠페인을 단순한 단발성 판촉 행사가 아니라 스트리밍, 비디오게임, 라이브 이벤트, 디지털 경험을 하나로 아우르는 거대한 글로벌 팬 커뮤니티 전략의 일환으로 운영 중임
- ✔ 브라질에서 펼쳐지는 이번 마케팅은 애니메이션을 ‘보는 영상 콘텐츠’에서 ‘도시에서 직접 만지고 체험하는 문화(Cultura Vivenciada)’로 확장시키며, 브랜드와 팬들 사이의 정서적 유대감을 극대화하는 성공적인 사례로 해석됨
- ✔ 결과적으로 Ani-May 는 브라질 내에서 애니메이션의 확고한 문화적 위상을 대내외적으로 재확인시키는 동시에, 글로벌 엔터테인먼트 브랜드의 오프라인 마케팅 실험장으로서 중추적인 역할을 수행하고 있음



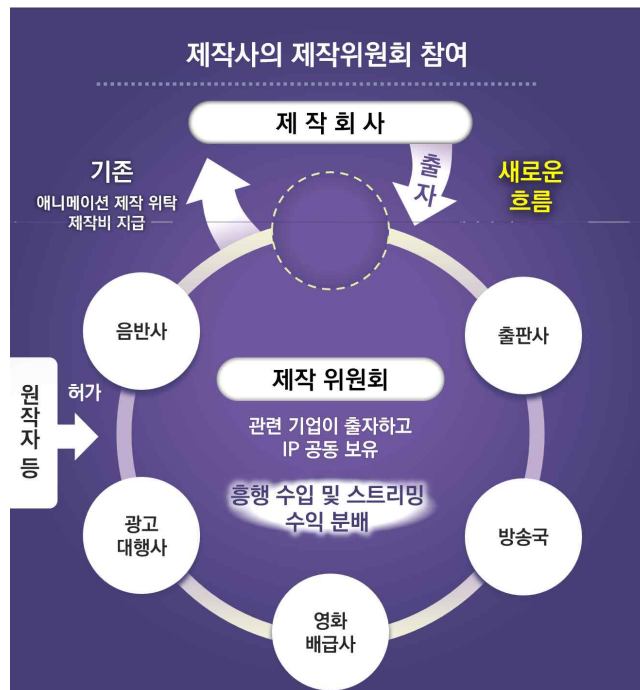
[그림 13] 상파울루 지하철 프라지키 코치뉴역에 조성된 크런치롤 'Ani-May 2026' 프로모션 공간

✔ [도쿄] 日 애니메이션 스튜디오, 하도급에서 벗어나 IP 직접 확보로 수익 구조 재편 44)

- 일부 유력 애니메이션 제작 스튜디오들이 하도급 구조에서 벗어나, 직접 투자에 나서며 IP(지식재산) 권리 확보에 나서고 있음
  - ✔ 최근 일본 애니메이션이 세계 시장에서 큰 영향력을 보이는 한편 제작 현장에는 수익이 충분히 환원되지 않는다는 지적이 제기되고 있으며, 스튜디오의 수익성 향상이 제작자 처우 개선으로 이어질 수 있다는 목소리가 나오고 있음
  - ✔ 최근 개봉한 <극장판 체인소 맨: 레제편(チェンソーマンレゼ篇)>은 인기 만화를 원작으로 하며, 전 세계 흥행 수입은 약 280억 엔에 달했음
  - ✔ 해당 작품의 저작권자를 나타내는 © 표기에는 만화의 원작자인 후지모토 타쓰키(藤本タツキ), 슈에이샤(集英社)와 함께 MAPPA/체인소 맨 프로젝트(MAPPA/チェンソーマンプロジェクト)가 이름을 올림
  - ✔ 마파(MAPPA)는 잇따라 흥행작을 선보이고 있는 제작 스튜디오로, 동사가 제작에 참여한 <주술회전(呪術廻戦)>은 인터넷 방송 플랫폼 아베마(ABEMA)에서 10대 시청자 기준 애니메이션 부문 재생 수 1위를 기록했으며, 지난 1월에는 넷플릭스(Netflix)와 전략적 파트너십을 체결함
  - ✔ 애니메이션은 출판사, 방송사, 광고회사 등 여러 대형 기업이 공동으로 투자하여 위험을 분산하고, 흥행에 성공하면 수익을 배분하는 제작위원회 방식으로 제작되는 경우가 많아, 중소 업체가 대다수인 애니메이션 제작사가 이 구조에 직접 참여하는 것을 매우 어려움
  - ✔ 마파의 오쓰카 마나부(大塚学) 사장은 게임업계와 같이 제작사가 초기 투자 위험을 감수하는 대신 흥행 성과에 따른 수익과 IP 권리를 확보할 수 있는 사업 모델에 주목하여 하도급 중심인 애니메이션 제작사의 사업 모델 전환에 나섬
  - ✔ 마파는 지난 2016년 <유리!!! on ICE(ユリ!!! on ICE)>의 투자를 시작으로 <체인소맨(チェンソーマン)> 등은 단독으로 100% 투자하는 등 저작권 보유 작품을 늘려옴
  - ✔ 초기에는 소액 투자로 위험을 줄이며 수익을 인재와 설비에 재투자하면서 제작 체계를 키우는 선순환

44) 출처: <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC195H60Z10C26A2000000>

- 구조를 만들었고, 제작사로서는 이례적으로 저작권 전담 부서를 설치해 IP 관련 협상을 할 수 있는 체계를 갖춘
- 마파가 저작권을 보유한 작품은 총 10 편으로, 오쓰카 사장은 애니메이션 시청 이후 작품 경험을 극대화 할 수 있는 다양한 시도를 하고 싶다고 밝히며 굿즈 등 IP 를 활용한 수익원 다각화 의지를 드러냄
- 한편, 감독의 색채가 뚜렷한 작품은 흥행 예측이 어려운 만큼 수익을 안정적으로 관리할 수 있는 구조가 중요한데, <용과 주근깨 공주(竜とそばかすの姫)> 등 호소다 마모루(細田守) 감독 작품의 제작을 맡아온 스튜디오 치즈(スタジオ地図)는 유한책임조합(LLP)을 통해 안정적인 수익 확보에 나서고 있음
- 스튜디오 치즈의 사이토 유이치로(齋藤優一郎) 프로듀서는 제작위원회 방식은 저작권이 여러 기업에 분산되어 있어 권리 활용 시 각 기업의 허가를 모두 확인해야하나, 청구를 일원화한 유한책임조합 방식은 즉각적인 대응이 가능해 사업 기회를 민첩하게 포착할 수 있다고 언급함
- 스튜디오 치즈는 자사가 저작권을 보유한 채, 닛폰 TV 방송망(日本テレビ放送網)과 가도카와 (KADOKAWA)와 함께 설립한 유한책임조합을 통해 IP 를 활용하고 있으며, 전시회나 필름 콘서트 기획, 플랫폼 등과의 협상은 일체 조합이 담당하고 있음
- 일본 정부는 일본 애니메이션의 해외시장 규모를 2033년까지 20 조 엔 규모로 키우겠다는 목표를 내세우고 있으며, 이를 위해 더 강력한 콘텐츠를 제작할 수 있는 스튜디오의 성장이 필수적이라는 지적이 나오고 있음



[그림 14] 제작위원회 구조와 제작사의 참여

## 만화·웹툰·스토리



### ☑ [폴란드] 출판 업계, 구글에 뉴스 사용료 요구... 협상 장기화 국면 45)

- ☑ 폴란드 언론사 및 출판사 연합체 레프로폴(Repopol)과 구글 간의 저작권료 협상이 장기화되고 있음. 전자통신청(UKE) 중재 아래 진행 중이던 양측의 협상은 당사자들의 요청에 따라 30 일 더 연장됨. 협상의 핵심은 구글이 검색 결과에서 언론사 기사 내용을 노출·활용해 수익을 얻는 데 따른 정당한 대가 지급 여부임
- ☑ 협상의 배경에는 폴란드 저작권법 개정이 있음. 레프로폴은 2025 년 초부터 구글과 약 1 년간 협상을 벌였으나 합의에 이르지 못했고, 결국 개정 저작권법에 도입된 전자통신청의 조정 절차를 활용하기로 함. 폴란드 디지털 출판사협회(ZPWC)의 의뢰로 스위스 컨설팅 업체(FehrAdvice)가 수행한 연구에 따르면, 구글이 폴란드 미디어에 지급해야 할 연간 적정 사용료는 약 5 억 1,400 만 즈워티(한화 약 2,106 억 원)에 달하는 것으로 산출됨
- ☑ 구글은 자체적인 개별 계약 체계를 고수하고 있음. 구글 중동부 유럽 커뮤니케이션 총괄 마르타 유즈비아크(Marta Jóźwiak)는 "EU 저작권 지침 발효 이후, 약 20 개 유럽 국가에서 적용하는 조건과 동일한 조건으로 폴란드 출판사와 계약을 체결할 준비가 되어 있다"라며 합리적인 합의 도달에 대한 기대를 밝힘. 프랑스 반독점 규제 당국이 구글에 5 억 유로의 과징금을 부과했고, 독일에서도 중재 절차가 진행 중인 만큼, 이번 폴란드 협상 결과는 유럽 미디어 업계 전반에 중요한 선례가 될 가능성이 큼

45) 출처:

<https://www.wirtualnemedi.pl/polscy-wydawcy-chca-pieniedzy-od-google-za-tresci-przedluzono-negocjacje,7282962151987264a>

<https://www.wnp.pl/tech/uke-bedzie-mediowac-ws-pieniedzy-od-google-a-w-gre-wchodzi-nawet-kilkaset-milionow-zlotych-rocznie,1019001.html>

음악



☑ [인니] 5월 29일 아시아 최대 재즈 페스티벌 '자바 재즈 페스티벌 2026' 개최 46)

- 2026년 5월 29일부터 31일까지 3일간 자바 페스티벌 프로덕션(Java Festival Production)이 주관하는 'myBCA 국제 자바 재즈 페스티벌 2026(International Java Jazz Festival 2026)'이 자카르타 북부 PIK 2에 있는 NICE(Nusantara International Convention Exhibition) 전시장에서 개최될 예정임

  - 올해로 21회를 맞이한 이번 축제는 개최 이래 처음으로 주 행사장을 이전하는 동시에 새로운 타이틀 스폰서인 인도네시아 최대 은행 BCA(Bank Central Asia)를 맞이하는 등 큰 전환점을 맞이함
  - 이번 축제에서 가장 주목받는 라인업은 8회 그래미 수상자인 존 바티스트(Jon Batiste)로, 5월 29일 스페셜 쇼로 무대에 오르며, 한국 밴드인 웨이브 투 어스(wave to earth)는 5월 30일 스페셜 쇼 헤드라이너로 확정됨
  - 2단계 라인업 발표를 통해 추가 확정된 국제 아티스트로는 그래미 수상 R&B 싱어 엘라 마이(Ella Mai), 얼터너티브 R&B 아티스트 제네비에브(Jenevieve)와 아론!(aron!), 브라질의 MPB·삼바·보사노바 기반 싱어송라이터 주앙 사비아(Joao Sabia), 호주 빅밴드 하버사이드 재즈(Harbourside Jazz) 등이 있으며, 데이브 코즈/더 서머 혼스(Dave Koz & The Summer Horns), 어스 윈드/파이어 by 알 맥케이(Earth, Wind & Fire by Al McKay), 인코그니토(Incognito), 리사 시몬(Lisa Simone) 등도 무대에 설 예정임. 인도네시아 현지 아티스트로는 말리크 &D'에센셜스(Maliq &D'Essentials), 슬랑크(Slank), RAN, 빌랄 인드라자야(Bilal Indrajaya), 지바 마놀리아(Ziva Magnolya) 등이 출연함
  - 이번 축제는 10개 이상의 무대에서 클래식 재즈부터 R&B, 소울, 펑크, 팝까지 다양한 장르를 아우르는 공연으로 구성되며, 티켓은 공식 웹사이트를 통해 구매 가능함. myBCA 디지털 서비스 이용자에게는 특별 프로모션이 제공되며, BCA 카드 소지자는 데일리 패스 '1매 구매 시 2매 증정' 혜택을 받을 수 있음



[그림 15] '자바 재즈 페스티벌 2026' 포스터

46) 출처: <https://www.javajazzfestival.com/page-lineup.php>  
[https://en.tempo.co/read/1848091/java-jazz-festival-2024-reveals-line-up-laufey-for-special-show?tracking\\_page\\_direct](https://en.tempo.co/read/1848091/java-jazz-festival-2024-reveals-line-up-laufey-for-special-show?tracking_page_direct)

✔ [베트남] 싸이·박재범·웬디, 하노이 <K-PULSE HANOI 2026> 공연 합류 47)

- 워터 뮤직 페스티벌인 <K-PULSE HANOI 2026>이 오는 6월 6일부터 7일까지 이틀간 하노이 미딩 국립 경기장에서 개최될 예정임. 작년 호치민에서 열린 <워터밤>의 열기를 이어 하노이에서 처음으로 대규모 국제 표준 워터 페스티벌이 열리게 됨
  - ✔ 이번 행사에는 한국을 대표하는 정상급 아티스트들이 참여함. 메인 라인업으로 싸이(PSY), 박재범(Jay Park), 산다라박(Sandara Park) 등 워터 페스티벌 베테랑들이 확정되었으며, 이 외에도 웬디(레드벨벳), 뱀뱀(GOT7), 프로미스나인(fromis\_9), 베이비돈크라이(Baby DONT Cry), 롱샷(LNGSHOT) 합류해 화려한 퍼포먼스를 선사할 예정임. 특히 신인 그룹 롱샷은 데뷔 뮤직비디오를 베트남 제작진과 협업한 인연이 있어 현지의 주목을 받고 있음
  - ✔ 콘서트 티켓 예매는 5월 17일 오후 1시 37분(현지 시간)부터 티켓박스(Ticketbox)를 통해 공식 시작될 예정임



[그림 16] <K-PULSE HANOI 2026> 워터 뮤직 페스티벌

✔ [태국] 태국에서 K 팝 인기는 하락세일까? 48)

- 태국의 더모멘텀(The Momentum)지 낮차 위치야 칼럼니스트는 ‘태국에서의 K 팝 인기가 하락세일까? 팬들이 직접 밝힌 한국 연예인 팬 활동의 어려움’이라는 제목의 칼럼을 게재했음. 다음은 요약문
  - ✔ 화두는 바로 “태국에서 K 팝 열풍이 하락세에 접어든 것이 아니냐”라는 질문임. 이 문제는 2026 년에 들어서면서부터 SNS 상에서 언급되기 시작했으며, 지난 5월 4일, X(구 트위터)에서 한 이용자가 “왜

47) 출처:

<https://hoahoctro.tienphong.vn/no-roi-psy-den-jay-park-dan-dan-con-lngshot-ve-svd-my-dinh-voi-water-festival-post1842320.tpo>

48) 출처: <https://themomentum.co/entertainment-kpop-in-thai-2026>

태국에서 K 팝 열기가 점점 식고 있는 걸까?”라는 질문을 던졌음. 해당 게시물에는 왜 태국 사람들이 조금씩 K 팝에서 멀어지고 있는지에 대한 다양한 이유들이 제시되었음

- ☞ 더모멘텀이 게시글에 달린 댓글들을 종합해 보았음. 다른 문화적 배경, 반복적이고 식상해진 콘텐츠, 즐거움을 떨어뜨리는 일부 제약들, 태국 팬들에 대한 대우 문제 등이 언급되었으며, 여기에 더해 동남아시아 사람들의 K 팝 청취 경향을 분석한 일본의 연구 결과 역시 ‘태국인들이 K 팝을 덜 듣고 자국 아티스트에 더 관심을 갖기 시작했다’라고 분석했음. 그러나 동시에 일부 소비자들은 ‘태국에서 K 팝은 아직 전혀 하락세라고 볼 수 없다’라는 의견도 내놓았음
- ☞ 태국인들은 오랫동안 K 팝에 관심을 가져왔음. ‘한국 덕후’라는 표현이 부정적인 의미로 사용되며 사회의 어른들에게 조롱과 멸시를 받던 시대를 지나, 지금은 적지 않은 태국 국적의 아티스트들이 한국에서 성공 하면서 남녀노소 누구나 K 팝을 알고 K 팝 산업 자체를 응원하는 시대가 되었음. 하지만 실제로 “예전보다 K 팝에 대한 관심이 줄었다”라고 인정하는 사람들이 늘고 있으며, 그 이유 역시 엑스(구 트위터)를 통해 다양하게 공유되고 있음
- ☞ <1. 음악과 콘텐츠 측면> 음악 취향에는 개인차가 있지만 많은 소비자들은 “요즘 K 팝 음악은 예전 같지 않다”라고 입을 모았음. 예를 들면 노래가 중독성이 없고 비트가 거슬린다는 의견도 있었음. 또한 일부는 “요즘 음악이 태국인 취향에 맞지 않는 이유가 K 팝이 미국 시장을 겨냥해 음악을 만들기 때문”이라고 주장하기도 했음
- ☞ 콘텐츠 부분 역시 지적되었음. 아티스트들의 예능 프로그램 출연으로 자연스러운 모습에 호감을 느끼며 좋아하게 되는 경우가 있는데 수년 동안 비슷한 형식의 콘텐츠가 계속 반복되면서 팬들은 “이제는 식상하고 새로울 것이 없다”라고 느끼고 있음
- ☞ <2. 기획사와의 부정적인 경험> K 팝 팬들은 엄청난 돈을 지불하며 산업을 지탱하는 소비자들임. 그러나 팬들이 지불한 비용에 비해 돌아오는 것이 만족스럽지 않다는 의견도 많음. 콘서트 티켓 가격은 계속 오르는데 혜택은 줄어들고, 일부는 자신들이 차별받고 있다고 느끼고 있음
- ☞ 특히 “한국 기획사들이 이중잣대를 적용한다”라는 지적도 있었음. 예를 들어 아티스트가 유럽 국가를 방문하면 팬들이 가까이 다가가 사진을 찍거나 사인을 받을 수 있는 모습이 자주 보이지만, 동남아시아 국가를 방문했을 때는 팬들이 일정 거리 밖으로 밀려나는 경우가 많다는 것임. 이러한 상황들이 누적되면서 많은 사람들은 서운함과 박탈감을 느끼게 되었고, 결국 조금씩 K 팝에서 멀어지게 되었다고 말함
- ☞ <3. 팬 활동 중단> 보이그룹 팬들이 공통적으로 겪는 가장 큰 문제 중 하나는 바로 군 입대임. 좋아하던 연예인이 2년 가까이 군 복무를 하게 되면 자연스럽게 다른 콘텐츠로 눈을 돌리게 됨. 영화·드라마·소설 등을 보기 시작하거나, 다른 연예인을 좋아하게 되기도 함. 그리고 그 대상이 꼭 K 팝이 아니라 미국·중국·일본 콘텐츠일 수도 있고, 자국의 연예인일 수도 있음
- ☞ 또한 많은 사람들은 한국 사회의 가부장적 분위기와 남성 중심 문화 역시 언급했음. 한국 연예인 및 배우들의 폭행, 학교폭력, 음주운전, 인신매매 연루 등의 부정적 사건들이 계속 보도되면서, 팬들이 아티스트에게 온전히 마음을 주기 어려워졌다는 것임
- ☞ K 팝 소비자들의 피로감이 커지는 가운데, 동시에 ‘T-POP’과 ‘태국 BL(Boys Love) 드라마’ 산업은

빠르게 성장하고 있음. 사람들은 그 과정에서 태국 음악과 드라마 역시 한국 못지않은 수준의 완성도를 갖추고 있다는 점, 그리고 뛰어난 실력을 가진 태국 아티스트와 배우들이 많다는 사실을 발견하게 되었음. 이러한 현상은 동남아시아 다른 여러 나라에서도 비슷한 현상을 보임

- ☑ 한편, 많은 사람들이 태국 내 K 팝의 둔화를 느낀다고 하지만, 일부 소비자들은 아직 이것을 ‘하락세’라고 보기에 이르다고 말함. 실제로 태국에서는 여전히 콘서트 표 예매 경쟁이 치열하며 신세대 K 팝 그룹들 가운데 태국인의 취향에 맞는 콘셉트와 잠재력을 가진 팀들도 많고, 앞으로 새로운 팬 층을 계속 끌어들이 수 있을 것이라는 의견도 제기되었음

☑ [태국] 밀리, 레드불 댄스 경연대회의 무대를 뜨겁게 달굴 예정 49)

● 태국의 스트리트 댄스계가 다시 한 번 뜨거운 경쟁을 펼칠 준비를 하고 있음. 특히 이번 경연대회에서는 세계적인 래퍼이자 최고의 인기 가수인 밀리(Milli)가 특별 라이브 공연을 선보일 예정임

- ☑ 5월 30일, 방콕 라마 4세 도로에 위치한 유서 깊은 후어람퐁 기차역에서 태국 최고의 댄서 16명이 치열한 경쟁을 펼칠 예정임
- ☑ 밀리는 레드불(Red Bull)과 오랜 기간 협업해 온 아티스트로, 에너지 넘치는 퍼포먼스로 유명함. 그녀는 여러 프로젝트에 걸쳐 레드불과 협력하며 자신의 음악, 공연 스타일, 그리고 글로벌 댄스 문화를 완벽하게 조화시켜 왔음
- ☑ 밀리의 가장 인기 있는 협업 중 하나는 2023년 ‘레드불 댄스 유어 스타일’ 월드 챔피언에 올랐던 한국 댄서 왁시(Waackxxxxy)와의 협업이었음. 밀리의 강렬한 음악성과 왁시의 정교하고 표현력 넘치는 움직임이 어우러져, 사운드와 움직임의 놀라운 조화를 만들어냈음
- ☑ 밀리는 한국 보이그룹 코르티스(CORTIS)와도 함께했음. 밀리는 코르티스 멤버들과 함께 그룹의 노래 ‘Youngcreatorcrew’에 맞춰 자신의 히트곡 ‘원펀치(One Punch)’ 춤을 추는 영상을 공개했음. 이 영상은 전 세계 팬들로부터 수백만 조회수를 기록했음
- ☑ 올해 레드불과 밀리의 파트너십은 더욱 확대되어, 밀리는 이번 시즌 3의 헤드라이너로 무대에 오를 것임. 그리고 그녀의 폭발적인 라이브 공연은 대회 내내 관객들을 열광시킬 것으로 기대됨



[그림 17] 방콕포스트 5월 11일자 L10면

49) 출처: <https://www.bangkokpost.com/life/social-and-lifestyle/3253070/dance-your-style-national-final-is-coming>

## ☑ [필리핀] 2026년 아세안 의장국 필리핀 마닐라에서 "2026 ROUND in the Philippines" 개최

### ○ 아세안과 한국에서 온 총 17개 팀이 참가하는 역대 최대 규모의 축제<sup>50)</sup>

- ☑ 약 13,000명을 수용할 수 있는 대형 공연장 아라네타 콜리세움에서 4월 18일(토)에서 19일(일)까지 이틀간 공연, 티켓 예매 시작 이틀 만에 10만 명이 신청함
- ☑ 10CM와 가비 가르시아가 공동 진행하고, 필리핀 최고의 뮤지션들과 아세안 최고의 스타들이 한자리에 모임
- ☑ KBS WORLD가 주최하고 한-아세안 협력 기금(AKCF)이 후원하며, 대한민국 외교부와 아세안 사무국(동남아시아 국가 연합)의 지원
- ☑ ROUND는 KBS가 2020년에 시작한 글로벌 프로젝트인 ASEAN·Korea Music Festival의 공식 명칭이자 브랜드로서 ASEAN과 한국 간 음악을 통한 교류와 협력 증진을 목표로 함
- ☑ 한국에서는 ROUND Festival이 2년마다 개최되며, ASEAN 의장국에서는 매년 개최
- ☑ 특히, 필리핀에서 라운드 페스티벌은 단순한 음악 축제를 넘어 ROUND Festival 현장에서 필리핀 브랜드와 음식 문화를 함께 홍보하며 문화 교류의 장으로 거듭남(망 이나살 Mang Inasal, 할로할로 halo halo 등 참여)<sup>51)</sup>
- ☑ 팬데믹 이후 마침내 2023년 인도네시아 자카르타에서 첫 오프라인 공연을 선보이며 관객들과 직접 소통하는 감동적인 무대를 연출, 2024년 라오스 비엔티안과 2025년 말레이시아 쿠알라룸푸르에서는 언어와 국경을 초월한 한국과 아세안 아티스트들의 협업 공연을 선보임
- ☑ 필리핀에 이어 2026년 라운드 뮤직 포럼은 7월 30일 인천에서 펜타포트 록 페스티벌과 공동으로 개최될 예정

## ☑ [멕시코] BTS, 멕시코 대통령궁 발코니서 5만 팬과 역사적 만남 <sup>52)</sup>

- BTS가 5월 6일 멕시코 대통령 클라우디아 셰인바움(Claudia Sheinbaum)과 팔라시오 나시오날(Palacio Nacional, 대통령궁)에서 공식 면담을 가진 후, 대통령궁 주 발코니에 나타나 소칼로(Zocalo) 광장에 집결한 약 5만 명의 팬들과 역사적인 만남을 가짐. 멕시코 연방 정부 발표에 따르면 이날 소칼로 광장을 가득 채운 팬 수가 공식 집계됨
- ☑ BTS 리더 RM(김남준)은 스페인어로 "Te amo, te quiero, muchas gracias(사랑해요, 정말 고마워요)"라고 직접 외치며 현장을 뜨겁게 달궜으며, 뷁(김태형)는 "여기 에너지가 믿을 수 없을 만큼 대단하다"라고

50) 출처:

[https://mylovekbs.kbs.co.kr/index.html?contents\\_id=70000000403562&sname=mylovekbs&source=mylovekbs&style=blog&utm](https://mylovekbs.kbs.co.kr/index.html?contents_id=70000000403562&sname=mylovekbs&source=mylovekbs&style=blog&utm)

51) 출처: <https://tribune.net.ph/2026/04/24/fueling-the-global-stage-filipino-flavors-invade-round-festival?utm>

52) 출처:

<https://www.eleconomista.com.mx/artesideas/bts-mexico-alrededor-50-000-fans-acudieron-zocalo-saludar-agrupacion-coreana-20260506-812215.html>

소감을 밝힘. 한여름 무더위 속에 멕시코시티 소방대원들이 광장 팬들에게 물을 뿌려 열기를 식히는 장면도 화제가 됨

- ✔ 세인바움 대통령은 면담 자리에서 "내년에 꼭 다시 오라"라고 말하며 BTS 의 방문을 적극 환영함. 이번 방문은 한류 아티스트가 멕시코 국가 원수와 공식 면담하고 대통령궁 발코니에서 팬들에게 인사한 최초의 사례로 기록됨
- ✔ BTS 의 멕시코 대통령 공식 면담 및 대통령궁 발코니 팬 인사는 K 팝이 단순 대중문화를 넘어 외교·국가 간 문화교류의 핵심 매개체로 자리 잡았음을 상징적으로 보여주는 사건임. 멕시코 내 K 팝 팬덤의 규모와 사회적 영향력이 국가 의전 수준에서 인정받은 만큼, 향후 한국 콘텐츠의 멕시코 시장 내 위상은 더욱 높아질 것으로 전망됨



### [멕시코] BTS 멤버 지민·진·슈가, 루차리브레 성지 아레나 멕시코 깜짝 방문… 미스티코와 포옹까지 53)

- ✔ K 팝 열기가 멕시코 수도를 가득 채운 가운데, BTS 멤버 지민·진·슈가 세 명이 루차리브레(멕시코 프로레슬링)의 성지 아레나 멕시코를 예고 없이 방문해 화제를 모음. 세 멤버는 5 월 7 일 첫 공연 다음 날 자유 시간을 활용해 멕시코시티의 대표 명소를 탐방했으며, 그 중 루차리브레 경기 관람 장면이 포착됨
- ✔ 이날 경기의 주역 미스티코(Mistico)는 링 입장 시 BTS 로고가 새겨진 재킷을 입고 등장해 팬들의 호기심을 자극했음. 경기장 앞자리에서 마스크와 후드로 얼굴을 가린 채 앉아 있던 외국인 관람객들이 눈에 띄었고, 팬들은 이들이 BTS 멤버가 아닐까 추측하기 시작함. 결국 한 팬이 지민을 알아보면서 현장 SNS 에 인증 사진이 퍼짐
- ✔ 경기 중 미스티코가 링에서 내려와 BTS 멤버들에게 다가가 악수를 나누는 장면이 카메라에 담겼고, 특히 미스티코와 진의 포옹 사진이 SNS 에서 급속도로 확산됨. 슈가는 자신의 인스타그램 스토리에 미스티코가 경기하는 영상을 업로드하며 아레나 멕시코 방문을 공식 확인했음
- ✔ 이번 방문은 BTS 멤버들이 단순한 공연을 넘어 멕시코 문화를 직접 체험하려는 진지한 관심을 보여준 사례로 평가됨. 슈가는 이후 무대에서 "어릴 때부터 레이 미스테리오 같은 멕시코 레슬러를 즐겨 봤다. 드디어 꿈을 이뤘다"라고 팬들에게 고백했음. 아레나 멕시코 측도 공식 채널을 통해 BTS 멤버들의 방문을 환영했음
- ✔ 한편 이 소식은 한국·미국 등 해외 아미 커뮤니티에도 빠르게 퍼져, 멕시코 팬들의 문화 접대와 멤버들의 현지 탐방이 결합 된 훈훈한 에피소드로 주목받았다. 현지 언론들도 K 팝 스타와 루차리브레의 이색적인 만남을 상세히 보도하며 한류와 멕시코 대중문화의 교류를 긍정적으로 조명했음

53) 출처:

<https://www.infobae.com/mexico/2026/05/09/bts-sorprende-en-la-arena-mexico-jimin-jin-y-suga-disfrutan-funcion-de-lucha-libre-con-mistico>

✔ [멕시코] BTS, 멕시코 투어 2 일 차... '루차리브레' 문화 융합과 초창기 향수 자극하며 성료 54)

- ✔ 방탄소년단(BTS)이 5 월 9 일 멕시코시티 에스타디오 GNP(Estadio GNP)에서 월드투어 '아리랑(ARIRANG)'의 두 번째 멕시코 공연을 성황리에 마무리함. 360 도 개방형 무대를 통해 수만 명의 팬들과 호흡했으며, 공연장 전체가 보랏빛 응원봉 물결로 뒤덮이는 장관을 연출함
- ✔ 공연 전부터 슈가, 지민, 정국, 진이 멕시코 국민 스포츠인 프로레슬링(루차리브레) 경기장을 방문해 멕시코 전통 마스크를 쓴 사진이 소셜 미디어를 통해 확산되며 팬들의 큰 기대를 모음. 이에 화답하듯 오프닝 무대에서 백업 댄서들이 레슬러 마스크를 쓰고 등장했으며, 멤버 진(Jin)은 전설적인 레슬러 미스티코(Mistico)의 맞춤형 화이트 재킷을 입고 무대에 올라 현지 팬들의 폭발적인 환호를 이끌어 냄
- ✔ 매 공연마다 다르게 진행되는 서프라이즈 세션에서 2013 년 데뷔 앨범 수록곡인 'We Are Bulletproof Pt.2'와 '하루만(Just One Day)'이 선정됨. 매체는 초기 힙합 감성이 짙은 이 곡들이 연주되자 경기장이 즉각적으로 반응했으며, 오랫동안 이들을 기다려온 멕시코 아미(ARMY)들에게 시공간을 초월하는 몽클한 향수를 선사했다고 평가함
- ✔ 멤버들은 스페인어로 감사 인사를 전하며 현지 팬들과 직접적으로 소통함. 제이홉(J-Hope)은 "제이홉 형제, 년 이미 멕시코인이야(J-Hope, hermano, ya eres mexicano)"라는 스페인어 농담을 건네며 환호를 받았고, 뷔(V)는 첫날 핫도그 먹방에 이어 둘째 날에는 무대 도중 솜사탕을 즐기는 유쾌한 퍼포먼스로 현지 소셜 미디어 트렌드를 장악함
- ✔ 엔딩 멘트에서 멤버 슈가(SUGA)는 중학교 시절 프로레슬링 온라인 팬카페를 운영했을 정도로 열성적인 팬이었음을 고백함. 특히 레이 미스테리오, 에디 게레로 등 라틴계 레슬러들을 자신의 최애로 꼽으며 멕시코 관중들의 거대한 기립 박수를 받았고, 멕시코에 반드시 다시 돌아오겠다는 약속을 남기며 공연이 지닌 문화적 교류의 의미를 완성함

✔ [멕시코] 멕시코 경제부 장관, 막후 외교 일정 직후 BTS 콘서트 관람 인증 화제 55)

- 멕시코의 마르셀로 에브라르드(Marcelo Ebrard) 경제부 장관이 5 월 10 일 방탄소년단(BTS)의 '아리랑(ARIRANG)' 투어 멕시코 마지막 3 일 차 콘서트에 직접 참석한 사실을 자신의 소셜 미디어를 통해 공개하며 큰 화제를 모음
  - ✔ 에브라르드 장관은 5 월 6 일부터 8 일까지 캐나다 토론토와 몬트리올에서 240 여 개 기업을 이끌고 현재 멕시코 경제 사안 중 가장 중요한 USMCA (미국·멕시코·캐나다 협정) 개정 준비 및 투자 유치를 위한 대규모 무역 사절단 일정을 소화했으며, 주요 일정을 마치자마자 바로 BTS 콘서트를 관람함
  - ✔ 에브라르드 장관은 소셜 미디어에 "결국 해냈다(Si se pudo)"라는 문구와 함께 아미(ARMY)를 상징하는

54) 출처:

<https://www.excelsior.com.mx/espectaculos/bts-regresa-debut-segundo-concierto-mexico-con-lucha-libre-y-looks-vaqueros>

55) 출처: <https://www.excelsior.com.mx/espectaculos/marcelo-ebnard-llega-concierto-bts-cdmx>

보라색 하트 이모티콘과 팬덤 고유의 제스처를 사용함. 특히 BGM 으로 청춘과 향수를 상징하는 BTS 의 2015 년 발매곡 'Run'을 직접 선곡하며, 멕시코 K 팝 팬덤의 정서를 정확히 겨냥한 맞춤형 소통을 선보임

- ☞ 이번 BTS 의 멕시코 방문은 단순한 문화 공연을 넘어, 클라우드리아 세인바움 멕시코 대통령과의 대통령궁 만남으로 이어짐. 당시 국립궁전 발코니에서 인사하는 멤버들을 보기 위해 소칼로 광장에만 약 5 만 명의 인파가 운집하는 등 엄청난 파급력을 기록함
- ☞ 에브라르드 장관은 이미 올해 1 월과 3 월부터 BTS 의 멕시코 공연과 관련한 기대감을 공개적으로 표출해 왔음. 현지 언론은 멕시코 최고위급 관료가 K 팝 아티스트의 행보에 지속적으로 관심을 보이고 이를 대중과의 소통 창구로 적극 활용하는 현상이 멕시코 내 K 팝 산업의 높아진 주류 사회적 위상을 방증하는 것이라고 분석함

☑ [브라질] 한국 콘텐츠 기업, 리우데자네이루서 브라질 기업과 비즈니스 협력 논의 56)57)

- KOCCA 브라질센터 주관 '2026 브라질 K-콘텐츠 비즈 워크' 개최... 리우서 한·브 기업 간 비즈니스 매칭 추진
  - ☞ 5 월 26 부터 30 일까지 리우데자네이루 바하 다 치주카에 위치한 원저마라펜지호텔에서 '2026 브라질 K-콘텐츠 비즈 워크 2026'이 개최됨
  - ☞ 이번 행사는 KOCCA 브라질센터 주관으로 열리며, 한국의 주요 콘텐츠 기업과 브라질 기업, 제작자, 크리에이터 간의 비즈니스 매칭 및 전략적 협력 논의를 핵심 목표로 함. 단순한 콘텐츠 쇼케이스 시연을 넘어 비즈니스 B2B 미팅, 업무협약(MOU) 체결, 전략 회동 등을 통해 실질적이고 구체적인 사업 기회를 발굴하는 비즈니스 행사로 기획됨
- IP 라이선싱·배급·공동 제작 중심 협력 모색... 브라질 내 한류 수요를 사업으로 연결
  - ☞ 행사의 핵심 의제는 콘텐츠 IP 및 캐릭터 라이선싱, 드라마·시리즈·다큐멘터리·애니메이션 배급권 거래, 시청각 콘텐츠 공동 제작 등으로 제시됨
  - ☞ KOCCA 브라질센터는 브라질 내 한국 콘텐츠에 대한 폭발적인 관심과 수요 증가를 기업 간의 실질적 거래 및 중장기 협력으로 직접 연결하는 데 초점을 두고 있다고 설명함
  - ☞ 이에 따라 이번 행사는 초기 네트워킹 단계를 넘어 실제 배급 계약, 공동 제작 일정 협의, 라이선싱 계약 등으로 신속하게 이어질 수 있는 밀도 높은 사업 협력의 장으로 기능할 전망이다
- HYBE·CJ ENM·KBS 미디어·MBC 아메리카 등 참여... 음악·드라마·포맷·애니메이션 아우르는 협력 확대
  - ☞ 이번 행사에는 HYBE, CJ ENM, KBS 미디어, MBC 아메리카, SBS 스튜디오 S 등 한국 콘텐츠 산업을 대표하는 주요 기업들이 대거 참여해 브라질 시장과의 파트너십 가능성을 타진함
  - ☞ 또한 대형 미디어 기획사뿐만 아니라, 장애 예술인과 협업하는 파라스타 엔터테인먼트, 에듀테인먼트 분야의

56) 출처:

<https://oglobo.globo.com/blogs/ancelmo-gois/post/2026/04/gigantes-do-k-pop-e-do-k-drama-tem-encontro-marca-do-no-rio.ghml>

57) 출처:

<https://veja.abril.com.br/coluna/giro-pelo-oriente/gigantes-do-k-pop-desembarcam-no-rio-para-fechar-negocios>

그래피직스 등 중소 유망 기업들도 참여해 한국 콘텐츠 산업의 다양성과 확장성을 보여줄 예정임

- ✔ 애니메이션 분야에서는 핑고 엔터테인먼트, 아이코닉스, 키즈캐슬 등이 동참해 브라질 시장 내 유아 및 가족 대상 콘텐츠와 캐릭터 굿즈 비즈니스 확대 가능성을 적극 모색함
- ✔ 이를 통해 한국 콘텐츠 산업이 기존의 K 팝과 K-드라마를 뛰어넘어 교육, 포용성, 애니메이션, 3D 캐릭터 산업까지 매우 폭넓고 다채로운 협력 기회를 브라질에 제시하고 있음을 시사함

○ **브라질, 중남미 전략 거점 부상… 한류 소비를 사업화하는 전환점 주목**

- ✔ 한국 콘텐츠 업계는 브라질을 전체 중남미 시장 진출을 위한 가장 중요한 핵심 관문으로 보고 있으며, 이번 행사는 브라질을 한국 콘텐츠의 지역 확산 거점으로 삼으려는 전략의 연장선으로 해석됨
- ✔ 브라질에서는 내에서는 거대한 디지털 플랫폼 이용자 풀과 열성적인 팬덤을 기반으로 한국 콘텐츠의 일상적 소비가 꾸준히 확대되고 있어, 현지 미디어 기업과의 비즈니스 협력 기반도 점차 단단하게 구축되는 추세임
- ✔ 결론적으로 이번 행사는 단순한 문화교류 수준을 넘어, 브라질 현지 기업에는 글로벌 탐티어 콘텐츠 기업과의 직접적인 비즈니스 기회를, 한국 기업에는 현지화, 킬러 포맷 실험, 타깃 시장 확대 기회를 동시에 제공하는 실질적 윈윈의 장으로 평가됨

✔ **[스웨덴] 스웨덴 작곡가들, ‘ASCAP 팝 뮤직 어워즈’ 수상 58)**

○ **스웨덴 작곡가들이 미국 로스앤젤레스에서 열린 ‘ASCAP 팝 뮤직 어워즈(ASCAP Pop Music Awards)’에서 다수 수상했으며, 엘비라 안데르피에르드(Elvira Anderfjärd), 맥스 마틴(Max Martin), 일리야 살만자데(Ilya Salmanzadeh) 등이 수상자에 포함됐음**

- ✔ ASCAP은 매년 전년도에 가장 많이 재생된 곡을 만든 창작자들을 기리는 저작권 단체로, 올해 시상식은 4월 30일 로스앤젤레스 Chaplin Studios에서 열렸음
- ✔ Sony Music Publishing은 2025년 가장 많이 재생된 곡 27곡을 보유한 공로로 ‘올해의 퍼블리셔’에 선정됐음
- ✔ 수상 곡에는 에드 시러(Ed Sheeran)의 〈Azizam〉, 더 위켄드(The Weeknd)의 〈Dancing in the Flames〉, 애디슨 레이(Addison Rae)의 〈Diet Pepsi〉 등이 포함됐음
- ✔ 〈Azizam〉은 사반 코테차(Savan Kotecha)와 일리야 살만자데(Ilya Salmanzadeh), 〈Dancing in the Flames〉는 오스카 홀터(Oscar Holter)와 맥스 마틴(Max Martin)이 작곡가로 이름을 올렸음
- ✔ 〈Diet Pepsi〉는 엘비라 안데르피에르드(Elvira Anderfjärd)와 루카 클로저(Luka Kloser)가 작곡가로 참여한 곡으로, 이번 수상을 통해 스웨덴 작곡가들의 글로벌 팝 시장 내 영향력이 다시 확인됐음
- ✔ 테이트 맥레이(Tate McRae)의 〈It’s Ok I’m Ok〉, 테일러 스위프트(Taylor Swift)의 〈Opalite〉와 〈The Fate of Ophelia〉, 〈Twilight Zone〉도 스웨덴 작곡가가 참여한 수상 곡으로 소개됐음

58) 출처:

<https://www.musikindustrin.se/2026/05/05/elvira-anderfjard-max-martin-m-fl-vinnare-pa-ascap-pop-music-awards>

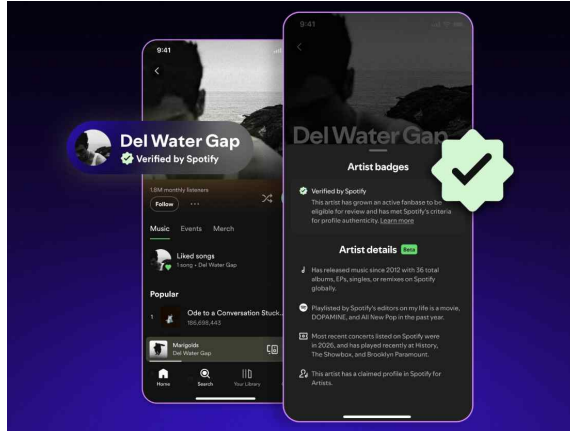


[그림 18] 'ASCAP 팝 뮤직 어워즈' 수상자 스웨덴 작곡가 엘비라 안데르피에르드

## ☑ [스웨덴] 스포티파이, 아티스트 인증 배지 도입 59)

- 스포티파이(Spotify)가 아티스트의 실제 활동 여부를 이용자가 쉽게 확인할 수 있도록 하는 새 인증 배지 'Verified by Spotify'를 도입함
  - ☑ 기존 파란색 'Verified Artist' 표시는 'Registered Artist'로 바뀌어 프로필 등록 여부를 보여주는 반면, 새 'Verified by Spotify'는 아티스트 프로필과 검색 결과 이름 옆에 초록색 배지로 표시되며 실제 아티스트가 운영하는 계정인지 확인하는 데 초점을 둠
  - ☑ 일시적인 인기 상승이 아니라, 일정 기간 동안 이용자가 직접 찾아 듣는 정도를 중심으로 아티스트 인증 여부를 검토할 방침임
  - ☑ 인증 기준에는 플랫폼 규정 준수, 꾸준한 청취 활동, 팬들의 관심, 공연 일정, 굿즈, 연결된 SNS 등 플랫폼 안팎의 활동 신호가 포함됨
  - ☑ 스포티파이는 서비스 도입 초기에는 AI가 만든 가상 아티스트나 AI 캐릭터를 중심으로 운영되는 프로필에 인증 배지를 부여하지 않을 예정이라고 밝혔음
  - ☑ 새 배지는 앞으로 몇 주에 걸쳐 순차적으로 적용되며, 인증 요건을 충족하는 아티스트의 99% 이상이 초기 인증을 받을 것으로 예상됨
  - ☑ 이번 기능은 AI 시대에 이용자가 음악 뒤에 있는 실제 아티스트를 신뢰할 수 있도록 하기 위한 조치로, 단순히 문제 계정을 걸러내는 장치가 아니라 성실하게 활동하는 실제 아티스트를 확인할 수 있는 표시라고 설명했다
  - ☑ 아티스트의 활동 정보를 보여주는 베타 기능도 함께 도입하며, 경력 이정표, 발매 활동, 투어 활동 등을 제공할 예정임
  - ☑ 또한 배지가 아직 보이지 않는다고 해서 향후 인증 대상에서 제외된다는 의미는 아니며, 검토와 인증은 계속 진행될 예정이라고 설명했다

59) 출처: <https://www.musikindustrin.se/2026/05/03/ny-verifiering-pa-spotify>



|그림 19| Spotify의 새 아티스트 인증 배지 'Verified by Spotify' 예시 이미지

✔ [아르헨티나] BTS, 새 앨범에 담긴 의미 및 아르헨티나 최초 방문에서 기대되는 것 60)

○ 4 년의 공백 후 무대에 돌아오는 BTS, 한국계 아르헨티나 인플루언서 Liry Onni 와 알아보기

- ✔ 세계에서 가장 유명한 K 팝 그룹이 4 년 만에 새 앨범, 전 세계 대규모 투어와 함께 무대에 돌아옴. 지난 3 월 20 일 BTS 가 발표한 정규 앨범 '아리랑(ARIRANG)'은 이미 빌보드 200 차트에서 1 위를 차지하며 400 만 장이 넘는 판매량을 달성함
- ✔ 소셜 미디어에서 '릴리 언니(Liry Onni)'로 불리는 한국계 아르헨티나 콘텐츠 크리에이터 릴리아나 이네스 송 (Liliana Inés Song)은 아르헨티나에서 태어났으나 현재 한국에 살며 스페인어권 시청자를 위해 최신 소식과 트렌드를 공유하고 있음. BTS 를 한국의 "자부심"으로 여기고 BTS 의 음악, 예술적 깊이, 진정성을 높이 평가함
- ✔ BTS 의 새 앨범은 한국 민요 '아리랑'을 타이틀로 삼음. 릴리 언니는 "아리랑은 여러 세대에 걸쳐 민족과 함께 해왔으며, 축하할 때, 노동할 때, 슬픔을 토로할 때 부른" 노래로서 "그 가치가 매우 크고", "심지어 일본의 점령에 맞선 독립의 상징이 되기도 했다"라고 설명함. 지난 2012 년 유네스코는 "국내외에 거주하는 한국인들의 소통과 단결을 강화한다"라는 이유로 아리랑을 인류무형문화유산 대표 목록에 등재함
- ✔ BTS 가 한국을 언급한 것은 앨범 타이틀뿐만이 아님. 수록곡 'No. 29'에는 한국에서 가장 큰 청동 종인 에밀레종의 소리가 녹음되어 있음. 이 종은 771 년에 경덕왕이 아버지를 기리기 위해 의뢰해 제작되었으며, 한국의 제 29 호 국보로 지정됨. 민간 설화에 따르면, 제작 과정에서 한 소녀를 희생해 용융 상태의 금속에 넣었으며, '에밀레'는 어머니를 부르는 소녀의 울부짖음이라고 함
- ✔ 릴리 언니는 "가장 강력한 레퍼런스는 한국 독립운동 지도자였던 김구를 소환하는 'Aliens'에 있다"라고 말함. 1910 년부터 1945 년까지 지속된 일본 식민 지배에 맞서 싸운 김구는 자신의 저서 '나의 소망'에서 "오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다"라며 "문화의 힘은 우리 자신을 행복하게 하고, 나아가서 남에게 행복을 주기 때문"이라고 밝힘. 한국 전통을 알리는 대사로 널리 알려진 BTS 는 이러한 열망에

60) 출처:

<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/bts-en-la-argentina-que-esconde-su-nuevo-album-y-que-pueden-esperar-los-fans-en-su-primera-visita-al-nid10042026>

부응하고 있음

- ☑ 최초로 아르헨티나가 포함된 '아리랑 월드 투어(Arirang World Tour)'는 23 개국을 대상으로 진행되며, 지난 4 월 9 일 고양시에서 시작됨. 아르헨티나에서는 라플라타(La Plata)의 에스타디오 우니코(Estadio Único)에서 10 월 21 일, 23 일, 24 일 세 차례 공연이 열릴 것임. 사전 예매는 거의 매진되었으며, 일반 판매는 오는 4 월 10 일 금요일로 예정됨

### ☑ [아르헨티나] 오늘 자 아르헨티나 아이튠즈 최고 인기곡, 서인국의 <Out of time> 61)

#### ○ 아르헨티나 K 팝 상위 10 곡

☑ 곡명 / 아티스트:

- 1. Out of time / 서인국
- 2. CREED / 스트레이 키즈(Stray Kids)
- 3. Couple / 정은지 & 서인국
- 4. Aliens / BTS
- 5. DIVINE / 스트레이 키즈(Stray Kids)
- 6. SWIM / BTS
- 7. FAKE LOVE / BTS
- 8. Body to Body / BTS
- 9. Hooligan / BTS
- 10. Gangnam Style / 싸이(PSY)

### ☑ [아르헨티나] 페루에서 올려 퍼질 BTS 의 아리랑 월드 투어 2026 공식 세트리스트 62)

#### ○ BTS '아리랑 월드 투어 2026', 페루 공연에서 선보일 곡들

- ☑ 지난 4 월 9 일 한국에서 국제 무대 복귀를 알리는 BTS 의 공연과 함께 아리랑 월드 투어 2026 (ARIRANG World Tour 2026)의 막이 오름. 첫 공연에서 BTS 는 글로벌 히트곡과 신규 앨범의 미공개 곡이 함께 포함된 투어용 공식 세트리스트를 공개함. 이 리스트는 수천 명의 팬들이 BTS 방문을 고대하고 있는 페루, 멕시코, 콜롬비아, 아르헨티나, 칠레 등지에서 펼쳐질 공연의 가이드 역할을 할 것임. 이번 투어를 통해 아시아, 라틴아메리카, 유럽, 북미의 30 개가 넘는 도시에서 80 회가 넘는 공연이 진행될 것임
- ☑ 아리랑 월드 투어 2026 은 오는 10 월 7 일, 9 일, 10 일 페루 에스타디오 산 마르코스(Estadio San Marcos)에서 개최됨. BTS 의 리마(Lima) 방문 소식은 온라인에서 열풍을 일으킴. 티켓마스터 (Ticketmaster)의 공식 자료에 따르면, 3 회 공연의 사전 예매 기간에 52 만 1 천 명이 넘는 팬들이 티켓

61) 출처:

<https://www.infobae.com/noticias/2026/04/11/cual-es-la-cancion-de-k-pop-mas-famosa-en-itunes-argentina-hoy>

62) 출처:

<https://www.infobae.com/peru/2026/04/10/setlist-oficial-de-bts-para-el-arirang-world-tour-2026-estas-son-las-canciones-que-sonaran-en-peru>

구매를 시도함. 국내 음악 산업 역사상 전례 없는 이 수치는 페루 ARMY 가 라틴아메리카에서 가장 열정적인 대규모 팬덤 중 하나임을 증명함

### ✓ [아르헨티나] 2026 년 칠레에서 개최되는 BTS 콘서트 63)

#### ○ 오는 10 월 14 일부터 개최될 BTS 칠레 공연

- ✓ 칠레에서 '아리랑 월드 투어(ARIRANG World Tour)'를 경험할 날이 가까워지고 있는 가운데, 칠레의 아미(ARMY) 커뮤니티는 애타게 기다려온 BTS 의 재방문을 고대하고 있음. 칠레의 수도에서 공연한지 거의 10 년이 지난 지금, BTS 는 최신 정규 앨범 발매의 일환으로 칠레 재방문을 확정함. 이에 <Butter>, <Dynamite>, <FAKE LOVE>, <Fire> 등 주요 히트곡과 함께 <Body to Body>, <SWIM>, <Like Animals>, <FYA>와 같은 곡들을 공연에서 들려줄 예정임
- ✓ 칠레의 에스타디오 나시오날(Estadio Nacional)에서 오는 10 월 14, 16, 17 일에 공연이 개최될 것임. 360 도 무대와 함께 불꽃놀이, 시각효과, 새로운 안무 등이 어우러진, 전에 없던 연출을 선보일 예정임. 첫 번째 공연의 경우 안데스 구역, 퍼시픽 구역에, 두 번째 공연의 경우 안데스 구역에 티켓이 남아있음. 현재 10 월 17 일 토요일 공연만 매진된 상태임

### ✓ [영국] 스트레이 키즈의 인지도와 인기 64)

#### ○ 영국 경제지 이코노미스트(The Economist)는 스트레이 키즈의 인기에 대한 글을 온라인 게재함

- ✓ 2025 년 전 세계에서 두 번째로 많이 팔린 앨범은 한국의 보이그룹 스트레이 키즈이나 잘 알려지지 않음
- ✓ 스트레이 키즈는 슈퍼스타임. 유튜브 조회수는 105 억 회를 넘었고 틱톡 좋아요는 약 20 억 회임. 스포티파이에서 <神메뉴>는 2,100 만 시간 재생됨. 11 월 <두잇(DO IT)>은 빌보드 200 에서 1 위를 차지함. 스타디움 투어 'dominATE'는 약 2 억 달러(한화 약 3 천억 원)의 수익을 올림
- ✓ 이들은 K 팝의 집중 훈련 시스템에서 보컬, 래퍼, 댄서로서의 실력을 쌓음. 2017 년 리얼리티 TV 프로그램에서 이들은 어리숙하고 긴장한 어린 그룹에서 완벽하게 조직된 엔터테인먼트 팀으로 변모하는 과정을 보여줌. 데뷔 싱글 <헬레베이터(Hellevator)>는 프로그램 방영 시기에 맞춰 발매됨
- ✓ 그룹이 세계적인 주목을 받게 된 것은 2020 년으로, 사이렌 소리, 쿵광거리는 비트, 공격적인 보컬이 뒤섞인 <神메뉴> 발매 후임. 날카로운 춤 동작과 편집이 돋보인 뮤직비디오는 폭발적인 인기를 얻음
- ✓ 스트레이 키즈의 성공은 독창적인 음악 스타일에 있음. 데뷔 초부터 경쟁 K 팝 그룹이 선호하는 발랄한 멜로디를 거부하고 훨씬 더 거칠고 강렬한 음악을 추구함. 격렬한 트랩 팝 스타일은 그들을 이단아로 만들었지만, 시간이 흐르면서 많은 팬을 확보하게 함

63) 출처:

<https://los40.cl/2026/04/13/si-quieres-ir-a-los-conciertos-de-bts-en-chile-2026-estas-son-las-entradas-que-aun-puedes-comprar-en-ticketmaster>

64) 출처: <https://www.economist.com/culture/2026/02/26/the-biggest-band-youve-never-heard-of>

- ✔ 2017 년, 그룹의 리더인 방찬은 JYP 엔터테인먼트 소속 연습생 중에서 직접 멤버를 선발함. 자신의 거친 스타일과 잘 어울리는 멤버를 선택해 멤버 간의 케미를 확보함
- ✔ 스트레이 키즈는 대부분의 곡을 직접 작사·작곡함. 3RACHA 로 활동하는 세 멤버가 프로듀싱을 담당함
- ✔ 또 다른 성공 요인은 팬들과의 관계임. 음악은 거칠지만, 대중적인 이미지는 다름. 화장을 하고 손톱에 매니큐어를 바르며, 명품 의상을 입음. 버클리 음대 교수인 레이 설(Ray Seo)은 스트레이 키즈가 보다 진보적인 남성성을 보여준다고 말함
- ✔ 그룹도 진정성을 보임. 라이브 방송을 통해 팬들과 정기적으로 소통하고, 주요 기념일에는 특별 방송함. 무대 뒤 모습과 작업 과정도 공유함. 이는 친밀감을 조성해 팬이 직접적인 관계를 맺고 있다고 느끼게 함. 이들은 감정, 특히 불안감에 대해 솔직하게 이야기함
- ✔ 섬세한 면모는 음악에도 드러남. 가사는 청년층의 고민을 담음. 〈마이 페이스(My Pace)〉는 타인과 자신을 비교하는 것의 위험성을 이야기하고, 〈잘하고 있어(Grow Up)〉는 어른들도 실수한다며 안심시킴
- ✔ 스트레이 키즈는 오랫동안 문화 속에 존재해 온 세대 차이를 단적으로 보여주는 사례임. 스트레이 키즈의 성공 규모는 21 세기 미디어 환경의 변화를 보여줌. 전통적인 매체에서 상대적으로 주목을 덜 받았지만, 서울에서 시드니, 상파울루에 이르기까지 전 세계적으로 팬을 확보함

패션



✔ [UAE] 중동 전쟁 장기화에 따른 글로벌 럭셔리 패션 산업 불확실성 확대 65)

- 최근 중동 지역 긴장 고조가 관광 및 소비 심리에 영향을 미치며 글로벌 럭셔리 패션 산업의 불확실성이 확대되고 있음
  - ✔ UAE 와 사우디아라비아 등 걸프 지역은 최근 글로벌 럭셔리 시장의 주요 성장 지역으로 평가받아 왔으나, 최근 항공편 취소 및 여행 경고 확대에 따라 관광객 및 소비 흐름 위축 우려가 제기되는 상황임
  - ✔ 두바이몰(Dubai Mall)을 비롯한 주요 럭셔리 상업시설은 현재 정상 운영 중이며, UAE 주요 관계자들 역시 ‘일상 유지’ 메시지를 강조하고 있으나, 일부 지역에서는 매장 임시 폐쇄 사례도 발생하며 지정학적 리스크가 소비 시장에 직접적인 영향을 미치는 양상
  - ✔ 글로벌 럭셔리 브랜드들은 중동 시장을 주요 성장 동력으로 보고 있으며, 일부 기업의 경우 전체 매출의 5~10%를 중동 지역에서 확보하고 있는 것으로 분석됨
  - ✔ 특히 UAE 는 관광·쇼핑·환대 산업이 결합된 핵심 소비 시장으로 평가받고 있음
  - ✔ 다만 현재 미국과 유럽 연합(EU)이 중동 일부 지역에 대한 여행 경고를 확대하고 있으며, 관광객 감소 가능성과 함께 소비 심리 위축이 라마단 시즌 소비 패턴에도 영향을 미치고 있다는 분석이 제기됨
  - ✔ 업계에서는 향후 지역 정세 안정 여부에 따라 글로벌 럭셔리 및 패션 산업의 회복 흐름이 결정될 것으로 보고 있으며, 중동 시장이 글로벌 소비 산업에서 차지하는 비중 역시 지속 확대될 것으로 전망하고 있음

✔ [호주] 호주 패션업계, AI 활용 확대 속 창작 윤리 논쟁 확산 66)

- 호주 패션업계 생성형 AI 활용 논의… “효율성 확대” vs “인간 창의성 대체 우려”
  - ✔ 호주 패션업계에서 생성형 AI 를 활용한 디자인·이미지 제작과 관련한 다양한 시도가 이어지는 가운데, 디자이너 칼라 스페티(Karla Špetić)은 멜버른 패션 페스티벌에서 공개한 최신 컬렉션 제작 과정에서 생성형 AI 를 실험적으로 활용했으며 업계에서는 디자인·이미지 제작·트렌드 분석·행정 업무 등 다양한 분야에서 AI 활용 가능성을 둘러싼 논의가 이어지고 있음
  - ✔ 일부 디자이너들은 생성형 AI 를 솔로건 제작, 초기 콘셉트 이미지 구상, 트렌드 분석, 마케팅 자료 작성 등 다양한 작업에 활용하고 있다고 설명했으며, 특히 반복적인 행정·기획 업무 시간을 줄여 디자인과 브랜드 개발 등 핵심 창작 업무에 보다 집중할 수 있다는 점에서 활용 가능성을 긍정적으로 평가함
  - ✔ 반면 AI 기반 이미지 생성 과정에서 실제 의상 제작이 어려운 비현실적 디자인이나 부자연스러운 표현이 나타나는 사례도 언급됐으며, 업계에서는 브랜드 고유의 미적 감각과 소재 이해, 디자이너의 경험에서 비롯되는

65) 출처: <https://www.vogue.com/article/war-in-the-middle-east-raises-questions-for-fashion>

66) 출처: <https://www.abc.net.au/news/2026-05-11/ai-in-fashion-australian-fashion-week/106641632>

창의성은 여전히 인간 창작자의 역할이 중심이 되어 한다는 의견도 함께 제기됨

- ☑ 뉴욕 패션 디자이너 프라발 구룽(Prabal Gurung) 역시 AI 가 반복 업무 효율화에는 도움이 될 수 있지만 창작은 인간의 경험과 감각에서 비롯되는 것이라고 강조했다며, 패션업계에서는 인간 디자이너의 창의성과 브랜드 고유 정체성이 여전히 중요한 요소라는 의견이 함께 제기되고 있음



[그림 20] 호주 패션 행사 런웨이 현장 (출처: ABC News 보도자료)

## ☑ [영국] 주요 순간에 등장하는 블레이저 패션 67)

### ○ 중요한 순간에 파워 블레이저를 활용한 스타일이 여성 패션에서 자주 등장함

- ☑ 영국 총리의 아내 빅토리아 스타머(Victoria Starmer)는 5 월 7 일 남편과 투표에 참석할 때 크림색 블레이저를 선택함
- ☑ 드라마 <아만다랜드(Amandaland)> 1 화에서 아만다는 중요한 순간에 베이지색 더블브레스트 블레이저를 입고 등장함. 아이 학교의 진로 주간 행사에서 자신의 라이프스타일 브랜드 '센유스(Senuous)'에 대해 다소 민망한 강연을 해야 하는 상황이었음
- ☑ 왕세자비는 크림 베이지색 하이웨이스트 롤랑 무레(Roland Mouret) 수트를 입고 '파운데이션즈 오브 라이프(Foundations for Life)' 보고서를 발표함
- ☑ 워싱턴 DC 기반의 패션 컨설턴트이자 스타일리스트인 로렌 로스먼(Lauren Rothman)에 따르면, 크림색 블레이저는 전문적이고 창의적인 미학을 담고 있으며, 돋보이면서도 능력을 보여주는 나만의 파워 드레싱 스타일을 추구한다는 메시지를 전달한다고 함
- ☑ 그는 블레이저를 옷으로 존재감을 드러내는 레이어라고 함. 시각적인 구조를 만들어내고 심리적으로 권위, 준비성, 능력과 연결된다고 설명함. 또한 몸매를 프레임화해 자세를 변화시킨다고 함
- ☑ 특히, 크림색에 가까운 블레이저는 눈에 띄는 중성색으로, 시선을 사로잡아 권력의 역학 관계를 바꿔놓는다고 함
- ☑ 스타머는 남편의 어두운 정장 옆에서 현대적인 파워 드레싱의 진화를 보여준다고 함. 백악관에서 영국 국왕 부부를 맞이하기 위해 남편 옆에 나타난 멜라니아 트럼프도 오프화이트 랄프 로렌 블레이저와 스커트를 입고 같은 스타일을 선보임. 힐러리 클린턴도 2016 년 대선 3 차 토론에서 도널드 트럼프에 대한 성폭행 의혹이 제기되었을 때, 랄프 로렌의 크림색 울 크레이프 블레이저를 입을

67) 출처:

<https://www.theguardian.com/fashion/2026/may/09/power-blazer-victoria-starmer-marks-key-political-moment-in-cream>

- ✔ 크림색이 권위와 친근함을 준다고 함. 또한, 금방 더러워질 수 있는 색이라 내재한 지위가 있다고 함
- ✔ 여성 참정권 운동을 상징하는 흰색과 밀접한 관련이 있어 역사적인 의미도 지님. 정치 지도력의 중요한 상징적 순간에 흰색을 사용하는 것은 여성의 권위, 연대, 제도적 돌파구를 나타내는 상징이 될 수 있음

## 통합(정책·기타)



### ☑ [북경] 중앙인터넷정보판공실, 슛폼 콘텐츠 표시 규범화 추진

- 5월 12일, 중앙사이버정보판공실(中央网信办)은 슛폼 콘텐츠의 출처 불분명 및 허위 정보 확산 방지를 위해 슛폼 콘텐츠 표기 규범화 작업을 전면 추진함
  - ☑ 올해 1월부터 현재까지 허위 연출 등 위반 콘텐츠 52만 개를 삭제하고 관련 계정 6만 8천 개를 처벌하였으며, 3월부터는 더우인, 콰이쇼우, 샤오홍슈 등 12개 주요 플랫폼을 대상으로 표기 기능 최적화 테스트를 완료함
  - ☑ 이번 조치에 따라 모든 슛폼 콘텐츠 게시자는 영상 업로드 시 플랫폼에서 제공하는 6개 필수 태그 중 하나를 반드시 선택해야 함. 필수 태그에는 허구적 연출 내용 포함, AI 생성 내용 포함, 마케팅 정보 포함, 타 콘텐츠 전제, 개인적 관점 포함, 표기 불필요(실제 생활 기록물 등)가 포함됨. 특히 표기 절차를 게시 필수 단계로 설정하여 태그를 선택하지 않을 경우 영상 게시를 불가능하도록 시스템을 구축함
  - ☑ 향후 당국은 신규 콘텐츠에 대한 심사를 강화하는 동시에 기존 저장 콘텐츠에 대해서도 소급 적용하여 미표기 영상에 대한 보완 및 수정을 진행할 예정임. 또한 규정을 미이행하는 계정과 플랫폼 관리 책임이 미흡한 사이트에 대해서는 법에 따라 엄중 처벌하고 대외적으로 공개 노출할 방침임

### ☑ [북경] 2026년 1분기 중국 규모이상 문화산업 기업 매출액 3조 3,939억 위안

- 4월 29일, 국가통계국(国家统计局)이 발표한 자료<sup>68)</sup>에 따르면, 2026년 1분기 중국 내 8만 2,000여 개 규모이상<sup>69)</sup> 문화 및 관련 산업 기업의 매출액은 전년 동기 대비 6.4% 증가한 3조 5,569억 위안(약 772조 3,452억 원)임. 산업 유형별로는 문화 서비스업 매출액이 9.9% 증가한 2조 715억 위안(약 449조 8,055억 원)으로 전체의 58.2%를 차지함
  - ☑ 업종별로는 디자인설계 서비스 12.0%, 콘텐츠창작생산 10.7%, 뉴스정보서비스 10.3% 등 문화 핵심 영역이 비교적 높은 성장률을 기록하였으며, 문화 뉴비즈니스<sup>70)</sup>로 분류된 16개 업종 매출액은 전년 동기 대비 11.2% 증가한 1조 6,782억 위안(약 364조 4,043억 원)으로 집계됨

68) 국가통계국 : [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfbhjd/202604/t20260429\\_1963439.html](https://www.stats.gov.cn/sj/zxfbhjd/202604/t20260429_1963439.html)

69) '규모이상' 문화산업 기업은 <문화 및 관련 산업 분류(2018)> 기준에 따라, 연매출 2,000만 위안 이상인 공업·도매 기업, 500만 위안 이상인 소매 기업, 1,000만 위안 이상인 서비스업 기업을 포함함. 다만, 교통·정보통신·환경관리 업종은 2,000만 위안, 문화·오락 서비스업은 500만 위안 이상 기준을 적용함

70) 문화 뉴비즈니스에 포함되는 16개 대표 분야는 TV·라디오 통합 방송 제어, 인터넷 검색 서비스, 인터넷 기타 정보 서비스, 디지털 출판, 기타 문화예술 산업, 애니메이션 및 게임 디지털 콘텐츠 서비스, 인터넷 게임 서비스, 멀티미디어, 게임 애니메이션 및 디지털 출판 소프트웨어 개발, 부가 전자통신 문화 서비스, 기타 문화 디지털 콘텐츠 서비스, 인터넷 광고 서비스, 인터넷 문화 엔터테인먼트 플랫폼, 저작권 및 문화 소프트웨어 서비스, 오락용 스마트 드론 제조, 웨어러블 스마트 문화 장비 제조, 기타 스마트 문화 소비 장비 제조 등임

구분	절대액 (억 위안)	전년대비 성장률(%)	비율
<b>1. 영업 매출액</b>	35,569	6.4	100.0
문화 뉴비즈니스(합계에 포함)	16,782	11.2	47.2
<b>산업유형별</b>			
문화제조업	8,830	1.5	24.8
문화도소매업	6,024	2.6	16.9
문화서비스업	20,715	9.9	58.2
<b>영역별</b>			
문화핵심영역	25,193	9.2	70.8
문화관련영역	10,377	0.2	29.2
<b>업종별</b>			
뉴스정보서비스	5,198	10.3	14.6
콘텐츠창작생산	8,412	10.7	23.6
디자인설계 서비스	6,771	12.0	19.0
문화전파채널	4,253	1.4	12.0
문화투자운영	115	9.1	0.3
문화엔터테인먼트서비스	443	8.3	1.2
문화보조생산 및 중개서비스	3,615	1.3	10.2
문화설비생산	1,513	3.2	4.3
문화소비클라이언트 생산	5,249	-1.5	14.8
<b>지역별</b>			
동부지역	28,917	6.9	81.3
중부지역	3,754	3.8	10.6
서부지역	2,605	6.4	7.3
동북지역	293	-8.3	0.8
<b>2. 이윤총액</b>	2,572	-5.6	-
<b>3. 자산 총계(분기 말 기준)</b>	229,829	8.1	-

☑ [북경] 2026년 1분기 중국 인터넷 관련 서비스사업 매출액 5,027억 위안

- 4월 30일, 공업정보화부(工业和信息化部)가 공식 홈페이지를 통해 공개한 자료<sup>71)</sup>에 따르면, 올해 1분기 중국 내 규모 이상<sup>72)</sup> 인터넷 및 관련 서비스 기업의 총 매출은 5,027억 위안(약 108조 6,284억 원)으로 전년 동기 대비 10.6% 증가함
  - 같은 기간 이익 총액은 558억 4,000만 위안(약 12조 664억 원)으로 전년 동기 대비 60.5% 증가하였으며, R&D 투자액은 273억 2,000만 위안(약 5조 9,035억 원)으로 전년 동기 대비 16.8% 증가함
  - 지역별로는 동부 지역 매출이 전년 동기 대비 11.1% 증가하여 전체 매출의 90.7%를 차지함. 특히 동부권 내 경진기(京津冀) 지역은 14.8%, 장삼각(长三角) 지역은 5.6%의 매출 성장률을 기록함. 서부 지역 역시 전년 동기 대비 13.5% 성장세를 나타냈으며, 전국 매출 상위 5개 지역은 베이징, 광둥, 상하이, 저장, 구이저우가 포함됨

71) 출처: [https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/hlw/art/2026/art\\_4e303e7ecb9c4cef964120e24684d5e9.html](https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/hlw/art/2026/art_4e303e7ecb9c4cef964120e24684d5e9.html)

72) 규모 이상 기준 : 직전 연도 인터넷 및 관련 서비스 수입이 2,000만 위안 이상인 기업

✔ [심천] 2026 홍콩 일러스트레이션 앤 크리에이티브 쇼, 5 월 23 일부터 개최 73)

- 홍콩 대표 일러스트·문화창의 전시회인 ‘홍콩 일러스트레이션 앤 크리에이티브 쇼 11(Hong Kong Illustration and Creative Show 11)’이 오는 5 월 23 일부터 25 일까지 홍콩 컨벤션&전시센터(HKCEC) Hall 3D·3E 에서 개최될 예정임
  - ✔ 올해 전시는 ‘뉴 이라(New Era)’를 주제로 홍콩·한국·일본·대만·태국·미국·캐나다 등 14 개 지역에서 총 500 개 브랜드가 참가해 역대 최대 규모를 기록함. 전시에는 오리지널 일러스트, 캐릭터 IP, 피규어, 문구, 수공예 도자기, 의류, AR 인터랙티브 아트 등 다양한 콘텐츠가 선보여질 예정임
  - ✔ 한국에서는 일러스트레이터 노마(NOMA), 인기 캐릭터 ‘병약이(Sickyaki)’, 음식 테마 일러스트로 잘 알려진 타일비(Talbi) 등 총 67 개 브랜드(전시 홈페이지 등록 기준)가 참가함. 또한 한국 아트토이 브랜드 위어돌스(WEIRDOLLS)는 AR 기반 디지털 아트 플랫폼과 협업해 낙서풍(doodle) 그래픽과 증강현실 (AR)을 결합한 몰입형 체험 콘텐츠를 선보일 예정임

✔ [오사카] 엔터테인먼트 수출 육성, 장기적 관점 필요 74)

- 일본 정부와 민간을 중심으로 콘텐츠 수출 확대의 움직임이 확산되고 있음
  - ✔ 엔터테인먼트와 창작 콘텐츠에 대한 세계적 평가가 높아지면서, 애니메이션과 드라마 등 영상 콘텐츠가 핵심 산업으로 부상. 단기 수출 확대와 더불어 인재 육성을 포함한 장기적 산업 전략의 필요성이 제기되고 있음
  - ✔ 일본 정부는 2024 년 약 6 조 엔 규모였던 콘텐츠 해외 매출을 2033 년까지 20 조 엔으로 확대하는 목표 설정. 이를 위해 경제산업성은 ‘IP360’ 보조금 제도를 신설하고 게임·애니메이션·만화·음악·실사 등 5 개 분야를 지원할 방침. 2026 년 관련 예산은 589 억 엔으로 전년 대비 약 2 배 증가함. 다만 보조금 확대에 따른 창작 자유 침해 및 단기 성과 중심 정책화에 대한 우려도 나오고 있음
  - ✔ 한국은 엔터테인먼트 산업을 글로벌 시장으로 성장시키는 과정에서 미국 등 선진국과의 인재 교류 확대, 교육기관 및 아카이브 정비를 꾸준히 추진하며 인재 양성 기반을 구축한 점이 핵심 성공 요인으로 평가되고 있음. 더불어 개별 콘텐츠 제작의 중심이 기업과 창작자에 있다는 점도 참고해야 한다는 의견도 제기되고 있음
  - ✔ 일본은 로케이션 유치 확대를 추진하고 있으나, 대도시·대규모 촬영은 각종 규제로 인해 미국·한국 대비 제약이 큰 상황으로, 촬영 규제 완화가 정부의 주요 과제로 지적되고 있음. 이번 ‘IP360’ 보조금 제도 수행을 통해 산업 문제를 해결할 수 있을지 귀추가 주목되고 있음

73) 출처: <https://www.hk01.com/60347181/香港插畫及文創展 2026-門票獨家優惠-黃阿瑪見面會-與佛同行應援>

74) 출처: <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCD246200U6A420C2000000>

## ☑ [베트남] 베트남 정부, 디지털 저작권 침해 대응 및 법 집행 강화 75)

- 최근 음악, 소프트웨어 및 게임 등 디지털 콘텐츠 전반에 걸친 저작권 침해 행위가 정교화·광범위화됨에 따라 베트남 창조산업계의 피해가 커지고 있음
  - ☑ 이에 베트남 정부는 디지털 환경 내 지식재산권 보호를 위해 저작권 침해 단속 및 관련 법 집행을 강도를 높이고 있음
  - ☑ 지난 5월 5일, 레 밍 흥(Le Minh Hung)총리는 지식재산권 침해 근절 및 강력한 법 집행을 골자로 한 <공전 제 38호>를 발령했음. 베트남 문화체육관광부 저작권국(COV)은 해당 지침에 따라 향후 기업들의 소프트웨어 정품 사용 여부를 집중 점검하는 한편, 온라인상에서 이루어지는 음악·게임 등의 무단 복제 및 유통 행위를 집중 단속할 계획임. 특히 저작권국은 모든 기업과 개인에게 법규 준수를 강력히 권고하며, 위반 사례 적발 시 법에 의거해 엄중 처벌하거나 사법 기관에 이송하겠다는 방침을 분명히 했음
  - ☑ 이어 지난 5월 7일, 저작권국과 공안부 사이버안보국(A05)은 2026-2029 업무 협력 프로그램을 체결하며 범정부 차원의 공조 체계를 구축했음. 이는 글로벌 차원에서 발생하는 온라인 저작권 침해 문제에 효과적으로 대응하기 위한 전략적 조치로 해석됨. 베트남 당국의 이러한 움직임은 현지 진출을 검토하거나 활동 중인 외국 기업들에게 보다 안전하고 투명한 지식재산권 보호 환경을 제공하는 계기가 될 것으로 전망됨

## ☑ [태국] 지식재산권의 힘으로 경제를 이끌겠다는 핵심 사명 발표 76)

- 5월 3일, 창립 34주년을 맞은 태국 상무부 지식재산청(DIP)은 IP의 힘으로 국가경제를 견인하겠다는 3가지 핵심 사명과 4가지 추진 정책을 발표했다
  - ☑ 어라몬 싹타위탐 지식재산청장은 지식재산권이 국가 경쟁력을 결정하는 데 중요한 역할을 하는 '전략적 자산'이 되었으며, 지식재산권의 창출·보호·활용을 포괄적으로 촉진하는 생태계를 조성하고 기업가들의 지속가능한 성장을 위한 도구로서 지원할 것임을 밝혔음
  - ☑ DIP의 3가지 핵심 사명은 ① Creation: 아이디어와 창작물을 가치 있는 지식재산으로 전환해 국제경쟁력 강화 ② Protection & Enforcement: 신속하고 공정한 보호 시스템 구축 및 집행으로 기업가와 투자자들의 신뢰를 구축 ③ Commercialization: 브랜딩, 라이선싱, 기술이전 등 다양한 형태로 지식재산권을 상업화하여 경제적 가치를 창출하는 것임
  - ☑ 이를 위한 DIP의 4가지 추진 정책은 다음과 같음
    - 1. 무역 기회 강화 및 창출: 기업가들이 저작권·상표·특허·디자인·GI(지리적표시제) 등을 차별화 및 경쟁도구로 활용할 수 있도록 지식재산권 상담센터를 통한 상담 및 다양한 행사 추진
    - 2. 혁신 생태계 조성: 첨단 연구와 신기술 개발을 촉진해 해외 기술 의존도를 낮추고 전국적인 네트워크를 구축할 것임. 또한 IP 서비스를 스마트 디지털 시스템으로 전환해 기업가들의 편의성과 신속성을 극대화 할 것임

75) 출처: <https://vietnamnet.vn/siet-chat-vi-pham-ban-quyen-khong-de-hon-nhien-xem-phim-lau-2513722.html>

76) 출처: [https://www.matichon.co.th/economy/news\\_5702132](https://www.matichon.co.th/economy/news_5702132)

- 3. 농업과 관광 가치 증대 최고: 지역 특산품들에 대한 GI 활용을 장려하고, 전국 각 지방의 GI 생산지를 체험형 관광명소로 개발해 새로운 관광 랜드마크를 조성하고 지역경제를 활성화 할 것임
- 4. 지식재산권 가치 평가를 통한 금융 생태계 발전 가속화: 중소기업과 스타트업이 다양하고 효율적인 자금 조달원을 확보할 수 있도록 금융·연구기관·기업들과의 협력을 통해 정책 방향을 설정하고 신뢰를 구축
- ☞ 한편, DIP 가 올해 계획 중인 주요 행사로는 7 월 9 일부터 12 일까지 개최하는 태국캐릭터&콘텐츠엑스포 (TCEX)와 8 월 27 일부터 29 일까지 개최하는 지식재산권박람회(IP Fair) 등이 있음

### ☞ [사우디] SDAIA, 책임 있는 AI 활용 규제를 위한 딥페이크 가이드라인 발표 77)

- ☞ 사우디 데이터·인공지능청(Saudi Data and AI Authority, SDAIA)가 인공지능 기반 합성 미디어의 급속한 발전에 대응하기 위해 ‘딥페이크 가이드라인: 혁신 촉진과 위험 완화(Deepfakes Guidelines: Mitigating Risks While Fostering Innovation)’를 발표함. 이번 보고서는 지난해 5 월 발표된 원본 가이드라인 문서(SDAIA-P119)를 기반으로 작성됨. 가이드라인은 딥페이크를 생성적 적대 신경망 (GAN), 오토인코더(auto-encoder), 얼굴교체(Face-swap) 알고리즘 등 딥러닝 기술을 활용해 제작된 초현실적 합성 미디어로 정의했음. 특히 오디오·영상·디지털 콘텐츠를 현실과 구별하기 어려운 수준으로 조작할 수 있다는 점을 강조함. SDAIA 는 딥페이크 기술이 본질적으로 유해한 것은 아니며, 사용 목적과 활용 방식에 따라 긍정적 또는 부정적 영향을 미칠 수 있다고 설명함. 마케팅, 엔터테인먼트, 리테일, 교육, 헬스케어, 문화 등 6 개 핵심 분야에서는 혁신적 활용 가능성이 크다고 평가했지만, 동시에 악의적 사용에 따른 심각한 위험성도 경고함
- ☞ 가이드라인은 주요 위험 요소로 세 가지를 제시함. 첫 번째는 사칭 사기(impostor scams)임. 딥페이크 기술을 통해 신뢰받는 인물의 목소리와 표정, 말투 등을 정교하게 모방해 금융 거래를 승인하게 하거나 민감한 정보를 탈취하는 방식임. 실제 사례로, 다국적 기업 직원이 화상회의에서 고위 임원으로 위장한 사기범에게 속아 거액을 송금한 사건도 언급됐음. 두 번째는 비동의 조작(non-consensual manipulation)임. 개인의 동의 없이 선정적이거나 타협적인 콘텐츠를 제작해 심각한 정신적 피해와 명예 훼손, 협박 위험을 초래할 수 있다는 설명임. 세 번째는 허위정보 및 선전(disinformation and propaganda)임. 정치인이 실제로 하지 않은 발언을 한 것처럼 조작된 영상이나 음성을 배포해 여론을 왜곡하고 민주적 절차를 흔들 수 있다는 점이 지적됨. SDAIA 는 향후 거의 완벽한 수준의 AI 음성 사기와 완전히 조작된 가상 환경이 새로운 위협으로 부상할 가능성도 경고함. 가짜 뉴스 리포트, 허위 회의, 조작된 인터뷰 등을 통해 이용자를 속이는 사례가 증가할 수 있다는 분석임
- ☞ 가이드라인은 딥페이크 기술 개발자들에게도 엄격한 의무를 부과함. 개발자는 사우디 개인정보보호법(Personal Data Protection Law)과 사이버범죄방지법(Anti-Cyber Crime Law), 유럽 GDPR 및 미국 CCPA 등 국제 기준을 준수해야 함. 또한 개인정보 보호 중심 설계(privacy-by-design), 익명화 기술, 데이터 삭제 요청 시스템 등을 구축해야 한다고 명시함. 투명성 확보를 위해 합성 콘텐츠에는 디지털 워터마크를 삽입해야 하며, AI 모델 관련 문서를 체계적으로 관리하고 결과물 설명 가능성(explainability)을

77) 출처: [https://www.matichon.co.th/economy/news\\_5702132](https://www.matichon.co.th/economy/news_5702132)

확보해야 한다고 규정함. 아울러 인간 감독 체계(human-in-the-loop)와 비윤리적 사용을 감지하는 자동화 시스템을 요구함. 콘텐츠 제작사 역시 사기, 사칭, 명예훼손 목적의 딥페이크 사용이 금지됨. 모든 합성 콘텐츠에는 위변조 방지 워터마크를 삽입해야 하며, 개인의 초상이나 음성을 사용할 경우 명시적 동의를 받아야 함. SDAIA 는 블록체인과 암호학적 해시 기술을 활용해 콘텐츠 원본 이력을 추적할 수 있는 체계 구축도 권고함. 규제기관에는 금융, 정치, 신원 사칭 등 고위험 분야의 딥페이크 콘텐츠를 우선적으로 모니터링하는 체계 마련이 요구됨. 또한 상업적 배포 전 사전 승인 절차와 콘텐츠 출처 인증 기준(Content Provenance Standards) 도입도 권고함. 일반 소비자를 위한 대응 방안도 포함됨. SDAIA 는 ▲메시지 출처와 맥락 확인 ▲얼굴 움직임·입 모양 싱크·눈 깜빡임·조명 이상 여부 분석 ▲Deepware Scanner, Sensity AI 등 AI 탐지 도구 활용 등의 3 단계 검증 절차를 제안함

- ☑ 딥페이크 피해를 입은 경우에는 증거를 즉시 확보하고 관련 플랫폼에 신고해야 하며, 사우디 내에서는 Kollona Amn 앱이나 내무부 사이버범죄 부서를 통해 신고할 수 있다고 안내함. 금융 사기의 경우 Saudi Central Bank 에도 즉시 통보해야 한다고 덧붙임. 한편 SDAIA 는 윤리적 활용 시 딥페이크 기술이 큰 사회적 가치를 창출할 수 있다고 평가함. 헬스케어 분야에서는 ALS 환자의 음성 복원을 통해 의사소통 능력을 회복시키고 있으며, 교육 분야에서는 가상 튜터와 원격 교육 확대에 기여할 수 있다고 설명함. 또한 문화 분야에서는 사라져가는 방언 보존과 역사 재현에 활용될 수 있으며, 엔터테인먼트 분야에서는 배우 디에이징(de-aging)과 디지털 캐릭터 제작 등이 합법적이고 창의적인 사례로 소개됨
- ☑ SDAIA 는 보고서 말미에서 ▲AI 발전 속도에 맞춘 지속적인 학습과 역량 강화 ▲조직 차원의 교육 및 전문 인력 확보 ▲공공 신뢰를 지키는 윤리적 AI 활용이라는 세 가지 원칙을 제시하며, 혁신과 책임 있는 기술 활용의 균형이 중요하다고 강조함

## ☑ [인도] 인도, 창조경제 측정 체계 강화 IP·디지털 콘텐츠 중심 성장 전략 추진 78)

- 인도 통계프로그램이행부(MoSPI) 사무차관 사우라브 가르그(Saurabh Garg)는 뉴델리에서 열린 ‘CII Annual Business Summit 2026’ 연설을 통해 인도 정부가 IP, 디지털 콘텐츠, 게임, 문화산업, 크리에이터 비즈니스 등 창조경제 산업의 경제적 기여도를 측정하기 위한 신규 통계 체계를 마련하고 있다고 밝힘
  - ☑ 가르그 차관은 인도의 서비스·디지털 산업 성장에 대응해 제조업의 산업생산지수(IIP)와 유사한 형태의 ‘서비스 생산지수(Index of Services Production)’ 도입을 추진 중이라고 설명함
  - ☑ 또한 정부는 2025 년 국가산업분류체계(National Industrial Classification)를 개정해 인플루언서 비즈니스, 비디오게임 퍼블리싱, 블로깅 등 신흥 디지털 산업을 공식 경제 분류 체계에 포함시켰다고 밝힘
  - ☑ 가르그 차관은 정책 당국이 창조경제를 미래 핵심 성장 동력으로 인식하고 있으며 아이디어·IP·소프트웨어·디자인·문화 콘텐츠 등 무형자산이 경제 성장과 밀접하게 연결되고 있다고 강조함
  - ☑ 그는 인도가 혁신 및 IP 기반 산업 육성을 강화하고 있다고 언급하며 연구개발(R&D), 소프트웨어, 문학·

78) 출처:

<https://www.livemint.com/economy/india-creative-economy-measurement-mospi-ip-digital-content-1177851110281.html>

엔터테인먼트 원작 등이 이미 인도 IP 관련 자본 형성의 10% 이상을 차지하고 있다고 설명함. 또한 세계 지식재산기구(WIPO) 기준 인도의 무형경제 성장률은 주요 국가 중 가장 높은 6.6% 수준이라고 밝힘

- ✔ 가르그 차관은 특허, 저작권, 상표, 등록 디자인, GI(지리적 표시) 등록 건수가 증가하고 있음에도 불구하고 인도 창조경제는 경제 규모 대비 아직 성장 잠재력이 크다고 평가하며 상당수 창작 활동이 여전히 비공식 영역에 머물러 있다고 지적함
- ✔ 그는 수공예, 예술, 엔터테인먼트 등 농촌 기반의 비공식 창조경제 역시 중요한 산업 영역이라고 설명했으며 기술 발전이 도시·농촌 및 공식·비공식 산업 간 경계를 넘어 창조산업 참여 확대를 이끌고 있다고 언급함
- ✔ 마지막으로 가르그 차관은 인도창조기술원(Indian Institute of Creative Technologies) 설립 및 ‘오렌지 경제(Orange Economy)’ 육성 정책 등을 통해 창조산업이 장기 국가 비전인 ‘빅사이트 바라트(Viksit Bharat) 2047’의 핵심 성장 축으로 자리매김할 것으로 전망함

✔ [인도] ‘Franchise India 2026’, 델리서 개최 - 130 개 이상 글로벌 브랜드 참가예정 79)

- 제 22 회 국제 프랜차이즈·리테일 전시회인 ‘Franchise India 2026’이 오는 5 월 16~17 일 인도 델리 야쇼부미(Yashobhoomi, India International Convention & Expo Centre)에서 개최될 예정임
  - ✔ 이번 행사는 식음료(F&B), 리테일, 교육, 웰니스, 라이프스타일, 서비스 등 다양한 분야의 글로벌 및 신흥 브랜드 130 개 이상이 참가하는 대규모 산업 행사로 운영될 계획임
  - ✔ 행사에는 기업가, 투자자, 리테일 기업, 프랜차이즈 희망 사업자 등이 참가해 브랜드·투자자·프랜차이즈 파트너 간 네트워킹 및 사업 협력 기회를 확대할 예정임
  - ✔ 참가자들은 국내외 주요 브랜드와 직접 교류하며 고성장 프랜차이즈 모델과 인도 리테일·프랜차이즈 산업의 최신 트렌드를 확인할 수 있을 것으로 전망됨
  - ✔ 주최 측은 인도의 프랜차이즈 산업이 창업 수요 증가, 소비 확대, Tier 2·3 도시 중심의 시장 확장에 힘입어 빠르게 성장하고 있다고 설명함
  - ✔ 또한 이번 행사는 브랜드의 시장 확대 및 프랜차이즈 네트워크 강화를 지원하는 동시에 투자자와 예비 창업자들에게 확장 가능한 비즈니스 기회를 제공하는 플랫폼으로 기획됨
  - ✔ 행사는 인도 최대 규모 컨벤션 시설 중 하나인 야쇼부미에서 개최되며 인도 리테일 및 프랜차이즈 산업의 주요 비즈니스·투자 플랫폼으로 자리매김할 것으로 기대됨



[그림 21] ‘Franchise India 2026’, 델리서 개최

79) 출처: <https://www.openpr.com/news/4506515/franchise-india-2026-to-bring-together-130-global-brands>

☑ [호주] 연방정부 Screen Australia, 국제 진출형 작가·감독 육성 프로그램 참가자 모집 80)

○ 미국 기반 글로벌 네트워크 연계 프로그램 운영... 호주 스크린 산업 국제 협업 확대 추진

- ☑ 호주 연방정부 스크린 지원 기관인 Screen Australia 와 뉴욕 기반 호주국제스크린포럼(Australian International Screen Forum·AISF)은 ‘2026 AISF and Screen Australia Writer/Director Virtual Sessions’ 참가자 모집을 시작했으며, 국제 시장에서 활동 중인 호주 작가·감독을 대상으로 글로벌 네트워크 구축과 프로젝트 개발 지원에 나설 예정임
- ☑ 이번 프로그램은 2026 년 7 월부터 9 월까지 온라인 방식으로 진행되며, 최대 8 명의 참가자가 선정돼 뉴욕 기반 스크린 산업 관계자들과의 라운드테이블, 패널 세션, 멘토링, 피치 트레이닝, 전략 컨설팅 등에 참여하게 됨
- ☑ 선정된 참가자에게는 최대 1 만 5,000 호주달러(한화 약 1 억 3,00 만 원) 규모의 지원금이 제공되며, 프로젝트 개발 자료 제작과 마케팅 전략 수립, 국제 공동개발 및 투자·배급 파트너 대상 피칭 활동 등에 활용될 예정임
- ☑ 이번 프로그램은 국제 시장에서 활동 가능한 호주 창작 인력의 글로벌 네트워크 확대와 해외 산업 교류를 지원하기 위한 프로그램으로 소개됐으며, 최근 호주 스크린 산업 내 국제 공동제작과 글로벌 협업 확대 흐름과도 연결되는 사례로 볼 수 있음



[그림 22] Screen Australia 공식 로고 (출처: Screen Australia 공식 웹사이트)

☑ [싱가포르] 말레이시아 사바 지역 창작 산업 육성 행사 '크리에이티프! 이스트 사바 2026' 첫 개최 성료 81)

○ 동부 사바 지역 첫 개최로 동말레이시아 창작 생태계 저변 확대

- ☑ 말레이시아 사바주 창작경제혁신센터(SCENIC, Sabah Creative Economy and Innovation Centre)가 주관한 '크리에이티프! 이스트 사바 2026(Kre8tif! East Sabah 2026)'이 2026 년 5 월 6 일부터 8 일까지 코타키나발루(Kota Kinabalu)에서 처음으로 열려 3 일간의 일정을 마무리함

80) 출처:

<https://www.screenaustralia.gov.au/applications-open-for-2026-aisf-and-screen-australia-writer-director-virtual-sessions>

81) 출처: <https://www.dailyexpress.com.my/news/281035/scenic-event-opens-new-opportunities-for-creatives>

- ☑ 이전의 사라왁(Sarawak) 개최에 이어 사바로 확장된 이번 행사는 '보르네오 창작의 미래를 앞당기다 (Accelerating Borneo's Creative Future)'를 중심 주제로 내걸고, 사바 지역 창작자·학생·업계 전문가 200 명 이상이 참가한 가운데 성료함
- ☑ 행사는 ▲현지 및 해외 연사 강연 및 지식 공유 세션 ▲투자자·업계 관계자 대상 비즈니스 매칭 세션 ▲창작자 대상 피칭 및 포트폴리오 리뷰 세션 ▲애니메이션·시각효과(VFX)·디지털 콘텐츠 제작 워크숍 ▲창작 작품 및 혁신 프로젝트 전시 등 창작자를 위한 다양한 세션으로 구성됨
- ☑ 또한 말레이시아 디지털경제공사(MDEC)가 전략 파트너로 참여했으며, 국가창업진흥원(INSKEN)·개발연구소(IDS)·사바컨벤션뷰로(Sabah Convention Bureau)·사바관광청·사바넷사이버뷰(Sabah Net Cyberview) 등이 생태계 및 지원 파트너로 함께 참여하여 의미를 더했음



그림 23 | 크리에이티브! 이스트 사바 2026 참가자들 (출처: SCENIC)

## ☑ [싱가포르] 싱가포르 의회, 정보통신미디어개발청법 개정안 통과 82)

### ○ 인수 승인 요건을 모든 주체로 확대. 불공정 시장 행위 시정 명령권도 신설

- ☑ 싱가포르 의회가 2026 년 5 월 6 일 정보통신미디어개발청법(IMDA Act) 개정안을 상정하고, 5 월 7 일 이를 통과시켰음. 이번 개정은 미디어 부문의 경쟁 및 소비자 보호 규제 체계를 강화하고 통신 부문 규제와 일원화하는 것을 목적으로 함
- ☑ 이번 개정안의 가장 핵심적인 변화는 미디어 기업 인수 시 IMDA 의 사전 승인이 필요한 대상의 확대임. 기존에는 IMDA 규제 대상 기업인 신문 발행사·방송 라이선스 보유사·부속 미디어 서비스 제공사만 다른 미디어 기업 지분 30% 이상 취득 시 사전 승인을 받아야 하였으나, 개정 이후에는 업종·라이선스 보유 여부와 무관하게 모든 주체가 규제 대상 미디어 기업의 지분 30% 이상을 취득하려면 IMDA 의 사전 서면 승인이 필요함
- ☑ 다만 실제 의결권 분포에 변화를 주지 않는 형식적 거래는 승인 대신 통보만으로 처리할 수 있도록 절차가 간소화됨
- ☑ 아울러 IMDA 는 기존 경쟁 규정 위반 여부와 무관하게 불공정 시장 행위와 관련해 미디어 기업에 직접

82) 출처:

<https://www.channelnewsasia.com/singapore/government-approval-media-acquisitions-imda-parliament-bill-6104286>

시정 명령을 내릴 수 있는 권한을 새롭게 확보했으며, 이는 통신 부문에 이미 적용 중인 유사 조항과의 규제 일원화 차원인 것으로 알려짐. 규제 결정에 불복하는 경우 법원을 통한 사법심사 절차는 기존과 동일하게 유지됨

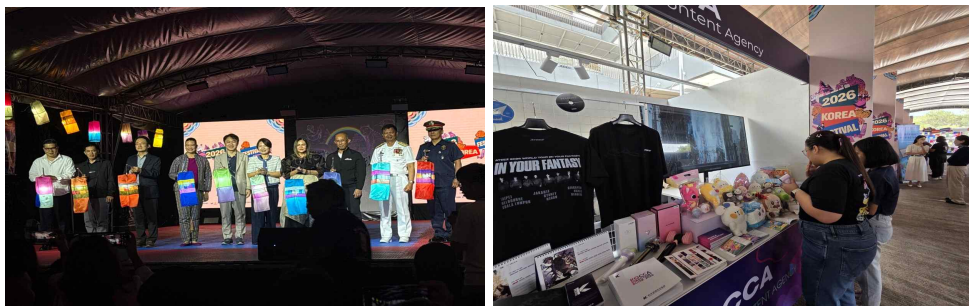


|그림 24| IMDA

## ☑ [필리핀] 2026 코리아 페스티벌 필리핀 여름의 수도 '바기오'에서 개최

### ○ 마닐라 북쪽 지역에서 처음으로 열리는 대규모 한국 문화 행사<sup>83)</sup>

- ☑ 2022년 처음 시작된 한국 축제는 한국문화센터(KCC)의 대표 행사 중 하나로 자리매김했으며, 몰입형, 상호작용형, 교육적 경험을 통해 한국 문화의 다양한 면모를 선보이고 있음
- ☑ 올해 개최지인 바기오시는 필리핀의 여름 수도로 널리 알려져 있으며, 축제에 더할 나위 없이 적합한 장소로 2017년 유네스코 창조 도시(공예 및 민속 예술 부문)로 선정되었고, 아세안 청정 관광 도시상을 3년 연속 수상하며 필리핀 최초로 아세안 관광 표준 명예의 전당에 오른 바기오는 창의성, 전통, 문화 교류의 활기찬 중심지임
- ☑ 2026년 필리핀의 아세안 의장국 수임을 기념하여, 필리핀 문화예술위원회는 방문객들이 동화책, 인형극과 가면 같은 전통 공예품, 아세안 국가들의 게임 등 다양한 체험 요소를 통해 동남아시아 문화의 풍요로움과 다양성을 탐구할 수 있는 특별 아세안 코너를 마련
- ☑ 그밖에 국립문화예술위원회(NCCA), 한국관광공사 마닐라 사무소(KTO), 한국저작권보호협회 마닐라 대표사무소(KCOPA), 한국콘텐츠진흥원 필리핀 비즈니스센터(KOCCA), 한국농수산식품공사 베트남 사무소(aT), 그리고 SM 시티 바기오가 참여하여 다채로운 활동을 진행



|그림 25| 개막식 행사 및 KOCCA 홍보부스 전경<sup>84)</sup>

83) 출처:

<https://www.manilatimes.net/2026/04/27/expats-diplomats/k-culture-lights-up-baguio-this-may-with-2026-korea-festival/2328723>

84) 출처: <https://mtbeacon.rappler.com/1003/how-korea-festival-2026-brought-filipinos-and-koreans-closer-together>

✔ [프랑스] CNC, 70 만 유로 규모 영화·영상 교육 지원 기금 신설 85)

○ 프랑스 국립영화영상센터(CNC)는 청소년 영화·영상 교육 체계 구축을 위한 지원 사업 실시 예정임

- ✔ 지난 11 월 교육부와 문화부가 발표한 영화·영상 교육 재건 계획으로 일환으로, 프랑스 국립영화영상센터(CNC)는 영화 및 영상 교육 분야의 혁신적인 프로젝트 개발을 지원하기 위한 기금을 조성했음
- ✔ 이 기금은 연간 70 만 유로 규모로 운영되며, 영상 교육 체계 내에서 새로운 교육적 접근 방식을 도출할 수 있는 활동과 도구를 지원할 예정
- ✔ 참여 프로젝트는 청소년 문화 활동과 관련된 현재의 과제를 해결하는 교육적 목표를 제시해야 함. 지원 대상은 영화, 시리즈, 게임, 단편 영화, 다큐멘터리, 디지털 창작 등 국립영화영상센터(CNC)가 관할하는 모든 분야를 아우름
- ✔ 매년 진행될 프로젝트 공모는 국립영화영상센터(CNC)에서 교육적 목표, 혁신성, 활용 가능성 및 경제적 타당성이라는 네 가지 기준을 바탕으로 심사할 예정
- ✔ 사업 첫해인 2026년에는 6 월 1 일부터 30 일까지 신청서를 접수하며, 가을에 심사가 열릴 예정

✔ [프랑스] Canal + 와 Hachette Livre 합작 회사 설립 86)87)

○ 프랑스 방송사 카날플러스(Canal+)의 자회사 스튜디오 카날(Studio Canal)과 프랑스 출판 대기업 아셰트 리브르(Hachette Livre)가 새로운 합작 회사 'On screen'을 설립함

- ✔ 합작 회사 설립을 통해 아셰트 리브르(Hachette Livre)의 방대한 문학 작품들을 활용하여 수준 높은 영화 및 TV 시리즈로 각색할 예정
- ✔ 아셰트 리브르(Hachette Livre) 전 세계적으로 3 억 7 천만 부 이상 판매된 <아스테릭스(Astérix)> 판권을 소유한 회사이며, 출판 작가진으로는 제임스 패터슨(James Patterson), 스테파니 메이어(Stephanie Meyer) 등이 있음
- ✔ 카날플러스(Canal+)의 자회사로 영화 및 TV 제작사인 스튜디오 카날(Studio Canal)은 매년 100 여 편의 영화와 시리즈를 제작 및 배급하고 있음
- ✔ 소설을 원작으로 한 영화는 전 세계 박스오피스 100 위권 안에 드는 영화의 약 40%를 차지하지만, 전체 영화 제작 편수에서 차지하는 비중은 10% 미만임을 근거로 이번 이니셔티브는 강한 설득력이 있음을 강조함
- ✔ 이번 협력이 문학 IP 를 영상화하는 방식을 재고하고, 글로벌 시장을 겨냥한 프리미엄 각색물의 지속적인

85) 출처:

<https://ecran-total.fr/2026/05/11/le-cnc-lance-une-aide-aux-dispositifs-innovants-deducation-au-cinema-et-a-limage>

86) 출처:

<https://www.reuters.com/business/canal-gets-access-hachette-book-catalogue-via-new-joint-venture-2026-05-05>

87) 출처:

<https://cult.news/ecrans/avec-on-screen-hachette-et-studio-canal-sallient-pour-adapter-plus-doeuvres-litteraires>

파이프라인을 구축할 기회가 될 것임을 밝힘

📌 [뉴욕] 국제 캐스팅 디렉터 협회, AI 캐스팅 가이드라인 발표 88)

- 국제 캐스팅 디렉터 협회(ICDA)가 칸 영화제에서 캐스팅 산업 내 AI 활용 가이드라인을 공식 발표하며, 기술 확산에 따른 윤리, 창작, 직업적 기준 정립에 본격 착수함. 이번 가이드라인은 AI 기반 캐스팅 플랫폼과 데이터 활용이 증가하는 상황에서 산업 전반의 혼란을 줄이고, 창작 환경을 보호하기 위한 목적으로 마련됨
  - ✔ 가이드라인은 캐스팅 과정에서 발생할 수 있는 핵심 쟁점을 포괄적으로 다룸. 주요 내용으로는 AI 활용 과정의 투명성 확보, 배우 및 관련 인물에 대한 명확한 사전 동의 절차, 개인 데이터 보호, 알고리즘 편향 및 차별 방지, AI 의사결정 개입 범위 제한 등이 포함됨. 특히 자동화된 시스템이 배우 선발 과정에서 창작적 판단을 대신하거나, 캐스팅 디렉터의 전문성을 우회하는 구조에 대해 강한 우려를 표명함
  - ✔ 국제 캐스팅 디렉터 협회는 캐스팅을 단순 데이터 매칭이 아닌 창작 협업 과정으로 규정하며, 인간 중심의 전문적 판단과 예술적 직관이 핵심이라는 점을 재확인함. 이에 따라 AI 는 효율성을 높이는 보조 도구로 활용될 수 있으나, 최종 결정 권한과 창작적 해석은 반드시 인간에게 있어야 한다는 원칙임
  - ✔ 또한 가이드라인은 산업 내 이해관계자 간 책임 분담 구조도 명확히 함. 플랫폼, 제작사, 에이전트, 배우, 캐스팅 디렉터 등 모든 참여자가 AI 활용 과정에서 투명한 커뮤니케이션과 윤리적 기준을 공유해야 하며, 기술 도입이 특정 집단의 권리 침해로 이어지지 않도록 관리해야 한다는 방향성을 제시함
  - ✔ 이번 가이드라인은 고정된 규정이 아닌 지속적으로 업데이트를 하며 운영될 예정이며, 기술 발전 속도와 산업 변화에 맞춰 유연하게 보완될 계획임. 이는 AI 기술이 빠르게 진화하는 환경에서 단일 기준으로는 대응이 어렵다는 판단에 따른 조치로 해석됨
  - ✔ 주요 유럽 플랫폼과 기관들이 해당 가이드라인을 공식 지지하며, 산업 차원의 공통 기준 필요성에 대한 공감대가 확대되고 있음. 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아, 스페인 등 각국 캐스팅 협회들도 참여 의사를 밝히며, 글로벌 차원의 규범 형성 움직임으로 이어지고 있음.
  - ✔ 이번 가이드라인이 캐스팅 분야에서 AI 윤리 기준을 제도화한 초기 사례이며, 향후 제작·배급·마케팅 등 콘텐츠 산업 전반으로 유사한 규범이 확산될 가능성이 높음. 특히 AI 기반 인력 대체 논쟁이 지속되는 상황에서, 인간 창작 노동의 가치와 역할을 재정립하는 기준점으로 작용할 것으로 전망됨

📌 [러시아] 연방통신감독청, 주요 게임사들과 개인정보 관련 소송 시작 89)

- 러시아 연방통신감독청(Роскомнадзор/Roskomnadzor)은 이용자 개인정보에 대한 러시아 내 현지화를 거부한 것을 이유로 세계 최대 게임 개발사들에 소송을 제기하기 시작
  - ✔ <SIMS>, <Battlefield> 등 인기 게임 개발사들을 포함한 여러 업체들이 이미 소송 대상이 되었음. 시장

88) 출처:

<https://variety.com/2026/artisans/news/international-casting-directors-association-ai-guidelines-1236747489>

89) 출처: <https://www.kommersant.ru/doc/8636932>

관계자들은 해당 업체들이 벌금을 납부하지 않을 경우, 규제 당국이 해당 게임들에 대한 접근을 차단할 가능성이 있다고 예측

- ☞ 연방통신감독청이 2026년 초부터 최소 7개의 주요 해외 게임 개발사를 상대로 소송을 제기했다고 “Semenov & Pevzner” 법률사무소가 밝힘. 소송 대상에는 “일렉트로닉아츠(EA, Electronic Arts, <SIMS>, <Battlefield>, <FIFA> 등의 제작사)”와 “테이크투 인터랙티브 소프트웨어(Take-Two Interactive Software, <Grand Theft Auto>, <Red Dead Redemption> 등의 제작사)”가 포함. 모든 소송은 러시아 행정법 제 13 조 제 11 항 제 8 호(“개인정보 보호에 관한 러시아 법률 위반”)에 따라 타간스키(Таганском/Tagansky) 지방법원 치안판사 법원에 제기되었음
- ☞ 연방통신감독청은 코메르산트(Коммерсантъ/Kommersant)와의 인터뷰에서 이 소송은 해당 기업들이 개인정보보호법을 준수하지 않은 것과 관련이 있다고 밝힘. 또한, 서비스 제공업체가 게임 접속을 제한하도록 하라는 법원이나 기타 권한 있는 기관의 결정을 받은 것은 아직 아니라고 덧붙임. 서비스 제공업체는 개인정보 보호법 위반과 관련하여 법원에 보고서를 제출했으며, 법원은 이 보고서를 바탕으로 해당 기업에 책임을 묻고 최대 600만 루블의 벌금을 부과할 수 있음
- ☞ “Semenov & Pevzner” 법률사무소는 7건의 소송 중 3건은 5월 상반기에 심리가 예정되어 있다고 밝힘. 여기에는 “에픽 게임즈(EPIC Games)”, “디지털 익스트림즈(Digital Extremes)”, “엠브레이서 그룹(Embracer Group)”이 포함되어 있음. 지난 4월, 법원은 “배틀스테이트 게임즈(Battlestate Games)”, “일렉트로닉 아츠”, “테이크투 인터랙티브”, “넷이즈 인터랙티브 엔터테인먼트(NetEase Interactive Entertainment)”가 러시아 이용자들의 데이터베이스를 러시아 내에서 현지화해야 하는 요건을 준수하지 않은 혐의로 유죄를 선고하고 각 회사에 200만 루블의 벌금을 부과
- ☞ 러시아 이용자가 게임에 접속하면 게임 회사는 이용자 정보(IP 주소, 결제 정보, 이메일 주소 등)를 수집. “Semenov & Pevzner” 법률사무소에 따르면, 러시아 법률은 이러한 데이터가 러시아 내에서만 수집 및 처리되도록 규정하고 있음. 더불어 “Forward Legal”의 세르게이 코코레프(Сергей Кокорев /Sergey Kokorev) 변호사에 따르면, 규제 당국은 최근 게임 서비스를 대규모 이용자 데이터 수집을 하는 대형 디지털 플랫폼으로 간주하여 관련 규정을 강화함
- ☞ 게임 개발사에 벌금을 부과하는 것은 새로운 일이 아님. 코코레프 변호사는 2023년에도 미국 스튜디오 “Blizzard(<Warcraft>, <Diablo>, <Overwatch> 개발사)”가 벌금을 부과받았다고 지적. 그에 의하면 스튜디오의 주요 위험은 러시아 연방통신감독청이 벌금 부과 처분에서 방향을 바꾸어 위반 사항 시정 요구 및 도메인, 계정 서비스 또는 기타 접속 지점 차단 처분으로 전환할 가능성임. 관련해 ЭБР(EBR) 로펌의 지적재산권 자문인 아르템 예브세예프(Арте́м Евсе́ев/Artem Evseev)는 경험상 외국 기업들이 연방통신감독청이 부과한 벌금을 납부하지 않는 경우가 많다고 덧붙였음
- ☞ 이 소송에 연루된 회사들에는 세계에서 가장 인기 있는 게임들의 퍼블리셔와 개발사들이 포함되어 있음. 관련분야 전문가인 콘스탄틴 고보룬(Константи́н Говору́н/Konstantin Govorun)에 따르면 이들 회사의 러시아 내 이용자 수는 총 2,000만 명에 달함. 한편, 거의 모든 해외 게임 회사들은 주로 결제 수단 확보의 어려움 때문에 러시아에서 사업을 철수했다고 그는 지적
- ☞ 러시아 이용자들은 이미 “스팀(STEAM)”을 통해 중개업체를 거쳐 게임을 구매하는 데 익숙해졌기 때문에,

이러한 제한 조치가 플레이어들에게 미치는 영향은 미미할 것이라고 게임산업 전문가인 막심 포미체프(Максим Фомичев/Maxim Fomichev)는 언급. 하지만 만약 연방통신감독청이 “스팀”을 차단할 효과적인 방법을 개발한다면, 소비자 시장 구도는 크게 바뀔 것이라고 그는 예상. 그럴 경우 “VK Play”만이 러시아 시장에서 유일한 대안으로 남게 됨

- ✔ “VK Play”는 코메르산트와의 인터뷰에서 위에 언급된 스튜디오들은 자사 서비스에 참여하고 있지 않다고 밝힘. “MTC(MTS) Fog Play”와 “안덱스(Яндекс/Яндекс/Яндекс/Yandex)”의 서비스인 “Игромир(Igromir)”는 이에 대해 답변하지 않음
- ✔ 코메르산트의 한 게임업계 소식통은 이번 소송이 외국 게임에 대한 규제 강화의 시작일 수 있다고 판단. 그는 게임이 차단 될 경우 VPN 을 사용하더라도 제대로 작동하지 않아 이용자 수가 감소할 것이며, 이는 이미 로블록스(Roblox)에서 나타난 바 있는 현상이라고 언급. 그리고 이러한 상황이 지속된다면 소수의 러시아 온라인 게임이나 중국 개발사의 제품들이 반사이익을 볼 것이라는 전망이 유력

### ✔ [러시아] 애니메이션 제작비 전액 지원, 5 월 6 일부터 시행 90)

- 국가가 러시아 어린이 애니메이션 제작 및 배급 비용을 전액 부담할 예정. 이 법안은 5 월 6 일부터 시행. 관련해 문화부는 다양한 장르의 러시아 영화 제작에 대한 국가 재정지원 규모를 매년 결정하고 제작 주제를 우선적으로 설정할 권한을 갖게 됨
  - ✔ 러시아 대통령 블라디미르 푸틴은 4 월 25 일 해당 법안에 서명. 연방의회 하원은 4 월 14 일에, 연방평의회는 4 월 15 일에 이 법안을 채택. 이 법은 아동 및 청소년을 위한 러시아 애니메이션 영화의 제작 및 배급에 대해 제작 또는 배급 예상 비용의 최대 100%까지 국가가 재정지원을 제공하도록 규정. 이전에는 동일 연령대를 위한 영화에만 국가의 전액 지원이 가능했음
  - ✔ 러시아 영화 제작 지원금은 전액지원과 부분 지원 모두 승인된 지원금 규모와 우선적으로 지원하는 주제에 따라 결정됨. 또한 문화부는 매년 다양한 분야의 영화 제작에 얼마나 많은 자금을 배정할지, 그리고 어떤 주제에 우선 지원을 할지를 결정할 예정
  - ✔ 어린이와 청소년을 위한 애니메이션 영화 제작에는 상당한 재정 투자가 필요하지만, 현재의 경제 상황에서 스튜디오들이 추가 예산을 확보하는 것은 매우 어려움. 이는 러시아 연방의회 하원 예산·세금위원회의 세르게이 치조프(Сергей Чижов/Sergey Chizhov) 위원이 밝힌 내용. 치조프 위원은 이번에 통과된 법안이 지난 몇 년간 러시아 애니메이션산업이 이룩한 양적, 질적 수준을 유지하는 데 도움이 될 것이라고 언급
  - ✔ 또한 연방의회 하원 중소기업위원회 위원인 알렉세이 고비린(Алексей Говырин/Alexey Govyrin)은 정부의 애니메이션 지원이 유능한 전문가들을 업계로 끌어들이 것이며, 이들이 훌륭한 아이디어와 시나리오를 구상하고 관객의 관심을 이해할 수 있을 것이라고 확신
  - ✔ “이는 창조산업의 성장, 학교에서부터의 젊은 예술가 및 일러스트레이터 육성을 포함한다. 더 나아가,

90) 출처: <https://www.pnp.ru/social/rossiyskie-multfilmy-poluchat-polnoe-gosfinansirovanie.html>

애니메이션은 10 대들에게 예술과 시각적 이미지에 대한 애정을 심어주는 데 활용될 수 있다. 단편 영화보다는 장편 애니메이션 영화나 시리즈를 제작하는 것이 바람직 할 것이다. 이것은 애니메이션산업의 본격적인 발전과 새롭고 수요가 높은 것을 구현 할 수 있는 기회에 대해 이야기하는 것이다. 러시아는 창의적인 방법을 알고 있다.”라고 고비린 의원은 밝힘

- ✔ 1 월 29 일 연방의회 하원의 토론에서 올가 류비모바(О л ь г а Л ю б и м о в а /Olga Lyubimova) 문화부 장관은 국가가 2025 년까지 172 편의 러시아 영화 제작을 지원할 계획이라고 발표. 이 지원은 국가 프로그램 “문화 발전”과 국가 프로젝트 “가족”의 일환으로 제공됨. 특히 주제에 중점을 두어, 특수 작전을 다룬 영화 12 편, 군사적 애국심을 다룬 영화 27 편, 그리고 어린이와 가족을 대상으로 한 영화 97 편이 선정되었음
- ✔ 문화부, 영화 기금(Ф он д к и н о /Cinema Fund), 인터넷개발원(И н с т и т у т р а з в и т и я и н т е р н е т а /Internet Development Institute)이 프로젝트를 선정하고 있음. 류비모바 장관에 따르면 선정 과정은 여러 단계를 거치며 영화 제작자, 학부모 대표, 성직자, 특별 작전 참가자, 각 부처 직원 등 다양한 전문가들이 참여. 주요 선정 기준은 영화에 대한 국가 지원의 우선 과제 및 전통적 가치 강화라는 국가 정책 목표와의 부합 여부임. 공모는 법률 준수 검증, 전문가 평가, 그리고 프로젝트 발표의 세 단계로 구성됨
- ✔ 류비모바 장관에 따르면 러시아의 영화관 관람객 수는 2.5 배 증가하여 연간 1 억 명에 달했음. 또 국가의 재정지원을 받는 영화들이 전국적으로 개봉되는 사례가 늘어나고 있음. 2023 년에는 81 편, 2024 년에는 84 편, 2025 년에는 97 편의 러시아 영화가 상영되었음

### ✔ [러시아] 인공지능법 초안, 인공지능 콘텐츠 표시 플랫폼 확인 의무 삭제 91)

- 인공지능법 초안에서 가장 논란이 되었던 요건 중 하나가 삭제됨. 이제 온라인 플랫폼은 이용자 콘텐츠에 인공지능 생성 콘텐츠라는 표시가 되어 있는지 확인할 의무가 없음. 당초 소셜 미디어, 마켓플레이스 및 기타 플랫폼은 이러한 표시 여부를 모니터링하고 표시되지 않은 콘텐츠를 삭제해야 할 것으로 예상되었음
  - ✔ 이 아이디어는 기업들의 강한 반발을 불러일으켰음. 대기업, 산업 협회들, 상공회의소 대표들은 그러한 요건을 충족하는 것은 기술적으로 불가능하며, 이를 위반할 경우 벌금과 추가 비용이 발생할 수 있다고 주장
  - ✔ 이즈베스티아(И з в е с т и я /Izvestia)의 소식통에 따르면, 기업 및 관련 기관과의 논의를 거쳐 인공지능 콘텐츠 표시에 대한 검증 관련 조항이 법안 초안에서 삭제되었음. 드미트리 그리고렌코(Д м и т р и я Г р и г о р е н к о /Dmitry Grigorenko) 부총리실도 이러한 완화된 접근 방식을 확인
  - ✔ 이제 플랫폼이 아닌 인공지능 서비스의 소유자와 콘텐츠 제작자에게 표시 의무를 부과하는 방안이 제안되고 있음. 정부는 추후 어떤 경우에 누가 표시를 해야 하는지에 대한 내용을 결정할 예정
  - ✔ 디지털 개발·통신·대중매체부는 인공지능 관련 법률이 의료, 교통, 교육 등과 같은 산업 분야를 지나치게 세부적으로 규제해서는 안 된다고 판단. 시장 참여자들은 법안 초안이 플랫폼이 텍스트, 사진 또는 동영상인

91) 출처: <https://incrussia.ru/news/biznes-dobilsya-smyagcheniya-trebovanij-k-markirovke-ii-kontenta>

인공지능에 의해 생성되었는지의 여부를 자동으로 판단하도록 요구하는 내용을 담고 있었다고 지적. 그러나 그러한 콘텐츠를 대량으로 인식할 수 있는 신뢰할 만한 기술은 아직 존재하지 않음

- ☞ 즉, 현재 상태에서 그러한 검증은 비용이 많이 드는 수동 검토를 필요로 하거나, 오류가 빈번하게 발생하는 결함 있는 알고리즘에 의존할 수밖에 없다는 것. 전문가들은 이로 인해 일반 사용자가 제작한 콘텐츠가 대량으로 삭제될 수 있다고 우려
- ☞ 전문가들은 인공지능 콘텐츠라는 개념 자체의 경계가 모호하다는 점도 지적. 예를 들어, 인간이 작성했지만 인공지능을 이용해 가볍게 편집한 텍스트에 대해 어떻게 해야 할지, 인공지능이 오디오 처리 및 편집에만 사용된 영상에 표시를 해야 하는지에 대한 여부 등은 아직 불분명
- ☞ “Wildberries & Russ”는 과도한 규제가 이용자 경험을 복잡하게 만들고 기술의 발전을 늦출 수 있다고 언급. 또한, 자사의 서비스에서 제품 추천부터 사기 방지 시스템, 분석 및 기타 내부 도구에 이르기까지 이미 인공지능을 적극적으로 활용하고 있다고 덧붙임
- ☞ 관련 전문가들에 따르면, 이번 개정안은 기술의 실제 역량에 맞춰 규제를 조정하고 디지털 플랫폼과 콘텐츠 제작자의 부담을 줄이려는 시도로 해석됨. 해당 법안은 현재 부처 간 승인 절차를 밟고 있음. 소식통에 따르면, 이 법안은 봄 회기의 종료 시점인 7 월 중순 이전에 연방의회 하원에 제출될 예정

### ☑ [멕시코] 멕시코 음악 산업, AI 시대 저작권 보호 위한 대규모 포럼 개최 92)

- ☞ 멕시코 작곡가·저작권 협회(SACM)가 주도하는 음악 산업 포럼 BYMA Academy 가 5 월 11 일 멕시코시티 로베르토 칸토랄 문화센터(Centro Cultural Roberto Cantoral)에서 개최됨. TikTok·Spotify·Sony·Warner 등 주요 플랫폼 및 레이블 관계자, 작곡가·아티스트·매니저·AI 전문가 등이 한자리에 모여 AI 시대 음악 산업의 미래와 저작권 보호 방안을 논의함
- ☞ 포럼의 핵심 의제는 AI 생성 음악의 법적 지위 문제임. SACM 로베르토 칸토랄 수처(Roberto Cantoral Zucchi) 사무총장은 Deezer 에 하루 약 7 만 5 천 건의 AI 생성 음원이 업로드되며 이는 전체 신규 콘텐츠의 약 40%에 달한다고 밝힘. 현재 AI 생성 음원은 별도 분류되어 인간 창작 저작물의 저작권료에 직접 영향을 미치지 않으나, 향후 법적 공백을 메울 입법 개혁이 시급하다고 강조함. 특히 "인간이 프롬프트를 제공해 AI 로 만든 음악을 원작으로 볼 것인지, 2 차 저작물로 볼 것인지"가 핵심 쟁점으로 부각됨
- ☞ AI 개발사가 저작권 보호 저작물을 학습 데이터로 활용하는 것에 대한 '사적 복제 보상금(remuneracion compensatoria por copia privada)' 제도 도입 논의도 주요 의제로 다뤄짐. SACM 은 이미 AI 저작권 관련 법 개혁안을 완성해 정부에 제출한 상태이나, USMCA(미국·멕시코·캐나다 협정) 재협상 기간 중 경제부의 요청으로 입법 절차가 일시 중단된 상태이며, 협정 타결 이후 본격적인 입법 추진이 재개될 예정임
- ☞ Amazon Music 폴 포랏(Paul Forat), Sony Music Publishing 로만 로페스(Roman Lopez), Warner Music 토마스 로드리게스(Tomas Rodriguez), OCESA 페스티벌 디렉터 레이제르 구스

92) 출처:

<https://www.economista.com.mx/arteseideas/musica-mexicana-busca-blindarse-frente-inteligencia-artificial-20260505-812062.html>

(Leizer Guss) 등 업계 주요 인사들이 참석해 '음악의 가치와 미래', '알고리즘 시대의 재능', 'AI 시대의 작곡: 창작의 한계와 미래' 등의 주제로 토론을 진행함

☑ [캐나다] 캐나다 정부, 'AI·노동 자문위원회' 신설 추진... 노동계 의견 반영 강화 93)

○ 캐나다 정부가 국가 AI 전략 수립 과정에서 노동계 의견을 반영하기 위해 'AI and Labour Advisory Council (AI·노동 자문위원회)' 신설을 추진 중이라고 밝힘

- ☑ Evan Solomon 인공지능·디지털 혁신 장관은 최근 노동조합들과의 협의를 계기로, AI 정책 수립 과정에서 노동계와의 지속적인 소통 구조를 마련할 필요성이 제기됐다고 설명함
- ☑ 해당 자문위원회는 AI 기술 도입이 노동시장과 일자리에 미치는 영향을 검토하고, 노동자 관점에서의 AI 거버넌스 및 규제 방향에 대해 정부에 자문하는 역할을 수행할 예정임. 정부는 또한 해당 기구가 노동계와 AI 부처 간 상시 협의 채널 기능도 담당하게 될 것이라고 밝힘
- ☑ Solomon 장관은 최근 캐나다 노동총연맹(Canadian Labour Congress), Unifor, Teamsters Canada, UFCW Canada, Canadian Union of Public Employees 등 10 여 개 이상의 노동조합과 회의를 진행한 것으로 나타남
- ☑ 노동계에서는 AI 관련 직무 재교육 및 기술훈련, 알고리즘 투명성, 인간 개입 유지, AI 의 현장 활용 범위 및 책임 문제 등이 주요 우려 사항으로 제기된 것으로 알려짐
- ☑ 정부는 AI 전략 수립 과정에서 노동계뿐 아니라 환경단체, 청년층, LGBTQ 기반 스타트업 관계자 등 다양한 그룹과의 추가 협의를 진행 중이라고 설명함
- ☑ 한편 캐나다 정부는 지난해 AI 전략 관련 공개 의견수렴 과정에서 약 1 만 1,000 건 이상의 의견을 접수한 바 있으며, 현재 이를 기반으로 국가 AI 전략 최종안을 준비 중임

☑ [캐나다] 개인정보 감독기관, OpenAI 의 ChatGPT 학습 데이터 수집 방식 위법 판단 94)

○ 캐나다 연방 및 브리티시컬럼비아·앨버타·퀘벡주 개인정보 감독기관들은 OpenAI 가 ChatGPT 초기 모델 (GPT-3.5·GPT-4) 개발 과정에서 캐나다 개인정보 보호법을 위반했다고 발표함

- ☑ 이번 조사는 OpenAI 가 AI 모델 학습을 위해 공개 인터넷 자료와 제 3 자 데이터, ChatGPT 사용자 입력 등을 어떻게 수집·활용했는지를 중심으로 진행됐으며, 감독기관들은 OpenAI 가 대규모 개인정보를 충분한 동의 없이 수집했다고 판단함
- ☑ 조사기관은 해당 데이터에 건강 정보, 정치 성향, 아동 관련 정보 등 민감한 개인정보가 포함될 가능성이 있으며, 이용자 상당수가 자신의 정보가 AI 학습에 사용된다는 사실을 명확히 인지하지 못하고 있었다고 설명함
- ☑ 또한 OpenAI 가 개인정보 접근·수정·삭제를 위한 절차를 충분히 제공하지 않았고, 개인정보 보호 위험을

93) 출처: <https://betakit.com/canada-to-create-ai-and-labour-advisory-council-solomon-says>

94) 출처: <https://betakit.com/federal-and-provincial-privacy-watchdogs-say-openai-violated-canadian-privacy-laws>

완전히 해결하지 않은 상태에서 ChatGPT 를 출시했다고 지적함

- ✔ OpenAI 는 조사 이후 개인정보 자동 탐지 및 마스킹 기능 도입과 데이터 삭제·보존 정책 개선 등 개인정보 보호 조치를 강화하겠다고 밝혔으며, 향후 ChatGPT 사용자 대상 데이터 활용 안내도 확대할 예정임
- ✔ 특히 향후 비로그인 상태로 ChatGPT 를 사용하는 이용자에게도 대화 내용이 AI 학습에 활용될 수 있음을 별도로 고지하고, 민감한 개인정보 입력 자제를 안내할 계획임
- ✔ 한편 캐나다 개인정보 감독기관들은 이번 사례가 AI 시대에 맞는 개인정보 보호 체계 개편 필요성을 보여준다고 강조했으며, 캐나다 정부 역시 현재 개인정보 보호법 및 국가 AI 전략 개정 작업을 추진 중임

## ✔ [영국] 문화예술 활동과 생물학적 노화 속도 저하의 연관성 95)

### ○ 문화예술 활동에 적극적으로 참여하는 것이 건강 증진에 도움이 된다는 최신 연구 결과가 발표됨

- ✔ 연구는 예술 활동 참여와 전시 관람과 같은 행사 참석 모두 생물학적으로 젊음을 유지하는 데 기여한다는 사실을 처음으로 밝혀냄
- ✔ 연구의 주저자인 유니버시티 칼리지 런던(University College London)의 사회생물행동 연구 그룹의 책임자인 데이시 팬코트(Daisy Fancourt) 교수는 연구 결과가 예술 활동이 생물학적 차원에서 건강에 미치는 영향을 보여주며, 문화예술 활동 참여가 운동과 마찬가지로 건강 증진 활동으로 인정될 수 있다는 근거를 제시함
- ✔ 노화 속도가 느려지는 것은 수명이 길어와는 다름. 연구에서 생물학적 노화를 평가하는 데 사용된 ‘후성 유전학적 시계’는 미래의 질병 발생률과 사망률을 예측하는 지표이며, 이전 연구에서는 예술 활동 참여와 장수 사이의 연관성을 시사했지만, 수명과의 잠재적 인과 관계를 규명하려면 더 많은 연구가 필요함
- ✔ 예술 활동에 가장 자주 참여하는 사람은 생물학적 노화 속도가 가장 크게 늦춰졌다고 함. 연구에 따르면, 매주 예술 활동에 참여하는 사람은 노화 속도가 4% 느려졌고, 매달 참여하는 사람은 3% 느려졌다고 함
- ✔ 일주일에 1 회 이상 예술 활동에 참여하는 사람이 활동에 거의 참여하지 않는 사람들보다 생물학적으로 평균 1 년 더 젊은 것으로 나타남. 일주일에 1 회 운동하는 사람은 6 개월 정도 더 젊은 것으로 나타남
- ✔ 예술 활동이 노화 속도에 미치는 긍정적인 영향은 흡연자와 금연자의 차이만큼 극적이라고 함
- ✔ 연구의 책임저자이자 유니버시티 칼리지 런던의 페이페이 부(Feifei Bu) 박사는 이번 연구를 문화예술 활동 참여가 생물학적 노화 속도를 늦추는 것과 관련이 있다는 최초의 증거를 제시했다고 밝힘. 이번 결과는 예술 활동이 건강에 미치는 영향에 관한 기존 연구 결과들을 뒷받침하며, 예술 활동은 운동과 마찬가지로 스트레스를 줄이고 염증을 완화하며 심혈관 질환 위험을 낮추는 효과가 있는 것으로 알려짐
- ✔ 연구 결과는 학술지 ‘이노베이션 인 에이징(Innovation in Aging)’에 게재되었으며, 영국 가구 종단 연구에 참여한 3,556 명의 성인을 대상으로 수집한 혈액 검사 및 설문 조사 데이터를 기반으로 함. 연구는 혈액 표본을

95) 출처:

<https://www.theguardian.com/science/2026/may/12/arts-cultural-engagement-linked-slower-pace-biological-ageing-ucl-research>

이용하여 사람들의 생물학적 나이와 노화 속도를 추정함

- ☞ 연구 참가자는 지난 1 년간 노래, 춤, 그림, 사진, 공예 활동 참여 빈도, 전시나 행사에 참석 여부, 역사적 건물이나 공원 등 문화 유적지 방문 여부, 박물관, 도서관, 아카이브 방문 여부 등을 질문받았음
- ☞ 영국 예술위원회(Arts Council England)의 크리에이티브 헬스 앤 체인지(creative health and change) 프로그램 책임자인 홀리 스미스-찰스(Hollie Smith-Charles)는 연구 결과가 모든 사람이 어디에서든 훌륭하고 저렴한 문화생활을 누릴 수 있도록 하는 것이 얼마나 중요한지를 보여준다고 밝힘

☑ [도쿄] 칸 마르쉐 뒤 필름, 2026 주빈국으로 일본 선정… 일본 콘텐츠 역대 최대 규모 소개 96)

○ <제 79 회 칸 영화제(79e Festival de Cannes)>와 함께 열리는 세계 최대규모의 영화 마켓인 마르쉐 뒤 필름 (Marché du Film)이 일본을 2026 년 주빈국(Country of Honour)으로 선정하고, 일본 영화·애니메이션·IP 산업을 대대적으로 조명함

- ☞ 이번 일본 특집은 전 세계적인 일본 IP 의 열풍과 국제 공동제작 분야에서 일본의 존재감이 커지고 있는 흐름 속 기획되었으며, 경제산업성(METI)과 일본무역진흥기구(JETRO)의 지원을 받아 패널 토론, 작품 소개, 네트워킹 행사 등 다양한 프로그램이 진행될 예정임
- ☞ 지난해와 비교하여 일본 측 참가자 수는 약 40% 증가했으며, 일본 콘텐츠의 해외 진출이 더욱 활발해지는 한편 일본 콘텐츠에 대한 세계적 관심 또한 높아지고 있음
- ☞ 이번 행사의 주요 프로그램 중 하나는 <재팬 IP 마켓(Japan IP Market)>으로, 도쿄 국제 영화제(東京国際映画祭)의 콘텐츠 마켓인 <티프콤(TIFFCOM)>과 공동으로 마련한 3 일간의 특별 기획으로 참가기업으로는 가도카와(KADOKAWA), 도에이(東映), 쇼치쿠(松竹), 닛폰 애니메이션(日本アニメーション) 등이 있음
- ☞ 또한 <재팬 스크리닝 데이(Japan Screening Day)>에서는 칸 영화제의 역사를 장식한 일본 영화 4 편이 상영될 예정이며, 이마무라 쇼헤이(今村昌平) 감독의 <검은 비(黒い雨)>, <우나기(うなぎ)>, 이치카와 곤(市川崑) 감독의 <남동생(おとうと)>, 고바야시 마사키(小林正樹) 감독의 <괴담(怪談)> 등 명작을 소개할 예정임
- ☞ 아울러 프랑스 국립영화영상센터(CNC)와의 공동 기획으로 일본·프랑스 공동제작 상담회도 진행되며, 일본인 프로듀서 11 명이 프랑스 측 관계자들과 1 대 1 상담을 통해 새로운 국제 공동제작 가능성을 모색할 예정임
- ☞ 또한 <칸 애니메이션(Cannes Animation)>에서는 일본 애니메이션의 세계적 영향력을 주제로 한 패널 토론이 열릴 예정이며, 히라오 타카유키(平尾隆之) 감독의 <WASTED CHEF>와 가와무라 마사시(川村真司), 오가와 이쿠(小川育) 감독의 <HIDARI>도 소개됨

96) 출처: <https://www.oricon.co.jp/news/2453736/full>

## | 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

[미국] 비즈니스센터(LA)	+1-323-935-2070	bizcenter_la@kocca.kr
[미국] 비즈니스센터(뉴욕)	+1-201-518-6706	kocccany@kocca.kr
[프랑스] 비즈니스센터(파리)	+33-1-42-93-02-84	koccaeurope@kocca.kr
[중국] 비즈니스센터(북경)	+86-10-6501-9971	gihunkim@kocca.kr
[중국] 비즈니스센터(심천)	+86-755-2692-7797	sophia@kocca.kr
[일본] 비즈니스센터(도쿄)	+81-3-5363-4510	gracie@kocca.kr
[일본] 비즈니스센터(오사카)	+81-6-6732-8247	luciabaek@kocca.kr
[인니] 비즈니스센터(자카르타)	+62-21-252-3151	innerbus@kocca.kr
[베트남] 비즈니스센터(하노이)	+84-39-226-4093	imksman@kocca.kr
[UAE] 비즈니스센터(두바이)	+971-4-269-1566	yppy01@kocca.kr
[태국] 비즈니스센터(방콕)	+82-10-4323-4584	just@kocca.kr
[영국] 비즈니스센터	+44-7494-198601	uk@kocca.kr
[인도] 비즈니스센터(뉴델리)	+91-12440-97870	india@kocca.kr
[멕시코] 비즈니스센터(멕시코시티)	+52-55-8043-9946	mexico@kocca.kr
[아르헨티나] 비즈니스센터	+54-11-5047-2454	argentina@kocca.kr
[싱가포르] 비즈니스센터(싱가포르)	+65-8181-9739	swpark@kocca.kr
[호주] 비즈니스센터(시드니)	+61-6215-6645	yhnom@kocca.kr
[스웨덴] 비즈니스센터	+46-79-058-72-66	sweden@kocca.kr
[이탈리아] 비즈니스센터	+39-3344-565804	italy@kocca.kr
[스페인] 비즈니스센터(마드리드)	+31-634-74-88-45	spain@kocca.kr
[캐나다] 비즈니스센터	+1-437-557-0363	canada@kocca.kr
[브라질] 비즈니스센터(상파울로)	+55-11-4040-0576	brasil@kocca.kr
[튀르키예] 비즈니스센터(이스탄불)	+82-10-2812-9266	turkiye@kocca.kr
[독일] 비즈니스센터	+49-1520-2353372	germany@kocca.kr
[필리핀] 비즈니스센터	+63-2-8669-2731	koccaph@kocca.kr
[사우디] 비즈니스센터	+966-050-068-6125	supermenam@kocca.kr
[러시아] 비즈니스센터(모스크바)	+7-915-039-98-31	milleka@kocca.kr

발행인 ————— 유현석(원장직무대행)

발행처 ————— 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr

