

중동 콘텐츠 산업동향

코로나 19 이후 GCC (걸프 아랍국 협력 회의) OTT 시장 및 미디어 콘텐츠 제작환경 동향

중동 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF MIDDLE EAST

2021년 08호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층 이슈	<ul style="list-style-type: none">▶ 코로나 19 이후 GCC (걸프 아랍국 협력 회의) OTT 시장 및 미디어 콘텐츠 제작환경 동향▶ 코로나 이후 중동에서 소비되는 비디오 스트리밍 콘텐츠 및 중동 시장의 소비 경향, 시장 진출 시 주의점 등 현황을 분석하여 한국 콘텐츠의 중동 시장 진출에 시사점 제시	<ul style="list-style-type: none">▶ GCC(걸프아랍국 협력 회의)▶ OTT▶ 미디어콘텐츠

작성 | 한국콘텐츠진흥원 중동 마케터

배포 | 2021.12.23.



심층이슈

I. 코로나 19 이후 GCC (걸프 아랍국 협력 회의) OTT 시장 및 미디어 콘텐츠 제작환경 동향

작성 순서

1. 코로나19와 OTT 시장 변화
 - 1) OTT 플랫폼 GCC 시장 현황 및 성장 예상치
2. 중동지역 미디어 콘텐츠 환경 변화
 - 1) 중동지역 미디어 콘텐츠 환경 개요
 - 2) GCC 서비스 OTT 플랫폼 콘텐츠 현황
 - 3) 방영 한국 방송 콘텐츠 현황 (넷플릭스 중심)
2. 정리 및 시사점

1 코로나19 와 OTT 시장 변화



1. OTT 플랫폼 GCC 시장 현황 및 성장 예상치

	(단위: 백만명, %, 백만달러)	2020	2021	2022	2025
사우디아라비아	사용자	2.8	3.1	3.3	3.7
	사용자 보급률	8.2	8.8	9.2	10
	매출	104	127	148	191
	GCC 전체 매출 대비 점유율	40%	41%	42%	44%
아랍에미리트	사용자	1.2	1.3	1.4	1.4
	사용자 보급률	12.6	13.2	13.6	14
	매출	93	102	108	114
	GCC 전체 매출 대비 점유율	35%	33%	31%	26%
카타르	사용자	0.4	0.4	0.5	0.5
	사용자 보급률	13.6	14.6	15.5	17.1
	매출	26	33	40	59
	GCC 전체 매출 대비 점유율	10%	11%	11%	14%
오만	사용자	0.6	0.7	0.8	1
	사용자 보급률	12	13.3	14.7	18.3
	매출	19	23	27	37
	GCC 전체 매출 대비 점유율	7%	7%	8%	9%
쿠웨이트	사용자	0.3	0.3	0.3	0.4
	사용자 보급률	7	7.4	7.7	8.1
	매출	12	14	16	21
	GCC 전체 매출 대비 점유율	5%	5%	5%	5%
바레인	사용자	0.2	0.2	0.2	0.2
	사용자 보급률	10.2	10.9	11.5	12.2
	매출	9	11	12	13
	GCC 전체 매출 대비 점유율	3%	4%	3%	3%

[그림 1] OTT 플랫폼 GCC 시장 현황 및 성장 예상치 (출처: Statista.com)

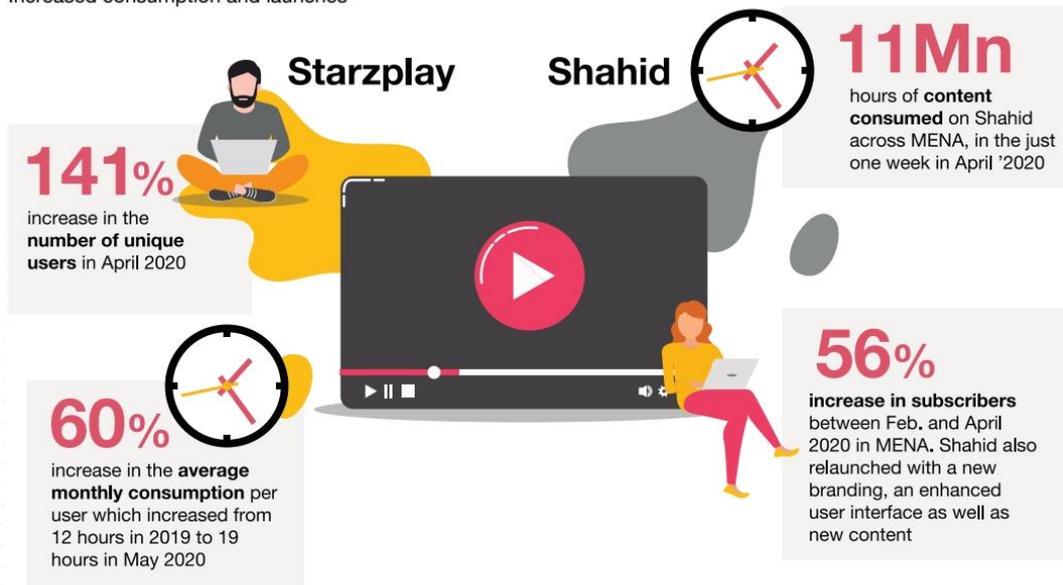
✔ GCC 6 개국 OTT 플랫폼 매출 주요 2 개국 - 사우디아라비아와 아랍에미리트

- 2020년 코로나 19 이후 OTT 플랫폼의 사용자 수는 GCC 6 개국에서 모두 증가한 공통점을 보임. 통계자료에 따르면, 2020년 및 2021년 사우디아라비아가 GCC 6 개국 OTT 플랫폼 매출 중 40~41%에 해당하는 매출점유율을 기록하고 있으며, 아랍에미리트 또한 33~35%의 매출점유율을 보이며, 사우디아라비아 및 아랍에미리트가 GCC 지역 매출 2/3 을 차지하는 주요 국가로 확인됨.

- 사우디아라비아 및 아랍에미리트 제외 GCC 국가에서는 2020-2021년 카타르가 지역 전체 매출 대비 점유율 10% 수준을 기록했으며, 기타 3개국은 10% 미만의 점유율에 그침.
- 2020-2021년 GCC 전체 매출대비 점유율은 국가별 인구수에 비례한 결과로 해석될 수 있으나, 아랍에미리트의 경우 사우디아라비아의 인구 대비 30% 미만 수준의 인구를 보유하고 있음에도, 상대적으로 높은 OTT 사용자 보급률을 기반으로 점유율에서는 10% 미만의 차이만을 보임.
- 2021년 이후 2022년 및 2025년 예상치에서는 GCC 6개국 모두 매출은 증가가 예상되며, 특히 GCC 지역 내 인구가 가장 많은 사우디아라비아 (2021년 기준 GCC 전체 인구의 약 60%)의 증가하는 사용자 보급률에 따라 지역 내 매출 점유율 또한 상승이 예상됨.¹⁾

MENA OTT developments

Increased consumption and launches



Source: Strategy& analysis

[그림 2] 코로나 19에 따른 MENA OTT 시장 변화

(출처 : PwC 2021년 보고서 MENA Entertainment & Media Outlook)

✔️ **코로나 19 이후 GCC 지역 미디어 콘텐츠의 소비패턴 변화 - 오프라인에서 온라인으로**

- 2020년 1분기 이후 코로나 19의 확산에 따라 시행된 사회적 거리두기 및 봉쇄 지침 등으로 전통적인 미디어 콘텐츠 소비 방식이었던 오프라인을 통한 영화, 공연 관람의 증진이 제한됨에 따라 상대적으로 OTT 플랫폼을 소비가 증가하였으며, 이러한 소비 경향은 지속할 것으로 보임.
- OTT 시장은 2019년에서 2024년까지 연평균 성장률 12.3% 수준이 예상됨.²⁾ 중동지역 대표 OTT 플랫폼인 Starz Play의 공동창업자 칼레드 벤초셰(Khaled Benchouche)는 OTT 이용자들이 코로나 19 이전 하루 평균 1-3개의 에피소드를 시청하는 경향에서 코로나 19 이후 약 4배가 증가한 10-16개의 에피소드를 시청하는 경향이 있다고 밝힘.

1) Statista "OTT 플랫폼 GCC 시장 현황 및 성장 예상치"

2) Gulf News "Cinemas vs streaming: Is it the end of entertainment as we know it?" (2021)

- GCC 지역에서 대표적으로 소비되는 OTT 서비스인 넷플릭스, Shahid, Starz Play는 공통적으로 코로나 19 확산 초기 시점인 2020년 2월에서 3월 사이에 50% 이상의 구독자들의 콘텐츠 시청 시간이 증가함.³⁾
- Starzplay의 'The Rise and Rise of Streaming Video in the MENA Market'이라는 보고서에 따르면, 2020년 4월 기준 이용자는 전년 대비 141% 증가하였고, 플랫폼 다운로드 수 486%, 콘텐츠 소비량 340% 증가한 바 있음.⁴⁾
- 사우디아라비아 방송국 MBC가 설립한 스트리밍 플랫폼 Shahid 또한 2020년 4월 기준 코로나 19 확산이 본격적으로 시작된 2020년 2월 이후 56%의 구독자 수가 증가함에 따라 코로나 19에 따른 봉쇄 및 라마단 기간이 온라인 스트리밍 콘텐츠 소비증가에 영향을 미쳤다고 해석됨.
- Digital TV Research의 분석에 따르면, 전체 중동 북아프리카 지역에서의 OTT 플랫폼 가입자 수가 2026년에 다다르면 3,265만 명에 이를 것으로 예상. 그 시장의 절반을 넷플릭스와 디즈니 플러스가 차지할 것으로 예상함.⁵⁾

2 중동지역 콘텐츠제작 환경 변화



1. 중동지역 미디어 콘텐츠 환경 개요

✔ 중동지역의 일반적인 방송 콘텐츠환경

- 중동 및 북아프리카 지역은 2000년대 이후 TV 드라마 시청이 차지하는 비중이 높으며, 지역 전반에 걸쳐 방송, 유료 TV 및 OTT 플랫폼의 시장이 성장해왔음. 2019년까지 지역 유료 TV 시장은 400만~500만 가입자를 보유, OTT 이용자는 1,230만 명을 보유함.⁶⁾
- OTT 플랫폼 이용자의 수는 2025년까지 약 3천만 명 수준으로 증가가 예상되며 넷플릭스 유럽중동아프리카 본부, Starz Play Arabia, Amazon UAE, 디즈니 플러스 및 MBC 소유의 Shahid가 주요 사업자가 될 것으로 전망됨.⁷⁾

✔ 중동지역의 대표적인 미디어 콘텐츠 제작지원 - 사우디아라비아, 아랍에미리트

- 국가 차원의 콘텐츠 제작지원은 대표적으로 사우디아라비아와 아랍에미리트를 중심으로 이루어지고 있음. 2016년 4월 25일, 사우디아라비아의 무함마드 빈 살만 알 사우드(Mohammed bin Salman Al Saud) 왕세자는 미래 석유자원 고갈을 대비하고 경제 다각화를 달성하기 위한 '비전 2030'을 발표함.⁸⁾ 비전 2030의 일환으로 디지털 산업에 투자를 늘리기로 하였고 이 범주에 해당하는 미디어 산업 전반을 부흥시키기 위해 640억 달러를 투자할

3) PWC Middle East "MENA Entertainment & Media Outlook 2020-2024"(2020)

4) Starz Play "THE RISE AND RISE OF STREAMING VIDEO IN THE MENA MARKET"(2020)

5) Digital TV Europe "MENA region to surpass 30 million SVOD subs"(2021)

6) Digital TV Europe "MENA region to surpass 30 million SVOD subs"(2021)

7) Bayut "Top video streaming services in the UAE: Netflix, Amazon Prime Video & more!"

8) 사우디아라비아 정부 비전2030 홈페이지 "Public Investment Fund Program"

계획을 발표함. 투자의 형태는 미디어 콘텐츠 제작 직간접 투자 및 스타트업 육성 등으로 이루어질 예정.⁹⁾

- 아랍에미리트는 자유무역지대 구역설정을 통한 미디어 콘텐츠 제작 지원환경이 구축되어 있음. 아부다비의 정부로부터 지원을 받아 설립된 미디어 콘텐츠 전문 자유무역지대인 Twofour54 는 2014 년과 2015 년 사이에 ‘스타워즈 깨어난 포스’, 분노의 질주 7, BBC 의 탐기어를 비롯한 다수의 할리우드 및 발리우드 영화, 미디어 프로그램 제작에 참여하며 중동지역 내 대표적인 제작 거점으로 성장해옴.¹⁰⁾



[그림 3] Twofour54의 영화 제작 지원 관련 이미지 (출처: Twofour54)

- 두바이는 두바이 정부로부터 지원을 받아 두바이 미디어시티를 비롯해 프로덕션시티, 스튜디오시티를 커뮤니티 체제로 설립하여 영화를 비롯한 미디어 프로그램 제작 기반을 마련하고 있음.

중동지역 비디오 콘텐츠 소비 시장의 변화 - TV, 극장에서 온라인 시장으로

- 2010 년대 초중반까지 중동 콘텐츠 산업은 아랍 드라마 시리즈나 영화와 같은 비디오를 통한 수익 창출 모델을 가지고 있었음. TV 산업은 제한된 수의 제작자에 의해 공급되었으며, 극장 영화, 유료 TV, 무료 TV 등과 같은 플랫폼에 의해서만 콘텐츠가 소비되어왔음.
- 2014 년 중동지역 최초의 OTT 플랫폼 ICFlux 가 출시되었고, 이집트 영화 및 드라마를 중심으로 사업을 확장하려 했으나, 시기상조였다는 평이 있었음. 2016 년을 기점으로 넷플릭스가 중동 및 북아프리카 시장으로의 진출을 발표하며 2017 년 아랍에미리트 드라마 Justice 를 제작하는 등 본격적인 지역 OTT 의 확장이 시작됨.¹¹⁾
- 2021 년에도 GCC 지역 내 SVOD 를 중심으로 한 OTT 시장의 확장은 지속되고 있으며, 2020 년 코로나 19 발발로 인한 OTT 시장은 2021 년 이후에도 코로나 19 영향 감소의 여부와 관계없이 지속 성장할 것으로 전망.¹²⁾

9) MipTrends “Five Things to Know About TV Drama Viewing in the Middle East”(2020)

10) Oxford Business Group “Abu Dhabi expanding local media production and content”(2018)

11) Broad Cast Pro Middle East “Content production in MENA: Digging deeper into the dynamics”(2021)

❖ 중동지역 인기 비디오 콘텐츠 경향 - 터키 드라마의 중동 내 확장 및 쇠퇴

- 중동지역에서 2000년대 중반부터 2010년대 중반까지 인기 있던 장르는 Dizi라고도 칭해지는 터키 드라마이며 그 기반에는 2010년대 이후 터키 드라마의 틈새시장 공략이 있었음.
- 2010년대 이전 이집트, 시리아, 레바논 세 국가는 아랍 비디오 콘텐츠제작의 동력이었지만 정치적 혼란과 공습으로 영향력이 약해졌고 2000년대 중반 이후 그 틈새를 터키의 드라마가 꿰차기 시작했음.
- 터키 드라마의 인기 요인으로는 지역적 근접성 및 이슬람 문화적 공통점에 있었음. 터키는 동양과 서양을 아우르는 지리적 상황, 다양한 인종과 종교에서 비롯된 풍부한 문화를 배경으로 중동 및 유럽의 시청자들을 유입함. 할리우드 제작물과 비교할 때, 전통적이고 보수적이면서 동시에 세속적인 주제들을 다룸. 기본적으로 선정적인 장면이나 폭력적인 언어를 배제한 콘텐츠의 내용 중심에는 가족애를 다루고 있음.
- 대표적으로 중동지역에서 인기를 끌었던 터키 드라마로는 ‘위대한 세기’(The Magnificent Century)라는 작품이 있으며, 이 드라마는 오스만제국의 10번째 술탄이었던 Suleiman의 이야기를 다뤄 150여개 국가로 수출된 바 있음.

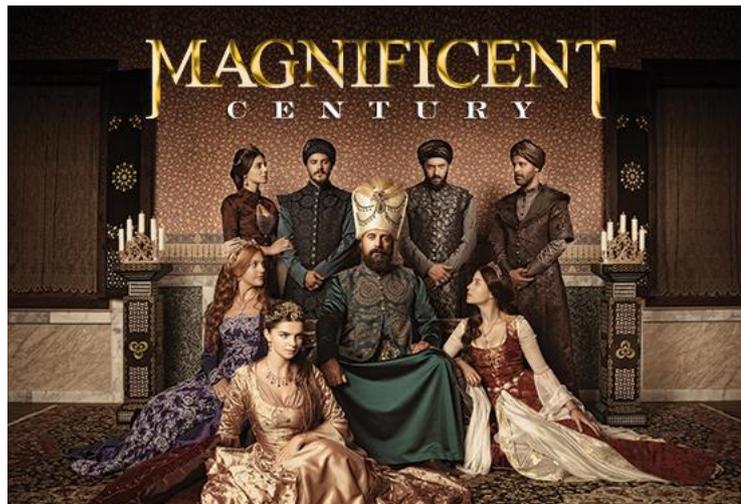


그림 4] 터키 드라마 위대한 세기 (출처: The Global Agency)

- 2005년부터 터키 드라마 Dizi는 중동 및 북아프리카 지역에서 인기를 끌었으나 2018년 사우디아라비아 및 아랍에미리트가 카타르와 단교했고, 이때 터키가 카타르를 후원한다는 이유로 GCC 지역에서의 터키 드라마 수입 또한 줄어들게 되면서 수요 또한 감소됨.
- 이 시기에 사우디아라비아의 방송사 MBC는 2018년 터키 드라마의 보이콧을 통해 수입을 전면 차단했고 이에 따라 터키 드라마의 매출은 2015년 8천만 달러에서 2020년 1,500만 달러로 급감함.

12) ReportLinker “Middle East Media and Entertainment Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 – 2026)”(2021)



Head of the Council of Saudi Chambers of Commerce
Ajlan Al-Ajlan called on all Saudis to stop doing
business with #Turkish companies in #SaudiArabia,
reiterating his call for a boycott of “everything Turkish.”

[그림 5] 사우디아라비아 상공회의소 의장의 터키 보이콧 관련 트위터 (출처: 트위터 Saudi Gazette)

❖ **중동지역 내 터키 드라마 인기가 한국드라마 인기로 이어진 원인**

- 2018년 사우디아라비아와 아랍에미리트의 카타르와의 단교로 인한 GCC 지역 터키 드라마에 대한 공급 및 수요 감소하는 동안 한국드라마의 인기는 지속적으로 증가함.
- 중동지역 내에서 한국드라마의 인기 요인으로는 아랍 전통 및 문화와의 유사점, 독특한 주제, 간결한 형식, 가족용 콘텐츠 등이 거론됨.
- 한국드라마가 가지는 가족 구성원, 사랑과 관계, 사회 계층의 차이와 관련된 주제를 탐구하는 경향을 기반으로 가족에 대한 강조와 우정, 로맨스, 시의 공유 가치와 같은 지역 문화적 신념과 일치하는 서사를 묘사함으로써 중동 시청자들의 공감을 불러옴.
- 독특한 주제를 내세우는 한국드라마의 특징은 중동지역에서 장점으로 작용했음. 꽃보다 남자, 도깨비, 로맨틱 박사등과 같은 콘텐츠들은 기존에 접해보지 못한 참신한 소재라는 점에서 중동 시청자들에게 흥미를 끌게 되었음.
- 일반적으로 16-20 화 단 시즌으로 종결되는 한국드라마의 간결성이 드라마에 대한 몰입을 부르는 점에서 장점으로 작용함.
- 터키 드라마와 마찬가지로 많은 한국드라마가 가족애 및 비선정, 비폭력적인 부분을 다루는 점에서 아랍 시청자로부터 인기를 얻은 요인으로 분석됨.¹³⁾

2. GCC 국가에서 서비스 중인 OTT 플랫폼의 콘텐츠 현황

❖ **GCC 지역 주요 OTT 5개사 - 넷플릭스, 아마존 프라임 비디오, Starz Play, OSN, 애플 TV+¹⁴⁾**

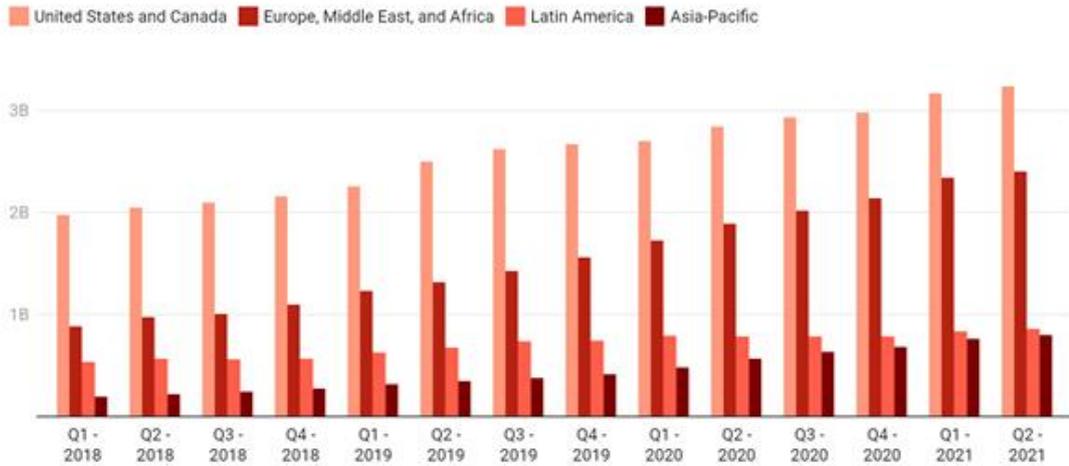
- 넷플릭스는 국제적으로 총 4개 지역으로 구분하고 중동지역은 유럽, 아프리카와 함께 네덜란드 암스테르담을 지역 본부로 두어 EMEA(Europe, Middle East, Africa)라는 명칭으로 통합되어 운영 중임. EMEA 본부는 2016년을 기점으로 GCC 지역에도 서비스를 시작했으며, 2018년부터 2021년 2분기까지 꾸준히 미국 캐나다 지역 다음으로 매출이 높은 지역으로 분류되고 있음. 2021년 3분기 기준, EMEA 지역의 구독자는 7천만 명 수준으로 집계됨.¹⁵⁾

13) Broad Cast Pro Middle East “What makes Korean dramas so attractive to UAE audiences?”(2021)

14) Oer Live “Top 5 TV Streaming Services In The GCC”(2020)

15) Comparitech “Netflix subscribers and revenue by country”(2021)

Netflix's revenue growth by region (\$) - from 2018 to 2021



[그림 6] 2018-2021년 넷플릭스 지역별 매출 그래프 (출처: Comparitech)

- GCC 지역 넷플릭스에서는 한국 콘텐츠가 꾸준히 인기를 끌고 있음. 넷플릭스 메인화면에는 한국드라마 또는 한국이 만든 콘텐츠, 로맨틱한 한국드라마 등의 분류가 별도로 되어 있으며, 영화부문보다는 드라마 부문에서 한국 콘텐츠가 상위권을 꾸준히 차지하고 있음.¹⁶⁾

2021년 GCC 지역 넷플릭스 상위 10개 영화 순위 (출처: Flix Patrol)			
순위	제목 (한글 제목)	장르	제작국가
1	We Can Be Heroes (오늘부터 히어로)	코미디	미국
2	Red Notice (레드노티스)	액션	미국
3	Army of the Dead (아미 오브 더 데드)	액션	미국
4	Venom (베놈)	액션	미국
5	Army of Thieves (도둑들)	액션	미국
6	Wish Dragon (위시 드래곤)	애니메이션	중국, 미국
7	I Care a Lot (퍼펙트 케어)	스릴러/코미디	미국
8	Mimi *한국 넷플릭스 미개봉	드라마	인도
9	Kate (케이트)	액션	미국
10	The Secret Life of Pets2 (마이펫의 이중생활 2)	애니메이션	미국

16) Flix Patrol "TOP 10 on Netflix in the United Arab Emirates in 2021"

2021년 GCC 지역 넷플릭스 상위 10개 드라마 순위 (출처: Flix Patrol)			
순위	제목 (한글 제목)	장르	제작국가
1	Squid Game (오징어게임)	스릴러	한국
2	Vincenzo (빈센조)	코미디/범죄,액션	한국
3	New Amsterdam (뉴 암스테르담)	메디컬 드라마	미국
4	CoComelon (코코멜론)	애니메이션	영국
5	The Good Doctor (더 굿닥터)	메디컬 드라마	미국
6	Lupin (뤼팽)	범죄/ 스릴러	프랑스
7	Sex/Life (섹스라이프)	스릴러/코미디	미국
8	Hometown Cha-Cha-Cha (갯마을차차차)	드라마/멜로	한국
9	Bridgerton (브리저튼)	드라마/멜로	미국
10	Lucifer (루시퍼)	범죄/판타지	미국



[그림 7] 아랍에미리트 넷플릭스 순위 화면 (출처: 넷플릭스)

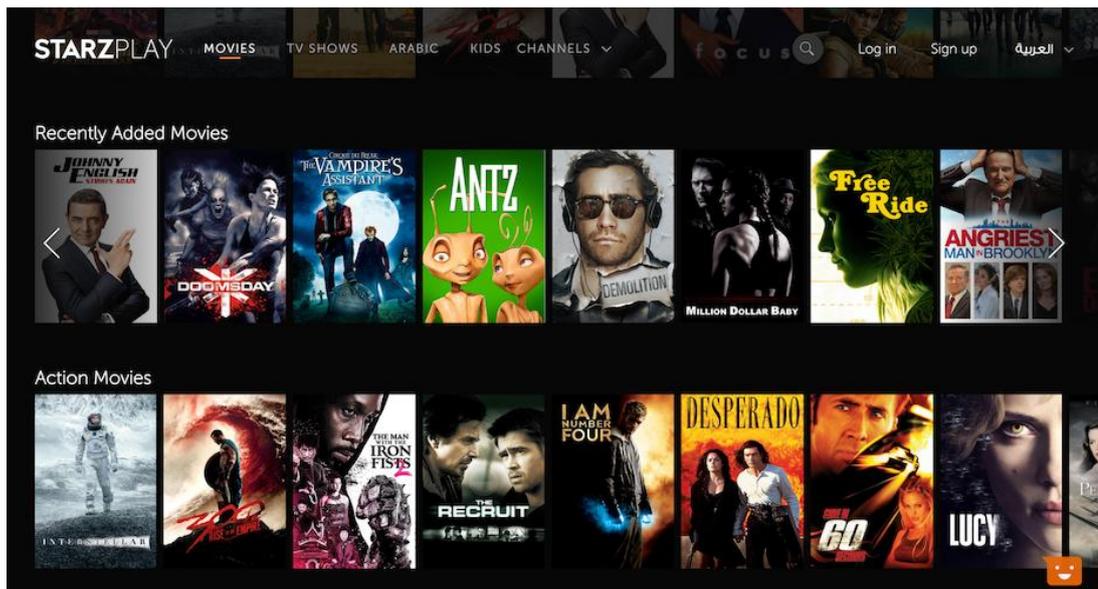
- 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video)는 GCC 지역에서 사우디아라비아와 아랍에미리트에서만 정식 서비스를 시작하였음. 아랍어 영화는 별도로 구분되어 장르화되어 있지 않으며, 할리우드 영화 및 발리우드 인기 영화 등이 주 콘텐츠이며, 아랍어, 힌디어, 영어 자막을 제공하고 있음.¹⁷⁾

17) Arab News “Amazon Prime launches in Saudi Arabia, bringing the best in shopping & entertainment”(2021)



|그림 8| 사우디아라비아와 아랍에미리트 아마존 프라임 비디오 독점 인기 콘텐츠
(출처: 아마존 프라임 비디오)

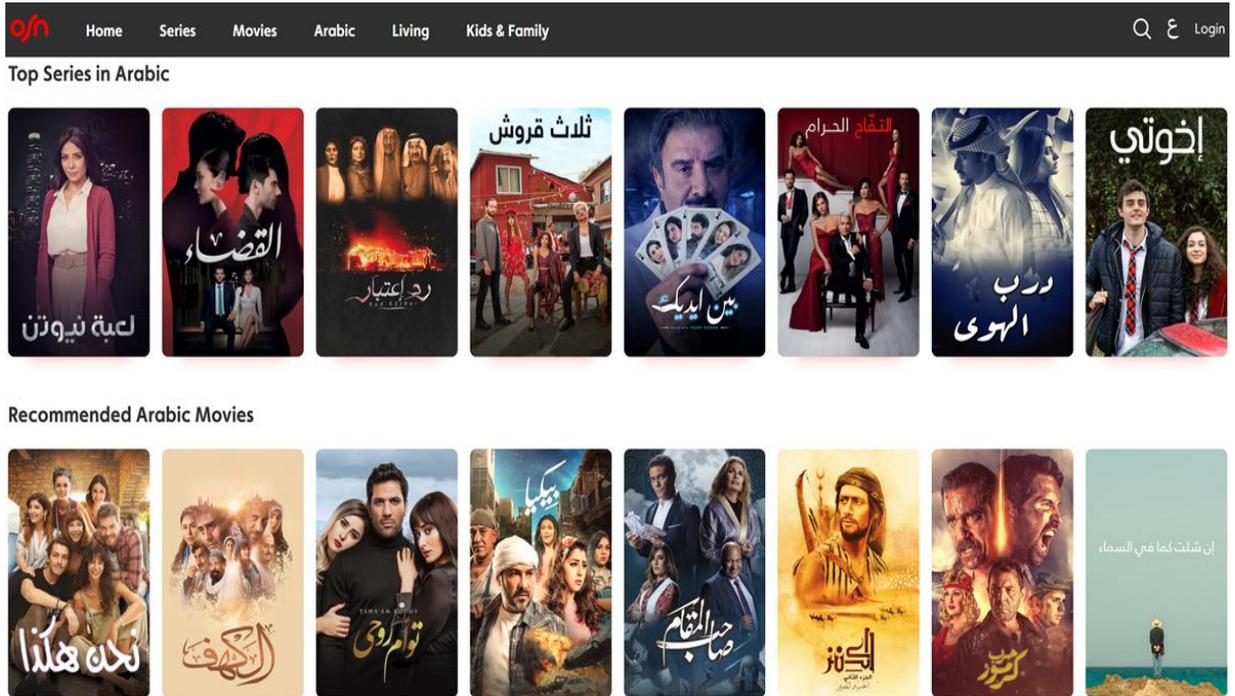
- 스타즈플레이(Starz Play)는 미국 라이온게이트(Lionsgate)사의 투자를 받아 설립되어 아랍에미리트 두바이에 본사를 두고, 스페인 마드리드에 개발부를 두고 있는 중동지역 대표 OTT 플랫폼이며, 20세기 센추리 폭스 (20th Century Fox), CBS, 디즈니, 라이온게이트, 파라마운트, 쇼타임(Showtime), 소니 엔터테인먼트(Sony Entertainment), 유니버설(Universal) 및 워너브로스(Warner Bros)등의 콘텐츠를 상영하고 있음. 스타즈플레이는 중동 및 아프리카 지역 전용으로 개발되었으며 아랍어 자막과 아랍어 및 프랑스어 오디오 선택을 제공함.¹⁸⁾



|그림 9| 스타즈플레이 메인화면 (출처: Starz Play)

- OSN은 2009년 설립되어 바레인 마나마에 본사를 두고 있는 중동지역 엔터테인먼트 전문 방송사이며, 닉켈로디온(Nickelodeon), 파라파마운트(Paramount), BBC, TV5 Monde, 스타셀렉트(Star Select), 디즈니(Disney), ITV Studios, ABC Studios, GMA Network, LBCI, 내셔널지오그래픽(National Geographic)과 같은 주요 네트워크 및 스튜디오의 영화, 시리즈, 스포츠 이벤트 및 다양한 TV 쇼와 같은 인기 있는 엔터테인먼트 콘텐츠를 제공함. OSN은 위성 방송 및 OTT 서비스를 동시에 운영하는데 방송 부문에서는 150개 이상의 텔레비전 채널을 보유하고 있으며, OTT 서비스의 특징으로는 아랍 콘텐츠를 별도로 구분하여 서비스를 제공 중임.

18) Starz Play "About Us"



[그림 10] OSN의 아랍 콘텐츠 전용 스트리밍 서비스 화면 (출처: OSN)

- 애플 티비 플러스(Apple TV Plus)는 2019년 이후 GCC 지역 6개국 모두 서비스 중이며, 경쟁사 대비 저렴한 구독료를 기반으로 경쟁에 참여중임. 아랍에미리트를 예시로 넷플릭스의 경우 월 한화 약 1만원~1만7천원 수준인 반면, Apple TV Plus는 6천원대로 형성되어 있음.
- 디즈니 플러스는 2021년까지 중동 및 북아프리카 지역에서 서비스가 실시되고 있지 않지만 2022년 8월내로 서비스 제공을 목표로 진행중임.¹⁹⁾ 독점 콘텐츠 보유가 많은 제작사를 바탕으로 중동지역 내 높은 점유율을 가질 것으로 전망됨.

3. 현재 방영 중인 한국 콘텐츠 현황

✔ GCC 지역에서 한국 콘텐츠는 넷플릭스를 중심으로 선전

- 2021년 12월 기준 넷플릭스를 제외한 주요 GCC 내 서비스 중인 OTT 플랫폼(Starz Play, OSN, Apple TV 등)에서 한국 관련 콘텐츠는 검색되지 않고 있음.
- 넷플릭스가 한국시장에 진출하며 적극적인 투자를 해온 결과 GCC에서 시청 가능한 넷플릭스의 주요 콘텐츠에도 한국 콘텐츠가 상당수 차지하고 있음.²⁰⁾

19) Esquire Middle East "Disney Plus streaming service launching in the Middle East in 2022"(2021)

20) Forbes "Netflix Will Invest \$500 Million In Korean Content This Year"(2021)

2021년 12월 기준 GCC 지역 넷플릭스 서비스 한국 인기 콘텐츠 (가나다순) (출처: 넷플릭스)	
구분	제목
영화	강철비, 괴물, 기억의 밤, 유열의 음악앨범, , 낙원의 밤, 남한산성, 도가니, 루시드 드림, 마약왕, 사냥의 시간, 상류사회, 살아있다, 새콤달콤, 수상한 그녀, 승리호, 신과 함께 죄와 벌, 신과 함께 인과 연, 반드시 잡는다, 부라더, 사바하, 악질경찰, 염력, 위시유, 인랑, 살아있다, 리벤져, 설국열차, 제 8 일의 밤, 차인표, 콜, 킹덤 아신전, 판도라, 26년
드라마	결혼작사 이혼작곡, 경이로운 소문, 구경이, 괴물, 갯마을 차차차 그해 우리는, 그냥 사랑하는 사이, 김비서가 왜 그럴까, 꽃보다 남자, 나의 아저씨, 남자친구, 낭만닥터 김사부, 너를 닮은 남자, 내 아이디는 강남미인, 더케이투, 더킹 영원의 군주, 도깨비, 도도솔솔라라솔, 동백꽃 필 무렵, 로맨스는 별책부록, 로스쿨, 런온, 마이네임, 멜로가 체질, 미녀의 탄생, 미스터선샤인, 밥 잘 사주는 예쁜 누나, 보좌관, 봄밤, 부부의세계 비밀의 숲, 배가본드, 보이스, 빈센조, 사랑의 불시착, 사이코지만 괜찮아, 상속자들, 스위트홈, 스타트업, 신데렐라와 네명의 기사, 신입사관 구해령, 슬기로운 의사생활, 수상한 파트너, 스카이캐슬, 슬기로운 의사생활, 슬기로운 감빵생활 시그널, 악의꽃, 알고있지만, 어비스, 역도요정 김복주, 연모, 오마이 비즈니스, 위대한 유혹자, 응답하라 1988, 이태원 클래스, 인간수업, 이번 생은 처음이라, 좋아하면 울리는, 진심이 달다, 푸른 바다의 전설, 청춘기록, 킹덤, 타인은 지옥이다, 태양의 후예, 황금빛 내인생, 힘쎌여자 도봉순, DP
TV 프로그램	블랙핑크 세상을 밝혀라, 냉면 랩소디, 먹보와 털보, 범인은 바로 너, 백스피릿, 삼겹살 랩소디, 신세계로부터, 아는 형님, 와썹맨 Go, 1호가 될 수 없어
키즈 애니메이션	꼬마버스 타요, 띠띠보띠띠보, 라바, 라바 아일랜드, 레인보우 루비, 러닝맨, 마법버스 타요, 몬카트, 브레드 이발소, 보로로, 부까, 스페이스 정글, 아기상어의 모험코코몽, 콩순이와 친구들

- 2021년 넷플릭스에서 매일 시청률에 따라 선정되는 GCC 지역 1위 TV 쇼 작품에는 빈센조, 오징어게임, 연모, 지옥이 선정된 바 있음.이 중 빈센조의 경우 2021년 14~20주차 사이에 11일, 오징어게임은 38~46주차사이에 총 54일, 연모 46주차에 2일, 지옥 46~48주차 총 13일 1위를 차지하였음.²¹⁾

21) Flix Patrol “Top Movies and TV Shows on Netflix in the United Arab Emirates in 2021 by day”



[그림 11] GCC 지역 내 주차 및 일자별 넷플릭스 1위 TV쇼로 선정된 한국 콘텐츠 - 오징어게임, 연모, 지옥
(출처: Flix Patrol)

✔ **코로나 19 이후 더욱 증가한 GCC 지역 OTT 서비스 수요**

- GCC 지역에서는 코로나 19 시작 전부터 서비스가 시작된 다양한 OTT 서비스를 기반으로 이용자 수가 증가하는 추세였음. 코로나 19 발발 이후 GCC 지역 또한 봉쇄 및 사회적 거리두기 여파로 극장 영화 및 공연콘텐츠의 소비가 줄고 OTT 서비스 이용 시간 증가로 이어지며 OTT 방송 시장은 더욱 탄력을 받음.
- GCC 내 주요 매출을 견인하는 국가는 지역 내 가장 많은 인구수 기반의 사우디아라비아와 구매력 기반의 아랍에미리트임. 2020-2021 년 OTT 매출은 두 국가가 GCC 지역 전체의 70% 이상을 차지하고 있으며, 2025 년까지도 두 국가가 지역 내 최대 시장일 것으로 전망됨.
 - GCC 지역 내 가장 영향력 있는 OTT 서비스는 넷플릭스이며 GCC 지역 전문 스타즈플레이, 샤히드(Shahid) 및 OSN 과 같은 플랫폼을 비롯하여, 아마존 프라임 비디오, 애플 티비 플러스 등 또한 영향력을 확대 중임. 2022 년 디즈니 플러스의 중동 시장 진출이 예정된 만큼 OTT 플랫폼들의 GCC 지역 시장 규모는 확대될 것으로 전망됨.

✔ **GCC 지역 내 아랍에미르를 중심 강화된 미디어 콘텐츠 산업 기반**

- GCC 지역에서는 아랍에미르가 중심으로 Twofour54 및 두바이 미디어시티와 같은 미디어 콘텐츠 제작환경이 구축되어 있어 국제 미디어 관련 기업들의 유치 및 제작지원을 해온 바 있음. 사우디아라비아의 또한 비전 2030 을 통한 미디어 산업 강화를 위해 대규모 투자 중이기에 한국 제작사 측에서는 GCC 지역의 투자 및 현지 인프라를 활용하는 방법을 고려할 필요가 있음.
- GCC 지역에는 스타즈플레이, 샤히드 및 OSN 과 같은 OTT 플랫폼의 본사를 두고 아랍 콘텐츠 서비스를 제공하고 있음.
- GCC 지역 내 아랍 콘텐츠 이외 인기 있는 콘텐츠 유형으로는 할리우드, 발리우드 및 한국 콘텐츠가 있음.

✔ **GCC 지역 내 한국 미디어 콘텐츠 인기 경향**

- GCC 지역의 한국 미디어 콘텐츠는 넷플릭스 플랫폼에서 드라마 중심 인기가 높음. 영화 및 TV 프로그램 등은 드라마 대비 상대적으로 서비스가 제공되는 수가 적은 편이며, 영화, TV 프로그램 또한 GCC 지역 내 영향력 확대를 위한 시도를 고려할 필요가 있음.
- 한국 미디어 콘텐츠의 GCC 내 인기는 넷플릭스의 한국 콘텐츠 강세와 직결되고 있음. 이는 한편으로 넷플릭스를 제외한 플랫폼에서 한국 콘텐츠의 제한된 소비를 보여주고 있음. 2022 년부터 디즈니 플러스 또한 GCC 지역 서비스 진출이 예정된 만큼 한국 제작사들의 넷플릭스 외 기타 플랫폼과의 협업 및 투자유도를 통한 다각화된 서비스 제공 시도가 모색될 필요가 있음.

중동 마케터 담당자 연락처

오현전 부장 +971-2-491-7227 oh@kocca.kr

중동 콘텐츠 산업동향

2021년 08호

주관기관 한국콘텐츠진흥원
 감수 오현전 (UAE 마케터)
 집필자 윤홍성 (타이드솔루션)
 발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
 발행일 2021년 12월 24일
 발행처 한국콘텐츠진흥원
 주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
 전화 1566-1114
 홈페이지 www.kocca.kr
 ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”