



2022 11

호주 특화보고서

2022 호주 콘텐츠 시장분석보고서

발행 KOCCA 인도네시아비즈니스센터

01. 개요 : 호주	03
1. 국가 개요	03
02. 시장동향 및 이슈	07
1. 음악: 호주 창조산업 내에서 최대 경쟁력을 가지고 있는 음악산업	08
2. 패션: 호주의 대표적인 제조업으로 자리매김하고 있는 섬유패션산업	17
03. 심층분석	25
1. 호주 방송 시장 개요	26
2. 호주 유료 채널	33
3. 호주 방송 규제 현황	37
04. 국가 한류 동향	40
1. 호주 한류 동향	41
05. 주요 바이어 리스트	47



01

호주 국가 개요

호주는 오세아니아 지역에 위치한 영연방 왕국으로 뉴질랜드와 더불어 남태평양 권역 내 경제를 이끌고 있는 국가로 인구는 약 2,606 만 명이며 1 인당 국민소득이 5 만 5,492 달러에 달하는 세계 정상권 경제 선진국임. 세계 6 위의 국토면적에서 나오는 막대한 천연 자원과 농축산물 등의 1 차 산업 수출이 경제의 기본 축을 이루고 있으며 이러한 수입을 금융업, IT 산업 등 고부가가치의 3 차 산업에 성공적으로 재투자하여 높은 경제 성장률을 유지하고 있음



국가명

호주

공식명칭	호주 (Australia)
면적	7,741,220km ² (세계 6위)
위치	오세아니아 (오스트레일리아 대륙)
수도	캔버라 (Canberra)
국가원수	국왕 (찰스 3세), 연방 총리 (앤서니 앨버니지)
정부형태	영연방 왕국, 입헌군주제, 연방제, 의원내각제

인구통계



총 인구: 26,068,793 (세계 55위)

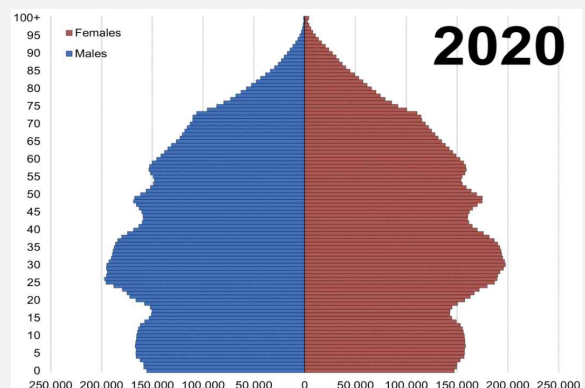


*출처: 세계은행, 2022

인구 구성



중위 연령: 38.8세

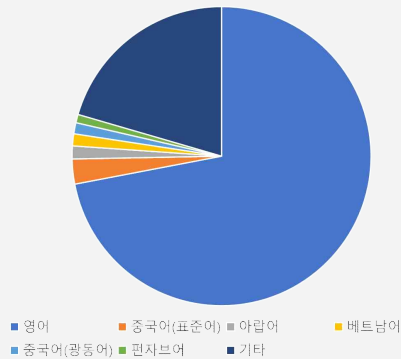


*출처: United Nation 2020

언어



공용어: 영어

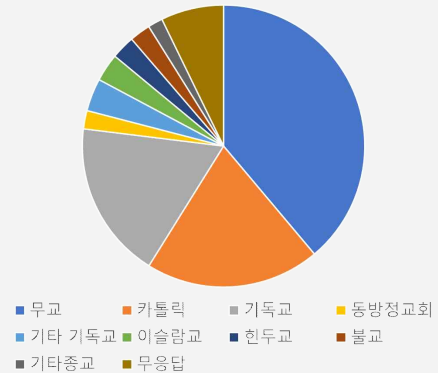


*집에서 사용하는 언어(출처: 호주 통계청, 2021)

종교



정교분리(국교 없음)

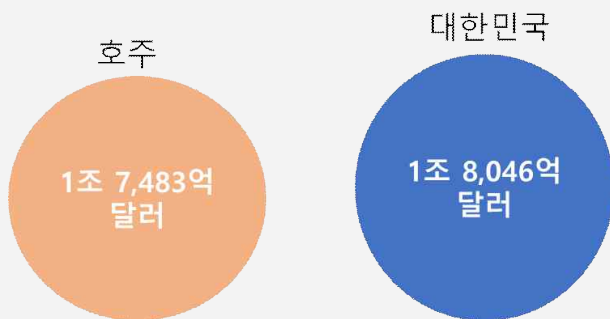


출처: 2021년 호주 센서스

경제 규모



명목 GDP, 2019년 기준

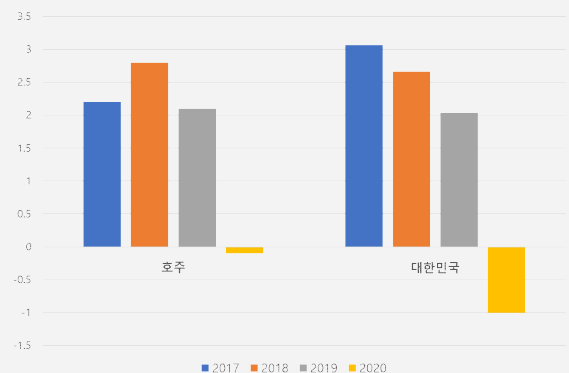


*출처: 세계은행, 2020

경제 성장률



명목 GDP 성장률



*출처: 세계은행, 2020

통화/화폐



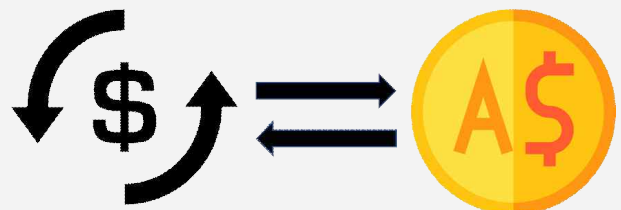
호주 달러: Australian Dollar (AUD)



환율



USD/AUD: 1.55 호주 달러
AUD/KRW: 927 원



*출처: 하나은행, 2022.09.29

교역 규모



수출: 2,506억 달러
수입: 2,031억 달러

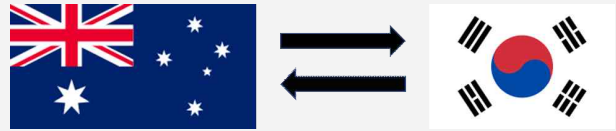


*출처: 한국무역협회, 2020

한국과의 교역 규모



대호주 수출: 61억 8,900만 달러
대호주 수입: 187억 달러

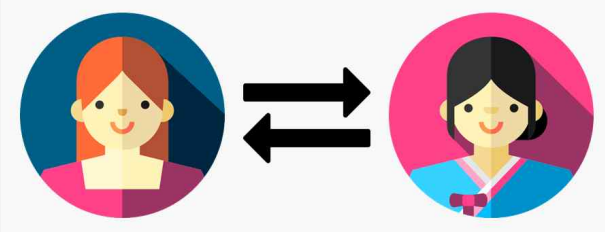


*출처: 한국무역협회, 2020

인적 교류



한국→호주 방문: 249,000명
호주→한국 방문: 187,000명

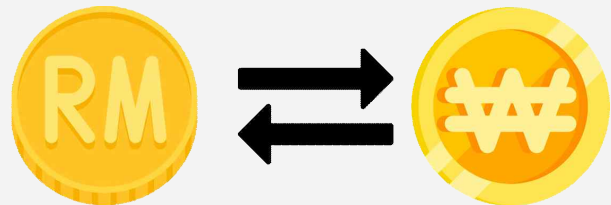


*출처: 한국 통계청 2019

투자 교류



대 호주: 327억 호주 달러



*출처: 수출입은행, 산자부(2020년 누계)

재외국민 현황



호주 내 한국인: 82,568명 (2020)
한국 내 호주인: 7,463명 (2020)



*출처: 외교부, 2020 / 법무부, 2020

외교 관계



수교일자: 1961년 외교관계 수립
공관장: 강정식 대사 (2020.05. 부임)



*출처: 외교부, 2022



02

시장동향 및 이슈

1. 음악 - 호주 창조 산업 내 가장 큰 경쟁력을 가지고 있는 음악 산업
2. 패션 - 호주의 대표적인 제조업으로 자리매김하고 있는 섬유 패션 산업

음악
MUSIC

호주 창조 산업내 가장 큰 경쟁력을 가지고 있는 음악 산업

호주는 영미의 음악 산업과 활발한 교류하고 있으며 같은 언어 사용을 통해 국내 뮤지션들도 미국 시장에 원활하게 진출할 수 있어 국내 시장을 넘어 글로벌 시장에서 큰 성공을 거두는 사례가 많이 등장하고 있음. 2022년 호주 음악 시장 규모는 약 130억 달러에 이르고 있으며 글로벌 음악 시장 전체에서도 10위 권을 유지할 정도로 큰 규모를 갖추고 있음. 높은 1인당 GDP를 바탕으로 공연 산업에 소비되는 가계 가처분 소득이 큰 편으로 대형 가수들의 전국 콘서트뿐만 아니라 중소규모의 공연 산업도 매우 활발하기 때문에 공연 음악 시장의 비중이 전체 음악 시장에서 매출 규모가 가장 큰 편. 2020년 이후 대형 집합 공연이 어려워지면서 공연 음악 시장은 예년의 10% 수준으로 줄어들었으며 2021년부터 회복세에 접어들었으나 기존 매출 시장을 회복하기까지는 시간이 걸릴 것으로 예상

호주에서도 2,000년대 초부터 실물 음반 시장이 매년 큰 폭으로 줄어들고 있으나 디지털(다운로드 및 스트리밍) 음원 산업이 이를 완전히 대체하지는 못했기 때문에 아직 과거의 음악 산업 매출 규모를 회복하지 못하고 있으며 팬데믹으로 인터넷 기반의 디지털 콘텐츠 이용 습관이 크게 강화되었기 때문에 디지털 스트리밍 매출이 지속 성장하고 있음. 호주 국내 음악 순위 차트를 보면 전체적으로 영미권 시장의 트렌드가 빠르게 국내로 유입되는 가운데 호주 국내 가수들의 선호도 크게 나타나고 있음. 글로벌 스타들과 호주 가수 협업이나 국내 가수의 영미권 시장 진출이 활발하게 진행. 호주 음악 산업은 창조 산업 내에서 가장 비중이 크고 고용 인원이 많은 분야로 정부에서도 많은 관심을 가지고 있음. 2019년 호주 하원에서는 구체적으로 산업 전반을 지원하고 산업 생태계를 키워나가기 위하여 국내 음악 산업 현황 보고서를 발간하였으며 이를 기반으로 각 산업 섹터별 권고 사항을 발표하였음. 호주는 저작권에 대한 인식이 높은 지적산업 선진국으로 정부 저작권 기구, 민간 저작권 신탁단체(CMO), 음악산업권익 협·단체 등이 활발하게 활동하면서 음악 산업 저작권자들의 권익을 잘 보호하고 있으며 이에 대한 정부 기관의 실질적인 대응과 위반에 대한 처벌이 잘 이행되고 있음



호주 음악 시장 개요

❖ 호주 음악 시장 현황

- 2022년 호주 음악 시장 규모는 약 13억 달러(약 1조 6,913억 원)에¹⁾ 이르고 있으며 2018년 이후 글로벌 시장에서 9위권 규모를 유지²⁾. 호주 음악 시장에서 가장 큰 매출 규모를 차지하는

1) \$1달러 = 1,301원 (2022년 8월 환율 기준)

2) 글로벌 음악 시장은 포함 항목에 따라 조금씩 차이는 있으나 미국이 전체 1위이며 뒤를 이어 일본, 영국, 독일, 프랑스, 한국, 중국, 캐나다, 호주 순

분야는 공연 음악 시장으로 팬데믹 이전에는 연간 연 5억 달러(약 6,505억 원) 규모를 상회하였으나 집합 활동이 어려워지고 콘서트 개최가 불가능해지면서 스트리밍 등을 통하여 개인이 음악을 소비하는 시장이 더욱 성장

표 2-1 호주 음악 시장 규모 및 전망, 2018-2026

단위: 100만 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
공연음악 스폰서십	130	129	40	61	90	108	116	122	127
공연음악 티켓	518	525	51	118	257	378	449	508	557
디지털 (다운로드)	83	74	50	35	23	14	9	6	3
스트리밍 광고	66	93	102	134	146	154	159	162	164
스트리밍 매출	307	501	593	617	693	754	791	815	826
퍼포먼스 저작권	44	48	39	43	47	50	51	52	53
실물음반	68	56	56	51	53	55	56	58	59
합계	1,216	1,426	931	1,059	1,309	1,513	1,631	1,723	1,789

출처: PwC 〈Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026〉

- 호주 음악 산업은 원활한 영어 사용을 바탕으로 영미 문화권과 교류가 크기 때문에 호주를 기반으로 한 뮤지션들이 영미를 비롯하여 글로벌 시장에 쉽게 진출하고 있으며 지속적으로 좋은 성적을 거두고 있음. 가장 최근에는 키드라로이(Kid LAROI, 랩), 샤우스(Shouse, 댄스), 갱 오브 유쓰(Gang of Youths, 락) 등이 글로벌 시장에서 큰 인기. 키드라로이는 빌보드200(Billboard 200)에서 2021년 5월 1위를 차지하였으며, IFPI 2021년 글로벌

차트에서 Top10을 기록

- 2020년 3월 이후 전국 규모의 공연 음악 개최는 전면 취소되었으며 2020년 7월에는 브리즈번 및 소도시에서 사회적 거리두기를 지킨 가운데 제한적인 행사가 개최. 2020년 11월 들어서야 시드니에서 최초로 코로나 안전(COVID safe) 실내 콘서트가 열리면서 지역 단위의 공연 행사가 조금씩 재개. 하지만 대규모 공연행사에 대한 소비자들의 소비 심리는 아직은 완전히 되돌아오지 못하였으며 해외 아티스트의 대형 콘서트도 열리지 않고 있어 팬데믹 이전의 시장 크기의 매출 수준을 회복하기까지는 시간이 걸릴 것으로 예상
- 팬데믹 기간 호주 소비자들은 인터넷 기반의 콘텐츠 이용을 더욱 친숙하게 느끼게 되면서 음악 스트리밍 방식이 개인 음악 감상 플랫폼으로 완전히 정착. 애플뮤직(Apple Music)과 스포티파이(Spotify)가 스트리밍 시장을 이끄는 가운데 여전히 시장이 완전히 성숙하지 않았기 때문에 2026년까지도 지속 성장할 것으로 예상

그림 2-1 호주 출신 인기가수 앨범 포스터, 카드라로이(좌), 샤우스(중), 갱오브유쓰(우)



출처: 스포티파이 호주

- 아직 호주 전역에 인터넷 인프라가 설치되어 있는 것은 아니기 때문에 라디오에 대한 의존도는 높은 편이며, 넓은 지리적인 특성을 극복하기 위하여 라디오는 통신 기간 산업으로써 호주 자체의 표준을 정립하면서 초창기부터 발전. 라디오 광고 시장도 여전히 연간 8억 달러(약 1조 408억 원) 이상을 유지. 팬데믹 초기에는 일반인들의 소비 심리 저하로 기업들이 광고·홍보 비용을 축소하면서 호주 라디오 방송을 통한 광고 집행도 위축되었으나 소비자 신뢰지수(Consumer Confidence)가 돌아오면서 광고 지출도 예년 수준을 빠르게 회복
- 2021년 10월 주요 라디오 방송국 중 하나인 ARN(Australian Radio Network)라디오가 그랜트브로드캐스터(Grant Broadcasters) 합병을 발표. ARN과 그랜트는 각각 도시와 격오지역에 강점을 가지고 있어 동 합병을 통해 ARN의 광고 도달이 크게 상승

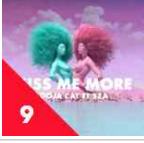


호주 음악산업 발달 과정

- 영국인의 이주 이전에는 토착원주민 아보리진(Aborigines)의 전통 음악 양식이 지역 별로 여러 가지 형태로 발전해왔으나 20세기 중반까지 아보리진의 문화 자체가 많은 박해를 받아왔으며 최근 들어서야 현대 음악, 악기와 교류하면서 아보리진 팝 가수가 조금씩 출현
- 현대 호주의 문화는 18세기 영국인의 집단 이주와 함께 발전해왔기 때문에 초창기에는 영국, 아일랜드를 비롯하여 초창기 호주 이주민들의 원래 출신지에 강하게 영향을 받으며 발전해 왔음. 호주 포크 음악은 부쉬음악(Bush Music)으로 불리며 초기 호주 이민자였던 죄수들의 척박한 삶, 현지 개척 과정, 험지에서 외로움 등의 정서를 그려내고 있음. 이후 19세기 후반 들어 독일, 스칸디나비아 출신자 등 유럽 국가 내에서 호주로의 1차 이민 행렬이 시작되면서 다양한 유럽국가의 토속 음악들이 호주 포크 음악에 영향
- 2차 세계대전을 거치면서 호주 컨트리음악은 미국 컨트리음악과도 많이 교류하면서 유사성을 띄게 되었으며 올리비아뉴튼존(Olivia Newton-John), 셰리오스틴(Sherrie Austin), 키스어번(Keith Urban) 과 같은 호주 출신 글로벌 뮤지션 중에도 호주 컨트리음악에 기반을 두고 있는 가수들이 많이 있음
- 1950년대 전 세계적으로 유행한 미국의 로큰롤(Rock and Roll)이 호주 시장에 들어오면서 큰 반향을 얻었으며 세대를 거듭하면서 호주의 락음악이 해외 로큰롤 시장에 역으로 많은 영향을 끼칠 정도로 크게 성장. AC/DC, 새비지가든(Savage Garden) 등 글로벌 시장에서 큰 인기를 얻은 그룹도 배출하였으며 호주 전역에 두터운 팬덤을 통한 수요와 인적 자원을 통한 락밴드 공급이 이루어지고 있음
- 팝음악은 영미시장과 실시간으로 교류하면서 호주 기반의 가수들이 빌보드에 직접 진출하고 있어 글로벌 시장에서 인기를 얻은 가수를 다수 배출. 카일리미노그(Kylie Minogue), 존폴영(John Paul Young), 델타굿렘(Delta Goodrem), 시아(Sia) 등이 대표적
- 일렉트로닉 음악은 1990년대 호주에 들어온 이후 하우스(House), 테크노(Techno), 펑크(Funk) 등에서 다양한 장르적인 요소를 받아들이면서 많은 뮤지션들을 배출. 호주의 일렉트로닉 음악 선호는 교육 과정 개설로도 이어져 아델레이드 대학교(University of Adelaide)에서는 정규 고등 교육 과정에서 처음으로 일렉트로닉 음악 과정을 개설하여 저변을 확대. 멜버른에서는 2010년 일렉트로닉음악 전문 사립학교 스쿨오브신디사이즈(School of Synthesis)가 설립
- 호주 내에서 가장 공신력 있는 음악 차트는 호주음반산업협회(ARIA, Australia Recording Industry Association)가 주간 단위로 발표하는 아리아차트(Aria Charts)이며 1974년부터

시작된 켄트뮤지크리포트(Kent Music Report)에 이어 1998년부터 호주 공식 음반 순위를 집계

표 2-2 2021년 ARIA 싱글 차트

순위	음원 제목	가수	음반사	가수 국적
1	 1 히트 웨이브 (Heat Waves)	글래스 애니멀 (Glass Animals)	리퍼블릭	영국
2	 2 스테이 (Stay)	키드라로이/ 저스틴 비버 (The Kid Laroi/Justin Bieber)	SME	호주/ 캐나다
3	 3 드라이버 라이선스 (Drivers License)	올리비아 로드리고 (Olivia Rodrigo)	소니뮤직	미국
4	 4 위드아웃 유 (Without You)	키드라로이 (The Kid Laroi)	콜롬비아	호주
5	 5 레비테이팅 (Levitating)	두아리파 (Dua Lipa)	워너	영국
6	 6 굿 포유 (Good 4 U)	올리비아 로드리고 (Olivia Rodrigo)	소니뮤직	미국
7	 7 배드 해빗 (Bad Habits)	에드 시어런 (Ed Sheeran)	아틀란틱	영국
8	 8 세이브 유어 티어즈 (Save your tears)	위크엔드 (The Weekend)	리퍼블릭	캐나다
9	 9 키스미 모어 (Kiss me more)	도자캣 (Doja Cat)	RCA	미국
10	 10 비즈니스 (Business)	티에스토 (Tiesto)	아틀란틱	네덜란드

출처: 2021년 ARIA TOP 10 음원



호주 음악 산업 주요 기관

❖ 호주 정부 음악 산업 지원 현황

- 호주 음악 산업은 국내 지적재산권 산업에서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 영화, 서적 등 다른 문화 콘텐츠 산업이 영미권에 많은 부분 종속되는 것과는 다르게 호주 자국 뮤지션 육성 기반 및 음악 산업 인프라가 갖추어져 있음. 이에 따라 정부에서도 지적재산권 보호 강화, 국내 음악 생태계 육성을 위해 다양한 세제 혜택과 육성 방안을 실시하고 있으며 팬데믹으로 인해 라이브 공연 산업에 큰 타격이 왔을 때에도 미시적으로 관련 산업 종사자들에게 각종 구제 방안을 지원

표 2-3 호주 하원의회 음악 산업 진흥 육성 16개 권고 사항



음반 산업 분야

1. 저작권법(1968년) 개정
(음원 저작권 최대 1% 조항 삭제)
2. 저작권 장수 일원화
(원뮤직 오스트레일리아)



공연 산업 분야

3. 호주 문화예술위원회를 통한 뮤지션 국내 투어링 지원 사업 활성화
4. 정부의 뮤지션공연위원회(Live Music Office) 재정 지원



음반 산업 분야

5. ACMA의 음악산업 관여
6. ACMA의 라디오콘텐츠 강령개정
7. 호주음악실연자협회의 권한강화
8. 음악수출산업 지원
9. 호주 국내 뮤지션, 음악 이용에 대한 인센티브 부여
10. 공연산업 활성화를 위하여 미국-호주 간 비자 관련 상호 조약 체결



인적 자원 개발

11. 초중등 교과과정 음악 교육 강화
12. 음악 산업 진흥 관련 펀드 조성
13. PPCA와의 협업을 통한 인재 육성
14. 문화예술위원회를 통해 개별 뮤지션 지원 정책 확립
15. 정부-문화예술위원회를 통한 장기 지원 프로그램 확립
16. 호주 음악 산업 육성을 위한 법안 제정

출처: 호주 하원의회 보고서 〈2019년 국내음악산업 현황 리포트〉

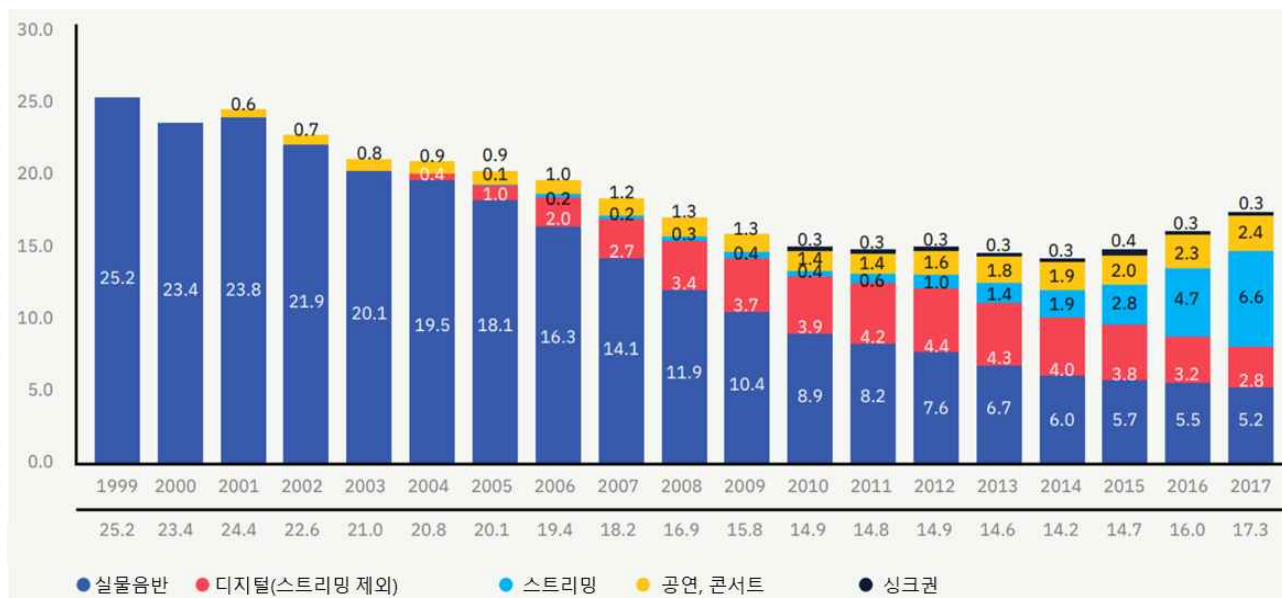
- 2019년 3월 연방정부는 국내 음악 산업 진흥을 위하여 3,090만 호주 달러(약 281억 원)³⁾ 예산을 편성하여 음악 산업 지원 방안(Australia Music Industry Package)을 발표. 국내 음악 산업 내 소상공인(2,250만 호주 달러), 여성음악인멘토프로그램(210만 호주 달러), 원주인음악 진흥사업(270만 달러), 사운드호주프로그램⁴⁾(160만 호주 달러), 공연기획지원프로그램 (200만 호주 달러) 등으로 편성

3) \$1 호주 달러 = 909원 (2022년 8월 환율 기준)

4) Sound Australia Program, 호주 음악 산업의 해외 수출 촉진을 위한 프로그램으로 호주 뮤지션의 해외 진출, 해외 정착, 호주 음악 인프라 수출, 호주 음원 플랫폼화 등 다양한 분야 지원

- 이어 2020년 8월 연방정부는 팬데믹으로 인하여 위축된 공연산업 위기 극복을 위하여 2,000만 호주 달러(약 182억 원)를 편성하여 국내 음악 산업 지원을 위한 라이브음악산업지원(Live Music Australia) 프로그램을 발표. 전국에 위치한 중소형 펍(Pub), 바(Bar)를 비롯하여 일정 규모 이상의 콘서트, 음악 공연까지 집합 금지로 야기된 피해를 입은 뮤지션 및 단체에게 경제적 지원
- 연방정부 산하에는 호주문화예술위원회(Australia Council for the Arts)를 통해 음악 산업을 비롯한 문화예술산업 전반을 지원. 문화예술에 포함되는 세부 영역들에 대한 국가 차원의 육성 프로그램, 장학금 지원 등을 총괄하고 있으며 음악을 포함한 8개⁵⁾ 예술 분야에 대한 시상식을 매년 개최. 다만 호주문화예술위원회가 다루는 분야는 순수 예술 쪽에 다소 치우쳐 있어 상업적인 분야의 음악 산업에 대해서는 구체적인 지원 정책이 다소 떨어지는 편
- 연방 정부에서는 음악 산업 진흥을 위하여 정책 및 관련 법안 입안을 추진하고 있으며 하원의회(House of Representatives)에서는 2019년 국내 음악 산업 현황 리포트(Report on the inquiry into the Australian music Industry)를 발간하고 산업 주체별로 총 16개 권고사항을 발표

표 2-4 1999-2017년 글로벌 시장 음악 산업 매출 변화 (단위: 10억 달러)



출처: 호주 하원의회 보고서 <2019년 국내음악산업 현황 리포트>

- 연방정부는 2020년 7월 향후 10년 간 국가 문화 산업 정책(New National Cultural Policy) 수립을 위한 일정을 발표. 첫 번째 단계로 7-8월간 전국 15개 지역에서 관련 산업 종사자를

5) 음악(Music), 문학(Literature), 무용(Dance), 비주얼아트(Visual Arts), 실험예술(Experimental arts), 커뮤니티 예술 개발(Community Arts Development), 커뮤니티 문화개발(Community Cultural Development), 극예술(Theatre)

초청한 가운데 타운홀 미팅 일정을 발표하였으며 2022년 7월 1일부터 8월 22일까지 온라인을 통한 개인 및 단체의 의견을 접수. 크게 예술, 엔터테인먼트, 문화 3개 영역으로 구분되어 공청회와 업계의 의견 접수를 거쳐 음악 산업을 포함한 신규 문화 산업 진흥 정책 발표를 예고

표 2-5 호주 음악산업 협·단체

순번	단체 명	내용
1	 라이브공연음악협회 (Live Music Office)	- www.livemusicoffice.com - 음악콘서트 공연 관련 대표 민간 협회 - 콘서트 산업 진흥, 관련 정책 수립, 이해관계자 권익 증진 등을 위한 정부 로비
2	 라이브공연협회 (Live Performance Australia)	- www.liveperformance.com.au - 콘서트 공연 개최, 투어링 등 음악 및 각종 공연 산업 관련 대표 민간 협회
3	 호주음반산업협회 (ARIA, Australian Recording Industry Association)	- www.aria.com.au - 호주 최대의 음반사 협회로 약 120여개 가맹회원 보유. 1998년부터 호주 음원 공식 순위 발표
4	 뮤지션권익협회 (Music Rights Australia)	- www.musicrights.com.au - 호주 국내 뮤지션 권익 대변. 음원 저작권 인식 강화 및 저작권 보호 대책 마련을 위한 대정부 로비 활동
5	 원뮤직 호주 (One Music Australia)	- www.onemusic.com.au - 호주 양대 음원 저작권단체인 음원저작권협회와 PPCA가 협업하여 만든 저작권 신탁협회
6	 디지털콘텐츠가이드 (Digital Content Guide)	- www.digitalcontentguide.com.au - 음원저작권협회, 호주음반산업협회, 호주저작권위원회, 뉴스코프 등이 설립 - 디지털콘텐츠 이용 가이드 플랫폼 배포
7	 음원저작권협회 (APRA AMCOS)	- www.apraamcos.com.au - 호주 최대의 작곡가 저작권 신탁 단체 - 약 11만 작곡자, 퍼블리셔 회원 보유
8	 음원산업협회 (PPCA)	- www.pcca.com.au - APRA AMOCS와 더불어 호주 양대 저작권 신탁 단체. 저작권 수익 관리

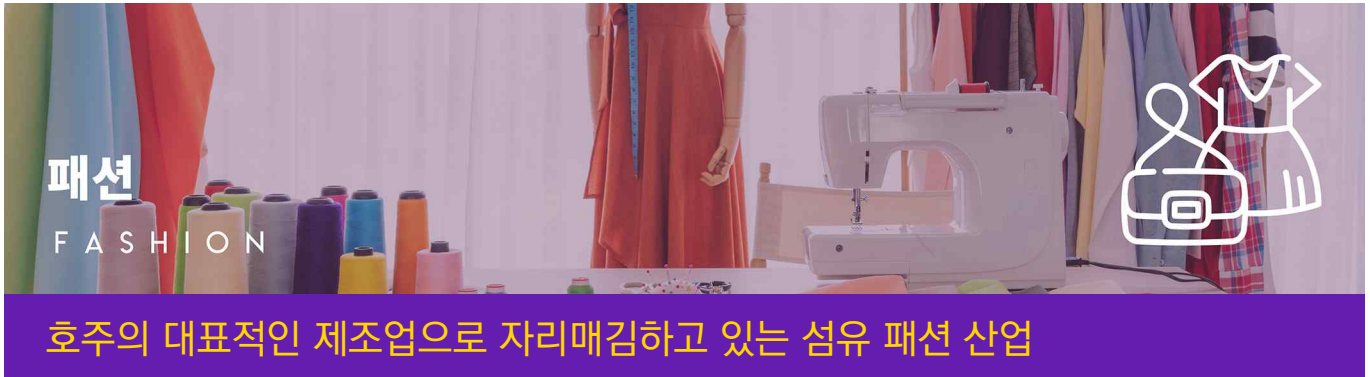
출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

- 음악 산업별로 다양한 민간 협회가 조직되어 있으며 이를 통하여 분야에 따라 연방정부, 호주문화예술위원회, 주정부와 협력하여 정책에 반영하고 지원 프로그램, 인적 자원 육성, 관련 네트워크 조직 등을 진행. 작곡자, 공연자, 라벨 등 분야별로 저작권을 신탁 관리하는 저작권신탁관리단체(CMO, Collective Management Organization)이 발달. 이들 신탁단체들이 협업하여 설립한 음악 산업 권익 단체 및 대정부 로비기구를 통해 저작권이 전반적으로 잘 보호되고 있음

그림 2-2 호주 저작권 신탁단체별 로열티 분장 범위



출처: 음원저작권협회 홈페이지(www.apraamcos.com.au)



2021년 호주 패션 시장 전체 규모는 약 272억 달러에 이르고 있으며, 호주 전역에서 50만 명에 이르는 인원을 고용하면서 호주 국내의 대표적인 제조업으로 자리매김하고 있음. 특히 호주 섬유 산업은 면, 양모 등과 같이 원자재 성격의 원사를 대규모로 생산하여 세계적인 원산지로 꼽히고 있으며 동시에 남반구의 패션 산업 중심지로서 유럽, 북미와는 다른 패션 감각을 통해 그 명성을 얻고 있음. 호주 정부에서도 국내에서 대규모 일자리를 창출하는 섬유, 패션 산업의 중요성에 주목하여 다양한 지원 정책을 통해 국내 산업의 진흥과 육성에 앞장서고 있으며 단기/중기/장기로 구분하여 영역별로 지원하고 있음

호주는 서핑을 비롯한 각종 아웃도어 및 해양 스포츠 활동 중심지로서 관련 기능에 기반한 패션 의류 브랜드가 전 세계적으로 잘 알려져 있으며 주변 기능으로 확장하면서 대형 패션 브랜드들로 성장. 2010년대 이후에는 호주에서도 패스트패션 브랜드가 유행하면서 해외 브랜드가 다수 유입되어 시장을 넓혀가고 있으며 호주 국내에서 만들어진 패스트패션 브랜드가 현지인들의 사랑을 받으면서 가장 큰 시장 점유율을 보이고 있음. 호주 특유의 실용적 패션 디자인에 주목한 현지 패스트패션 브랜드 '코튼온'이 호주 국내에서 좋은 반응을 얻고 있으며 일찍부터 가까운 동남아시아를 비롯해 해외 시장에 진출하는 데 성공하여 전 세계적으로 수많은 매장을 운영하고 있음



호주 패션 시장 개요

✓ 호주 패션 시장 현황

- 2021년 호주 패션 시장 전체 규모는 약 272억 달러(약 35조 4,688억 원)에 이르고 있으며 호주 전역에서 48만 9,000명을 고용. 2021년 수출액은 72억 달러(약 9조 3,672억 원)를 기록하여 호주 전체 수출액의 약 1.7%를 차지. 호주 내 패션 산업은 면화 작물·양모 산업 등에서 비롯한 1·2차 섬유 산업과 글로벌 패션 브랜드로 도약한 고부가가치의 산업을 아우르고 있어 국내 주요 창조 산업으로 성장할 것으로 전망
- 50만 명에 이르는 패션 산업 전체 고용인원은 호주의 주요 산업으로 꼽히는 광산업보다 더 많은 일자리 숫자이며 수출액도 호주 와인(기타 주류 포함) 보다 더 큰 규모를 보이고 있음. 아울러

패션섬유 산업의 고용인원 중 여성이 전체의 77%를 차지하고 있어 여성의 경제적 지위 향상과 사회활동 참여에 큰 기여를 하고 있기 때문에 정부에서도 각종 직업교육과정 지원, 고등학교 교육 과정 설립을 통하여 적극적으로 지원

표 2-5 호주 패션·섬유 산업 주요 지표



출처: EY, Economy contribution of Australia's Fashion and textile industry 2021

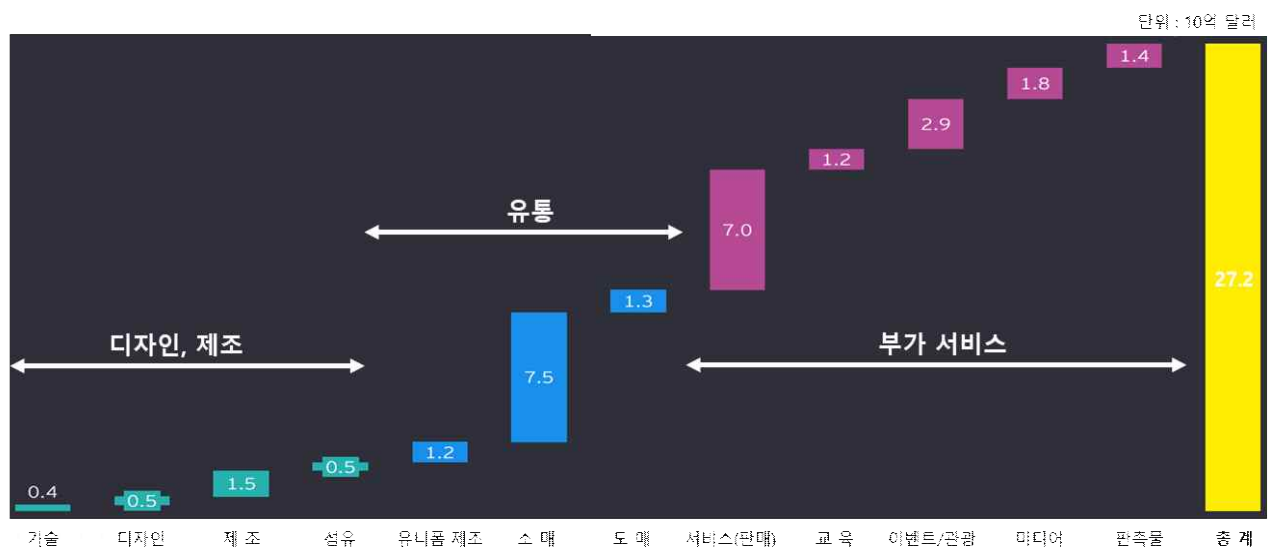
- 호주 패션섬유 산업은 업스트림과 다운스트림에⁶⁾ 강점을 가지고 있어 주변 산업으로의 파급효과가 크며 산업생태계가 집적됨으로써 얻을 수 있는 승수효과(Multiplier effect)가 높게 나타남. 호주의 패션 산업은 단순제조 임가공을 통한 해외 수출에 기대고 있는 것이 아니라 국내의 소비에 기반을 두고 있으며 산업별 영역에서 전문성이 쌓일수록 경쟁력이 크게 강화됨
- 패션 언론, 미디어 등의 패션 산업 부가 서비스 영역은 호주의 인구 분포를 따라가기 때문에 대도시에서 집중되어 있음. 지방 소도시까지 의류소매점이 분포하기 때문에 패션소매 산업은 국내 산업 내에서 전국적인 영향력을 가지고 있음. 업스트림에서 다운스트림에 이르기까지 전반적으로 빅토리아주가 강세를 보이고 있어 섬유 가공 분야 및 의류 제조 분야는 43% 이상, 전체의 35% 이상이 빅토리아주에 집중
- 면화, 양모, 알파카플리스(Alpaca Fleece)를 중심으로 호주는 글로벌 시장에서 주요 섬유 공급처임. 국내 생산 섬유 가운데 가장 높은 비중을 차지하는 섬유는 양모(Wool)로 매년 35억 달러(약 4조 5,535억 원) 상당을 해외로 수출하면서 국내에서 약 10만 명의 일자리를 고용 창출
- 호주 양모의 품질은 전 세계적으로도 널리 알려져 있어 글로벌 시장 양모의 25%가 호주에서 생산. 뉴사우스웨일즈가 국내 양모의 36%를 생산하고 있으며 뒤를 이어 서호주, 빅토리아,

6) 업스트림(Upstream, 원재료를 생산하는 면방, 화섬, 섬유, 사 업체), 미들스트림(Middle Stream, 직물, 염색, 가공업체) 다운스트림(Down Stream, 의류 완성 제품을 생산하는 봉제 업체)

남호주에서 많이 생산

- 호주는 또한 세계적인 면(Cotton) 생산지로서 2020년 88만 톤을 생산하여 글로벌 시장에서 전체 7번째로 많은 목화를 생산하였으며 매년 전 세계 수출량의 12% 수준을 차지. 호주 면화의 80%는 뉴사우스웨일즈에서 생산되고 있으며 국내 생산 물량은 대부분이 수출용으로 95%가 해외로 수출. 나오미(Naomi), 퀸즈랜드 코튼(Queensland Cotton), 아스콧(Auscott), 더나번트상사(Dunavant Enterprises)는 국내뿐만 아니라 전 세계 면화 물량 및 가격에 큰 영향을 미치고 있음

표 2-6 2021년 호주 패션섬유 산업 분야 세부 매출 내역



출처: EY, Economy contribution of Australia's Fashion and textile industry

- 호주 양모 및 양피는 2000년대 이후 전 세계 시장에서 인지도를 높이며 어그 부츠(Ugg boots) 등 양모를 재료로 한 다양한 제품을 생산하면서 이와 관련한 서비스 산업도 활성화되고 있음. 호주 섬유 제품의 주요 수출대상국은 한국이 1위를 차지하고 있으며 뒤를 이어 태국, 일본, 이탈리아 순. 호주는 중국, 벨기에, 인도, 대만에서 섬유, 패션 제품을 많이 수입



호주 정부 섬유봉제 산업 지원 현황

❖ 호주 정부 지원 정책

- 호주에서는 패션섬유 산업을 TCF(Textile, Clothing and Footwear) 산업으로 명명하고 주정부별로 관련 민간협회 지원, 교육 과정 개설, 제품 및 브랜드 개발 등을 지원. 연방정부의 고용노동부(Department of Employment and Workplace Relations)는 직업교육과정에 패션섬유산업의 세부 항목별로 자격제도를 만들어 교육과정을 수료하고 적합한 능력을 가진

인력에게 자격증을 수여⁷⁾

- 서호주(WA, West Australia) 정부에서는 TCF호주(TCF Australia) 단체를 통하여 의류 브랜드 개발을 종합적으로 지원. 주 정부의 국내패션섬유 산업 지원 정책은 신소재개발, 신규 브랜드 출시 및 브랜드 강화, 마케팅, 해외 진출 방안, 국제 패션쇼 참가 등 브랜드 출시, 디자인 역량 강화, 의류 및 패션 산업의 부가 서비스 부문 역량 강화에 집중되어 있음
- 이는 호주 국내의 인건비가 전 세계에서 가장 높은 수준으로 임가공, 봉제, 후처리 등 노동집약적인 산업에서는 경쟁력을 가질 수 없음. 호주 국내 패션 산업의 발전 방향에 있어 지리적으로 가까운 동남아시아 권역 내의 패션봉제산업과 발전 방향에 있어 큰 차이를 보이고 있음

표 2-7 호주 패션섬유 산업 육성 방향

1 호주 패션 브랜드 홍보	2 호주 섬유 봉제 산업의 제조업 기반 확충	3 호주 여성의 경제적 지위 향상	4 호주 패션 산업의 지속가능성 향상
국내 시장 뿐만 아니라 해외 주요 시장으로의 호주 패션 아이템 수출을 증대	섬유 생산에서 제조, 후처리까지 전체 공정을 아우르는 호주 국내 패션섬유 산업의 제조업 기반 확충	현재 섬유산업에서 요구되는 기능 학습과 능력 향상을 통하여 섬유 산업내 고부가가치를 만들어내는 여성 인력 육성 및 패션 산업을 통한 여성의 경제사회적 지위 향상	호주 패션, 섬유 산업 생태계 내에서 지속가능성을 달성할 수 있는 산업구조 확보
정부와의 협력을 통한 해결 방안			
 호주 국가 브랜드 확립 및 수출 시장 다변화	 회복력있는 국내 공급 체인 확보 및 국내 생산 시설 설립에 따른 지원	 현업에 필요한 직능 기술 교육 강화	 지속가능한 생산 구조 확보

출처: EY, Fashion Evolution: From Farm to Industry

- 호주 섬유 및 의류제품의 라벨링을 위한 산업 표준은 호주/뉴질랜드 의류표준(Australian/New Zealand Standard AS/NZS 1957:1998, Textiles-Care labelling)으로 국내 소비자 보호법에 의해 관리되고 있음. 또한 수출입 섬유, 의류 제품에 대해 제조 국가(Country of Origin) 관련 정보 및 레이블 부착도 필요하나 어떤 형식으로 제조(한개 국가에서 전체 제조 되었는지, 부분 제조 되었는지 여부) 되었는지에 따라 부착 필수 여부가 상이함
- 섬유 제조를 비롯하여 패션 산업 내 다양한 직능별 협회 및 단체가 구성되어 있어 업계의 이익을 지키고 정부의 우호적인 정책 입안을 이끌어내기 위하여 활동. 해외 수출과 지역

7) TCF 생산보조, TCF 생산, 가죽제품 생산, 응용패션디자인, 신발제품, 모자제품, 후공정 등 총 23개 세부 과정에 대하여 온라인/오프라인 교육 과정을 개설하고 직능별 자격증 수여

일자리 창출에 큰 영향을 미치는 호주면화산업협회(Cotton Australia), 호주양모산업협회(Wool Industries Australia inc), 호주양모제조협회(Australian Wool Growers Association)의 영향력이 크게 나타나고 있음

표 2-8 호주 패션산업 협회 및 단체

순번	단체 명	내용
1	 호주 패션협의회 (Australian Fashion Council)	- www.ausfashioncouncil.com - 호주 패션 산업 전체를 대표하는 민간 협의회 - 1957년 설립. 패션 산업 전략 수립, 산업 통계, 포럼개최, 패션 업계 미디어 기능 수행
2	 TCF오스트레일리아 (TCF Australia)	- www.tcfaustralia.com - 서호주(SA) 정부의 패션산업 지원 단체. 교육프로그램, 업계세미나 등 개최
3	 호주면화산업협회 (Cotton Australia)	- www.cottonaustralia.com.au - 호주면화산업을 대표하는 민간 단체 - 호주 전역의 약 1,500개 업체가 소속되어 있으며 면화 산업 정책 로비 및 권익 대표
4	 호주패션위크 (Australian Fashion Week)	- www.aafw.com.au - 호주 디자이너의 최신 시즌 컬렉션을 선보이는 호주 최대의 패션쇼 - 의류, 헤어스타일, 메이크업 등 패션 관련 종합 위크로 시드니/브리즈번에서 매년 개최
5	 패션모자협회 (Millinery Association)	- www.millineryaustralia.org - 호주국내 패션 산업 대표 비영리단체 - 서플라이어, 디자이너, 부자재 등 업계네트워크 제공
6	 호주원단협회 (Specialised Textiles Association)	- www.specialisedtextiles.com.au - 양모, 면화 이외의 원단 산업 대표 민간 단체 - 직능교육 제공, 세미나 개최, 구직 네트워킹
7	 호주피혁수출협회 (Hide, Skin and Leather Exporters Association)	- www.ahslea.com.au - 소, 양, 캥거루, 염소 등 각종 수출용 피혁 제품 산업을 대표하는 비영리단체 - 국내외에서 피혁제품 전시회 개최
8	 호주디자인협회 (Design Institute of Australia)	- www.dia.org.au - 1947년 설립된 의류, 패션아이템 등 각종 패션 관련 디자인 분야 직능인 대표단체 - 교육과정 제공, 세미나 운영을 통해 업무 능력 향상 추진

출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

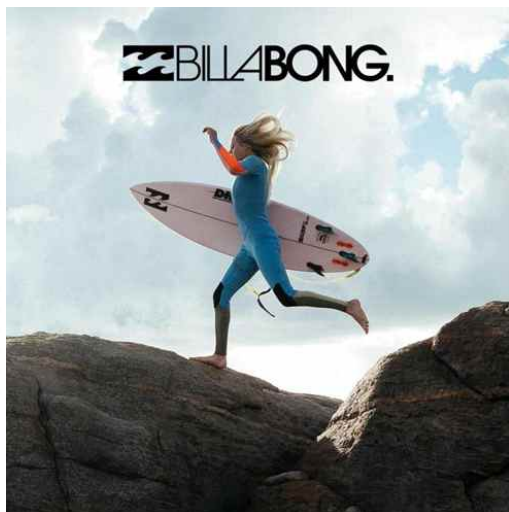


호주 패션 트렌드

✔ 호주 국내 패션 트렌드

- 호주의 기후는 4계절로 나뉘어 있으나 주로 온화한 기후에 인구가 밀집되어 있으며 캐주얼한 생활 습관으로 인하여 옷, 패션 아이템에 대한 지출 비중이 낮으며 구미 선진국에 비하여 1인당 의류 소비가 낮음. 호주는 남반구에 위치해 있어 계절이 반대이며 이로 인해 2000년대 이후 패션 트렌드의 중심으로 떠오른 패스트패션 브랜드에 있어서도 북반구 선진국 중심의 패션트렌드가 6개월 늦게 반영
- 호주는 글로벌 의류 생산 기지 가운데 중국 및 인도네시아를 비롯한 동남아시아 국가와 매우 가깝기 때문에 소매에서 팔리는 대부분의 의류는 중국 및 동남아시아에서 수입
- 호주 의류 브랜드는 해외에서 유입된 대형 패션, 스포츠 브랜드 이외에 다수의 국내 소규모 브랜드들, 의류부띠끄 매장이 리테일 시장에서 경쟁하는 구조. 국토가 넓기 때문에 물류창고 등을 확보하여 호주 전역에 유통할 수 있는 브랜드는 소수. 야외 활동 비중이 높은 호주인들의 기호를 반영하여 레벨스포츠(Rebel Sports), 레이아웃도어(Ray's Outdoor), 마운틴디자인(Mountain Designs), 카트만두(Kathmandu)와 같이 스포츠·아웃도어 제품과 의류를 같이 판매하는 소매점의 비중이 매우 높음

그림 2-3 호주 의류 브랜드 빌라봉(좌), 립컬(우) 포스터



출처: 빌라봉, 립컬 룩북

- 최근 인기를 얻고 있는 호주 국내 의류 브랜드에는 사스&바이드(Sass & Bide), 츠비(Ksubi), 엘러리(Ellery), 스칼란(Scanlan), 진저&스마트(Ginger & Smart) 등이 있음. 서핑 등 호주 특유의 야외 활동이 일상생활에서 큰 부분을 차지하고 있으며 이러한 활동을 위해 디자인 된

의류들이 대형 브랜드로 성장. 빌라봉(Billabong), 립컬(Rib Curl), 부두돌스 (Voodoo Dolls) 등이 대표적

- 호주 패션 트렌드는 유럽의 패션과 비교하여 전반적으로 캐주얼한 특성을 크게 드러내는 가운데, 화려함, 다양한 색상, 활기찬 트렌드를 더 많이 반영하는 경향이 있음. 빅토리아 주에 위치한 멜버른이 패션의 도시로 알려져 있으며 매년 멜버른 패션페스티벌(Melbourne Fashion Festival)을 개최
- 시드니는 경제중심지로서 다양한 의류 브랜드를 배출하면서 다른 지역에 패션 트렌드를 전파하는 패션 허브 도시로 기능. 콜레트 디니건(Collette Dinnigan), 아키라이소가와(Akira Isogawa), 맘보(Mambo)에서 시작하였음. 시드니 내에는 각자의 패션 특색을 나타내는 패션 센터가 유명
- 현지 부띠끄 및 신생 디자이너들의 밀집지 옥스퍼드스트리트(Oxford Street), 젊은이들의 거리 및 빈티지샵, 아방가르드 스타일 위주의 킹스트리트(Kingstreet), 핑키한 감각의 부띠끄샵 및 비치웨어 중심의 본다이비치 골드스트리트(Gould Street) 등 다양한 패션 트렌드를 나타내는 장소가 존재

그림 2-4 호주 패스트패션 브랜드 코튼온 인도네시아 매장(좌), 벨리걸 룩북(우)



출처: 코튼온/벨리걸 공식 홈페이지

- 호주 국내 패션 시장의 구매력이 높고 우수한 패션 디자이너들이 많이 배출되면서 패션 산업 부가 시장도 성장. 패션 미디어, 메이크업, 헤어스타일링, 패션 포토그래프, 모델링 등이 대표적인 예로써 호주에서 진행되는 패션쇼가 구미의 관심을 얻고 있으며 유럽, 북미와는 다른 감각의 패션을 선도하면서 자체적으로 성장
- 2011년 스페인 자라(Zara), 영국 탑숍(Top Shop)이 호주 시장에 진출한 이래 패스트 패션이

빠르게 성장. 빠른 패션 트렌드, 소셜미디어 및 온라인 쇼핑 발달, 저렴한 가격에 힘입어 앞으로도 계속 빠른 성장세를 유지할 것으로 전망. 호주는 OECD 국가 중 물가지수 8위에⁸⁾ 이를 정도로 높은 물가를 보이는 가운데 최신 트렌드의 패션 제품을 낮은 가격으로 구매할 수 있다는 장점이 크게 작용

- 호주 패스트패션 시장은 코튼온클로딩(Cotton on Clothing), 패스트퓨처(Fast Future), 자라, H&M, 유니클로(Uniqlo), 넥스트애슬레저(Next Athleisure) 6개 회사가 전체 시장의 90% 이상을 차지. 코튼온클로딩, 패스트퓨처, 넥스트애슬레저는 호주 국내 브랜드로 모기업은 자체 다양한 카테고리의 자체 브랜드 및 해외 주요 브랜드를 국내에 소매 유통. 코튼온클로딩은 호주 최대 의류 회사 코튼온(Cotton on) 그룹 소속으로 코튼온, 코튼온키즈, 타이포 등 20여개 브랜드를 보유하고 있으면서 전 세계 17개국에 진출
- 패스트퓨처브랜드는 밸리걸(Valleygirl)과 템트(TEMT) 브랜드를 보유하고 있으며 1996년 한국인 대표가 호주 현지에서 설립한 한국계 패스트패션브랜드임. 밸리걸은 한국에도 진출하여 전국에 70여개 매장을 운영하고 있으며 10-20대 여성을 주요 타겟으로 하고 있음

8) 스위스 167, 아이슬란드 147, 이스라엘 142, 덴마크 142, 노르웨이 136, 아일랜드 134, 룩셈부르크 133에 이어 호주는 133 물가 지수 기록 (2020년, KOSIS 포탈, 한국 물가지수 100 기준)



03

심층분석

호주 방송 시장 개요
호주 유료 채널
호주 방송 규제 현황

방송

BROADCAST

남반구 최대의 방송 시장을 보유한 호주

2022년 호주 방송 시장(TV, OTT, 광고)은 전체 78억 4,300만 달러에 이를 것으로 전망하고 있으며 OTT 시장 및 OTT 부가 시장은 앞으로도 빠른 성장세를 유지하고 있어 2026년까지 87억 300만 달러 규모로 성장할 것으로 예상. 호주의 상업용 지상파 텔레비전은 호주 5대 도시를 중심으로 성장한 3개 미디어 그룹이 과점을 형성하고 있으며 그 외의 지역 별로 각각의 미디어 그룹이 높은 시장 점유율을 확보하고 있음. 면허를 통하여 방송 송출 할 수 있는 28개 지역으로 나뉘어 있어 지역별로 시장 점유율이 높은 상업 방송국이 대형 3대 미디어와 느슨한 연합을 유지하면서 해당 방송국의 콘텐츠를 송출하는 방식. 2000년대 이후 빠르게 급변하고 있는 방송 통신 시장에 대응하기 위하여 방송 및 통신 규제 기관을 통합한 규제 기관을 설립하고 대대적인 미디어 개혁을 통해 시장 변화에 발맞추어 나가고 있음

호주는 영어권 국가로써 북미 및 영국 방송 콘텐츠에 대한 선호도가 높지만 자국의 거대한 방송 시장 및 산업 환경에 맞는 방송 송출 및 자체 콘텐츠 제작 환경을 발전시켜 왔으며 다양한 기업들이 거대 미디어 기업으로 성장하면서 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 많은 영향력을 행사하고 있음. 팬데믹으로 인하여 시청자들의 선호가 온라인 방송 콘텐츠 시장으로 급격히 선회하면서 OTT 시장이 크게 성장하고 있으며 북미에서 유입한 서비스가 가장 큰 시장 점유율을 확보하고 있으나 국내 미디어 기업들이 자국 시청자의 선호도에 맞는 콘텐츠를 편성한 OTT를 다수 출시하면서 다양한 마케팅 경쟁을 벌이고 있음. 호주의 방송 규제는 국내 콘텐츠 방송 송출을 유도하는 방향에 오랫동안 맞추어져 있으며 이는 국내 프로덕션의 역량 강화에 일정 부분 기여. 방송통신미디어 공사는 커져가는 OTT의 영향력에 대응하기 위하여 OTT 내에서도 국내 콘텐츠 편성 비율과 국내 제작을 유도하는 정책제안서를 발표하면서 앞으로의 OTT 대응 방향을 예고하고 있음



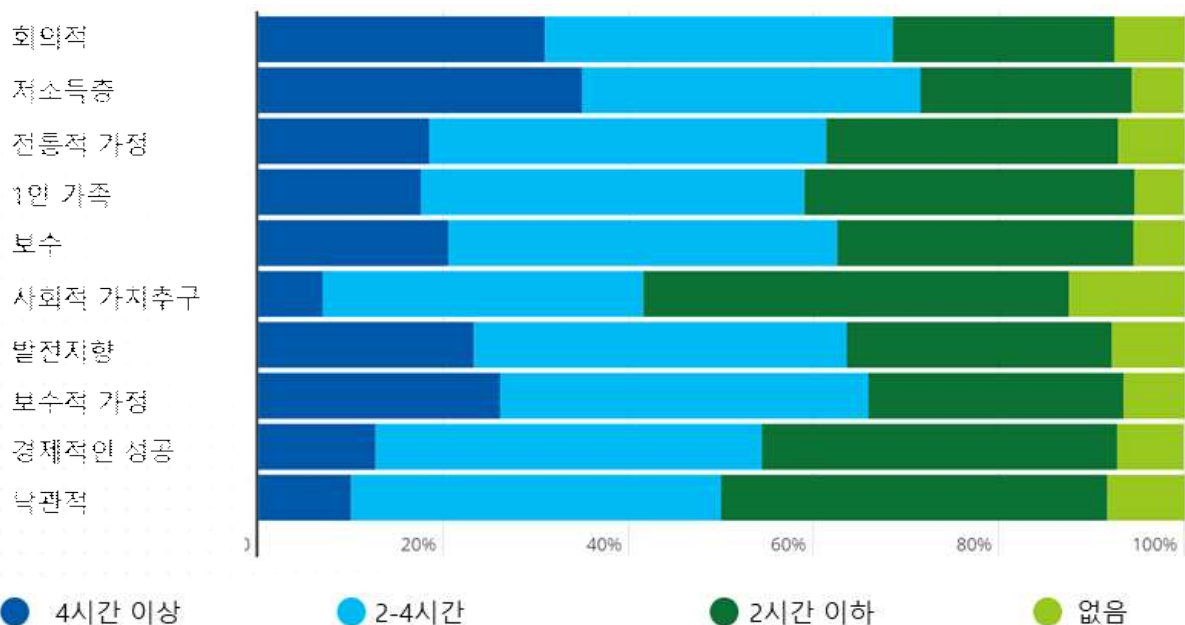
호주 방송 시장 개요

❖ 방송 시장 개요

- 2022년 호주 방송 시장은 전통 방식의 TV시청(비디오 시장 포함) 15억 7,100만 달러(약 2조 438억 원), OTT 시장 28억 9,200만 달러(약 3조 7,624억 원), TV광고(지상파, 유료채널, 온라인TV 광고 포함) 33억 8,000만 달러(약 4조 3,973억 원)에 달하고 있어 동남아시아·오세아니아 지역에서 가장 큰 시장

- 호주는 전통적으로 방송과 통신을 분리하여 규제하여 왔으나 2000년대 이후 빠르게 진행되고 있는 방송·통신 융합환경을 고려하여 방송규제기관과 통신규제 기관을 통합한 규제 기관을 설립하고 2007년까지 대대적인 미디어 개혁을 시행. 2006년 방송법⁹⁾ 개정되기 전까지는 방송국, 인쇄미디어, 유료채널 등 미디어 전반에 이종 미디어의 소유에 대한 규제를 부과하였으나 미디어 개혁과 함께 대부분 철폐
- 2022년 호주 1인당 GDP는 6만 7,464달러에¹⁰⁾ 달하는 선진국으로 인구 2,000만 명 이상 국가 중 미국에 이어 2위를 차지. 천연자원과 농축산물 등 발전된 1차 산업이 전체 경제의 축이 되고 있는 가운데 금융, IT 등 고부가가치의 3차 산업에 성공적으로 재투자되면서 비교적 고르게 부가 재분배되어 높은 비중의 중산층을 보유하고 있음
- 탄탄한 중산층에서 비롯된 미디어 및 방송 산업 소비와 영미권 방송 산업과의 교류로 인하여 호주 방송 산업은 탄탄하게 성장. 방송 미디어에 대한 신뢰도도 높은 편이며 각 사회계층별로 여가 활동으로서의 TV 시청도 확고하게 자리 잡고 있음

표 3-1 2021년 호주 사회적 계층별 일간 TV 시청 시간



출처: 호주영상산업위원회(www.screenaustralia.gov.au)

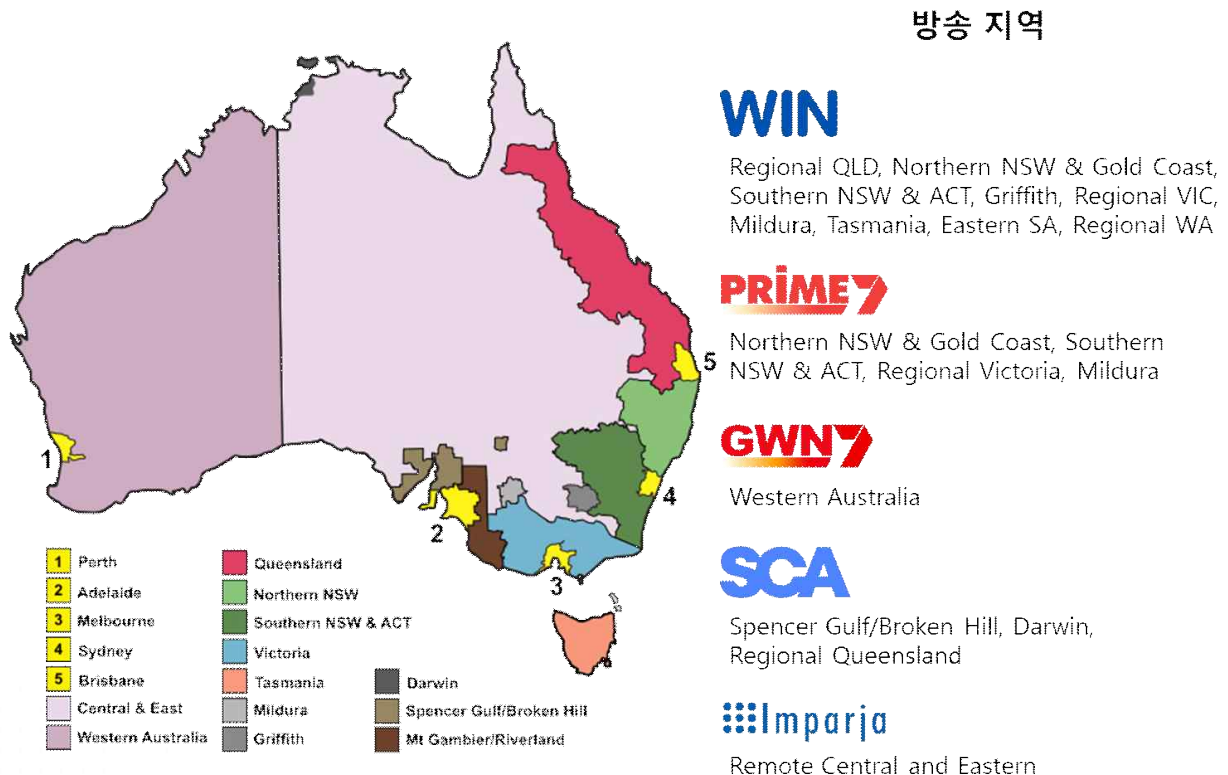
- 호주 지상파 텔레비전은 상업면허를 취득하여야 하며 면허를 통해 방송 송출할 수 있는 지역을 28개로 구분. 인구 밀집 기준 호주 5대 도시인 시드니, 멜버른, 브리즈번, 아델레이드, 퍼쓰에서는 3개 미디어 그룹(세븐네트워크, 네트워크10, 나인네트워크)이 모두 방송하고 있으며 이외의 지역에서는 지역별로 윈텔레비전(Win Television), 프라임7(Prime7),

9) Broadcasting Services Amendment_Media Ownership_Act 2006)

10) IMF, 2021년

GWN7, NBN, SCA(Southern Cross Austereo), 임파르자TV(ImparjaTV)가 허가를 취득하여 방송. 3개 미디어 그룹은 대도시에서는 직접 방송하고 이외의 지역에서는 지역 TV와 제휴 관계를 맺고 전국적으로 자사의 방송 콘텐츠를 방영하는 형태

그림 3-1 민간방송 면허 지역 구분



출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

- 2006년 미디어 개혁을 통해 인쇄, 방송, 라디오 미디어를 소유한 자본 간의 규제가 완화되었음. 3대 미디어그룹은 지역 텔레비전 방송사를 적극적으로 인수 합병하거나 투자를 실시. 각각 1962년과 1967년 설립된 프라임TV(PrimeTV)와 GWN(Goldwest Network)은 2021년 세븐네트워크와 합병하여 GWN7 및 프라임7으로 변경. 1962년 설립된 NBN(Newcastle Broadcasting)은 2016년 나인네트워크와 합병하여 NBN9으로 변경
- 5대 도시 이외의 지역에서는 방송사들이 독립적으로 운영되면서 특성 프로그램을 타방송사에서 라이선싱하여 방영하는 느슨한 협업 형태를 취해왔으나 1980년대 이후 정부가 추진한 지역TV평등정책(Regional Television Equalisation)에¹¹⁾ 따라 지역 방송사간 합병과 3대 미디어 방송사와의 제휴 관계를 통해 방송 콘텐츠 공유가 적극적으로 추진. 이에 따라 특정 지역에서는 특정 채널과의 협업이 장기간 이어져오는 경향이 강하게 나타나고 있음

11) 지역별 특정 방송사의 유무에 따라 방송 콘텐츠 방영에 차이가 있게 하지 말고 지역 거주민들에게도 도시 거주민들이 시청할 수 있는 프로그램을 같이 시청할 수 있도록 하는 방송 정책

- 특정 지역을 제외하고는 인구 밀도가 매우 낮은 반면 방송 인프라가 감당할 수 있는 지리적인 범위가 넓은 곳이 많기 때문에 지역 방송사의 역할이 아직도 크게 나타나고 있으며 원텔레비전, SCA, 임파르자TV는 독립 지역 방송사로 여전히 충실하게 기능
- 인구밀집도를 기준으로 3대 방송사가 모두 진출해 있는 곳, 2개 방송사 진출, 1개 방송사 독점 지역으로 구분이 가능. 그리피스(Griffith), 스펜서걸프(Spencer Gulf), 리버랜드(Riverland) 등지에는 1개 방송사가 독점 운영하고 있으며 이보다는 밀도가 높은 지역에서는 2개 방송사가 합자회사를 설립하여 방송 송출

❖ 지상파 채널 현황

- 호주 TV 방송 송출은 1929년 멜버른, 1934년 브리즈번에서 시험적으로 실시된 적이 있으나 상업적인 방송은 1956년 뉴사우스웨일즈주 나인네트워크(Nine Network)에서 처음 실시하였음. 일찍부터 라디오 방송이 시작되었기 때문에 1948년에 제정된 방송법(Broadcasting Act 1948)에 의해 상업 방송 허가, 방송국 소유권, 이원화된 방송산업 구조 등에 대한 논의가 시작
- 호주방송위원회(ABC, Australian Broadcasting Commission)가¹²⁾ 운영하는 국영 방송과 광고 수입에 따라 운영되는 상업 방송으로 구분. 1954년 당시 멘지스 총리 정권이 이원화된 방송 산업 구조를 공식적으로 발표하였으며 1956년 개최 예정이었던 제16회 멜버른 올림픽으로 인해 전체적인 방송 송출 및 방송사 운영 계획이 탄력을 받으며 빠르게 진행
- 당시 정부 산하의 호주방송조정위원회(ABCB, Australian Broadcasting Control Board)가 상업 방송허가를 교부하였으며 방송 콘텐츠 내용의 규제와 방송 표준의 실제 이행에 대하여 관리 감독. 주파수 관리 및 배분 등의 기술적인 내용에 있어서는 당시 중앙정부 산하의 체신국(PMG, Postmaster-General's Department)에서 담당
- 1956년 멜버른 HSV7, ABV2, GTV9, 시드니 ABN2, ATN7 방송이 각각 방송 송출 개시. 초창기에는 비디오를 녹화 할 수 있는 기술이 발달하지 못하여 대형 행사를 생중계하는 방식이 주를 이루었으며 라디오 방송에서 인기를 끌던 음악프로그램, 퀴즈쇼 등의 포맷을 텔레비전에서도 방영. 당시 방송법과 ABCB의 규정에는 국내 방송의 쿼터가 정해져있지 않아 영어권 국가였던 미국 및 영국의 방송 콘텐츠가 호주 방송의 대부분을 차지하였으며 국내에서 제작된 프로그램 다수는 ABC에서 제작
- 호주 국내 자본에 의해 운영되고 있던 라디오 콘텐츠 제작사들은 TV 방송 콘텐츠로의 전환에 큰 어려움을 겪었으며 할리우드에서 제작하여 전 세계를 대상으로 경쟁하던 미국 방송 콘텐츠는 1963년까지 국내 방송 시장을 최대 97%까지 차지하면서 큰 영향력. 호주는 영어를 사용하고

12) 1983년 호주방송공사(Australian Broadcasting Corporation)로 개편.

있어 다른 나라들에 비해 미국 및 영국 콘텐츠의 침투가 더욱 수월하였으며 미국 방송 제작사들은 호주 시장을 부가 시장으로 보고 있었기 때문에 프로그램 번들 수출에 대해 막대한 할인을 제공하여 호주 국내 제작 콘텐츠가 가격 경쟁력을 갖출 수 없었음

표 3-2 호주 5대 지상파 방송사 내역

순번	방송사 명	특징 (월간 구독료)
1	 세븐네트워크 (Seven Network)	- 전체 시청률 1위권 - 1956년 설립 후 민간 방송사 지속 합병 - 호주 최대 언론 재벌 세븐웨스트미디어(ASX: SWM) 소속 - 7HD, 7Two, 7Mate, 7Flix 채널 운영
2	 나인네트워크 (Nine Network)	- 전체 시청률 2위권 방송사 - 신문, 라디오, TV 방송 대기업 나인 엔터테인먼트(ASX: NEC) 소속 - 지역 TV 중 원텔레비전, 임파르자TV 소유 - 9HD, 9Gem, 9Go!, 9Life, 9Rush 채널운영 - OTT 나인나우(9Now)
3	 네트워크10 (Network10)	- 전체 시청률 3위권 방송사 - 파라마운트(Paramount) 네트워크 소속 - 지역 TV 중 타스매니아TV, 웨스트디지털, 다윈디지털, 센트럴디지털 운영 - 10스포츠, 10HD, 10Peach, 10Bold, 10Shake 지상파 채널 운영 - 호주 및 뉴질랜드 지역 홈쇼핑채널 TVSN
4	 ABC TV	- 호주 공영방송 (전체 시청률 4위권) - 호주방송공사(Australian Broadcasting Corporation) 소속 - ABC HD, ABC TV플러스, ABC키즈, ABC뉴스 지상파 채널 운영
5	 SBS	- 호주 공영방송(전체 시청률 5위권) - 특별방송공사(Special Broadcasting Service) 소속¹³⁾ - SBS HD, SBS바이스랜드, SBS월드무비, SBS푸드, SBS원주민방송, SBS월드와치 뉴스 채널 운영

출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

- 1950년 말까지 브리즈번, 아델레이드, 퍼스 지역까지 방송 송출 지역을 확장하였으나 텔레비전을 보유한 가구는 멜버른 지역 5%, 시드니 지역 1% 미만이었으며 방송 시간도 일간 3-4시간으로 한정
- 1960년대 이후부터는 빅토리아주, 뉴사우스웨일즈주 등 지역으로 확장되었으며 동시에 기존의 대도시에서는 TV 시청 수요가 늘어나 민간 방송국들이 추가 개국. 추가로 개국한 방송국들은 운영 비용 절감을 위하여 설비를 공동으로 사용하기로 하고 합병하였으며 현재의 언론 재벌 그룹인 나인네트워크(Nine Network), 세븐네트워크(Seven Network) 연합의 효시가 되었음
- 1975년에는 유럽 팔(PAL) 방식을 기술 표준으로 하여 칼라TV방송을 개시한 이래 1978년까지 시드니와 멜버른 지역에서는 전체 가구의 64%가 칼라 TV수신기로 교체하면서 전세계에서 가장 빠른 컬러TV 전환 국가가 되었음. 때를 같이 하여 호주 정부는 국산 방송 콘텐츠에 대하여 보조금을 지급하기 시작하였으며 디비전4(Division4), 설리반(The Sullivans), 영닥터(The young Doctors), 토요일이에요(Hey Hey it's Saturday)¹⁴⁾와 같이 오랫동안 인기를 얻었던 프로그램들이 국내 제작되기 시작

그림 3-2 1970-80년대 인기 호주 국산 TV 프로그램, 토요일이에요(좌), 영닥터(우) 포스터



출처: IMDB(www.imdb.com)

- 호주는 1973년 백호주의를¹⁵⁾ 공식적으로 폐지하고 인종간의 통합과 민족들의 다양성에서

13) 호주 정부가 80%의 재원을 부담하는 준공사의 성격을 띄고 있음. 호주 국내 다양한 민족의 영어 이외 방송콘텐츠 시청 수요를 대응하기 위하여 설립

14) 1971년 나인네트워크 채널에서 방영 시작한 예능프로그램으로 1999년까지 28년간 방영하였으며 이후에도 2009-2010년, 2021년, 2022년에 시즌을 지속하여 누적 500여 에피소드 방송을 달성

15) 白濠主義(WAP, White Australia Policy) 1900년대 초반부터 백인 이외의 인종의 이민을 배척하고 백인 사회의 동

오는 장점을 취하기 위하여 다문화정책과 내용을 송출하는 공영 방송 SBS(Special Broadcasting Service)를 1978년 설립. 1985년에 브리즈번, 아델레이드, 울릉공, 골드코스트까지 가시청범위를 확산하였으며 현재는 호주 전역에서 시청 가능

- 호주는 전 세계 6위의 면적을 가지고 있는 대국으로써 대도시를 제외하고는 인구 밀도가 희박하기 때문에 전체 지역에 방송 서비스를 공급하기 위한 각종 인프라가 매우 부족. 이러한 점 때문에 정부는 일찍부터 위성 방송에 많은 관심을 기울였으며 1966년 영국과 미국의 방송을 시청할 수 있는 위성방송이 도입
- 1986년에는 정부가 주도하는 과학 프로그램으로 오셋(AUSSAT)을 발사 성공하면서 민간·군사용 정보통신뿐만 아니라 격오지로의 방송 송출에도 적극 활용. 1990년대는 호주 국산 제작 드라마의 전성기로 불리는 시기로 현재까지도 많은 팬들을 보유하고 있는 방송 프로그램이 제작되었음. 호주 원주민의 인권에 대한 인식이 제고되면서 공영방송 SBS는 2007년 원주민방송(NITV, National Indigenous Television)을 개국하였으며 2012년에는 전국 지상파 송출을 개시

❖ 호주 디지털 방송 현황

- 호주에서는 2001년 1월 1일을 기하여 시드니, 멜버른, 브리즈번, 아델레이드, 퍼쓰 지역에서 디지털 지상파 방송을 개시. 2010년 6월 30일부터 지역 별로 아날로그 방송 송출 중단을 시작하여 2013년 12월 10일 ASO(Analog Switch Off) 완료. 호주 디지털 TV는 DVB-T방식의¹⁶⁾ 기술 표준을 도입
- 지상파 방송국들은 디지털 방송 송출을 위해 2008년 11월 프리뷰(Freeview) 브랜드를 도입하여 유료채널과 경쟁. 정부는 시청자들이 올바른 기기를 구매하여 원하는 서비스를 수신할 수 있도록 라벨링 시스템을 도입하였으며 레디SD(Ready Standard Definition), 레디HD(Ready High Definition)로 구분하여 셋톱박스 허가
- 정부는 저소득 가구, 은퇴 가구 등 특정 계층의 시청자들이 디지털 방송 수신을 위해 필요한 셋톱박스 구매를 구매할 경우 셋톱박스, 설치 서비스를 무료로 공급하여 사회적 약자 계층을 배려하였음. 2014년 프리뷰플러스(FreeviewPlus)를 출시하여 디지털 방송 송출에 참여하고 있는 지상파 채널의 콘텐츠를 온라인으로 시청할 수 있게 되었으며 2016년에는 스마트 디바이스에서 디지털 방송을 시청할 수 있는 안드로이드 및 iOS용 프리뷰FV(Freeview FV) 어플리케이션 출시

질성을 유지하겠다는 명목으로 시행했던 호주의 인종 차별적인 이민 정책

16) Digital Video Broadcasting, 유럽식 디지털 지상파, 이동수신, 케이블, 위성 텔레비전 방송 표준

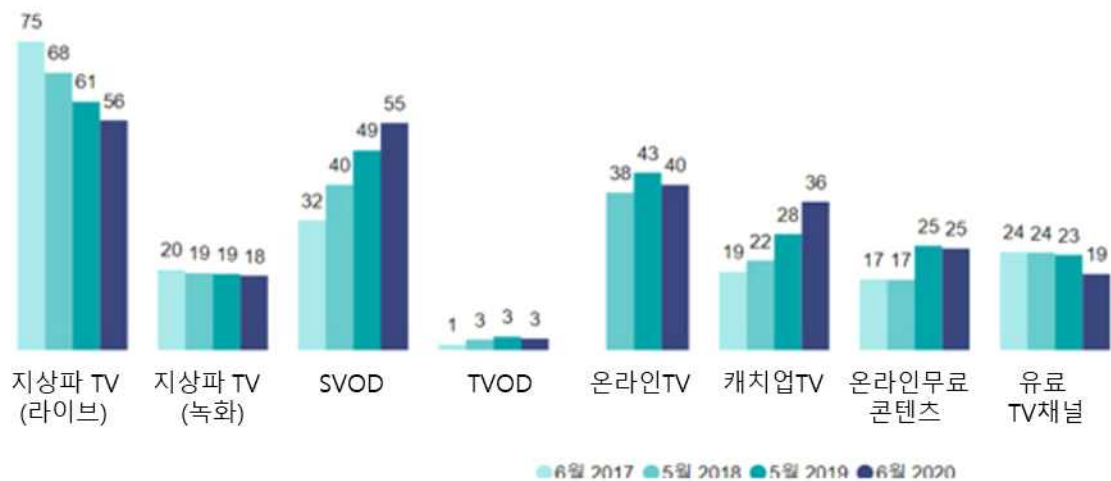


호주 유료 채널

✔ 호주 유료 TV 채널

- 호주는 774만 km²에 이르는 거대한 면적에 따라 일반적인 방송 인프라 구축이 어렵기 때문에 유료 TV는 초창기부터 위성 방식을 중심으로 발전. 1995년 1월 갤럭시(Galaxy)가 호주 시장에 진입한 첫 번째 유료 채널이었으며 위성과 마이크로웨이브(Microwave)¹⁷⁾ 방식을 동시에 사용. 같은 옵터스비전(Optus Vision), 오스타(Austar), 폭스텔(Foxtel) 유료 채널이 사업을 개시하면서 시장이 빠르게 성장
- 위성 채널은 호주의 각 지역에서도 수신기를 통하여 전체 지상파 방송 및 영미권을 중심으로 한 각종 프리미엄 채널을 수신할 수 있기 때문에 빠르게 가입자를 확보하였음. 2018년까지는 기존 위성채널 뿐만 아니라 케이블망을 기반으로 한 유료TV 가입자도 지속적으로 증가하면서 전체 시장이 성장하여 2018년에는 전체 유료 수신료 규모가 20억 6,900만 달러(2조 6,917억 원)에 이르렀음

표 3-3 2017-2020년 호주 시청자 미디어 콘텐츠 이용 방법 (단위: %)



출처: ACMA(2021, Communications and media in Australia)

- 2020년 팬데믹 이후에는 유료채널의 주요 프로그램이었던 글로벌 단위의 스포츠 행사나 각종 프로리그 운영이 불가능해졌으며 OTT가 서비스 내용을 강화하면서 코드커팅(Code Cutting)이¹⁸⁾ 본격화

17) 다채널다지점분배서비스(MMDS, Multi-Channel Multi-point Distribution Service)

18) 방송 콘텐츠를 시청할 수 있는 태블릿PC, 스마트폰, 모니터 등 TV이외의 대안이 추가되고, OTT 서비스의 발달로 기존 유료케이블 TV 및 위성TV의 가입을 해지하는 현상

- 2021년에는 13억 달러(1조 6,913억 원) 규모로 축소되었으며 이러한 경향은 앞으로도 지속되면서 2026년까지 유료 채널 전체 시청료 수입은 11억 달러(1조 4,311억 원) 수준으로 줄어든 것으로 전망. 호주의 유료 TV 시장 전체는 인터넷 인프라가 내륙 지방으로까지 확충하고 있기 때문에 OTT가 성장하면서 계속 커질 것으로 전망하고 있지만 전통방식의 케이블, 위성TV는 가입자가 감소
- 호주 시장 점유율 1위 유료 채널은 통신사 및 브로드밴드 서비스 기반의 폭스텔이며 2021년 약 400만 명의 가입자를 확보. 폭스텔은 그룹사 내에서 ISP 서비스를 같이 제공하고 있기 때문에 동 가입자 내에는 폭스텔에서 운영하는 OTT 서비스인 카요스포츠(Kayo Sports), 빈지(Binge), 폭스텔나우(Foxtel Now) 가입자 210만 명을 포함하고 있어 1위 사업자 내에서도 인터넷 기반의 스트리밍 서비스 가입자가 전통 방식의 유료 채널 가입자 숫자를 뛰어넘은 상황

❖ 호주 OTT 서비스 현황

- 2022년 호주 OTT 시장은 전체 약 28억 9,200만 달러(약 3조 7,624억 원) 규모로 예상하고 있으며 앞으로도 연간 10% 이상의 성장률을 유지하면서 2026년까지 39억 100만 달러(약 5조 752억 원) 시장으로 성장할 것으로 전망

그림 3-3 호주에서 제작된 넷플릭스 방송 콘텐츠



출처: 호주 넷플릭스 홈페이지

- 넷플릭스가 북미 및 글로벌 시장에서 OTT 서비스 모델을 통해 급격히 성장하던 시기에 호주에서도 퀵플릭스(Quickflix)가 2006년 영화 다운로드 서비스, 2011년 스트리밍 서비스를 출시하면서 호주 시장의 강자로 자리잡고 있었으나 넷플릭스의 호주 진출과 함께 서비스 종료.

미국의 넷플릭스(Netflix)가 오리지널 방송 콘텐츠 및 최초 OTT서비스 이미지를 경쟁력으로 삼아 호주 내에서 가장 많은 가입자를 확보

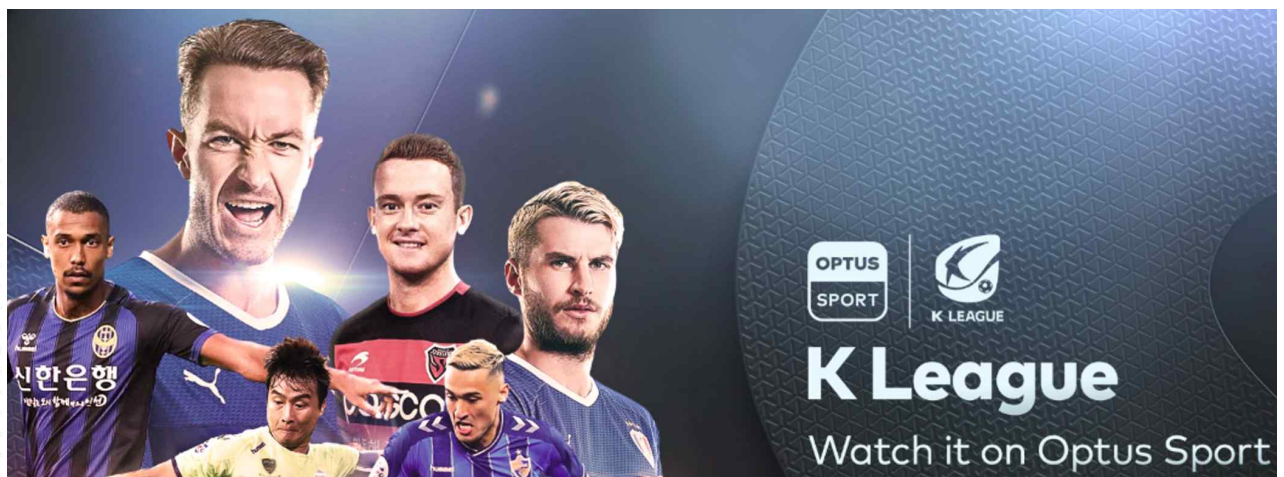
표 3-4 주요 호주 국내 OTT 서비스

순번	서비스 명	특징	모회사
1	 스탠 (Stan)	- 2015년 1월 출시 - 현재 약 200만 가입자 확보 - 나인네트워크가 확보한 대형 스포츠 리그 중계권이 서비스 강점	나인네트워크 (Nine, 미디어)
2	 ABC아이뷰 (ABC iview)	- 2008년 ABC 캐치업TV 출시 - ABC공영방송 프로그램을 중심으로 IPTV 서비스로 발전하여 스마트TV, 스마트폰 등 각종 디바이스에서 시청 가능	ABC (공영방송)
3	 카요 (Kayo)	- 2018년 3월 서비스 출시 - 유료 채널 폭스텔의 스트리밍 서비스 부문 - 스포츠 콘텐츠 전문	폭스텔 (Foxtel, 미디어)
4	 빈지 (Binge)	- 2020년 3월 서비스 출시 - 영화, 예능, 드라마 전문 채널 - 82만 가입자 확보 (2021년) - 수신료 10-18 호주 달러	폭스텔 (Foxtel, 미디어)
5	 플래시 (Flashi)	- 2021년 10월 서비스 출시 - 스카이, CNN, BBC, 폭스 뉴스 등 국내외 뉴스 전문 에그리게이터	폭스텔 (Foxtel, 미디어)
6	 페치 (Fetch)	- 말레이시아 미디어 재벌 아스트라가 2010년 호주에서 IPTV 서비스 출시 - 말레이시아, 필리핀 등 아시아 채널 수급에 강점	아스트로 (Astro, 미디어)
7	 텐플레이 (10 Play)	- 2013년 네트워크텐에서 출시한 캐치업 TV 서비스 - 텐 콘텐츠를 중심으로 스마트 디바이스에서 방송 콘텐츠를 시청할 수 있는 서비스로 발전	네트워크텐 (Ten, 미디어)
8	 텔스트라TV (Telstra TV)	- 2006년 이통사 텔스트라에서 브로드밴드 서비스와 패키지로 IPTV 서비스 출시	텔스트라 (Telstra, 이동통신사)

출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

- 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video), 디즈니플러스(Disney+)도 북미와의 활발한 교류를 바탕으로 시장에서 선전. 호주 OTT 시장은 시청자의 구매력을 바탕으로 지속적인 성장세를 보여주고 있으며 미디어 사업 환경이 선진적이기 때문에 해외 서비스는 계속 유입되고 있음
- 특히 영어가 모국어로 사용되고 있으며 OTT 사용 이전부터 지상파 방송에서 영미 콘텐츠가 오랜 기간 동안 방영되어 왔기 때문에 영미에서 인기를 얻은 OTT는 앞으로도 시차 없이 호주에 진출할 것으로 예상. 영국 공영방송 BBC 기반의 브릿박스(BritBox)와 미국 파라마운트플러스(Paramount+)가 각각 2020년 11월, 2021년 3월 호주 시장에 진출. 호주 영화 및 방송 프로그램 업계는 특히 할리우드와 오랜 교류 관계를 갖고 있으며 연기자, 제작자, 연출자들의 진출이 원활
- 넷플릭스는 일찍부터 오리지널 콘텐츠를 호주에서 제작하여 호주 국내 시장 및 글로벌 시장에 방영. 첫 번째 오리지널 시리즈 타이드랜드(Tidelands)는 2018년에 호주 후드럼(Hoodlum Entertainment)를 통해 제작되었으며 이후 스테이트리스(Stateless), 스크릿시티(Secret City), 레이크(Rake), 유토피아(Utopia) 등 다양한 작품들의 판권을 획득하여 오리지널 시리즈로 편입

그림 3-4 옵투스스포츠TV에서 방영된 한국프로축구리그(K League)



출처: 옵투스스포츠TV 홈페이지 (sport.optus.com.au)

- 호주 국내 OTT 서비스 가운데에서는 공중파 나인네트워크 계열의 스탠(Stan)과 호주 최대 미디어 재벌 뉴스코프(New Corp)가 이끄는 폭스텔이 적극적으로 서비스 출시. 호주가 전 세계 주요 OTT 시장으로 부상하고 북미 OTT 서비스들이 호주 시장에 직접 진출하면서 국내 OTT 서비스들은 할리우드를 중심으로 한 북미권 대형 콘텐츠 계약을 갱신하는 데 어려움을 겪고 있음.

- 영국 프리미어 리그를 포함한 유럽 스포츠 리그 및 호주 국내 스포츠 중계권이 호주 OTT 시장에서 큰 시장을 확보하고 있으며 하고 있으며 유료위성TV 옵투스¹⁹⁾는 국내외 가장 많은 프로리그 중계권을 확보하여 자체 OTT 서비스를 운영하지 않고 있음에도 OTT 가입자 확보 및 유지에 큰 영향력을 가지고 있음
- 호주에서는 2010년대 이후 캐치업TV(Catchup TV)¹⁹⁾ 서비스가 매우 활성화되었으며 3대 지상파 채널에서는 스마트TV, 스마트폰 등에서 시청할 수 있는 IPTV·OTT 서비스로 발전. 캐치업TV가 발전하고 라이브 콘텐츠를 인터넷 홈페이지를 통하여 시청할 수 있게 되면서 아이뷰(iveu, 공영방송 ABC), SBS온디맨드(SBS on Demand, SBS), 세븐플러스(7Plus, 세븐네트워크), 나인나우(9Now, 나인네트워크), 텐플레이(10 Play, 네트워크텐) 서비스가 활성화



호주 방송 규제 현황

✓ 호주 방송 규제 체계

- 호주 방송 산업은 연방정부 교통통신인프라부(Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications) 산하의 호주 방송통신미디어공사(ACMA, Australian Communications and Media Authority)에서 관리. 방송통신미디어공사는 방송 및 통신 산업의 컨버전스가 빈번하게 이루어지면서 정부에서는 통합관리하기로 결정하였으며 이에 2005년 호주방송공사(ABA, Australian Broadcasting Authority)와 호주통신공사(ACA, Australian Communications Authority)가 합병하여 탄생한 연방 정부 기구임
- 방송통신미디어공사는 정부를 대신하여 라디오 및 TV방송, 통신 산업 관련 세금 부과 및 징수에 관여하고 있으며 미디어 산업 전반을 관리. 크게 통신인프라, 콘텐츠, 소비자 대응, 리서치를 담당하는 4개의 부서로 구분방송통신미디어공사는 관련 법안을 제정할 수 있으며 각 미디어들의 콘텐츠 코드, 규제 입안을 담당
- 호주 방송 산업은 1992년 제정된 호주 방송법(Broadcasting Services Act 1992)에 기반하여 세부 사항들을 관리 감독. 일반인들에게 미디어가 미치는 영향력을 감안하여 미디어 소유권, 방송사의 국내 콘텐츠 편성 비율을 엄격하게 관리
- 2021년 국내 콘텐츠의 방영 비율을 개정 발표하였으며 고부가가치의 프로그램 제작에 대하여

19) 인터넷 다시보기(VOD) 서비스의 일종으로 캐치업TV는 통상 7일 이내에 동일한 방송을 무료로 다시 보기 서비스 제공. 캐치업TV방송에서는 기존 동영상 광고 및 중간 광고도 동일하게 삽입. VOD는 방송이 끝난 영상물에 대하여 과금 또는 비과금 방식으로 제공하면서 콘텐츠 그 자체에 대하여 언제나 시청이 가능하도록 온디맨드 방식으로 제공

높은 가점을 부여하고 연간 250점 이상 달성을 의무화. 또한 메인 채널의 55% 이상, 기타 채널에서는 1,460시간 이상의 국산 콘텐츠 편성하여야 함

- 호주 방송 산업 내에는 국내 방송 산업업계를 대표하는 민영방송협회(FreeTV Australia)가 만든 민영방송실천강령(Commercial Television Industry Code of Practice)이 있으며 방송콘텐츠에 대한 등급, 광고 품목 허용 범위를 포함한 광고 등급(Clear Ads), 방영 시간대 등을 규정
- 동 산업규제는 민간 업계의 자율규제이지만 내용 및 개정이 방송통신미디어 공사에 등록되어 있으며 급변하는 미디어 환경에 대처할 수 있도록 3년에 한 번씩 검토 및 개정할 것을 규정하고 있음. 방송통신미디어공사에서는 전국 지상파 민영방송 이외에 국산, 아동, 민영방송, 커뮤니티방송, 공영방송, 유료채널 콘텐츠로 구분하여 각각의 콘텐츠를 관리 감독

표 3-5 텔레비전 방송 국내 방송 콘텐츠 편성 비율 (2021년 개정)

항목	가점
- 다큐멘터리, 호주 국산 제작 영화(라이선스 비용 5만 호주 달러 이하)	1
- 아동 콘텐츠 (드라마 부문 이외), 일반 드라마 (시간 당 제작비 45만 호주 달러 이하)	1.5
- 호주 국산 제작 영화(라이선스 비용 5만 호주 달러 이상)	2
- 일반 드라마 (시간 당 제작비 45만 호주 달러 - 70만 호주 달러)	4
- 일반 드라마 (시간 당 제작비 70만 호주 달러 - 100만 호주 달러)	5
- 일반 드라마 (시간 당 제작비 100만 호주 달러 - 140만 호주 달러)	6
- 일반 드라마 (시간 당 제작비 140만 호주 달러 이상)	7

출처: 호주 방송 콘텐츠 쿼터 개정 발표 (Australian Content Quotas 2021)

- 인터넷의 확산과 미디어 유통 및 전송이 디지털화 되면서 OTT의 이용이 크게 증가하였으며 특히 팬데믹을 통해 디지털 플랫폼의 성장은 더욱 가속화. 호주는 독과점에 가까운 방송 시장 구조를 유지해온 가운데 해외 OTT가 호주 시장에 진입하면서 새로운 미디어 환경이 벌어지고 있으며 기존 방송사들도 OTT 서비스로 적극 진출하여 경쟁이 치열해지고 있음
- 현재 호주에서 운영되는 OTT 플랫폼들에는 지상파 텔레비전에 적용되는 국내 콘텐츠 의무 편성 규정이 적용되지 않고 있음. 방송통신미디어공사에서는 방송 매체 이외에 인터넷·모바일

서비스에 대해서도 인터넷콘텐츠실천강령(The Internet Industry Codes of Practice 2005)를 통해 인터넷사업자 및 산업을 감독하고 있지만 OTT 플랫폼은 동 강령의 적용을 받지 않고 있음

- 호주 정부에서는 영향력이 높아지고 있는 OTT에 적용되는 국내 규정이 전무하다는 부분에 큰 문제의식을 가지고 수차례에 걸쳐 정책제안서를²⁰⁾ 발표하여 이른 시일내에 입법 및 규제 도입을 시사. 정책제안서에서는 OTT 규제와 관련하여 호주콘텐츠 의무 편성, 호주 콘텐츠 제작 일정 비율 의무 투자, 국내 콘텐츠 투자 실적 보고²¹⁾ 등의 내용을 담고 있음
- 방송통신미디어공사는 비영리로 운영되는 지역중심의 커뮤니티방송(Community Broadcasting) 운영에 대하여 별도의 라이선스를 교부. 호주커뮤니티방송연합(ACTA, Australian Community Television Alliance)가 커뮤니티방송 단체를 대변하고 있으며 방송통신미디어공사에 등록된 실천강령(Community Television Broadcasting Codes of Practice)을 통해 내부 규제

20) 국내 스트리밍 및 OTT의 소비 현황과 규제 도입의 필요성을 담은 미디어개혁녹서(Media reform green paper)를 2020년 9월, 12월에 걸쳐 발간

21) 100만 명 이상 가입자, 100억 매출 이상인 사업자에 대하여 국내 콘텐츠 제작 실적에 대한 자발적 보고 이후, 일정 비율을 달성하지 못하는 경우 이듬해 추가 투자



04

호주 한류 동향

호주는 비영어권의 자막 콘텐츠에 대한 거부감이 높은 국가였으나 넷플릭스와 같은 OTT 를 통해 한국 방송 콘텐츠가 유행하면서 그 장벽을 극복해나가고 있음. 방탄소년단을 비롯하여 K 팝이 호주 한류를 이끌고 있었으나 방송콘텐츠를 통하여 한류 문화의 인기 저변이 20 대 남성, 40 대 이상으로 확대 되고 있음



한국 영상 콘텐츠의 인기

✔ OTT를 통하여 한국 콘텐츠 인기 전파

- 호주는 영미 문화권으로 비영어권의 자막 콘텐츠에 대한 거부감이 높은 국가였으나 OTT의 보급과 한국 콘텐츠의 인기로 인하여 이러한 장벽을 극복해나가고 있음. 2022년 1-3분기 중 넷플릭스의 TV 시리즈물 인기 탑10 방영물 가운데 한국 콘텐츠가 포함된 기간이 전체 16주에 이르고 있으며 <지금 우리 학교는>은 2월 첫째 주 전체 1위를 차지한 바 있음

표 4-1 호주 넷플릭스 2022년 1-3분기 인기 순위 10위 내 한국 방송 콘텐츠

순번	작품명	장르/제작사	기간	기간 최고 순위
1	 지금 우리 학교는 (All of us are dead)	공포, 스릴러/ 넷플릭스 오리지널	1월 24일- 2월 27일	1위
2	 사내맞선 (Business Proposal)	로맨틱 코미디/ 카카오엔터테인먼트	4월 4일- 4월 10일	7위
3	 해피니스 (Happiness)	스릴러, 호러/ 스튜디오 드래곤	4월 18일- 4월 24일	10위
4	 이상한 변호사 우영우 (Extraordinary Attorney Woo)	법정, 휴먼/ 에이스토리	7월 18일- 8월 21일	4위
5	 신사와 아가씨 (Young lady and Gentleman)	로먼시, 가족/ 지앤지프로덕션	8월 22일- 9월 11일	6위
6	 수리남 (Narco-Saints)	범죄, 스릴러/ 월광	9월 12일- 9월 18일	9위

출처: Flixpatrol, 2022년

- 호주 공중파에서는 한국 방송물의 편성이 쉽지 않지만 OTT를 통하여 한국 콘텐츠가 노출되면서 이용자 층이 증가. 비영어권 콘텐츠 가운데서는 인도 볼리우드(Bollywood) 콘텐츠 이외에는 일본 애니메이션 및 중국 방송물도 순위에 들지 못하고 있다는 점에서 한국 콘텐츠의 인기를 확인할 수 있음

그림 4-1 한국계 아역 배우 주연의 ABC 드라마(좌), 시드니에 설치된 오징어게임 인형



출처: ABC홈페이지(좌), 넷플릭스호주 공식인스타그램

- 호주에서는 한국 영화가 극장을 통하여 꾸준히 개봉하고 있으며 2022년에는 <범죄도시2>, <비상선언>, <마더>, <미나리>, <한산:용의 출현>, <헤어질 결심> 등이 개봉되었으며 한국 영화는 교민 관객들 뿐만 아니라 K-영화를 사랑하는 현지 팬들에 의하여 꾸준히 소비되면서 자체적인 팬덤을 키워나가고 있음. 현지 K-무비 관객을 바탕으로 인구 밀집 지역에서 과거 인기를 얻었던 한국 영화에 대한 재개봉을 자주 기획하고 있으며 2022년에는 <살인의 추억>, <올드보이>가 재개봉
- 호주에서 한국 영화를 현지 커뮤니티에 소개해나가는 또 하나의 주축은 호주한국영화제(Korean Film Festival in Australia)이며, 2022년에는 13회째를 맞이하여 시드니(8월 18-23일), 캔버라(9월 1-3일), 멜버른(9월 1-5일), 브리즈번(9월 8-11일) 등 4개 도시에서 진행. <특송>, <유체이탈자>, <이상한 나라의 슈학자>, <오마주>, <경관의 피> 등 총 13개 작품 상영하였으며 <특송>의 박대민 감독과 <유체이탈자>의 윤재근 감독은 현지를 방문하여 관객들과 질의 응답 시간을 가지면서 K무비 팬들과 직접 교류
- 호주 ABC 방송에서는 아동 드라마 콘텐츠로 <본투스파이(Born to Spy)>가 2021년 12월부터 호주 전역에 방영. <본투스파이>에는 한국계 아역배우 임바다(Ocean Lim)군,

김한나(Hannah Kim)양이 캐스팅 되었으며 호주지상파 방송에서 한국계 배우가 주인공으로 나오는 시리즈물은 전례가 없었다는 점에서 언론과 시청자들의 관심이 집중

- 2021년 출시된 <오징어게임>은 호주에서도 많은 관심을 얻었으며 9월 13일부터 11월 28일까지 약 10주 동안 넷플릭스 TV 콘텐츠 인기 탑10에 포함되었으며 9월 20일부터 10월 17일까지 4주 동안은 전체 1위를 차지. 비영어권 콘텐츠로서 호주 시청자들에게 큰 반향을 불러일으킨 <오징어게임>은 <기생충>에 이어 한국 콘텐츠의 경쟁력에 현지인들이 주목할 수 있게 하는 계기를 마련. 호주 언론에서는 <오징어 게임>의 인기와 한국 방송 콘텐츠 산업에 대해 주목하면서 연일 관련 기사를 발간
- 영상 콘텐츠 분야에서의 한국 콘텐츠 인기는 호주 내에서 한류 인기를 새로운 변곡점으로 이끌어가고 있음. 지금까지 호주 내에서의 한류 인기는 K팝을 중심으로 하고 있었기 때문에 20대 여성 소비층에서의 소비가 집중되어 있었지만 영상 콘텐츠를 통해 10대 남성과 40대 이상으로 한류의 인기를 확장할 수 있었으며 전체 세대에서의 한류 열풍으로 이끄는 주요 계기를 마련

그림 4-2 에릭남 호주/뉴질랜드 콘서트 포스터(좌), 한류팝페스트시드니2022 포스터(우)



출처: 한류팝페스트 시드니 공식 트위터



호주 K-팝 열풍

✓ 각종 한국 가수들의 현지 콘서트 공연

- 호주에서는 방탄소년단을 필두로 다수의 K팝 아이돌 및 가수들의 현지 콘서트 공연이 이어지고 있음. 트렌드에 민감한 20대 여성 소비층을 중심으로 K팝은 2010년대 초반부터 인기몰이를

하고 있으며 이는 한국 가수들이 현지에서 지속적으로 콘서트를 개최할 수 있는 원동력이 되고 있음

- 팬데믹이 다소 소강상태에 접어들면서 2022년 초부터는 호주에서도 대형 공연행사가 조금씩 개최되고 있으며 한류 가수들도 현지 공연을 잇따라 기획. 가수 블루(Bloo)가 3월 10일과 12일에 시드니와 멜버른에서 행사 개최하였으며 7월 멜버른과 시드니에서는 에픽하이가 콘서트를 진행
- 8월 13-14일 한류팝페스트시드니2022(Hallyu Pop Fest Sydney'22), 9월 5-7일 에릭남 콘서트가 호주에서 진행. 특히 한류팝페스트2022에는 엑소 첸과 카이, SF9, 청하, 에버글로우 등 총 10개가 넘는 팀이 대거 찾는 열면서 팬데믹 이후에 열리지 못했던 대형 K팝 아이돌 콘서트를 진행

그림 4-3 2022년 한류팝페스트시드니2022 콘서트 장면



출처: 한류팝페스트시드니 공식 페이스북

- 일반인을 대상으로 한 K팝 커버댄스 행사는 팬데믹 내 오프라인에서 행사가 개최되지 못할 때에도 온라인으로 행사 방향을 선회하여 많은 호응을 얻으며 행사 진행. 한국 관련 단체나 호주 지자체, 잡지 등 언론에서는 밀레니얼 세대에 소구할 수 있는 K팝 커버댄스를 연중 개최
- 호주에서도 방탄소년단 팬클럽 아미가 K팝 열풍을 이끄는 가장 중요한 구심점으로 작용. 2021년까지는 대형 공연이 개최되지 못하는 가운데에서 아미는 온라인 워크숍, 커버댄스 대회 등 다양한 활동을 기획하면서 활동을 지속. 2021년 7월에는 <퍼미션투댄스(Permission to dance)> 온라인 댄스 수업을 위한 워크숍을 개최하면서 온라인 활동만 가능한 시기에도 활발한 활동을 과시
- 호주 K팝 팬덤에서는 호주 멜버른 출신의 블랙핑크 그룹 멤버 로제에 큰 애정을 가지고 있으며 블랙핑크에 대해 한국과 호주를 문화적으로 이어주는 가교로 인식하고 있음. 뉴질랜드에서 태어나 호주에서 학창시절을 보낸 로제에 대하여 호주 언론에서는 기사, 인터뷰 등을 통하여

상세하게 알리고 있으며 패션잡지 보그(Vogue)의 호주판에 표지모델로 선정될 정도로 관심이 이어지고 있음

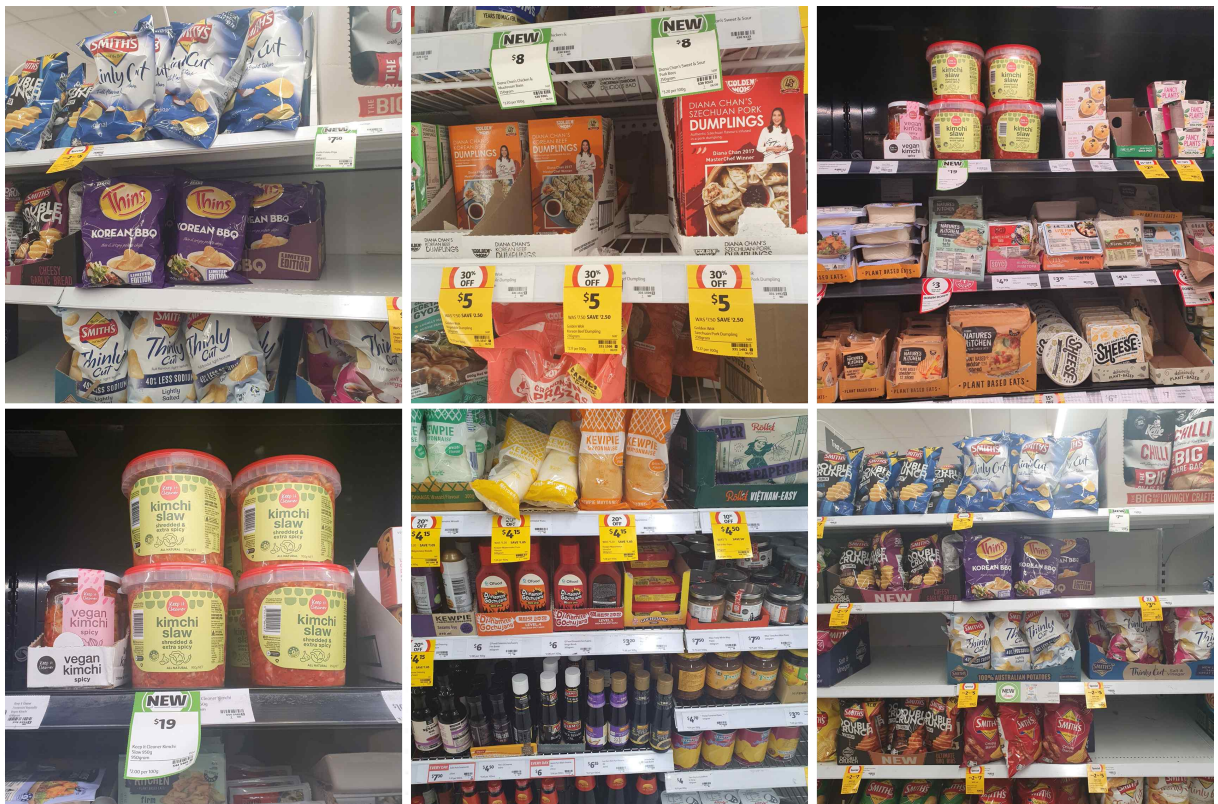


다양한 산업으로 확대되고 있는 한국 제품

❖ 다양한 방식으로 영향을 주고 있는 K-푸드

- 한국 식품이 교민의 소비에서 벗어나 현지인 및 호주 내 기타 아시안 커뮤니티로 적극적으로 진출하고 있음. 갈비, 불고기, 김치 등의 맛이 기존 식제품에 갈비맛 감자칩, 김치맛 만두 등으로 추가되면서 한국의 맛을 알려나가고 있음. 다이아나첸(Diana Chan)은 호주의 유명 중국계 셰프로 밀키트 식품을 출시하여 인기를 얻고 있는데 코리안갈비 맛을 출시하였으며, 호주 인기감자칩 씬(Thins)에서도 한국BBQ맛을 출시. 각종 공산 식품 분야에서 한국의 대표적인 맛을 활용하여 제품군을 확장

그림 4-4 콜스 슈퍼마켓에서 볼 수 있는 다양한 한국 관련 식품



출처: 인도네시아 비즈니스센터 직접 촬영

- 콜스(Coles), 울워쓰(Woolworths) 등 호주를 대표하는 주요 슈퍼마켓의 식품 코너에서도 한국 식자재를 유통. 아시안커뮤니티만을 대상으로 하는 특수 식자재 가게가 아니라 호주의 현지인을 위한 대표적인 슈퍼마켓에서도 한국 식자재를 유통하고 있어 접근성이 높아지고 있으며 높아진

접근성으로 인해 소비가 늘어나는 선순환이 구축

- 호주는 625전쟁 당시 영연방군의 일원으로 참전하여 한국과 오랜 기간 동안 우방 관계를 가지고 있으며 현재 방산 부문에서도 협력을 강화해가고 있음. 호주 육군은 2010년대 후반부터 10조원 규모, 약 400대에 이르는 보병전투차를 신규로 획득하는 방산사업을 시행하고 있음. 한국 한화의 보병전투차는 호주 시장을 위한 보병전투차 AS-21을 레드백(Redback)²²⁾으로 명명하였으며, 현재 최종 후보에 선정되어 양국 간 협의를 진행 중에 있음
- 2010년 대 이후 한국의 화장품은 호주의 주요 도시에 오프라인 매장을 설립하면서 적극적으로 진출. 아모레(라네즈), 토니모리, 더페이스샵 등이 현지 진출한 가운데 오프라인 매장 운영이 없는 지역에서도 한국 화장품을 전문적으로 취급하는 현지 온라인 쇼핑몰들이 다양한 민족의 커뮤니티를 대상으로 한국 제품을 판매 중

22) 호주 퀸즐랜드 지역에 주로 서식하는 붉은등과부거미



05

주요 바이어 리스트

표5-1

Australian Broadcasting Corporation

기업명	ABC		
홈페이지	www.abc.net.au		
주소	ABC Ultimo Centre, Ultimo, Sydney, New South Wales, Australia		
고용인원	약 3,790	설립연도	1932
상장여부	비상장, 공기업(Statutory Corporation)	담당자	Joel Brydon (Head of Digital Product)
		이메일	brydon.joel@abc.net.au
업종	공영 방송		
주요연혁	• 1932년: 방송법(Australian Broadcasting Commission Act 1932)의 제정과 함께 ABC의 전신 호주방송공사(Australian Broadcasting Commission) 설립 • 1956년: 호주 최초의 텔레비전 방송 개시 • 1983년: 방송법 제정과 더불어 현재 사명으로 개명 • 1993년: 아시아태평양 지역을 중심으로 해외에 ABC의 방송 콘텐츠를 송출하는 ABC오스트레일리아 서비스 개시 • 2001년: 디지털 방송 개시 및 신규 멀티미디어 방송 부문을 담당하는 ABC뉴미디어(ABC New Media) 개설 • 2016년: ABC뉴스(ABC News)를 통하여 ABC 산하의 텔레비전, 라디오, 온라인 뉴스 브랜드 통합		
기업소개	• 호주의 연방 정부 산하의 공영 방송. 1930년대 라디오 방송을 시작한 이래 90여 년 동안 호주의 방송통신 정책 수립 및 집행을 담당 • 호주 전역에 무료 지상파 방송을 송출하고 있으며 ABC의 TV 뉴스 및 온라인 뉴스 서비스는 호주 국민들에게 높은 신뢰를 얻고 있음 • ABC오스트레일리아를 통하여 아시아태평양 지역에 뉴스를 비롯한 여러 가지 방송을 송출하면서 높은 영향력을 가지고 있음		

표5-2

Seven Network

기업명	Seven Network		
홈페이지	www.7plus.com.au		
주소	8 Central Avenue Eveleigh, New South Wales, Australia		
고용인원	약 2,000명	설립연도	1956년
상장여부	상장 (모기업 Seven West Media) ASX: SWM	담당자	Andrew Green (Head of Content)
		이메일	andrew.green@sevenwestmedia.com.au
업종	호주 지상파 텔레비전		
주요연혁	• 1956년: 7네트워크 전신인 HSV-7이 호주 최초의 VHF7 주파수를 사용하여 방송 개시 • 1956년-1980년: GTV9, ADS7, ATN7 등 호주의 인구 밀집 도시 지역을 대표하는 지역 방송 등이 출범. 타지역 진출 과정에서 흡수 합병 • 1993년: 세븐미디어 호주 증시 상장 • 2001년: 디지털 방송 송출 개시 • 2006년: 온라인 포털 야후(Yahoo)와 협업하여 인터넷 포털 서비스 야후세븐(Yahoo!7) 출시 • 2010년: 온라인 캐치업TV 플러스7(Plus7) 출시		
기업소개	• 호주를 대표하는 주요 지상파 텔레비전 방송국으로 자사 방송 채널들이 국내 시청률 1-2위권을 두고 경쟁 • 시드니, 멜버른, 브리즈번, 아델레이드, 퍼쓰 지역을 중심으로 성장한 지역 방송국들이 합병하면서 설립되었으며 인쇄매체, 라디오, 잡지, 온라인 포털 등 호주 최대의 언론 재벌 세븐웨스트미디어가 소유 • 세븐뉴스(Seven News), 세븐스포츠(Seven Sport), 세븐플러스(7+) 등의 주요 채널을 운영하고 있으며 북미의 드림웍스, NBC유니버설, 워너브로스 등과 협업하면서 콘텐츠 방영 및 공동제작에 나서고 있음		

표5-3
Nine Network

기업명	Nine Network			
홈페이지	www.9now.com.au			
주소	1 Denison Street, North Sydney, New South Wales, Australia			
고용인원	약 3,000명	설립연도	1956년	
상장여부	상장 (모기업 Nine Entertainment) ASX: NEC	담당자	Corey Worgan (Head of Broadcast People and Culture)	
		이메일	cworgan@nine.com.au	
업종	호주 지상파 텔레비전			
주요연혁	• 1956년: 나인네트워크 전신 방송국 중 하나인 TCN9이 시드니 지역에서 방송 송출 개시 • 1956-1970년: 브리즈번, 퍼쓰, 아델레이드 등의 지역 방송사들과 협업 관계 구축 • 1967년: 협업 관계를 맺은 방송국들을 나인네트워크로 호칭하기 시작 • 1975년: 호주 최초의 정기 컬러TV 방송 콘텐츠 송출 개시 • 2007년: NBN 인수를 통하여 NSW 지역으로 서비스 범위 확장 • 2009년: 디지털멀티 채널 고!(Go!) 출시 • 2015년: 자사 OTT 서비스 스탠(Stan) 출시			
기업소개	• 세븐네트워크와 더불어 호주를 대표하는 주요 지상파 채널 • 1970년대 이후 내셔널나인뉴스 채널은 호주에서 가장 신뢰받는 뉴스채널로 자리매김하였으며, 2000년대 초반까지 황금기를 누리면서 나인네트워크의 방송 콘텐츠들이 폭넓은 인기 • 포스트카드(Postcards), 갯어웨이(Getaway), RBT, 레고마스터(Lego Masters)등 수많은 국내 제작 인기 프로그램을 배출 • 주로 북미의 방송 콘텐츠 제작사들과 협업하면서 오랜 기간 동안 인기 드라마, 영화 등을 호주 국내에 방송			

표5-4
Special Broadcasting Service

기업명	Special Broadcasting Service				
홈페이지	www.sbs.com.au				
주소	14 Herbert Street, Artarmon, New South Wales, Australia				
고용인원	약 400명	설립연도	1978년		
상장여부	비상장, 공기업	담당자	Peter Andrews (Head of Network Programming)		
		이메일	peter.andrews@sbs.com.au		
업종	지상파 방송국				
주요연혁	• 1977년: 호주 정부가 소수민족 중심의 공영방송 신설 계획 발표 • 1978년: SBS 방송국 공식 개국(시드니 지역) • 1983년: 캔버라, 브리즈번, 아델레이드, 울릉공 등 기타 지역으로 방송 송출 지역 확대 • 1992년: NSW 지역으로 본사 이전 개시 • 2012년: 호주 원주민 대상의 프로그램을 전문으로 하는 방송 채널 호주원주민TV(NITV) 서비스를 별도 분사 • 2022년: SBS내 6번째 채널 SBS월드와치(SBS WorldWatch) 송출 개시				
기업소개	• 호주 정부에서 백호주의를 공식적으로 폐기한 이후 국내의 다양한 국가별 커뮤니티의 방송 수요를 지원하고, 이를 통하여 국가 통합을 지원하기 위해 만들어진 준공영방송 • 아시아 태평양 지역의 다양한 국가 언어를 이용하여 방송 콘텐츠 제작하고 더빙 및 자막 서비스도 지원 • 텔레비전 및 라디오를 통하여 호주 전역에서 시청, 청취가 가능				

표5-5

폭스텔

기업명	폭스텔(Foxtel)			
홈페이지	www.foxtel.com.au			
주소	5 Thomas Holt Dr, North Ryde, New South Wales, Australia, 2113			
고용인원	약 1,700명	설립연도	1995년	
상장여부	비상장	담당자	Jennifer Connelly (connellyj@foxtel.com.au)	
		이메일	connellyj@foxtel.com.au	
업종	유료TV, 인터넷브로드밴드, 유선전화			
주요연혁	• 1995년: 뉴스코퍼레이션과 텔스트라의 조인트 벤처 회사 폭스텔 설립하여 20개 채널을 가진 유료 TV 서비스 출범 • 1999년: 위성TV 서비스 개시 • 2002년: 옵투스텔레비전(Optus)와 폭스텔간에 상호 방송 콘텐츠 이용 협약 • 2018년: 폭스스포츠(호주)와 폭스텔 간 합병			
기업소개	• 지리적으로 광범위한 호주의 특성에 맞게 유료 위성 TV 서비스를 통하여 광범위한 시청자 확보 • 통신방송의 융합 환경에 따라 브로드밴드, 유료TV, 유선전화 등을 결합한 상품을 출시하고 있으며 OTT 서비스에도 진출하여 카요(Kayo), 빈지(Binge), 플래시(Flash) 등 카테고리별 다양한 VOD 서비스 제공			

표5-6

텔스트라

기업명	텔스트라(Telstra)			
홈페이지	www.telstra.com.au			
주소	Telstra Corporate Centre, Melbourne, Australia			
고용인원	약 9,000명	설립연도	1975년	
상장여부	상장 ASX: TLS	담당자	Jeremy Nicholas (Chief Marketing officer)	
		이메일	jeremy.nicholas@telstra.com.au	
업종	이동통신사, 인터넷 브로드밴드, 데이터 서비스, 유료TV			
주요연혁	• 1975년: 국영통신사 텔레콤오스트레일리아(Telecom Australia) 설립 • 1992년: 국내(Telecom Australia) 및 해외(Telstra) 서비스 통합 • 1997년: 3단계 민영화 작업 개시 (2011년 민영화 완료) • 2008년: 전국브로드밴드네트워크(NBN, National Broadband Network) 작업 참여 • 2013년: 건강 사업부 텔스트라헬스(Telstra Health) 출시 • 2014년: 디지털퍼스트(Digital First) 프로그램 개시 • 2016년: 신규 브랜드 아이덴티티 및 로고 공개			
기업소개	• 전국적으로 광범위한 인프라를 갖춘 국영통신사에서 시작. 14년에 걸친 민영화 작업을 통하여 현재 유무선통신, 인터넷브로드밴드, 유료채널, 건강사업부 등 다양한 방송정보통신 사업 진행 • 호주 1위 이동통신 사업자로 1,880만 가입자를 확보하고 있으며 자체 음악 스트리밍 서비스 MOG, 클라우드게임 서비스, 메타버스 서비스 등 콘텐츠 사업에서도 강세를 보이고 있음			

표5-7

옵투스

기업명	옵투스(Optus)			
홈페이지	www.optus.com.au			
주소	Macquarie Park, New South Wales, Australia			
고용인원	약 8,000명	설립연도	1981년	
상장여부	비상장 (싱텔 자회사)	담당자	Melissa Hopkins (vice president marketing)	
		이메일	melissa.hopkins@ optus.com.au	
업종	이동 통신사, 멀티미디어			
주요연혁	• 1981년: 국영 위성 프로젝트 오샷(AUSSAT)로 출발 • 1985년: 8월 첫 번째 위성 오샷A1(AUSSAT A1) 발사 • 1997년: 호주럭비리그(ARL, Australia Rugby League) 스폰서 • 2001년: 싱가포르 이동통신사 싱텔(Singtel)이 인터넷·무선이동통신 부문 인수 • 2006년: 호주버진모바일(Virgin Mobile Australia) 인수 • 2016년: 아시아지역 기업용 베스트이동통신사 선정 • 2018년: 올해의 이동통신사 상 수상			
기업소개	• 옵투스는 국영 위성 프로젝트에서 출발하여 민영화 이후 현재 싱가포르 싱텔(Singtel)이 전체 지분을 소유. 시드니에 본사를 두고 있으며 호주 국내 2위권 규모의 가입자를 보유 • 크게 이동통신(Mobile), 기업용(Business), 도매(Wholesale), 멀티미디어(Consumer&Multimedia) 4개 사업 단위 운영			

표5-8
보다폰 오스트레일리아

기업명	보다폰(Vodafone) 오스트레일리아			
홈페이지	www.vodafone.com.au			
주소	799 Pacific Highway Chatswood, NSW 2067 Australia			
고용인원	약 4,000명	설립연도	1992년	
상장여부	비상장	담당자	Naomi Connell (Sponsorship Manager)	
		이메일	naomi.connell@vodafone.com	
업종	이동통신사, 브로드밴드 서비스			
주요연혁	• 1992년: 영국 보다폰이 호주 국내 이동통신 사업자 허가를 취득하여 보다폰 오스트레일리아를 설립하고 사업 개시 • 1993년: 10월 2G GSM 모바일 서비스 운영 개시 • 2009년: 이동통신사 허치슨(Hutchison) 호주와 보다폰 호주 합병하여 VHA(Vodafone Hutchison Australia) 출범 • 2018년: TPG텔레콤(TPG Telecom)과 합병 • 2020년: 5대 인구 밀집 도시를 포함하여 전국 650개 지역에 5G 서비스 개시			
기업소개	• 영국의 글로벌 이동통신회사 보다폰 산하의 호주 이동통신사로 현재 TPG텔레콤과 합병 • 2020년 기준 약 580만 가입자를 보유하고 있는 3위 규모의 이동통신사 • 영국 본사와 마찬가지로 호주에서도 다양한 스포츠 리그와 스포츠팀을 스폰서쉽하고 있으며 현재는 호주크리켓국가대표팀, 호주여자크리켓국가대표팀, 호주여자크리켓리그를 후원			

표5-9

TPG 텔레콤

기업명	TPG텔레콤(TPG Telecom)			
홈페이지	www.tpgtelecom.com.au			
주소	Level 1, 177 Pacific Highway, North Sydney, New South Wales, 2060			
고용인원	약 5,000명	설립연도	2009년	
상장여부	상장 ASX: TPG	담당자	James Gully (Group General Manager)	
		이메일	jamesjgully@gmail.com	
업종	이동통신사, 인터넷 브로드밴드, 선불카드 유통			
주요연혁	• 1986년: 말레이시아 출신 호주 기업가 데이비드 테오(David Teoh)에 의해 컴퓨터 OEM 제조사 TPG 설립. 이후 인터넷 브로드밴드 서비스 등으로 사업 및 서비스 지역 확장 • 2009년: 이동통신사 허치슨(Hutchison) 호주와 보다폰 호주 합병하여 TPG 텔레콤의 전신 VHA(Vodafone Hutchison Asutralia) 회사 출범 • 2020년: VHA의 호주 증시 상장 이후 TPG가 합병 • 2022년: 텔스트라와 네트워크 공유 사용 계약 체결			
기업소개	• 정보통신 분야에서 다양한 사업을 영위하고 있는 호주 국내 기업. 산하에 보다폰, 레바라 2개 이동통신 브랜드를 운영 • TPG, ii넷(iiNet), 인터노드(Internode) 등 전국 각지에 인터넷서비스프로바이더(ISP) 운영하면서 국내 2위 규모의 브로드밴드 가입자 유지			

표5-10

스탠

기업명	스탠(Stan) Stan.		
홈페이지	www.stan.com.au		
주소	321 Kent St Se 1 L 20, Sydney, Australia		
고용인원	약 100명	설립연도	2014년
상장여부	비상장 (나인엔터테인먼트 자회사)	담당자	Adrian Foo (Head of Publicity and originals marketing)
		이메일	adrian.foo@stan.com.au
업종	호주 국내 OTT서비스		
주요연혁	2014년: 나인엔터테인먼트와 페어팩스가 각자 5,000만 호주 달러를 5:5 출자하여 회사 설립 2015년: OTT 방송 서비스 개시 2016년: 오리지널 시리즈 노액티비티(No Activity)가 국내텔레비전프로그램 로지어워드(Logie Award)에 SVOD 부문 노미네이트 2018년: 나인엔터테인먼트가 페어팩스의 지분 전체 인수하여 그룹사 내 나인디지털(Nine Digital) 자회사로 편입 2019년: 파라마운트와 콘텐츠 수급 계약 체결		
기업소개	- 호주 방송·미디어 대기업 나인네트워크에서 출시한 국내 OTT 서비스. 자사의 방송, 인터넷 인프라를 잘 활용하여 넷플릭스 디즈니플러스에 이어 약 3위권 OTT 서비스로 자리매김하고 있음 (약 230만 구독자, 2020년 8월 기준) - 소니픽쳐스, ABC, SBS, BBC, MGM, 워너브로스 등 국내외를 가리지 않고 광범위한 콘텐츠 수급 능력을 자랑하고 있으며 스탠스포츠(Stan Sport) 채널을 통하여 국내외 주요 스포츠 리그를 광범위하게 편성하면서 남성 층성 고객층으로 확장		

표5-11

애니멀 로직

기업명	애니멀 로직(Animal Logic)		
홈페이지	www.animallogic.com		
주소	Fox Studios Australia, 38 Driver Avenue, Building 54 Moore Park NSW 2021, AUSTRALIA		
고용인원	약 800명	설립연도	1991년
상장여부	비상장	담당자	Sharon Taylor (Chief Operating Officer)
		이메일	sharon.taylor@ animallogic.com
업종	애니메이션 및 비주얼 특수 효과 제작		
주요연혁	• 1991년: 애니멀 로직 전신 디지털 스튜디오 설립 • 1998년: 폭스 스튜디오 오스트레일리아로 사무실 이전 • 2003년: 장편 해피핏(Happy Feet) 제작 개시 후 2006년 미국 개봉 • 2004년-2015년: 레전드 오브 가디언, 레고 스타워즈, 파다완 머너스 등 장편 및 TV 시리즈 애니메이션 제작에 참여 • 2022년: 넷플릭스 애니멀로직 인수 • 2022년: 미라맥스 애니메이션과 업무 협업 파트너십 체결		
기업소개	• 호주 최초의 컴퓨터 기반 장편 애니메이션 작품을 제작하였으며 할리우드 주요 장편 애니메이션 작품 제작에 지속적으로 참여하고 있는 하이엔드 애니메이션 스튜디오 • 초창기에는 비주얼 이펙트를 구현하는 기술 기반 작업에 치중하였으나 다수의 애니메이션 제작에 참여하면서 전체 작업을 구현할 수 있는 스튜디오로 발돋움 • 2022년 현재 전체 직원이 800명에 이르는 주요 애니메이션 스튜디오 중 하나		



표5-12

플라잉바크 프로덕션

기업명	플라잉바크프로덕션(Flying Bark)		
홈페이지	www.flyingbark.com.au		
주소	23-25 Doody Street, Alexandria NSW, Sydney, Australisa, 2015		
고용인원	약 400명	설립연도	1962년 (전신 요람 그로스)
상장여부	비상장	담당자	Alexia Gates-Foale (Head of Animation Production)
		이메일	alexia.gatesfoale@flyingbark.com.au
업종	애니메이션 제작		
주요연혁	• 1962년: 플라잉바크 전신 요람그로스(Yoran Gross) 스튜디오 설립 • 1962년: 조셉더드리머(Joseph the Dreamer) 등 2000년대 초반까지 약 100여개 TV 시리즈 및 애니메이션 작업 참여 • 2004년: 비디오게임 애틀머스피어(Atmosfear) 시리즈 제작 참여 • 2014년: 첫 번째 웹시리즈 에그스퍼트(The Eggsperts) 출시		
기업소개	• 사전 제작, 애니메이션 작화, 후시 작업 등 애니메이션 작업 범위 전체를 소화할 수 있는 대형 애니메이션 스튜디오 • TV애니메이션, 광고, 게임(PC 및 콘솔) 등 다양한 분야의 애니메이션 작업에 참여하고 있으며 시드니 오피스는 약 400명의 인력을 운영 중 • 현재 프랑스 애니메이션 회사 스튜디오100(Studio 100 Animation)의 자회사로 있으면서 그룹사 내부의 애니메이션뿐만 아니라, 호주 TV 방영 애니메이션을 위한 자체 IP의 애니메이션을 제작 중		



표5-13

머천트와이즈

기업명	머천트와이즈(Merchantwise)		
홈페이지	www.merchantwise.com		
주소	Level 3, 165 Fitzroy St, St Kilda, Victoria 3182, Australia		
고용인원	약 100명	설립연도	2005년
상장여부	비상장	담당자	Catherine Hansen (Senior Retail Marketing manager)
		이메일	catherine@ merchantwise.com
업종	캐릭터, 애니메이션 라이선싱		
주요연혁	• 2005년: 머천트와이즈 설립 • 2012년: 토크프렌즈(Talking Friends) 캐릭터 라이선싱 계약 체결 • 2021년: 텔레토비 와일드브레인(Wildbrain)과 호주/뉴질랜드 지역에 대한 서브에이전시 계약 체결 • 2022년: 추파츨스(Chupa Chups) 브랜드 라이선싱 계약 체결		
기업소개	• 전 세계 주요 캐릭터 및 브랜드 상품을 소싱하여 호주, 뉴질랜드 지역에 캐릭터 라이선싱 사업 진행 • 신규 캐릭터에 대해서는 인지도 강화를 위하여 각종 프로모션과 3자 협업 프로모션을 진행하며, 라이브쇼 진행, 캐릭터 상품 제작, 머천다이즈 제품 개발, 유통망 개척 등을 진행 • 게임 분야에서는 에픽 게임즈(Epic Games), 일본 세가(SEGA)등의 제품 브랜딩 및 캐릭터 라이선싱 사업을 진행. 마인크래프트, 소닉 등 아동용 콘텐츠에 대해서도 호주, 뉴질랜드에 광범위한 사업권을 가지고 마케팅 수행		



표5-14

크리에이티브 프로덕트 엔터프라이즈

기업명	크리에이티브(Creative)		
홈페이지	www.creativepro.net.au		
주소	21 Anvil Road, Seven Hills NSW 2147, Australia		
고용인원	약 100명 (라이선싱 사무실)	설립연도	2000년
상장여부	비상장	담당자	David Te (Senior Creative)
		이메일	dte@ thecreativelocker.com
업종	캐릭터 라이선싱		
주요연혁	• 2000년: 크리에이티브 프로덕트 엔터프라이즈 시드니 본사 설립 • 2000년: 2000년 시드니 올림픽 공식 머천다이즈 상품 제조 • 2001년: 캐릭터 상품 생산을 위한 자체 중국 공장 운영 개시		
기업소개	• 자체 공장을 운영하면서 해외에서 라이선싱 도입한 캐릭터 상품을 직접 제조하여 유통 • 외부 클라이언트사에서 직접 제조하고자 캐릭터 상품의 컨설팅, 제품 제작 대행, 유통까지 직접 진행		



표5-15

라이센싱 에센셜

기업명	라이센싱 에센셜(Licensing Essentials)			
홈페이지	www.licensingessentials.com.au			
주소	18 Hudson Court, Keysborough VIC 3173, Australia			
고용인원	약 100명	설립연도	2000년	
상장여부	비상장	담당자	Linh T. (Assistant Brand Manager)	
		이메일	enquiry@licensingessentials.com.au	
업종	캐릭터 라이선싱			
주요연혁	• 1992년: 라이센싱 에센셜 전신 악세서리 제조업체 설립 • 2000년: 라이센싱 에센셜 회사 설립 • 2022년: DC, 디즈니, 코카콜라, 본스캇, 비틀즈, 엘비스 등 서구 및 북미 중심의 머천다이즈 상품 라이선싱권 유지			
기업소개	• 북미 중심의 브랜드를 대상으로 악세서리 캐릭터 라이선싱으로 출발하여 현재는 의류, 아웃도어 제품, 문구류, 실내 인테리어 제품들로 운영 범위를 확장 • 호주 및 뉴질랜드를 대상으로 주로 유통하고 있으며 현지에서 잘 판매 될 수 있는 제품을 자체 개발 • 오프라인 매장에 B2B 납품도 진행하고 있으며 광범위한 전자상거래 운영을 통하여 호주 및 뉴질랜드 전역에 제품 유통			

표5-16
홈엔터테인먼트 서플라이어

기업명	홈엔터테인먼트 서플라이어 (Home Entertainment Suppliers)			
홈페이지	www.hes.net			
본사주소	126 Bonds road, Riverwood, New South Wales, 2210, Australia			
고용인원	약 200명	설립연도	1984년	
상장여부	비상장	담당자	Colin Leung (Senior Manager)	
		이메일	colin@hes.net	
업종	PC 게임, 콘솔 게임, 게임기, 게임 주변 기기 유통			
주요연혁	• 1984년: 홈엔터테인먼트 서플라이어 회사 설립 • 1990년: 1990년대 초반까지 닌텐도 게임을 호주 국내로 병행 수입 • 1995년: 일본 세가마스터 콘솔용 호주 병행 수입 • 1999년: 게임 퍼블리싱 자회사 트루블루(Tru Blu) 설립			
기업소개	• 일본 닌텐도, 세가 콘솔 게임 카트리지가 호주에 정식으로 발매되지 않았던 시기에 호주 국내로 병행 수입 하면서 성장 • 호주 게임 시장이 성장하고 정식 게임들이 출시되면서 기존 유통망을 활용하면서 지속 확장 • 현재 PC게임, 엑스박스, 플레이스텐, 닌텐도 콘솔 시리즈의 게임기와 게임 주변기기를 자사 오프라인 매장을 통해 유통 중			

표5-17

하프브릭

기업명	하프브릭(Halfbrick) 		
홈페이지	www.halfbrick.com		
주소	23 Musgrave Rd, Red Hill, Queensland, 4059, Australia		
고용인원	약 30명	설립연도	2001년
상장여부	비상장	담당자	Vishal Mahadeo (Marketing Coordinator)
		이메일	vmahadeo@halfbrick.com
업종	모바일 게임 개발		
주요연혁	• 2001년: 하프브릭 게임 개발 스튜디오 설립 • 2002-2006년 사이 로켓파워(Rocket Power), 닉툰(Nicktoons) 등 게임보이(Gameboy) 어드반스 기반의 게임 7종 출시 • 2007-2011년: 닌텐도DS, 플레이스테이션 포터블, PC 로 확장하여 약 20여종 게임 개발 및 출시 • 2011년: 안드로이드 게임 프루트 닌자(Fruit Ninja) 출시 • 2015-2021년: 프루트닌자2, 프루트닌자VR 등 다양한 플랫폼을 기반으로 한 프루트닌자 시리즈 출시		
기업소개	• 2019년까지 전 세계적으로 10억 회 이상 다운로드 달성한 캐주얼 게임 프루트닌자를 개발한 호주 게임 회사. • 2011년까지 게임보이, 닌텐도DS, 플레이스테이션 폴터블 등 다양한 포터블 디바이스 기반의 게임을 개발하면서 포터블 게임에 대한 시장 수요와 노하우를 확보 • 전 세계적으로 큰 인기를 얻은 프루트닌자를 출시하면서 추가 시리즈 제작하였으며 IP를 바탕으로 사업 확장		

표5-18

마이티킹덤

기업명	마이티킹덤(Mighty Kingdom)			
홈페이지	www.mightykingdom.com			
주소	Level 4, 121 King William Street, Adelaide SA 5000, Australia			
고용인원	약 50명	설립연도	2010년	
상장여부	상장 ASX: MKL	담당자	Jess Paulin(Product Marketing Manager)	
		이메일	Jess@mightykingdom.com	
업종	모바일, PC, 콘솔 게임 개발			
주요연혁	• 2010년: 개발자 필립 메이예스(Philip Mayes)가 회사 설립 • 2019년: 호주 ‘올해의 게임 개발 스튜디오(Australian Studio of the Year)’로 선정 • 2021년: 누적 50개 게임 출시, 전체 5,000만 다운로드 달성 • 2021년: 4월 21일 호주 증시 상장(기업 가치 4,600만 호주 달러)			
기업소개	• 호주 게임 개발사 중 가장 큰 기업가치를 인정받고 있으며 게임 회사 최초로 호주 증시에 상장 성공 • 레고프렌즈, 와일드라이프(Wild Life), 쇼핀크(SHopkins) 등 유명 IP를 활용한 게임들이 좋은 성과를 얻으면서 빠르게 성장하였으며 현재까지 50개 이상 게임 출시 • 모바일 게임 개발로 시작하였으나 IPO를 통해 신규 인력 채용하여 PC, 콘솔(PS4, PS5, X박스, 닌텐도 스위치) 게임 개발로 사업 범위를 확장			

표5-19

KMD 브랜드

기업명	KMD브랜드(KMD Brands)		
홈페이지	www.kmdbrands.com		
주소	249 Part St, South Melbourne Victoria, Australia, 3205		
고용인원	약 1,150명	설립연도	1987년
상장여부	상장 NZX: KMD ASX: KMD	담당자	Eva Barrett (Chief Customer Officer)
		이메일	barretteva@yahoo.com
업종			
주요연혁	• 1987년: 아웃도어 스포츠 ALP Sports 브랜드를 설립하고 호주에서 첫 번째 소매점 오픈 • 1992년: 시드니, 멜버른, 브리즈번, 캔버라로 매장 네트워크 확대 • 2006년: 사모펀드 Quadrant Private Equity에서 주요 지분 인수 • 2009년: 호주 및 뉴질랜드 증시 상장 • 2017년: 2017-2019년 뉴질랜드 코스트투코스트(Coast to Coast) 게임 네이밍 스폰서십 획득 • 2019년: 립컬(Rip Curl) 브랜드 인수 • 2022년: 카트만두(Kathmandu)에서 KMD 브랜드로 개명		
기업소개	• 1987년 출시한 아웃도어 전문 브랜드로 산하에 립컬, 카트만두, 오보즈(Oboz)로 나뉘어 분야별 전문 브랜드로 성장 • 2009년 호주 및 뉴질랜드 증시에 상장하였으며 중국을 비롯하여 동남아시아 주요 국가에 의류, 패션 아이템 생산 설비 운영 중		



표5-20

빌라봉

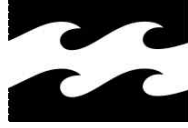
기업명	빌라봉(Bilabong)		
홈페이지	www.bilabong.com		
주소	No 19, 1 Billabong Place Burleigh Heads QLD 4220, Queensland, Australia		
고용인원	약 6,000명	설립연도	1973년
상장여부	비상장	담당자	Kim Nichols (Senior customer Service officer)
		이메일	knichols@billabong.com.au
업종	남성 및 여성 의류, 패션 아이템, 악세서리, 서핑 전문 제품		
주요연혁	• 1973년: 호주 퀸즈랜드 골드코스트에서 고던 머찬트(Gordon Merchant)가 설립 • 1987년: 뉴질랜드, 일본, 남아프리카공화국으로 수출 개시 • 2000년: 빌라봉 호주 증시 상장 • 2001년: 서핑, 스키, 스케이트 보드 등 익스트림 스포츠 전문 안경 브랜드 본 지퍼(Von Zipper)를 인수하면서 하위 브랜드 확장 • 2004년: 서핑 전문 신발 브랜드 커스텀(Kustom) 인수 • 2018년: 호주 서핑 브랜드 쿼실버가 빌라봉 인수		
기업소개	• 서핑 전문 바지 제조 및 도매업에서 시작하여 서핑 의류 전체, 서핑 안경, 서핑 신발 등 서핑 전문 패션 브랜드로 성장 • 서핑에 특화되어 있는 전문 브랜드들을 인수하면서 성장해왔으며 서핑 지역을 중심으로 전 세계 시장에 진출 • 빌라봉 파이프라인 마스터즈(Bilabong Pipeline MAsers)와 같은 빌라서핑 스포츠대회를 정기 개최하고 있으며 매년 서핑 스포츠 관련한 개인 시상식을 개최하면서 후원		

표5-21

립컬

기업명	립컬(Rip Curl)		
홈페이지	www.ripcurl.com		
주소	101 Surf Coast Hwy, Torquay VIC 322, Australia		
고용인원	약 2,000명	설립연도	1969년
상장여부	비상장	담당자	Neil Ridgway (Chief Brand and Marketing officer)
		이메일	neil.ridgway@ripcurl.com
업종	서핑 관련 전문 의류 브랜드		
주요연혁	• 1969년: 호주 전문 서퍼 워브릭(Doug Warbrick)과 기업인 브라이언 싱어(Brian Singer)가 설립. • 1970년: 초창기에는 서핑보드를 제조 및 판매하였으나 서퍼용 의류 생산 판매로 제품 라인 확대 • 2019년: 호주 아웃도어 전문 브랜드 및 리테일 카트만두(Kathmandu)에 매각		
기업소개	• 첨단 기술과 패션 디자인을 서핑 의류에 도입하면서 립컬 브랜드를 넘어 호주를 서핑 의류 중심지로 거듭나게 하고 있는 패션 브랜드 • 호주/뉴질랜드에 61개, 남아프리카공화국 94개, 북미 29개, 아프리카 및 중동 21개, 아시아 72개, 유럽 55개 매장을 운영하면서 글로벌 시장에서 서핑 전문 브랜드로 자리매김하고 있음 • 호주, 포르투갈, 인도네시아 발리에서 립컬 월드투어를 정기 개최하고 있으며 후원하고 있는 많은 프로선수들이 세계 대회에서 우승		



표 5-22 코튼온그룹

기업명	코튼온그룹(Cotton On Group)			
홈페이지	www.cottonongroup.com.au			
주소	14 Shepherd Ct, North Geelong VIC 3215, Australia			
고용인원	약 600 명	설립연도	1991년	
상장여부	비상장	담당자	Dominic Ralton (General Manager)	
		이메일	dominicr@ cottonon.com.au	
업종	패션 브랜드, 스포츠웨어, 실내장식			
주요연혁	• 1991년: 호주 기업가 나이젤 오스틴(Nigel Austin)이 호주 지롱에서 창립 • 2004년: 코튼온키즈(Cotton on Kids) 브랜드 출시 • 2006년: 최초 해외 진출(뉴질랜드) • 2007년: 코튼온바디(Cotton on Body) 브랜드 출시 • 2013년: 호주 여성 브랜드 슈프레(Supre) 인수 • 2016년: 호주 여성축구리그(AFL) 스폰서십 계약			
기업소개	• 호주 최대의 의류 및 패션 브랜드로 코튼온, 코튼온키즈, 코튼온바디, 루비(Rubi), 타이포(Typo), 로스트(Lost) 등 10여개 브랜드 운영하면서 호주 전역에 288개 매장 운영 • 2000년대 초반부터 활발하게 해외 시장으로 진출하여 현재 미국, 영국, 브라질, 말레이시아, 홍콩, 태국, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르, 사우디아라비아, UAE 등 18개국에서 약 1,500개 매장 운영 • 호주의 디자인 부서에서 의류 디자인하여 의류 공장을 포함한 공급망은 해외에서 생산 관리			

표 5-23 애프터페이

기업명	애프터페이(Afterpay)		
홈페이지	www.afterpay.com		
주소	L 8 Queen & Collins Tower 376-390 Collins St Melbourne, VICTORIA, 3000 Australia		
고용인원	약 3,500 명	설립연도	2014년
상장여부	비상장	담당자	Andrew Balint (VP Marketing ANZ)
		이메일	andrew@ afterpay.se
업종	스타트업 (BNPL 서비스)		
주요연혁	• 2014년: 기업인 몰나(Molnar)가 BNPL 서비스 모델의 애프터페이 설립 • 2016년: 호주 증시 상장 • 2018년: 미국 벤처캐피탈 매트릭스 파트너(Matrix Partners)에서 1,940만 호주 달러 투자 유치 • 2018년: 미국 시장 진출, 영국 BNPL 서비스 클리어페이(ClearPay) 인수 • 2020년: 미국 시장 내 500만 회원 모집 • 2021년: 미국 테크 기업 블록(Block, Inc)가 애프터페이 인수		
기업소개	• 호주에서 처음 시작한 BNPL(Buy Now Pay Later) 서비스, 신용카드를 발급하지 않고도 소비자 입장에서는 유사한 할부 서비스를 활용할 수 있는 핀테크 서비스로써 호주 및 구미 시장에서 급격하게 시장 확장 • 애프터페이의 시장 확장으로 호주 내에서는 2018년 이후 일반 신용카드 발급 숫자가 줄어들고 있으며 현재 호주, 뉴질랜드, 미국, 영국 등 구미 지역으로 빠르게 시장 확장		



표 5-24 칸바

기업명	칸바(Canva)		
홈페이지	www.canva.com		
주소	110 kippax street surry Hills, NWS 2010, Australia		
고용인원	약 2,000 명	설립연도	2013년
상장여부	비상장	담당자	Zach Kitschke (CMO)
		이메일	zach@canva.com
업종	스타트업 (그래픽 프로그램)		
주요연혁	• 2013년: 기업인 멜라니 퍼킨스(Melanie Perkins) 호주 퍼쓰에서 회사 설립 • 2014년: 이용 유저 75만 명 달성 • 2015년: 칸바 기업용 프로그램 출시 • 2016년: 2,000만 호주 달러 매출 달성 • 2018년: 미국 벤처캐피탈 세콰이어를 통해 4,000만 호주 달러 투자 유치 • 2020년: 페덱스(Fedex), 오피스디포(Office depot)와 협업 체결		
기업소개	• 소셜미디어, 프레젠테이션, 포스터 제작 등을 위한 개인용 멀티미디어, 그래픽 프로그램 • 밀레니얼 세대가 개인 소셜 미디어를 필수적으로 사용하면서 회사가 급성장하였으며 설립 첫해부터 광범위하게 유저를 모으면서 큰 인기 • 다수의 미국 벤처캐피탈로부터 투자를 유치하면서 구미를 비롯하여 전 세계 시장으로 진출하였으며 개인용 차세대 그래픽 프로그램으로 각광		

표 5-25 주도뱅크

기업명	주도뱅크(Judo Bank)		
홈페이지	www.judo.bank		
주소	Level 3/40 City Road, Southbank VIC, Australia 3006		
고용인원	약 1,700 명	설립연도	2016년
상장여부	비상장	담당자	Lisa Frazier(COO)
		이메일	lisa.frazier@judo.bank
업종	스타트업 (그래픽 프로그램) 1050011131		
주요연혁	• 2016년: 개인 시드 머니를 통해 스타트업 설립 • 2018년: 아이언브릿지 캐피탈(Ironbridge capital)로부터 1억 4,000만 달러 투자 유치 • 2018년: 전 호주중앙은행 임원 다수 영입 • 2018년: 크레딧스위스(Credit Suisse)에서 3억 5,000만 달러 투자 유치 • 2019년: 미국 골드만삭스 통해 1억 달러 투자 유치 • 2019년: 호주금융위원회(The Australian Prudential Regulation Authority)에서 예금 취급 허가 취득(ADI, Authorised Deposit-taking Institution)		
기업소개	• 개인 및 중소기업을 대상으로 한 대출전문 업체 • 현재 업무 범위를 넓혀 B2B뱅킹, 일반예금, 법인대출대부, 리스, 개인대출, 중소기업을 대상으로 한 담보 대출, 부동산 담보 대출 등으로 업무 범위를 대폭 확장 • 2020년 12월 전 세계 20대 네오뱅크(NeoBank)에 선정 • 2020년 가장 일하기 좋은 호주 출신 스타트업에 선정		



표 5-26

아틀라시안

기업명	아틀라시안(Atlassian)		
홈페이지	www.atlassian.com		
주소	Level 29/363 George St, Sydney, Australia		
고용인원	약 8,800 명	설립연도	2002년
상장여부	상장 (Nasdaq: TEAM)	담당자	Manog Kenadath(Head of Strategic Programs)
		이메일	mkenadath@atlassian.com
업종	소프트웨어 개발		
주요연혁	• 2002년: 기업인 마이크 캐논 브룩스(Mike Cannon Brookes)가 설립 • 2002년: 대표 소프트웨어 지라(Jira) 개발 및 배포 • 2004년: 콘플루언스(Confluence) 프로그램 개발 및 배포 • 2010년: 액셀 파트너(Accel Partners)에서 6,000만 달러 투자 유치 • 2011년: 1억 달러 매출 달성 • 2015년: 3억 2,000만 달러 매출 달성 • 2015년: 미국 나스닥 상장		
기업소개	• 프로젝트 매니지먼트 프로그램 및 기타 B2B 프로그램 소프트웨어를 제작하는 대표적인 호주 기반의 스타트업. 개인 스타트업으로 시작하여 2015년에 미국 나스닥 증시에 상장 • 현재 호주 시드니, 미국, 영국에서 지역 거점 사무실 운영하면서 전 세계 개발자 채용 • 2022년 2분기 현재 190개국에서 약 25만 유료 고객 확보 • 현재 암스테르담, 오스틴, 보스턴, 뉴욕, 샌프란시스코, 마운틴뷰, 마닐라, 요코하마, 뱅갈로르, 시드니에서 사무실 운영 중		



표 5-27

에어월렉스

기업명	에어월렉스(Airwallex)		
홈페이지	www.airwallex.com		
주소	Melbourne Level 7/15 William St. Melbourne, VIC 3000, Australia		
고용인원	약 1,000 명	설립연도	2015년
상장여부	비상장	담당자	Brendan Connaughton(Growth Marketing Lead)
		이메일	brendan.connaughton@airwallex.com
업종	핀테크		
주요연혁	• 2015년: 기업인 잭 장(Jack Zhang)에 의해 설립 • 2015년: 국제 거래 페이먼트 시스템 베타 버전 출시 • 2017년: 호주 ANZ은행과 파트너십 체결 • 2018년: 중국 텐센트(Tencent), 마스터카드와 파트너십 체결 • 2018년: 8,000만 달러 외부 투자 유치 • 2018년: 본사 홍콩 이전 및 스트라이프(Stripe)에 피인수 • 2019년: 세과이어 및 복수 투자 기관에서 1억 달러 투자 유치		
기업소개	• 중소 규모의 국가간 거래에 간편한 페이먼트를 지원하는 서비스를 제공하면서 성장하였으며 현재는 B2B, B2C용 다양한 구독형 프로그램(SaaS) 개발로 사업 모델 확장 • 2018년에 호주 스타트업 사상 2번째로 큰 규모의 외부 투자를 유치하였으며 현재는 국가 간 거래를 위한 페이먼트 서비스의 특성상 본사를 홍콩으로 확장 이전하여 서비스 제공 범위 확대		





2022 호주 콘텐츠 시장분석보고서

발 행 인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 처	한국콘텐츠진흥원 전라남도 나주시 교육길 35 (T.1566-1114 / F.061-900-6025)
편 집 위 원	지경화(KOCCA 해외사업지원단 단장) 김영수(KOCCA 인도네시아 비즈니스센터장) 주윤지(KOCCA 인도네시아 비즈니스센터 차장)
기 획 편 집	KOCCA 인도네시아 비즈니스센터
내 용 문 의	김영수(KOCCA 인도네시아 비즈니스센터장) T. +62-21-252-3151 E. yskim@kocca.kr
발 행 일	2022년 11월 9일
서 명	2022 호주 콘텐츠 시장분석보고서
I S S N	2733-5798
기 관 번 호	



2022년 해외진출 기반조성 사업 서비스 만족도 조사 바로가기