KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2025

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

449 호

목차

위클리글로벌 | 449 호

2025 년 9 월 22 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
방송·영화·OTT	• [심천] 홍궈 · 아이치이, 배우와의 협업 모델 도입 • [오사카] 도호, 2025 년 일본 내 영화 흥행 수입 1,129 억 엔… 역대 최고치 경신 • [태국] 트루 CJ 크리에이션스-타이미디어펀드 양해협약 체결 • [태국] 대형 영화관에서 축구 관람 트렌드 • [인도] 2 분 스릴러의 부상: 스타트업, 인도 100 억 달러 마이크로 드라마 붐 쫓다 • [인도] 인도인 4 명 중 1 명, TV 대신 모바일로 콘텐츠 소비 • [싱가포르] MAFF 2025, 말레이시아 애니메이션 단편영화 특별상영회 개최 • [LA] 디즈니·워너·NBCU, 중국 AI 기업 미니맥스 제조 • [프랑스] 프랑스 유튜버들, 대형 콘텐츠 제작으로 전통 미디어에 도전 • [프랑스] 한국독립영화 〈스틸 플라워〉, 〈세컨드 라이프〉 프랑스에서 블루레이 출시 • [영국] 2025 년 여름 박스오피스 분석 • [영국] 드라마 〈소년의 시간〉, 미국 에미상 6 관왕 기록 • [독일] 독일 온라인 오디오, 역대 최고 이용 기록 • [스웨덴] Filmen om Siw 다큐멘터리 영화 개봉 • [스웨덴] 프리즈마 필름 페스티벌(Prismas Film Festival) 개최 • [스웨덴] 북유럽 영화산업의 새로운 활력소‘2025 년 노르딕 단편 영화 피치’
게임·융복합	• [인니] 인니 현지 오픈월드 게임 〈트러블메이커 2〉 스팀 출시 • [프랑스] 유비소프트, 자회사 출범 후 ‘크리에이티브 하우스’ 체제로 재편 • [프랑스] 리옹에서 열린 로켓 리그 세계 선수권, 프랑스 이스포츠의 역사적 순간 • [뉴욕] ‘디스패치’ 게임과 TV 의 경계를 허무는 인터랙티브 시리즈 발매 • [멕시코] 정부의 ‘복지 비디오게임’ 제안에 기대와 우려 • [멕시코] 역사박물관, ‘게이머의 날 2025’ 맞아 특별 행사 개최 • [멕시코] 멕시코시티, 이스포츠를 공식 스포츠로 인정 • [독일] CGN Esports, 쾰른 Xperion 에 ‘체험 공간’ 신설 • [독일] XR EXPO, 2026 년부터 슈투트가르트 메세에서 개최 • [스웨덴] 스웨덴 북부 게임 산업 대표 Arctic Game 의 새로운 도약
애니·캐릭터	• [심천] 글로벌 방영된 〈로드 오브 미스터리즈〉 시즌 1 종영 • [도쿄] AI 를 활용한 캐릭터 IP 감수 프로그램 개발, 작업 시간 평균 60% 절감 • [싱가포르] 앙코르 필름, 〈나소흑전기 2〉 아시아 전역에 배급 예정 • [싱가포르] 〈원피스〉 무기와라 스토어, 싱가포르 주얼 창이 공항에 공식 개장 • [프랑스] 오픈 AI, 애니메이션 영화 〈크리터즈(Critterz)〉, 칸에서 첫 공개 예정
만화·웹툰·스토리	• [LA] 디즈니, 웹툰과 손잡고 글로벌 디지털 코믹스 플랫폼 구축

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

목차

위클리글로벌 | 449 호

2025 년 9 월 22 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
음악	• [심천] 중국공연업협회, 2025 년 7~8 월 공연시장 현황 발표 • [싱가포르] Bubbling & Boiling Music and Arts Festival, 싱가포르에서 첫 개최 • [영국] 라디오헤드, 2018 년 이후 첫 투어 발표 • [스웨덴] 스웨덴, AI 음악 학습에 대한 세계 최초의 '공식 라이선스' 도입 • [스웨덴] 2025 년 Music Publishers Award 올해의 심사위원단 발표 • [멕시코] 음악으로 역사를 새기는 멕시코의 원주민 여성들
패션	• [오사카] 도쿄에서 '패션테크 엑스포' 개최… AI 기반 쇼핑 체험 대거 선보여 • [프랑스] 아르마니 유언장 공개, LVMH 등 유럽 3 개 그룹에 지분 매각 지시 • [뉴욕] 2025 년 미국 패션 리테일 업계: 관세·수요·가격의 삼중 압박 • [독일] 독일 섬유·패션업계, 순환경제 전환 위한 새로운 EPR 개발 • [스웨덴] 스톡홀름에서 만나는 새로운 빈티지 'ERA 세컨핸드'
통합(정책 등)	• [북경] 상무부 등 9 개 부처, 서비스 소비 활성화 정책 발표 • [북경] 인터넷정보판공실, 미성년자 주요 이용 플랫폼 인정 기준 초안 공개 • [도쿄] 반다이, SNS 유행 AI 피규어 이미지에 로고 사용 주의 당부 • [인니] 인니 창조경제 부문 2025 년 상반기 투자액 7 조 5,790 억 원으로 사상 최대 • [인니] 2025 년 하반기 인니 제품 홍보대사로 선정된 K 팝 아이돌 • [베트남] 윤아, 10 월 호찌민 팬미팅 개최 확정 • [UAE] 중동 스타트업 투자 증가, 부동산에서 게임 산업까지 • [UAE] UAE 미디어위원회 소셜 미디어 사용자 집단 기소 • [태국] APEC 문화산업고위급대화와 태국의 기회 • [태국] 싸왓디 서울 타이 페스티벌 2025 • [호주] 만 16 세 미만 소셜미디어 금지법, 가이드라인 발표와 논란 심화 • [싱가포르] 말레이시아 정부, 메타에 불법 온라인 도박 광고 단속 촉구 • [싱가포르] 넷클래스 테크놀로지, 싱가포르 내 AI 및 블록체인 사업 확장을 위해 240 만 달러 유치 • [프랑스] 프렌치 테크(French Tech), 스타트업 성장 급격한 둔화 • [영국] 트럼프 방문을 앞두고 총리에 작품 보호를 촉구한 영국의 아티스트들

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
K-콘텐츠와 세계로 미래로

방송·영화

[심천] 훙궈·아이치이, 배우와의 협업 모델 도입 1)

- **숏폼드라마 앱 훙궈(红果)는 지난 9 월 4 일 '배우 협업 계획'을 공식 발표함**
  - 훙궈는 배우 개인을 대상으로 '배우 수익 배분 시스템'을 구축하여 배우의 창작 능력과 작품의 품질 등을 종합적으로 고려해 배우의 최저 수익을 보장하거나 수익 배분 인센티브 방안을 수립할 방침임
  - 또한, 배우 에이전시를 대상으로 '신인 배우의 플랫폼 입주 장려를 위한 협업 모델'을 도입하여, 배우 에이전시와 신인 배우가 플랫폼 입주를 완료하고, 신인 배우가 드라마에 출연할 경우, 해당 배우가 소속된 배우 에이전시에 인센티브를 제공할 예정임
  - 중국 주요 OTT 플랫폼 아이치이의 경우, 9 월 12 일 '숏폼드라마 협업 계획'을 개편한다고 밝혔는데, 여기에 배우 협업 모델이 추가로 포함됨
  - 아이치이는 우수한 배우를 아이치이 숏폼드라마 생태계에 유입시켜, 이들에게 숏폼드라마 5 편에 대해 협업을 보장하고, TV 드라마, 영화, 예능 등 롱폼 콘텐츠에 참여할 수 있는 통로를 제공하는 협업 모델을 도입함

[오사카] 도호, 2025 년 일본 내 영화 흥행 수입 1,129 억 엔… 역대 최고치 경신 2)

- **도호(東宝)는 지난 9 일, 2025 년 자사 그룹이 배급한 영화의 일본 내 흥행 수입이 1,129 억 엔에 달해 연간 기준으로 역대 최고치를 기록. 1 월부터 8 월까지의 수치만으로도 기존 최고였던 2023 년(1,055 억 엔)과 2024 년(1,005 억 엔)을 넘어선 성과. 실사 영화 〈국보(国宝)〉를 비롯해 세 편의 작품이 흥행 수입 100 억 엔을 넘기는 대히트 기록**
  - 2025 년 8 월 31 일 기준으로 흥행 수입 100 억 엔을 돌파한 작품은 세 편. 애니메이션 극장판 〈귀멸의 칼날: 무한성편(鬼滅の刃 無限城編)〉은 7 월 개봉 이후 299 억 엔의 수익 창출. 〈명탐정 코난: 척안의 잔상(名探偵コナン 隻眼の残像)〉은 4 월 개봉해 146 억 엔 수익 기록. 실사 영화 국보는 6 월 개봉 이후 124 억 엔의 성과를 냈으며 〈극장판 도라에몽: 진구의 그림 이야기(映画ドラえもん のび太の絵世界物語)〉 또한 45 억 엔을 넘어섰음
  - 외국 영화 배급을 담당하는 도호 자회사 도호토와(東宝東和)와 토와픽처스(東和ピクチャーズ)는 각각 〈미션 임파서블: 데드 레코닝〉으로 52 억 엔, 〈쥬라기 월드: 부활의 대지〉로 43 억 엔의 흥행 수익 기록. 또한 영화관 운영을 담당하는 자회사 TOHO 시네마즈(TOHO シネマズ)는 8 월 한 달간 흥행수입 105

1) 출처 : https://yule.sohu.com/a/932990878_351788
https://baijiahao.baidu.com/s?id=1843059307008483411&wfr=spider&for=pc
2) 출처 :
https://www.nikkei.com/nkd/company/article/?DisplayType=1&ng=DGXZQOUC099C70Z00C25A9000000&scode=9602&ba=6

억 엔 기록. 〈날씨의 아이(天気の子)〉, 〈토이 스토리 4〉 등이 상영됐던 2019 년 8 월(101 억 엔)의 기록을 넘어 월 단위 매출 역대 최고치 경신

- 현재 일본 영화 업계는 애니메이션 영화를 중심으로 성장세를 보이고 있으며 외국 영화 배급사 또한 매출이 증가하고 있는 상황. 이를 계기로 일본 영화 업계는 외국 영화를 적극적으로 수용하고 협업 기회를 확장해나갈지 귀추가 주목되고 있는 상황

[태국] 트루 CJ 크리에이션스-타이미디어펀드 양해협약 체결 3)

- **9 월 3 일, CJ 와 태국 트루의 합작법인인 트루 CJ 크리에이션스(True CJ Creations)는 태국 문화부 산하 타이미디어펀드(Thai Media Fund)와 양해협약(MOU)을 체결했음**
  - 타이미디어펀드 사옥에서 진행된 양해협약식에는 타나껀 타이미디어펀드 CEO 와 트루 CJ 크리에이션스 마이클 정 등이 참석했음
  - 이번 협약은 안전하고 창의적인 미디어 생태계를 조성하고 고품질 미디어 제작에 혁신을 도입할 수 있도록 지원하는 것임
  - 또한 태국 기업가와 미디어 인재들의 전문성을 향상시켜 포괄적인 잠재력을 증진하고 양질의 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하는 것을 목표로 함
  - 특히 작가 지망생들에게 열려있는 창작 공간과 기회를 제공하는 CJ E&M 의 프로젝트인 '오펜(O'PEN)' 을 태국에서 진행하고, 태국 콘텐츠가 국제적인 수준에 도달할 수 있도록 발전시킬 것임

|그림 1| 양해협약식 단체사진

[태국] 대형 영화관에서 축구 관람 트렌드 4)

- **8 월 31 일, 방콕 시암파라곤 쇼핑센터 6 층에 위치한 시암 파왈라이 시네마에서 프리미어리그 리버풀과 아스날의 축구경기를 극장에서 관람하는 '더 콥 나이트(The KOP Night: The Ultimate LFC Watch Party)' 행사가 1,000 여 명이 참석한 가운데 성황리에 개최되었음**

3) 출처 : https://www.tnnthailand.com/activities/210184
4) 출처 : https://www.springnews.co.th/lifestyle/spring-life/859594

- 아디다스 타일랜드가 기획한 이번 행사는 경기 전 이스포츠 대회를 비롯해 한정판 피규어 전시, 게임존, 미니타투, 경품 추첨 등 다양한 활동도 함께 했음
- 특히 가족, 청소년, 여성 등 폭 넓은 참가자들이 행사에 동참했음
- 태국의 더 스프링(The Spring) 지는 9 월 3 일자 칼럼에서 "영화관에서 축구를 관람하는 것이 현대 축구 응원의 새로운 문화가 되었다."라는 글을 게재했음
- 더 스프링 지는 "영화관 축구 관람이 거대한 스크린과 4K 해상도를 통해 집이나 펍(Pub)과는 비교할 수 없는 화질과 음향을 제공하고 팬들에게 감독적인 경험을 선사하고 있으며, 21 세기 축구 팬들의 라이프 스타일에 완벽하게 대안을 제시하고 있다"라고 게재했음

|그림 2| 경기 관람 모습 / 부대 행사

[인도] 2 분 스릴러의 부상: 스타트업, 인도 100 억 달러 마이크로 드라마 붐을 쫓다 5)

인도에서 마이크로 드라마가 인기를 얻고 있음

- VC 의 투자, 사용자들의 클리프행어 에피소드 열풍, AI 의 제작비 절감 등 다양한 흐름 속에서 스타트업들은 단편 연재 소설을 위한 모바일 기반 플랫폼 구축에 박차를 가하고 있음. 수익 창출은 아직 초기 단계이지만, 이 포맷은 상당한 주목을 받고 있음
- 콘텐츠 혁명의 중심에는 인도 스트리밍 생태계의 새로운 골드러시인 수직 마이크로 시리즈를 쏟아내는 6 개 이상의 플랫폼이 있음
- 9 억 명의 인터넷 연결과 모바일 중심 사용자 기반을 갖춘 인도는 마이크로 드라마의 중심지로 부상하고 있음. 최근 자체 스토리텔링 플랫폼인 쿠팅(Kutingg)을 출시한 발라지 텔레필름(Balaji Telefilms)의 최고 매출 책임자(CRO) 니틴 버먼(Nitin Burman)은 2030 년까지 마이크로 드라마 시장 규모가 약 100 억 달러에 이를 것으로 예상한다고 언급함
- 플릭 TV(Flick TV)의 공동 창립자인 쿠샬 싱할(Kushal Singhal)은 보수적인 입장을 취하지만, 마찬가지로 낙관적인 전망을 내놓았음. 중국의 마이크로 드라마 시장은 70 억 달러 규모로 성장했으며, 인도도 향후 5 년 안에 50 억 달러 규모의 기회를 맞이할 것으로 예상된다고 말함. 인도 소비자들이 오디오 OTT, 라이브

5) 출처 : https://www.moneycontrol.com/news/business/startup/the-rise-of-the-2-minute-thriller-startups-chase-india-s-10-billion-micro-drama-boom-13163561.html#goog_rewarded

스트리밍, 버티컬 콘텐츠 플랫폼 전반에서 프리미엄 단편 콘텐츠에 대한 지불 의향이 증가하고 있다고 덧붙임

- 인도의 마이크로드라마 생태계는 Flick TV 와 같은 독립형 앱과 Eloelo 의 StoryTV, Kuku FM 의 Kuku TV, ShareChat 의 Quick TV, Amazon MX Player 의 MX Fatafat, Balaji 의 Kutingg, Zee 의 Bullet, 그리고 구자라트어 플랫폼 JOJO 의 JO 와 같은 플랫폼 주도 벤처로 빠르게 성장하고 있음
- 간편 시청 프로그램은 제작 기간이 며칠밖에 걸리지 않고 뮤직비디오 한 편보다 저렴하며, 빠르게 본격적인 사업으로 발전하고 있음
- 현재 일부 플랫폼에서는 200 개 이상의 작품을 서비스하고 있음. 예를 들어, 쿠팅(Kutingg)은 한 달 전 ALTT 앱에서 서비스를 시작했으며, 이미 400 편이 넘는 에피소드를 보유하고 있고 매주 새로운 프로그램을 공개하고 있음. 버먼(Burman)은 출시 이후 다운로드 수가 20% 증가했으며 가장 많은 이용자를 보유한 연령대는 18 세에서 30 세 사이의 남성임. 저희는 힌디어를 중심으로 하는 앱으로, 힌디어권 주요 시장에서 최대의 도달 범위를 자랑한다고 언급함
- 릴사가(ReelSaga)는 현재 100 편의 마이크로 드라마를 보유하고 있음. 플랫폼의 공동 창립자인 슈브 반살(Shubh Bansal)은 향후 1 년 안에 100 편을 더 추가할 계획이라고 말함. 이 회사는 최근 피커스 캐피털(Picus Capital)이 주도한 시드 라운드에서 210 만 달러를 투자받았음
- 최근 1,400 만 달러를 투자받은 엘로엘로(Eloelo)는 이 분야에 특별히 자본을 투자하고 있음. 창립자 사우라브 판데이(Saurabh Pandey)는 신생 기업을 위한 자본은 확보했지만, 현재 저희가 집중하고 있는 것은 마이크로 드라마라고 말함
- 플릭 TV 는 올해 로맨스, 스릴러, 일상 이야기 등 100 편 이상의 오리지널 마이크로 드라마 작품을 제작하며 제작에 박차를 가하고 있음. 이미 다운로드 수가 5 만 회를 돌파한 이 플랫폼은 Stellaris Venture Partners 로부터 시드 투자로 230 만 달러를 유치했음
- 싱할은 플릭 TV 에 대한 아이디어가 예상치 못한 곳에서 나왔다고 밝힘. 어머니가 주류 OTT 앱이 아닌 페이스북에서 크리에이터가 주도하는 간편 드라마를 정주행하는 것을 보고 그 순간 분명한 차이가 보였음. 인도 시청자들은 간편하고 모바일 중심적인 엔터테인먼트를 갈망하고 있지만, 기존 플랫폼은 이러한 행동 변화를 따라가지 못하고 있음
- 조조(JOJO)의 설립자 드루빈 샤(Dhruvin Shah)는 할머니가 인스타그램에서 영적인 주제의 영상을 다시 보는 것을 보고 비슷한 통찰을 얻었음
- 마이크로드라마는 단편 영상 소비와 연재 스토리텔링이라는 두 가지 멈출 수 없는 트렌드의 교차점에 있다고 반살은 지적함. 인도의 모바일 중심 시청자들은 릴(reel)을 통해 성장했지만, 감정적으로 더욱 풍부한 콘텐츠를 갈망함. 투자자들은 이를 차세대 포맷 전환으로 봄. 마이크로드라마가 기존 흥행 수익보다 더 많은 수익을 창출하는 중국과 같은 사례임
- 마이크로드라마 분야에 대한 투자자들의 관심은 지난 몇 년 동안 꾸준히 증가해 왔으며, 초기 성장세와 수익화 조짐이 나타나면서 자본 유입이 더욱 활발해지고 있음. 이 분야의 스타트업들은 OTT 서비스의 스토리텔링 깊이와 단편 영상의 편리함을 결합하여 디지털 엔터테인먼트의 차세대 주자로 주목받고 있음
- 시장 조사 기관인 벤처 인텔리전스(Venture Intelligence)의 데이터에 따르면, 마이크로 드라마 OTT

플랫폼은 2025 년까지 현재까지 6 건의 투자 라운드를 통해 4,400 만 달러를 유치했음

- 이는 2024 년 전체 5 건의 투자에서 유치된 2,800 만 달러보다 크게 증가한 수치임. 2021 년에도 동일한 금액이 투자되었지만, 더 많은 투자에서 유치되어 티켓 시장 규모가 증가하고 있음을 시사함
- 플릭 TV 에 투자한 스텔라리스 벤처 파트너스(Stellaris Venture Partners)는 마이크로 드라마가 중요한 공백을 메울 것이라고 생각함. 스텔라리스의 투자자인 마얀크 제인(Mayank Jain)은 모바일 시청자에게 적합한 짧은 영상과 감성적인 드라마가 결합된 두 가지 장점을 모두 갖춘 플랫폼이라고 말함. AI 의 부상으로 특히 신화, 공포, SF 와 같은 장르의 제작 비용이 저렴해지고 제작 속도도 빨라졌다고 언급함
- Info Edge Ventures 의 파트너인 키티 아가왈은 주의 집중 시간 단축, 엔터테인먼트 수요 증가, 그리고 생성적 AI 의 급속한 발전 등 여러 트렌드가 융합되고 있다고 지적했음
- 또한 인도 사용자들 사이에서 소액 결제에 대한 인식이 높아지고 있다는 점을 지적하며 인도에서 장기 구독료를 내고 싶어 하는 사람은 아직 극소수임. 에피소드 5 개를 무료로 보여준 후, 소액 결제를 하면 다음 25 개를 볼 수 있음. 사람들은 점점 더 이런 방식에 익숙해지고 있음
- 플랫폼들이 시청자의 관심을 끌기 위해 경쟁함에 따라 수익 창출 모델은 다양함. 구독 모델을 실험하는 플랫폼도 있고, 프리미엄(Freemium) 모델이나 광고 기반 형식을 시험하는 플랫폼도 있음
- 엘로엘로는 현재 여러 모델을 테스트하면서 일부 에피소드를 무료로 제공하고 있음. 판데이는 얼마나 많은 에피소드를 무료로 제공해야 할지, 클리프행어를 수익화해야 할지 등 여러 가지 실험을 진행할 것이라고 말함. 이 플랫폼은 작년에 2, 3 선 도시 사용자들의 소액 결제를 통해 연간 250 억 루피(약 3 조 8 천억 원)의 매출을 달성했다고 보고했음
- Flick TV 는 하이브리드 방식을 취하고 있음. 에피소드당 소액 결제로 시작하여 궁극적으로 구독으로 전환하는 방식임. Kutingg 은 코인 기반 시청 기반 결제 모델을 구축하고 있으며, 사용자가 시청할 때마다 코인을 획득할 수 있는 광고를 도입할 계획임
- MX Fatafat 를 운영하는 Amazon MX Player 는 2 억 5 천만 명의 활성 사용자와 10 억 건 이상의 다운로드라는 규모에 기대를 걸고 있음
- ShareChat 은 두 가지 접근 방식을 취함. 최근 구독 기반 상품인 QuickTV 를 출시하는 동시에, 단편 비디오 앱 Moj 에서 무료 시청 마이크로 드라마 콘텐츠를 배포하기 시작했음
- 마이크로드라마는 이미 1,500 만 명의 Moj 사용자가 시청했으며, 차란은 이 숫자가 한 달 안에 3,000 만 명을 넘어설 것으로 예상함. 마이크로드라마를 시청하는 사용자들은 현재 매일 약 1 억 편의 에피소드를 시청하고 있음. 브랜드 마케터들이 마이크로드라마 장르를 도입하기 시작하면 이 포맷이 12~18 개월 안에 ShareChat 의 광고 ARPU(사용자당 평균 수익)를 두 배로 늘릴 수 있는 잠재력을 가지고 있다고 덧붙임
- TV 나 영화와 달리 마이크로드라마는 제작 비용이 빠르고 저렴하며, 이는 수천 명의 크리에이터에게 일할 기회를 제공함. 버먼은 대부분의 프로그램 촬영에 2~3 일이 걸린다고 말함
- 차란은 분당 1 만 루피, 1 시간짜리 시리즈 제작에는 60 만 루피(약 8 만 원)의 비용이 든다고 추산함. 판데이는 이러한 호황 덕분에 뭄바이와 인도르 같은 도시에서 독립 아티스트에 대한 수요가 증가하고 있다고 덧붙임

- 디시 TV 의 CRO(최고마케팅책임자)인 수크프리트 싱은 마이크로드라마가 장편 콘텐츠 트래픽을 늘리고 있다고 언급함. 왓치오(Watcho)의 디지털 플랫폼에서는 짧은 영상이 시청자를 끌어들이는 역할을 함
- 왓치오의 새로운 크리에이터 중심 OTT 인 플릭스(Fliqs)는 이미 3,000 시간 분량의 콘텐츠를 업로드했으며, 마이크로드라마 포맷에서 점유율이 증가하고 있음
- 하지만 시장은 무제한적인 시청자를 수용하기 어려울 수 있음. 차란은 마이크로드라마를 시청하는 사람은 플랫폼에서 50% 더 많은 시간을 소비한다고 말하지만 너무 많은 시청자를 수용할 공간은 부족하며 시장은 통합되어야 한다고 말함
- 조조(JOJO)의 샤(Shah)가 인도는 인구와 콘텐츠량이 풍부하며, 마이크로드라마는 평균 시청 시간과 유지율을 확실히 높일 것이라고 언급함

[인도] 인도인 4 명 중 1 명, TV 대신 모바일로 콘텐츠 소비 6)

- **시장조사 기관 칸타르(Kantar)의 미디어 컴패스(Media Compass)에 따르면, 2025 년 3 월 분기에 디지털 채널만 이용하는 사용자의 비율이 23%로 급증했음**
  - 한 설문조사에서 인도인 4 명 중 거의 1 명이 TV 대신 모바일로 엔터테인먼트 및 미디어 콘텐츠를 소비한다고 답했음. 이는 넷플릭스부터 스타링크까지 세계 최대 소비 시장에서 성장을 모색하는 기업들에 시사하는 바가 큼
  - 시장조사업체 칸타르(Kantar)의 미디어 컴패스(Media Compass) 보고서에 따르면, 2025 년 3 월 분기에 디지털 채널만 사용하는 사용자의 수가 23%로 급증했음. 이 보고서는 전국 8 만 7 천 명의 인도인을 대상으로 설문조사를 실시했음. 이는 2023 년 같은 기간의 15%와 비교되는 수치임
  - 칸타르 남아시아 인사이트 사업부 전문 사업 담당 이사인 푸닛 아바스티(Puneet Avasthi)는 스마트폰만 사용하는 사용자가 사회경제적 하위 계층에 집중되어 있으며, 농촌 지역 사용자와 남성이 더 많다고 말함
  - 저렴한 스마트폰과 최저 4 달러의 월 휴대폰 요금제 덕분에 인터넷 접속이 급증하면서 인도는 세계 최대 디지털 소비 기반 중 하나가 되었음. 이러한 추세는 14 억 명이 넘는 소비자를 보유한 인도에서 더 많은 구독자를 확보하기 위해 노력하는 아마존닷컴(Amazon.com Inc.)의 프라임 비디오(Prime Video)와 메타 플랫폼스(Meta Platforms Inc.)의 인스타그램(Instagram)을 포함한 글로벌 미디어 대기업들의 마케팅 전략을 개선하는 데 도움이 될 것임
  - 인도의 위성 인터넷 또한 활성화될 것으로 예상되는데, 스타링크가 인도 통신부로부터 서비스 출시 승인을 받으면서 일론 머스크의 회사가 수년간 추진해 온 노력이 마무리될 전망임
  - 아바스티는 디지털 플랫폼이 인도 대중 사이에서 매우 다양한 카테고리의 성장 잠재력을 제공한다고 말함. 급증하는 전자상거래 덕분에 소비자들은 "버튼 클릭 한 번으로" 시골 시장에서는 구할 수 없는 제품을 구매할 수 있게 되었다고 덧붙임
  - 소프트뱅크 그룹(Softbank Group Corp.)이 지원하는 미쇼(Meesho)와 월마트(Walmart Inc.)가

6) 출처 : https://www.ndtvprofit.com/amp/business/one-in-four-indians-uses-only-a-mobile-for-content-ditching-tv

지원하는 플립카트(Flipkart)와 같은 온라인 마켓플레이스 또한 인도 소비자들의 디지털 영향력 확대에 힘입어 저렴한 제품을 판매하며 인도 소도시 시장 진출을 확대하고 있음

- 넷플릭스는 인도에서 단돈 149 루피(미화 1.72 달러)에 모바일 전용 요금제를 제공하고 있으며, 다른 업체들도 유사한 모바일 전용 서비스를 제공하고 있음
- 칸타르(Kantar) 보고서에 따르면, 휴대폰 외에도 TV 시청과 인터넷 접속을 동시에 제공하는 프리미엄 커넥티드 TV(Connected TV)가 이번 분기에 3,500 만 명의 사용자가 추가되면서 인도는 강력한 시장으로 부상했음

[싱가포르] MAFF 2025, 말레이시아 애니메이션 단편영화 특별상영회 개최 7)

우수 단편영화 15 편 선보인 말레이시아 애니메이션 영화 축제

- 말레이시아 애니메이션 영화 축제(Malaysia Animation Film Festival 2025, MAFF 2025)가 조호르 바루(Johor Bahru)에서 특별상영회를 9 월 4 일에 개최함. MAFF 2025 는 9 월 3 일에 개막한 이후 2025 년 11 월 6 일까지 진행될 예정임
- 이날 말레이시아 전역에서 출품된 작품 중 국제 심사위원단이 선정한 단편 애니메이션 영화 15 편이 상영됨. 상영작들은 말레이시아의 정체성, 민속, 토착 신화 및 사회 문제를 주제로 다루었으며, 말레이시아 애니메이션의 우수성을 선보였다고 평가됨
- 이번 상영회는 '말레이시아 디지털 경제 공사(Malaysia Digital Economy Cooperation, MDEC)'와 '골든 스크린 시네마(Golden Screen Cinema, GSC)'가 협력하여 현지 제작자들이 대형 스크린에서 작품을 선보일 수 있는 플랫폼을 제공함
- 이번 행사는 '아세안 디지털 콘텐츠 정상회담 2025(ASEAN Digital Contents Summit 2025, ADCS 2025)'와 연계하여 진행됨. 주최 측은 이번 기회를 통해 제작자들이 글로벌 관계자들과 소통하고 단편영화를 장편 영화로 발전시킬 수 있을 것으로 기대함

|그림 3| MAFF 2025참석자들 (출처: DNA)

7) 출처 : https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/celebrating-local-creativity-maff-2025-special-screening-showcases-malaysias

[LA] 디즈니·워너·NBCU, 중국 AI 기업 미니맥스 제소 8)

- **할리우드 3 대 스튜디오, 중국 AI 기업 저작권 침해 소송 제기**
  - 지난 16 일(현지시간) 버라이어티(Variety)에 따르면, 디즈니(Disney), 워너브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery), NBC 유니버설(NBCUniversal)이 중국 AI 기업 미니맥스(MiniMax)를 상대로 미국 캘리포니아 중앙지방법원에 소송을 제기했다고 함. 원고 측은 미니맥스가 운영하는 이미지·영상 생성 서비스 '하이뤄(Hailuo)'가 스타워즈 다스 베이더 등 할리우드 유명 캐릭터를 무단 복제·배포하고 있다고 주장함
  - 소장에서 원고 측은 "하이뤄는 '주머니 속 할리우드 스튜디오'라는 이름으로 홍보하지만, 실제로는 할리우드 스튜디오들의 지식재산을 약탈한 비즈니스 모델"이라고 지적함. 미니맥스는 수차례 중단 요청에도 응하지 않았으며, 현재 기업가치가 약 40 억 달러에 이르는 것으로 알려짐
  - 원고 측은 구체적인 손해배상액을 명시하지 않았으나, 작품 1 건당 최대 15 만 달러의 법정 손해배상과 저작권 침해 중단 명령을 청구하였으며 "저작권 보호 장치를 도입한 다른 AI 기업들과 달리 미니맥스는 폭력·성인 콘텐츠만 제한하고 IP 침해는 방치하고 있다"라고 비판함
  - 이번 소송에는 디즈니 산하 마블(Marvel)·루카스필름(Lucasfilm)·20 세기폭스(20th Century Fox), NBCU 산하 드림웍스(DreamWorks), 워너 산하 DC·카툰네트워크(Cartoon Network)·한나바버라(Hanna-Barbera) 등이 모두 참여함. 미 영화협회(MPA) 역시 성명을 통해 "저작권 침해가 방치될 경우 2 백만 개 일자리를 지탱하는 미국 영화 산업 전체가 위협받는다"라며 소송을 지지함

[프랑스] 프랑스 유튜버들, 대형 콘텐츠 제작으로 전통 미디어에 도전 9)

- **프랑스의 대형 유튜버들이 TV 방송을 능가하는 스케일과 예산으로 공항 추격전, 달리는 기차에서의 서바이벌 게임 등 블록버스터급 콘텐츠들을 제작하고 있으며 이는 영화관 개봉으로 이어져 대형 브랜드들의 투자를 유치하는 등 새로운 산업의 트렌드로 발전하고 있음**
  - 유튜버 이녹스타그(Inoxtag)의 에베레스트 등반 다큐멘터리 〈카이젠(Kaizen)〉이 극장에서 흥행을 거둔 뒤 지상파 채널 TF1 에서 방영되었음. 이어 구독자 1,000 만 명을 보유한 유튜버 미슈(Michou)는 제작비 100 만 유로 이상을 투입한 시리즈 〈Terminal〉을 선보여, 극장 선공개후 유튜브 공개 3 일 만에 430 만 조회수를 기록하는 등 큰 화제를 모았음. 또한 구독자 2,000 만 명의 유튜버 스퀴지(Squeezie)는 70 만~80 만 유로 규모의 제작비로 달리는 기차에서 미션을 수행하는 콘텐츠 〈기차를 멈춰라 Stop the Train〉를 공개하며 업계 경쟁을 더욱 가속화하고 있음

8) 출처 : https://variety.com/2025/digital/news/disney-warner-bros-discovery-nbcu-lawsuit-minimax-chinese-ai-company-1236520395
9) 출처 : https://www.lefigaro.fr/culture/entre-700-000-et-800-000-euros-pour-une-video-les-youtubeurs-francais-passent-dans-une-autre-dimension-20250911

- 이런 대형 콘텐츠 제작은 조회 수 기반 광고만으로는 수익성이 부족하여, 브랜드 협찬이 핵심적 역할을 하고 있음. 미슈는 세 개 기업과 협업하여 콘텐츠 속 광고 노출을 제공했고, 스퀴지 역시 다수 브랜드와의 파트너십으로 제작비를 충당하였음. 유튜브 측은 크리에이터들이 경쟁적으로 대규모 프로젝트를 시도하며 새로운 시청층을 끌어들이고 있다고 분석하고 있음
- 업계 전문가들은 유튜브 콘텐츠가 채널을 넘어 영화관과 TV 방송까지 확장되는 새로운 수익 모델을 만들어가고 있다고 평가함. 이러한 트렌드는 인플루언서 산업이 기존 방송 매체와 경쟁할 만큼 성숙했으며 더 많은 인재와 투자를 유치하는 선순환 구조를 만들고 있음을 보여줌

[프랑스] 한국독립영화 〈스틸 플라워〉, 〈세컨드 라이프〉 프랑스에서 블루레이 출시 10)

- **박영주 감독의 〈세컨드 라이프(Second Life)〉, 박석영 감독의 〈스틸 플라워(Steel Flower)〉가 프랑스 극장에서 개봉되지 않았지만 블루레이로 공개됨. 두 작품은 한국 청소년의 고립과 상처를 섬세하면서도 강렬하게 그리며, 사회적 문제의식을 드러냈다고 평가받음**
  - 〈세컨드 라이프〉는 박영주 감독의 첫 장편으로, 부모와 친구에게 외면당한 채 거짓말로 인정받으려다 비극을 맞는 여고생 선희의 이야기를 따라감. 한국 영화 특유의 과잉을 배제하고, 절제된 연출과 작은 디테일을 통해 타인에게 보이지 않는 존재처럼 느껴지는 인물의 심리를 섬세하게 묘사했다고 평가받음
  - 반면 〈스틸 플라워〉는 박석영 감독이 배우 정하담과 함께 만든 '플라워 3 부작' 가운데 하나로, 부산 거리를 홀로 떠도는 가출 소녀가 일자리를 구하고 생존하기 위해 분투하는 모습을 다큐멘터리처럼 따라감. 아르바이트 자리에서 쫓겨나거나 거친 파도에 맞서는 장면 등은 사회적 무관심 속에 밀려난 청소년의 극한을 보여주며, 특히, 봉준호 감독이 좋아하는 작품으로도 알려져 있음. 벨기에 다르덴(Dardenne) 형제의 영화 〈로제타(Rosetta)〉에 비견되지만, 그보다 훨씬 더 날것의 처절함이 느껴진다고 평가받음. 주연 배우 정하담의 몰입도 높은 연기와 사회적 폭력성을 고발하는 강렬함 덕분에 결코 잊을 수 없는 영화라고 극찬하였음
  - 두 영화는 청소년 문제를 각기 다른 방식으로 다루지만, 공통적으로 한국 사회의 불평등과 청소년기의 불안을 날카롭게 드러내는 독립영화의 진가를 보여준다고 평가됨

[영국] 2025 년 여름 박스오피스 분석 11)

- **영국 일간지 가디언(The Guardian)은 2025 년 여름 박스오피스 분석 기사를 게재함**
  - 올여름 박스오피스는 약 35 억 3,000 만 달러(한화 약 4 조 8,700 억 원)로 작년보다 완만한 상승세를 보임. 이에 대한 배경을 밀레니얼 세대의 향수, K 팝의 박스오피스 성공, 호러영화 등으로 분석함

10) 출처 : https://www.lemonde.fr/culture/article/2025/09/09/dvd-steel-flower-et-second-life-fleurs-d-adolescence-sud-coreennes_6640155_3246.html
11) 출처 : https://www.theguardian.com/film/2025/aug/28/summer-box-office-hits-misses

- 올여름 개봉작은 밀레니얼 세대를 겨냥해 있었음, 5 월 중순 2000 년에 시작된 〈파이널 데스티네이션〉(Final Destination) 프랜차이즈의 여섯 번째 영화가 큰 성과를 거둬 시리즈에서 가장 높은 수익을 기록함. 6 월 대니 보일(Danny Boyle) 감독은 2002 년 영화 〈28 일 후〉(28 Days Later)의 새로운 3 부작으로 돌아와 전 세계에서 원작의 2 배에 달하는 1 억 5 천만 달러(한화 약 2,070 억 원)를 벌어들임
- 곧이어 개봉한 2002 년 〈릴로 & 스티치〉(Lilo & Stitch)의 실사 리메이크는 여름 최고의 히트작이 됨. 해당 영화는 이번 시즌 유일하게 10 억 달러(한화 약 1 조 3,800 억 원)를 돌파함. 원작 개봉 당시 큰 인기를 끌었던 작품은 당시 청소년이었던 이들이 부모가 되면서 새로운 세대의 팬으로 형성되었다고 분석함
- 8 월에는 2003 년 〈프리키 프라이데이〉(Freaky Frida)의 속편이 개봉하며 전 세계적으로 1 억 1,500 만 달러의 수익(한화 약 1,587 억 원)을 기록함, 〈쥬라기 공원〉(Jurassic Park)의 후속편이 8 억 4,400 만 달러(한화 약 1 조 1,647 억 원)를 기록한 것 또한 원작에 대한 애정 때문이라고 분석함
- 이에 비해 〈나는 네가 지난 여름에 한 일을 알고 있다〉(I Know What You Did Last Summer)와 〈가라데 키드〉(Karade Kids)의 속편은 성공적이지 못했음
- 올여름 가족영화 중 가장 큰 성공작은 〈릴로 & 스티치〉와 〈드래곤 길들이기〉(How to Train Your Dragon) 실사화로 이들을 합치면 16 억 달러(한화 약 2 조 2,080 억 원)의 매출이 발생함. 이에 비해 애니메이션은 전반적으로 어려움을 겪음, 〈엘리오〉(Elio)는 픽사에서 가장 저조한 오프닝 성적을 기록함. 제작비가 2 억 달러(한화 약 2,760 억 원)였으나 1 억 5,200 만 달러(한화 약 2,097 억 원)의 수익을 올림. 〈스머프〉(Smurfs)는 1 억 9 천만 달러(한화 약 2,622 억 원)를, 〈배드 가이즈〉(The Bad Guys)는 1 억 5 천만 달러(한화 약 2,070 억 원)의 수익을 올림
- 소니는 팬데믹의 불확실성으로 인해 일부 영화를 넷플릭스에 공급함, 2021 년 초 개발 중이었던 〈K 팝 데몬 헌터스〉(KPop: Demon Hunters)도 이에 포함됨. 기대작이 아니었던 이 영화는 팬들을 통해 빠르게 확산 되어 히트작이 되었으며, 극장 개봉할 정도로 큰 인기를 얻음, 싱어롱 버전의 공개로 미국에서 약 2 천만 달러(한화 약 275 억 원)의 수익을 올리며 박스오피스 1 위를 차지함
- 〈F1: 더 무비〉(F1: The Movie)는 6 억 4,400 만 달러(한화 약 8,887 억 원)를 벌어들이며 애플(Apples)과 브래드 피트(Brad Pitt)의 최고 히트작으로 등극함. 워너브라더스와 협력해 출시한 이 영화는 스튜디오 배급 방식과 비슷하게 극장 개봉을 우선시하고 있음
- 오랫동안 할리우드에서 신뢰할 수 있는 장르는 슈퍼히어로와 공포뿐이었으나, 둘 다 점차 침체기에 있음. 하지만 4 월 라이언 쿠글러(Ryan Coogler)의 공포, 판타지, 액션, 시대극 영화 〈씨너스: 죄인들〉(Sinners)는 6 월 중순까지 박스오피스 10 위권 내에 머묾, 해당 영화는 〈그래비티〉(Gravity) 이후 가장 높은 수익을 올린 오리지널 실사 영화로 등극함. 몇 주 후 개봉한 〈파이널 데스티네이션: 블러드라인〉은 전 세계에서 2 억 8,500 만 달러(한화 약 3,933 억 원)의 수익을 올림
- 작년 〈롱레그스〉(Longlegs)의 성공에서 볼 수 있듯이 관객은 특별한 영화를 원함. 8 월 개봉한 〈웨폰즈〉(Weapons)는 전 세계에서 2 억 달러(한화 약 2,760 억 원) 이상의 매출을 기록할 것으로 예상됨. 해당 영화는 청소년과 학부모가 직면한 문제를 대화로 풀어가는데 도움을 준다고 느껴져 화제가 됨
- 올해 독립영화는 손익분기점에 미치지 못하는 성적을 거두고 있음. A24 의 〈머티리얼리스트〉(Materialists)만이

성공을 거둠, 미국에서 3,600 만 달러(한화 약 497 억 원), 전 세계적으로 8,500 만 달러(한화 약 1,173 억 원)의 매출을 기록함. 제작비가 1,800 만 달러(한화 약 248 억 원)이었음을 고려하면 인상적인 성과임. 해당 영화는 주제와 캐릭터 선택에 대해 온라인에서 화제가 되고 있음

- 〈더 마블스〉(The Marvels)가 전 세계적으로 2 억 6 천만 달러(한화 약 3,588 억 원)를 기록하며 MCU 사상 최저 성적을 거둔 이후 마블은 휴식 기간을 가짐. 〈캡틴 아메리카: 브레이브 뉴 월드〉(Captain America: Brave New World)는 손익분기점을 넘기지 못했으며, 〈썬더볼츠〉(Thunderbolts)는 3 억 8,200 만 달러(한화 약 5,271 억 원)에 그침. 〈판타스틱 포: 퍼스트 스텝〉은 5 억 달러(한화 약 6,900 억 원)에 진입하지 못하고 있음
- 이에 비해 DC 의 〈슈퍼맨〉(Superman)은 6 억 5,500 만 달러(한화 약 9,039 억 원)의 수익을 올리며 고무적인 성과를 기록함

[영국] 드라마 〈소년의 시간〉, 미국 에미상 6 관왕 기록 12)

넷플릭스의 영국 드라마 〈소년의 시간〉(Adolescencae)이 올해 에미상(Emmys) 6 개 부문을 수상함

- 넷플릭스에서 역대 두 번째로 많은 조회수를 기록한 이 드라마는 최우수 미니시리즈, 감독, 각본과 연기상 세 개 부문을 수상함
- 배우 오언 쿠퍼(Owen Cooper)는 미니시리즈 부문 최연소 남우조연상을 수상함. 올해 15 세인 쿠퍼는 연설에서 비현실적으로 느껴진다고 밝힘
- 배우 에린 도허티(Erin Doherty)는 미니시리즈 부문 여우조연상을 수상함
- 배우 스티븐 그레이엄(Stephen Graham)은 미니시리즈 각본상과 남우주연상을 수상함. 남우주연상 후보에는 콜린 파렐(Colin Farrell)과 제이크 질렌할(Jake Gyllenhaal)도 있었음
- 가상의 할리우드 스튜디오를 소재로 한 애플 TV+(Apple TV+)의 드라마 〈더 스튜디오〉(The Studio)는 에미상에서 총 13 관왕에 올라 최다 수상 기록을 경신함. 세스 로건(Seth Rogen)은 코미디 시리즈 부문 남우주연상, 작가상과 감독상을 수상함
- 의학 드라마 〈더 피트〉(The Pitt)는 최우수 드라마 시리즈와 연기상 2 개를 수상함. 노아 와일리(Noah Wyle)는 드라마 〈ER〉로 후보에 여러 번 오른 이후로 처음으로 연기상을 거머쥠
- 레드카펫에서 배우 하비에르 바르뎀(Javier Bardem)는 이스라엘을 비판했으며, 메그 스탈터(Meg Stalter)는 가방에 '휴전'이라는 단어를 붙이고 등장함. 이들은 할리우드에서 이스라엘 영화 기관과 협력하지 않겠다는 서약에 동참한 3,900 명에 이름을 올린 바 있음
- TV 아카데미 회장 크리스 아브레고(Cris Abrego)는 미국 의회가 공영방송에 대한 자금 지원을 중단한 결정을 상기하며, 분열의 시대에 이야기는 여전히 우리를 하나로 묶는 힘을 가지고 있다고 덧붙임
- 토크쇼 〈더 레이트 쇼〉(The Late Show)의 스티븐 콜베어(Stephen Colbert)는 토크 시리즈 부문을 수상해

12) 출처 :
https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2025/sep/14/emmy-awards-2025-winners-adolescence-the-studio

큰 환호를 받음. 그는 기회를 준 CBS 에 감사를 표하며 쇼가 폐지되어도 심야 토크쇼 전통이 지속되기를 바란다고 말함

[독일] 독일 온라인 오디오, 역대 최고 이용 기록 13)

- **VAUNET 의 온라인 오디오 모니터 2025(Online Audio Monitor 2025) 에 따르면, 독일에서 온라인 오디오 이용자가 5,300 만 명에 달하며 음악 스트리밍, 팟캐스트, 웹라디오 등 모든 영역에서 급성장이 확인됨**
  - VAUNET 은 독일 민영 방송사와 디지털 미디어 기업을 대표하며 정책·시장 조사·산업 발전을 이끄는 핵심 협회
  - 웹라디오는 여전히 핵심 포맷으로, 14 세 이상 인구의 56%인 3,900 만 명이 정기적으로 청취하였음
  - 음악 스트리밍은 전체 인구 3 분의 2 가 이용하며 특히 50 세 이상 연령층에서 가장 큰 성장세를 보임
  - 팟캐스트 청취자는 2,400 만 명이며, 정치·사회 분야가 가장 인기 있는 장르로 2025 년 총선 때 51%가 주요 정보원으로 활용
  - 정기 청취자의 40%는 비디오 팟캐스트도 이용하였고, 30 세 이상은 젊은 층보다 더 집중적으로 시청하는 경향을 보임
  - 정기 청취자의 20%인 약 390 만 명은 이미 유료 구독이나 직접 후원에 참여하였으며, 60%는 향후 지불 의향을 밝혔음
  - 전체 온라인 오디오 청취자의 36%는 AI 생성 콘텐츠를 접했다고 응답했으며, 합성 음성·AI 전용 포맷 수용도는 낮으나 자동 번역·추천 기능은 긍정적으로 받아들여졌음
  - 차량 내 온라인 오디오 청취율은 45%(3,200 만 명)로 전년 대비 4% 증가하였으며, 이 중 라디오가 여전히 가장 인기 있는 포맷으로 나타났음
  - 기기별 이용에서는 스마트폰이 84%로 압도적이었고, 스마트 TV 가 두 번째로 부상하며 특히 팟캐스트·오디오북·스트리밍에서 강세를 보였음
  - 플랫폼에서는 스포티파이가 30 세 이하 세대에서 절대적 우위를 차지했고, 유튜브는 팟캐스트·오디오북 분야에서 점차 영향력을 확대
  - 전문가들은 AI 활용이 이미 오디오 산업에 본격적으로 자리 잡았으나 신뢰 형성을 위해 교육·투명성·책임 있는 활용이 필수라고 강조

13) 출처: https://www.advanced-television.com/2025/09/18/germany-online-audio-hits-record-levels

[스웨덴] 〈Filmen om Siw〉 다큐멘터리 영화 개봉 14)

- **2025 년 9 월 3 일, 스웨덴 전역에서 한 시대를 대표하는 아티스트 시우 말름크비스트(Siw Malmkvist)의 삶을 조명하는 다큐멘터리 영화 〈Filmen om Siw (Siw 에 관한 영화)〉 개봉. 이 작품은 단순한 인물 기록을 넘어, 스웨덴 사회의 변화와 대중문화의 흐름, 그리고 여성 예술가로 살아온 삶의 무게를 담아낸 감성적인 다큐멘터리로 주목받고 있음**
  - 감독은 스티나 가르델(Stina Gardell), 프리다 니마 예른베르트(Frida Neema Jernbert)이며, Mantaray Film, Film Stockholm 이 공동 제작했음
  - 시우 말름크비스트는 1950 년대 후반부터 활약해 온 스웨덴의 국민 가수이자 배우로, 유럽 전역에서도 사랑받은 인물. 그녀는 유로비전 송 콘테스트에 스웨덴과 독일 양국을 대표하여 출전한 유일한 인물로, TV, 무대, 라디오, 뮤지컬 등 다양한 장르에서 활약하며 긴 시간 동안 대중 곁을 지켜왔음
  - 〈Filmen om Siw〉는 시우의 예술 활동뿐만 아니라, 그녀의 내면과 개인적 삶을 조명. 감독은 과거 공연 클립, 텔레비전 출연 영상, 가족 아카이브 필름(흑백 및 슈퍼 8 영상 등)을 조합하고, 최근의 직접 인터뷰를 통해 "사람 시우"에 보다 가까이 다가섬. 특히 인생 후반기를 맞이한 시우의 철학적 성찰과 삶에 대한 태도는 영화 전반에 걸쳐 중요한 메시지를 보여줌. 남편의 죽음, 노년의 고독, 생에 대한 회상 등도 담담하고 솔직하게 그려지지만, 전체적인 분위기는 결코 무겁지 않음. 시우 말름크비스트는 영화 속 인터뷰 중 "삶은 어두울 수도 있지만, 나는 그 안에서 웃음을 찾는다."라고 말함
  - 스웨덴 주요 언론은 이 다큐멘터리에 호평을 보내고 있음. Aftonbladet 는 4 점 만점에 4 점을 부여하며, "시우를 보고 있으면 사랑하지 않을 수 없다"라고 평가했고, Göteborgs-Posten 은 이 영화를 "개인의 서사를 통해 시대와 사회를 엮어낸 감성적 작업"이라 평함. 영화 전문 매체 MovieZine 은 "600 곡 이상의 인생을 살아낸 예술가의 여정이, 여전히 뜨겁게 살아 숨 쉬고 있음을 증명하는 영화"라고 평가함
  - 영화 개봉과 동시에 일부 상영관에서는 시우 말름크비스트 본인이 참석하는 관객과의 대화 이벤트도 진행됨. 관객들은 영화를 본 뒤, 그녀와 직접 이야기를 나누며 시우의 삶과 철학, 음악에 대해 더욱 깊이 있는 체험을 할 수 있음. 일부 대표곡이나 상징적인 무대가 빠져 아쉬움을 남긴다는 지적도 있었지만, 이는 영화의 방향성이 '전체 이력'보다는 '인간적인 접근'에 초점을 둔 결과로 보임
  - 〈Filmen om Siw〉는 시우 말름크비스트라는 아티스트를 기억하는 사람들뿐 아니라, 예술과 삶, 나이듦과 사랑, 사회적 변화에 관심 있는 모든 이들에게 의미 있는 작품으로, 한 아티스트의 단순한 회고적 기록이 아닌, 오늘날 우리가 '어떻게 살아가야 할 것인가'를 되묻는 감동적인 생의 노래라고 평가받음

14) 출처 : https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/film/a/KM0xKy/filmen-om-siw-recension

|그림 4| 스웨덴 국민가수 Siw Malmkvist

[스웨덴] 프리즈마 필름 페스티벌(Prismas Film Festival) 개최 [15]

- **어린이와 청소년을 위한 북유럽 최대의 영화 축제 중 하나인 프리즈마 필름 페스티벌(Prismas Film Festival)이 오는 10 월 22 일부터 27 일까지 스웨덴 예테보리에서 성대하게 개최될 예정. 이 영화제는 예테보리 국제 영화제(Göteborg Film Festival)의 산하 프로그램으로 매년 가을 0 세부터 15 세까지의 어린이와 청소년, 그리고 그 가족을 위한 다양한 영화와 창작 체험 기회를 제공하며 꾸준한 사랑을 받고 있음**
  - 프리즈마 필름 페스티벌(Prismas Film Festival)에서는 어린이와 청소년 관객을 위해 특별히 큐레이션된 단편 및 장편 영화들을 상영할 예정임. 작품은 전 세계 다양한 국가에서 선정되며, 북유럽 문화는 물론, 글로벌한 관점을 가진 작품들까지 두루 포함됨. 모든 영화는 해당 연령대에 맞춰 적절하게 선정되며, 때로는 사회적 메시지와 정서적 공감을 유도하는 영화도 포함
  - 상영 장소는 예테보리 시내의 중심 극장인 Biograf Draken 을 비롯해 여러 독립 영화관에서 이뤄지며 관객은 상영 후 감독과의 Q&A 세션, 창작자와의 대화 등에도 참여할 수 있음
  - 2025 년 Prismas 명예상(Hederspris)은 스웨덴의 인기 유튜브 코미디 그룹인 'I Just Want To Be Cool'에게 수여될 예정. 이들은 2011 년부터 온라인에서 활동을 시작해 유쾌하면서도 창의적인 콘텐츠로 10 대들에게 큰 인기를 끌어왔으며, 현재 구독자는 약 백만 명 이상. TV 시리즈, 팟캐스트, 어린이 책 시리즈까지 다양한 콘텐츠 영역에서 활동 중
  - 이들은 10 월 23 일, Biograf Draken 극장에서 팬들과의 만남 및 특별 무대 프로그램을 선보일 예정. 이날 행사는 유튜브 영상 클립 상영, 창작 비하인드 토크, 비공개 에피소드 공개 등으로 구성되어 팬들의 큰 기대를 모으고 있음
  - 올해 영화제는 단순한 상영을 넘어 청소년들이 직접 영화 제작에 참여할 수 있는 창작 스튜디오 활동도 마련. 10 월 25 일부터 27 일까지 예테보리 시립 도서관(Stadsbiblioteket)에서는 'I Just Want To Be Cool'의 스타일에 영감을 받은 단편 영화를 직접 제작해볼 수 있는 무료 워크숍이 운영될 예정임. 참가자들은 전문 장비를 사용해 촬영, 편집, 사운드 디자인 등을 체험할 수 있으며, 누구나 참여 가능

15) 출처:
https://www.gp.se/kultur/i-just-want-to-be-cool-kommer-till-filmfestivalen-prisma-i-goteborg.a78b656d-7b2f-4863-b73f-7c0ce800ad36

- Prismas 는 단순한 영화 관람을 넘어서 미디어 리터러시(media literacy)를 증진하고, 어린이와 청소년들이 영화를 통해 세상을 바라보는 시각을 넓히도록 돕는 교육적 역할도 함. 영화제는 학교 단체를 위한 특별 상영 세션과 교육 자료를 제공하며, 교사와 부모를 위한 가이드도 함께 제공될 예정
- Prismas 필름 페스티벌은 단순한 어린이 영화제가 아니라, 미래의 창작자와 관객을 위한 플랫폼. 안전하고 창의적인 환경에서, 다양한 이야기와 표현 방식을 배우고 경험할 수 있는 이 영화제는 북유럽 문화의 개방성과 진보성을 잘 보여주는 사례

|그림 5| 2025년 Prismas 명예상(Hederspris)을 수상한 'I Just Want To Be Cool'

[스웨덴] 북유럽 영화산업의 새로운 활력소'2025 년 노르딕 단편 영화 피치' [16]

- **2025 년 9 월 20 일, 스웨덴 말뫼의 Scandic Triangeln 호텔에서 북유럽 단편 영화계의 중요한 행사인 '노르딕 단편 영화 피치(Nordic Short Film Pitch)'이 열릴 예정. 이 행사는 매년 노르딕 파노라마 영화제(Nordisk Panorama Film Festival)의 일환으로 개최되며, 북유럽 국가들의 단편 영화 제작자들이 모여 새로운 협업 기회를 모색하고, 국제적인 네트워킹을 강화하는 자리**
  - 이번 행사에는 아이슬란드, 덴마크, 핀란드 등 북유럽 각국에서 엄선된 12 개의 단편 영화 프로젝트가 전문가들 앞에서 공개 피치를 펼침. 특히 아이슬란드 출신 감독 Þóra Hilmarsdóttir 의 〈Circle of Water〉를 비롯해 덴마크의 〈Eat, Please〉, 핀란드의 〈The Recycle King〉 등 다양한 장르와 주제를 아우르는 작품들이 눈길을 끔. 이와 함께 헝가리, 체코, 슬로바키아, 폴란드 등 북유럽 외의 국가에서도 특별 초청된 프로젝트들이 참여해 행사에 국제적 색채를 더할 예정
  - 행사의 주최 측은 이번 행사가 북유럽 단편 영화산업의 발전뿐만 아니라, 글로벌 영화 시장 진출의 중요한 발판이 될 것으로 기대하고 있음. 참가자들은 온라인 실습과 라운드 테이블 미팅을 통해 자신의 프로젝트를 다듬고, 산업 전문가들의 피드백을 받으며 완성도를 높이는 시간을 가질 예정
  - 노르딕 단편 영화 피치는 단순한 영화 소개를 넘어 지역 내 영화 제작자 간의 협업을 촉진하고, 국제적

16) 출처 : https://nordiskpanorama.com/en/industry/market/market-2025/nordic-short-film-pitch-2025

네트워크를 구축하는 장으로서 북유럽 영화계의 성장에 크게 기여하고 있음. 이와 같은 플랫폼을 통해 새로운 작품들이 세상에 빛을 발하고, 북유럽 영화의 위상이 한층 강화될 것으로 보임

- 2025 년 행사가 끝난 후, 참여한 작품들이 앞으로 어떤 성과를 이루어낼지 영화팬들의 기대가 모아지고 있음. 북유럽 단편 영화의 미래를 가늠할 중요한 순간이 될 이번 기회는 영화산업 관계자뿐만 아니라 단편 영화를 사랑하는 모든 이들에게 주목받고 있음

|그림 6| 노르딕 단편 영화 피치(Nordic Short Film Pitch)

게임·융복합

[인니] 오픈월드 게임 〈트러블메이커 2〉 출시 [17]

- **인도네시아 게임 스튜디오인 게임컴 팀(Gamecom Team)은 〈트러블메이커〉의 속편 〈트러블메이커 2: 비욘드 드림〉을 9 월 15 일 스팀(Steam) 플랫폼을 통해 전 세계에 출시함**
  - 〈트러블메이커(Troublemaker)〉는 남부 자카르타를 배경으로 코미디가 가미된 오픈월드 3D 게임이며 스토리상 전편이 끝난 지 2 년 후를 배경으로 "파라카축(Parakacuk)" 갱단의 여정을 그림
  - 일본의 세가 게임즈에서 제작하는 액션 어드벤처 비디오 게임 시리즈인 〈용과 같이(영문판 Yakuza)〉 시리즈와 유사한 게임 플레이를 보이며, 가상화된 인도네시아를 배경으로 코미디 격투 게임에 여러 장르의 미니게임이 결합
  - 본 시리즈는 2014 년 고등학생 프로젝트로 시작하여 모바일용 〈트러블메이커〉 게임을 여러 개 출시된 바 있으며, 이번 작품을 통해 전작보다 더 큰 규모, 더욱 강렬한 스토리, 더 정교하게 구성된 도시에서 펼쳐지는 다양한 활동을 담은 새로운 게임 플레이를 통해 게이머들에게 재미를 선사할 예정

|그림 7| 트러블메이커 이미지 (출처: indie.io)

[프랑스] 유비소프트, 자회사 출범 후 '크리에이티브 하우스' 체제로 재편 [18]

- **프랑스 게임 대기업 유비소프트는 대표작 〈어쌔신 크리드(Assassin's Creed)〉,〈파 크라이(Far Cry)〉, 〈레인보우 식스(Rainbow Six)〉를 전담하는 새로운 자회사를 출범시키며, 전체 그룹을 다수의 자율적 '크리에이티브 하우스'로 재편할 계획임**

17) 출처 : https://www.rockpapershotgun.com/troublemakers-2-is-an-exuberant-and-janky-indonesian-open-world-game-with-a-touch-of-like-a-dragon
18) 출처 : https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/jeux-video-le-grand-big-bang-d-ubisoft-debutera-le-1er-octobre-20250911

- 유비소프트는 오는 10 월 1 일부터 대규모 조직 개편을 통해, 〈어쌔신 크리드〉, 〈파 크라이〉, 〈레인보우 식스〉 등 핵심 프랜차이즈의 상업,편집권을 전담하고, 본사에 로열티를 지급하는 자회사를 설립하여 운영할 예정임. 이 자회사는 CEO 이브 기예모(Yves Guillemot)의 아들 샤를리 기예모(Charlie Guillemot)와 크리스토프 드렌느(Christophe Derennes)가 공동 운영하며, 중국 텐센트(Tencent)가 11 억 6 천만 유로를 투자하여 25% 지분을 확보하였음. 이를 통해 유비소프트는 부채를 경감하고 연말까지 거래를 마무리할 계획임
- 향후 유비소프트는 다수의 '크리에이티브 하우스'로 세분화되어, 각 조직은 독립적인 경영진과 로드맵 및 목표를 갖게 됨. 이는 방대한 그룹 구조 대신 기동성 있는 단위 조직으로 전환하려는 전략으로, 다양한 장르〈레이맨(Rayman)〉, 〈더 크루(The Crew)〉, 〈프린스 오브 페르시아(Prince of Persia)〉, 〈저스트 댄스(Just Dance)〉 등를 보유한 유비소프트의 다각적인 게임 포트폴리오를 반영하려는 목적임
- 이번 빅뱅*개편은 자산 매각 준비가 아니냐는 직원들의 우려가 커지고 있음. 유비소프트는 2026/2027 회계연도까지 흑자 전환이 어렵다고 밝힌 바 있으며, 2025 년 5 월, 향후 2 년간 1 억 유로 규모의 비용 절감 계획을 발표하였음

* 빅뱅(Big Bang) : '급격한 변화', '대대적인 변화' '혁신적인 시작'의 비유적 의미로 사용됨

[프랑스] 리옹에서 열린 로켓 리그 세계 선수권, 프랑스 이스포츠의 역사적 순간 19)20)

- **올해로 10 주년을 맞은 에픽게임즈(Epic Games)의 로켓 리그(Rocket League) 월드 챔피언십이 프랑스 리옹에서 9 월 10 일부터 14 일까지 최초로 개최되어 1 만 명의 관중을 동원함. 현지 팬들은 프랑스 대표팀인 카르민 코프(Karmine Corp)와 비탈리티(Vitality)에 열광적인 응원을 보내며, 프랑스가 세계 최대의 '로켓 리그' 시장임을 증명하였음**
  - 이번 대회는 프랑스에서 열리는 최초의 로켓 리그 월드 챔피언십으로, 리옹의 LDLC 아레나에서 진행되었으며 거의 대부분 프랑스어권 남성 팬들로 채워졌음
  - 프랑스의 두 팀, 비탈리티(Vitality)와 스트리머 카메토(Kameto)가 설립한 카르민 코프(Karmine Corp, KC)가 출전하였으며, 비탈리티의 조기 탈락 이후 모든 응원이 카르민 코프에게 집중되었음
  - 프랑스 공식 중계사인 로켓 바게트(Rocket Baguette)의 공동 창립자 보얀 카프탄지예프(Boyan Kaftandjiev)는 이번 대회를 "최고의 영광(consécration)"이라고 표현하며, 프랑스가 이스포츠 팬덤의 영향력 덕분에 "세계 1 위의 로켓 리그 시장"이라고 강조하였음. 다만, 2020 년 무료화 전환 이후 폭발적으로 증가했던 게임의 인기가 최근 다소 감소하였으며, 2025 년 전체 시청자 수는 작년보다 감소할 것으로 예상된다는 우려도 존재함. 그럼에도 이번 대회의 성공은 프랑스가 주요 이스포츠 행사의 중심지로 부상하고 있음을 보여주며, 다가오는 2 월 파리에서 열릴 유비소프트의 '레인보우 식스 시즈' 대회인 'Six Invitational'에

19) 출처 : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2025/09/14/aux-championnats-du-monde-de-rocket-league-a-lyon-c-est-chez-nous-c-est-historique_6641135_4408996.html
20) 출처 : https://www.franceinfo.fr/internet/la-france-devient-une-des-places-mondiales-du-jeu-video-ce-qu-il-faut-savoir-sur-les-mondiaux-de-rocket-league-2025-organises-a-lyon-ce-week-end_7488319.html

대한 기대감도 높이고 있음

[뉴욕] 〈디스패치〉, 게임과 TV 의 경계를 허무는 인터랙티브 시리즈 발매 21)

- **스토리 중심의 선택형 어드벤처 게임을 제작하는 텔테일 게임즈(Telltale Games)는 플레이어의 선택이 스토리에 영향을 주는 방식으로 큰 인기를 끌었지만, 2018 년 재정 문제로 해체됨**
  - 텔테일 게임즈 출신 개발자들이 설립한 애드혹 스튜디오(AdHoc Studio)의 첫 작품 〈디스패치(Dispatch)〉는 TV 시리즈처럼 즐기는 인터랙티브 게임으로, 2025 년 10 월 22 일 PC·PS5 로 출시 예정. 총 8 개의 에피소드가 매주 2 편씩 공개되는 방식으로, 넷플릭스식 몰아보기와 HBO 식 주간 시청을 동시에 겨냥하며 정기적인 커뮤니티 담론을 유도하려 함
  - 애드혹 스튜디오는 2019 년 텔테일 해체 이후 핵심 인력들이 설립한 개발사로, 기존 IP 에 의존하지 않고 완전 오리지널 스토리텔링을 추구함. 이번 '디스패치'는 애니메이션과 게임, 드라마의 경계를 허무는 하이브리드 콘텐츠로, 플레이어는 주인공의 선택을 직접 조작하며 이야기를 진행함. 시청자처럼 보면서도, 게임처럼 개입하는 독특한 경험을 제공
  - IP 없이도 몰입감 있는 스토리텔링을 구현하려는 시도는 HBO 의 〈더 라스트 오브 어스(The Last of Us)〉처럼 기존 게임 기반 드라마가 흥행하는 흐름과 대조적
  - 〈디스패치〉는 주인공으로 〈브레이킹 배드(Breaking Bad)〉의 로버트 로버트슨(Robert Robertson), 제프리 라이트(Jeffrey Wright), 크리티컬 롤(Critical Role)등 출신 성우들도 캐스팅되어 애니메이션+게임+드라마의 하이브리드를 구현
  - 〈인빈시블(Invincible)〉의 폭력성과 〈오피스(The Office)〉의 직장 코미디 감성을 결합한 톤으로, 시간이 제한된 대화 선택지(timed dialogue choices)와 핵심 미니게임(해킹, 디스패치 관리) 중심으로 구성. 기존 텔테일식 게임의 단점이었던 불필요한 걷기·아이템 수집 요소는 제거하고 모든 액션이 서사 전개에 직접 기여하도록 설계됨
  - TV 시리즈처럼 즐기는 인터랙티브 게임이자 애니메이션과 게임, 드라마의 경계를 허무는 하이브리드 콘텐츠로 플레이어가 주인공의 선택을 직접 조작하며 이야기를 진행하는 방식
  - 시청자 친화적 시각적 스타일 구현하면서 〈스파이더버스(Spider-Verse)〉나 〈KPop Demon Hunters〉 같은 고퀄리티 애니메이션 영화 수준의 비주얼을 목표로, 비게이머(non-gamer)도 몰입할 수 있는 시청 경험을 제공. UI 최소화, 몰입형 연출, 캐릭터 중심 대화로 게임 같지 않은 게임을 지향

21) 출처 : https://www.rollingstone.com/culture/rs-gaming/dispatch-preview-playable-tv-show-1235428471

[멕시코] 정부의 '복지 비디오게임' 제안에 기대와 우려 22)

- **멕시코 정부가 자국에서 직접 교육용 비디오게임을 개발하겠다는 계획을 발표하면서, 온라인에서는 이를 "복지 비디오게임(Videojuegos del Bienestar)"이라 부르기 시작했고, 이와 관련된 논의가 본격화되고 있음**
  - 이번 제안은 국민들이 어린 시절부터 건강한 습관을 기를 수 있도록 도모하고, 폭력을 예방하겠다는 목적을 담고 있음
  - 9 월 15 일, 클라우디아 셰인바움 대통령의 아침 기자회견에서 보건부 장관 다빗 케르셴노비츠는 "우리는 현재 어린이들을 위한 비디오게임을 개발 중이며, 이를 통해 건강에 관한 중요한 개념들과 올바른 생활 습관을 전달하고자 한다. 폭력을 줄이는 데도 도움이 될 수 있기를 기대한다."라고 밝힘
  - 게임의 목적과 내용이 교육적 의도를 담고 있다는 점에서 긍정적인 평가를 받았지만, 업계 전문가들과 게이머들 사이에서는 우려의 목소리도 나옴
  - 단순한 의도만으로 성공적인 게임을 만들 수는 없으며, 흥미로운 스토리, 우수한 디자인, 매력적인 게임 플레이, 그리고 충분한 투자가 뒷받침되어야 한다는 것임
  - 이미 정부의 복지 브랜드로는 복지 커피, 복지 초콜릿, 정부 보조금으로 제공되는 복지 콩, 저가 생활필수품을 판매하는 복지 상점이 존재하며, 이번 비디오게임 계획은 이러한 시리즈에 추가될 가능성이 있음
  - 다만, 게임 제목이나 플랫폼, 출시 일정 등 구체적인 내용은 아직 제안 단계에 있고, "복지 비디오게임"이라는 이름이 이미 온라인에서 널리 퍼지고 있지만, 실질적인 제품은 아직 존재하지 않음
  - 게임업계와 전문 매체들은 이 계획이 맞닥뜨릴 현실적 과제를 강조하며, 교육 목적의 게임이 과연 마인크래프트, 포트나이트, 로블록스와 같은 인기 게임들과 경쟁할 수 있을까 하는 점을 우려하고 있음
  - 그럼에도 불구하고 이번 제안은 사회 전반에 건강 메시지를 효과적으로 전달할 수 있을지에 대한 기대를 불러일으킴
  - 또한, 어린이들이 실제로 흥미를 느낄 수 있는 방식으로 교육을 통합할 수 있다면, 새로운 시도가 될 수도 있을 것임

[멕시코] 멕시코시티, 이스포츠를 공식 스포츠로 인정 23)

- **2025 년 8 월 26 일, 멕시코시티 의회는 이스포츠를 공식 스포츠로 법적으로 인정하는 개정안을 승인함**
  - 이로써 이스포츠는 멕시코의 '신체문화 및 스포츠에 관한 일반법(Ley General de Cultura Física y Deporte)'에 포함되며, 단순한 오락을 넘어서 하나의 스포츠 분야로서의 법적 기반을 갖추게 됨
  - 이 법 개정안은 스포츠위원회 위원장인 페데리코 차베스 세메레나 의원이 발의한 것으로, 수년간 주변부에

22) 출처 : https://puentelibre.mx/nacional/videojuegos-del-bienestar-propuesta-del-gobierno-genero-debate
23) 출처 : https://www.infobae.com/mexico/2025/08/26/gamers-preparense-los-esports-son-reconocidos-como-deporte-en-la-cdmx

머물러 있던 활동인 이스포츠를 공식적으로 인정하고 보호하기 위한 목적을 담고 있음

- 차베스 의원은 "비디오게임은 단순한 취미가 아니다. 오늘날 이스포츠는 전략, 훈련, 팀워크, 규칙과 심판, 리그와 일정표, 정식 토너먼트까지 요구하는 진정한 경쟁 스포츠이다."라고 강조하며, 이 개정안이 수많은 청년 게이머, 코치, 심판, 대학, 커뮤니티의 노력을 인정하는 것이라고 밝힘
- 그는 또한 국제올림픽위원회(IOC)가 이미 이스포츠를 정식으로 인정한 사실을 상기시키며, 향후 올림픽 종목으로 편입될 가능성도 언급함
- 멕시코시티 정부의 이번 법적 지원은 멕시코 게이머들이 국제 무대에 진출할 수 있는 중요한 발판이 될 수 있다는 점에서 의미가 큼
- 2024 년 상반기 기준, 멕시코에는 약 6,870 만 명의 게이머가 있으며, 관련 산업은 연간 399 억 페소(약 2 조 9 천 8 백억 원)의 수익을 창출하며 약 4%씩 성장 중에 있어 이스포츠는 더 이상 단순한 취미가 아닌, 국가 경제에 영향을 미치는 주요 산업으로 자리 잡고 있음
- 차베스 의원은 이번 개정이 이스포츠 생태계를 제도적으로 정비하고, 선수들의 건강과 권익을 보호하는 것은 물론, 가족과 학교, 조직자들에게도 신뢰성과 기준을 제공하는 데 기여할 것이라고 설명함
- 나아가 신진 인재 양성을 위한 지원 프로그램과 자금조달 체계 구축, 관련 창의산업과 교육 분야의 발전에도 이바지할 수 있다고 강조함
- 함께 지지 발언에 나선 아드리아나 에스피노사 데 로스 몬테로스 의원은 이번 개정안이 디지털 문화의 현실을 반영하며, 청년층의 권리를 보호하고, 세계적 트렌드와 조화를 이루는 결정이라고 평가함

[독일] CGN Esports, 쾰른 Xperion 에 '체험 공간' 신설 24)

- **독일 쾰른을 기반으로 한 이스포츠 조직인 CGN Esports 가 미디어마르크트-자투른 (MediaMarkt-Saturn)과 협력해 쾰른 Xperion 에 전용 체험 공간을 열고, 지역 기반 이스포츠 커뮤니티 활성화를 본격화**
  - Xperion 은 MediaMarkt-Saturn 그룹이 운영하는 게이밍 & 이스포츠 체험 공간(Esports & Gaming Experience Center) 브랜드
  - 약 100 ㎡ 규모의 공간은 USK 에서 만 12 세 이상 이용가로 분류된 게임들 (Fortnite, EA Sports FC, 격투 게임 등)에 초점을 맞추어, 토너먼트·리그·단체 관람 ·크리에이터 이벤트를 개최할 수 있는 무대·스트리밍 장비를 갖춤
  - 지하 공간은 '18+ 프로 게이밍 존'으로 〈리그 오브 레전드(League of Legends)〉 및 〈발로란트(Valorant)〉 에 특화된 환경과 CGN 이 검증한 하드웨어를 갖추고 있으며 현장 및 온라인 구매도 가능
  - CGN Esports 와 MediaMarkt-Saturn 의 협력 관계는 유니폼 스폰서와 디지털 콘텐츠 포맷을 통해 외부에도 가시화
  - CGN Esports COO 데이비드 딕(David Dick)은 "Xperion 쾰른은 우리의 새로운 홈스타디움"이라며,

24) 출처 : https://www.gameswirtschaft.de/sport/cgn-esports-xperion-koeln-kooperation-100925

프로 게이밍과 라이프스타일 문화를 팬들과 직접 연결하는 거점이 될 것이라고 강조

- Xperion 대표 세바스티안 크나우프(Sebastian Knaup)는 CGN Esports 를 "CGN Esports 는 여러 리그의 결승전에 지속적으로 참가해온 존재로, 커뮤니티 중심으로 진정성 있게 성장해 왔다"고 평가하며, 정기 이벤트를 통해 팬들에게 되돌려줄 수 있는 최적의 조합이라 밝혔음
- MediaMarkt-Saturn 은 지역 협력 확대 전략의 일환으로, 함부르크 Xperion 에서는 Game Two 제작팀과 협력하고, 베를린 알렉산더플라츠에도 Xperion 지점을 운영하고 있음

[독일] XR EXPO, 2026 년부터 슈투트가르트 메세에서 개최 25)

- **독일 대표 XR 전문 박람회 XR EXPO 가 2026 년 4 월 28~29 일 슈투트가르트 메세(Messe Stuttgart)에서 개최되며, 산업·연구·정책 전반을 아우르는 확장현실 플랫폼으로 성장할 예정**
  - XR EXPO 는 전시·컨퍼런스·실습 워크숍으로 구성된 XR(확장현실) 전문 행사로, 2026 년부터 슈투트가르트 메세에서 열릴 예정
  - 이번 이전은 바덴뷔르템베르크 주 경제회관(Haus der Wirtschaft)과 기타 장소에서 수년간 개최된 뒤, 2024 년 슐라이어할레(Schleyerhalle) 확장을 거쳐 가시성과 성장 잠재력을 극대화하기 위한 다음 단계로 결정된 것
  - 행사 대상은 헬스케어, 건설, 상업·유통, 기술 산업 종사자를 비롯해 소프트웨어 기업, 연구소, 스타트업, 교육기관, 정책·협회 관계자 등임
  - XR EXPO 는 VR, AR, MR, 메타버스 등 확장현실 관련 최신 기술을 선보이고 산업별 적용 가능성을 논의하는 장이 되고 있음
  - 메세 슈투트가르트 측은 "XR EXPO 를 차세대 기술 분야의 선도적 전문 플랫폼으로 육성하고 국제적 매력을 강화하겠다"라고 밝혔음
  - 주최 측은 독일 VR 전문 네트워크를 가진 버추얼 디멘션 센터(VDC)와 협력하여 행사를 운영
  - 새로운 전시장은 산업 분야별 구역으로 세분화되어 참가자들이 전문 네트워크와 연결되기 쉽게 할 예정임
  - 컨퍼런스 프로그램은 산업 XR, XR 트레이닝, GovTech XR, 헬스케어 XR, AI 와 XR 연계 등을 다루며, 건축·상업·무역 분야로도 주제를 확장

[스웨덴] 스웨덴 북부 게임 산업 대표 Arctic Game 의 새로운 도약 26)

- **2025 년 9 월 9 일, 스웨덴 북부의 게임 산업을 대표하는 Arctic Game 이 새로운 발전 단계를 맞이하며, 지역 게임 생태계의 성장을 위한 주요 이정표를 세웠음. Arctic Game 은 북유럽의 게임 산업을 선도하는 클러스터로서, 지역 게임 개발자들에게 인큐베이팅, 멘토링, 글로벌 네트워킹 기회를 제공해왔음. 이번 발표는 이러한 노력의 연장선상에서, 북유럽 게임 산업의 지속 가능한 성장을 위한 새로운 전략적 방향을 제시함**

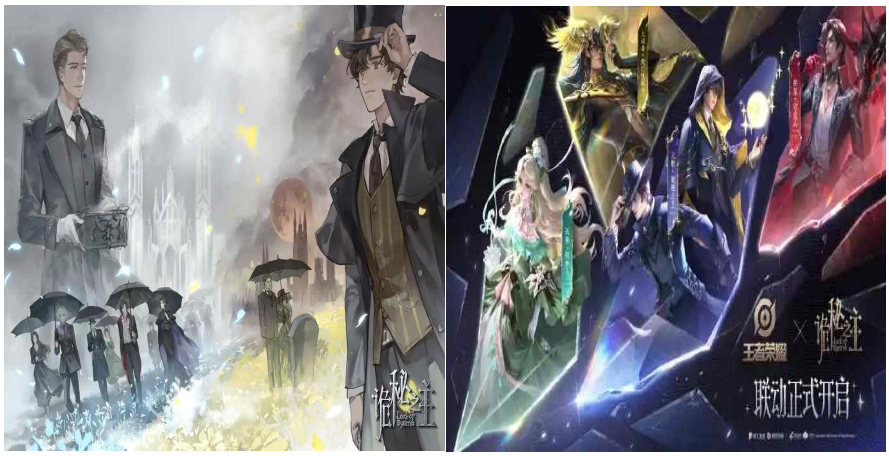
25) 출처 : https://www.photonics.com/Articles/XR_EXPO_to_Relocate_to_Stuttgart/p5/a71444
26) 출처 : https://arcticgame.se/news/arctic-game-the-games-industry-in-northern-sweden-enters-its-next-phase

- Arctic Game 의 대표이사인 Daniel Wilén 은 Sustainable Games Alliance(SGA)의 이사로 선출되었음. SGA 는 게임 산업의 환경적 영향을 이해하고 줄이기 위해 노력하는 비영리 단체로, Arctic Game 은 이를 통해 게임 산업의 지속 가능성을 높이고자 함. Wilén 은 "이 중요한 이니셔티브에 참여하게 되어 영광입니다. 게임을 통해 더 푸른 지구를 만드는 데 기여하고, 산업이 지속 가능성 보고에서 많은 시간과 비용을 절감할 수 있도록 돕겠습니다."라고 밝혔음
- Arctic Game 은 SCORE(Sustainable COllaboration for inter Regional Excellence) 프로젝트의 일환으로, 스웨덴의 5 개 지역 게임 클러스터와 협력하여 디지털 게임 인큐베이터를 구축하고 있음. 이 프로젝트는 스웨덴 경제 및 지역 성장청(Swedish Agency for Economic and Regional Growth)의 지원을 받아, 게임 스타트업에 대한 균등한 지원을 제공하는 것을 목표로 함. 프로젝트는 2025 년 9 월부터 2028 년 11 월까지 진행되며, 스웨덴 전역의 게임 창업자들에게 공평한 기회를 제공하고자 함
- Arctic Game 은 Game Attraction North 프로젝트를 통해 지역 게임 개발자들의 역량을 강화하고 있음. 이 프로젝트는 유럽연합, 노르보텐 지역, 베스터보텐 지역, 스켈레프테오 시, 우메오 시, 루레오 시, 보덴 비즈니스 파크의 공동 지원을 받아 지역 게임 산업의 국제적 협업을 촉진하고 있음
- Arctic Game 은 SKEÅ: CREATIVE CONNECT 와 같은 이벤트를 통해 지역 게임, 영화, VFX 산업의 창의적 발전을 도모하고 있음. 이러한 행사는 지역의 혁신적인 역사를 기념하고, 북유럽의 게임, 영화, VFX 산업의 미래를 함께 모색하는 자리가 되고 있음
- Arctic Game 의 이러한 노력은 북유럽 게임 산업의 지속 가능한 성장을 위한 중요한 발판이 될 것. 지역 게임 개발자들에게 실질적인 지원을 제공하고, 국제적 협업을 통해 글로벌 시장에서의 경쟁력을 높여가는 Arctic Game 의 행보에 많은 관심과 기대가 모아지고 있음

애니·캐릭터

[심천] 글로벌 방영된 〈로드 오브 미스터리즈〉 시즌 1 종영 [27]

- **웨원그룹(阅文集团) IP 를 리메이크한 동명의 애니메이션 〈로드 오브 미스터리즈(诡秘之主, Lord of Mysteries)〉 시즌 1 이 9 월 14 일 전 세계적으로 종영함**
  - 〈로드 오브 미스터리즈〉는 방영 기간에 전 세계 시청자에게 폭넓은 인기를 얻음. 이로 인해 〈로드 오브 미스터리즈〉 IP 의 인기가 지속적으로 높아지고 있음
  - 〈로드 오브 미스터리즈〉는 웨원그룹과 텐센트비디오(腾讯视频)가 공동으로 제작한 애니메이션으로, 빅토리아 시대의 풍취와 스팀펑크 감성이 어우러져 풍부한 상상력과 빈틈없는 배경설정, 깊은 인문학적 접근으로 전 세계 관객을 사로잡음. 현재까지 〈로드 오브 미스터리즈〉의 글로벌 팬이 2,600 만 명을 돌파했으며, 웹노벨(WebNovel)의 정기권 판매량, 베스트셀러, 즐겨찾기, 인기 차트 등에서 1 위를 차지한 바 있음
  - 웨원그룹은 2024 년부터 IP 를 중심으로 한 전담팀을 꾸려 운영하는 모델을 제안해왔는데, 이 가운데 지난 1 년 동안 〈로드 오브 미스터리〉 IP 가 초기 성과를 거두며 점차 글로벌 입지를 확장해나감. 웹소설은 중국어, 영어, 러시아어, 태국어, 일본어 등 14 개 언어로 출간되었으며, 애니메이션 시즌 1 은 전 세계 190 여 개 국가와 지역에서 중국어, 영어, 프랑스어, 독일어 등 7 개 언어로 동시에 상영됨
  - 현재 〈로드 오브 미스터리즈〉 카드 등 파생상품이 출시된 것으로 알려졌으며, 웨원그룹은 지난 8 월 〈왕자영요(王者荣耀)〉와 함께 '중국 오리지널 콘텐츠 전략 협력 계획' 추진을 본격화하면서 〈로드 오브 미스터리즈〉가 이 계획에 포함된 첫 번째 협업 IP 로, 〈왕자영요〉에 등장하는 5 명의 영웅과 컬래버한 전용 스킨을 출시함



|그림 8| 〈로드 오브 미스터리즈〉 이미지(좌), 〈로드 오브 미스터리즈〉×〈왕자영요〉 컬래버 스킨 이미지 (출처: 신랑재경[新浪财经])

27) 출처 : https://baijiahao.baidu.com/s?id=1843417532017864493&wfr=spider&for=pc

[도쿄] AI 를 활용한 캐릭터 IP 감수 프로그램 개발, 작업 시간 평균 60% 절감 [28]

- **NTT 도코모(NTT ドコモ)는 지난 16 일, 애니메이션·영화·캐릭터 등 IP 의 감수 업무를 AI 로 효율화하는 사업을 수행할 독립 법인을 분사했음을 발표함**
  - 해당 기업은 제작물이 지침 위반이 없는지 등을 감수하는 과정을 AI 로 자동화하여, 감수 의뢰부터 승인까지 과정에서 작업 부담을 줄이고자 희망하는 출판사 및 게임 회사 등을 대상으로 사업을 이어갈 계획임
  - 새롭게 탄생한 아이펙스(AIPEX)는 자사 플랫폼을 통해 접수된 감수 의뢰에 대해 생성형 AI 와 이미지 분석 기술을 활용해 캐릭터의 포즈, 색상 사용, 세계관과의 일치 여부 등을 자동으로 대조하고 수정 사항에 대해 안내하는 서비스를 운영할 예정임
  - 해당 작업에 대해 담당자는 최종 판단만 내리면 되도록 하여 감수 작업을 수 분내로 단축할 예정임
  - 애니메이션이나 게임에 등장한 캐릭터가 상품이나 광고에 활용되면 원작 이미지가 훼손되지 않도록 세부 사항 등을 확인하는 감수 작업이 필수적이나, 많은 시간이 소요된다는 문제점이 있었음
  - 실증 실험에서 감수 작업 시간은 평균 60% 절감되었으며, AI 활용으로 인한 작업 누락 등도 발생하지 않아 좋은 결과를 보였고 기업은 제작 과정에서 발생하는 반복적인 수정 작업이 줄어들면서 빠른 상품화와 광고 게재가 가능할 것으로 기대됨
  - 아이펙스는 NTT 도코모의 신사업 창출 프로그램의 지원을 통해 탄생하였으며, AI 기반 애니메이션 제작 효율화 기업인 크레스트랩(CrestLab)에 이어 9 번째 사례임

|그림 9| 아이펙스의 AI 지침 위반 안내 및 수정 방안 제안 화면

[싱가포르] 〈원피스〉 무기와라 스토어, 싱가포르 주얼 창이 공항에 공식 개장 [29]

- **〈원피스〉 팬들의 뜨거운 관심 속 공식 스토어 개장**
  - 싱가포르 주얼 창이(Jewel Changi) 공항에 공식 '〈원피스〉 무기와라 스토어'가 9 월 12 일에 개장함. 개장일에는 열성적인 팬들이 새벽부터 줄을 서서 입장을 기다렸으며, 일부 팬들은 연차까지 내고 방문하는

28) 출처 : https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC167QO0W5A910C2000000
29) 출처 : https://www.asiaone.com/lifestyle/one-piece-meaningful-me-excited-fans-queue-hours-ahead-mugiwara-store-opens-jewel-changi

등 싱가포르 내 〈원피스〉의 인기를 보여줌

- 〈원피스〉 스토어는 애니메이션에 등장하는 조형물인 '에그헤드 아크(Egghead Arc)'를 테마로 몰입형 디자인을 선보임. 매장은 각종 포토스팟, 포토 부스, 피규어와 의류 등 다양한 공식 상품 및 레고와의 컬래버레이션 제품을 제공함
- 매장에는 한정판 하라주쿠 쵸파 피규어와 같은 특별 출시 기념품 및 프로모션도 제공됨. 일정 금액 이상 구매 시 무료 컬렉션 카드, 무료 타투 스티커 등의 혜택이 제공됨
- 〈원피스〉 제작사 도에이 애니메이션(Toei Animation) 동남아 지부장 알스톤 리(Alston Lee)는 싱가포르에서 〈원피스〉 브랜드 확장에 대한 관심을 표명함. 아직까지 구체적인 계획은 없으나, 향후 더 많은 스토어가 개장될 가능성을 시사함

|그림 10| 싱가포르 공항에 개점한 〈원피스〉 무기와라 스토어 (출처: AsiaOne)

[싱가포르] 앙코르 필름, 〈나소흑전기 2〉 아시아 전역에 배급 예정 30)

싱가포르 배급사, 중국 인기 애니메이션 작품 배급권 확보

- 싱가포르의 앙코르 필름(Encore Films)이 중국 애니메이션 영화 〈나소흑전기 2(The Legend Of Hei 2)〉를 아시아 전역에 걸쳐 배급할 예정임. 앙코르 필름은 동남아시아, 홍콩, 마카오, 한국, 호주, 뉴질랜드 등 16 개 지역의 배급권을 확보함
- 앙코르 필름은 최근 인기 중국 애니메이션 영화 〈Ne Zha 2〉를 배급하여 아시아 전역에서 박스오피스 기록을 경신함. 이 영화는 역대 가장 높은 수익을 올린 애니메이션 영화이자 비영어권 영화임
- 〈나소흑전기 2〉는 2019 년 중국에서 7,150 만 달러(한화 약 986 억 원) 이상의 수익을 올렸으며, 올해 9 월 초 배급사 GKids 를 통해 북미 348 개 영화관에서 개봉했음. 미국 개봉 첫 주말에 22 만 5,000 달러(한화 약 3 억 1,043 만 원)의 수익을 올렸으며, 지난 10 년간 중국어 영화 중 〈Ne Zha 2〉에 이어 두 번째로 높은 개봉 수익을 기록함
- 앙코르 필름즈 상무 조이스 리(Joyce Lee)는 〈나소흑전기 2〉가 중국에서 거둔 성공을 더 넓은 아시아

30) 출처 : https://www.screendaily.com/news/singapores-encore-films-readies-pan-asian-release-of-the-legend-of-hei-2/5208826.article

지역으로 확장하고자 한다고 밝힘

|그림 11| 인기 중국 애니메이션 영화 〈나소흑전기2〉 (출처: Screen Daily)

[프랑스] 오픈 AI, 애니메이션 영화 〈크리터즈(Critterz)〉, 칸에서 첫 공개 예정 31)

- **〈크리터즈〉는 오픈 AI 의 Sora, DALL-E 등 생성형 AI 도구를 제작 전 과정에 사용하는 최초의 장편 애니메이션으로, 기존 수년이 걸리는 제작을 9 개월, 3 천만 달러 규모로 단축하며 할리우드 제작 방식을 혁신할 가능성을 보여주고 있음**
  - 〈크리터즈〉는 원래 2023 년 오픈 AI 가 DALL-E 1 주년을 기념해 제작한 단편 애니메이션에서 출발하여 안시(Annecy), 트라이베카(Tribeca), 칸 라이언즈(Cannes Lions) 등 국제 영화제에 초청되고, 미국 프로듀서 길드(PGA) 혁신상 후보에 오르는 성과를 거두었음. 이번 장편 제작에는 버티고 필름(Vertigo Films), 네이티브 포린(Native Foreign) 등이 공동 참여하며, 시나리오 작업은 〈패딩턴 인 페루(Paddington in Peru)〉에 참여했던 전문 작가들이 참여하였음
  - 약 30 명 규모의 팀이 제작에 참여하여 진행 중이며, 인간 아티스트의 크로키를 AI 가 영상화하고, 성우들이 더빙을 맡을 예정임. 총제작비는 3 천만 달러로, 수년간에 걸쳐 3 억 달러 이상이 투입된 픽사(Pixar)의 〈엘리오(Elio)〉와 비교하여 시간과 비용을 획기적으로 줄인 것이 특징임. 제작진은 내년 칸 영화제 기간 중 시사회를 할 예정이며, 2026 년 극장 개봉을 목표로 하고 있음

31) 출처 :
https://www.lefigaro.fr/cinema/les-bad-guys-2-vole-la-tete-du-box-office-francais-aux-4-fantastiques-20250807

만화·웹툰·스토리

[LA] 디즈니, 웹툰과 손잡고 글로벌 디지털 코믹스 플랫폼 구축 32)

마블·스타워즈·픽사 3 만 5 천편 한곳에, 웹툰 지분 2% 인수

- 지난 16 일(현지시간) 버라이어티(Variety)에 따르면, 디즈니(Disney)가 웹툰 엔터테인먼트(Webtoon Entertainment)와 협력해 새로운 디지털 코믹스 플랫폼을 구축한다고 발표함. 이번 플랫폼은 마블(Marvel), 스타워즈(Star Wars), 디즈니(Disney), 픽사(Pixar), 20 세기 스튜디오(20th Century Studios) 등 디즈니의 방대한 코믹스 포트폴리오 3 만 5 천여 편을 한곳에 모으고, 웹툰 오리지널 스토리도 함께 제공할 예정임
- 디즈니는 이번 서비스를 자사 디지털 코믹 구독 서비스인 '마블 언리미티드(Marvel Unlimited)'의 확장판으로 포지셔닝하며, 구독자들이 과거 아카이브부터 최신 연재작까지 다양한 포맷(세로 스크롤·전통형)을 즐길 수 있도록 지원할 계획이라고 밝혔으나 아직 구체적인 출시일은 공개되지 않았음
- 이번 협력의 일환으로 디즈니는 웹툰 엔터테인먼트 지분 2% 인수를 위한 비구속적 계약서를 체결했으며, 발표 직후 웹툰 주가는 전일 대비 45% 이상 급등해 주당 20 달러를 돌파함. 웹툰 엔터테인먼트는 2024 년 6 월 나스닥에 상장한 이후 글로벌 시장에서 영향력을 확대하고 있음
- 신규 플랫폼은 웹툰이 구축·운영하며, 디즈니+ 퍼크스(Disney+ Perks) 프로그램과 연계해 디즈니+ 구독자에게 일부 콘텐츠를 무료 제공함. 주요 타이틀은 한국·일본 웹툰 플랫폼에도 현지화될 예정으로, 글로벌 팬층 확대와 디지털 코믹 시장 성장에 중요한 역할을 할 것으로 기대됨

32) 출처 : https://variety.com/2025/digital/news/disney-digital-comics-platform-webtoon-entertainment-acquires-stake-1236520390

음악

[심천] 중국공연업협회, 2025 년 7~8 월 공연시장 현황 발표 [33]

- **중국공연업협회(中国演出行业协会)에 따르면, 2025 년 7~8 월 기간 상업공연 회차와 티켓매출액은 각각 전년 동기 대비 4.18% 증가한 12 만 6,300 회, 전년 동기 대비 3.90% 증가한 151 억 3,500 만 위안으로 집계됨. 누적 관객 수는 4,223 만 3,200 명으로 전년 동기 대비 5.17% 증가함**
  - 수용인원 5,000 명 이상의 대형 상업공연의 티켓판매액과 관객 수는 전년 동기 대비 증가세를 유지함
  - 대형 공연을 중심으로 공연산업과 문화관광업계 간 융합이 깊고 광범위하게 이루어지고 있으며, 3~4 선 도시는 공연장 업그레이드, 정책 지원과 관광 자원으로 공연 경제의 새로운 블루오션으로 부상함
  - 7~8 월 기간 관광 예술공연 회차, 티켓판매액, 관객 수 모두 전년 동기 대비 증가세를 유지함
  - 저장성(浙江省), 장쑤성(江苏省), 샤먼(厦门), 베이징(北京市) 등 여러 지역에서 공연시장 발전을 위한 신규 정책을 발표하였는데, 특히, 베이징과 상하이 두 지역에서는 공연 관람료 지원 정책을 도입하여 주목을 받음

[싱가포르] Bubbling & Boiling Music and Arts Festival, 싱가포르에서 첫 개최 [34]

- **중국 음악 축제의 해외 진출, K 팝 포함 다양한 장르 선보여**
  - 종합 음악·예술 축제 Bubbling & Boiling Music and Arts Festival 이 9 월 13 일부터 이틀간 진행됨. 해당 축제는 중국의 한 문화 브랜드에서 시작되었으며, 청소년 문화와 글로벌 음악, 관광 산업의 통합을 기념하기 위해 기획됨
  - Bubbling & Boiling Music and Arts Festival 은 2023 년 베이징을 시작으로 중국 전역에서 개최되었으며, 올해는 중국 외 지역에서 처음으로 싱가포르에서 열림. 이번 축제는 특히 젊은 세대 사이에서 뜨거운 호응을 얻었으며, 방문객의 85% 이상이 Z 세대, 90% 이상이 해외 방문객이었음
  - 축제 첫날은 K 팝을 중심으로 걸그룹 (여자)아이들, 하이키(H1-Key), 힛지스(Hitgs)과 보이그룹 크래비티(Cravity), 엑소(EXO)의 시우민 등 인기 아티스트들이 공연을 펼침. 행사 둘째 날은 싱가포르 출신 가수 분 후이 루(Boon Hui Lu) 이외에 중국, 홍콩, 미국 등 다양한 아시아 음악 장르의 아티스트들이 무대에 오름
  - 이번 행사는 싱가포르 리조트 월드 볼룸(Resorts World Ballroom)과 파트너십을 맺고 싱가포르 관광청의 후원을 받아 기획됨. 리조트 시설과 연계해 호텔, 식사, 쇼핑 등을 축제와 결합함으로써 문화 행사와 관광 인프라의 시너지를 입증함. 또한 전통 한푸(Hanfu) 체험 및 민난(Minnan) 스타일 게임 등 다양한 문화 활동을 통해 문화 관광 분야에서 새로운 국제 협력 모델을 제시함

---

33) 출처 : https://mp.weixin.qq.com/s/JnJl3dLUrKm7zUhxEfuIbw
34) 출처 :
https://www.travelandtourworld.com/news/article/bubbling-boiling-music-and-arts-festival-2025-in-singapore-a-celebration-of-youth-culture-global-music-and-tourism-integration

|그림 12| Bubbling & Boiling Music and Arts Festival 무대에 오른 걸그룹 하이키(H1-Key) (출처: The Straits Times)

[영국] 라디오헤드, 2018 년 이후 첫 투어 발표 35)

- **영국 밴드 라디오헤드(Radiohead)가 7 년 만에 첫 라이브 공연을 발표함, 런던, 코펜하겐, 마드리드, 베를린, 볼로냐에서 진행되며, 각 나라의 공연장에서 4 일간 공연을 펼칠 예정임, 11 월에는 스페인, 이탈리아, 영국에서, 12 월에는 덴마크와 독일 공연이 예정됨**
  - 티켓 구매 기회를 얻으려면 라디오헤드 웹사이트에 사전 등록을 해야 함, 이는 봇과 호객꾼을 방지하기 위함임. 높은 비중의 티켓은 공연장 근처에 거주하는 팬들에게 할당될 예정임
  - 밴드는 풀뿌리 공연장 지원 기금 '라이브 트러스트'(Live Trust)를 위해 영국 티켓당 1 파운드(한화 약 1,880 원)를 포함할 예정임. 유럽에서는 티켓당 1 유로(한화 약 1,630 원)가 국경 없는 의사회(Médecins Sans Frontières)에 후원되며 라디오헤드가 전체 금액에 매칭하여 추가 후원할 예정임
  - 밴드의 유럽 공연은 2018 년 이후 첫 라이브 공연이며, 그간 멤버들은 솔로 활동을 이어감, 멤버 톰 요크(Thom Yorke)와 조니 그린우드(Jonny Greenwood)는 재즈 드러머인 톰 스키너(Tom Skinner)와 함께 그룹 스마일(Smile)을 결정해 3 개의 앨범을 발표함, 요크와 돈우드는 최근 옥스퍼드 애쉬몰리언 박물관에서 열린 전시회에 협력함
  - 기타리스트 에드 오브라이언(Ed O'Brien)은 2020 년 솔로 앨범 '어스'(Earth)를 발매했으며, 콜린 그린우드(Colin Greenwood)가 한 곡에 참여했음
  - 조니 그린우드는 이스라엘 음악가 두두 타사(Dudu Tassa)와 2023 년 앨범 작업을 함, 해당 앙상블에는 시리아, 레바논, 쿠웨이트, 이라크의 음악가들이 참여함, 2023 년 10 월 이스라엘-가자 전쟁으로 유럽 투어가 취소됨. 2024 년 그린우드는 네타냐후 총리의 해임과 하마스의 인질 석방을 촉구하는 시위에 참여했으며, 타사와 함께 텔아비브(Tel Aviv)에서 공연해 친팔레스타인 활동가들의 비난을 받음
  - 라디오헤드는 공연 취소 요구에도 불구하고 2017 년 7 월 텔아비브에서 공연함. 당시 요크는 한 나라에서 공연하는 것은 그 정부를 지지하는 것과 별개라고 밝힘

35) 출처 : https://www.theguardian.com/music/2025/sep/03/radiohead-announce-first-tour-dates-since-2018-and-face-boycott-from-pro-palestine-campaigners

- 2024 년 10 월 요크는 멜버른에서 친팔레스타인 관객에게 야유를 받은 후 무대에서 퇴장한 일이 일어남
- 지난 5 월 요크는 가자 전쟁에 대한 성명에서 네타냐후와 그의 행정부가 멈춰야 하며, 하마스는 사람들의 고통 뒤에 숨었다고 말함. 그는 멜버른 콘서트가 가자에서 벌어지고 있는 인도주의적 재앙을 논의하기에 적절하지 않았다고 함. 그는 자신의 음악이 극단주의나 비인간화를 어떤 형태로든 지지할 수 없다는 것을 증명한다고 밝힘
- 라디오헤드의 새로운 투어 일정이 공식적으로 확정되기 전, 이스라엘에 대한 문화학술 보이콧 캠페인 팔레스타인 본부(Palestinian Campaign for the Academic and Cultural Boycott of Israel, PACBI)는 이미 조니 그린우드의 텔아비브 공연으로 인해 밴드 투어의 보이콧을 촉구함

[스웨덴] 스웨덴, AI 음악 학습에 대한 세계 최초의 '공식 라이선스' 도입 36)

- **스웨덴에서 AI 음악 생성 기술이 창작자에게 정당한 보상을 보장하는 새롭고 획기적인 제도적 조치가 시행될 전망. 저작권 단체 Stim 이 마련한 AI-라이선스가 바로 그것. 이는 AI 개발사들이 스웨덴 음악을 사용하여 시스템을 학습시킬 경우, 아티스트와 작곡가에게 투명성과 보상을 제공하는 세계 최초의 공식 체제**
  - AI 기술의 비약적인 발전은 창작자들에게 이중의 위협을 가하고 있는데 하나는 저작권자 허가 없이 무단으로 음악을 학습 데이터로 사용하는 관행이고, 다른 하나는 AI 로 만들어진 음악의 확산으로 인해 향후 음악가들의 수익이 줄어들 가능성임. Stim 은 이러한 변화로 인해 2028 년까지 음악 창작자의 수익 중 최대 24%가 AI 음악으로 대체될 위험이 있다고 경고하기도 함
  - Stim 이 제안한 AI-라이선스는 다음과 같은 특징을 가짐
    - 보상 구조의 특징. AI 가 음악 저작물을 학습에 사용한 시점의 '훈련 보상'과 그 학습을 바탕으로 생성된 음악의 수익 일부를 창작자에게 되돌려주는 구조를 포함
    - 출처 추적 기술 도입. AI 결과물이 어느 곡으로부터 영감을 받았는지 추적할 수 있는 기술이 포함되어 있어, '영감'의 출처가 명확히 밝혀지며, 창작자에게 투명성이 제공
    - 이 제도는 아직 초기 단계에 있으며, 첫 고객으로는 스웨덴 스타트업인 Songfox 가 선정되어 내년부터 이용을 시작할 계획. 하지만 주요 과제도 남아 있는데, 바로 대형 AI 기업들이 이 라이선스를 받아들일지, 또는 법적 분쟁을 통해 강제될지 여부. 독일에서는 유사 단체가 소송에 나선 상태이며, 미국에서도 비슷한 저작권 분쟁 사례들이 진행 중
    - Stim 측은 이 라이선스가 향후 음악 산업 내 새로운 표준 관행으로 자리잡기를 희망. AI 기업들은 이 제도를 통해 합법적으로 음악을 학습 데이터로 사용할 수 있게 되고, 동시에 음악 창작자는 자신의 작품이 어떻게 사용되는지 알 권리와 보상받을 권리를 확보
  - AI-라이선스 제도는 AI 음악 기술의 윤리성과 창작물의 경제적 가치를 보호하려는 중요한 첫걸음으로 평가. 앞으로 스웨덴이 이 변화의 중심에서 어떤 영향을 미칠지, 국내외 음악 산업이 어떻게 반응할지는 주목

36) 출처 : https://www.svt.se/kultur/ai-musiktjanst-far-tillstand-att-trana-pa-svensk-musik

[스웨덴] 2025 년 Music Publishers Award 올해의 심사위원단 발표 37)

- **스웨덴의 권위 있는 음악 시상식인 Music Publishers' Award 가 다가오는 11 월 개최를 앞두고, 2025 년 심사위원단 명단을 공식 발표했음. 이번 심사위원단은 스웨덴 음악계의 다양한 분야에서 활약 중인 전문가들로 구성되어 있으며, 새로운 인물의 합류로 한층 더 다채로운 심사 기준을 기대하게 함**
  - 올해는 가수이자 송라이터로 활동 중인 리네아 헨릭손(Linnea Henriksson)과, 일렉트로닉 듀오 Nause 의 멤버였던 세바스티안 푸레르(Sebastian Furrer)가 새로운 팝 부문 심사위원으로 합류. 이들의 음악성과 업계 경험은 현대 스웨덴 음악의 흐름을 더 깊이 반영할 것으로 보임
  - 팝 부문의 심사위원단은 음악 저널리스트이자 편집장인 크리스텔 발싱어(Christel Valsinger)가 위원장을 맡았음. 그녀는 "음악 출판 산업의 핵심인 창작자들의 작품을 제대로 조명할 수 있는 기회를 얻게 되어 기쁘다"라고 말함
  - 함께 심사를 맡을 위원으로는 Linnea Henriksson – 가수, 작사가/ Sebastian Furrer – 프로듀서, 작곡가 / Pär Wiksten – 작곡가, Wannadies 출신 / Salla Salazar – 래퍼 및 음악 프로듀서 / Sara Parkman – 민속 음악가 / Alexandra Sundqvist – 음악 평론가 등이 있음. 이들은 "올해의 작곡가(Årets kompositör)", "올해의 작사가(Årets textförfattare)", "올해의 노래(Årets låt)" 등을 포함한 여러 부문에서 후보자들을 심사하게 됨
  - Music Publishers' Award 는 스웨덴 음악 산업 내에서 작곡가와 작사가의 창작 활동을 기념하고 지원하기 위해 매년 열리는 행사임. 이번 시상식을 통해 다양한 음악 장르에서 활동하는 아티스트들이 주목받고, 창작의 가치가 한층 더 높게 평가받는 자리가 될 것으로 기대됨

|그림 13| 2025년 Music Publishers Award 올해의 심사위원단

37) 출처 : https://gaffa.se/nyheter/2025/september/har-ar-arets-jury-for-musikforlaggarnas-pris

[멕시코] 음악으로 역사를 새기는 멕시코의 원주민 여성들 38)

- **1934 년 개관 이래 처음으로, 멕시코의 대표 문화 공간인 베야스 아르테스 궁전이 원주민 여성 음악 단체들에게 문을 열었음**
  - 지난 9 월 6 일 나와, 세리, 믹스, 토토나카, 촌탈 등의 원주민 공동체 출신 여성 단체들이 중심이 된 역사적인 공연 「달이 지나가는 길(Por donde pasa la luna)」이 열림
  - 7 세부터 70 세에 이르는 여성들이 무대에 올라 전통 복장과 악기로 문화와 언어, 자연과의 연결을 표현하며, 각 공동체의 언어로 노래하고 연주하며 환호를 받음
  - 이들은 문화와 언어의 풍요로움을 보여주는 동시에, 오랜 시간 이어진 가부장제에 맞선 저항의 목소리도 함께 들려줌
  - 공연의 예술 감독이자 세리족의 여성 래퍼이기도 한 사라 몬로이는 “이 공연은 저항이자 존엄, 역사적 복권의 상징”이라며, “오랜 침묵과 배제를 겪어온 원주민 공동체에서 예술과 음악은 정치적 행위가 될 수 밖에 없다”라고 말함
  - 동 공연은 멕시코 정부가 선포한 「2025 년, 원주민 여성의 해」의 일환으로 개최된 최초의 공연으로, 멕시코는 음악을 통한 젠더 불평등을 해소하고자 노력하고 있음
  - 멕시코에는 약 2,030 만 명의 원주민 여성이 살고 있으나, 이들 여성은 성차별과 폭력에 특히 더 많이 노출 되어있는 것으로 2024 년 멕시코 통계청 조사에서도 확인된 바 있음
  - 원주민 공동체에서는 여성의 음악 참여가 부정적으로 여겨졌고, 춤을 출 때도 몸가짐을 매우 단정히 해야 하는 사회적 제약이 있어 옴
  - 이번 공연에 참여한 각 원주민 공동체의 음악인들은 사회적 편견과 관습을 깨고 수백 명의 아동과 청소년에게 음악 교육을 제공해 옴
  - 이 과정에서 여성들의 참여 비율이 높아지고 있는 것은 동 음악 교육 활동이 실질적인 사회 변화로 이어지고 있는 것이라 평가됨
  - 공연의 또 다른 목표는 원주민 여성들의 예술과 자유에 대한 투쟁을 인정하는 것으로 원주민 공동체에서는 대체적으로 삶의 터전인 자연을 주제로 한 곡들을 통해 지역 문화 보존과 자긍심 고취를 꾀함
  - 이들은 모두 음악을 통해 여성의 사회 참여 확대, 언어 보존, 젠더 불평등 등 관습에 도전하고 있음

38) 출처 : https://www.dw.com/es/con-m%C3%BAsica-ni%C3%B1as-y-mujeres-ind%C3%ADgena

패션

[오사카] 도쿄에서 '패션테크 엑스포' 개최…AI 기반 쇼핑 체험 대거 선보여 39)

- **오는 10 월 1 일부터 도쿄 빅사이트에서 열리는 패션 산업 전시회「FaW TOKYO 가을」내에 '패션테크(패션×기술) EXPO(ファッションテック(ファッション×テクノロジー)EXPO)' 개최 예정**
  - 이번 행사에서는 AI 카메라 기반의 아이템 추천 기능이 탑재된 스마트 미러 및 실제로 눈앞에서 제품을 보는 듯한 몰입형 온라인 쇼핑 체험 등 다양한 기술이 전시되며, 패션 산업과 최신 기술 간 융합 가능성을 제시할 예정
  - 최근 일본에서 생성형 AI 의 이용률이 빠르게 증가하고 있음. 2023 년 9.1%였던 생성형 AI 이용률은 2024 년 26.7%까지 급등하였으며 텍스트·이미지 생성 기술을 넘어, 패션 산업에서도 AI 도입이 본격화되고 있음. 소비자의 구매 경험을 혁신하는 것은 물론, 업계의 인력 절감과 수요 예측 등 경영 과제 해결에도 기여할 것으로 기대되고 있음. 이번 전시에서는 다음과 같은 주요 기술이 선보일 예정
    - Apple Vision Pro 기반 차세대 쇼핑 앱: 360 도 가상 공간에서 쇼핑이 가능하며, 아이템은 3D 데이터로 재현되어 소재감과 디테일을 정밀하게 확인할 수 있음
    - AI 기반 스마트 미러: 세계 최초로 AI 아이템 추천, 퍼스널 컬러 진단 등 다양한 기능 탑재. AI 진단 결과는 전용 차트로 열람 가능
    - 3D 피팅 시뮬레이션 쇼핑 서비스: AI 가 체형과 사이즈를 자동 분석해 실제 착용 시의 실루엣과 핏을 고정밀로 시뮬레이션. 온라인 쇼핑의 한계를 보완할 수 있는 솔루션으로 주목되고 있음
    - 신경렌더링 기술 활용 3D 모델 생성: 소재의 질감과 형태를 실제처럼 재현하며, 온라인·오프라인·메타버스 공간에서도 몰입형 쇼핑 체험이 가능함
    - K-패션 트렌드 AI 분석 솔루션: 한국 패션의 최신 트렌드와 상품 정보를 한눈에 파악할 수 있으며, 직관과 경험에 의존하던 기획·판매 전략을 데이터 기반 분석으로 최적화해 히트 상품 개발과 매출 향상 추진
    - AI 자동 조명 제안 및 콘텐츠 제작 툴: 74 개의 독립 광원을 갖춘 패널 조명으로 클릭 한 번에 최적 조명 제공. 정지 이미지, 360 도 뷰, 영상 콘텐츠를 손쉽게 제작할 수 있음. EC 사이트 콘텐츠 제작의 효율을 크게 향상시킴.
  - AI 활용이 급증하고 있는 일본 내에서 패션 산업 역시 새로운 혁신 도구로서 AI 기술을 도입하고 있으며, 산업 확장 가능성에 대한 기대도 커지고 있음

[프랑스] 아르마니 유언장 공개, LVMH 등 유럽 3 개 그룹에 지분 매각 지시 40)

- **지난 9 월 4 일 타계한 이탈리아 패션 거장 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)의 유언이 공개되면서, 향후 아르마니 하우스의 지분을 LVMH 등 유럽 럭셔리 그룹에 단계적으로 매각하도록 명시된 것이 알려져 귀추가 주목되고 있음**

39) 출처 : https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001791.000026157.html
40) 출처 :
https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/essilorluxottica-lvmh-loreal-qui-heritera-darmani-2185961

- 약 120 억 유로로 추산되는 개인 재산과 기업을 남긴 아르마니는 직계 상속인이 없는 관계로 사후 경영권을 자신의 재단에 위임하였음. 유언장에 따르면 반드시 18 개월 내에 초기 15% 지분을 유럽 주요 럭셔리 그룹인 LVMH, 에실로룩소티카(EssilorLuxottica), 로레알(L'Oréal) 중 한 곳에 매각하도록 하였고, 이후, 3~5 년 내 동일 그룹에 추가 지분을 넘겨 과반 확보를 가능하게 하였으며, 이 계획이 성사되지 않을 경우 이탈리아 증시 또는 그에 상응하는 시장에서 기업공개(IPO)를 추진하도록 명시하였음
- LVMH 의 베르나르 아르노(Bernard Arnault) 회장은 아르마니가 자사를 지목한 것은 영광이라며 글로벌 리더십 강화를 약속했고, 로레알 역시 깊은 존중과 신중함으로 검토할 것을 표명하였음. 에실로룩소티카 또한 이미 아르마니와 긴밀한 협력 관계를 강조하며 참여 가능성을 시사하였음. 특히, 프랑스의 LVMH 와 로레알은 글로벌 패션,뷰티 시장에서 막강한 영향력을 지닌 그룹으로, 이탈리아 명품브랜드 아르마니와의 결합 가능성에 대해 프랑스 내에서도 큰 관심을 끌고 있음
- 아르마니의 유언장 내용은 이탈리아에서 놀라움으로 받아들여지고 있으나, 업계 전문가들은 글로벌 자본과 경영 자원이 필요한 현 럭셔리 시장 환경에서 불가피한 선택으로 보고 있음. 아르마니는 유언을 통해 단순하고 현대적이며, 우아하고 절제된 스타일과 윤리적 경영, 품질과 혁신을 강조하는 운영 철학을 재단이 이어갈 것을 요구하였음

[뉴욕] 2025 년 미국 패션 리테일 업계: 관세·수요·가격의 삼중 압박 41)42)

- **2025 년 9 월 뉴욕패션위크는 글로벌 브랜드뿐 아니라 신진 디자이너와 지속가능 패션 브랜드의 비중이 크게 늘어난 것이 특징. 이는 미국 리테일 업계의 '소싱 다변화'와 '채널 믹스 재편' 전략과 맞물려 있음**
  - 세계 금융 시장에서 가장 영향력 있는 신용평가 기관 중 하나인 무디스 레이팅스(Moody's Ratings)는 2025 년 미국의 관세 중심 통상정책으로 인해 의류·신발·백화점 리테일러의 수익성 저하를 경고. 상반기 재고 소진 과정에서 수입관세가 마진을 갉아먹고, 가격 인상 여력은 제한적. 연간 매출 증가는 최대 3% 수준으로 전망되며, 업종 전망은 부정적인 상황
  - 미국 정부가 추진 중인 상호 보복 관세 정책은 자국 산업 보호를 위한 무역 조치로, 발효 시점이 8 월 1 일로 연기되면서 무디스는 향후 12 개월간 전자상거래 제외 업계 EBIT(영업이익) 감소 전망을 기존 10% 초과에서 3~5% 감소로 축소될 것이라 전망. 그러나 약한 수요 환경 탓에 매출 성장률(최대 3%) 가정은 유지됨
  - 뉴욕의 패션브랜드인 멜케(Melke)의 창립자 엠마 게이지(Emma Gage)는 큰 런웨이 쇼보다는 소규모 프레젠테이션, 팝업(popup), 트렁크쇼(trunk show) 등 대형 쇼보다 비용이 낮고 비즈니스 중심적인 고객 중심 행사에 더 많은 가치를 느낀다고 말하며 소량 주문 후 점진적 확대가 브랜드 생존에 더 유리하다고 판단
  - 백화점은 1 월을 제외한 모든 달에 전년 대비 매출 감소를 기록. 반면 의류 리테일은 대부분의 달에서

41) 출처 : https://www.glossy.co/fashion/at-new-york-fashion-week-emerging-brands-are-approaching-wholesale-buyers-with-caution
42) 출처 : https://www.retaildive.com/news/apparel-department-stores-struggle-tariff-policy/753434

소폭 성장했지만, 소비자들이 이미 가격에 민감해 져서 가격 인상은 어려움. 가격 책정은 업계의 핵심 과제로 부상

- 대형 소매업체와 아울렛과 같은 오프프라이스(off-price) 채널은 스케일과 식품 비중 등을 무기로 상대적 우위 확보. 무디스는 미국 최대 유통기업 중 하나인 월마트(Walmart)가 특히 성공할 것으로 기대되며, 타깃(Target)은 비필수 일반 잡화 비중이 높아 실적 압박이 클 것으로 분석
- 도매 주문 규모의 부담도 큰 고려 사항. 예를 들어 "만약 지금 누군가 10,000 벌의 드레스를 사겠다고 한다면 수락하지 않을 것"이라며, 잘 팔리지 않으면 할인 처리해야 하고 재고 부담을 져야 할 가능성을 경계함
- 일부 소매기업은 재고 자산 가치를 평가하는 회계 방식인 소매재고법을 사용하면서 관세가 마진에 미치는 영향이 분기별로 요동, 성과 평가가 복잡해짐. 관세 충격을 단기간에 정밀 계측하기 어려운 구조
- 백화점 및 대형 소매업체에서의 결제 지연 문제가 제기됨. 삭스 피프스 애비뉴(Saks Fifth Avenue) 같은 경우 작은 브랜드에 대한 지급을 몇 달 늦추거나 심지어 1 년 이상 지연하기도 하며, 이는 브랜드 운영 어려움으로 연결됨
- 관세 외에도 전반적으로 소비 환경이 여전히 어렵다는 상황에서 현재 업계는 1. 관세로 인한 원가·마진 압박 2. 가격 인상 제한 3. 소비 둔화 4. 재고·회계 처리의 변동성 이라는 네 가지 축에서 동시다발적 압력을 받고 있음. 단기적으로는 오프프라이스·가치 채널 쏠림과 상위 플레이어 중심의 양극화 심화. 중기적으로는 공급망·소싱 다변화, 가격 구조 재설계, 채널 믹스 재편이 핵심 대응 과제

[독일] 독일 섬유·패션업계, 순환경제 전환 위한 새로운 EPR 개발 43)

- **독일 섬유·패션산업협회(Textil+Mode)가 독일연방환경재단(DBU) 지원 아래 16 개월 프로젝트를 통해 제조사 책임 강화형 EPR 시스템을 설계, 독일 최초의 섬유 순환경제 제도화를 모색**
  - 독일 섬유·패션산업협회가 업계를 대표해, 지속가능한 섬유 회수를 위한 EPR(Extended Producer Responsibility, 생산자책임재활용제도) 시스템 개발 프로젝트를 본격적으로 추진
  - EPR 는 제품 생산자 또는 수입자에게 사용 후 발생하는 제품 및 포장재의 폐기물 회수 및 재활용 의무를 부여하여 폐기물 발생량 감축 및 자원순환을 촉진하는 환경 정책
  - 해당 프로젝트는 16 개월간 진행되며, 독일연방환경재단(DBU)의 지원을 받아 과학적 연구로 뒷받침되었음
  - 목표는 단순 수거율 중심이 아닌 제조사별 환경영향·지속가능 디자인·책임지표 등을 반영하는 새로운 평가체계를 구축하는 것임
  - 프랑스·네덜란드 등은 이미 섬유 EPR 제도를 도입했으나, 독일은 아직 법적 기반 부재 상태
  - 다가오는 EU 폐기물 프레임워크 지침 개정이 독일에도 실질적이고 간소한 제도 설계 기회를 제공할 것으로 평가
  - 독일 섬유·패션산업협회 측은 중소기업 부담을 최소화하는 생태적·경제적 균형과 법적 안정성을 강조
  - 프로젝트는 GRS 서비스법인(GRS Servicegesellschaft mbH), GRS 배터리재단(Stiftung GRS Batterien), 섬유연구위원회(Forschungskuratorium Textil)와 협력해 진행되었으며, 배터리·포장·전기전자 폐기물 EPR 사례를 분석에 반영

43) 출처 :
https://de.fashionnetwork.com/news/Textil-mode-entwickelt-neue-umweltziele-zur-kreislaufwirtschaft,1762175.html

- GRS 서비스법인(GRS Servicegesellschaft mbH)은 배터리 분야의 EPR 경험을 근거로, 법정 수거율만 강조하는 접근이 오류가 될 수 있으니 비판적으로 검토해야 한다고 밝혔음

[스웨덴] 스톡홀름에서 만나는 새로운 빈티지 ERA 세컨핸드 44)

- **스웨덴 스톡홀름 중심가에 자리한 'ERA Second-hand(이하 ERA)'는 전통적인 중고 의류 매장의 이미지를 뒤엎는 새로운 빈티지 쇼핑 경험을 선보임. 단순히 오래된 옷을 판매하는 공간이 아니라, 오늘날의 패션 감각에 맞춘 큐레이션 공간이자, 디지털 리세일 플랫폼까지 아우르는 하이브리드 형태의 패션 스토어**
  - ERA 는 공동 창립자인 린 아프 클린트 칸스마르크와 나탈리 백스트룀에 의해 탄생. 이들의 철학은 세컨 핸드가 '예전 것'이 아닌 '지금의 선택'이 될 수 있어야 한다는 것. 두 창립자는 "우리는 어떤 옷이 몇 년도에 만들어졌는지가 아니라, 그 옷이 지금 이 시대의 패션 언어에 어울리는지를 봅니다."라고 말함
  - 이러한 접근은 ERA 의 공간 구성에도 고스란히 드러나는데 매장은 마치 고급 멀티브랜드 부티크처럼 세련되게 연출되어 있으며, 시즌 트렌드와 색감, 실루엣에 맞춰 컬렉션이 매일 새롭게 재정렬되어 단순한 리세일 숍이 아니라 하나의 스타일 편집숍처럼 느껴짐
  - ERA 의 또 다른 강점은 디지털 판매 시스템. 판매자는 직접 매장에 방문할 필요 없이, 전용 앱을 통해 판매할 옷을 간편하게 제출할 수 있음. ERA 측에서 아이템을 검토하고, 매장에서의 스타일링 및 판매를 전담. 판매자는 판매가 완료되면 스웨덴의 간편결제 서비스인 Swish 또는 은행 계좌를 통해 수익을 정산받음. 기본 수수료는 판매가의 40%, 고가 제품(5,000 크로나 이상)은 50% 수익, 초고가 제품(10,000 크로나 이상)은 70% 수익. 이 구조는 명품 혹은 프리미엄 아이템을 보유한 셀러에게 매력적인 조건으로 작용
  - ERA 는 지속 가능성을 단순한 윤리적 구호가 아닌, 스타일의 대안으로 제시. "이미 세상에는 충분히 많은 옷이 존재한다"라는 전제 아래, 새로운 생산보다 기존 자원의 순환을 통해 멋과 환경을 동시에 잡는 방향을 추구. 지속 가능한 소비와 패션에 대한 새로운 시각을 제시하는 문화적 제안으로 볼 수 있음

|그림 14| 린 아프 클린트 칸스마르크와 나탈리 백스트룀

44)출처 : https://www.voguescandinavia.com/articles/era-second-hand-stockholm-store

통합(정책·기타)

[북경] 상무부 등 9 개 부처, 서비스 소비 활성화 정책 발표

- **9 월 16 일, 중국정부망(中国政府网)에 게시된 내용에 따르면, 지난 9 월 5 일, 상무부 · 문화여유부 · 국가발전개혁위원회 등 9 개 부처가 공동으로 〈서비스 소비 확대를 위한 정책조치(关于扩大服务消费的若干政策措施)[45]〉를 관련 기관에 인쇄 배포함. 해당 〈조치〉는 민생 개선과 내수 확대 등을 위한 서비스 소비 전반의 질적 향상 및 제도 기반 정비를 목표로 함**
  - 총 5 대 분야 19 개 조치로 구성되어 있으며, 이 중 문화 분야에는 인터넷·문화 등 서비스 산업의 질서 있는 대외 개방 확대, 문학·예술·영화·애니메이션 등 콘텐츠 제작 및 인프라 활용 지원 등이 포함됨. 또한, 해외 소비자 유치를 위한 조치로 외국인 대상 5 년 복수 비자 확대 등이 명시됨

정책내용 요약

구분	분야	내용
1	서비스 소비 촉진 플랫폼 육성	1) 서비스 소비 품질 향상 및 민생 지원 행동 추진 2) 신업태·신모델·신장면 소비 시범 도시 조성
2	고품질 서비스 공급 확대	**3) 서비스 산업의 고수준 대외개방 확대** - 인터넷·문화 분야의 질서 있는 개방 추진, 통신·의료·교육 등 분야의 개방 시범 확대. 서비스업 개방 종합 시범 가속화 및 외상투자 장려 산업 목록에 더 많은 서비스 소비 분야를 포함하여 차별화된 서비스 공급 촉진 **4) 자금 통합 활용 통한 문화 콘텐츠 창작 지원** - 문학, 예술, 영화, 애니메이션 등 분야의 우수 콘텐츠 제작 지원, 기존 시설을 활용한 극장·박물관·미술관·과학관 등 거점시설 조성. 민간 문화 활동 및 대회 브랜드 육성, 전통문화 IP 의 시장 가치 발굴로 새로운 소비 방식 조성 등.. 생략.. 5) 박물관·관광지 등 운영시간 연장 및 예약제 완화 6) 국제 스포츠 경기 유치 및 대중 스포츠 확대 7) 비학과 교육훈련 시장 다각화 육성 8) 장기요양보험 확대 및 관련 인력 양성 9) 보편적 보육기관 운영 지원 10) 중고급 의료·휴양 시장 진입장벽 완화
3	서비스 소비 수요 창출	**11) 해외 소비자 유치 확대** - 비자면제 대상 국가 확대, 비자 정책 개선, 통신·숙박·결제 편의화 추진, 외국인 5 년 복수 비자 발급 확대 등.. 생략.. 12) 디지털 서비스 소비 확대 13) 학사 일정 개편을 통한 여행 소비 시간 확보
4	재정·금융 지원 강화	14) 다양한 자금 활용을 통한 서비스 시설 건설 지원 15) 서비스무역혁신펀드 활용해 기업 투자 확대 16) 신용대출 확대 및 맞춤형 금융 서비스 개발 17) 소비금융 지원 강화 18) 일상생활 밀접 분야의 경영자금 지원
5	통계·모니터링 체계 정비	19) 서비스 소비 통계방식 최적화

45) 출처 : https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202509/content_7040952.htm

[북경] 인터넷정보판공실, 미성년자 주요 이용 플랫폼 인정 기준 초안 공개

- **9 월 16 일, 국가인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)은 〈미성년자 이용자 수가 방대하거나 미성년자 집단에 중대한 영향을 미치는 온라인 플랫폼 서비스 제공자 인정 방법(未成年人用户数量巨大和对未成年人群体具有显著影响的网络平台服务提供者认定办法(征求意见稿))[46]〉에 대한 의견수렴 초안을 발표함**
  - 이번 초안은 〈미성년자 온라인 보호 조례(未成年人网络保护条例)〉의 후속 조치로 플랫폼에 부여되는 미성년자 보호 책임을 제도화하기 위한 기준을 제시함
  - 〈미성년자 온라인 보호 조례〉 제 20 조는 미성년자 이용자 수가 방대하거나 사회적 영향력이 큰 플랫폼에 대해 특별한 보호 의무를 부과하고 있으며, 이번 초안은 이를 이행하기 위한 인정 기준, 절차, 업무 요건을 구체화 함으로써 플랫폼의 책임성을 강화하고 제도의 실효성을 제고하는 데 중점을 둠
  - 초안은 미성년자 가입자 수가 1,000 만 명 이상 또는 월간 활성 미성년 이용자가 100 만 명 이상인 플랫폼을 '미성년자 주요 이용 플랫폼'으로, 미성년자의 이용 빈도・사용 시간・소비 금액・콘텐츠 영향력・사회적 주목도 등을 종합적으로 고려해 '미성년자에 영향력이 큰 플랫폼'으로 분류함. 해당 초안에 대한 의견 수렴은 2025 년 10 월 15 일까지 진행될 예정임

〈미성년자 온라인 보호 조례〉 제 20 조

미성년자 이용자 수가 방대하거나 미성년자 집단에 중대한 영향을 미치는 온라인 플랫폼 서비스 제공자는 다음의 의무를 이행해야 함

1. 플랫폼의 설계·개발·운영 각 단계에서 미성년자의 심신 발달 특성을 충분히 고려하고, 보호 조치의 영향을 정기적으로 평가할 것
2. 미성년자 모드 또는 전용 구역 등을 제공하여, 미성년자가 플랫폼 내 유익한 콘텐츠 및 서비스를 보다 쉽게 이용할 수 있도록 할 것
3. 국가 규정에 따라 준법체계(Compliance System)를 구축하고, 외부 인원으로 구성된 독립 기구를 설치하여 미성년자 보호 상황을 지속적으로 감독할 것
4. 공개·공정·공평의 원칙에 따라 플랫폼 내 서비스 제공자에게 적용되는 보호 의무를 별도로 규정하고, 미성년자 이용자에게 권리 및 구제 경로를 명확히 안내할 것
5. 법령을 위반하여 미성년자의 건강을 해치거나 권익을 침해한 서비스 제공자에 대해서는 즉시 서비스 제공을 중단할 것
6. 매년 미성년자 온라인 보호에 관한 사회적 책임 보고서를 발행하고, 외부의 감시와 감독을 수용할 것

※ 위 대상에 대한 구체적인 인정 기준은 국가인터넷정보판공실이 관계 부처와 협의하여 별도로 제정함

[도쿄] 반다이, SNS 유행 AI 피규어 이미지에 로고 사용 주의 당부 [47]

- **반다이(バンダイ)와 자회사인 반다이스피리츠(BANDAI SPIRITS)는 최근 X(舊 트위터) 등에서 유행하는 AI 를 활용한 피규어 이미지 생성 과정에서 자사의 등록상표 등이 포함됨에 따라 관련한 주의 사항을 공개함**

46) 출처 : https://www.cac.gov.cn/2025-09/16/c_1759740674396520.htm
47) 출처 : https://www.gamespark.jp/article/2025/09/16/157263.html

- 구글 재팬(Google Japan)의 공식 계정에서 자사의 AI 서비스 제미나이(Gemini)를 활용한 반려동물의 피규어 이미지 생성을 소개하기도 했으며, 파이널 소드(ファイナルソード)의 개발사가 제미나이를 통해 생성된 자사 게임 캐릭터 피규어 이미지를 SNS 에 게재하는 등 최근 피규어 이미지 생성이 크게 인기를 끌고 있음
- 이러한 상황에서 반다이 측은 자사의 등록상표 등이 포함된 이미지가 SNS 상에 유포됨에 따라 관련 문의가 접수되는 등 문제가 발생하기도 함
- 이에 따라 반다이 측은 생성된 이미지가 SNS 등에 게재되면 저작권 침해 등 불법성 문제가 있을 수 있다는 점을 경고하였으며, 자사 상품 이외 문의에 대해 대응할 수 없음을 명시함
- 구글의 다른 지역 X 계정에서도 피규어 이미지 생성 관련 게시물에서 반다이의 등록상표와 유사한 상표가 확인되는 등, 이번 발표를 통해 반다이 측이 대외 경고에 나선 것으로 보임

|그림 15| 구글의 애완동물 AI 피규어 이미지 제작 홍보 게시물

[인니] 인니 창조경제 부문 2025 년 상반기 투자액 7 조 5,790 억 원으로 사상 최대

- **인도네시아 관광창조경제부(Kemenparekraf)가 발표한 자료에 따르면, 2025 년 상반기 인도네시아 창조경제 부문 투자액이 90.12 조 루피아(약 7 조 5,790 억 원)에 달해 연간 목표를 크게 초과 달성함. 이는 전년도 총 투자액을 크게 상회하는 수치로 불과 6 개월 만에 연간 목표치를 뛰어넘는 역사적 성과를 기록함**
  - 창조경제 부문 투자의 상당 부분은 외국 자본 유입에서 비롯됨. 투자조정청(BKPM) 자료에 따르면, 싱가포르가 18 조 6,500 억 루피아(약 1 조 5,684 억 원)를 투자해 최대 해외 투자국으로 나타남. 이는 인도네시아 창조경제 시장의 국제적 경쟁력과 매력도가 크게 향상되었음을 의미함. 국내 투자 측면에서는 자카르타가 여전히 중심지 역할을 하고 있으며, 2024 년 18 조 1.400 억 루피아(약 1 조 5,255 억 원)에서 2025 년 25 조 9,700 억 루피아(약 2 조 1,840 억 원)로 43% 증가함. 이러한 투자 집중화는 대도시 지역의 창조경제 성장 잠재력을 보여주며, 동시에 지방으로의 확산 필요성도 제기하고 있음
  - 관광창조경제부는 2025~2029 년 국가중기개발계획(RPJMN)을 바탕으로 4 대 핵심성과지표(IKU)를 설정함. 이는 국내총생산(GDP) 증가율, 수출액, 고용창출, 투자 증대를 포함함. 창조경제 부문 GDP

성장률은 2024 년 5.69%에서 2029 년 6.12%로 향상시킬 계획임

- 수출 부문에서도 괄목할 만한 성과를 보임. 2025 년 상반기 창조경제 수출액은 130 억 달러를 기록했으며, 2029 년까지 330 억 달러로 확대할 계획임. 고용창출 측면에서는 2024 년 2,650 만 명에서 2029 년 2,770 만 명으로 120 만 개의 새로운 일자리 창출을 목표로 하고 있음
- 2025 년 상반기 창조경제 하위 부문별 수출 현황을 살펴보면, 패션이 70 억 9 천만 달러로 가장 큰 비중을 차지함. 이어 공예 부문이 50 억 1 천만 달러, 요리(음식 서비스 및 가공품) 부문이 7 억 6 천 7 백만 달러를 기록하며 상위 3 개 부문을 구성함
- 주목할 점은 수출 시장의 다변화가 활발히 진행되고 있다는 것임. 기존 주요 시장인 미국, 유럽연합 외에도 스위스, 일본, 아랍에미리트로의 수출이 크게 증가함. 이는 인도네시아 창조경제 제품의 글로벌 경쟁력이 향상되고 있음을 보여주는 대표적 사례임. 정부는 이러한 성과를 바탕으로 더욱 다양한 해외 시장 개척과 제품 품질 향상을 위한 지원을 확대할 계획이라고 밝힘. 특히 디지털 플랫폼을 활용한 글로벌 마케팅 강화와 국제 전시회 참가 지원을 통해 수출 확대를 도모할 예정임

[인니] 2025 년 하반기 인도네시아 제품 홍보대사로 선정된 K 팝 아이돌 [48)]

2025 년 들어 인도네시아 브랜드들이 K 팝 아이돌을 홍보대사로 기용하는 트렌드가 급속도로 확산되고 있음

- 이러한 현상은 단순한 마케팅 전략을 넘어 인도네시아 기업들이 글로벌 시장 진출을 위한 전략적 선택으로 해석됨. K 팝의 전 세계적 인기와 함께 팬들의 강력한 구매력과 브랜드 충성도를 활용하여 브랜드 인지도 상승, 매출 증대, 그리고 글로벌 포지셔닝 강화라는 세 마리 토끼를 모두 잡으려는 전략임
- 특히 인도네시아는 K 팝 팬덤이 매우 활발한 국가 중 하나로, 국내 브랜드들이 이들의 영향력을 적극적으로 활용하기 시작한 것이며, 이는 전통적인 현지 연예인 중심의 광고 모델에서 벗어나 글로벌 스타를 통한 마케팅으로의 패러다임 전환을 의미함. 업계 전문가들은 이러한 트렌드가 2025 년 하반기까지 지속될 것으로 전망하고 있으며, 더 많은 브랜드가 K 팝 아이돌과의 협업을 모색할 것으로 전망됨
- 트레저(TREASURE)도 소시지 브랜드 '피에스타(Fiesta)'와의 협업으로 식품업계를 진출함. 트레저(TREASURE)가 인도네시아 소시지 브랜드 'Fiesta Ready To Go'의 새로운 홍보대사로 선정되었다고 9 월 13 일 토요일 브랜드 공식 소셜미디어를 통해 발표됨. 이번 협업은 K 팝 아이돌이 인도네시아 식품 브랜드의 홍보대사를 맡는 이례적인 사례로 업계의 주목을 받고 있음
- 트레저는 YG 엔터테인먼트 소속의 12 인조 다국적 남성 그룹으로, 특히 아시아 지역에서 강력한 팬 기반을 보유하고 있어 피에스타의 선택이 주목받고 있음. 자카르타에서 팝업 스토어 운영과 각종 프로모션 활동이 계획되어 있어 팬들의 기대감이 높아지고 있음
- Hearts2Hearts 는 두 브랜드와 동시 계약으로 화장품 시장을 공략함. 걸그룹 Hearts2Hearts 는 2025 년 상반기 화장품 업계의 가장 주목받는 홍보대사로 떠오름. 먼저 7 월 16 일 인도네시아 화장품

48) 출처 :
https://www.idntimes.com/korea/kpop/idola-kpop-jadi-brand-ambassador-produk-indonesia-2025-01-78gyf-q746f7

브랜드 'Barenbliss'가 Hearts2Hearts 를 브랜드 홍보대사로 발표함. 이는 Hearts2Hearts 가 인도네시아 브랜드와 맺은 첫 번째 공식 홍보대사 계약임. Barenbliss 는 이들과의 협업을 기념하여 특별 포토 카드 증정 이벤트를 진행하며 팬들의 뜨거운 반응을 이끌어냄

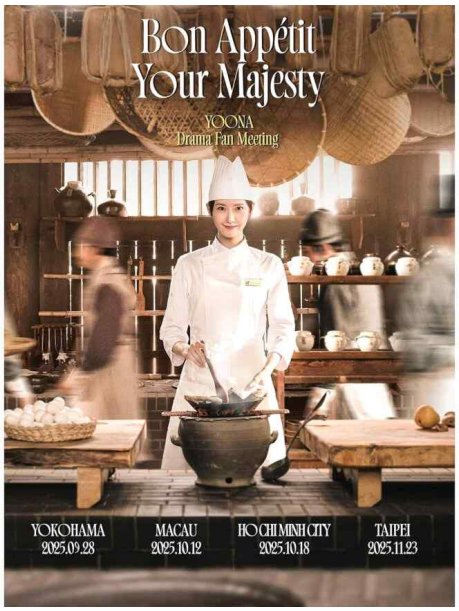
- 이어 6 월 9 일에는 'Scarlett' 브랜드 역시 Hearts2Hearts 와의 파트너십을 발표함. 특히 'Scarlett'은 인도네시아 유명 배우인 펠리시아 안젤리스타(Felicya Angelista)가 진행하는 틱톡 라이브를 통해 이 소식을 공개하며 화제를 모음. 동시에 바디 세럼 Velvet Rogue 와 Purple Kiss 두 가지 신제품도 출시하여 시너지 효과를 극대화함
- 베이비몬스터(BABYMONSTER)는 커피 브랜드 'Good Day Latte' 의 첫 K 팝 홍보대사로 발탁됨. 2025 년 6 월 12 일 YG 엔터테인먼트 소속 걸그룹 베이비몬스터(BABYMONSTER)가 인도네시아 커피 브랜드 'Good Day Latte'의 홍보대사로 선정됨. 이는 'Good Day Latte' 최초의 K 팝 아이돌 홍보대사 선정이라는 점에서 큰 의미가 있음
- 이 브랜드는 'Have a Good Day with BABYMONSTER'라는 캠페인으로 협업을 공식 발표했으며, 젊은 소비자층을 겨냥한 전략적 파트너십을 강조함. 베이비몬스터는 데뷔 초기부터 강력한 퍼포먼스와 독특한 음악 스타일로 주목받아온 그룹으로, 특히 동남아시아 지역에서의 인기가 높아 이 브랜드의 선택이 주목받고 있음

|그림 16| Fiesta Ready To Go x TREASURE / Hearts2Hearts x Scarlett / 베이비몬스터 x Good Day Latte

[베트남] 윤아, 10 월 호찌민 팬미팅 개최 확정 [49]

- **걸그룹 소녀시대 출신 배우 윤아가 드라마 〈폭군의 셰프〉 홍보를 위해 글로벌 팬미팅 투어를 확정함. 이번 투어는 요코하마, 마카오, 호치민, 타이베이에서 순차적으로 진행되며, 윤아는 각 지역 팬들과 직접 소통할 예정임**
  - 공개된 포스터에 따르면, 호치민 팬미팅은 오는 10 월 18 일 개최되며, 윤아가 베트남을 투어 지역으로 선택한 것은 베트남 팬들에게 특별한 애정을 드러내는 동시에, 현지에서의 한류 영향력을 보여주는 의미를 지님. 이번 팬미팅에서는 드라마 촬영 비하인드, 관련 미션 및 게임 등을 통해 즐겁고 진솔한 교류의 시간을 가질 계획으로 밝힘
  - 이 소식은 베트남 SNS 에서 빠르게 화제가 되었으며, 팬미팅 관련 정보가 곧바로 트렌드 토픽에 오름. 이는 데뷔 15 년을 넘긴 윤아의 꾸준한 인기와 팬들의 변함없는 성원을 보여주는 사례로 평가됨

49) 출처 : https://bloganchoi.com/yoona-snsd-xac-nhan-ve-viet-nam-to-chuc-fanmeeting-cho-bo-phim-bon-appetit-your-majesty



|그림 17| 윤아 글로벌 팬미팅 투어 공식 포스터

[UAE] 중동 스타트업 투자 증가, 부동산에서 게임 산업까지 50)

- **중동 지역 스타트업에 대한 투자가 증가하고 있음. 부동산 펀딩부터 게임 산업에 까지 전략적 투자가 이어지는 양상을 보임**
  - 올해 걸프협력회의(GCC)에서 가장 큰 시리즈 A 라운드 중 하나로, UAE 기반 핀테크 기업 Holo 가 2,200 만 달러를 모금하며 기술 기반 주택 구매 플랫폼을 확장할 계획임
  - 보도 자료에 따르면, 이번 라운드는 사우디의 Impact46 이 주도했으며, 아부다비국부펀드 Mubadala 와 Rua Growth Fund, Dubai Future District Fund 등이 참여함
  - Holo 는 UAE 시장에서 얻은 수익성을 바탕으로 사우디 시장으로 확장할 계획임
  - B2B 식품 및 농업 무역 플랫폼인 Maalexi 는 Amwal Capital Partners 로부터 최대 2 천만 달러 규모의 샤리아 준수 신용시설을 확보했음
  - 첫 번째 500 만 달러는 운영 확장과 수천 개의 중소기업을 플랫폼에 통합하는 데 사용될 예정이며, 이로써 UAE 와 사우디에서의 식량 안보 강화에 기여할 계획임
  - Impact46 은 사우디 카드 게임 발로트의 디지털화 버전을 개발한 Kammelna 에 5,300 만 달러를 투자하며, 이는 지금까지 중 가장 큰 투자규모. 이 스튜디오는 600 만 다운로드를 기록했으며, 100 만 명의 월간 사용자수 보유
  - 또한 인디 게임 스튜디오인 Starvania 도 Merak Capital 과 Impact46 으로부터 110 만 달러를 모금했음. 이 자금은 PC 및 콘솔 게임의 제작 능력을 강화하고 최고 인재를 채용하는 데 사용될 예정임

50) 출처 : https://arab.news/6bzaf

[UAE] UAE 미디어위원회, 소셜 미디어 사용자 집단 기소 51)

- **UAE 국가 미디어 사무소(NMO)는 콘텐츠 기준을 위반한 사용자들에 대해 조사를 진행. NMO 는 24 시간 모니터링을 통해 위반 사항을 감지하고 있으며, 이를 통해 비생산적 콘텐츠로부터 커뮤니티를 보호하고 책임 있는 미디어 환경을 보장하고자 함**
  - 2023 년 3 월, NMO 는 UAE 내 모든 소셜 미디어 사용자들이 존중과 공존을 기반으로 한 국가 정책을 반영하는 가치와 원칙을 준수할 것을 권고한 바 있음
  - 또한 현지 최대일간지 Khaleej Times 에 따르면 UAE 에서 소셜 미디어에 반사회적이고 도덕적으로 부적절한 콘텐츠를 게시하거나 공유할 경우 최대 100 만 디르함의 벌금과 징역형에 처해질 수 있다고 보도됨
  - 특히 댓글도 문제가 될 수 있다고 경고함. 콘텐츠 창작자를 타겟으로 한 모욕적인 댓글은 UAE 법에 따라 범죄로 간주될 수 있음. UAE 사이버 범죄법 제 43 조에 따르면, 온라인에서 다른 사람을 모욕하거나 그들의 명예를 해치는 행위를 한 경우 징역형이나 벌금에 처해질 수 있음. 형법 제 426 조는 공개적인 모욕에 대해 벌금 최대 20,000 디르함, 심각한 경우 최대 50,000 디르함의 벌금이나 최대 1 년의 징역형을 부과할 수 있음
  - 2021 년 제정된 연방 법령 제 34 호와 2024 년 개정된 법령 제 5 호에 따르면, 온라인 모욕이나 명예 훼손에 대해 250,000 디르함에서 500,000 디르함까지 벌금이 부과되거나 징역형에 처해질 수 있음
  - 2024 년, UAE 미디어 위원회는 어린이가 방송 중 괴롭힘을 당한 사건을 조사하기 위해 수사를 시작한 바 있음

[태국] APEC 문화산업고위급대화와 태국의 기회 52)

- **태국의 마티촌(Matichon) 지는 지난 8 월 26 일부터 28 일까지 열린 APEC 문화산업고위급대화에 태국 대표로 참석한 랏차녹 태국 문화부 사무차관보와의 인터뷰를 게재했음. 다음은 기사 전문**
  - 오늘날과 같이 불안정한 세계에서 모든 국가들은 경제를 견인할 새로운 동력을 모색하고 있음. 그리고 국가 간 투자와 협력, 혁신적인 아이디어와 교류 확대를 목표로 노력하고 있음
  - 문화산업은 많은 국가들의 주요 관심사임. 대한민국이 올해 개최하는 APEC 정상회의를 계기로 8 월 26 일부터 28 일까지 APEC 최초의 문화산업고위급대화가 열렸음. 문화를 아태 지역의 공동번영을 위한 핵심 경제 동력으로 삼기 위해 의견을 교환하고 협력기회를 모색했음
  - APEC 20 개국의 고위급 대표들이 이번 회의에 참석해 문화산업에 대한 관심과 중요성을 강조했음. 마티촌 지는 이번 회의에 태국 대표로 참석한 랏차녹 코짜라논 문화부 사무차관보를 인터뷰할 기회를 가졌음. 회의에 대한 소감과 함께 국제협력의 기회 그리고 태국의 문화산업 분야 강점에 대한 논의가 있었음
  - 랏차녹 사무차관보는 이번 APEC 문화산업고위급대화가 태국이 다른 국가들과 최초로 문화 회의를 위해

51) 출처 : https://www.khaleejtimes.com/uae/uae-to-prosecute-group-of-social-media-users-for-violating-content-standards
52) 출처 : https://www.matichon.co.th/foreign/indepth/news_5358679

함께 모인 좋은 기회였다고 소감을 밝혔음. 이것은 문화의 중요성이 더욱 커졌으며, 문화가 경제를 넘어 다른 영역에도 영향을 미칠 수 있음을 보여주는 긍정적인 신호라고 함. 특히 각국의 문화관련 고위급 대표들이 함께 회의에 모인 것이 매우 고무적인 일이였다고 함. 이미 문화 분야에서 상당한 진전을 이룬 국가도 있었으며, 앞으로 나아갈 방향도 함께 모색했음. 이를 통해 정책적, 실질적 접근 방식 측면에서 상호 교류 · 학습 · 지원을 위한 플랫폼이 마련될 것임

- 태국도 APEC 회원국들과 아이디어를 공유할 수 있는 좋은 기회였음. 랏차녹 사무차관보는 이번 회의가 연결, 혁신, 번영이라는 세 가지 주제로 진행되었다고 설명했음
- '연결'과 관련해 태국은 문화부의 3 개년 정책 비전을 제시했음. 이것은 태국의 기업가 · 예술가 · 청년 · 관련 종사자들이 문화유산을 활용해 경제적 가치를 지닌 작품을 창작할 수 있도록 그들의 잠재력을 개발하는 것을 목표로 함. 이 사업 중 하나는 태국음식 · 직물 · 무에타이 등과 같은 정체성을 통해 주요 도시와 부도시를 연결하는 문화관광루트 프로젝트임
- '혁신' 측면에서 태국은 디지털기술과 AI 가 문화 · 창조산업에서 중요한 역할을 할 수 있다고 생각하고 있음. 랏차녹 사무차관보는 AI 가 태국에서 아직 생소하고 초기 단계일 수도 있으며 시간과 추가 개발이 필요할 것이라고 말했음. 하지만 신기술 도입에는 향후 문제를 방지하기 위한 법적, 윤리적 고려가 필요하다고 했음. 태국의 강점은 문화적 다양성에 있으며, 기술을 활용해 그 영향력을 확대할 수 있음. 예를 들어, 문화부 기초예술국에서 개발한 모바일 메타버스 게임 '시텝 어드벤처' [53] 프로젝트는 2023 년 유네스코 세계문화유산으로 등재된 시텝 역사공원의 이야기를 담고 있음. 이것은 태국 문화부가 디지털과 문화유산을 결합해 대중들의 관심을 촉발한 사례로, 문화가 지루하기만 한 것이 아니라 재미있음을 보여주었음
- 마지막으로 '번영'과 관련해 랏차녹 사무차관보는 문화적 다양성이 아태 지역의 정체성이라 믿는다고 전했음. 태국 문화부는 국제 협력과 화합을 증진하기 위해 올해 11 월부터 내년 4 월까지 푸껫에서 제 4 회 타일랜드 비엔날레를 개최하고 다양한 국가의 예술가들을 초청할 예정임. 이 행사는 태국을 국제 예술의 허브로 격상시킬 뿐 아니라 예술가 · 공동체 간의 아이디어와 경험을 교류하는 장을 만들어 아태 지역 문화협력 이해를 증진하고 네트워크를 구축하는 데 기여할 것임
- 태국의 소프트파워를 육성하기 위한 다른 APEC 회원국들과의 협력 방안에 대한 질문에 랏차녹 사무차관보는 이번이 최초로 개최된 문화산업고위급대화로 서로 간의 협력을 약속한 자리였으며, 이러한 협력이 다양한 경로와 접근방식을 통해 이루어질 수 있다고 말했음. 예를 들어 태국은 미국과 협력해 왓차이왓타나람 사원 보존에 나섰으며 미국은 지식 측면에서 지원을 제공했음
- 이번 회의에서는 세부적인 내용을 다루지는 않고 주로 원칙에 초점을 맞추었다고 밝혔음. 또한 이번 회의의 참석자들이 각 경제권의 강점과 전문성을 확인할 수 있었으며, 특정 분야에서 발전하기 위해 누구와 협력해야 하는지에 대한 명확한 그림을 제공했다고 했음. 이는 향후 협력을 더욱 촉진할 것임
- 태국의 풍부한 문화적 다양성은 귀중한 사회적 자산임. 문화부는 문화적 역량 강화의 중요성을 최우선으로 생각하고 있다고 함. 어떻게 하면 신세대들이 예술과 문화상품으로 성공할 수 있을지? 예를 들어 태국 직물은 각 지역마다 고유한 정체성을 가지고 있음. 이러한 정체성을 현대적인 감각으로 표현한다면 더욱

53) 연관내용: 위클리글로벌 427 호 – [태국] 태국 문화부, 문화유산 활용 게임 제작 · 출시

매력적으로 사람들에게 다가갈 것임. 또 다른 흥미로운 사례로 태국 종교부가 젊은 세대를 겨냥해 영적 관광 루트를 홍보하는 것이 있음

- 마지막으로 랏차녹 사무차관보는 문화가 모두의 문제라는 본인의 생각을 피력했음. APEC 에서 문화협력에 집중하는 것은 미래에 대한 투자이며, 진정한 평화와 더불어 경제적 번영으로 이어질 것임. 문화는 사회 기반일 뿐만 아니라 기술과 혁신의 현 시대에 중요한 경제동력임

|그림 18| APEC 문화산업고위급대화 / 태국 대표단

[태국] 싸왓디 서울 타이 페스티벌 2025 [54]

- **주한 태국대사관은 9 월 6 일부터 7 일까지 서울 청계광장에서 '싸왓디 서울 타이 페스티벌 2025(Sawasdee Seoul Thai Festival)'을 개최했음**
  - 올해로 10 회를 맞은 이 연례행사는 양국의 우정을 기념하며 한국인들과 전 세계 관광객들에게 태국의 소프트파워를 알리고 있음
  - 태국 외교부, 문화부, 창의문화진흥원(THACCA), 관광청(TAT), 창조경제진흥원(CEA) 뿐만 아니라 비그림(B.Grimm), CP, 타이항공 등 태국 굴지의 기업들도 행사를 후원했음
  - 올해 행사의 주제는 '태국을 발견하다(Discover Thailand)'로서 태국 문화의 다채로운 매력을 새로운 방식으로 선보였음
  - 세계적으로 유명한 무에타이 선수 부어카우 반차멕이 시범을 보였고, 태국 가수 겸 배우 와란턴 빠오닌 등이 출연했음
  - 또한 이번 행사에 참여한 아이콘시암 쇼핑센터는 쑥시암(Suk Siam)을 열어 맛있고 다양한 태국음식을 선보였고, 아이콘 크래프트(ICONCRAFT)를 통해 HATSAYA, SAWADEE 등의 태국 브랜드를 홍보하는 등 태국 소상공인들의 글로벌 무대 진출을 지원했음

|그림 19| 행사장 모습 / 공연 단체사진

54) 출처 : https://www.thansettakij.com/lifestyle/travel-shopping/637940

[호주] 만 16 세 미만 소셜미디어 금지법, 가이드라인 발표와 논란 심화

- **호주 eSafety 정책, 구체적 집행 단계로 진입**
  - 호주는 2024 년에 만 16 세 미만 청소년의 소셜미디어 계정 생성을 전면 금지하는 법을 통과시킨바 있음[55)]
  - 이는 지난 호에서 다룬 성인 콘텐츠·AI 챗봇 연령 확인 의무화(2026 년 시행) 규제와 함께, eSafety 위원회가 주도하는 온라인 안전 강화 정책의 핵심 축임
- **최근 가이드라인 발표와 논란 심화**
  - 2025 년 9 월, eSafety 위원회가 법 집행을 위한 플랫폼 가이드라인을 공개함[56)]
    - 합리적 조치(reasonable steps): 플랫폼은 미성년 계정을 탐지·차단할 의무가 있으며, 단순 자기 신고(self-declaration)는 인정되지 않음
    - 인증 방식: 신분증, 신용카드, 인공지능 기반 연령 추정(age inference), 얼굴 나이 추정(face estimation) 등을 복합 적용하는 워터폴 접근이 권고됨
    - YouTube 포함: 당초 제외 논란이 있었던 YouTube 도 최종 규제 대상에 포함됨
  - 이번 가이드라인 구체화로 실제 집행 방법이 드러나고 시행일(2025 년 12 월 10 일)이 임박하면서 산업계의 준비 상황이 주목됨
  - 연령 인증 기술 논란: 얼굴 인식 정확도, 알고리즘 편향, 개인정보 보호 침해 우려가 전문가·언론의 집중 토론 주제로 부상함
  - 산업적 시험 본격화: 은행·기술기업이 인증 솔루션 시험에 참여하며 실행 가능성이 현실화되고 있음[57)]
- **논란 및 우려**
  - 프라이버시 침해: 생체인식·행동 데이터 활용은 개인정보 보호 위험이 큼
  - 기술적 한계: 만 16 세 전후 구간에서 인식 오류, 피부색·성별 편향 등 문제
  - 사회적 영향: 청소년의 표현·교류 기회 축소, 장애·소외 계층의 온라인 접근권 제한 우려
  - 기업 부담: 맞춤형 인증 체계 구축 비용, 국제 규제 불일치 문제 등
- **한국 콘텐츠 산업에 대한 시사점**
  - 청소년 팬덤 콘텐츠 영향: K 팝, 웹툰, 게임, OTT 등 청소년 중심 글로벌 전략이 제약될 수 있음
  - 마케팅 전략 재검토: 소셜미디어 기반 바이럴 의존도를 낮추고, 오프라인 이벤트·문화 교류 활용 필요
  - 신규 산업 기회: 연령 인증(age assurance), 개인정보 보호 솔루션 등 새로운 수요 창출, 한국 기업의 진출 기회

---

55) The Conversation, 「Details on how Australia's social media ban for under-16s will work are finally becoming clear」 (2025.9.17)
56) SBS News, 「Social media ban guidelines for platforms」 (2025.9.17)
57) AP News, 「Australia bans children under 16 from social media, but rules stop short of ID checks for everyone」 (2025.9.17)

- 정책 협력 가능성: 한국도 청소년 온라인 안전 규제를 강화 중이므로, 한-호 간 정책 공조 및 공동 연구 가능성 존재

[싱가포르] 말레이시아 정부, 메타에 불법 온라인 도박 광고 단속 촉구 58)

말레이시아 통신부 장관, 페이스북의 단속 노력에 '매우 불만족' 표명

- 말레이시아 통신·디지털부 장관 파미 파질(Fahmi Fadzil)이 불법 온라인 도박 광고 문제 해결을 위해 오는 9 월 22 일 메타(Meta) 관계자들과 면담을 진행할 예정임. 파질 장관은 페이스북에서 삭제되는 대부분의 콘텐츠가 온라인 도박 광고이며, 페이스북이 광고 결제에 사용되는 신용카드 사용을 차단하지 못한다고 지적하는 등 메타 측의 대응을 촉구함
- 파질 장관은 페이스북이 많은 사람들에게 사회적, 경제적 혜택을 주는 플랫폼이므로 전면 금지보다는 대화를 통한 해결을 선호한다고 밝힘. 하지만 범죄자들이 페이스북을 돈벌이 수단이나 온라인 범죄에 이용하는 것을 용납할 수는 없다고 경고함
- 말레이시아에서는 도박이 금지되어 있지만, 높은 스마트폰 보급률과 스포츠를 즐기는 젊은 층의 영향으로 정부 규제와 감독이 없는 불법 온라인 도박이 급증하고 있음. 이에 따라 말레이시아 정부는 상업 도박 관리 위원회를 통해 독자적으로 불법 광고를 단속하고 있으며, 지난 1 월에 시작된 '안전한 인터넷 캠페인(Safe Internet Campaign)'의 일환으로 온라인 안전을 증진하기 위한 노력을 지속해옴
- 메타는 페이스북과 인스타그램의 온라인 도박 광고 정책에 따라 말레이시아를 포함한 '비지원 시장'에서는 광고를 금지하지만, 승인된 광고 계정이 현지 법규를 준수하는 방식에 대해서는 책임이 없다고 주장함

[싱가포르] 넷클래스 테크놀로지, 싱가포르 내 AI 및 블록체인 사업 확장을 위해 240 만 달러 유치 59)

싱가포르 글로벌 본사 설립 계획과 함께 기술 기반 교육 혁신 추진

- B2B 스마트 교육 전문 기업 넷클래스 테크놀로지(NetClass Technology)가 기관 투자자와 240 만 달러(한화 약 33 억 1,320 만 원) 규모의 보통주 사모 발행 계약을 체결함. 투자자는 향후 3 년간 동일 가격으로 150 만 주를 추가로 매입할 권리를 가짐
- 해당 자금은 싱가포르에서 AI 애플리케이션 시나리오를 확장하고 블록체인 기술을 발전시키기 위한 전략적 이니셔티브에 사용될 예정임. 넷클래스 테크놀로지 측은 이를 통해 교육 포트폴리오에 AI 기반 도구를 강화하고, 교육 체인을 확장하며, 싱가포르에서 자체 EDC 토큰 사용을 늘릴 계획이라고 발표함
- 이번 자금 조달은 싱가포르에 글로벌 본사를 설립하려는 넷클래스 테크놀로지의 계획과도 연계됨. 이는 기술을 통해 교육을 혁신하려는 회사의 전략을 검증하는 것으로 평가됨. 이와 관련하여 CEO 젠비아오 다이

58) 출처 : https://igamingbusiness.com/igaming/malaysia-confront-meta-over-igaming-ads
59) 출처 : https://www.globenewswire.com/news-release/2025/09/15/3149910/0/en/NETCLASS-TECHNOLOGY-INC-Announces-2-4-Million-Private-Placement-PIPE-Financing-to-Advance-AI-Applications-and-Blockchain-Initiatives-in-Singapore.html

(Jianbiao Dai)는 이번 자금 조달이 자본의 유연성을 확보하여 개발을 더욱 빠르게 진행하는 데 도움이 될 것이라고 밝힘

- 넷클래스 테크놀로지는 학교, 교육 기관, 기업, 공공 기관 등에 혁신적인 IT 솔루션을 제공하고 있으며, 현재 상하이, 홍콩, 싱가포르, 도쿄 등 아시아에 걸쳐 여러 지사를 두고 있음. 이번 자금 조달을 계기로 넷클래스 테크놀로지는 싱가포르의 블록체인 및 AI 에 대한 지원 정책을 활용하여 지속 가능한 성장을 추진할 계획이라고 밝힘

[프랑스] 프렌치 테크(French Tech), 스타트업 성장 급격한 둔화 60)

- **프랑스 스타트업 생태계가 전반적으로 뚜렷한 둔화 국면에 접어든것으로 확인됨**
  - 스타트업 로비단체인 프랑스디지털(France Digitale)과 EY(Ernst & Young)가 발표한 최신 보고서에 따르면, 2023~2024 년 스타트업 매출 증가율은 16%로 전년 대비 9 포인트 감소했으며, 신규 창업도 2024~2025 년 1,200 개에 그쳐 전년 3,500 개 대비 크게 줄었음. 특히 일드프랑스(Ile-de-France) 지역에서 창업 감소가 뚜렷하게 나타남
  - 고용 측면에서도 불안 신호가 이어지고 있으며, 향후 12 개월 내 채용을 계획하고 있는 기업은 69%에 불과해 전년 대비 15 포인트 감소하였고, 감원을 검토하는 기업은 14%로 전년의 3 배 수준에 달했음. 이는 연구개발 세액공제(CIR), 혁신 크레딧, 혁신기업 지위 등 핵심 지원 제도의 축소 및 폐지가 맞물리며 스타트업의 고용 및 투자를 크게 위축시킨 것으로 분석됨. 그럼에도 불구하고 순 고용 창출은 여전히 11%를 기록해 총 50 만 명이 스타트업에서 근무하고 있음
  - 자금조달 환경 악화와 정치적 불안정이 주요 요인으로 지적되었으며, 스타트업 투자 규모는 전년 대비 35% 가 줄었고, 투자자들은 수익성 창출이 가능한 기업 위주로 선별적 투자를 강화하고 있음. 더불어 지정학적 불확실성과 소비 위축, 그리고 무엇보다 프랑스 정부의 정치적 불안정이 큰 리스크로 떠오르며, 82%의 스타트업이 공공지출 축소를 위험 요인으로 지목했음. EY 의 프랑크 세바그(Franck Sebag)는 "미국처럼 혁신이 GDP 성장의 원동력이 되어야 한다"며, 프랑스에서도 스타트업이 경제 회복의 핵심 역할을 할 수 있음을 강조하였음

[영국] 트럼프 방문을 앞두고 총리에 작품 보호를 촉구한 영국의 아티스트들 61)

- **영국 아티스트 믹 재거(Mick Jagger), 케이트 부시(Kate Bush), 폴 매카트니(Paul McCartney) 등은 도널드 트럼프(Donald Trump) 대통령의 영국 국빈방문 기간 동안 이뤄질 영국과 미국의 기술 협정을 앞두고 키어 스타머(Keir Starmer) 총리에 크리에이터의 인권을 옹호하고 작품을 보호할 것을 촉구함**
  - 총리에 보낸 서한에서 그들은 노동당이 AI 기업이 어떤 저작물을 사용했는지 밝히도록 강제하는 시도를

60) 출처 : https://www.lesechos.fr/start-up/ecosysteme/french-tech-le-grand-ralentissement-des-start-up-2185225
61) 출처 : https://www.theguardian.com/technology/2025/sep/16/top-uk-artists-urge-starmer-to-protect-their-work-on-eve-of-trump-visit

차단함으로써 예술가들의 권리를 방어하는 데 실패했다고 주장함

- 이번 미국 대통령 방문에 미국 기술 기업의 고위 인사도 동행할 예정이며, AI 를 포함한 영국과 미국 간의 기술 협정에 대한 발표가 있을 것으로 예상됨
- 서명에 참석한 엘튼 존(Elton John)은 AI 기업이 저작물을 무단으로 시스템을 훈련하는 데 사용하도록 허용하는 정부의 제안으로 예술가의 작품을 도난당할 수 있는 문을 열었다고 말함. 그는 정부가 창조 산업을 지원하겠다는 선거 공약을 잊지 않도록 하겠다고 밝힘
- 개인 서명자 외에도 이 서한을 지지하는 단체에는 가디언 등 뉴스 발행기관을 대표하는 뉴스 미디어 협회(News Media Association), 런던 극장 및 영국 극장 협회(Society of London Theatre & UK Theatre) 등이 있음, 70 명 이상이 서한에 이름을 올림
- 이 서한은 AI 모델 구축을 위해 기술 기업이 저작권법을 대규모로 악용하고 있다고 주장하며, AI 기업이 시스템에 사용한 저작물을 공개하도록 강제하려는 노력을 정부가 거부하고 있다고 함
- 이러한 움직임은 창작자들의 기본 권리 행사를 적극적으로 방해하며, 해당 권리로 유엔의 경제적, 사회적, 문화적 권리에 관한 국제 규약(UN's international covenant on economic, social and cultural rights, ICESCR), 문학 및 예술 작품 보호를 위한 베른 협약, 인권에 관한 유럽 협약을 언급함
- 노동당은 저작권법 개혁을 위한 협의를 시작한 후 영국 창조 산업과 갈등을 빚고 있음. 창작자가 거부할 의사를 내지 않는 한 AI 기업이 소유자의 허락을 구하지 않고 저작물을 사용할 수 있도록 허용하는 옵트 아웃(opt out) 방식을 채택하려 했기 때문임. 정부는 이를 더 이상 선호하고 있지 않다고 밝히며 문제에 대한 해결책을 마련하기 위해 노력하고 있음
- 영국 정부 대변인은 저작권에 대한 창조산업의 우려를 심각하게 받아들이고 있다며, 권리자와 창작자를 지원하는 동시에 양질의 영국 데이터로 AI 모델을 학습시킬 수 있도록 하는데 초점을 맞추고 있다고 밝힘

해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

[미국] 비즈니스센터(LA)	+1-323-935-2070	bizcenter_la@kocca.kr
[미국] 비즈니스센터(뉴욕)	+1-201-518-6706	koccany@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)	+91-11-4334-5045	ho@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)	+55-11-93082-1858	brasil@kocca.kr
[튀르키예] 비즈니스센터(이스탄불)	+82-10-2812-9266	turkiye@kocca.kr
[독일] 비즈니스센터	+49-1520-2353372	germany@kocca.kr

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

OPEN 공공누리
출처표시 상업용금지 변경금지
공공저작물 자유이용허락