KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2025

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

450 호

목차

위클리글로벌 | 450 호

2025 년 9 월 29 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
방송·영화·OTT	• [도쿄] 민영 지상파 4 대 방송사, 광고 수익 회복… 애니메이션 · 해외가 성장 돌파구 • [인니] 인니 정부, 넷플릭스 · 유튜브 대상 콘텐츠 필터링 규정 도입 추진 • [태국] 제 20 회 아시아콘텐츠&필름마켓에 12 개 태국 기업단 출격 • [태국] 제 33 회 수판나홍 영화제 • [태국] 콘텐츠 프로젝트 마켓 • [태국] 영화 〈좀비딸〉 리뷰 • [싱가포르] 싱가포르 영화 〈오버스티어〉, 비엔나 독립 영화제 2 관왕 차지 • [싱가포르] 애니메타, AI 영화 스튜디오 설립 • [인도] 2025 년 인도 미디어 및 광고 지출을 견인하는 요인 • [인도] 인도 케이블 TV 유통 현황 • [LA] Hallmark Media, 넷플릭스와 확장된 공급 계약 체결 • [LA] 〈극장판 귀멸의 칼날: 무한성편〉, 박스오피스 1 위 등극 • [프랑스] 넷플릭스 프랑스, 〈케이팝 데몬 헌터스〉 프랑스어 더빙 도전과 성공 • [프랑스] 프랑스 영화산업, 관객 감소와 대규모 자본 투입으로 구조 변화 직면 • [프랑스] 내러티브 코더스(Narrative Coders)사, AI 로 프랑스 영화 제작 혁신 • [캐나다] 캐나다 TV 스트리밍 시장, 광고 기반 요금제 급성장 • [영국] 드라마 〈소년의 시간〉의 에미상 수상 관련 분석 • [스웨덴] 스웨덴 영화 〈Värn〉, 산 세바스티안 영화제서 초연 • [스웨덴] 〈사랑, 진단, 그리고 외로움〉 새로운 스웨덴식 러브스토리 • [스웨덴] 넷플릭스 스웨덴 드라마 〈Love&Anarchy〉 독일에서 리메이크 • [튀르키예] 2 분기 튀르키예 온라인 스트리밍 플랫폼 점유율의 상당한 변동 확인 • [이탈리아] 제 98 회 아카데미 시상식 국제영화상, 이탈리아 출품작 선정을 위한 후보 24 편 확정 • [이탈리아] 9 월 21 일~23 일, 토리노에서 한국 고전 영화 상영회 개최 • [이탈리아] 제 20 회 로마영화제(10.15~26), 실화를 바탕으로 한 다양한 작품을 선보일 예정 • [이탈리아] 아카데미 시상식 외국어영화상, 이탈리아 후보작은 〈Familia〉로 최종 결정 • [아르헨티나] 놓칠 수 없는 실화 기반의 5 부작 넷플릭스 한국 시리즈 • [아르헨티나] 넷플릭스 한국 시리즈 〈사마귀〉의 가이드 • [아르헨티나] 로맨스, 코미디, 시간여행을 아우르는 새로운 한국 시리즈 • [아르헨티나] 매 사건으로 시청자를 사로잡는 한국 드라마, 〈에스콰이어〉 • [아르헨티나] 몰입감 있는 실화 기반 넷플릭스 미니시리즈 • [아르헨티나] 넷플릭스, 비극적인 상황에서 재회한 두 친구를 그린 파격적인 K 드라마 공개

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

목차

위클리글로벌 | 450 호

2025 년 9 월 29 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
게임·융복합	• [북경] 국가신문출판서, 9 월 중국산 · 외산 신규 게임 판호발급 명단 발표 • [심천] 2025 년 8 월 중국 게임 산업 현황 • [심천] 〈왕자영요〉 미니게임 출시 • [오사카] 일본게임대상 2025 개최, 게임 산업의 발전과 인지도 향상에 기여 • [UAE] 〈로블록스〉 안전 논란, 소송확산에 부모들 불안 고조 • [태국] 타일랜드 게임 페스티벌(TGF) 2025 • [인도] 인도 온라인 게임 관리 업무 • [프랑스] 파리 생제르망(PSG) 축구 클럽, 이스포츠 팀 비탈리티(Vitality)와 제휴 • [스웨덴] 스웨덴 개발 게임 Jump Space 출시 첫날 13 만 유저 확보 • [브라질] 브라질 체육부, UNIFATECIE 와 협력해 청년 대상 이스포츠 인재 양성 추진
애니·캐릭터	• [오사카] NTT 도코모, IP 감독업무 자동화를 위한 AI 신사업 본격화 • [인니] 인니 법무부, AI 시대 새로운 도전과제에 대한 논의 추진 • [캐나다] 오타와 애니메이션 페스티벌, 〈케이팝 데몬 헌터스〉 특별 상영 및 감독과의 대화
만화·웹툰·스토리	• [인도] 인도 만화책 시장(2025-2030) • [아르헨티나] 왓패드 및 웹툰의 성공 공식
음악	• [심천] 〈2024 년 중국 디지털 음악 산업 보고서〉 발표 • [베트남] 지드래곤, 11 월 하노이 콘서트 일정 확정 • [싱가포르] 선셋 바이 네온 2025, 말레이시아 겐팅 하이랜드에서 개최 • [싱가포르] 말레이시아 사롱 뮤직 런, 1 만 5 천 명 참가하며 성황리에 개최 • [영국] 헨드릭스, 보위, 스톤스가 활용한 스튜디오의 재개장 • [영국] 팔레스타인을 위한 연대 공연 개최 • [독일] GEMA, 2027 년까지 온라인 음악 유통 수수료 7%로 인하 • [독일] 소니 클래시컬, 코베키나의 바흐 첼로 모음곡 신작 발매 앞두고 특별 공연 개최 • [스웨덴] 멜로디페스티발렌 2026 개최지 전체 일정 확정 • [스웨덴] 오마르 루드버그 'Rockbjörnen 2025'서 4 관왕 • [튀르키예] 대한민국 국경일 기념 K-클래식 콘서트, 앙카라에서 9 월 30 일 개최 예정 • [이탈리아] 라 스칼라 필하모닉, 한국-일본 투어 개최 • [이탈리아] 공영방송 RAI 일부 이사진, 이스라엘의 유로비전 참가시 이탈리아의 불참을 주장 • [아르헨티나] 오늘 아르헨티나 아이튠즈에서 가장 많이 들은 K 팝 10 곡
패션	• [UAE] 두바이 패션 위크 2025: 6 일간의 화려함, 30 개 이상의 쇼 • [프랑스] 럭셔리 산업, AI 활용 등 시스템 현대화에 주력 • [독일] 독일 푸마, 인수설 확산 속 주가 반등 • [이탈리아] 아르마니, 공식 매각 절차 개시 • [이탈리아] S/S 밀라노 패션위크 개최(2025.9.23.~29) • [멕시코] 'PactoMx 2025', 9 인의 디자이너가 선보인 창의적 패션의 향연

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
K-콘텐츠와 세계로 미래로

목차

위클리글로벌 | 450 호

2025 년 9 월 29 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
통합(정책 등)	• [북경] 인터넷정보판공실, 부정적 정서 확산 문제 정비 특별조치 시행 • [도쿄] 게임 · 콘텐츠 해외 지원 확대… 日정부, 지원금 증액 등 검토 • [인니] Open AI, 인니에 월 6 천원대 저가형 'ChatGPT Go'출시 • [태국] 태국 신임 총리 선출과 개각 • [호주] 35 년 전통 호주 라디오 시상식 종료 – 디지털 전환 가속화 • [싱가포르] 말레이시아 통신부, 콘서트 복장 및 행동 규정 지침 발표 • [프랑스] 프렌치 테크(French Tech), 프랑스 혁신을 이끄는 5 대 스타트업 • [독일] 문화국무장관 볼프람 바이머, 디지털 클론 '바이머타르' 공개 • [스웨덴] 북유럽 국가들 영화·TV 제작 환경 기준 통합 • [튀르키예] 9 월 27 일 주튀르키예한국문화원 〈코리안 사운드〉 콘서트 개최 • [이탈리아] K-인플루언서 페스티벌 2025 개최 • [멕시코] 북부 멕시코 요식업자들, 음악 사용료 과다 청구에 항의 • [브라질] 듀오링고, 브라질 내 한국 대중문화 인기 반영 한국어 강좌 출시 '듀오라마' 캠페인 진행

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

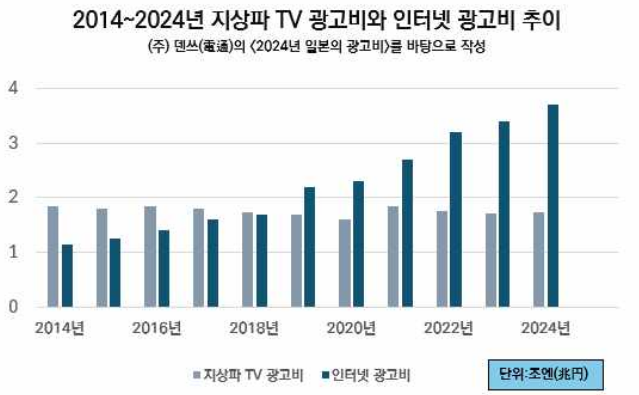
K-콘텐츠와 세계로 미래로

방송·영화

[도쿄] 민영 지상파 4 대 방송사, 광고 수익 회복… 애니메이션·해외가 성장 돌파구 1)

- **민영 지상파 주요 방송사의 TV 광고 수익이 회복세를 보이며, 도쿄 소재 주요 5 대 방송사 중 4 개 사는 2025 년도 광고 수익이 증가하여 각 지주회사의 매출은 역대 최고치를 기록할 것으로 전망됨**
  - 그러나 중장기적으로 TV 광고가 인터넷 광고에 밀릴 것으로 예상됨에 따라 업계는 당장의 실적을 바탕으로 애니메이션과 해외 진출을 통해 새로운 수익원을 만들고자 함
  - 광고 수익이 가장 많이 증가한 곳은 TV 아사히(テレビ朝日)로 전년 대비 4% 늘어난 1,805 억 엔을 기록했으며, 테레비 도쿄(テレビ東京)은 3%, TBS(TBS テレビ)는 2%, 니혼 TV(日本テレビ)는 1% 증가한 것으로 나타남
  - 반면 후지 TV(フジテレビ)는 성비위 논란으로 인해 기업들의 광고 집행이 끊기며 5 대 방송사 중 유일하게 광고 수익이 37%가량 감소할 것으로 전망되나, 재발 방지 대책과 지배구조 개선 노력 등에 힘입어 회복세에 접어들 것으로 기대됨
  - 젊은 층의 TV 이탈로 시청률이 저조한 가운데 인터넷 광고가 존재감을 드러내고 있으며, 이에 각 방송사는 주력 수익원이었던 TV 광고를 대체할 새로운 수익원 확보에 박차를 가하고 있음
  - 니혼 TV 는 2033 년도 해외 매출 목표를 1,000 억 엔으로 설정하고 해외 시장을 목표로 한 예능 프로그램 기획과 제작 체제를 구축하고자 하며, 테레비 도쿄는 애니메이션을 중심으로 한 콘텐츠 해외 진출을 가속화하는 등 해외 진출을 새로운 성장 축으로 하고자 함
  - 후지 TV 와 TBS 의 모회사인 후지 미디어 홀딩스(株式会社フジ·メディア·ホールディングス)와 TBS 홀딩스(株式会社 TBS ホールディングス)는 현재 영업 이익 가운데 부동산 사업 비중이 높은 편이나, 주주의 압박 속에 TV 이외 멀티플랫폼용 콘텐츠 제작에 나설 방침을 발표함
  - 이와 같이 민영 방송사들은 국내 TV 광고 중심 사업에서 벗어나 사업 다각화에 나서는 등 새로운 길을 모색하고자 함

1) 출처 : https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC160N30W5A910C2000000



|그림 1| 지상파 TV 광고비와 인터넷 광고비 추이

[인니] 인니 정부, 넷플릭스·유튜브 대상 콘텐츠 필터링 규정 도입 추진 2)

- **인도네시아 정부가 넷플릭스, 유튜브 등 주요 스트리밍 플랫폼에 대한 콘텐츠 필터링 규정 도입을 적극적으로 추진하고 있음. 인도네시아방송위원회(KPI)는 기존 영화관과 TV 방송 표준에 맞춰 디지털 콘텐츠를 규제하겠다는 방침을 밝힘. 이는 급증하는 스트리밍 서비스 이용자들 사이에서 부적절한 콘텐츠에 대한 우려가 커지면서 나온 조치임**
  - 인도네시아방송위원회는 현재 2002 년 방송법 개정을 통해 넷플릭스, 유튜브, 페이스북 등 디지털 플랫폼에 대한 감시 및 제재 권한을 확대하려고 함. 인도네시아방송위원회의 고위관계자는 "시청자들이 도발적인 콘텐츠로부터 부정적인 영향을 받지 않도록 보호해야 한다"라며 "디지털 콘텐츠가 시청할 가치가 있고 교육적 가치를 증진하는지 확인해야 한다"라고 강조함. 인도네시아방송위원회는 부적절하다고 판단되는 콘텐츠에 대해서는 삭제를 권고할 계획이라고 밝힘
  - 그러나 인도네시아 디지털통신부(舊 정보통신부)는 현행 방송법으로는 인도네시아방송위원회가 디지털 미디어 플랫폼을 감시할 권한이 없다고 명확히 밝힘. 2002 년 방송법은 온라인 스트리밍 미디어에 관한 규정을 포함하지 않아, 인도네시아방송위원회가 유튜브나 넷플릭스의 콘텐츠를 감시하고 제한할 법적 근거가 부족한 상황임. 이에 따라 방송법 개정이 선행되어야 실질적인 규제가 가능할 것으로 보임
  - 2024 년 인도네시아 영화검열위원회(LSF, Lembaga Sensor Film) 조사에 따르면, 인도네시아인들의 상당 부분이 연령에 적합한 시청을 보장하기 위한 스트리밍 콘텐츠 필터링을 지지하는 것으로 나타남. 특히 젊은 층을 중심으로 스트리밍 서비스 이용이 급증하면서, 콘텐츠 품질과 적절성에 대한 사회적 관심이 높아지고 있음
  - 한편 유료 스트리밍 서비스 가입자들을 중심으로 검열 계획에 대한 비판의 목소리도 높음. 네티즌들은 정부의 계획된 넷플릭스·유튜브 검열에 반대 입장을 표명하고 있으며, 콘텐츠 선택의 자유가 침해될 수 있다는 우려를 제기하고 있음. 현재 국회에서 방송법 개정안이 논의될 예정으로, 향후 스트리밍 플랫폼들의 대응과 함께 업계 전반에 미칠 영향이 주목됨

2) 출처 : https://coincentral.com/netflix-youtube-face-new-content-filtering-rules-in-indonesia

[태국] 제 20 회 아시아콘텐츠&필름마켓에 12 개 태국 기업단 출격 3)

- **태국 상무부 국제무역진흥국(DITP)과 THACCA(태국창의문화진흥원)는 부산국제영화제(BIFF)와 연계해 9 월 20 일부터 23 일까지 부산 벡스코에서 개최한 '제 20 회 아시아콘텐츠&필름마켓(ACFM)'에 12 개 태국 기업단을 이끌고 참여했음**
  - 12 개 참가 태국 기업은 다음과 같음
    - 영화제작배급사 ① Jungka Plus Studio ② GDH 559 ③ Shoryuken Production ④ TV Pool Group ⑤ Nob Productions ⑥ Benetone Films ⑦ Mono Streaming ⑧ M Distribution
    - 영상서비스기업 ① Kantana Post Production
    - TV 드라마제작배급사 ① Themework Studio ② Broadcast Thai Television ③ FRT Entertainment
  - 수난타 DITP 국장은 "ACFM 은 태국 엔터테인먼트 산업을 지속가능한 글로벌 수준으로 발전시킬 수 있는 전략적 플랫폼입니다. 특히 태국은 공포영화 부문에서 바이어들의 관심을 끌고 있습니다. 그 예로 반종 감독의 영화 〈셔터〉, 송싹 감독의 영화 〈더 스크린〉, 드라마 〈그녀의 이름은 난노(Girl from Nowhere)〉, 애니메이션 영화 〈The Legend of Muay Thai: 9 Satra〉 등이 있습니다."라고 말했음
  - 수난타 국장은 "이외에도 DITP 는 올해 필마트(FILMART/홍콩), 마르쉐 뒤 필름(Marché du Film/프랑스), TIFFCOM(일본), 콘텐츠 아메리카스(Content Americas/미국), ATF(싱가포르), 밉 칸쿤(MIP CANCUN/멕시코)에 참여해 태국 콘텐츠기업들의 네트워킹과 수출을 장려할 것입니다."라고 덧붙였음
  - DITP 는 이번 ACFM 2025 참가로 9 억 바트(약 387 억 원) 이상의 무역 가치 창출을 목표하고 있음

[태국] 제 33 회 수판나홍 영화제 4)

- **태국 문화부와 태국영화협회는 9 월 14 일, 원 방콕 포럼 건물에서 태국 최고 권위의 '제 33 회 수판나홍(황금백조) 영화제'를 개최했음. 올해는 GDH 사의 영화 〈할머니가 죽기 전 백만장자가 되는 법(How to Make Millions Before Grandma Dies/태국어 제목: 란마)〉가 9 관왕을 달성하며 시상식에서 가장 큰 조명을 받았음**
  - 영화 〈란마〉는 최우수작품상, 최우수감독상, 여우주연상, 남우주연상, 최우수각본상, 최우수문화진흥영화상, 최우수음악상, 최우수음향상, 최우수편집상을 휩쓸었음
  - 〈란마〉의 뒤를 이어 GDH 사의 또 다른 영화 〈위만남(The Paradise of Thorns)〉이 여우조연상, 촬영상, 의상상, 미술상, 주제가상 5 개 부문을 수상했음
  - 지난해 태국에서 가장 많은 수익을 올린 영화상에는 7 억 바트(약 301 억 원) 이상의 수입을 달성한 M Distribution-BEC World 사의 〈티욧 2(Death Whisperer)〉가, 최고인기영화상은 〈유레나스 2324(Uranus 2324))가 수상했음
  - 한편 타나턴 쯩룽르엉낏 전 미래진보당 대표가 태국 정치의 개혁과 진보를 염원하며 창당부터 당 해산까지의

3) 출처 : https://www.khaosod.co.th/monitor-news/news_9931590
4) 출처 : https://www.thairath.co.th/entertain/movie/2882767

과정을 그린 2024 년 영화 〈브레이크 더 사이클(Break The Cycle)〉이 최우수 다큐멘터리상을 수상했음

|그림 2| 시상식 단체사진

|그림 3| 수상자들

[태국] 콘텐츠 프로젝트 마켓 5)

- **태국 총리실 산하 창조경제진흥원(CEA)은 9 월 10 일부터 12 일까지 트루디지털파크에서 '콘텐츠 프로젝트 마켓(CPM: Content Project Market)'을 진행했음**
  - 이 행사는 태국 콘텐츠 산업의 경쟁력을 강화하고 제작사들의 국내외 네트워크를 구축하기 위한 자리로 작년에 이어 올해 두 번째로 개최되었음
  - 올해는 70 개 이상의 태국 및 대만 · 인도네시아 · 싱가포르 · 필리핀 · 베트남 등에서 온 해외 기업인들이 참가해 300 회 이상의 비즈니스 매칭 세션을 진행했음
  - '아시아 영화 펀드의 환경 탐색: 영화 제작자들의 기회와 과제', '아시아-태평양 영화 산업의 공동제작 및 협업: 글로벌 무대로의 이동', '국경을 넘어: 아세안 영화 및 드라마의 글로벌 진출을 위한 국가 간 전략', '예산을 뛰어넘어: 제작자가 창의적 비전을 형성하는 방법', '태국 서사의 미래: 영화와 드라마 제작을 형성하는 트렌드' 등의 주제로 포럼과 세미나가 열렸음
  - 또한 CEA 의 태국 인재 양성 프로그램인 '콘텐츠 랩 2025 프로젝트'를 통해 선정된 54 개 콘텐츠들에 대한 공개와 시장 진출 지원도 이루어졌음

|그림 4| 행사장 모습

|그림 5| 세미나 모습

5) 출처 : https://www.thaipost.net/economy-news/860495

[태국] 영화 〈좀비딸〉 리뷰 6)

- **태국 포털사이트 TRUE ID 영화 리뷰에서는 9 월 18 일 개봉한 한국영화 〈좀비딸〉을 리뷰하고 평점 7.7 을 부여했음. 다음은 요약문**
  - 필자는 올 여름 한국영화 최대 흥행작을 손꼽아 기다렸는데, 그 기대가 현실이 된 것 같음. 올해 최대 관객을 동원한 한국영화 〈좀비딸〉은 인기 웹툰을 원작으로 하고, 한국영화의 성공공식을 그대로 이어받았다는 점에서 흥행이 확실함
  - 코로나-19 시절 영화 〈인질〉을 선보였던 필감성 감독은 진지한 장르에서 벗어나 코미디 좀비영화로 방향을 전환했음. 한국 여름철 블록버스터 영화의 공식에 완벽하게 부합하는 요소들을 갖춘 이러한 장르는 매년 흥행할 가능성이 높음. 이 영화의 오락적 가치를 간과할 수 없음. 그냥 대충 봐도 분명히 재미있음
  - 필 감독의 연출 또한 훌륭함. 필자는 원작 웹툰을 읽어보지는 않았지만 모든 영화의 시퀀스가 재미를 선사함. 잘 만들어진 세트장과 프로덕션 디자인도 돋보임. 도입 부분의 혼란스러운 좀비 씬은 아시아 최고의 좀비 영화 중 하나로 손꼽힐 만큼 훌륭함
  - 20 여 년 전 할리우드의 에드거 라이트 감독은 〈새벽의 황당한 저주〉라는 코미디 좀비영화를 만들어 성공한 적이 있었음. 〈좀비딸〉은 완전히 새로운 작품은 아니지만, 이 장르에서 보기 드문 독특한 매력을 선사함. 줄거리, 분위기, 위트 등 거의 모든 요소들이 영화의 주제를 잘 보완하고 있음
  - 물론 이 영화의 핵심은 조정석, 이정은, 윤경호, 조여정, 최유리 등의 훌륭한 배우들일 것임. 모든 배우들이 진심과 영혼을 담아 자신의 캐릭터를 소화하며 관객들을 영화에 몰입하게 함
  - 전체적으로 〈좀비딸〉은 전형적인 한국식 팝콘 영화로 관객들에게 웃음과 깊은 감동을 선사할 것임. 좀비 영화 장르에서 매우 다재다능하고 독창적인 작품임

[싱가포르] 싱가포르 영화 〈오버스티어〉, 비엔나 독립 영화제 2 관왕 차지 7)

- **싱가포르 감독 작품, 최우수 장편 영화 및 감독상 수상**
  - 싱가포르 영화감독 데릭 루이(Derrick Lui)가 연출한 레이싱 영화 〈오버스티어(Oversteer)〉가 9 월 15 일부터 17 일까지 진행된 비엔나 독립 영화제에서 최우수 장편 영화와 최우수 감독상을 동시에 수상하며 2 관왕을 차지함
  - 이 영화는 싱가포르 최초의 자동차 경주 영화로 알려져 있으며, 2024 년 1 월 31 일 개봉함. 자동차 산업에 대한 열정으로 가족과의 갈등을 겪는 젊은이 '윈드'의 이야기를 중심으로 다루며, 주인공 윈드는 배우 아덴 탄(Aden Tan)이 연기함

6) 출처 : https://entertainment.trueid.net/detail/R4Q7X950MeLp
7) 출처 : https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/entertainment/oversteer-singapore-film-vienna-independent-film-festival-471511

- 이번 수상은 이미 올해 방콕 영화상(Bangkok Movie Awards)에서 LGBTQ 부문 장편 서사 영화상(Best Narrative Feature)을 수상하고 프랑스 레드 무비 어워즈(RED Movie Awards)에서 명예상을 받는 등 여러 국제 무대에서 인정받은 데 이은 쾌거임
- 데릭 루이 감독은 팬데믹 기간 국경 봉쇄로 인해 방콕에서 진행되던 편집 작업이 지연되고, 2021 년 미얀마 쿠데타로 인해 음향 작업에 차질을 빚는 등 제작 과정의 여러 어려움을 딛고 이룬 성과에 대해 감사를 표했음

|그림 6| 〈오버스티어〉 감독 데릭 루이 (출처: CNA)

[싱가포르] 애니메타, AI 영화 스튜디오 설립 8)

AI 기술을 활용한 미디어 콘텐츠 제작 비용 절감 및 확장성 확보

- 싱가포르 기업 애니메타(Animeta)가 2025 년 9 월 22 일 AI 영화 스튜디오를 설립함. 이 스튜디오는 AI 기술을 활용하여 영화, 애니메이션 및 기타 디지털 미디어 콘텐츠 제작의 확장성과 비용 효율성을 높일 계획이라고 발표함
- 해당 스튜디오는 대본 작성, 스토리보드, 시각 효과 등에 생성형 AI 를 통합하여 기존의 전통적인 할리우드 제작 모델을 혁신하고자 함. 이러한 기술 혁신은 독립 창작자들에게 힘을 실어주고 제작 비용을 크게 절감할 수 있는 기회를 제공함. 일부 전문가들은 AI 를 활용하면 2026 년까지 제작 비용이 최대 70%까지 절감될 수 있을 것으로 예상함
- 애니메타는 독립 창작자들에게 힘을 실어주는 것을 넘어, 향후 시청자 데이터를 기반으로 개인 맞춤형 콘텐츠를 제작하기 위해 주요 스트리밍 서비스와 협력할 계획임. 이는 더욱 개인화된 엔터테인먼트 경험을 제공할 수 있을 것으로 전망됨
- 이러한 기술 혁신을 둘러싸고 할리우드 노동조합 사이에서 일자리 대체에 대한 우려가 제기되고 있기도 함. 하지만 애니메타는 자사의 스튜디오가 인간의 창의성을 향상시키는 도구라고 강조하며 긍정적인 역할을 부각함

8) 출처 :
https://www.webpronews.com/animeta-launches-ai-film-studio-in-singapore-for-scalable-media-production

[인도] 2025 년 인도 미디어 및 광고 지출을 견인하는 요인 9)

- **미래는 TV 와 디지털 중 하나를 선택하는 것이 아니라, 두 매체 간의 시너지 효과를 이해하는 것**
  - 인도가 급속한 경제 성장을 거듭함에 따라 미디어 및 광고 환경은 전례 없는 변화를 겪고 있음
  - 지난 10 년 동안, 특히 코로나 19 팬데믹 이후 미디어 소비 패턴이 크게 변화하면서 다양한 미디어에 대한 투자 우선순위도 변화함
  - 과거에는 인쇄 매체와 TV 매체 간의 상호작용이 기술, 지역화, 변화하는 소비자 행동, 그리고 광고 가치의 재정의를 통해 역동적이고 디지털 중심적인 생태계로 발전했으나 이러한 변화는 단순히 디지털의 성장만을 의미하는 것이 아니라, 미디어 우선순위와 성과 지표의 재조정을 의미함
  - 2024 년, 디지털 미디어는 TV 를 제치고 인도 미디어 및 엔터테인먼트(M&E) 부문에서 가장 큰 비중을 차지하며 전체 매출의 32%를 차지했음(FICCI-EY, 2025)
  - 디지털 광고만 전년 대비 17% 성장하여 7,000 억 루피에 달했으며, 전체 광고매출의 55%를 차지함
  - 급증 요인
    - 검색 및 소셜 미디어 성장(11%)
    - 이커머스 광고(50% 성장하여 1,470 억 루피)
    - 롱테일 광고주의 광고 지출이 2,580 억 루피에 달하는 상당한 중소기업 참여
    - 커넥티드 TV 가구 증가(현재 3 천만 가구로 추산)
  - 디지털 미디어 내에서는 숏폼 콘텐츠, OTT 플랫폼, 모바일 중심 소비가 주도하는 비디오가 여전히 주류를 이루고 있음
  - 많은 전문가들이 TV 의 종말을 예측하는 것과는 달리, TV 는 1 억 1,100 만 가구의 유료 TV 시청과 1 억 9 천만 가구의 총 도달 범위를 기록하며 회복력이 있는 매체로 남아 있음
  - TV 시청률(및 광고량) 감소와 무료 및 커넥티드 TV 의 성장으로 인해 2024 년 광고 수익은 6% 감소함
  - 리니어 TV 의 매출이 2,940 억 루피로 감소한 것은 소비자들이 다양한 선택지를 통해 다른 곳에서 더 많은 시간을 보내고 있다는 현실을 반영하지만 TV 의 문화적 영향력은 여전히 강력함
  - IPL 과 같은 이벤트는 다양한 플랫폼에서 시청자를 끌어들이고 막대한 광고 수익을 창출함(2025 년 예상 광고 수익은 500 억 루피)
  - 인쇄 매체, 라디오, 옥외광고(OOH)와 같은 다른 전통 매체도 성장했지만, 성장률은 한 자릿수에 그쳤고 DOOH(디지털 옥외광고)는 (비록 규모는 작지만) 무려 78%라는 놀라운 성장률을 기록하며 현재 전체 옥외광고의 약 12%를 차지하고 있음
  - 디지털의 성장에도 불구하고 어려움이 없는 것은 아니며 마케터들은 다음과 같은 심각한 의문을 제기함
    - 브랜드 안전성: 유해하거나 관련성 없는 콘텐츠 옆에 광고가 게재되는 사례는 지난 몇 년간 제기되어 왔음에도 불구하고 여전히 어려운 문제임

9) 출처 : https://www.bwmarketingworld.com/article/whats-driving-indias-media-advertising-spend-in-2025-560223

- 잘못된 타겟팅: 프로그래매틱 광고에 대한 과도한 의존과 탄탄한 자체 데이터 부족으로 인해 많은 캠페인이 다양한 출처의 "디지털 신호"를 사용하면서 상황에 맞는 타겟팅에 어려움을 겪고 있으며, 이러한 신호는 정확성에 대한 자체적인 가능성을 내포하고 있음
- 모호한 ROI 지표: 마케터들은 좋아요, 클릭, 노출, 조회, 실제 결과와 같은 여러 평가 지표와 끊임없이 씨름하고 있음. "전달된 노출" 또는 "조회"의 정의조차 플랫폼과 고객에 따라 다를 수 있음. 통합된 프레임워크가 없기 때문에 플랫폼 간 또는 기존 미디어와 디지털 성과를 비교하기 어렵음

- 인도의 광고 생태계는 현재 다양한 미디어, 포맷, 기기에 걸쳐 있지만 ROI 를 평가하는 방법론은 전혀 통일되어 있지 않음. 한 플랫폼에서의 노출 수는 다른 플랫폼에서의 시청률과 동일하지 않으며, "좋아요"라는 큰 의미를 갖지 않음. 디지털 광고 지출에 막대한 투자가 집중되어 있기 때문에 이러한 불일치를 간과할 수 없음
- 시급히 필요한 것은 지속적인 피드백 메커니즘임
  - TV, 디지털, 인쇄 매체, 그리고 경험적 지표를 아우르는 크로스미디어 ROI 모델
  - 디지털 플랫폼 전반에 걸친 통합 광고 측정
  - 성과에 따라 실시간으로 조정되는 캠페인 최적화 프레임워크
- 미래는 TV 와 디지털 중 하나를 선택하는 것이 아니라, 두 매체 간의 시너지 효과를 이해하는 것임
- 진정한 기회는 이러한 상호작용을 더욱 효과적으로 측정하는 데 있으며 오늘날 광고 관련 의사결정은 도달 범위뿐만 아니라 영향력까지 파악하는 데이터를 기반으로 이루어져야 함. 이를 위해서는 단순히미디어뿐 아니라 측정도 중요함
- 인도가 디지털 전환점을 진정으로 활용하려면 광고주, 대행사, 미디어 소유주 모두가 전략적 ROI 측정에 공동으로 투자해야 함. 이는 사후 분석 도구가 아닌, 지출 최적화를 위한 실시간 피드백 루프로서 활용되어야 함

[인도] 인도 케이블 TV 유통 현황 10)

디지털 혁신과 변화하는 소비자 선호도에 직면한 인도 유료 TV 산업은 번영을 위해 혁신과 협력이 필수

- 인도 유료 TV 산업은 디지털 플랫폼과 변화하는 소비자 선호도로 인해 심각한 어려움에 직면해 있음
- 장기적인 생존을 위해서는 유료 TV 에 재투자하고, 시장을 확대하고, 1 억 가구 이상의 TV 시청이 제한적인 가구를 대상으로 서비스를 제공하며, 가격 책정, 도달 범위, 윈도잉(windowing) 방식을 혁신해야 함
- 규제 기관, 방송사, 유통사, 지역 케이블 사업자 등 이해관계자들은 지속 가능하고 경쟁력 있는 생태계를 구축하기 위해 협력해야 함
- 한때 인도 미디어 환경의 초석이었던 유료 TV 시장은 이제 중요한 전환점에 서 있음. 디지털 플랫폼의 부상, 진화하는 소비자 선호도, 그리고 급속한 기술 발전으로 인해 기존 유료 TV 부문은 전례 없는 어려움에 직면해 있음. 역사적으로 인도의 방송 및 케이블 TV 산업은 수백만 가구에 엔터테인먼트와 정보를 제공하는 주요 원천이었음
- 최근 몇 년 동안 유료 TV 가입자 수는 크게 감소했음. EY 와 전인도 디지털 케이블 연맹(AIDCF)의 보고서 "인도 케이블 TV 유통 현황"에 따르면, 2018 년 1 억 5,100 만 명에서 2024 년 1 억 1,100 만 명으로

10) 출처 : https://www.ey.com/en_in/insights/media-entertainment/state-of-cable-tv-distribution-in-india

감소했음

- 디지털 플랫폼으로의 전환으로 OTT(Over-The-Top) 플랫폼의 급속한 성장은 콘텐츠 제작 및 소비 방식을 변화시켰음. 인도에는 57 개 이상의 OTT 플랫폼이 운영되고 있으며, 이제 소비자는 다양한 콘텐츠를 손쉽게 이용할 수 있음. 이러한 콘텐츠는 기존 유료 TV 보다 품질이 우수하고, 출시 시기가 빠르며, 비용도 저렴함
- 기술 발전으로 스마트 TV 의 보급과 광대역 연결 확대는 디지털 콘텐츠 소비로의 전환을 더욱 가속화했음. 커넥티드 TV 보급률은 2024 년 3,000 만 명에서 2030 년 7,600 만 명으로 크게 증가할 것으로 예상됨
- 지역 케이블 사업자(LCO)에 미치는 영향은 상당함. EY 와 AIDCF 가 28,000 개 이상의 LCO 를 대상으로 실시한 온라인 설문조사 결과는 다음과 같음
  - 응답자의 93%가 2018 년 이후 월 실질소득이 감소했다고 답함
  - 설문조사 응답자의 거의 절반이 2018 년 이후 구독자 수가 감소했다고 답했으며, 약 10,000 명의 응답자는 40% 이상 감소했다고 답함.
  - LCO 가 제기한 주요 문제점으로는 요금 인상 시 매출 증가가 어렵다는 점, 세컨드 TV 시청 감소, OTT, 커넥티드 TV, 무료 TV 로의 전환, 그리고 디지털 플랫폼의 상대적으로 우수한 콘텐츠 품질 등임
- 시장 변화는 고용에 영향을 미쳤는데 설문 조사에 참여한 LCO 는 2018 년부터 2024 년까지 고용이 31% 감소하여 총 37,835 개의 일자리가 감소했다고 답함
- LCO 생태계 전체로 추정하면 일자리 감소 규모는 114 만 개에서 21 만 개 사이로 2030 년까지 유료 TV 시청 가구가 3 천만~4 천만 가구 더 감소할 것으로 예상됨에 따라 상황은 더욱 악화될 수 있음
- 설문조사에 참여한 케이블 TV 사업자들은 2018 년부터 2024 년까지 고용이 31% 감소했다고 보고함
- 당면 과제를 해결하고 케이블 TV 산업의 장기적인 생존 가능성을 보장하기 위해서는 몇 가지 전략적 조치가 필요함
  - 지불 능력에 따라 지역별로 차등 유료 TV 요금제를 허용
  - 무료 TV, OTT 플랫폼, FAST 채널, 유료 TV 등 모든 콘텐츠 배포 매체에 걸쳐 공평한 경쟁 환경을 조성하고, 각 매체의 가격, 콘텐츠 및 광고 코드에 고유한 기술적 특성을 반영
  - 인센티브 또는 기타 적절한 수단을 통해 인도 내 2 천만 대 이상의 비활성 셋톱박스(STB)를 활성화
  - 다른 플랫폼에서 유료 TV 콘텐츠의 무료 생방송 또는 지연 전송을 제한. 즉, 유료 TV 콘텐츠를 무료 디지털 플랫폼으로 옮기기 전에 적절한 기간을 설정
  - 인센티브와 공공-민간 파트너십을 통해 인도 내 1 억 가구 이상의 TV 수신 거부 문제를 해결
  - 더 강력한 단속을 통해 선형 및 디지털 불법 복제를 모두 해결
- 인도의 유료 TV 산업은 기로에 서 있음. 중대한 도전과 기회에 직면함. 혁신을 수용하고, 정책 개혁을 추진하고, 이해관계자 간의 협력을 증진함으로써 업계는 변화하는 ㅁ미디어 환경에서 생존할 뿐만 아니라 번영할 수 있음
- 인도 유료 TV 산업은 디지털 혁신, 규제 변화, 그리고 변화하는 소비자 선호도에 따라 변화의 시기를 겪고 있음
- 장기적인 생존력을 확보하기 위해 업계는 유료 TV 에 재투자하고, 시장을 확대하고, 1 억 가구 이상의 TV 수신 거부 가구를 대상으로 서비스를 제공하고, 가격, 도달 범위, 윈도잉을 혁신해야 함

- 지속 가능하고 경쟁력 있는 생태계를 구축하려면 이해관계자 간의 지속적인 협력이 필수적임
- 인도 유료 TV 산업은 디지털 플랫폼과 변화하는 소비자 선호도로 인해 심각한 어려움에 직면해 있음
- 장기적인 생존력을 확보하기 위해 업계는 유료 TV 에 재투자하고, 시장을 확대하고, 1 억 가구 이상의 TV 수신 거부 가구를 대상으로 서비스를 제공해야 함

[LA] Hallmark Media, 넷플릭스와 확장된 공급 계약 체결 11)

미국·글로벌 시장 동시 공략

- 지난 23 일(현지시간) 더 할리우드 리포터(The Hollywood Reporter)에 따르면, 홀마크 미디어(Hallmark Media)와 넷플릭스(Netflix)가 기존 크리스마스 영화 제공 계약을 확대함. 미국에서는 드라마 〈The Way Home〉 시리즈(시즌 1~4)와 다양한 발렌타인데이 영화, 해외 시장에서는 대표적인 크리스마스 영화들을 포함하는 새로운 독점 콘텐츠 라이선싱 계약을 체결함
- 이번 계약에 따라 〈The Way Home〉 시즌 1·2 는 다음 달, 시즌 3 은 내년 2 월, 시즌 4 는 2026 년 하반기에 순차적으로 넷플릭스 미국 서비스에 공개될 예정임. 또한 발렌타인데이 영화 〈An Unexpected Valentine〉, 〈Sisterhood, Inc.〉, 〈The Royal We〉 등도 2026 년 1 월 공개될 예정임
- Hallmark 은 "전략적 윈도우 운영을 통해 선형 채널과 SVOD 모두에서 시너지 효과를 낼 수 있다"라며, 넷플릭스의 글로벌 영향력을 활용해 신규 시청자 유입 및 기존 팬층 확대를 기대한다고 언급함
- 특히 이번 계약으로 〈Haul Out the Holly〉, 〈All I Need for Christmas〉 등 주요 크리스마스 영화들이 2025 년 11 월부터 2026 년 1 월까지 해외 넷플릭스 시장에 공개될 예정이며, Hallmark 은 전 세계 방송사들과의 기존 관계에 더해 국제적 입지를 강화할 수 있을 것으로 전망됨

[LA] 〈극장판 귀멸의 칼날: 무한성편〉, 박스오피스 1 위 등극 12)

전 세계 흥행 5 억 5 천만 달러 돌파, 역대 일본 애니메이션 영화 1 위 기록

- 지난 21 일(현지시간) 더 할리우드 리포터(The Hollywood Reporter) 등에 따르면, 소니(Sony) 산하 크런치롤(Crunchyroll) 배급 애니메이션 〈극장판 귀멸의 칼날: 무한성편(Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle)〉이 전 세계 5 억 5 천 5 백만 달러 흥행 수익을 기록하며 역대 일본 영화 및 애니메이션 최고 흥행작으로 등극함. 북미에서도 2 주 만에 1 억 달러를 넘어서며 일본 영화 사상 최대 규모의 흥행을 달성함
- 크런치롤 대표 라훌 푸리니(Rahul Purini)는 이번 성과가 "애니메이션이 더 이상 틈새가 아닌 주류 문화

11) 출처 : https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/hallmark-media-output-deal-netflix-the-way-home-movies-1236377407/
12) 출처 : https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/box-office-demon-slayer-edging-out-him-for-no-1-1236376666

임을 입증한 사건"이라고 평가함. 특히 북미에서 다양한 인종·세대 관객층이 관람한 점을 강조하며 애니메이션 팬덤의 다변화와 글로벌 확산을 확인했다고 언급함

- 소니는 2020 년 크런치롤 인수 이후 퍼니메이션(Funimation)과 통합해 애니메이션을 핵심 전략 축으로 육성해 왔음. 특히 이번 작품은 소니픽처스(Sony Pictures)·애니플렉스(Aniplex)·유포테이블(Ufotable)이 협력하면서 크런치롤의 팬덤 네트워크가 결합된 '글로벌 협업 모델'의 대표 사례로 평가되고 있음
- 〈극장판 귀멸의 칼날: 무한성편〉은 3 부작으로 제작 예정이며, 후속작 일정은 미정이나 팬들의 기대를 고려해 조기 공개 가능성이 논의 중임. 크런치롤은 이번 극장 흥행을 계기로 스트리밍·머천다이징·게임·음악 사업 등 애니메이션 생태계 전반의 성장 기반을 확대할 계획임

[프랑스] 넷플릭스 프랑스, 〈케이팝 데몬 헌터스〉 프랑스어 더빙 도전과 성공 13)

- 일레븐랩스(ElevenLabs)가 더빙 성우 알랭 도르발(Alain Dorval)의 목소리를 무단 복제하거나, 안젤리나 졸리의 프랑스어 더빙 성우 프랑수아즈 카돌(Françoise Cadol)이 〈툼 레이더(Tomb Raider)〉 게임사를 상대로 소송을 제기하는 등 인공지능 논란이 계속되는 가운데, 넷플릭스는 〈케이팝 데몬 헌터스〉 프랑스 버전에 더빙 제작 방식을 적용해 대사뿐만 아니라 노래까지 프랑스어로 완역과 더빙을 했음
- 겨울왕국의 엘사 목소리로 유명한 아나이스 델바(Anaïs Delva)가 예술감독을 맡아 두 개의 상반된 관객층을 만족시켜야 했음. K 팝 팬들은 완벽한 음향 품질을 요구하는 반면, 프랑스 관객들은 명확한 발음과 이해도를 중시했음. 영어보다 단어 수가 많은 프랑스어의 특성상 가사 압축과 립싱크 맞추기가 특히 어려웠고, 단 11.5 일의 녹음과 5 일의 편집 기간이라는 타이트한 일정 속에서 작업해야 했음. 처음으로 가창 담당자를 먼저 캐스팅한 후 대사 성우를 매칭하는 새로운 방식을 도입하였음
- 결과적으로 영화는 넷플릭스 역사상 최다 조회수인 2 억 3 천 6 백만 뷰를 기록했고, 프랑스어 버전 OST 는 300 만 회 재생, 유튜브 노래방 버전은 1,500 만 뷰를 달성하였음. 프랑스어 노래방 버전이 넷플릭스 프랑스 계정에서 가장 많이 조회되었고, 성우들이 전 세계 컨벤션에 초청받는 등 예상을 뛰어넘는 성과를 거두었음

[프랑스] 프랑스 영화산업, 관객 감소와 대규모 자본 투입으로 구조 변화 직면 14)

- 2025 년 1~8 월까지 프랑스 영화 누적 관객 수는 전년 같은 기간 대비 15% 감소하였고, 특히 8 월의 경우 약 30% 감소로 급격한 하락세를 기록하였음. 프랑스 영화관 연맹(la Fédération nationale des cinémas français)은 코로나 19 팬데믹 이후 에너지 비용 상승, 국가 보조금 감소, 임대료 인상 등으로 인해 영화관들이 심각한 재정 위기에 직면했다고 진단하며, 긴급 재정 지원 조치를 요청할 준비를 하고 있음.

---

13) 출처 :
https://www.lepoint.fr/pop-culture/le-pari-fou-du-doublage-francais-de-k-pop-demon-hunters-19-09-2025-2598996_2920.php
14) 출처 :
https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/09/21/le-cinema-chahute-entre-la-chute-de-la-frequentation-en-salle-et-l-arrivee-de-canal-chez-ugc_6642274_3234.html

블록버스터 영화의 부재도 관객 감소의 원인으로 분석됨

- 영화 산업 구조에도 큰 변화가 일어나고 있음. 5 월 중순에 세계 3 대 해운 물류기업인 CMA CGM 그룹 회장 로돌프 사데(Rodolphe Saadé)의 가족 지주회사 메리트(Merit)가 프랑스의 대형 영화 기업 중 하나인 파테(Pathé)에 20% 지분을 투자했고, 9 월 에는 카날 플러스(Canal+)가 프랑스의 대표적인 영화관 체인 및 영화 제작, 배급 그룹인 UGC 지분을 34% 인수하고, 2028 년까지 경영권 확보를 목표로 한 독점 협상을 발표하였음. 매각 배경으로 기존 주주들의 고령화와 코로나 19 로 인한 재정 악화로 알려졌음
- 카날플러스의 UGC 인수로 영화 제작부터 배급, 상영관 운영까지 전 과정을 아우르는 수직계열화가 완성되면서 업계가 우려하고 있음. 과도한 수직적 집중은 산업의 균형을 해치고, 작품 다양성에 대한 대중의 접근을 제한할 위험이 있다는 경고가 제기되고 있음

[프랑스] 프랑스 내러티브 코더스(Narrative Coders), AI 로 영화 제작 혁신 주도 15)

- **알렉스 페론(Alex Péron)과 굴웬 쿠르토(Goulwen Courtaux)가 2024 년 파리에서 설립한 내러티브 코더스(Narrative Coders)는 프랑스 최초로 영화, 드라마 제작에 인공지능을 본격적으로 도입한 기업임. 비용이 많이 드는 고난이도 장면을 인공지능으로 대체하여 제작비용을 절감하고 있으며, 현재 프랑스 내 영화, 드라마, 다큐멘터리 제작사들과 협업 중임. 이들이 제작한 프랑스 작품은 2025 년 말~2026 년 초에 최초로 공개될 예정임**
  - 자체 기술과 기존의 인공지능 프로그램을 결합한 'AI 워크플로우'를 통해 제작사가 현실적으로 구현하기 어려운 장면들을 제작하고 있으며, 예산 문제로 진행하기 어려웠던 자동차 추격전이나 드론 촬영이 금지된 파리 상공, 사하라 사막 등 다양한 풍경을 인공지능으로 제작하는 방식으로 실제 촬영 대비 30~50%의 비용 절감 효과를 얻을 수 있다고 함
  - 전문가들은 향후 5 년 이내에 오전에는 AI 로, 오후에는 실제 배우를 촬영하는 하이브리드 방식이 정착될 것으로 내다보고 있음. 90 분 분량의 100% 인공지능 영화 제작도 기술적으로 가능하며, 특히 제작비가 많이 드는 SF 장르에서 붐을 일으킬 것으로 예상되고 있음. 다만, 인공지능에 대한 기술 습득이 모든 영화 직종의 필수 조건이 되면서, 업계 전반의 재교육과 적응이 중요한 과제로 떠오르고 있음

[캐나다] 캐나다 TV 스트리밍 시장, 광고 기반 요금제 급성장 16)

- Roku 가 발표한 제 6 차 주문형 비디오(Video on Demand) 진화 조사에 따르면, 캐나다 TV 스트리밍 이용자의 85%가 광고 기반(ad-supported) 콘텐츠를 소비하는 것으로 나타남. 이는 전년 대비 69%에서 크게 증가한 수치이며, 광고형 서비스가 점차 대세로 자리 잡고 있음을 보여줌
- 광고 기반 콘텐츠 시청 시간은 주당 7.3 시간에서 10.2 시간으로 늘어났으며, 전체 주간 TV 시청 시간 중 43%가 광고형 서비스에 할애되고 있음. 반면 구독형 VOD(SVOD) 이용률은 85%에서 80%로 소폭 감소함

15) 출처 : https://www.lepoint.fr/pop-culture/l-ia-generative-s-apprete-aussi-a-revolutionner-le-cinema-francais-20-09-2025-2599102_2920.php
16) 출처 : https://mobilesyrup.com/2025/09/16/canadians-ad-enabled-streaming-usage-survey

- 이러한 변화는 글로벌 경기 불안과 생활비 상승 속에서 저가 요금제 선호 현상이 강해진 결과로 분석됨. Netflix 광고 포함 요금제는 월 $7.99 로, 무광고 스탠다드 요금제($18.99) 대비 큰 차이를 보임. Disney+ 역시 광고 포함 $8.99, 무광고 스탠다드 $12.99, 프리미엄 $15.99 로 운영 중임. 2025 년 5 월 기준 Netflix 전체 가입자 약 3 억 명 중 1 억 명이 광고형 요금제를 사용하고 있음
- 무료 광고 기반 스트리밍(FAST) 채널의 성장도 주목할 만함. Roku Channel, Pluto TV, Tubi 등 서비스가 대표적이며, 캐나다 TV 스트리머의 41%가 이용, 주당 평균 4.2 시간을 시청하는 것으로 나타남
- 시청자 행태 조사에서는 44%가 "무엇을 볼지 고르는 과정이 스트레스"라고 응답해 콘텐츠 추천 및 큐레이션 강화의 필요성이 드러남. 또한 59%는 캐나다산 제품을 강조하는 브랜드에 대해 긍정적인 인식을 보이는 것으로 조사됨
- 이번 조사는 Fuse Insights 가 2025 년 6 월~7 월 사이 캐나다 전역 응답자 2,018 명(이 중 TV 스트리머 1,728 명)을 대상으로 진행

[영국] 드라마 〈소년의 시간〉의 에미상 수상 관련 분석 [17)]

- 영국 일간지 가디언(The Guardian)은 에미상을 휩쓴 드라마 〈소년의 시간〉이 제시한 의미를 분석하는 기사를 게재함
- 기자는 〈소년의 시간〉(Adolescence)이 제기한 온라인 여성 혐오와 급진화 등의 사회 문제 외에도 문화적 문제에도 주목하게 만들었다고 함. 이는 풀뿌리 드라마 학교와 동호회의 중요성, TV 에서의 노동자 계층 대표성이 포함됨
- 드라마의 주인공을 맡은 15 세 오웬 쿠퍼(Owen Cooper)는 최연소 에미상 수상 배우가 됨. 그는 맨체스터의 드라마 학교인 드라마 MOB(Drama MOB)에서 2 년간 매주 훈련했으며, 수락 연설에서 이 영향을 인정함
- 영화는 〈빌리 엘리어트〉에서 윌킨슨(Wilkinson) 부인 역을 연기한 줄리 월터스(Julie Walters)는 리버풀의 에브리만 극장(Everyman theatre) 청소년 프로그램에서 연기를 시작했으며, 〈소년의 시간〉의 공동 작가이자 주연인 스티븐 그레이엄(Stephen Graham)도 해당 프로그램의 수혜자임
- 영국 전역의 연극학교는 위기에 처함. 1946 년 개교 이래로 브리스톨 올드빅 연극학교(Bristol Old Vic theatre school)는 이번 학기 학부생을 맞이하지 못함. 개교 75 주년을 맞이하는 시드컵의 로즈 브루포드 칼리지(The Rose Bruford College)는 재정적 위협을 겪고 있다고 보고함. 해당 학교는 배우 게리 올드먼(Gary Oldman)이 수학함
- 캠페인 포 더 아츠(Campaign for the Arts)에 따르면 2010 년 이후 GSCE 와 A-레벨에서 드라마를 신청한 학생 수가 급감했다고 밝힘
- 새로운 연구에 따르면 사교육의 영향력이 어느 때보다 강하다는 사실이 밝혀짐. 지난 10 년간 주요 상 후보에 오른 영국 배우의 거의 절반이 사교육을 받았다고 함

17) 출처 :
https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/sep/19/the-guardian-view-on-adolescence-cleaning-up-at-the-emmys-the-importance-of-grassroots-drama-training

- 하지만 지난 몇 년간 노동자 계층 드라마가 부족하지는 않았음. 〈미스터 베이츠 대 우체국〉(Mr Bates vs the Post Office), 〈아이 메이 디스트로이어 유〉(I May Destroy You) 등이 있었기 때문임
- 세계적인 드라마 학교를 잃게 되면 세계 무대와 스크린에서 설 자리를 잃게 될 것임. 또한 런던 외 지역에서는 다양한 배경을 가진 젊은 배우들을 지원하기 위해 더 큰 노력이 필요함
- 영국의 모든 어린이에게 다가가는 것을 목표로 하는 국립극장의 학교 프로그램과 드라마 MOB 와 같은 커뮤니티 프로젝트의 역할은 인정받을 만함
- 배우 이드리스 엘바(Idris Elba)는 "재능은 어디에나 존재하지만 기회는 존재하지 않는다"라고 말한 바 있음. 다음 세대의 쿠퍼를 발굴하고 육성해야 함

[스웨덴] 스웨덴 영화 〈Värn〉, 산 세바스티안 영화제서 초연 [18]

- 스웨덴 감독 존 스쿠그(John Skoog)의 신작 〈Värn〉(영문 제목 Redoubt)이 2025 년 산 세바스티안 국제영화제에서 세계 초연을 앞두고 주목받고 있음. 이 작품은 냉전 시기를 배경으로 개인과 공동체의 불안, 그리고 생존을 향한 본능적 방어를 탐구하는 사회적 드라마임. 특히, 프랑스를 대표하는 배우 드니 라방(Denis Lavant)의 출연이 화제를 모으며 국제적인 관심을 끌고 있음
- 영화는 스웨덴 남부 농촌을 배경으로, 은둔적 농부 칼-외란 페르손(Karl-Göran Persson)의 시선을 따라 전개됨. 그는 점차 심화되는 외부의 위협과 불안 속에서 고철을 모아 자신의 집 주변에 방벽을 쌓기 시작. 단순히 가족을 지키는 차원을 넘어, 마을 전체를 침입자로부터 보호하려는 그의 집착은 이웃들과의 갈등, 공동체 내 긴장감을 불러일으키며 이야기를 더욱 밀도 있게 만듦
- 존 스쿠그 감독은 이번 작품을 통해 '경계의 심리학'을 집중 조명하고 있음. 외부 세계로부터의 위협이 실제이든 상상이든, 개인이 얼마나 극단적으로 반응할 수 있는지를 농부의 행동을 통해 은유적으로 풀어냄. 이러한 복잡하고 미묘한 내면을 표현하기 위해 스쿠그는 프랑스 누벨바그의 살아있는 전설이라 불리는 드니 라방을 주연으로 캐스팅. 드니 라방은 이전에도 〈Holy Motors〉, 〈레퐁뇌프의 연인들〉 등 에서 강렬하고 비범한 캐릭터를 연기해 왔음
- 감독은 "라방의 연기는 단순한 연기 그 이상이다. 그는 캐릭터에 말을 넘어서는 감정을 불어넣는 배우"라며 찬사를 보냈으며 "지금 시대엔 냉소적인 시선이 넘치지만, 라방의 연기는 그 반대편에서 영화를 이끌어 준다."라고 덧붙임. 냉전의 그림자 속에서 개인이 느끼는 불안과 공동체의 균열, 그리고 그것을 둘러싼 인간 심리를 정밀하게 그려낸 〈Värn〉은 올해 유럽 아트하우스 영화계에서 주목할 작품 중 하나로 손꼽힘
- 제작은 스웨덴의 대표적인 독립 영화사 플랫폼 프로덕션이 맡았으며, 스웨덴 영화원, Film i Väst, Film i Skåne 등 유수의 지원기관들이 공동으로 참여해 예술성과 완성도를 높였음. 스쿠그 감독은 현재 독일 마인츠 미술 아카데미에서 영화학을 가르치고 있으며, 그의 예술적 시각과 교육자로서의 통찰이 이번 작품에 깊이 반영되었다는 평가

18) 출처 :
https://www.moviezine.se/nyheter/fransk-filmstjarna-i-svenska-dramat-varn-far-varldspremiar-i-san-sebastian

- 〈Värn〉은 2026 년 봄 스웨덴 극장 개봉 예정. 영화계에서는 이미 "국제 영화제 경쟁 부문에 진출할 만한 예술 영화"라는 평이 나오고 있으며, 특히 유럽의 불안정한 정세와 공명하는 주제를 다뤘다는 점에서 현재성도 함께 평가받고 있음
- 이번 영화의 초연이 예정된 산 세바스티안 영화제는 칸, 베를린, 베니스 등과 함께 유럽 4 대 영화제로 꼽히며, 작가주의 영화와 신예 감독 발굴에 있어 중요한 플랫폼으로 자리매김해 왔음. 〈Värn〉의 초청은 스쿠그 감독에게는 물론 스웨덴 영화계 전반에도 의미 있는 이정표가 될 것으로 보임

|그림 7| 〈Värn〉 세트장에 있는 프랑스 배우 Denis Lavant와 John Skoog 감독

[스웨덴] 〈사랑, 진단, 그리고 외로움〉 새로운 스웨덴식 러브스토리 19)

- 2026 년 스웨덴 극장가에 한 편의 따뜻하고도 도전적인 러브스토리가 찾아올 예정. 영화 〈사랑, 진단, 그리고 외로움(원제 Kärlek och andra diagnoser)〉은 고독, 갈망, 사랑의 감정을 중심으로 특히 자폐 스펙트럼에 놓인 인물이 자신과 타인 사이에서 겪는 내면의 진폭을 다룸
- 촬영은 주로 헬싱보리에서 이루어질 예정이며, 영화는 2026 년 10 월에 극장 개봉 예정. 이 영화는 Film i Skåne 과 헬싱보리 간의 협력 협정의 틀 내에서 제작되는 첫 번째 영화임. 이번 협약은 헬싱보리를 촬영지로 강화하고 지역 인재 개발에 기여하는 것을 목표로 함
- 감독 다니엘 사우카는 이번 작품을 통해 사회적 경계와 개인의 감정이 어떤 방식으로 충돌하고 엮이는지를 탐구하려는 의도를 드러냄. 영화의 주인공인 한스는 수줍고 조용한 성격의 인물로 보호소로 이사 온 뒤 소피를 만남. 소피는 진취적이고 감정 표현이 강한 여성으로, 최근 정신과에서 치료를 받고 돌아온 상태. 두 사람의 만남은 다소 어색하고, 첫 데이트는 엉망이 되지만 시간이 흐르며 서로에 대한 감정이 싹트기 시작하고, 이들은 가족, 보호자, 보호소 직원 등 외부의 시선과 기대 속에서 갈등하게 됨. 결국 두 사람은 함께 탈출이라는 극단적인 선택을 통해 자신들의 삶의 가능성과 감정을 찾아 나서게 된다는 내용

19) 출처 : https://filmiskane.se/sv/artiklar/inspelningsstart-i-helsingborg-for-langfilmen-karlek-och-andra-diagnoser?utm_source=chatgpt.com

- 이야기의 구성에서 특히 주목되는 것은 '사랑'이 단순한 감정이나 낭만을 넘어 장애와 이해, 사회적 통념과 대면하는 실체로서 그려진다는 점임. 또한 자폐 스펙트럼에 있는 인물의 내면적 고립, 갈망, 인간관계의 어려움이 사랑 이야기와 결합하면서, 관객에게 단순한 로맨스를 넘어 삶의 복합성과 연민을 느끼게 만듦
- 이번 작품은 다니엘 사우카 감독의 첫 번째 장편 스웨덴 영화로, 이전작 〈Icebox (2018)〉로 평단의 주목을 받은 바 있음. 주인공 한스 역과 소피 역은 신인 배우들인 칼 크리스토페르센과 투바 베크만이 맡았음. 또 조나스 칼손, 그리넷 몰비그, 필립 베르그, 쉬마 니아바라니, 말테 할그렌, 안젤라 코박스 등 베테랑 배우들도 조연으로 참여
- 사우카 감독은 "고독, 갈망, 사랑은 우리 모두가 공유하는 삶의 요소이지만, 이번엔 자폐 스펙트럼에 있는 인물의 시각에서 이 감정들이 어떻게 다르게 경험되는지를 보여주고 싶었다."라고 말함. 이 영화는 단순히 자폐증 또는 정신건강 주제를 로맨스 틀 안에 넣는 것이 아니라, 그러한 진단의 사회적 의미, 타자의 시선, 그리고 자아 정체성의 문제에 대해 질문을 던지는 작품일 것으로 기대됨
- 장애가 있는 인물이 단순히 주변 갈등의 요소로 소비되는 것이 아니라, 중심 인물로서 그가 느끼고 생각하고 사랑하는 방식을 직접적으로 조명한다는 점에서 관객과 사회 모두에게 포용의 메시지를 줄 수 있음. 로맨스 장르가 종종 이상화되거나 단순화되는 경향이 있는데, 본 작품은 첫 만남의 어색함, 외부의 선입견과 제약, 그리고 감정의 숨고름 등을 사실적으로 탐구할 것으로 보임. 감정 표현과 장애의 묘사 사이에서 불필요한 동정이나 선입견이 개입되지 않도록 섬세하게 균형을 유지함

|그림 8| 왼쪽부터: 투바 베크만, 다니엘 소카, 칼 크리스토퍼슨

[스웨덴] 넷플릭스 스웨덴 드라마 〈Love & Anarchy〉 독일에서 리메이크 [20]

- 최근 Netflix 의 인기 스웨덴 시리즈 〈Love & Anarchy〉가 독일에서 리메이크될 예정. 원작의 감성과 코미디적 요소가 국경을 넘어 독일 시청자들에게 맞춤형으로 재구성된다는 점은 글로벌 스트리밍 콘텐츠가 로컬화 및 재창작되는 현재 미디어 환경의 흐름을 잘 보여줌
- 〈Love & Anarchy〉는 2020 년부터 2022 년까지 두 시즌 방영되었고, 출판사를 배경으로 새로 부임한

20) 출처 : https://www.moviezine.se/nyheter/svenska-netflix-serien-far-remake-i-tyskland?utm

컨설턴트가 젊은 IT 직원과 은밀하고 도발적인 관계를 맺게 되는 이야기. 서로에게 도전하는 여러 게임을 통해 감정, 권력 관계, 도덕적 경계가 드러나는 코미디 드라마 구성

- 이번 리메이크는 Netflix 가 주도. 원작 제작사 외에도, 독일에서 큰 성공을 거둔 시리즈 〈How To Sell Drugs Online〉 제작자들이 참여할 예정이며, 촬영지는 함부르크가 될 예정
- 원작이 갖는 감정적 미묘함, 권력 균형, 사회적 금기 등을 독일 관객에게도 적절하게 전달하려면 문화적 맥락을 조정해야 함. 예를 들어, 사회적 분위기, 도덕적 기대치, 연애에 대한 태도 등이 스웨덴과 독일 사이에 다르므로 각색의 방식이 중요. 원작을 좋아했던 팬들은 리메이크에서의 변화 특히 설정, 캐릭터 성격, 스토리 전개에 민감할 수 있음. 동시에 새 시청자에게는 리메이크가 처음 접하는 작품이 되므로, 얼마나 원작의 강점을 살리면서 동시에 독립적 매력을 확보하느냐가 관건
- 〈Love & Anarchy〉의 독일판 리메이크는 단지 하나의 작품이 다른 나라에서 다시 만들어진다는 수준을 넘어 글로벌 스트리밍 시대의 콘텐츠 유통 및 소비 방식이 어떻게 변화하고 있는지를 보여주는 사례. 원작의 정서와 줄거리가 국경을 넘어 '재번역'되며, 문화 간의 감정 코드가 어떻게 공유되고 조정될 수 있는지를 탐색하게 됨. 독일 리메이크판이 어느 정도의 인기를 얻을지는 미지수이지만, 이와 같은 움직임 자체가 스웨덴 드라마, 나아가 북유럽 콘텐츠에 대한 국제적 관심이 지속한다는 증거임은 분명함

|그림 9| "Love & Anarchy"

[튀르키예] 2 분기 튀르키예 온라인 스트리밍 플랫폼 점유율의 상당한 변동 확인 [21]

- **저스트워치(JustWatch)가 발표한 2025 년 2 분기 레포트에 따르면, 튀르키예 내 온라인 스트리밍 플랫폼의 시장점유율에 상당한 변동이 발생하였음**
  - 저스트워치(JustWatch)가 발표한 2025 년 2 분기 레포트에 따르면, 블루티비(BluTV)의 점유율을 넘어선 맥스(Max)가 전체 시장점유율 28%를 차지하며 1 위를 기록했음
  - 장기간 시장점유율 상위권을 유지했던 넷플릭스(Netflix)는 24%로 2 위에 머물렀음

21) 출처 : https://t24.com.tr/haber/turkiye-nin-dijital-yayin-lideri-degisti,1261571

- 프라임 비디오(Prime Video)는 19%로 3 위를 기록하였음
- 디즈니 플러스(Disney+)는 최근 7% 하락하며 총 13%의 시장점유율로 4 위를 기록하였음
- MUBI 는 꾸준히 7%를 유지하여 안정적인 시청층을 확보하고 있음을 보여줌
- 전문가들은 워너 브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery)의 블루티비 인수와 맥스 통합이 단기간 내 1 위 달성의 주요 요인이라고 평가함
- 2025 년 하반기에는 국내 콘텐츠, 스포츠 방송, 가격 전략이 점유율 변동의 주요 변수가 될 것으로 예상됨

[이탈리아] 제 98 회 아카데미 시상식 국제영화상, 이탈리아 출품작 선정을 위한 후보작 24 편 확정 22)

- **최종 후보작은 9 월 23 일 이탈리아 영화·오디오비주얼·멀티미디어 산업협회(ANICA)에서 개최되는 심사를 통해 결정될 예정이며, 아카데미 시상식측은 12 월 16 일에 숏리스트를 발표할 계획임**
  - 결정된 후보작 24 편 중 페르잔 오즈페텍(Ferzan Ozpetek) 감독의 〈Diamanti〉와 파올로 제노베제(Paolo Genovese) 감독의 〈Follemente〉는 이탈리아 국내에서 일정 부분의 흥행 성공을 거두었음
  - 12 월 16 일 아카데미 시상식 숏리스트 발표 이후 최종 노미네이션은 내년 1 월 22 일에 결정되며, 시상식은 3 월 15 일 로스앤젤레스에서 개최됨

[이탈리아] 9 월 21~23 일, 토리노에서 한국 고전 영화 상영회 개최 23)

- **한국영상자료원의 지원을 통해 1940~1960 년대 한국 영화사를 대표하는 작품들이 토리노 마씨모 극장에서 상영될 예정임**
  - 일본 강점기를 배경으로 한 두 작품인 이병일 감독의 〈반도의 봄〉, 김기영 감독의 〈고려장〉 외에도, 전쟁 이후의 한국 사회의 단면을 제시하는 〈자유부인〉과 〈오발탄〉도 상영될 예정임
  - 이번 상영회는 한국영상자료원의 지원으로 마련되었으며 모든 상영작은 디지털화 및 복원 작업이 완성된 작품들임

22) 출처 :
https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2025/09/15/oscar-i-24-film-in-corsa-per-rappresentare-litalia_304bd39a-ee76-4436-bd04-2cd8a485db60.html
23) 출처 : https://www.museocinema.it/it/news/viaggio-in-corea

[이탈리아] 제 20 회 로마영화제(10.15~26), 실화를 바탕으로 한 다양한 작품을 선보일 예정 [24][25]

- **금번 로마영화제(Festa del Cinema di Roma)는 사회적 투쟁, 가자지구의 비극까지 현실에서 접하는 뉴스와 전쟁을 소재로 한 다양한 작품을 선보일 예정임**
  - 올해 로마영화제는, 1970 년 로마에서 발생한 카자티 스탐파(Casati Stampa) 살인사건부터, 2020 년에 로마 인근에서 친구를 보호하려다 살해된 청년 윌리 몬테이로 두아르테(Willy Monteiro Duarte) 사망 사건 등 이탈리아 사회를 큰 충격에 빠트린 굵직한 사건을 조명함
  - 파올로 말랑가(Paolo Malanga) 영화제 예술감독은, 영화제는 세계에서 일어나는 일에서 유리된 버블에 갇힌 행사가 아닌바, 전쟁과 갈등 외에도 음악, 문학, 작가들의 다양한 목소리까지 담으려고 노력했다고 밝힘
  - 가자지구 참극을 다룬 다큐멘터리 〈Put your soul on your hand and walk〉는, 2024 년 4 월 이스라엘의 공격으로 사망한 팔레스타인 기자, Fatma Hassouna 와의 화상 통화를 통해 기록한 가자지구 폭격의 현실을 보여줌
  - 이 외에도 2015 년 미국-이란 핵 협상을 재구성한 〈The Deal〉, 우크라이나 분대의 이야기를 다룬 〈2000 meters to Andriivka〉, 권리 보장을 위해 파타고니아에서 투쟁한 트랜스 여성 광부에 초점을 맞춘 〈In Miss Carbon〉 등 현실의 다양한 양상과 목소리를 다룬 작품들이 상영될 예정임
  - 이번 영화제에 공식 초청된 이탈리아 작품은 빈첸초 알피에리(Vincenzo Alfieri) 감독의 〈40 Secondi〉, 안드레아 데 시카(Andrea De Sica) 감독의 〈Gli Occhi Degli Altri〉, 일라리아 데 라우렌티스(Ilaria de Laurentis) 감독의 〈Roberto Rossellini, Più Di Una Vita〉, 레안드로 피카렐라(Leandro Picarella) 감독의 〈Sciatunostro〉 등 네 편임

[이탈리아] 아카데미 시상식 외국어영화상, 이탈리아 후보작은 〈Familia〉로 최종 결정 [26]

- **이탈리아영화협회(Anica)는 프란체스코 코스타빌레(Francesco Costabile) 감독의 작품 〈Familia〉를 내년 아카데미 시상식에 출품할 이탈리아 영화로 선정함**
  - 이번 최종 아카데미 시상식 외국어영화상 후보작 선정에는 24 편이 출품되어, 상업적으로도 성공한 〈Diamanti〉, 〈Follemente〉 등 쟁쟁한 후보작이 있었으나, 최종적으로 〈Familia〉가 선정됨
  - 〈Familia〉는 가족 내의 불화와 긴장이 어떻게 참혹한 비극으로 이어질 수 있는지를 탐구하는 영화로 인간 심리의 어두운 면을 탐구하는 심리 스릴러적인 면도 있고 폭력적인 장면도 묘사되어 공포물에 가까운

24) 출처 : https://www.ansa.it/english/news/lifestyle/arts/2025/09/19/rome-film-fest-to-frame-news-and-war-from-monteiro-to-gaza_99558842-ffe4-4eba-818b-a5d63a0ded9f.html
25) 출처 : https://www.ansa.it/english/news/lifestyle/arts/2025/09/19/4-italian-films-competing-at-rome-film-fest_0ed9465c-5ba4-4184-a680-f5c7de511b9d.html
26) 출처 : https://www.ilsole24ore.com/art/familia-francesco-costabile-rappresentera-l-italia-oscar-AHIWG8mC?refresh_ce=1

긴장감을 자아내는 작품임

- 강렬하고 리듬감 있는 작품이나 다소 과장된 스타일과 드라마적 전개가 몰입을 저해한다는 의견도 있어 아카데미상 이탈리아 최종 후보작에 선정된 것이 다소 의외라는 평도 있음. 다만, 배우들의 탁월한 연기가 돋보이며 가정 폭력 등 중요한 사회적 주제에 대한 대중 인식 환기의 계기가 될 것이라는 평가임
- 아카데미는 내년 3 월 15 일 시상식에 앞서, 12 월 16 일 숏리스트를, 내년 1 월 22 일 최종 후보를 발표할 예정인바 이번 이탈리아 영화협회의 선택이 옳았는지 알아보기까지는 상당한 시간이 있음

[아르헨티나] 놓칠 수 없는 실화 기반의 5 부작 넷플릭스 한국 시리즈 27)

영화 산업을 날카롭게 비판하며 넷플릭스 아르헨티나에서 화제를 모으고 있는 작품

- 80 년대를 배경으로 한 작품 〈애마〉는 영화 〈애마부인〉의 주연 여배우가 노출 장면 촬영을 거부하여 감독에게서 하차당한 이야기를 바탕으로 함
- 줄거리는 주연 배우 희란이 에로영화 〈애마부인〉의 노출 연기를 거절하며 벌어진 갈등을 중심축으로 전개됨. 이로 인해 희란은 배역을 잃음. 업계에서 성공하기 위해 무슨 일이든 할 준비가 된 젊은 여배우 주애가 그 자리를 대신함. 처음에는 라이벌 관계였지만, 두 사람은 이후 산업계의 악습에 맞서기 위해 단합함
- 작품의 배경인 1980 년대에는 오늘날과 비교해 더 보수적인 기준이 존재했으며, 작품은 그러한 관습이 어떻게 깨지는지 보여주고자 함. 상당히 진보적이었던 당대의 문화적 변화 또한 볼 수 있음. 즉, 작품은 당대의 관념에 대해 날카로우며 아이러니한 비판으로 기능함

[아르헨티나] 넷플릭스 한국 시리즈 〈사마귀〉의 가이드 28)

총 8 부작으로 공개된 넷플릭스 한국 시리즈 〈사마귀〉 시즌 1

- 〈사마귀(영문 타이틀 – The Mantis: Original Sin, 국문 – 사마귀: 살인자의 외출)〉는 악명 높은 연쇄살인범이 저질렀던 범죄를 모방하는 미스터리한 살인마를 막기 위해 한 경찰이 과거의 살인범과 협력해야 하는 이야기를 다룸. 연쇄살인마 여성은 자신의 아들이 그 상대라는 조건으로 이를 수락함
- 이 작품은 2017 년 프랑스 시리즈 〈La Mante〉를 원작으로 삼은 미스터리 스릴러 작품임. 이영종 작가가 각본을, 변영주 감독이 연출을 맡음. 고현정과 장동윤이 주연을 맡았으며, 조성하, 이엘, 김보라, 이황의, 김민호, 김태정, 박완형, 한동희, 이창민, 이태구, 이윤건, 한시아, 길은성 등이 출연함

---

27) 출처 :
https://www.ambito.com/espectaculos/solo-cinco-capitulos-la-serie-coreana-netflix-basada-hechos-reales-que-no-podes-dejar-ver-n6185648
28) 출처 :
https://elcomercio.pe/mag/fama/que-ver/reina-mantis-guia-de-episodios-fecha-y-hora-de-estreno-de-cada-capitulo-de-la-serie-coreana-de-netflix-the-mantis-original-sin-video-nnda-nnlt-noticia/#google_vignette

[아르헨티나] 로맨스, 코미디, 시간여행을 아우르는 새로운 한국 시리즈 29)

넷플릭스에서 가장 많이 시청된 작품 중 하나로 자리매김한 12 부작 드라마

- 최근 몇 주간 넷플릭스에서는 모든 취향과 장르를 아우르는 K 드라마가 새롭게 공개됨. 아르헨티나 및 전 세계 시청자의 관심을 끈 이 작품은 〈폭군의 셰프(스페인어 타이틀: Bon appétit, majestad)〉임. 요리에 초점을 맞추고 로맨스, 판타지, 사극을 절묘하게 융합한 이야기를 선보임
- 요리 경연대회에서 뛰어난 실력을 보인 젊은 셰프 연지영을 중심으로 줄거리가 전개됨. 엄청난 성공을 거둔 연지영의 현재 삶을 완전히 바꾸어 놓는 사건이 일어남. 연지영은 예기치 않은 시간여행으로 조선시대에 도착하게 되고, 살아남기 위해 요리 재능을 발휘해야 하며 까다로운 미각으로 유명한 왕을 만족시켜야 하는 처지에 놓임
- 장태유 감독이 작품의 연출을 담당했으며, 로맨스, 유머, 궁중 드라마를 아우르는 이야기가 총 12 회차로 펼쳐짐. 매주 2 화씩 공개됨
- 임윤아와 이채민이 각각 재능이 출중한 셰프 연지영과 왕 역할을 연기하며, 강한나, 최귀화, 오의식, 윤서아, 이주안, 박영운, 김광규, 홍진기 등이 출연함

[아르헨티나] 매 사건으로 시청자를 사로잡는 한국 드라마, 〈에스콰이어〉 30)

갈수록 포화 상태인 한국 드라마 지형도에서 돋보이는 작품

- 〈에스콰이어〉는 현실적인 법정 사건, 단순하지 않은 캐릭터, 사랑의 다양한 형태에 대한 통찰 등을 결합한다는 점에서 갈수록 포화 상태인 한국 드라마 지형도에서 돋보이는 작품임
- 권위 있는 로펌 율림에서 경력을 시작하는 명석한 젊은 변호사 강효민(정채연)을 주축으로 이야기가 전개됨. 정의에 대한 열정, 전문가로서의 자신감은 서툰 사교성과 대조를 이루며 캐릭터에 인간적인 매력을 더함. 그의 행보에 등장하는 멘토 석훈(이진욱)은 능력 있고 차가운 인물로, 효민이 빈틈없는 변호사로 성장하는 데 있어 그의 지도는 핵심적인 역할을 함
- 표면적으로 이 작품은 법정 드라마임. 하지만, 김재홍 감독은 이 드라마가 "궁극적으로 사람에 관한 이야기"라며, "각 에피소드는 다양한 형태의 사랑, 사랑이 남기는 상처, 변호사들이 정성 들여 그 상처를 치유하는 방식을 보여준다"라고 밝힘. 박미현 작가는 기술적 요소와 감정 요소 사이에서 균형을 잡으며, 멜로드라마에 빠지지 않고 공감, 상실, 용서, 정의와 같은 보편적 주제를 다루는 사건들을 보여줌
- 〈에스콰이어〉의 첫 에피소드 공개는 또 다른 법정 드라마 〈법과 도시〉(tvN)의 후반부와 맞물림. 〈법과 도시〉의 10 화는 지난 8 월 3 일 전국 시청률 6.1%를 기록한 반면, 〈에스콰이어〉는 4.7%를 기록함. 그러나 〈에스콰이어〉의

29) 출처 : https://www.minutoneuquen.com/entretenimiento/2025/9/7/si-te-gustan-las-series-coreanas-no-te-podes-perder-en-netflix-la-nueva-joya-que-mezcla-romance-comedia-viajes-en-el-tiempo-ya-es-el-k-drama-mas-visto-en-argentina-395869.html
30) 출처 : https://xiahpop.com/el-sinuoso-camino-del-derecho-drama-coreano

시청률은 차주에도 상승세를 보임. 두 드라마 모두 전직 변호사가 집필했으나, 〈법과 도시〉가 캐릭터 중심의 서사를 보여주는 반면, 〈에스콰이어〉는 매회 다른 사건을 보여줌. 이를 통해 시청자의 관심을 확보하는 동시에 법적 문제를 깊이 있고 더욱 감동적으로 다룰 수 있게 됨

[아르헨티나] 몰입감 있는 실화 기반 넷플릭스 미니시리즈 31)

- **80 년대를 배경으로 삼은 넷플릭스 한국 드라마**
  - 작품 〈애마〉는 한국의 스타 배우 희란이 영화 출연을 거절하며 발생하는 갈등을 중심으로 전개됨. 대략 45 분에서 1 시간 분량의 6 개 에피소드로 구성됨
  - 〈애마〉의 배경은 80 년대로, 주인공 희란은 노출 장면 촬영을 원하지 않아 〈애마부인〉 참여를 거절함. 이 때문에 희란은 배역을 잃고 업계에서 자리잡기 위해 무슨 배역이든 맡을 준비가 된 신인 배우 주애로 즉시 교체됨
  - 넷플릭스의 공식 시놉시스에서는 "유명 여배우가 이미지에 갇히지 않기 위해 수위 높은 영화에 출연하는 것을 거부하고, 감독은 복수를 위해, 그리고 그 배우의 커리어를 망치기 위해 그를 신인 여배우로 교체한다 "라고 설명함

[아르헨티나] 넷플릭스, 비극적인 상황에서 재회한 두 친구를 그린 파격적인 K 드라마 공개 32)

- **강렬한 우정, 숨겨진 비밀, 이별을 마주할 용기를 그려낸 넷플릭스 한국 드라마**
  - 한국 작품이 전 세계 관객을 사로잡고 있는 가운데, 넷플릭스가 다시 한번 감동을 약속하는 새로운 작품을 선보임. 이 작품은 의리, 원망, 그리고 두 여성이 인생에서 가장 힘든 순간에 마주하게 되는 피할 수 없는 운명을 다루는, 우정에 관한 이야기임. 신작의 제목은 〈은중과 상연(스페인어 타이틀: Tú y todo lo demás)〉으로, 9 월 12 일 넷플릭스에서 여러 국가를 대상으로 동시 공개되는 오리지널 시리즈임. 섬세한 각본과 최고의 연기로 올해 가장 큰 화제가 될 K 드라마의 자리를 노리고 있음
  - 줄거리는 어린 시절부터 절친했던 두 친구, 류은중과 천상연을 중심으로 진행됨. 그들의 관계는 사랑, 경쟁, 질투를 넘나들며 이어짐. 여러 차례 우정이 깨지지만, 결국 재회를 통해 두 사람의 행로가 결정됨. 성공한 영화인이 된 상연이 말기 암에 걸리고 마지막 날들을 함께 보내기 위해 시나리오 작가가 된 은중과 화해하려 하면서 감동적인 국면이 찾아옴. 재회를 계기로 오래된 상처가 드러나고 해결되지 않은 감정들이 노출됨
  - 작품은 경탄과 시기가 공존할 수 있는, 여성들의 우정이 갖는 복잡성을 그려냄. 조영민 감독이 연출하고 송혜진 작가가 대본을 맡음

---

31) 출처 :
https://www.cronica.com.ar/cineyseries/La-miniserie-de-Netflix-basada-en-hechos-reales-que-no-te-dejara-levantarte-del-sillon-20250911-0115.html
32) 출처 :
https://www.ambito.com/espectaculos/netflix-sorprende-el-estreno-un-k-drama-impactante-dos-amigas-se-reencuentran-un-escenario-tragico-n6189771/amp

게임·융복합

[북경] 국가신문출판서, 9 월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 명단 발표

- **9 월 24 일, 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 공식 홈페이지를 통해 〈2025 년 9 월 중국산 온라인게임 판호허가 명단(2025 年 9 月份国产网络游戏审批信息)[33]〉 및 〈2025 년 외산 온라인게임 판호허가 명단(2025 年进口网络游戏审批信息)[34]〉을 각각 발표함**
  - 이번에 판호를 발급받은 게임은 중국산 145 종[35], 외산이 11 종[36]이며, 외산 게임 명단에는 한국 게임사 민트로켓의 〈데이브 더 다이버(潜水员戴夫)〉 1 종이 포함됨. 당국은 올해 총 79 종의 외산 게임에 판호를 발급하였으며, 이 중 13 종이 한국 게임으로 전체 외산 게임의 약 16%를 차지함

2025 년 9 월 판호취득 한국산 게임 명단

구분	게임명	플랫폼	문서번호	출판번호
1	데이브 더 다이버 (潜水员戴夫)	모바일 / PC 게임	国新出审(2025)1862 号	ISBN 978-7-498-15705-8

** 한국게임 포함 여부는 중국 포털 서비스 등 에서 중문 게임명을 기준으로 확인하였으며, 추후 변동 가능성이 있음*

[심천] 2025 년 8 월 중국 게임 산업 현황 [37]

- **중국시청각디지털출판협회(中国音像与数字出版协会)가 주관하는 중국 게임 산업 연구 전문가 위원회(中国游戏产业研究专家委员会)의 전략적 협력 파트너인 감마데이터(伽马数据)는 〈2025 년 8 월 중국 게임 산업 월간 보고서(풀버전)(2025 年 8 月中国游戏产业月度报告(完整版)〉을 발표함**
  - 보고서에 따르면, 중국 내수 게임시장의 매출액은 292 억 6,300 만 위안으로 전월 대비 0.61% 증가하였으나, 전년 동기 대비로는 13.01% 감소함. 당월 중국 게임 내수시장 매출액이 전년 동기 대비 감소한 요인은 작년 같은 기간의 기준값이 당시 높은 인기를 끈 〈검은 신화: 오공(黑神话：悟空)〉으로 인해 높아졌고, 당월에 파급력 있는 흥행 신작이 부재했기 때문임
  - 중국 PC 클라이언트 게임시장의 매출액은 65 억 6,300 만 위안으로 전월 대비 1.11% 감소하였으나, 전년 동기 대비로는 17.59% 증가함. PC·모바일 멀티 플랫폼으로 출시된 준신작 덕분에 당월 PC 클라이언트 게임시장이 전년 동기 대비 성장함
  - 중국 모바일 게임시장 실제 매출액은 215 억 4,100 만 위안으로 전월 대비 0.85% 증가하였으나, 전년 동기

33) 출처 : https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/gcwlyxspxx/202509/t20250924_932924.html
34) 출처 : https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202501/t20250121_883081.html
35) 모바일게임 135 종, PC 게임 2 종, 멀티플랫폼 지원 게임(모바일・PC 7 종 / 모바일・웹 1 종)
36) 모바일게임 6 종, 콘솔게임 1 종, 멀티플랫폼 지원 게임 (모바일・PC 3 종 / PC・콘솔 1 종)
37) 출처 : https://mp.weixin.qq.com/s/dPZ17lyVL2xg6LkCjBAaOw
https://mp.weixin.qq.com/s/ReV9-RAuS07810-M_gCelg

대비로는 4.25% 감소함. 〈발로란트 모바일(无畏契约 : 源能行动)〉, 〈아적화원세계(我的花园世界)〉 등 당월 신작이 도합 2 억 위안이 넘는 매출 증가분을 기록한 것으로 나타남

- 중국산 게임의 해외시장 실제 매출액은 16 억 8,000 만 달러로 전월 대비 0.79% 감소하였고, 전년 동기 대비로는 10.66% 감소함. 지난달 다수의 주요 게임들이 집중적으로 이벤트를 운영하면서 기준값이 높아져 당월 매출액 감소에 영향을 미친 것으로 분석됨

[심천] 〈왕자영요〉 미니게임 출시 [38]

- **텐센트(腾讯)의 〈왕자영요(王者荣耀)〉 미니게임이 정식으로 출시됨. 유저는 QQ 와 위챗에서 〈왕자영요〉 미니 프로그램을 검색하여 게임을 열 수 있음. 다시 말해 앞으로는 〈왕자영요〉 게임 앱을 삭제하더라도 미니 프로그램을 통해 바로 플레이할 수 있게 됨. 현재까지는 게임 데이터나 실제 서버와는 연동되지 않음**
  - 〈왕자영요〉 미니 프로그램 버전은 현재 3V3, 5V5 형태의 플레이 방식만 제공하며, 랭킹 모드는 아직 서비스하지 않는 것으로 알려짐. 게임 화면 해상도는 에코모드와 '높음', '매우 높음' 옵션을 지원하고, 프레임 속도는 에코모드와 '높음' 옵션을 지원함
  - 〈왕자영요〉 미니 프로그램은 스킨 구매 기능을 제공하고 있으나 아직 충전이 불가함. 따라서 유저가 스킨을 구매할 때 필요한 게임머니(点券) 부족으로 최종적으로 스킨 구매가 어려워 공식 이벤트를 통해서 무료로 게임 캐시와 신규 영웅, 스킨을 획득할 수 있음

|그림 10| 〈왕자영요〉 미니게임 화면 (출처: IT지가[IT之家])

[오사카] 일본게임대상 2025 개최, 게임 산업의 발전과 인지도 향상에 기여 [39]

- **일반사단법인 컴퓨터엔터테인먼트협회(一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会)는 9 월 23 일 도쿄 치요다구에서 '일본게임대상 2025 연간 작품 부문 시상식(日本ゲーム大賞2025 年間作品部門発表授賞式)'을 개최했음. 본 시상식에서는 《메타포: 리판타지오(メタファー : リファンタジオ)》를 대상에 선정**

38) 출처 : https://www.ithome.com/0/884/587.htm
39) 출처 : https://news.ntv.co.jp/category/culture/6b594b6e8a1040a1a9fafc6477f8075e

- 올해로 29 회를 맞은 '일본게임대상'은 컴퓨터 엔터테인먼트 소프트웨어를 하나의 문화로 인식하며 그 진흥을 도모하는 한편, 관련 산업의 발전에 기여하는 것을 목적으로 매년 개최되는 시상식. 일반 유저들의 투표 촉진과 수상작의 공개를 통해 게임 콘텐츠 산업 전반의 사회적 인식을 높이는 데도 중점을 두고 있음. 이번 심사는 2024 년 4 월 1 일부터 2025 년 5 월 31 일 사이에 출시된 작품들을 대상으로 하고 있음. '일본게임대상 2025 연간 작품 부문 시상식'의 수상 작품은 다음과 같음
  - 대상: 〈메타포: 리판타지오(メタファー：リファンタジオ)〉
  - 게임디자이너즈 대상: 〈INDIKA〉
  - 우수상: 〈ELDEN RING NIGHTREIGN〉, 〈수도고 배틀 / Tokyo Xtrem Racer(首都高バトル/TokyoXtremeRacer)〉, 〈진·삼국무쌍 ORIGINS(真・三國無双 ORIGINS)〉, 〈도시전설 해체 센터(都市伝説解体センター)〉, 〈드래곤 퀘스트 III 그리고 전설로…(ドラゴンクエスト III・そして伝説へ…)〉, 〈HUNDRED LINE -최종방위학원-(HUNDRED LINE -最終防衛学園-) 〉, 〈판타지 라이프 i: 빙글빙글의 용과 시간을 훔친 소녀(ファンタジーライフ i グルグルの竜と時をぬすむ少女)〉, 〈메타포: 리판타지오(メタファー：リファンタジオ)〉, 〈몬스터 헌터 와일즈(モンスターハンターワイルズ)〉, 〈용과 같이 8 외전: Pirates in Hawaii(龍が如く 8 外伝 Pirates in Hawaii)〉, 〈로맨싱 사가 2 리벤지 오브 더 세븐(ロマンシングサガ 2 リベンジオブザセブン)〉
  - 브레이크스루상: 〈Clair Obscur: Expedition 33〉
  - 무브먼트상: 〈Pokémon Trading Card Game Pocket〉
  - 특별상: 〈PlayStation Store〉
  - 경제산업대신상: 〈Nintendo Switch 2〉
- 올해 대상을 수상한 〈메타포: 리판타지오〉는 아틀라스 특유의 세계관과 게임 디자인으로 호평을 받으며 올해의 작품으로 선정되었음. 이번 수상은 게임 산업 내 창의성과 사회적 영향력을 종합적으로 반영한 결과로 향후 일본 게임 업계의 흐름을 가늠할 수 있는 지표로도 주목받고 있음

[UAE] 〈로블록스〉 안전 논란, 소송확산에 부모들 불안 고조 40)

- **세계에서 가장 인기 있는 온라인 게임 플랫폼 중 하나인 〈로블록스(Roblox)〉가 최근 안전 문제와 기술적 결함, 소송 증가로 거센 비판에 직면하고 있음**
  - 〈로블록스〉는 최근 미국에서 아동을 성적 착취로부터 보호하지 못했다는 이유로 소송에 휘말린 바 있음. 연령 확인과 모더레이션 시스템의 허점이 지적되며, 아바타가 성범죄 환경에 쉽게 노출된다는 연구 결과도 있음. 전문가들은 성인 이용자와의 상호작용이 그루밍(성적 학대 목적의 신뢰 관계 형성)으로 이어질 위험이 크다고 경고
  - 회사는 AI 기반 자동화 모니터링 시스템을 도입했지만, 부적절한 콘텐츠가 장시간 노출되는 사례가 적지 않음을 발견. 또한 성범죄자를 추적하던 일부 이용자의 계정이 정지되면서 오히려 논란이 확산되기도 함
  - 최근 〈로블록스〉는 연령 확인을 강화하고 성적 암시가 담긴 콘텐츠를 금지하는 태그를 도입했으며, AI 도구를

40) 출처 : https://gulfnews.com/business/retail/is-roblox-not-safe-for-kids-game-turns-nightmare-for-parents-as-lawsuits-rise-1.500244879

활용해 부적절한 서버를 차단하는 등 안전 조치 강화를 시도하고 있음. 그러나 8 천만 명이 넘는 일일 이용자를 감시하기에는 역부족이라는 평가

- 논란에도 불구하고 〈로블록스〉의 성장세는 여전함. 2025 년 2 분기 기준 일일 이용자는 1 억 1,180 만 명, 누적 플레이 시간은 274 억 시간을 기록. 모바일 참여가 전체의 80%를 차지했으며, 같은 분기 매출은 10 억 8 천만 달러에 달했고, 창작자들의 연간 수익은 10 억 달러를 넘어섬
- 반면 불충분한 아동 보호 문제로 인해 미국을 비롯한 여러 국가에서 소송과 규제 조치가 이어지고 있음. 중국, 터키, 쿠웨이트, 요르단 등 일부 국가는 부적절한 콘텐츠 문제로 로블록스 서비스를 일시적으로 차단한 바 있으며, 최근에는 카타르에서도 비슷한 이유로 서비스가 정지됨. 회사는 새로운 정책과 콘텐츠 태그를 도입하며 대응에 나서고 있지만, 흔들린 신뢰를 회복하기는 쉽지 않을 것으로 보임
- 커뮤니티의 불만도 고조되고 있음. 성인용 테마가 노출되는 상황이 여전히 발생하고, 개발자들 역시 불만을 표하고 있음. 〈로블록스〉 스튜디오의 버그와 불안정한 결제 시스템은 창작자의 수익 활동에 직접적인 타격을 주고 있으며, 잦은 서버 장애는 창작자들의 이탈을 부를 수 있다는 지적
- 전문가들은 〈로블록스〉가 여전히 막대한 성장 잠재력을 지니고 있지만, 안전 문제와 법적 리스크, 기술적 불안정성이 해결되지 않는다면 장기적 성장에 큰 걸림돌이 될 수 있다고 분석. 부모와 규제 당국 역시 〈로블록스〉의 정책을 예의주시하며 더 강력한 변화와 조치를 요구하고 있음

[태국] 타일랜드 게임 페스티벌(TGF) 2025 [41]

- **태국 문화부 문화진흥국은 태국게임소프트웨어산업협회(TGA) 및 태국보드게임협회(TBDC)와 협력해 방콕 아이콘시암 쇼핑센터 7 층 수랄라이 홀에서 '타일랜드 게임 페스티벌 2025(Thailand Game Festival 2025)'를 개최했음**
  - '태국 게임 산업'을 주제로 진행한 올해 행사는 태국에서 급성장하고 있는 게임 산업을 홍보하고 글로벌 시장 경쟁력을 키우기 위해 마련되었음. 행사의 하이라이트는 243 개 팀이 참가했던 태국소프트웨어, 보드게임 시상식이었음
  - 낏띠퐁 TGA 회장은 이번 행사가 태국의 게임 네트워킹을 강화하고 인적 자원과 지식 개발을 촉진한다고 밝혔음. 또한 게임 개발자들에 대한 지원과 공모전 등을 통해 이들이 태국의 정체성을 담은 게임을 개발할 수 있도록 독려할 것이라고 덧붙였음
  - 왓타나차이 TBDC 회장은 공모전에 지원한 팀들을 대상으로 문화진흥국과 협회가 워크숍, 멘토링 등의 도움을 제공했다고 밝혔음
  - 게임소프트웨어 대회에는 83 개 팀이 참가해 10 개 팀이 본선에 진출했음. 1 위는 Play Alone 팀의 〈Ta Khon: 영혼의 영역으로〉가 차지했음. 이외에도 올해에는 로블록스(ROBLOX) 게임개발 부문이 신설되었음
  - 올해로 2 회째를 맞은 보드게임 디자인 공모전에는 총 160 개 팀이 지원해 6 개 팀이 본선에 진출했음. 낭쁠라껍 팀의 '딸룽뿌언 꾸언타이팝' 그림 맞히기 게임이 1 위에 당선되었음

41) 출처 : https://www.dailynews.co.th/news/5102569

|그림 11| 행사장 모습

|그림 12| 보드게임 우승작

[인도] 인도 온라인 게임 관리 업무 [42]

- **인도의 온라인 게임 산업은 역동적인 생태계 속에서 발전하고 있으며, 각 주 정부는 규제 격차를 해소하기 위해 과감한 조치를 취하고 있음**
  - 인도중앙 정부와 주 정부가 협력하여 조화로운 규정을 제정하는 방식은 일관성, 법적 확실성, 그리고 소비자 보호를 보장할 수 있음
  - 온라인 게임은 총리의 디지털 인디아 비전과 인도를 게임 강국으로 자리매김하려는 야망과 일치함
  - 인도의 온라인 게임 산업은 역동적인 생태계 속에서 발전하고 있으며, 각 주 정부는 규제 격차를 해소하기 위해 과감한 조치를 취하고 있으며 중앙 정부는 중재 규칙을 마련했고 정보 기술(IT)법에 따른 포괄적인 시행 지침을 아직 도입하지 않았지만, 여러 주 정부는 적극적인 조치를 취하고 있음
  - 타밀나두주는 이미 2025 년 타밀나두 온라인 게임 당국(실제 현금 게임) 규정을 통해 규제 체계를 구축했음
  - 마하라슈트라주와 카르나타카주도 유사한 규제 방안을 모색하고 있는 것으로 알려져 있음
  - 이러한 주 정부 주도의 정책은 기하급수적으로 성장하는 게임 산업에 대한 명확성과 감독 강화의 필요성이 커지고 있음을 보여줌
  - 인도 전역에 걸쳐 이러한 규정이 분산되어 있다면, 게임 산업의 사업 운영이 원활하지 않고 궁극적으로 정부 수입 감소로 이어질 수 있음
  - 4 억 5 천만 명의 게이머와 약 14%의 연평균 성장률을 기록하는 이 산업은 인도를 세계 3 위의 디지털 경제, 세계 3 위의 스타트업 생태계, 그리고 G20 국가 중 가장 빠르게 성장하는 국가라는 위상을 더욱 공고히 하고 있으며 주 정부와 중앙 정부의 규제를 둘러싼 변화들은 게임 산업을 관리하는 최선의 방법에 대한 광범위한 논의를 촉발시킴
  - 타밀나두, 카르나타카, 마하라슈트라의 상황은 포괄적인 국가적 틀을 마련하기 위해 주 정부가 규제 공백을 해소하기 위해 적극적으로 나서고 있음을 보여줌
  - 주 정부가 온라인 게임과 같은 인터넷 기반 산업을 독립적으로 규제할 경우, 기업들은 운영을 복잡하게 만들 수 있는 복잡한 규정에 직면하게 됨. 특히 원활한 국경 간 연결에 의존하는 플랫폼의 경우, 다양한 규정 준수 요건으로 인해 거버넌스가 복잡해지고 혁신과 확장이 저해될 수 있음

42) 출처 : https://www.financialexpress.com/opinion/an-admin-task-for-online-gaming/3886382

- 플레이어들 역시 일관되지 않은 보호 조치에 직면하는 반면, 스타트업과 중소기업은 가장 큰 규정 준수 부담을 지고 있어 경쟁을 저해할 가능성이 있음
- 헌법상 인도주는 목록 II 의 34 번 항목에 따라 베팅 및 도박에 대한 권한을 가지고 있지만, 여러 고등법원과 대법원에서 합법으로 간주된 온라인 스킬 게임은 헌법 제 7 조에 명확성이 부족하여 중앙 정부의 감독이 필요함
- 온라인 스킬 게임은 지리적 범위를 고려할 때 중앙 정부의 관할권에 속할 수 있으며, 인도 정부의 사업 규칙에 따라 전자정보기술부가 이 관할권을 할당받았음
- 마드라스 고등법원은 최근 타밀나두 주가 스킬 게임을 규제할 수는 있지만 금지할 수는 없다고 밝혔지만, 주 관할권에 대한 더 광범위한 문제는 대법원의 판결을 기다리고 있음. 이러한 법적 복잡성은 통합적이면서도 포괄적인 접근 방식의 필요성을 강조함
- 상향식 모델보다는 주 정부와 중앙 정부가 규제에 협력하는 협력적 프레임워크가 인도 게임 산업에 더 나은 서비스를 제공할 수 있음
- 주 정부를 의사 결정 과정에 참여시키면 규칙을 조화시키고, 중복 조항을 줄이며, 기업의 규정 준수 부담을 완화할 수 있고 주 정부가 지역 주민의 고유한 요구와 우려 사항을 해결하여 효과적이고 지역적으로 관련성 있는 규제를 보장할 수 있음
- 급격한 디지털화, 저렴한 인터넷, 그리고 젊은 인구를 기반으로 한 인도의 게임 붐은 상당한 투자자 관심을 불러일으킴
- 성장은 혁신을 촉진하고 투자를 지속시키는 지원적인 규제 환경에 달려 있음. 투자자들은 안정적이고 예측 가능한 정책을 선호하며, 명확성 부족은 국내외 자본의 투자를 저해할 수 있음
- 협력적인 규제 접근 방식은 이러한 추세를 반전시킬 수 있음. 중앙 정부와 주 정부의 노력을 연계함으로써 인도는 투자자를 안심시키는 동시에 사용자를 보호하는 국경 없는 통합 시장을 구축할 수 있음
- IT 규정에는 이미 연령 제한, 고객정보제도(KYC), 책임감 있는 게임 정책 필요성 등 글로벌 모범 사례가 반영되어 있지만, 중독 및 부적절한 콘텐츠에 효과적으로 대처하기 위해 콘텐츠 등급 및 자녀 보호 기능과 같은 추가적인 개선책을 주 정부와 공동으로 개발하고 있음
- 인도 인구의 30% 이상이 참여하고 있는 게임 분야에서는 응집력 있는 감독 체계의 부재로 불법 플랫폼이 번창하여 소비자 피해 및 반사회적 활동의 위험이 증가하고 있음
- 상품 및 서비스 세무 정보국(DSTI)과 라슈트리야 락샤 대학교 보고서에서 지적한 바와 같이 인터넷 거버넌스 센터에 의존하고 있는 상황에서 주 정부 차원의 노력만으로는 이러한 문제를 완전히 해결할 수 없음
- 공동 프레임워크를 구축하면 온라인 베팅 및 도박에 대한 더욱 강력한 단속을 통해 그레이마켓을 억제하고 플레이어를 보호할 수 있음
- 타밀나두 주의 규제와 같은 모델은 한국과 중국에서 유사한 조치들이 준수 부족과 가상 사설망(VPN) 기반 그레이마켓으로의 사용자 이동으로 인해 반발을 받았던 사례에서 영감을 얻었음
- 인도는 이러한 경험을 통해 중앙 정부와 주 정부 간 대화를 촉진하고 자국 상황에 맞는 실용적이고 집행 가능한 규칙을 설계함으로써 교훈을 얻을 수 있음

- 인도가 글로벌 게임 허브로 도약하기 위해서는 투자 유치, 혁신 촉진, 그리고 숙련된 인력 양성이라는 세 가지 핵심 축이 필요함. 이러한 목표를 달성하려면 규제의 명확성과 응집력 있는 국가 시장이 필요함
- 이 프레임워크를 진정으로 효과적으로 만들기 위해서는 각 주를 정책 결정에 적극적인 파트너로 참여시키는 것이 필수적임. 바로 이 부분에서 협력적 연방주의가 필수적임
- 중앙 정부와 각 주가 협력하여 조화로운 규정을 만드는 협력적 접근 방식은 인도 전역에서 일관성, 법적 확실성, 그리고 강력한 소비자 보호를 보장할 수 있음. 동시에, 각 주는 지역별 문제를 해결할 수 있는 유연성을 확보하여 온라인 게임을 위한 다방면적이고 회복탄력적인 규제 생태계를 구축할 수 있음

[프랑스] 파리 생제르망(PSG) 축구 클럽, 이스포츠 팀 비탈리티(Vitality)와 제휴 43)

- **파리 생제르망(PSG)이 EAFC(이스포츠 축구) 분야에서 새로운 도약을 위해 프랑스의 대표적인 이스포츠팀 비탈리티(Vitality)와 파트너십을 체결함**
  - PSG 는 실제 축구에서는 13 번의 리그 1 우승을 달성했지만, 가상 축구인 e-리그 1 에서는 아직 우승컵을 들어 올리지 못했음. 특히 지난 시즌까지 LOSC(Lille Olympique Sporting Club)와 협력했던 비탈리티는 지난 시즌 MVP 일리안 부시(Ilian Bouchi)와 2025 이스포츠 월드컵 준우승자 브리스 마송(Brice Masson) 등 우수한 선수진을 보유하고 있음
  - 비탈리티의 파비앵 드비드(Fabien Devide) 대표는 "이스포츠가 더 이상 니치가 아니라 전 세계적으로 팬들을 이동시키는 대규모 산업"이라며, PSG 와 함께 지역 커뮤니티와 디지털 팬덤을 연결하는 것이 성공의 열쇠라고 강조함. 특히 PSG 는 파리 지역 기반의 클럽으로서, 비탈리티와 함께 로컬 팬들과의 상호작용을 강화할 계획임
  - PSG 와 비탈리티는 장기적인 협력 관계를 구축하며, 2025-2026 시즌을 e-리그 1 우승의 해로 만들겠다는 의지를 밝힘. 또한, 현재 e-리그 1 에서 5 연승를 달리고 있는 로리앙(Lorient)의 독주를 깨는 것이 목표임. PSG 는 실제 축구에서 유럽을 정복한 바 있으며, 이제 가상 축구에서도 같은 성공을 반복하겠다는 의지를 보이고 있음

[스웨덴] 스웨덴 개발 게임 Jump Space 출시 첫날 13 만 유저 확보 44)

- 스톡홀름 기반의 게임 스튜디오 Keepsake Games 가 개발한 신작 Jump Space 가 출시된 지 24 시간 만에 약 13 만 명의 플레이어가 접속하면서 큰 주목을 받고 있음. Keepsake Games 는 Hazelight, Mojang, Coffee Stain 등 유명 스웨덴 게임 회사 출신 베테랑들이 모여 설립한 스튜디오임. 작년 공개된 오픈 베타에서 약 50 만 명의 플레이어가 참여했으며 이후 본격 출시로 이어졌음

---

43) 출처 : https://www.leparisien.fr/sports/football/psg/le-psg-se-doit-de-gagner-le-ligue-1-le-club-parisien-sassocie-a-vitality-sur-eafc-et-reve-plus-grand-18-09-2025-WXHGNS2OUJDJHGXB5THNP6BEGM.php
44) 출처 : https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/spela/a/gw5015/jump-space-i-early-access-130-000-spelare-forsta-dygnet

- Jump Space 는 1~4 인 협동 가능성이 있으며, PvE FPS 장르임. 즉, 플레이어가 환경(게임 내 적, 장애물, 우주 공간 등)에 맞서 싸우는 방식. 게임 플레이 도중에는 우주선 내부 작업(ship work), 탐험(exploration), 우주 산책(space walks) 등 다양한 콘텐츠가 혼합되어 있음. 생존(survival)이 핵심 과제 중 하나
- 얼리 액세스 시작 후 스팀(Steam)에 약 1,700 개 이상의 리뷰가 모였고, 종합 평가는 '매우 긍정적'. 게임 전문 매체 IGN 에서는 얼리 액세스 버전 리뷰로 10 점 만점에 7 점을 부여. 가격은 약 200 스웨덴 크로나(SEK) 수준이며, PC 및 Xbox 플랫폼에서 플레이할 수 있음
- Keepsake Games 는 첫 24 시간 동안의 높은 참여 수를 두고 매우 기뻐하며, 이러한 지지가 얼리 액세스 버전에서 계획했던 모든 기능 업데이트, 개선 사항 등이 예정대로 진행될 수 있도록 확신을 준다고 밝힘. Jump Space 는 이미 오픈 베타 때부터 많은 관심을 모았고, 본격적인 시장 데뷔를 한 지금 기대 이상의 반응을 얻고 있어 앞으로 어떤 콘텐츠가 추가될지, 플레이어들의 피드백이 어떻게 반영될지 주목됨

|그림 13| 그림 23 Jump Space

[브라질] 브라질 체육부, UNIFATECIE 와 협력해 청년 대상 이스포츠 인재양성 추진 [45]

브라질 체육부, 청년 1 만 명 대상 이스포츠 전문 정 추진

- 브라질 체육부가 2025 년 9 월 2 일 청년 1 만 명을 대상으로 하는 이스포츠 전문과정 개설계획을 발표함. 이번 과정은 게임과 이스포츠 분야의 전문 인력을 양성하기 위한 것으로, 모든 수업은 무료 온라인(EAD) 방식으로 제공될 예정임

브라질 체육부와 UNIFATECIE, 기술협력협정(ACT) 체결

- 체육부 장관 안드레 푸푸카(André Fufuca)와 브라질 파라나주 파라나바이에 위치한 UNIFATECIE(前 FATECIE, 파라나 북부 기술·과학 대학) 총장 질마르 지 올리베이라(Gilmar de Oliveira)가 이스포츠 기술협력협정(Acordo de Cooperação Técnica de Esporte Eletrônico)에 공동 서명함

45) 출처 : https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-conteudos/esporte/ministerio-do-esporte-vai-capacitar-10-mil-jovens-para-atuar-nos-setores-de-games-e-e-sport-por-meio-de-parceria-com-a-unifatecie

- 이번 협약은 청년들에게 전문 기술과 사회적 역량을 제공해 이스포츠 산업과 디지털콘텐츠 제작 분야로 진출할 수 있도록 지원하는 것을 목표로 함

전국 어디서나 참여 가능한 온라인 이스포츠 교육, 단순 게임학습 넘어 산업 진입 역량까지 훈련

- 과정의 커리큘럼은 기술적 역량(게임 운영·콘텐츠 제작), 행동 역량(팀워크·소통·문제 해결), 언어 역량(글로벌 커뮤니케이션)을 통합적으로 반영함
- 단순히 게임 플레이 기술을 배우는 것이 아니라, 이스포츠 산업 구조와 생태계 전반을 이해하고 산업에 필요한 전문성을 확보하도록 설계됨
- 해당 과정은 디지털 플랫폼을 기반으로 전국 어디서나 수강 가능하며, 지역적·경제적 제약을 최소화하는 포용성을 기반으로 기획됨

청년·소수자 대상, 포용성과 시민성 강화를 핵심목표로 설정

- 이번 과정은 15 세~29 세 사이 공립학교 학생을 주요 대상으로 하며, 특히 여성·흑인·장애인(PCD) 등 소수자 집단과 저소득층(C·D·E 계층) 청년이 우선적으로 참여할 수 있도록 고안됨
- 단순 직업훈련을 넘어 디지털 사회 속에서 주체적 시민으로 기능할 수 있는 자질을 기르는 데 중점을 두며, 청년들이 노동시장뿐 아니라 사회 전반에서 자율성과 역량을 강화할 수 있도록 하는 것을 목표로 함

정책 연계와 기대 효과

- 이번 과정은 청년 고용 정책과 디지털 전환 전략의 일환으로 추진되고 있으며, 이스포츠 산업 성장과 창업·크리에이터 생태계 활성화를 촉진하고, 청년층의 소득 기반 확대에도 기여할 것으로 전망됨
- 체육부는 이번 협력을 통해 브라질을 글로벌 이스포츠 허브로 발전시키는 동시에, 청년들의 사회적 포용과 자립을 실현할 수 있을 것으로 기대하고 있음
- 안드레 푸푸카 체육부 장관은 “스포츠는 사회적 고정관념을 깨고 건강과 복지를 증진하며, 교육 접근성을 확대하고 새로운 역량을 기르는 잠재력을 지니고 있다”라고 언급함
- 질마르 지 올리베이라 UNIFATECIE 총장은 “브라질 청년을 위해 디지털 게임 및 이스포츠 과정 1 만 개가 무료로 제공될 것”이라며 “이는 단순히 게임을 배우는 것이 아니라 이스포츠 산업 구조와 생태계 속으로 진입하는 방법을 배우는 것”이라고 강조함

|그림 14| 이스포츠 전문 인력 양성 협정 서명식

애니·캐릭터

[오사카] NTT 도코모, IP 감독업무 자동화를 위한 AI 신사업 본격화 46)

- **지난 9 월 16 일 NTT 도코모(NTT ドコモ)는 애니메이션·영화·캐릭터 등 지식재산권(IP) 관련 감독 업무를 AI 로 효율화하는 사업을 독립 자회사로 분사했다고 발표함**
  - 이번 사업은 콘텐츠 제작물에 대한 가이드라인 위반 여부를 자동으로 검출하는 AI 시스템을 통해 IP 감독 작업을 자동화하는 것이 핵심. 감독 의뢰부터 승인까지의 작업 부담을 줄이려는 출판사 및 게임사 등 업계 수요를 공략할 계획
  - 신설된 도코모그룹 자회사 'AIPEX(アイペックス)'는 16 일부터 본격적인 사업 개시. 아이펙스에서는 플랫폼 내에서 감독 의뢰를 일괄 관리하며, 생성형 AI 및 이미지 분석 기술을 활용해 캐릭터의 포즈, 색상, 세계관과의 일치 여부 등을 자동으로 검증하고 수정 사항 제시. 담당자는 AI 가 제안한 결과를 최종 확인만 하면 되어 전체 감독 작업은 수 분 내에 완료할 수 있음
  - 애니메이션과 게임 캐릭터가 굿즈 및 광고에 활용될 경우, 원작의 이미지 훼손을 막기 위해 세세한 부분까지 점검하는 감독 과정은 필수적임. 그러나 지금까지 이메일·엑셀 등 수작업 중심의 관리 체계로 인해 많은 시간이 소요되는 것이 과제로 지적되어 왔음
  - 도코모에 따르면 실증 실험 결과 감독에 필요한 작업 시간을 평균 60% 단축할 수 있었으며 AI 활용에 따른 누락이나 오류도 발생하지 않았음. 기업 입장에서는 제작 과정에서의 수정 반복을 줄이고 상품화 및 광고 전개를 가속화할 수 있게 됨. 본격적인 서비스는 2025 년도 중 개시를 목표로 하고 있으며, 이용 요금은 고객사와의 협의를 통해 결정될 예정
  - 아이펙스는 도코모 그룹의 신규 사업 창출 프로그램에서 분리된 프로젝트임. 앞서 8 월에는 애니메이션 제작의 효율화를 목표로 한 'CrestLab(クレストラボ)'이 같은 방식으로 출범했으며, 이번이 9 번째 신사업. 통신 사업자로 확고한 입지를 가진 도코모 그룹이 이번 사업을 통해 IP 및 AI 분야에서도 산업을 주도할 수 있을지 귀추가 주목되고 있음

[인니] 인니 법무부, AI 시대 새로운 도전 과제에 대한 논의 추진 47)

- **인도네시아 애니메이션 산업이 급성장중이지만 AI 시대를 맞아 새로운 도전과제에 직면하고 있다는 사회적 인식 하에 인도네시아 법무부에서 관련 사항을 논의 중임**
  - 인도네시아 법무부는 지난 9 월 12 일 팟캐스트 왓츠업(What's Up)에서 리틀 자이언트 스튜디오(The

46) 출처 : https://www.nikkei.com/nkd/industry/article/?DisplayType=1&n_m_code=142&ng=DGXZQOUC167QO0W5A910C2000000
47) 출처 : https://dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel-berita/industri-animasi-indonesia-tumbuh-pesat-tantangan-baru-hadir-dari-era-ai?kategori=pengumuman

Little Giant Studio)의 CEO 인 보니 위라스모노와 지식재산총국 저작권 및 산업디자인 국장인 아궁 다마르 사송코가 함께 출연하여 인도네시아 애니메이션 산업의 성장과 AI 시대의 도전과제에 관해 논의함

- 아궁 국장은 인도네시아 아동용 애니메이션 작품이 이제 세계적인 경쟁력을 갖출 수 있게 되었으며 누사(Nusa), 점보(Jumbo)와 같은 영화는 지역 사회에 깊이 뿌리내린 독창적인 스토리가 해외에서도 널리 받아들여질 수 있음을 보여주는 사례라고 언급함
- 아궁 국장은 지재권(IP)에 대한 경제적 권리는 타인에게 양도될 수 있으나, 저작인격권은 창작자에게 귀속되며 저작자의 이름은 삭제될 수 없고 콘텐츠를 수정하더라도 원저작자의 허가를 받아야 한다고 강조함
- 또한 그는 AI 가 전적으로 제작한 제작물은 창작물로 인정되지 않는다고 덧붙였으며, 현재 법령은 인간의 저작물만을 보호한다고 언급. "AI 가 타인의 저작물을 학습 데이터로 사용할 경우 문제가 발생하며, 이는 저작권과 충돌할 수 있으며 이러한 기술발전을 반영하기 위한 저작권 개정안이 마련 중"이라고 설명함
- 리틀 자이언트 스튜디오 CEO 보니는 인도네시아 애니메이터들의 역량이 해외 애니메이터들과 동등한 수준이라고 강조했으며, 그들 중 상당수는 디즈니, 픽사, 드림웍스와 같은 주요 스튜디오에 발탁되기도 했다고 언급함

[캐나다] 오타와 애니메이션 페스티벌, 〈케이팝 데몬 헌터스〉 특별 상영 및 감독과의 대화 48)

- **오타와 국제 애니메이션 페스티벌(OIAF 2025)은 북미 최대 애니메이션 행사 중 하나로, 9 월 24 일부터 28 일까지 개최되며, Netflix 가 후원하는 특별 프로그램으로 글로벌 흥행작 〈케이팝 데몬 헌터스〉 싱어롱 상영 및 감독과의 대화가 진행될 예정임**
  - 해당 프로그램은 9 월 26 일 오후 9 시 ByTowne Cinema 에서 열리며, 상영 후 공동 연출을 맡은 매기 강(Maggie Kang)과 크리스 아펠한스(Chris Appelhans)가 참여해 제작 과정, 스토리텔링, 혁신적 애니메이션 기법 등에 대해 심층적으로 논의할 계획임. 대화는 애니메이션 매거진 편집장 라민 자헤드(Ramin Zahed)가 진행함
  - 〈케이팝 데몬 헌터스〉는 한국적 전통 설화와 K 팝, 초자연적 액션을 결합한 넷플릭스 오리지널 애니메이션으로, 개봉 이후 글로벌 시청 1 위를 기록하며 넷플릭스 역사상 가장 많이 스트리밍된 작품으로 자리매김함. TWICE 멤버 및 테디 박이 참여한 사운드트랙은 빌보드 글로벌 200 과 Global Excl. U.S. 차트를 동시에 석권했으며, 아카데미 시상식 음악 부문 출품도 추진 중임
  - 매기 강 감독은 캐나다 출신 한국계 창작자로, K 팝과 한국 문화적 배경을 작품에 녹여냈으며, 아펠한스 감독은 〈위시 드래곤〉과 〈판타스틱 미스터 폭스〉 등에 참여한 경험을 바탕으로 독창적인 영상미와 음악적 스토리텔링을 더함. 이들의 협업은 한국 문화와 음악을 세계적으로 알리는 계기로 작용하고 있음
  - 같은 행사에서는 캐나다 애니메이션의 대표작 〈더 라쿤스(The Raccoons)〉 40 주년 기념 프로그램도 마련됨. 9 월 27 일 NAC(국립예술센터)에서 창작자 케빈 길리스(Kevin Gillis)가 직접 참여하는 아티스트 토크가 열리며, CBC 오타와의 오마르 다바기-파체코가 사회를 맡음. 해당 세션에서는 작품의 초기 기획

48) 출처 : https://www.awn.com/event/ottawa-international-animation-festival-2025

과정, CBC 와의 협력, 그리고 음악과 가치관을 통해 세대를 넘어 사랑 받아온 배경을 공유할 예정임

- 길리스는 〈더 라쿤스〉 외에도 〈로보캅: 더 시리즈(1994)〉, 〈아토믹 베티(2004~2008)〉, 〈디즈니 지미 투슈즈(2009~2011)〉 등을 제작한 캐나다 애니메이션계 핵심 인물로, 다수 작품이 국제적 성공을 거두고 여러 상을 수상하거나 후보에 오른 바 있음

만화·웹툰·스토리

[인도] 인도 만화책 시장(2025-2030) [49]

- **인도 만화책 시장 규모는 2024 년 미화 6 억 8,700 만 달러로 추산되었으며, 2025 년부터 2030 년까지 연평균 성장률(CAGR) 12.0%로 성장할 것으로 예상**
  - 인도의 만화책 수요는 문화 부흥, 디지털 혁신, 크로스 플랫폼 스토리텔링, 그리고 시각적 서사에 대한 청소년 참여 증가 등의 영향으로 눈에 띄게 증가하고 있음
  - 한때 주로 어린이를 대상으로 하는 틈새 시장이었던 인도 만화책 산업은 이제 다양한 연령대와 지역 독자층을 유치하는 역동적인 문화 및 상업 자산으로 발전하고 있음
  - 인도 스토리텔링과 신화 기반 콘텐츠에 대한 관심이 다시 높아진 것이 이러한 성장의 핵심 요인임
  - 아마르 치트라 카타(Amar Chitra Katha)와 라지 코믹스(Raj Comics)와 같은 인도 출판사들은 현대적인 일러스트와 포맷으로 전통적인 서사에 활력을 불어넣어 독자들의 관심을 다시 사로잡았음. 예를 들어 아마르 치트라 카타는 마하바라타, 라마야나, 인도 민속 이야기를 재해석한 그래픽 노블, 오디오북, 애니메이션 웹 시리즈 등으로 포트폴리오를 확장하여 향수를 느끼는 성인 독자뿐만 아니라 디지털 환경에 익숙한 젊은 독자층에게도 어필하고 있음
  - 이러한 성장세를 뒷받침하는 또 다른 요인은 콘텐츠 제공 및 소비의 급속한 디지털화임. 스마트폰의 보급, 저렴한 인터넷 접속, 그리고 디지털 독서 플랫폼의 인기 증가는 만화의 유통과 발견을 더욱 확대함
  - Pratilipi Comics 와 Graphic India 와 같은 디지털 기반 플랫폼은 인도 만화의 영향력을 크게 확대하여 여러 지역 언어와 모바일 시청에 최적화된 형식으로 연재되는 그래픽 콘텐츠를 제공하고 있음. 예를 들어 Graphic India 는 Stan Lee 의 POW! Entertainment 와 Netflix 와 같은 글로벌 기업과 협력하여 "차크라: 인빈서블"과 같은 인도 슈퍼히어로 프랜차이즈를 제작하여 인도 서사의 문화적 다양성을 보여줌
  - 인도 도시 젊은이들 사이에서 만화가 합법적인 문학 및 예술 매체로서 인기를 얻고 있는 것 또한 중요한 역할을 함
  - 일본 만화부터 마블과 DC 의 서양 만화까지 세계적인 그래픽 문학에 대한 노출이 증가함에 따라, 인도 독자들은 이제 세계적인 미학과 지역적 감성이 어우러진 고품질의 현지 콘텐츠를 찾게 됨
  - 2011 년 개최 이후 기하급수적으로 성장한 코믹콘 인디아(Comic Con India)와 같은 행사는 이 분야의 탄탄한 커뮤니티와 소비자 관심을 보여줌. 예를 들어, 2023 년 델리 코믹콘은 6 만 5 천 명이 넘는 방문객을 기록했으며, 그중 다수가 만화 출시, 코스프레 경연 대회, 크리에이터 패널 토론 등에 적극적으로 참여했음
  - 마블 시네마틱 유니버스(MCU)와 DC 확장 유니버스(DCEU)와 같은 글로벌 프랜차이즈는 인도에서 엄청난 팬층을 형성하며 오리지널 만화책에 대한 관심을 급증시킴. 인도 독자들은 스파이더맨과 배트맨

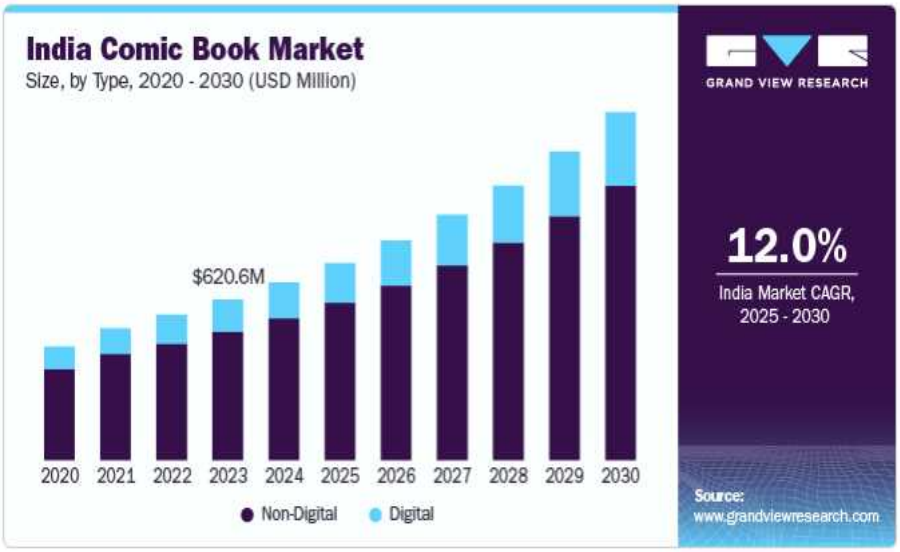
49) 출처 : https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/india-comic-book-market-report

같은 캐릭터에 열광적인 반응을 보이며 원작에 대한 호기심을 불러일으켰음

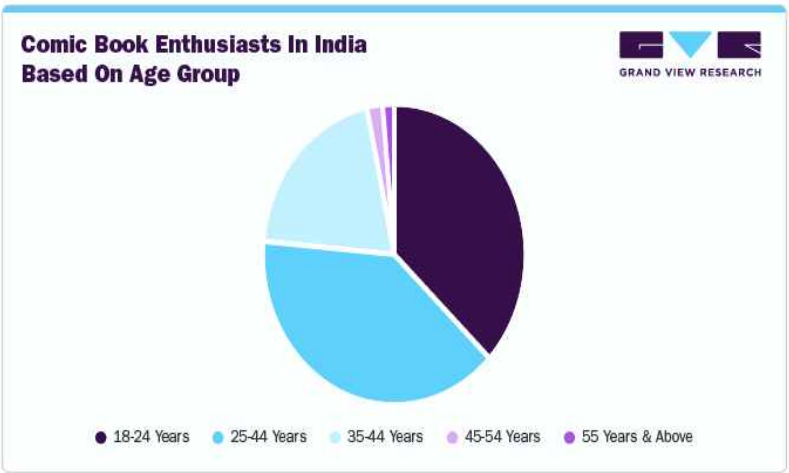
- 만화 업계 내 작가들의 영향력이 커지면서 틈새시장을 공략하는 작가들도 생겨났음
- 인도 만화는 점점 더 다양한 캐릭터와 문화적으로 의미 있는 이야기를 담아내며 공감할 수 있는 이야기를 찾는 독자들에게 공감을 얻고 있음. 예를 들어, 사회 문제를 다루거나 인도 여러 주의 민담을 소재로 한 그래픽 노블이 인기를 얻으면서 인도의 풍부한 유산과 문화적 다양성을 활용하고 있음
- 온라인 유통 채널의 성장은 시장에 혁명을 일으켜 독자들이 새로운 만화와 장르를 더 쉽게 접할 수 있도록 함. 웹사이트, 플립카트, 아마존과 같은 전자상거래 플랫폼, 그리고 소비자에게 직접 판매하는 독립 작가들이 이러한 추세를 더욱 강화시킴
- 온라인 생태계를 통해 팬들은 인디 만화부터 주류 슈퍼히어로 스토리까지 독특하고 다양한 콘텐츠를 탐색할 수 있으며, 이는 인도 만화 산업의 확장을 더욱 가속화시킴
- 인도의 실시간 모바일 시청자를 기반으로 하는 셀사이드 옴니채널 광고 플랫폼인 Start.io 가 실시한 설문조사에 따르면, 만화책과 수집품을 읽고, 거래하고, 구매하는 것을 즐기는 만화책 애호가들은 뚜렷한 연령별 특징을 보임
- 데이터에 따르면 연령대별 인도 만화책 애호가는 25~34 세가 39%, 18~24 세가 37.2%로 그 뒤를 따르고 35~44 세는 20.7%를 차지하며, 45~54 세(2.1%)와 55 세 이상(1%)은 그 비율이 미미함
- 인도의 만화책 애호가들은 성별 분포는 남성이 55.6%, 여성이 44.4%임
- 2024 년 인도 만화 업계 전체에서 비디지털 만화책의 매출 점유율은 79.9%였음. 실물 만화책을 직접 만지는 촉각적 경험은 독자에게 깊은 공감을 불러일으키며, 디지털 형식에서는 흔히 찾아볼 수 없는 향수와 유대감을 제공함
- 특히 인쇄본의 미적 감각과 보관성을 중시하는 수집가들에게 더욱 그러함. 더욱이, 시장의 상당 부분을 차지하는 지역 언어 만화는 주로 인쇄본으로 판매되어 인도 전역의 다양한 언어권 독자층을 공략하고 있음. 예를 들어, "팅클"과 "아마르 치트라 카타"와 같은 만화는 종이책 형태로 오랫동안 인기를 누리고 있고 축제나 특별한 날에 종이책을 선물하는 문화적 의미는 비디지털 만화에 대한 수요를 더욱 증가시킴
- 디지털 만화책에 대한 수요는 2025 년부터 2030 년까지 연평균 13.0% 성장할 것으로 예상됨
- 스마트폰의 보급과 저렴한 인터넷 서비스의 확산으로 외딴 지역에서도 디지털 만화를 접할 수 있는 기회가 확대됨
- 인도의 젊고 기술에 익숙한 사람들은 웹툰이나 프라틸리피 코믹스와 같은 앱과 플랫폼을 통해 이동 중에도 만화를 읽을 수 있는 편리함에 매료되고 있음
- 블록버스터 영화와 시리즈를 필두로 인도 대중문화에서 슈퍼히어로 프랜차이즈의 영향력이 커지면서 디지털로 제공되는 원작에 대한 관심도 높아졌고 디지털 플랫폼은 신진 인도 작가들에게 작품을 선보일 수 있는 공간을 제공하여 더 폭넓은 독자층을 사로잡는 다양하고 혁신적인 이야기를 제공함
- 디지털 콘텐츠 구독 모델의 저렴한 가격 덕분에 독자들은 종이 형태의 제약 없이 만화를 접할 수 있게 되었음
- 2024 년 인도 만화 산업 전체에서 종이 만화는 79.9%의 매출 점유율을 차지함

- 인쇄 만화는 디지털 포맷으로는 재현할 수 없는 감각적이고 몰입도 높은 독서 경험을 제공하고 고품질 종이, 정교한 표지, 그리고 특대형 디럭스 에디션은 종이 출판의 예술성과 장인 정신을 중시하는 독자들에게 어필함. 독립 만화 서점, 서점, 그리고 전문 소매점의 부활은 인쇄 만화의 직접 판매 시장을 강화했음
- 전자책 수요는 2025 년부터 2030 년까지 연평균 13.2% 성장할 것으로 예상됨. 스마트폰 보급률 증가와 저렴한 인터넷 접속으로 인해 외딴 지역에 거주하는 사람들을 포함하여 더 많은 사람들이 디지털 독서를 즐길 수 있게 되었음
- 또한, 하나의 기기로 도서관 전체를 볼 수 있다는 편의성은 기술에 능숙한 독자들에게 매력적이며 지역 언어 전자책의 증가는 인도의 다양한 언어권 인구를 대상으로 시장을 더욱 확대시켰음
- Kindle 과 Google Play Books 와 같은 구독 기반 모델과 플랫폼은 전자책을 더욱 저렴하고 쉽게 이용할 수 있게 함으로써 독자들이 다양한 장르를 탐색하도록 장려하고, 소비자들의 환경 의식이 높아짐에 따라 종이 사용량과 탄소 발자국을 줄이는 디지털 형식을 선호하게 되었음
- 장르로는 SF 만화책에 대한 수요는 2024 년 인도 만화 산업 전체에서 38.7%의 매출 점유율을 차지했음
- 상상력이 풍부하고 미래적인 이야기로 독자를 사로잡는 SF 장르는 기술에 능숙한 인도의 젊은 세대에게 큰 공감을 얻고 있음
- 〈스타워즈〉와 〈닥터 후〉와 같은 인기 프랜차이즈는 인도 작가들에게 유사한 주제를 탐구하도록 영감을 주었고, 이는 현지에서 제작된 SF 만화의 등장으로 이어졌음. 우주 탐사와 기술 발전에 대한 관심 증가 또한 호기심을 자극하여 SF 스토리를 더욱 공감하고 매력적으로 만들었음
- 코믹콘 인디아와 같은 행사는 SF 장르를 크게 홍보하여 작가와 팬이 소통할 수 있는 플랫폼을 제공함
- 인도의 만화 수요는 2025 년부터 2030 년까지 연평균 13.0% 성장할 것으로 예상됨
- 만화는 액션, 로맨스, 판타지, 일상, 공포, 논픽션 등 다양한 장르를 아우르며 다양한 연령대와 독자의 취향을 만족시키며, 소년(청소년 남성), 소녀(청소년 여성), 성인 남성, 성인 여성 등 세분화된 형식의 만화는 틈새 시장을 넘어 그 매력을 더욱 확대했음
- 소년 점프, 망가 플러스, 웹툰과 같은 디지털 만화 플랫폼의 확장은 원활한 교류를 가능하게 했음
- 방대한 도서 카탈로그를 통해 전 세계 독자들이 합법적이고 저렴하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 지원하며 동시 디지털 출간과 향상된 번역 노력은 전 세계 독자층 성장을 더욱 가속화시켰음
- 인도 만화책 시장은 주로 세계적으로 인정받는 여러 업체와 지역 업체들로 인해 세분화되어 있음
- 인도 만화책 업계의 대표적인 기업으로는 아마르 치트라 카타, 다이아몬드 코믹스, 디즈니, 이미지 코믹스, DC 코믹스 등이 있음
- 디즈니는 그림책, 스토리북, 초등학생 대상 도서, 중학생 대상 소설, 청소년 대상 소설 등 다양한 도서를 제공함. 디즈니의 카탈로그에는 디즈니 프린세스, 미키와 친구들, 마블, 스타워즈, 픽사 등 디즈니의 광범위한 영화, TV 프로그램, 프랜차이즈 포트폴리오의 오리지널 스토리와 각색 작품이 수록되어 있음
- 또한, 디즈니 북스는 인터랙티브 및 교육용 도서, 그래픽 노블, 그리고 디즈니+ 시리즈와의 연계 작품도 출판함

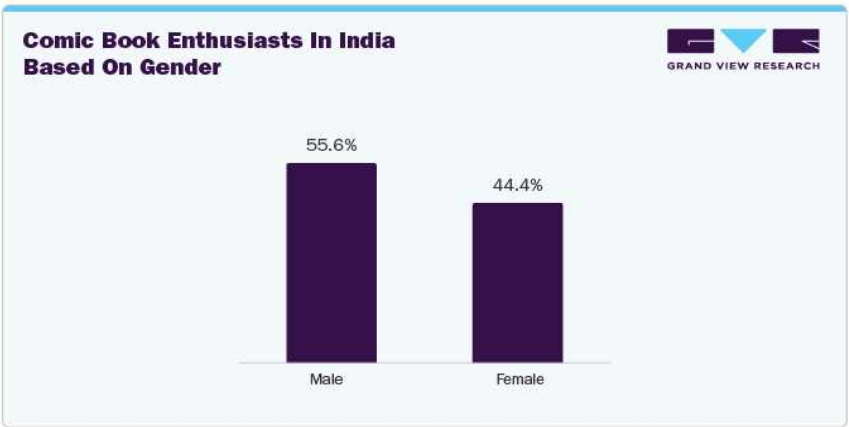
- 아마르 치트라 카타(ACK)는 아난트 파이가 설립한 인도의 유명 만화 출판사 인도 신화, 역사, 민담, 전기를 기반으로 한 만화 제작을 전문으로 하며, 독자들에게 인도의 풍부한 문화 유산을 알리는 것을 목표로 함. 이 시리즈에는 크리슈나, 샤쿤탈라, 판다바 왕자와 같은 대표적인 작품들이 포함되어 있음. ACK 는 인도 이야기를 보존하고 대중화하여 여러 세대의 독자가 쉽게 접할 수 있도록 하는 데 중추적인 역할을 해왔음
- 2025 년 4 월, 다르마 프로덕션은 프라틸리피 코믹스와 협력하여 스릴 넘치는 만화책 '요다의 모험: 실종된 배 사건'을 통해 요다 유니버스를 공개했음. Amazon Prime 과 Dharma Productions 가 제작하는 이 8 부작 모험물은 주인공 아룬 카티알이 아라비아해에서 실종된 선박을 찾는 임무를 수행하는 이야기를 담고 있음. 영어와 힌디어로 제공되며, Pratilipi Comics 앱에서 매주 에피소드가 공개되었음
- 2024 년 11 월, IDW Publishing 은 디지털 독서 경험을 향상시키도록 설계된 새로운 버전의 만화 앱을 출시했음. 이 무료 앱에는 닌자 거북이, 스타트렉과 같은 인기 작품과 함께 업그레이드된 검색 엔진, 가로 및 세로 읽기 옵션, 오프라인에서 만화를 다운로드할 수 있는 모드 등의 기능이 포함되어 있음
- 2023 년 10 월, Image Comics 는 크리에이터 소유의 새로운 임프린트인 Ghost Machine 을 출시했음. 이 공유 세계관에서는 Geiger, Redcoat, Rook: Exodus 등 세 가지 주요 작품이 소개됨
- Geoff Johns 와 Gary Frank 가 공동 집필한 Geiger 는 방사능에 오염된 생존자가 황폐해진 미국을 항해하는 이야기를 담고 있고 제프 존스와 브라이언 히치의 〈레드코트〉는 18 세기 불멸의 영국 군인이 자신의 장수 비결을 밝히려 애쓰는 이야기를 담고 있음. 제프 존스와 제이슨 패복의 〈룩: 엑소더스〉는 적대적인 행성을 배경으로 주인공이 탈출을 위해 싸우는 SF 모험물임. 〈고스트 머신〉은 다양한 장르의 상호 연결된 서사를 제공하는 것을 목표로 하며, 창작자의 소유권과 참신한 스토리텔링을 강조함



|그림 15| 인도 만화 시장 규모(유형별), 2020-2030년, 단위:백만 달러 (출처: Grand veiw research)



|그림 16| 연령대별 인도 만화책 애호가 (출처: Grand veiw research)



|그림 17| 인도의 만화책 애호가들은 성별 분포(출처: Grand veiw research)

[아르헨티나] 왓패드 및 웹툰의 성공 공식 50)

플랫폼, 글로벌 IP 공장으로 자리매김한 셀프퍼블리싱 플랫폼

- 팬픽션을 활용하는 왓패드(Wattpad) 플랫폼은 최근 괄목할 만한 현상이었음. 팬픽션은 주로 인기 캐릭터가 주인공으로 등장하는 판타지 장르의 이야기이며, 이후 성공을 거둔 영화로 제작되기도 함. 네이버 그룹과의 합병은 그 가능성을 더욱 확장한 것으로 보임
- 9 천 만 명 이상의 사용자를 보유한 왓패드는 셀프퍼플리싱 플랫폼으로, 전성기에는 젊은 작가와 독자들의 실험과 창작 테스트 공간이었음. 한편, 웹툰은 다양한 장르를 아우르는 세로형 만화 형식의 이야기로, 팬픽션의 영토를 확장할 것으로 기대됨
- 이 플랫폼들의 주요 타깃층은 15 세에서 35 세 사이이며, 특히 디지털 네이티브가 그 대상임. 이에 따라 웹툰은 스마트폰에서 읽기와 사용을 쉽게 하기 위해 세로형으로 제작됨. 오늘날 이러한 틈새시장에서 나중에

50) 출처 : https://www.forbesargentina.com/negocios/la-formula-detras-exito-wattpad-webtoon-asi-crea-hit-global-como-a-traves-mi-ventana-o-culpa-tuya-n78256

스크린으로 진출한 베스트셀러 작가들이 배출되었으며, 차기 히트작을 찾는 할리우드 창작자들의 귀중한 영감의 원천이 되고 있음

- 한편, 왓패드에서 나온 영상 히트작의 대다수는 영어덜트 콘텐츠와 관련되어 있지만, 스포츠 로맨스, 뉴 어덜트, 로맨스+판타지 등 다른 유행 장르의 이야기 및 팬을 보유하고 있는 만큼 다른 주제의 활용 역시 배제하지 않음
- 한국 문화 소비(영화, 드라마, K 팝 열풍)에 대한 글로벌 신드롬을 일컫는 '한류'에 속하는 웹툰 역시 마찬가지임. 팬픽션의 새로운 각색물들이 그곳에서 탄생할 수 있을 것임

음악

[심천] 〈2024 년 중국 디지털 음악 산업 보고서〉 발표 [51]

- **9 월 20 일 푸젠성(福建) 샤먼(厦门)에서 열린 2025 년 중국 디지털 음악 산업 콘퍼런스 포럼에서 〈2024 년 중국 디지털 음악 산업 보고서(中国数字音乐产业报告(2024))〉가 발표됨**
  - 보고서에 따르면, 2024 년 음악 스트리밍 서비스, 온라인 노래방 서비스, 음악 주제 숏폼 콘텐츠, 음악 라이브 방송 서비스를 포함한 중국 디지털 음악 시장 규모는 2,113 억 5 천만 위안으로 2023 년 대비 10.8% 증가한 것으로 나타남. 최근 몇 년간 음악이 온라인 동영상 플랫폼에서 광범위로 사용되는 것이 시장 성장을 견인한 주요 요인으로 분석됨
  - 중국 디지털 음악 플랫폼의 음악 라이브러리(표절곡 및 AI 로 생성된 노래 포함)는 2024 년 말 기준 약 2 억 6,300 만 곡에 달함. 이 가운데 대중음악은 디지털 음악 플랫폼에서 유통되는 서비스곡의 60.72%를 차지하면서 디지털 음악 시장에서 압도적인 지위를 유지하고 있음
  - 2024 년 중국 디지털 음악 스트리밍의 매출액은 2023 년 동기 대비 22.39% 증가한 293 억 5,000 만 위안에 달함. 그중 음악 주제 숏폼 콘텐츠와 음악 라이브 방송의 시장 규모는 각각 2023 년 동기 대비 10.1% 증가한 538 억 5,000 만 위안, 11.2% 증가한 1,192 억 3,000 만 위안을 기록함. 온라인 노래방 시장규모는 약 89 억 2,000 만 위안으로 2023 년 동기 대비 16.17% 감소함
  - 〈보고서〉는 디지털 음악이 단일 콘텐츠 형태의 한계를 뛰어넘어 게임, 영상, 애니메이션을 아우르는 디지털 콘텐츠 생태계에 완전히 편입되면서 이용자, 콘텐츠, 시나리오를 연결하는 핵심 매체로 자리를 잡았다고 분석함. 이 가운데 2024 년 게임 음악은 전년 동기 대비 31.4% 증가한 9,200 곡이 출시되었고, 영화·드라마 음악은 5,300 곡이 넘는 신곡이 출시됨. 숏폼드라마가 급부상하면서 가벼운 주제곡과 배경 음악에 대한 수요가 증가한 것으로 나타남

[베트남] 지드래곤, 11 월 하노이 콘서트 일정 확정 [52]

- **지난 9 월 12 일 소속사 갤럭시코퍼레이션에 따르면 지드래곤은 공식 소셜 미디어를 통해 〈지드래곤 2025 월드 투어 [위버맨쉬]〉(G-DRAGON 2025 WORLD TOUR [Ubermensch])의 4 차 일정이 담긴 포스터를 공개함**
  - 이에 따르면 지드래곤은 오는 11 월 8 일 하노이 8WONDER Ocean City 에서 단독 콘서트를 개최하며, 이 소식은 베트남 소셜 미디어에서 빠르게 확산되어 현지 K-팝 팬뿐만 아니라 언론 매체들의 폭발적인 관심을 끌고 있음
  - 앞서 지드래곤은 지난 6 월 열린 〈케이 스타 스파크 인 베트남〉(K-STAR SPARK IN VIETNAM) 무대에서

51) 출처 : https://baijiahao.baidu.com/s?id=1843929512274173215&wfr=spider&for=pc
52) 출처 : https://vov.vn/giai-tri/fan-viet-phat-sot-khi-g-dragon-chot-lich-dien-ha-noi-thang-11-post1229496.vov

약 4 만여 명을 동원하며 뜨거운 반응을 얻음. 당시 현장에서는 팬들과 현지 기업들이 지드래곤을 상징하는 데이지꽃으로 응원에 나서며 그의 인기를 실감케 함

- 이번 콘서트는 앞선 무대보다 한층 다채롭고 완성도 높은 무대 연출과 압도적인 퍼포먼스로 꾸며질 예정이며, 팬들의 기대감 또한 점차 고조되고 있음

|그림 18| 지드래곤 월드 투어 공식 포스터

[싱가포르] 선셋 바이 네온 2025, 말레이시아 겐팅 하이랜드에서 개최 53)

참가인원 통제로 안전과 편의성을 모두 확보한 말레이시아 음악 페스티벌

- NEON Projects Sdn Bhd 가 주최한 '선셋 바이 네온 2025(Sunset by NEON)' 페스티벌이 말레이시아 겐팅 하이랜드(Genting Highlands)에서 9 월 20 일부터 이틀간 진행되었음. 이 행사는 이틀 동안 총 18,000 명의 방문객을 맞이함
- 주최 측은 이번 행사에서 방문객의 안전과 편의성을 최우선으로 고려하여 참가자 규모를 통제했음. 이로 인해 관객들은 더 넓고 쾌적한 공간에서 축제를 즐길 수 있었다는 점을 매우 긍정적으로 평가함
- 페스티벌은 현지 디자인 팀과 유럽의 국제 파트너들의 협력을 통해 세계적 수준의 무대 연출을 선보임. 또한 VVIP 고객을 위한 세 가지 등급의 특별 접근 권한을 제공하여 팬들에게 무대 뒤 경험을 선사하는 등 최고 수준의 편의를 제공함
- 라인업은 현지 아티스트 12 팀, 아시아 지역 아티스트 2 팀, 그리고 7 명의 국제 헤드라이너로 구성됨. 특히 국제 헤드라이너 중 6 명은 이번 페스티벌에 처음 참가하는 아티스트였으며, 스웨덴 출신 인기 EDM DJ 아담 베이어(Adam Beyer)가 참석하며 관객 유치에 기여함

53) 출처 : https://worldofbuzz.com/sunset-by-neon-2025-an-unforgettable-weekend-in-genting-highlands

|그림 19| Sunset by NEON 2025 관객 현장 (출처: World of Buzz)

[싱가포르] 말레이시아 사롱 뮤직 런, 1 만 5 천 명 참가하며 성황리에 개최 54)

말레이시아 데이를 기념하며 사롱을 착용한 달리기로 문화와 화합을 증진

- 9 월 20 일 쿠알라룸푸르에서 말레이시아 데이를 기념하기 위해 '말레이시아 사롱 뮤직 런(Malaysia Sarong Music Run, MSMR)'이 개최되었음. 이 행사에는 26 개국에서 온 15,000 명의 참가자와 총 30,000 명의 방문객이 참석함
- 이 행사는 1963 년 말레이시아 협정 체결을 기념하는 공휴일 '말레이시아 데이'를 맞이하여 기획되었음. 올해로 제 3 회를 맞이한 MSMR 는 건강, 말레이시아 전통 의상(사롱), 음식, 음악을 결합하여 말레이시아 문화와 유산을 홍보하고 화합을 증진하는 국제적인 커뮤니티 축제로 성장함
- 이번 행사에는 사롱을 띠로 활용한 계주, 말레이시아인 전용 5km 레이스, 모두에게 개방된 5km 펀 런 등 세 가지 메인 행사가 열림. 특히 올해는 사롱 계주를 통해 세대 간의 화합과 단결을 도모했음
- 말레이시아 관광예술문화부(MOTAC)의 지원과 말레이시아 SUV 브랜드 JETOUR 의 후원을 받은 이 행사는 정부의 '2026 말레이시아 방문의 해'를 홍보하는 중요한 국제적인 관광 플랫폼 역할을 한 것으로 평가됨

|그림 20| 2025년 MSMR 홍보 포스터 (출처: HeyJom)

54) 출처 : https://www.bernama.com/tv/news.php?id=2469546

[영국] 헨드릭스, 보위, 스톤스가 활용한 스튜디오의 재개장 55)

- 수십 년 동안 중단된 런던의 리젠트 사운즈(The Regent Sounds) 녹음 스튜디오가 수백만 파운드의 투자를 통해 재개장될 예정임
- 해당 스튜디오는 1960 년대부터 1980 년대 초까지 지미 헨드릭스(Jimi Hendrix), 데이비드 보위(David Bowie)와 롤링 스톤스(Rolling Stones)의 사용으로 유명했었음
- 덴마크 스트리트에 위치해 '틴 팬 앨리'(Tin Pan Alley)라는 별명으로 불린 스튜디오는 20 세기 초부터 음악 퍼블리셔, 악기 상점, 작곡가들의 역사적 중심지였음
- 스튜디오의 역사적인 물품들이 전시될 예정임. 원래의 벽, 바닥 타일, 녹음 장비 대부분이 보존됨. 더 후(The Who)의 기타리스트이자 작곡가인 피트 타운젠트(Pete Townshend)는 이를 록음악 역사로 묘사한 바 있음
- 전시회에는 1950 년대 음악계의 혁명을 일으킨 티 본 워커(T-Bone Walker)의 1949 년 깁슨 기타가 포함됨. 이는 척 베리(Chuck Berry)와 BB 킹(BB King)부터 키스 리처드(Keith Richards)에 이르기까지 수많은 아티스트에 영감을 줌
- 해당 스튜디오에서 1967 년 비틀즈는 앨범 〈페퍼 상사〉(Sgt Pepper's Lonely Hearts Club)의 수록곡인 '픽싱 어 홀'(Fixing a Hole)을 녹음했으며, 롤링 스톤즈는 리젠트 사운즈에서 첫 번째 히트곡인 '낫 페이드 어웨이'(Not Fade Away)를 녹음함
- 리젠트 사운즈의 공동 소유주인 패트릭 라츠(Patrick Racz)는 해당 스튜디오가 음악 거인들의 발자취가 깃들어져 있다고 밝힘. 그의 리젠트 사운즈 투자는 니콘(Nikon)과의 협업으로 진행됨
- 리젠트 사운즈는 기존 뮤지션이 사용한 장비를 활용해 아날로그 스튜디오로 재탄생할 예정임

[영국] 팔레스타인을 위한 연대 공연 개최 56)

- 런던 Ovo 웸블리 아레나(Ovo Arena Wembley)에서 팔레스타인을 위한 연대(Together for Palestine) 공연이 개최됨. 총 69 명의 아티스트, 연사, 활동가가 출연함
- 음악계에서는 데이먼 알바른(Damon Albarn), 바스틸(Bastille), 핑크팬서리스(PinkPantheress), 핫 칩(Hot Chip) 등이 출연함. 배우 베네딕트 컴버배치(Benedict Cumberbatch), 플로렌스 퓨(Florence Pugh), 가이 피어스(Guy Pearce), 라미 유세프(Ramy Youssef) 등이 참가함. 이외에도 축구 선수 에릭 칸토나(Eric Cantona), 러브 아일랜드(Love Island) 진행자 로라 휘트모어(Laura Whitmore) 등도 이름을 올림
- 의로움과 음악의 결합은 대처 시대를 떠올리게 함. 1985 년 7 월 배터시 공원(Battersea Park)에서 열린

55) 출처 :
https://www.theguardian.com/music/2025/sep/20/regent-sounds-studio-london-to-reopen-hendrix-bowie-stones
56) 출처 :
https://www.theguardian.com/music/2025/sep/18/together-for-palestine-concert-ovo-arena-wembley-london

GLC 변화를 위한 일자리 축제(GLC Jobs for a Change festival)나 이듬해 여름 클래펌 커먼(Clapham Common)에서 열린 아파르트헤이트에 반대하는 예술가들의 자유를 위한 축제(Artists Against Apartheid's Festival for Freedom)가 있었음

- 콘서트는 2 시간 만에 매진되며 티켓 판매로 50 만 파운드(한화 약 9 억 4 천만 원)를 모였으며, 온라인 모금과 다양한 굿즈 판매도 진행됨. 일반적으로 상품 판매는 티켓 판매의 약 50%의 수익을 거둠
- 브라이언 이노(Brian Eno)가 기획했으며, 예술감독은 2023 년 10 월 6 일 가자를 떠나 센트럴 세인트 마틴스(Central St Martin's)에서 공부 중인 팔레스타인 망명 예술가 말락 마타르(Malak Mattar)가 맡음. 팔레스타인 음악의 정체성을 대변하는 음악가들도 공연에 이름을 올림
- 팔레스타인 연사와 음악가들은 큰 인상을 남김. 기자 야라 에이드(Yara Eid)는 가자지구에서 희생된 270 명의 기자에 대해 이야기했으며, 피아니스트 파라즈 술래이만(Faraj Suleiman)과 바르구티(Bargouti)도 관객들의 마음을 사로잡음. 그린티 펭(Greentea Peng)과 함께 무대에 올라 히트곡 '세븐 세컨즈'를 선보인 네네 체리(Neneh Cherry)를 맞이한 사람들의 환호도 컸음
- 4 시간의 공연 끝에 자밀라 자밀(Jameela Jami)은 공연으로 이미 150 만 파운드(한화 약 28 억 2 천만 원)를 모금했다고 발표함

[독일] GEMA, 2027 년까지 온라인 음악 유통 수수료 7%로 인하 [57]

- **독일 음악저작권협회 GEMA 가 스트리밍·다운로드 플랫폼에 적용되는 '온디맨드 음악 유통' 수수료를 단계적으로 인하해 2027 년까지 7%로 낮추고, 이를 통해 매년 약 600 만 유로 이상의 절감된 운영비가 창작자들에게 더 돌아갈 것으로 전망됨**
  - GEMA 는 현재 10%인 '온디맨드 음악 유통(On-Demand Music Distribution)' 수수료를 2026 년 1 월 9%로, 2027 년 최종 7%로 인하하겠다고 발표
  - 적용 대상은 Spotify, Apple Music, Deezer, YouTube 등 주요 스트리밍 및 다운로드 플랫폼
  - 이번 인하로 2026 년부터 연간 약 200 만 유로, 2027 년부터는 총 600 만 유로 이상이 추가적으로 창작자들에게 분배될 것으로 예상됨
  - GEMA 의 디지털 징수액은 2024 년 3 억 1 천만 유로로 전체 수익의 23%를 차지하며, 디지털 부문 성장에 기반해 수수료 인하를 단행했음
  - GEMA 는 온라인 부문 행정비율을 8% 이하로 낮춘 첫 사례가 될 것이며, 프랑스 SACEM, 영국 PRS for Music, 미국 BMI·ASCAP 등 타 단체에도 압력을 줄 수 있음
  - GEMA 는 독일 내 10 만여 명의 회원(작곡가·작사가·음악출판사 등)과 전 세계 200 만 명 이상의 저작권자를 대표하고 있음

57) 출처 : https://www.musicbusinessworldwide.com/german-collection-society-gema-to-cut-on-demand-music-distribution-commission-to-7-by-2027-expects-move-to-boost-annual-payouts-by-7m

- 토마스 토이네(Thomas Theune, GEMA 온라인·방송 책임 이사)는 "수수료 인하는 효율적 자동화 시스템과 고가치 라이선스 계약 덕분이며, 창작자에게 더 많은 수익을 돌려주는 것이 목표"라고 언급
- GEMA 는 AI 기업의 저작권 침해 대응에도 적극적이며, 2024 년에는 OpenAI 를 상대로 독일 저작물 가사 무단 사용 소송을 제기했고, 2025 년 1 월에는 AI 음악 생성기 Suno 를 상대로 저작권 침해 소송을 제기
- 한편, 글로벌 음악산업은 여전히 스트리밍이 핵심 성장 동력으로, IFPI(International Federation of the Phonographic Industry, 국제음반산업연맹) 자료에 따르면 2024 년 스트리밍 수익은 전년 대비 7.3% 증가해 전체 음반 매출의 69%를 차지했음

[독일] 소니 클래시컬, 코베키나의 바흐 첼로 모음곡 신작 발매 앞두고 특별 공연 개최 58)

- **첼리스트 아나스타샤 코베키나(Anastasia Kobekina)는 안무가·무용가 사샤 발츠(Sasha Waltz)와 협업해 바흐 첼로 모음곡 해석을 담은 새 음반을 베를린 라디알시스템(Radialsystem)에서 선공개**
  - 앨범은 소니 클래시컬(Sony Classical)에서 2025 년 9 월 26 일 발매 예정이며, 이번 행사는 발매 3 일 전 열린 쇼케이스 성격의 공연
  - 소니 클래시컬은 소니 뮤직 산하의 글로벌 클래식 전문 레이블로, 전통 클래식부터 현대·크로스오버 음악까지 아우르며 세계 정상급 아티스트들의 음반을 발매하는 브랜드
  - 라디알시스템은 베를린의 대표적인 현대 예술 공연장으로, 고전과 현대를 넘나드는 실험적 공연과 국제 협업 무대가 펼쳐지는 문화 허브
  - 행사에는 큐레이터 요헨 산디히(Jochen Sandig), 배우 마리아 슈라더(Maria Schrader), 영화감독 톰 티크베어(Tom Tykwer) 등도 참석
  - 바흐 첼로 모음곡은 각 곡이 전주곡과 일련의 무곡(춤곡)으로 구성돼 있어 음악과 무용의 협업이 작품 주제와도 자연스럽게 맞아떨어졌음
  - 소니 클래시컬은 코베키나와 발츠 모두 "혁신적 접근, 감정적 표현력, 장르 간 협업에 대한 개방성"으로 높이 평가된다고 설명
  - 코베키나는 "발츠의 섬세한 시선을 통해 바흐의 음악을 물리적·시각적 경험으로 탐구하는 과정이 해방적이고 영감을 주는 대화였다"고 소감을 밝혔음
  - 발츠는 "첼리스트로서의 코베키나의 깊이에 큰 존경심을 느낀다"라며, 음악을 움직임과 춤을 통해 새롭게 체감하는 시도를 높이 평가했음
  - 코베키나는 2023 년 소니 클래시컬과 계약했으며, 레너드 번스타인상(Leonard-Bernstein-Preis), 오푸스 클래식(Opus Klassik) 등을 수상했고, 2025 년 2 월 ARD 4 부작 다큐멘터리 주인공으로도 소개된 바 있음

58) 출처 : https://www.musikwoche.de/en/recorded-publishing/sony-classical-brachte-fuer-anastasia-kobekina-tanz-und-musik-im-radialsystem-zusammen-fda6259a2c3428c0d06e135b5f3e6a8e

[스웨덴] 멜로디페스티발렌 2026 개최지 전체 일정 확정 [59]

- 스웨덴 최대 음악 경연 프로그램인 멜로디페스티발렌(Melodifestivalen) 2026 의 투어 일정이 공식 발표되었음. 2026 년 1 월 31 일 링크뇌핑(Linköping)에서 시작되어 3 월 7 일 스톡홀름에서 결승이 치러질 것임
  - 1 라운드 1 월 31 일: 린셰핑
  - 2 라운드 2 월 7 일: 예테보리
  - 3 라운드 2 월 14 일: 크리스티안스타드
  - 4 라운드 2 월 21 일: 말뫼
  - 5 라운드 2 월 28 일: 순즈발
  - 6 파이널 3 월 7 일: 스톡홀름
- 멜로디페스티발렌 조직위원회 프로젝트 매니저인 안데르스 비스트바카(Anders Wistbacka)는 결승을 항상 스톡홀름에서 개최하는 이유로 "가능한 한 많은 관객이 현장에 같이 즐길 수 있는, 웅장하고 위풍당당한 경기장이 필요하다는 점과 결승이 전국 축제의 마무리가 될 만한 장소여야 한다는 점 때문"이라고 밝힘
- 멜로디페스티발렌 2026 은 전국적인 음악 경연을 통해 스웨덴 전역을 순회하며, 예선 도시 선정과 참가 신청 수치에서 여러 면에서 주목할 만한 특징을 지니고 있음. 이번 대회의 예선 참가곡 접수 건수가 3,888 곡으로 사상 최다 기록을 세웠으며 이 중 30 곡이 예선을 통과하여 본선 경쟁에 오를 예정

[스웨덴] 오마르 루드버그 'Rockbjörnen 2025'서 4 관왕 [60]

- **스웨덴의 가수 겸 배우 오마르 루드버그(Omar Rudberg)가 스웨덴 대표 대중음악 시상식 Rockbjörnen 2025 에서 총 4 관왕을 차지. 루드버그는 이번 시상식에서 ▲올해의 스웨덴 노래상 ▲올해의 남자 아티스트상 ▲올해의 팬상 ▲올해의 외국 노래상까지 휩쓸며 사실상 '그랜드슬램'에 가까운 성과를 달성**
  - 특히 "I'm Not a Boy"로 수상한 '올해의 스웨덴 노래상' 은 루드버그의 음악성과 메시지가 대중에게 깊이 전달됐음을 보여주는 결과. 이 곡은 성 고정관념과 정체성의 경계를 허무는 가사로 많은 청소년과 젊은 세대의 공감을 얻은 바 있음. 루드버그는 수상 직후 "이 상들은 모두 팬들이 만들어준 것"이라며 "특히 올해의 팬상을 받게 된 것은 그 어느 상보다 특별하다. 팬들의 존재 없이는 지금의 나도 없다"며 감사를 전하기도 함
  - 그의 팬덤은 단순한 지지 수준을 넘어 시상식 투표에서 강력한 영향력을 발휘하며 실질적 결과를 만들어 냈음. 루드버그의 팬들은 SNS 를 중심으로 조직적인 투표 캠페인을 벌이며 수상에 결정적인 기여를 한 것으로 알려짐. 또한 루드버그는 글로벌 활동 면에서도 주목을 받았음. 그는 인기 해외 아티스트 Ten 의 곡 "Waves"의 공동 작곡자로 참여하며 '올해의 외국곡' 부문에서도 상을 수상. 이를 통해 그는 아티스트로서의 역량을 스웨덴을 넘어 국제적으로 입증한 셈

59) 출처 : https://www.svt.se/kultur/hit-aker-melodifestivalen-2026-hela-listan
60) 출처 : https://omni.se/omar-rudberg-tog-storslam-pa-rockbjornen-inga-ord/a/Gyp4lQ?utm

- 한편 일각에서는 팬 투표 기반 시상 구조에 대한 우려도 제기. 일부 언론에서는 "오마르 루드버그의 일부 수상곡은 스트리밍 순위에서 다른 후보들에 비해 낮은 편"이라며 "대중적 소비보다 팬덤 동원의 힘이 더 크게 작용하는 시스템이 음악상 본연의 의미를 흐릴 수 있다"라는 지적도 나왔음
- '음악적 성취도 vs 팬 참여'의 균형 문제가 대두됨. 음악의 예술적·기술적 평가가 아닌, 팬 동원력이나 온라인 활동이 더 큰 영향을 미치는 구조가 과연 음악상 시상식이 추구해야 할 본질과 부합하는지에 대한 질문도 나오고 있으나 팬과의 연결을 음악 활동의 핵심 가치로 여겨온 루드버그의 행보는, 현시대 대중 음악계의 새로운 흐름을 반영한다는 긍정적인 평가가 지배적
- 오마르 루드버그는 2021 년 넷플릭스 드라마 "Young Royals"를 통해 배우로 인기를 얻었으며, 이후 꾸준한 음악 활동과 창작 작업을 이어오고 있음. 이번 Rockbjörnen 2025 4 관왕 수상은 그가 단순한 스타를 넘어 스웨덴 음악계에서 확고한 입지를 다진 실력파 아티스트임을 다시 한번 입증하는 계기가 됨. 그는 현재 차기 앨범 준비에 돌입했으며, 연내 유럽 투어 일정도 예정되어 있음

|그림 21| 그림 31 스웨덴의 가수 겸 배우 오마르 루드버그(Omar Rudberg)

[튀르키예] 대한민국 국경일 기념 K-클래식 콘서트, 앙카라에서 9 월 30 일 개최 예정 61)

- **대한민국 대사관은 국경일을 기념해 2025 년 9 월 30 일(화) 앙카라에서 K-클래식 콘서트를 개최할 예정임**
  - 콘서트는 저녁 8 시 CSO 아다 방크카르트 마비 살론(CSO Ada Bankkart Mavi Salon)에서 열림
  - 공연은 무료 개방형이지만, 좌석 수 제한으로 선착순 입장 정책을 적용함
  - 유럽을 중심으로 활동하는 소프라노 강다혜, 카운터테너 권용범, 피아니스트 송은채가 출연함
  - 본 공연은 단순한 음악 감상을 넘어 한국 문화와 클래식 음악의 섬세함을 소개하는 문화 행사로 기획됨

61) 출처 : https://www.ankaranethaber.com/kore-milli-gunu-k-classic-konseri-ankarada-muzikseverlerle-bulusuyor

|그림 22| 공연 포스터

[이탈리아] 라 스칼라 필하모닉, 한국-일본 투어 개최 62)

- **정명훈의 지휘로 17 년 만에 아시아 투어에 나서는 라 스칼라 필하모닉 오케스트라(La Filarmonica della Scala)는 서울, 부산 및 일본 주요 도시에서 공연할 예정임**
  - 9 월 17 일부터 28 일까지 예정된 이번 투어는, 2027 년부터 라 스칼라 극장(Teatro alla Scala)의 음악 감독으로 취임할 예정인 정명훈 지휘자가 이끌 예정임
  - 투어 프로그램에는 차이콥스키(Pyotr Ilyich Tchaikovsky)의 교향곡 6 번 '비창(Patetica)'과 베르디(Giuseppe Verdi)의 오페라 〈운명의 힘(La forza del destino)〉 서곡이 포함됨. 라흐마니노프(Sergei Rachmaninov) 피아노 협주곡 2 번은 한국 무대에서는 니콜라이 루간스키(Nikolaj Luganskij), 일본에서는 마오 후지타(Mao Fujita)의 협연이 예정됨
  - 투어는 9 월 17 일 서울 콘서트홀에서 시작해 18 일 부산 공연으로 이어지며, 일본에서는 삿포로(20 일), 도쿄 산토리홀(22·24 일), 요코하마 미라이홀(23 일), 나고야 아이치 아트 씨어터(26 일), 오사카(27 일)에서 공연함
  - 정명훈은 라 스칼라 필하모닉과 아시아 무대에 서는 것은 나에게 개인적인 동시에 예술적으로도 기쁨을 준다고 밝히며 한국과 일본 관객들의 음악에 대한 관심, 존중, 사랑이 자랑스럽다는 소감을 밝힘

62) 출처 : https://www.ilgiorno.it/cultura/la-filarmonica-in-tournee-in-077ccab1

[이탈리아] 공영방송 RAI 일부 이사진, 이스라엘의 유로비전 참가시 이탈리아의 불참을 주장 63)

- **RAI 이사회 구성원 알레산드로 디 마요(Alessandro di Majo), 다비데 디 피에트로(Davide Di Pietro), 로베르토 나탈레(Roberto Natale) 등 3 인은 2026 년 5 월 12 일~16 일로 예정된 유로비전 송 콘테스트(Eurovision Song Contest)에 이탈리아 불참을 요구함**
  - 이들 3 인의 이사는 이탈리아 전역에서 9 월 22 일 팔레스타인 연대 시위가 개최된 점을 거론하며 RAI 내부적으로도 학살당하는 팔레스타인 민중에 대해 구체적인 연대의 신호를 보내야 한다는 공감대가 형성되어 있다고 밝힘
  - 이미 아일랜드, 아이슬란드, 슬로베니아, 네덜란드, 스페인 등 5 개국 공영방송이 이스라엘이 유로비전에 참가할 경우 불참을 선언했다고 밝히며, 유로비전은 평화, 포용, 존중, 민족 간 우애라는 가치를 기반으로 하는 행사인바, 중대한 인권 침해를 자행한 국가가 참가할 경우 그 의미와 신뢰성이 훼손된다고 지적함
  - 실제로 유럽방송연합(EBU)는 최근 몇 년간 같은 이유로 벨라루스와 러시아 참가 배제를 결정한 바 있다고 강조하며, 이탈리아가 아무런 이견 표시나 상징적 행동 없이 유로비전에 참가하는 것은 현재의 참상을 묵인하는 것이라고 언급함

[아르헨티나] 오늘 아르헨티나 아이튠즈에서 가장 많이 들은 K 팝 10 곡 64)

- **K 팝을 위한 공간을 마련한 스트리밍 플랫폼 중 하나인 아이튠즈**
  - 아이튠즈는 K 팝을 위한 공간을 마련한 스트리밍 플랫폼 중 하나로, 현재 가장 많이 듣는 곡을 보여주는 'Top K-pop Songs Charts' 차트가 있음. 해당 차트는 멕시코, 콜롬비아, 아르헨티나 등 다양한 국가에서 이용 가능하며 매일 업데이트됨. 다음은 아르헨티나에서 가장 많이 들은 10 곡임
    - 1. Umbrella (10:00) / 아티스트: 준희
    - 2. Heaven / 아티스트: RM
    - 3. Golden / 아티스트: 헌트릭스, 이재(EJAE), 오드리 누나(AUDREY NUNA), 레이 아미(REI AMI) 및 K 팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) 출연진
    - 4. Soda Pop / 아티스트: Artista: 사자보이즈, 앤드류 최(Andrew Choi), 넥웨이브(Neckwav), 대니 청(Danny Chung), 케빈 우(Kevin Woo), samUIL Lee 및 K 팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) 출연진
    - 5. ADRENALINE / 아티스트: 해찬
    - 6. Lights / 아티스트: BTS
    - 7. CRZY / 아티스트: 해찬
    - 8. Life Goes On (Live) / 아티스트: BTS

63) 출처 : https://www.repubblica.it/spettacoli/musica/2025/09/23/news/eurovision_song_contest_2026_consiglieri_rai_italia_non_partecipi_se_c_e_israele-424865241/
64) 출처 : https://www.infobae.com/noticias/2025/09/14/k-pop-ranking-de-las-10-canciones-mas-escuchadas-hoy-en-itunes-argentina

- 9. FAKE LOVE / 아티스트: BTS
- 10. THIS IS FOR / 아티스트: 트와이스

패션

[UAE] 두바이 패션 위크 2025: 6 일간의 화려함, 30 개 이상의 쇼 [65]

- **2025 년 두바이 패션 위크가 10 월 15 일부터 20 일까지, 6 일간 진행될 예정. 이번 행사에는 30 개 이상의 패션쇼가 열리며, 중동과 글로벌 패션의 중심지로 자리잡은 두바이가 또 한번 전 세계 패션계의 시선을 집중시킬 예정임**
  - 두바이 패션 위크는 단순한 패션쇼를 넘어서, 패션 산업의 트랜드와 기술 혁신을 선도하는 중요한 행사임. 지속 가능한 패션과 디지털 패션이 큰 화두로 떠오를 예정이며, 메타버스와의 연계를 통해 가상 현실에서 패션을 경험할 수 있는 기회도 제공될 예정임
  - 2025 년 두바이 패션 위크에는 세계적인 디자이너와 브랜드들이 참가할 예정임. 할라 알-그로시(Hala Al Ghosri), 웨인 바이 웨인(Wayne by Wayne), 자히르 코드(Zaher Kodai) 등 유명 중동 디자이너들이 참여하며, 중동 최고의 명품 브랜드와 신진 디자이너들이 대거 등장해, 중동의 문화적 다양성을 패션으로 풀어낼 것임
  - 2025 년 두바이 패션 위크에서는 디지털 패션과 지속 가능한 디자인이 주요 트렌드로 자리잡을 예정임. VR 과 AR 을 활용한 쇼와 제품들이 등장하고, 비건 패브릭과 재활용 소재를 활용한 지속 가능한 컬렉션이 중요한 이슈가 될 것임. 또한, 가상 패션과의 연계로 패션의 새로운 형태를 경험할 수 있는 기회가 제공될 것임
  - 두바이 디자인 디스트릭트에서 진행되는 이번 패션위크의 주요행사는 패션쇼, 디자이너 발표, 네트워킹 기회, 패션 산업 관련 포럼 및 워크숍 등이 있음
  - 글로벌 패션 포럼에서는 패션 전문가들이 모여 패널 토크와 워크숍을 진행하며, 패션 산업의 혁신적인 트렌드와 비즈니스 기회를 공유할 예정임
  - 또한 유명 인사들이 참석하는 레드 카펫 행사는 패션 위크의 하이라이트로, 전 세계 패션 아이콘들의 스타일을 가까이에서 볼 수 있는 기회를 제공할 예정
  - 두바이 패션 위크는 패션 산업의 발전과 중동 지역의 문화적 다양성을 전 세계에 알리는 중요한 행사임. 두바이는 패션 인프라와 글로벌 네트워크를 갖추고 있어, 앞으로도 패션의 중심지로서의 위상을 강화할 것임. 2025 년 두바이 패션 위크는 패션과 기술, 지속 가능성을 중심으로 한 혁신적인 행사로, 참석자들에게 패션의 미래를 경험할 수 있는 중요한 기회를 제공할 것임

65) 출처 : https://gulfnews.com/lifestyle/dubai-fashion-week-2025-six-days-30-shows-infinite-glam-everything-you-need-to-know-1.500249947

[프랑스] 럭셔리 산업, 기술 투자로 미래 경쟁력 강화, AI 활용등 시스템 현대화에 주력 66)

- 베인앤컴퍼니(Bain & Co)와 콜베르 위원회(Comité Colbert)67) 가 공동으로 진행한 '럭셔리와 기술' 〈Luxe et technologie〉 연구에 따르면, 럭셔리 업계는 현재 매출의 평균 3.1%를 기술에 투자하고 있음. 이 비율은 기업 규모에 관계없이 1.9%에서 5.5%의 넓은 범위에 분포되어 있으며, 일부 기업의 경우 수억 유로에 달하는 투자 규모를 보이고 있음. 이제 모든 기업이 기술의 중요성을 인식하고 전략 실행에 활용하고 있다고 연구는 밝히고 있음
- 경제적으로 어려운 상황에도 불구하고 럭셔리 기업들은 기술 투자를 더욱 늘릴 계획임. 60%의 기업이 향후 3 년간 기술 지출을 최소 5% 이상 증가시킬 예정이며, 28%는 10% 이상의 대폭 증액을 계획하고 있음. AI, 사이버보안, 시스템 현대화가 주요 투자 영역으로 꼽혔으며, 개인화 서비스 등 새로운 기술이 이미 럭셔리 업계를 한 차원 높은 수준으로 끌어올리고 있음
- 연구에 따르면 최고경영진의 기술 이해도 제고, IT 부서와의 협업 강화 그리고 외부 업체에 의존하던 핵심 기술 역량의 내재화 등이 필요하다고 권고하였음. 조사 대상 기업의 절반에서는 최고 경영진의 기술 분야 참여가 두드러졌으며, 경영진과 기술 담당자 간 협업이 잘 이뤄진 기업들이 높은 성과를 거둔 것으로 나타났음. 콜베르 위원회는 럭셔리 업계가 최고 수준의 기술 인재를 유치하기 위해서는 자사의 기술 활용 노력을 더 적극적으로 알릴 필요가 있다고 강조하였음

[독일] 독일 푸마, 인수설 확산 속 주가 반등 68)

- **푸마(Puma)의 최대주주 아르테미스(Artémis) 지분을 두고 아디다스(Adidas), 어센틱 브랜즈(Authentic Brands), CVC 캐피털 파트너스(CVC Capital Partners) 등 잠재 인수 후보가 거론되며 주가가 급등했으나, 피노(Pinault) 가문은 현 시가 매각 의사가 없다고 밝힘**
  - 푸마는 세계 3 위 스포츠웨어 기업으로, 2021 년 111 유로였던 주가가 2025 년 들어 60% 하락하는 등 부진을 겪었음
  - 프랑스 피노(Pinault) 가문의 지주회사 아르테미스(Artémis)는 2018 년부터 푸마 지분 29%를 보유해 왔으며, 2024 년 여름 블룸버그가 매각 가능성을 보도한 이후 매각설이 지속되어 왔음
  - 2025 년 9 월 독일 언론 보도에 따르면 아디다스가 인수 후보로 거론되었고, 어센틱 브랜즈 CEO 제이미 살터(Jamie Salter)와 CVC 캐피털 파트너스 독일 대표 알렉스 디벨리우스(Alex Dibelius)도 인수 의사를

66) 출처 : https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/luxe-le-secteur-prevoit-une-forte-acceleration-de-ses-investissements-technologiques-2186446
67) 1954 년 프랑스에서 설립된 프랑스 명품 산업을 대표하는 브랜드와 기관들이 모여 만든 단체. 현재 90 여 개 이상의 프랑스 주요 럭셔리 하우스(패션, 향수, 보석, 요리, 예술 등)가 회원으로 참여하고 있음. 주요회원사는 Chanel, Louis Vuitton, Hermès, Dior, Guerlain, Lancôme, Cartier, Boucheron, Pierre Hermé, Lenôtre, Relais & Châteaux, Opéra national de Paris, Louvre 박물관 등이 있음
68) 출처 : https://us.fashionnetwork.com/news/Artemis-s-stake-in-puma-draws-interest-from-adidas-and-authentic-brands,1766485.html#onitsuka-tiger

밝힌 것으로 전해졌음

- 이 소식으로 푸마 주가는 하루 만에 16.78% 급등, 범유럽 지수인 STOXX 600 내 최대 상승 종목이 되었음
- 다만 아르테미스 측은 현 주가 수준에서는 매각할 의사가 없으며, 푸마의 가치를 시장가보다 훨씬 높게 평가한다고 밝혔음
- 2025 년 9 월 19 일 기준 푸마 주가는 23 유로까지 반등했다가 21.74 유로로 조정되었으며, 시가총액은 약 32 억 유로였음
- 푸마는 2025 년 매출이 88 억 유로로 증가했으나 올해 영업적자를 예상하고 있음
- 아디다스는 최근 '쓰리 스트라이프스(Three Stripes)' 브랜드 강화에 집중하며 리복(Reebok)을 어센틱 브랜즈에 매각한 바 있어 푸마 인수 전략의 실익에 의문이 제기됨
- 어센틱 브랜즈는 리복, 포에버 21(Forever 21), 아에로포스탈(Aéropostale) 등 위기 브랜드 인수·재건에 특화된 기업으로, 푸마 인수 시 포트폴리오 시너지가 주목됨
- CVC 캐피털 파트너스는 F1, La Liga 등 스포츠 자산 투자 경험이 풍부하며, 소비재와 미디어 권리를 포함한 다양한 분야에서 대규모 투자를 진행해 온 글로벌 사모펀드임

[이탈리아] 아르마니, 공식 매각 절차 개시 69)

- **공개된 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)의 유서에 따르면 지분 15%를 우선 매각하고 5 년 내 잔여 지분을 동일 매수자에 이전을 하도록 명시되어 있음**
  - 유력 매수 대상자인 LVMH, 로레알(L'Oréal), 룩소티카(Essilor-Luxottica) 중 1 개 기업에 아르마니의 지분 15%에 대한 우선 매각이 실시될 예정임. 이 외에도 기존 파트너십 체결 기업 중 상기 3 개 사와 동등한 수준의 패션·럭셔리 기업이면 매수 대상자로 고려가 가능함
  - 매각 결정은 현재 의결권의 40%를 보유하고 있는 레오 델로르코(Leo Dell'Orco)가 승인해야 최종 마무리되며, 델로르코 부재시 조카인 안드레아 카메라나(Andrea Camerana) 또는 실바나 아르마니(Silvana Armani)가 결정함
  - 아르마니 경영위원회는 유언에서 장기적 전략, 재정 안정, 지배구조 일관성을 유지하려는 창립자의 의지가 재확인됐다고 설명함. 단기·중기 의사결정은 델 로르코와 가족 및 재단이 주도함
  - 매각이 불발될 경우를 대비해 증시 공개 상장(IPO) 계획도 마련되어, 유언 개시 후 3 년 이내, 최대 5~8 년 내 상장 가능하며, 재단은 최소 30% 지분을 유지해야 함

69) 출처 :
https://www.corriere.it/economia/finanza/25_settembre_12/armani-ufficialmente-in-vendita-a-chi-potrebbe-andare-luxottica-in-pole-lvmh-e-l-oreal-ma-non-ferrari-le-volonta-dello-stilista-c95b57ab-e898-4409-9e87-a207767ffxlk.shtml

[이탈리아] S/S 밀라노 패션위크 개최(2025.9.23.~29) 70)

- **금번 밀라노 패션위크는 개막 직전인 9 월 4 일 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)가 타계해, 아르마니가 없는 채로 맞이하는 첫 시즌임. 이번 패션위크에서는 아르마니에게 바치는 헌사 외에도 다수 브랜드의 신임 크리에이티브 디렉터의 데뷔 무대가 마련될 예정임**
  - 이번 시즌은 다수 브랜드의 신임 크리에이티브 디렉터의 데뷔 무대가 예정되어 있어, 이에 초점이 맞추어질 예정이었으나 아르마니의 갑작스러운 별세로 고인에게 바치는 마지막 헌사도 마련될 예정임
  - 아르마니는 이번 패션위크를 위해 마지막까지 의상, 모델, 액세서리, 로케이션, 음악까지 직접 준비를 마친 것으로 알려졌으며, 9 월 28 일 일요일로 예정된 아르마니 패션쇼가 밀라노 패션위크의 마지막 무대를 장식할 예정임
  - 아르마니는 금번 패션쇼를 브랜드 창립 50 주년을 기념하는 자리로 기획해 사진전을 포함한 특별무대를 기획함. 아르마니 타계로 500 명만 입장할 수 있는 쇼에는 이미 2,000 명 이상의 게스트가 참석을 요청한 것으로 알려짐
  - 아울러, 구찌(Gucci)의 신임 크리에이티브 디렉터 뎀나 즈바잘리아(Demna Gvasalia)의 데뷔 무대가 이미 큰 주목을 받고 있으며, 질 샌더(Jil Sander)의 시모네 벨로티(Simone Bellotti), 베르사체(Versace)의 다리오 비탈레(Dario Vitale), 보테가 베네타(Bottega Veneta)의 루이즈 트로터(Louise Trotter) 등 다수 브랜드의 신임 크리에이티브 디렉터가 지휘하는 첫 컬렉션이 공개될 예정임
  - 이 외에도 프라다(Prada), 밀라노에 새롭게 플래그십 스페이스를 오픈한 펜디(Fendi), 막스마라(Max Mara) 등 60 여 개 패션쇼와 수백 건의 PT, 그리고 다양한 이벤트가 밀라노 곳곳에서 개최될 예정임

[멕시코] 'PactoMx 2025', 9 인의 디자이너가 선보인 창의적 패션의 향연 71)

- 올 해 세 번째 에디션을 맞이한 PactoMx 2025 가 지난 9 월 21 일 과달라하라에서 개최됨
- 이번 행사는 의류산업 관련 상공회의소 대표, 국내 주요 박람회 관계자, 디자이너, 스타일리스트, 사진가, 커뮤니케이션 전문가, 전문 언론인 등이 한자리에 모인 자리였음
- 행사에는 총 9 명의 멕시코 디자이너들이 참여해 창의성과 반항 정신, 실험 정신이 담긴 컬렉션을 선보였으며, 이번 무대의 총연출은 페르난다 오로스코(Fernanda Orozco)가 맡음
- 두각을 나타낸 주요 컬렉션으로는 Óscar Aguilar 의 Estructuras Invisibles(보이지 않는 구조), La Grecia 의 Naturaleza Híbrida(혼종의 자연), Dragona 의 Thrash Unreal 등이 있음

---

70) 출처 :
https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/25_settembre_23/milano-fashion-week-la-prima-settimana-della-moda-senza-giorgio-armani-e-molta-attesa-per-i-debutti-64c70157-3275-4478-8bfd-715571f4axlk.shtml?refresh_ce
71) 출처 :
https://mx.fashionnetwork.com/news/Pactomx-2025-lleva-la-propuesta-de-9-disenadores-mexicanos-a-las-pasarelas,1767379.html#onitsuka-tiger

- 또한 Vertebra, Doku, KVAMP 의 캡슐 컬렉션과 함께 Haute À Porter, Paulina Guerrero México, Lozzano 의 경력 기반 런웨이도 진행됨
- 각 컬렉션은 인간의 회복탄력성과 내면의 이중성, 다양한 질감 및 실루엣, 색채 실험 등을 주제로 삼아, 멕시코 디자인계의 역동성과 예술적 깊이를 보여줌
- 조직위원회는 “PactoMx 는 감정, 창조성, 그리고 신체 자체를 저항과 재생의 공간으로 선언하는 장이 되었다”라고 평가하며, 신진 디자이너와 중견 디자이너 모두에게 국내외 무대 진출의 발판을 마련해 주겠다는 의지를 재확인함
- 백스테이지 운영은 ‘Fashion Producer Experience’ 워크숍이 담당했으며, 해당 워크숍은 총 4 일간의 집중 교육을 통해 참가자들에게 실제 패션쇼 제작 환경에서의 런웨이 연출, 물류 관리, 인력 운영 등의 과제를 수행할 기회를 제공함
- PactoMx 조직위는 현재 2026 년 제 4 회 워크숍 개최를 준비 중이며, 이 행사를 패션 창작과 인재 양성의 핵심 플랫폼으로 자리매김시켜 나갈 계획임

통합(정책·기타)

[북경] 인터넷정보판공실, 부정적 정서 확산 문제 정비 특별조치 시행

- **9 월 22 일, 인터넷정보판공실(网络安全和信息化委员会办公室)은 공식 홈페이지를 통해 악의적으로 대립을 조장하거나 폭력·적대적 분위기를 선동하는 등 부정적 정서 확산 문제를 바로잡기 위해 〈청랑·악의적인 부정적 정서 조장 문제 정비(清朗·整治恶意挑动负面情绪问题)[72]〉 특별 조치를 2 개월간 시행한다고 발표함**
  - 이번 특별 조치는 소셜미디어, 숏폼 영상, 라이브 방송 등 플랫폼을 중심으로, 주제·순위·추천·댓글·실시간 채팅 등의 핵심 환경을 점검하여 다음과 같은 문제들을 집중적으로 정비할 예정임

〈청랑·악의적인 부정적 정서 조장 문제 정비〉 특별조치 주요 사안

집단의 대립적 감정 선동	사회적 이슈나 영화, 스포츠 등의 화제를 이용하여 팬덤 집단을 선동해 악의적으로 서로 비방하는 행위
공포, 불안 감정 선전	공공 안전에 영향을 줄 수 있는 사건을 악의적으로 조작 및 루머를 유포하거나 사건의 원인, 경과 등을 왜곡하여 선정적인 정보를 발표하는 행위
온라인 폭력, 적대적 정서 확산	공포 장면이나 극단적인 영상을 게시하거나, AI 합성을 통해 기괴하고 공포스러운 분위를 조성하여 팔로워를 끌어들이는 등
과도한 부정적 감정 조장	부정적인 논조를 퍼뜨리거나, 사회 현상을 악의적으로 해석하고 부정적 사례를 일방적으로 확대하여 선전하는 등의 행위

[도쿄] 게임·콘텐츠 해외 진출 지원 확대… 日 정부, 기금 증액 등 검토 [73]

- **일본 정부는 지난 19 일, 게임·애니메이션 등 해외 진출을 뒷받침하기 위한 지원을 확대하기로 방침을 정함**
  - 이번 방침을 통해 제작비 일부를 보조하는 기금을 증액하여 대규모 프로젝트의 장기적 지원을 가능하게 하고자 함
  - 정부는 관계 장관회의를 열고, AI 등 디지털 기술과 콘텐츠 세계화를 촉진하기 위한 대책을 정리했으며 자국 콘텐츠에 다년간에 걸친 지원을 포함한 대규모·장기·전략적 민관 지원이 필요하다는 방침을 결정함
  - 현재 일본의 콘텐츠 산업에 관한 국가 예산은 252 억 엔 수준이며, 지난해에는 기존 기금 내에 콘텐츠 제작을 위한 별도 항목을 신설해 25 억의 예산을 배정하였으며, 관계자들에 따르면 이를 추가 증액하는 방안에 대해 검토하는 것으로 알려짐
  - 다만 국가 차원의 관련 산업 지원 규모가 미국이 약 6 천억 엔 규모, 한국이 약 700 억 엔 규모인 것에 반해 아직 미미한 탓에 업계 역시 지원 확대를 꾸준히 요구하고 있음
  - 정부는 2033 년까지 해외 시장 규모를 20 조 엔으로 확대한다는 목표 하에 꾸준히 지원을 확대해 나갈 방침임

72) 출처 : https://www.cac.gov.cn/2025-09/22/c_1760258688713582.htm
73) 출처 : https://www.asahi.com/articles/AST9M3CL9T9MULFA028M.html?iref=pc_ss_date_article

[인니] OpenAI, 인니에 월 6 천원대 저가형 'ChatGPT Go' 출시 [74]

- **인공지능(AI) 기업 OpenAI 는 9 월 22 일 인도에 이어 인도네시아에도 저가형 ChatGPT 구독 서비스인 'ChatGPT Go'를 출시했다고 발표함**
  - OpenAI 는 9 월 말부터 인도네시아 사용자들을 위해 월 75,000 루피아(약 6,300 원)의 ChatGPT Go 유료 구독 서비스를 시작함. 이는 기존 무료 버전과 월 20 달러의 프리미엄 ChatGPT Plus 플랜 사이의 중간 단계 구독 옵션임
  - ChatGPT Go 는 무료 플랜 대비 10 배 높은 사용량 한도를 제공하며, 질문이나 프롬프트 전송, 이미지 생성, 파일 업로드 기능을 포함함. ChatGPT 책임자 닉 털리(Nick Turley)는 소셜미디어 X 를 통해 이전 대화 내용을 더 잘 기억해 시간이 지남에 따라 더욱 개인화된 응답을 제공한다고 밝히며, "인도에서 ChatGPT Go 플랜을 출시한 이후 유료 구독자 수가 두 배 이상 증가했다"라고 성과를 강조함. OpenAI 는 지난 8 월 인도에서 5 달러 미만의 ChatGPT Go 플랜을 출시함
  - OpenAI 의 인도네시아 ChatGPT Go 출시는 구글과의 직접적인 경쟁을 예고함. 구글은 9 월 초 인도네시아에서 유사한 가격대의 'AI Plus 구독 플랜(월 75,000 루피아)'을 출시함. AI Plus 는 무료 요금제와 Google 의 상위 유료 요금제(AI Pro/AI Ultra 등) 사이에 위치하며, 신흥시장을 겨냥하여 더 저렴한 비용으로 더 많은 AI 기능을 제공함
  - 업계 관계자는 "OpenAI 와 구글이 동남아시아 시장에서 저가형 AI 서비스 경쟁을 본격화하고 있다"라며 "가격 경쟁력을 바탕으로 신흥시장에서의 점유율 확대를 노리고 있는 것으로 보인다"라고 분석함
  - 현재 ChatGPT Go 는 인도와 인도네시아에서만 이용 가능하며, 향후 다른 국가와 지역에서도 서비스가 확대될 예정임. 전문가들은 저가형 AI 서비스의 등장이 개발도상국에서 AI 기술의 대중화를 가속화할 것으로 전망한다고 밝힘

[태국] 태국 신임 총리 선출과 개각 [75]

- **태국 헌법재판소가 캄보디아 훈센 상원의장과의 통화녹취록 사건으로 프어타이당 패텅탄 총리를 파면하면서 태국 하원은 신임 총리 선거를 단행했음. 직전 프어타이당과 갈등으로 연립정부에서 탈퇴했던 품짜이타이당이 야당인 국민당과 표를 모아 아누틴 찬위라꾼을 제 32 대 태국총리로 추대했음**
  - 아누틴 총리는 국민당과 약속한 개헌을 위해 앞으로 4 개월 정국을 이끈 뒤 내년 1 월 말 의회를 해산하고, 내년 4 월 경 총선을 실시할 것이라고 선언했지만 현지 전문가들은 개헌절차 해석에 일부 다툼이 있어 일정이 다소 지연될 것으로 예상하고 있음
  - 문화부 장관에 싸비다 타이셋(1984 년생) 전 내무부 차관이, 관광체육부 장관에 앗타껀 씨리랏타야껀(1984 년생) 전 농업협동부 장관이 지명되었음

74) 출처 : https://techcrunch.com/2025/09/22/after-india-openai-launches-its-affordable-chatgpt-go-plan-in-indonesia
75) 출처 : https://www.thaipbs.or.th/news/content/356591

- 한편 디지털경제사회부 장관으로는 차이차녹 칫첩(1989 년생)이 지명되었음. 차이차녹 장관은 태국 동북부 지역(이싼) 기반으로 활동하는 정치계 거물 네윈 칫첩의 장남으로, 과거 게임에 몰입해 부리람 유나이티드 이스포츠 팀 등을 이끌었던 이력이 있음
- 태국 현지 언론들은 신임 장관들이 기본적으로 기존 정책을 계승하며 이스포츠, 게임, 디지털인프라 등도 조명을 받을 것으로 전망하고 있음

[호주] 35 년 전통 호주 라디오 시상식 종료 – 디지털 전환 가속화

- **Australian Commercial Radio Awards (ACRA)**
  - 호주는 전통적으로 세계에서 라디오 청취율이 가장 높은 국가 중 하나로 성인의 약 80%가 라디오를 청취할 정도로 산업적 기반이 강했음
  - 1989 년부터 매년 열린 ACRA 는 라디오 업계의 영향력을 보여주는 대표적 행사였음[76)77)]
- **Commercial Radio & Audio (CRA)의 ACRA 영구 폐지 결정**
  - 5 개월 전 2025 년 ACRA 를 취소한다고 발표했던 CRA 는 9 월 25 일 행사 자체는 영구 폐지한다고 발표함
  - 스트리밍과 팟캐스트 등 디지털 오디오의 부상으로 전통 라디오의 영향력이 약화됨에 따른 것이며, 최근 보고서에 따르면 전통 라디오 광고 수익은 정체된 반면, 디지털 오디오 광고 수익은 연간 30% 이상 성장하며 시장 중심이 빠르게 이동하는 것으로 나타남[78)]
  - 이처럼 산업 구조 전환이 기존 관행을 폐지하게 만들면서, 전통 라디오 업계 전반에 큰 충격을 안김[79)]
  - 이번 결정은 단순한 행사 종료가 아니라, 라디오 중심 구조가 해체되고 디지털 오디오 생태계가 새로운 표준으로 자리 잡는 상징적 사건으로 평가됨
  - Mediaweek 는 이를 두고 “ACRAs 의 폐지는 호주 라디오 산업의 새로운 장을 여는 전환점”이라 분석하며, 앞으로 데이터·디지털 오디오 중심의 재편이 가속화될 것으로 전망함[80)]
- **시사점**
  - 한국 역시 전통 라디오 청취율은 감소하고 오디오 스트리밍·팟캐스트가 빠르게 성장하는 추세임
  - 호주의 사례는 산업이 디지털로 전환되면서 기존 구조와 행사 중심 관행이 자연스럽게 힘을 잃는 과정을 보여줌
  - TV 등 다른 전통 매체에도 유사한 변화가 나타날 수 있음을 시사함
  - 따라서 한국 방송사와 콘텐츠 기업에도 디지털 오디오 기반의 제작·유통 전략 강화가 필요함

76) Radioinfo,「The ACRAs off for good」(2025.09.25)
77) Radio Today,「A magical night gone: ACRAs demise sends shockwaves through Australian radio industry」(2025.09.25)
78) Mumbrella,「Digital audio revenue soars as broadcast radio remains flat」(2024.12.10)
79) Mumbrella,「Digital audio revenue soars as broadcast radio remains flat」(2024.12.10)
80) Mediaweek,「What the end of the ACRAs reveals about Australian radio’s next chapter」(2025.09.26)

|그림 23| 2024년 ACRA 현장 (출처: ACRA 공식 홈페이지)

[싱가포르] 말레이시아 통신부, 콘서트 복장 및 행동 규정 지침 발표 81)

- **문화·종교적 가치에 맞는 안전한 공연 환경 조성을 위한 규제 강화**
  - 말레이시아 통신부 산하 '외국인 공연 허가 위원회(Puspal)'가 콘서트 관객과 아티스트를 위한 새로운 복장 및 행동 규정 지침을 발표함. 통신부는 이러한 지침이 안전하고 건전한 공연 문화를 조성하고, 콘서트장이 무질서나 외설의 장소가 되는 것을 막기 위한 목적이라고 밝힘
  - 해당 지침에 따르면 관객들은 선정적이거나 노출이 심한 의상을 피하는 등 적절한 복장을 갖추고, 불쾌한 구호 외치기나 물건 던지기 등 무질서한 행동을 삼가도록 권고받음. 또한 무기, 주류, 마약, 정치적 또는 종교적 표지물 등 반입 금지 품목을 소지할 수 없음
  - 공연 참석자 이외에 공연 주최자도 아티스트에게 말레이시아의 문화, 종교, 법적 규범에 대해 사전 고지해야 함. 아티스트들은 무대 위에서 과도한 노출이 있는 의상을 입거나, 옷을 벗거나, 반대 성별의 옷을 입는 행위 등이 금지되었음
  - 이번 지침은 2023 년 7 월 한 가수의 논란이 된 행동을 계기로 마련됨. 지침에는 가이드라인 위반 시 공연을 즉시 중단시킬 수 있는 '킬 스위치' 메커니즘이 포함되었으며, 2025 년 5 월 31 일 공식 시행 이후 한국 가수 효린의 콘서트에서 한 차례 사용되기도 함

[프랑스] 프렌치 테크(French Tech), 프랑스 혁신을 이끄는 5 대 스타트업 82)

- **프랑스 AI 스타트업 미스트랄(Mistral) AI 가 17 억 유로 투자 유치로 기업가치 117 억 유로(137 억 5 천만 달러)를 달성하며 프렌치 테크83) 최초의 기업가치 100 억달러 이상인 데카콘(décacorne)이 되었음. 2023 년 창립 이후 불과 2 년 반 만에 이룬 성과로, 네덜란드 반도체 장비업체 ASML 이 단독으로 13 억 유로를 투자하는 등**

81) 출처 : https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/new-directive-sets-dress-conduct-rules-for-concerts-in-malaysia
82) 출처 : https://www.lesechos.fr/start-up/ecosysteme/mistral-doctolib-quelles-sont-les-start-up-les-mieux-valorisees-de-la-french-tech-2185110
83) 실리콘 밸리 모델을 벤치마킹하여 정부, 민간이 지원하는 프랑스 스타트업 생태계

유럽 색채가 강한 투자라는 점이 주목받고 있으며, 기존 프렌치 테크 대표주자들을 크게 앞서게 되었음

- 독톨리브(Doctolib)는 2013 년 설립된 의료 예약 플랫폼으로 프랑스, 독일, 이탈리아에서 활발하게 운영 중임. 2022 년 기업가치는 58 억 유로로 평가를 받았으며, 2024 년 연간 매출 3 억 4,800 만 유로를 기록함
- 콘텐츠스퀘어(Contentsquare)는 온라인 사용자 행동 분석을 전문으로 하는 기업으로 2022 년 기업가치 50 억 유로에 도달하였음. 미국 시장 진출과 9 건의 인수합병을 통해 성장하였으며, 최근 미국 스타트업 로리스(Loris) AI 를 인수하였음
- 백마켓(Back Market)은 재생 전자제품 온라인 마켓 플랫폼으로, 2022 년 기업가치 51 억 유로에 도달하며 프렌치 테크 최고 스타트업에 반열에 올랐으나, 이후 인력 감축과 비용 절감을 단행하며 구조조정을 진행하였음
- 콩토(Qonto)는 중소기업 및 자영업자를 위한 핀테크 기업으로 2022 년에 44 억 유로로 가치 평가됨. 2023 년에 흑자 전환을 하며 성장세를 이어가고 있으며, 최근 프랑스 당국에 은행 라이선스 신청을 제출하였음

[독일] 문화국무장관 볼프람 바이머, 디지털 클론 '바이머타르' 공개 [84]

- **문화국무장관 볼프람 바이머(Wolfram Weimer)가 영국 기업 신테시아(Synthesia)의 기술을 활용해 본인을 본뜬 AI 아바타 '바이머타르(Weimatar)'를 제작하여 온라인 영상으로 공개**
  - '바이머타르'는 100 개 언어를 완벽하게 구사할 수 있으며 첫 공개 영상에서는 중국어, 플라망어(벨기에 플란데런 지역에서 쓰이는 네덜란드어 방언), 폴란드어, 프랑스어로 발언했음
  - 영상에서 '바이머타르'는 틱톡(TikTok)의 파괴적 영향, 뮌헨 필하모니커(Münchner Philharmoniker)와 이스라엘 지휘자 라하브 샤니(Lahav Shani) 논란, 폴란드와의 외교적 대화, 아르테(Arte)의 허위정보 대응 등 다양한 주제에 대해 각국 언어로 발언
  - 독일 정부는 이를 통해 "책임 있는 AI 미래 경쟁에서 독일이 선도하고 있다"라는 메시지를 전달하고, 향후 내부 교육 영상이나 성명 발표용으로 활용할 계획이라 밝힘
  - 또한 독일 정부는 이를 실험적 프로젝트로 규정하며, 책임 있는 AI 활용과 디지털 커뮤니케이션의 새로운 가능성을 보여주려 했음
  - 이번 프로젝트는 AI 가 자유롭게 판단하는 것이 아니라 사전에 입력된 데이터와 텍스트를 읽는 수동적·관리형 시뮬레이션임
  - 유사 사례로는 우크라이나 외교부의 디지털 대변인 '빅토리아 시(Viktoria Schi)'와 영국 가수 FKA 트윅스(FKA Twigs)의 팬 소통용 아바타가 있음
  - 알바니아의 에디 라마(Edi Rama) 총리는 이미 챗봇 '디엘라(Diella)'를 '공공조달 장관'으로 임명, 모든 조달 과정을 AI 에 위임한다고 발표
  - 전문가들은 정부가 KI(인공지능) 아바타를 활용하면 현실과 디지털의 경계가 흐려지고, 민주주의 제도의 자동화·형식화로 이어질 수 있다고 우려

84) 출처 : https://www.sueddeutsche.de/kultur/wolfram-weimer-weimatar-ki-avatar-li.3317018

- 이러한 시도는 행정 효율성 제고 및 부패 방지 목적에도 불구하고, 인간과 민주주의 제도의 권한 약화라는 부작용을 낳을 수 있음

[스웨덴] 북유럽 국가들 영화·TV 제작 환경 기준 통합 85)

- **2026 년부터 스웨덴을 포함한 북유럽 국가들이 영화 및 TV 제작 분야에서 공통의 환경 기준(Nordic Ecological Standard, 줄여서 NES)을 도입하기로 했음. 이 새 기준은 제작 과정에서의 환경 영향을 줄이고, 지속 가능성(sustainability), 경쟁력(competitiveness), 회복력(resilience)을 강화하기 위한 구체적 지침들을 제공하는 것을 목표로 함**
  - NES 의 주요 내용 및 적용 범위 : NES 기준은 다음 여섯 개 핵심 분야를 중심으로 구성되며 각각은 제작 현장에서 특히 환경 부담이 큰 요소들임
    - 일반 요건: 환경 기준 전반에 적용되는 기본 규칙들
    - 여행 및 운송: 촬영팀 이동, 장비 수송 등의 교통 관련 영향 최소화
    - 에너지: 촬영 현장의 에너지 사용 효율화, 재생 가능 에너지 활용 등
    - 숙박 및 케이터링: 출연진·스태프 숙박 환경, 식사 제공 방식에서의 지속 가능성 고려
    - 자재 사용: 세트 및 소품 등의 자원 사용 최소화, 친환경 자재 사용 증대
    - 생물 다양성: 촬영 장소 주변 자연환경 보호, 생태계에 미치는 영향 체크 등
  - NES 의 개발은 북유럽의 여러 영상 기관들과 Nordisk Film & TV Fond 등이 공동으로 시작했으며, 여러 국가의 전문가들과 업계 관계자들이 참여해 작성되었음. 이 기준안은 독일 및 오스트리아 등의 기존 국가별 환경 기준을 참고하되, 북유럽 고유의 촬영 환경과 기후, 산업 구조 등을 고려해 현지화되었음
  - 또한 NES 는 북유럽 각 국의 정부 간 협력 및 Nordiska ministerrådet(북유럽 각료위원회)가 설정한 2030 년까지 "세계에서 가장 지속 가능하고 통합된 지역"이 되겠다는 목표와도 궤를 같이 함. 스웨덴, 노르웨이, 덴마크, 핀란드, 아이슬란드 등 북유럽 지역의 다양한 영화·TV 관련 기관, 프로듀서 단체, 방송사 등이 NES 도입에 참여했음
  - NES 도입으로 인해 제작 업계의 환경 부담이 감소 되리라는 기대를 할 수 있으며, 교통, 에너지, 소재 사용 등이 표준화됨으로써 환경 오염 및 탄소 배출이 줄어들 것으로 보임. 환경 기준을 갖춘 제작은 글로벌 시장에서 점점 중요해지는 조건이며 NES 인증이 있을 경우 국제 공동 제작이나 유럽 혹은 기타 지역에서의 배급에서 유리하게 작용할 수 있어 국제 경쟁력이 커질 수 있음. 또한, 제작자, 촬영팀, 스태프, 후반 작업 관련 업체 등이 환경 기준을 고려한 작업 방식을 보편화하게 될 가능성이 큼
  - 도전 과제는 비용 및 인프라 구축임. 친환경 자재, 에너지 절감 장비, 지속 가능한 케이터링 서비스 등은 초기 비용이 더 들 수 있으며, 특히 소규모 제작사나 독립 제작에는 부담될 수 있음
  - 지속적 업데이트와 평가 시스템 필요함. 기술 변화, 환경 과학의 진보 등에 맞춰 기준을 정기적으로 업데이트하고, 실제 제작 현장에서 얼마나 지켜지는지 평가하고 감시하는 체계가 요구됨. NES 기준도 이미 "지속적으로 평가되고 업데이트됨"이라는 조항을 포함하고 있음. 또한 현지화의 복잡성이 문제가 될 수 있음. 기후,

85) 출처 : https://pressroom.filminstitutet.se/posts/blogposts/nes---en-gemensam-nordisk-miljostandard-for-h

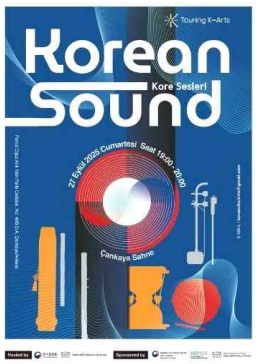
인프라, 제작 환경 등이 나라마다 다르기 때문에 동일한 표준을 적용하더라도 유연성이 필요함

- NES 의 도입은 북유럽 영화·TV 제작 업계가 환경보호와 지속 가능성을 단순한 '추가 고려사항'이 아닌 제작의 핵심 요소로 인식하기 시작했다는 증거임. 이제 본격적으로 운영이 시작되면, 북유럽이 그린 콘텐츠 제작과정에서의 선도 모델이 될 가능성이 매우 높아 보임
- NES 는 지속 가능성, 경쟁력, 지역 간 협력을 하나로 묶는 기준으로, 업계 전반에 걸쳐 실질적 변화를 가져올 잠재력을 지니고 있음. 제작 현장에서 환경을 보존하면서도 예술성과 효율성을 유지하는 방식이 어떻게 안착될지, 그리고 그것이 다른 지역(유럽 혹은 전 세계)의 유사한 기준 도입에 어떤 영향을 미칠지 주목됨

|그림 24| 그림 34 핀란드-벨기에 TV 시리즈 Transport의 촬영

[튀르키예] 9 월 27 일 주튀르키예한국문화원 〈코리안 사운드〉 콘서트 개최 86)

- **주튀르키예한국문화원은 9 월 27 일(토) 앙카라에서 〈코리안 사운드〉 콘서트를 개최할 예정임**
  - 콘서트는 저녁 7 시부터 8 시까지 찬카야 사흐네(Çankaya Sahne)에서 진행됨
  - 한국 문화 소개 및 문화적 인식 증대를 목적으로 한 본 공연에서는 전통 및 현대 한국 음악이 연주될 것임
  - 아울러 행사 중 한국 음식을 무료로 제공하여 한국의 미식 문화를 체험할 기회를 제공할 예정임
  - 본 공연은 무료 개방형 공연으로 선착순 입장 정책을 적용함



|그림 25| 공연 포스터

86) 출처 : https://www.ankaranethaber.com/ankarada-kore-ruzgari-esecek

[이탈리아] K-인플루언서 페스티벌 2025 개최 [87]

- **주이탈리아 한국문화원은 한국 콘텐츠를 알리고 있는 현지 인플루언서를 초청, 현지 대중을 대상으로 한 토크쇼, 워크숍, 한국 문화 체험 프로그램 등을 마련, 다채로운 경험을 제공함**
  - 방문객들은 문화원 내에 설치된 부스에서 직접 인플루언서들과 소통할 수 있었고, 인플루언서들은 서로 간 네트워킹을 할 수 있었음
  - 행사 전일은 초청 인플루언서들만을 위한 비공개 한국 문화 체험 프로그램도 진행되었으며, 익일 진행된 본행사는 오전 10 시부터 저녁 8 시까지 다양한 체험, 워크숍 등을 통해 풍성한 경험을 제공함

[멕시코] 북부 멕시코 요식업자들, 음악 사용료 과다 청구에 항의 [88]

- 멕시코 북부의 여러 요식업자들과 사업자들이, 자영업장 내 음악 사용과 관련해 과도한 저작권료가 부과되고 있다며 강하게 반발하고 있음
- 반면, 멕시코의 대표 저작권 관리 기관인 멕시코 작가·작곡가 협회(SACM)는 자국의 수많은 작곡가들이 음악 사용료로 수익을 얻어야 하는 만큼 합법적인 징수 활동을 진행하고 있다는 입장임
- 그럼에도 북부 지방의 상공인 단체들은 이러한 징수가 부당하고 임의적이며, 심지어 협박에 가까운 방식으로 이뤄지고 있다고 주장함
- 문제는 씨우닫 후아레스(Ciudad Juárez) 지부의 상공회의소에서 촉발되었는데, 이들은 멕시코 지식재산청(IMPI)이 멕시코 작가·작곡가 협회(SACM)를 대리하여 불법적인 단속과 과도한 요금 요구를 하고 있다고 주장함
- 일부 영업장은 최대 12 만 페소(약 915 만 원)까지 청구를 받았으며, 이를 지불하지 않으면 법적 절차가 개시된다는 통보를 받기도 함
- 이같은 문제 제기에 대해 클라우디아 셰인바움 대통령은, 내무부와 IMPI, SACM 간의 삼자 대화를 통해 갈등을 조율하라고 지시함
- 관련 기관들은 기자회견을 열고 영업장 규모, 음악 사용 방식, 고용 규모 등을 고려한 합리적 요금 체계 마련에 합의했고, 지속적인 협의체 운영 및 회원 대상 교육도 함께 진행될 예정이라고 전함
- 한편 SACM 은 전 세계 500 만 명 이상의 작곡가를 대표하며, 이 중 멕시코 작곡가 39,000 여 명의 가족들의 생계를 책임지고 있다고 주장함
- SACM 의 총 수익은 연간 2 억 2,600 만 달러(약 3,175 억원)로 이 중 93%는 디지털·전통 미디어를 통한 수익이며, 사업장 내 음악 사용에 따른 수익은 7%에 불과하다고 밝힘

87) 출처 : https://www.2duerighe.com/rubriche/2-mondi/189006-si-e-svolto-in-italia-il-k-influencer-festival-2025.html?amp=1
88) 출처 : https://elpais.com/mexico/2025-09-24/empresarios-restauranteros-del-norte-de-mexico-reclaman-cobros-excesivos-por-uso-de-musica-en-sus-establecimientos.html

- 또한 일부 아티스트가 겨우 25 센트짜리 정산 수표를 받거나, 심지어 유명 가수인 후안 가브리엘(Juan Gabriel)조차 한 해 동안 단 22,000 페소(약 168 만 원)만을 벌었다는 예시를 들며, 수익 구조의 불균형 문제가 존재한다는 점을 토로함
- 이러한 상황은 음악 사용 수익이 디지털 플랫폼에 집중되고, 실질적 수혜가 특정인에게 편중된 구조 때문이라는 비판도 낳고 있음
- 보고에 따르면 멕시코는 전 세계 저작권료 수익 13 위, 라틴 아메리카 1 위이며, 1 인당 연간 38 페소(약 2,900 원)의 저작권료를 부담하고 있어 세계 평균(40 페소)과 거의 비슷한 수준임
- 특히, 디지털 부문 수익에서 멕시코가 전체 라틴 아메리카의 50%를 차지할 정도로 급성장하고 있다는 점도 강조됨
- 이처럼 이번 사안은, 음악을 활용한 서비스의 공공성과 창작자의 권리 보호 간의 균형을 어떻게 맞출 것인가에 대한 중요한 쟁점을 드러내고 있음

[브라질] 듀오링고, 브라질 내 한국 문화 인기 반영 한국어 강좌 출시·'듀오라마' 캠페인 진행 [89]

포르투갈어 사용자를 위한 한국어 과정 출시

- 무료로 외국어 학습 서비스를 제공하는 듀오링고(Duolingo)가 포르투갈어 사용자를 대상으로 한 한국어 과정을 공식 출시함. 그동안 한국어 과정은 영어 사용자 전용으로만 제공되었으나, 브라질 내 한국어 학습 수요 증가에 따라 이번에 포르투갈어 사용자 대상 과정이 출시됨
- 포르투갈어 판 출시 전에도 한국어 학습 수요는 전년 대비 105% 이상 증가했음. 이는 K 드라마와 K 팝 열풍의 직접적 결과로 분석됨

K 드라마 기반 캠페인 '듀오라마' 진행

- 한국어 과정 출시와 동시에 듀오링고의 마스코트 부엉이 '듀오(Duo)'를 주인공으로 한 K 드라마 형식의 캠페인 **'듀오라마(Duorama)'**가 진행됨. 이 프로젝트는 브라질 현지 광고대행사 조타콤(Jotacom)이 기획한 것으로, SNS 에서 로맨틱 코미디 스타일의 짧은 에피소드가 연재됨
- 팔로워들이 댓글로 스토리 전개에 직접 참여할 수 있도록 하여 높은 상호작용을 이끌어 냄. 학습자와 팬덤을 연결하는 새로운 방식으로 주목받음

아시아 대중문화 인플루언서와의 협력으로 한국 문화 팬덤과 소통 강화

- 캠페인에는 아시아 대중문화 인플루언서 빅터 한(Victor Han)과 타이스 미도리(Thais Midori)가 합류함. 이를 통해 K 팝·K 드라마·K 뷰티 팬층과의 소통이 강화되었으며, 이는 단순 언어교육을 넘어 문화적 경험으로까지 확장되는 전략적 움직임으로 이어짐

문화·엔터테인먼트·언어교육의 결합

- 듀오링고는 단순 언어 과정 제공을 넘어 문화와 엔터테인먼트를 결합해 학습 동기를 유지시키고 있음.

89) 출처 : https://mundodomarketing.com.br/duolingo-aposta-em-dorama-para-divulgar-curso-de-coreano-no-brasil

특히 '듀오라마'는 학습자가 선호하는 K 드라마 서사를 활용해 흥미를 유발하고, 언어와 문화를 동시에 체득할 수 있도록 설계된 대표적 사례임

- **브라질 한류 팬덤과의 접점 강화**
  - 한국어 과정 출시와 '듀오라마' 캠페인은 브라질의 한류 확산과 맞물려 있음. 브라질은 라틴아메리카 최대 한류 콘텐츠 소비국으로 평가됨
  - K 드라마, K 팝, K 뷰티의 인기가 언어 학습 수요 증가로 이어지고 있으며, 듀오링고는 이를 전략적으로 반영함. 이번 사례는 한국어 학습을 한류 팬덤과 연결 시키며, 브라질 내 아시아 언어 학습 수요 확대의 중요한 전환점이 될 것으로 기대됨
  - 듀오링고의 아날리지아 마르틴스(Analigia Martins) 브라질 마케팅 총괄은 "한국어는 브라질에서 가장 수요가 많은 언어 중 하나이며, 이는 K 드라마와 K 팝의 폭발적 인기에 기인한다"라고 밝히며, "듀오링고는 소셜미디어에서 학습자들의 요청을 면밀히 모니터링하고 있으며, 중국어·일본어·한국어는 수년간 가장 많이 요구된 언어였다"라고 설명함

|그림 26| 듀오링고의 마스코트 '듀오(Duo)'를 활용한 '듀오라마' 캠페인

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('25.8 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	o 빌보드 Hot 100 - (35 위) ROSE & Bruno Mars (APT.) - (53 위) BLACKPINK (Jump) - (53 위) JEONGYEON, JIHYO & CHAEYOUNG of TWICE (Takedown) - (57 위) Twice (Strategy) o 빌보드 200 - (3 위) TOMORROW X TOGETHER (The Start Chapter : Together) - (10 위) BTS (Permission To Dance On Stage - Live) - (25 위) Twice (This Is For) - (68 위) ATEEZ (GOLDEN HOUR:Part.3(EP)) - (168 위) ROSE (Rosie) o 스포티파이 Weekly Top Songs USA - (30 위) JEONGYEON, JIHYO & CHAEYOUNG of TWICE (Takedown) - (37 위) TWICE (Strategy((from the Netflix film Kpop Demon Hunters)) - (51 위) BLACKPINK (JUMP) - (52 위) Jimin (Who) - (99 위) ROSE & Bruno Mars (APT.) - (144 위) The Weeknd, JENNIE, Lily-Rose Depp (One Of The Girls) o 스포티파이 Weekly Top Albums USA - (113 위) TWICE (THIS IS FOR) - (173 위) Jimin (Muse)	o Netflix - (9 위) Bon Appétit, Your Majesty		o Webtoon - (6 위) Tears on a Withered Flower - (7 위) Rules for dating trash - (8 위) The Remarried Empress

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
동북아	중국	o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 - (1 위) XOXZ (IVE) - (2 위) JUMP (BLACKPINK) - (3 위) Dirty Work (aespa) - (6 위) Upside Down (CHANYEOL) - (7 위) CEREMONY (Stray Kids) - (8 위) Killin' It Girl (feat.GloRilla) (Clean Ver.) (j-hope/GioRilla) - (9 위) Baby Blue (NCT WISH)		o 17173 PC 게임 인기 - (1 위) 던전앤파이터 - (4 위) 리니지 - (11 위) 크로스파이어 - (13 위) 운명방주 - (14 위) Aion - (15 위) 블레이드&소울 - (16 위) 메이플스토리 - (17 위) MU Online o 17173 모바일게임 인기 - (1 위) 전투파검령(블레이드 앤 소울 모바일) - (5 위) 메이플스토리 모바일 - (8 위) 검은사막 모바일 - (9 위) 크로스파이어 모바일	o 콰이칸웹툰 - (10 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐
	일본	o 오리콘차트(8 월) 1) 주간 합산싱글랭킹(8 월 3 주) - (1 위) BOYNEXTDOOR (BOYLIFE COUNT To Love) 2) 주간 합산앨범랭킹(8 월 3 주) - (3 위) TWICE (THIS IS FOR) - (6 위) TOMORROW XTOGETHER(The Star Chapter:TOGETHER) - (7 위) RIIZE (ODYSSEY) - (10 위) Metro Love (PARK YUCHUN) 3) 월간 앨범 랭킹(8 월) - (1 위) Stray Kids (KARMA) - (2 위) TWICE (ENEMY) - (4 위) TOMORROW XTOGETHER(The Star Chapter:TOGETHER) - (6 위) BOYNEXTDOOR(No Genre) - (7 위) NCT DREAM (Go Back To The Future)	o 넷플릭스 KIDS SHOWS 인기 랭킹 - (6 위) 베베핀(Bebefinn)	o 온라인게이머,인기순위 - (5 위) 라그나로크 온라인	o 라인망가 - (1위) 나 혼자만 레벨업 - (2위) 시든 꽃에 눈물을 - (3위) 흔한 빙의물인 줄 알았다 - (4위) 입학용병 - (5위) 아카데미의 천재칼잡이 - (6위) 재혼 황후 - (9위) 참교육 - (10위) 버려진 나의 최애를 위하여 o 픽코마 스마툰 - (1 위) 갓 오브 블랙필드 - (2 위) 픽 미 업! - (4 위) 말렙 영운님 께서 귀환 하신다! - (8 위) 황제와 함께 타락하겠습니다 - (9 위) 일코하는 황녀님

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
동남아	인도네시아	o 유튜브 뮤직 - (7 위) HUNTR/X, (Golden) - (10 위) Saja Boys (Soda Pop) - (33 위) Saja Boys (Your Idol) - (55 위) 블랙핑크 (뛰어) - (60 위) 하츠투하츠 (STYLE) - (66 위) HUNTR/X (How It's Done) - (88 위) Rumi, Jinu, EJAE, Andrew Choi (Free) o 스포티파이 뮤직 - (69 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (96 위) HUNTR/X (Golden)	o 넷플릭스 오늘 TOP 10 – TV - (1 위) 폭군의 셰프 - (2 위) 에스콰이어: 변호사를 꿈꾸는 변호사들 - (5 위) 애마 - (7 위) 트리거 o 아마존 프라임의 TOP 10 – TV - (3 위) 견우와 선녀 - (4 위) 굿보이 - (7 위) 내 남편과 결혼해줘 o Viu(뷰)의 TOP 10 - (3 위) 내 여자친구는 상남자 - (4 위) 첫, 사랑을 위하여 - (9 위) 청담국제고등학교 2	o 구글플레이스토어 - (16 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 모바일 - (36 위) 라인 Let's Get Rich (모두의 마블) - (54 위) 루나 M : ID - (71 의) 로드나인 : 인피니트 클래스 - (85 위) 라그나로크 M : 클래식 - (94 위) 메가 히트 포커 : 텍사스 홀덤 o 애플앱스토어 - (5 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 모바일 - (19 위) 씰 M - (30 위) 라인 Let's Get Rich (모두의 마블) - (40 위) 에픽세븐 - (45 위) 라그나로크 오리진 글로벌 - (54 위) 서머너즈워 X TEKKEN 8 - (55 위) 메이플스토리 M: 판타지 MMORPG - (64 위) 쿠키런: 오븐브레이크 - (65 위) 나 혼자만 레벨업:어라이즈 - (77 위) 쿠키런: 킹덤 - (86 위) MLB 퍼펙트 인닝 25 - (87 위) 일곱 개의 대죄	o 라인웹툰 - (1 위) 울어 봐, 빌어도 좋고 - (2 위) 이혼 전략 - (3 위) 재혼 황후 - (4 위) 세레나 - (5 위) 일렉시드 - (7 위) 놀이감 - (8 위) 결혼은 당신 형과 - (9 위) 쓰레기의 법칙 - (10 위) 흔한 빙의물인줄 알았다 - (11 위) 입학용병 - (12 위) 소녀의 세계 - (13 위) 이 결혼은 어차피 망하게 되어 있다 - (14 위) 19 년 지기의 하룻밤 - (15 위) 킬러 배드로 - (16 위) 옆집에 호랑이가 산다 - (17 위) 참교육 - (18 위) 베이비 폭군 - (19 위) 버려진 나의 최애를 위하여 - (20 위) 대리 신부 - (21 위) 외모지상주의 - (22 위) 황제의 아이를 숨기는 방법 - (23 위) 언니, 이번 생엔 내가 왕비야 - (24 위) 시한부인 줄 알았어요! - (25 위) 문제적 왕자님 - (26 위) 엄마가 계약결혼했다 - (27 위) 못 잡아먹어서 안달 - (28 위) 대리황후지만 첫날밤을 보내버렸다 - (29 위) 나쁜사람
	베트남	o 베트남 스포티파이 탑 50 - (1 위) JungKook (Seven) - (5 위) JungKook (3D) - (21 위) Jin (Don't Say You Love Me) - (34 위) Jimin (Who) - (44 위) V, Park Hyo Shin (Winter Ahead) - (49 위) JungKook (Standing Next to You) o Zing 차트 – Kpop 차트 - (1 위) HUNTRIX (Golden) - (2 위) BLACKPINK (JUMP) - (3 위) Saja Boys (Soda Pop) - (4 위) ALLDAY PROJECT (FAMOUS) - (5 위) WOODZ (Drowning)	o 넷플릭스 TV 탑 10 - (1 위) 폭군의 셰프 - (3 위) 에스콰이어: 변호사를 꿈꾸는 변호사들 - (6 위) 애마		

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		o 빌보드 베트남 핫 100 - (4 위) JungKook (Seven) - (14 위) JungKook (3D) - (16 위) Saja Boys (Soda Pop) - (17 위) LISA (Dream) - (19 위) HUNTRIX (Golden) - (34 위) BLACKPINK (JUMP) - (36 위) ROSÉ, Bruno Mars (APT) - (42 위) Jin (Don't Say You Love Me) - (66 위) Jimin (Who) - (69 위) BTS (Dynamite) - (82 위) JENNIE, Lily-Rose Depp, The Weeknd (One Of The Girls) - (97 위) JENNIE (like JENNIE) - (98 위) JungKook (Standing Next to You)			
	태국	o 태국 스포티파이 탑 100 (8 월 3 주차) - (4 위) JENNIE - like JENNIE - (16 위) Jimin - Who - (18 위) Jung Kook - 3D - (20 위) Jin - Dont's Say You Love Me - (30 위) LISA - Dream - (36 위) TEN - STUNNER - (40 위) LISA - Rockstar - (89 위) Jung Kook - Seven	o 넷플릭스 TV 탑 10 (8 월 2 주차) - (7 위) 에스콰이어: 변호사를 꿈꾸는 변호사들 - (8 위) 트리거		o 라인웹툰 탑 10 (8.20) - (1 위) 놀이감 - (2 위) 시든 꽃에 눈물을 - (4 위) 쓰레기의 법칙 - (5 위) 킬러 배드로 - (6 위) 별정직 공무원 - (7 위) 참교육 - (8 위) 역대급 영지 설계사 - (10 위) 나혼자 탑에서 농사

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
유럽	프랑스	o 유튜브 음악차트 100 - 8 월 첫째주: (9 위) 헌트릭스 (Golden) (14 위) 로제 (APT.) (16 위) 블랙핑크 (뛰어) (22 위) 사자보이즈 (Soda pop) (54 위) 사자보이즈 (Your Idol) - 8 월 둘째주: (7 위) 헌트릭스 (Golden) (13 위) 사자보이즈 (Soda pop) (15 위) 로제 (APT.) (18 위) 블랙핑크 (뛰어) (51 위) 사자보이즈 (Your Idol) - 8 월 셋째주: (6 위) 헌트릭스 (Golden) (13 위) 사자보이즈 (Soda pop) (17 위) 로제 (APT.) (20 위) 블랙핑크 (뛰어) (33 위) 헌트릭스 (How's it's done) (36 위) 사자보이즈 (Your Idol) (86 위) 헌트릭스 (Free) - 8 월 넷째주: (5 위) 헌트릭스 (Golden) (12 위) 사자보이즈 (Soda pop) (19 위) 블랙핑크 (뛰어) (21 위) 로제 (APT.) (32 위) 스트레이 키즈 (Ceremony) (37 위) 사자보이즈 (Your Idol) (40 위) 헌트릭스 (How's it's done) (93 위) 헌트릭스 (Free) (95 위) 헌트릭스 (What it sounds like) o 유튜브 인기아티스트 100 - 8 월 첫째주: (18 위) KpopDemon hunter's cast (35 위) 블랙핑크 (50 위) 헌트릭스 (57 위) 스트레이 키즈 (66 위) EJAE	o 넷플릭스 : 8 월 첫째주: (10 위) 오징어게임 시즌 3 8 월 넷째주: (10 위) 폭군의 셰프	o 애플앱스토어 매출 100 위 - (18 위) 배틀그라운드모바일 - (35 위) 서머너즈 워 X TEKKEN 8 o 구글플레이 매출 100 위 - (27 위) 배틀그라운드모바일 - (36 위) 서머너즈 워 X TEKKEN 8 - (78 위) 서머너즈 워 러시	o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 5 - (1 위) 아씨는 왜 덕쇠를 괴롭힐까 - (3 위) 개짓 - (5 위) 흔한 빙의물인줄 알았다 o 레진 프랑스 웹툰 TOP 5 - (1 위) 이번 생은 가주가 되겠습니다 - (2 위) 결혼장사 - (3 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (4 위) 황제의 아이를 숨기는 방법 - (5 위) 사랑받는 언니가 사라진 세계

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		- 8 월 둘째주: (13 위) KpopDemon hunter's cast (38 위) 헌트릭스 (40 위) 블랙핑크 (55 위) EJAE (66 위) 스트레이 키즈 (76 위) 사자 보이즈			
중동	UAE	o 스포티파이 Daily Top Song 50 - (1 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (2 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Golden) - (4 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Soda Pop) - (8 위) 캣츠아이 (Gabriela) - (9 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Your Idol) - (13 위) 케이팝 데몬 헌터스 (How it's Done) - (17 위) 케이팝 데몬 헌터스 (What It Sounds Like) - (19 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Takedown) - (20 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Free) - (24 위) 로제, Bruno Mars (아파트) - (32 위) 제니, The Weekend (One of The Girls) - (43 위) 블랙핑크 (뛰어) o 앙가미 차트 International 50 - (2 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (5 위) 케이팝데몬헌터스 (Soda Pop) - (6 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (10 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (12 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (15 위) 케이팝데몬헌터스 (What It Sounds Like) - (17 위) 케이팝데몬헌터스 (Takedown) - (24 위) 케이팝데몬헌터스 (Free) - (45 위) 캣츠아이 (Gabriela)	o 넷플릭스 UAE TOP 10 Show - (1 위) 폭군의 셰프 - (6 위) 에스콰이어 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (1 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (3 위) PUBG Mobile	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
	사우디	o 스포티파이 Daily Top Songs 50 - (1 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (8 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Golden) - (14 위) Katseye (Gabriela) - (37 위) 진 (Running Wild) - (40 위) 제니, The Weekend (One of The Girls) o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (1 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (14 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (16 위) 캣츠아이 (Gabriela) - (20 위) 제니 (like JENNIE) - (26 위) 제니, The weekend (One of the Girls) - (38 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (40 위) 케이팝데몬헌터스 (SodaPop) - (43 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done)	o 넷플릭스 사우디 TOP 10 - (1 위) 폭군의 셰프 - (7 위) 에스콰이어 o 넷플릭스 사우디 TOP 10 Movie - (4 위) 케이팝 데몬 헌터스 - (10 위) 고백의 역사	o 애플앱스토어 Top Grossing - (1 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (1 위) PUBG Mobile	
	카타르	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (2 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (5 위) 케이팝데몬헌터스 (SodaPop) - (8 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (11 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (14 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (18 위)케이팝데몬헌터스 (What It Sounds Like) - (21 위) 케이팝데몬헌터스 (Takedown) - (28 위)케이팝데몬헌터스 (Free) - (45 위) 캣츠아이 (Gabriela)	o 넷플릭스 카타르 TOP 10 - (1 위) 폭군의 셰프 - (5 위) 에스콰이어 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (1 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (1 위) PUBG Mobile	
	이집트	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (9 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (26 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (36 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (37 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (39 위) 케이팝데몬헌터스 (Soda Pop)	o 넷플릭스 이집트 TOP 10 - (4 위) 폭군의 셰프 - (8 위) 에스콰이어 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (1 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (4 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (1 위) PUBG Mobile	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
	모로코	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (41 위) 로제, 브루노마스 (APT.)	o 넷플릭스 모로코 TOP 10 - (2 위) 폭군의 셰프 - (7 위) 에스콰이어 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (3 위) 케이팝 데몬 헌터스 - (8 위) 고백의 역사	o 애플앱스토어 Top Grossing - (3 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (4 위) PUBG Mobile	

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현지에서 공개되는 주요 차트 순위를 한국콘텐츠진흥원 해외거점에서 수시 모니터링을 통해 국가별, 분야별 차트 유무, 발표 시점 및 주기 등을 종합적으로 고려 · 집계하여 월간 단위로 정리한 것입니다.

※ 본 자료 작성 취지는 현지에서 인기를 얻는 특정 콘텐츠, 아티스트의 정확한 순위 보다는 전반적인 한류콘텐츠의 인기유지 및 점유 정도 등에 대한 경향성을 보기 위함이므로 참고용으로만 활용하시기 바랍니다.

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