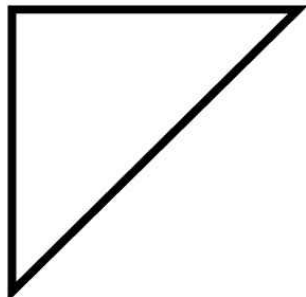


—
태국
콘텐츠
산업동향

Content Industry
Trend of Thailand

20

19





태국 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF THAILAND

2019년 9호

구분(장르)

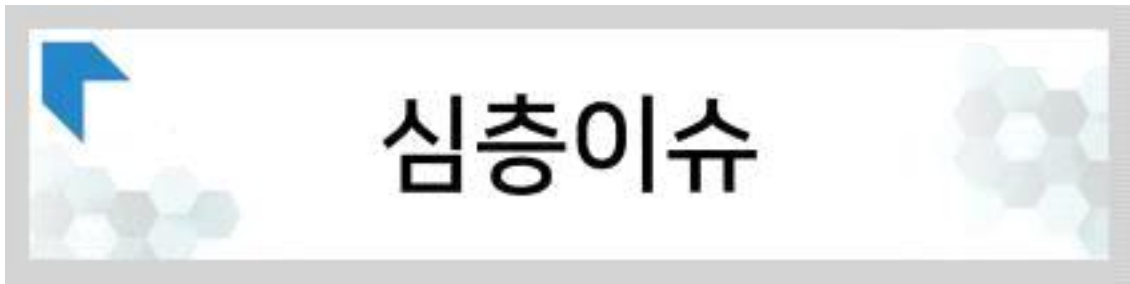
제 목

Key Word

<p>심층이슈</p>	<p>▶ 『태국 한류 현황』 ⇒ 한국과 태국의 2018년 교역액은 126억 7,200만 달러에 이를만큼 양국은 밀접한 관계를 지니고 있으며 K-pop을 비롯한 다양한 분야에서 한류가 큰 영향력을 발휘하고 있음. 동남아시아에서 말레이시아 다음으로 높은 가처분소득 수준을 가지고 있으며, 국경을 접하고 있는 미얀마, 라오스, 캄보디아, 말레이시아 등 이웃 국가에 미치는 경제적, 문화적 영향력이 매우 크며 동남아시아 중심에 위치한 지정학적 위치로 인하여 해당 권역의 허브 국가 역할을 하고 있음. 이에 따라 태국에 미치는 한류의 영향력이 태국 내에서만 그치는 것이 아니라 주변국으로의 파급력이 매우 크게 나타나고 있어 지역 허브 국가로써 태국 내 각 분야에서의 한류를 살펴보고자 함</p>	<p>태국 한류 한국콘텐츠</p>
-------------	---	----------------------------

2019. 11. 25.

한국콘텐츠진흥원
인도네시아 비즈니스센터



『태국 한류 현황』

◎ 작성취지

- 한국과 태국의 2018년 교역액은 126억 7,200만 달러에 이를만큼 양국은 밀접한 관계를 지니고 있으며 K-pop을 비롯한 다양한 분야에서 한류가 큰 영향력을 발휘하고 있음. 동남아시아에서 말레이시아 다음으로 높은 가처분소득 수준을 가지고 있으며, 국경을 접하고 있는 미얀마, 라오스, 캄보디아, 말레이시아 등 이웃 국가에 미치는 경제적, 문화적 영향력이 매우 크며 동남아시아 중심에 위치한 지정학적 위치로 인하여 해당 권역의 허브 국가 역할을 하고 있음. 이에 따라 태국에 미치는 한류의 영향력이 태국 내에서만 그치는 것이 아니라 주변국으로의 파급력이 매우 크게 나타나고 있어 지역 허브 국가로써 태국 내 각 분야에서의 한류를 살펴보고자 함

◎ 작성순서

- 태국 - 한국 교류 관계
- 태국 내 한류 현황

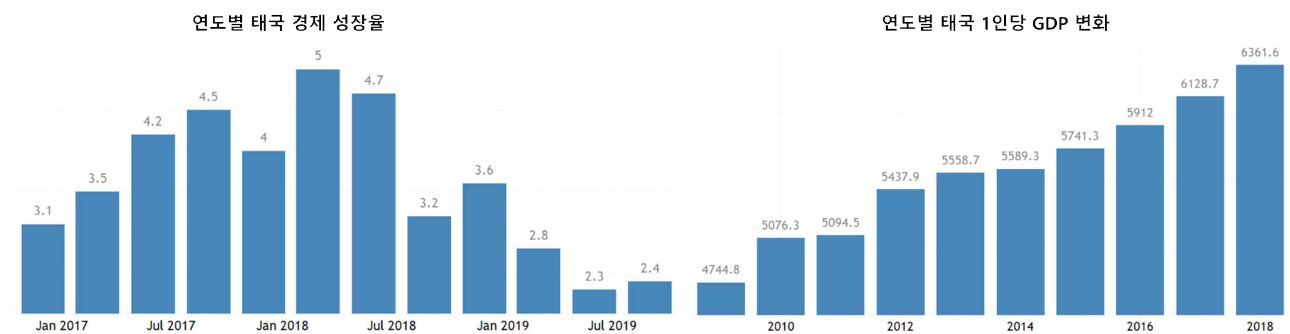
1. 태국 - 한국 교류 관계

● 태국 경제 개요

- 2018년 태국은 4.6%의 견고한 경제성장률을 기록한데 이어 2019년에도 3.9%대의 성장을 이어갈 것으로 전망. 수출과 외국 관광객의 증가세가 유지되고 있으며, 태국 정부가 추진하고 있는 태국 4.0 정책¹⁾ 추진에

- 따라 민간 투자 확대, 대형 프로젝트 발주에 따른 공공 부문의 투자 확대가 지속적인 경제 성장을 견인할 것으로 예상하고 있음
- 태국은 아세안 10개국에서 인구 대국 인도네시아에 이은 제2위의 경제 대국으로 인도차이나 반도 내에서 태국 바트(Baht)화 경제권을 주도하고 있으며, 이웃 국가인 라오스, 캄보디아, 미얀마와의 무역 거래 시 태국 통화인 바트화로 결제를 인정하고 있음
 - 태국은 거시 경제의 기본이 양호한 편으로 전세계적으로 보호무역주의가 확산함에 따라 수출이 둔화하는 대내외적인 위험환경에도 불구하고 견고한 성장이 전망되고 있음. 태국의 3대 산업은 제조업, 관광, 농업으로 동남아시아 권역 내 최대의 제조업 기반을 활용하여 자본재 및 부품 소재에서 폭넓은 글로벌 밸류체인을 구축하고 있어 외자 기업의 자동차 및 전자 제품의 생산 및 수출 기지를 담당하고 있음. 특히 태국은 동남아시아의 디트로이트로 불릴 정도로 아세안 최대의 자동차 생산 국가로 GDP의 약 12%를 차지하는 국내 최대 산업으로 자리매김하고 있으며 완성차 18개사, 1차 벤더 700여 개사, 2~3차 벤더 1,700여 개사가 생산에 참여하고 있음

[표 1] 태국 연도별 경제 성장률(좌) 및 GDP 변화(우)



※ 출처 : 세계은행 (2019)

- 태국은 모바일 퍼스트(Mobile First) 국가로 2017년 기준 휴대폰 가입자가

1) Thailand 4.0, 중진국 함정 탈출을 위한 태국 정부의 중장기 국가 발전 계획으로 경제·사회 전반에 ICT 기술을 적용하여 미래산업(스마트산업), 스타트업(스마트기업), 인적 자본(시마트피플), 인프라(스마트시티) 구축을 추진하고 있음

1억 2,153만명(보급율 175.9%)으로 인터넷 가입자 4,519만 명(보급율 65.4%)보다 많으며 2016년부터 4G LTE 서비스를 제공하고 있어 원활한 ICT 인프라를 보유하고 있음. 또한 태국 4.0과 디지털 이코노미(Digital Economy) 정책 추진, ICT에 기반을 둔 스타트업 육성, 해저 케이블 설치 확대, 클라우드 및 빅데이터 등의 신규 플랫폼 도입으로 ICT 시장이 확대하는 추세에 있음

● 태국 한국 교류 관계

- 한국-아세안 지역 FTA는 2007년 태국이 제외된 상태에서 체결되었다가 태국과는 2010년 1월부터 발효되었으며, 이에 따라 양국 간 무역 규모가 급증하여 2017년에는 수출 \$74억 6,700만 달러, 수입 \$52억 500만 달러를 기록. 태국은 한국의 20위 교역국, 한국은 태국의 10위 교역국이며 해외 투자 규모에 있어서는 한국의 약 20위권 투자국임
- 한국의 대태국 주요 수출제품은 철강, 석유화학제품, 전자부품, 비철금속제품, 정밀화학제품등으로, 일반 소비자가 접할 수 있는 제품군으로써는 한국산 신선과일류, 생활용품 등이 20위권 내에 드는 품목임. 한국의 대태국 최대 수입 품목은 전자부품과 산업용 전자제품을 필두로 농산물, 임산물, 석유화학제품, 가정용 전자제품 등이 대태국 수입 제품의 주종을 이루고 있음
- 제조업을 중심으로 도소매, 서비스업, 운성/물류/관광, 금융 등 400여개의 한국 기업이 현지에 진출하여 태국 내 한류 전파의 기본 인프라가 되고 있으며 최근에는 제조업 이외에 각종 서비스업들이 진출하여 좋은 반응을 얻고 있음
- 태국 4.0 정책의 상생협력과 동반 성장을 위해 한국-태국 제4차 산업 협력 플랫폼 구축 제안을 검토 중에 있으며, 10대 미래산업 협력, 스타트업 교류(한-태 스타트업 협력 센터 개소), 인적 자원 개발, 인프라 협력 등의 분야에서 활발하게 교류를 이어가고 있음. 양국의 관련 부처 및 기관이 직접 참여하는 KO-Thai 4.0 협력위원회 및 사무국 설치를 통해 실질적인 플랫폼을 구성하고 있으며 정부, 지자체, 기관, 기업 간에 기 체결한 의제들의 이행이 이루어지고 있음

2. 태국 내 한류 현황

● 태국 내 한국에 대한 인식

- 태국에서는 약 78.6%가 한국에 대하여 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 조사되고 있으며, 특정 인식을 묻는 질문에는 <경제적으로 선진국이다, 76.8%>, <호감이 가는 국가이다, 72%>, <우리에게 우호적인 국가이다, 68%> 순으로 이어지고 있음
- K-pop에 대한 인기를 반영하듯 한국하면 가장 먼저 떠오르는 이미지가 <K-pop, 22.6%>, <한류스타, 9%>, <뷰티서비스(성형), 8.8%>으로 나타나고 있으며 설문참여자들이 응답한 태국에서 가장 인기 있는 한국 제품/서비스/콘텐츠는 <K-pop, 46.6%>, <한류스타, 43.6%>, <화장품, 43%>, <드라마, 42.8%>, <한국음식, 39.6%>로 나타나고 있음²⁾
- 태국에서 한국 문화콘텐츠는 주로 TV를 통해 접촉하고 있는 가운데, 카테고리 별로는 음악 분야는 <온라인/모바일 플랫폼>, 패션 분야는 <소셜미디어> 등으로 나타나고 있음
- 문화 콘텐츠 가운데 가장 높은 소비 비중을 보이는 카테고리는 <게임, 71.5%>이며 뒤를 이어, <도서, 68.9%>, <애니메이션, 68.5%>, <예능, 67.5%> 순. 동영상 콘텐츠는 주로 유튜브와 넷플릭스를 통해 시청하고 있으며 게임은 안드로이드 플랫폼을 통해 한국 게임을 가장 많이 접하고 있음. 한국 문화콘텐츠 호감도는 드라마가 가장 높은 가운데, 뷰티, 영화, 예능 순으로 나타나고 있음. 아울러 조사 참여자가 응답한 태국에서 가장 인기 있는 해외 콘텐츠는 <한국 드라마>, <한국 예능>, <미국 영화>로 응답하고 있음

● 태국 한류 개요

- 기타 동남아시아 국가와 같이 태국의 한류도 K-드라마에서 시작되었으며 태국 민영방송 ITV에서 2002년 이후 약 6년 동안 아시안 시리즈(Asian Series) 프로그램으로 40편에 이르는 한국 드라마를 방영. 2003년 방영된

2) ※ 출처 : 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) <2019 해외한류실태조사> (2019.3.4. 발행)의 태국 한류동향 파트

<가을동화>는 이 후 3번 재방영되며 큰 호응을 얻었으며, 이때부터 태국 한류 열풍이 본격화 된 것으로 평가

- 드라마로 시작된 인기는 K-Pop으로 확대되면서 태국 음악 산업의 중요 구심점으로 떠올랐으며 한류 아이돌 가수에 태국인 멤버가 지속적으로 포함되어 국제적인 인기를 얻으면서 현지에서도 큰 관심을 받고 있음. 음원 시장이 본격적으로 성숙하기 이전부터 태국의 대표적인 음반회사 그래미(GMM Grammy)가 2003년 한국 음반을 도입하였으며, 2007년 원더걸스, 슈퍼주니어, 빅뱅, 소녀시대 등의 앨범을 태국 내에 정식으로 발매 하였음, 이후 2010년 한해에만 29개의 한국 앨범을 현지에 발매 하는 등 한국 K-pop 가수들이 일찍부터 상업적인 결실을 거두었으며, 2012년에는 중고등학교용 음악 교과서에 한국 K-pop 가수들의 곡을 소개하는 내용을 포함하여 개정하였으며 대중 인기를 넘어 일상생활에서 큰 영향을 주는 단계로 평가
- 2006년에는 가수 <비>가 태국 최초의 한국 가수 단독 콘서트를 열면서 한국 가수들의 현지 공연이 시작되었으며 이후 소녀시대, JYJ, 세븐틴, 갓세븐, 씨앤블루, 혁오, 방탄소년단, 트와이스, 블랙핑크 콘서트 진행. 특히 태국의 경우 동남아시아의 지리적인 허브 국가로써 싱가포르와 더불어 주요 가수들의 투어 장소로 손꼽히고 있어 2017년에는 거의 매월 한류 스타들의 콘서트, 팬미팅, 사인회 등이 개최된 바 있음
- 다양한 형태의 한식이 태국 현지인들을 대상으로 인기를 얻고 있어 기존 프랜차이즈 식당에서 한국식 조리 방법으로 만든 추가 메뉴 등을 손쉽게 찾아볼 수 있음. 한국의 프랜차이즈 식당 들도 일찍부터 진출 하였으며, 현재 교촌치킨, 설빙, 유가네 닭갈비, 열봉찜닭 등이 현지에서 영업 중임
- 동남아시아 지역 내에서 비교적 높은 가처분소득을 보이고 있어 한류 열풍은 일찍부터 한국 관광으로 이어진 편이며, 2004년에 처음으로 한국 방문객 10만 명을 돌파하면서 2009년까지 연 평균 13.3%의 증가율을 보여 왔으며 현재에도 한국 드라마 배경지를 바탕으로 다양한 단체/개별 관광 상품들이 출시되고 있음. 2018년 한국을 방문한 태국인의 숫자는

- 55만 명에 크게 증가하여 지난 4월 12일부터 19일까지는 한국문화관광체육부와 한국관광공사가 2019 태국 환대 주간으로 지정한 바 있음
- 태국의 불교 문화는 한국의 유교 문화권과 크게 이질적이지 않아 현지인들은 한국 문화, 한국 관련 콘텐츠를 쉽게 이해하고 받아들이는 편이며, 한 편 동남아시아의 중심에 위치하면서 오랜 기간 동안 다른 나라 문화를 개방적인 태도로 받아들여 왔던 자세도 한국의 문화를 적극적으로 받아들이는 데 큰 역할을 하고 있음

[표 2] 태국 내 한국 드라마 리메이크 작품

리메이크 작품	시크릿 가든	마이걸	오 나의 귀신님	별에서 온 그대
태국명	'Oun-la-won g-rak-salab-rang(혼란스러운 사랑의 뒤바뀐)	'18 Mong-kud-sud-t hi-rak(18개의 사랑의 왕관)	'OMG Pee Bpuan Chuan Maa Rak(OMG 귀신)	'Li-khit-rak-kha m-duang-daw'(별을 건너서 온 사랑)
한국 방영일	2010년	2005년	2015년	2014년
태국 방영일	2019년 4월 ~	2018년 7월 ~ 9월	2018년 9월 ~ 11월	2019년 12월 예정
제작사	Halo Production	Halo Production	Halo Production	Broadcast Thai Television
방송국	True4U	True4U	True4U	Channel 3

※ 출처 : 인도네시아 비즈니스 센터 자체 조사

● 분야별 한류 개요 : 방송

- 2000년 ITV가 <별은 내 가슴에>를 처음으로 방영한 이후 큰 인기를

- 얻었으며, 2008년부터 2009년 사이에는 한류 드라마 인기가 최정점에 달하여 동 기간에만 공중파에서 총 86편의 드라마가 방영되었음
- <풀하우스>, <대장금>, <별에서 온 그대>, <풀하우스>, <구르미 그린 달빛>, <도깨비>, <태양의 후예> 등의 작품이 사회적으로 큰 반향을 일으킬 정도로 인기를 얻은 바 있으며, 한국 드라마의 인기는 곧 예능, 쇼프로그램으로도 이어져 2008년부터 케이블 방송을 중심으로 <X맨>, <러브레터>, <런닝맨> 등으로 확대되었음
 - 한국드라마의 리메이크, 한국 예능 포맷을 통한 신규 프로그램 제작 등이 최근 큰 인기를 얻고 있음. 2012년 <커피프린스>, 2013년 <가을동화>, 2014년 <풀하우스>, 2017년 <궁> 등이 현지 버전으로 제작되었으며, 예능 프로그램 중에서는 <꽃보다 할배>, <쇼미더머니>, <복면가왕>, <너의 목소리가 보여>, <슈퍼맨이 돌아왔다> 등이 제작되었음. <너의 목소리가 보여>의 경우 큰 인기를 얻으면서 2019년에 시즌3까지 제작되어 방영

[그림 1] 태국 CJ오쇼핑 홈쇼핑 채널



※ 출처 : 태국 CJ오쇼핑 공식SNS

- 한국의 CJ오쇼핑은 현지 최대의 엔터테인먼트 복합 기업 GMM 그라미와 합작투자 방식으로 태국에 진출한 뒤 현재 1위 사업자로 자리매김하였음.

위성채널 및 지상파 디지털 텔레비전을 통해 24시간 방송을 송출할 뿐 만 아니라, 스마트폰 이용 사용자들을 타겟으로 하여 2017년 초에는 온라인 쇼핑몰 운영을 시작한 바 있음. 단순히 판매 제품의 정보를 제공하는 것을 넘어 요리 강습, 패션쇼 등 엔터테인먼트적인 요소를 강조하면서 기존의 비대면의 홈쇼핑 문화에 익숙하지 않았던 태국 국민들에게 좋은 반응을 얻고 있음

● 분야별 한류 개요 : 게임

- 태국의 문화콘텐츠 분야에서 가장 큰 소비 비중을 보이고 있는 분야는 게임으로 이는 다수의 한국 모바일 및 온라인 게임들이 현지에서 높은 매출 순위를 보이고 있는 것에서 기인. 현재 안드로이드 마켓 및 iOS의 매출 10위 권 내에 배틀그라운드 모바일(크래프톤), 라그나로크 온라인(그래비티), 뮤 오리진(웹젠), 모두의 마블(넷마블)이 순위에 올라 있음. PC 온라인 게임 분야에서 가장 높은 시장 점유율을 확보하고 있는 퍼블리셔인 가레나(Garena) 역시 한국 게임 포인트블랭크(제페토), 블레이드 앤 소울(엔씨소프트), 배틀그라운드 Lite(크래프톤)을 서비스하면서 게임 분야의 한류를 이끌고 있음

[그림 2] 라인메신저가 운영 중인 라인맨 서비스



※ 출처 : 라인메신저 홈페이지 (www.line.me)

● 분야별 한류 개요 : 인터넷 서비스

- 태국에서 가장 큰 영향력을 발휘하고 있는 모바일 메신저는 한국의 라인 메신저로써 3,300만 명의 이용자 수를 보이고 있음. 현지에서 가장 높은 시장 점유율을 확보한 메신저로써 모바일 결제, O2O 서비스, 송금, 오토바이 차량 공유, 웹툰, 라인 TV 등 다양한 서비스로 그 영향력을 확대해나가고 있음

[그림 2] 웹툰 원작의 틴맘(좌, 한국어판)과 드라마로 제작된 틴맘 포스터(우)



※ 출처 : 네이버웹툰/라인TV

- 라인TV 서비스는 모바일 디바이스를 기반으로 한 새로운 형태의 OTT 서비스로써 해당 플랫폼에서만 시청할 수 있는 독점적인 콘텐츠를 지속적으로 만들어내면서 메신저 서비스와 최대한의 시너지 효과를 얻고 있음. 자체 스튜디오에서 만드는 콘텐츠 뿐만 아니라, GMM 그라미, MCOT, 우디월드 (Woody World) 등 현지 콘텐츠 프로덕션 하우스들을 통하여 자체 콘텐츠를 제작 중. 라인 웹툰을 통해 인기를 확보한 자체 IP³⁾를 활용한 드라마도 만들면서 일상 생활속에서 꼭 필요한 플랫폼으로 거듭나고 있음
- 2014년 한국의 네이버 웹툰이 태국에 진출하면서 처음으로 소개된 웹툰 서비스는 현지인들의 폭발적인 사랑을 받으며 현재 안드로이드 태국 일반 앱 매출 순위에서 5위권을 기록하고 있음. 라인웹툰이 시장에 성공적으로 안착하면서 한국의 토리코믹스, 코미코가 추가로 진출하였으며 현지의

3) 틴맘(Teen Mom), 청소년 임신 및 미혼모를 주제로 태국 현지 작가(필명 TheTerm)가 그린 웹툰

- 육비(Ookbee) 서비스도 런칭한 바 있음. 현지 서비스인 육비 플랫폼의 경우에도 한국 스튜디오 및 작가들이 제작한 웹툰이 큰 인기를 얻으면서 현지에서는 대표적인 한류 인터넷 콘텐츠로써 자리매김을 하고 있음
- 라인메신저에서 사용되는 다양한 이모티콘 캐릭터들은 현지에서도 라인프렌즈로 큰 인기를 얻고 있으며, 방콕 시암 스퀘어에 캐릭터 샵 및 라인프렌즈를 모티브로 한 실내 테마파크인 라인빌리지를 운영중에 있음

[그림 2] 태국 방콕의 라인 빌리지 전경



※ 출처 : 인도네시아 비즈니스 센터 직접 촬영

● 분야별 한류 개요 : 패션

- 트렌디한 감각의 한국 패션 의류가 태국에서 큰 인기를 얻고 있으며 스타일난다 브랜드 및 한국 패션 의류 편집샵이 방콕을 중심으로 확대되고 있음. 스타일난다는 현지의 더몰그룹(The Mall Group)⁴⁾과 합작하여 태국 전역에 총 7개의 매장을 운영하고 있으며, 의류, 화장품, 카페를 같이 운영하면서 K-패션을 알리고 있음. 한국 의류를 구매 대행해주는 태국 온라인 쇼핑몰도 늘어나고 있으며, 소셜미디어에는 한국에 있는 태국인들을 통해 직접 구매하여 배송하는 방식도 점차 증가. 쇼피(Shopee)와 같은 대형 온라인 마켓플레이스나 E커머스 사이트에서도 한국 패션 브랜드

4) 태국 최대의 백화점 재벌 그룹 중 하나로 더몰(The Mall), 시암 파라곤(Siam Paragon), 엠포리움(Emporium), 파워몰(Power Mall) 등을 운영

- 및 한국 디자인의 의류들이 다수 판매되고 있음
- 성주그룹 MCM, 로사케이, 보이런던, 프라이노크(Freiknock), 참스(Charms), 사쿰(Sakun) 등의 브랜드가 별도의 매장 또는 한국 관련 패션 제품 편집숍을 통해 진출해 있음

● 인도네시아 비즈니스센터 담당자 연락처 ●

- 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / gir194@kocca.kr
- 주윤지 주임 : +62-21-2256-2396 / juliajoo@kocca.kr

발행인 김영준
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)
전화 1566-1114
www.kocca.kr