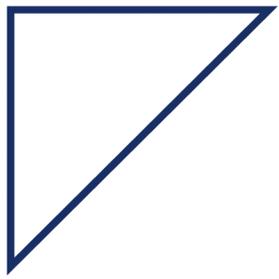


해외마켓 분석 연구

20

19





목 차

I. 연구개요	1
1. 글로벌 콘텐츠 마켓 개요	3
2. 연구의 목적	7
3. 연구의 내용	8
II. 주요 콘텐츠 마켓	9
1절. 주요 콘텐츠 마켓 (B2B)	11
1. 라이선싱 엑스포 라스베가스(LICENSING EXPO)	11
2. 키즈스크린 서밋(KIDSCREEN SUMMITS)	15
3. MIPTV & MIPFORMATS	24
4. MIPCOM & MIPJr.	33
5. 차이나 라이선싱 엑스포(China LICENSING EXPO (CLE))	41
6. 상하이 텔레비전 페스티벌(STVF)	49
7. TIFFCOM	58
8. 브랜드라이선싱 유럽(BRAND LICENSING EUROPE)	67
9. MIPFORMATS	72
10. 라이선싱 재팬	79
2. 토이 하비 & 라이선싱 페어	81
11. 중국 베이징 국제 매스미디어 전시회	82
12. 광저우 VR·AR 전시회	84
13. 프랑스 카툰 포럼	86
14. 미국 라스베가스 방송장비 전시회	87
15. 런던 디자인 페스티벌	89
2절. 주요 콘텐츠 마켓 (B2C)	91

1. 항주 애니메이션 페스티벌(CICAF).....	91
2. 베이징국제도서전(BEIJING INTERNATIONAL BOOK FAIR)	99
3. 프랑크푸르트 도서전	108
4. 홍콩필마트(FILMART)	117
5. Comic con 파리	127
6. 리퍼반 페스티벌 & Korea Spotlight @REEPERBAHN	128
7. 상하이 국제 영화제	132
8. 상하이 국제 아트 페스티벌	134
9. 도쿄 크리에이터 엑스포	135
10. 안시 국제 애니메이션 영화제	136
11. 프랑스 리모즈 만화 전시회 - 앙굴렘	138
12. 이탈리아 볼로냐 아동 도서 박람회	139

III. 융복합 마켓 141

1. 차이나조이(CHINAJOY)	143
2. 게임스컴(GAMESCOM)	152
3. 도쿄게임쇼(TGS)	161
4. 게임 개발자 컨퍼런스(GDC)	170
5. SLUSH	180
6. 사우스 바이 사우스웨스트스(SXSW)	188
7. 테크크런치 디스럽트(TECH CRUNCH DISRUPT)	201

IV. 신흥시장 마켓 213

1. 타이페이TV페스티벌(TTF)	213
2. MIPCANCUN	215
3. 텔레필름(TELEFILM)	222
4. NATPE Budapest	228
5. 우크라이나 키예프 미디어 위크(KMW, Kyiv Media Week)	233

6. 베트남 국제 베이비 & 키즈페어 IN 호치민	236
7. 베트남 국제 베이비 & 키즈페어 IN 하노이	238
8. 폴란드 바르샤바 만화 영화 게임 전시회	239
9. SINGAPORE BOOK FAIR(SBF)	241
10. 인도 라이선싱 엑스포	243
11. 디지털 타이페이	244
12. 인도네시아 코믹콘	246
13. 토이 하비 & 라이선싱 페어	247
14. RIO2C	248
15. 러시아 WCM	250
16. Convergencia Show MX	252
17. 커뮤니크 아시아 (Communic Asia)	253
18. UAE 두바이 국제 콘텐츠 마켓 전시회	255

V. 시사점 및 제언	257
1. 한국콘텐츠진흥원 지원해외 마켓	259
2. 종합 분석	275
3. 제언	281

표 목차

〈표 I-1〉 2005-2009년 콘텐츠 수출액 Vs. 수입액 비교	6
〈표 I-2〉 조사대상 해외마켓 및 조사항목	8
〈표 II-2〉 키즈스크린 서밋 행사규모	16
〈표 II-3〉 키즈스크린 서밋 키노트 프로그램	17
〈표 II-4〉 키즈스크린 서밋 키노트프로그램	18
〈표 II-5〉 2019년 키즈스크린 서밋 10대 키워드	20
〈표 II-6〉 2018년 키즈스크린 서밋 선정 Top50	21
〈표 II-7〉 한국 기업 참가 실적	22
〈표 II-8〉 MIPTV 행사규모	25
〈표 II-9〉 IN DEVELOPMENT-The cannes drama creative forum	26
〈표 II-10〉 한국 기업 참가 실적 - MIPTV	31
〈표 II-11〉 MIPCOM 행사규모	34
〈표 II-12〉 2019년 MIPCOM의 주요 프로그램 계획 - 컨퍼런스	35
〈표 II-13〉 2019년 MIPJUNIOR의 주요 프로그램 계획	36
〈표 II-14〉 MIPCOM 한국 기업 참가 실적	39
〈표 II-15〉 China LICENSING EXPO 행사규모	42
〈표 II-16〉 한국 기업 참가 실적	45
〈표 II-17〉 STVF 행사규모	50
〈표 II-18〉 2019 Magnolia Awards 수상 내역	54
〈표 II-19〉 한국 기업 참가 실적	56
〈표 II-20〉 TIFFCOM 행사규모	59
〈표 II-21〉 한국 기업 참가 실적	65
〈표 II-22〉 브랜드라이선싱 유럽 행사규모	68
〈표 II-23〉 한국 기업 참가 실적	71
〈표 II-24〉 MIPFORMATS 행사규모	73
〈표 II-25〉 MIPFORMATS의 쇼케이스	75
〈표 II-26〉 한국 기업 참가 실적-MIPFORMATS	77
〈표 II-27〉 CICAFA 행사규모	92
〈표 II-28〉 Golden Monkey King Awards	97
〈표 II-29〉 한국 기업 참가 실적	98
〈표 II-30〉 베이징국제도서전 행사규모	100

〈표 II-31〉 한국 기업 참가 실적	104
〈표 II-32〉 프랑크푸르트 도서전 행사규모	109
〈표 II-33〉 한국 기업 참가 실적	114
〈표 II-34〉 홍콩필마트 행사규모	118
〈표 II-35〉 2019 홍콩필마트 참석 미디어 사	121
〈표 II-36〉 2019 HAF Award수상자	122
〈표 II-37〉 한국 기업 참가 실적	123
〈표 II-38〉 역대 한국 기업 참가 실적	131
〈표 III-1〉 차이나조이 행사규모	144
〈표 III-2〉 한국 기업 참가 실적	150
〈표 III-3〉 게임스컴 행사규모	153
〈표 III-4〉 한국 기업 참가 실적	158
〈표 III-5〉 도쿄게임쇼 행사규모	162
〈표 III-6〉 도쿄게임쇼의 전시 코너	163
〈표 III-7〉 도쿄게임쇼의 B2B전시 코너	164
〈표 III-8〉 한국 기업 참가 실적	168
〈표 III-9〉 GDC 행사규모	171
〈표 III-10〉 2019년 GDC Award 수상 내역	175
〈표 III-11〉 한국 기업 참가 실적	177
〈표 III-12〉 SLUSH 행사규모	181
〈표 III-13〉 SXSW 행사규모	189
〈표 III-14〉 2019년 SXSW Interactive Award 수상 내역	194
〈표 III-15〉 2019년 SXSW Interactive Award 수상 내역	195
〈표 III-16〉 한국 기업 참가 실적	197
〈표 III-17〉 한국 기업 참가 실적	208
〈표 VI-1〉 한국 기업 참가 실적	214
〈표 VI-2〉 MIPCANCUN 행사규모	216
〈표 VI-3〉 MIPCANCUN 컨퍼런스	217
〈표 VI-4〉 한국 기업 참가 실적	220
〈표 VI-5〉 텔레필름 행사규모	223
〈표 VI-6〉 한국 기업 참가 실적	226
〈표 VI-7〉 NATPE Budapest 행사규모	229
〈표 VI-8〉 한국 기업 참가 실적	232
〈표 VI-9〉 KMW 행사규모	234
〈표 VI-10〉 한국 기업 참가 실적	235
〈표 V-1〉 한국콘텐츠진흥원 지원 27개의 해외 마켓	259

〈표 V-2〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓 27개 권역별 분석	260
〈표 V-3〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수-아시아권역	262
〈표 V-4〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수-미주권역	262
〈표 V-5〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수-유럽권역	263
〈표 V-6〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참석사수-아시아권역	264
〈표 V-7〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참석사수-미주권역	265
〈표 V-8〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참석사수-유럽권역	265
〈표 V-9〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓 27개 장르별 분석	266
〈표 V-10〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수-게임장르	268
〈표 V-11〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수-도서장르	268
〈표 V-12〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수 -영상, 콘텐츠장르	269
〈표 V-13〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수 -스타트업장르	269
〈표 V-14〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수 -애니메이션장르	270
〈표 V-15〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 관람객수 -캐릭터장르	270
〈표 V-16〉 장르별 마켓별 참여업체 평균	271
〈표 V-17〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -게임장르	272
〈표 V-18〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -도서장르	272
〈표 V-19〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -영상, 콘텐츠장르	273
〈표 V-20〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -스타트업장르	274
〈표 V-21〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -애니메이션장르	274
〈표 V-22〉 한국콘텐츠진흥원 지원 해외 마켓의 최근 참가업체 수 -캐릭터장르	274



그림 목차

[그림 V-1] 상위 10개 마켓의 최근 성과 및 추이	261
[그림 V-2] 권역별 마켓 참여 비율	262
[그림 V-3] 권역별 총 관람객 비율	263
[그림 V-4] 권역별 참가업체 비율	266
[그림 V-5] 권역별 계약 금액 비율	269
[그림 V-6] 권역별 계약 금액 추이	270
[그림 V-7] 장르별 마켓 참여 비율	273
[그림 V-8] 장르별 총 관람객 비율	274
[그림 V-9] 장르별 참가업체 비율	278
[그림 V-10] 장르별 계약 금액 비율	282
[그림 V-11] 장르별 계약 금액 추이	283
[그림 V-12] 해외마켓 전반적 분석	295
[그림 V-13] 해외마켓 분야에 따른 분석	296
[그림 V-14] 융복합 형태 콘텐츠마켓	299

III. 융복합 마켓

Ⅲ. 융복합 마켓

1. 차이나조이(CHINAJOY)

가. 기본정보

(1) 행사개요

차이나조이(CHINAJOY)는 중국 상하이의 대규모 전시장인 상하이 신국제 박람센터(Shanghai New International Expo Center)에서 매년 열리는 게임 전시회(게임쇼)로 중국 최대 규모의 게임 전시회이다. 2019년에 17회를 맞은 차이나조이는 ‘새로운 디지털 엔터테인먼트 기술과 삶’이란 테마로 4일간 열려 중국을 포함한 300여 곳의 세계적 게임사가 참여했고 약 5,000명 이상의 인원이 게임을 시연할 수 있는 공간이 마련되었다.

2004년 1월, 중국 베이징에서 첫 포문을 연 차이나조이는 같은 해 10월 상하이신국제박람센터로 장소를 옮겨 두 번째 행사를 진행했다. 이후 2005년 제 3회부터는 매년 7월, 상하이 신국제 박람센터에서 행사가 개최되고 있다.



- 기간 2019년 8월 2일(금) - 5일(월)
- 장소 상하이신국제박람센터(Shanghai New International Expo Center)
- 주최 중국 상무부 무역발전국, 상하이시 신문출판국 등
- 홈페이지 <http://www.chinajoy.net/>

(2) 행사규모

매년 가파른 성장세를 보인 차이나조이는 2019년, 게임 뿐 아니라 글로벌 종합 엔터테인먼트 쇼로 거듭났다. 2018년에는 600여개의 기업 및 관련 단체가 참여했고 약 35만 명에 달하는 인원이 참관했다. 2019년의 총 관람객수는 증가했으나 전시 업체수와 참가국수는 감소했다.

2018년 행사에는 텐센트와 넷이즈 등 중국 대형게임사는 물론 블리자드, 에픽게임즈, 유니티, 소니, 구글, 퀄컴, 인텔 등 최대 규모의 글로벌 게임사와 IT 기업들이 참가했다. 특히 인텔과 퀄컴은 단독 부스를 꾸려 진행했다. 하지만, 한국 게임회사는 B2B 부스 쪽에 <카카오게임즈>, <라인게임즈> 단 2개의 업체만이 자리했다.

<표 Ⅲ-1> 차이나조이 행사규모

구분	2017	2018	2018
총 참관객수(B2C포함)	342,700여명	354,000여명	364,700여 명
전시업체	600개사	600개사	500개사
참가국수	30개국	20개국	15개국
한국참가업체수	35개사	-	17개사

※출처 : 차이나조이 홈페이지



2019 차이나조이 행사장 전경

(3) 주요 프로그램

본 행사는 대규모 전시와 더불어 중국 게임 산업에 대한 컨퍼런스인 CGBC(China Game Business Conference)와 중국을 비롯한 해외 유명개발자들이 참가하는 컨퍼런스 CGDC(Chinese Game Developers Conference), 중국의 게임 산업에 관계된 고위급 관계자들의 포럼인 CDEC(China Digital Entertainment Congress) 등의 행사가 함께 진행되었다. 또한 차이나조이 e-sport 대회, 차이나조이 코스플레이 축제 등 관객을 대상으로 하는 다양한 이벤트가 진행되었다.

(가) 전시

2019년 차이나조이의 전시관은 총 8개로 중국의 게임사를 비롯한 구글, 닌텐도 등 해외 기업들이 전시 부스를 구성했다. 이 밖에도 1개의관을 전체로 사용한 퀵컴을 선두로 텐센트, 넷이즈, 인텔, AMD, 에픽게임즈, 유니티, 레이저 등 최신 기술을 보유한 기업들이 전시에 참가했다. 또한, 일본 애니메이션 기반의 게임도 다수 전시되었는데, DeNA는 <슬램덩크>, <유유백서>, <식극의 소마 IP(지식재산권)>으로 오프라인 이벤트를 구성했으며, 반다이남코도 <드래곤볼>과 건담 관련 게임을 부스의 메인 콘텐츠로 전시했다.



2019 차이나조이 전시장 내부

(나) 컨퍼런스

차이나조이에서는 중국 국제 디지털 엔터테인먼트 산업 컨퍼런스(CDEC)와 글로벌 e-sports 컨퍼런스, 게임 산업 정상회의, 5G+엔터테인먼트 산업 컨퍼런스 등이 진행되었고 이는 글로벌 기업의 주요 연사들이 초청되어 진행되었다.



2019 차이나조이 컨퍼런스

(다) e-sport와 이벤트

올해 차이나조이에서는 e-sports 관련 경기 뿐 아니라 전시회와 스포츠 투어 등 다양한 e-sports관련 행사가 개최되었다. 또한, 텐센트, 퍼펙트월드, 넷이즈 등 대형 게임회사가 직접 참여하는 e-sports경기가 개최되는 등 올해 차이나조이에서는 e-sports에 대한 관심이 매우 높았다.



2019 차이나조이 e-sports

나. 마켓 트렌드

(1) 차이나조이의 주제

차이나조이는 ‘새로운 기술, 새로운 엔터테인먼트, 새로운 가치’ 라는 슬로건으로 4일간 진행된다. 휴대폰 및 컴퓨터 게임 뿐만 아니라 VR, AI, 프라모델, 코스플레이 등 다양한 오락 콘텐츠를 소개하고 즐기는 ‘종합 엔터테인먼트 쇼’ 로 거듭나고 있다.



2019 차이나조이의 다양한 이벤트

(2) 차이나조이의 주요 이슈

먼저, 2019년 차이나조이에서는 중국에서 엄청나게 성장하고 있는 ‘e-sports’가 가장 주된 이슈였다. e-sports는 생방송 중계 기술의 발전으로 엄청난 성장을 이룩하고 있으며, <왕자영요>와 <리그오브레전드> 같은 게임의 리그는 100억 회 이상의 조회 수를 기록해 그 높은 열기가 증명되었다. 이와 같이 e-sport의 상업적 가치는 점점 높아지고 있고, 동시에 다양한 라이브 방송 플랫폼도 성장하고 있다.

또한 새로운 산업 분야인 ‘패션 토이(키덜트)’ 분야도 차이나조이 2019의 또 하나의 이슈로 부각되었다. 급속한 인터넷의 발전, 특히 중국의 모바일 인터넷 혁명이 새로운 성인층의 장남감 문화를 낳았고 꾸준히 성장시켜 중국 소비자의 큰 반응을 이끌어냈다. 향후에도 차이나조이는 패션 토이의 전시와 소비자와의 소통 그리고 판매를 위한 중요 채널이 될 것으로 전망된다.

아울러 ACG (Animation, Comic, Game) 소설은 중국에서 빠르게 발전해 왔고 이런 인터넷 소설도 차이나조이에서 중요한 역할을 담당했다. 이러한 인터넷 소설은 학원물, 판타지, 사랑, 스릴러, 추리, 역사, 비디오 게임, 애니메이션 등 다양한 분야를 소재로 다루고 있고 특히 <스즈미야 하루히 시리즈>와 <소드 아트 온라인 시리즈> 등 일본의 작가의 작품들이 현지에서 큰 인기를 끌고 있다.

끝으로 2019년 차이나조이는 다양한 IP(지식재산권)에 대한 이슈도 거론되었다. 최근 디지털 엔터테인먼트 산업의 핵심은 IP이며 차이나조이에 등장한 회사들 역시 게임사에 한정됐던 과거와는 달리 애니메이션 및 만화, 방송 스트리밍, 문학, 영화 및 TV, 빅 데이터, 마케팅 등 모든 분야의 사업자들이 자리하고 있다. IP는 다양한 기업들을 연결하고 디지털 엔터테인먼트 사업을 다각적으로 발전시키는 고유한 힘을 가지고 있다. 이에 차이나조이를 찾아온 관람객은 자신이 좋아하는 IP를 다양한 방식으로 만나고 즐길 수 있다.

다. 주요 참가기업

2019년 차이나조이에는 텐센트, 넷이즈, 바이두, 비리비리, 레노버, 통광 등 중국 유명 업체부터 인텔, MS, 소니, 블리자드, 유비소프트, 반다이남코, DeNA, 워너브라더스, 퀄컴, AMD, HP, 레이저 등 외국의 업체들까지 세계 각국의 300여 개의 게임사가 참가했다. 특히, 2018년 단독관을 냈던 인텔은 2019년에도 관 하나를 통째로 활용했으며 퀄컴 역시 독자적인 전시관 하나를 자사 하드웨어로 전시했다.

2019년 차이나조이에서는 한국 게임사의 모습을 찾아보기 쉽지 않았다. 2017년부터 중국 당국이 한국 게임에 대한 관호 발급을 중단한 이후 닫힌 중국 게임시장 진출의 문이 아직까지 열리지 않았기 때문이다. 이에 다수의 한국 게임사가 차이나조이 2019에 참가하지 않았으며 매년 열리던 한국콘텐츠진흥원의 차이나조이 수출상담회도 2019년에는 행사장 인근 캐리호텔에서 별도로 진행되었다.



2019 차이나조이 행사장

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

한국콘텐츠진흥원은 2019 차이나조이에는 참가하지 않았고 2018년에 17개의 국내 업체와 함께 한국공동관을 운영했다. 본 공동관에는 중국, 대만, 홍콩, 일본 등 아시아 바이어를 포함해 총 70개사가 코리아 비즈니스 라운지를 방문하여 상담을 진행했다. 2018년에는 상담건수 211건, 상담금액 1,424만 달러의 성과를 기록했고 B2B관에 직접 참가했던 2017년에 비해 상담금액은 감소했으나 판호 발급 중단으로 중국 진출이 어려운 상황이 존재하는 등 여러 가지 악재 속에서 성과를 이루어 냈다는 큰 의미를 가진다.

<표 Ⅲ-2> 한국 기업 참가 실적

구분	2017	2018	2018
한국 참가업체	35개사	34개사	17개사
상담건수	553건	727건	211건
계약실적	4억 9,491만 달러	1억 387만 달러	1,424만 달러

※출처 : 한국콘텐츠진흥원

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) No.1 게임 시장

과거와는 다르게 완성도까지 높아진 중국의 게임 산업은 날이 갈수록 발전을 더 하며 그 규모가 커지고 있다. 또한 중국은 거대한 게임시장 규모에 그들이 가진 인프라와 접목이 된다면 앞으로 그 누구도 따라오지 못하는 게임 산업의 최강국에 등극할 것으로 예상되고 있다.

(나) 점차로 좁아지고 있는 한국의 입지와 일본 게임의 진출 확대

이러한 시장 상황에서 2019년 차이나조이에서의 한국 기업은 B2B부스의 2개 업체만 참석했다. 그 원인으로서는 행사의 참여도 쉽지 않았을 뿐 아니라 비즈니스의 성사 가능성 또한 낮다고 판단되었기 때문으로 본다. 하지만 일본의 게임이 차이나조이 2019에 큰 부분을 차지하였으며 점차 그 세력을 확장하고 있는 실정이다.

2. 게임스컴(GAMESCOM)

가. 기본정보

(1) 행사개요

게임스컴(GAMESCOM)은 독일 쾰른의 대규모 전시장인 쾰른 멧세(Koelnmesse)에서 매년 열리는 게임쇼로 독일, 나아가서는 유럽 최대 규모의 게임 전시회로 유명하며 미국의 E3(ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO), 일본의 도쿄게임쇼(TOKYO GAME SHOW) 등과 더불어 세계 3대 게임 전시회 중 하나로 손꼽힌다. 게임스컴은 2002년 ‘게임컨벤션(Game Convention)’이라는 이름으로 독일의 라이프치히에서 처음으로 개최되었으나 관람객의 접근성을 높이기 위해 2009년부터 독일 쾰른으로 개최장소를 변경해 매년 진행되고 있다.

또한 2020년부터는 싱가포르에서도 게임스컴 아시아를 개최하기로 결정함에 따라 게임스컴은 점차 세계적으로 그 네트워크를 확장시켜 나아가고 있다.



- 기간 2019년 8월 20일(화) - 24일(토) (예정 : 2020년 8월 25일(화) - 29일(토))
- 장소 독일 쾰른 메세 전시장(Koelnmesse)
- 주최 독일 게임산업협회/독일연방 인터랙티브 엔터테인먼트 소프트웨어협회 (BIU)
- 홈페이지 <https://www.gamescom.global>

(2) 행사규모

2018년도에 10주년을 맞은 게임스컴 2018은 총 37만 명의 참관객이 방문했고 전시사 1,037개사가 참가하는 등 세계 3대 게임쇼로서의 높은 위상을 증명했다, 주최측에 따르면 총 11개의 전시관이 사용되었고 전시에 사용된 총면적은 약 210,000제곱미터로 역대 최대 규모를 기록했다. 2019년에도 총 37만 명, 114개국에서 방문한 1,100개사가 참가하여 2018년도와 비슷한 규모로 진행되었다.

<표 Ⅲ-3> 게임스컴 행사규모

구분	2017	2018	2018
총 참관객수(B2C포함)	350,000명	370,000명	373,000명
전시업체	929개사	1,037개사	1,100개사
참가국수	106개국	114개국	114개국
한국참가업체수	-	39개사	30개사

※출처 : 게임스컴 홈페이지



2019 게임즈컴 행사장 전경

(3) 주요 프로그램

게임스컴 2019에서는 기존과는 다른 다양한 변화가 존재했다. 처음으로 오후 관람권이 판매됐으며 2018년에 비해 넓어진 전시장에는 각종 상품을 판매하는 공간과 인디 게임 전시관, 고전 게임 전시관이 추가, 확장되었다. 또한 한국, 영국, 벨기에, 싱가포르 등이 다양한 컨셉의 국가관 형태로 참여하여 풍성한 볼거리를 제공했다.

(가) 게임스컴 콘그레스

게임스컴 콘그레스는 전 세계의 크리에이티브, 아티스트, 교육자, 정치인, 과학자, 언론인 등 약 870명이 참여하여, ‘게임 테크놀로지가 경제 및 사회 분야에서 디지털화를 가속화 시키는데 기여할 것’이라는 주제 하에 논의가 이루어졌음



2019 게임즈컴 콘그레스

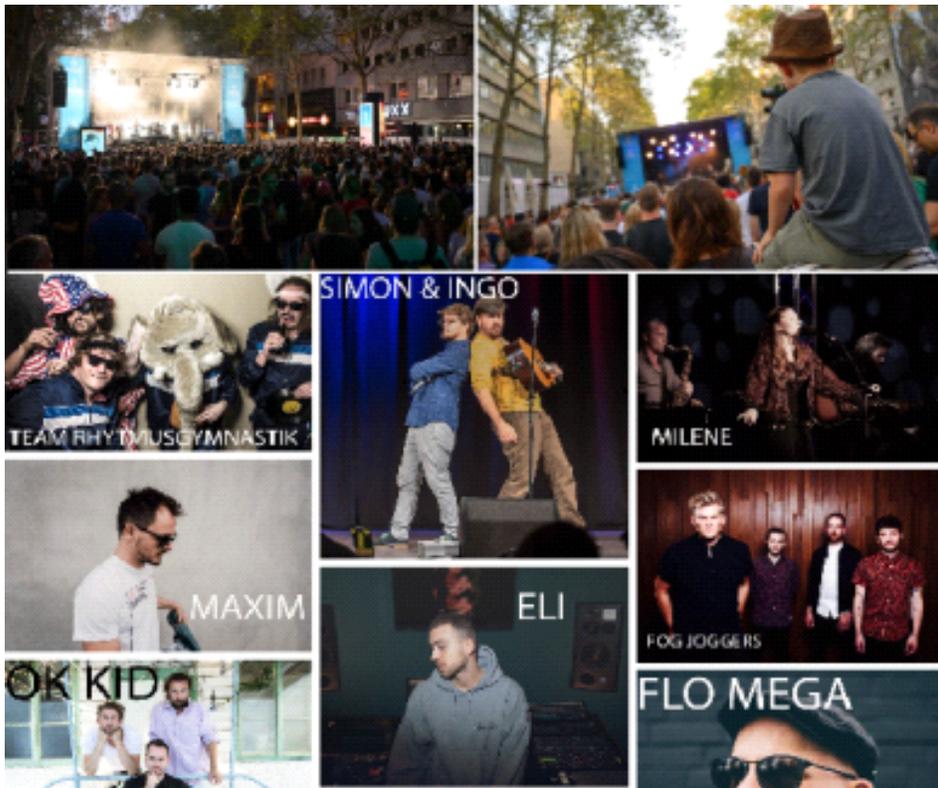
(나) 게임스컴 캠퍼스

게임스컴 캠퍼스에서는 ‘NRW 청소년 포럼’ 과 많은 기관, 시설 및 기업에서 청소년 보호, 미디어 역량 등과 같은 주제의 강의를 제공했으며 이 밖에 흥미로운 게임과 IT관련 교육제도, 그리고 학생들이 연구한 프로젝트들이 소개되었다.

(다) 전시 및 이벤트 및 페스티벌

작년보다 더욱 확장된 인디 빌리지에서는 수년간 게임스컴의 주요 하이라이트였던 '인디 아레나 부스'뿐만 아니라 인디 게임 계에서 매우 유명한 행사인 'The MIX(Media Indie Exchange)'의 특별전도 개최되었다. 이외에도 올해는 엔터테인먼트존, 레트로게임존, 패밀리&프렌드존 등의 테마존이 보다 큰 규모로 마련되어, 관객의 선호에 따라 더욱 다양한 게임을 접할 수 있는 기회가 주어졌다.

또한 쾰른 시내에서는 '게임스컴 시티페스티벌'이 펼쳐졌으며, 시티페스티벌은 게임스컴 폐막일 다음날 저녁까지 이어지며 쾰른 시의 대축제로 진행된다.



2019년 게임즈컴의 Outdoor행사

나. 마켓 트렌드

(1) 게임스컴의 주제

‘Gaming meets entertainment! Numerous events and acts from all over the world awaited you at GAMESCOM 2019’

게임스컴은 ‘게임과 엔터테인먼트 결합’이라는 주제 아래 게임을 더욱 재미있게 즐기고자 마련되었다. 비즈니스 관계자들이 중심이 되는 E3와는 다르게 일반 유저들이 다양한 체험을 할 수 있도록 행사가 구성됐으며 그로 인해 일반 관람객들의 참여가 활발하다, 게임사들도 일반적으로는 E3에서 먼저 신작을 공개한 이후 게임스컴에서 신작의 ‘체험버전’을 최초로 공개하는 형태로 게임을 홍보가 진행되었다.

(2) 게임스컴의 주요 이슈

게임스컴 2019에서는 ‘인디 아레나 부스’뿐만 아니라 인디 게임 관계자들을 위한 커뮤니케이션 플랫폼인 ‘The MIX(Media Indie Exchange)’ 특별전이 처음으로 개최되었다. 이외에도 엔터테인먼트존, 레트로게임존, 패밀리&프렌드존 등의 테마존이 보다 큰 규모로 마련되어 게임선호에 따라 더욱 다양한 게임을 만나볼 수 있도록 구성되었다.

다. 주요 참가기업

게임스컴 2019에는 MS(마이크로소프트), 유비소프트, EA(일렉트로닉아츠), 액티비전, 위게이밍, 페이스북, 소니, 닌텐도, 스콰어에닉스, 반다이남코 등 유명 업체들은 자사의 라인업과 신작을 공개했다. MS는 쥘른의 한 극장에서 <Inside XBOX>라는 별도의 행사를 열고, <기어즈5>를 비롯한 각종 신작에 대한 정보와 MS가 선보이는 구독 서비스 <Xbox Game Pass>에 대한 구체적인 정보를 공개했다. 또한, E3 2019에 불참했던 소니는 게임스컴 2019에서 꽤 큰 규모의 부스를 운영했고 스콰어에닉스는 2020년 출시되는 신작 <마블 어벤저스>의 시연 버전을 전 세계 최초로 공개했다. 또한 닌텐도도 자사 부스를 통해 <위쳐3> 닌텐도 스위치 버전 및 <루이지 맨션3>, <젤다의 전설: 꿈꾸는 섬> 리메이크 등 다양한 신작의 시연 버전을 공개했다. 그러나, 최근 몇 년간 꾸준히 참가해왔던 블리자드 엔터테인먼트는 개발에 집중한다는 이유로 불참했다.

그리고 한국을 비롯해 아르헨티나, 브라질, 중국, 프랑스, 영국, 몰타, 폴란드, 스웨덴, 싱가포르, 스페인, 미국 등에서 다수의 국가는 공동관의 형태로 참여했다.

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

한국콘텐츠진흥원에서 주관하는 한국공동관을 통해서도 34개의 국내 인디게임사, 스타트업 등의 한국 게임 업체가 참가했으며 잔디소프트, (주)무사이, 서울디지털고등학교 등 다양한 주체가 참가해 VR·AR, RPG, 레트로, 학습용 게임 등 다양한 콘텐츠를 선보였다. 2019년 한국공동관에는 유럽 퍼블리셔 및 플랫폼사와 게임콘텐츠 글로벌 퍼블리싱 관련 상담이 주로 진행되었으며 아프리카, 중남미(멕시코, 브라질), 동유럽(터키, 체코, 러시아 등) 등을 대상으로 하는 퍼블리싱 상담도 활발하게 이루어졌다. 이에 상담건수 632건, 비즈니스 상담금액 1억 3,063만 달러를 기록해 2018년도 대비 상담건수, 상담금액 각각 약 10%, 45% 상승하는 성과를 이루어냈음

<표 Ⅲ-4> 한국 기업 참가 실적

구분	2017	2018	2019
한국 참가업체	29개사	27개사	30개사
상담건수	748건	578건	632건
계약실적	9,388만 달러	8,996만 달러	13,063만 달러

※출처 : 한국콘텐츠진흥원



2019 게임스컴의 Korea pavilion

(2) 타 기관 지원현황

한국에서는 한국콘텐츠진흥원 이외에 한국게임산업협회, 케이쓰리아이(k3i), 잉카인터넷, 테그웨이 등 4개의 개별 업체가 참가했다. 특히 본 행사에 처음 참가한 케이쓰리아이는 ICT 기술 및 가상실세계 기술 전문 기업으로 공룡을 소재로 한 스티프 게임과 유아용 VR 학습 콘텐츠를 소개했다. 잉카인터넷 역시 처음 참가하는 기업으로 한국을 대표하는 보안 기술을 소개했다.

또한, 펠어비스는 <검은사막 플스4> 글로벌 출시를 앞두고 진행된 ‘검은사막 플스4 론칭 파티’를 ‘퀵론 하드락 카페’에서 진행했다. 유럽 및 세계 각지에서 모인 게임 이용자와 함께 인플루언서, 미디어, 파트너 사 등이 참여했으며 글로벌 멀티 플랫폼 게임 기업 카카오게임즈는 같은 날 글로벌 게임유저들과 네트워킹 행사 ‘카카오게임즈 커뮤니티 파티’를 진행했다.

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 유럽에서 개최되는 세계 3대 게임쇼

유럽 최대 규모의 게임쇼로 자리 잡은 만큼 게임스컴은 유럽시장의 흐름을 파악하기 위한 교두보로서의 역할을 하는 행사이다. 이에, 소니컴퓨터엔터테인먼트(Sony Computer Entertainment)와 마이크로소프트(Microsoft), 일렉트로닉아(EA) 같은 대형 게임사들이 활발하게 참여하고 있다. 또한, 유럽 유저의 성향에 맞춰 온라인 게임보다는 콘솔 게임(Console Game) 위주로 전시되는 것도 게임스컴의 특징 중 하나로 꼽힌다. 정치적 이슈로 게임 No.1 소비국인 중국에서 점차 설자리를 잃어가고 있는 한국의 게임 산업이 유럽에 효과적으로 진출할 수 있는 기회가 제공될 것으로 예상된다.

(나) 매년 갱신되는 규모와 초호화 라인업

게임즈컴 2019에는 일렉트로닉아츠, 마이크로소프트, 닌텐도, 스쿼어에닉스, 유비소프트, 아마존게임즈, 반다이남코엔터테인먼트, 페이스북, 위게이밍, 유튜브게이밍 등 게임 산업의 주요 기업들이 대거 참가했고 레이저, 트러스트게이밍, 디엑스레이서, 메디온 등 하드웨어 분야의 주요 기업들도 참가했다. 또한 신작을 직접 테스트할 수 있는 기회가 다수 제공되어 바이어 뿐 아니라 일반 시민들의 참여가 두드러졌다.

또한, 굿즈 판매존인 팬샵아레나의 경우도 작년보다 24%나 많은 업체들이 참가했다. 2019년에는 전시 규모가 더욱 확대되어 참가사 수요 또한 지난해 보다 증가했으며 국가 공동관의 경우도 한국을 비롯해 아르헨티나, 브라질, 중국, 프랑스, 영국, 몰타, 폴란드, 스웨덴, 싱가포르, 스페인, 미국 등에서 공동관이 운영되는 등 매년 행사의 몸집을 키우고 있다.

(다) 관객, 게임 유저 중심으로 남녀노소가 함께 즐길 수 있는 행사

게임즈컴 2019의 눈에 띄는 특징은 부모와 함께 온 아이들의 참여가 두드러질 뿐 아니라, 새롭게 확장된 인디 게임 존인 ‘인디 게임 빌리지’가 형성되어 성행을 이루었다는 점이다. 신기술을 습득하기 위한 게임 전문가와 게임 유저 뿐 아니라 타 게임쇼와는 다르게 온 가족이 함께 즐길 수 있는 게임쇼로 구성되어 있는 것이 가장 큰 특징이다.



2019 게임즈컴의 행사

3. 도쿄게임쇼(TGS)

가. 기본정보

(1) 행사개요

일본의 ‘컴퓨터 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(Computer Entertainment Software Association=CESA)’가 개최하는 도쿄게임쇼는 미국 ‘E3(ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO)’, 독일 ‘게임스컴(GAMESCOM)’과 함께 세계 3대 게임쇼 중 하나이다. 본 행사의 첫 이틀은 비즈니스 데이로 업체 관련자만 입장이 가능하고 나머지 이틀은 일반 관람객들도 참여해 다채로운 이벤트를 즐길 수 있는 퍼블릭 데일로 구성되어 있다. 세계에서 많은 바이어와 일반 관람객이 방문하는 게임쇼로, 국제적인 관심을 받고 있는 만큼 매년 꾸준한 성장세를 보이고 있으며 세계적 게임업체들의 신제품과 신기술을 선보이기 위해 매년 9월 도쿄를 방문하고 있다.



- 기간 BUSINESS DAY : 2019년 9월 12일(목) - 13일(금)
PUBLIC DAY : 2019년 9월 14일(토) - 15일(일)
- 장소 동경 마쿠하리 메세(Makuhari Messe)
- 주최 컴퓨터 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(CESA)
- 홈페이지 <https://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2019>

(2) 행사규모

도쿄게임쇼 2019는 역대 최대 규모인 40개국, 655개 회사, 2,417 부스 규모로 진행되었다. 이는 지난해 2,388부스 보다 79부스 늘어난 규모로 2019년 총 관람객 수는 26만 2,076명으로 역대 최고를 기록한 2018년 보다 소폭 감소했지만 행사를 주관하는 일본 컴퓨터 엔터테인먼트 협회(CESA)의 목표인 7년 연속 25만 명 이상의 관객을 확보하는 데는 성공했다.

<표 Ⅲ-5> 도쿄게임쇼 행사규모

구분	2017	2018	2019
총 관람객수	254,311명	298,690명	262,076명
전시업체	614개사	668개사	655개사
참가국수	-	36개국	40개국

※출처 : 도쿄게임쇼 홈페이지



2018 도쿄게임쇼 행사장 전경

(3) 주요 프로그램

(가) 전시회

2019년 도쿄게임쇼에서는 다양한 전시와 함께 게임유저가 함께 즐길 수 있는 이벤트로 풍성한 행사가 진행되었다. 도쿄게임쇼 현장에는 콘솔, 모바일, PC와 VR 게임 등 약 1,500개 이상의 게임이 전시되었으며 세가의 <용과같이7>, 스퀘어에닉스의 <파이널판타지7 리메이크>, 반다이남코엔터테인먼트의 <원피스 해적무쌍4>와 코에이테크모의 <삼국지14> 등이 출품되었다. 전시는 일반 전시회와 B2B를 대상으로 하는 전시로 구분되며 B2B 대상 전시에는 특별히 아시아와 동유럽, 중남미를 대상으로 하는 ‘뉴스타즈’ 코너가 마련되었다.

<표 Ⅲ-6> 도쿄게임쇼의 전시 코너

구분	코너 소개
일반전시	○ 게임 소프트웨어를 중심으로 한 디지털엔터테인먼트관련 제품, 서비스 소개.
스마트폰 게임	○ iOS, Android 등의 스마트폰이나 각종 태블릿과 같은 모바일 기기용 게임과 휴대단말기나 PC 브라우저 등에서 즐길 수 있는 소셜 네트워크 게임 소개
e-Sports	○ e-Sports로서 전개하고 있는 게임 타이틀 (가정용 게임, 스마트폰 게임, PC 게임) 하드웨어 기기 등을 전시하는 코너
VR·AR	○ VR(Virtual Reality: 가상현실), AR(Augmented Reality: 증강현실), MR(Mixed Reality: 혼합현실) 관련 게임 소프트웨어 하드웨어 관련 서비스 등을 전시
로맨스게임	○ 주로 여성 사용자를 타겟으로 한 연애 시뮬레이션 게임 등을 전시하는 코너
인디게임	○ 독립계 인디 개발자를 출전 대상으로 하는 전체 플랫폼용 완전 오리지널 게임을 전시
게임스쿨	○ 미래의 크리에이터를 위해 게임 스쿨을 소개
패밀리 게임파크.	○ 가족이 함께 즐기는 게임 소프트웨어나 게임 관련 제품을 소개 ○ 입장은 중학생 이하와 동반 보호자만 으로 한정 되어 폭 넓은 연령층의 어린이들이 안심하고 시험 플레이 가능

※출처 : 2019년 도쿄게임쇼 발표

<표 Ⅲ-7> 도쿄게임쇼의 B2B전시 코너

구분	코너 소개
비즈니스 솔루션	<ul style="list-style-type: none"> ○ 게임 관련 B2B기업을 대상으로 하는 전시 ○ TGS 포럼, 후원 세션도 존재
뉴스타즈 (아시아/동유럽/중남미)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외기업을 대상으로 각 지역에서 유망한 게임 벤처, 개발 스튜디오 서비스 등 게임 업계의 신성이 될 기업을 모아 일본의 게임 업계에 소개 (벤처기업, 개발 스튜디오, 솔루션 벤더 등을 소개) ○ 특히, 아시아, 동유럽, 중남미에 초점을 맞춰 우수한 기업을 소개
비즈니스미팅	<ul style="list-style-type: none"> ○ 차별한 환경에서 충실한 상담이 가능하도록 구성 ○ 출전사와 비즈니스 데이 방문자 또는 출전사와 출전사 사이를 매칭하는 시스템의 무료 이용 가능

※출처 : 2019년 도쿄게임쇼 발표



2018 도쿄게임쇼 전시장

(나) 컨퍼런스

도쿄게임쇼 포럼의 기존 강연은 게임 업계에서 그해 가장 이슈가 되는 주제를 다루는 세션으로 2018년에는 ‘e-sport’ 와 관련된 주제가 다루어지고 ‘게임 비즈니스의 글로벌화에 대한 전망과 과제’ 에 대해 토의가 이루어졌다. 또한, 전문가들만이 참여 하는 세션이 따로 마련돼 게임 산업의 최신 기술 동향이나 비즈니스 동향에 초점이 맞춰진 강연도 진행되었다.

나. 마켓 트렌드

(1) 도쿄게임쇼의 주제

2019년 도쿄게임쇼는 ‘One World, Infinite Joy’라는 테마이다. 눈부신 기술의 진보에 의해 장소나 시간에 관계없이 전 세계 사람들과 연결이 가능해진 게임이 게이머들의 유대를 더욱 돈독해 지고 있음을 강조했다. 또한 함께 하면 재미가 더욱 배가 되는 게임 본래의 가치와 그 가능성을 널리 알리고 싶다는 의미를 가지고 있다.

(2) 도쿄게임쇼의 특징

2019년 도쿄게임쇼에서는 클라우드 게임이나 차세대 게임기에 대한 소식보다는 세대교체를 앞두고 있는 현세대 콘솔의 신작이 중점적으로 소개되었다.

도쿄게임쇼는 최근 몇 년간 게임쇼 본연의 의미인 초대형 신작 공개에 대해서는 부족한 모습을 보여주었지만 2017년부터는 메이저 게임사의 대작을 대거 공개하기 시작하면서 방문객 수가 다시 상승해 명예를 회복했다. 2019년에는 비록 관람객 수는 2018년에 비해 줄어들었으나 현세대 콘솔 황혼기에 걸맞은 대작들이 대거 출품돼 불거리만큼은 2018년 보다 뒤지지 않았다고 평가된다. 또한 동시에 가장 ‘게임쇼 같은 게임쇼’였다는 전문가들의 리뷰 또한 이어졌다.

(3) Award - Japan Game Awards



2018년 Japan Game award

Japan Game Awards 2019는 대상을 비롯해 퓨처, 디자인, 경제, 아마추어, 언더 18부분으로 나누어서 시상됐다. 그 가운데 '퓨처 부문'은 아직 미발매 작품을 대상으로 개최 기간 동안 방문자 투표를 실시해 다수의 지지를 얻은 몇 개의 작품 가운데 심사위원회의 심사를 거쳐 우승사를 선출됐다.

게임 디자이너스 대상은 일본을 대표하는 9명의 톱 크리에이터가 심사위원으로 참가해 '독창성'이나 '참신성' 등의 기준으로 수상작을 선출한다. 경제 산업 대신 상은 최근에 제작 및 발표된 작품의 실적을 바탕으로 일본의 컴퓨터 엔터테인먼트 소프트웨어 산업의 성장과 발전에 기여하고 크게 공헌한 인물이나 단체에 수여한다.

2019년 도쿄 게임쇼의 최고의 영예에 빛나는 대상은 <Super Smash Bros. Ultimate>(닌텐도주식회사)가 수상했다.

다. 주요 참가기업

2018년의 최초로 소개된 신작 타이틀로는 <인왕2>, <용과같이이 7>, <몬스터헌터 월드 : 아이스본>, <DeathStranding>, <NEW GUILTY GEAR(가칭)>, <13기병 방위권>, <FF7R>, <Marvel 's Avengers>, <라이자의 아틀리에>, <CONTRA ROGUE CORPS>, <Journey For Elysium>, <프리파라(신작)>, <원편맨 모바일> 등 플랫폼을 넘나드는 다양한 신작 타이틀 들이 공개되었고 <레인보우식스 시즈>, <스트리트파이터V>, <포트나이트>의 공식 대회가 진행되었다. 반면, 닌텐도는 2017년에 이어 2018년에도 여전히 메인부스는 참가하지 않고 비즈니스 관 정도만 참여해 관계자들과의 미팅만이 진행되었다.

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

2018년 한국콘텐츠진흥원이 운영한 한국공동관에는 주식회사 블루스톤소프트, 주식회사 집연구소, 아이피플스, 주식회사 코코모, 에이케이인터랙티브, (주)이키나게임즈, (주)투락, 트라이톤소프트, (주)오드윈게임즈, (주) 잔디소프트 등 한국콘텐츠진흥원이 선정한 10개 업체를 비롯한 총 44개의 국내 업체가 함께했다. 비즈매칭에는 해외 20개국, 205개사가 참가한 가운데 상담건수 총 419건, 상담금액 약 980,300천 달러, 계약금액 3,500천 달러를 기록했다.

이번 행사를 통해 스카이프플(Skypeople)이 개발한 모바일 RPG게임 <파이널 블레이드(Final Blade)>는 일본 현지 마케팅 및 서비스 대행 계약을 체결하며 한국, 대만, 홍콩, 마카오 등 흥행에 이어 일본에서도 연간 기대 매출 약 1,300만 달러를 목표로 한 전략적 업무제휴를 맺었다. 또한 VR 게임 콘텐츠 개발사 맘모식스(Mammo6)는 뱅가드(Vanguard)와 전략적 사업 제휴 협약 체결을 맺었고 콘솔게임 개발사 넥스트 스테이지(Nextstage)와 그래픽 컨설팅 기업 비주얼 다트(Visual Dart)는 인트라게임즈(Intragames)와 글로벌 퍼블리싱 계약 체결을 했다. VR콘텐츠 개발사 비주얼라이트(Visual Light)는 네덜란드 퍼블리셔 유토믹(Utomik)과 업무협약(MOU)을 체결하는 등 유의미한 성과를 이루었다.

<표 III-8> 한국 기업 참가 실적

구분	2018
한국 참가업체	44개사
상담건수	419건
상담금액	약 9억 8,030만 달러
계약금액	350만 달러

※출처 : 한국콘텐츠진흥원

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 아시아의 가장 큰 규모의 게임 축제

도쿄게임쇼는 세계 3대 게임쇼 중 하나로 전 세계의 게임 관계자 뿐 아니라 성별과 연령을 불문한 게임 유저들의 이목이 집중된 행사다. 게임 강국에서 개최되는 만큼 세계를 이끌어가고 있는 게임회사들의 신작을 공개하는 행사로 향후 게임 시장의 판도를 조망할 수 있는 중요한 역할을 한다. 2019년도에도 PS4와 닌텐도 스위치 등의 콘솔 플랫폼 대표작뿐만 아니라, PC, 모바일, VR 등 다양한 게임 콘텐츠들이 대거 소개, 전시되었다.

(가) 기본에 충실한 신작 게임의 시험 무대로 성장

도쿄게임쇼는 다른 세계 3대 게임쇼와는 여러 가지 이벤트를 진행하기 보다는 새롭게 출시되는 신작 중심의 게임소개가 주를 이루고 있다. 즉, e-sports 경기나 코스프레 쇼 등 게임 유저들이 직접 참여하는 행사 보다는 게임사들이 자신의 신작 게임을 출시해 소개하는 데만 집중한 ‘게임쇼 다운 게임쇼’로 거듭나고 있다. 그로 인해 관람객의 수는 2018년도 보다는 감소했지만 2017년 이후 심혈을 기울인 신작게임을 소개하고자 하는 게임사의 참여는 증가하는 추세이다.

4. 게임 개발자 컨퍼런스(GDC)

가. 기본정보

(1) 행사개요

2019년에 33회를 맞이한 게임 개발자 컨퍼런스(GDC)는 전 세계에서 가장 거대한 규모의 게임 개발자를 대상으로 하는 컨퍼런스 행사로 1988년부터 시작되어 현재까지 이어지고 있다. 게임 개발에 관련된 다양한 주제의 강연과 정보 교류가 이루어지고 강연을 듣고자 하는 참가자들은 자신이 원하는 주제의 강연을 선택해 청취가 가능하다.

본 행사는 미국 샌프란시스코에서 매년 개최되지만 이와는 별도의 스펀오프 행사가 세계 각국에서 진행되고 있다. 2007년부터는 중국 상하이에서 GDC차이나가, 2009년부터는 독일 쾰른에서 GDC유럽이 개최되고 있다.



- 기간 2019년 3월 18일(월) - 22일(금) (예정: 2020년 3월 16일(월) - 20일(금))
- 장소 미국 샌프란시스코 모스콘 컨벤션 센터(Moscone Center)
- 주최 UBM
- 홈페이지 <https://www.gdconf.com/>

(2) 행사규모

2017년에는 26,000명의 관객이 GDC를 찾았으며, 2018년 28,000여명, 2019년에는 30,000명이 모여들어 성황을 이루었다. 전시업체는 전 세계 30개국에서 750개사가 참여해 2018년에 비해 약 200여개의 업체가 증가했다.

<표 Ⅲ-9> GDC 행사규모

구분	2016	2018	2019
총 참관객수	26,000명	28,000명	30,200명
전시업체	550개사	550개사	750개사
참가국가	-	약 20개국	30개국
한국참가업체수	-	20개사	10개사

※출처 : GDC 홈페이지



2019 GDC 행사장

(3) 주요 프로그램

GDC의 프로그램은 GDC 서밋, GDC 컨퍼런스, GDC Expo, IGF, GDCA으로 구성되어 총 5일 동안 진행된다. 참가자들은 서밋과 컨퍼런스 그리고 Expo참가 여부에 따라 티켓을 구입해 해당 티켓에 해당하는 프로그램에만 출입이 가능하도록 구성되어 있다. 2019년 GDC는 총 780 개 서밋과 컨퍼런스, 라운드 테이블 디스커션이 진행되었으며 GDC Expo에는 750개가 넘는 업체의 전시회가 진행되었다.

2019년 GDC 행사의 입장 티켓은 아래 그림과 같고 가능한 일찍 등록할수록 저렴한 가격으로 행사에 참여가 가능하다.

	ON-SITE March 16-22
All Access	\$2,499
GDC Conference + Summits	\$2,199
GDC Conference	\$1,749
GDC Summits	\$1,149
Expo Plus	\$449
Expo	\$349

GDC 티켓의 종류와 금액

(가) 서밋

GDC 서밋은 행사 시작 후 2일 동안 집중적으로 진행되었다. 현재의 게임 트렌드를 탐색하고 게임의 미래를 예측할 수 있는 다양한 강연이 진행되었다. 2019년에는 인공지능, 커뮤니티 관리, 교육, 게임 내러티브, 모바일을 포함한 광범위한 게임 개발 분야에 대한 심층적 교육이 이루어졌다.

- Advanced Graphics
- Animation
- Board Game Design
- Esports
- Storytelling
- Tools
- Visual Effects
- Art Direction
- Audio
- Discoverability
- Level Design
- Machine Learning
- Match for Game Developers
- Production
- Technical Art



2019 GDC 서밋

(나) 컨퍼런스

GDC 컨퍼런스는 서밋 종료 후에 하루 동안 진행되었다. 게임에 국한된 토픽 뿐 아니라 게임 비즈니스 전반(Design, Programming, Business & Marketing, Production & Team management, Visual Arts, Audio, Advocacy)을 다루는 7개의 토픽으로 강연이 진행됐다. 2019년에는 Sony, Microsoft, Electronic Arts, Ubisoft, Capcom, Bungie, Epic Games, Bethesda Softworks 등을 포함해, 전자 엔터테인먼트 분야의 선두 기업이 참여해 각 기업의 신기술과 성공 노하우가 공개되었다.



GDC 컨퍼런스

(다) 전시회

GDC Expo에서 750개 이상의 업체가 참여해 최신 게임 개발 도구와 서비스를 선보였다. Amazon, Google, Intel, Nvidia, Oculus, Sony 및 Unreal Engine을 포함한 게임 관련 주요 업체들은 업체 간의 새로운 파트너십과 비즈니스 기회가 제공되었다. 또한 전시장에는 GDC Play, Retro Play, IGF Pavilion, Train Jam, GDC Pitch (W-TH) 등 다양한 체험 가능 공간이 마련되었다.



GDC 전시회

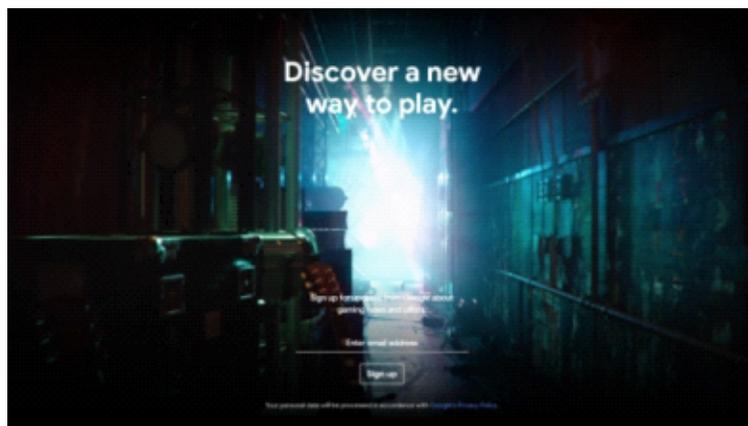
나. 마켓 트렌드

(1) GDC의 주요 이슈

세계 최대 규모의 게임 개발자 컨퍼런스 GDC는 전 세계 게임 개발자들이 주목하고 있는 행사이다. 게임 기획은 물론 프로그래밍, 아트, 디자인 등 게임과 관련된 다양한 분야의 강연이 700개 이상 마련되어 매년 새로운 정보들이 발표되고 공유되는 행사이다. 2019년에는 각 기업에서 일 년 동안 준비했던 수많은 새로운 프로젝트와 이슈가 공개되었다.

- 클라우드 게이밍 - Stadia
- 2018년 흥행한 게임 리뷰 - 갓오브워, 스파이더맨 그리고 데빌 메이 크라이5
- 미래를 위한 비전 - 증강현실, 뇌 조작 인터페이스, 엔진의 발전
- 고전 명작 포스트모템 - C&C, 레미즈, 스파이더맨
- 강연 외 행사들 - 많은 부스, GDC 옛 더 가든, 실험 게임들

이 가운데 GDC 2019의 가장 핫한 이슈는 구글로, <Stadia - 미래 게이밍 환경>에 대한 강연을 진행했다.



GDC 구글의 Stadia

(2) Award - GDC Award

GDC Award는 한 해 동안 혁신적이고, 독립적인 성과를 거두었던 게임 개발자 및 학생을 선정하여 시상하고 상금을 제공한다.



<표 III-10> 2019년 GDC Award 수상 내역

수상 분야	수상 대상 및 업체
Lifetime Achievement Award Winner	○ Amy Hennig (게임 개발 및 기술에 큰 영향을 미친 개발자에게 수여)
Pioneer Award Winner	○ Rieko Kodama (혁신적인 기술, 게임 컨셉 또는 게임 플레이 디자인을 개발자에게 수여)
Audience Award Winner	○ Beat Saber (Beat Games)
Game of the Year	○ God of War (Sony Santa Monica / Sony Interactive Entertainment)
Best Audio	○ Celeste (Matt Makes Games)
Best Debut	○ Mountains (Florence)
Best Design	○ Into the Breach (Subset Games)
Best Mobile Game	○ Florence (Mountains / Annapurna Interactive)
Innovation Award	○ Nintendo Labo (Nintendo EPD / Nintendo)
Best Narrative	○ Return of the Obra Dinn (Lucas Pope / 3909)
Best Technology	○ Red Dead Redemption 2 (Rockstar Games)
Best Visual Art	○ Gris (Nomada Studio / Devolver Digital)
Best VR·AR Game	○ Beat Saber (Beat Games)

※출처 : GDC 홈페이지

다. 주요 참가기업

2019 GDC는 PC, 모바일, 콘솔 게임 등 다양한 게임 개발 기업을 비롯해 VR기업, 각종 게임 개발 도구 기업, Amazon, Microsoft 등 클라우드 기업, Facebook 등 플랫폼 기업, 게임업계와 협력하는 NVIDIA, Qualcomm 등 반도체 기업, 오쿨러스, HTC 바이브, 구글, 파이맥스와 같은 하드웨어 기업 등이 참여했다.



2019 GDC Diamond Partners

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

2019년 한국콘텐츠진흥원에서 운영한 한국공동관에는 네오라마, 리얼리티매직, 비햅틱스, 필더세임, 브이알카버, 스마트한, 씨투몬스터, 멘티스코, 잔디소프트, 페이레터 등 총 10개 국내 기업이 참가해 총 176만 6천 달러의 계약(예상) 실적을 기록했다. 이는 12개사 188만 7천 달러를 기록한 2018년에 비해 총 저조한 실적이지만, 1개의 업체당 계약실적은 17만 6천 달러로 2018년에 비해 높게 기록되었다.

2019년 참여 업체 가운데 ‘네오라마’는 KT와 공동 제작한 탑승형 어트랙션 게임 <로봇 태권브이 - 리얼리티>와 흥행 원작에 기반한 <신과함께 VR - 심판>을, ‘리얼리티매직’은 SF 대전 VR FPS 게임 <인피니트 파이어: 아레나>와 1:1 라켓 스포츠게임 <슈퍼퐁2>을 소개했으며 ‘비햅틱스’는 VR과 디지털촉감 기술을 결합해 몰입감 있는 웨어러블 햅틱기기 <택수트(Tactsuit)>를 소개했다. ‘필더세임’은 손가락 미세 움직임까지 측정하는 고성능 소프트 센서 기술의 VR장갑 <몰리센 VR(Mollisen VR)>의 시연을 진행했다.

VR·AR 기술 이외에도 게임 그래픽, 제작, 유통 관련 혁신 기술이 반영된 게임과 서비스 플랫폼도 많은 주목을 받았으며 멘티스코의 RPG 게임 <헌터스 아레나:레전드(Hunter's Arena : Legends)>는 인텔이 선정한 10대 게임으로 선정되어 인텔 부스의 초청, 실사에 가까운 높은 그래픽 수준의 게임을 시연하면서 큰 주목을 받았다.

<표 Ⅲ-11> 한국 기업 참가 실적

구분	2017	2018	2019
한국 참가업체	14개사	12개사	10개사
계약실적	186만 달러	188만 7천 달러	176만 6천 달러

※출처 : 한국콘텐츠진흥원

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 게임 개발 관련 가장 혁신적인 기술의 소개

GDC는 게임계의 트렌드 세터들이 모여 노하우와 비전을 이야기하는 자리인 만큼, 그들이 올해 어떤 기술과 트렌드에 주목하는지를 확인 하는 것이 본 행사의 중요한 관전 포인트이다. 특히 구글과 같은 거대 기업의 신기술이 소개 되는 등 게임 업계의 판도를 바꿀 수 있는 기술들이 공개되기로 유명한 행사이다.

본 행사는 해마다 미국 뿐 아닌 유럽, 중국 등 주요 국가에서도 매년 참가업체를 늘리고 있는 행사이다. 한국의 게임 업체 또한 본 행사의 참석을 통해 전 세계 게임 시장 변화를 이해하고 이를 통해 얻은 정보를 사업 아이디어로 연결하는 것이 중요하다

(나) 행사장 이외 어떤 장소에서나 네트워킹이 가능

주최 측에서 강조하고 있는 점은 ‘활발한 네트워킹 기회 마련’으로 행사장 이외의 장소, 시간에 구매 받지 말고 어떠한 모임이라도 참석해 전 세계적 인맥을 구축하는 것이 중요하다고 강조하고 있다.

5. SLUSH

가. 기본정보

(1) 행사개요

북유럽 최대의 창업 컨퍼런스 SLUSH는 전 세계의 스타트업, 투자자, 기업인, 언론 등이 참가해 스타트업과 관련된 투자, 기술교류, 사업협력 등에 대한 논의가 자연스럽게 이루어지는 행사이다. 본 행사에서는 편안한 분위기에서 스타트업과 투자자와 직접 만남을 통한 제품 홍보 및 투자 유치 활동 가능하다는 것이 가장 큰 특징이다.

핀란드의 2030대가 주축이 되어 만들어진 행사인 만큼 다른 행사보다 젊고 역동적인 프로그램과 참가자로 가득하고 전 세계 창업인들의 축제로 핀란드 뿐 아니라 중국과 일본에서도 실시되고 있다.



- 기간 2019년 11월 21일(목) - 22일(금)
- 장소 Pursimiehenkatu, Helsinki
- 주최 SLUSH
- 홈페이지 <https://www.slush.org>

(2) 행사규모

SLUSH는 해마다 2,000여개의 스타트업이 참가하는 세계 최고의 스타트업 관련 행사로 2017년의 경우 130여 개국에서 약 2만여 명의 참가자와 2,600개의 스타트업, 1,500여명의 투자자와 600여 명의 기자, 그리고 수천 명의 봉사자들이 몰려 큰 성황을 이루었다. 2018년에도 동일 수준의 대규모 행사로 치러졌으며, 2019년에는 약 25,000명의 참석자와 4,000개가 넘는 스타트업의 참가 신청 후 행사를 기다리고 있음

<표 Ⅲ-12> SLUSH 행사규모

구분	2016	2017	2018
총 참관객수	약 17,000명	약 20,000명	약 20,000명
전시업체(스타트업)	약 2,000개	약 2,600개	약 3,200개
참가국수	120여 개국	130여 개국	130여 개국
한국참가업체수	-	-	약 70개

※출처: SLUSH 홈페이지



2018 SLUSH 행사 전경

(3) 주요 프로그램

2018년 SLUSH의 주요 프로그램으로는 ‘SLUSH100 콘테스트’, 스타트업·투자자·언론·대기업을 연결해주는 ‘매치 메이킹’, 스타트업 성공 스토리를 들려주는 컨퍼런스와 ‘사이드 이벤트’ 등이 있다.

또한, 2019년부터는 무료로 멘토십, 인턴십을 받을 수 있는 ‘SLUSH 아카데미’를 선보인다. 본 아카데미는 세계 각지에서 온 30여명의 예비창업자 및 학생들을 대상으로 실시되고 세계 상위 기업에서의 업무 체험 뿐 아니라 멘토들의 코치 또한 무료로 받게 된다. 본 아카데미에는 한국의 카이스트도 협력 대학으로 참여했다. 그 밖에 스타트업에 기업 운영 노하우, 최신 기술 등 정보를 제공하는 다양한 행사가 마련된다.

(가) SLUSH 100

‘Sluch 100’은 투자자 대상 피칭대회로 투자자에게 자신의 제품과 회사를 소개하고 1등에게는 상금과 함께 투자자금이 지원된다. 2018년 SLUSH 100의 우승사는 ‘Meeshkan’으로 쌍방향 기계학습을 위한 프레임 워크를 개발하는 스타트업이 선정되었다. 본 행사의 우승자에게는 세계적 회사로 부터의 컨설팅 서비스, 브랜딩과 마케팅 지원 서비스, 법률 서비스 그리고 본 서비스를 받기 위한 샌프란시스코로 가는 여비 일체를 지원 받게 된다.



2018년 SLUSH 100

(나) 컨퍼런스

2018년 SLUSH의 컨퍼런스에서는 이틀간의 행사 중 전 세계 스타트업에 종사하고 있는 160명의 선배 기업인들이 강단에 올라 자신의 성공 경험담, 최신 산업 트렌드, 투자 유치 등에 대해 이야기를 전달했다. 이들이 본 행사를 통해 이구동성으로 강조한 것은 ‘변화를 두려워하지 않는 기업가 정신’으로 요약된다.



2018 SLUSH 컨퍼런스

(다) 라운드 테이블 미팅

라운드 테이블 미팅은 1명의 투자자가 8개 내외의 스타트업을 모아서 의견을 교환하는 프로그램이다. 자연스럽게 스타트업과 투자자 접촉의 기회가 만들어질 뿐 아니라 동종 스타트업사의 정보와 아이디어를 직접 들을 수 있는 자리가 제공된다.

나. 마켓 트렌드

(1) SLUSH의 주제 / 주요 이슈

‘SLUSH는 다음 세대를 대표 한다’

SLUSH의 주제는 새로운 세상을 장악할 다음 세대의 창업자를 배출하는 곳으로 정의한다. 헬싱키 SLUSH는 스타트업과 투자자들의 많은 관심을 끌어들이는 대표 행사지만 중국 베이징과 일본 도쿄에서도 1년에 2회 더 개최되고 SLUSH는 전 세계적으로 그 수를 늘리고자 하는 추세에 있다. SLUSH는 아시아 지역에 큰 관심을 기울이고 있으며 베이징과 일본에서의 개최로 인해 아시아 대륙의 스타트업 지형을 점차 변화시키고 있다.



또한 SLUSH 아카데미를 통해 글로벌 최상위권 대학의 학술 연구, 빠르게 성장하는 스타트업과 VC 기업의 인턴십, 여러 다른 나라에서의 멘토링 등을 제공한다. 이를 통해 새로운 인재를 교육시키고 배출해 핀란드를 비롯한 전 세계의 스타트업을 대상으로 다음세대를 위한 준비를 이어나가고 있다.



다. 주요 참가기업

SLUSH 2018은 3,200개의 스타트업 뿐 아니라 전 세계 1,800명에 이르는 투자자들이 몰려들었다. 벤처 캐피탈을 비롯하여, M&A관련 업체 관계자가 전체의 50%가 넘게 참석해 SLUSH에 모여든 기발한 아이디어를 탐색했다. 그밖에 삼성을 비롯한 애플, 구글, 마이크로소프트, 지멘스, 바스코, 롤스로이스 등 스타트업을 지원하는 대기업들의 전시관도 예년보다 2-3배 늘어 전 세계에서 찾아오는 스타트업에 대한 관심을 표명했다.



2018 SLUSH에 참석자 분석

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

한국콘텐츠진흥원은 SLUSH 2017에서 콘텐츠분야 국내 스타트업 5개사의 해외 진출을 지원했다. 본 행사에 참여했던 국내 스타트업은 스위트몬스터(주), (주)쿨잼컴퍼니, (주)플리토, (유)픽서너리아트팩토리, 투미유 등 5개사이다.

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 전 세계가 주목하고 있는 스타트업의 집합소

2011년 1,000명으로 시작되었던 SLUSH는 본 행사에 참가하는 국가들이 해마다 늘어 현재는 2만 여명으로 급증한 세계적인 규모의 창업 컨퍼런스로 성장했다. 이에 따라 글로벌 시장 진출을 목표로 하는 전 세계의 스타트업의 방문이 지속되고 있다. SLUSH는 유럽시장을 넘어서 중국과 일본에 진출하여 아시아의 스타트업의 성장에 주목하고 있으며 한국 기업들이 지속적으로 참가한다면 추후에 좋은 성과를 낼 것으로 기대된다.



(나) 부대행사를 통해 투자자의 접근성 수월

행사 전일 개최되는 Pre-party부터 매일 저녁에 개최되는 After-party를 통해 테이블이 아닌 자유로운 장소와 분위기에서 투자자와의 네트워킹이 가능하다. 데모부스를 이용한 제품 시연 외에도 행사에 참가한 다수의 해외 언론들을 통한 적극적인 해외 홍보 및 마케팅이 가능하다. 많은 투자자 및 파트너들과 한 곳에서 만나 적극적인 투자 유치가 가능하다는 큰 장점이 있으므로 해외투자유치를 희망하는 한국 기업들에게 매우 좋은 기회가 될 것으로 예상된다.

(2) 마켓 참가시 유의 사항

SLUSH행사의 입장 티켓은 아래와 같이 구분 된다. 일반 참가자로 참여 한다면 비교적 비싼 가격에 참관해야 한다. 스타트업 기업으로 참가한다면 보다 저렴한 참관이 가능하며 가능한 일찍 등록할수록 저렴한 가격으로 행사에 참여가 가능하다.

ATTENDEE	STARTUP	SCALEUP	INVESTOR
LIMITED AMOUNT - EARLY BIRD - LIMIT			
PRICE 805 € 745 €	PRICE 305 € 295 €	PRICE 405 € 395 €	PRICE 805 € 745 €

SLUSH에서 제공하는 pass의 종류와 금액

6. 사우스 바이 사우스웨스트스(SXSW)

가. 기본정보

(1) 행사개요

사우스 바이 사우스웨스트(South by Southwest, 이하 SXSW)는 미국의 텍사스 주 오스틴에서 매년 봄에 개최되는 영화, 인터랙티브, 음악 페스티벌, 컨퍼런스로 구성된 행사로 1987년에 처음 시작되었다. 본 행사는 텍사스 주 오스틴시의 경제에 가장 큰 부분을 차지하는 축제로 현재는 90여 개의 공연장에서 50여 개국의 뮤지션 2,000여 팀이 참가하며, 산업 뿐 아니라 재미까지 함께 추구할 수 있는 축제이다. SXSW는 뮤직, 필름, 코미디, 인터랙티브(Interactive) 총 4개 부문으로 진행되고 인터랙티브 페스티벌은 테크크런치 디스럽트(TECH CRUNCH DISRUPT), 슬러시(SLUSH)와 함께 글로벌 최대 스타트업 축제로 꼽힌다.



- 기간 2019년 3월 8일(금) - 17일(일) (예정: 2020년 3월 16일(월) - 22일(일))
- 장소 미국 텍사스 오스틴 오스틴 컨벤션센터(Austin convention center)
- 주최 SXSW
- 홈페이지 www.sxsw.com

(2) 행사규모

SXSW는 지난 1987년 미국 텍사스주 오스틴의 작은 지역 음악 축제로 시작하여 30여년이 지난 2018년, SXSW는 102개국 43만 2500여명의 참가자를 유치한 세계적인 규모의 축제로 발전했다. 2017년에 비해 전시업체의 수는 감소했으나, 현재 세계 100여 개국에서 참가하는 유일한 행사로 자리 잡았다.

<표 III-13> SXSW 행사규모

구분	2017	2018
총 참관객수 (B2C포함)	약 421,900명	약 432,500명
전시업체	950개사	650개사
참가국수	95개국	102개국

※출처 : SWSX 홈페이지



2019 SXSW의 전경

(3) 주요 프로그램

SXSW 행사 기간 동안 수천 개가 넘는 행사와 이벤트가 열리고 수백 명의 연사들이 연단에 서는 세미나를 진행한다. 본 행사의 프로그램은 크게 뮤직, 필름, 코미디, 인터랙티브(Interactive)의 총 4개의 프로그램으로 나누어지고 각 참가자들은 구입한 프로그램에 따른 각 배지를 부여 받고 각 배지에 따라 정해진 일정 및 장소에만 출입이 가능하다.

그 가운데 Interactive세션은 다양한 컨퍼런스, Trade Show, SXSW Party & lounge(네트워킹)로 구성된다.

(가) Interactive - 컨퍼런스

SXSW는 참석자들이 영화, 문화, 음악 및 기술의 다양한 분야에서의 현재의 트렌드를 탐색하고 향후를 예측할 수 있는 다양한 논의가 이루어진다. 2019년에는 총 22개의 분야의 강연이 진행되었다. 또한 2019년에는 이성수 SM엔터테인먼트 이사가 피쳐드 세션(Featured Session)에 연사로 무대에 올라 'K팝의 진정한 가치(True Value of K-pop)'을 주제로 강연을 펼쳤다.

- Advertising & Brand Experience
- Cannabusiness
- Climate & Social Action
- Connection & Culture
- Creating & Monetizing Music
- Design
- Experiential Storytelling
- Fantastic Future
- Film & TV Industry
- Future of Music
- Gaming Industry
- Government & Politics
- Health & MedTech
- Making Film & Episodics
- Media & Journalism
- Professional Development
- Space
- Sports
- Startups
- Tech Industry & Enterprise
- Workplace
- XR

(나) Interactive - Trade Show

2019 SXSW Trade Show는 총 280개의 기업, 단체, 도시 또는 국가(관) 참가자가 참여해 인터랙티브, 영화, 음악 등의 영역에 걸쳐 광범위한 라인업의 전시가 진행됐다. 한국을 비롯한 다양한 국가에서 국가관을 구성해 자국 기업 및 스타트업을 대동하는 등 적극적인 홍보와 전시가 펼쳐졌다. 또한 SXSW Trade Show 이외에 SXSW Wellness Expo, SXSW Marketplace 및 SXSW Gaming Expo 등 주제에 따라 세분화된 전시회가 진행되었다.



2019 SXSW Trade Show

- Trade Show 콘텐츠 제작자, 라이프 스타일 기술, 마케팅, 제조, 디자인 및 혁신, 로봇 공학, 하드웨어 및 소프트웨어, 보안, 정부 기술 프로그램, 사회적 영향, 스포츠 기술, VR / AR / MR, 온라인 미디어, 음악 기술, 아티스트 서비스 등 광범위한 기업 참석
- Market place 의류, 액세서리, 미술 관련 기업 참석
- Wellness Expo 허브 및 보조제, 운동 및 피트니스 장비, 라이프 스타일 브랜드, CBD 제품, 깨끗한 미용 제품, 깨끗한 식습관, 전문 다이어트, 에너지 치료사, 정신 및 신체 운동 또는 건강 중점 기업 참석
- Gaming Expo 게임 관련 개발자, 제조업체와 일반 참석자가 참석하여 디스커버리 스테이지, 테이블 탑 체험, 아케이드 뱅커 등에서 체험

(다) SXSW Party & lounge과 각종 이벤트

SXSW Party & lounge는 무료 음식과 음료를 즐기면서 전 세계의 다른 크리에이티브를 만나고 네트워킹 할 수 있는 기회가 제공되는 프로그램이다. 행사가 열리는 장소 뿐 아니라 인근 호텔, 식당, 주차장 공터 등 여러 장소에서 진행되지만, 해당 배지 소지자만 입장이 가능하다.

그밖에 SXSW에서는 각종 파티와 네트워킹 리셉션에서부터 상품 및 서비스 홍보, 시상식, 스타트업 피칭행사 등이 다양한 행사들이 지속적으로 개최된다.



2019 SXSW 라운지 파티

나. 마켓 트렌드

(1) SXSW의 특징 및 주제

SXSW에서 중점을 두고 있는 부분은 음악, 영화, IT 등 다양한 분야의 산업이 융화되어 새로운 형태의 산업에서 창조적 세계를 발견하는 것이다. 본 행사의 주제는 ‘창의적인 사람들이 글로벌 참가자들과 교류하며, 자신의 커리어를 발전시켜 가는 것’으로 정의한다.

또한, 주최 측에서 언급하고 있는 SXSW의 특징은 아래와 같다.

- 놀랍고 재미있는 환경에서 새로운 경험을 할 수 있는 플랫폼을 제공
- VR·AR, 블록체인, AI와 같은 첨단기술에서 정치문제, 여성 권익, 미래 식량, SNS, 미디어 등 광대하면서도 세분화된 주제로 다채로운 접점(Connection)을 제공하는 융복합 축제



2019 SXSW

뿐만 아니라, SXSW는 전 세계의 새로운 기술에 대해서 기초적인 단계부터 심화된 단계에 이르기까지 서로의 의견을 편안하게 교환할 수 있는 플랫폼으로서의 역할을 수행한다.

(2) Award - SXSW Award

(가) Innovation Award

Innovation Award는 ‘연결된 세상에서 가장 흥미로운 기술진보를 이룬 기업’에
 계 수여하는 상으로, 총 13개 분야와 6개의 특별상이 진행된다.

<표 III-14> 2019년 SXSW Interactive Award 수상 내역

수상 분야	수상 업체
AI & Machine Learning	○ Cognitive Patient Care Assistant
Health, Med, & BioTech	○ Butterfly iQ
Innovation in Connecting People	○ Living First Languages Digital Platform
Music & Audio Innovation	○ Nuraphone – A Self-Learning Headphone
New Economy	○ Biometric Payments & Age Validation
Robotics and Hardware	○ My Special Aflac Duck™
Smart Cities, Transportation & Delivery	○ Dubai Paperless Strategy
Social & Culture Impact	○ Aira – Visual Interpreter for the Blind
Speculative Design	○ Argus: A Water Monitoring Plant
Student Innovation	○ Graphene Brain-Computer Interface
Style & Wearable Tech	○ The Eargo Max Hearing Aid
Visual Media Experience	○ HBO’s SXSWest world
VR, AR & MR	○ Fundamental Surgery
Special Honors	○ Breakout Trend of the Event – Confronting an Era of Digital Distrust ○ People’s Choice Award – My Special Aflac Duck™ ○ Best of Show – Butterfly iQ ○ Interactive Hall of Fame – Founder and CEO of Black Girls CODE, Kimberly Bryant. ○ David Carr Prize – Jordan Holtzer, UCLA School of Law

※출처 : explore.sxsw.com

(나) Pitch Competition

Pitch Competition의 경우 Release it과 SXSW Pitch로 나뉘는데, Release it은 한 해 동안 시장에서 가장 유망한 상품 및 서비스를 제공한 업체에 수한다. 2019년 Release it의 수상업체는 자전거 선수와 운전자, 보행자를 돕는 혁신적인 헬멧 기술을 선보인 ‘Lumos Helmet’이 선정되었다.

SXSW Pitch는 Entertainment, Health Tech, Social Tech, Privacy, Transportation Tech, Sports Tech 등 총 10개 분야의 50개의 업체 가운데 분야별 하나의 업체에게 수여된다. 여기서 선발된 업체는 4,000달러의 상금과 다음 해 SXSW Interactive 참가 입장권 2장을 얻게 된다. 무엇보다 SXSW Pitch 수상자의 가장 큰 혜택은 SXSW 참가자들과 잠재 투자자들에게 인상적인 홍보가 가능하다는 것으로 2019 SXSW Pitch의 지원자는 작년에 비해 42% 급속도로 증가했다. SXSW Pitch의 평가 기준은 독창성, 창의성, 잠재적(현실화) 가능성, 기능성(인터페이스의 사용성), 팀웍 등이 주요 평가 기준이다.

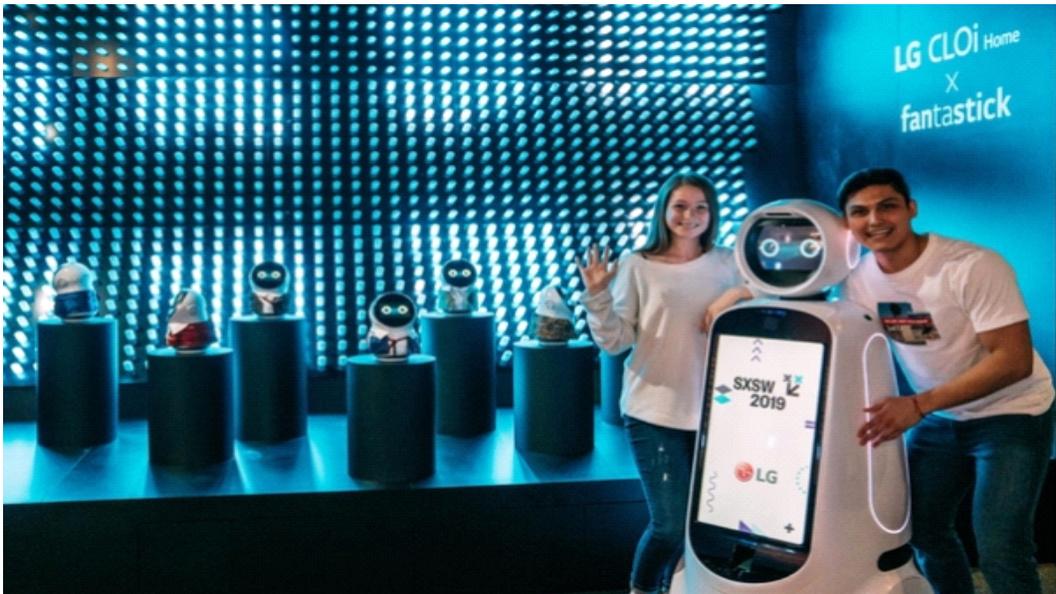
<표 Ⅲ-15> 2019년 SXSW Interactive Award 수상 내역

수상 분야	수상 업체
Artificial Intelligence:	○ Derq
Augmented and Virtual Reality:	○ Healium by StoryUp
Blockchain	○ Nebula Genomics
Enterprise and Smart Data	○ Geospiza
Entertainment and Content	○ Tankee
Health & Wearable	○ Pathware
Hyper-Connected Communities:	○ UbiQD
Social & Culture	○ Supportiv
Sports & Performance Data	○ Miro
Transportation & Delivery	○ ENSO Tyres
The winner of the Best Bootstrap Company	○ TwentyTables
The Best Speed Pitch winner:	○ Xplosion Tech
Best in Show winner	○ Nebula Genomics

※출처 : explore.sxsw.com

다. 주요 참가기업

2019 SXSW에는 페이스북과 델, 액센츄어 인터랙티브, 코카콜라, 링크드인, 넷플릭스, 벤츠, 소니, 우버, 스텔라 아르투아, 맥킨지앤드컴퍼니 등 다양한 글로벌 기업들이 참여했다. 국내 참여 기업으로는 삼성전자와 LG전자, SM엔터테인먼트, 카카오, CJ ENM, 현대카드, 현대자동차, 이노션, 한화생명, SK가스, SK디스커버리, 파라다이스시티 등이 있다.



2019 SXSW에 참가한 LG전자의 클로이 안내로봇

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

한국콘텐츠진흥원도 2019년 한국공동관 부스를 꾸리고 플랫폼, 미디어캐스트, 펄스나인, 오티야, 에이핀인터랙티브, 텍스터스튜디오, 스튜디오인요, 크리스피, 링고 크래프트 등 인공지능(AI)과 가상현실(VR) 등 첨단 기술을 활용한 콘텐츠 개발회사 9개사와 함께 SXSW에 참가했다. 특히, 시각 특수효과(VFX) 전문 업체 텍스터스튜디오는 웹툰과 VR을 결합한 VR툰을 선보였으며 인기 웹툰 작가 조석의 작품 <조의영역>을 VR로 선보여 몰입도 높은 공포를 체험하는 서비스를 제공했다.

2019년 SXSW에 참가하였던 9개의 국내 업체는 179건의 상담을 진행했으며 2019년 계약실적은 1,090만 달러로 2017년에 비해 약 9% 성장한 수치를 기록했다.

<표 Ⅲ-16> 한국 기업 참가 실적

구분	2017	2018
한국 참가업체	10개사	9개사
상담건수	651건	179건
계약실적	1,000만 달러	1,090만 달러

※출처 : 한국콘텐츠진흥원

또한, 한국콘텐츠진흥원은 2019에서 K-Pop 해외 쇼케이스인 ‘코리아 스포트라이트(Korea Spotlight) @SXSW 2019’ 를 개최했다. 쇼케이스가 열린 ACL Live @Moody Theater는 오스틴 내 최대 규모의 전문 공연장으로, 우리나라 대표 뮤지션 6팀과 이곳에 모인 약 3,000여명의 현지 팬과 음악관계자들은 국내 뮤지션의 무대 하나하나에 열광하며 K-Pop을 즐기는 모습이 포착되었다.

(2) 타 기관 지원현황

(가) 한국관

- 주최 코트라
- 참여업체 '피보', '릴리커버', '디오션', '이비온' 등 국내 스타트업 10개사가 참여
- 결과
 피보 : 움직임을 따라 개성 있는 사진·동영상 촬영 기술 소개
 릴리커버 : 실시간 피부 진단·관리 솔루션을 제공
 디오션 : 글로벌 소셜 뮤직 플랫폼 제공
 이비온 : 전기차 충전소 정보앱 등 탄탄한 기술력이 소개



kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 역사와 전통을 가지고 있는 미국 내 가장 큰 스타트업 행사

SXSW는 1987년 음악 축제로 시작되었다. 1994년 영화와 인터랙티브 부문이 추가되면서 폭발적으로 성장하며 광고, 방송, 저널리즘, 디자인, 스토리텔링, 헬스, 의료 기술, 코미디, 교육, 환경, 스포츠, 게임 등으로 영역을 확장하면서 지속적으로 진화 중이다. 또한 SXSW는 예술과 기술의 결합을 통해 시너지를 창출하고 산업 효과를 창출해 지역 경제 성장에도 영향을 주고 있다. (SXSW가 지역에 기여하는 경제효과가 연 3억 5000만 달러에 이르고 있다.)

또한, 미국의 내놓으라 하는 기업들의 참여가 빈번하며 미국 내 유명 인사 및 유력 정치인까지 끊임없이 방문하고 있는 미국만의 특색을 보유하고 있는 행사로 각인됐다. 이로 인해 제 2의 트위터를 꿈꾸는 전 세계의 스타트업은 물론 신사업과 네트워크 기회를 찾는 글로벌 기업들이 매년 3월 오스틴을 찾고 있다. 국내 기업들도 미국 내 인지도 확장 및 효과적인 미국 시장 진출에 도움을 받을 수 있을 것으로 기대된다.

(나) 전 세계 혁신적인 기술 소개의 장

SXSW 2019에서는 다채로운 아이디어의 향연이 펼쳐졌다. 일본 최대 공영방송사인 NHK는 VR 기술을 활용한 타임머신을 선보였고 세계 최대 방산 업체인 록히드마틴(Lockheed Martin)은 화성 베이스캠프를 체험할 수 있는 VR 프로그램을 선보이는 등 혁신적 기술이 다수 소개됐다.

(2) 마켓 참가시 유의 사항

SXSW는 Edu, Music, Film, Interactive의 총 4개 꼭지로 이루어져 총 2주간 진행되었다. 행사는 사전에 구입한 각 뱃지에 따라 정해진 일정 및 장소에만 출입이 가능하다. Platinum 뱃지를 구입하면 SXSW 기간 중 모든 행사에 제한 없이 출입이 가능하지만 Edu, Interactive, Film, Music을 구입 시 상호 주제 간 출입이 제한된다. 뱃지 구입은 사전에 공지된 일정 기간 안에 구입하면 더 저렴하게 구입이 가능하다

또한, SXSW에 참여하게 되면 SXSW 전용 애플리케이션(앱)을 설치해야 한다. 행사 기간 동안 수천 개가 넘는 행사와 이벤트가 열리고 수백 명의 연사들의 세미나가 진행되는 등 굉장히 많은 이벤트가 동시 다발적으로 열리기 때문에 앱을 통한 나만의 스케줄을 꼼꼼하게 짜서 계획성 있게 행사에 임하는 것이 권고된다.



2020 SXSW

7. 테크크런치 디스럽트(TECH CRUNCH DISRUPT)

가. 기본정보

(1) 행사개요

2011년 샌프란시스코에서 시작된 북미 최대 IT 스타트업 컨퍼런스 '테크크런치 디스럽트(TECH CRUNCH DISRUPT)'는 샌프란시스코, 뉴욕, 런던, 베이징, 베를린에서 매년 개최된다. 올해 10회째를 맞은 테크크런치 디스럽트는 전 세계 20개국, 1,000여개 IT·스타트업이 한 자리에 모이는 대규모 네트워킹 행사로, 저명인사의 강연을 비롯한 전시, 피칭대회, 비즈니스 미팅, 해커톤 등 다양한 프로그램으로 구성되어 있다. 스타트업은 이 행사를 통해 업계에 이름을 알리고 기업 간 정보를 나누거나 조언을 받을 수 있는 기회를 제공받는다. 테크크런치 디스럽트는 한 해 혁신적 스타트업과 그의 아이디어가 경쟁을 벌이는 이벤트로 유명하며 드롭박스, 트렐로, 민트, 야머 등이 디스럽트 배틀필드(경연대회)에 등장하면서 세계적 스타트업으로 부상했다.



- 기간 2019년 10월 2일(수) - 4일(금)
- 장소 샌프란시스코 모스콘 센터
- 주최 TechCrunch
- 홈페이지 <https://techcrunch.com>

(2) 행사규모

2018년 진행된 테크크런치 디스럽트에는 총 10,000명의 참관객과 20개국의 1,200개의 스타트업이 참가했다. 하지만, SXSW나 SLUSH와 같은 다른 스타트업 행사에 비해 그 규모는 크지 않은 편이며 점차 행사의 규모가 또한 축소되고 있는 추세이다. 하지만, 미국 실리콘밸리에서 열리고 있는 스타트업 행사인 만큼 미주지역을 비롯한 유럽 등 서구권에서의 인기는 여전히 유지되고 있다.



2018 테크크런치 디스럽트 행사장 전경

(3) 주요 프로그램

본 행사는 크게 ‘컨퍼런스(메인 스테이지&넥스트 스테이지)’, 슈퍼루키를 꿈꾸는 수많은 초기 스타트업 창업자들의 치열한 경쟁의 장인 ‘스타트업 배틀필드’ 그리고 스폰서들과 스타트업들의 제품과 서비스를 실제로 전시, 체험해볼 수 있는 부스 전시인 ‘스타트업 엘리’ 그리고, ‘크런치 매치’ 로 구성되어 총 3일간 모든 행사가 진행된다.

(가) 컨퍼런스

컨퍼런스는 사흘간 주로 오전과 이른 오후 시간에 진행되는데, 3일 동안 약 30개의 세션이 진행될 정도로 빠르게 진행된다. 따라서, 컨퍼런스는 모든 세션이 각 20분으로 구성되어 있고 상대적으로 편안한 분위기에서 이루어지는 대담 형식으로 진행되고 있다.



2018 테크크런치 디스럽트의 컨퍼런스

(나) 스타트업 앨리

테크크런치 디스럽트 2018에는 전 세계 20개국 1,000여 개 정보기술(IT)·스타트업이 한 자리에 모여들었으며 인공지능(AI), VR·AR, 블록체인, 바이오테크, 핀테크, 헬스케어, 모빌리티, 보안, 리테일, 로봇틱스, 스페이스(우주항공) 등의 다양한 분야의 전시가 진행되었다. 또한 ‘스타트업 앨리’에서 여러 스타트업들이 자신의 아이디어를 선보이는 부스를 설치하고 관람객의 현장투표를 통해 가장 많은 표를 얻은 팀이 ‘배틀필드’에 진출하도록 행사가 구성되었ek.



2018 테크크런치 디스럽트의 스타트업 앨리

(다) 스타트업 배틀필드

스타트업 앨리 전시사 가운데 6개 분야에서 경쟁을 통해 선발된 업체는 ‘스타트업 배틀필드’에 진출하게 된다. ‘스타트업 배틀필드’에 선택되면 투자자들과 청중 앞에서 자신들의 아이디어와 결과물을 발표하고 심사위원들은 그 가운데 하나의 우승팀을 가리는 형식으로 진행된다.



테크크런치 디스럽트의 스타트업 배틀필드

(라) 크런치 매치

‘크런치 매치’는 스타트업과 투자자들과의 미팅을 말한다. 개별 공간에서 1:1 면담 형식으로 진행되기 때문에 관심이 있는 투자자나 업계 관계자들과 깊은 이야기를 나눌 수 있다. ‘크런치 매치’는 앱을 통해 사전에 투자자와 창업자가 서로 메시지를 주고받으며 미팅을 잡을 수 있도록 구성되어 있다. 이를 통해, 스타트업과 투자자들간의 미팅 매칭율은 더욱 상승했으며 이는 전 세계 스타트업들이 테크크런치 디스러프트에 참가하고 싶어 하는 또 하나의 기술로 평가되고 있다.



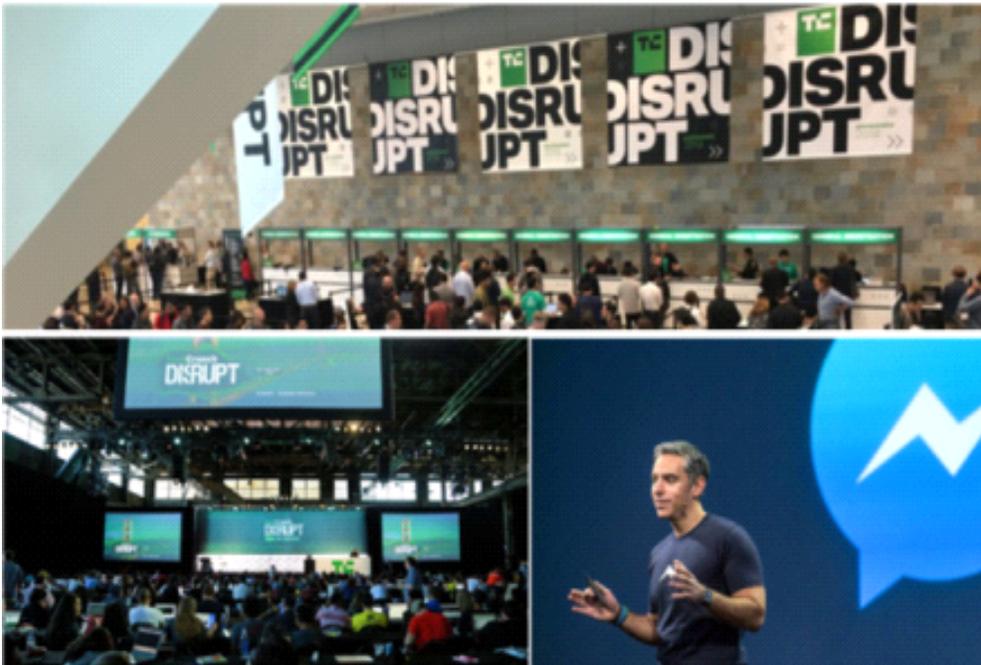
테크크런치 디스러프트의 크런치 매치

나. 마켓 트렌드

(1) 테크크런치 디스럽트의 특징

테크크런치 디스럽트 SF의 컨퍼런스는 사흘간 주로 오전과 이른 오후 시간에 진행되는데, 통상의 컨퍼런스나 서밋 행사와는 다르게 설 새 없이 몰아치는 30개의 세션이 3일 동안 진행된다. 또한 이 세션은 상대적으로 편안한 분위기에서 이루어지는 대담 형식이 많기 때문, 제대로 집중하지 않으면 쏟아지는 통찰들을 놓칠 수도 있기 때문에 주의를 기울여야 한다.

본 행사에는 이 업계를 이끌어가는 ‘공룡’ 뿐만 아니라, 지금은 ‘유니콘’이라 불리는 스타트업, 그리고 스타트업을 시작한 신생기업과 그를 꿈꾸는 학생들까지 스타트업과 관련 다양한 분야의 참석자들이 모여들고 있다.



테크크런치 디스럽트의 행사장

다. 주요 참가기업

테크크런치 디스러프트에는 설명이 필요 없는 IT 공룡 구글과 페이스북, 최근 AOL과 야후!를 인수하며, 본격적인 미디어 서비스로의 변화를 꾀하고 있는 버라이즌도 세션에 참여했다. CRM 솔루션을 통해 B2B 시장에서는 압도적인 존재감을 보이고 있는 세일즈포스의 마크 베니오프 역시 세션에 등장하여 연설을 진행했다.

또한, 올해 IPO에 성공한 통신서비스 트윌리오(Twilio), 재작년 아마존에 1조 원에 매각된 라이브 동영상 서비스 트위치(Twitch)를 필두로, 교육 스타트업 유다시티(Udacity), 기업용 인사 솔루션 제네피츠(Zenefits), 배달인프라 서비스 인스타카트(Instacart)가 세션에 참석해서 그들만의 성공 노하우를 공개했다.

위의 언급된 기업 뿐 아니라 2018년 테크크런치 디스러프트에는 저커버그 이니셔티브의 공동 설립자이자, 페이스북 창립자인 마크 주커버그의 아내이기도 한 프리실라 쉐, 리플의 CEO인 브래드 갈링하우스, 코인베이스의 공동 창립자이자 CEO인 브라이언 암스트롱, 컨센시스의 CSO 샘 카사트, 미국 증권거래위원회 지역관리자인 지나 최, 와이 콤비네이의 CEO이자 파트너인 마이클 세이벨, 중국 디디추싱의 부회장 팡민 공, 우버의 CEO인 다라 코스로샤히 등 20여 개국에서 온 550개 이상 대표기업이 자리했다.

라. 지원 현황 및 비즈니스 성과 분석

(1) 한국콘텐츠진흥원 지원현황 및 성과

2018년 테크크런치 디스럽트에는 한국콘텐츠진흥원, KOTRA, 경기도경제과학진흥원이 공동으로 마련한 한국공동관에서 국내 스타트업들이 소개됐다. 전시장인 ‘스타트업 엘리’에 마련된 한국공동관에는 총 20개 국내 유망 스타트업이 참가했으며, 한국콘텐츠진흥원이 선정한 디스럽션, 로지브라더스, 마블러스, 스마트스터디, 스티팝, 아우름플래닛, 자라나는 씨앗, 크리스피, 팝스라인, 팝조이 등 문화콘텐츠 분야 10개사와 더불어, KOTRA와 경기도경제과학진흥원이 발굴한 10개 기업이 참가해 현지 투자자 및 전문가를 대상으로 비즈니스 미팅을 진행했다. 한국공동관에서는 총 221건 이상 바이어 상담, 상담총액 약 1억 8,920만 달러의 성과를 기록했다.

이번 한국공동관에 참가한 스타트업 중 국민동요 <상어가족>으로 유명세를 얻은 <핑크퐁>의 스마트스터디는 5개 국어 기반 콘텐츠로 글로벌 관계자들로부터 극찬을 받았다. 아울러 디스럽션은 영유아의 디자인 사고 방법을 키우는 문제해결놀이 <룩킨(Loopkin)>을, 크리스피는 인기 애니메이션을 활용한 IoT 스마트카·테마파크를 소개해 호평을 받았다.

<표 III-17> 한국 기업 참가 실적

구분	2018
한국 참가업체	20개사
상담건수	221건
계약실적	1억 8,920만 달러

※출처: 한국콘텐츠진흥원

마. 마켓 참가 Tip

(1) 마켓 참가의 의미

(가) 세계적인 스타트업 등용문

테크크런치 디스러프트는 스타트업 업계의 현안에 대해 빠르고 깊이 있는 분석을 내놓는 것으로 정평이 나있는 행사이다. 전 세계 스타트업이 모여들어 의미있는 조언을 들을 수 있는 기회로 볼 수 있다. 본 행사는 크런치 매치를 통해 미팅을 신청하고 많은 조언가를 만나 자사의 아이디어에 대한 조언과 사업화 방향성을 얻어 갈 수 있는 실질적 기회가 제공되는데 큰 의의를 가지고 있다.

