

보도 일시	2022. 11. 21.(월) 09:00	배포 일시	2022. 11. 21.(월) 09:00
담당 부서	미디어정책국 방송영상광고과	책임자	과장 최재원 (044-203-3231)
		담당자	사무관 이슬 (044-203-3238)

## 세계 최대 방송영상시장에서 전년 대비 2배 넘는 수출 달성

- 10. 17.~20. 프랑스 '밋컴(MIPCOM) 2022'에서 1,664만 달러 규모 수출 성과
- 11. 23.~24. '두바이국제콘텐츠마켓(DICM)' 통해 중동-북아프리카 시장 신규 진출

문화체육관광부(장관 박보균, 이하 문체부)는 한국콘텐츠진흥원과 함께 10월 17일(월)부터 20일(목)까지 프랑스 칸에서 열린 세계 최대 방송영상 콘텐츠시장 '밋컴(MIPCOM)\* 2022'에서 한국 참가 기업들이 전년 대비 2배 이상 증가한 약 1,664만 달러(한화 약 220억 5천만 원) 규모의 수출 성과를 거뒀다고 밝혔다. 그리고 이와 같은 한류 콘텐츠 수요 확대에 힘입어 11월 23일(수)부터 24일(목)까지 '두바이국제콘텐츠마켓(DICM)\*\* 2022'에 참가해 중동과 북아프리카 시장에 처음 진출한다.

\* 밋컴(MIPCOM, Marché International des Programmes de Communication): 방송영상콘텐츠 관계자가 매년 1만 명 이상 참가하는 세계 최대 규모의 방송시장으로 '22년 제38회 개최

\*\* 두바이국제콘텐츠마켓(DICM, Dubai International Content Market): 콘텐츠 소개 행사(쇼케이스), 판매, 투자, 배급 등이 이루어지는 중동 및 북아프리카 국제방송영상견본시, '22년 제5회 개최

## 17개 기업, 63개 콘텐츠로 전년 대비 2배 증가한 220억 원 수출 성과 달성

올해 '밋컴' 행사에서는 전 세계 108개국 321개 방송영상콘텐츠 기업과 관계자 10,896명, 구매자 3,100명이 참가해 수출 계약과 리메이크 제작 등 다양한 상담을 진행했다. 한국에서는 역대 최다인 300명이 넘는 인원이 참가한 가운데 국내 방송사와 제작·배급사 등 17개 기업이 63개 콘텐츠로 1,664만 1,800달러의 수출 성과를 냈다. 이는 전년 대비 105.9% 증가해 2배 이상의 성과를 낸 수치이며 코로나19 이전인 2019년 1,589만 3,543달러 보다는도 증가한 수치로서 회복세 이상의 성과를 나타낸 것이다. 이는 <오징어 게임>, <이상한 변호사 우영우> 등 세계 콘텐츠 시장의 주류로 성장한 한류(케이) 콘텐츠의 브랜드 경쟁력이 수출 성과로 이어졌기 때문인 것으로 보인다.

올해 성과를 구체적으로 살펴보면 예능 형식(포맷)과 드라마 등 다양한 장르의 작품들이 북미, 유럽 시장(이탈리아, 튀르키예 등)과 수출 계약을 체결했다. 독일, 미국, 호주에서 역대 최고 시청률을 기록한 <복면가왕(MBC)>은 남아공 등에 추가 판매돼 지금까지 누적으로 전 세계 55개국 판매를 기록했다. 지난해 엠비엔(MBN)에서 방영한 예능 형식(포맷) <배틀 인 더 박스(썸씽 스페셜)>는 독일 트레저 티브이(Tresor TV)와 옵션 계약\*을 체결했다. 신작 드라마 <재벌집 막내아들(SLL)>은 글로벌 온라인동영상서비스(OTT)와 수출 계약을 체결했다. 드라마 <트레인(CJ E&M)>, <괴이(CJ E&M)>는 영국과, 다큐멘터리 <빛을 삼킨 뱀(EBS)>은 미국 등과 수출 계약을 체결했다.

\* 옵션 계약: 방송사 등에 포맷 프로그램을 제작 납품하고 판매할 수 있도록 권리를 부여하는 것으로, 현지 제작사 또는 에이전트와 체결하는 계약

현지 관계자들을 대상으로 선보인 <이상한 변호사 우영우>의 특별 시사회도 성공적으로 마무리했다. 시사회에 연사로 참여했던 제작사 에이스토리의 이상백 대표는 “(밈컴 참여로) 여러 국가에서 리메이크 제안을 받은 상태”라며 “앞으로 새로운 결과물을 만들어낼 생각이다.”라고 밝혔다.

#### 11. 23.~24. ‘두바이국제콘텐츠마켓’ 한국 공동관 운영, 5개사 12개 콘텐츠 참가

아울러 문체부는 11월 23일(수)과 24일(목), ‘두바이국제콘텐츠마켓(DICM) 2022’에 새롭게 참가해 한국 공동관을 운영하고 한류 콘텐츠 시사회를 진행한다. 이번 참가는 최근 중동과 북아프리카(MENA) 지역의 한류 콘텐츠에 대한 높아진 수요에 부응하기 위해 기획한 것으로서, 두바이 첫 한국 공동관에서는 방송콘텐츠 5개사가 <월수금화목토(CJ E&M)>, <그린마더스클럽(SLL)>, <두뇌공조(KBS미디어)>, <짠내아이돌(PH E&M)> 등 12개 콘텐츠를 선보인다. 행사 개막일인 11월 23일(수)에는 한류 콘텐츠들을 소개하는 시사회를 통해 중동과 북아프리카(MENA) 지역 판매 활성화를 시도한다.

문체부 박용철 미디어정책국장은 “한류 콘텐츠의 전 세계적 인기와 수출 성과를 통해 우리는 ‘콘텐츠가 승부처’임을 목격하고 있다.”라며, “문체부는

내년도 방송영상콘텐츠 산업 지원 예산안을 1,228억 원 규모로 올해 대비 2.5배 확대하고, 우리 콘텐츠의 해외 진출을 적극 지원해 한류 콘텐츠의 인기를 지속 견인할 계획이다. 기업들의 많은 관심과 참여를 부탁드린다.”라고 말했다.

- 붙임 1. ‘밈컴 2022’ 현장 사진
- 2. ‘두바이국제콘텐츠마켓’ 한국 공동관 포스터



# 붙임 1

# 미프컴(MIPCOM) 2022 현장 사진

## □ 한국 공동관



## □ <이상한 변호사 우영우> 특별 시사회(스크리닝)



D I CM DUBAI INTERNATIONAL CONTENT MARKET

# KOREA PAVILION

일 시 : 2022년 11월 23일 (수) ~ 11월 24일 (목) / 2일간

장 소 : Jumeirah Beach Hotel, Conference Centre

## SCREENING

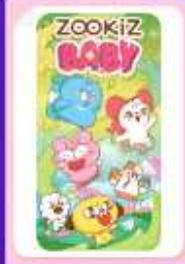
제 목 : K-CONTENT SCREENING

일 시 : 2022년 11월 23일 (수) / 15:00 - 15:50 (GST)

장 소 : Jumeirah Beach Hotel, Conference Centre, Meyana Auditorium Level 1



## EXHIBITORS

				
				
Love in Contract	Brain Works	Broke Rookie Star	Green Mothers' Club	Zookiz the Baby

