달리보기

문화콘텐츠 산업을 선도하는 '스튜디오 드래곤'

귀사에 대해 소개 부탁드립니다.

스튜디오드래곤은 콘텐츠 기획, 개발에서부터 자금 조달, 프로듀싱 및 유통에 이르기까지의 전 과정을 아우르는 '프리미엄 스토리텔러 그룹'입니다. 글로벌 프리미엄 IP(지적재산권) 180여편을 보유하고 있는 아시아 최대 규모의 드라마 스튜디오로, 2016년 CJ ENM의 드라마 사업본부가 물적 분할해설립되었습니다. 2020년 초에는 미국 LA에 인터내셔널 지사를 설립해 미국 유수의 엔터테인먼트 파트너들과 함께 미국/글로벌 드라마 시리즈 제작에 나서고 있습니다. 스튜디오드래곤은 230명 이상의 핵심 크리에이터와 함께 연간 30편 내외의 드라마 시리즈를 제작해 다양한 플랫폼에 유통하고 있습니다. 참신하면서도 보편적 재미를 보유한 스토리텔링 중심의 드라마를 전 세계 팬들에게 선보이고 있으며, 지난해 NETFLIX Worldwide TOP10(flixpatrol집계 기준)에 <사랑의 불시착><사이코지만 괜찮아><청춘기록><스타트업><경이로운 소문>가 랭크 되었습니다.

최근 'K-culture'가 각광을 받으면서 한국의 콘텐츠들이 관심을 받고 있습니다. 스튜디오 드래곤에서 그동안 진행했던 사업들에 대해 알고 싶습니다.

국내 최초 스튜디오 모델 도입

플랫폼이 주도한 제작 위주였던 기존 한국 드라마 제작사의 역할에서 벗어나 스토리 개발, 자금 조달, 경쟁력 있는 제작, 판매/유통 다각화, IP를 통한 사업화까지 콘텐츠의 부가가치를 향상시킬 수 있는 모든 과정을 책임지는 스튜디오 모델을 한국 최초로 도입했습니다.
IP를 직접 소유하며, 안정적인 콘텐츠 포트폴리오 운영을 통해 현재까지 180여편의 글로벌 프리미엄 IP를 확보해 지속적인 성장을 이뤄가고 있습니다.

핵심 제작역량을 위한 우수한 창작자 및 원천 IP 확보

스튜디오드래곤은 한국의 Top tier인 김은숙, 박지은, 김영현, 박상연, 노희경 작가 등이 소속된 4개 자회사를 보유하고 있으며 실력을 인정받은 다수의 감독, 작가와 연출 계약을 맺고 있습니다. 우수한 창작자를 모아 최적의 콘텐츠를 만들 수 있도록 해주는 프로듀서까지 230명 이상의 핵심 창작자 집단을 형성하고 있습니다.
또한 신인작가 양성 프로그램인 CJ ENM의 O'PEN을 통해 매년 시나리오 공모전을 진행하고 있으며 당선작은 연간 10편씩 단막극으로 만들어 TV채널에 편성하는 등 새로운 창작자 발굴에도 적극적으로 나서고 있습니다.

글로벌 사업 역량

2020년 1분기 미국법인을 설립했으며, 미국의 Skydance Media, UCP(Universal Content Productions), CAA(Creative Artists Agency) 등 다양한 major players와 프로젝트를 협업 중입니다. 스카이댄스 미디어 등 우수 협력사들과20여개의 글로벌 프로젝트를 진행 중이며,지난 6월에는 스카이댄스 미디어-애플TV플러스와 함께 'The Big Door Prize' 공동기획제작 계약 체결 소식을 알렸습니다.중장기 목표인 글로벌 선진시장 직접 진출을 위해 우수한 콘텐츠를 글로벌 OTT를 통해 전세계에 선보이며 레퍼런스를 쌓아가고 있습니다. (하단 박스자료 참조)

1. 넷플릭스 World Wide TOP10 콘텐츠 랭크 전세계 2위

유료구독자수 기준 글로벌 1위 스트리밍 서비스인 넷플릭스에서는 국가별로 인기 TOP 10 콘텐츠를 공개하고 있으며, 이를 바탕으로 집계된 World Wide TOP 10(FlixPatrol 참고)의 2020년 5월부터 2021년 6월까지의 데이터를 종합해 보면 지난 1년간 전 세계적으로 가장 많이 소비된 콘텐츠를 제작한 국가는 56.9%를 차지한 미국(총 330번 순위에 랭크)이고 그 바로 다음이 7.9%를 차지한 한국(총 46번 순위에 랭크)입니다.
미국(57%) > 한국(7.9%) > 영국(7.1%) > 멕시코(4.5%) > 스페인(4.3%) 순 2020년 넷플릭스 World Wide TOP10에 랭크된한국 드라마는<사랑의 불시착><사이코지만 괜찮아><청춘기록><스타트업><경이로운 소문> 총 다섯으로, 이는 모두 스튜디오드래곤이 기획 제작한 작품들입니다.
또한 문화체육관광부와 한국국제문화교류진흥원이 지난 4월 발간한 한류 종합정보서적 '2020 한류백서'에 따르면 스튜디오드래곤이 제작한 '사이코지만 괜찮아'(19위·43개 국가·146일), '스타트업'(32위·28개 국가·124일), '더 킹'(36위·28개 국가·124일), '청춘기록'(48위·26개 국가·79일)이 넷플릭스의 전 세계 TV 쇼 순위에서 각각 한 분기 가까이 사랑 받았으며, '스위트홈'은 2020년 말 전 세계 8개국 넷플릭스에서 1위를 차지했습니다. (한국 콘텐츠가 50위권 내에 머무른 국가와 기간, 순위)

2. 해외에서 더 인정받는 스튜디오드래곤 콘텐츠

뉴욕타임스 The Best TV Show of 2017 Top10**에 유일한 한국 드라마로 '비밀의 숲' 선정.** 기사보기

- 미국 Forbes에서는 "과거부터 현재까지 인기 있었던 한국 드라마에는 전부 '스튜디오드래곤'의 이름표가 붙었다"고 극찬하며 스튜디오드래곤을 집중 조명함 기사보기
- <백일의 낭군님>은 한국의 조선시대를 배경으로 한 드라마임에도 불구하고, 한국 드라마 최초로 일본 공공방송 NHK 지상파에서 방송 (2020년 5월)
- <방법> 2020년 2월 프랑스 '시리즈마니아(Series Mania) 2020' 노미네이트, 심사위원단들은 "이 작품은 검은 마술"이라 평함
- 세계 문학의 거장 파울로코엘료는<나의 아저씨>를 향해 "인간의 상태를 완벽히 묘사한 작품. 엄청난 각본, 환상적인

<사이코지만 괜찮아> 뉴욕타임스가 2020년 12월 **발표한 '인터내셔널** TV**쇼 톱**10**'에 선정. 이 드라마를 향해 "마법사 같은 한국의 드라마 제작자들이 만들어 낸 작품"이라 평함** 기사보기

IP사업 역량, 상품 출시부터 메타버스 중심 디지털로 확장

프리미엄 IP를 바탕으로 다양한 사업영역에진출하고 있습니다.

- 원작 IP의 장르 확장.드라마의 웹툰, 웹소설, 뮤지컬(또 오해영, 사랑의 불시착),게임화 등
- 메타버스(제페토와 호텔 델루나 아이템 출시), NFT(코빗 거래소 통해 빈센조까사노 문양 라이터 NFT 출시)등 디지털 사업화
- IP기반 국내외 전시 활성화(일본-사랑의 불시착,스튜디오드래곤 드라마展,한국-호텔 델루나 전시 등)
- 상품 출시(김비서가 왜 그럴까-인형, 사이코지만 괜찮아 동화책 등 IP연계 상품 출시) 지속.제일기획과 사업협력 체결

K-culture가 관심을 받게 된 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 내 치열한 경쟁 :내부 경쟁상황이 한국드라마가 경쟁력을 갖게 된 원인 중 하나라고 생각합니다. 좋은 콘텐츠가 선택 받는 상황이 지속되면서, 자연스럽게 웰메이드 콘텐츠의 중요성이 대두되었고, 탄탄한 이야기 구조 + 새로운 캐릭터들의 등장 + 고퀄리티 연출 등이 이슈를 계속 만들어냈습니다. 수 많은 글로벌 시청자들은 "한국 드라마에는 삶을 관통하는 이야기가 있다", "좋은 이야기를 정말 잘 만들어냈다"는 극찬을 아끼지 않고 있습니다. 새로운 시각을 찾는 해외 시청자들에게 잘 만든 이야기 구조와 새로운 방식의 접근은 매우 중요한 소구 포인트로 보입니다.
- 글로벌 OTT : 기존에 Viki, Dramafever 같은 서비스를 통해한국드라마가 유통되기도 했지만 전세계적 인기를 촉진시킨 요인에는 글로벌 OTT서비스플랫폼의 요인도 크다고 생각합니다. 온라인 플랫폼을 통해 스튜디오드래곤 드라마가 전세계에 유통 되면서 더 많은 글로벌 시청자들이 우리 드라마를 접할 수 있었던 것 같습니다. 그리고 그렇게한국드라마에 발을 들인 글로벌 시청자들은 더 많은 콘텐츠를 찾게 되고, 인기의 선순환을 이끌었습니다.
- 과감한 투자 : 스튜디오드래곤은 분사 이전인 2010년부터 지금까지 드라마를 제작해왔고, 꾸준히 퀄리티를 높이며 새로운 도전들을 해왔습니다. 분사를 계기로 더 과감한 투자와 제작 프로세스를 개선하면서 더 좋은 퀄리티의 드라마를 만들 수 있게 되었습니다. 이러한 노력이 인정받아 한국 시청자들에게 사랑을 받았고, 더 나아가 글로벌 시청자에게도 어필할 수 있었다고 생각합니다.

부장님께서 생각하시는 향후 콘텐츠 산업의 지향점과 그 속에서 스튜디오 드래곤의 역할에 대해 듣고 싶습니다.

한국드라마는 일시적 유행이 아닌 글로벌 주류 문화이자 유망한미래국가산업후보

전 세계 선풍적 인기를 끌었던 '96년 '마카레나', '12년 '강남스타일'처럼 일시적 유행이 아닌 레게음악, 일본 애니메이션과 같이 한국드라마도 글로벌 주류 문화로 자리매김할 기로에 서 있습니다.
영상콘텐츠산업은 선진국형 서비스업이라고 할 수 있지만 한국의 GDP 內 서비스업이 차지하는 비중은 59.1%로, OECD 평균(75.2%) 대비 현저하게 낮은 수준이며 3만불 시대 지속 성장을 도모하기 위해서는 제조업 중심 산업 구조를 탈피하고 서비스업 투자 확대가 필요합니다.
스튜디오드래곤은드라마 전문 스튜디오로서 기획제작기초 역량을 강화하고 글로벌 파트너십 확대와 미국시장 진출, 디지털 시장 확장을 통해 한국 드라마 생태계의 산업화를 선도해가겠습니다. 참신함, 트랜디함을 갖추면서 보편적인 공감과 재미를 갖춘 콘텐츠를 만드는 것이 스튜디오드래곤의 정체성이라고 생각합니다.

마지막으로 한국 문화콘텐츠를 사랑하시는 많은 분들에게 남길 말씀이 있다면?

매일 전세계 한국드라마 팬으로부터 좋은 콘텐츠에 대한 감사와 후속 시즌 제작 요청,더 나아가 새로운 드라마 대본 및 기획안까지 메일을 받고 있습니다.감사함과 함께 책임감도 느끼는 요즘입니다.
스튜디오드래곤은 글로벌 시장만을 타깃으로 생각하기보다는 한국을 포함해 전 세계 사람들이 볼 때 보편적으로 재미와 감동을 느낄 수 있는 콘텐츠를 만들고자 노력합니다. 함께 일하는 사람들이 우리 콘텐츠가 왜 지금 만들어져야 하고, 무엇을 말하려고 하는지에 대해 명확히 이해하고 공감해야 보는 사람도 그러한 감정을 똑같이 느낄 수 있다고 생각합니다. 이렇게 당위성 있는 이야기를 '높은 퀄리티'로 제작하는 노력도 당연히 함께 하고 있습니다.
스튜디오드래곤은 무궁무진한 이야기로 전세계를 매료시키는 '프리미엄 스토리텔러 그룹'이 되고자 합니다. 앞으로도 새로운 스토리를 기획개발 하는 한편 콘텐츠의 가치를 향상시켜 IP관련 사업을 확장하고, 우리와 잘 어울리는 다양한 플랫폼에 콘텐츠를 유통시켜 전세계 더 많은 사람들이 스튜디오드래곤의 드라마를 즐길 수 있도록 하겠습니다. 감사합니다.

※ 본 기사는 코로나19의 영향으로 서면으로 진행되었음을 양해 부탁드립니다.