

드라마 '태왕사신기'의 글로벌 마케팅 추진사례

2008.4.11

김 의 준

주식회사 에스에스디 대표이사

태왕사신기 사업에서의 SSD의 Role

공동제작 및 제작비조달

- SSD는 주연배우 캐스팅, 뉴질랜드 반지의 제왕 SFX팀 및 일본 OST 거장 히사이시조 영입 담당

* 김종학프로덕션이 현장 제작 담당

* SSD와 김종학프로덕션이 50:50 출자해 공동제작사를 설립하여 제작을 진행

- 제작비 조달: 투자유치 및 선매출

배급&마케팅, 홍보

- 한국, 일본, 중화권 등 국내외 시장에 대한 마케팅/판권판매 (시장분석/조사, 마케팅 계획 수립, 판권종류별 구매자 파악, 개별협상 및 계약진행, 상품인도 및 현지진행)

- 출판, MD 등의 경우 실물상품 별 기획, 개발, 제조, 유통, 판매의 쉐 단계 실행 담당

- 한국 및 일본 현지에서의 홍보, 이벤트 진행, 판촉 프로모션

기획/관리

- 프로젝트에 대한 기획 총괄 (제작전략, 판매전략 등)

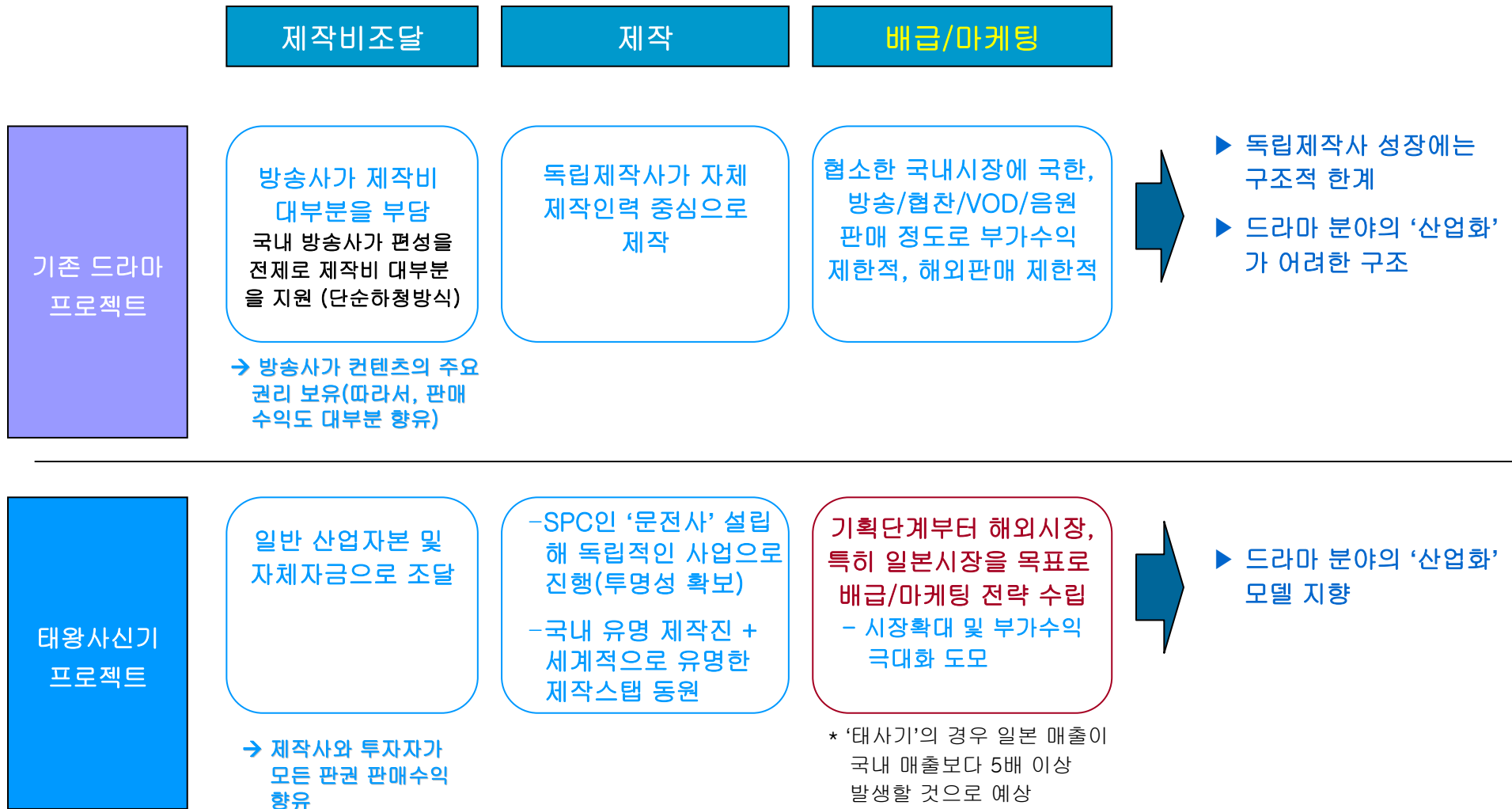
- 문화산업전문회사(문전사) 제도도입 (국내 제1호 문전사)

* 김종학프로덕션과 SSD가 50:50 출자해 설립

- 회계 및 재무자료 취합, 작성 및 이해관계자 보고

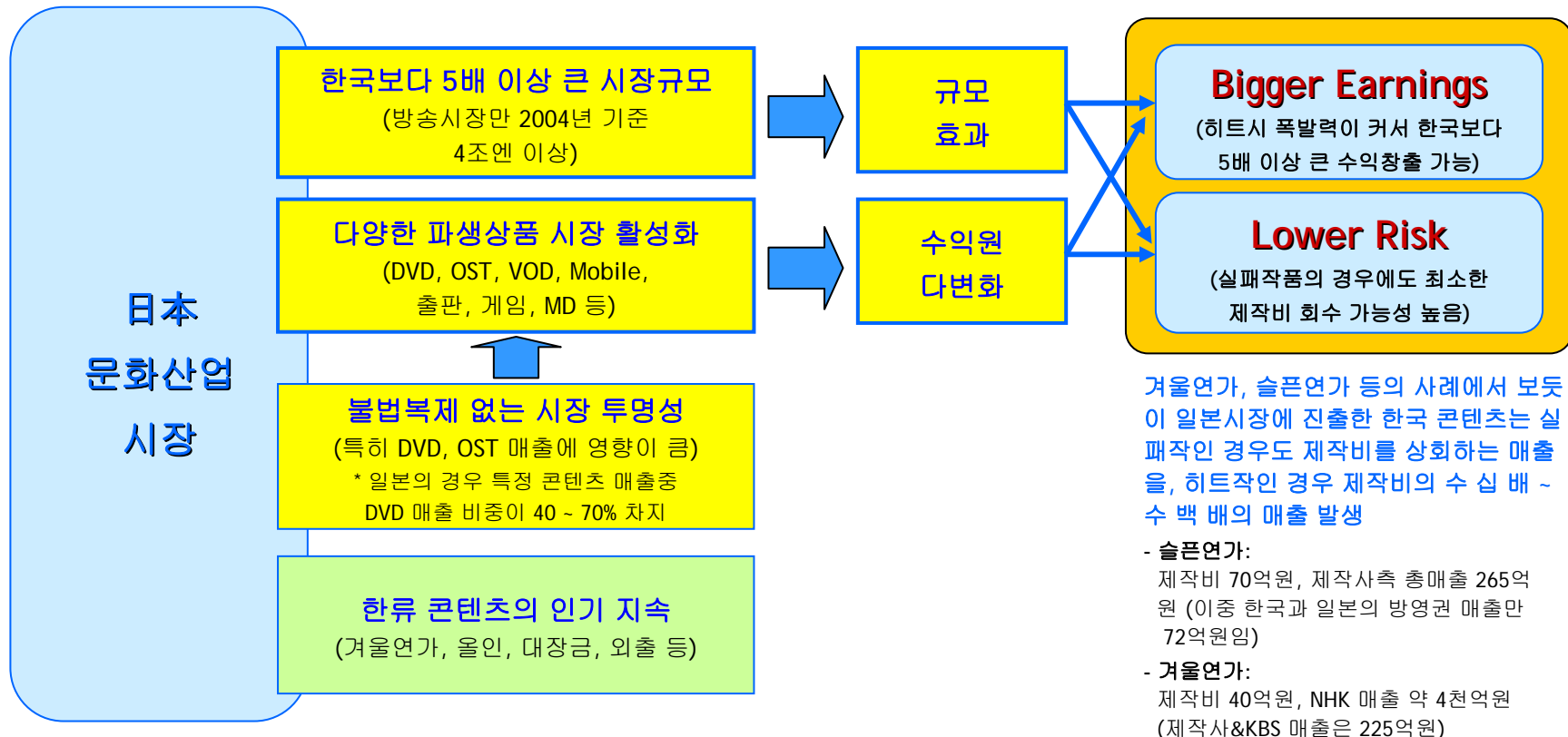
- '문전사'로부터 '사업관리자'로 위탁받아 프로젝트 전반의 운영/관리 담당

기존 드라마 vs 태왕사신기 Biz Model 비교



Why JAPAN Market?

일본시장을 Target으로 정한 이유는, 일본은 한국보다 5배 이상 시장규모가 크고, 시장이 투명하며, DVD, OST, VOD, MD, 출판, 게임 등 파생상품시장이 크게 발달해 수익원이 다변화 되어 있는데다, ‘韓流 콘텐츠’는 일본에서 꾸준한 인기를 얻을 수 있는 경쟁력이 있기 때문입니다.



일본시장 대상 마케팅 전략(1): 콘텐츠 전략

‘한류’의 인기가 시들해지고 심지어 반한류 혹은 혐한류까지 거론되는 상황에서 일본시장 진출을 위해 태왕사신기는 “Blockbuster의 고품질 드라마 + Fantasy 장르 및 Asian Wave로 포장”하는 전략을 추진하되, 확고한 고정팬층을 가진 최고의 한류스타인 윤사마를 주연으로 하여 콘텐츠를 제작하기로 하였습니다.

① 영화같은 고품질 드라마



기존에는 스토리 중심의 드라마였다면 태사기는 블록버스트급 제작비를 들여 놀라운 영상미까지 어필

World-Famous Staff

뛰어난 스토리와 놀라운 영상을 위해 김종학 감독, 송지나 작가, 뉴질랜드 ‘반지의 제왕’ SFX팀, 일본 OST계의 거장 히사이시조 등 세계적인 제작스텝을 기용

② 판타지화 및 아시아류 포장

FANTASY

A Hero Story

지나치게 한국적인 이야기보다는 한 영웅의 이야기를 판타지 장르를 기반으로 하여 선택 (국수주의적 반응 원천배제)

‘ASIAN WAVE’ 포장



③ 일본최고의 한류 Star 기용

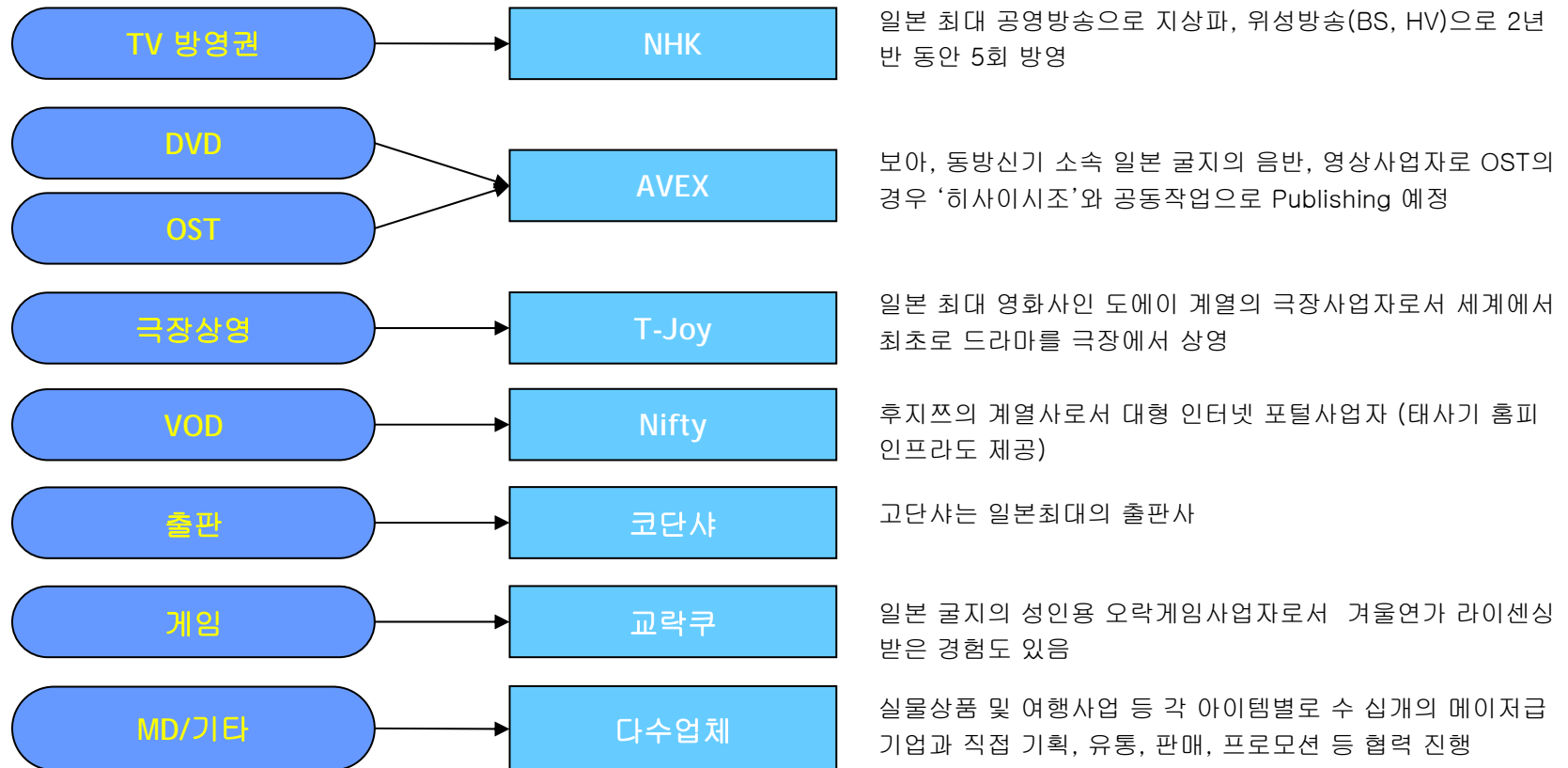
배용준

일본 내 확실한 매출 확보를 위해 확고한 고정팬층이 있고 ‘일본내 경제효과 2조 3천 억원’ (출처: 일본경제연구소, 2004) 이라는 한류의 핵 윤사마를 주인공으로 캐스팅



일본시장 대상 마케팅 전략(2): 분야별 사업자별 분리판매

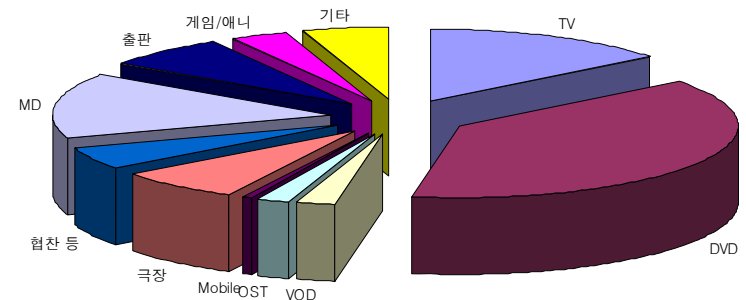
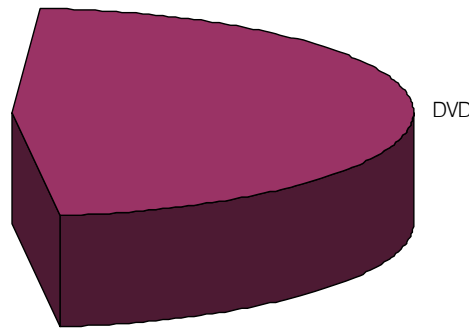
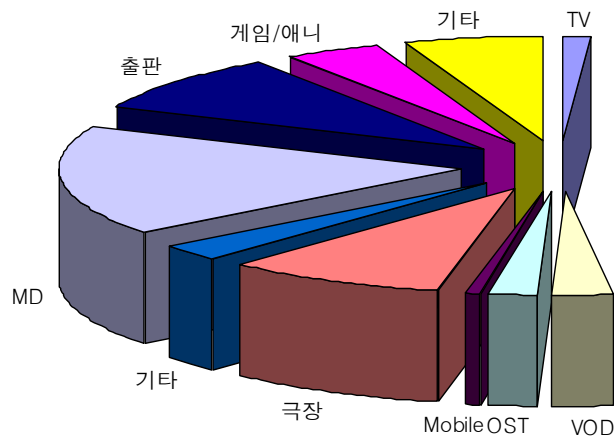
그 동안의 한국 드라마는 겨울연가부터 대장금에 이르기까지 대개 방영권 및 각종 부가판권을 일본의 특정 방송사에 일괄적으로 묶음판매 하여왔습니다. ‘태왕사신기’의 경우 좀 힘들더라도 **각 수익분야별 사업자별로 분리 판매**하여 본격적 “One Source Multi Use” 마케팅을 통해 매출을 극대화 하는 전략을 추진하고 있습니다.



일본시장 대상 마케팅 전략(3): 예상 매출구조에 따른 Focus

일본시장 예상매출구조를 보면 TV방영권 수입보다는 DVD, MD, 출판, 극장수입의 비중이 크기 때문에 TV 방영권 협상은 가격보다는 Prime 타임대 편성, Coverage 가 넓은 매체를 통해 장기간 여러 번 방영이 되어 부가사업 수익에 긍정적인 영향을 주는 쪽으로 선택하였고, DVD, MD, 출판 등 핵심분야는 Revenue Sharing 혹은 Profit Sharing에서 우리가 보다 많은 몫을 갖는 쪽으로 협상 및 계약을 진행하는 전략을 추진하고 있습니다.

[태왕사신기의 일본 예상매출 구조]



(참고) 태왕사신기 전체 매출구조

해외 마케팅의 기반 - SSD의 주요 일본 파트너

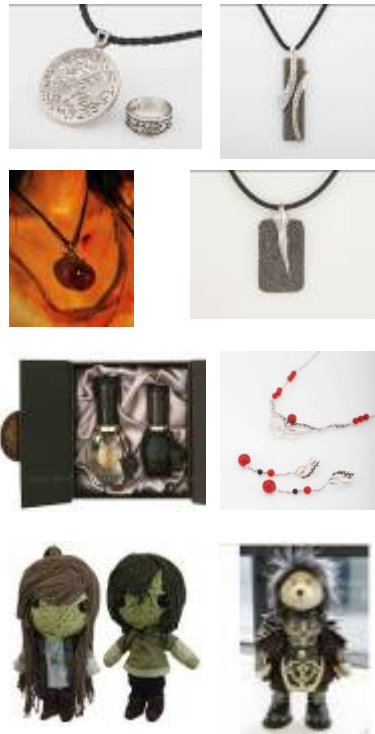
매출관련 Partners	TV 방송국	NHK 일본텔레비전 Pay per View Japan	TBS Fuji Television J. Com	TV Asahi 텔레비 Tokyo	Sky Perfect TV (주)위성극장
	DVD/OST 사업자	AVEX 그룹	Sony BMG	AMUSE	
	VOD/mobile 사업자	Nifty SoftBank Mobile	오리온 AU	NTT	KDDI
	극장 사업자	T-Joy (도메이계열)			
	출판 사업자	코단샤	카도가와		
	만화/애니 사업자	Coamix	점영사	소학관	
	게임사업자	코믹스산업	FIELDS	NAMCO	SEGA
	HD/기타 사업자	사다 NEC Sony 엔터테인먼트 마루한	QVC (홍요광/동관) IBM Digital Adventure 리쿠엔	후지산케이리빙(후지산) Hitachi 메이츠아울산 메도움(메시메트)	일본문화센터(동관) So - Net Yahoo Japan 사이버 에이전트
	마케팅 대행 사업자	덴츠 도큐메이전시	히코우도 NHN	오리온	도우메이 에이전시
		시네카논	포니캐논	USEN gaga	NethHOME
배급관련 Partners	영상 콘텐츠 배급대행사	20세기 폭스 유니버설 재팬	워너브라더스 재팬 스타이	디즈니 재팬	덴츠
	영상 콘텐츠 위탁제작or 제작지원 사업자	AMUSE 카도가와 영화	CREEK & RIVER 호러프로	동북신사 원더시티	도메이 리모팩크
		GENTOSHA NSP (코마믹스)	소학관(SHOPRO) 엔터브레인	광문사 문화사	타케쇼보 아시아 출판
원작소싱관련 Partners	원작권 보유 사업자				
투자관련 Partners	VOD/mobile 사업자	닛코그룹 UFJ 프비시 한즈온	마오조라은행 미라이 쇼우겐	CSK 메이즈호겐	메이즈쇼우겐

참고: MD/기타 분야 계약사례

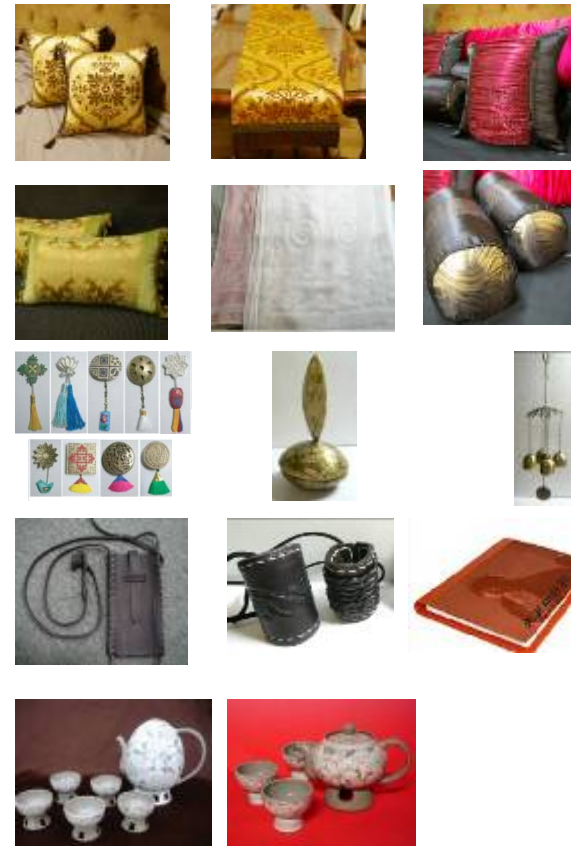
구분		판권판매 내용	대상업체
MD		초콜렛	D**(일)
		캘린더	I**(일)
		퍼즐	I**(일)
		향수	S*(일), BL*(한)
		가방고리	BC*(일)
		컵라면	I**(일)
		티슈케이스	I**(일)
		레터세트	I**(일)
		화장품	EN**, S*(한), Y***(일)
		소곡주	H**
		티셔츠	S**
		인형	C**
기타	악극	일본 전통악극(다카라즈카) 라이선스	다카라즈카(일)
	애니메이션	애니메이션 라이선스	G**(한)
	기타 방영권	일본 IPTV 판권	N**(일)

참고: 주요 MD 상품 이미지

[주얼리, 향수, 완구류]



[침구류 및 생활소품 등]



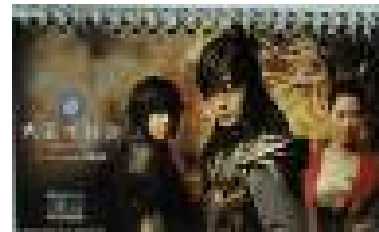
참고: 주요 출판 상품 이미지



예습북



메이킹북



탁상용캘린더



벽걸이캘린더



소설



만화



퍼즐



참고: 메이킹 DVD, OST, 사진집 이미지 소개

[메이킹 DVD]



금판



은판

[OST]



[사진집]



네비게이트



프롤로그

현재까지의 주요 성과 : 한국

35.7%

2007년 하반기 공중파 3사 합계 최고 시청률 35.7% 기록
(TNS Media 24회 수도권 기준)

5 Awards

2007 MBC 드라마 대상 최우수 작품상을 포함한 5개 부문 수상

현재까지의 주요 성과: 일본

NHK BS 하이비전 12월부터 방영 → 위성방송 사상 최고 시청률 기록
(NHK BS 하이비전은 프리미엄 위성 케이블 서비스)
NHK 전국 지상파 2008년 4월 5일 방영 개시

The 1st

세계 최초로 드라마를 전국 주요 극장에 12편으로 나누어 6개월 상영중

over 150,000

일본 드라마 DVD 시장 사상 처음으로 본편이 아닌 메이킹 DVD 2편이
출시 6일만에 15만장 이상이 팔리면서 오리콘차트 1, 2위 석권

250억원

현재 공중파 방영 전 시점 기준으로
선매출만 250억 돌파

AVEX (DVD, OST) 50억원, 니프티 (VOD) 10억원, 향수 10만개 계약 100억원
교라쿠 (파칭코) 55억원 외 출판 등

SOLD OUT

고단샤 출판의 태왕사신기 메이킹 무크지 초판 3만원 및
드라마 예습북 초판 3만원 완판
태사기 1회 극장상영권 완전매진

현재까지의 주요 성과: 기타 아시아권

역대 최고액

대만 CTV에 해외 드라마 사상 최고가인 회당 3만불에 태사기 판매

14개국

중국, 홍콩, 대만, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아,
베트남, 태국, 필리핀, 인도, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 부르나이 등
아시아 주요 14개국 판매 완료

현재까지의 주요 성과: 미주 유럽

FRANCE

유럽의 경우 2008년 프랑스를 시작으로 2010년까지 디지털 TV환경으로 전환됨에 따라 HD 콘텐츠에 대한 니즈가 강함
현재 유럽 주요 배급사와 태사기 관련 협의중이며, 높은 관심 보임

US Channels

미국의 경우도 케이블 미국 주요 케이블 채널 중심으로
태사기에 대한 높은 관심 보임
현재 미국 내 주요 채널과 협의중

맺 음 말

❖ 태왕사신기의 의의

- 1) SFX, CG를 본격 도입한 ‘영화같은 드라마’의 제작을 통한 국내 엔터테인먼트 영상 콘텐츠 수준 제고
- 2) 제작방법, 자금조달 방법, 재무관리, 판매방법 등의 측면에서 국내 드라마 분야 산업화의 모델 제시
- 3) 기획단계부터 해외시장을 겨냥하여 본격적인 One Source Multi Use 마케팅 실행

❖ 감성과 창조성을 필요로 하는 ‘이야기 산업’은 우리의 풍부한 인적자원을 바탕으로 헐리우드 못지않은 세계적 경쟁력을 키워나갈 수 있는 분야이므로, 이에 대한 국가차원의 지원과 유관 사업자간 상호협력 및 지원이 절실히 필요

❖ 특히 ‘문화산업전문회사’ 제도의 도입 등을 통한 자금집행의 투명성 제고, 콘텐츠의 제작 및 판매측면에서 완성보장 및 매출구조 심층평가에 의한 투자 리스크의 감소 가능성, 그리고 여기에 정부의 제도적 지원까지 뒤따른다면 투자 안정성이 강화될 수 있을 것임

❖ 또한 디즈니나 해리포터 시리즈의 사례처럼 글로벌 시장에서 히트를 하는 경우의 엄청난 폭발력과, 콘텐츠 사업 특유의 강점인 ‘One Source Multi Use’ 특성 때문에, ‘잘 기획된’ STORY 사업은 뛰어난 수익성까지 가져다 줄 수 있으므로, 이러한 점을 감안해 향후 금융기관 등 산업 자본의 많은 관심과 참여를 기대

감사합니다.