

슈퍼IP활용 성공사례 분석을 통한 K콘텐츠 글로벌화 전략

["마녀 유니버스"에 적용하여]

팀명 / 슈퍼IP
가천대학교 박규희 차하연

목차

01

주제 선정이유와
연구목적

02

관련문헌 고찰

03

연구방법

04

연구내용 및 결론

05

활용목표

06

참고문헌

주제 선정 이유

1. 슈퍼 IP란,
기존 콘텐츠 IP와 다르게 확장성이 높고 영향력이 큰 IP
2. 슈퍼 IP의 중요성
 - 콘텐츠 사업 다각도 확장 → 적은 비용으로 지속적인 수익 확보
 - 장기적 활용으로 팬덤 확보, 콘텐츠 브랜드화 가능
3. 2023년 콘텐츠산업 보고서 콘텐츠IP산업 전망
 - 중소 콘텐츠 제작사의 IP 확보 움직임
 - 인기 콘텐츠 IP 생명 주기 연장으로 부가가치와 수익 창출

① 성공한 슈퍼 IP 사례 분석을 통해
국내 콘텐츠 IP 활성화를 위한 연구

연구 목적

② 국내 콘텐츠 IP의
글로벌 진출을 위한 연구

관련 문헌 고찰

멀티 플랫폼밍

- 1차 콘텐츠와 파생 콘텐츠를 동시에 기획하며 콘텐츠 제작뿐만 아니라 상품화전략, 마케팅전략, 수출전략을 동시 수립
- 트랜스미디어 스토리텔링 전략

콘텐츠브랜드화

- 콘텐츠에서 특징적인 브랜드 아이덴티티(Brand Identity) 추출
- OSMU과정에서 브랜드아이덴티티를 지속적으로 활용하며 일관된 콘텐츠 이미지 형성

향유자의 지지

- 향유자의 적극적인 참여와 체험을 유발하여 콘텐츠 팬덤 형성

연구 방법

1. 사례분석

- 국외 사례 : 라이엇 게임즈 <리그 오브 레전드> IP
- 국내 사례 : 카카오엔터테인먼트 <사내맞선> IP



2. 사례분석 기준

- 파생장르와의 선순환을 위한 활용은 어떻게 이루어졌는가?
- 글로벌 성공은 어떻게 이루어졌는가?



연구 내용 및 결론

• 결과

공동점

1

사전 기획으로 파생장르의 선순환을 위한 연결구조 확보

<리그 오브 레전드>

INTO THE ARCADE

영화로써를 무한한 가능성의 도시로 재할 수 있는 사람들은 도시를 거두려는 시도를 합니다. 자신의 지능을 증명하여 가능한 인간 소멸과 관련이 있는 것까지 막고, 2021년 11월 8일 오전 11시부터 2021년 12월 10일 오후 5시 59분까지 진행되는 **아케인** 세계관에서 제이스, 바리, 제이슨, 캄러스 등과 함께 자신만의 길을 개척하세요. 극대인 게임스와 넷플릭스의 첫 번째 애니메이션 시리즈를 극대인을 기념하여 11월 2일 북미에서 공동으로 진행되는 최초 공개 이벤트에 참여하세요! (참여 방법은 여기에서 확인하세요.)

리그 오브 레전드 아케인 시리즈의 제작은 2021년 11월 8일 오전 11시에 시작되며 아케인 쇼인, 제이슨의 아케인 및 제이슨의 아케인, 2022년 출시되는 콘텐츠 등이 함께 공개됩니다.

11월 8일

Rock 아케인 세계관을 일관성 있고 오브 레전드, 레전드 오브 몬스터, 장화 및 전투, 영웅도 시리즈, 그리고 발로루프에서 더 자세한 시각을 어떻게 느낄 수 있는지를 확인해 보세요.

11월 8일 11시 59분



게임 속 애니메이션 유입을 위한 장치 마련

<사내 맞선>



15

이 프로그램은 15세 미만 시청자에게 부적절한 내용(언어)을 포함하고 있어 보호자의 시청지도가 필요합니다.

SBS

드라마 방영 중 웹툰 유입을 위한 장치 마련

연구 내용 및 결론

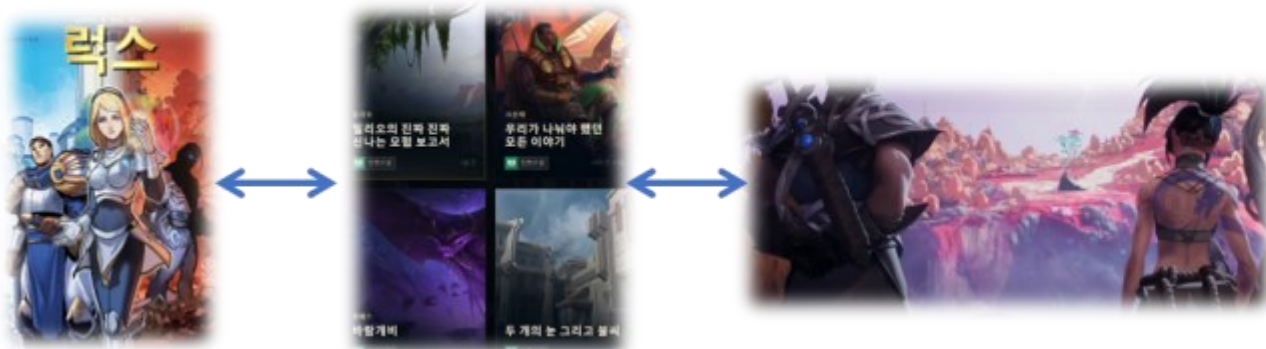
• 결과

공통점

2

트랜스 미디어 스토리텔링으로 선순환 연결구조 확보

<리그 오브 레전드>



코믹스, 소셜, 시네마틱 비디오 등
다양한 미디어를 활용한 세계관 확장 전략

<사내 맞선>

리스크 ↓



확장형 IP 스토리텔링 전략으로
드라마와 동시에 웹툰 외전 제작

연구 내용 및 결론

● 결과

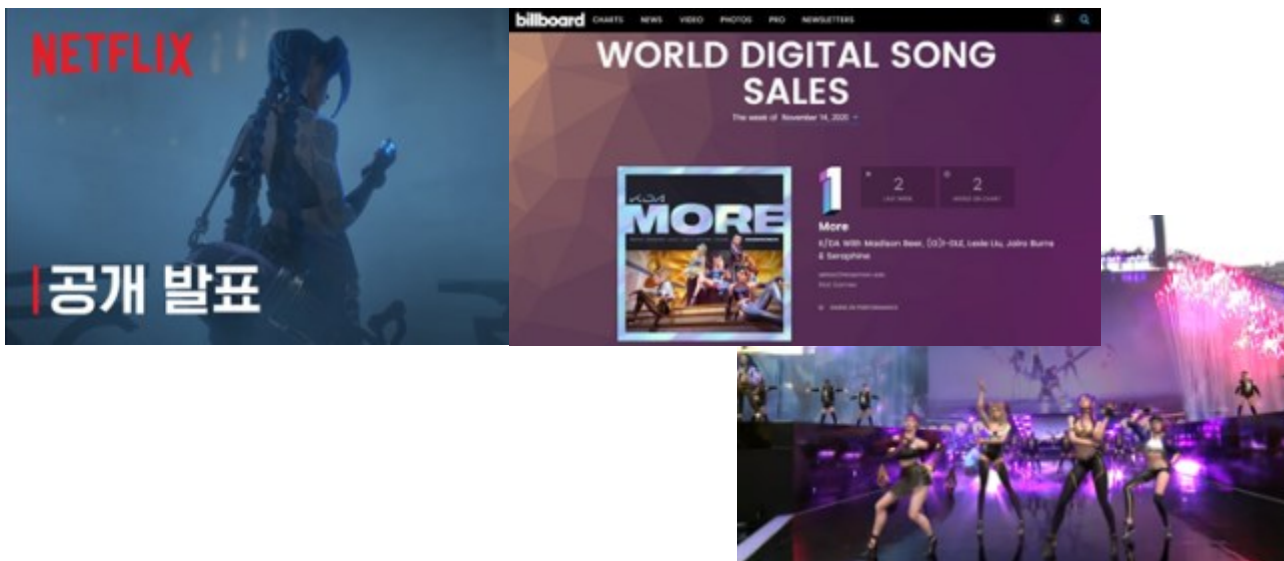
공통점
3

병렬 유통과 장르에 적합한 유통채널 활용으로 글로벌 시장 확보

<리그 오브 레전드>

<아케인> 콘텐츠 넷플릭스 유통

<K/DA> 월드챔피언십 공연 및 음원 사이트 유통



<사내 맞선>

카카오의 해외 웹툰 유통 플랫폼(웹소설, 웹툰)
넷플릭스 시청 시간 1위(드라마)



연구 내용 및 결론

• 결과

공통점

4

파생 콘텐츠만의 차별점과 매력 포인트가 존재

<리그 오브 레전드>

아게인: 원작 콘텐츠에서는 알려지지 않았던 캐릭터의 배경이야기를 전개



<사내 맞선>

드라마: 웹툰과 높은 싱크로율로 실사화 콘텐츠만의 매력을 살림



연구 내용 및 결론

• 결과

차이점

1

콘텐츠 IP 지속 현황

<리그 오브 레전드>



에스포츠, <라이엇 포지> 시스템으로 현재까지
세계관 확장과 콘텐츠 경험을 풍부하게 제공 중

<사내 맞선>



드라마를 마지막으로 끝난 IP 활용

연구 내용 및 결론

문화콘텐츠 브랜드 아이덴티티

원천 IP 콘셉트를
OSMU 확장 과정에서 활용하며
일관된 콘텐츠 이미지 구축



멀티 플랫폼밍

- 사전 기획으로 파생장르
선순환 연결구조 확보
- 트랜스 미디어 스토리텔링으로
세계관 확장 구조 확립



멀티유즈

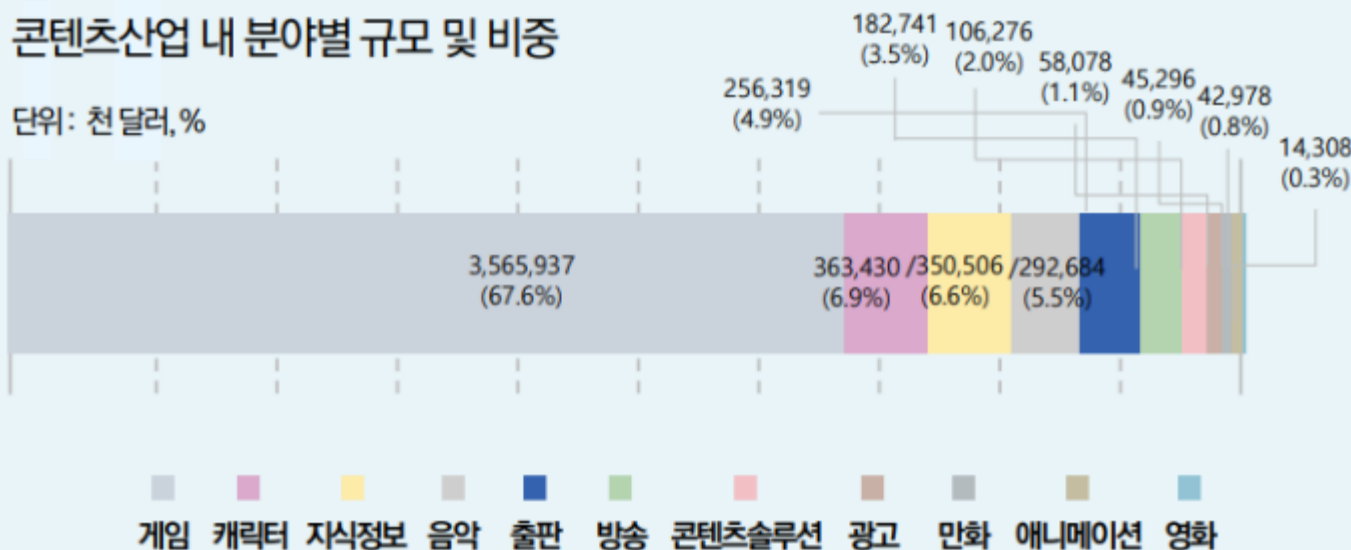
- 장르에 적합한 유통채널 활용과
병렬 유통
- 파생장르의 원작과의 차별화 마련
- IP 콘셉트를 반영한 상품화 과정

이용자 참여 기반 융복합 콘텐츠 개발의 필요성 확인

연구 내용 및 결론

콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중

단위: 천 달러, %



출처 한국콘텐츠진흥원, 2021

한국 콘텐츠 수출규모의 70%를 차지하는 게임장르

➡ 콘텐츠 IP를 VR기술을 활용하여 게임장르에 결합한 융복합 콘텐츠를 개발, 글로벌 이용자에게 소구

영화 <마녀> 시리즈에 적용



감독 : 박훈정

장르 : 액션

제작사 : 영화사 금월

배급사 : NEW

초능력과 액션

초능력과 액션이라는 세계적으로 소구되기에
매력적인 소재를 갖춘 콘텐츠

캐릭터 활용을 통한 세계관 확장가능성

매력적이고 특성이 확실한 캐릭터를 활용하여
세계관 확장 가능





적용



문화콘텐츠 브랜드 아이덴티티

1. 초능력 액션
2. 인간 개발 실험
3. 빨간색, 검정색

멀티 플랫폼밍

- VR회사와 협업
 - 영화에는 알려지지 않은 캐릭터 세부정보 제공
- 새로운 팬층 유입, 세계관 확장

멀티유즈

- VR기반 RPG 게임
- 게임 플레이어가 대니 세계관 속 1세대 실험체가 되어 스토리 진행
- VR기술을 극대화 시키는 액션전 투 미니게임을 추가하여 '초능력 액션' 콘셉트 추가

1. 김은정, 김정윤(2022), <리그 오브 레전드>의 게임 IP를 활용한 트랜스미디어 스토리텔링 연구, 차세대컨버전스정보서비스기술논문지, 제11권 제2호 pp.149-162.
2. 김영재(2012). 브랜드 아이덴티티 기반 문화콘텐츠 OSMU 전략 연구, 만화애니메이션 연구, 제만화애니메이션연구 통권, 제28호, 155-180.
3. 노가영 외 2명, 2023콘텐츠가 전부다, 서울시 마포구: 미래의창, 2022, 244.
4. 박기수(2021). 트랜스미디어 스토리텔링, 역동적 참여와 융합 그리고 공유의 즐거움: 콘텐츠IP 비즈니스를 중심으로, 인문콘텐츠, 제 62호, 37-55.
5. 조성룡 외 5명(2007).사례 분석을 통한 방송콘텐츠 OSMU의 고찰. 방송공학회논문지,제12권 제5호,423-434.
6. 최세경(2015), 유통 플랫폼이 이끄는 방송 콘텐츠의 진화와 혁신, 전라남도 나주: 한국콘텐츠진흥원, 11pp.
7. 한국콘텐츠진흥원(2022). 콘텐츠산업2022년 결산과 2023년 전망 세미나, KOCCA 세미나자료, 제12월호.
8. 한국콘텐츠진흥원(2021). <N CONTENT 엔콘텐츠> vol.18 : 슈퍼 IP로 더 높이, 더 멀리, KOCCA N콘텐츠, 제1월호, 6페이지.
9. 한국콘텐츠진흥원(2016). 융복합 콘텐츠 대두배경과 진흥전략, KOCCA포커스, 제16-01호.
10. 경청뉴스(2020.02.24), 리그오브레전드, 강력한 IP의 힘은 무엇일까?,
<https://www.goeonair.com/news/article.html?no=14818>, 2023.05.22.
11. 네이버(2022.6.22), 새로운 대항해시대의 금, 콘텐츠IP,
<https://m.blog.naver.com/PostView.naver?blogId=orgwilly&logNo=222784415046&navType=by>. 2023.05.22



THANK YOU.

감사합니다