


# The 9<sup>th</sup> Asian TV Drama Conference







# 목 차

1. 한국문화산업교류재단 이사장 개회사.....	1
2. 문화체육관광부 콘텐츠정책관 축사.....	2
3. 행사 개요 및 일정.....	3
4. 모더레이터 및 발표자 소개.....	5
5. 컨퍼런스 자료.....	9



# 개 회 사

안녕하십니까. 한국문화산업교류재단 이사장 이팔성입니다.

「자연과 사람, 전통과 현대」가 공존하는 도시 서울에서 아시아 각국의 대표 작가와 제작자 여러분을 모시고 '제 9 회 아시아 드라마 컨퍼런스'를 개최하게 되어 대단히 기쁘게 생각합니다.

2006년부터 시행된 '아시아 드라마 컨퍼런스'는 아시아 방송 작가 및 제작자들이 창작문화 공감대 형성과 경쟁력 있는 영상 콘텐츠 기반을 마련하는 교류의 장이 되어 왔습니다.

또한 정치적 이해관계로 국가 간 관계가 어려운 지금 아시아 특유의 문화적 공감대를 형성하며 '아시아는 하나(Asia is One!)'라는 평범하지만 가치 있는 진리를 공유함으로써 우정과 화합에 기여해 오고 있습니다.

이번 9회 '아시아드라마컨퍼런스'에서는 디지털 미디어 발전과 방송 플랫폼의 다양화에 따른 국가별 드라마 제작형태의 변화와 전략을 살펴보고 이에 따른 아시아 드라마의 발전 방안을 함께 논의하는 시간을 가져보고자 합니다.

짧은 일정이지만 아시아 대표 작가 및 제작자 여러분의 참신한 아이디어를 상호 공유할 수 있는 소중한 기회가 되었으면 좋겠습니다.

끝으로 '제9회 아시아 드라마 컨퍼런스'에 참석해 주신 각국의 작가, 제작자 여러분의 가정에 안녕과 행복을 기원하면서, 모든 분들께 이번 행사가 뜻 깊고 유익한 시간이 되었으면 합니다.

대단히 감사합니다.

2014년 10월 15일  
한국문화산업교류재단  
이사장 이팔성

# 축 사

반갑습니다. 문화체육관광부 콘텐츠정책관입니다.

올해로 9회째를 맞이하는『아시아 드라마 컨퍼런스』의 개최를 진심으로 축하드리며, 행사에 참석하기 위해 아시아 각국에서 오신 작가, 제작자 여러분을 뜨겁게 환영합니다.

최근 디지털 미디어의 발전으로 인해 각국의 대중문화 교류는 국경을 초월하여 활발하게 진행되고 있습니다. 특히 드라마의 경우, 아시아의 정서적 공통성을 기반으로 다양한 멀티 플랫폼을 통해 시간과 장소에 구애 받지 않고 각 나라에서 실시간으로 시청할 수 있게 되었습니다. 이제 아시아는 콘텐츠 공유 및 향유에 있어서 하나의 생활권에 접어들었다고 해도 과언이 아닐 것입니다.

이번 컨퍼런스는 멀티플랫폼 시대를 맞이한 아시아 드라마가 앞으로 나아갈 방향성을 함께 논의하고 이를 통해 서로 다른 문화와 공존하며 발전해 나아가는 뜻 깊은 자리가 될 것입니다.

좋은 드라마가 보다 많은 사람들에게 다양한 방식으로 다가갈 수 있도록 이 자리에 참석해주신 여러분이 힘써 주시기 바랍니다.

끝으로 오늘 참석해주신 내외 귀빈 여러분께 다시한번 깊은 감사를 드리며 이번 행사를 준비하고 실행하는데 노고가 많으셨던 한국문화산업교류재단 관계자 여러분께 감사드립니다.

대단히 감사합니다.

2014년 10월 15일  
문화체육관광부  
콘텐츠정책관

# 1. 행사개요

- ◎ 행사명 : 제 9 회 아시아 드라마 컨퍼런스
- ◎ 주 제 : 멀티플랫폼 시대의 드라마 콘텐츠 전략
- ◎ 일 시 : 2014. 10. 16(목) 10:00~18:00
- ◎ 장 소 : 스탠포드호텔 서울  
상암 누리꿈스퀘어 비지니스센터 3 층 국제회의장
- ◎ 주 최 : (재)한국문화산업교류재단
- ◎ 협 력 : (사)한국드라마제작사협회, (사)한국방송작가협회,  
(사)전일본테레비방송제작사연맹, (사)일본방송작가협회,  
(주)상해 SMG(중국), 북경 TV 예술가협회(중국),  
요쿠 투도우 그룹(중국), 절강시통문화전파유한공사(중국)  
HKTVA(홍콩), (주)GMA 네트워크(필리핀),  
Superjeew Co., Ltd(태국), Mediacorp(싱가폴),  
VTV TVAd(베트남), VFC(베트남),
- ◎ 후 원 : 문화체육관광부, 서울산업진흥원


## 2. 세부 일정


일시	시간	내용
10.16(목)	09:00~10:00	컨퍼런스 등록 (누리꿈스퀘어 3층 국제회의장)
	10:00~10:20	<b>컨퍼런스 개회</b> - 컨퍼런스 소개 영상 - 참여 작가 및 제작자 소개 - 컨퍼런스 모더레이터 소개 (윤석진 교수)
	10:20~11:30 (70')	<b>세션 1 : 중국 1</b> 상해 SMG - 왕리핑 작가 <생활 계시록>
	11:30~11:40 (10')	<b>세션 2 : 중국 2</b> 요쿠 투도우그룹 - 쯔우팡 <중국 내 미디어 산업발전>
	11:40~13:20	중식 및 휴식
	13:20~14:30 (70')	<b>세션 3 : 일본 1</b> TV 아사히 - 마에다 토시유키 부장 토에이주식회사 - 요시무라 후미오 부장대리 <파트너 극장판 3 - 서장>, <백마녀 학원>
	14:30~15:20 (50')	<b>세션 4 : 일본 2</b> 일본 텔레비전 - 오타니 타로 총괄 감독 <살인편차치 70>
	15:20~15:40	Coffee Break
	15:40~16:40 (60')	<b>세션 5 : 한국 1</b> 도레미 엔터테인먼트 - 김운호 본부장 <멀티플랫폼 시대의 드라마 제작>
	16:40~17:40 (60')	<b>세션 6 : 한국 2</b> 한국방송작가협회 - 박지은 작가 <별에서 온 그대>
17:40~18:00	컨퍼런스 폐회	





# 모더레이터 및 발표자 프로필





	<b>모더레이터</b>	
	<b>Sukjin YUN</b>	
	<b>윤석진</b>	
	충남대학교 국어국문학과 교수	
<b>약 력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2011년, 2014년 서울드라마어워즈 예심위원</li> <li>- 2013년 제2회 대전 드라마 페스티벌 심사위원</li> <li>- 2013년 9월~현재 '문화일보'에 윤석진 교수의 드라마 세상 칼럼 연재</li> <li>- 2014년 8월~현재 MBC 시청자 위원회 위원</li> <li>- 2014 현재 한국극예술학회, 대중서사학회 편집위원</li> </ul>	


	<b>세션 1. &lt;생활계시록&gt;에 대하여</b>	
	<b>Liping WANG</b>	王丽萍
	왕리핑	
	중국드라마작가위원회부회장 / 상해시TV예술협회 부주석 / 국가일급 작가	
<b>주요작품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 드라마 『며느리의 아름다운 시대』, 『두 도시 생활』</li> <li>- 드라마 『우리집의 봄, 가을, 겨울, 여름』, 『생활계시록』 외 다수.</li> </ul>	
<b>수상경력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제4회 동경 국제드라마 최고해외드라마상</li> <li>- 중국드라마부분 최고상 (비천상, 금룡상 등)</li> <li>- 상해 드라마 페스티벌 백옥란 최고 작가상 외 다수</li> </ul>	
<b>기타</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 『우리집의 봄, 여름, 가을, 겨울』 2014년 4월 미국 중국어TV에 방영 됨</li> <li>- 『생활계시록』은 2014년 TV방영 이후, 인터넷 방영 10억 뷰 이상 기록</li> </ul>	


	<b>세션 2. &lt;중국 내 미디어 산업 발전&gt;</b>	
	<b>Fang ZHOU</b>	周沅
	쑤우팡	
	YoukuTudou그룹 해외합작한국파트	
<b>약력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 5월~현재 유쿠투도우그룹 콘텐츠합작부 미디어합작 선임 매니저 업무 : 한국제작프로그램 개발 관리, 한국엔터테인먼트 및 제작사 합작 등</li> <li>- 2010년 9월~2014년 4월 한국CJ E&amp;M 음악사업부 선임매니저 업무 : 콘텐츠, 아티스트 기획 및 매니지먼트, 콘서트 프로그램 기획 및 집행 등</li> </ul>	

	<b>세션 3-1. &lt;d 비디오 x 파트너 극장판 3-서장&gt;</b>	
	<b>Toshiyuki MAEDA</b>	前田寿之
	마에다 토시유키	
	아사히TV 종합 비즈니스 국 비즈니스 전략부 부장	
<b>약 력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2012 영업국 기획 마케팅 부장 - TV와 기타 서비스를 결합한 광고 상품 개발</li> <li>- 2013 지상 디지털 방송 개시에 맞춰 데이터 방송 제작 운용, 데이터 방송과 인터넷 기술 섹션 총괄</li> <li>- 2014 7월 종합 비즈니스국 비즈니스 전략부장(현직)</li> </ul>	

	<b>세션 3-2 &lt;백마녀 학원&gt;</b>	
	<b>Fumio YOSHIMURA</b>	吉村文雄
	요시무라 후미오	
	토에이 주식회사 콘텐츠사업부장대리	
<b>약 력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 토에이본사 영상사업부(현사업추진부) 기획개발실에서 이벤트업무에 종사</li> <li>- 2001년 영상판권영업부(현 콘텐츠사업부) 디지털넷영업실(현 기획개발실) 창설</li> <li>- 2012년 영상판권영업부차장 겸 디지털넷영업실 실장</li> <li>- 2014년 콘텐츠사업 부장대리 겸 기획개발실장</li> </ul>	

	<b>세션 4 &lt;살인편차치 70&gt;</b>	
	<b>Taro OTANI</b>	大谷太郎
	오타니 타로	
	(주)니혼TV 방송네트워크 제작부 전문부부장 / 치프 디렉터	
<b>주요작품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연속 드라마 『고쿠센』, 『밤비노!』, 『야스코와 켄지』</li> <li>- 스페셜드라마 『살인편차치70』, 『핀녀의 메리크리스마스』</li> </ul>	
<b>수상경력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 『제니게바』, 『로미오와 줄리엣 ~엇갈림~』 등으로 갤럭시상 수상</li> <li>- ATP 드라마 부문 최우수상 『소나기 구름은 흰색, 여름 하늘은 푸른색』</li> </ul>	

	<b>세션 5 &lt;멀티플랫폼 시대의 드라마 제작&gt;</b>	
	<b>Uno KIM</b>	
	김운호	
	도레미 엔터테인먼트 본부장	
<b>주요작품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SBS 『너의 목소리가 들려』</li> <li>- JTBC 『무정도시』</li> <li>- JTBC 『네 이웃의 아내』</li> </ul>	

	<b>세션 6 &lt;별에서 온 그대&gt;</b>	
	<b>Jieun PARK</b>	
	박지은	
	한국방송작가협회 작가	
<b>주요작품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MBC 『내조의 여왕』, 『역전의 여왕』,</li> <li>- KBS 『넝쿨째 굴러온 당신』, SBS 『별에서 온 그대』 외 다수</li> </ul>	
<b>수상경력</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2009 MBC 연기대상 올해의 작가상 &lt;내조의 여왕&gt;</li> <li>- 2012 제1회 K-드라마 스타 어워즈 작가상</li> <li>- 2012 KBS 연기대상 작가상</li> </ul>	

# 발표자료



# Session 1. 중국

## <생활계시록>에 관하여

왕리핑(王丽萍)

2013년에 집필한 드라마 <생활계시록> 2013년 10월 26일 중국 안후이성(安徽)을 시작으로 안후이성과 상하이, 쟁쑤성(江苏)에서 각각 촬영 되었고 2014년 1월 26일 촬영을 마쳤습니다. 2014년 5월 22일 동광위성TV, 안후이위성TV, 쟁쑤위성TV와 저쟝위성TV에서 방영되어 첫 방부터 종방까지 시청률 상위3위권을 지켰으며, 더우뵤왕(豆瓣网)에서 8.6의 높은 평점을 기록하며 시청률과 호평을 동시에 받았습니다. 중간 통계에 따르면 중국의 동영상 사이트인 아이치이(爱奇艺), 텅쑤(腾讯QQ), 씨우후(搜狐) 등을 통해 방영됨과 동시에 그 인기가 빠르게 상승하여 단기간 내 1위를 기록하였고, 남주인공 후거는 계속해서 인터넷 인기순위 1위 자리를 지켰으며, 최근 인터넷 방영횟수는 이미 10억 뷰를 넘겼습니다. 남주인공 후거는 <생활계시록>으로 서울 국제 드라마 어워즈에서 아시아 남자인기상을 수상하였으며 저 또한 너무나도 기쁩니다.

저는 연상연하 커플의 사랑에 초점을 맞추어 작품을 썼습니다. 이러한 사랑은 최근 중국사회에도 비일비재하게 나타납니다. 제 작품의 현실함과 진실됨이 시청자에게 이러한 사랑이 앞으로 충분히 일어날 수 있는 일이라고 공감 되었으면 합니다. 한 평론가는 "<생활계시록>은 드라마 창작 생활류로의 회귀이다. 본 작품은 가정생활과 감정의 충동을 평범하고 담담한 어조로 그려 오늘날 극단적인 드라마 작품들과는 상반되는 새로운 장을 열었다" 라고 평가하였습니다.

<생활계시록>은 흥미진진하게 이야기를 이어나가는 서술기법을 썼습니다. 캐릭터 모두가 자신만의 규칙을 따르는 데서 시작하여 인간과 인간사이의 선의와 아름다움을 토로합니다. 비록 작품 속에 이혼과 양육권 다툼과 같은 부분도 있긴 하지만, 인간과 인간 사이에는 풀지 못할 원한도 없고 넘지 못할 고비도 없다고 생각합니다. 그래서 저는 열정적이고 아름답고 밝은, 많은 사람에게 사랑과 희망을 줄 수 있는 작품을 쓰고자 하였습니다.

저는 작품 속에서 로맨스를 그리고자 노력하였습니다. 축구장 프로포즈션으로 남녀주인공의 로맨스가 노력으로 좋은 결실을 맺을 수 있도록 그렸습니다. 비록 현실 속 우리는 너무나도 무미건조하게 살아가고 있지만 작품 속 캐릭터들은 모두 밝고 건강한 인생을 살아가길 바랐습니다.

작품 속 여주인공은 남주인공보다 6살이 많습니다. 민간에서는 6살 많은 것이 서로 상극이라 하여 중국사람들은 이를 매우 기피합니다. 하지만 스토리가 뒤로 갈수록 시청자는 이 둘의 사랑이 진정 이루어지길 바랍니다.

이 작품의 진실성과 이상성은 인터넷 시청자를 끌어들였고 특히나 '90년대 생'의 사랑을 많이 받았습니다. 저는 작품을 쓸 때 그들이 왜 누나 같은 연상녀를 선호하는지에 대해 그들의 감성을 고민하였으며, 상하이의 한 짝짓기TV프로그램의 패널로 출연하였을 때 그 속에서 여러 이야기들을 접하면서, 바로 이거다 싶은 확신이 들었습니다.

이 작품은 기존TV 시청자로 부터의 인정은 물론 인터넷시청자들의 사랑을 받았습니다. 그 이유는 첫 번째 핵심이 있는 스토리, 두 번째 호소력 있는 연기력, 세 번째 소재의 화제성 이라고 생각합니다.

개인매체시대인 지금 우리 모두는 기자이자 평론가입니다. 저는 제 작품에도 많은 분들이 개입해 주시고 공감해 주시길 바랍니다.

저는 마음을 담아 쓴 이 작품 속의 대사를 좋아합니다. 여주인공 왈, "사랑이 가장 깊은 순간에 가장 비참했고 그 사랑을 잃을까 두려웠다. 그러나 마음속으론 항상 나의 인생에 비할 수 없는 열정과 사랑을 준 그에게 감사한다."

<생활계시록>은 파란만장한 인생을 산 여주인공이 자신보다 나이가 어린 남주인공을 만나는 과정을 그린 드라마 입니다. 이 연상연하 커플의 사랑은 꽃이 피고 열매가 맺는 그러한 아름다운 사랑입니다. 이것은 진정한 사랑은 반드시 좋은 결과를 맺는다는 내가 알고 있는 사랑에 대한 이해이자 정의이기도 합니다. 비록 인생은 종종 자신의 뜻대로 흘러가지 않더라도 우리의 사랑에 대한 믿음은 계속됩니다.

드라마 속에 이러한 대사가 있습니다. 여주인공 왈, "미안해, 내 인생에 가장 아름다운 순간에 너를 만나지 못해서" 남주인공 왈, "아니야! 나를 만난 것이 당신에게 가장 아름다운 순간이야!".

이 작품의 제목을 <생활계시록>이라 지은 것은 생활 속에서 우리는 이와 같은 깨달음을 얻는다는 것을 말하고 싶었기 때문입니다: 첫 번째, 인생은 영원히 기적이 일어날 가능성이 있다. 두 번째, 사랑은 나이에 구애 받지 않는다.



# TV드라마<생활계시록>시놉시스

## 1. 창작사상 :

최근 중국 드라마 시장에서는 현실적인 이야기를 소재로 한 드라마들이 인기를 끌고 있으며, 이렇게 평범한 사람들의 일상에 깊숙이 들어가 스토리를 담아내고 입체적이고 개성이 풍부한 캐릭터와 진실과 감동을 선사하는데 새롭게 초점을 맞춘 드라마가 시청자로부터 큰 호응을 얻고 있다.

한편으로는 평범한 사람들의 일상에 깊숙이 들어가 기존TV시청자의 호응을 얻고, 다른 한편으로는 재미와 진심, 그리고 트렌디함으로 무장하여 뉴미디어를 통해 다량의 인터넷 젊은 시청자의 사랑을 받아 시청률이 계속해서 안정권에 들거나 수직 상승하는 효과를 보였다. 이러한 점에서 <생활계시록>은 시장의 화두가 된 동시에 가치를 지닌 작품이라 할 수 있다

<생활계시록>은 많은 사랑과 호응을 얻었고 시청률 또한 괜찮은 드라마이다.

<생활계시록>은 <며느리의 아름다운 시절>의 자매편으로 그 브랜드 효익은 이미 형성되어 있으며, 이 작품은 더 깊고 광범위하게 '평범한 사람들의 일상생활 속에서의 희노애락'을 표현한 더욱 더 현실주의적인 의미를 지닌 작품이다.

<생활계시록>은 꿈을 찾고 사랑에 갈망하는 평범한 사람의 모습을 진실되게 그려내어, 시청자들로 하여금 흥미와 호응을 이끌어 낼 수 있을 것이며 차후 방영될 때는 '생활계시록'의 사회적 반응과 효과를 기대할 수 있을 것이다.

## 2. 소재설정 :

중국 드라마에서 고부간, 부부간, 용서간, 자녀 등과 관련된 현실적인 소재는 이미 많은 극에서 쓰여왔다. 이러한 '고부간의 갈등'이라는 진부한 소재를 참신하게 가져와 새로운 의미를 부여하고 그 한계를 극복했다는 점에서 <생활계시록>은 굉장히 좋은 소재 설정이라 할 수 있다.

1. <생활계시록>의 고부간의 갈등이라는 소재는 비록 그 동안 많이 쓰여왔던 진부한 소재이긴 하지만 그 범위를 확대하여 단지 고부간의 시시콜콜한 이야기로 끝나는 것이 아니라 여러 사회 문제로 대두되고 있는 혼인관과 가치관의 대립, 일을 쫓는 젊은이들의 열망과 출산기간의 현실적인 스토리 등을 드라마 속에 녹아내어 더욱 더 현실적인 의미를 부여하였다. 이 드라마는 이미 한번 인생에 실패한 경험이 있는 여주인공을 그려냈다. 드라마 속 불행한 인생은 시청자로 하여금 편향적인 성향을 띄게 함으로써 여주인공에 대한 시청자의 동정과 연민을 이끌어낸다. <생활계시록>은 먼저 한 며느리가 어떻게 결혼에 실패하는지에 관하여 써내려 갔으며 통상적인 '나쁜

며느리'에서 점차 모두가 좋아하는 '좋은 며느리'로 탈바꿈해가는 과정을 그려 여주인공에 대한 시청자들의 공감과 반성을 불러 일으키며 서스펜스와 재미를 선사하였다.

2. '연상연하 커플의 사랑'이라는 화두. 나는 이 드라마를 위해 지난 2년간 시장분석을 해오면서 우리가 그 동안 접해온 '연상연하 커플의 사랑' 이야기가 마이리와 원장, 차이사오편과 장진과 같은 스타들의 모습이었음을 알게 되었다. 그렇다면 과연 평범한 '연상연하 커플의 사랑'은 어떤 모습일까? 대부분의 연상연하 커플들의 결혼은 실패로 끝나는 경우가 많다. 이것은 굉장히 흥미로운 부분이 아닐 수 없다. 왜, 어떠한 이유로 실패를 하는 걸까? 이러한 부분이 바로 굉장히 극적인 요소이기도 하다. 과거 드라마 속에서 연상연하 커플의 사랑이야기가 다소 표현되었던 적도 있지만 사실상 간단히 언급만 한 채 지나간 것이 다였다. 사실적이고 현실적으로 연상연하 커플의 결혼 후 생활에 대해 표현한 드라마는 사실상 지금까지 없었으며 이것이 드라마 작가로서는 기회이고 도전이었다.

그리하여 진정한 의미에서는 <생활계시록>이 중국 최초로 연상연하 커플의 사랑을 전 방위적으로 표현한 드라마라고 할 수 있다.

3. 나는 지금까지 현실적인 소재의 드라마를 고집해왔으며 주류 속에서 비주류를, 비주류 속에서는 화두를 찾아왔다. <생활계시록>은 시시콜콜한 가족스토리와 결혼에 실패한 여주인공이 자신보다 6살이나 어린 남자를 만나 사랑하게 되는 과정을 통해 두 사람이 어떻게 결혼생활 속에서 같이 성장하고 꿈을 이루어가는지에 대해 이야기하고 있다. 사소한 것부터 집안의 대소사까지 감정의 우여곡절 과정을 그린 로맨스는 시청자를 사로잡을 수 있었다. 그리하여 '실패한 며느리' + '연상연하 커플의 사랑' 이야기란 점은 시청자에게 새로운 기대를 주는 것은 물론 사회적 문제의 화두로 떠오르기에 충분하고 참신했다. '연상연하 커플의 사랑'이란 화두는 점점 이슈화 되고 있으며 여러 수치에서도 보여지듯이 부모의 과보호 속에서 자란 남자들이 결혼할 때 '연상연하 커플의 사랑'을 꿈꾸는 비율이 점차 늘어나고 있다.

4. 지역감정. 지역감정이라는 소재는 지금껏 드라마에서 빼놓을 수 없는 화두였다. <생활계시록>의 여주인공은 상하이의 총밍다오(崇明島)사람으로 총밍다오는 예전에 상하이 사람들 눈에 그 저 촌에 불과했고 지금은 녹색생태지역 중 하나가 되었다. 그러나 이러한 차이로 인해 여주인공과 시어머니 사이에 복잡하고 미묘한 감정이 싹트게 된다. 이 복잡하고 미묘한 감정은 작품 속에서 굉장히 드라마틱하게 표현되어있다. 여주인공과 시어머니 사이에는 계속해서 갈등이 일어나고, 총밍다오에 사는 장인을 사위는 단 한번도 뵈러 가지 않았으며 이러다 보니 딸의 이혼문제 앞에서도 장인은 기존의 가정의 모습들에서 보여졌던 것처럼 딸의 이혼을 말리거나 충고하지 않은 채 전적으로 딸의 결정을 존중하는 모습을 보인다. 이러한 감정의 과정에서는 당시 부모의 감정 세계와 인간은 모두 평등하다는 것을 보여준다. 드라마 속 남주인공은 안후이성의 황산(黄山) 사람으로 우리는 더 이상 안후이성을 일명 '보모들의 고향'이라는 편견으로 바라 보지 않고 도시와 농촌의 차이를 나타내고 성공한 신세대인 그들이 유복해진 후에 어떻게 자식들의 선택에 대면하는지에 대해 새로운 관점으로 재조명하였다. 남주인공의 부모는 차 판매상으로 현재에 만족한 삶

을 살다가 남주인공의 노력으로 상하이로 와서 더 큰 규모의 사업을 벌이게 된다. 여기에서는 단지 안후이성 사람과 상하이 사람의 관계가 아닌 당대 젊은이가 지역적 경계를 허물고 더욱 더 아름다운 인생의 이상을 추구하는 모습을 돋보이게 표현하였다.

### 3. 줄거리 :

밝고 진솔한 우소강은 의류회사 류사장과 결혼을 한다. 7년이 지난 후, 류사장의 사업은 점점 더 커져가고, 우소강은 특별할 것 없는 가정주부로서의 삶을 살아간다. 그러나 류사장의 외도와 임신 못하는 우소강을 원망하는 시어머니로 인해 결국 남편과 이혼하게 된다. (이 이혼은 결혼 후 여자가 부인으로서 가정을 위해 모든 것을 희생해야 하는지, 아니면 독립적으로 자신의 가치를 누리는 삶을 살아야 하는지에 대해 시청자로 하여금 고민케 한다.)

이혼 후 갈 곳이 없는 우소강은 자신보다 6살 어린 컴퓨터 엔지니어이자 차 판매상의 아들로 부모가 정해준 삶을 살지 않고 홀로 세상을 향해 고군분투하는 포가명을 만나게 되고 동거를 시작하게 된다. 우소강과 포가명은 각자의 인생에서 가장 밑바닥일 때 만나 서로를 알아가고 새롭게 도전하고 일을 시작해 나가면서 그렇게 사랑도 시작되게 된다. 그러나 이러한 '연상연하 커플의 사랑'을 바라보는 시선은 썩 굽지 않다. 가명의 집에서는 반대를 하고 가명의 전 여자친구까지 훼방을 놓는다. 이러한 상황에서 우소강은 전남편의 아이를 임신하게 되고 포가명은 아이의 아빠가 되기를 결심한다. 이 둘의 아름다운 사랑은 나이와 경험을 초월하고 부부의 연을 맺게 된다. 결혼 후 그들은 일과 나이차에서 오는 가치관의 차이와 집안문제, 이성문제 등 수많은 난관에 봉착하지만 두 사람이 함께 노력하여 난관을 극복해 나가 인생역전에 성공하게 되고 우소강은 모두가 좋아하는 좋은 며느리로 탈바꿈하게 된다. 이 작품은 사람과 사람간의 진실함과 평범한 사람들이 꿈을 이뤄가는 과정을 이야기하고 있다.

### 4. 장르 설정 :

이 드라마는 <며느리의 아름다운 시대>의 연장편으로 밝고 유쾌한 분위기에 아름다운 의미까지 부여하였다. 사람마다 모두 각자 다른 인생이 있고 때론 변하기도 하고 곤혹스러울 때도 있으며, 보잘것없이 초라하게 느껴지고 서로 뒤엎키기도 하지만, 결국 마지막엔 모두의 인생을 아름답게 그려내어 시청자에게 위안을 주고 브라운관에 새 바람을 불러 일으켰다.

로맨틱코미디라는 장르설정으로 세련되고 아름답게 촬영하였다.

주요촬영지는 상하이와 상하이 총밍다오, 안후이성에서의 주요촬영지는 안후이성의 황산으로 녹색의 푸르름 속에서 전체적인 아름다운 분위기를 담아내려 노력하였다.



## Session 2 중국

### <중국 내 미디어 산업 발전>

쫈우팡 (周沅)



## 빅플랫폼 전략



# 동영상 업계 1등 기업



◦ **국내 최대 콘텐츠 판권 보유** : 드라마 및 예능 프로그램 **3600부** 초과

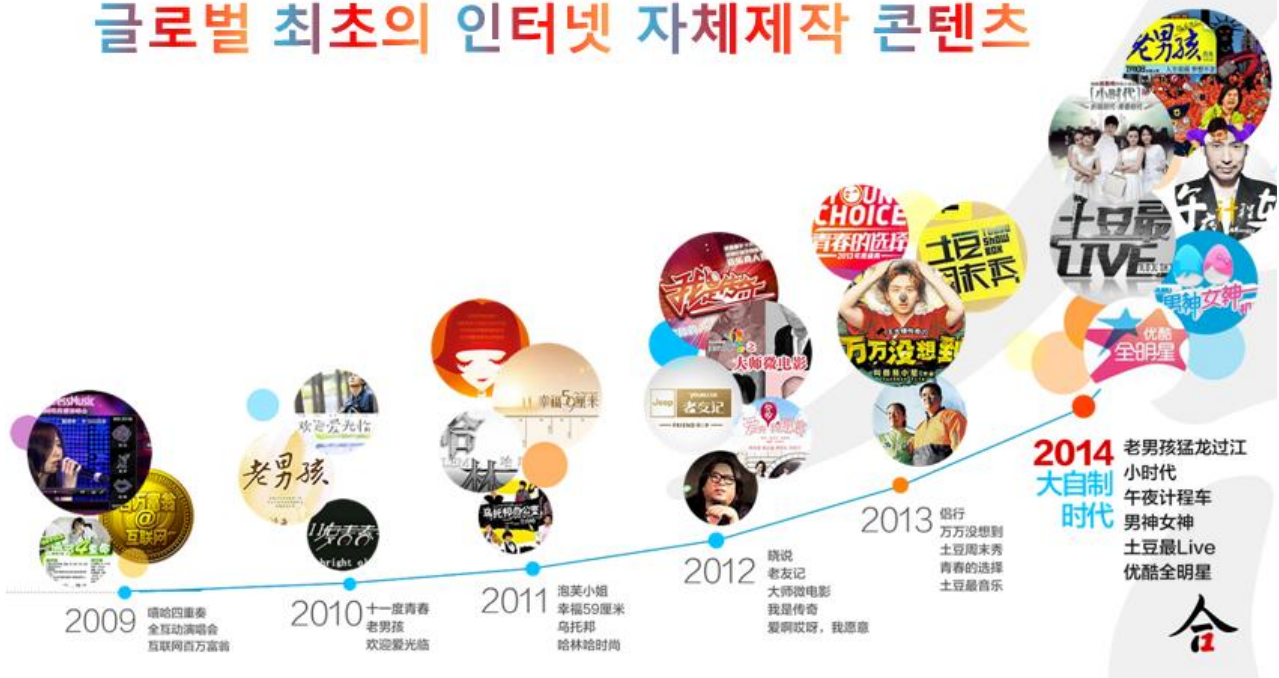


◦ **국내 최대 UGC 보유** : 일 평균 업로드 **17만 건** 이상

◦ **국내 최대 PGC 보유** : 제휴 파트너 **100+**  
우수 독점 내용 **2000+**



# 글로벌 최초의 인터넷 자체제작 콘텐츠



# 중국 시장을 이끄는 '자체제작' 시대로 진입







- 월간 조회수 총합 **4.5억**
- 일간 방문자 총합 **1.2억**

중국 동영상 사이트중 일평균 방문자 **1위**



数据来源: 艾瑞MediaMatrix 2014.5  
자료출처: Iri MediaMatrix 2014.5



- APP 일간 조회수 **4억**
- 일간 총 조회수 **7억**
- 일간 방영시간 총 **1.2만년**

- 같은 사이트중에 월간 사용시간 **NO.1**
- 모든 중문 APP중에 사용시간 **NO.3**



数据来源: 艾瑞MediaMatrix 2014.5

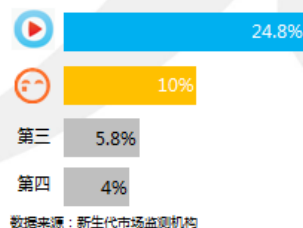
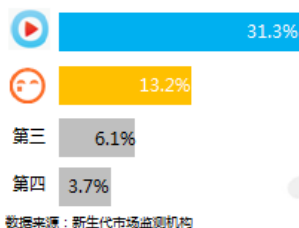


数据来源: 艾瑞MUT 2014.5





- 중국 국내 온라인 동영상 사이트 브랜드 중 **NO.1**
- 유사 브랜드 인지도 **Top 1&2**    • 유사 브랜드 영향력 **Top 1&2**



- 2013년 영업 수입 **30억**
- APP 수입 비중 (2014년1분기) **30%**
- 업계 내 최초 영업 **이익창출** (2013년 4분기)



## 선두혁신



TUDOU 2005년 창립  
YouTube보다 먼저 창립



YOUKU  
YouTube보다 먼저  
영상 기술 플랫폼  
창립



YOUKU  
Hulu보다 먼저  
제작사/방송국과 협력



TUDOU, YOUKU  
2009년 자체제작 시작 /  
Netflix Original 보다  
먼저 실행



## 업계 공헌-콘텐츠



정품 판권 추진



인터넷 토크쇼, 야외 리얼리티쇼, Micro  
영화, 자체제작 드라마. 인터넷에능프로,  
인터넷 애니메이션 등 작품



Podcase, 여가 촬영자,  
달인 등 인터넷 동영상  
컨셉트



인터넷 영상 창조활동  
및 문화 브랜드



## 업계 공헌-상업



최초 해외 상장 및 이익 창출



사업광고모델 창립 "인터넷과 방송연합"시도



영화 연합출품 시도



## 업계 공헌-기술



동영상CDN 창조,  
체험벤처



독창 동영상 검색 및  
지능 추천 기술



멀티스크린 광고시스템  
및 마케팅 모델



첫 동영상 심사 시스템  
창조



독창 동영상 지문 인식 시스템



미디어 에이터 베이스 창조



Cloud 기술 개발



YOUKU 优酷

世界都在看

선샤인  
YOUKU

긍정의 힘을 전달하는 영상문화 브랜드



영상 재생 시 두 번 클릭하면 "YOUKU" 이미지 홍보 영상 \*

"동영상의 아름다움 공유"



◎ 꿈만 있다면 모두 스타가 될 수 있음



西单女孩

最小MJ

旭日阳刚

楼道王菲

自习室女生

龚琳娜

"大衣哥"朱之文



## YOUKU Podcast영상 , 세계를 감동시킴

视频:【拍客】扫桥老人窦珍 高龄老人义务扫桥十年 “生命



## 예능 프로그램 : 리얼리티쇼, 토크쇼, 인터뷰쇼 등





## Micro 영화, 인터넷 드라마



《老男孩》



大师微电影



青年导演扶植计划



《万万没想到》



《泡芙小姐》



《嘻哈四重奏》



## PGC 전문파트너와 협력 콘텐츠 생산

100+ 단독 협력 파트너

2000+ 우수 특점 내용

15억+ 동영상 조회수





젊은 층의 문화 브랜드

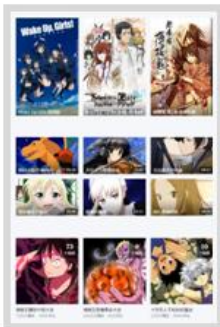


“젊은이들의 문화를 변경시키는 힘을 믿음”



## 애니메이션 : 국내 제1 애니메이션 플랫폼

일단 유저 1000만 명



판권 구매 애니메이션



《나루토》  
총 21억 조회



거액 애니메이션 지원 프로젝트





## 음악

MIDI 뮤직 페스티벌과 3년 단독 협력



자체제작 프로그램



팬 제작



생방송 인터랙티브



## 한국 예능 프로그램

제일 완전한

최고로 창작성 있는

최강 인터랙티브

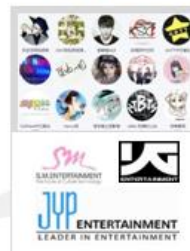
드라마



예능프로그램



음악



영화



## 패션

패션

미용

생활

건강

전문디자이너  
200+



미용 전문가/달인



자체제작 프로그램



## 자체제작 채널

자체제작 채널 200만개 이상 활동 중 채널 30만개



## 자체제작 : 젊은 문화 초점



TUDOU 최고음악 <TUDOU 최고LIVE> <TUDOU 최고한류> <TUDOU 주말쇼>



<进藏>

<联合囡>

<午夜计程车>



## 브랜드 활동 : TUDOU 영상 페스티벌



2008년 TUDOU 첫 창조: "중국 Sundance"



# 브랜드 활동 : Young Choice



# 영화



## 영화 마케팅

홍보

자체프로그램제작

티케팅

영화배급

빅데이터





# 가치관

제휴는 우선순위이며  
공동이익을 창출함

# 방법론

사람보다 일이 먼저이며 너와 나의 행동이  
성공과 실패를 결정함.  
자발적으로 변화를 모색하며 일을  
처리하는 스피드가 성공과  
실패를 가린다.



지식

기쁨

지혜

계시

감동

꿈



## Session 3-1. 일본

### < d 비디오 × 파트너 극장판Ⅲ-서장 >

마에다 토시유키 (前田寿之)

## d 비디오 × 파트너 극장판Ⅲ-서장



2014년 10월 16일  
테레비 아사히 마에다 토시유키

## 【1】작품개요

### 1) 스토리

2014년 4월 26일 공개된 『파트너 극장판3 - 거대밀실! 특명계절해고도에 가다-』의 이전에 일어난 사건을 소재로 영화의 무대인 절해고도에 반입된 어떤 것에 대한 '수수께끼'를 그리고 있다.

이 드라마에서는 수사1과의 이타미 켄이치, 미우라 신스케, 세리자와 케이지 이렇게 3명이 중심이 되어 해결한 사건을 스카시타 우쿄·카이 토오루가 조서를 바탕으로 되짚어 간다.

『파트너 극장판3』로 이어지는 거대한 수수께끼가 숨겨진 사건.

『파트너 극장판3』와 연동되는 내용으로 한 편으로도 즐길 수 있고, 두 편 다 보시면 시너지 효과로 더욱 더 즐길 수 있는 이야기이다.

## 【1】작품개요

### 2) 스태프

감독 : 콘도 토시아키     각본 : 토다야마 마사시

### 3) 출연자

미즈타니 유타카, 나리미야 히로키, 카와하라 카즈히사, 오오타니 료스케, 야마나카 타카시, 롯카쿠 세이지, 니시야마 아츠히, 카타기리 류지, 오노 사토루, 시미즈 마사요시, 쿠보타 류키치, 샤쿠 유미코(영화 캐스트), 카자마 토오루(영화 캐스트), 시마다 큐사쿠(영화 캐스트)

4) 러닝타임x방송횟수 : 11분x4편

5) 제작·저작 : 텔레비 아사히·도에이 주식회사



## 【2】콘텐츠 전개

### 1) 방영

- ◆ d비디오 : 3월29일 ~ 매주 1회 방송  
※독점방송기간은 1년. 이후에는 정상 방송 예정.
- ◆ 테레아사동화 : 1회까지만 방송. 2회부터는 d비디오로 연동  
※d비디오의 독점 방영 기간 후에 전 회차를 테레아사동화 본점 / 지점에서 방영.

### 2) 지상파

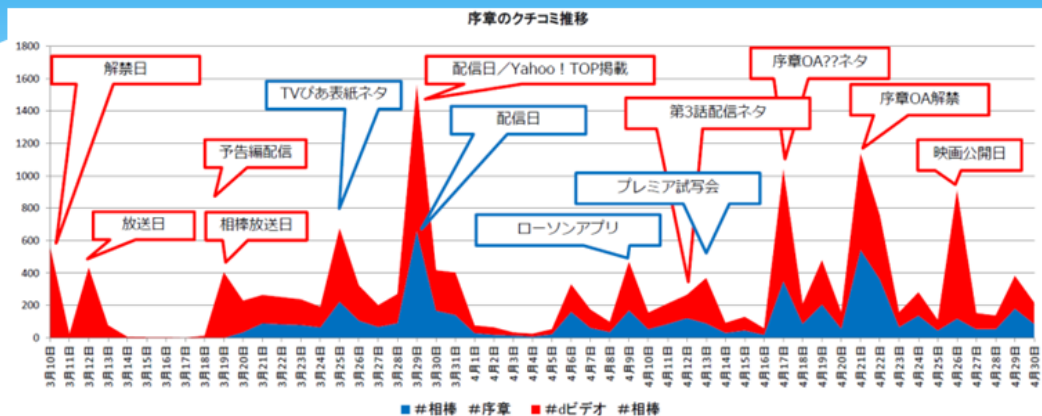
- ◆ 지상파방송 : 5월3일 ( 테레비 아사히 ) 외 10채널에 판매

### 3) 그 외의 콘텐츠 전개

- ◆ 파트너 시즌 12의 블루레이 & DVD 특전 디스크로 수록 예정

\* 테레아사동화(テレ朝動画): 테레비 아사히가 운영하는 인터넷 채널.

## 【3】인터넷 상에서의 입소문 1만건 이상



「영화 판이 기대되기 시작했다!」「이미 봤지만, 영화를 한 번 더 보러 가기로 했다.» 등 파트너 영화 판에 관객을 끌어들이는 코멘트가 많이 보였다.

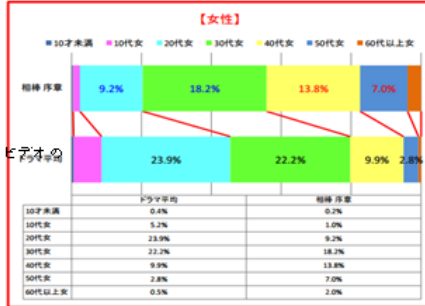
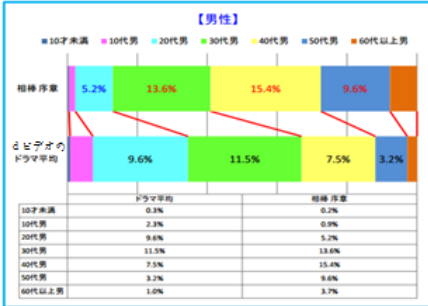
작품에 대한 평가도 좋아, 드라마 판 파트너의 시청자들도 충분히 만족 시킬 수 있었다.

# 【4】시청자 층 ~ 보다 젊은 시청자들을 끌어들이는 데 성공 !

시청차층의 남녀비율

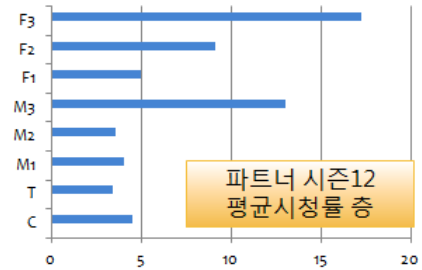
남성 50.3% 여성 49.7%

성별·연령별 시청속성(파트너 서장: 오리지널드라마 평균)



사이트 방문객 수도 10만 명 이상으로 높은 수치를 기록!

- ◆ 시청자 층은 30, 40대가 중심으로 기존의 d비디오 시청자 층과 비교하면 비교적 높은 연령대 이다.
- ◆ 기존 파트너의 드라마 판 시청자 층과 비교했을 때 F2-M2의 비율이 높아졌다. 보다 젊은 시청자 층을 확보하려는 시도는 성공했다고 할 수 있다.



# 【5】시청률

[동경 · 관동]

텔레비 아사히 5 / 3 ( 토 · 국경일 ) 16:25~17:25

시청률 : 12.0% 쉐어(점유율) : 32.5% 동 시간대 1위

C (4 ~ 12세)	2.9%
T (13 ~ 19세)	3.7%
M1 (남성 20 ~ 34세)	1.1%
M2 (남성 35 ~ 49세)	3.8%
M3 (남성 50세 이상)	6.7%
F1 (여성 20 ~ 34세)	4.9%
F2 (여성 35 ~ 49세)	6.0%
F3 (여성 50세 이상)	7.5%

## 【6】결론

- ◎ d비디오와 손을 잡고 처음으로 오리지널 방송을 제작.  
제작·저작의 권리와 지상파 방송권을 소유.
- ◎ d비디오가 다방면으로 홍보에 협력.  
(스팟광고, 지하철역 부착 광고, 도코모 점포에서의 선전, 인터넷 배너 광고 등)
- ◎ 작품에 대한 평가도 높고, 시청률도 12%(오후 4시 25분 방송)로 좋은 결과를 보임. 극장 판과 연동한 내용으로 극장 판에 대한 흥미를 불러일으킴.
- ◎ 콘텐츠 비즈니스에서도 수입·이익을 얻을 수 있음. 더욱이 DVD 특전으로 수록하는 것이 가능하여, DVD의 가격 인상으로도 이어질 수 있음.

\* 도코모 : 일본의 이동통신 사업자



## Session 3-2. 일본

### <백마녀 학원>

요시무라 후미오 (吉村文雄)



©©2013 「백마녀학원」 학생회

## 『백마녀학원』

방송사와 영화사에 의한  
멀티 플랫폼 대응  
신규 콘텐츠 개발 사례 소개

2014/10/16

주식회사 TV아사히 마에다 토시유키  
도에이 주식회사 요시무라 후미오



## 제작사 소개 : 주식회사 TV아사히



### 【회사개요】

설립 : 1957년11월

방송시작 : 1959년2월

본사소재지: 도쿄도 미나토구 롯본기

사업내용 : 방송법에 근거한 기간방송사업(지상파 5개 채널) 및  
일반 방송 사업(CS방송「TV아사히 채널」)

계열사 : 전국 23사

관련기업 : 주식 회사 BS 아사히(BS방송)  
TV아사히 영상 주식 회사(프로그램 제작)  
신에이 동영상 주식 회사(애니메이션 제작)



「보도 스테이션」(2004~)



「도라에몽」(1979~)



「파트너 Season13」(2014) 1

## 제작사 소개 : 도에이 주식 회사



### 【회사개요】

설립 : 1949년10월

본사 소재지 : 도쿄도 츄오구 긴자

사업 내용 : 극장용 영화 기획·제작·배급·상영

TV드라마 기획 및 제작

패키지 미디어(DVD·Blu-ray) 기획·제작·판매

이벤트 사업·부동산 사업

관련 기업 : 도에이 애니메이션 주식 회사(애니메이션 제작)  
도에이 비디오 주식 회사(패키지 미디어 제작)



「파트너 극장판III」(2014)



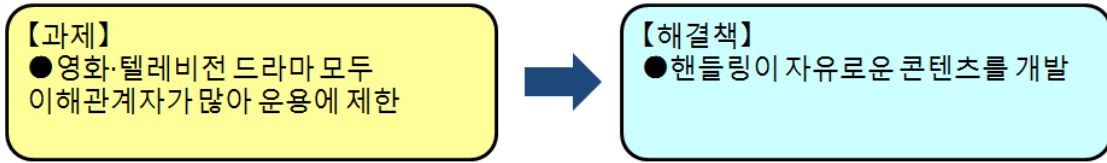
「망나니 장군」(1978-2002)



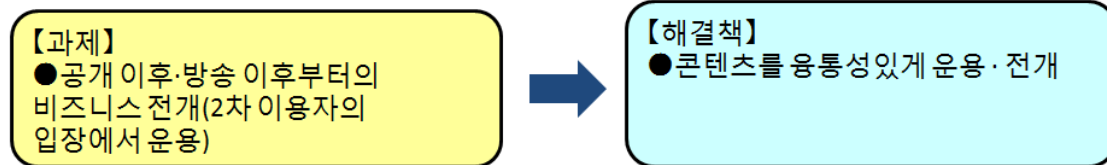
「가면라이더 드라이브」(2014)

2

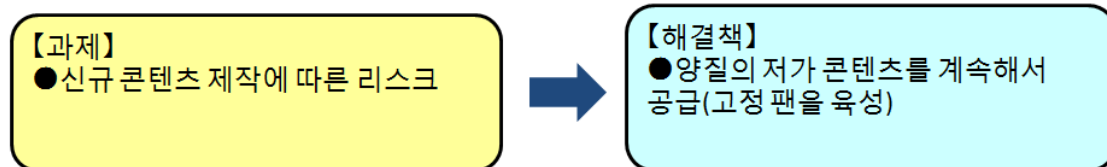
## ①멀티 유즈를 염두에 둔 신규 콘텐츠 개발



## ②기존의 틀에 갇히지 않는 새로운 콘텐츠의 운용·전개·판매로 개척



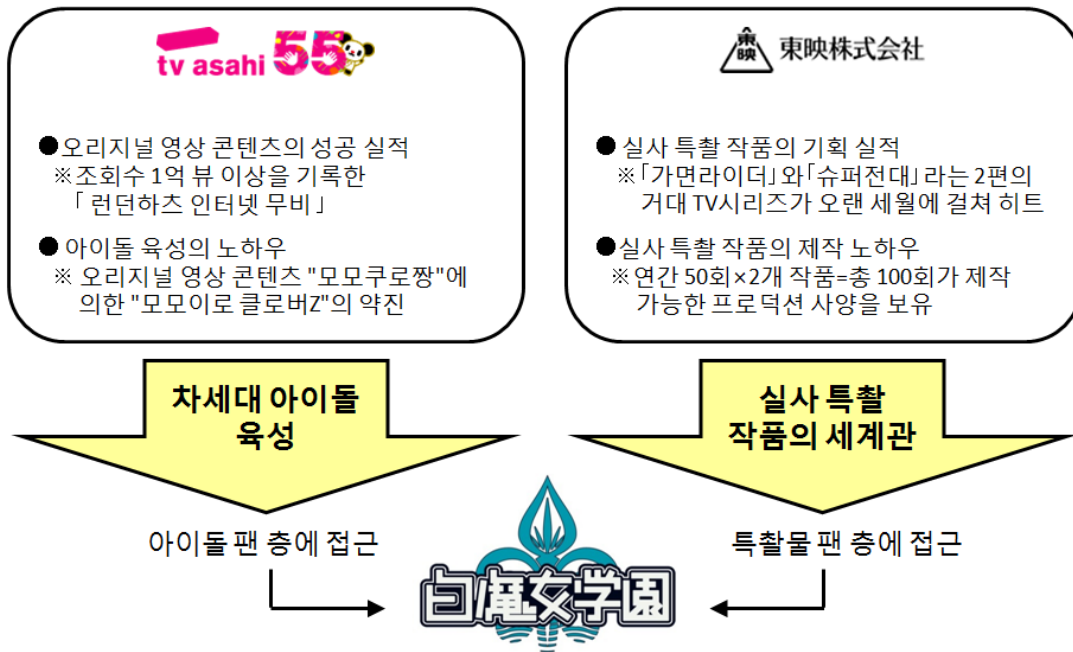
## ③새로운 콘텐츠 브랜드 구축



3

# 작품 개요 ①

<텔레비 아사히 + 도에이의 특징을 살린 콘텐츠 내용>



“싸우는 여자아이”를 그린「특촬히로인 영화」

4

<각본: 요시다 레이코 × 감독: 사카모토 코이치의 콜라보레이션>

"케이온!"에서는 "여고생+밴드"를 "Girls & Panzer"에서는 "여고생+전차"라는 여고생을 주인공으로 한 평범한 학원 드라마에 새로운 풍미를 더한 흥행 애니메이션의 시나리오를 담당했고 또 새롭게 애니메이션화된 "세인트 세이아"에서는 시리즈 구성을 담당하는 등 수많은 히트작을 만들어 온 현대의 스토리 텔러, 요시다 레이코를 기용.

감독은 "파워 레인저" 시리즈로 주목을 받고, 할리우드 풍의 화려한 와이어 액션으로 일본의 특촬 팬들에게 충격을 선사한 사카모토 코이치. 현재는 "가면 라이더", "슈퍼 전대", "울트라맨", "가로(GARO)" 라는 일본의 특촬 장르를 대표하는 작품을 모두 다루고 있는 업계 1인자이다.

다른 장르의 창작자들이 함께 "여고생", "학원 드라마", "마법", "액션"의 요소를 담은 "다크 판타지"를 창조. 애니메이션 및 특촬 두 장르의 팬들을 사로잡을 계획이다.



5

< 인기 급 상승 중의 서브컬처 아이돌 「덴파구미」를 주연으로 기용 >

후루카와 미린, 아이자와 리사, 유메미 네무, 나루세 에이미, 모가미 모가, 후지사키 아야네로 이루어진 6인조 그룹으로 "아키하바라 디어 스테이지"에 소속되어 다양한 활동을 펼치고 있다.

각 멤버들은 원래 애니메이션·만화·게임 등 자신의 취미에 특화된 열렬한 오타쿠들이기도 하다.

자국에서뿐 아니라 해외에서도 주목 받아 대만이나 자카르타에서의 패션 행사에도 참가하였고, 나아가 일본 대표로서 JAPAN EXPO에 2013년 2014년 연달아 출연했다.

닛케이(日経)엔터테인먼트지에서는 향후 성공이 기대되는 아이돌 그룹으로 소개 되었으며, 2014년 5월에는 첫 무도관 단독 공연을 성황리에 마치는 등 인기가 급 상승 중이다.

BS아사히에서 단독 프로그램 "전파(덴파)의 신들"이 방송 중이다.

본격적인 드라마에 도전하는 것은 이번이 처음으로 각자 멤버 개인의 경험을 반영한 캐릭터로 출연. 기존 덴파구미 inc. 팬들의 공감을 얻는 동시에 타 아이돌 팬 층으로의 침투도 노리고 있다.



6



## 작품 개요 ④



- ◆제목 : 「백마녀학원」
- ◆작품 사양 : 방송판 전 10화 총 130분  
극장판 98분
- ◆방송개시일: 2013년9월21일(T-VOD·EST)
- ◆극장개봉일: 2013년9월21일
- ◆각본/감독: 요시다 레이코 / 사카모토 코이치
- ◆주연 : 덴파구미 inc. / 야마야 카스미 / 코미야 아리사 / 타카라 히카리 외
- ◆주제곡가: 「W.W.D. II」 덴파 구미 inc.
- ◆기획·제작 : TV 아사히 / 도에이
- ◆제작사 : 도에이 TV · 프로덕션



7

## 전개 사례 ①



### VOD

- 일본 국내: 주요 인터넷 방송 사업자(18사)가 운영하는 22개 서비스로 전개  
T-VOD 1화 300엔(세금 별도)/전체 10화 세트 2,000엔(세금 별도)  
EST HD 2,500엔(세금 별도)/SD 2,000엔(세금 별도)

- 일본 국외: Viki와 제휴해 AD-VOD에 의한 무료 방송을 시작  
방송 개시 후 3일 동안 45만 번 이상의 조회수를 기록.  
2014년 8월 현재 조회수는 1,000만부를 돌파.



※ Viki로 방송중인 일본 드라마 콘텐츠 중 최고 기록

방송 개시 후 3일 동안 20개 언어로 번역.  
(영어, 일어, 프랑스어, 포르투갈어 스페인어, 루마니아어, 독일어,  
그리스어, 한국어, 알바니아어, 필리핀어, 이태리어, 폴란드어,  
인도네시아어, 리투아니아어, 불가리아어, 말레이어,  
중국어(간체), 네덜란드어, 아랍어)

현재 37개 언어로 번역 진행 중.

8

## 전개 사례 ②



### 극장상영

- 출연진 토크 쇼가 포함된 이벤트 상영을 실시
  - \* T-JOY사의 신쥬쿠 발트9 시네마에서 방송 개시와 동시에 상영 시작(2주간 한정 상영)  
(T-Joy: 일본의 체인 멀티플렉스 영화관)
  - \* 「방송 판」 10화를 새롭게 재편집한 「극장판」(98분)을 상영
  - \* 상영 종료 후, 덴파 구미 inc. 멤버를 비롯한 출연진이 번갈아 등장하는 30분 정도의 토크 쇼를 실시(매일 1회)
  - \* 극장 로비에서 멤버들이 번갈아 악수회를 실시(상품 구매자 한정)
- 온라인 극장 "KINEZO CINEMA"에서 공개(도에이 제작 작품으로는 첫 사례)
  - \* 극장 개봉 중인 신작 영화를 동시에 온라인에서도 볼 수 있는 "KINEZO CINEMA"에서, 극장 개봉 일에 맞춰 동시 공개 (요금 1,300엔/시청 기간 24시간)

### 방송

- 도에이 채널(CS프리미엄)에서 방송(2014년 5월)
- TV아사히 채널(CS베이직), WOWOW(유료BS)등에서 방송 중

9

## 전개 사례 ③



### 상품화

#### ■ 패키지(DVD·Blu-ray)

- \* 방송 개시 3개월 후 발매



DVD : 방송판 10화의 디렉터스컷(미공개장면 등을 추가·재편집)함께 수록 3,800엔  
 Blu-ray : DVD와 같은 내용의 디스크에 극장판 수록 디스크를 추가 6,800엔

#### ■ 굿즈

- \* 극중 아이템을 상품화한 관련 상품을 판매



배지(750엔)



펜던트(18,500엔)



후드 점퍼(4,700엔)



레플리카  
교복(9,500엔)

#### ■ 파칭코

- \* 「백마녀학원」의 세계관을 주제로 한 파칭코 기계의 발매가 결정

10

< 「백마녀학원」의 제작방식이 이룬 성과와 향후 검토 과제 >

■ 성과

- ① 아이돌 × 특촬 액션이라는 장르 혼합의 콘텐츠가 성립
- ② 상품화(파칭코기계)로 연결되는 작품의 세계관과 높은 캐릭터성의 창출
- ③ Viki로의 진출에 따른 해외시장에서의 높은 실적 획득

■ 검토 과제

- ① 장르 팬 이외의 사람들에게 다가가기 어려움.
- ② ADVOD 상품화의 발전 (광고 단가가 높은 영역에서 시청 촉진 정책)



**속편 제작 결정**



## Session 4 일본

### <살인편차치70>

오타니 타로 (大谷太郎)

#### 시놉시스

**줄거리:** 동경대학교 수험 날 아침, 알람 시계가 울리지 않아 늦잠을 자게 된 삼수생 케이스케(미우라 하루마)는 '이제 내 인생은 끝났어.....'라며 단념한다.

그 순간, 그는 최근 빈번히 일어나고 있는 연속폭발범을 사칭하여 시험의 시작 시간을 늦추려는 생각을 하게 된다. 동경대학에 폭발예고 메일을 보내는 계획은 성공. 케이스케는 멋지게 합격 하여 동경대학에서 꿈만 같은 나날을 시작한다. 그러나 '너에 한 일에 대해 모두 알고 있다'는 수상한 남자가 나타나고, 케이스케는 협박당한다. 지옥 같은 나날에서 벗어나기 위해 케이스케는 '내가 여기서 너를.....'이라는 중대한 결단을 내린다.

**첫 방송:** 2014년 7월 2일(수요일) 21:00~22:54 니혼 테레비 ( 지상파 ) 에서 방송

**출연:** 미우라 하루마, 시로타 유우, 타키토모 미오리, 쿠리야마 치아키,  
키리야마 렌, 타카하시 카츠미 등

**원작:** 니시무라 교타로 「수험지옥」(카도카와문고)

**각본:** 야마오카 준페이

**책임 프로듀서:** 오오히라 후토시

**프로듀서:** 사토 아츠지, 사토우치 에이지 (5학년 D조)<sup>1</sup>

**연출:** 오타니 타로


**제작협력:** 5학년 D조

**제작 · 저작:** 니혼 테레비

니혼테레비에서 방송했던 미스터리 드라마 시리즈 '화요 서스펜스 극장' 중 시청자가 '다시 한 번 보고싶은 작품 랭킹'에서 항상 상위에 드는 작품 '수험지옥'을 32년 만에 리메이크.

---

<sup>1</sup> 일본의 드라마 제작사



여성은 물론 젊은이들에게 압도적인 인기를 끌고 있는 미우라 하루마를 시작으로 한 신선한 캐스팅에, 일본의 지상파에서는 처음 시도 한 최신 4K카메라로의 촬영과 프로젝션 맵핑을 이용한 연출 등 볼거리가 풍부한 드라마입니다.

# 『살인편차치70』



32년 전의 드라마를  
되살린  
“3가지 전략”과  
“방송전개”

## 연혁 - 일본 상업 방송의 선두주자



## 『살인편차치70』 3가지 전략

- 최신 영상 기술로 되살리다 !

### 4K로 촬영

- 최신 사회문제를 반영하여 되살리다 !

### 새로운 각본

- 최신 영상콜라보레이션으로 되살리다 !

### 프로젝션 맵핑



## 『살인편차치70』의 멀티 방송

- 주제곡MV
- 방송 전 1만 명 한정의 특별시사회
- 지상파(니혼TV)에서 방송
- 지상파 방송직후에 「니혼TV 온 디맨드」에서 유료 다시 보기 실시
- BS 방송(BS 니혼TV)에서 방송
- 「Hulu 재팬」에서 유료 방송
- 그 이외 매체에서도 방송 예정.





## Session 5. 한국

### <멀티플랫폼 시대의 드라마 제작>

김운호

모바일 기기와 인터넷의 확산은 공상과학영화에서나 가능했던 유비쿼터스 환경을 만들어내었고 사용자는 다양한 플랫폼에서 각자의 삶의 방식에 맞춰 원하는 콘텐츠를 시청하는 것뿐만 아니라 SNS 등을 통해 그들의 관심사를 계속 확대 재생산하고 있다. 지금의 한류 확산에는 이런 인터넷/모바일 문화의 도움을 받았다고 보아도 무방하다.

<별에서 온 그대>가 중국에서 37억 뷰라는 천문학적인 수치를 만들어내고 이례적으로 중국사회 전반에 영향을 끼친 것도 중국의 모바일 문화에 기인한다.

장소/시간에 구애받지 않는 디지털 문화는 작품의 기획/제작/마케팅에 이미 많은 영향을 주고 있으며 앞으로 더 큰 역할을 담당하게 될 것이다. 미국 Netflix사는 첫 자체제작 작품인 'House of Cards'의 전회를 동시에 개봉하는 시도가 큰 성공을 거두면서 플랫폼사업자에서 제작사로 프로필을 확대하였고, 텔레비전쇼 Scandal은 트위터를 마케팅에 적극적으로 활용하여 작품의 성공을 이끌었으며 아마존은 고객을 "수동적인" 시청자들로 놔두지 않고 "적극적인" 편성자로 탈바꿈시키고 있다.

별그대나 상속자들 같은 한국드라마들의 중국에서의 인기는 규제로 묶여있던 한중 드라마제작 환경을 바꾸어 놓고 있으며(한중 공동제작 활성화 등), 미국, 한국 및 일본 등 여러 나라에서 네트워크방송국이 아닌 온라인/모바일 시장을 목표로 한 짧은 시간의 실험적인 드라마를 기획/제작하는 시도를 계속 하고 있다.

심지어 광고사들도 TV 주도의 일방적인 광고제작에서 탈피, 더욱 많은 고객의 참여를 이끌어 낼 수 있는 다양한 콘텐츠를 제작, 여러 플랫폼을 통해 실험하고 있다.

방송사업자, 제작사, 광고사, 심지어 제작국가 등을 구분하는 것이 무의미할 정도로 서로의 역할이 혼재되어 있고 서로에게 영향을 주고 있다.

이런 디지털 문화에서는 픽사 같은 집단창작모델이 좀 더 활성화될 것이라고 본다. 방송사업자, 제작사, 판매담당자 등이 이전과 달리 기획단계부터 밀접하게 일하는 것이 필요충분조건이 될 수

밖에 없으며 작품에 따라서는 미래의 시청자들을 참여시키는 것도 가능할 것이다.

또한 시청자들의 시청패턴을 분석한 빅데이터를 드라마 기획 및 제작에 적용하는 사례가 늘면서 William Goldman의 “Nobody knows anything”도 더 이상 인용하기 힘든 시대가 올 수도 있다.

넷플릭스가 ‘House of Cards’를 기획 및 제작할 때 이런 빅데이터가 사용되었음은 물론이며 앞으로는 더욱 적극적으로 활용될 예정이다.

멀티플랫폼은 철저히 사용자의 편의에 집중을 한다는 면에서 콘텐츠의 다양한 활용에 초점을 맞춘 이전의 멀티윈도우와는 개념이 다르다. 그러기에 사용자 분석이 중요해지고 기획에 점점 더 과학적인 툴 사용이 강조되고 있다. 플랫폼도, 콘텐츠도 브랜드로 인식되면서 브랜드관리도 도입되고 있다. 무수한 플랫폼이 생기면서 전송권같은 저작권도 더욱 중요해졌다. 적은 부분의 합이 더이상 작지 않은 시대가 온 것이다.

도레미엔터테인먼트에서 올해 제작한 썸남썸녀(wedding fever)도 이런 시대적 문제인식에서 기획/제작되었다. 다양한 콘텐츠가 모바일/인터넷에서 시청자의 취향과 라이프스타일에 맞춰 소비되는 시대에 공중파“만”을 대상으로 70분물의 드라마“만”을 제작하는 것은 오히려 시대착오적일 수 있다. 드라마가 지속가능한 생명력을 가지고 매회 매시즌 새로움을 줄 수 있으면서 브랜드로 확장가능한 모델을 고민하게 되었고 ‘리얼리티 미니 드라마’라는 새로운 시즌제 포맷의 드라마를 기획한 것이 <다음>에서 방송된 “썸남썸녀”다.

“썸남썸녀”는 온라인상에서 가장 많이 검색되는 연애/결혼이라는 키워드에서 출발하여 이를 효과적으로 보여줄 수 있게 결혼상대를 찾는 리얼리티쇼 안의 드라마라는 설정을 하였다.

온라인/모바일 매체는 기존방송에 비해 보다 리얼하고 직설적인 캐릭터 구축을 가능하게 하였다. 마케팅은 철저하게 트위터와 페이스북같은 온라인마케팅툴만을 사용했다. 이런 모델이 아직은 인큐베이팅단계에 있지만 앞으로 더 많은 시도 및 실험을 통해서 더 다양하고 대중적인 작품들을 만날 수 있다고 확신한다.

# Session 6. 한국

## <별에서 온 그대>

박지은

### 1. 드라마 개요

- 1) 기 간 : 2013 년 12 월 18 일 ~ 2014 년 2 월 27 일 (21 부작, 매주 수,목요일 밤 10 시 방송)
- 2) 제작진 : 박지은 극본, 장태유 연출
- 3) 출연진 : 김수현, 전지현, 박해진, 유인나, 신성록 외

### 2. 개요

조선왕조실록 광해 20 권에는 기이한 기록이 남아 있다. 1609 년 가을. 강원도 간성, 원주, 춘천, 양양, 강릉 등지에서 거의 비슷한 시간에 알 수 없는 비행 물체들이 출몰했다는 것. 목격자들의 진술을 종합해 본 결과 이 미확인물체들은 호리병이나 세숫대야 같은 것을 닳았고 우레와 같은 소리를 내며 밝은 빛과 연기를 동반하여 나타났다는 것이다.

가장 놀라운 것은 그것이 '어떤 기운'에 의해 공중에 떴으며 비행 했다는 점이었다.

만약, 그것이 '조선으로 날아온 UFO'였고, 그때 이 땅에 정착한 외계인이 있다면. 400 년 전 UFO 를 타고 조선 땅에 온 외계인이 여전히 같은 모습으로 서울에 살고 있다면. 이 드라마는 이렇게 조금은 황당한 상상에서 시작되었다.

### 3. 등장인물

#### 1) 도민준 (김수현 분) : 나이 미상, 현 직업 대학 강사.

1609 년 9 월 25 일. 조선땅에 떨어진 외계인. 404 년 동안 지구에 처음 왔을 때와 똑같이 젊고 아름다운 그 모습 그대로 살고 있다. 매의 시력, 늑대의 청력, 놀라운 속도로 이동할 수 있고 순간순간 누군가의 가까운 미래에 일어날 일을 본다. 과거에 만났던 아이와 닮은 송이에게 호기심을 느끼고 송이를 사랑하게 된다.

#### 2) 천송이 (전지현 분) : 28 세. 톱 여배우. 대학생

한때 국민요정, 지금은 한류여신. 어느 날 갑자기 동료 연예인 자살 사건에 휘말리면서 추락하게 된다. 자신도 모르는 사이 이재경의 악행에 대한 증거를 가지게 되면서 이재경에게 끊임없이 목숨에 위협을 받게 된다.

### 3) 이휘경 (박해진 분) : 28 세. S&C 그룹 막내아들

중학생 시절 <여학생> 표지 모델로 나온 송이에게 한눈에 반해 십수 년동안 짝사랑하고 있다. 송이가 자살 사건에 휘말리고 전 국민적인 지탄을 받으며 마녀사냥을 당하는 그녀를 보고도 휘경은 아무것도 해줄 수 없어서 괴로워한다. 천송이 곁에 있는 도민준을 싫어하지만 천송이를 위험에 빠뜨리려는 이재경을 상대하기 위해 도민준과 손을 잡게 된다.

### 4) 유세미 (유인나 분) : 28 세. 조연급 배우

휘경이 세미의 첫사랑이었다. 중학교 때부터 송이의 가장 친한 친구였으나, 송이를 시기하고 짓밟고 싶어 한다. 송이의 연인인 도민준의 비밀을 파헤치고자 한다.

### 5) 이재경 (신성록 분) : 36 세. 이휘경의 형. S&C 그룹 후계자

전형적인 소시오패스. 자신의 범죄에 대한 증거를 가지고 있는 천송이를 죽이기 위해 수단과 방법을 가리지 않는다. 이로 인해 도민준과 대립하게 되는 인물.

## 4. 줄거리

회차	회차별 줄거리
1 회	404 년 전 조선 땅에 떨어진 외계인 도민준은 줄 곧 자기별로 돌아갈 수 있는 날이 오기를 기다리면서 살고 있다. 드디어 3 개월 후 고향으로 돌아갈 수 있게 된 도민준. 한편, 한류스타인 천송이는 어린 시절 죽을 뻔 했던 자신을 구해준 아저씨를 만나고 싶어 한다. 두 사람은 서로를 알아보지 못한 채 이웃지간으로 대학 강사와 제자로 만나게 된다.
2 회	송이는 연예인 특레입학의 부정적인 이미지를 벗기 위해 <천송이 스페셜>을 촬영하기로 하고 학교 수업에 참석한다. 촬영팀과 학생들 앞에서 대학 강사인 민준에게 빵점을 받으며 망신을 당하게 된 송이. 송이는 그날 밤 술에 취해 자기 집의 옆집인 민준의 집으로 들어가게 된다. 송이의 지갑에서 과거 자신이 구해준 아이와 닮은 송이 어린 시절 사진을 발견한 민준은 이 여자는 누구냐며 송이를 다그친다.
3 회	민준은 송이가 과거의 아이와 닮았다는 사실을 알게 되지만 인간의 삶에 개입하지 않겠다고 다짐한다. 그날 밤, 은색 구두를 신은 여자가 물에 빠지게 되는 미래를 보게 된 민준은 그 은색 구두와 똑같은 구두를 송이가 가지고 있다는 사실을 알게 되고 송이에게 물에 가까이 가지 말라고 경고한다.
4 회	송이는 민준의 경고를 무시하고 크루저 선상 파티에 참석한다. 민준은 결국 송이를 구하기 위해 크루저로 향한다.
5 회	선상 파티에서 사망한 사람은 송이와 똑같은 구두를 가지고 있었던 한유라로 밝혀진다. '한유라 사망사건'을 취재하던 기자들은 평소 한유라와 양숙이었던 천송이를 죽음의 원인제공자로 몰아가고, 송이는 기자들을 피해 민준의 집에 머물며 민준과 점점 가까워진다. 유석검사는 선상파티 CCTV 에 찍힌 민준의 존재에 의문을 품고 사건을 파헤친다.

6 회	민준은 한유라 사건 참고인조사를 위해 경찰인 병희와 함께 경찰서로 가던 중 송이의 집 근처에서 재경을 만난다. 민준은 한유라의 사망 당시 재경이 크루저에 있었다는 것을 기억해 내고 병희에게서 도망쳐 송이에게로 달려간다. 재경은 자신의 약점이 들어있는 USB 파우치를 찾으러 송이의 집에 방문해 송이 몰래 집을 뒤지지만 결국 파우치는 찾지 못한다.
7 회	송이를 향한 의문의 테러가 계속되고 민준은 송이를 지키기 위해 당분간 송이의 매니저를 하기로 한다. 유석은 도망쳤던 민준을 '한유라 사망사건'의 참고인으로 소환해 사건당일 알리바이를 추궁한다. 민준이 조사를 받고 있는 사이 의문의 테러로 인해 병원에 입원해 있던 송이가 납치를 당하고, 절벽에서 떨어져 사고로 위장돼 죽을 위기를 맞는다. 절벽에서 떨어지기 직전 송이의 차를 세운 민준은 송이를 구해낸다.
8 회	병원에서 퇴원한 송이는 집에 누군가 침범한 흔적에 두려움을 느끼고 민준은 하는 수 없이 송이를 자신의 집에서 지내라고 한다. 송이와 함께 지내던 민준은 송이를 향한 마음을 주체하지 못하고 송이에게 키스하게 된다.
9 회	송이와의 키스 후 민준은 고열에 시달리고 송이는 영문도 모른 채 민준 곁에서 민준을 간호한다. 함께 민준의 집에서 지내면서 점점 더 가까워지는 두 사람. 이때 민준은 옆집인 송이의 집에 침입한 재경의 존재를 알게 된다. 민준은 송이의 집에서 나오는 재경에게 더 이상 송이를 위협하지 말라고 경고한다.
10 회	송이가 자꾸 민준의 정체를 캐내려고 하자 민준은 송이를 멀리한다. 소속사로부터 계약 위반으로 위약금 청구서를 받게 된 송이는 민준을 찾아가 소속사에 함께 가달라고 부탁한다. 소속사에서 자신을 도와준 민준을 더 좋아하고 의지하게 된 송이. 송이는 민준에게 고백을 하지만 민준은 아무 대답도 하지 않는다.
11 회	휘경은 재경이 수상하다는 것을 눈치 채고 재경을 의심하기 시작한다. 송이는 자신을 밀어내는 민준에게 매달리지만 민준은 오히려 더 송이를 냉정하게 대한다. 하지만 송이를 걱정하는 마음을 어찌 할 수 없던 민준은 휘경에게 이재경으로부터 송이를 지키라고 부탁한다.
12 회	휘경은 송이에게 재경과 유라가 연인관계였음을 듣게 되고 재경의 뒷조사를 시작한다. 민준은 그런 재경에게 모든 걸 자신이 떠안고 사라질 테니 송이를 더 이상 위협하지 말라고 말한다. 그리고 민준은 송이를 자신으로부터 떼어놓기 위해 스스로 외계인임을 밝힌다.
13 회	민준의 비밀을 알게 돼 혼란스러운 송이는 결국 민준을 다시 찾아가지만 민준은 우리 사이엔 아무것도 없다면서 송이에게 상처를 준다. 한편 재경은 송이를 해치기 위한 다른 방법으로 재경은 송이모에게 1인 기획사를 제안 한다. 민준을 잊기로 결심한 송이는 영화 출연을 계약하고 활동을 재개하려 한다.

14 회	민준은 재경의 죄를 뒤집어쓰고 자수하려 한다. 그 시각 송이는 휘경의 응원을 받으며 영화 촬영을 준비 중이다. 영화촬영장에서 송이는 와이어 줄이 끊어지는 사고를 당하게 되고 송이를 구하려던 휘경은 큰 부상을 입게 된다. 검찰에서 조사를 받던 민준은 송이의 사고소식을 듣고 재경에게 달려가 분노를 폭발 시킨다.
15 회	재경은 혼수상태인 휘경이 자신과 유라의 관계를 눈치 채고 있다는 걸 알게 된다. 민준은 송이를 지키기 위해 송이의 1 인 기획사 계약을 파기 시키고 송이의 곁에 매니저로 있겠다고 말한다. 그동안 민준의 냉정한 태도에 상처 받았던 송이는 민준을 밀어내는 척 하지만 오래 가지 못한다.
16 회	휘경은 의식을 되찾았지만 일부러 기억을 잃은 척 하면서 재경에 대한 조사를 계속한다. 서로 마음을 확인한 민준과 송이는 잠깐의 행복한 시간을 보내게 되지만 민준은 자신이 지구에 남아 있을 수 있는 날이 이제 한 달밖에 남지 않았다는 걸 송이에게 고백한다.
17 회	휘경은 재경의 뒤를 캐던 중 죽은 큰형의 사고를 조사하게 되고, 큰형의 죽음에 재경이 연관되어있다는 사실을 알게 된다. 민준이 한 달 뒤 떠나야 한다는 사실에 혼란스러워하던 송이는 미련 없이 다 잊을 수 있도록 남은 한 달 동안 해보고 싶은 거 다 해보자면서 여행을 제안한다. 민준은 그런 송이를 보면서 자신에게 무슨 일이 생기더라도 송이 곁을 떠나지 않겠다고 마음먹는다.
18 회	송이와 산장에서 행복한 시간을 보내는 민준은 점차 능력이 약해짐을 느끼고 불안해한다. 휘경은 재경에게 자백할 마지막 기회를 주지만 재경은 모든 악행을 부인한다. 휘경은 재경의 범행을 입증할 결정적인 단서를 찾아내고, 민준과 함께 재경에게 반격할 준비를 한다. 민준이 휘경에게 가 있는 사이 민준의 방에 혼자 있던 송이는 민준의 일기를 통해 그가 자신의 별로 돌아가지 않으면 죽을 지도 모른다는 사실을 알게 된다.
19 회	송이는 민준이 자신의 곁에 남으면 곧 죽을지도 모른다는 사실을 애써 외면하고, 민준은 드디어 송이에게 자신의 마음을 전하려고 한다. 민준은 휘경과 함께 기자들과 경찰들 앞에서 재경의 모든 악행을 폭로하고 재경을 구속시키는데 성공한다. 하지만 재경은 민준의 정체를 세상에 폭로하기 위해 송이의 와인잔에 독을 섞었다고 말하고 민준은 송이를 구하기 위해 순간이동으로 그녀의 곁으로 간다.
20 회	민준의 정체에 대한 추측성 보도로 세상이 떠들썩하지만 송이와 민준은 외딴 섬에서 둘만의 시간을 보낸다. 송이는 민준에게 자신을 위해서 어딘가에 존재해 달라며 돌이가라고 얘기하고 송이와 민준은 헤어질 준비를 한다.
21 회	이별의 시간이 다가왔음을 예감한 민준은 송이에게 마지막 작별의 인사를 건넨다. 민준이 떠난 후 송이는 민준을 그리워하면서 살아간다. 몇 년 후 송이는 완벽하게 연예계로 복귀하고 시상식장에서 자신을 찾아온 민준을 발견한다. 민준은 송이를 만나기 위해 수많은 시행착오 끝에 다시 지구로 돌아오게 된다.