

# 미국 콘텐츠 산업동향

K-CON LA 2022로 본 미국 내 K-Pop 현황



## 미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

2022 년 6 호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	<b>K-CON LA 2022로 본 미국 내 K-Pop 현황</b> 본 보고서는 지난 8월 LA에서 개최된, 10주년을 맞이한 K-CON의 성과를 토대로 글로벌 Z세대를 타겟으로 한 K-Pop의 글로벌 시장 영향력을 조명하며, 포스트 코로나 시대 라이브 음악 시장 변화를 예측해 봄. 팬데믹 기간 케이콘택트(K-CON; TACT)을 진행하며 노하우를 축적한 CJ ENM이 현장을 찾는 관객뿐 아니라 디지털 관객까지 흡수하겠다는 야심찬 계획으로 시공간의 제약을 뛰어넘은 새로운 페스티벌 모델을 선보인 것은 대면 콘서트가 재개된 상태에서도 여전히 라이브 스트리밍 시청을 하겠다는 MZ세대의 소비 트렌드를 제대로 공략했다고 평가됨	K-Con, K-Pop, 한류, 음악산업

작성 | 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터

배포 | 2022.10.14



## 심층이슈

### I. K-CON LA 2022로 본 미국 내 K-Pop 현황

#### 작성순서

##### 1. 한류 문화 전파의 선봉장, K-CON

- 1) 콘서트+문화체험의 장으로서의 K-CON LA 2022
- 2) K-CON 10년의 역사와 성과

##### 2. 미국 내 K-Pop 산업의 현황과 시장규모

- 1) 팬덤이 만든 K-Pop 라이브 시장규모
- 2) BTS와 블랙핑크로 본 K-Pop 인지도

##### 3. 정리와 시사점

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

#### 1 한류 문화 전파의 선봉장, K-CON



##### 1. 콘서트+문화체험의 장으로서의 K-CON LA 2022

###### ✔ 대면 행사와 라이브 스트리밍의 시너지 효과

- 3년 만의 대면 행사로서 재개된 <K-CON LA 2022>는 8월 19~21일, LA 컨벤션 센터와 크립토닷컴 아레나(Crypto.com Arena)에 총 9만 명 이상의 K-Pop 팬들을 불러 모았고, 비디오 스트리밍을 통해 전 세계 176개국에 생중계되면서 717만 명의 시청자를 기록하는 등 성공적으로 마무리되었음
- 엔터테인먼트 매체 버라이어티(Variety)지는 K-컬처 팬덤이 코로나 공백기에도 거의 줄어들지 않았고, 그 기간 동안 이 장르의 '디지털 네이티브'들이 버추얼로 모여들면서 K-CON은 케이콘택트(KCON:TACT)로 변화하였다고 평가함. 또, 팬들이 온라인과 오프라인의 반복 사이를 오가도록 한 원활한 흐름은 2019년 이후 처음으로 대면행사로 개최된 컨벤션의 지배적인 특징이었다고 분석함<sup>1)</sup>
- K-CON의 주 타겟인 글로벌 GenZ<sup>2)</sup> 트렌드를 반영한 한류문화 체험 프로그램이 특히 돋보였음. 이는 한류 체험의 장을 의도한 관객 참여형 콘텐츠로, 컨벤션장을 찾은 GenZ

1) 'Korean Pop-Culture Fest KCON LA Wraps on Musical High Note After Blending Online and Offline Worlds' by Patrick Frater 2022년 8월22일 버라이어티

<https://variety.com/2022/music/news/kcon-la-korean-pop-culture-fest-kevin-woo-cj-enm-1235347481>

2) GenZ(Z세대)는 1990년대 중반에서 2000년대 초반에 걸쳐 태어난 젊은 세대를 이르는 말로, 어릴 때부터 디지털 환경에서 자란 '디지털 네이티브(디지털 원주민)' 세대라는 특징이 있음.

세대들의 취향에 맞는 경험을 선사하였음. K-CON 스퀘어에서 좋아하는 스타와 한 무대에 서는 ‘스테이지 오디션’, K-드라마와 K-무비 포스터를 활용한 AR 포토 만들기로 관객의 발길을 붙잡은 ‘K-스토리존’, K-푸드 시식과 K-뷰티 체험 등을 포함한 ‘K-라이프 스타일 존’ 등은 최근 급부상한 한류문화 소비 패턴을 보여줌

- 본 행사 내 ‘K-CON 2022 마케팅 씨앗’의 일환으로 각계 한류 전문가들을 초청해 실시한 강연회에서 김숙영 UCLA 연극영화방송학부 교수는 〈미국의 GenZ 는 왜 K-컬처와 K-브랜드에 열광하는가〉를 주제로 강연하였음
- 또한, 미국 Z 세대의 소통 플랫폼인 틱톡으로 전파되는 K-콘텐츠의 전략적 중요성과 활용 성공 사례를 틱톡 코리아 백선아 마케팅 총괄이 발표함. 펜실베이니아 주립대 사무엘 M. 리처드 교수는 “과거에는 할리우드 영화와 미국 문화가 한국 등에 영향을 미쳤으나 오늘날에는 문화적 영향의 흐름이 역전되었다”며, 한류 콘텐츠의 성공 요인과 전망을 내다봄



[그림 1] 3년 만에 대면으로 열린 CJ ENM 주최 K-CON 2022 LA 콘서트 (출처: CJ Now)

#### ✔ 외신 반응으로 본 K-CON 의 진화

- 버라이어티, 빌보드 등 외신 매체들 또한 K-CON 10 년의 성과를 집중 보도하였음. 버라이어티지는 〈K-CON, 더 큰 야망으로 10 주년 맞이〉<sup>3)</sup>라는 제목의 기사를 통해 CJ ENM 이 기울인 10 년의 노력을 조명하며, “K-CON 이 성장한 플랫폼도 진화했다. 한국의 뷰티 제품, 음식, 장난감 등 K-컬처의 다양한 장점을 즐기는 쇼케이스”라고 평가함
- 빌보드는 “K-팝 팬덤의 완전한 힘을 다시 느꼈다. K-CON 의 라이브 컴백은 마지막 대면 이벤트(2019 년 보고된 LA 참가인원 수 10 만 3,000 명)보다 약간 하락했지만, 2022 년 K-CON 은 지금까지 가장 주목할 만한 워크숍과 퍼포먼스를 보여주었다”며, “관객들은 K-팝

3) ‘KCON Hits 10 Year Anniversary With Bigger Ambitions’ by Cynthia Littleton 버라이어티 2022년 8월18일 <https://variety.com/2022/music/spotlight/kcon-1235344291>



그룹들의 동시대성과 균형을 사랑하며, 무대에 오른 그룹에 합류한 성별, 신체적, 피부색의 다양성은 점점 더 글로벌해지고 다양해지는 음악의 미래를 보여주고 있다”고 평가했으며, 이는 K-CON 이 지난 몇 년 간 노력해온 것이라고 덧붙임<sup>4)</sup>

## KCON Hits 10 Year Anniversary With Bigger Ambitions

By Cynthia Littleton



| 그림 2 | 현지 매체 버라이어티가 취재한 KCON 기사 (출처: Variety)

- 영국의 음악 평론지 NME 는 “KCON LA 2022 는 스트레이 키즈, 에이티즈, NCT 드림, 스테이시 등 K-Pop 4 세대의 강력한 선두 주자들을 내세워 K-팝의 미래를 내다보고, 10 년의 역사를 기념한 축제 및 컨벤션”이라 평가하며 별점 4 점을 매김<sup>5)</sup>

### ✓ 글로벌 Z 세대가 즐기는 콘텐츠

- K-CON 은 올해 LA 컨벤션 센터 현장을 K 팝 존, K 스토리 존, K 라이프스타일 존 등으로 나누고 각 부스별로 Z 세대들이 즐길 수 있는 체험형 콘텐츠를 마련함. 특히 Z 세대의 주요 관심사와 K 팝 소비문화를 컨벤션 프로그램에 전체적으로 반영하였음
- 2017 년 K-CON USA 가 분석한 관객 분포도를 살펴보면, 아시아계 미국인이 아닌 비아시아계가 58%를 차지했음<sup>6)</sup>. 이들 중 백인이 22%, 라틴계 19%, 흑인 7%, 기타 10%였으며, 연령별로는 Z 세대에 해당하는 18~24 세가 54%를 차지했음. 엄청난 소녀 파워를 과시하며 여성 관객이 81%, 타 도시에서 방문한 열성팬들이 75%로 집계됨

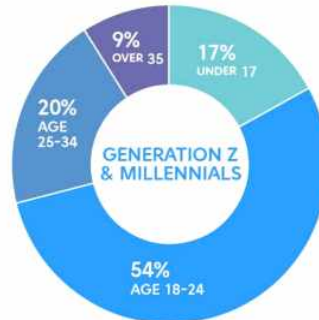
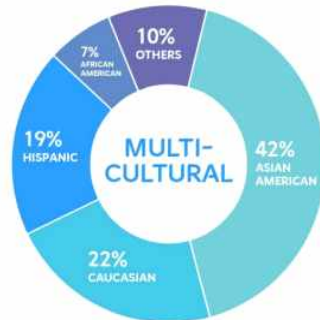
4) 'KCON 2022 Wraps With 90,000 Attendees at Los Angeles K-Pop Festival' by Jeff Benjamin 빌보드 2022년 8월 23일 <https://www.billboard.com/music/concerts/kcon-2022-los-angeles-review-1235129547>

5) 'KCON LA 2022 review: K-Pop's powerful fourth generation carries the torch forward' by Abby Webster NME 2022년 8월23일 <https://www.nme.com/reviews/live/kcon-la-2022-review-stray-kids-ateez-nct-dream-3295738>

6) <https://cjamerica.com/wp-content/uploads/2017/11/KCON-Fact-Sheet.pdf>

### WHO WILL YOU MEET AT KCON

- Multicultural: 58% of the attendees are Non-Asian American
- Millennials Rule: 54% between ages 18-24
- Girls' Power: 81% female
- Fanatics: 75% traveled from outside the city

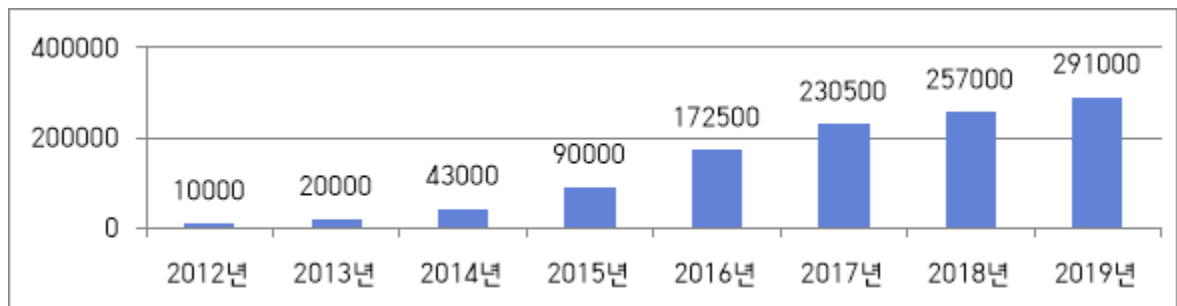


| 그림 3 | K-CON 관객 분포도 조사 (출처: KCONUSA.com)

## 2. K-CON 10년의 역사와 성과

### ✓ K-CON 관객 수 추이

- K-CON은 CJ ENM이 지난 2012년부터 미국, 프랑스, UAE, 호주, 멕시코 등지에서 개최해온 한류문화 컨벤션임. 주최 측인 CJ ENM의 발표에 따르면 2012년 총 관객 수 1만 명으로 시작하여, 2019년 29만 명 이상을 동원하는 행사로 급성장함. 전체 누적 관객 수는 총 110만 명을 넘어서면서, 햇수로 8년 만에 약 29배 성장한 셈임

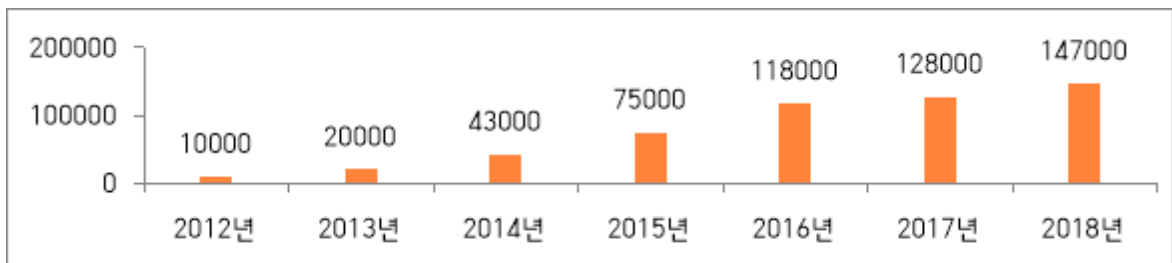


| 그림 4 | 연도별 K-CON 전체 관객 수 추이 2019년 10월 기준 (출처: CJ Now)

- K-CON은 2012년 10월 LA 인근 어바인 버라이즌 와이어리스 앰피시어터(Verizon Wireless Amphitheatre)에서 처음 일일 행사로 열려, 공연·강연 및 세미나를 하루 일정으로 진행하며 1만여 명의 팬들을 동원하는 것으로 시작하였음. 당시 전 세계를 뒤흔든 싸이의 '강남스타일' 열풍을 거의 최초로 실감하며, 미국 내 K-Pop 관객의 다양성을 보여주었음
- 두 번째로 개최된 <K-CON 2013>은 콘서트는 물론 식품, 패션과 뷰티, 자동차, IT 등 컨벤션이 결합된 미국 최대 규모의 복합 한류 축제를 지향하였음. 장소를 LA 메모리얼 스포츠 아레나(현

뱅크 오브 캘리포니아 스타디움)로 옮기고, 기간도 이틀 일정으로 확장함

- LA 타임스는 2013년 8월 22일자 'K-CON LA는 팬들을 위해 K-Pop을 한 차원 높은 수준으로 끌어올리는 것을 목표로 하고 있다'는 제목의 기사를 통해, K-Pop 스타들이 거대한 국제기업들에 의해 만들어지고 마케팅되고는 있지만 K-Pop 팬덤은 그 현상을 통해 각자 스스로의 실제적이고 개인적인 기쁨을 찾는 것이라고 분석함<sup>7)</sup>
- 한국의 문화와 라이프 스타일을 즐기고 소통하는 특별한 경험의 장으로 성장한 K-CON은 2014년부터 장소를 스테이플스 센터(현 크립토닷컴)와 LA 컨벤션센터로 확대했고, 2019년 10배 이상 성장한 규모인 총 10만 3000명의 관객 수를 기록함
- 2015년부터 뉴욕을 추가 개최지로 발표, 매년 KCON NY와 KCON LA를 각각 개최하면서 한류 콘텐츠 체험을 중심으로 기업과 아티스트들이 함께 어울리며 문화적 융합이 실현되는 종합 문화 페스티벌로 자리매김함



| 그림 5 | 연도별 K-CON LA/NY 관객수 추이 (출처: KCONUSA.com)

## 2 미국 내 K-Pop 산업의 현황과 시장규모

>>>

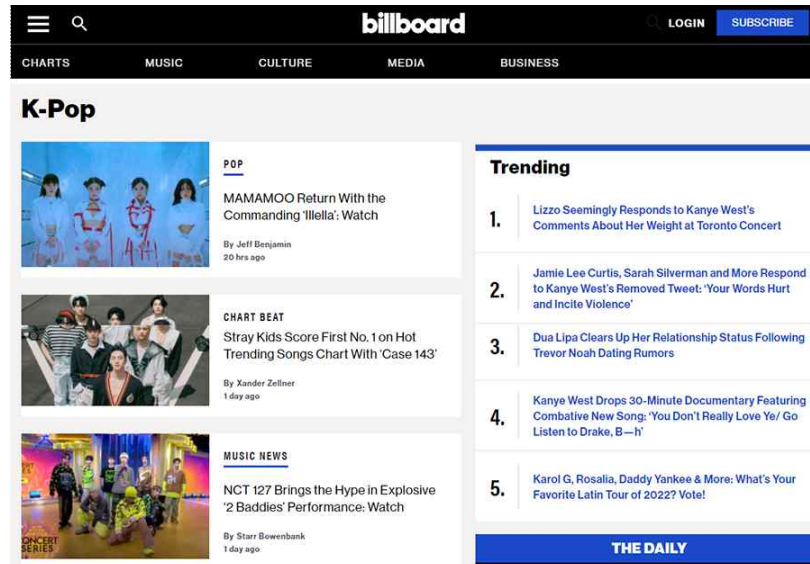
### 1. 팬덤이 만든 K-Pop 라이브 시장규모

#### ✔ 아티스트와 팬덤 소통 K-CON

- 미국 음악전문 매거진 빌보드(Billboard)는 2013년 1월 29일 팝 컬럼니스트 제프 벤자민의 'K-Town' 칼럼 코너를 신설해 신곡, 뮤직비디오, 콘서트 등 K-Pop 관련 최신 뉴스를 전하기 시작했음. 2012년 싸이의 '강남스타일' 열풍을 빌보드 커버 스토리로 게재하면서 K-Town 컬럼니스트의 길을 걷게 된 제프 벤자민(Jeff Benjamin)에 따르면, 방탄소년단(BTS)은 2014년 KCON-LA에서 퍼포먼스를 보인 이후 미국에서 주목받기 시작했음
- K-CON LA 2012부터 매년 현장 취재를 해온 LA 타임스의 오거스트 브라운(August Brown) 기자는 2018년 8월 8일자 <KCON, 한류를 타고 대중문화 장악을 목표로 한다>는 제목의 기사를 통해 K-CON LA 2017은 미국 최대 음악 축제 코첼라 밸리 뮤직 페스티벌의 미니 버전이 되었으며, K-Pop이 미국 대중문화의 구석구석에 도달할 수 있는 잠재력을 보여준 장이었다고 평가함<sup>8)</sup>

7) 'Los Angeles' KCON aims to take K-Pop to another level for fans' By August Brown LA타임스 2013년 8월22일.  
<https://www.latimes.com/entertainment/music/posts/la-et-mn-kpop-fest-los-angeles-story.html>

- 뉴욕타임스는 평창 동계올림픽 폐막식을 장식한 K-Pop 콘서트를 다룬 2018년 2월 7일자 기사에서 〈한국의 주요 수출 상품은 K-Pop〉이라며, “K-드라마와 다른 다양한 청소년 주도의 대중문화와 함께 한국의 글로벌 이미지에 필수적”이라고 분석함<sup>9)</sup>



| 그림 6 | 빌보드 매거진의 K-Pop 전문 섹션 (출처: Billboard)

- 글로벌 시장조사업체 스태티스타가 발표한 통계에 따르면 2019년 한국 음악산업의 수출액은 7억 5,620만 달러에 달함. 미국 시장조사업체 PwC가 발표한 2020-2024 글로벌 미디어·엔터테인먼트 전망에서 미국 음악시장 규모가 2019년 기준 219억 9,700만 달러로 집계된 것을 감안할 때 한국 음악의 비중은 여전히 작았음
- 2020년 팬데믹 사태로 상황이 역전되면서 미국 음악시장 규모는 159억 5,000만 달러로 축소되었으나 한국 음악시장은 BTS의 글로벌 인기로 힘입어 전년 대비 44.8% 성장하며 빠르게 시장을 확대하고 있음
- 국제음반산업협회(IFPI)가 매년 발간하는 ‘글로벌 음악 보고서’에 따르면, 2020년 한국은 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스에 이어 세계 6위 시장으로 집계됨<sup>10)</sup>. 한국의 뒤를 이어 중국, 캐나다, 오스트레일리아, 네덜란드가 10위권에 오름

8) ‘KCON aims to ride the ‘Korean wave’ to pop-culture dominance’ By August Brown LA타임스 2022년 8월8일  
<https://www.latimes.com/entertainment/music/la-et-ms-kcon-preview-20180807-story.html>

9) ‘A K-Pop Primer for Olympic Listening’ By Jon Caramanica 뉴욕타임스 2018년 2월7일.  
<https://www.nytimes.com/2018/02/07/arts/music/K-Pop-olympics-korea.html>

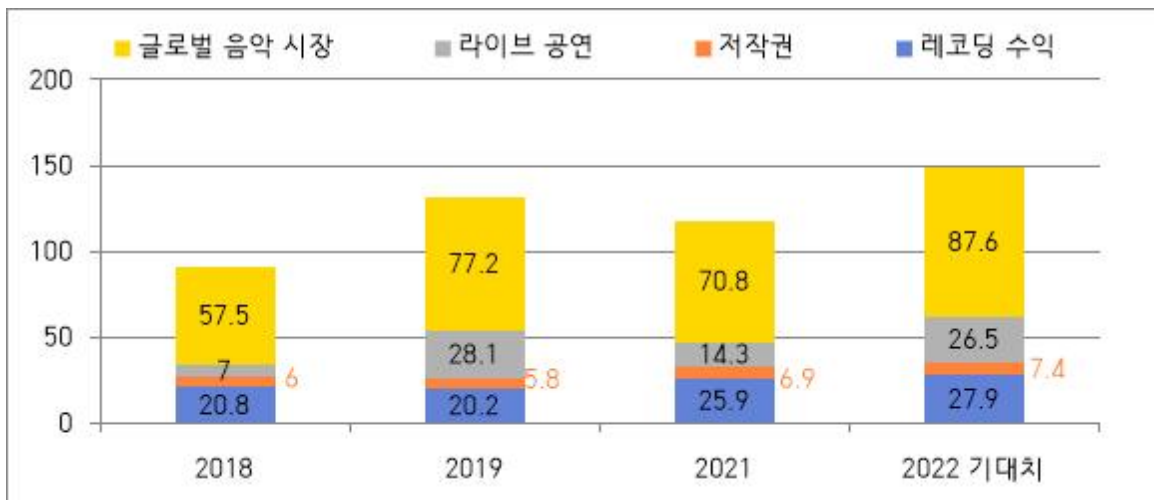
10) IFPI representing the recording industry worldwide ‘Global Music Report 2021’ IFPA 2021년 3월23일  
[https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021\\_STATE\\_OF\\_THE\\_INDUSTRY.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf)





| 그림 7 | 2010년부터 2019년까지 한국의 음악 산업 수출액 (출처: Statista 2022)

- 미국 음악시장의 수익은 크게 레코딩, 저작권, 라이브 3 가지로 분류됨. 코로나 19 팬데믹으로 인한 콘서트 연기과 취소 장기화로 2020 년 라이브 음악 수익이 74.4%가 감소했으나, 디지털 스트리밍에 힘입어 2020 년 음악 매출은 전년 대비 7.4% 증가했음
- 이 같은 부진한 라이브 시장에서 글로벌 K-Pop 팬들과 아티스트간의 소통을 지속시켜준 새로운 디지털 IP ‘케이콘택트(K-CON;TACT)’는 대면 공연이 쉽지 않았던 2020 년부터 시공간의 제약을 뛰어넘은 콘서트 이벤트로 Z 세대 관객들의 갈증을 해소시키고 지속 가능한 K-Pop 팬덤의 영향력을 확산시킴



| 그림 8 | 2018년부터 2022년까지 글로벌 음악시장 수익 현황 (단위 십억 달러)

(출처: IFPI Global Music Report 2019-2022, Goldman Sachs Global Investment Research)

- 2021 년 하반기 라이브 공연 재개와 더불어 디지털 스트리밍은 2025 년까지 293 억 달러 규모로 확장될 전망으로 2022 년 강한 반등을 보인 라이브 시장 역시 2023 년 4~5%의 성장을 보일 것으로 예측됨. 골드만삭스가 2020 년 발간한 연례보고서 ‘뮤직 인 더 에어’에 따르면 라이브 음악에 대한 수요는 여전히 높게 나타남. 설문 조사 결과에서 응답자의 79%가 코로나 봉쇄가 해제되면 4 개월 이내 라이브 공연을 보겠다고 답함. 또한 74%의 콘서트 팬들은 대면 행사가 재개된 후에도 계속해서 라이브 스트리밍 시청을 할 것이라고 응답함<sup>11)</sup>
- 라이브 투어는 공연 아티스트들의 주 수입원이기도 해서 상위 100 위권 아티스트들은 라이브

콘서트로 버는 수입이 50%를 차지함. 팬데믹으로 라이브 공연이 중단되고 온라인 콘서트가 라이브 시장의 대안으로 부상했으나, 탄탄한 글로벌 팬덤이 구축되어 있지 않는 이상 수익을 내기 힘든 구조였음

- 이로 인해 팬데믹 이후 시대에는 글로벌 팬덤이 음악 산업의 구조를 바꿔 나갈 것이라는 전망이 나옴. 사실상 팬들은 앨범과 공연 티켓 구매는 기본이고 머천다이즈 제품, 온라인 유료 콘텐츠 판매까지 음악시장을 유지하는 동력이 되고 있음

## 2. BTS와 블랙핑크로 본 K-Pop 인지도

### 21 세기 팝 아이콘 방탄소년단(BTS)

- BTS 가 지난해 2 년 만의 대면 콘서트로 개최한 ‘퍼미션 투 댄스 온 스테이지-LA’ 공연은 역대 최대 규모로, 단독 밴드 또는 아티스트 공연 중 최다 티켓 판매를 기록함. 최대 10 만 명까지 수용할 수 있는 소파이 스타디움 라이브 공연과 실시간 중계를 했던 인근 6,400 석 규모의 유튜브 극장에서 총 21 만 4,000 장의 티켓이 판매되었고, 총 3330 만 달러의 수익을 올림
- 디즈니+에서 독점 공개된 BTS LA 콘서트 실황으로 영상이 지니는 부가가치 및 글로벌 팬덤 확장이 더해져 2023 년부터 예고된 BTS 의 완전체 활동 중단을 감안해도 ‘21 세기 팝 아이콘’ BTS 가 지닌 수익화 가능성은 여전히 높을 것으로 기대됨



#### BILLBOARD 200 BTS 역대 1위 앨범

2018년 6월 정규 3집 '러브 유어셀프 전 티어'  
(LOVE YOURSELF 轉 TEAR)  
한국 대중음악 역사상 첫 빌보드 1위



2018년 9월 리패키지 '러브 유어셀프 결 앤서'  
(LOVE YOURSELF 結 ANSWER)  
BTS의 두번째 1위



2019년 4월 미니앨범 '맵 오브 더 솔: 페르소나'  
(MAP OF THE SOUL: PERSONA)  
BTS의 세번째 1위, BTS 역대 최동 판매량 1위  
(비틀스의 11개월 1주보다 빠른 3연속 정상 차지)



2020년 3월 정규 4집 '맵 오브 더 솔: 7'  
(Map of the Soul: 7)  
그룹으로는 비틀스의 1년 5개월 이래 최단기간



2020년 11월 미니앨범 'BE'  
(BE)  
2년 6개월 동안 앨범 5장 연이어 빌보드 200 정상  
(그룹으로 비틀스의 2년 5개월 이래 최단기간)

BE

2022년 6월 앤솔러지 앨범 '프루프'  
(Proof)  
BTS의 여섯번째 1위,  
올해 국내 앨범 중 최다 판매, BTS 역대 최동 판매량 2위



자료: 빌보드, 사진: 빅히트뮤직

연합뉴스

| 그림 9 | 방탄소년단의 역대 '빌보드 200' 1위 앨범들 <출처: 연합뉴스 그래픽>

- BTS 가 한국 대중음악 역사를 바꿔놓은 기록들은 빌보드와 맥을 같이함. 2013 년 6 월 데뷔한 BTS 는 2017 년부터 빌보드 싱글 차트에서 두각을 나타냈음. <DNA>가 빌보드 핫 100 85 위를 차지했고 일주일 만에 K 팝 그룹 기록 최고 순위인 67 위까지 단숨에 올라감. 이후 2018 년 <페이크 러브>가 10 위, <작은 것들을 위한 시> 8 위, <온> 4 위 등으로 수직 상승했으며 2018 년 6 월 정규 3 집 <러브 유어셀프 전 티어>가 한국 대중음악 역사상 첫 빌보드 1 위를

11) 'Music in the Air 2020: The Show Must Go On' Goldman Sachs 2020년 5월14일  
<https://www.goldmansachs.com/insights/pages/infographics/music-in-the-air-2020>

## 기록함

### ❖ 전 세계 유튜브 구독자수 1 위 블랙핑크

- 블랙핑크는 정규 2집 <BORN PINK>로 2022년 10월 1일자 빌보드 200 차트에서 2008년 대니티 케인 이후 14년 만에 여성 그룹 첫 빌보드 200 차트 1위 달성에 성공함. K-Pop 아티스트로는 BTS, SUPER M, 스트레이키즈에 이어 4번째이고 K-Pop 걸그룹으로는 최초의 성과임. 빌보드는 차트 발표에 앞서 ‘역사를 쓴 블랙핑크의 업적’<sup>12)</sup>이라는 제목으로 북미 데뷔 이후 성과 연보를 게재함

날짜	내용	곡명
2016년 11월26일	K-Pop 걸그룹 최초 캐나다 핫 100 92위	불장난
2018년 6월30일	빌보드 3개 차트(핫 100, 빌보드 200, 이머징 아티스트)	뚜두뚜두, 앨범 스퀘어 업
2018년 7월5일	유튜브에서 최다 시청 K 뮤직 비디오 3620만 뷰	뚜두뚜두
2019년 1월21일	가장 많이 시청한 K-Pop 그룹 비디오 6억2090만 뷰	
2019년 3월2일	K-Pop 여성 가수 최초로 빌보드 커버 장식	
2019년 3월21일	K-Pop 그룹 최초로 유튜브 구독자 2000만 돌파	
2019년 4월8일	최다 유튜브 뮤직 비디오 데뷔 5670만 뷰	
2019년 4월12일	K-Pop 걸그룹 최초 코첼라 공연	
2019년 4월20일	빌보드 차트 2개 진입 (핫 100 41위, 빌보드 200 24위)	킬 디스 러브
2019년 8월15일	K-Pop 걸그룹 최초 미국레코드산업협회(RIAA) 골드 인증	
2019년 11월11일	K-Pop 걸그룹 최초 유튜브 10억 뷰 돌파	뚜두뚜두
2020년 6월29일	유튜브 최다 뮤직 비디오 166만 뷰	하유 유 라이크 댓
2020년 6월30일	기네스 월드 레코드	
2020년 7월8일	유튜브 구독자 4000만 돌파 이후 최고의 조회수 기록	
2020년 7월11일	디지털 음원 판매 최고 걸그룹, 빌보드 디지털 2위	
2020년 8월30일	MTV 비디오 뮤직 어워드 수상 최초의 여성 가수	
2021년 9월10일	저스틴 비버 추월 유튜브 최다 구독자 수 6550만 명	
2022년 6월28일	유튜브 구독자수 7500만 명 돌파	
2022년 8월22일	올해의 가장 많은 뮤직 비디오 데뷔	
2022년 8월23일	빌보드 핫 트렌딩 송 차트 1위	베놈
2022년 8월29일	오스트레일리아 차트 역대 기록	
2022년 9월25일	K-Pop 걸그룹 최초 빌보드 200 차트 1위	앨범 본 핑크

| 표 1 | 북미 데뷔 이후 블랙 핑크 연보 (출처: Billboard.com)

- 지난 6월 BTS의 그룹 활동 잠정 중단 선언 이후 미국 최정상 보이그룹 BTS의 왕관을 받게 될 후계자는 블랙핑크가 될 것이라는 기대감이 조성됨. 실제로 전 세계 아티스트 기준 유튜브 구독자 수 순위는 블랙핑크가 7600만 명으로 글로벌 순위 1위에 올라있고 BTS와 저스틴

12) 'BLACKPINK's History-Making Accomplishments: A Timeline' By Anna Chan 빌보드 2022년 9월26일.  
<https://www.billboard.com/lists/blackpink-timeline-history-making-accomplishments/first-K-Pop-girl-group-canadian-hot-100>

비버가 7000 만 명으로 2~3 위에서 각축전을 벌임

- 정민재 평론가는 조선일보와의 인터뷰<sup>13)</sup>에서 “빌보드만 해도 리조, 도자켓 등 당당한 이미지의 여성 솔로 가수들과 배드 버니 등 라틴 계열 가수들이 빌보드 차트 상위를 독식한 지 오래다. 이런 이미지에 블랙핑크가 잘 부합한다”며 세계 음악 차트 성향이 ‘다인종·다문화·여성’ 키워드로 정착하고 있다는 점이 블랙핑크 선전의 한 요인으로 꼽힌다고 밝힘



| 그림 10 | 방탄소년단 외에 K팝 역대 빌보드 200 1위 앨범들 <출처: 연합뉴스 그래픽>

### 3 정리와 시사점



- ✓ 본 보고서는 10 주년을 맞이한 K-CON의 성과를 토대로 글로벌 Z세대를 타깃으로 한 K-Pop의 글로벌 시장 영향력을 조명하며 포스트 코로나 시대 라이브 음악 시장 변화를 예측해 보았음. 팬데믹 기간 케이콘택트(K-CON:TACT)를 진행하며 노하우를 축적한 CJ ENM이 현장을 찾는 관객뿐 아니라 디지털 관객까지 흡수하겠다는 야심찬 계획으로 시공간의 제약을 뛰어넘은 새로운 페스티벌 모델을 선보인 것은 대면 콘서트가 재개된 상태에서도 여전히 라이브 스트리밍 시청을 하겠다는 MZ 세대의 소비 트렌드를 제대로 공략했다고 평가됨
- ✓ 글로벌 음악산업의 현황과 한국 음악 수출시장의 급성장을 수치로 비교한 결과 K-Pop은 현재 주류 문화로 편입되는 과정에 있음. BTS가 2018년부터 빌보드 메인 차트 진입이라는 성과물을 계속해 내면서 K-Pop은 2012년 사이의 '강남스타일'이 일으킨 신드롬 이상의 반향을 일으킴
- ✓ BTS가 아시아권 가수 최초로 그래미상 '베스트 팝 듀오/그룹 퍼포먼스' 부문 후보로 지명되었으나 2년째 수상이 불발되었음은 보수적 성향이 짙은 그래미상 투표자들이 속한 미국레코드예술과학아카데미 회원들 다수의 지지를 얻지 못한 결과로 분석됨. 그럼에도 비주류 음악이던 K-Pop이 빌보드에서 그 영향력을 인정받아 BTS를 필두로 K-Pop 아티스트들이 점점 주류 음악으로 편입되기 시작한 것을 커다란 변화임
- ✓ BTS에 이어 슈퍼엠, 스트레이키즈, 블랙핑크가 빌보드 메인차트인 빌보드 200 1위를 차지했고 NCT, 트와이스, 몬스타엑스, 있지, 에이티즈, 에스파 등이 차트에 진입하면 K-Pop은 다양성을 넓혀가는 중임. 소수 문화에 대한 호기심과 재미로 팬덤을 구축하던 K-Pop이 주류 문화로 편입될

13) "BTS 후계자는 보이그룹이 아니라 블랙핑크" 윤수정 기자, 조선일보, 2022년 9월 26일 <https://www.chosun.com/>



수 있는 것은 글로벌 문화에 익숙한 미국의 Z 세대가 문화 소비의 주류층으로 떠오른 시점과 맞물린 결과임

- ✔ 김헌식 대중문화 평론가는 K-Pop은 유튜브와 SNS를 통해 확산됐고 통상적으로 생각해온 매스미디어를 타고 유명해진 전통적인 개념의 20세기 스타와는 성장 경로가 다르다고 지적함. 전통 매스미디어에 익숙한 서구 기성세대의 시선으로 보면 K-Pop의 부상은 인정되지 못하는 부분이 있고 그래미상 수상 가능성이 낮다는 분석도 있었음. 이는 K-Pop이 거대한 팬덤의 영향력으로 인해 빌보드 차트 순위에 진입했다는 비난과 일맥상통함. 그러나 SNS로 소통하는 Z 세대가 주류 문화에 영향력을 발휘하는 시점이 되면 자연스레 바뀔 것으로 예상됨

미국 비즈니스센터 담당자 연락처

주성호 센터장	+1-323-935-5001	shju@kocca.kr
엘리홍 부장	+1-323-935-5001	elliehong@kocca.kr
권순형 대리	+1-323-935-5001	skwon@kocca.kr

K-CON LA 2022로 본 미국 내 K-Pop 현황

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 주성호 (미국비즈니스센터 센터장) 권순형 (미국비즈니스센터 대리)

집필자 하은선

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2022년 10월 12일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”