국외출장 결과보고

크리에이터 글로벌 진출 지원을 위한 라이선싱 엑스포 참석 국외출장 결과보고

◆ 기　　간 : 2026. 5. 18.(월) ~ 5. 24.(일), 4박 7일

◆ 방문국가 : 미국(라스베이거스)

2026. 5.

방송미디어통신위원회

1. 출장개요

o **(목적)** 글로벌 비즈니스 확장을 희망하는 크리에이터를 글로벌 브랜드 박람회* 참가를 지원해 글로벌 기업·브랜드와 협업 매칭 기회 제공

< * 2026 라스베이거스 라이선싱 엑스포(Licensing Expo) >

- **(개요)** 미디어 엔터테인먼트, 캐릭터, 예술 등 다양한 분야의 IP 소유자와 제조업체가 참여하여 비즈니스 협력하는 **글로벌 브랜드 박람회**(전 세계 5,000개 브랜드, 1만명 이상 산업 관계자 참가)
- **(기간/장소) '26. 5. 19.(화) ~ 5. 21.(목)** / Mandalay Bay Convention Center(**미국, 라스베가스**)
- **(프로그램)** 브랜드 IP 전시회, 글로벌 트렌드 세미나, 전시사-참여기업 간 미팅 프로그램 등

o (**기간**) '26. 5. 18.(월) ~ 5. 24.(일), 4박 7일

o (**대상국가**) 미국(라스베이거스)

o (**출장자**) 디지털방송미디어정책과 김혜자 사무관, 김시은 주무관

2. 출장 내용

o **(글로벌 협업)** 국내 크리에이터와 글로벌 기업 간 총 155건의 비즈니스 미팅 성사, 약 100억원 규모의 계약 상담 진행으로 크리에이터 IP에 적합한 협력 파트너(브랜드 기업, 플랫폼) 발굴

o **(산업 네트워킹)** 글로벌 미디어 기업 전시 부스 방문(Nintendo, SCREENY 등) 및 산업 관계자 면담을 통해 국내 크리에이터미디어 발전 방안 모색

o **(산업 컨퍼런스)** 넷플릭스, 유비소프트 등 주요 기업 키노트·세미나 참석을 통해 글로벌 IP 산업 최신 동향 분석 및 신규 비즈니스 모델 모색

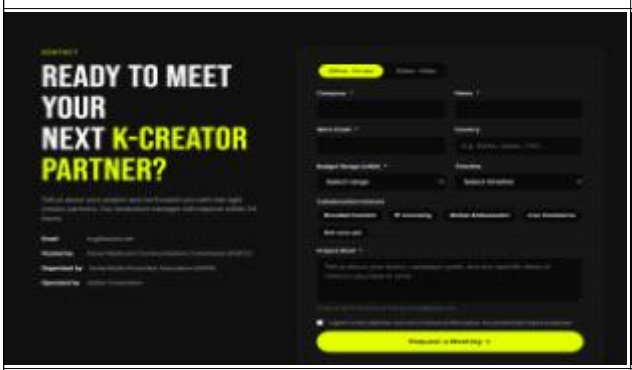
o **(산업 시찰)** 미국 라스베이거스 프레몬트 스트리트 엑스피어리언스 방문 등을 통해 공공 미디어 플랫폼 전략 탐색

① 박람회 참가 크리에이터 비즈매칭 지원(5.19.(화)~ 5. 21.(목))

□ 사전 홍보

o 참가팀별 IP를 연계한 자체 랜딩 홈페이지를 구축해 사전 홍보 진행 및 미팅 신청 페이지 운영

* **(주요 기능)** 참가팀 IP 소개, 행사 초청내용, 영문 홍보물 업로드, 홈페이지 및 채널 연결, 미팅 신청 등

<table>
<tr><th colspan="2">랜딩 페이지 구성(링크)</th></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>랜딩 페이지 표지</td><td>지원사업 소개 페이지</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>참가팀 채널 소개 리스트</td><td>참가팀별 영문 포트폴리오 페이지</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>미팅 신청 페이지</td><td>기관 소개 페이지</td></tr>
</table>

□ 라이선싱 엑스포 참가 지원 및 관리

o 참가팀 전원에게 **'Exhibitor Badge'**를 발급해 전시장 출입 및 키노트·세미나 참석, 온라인 미팅 매칭 플랫폼 이용 지원

- 팀당 150건의 미팅 신청 기회를 제공했으며, 승인·거절·취소시 토큰이 자동 복구되는 형식

미팅 매칭 플랫폼 등록 현황	**Yujeong Song**, Manager at PoohInKorea/Linkroute K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership	**Poonam Kanwar Naruka**, Creator at PoohInKorea/Linkroute K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership
	SooHyun Bae, COO at Dingo Music/Makeus K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership	**Taegon Lee**, CEO at Korner/KR Entertainment K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership
	Bong Sung Koo, Senior Supervisor at Kim Pro/Soon Entertainment K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership	**DongKi Koh**, CEO, CVENS — TAEKWONCRE Label K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership
	DukJoon Seo, CEO at Aloha Media K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership	**HyeRim Kim**, CEO at Koreanfriend Hailey K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership
	Yumin Lee, Manager at Team1lusion K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership	**SEHUN KIM**, CEO K-CREATOR GLOBAL BRANDS Partnership

- **(참가팀 전용 상담 부스 설치)** 팀별 미팅 일정에 맞춰 해외 기업과 현장 1:1 심층 미팅 공간 운영(위치: F230)

부스 디자인 도면

상담 부스 전경

- **(행사장 약도)** 콘텐츠 IP 장르별 기업 전시 부스 구성

□ 비즈니스 미팅 성과

○ 총 155건의 '크리에이터-브랜드' 비즈니스 매칭 성사로 행사 현장 1:1 미팅 일정 조율 및 실시간 통·번역 지원

구분	계향쓰 (지에이치스튜디오)	김프로 (순이엔티)	딩고뮤직 (메이크어스)	쏘영 Ssoyoung (알로하미디어)	정브르 (텐케이)
매칭	39건	11건	11건	10건	12건
구분	코너Knrner (케이알엔터테인먼트)	태권크리 (크리에이터벤처스 튜디오)	팀일루션 (㈜팀일루션)	헤일리 코리안프렌드	Pooh in Korea (㈜링크루트)
매칭	11건	13건	24건	10건	14건

○ **비즈니스 매칭 및 계약 상담** 총 155건 / 약 100.3억원($6,649,980) 상당

구분	계향쓰 (지에이치스튜디오)	김프로 (순이엔티)	딩고뮤직 (메이크어스)	쏘영 Ssoyoung (알로하미디어)	정브르 (텐케이)
계약 상담액	$1,298,520	$363,300	$1,150,000	$1,000,000	$630,000
구분	코너Knrner (케이알엔터테인먼트)	태권크리 (크리에이터벤처스 튜디오)	팀일루션 (㈜팀일루션)	헤일리 코리안프렌드	Pooh in Korea (㈜링크루트)
계약 상담액	$79,000	$470,000	$169,400	$642,760	$850,000

단체 사진

계향쓰(지에이치스튜디오)

김프로(순이엔티)

딩고뮤직(메이크어스)	쏘영Ssoyoung(알로하미디어)
정브르(텐케이)	코너Korner(케이알엔터테인먼트)
태권크리(크리에이터벤처스튜디오)	팀일루션(㈜팀일루션)
헤일리 코리안프렌드	Pooh in Korea(㈜링크루트)

< ※ 참가팀별 주요 미팅 결과 >

구분	대표 채널명 (참여 기업명)	매칭 기업명 (담당자명)	미팅 결과
1	계향쓰 (지에이치스튜디오)	SEGA (Luis Camara)	글로벌 게임사 'SEGA'와 알파세대 타겟으로 계향쓰 캐릭터와 글로벌 게임/애니메이션 캐릭터가 서로의 유튜브 영상이나 게임에 카메오처럼 교차 출연하고, 관련 굿즈도 함께 판매하는 방안 논의 (상담액: 50,000$)
2	김프로 (순이엔티)	Market Plush (Sergio Ramos)	글로벌 라이선스 인형 플랫폼 'Market Plush(Maya Studio)'와 김프로 채널의 언어 장벽이 없는 논버벌 숏폼 콘텐츠의 강점을 살려, 틱톡 기반의 글로벌 광고 협업을 초기 테스트 형태로 진행하는 방안 검토 (상담액:$20,000)
3	딩고뮤직 (메이크어스)	Core memory (Adam Epstein)	미국의 할리우드 IP 에이전시 'Core memory'와 신규 제작 중인 애니메이션 프로젝트에 참여할 한국 아티스트 섭외부터 전용 음원 및 라이브 비디오 제작까지 총괄하는 글로벌 음악 협업을 긍정적으로 논의 (상담액:200,000$)
4	쏘영 Ssoyoung (알로하미디어)	Apiquest USA Inc (Aln Schwartz)	글로벌 마케팅 기업 'Apiquest USA Inc'와 유튜브, 틱톡 등 SNS를 활용한 브랜디드 콘텐츠 마케팅 협업 논의(상담액: 100,,000$)
5	정브르 (텐케이)	Xavie Agency (Tina Xavie)	미국 유명인 IP 전문 에이전시 'Xavie Agency'와 자사 크리에이터의 북미 매니지먼트 위탁 및 해외 IP의 아시아 사업을 상호 대행하는 양방향 글로벌 파트너십을 긍정적으로 논의 (상담액: 30,000$)
6	코너Korner (케이알엔터테인먼트)	billionaire boys club (mimi choi)	코너의 캐릭터와 미국 스트리트 브랜드 'Billionaire Boys Club'과 캐릭터를 합친 한정판 옷(후드, 볼캡 등)을 만들고, 런칭 과정을 코미디 콘텐츠 영상으로 만들어 홍보 하는 협업 방안 논의 (상담액: 14,500$)
7	태권크리 (크리에이터벤처스튜디오)	WildBrain CPLG (Danielle Lintott)	해외 테마파크나 공연장에서 태권크리가 직접 출연하는 '라이브 액션 쇼'와 오프라인 투어를 공동 기획 하는 협업 방안 논의 (상담액: 55,000$)
8	팀일루션 (㈜팀일루션)	Sony Music (Chino Nagata)	'Sony Music Japan'과 소속 아티스트의 유튜브 영상 출연 및 신곡 글로벌 프로모션을 위한 음악 콜라보레이션을 오는 9월부터 본격적으로 진행하기로 긍정적인 논의 (상담액: 7,000$)
9	헤일리 코리안프렌드	Kinda Fit Kinda Fat (Meena Nang)	미국 피트니스 어패럴 브랜드 'Kinda Fit Kinda Fat'과 한국어 운동 문구를 활용한 한정판 콜라보 티셔츠 제작 및 채널 영상 콜라보레이션을 포함한 협업 검토 (상담액: 63,640$)
10	Pooh in Korea (㈜링크루트)	TreImage LLC (Mariah Samson)	미국의 라이선싱 에이전시 'TreImage LLC'와 음식(누들 메뉴), 뷰티(스킨케어), 패션쇼 등 다양한 라이프스타일 분야를 아우르는 브랜디드 콘텐츠 제작 협업 검토 (상담액: 60,000$)

2 산업 네트워킹(5.19.(화)~ 5.22.(목))

□ 글로벌 기업 네트워킹

o 닌텐도, 산리오 등 글로벌 IP 기업과 국내 크리에이터 IP의 협업 콘텐츠 기획 가능성을 논의하고 글로벌 팬덤 기반의 장기적인 라이선싱 사업 모델 벤치마킹 등 B2B 네트워킹 확장 모색

o 크리에이터 오프라인 극장 이벤트 전문 기업 스크리니(Screeny)와 국내 크리에이터의 IP를 활용한 극장 프리미어, 팬 스크리닝 행사 기획 등 인프라 협력 방안 논의

- 'K-Creator Global Partnership' 비즈니스 매칭 프로그램 현장 홍보

□ 참가팀 협력 방안 논의

o '26년 크리에이터 미디어 산업 대전(8월, 마곡 코엑스) 내 민·관 협업 프로그램 연계 방안을 기획·논의

- 정브르 채널의 생태 분야 특화 콘텐츠 역량을 살려 산업대전 내 '과학관' 구성 및 토크 콘서트 프로그램 운영 등 협력 방안 모색 등

o 참가팀 중 우수 협업 사례(태권크리의 '라이브 액션 쇼' APAC-EU 투어 기획 등)를 분석해 기획기사 제작 논의 및 홍보 확산

기업 전시 부스

현장 미팅

현장 홍보

협력방안 논의

전시기업 참관

□ 글로벌 크리에이터 산업 관계자 간담회 개최(5.20.(수))

o 라이선싱 엑스포 참석 국내 크리에이터와 관계자 격려 및 지원 필요사항 청취를 위한 간담회 개최

※ 참석기업(자) : 관계기업(크리에이터벤처스튜디오, 메이크어스, 알로하미디어 등), 산하기관(RAPA 등), 크리에이터(코너, 코리안헤일리, 푸남인코리아 등) 등 21명

- **(지원 방향의 전환)** 정부는 과거 브랜드 홍보 중심의 지원에서 탈피, 작년부터 글로벌 기업과의 실질적인 비즈니스 매칭 및 협업 창출 중심으로 지원 사업의 패러다임을 전환하여 추진 중임

- **(글로벌 경쟁력 확인)** 기조연설 내 한국 애니메이션 작품(K-Pop: Demon Hunters) 소개 사례 등 참가팀은 글로벌 시장에서 높아진 한국 IP의 위상과 관심을 체감하고, 다양한 해외 브랜드와의 비즈니스 연계 기회를 확보함

- **(체계적 육성 기반 마련)** 크리에이터 미디어가 독립된 산업군으로 자립할 수 있도록 중장기 육성 방안을 추진 중이며, 최근 '디지털 크리에이터 육성 법안'의 국회 상임위 법안소위 통과 등 체계적 지원을 위한 법적 근거를 마련 중임

- **(해외 진출 지원 확대)** 참가팀들은 해외 진출 시 큰 걸림돌인 판로 개척 및 초기 자금 조달의 어려움을 토로하며, 해외 진출 지원 프로그램의 필요성을 강조함

- **(성과 안착을 위한 사후 관리)** 이번 엑스포를 통해 발굴된 비즈니스 기회가 실제 수출 계약으로 연결될 수 있도록, 글로벌 계약서 검토 및 법률 자문을 포함한 후속 사후 지원 방안을 논의함

3 라이선싱 엑스포 내 주요 키노트 · 세미나 참가(5.19.(화) ~ 5.21.(목))

□ 컨퍼런스 개요

o 넷플릭스, CAA 등 **주요 기업 키노트 및 세미나 참석**을 통해 브랜드 라이선싱, 리테일 환경 등 **글로벌 IP 산업 최신 동향 분석**

[라이선싱 엑스포 컨퍼런스 주요 시사점]

- o 실물 제품을 넘어선 **'경험' 중심의 공간 비즈니스** 및 **미디어 확장**
- o 소비 주체 및 유통 채널의 변화: **'키덜트' 주류화**와 **'소셜 커머스' 약진**
- o 불확실성 속 **'검증된 IP' 선호** 및 **'크리에이터·AI'**를 통한 **생태계 혁신**

① (기조연설) 팬덤에 미치는 넷플릭스 효과

※ 연사 : Marian Lee (CMO, Netflix), License Global

o '브리저튼'의 무도회 같은 오프라인 행사로 콘텐츠 시청을 넘어서 팬들이 직접 참여하는 몰입형 경험으로 팬덤을 확장 중

o 무스 토이즈, 페레로 등 글로벌 브랜드와의 마스터 파트너십*을 발표하며 키즈 패밀리 소비재로 영역 확장 중

* 특정 제품 카테고리나 산업 영역에 대해 포괄적이고 독점적인 최상위 권리를 부여받는 계약

o 'K-Pop: Demon Hunters'가 K팝과 한국 고유의 문화를 진정성 있게 담아내어 글로벌 팬들의 공감을 이끌어 내고 있으며, 향후 완구·의류 등 강한 MC 잠재력을 보여줌

o '기묘한 이야기'처럼 과감한 스토리텔링 기반 메가 IP가 전 세계 소비재 및 라이선싱 사업의 강력한 원동력이 되고 있음

② 2026 글로벌 라이선싱 산업 연구결과

※ 연사: Maura Regan(president, Licensing International)

o 전 세계 라이선싱 총 소매 매출은 전년 대비 5.45% 성장한 3,898억 달러

o 틱톡, 인스타그램 등 소셜 커머스가 온라인 판매의 16%까지 비중을 확대

o '캐릭터 & 엔터테인먼트' 매출의 77.3%가 검증된 클래식 및 프랜차이즈 IP에서 발생(신규 IP는 19.9%)

o 에니메이션, 게임, 소셜미디어 합산 비중(34%)이 전통영화/TV(33%)를 처음 앞섬

o 스포츠 라이선싱이 전년 대비 8.5%라 성장하며 가장 높은 성장률 기록

③ 브랜드 라이선싱 시장 전망

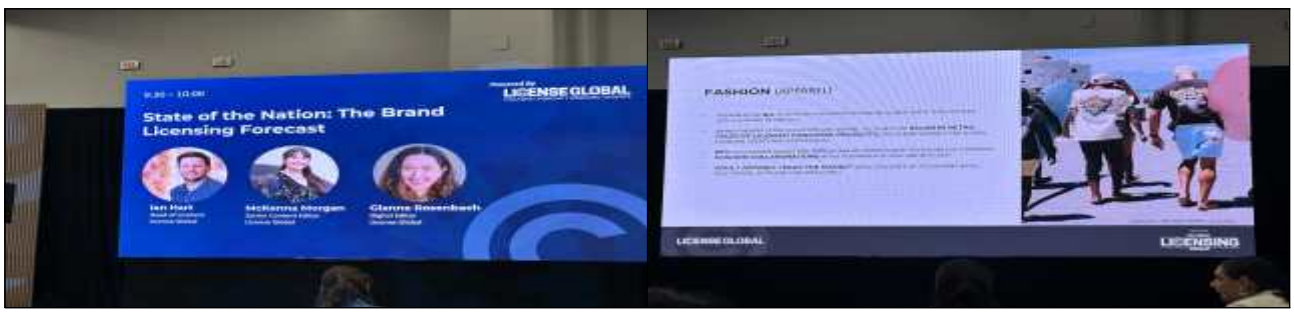
※ 연사: Ian hart(Head of Content License Global), McKenna Morgan(Senior Content Editor License Global), Gianna Rosenbach(Digital Editor License Global)

o 경제적 불확실성 속에서도 소비자는 '확실한 가치와 위안'을 주는 검증된 브랜드와 IP에 소비를 집중

o 성인 소비자가 장난감, 수집품, 캐릭터 의류 시장의 핵심 구매층으로 자리 잡으며, 키덜트 시장이 프리미엄 라이선싱 제품군이 크게 확대됨

o 팝업 스토어, 테마파크 등 '공간 비즈니스'가 라이선싱 수익의 새로운 축으로 부상

o 생성형 AI 등 신기술이 디자인 시안 제작, 방대한 라이선싱 계약서 분석, 글로벌 이커머스 상의 불법 위조품(Bootleg) 모니터링에 본격 도입



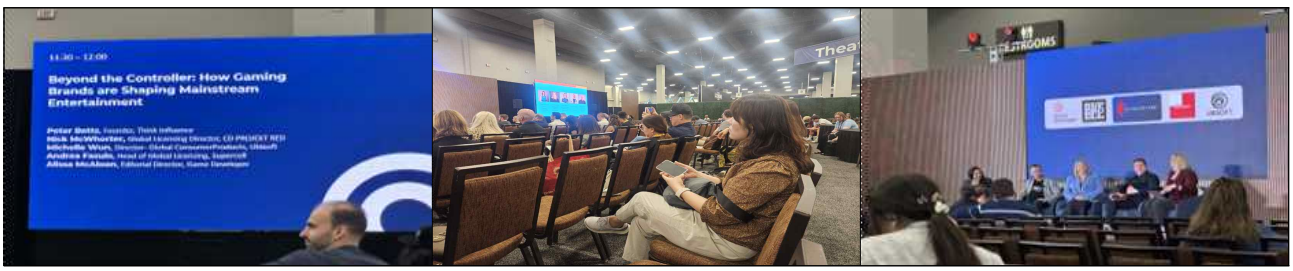
④ 게임 브랜드가 주류 엔터테인먼트를 주도하는 방식

※ 연사 : Peter Betts(Founder, Think Inlfucen), Nick McWhorter(Director, CD PROJEKT RED), Michelle Wun(Director, Ubisoft), Andrea Fasulo(Head, Supercell), Alissa McAloon(Director, Game Developer)

o 크리에이터가 단순 홍보 마케터를 넘어, 팬들과 실시간 소통하며 2차 창작과 밈 문화를 주도하는 글로벌 비즈니스 파트너로 격상(씽크 인플루언스 사례)

o 게임 IP가 단순 모방을 넘어 원작 세계관을 다른 매체 문법으로 재해석하는 방식으로 진화(유비소프트 사례)

o 브롤스타즈 등 모바일 게임이 숏폼 콘텐츠와 굿즈 비즈니스로 캐릭터의 대중적 매력을 확장 (슈퍼셀 사례)



⑤ [기조연설] 식음료 분야가 어떻게 브랜드 확장의 큰 기회가 되었나

※ 연사: Allison Ames(Co-President, CAA Brand Management), David Lee(Senior Director, MARS Snacking), Richard Cox(CMO, Pacsun), Brian Talbot(Vice President, Bath & Body Works)

o 소비자가 식음료를 통해 정체성을 표현하면서 F&B가 고성장 핵심 카테고리로 부상(CAA 브랜드 매니지먼트)

o 스낵 브랜드와 고급 캐비어 회사의 만남처럼 의외성 있는 하이-로우(High-Low) 파트너십이 화제성을 창출(마즈 스낵킹 사례)

o 맥도날드 아카이브를 의류로 재해석해 기성세대와 Z세대 동시에 공략(팩선 사례)

o 핍스·스윗하츠 향을 캔들·바디케어로 제품화해 정서적 공감대를 형성, 버번 등 주류로 확장 예정(배스 앤 바디 웍스 사례)

④ 미디어 산업 시찰(프레몬트 스트리트)(5.22.(금))

o 미국 라스베이거스 **프레몬트 스트리트 엑스피어리언스** 방문 등을 통해 **공공 미디어 플랫폼 전략** 탐색

o **(세계 최대 규모의 LED 스크린 기술(Viva Vision))** 약 419m(1,375피트) 길이의 세계 최대 단일 LED 캐노피인 '비바 비전(Viva Vision)'을 운영

- 최근 3,200만 달러(약 420억 원)를 투입해 약 1,640만 픽셀, 5,000니트 밝기로 업그레이드되어 낮에도 선명한 화질을 제공하는 기술적 가치 확인

o **(도시 재생과 미디어 플랫폼 비즈니스 모델)** 쇠락하던 다운타운 지역을 디지털 미디어를 활용해 연간 2,400만 명이 방문하는 명소로 재탄생시킨 도시 재생(Urban Revitalization)의 대표적 사례

- 라스베이거스 시·관광청의 행정 지원과 민간 자본이 결합한 민관 합작 운영 구조

o **(IP 라이선싱의 야외 확장 활용 사례)** 에스토(Tiesto), 스티브 아오키 등 글로벌 아티스트들의 IP를 활용한 전용 라이트 쇼(Light Show)를 시간대별로 운영하는 등 공공 미디어 플랫폼 활용 방안 전략 확인

- 대형 미디어 월과 대규모 사운드 시스템을 결합하여 단순 시각 자극을 넘어선 '몰입형(Immersive) IP 경험 공간' 조성 사례 확인

3. 시사점 및 특이사항

□ 국내 크리에이터미디어 글로벌 진출 성과 및 후속 고도화 방안

o **(글로벌 성과 입증)** 라이선싱 엑스포 참여를 통해 총 155건의 비즈니스 미팅 및 약 100.3억원의 계약 상담 실적을 달성하며 K-콘텐츠 IP의 글로벌 시장성 검증 완료

o **(전주기 사후 관리)** 일회성 매칭에 그치지 않고 실질적인 수출 계약 및 수익 창출로 이어지도록 파트너십 유지를 위한 심층 컨설팅 및 지원 강화

o **(사각지대 해소)** 현장 미팅 과정에서 크리에이터 개인이나 영세 기업의 역량만으로는 복잡한 해외 라이선스 계약 조건 검토 및 통관·정산 이슈에 대응하기 어렵다는 점이 확인되어,

- '크리에이터미디어 통합 플랫폼(가칭)'을 통해 온라인 법률·세무 자문 등 국내 크리에이터의 행정·법률적 사각지대를 해소하는 방안 검토

□ 글로벌 라이선싱 시장 동향 및 대응방향

o **(시장 미디어 역전)** 전통 매체에서 게임·소셜미디어·애니메이션 기반 디지털 IP 중심으로 시장 재편(매출 비중 34% 상회), 생성형 AI 신기술 도입을 통한 산업 실무 효율화 가속

o **(라이선싱 다변화)** 패션, 식음료(F&B) 등 밀착형 카테코리의 급성장에 발맞추어, 기존 제작지원에서 '실물 상품화(MD) 및 글로벌 유통 개척'으로 정부 지원 패러다임 전환 검토

□ 특이사항

※ 선물수령 관련

- 선물수령 여부 : □ 예. ☑ 아니오.
- 선물신고 여부 : □ 예. ☑ 아니오.

10만원(미화 100달러) 이상의 선물은 소속기관에 신고하여야 하며, 시장가액을 알 수 없는 경우에는 해당 선물목록을 소속기관에 제출하고 소속기관에 구성된 선물평가단의 평가를 거쳐 신고 여부 결정

붙임1 **2026 라이선싱 엑스포 행사 개요**

o **(행사명)** 2026 라스베이거스 라이선싱 엑스포

o **(행사기간)** 2026년 5월 19일(화) ~ 21일(목), 3일간

o **(행사장소)** 만달레이 베이 컨벤션 센터 1층, Bayside Halls A-D

o **(행사내용)** 글로벌 브랜드·미디어·캐릭터 기업과 제조사·유통사 등을 연결하여 **최신 라이선싱 트렌드 공유** 및 **파트너십·계약 체결 기회**를 제공하는 대표 행사

o **(행사규모)** 5,000개 이상 브랜드 및 1만 명 이상의 산업관계자 방문

o **(주최 및 후원사)**

공식 주최사	공식 후원사	공식 간행물

o **(주요 참가 브랜드)**

o **(주요 프로그램)** 브랜드·IP 전시회, 콘퍼런스 및 세미나, 비즈미팅 존 등

붙임2 **지원 사업 참가팀 명단**

순	대표자명	대표 채널명	소속 기업명	콘텐츠 장르	구독자/팔로워 수	주요 내용
1	고동기	태권크리	㈜크리에이터 벤처스튜디오	스포츠/엔터	유튜브 65.7만명	- 태권도와 K-POP 퍼포먼스를 결합한 국내 최대 태권도 크리에이터 그룹 채널 - 공연·브랜드 앰버서더·패션·음악까지 확장 가능한 종합 엔터테인먼트 비즈니스 구조 보유
2	구본승	김프로	순이엔티	키즈, 엔터	유튜브 1억 3,100만명	- 공감과 리액션 기반의 상황 연출 숏폼 콘텐츠 중심 채널로, 전 세계 유튜브 구독자 수 9위 달성 - 유튜브 기반 트래픽을 멀티 플랫폼으로 확장하며 자연스러운 광고·협업 구조 보유
3	김세훈	정브르	주식회사 텐케이	교양, 교육	유튜브 144만명	- 국내 최대 생태·특수동물 콘텐츠 IP로 높은 구독자·조회수 기반의 전문 크리에이터 채널 - 다수의 생태 체험존 운영 등으로 오프라인 확장이 가능한 사업성과 글로벌 포맷 경쟁력 보유
4	김주영	계향쓰	(주)지에이치 스튜디오	캐릭터	유튜브 2,730만명	- 게임· 애니 기반 스토리형 콘텐츠 IP 채널로, 확장성 높은 세계관 구축과 함께 전세계 구독자 2,740만명 보유 - 최근 자체 IP 콘텐츠 개발 및 멀티 플랫폼 확장으로 로블록스 등 다양한 글로벌 플랫폼과 협업 진행 중
5	김혜림	헤일리 코리안프렌드	헤일리 코리안프렌드	교육, 한국문화	유튜브 116만명	- 한국어와 한류 콘텐츠를 결합한 이중언어 기반 글로벌 IP 채널 - 다수의 한국어 강의 이력 등으로 교육 IP의 글로벌 수익화 경쟁력 보유
6	배수현	딩고뮤직	메이크어스	음악	유튜브 549만명	- 킬링보이스 등 포맷 중심의 음악 콘텐츠 IP로 아티스트 의존도 낮은 강력한 플랫폼 구축 - 글로벌 아티스트 협업과 굿즈·음원 등으로 확장 가능한 비즈니스 구조 보유
7	서덕준	쏘영 Ssoyoung	알로하 미디어	푸드	유튜브 1,230만명	- 요리, 음식이라는 비언어적 소재를 활용한 ASMR 시리즈로 해외 시청층 확보 - '매콤누들뽀끼' 등 자체 IP 상품화 성공 사례를 통해 브랜디드 콘텐츠와 라이선스 확장 가능성 입증
8	이유민	팀일루션	주식회사 팀일루션	스포츠	유튜브 982만명	- 신체 언어 기반 아크로바틱 콘텐츠로 글로벌 10~30대 타겟층을 확보한 고성장 채널 - 브랜드 협업·앱·굿즈·OTT 확장까지 가능한 IP 사업화 구조 보유
9	이태곤	코너korner	케이알 엔터테인먼트	코미디	유튜브 133만명	- 리얼한 상황극 중심의 '리얼리티 시트콤' 콘텐츠 IP로 채널 구독층 확보 - 학습만화 발간, 영양제 출시 등 출판·키즈·커머스까지 확장된 OSMU 성과로 IP 사업화 가능성 보유
10	푸남 나루카	Pooh in Korea	주식회사 링크루트	일상, 한국문화	유튜브 600만명	- 외국인 시선으로 한국 문화를 체험·소개하는 글로벌 콘텐츠 IP 채널 - 브랜드 협업 성과 기반으로 식품·관광·뷰티 등 다양한 산업 확장 가능한 사업 구조 보유