PRESS RELEASE 배포일자 : 2024.04.12

네오리진, 자회사 폭스미디어, 숏폼 드라마 조기 안착 '신호탄'

▶ 숏폼 공개 한달만에 다양한 장르의 '오리지널 드라마 4편 공개'

▶ 국내최초 숏폼 플랫폼 출시 후 엔터테인먼트 부분 1위 입성 → 글로벌 진출 목표

<2024-04-12> 코스닥 상장사 네오리진이 자회사를 통한 신규 사업에 청신호가 켜졌다.
네오리진의 자회사 폭스미디어(대표 정호영)는, 국내 최초로 론칭된 숏폼 플랫폼 '탑릴스(Top Reels)'를 통해 총 4편의 숏폼을 공개했고, 다양한 시청층에서 뜨거운 호응을 얻고 있다고 12일 전했다.

폭스미디어 관계자는 "2분이라는 짧은 시간에 숏폼과 K-드라마의 성공적인 결합을 통해 틱톡, 릴스, 쇼츠를 잇는 숏폼 트렌드로 자리매김했다"며, "향후, 숏폼 드라마가 하나의 섹션으로 자리 잡을 수 있도록 유능한 제작진 발굴 및 현대인 맞춤 OTT로 성장시켜 글로벌 시장에 진출하겠다"고 전했다.

지난달 폭스미디어는 탑릴스를 통해 국내 최초 숏폼 드라마를 론칭한 후 한 달 만에 총 4편의 드라마를 공개하는 등 초기 시장 선점에 주력하고 있다. 모바일에 최적화된 세로 연출로, 바쁜 현대인의 눈높이에 부합한 2분이라는 짧은 시간에 기승전결을 녹인 탄탄한 시나리오, 숏폼과 K 드라마의 성공적 결합으로 론칭 이후 꾸준한 주목도를 높이고 있다. 여기에 여타 OTT와 달리 에피소드 당 소액 결제 시스템을 도입해 진입 장벽을 낮추고 효율성을 극대화하는 등 소비자 편의성을 높였다.

이 결과 '탑릴스'는 앱스토어 정식 출시 직후 엔터테인먼트 부분에서 1위를 차지, 공개 초기에는 전체 무료 앱 인기 차트 1위에 오르며 숏폼 드라마 플랫폼의 성장 가능성을 입증시켰다. 최근 국내 시장에서 숏폼 콘텐츠에 대한 수요가 높아지고 있는 만큼 '탑릴스'를 향한 관심도 날로 커질 전망이다.

네오리진 유영청 부사장은 "올 한 해 네오리진은 주력사업인 게임사업의 성장과 자회사를 통한 신규 사업 다각화라는 두 가지 성장전략을 전개하고 있다"며, "최근 디씨바이와의 유통사업 진출과 더불어, 폭스미디어와의 숏폼 드라마 시장 진출까지 초기 시장 선점이 순조로워 1분기 경영실적이 당초 경영계획 목표치를 초과할 것으로 보인다"며 기대감을 전했다.

한편, 폭스미디어는 K-콘텐츠 경쟁력을 기반으로 다양한 웹 소설, 웹툰, 영상 IP와의 합작을 통해 개성있고 글로벌 확장성을 갖춘 제작사들을 발굴해 유럽, 미국 등 글로벌 시장으로 진출해 나갈 예정이다.