

EUROPE

# 유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원  
유럽사무소



**kocca** KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# 주간 심층이슈

## 『3. 게임 산업 주요 이슈 및 특징』

### ◎ 작성취지

- 2012년 게임산업의 주요이슈를 되돌아보고, 분기별 주요 이슈 및 전반적인 동향, 2013년 전망을 정리함.

### ◎ 작성순서

1. 「2012년 게임 산업 개요」
2. 「2012년 분기별 게임 산업 동향」
3. 「유럽 국가별 게임 시장 동향」
4. 「2012년 주요 시사점 및 전망」

### ◎ 자료 출처

- IHS 스크린 다이제스트 시니어 애널리스트 피에즈 하딩-롤스(Piers Harding-Rolls), 제너레이션 미디어(Generation Media), 칸타르 월드패널(Kantar Worldpanel), MCV UK, GfK Chart-Track, 유비소프트(Ubisoft), NPD 리포트

## 1. 『2012년 게임 산업 개요』

### ◎ 게임 산업 지형의 격변

- 2012년은 오프라인 매장과 패키지 게임 산업의 전반적인 하락세가 두드러짐. 2012년 패키지 게임은 3천 3백 6십만 개 판매되었으며, 이를 환산하면 8억 9천 8백 2십만 파운드임. 이는 전년대비 28.2% 하락한 수치로, 기록적인 사상 최대 매출 하락임.
- Halo 4, Black Ops II, Assassin's Creed III 등의 대형 게임의 런칭과 Vita와 Wii U의 새로운 소프트웨어의 출시가 잠시 시장에 활기를 불어 넣었으나 전반적인 하락세를 멈추기에는 역부족이었음. (자료출처 GfK Chart-Track)
- 디지털 게임의 강세가 눈에 띄었음. 영국의 엔터테인먼트 리테일러 협회

(Entertainment Retailers Association)의 보고서에 따르면 영국의 엔터테인먼트 사업의 온라인 거래량이 10억 파운드를 넘어섰음. 이는 전년 대비 7.7% 상승한 것이며 게임은 이 중에서 5억 5천 2백만 파운드 가량을 차지하고 있음.

## 2. 『2012년 분기별 게임 산업 동향』

### ■ Q1

#### ○ 힘든 한 해의 시작

- 비디오 게임 업계 종사자들 모두에게 2012년은 힘든 한 해였음. Xbox 360 하드웨어의 판매량이 전년대비 50% 하락하였고, 액티비전 역시 1분기 매출 3억 8천 4백만 달러를 기록하며 전년 1분기의 5억 3백만 달러에 비해 부진한 결과를 보였음.
- 또한 소비자들의 디지털 게임에 대한 선호도가 증가하였음. NPD 리포트에 따르면 1분기 영국, 프랑스, 독일의 게임 산업(디지털, 소셜 게임과 중고, 게임 대여업의 규모 합산)의 시장 규모는 7억 9천 8백만 파운드로 추산됨. 그러나 1분기에서는 아직 디지털 게임으로 인한 패키지 게임 판매의 감소가 눈에 띄게 나타나지는 않았음.

### ■ Q2

#### ○ 리테일러들의 부진

- 1분기에 이어 2분기도 게임 리테일러들과 개발자들에게 있어 매우 힘든 시간이었음. 1993년 창립 이후 19년간 게임업계의 주요 사업자로 활동해온 영국의 게임 전문 매장인 Gamestation이 닌텐도의 Wii U의 공식 리테일 파트너인 GAME에 매각됨.

### ■ Q3

#### ○ FIFA13의 시장 점령

- FIFA13은 최단 기간 내 최다 판매기록을 달성한 것 뿐 아니라, 가장 높은 이윤을 기록한 EA의 스포츠 게임이었음. 9월 출시 이후 EA는 마켓점유율 41.1%(유닛), 52.1%(밸류)을 차지하였음. 영국에서만 이틀 동안 1백 23만개(5천 7백만 파운드 상당)가 판매되었으며, 이는 전년대비 27% 증가한 것임. FIFA 13 효과로 인해 한 동안 리테일에는 한동안 상승세가 있었음.

#### ○ 게임스컴(Gamescom), 기존 비디오 게임 시장과 온라인 게임 시장의 분할 전망

- 게임스컴 박람회가 8월 15-19일 독일 쾰른(Cologne)에서 275,000여명의 방문객과 300개 이상의 게임업체의 참여로 이루어졌음. 주목할 점은 ‘원년(Year Zero)’이라는 말이 인터뷰에 계속해서 등장할 만큼, 매우 많은 수의 Free-to-Play(FtP) 게임들이 선보여졌다는 것임. 대부분의 FtP 게임업체들은 (영국을 제외한) 유럽 지역과 일본, 한국에서 온 업체들이었음.(Bohemia Interactive, Crytek, Nexon, Gameforge, Trion Worlds, Wargaming, Bigpoint, CCP, GREE등) FtP와 온라인 게임은 빠르게 성장하고 있는 시장이지만 유럽 내에서 여전히 어떻게 자리 잡을 것인가는 숙제로 남아있음.

#### ■ Q4

##### ○ 블록버스터급 게임 출시

- 전년 대비 매출액 규모가 30% 가량 하락한 올 10월의 시장 상황을 회복시켜 줄 것에 대한 기대와 함께 신작 블록버스터급 게임인 Call of Duty: Black Ops II와 Assassin's Creed, Halo 4가 출시되었음.
- Ubisoft사는 Assassin's Creed III를 11월 첫 주 사상 최대 규모로 런칭하였으며, 이는 FIFA 13 이후로 올해 두 번째로 규모가 큰 게임임. 1백 2십만여 개의 게임이 영국 국내에서 판매되었으며, 판매액은 출시 첫 주 3천 8백 9십만 파운드로 집계됨.

##### ○ 게임 마케팅 비용 대폭 감소

- 영국 게임 산업의 대규모 사업자들을 대상으로 한 설문조사 결과 지난 3분기의 매출 호조에도 불구하고, 크리스마스 시즌을 대상으로 하는 올 4분기 광고비용이 총 9천 9백만 파운드에 그칠 것으로 밝혀짐. 이는 작년 같은 기간 동안 게임 개발자, 리테일러, 퍼블리셔들이 1억 6천 5백만 파운드를 광고비용으로 지출한 것과 비교하여 40% 하락한 수치로, 현재 게임 시장의 상황과 맥을 같이하고 있음.
- 2012년 현재 비디오 게임 업계의 TV 광고비용은 예년에 비해 약 37% 하락하였으며, 게임 업계 전반적으로는 41% 하락세를 나타냄. 비디오 게임 업계는 게임 산업 전반에서 가장 매출 하락세가 두드러졌던 부문임. 2011년 전파를 탄 게임 광고는 35개였으나 올해는 21개뿐이며, 이는 사업체들이 광고의 비용 효율에 대한 상당한 부담감을 가지고 있음을 단적으로 보여줌. 그러나 어쌔신즈 크리드 같은 경우 4백만 파운드의 마케팅 예산을 세우는 등, 오히려 주요 사업자들은 광고에 더 투자하는 경향을 보임.

자료 출처: 제너레이션 미디어(Generation Media)

### 3. 『유럽 국가별 게임 시장 동향』

<p>동유럽</p>	<p>동유럽은 게임 시장, 특히 콘솔 부분에서 꾸준히 성장하고 있는 시장으로, 지난 2년간 콘솔 게임 시장에서 급격한 성장세를 보이며 2013년에도 이러한 추세는 지속될 것으로 보임.</p> <p><b>우크라이나</b> 전자기기 상점에서 주로 게임이 판매되며 게임 전문 매장은 열 개 미만의 체인점이 전부임. 전 세계적 추세와 달리 우크라이나에서는 온라인 게임 스토어 시장 점유율은 전체 비디오 게임 판매량의 20%밖에 되지 않음. 또한 해당 국가 내에서 불법복제가 만연한 것을 문제로 꼽을 수 있음. 거의 99%에 가까운 PS2 게임이 불법 복제되고 있음. 우크라이나의 평균 월급은 350-450 달러로 소비자들이 가격에 굉장히 민감한 편임.</p> <p><b>세르비아 (Serbia)</b> 세르비아의 리테일러와 배급업체들은 안정적인 커뮤니티를 이루고 있음. 시장이 협소하기 때문에 현지 배급 업체가 퍼블리셔와 플랫폼 홀더 역할을 겸하고 있음. 세르비아는 PC 중심의 게임 산업이 발달되어 있으나, 최근 몇 년간 콘솔 시장이 빠르게 성장하고 있음. 소니의 시장 점유율은 지속적으로 증가할 것으로 보이며, 마이크로소프트사 역시 시장의 강자 자리를 지킬 것임. 하지만 Xbox 시장에 대한 지원이 없기 때문에, 현지 배급업자들이 따로 채널을 만들어야 함.</p>
<p>중유럽</p>	<p><b>스위스</b> <b>대표:</b> Swiss Interactive Entertainment Association (스위스 온라인 게임협회) 스위스의 게임 시장은 유럽의 재정 위기에도 불구하고 비교적 안정적임. 2011년 소프트웨어와 하드웨어 유닛 판매량은 4백만여 개였으며 이는 전년대비 1% 하락한 수치임. 그러나 유로의 하락세와 함께 제품 평균 가격의 하락으로 수입은 전년 대비 14% 하락, 2억 9천 6백만 프랑까지 내려감. 콘솔 게임과 소형 기기용 소프트웨어와 하드웨어 게임들이 강세를 보임.</p> <p><b>오스트리아</b> <b>대표:</b> 오스트리아 퍼블리싱 협회(Austrian Publishing Association) 오스트리아는 독일과 인접해 있는 유럽 국가라는 인식이 강함에 따라 대부분의 게임 공급이 독일의 대규모 시장을 통해서 들어옴. 대체로 퍼블리셔들은 안정적인 배급업체에 의존하는 경향이 있음. 다른 유럽 국가와는 달리 대형 마트들의 독점 현상이 나타나지 않음. 대부분의 개발자들은 모바일, 브라우저, 소셜 게임에 초점을 맞추고 있음.</p>
<p>서유럽</p>	<p><b>베네룩스 3국 (벨기에, 룩셈부르크, 네덜란드)</b> 베네룩스 시장에 진입하려면 Koch Media와 같은 주요 독립 배급사와 먼저 협의하는 방법이 있음. 주요 독립 배급사들은 베네룩스 3국의 전체 시장 접근을 용이하게 할 뿐만 아니라 마케팅, PR스위스 대표 리, 마켓 데이터, 사무와 신용통제 등의 원스탑 서비스를 제공하고 있음. 게임 판매량은 2008년에 최고점에 도달한 이후로 점점 둔화세임. 이는 소셜 미디어 게임과 모바일 게임의 증가에 일부 기인함. 콘솔 게임은 여전히 리테일 판매량의 대부분을 차지하고 있으나 매년 10%의 감소세를 보이고 있음.</p> <p><b>독일</b> 독일 시장은 2천 5백만 게이머와 함께 유럽 내에서 매우 중요한 마켓임. 또한 비디오 게임에 대한 선호도가 매우 높으며 2011년 콘솔에서만 20억 유로의 판매고를 올림. 리테일 부문에서는 Media Markt, Saturn과 같은 전문 매장들과 국제적인 체인인 GameStop 등이 강세를 보임. 또한 아마존과 같은 온라인 리테일러가 지역적으로는 안정적인 판매율을 나타내고 있음. 지역별로 많은 게임 업체들이 안정적으로 운영되고 있으며, 닌텐도 등의 거대 퍼블리셔들이 독일을 거점으로 유럽 내에서 활동하고 있음. 또한 시뮬레이션 전문가에서부터 파 크라이(Far Cry)와 크라이시스(Crysis)의 개발자 등 재능 있는 개발자들의 커뮤니티가 형성되어 있음.</p>
<p>북유럽</p>	<p>북유럽 인구는 상대적으로 적은 편이지만 게임의 선호도는 상당히 높으며 특히 iOS 게임과 관련한 기술이 발달되어 있음. 그러나 해당 시장이 현재 직면하고 있는 문제는 디지털 게임의 배급에 관한 것으로 게임 리테일의 총 규모는 북유럽 4개 국가를 통틀어 2011년에 전년대비 5% 감소, PC 시장은 16% 감소하였음. FIFA, Battle field, CoD 등의 블록버스터 게임의 성공적인 시장 진입을 고려하면, 그 외의</p>



게임들이 시장에서 외면당하고 있음을 반영함. 또한 비용 대비 빠른 속도를 가진 브로드밴드 인터넷을 기반으로 PC와 온라인 게임 배급이 발달함. 게임 전문 스토어가 여전히 강세를 보이고 있지만 게이머즈게이트(Gamersgate)와 같은 디지털 배급 경로가 앞으로 지속적인 증가세에 있을 것으로 보이며, 오프라인 매장은 판매 목적보다는 하드웨어나 게임 데모를 디스플레이하는 전시장 형태로 변화할 것으로 보임.

※ 보고서가 영국 중심으로 쓰였기 때문에 영국은 국가 동향에서 제외하였음

## 4. 『2012년 주요 시사점 및 2013년 전망』

### ■ 전반적인 게임 소프트웨어 시장의 부진, 온라인 리테일러들의 선전

#### ○ 대형 슈퍼마켓들의 리테일 점령

- 아스다(Asda), 테스코(Tesco), 모리슨(Morrisons), 세인즈버리(Sainsbury's) 등의 대형 슈퍼마켓 체인들이 영국 게임 리테일 마켓에서 강세를 보임. 가족과 연령대가 낮은 소비자들을 대상으로 하고 있으며 게임 부문은 다른 리테일 부문보다 더 많은 이윤을 내며 효자 역할을 하고 있음. 또한 영국 내에서 가장 빠르게 성장하고 있는 게임 배급업체는 아마존 등의 인터넷 판매자임. 이러한 변화로 인해 오프라인 게임 매장들은 디스플레이 전용 전시장의 성격을 띠게 됨. HMV는 옥스퍼드가에 있는 매장을 영국의 핵심 매장으로 삼고 게임 전문 매장으로 특화하겠다는 계획임.

#### ○ 온라인 리테일러들의 선전

- 온라인 쇼핑의 열기로 인해 기존 리테일러들과 전문 매장들의 매출에 적신호가 켜지고 있음. 2012년 8월 오프라인 매장은 2년 전 같은 기간 대비 2백 50만 명가량 줄어든 고객 수를 기록하였음. 이는 총 고객의 25%에 가까우며, 결과적으로 1억 4천만 파운드의 매출액 하락을 의미함. 이는 최근의 경제 불황과 디지털 게임의 상승세, Wii의 하락세가 모여 낳은 결과로 볼 수 있으며, 패키지 게임 산업 전반에 영향을 미치고 있음. 온라인에서 팔려나간 패키지 게임의 판매량은 11% 하락에 그쳐 온라인 리테일러들의 시장 점유율이 상당히 높아졌다는 사실을 단적으로 보여줌. 실제로도 이러한 경향은 2010년 이후 24%에서 29%로 온라인 리테일러들의 시장 점유율이 상승했다는 기록을 통해 확인할 수 있음.
- 특별히 유럽 타 지역에 비해 인터넷의 보급률이 높은 영국의 경우(유럽 대륙의 인터넷 보급률은 61.3%, 영국은 84.1%), 온라인 리테일러들이 활동할 수 있는 기반이 잘 잡혀있음. 온라인 업체들은 통신 판매 회사들이 과거에 오프라인 매장의 매출을 낮추며 시장 점유율을 높였던 것과 같은 방식으로 아르고스(Argos) 등의 통신 판매 회사들의 시장 점유율을 빼앗고 있음. 인터넷으로 판매된 게임들의

- 71% 이상이 계획적 구매였다는 점이 특기사항임. (전체 게임 시장의 계획적 구매는 평균 58%) 인터넷 리테일러들은 지난 해 디지털과 일반 게임 전체 판매량의 35%에 달하는 게임을 판매하였으며, 올해는 39%로 그 수치를 늘리며 오프라인 매장의 판매량을 거의 추월할 기세임. 이러한 상황은 앞으로 지속될 것으로 보임.
- 온라인 상점들은 인터넷 친밀도가 적은 나이가 많은 고객층에는 크게 어필하지 못할 것으로 보임. 그러나 이러한 고객들이 선물을 구매하거나 가족이 사용할 용도로 게임을 구매하는 경우가 많은 소비자 그룹이기 때문에 특별히 게임 시장에서 중요도가 높다는 점을 상기할 필요가 있음. 또한 게임 판매의 53%는 전문매장에서 이루어지고 있으며, 9천 6백만 파운드의 매출을 기록하고 있다는 점에서 전문매장은 여전히 게임 산업에서 중요성을 띄고 있음.

### ○ 콘솔 개발 주기 단축의 필요성

- 일반적으로 한 콘솔의 사이클이 끝나갈 즈음 시장 상황이 악화되는 경향을 보임. 이는 해당 콘솔과 관련하여 새로운 IP나 게임 등이 등장하는 빈도가 낮아지기 때문임. 게임 산업의 정체기는 콘솔 주기의 끝 즈음에 나타나는 경향이 높으며 한 종류의 콘솔이 오랫동안 시장에 나와 있게 되면 사업자 입장으로는 새로운 IP를 위해 리스크를 감수하지 않음. 또한 출시된 지 오래된 제품은 판매량 증가에 한계가 있기 때문에 사업자들은 수익을 높이기 위한 위험 부담을 달가워하지 않게 됨. 새로운 콘솔을 출시하려는 시도는 시장에 새로운 활력소를 불어넣게 될 것임.

## ■ 게임 시장의 전반적인 지형 변화

### ○ 스포테인먼트 (Sprtainment, 스포츠와 엔터테인먼트의 합성어)

- 매 6개월마다 e스포츠 시장은 두 배로 확장되고 있으며, 대략 5년 내 e스포츠는 주류 미디어로부터 스포츠의 한 종류로 인정받게 될 것으로 예상됨. 게임 시장은 영국에서 매우 높은 성장률을 보이고 있으며, 토너먼트 타입의 게임 대회도 빈번하게 개최되고 있음. 최근 출시된 콜 오브 듀티 역시 라이브 게임 중계와 게임 토너먼트 등이 가능하게 디자인됨. 게임 중계 산업의 급성장에는 스트리밍 서비스의 발달과 보급이 결정적인 역할을 함. 이는 실시간 게임 중계를 용이하게 하여 일반 시청자들의 접근성을 향상시킴. 그러나 여전히 영국의 e스포츠는 시장의 크기와 가지고 있는 잠재력에 비해 상업적인 관심을 끌지 못하고 있는 단계이며 투자자들을 모으는 것이 어려움. 주류 미디어에 더 노출될 수 있게 하는 것이 도전과제임.

## ○ 2013년은 디지털 게임과 일반 게임 모두의 티핑포인트

- 디지털 게임과 검색 기능, SNS, 비디오 사이트 등의 출현으로 최근 5년간 게임 사업의 지형이 크게 변화하였으나, 아직도 게임업체들은 트렌드를 쫓아가는 것에 그치고 있음. 소비자들의 게임 구매를 유도하는 것과 치열한 경쟁에서 살아남는 것은 게임 산업에서 가장 중요한 요소임.
- 내년 유럽 지역에서 디지털 게임으로 인한 매출액은 전체 게임 매출액의 53%가량이 될 것으로 예상됨. 유럽 내의 디지털과 모바일 게임의 모네타제이션(monetasation, 수익화)은 51억 유로를 기록하며 유럽의 다른 부문보다 발전해 있음. 따라서 해당 산업/마켓은 피할 수 없는 변곡점으로 향해 가고 있다고 볼 수 있음. 다음 해는 게임 산업이 올해의 45%에서, 53%로 디지털 게임 산업의 매출액을 상승시키는 중요한 분수령의 해가 될 것으로 예상됨. 2016년까지 유럽 내에서 80억 유로의 디지털과 모바일 게임 매출 달성이 기대됨. 새롭게 재편되고 있는 퍼블리셔, 개발자, 리테일러, 소비자간의 관계에서 주는 시사점을 도출하는 것이 기업의 생존에 절대적인 역할을 할 것임.
- 고객충성도 하락에 따른 Wii의 부진이 두드러짐. 스마트 기기 중심으로 게임 지형이 변화함. 콘솔 게임을 정기적으로 구매하던 소비자들이 디지털 게임으로 전향하면서 박스 게임 시장의 하락세에 큰 영향을 미침.
- 상품으로서의 게임 ⇒ 서비스로서의 게임, 마켓 모델에 변화  
 소비자들은 예전보다 게임을 적게 구입하지만 추가 게임 콘텐츠를 다운로드하고 온라인 서비스를 사용하는 등 좀 더 오랜 기간 동안 게임을 플레이하는 추세임. 이는 게임 제작사들이 많은 게임을 개발하기보다 적은 숫자의 성공률이 높은 타이틀에 초점을 맞추어 큰 예산을 소비한다는 것을 의미함.  
 비록 패키지 게임 시장이 하락세에 있지만, 디지털 포맷의 성장은 게임시장의 큰 전환점이 될 수 있음. 지난 해 1백만 명 이상의 새로운 디지털 포맷 관련 고객들이 시장에 유입되었으며 유료 스트리밍, 콘텐츠 다운로드 서비스 등은 새로운 시장의 돌파구가 되고 있음.
- 애널리스트들과 리테일러들은 2013년 오프라인 매장들의 성장을 기대하고 있음. 이는 PS4와 새로운 Xbox의 출시 가능성과 GTA V와 Battlefield 4의 출시 확정을 염두에 둔 것임. 그러나 현재 영국의 좋지 않은 경제 상황과, 2012년도 대형 게임들의 런칭이 기대할만한 성과를 내지 못했음을 고려할 때 이러한 기대감을 충족시킬 수 있을지는 불확실함.



## 주간 심층이슈

### 『2. 라이선싱 산업 주요 이슈 및 특징』

#### ◎ 작성취지

- 2012년 라이선싱 산업의 주요 이슈를 되돌아보고, 월별, 분기별 동향 및 시사점, 전망을 정리하였음.

#### ◎ 작성순서

1. 『2012년 라이선싱 산업 개요』
2. 『2012년 분기별/월별 게임 산업 주요 동향』
3. 『2012년 주요 시사점』
4. 『2013년 전망』

#### ◎ 자료 출처

- Global License!(2012/10/16-18), MCV(2012/10/19), Licensing Today Worldwide(2012/10/23), The Guardian (2012/10/19), Mip Junior

### 1. 『2012년 라이선싱 산업 개요』

#### ■ 전반적으로 어려웠던 2012년

- 라이선싱은 사업의 종류를 막론하고 매출의 흐름에 큰 영향을 미침. 이러한 현상은 특별히 미디어와 엔터테인먼트 사업체에서 두드러지게 나타나고 있음. 세계적으로 알려진 커다란 브랜드, 예를 들어 월드컵, 블록버스터 영화, TV쇼, 스포츠 구단 등은 라이선싱을 통해서 브랜드의 자산 가치를 높이고 활용 범위를 넓혀가고 있음. 이는 국제적인 기업 뿐 아니라 일반 사업자(entrepreneur)들에게도 해당됨. 라이선싱 산업은 현재 트렌드의 흐름을 정확히 읽어내고 있음.
- 지난해부터 이어진 유럽 경제의 불황의 여파로 많은 리테일러들이 매출 하락을

경험했으며, 많은 대형 브랜드들이 임원진을 교체하고 판매점 수를 줄이는 경향을 보였음. 그러나 여전히 라이선싱 산업은 브랜드 가치를 높이며 관련 상품을 개발함으로써 부가가치를 생산하는 등 토이 산업에 있어 여전히 중요한 역할을 하고 있음. 올해는 틴에이지 뮤턴트 터틀(Teenage Mutant Turtle)등 과거 히트 상품의 귀환이 특별히 눈에 띄게 나타나며, 레고와 모시몬스터즈(Moshi Monsters)의 지속적인 강세에 주목할 필요가 있음. 뿐만 아니라, 올 여름 런던에서 개최된 런던 올림픽은 토이 산업 전반에 있어 새로운 기대감을 형성하였음. 라이선시들은 다양한 시장의 가능성을 가늠하며 새로운 시장을 개척하는 데 힘쓰고 있음.

## 2. 『2012년 게임 산업 주요 동향』

### ■ 2012년 분기별, 월별 라이선싱 관련 이슈 요약

#### ○ Q1

- 1분기는 영국 등 유럽 국가들과 미국에서 열리는 트레이드 쇼들을 통해 새로운 상품을 런칭하고, 직접 소비자를 만나서 피드백을 들을 수 있는 시기였음. 1분기는 연 매출의 15% 정도를 차지하는데 그쳤으나, 특별한 행사나 기념일이 없이 지나가는 1분기의 특성을 감안해야함. 리테일러들은 2011년 크리스마스 이후 매출을 끌어올리기 위해 적정가격 유지와 동시에 지속적인 할인 행사를 진행하였음.

월	Key Issue
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 무키 토이즈(Mookie Toys)의 TP 액티비티 토이즈(TP Activity Toys) 인수</li> <li>TP 토이즈는 간접비용의 증가와 차환 능력의 부족으로 인하여 2011년 관리/administration에 들어갔음. 매입 가격에 대한 부분은 밝혀지지 않았음.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 마텔(Mattel)의 히트 엔터테인먼트(Hit Entertainment) 인수</li> <li>● 레고(LEGO), 영국의 슈퍼브랜드 2012 선정 소비자 파워브랜드 31위</li> <li>● 독일 뉘른베르크 토이페어 2012</li> <li>● 영국 버밍엄 스프링페어</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 와우 스템프(Wow Stuff), 1억 파운드 기록 재달성 목표</li> <li>480만 파운드의 사업확장기금(Business Growth)을 받아 앞으로 36개월간 인하우스 제품 개발을 3배로 확대하는데 운용할 계획임.</li> </ul>

○ Q2

월	Key Issue
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 머더케어(Mothercare), 2015년 3월까지 111개 상점 폐업 결정 이는 2011년 전체 매출이 6.3% 떨어진 것의 결과임. 해당 그룹은 200개의 주요 상점만 남겨 둘 예정임.</li> <li>● 모시 몬스터즈: 모슬링 동물원(Moshi Monsters: Moshiling Zoo)의 선전</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 해스브로(Hasbro), 90년대 히트 토이 퍼비(Furby)의 재출시 발표</li> <li>● 마블(Marvel)의 어벤저스 어셈블(Avengers Assemble), 박스오피스 10억 달러 달성</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 햄리즈(Hamleys), 리젠트 가 본점 재단장</li> </ul>

○ Q3

- 올림픽 특수를 기대했던 리테일러들에게는 아쉬운 3분기였음. 소비자들은 상품 구매에 더 까다로워졌으며, 전반적으로 어려웠던 경제 상황은 산업 전반의 활기를 앓아갔음. 올림픽과 다이아몬드 주빌리 (여왕 즉위 60년 기념행사), 여름휴가 기간까지 겹쳐 판매 부진을 면치 못함. 영국의 방송매체 스카이뉴스(Sky News)에 따르면 영국의 북동쪽 지역 리테일러들의 70%가 재정적인 어려움을 겪고 있으며, 이는 상당히 심각한 상태임.
- 이에 반해 납품업체들은 올 여름의 판매 결과와 더불어 전반기 캐릭터 라이선싱 산업에 대해 긍정적으로 평가했음. 블록버스터급 영화의 출시와 모시 몬스터즈 (Moshi Monster), LEGO, 벤 10 옴니버스(Ben 10 Omnibus, 8월), 파워레인저 (Power Rangers)등이 매출에 효자 역할을 함. 특별히 5파운드(한화 약 9천원)를 넘지 않는 상대적으로 저렴한 장난감의 선호도가 높았음. 리테일러들과 납품업체의 반응이 다른 것은 온라인 판매의 증가와 대형 체인의 캐릭터 상품 취급으로 인한 중소규모 리테일러들의 매출 부진 때문으로 추정됨.

월	Key Issue
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>● AIS Play-room reveals a new look and name for its Play-room at the Park event for 2013. The show will now be known as independent Toy&amp;Gift.</li> <li>● 아고스(Argos), 리테일러 분야 사업 확장 계획 발표</li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 런던 올림픽의 영향으로 토이 산업 매출 증가 기대</li> <li>● 레고의 ‘Team GB 미니피규어’ 와 골든베어(Golden Bear)의 마스코트 인기</li> <li>● 해롯 백화점, 20년만에 토이 섹션 새단장 수백만 파운드가 투자된 해당 섹션은 2만 6천 평방피트의 공간에 6개의 테마로 구성되어 있음.</li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 그루페 루덴도(Groupe Ludendo), 햄리즈 인수 공식 컨펌</li> <li>● 오펜 페어 (Autumn Fair International), 영국 버밍햄 NEC, 9월 2일-5일</li> <li>● 78개국에서 온 약 3만 1천명의 바이어들의 참여를 유도하며 예년보다 더 큰 규모로 진행</li> </ul>

되었음. 올해 AFI에는 대형 사업자들의 참여가 28% 증가하였음.  
 ● 라이선싱 어워즈(The Licensing Awards), 런던

○ Q4

- 크리스마스 시즌은 산업 전반에 걸쳐 매우 중요한 골든 쿼터(the golden quarter)임. 다양한 페어 등을 통해 사전의 판매 전략을 점검할 수 있는 시즌임

월	Key Issue
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 해스브로(Hasbro)와 로비오 엔터테인먼트(Rovio Entertainment), 루카스 라이선싱(Lucas Licensing)은 앵그리버드 스타워즈 토이 출시</li> <li>● 영국 런던, 브랜드 라이선싱 유럽(BLE 2012)</li> <li>● 프랑스 칸느, 밍콤(Mipcom), 10월 8일-11일</li> </ul>
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 디즈니, 루카스필름(Lucasfilm)을 40억 달러에 매입, 스타워즈7(Star Wars VII)의 2015년 출시 발표</li> </ul>
12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 런던의 ExCeL에서 올해 처음 열린 Gadget Show Live Christmas가 Kiddimoto, Flying Gadgets, Inspirationworks, LEGO Technic, Bladez Toyz, Apptoyz등의 참여에 힘입어 성황리에 개최됨.</li> </ul>

**4. 『2012년 주요 시사점』**

■ 키 트렌드

○ 어린이 모바일 앱 게임 캐릭터의 장난감 시장 진출

- 6세에서 11세의 어린이 500명을 대상으로 조사한 결과 71%의 어린이들이 모바일 게임을 한다고 대답함. 11-12세의 여자 어린이 87%와 남자 어린이의 62%가 모바일 게임을 한다고 응답함. 이는 토이 회사들에게 모바일 게임 캐릭터 상품의 성공적인 런칭 가능성을 보여줌. 인기 있는 SNS 게임으로는 앵그리버드(Angry Birds)가 72%로 압도적인 1위를, 팜빌(FarmVille)이 39%로 2위, 3위와 4위로는 각각 프루츠 닌자(Fruit Ninja,34%)와 웜즈(Worms,31%)가 이름을 올렸음.

○ 토이산업과 광고

- TV 광고는 브랜딩과 관련하여 가장 주요한 수단 중 하나로, 영향력이 큰 캠페인은 판매량을 높이는 결정적 역할을 할 수 있음. 올해 4월, 영국의 Toy and Games (이하 T&G) 채널에서의 TV 광고 비중이 작년 대비 7%가 증가함. 부활절 방학 기간(4월 2일-15일) 첫 주에는 전년대비 86%(135개), 두 번째 주에는 13%(130개)의 광고 상승률을 보임. 그러나 한 해 전반적으로는 대부분의 토이 회

사들이 TV 광고보다 TV보다 온라인 관련 활동(SNS 등)에 지출을 확대함.

○ 2012 런던 올림픽

- 3월의 갑작스럽게 맑고 더웠던 영국의 날씨와 이어진 런던 올림픽에 대한 기대감은 아웃도어 및 스포츠 장난감의 판매를 앞당기는 결과를 가져옴. 이로써 7%의 판매액 증가와 4%의 판매량 증가를 보여줌. 장난감의 평균 가격은 지난해 2011년 3월 6.17(한화 약 11100원)파운드에서 올해 6.33(한화 약 11400원)파운드로 증가함. 50파운드(한화 약 9만원)이 넘는 높은 가격대의 장난감들이 가장 빠르게 성장하고 있는 제품임. 저렴한 가격으로 구매할 수 있는 피규어 장난감들이 강세를 보였음. 모시 몬스터즈 모슬링 피규어 블리스터 팩(Moshi Monsters Moshling Figures Blister Pack), 더 블라인드 백(the Blind Back), 올림픽 한정 레고 미니피규어(Lego Minifigures) 등이 많이 팔린 피규어들임.

■ 각종 전시행사 성황리에 개최

○ Brand Licensing Europe 2012

- BLE는 라스베이거스 라이선싱 쇼에 비해 유럽에 더 포커스가 맞춰져 있음. 미디어, 엔터테인먼트, 스포츠, 리빙 부문의 총 280여 사의 2200개 이상의 브랜드가 전시회에 참여하였고, 올해 새롭게 참여한 출품 회사는 85개에 달했음. 6,875명의 리테일러와 라이선시, 세일즈와 프로모션 관련 종사자들이 참여하였음.
- 최근 3년간 참가 업체가 꾸준히 증가(전년대비 14%)하고 대형 리테일러들의 참여가 늘어난 것과 영국 이외 유럽 참가업체 수가 17% 증가한 것은 유럽 라이선싱 업계에서 늘어난 BLE의 입지를 단적으로 보여주는 예임.
- 올해 BLE에서는 유명 게임의 캐릭터가 토이 상품 전시에 사용되는 등, 대규모 사업체들이 장르를 넘나들며 브랜드 확장의 가능성을 실험해 본 것을 주목할 필요가 있음. 이러한 방식은 사용자 인터페이스를 넓힐 수 있다는 점에서 기대감을 모으고 있음. 그러한 점에서 BLE는 적절한 플랫폼의 역할을 했다고 평가됨.

**4. 『2013년 전망』**

■ 1분기의 소비심리 위축, 2013년 전반적으로는 무난한 한 해 전망

- 작년처럼 라이선싱 산업에 있어 2013년은 전반적으로 무난한 한 해가 될 것으로 보임. 그러나 2012년 4분기 소비자들의 크레딧 카드 지출로 인해 1분기의 소비심리는 위축될 것으로 전망됨. 여전히 침체된 경제 상황으로 인하여 불확실성이 산



- 업 전반에 만연함. 영국 정부의 규제로 인해 리테일러들은 경쟁이 치열한 해당 산업에서 살아남기 어려워지고 있음. 현재 리테일 분야는 영국에서 가장 많이 고용을 창출하고 있으며, 25세 미만의 주요 일자리 공급처임, 따라서 불필요한 규제 철폐와 일자리를 더욱 많이 창출할 수 있는 관련 지원 방안을 제공해야 할 것임.
- 30여년간의 브랜드 역사를 지닌 니켈로디언(Nickelodeon) 사의 <틴에이지 뮤턴트 닌자 터틀(Teenage Mutant Ninja Turtle)>의 강세가 예상됨. 해당 캐릭터는 9월 미국에서 런칭한 후 10월 1일 영국에 상륙하였음. 포르투갈의 방송사 TV1도 Viacom International Media Networks(VIMN)과의 계약에 사인하고 어린이 채널에서 <닌자 터틀>을 방영할 계획임.

### ○ 전자 학습 보조 기구 카테고리의 성장에 주목

- 스마트폰과 태블릿 PC의 보급으로 어린이들 역시 해당 기기를 친숙하게 다룰 수 있게 됨. 3세에서 6세 사이의 어린이의 16%가 소셜 네트워크를 사용하고 있으며, 영국의 7세에서 10세 어린이의 28%, 10세에서 13세 청소년의 68%, 14세에서 16세 청소년의 96%가 페이스북에 등록되어 있음.
- 따라서 태블릿 형태의 어린이용 전자 학습 보조 기구(Electronic Learning Aids, 이하 ELA)가 주목받고 있음. 지난 2년 동안 브이텍(VTech)의 이노탭(InnoTab)과 립프로그(LeapFrog)의 립패드 익스플로러(LeapPad Explorer)는 성공적으로 시장에 안착했으며, 빠른 성장세를 보이고 있음. 특별히 경제 불황으로 인해 부모들이 교육 콘텐츠와 장난감의 역할을 동시에 해 줄 상품을 선호하고 있음. 전문가들은 지나치게 어린 나이부터 태블릿을 사용하는 것의 부작용을 우려하고 있으나 해당 카테고리는 지속적인 성장을 보일 것으로 예측되며, 다양한 ELA 기기들이 시장에 소개될 것으로 예상됨.

# 주간 심층이슈

## 『3. 애니메이션 산업 주요 이슈 및 특징』

### ◎ 작성취지

- 2012년 애니메이션 산업의 주요 이슈를 되돌아보고, 2013년 전망을 정리하였음.

### ◎ 작성순서

1. 「2012년 애니메이션 산업 전반 리뷰」
2. 「극장 애니메이션: 2012년 개봉작 및 동향」
3. 「2012년 TV 애니메이션 관련 키워드 및 시사점」
4. 「2013년 애니메이션 산업 동향 전망」

### ◎ 자료 출처

- 애니메이션 유럽 웹페이지(animationeurope.com), Toy'n'Playthings, Toy News, Global License, Broadcast, C21 Media, Animation UK, Eurodata

## 1. 『2012년 애니메이션 산업 전반』

### ■ 불황에도 불구하고 활발한 작품 출시

- 2008년 말부터 유럽을 강타한 경제 불황에도 불구하고 제작되는 극장 애니메이션의 작품 편수에는 커다란 변화가 없음. 미국 할리우드의 거대 자본과 저렴한 제작비를 앞세운 아시아의 프로덕션의 위협이 있지만 유럽의 극장 애니메이션 산업은 20여개가 넘는 작품을 출시하며 비교적 활발한 성과를 내었음. 애니메이션 유럽(Animation Europe)에 따르면 대략 지난 10년간 매 해 평균 19개의 극장 애니메이션들이 출시되었음.
- 그러나 애니메이션의 품질이나 창조성 면에 있어서 유럽의 애니메이션은 드림웍스 (Dreamworks), 픽사(Pixar), 디즈니(Disney)에 필적하기 어려운 것이 사실이며, 또한 수요와 공급 면에 있어서 상당한 불균형이 있음.
- 그간 애니메이션 제작사들은 영화 지원금 등의 재정 지원을 통해서 이러한 불균

형을 매우는 것이 필수적이었음. 올해 영국 정부의 애니메이션 산업 관련 주요 결정안은 2013년 4월부터 발효될 25% 세금 공제 정책임. 그 외 6백만 파운드의 추가 지원금 계획까지 발표되었음.

## 2. 『극장 애니메이션: 2012년 개봉작 및 동향』

### ■ 제작편수에서 프랑스와 독일이 선두, 전반적인 애니메이션 공동 제작 선호 경향

		애니메이션명	제작국
Arrugas (영문 제목 'Wrinkles', 국문 제목 '노인들')	스페인	Die Kleine Rabe Socke - Gemeinsam bin ich stark!	독일
Zarafa (아기기린 자라파)	프랑스	Le Magasin des Suicides, (영문 제목 'The Suicide Shop', 국문 제목 '자살가게')	벨기에·캐나다·프랑스
Dr Seuss' The Lorax (로렉스)	프랑스·미국	Frankenweenie (프랑켄위니)	영국·미국
The Pirates! In An Adventure with Scientists (허당해적단)	영국·미국	Marco Macaco	덴마크
Legends of Valhalla - Thor (이전 제목은 'Thor - The Edda Chronicles', 국문 제목 '토르 : 마법망치의 전설')	독일·아이슬란드·아일랜드	Niko 2 - Family Affairs	덴마크·핀란드·독일·아일랜드
Gummi T(3D Jelly T: Stand Tall, Ivan Olsen!)	덴마크	Le Jour des Corneilles (영문 제목 'Day of the Crows' 국문 제목 '데이 오브 더 크로스')	벨기에·캐나다·룩셈부르크
Janosch - Komm, wir finden einen Schatz!	독일	Gladiatori di Roma	이탈리아
Couleur de Peau: Miel (영문 제목 'Approved For Adoption', 국문 제목 '어프루브드 포 어답션')	벨기에·프랑스·한국	O Apostolo	스페인
Cendrillon au Far Ouest (Cinderella: Once upon a time in the west...)	벨기에·프랑스	Ernest et Célestine (어네스트와 셀레스틴)	벨기에·프랑스·룩셈부르크
Sammy 2: Escape from Paradise	벨기에·미국	Sammy 2: Escape from Paradise	독일
Las Aventuras de Tadeo Jones, (영문 제목 'The Adventures of Tadeo Jones', 국문 제목 '테드 : 황금도시 파이티티를 찾아서')	프랑스·스페인	Pinocchio (피노키오)	이탈리아

### 표 2.1 2012년 출시된 유럽 극장 애니메이션

※ 영화 제목은 원문 그대로 표기했으며, 병기된 국문 제목은 포털 사이트 '다음' 영화 페이지를 참고하였음.

- 유럽에서 제작되는 많은 애니메이션이 배급회사들의 후원과 함께 높은 관객 동원률을 보이고 있음. 또한 과거에 인기를 모았던 애니메이션 작품들이 3D로 재개봉되며 다시 시청자들에게 사랑받고 있음. 특별히 극장 애니메이션 제작에 있어 프랑스와 독일이 시장을 이끌어 가는 경향을 보였음. 두 국가의 세금 우대 정책 등 제도상의 편익이 이러한 선전에 영향을 미치고 있는 것으로 보임.
- 과거에는 유럽 내 가까운 곳의 공동 제작자를 선호하는 경향이 강했다면, 이제는 다양한 지역의 애니메이션 제작사에 대한 관심이 높아졌음. 특히 북미 지역과 공동 제작하려는 움직임이 늘어나고 있음.

### ○ 흥행과 작품성 모두 잡은 애니메이션의 증가

- <자라파(Zarafa)>가 2월 8일 개봉 후 4주간 프랑스에서 백 십만 명의 관객을 불

- 러 모으며 흥행에 성공함. 물론 할리우드의 <장화신은 고양이(Puss in Boots)>가 프랑스에서 첫 4주간 3백 75만(이후 3백만 추가 동원), <틴틴의 모험(The Adventures of Tintin)>이 5백 3십만(이후 5백만 명 추가 동원)에 비하면 적은 수치이지만, 유럽 애니메이션으로서는 상당한 성공을 거두었다는 평가를 받음
- 미카엘 헤그네르가 감독한 3D영화 <구미 T(Gummi T)>가 5월 17일 첫 개봉 이후 덴마크에서만 영화 <독재자>와 <어벤저스>를 관객 수 5만 명 이상의 차이로 따돌리며 개봉 3주째 관객 수 십만 6천 745명, 수익 1백만 달러 이상을 기록함.
  - <알로이즈 네벨(Alois Nebel)>이 몰타에서 개최된 유러피안 필름 아카데미 애니메이션상을 수상하였음. 해당 작품은 체코, 독일, 슬로바키아가 공동 제작하고 토마스 루나크가 감독하였음. 함께 노미네이트된 작품으로는 영국 브리스톨에 위치한 아드만(Aardman) 애니메이션의 <허당 해적단(The Pirates! In An Adventure with Scientists)>와 이그나시오 페레라스(Ignacio Ferreras)의 <노인들(Arrugas)>가 있음.

○ **성인용 애니메이션 제작 필요**

- BBC3가 5월 방영을 시작한 성인용 애니메이션 패밀리 가이(Family Guy)의 10번째 시리즈가 8.9%의 시청률을 기록하면서 성공을 거두었음. 뿐만 아니라 툴루즈의 카툰 포럼에서도 성인 대상 애니메이션 제작자들의 높은 참여도가 두드러졌음. 이러한 경향은 많은 수의 청소년과 성인들의 성인용 애니메이션에 대한 관심을 반영하고 있음. 카툰 네트워크의 어드벤처 타임(Adventure Time)이나, 레귤러 쇼(Regular Show)가 인기를 얻고 있지만, 여전히 심슨 가족(The Simpson), 퓨처라마(Futurama), 패밀리 가이 등의 북미 애니메이션의 인기가 지속되고 있음. 이는 성인용 애니메이션의 유럽 내 공급 부족 현상을 단적으로 보여주고 있음.

**3. 『2012년 TV 애니메이션 관련 키워드 및 시사점』**

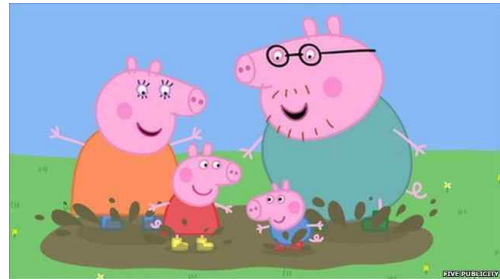
○ **2012년 TV 애니메이션 동향**

주요 방송사	2012년 방영된 애니메이션 프로그램 수 (VoD 서비스 제공 포함)
CBBC	30
Cbeebies	42
CITV	12
C4	11
Milkshake(C5)	32

자료 출처: 각 방송사 웹사이트

## BBC

- CBBC와 Cbeebies는 영국의 공영방송인 BBC가 운영하는 어린이 프로그램 전용 채널임.
- CBBC의 인기 프로그램은 <Arther>, <Scooby Doo Show>, <Dennis & Gnasher> 등이 있음. <Scooby Doo Show>는 9월 둘째 주 어린이 프로그램 순위에서 약 22%의 시청률을 차지하였으며 10월과 11월에도 꾸준히 시청률 20퍼센트 대 안팎을 기록하며 선전하였음.
- Cbeebies의 인기 프로그램으로는 영국의 전원 풍경을 배경으로 하는 <Tree Fu Tom>, <Peppa Pig>, <Octonauts>, <Charlie and Lola>, <Mike the Knight>, <Rastamouse> 등이 있음. Cbeebies의 <Peppa Pig>는 지난해에 이어 BAFTA 2년 연속 미취학아동 대상 애니메이션 어워드(preschool animation award)를 수상하였음. 또한 블루 주 프로덕션(Blue Zoo Productions)이 Cbeebies를 통해 제작, 방영하고 있는 <Tree Fu Tom>은 독립 제작사 부문 최고상을 수상하였고, CBBC는 올해의 채널로 선정되었음. 또한 CBBC의 <Horrible Histories series>는 3회 연속 코미디 부문을 수상함.



좌 <Tree Fu Tom>, 우 <Peppa Pig>

- 그 외 성인을 대상으로 하는 애니메이션으로는 BBC3에서 방영하는 Family Guy가 있음.

## 니켈로디언 네트워크 (The Nickelodeon Network)

- 니켈로디언 네트워크는 비아콤(Viacom)이 소유하고 니켈로디언 그룹에서 경영하는 어린이 채널로 <Spongebob Squarepants>, <iCarly>, <Peppa Pig>, <Dora the Explorer>등의 인기 프로그램을 방영함. 2013년 주요 프로그램으로는 <Teenage Mutant Ninja Turtles>가 있으며, <House of Anubis>가 세 번째 시즌을 방영할 예정임.

## 카툰 네트워크 채널 (Cartoon Network Channels)

- 보유하고 있는 채널은 카툰 네트워크, 부메랑(Boomerang), 카툰니토(Cartoonito), CNToo가 있고, 3세에서 11세를 타깃으로 하고 있음. 시청률 피크타임인 오후 3시 반에서 7시 사이에 인기 프로그램인 <Ben 10: Omniverse>, <The Amazing



World of Gumball> 등이 방송됨.

- 열두살 난 파란 색 고양이 검볼의 이야기를 담은 <The Amazing World of Gumball>과 니켈로디언의 <SpongeBob SquarePants>는 11월 25일 런던에서 열린 BAFTA 어린이 어워드(BAFTA Children's Awards) 수상의 영예를 안았음. <The Amazing World of Gumball>은 카툰 네트워크를 통해 160개국 이상에서 방영되고 있음.

### CITV 채널

- CITV는 ITV의 어린이 채널로서 주 시청자의 연령대는 4세에서 15세임. 일평균 5십만 명, 월평균 2백 5십만 명의 시청자를 확보하고 있으며, 이는 어린이 TV 채널의 3.8%임. 2012년 방영한 주요 프로그램으로는 <Fleabag Monkeyface>, <Figaro Pho>, 1999년부터 방송된 <Pokemon>, <Horrid Henry>, <Almost Naked Animals>등이 있음.

### Channel 5 (Milkshake)

- Milkshake는 Channel 5의 2세에서 7세 사이 미취학아동들을 대상으로 한 프로그램 블록임. 인기 프로그램으로는 오스트리아에서 제작된 <Bananas in Pyjamas>가 있음. 해당 프로그램은 B1과 B2라는 이름의 두 바나나와 그의 동물 친구들의 이야기로, 다양한 국가의 언어로 더빙되었음. 프리뷰(Freeview)로도 시청 가능함.

### 디즈니 채널 (Disney Channel)

- 디즈니 채널은 영국 내 천만 가정 이상에서 시청중이며, 6년째 유료 TV 어린이 채널에서 시청률 1위를 지켜오고 있음. 디즈니 주니어는 최근 12개월간 성장세를 보이고 있으며, 41%의 시청자를 확보하고 있음.
- 주요 프로그램으로는 <Phineas and Ferb>, <Fish Hooks>, <Gravity Falls>등이 있으며 디즈니 주니어 채널에서는 <The Octonauts>, <Mouk> 등의 애니메이션을 방영하고 있음.

### ○ 플랫폼의 다양화로 인해 높아진 콘텐츠 접근성

- 유로데이터(Eurodata)에 따르면, 유럽의 4세에서 15세의 어린이·청소년들의 TV 시청 시간은 2011년보다 현저히 줄어든 것으로 밝혀짐. 올해 많은 주요 방송사들이 서비스가 제공되는 플랫폼 수를 다양화하였음. 특별히 스마트 기기에 익숙한 어린이들을 타겟으로 하고 다양한 스마트 기기에서 서비스가 가능하도록 하였음.
- CBBC의 웹사이트는 매달 1백만 명의 접속자를 기록하고 있으며, 이는 전년 대비 27% 증가한 수치임. 영국 Sky채널의 Sky Go 앱은 2012년 2분기에만 2천 7백만 명의 유저들을 모으는 데 성공하였으며, 기존 채널 이외에 추가로 C5와 계약을

- 체결하고 어린이를 대상으로 하는 VoD 서비스를 시작하였음.
- 2012년은 애니메이션 콘텐츠가 다양하게 활용된 한 해였음. 애니메이션은 더빙이 가능하고, 다양한 문화권을 공략할 수 있다는 점에서 사업적 장점이 있음. 또한 TV 시청에서 멈추는 것이 아니라 라이선싱으로 TV 판권 이상의 이윤을 남길 수 있음.
  - 많은 애니메이션, 라이브 액션 쇼들이 시청자들에게 이미 잘 알려진 비디오게임과 책을 원작으로 하고 있으며, 방송사들은 해당 콘텐츠를 게임 등으로 재창조하여 인터넷과 스마트폰 등 다양한 플랫폼을 통해 배급, 소비자들의 관심을 모으고 있음. 그 예로 서적 출간 110년을 맞이하여 영국의 CBeebies가 방영한 피터 래빗 (Peter Rabbit) 시리즈를 들 수 있음.
  - 또한 닌텐도 3DS와 ‘어린 양 손(Shaun the Sheep)’의 파트너십 체결도 좋은 예임. 2012년 3월부터 닌텐도와 영국 브리스톨 지역을 기반으로 하는 아드만 애니메이션이 함께 닌텐도 3DS 사용자들에게 어린 양 손의 3D 비디오를 제공하였음. 이러한 비디오게임, 퍼블리싱, 키즈 프로그래밍의 융합은 애니메이션 산업에 활기를 불어넣어 줄 것으로 예상됨.

### ○ 영국 애니메이션 산업과 세금 공제 혜택

- 올해 영국 애니메이션 산업 내에서 가장 많이 오르내린 주제는 세금 공제 혜택임. 애니메이션의 공공 기금 지원은 언제나 논쟁의 중심에 있음. 대부분의 애니메이션의 제작비가 할리우드의大作 영화들에 비해서는 턱없이 낮은 수준이지만 일반 영화에 비하여 비교적 높고, 애니메이션은 대부분 개인 투자자들의 투자 자금 회수의 용도로 사용되는 경우가 많음.
- 영국의 경우, 그동안 예술 지원 기금을 받는 애니메이션의 수는 한 손에 꼽을 정도의 수밖에 되지 않았음. 프랑스와 아일랜드의 경우 이러한 세금 혜택으로 인해 각각 제작비의 20% 와 28%가량을 충당하고 있는 것과 비교하면 매우 열악한 환경임. 5개중 2개의 영국 애니메이션 회사가 문을 닫을 위기에 놓였다는 실태보고가 지난 해 발표되기도 하였음. 따라서 애니메이션 업체들은 그간 국외에서 세액 공제를 받을 수 있는 방법을 찾거나 국외 제작자들과 접촉하며 자금을 조달할 방법을 찾고 있었음. 그러나 이는 근본적인 해결책이 될 수 없으며, 따라서 정부의 제도적 지원이 필요하다는 의견이 지배적이었음.
- 2012년 코스그로브 홀 필름(Cosgrove Hall Film)등이 영국 정부에 세액공제를 요청하였고, 오랜 조정 끝에 2013년 4월부터 25% 세금 공제 정책이 발효될 예정임. 해당 정책은 드라마, 애니메이션, 게임 산업을 대상으로 하고 있으며, 이미 실시된 영화 세금 공제 정책과 비슷하게 적용될 것으로 예상됨. 그 외에 추가적으로 6백만 파운드가 애니메이션 산업에 지원될 것으로 공식 발표됨. 미디어 전문지

브로드캐스트(Broadcast)는 정부의 결정으로 인해 50명 이상의 프로듀서들과 100명 이상의 애니메이션 전문가들이 즉각적으로 수혜를 입을 것이라고 밝혔음.

### ○ 애니메이션 산업 관련 제작 환경

- 다른 유럽 국가에 비해 프랑스의 애니메이션 제작 환경은 비교적 나은 편임. 정부의 지원과 방송사들의 애니메이션 방영 의무 등 기본적으로 애니메이션 제작자들과 방송사, 정부 간 잘 다져진 파트너십이 있음. 그러나 프로듀서의 수에 비해 프랑스 TV의 애니메이션 슬롯은 여전히 턱없이 부족함. 또한 애니메이션의 긴 제작 과정과 함께 방송사에서 한 프로그램을 방영하기로 결정하기까지의 과정이 긴 것도 문제임.
- 라이브 액션이나 다큐멘터리 영상을 주제와 전체 테마를 해치지 않는 선에서 삽입하는 등 순수 애니메이션이 아닌 다른 테크닉들을 사용하여 제작하는 것도 제작비 절감의 한 방법이 될 수 있음.
- 독일의 경우 현재 많은 프로듀서들이 어려운 국내 사정으로 인해 독일 밖으로 진출하고 있음. 산업 전반에 대한 지원이 없을뿐더러, 프로그램을 제작할 수 있는 환경 또한 조성되지 않았음. 독일 애니메이션 업체가 상황이 많이 어려워질 경우, 프로덕션의 일부를 프랑스 업체에 외주제작을 맡기게 되는 경우가 많음. 그러나 이는 유아용 프로그램 정도에만 가능하며 26x26' 시리즈에는 불가능함.
- 또한 프랑스는 프로덕션 센터의 다수가 파리에 집중되어 있는 경향이 있으나 독일의 경우 지역 정부에서 주는 각종 인센티브로 인해 프로덕션 센터가 흩어져 있음. 따라서 독일 애니메이션 전반을 총괄할 프로덕션 센터의 필요성이 대두되고 있음.

### ■ 주요 행사

#### ○ 카툰 무비(Cartoon Movie)

- 지난해 1분기와 비교했을 때 2012년의 카툰 무비는 규모와 참가자 면에서 성장하였음. 700명의 참가자들과 (전년 530명), 190명의 바이어들(전년 146명), 105명의 배급업계 종사자(작년 71명)들이 참여하였음.

#### ○ 안시 국제 애니메이션 영화제(Annecy International Animation Film Festival)

- 해당 행사는 세계 최대 규모로, 올해 6월 4일부터 9일까지 7천여 명의 방문객이 참여하였음. 한국 작품으로는 한국영화아카데미 학생들이 만든 애니메이션 <은실이>가 장편 경쟁부문에, <소녀 이야기>와 <사과 먹는 방법>, 그리고 <낙타들>이 단편 경쟁부문에 진출하였음. 크리스털 작품상으로는 안카 다미안 감독의 <나의 저승길 이야기(Clulic- drumul spre dincolo)>가 선정됨.

### ○ 툴루즈 카툰 포럼

- Canal+의 후원아래 9월 11일-14일 툴루즈에서 23번째 카툰 포럼이 열림. 이번 포럼에서는 32개국 800명의 참가자들(250명의 바이어 포함)의 열띤 참여가 있었음. 69개의 애니메이션이 소개되었음. 다양한 미디어·플랫폼을 사용하여 작품을 제작하고, 스타일이나 편집 면에서도 다양한 방식이 조합되는 방식에 많은 관심이 쏠림.

### ○ 밍프 주니어(mipjunior)

- 밍프(Mipcom)과 함께 프랑스 칸느에서 열린 밍프 주니어에서 6세에서 11세 사이를 타겟으로 하는 단편 코미디 프로그램들이 주목받았음.
- 2010년 <로보카 폴리>, 2011년 <캐니멀>에 이어 한국 애니메이션 <두리몽실 몽계 공항>이 키즈저리(Kid's Jury) 1등작으로 선정됨.

## 4. 『2013년 애니메이션 산업 동향 전망』

### ■ 2013년 전망

- 영국의 세금 공제 혜택과 지원금 제도의 시작으로 인해 영국을 중심으로 애니메이션 시장에 활기가 돌 것으로 예상됨. 제작비 문제로 해외에서 제작되던 애니메이션들이 영국으로 돌아올 것인지는 아직 알 수 없으나 애니메이션 산업 전반에 활기를 불어넣을 것으로 예상됨.
- 애니메이션의 주요 판매 전략은 장수 여부(longevity), 수출 가능성(exportability), 홈 엔터테인먼트(home entertainment), 라이선싱(licensing) 등임. 현재 유럽 내에서만 아니라 북미, 아시아, 중동 등 다양한 국가와 문화권으로 유럽에서 제작된 TV 애니메이션이 판매되고 있으며, 이후 라이선싱을 통해 그 이상의 이익을 창출해 내고 있음.
- 2012년 11월 BBC월드와이드(BBCWW)가 알자지라(Al Jazeera) 어린이 채널과의 계약을 맺고 데들리 60(Deadly 60)의 시즌 1-3과 MI High 시즌 1-5, 레오나르도(Leonardo) 등 180시간 이상의 콘텐츠를 수출하였음. 이는 BBC와 알자지라 간 최대 규모의 계약임. 이는 아랍어로 더빙을 마치고 2013년 초부터 방영될 예정임. 이러한 추세는 지속적으로 이어질 것으로 예상됨.
- 현재 눈에 띄는 동향은 니켈로디언, 카툰 네트워크, 디즈니 등이 자체 제작하는 프로그램들을 상영하는 유료 채널을 운영하며 영향력을 확장하려는 움직임임. 또한 다양한 케이블 채널들이 유료 패키지를 제공하며 시청자들에게 다양한 채널과 프로그램을 공급하고 있음. 그러나 다른 한편으로는 전 세계적으로 무료 TV 채널이 DTT를 통해 프로그램의 질을 향상시키고 있는 추세임.

- 극장 애니메이션은 현재 약 19편의 개봉이 예정되어 있으며, 유럽 내 여러 애니메이션 관련 행사를 통해 피칭된 작품들 역시 제작 단계에 있으므로 다양한 애니메이션의 극장 상영을 기대해 볼 만함.

표 4.1 2013년 개봉 예정작

월	개봉작	제작/배급	개봉국	개봉일시	월	개봉작	제작/배급	개봉국	개봉일시
1월	Ritter Rost (Knight Rusty)	Universum Film	독일	1/10	6월	Maman est en Amérique.	Melusine Productions	프랑스	6/15
	프랑켄 위니 (Frankenweenie)	월트 디즈니 픽처스	이탈리아	1/17					
			독일	1/24					
	Nijntje de film (Miffy the Movie).	Warner Bros Entertainment France	네덜란드	1/30		Extraordinary Tales	Melusine Productions	프랑스	6/15
2월	Sammy 2: Escape from Paradise.	Warner Bros	영국	2/8	7월	Tarzan	Constantin Film Produktion	독일	7/25
	Futbolin or Metegol (Foosball 3D)	Universal Pictures International Spain.	스페인	2/15					
3월	A Liar's Autobiography	Trinity Film	영국	3/15	8월	Justin y la Espada del Valor (Justin and the Knights of Valour).	Entertainment One.	영국	8/9
4월	Aya de Yopougou (Aya of Yop City)	UGC Distribution.	프랑스	4/24				스페인	8/23
5월	Postman Pat: The Movie - You Know You're The One.	Icon Film Distribution	영국	5/24	9월	Tante Hilda!	S N D Sant-Ouen Films	프랑스	9/5
6월	Blackie & Kanuto	Baleuko	프랑스	6/15	10월	Olsen Banden På Dybt Vand.	Nordisk Film	덴마크	10/10
	7 Zwerge - Der 7bte Zwerg (Seven Dwarves)	Michael Coldewey	독일	6/15	11월	Pelle politibil på sporet (Ploddy the Police Car on the Trail)	Neofilm	노르웨이	11/15
	The Congress	Ari Folman	프랑스 · 룩셈부르크	6/15	12월	Solan og Ludvig - Jul i Flåklypa (Solan & Ludvig's Christmas in Pinchcliff)	Maipo AS	노르웨이	11/15
				12월	미정				

자료 출처 Animation Europe ([www.animationeurope.com](http://www.animationeurope.com))