

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

한국콘텐츠진흥원
미국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『2000년대 극장산업 변화 분석』

◎ 작성취지

- 2000년대의 극장산업 변화를 분석하기 위해 북미지역 영화관 및 상영관 동향과 영화 상영관 시장 분석을 통하여 앞으로의 영화시장 전망을 살펴보고자 함

◎ 작성순서

- 들어가기
- 북미지역 영화관과 상영관 동향
- 영화 상영관 시장 분석
- 정리 및 시사점

1. 들어가기

■ 할리우드를 대표하는 아이콘

- 북미지역 상업영화의 대명사라고 할 수 있는 “할리우드” 라는 단어가 일반적으로 연상시키는 이미지로는 할리우드 힐스의 “할리우드 사인”, 할리우드 거리에 있는 “스타의 거리” 와 그리고 그 길에 위치한 “TLC Chinese 극장” 이 있음



[출처: 구글 이미지]

■ 할리우드 사인(Hollywood Sign)

- 할리우드 사인은 금속과 나무로 제작된 조형물로, 로스엔젤레스 할리우드 힐스지역에 위치하고 있으며, 현재 할리우드의 트레이드 마크로 널리 알려져 있음
- 원래는 약 90년 전, 1920년대에 부동산 개발업체 측이 추진하고 있던 주택단지 조성 광고 간판으로, 주택단지 이름인 Hollywoodland였음
- 영화산업과는 관련없는 조형물이었으나, 때맞추어 등장한 유성영화의 발전으로 인해 급성장한 1930년대 할리우드 황금시대와 잘 맞물려 사인 자체도 인기를 얻기 시작하였음
- 약 30년간 Hollywoodland로 남아있던 간판은 1949년에 로스엔젤레스 시와의 관리계약을 통해 “land” 를 제외한 Hollywood로 남으면서 할리우드의 아이콘으로 자리 잡았음

■ 할리우드 명예의 거리(Hollywood Walk of Fame)

- 할리우드 지역을 통과하고 있는 할리우드 대로상에 2,500여개의 별 모양의 보도블럭으로 이루어져 있는 스타들의 거리로, 2013년 초 현재 약 3km 길이의 15개 블록에 걸쳐있고, 연 평균 천만명에 가까운 관광객이 이곳을 찾으며 로스엔젤레스가 문화의 도시라는 이미지를 창출하는데 큰 몫을 하고 있음
- 명예의 거리에 이름을 올리는 사람은 영화, 텔레비전 방송, 음악, 라디오

방송 및 연극 부분을 포함한 5개의 총괄적인 그룹으로 나뉘어 각자 분야에서 뛰어난 활약을 보인 개인들을 연중 지속적으로 선출함

■ TLC 차이나이즈 극장(TLC Chinese Theatre)

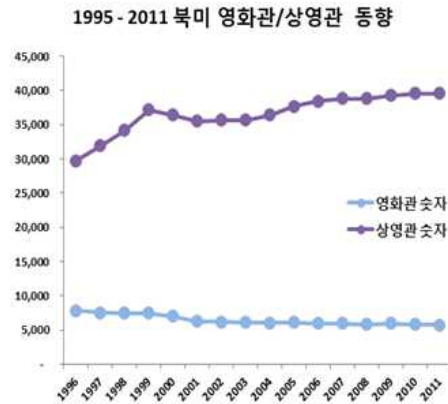
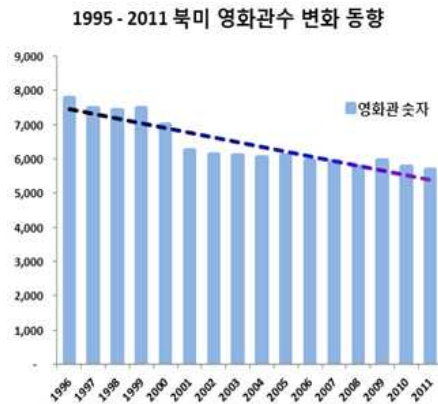
- 1920년대 말 특유의 중화풍의 이국적인 건축 디자인과 외부장식을 겸비한 Gauman' s Chinese Theatre 로 건립된 후 수많은 할리우드 영화의 프리미어 장소로 이용되어 왔음
- 50년 동안 최초 설립자인 Sid Grauman의 이름을 따서 Gauman' s 라고 불리어 왔으나 1970년대부터는 새로운 건물주인 Ted Mann의 구입 후에는 Mann' s Theatre로 이름을 바꾸어 운영되어 왔으며, 2000년대에 들어와서는 할리우드 메이저 스튜디오인 Warner Bros.와 Paramount가 설립한 사업체를 비롯하여 수개의 개인과 투자회사 등에 양도 판매되었음
- 2013년 현재 소유주는 영화 제작자들이 동업해 만든 유한회사인 Chinese Theatre, LLC이지만 건물의 상호 사용권은 중국 대형 가전제품 제조회사인 TLC에게 10년간 불하되어서 2013년 1월 이후부터는 TCL Chinese Theatre로 이름이 변경되었음
- 이처럼 할리우드의 존재와 연상되는 수개의 상징적인 의미가 부여된 매체 중 소비자에게 가장 친근하고 유용하게 이용되고 있는 영화관의 중요성은 단지 소비자가 영화상품을 직접 취사선택할 수 있다는 특징 뿐 아니라 소비자가 능동적으로 영화상품을 구입을 통해 영화산업의 상품 배급 순환주기에서 한 부분을 차지하고 있다는 사실에 주목해야 함
- 상기 중요성을 가지고 있는 영화 상영 사업체의 북미시장 현황과 대표 기업체들의 심층 분석을 통해 영화배급의 견인차 역할을 하고 있는 영화상영관에 대해 연구하려고 함

2. 북미지역 영화관과 상영관 동향

- 북미지역 극장 소유주들의 이익단체인 National Association of Theatre Owners(전국 극장 소유주 협회)에 따르면, 2011년 현재 미국 내 약 5,700 개의 영화극장이 있으며 극장 당 다수의 상영관을 구비한 멀티플렉스로 인해 전체 극장수의 약 7.5배에 달하는 44,000여개의 상영관이 현재 운영되고 있음

| 연도 | 영화관 수치 | 연별 증가율 | 상영관 수치 | 연별 증가율 |
|----------------|--------|---------------|-------------|--------|
| 1996 | 7,798 | | 29,731 | |
| 1997 | 7,480 | -4% | 31,865 | 7% |
| 1998 | 7,418 | -1% | 34,168 | 7% |
| 1999 | 7,477 | 1% | 37,131 | 9% |
| 2000 | 6,992 | -6% | 36,379 | -2% |
| 2001 | 6,253 | -11% | 35,506 | -2% |
| 2002 | 6,144 | -2% | 35,688 | 1% |
| 2003 | 6,100 | -1% | 35,650 | 0% |
| 2004 | 6,031 | -1% | 36,435 | 2% |
| 2005 | 6,114 | 1% | 37,688 | 3% |
| 2006 | 5,939 | -3% | 38,415 | 2% |
| 2007 | 5,928 | 0% | 38,794 | 1% |
| 2008 | 5,786 | -2% | 38,834 | 0% |
| 2009 | 5,942 | 3% | 39,233 | 1% |
| 2010 | 5,773 | -3% | 39,520 | 1% |
| 2011 | 5,697 | -1% | 39,580 | 0% |
| 연평균 성장률 | | -2.07% | 1.9% | |

[출처: National Association of Theatre Owners]



[출처: Statista]

- 지난 15년 동안의 영화관 수는 평균 약 2.1% 감소했으나 이는 일방적인 영화 극장 시장규모의 축소를 나타내는 것이 아닌 멀티플렉스의 증가로 해석이 가능함
- 시설확장과 기본시설에 대한 투자금액이 많이 필요하지만 할리우드에서 제작된 상업영화의 특성상 다수의 소비자들이 손쉽게 접할 수 있어야 수익창출이 가능함
- 그와 별도로 영화입장 수입의 액수보다는 구내매점에서 판매되는 간식과 음료 부분에서 높은 마진을 올릴 수 있는 기회를 최대한 활용할 수 있다는 장점이 있기에 충분히 매력 있고 투자가치가 인정되고 있음
- 미국 내의 멀티플렉스의 집중추세는 1980~90년대를 기반으로 확장전략을 펼쳐와 현재는 한 극장 당 최대 30개에 달하는 상영관을 가지고 있는 (남가주의 Ontario시의 AMC 30 영화관) 시설도 존재하고 있음



[출처: AMC Theaters 공식 웹사이트]

- 하지만 한때 과도하게 가열된 경쟁과 수익성 계산의 착오로 인해 멀티플렉스를 주로 운영하는 사업체들의 수익성 악화는 2000년대 초 미국 내 대형/중견 영화관 사업체였던 Regal Cinema, Edwards Theatres , United Artist Theatres들이 운영난을 겪는 상태까지 이르렀음
- 이 세 회사는 결국 모두 사업체 부도를 통해 2002년 이후 새로운 투자기관의 합병계획으로 Regal Entertainment Group으로 새롭게 사업을 시작하며 통합 시장 점유율 1위로 나서게 되었음

3. 영화 상영관 시장 분석

- 2012년 수치인 44,000개의 상영관 기준으로 분석 시, 멀티 플렉스 전략에 집중하고 있는 상위 5개의 기업체가 전체 시장의 과반수에 가까운 45%의 시장점유율을 보이고 있음
- 평균적으로 한 극장 당 두 자리 수 이상의 다수 상영관을 운영하고 있는 수치를 나타냄

| 순위 | 사업체 | 영화관 | 상영관 | 극장당 평균 상영관수 | 시장 점유율 |
|---------------|---------------------------|--------------|---------------|-------------|-------------|
| 1 | Regal Entertainment Group | 549 | 6,607 | 12 | 15% |
| 2 | AMC Entertainment Inc | 483 | 5,894 | 12 | 13% |
| 3 | Cinemark Theatres | 298 | 3,895 | 13 | 9% |
| 4 | Carmike Cinemas Inc | 232 | 2,242 | 10 | 5% |
| 5 | Cineplex Entertainment | 133 | 1,438 | 11 | 3% |
| 상위 5위 | | 1,695 | 20,076 | | 45% |
| 6 | Rave Motion Pictures | 62 | 939 | 15 | 2% |
| 7 | Marcus Theatres | 55 | 687 | 12 | 2% |
| 8 | Hollywood Theaters | 49 | 546 | 11 | 1% |
| 9 | National Amusements | 34 | 450 | 13 | 1% |
| 10 | Empire Theatres | 53 | 438 | 8 | 1% |
| 상위 10위 | | 1,948 | 23,136 | | 52% |
| 그외 사업체 | | 3,749 | 21,030 | | 48% |
| 총합 | | 5,697 | 44,166 | | 100% |

[출처: Statista]

■ Regal Entertainment Group



[출처: Regal Entertainment Group 공식 웹사이트]

- 2002년 불안정한 재정적인 문제로 부도 상태에 이르렀던 세 회사 Regal Cinemas, Edwards Theatres와 United Artist Theatres를 합병해 새롭게 설립된 Regal Entertainment Group이라는 모회사 산하에 소속되어 있는 구조로 이루어져 있는 미국 내 시장 점유율 1위의 대형 영화관 사업체임
- 경쟁업체에 비해 절대적인 숫자의 우월함을 비롯해 가장 광범위한 지역에 (미국 50개 중 80% 이상인 42개 주에) 영화관이 분포되어있어 지리적으로 다양한 소비자들에게 접근하고 있음

○ Regal Cinema

- 2002년 합병 전까지 독립된 회사로 운영되던 Regal Cinema는 약 30년 전인 1980년에 미국 남부지역의 테네시 주에서 설립된 회사임
- 사업 초기부터 대도시 인근 교외지역 시장에 멀티 플렉스를 입주시키는 전략으로 여러 개의 지역에 진출하며 단시간 내에 괄목할만한 시장 점유를 증가를 나타냈음
- 적극적인 사업 확장을 위해서 경쟁사들과 차별할 수 있는 대규모의 시설 그리고 소비자들에게 고급화한 경험을 선사하기 위한 최신 시설 건축을 통한 사업전략을 추구함
- 상권을 형성한 기존 사업체를 강한 자금력으로 인수합병하여 시장 판도를 변화시킬만한 영향력을 행사할 수 있을 정도로 성장함

○ Edward Theatres

- 할리우드 황금시대가 시작된 1920~30년대를 전후에 캘리포니아에서 설립된 후 주로 남가주 지방(샌디에고부터 산타바바라 지역)에서 사업을 펼쳐왔음
- 1990년대 말이 되어서야 처음으로 근거지인 남가주를 떠나 타주인 아이다호 지역에 21개의 상영관 규모의 멀티 플렉스를 개장을 시작으로 전국적으로 사업계획 확대를 꾀하고 있었음
- 1996년에는 남가주 최초로 IMAX 3-D 시설을 갖춘 영화관을 어바인 지역에 신축함으로써 최신기술의 물결에 앞장서는 선구자 대열에 합류함과 동시에 고가의 대가를 지불하면서 시각적, 청각적으로 고급스러운 경험을 느끼고 싶어 하는 소비자층에게 접근하려는 노력을 했다는 사실은 주목할만 함
- 이 같은 사업 확장 전략을 뒷받침하기 위한 자금력은 부채의 증가로 이어졌고 결국 2000년대에 들어서자마자 사업체 부도라는 결과를 맞게 됨

○ United Artists Theatres

- 현재는 MGM 스튜디오에게 합병되어 있는 United Artists 스튜디오를 설립한 초기 멤버들인 4명의 할리우드 감독과 무성영화의 아이콘 찰리 채플린 포함한 배우들이 창립에 관여했던 긴 역사를 가지고 있음
- 영화 제작과 배급 사업에 직접적으로 참여하는 스튜디오의 소유주가 관련되어 있긴 하지만 메이저 할리우드 스튜디오의 총체적인 간섭과 지휘 아래에서 벗어나고 싶었던 독립 제작영화의 발전을 모색하였기 때문에 당시의 메이저 스튜디오가 추구했던 제작, 배급, 상영 부문을 모두 지배했던 일명 “스튜디오 체제” 영업 방식을 거부함
- 주로 독립영화의 제작비 투자와 영화관과 배급 채널을 통한 수익창출 방식으로의 운영방식을 고수하려고 노력하였음
- 그로 인해 SIMP(Society of Independent Motion Pictures Products: 독립영화 제작자 조합)에 참여해 1940년대까지 만연했던 “스튜디오 체제”에 반대하는 시장 독점 금지법을 이용한 소송을 제기하기도 함
- 이와 같은 개념을 공유하는 설립자들의 뜻에 따라 초기부터 스튜디오와는 분리된 사업체로 운영되었음
- 할리우드 황금시대가 한창이던 1940년대, 1910년대부터 영화체인을 운영하던 Golden State Theatres에 극장사업의 소유권이 인수 합병되며 본거지를 북가주로 이동하게 됨

■ AMC Entertainment Inc.



[출처: Associated Press Image]

- 1920년대 미국 중부지방을 배경으로 활동하던 형제가 운영하던 이동극단이 이 회사의 전신으로, 미주리 주의 한 극장을 구입하며 영화상영 사업에 진출하게 되었음
- 1960년대에 사명을 AMC(American Multi-Cinema)로 바꿈과 동시에 새로운 이름에 걸맞는 멀티 플렉스 전략에 집중하는 사업 모델을 바탕으로 운영되어 옴
- 북미 지역 멀티 플렉스 사업의 선구자 역할을 자임해온 AMC는 90년대 들어 한 영화관 당 상영관이 20개 이상인 메가 플렉스의 물결을 진두하며 수많은 멀티플렉스 시설 건설과 투자를 지속적으로 이어오고 있음
- 미국 국내시장 점유율 2위의 AMC는 지난 해 중국 최대 상업

토지 자산개발 재벌인 완다 그룹에 \$26억(한화 3조에 가까운 금액)이라는 천문학적인 액수로 인수 합병됨으로써 언론에 대서 특필되며 여론의 관심을 받았음

- 완다 그룹은 부동산, 백화점, 호텔, 그 외 유통 사업에 주력하고 있는 중국의 재벌그룹으로, 중국 전국 각 도시에 위치한 49개 종합쇼핑몰과 28개의 종합상점을 비롯하여, 28개의 5성급 호텔, 40개의 백화점 그리고 700여개의 영화 상영관을 통해 2011년 그룹 매출액이 1,000억 위안을 돌파하는 놀라운 기록을 세움
- 그룹이 소유하고 있는 쇼핑센터/백화점 등의 유통업 관련 건물과 영화관을 접목시키는 전략을 통해 수익을 극대화한 경험이 있음
- 이번 인수를 바탕으로 완다 그룹은 세계에서 가장 큰 영화관 체인으로 부상했으며, 앞으로 \$500억(한화 6천억 원)을 추가로 투자해 현재 AMC 그룹이 안고 있는 부채 절감과 함께 극장 시설의 개선 계획도 추진 중임
- 소유권이 중국 회사로 넘어가긴 하지만 미국 내 영화관에서 상영될 영화 선택과 프로그래밍은 중국 본토의 문화와 관례에서 오는 영향과 무관하게 현재까지 운영되었던 방식대로 미주 본사 측의 임원진이 관리하는 경영방식이 활용될 것이라고 밝혀졌음
- 혹자가 우려했던 외국 자본의 유입으로 미국 내 사업체의 영업 방식이 바뀌는 상황이 나타날 수 있다는 의견도 있지만, 그보다 더 중요한 사실은 현재와 미래의 미국 내 영화 극장사업의 수익성이 투자자들에게 검증되었다는 증거로 받아들일 수 있음

4. 정리 및 시사점

■ 영화 상영 사업체 수익 확대를 위한 노력

- 현재 계약체제에서는 영화관은 시기와 영화에 따라 일부 변동이 있지만, 일반적으로 영화관은 약 티켓 판매액의 약 50% 정도만 차지할 수 있음
- 이와 같은 수익 모델은 인건비를 포함한 시설 관리비와 같은 운영자금을 충당하기에는 부족하여, 사업체들은 매점을 비롯한 새로운 수입원의 창출과 함께 더욱 관객들의 소비 형태를 자극하여 관객 수익 증가를 꾀할 필요가 있음
- 통상적으로 소비자에게 1차적으로 다가갈 수 있는 장점 때문에 극장은 소비자들이 특정시간을 이용하여 문화상품에 접근할 수 있는 유일한 방법이라는 혜택을 누려왔음
- 하지만 기술 발전과 경제적인 능력을 바탕으로 좀 더 특별하고 자신의 기호에 맞는 상품을 원하는 소비자의 욕구는 영화관에 가지 않고 편하게 집에서 똑같은 영화를 볼 수 있는 편리까지 찾기 시작했음
- 예를 들면, Prima Cinema라는 회사는 메이저 스튜디오와의 계약을 맺고 상대적으로 소수의 소비자들을 상대로 그들의 다소 고급스러운 소비욕구를 최저 \$500 영화 관람비에서 최고 \$50,000의 시설 설치비와 같이 만족시켜주는 서비스 사업을 하고 있음



[출처: G4tv.com]

- 이와 같은 고급화된 시장의 규모는 크지 않으므로 전체적인 관점에서는 영화관 사업을 위협할 만한 존재로까지는 취급받지 않고 있으나 다른 방식의 경쟁은 언제나 생길 수 있고 그에 맞선 대안의 필요성이 조명 받아야 함
- 미국 내 시장 점유율을 바탕으로 분석해 보면, 막대한 자본력을 가지고 있는 멀티플렉스 업체들이 시장의 대부분을 차지하고 있는 추세임
- 이들 기업은 공통적으로 광범위한 지역에 분포되어 있는 체인점, 다양한 영화 그리고 상영 시간대를 이용해 다수의 관객에게 소비기회를 제공하는 사업방식을 이용하여 소비액수 증가를 궁극적 목표로 삼고 있음