

# 제3장 권역별 애니메이션 시장의 동향 및 전망

## 제1절 북미권

### 1. 북미권 애니메이션 시장 규모 및 전망

2009년 북미권 애니메이션 시장규모는 186억 5,400만 달러로 나타났으며 2010년에는 전년대비 1.5% 성장한 189억 3,500만 달러에 이를 것으로 추정된다. 북미권 애니메이션 시장은 향후 5년간 3.2%의 성장세를 기록하며 2015년에는 221억 9,400만 달러에 달할 것으로 전망된다.

<표 III-1> 북미권 애니메이션 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	1,056	1,104	1,152	1,152	1,272	1,434	1,578	1,728	1,898	2,083	2,282	9.7%
방송용	12235	12969	13438	13758	13441	13,569	13,938	14,370	14,768	15,192	15,238	2.3%
홈비디오	합계	4,139	4,215	4,243	4,087	3,880	3,854	3,902	3,996	4,139	4,460	3.0%
	판매	2,741	2,793	2,712	2,484	2,164	2,016	1,948	1,912	1,906	1,882	-1.4%
	대여	1,398	1,422	1,531	1,602	1,716	1,838	1,954	2,084	2,232	2,396	7.0%
온라인	-	4	17	38	55	69	85	109	135	165	185	21.7%
모바일	-	-	4	5	7	9	11	15	19	23	28	26.7%
합계	17,430	18,292	18,854	19,039	18,654	18,935	19,514	20,217	20,959	21,768	22,194	3.2%
전년대비 성장률		4.9%	3.1%	1.0%	-2.0%	1.5%	3.1%	3.6%	3.7%	3.9%	2.0%	

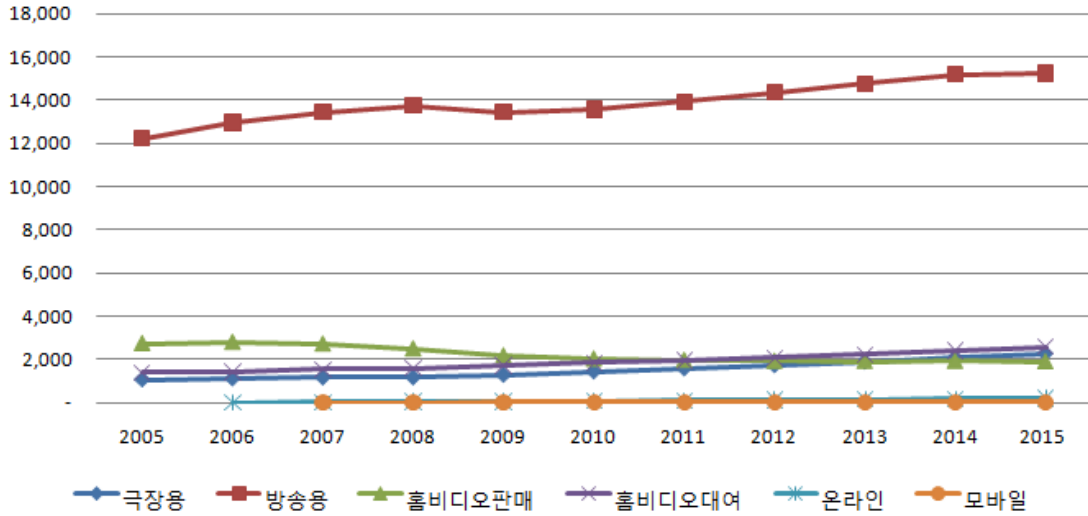
자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); ZenithOptimedia(2010); Informa(2007); FutureSource(2010); The Numbers; Boxoffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

부문별로는 모바일 시장이 26.7%로 가장 높은 평균 성장률을 보이고, 다음으로 온라인 시장이 21.7%, 극장용 애니메이션이 9.7%, 홈비디오 대여 시장이 7.0%, 방송용 애니메이션이 2.3%, 홈비디오 판매 시장이 -1.4%로 나타난다.

2009년 글로벌 경기 침체로 인해 감소했던 북미권 애니메이션 시장은 2010년 다시 1.5%의 성장률을 보이며 회복세를 나타내고 있다. 특히, 극장용 시장의 경우는 3D 입체상영이 확대되면서 박스오피스 시장 규모가 확대된 것으로 파악되며, 인터넷 보급률이 확대됨에 따라 온라인을 통한 애니메이션을 이용이 증가하고 시장이 확대될 것으로 전망된다. 홈비디오 시장은 DVD 판매 시장이 감소하고 있는 것으로 나타나지만, 3D 시장 확대에 따라 Blu-ray 소비가 상대적으로 증가할 것으로 예상된다. 고품질 애니메이션 콘텐츠를 구매하려는 소비자 집단으로 하여금 소장가치를 갖게 하는 Blu-ray 패키지상품은 온라인 유통과는 차별화된 시장으로 작지만 일정한 규모를 유지할 것으로 보인다.

[그림 III-1] 북미권 애니메이션 분야별 시장규모 추이

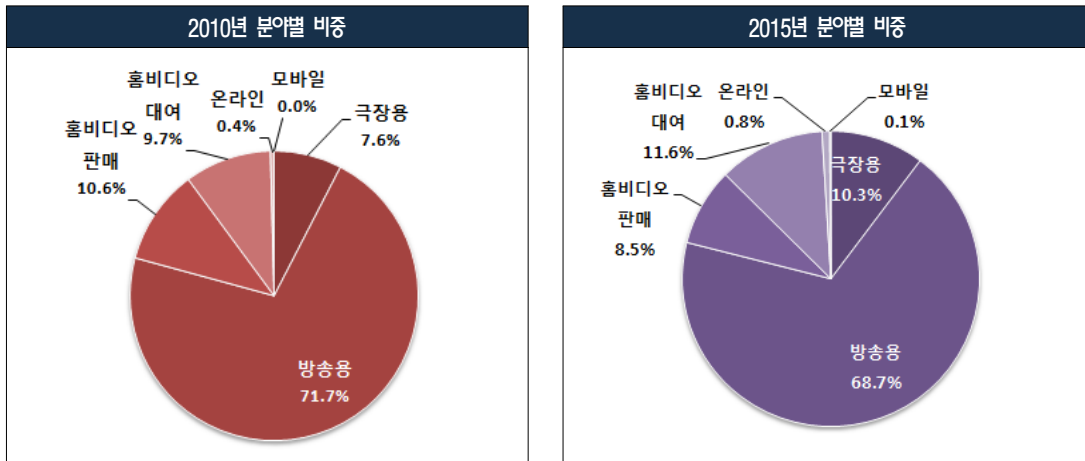
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); ZenithOptimedia(2010); Informa(2007); FutureSource(2010); The Numbers; Boxoffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

북미권 애니메이션 시장의 2010년 분야별 비중을 살펴보면, 방송용 시장이 71.7%로 가장 큰 규모를 차지하는 것으로 나타나며, 홈비디오 판매 시장이 10.6%, 홈비디오 대여 시장이 9.7%, 극장용이 7.6%로 예상된다. 온라인과 모바일 시장은 아직 각각 1% 미만으로 나타난다 5년 후 2015년에는 홈비디오 판매 시장은 감소하는 반면, 홈비디오 대여 시장은 증가할 것으로 보인다. 또한 극장용/온라인/모바일 시장은 증가세가, 방송용 애니메이션은 감소세가 예상된다.

[그림 III-2] 2010년과 2015년 북미권 애니메이션 시장 분야별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); ZenithOptimedia(2010); Informa(2007); FutureSource(2010); The Numbers; Boxoffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

## □ 미국 애니메이션 시장 규모 및 전망

미국 애니메이션 시장은 단일 국가로는 세계 최대의 시장으로 2010년 기준으로 174억 8,500만 달러 규모로 나타난다. 극장용이 13억 2,200만 달러, 방송용이 126억 500만 달러, 홈비디오 시장이 34억 8,100만 달러, 온라인 시장이 6,800만 달러, 모바일 시장이 800만 달러로 나타나 전년 대비 1.4%가 성장한 것으로 예상되며, 향후 5년간 3.1%의 성장세를 기록하며 2015년에는 203억 9,400만 달러에 달할 것으로 전망된다.

특히, 홈비디오 판매 시장의 경우 -1.7%의 감소가 예상되며, 이는 미국 최대의 비디오렌탈 업체인 Blockbuster의 파산신청 사례에서도 알 수 있듯이 DVD를 중심으로 하는 패키지 판매시장은 부가관련시장으로서 역할이 점차 축소될 것으로 본다. e-mail 등 온라인 주문형태를 통해 렌탈 서비스를 제공하는 Netflix와 저렴한 가격에 DVD 자판기를 통해 서비스를 제공하는 RedBox 등의 경쟁자 등장과 온라인 유통 중심으로 점차 환경이 변화하면서 홈 엔터테인먼트 시장을 구성하는 세부시장(홈비디오 판매 및 대여/온라인)의 규모에도 변화가 나타나고 있다.

<표 III-2> 미국 애니메이션 시장 규모 및 전망

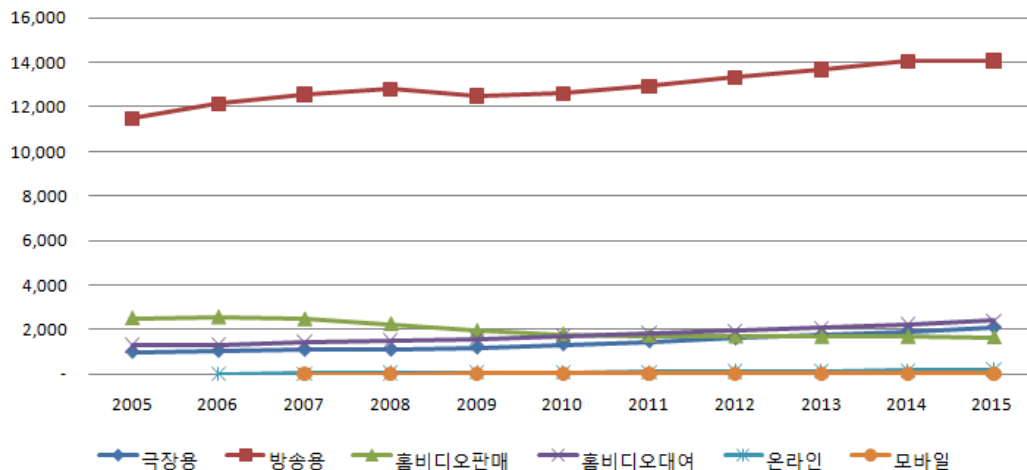
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	975	1,023	1,070	1,071	1,175	1,322	1,453	1,588	1,741	1,907	2,085	9.5%
방송용	11,478	12,145	12,559	12,809	12,491	12,605	12,933	13,323	13,673	14,048	14,079	2.2%
홈비디오	합계	3,787	3,855	3,866	3,714	3,513	3,481	3,521	3,604	3,733	4,022	2.9%
	판매	2,501	2,546	2,453	2,235	1,928	1,781	1,714	1,676	1,667	1,636	-1.7%
	대여	1,286	1,309	1,414	1,479	1,586	1,700	1,807	1,928	2,065	2,386	7.0%
온라인	-	4	17	38	54	68	83	105	128	155	181	21.5%
모바일	-	-	4	5	6	8	11	14	18	22	27	26.4%
합계	16,240	17,026	17,517	17,637	17,239	17,485	18,000	18,634	19,292	20,015	20,394	3.1%
전년대비 성장률		4.8%	2.9%	0.7%	-2.3%	1.4%	2.9%	3.5%	3.5%	3.7%	1.9%	

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); ZenithOptimedia(2010); Informa(2007); FutureSource(2010); The Numbers; Boxoffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

[그림 III-3] 미국 애니메이션 시장 규모 및 전망

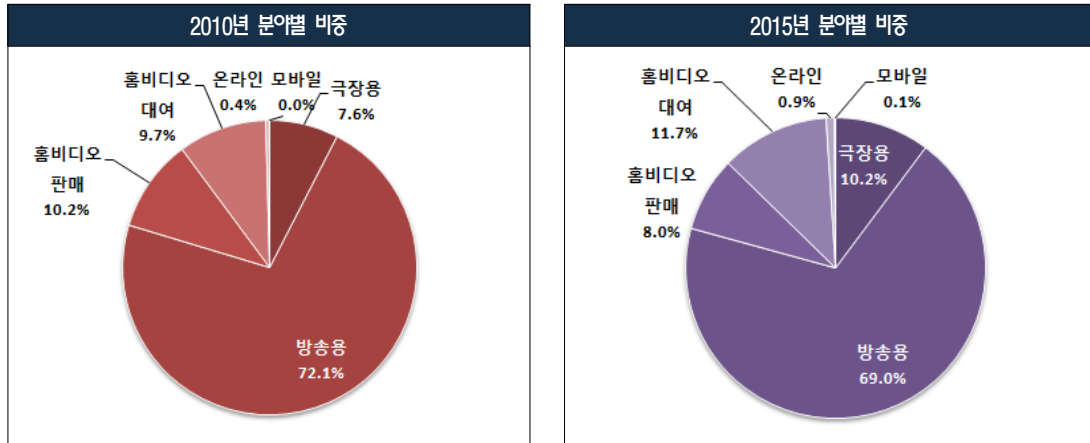
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); FutureSource(2010); Informa(2007); ZenithOptima(2010); The

2010년 미국 애니메이션 시장은 방송용 시장이 72.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 다음으로 홈비디오 판매와 대여가 10.2%, 9.7%, 극장용 시장이 7.6% 순으로 나타난다. 2015년에는 방송용 시장이 72.1% → 69.0%로, 홈비디오 판매 시장이 10.2% → 8.0%로 감소세가 전망되며 극장용 애니메이션 시장과 홈비디오 대여 시장, 그리고 온라인과 모바일을 포함하는 디지털 유통 시장은 증가세가 예상된다

[그림 III-4] 2010년과 2015년 미국 애니메이션 시장 분야별 비중



자료원: MPA(2010); PWC(2010); Digital Vector(2009); ZenithOptimedia(2010); Informa(2007); FutureSource(2010); The Numbers; Boxoffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

## 2. 북미권 애니메이션 산업 구조와 특징

미국 애니메이션 산업은 할리우드 영화 산업과 마찬가지로 수직계열화 되어 있는 것이 가장 큰 특징이다. 특히, 세계 극장용 애니메이션의 거의 장악하고 있는 미국은 제작사부터 배급사 라이선스 상품 판매에 이르기까지 해당 산업의 주요 수익을 창출하는 핵심적인 플레이어들이 수직적으로 연결·통합되어 있다. 이는 애니메이션 산업이 가진 타 산업과의 연계성을 통해 수익창출을 극대화하기 위함으로, 미국의 애니메이션은 기획단계에서부터 머천다이징이 가능한 콘텐츠로 개발된다. 또한 작품기획과 상품개발 등이 동시에 진행되어 애니메이션이 극장에 개봉하거나 방송되는 시점에 집중적인 마케팅이 가능하도록 한다.

미국의 반 독점법이 어떤 한 방송사가 동일 계열사의 애니메이션만을 독점적으로 구매하는 것을 금지하고 있음에도, 보이지 않는 연결고리와 영향력, 그리고 윈도우 시스템을 통해 안정적 수익을 확보하고자 하는 영상사업의 구조적 특성상 애니메이션 산업이 미디어 재벌 그룹을 중심으로 수직 통합되도록 만들고 있다.<sup>1)</sup> 또한 극장용 애니메이션이 3D 중심으로 제작되고 비용이 상승하면서 진입장벽은 더욱 높아지고 기존 메이저 미디어 그룹들의 영향력은 더욱 공고해지는 경향이 나타나고 있다.

1) 한국콘텐츠진흥원(2010)

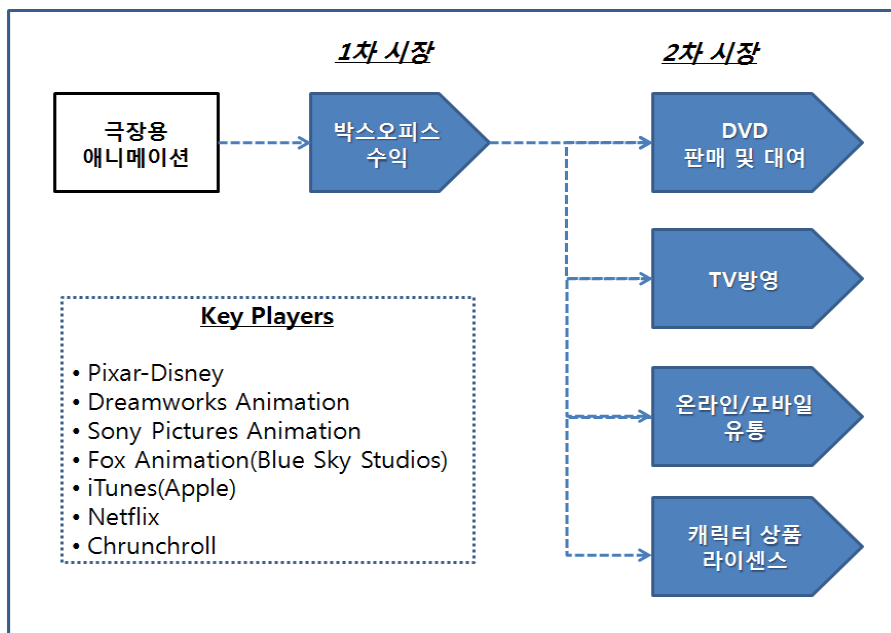
[그림 III-5] 미국 애니메이션 산업의 수직 계열화



자료원: WaltDisney; Viacom; News Corporation; Time Warner; Google

극장용 애니메이션의 제작과 유통사례를 살펴보면 Walt Disney 미디어 그룹의 계열사인 Pixar가 제작한 애니메이션은 Disney의 배급채널인 Buena Vista를 통해서 북미와 세계 지역에 배급된다. 또한 극장용 애니메이션은 다시 디즈니의 전문 애니메이션 채널을 통해 방송가능하며, TV용 시리즈로 제작되기도 한다. Viacom은 DreamWorks와 파라마운트 픽처스를 소유하고 있어, DreamWorks의 극장용 3D 애니메이션을 파라마운트를 통해 배급하고 니켈로데온에서 방송한다. News Corporation은 20세기 폭스 관련 영화사, 배급사, 제작사를 소유하고 있으며, 자사 계열의 FOX 채널을 통해 애니메이션을 방송할 수 있다. Time Warner는 Cartoon Network Studios가 제작한 애니메이션을 Warner 소유의 케이블 방송사인 Cartoon Network를 통해 제공한다.

[그림 III-6] 북미 극장용 애니메이션의 시장구조

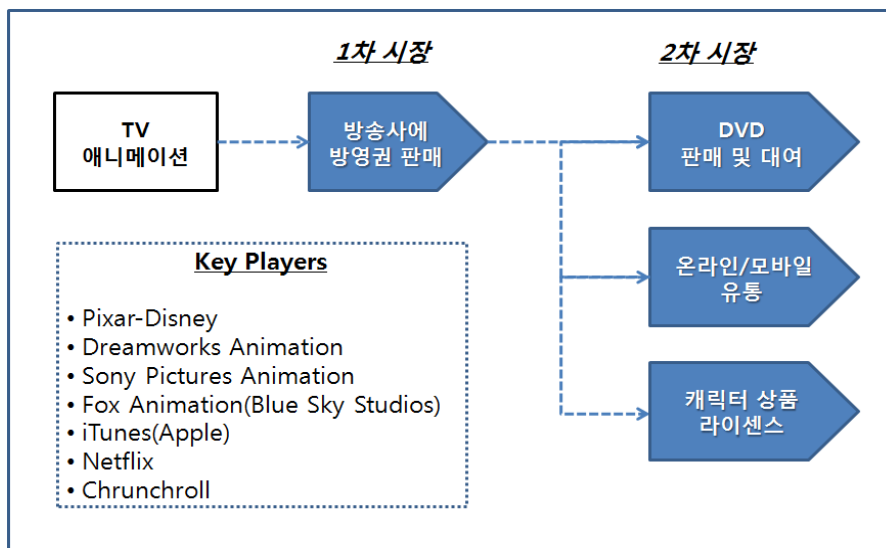


자료원: 한국콘텐츠진흥원(2010); 삼정KPMG 재구성

극장용 애니메이션은 1차 시장인 박스오피스 수익에서 가장 큰 매출이 발생한다. 작품은 극장 상영이 끝난 후 일정 기간의 홀드백(Hold-back) 시간을 거친 후, 홈비디오 시장에 DVD로 발매되고 온라인 렌탈 및 다운로드 형태로도 유통된다.<sup>2)</sup> 최근에는 스마트폰 보급과 함께 모바일 유통시장이 확대되기 시작했으며, iTunes, Netflix, Crunchroll 등의 업체가 키 플레이어로 온라인 및 모바일 유통시장에 등장하였다. 디즈니의 대표적인 애니메이션 작품 중 <라이언킹>의 경우 전세계적으로 7억 달러의 극장수입을 얻었으며, 이 매출의 2배에 달하는 금액을 라이선싱과 머천다이징을 통해 확보한 것으로 나타난다.<sup>3)</sup> 디즈니의 경우는 자사가 보유한 1천여 종의 캐릭터를 바탕으로 120여 개의 라이선싱 업체들로부터 연간 천만 달러 이상의 로열티 수입을 벌어들이고 있는 것으로 나타나며,<sup>4)</sup> 최근 캐릭터 상품 라이선스를 통한 기업의 매출 비중이 점차 증가하는 추세이다.

극장용 애니메이션의 주요 제작사로는 <토이스토리>, <월-E>, <UP> 등의 흥행작으로 유명한 Pixar/Disney와 <슈렉>, <쿵푸팬더>, <드래곤길들이기> 등을 제작한 DreamWorks Animation, 그리고 <아이스 에이지>의 FOX Animation 산하의 Blue Sky Studios 등이 있다. 올해는 Pixar와 DreamWorks가 장악하고 있는 양강체제에서 Universal이 <슈퍼배드>라는 작품으로 선전하였다.

[그림 III-7] 북미 TV 애니메이션의 시장구조



자료원: 한국콘텐츠진흥원(2010); 삼성KPMG 재구성

TV 애니메이션은 1차적으로 지상파, 케이블, 위성방송사의 방송채널을 통해 방영권을 판매하고 수익을 얻는다. 특히, Nickelodeon, Cartoon Network, 4Kids, Disney Channel 등 전문채널의 세계 방송 네트워크를 통해 방영된다. 2차 시장에서는 극장용 애니메이션과 마찬가지로 DVD를 통해 부가수익을 창출하지만 가장 큰 수익이 발생하는 부분은 캐릭터 머천다이징 상품매출에서 나온다. 이러한 배경 때문에 애니메이션 전문 채널들은 기회단계에서 작품을 선정할 때 머천다이징 상품개발에 대한 부분을 중요하게 염두 해 두는 것으로 알려져 있다.

2) 36)과 동일

3) 삼성경제연구소(2004.5.27.)

4) 한국콘텐츠진흥원(2006), 캐릭터산업백서

최근 TV 애니메이션 시장은 매출에서 방영권 판매 비중은 점차 낮아지고 캐릭터 머천다이징 상품의 비중은 날이 갈수록 높아지고 있는 추세이며, 이는 일본 시장에서도 동일하게 나타나고 있는 현상이다. 새로운 유통시장으로 부상하고 있는 온라인/모바일 시장은 저작권 보호장치 및 보호법 마련 등의 과제가 남아있지만, 이 점이 보완된다면 점차 축소되고 있는 홈비디오 시장의 비중을 이동시킬 수 있는 잠재성을 지니고 있다.

북미 시장의 주요 TV 애니메이션 제작사로는 <툰과 제리>, <스쿠비두> 시리즈 DC Comics 원작 애니메이션으로 유명한 Warner Bros. Animation과 북미 최대의 케이블 애니메이션 방송사 Cartoon Network에 프로그램을 공급하는 Cartoon Network Studios, <Simpson Family> 시리즈로 유명한 Gracie Film, Nickelodeon의 Nickelodeon Studios 등이 있다.<sup>5)</sup>

### 3. 북미권 애니메이션 시장의 이슈 및 트렌드

#### 가. 극장용 애니메이션의 시장의 3D 점령

2010년 미국을 포함한 북미권 애니메이션 시장의 주요 트렌드 중 하나는 극장용 3D 애니메이션의 박스오피스 장악을 들 수 있다. 2010년 9월 현재 박스오피스 1위를 차지하고 있는 작품은 <토이스토리3>로 약 10억 2,900만 달러의 박스오피스 수익(세계)을 기록했다.

[그림 III-8] Universal의 슈퍼배드



자료원: Universal

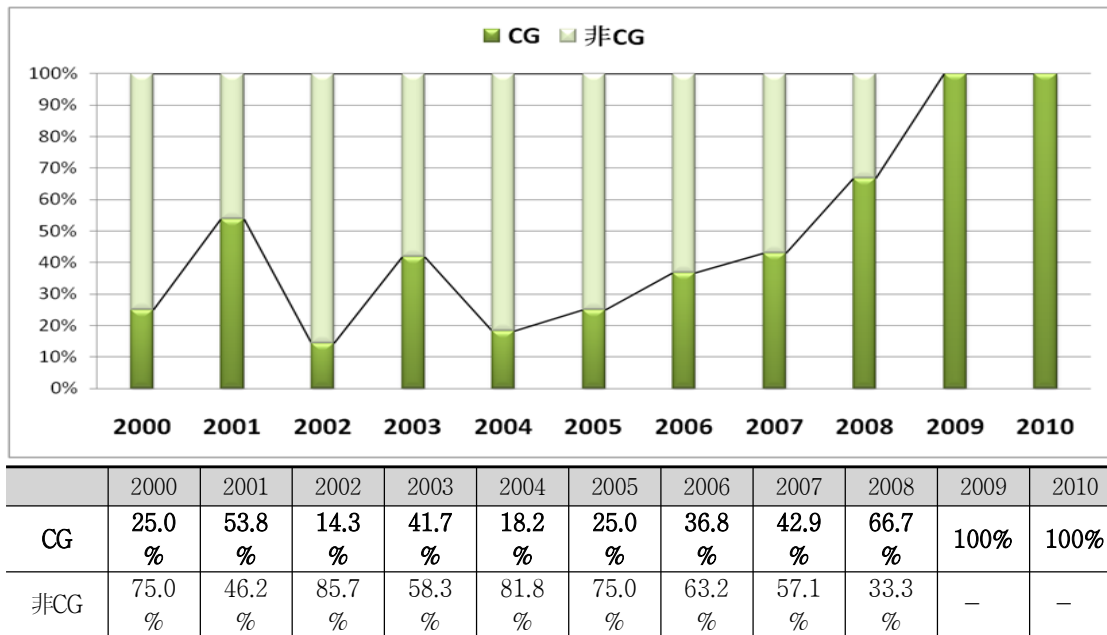
Pixar와 DreamWorks의 <토이스토리 3>, <드래곤길들이기>, <슈렉포에버>가 박스오피스 Top 10을 차지한데 이어 유니버설 픽처스(Universal Pictures)의 새로운 애니메이션 <슈퍼배드: Despicable me>가 미국 내에서 DreamWorks의 두 작품(드래곤 슈렉)이 벌어들인 2010년 수익을 넘어 2010년 최고의 화제작 중 하나였던 <인셉션> 다음으로 높은 수익을 올린 것으로 나타났다. <슈퍼배드>가 기술적

5) 36)과 동일

으로 매우 뛰어나거나 많은 투자가 이루어진 작품은 아니지만 3D 영상의 매력성을 극대화할 수 있는 적절한 장면연출과 잘 만들어진 스토리를 통해 그동안 Pixar-DreamWorks-Fox로 구축된 주요 애니메이션 스튜디오의 성적을 뛰어넘는 결과를 가져왔다.

최근 10년간 미국내 개봉영화 중 CG애니메이션의 비중과 非CG애니메이션의 비중 변화를 살펴보면 2004년을 기준으로 꾸준히 증가하여 2009년부터는 대부분의 애니메이션 작품이 컴퓨터 그래픽으로 제작되고 있음을 확인할 수 있다. 그 수익 또한 점차 꾸준히 증가하여 2007년 10억 1,903만 달러 2008년 9억 7,346만 달러, 2009년 12억 61,68만 달러로 약 10억 달러에 가까운 수익을 벌어들이고 있음을 확인할 수 있다.([그림 III-9] 참조)

[그림 III-9] 개봉한 CG 애니메이션의 비율변화(2000년-2010년 상반기)



주: 2010년의 경우는 2010년 전체가 아닌 8월 18일까지 수익집계 발표자료를 기준으로 작성된 것임.  
 자료원: Box Office Mojo; 삼정KPMG 재구성

<표 III-3> 미국내 CG 애니메이션 흥행수익 : 2000-2009년

년도	극장 흥행수익	년도	극장 흥행수익
2000	\$277,914,492	2005	\$245,450,999
2001	\$757,520,022	2006	\$495,083,438
2002	\$249,667,522	2007	\$1,019,034,639
2003	\$409,974,313	2008	\$973,464,476
2004	\$441,355,807	2009	\$1,261,685,880

자료원: Box Office Mojo; 삼정KPMG 재구성

2010년 CG 애니메이션의 박스오피스 수익은 8월 18일을 기준으로 약 10억 7,940만 달러를 기록하고 있는데, 이는 2010년 흥행수익 집계가 2009년 극장 흥행수익과 비교해서 4개월 정도가 남은 것을 감안했을 때 매우 높은 수치이다.



## 나. 속편의 흥행돌풍

앞서 살펴본 2010년 주요 히트 작품들은 1995년 최초의 Full 3D 애니메이션으로 제작되었던 <토이스토리>와 2001년 개봉되어 스토리적 센세이션을 불러일으켰던 <슈렉>의 프랜차이즈 작품으로 이는 최근 몇 년간 나타난 속편영화의 흥행돌풍 현상과 맞닿아있다. Pixar와 DreamWorks의 대표적인 작품이었던 두 작품을 이어 앞으로 공개될 작품들 역시 프랜차이즈 형태로 Pixar는 <몬스터 주식회사>와 <Car>의 속편을, DreamWorks는 올해 성공적으로 데뷔한 <드래곤 길들이기>의 다음편을 준비하고 있다 DreamWorks의 경우 완결된 <슈렉> 시리즈에서 많은 사랑을 받았던 ‘장화신은 고양이; 캐릭터를 스핀오프 형태로 제작 중에 있으며, 2011년 <쿵푸팬더2>, 2012년 <마다가스카3> 등이 개봉예정이다 향후 3년간 8작품의 라인업이 확정된 상태에서 5개 작품이 시리즈로 나타나 할리우드 극장용 애니메이션의 속편 돌풍은 계속될 예정이다.

[그림 III-10] 속편 제작 예정 중인 작품들



드래곤 길들이기 시리즈



슈렉 시리즈의 스핀오프 작품 : 장화신은 고양이

자료원: DreamWorks

## 다. 북미권 홈 엔터테인먼트 시장의 변화

2010년 북미권 애니메이션 DVD 판매 순위는 <표 III-4>에서 보는 것과 같이 약6,772 만 달러의 매출을 기록한 <공주와 개구리>가 1위를 차지하고 있으며, 8위권 내에 Pixar의 작품인 <UP>, <토이스토리>, <토이스토리2> 3개 작품이 랭크되어 있어, 박스오피스 시장에서의 결과가 지속적으로 홈비디오 시장에도 영향을 미침을 알 수 있다. 1위를 차지하고 있는 <공주와 개구리>는 오랜만에 흥행에 성공한 2D 애니메이션 작품으로 DVD 시장에서도 좋은 호응을 얻고 있는 것으로 나타나, 애니메이션의 성공은 제작 방식의 차이가 아닌 콘텐츠 자체의 질적 완성되어 있다는 것을 확인할 수 있다.

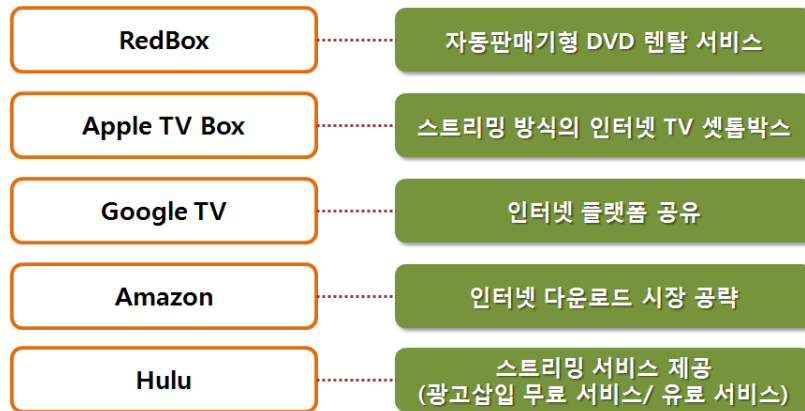
<표 III-4> 2010년 북미 애니메이션 DVD 판매 순위

순위	제목	판매개수	판매 매출액	발매일
1	공주와 개구리	4,244,874	\$67,728,011	3/16/2010
2	하늘에서 음식이 내린다면	2,393,240	\$42,481,921	1/5/2010
3	업	2,119,758	\$33,583,765	11/10/2009
4	토이스토리	1,023,352	\$20,677,513	10/30/1996
5	토이스토리2	928,608	\$19,076,922	3/20/2001
6	플래닛51	863,462	\$15,230,069	3/9/2010
7	바비의 인어공주 이야기	821,685	\$12,402,486	3/9/2010

자료원: The Numbers

그러나 홈비디오 시장을 중심으로 하는 미국의 홈 엔터테인먼트 시장은 현재 변환기를 겪고 있는 상황이다. DVD/Blu-ray의 패키지 형태로 유통되던 2차 윈도우 상품들이 인터넷 통신망을 발달로 온라인상에 유통됨에 따라 기존 시장의 규모는 축소되고 새로운 시장의 규모가 점차 증가하는 변화를 맞고 있다. 구체적으로는 홈비디오 판매시장이 감소세에 있으며, 홈비디오 대여시장과 온라인 시장(다운로드/스트리밍)은 성장세에 놓여 있다. 이러한 변화에는 여러 가지 요인이 작용하고 있으며, 이는 다음의 [그림 III-11]에서 보는 바와 같이 RedBox로 대표되는 대여시장의 렌탈 유통형태 변화, 셋톱박스를 이용한 스트리밍 형식의 Apple TV, 인터넷 플랫폼을 공유할 수 있는 Google TV, 인터넷 다운로드 시장을 공략하고 있는 Amazon.com, 유/무료 스트리밍 서비스를 제공하고 있는 Hulu 등 기존 시장의 홈 엔터테인먼트 미디어 형태가 변화하고 있기 때문이다.

[그림 III-11] 홈 엔터테인먼트 미디어의 변화



자료원: 한국무역진흥공사(2010.8.21.); 삼정KPMG 재구성

따라서 미국의 홈 엔터테인먼트 시장의 진출하고자 할 경우 이러한 미디어 변화상황을 인식하고 각 미디어 형태에 적합한 애니메이션 콘텐츠의 기획 및 제작, 또는 변환의 과정이 필요할 것이다.

이와 함께 미 전자제품협회(CEA)의 온라인 설문조사 결과에 따르면, 미국인 설문참가자 중 25%가 향후 3년 이내에 3D TV를 구매할 계획이라고 응답하여 3D TV에 적합한 방송용 콘텐츠 수요가 증가할 것으로 보인다. 전체 응답자의 약 53%는 집에서 3D 영화나 TV를 감상하기를 원한다고 대답하였으며 33%의 응답자는 모든 TV 프로그램과 영화를 3D로 감상하는 것을 선호한다고 응답했다. 3D TV를 구매하는 이유의 65%가 3D 영화 감상으로 미 소비자들의 3D 선호를 확인할 수 있다. 설문조사기관 InStat의 2009년 조사결과, 응답자의 75%가 3D를 시청하기 위해 돈을 타자할 의향이 있다고 대답하였으며 이 중 43%가량은 200달러 이하를 투자하겠다고 응답했다.<sup>6)</sup> (200달러 이상 투자가 57%)

또한 2011년 Sony는 미국의 어린이 프로그램 전용방송국을 통해 3D 방송을 시작하였고 이러한 추세로 향후 안방에도 실사영상보다 3D 구현이 용이한 애니메이션 콘텐츠의 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 이에 적절한 기획이 지금부터 필요할 것이다.

다음의 <표 III-5>는 시장조사기관 ComScore에서 발표한 미국의 온라인 동영상 서비스 현황으로 구

6) 한국무역진흥공사(2010.8.21.a)

글은 132개의 영상 콘텐츠를 보유하면서 TOP에 랭크되어 있고, Hulu가 10억 개의 영상 콘텐츠를 보유하면서 두 번째로 3%의 시장점유율을 차지하고 있다.

<표 III-5> 미국 온라인 비디오 콘텐츠 서비스 사이트

사이트	비디오(천 개)	비율(%)	이용자수(천 명)	1인당 시청회수
전체	33,242,835	100.0	177,851	186.9
Google Sites	13,242,487	39.8	135,830	97.5
Hulu	1,013,494	3.0	44,189	22.9
Microsoft Sites	561,052	1.7	44,579	12.6
Fox Interactive Media	550,505	1.7	56,781	9.7
Yahoo! Sites	539,416	1.6	59,842	9.0
Viacom Digital	372,641	1.1	39,592	9.4
Turner Network	366,987	1.1	30,586	12.0
CBS Interactive	297,298	0.9	47,918	6.2
Megavideo.com (Facebook.com)	210,294	0.6	(32,754)	(5.0)
AOL LLC (5min.com)	209,957	0.6	(30,530)	(2.5)

자료원: comScore Press Release

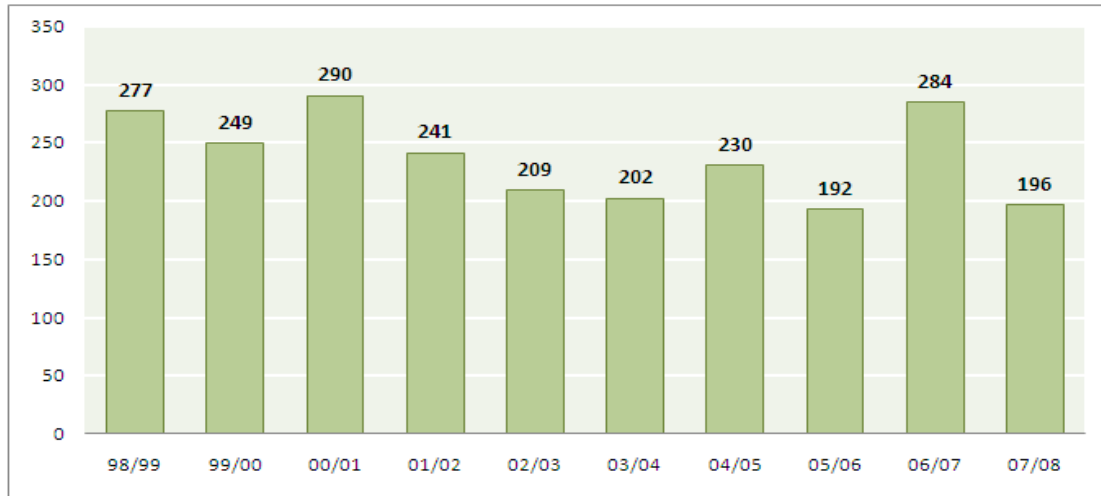
#### 라. 경기침체에 따른 미국·캐나다 애니메이션 제작산업의 위기 지속

북미권 애니메이션 시장의 공통적인 이슈로는 경기침체로 위축되었던 영상 콘텐츠 시장이 다소 회복세를 보이고 있으나, 생산 산업의 현장은 여전히 어려운 상황에 놓여있다는 점이다

KOTRA의 해외시장 동향에 따르면 북미권의 또다른 영상물 제작국가인 캐나다의 경우 2007/08년 기준으로 산업규모가 약 2억 7,300만 캐나다 달러의 규모에 달한다는 것으로 나타난다. 그 중에서 애니메이션 산업의 생산규모는 약 1억 9,600만 캐나다 달러로 2006/07년 비교해서 약 31%가 감소한 것으로 조사되었다. 캐나다의 경우 미국과 달리 극장용 애니메이션 보다는 방송용 애니메이션에 치중되어 있는 특성을 지니고 있으며, 특히 유아와 어린이용 애니메이션 투자액이 전체의 약 85%에 달하는 주요한 시장이다. 산업부 자료에 따르면 캐나다는 총 120여개의 애니메이션 스튜디오가 있는 것으로 파악되는데 세계 경제위기 여파가 불면서 많은 유명 스튜디오들이 파산한 것으로 나타났다.

[그림 III-12] 캐나다 애니메이션 제작 현황

(단위: C\$ 백만)



자료원: Canadian Film and Television Production Association(CFTPA); 한국무역진흥공사(2010.3.22.) 재인용

토론토 지역의 대표적인 애니메이션 특수효과 스튜디오인 C.O.R.E Digital Pictures사가 2010년 3월 15일 파산에 처했으며, 이틀 후인 3월 17일에는 토론토 시를 기반으로 하는 어린이용 프로그램 제작사 Cookie Jar Entertainment사의 직원 35명이 해고되었다. 세계 16개 지사를 보유한 Cookie Jar Entertainment의 정리해고 대상자 중 60~70%가 토론토 사무소에 집중되어 있었기 때문에 이는 캐나다 애니메이션 시장의 위기를 보여주는 대표적인 예라 할 수 있다. 이러한 구조조정은 부진한 애니메이션 사업부분을 축소시키는 대신 일반 영화의 특수효과 부문을 강화하려는 움직임에서 비롯되었으며, 대수의 애니메이션 제작사 및 특수효과 회사가 밀집한 캐나다의 토론토시 광역지구는 금융위기로 인한 프로젝트 감소 및 자금 압박 등의 어려움을 겪고 있다.<sup>7)</sup>

2010년 박스오피스를 장악한 미국 애니메이션 산업 또한 3D 시장확대에 따른 밝은 미래가 전망되고 있으나, 2008~2009년 경기침체로 타격을 입은 스튜디오들은 여전히 후유증을 겪고 있는 상황이다. 2010년 9월 미국의 대형 프로덕션인 <루카스아츠 : LucasArts>와 로버트 저메키스(Robert Zemeckis)의 애니메이션 회사인 IMD(ImageMovers Digital)가 직원을 해고하는 인력감축에 들어감에 따라 현재 진행 중인 프로젝트를 마지막으로 문을 닫는 회사들이 생기고 있다.

특히, IMD는 월트디즈니와 긴밀한 협력관계를 유지한 회사였기 때문에 이들의 인력감축은 업계 내에서 충격을 던져주었다. 약 400명 이상이 IMD에서 해고될 것으로 보이며, 이 외에도 많은 수의 작은 프로덕션들이 문을 닫을 것으로 보인다.

애니메이션 작업의 특성상 해외 제작사와 공동으로 진행되는 경우나 외주를 주는 경우가 많기 때문에 이는 미국 애니메이션 산업의 문제이기 이전에 세계 시장에도 부정적인 영향을 미칠 수 있으며, 국내 애니메이션 시장에도 부정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 보인다.<sup>8)</sup>

7) 한국무역진흥공사(2010.3.22.)

8) 디지털만화규장각(2010.10.16.)