

A n i m a t i o n
I n d u s t r y
W H I T E P A P E R
2 0 1 1

제3부

국내·외 애니메이션산업 현황

제1장 국내 애니메이션산업 현황

- 제1절 기업 일반
- 제2절 산업 규모
- 제3절 매출 현황
- 제4절 수출입 현황

제2장 국내 애니메이션산업 종사자 현황

- 제1절 산업규모별 종사자 현황
- 제2절 고용형태별 종사자 현황
- 제3절 전공/학력별 종사자 현황
- 제4절 인구통계학적 종사자 현황

제3장 해외 애니메이션산업 동향

- 제1절 총괄
- 제2절 일본
- 제3절 중국
- 제4절 인도
- 제5절 미국
- 제6절 유럽
- 제7절 호주
- 제8절 브라질

제1장 국내 애니메이션산업 현황

2010년 국내 애니메이션산업 사업체 현황은 설문 조사를 실시하여 얻은 자료를 바탕으로 작성하였으며, 애니메이션 창작제작, 애니메이션 하청제작, 온라인 애니메이션 제작 부분에서 매출이 발생한 사업체를 대상으로 한 조사 결과에 기초하고 있다. 조사는 2011년 5월 10일부터 7월 31일까지 실시되었고, 조사에 응답한 사업체는 228개이며, 이를 토대로 추정하여 산출했다.

<표 3-1-1> 조사개요

조사대상	• 애니메이션산업을 영위하는 사업체
조사지역	• 전국
유효표본수	• 228개소
조사방법	• 전화조사 및 FAX, E-mail, 방문조사 병행
조사기준	• 2010년 12월 31일
조사기간	• 2011년 5월 10일 ~ 7월 31일
조사내용	• 사업체 일반현황(사업체 및 대표자 정보) • 주요 실적통계(매출규모, 수출입규모, 종사자규모, 부가가치, 기타 재무정보, 해외거래 현황 등) • 산업별 특성관련 문항 • 기타 산업 활동(지적재산권 등), 정부지원관련 요구사항 등

<표 3-1-2> 분류체계

중분류	소분류	정의
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	창작 애니메이션 기획 및 제작(직접제작)
	애니메이션 하청제작	애니메이션 외주제작, 재하청
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	인터넷용, 모바일용 애니메이션 제작
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	극장, 방송용, 홈비디오용 애니메이션 유통, 홍보, 배급, 마케팅
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	애니메이션 인터넷 및 모바일 서비스

애니메이션산업 분류는 기획, 제작, 유통 단계에 따라 중분류 3개와 소분류 5개로 체계를 마련했다. 애니메이션 제작업 영역에서는 애니메이션 창작제작, 애니메이션 하청제작, 온라인(인터넷/모바일) 애니메이션 제작이 이루어지며, 애니메이션 유통 및 배급업에는 애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보가 포함된다. 또한 온라인 애니메이션 유통업은 온라인 애니메이션 서비스업(인터넷/모바일)으로 애니메이션 인터넷 및 모바일 서비스를 의미한다.

<표 3-1-3> 전수조사와 표본조사 구분

중분류	소분류	전수 조사	표본 조사
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	<input checked="" type="checkbox"/>	
	애니메이션 하청제작	<input checked="" type="checkbox"/>	
	온라인(인터넷·모바일)애니메이션 제작	<input checked="" type="checkbox"/>	
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	<input checked="" type="checkbox"/>	
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	<input checked="" type="checkbox"/>	

● 단위무응답 대체

1. 전수조사 사업체 단위무응답 처리 방법

1) 2004~2009년 기준조사 중 한 번이라도 응답한 경우

- 영위업종과 종사자수 등 보조 변수를 활용하여 단위무응답업체와 유사한 업체들로 대체군(imputation class)을 형성하여, 이를 토대로 증감률을 분석했다.
- 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제 값과의 차이 정도를 파악했다.

2) 2004~2009년 기준조사 중 한 번도 응답하지 않은 경우

- 소분류별로 영위하는 비중과 종사자 수를 파악해 이를 토대로 유사한 대체군(imputation class)과 비교하여 대체값을 분석했다.
- 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제 값과의 차이 정도를 파악했다.

3) 지속적인 응답거부 업체이면서 소분류별 영위 비중과 종사자수도 거부하는 경우

- 응답거부 업체가 영위하는 업종은 반드시 파악했다.
- 추정 방법에서 일괄적으로 처리했다.

2. 표본조사 사업체 단위무응답 처리 방법

1) 대체 표본을 조사하여 처리

- 3회 이상 조사 요청을 하였으나, 지속적으로 거부하는 경우에는 표본대체 방법에 의거하여, 다른 표본으로 대체했다.

2) 대체 표본을 적용할 수 없는 경우

- 대체 표본을 적용할 수 없는 경우에는 추후 추정 방법에서 일괄적으로 처리했다.

● 항목무응답 대체

1. 선도 업체와 비선도 업체 분리

- 1) 소분류별 각 층 내의 선도 업체와 비선도 업체를 반드시 분리하여 처리했다.
- 2) 매출액 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 각 층 내의 선도과 비선도의 1인당 종사자 평균값을 계산한 후 이를 적용했다.
- 3) 종사자수 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 3회 이상 조사를 실시하였으나, 조사가 이루어지지 않은 경우에는 발주부서에 문의하여 응답 거부 업체와 동일한 업종을 영위하는 다른 업체담당자를 소개받아 문의 후 처리했다.
 - 추정 방법에서 사후층화가중치를 적용했다.

● 가중치 처리 방법

1. 설계가중치

- 소분류별 표본수를 각 층별로 배분할 때, 각 층 내의 사업체수에 따라 비례배분을 할 경우 애니메이션산업은 1~4인에 해당하는 사업체수가 많아 1~4인 층에 많은 수의 표본이 배분된다. 따라서 1~4인 층에는 유효한 통계 산출이 가능한 적정수의 표본을 배분하고, 다른 층에 더 많은 표본을 배분했다.
- 설계가중치 = 1/(표본 수/모집단수)

1) 무응답보정 가중치

- 소분류별 무응답 업체수를 파악하여, 가중치를 부여했다.
- 무응답보정 가중치 = 응답 수/표본 수

2) 사후층화 가중치

- 표본 설계에서 2단계 층화집락추출법을 적용하였으며, 소분류별 모집단에서 각 층이 차지하는 사업체수가 다르므로 이에 대하여 가중치를 부여했다.

$$\text{사후층화 가중치} = \frac{N_{ij}}{n_{ij}} \quad i(\text{업종}) = 1, \dots, 8, \quad j(\text{규모}) = 1, \dots, 5$$

● 전수조사 및 표본조사 추정 방법

1. 전수조사 추정 방법

- 1) 조사가 이루어지지 않은 사업체에 대해서는 단위무응답 대체법과 항목무응답 대체법을 적용했다.
- 2) 대체가 완료된 이후 이를 전부 합산한다.

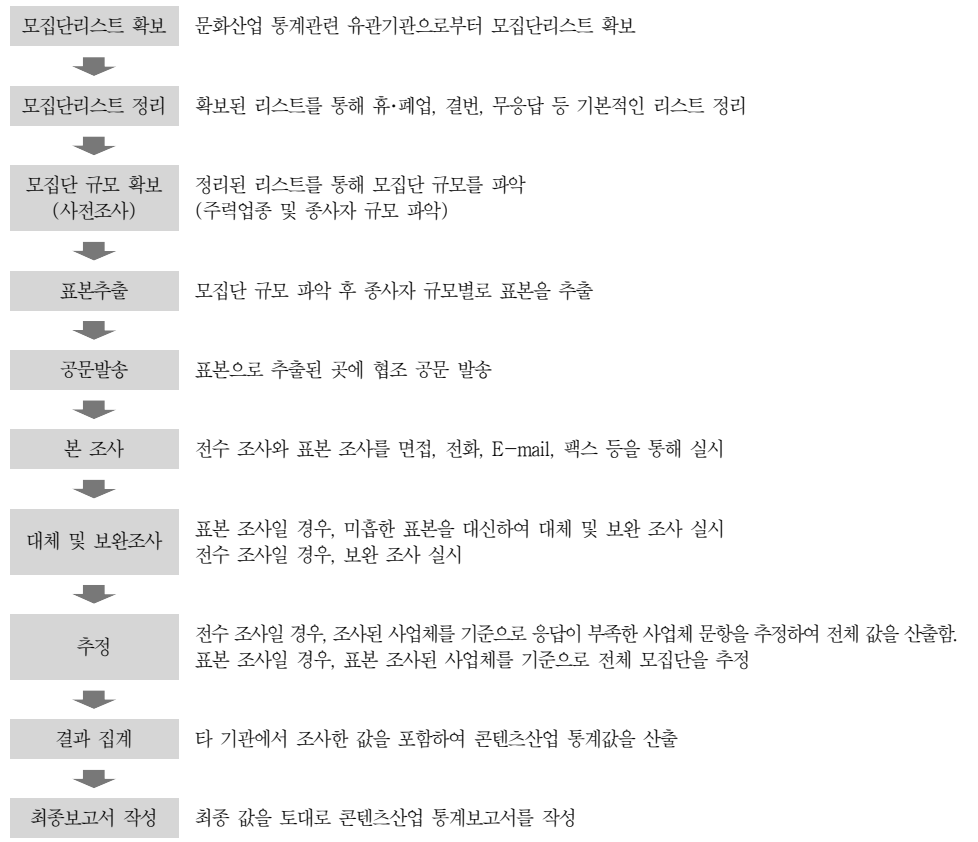
2. 표본조사 추정 방법

- 1) 설계가중치와 무응답보정가중치, 사후층화 가중치를 산출했다.
 - ☞ 설계가중치 = W1, 무응답보정가중치=W2, 사후층화 가중치= W3
- 2) 표본조사 추정량은 산출된 세 가지 가중치를 적용하여 최종 가중치를 산출했다.

☞ $W = W1 \times W2 \times W3$, 표본조사 추정량 = $W_{ij} \sum_{k=1}^{n_{ij}} \hat{t}_{ijk}$

i (업종) = 1, ..., 8, j (규모) = 1, ..., 5, k 층의 매출액

<조사업무 추진 절차>



문화체육관광부
콘텐츠산업정책과

제1절

| 기업 일반 |

1. 애니메이션산업 사업체 설립연도 분포

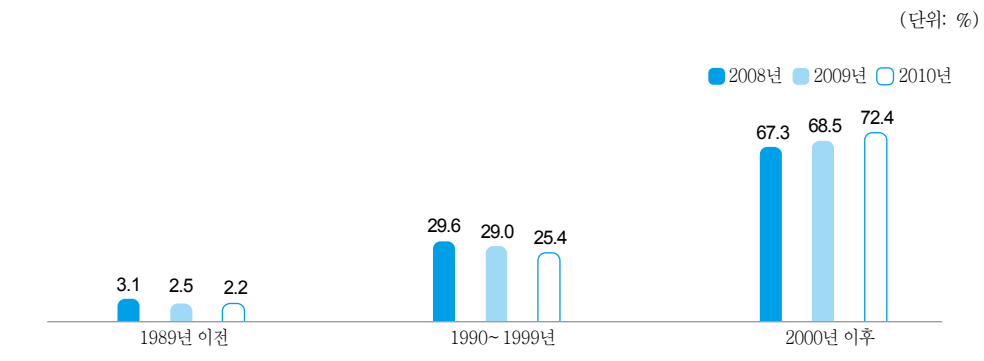
국내 애니메이션산업에서 사업체들의 설립연도 분포를 살펴보면, 2000년 이후 설립된 사업체들이 차지하는 비중은 72.4%로 2009년 대비 3.9%p 증가했다. 1989년 이전에 설립된 사업체들은 2.2%, 1990년에서 1999년 사이에 설립된 사업체들은 25.4%로 나타났으며, 2000년 이후 설립된 사업체들이 증가하면서 비중이 변화되었다.

<표 3-1-4> 애니메이션산업 사업체 설립연도 분포

(단위: %)

설립연도	2008년(N=196개)	2009년(N=200개)	2010년(N=228개)	전년대비 증감(%p)
1989년 이전	3.1	2.5	2.2	▽0.3
1990 ~ 1999년	29.6	29.0	25.4	▽3.6
2000년 이후	67.3	68.5	72.4	3.9
합계	100.0	100.0	100.0	-

<그림 3-1-1> 애니메이션산업 사업체 설립연도 분포



2. 애니메이션산업 사업체형태 분포

애니메이션산업 사업체형태 분포는 ‘회사법인’의 형태가 80.7%를 차지하면서 2009년 대비 0.2%p 증가한 것으로 나타났다.

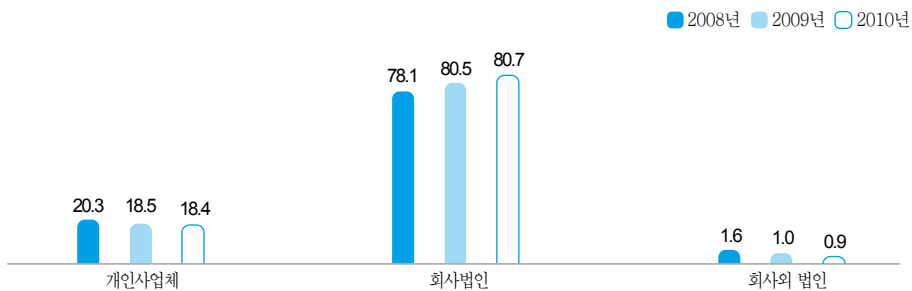
<표 3-1-5> 애니메이션산업 사업체형태 분포

(단위: %)

진출 경로 구분	2008년(N=196개)	2009년(N=200개)	2010년(N=228개)	전년대비 증감(%p)
개인사업체	20.3	18.5	18.4	▽0.1
회사법인	78.1	80.5	80.7	0.2
회사의법인	1.6	1.0	0.9	▽0.1
합계	100.0	100.0	100.0	-

<그림 3-1-2> 애니메이션산업 사업체형태 분포

(단위: %)



3. 애니메이션산업 경영형태 분포

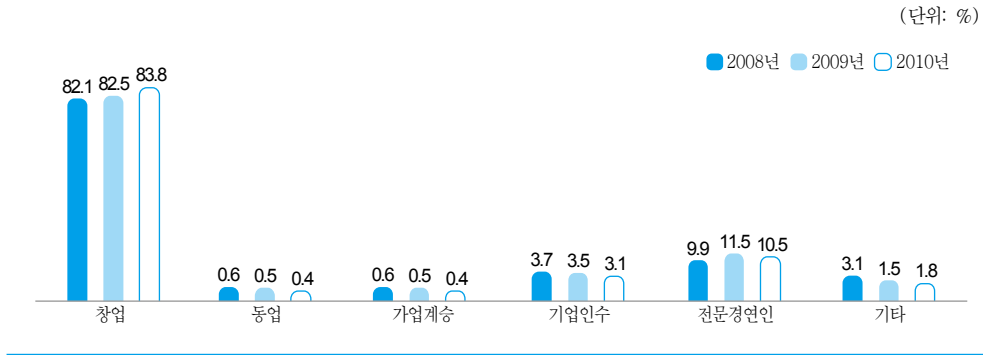
애니메이션산업 경영형태 분포 가운데 ‘창업’이 83.8%를 차지하였으며, 이는 2009년 대비 1.3%p 증가한 것이다.

<표 3-1-6> 애니메이션산업 경영형태 분포

(단위: %)

진출 경로 구분	2008년(N=196개)	2009년(N=200개)	2010년(N=228개)	전년대비 증감(%p)
창업	82.1	82.5	83.8	1.3
동업	0.6	0.5	0.4	▽0.1
가업계승	0.6	0.5	0.4	▽0.1
기업인수	3.7	3.5	3.1	▽0.4
전문경영인	9.9	11.5	10.5	▽1.0
기타	3.1	1.5	1.8	0.3
합계	100.0	100.0	100.0	-

<그림 3-1-3> 애니메이션산업 경영형태 분포



제2절

| 산업 규모 |

1. 애니메이션산업 총괄

2010년 애니메이션산업의 사업체수는 308개이며, 종사자는 4,349명으로 나타났다. 매출액은 애니메이션 극장 매출액과 애니메이션 창작제작업 매출액 증가에 따라 5,143억 원이며, 부가가치액은 2,171억 원이었고, 부가가치율은 42.20%로 조사되었다. 수출액은 9,682만 달러이며, 수입액은 695.1만 달러인 것으로 조사되었다.

애니메이션산업은 2005년 200개 사업체에서 2010년 308개 사업체로 증가해 연평균증감률은 9.0%로 나타났다. 매출액은 2005년 2,338억 원에서 2010년 5,143억 원으로 약 2.2배 증가했다. 부가가치액은 2005년 422억 원에서 2010년 2,171억 원으로 38.8% 증가했다. 이는 애니메이션산업이 고부가가치 산업으로 전환되고 있음을 나타내고 있으며, 성장가능성이 매우 높은 산업임을 보여주는 것이다.

애니메이션산업은 과거에는 비록 OEM 방식으로 해외 대작 애니메이션 작품에 참여했으나, 기술력은 해외 어느 나라와 견주어도 손색이 없을 정도로 발전했다. 그간 기획력과 시나리오의 부족으로 OEM 방식을 벗어나지 못하고 있었으나, 최근 몇 년간 국제경쟁력을 갖춘 기술력에 뛰어난 기획력, 탄탄한 시나리오, 정부 및 지방자치단체의 적극적인 지원이 더해지면서 국내 창작 애니메이션은 양적으로나 질적으로 큰 성장을 이루고 있다. 여기에 TV 애니메이션 위주의 제작에서 벗어나 극장 애니메이션과 애니메이션을 기반으로 한 교육용 애플리케이션 등 다양한 형태의 제작으로 분화하며 발전하고 있다.

또한 국내 애니메이션산업은 3D, VR, AR 등 첨단CT 기술이 접목되면서 노동집약적 산업에서 기술집약적 산업으로 변화되고 있어, 저부가가치적 고용의 창출은 정체될 전망이다. 저부가가치 제작인력을 고부가가치 제작인력으로 전환시킬 수 있도록 체계적인 교육이 필요할 것으로 사료된다.

<표 3-1-7> 애니메이션산업 총괄

구분	사업체수 (개)	종사자수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가 가치율(%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)
2005년	200	3,580	233,855	42,214	18.05	78,429	5,458
2006년	260	3,412	288,564	70,333	30.96	66,834	5,095
2007년	283	3,847	311,166	122,506	39.37	72,770	8,148
2008년	276	3,924	404,760	167,287	41.33	80,583	6,132
2009년	289	4,170	418,570	175,213	41.86	89,651	7,397
2010년	308	4,349	514,399	217,101	42.20	96,827	6,951
전년대비증감률(%)	6.6	4.3	22.9	23.9	-	8.0	▽6.0
연평균증감률(%)	9.0	4.0	17.1	38.8	-	4.3	5.0

※ 2006년 기준조사 부가가치액은 극장 매출액(61,099백만 원)과 방송사 수출액(292백만 원)을 제외한 매출액(227,173백만 원)만을 토대로 계산한 부가가치임. 2006년 부가가치율 : (70,333/227,173)*100 = 30.96 2007년 기준조사부터는 포함시켜 부가가치 산출함

<표 3-1-8> 애니메이션산업 사업체별 평균매출액 및 종사자별 평균매출액 현황 (2010년)

중분류	소분류	사업체수 (개)	매출액 (백만 원)	종사자수 (명)	1인당 평균매출액 (백만 원)	업체당 평균매출액 (백만 원)
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	182	227,961	2,282	100	1,253
	애니메이션 하청제작	101	113,695	1,815	63	1,126
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	8	2,108	38	55	264
	소계	291	343,764	4,135	83	1,181
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	9	17,948	121	148	1,994
	소계	9	17,948	121	148	1,994
온라인 애니메이션유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	8	5,322	93	57	665
	소계	8	5,322	93	57	665
애니메이션산업 전체*		308	367,034	4,349	84	1,192

*애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액 및 방송사 수출액 제외

애니메이션산업은 1인당 평균 매출액이 8,400만 원이며, 사업체당 평균 매출액은 11억 9,200만 원으로 나타났다. 애니메이션 제작업 1인당 평균 매출액은 8,300만 원이며, 이중 애니메이션 창작제작업은 1억 원, 애니메이션 하청제작업은 6,300만 원으로 애니메이션 창작제작업이 애니메이션 하청제작업보다 1인당 평균 매출액이 약 3,700만 원 더 높은 것으로 나타났다. 사업체당 매출액 또한 애니메이션 창작제작업이 애니메이션 하청제작업보다 약 1억 2,700만 원 더 높은 것으로 분석되었다. 한국 애니메이션산업에서 하청제작보다 창작제작이 더 높은 매출구조를 가지고 있는 것

으로 나타났는데, 따라서 국내 창작 애니메이션이 더 발전할 수 있도록 지금보다 더 많은 정책적 지원이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

2. 애니메이션 콘텐츠 제작 지출 현황

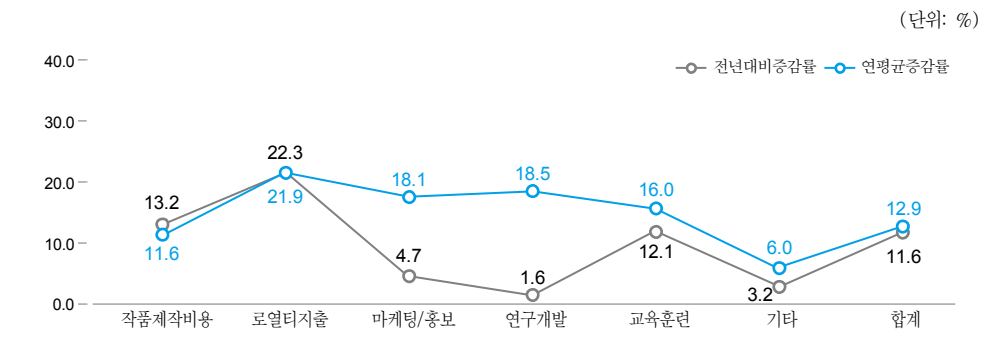
애니메이션 콘텐츠 제작 관련 지출은 2010년에 925억 원으로 나타나 전년대비 11.6% 증가했고, 연평균증감률은 12.9%로 나타났다. 작품제작비용은 694억 원으로 전년대비 13.2% 증가했으며, 연평균증감률은 11.6%로 나타났다. 로열티 지출은 52억 원으로 전년대비와 연평균 각각 22.3%, 21.9% 증가한 것으로 나타났고, 마케팅 홍보는 68억 원으로 전년대비 4.7%, 연평균 18.1% 증가했다. 연구개발은 72억 원으로 전년대비 1.6% 증가하였으며, 연평균증감률은 18.5%로 조사됐고, 교육훈련은 1억 원으로 전년대비 12.1%, 연평균 16.0% 증가했다. 기타는 34억 원으로 전년대비 3.2%, 연평균 6.0% 증가한 것으로 조사되었다.

<표 3-1-9> 애니메이션 콘텐츠 제작 관련 지출 현황

(단위: 백만 원)

연도	작품제작비용	로열티 지출	마케팅·홍보	연구개발	교육훈련	기타	합계
2008년	55,784	3,559	4,939	5,157	145	3,051	72,635
2009년	61,345	4,327	6,585	7,123	174	3,322	82,876
2010년	69,473	5,291	6,892	7,238	195	3,427	92,516
전년대비증감률(%)	13.2	22.3	4.7	1.6	12.1	3.2	11.6
연평균증감률(%)	11.6	21.9	18.1	18.5	16.0	6.0	12.9

<그림 3-1-4> 애니메이션 콘텐츠 제작 관련 전년대비증감률 및 연평균증감률



3. 애니메이션산업 부가사업 연계 현황

애니메이션 부가사업 연계 현황을 보면 2010년에 조사된 부가사업은 총 1,693개로 2009년에 비해 3.4% 증가했다. 산업별로 보면 음악과 영화를 제외한 다른 업종과의 연계 사업이 전년도보다 늘어났으며, 특히 테마파크, 캐릭터상품, 출판에서의 부가사업이 많이 증가한 것으로 보인다.

<표 3-1-10> 애니메이션산업 부가사업 연계 현황

		(단위: 건)			
연계업종	적용 예	2008년	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)
애니메이션	타 매체 애니메이션	592	595	611	2.7
캐릭터상품	캐릭터 및 캐릭터 상품 개발, 제조, 라이선스, 유통, 인터넷·모바일 캐릭터 서비스 및 아바타	331	372	398	7.0
만화	만화출판(만화잡지, 일일단행본, 코믹스, 학습교양) 디지털만화(온라인 만화방/포털사이트)	26	28	28	0.0
음악	음반, 음악공연(콘서트, 뮤지컬) 디지털음악(벨소리, 통화연결음, 스트리밍, MP3 다운로드)	22	25	23	▽8.0
게임	게임 개발 및 배급(PC·온라인·아케이드·비디오·모바일 게임 등)	39	42	45	7.1
영화	영화의 제작·배급·수입, 비디오 제작·유통 디지털영화(디지털 영화 제작, 온라인영화 서비스, 컴퓨터 그래픽)	17	21	19	▽9.5
방송/ 드라마	지상파방송(TV, 라디오, 프로그램제작), 유선방송, 위성방송 디지털방송(디지털 위성방송, 웹캐스팅, 모바일방송)	139	141	145	2.8
출판	서적출판, 잡지 및 정기간행물, 신문발행, 전자출판 (온라인잡지, e-book)	52	55	58	5.5
광고	광고대행, 인터랙티브(모바일, 인터넷)광고, 기타 광고업	141	142	143	0.7
기타	테마파크	27	29	32	10.3
	웹정보콘텐츠, 에듀테인먼트 콘텐츠(교육용 콘텐츠)	159	161	162	0.6
	디자인, 공연(음악제외), 공예 등 위에 예시되지 않은 기타 문화산업	25	27	29	7.4
총계		1,570	1,638	1,693	3.4

제3절

| 매출 현황 |

1. 애니메이션산업 전체 매출액 현황

2010년 애니메이션산업 매출액은 5,143억 원으로 전년대비 22.9% 증가하였으며, 연평균증감률은 12.7%로 나타났다. 중분류별로 보면 애니메이션 제작업은 3,437억 원으로 전년대비 2.1% 증가하였으며, 연평균증감률은 6.1%였다. 애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보는 179억 원으로 전년대비 9.9% 증가하였으며, 연평균증감률은 7.4%로 나타났다. 그러나 온라인 애니메이션 서비스업은 53억 원으로 전년대비 3.4% 감소했으며, 연평균증감률 또한 -20.4%로 나타났다. 극장 매출액은 1,450억 원으로 전년대비 158.4% 증가하였으며, 연평균증감률은 44.9%였다. 방송사 수출액은 22억 원으로 전년대비 41.7% 감소하였으며 연평균증감률 또한 -38.8%였다. 애니메이션산업의 창작제작업은 2008년 1,683억 원에서 2010년 2,279억 원으로 꾸준히 증가하고 있는 추세인 반면, 애니메이션 하청제작업은 2008년 1,353억 원에서 2010년 1,136억 원으로 지속적인 감소세를 보이고 있다. 국내 애니메이션 창작제작업은 2007년을 기점으로 하청제작업의 매출규모를 능가하고 있으며, 2010년에는 약 2배 정도의 차이가 나고 있다. 국내 애니메이션 창작제작은 TV 애니메이션 위주로 진행되어 왔으나, 2010년을 기점으로 TV 애니메이션 제작과 극장 애니메이션 제작, 애플리케이션 애니메이션 제작 등으로 제작 분야가 다양해지고 있다.

<표 3-1-11> 애니메이션산업 업종별 매출액 현황

중분류	소분류	매출액(백만 원)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
		2008년	2009년	2010년			
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	168,396	211,949	227,961	44.3	7.6	16.3
	애니메이션 하청제작	135,356	122,412	113,695	22.1	▽7.1	▽8.4
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	1,880	2,301	2,108	0.4	▽8.4	5.9
	소계	305,632	336,662	343,764	66.8	2.1	6.1
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	15,558	16,332	17,948	3.5	9.9	7.4
	소계	15,558	16,332	17,948	3.5	9.9	7.4
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	8,407	5,509	5,322	1.0	▽3.4	▽20.4
	소계	8,407	5,509	5,322	1.0	▽3.4	▽20.4
중합계		329,597	358,503	367,034	71.4	2.4	5.5
극장 매출액	극장 매출액	69,052	56,143	145,077	28.2	158.4	44.9
	소계	69,052	56,143	145,077	28.2	158.4	44.9

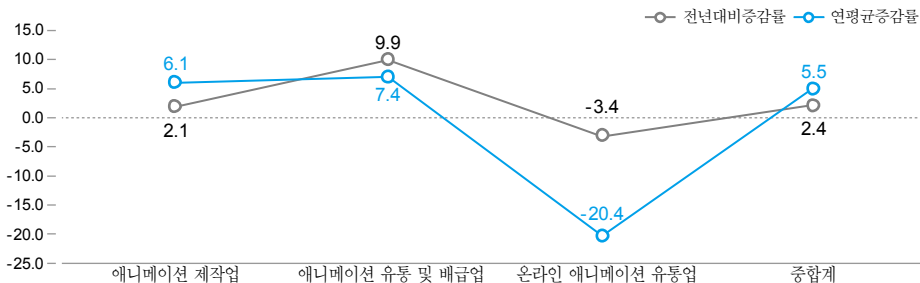
중분류	소분류	매출액(백만 원)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
		2008년	2009년	2010년			
방송사 수출액	방송사 수출액	6,111	3,924	2,288	0.4	▽41.7	▽38.8
	소계	6,111	3,924	2,288	0.4	▽41.7	▽38.8
애니메이션산업 합계		404,760	418,570	514,399	100.0	22.9	12.7

국내 TV 애니메이션은 내수시장이 좁기 때문에 해외 공동제작을 통한 세계시장 진출을 지속적으로 모색하고 있다. 특이점은 해외의 출판사, 완구회사, 영화 배급회사 등 과거에는 애니메이션과 직접적인 관련이 없던 기업들이 국내 애니메이션 창작제작 사업체들과의 공동제작을 선호하고 있다는 점이다. 이는 국내 애니메이션 작품들의 완성도가 높아짐에 따라 애니메이션 영상뿐만 아니라 캐릭터를 이용한 부가적인 사업의 성공 가능성도 확대되고 있기 때문인 것으로 보인다. 또한 인기 원작을 소재로 한 TV 애니메이션 제작이 점점 더 많아지고 있다. 이는 원작에 대한 인지도가 높기 때문에 투자 유치와 출판, 게임, 에듀테인먼트 등 다양한 콘텐츠산업과 연결될 수 있는 기회가 확대될 수 있다는 장점에 주목하기 때문이다. 이러한 가능성을 보여준 작품이 2011년에 상영된 극장 애니메이션 <마당을 나온 암탉>이다. <마당을 나온 암탉>은 이미 100만 부 이상이 판매된 인기 동화책이 원작이다. 뿐만아니라 경기디지털진흥원의 제작지원에 힘입어 탄생한 작품이기도 하며, 200만 이상의 관객을 동원하는 흥행성공을 이루었다.

2010년 국내 극장 애니메이션의 매출액 규모는 1,450억 원으로 대부분이 미국과 일본 애니메이션이었으나, 2011년에는 상당 부분 국내에서 창작제작한 극장 애니메이션 매출액도 포함될 것으로 보인다. 국내 하청제작 애니메이션은 창작제작 애니메이션이 성장할 수 있도록 한 원동력이라 할 수 있으나, 2007년을 기점으로 하락세를 면치 못하고 있다. 이는 2005년부터 중국의 막대한 자본과 인력이 대거 투입되기 시작하면서 국내 하청제작 애니메이션의 물량이 지속적으로 감소하고 있기 때문이며, 2008년 금융위기로 인해 일본과 미국 내에서의 신규 작품에 대한 투자가 이루어지지 않은 점도 하청제작 애니메이션 매출액 감소에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

<그림 3-1-5> 애니메이션산업 업종별 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

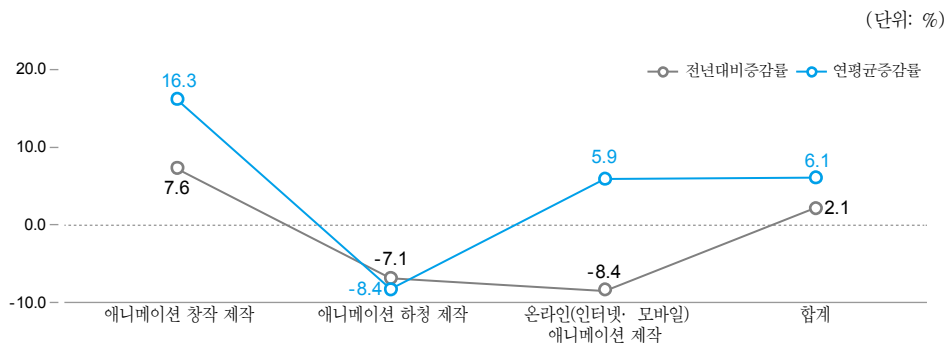
2. 애니메이션 제작업 매출액 현황

애니메이션 제작업 매출액은 3,437억 원으로 전년대비 2.1% 증가하였고, 연평균증감률은 6.1%로 나타났다. 소분류별로는 ‘애니메이션 창작제작’ 매출액이 2,279억 원(66.3%), ‘애니메이션 하청제작’ 매출액이 1,136억 원(33.1%), ‘온라인(인터넷·모바일)애니메이션 제작’ 매출액이 21억 원(0.6%)인 것으로 분석되었다. ‘애니메이션 창작제작’은 2008년에 1,683억 원, 2009년에 2,119억 원, 2010년 2,279억 원으로 꾸준히 증가하고 있는데, 이는 전년대비 7.6% 증가한 것이고, 연평균증감률은 16.3%이다. ‘애니메이션 하청제작’은 2008년 1,353억 원에서 2009년에는 1,224억 원으로 감소했고, 2010년에는 이보다 더 적은 1,136억 원으로 전년대비 7.1% 감소했다. ‘온라인(인터넷·모바일)애니메이션 제작’은 2008년에 18억 원에서 2009년에 23억 원으로 증가했다가 2010년에는 21억 원으로 감소했다. 애니메이션 창작제작업의 기획 및 기술력이 해외에서 인정받으면서 공동투자가 활발히 이루어지고 있으며, 이에 대한 성과도 꾸준히 나타나고 있다. 2010년 10월 4일 프랑스 칸느에서 열린 ‘MIP Junior’에서 <캐니멀>이 국내 애니메이션 최초로 ‘영유아부문’ 1등 작품으로 선정되는 등, 국내 창작애니메이션 작품에 대한 기대감은 점점 커지고 있다. 이러한 성과가 안정적인 매출로 이어질 수 있도록 지속적인 지원이 이루어져야 할 것으로 생각된다.

<표 3-1-12> 애니메이션 제작업 업종별 매출액 현황

소분류	매출액(백만 원)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
애니메이션 창작제작	168,396	211,949	227,961	66.3	7.6	16.3
애니메이션 하청제작	135,356	122,412	113,695	33.1	▽7.1	▽8.4
온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	1,880	2,301	2,108	0.6	▽8.4	5.9
소계	305,632	336,662	343,764	100.0	2.1	6.1

<그림 3-1-6> 애니메이션 제작업 업종별 전년대비증감률 및 연평균증감률



3. 애니메이션 유통 및 배급업 매출액 현황

애니메이션 유통 및 배급업의 매출액은 2008년 155억 원에서 2009년에는 163억 원으로, 2010년에는 179억 원으로 지속적으로 증가하고 있다. 과거에는 주로 방송국이 하청과 제작을 의뢰했기 때문에 마케팅과 홍보의 필요성이 낮았다. 그러나 애니메이션산업이 커지면서 마케팅과 홍보의 필요성이 커지고 있고, 이로 인해 유통과 배급관련 매출액이 증가하고 있다.

<표 3-1-13> 애니메이션 유통 및 배급업 업종별 매출액 현황

소분류	매출액(백만 원)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	15,558	16,332	17,948	100.0	9.9	7.4
소계	15,558	16,332	17,948	100.0	9.9	7.4

4. 온라인 애니메이션 유통업 매출액 현황

2010년 온라인 애니메이션 서비스업 매출액은 53억 원으로 전년대비 3.4% 감소하였고, 연평균 증감률도 -20.4%를 기록했다. 온라인 애니메이션 서비스업 매출액은 2008년 84억 원에서 2009년 55억 원으로, 2010년 다시 53억 원으로 지속적으로 감소하고 있다. 국내 영상 콘텐츠의 불법 다운로드에 대한 대책 수립과 이용자들의 인식 개선이 이루어지기 전에는 온라인 애니메이션 서비스업의 매출액 증대는 당분간 기대하기 어려울 것으로 생각된다.

<표 3-1-14> 온라인 애니메이션 서비스업 업종별 매출액 현황

소분류	매출액(백만 원)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	8,407	5,509	5,322	100.0	▽3.4	▽20.4
소계	8,407	5,509	5,322	100.0	▽3.4	▽20.4

5. 애니메이션산업 사업형태별 매출액 현황

애니메이션산업의 사업형태별 매출액을 보면 ‘창작 및 제작’이 3,223억 원으로 87.8%의 가장 높은 비중을 나타내고 있으며, 그 다음은 ‘유통/배급’으로 매출액이 329억 원, 매출 비중은 9.0%이다. ‘제작 지원’ 매출액은 30억 원으로 0.8%의 비중을 보이며, ‘기타’는 86억 원으로 2.4%의 비중을 나타내고 있다. ‘단순 복제’는 매출이 발생하지 않는 것으로 나타났다. 애니메이션산업의 사업형태별 매출구조는 크게 창작 및 제작과 유통/배급으로 구분될 수 있지만, 거의 대부분의 매출은 창작 및 제작에서 발생되고 있음을 알 수 있다.

<표 3-1-15> 애니메이션산업 사업형태별 업종별 매출액 현황 (2010년)

업종	사업형태	(단위: 백만 원)					합계
		창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	
애니메이션	창작제작	213,333	-	-	10,365	4,263	227,961
애니메이션	하청제작	107,214	3,093	-	-	3,388	113,695
온라인(인터넷·모바일)	애니메이션 제작	1,847	-	-	235	26	2,108
애니메이션	유통, 배급 및 마케팅, 홍보	-	-	-	17,015	933	17,948
온라인	애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	-	-	-	5,322	-	5,322
합계		322,394	3,093	-	32,937	8,610	367,034*
비중(%)		87.8	0.8	-	9.0	2.4	100.0

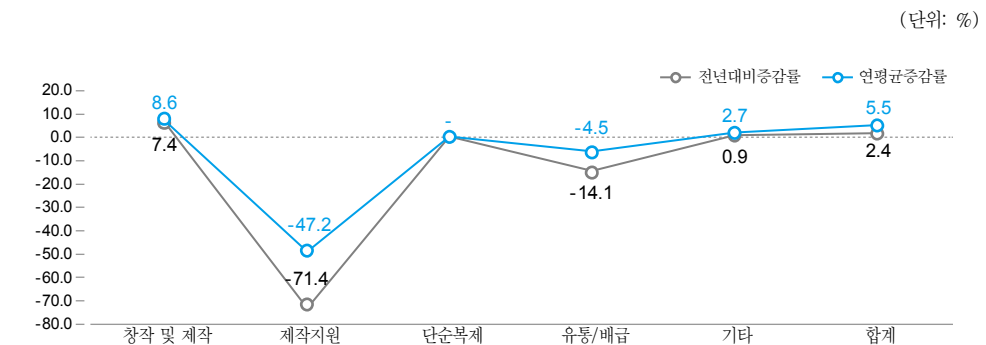
*2010년도 극장 매출액 145,077백만 원 제외, 2010년도 방송사 수출액 2,288백만 원 제외

창작 및 제작의 2008년 매출액은 2,733억 원이었는데, 이것이 2009년 3,000억 원, 2010년에는 3,223억 원으로 증가했다. 이는 국내 창작 애니메이션의 매출액이 증가함에 따른 것으로 창작 및 제작 매출액도 이에 따라 증가했다. 유통/배급의 매출액은 전년대비 14.1% 감소했는데, 이는 애니메이션 작품의 국내·외 유통에 애니메이션 제작사가 직접 참여하는 경우가 적어지고 있는 추세를 반영한다.

<표 3-1-16> 애니메이션산업 사업형태별 연도별 매출액 현황

구분	(단위: 백만 원)					
	창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	합계
2008년	273,390	11,089	842	36,117	8,159	329,597
2009년	300,079	10,803	761	38,326	8,534	358,503
2010년	322,394	3,093	-	32,937	8,610	367,034
전년대비증감률(%)	7.4	▽71.4	-	▽14.1	0.9	2.4
연평균증감률(%)	8.6	▽47.2	-	▽4.5	2.7	5.5

<그림 3-1-7> 애니메이션산업 사업형태별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률



6. 애니메이션산업 매출액 규모별 매출액 현황

2010년 애니메이션산업의 매출액 규모별 매출액 현황을 보면 '10~100억 원 미만'의 사업체 매출액이 2,209억 원으로 전체 매출액에서 가장 높은 60.2%의 비중을 차지했다. '100억 원 이상' 사업체의 매출액은 725억 원이며, 19.8% 비중으로 나타났다. '1~10억 원 미만'의 사업체 매출액은 698억 원으로 19.0%의 비중을 나타냈으며, '1억 원 미만' 사업체의 매출액은 37억 원으로 1.0%의 비중을 보였다. 애니메이션 창작제작 '100억 원 이상'의 사업체 매출액은 전년대비 약 47억 원 정도 증가하였다. 애니메이션 하청제작 '100억 원 이상' 사업체 매출액은 전년에 429억 원이었으나, 2010년에는 100억 원 이상 매출을 발생시킨 사업체는 없는 것으로 나타났다. 이처럼 하청제작의 매출이 감소하고 있고, 대형 하청제작 사업체들도 하청제작에서 창작제작으로 전환하고 있다.

<표 3-1-17> 애니메이션산업 매출액 규모별 업종별 매출액 현황 (2010년)

(단위: 백만 원)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
애니메이션 창작제작	2,078	28,995	124,361	72,527	227,961
애니메이션 하청제작	998	33,847	78,850	-	113,695
온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	35	2,073	-	-	2,108
애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	339	2,487	15,122	-	17,948
온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	308	2,436	2,578	-	5,322
합계	3,758	69,838	220,911	72,527	367,034
비중(%)	1.0	19.0	60.2	19.8	100.0

*2010년도 극장 매출액 145,077백만 원 제외, 2010년도 방송사 수출액 2,288백만 원 제외

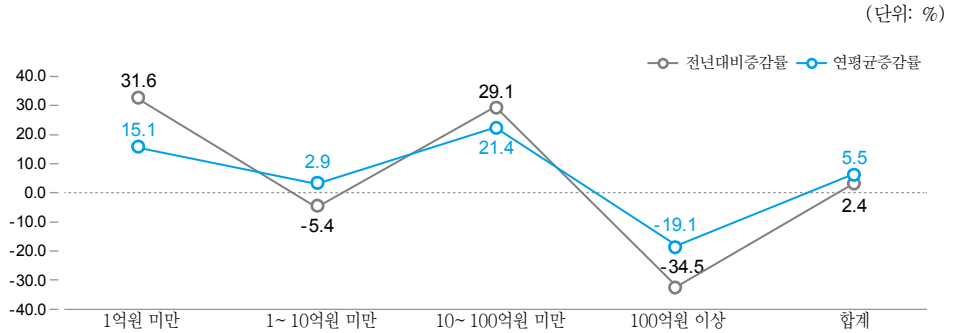
연도별로 매출액 규모별 매출액 현황을 살펴보면, '1억 원 미만 사업체'의 매출액은 2009년 대비 31.6% 증가하여 가장 큰 폭의 증가율을 보였다. '1~10억 원 미만' 사업체의 매출액은 전년대비 5.4% 감소하였으며, '10~100억 원 미만' 사업체의 매출액은 29.1% 증가했다.

<표 3-1-18> 애니메이션산업 매출액 규모별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
2008년	2,835	65,995	149,821	110,946	329,597
2009년	2,855	73,857	171,100	110,691	358,503
2010년	3,758	69,838	220,911	72,527	367,034
전년대비증감률(%)	31.6	▽5.4	29.1	▽34.5	2.4
연평균증감률(%)	15.1	2.9	21.4	▽19.1	5.5

<그림 3-1-8> 애니메이션산업 매출액 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률



7. 애니메이션산업 종사자 규모별 매출액 현황

2010년 애니메이션산업의 종사자 규모별 매출액은 '10~49인' 규모가 1,851억 원으로 전체매출액의 50.5%로 가장 컸다. '50~99인'은 749억 원이며, 이는 20.4%의 비중이다. '5~9인'은 624억 원으로 17.0%를 차지하며, '1~4인'은 444억 원으로 전체 중 12.1%의 비중을 나타내고 있다. 애니메이션산업이 과거 하청제작 위주의 산업에서 창작제작 산업으로 전환되면서, 하청제작만을 하던 대형 사업체들의 인력이 지속적으로 창작제작으로 이직하거나, 또는 대형 사업체들이 소형화되고 있는 상황이다. 이에 따라 대형 하청제작 사업체가 감소하고 있다. 또한 창작 애니메이션 사업자는 제작인력의 고용이 필요한 작품을 제작하기도 하지만, 프리랜서 또는 하청제작 사업체를 활용하기도 하기 때문에 많은 종사자를 고용하지 않는 편이다. 이에 따라 창작제작을 하는 중소형 및 소형 사업체는 꾸준히 증가하고 있으며, 하청제작 사업체들도 중소형 위주로 전환되고 있는 시점이다.

<표 3-1-19> 애니메이션산업 종사자 규모별 업종별 매출액 현황 (2010년)

(단위: 백만 원)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	합계
애니메이션 창작제작	27,100	38,482	105,511	56,868	-	227,961
애니메이션 하청제작	12,176	14,975	68,440	18,104	-	113,695
온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	452	1,656	-	-	-	2,108
애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	2,826	3,945	11,177	-	-	17,948
온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	1,887	3,435	-	-	-	5,322
합계	44,441	62,493	185,128	74,972	-	367,034*
비중(%)	12.1	17.0	50.5	20.4	-	100.0

*2010년도 극장 매출액 145,077백만 원 제외, 2010년도 방송사 수출액 2,288백만 원 제외

연도별로 매출액을 보면 '1~4인' 매출액은 전년대비 15.5% 증가, '5~9인' 매출액은 전년대비 24.1% 증가, 10~49인 매출액은 전년대비 12.4% 증가하였으나, '50~99인' 매출액은 전년대비 20% 감소한 것으로 나타났다. '50~99인' 매출액이 감소한 주요 요인으로는 하청제작 사업체들의 매출액 감소가 지목된다.

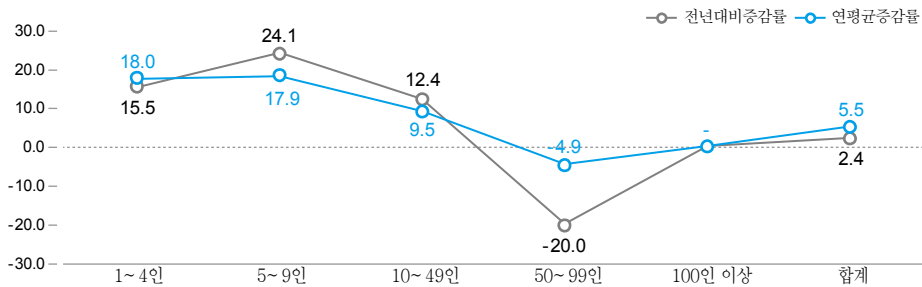
<표 3-1-20> 애니메이션산업 종사자 규모별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	합계
2008년	31,938	44,966	154,276	82,851	15,566	329,597
2009년	38,461	50,345	164,656	93,699	11,342	358,503
2010년	44,441	62,493	185,128	74,972	-	367,034
전년대비증감률(%)	15.5	24.1	12.4	▽20.0	-	2.4
연평균증감률(%)	18.0	17.9	9.5	▽4.9	-	5.5

<그림 3-1-9> 애니메이션산업 종사자 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



8. 애니메이션산업 지역별 매출액 현황

2010년 애니메이션산업에서 서울 지역 매출액이 2,475억 원으로 전체 매출액의 약 67.4%를 차지하고 있다. 경기도가 627억 원으로 약 17.1%, 부산은 126억 원으로 3.5%의 비중을 나타내고 있다.

6개 도시의 매출액은 378억 원으로 전체 매출액의 10.3%를 차지하고 있다. 이는 전년대비 4.5% 증가한 것이며, 연평균증감률은 5.6%로 나타났다. 9개 도의 매출액은 816억 원으로 22.2%를 차지하고 있는데, 이는 전년대비 5.8% 증가한 것이며, 연평균증감률은 12.4%로 조사되었다.

<표 3-1-21> 애니메이션산업 지역별 업종별 매출액 현황* (2010년)

(단위: 백만 원)

구분	애니메이션 제작업	애니메이션 유통 및 배급	온라인 애니메이션유통업	합계	비중(%)	
서울	228,515	14,011	5,020	247,546	67.4	
부산	12,662	-	30	12,692	3.5	
대구	6,328	-	-	6,328	1.7	
인천	4,811	-	-	4,811	1.3	
6개 시	광주	12,467	-	34	12,501	3.4
대전	1,527	-	-	1,527	0.4	
울산	-	-	-	-	-	
소계	37,795	-	64	37,859	10.3	
9개 도	경기도	58,577	3,937	238	62,752	17.1
강원도	7,268	-	-	7,268	2.0	
충청북도	3,713	-	-	3,713	1.0	
충청남도	1,728	-	-	1,728	0.5	
전라북도	3,312	-	-	3,312	0.9	
전라남도	233	-	-	233	0.1	
경상북도	-	-	-	-	-	
경상남도	1,961	-	-	1,961	0.5	
제주도	662	-	-	662	0.2	
소계	77,454	3,937	238	81,629	22.2	
합계	343,764	17,948	5,322	367,034	100.0	

*2010년도 극장 매출액 145,077백만 원 제외, 2010년도 방송사 수출액 2,288백만 원 제외

<표 3-1-22> 애니메이션산업 지역별 연도별 매출액 현황*

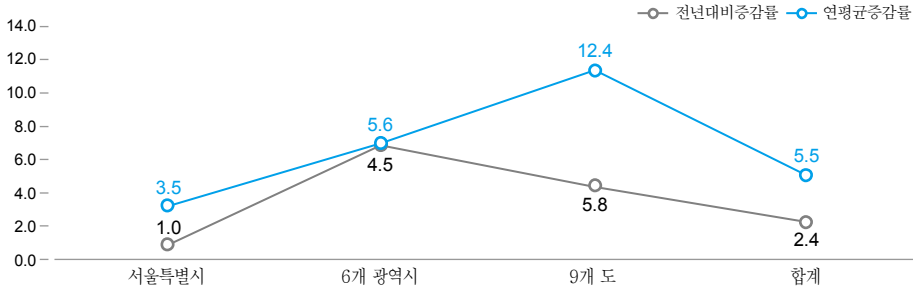
(단위: 백만 원)

구분	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)	
서울	231,029	245,121	247,546	1.0	3.5	
부산	11,002	12,318	12,692	3.0	7.4	
대구	6,417	6,563	6,328	▽3.6	▽0.7	
인천	4,889	4,982	4,811	▽3.4	▽0.8	
6개 시	광주	10,141	10,331	12,501	21.0	11.0
대전	1,527	2,040	1,527	▽25.1	-	
울산	-	-	-	-	-	
소계	33,976	36,234	37,859	4.5	5.6	
9개 도	경기도	48,957	60,576	62,752	3.6	13.2
강원도	4,823	5,139	7,268	41.4	22.8	
충청북도	3,454	3,668	3,713	1.2	3.7	
충청남도	1,527	1,629	1,728	6.1	6.4	
전라북도	3,327	3,328	3,312	▽0.5	▽0.2	
전라남도	274	296	233	▽21.3	▽7.8	
경상북도	-	-	-	-	-	
경상남도	1,711	1,885	1,961	4.0	7.1	
제주도	519	627	662	5.6	12.9	
소계	64,592	77,148	81,629	5.8	12.4	
합계	329,597	358,503	367,034	2.4	5.5	

*2010년도 극장 매출액 145,077백만 원 제외, 2010년도 방송사 수출액 2,288백만 원 제외

<그림 3-1-10> 애니메이션산업 지역별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



9. 애니메이션산업 매체별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출)*

*애니메이션산업 사업형태별 매출액 중 창작 및 제작 매출액만을 토대로 재분석함.

1) 애니메이션산업 전체 매체별 매출액 현황

애니메이션산업 전체 매체별 매출액 현황을 보면 TV 애니메이션 매출액이 2,442억 원으로 가장 많으며, 이는 76.2%의 비중을 차지하고 있다. 2,442억 원 중에서 국내 매출액은 1,570억 원, 해외 매출액은 872억 원으로, 해외보다 국내 매출액이 컸다. TV 애니메이션 매출액은 전년대비 14.0% 증가하였고, 연평균증감률은 13.2%로 나타나, 극장 애니메이션과 홈비디오와 인터넷의 매출액이 감소하고 있는 것과 대조를 이루고 있다. 또한 신규미디어는 209억 원으로 전년대비 4.7% 증가하였고, 연평균증감률은 무려 49.3%로 나타났다.

<표 3-1-23> 애니메이션산업 전체 매체별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액) (2010년)

(단위: 백만 원)

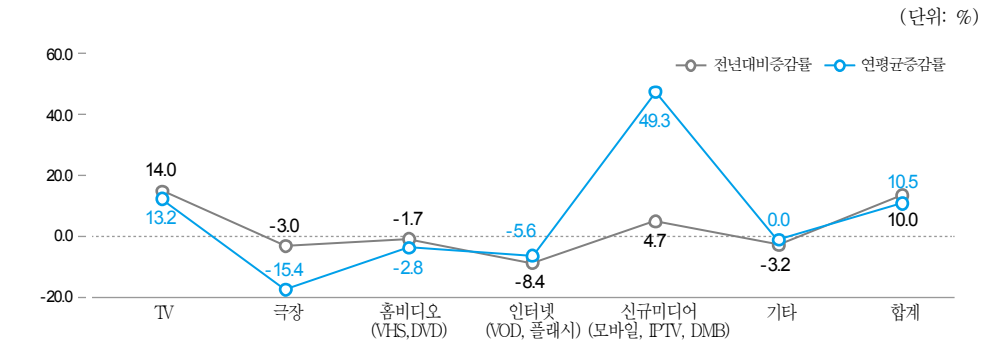
구분	지역	TV	극장	홈비디오 (VHS, DVD)	인터넷 (VOD, 플래시)	신규미디어 (모바일, IPTV, DMB)	기타	합계
애니메이션 창작제작	국내	104,703	4,125	9,637	5,107	18,332	2,625	144,529
	해외	43,585	1,451	6,977	-	-	2,133	54,146
	소계	148,288	5,576	16,614	5,107	18,332	4,758	198,675
애니메이션 하청제작	국내	45,567	6,127	3,359	1,907	1,635	2,155	60,750
	해외	38,005	287	3,688	157	-	4,327	46,464
	소계	83,572	6,414	7,047	2,064	1,635	6,482	107,214
관련	국내	6,735	-	-	397	992	-	8,124
	해외	5,702	-	832	-	-	-	6,534
	소계	12,437	-	832	397	992	-	14,658
전체	국내	157,005	10,252	12,996	7,411	20,959	4,780	213,403
	해외	87,292	1,738	11,497	157	-	6,460	107,144
	합계	244,297	11,990	24,493	7,568	20,959	11,240	320,547
	비중(%)	76.2	3.7	7.7	2.4	6.5	3.5	100.0

<표 3-1-24> 애니메이션산업 전체 매체별 연도별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)

(단위: 백만 원)

구분	TV	극장	홈비디오 (VHS, DVD)	인터넷 (VOD, 플래시)	신규미디어 (모바일, IPTV, DMB)	기타	합계
2008년	190,680	16,762	25,940	8,491	9,400	11,243	262,516
2009년	214,207	12,367	24,921	8,264	20,014	11,616	291,389
2010년	244,297	11,990	24,493	7,568	20,959	11,240	320,547
비중	76.2	3.7	7.7	2.4	6.5	3.5	100.0
전년대비 증감률(%)	14.0	▽3.0	▽1.7	▽8.4	4.7	▽3.2	10.0
연평균 증감률(%)	13.2	▽15.4	▽2.8	▽5.6	49.3	0.0	10.5

<그림 3-1-11> 애니메이션산업 전체 매체별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)



2) 애니메이션 창작제작 매체별 매출액 현황

2010년 애니메이션 창작제작 매출액 중에서는 TV용 제작 매출액이 1,482억 원으로, 전체 1,986억 원 중 약 74.6%를 차지하고 있다. 이는 전년대비 25.5% 증가한 것이며, 연평균증감률은 31.3%이다. 극장 애니메이션 매출액은 55억 원으로 2009년의 56억 원에 비해 1.2% 감소하였으며, 이러한 감소 현상은 2008년부터 지속된 것으로 나타났다. 홈비디오 매출액은 166억 원으로 전년대비 2.2% 증가했고, 연평균증감률은 1.5%였다. 인터넷 애니메이션은 전년대비 3.8% 감소하였으며, 연평균증감률은 1.0%로 나타났다. 신규미디어 애니메이션은 183억 원으로 TV 애니메이션과 마찬가지로 꾸준한 증가 추세에 있다. 국내와 해외를 구분해 살펴보면, 극장, 홈비디오, 인터넷의 국내 매출액은 2008년부터 감소하고 있으나, 해외에서는 매출액이 오히려 증가하고 있다. 국내 매출액에 비하여 해외 매출액이 규모는 작으나 꾸준히 매출을 발생시키고 있으며, 그 규모도 점차 커지고 있으므로, 향후에도 해외 시장에서의 매출이 증가할 수 있도록 지원해야 할 것이다.

<표 3-1-25> 애니메이션 창작제작 매체별 연도별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)

(단위: 백만 원)

구분	연도	TV	극장	홈비디오 (VHS, DVD)	인터넷 (VOD, 플래시)	신규미디어 (모바일, DMB)	기타	합계
국내	2008년	61,256	5,961	11,148	5,206	7,151	1,695	92,417
	2009년	84,138	4,322	10,126	5,306	17,254	2,133	123,279
	2010년	104,703	4,125	9,637	5,107	18,332	2,625	144,529
	전년대비 증감률(%)	24.4	▽4.6	▽4.8	▽3.8	6.2	23.1	17.2
	연평균 증감률(%)	30.7	▽16.8	▽7.0	▽1.0	60.1	24.4	25.1
해외	2008년	24,746	1,168	4,968	-	-	1,833	32,715
	2009년	34,022	1,322	6,125	-	-	1,958	43,427
	2010년	43,585	1,451	6,977	-	-	2,133	54,146
	전년대비 증감률(%)	28.1	9.8	13.9	-	-	8.9	24.7
	연평균 증감률(%)	32.7	11.5	18.5	-	-	7.9	28.6
합계	2008년	86,002	7,129	16,116	5,206	7,151	3,528	125,132
	2009년	118,160	5,644	16,251	5,306	17,254	4,091	166,706
	2010년	148,288	5,576	16,614	5,107	18,332	4,758	198,675
	전년대비 증감률(%)	25.5	▽1.2	2.2	▽3.8	6.2	16.3	19.2
	연평균 증감률(%)	31.3	▽11.6	1.5	▽1.0	60.1	16.1	26.0

3) 애니메이션 하청제작 매체별 매출액 현황

2010년 애니메이션 하청제작 매출액 중에서 TV용 제작 매출액은 835억 원이다. 이는 전체 1,072억 원 중 77.9%의 비중인데, 전년대비 2.5% 감소한 것이며, 연평균증감률은 -6.0%이다. 애니메이션 하청제작의 매출액은 거의 모든 매체에서 감소하고 있는데, 특히 인터넷용 애니메이션 매출액이 가장 큰 폭으로 감소하고 있다. 국내 하청제작 매출액은 607억 원으로 전년대비 5.5% 증가했다. 이는 TV 애니메이션 매출액이 전년대비 12.6% 증가한 것에서 기인하는데, 이외 나머지 매체들의 매출액은 모두 감소하고 있다. 해외 매출액 또한 464억 원으로 2009년 547억 원 대비 15.1% 감소한 것으로 나타났으며, 특히 TV와 극장 그리고 홈비디오 매체의 매출액은 전년과 비교할 때 감소폭이 10% 이상이다.

<표 3-1-26> 애니메이션 하청제작 매체별 연도별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)

(단위: 백만 원)

구분	연도	TV	극장	홈비디오 (VHS, DVD)	인터넷 (VOD, 플래시)	신규미디어 (모바일, DMB)	기타	합계
국내	2008년	42,274	9,128	4,861	2,748	1,451	2,655	63,117
	2009년	40,451	6,325	3,753	2,432	1,862	2,743	57,566
	2010년	45,567	6,127	3,359	1,907	1,635	2,155	60,750
	전년대비 증감률(%)	12.6	▽3.1	▽10.5	▽21.6	▽12.2	▽21.4	5.5
	연평균 증감률(%)	3.8	▽18.1	▽16.9	▽16.7	6.2	▽9.9	▽1.9
해외	2008년	52,385	505	4,365	178	-	5,060	62,493
	2009년	45,284	398	4,122	163	-	4,782	54,749
	2010년	38,005	287	3,688	157	-	4,327	46,464
	전년대비 증감률(%)	▽16.1	▽27.9	▽10.5	▽3.7	-	▽9.5	▽15.1
	연평균 증감률(%)	▽14.8	▽24.6	▽8.1	▽6.1	-	▽7.5	▽13.8
합계	2008년	94,659	9,633	9,226	2,926	1,451	7,715	125,610
	2009년	85,735	6,723	7,875	2,595	1,862	7,525	112,315
	2010년	83,572	6,414	7,047	2,064	1,635	6,482	107,214
	전년대비 증감률(%)	▽2.5	▽4.6	▽10.5	▽20.5	▽12.2	▽13.9	▽4.5
	연평균 증감률(%)	▽6.0	▽18.4	▽12.6	▽16.0	6.2	▽8.3	▽7.6

4) 애니메이션 판권 매체별 매출액 현황

2010년 애니메이션 판권 매출액 중에서는 TV 애니메이션 제작 매출이 124억 원으로 전체 146억 원 중에서 약 84.9%의 비중을 차지하고 있다. 이는 전년대비 20.6% 증가한 수치이며, 연평균증감

률은 11.4%이다. TV 애니메이션을 국내와 해외로 나누어서 보면 국내는 67억 원으로 전년대비 22.5% 증가했고, 해외는 57억 원으로 전년대비 18.4% 증가했다. 애니메이션 관련 매출액에서 TV 애니메이션 관련 매출액이 차지하는 비중은 다른 매체들에 비하여 매우 큰 것을 알 수 있다.

<표 3-1-27> 애니메이션 관련 매체별 연도별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)

(단위: 백만 원)

구분	연도	TV	극장	홈비디오 (VHS, DVD)	인터넷 (VOD, 플래시)	신규미디어 (모바일, DMB)	기타	합계
국내	2008년	5,252	-	-	359	798	-	6,409
	2009년	5,497	-	-	363	898	-	6,758
	2010년	6,735	-	-	397	992	-	8,124
	전년대비 증감률(%)	22.5	-	-	9.4	10.5	-	20.2
	연평균 증감률(%)	13.2	-	-	5.2	11.5	-	12.6
해외	2008년	4,767	-	598	-	-	-	5,365
	2009년	4,815	-	795	-	-	-	5,610
	2010년	5,702	-	832	-	-	-	6,534
	전년대비 증감률(%)	18.4	-	4.7	-	-	-	16.5
	연평균 증감률(%)	9.4	-	18.0	-	-	-	10.4
합계	2008년	10,019	-	598	359	798	-	11,774
	2009년	10,312	-	795	363	898	-	12,368
	2010년	12,437	-	832	397	992	-	14,658
	전년대비 증감률(%)	20.6	-	4.7	9.4	10.5	-	18.5
	연평균 증감률(%)	11.4	-	18.0	5.2	11.5	-	11.6

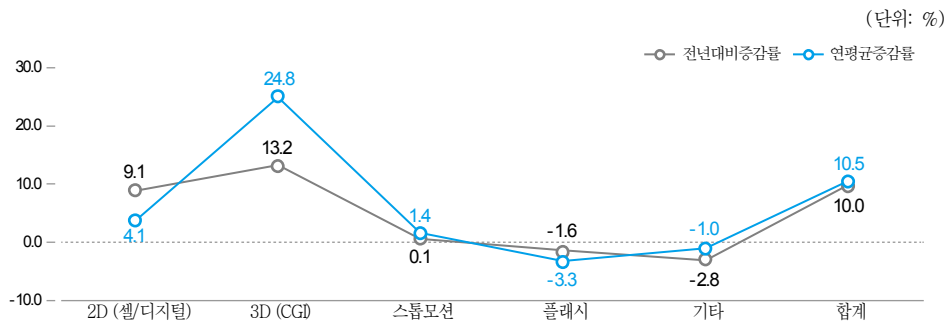
10. 애니메이션산업 제작방식별 매출액 현황 (창작 및 제작 매출액)

애니메이션 제작방식별 매출액 현황을 보면 2D 매출액이 1,781억 원으로 전체 3,205억 원에서 55.6%를 차지하고 있다. 이는 전년대비 9.1% 증가한 수치이고, 연평균증감률은 4.1%이다. 3D는 1,243억 원으로 2009년 1,098억 원보다 13.2% 증가하였으며, 스톱모션은 83억 원으로 전년대비 0.1% 증가했다. 플래시는 44억 원으로 전년대비 1.6% 감소하였으며, 기타는 51억 원으로 전년대비 2.8% 감소한 것으로 조사되었다.

<표 3-1-28> 애니메이션산업 제작방식별 연도별 매출액 현황

구분	연도	(단위: 백만 원)					합계
		2D (셀/디지털)	3D(CGI)	스톱모션	플래시	기타	
창작제작 (관련포함)	2008년	72,076	41,544	5,005	4,505	2,002	125,132
	2009년	85,369	69,317	5,367	4,327	2,326	166,706
	2010년	106,166	80,532	5,479	4,261	2,237	198,675
	전년대비 증감률(%)	24.4	16.2	2.1	▽1.5	▽3.8	19.2
	연평균 증감률(%)	21.4	39.2	4.6	▽2.7	5.7	26.0
외주제작 (하청제작)	2008년	83,279	36,504	3,151	289	2,387	125,610
	2009년	68,547	38,502	3,008	227	2,031	112,315
	2010년	61,275	40,873	2,908	221	1,937	107,214
	전년대비 증감률(%)	▽10.6	6.2	▽3.3	▽2.6	▽4.6	▽4.5
	연평균 증감률(%)	▽14.2	5.8	▽3.9	▽12.6	▽9.9	▽7.6
관련만 소유한 경우	2008년	9,123	1,798	-	-	853	11,774
	2009년	9,412	2,025	-	-	931	12,368
	2010년	10,754	2,937	-	-	967	14,658
	전년대비 증감률(%)	14.3	45.0	-	-	3.9	18.5
	연평균 증감률(%)	8.6	27.8	-	-	6.5	11.6
합계	2008년	164,478	79,846	8,156	4,794	5,242	262,516
	2009년	163,328	109,844	8,375	4,554	5,288	291,389
	2010년	178,195	124,342	8,387	4,482	5,141	320,547
	전년대비 증감률(%)	9.1	13.2	0.1	▽1.6	▽2.8	10.0
	연평균 증감률(%)	4.1	24.8	1.4	▽3.3	▽1.0	10.5

<그림 3-1-12> 애니메이션산업 제작방식별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률



11. 애니메이션산업 부가가치 구성 현황

애니메이션 부가가치액은 2,171억 원으로 전년대비 23.9% 증가했고, 연평균증감률은 13.9%였으며 부가가치액에 따른 부가가치율은 42.20%인 것으로 조사되었다. 부가가치 구성 현황을 보면

인건비가 1,503억 원(69.3%)으로 가장 높는데, 이는 2009년도 인건비 1,201억 원에 비해 25.1% 증가한 수치이다. 경상이익은 285억 원으로 전년대비 21.4% 증가하였으며, 연평균증감률은 12.0%였다. 감가상각비는 213억 원으로 전년대비 35.8% 증가했고, 연평균증감률은 28.7%였다. 순금융비용은 69억 원으로 전년대비 3.7% 증가하였으며, 연평균증감률은 8.8%로 나타났다. 또한 임차료는 53억 원으로 전년대비와 연평균이 각각 15.7%, 8.9% 증가한 것으로 조사되었다. 조세공과는 45억 원으로 전년대비 1.5% 증가하였고, 연평균증감률은 2.5%로 나타났다. 한편, 경상이익의 증가는 애니메이션산업의 이익이 증가되고 있음을 보여주며, 증가폭도 2008년보다 2009년이 더욱 커졌고, 2009년보다 2010년에 더 증가한 것으로 나타났다. 이러한 증가 추세를 지속시켜, 부가가치율이 높은 산업으로써 성장시켜야 할 것이다.

<표 3-1-29> 애니메이션산업 부가가치 구성 현황 (2010년)

(단위: 백만 원)

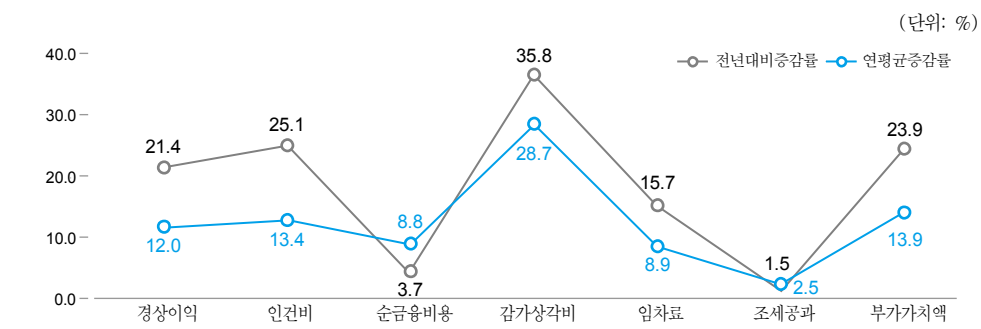
구분	매출액	부가 가치액	부가 가치율	부가가치 구성					
				경상이익	인건비	순금융비용	감가 상각비	임차료	조세공과
애니메이션산업	514,399	217,101	42.20	28,552	150,351	6,931	21,338	5,357	4,572
부가가치액 대비 비중(%)				13.2	69.3	3.2	9.8	2.5	2.1
매출액 대비 비중(%)				5.6	29.2	1.3	4.1	1.0	0.9

<표 3-1-30> 애니메이션산업 연도별 부가가치 구성 현황

(단위: 백만 원)

구분	부가가치 구성 현황						부가가치액
	경상이익	인건비	순금융비용	감가상각비	임차료	조세공과	
2008년	22,751	116,934	5,855	12,881	4,517	4,349	167,287
2009년	23,528	120,148	6,683	15,718	4,631	4,505	175,213
2010년	28,552	150,351	6,931	21,338	5,357	4,572	217,101
전년대비증감률(%)	21.4	25.1	3.7	35.8	15.7	1.5	23.9
연평균증감률(%)	12.0	13.4	8.8	28.7	8.9	2.5	13.9

<그림 3-1-13> 애니메이션산업 부가가치 구성 전년대비증감률 및 연평균증감률



제4절

| 수출입 현황 |

1. 애니메이션산업 수출입액 현황

애니메이션산업의 2010년 수출액은 9,682만 달러로 전년대비 8.0% 증가하였으며, 연평균증감률은 9.6%로 나타났다. 수입액은 695만 달러로 전년대비 6.0% 감소하였으나, 연평균증감률은 6.5%였다. 2008년도부터 해외로의 국내 애니메이션 수출이 꾸준히 증가하고 있으며, 수출 대상 국가 또한 점차 다양해지고 있다. 국내 유명 애니메이션이 해외에서 인기를 얻으면서, 그 수출 경로가 더욱 다양해지고, 수출액 또한 점차 늘어날 가능성이 있는 것으로 생각된다.

또한 애니메이션 창작 수출 및 하청 수출을 보면, 애니메이션 창작제작은 6,057만 달러로 2009년 수출액 5,060만 달러와 비교하여 19.7% 증가했다. 반대로 하청제작 수출액은 3,625만 달러로 2009년 수출액 3,904만 달러에서 7.2% 감소했다. 창작제작의 수출액은 증가하고 하청제작의 수출액은 감소하고 있는데, 국내 산업의 창작제작은 성장하고 있지만 하청제작은 그 규모가 점차 축소되면서 수출액에 영향을 주는 것으로 생각된다.

<표 3-1-31> 애니메이션산업 수출 및 수입액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수출액				
	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
애니메이션산업	80,583	89,651	96,827	8.0	9.6
합계	80,583	89,651	96,827	8.0	9.6

구분	수입액				
	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
애니메이션산업	6,132	7,397	6,951	▽6.0	6.5
합계	6,132	7,397	6,951	▽6.0	6.5

<표 3-1-32> 애니메이션 창작 및 하청제작 수출액 비교

(단위: 천 달러)

구분	애니메이션 수출액 비교				
	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
애니메이션 창작제작	43,837	50,602	60,575	19.7	17.6
애니메이션 하청제작	36,746	39,049	36,252	▽7.2	▽0.7
합계	80,583	89,651	96,827	8.0	9.6

2. 애니메이션산업 지역별 수출입액 현황*

*지역별 수출 및 수입액 연평균증감률은 2008~2010년

애니메이션산업의 지역별 수출액 중에서 북미는 5,246만 달러로 전체 수출액의 54.2%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 유럽이 1,952만 달러(20.2%)로 전년대비 18.4% 증가했으며, 연평균증감률은 25.6%이고, 일본은 1,881만 달러(19.4%)로 전년대비 8.3% 증가하였고, 연평균증감률은 5.7%로 나타났다. 중국은 157만 달러(1.6%)로 전년대비 16.3% 증가하였고, 연평균증감률은 17.8%였으며, 동남아는 115만 달러(1.2%)로 전년대비 19.0% 증가했고, 연평균증감률은 56.7%로 나타났다.

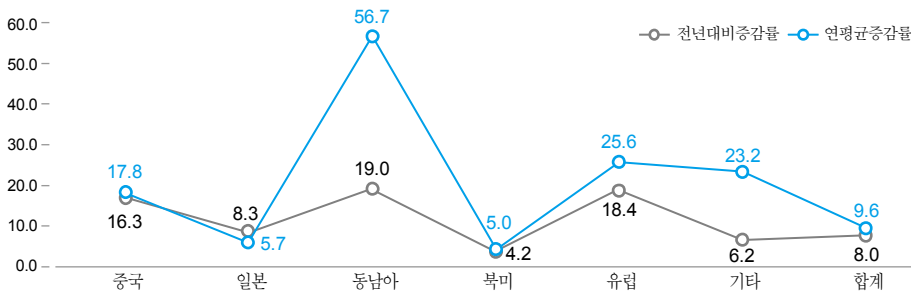
<표 3-1-33> 애니메이션산업 지역별 수출액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수출액					
	2008년	2009년	2010년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	1,136	1,356	1,577	1.6	16.3	17.8
일본	16,851	17,369	18,810	19.4	8.3	5.7
동남아	469	967	1,151	1.2	19.0	56.7
북미	47,568	50,358	52,463	54.2	4.2	5.0
유럽	12,387	16,496	19,527	20.2	18.4	25.6
기타	2,172	3,105	3,299	3.4	6.2	23.2
합계	80,583	89,651	96,827	100.0	8.0	9.6

<그림 3-1-14> 애니메이션산업 지역별 수출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



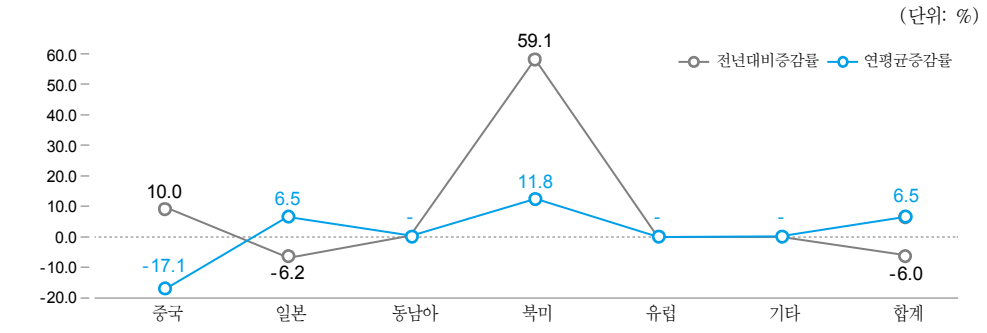
애니메이션산업의 지역별 수입액은 일본이 690만 달러로 전체 수입액의 99.3%를 차지하고 있어, 애니메이션 수입의 대부분이 일본으로부터 이루어지고 있음을 알 수 있다. 일본 외에는 북미가 3만 달러(0.5%), 중국이 1만 달러(0.2%)인 것으로 나타났다.

<표 3-1-34> 애니메이션산업 지역별 수입액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수입액					
	2008년	2009년	2010년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	16	10	11	0.2	10.0	▽17.1
일본	6,088	7,365	6,905	99.3	▽6.2	6.5
동남아	-	-	-	-	-	-
북미	28	22	35	0.5	59.1	11.8
유럽	-	-	-	-	-	-
기타	-	-	-	-	-	-
합계	6,132	7,397	6,951	100.0	▽6.0	6.5

<그림 3-1-15> 애니메이션산업 지역별 수입액 전년대비증감률 및 연평균증감률



3. 애니메이션산업 해외 수출방식

애니메이션산업의 해외 수출방식에서는 해외 에이전트 활용이 38.5%로 가장 높았다. 해외 전시회 및 행사참여는 29.3%, 해외 유통사 접촉은 17.9%, 해외 법인 활용은 8.1%, 국내 에이전트 활용은 6.2%로 조사되었다.

<표 3-1-35> 애니메이션산업 해외 수출방식

(단위: %)

수출방법	진출 경로 구분	2008년	2009년	2010년	전년대비 증감(%p)
		직접 수출	26.4	27.2	29.3
	해외 전시회 및 행사참여	19.5	18.7	17.9	▽0.8
	해외 유통사 접촉	-	-	-	-
	온라인 해외 판매	9.8	8.2	8.1	▽0.1
간접 수출	해외 법인 활용	6.7	6.3	6.2	▽0.1
	국내 에이전트 활용	37.6	39.6	38.5	▽1.1
	해외 에이전트 활용	-	-	-	-
	기타	100.0	100.0	100.0	-
	합계				

4. 애니메이션산업 해외 진출 형태

애니메이션산업의 해외 진출 형태는 LICENSE 형태의 해외 진출이 63.8%로, OEM 수출 방식이 36.2%로 조사되었다. 2008년, 2009년과 비교하여 해외 진출 형태가 LICENSE와 OEM 수출 방식에 집중되고 있다.

<표 3-1-36> 애니메이션산업 해외 진출형태

(단위: %)

해외진출형태	2008년	2009년	2010년	전년대비 증감(%p)
완제품 수출	27.2	-	-	-
LICENSE	25.9	54.2	63.8	9.6
OEM 수출	45.6	44.8	36.2	▽8.6
기술 서비스	1.2	1.0	-	▽1.0
기타	0.1	-	-	-
합계	100.0	100.0	100.0	-

제2장 국내 애니메이션산업 종사자 현황

2010년 애니메이션산업의 총 종사자수는 4,349명으로 전년대비 4.3% 증가하였으며, 연평균증감률은 5.3%로 나타났다. 애니메이션 창작제작과 하청제작을 포함한 애니메이션 제작업에 4,135명이 종사하는데 이는 전체 애니메이션산업 종사자의 95.1%를 차지하고 있다. 유통 및 배급업 종사자는 121명으로 2.8%를 차지했고, 온라인 애니메이션 유통업 종사자는 93명으로 2.1%를 차지하고 있다.

매출액과 비교해 보면 애니메이션 창작제작의 매출액이 증가하면서 종사자 또한 증가한 것으로 나타났으며, 하청제작은 매출액이 감소하였기 때문에 인력 또한 감소 추세에 있는 것으로 보인다. 전체 종사자는 꾸준히 증가하고 있는 추세인데, 이는 애니메이션 창작제작 인력과 애니메이션 유통 및 배급업 인력의 지속적인 증가가 기인한 것으로 보인다.

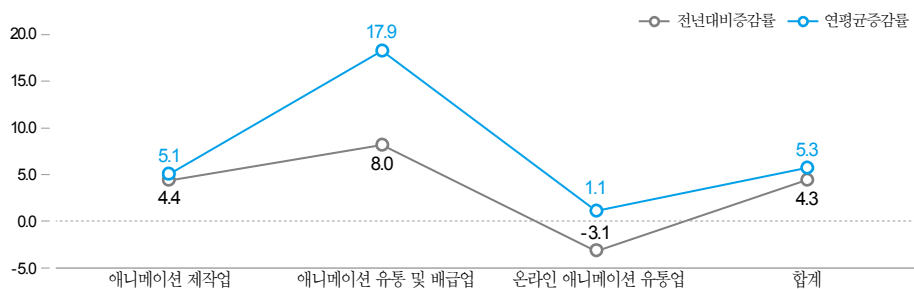
<표 3-2-1> 애니메이션산업 업종별 종사자 현황

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
		2008년	2009년	2010년			
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	1,801	2,025	2,282	52.5	12.7	12.6
	애니메이션 하청제작	1,906	1,896	1,815	41.7	▽4.3	▽2.4
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	39	41	38	0.9	▽7.3	▽1.3
	소계	3,746	3,962	4,135	95.1	4.4	5.1
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	87	112	121	2.8	8.0	17.9
	소계	87	112	121	2.8	8.0	17.9
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	91	96	93	2.1	▽3.1	1.1
	소계	91	96	93	2.1	▽3.1	1.1
애니메이션산업 합계		3,924	4,170	4,349	100.0	4.3	5.3

<그림 3-2-1> 애니메이션산업 업종별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



제1절

| 산업규모별 종사자 현황 |

1. 애니메이션산업 매출액 규모별 종사자 현황

2010년 애니메이션산업의 매출액 규모별 종사자 중에서, 10~100억 원 미만 규모의 종사자가 2,450명으로 전체의 56.3%를 차지했다. 1~10억 원 미만 규모의 종사자는 1,575명으로 36.2%를 차지했고, 100억 원 이상은 182명으로 4.2%, 1억 원 미만은 142명으로 3.3%로 조사되었다.

애니메이션 창작제작의 인력이 전반적으로 증가함에 따라, 1억 원 미만 규모부터 100억 원 이상 규모에 이르기까지 종사자가 두루 증가했다. 하청제작의 100억 원 이상 종사자가 2009년에 134명이었다가 2010년에는 집계되지 않았는데, 이는 하청제작의 100억 원 이상 규모였던 사업체들의 매출이 감소하면서, 이들이 10~100억 원 미만으로 이동했기 때문이다. 또한 창작제작 1억 원 미만 종사자는 2009년에 45명이었으나, 2010년에는 68명으로 증가했고, 하청제작 또한 1억 원 미만 종사자가 2009년에 41명이었으나, 2010년에는 49명으로 증가했다. 애니메이션 창작제작과 하청제작의 1억 원 미만, 1~10억 원 미만 종사자 증가는 신규 사업체들의 진입과 관련이 있는 것으로, 신규 사업체들이 증가하면서 종사자 수도 따라서 증가한 것으로 보인다.

매출액 규모별 종사자를 연도별로 보면 매출액 1억 원 미만 규모의 종사자가 전년대비 29.1%, 연평균 22.9% 증가하여 가장 큰 증가세를 보였고 매출액 100억 원 이상 규모의 종사자는 전년대비 34.1%, 연평균 15.8% 감소하여 큰 감소폭을 나타냈다.

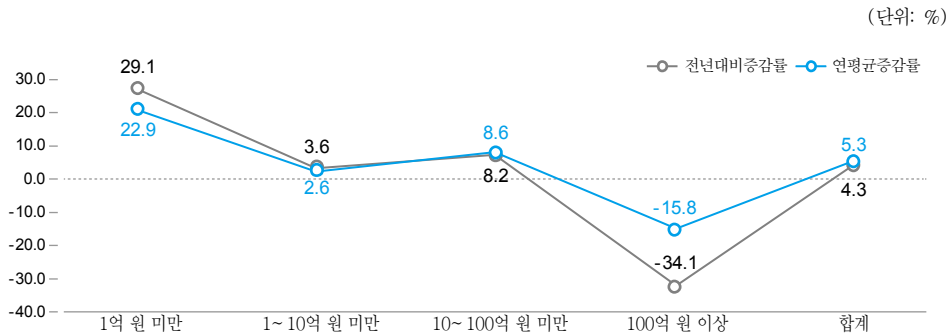
<표 3-2-2> 애니메이션산업 매출액 규모별 업종별 종사자 현황 (2010년)

구분	(단위: 명)				합계
	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	
애니메이션 창작제작	68	726	1,306	182	2,282
애니메이션 하청제작	49	721	1,045	-	1,815
온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	3	35	-	-	38
애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	13	52	56	-	121
온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	9	41	43	-	93
합계	142	1,575	2,450	182	4,349
비중(%)	3.3	36.2	56.3	4.2	100.0

<표 3-2-3> 애니메이션산업 매출액 규모별 연도별 종사자 현황

구분	(단위: 명)				합계
	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	
2008년	94	1,496	2,077	257	3,924
2009년	110	1,520	2,264	276	4,170
2010년	142	1,575	2,450	182	4,349
전년대비증감률(%)	29.1	3.6	8.2	▽34.1	4.3
연평균증감률(%)	22.9	2.6	8.6	▽15.8	5.3

<그림 3-2-2> 애니메이션산업 매출액 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



2. 애니메이션산업 종사자 규모별 종사자 현황

2010년 애니메이션산업의 종사자 규모별 종사자 중에는 10~49인 규모의 종사자가 2,040명으로 가장 많았고, 이는 전체의 약 46.8%이다. 50~99인은 1,195명으로 27.5%로 나타났으며, 5~9인은 733명으로 16.9%, 1~4인은 381명으로 8.8%를 차지하고 있다. 특히 애니메이션 하청제작에서

100인 이상 규모 기업에서 종사하는 사람은 작년에 204명이었으나, 올해는 집계되지 않았는데, 이는 100인 이상 사업체의 인원이 50~99인으로 감소했기 때문이다. 하청제작 종사자 규모의 변동으로 인하여 50~99인 규모 종사자의 비율은 전년에 비교할 때 28.1%나 증가했다.

한편, 애니메이션 창작제작의 1~4인 규모 기업 종사자는 2009년에 126명에서 2010년에는 201명으로 나타나, 비교적 많은 인력이 증가했다. 애니메이션 창작제작 인력의 전반적인 증가를 고려할 때, 소규모 신규 사업체의 설립이 활발한 동시에 기존 사업체의 인력 보강이 진행되고 있는 것으로 해석할 수 있다.

<표 3-2-4> 애니메이션산업 종사자 규모별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	합계
애니메이션 창작제작	201	338	1,162	581	-	2,282
애니메이션 하청제작	103	267	831	614	-	1,815
온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	17	21	-	-	-	38
애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	31	43	47	-	-	121
온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	29	64	-	-	-	93
합계	381	733	2,040	1,195	-	4,349
비중(%)	8.8	16.9	46.8	27.5	-	100.0

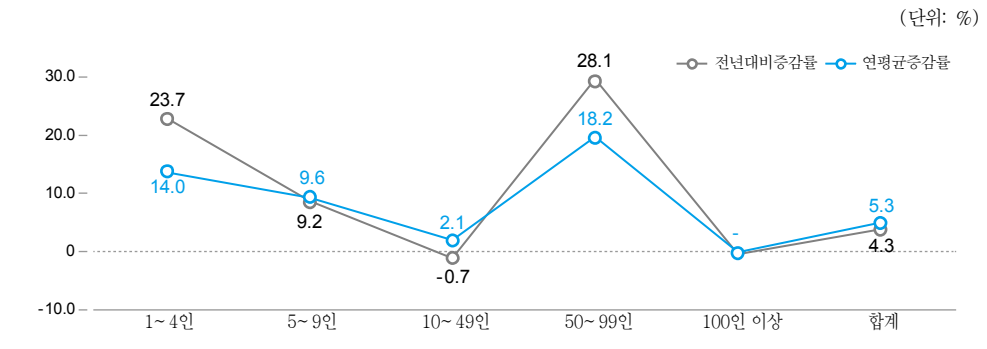
종사자 규모별 종사자를 연도별로 보면 50~99인 규모의 종사자가 전년대비 28.1%로 가장 큰 폭으로 증가했고, 그 다음으로는 1~4인 규모의 종사자가 전년대비 23.7% 증가한 것으로 나타났다. 또한 5~9인은 전년대비 9.2% 증가하였고, 10~49인은 전년대비 0.7% 감소하여 상대적으로 종사자 수의 변화가 많지 않은 것으로 나타났다.

<표 3-2-5> 애니메이션산업 종사자 규모별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	합계
2008년	293	610	1,958	855	208	3,924
2009년	308	671	2,054	933	204	4,170
2010년	381	733	2,040	1,195	-	4,349
전년대비증감률(%)	23.7	9.2	▽0.7	28.1	-	4.3
연평균증감률(%)	14.0	9.6	2.1	18.2	-	5.3

<그림 3-2-3> 애니메이션산업 종사자 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



제2절

| 고용형태별 종사자 현황 |

1. 애니메이션산업 고용형태별 종사자 현황

2010년 고용형태별 종사자를 보면 정규직이 3,263명으로 전체 종사자의 75.0%를 차지하였으며, 비정규직은 1,086명으로 25.0%의 비중을 나타내고 있다. 애니메이션 창작제작에서는 정규직이 1,797명(78.7%), 비정규직이 485명(21.3%)이었다. 하청제작에서는 정규직이 1,260명(69.4%), 비정규직이 555명(30.6%)인 것으로 조사되었다. 또한 온라인 애니메이션 제작의 정규직은 33명(86.8%)이었고, 비정규직은 5명(13.2%)이었다. 애니메이션 유통 및 배급업의 정규직은 91명(75.2%)이며, 비정규직은 30명(24.8%)인 것으로 나타났고, 온라인 애니메이션 유통업은 정규직이 82명(88.2%)이며, 비정규직이 11명(11.8%)인 것으로 조사되었다. 한편, 비정규직 인력 감소를 살펴보면 애니메이션 창작제작 비정규직이 2009년에 504명에서 2010년에는 485명으로 감소했고, 하청제작 비정규직은 2009년에 765명에서 2010년에는 555명으로 감소했다. 이처럼 제작 시장에서 비정규직 인력이 감소하고 있는데, 이는 애니메이션산업 제작 시장에서 고용 안정이 미진하게나마 이루어지고 있음을 보여준다.

<표 3-2-6> 애니메이션산업 고용형태별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자		합계
		정규직	비정규직	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	1,797	485	2,282
	소분류 비중(%)	78.7	21.3	100.0
	애니메이션 하청제작	1,260	555	1,815
	소분류 비중(%)	69.4	30.6	100.0
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	33	5	38
	소분류 비중(%)	86.8	13.2	100.0
	소계	3,090	1,045	4,135
	중분류 비중(%)	74.7	25.3	100.0
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	91	30	121
	소분류 비중(%)	75.2	24.8	100.0
	소계	91	30	121
	중분류 비중(%)	75.2	24.8	100.0
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	82	11	93
	소분류 비중(%)	88.2	11.8	100.0
	소계	82	11	93
	중분류 비중(%)	88.2	11.8	100.0
애니메이션산업 합계		3,263	1,086	4,349
애니메이션산업 비중(%)		75.0	25.0	100.0

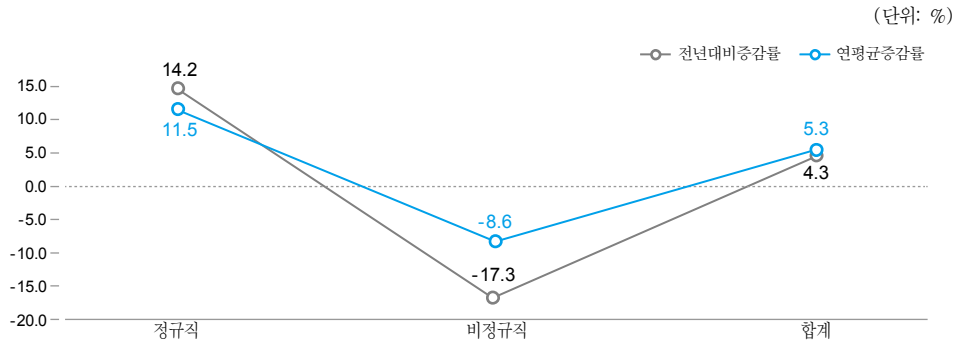
고용형태별 종사자를 연도별로 살펴보면, 정규직은 전년대비 14.2% 증가했고, 연평균증감률은 11.5%였다. 비정규직은 전년대비 17.3% 감소하였으며, 연평균증감률은 -8.6%로 나타나 정규직과는 반대로 점차 비정규직 인력이 감소하고 있는 것으로 보인다.

<표 3-2-7> 애니메이션산업 고용형태별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자		합계
	정규직	비정규직	
2008년	2,625	1,299	3,924
2009년	2,857	1,313	4,170
2010년	3,263	1,086	4,349
전년대비증감률(%)	14.2	▽17.3	4.3
연평균증감률(%)	11.5	▽8.6	5.3

<그림 3-2-4> 애니메이션산업 고용형태별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



2. 애니메이션산업 고용형태별 성별 종사자 현황

2010년 고용형태별 성별 종사자 현황을 보면 정규직 남자는 1,994명으로 45.8%였고, 정규직 여자는 1,269명으로 29.2%였다. 비정규직 남자는 538명으로 12.4%를 차지하였고, 비정규직 여자는 548명으로 12.6%의 비중을 차지하고 있었다.

애니메이션 제작업의 정규직 남자는 1,896명, 정규직 여자는 1,194명이었고, 비정규직 남자는 516명, 비정규직 여자는 529명으로 조사되었다. 또한 애니메이션 유통 및 배급업에서는 정규직 남자가 52명, 정규직 여자가 39명이었고, 비정규직 남자는 16명, 비정규직 여자는 14명인 것으로 나타났다. 온라인 애니메이션 유통업의 정규직 남자와 정규직 여자는 각각 46명, 36명으로 조사되었으며, 비정규직 남자는 6명, 비정규직 여자는 5명인 것으로 나타났다.

<표 3-2-8> 애니메이션산업 고용형태별 성별 및 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자				합계
		정규직		비정규직		
		남자	여자	남자	여자	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	1,088	709	246	239	2,282
	애니메이션 하청제작	788	472	267	288	1,815
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	20	13	3	2	38
	소계	1,896	1,194	516	529	4,135
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	52	39	16	14	121
	소계	52	39	16	14	121
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	46	36	6	5	93
	소계	46	36	6	5	93
애니메이션산업 합계		1,994	1,269	538	548	4,349
비중(%)		45.8	29.2	12.4	12.6	100.0

연도별로 보면 비정규직 여자와 비정규직 남자의 감소폭이 가장 크다. 비정규직 여자는 전년대비 20.3% 감소하였으며, 연평균증감률은 -10.3%였고, 비정규직 남자는 전년대비 13.9% 감소하였으며, 연평균증감률은 -6.7%였다. 반대로 정규직 남자와 정규직 여자는 증가했는데, 특히 정규직 여자의 증가 폭이 가장 크다. 정규직 여자는 전년대비 19.5% 증가하였으며, 연평균증감률은 16.1%였고, 정규직 남자는 전년대비 11.1% 증가했으며, 연평균증감률은 8.8%인 것으로 나타났다.

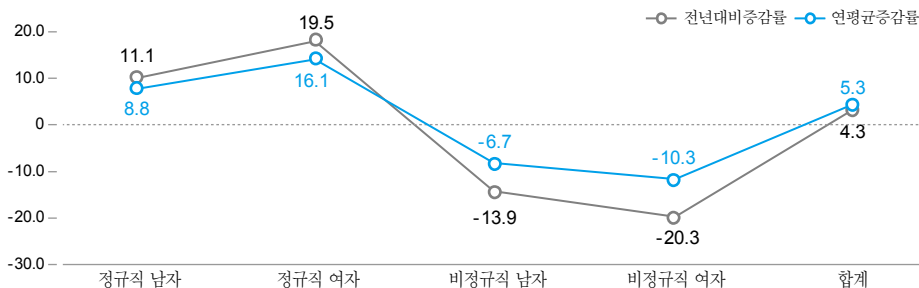
<표 3-2-9> 애니메이션산업 고용형태별 성별 및 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자				합계
	정규직		비정규직		
	남자	여자	남자	여자	
2008년	1,683	942	618	681	3,924
2009년	1,795	1,062	625	688	4,170
2010년	1,994	1,269	538	548	4,349
전년대비증감률(%)	11.1	19.5	▽13.9	▽20.3	4.3
연평균증감률(%)	8.8	16.1	▽6.7	▽10.3	5.3

<그림 3-2-5> 고용형태별 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



3. 애니메이션산업 직무별 종사자 현황

2010년 직무별 종사자를 보면, 제작 종사자가 2,917명으로 전체 종사자의 약 67.1%를 차지하여 가장 큰 비중을 보였다. 관리 종사자는 402명(9.2%)이었으며, 기타(유통) 종사자는 298명(6.9%)으로 조사되었다. 또한 사업기획 종사자는 294명(6.8%)으로 나타났고, 마케팅/홍보 종사자는 289명(6.6%), 연구개발 종사자는 149명(3.4%)으로 조사되었다.

한편, 애니메이션 하청제작의 사업기획 인력은 2009년에 128명에서 2010년에 99명으로 감소하

여 다른 직무 종사자에 비해 많은 수가 감소했다. 사업 기획 직무가 한 사업체의 향후 사업 기획, 미래의 사업 가능성 등을 관리하는 업무임을 감안한다면, 하청제작에서의 사업 기획 인력 감소는 하청제작의 향후 전망이 긍정적이지는 않음을 보여주는 것이라고 추론해 볼 수 있다.

<표 3-2-10> 애니메이션산업 직무별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

증분류	소분류	종사자수						합계
		사업 기획	관리	제작	마케팅/ 홍보	연구 개발	기타 (유통)	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	176	175	1,567	135	96	133	2,282
	애니메이션 하청제작	99	202	1,273	99	48	94	1,815
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	4	2	27	2	1	2	38
	소계	279	379	2,867	236	145	229	4,135
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	5	11	10	45	2	48	121
	소계	5	11	10	45	2	48	121
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	10	12	40	8	2	21	93
	소계	10	12	40	8	2	21	93
애니메이션산업 합계		294	402	2,917	289	149	298	4,349
비중(%)		6.8	9.2	67.1	6.6	3.4	6.9	100.0

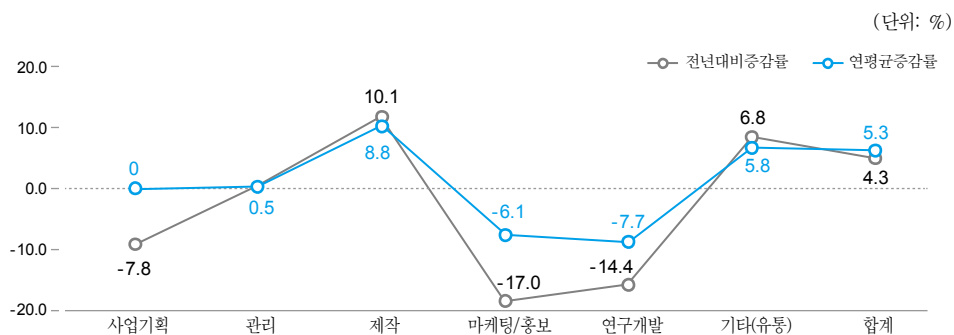
연도별로는 마케팅/홍보 인력이 전년대비 17.0% 감소했고, 연평균증감률도 -6.1%로 큰 감소폭을 나타냈다. 연구 개발 인력 또한 전년대비 14.4% 감소했고, 연평균증감률도 -7.7%로 다른 직무에 비해 매우 큰 감소폭을 나타냈다. 이에 비해 제작 직무는 전년대비 10.1% 증가했고, 연평균증감률은 8.8%로 나타나, 제작 인력의 수요가 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있다.

<표 3-2-11> 애니메이션산업 직무별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자수						합계
	사업기획	관리	제작	마케팅/홍보	연구개발	기타(유통)	
2008년	294	398	2,463	328	175	266	3,924
2009년	319	400	2,650	348	174	279	4,170
2010년	294	402	2,917	289	149	298	4,349
전년대비증감률(%)	▽7.8	0.5	10.1	▽17.0	▽14.4	6.8	4.3
연평균증감률(%)	0.0	0.5	8.8	▽6.1	▽7.7	5.8	5.3

<그림 3-2-6> 애니메이션산업 직무별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



4. 애니메이션산업 제작부문 종사자 현황

애니메이션산업의 제작부문 종사자들 중에서는 기획/연출/감독 부문의 종사자가 293명으로 가장 많았다. 그러나 이는 전년대비 1.0% 감소한 것이며, 연평균증감률 또한 -0.3%를 기록하였다.

<표 3-2-12> 애니메이션산업 제작부문 직무별 종사자 현황

(단위: 명)

업종	연도	기획/연출/ 감독	시나 리오	컨셉 디자이너	캐릭터 디자이너	배경 디자이너	스토리보드 /콘티	Lay-out/ 원화	동화
애니메이션 창작제작	2008년	180	48	72	175	38	101	18	43
	2009년	187	63	81	191	51	110	23	47
	2010년	197	76	95	235	66	125	39	65
	전년대비증감률(%)	5.3	20.6	17.3	23.0	29.4	13.6	69.6	38.3
	연평균증감률(%)	4.6	25.8	14.9	15.9	31.8	11.2	47.2	22.9
애니메이션 하청제작	2008년	115	62	45	48	168	152	75	85
	2009년	109	62	43	49	165	150	73	86
	2010년	96	63	42	55	170	153	72	89
	전년대비증감률(%)	▽11.9	1.6	▽2.3	12.2	3.0	2.0	▽1.4	3.5
	연평균증감률(%)	▽8.6	0.8	▽3.4	7.0	0.6	0.3	▽2.0	2.3
합계	2008년	295	110	117	223	206	253	93	128
	2009년	296	125	124	240	216	260	96	133
	2010년	293	139	137	290	236	278	111	154
	전년대비증감률(%)	▽1.0	11.2	10.5	20.8	9.3	6.9	15.6	15.8
	연평균증감률(%)	▽0.3	12.4	8.2	14.0	7.0	4.8	9.2	9.7

업종	연도	채색	효과/합성	촬영/편집	모델링	디지털 애니메이터	프로그래머	기타	합계
애니메이션 창작제작	2008년	46	85	64	132	69	45	22	1,138
	2009년	63	96	82	153	85	59	31	1,322
	2010년	75	109	103	167	99	68	48	1,567
	전년대비증감률(%)	19.0	13.5	25.6	9.2	16.5	15.3	54.8	18.5%
	연평균증감률(%)	27.7	13.2	26.9	12.5	19.8	22.9	47.7	17.3%
애니메이션 하청제작	2008년	116	138	62	17	142	9	15	1,249
	2009년	118	138	66	18	142	13	16	1,248
	2010년	121	140	68	19	148	19	18	1,273
	전년대비증감률(%)	2.5	1.4	3.0	5.6	4.2	46.2	12.5	2.0
	연평균증감률(%)	2.1	0.7	4.7	5.7	2.1	45.3	9.5	1.0
합계	2008년	162	223	126	149	211	54	37	2,387
	2009년	181	234	148	171	227	72	47	2,570
	2010년	196	249	171	186	247	87	66	2,840
	전년대비증감률(%)	8.3	6.4	15.5	8.8	8.8	20.8	40.4	10.5
	연평균증감률(%)	10.0	5.7	16.5	11.7	8.2	26.9	33.6	9.1

제3절

| 전공/학력별 종사자 현황 |

1. 애니메이션산업 전공별 종사자 현황

애니메이션산업 종사자 전공 현황을 보면, 애니메이션 전공자가 1,463명으로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 이는 전년대비 3.5% 증가한 것이며, 연평균증감률은 3.3%였다. 미술 전공자가 1,035명으로 전년대비 2.6% 증가하였으며, 인문/사회 전공자도 524명으로 전년대비 7.2% 증가했고, 상경계열 전공자도 231명으로 전년대비 4.5% 증가했다. 또한 이공계열 전공자는 462명으로 전년대비 7.2% 증가하였으며, 예체능 전공자는 284명으로 전년대비 5.2% 증가한 것으로 나타났다.

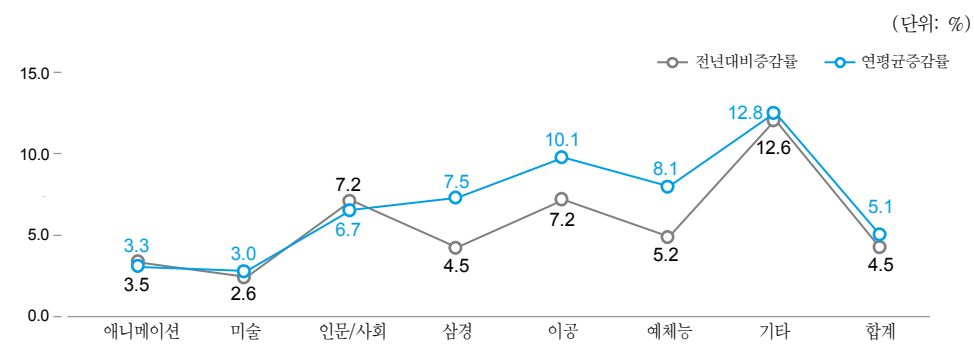
<표 3-2-13> 애니메이션산업 제작부문 전공별 종사자 현황

구분	연도								계
		애니메이션	미술	인문/사회	상경	이공	예체능	기타	
애니메이션 창작제작	2008년	549	587	242	81	185	112	45	1,801
	2009년	591	623	276	105	229	145	56	2,025
	2010년	662	675	317	123	261	176	68	2,282
	전년대비증감률(%)	12.0	8.3	14.9	17.1	14.0	21.4	21.4	12.7
	연평균증감률(%)	9.8	7.2	14.5	23.2	18.8	25.4	22.9	12.6

(단위: 명)

구분	연도	애니메이션	미술	인문/사회	상경	이공	예체능	기타	계
애니메이션 하청제작	2008년	822	388	218	119	196	131	32	1,906
	2009년	823	386	213	116	202	125	31	1,896
	2010년	801	360	207	108	201	108	30	1,815
	전년대비증감률(%)	▽2.7	▽6.7	▽2.8	▽6.9	▽0.5	▽13.6	▽3.2	▽4.3
	연평균증감률(%)	▽1.3	▽3.7	▽2.6	▽4.7	1.3	▽9.2	▽3.2	▽2.4
합계	2008년	1,371	975	460	200	381	243	77	3,707
	2009년	1,414	1,009	489	221	431	270	87	3,921
	2010년	1,463	1,035	524	231	462	284	98	4,097
	전년대비증감률(%)	3.5	2.6	7.2	4.5	7.2	5.2	12.6	4.5
	연평균증감률(%)	3.3	3.0	6.7	7.5	10.1	8.1	12.8	5.1

<그림 3-2-7> 애니메이션산업 전공별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



2. 애니메이션산업 학력별 종사자 현황

2010년 학력별 종사자를 보면 대졸 학력 종사자가 3,478명으로 80.0%의 가장 큰 비중을 차지했다. 전문대졸 종사자는 520명으로 12.0%, 고졸 이하 학력 종사자는 193명으로 4.4%를 나타냈으며, 대학원 졸업 학력 종사자는 158명으로 3.6%의 가장 낮은 비중을 차지했다. 연도별로 보면 대졸 학력 종사자는 전년대비 6.4% 증가했고, 연평균증감률도 7.5%로 가장 큰 폭으로 증가했다. 고졸 이하 학력 종사자는 전년대비 2.1% 증가하였으나, 연평균증감률은 -5.3%를 기록했고, 전문대졸 학력 종사자는 전년대비 5.8% 감소하였으며, 연평균증감률도 -3.63%로 나타났다. 대학원 졸업 학력 종사자는 전년대비 1.9% 감소하였으나, 연평균증감률은 5.5%로 나타나 전반적으로는 증가한 것을 알 수 있다.

<표 3-2-14> 애니메이션산업 학력별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자				합계
		고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원졸 이상	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	63	199	1,928	92	2,282
	애니메이션 하청제작	125	301	1,327	62	1,815
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	2	3	32	1	38
	소계	190	503	3,287	155	4,135
	중분류 비중(%)	4.6	12.2	79.5	3.7	100.0
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	2	7	109	3	121
	소계	2	7	109	3	121
	중분류 비중(%)	1.6	5.8	90.1	2.5	100.0
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 비즈니스업(인터넷/모바일)	1	10	82	-	93
	소계	1	10	82	-	93
	중분류 비중(%)	1.1	10.8	88.2	-	100.0
애니메이션산업 합계		193	520	3,478	158	4,349
애니메이션산업 비중(%)		4.4	12.0	80.0	3.6	100.0

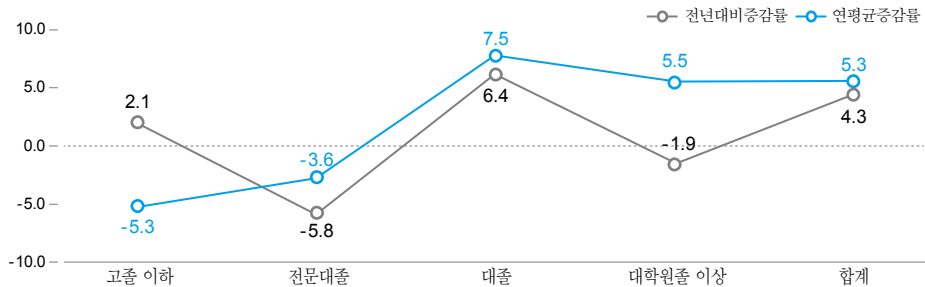
<표 3-2-15> 애니메이션산업 학력별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자				합계
	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원졸 이상	
2008년	215	559	3,008	142	3,924
2009년	189	552	3,268	161	4,170
2010년	193	520	3,478	158	4,349
전년대비증감률(%)	2.1	▽5.8	6.4	▽1.9	4.3
연평균증감률(%)	▽5.3	▽3.6	7.5	5.5	5.3

<그림 3-2-8> 애니메이션산업 학력별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



제4절

| 인구통계학적 종사자 현황 |

1. 애니메이션산업 지역별 종사자 현황

2010년 애니메이션산업의 지역별 종사자를 보면 서울의 종사자는 3,078명으로 전체의 70.8%를 차지하고 있다. 이는 전년대비 4.3% 증가한 것이며, 연평균증감률은 5.5%였다. 다음으로 경기도는 620명으로 14.3%의 비중을 보이고 있으며, 부산은 149명으로 3.4%의 비중을 보이고 있다. 한편, 부산, 대구 등을 비롯한 6개 도시의 종사자는 430명으로 전체의 9.9%를 차지하고 있으며, 9개 도시의 종사자는 841명으로 19.3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 매출액과 마찬가지로 수도권을 중심으로 한 지역적 편중 현상을 보이고 있다.

<표 3-2-16> 애니메이션산업 지역별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

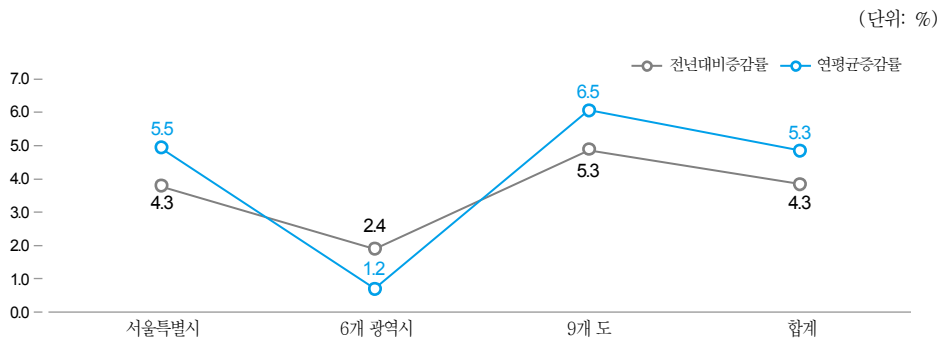
지역	애니메이션 제작업	애니메이션 유통 및 배급	온라인 애니메이션 유통업	합계	비중(%)	
서울	2,905	86	87	3,078	70.8	
부산	148	-	1	149	3.4	
대구	81	-	-	81	1.9	
인천	49	-	-	49	1.1	
6개 시	광주	131	-	1	132	3.0
대전	19	-	-	19	0.4	
울산	-	-	-	-	-	
소계	428	-	2	430	9.9	
경기도	581	35	4	620	14.3	
강원도	79	-	-	79	1.8	
충청북도	47	-	-	47	1.1	
충청남도	21	-	-	21	0.5	
9개 도	전라북도	42	-	-	42	1.0
전라남도	5	-	-	5	0.1	
경상북도	-	-	-	-	-	
경상남도	20	-	-	20	0.5	
제주도	7	-	-	7	0.2	
소계	802	35	4	841	19.3	
합계	4,135	121	93	4,349	100.0	

<표 3-2-17> 애니메이션산업 지역별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)	
서울	2,763	2,951	3,078	4.3	5.5	
6개 시	부산	143	145	149	2.8	2.1
	대구	82	82	81	▽1.2	▽0.6
	인천	49	48	49	2.1	0.0
	광주	125	123	132	7.3	2.8
	대전	21	22	19	▽13.6	▽4.9
	울산	-	-	-	-	-
	소계	420	420	430	2.4	1.2
9개 도	경기도	547	600	620	3.3	6.5
	강원도	60	60	79	31.7	14.7
	충청북도	45	46	47	2.2	2.2
	충청남도	18	19	21	10.5	8.0
	전라북도	41	41	42	2.4	1.2
	전라남도	3	4	5	25.0	29.1
	경상북도	-	-	-	-	-
	경상남도	21	22	20	▽9.1	▽2.4
	제주도	6	7	7	0.0	8.0
	소계	741	799	841	5.3	6.5
합계	3,924	4,170	4,349	4.3	5.3	

<그림 3-2-9> 애니메이션산업 지역별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



2. 애니메이션산업 성별 종사자 현황

2010년 성별 종사자를 살펴보면 남자는 2,532명으로 58.2%를, 여자는 1,817명으로 41.8%를 차지했다. 애니메이션 창작제작에서 남자는 1,334명(58.5%)이었고, 여자는 948명(41.5%)이었다. 애니메이션 하청제작에서는 남자가 1,055명(58.1%)이며, 여자는 760명(41.9%)이었다. 온라인 애니

메이션 제작에서 남자는 23명(60.5%)으로 나타났고, 여자는 15명(39.5%)으로 조사되었다. 애니메이션 유통 및 배급업에서는 남자가 68명(56.2%), 여자가 53명(43.8%)으로 나타났다. 온라인 애니메이션 유통업에서는 남자는 52명(55.9%)으로, 여자는 41명(44.1%)으로 조사되었다.

<표 3-2-18> 애니메이션산업 성별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수		합계
		남자	여자	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	1,334	948	2,282
	소분류 비중(%)	58.5	41.5	100.0
	애니메이션 하청제작	1,055	760	1,815
	소분류 비중(%)	58.1	41.9	100.0
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	23	15	38
	소분류 비중(%)	60.5	39.5	100.0
	소계	2,412	1,723	4,135
	중분류 비중(%)	58.3	41.7	100.0
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	68	53	121
	소분류 비중(%)	56.2	43.8	100.0
	소계	68	53	121
	중분류 비중(%)	56.2	43.8	100.0
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	52	41	93
	소분류 비중(%)	55.9	44.1	100.0
	소계	52	41	93
	중분류 비중(%)	55.9	44.1	100.0
애니메이션산업 합계		2,532	1,817	4,349
애니메이션산업 비중(%)		58.2	41.8	100.0

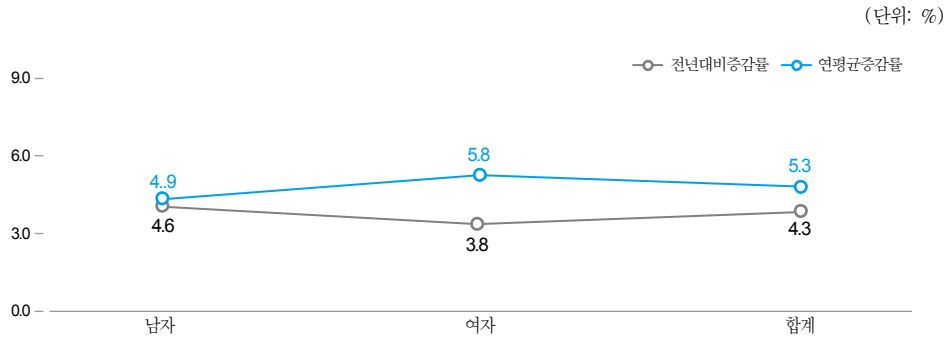
종사자를 연도별로 보면 남자는 전년대비 4.6% 증가하였고, 연평균증감률은 4.9%로 나타났다. 여자는 전년대비 3.8% 증가하였으며, 연평균증감률은 5.8%로 조사되었다.

<표 3-2-19> 애니메이션산업 성별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자수		합계
	남자	여자	
2008년	2,301	1,623	3,924
2009년	2,420	1,750	4,170
2010년	2,532	1,817	4,349
전년대비증감률(%)	4.6	3.8	4.3
연평균증감률(%)	4.9	5.8	5.3

<그림 3-2-10> 애니메이션산업 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



3. 애니메이션산업 연령별 종사자 현황

2010년 연령별 종사자를 보면 30~34세 종사자가 1,417명으로 전체의 약 32.6%를 나타냈다. 29세 이하 종사자는 1,381명으로 31.7%를 차지하고 있고, 35~39세 종사자는 1,052명으로 24.2%를 차지하고 있으며, 40세 이상 종사자는 499명으로 11.5%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

애니메이션 창작제작에서 40세 이상 종사자는 2009년 191명에서 2010년 277명으로 86명 증가하였고, 35~39세는 2009년 412명에서 2010년 537명으로 125명 증가하였다. 반대로 29세 이하 종사자는 2009년 729명에서 2010년 721명으로, 전반적으로 감소 혹은 정체 현상을 보이고 있다. 35세 이상 연령대의 종사자가 애니메이션 창작제작에서 크게 증가하고 있으며, 이러한 현상으로 미루어 보아 애니메이션 창작제작의 종사자 연령이 높아지고 있음을 알 수 있다. 연령간의 균형을 위해서는 비교적 낮은 연령대의 종사자가 꾸준히 유입되는 것이 중요할 것으로 보인다.

<표 3-2-20> 애니메이션산업 연령별 업종별 종사자 현황 (2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자				합계
		29세 이하	30~34세	35~39세	40세 이상	
애니메이션 제작업	애니메이션 창작제작	721	747	537	277	2,282
	애니메이션 하청제작	570	586	462	197	1,815
	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작	16	13	7	2	38
	소계	1,307	1,346	1,006	476	4,135
	중분류 비중(%)	31.6	32.6	24.3	11.5	100.0

중분류	소분류	종사자				합계
		29세 이하	30~34세	35~39세	40세 이상	
애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 마케팅, 홍보	45	33	26	17	121
	소계	45	33	26	17	121
	중분류 비중(%)	37.2	27.3	21.5	14.0	100.0
온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷/모바일)	29	38	20	6	93
	소계	29	38	20	6	93
	중분류 비중(%)	31.2	40.9	21.5	6.4	100.0
애니메이션산업 합계		1,381	1,417	1,052	499	4,349
애니메이션산업 비중(%)		31.7	32.6	24.2	11.5	100.0

연도별로는 40세 이상 인력이 전년대비 21.7% 증가하여 가장 큰 증가폭을 보였으며, 연평균증감률은 12.7%로 나타났다. 35~39세 종사자는 전년대비 12.5% 증가하였고, 연평균증감률은 7.2%를 기록했다. 30~34세 종사자는 전년대비 1.7% 증가하였으며 연평균증감률은 3.4%인 것으로 나타났다, 29세 이하 종사자는 전년대비 3.6% 감소하였으나, 연평균증감률은 3.5%를 나타냈다.

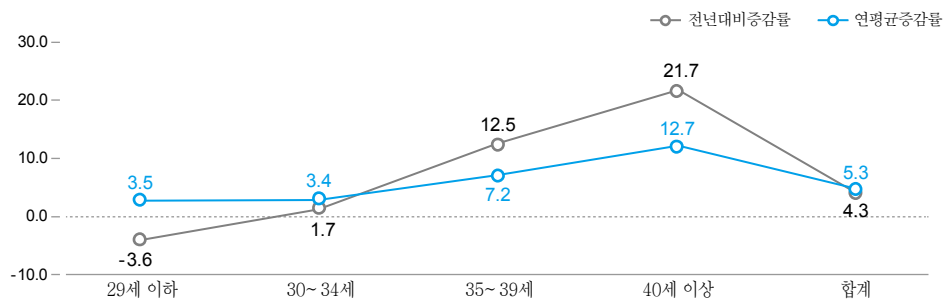
<표 3-2-21> 애니메이션산업 연령별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자				합계
	29세 이하	30~34세	35~39세	40세 이상	
2008년	1,290	1,325	916	393	3,924
2009년	1,432	1,393	935	410	4,170
2010년	1,381	1,417	1,052	499	4,349
전년대비증감률(%)	▽3.6	1.7	12.5	21.7	4.3
연평균증감률(%)	3.5	3.4	7.2	12.7	5.3

<그림 3-2-11> 애니메이션산업 연령별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



제3장 해외 애니메이션산업 동향

제1절 _

| 총괄 |

1. 세계 애니메이션 시장 현황

2010년 전 세계 애니메이션 시장 규모는 170억 달러 시장이며 이는 전년 대비 21.6%의 큰 폭의 성장세를 나타낸 것이다. 2011년에는 2010년 대비 7.1% 하락한 157.9억 달러를 나타낼 것으로 예상되는데 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행 성적이 2010년에 비해 다소 떨어지기 때문이다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <How to Train Your Dragon>, <Tangled> 등 총 5편의 애니메이션 영화가 5억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다.

<표 3-3-1> 2006~2015년 전 세계 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR*
방송	3,570	3,638	3,441	4,113	4,790	5,113	5,535	5,848	6,305	6,711	6.8
영화	3,067	3,237	3,009	3,440	4,351	3,969	4,270	4,586	4,945	5,257	3.9
홈비디오	6,476	6,275	5,922	5,918	7,117	5,959	6,113	6,233	6,482	6,654	-1.0
디지털 배급	236	330	383	512	744	746	887	1,016	1,149	1,267	10.8
합계	13,350	13,480	12,756	13,982	17,002	15,787	16,806	17,684	18,881	19,888	3.2

*연 평균 성장률(Compound Annual Growth Rate)

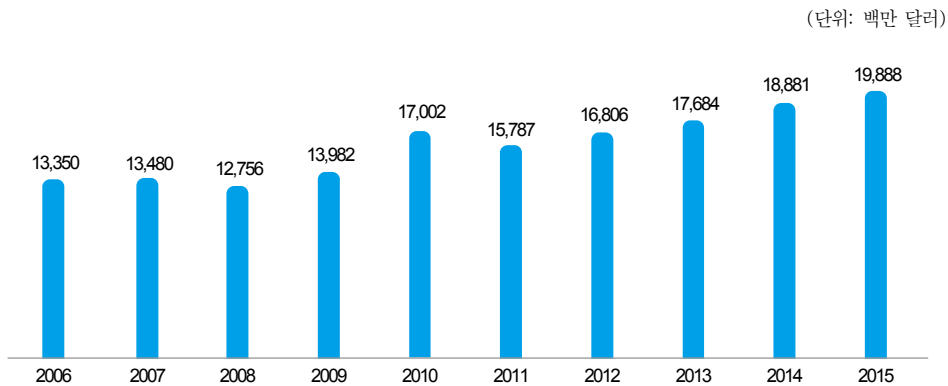
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

애니메이션 시장은 2008년 세계 경제 위기의 여파로 다소 시장 감소세를 보였다. 그러나 최근 몇 년간 등장한 3D입체영상 애니메이션 개봉大作들에 힘입어 2009년부터는 다시 성장세로 돌아섰으며, 2010년에는 큰 폭의 성장세를 기록하게 되었다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우

2010년에 비하여 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년 정도의 흥행 성적을 거두지 못하여 2011년 미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 다소 감소할 것으로 전망된다. 드림웍스의 <Puss in Boots(2011년 10월 28일 개봉)>, 워너브라더스의 <Happy Feet 2(2011년 11월 18일 개봉)>, 소니의 <Arthur Christmas(2011년 11월 23일 개봉)>, 파라마운트의 <The Adventures of Tintin(2011년 12월 21일 개봉)> 등이 개봉될 예정이지만 2010년과 같은 규모의 흥행을 거두기는 어려울 것으로 전망된다.

2012년 이후 전 세계 애니메이션 시장 규모는 다시 성장세에 들어설 것으로 전망된다. 할리우드 메이저사들이 제작중인 3D입체영상 애니메이션 타이틀이 지속적으로 개봉될 것으로 예상되며, 전 세계 3D 상영관 역시 빠른 속도로 증가할 것으로 전망되기 때문이다. 전 세계 애니메이션 시장이 지속적인 성장세에 있는 반면 홈비디오 시장은 당분간 정체 상태에 머무를 것으로 예상된다. 다양한 채널을 통한 디지털 배급이 이 시장을 점차 대체할 것으로 예상되는데, 특히 오프라인 홈비디오 업체들의 디지털 사업 전환 여부가 향후 애니메이션 홈비디오 시장의 향배를 결정할 것으로 전망된다. 이와 함께 스마트TV, 3 Screen, N Screen의 미디어 컨버전스 환경은 애니메이션 시장의 유통 환경 역시 크게 변화시킬 것으로 예상된다.

<그림 3-3-1> 2006~2015년 전 세계 애니메이션 시장 규모 추이

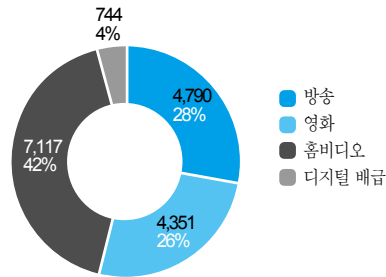


*출처 : MPAА, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficejojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

전 세계 애니메이션 시장에서 가장 큰 시장을 점유하고 있는 분야는 홈비디오 분야로 2010년 71.2억 달러를 기록하며 전체 시장의 42%를 점유하고 있다. 그 다음으로는 방송 분야로 2010년 28%의 점유율을 기록하며 47.9억 달러의 시장규모를 나타내었다. 2010년 애니메이션 영화 분야는 26%의 점유율을 기록하였는데 43.5억 달러의 시장규모를 나타내었다.

<그림 3-3-2> 2010년 전 세계 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



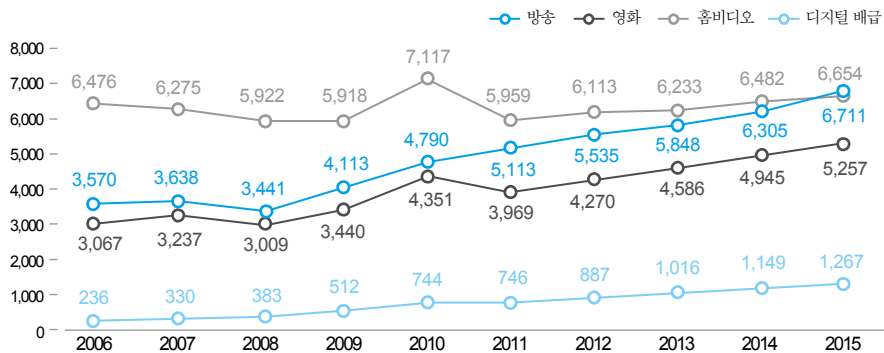
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

애니메이션 분야는 콘텐츠산업 분야 중에서 할리우드 메이저 스튜디오들에 가장 영향을 많이 받는 민감한 분야라고 할 수 있다. 3D 장르가 애니메이션의 주된 장르가 되면서, 엄청난 제작비를 투자하는 할리우드 메이저사들의 개봉작 출시 여부와 또 흥행 여부가 전 세계 애니메이션 시장의 성공 여부를 결정하고 있는 것이 현실이다. 특히 2010년은 전 세계 영화의 개봉관 박스오피스 상위 10위권 내에 할리우드 3D입체영상 애니메이션이 5편이나 들면서 전 세계 애니메이션 시장을 견인하였다.

전 세계 애니메이션 시장의 분야별 시장 규모 추이를 살펴보면, 홈비디오 분야를 제외한 모든 분야에서 성장을 지속할 것으로 예상된다. 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년 출시작들의 커다란 성공으로 인해 2011년 다소 하락할 전망이지만 기타 분야에서는 지속적인 성장을 기록할 것으로 예상된다. 특히 디지털 배급 시장은 2011년 이후 5년 동안 10.8%의 연평균 성장률로 2015년에는 12.7억 달러 규모로 성장할 것으로 예상되는데 이는 오프라인 홈비디오 시장의 19%에 해당하는 시장규모라고 할 수 있다.

<그림 3-3-3> 2006~2015년 전 세계 애니메이션 분야별 시장 규모 추이

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

2011년 이후 5년 동안 전 세계 애니메이션산업은 3.2%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 2015년에는 2백억 달러에 가까운 시장규모를 나타낼 것으로 전망된다. 이는 애니메이션산업 역사상 새로운 기록을 세우게 되는 것인데, 극장용 3D 영화의 지속적인 성공과, 3DTV의 보급 확대, 디지털 배급의 활성화 등 애니메이션산업 분야에는 여러 가지 긍정적인 시장 환경이 마련될 전망이다.

<표 3-3-2> 2006~2015년 권역별 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

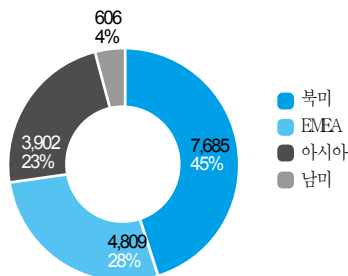
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
북미	6,384	6,433	6,016	6,486	7,685	7,107	7,492	7,829	8,313	8,722	2.6
EMEA	3,852	3,818	3,616	3,992	4,809	4,453	4,695	4,885	5,158	5,369	2.3
아시아	2,715	2,808	2,738	3,042	3,902	3,651	3,996	4,305	4,689	5,029	5.2
남미	400	422	386	462	606	576	623	666	721	769	4.8
합계	13,350	13,480	12,756	13,982	17,002	15,787	16,806	17,684	18,881	19,888	3.2

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

권역별 애니메이션 시장을 살펴보면 북미 지역이 전 세계 시장의 45%를 차지하는 가장 큰 시장이라고 할 수 있는데 2010년 북미 지역의 애니메이션 시장은 76.9억 달러를 기록하였다. 이 중 미국 시장은 66.2억 달러를 기록하며 전 세계 시장의 29%를 점유하고 있다. 성장률 면에서는 아시아와 남미 시장의 성장세가 북미와 유럽 시장의 성장세의 2배 정도를 기록할 것으로 전망된다. 이는 중국, 인도 등 아시아 신흥 국가들의 시장 성장과 함께 일본, 한국 등의 3D입체영상 애니메이션 시장의 성장 때문인 것으로 분석된다.

<그림 3-3-4> 2010년 전 세계 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

국가별 애니메이션 시장을 살펴보면 2010년 미국이 전 세계 애니메이션 시장의 38.9%의 점유율을 나타내며 66.2억 달러를 기록하고 있는 최대 규모의 시장이라고 할 수 있다. 그 뒤를 이어 일본의 애니메이션 시장은 2010년 기준 전 세계 시장의 13.2%의 점유율을 나타내며 세계 제 2위의 시장을 기록하고 있다. 그 다음으로는 유럽의 빅3 국가들이 각각 큰 시장규모를 나타내었다.

성장률 면에 있어서는 중국, 브라질, 인도 등 신흥 경제 국가들의 시장이 급속한 성장을 할 것으로 전망된다. 중국의 경우 2011년 이후 연평균 25.1%의 성장률을 기록하며 2015년에는 8억 달러의 시장 규모를 나타낼 것으로 예상되는데, 이는 전 세계 시장의 5위권에 해당하는 시장규모라고 할 수 있다. 다른 콘텐츠 분야에서 중국의 시장 규모가 2015년 2~3위권에 위치할 것으로 전망되는 가운데, 애니메이션 시장규모의 성장이 다소 지체되는 것은 할리우드 메이저사들이 주도하는 애니메이션 대작들의 중국 내 수입 규제 조치가 영향을 끼칠 것으로 예상된다.

전 세계 애니메이션 시장에 있어서 또 하나의 주목할 만 한 점은 일본, 중국, 한국 등 아시아 국가들과 유럽 국가들이 할리우드 애니메이션에 대항할 수 있는 3D 대작 애니메이션을 제작할 수 있는가 하는 여부이다. 전통적인 애니메이션 강국인 일본의 경우 기존에 영화화 된 흥행 대작들이 있으며 일부 3D화하여 제작하였으나, 글로벌 시장에 커다란 영향을 미칠만한 성공을 거두지는 못하였다. 영국 등 유럽 국가에서도 3D입체영상 애니메이션 스튜디오가 증가하고 있는 가운데, 할리우드 메이저 스튜디오들의 작품에 대항할 만한 3D입체영상 애니메이션이 제작될 수 있는가의 여부도 향후 전 세계 애니메이션 시장에 어느 정도 영향을 미칠 수 있을 것으로 전망된다.

<표 3-3-3> 2006~2015년 주요 국가별 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
미국	5,737	5,664	4,857	5,532	6,621	6,116	6,443	6,751	7,114	7,476	2.5
일본	1,476	1,319	1,811	1,794	2,245	1,897	2,005	2,131	2,244	2,327	5.4
영국	1,024	1,095	942	995	1,225	990	1,097	1,086	1,203	1,249	1.1
프랑스	552	632	523	595	801	721	770	794	839	862	1.6
독일	665	672	591	599	670	596	635	643	680	681	0.5
호주	288	321	360	395	425	460	497	529	567	599	7.0
이탈리아	312	361	326	333	347	340	362	386	409	431	4.4
브라질	243	262	241	267	343	488	469	517	581	637	13.7
인도	189	197	217	204	266	298	335	377	425	477	11.8
중국	60	76	99	143	248	343	447	555	674	803	25.1
10개국 합계	10,545	10,598	9,967	10,856	13,190	12,249	13,060	13,769	14,735	15,543	3.4
전 세계	13,350	13,480	12,756	13,982	17,002	15,787	16,806	17,684	18,881	19,888	3.2

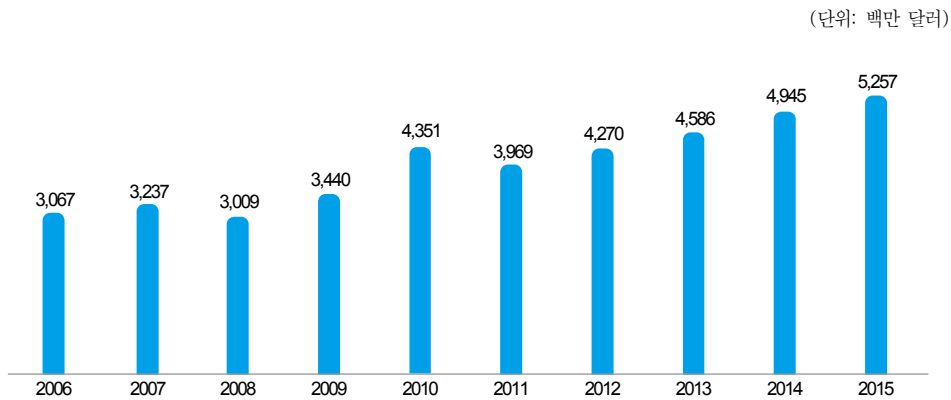
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes, Jetro, Netscribes

2. 세계 애니메이션 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 전 세계 애니메이션의 박스오피스는 43.5억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 26.5%의 기록적인 성장을 이룩한 것이다. 2010년 전 세계 애니메이션의 박스오피스는 역사상 최대 규모였는데 2010년에 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행이 기인하였다고 할 수 있다.

<그림 3-3-5> 2001~2010 전 세계 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 10여 년 동안 전 세계 애니메이션산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년 미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 전체 영화 박스오피스의 15% 수준에 이르게 되는데 이는 역대 최고의 애니메이션 흥행 성적을 기록하게 된 것이다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <How to Train Your Dragon>, <Tangled> 등 총 5편의 애니메이션 영화가 2억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 최대의 흥행 실적을 이뤄낸 것이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균적 입장권 수익 증가가 원인이었다고 할 수 있다.

<표 3-3-4> 2010 전 세계 영화 박스오피스 순위

(단위: 백만 달러)

순위	타이틀	스튜디오	전 세계	미국	기타 국가
1	Toy Story 3	BV	1,063.20	415.00	648.20
2	Alice in Wonderland (2010)	BV	1,024.30	334.20	690.10
3	Harry Potter and the Deathly Hallows Part 1	WB	955.40	295.00	660.40
4	Inception	WB	825.50	292.60	533.00
5	Shrek Forever After	P/DW	752.60	238.70	513.90
6	The Twilight Saga: Eclipse	Sum.	698.50	300.50	398.00
7	Iron Man 2	Par.	623.90	312.40	311.50
8	Tangled	BV	590.70	200.80	389.90
9	Despicable Me	Uni.	543.10	251.50	291.60
10	How to Train Your Dragon	P/DW	494.90	217.60	277.30

*출처 : Boxofficemojo

<표 3-3-5> 2011 전 세계 영화 박스오피스 순위

(단위: 백만 달러)

순위	타이틀	스튜디오	전 세계	미국	기타 국가
1	Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2	WB	1,326.40	379.30	947.10
2	Transformers: Dark of the Moon	P/DW	1,119.10	352.30	766.90
3	Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides	BV	1,039.60	241.10	798.50
4	Kung Fu Panda 2	P/DW	661.60	165.20	496.30
5	Fast Five	Uni.	616.10	209.80	406.30
6	The Hangover Part II	WB	581.50	254.50	327.00
7	Cars 2	BV	550.50	190.10	360.40
8	The Smurfs	Sony	519.60	138.80	380.80
9	Rio	Fox	483.90	143.60	340.20
10	Thor	Par.	448.50	181.00	267.50

*출처 : Boxofficemojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 전 세계 애니메이션 박스오피스 시장은 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 특히 2010년과 2011년에는 전 세계 영화 박스오피스 상위 10위권 안에 애니메이션이 각각 5편, 4편이나 들면서 극장 애니메이션은 그 어느 때보다도 황금기를 맞고 있다. 특히 영화와는 달리 할리우드 메이저 스튜디오들이 거의 독점하다시피 하는 3D입체영상 애니메이션 시장에서 각각의 국가들이 대항할 수 있는 제작 역량을 키우는 것이 향후 극장 애니메이션의 산업의 균형적인 발전에 영향을 주게 될 전망이다.

2) 방송

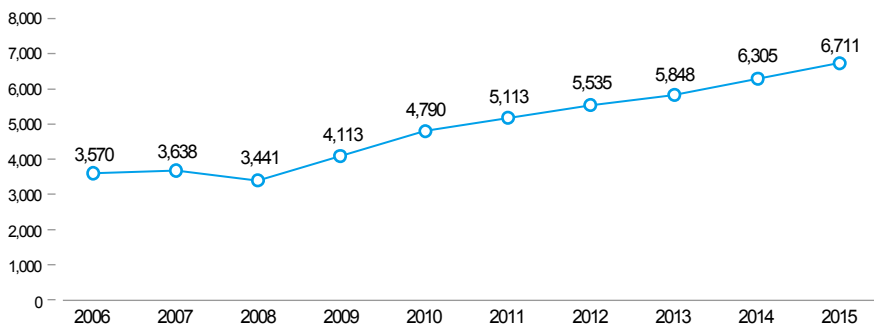
2010년 전 세계 방송용 애니메이션 시장은 47.9억 달러를 기록하며 2009년 대비 16.5%의 증가를 나타내었다. 2008년 금융 위기 이후 침체되었던 방송 광고 시장이 2010년부터 본격적으로 회복되기 시작하였고 이에 따라 방송용 애니메이션 시장의 확대도 이루어졌다. 방송용 애니메이션은 1차적으로 지상파, 케이블, 위성방송사와 같은 방송채널에 애니메이션 방영권을 판매해 수익을 거둔다. 2차 시장에서 가장 큰 수익이 발생하는 부분은 애니메이션 캐릭터, 머천다이징 상품판매이다.

전 세계 방송산업에 있어서 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대되는 추세다. 미국 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하던 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장은 줄어들고, 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 증가하고 있다. 이는 HD급의 디지털 VOD 서비스 등이 확대되면서 DVD의 소장가치가 점차 떨어지게 되고 DTO(Download To Own) 서비스의 확대 등으로 인해 전통적인 홈비디오 판매와 대여가 점차 축소되고 있기 때문이다.

전 세계 방송용 애니메이션 시장은 2008년까지 정체 상태에 머물러 있다가 2009년과 2010년 큰 폭의 성장세를 이어가고 있다. 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 47.9억 달러 규모의 전 세계 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 6.8%의 연평균 성장률을 기록하며, 2015년에는 67.1억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-6> 2010~2015년 전 세계 방송 애니메이션 시장규모 추이

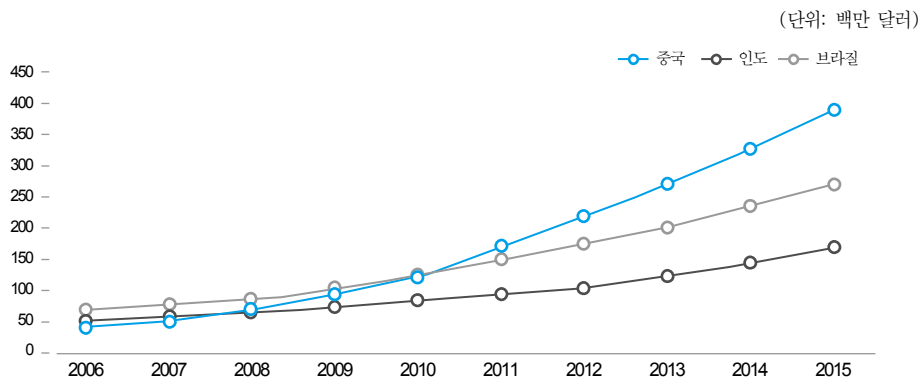
(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

특히 전 세계 방송용 애니메이션의 성장은 중국, 인도, 브라질 등 신흥 경제 국가에서 큰 폭으로 성장하게 될 것으로 전망된다. 2011년 이후 5년간 미국, 일본, 영국 등 방송용 애니메이션 시장규모 상위 3개국의 연평균 성장률이 각각 5.5%, 6.8%, 4.1%의 성장률을 나타낼 것으로 예상된다. 이에 비해 중국, 인도, 브라질 등 신흥 경제 국가들의 성장률은 같은 기간 23.8%, 13.9%, 15.3%의 큰 폭의 연평균 성장률을 기록하게 될 것으로 전망된다. 이러한 신흥 경제 국가들의 방송용 애니메이션 시장의 성장은 유료TV 가입자의 확대, 방송의 디지털 전환에 따른 VOD 시장의 확대가 기인하였는데, 문화산업 선진국에 비하여 방송용 애니메이션 성장의 잠재성이 크기 때문인 것으로 분석된다.

<그림 3-3-7> 2010~2015년 중국, 인도, 브라질 방송 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

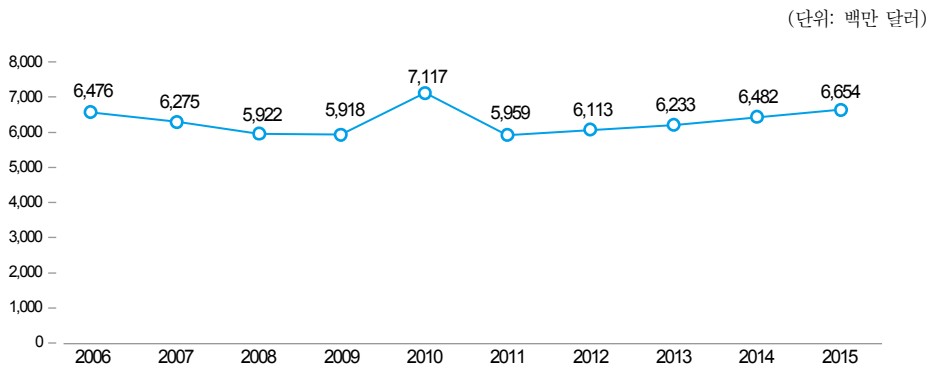
3D입체영상 애니메이션 영화들이 커다란 성공을 거둔 이후 방송용 애니메이션 시장에서도 3D 입체영상 애니메이션의 성공 여부가 매우 큰 관심거리가 된다. 아직은 3DTV의 보급률이 저조하지만, 수년 내에 3DTV의 보급이 급격하게 증가될 것으로 전망되는 가운데, 3D입체영상 애니메이션 영화의 성공이 방송 분야로까지 확대될 것인가의 여부가 향후 전 세계 방송용 애니메이션 시장에 커다란 영향을 줄 것으로 전망된다. 특히 중국, 인도 등 10억 이상의 인구수를 가진 국가들에서의 3DTV 보급 확대는 전 세계 방송용 애니메이션 시장에 커다란 영향을 주게 될 전망이다.

3) 홈비디오

2010년 전 세계 애니메이션 홈비디오 시장은 71.2억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 20.3% 증가한 것이다. 전 세계 애니메이션 홈비디오 시장은 2006년 64.8억 달러를 기록한 이후 2009년까지 지속적인 하락세를 기록하였다. 이는 전통적인 홈 엔터테인먼트에서 큰 비중을 차지하던 홈비디오 산업이 게임 등 기타 산업에 의해 그 시장을 점차 잃어왔기 때문이다.

전 세계 홈비디오 시장을 주도해 왔던 블록버스터(Block Buster)는 미국 최대 DVD 대여업체로 지난 2010년 9월 온라인 시장 확대에 따른 매출 저하 등으로 법정파산보호신청을 냈다. 2011년 4월 미국 비디오대여업체인 블록버스터(Blockbuster)가 디쉬네트워크(Dish Network)에 인수되었는데, 당초 SK텔레콤 등이 인수경쟁을 벌였는데 최종적으로 디쉬네트워크가 인수하였다. 전 세계 홈비디오 시장이 어려움을 겪고 있는 가운데, 2010년 전 세계 애니메이션 홈비디오 시장은 큰 폭의 성장을 이루었으나, 이러한 성장세는 일시적인 현상으로 분석된다. 2011년 전 세계 애니메이션 홈비디오 시장은 다시 16.3%의 하락세를 기록할 것으로 예상된다. 전 세계 애니메이션 홈비디오 시장은 2012년 이후 소폭의 성장세로 돌아설 것으로 전망되는데, 2011년 이후 5년간 2.8%의 연평균 성장률을 기록하며, 2015년에는 66.5억 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망된다.

<그림 3-3-8> 2010~2015년 전 세계 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



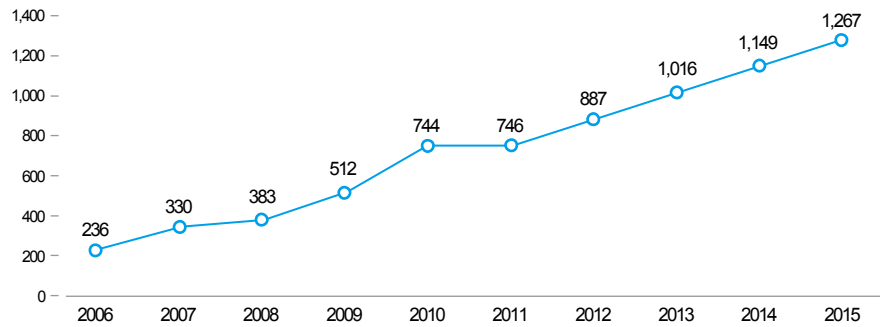
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

4) 디지털 배급

전 세계 애니메이션의 디지털 배급 시장은 7억 4,400만 달러 규모로 추정되고 있으며 2006년 이후 지속적인 성장을 이루어 온 분야라고 할 수 있다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 렌탈 등을 포함하는 온라인 시장은 매우 급격한 성장세를 보이는데, 2011년 이후에도 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다.

<그림 3-3-9> 2010~2015년 미국 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

전 세계 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 5년간 10.8%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상되는데, 2015년 12.7억 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망된다. 이는 2006년 대비 5배가 넘는 성장세를 기록하게 되는 것이며, 오프라인 홈비디오 시장의 20%에 육박하는 시장규모라고 할 수 있다.

제2절

| 일본 |

1. 시장 현황

2011년 일본 애니메이션 시장규모는 19억 달러를 기록하며 전년대비 15.5% 하락할 것으로 예상되고 있는데, 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비하여 크게 못 미치는 수준에 머물렀기 때문인 것으로 분석된다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Karigurashi no Arrietty>, <Pokémon: Diamond Pearl Gen-ei no hasha zoroark> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 2.8억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었고, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <Kokuriko-zaka kara>, <Gekijouban Pokketo monsutâ Besuto wisshu: Pikutini to kuroku eiyuu Zekuromu (Pokemon: Best Wishes)>, <Cars 2>의 3편이 1.5억 달러 이하의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다.

일본 애니메이션 박스오피스 시장은 2010년과 2011년에 각 3편씩 같은 편수의 애니메이션 영화를 전체 영화 박스오피스 순위 10위권 내에 진입시켰고 순위도 각각 2위, 3위, 9위와 3위, 5위, 8위로 순위에 큰 차이가 없었음에도 불구하고 매출 면에서는 약 1.4억 달러, 48.0%의 매출 차액을 기록하고 있다. 이는 2010년과 2011년의 전체 애니메이션 시장 규모가 그만큼 축소되었음을 의미한다.

미국을 비롯한 전 세계 애니메이션 시장은 그 해에 제작되어 개봉된 할리우드 메이저 제작사의 애니메이션 흥행 실적에 따라 비교적 유동적인 특성을 가지고 있다. 지난 10여 년 간은 애니메이션 영화의 제작에 있어서 전성기라고 볼릴 수 있을 만큼 미국과 유럽을 중심으로 다양한 애니메이션 영화들이 제작되었으며 아시아에서는 일본의 애니메이션 영화들이 전 세계적으로 강세를 보여 왔다. 또한 애니메이션 영화는 매년 박스오피스 상위 10위내의 실적을 기록하면서 다른 장르의 영화에 비해 높은 성공률을 보여 왔다.

일반적으로 예산 규모가 부족하여 그 성공 확률이 매우 낮은 유럽 및 아시아 지역의 애니메이션 영화에 비해 미국 메이저 스튜디오들에 의해 제작되는 애니메이션 영화들은 거의 실패가 없는 영화들이라고 할 수 있다. 그러나 일본의 애니메이션산업은 내수 시장에서의 오랜 전통과 인기, 또한 미야자키 하야오로 대변되는 세계적 스타급의 애니메이션 감독들, 소니사의 전 세계적 영화 배급망 등의 인프라로 인해 미국의 뒤를 이어 전 세계에서 가장 큰 애니메이션시장을 보유하고 있다. 일본의 애니메이션 영화는 미국 애니메이션 영화와 마찬가지로 전 세계적으로 배급되는 경우가 많기 때문에 박스오피스에서의 성공이 대부분 홈비디오 시장에서도 성공한다는 것을 의미하며, 따라서 한 편의 애니메이션 영화의 성공은 그 파급효과가 매우 크다고 하겠다.

일본 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 6억 달러로 2009년에 비해 크게 증가한 것이다. 이는 2010년 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데 일본 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 3개를 차지하였다. 한 가지 특이한 점은 보통 상위 10개 타이틀 안에 포함되는 애니메이션 영화들이 다른 국가들에서는 대부분 미국 메이저 스튜디오들의 작품인데 반해, 일본에서는 3편 중 1편만이 월트 디즈니사의 <Toy Story 3>였고, 나머지 2편은 자국의 Toho 스튜디오에서 제작한 애니메이션이라는 점이다. 강력한 자국 애니메이션산업을 보유하고 있는 일본의 경우, 2010년 전체 영화 박스오피스 100위권 내 포함된 애니메이션 작품 14편 중 64.3%에 해당하는 9편이 일본 제작사의 작품이었으며 <Despicable Me>를 포함하여 10편이 일본 배급사에 의해 배급되었다. 2010년 일본 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 4.4억 달러를 기록하였는데, 이는 전년대비 3.2% 성장한 것이다. 일본 방송 애니메이션의 경우 주로 TV 애니메이션 수신료 및 광고 수익으로 구성되어 있는데 이 시장은 2007년 18.0%의 큰 폭의 하락세 이후 3년 연속으로 한 자릿 수 초반대의 소규모 성장을 이어가고 있다.

<표 3-3-6> 2006~2015년 일본 애니메이션 시장 규모

구분	(단위: 백만 달러)										2011-2015 CAGR
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
방송	477	403	411	424	437	458	495	531	570	614	6.8
영화	264	205	421	433	600	471	523	592	645	672	2.7
홈비디오	709	683	951	907	1,175	932	934	935	937	927	-4.2
디지털 배급	26	27	28	29	32	36	53	73	92	113	25.9
합계	1,476	1,319	1,811	1,794	2,245	1,897	2,005	2,131	2,244	2,327	5.4

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

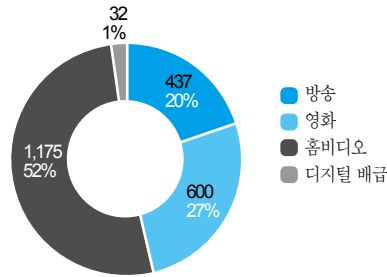
일본 애니메이션산업에서 박스오피스와 방송 분야의 성장과 함께 홈비디오 분야도 2010년 11.8억 달러를 기록하며, 29.5%로 크게 성장하였다. 일본의 애니메이션 홈비디오 분야는 격년으로 2007년과 2009년 각각 2.7%, 4.5%로 소폭의 하락세를 나타낸 반면, 2008년과 2010년에는 각각 39.1%, 29.5%로 큰 폭의 성장세를 나타내었다. 그러나 2011년에는 지진 등의 자연재해로 인한 기반시설의 붕괴와 경제적 침체로 인해 애니메이션 홈비디오 분야 역시 20.7%의 큰 폭으로 하락할 것으로 전망된다. 2010년 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있다.

유럽 대부분의 국가들이나 미국과는 달리, 일본 애니메이션 디지털 배급 분야는 2010년까지는 타 분야에 비해 큰 성장률을 보이고 있지 않은 상태라고 할 수 있다. 그러나 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 PS3, Xbox360 등 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대 등으로 인해 이 분야는 향후 5년간 연평균 25.9%의 성장률이 전망된다. 2006년 2,600만 달러를 기록하였던 일본 애니메이션산업의 디지털 배급 시장은 4년 연속 성장세를 기록해 왔으며, 2010년에는 10.8%로 처음으로 두 자릿 수 성장률을 기록하며 3,200만 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 약 18.8%의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 기록하고 있으며, 향후 5년 동안 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 일본 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 일본 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 일본 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 일본 애니메이션 홈비디오 시장은 전체 애니메이션 시장의 52.3%를 점유하고 있는데, 그 뒤를 이어 26.7%를 점유하고 있는 박스오피스 시장의 거의 2배에 가까운 시장규모를 나타내고 있다. 최근 몇 년간 일본 애니메이션 홈비디오 시장은 하락과 상승을 경험하였는데, 하락폭은 낮고 상승폭은 높아 전체적으로는 상당히 큰 폭의 성장을 한 것으로 나타났다. 그러나 일본의 홈비디오 시장 역시 궁극적으로는 전통적인 홈비디오 대역 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상을 보이며, 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-10> 2010년 일본 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

또한 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고, 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어 이러한 상황에서 향후 일본 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장의 추세는 조금 더 지켜보아야 할 것으로 분석된다.

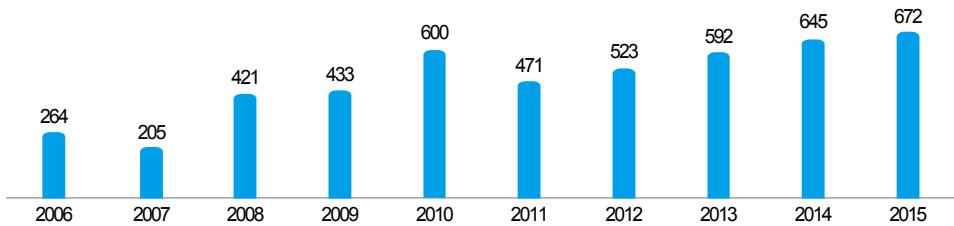
2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 일본 애니메이션의 박스오피스는 6억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 38.6%의 기록적인 성장을 이뤄낸 것이다. 2010년 일본 애니메이션의 박스오피스는 역사상 최대 규모를 기록한 것인데 이는 2010년에 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행과 더불어 일본의 자국 애니메이션 영화들의 선전에 기인한 것이다.

<그림 3-3-11> 2006-2015 일본 애니메이션 박스오피스 시장 현황

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

일본 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 10여 년 동안 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 일본에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 일본 전체 영화 박스오피스의 약 22.1%와 14.4%의 시장점유율을 보였는데, 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 14편, 8편임을 감안하면 상당히 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Karigurashi no Arrietty>, <Pokémon: Diamond Pearl Gen-ei no hasha zoroark> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 2.8억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이었다고 할 수 있다.

<표 3-3-7> 2010년 일본 개봉 애니메이션 영화 Top 14

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	2	Toy Story 3	Disney	126,660,533	07/01
2	3	Karigurashi no Arrietty	Toho	110,013,058	07/17
3	9	Pokémon: Diamond Pearl Gen-ei no hasha zoroark	Toho	47,204,602	07/10
4	16	Detective Conan: The Lost Ship in The Sky	Toho	32,596,957	04/17
5	17	Doraemon: Nobita no Ningyo Daikaisen	Toho	32,492,870	03/06
6	42	Despicable Me	Toho-Towa	14,196,443	10/29
7	44	Crayon Shin-chan: Chō Jikū! Arashi o Yobu Ora no Hanayome	Toho	12,723,427	04/17
8	45	Shrek Forever After	PPI	11,769,385	12/18
9	46	Precure All Stars DX2: Kibō no Hikari-Rainbow Jewel o Mamore!	Toei	11,653,289	03/20
10	51	Heartcatch Precure! Hana no Miyako de Fashion Show-Desu ka!?	Toei	10,494,473	10/30
11	52	Gintama: Shinyaku Benizakura-Hen	Warner	10,405,400	04/24
12	56	Mobile Suit Gundam 00 the Movie: A Wakening of the Trailblazer	Shochiku	9,244,127	09/18
13	60	Naruto Shippūden: The Lost Tower	Toho	8,288,105	07/31
14	82	How to Train Your Dragon	PPI	5,540,461	08/07

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

<Toy Story 3> 뿐만 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 일본 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데, <Karigurashi no Arrietty>, <Pokémon: Diamond Pearl Gen-ei no hasha zoroark>, <Detective Conan: The Lost Ship in The Sky>, <Doraemon: Nobita no Ningyo Daikaisen> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 3, 9, 16, 17위를 기록하며, 약 3.5억 달러에 달하는 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-8> 2011년 일본 개봉 애니메이션 영화 Top 8

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	3	Kokuriko-zaka kara	Toho	56,029,615	07/16
2	5	Gekijouban Pokketo monsutā Besuto wisshu: Pikutini to kuroku eiyuu Zekuromu (Pokemon: Best Wishes)	Toho	53,387,786	07/16
3	8	Cars 2	Disney	38,124,194	07/30
4	11	Tangled	Disney	31,081,461	03/12
5	34	Kung Fu Panda 2	PPI	13,314,024	08/19
6	70	Winnie the Pooh	Disney	4,130,365	09/03
7	76	Hop	Toho-Towa	3,086,306	08/19
8	77	The Smurfs	Toho-Towa	2,918,686	09/09

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 활성화될 것으로 예상되고 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 일본 애니메이션 박스오피스 시장도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 경기 침체 및 대작 애니메이션 영화 부족 등의 이유로 2010년 정도의 흥행 성적을 거두지 못하였으며, 따라서 2011년 일본 애니메이션 영화의 박스오피스 규모는 2010년에 비하여 크게 감소할 것으로 전망된다.

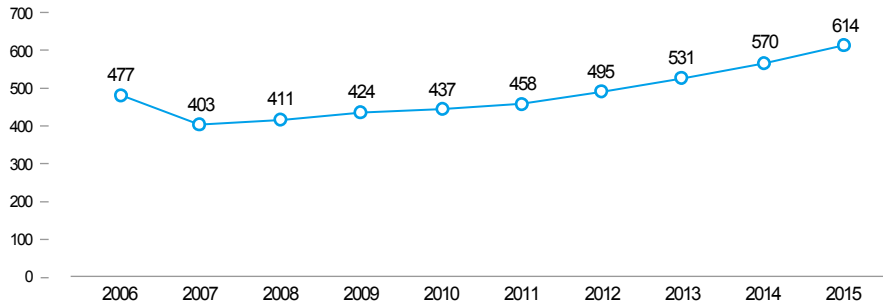
2) 방송

일본 애니메이션 시장은 홈비디오 판매, 대여가 전체의 절반 이상을 차지하는 홈비디오 중심 시장의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 흥행에 성공하면서, 극장 애니메이션 매출이 급격히 증가하고 있는 추세다. 또한 일본 방송 산업에 있어 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 소폭이지만 점차 확대되는 추세다. 일본 애니메이션 산업에서 가장 큰 비중을 차지하던 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서, 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장은 감소했고, 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 증가하고 있다.

일본의 방송용 애니메이션 시장은 2007년 18.0%로 크게 하락하였다가 2008~2010년 사이 3년 연속으로 2~3%대의 소폭 성장세를 이어가고 있다. 그리고 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성 방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 예상되고 있으며 2012년의 8.0% 성장을 시작으로 하여 그 성장폭도 증가해 2015년까지 5% 이상의 성장률로 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 2010년 4.4억 달러 규모의 일본 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 6.8%의 연평균 성장률을 기록하며 2015년에는 6.1억 달러 시장 규모로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-12> 2006~2015년 일본 방송 애니메이션 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



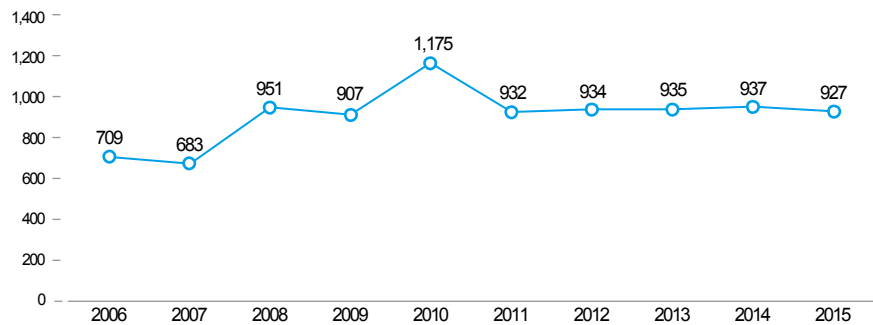
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

3) 홈비디오

2010년 일본 애니메이션 홈비디오 시장은 11.8억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 29.5% 증가한 것이다. 2006~2010년 사이 일본의 홈비디오 시장은 하락과 상승을 반복하면서도 전체적으로는 상승해가고 있는 분야로, 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 가면서 2011년 크게 하락한 후, 2015년까지 전반적으로 정체 상태를 유지할 것으로 전망된다. 미국과 일본의 메이저 스튜디오들은 HD 지원이 가능한 블루레이 디스크의 등장으로 홈비디오 시장 분야의 성장을 기대했으나, 아직까지 DVD 시장규모를 위협하지는 못하고 있다.

<그림 3-3-13> 2006~2015년 일본 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)

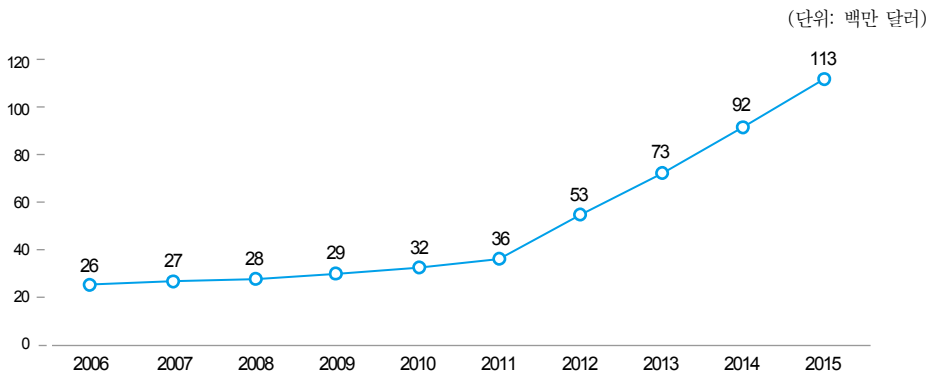


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

4) 디지털 배급

2010년 일본 애니메이션의 디지털 배급 시장은 3,200만 달러 규모로 추정된다. 일본 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2009년에는 전 세계적 경기 침체에도 지속적인 성장을 이루어 온 분야라고 할 수 있다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장은 지속적인 성장세를 보였는데, 2011년부터는 더욱 급격한 성장세를 보일 것으로 전망된다.

<그림 3-3-14> 2006~2015년 일본 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo, Jetro, Netscribes

3. 주요 이슈

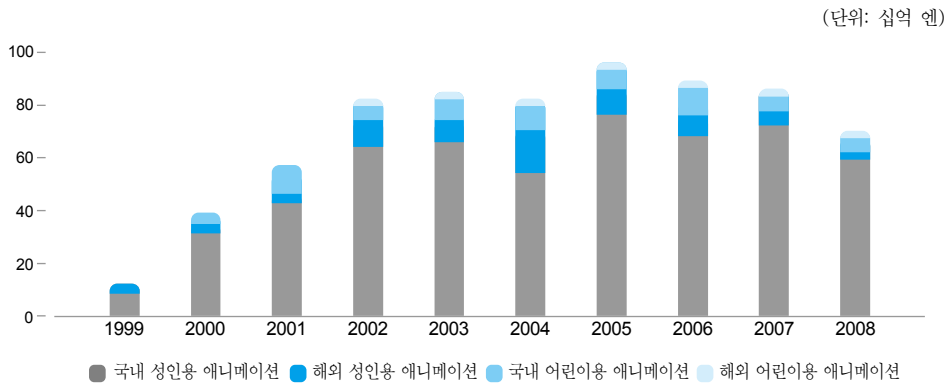
1) 어린이용 애니메이션 시장 감소와 고 연령층 애니메이션 증가

일본의 애니메이션 업계의 고도 성장기는 세 번 있었다고 할 수 있다. 이 세 번의 고도 성장기에 성장을 견인하는 대표적인 히트작품이 존재했는데, 제1기에 해당하는 1963~1960년대 말에는 <우주소녀 이토크>, 제2기의 1977~1991년에는 <안녕 우주전함 아바토>, 제3기는 1995년부터 현재까지, <신세기 에반게리온>, <포켓몬스터>, <원령공주>, <센과 치히로의 행방불명>과 같은 대형 히트작품들이 다수를 이루었고 한 작품당 흥행수입 면에서도 이전과는 전혀 다른 시기라고 할 수 있다. 일본 애니메이션의 원작으로서 만화는 매우 큰 역할을 담당하고 있는데, 일본 애니메이션이 인기를 얻고 있는 이유는 세계관, 스토리, 캐릭터에 있다. 이것은 긴 역사와 넓은 독자층을 가진 만화로 부터 성장해 왔다고 할 수 있다. 또한 만화의 원작은 잡지나 단행본들을 통해 작품에 관심을 가지고 정보를 요구하는 독자층에게 직접적인 프로모션이 가능하다는 장점이 있다.

일본에서 고 연령층 애니메이션 시청자가 증가하고 있는 가운데 지상파로 방송되는 작품과 TV

애니메이션으로 영화화한 작품 등 주요 시장의 타깃은 아직까지 어린이들이 중심이다. 따라서 어린이의 인구가 감소하는 것은 애니메이션산업에 있어서 시장의 축소로 이어지는 커다란 위협으로 작용하고 있다. 하지만 일본의 DVD 애니메이션 시장의 경우 매출의 약 90%가 일본 내에서 제작된 성인용 애니메이션이 차지하고 있어, 성인을 대상으로 한 애니메이션 시장은 어린이용 시리즈만큼 타격을 입지는 않을 것으로 예상된다.

<그림 3-3-15> 1999~2008년 일본 DVD 애니메이션의 타깃 시장별 매출 현황



*출처 : Screendigest, MDRI, JVA

2) 일본 애니메이션산업 구조의 변화

1990년대 후반, 극장영화에 도입된 제작위원회 방식이 애니메이션 제작비 자금조달의 방법으로 보급되기 시작하여, 현재 일본에는 애니메이션 작품의 80%가 제작위원회 방식으로 제작되고 있는 상황이다. 제작위원회 방식은 2차이용의 수익을 희망하는 방송국, 출판사, 원구메이커 등의 기업이 참가하기 때문에 사업의 리스크를 분담할 수 있다는 장점이 있으며, 제작 초기단계부터 패키지화, 상품화 등을 포함한 미디어믹스 전개방식을 의미한다. 단, 제작사는 비교적 소규모 업체가 많고 이에 따라 자금력이 떨어지기 때문에 제작위원회에도 직접 참가할 수가 없는 경우가 많아 이들이 제작한 애니메이션 작품의 저작권을 포함해서 권리를 획득하지 못하는 경우도 종종 발생하고 있다. 이렇듯 미디어의 다양화는 이해관계를 복잡하게 만들고 제작 현장과의 권리를 애매하게 만드는 경우도 있다.

일본 애니메이션 제작에 있어 해외에 발주하는 외주분량은 상당한 것으로 알려져 있다. 애니메이션 제작사 중 최대기업인 토에이 애니메이션은 1986년 필리핀에 자회사인(Toei Animation Phils Inc.(TAP))를 설립하여 완성·채색·동영상뿐만 아니라 원화와 배경 등을 포함한 제작을 위탁하고 있다. 해외에 발주하는 것은 스케줄 지연을 방지하기 위하여 제작공정에 반드시 필요한 하나의 절차로 자리매김하고 있다. 하지만 생산 공정이 해외로 이전하는 것은 해당 영역에 있어 기술

기반과 인재 육성의 기회를 잃는 결과를 초래하기 때문에 산업전반의 취약화(脆弱化)를 초래할 수 있다는 문제점을 내포하고 있다. 또한 생산 거점이 된 국가의 기업과 관련 산업이 경쟁력을 갖추고 일본의 경쟁상대가 될 수 있다는 것 또한 무시할 수 없는 것으로 지적되고 있다.

제작의 국제화가 진행된 배경에는 동화의 공정이 사람의 손이 가장 필요한 부분이고 비교적 숙련되지 않은 사람이라도 할 수 있기 때문에 인건비가 저렴한 국가에서 제작하는 이점이 크기 때문이다. 하지만 동화 공정은 애니메이터의 등용문이 되어 줄 수 있는 역할을 하기 때문에 동화 공정이 줄어들고 있다는 것은 기술 습득뿐만 아니라 장기적 관점에서 작품의 창작 담당 인력의 부족 현상을 초래할 수도 있다. 애니메이션 제작에 종사하는 재능있는 젊은이들의 약 90% 이상이 3년도 버티지 못하고 업계를 떠나고 있으며, 작가나 감독의 부담은 증가하고 여기에 애니메이터와 연출가의 고령화가 진행되고 있어 위기감이 고조되고 있는 상황이다. 하지만 모든 제작 공정에 3D CG 기술을 이용하게 되면 인재, 기간, 예산의 문제가 비교적으로 해결되기 쉬우며, 앞으로도 기술발전의 가능성이 크다. 3D CG기술의 특성을 살린 애니메이션의 제작을 통해 인력 문제와 제작비 문제 등이 해결될 것으로 판단된다.

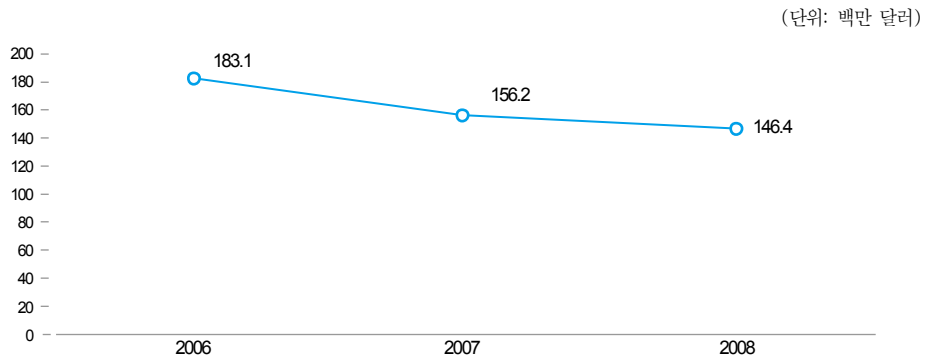
현재 TV 애니메이션 제작은 다양한 기업과 제작사가 참여하는 복잡한 구조로 형성되어 있다. 애니메이션 제작비로 사용되는 TV 방영권료도 2007년부터 감소하고 있기 때문에 향후 광고시장의 동향에 따라 방송국의 애니메이션 제작비 지원은 더욱 어려워질 것이라는 우려도 나타나고 있다. 한편, 유튜브(YouTube)에 애니메이션 콘텐츠의 소재를 제공하여 가공을 허락하는 기업이 있는 등 동영상 공유 사이트가 다양하게 활용되고 있다. 방송국과 출판사는 지상파+인터넷 서비스를 동시에 전개하는 것에 대해 반대하는 입장이었지만 최근에는 방송국도 실험적으로 인터넷상에 프로그램을 제공하기 시작하였다. 온라인 제공에 대해서는 하나의 IP를 개방하여 글로벌 채널을 만들어서 제작사는 그것을 통해 2차 이용을 하기도 한다. 업계 공유의 '일본채널'도 가능성은 있지만 어떤 기업이 운영의 주도적인 역할을 맡느냐와 같이 아직은 해결해야 할 문제들이 있다. 인터넷 결제도 문제가 되고 있는데 온라인 제공 서비스를 할 때 구입을 하기 위한 심리적 장애를 완화해야 하는 과제도 있다고 할 수 있다. 온라인 제공 서비스와 DVD의 공존은 가능하며, 인터넷은 의도적으로 화질이 떨어지는 콘텐츠를 제공하므로 팬이 된 사람이라면 DVD를 살 가능성도 높다고 할 수 있다.

라이선스 계약 후 해적판의 단속, 재판 등은 라이선스와 공동으로 해야 하며, 사후 철저한 관리가 필요하다고 할 수 있는데, 콘텐츠 해외유통촉진기구(Content Overseas Distribution Association, CODA)를 통한 대책 강화를 위해서는 정부의 적극적인 지원이 필요하다고 할 수 있다. 미국의 경우 파일 교환 소프트웨어의 문제에 대해 Media Defender 등을 이용하여 무단 유통을 감시하고 있다.

3) 일본 애니메이션의 해외 수출

일본은 전 세계 국가 중에서 미국 다음으로 애니메이션의 수출을 많이 하는 국가라고 할 수 있다. 애니메이션 작품 가격은 해당 애니메이션이 각국 시장에서 어느 정도의 이익을 낼 수 있는지 추정치에 의해 정해지기 때문에 30분 분량의 TV프로그램이라도 미국에서는 5만 달러, 아시아 지역에서는 약 600달러, 남미에서는 150달러로 책정된 사례가 있다. 일본의 애니메이션 수출은 2006년 이후 꾸준히 감소하는 것으로 나타났다. 전통적인 셀 애니메이션의 강국인 일본의 애니메이션의 수출은 2006년 1억 8,300만 달러를 기록하였는데, 2007년과 2008년 2년 연속 그 수출액이 감소하였다. 2008년 일본 애니메이션의 총 수출액은 1억 4,600만 달러로 2006년 대비 20%나 감소하였다.

<그림 3-3-16> 2006~2008년 일본 애니메이션수출 현황



*출처 : Jetro

오랜 역사 속에서 안정적인 산업을 구축하고 있는 만화 산업 기반의 일본 애니메이션산업은 할리우드와는 차별화된 콘텐츠를 선보이며, 일본 내에서 뿐만 아니라 해외에서도 많은 호응을 얻어왔다. 아직도 일본 TV 애니메이션의 경우 글로벌 시장에서 안정적인 지위를 구축하고 있으며, 이러한 현상은 당분간 지속될 것으로 예상된다. 그러나 2000년대 중반 이후 할리우드 메이저 애니메이션 스튜디오들이 본격적인 3D입체영상 애니메이션으로의 전환을 선언하고, 세계적인 흥행작품들을 선보이는 동안 일본의 애니메이션산업의 제작 분야는 정체 상태에 머물러 있었던 것으로 파악된다. 디지털 3D 시대의 일본 애니메이션산업의 부흥을 위해서는, 애니메이션 영화 분야에서 할리우드의 3D 대작들과 경쟁, 3DTV 시대의 3DTV 포맷의 시리즈 애니메이션의 성공 여부가 향후 일본 애니메이션산업의 경쟁력을 가늠하는 지표가 될 것으로 전망된다.

제3절 _

| 중국 |

1. 시장 현황

2010년 중국의 애니메이션산업 시장규모는 2.5억 달러를 기록하며 전 세계 애니메이션산업의 1.5%, 아시아 애니메이션산업의 6.3%를 점유하고 있는데, 2010년에는 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 73.2%의 고성장을 이루었다. 2011년 중국 애니메이션 시장규모는 3.4억 달러를 기록하며 전년대비 38.3% 성장할 것으로 예상되고 있는데, 이는 중국을 비롯한 아시아 태평양 지역 내 많은 국가들이 개발도상국들이며, 여전히 경제적으로 빠른 성장을 이루고 있기 때문으로 분석된다. 중국이 자국의 콘텐츠산업을 보호하기 위한 정책 중 하나로 외국 애니메이션의 개봉에 제한을 두고 있음에도 불구하고, 2010년에는 미국의 메이저 스튜디오들이 제작한 대형 애니메이션들의 이례적인 성공으로 인해 2011년의 성장률에 비해 월등히 높은 성장률을 기록하였다.

중국을 비롯하여 전 세계 애니메이션 시장은 그 해에 제작되어 개봉된 할리우드 메이저 제작사의 애니메이션 흥행 실적에 따라 비교적 유동적인 특성을 가지고 있다. 지난 10여 년 간은 애니메이션 영화의 제작에 있어 전성기라고 볼될 수 있을 만큼 미국과 유럽을 중심으로 다양한 애니메이션 영화들이 제작되었다. 또한 애니메이션 영화는 매년 박스오피스 상위 10위안에 드는 실적을 기록하면서 다른 장르의 영화에 비해 높은 성공률을 보여 왔다. 또한 미국 애니메이션 영화가 박스오피스에서 성공한다는 것은 대부분 홈비디오 시장에서도 성공한다는 것을 의미하여 한 편의 애니메이션 영화의 성공은 그 파급효과가 매우 크다고 하겠다.

2010년 중국 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 박스오피스 규모는 9천만 달러로 2009년에 비해 145.8%나 크게 증가하였는데, 영화와 홈비디오 분야 모두 매우 높은 성장을 보여주었다. 2010년 중국 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 1.3억 달러를 기록하였는데, 이는 전년대비 38.2% 성장한 것이다. 중국 방송 애니메이션 시장은 2006년 이래로 계속해서 그 성장폭을 늘려가며 두 자릿 수의 꾸준한 성장세를 이어왔다. 이러한 동향은 2010년의 가장 높은 성장률을 기점으로 하여 2011년부터 향후 5년간은 그 성장률이 점차 둔화될 전망이다. 그러나 중국의 방송 애니메이션 분야는 꾸준히 성장하여 2011~2015년 사이 여전히 높은 연평균 23.8%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

<표 3-3-9> 2006~2015년 중국 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011~2015 CAGR
방송	42	55	71	91	126	169	217	267	325	389	23.8
영화	12	15	19	37	90	124	159	199	243	292	25.0
홈비디오	6	7	9	14	26	36	48	59	68	78	23.7
디지털 배급	-	-	-	1	5	13	22	30	37	44	54.8
합계	60	76	99	143	248	343	447	555	674	803	25.1

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

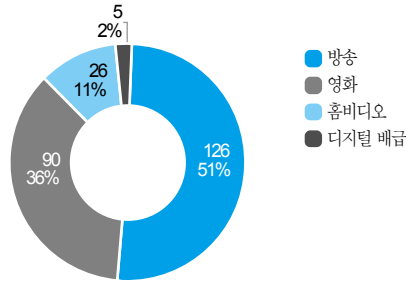
중국 애니메이션산업에서 박스오피스 분야와 함께 홈비디오 분야도 2010년 2,600만 달러를 기록하며 91.5%의 매우 높은 성장을 하였다. 중국의 애니메이션 홈비디오 분야는 2006년 이래 4년 연속 성장해왔으며 해마다 성장률이 거의 두 배 가까이 증가해왔다. 그러나 2011년부터는 성장세가 급격히 완화될 것으로 예상되고, 2013년부터는 15% 내외의 안정된 성장세를 보일 것으로 전망된다. 이러한 성장세의 둔화는 디지털 배급 분야로의 이동에 의한 면도 있지만, 특히 중국에서는 정부의 불법복제 통제에 관한 성공 여부도 큰 영향을 미칠 것으로 보인다. 2011~2015년 사이 중국 애니메이션 홈비디오 분야는 연평균 23.7%의 성장률을 나타낼 것으로 예상된다.

다른 콘텐츠 분야에서와 마찬가지로 2010년 중국 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대 등으로 인해 향후 5년간 연평균 54.8%의 빠른 속도로 성장할 것으로 전망된다. 2006년 단 3만 달러의 시장 규모를 기록하였던 중국 애니메이션산업의 디지털 배급 시장은 4년 연속 큰 폭의 성장세를 기록해 왔으며, 2010년에는 268.9% 성장하여 5백만 달러의 시장 규모를 기록하였다. 이는 2006년 대비 166배 이상의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있으며, 향후 5년 동안 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 중국 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 중국 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 중국 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 중국은 애니메이션 방송 시장이 전체 애니메이션 시장의 51.0%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 박스오피스 시장과 홈비디오 시장이 각각 36.3%와 10.5%를 점유하고 있다. 최근 몇 년간 중국 애니메이션산업은 성장폭의 차이는 있지만 전체 시장 뿐만 아니라 각 분야별 시장에서도 지속적인 상승을 경험한 것으로 나타났으며, 그 성장폭도 모두 두 자릿 수 또는 세 자릿 수로 큰 폭의 성장률을 나타내었다. 중국의 홈비디오 시장 역시 궁극적으로는 전통적인 홈비디오 대여 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상을 보이며, 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다. 2015년까지는 홈비디오 분야를 비롯한 영화 및 방송 분야의 성장폭의 완화와 디지털 배급 분야의 높은 성장률을 통해 산업 간 시장 점유율에 있어 어느 정도 변동이 있을 것으로 전망된다.

<그림 3-3-17> 2010년 중국 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

한편, 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고, 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어, 이러한 과급 효과의 영향 하에 있는 중국 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장의 추세 역시 좀 더 지켜보아야 할 것으로 분석된다.

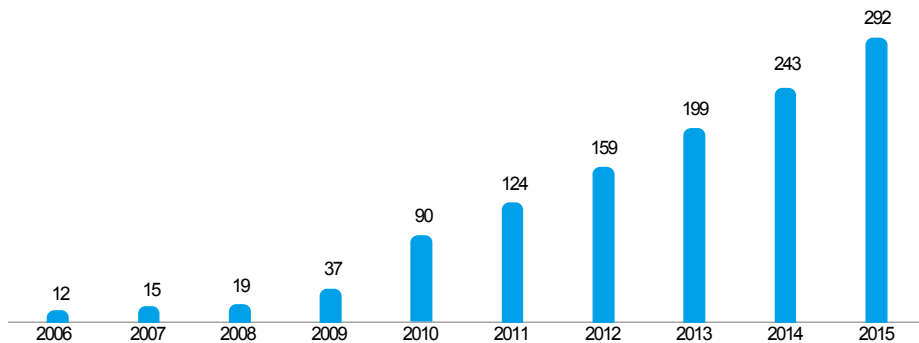
2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 중국 애니메이션의 박스오피스는 9천만 달러이며, 이는 전년대비 145.8%의 기록적인 성장을 이룩한 것이다. 2010년 중국 애니메이션의 박스오피스는 역사상 최대 규모를 기록한 것이라고 할 수 있다. 이러한 성장세는 향후 5년간 꾸준히 이어져 연평균 25.0%의 성장률로 해마다 지속적인 성장을 할 것으로 기대되고 있다.

<그림 3-3-18> 2006~2015 중국 애니메이션 박스오피스 시장 현황

(단위: 백만 달러)



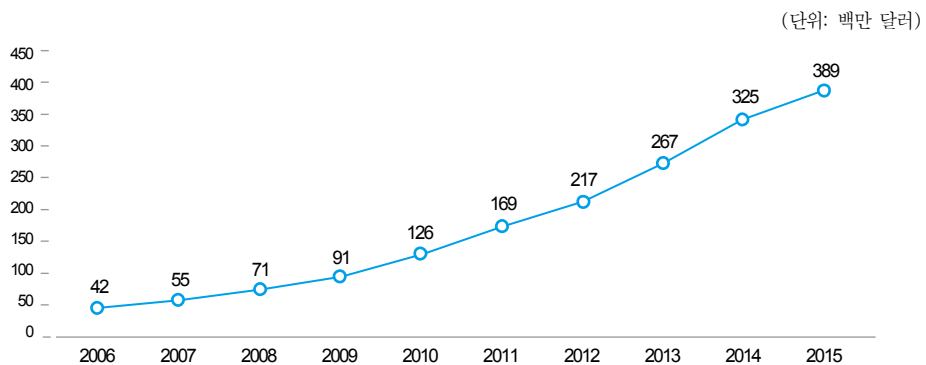
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후, 중국 애니메이션 영화 시장의 흥행 실적도 급성장하고 있다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이었다고 할 수 있다. 당분간 미국의 할리우드 메이저 제작사들이 3D입체영상 애니메이션의 제작을 꾸준히 증가시킬 것으로 예상되고, 3D 상영이 가능한 디지털 상영관 역시 확대될 것으로 전망됨에 따라 중국 애니메이션 박스오피스 시장도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 2011년에도 중국 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 37.8% 성장할 것으로 전망된다.

2) 방송

중국 애니메이션 시장은 방송용 애니메이션이 전체의 절반 이상을 차지하는 방송 중심 시장의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 흥행에 크게 성공하면서, 극장 애니메이션의 매출이 급격히 증가하고 있는 추세다. 또한 중국 방송 산업에 있어서 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 큰 폭으로 점차 확대되는 추세다. 불법 저작물의 범람으로 인해 타 국가들에 비해 낮은 시장점유율을 보여 온 중국 애니메이션 홈비디오 판매 및 대여 시장은 점차 디지털 배급으로 전환되면서 더욱 그 비중이 축소될 전망이며, 반대로 디지털 배급 시장은 점차로 그 비중이 증가할 것을 전망된다. 중국의 방송용 애니메이션 시장은 2006년 이래로 4년 연속 두 자릿 수의 성장세를 이어왔다. 디지털 배급의 증가와 함께 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 예상되고 있으나, 2011년부터 그 성장률은 다소 둔화될 것으로 전망된다. 2010년 1.3억 달러 규모의 중국 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 23.8%의 연평균 성장률로 성장하여 2015년에는 3.9억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-19> 2006~2015년 중국 방송 애니메이션 시장규모 추이

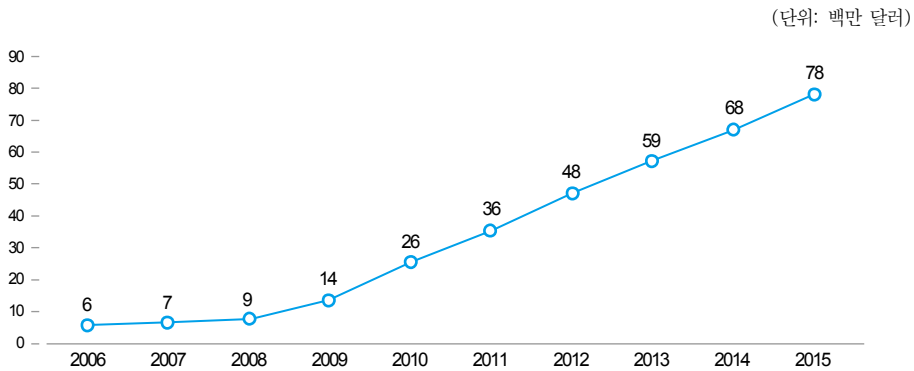


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3) 홈비디오

2010년 중국의 애니메이션 홈비디오 시장은 2,600만 달러로 추정되는데, 이는 전년대비 91.5% 증가한 것이다. 2006~2010년 사이 중국의 홈비디오 시장은 큰 폭의 성장률로 꾸준히 성장해 왔으며, 특히 2009년과 2010년에는 각각 59.1%와 91.5%의 매우 큰 성장세를 기록하였다. 이러한 경향은 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해감에 따라 2011년부터 그 상승폭이 완화되어 2013~2015년에는 15% 내외의 안정된 성장률을 유지할 것으로 전망된다. 2011~2015년 사이 중국 애니메이션 홈비디오 시장은 연평균 23.7% 성장할 것으로 기대된다.

<그림 3-3-20> 2006~2015년 중국 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



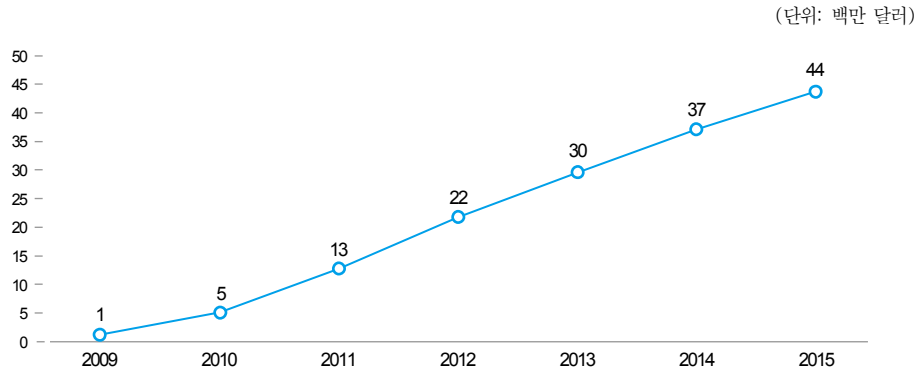
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

4) 디지털 배급

2010년 중국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 5백만 달러 규모로 2009년 대비 268.9%로 급성장하였으며 2009년 전 세계적 경기 침체에도 불구하고 228.9%의 고성장을 이루어 온 분야라고 할 수 있다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장은 지속적인 성장세를 보이고 있는데, 2011년부터는 그 성장세가 완화될 것으로 전망된다.

중국 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 54.8%의 고성장을 거듭하여 2015년에는 4,400만 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망되며 이는 2006년 대비 166배가 넘는 성장을 이룬 것이라 할 수 있다.

<그림 3-3-21> 2009~2015년 중국 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3. 주요 이슈

중국은 애니메이션산업에 있어서 전 세계에서 가장 빠른 성장을 보이는 국가라고 할 수 있다. 또한 세계에서 가장 많은 아동 인구수도 향후 중국 애니메이션산업 시장의 전망을 밝게 하고 있다. 2006년 6천만 달러 수준에 머무르던 중국의 애니메이션 시장은 2016년 8억 달러를 상회할 것으로 전망되는데, 이는 미국, 일본, 영국, 프랑스에 이어 세계 5위의 시장으로 자리매김 하는 것이다. 애니메이션산업은 전형적인 고위험 상품인 탓에 할리우드나 일본의 메이저 스튜디오를 제외하고는 정부 차원에서 전폭적인 지원을 해야만 성장할 수 있는 것이 일반적이다. 최근 중국은 애니메이션의 문화적 중요성과 경제적 가치를 인지하고 제작과 세금 혜택에 전폭적인 지원을 약속하는 등 자국의 애니메이션산업 육성에 나서고 있다.

<표 3-3-10> 2004~2009년중국 주요 애니메이션산업 정책

일시	공포부처	정책 내용
2004년 4월	국가광전총전국	- 각 방송사에서 국산 애니메이션과 수입 애니메이션의 매 분기 방영 비율을 6:4 이상으로 할 것을 요구
2004년 7월	문화부	- 상하이에 중국 최초 “국가 애니메이션 게임산업 진흥기지” 설립
2006년 4월	국무원	- ‘중국 애니메이션산업 발전 추진에 관한 약관 의견’을 발표해 향후 재정투입을 확대해 질 높은 애니메이션 원작제품의 창작, 생산 및 애니메이션 관련 기업들에 용자 지원을 확대할 것을 강조
2006년 5월	국가광전총전국	- 17~20시에 해외 애니메이션 방송 금지 및 국산 애니메이션 의무 방영체 실시. 전국의 애니메이션 채널 및 어린이 채널에서 매일 방송되는 애니메이션에서 국산의 비중 70% 이상 추진
2006년 9월	당 중앙위원회 사무소	- ‘국가 11.5기간 문화발전규획 요강’에서 문화산업 가운데 애니메이션산업에 주력할 것을 강조
2008년 9월	문화부	- ‘애니메이션 원작 지지 계획’ 시행
2009년 8월	재정부	- 애니메이션산업을 위한 세금 감면 우대 정책 발표
2009년 9월	국무원	- ‘문화산업진흥규획’에서 애니메이션산업을 집중 발전 산업 중 하나로 제기

일반적으로 산업의 발전은 도입기, 성장기, 성숙기 및 쇠퇴기의 4개의 단계를 거치며 현재 중국 애니메이션산업은 성장기에 진입했다고 판단된다. 시장 규모의 확대에 따라 시장 진입자 수가 증가하고 일정 규모 이상의 대기업들도 출현했으나 전체적인 산업발달 정도는 아직 낮은 수준이다. 현재 중국 애니메이션산업의 최종 소비자는 대부분 아동으로 2009년 중국의 1~12세 아동 수는 2억 명에 달했으며, 청소년의 수는 3억 7천명 규모이다. 중국의 애니메이션은 정부 주도의 산업정책이 시행되고 있는데, 2009년부터 문화산업이 중국 경제의 새로운 성장산업으로 떠오르고 있다. 이에 중국 정부는 주요 문화기업 배양계획, 문화기업 상장추진계획 및 산업기지건설계획을 실시할 예정이며, 세수정책 우대, 융자문자 해결 등 문화산업 지원을 강화할 계획이다.

중국산 TV 애니메이션 방영 분량은 2006년 8만 분(分)에서 2010년 22만 분(分)으로 증가했으며 영화 애니메이션 비준 수량도 12부에서 46부로 증가하였다. 수요 잠재력 면에서 중국 애니메이션 산업의 발전 전망은 매우 낙관적이지만 산업이 분산되어 있고 경쟁력이 약하다는 점은 단기간 내에 개선되기 어려울 것으로 보여, 정부의 적극적인 문화산업 지지정책이 요구되고 있다. 통계에 따르면 중국에는 전국적으로 약 8,740개의 애니메이션 제작업체가 있으며, 17개의 국가 애니메이션산업기지가 있다. 그러나 아직까지 중국에서 자체 제작된 애니메이션의 경쟁력은 다소 약한 것으로 분석된다. 중국 애니메이션은 소재가 다소 유치하고 내용에 창의성이 부족하다는 평가를 받고 있으며, 아동들의 눈높이에 맞춰 제작하기 때문에 청소년들의 관심을 얻지 못하고 있는 것으로 파악되고 있다. 중국 애니메이션은 한국과 같이 주(周) 단위의 방송형식은 없으며 기본적으로 매일 2편이 방송되는 형식으로 투자자 입장에서는 자금과 원가 압력이 높은 반면, 이러한 애니메이션의 높은 원가 위주의 산업 구조는 중국의 현재 산업 단계에 적합하지 않다고 할 수 있다. 또한 도서 및 영상제품 등의 애니메이션 파생 제품이 시장에 출시되더라도 산업 구조가 불완전하고 체계적인 이익분배 체제가 없어 발전이 힘든 상황이다.

<표 3-3-11> 2009년 지역별 애니메이션 프로그램 생산 현황

순위	성시	총수(부)	생산(분)	순위	성시	총수(부)	생산(분)
1	장쑤성(江蘇)	69	40,314	12	안후이성(安徽)	9	3,736
2	저장성(浙江)	43	32,758	13	헤이룽장성(黑龍江)	10	3,519
3	광둥성(廣東)	40	23,487	14	허난성(河南)	3	1,402
4	후난성(湖南)	18	13,063	15	산둥성(山東)	4	1,380
5	랴오닝성(遼寧)	14	11,211	16	후베이성(湖北)	4	1,373
6	베이징(北京)	25	9,357	17	산시성(山西)	4	950
7	CCTV 및 소속기구	15	8,478	18	허베이성(河北)	2	682
8	푸젠성(福建)	16	6,299	19	광시(廣西)	2	315
9	충칭(重慶)	12	5,267	20	쓰촨성(四川)	1	60
10	톈진(天津)	10	4,330	21	네이멍구(內蒙古)	1	30
11	상하이(上海)	19	3,787	22	산시성(陝西)	1	18

*출처 : 청도시동만창의산업연구중심(青島市動漫創意產業研究中心)

애니메이션산업은 집중도가 비교적 심하며 어느 정도 규모를 갖추고 영향력이 있는 애니메이션 생산업체들은 대부분 후난성, 광둥성, 장쑤성, 상하이, 저장성 등지에 분포되어 있다. 2009년 중국 21개 성시 및 CCTV에서 중국 내 애니메이션을 제작·완성했으며 장쑤성, 저장성, 광둥성, 후난성, 랴오닝성의 제작수량이 가장 많았다. 특히 후난성은 애니메이션 제작 선도기로서 2008년에 비해 빠른 증가폭을 보였다.

중국 20여 개 성시에서 애니메이션산업을 신흥 산업으로 지정해 전략적인 육성을 추진하고 있다. 특히 베이징, 상하이, 쑤저우, 광저우, 선전, 다롄 등 지역은 애니메이션 지원 정책을 수립하고 애니메이션산업기지를 세웠는데 애니메이션 학교 및 학원 설립, 애니메이션 전시회 개최 등을 통해 산업 발전을 추진 중이다. 중국 애니메이션 프로그램의 수요는 연간 약 180만 분에 해당되며 현재 중국에서 생산, 방영되는 애니메이션 프로그램은 약 2만 분에 불과해 대부분 애니메이션은 수입에 의존하고 있다. 또한 일본, 미국, 한국 등의 애니메이션은 각 연령층에 적당한 프로그램이 다양하게 존재하지만 중국 애니메이션은 대부분 4~13세 어린이 위주이며, 13세 이상 청소년 대상의 애니메이션은 거의 없는 실정이다. 현재 중국 애니메이션시장은 일본 애니메이션이 약 60%, 유럽 및 미국, 기타 국가 애니메이션이 29%, 중국 자체 애니메이션은 11%를 차지하고 있어 90% 가까운 시장이 해외제품에 의해 점유되는 상황이다.

애니메이션산업은 거대한 산업 체인으로 파생상품은 애니메이션산업 체인 중 가장 중요한 단계 중 하나이다. 일부 애니메이션 생산업체들은 파생상품 시장 잠재력을 파악하고 관련 생산업체들과 협력해 애니메이션 캐릭터 제품 등을 출시했으나 대부분 아직 인지도가 낮고 규모가 크지 않다. 그러나 최근 애니메이션을 활용한 파생상품이 급격히 증가하고 있어 시장 잠재력은 매우 클 것으로 전망된다. 애니메이션 파생상품의 주요 소비층은 어린이 및 청소년층으로 약 5억 명에 달하고 있다. 대부분 1인 출생 자녀들로서 상당한 구매능력을 가진 것으로 나타났다. 중국 자체 애니메이션의 인지도가 낮고 파생상품이 많지 않은 점을 이용해 해외의 많은 애니메이션 제작업체들은 중국시장 진출 후 파생상품을 통해 이익을 얻고 있다. 마시마로(Mashimaro) 애니메이션의 경우 무료 다운로드를 통해 인지도를 높이고 캐릭터 가치가 상승해 완구, 의류, 비디오제품 등 판매를 통해 수입을 창출하고 있다. 중국 애니메이션 캐릭터는 수량으로는 10만 개를 넘어섰으나, 중국 내 비교적 인기 있는 애니메이션 <시양양과 후이타이랑(喜洋洋與灰太狼)>등 몇 개 작품 외에 인지도는 매우 낮은 상황이다.

중국 애니메이션산업은 제작 후 방송 또는 애니메이션 완제품 판매 형태로 수입을 창출하고 있으며, 파생상품 시장개발은 아직 초기 단계인 것으로 분석된다. TV 방송국을 통한 진출의 경우 빠른 시일내 인지도를 높일 수 있는 방법이나, 애니메이션 방송은 중국 자체 애니메이션 방송비율 60% 이상을 유지해야 하는 등 자국 애니메이션산업 보호를 위한 규제가 있어 초기 진입이 쉽지는 않다. 최근 인터넷을 통해서도 애니메이션 방송이 늘고 있으며 애니메이션의 주요 소비층인 청소년층의 인터넷 사용비율이 높아 인터넷 방송을 통한 시장진출도 관심을 가질 필요가 있다. 중국 소비자들의 경제력 상승 및 문화 요구의 증대에 따라 다양한 애니메이션 작품에 대한 수요가 발생

하고 시장이 확대될 것이며, 애니메이션 자체 및 파생상품시장 등 산업 전망은 매우 밝은 것으로 전망된다.

<그림 3-3-22> 중국 애니메이션 <시양양과 후이타이랑(喜羊羊與灰太狼)>



*출처 : 22dm.com

제4절 _

| 인도 |

1. 시장 현황

2010년 인도의 애니메이션 시장규모는 2.7억 달러를 차지하며 전 세계 애니메이션산업의 1.6%, 아시아 애니메이션산업의 6.8%를 점유하고 있는데, 2010년에는 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 30.7%의 큰 성장을 이루었다. 2011년 인도 애니메이션 시장규모는 3억 달러를 기록하며 전년대비 11.9% 성장할 것으로 예상되는데, 이는 인도를 비롯한 아시아 태평양 지역 내 많은 국가들이 개발도상국들이며 여전히 경제적으로 빠른 성장을 이루고 있기 때문으로 분석된다. 2010년에는 미국의 메이저 스튜디오들이 제작한 대형 애니메이션들의 이례적인 성공으로 인해 2011년의 성장률에 비해 월등히 높은 성장률을 기록하였다.

인도는 Crest Communications, Films Division Maya Entertainment, Silvertoon Studio, 2NZ Studio, Cine Magin, Climb Films, UTV Toons, Zee Institute of Creative Arts (ZICA), Digital Studio, Pentamedia Graphics, Prasad Studios, Acropetal, jadooWorks, Color Chips, Heart Animation, Ocean Park, Padmalaya Telefilms, Toonz Animation, Magic Shop, Moving Pictures 등의 많은 애니메이션 관련 스튜디오 및 제작사들이 있으며, 이들 스튜디오들은 뭄바이, 첸나이, 방갈로르, 하이데라바드, 디루베네타푸람 등지에 널리 분포한다.

미국 할리우드 메이저 제작사들의 OEM 제작을 통해 산업의 기반을 다진 인도의 애니메이션 스튜디오들은 2000년대 중반 전 세계 애니메이션 허브로 자리 잡았는데, 이러한 성장의 배경에는 하이테크 기술과 실력을 갖추고 영어 사용이 가능한 인력, 좋은 설비를 갖춘 많은 애니메이션 스튜디오들, 저가의 작업 공정, 인도 내 엔터테인먼트 분야의 발달과 전통 문학작품 등 다양한 엔드 유저 분야의 필요를 제공하고 있으며, 애니메이션 솔루션 또한 영화 타이틀 제작, 특수 효과, 웹 엔터테인먼트 프로그램, TV 방송 그래픽, 3D 모델링, 배경 제작 등의 틈새시장을 찾고 있다. 이러한 각각의 영역들은 애니메이션 제작사를 위한 광범위한 서비스들, 즉 애니메이션 제작 서비스, 합작 및 콘텐츠 창작 서비스 등의 제공을 포함한다.

인도 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 1.7억 달러로 2009년에 비해 37.2% 증가하였다. 이는 2010년 개봉한 애니메이션 영화들이 높은 박스오피스 흥행 성적을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데, 영화와 홈비디오 분야 모두 이전 성장률에 비해 매우 높은 30% 후반대의 급성장을 보여주었다. 미국이나 유럽의 여러 나라와는 달리 인도 애니메이션 영화의 박스오피스는 2011년에도 하락하지 않고 계속해서 10% 이상의 성장을 할 것으로 전망된다.

2010년 인도 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 8,400만 달러를 기록하였는데, 이는 전년대비 18.2% 성장한 것이다. 인도 방송 애니메이션 시장은 2006년 이래로 계속해서 10% 내외의 꾸준한 성장세를 이어왔으며, 2010년 18.2%로 가장 높은 성장률을 보인 후 2011년부터 향후 5년간은 연평균 13.9%의 비교적 완만한 성장률을 보일 것으로 전망된다.

<표 3-3-12> 2006~2015년 인도 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	51	60	65	71	84	95	106	124	145	168	13.9
영화	125	124	142	122	167	186	208	229	250	272	9.9
홈비디오	13	13	10	11	15	17	20	23	28	32	15.9
디지털 배급	-	-	-	-	-	1	1	1	3	5	-
합계	189	197	217	204	266	298	335	377	425	477	11.8

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

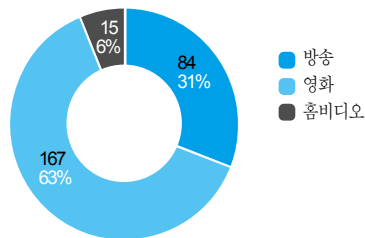
인도 애니메이션산업에서 박스오피스 분야와 함께 홈비디오 분야도 2010년 1,500만 달러를 기록하며 38.4%의 높은 성장을 하였다. 인도의 애니메이션 홈비디오 분야는 2008년 20.9%로 큰 폭의 하락세를 기록한 후, 2009년과 2010년에 각각 5.4%, 38.4% 성장하여 2010년에는 하락하기 이전인 2007년의 매출 수준을 다시 넘어섰다. 2011년부터 향후 5년간 인도의 애니메이션 홈비디오 분야는 연평균 15.9%의 성장률로 증가할 것으로 전망된다.

성장률만 보았을 때 2010년 인도 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 150.0%의 성장을 기록한 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대 등으로 인해 향후 5년간 연평균 233.3%의 가장 빠른 속도로 성장할 것으로 전망된다. 그러나 그 규모면에서 인도의 애니메이션 디지털 배급 분야는 매우 작은 수준이며, 2007년과 2008년에는 정체 상태를 보이다가 2010년 1십만 달러, 2011년에 1백만 달러 규모에 도달하며 큰 폭의 성장을 기록하였다. 이후로는 2012~2013년에 다시 정체 상태를 유지하다가 2014년 3백만 달러 규모에 이르면서부터 시장이 다시 큰 폭으로 성장해나갈 것으로 기대된다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타낼 것으로 전망된다.

2010년 인도 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 인도 애니메이션산업의 특성을 관찰할 수 있다. 인도는 애니메이션 박스오피스 시장이 전체 애니메이션 시장의 62.8%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 방송 시장과 홈비디오 시장이 각각 31.6%와 5.6%를 점유하고 있다. 최근 몇 년간 인도 애니메이션산업의 박스오피스 시장은 하락과 상승을 경험하였는데, 하락폭은 낮고 상승폭은 높아 전체적으로는 상당히 큰 폭의 성장을 한 것으로 나타났다. 인도의 홈비디오 시장 역시 등락을 거듭하며 궁극적으로는 전통적인 홈비디오 대역 비즈니스가 축소되고 디지털로 점차 이동할 것으로 전망되고 있지만, 2015년까지는 홈비디오 분야의 지속적인 성장과 디지털 배급 분야의 미미한 시장 규모로 인해 산업 간 시장 점유율에 큰 변화가 이루어지지는 않을 것으로 보인다.

<그림 3-3-23> 2010년 인도 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

또한 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어, 이러한 파급 효과의 영향 하에 있는 향후 인도 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장의 추세 역시 보다 관찰할 필요가 있다.

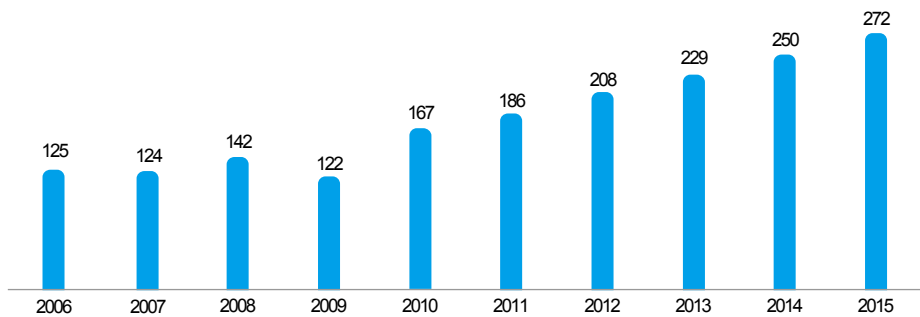
2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 인도 애니메이션의 박스오피스는 1.7억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 37.2%의 성장을 기록한 것이다. 2010년 인도 애니메이션의 박스오피스는 최근 5년간 최대 규모를 기록한 것인데, 이는 2010년에 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인한 것이라고 할 수 있다. 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후, 2010년에는 많은 대작 애니메이션 영화들이 전 세계적으로 개봉하였으며, 이는 인도 내 애니메이션 박스오피스에도 영향을 주어 매출을 급성장시켰다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이었다고 할 수 있다. 당분간 미국의 할리우드 메이저 제작사들이 3D입체영상 애니메이션의 제작을 꾸준히 증가시킬 것으로 예상되고, 3D 상영이 가능한 디지털 상영관 역시 확대될 것으로 전망됨에 따라 인도 애니메이션 박스오피스 시장도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 2011년에도 인도 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 10.9% 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-24> 2006~2015 인도 애니메이션 박스오피스 시장 현황

(단위: 백만 달러)



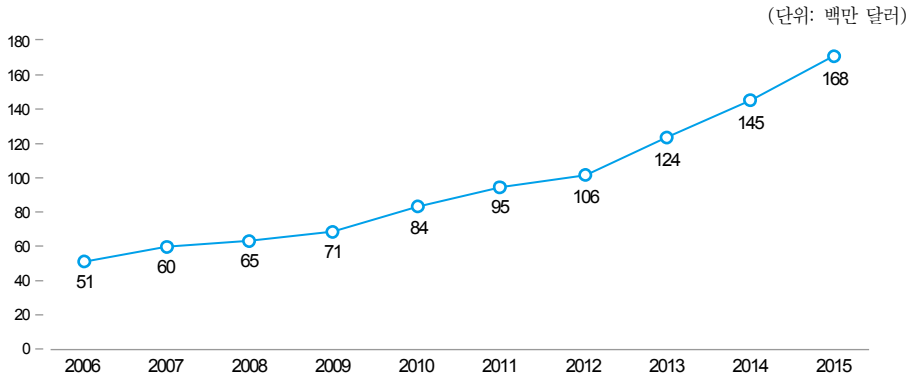
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

2) 방송

인도의 방송용 애니메이션 시장은 2006년 이래 4년 연속 성장세를 이어왔다. 디지털 배급의 증가와 함께 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 예상되며, 2011~2015년 사이에는 해마다 두 자릿 수로 성장하여 이 기간 연평균 성장률은 13.9%가 될 것으로 전망된다. 인도 방송용

애니메이션 시장은 2010년 8,400만 달러에서 2015년에는 1.7억 달러로 약 2배 규모로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-25> 2006~2015년 인도 방송 애니메이션 시장규모 추이

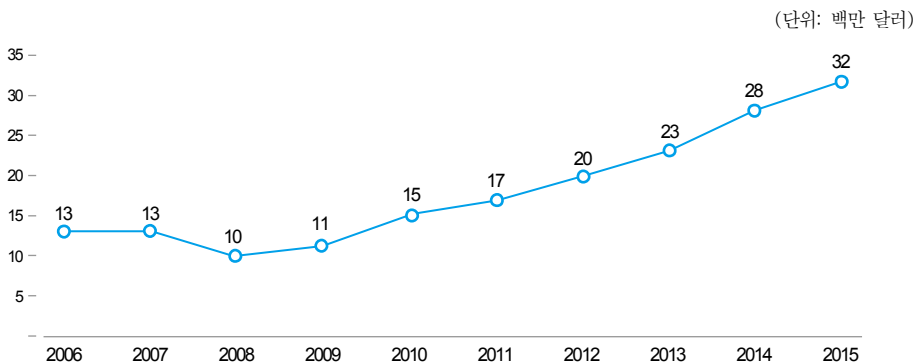


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3) 홈비디오

2010년 인도 애니메이션 홈비디오 시장은 1,500만 달러로 추정되는데 이는 전년대비 38.4% 증가한 것이다. 2008년 인도의 홈비디오 시장은 20.9%의 큰 폭으로 하락했으며, 2009년부터는 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 가면서 다시 상승세로 돌아섰다. 2010년에는 박스오피스 분야의 급성장으로 인해 홈비디오 분야 역시 30%대의 큰 성장을 보였으며, 이후로는 그 상승폭이 완화되어 2015년까지 10~20% 초반대의 성장을 유지할 것으로 전망된다. 2011~2015년 사이 인도 애니메이션 홈비디오 시장은 연평균 15.9%의 성장률을 기록할 것으로 기대되며 매출은 2015년 3,200만 달러가 될 것으로 추정된다.

<그림 3-3-26> 2006~2015년 인도 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이

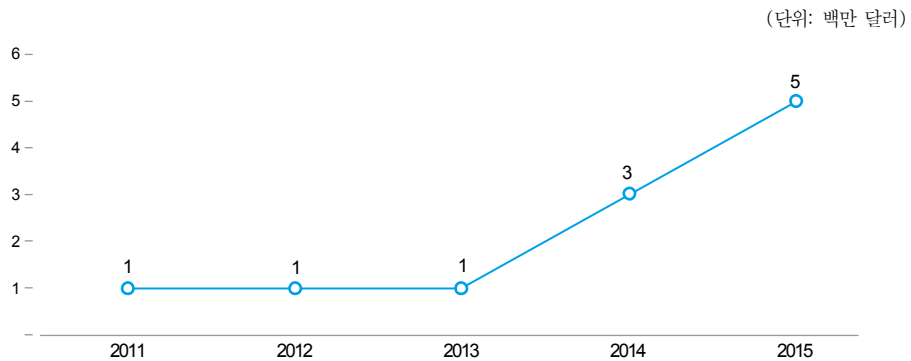


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

4) 디지털 배급

인도 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 1백만 달러 선에 도달하기 전까지 매우 미미한 규모를 유지해왔다. 향후에는 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장이 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망되고 있는데, 2014년부터 급격한 성장세를 보일 것으로 전망된다.

<그림 3-3-27> 2011~2015년 인도 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

인도 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 233.3%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데, 2015년에는 5백만 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망된다.

3. 주요 이슈

1) 아웃소싱 허브에서 진화하는 인도 애니메이션

인도 애니메이션산업은 인터내셔널 스튜디오의 아웃소싱이 주요 성장 동력이 되었으며 영화와 텔레비전 산업의 동영상 콘텐츠의 수요 증가로 인해 꾸준히 성장 중이다. 인도는 해외 스튜디오의 아웃소싱에서 발생한 수익이 전체 인도 애니메이션산업의 70%를 차지한다. 인도 애니메이션 시장은 크게 세 분야로 나뉘는데, ‘애니메이션 엔터테인먼트’, ‘엔터테인먼트 시각효과(VFX)’, ‘주문제작 방식의 콘텐츠 개발’ 등이라고 할 수 있다. 이 중 주문제작방식의 콘텐츠 개발이 50%를 차지하고, 엔터테인먼트 시각효과 부문도 크게 성장하고 있다.

<표 3-3-13> 인도 애니메이션 시장의 장점 및 약점

강점	약점
<ul style="list-style-type: none"> - 영어 가능 인구 다수 - 오리지널 콘텐츠(original content)개발을 위한 충분한 문화와 유산 보유 - 기타 아웃소싱 국가에 비해 저렴한 제작비 - 서비스 모델에서 공동제작과 지적 재산권 창작 모델로의 전환 단계 	<ul style="list-style-type: none"> - 전문 인력 부족/ 높은 재교육 비용 - 오리지널 콘텐츠에 대한 정부의 지원 부족 - 전문가들이 선호하는 직업이라는 인식 부족 - R&D에 대한 관심 부족 - 기술력 대비 높은 보수 - IT 산업과는 달리 인지도 부족

*출처 : PWC Analysis

인도 애니메이션산업은 아직 후발주자이지만 엔터테인먼트와 미디어산업 부문에서 가장 빠르게 성장하는 인도의 성장 주력산업 중 하나로 인식되고 있다. 인도 애니메이션산업은 아웃소싱 허브로 부상하여 월트 디즈니, 아이맥스, 워너브라더스 등의 유명 영화 제작사와의 공동제작 활동이 활발하며, 자체 콘텐츠 개발 및 지적 재산권 창작 모델로의 전환도 눈에 띄게 늘어나고 있다. 선진국에 비해 제작비용이 1/4 정도 수준이라는 점과 애니메이션 제작을 위한 최첨단 기계를 갖추고 있다는 점에서도 인도를 아웃소싱 허브로 생각하는 업체들이 많다. 그러나 최근에는 캐릭터 상품의 판매나 모바일 다운로드 시장 등과 같은 다양한 플랫폼을 활용해 새로운 수익원을 찾기 위한 노력에 힘입어 인도 애니메이션산업은 더욱 경쟁력을 갖추어 나갈 것으로 전망된다. 새로운 수익원을 위한 다양한 플랫폼, 머천다이징(캐릭터 상품), 모바일 다운로드 시장이 급속하게 성장하고 있는데, 인형 및 다양한 잡화 상품들을 캐릭터와 결합한 상품 판매, 애니메이션 영화나 TV 프로그램을 모바일용으로 바꾼 모비소드(Mobisode) 서비스 등이 바로 이에 해당한다.

현재 인도의 TV 광고 시장 규모는 크지 않지만 캐릭터 개발을 통한 TV 광고에 대한 관심이 많아지고 있다. 2009년 ApnaCV.com, TATA-AIG, Bajaj Allianz, 보다폰 등이 애니메이션 광고를 제작 및 방영한 것을 시작으로 2010년에는 Closeup 치약, 2011년에는 환타 애니메이션 광고가 소비자의 눈길을 끌기도 했다. DVD 판매 시장도 상당히 빠른 성장을 보이고 있는 분야라고 할 수 있다. 애니메이션 영화 Luv and Kush처럼 DVD를 제작해 판매 수익을 올리는 경우가 생겨나게 되었으며, 주로 홈 비디오 시장에 대한 라이선스 및 유통업자들과의 수익 배분을 하는 구조를 가지고 있다.

<그림 3-3-28> 온라인에서 판매 중인 Chhota Bheem(2009년 POGO 방영) 캐릭터 상품



*출처 : www.chhotabheem.com

최근 인도에서는 어린이 채널에 대한 관심 증가로 애니메이션의 TV 방영 편수가 증가하고 있다. 다양한 채널에서 인도 자체제작 콘텐츠 방영을 희망하고 있다. 몇몇 애니메이션 영화의 흥행 이후 인도 영화 산업의 메카 볼리우드(Bollywood) 역시 애니메이션산업에 관심을 갖기 시작했으며, 인도 입맛에 맞는 콘텐츠 개발에 적극적 자세를 취하고 있다. 주요 애니메이션 제작 업체로는 Toonz Animation India, Pentamedia Graphics, Maya Entertainment Ltd., UTV Toonz, Jadoo Works 등이 있다.

<표 3-3-14> 인도의 자체 제작 TV 애니메이션

프로그램명	제작사	방영 채널
Kumbh Karan	Turner and Cornershop	POGO
Krish, Trish & Baltiboy	Graphiti Multimedia	Cartoon Network
Mahabharata	Swastik Pictures	Star Plus

*출처 : 각 기업 홈페이지

<표 3-3-15> 인도 애니메이션 방영 채널 현황

채널	인도 애니메이션 방영 편수
Cartoon Network	4
POGO	11
Nickelodeon	-
Disney Channel	2
Playhouse Disney	1
Disney XD	-
Hungama TV	-
Cbeebies	-
Animax	-
Spacetoons Kids TV	-

*출처 : TAM, 각 기업 홈페이지

인도 내 애니메이션산업에 대한 관심이 점점 늘어나는 반면, 전문 인력은 부족함에 따라 관련 교육기관이 늘어나고 있다. 주요 애니메이션 관련 교육기관으로는 Global School of Animation&Games(뉴델리), National Institute of Design(아흐메다바드), J.J School of Arts(뭄바이), Zee Institute of Creative Arts(뭄바이, 콜카타 등), Industrial Design Center(뭄바이, 가우하티), Academy of Animation and Gaming(노이다 외) 등이 있다.

2) 신화를 소재로 한 볼리우드(Bollywood) 애니메이션

인도에서 자체 제작된 애니메이션 영화의 특징은 신화와 관련된 내용이 많다. 최근에 제작된 인도 애니메이션 영화로는 Ghatothkach(2008), Bal Ganesh(2009), Lava Kusa(The Warrior

Twins, 2010), Toonpur Ka Superrhero(2010), Ramayana The Epic(2010), Koochie Koochie Hota Hain(2011), Alibaba Aur 41 Chor(2011), Delhi Safari(2011) 등이 있다.

<그림 3-3-29> 인도의 극장 애니메이션 작품 : <RAMAYANA>, <DELHI SAFARI>



*출처 : www.ramayana.theepic.com, www.bollywoodhungama.com

인도에서는 인도 고유의 어렵고 복잡한 신화가 어린이들이 재미있고 쉽게 접근할 수 있도록 신감각 만화로 재구성되고 있다. 인도 신화는 종교가 아닌 스토리텔링으로 초점이 맞춰졌으며, 신들은 만화책과 만화영화, 텔레비전 쇼 등에 친근한 캐릭터로 재탄생해 등장한다. 기존에 가지는 악마와 대항하는 전통적인 신의 이미지가 아닌 현대적 이미지로 새롭게 제작하고 있다. 밀려드는 서양 문화에 노출되는 자녀의 인도적 전통 가치관 확립에 고민하던 인도 부모들의 교육 열망과 맞물려 자녀와 함께 보는 애니메이션이 환영을 받고 있다. 인도에는 많은 힌두교의 신들이 존재하며 인도 신화는 인도인의 도덕과 정신 세계에 기반을 두고 생활 전반의 모태가 되고 있다.

인도 신화를 바탕으로 한 애니메이션들 중 <하누만(Hanuman)>은 2005년에 제작되어 인도 애니메이션 중 가장 큰 흥행을 거둔 작품 중 하나이다. 인도 신화 라마야나(Ramayana)에 등장하는 원숭이 신인 하누만의 이야기를 다룬 애니메이션으로 영화의 소재가 가진 종교적인 호소력과 주인공이 펼치는 기상천외한 모험이 연령에 관계없이 관객들에게 큰 인기를 얻었다. 하누만의 큰 흥행에 힘입어 2007년도에는 속편인 <하누만의 귀환(Return of Hanuman)>을 개봉한 바 있다.

또 하나의 인도 신화를 바탕으로 한 애니메이션 작품 중 <발 가네쉬(Bal Ganesh)>는 코끼리 머리를 가진 지혜의 신으로 인기가 높은 가네쉬를 주인공으로 제작한 만화영화로 2010년 3월에 3D로 제작된 3편을 개봉하였다. <췌타 빔(Chhota Bheem)>은 2009년도에 튜너 엔터테인먼트(Tuner Entertainment)의 어린이 방송채널 포고(Pogo)에서 방영된 TV 만화로 인도 대서사시 마하바라타(Mahabharata)의 전쟁영웅인 Bheem을 모티브로 용감한 어린이 영웅을 다루는 시리즈물이다. 이 만화는 2009년 11월 마지막 주에 인도 텔레비전 전체 프로그램 중 시청률 2위에 오르는 등 폭발적인 인기를 얻었다. 그 외에도 <Pandavas: The Five Warriors(2000)>, <Legend of Buddha(2004)>, <Krishna- The birth(2006)>, <Krishna-The Makhhan Chor(2007)>, <Luv

Kush(2007)> 등이 대표적인 작품들이 있으며, Little Krishna, Arjun—the warrior prince, Krishna and Balram 등이 현재 애니메이션 채널에서 인기리에 방영 중이다.

인도 애니메이션시장은 신화적 캐릭터를 바탕으로 한 제작이 붐을 이루어 인도 어린이에게 역사와 문화를 쉽게 접할 수 있게 하며, 제작사 입장에서는 새로운 캐릭터 개발에 따른 위험을 줄일 수 있게 하고 있다. 인도 애니메이션산업은 아웃소싱 허브로 부상하며 월트 디즈니 픽처스와 카툰 네트워크, 드림웍스 등의 유명 영화제작사와 인도 애니메이션 업체 간의 제휴 및 협력 등이 활발하게 이뤄지고 있다. 또한, 최근에는 급부상하는 IT 산업을 기반으로 100% 현지 기술로 제작되는 작품도 급증해 인도 애니메이션산업의 경쟁력은 더욱 강화될 것으로 기대된다.

제5절 _

| 미국 |

1. 시장 현황

2010년 미국 애니메이션산업 시장규모는 66.2억 달러를 차지하며 전체 애니메이션산업의 38.9% 점유하고 있는데 2009년과 2010년 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 두 자릿 수의 성장을 이어가고 있다.

2011년 미국 애니메이션 시장규모는 61.2억 달러를 기록하며 전년대비 7.6% 하락할 것으로 예상되고 있는데, 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비하여 크게 못 미치기 때문인 것으로 분석된다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <How to Train Your Dragon>, <Tangled> 등 총 5편의 애니메이션 영화가 2억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었던 반면, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <Cars 2>만이 2.9억 달러의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 6위를 기록 중이다. 미국을 비롯하여 전 세계 애니메이션 시장은 그 해에 제작되어 개봉된 할리우드 메이저 제작사의 애니메이션 흥행 실적에 따라 비교적 유동적인 특성을 가지고 있다. 지난 10여 년 간은 애니메이션 영화의 제작에 있어서 전성기라고 불릴 수 있을 만큼 미국과 유럽을 중심으로 다양한 애니메이션 영화들이 제작되었다. 또한 애니메이션 영화는 매년 박스오피스 상위 10위안에 드는 실적을 기록하면서 다른 장르의 영화에 비해 높은 흥행을 보여 왔다.

할리우드 메이저 스튜디오들의 전 세계에 걸친 배급망을 바탕으로 이 산업을 주도해 왔는데, 이 산업의 지난 10년을 간단히 요약하면 2004년 픽사(Pixar)를 인수한 월트디즈니사와 드림웍스, 두 거대기업 간의 전쟁이었다고 말할 수 있다. CGI 애니메이션을 이끌어 온 두 회사 이외에도 지난

10년간은 미국 역사상 처음으로 모든 메이저 스튜디오들이 애니메이션을 제작했던 기간이기도 하였다. Fox는 CG 스튜디오인 블루스카이(Blue Sky)를 통해 애니메이션 영화 <아이스 에이지>, <호튼> 등을 제작하며 이전에는 관여하지 않았던 새로운 분야에 뛰어 들었으며, 소니와 유니버설도 정기적으로 애니메이션 영화를 발표하였다. 최근에는 다소 소극적이지만 워너브라더스와 파라마운트도 애니메이션 영화 제작을 시도하고 있으며, 준 메이저라고 할 수 있는 와인슈타인(Weinstein Company)도 벵가드 애니메이션(Vanguard Animation), 엑서더스 필름(Exodus Film Group) 등과 함께 저예산 애니메이션 영화 제작을 시도하고 있다.

미국 메이저 스튜디오들 간의 이러한 애니메이션 제작 경쟁은 결국 지속적인 영화 제작으로 이어졌고, 매년 6~11개의 영화 타이틀이 개봉되었다. 유럽의 경우에는 2006년 34편, 2007년 15편, 2008년 11편 등 미국에 비해 개봉된 애니메이션 영화 편수는 많았으나 예산 규모가 미미하였으며, 전 세계 배급 인프라의 부족으로 실적 면에 있어서도 미국 메이저 스튜디오들과는 비교 대상이 되지 못하였다. 예산 규모가 부족하여 그 성공 확률이 매우 낮은 유럽 및 기타 지역의 애니메이션 영화에 비해 미국 메이저 스튜디오들에 의해 제작되는 애니메이션 영화들은 거의 실패가 없는 영화들이라고 할 수 있다. 미국 애니메이션 영화가 박스오피스에서 성공한다는 것은 또한 미국 홈비디오 시장에서의 성공을 의미하는 것인데, 2006년 개봉된 픽사의 애니메이션 영화 <카(Cars)>의 경우 DVD 판매 매출이 박스오피스를 능가하였다.

미국 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 15.4억 달러로 2009년에 비해 19.7% 증가하였다. 이는 2010년 미국 메이저 스튜디오들이 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데, 미국 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 5개를 차지하였다. 2010년 미국 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 18.7억 달러를 기록했는데, 이는 전년대비 20%에 육박하는 성장을 이루어 낸 것이다. 미국 방송 애니메이션 시장은 2008년 12.4%의 큰 폭의 하락세 이후 2년 연속으로 두 자릿 수의 성장을 이어가고 있다.

<표 3-3-16> 2006~2015년 미국 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	1,423	1,447	1,268	1,561	1,868	1,981	2,099	2,197	2,319	2,446	5.5
영화	1,174	1,194	1,046	1,288	1,541	1,363	1,451	1,528	1,620	1,719	2.4
홈비디오	2,999	2,815	2,315	2,385	2,776	2,352	2,421	2,503	2,605	2,700	-0.3
디지털 배급	142	208	228	298	436	421	472	523	569	611	6.8
합계	5,737	5,664	4,857	5,532	6,621	6,116	6,443	6,751	7,114	7,476	2.5

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

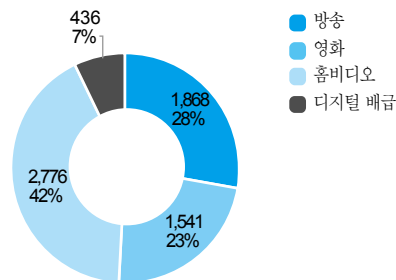
미국 애니메이션산업에서 박스오피스와 방송 분야의 성장과 함께 홈비디오 분야도 2010년 27.8억 달러를 기록하며 16.4% 성장하였다. 미국 애니메이션 홈비디오 분야는 2007년과 2008년 각각 7.9%, 17.8%의 하락세를 나타내었던 분야인데 2009년 이후 다시 성장세로 돌아섰다. 미국 애니메이션 홈비디오 분야는 2009년 3.1%의 성장세를 나타내었으며 2010년에는 16.4%의 큰 폭의 성장세를 나타내었다. 2010년 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있다.

미국 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대와 함께 매우 빠른 속도로 성장하고 있다. 2006년 1.4억 달러를 기록하였던 미국 애니메이션산업의 홈비디오 시장은 4년 연속 두 자릿 수의 성장을 기록하며, 2010년 4.4억 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 3배 이상의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있다. 향후 5년 동안 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 미국 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 미국 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 미국 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 미국 애니메이션 홈비디오 시장은 전체 애니메이션 시장의 41.9%를 점유하고 있는데, 박스오피스 시장의 2배에 가까운 시장규모를 나타내고 있다. 최근 몇 년간 미국 애니메이션 홈비디오 시장은 하락과 상승을 경험하였는데, 이는 전통적인 홈비디오 대여 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상인 것으로 분석된다. 미국 최대 홈비디오 대여 사업자인 블록버스터가 파산하면서 위축되기 시작한 미국의 홈비디오 시장은 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-30> 2010년 미국 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

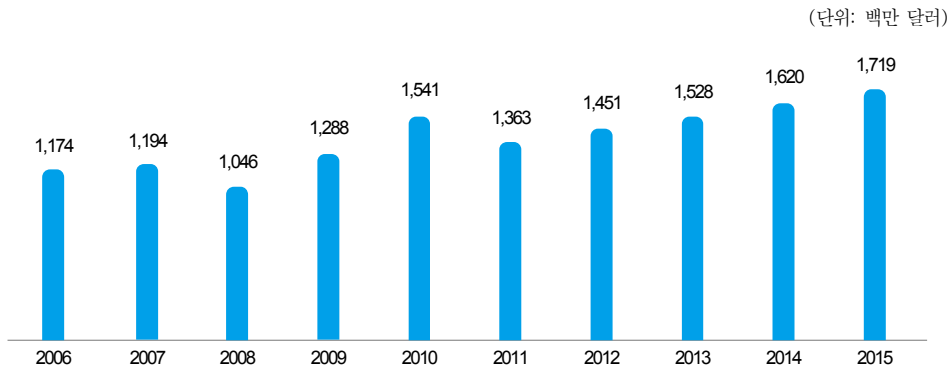
그러나 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어 향후 미국 애니메이션 시장은 크게 변화할 것으로 보인다.

2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 미국 애니메이션의 박스오피스는 15.4억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 19.7%의 성장을 기록한 것이다. 2010년 미국 애니메이션의 박스오피스는 역사상 최대 규모를 기록한 것인데, 2010년에 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인하였다고 할 수 있다.

<그림 3-3-31> 2001~2010 미국 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 10여 년 동안 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 특히 지난 5년 동안 미국에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 꾸준히 미국 전체 영화 박스오피스의 10% 정도의 수준을 유지하였는데, 미국 애니메이션 연간 제작 편수가 평균 10~20여 편 미만인 것을 감안하면 매우 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다.

<표 3-3-17> 2001~2011년 미국 CG 애니메이션 박스오피스 점유율 현황*

*Cell Animation이라고 불리는 Hand Animation은 포함되지 않은 통계임

연도	개봉작 수	박스오피스 점유율	박스오피스 (단위: 달러)	티켓 판매 수 (단위: 장)	박스오피스 1위작	1위작 박스오피스 (단위: 달러)
2001	5	7.25%	589,078,643	104,077,499	Shrek	267,665,011
2002	5	2.72%	250,018,413	43,032,430	Ice Age	176,387,405

연도	개봉작 수	박스오피스 점유율	박스오피스 (단위: 달러)	티켓 판매 수 (단위: 장)	박스오피스 1위작	1위작 박스오피스 (단위: 달러)
2003	3	3.64%	340,198,342	56,417,635	Finding Nemo	408,325,509
2004	5	10.84%	1,004,385,860	161,736,853	Shrek 2	441,226,247
2005	9	6.18%	552,870,113	86,251,188	Madagascar	193,166,575
2006	17	12.50%	1,156,142,005	176,510,231	Cars	244,082,982
2007	17	12.25%	1,179,145,791	171,387,469	Shrek the Third	322,719,944
2008	18	10.60%	1,044,712,472	145,503,131	WALL-E	223,808,164
2009	17	10.24%	1,089,830,286	145,310,704	Up	293,004,164
2010	15	14.52%	1,519,639,748	192,603,263	Toy Story 3	415,004,880
2011*	13	10.32%	806,372,258	101,175,941	Cars2	190,061,329

*2011년 통계는 2011년 10월 4일 기준

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

2006년과 2007년 미국 애니메이션 영화는 <Cars>와 <Shrek 3>의 성공에 힘입어 전체 영화 박스오피스의 12%를 상회하였는데, 2008년과 2009년에는 다시 10%대로 그 점유율이 낮아졌다. 2010년 미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 전체 영화 박스오피스의 15% 수준에 이르게 되었는데, 이는 역대 최고의 애니메이션 흥행 성적이다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <How to Train Your Dragon>, <Tangled> 등 총 5편의 애니메이션 영화가 2억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 최대의 흥행 실적을 기록한 것이다.

이제까지 미국에서 제작되어 개봉된 애니메이션 영화중에서 가장 큰 흥행을 기록한 영화는 2004년 개봉된 <Shrek 2>로 미국에서만 4.4억 달러, 전 세계적으로는 9.2억 달러의 흥행을 기록하였다. 이 영화는 2004년 미국 전체 박스오피스 1위를 기록하였으며, 미국 전체 영화 산업 흥행 5위를 기록하고 있다. 미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 자국에서보다는 해외에서 많은 매출을 기록하고 있다. <Shrek 2>는 전체 박스오피스의 48%가 미국 내에서 기록된 것으로 해외 박스오피스의 비율이 비교적 낮은 것이라고 볼 수 있으며, <Ice Age>는 미국 내에서 22%, 해외에서 78%의 박스오피스 매출을 기록하여 해외 비중이 높은 애니메이션 영화였다고 할 수 있다. 미국 애니메이션 영화는 전 세계 아동들을 일반적인 대상으로 하는 것으로 해외 박스오피스 매출이 50%를 상회하는 것이 보통이다. <Shrek 2>의 기록을 갈아치우지는 못하였지만, 2010년 개봉된 <Toy Story 3> 또한 미국 애니메이션 역사에서 기록에 남을만한 흥행 성적을 기록하였다. <Toy Story 3>는 4.2억 달러에 달하는 박스오피스를 기록하였는데, 이는 1994년 <Lion King>, 2004년 <Shrek 2>에 이어 세 번째로 역대 영화 흥행성적 상위 10위안에 들게 되었다. 이로써 역대 미국 영화산업에 있어서 박스오피스 상위 10위안에 드는 애니메이션 영화는 3편이 되었으며, <Toy Story 3>는 9위에 위치하고 있다.

<표 3-3-18> 역대 미국 애니메이션 영화 박스오피스 Top 20

연번	타이틀	스튜디오	박스오피스 (단위: 달러)	개봉관수 (단위: 관)	개봉일
1	Shrek 2	DW	441,226,247	4,223	2004/05/19
2	Toy Story 3	BV	415,004,880	4,028	2010/06/18
3	Finding Nemo	BV	408,325,509	3,425	2003/05/30
4	The Lion King	BV	339,714,978	2,624	1994/06/15
5	Shrek the Third	P/DW	322,719,944	4,172	2007/05/18
6	Up	BV	293,004,164	3,886	2009/05/29
7	Shrek	DW	267,665,011	3,715	2001/05/16
8	The Incredibles	BV	261,441,092	3,933	2004/05/11
9	Monsters, Inc.	BV	255,873,250	3,649	2001/11/02
10	Despicable Me	Uni.	251,513,985	3,602	2010/07/09
11	Toy Story 2	BV	245,852,179	3,257	1999/11/19
12	Cars	BV	244,082,982	3,988	2006/06/09
13	Shrek Forever After	P/DW	238,736,787	4,386	2010/05/21
14	WALL-E	BV	223,808,164	3,992	2008/06/27
15	How to Train Your Dragon	P/DW	217,581,231	4,060	2010/03/26
16	Aladdin	BV	217,350,219	2,331	1992/11/13
17	Kung Fu Panda	P/DW	215,434,591	4,136	2008/06/06
18	Ratatouille	BV	206,445,654	3,940	2007/06/29
19	Tangled	BV	200,821,936	3,603	2010/11/24
20	Monsters Vs. Aliens	P/DW	198,351,526	4,136	2009/03/27

*출처 : Boxofficemojo, IMDb, 2011년 10월 기준

<표 3-3-19> 2010년 미국 개봉 애니메이션 영화 Top 10

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	스튜디오	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	1	Toy Story 3	BV	415,004,880	2010/06/18
2	7	Despicable Me	Uni.	251,513,985	2010/07/09
3	8	Shrek Forever After	P/DW	238,736,787	2010/05/21
4	9	How to Train Your Dragon	P/DW	217,581,231	2010/03/26
5	10	Tangled	BV	200,821,936	2010/11/24
6	17	Megamind	P/DW	148,415,853	2010/11/05
7	61	Legend of the Guardians: The Owls of Ga'Hoole	WB	55,675,313	2010/09/24
8	104	Alpha and Omega	LGF	25,107,267	2010/12/02
9	-	Planet51	Sony	2,623,491	2009
10	-	The Polar Express	WB	s672,796	2004

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

<Toy Story 3> 뿐 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 미국 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <How to Train Your Dragon>, <Tangled> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 7, 8, 9, 10위를 기록하며,

2억 달러가 넘는 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-20> 2011년 미국 개봉 애니메이션 영화 Top 10

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	스튜디오	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	6	Cars 2	BV	190,061,329	2011/06/24
2	11	Kung Fu Panda 2	P/DW	165,249,063	2011/05/26
3	14	Rio	Fox	143,619,809	2011/04/15
4	15	The Smurfs	Sony	138,809,045	2011/07/29
5	17	Rango	Par.	123,257,581	2011/03/04
6	23	Gnomeo and Juliet	BV	99,967,670	2011/02/11
7	29	The Lion King (in 3D)	BV	79,783,733	2011/09/16
8	68	Tangled	BV	32,999,950	2010
9	80	Mars Needs Moms	BV	21,392,758	2011/04/29
10	99	Hoodwinked2: Hood vs. Evil	Weinstein	10,143,779	2011/03/12

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

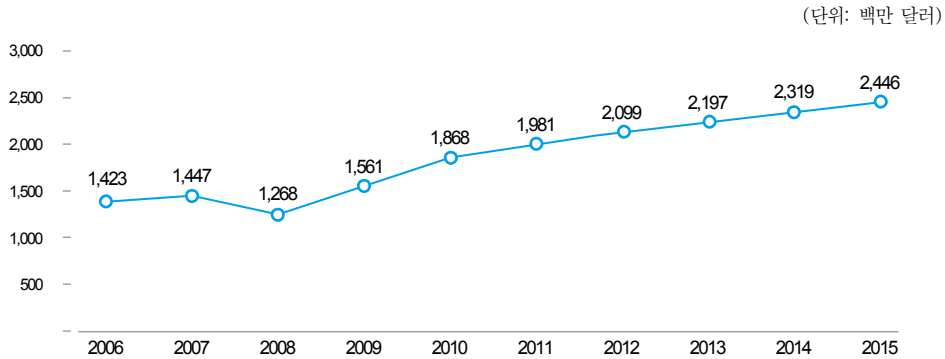
미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고, 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 미국 애니메이션 박스오피스 시장은 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년 정도의 흥행 성적으로 거두지 못하여 2011년 미국 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 다소 감소할 것으로 전망된다.

2) 방송

미국 애니메이션 시장은 홈비디오 판매, 대여가 전체의 절반 이상을 차지하는 홈비디오 중심 마켓의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 커다란 흥행에 성공하면서, 극장 애니메이션의 매출이 급격히 증가하고 있는 추세다. 또한 미국 방송산업에 있어서 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대 중이다.

미국의 방송용 애니메이션 시장은 2008년까지 정체 상태에 머물러 있다가 2009년과 2010년 큰 폭의 성장세를 이어가고 있다. 디지털 보급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 18.7억 달러 규모의 미국 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 5.5%의 연평균 성장률을 기록하며 2015년에는 24.5억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-32> 2010~2015년 미국 방송 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

<표 3-3-21> 2010년 미국에서 방영된 주요 TV 애니메이션

타이틀	에피소드 수	방영 채널
Adventure Time	39	Cartoon Network
Adventures of Chuck and Friends, The !The Adventures of Chuck and Friends	52	Hub, The !The Hub
Animal Mechanicals	40	Hub, The !The Hub
Archer	23	FX
Avengers: Earth's Mightiest Heroes, The !The Avengers: Earth's Mightiest Heroes	26	Disney XD
Ben 10: Ultimate Alien	52	Cartoon Network
Cat in the Hat Knows a Lot About That, The !The Cat in the Hat Knows a Lot About That!	52	PBS Kids
Fish Hooks	30	Disney Channel
Generator Rex	62	Cartoon Network
G.I. Joe: Renegades	26	Hub, The !The Hub
Hero: 108	26	Cartoon Network
Kick Buttowski: Suburban Daredevil	26	Disney XD
Kung Fu Dino Posse	40	Starz
LEGO Hero Factory	6	Nicktoons
Mad	40	Cartoon Network
Maryoku Yummy	26	Hub, The !The Hub
My Little Pony: Friendship Is Magic	52	Hub, The !The Hub
Neighbors from Hell	10	TBS
NFL Rush Zone: Guardians of the Core	22	Nicktoons
Pink Panther and Pals	26	Cartoon Network
Planet Sheen	26	Nickelodeon
Regular Show	80	Cartoon Network
Ricky Gervais Show, The !The Ricky Gervais Show	26	HBO
Robotomy	10	Cartoon Network
Scooby-Doo! Mystery Incorporated	26	Cartoon Network
Strawberry Shortcake's Berry Bitty Adventures	26	Hub, The !The Hub
Sym-Bionic Titan	20	Cartoon Network

타이틀	에피소드 수	방영 채널
Take Two with Phineas and Ferb	15	Disney Channel
Team Umizoomi	73	Nickelodeon
T.U.F.F. Puppy	60	Nickelodeon
Twisted Whiskers Show, The !The Twisted Whiskers Show	26	Hub, The !The Hub
Ugly Americans	14	Comedy Central
WotWots, The !The WotWots	52	Hub, The !The Hub
Zevo-3	26	Nicktoons

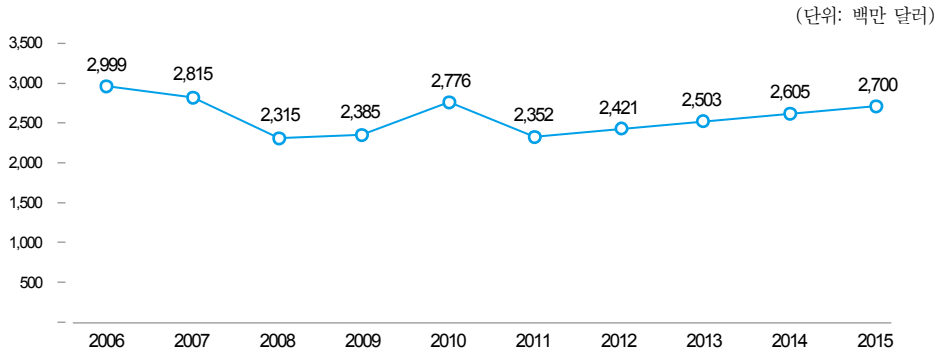
<표 3-3-22> 2011년 미국에서 방영된 주요 TV 애니메이션

타이틀	에피소드 수	방영 채널
Almost Naked Animals	26	Cartoon Network
Rated A for Awesome	26	Disney XD
Scaredy Squirrel	52	Cartoon Network
Sidekick	26	Cartoon Network
Total Drama: Revenge of the Island	13	CartoonNetwork/Teletoon
TheAmazingWorldofGumball	36	Cartoon Network
Allen Gregory	7	Fox
Babar and the Adventures of Badou	52	Disney Junior
Bob's Burgers	36	Fox
Bubble Guppies	43	Nickelodeon
Dan Vs.	40	The Hub
Green Lantern: The Animated Series	26	Cartoon Network
Jake and the Never Land Pirates	43	Disney Junior
Kung Fu Panda: Legends of Awesomeness	52	Nickelodeon
Looney Tunes Show, The !The Looney Tunes Show	35	Cartoon Network
Napoleon Dynamite	6	Fox
Problem Solverz, The !The Problem Solverz	26	Cartoon Network
Redakai: Conquer the Kairu	52	Cartoon Network
Secret Mountain Fort Awesome	26	Cartoon Network
Voltron Force	26	Nicktoons
Wild Kratts	40	PBS Kids GO!
Young Justice	36	Cartoon Network

3) 홈비디오

2010년 미국 애니메이션 홈비디오 시장은 27.8억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 16.4% 증가한 것이다. 미국의 홈비디오 시장은 전반적으로 정체 상태에 있는 분야로 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 가고 있는 형국이다. 미국의 메이저 스튜디오들은 HD 지원이 가능한 블루레이 디스크의 등장으로 인한 홈비디오 시장 분야의 성장을 기대했으나 아직까지 DVD 시장규모에 영향을 미치지 못하고 있다.

<그림 3-3-33> 2010~2015년 미국 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

2010년 미국에서 가장 많이 판매된 애니메이션 DVD는 같은 해 영화로 개봉되어 커다란 성공을 거두었던 <Toy Story 3>로, 9백만 개 이상의 DVD가 판매되었으며, 판매액은 1.6억 달러로 박스오피스 매출의 40%에 육박하는 수익을 창출하였다. 전체 DVD 판매 순위 1위는 2009년 개봉하여 전 세계 영화 흥행 기록을 모두 갈아치운 <Avatar>였다. 2010년 미국 애니메이션 DVD는 전체 애니메이션 판매 순위 10위 안에 총 4개의 타이틀이 랭크되었다. 특이한 점은 2010년 <Toy Story 3>의 흥행 성공에 따라 <Toy Story>와 <Toy Story 2>의 DVD 판매도 급증하였다는 점이다.

<표 3-3-23> 2010년 미국 애니메이션 DVD 판매 순위

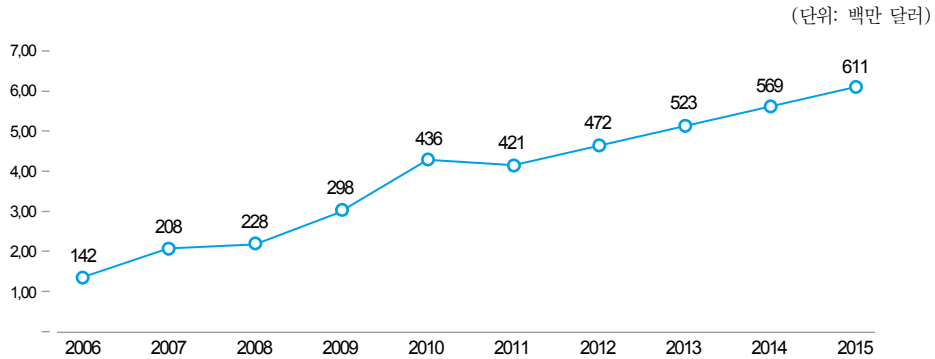
애니메이션 순위	전체 순위	타이틀	판매량(개)	판매액(달러)	출시일
1	2	Toy Story 3	9,035,368	162,059,004	2010/11/02
2	6	How to Train Your Dragon	5,344,798	105,554,847	2010/10/15
3	7	Despicable Me	5,167,066	86,837,146	2010/12/14
4	9	The Princess and the Frog	4,514,936	71,808,291	2010/03/16
5	18	Shrek Forever After	2,586,135	46,010,637	2010/12/07
6	20	Tinker Bell and the Great Fairy Rescue	2,449,377	43,782,897	2010/09/21
7	22	Up	2,278,907	36,192,387	2009/11/10
8	27	Disney's A Christmas Carol	2,093,824	34,326,839	2010/11/16
9	41	Toy Story	1,593,185	28,913,292	1996/10/30
10	46	Toy Story2	1,431,309	26,375,653	2001/08/20

*출처 : The Numbers

4) 디지털 배급

미국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 4억 3,600만 달러 규모로 추정된다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 렌탈 등을 포함하는 온라인 시장은 매우 급격한 성장세를 보이는데, 2011년 소폭 하락한 이후 2012년 이후에는 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다.

<그림 3-3-34> 2010~2015년 미국 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

미국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 6.8%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데 2015년 6.1억 달러의 시장규모를 나타내며 2006년 대비 4배가 넘는 성장세를 이루어 낼 것으로 전망된다.

3. 주요 이슈

1) 3D입체영상 애니메이션의 급격한 성장

3D, CGI 등의 영상물은 제작의 기법 및 소비 형태의 특수성으로 구분된 용어라고 할 수 있다. 3D 및 CGI 등 제작 기법으로 구분된 영상물의 결과물은 결국 영화, 방송, 애니메이션 등 문화산업의 특정 장르로 완성되고 그 장르에 맞는 유통구조 속에서 비즈니스가 일어난다고 할 수 있다.

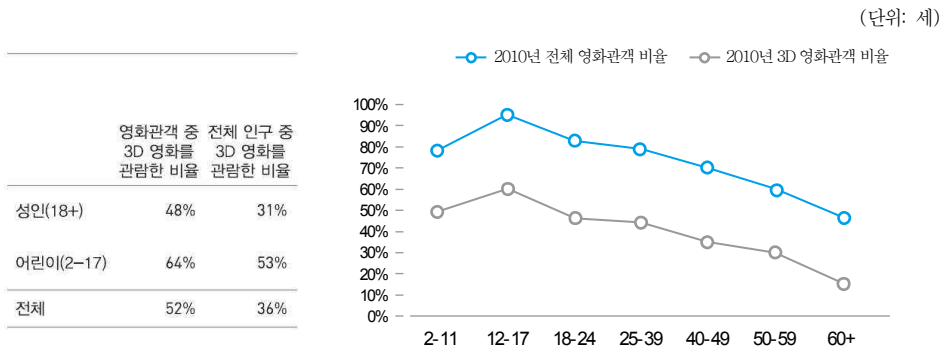
전 세계 영화산업의 역사 속에서 3대 혁신으로 평가되고 있는 3D 영화는 미국을 비롯한 전 세계 영화산업의 새로운 유통 패러다임을 구축하고 있는 것이 사실이다. 미국 내 2005년부터 2009년까지 총 30여 편에 불과했던 3D 영화의 개봉은 2010년부터 2012년까지 약 200여 편이 개봉될 것으로 예상되어 새로운 영화산업의 화두가 되고 있다. 또한 영화 산업의 첫 번째 수익 윈도우라고 할 수 있는 미국 내 상영관이 3D 상영이 가능한 디지털 시네마로 급속도로 전환되고 있다. 또한 3D 콘텐츠의 방송이 가능한 3DTV의 보급도 향후 3D 영상물 시장에 있어서 매우 중요한 요소가 될 것으로 전망된다.

극장 애니메이션 시장은 3D입체 상영이 확대되면서 박스오피스 시장규모가 확대될 것으로 예상되며 인터넷과 모바일 기기 보급이 대중화됨에 따라 온라인 애니메이션 시장도 더욱 확대될 것으로 전망된다. 온라인 주문형태를 통해 렌탈 서비스를 제공하는 넷플릭스(Netflix), 저렴한 가격에 DVD 자판기를 통해 서비스를 제공하는 레드박스(Redbox) 등 경쟁업체의 등장으로 애니메이션 환경이 점차 온라인 유통 중심으로 변화될 것으로 예상된다.

미국 애니메이션산업에 있어서 2010년은 새로운 전기로 기록될 수 있는 해라고 할 수 있다. 애니메이션 영화의 박스오피스 매출이 처음으로 전체 영화산업의 15%를 상회하였는데 이는 역시 3D 입체영상 애니메이션 영화의 성공에 힘입은 것이라고 할 수 있다. 2010년 북미 인구 중 3분의 1 이상이 적어도 1편의 3D 영화를 관람하였고, 2억 2,270만 명의 영화 가능 관객 중에서 절반 이상(52%)이 최소 한 편의 3D 영화를 관람하였다. 일반적 영화 관람에 있어 3D 관람은 연령대와 높은 연관성을 보이고 있다. 전체 인구의 36%가 3D 영화를 관람했으나, 2세~17세 인구의 경우 50% 이상의 비율을 보였다. 2010년 기준으로 40세 이상보다 40세 미만이 평균적으로 더 많은 3D 영화를 관람하였다.

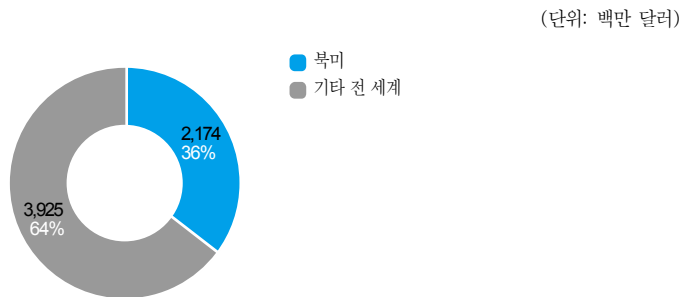
2010년 전 세계 3D 상영관의 박스오피스 매출은 61억 달러 규모로 25억 달러를 기록했던 2009년 대비 2배 이상의 성장을 이루어냈다. 이러한 규모는 전 세계 박스오피스 시장의 19.3%라고 할 수 있다. 이러한 전 세계 3D 상영관 박스오피스 매출의 증가는 할리우드 3D입체영상 애니메이션이 커다란 영향을 미쳤다고 할 수 있다. 2010년 미국의 3D 상영관 박스오피스 매출은 21.7억 달러를 기록하였는데 이는 전 세계 시장의 36%에 해당한다고 할 수 있다.

<그림 3-3-35> 2010년 북미의 연령별 3D 관람인구와 영화관객의 비중



*출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

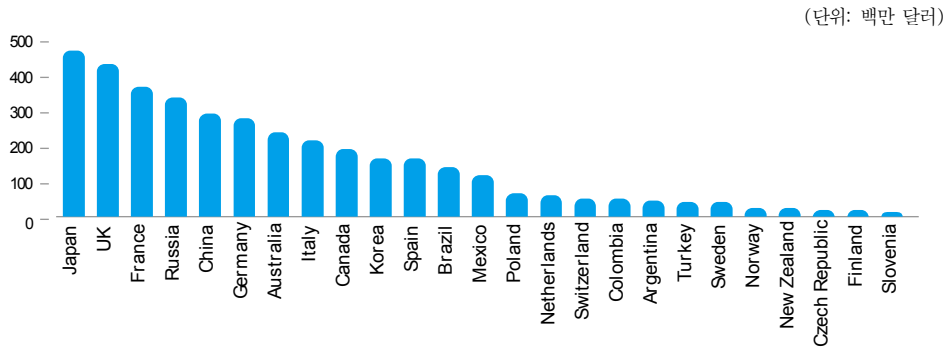
<그림 3-3-36> 2010년 전 세계 3D 상영관 박스오피스



*출처 : Screendigest (2011)

북미 지역 외 국가 중에서 3D 상영관 박스오피스 시장 규모가 가장 큰 국가는 일본이라고 할 수 있으며, 영국 프랑스 등 유럽 국가들이 그 뒤를 잇고 있다.

<그림 3-3-37> 2010년 미국 외 각국의 3D 상영관 박스오피스



*출처 : Screendigest(2011)

2010년 개봉한 주요 애니메이션 작품의 3D 수입 비중은 전체의 약 60.0%이상으로 나타나고 있으며, 티켓 판매수는 감소하였으나 전체 극장수익은 증가하였다. 이는 기존 티켓가격보다 3D영화의 티켓가격이 높음에 기인한 것으로 3D입체 상영관을 선택한 관객이 증가하였음을 알 수 있는 대목이다.*

*티켓 판매수는 2005년 이래 가장 낮은 수치를 기록하였으나, 박스오피스 수익은 전반적으로 증가한 것으로 조사되고 있음. NATO(全美 극장소유주협회: National Association of Theatre Owners)에 따르면 2010년 티켓의 평균가격은 2009년보다 38센트가 상승한 7.88달러로 보고되고 있음. 자료원: The Associated Press(2010.9.1.)

<표 3-3-24> 2010년 주요 흥행작품의 미국 내 3D 상영수입 비중

작품명	3D 상영수입 비중
토이스토리 3(Toy Story 3)	60.0%
드래곤길들이기(How to Train Your Dragon)	68.0%
슈렉포에버(Shrek Forever After)	62.0%

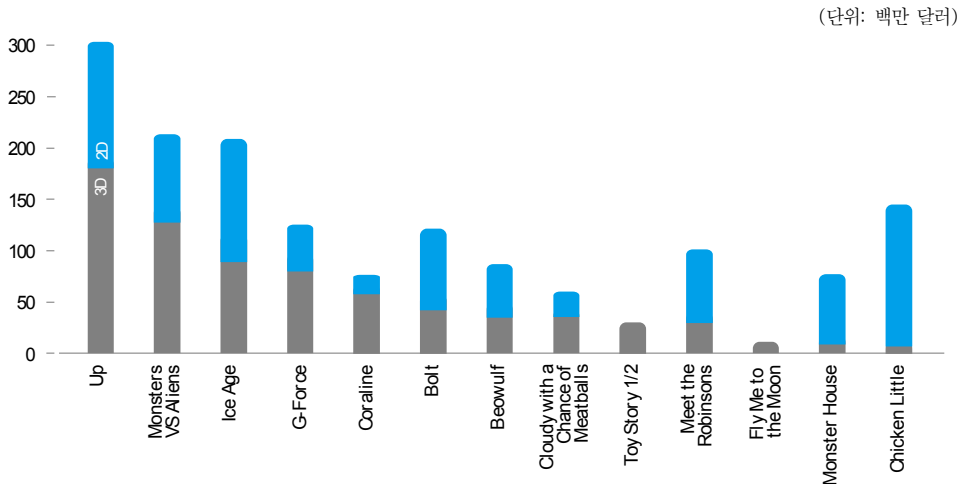
*출처 : LA Observed

애니메이션 영화에 있어서도 3D의 열풍은 산업 전체에 많은 영향을 미치고 있다. 2009년 말 기준 미국의 3D 상영관 수가 전체 상영관의 20%도 안 되는 상황에서 3D 애니메이션은 전체 애니메이션 극장 매출의 50%를 초과하였다. 2005년 디즈니의 <치킨 리틀(Chicken Little)>을 필두로 현재까지 30편 이상의 3D 영화가 개봉되었다. 이러한 3D의 열풍과 함께 디즈니(픽사)와 드림웍스는 향후 모든 애니메이션을 3D로 제작할 계획을 가지고 이 분야를 선도하고 있다.

2008년에 시작된 미국의 경제 침체에도 불구하고 소비자들은 3D 영화에 대한 긍정적인 반응을 지속적으로 보여주고 있다. 특히 미국을 기준으로 3달러 정도를 더 지불해야 하는 3D 극장 매출은

지속적으로 증가하고 있는데 이는 소비자들이 입체적인 영화 경험을 위해 더 많은 지출을 마다하지 않는 것으로 받아들여지고 있다. 미국 3D 상영관의 스크린 당 매출은 2D 상영관의 3배를 기록하고 있으며 이러한 3D 상영관의 수익성 증가는 3D 상영관 확대와 3D 영화 제작에 매우 중요한 척도로 평가되고 있다.

<그림 3-3-38> 각 영화별 2D, 3D 매출 비교



*출처 : Boxofficemojo, Screendigest

2010년 미국의 박스 오피스 순위 10위권 내에는 애니메이션이 5개나 포함되어 있다. 이 5개의 애니메이션은 모두 3D로 제작된 애니메이션들로 2008년 디즈니(픽사)와 드림웍스가 3D입체영상 애니메이션의 제작 확대를 선포한 이후 3D입체영상 애니메이션의 흥행 성적은 점차 확대되고 있는 추세다. 흥행성적에 따라 차이가 있긴 하지만 CG애니메이션 매출은 일반적인 영화에 비해 수익성이 매우 높은 편이다.

박스 오피스 시장에서 CG 애니메이션의 시장 점유율은 2007년을 정점으로 2008년에는 다소 감소했지만 2009년 이후 다수의 애니메이션 작품이 입체로 만들어지고 더 높은 티켓 값을 받게 되면서 전체 시장에서 차지하는 매출 비중은 더욱 높아졌다. CG 애니메이션이 전통적인 2D 셀 애니메이션과 비교해 갖는 장점 몇 가지가 있다. 한 예로 CG 애니메이션은 입체화가 용이하다. CG 애니메이션의 캐릭터와 배경 등 모든 개체들은 입체화에 필요한 위치 정보를 갖고 있기 때문에 화면의 레이아웃 조정, 좌우 시점에서의 2회 렌더링 작업, 밝기 및 색깔 보정 등과 같은 비교적 간단한 공정을 통해 입체화가 가능하다. 무겁고 기동이 어려우며 까다로운 셋팅 과정이 필요한 입체 카메라로 촬영해야 하는 실사 영화에 비해 애니메이션의 입체화 작업은 매우 간편하다. 이 때문에 할리우드 애니메이션 스튜디오는 향후 제작될 대부분의 애니메이션을 3D 방식으로 개봉할 예정이다.

2) 미국 애니메이션 영화 제작 예산 및 부가산업

미국 애니메이션 영화는 대부분 수익을 내고 있다고 볼 수 있다. 자국 시장에서의 안정적인 배급망 구축은 물론 전 세계 동시 배급 능력을 가지고 있는 메이저사들에 의해 제작되기 때문이다. 즉, 전 세계 애니메이션 영화의 권력은 미국 메이저 스튜디오가 가지고 있으며 이들의 직·간접적인 협조 없이는 미국 이외의 국가에서 제작된 애니메이션 영화가 성공하기란 매우 어렵다는 것을 보여주고 있다. 미국 애니메이션 영화의 제작 예산에 있어서도 박스오피스에서와 마찬가지로 디즈니와 드림웍스 두 스튜디오가 지난 5년간 전체 예산의 60%를 집행하며, 애니메이션 영화의 양대 스튜디오임을 증명하고 있다. 다만 2008년까지 5년간 박스오피스에서는 드림웍스가 더 많은 점유율을 기록한 반면, 제작 예산에 있어서는 디즈니가 더 많은 예산을 집행하여 예산 대비 박스오피스 실적은 드림웍스의 애니메이션 영화가 더 좋았던 것으로 분석된다.

<표 3-3-25> 미국 스튜디오별 연간 애니메이션 영화 제작 예산

(단위: 백만 달러)

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	합계	비율
Disney	150	120	150	330	300	1,244	32.5%
DreamWorks	195	284	310	280	175	1,050	27.4%
Exodus Film	25	-	-	-	17	380	9.9%
Fox	75	80	75	85	60	375	9.8%
Paramount	30	51	60	24.1	40.6	349	9.1%
Sony	160	130	90	-	127.4	170	4.4%
Universal	50	60	60	-	39.8	141	3.7%
Vanguard	40	32.1	-	-	-	40	1.0%
Warner Bros	30	150	94	75	24.1	34	0.9%
Weinstein Co	18	16.3	14.5	-	-	42	1.1%
합계	538	895	819	780	776.3	3825.3	100.0%

*출처 : Box Office Mojo, IMDb, Screendigest

2009년 미국 애니메이션 영화에는 2004년의 거의 2배에 달하는 10억 달러 가량의 제작 예산이 집행되었다. 드림웍스가 <몬스터 vs 에이리언>에 1.75억 달러를, 디즈니가 <Up>에 역시 1.75억 달러를 투입하며 가장 높은 예산의 애니메이션 영화 2편을 제작하게 되었다. 또한 디즈니는 전통적인 2D 애니메이션인 <공주와 개구리(The Princess and the Frog)>에도 1.25억 달러를 투입하며 2007년과 2008년에 이어 애니메이션 영화에 가장 많은 제작비를 투자하는 스튜디오가 되었다.

<표 3-3-26> 2009년 미국 애니메이션 영화 및 제작 예산

(단위: 백만 달러)

제목	스튜디오	예산
Monsters vs Aliens	DWA	175
Up	Pixar/Disney	175
The Princess and the Frog	Disney	125
Cloudy with a Chance of Meatballs	Sony	100
The Lost Tomb: A Neopets Adventure	Warner/Animal Logic(Australia)	75
Astro Boy	Warner/Weinstein/Imagi/Tezuka	65
Ice Age3	Fox	65
Coraline	Focus	60
Planet 51	Sony/Ilion(Spain)	60
The Fantastic Mr. Fox	Fox	60
Open Season 2 (direct to DVD)	Sony	30
9	Starz Animation/Focus Features	20
전체예산		1,010

*출처 : Box Office Mojo, IMDb, Screendigest

미국 영화산업의 매출은 영화의 장르와 예산 등에 따라 매우 다양하다. 그 중에서도 애니메이션 영화는 홈 엔터테인먼트 매출이 가장 두드러지는 분야로 DVD 판매 매출이 매우 높은 장르라고 할 수 있다. 미국에서 대부분의 애니메이션 영화 타이틀의 경우 DVD 판매 매출이 영화 박스오피스 매출을 상회하고 있다. 총 37편의 애니메이션 영화가 개봉되었던 2006년 미국에서는 디즈니의 <카(Cars)>가 박스오피스와 DVD 판매 모두 1위를 기록하였다.

미국 영화산업의 매출 원동력은 다양하지만 1) 극장 매출, 2) 홈비디오 매출, 3) VOD/PPV 매출, 4) 유료 TV, 5) 무료 TV 등 비교적 정형화되어 있는 편이다. 이외에 라이선싱을 통한 완구 등의 판매도 거의 모든 블록버스터 영화의 경우에는 극장 개봉과 함께 출시된다. 또 극장 개봉에 성공한 작품들은 TV 애니메이션으로 리메이크되어 라이선싱 제품들의 재 출시와 함께 방송되기도 한다. 총 37편의 애니메이션 영화가 개봉되었던 2007년 미국에서는 드림웍스의 <슈렉 3(Shrek 3)>가 박스오피스와 DVD 판매 모두 1위를 기록하였다. 2010년 <Shrek 4>를 개봉한 드림웍스는 관련 라이선싱 제품 매출의 극대화를 위해 슈렉의 TV 애니메이션을 제작하였다. 드림웍스는 또 다른 성공작인 <마다가스카>의 TV 애니메이션도 제작하였으며, <쿵푸 팬더>의 TV 애니메이션은 현재 제작 중에 있다. 두 개의 TV 애니메이션은 니켈로디언(Nickelodeon) 애니메이션 스튜디오에 의해 제작될 예정이며 동 채널을 통해 방송될 예정이다.

월트디즈니도 자사의 성공작인 <카>의 속편과 TV 애니메이션 제작에 많은 노력을 기울이고 있다. <카>의 속편과 TV 애니메이션은 픽사에 의해 제작될 예정이며, 2011년 개봉되고 TV 애니메이션은 디즈니 채널을 통해 방영될 예정이다. 디즈니사의 <카>는 이제까지 총 23억 달러의 라이선싱 매출을 기록하고 있는데 이는 동 영화의 박스오피스 매출과 거의 유사한 매출 규모라고 할 수 있다. 총 35편의 애니메이션 영화가 개봉되었던 2008년 미국에서는 디즈니의 <월-E(Wall-E)>가 박

스오피스와 DVD 판매 모두 1위를 기록하였다. DVD 판매가 박스오피스에 비해 저조한 매출을 기록하고 있는데 2008년 경제 위기로 인한 전반적인 DVD 판매 침체의 영향을 받은 것으로 분석된다. 2011년 10월 기준 미국에서 가장 많이 판매된 애니메이션 DVD는 2010년 전체 애니메이션 박스오피스에서 5위를 기록한 <Tangled>로 6,200만 개 이상의 DVD가 판매되었으며 판매액은 9,660만 달러이다. <Tangled>는 전체 DVD 판매 순위에서도 2위인 <Harry Potter and the Deathly Hallows, Part I>을 제치고 1위를 기록하였다. <Toy Story 3>는 2010년에 이어 2011년에도 애니메이션 DVD 판매순위 5위를 기록하며 지속적인 수익을 창출하고 있다.

<표 3-3-27> 2011년 미국 애니메이션 DVD 판매 순위

애니메이션 순위	전체 순위	타이틀	판매량(개)	판매액(달러)	출시일
1	1	Tangled	6,292,974	96,611,992	2011/03/29
2	3	Megamind	3,351,756	42,802,518	2011/02/25
3	4	Rio	3,110,832	46,903,500	2011/08/02
4	5	Despicable Me	2,757,279	50,274,526	2010/02/14
5	12	Toy Story 3	1,862,590	23,610,723	2010/11/02
6	14	Rango	1,718,234	28,897,640	2011/07/15
7	25	Gnomeo & Juliet	1,266,691	20,749,011	2011/05/24
8	29	How to Train Your Dragon	1,166,393	15,808,622	2010/10/15
9	36	Barbie: A Fairy Secret	1,035,942	13,313,890	2011/03/15
10	40	Shrek Forever After	1,003,100	14,028,610	2010/12/07

*출처 : The Numbers

제6절

| 유럽 |

1. 영국

1) 시장 현황

2010년 영국 애니메이션산업 시장규모는 12.3억 달러를 기록하며 전 애니메이션산업의 7.2%를 점유하고 있는데 2010년 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 23.1%의 큰 성장을 보였다.

영국의 애니메이션 시장규모는 2011년 9.9억 달러를 기록하며 전년대비 19.2%나 하락할 것으로 예상되고 있는데 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비하여 크게 못 미치기 때문인 것으로 분석된다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Shrek Forever After>, <Despicable

Me> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 2억 달러에 가까운 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었던 반면, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <Tangled>만이 3,300만 달러의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 9위를 기록 중이다. 미국은 물론이고 전 세계 애니메이션 시장은 그 해에 제작되어 개봉된 할리우드 메이저 제작사의 애니메이션 흥행 실적에 따라 비교적 유동적인 특성을 가지고 있다. 지난 10여 년 간은 애니메이션 영화의 제작에 있어서 전성기라고 볼릴 수 있을 만큼 미국과 유럽을 중심으로 다양한 애니메이션 영화들이 제작되었다. 또한 애니메이션 영화는 매년 박스오피스 상위 10위 안에 드는 실적을 기록하면서 다른 장르의 영화에 비해 높은 성공률을 보여 왔다.

유럽의 경우에는 2006년 34편, 2007년 15편, 2008년 11편 등 매년 6~11편의 애니메이션 영화를 제작하는 미국에 비해 개봉된 애니메이션 영화 편수는 많았으나 예산 규모가 미미하였으며, 전 세계 배급 인프라의 부족으로 실적 면에 있어서도 미국 메이저 스튜디오들과는 비교 대상이 되지 못하였다. 미국 메이저 스튜디오들에 의해 제작되는 애니메이션 영화들은 거의 실패가 없는 영화들이라고 할 수 있는데 반해, 유럽 및 기타 지역의 애니메이션 영화는 예산 규모가 부족하여 그 성공 확률이 매우 낮다고 볼 수 있다. 또한 미국 애니메이션 영화가 박스오피스에서 성공한다는 것은 대부분 홈비디오 시장에서도 성공한다는 것을 의미하여 한 편의 애니메이션 영화의 성공은 그 파급효과가 매우 크다고 하겠다.

영국 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 2.5억 달러로 2009년에 비해 23.8%로 크게 증가하였다. 이는 2010년 미국 메이저 스튜디오들이 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데, 영국 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 4개를 차지하였다. 2010년 영국 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 3억 달러를 기록하였는데, 이는 전년대비 22.5%에 육박하는 성장을 이루어 낸 것이다. 영국 방송 애니메이션 시장은 2008년 15.0%의 큰 폭의 하락세 이후 2년 연속으로 두 자릿 수의 성장을 이어가고 있다.

<표 3-3-28> 2006~2015년 영국 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	225	227	193	242	296	310	325	336	349	362	4.1
영화	239	284	169	204	253	192	223	218	248	258	1.5
홈비디오	552	573	554	504	609	432	478	456	515	531	-1.3
디지털 배급	7	11	26	45	67	56	72	76	91	98	8.8
합계	1,024	1,095	942	995	1,225	990	1,097	1,086	1,203	1,249	1.1

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

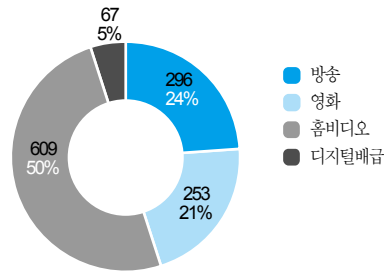
영국 애니메이션산업에서 박스오피스와 방송 분야의 성장과 함께 홈비디오 분야도 2010년 6.1억 달러를 기록하며 20.8% 성장하였다. 영국 애니메이션 홈비디오 분야는 2008년과 2009년에 각각 3.3%, 9.0%의 하락세를 기록했던 분야인데, 2010년 다시 성장세로 돌아서면서 큰 폭으로 성장하였다. 한 가지 특이한 점은 보통 박스오피스와 홈비디오의 성장과 하락이 유사한 추세를 보이는데 반해, 2009년 영국의 애니메이션산업에서는 박스오피스 분야의 20.8%의 큰 성장에도 불구하고 홈비디오 분야는 9.0%의 하락세를 보인 것이다. 이는 2008~2009년의 2년간 디지털 배급에서의 큰 성장에 기인한다고 볼 수 있다. 즉, 박스오피스에서 성공한 애니메이션 영화들의 상당 부분이 홈비디오에서 소비되는 대신 디지털 형태로 소비되기 시작했다고 볼 수 있다. 한편, 2011년에는 영국 애니메이션 홈비디오 분야는 다시 29.1%로 큰 폭의 하락세를 나타낼 것으로 전망된다. 2010년 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있으며 2011년의 하락세 역시 미국 스튜디오들의 대작 3D입체영상 애니메이션의 부재에 기인한다고 볼 수 있다.

다른 콘텐츠 분야에서와 마찬가지로 2010년 영국 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 PS3, Xbox360 등 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임 시장의 확대와 함께 매우 빠른 속도로 성장하고 있다. 2006년 7백만 달러를 기록하였던 영국 애니메이션산업의 홈비디오 시장은 4년 연속 큰 폭의 성장을 기록하였고, 특히 2008년에는 143.5%라는 세 자릿 수의 큰 성장폭을 나타내며 2010년 6,700만 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 9배 이상의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있다. 영국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년에는 15.6% 하락하며 잠시 주춤할 것으로 예상되지만, 2015년까지 향후 4년 동안은 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 영국 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 영국 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 영국 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 영국 애니메이션 홈비디오 시장은 전체 애니메이션 시장의 49.7%를 점유하고 있는데 20.6%를 점유하고 있는 박스오피스 시장의 2배가 넘는 시장규모를 나타내고 있다. 최근 몇 년간 영국 애니메이션 홈비디오 시장은 하락과 상승을 경험하였는데 이는 전통적인 홈비디오 대여 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상인 것으로 분석된다. 영국의 홈비디오 시장은 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-39> 2010년 영국 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

그러나 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고, 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어 이러한 파급 효과의 영향 하에 있는 향후 영국 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장도 큰 변화가 예상된다.

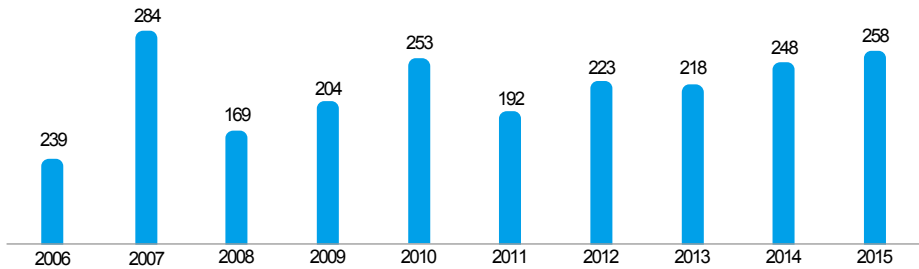
2) 분야별 시장 현황

(1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 영국 애니메이션의 박스오피스는 2.5억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 23.8%의 큰 성장을 기록한 것이다. 영국 애니메이션의 박스오피스는 2007년 최대치를 기록한 이래 2008년 큰 폭으로 하락하였으며 이후 해마다 꾸준히 성장하여 2010년에는 조금 못 미치지만 2007년의 수준을 거의 회복하였다. 이는 2010년 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 따른 것으로 분석된다.

<그림 3-3-40> 2006~2015 영국 애니메이션 박스오피스 시장 현황

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

영국 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 10여 년 동안 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 영국에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 영국 전체 영화 박스오피스의 약 17.7%와 12.3%의 시장점유율을 보였는데 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 6~7편임을 감안하면 매우 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Shrek Forever After>, <Despicable Me> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 2억 달러에 가까운 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 급성장한 흥행 실적이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 증가는 디지털 상영관의 확대와 더불어 3D입체영상 애니메이션 영화관의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 요인이라고 할 수 있다.

<표 3-3-29> 2010년 영국 개봉 애니메이션 영화 Top 6

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	1	Toy Story 3	Disney	116,625,632	07/23
2	5	Shrek Forever After	PPI	51,056,068	07/02
3	8	Despicable Me	UPI	32,283,987	10/15
4	12	How to Train Your Dragon	PPI	26,488,493	04/02
5	26	Megamind	PPI	16,048,975	12/03
6	76	Astro Boy	E1	5,148,738	02/05

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

<Toy Story 3> 뿐 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 영국 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데, <Shrek Forever After>, <Despicable Me>, <How to Train Your Dragon> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 5, 8, 12위를 기록하며, 2.3억 달러에 가까운 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-30> 2011년 영국 개봉 애니메이션 영화 Top 7

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	9	Tangled	Disney	32,871,348	01/28
2	11	Kung Fu Panda 2	PPI	27,085,330	06/10
3	13	The Smurfs	Fox	25,864,327	08/12
4	15	Cars 2	Disney	24,894,721	07/22
5	19	Rio	Fox	21,578,418	04/08
6	29	Hop	UPI	12,235,046	04/01
7	32	Rango	PPI	11,277,681	03/04

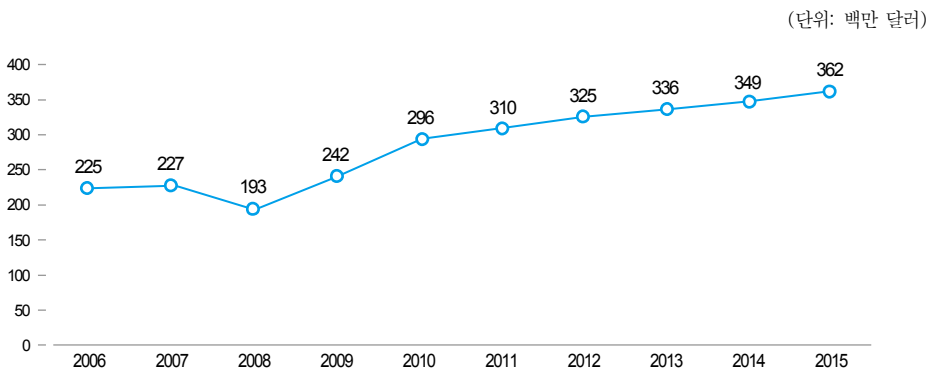
*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 전 세계적으로 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 영국 애니메이션 박스오피스 시장 역시 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 2010년에 비하여 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년만큼의 흥행 성적을 거두지 못하여 2011년 영국 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 다소 감소할 것으로 전망된다.

(2) 방송

영국 애니메이션 시장은 홈비디오 판매, 대여가 전체의 절반 이상을 차지하는 홈비디오 중심 시장의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 커다란 흥행에 성공하면서 극장 애니메이션의 매출이 급격히 증가하고 있는 추세다. 또한 영국 방송 산업에 있어서 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대되는 추세다. 영국 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하던 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장은 위축되고 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 성장하고 있다. 영국의 방송용 애니메이션 시장은 2008년 15.0%의 급격한 하락을 경험한 후 2009년과 2010년에 각각 25.1%와 22.5%의 큰 폭으로 성장하였다. 이는 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 의한 것으로 분석되며 향후 2011년부터 방송용 애니메이션 시장 규모는 5% 미만의 완화된 성장률로 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 3억 달러 규모의 영국 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 4.1%의 연평균 성장률을 기록하며, 2015년에는 3.6억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-41> 2006~2015년 영국 방송 애니메이션 시장규모 추이



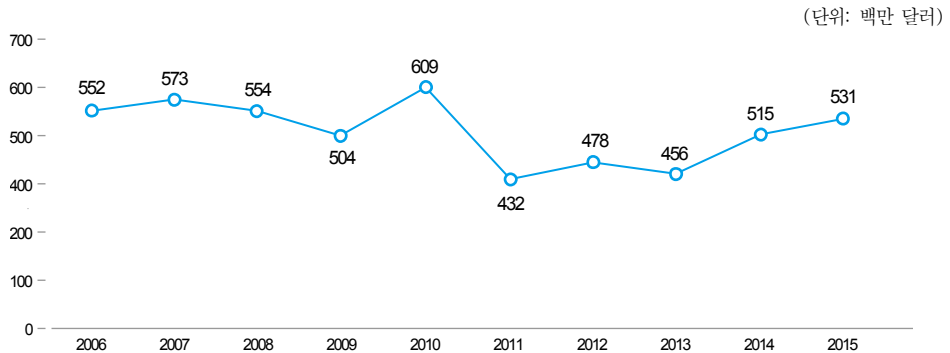
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

(3) 홈비디오

2010년 영국 애니메이션 홈비디오 시장은 6.1억 달러로 추정되는데 2010년 20.8%의 급성장을 기록하였다가 2011년에는 다시 29.1%의 급격한 하락을 기록하였다. 다양한 디지털 플랫폼이 DVD

판매 및 대여 시장을 점차 대체해 감에 따라 2012~2015년 사이 영국의 홈비디오 시장은 성장과 하락을 반복해가며 전체적으로 조금씩 성장해갈 것으로 전망된다. 향후 5년간 영국의 홈비디오 시장은 연평균 1.3%로 하락할 것으로 예상되며 2015년 5.3억 달러 규모를 기록하여 2010년의 6.1억 달러 수준에 여전히 못 미칠 것으로 전망된다.

<그림 3-3-42> 2006~2015년 영국 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이

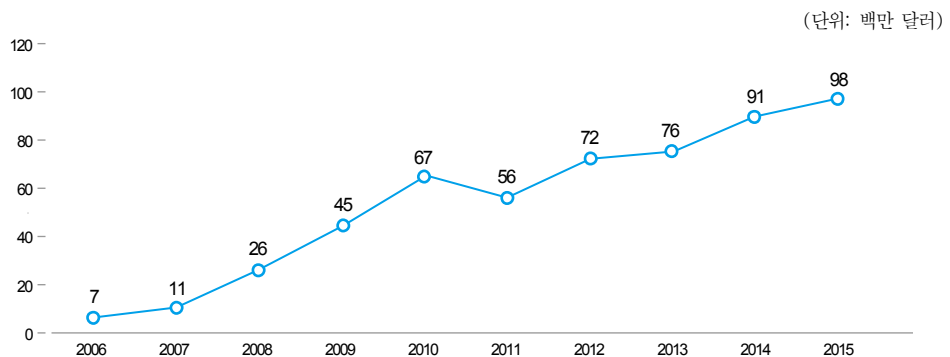


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

(4) 디지털 배급

영국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 6,700만 달러 규모로 추정되며 2009년의 전 세계적 경기 침체에도 불구하고 75.6%라는 큰 성장을 이루어 온 분야라고 할 수 있다. 영국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장이 매우 급격한 성장세를 보이는데 2011년 15.6% 하락한 이후 2012년 27.1%의 급성장을 통해 시장을 회복하며 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-43> 2006~2015년 영국 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

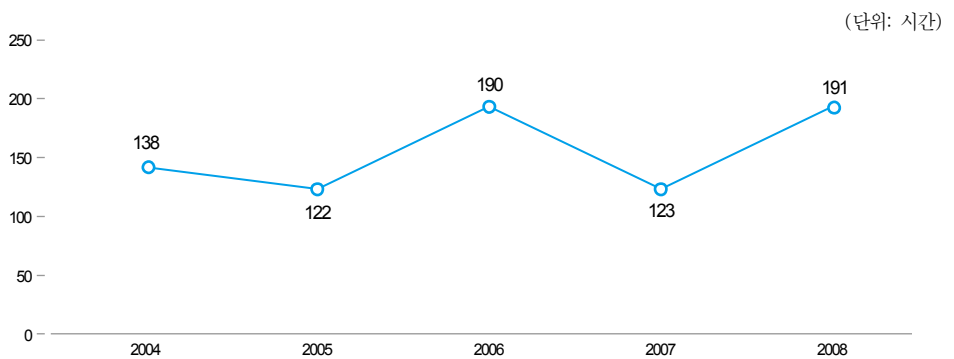
영국 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 8.8%의 성장을 기록할 것으로 전망되어 2015년에는 9,800만 달러의 시장규모에 이를 것으로 예상, 2006년 대비 12배가 넘는 성장세를 이루어 낼 것으로 전망된다.

3) 애니메이션 시장 주요 이슈

유럽 국가의 방송국 중에는 인하우스(자체제작) 애니메이션 프로덕션을 보유한 곳이 없다. ITV의 경우 Cosgorve Hall Films를 소유했으나 2009년 맨체스터 스튜디오를 폐쇄하였다. 따라서 애니메이션은 독립 제작소가 주를 이루게 되지만 이는 애니메이션 스튜디오가 방송국의 커미션에 전적으로 의존해야 되는 상황을 낳고 있다. 영국의 교육 기관인 Skillset은 최근 발표에서 300여 개의 애니메이션 회사 중 2/3가 '마이크로 회사'로 10명 이하의 인원을 고용되어 있다고 발표하였다. 이러한 소규모의 회사들은 제작에 참여하지 못하는 경우 대부분 쉽게 사라져 버리는 프로젝트 베이스 회사들로 전락하는 경우도 있다. 또한 대부분의 애니메이션 작품들은 비정규 직원에 의해 제작 되고 있다.

영국의 애니메이션 제작 규모는 유럽에서 프랑스 다음인 2위의 제작시장 규모인 것으로 알려져 있다. 비록 영국 정부 차원의 애니메이션산업에 대한 통계는 집계되고 있지 않으나 2009년 11월에 발표된 스크린 다이제스트(Screen Digest)의 보고서에서는 영국을 비롯한 주요 국가들의 애니메이션 제작 현황을 보여 주고 있다. 아래 그림에서 볼 수 있듯이 영국은 연간 100시간 이상의 TV 애니메이션을 제작하고 있는데 2006년과 2008년에는 190시간 이상 제작한 것을 알 수 있다.

<그림 3-3-44> 영국의 TV 애니메이션 연간 제작 분량



*출처 : Screen Digest

영국 TV 애니메이션의 시간당 평균 제작비는 해마다 조금씩 차이가 있지만 1백만 달러 수준인 것으로 파악되고 있다. 2006년 96만 달러에 이르던 영국의 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비는 2007년 1백만 달러를 상회하였으나 2008년 99만 달러로 다시 하락하였다.

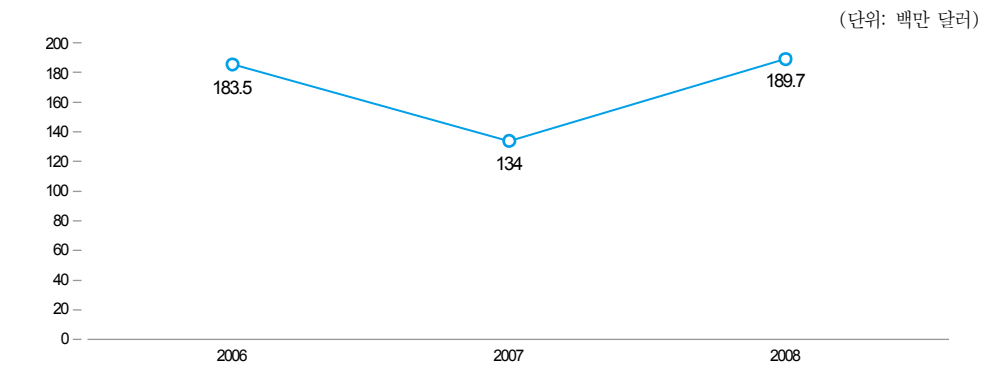
<표 3-3-31> 영국의 연간 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비

연도	2006	2007	2008
제작비	963,575	1,035,927	991,361

*출처 : Screendigest

영국 TV 애니메이션의 연간 제작비 규모는 그 해의 애니메이션 제작 분량에 따라 비교적 편차가 심하다고 할 수 있다. 190시간을 제작하였던 2006년에는 총 제작비 규모가 1억 8,350만 달러에서, 2007년에는 제작 시간이 123시간으로 줄어들어 총 제작비 규모는 1억 3,400만 달러로 줄어들었다. 2008년 총 제작 시간이 191시간으로 늘어남에 따라 연간 제작비 규모도 1억 8,970만 달러 규모로 증가하였다.

<그림 3-3-45> 영국 TV 애니메이션 연간 제작비 규모



*출처 : Screendigest

영국은 상위 10개의 애니메이션 스튜디오가 전체 시장의 75.1%를 차지하고 있으며 이 중 HIT Entertainment와 E1Kids의 두 애니메이션 스튜디오가 영국 애니메이션 시장에서 10% 이상의 시장을 점유한 가장 큰 규모의 스튜디오이다. Henson International Television의 약자인 HIT Entertainment는 원래 배급사였지만, 강력한 미취학 아동용 저작물을 기반으로 한 저작권 관리 사업으로 사업분야를 확장해왔다. 2007년까지 HIT는 대부분의 애니메이션 프로그램을 인하우스 프로덕션으로 제작하였으며, 현재는 자사의 스튜디오인 HOT Animation을 폐쇄하고 <Bob the Builder>, <Thomas the Tank Engine Angelina Ballerina>의 제작을 미국과 캐나다에 있는 스튜디오들에 하청을 주고 있다. E1Kids는 전 Contender Home Entertainment의 아동 분과였으나, 2007년 캐나다의 Entertainment One에 의해 인수 합병되었다. E1Kids는 2008년 3편의 시리즈 제작에 투자하였는데, 미취학 시리즈 Humf는 미국의 케이블 방송사인 Nick Jr.에서 방영되었고 런던 스튜디오 Astley Baker Davis에 의해 제작된 두 편의 애니메이션 시리즈 <Peppa Pig 시즌 3>와 <Ben and Holly' Little Kingdom>은 각각 Five와 Nick Jr.에서 방영되었다.

5.8%의 시장점유율로 6위를 기록한 Entertainment Rights는 2008년 미취학 아동용 저작물 <Postman Pat>의 9번째 새 시리즈와 <Casper' Scare School>을 제작하였다. <Postman Pat>은 스톱-프레임 전문업체인 Cosgrove Hall Films에 의해 제작되었고, <Casper' Scare School>은 Moonscoop과 DQ Entertainment가 공동으로 제작한 애니메이션이다. 맨체스터 소재의 Cosgrove Hall Films는 현재 영국의 지상파 채널인 ITV plc.의 100% 소유로 모델 애니메이션에 특화되어 있으나 많은 2D 시리즈들을 제작하고 CGI를 실험하기도 한다. 시장점유율 순위 8위를 기록하고 있는 Balley Beg Limited 스튜디오의 경우에는 영국의 Crown Dependency 자치구인 Isle of Man에 CG 애니메이션 스튜디오를 두고 있어 영화 및 TV 프로덕션에 인센티브를 제공하는 자치구 고유의 세금 제도의 적용을 받고 있으며, Mike Young Productions은 현재 Moonscoop으로 재브랜드화 하였으며 2006-08년 영국에서 두 편의 <Dive Olly Dive> 시리즈를 제작한 바 있다.

<표 3-3-32> 시장점유율에 따른 영국의 Top 10 애니메이션 스튜디오

순위	스튜디오	점유율
1	HIT Entertainment	13.1%
2	EIKids	10.9%
3	Chorion	8.9%
4	The Foundation	8.7%
5	ABD	6.3%
6	Entertainment Rights	5.8%
7	Red Kite Animation	5.8%
8	Balley Beg Studios	5.2%
9	Coolabi	5.2%
10	Mike Young Productions	5.2%
-	기타	24.9%

*출처 : Screendigest

2. 프랑스

1) 시장 현황

2010년 프랑스 애니메이션산업 시장규모는 8억 달러를 기록하며 전 애니메이션산업의 4.7%를 점유하고 있는데 2010년 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 34.7%의 큰 성장을 보였다.

프랑스의 애니메이션 시장규모는 2011년 7.2억 달러를 기록하며 전년대비 9.9% 하락할 것으로 예상되고 있는데 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비해 저조하기 때문인 것으로 분석된다. 2010년에는 <Shrek Forever After>, <Toy Story 3>, <Tangled>, <The Princess and the Frog> 등 총 4편의 애니메이션 영화가 1.6억 달러에 가까운 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었고, 2011년에도 역시 2011년 10월을 기준으로 <쿵푸 팬더 2>, <Cars 2>, <The Smurfs>, <Rio>의 4편이 1.1억 달러에 가까운 박스오피

스를 기록하며, 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 그러나 2011년 전체 영화 박스오피스 10위권 내 애니메이션 영화는 모두 5~10위 사이에 머물렀으며, 매출 면에서도 그 규모가 작아 2010년과 2011년 사이 전체 영화 박스오피스 10위권 내 애니메이션 박스오피스는 약 5천만 달러의 매출액 차이를 보이고 있다. 즉, 2010년 전체 영화 박스오피스 순위 10위, 애니메이션 박스오피스 순위 4위를 기록한 <The Princess and the Frog>는 약 3,200만 달러의 박스오피스 매출을 기록한 반면, 2011년 전체 박스오피스 5위, 애니메이션 박스오피스 1위를 기록한 <쿵푸 팬더 2>는 약 2,800만 달러의 매출을 기록하는데 그쳤다.

프랑스 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 2.1억 달러로 2009년에 비해 45.2%로 크게 증가하였다. 이는 2010년 미국 메이저 스튜디오들이 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데 프랑스 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 4개를 차지하였다. 2010년 프랑스 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 3.2억 달러를 기록하였는데 이는 전년대비 16.4%의 성장을 이루어 낸 것이다. 프랑스 방송 애니메이션 시장은 2009년 40.4%의 이례적인 성장 이후 2010년에도 2년 연속으로 두 자릿 수의 성장을 이어가고 있다. 프랑스의 방송 애니메이션 부문은 지난 2006년 이래로 꾸준히 성장해오고 있으며 향후 5년간 연평균 5.1%의 성장률을 보이며 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

<표 3-3-33> 2006~2015년 프랑스 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011~2015 CAGR
방송	171	189	195	273	318	332	362	369	398	407	5.1
영화	164	250	153	146	212	174	185	195	204	212	0.3
홈비디오	215	191	173	172	264	210	216	221	225	230	-2.3
디지털 배급	2	2	2	3	6	6	7	9	11	13	16.4
합계	552	632	523	595	801	721	770	794	839	862	1.6

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

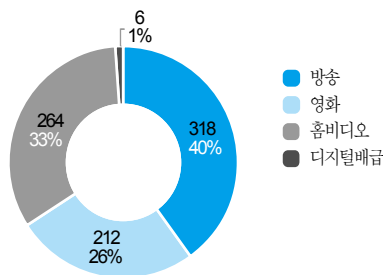
프랑스 애니메이션산업에서 박스오피스와 방송 분야의 성장과 함께 홈비디오 분야도 2010년에 2.6억 달러를 기록하며 53.4% 성장하였다. 프랑스 애니메이션 홈비디오 분야는 2007~2009년까지 3년 연속 각각 14.4%, 9.3%, 0.3%의 하락세를 나타내었던 분야인데, 2010년 다시 성장세로 돌아서면서 큰 폭으로 성장하였다. 2011년에는 프랑스 애니메이션 홈비디오 분야는 다시 20.6%로 큰 폭의 하락세를 나타낼 것으로 전망된다. 2010년 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있으며 2011년의 하락세 역시 미국 스튜디오들의 대작 3D입체영상 애니메이션의 부재로 인한 박스오피스 매출의 하락에 따른 것이라고 볼 수 있다.

다른 콘텐츠 분야에서와 마찬가지로 2010년 프랑스 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대와 함께 매우 빠른 속도로 성장하고 있다. 2006년 2백만 달러를 기록하였던 프랑스 애니메이션산업의 홈비디오 시장은 3년 연속 큰 폭의 성장을 기록하였고, 특히 2010년에는 110.6%라는 세 자릿 수의 큰 성장폭을 기록하며 6백만 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 3배 이상의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있다. 프랑스 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년에는 단 0.8%의 성장률로 잠시 주춤할 것으로 예상되지만, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균 16.4%의 성장률을 보일 것으로 기대된다. 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세는 프랑스 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 프랑스 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 방송 애니메이션 시장이 전체 애니메이션 시장의 39.8%를 점유하고 있고, 그 뒤를 이어 홈비디오 시장이 33.0%를 점유하고 있으며 박스오피스 시장이 26.5%를 점유하고 있다. 프랑스의 애니메이션 디지털 배급 시장은 전체 시장의 0.7%로 아직 매우 미미한 규모이며 최근 몇 년간 프랑스 애니메이션 홈비디오 시장의 하락은 디지털로 전환되는 과도기적인 현상이라기보다는 애니메이션 박스오피스 분야의 하락세와 더욱 연관이 있는 것으로 분석된다. 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어, 시장 내 또 다른 변화가 있을 것으로 예상된다. 그러나 분명한 것은 프랑스의 홈비디오 시장 역시 향후에는 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-46> 2010년 프랑스 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

2) 분야별 시장 현황

(1) 극장 상영 (극장수익 판매)

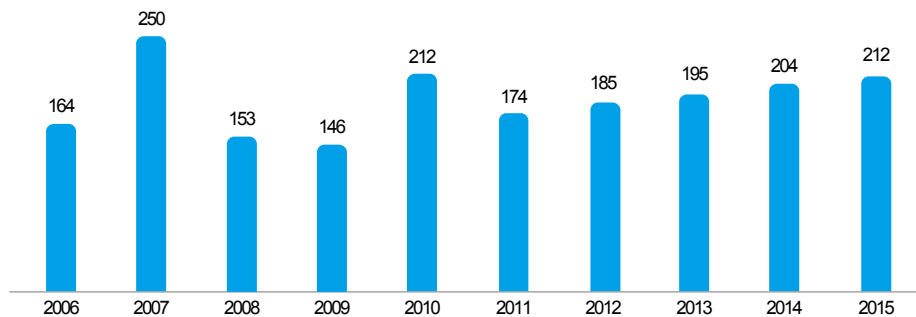
2010년 프랑스 애니메이션의 박스오피스는 2.1억 달러를 기록하였으며, 이는 전년대비 45.2%의 큰 성장을 기록한 것이다. 프랑스 애니메이션의 박스오피스는 2007년 2.5억 달러로 최대치를 기록한 이래 2008년 38.8%의 큰 폭으로 하락하였으며 2009년에도 4.5%의 추가 하락을 기록하였다. 2010년에는 45.2%의 큰 성장을 기록하여 2억 달러 선을 다시 회복하였는데 이는 2010년 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인하였다고 할 수 있다.

지난 10여 년 동안 프랑스 애니메이션 영화의 박스오피스는 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 프랑스에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 프랑스 전체 영화 박스오피스의 약 15.0%와 11.5%의 시장점유율을 보였는데 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 7편, 6편임을 감안하면 매우 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다.

2010년에는 <Shrek Forever After>, <Toy Story 3>, <Tangled>, <The Princess and the Frog> 등 총 4편의 애니메이션 영화가 1.6억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 급성장한 흥행 실적이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 증가는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이라고 할 수 있다.

<그림 3-3-47> 2006~2015 프랑스 애니메이션 박스오피스 시장 현황

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

<표 3-3-34> 2010년 프랑스 개봉 애니메이션 영화 Top 7

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	2	Shrek Forever After	PPI	46,616,337	06/30
2	6	Toy Story 3	Disney	40,499,578	07/14
3	7	Tangled	Disney	39,405,587	12/01
4	10	The Princess and the Frog	Disney	32,378,176	01/27
5	20	How to Train Your Dragon	PPI	22,605,822	03/31
6	35	Megamind	PPI	11,629,091	12/15
7	56	Planet 51	n/a	8,264,852	02/03

*출처 : The Numbers, Boxofficejojo

<Shrek Forever After> 뿐만 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 프랑스 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데 <Toy Story 3>, <Tangled>, <The Princess and the Frog>, <How to Train Your Dragon> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 6, 7, 10, 20위를 기록하며, 1.8억 달러 이상의 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-35> 2011년 프랑스 개봉 애니메이션 영화 Top 6

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	5	Kung Fu Panda 2	PPI	27,859,798	06/15
2	7	Cars 2	Disney	27,585,179	07/27
3	9	The Smurfs	Sony	25,874,862	08/03
4	10	Rio	Fox	24,764,458	04/13
5	28	Rango	PPI	10,563,989	03/23
6	65	Hop	PI	5,198,615	07/06

*출처 : The Numbers, Boxofficejojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 전 세계적으로 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 프랑스 애니메이션 박스오피스 시장규모 역시 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 2010년에 비하여 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년만큼의 흥행 성적을 거두지 못하여 2011년 프랑스 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 다소 감소할 것으로 전망된다.

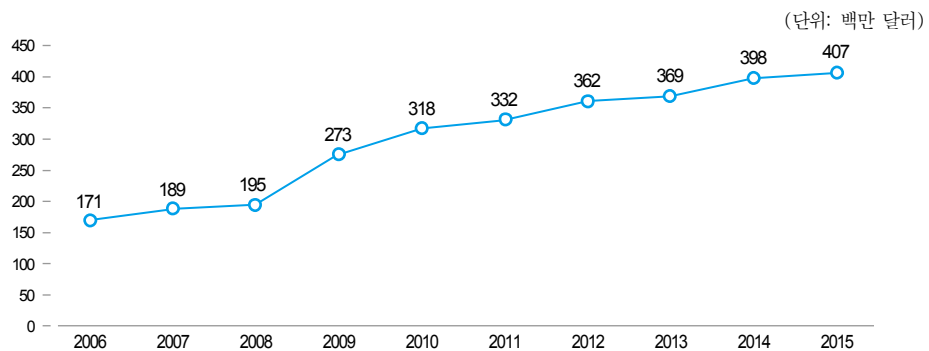
(2) 방송

프랑스 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 방송 분야는 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대되는 추세다. 또한 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장의 비중은 점차 줄어들고 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 증가하고 있다. 한편, 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 커다란

흥행에 성공하면서 극장 애니메이션의 매출은 급격히 증가하고 있는 추세다.

프랑스의 방송용 애니메이션 시장은 2009년과 2010년에 각각 40.4%와 16.4%의 큰 폭으로 성장하였다가 2011년부터는 완만한 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 디지털 배급의 증가와 케이블 TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적으로 성장할 것으로 전망된다. 2010년 3.2억 달러 규모의 프랑스 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 5.1%의 성장률을 기록하며 2015년에는 4.1억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-48> 2006~2015년 프랑스 방송 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

프랑스 방송용 애니메이션 시장에서 머천다이징 상품으로 많은 수익을 거두자 TV 애니메이션을싼 값에 공급해 다수의 시청자에게 노출시키고 이를 기반으로 한 캐릭터 상품으로 수익을 얻는 모델이 주류로 자리 잡았었다. 이에 따라 TV 애니메이션 시장 매출에서 방영권 판매 비중은 점차 낮아지는 추세였으나, 최근 디지털 유료 방송 사업자들의 무료로 제공하던 VOD 서비스를 유료화로 전환하면서 프랑스의 방송용 애니메이션 시장은 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다.

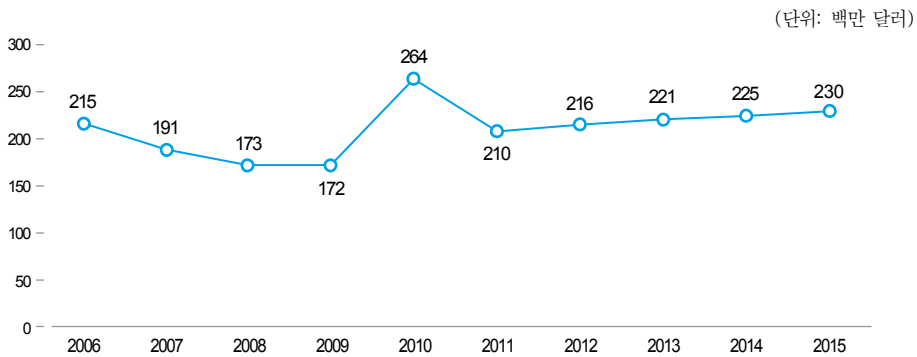
특히 3D입체영상 애니메이션 영화들이 커다란 성공을 거둔 이후 방송용 애니메이션 시장에서 향후 3D입체영상 애니메이션의 성공 여부가 매우 큰 관심거리가 되고 있다. 아직은 3DTV의 보급률이 저조하지만 향후 수년 내에 3DTV의 보급이 급격하게 증가될 것으로 전망되는 가운데 3D입체영상 애니메이션 영화의 성공이 방송 분야로까지 확대될 것인가의 여부가 향후 프랑스의 방송용 애니메이션 시장에 커다란 영향을 줄 것으로 전망된다.

프랑스를 포함하여 전 세계적으로 3D 방송 전문 채널들이 등장하고 있는데 애니메이션을 전문으로 하는 3D 방송 채널이 생겨날 경우 프랑스의 방송용 애니메이션 시장은 특정 기점을 기준으로 급속하게 성장할 것이라는 전망이 조심스럽게 제기되고 있다. 이러한 프랑스 방송용 애니메이션 시장의 향후 방향성은 ‘디지털 배급’, ‘방송 사업자들의 유료화 전략’, ‘3DTV의 보급 확대’, ‘방송용 3D입체영상 애니메이션의 제작 활성화 여부’ 등 다양한 환경 변화에 따라 결정될 것으로 예상된다.

(3) 홈비디오

2010년 프랑스 애니메이션 홈비디오 시장은 2.6억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 53.4%로 크게 증가한 것이다. 프랑스의 홈비디오 시장은 2009년까지 3년 연속 하락세를 보이다가 2010년 일시적으로 큰 폭의 성장을 보인 후 2011년에 다시 20.6%의 급락을 경험하였다. 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 감에 따라 2015년까지는 완만한 성장세를 보일 것으로 전망된다. 2011~2015년 사이 프랑스 애니메이션 홈비디오 연평균 성장률은 -2.3%가 될 것으로 예상된다.

<그림 3-3-49> 2006~2015년 프랑스 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이

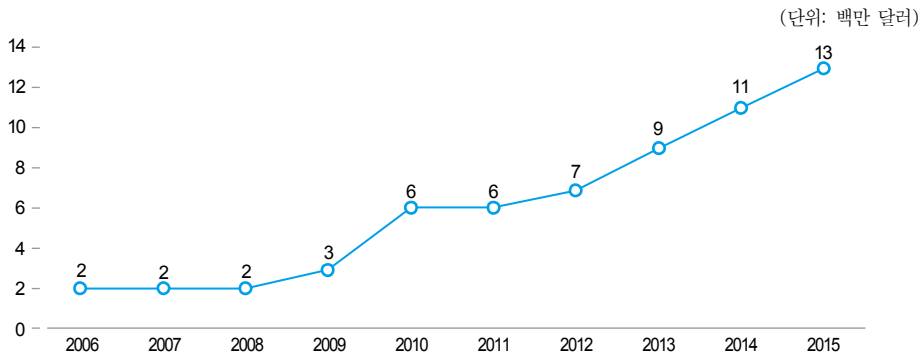


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

(4) 디지털 배급

프랑스 애니메이션의 디지털 배급 시장은 6백만 달러 규모로 추정되고 있으며 2007년 0.1% 하락한 이후 해마다 급격한 성장을 거듭해왔다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 렌탈 등을 포함하는 온라인 시장은 매우 급격한 성장세를 보이는데 2011년 0.8%의 소폭 성장으로 잠시 주춤한 이후 2012년부터는 다시 두 자릿 수의 큰 폭으로 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다.

<그림 3-3-50> 2006~2015년 프랑스 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



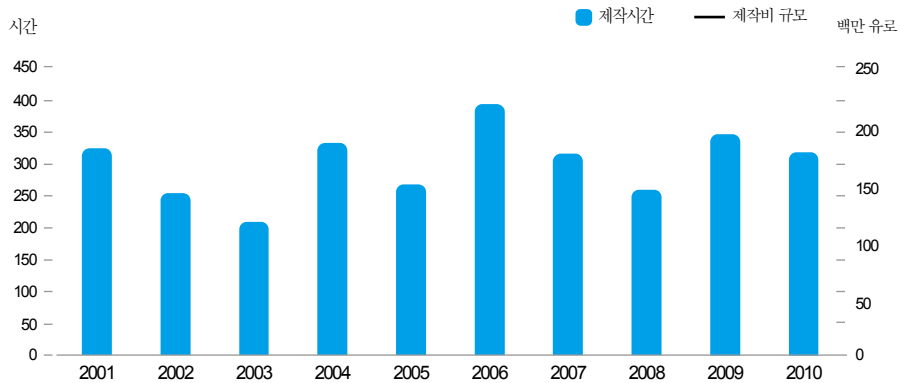
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

프랑스 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후에도 연평균 성장률 16.4%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데 2015년 1,300만 달러의 시장규모를 나타내며 2006년 대비 6배가 넘는 성장세를 이루어 낼 것으로 전망된다.

3) 애니메이션 시장 주요 이슈

프랑스는 애니메이션 프로덕션 산업과 관련해 세부적인 통계학 자료를 조사하는 유일한 국가이다. 이는 국가 영화 기구인 CNC(Centre nationale de la Cinematographie) 에서 막대한 지원을 하고 있기 때문이다. CNC에 따르면 지난 2010년 프랑스에서는 320시간 분량의 애니메이션이 제작되었으며(26에피소드 × 30분으로 계산할 때 애니메이션 시리즈 1편당 길이는 약 13시간임) 7,700만 유로의 제작비가 투자되었다. 2009년에는 351시간 분량의 애니메이션이 제작되었고 제작비 규모는 2억 1,100만 유로였으며, 2008년에는 1억 5,160만 유로 가치, 259시간 분량의 애니메이션이 제작되었다. 한편, 프랑스 역대 최저 수준의 제작 시간은 2003년의 208시간이었다. CNC의 데이터를 분석해보면 애니메이션 시장은 패턴에 따라 성장하는 것이 아니라 주기에 따라 변동이 나타나며 최고점과 최저점은 시장의 수요에 따라 결정되었다.

<그림 3-3-51> 2001~2010년 프랑스 애니메이션 제작 시간 및 제작비 규모



*출처 : Screendigest

전 세계적으로 애니메이션 장편 영화가 강세를 보이는 가운데 2011년 6월 11일 폐막된 제51회 안시 애니메이션 페스티벌에서는 프랑스를 비롯한 각국 애니메이션 영화의 최신 트렌드를 관찰하고 조만간 개봉될 신규 작품을 만날 수 있는 장이 마련되었다. 애니메이션 최강국인 미국이 올해 특별 초청국가로 지정된 가운데 프랑스 애니메이션계를 대표하는 뵝 베송 감독의 <A monster in Paris>를 비롯한 장편 두 편이 공개돼 정식 개봉 전 사람들이 이목을 끌었다.

전 세계 애니메이션 시장은 전례 없는 호황을 누리는데 최근에는 3D 기술이 접목되면서 작품

완성도 역시 향상되었다. 특히 첨단기술 활용에 따른 경제적 효과도 증가하고 있어 예술분야로 뿐 아니라 명실상부한 산업으로 발전하는 양상을 보이고 있다. 2010년 세계 박스오피스 순위에서 <Shrek>이나 <Toy Story 3>와 같은 작품이 상위권을 기록하고 높은 수익을 내자 제작비를 지원하겠다는 투자자들의 자금이 몰리는 현상도 나타났다.

<표 3-3-36> 최다 관객 동원 프랑스 애니메이션 영화

작품명	연도/감독	(단위: 백만 명) 관람객 수	
		해외	국내
Arthur and the invisibles	'06/Luc Besson	10.3	6.4
Igor	'08/ Anthony Leonidis	4.2	0.2
Asterix and the vikings	'06/Stefan Fjeldmark, Jesper Møller	2.7	1.4
Arthur and the revenge of the Maltazard	'09/Luc Besson	2.7	3.9
The triples of Belleville	'03/Sylvain Chomet	2.0	0.9
Persepolis	'07/Vincent Paronnaud, Marjane Satrapi.	1.9	1.5
Pollux	'03/Dave Borthwick	1.3	0.9
Dragon hunters	'08/Guillaume Ivernel, Arthur Qwak.	1.3	0.6
The True Story of Puss'N Boots	'08/Pascal Hérold, Jérôme Deschamps	1.2	0.3
Kirikou and the Sorceress	'98/Michel Ocelot	0.8	1.4
Arthur 3: The War of the Two Worlds	'10/Luc Besson	0.7	3.1

*출처 : Centre nationale de la Cinematographie

프랑스는 일본, 미국과 더불어 만화와 애니메이션분야 전통 강국이라고 할 수 있다. 지난 10여 년 간 프랑스에서 제작된 애니메이션 영화는 국내뿐 아니라 해외시장으로도 수출돼 주목할 만한 성과를 거두었다. 퓌베송의 감독의 대표작 <Arthur and the invisibles>(2006)의 경우 해외 관객 최다 동원작으로 총 1,030만 관객이 이 작품을 관람했으며, 그 외에 <Igor>(2008), <아스테릭스와 바이킹>(2006)이 각각 420만, 270만 명의 해외 관객에게 선을 보인 것으로 집계되었다.

1998년에서 2010년 사이에 제작된 프랑스 애니메이션 중 85%가 해외에서 개봉됐으며 이 중 10편의 작품이 1백만 명 해외 관객을 돌파하였다. 결론적으로 20%에 해당하는 작품이 해외에서도 큰 성과를 거둔 셈인데, 이는 프랑스 일반 영화가 해외에서 거둔 실적을 상회하는 기록이다.

프랑스산 애니메이션이 이처럼 해외에서도 인정을 받는 가운데 아쉬운 점은 상위 5개 장편 애니메이션이 전체 관객 수의 65%를 점유할 만큼 일부 작품에 집중되어 있다는 점이다. 또한 10편이 1백만 해외 관객을 동원하는데 성공했지만 미국산 블록버스터 애니메이션을 따라 잡기에는 역부족이라는 것도 약점으로 지적된다. 특히 미국 애니메이션 제작사와 비교시 프랑스는 전 세계 배급망에서 상당히 뒤지고 있어 일부 작품성 있는 애니메이션이 개봉되는데 어려움을 겪는 경우도 있다는 점도 간과해서는 안 될 부분이다.

3D 도입에 따른 전용 상영관 확대, 3DTV 일반화에 따른 소비 증가 등 기술적인 측면과 경제적 인 측면에서 애니메이션 업계가 순풍을 타고 있다는 점은 분명하지만 반대 급부로 첨단기술 활용

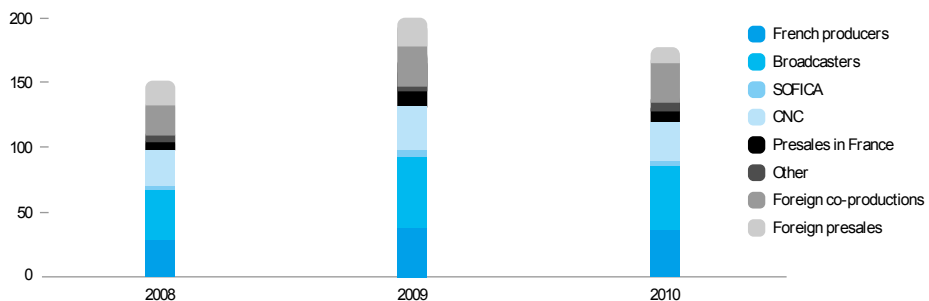
에 따른 비용 증가로 제작비 부담이 높아지는 것은 장애로 작용할 것이 분명하다. 제작비가 증가할 경우 프랑스 애니메이션은 자국 시장에서 벌어들이는 수익만으로는 버틸 수가 없어 해외시장에 수출이 반드시 필요하다. 2011년 안시 애니메이션 페스티벌에 출품된 퓌 베크 감독의 장편 애니 두 편의 경우 제작비가 2~3천만 유로 사이로 투자금 회수를 위해서는 해외 개봉을 통한 관객 동원이 필수이다. 이를 반영하듯 애니메이션에 대한 투자도 증가 추세를 기록, 2010년 총 투자금이 9,300만 유로로 프랑스 전체 영화산업 투자 중 6.4%를 기록하였다. 한편, 프랑스 국내에서 개봉된 애니메이션 전 작품이 동원한 관객 수는 3,020만 명으로 전체 영화 관람객의 16.5%를 차지하였다. 이 중 프랑스산 애니메이션 관객수는 420만 명에 그친 반면, <Shrek 4>나 <Toy Story 3>를 필두로 한 미국 대형 애니메이션은 2,310만 명의 관객을 동원하며 10년만의 최고치를 기록하였다. 애니메이션에 3D 기술이 접목되면서 기술력을 보유한 스튜디오에 대한 프랑스 대기업을 비롯한 제작 투자가 활발해질 것으로 전망된다.

프랑스 애니메이션산업은 세계에서 가장 잘 지원받는 산업 중 하나로 일련의 제도와 규제로부터 혜택을 받으며 그 규모를 확대해 가고 있다. 캐나다, 독일, 스페인을 비롯한 다른 국가들도 모두 제작을 위한 재정 지원 형식을 가지고 있으며, 애니메이션 분야에 관한 공공 투자 기금 형식은 특별한 것이 아니지만 그 중에서도 프랑스는 독특하고 종합적인 시스템을 가지고 있다. 프랑스 애니메이션은 다른 국가들과 비교할 때 거부할 수 없는 장점이 있음에도 불구하고 여전히 수요 주기의 지배를 받으며 세계 시장을 위한 제작을 하고 있다. 이러한 수요의 핵심은 콘텐츠와 공영 및 민간 채널에 적용되는 투자 쿼터에 의해 강화되는데, 2003년 이래 케이블과 위성 채널도 역시 CSA와 함께 프랑스 애니메이션에 최소한의 투자를 하는데 동의하도록 요구받아왔다.

공영방송사인 France TV 역시 애니메이션 제작사들과 추가의 계약을 체결해왔다. France 3는 해마다 합작 애니메이션에 최소 380만 유로를 투자해야 하고, France 5는 연간 4백만 유로를 투자해야 한다. TF1의 라이선스는 방송사가 전년도 제작 애니메이션 순수익의 최소 0.6%를 투자하도록 요구되고, M6는 매출의 최소 1%를 투자하도록 요구하고 있다.

<그림 3-3-52> 2008~2010년 프랑스 애니메이션 주체별 투자 규모

(단위: 백만 유로)



*출처 : Screendigest

애니메이션 시리즈가 CNC 펀드의 자격을 얻기 위해서는 프랑스 방송사로부터 제작 또는 선판매 약속을 받아야 한다. 영화 및 텔레비전 프로덕션을 위한 펀딩의 주요 매개체는 CNC에 의해 운영되는 Compte de soutien a l'industrie de programmes(COSIP)이다. Soficas는 기업이나 개인에게 애니메이션 프로덕션들을 위한 투자 수단으로서 정기적으로 사용되는 납세 의무를 상쇄해줄 수 있는 영화나 TV 프로그램을 제작하기 위해 설립된 기업들이다.

방송사들은 애니메이션 투자 유치에 있어 가장 큰 기여자들이며 이들의 프로듀서들도 그 다음으로 가장 중요한 역할을 한다. CNC로부터의 투자 유치는 2010년 제작비 총액의 약 17%를 차지하였다. 다른 국가들과의 파트너십을 통한 투자(대부분 캐나다로, 캐나다는 프랑스와 애니메이션 공동 제작 특별 조약을 체결하고 있음)와 해외 방송사들에 선판매 후 받은 투자금은 제작비의 24%를 차지하였다. 이는 2007년 30%를 기록한 이래로 해마다 꾸준히 감소세를 보여 왔다. 이 중 France Televisions은 가장 많은 제작을 하는 투자사로 150만 유로(123시간)를 투자하였으며, TF1은 59시간 제작에 15만 유로, Canal Plus는 37시간에 250만 유로를 투자하였다. 프랑스는 상위 10개의 애니메이션 스튜디오가 전체 시장의 70%를 차지하고 있으며, 이 중 Moonscoop/Moonscoop IP가 12%로 가장 큰 시장점유율을 기록하였다. 차순위인 Futurikon 외 다른 스튜디오들은 모두 10% 미만의 시장점유율을 기록하고 있다.

<표 3-3-37> 시장점유율에 따른 프랑스의 Top 10 애니메이션 스튜디오

순위	스튜디오	점유율
1	Moonscoop/Moonscoop IP	12%
2	Futurikon	8%
3	Method Animation	8%
4	Les Armateurs	8%
5	Dargaud/Ellipseanime/Dupuis	8%
6	Tele Images Kids/Marathon	7%
7	TeamTO	6%
8	Blue Spirit Animation	5%
9	Alphanim	4%
10	Patoon Animation	4%
-	기타	30%

*출처 : Screendigest

3. 독일

1) 시장 현황

2010년 독일 애니메이션산업 시장규모는 6.7억 달러를 기록하며 전 애니메이션산업의 3.9%를 점유하고 있으며 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 11.9%의 성장을 보였다.

독일의 애니메이션 시장규모는 2011년 6.0억 달러를 기록하며 전년대비 11.0% 하락할 것으로 예상되고 있는데, 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비하여 크게 못 미치기 때문인 것으로 분석된다.

독일 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 1.5억 달러로 2009년에 비해 13.1%로 비교적 큰 증가세를 나타내었다. 이는 2010년 미국 메이저 스튜디오들이 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데 독일 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 4개를 차지하였다.

2010년 독일 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 2.6억 달러를 기록하였는데 이는 전년대비 3.3% 성장한 것이다. 2008년 9.4%로 다소 크게 하락한 이후 2009년 다시 11.7%로 크게 상승하였으며 2010년에는 그 상승폭은 매우 감소하였으나 여전히 3.3%의 성장을 유지하고 있다.

<표 3-3-38> 2006~2015년 독일 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	236	247	224	250	259	269	298	297	325	319	4.4
영화	197	190	140	129	146	123	130	136	142	146	0.2
홈비디오	228	230	223	213	255	191	187	186	184	182	-5.9
디지털 배급	4	4	5	6	10	13	9	25	29	34	26.1
합계	665	672	591	599	670	596	635	643	680	681	0.5

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

독일 애니메이션산업에서 박스오피스와 방송 분야의 성장과 함께 홈비디오 분야도 2010년 2.6억 달러를 기록하며 19.5% 성장하였다. 독일 애니메이션 홈비디오 분야는 2008년과 2009년에 각각 3.3%, 4.4%의 하락세를 나타내었던 분야인데, 2010년 다시 성장세로 돌아서면서 큰 폭으로 성장하였다. 독일 애니메이션 홈비디오 분야는 2011년에 다시 24.9%로 큰 폭의 하락세를 나타낼 것으로 전망된다. 2010년 독일 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있으며 2011년의 하락세 역시 미국 스튜디오들의 대작 3D입체영상 애니메이션의 부재에 기인한다고 볼 수 있다.

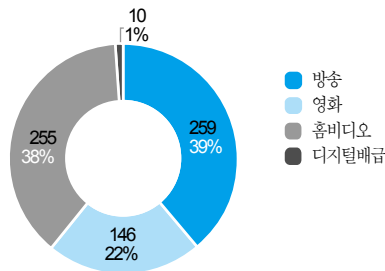
다른 콘텐츠 분야에서와 마찬가지로 2010년 독일 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대와 함께 급성장하고 있다. 2006년 4백만 달러를 기록하였던 독일 애니메이션산업에서 디지털 배급은 2010년 71.9%로 크게 성장하며 1천만 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 2.5배의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의

성장세를 나타내고 있다. 향후 5년 동안 독일 애니메이션 시장은 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 독일 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 독일 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 방송 분야와 홈비디오 분야가 각각 전체 애니메이션 시장의 38.6%와 38.0%를 점유하고 있어 두 시장이 거의 유사한 시장규모를 나타내고 있다. 그러나 최근 몇 년간 독일 애니메이션 홈비디오 시장이 경험한 하락과 상승, 또한 향후 5년간 지속적으로 이어질 연평균 5.9%의 하락세는 이 두 분야 간 격차를 점차로 심화해갈 것으로 전망되며, 이는 전통적인 홈비디오 대여 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상인 것으로 분석된다. 독일의 홈비디오 시장은 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-53> 2010년 독일 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

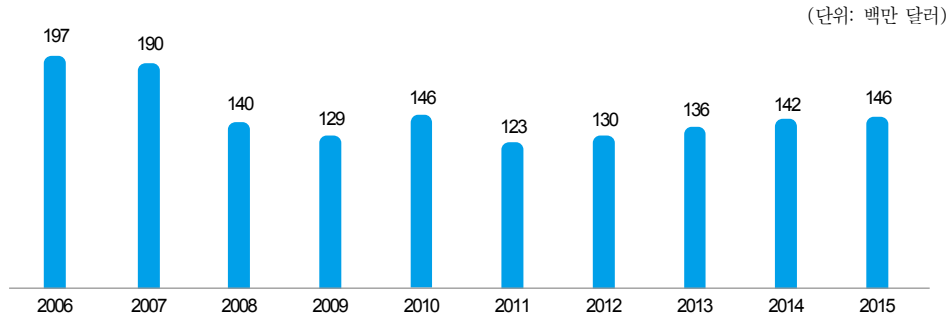
그러나 최근 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어 이러한 파급 효과의 영향 하에 있는 독일 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장 추세 또한 변화가 예상된다.

2) 분야별 시장 현황

(1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 독일 애니메이션의 박스오피스는 1.5억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 13.1%의 성장을 기록한 것이다. 독일 애니메이션의 박스오피스는 2006년 이래로 꾸준히 하락해 왔으며 2010년 들어 미국의 메이저 스튜디오들에 의해 제작된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인하여 두 자릿 수의 성장세를 보였으나, 그 규모는 여전히 2007년의 1.9억 달러에 미치지 못하고 있다.

<그림 3-3-54> 2006~2015 독일 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

독일 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 10여 년 동안 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 독일에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 독일 전체 영화 박스오피스의 약 14.3%와 10.9%의 시장점유율을 보였는데, 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 7편, 6편임을 감안하면 매우 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다.

2010년에는 <Tangled>, <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <Toy Story 3> 등 총 4편의 애니메이션 영화가 1.1억 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 급성장한 흥행 실적이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 증가는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이라고 할 수 있다.

<Tangled> 뿐 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 독일 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데 <Despicable Me>, <Shrek Forever After>, <Toy Story 3>, <How to Train Your Dragon> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 6, 8, 10, 15위를 기록하며 1.3억 달러에 달하는 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-39> 2010년 독일 개봉 애니메이션 영화 Top 7

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	2	Tangled	Disney	44,204,134	12/09
2	6	Despicable Me	UPI	27,043,442	09/30
3	8	Shrek Forever After	PPI	24,972,735	06/30
4	10	Toy Story 3	Disney	17,104,362	07/29
5	15	How to Train Your Dragon	PPI	15,496,906	03/25
6	72	Megamind	PPI	4,399,694	12/02
7	75	Legend of the Guardians : The Owls of Ga'Hoole	WB	3,782,806	10/14

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

<표 3-3-40> 2011년 독일 개봉 애니메이션 영화 Top 6

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	7	The Smurfs	Sony	26,446,696	08/04
2	10	Kung Fu Panda 2	PPI	20,744,836	06/16
3	11	Cars 2	Disney	19,288,490	07/28
4	13	Rio	Fox	17,815,018	04/07
5	31	Rango	PPI	6,359,881	03/03
6	61	Hop	UPI	3,820,584	03/31

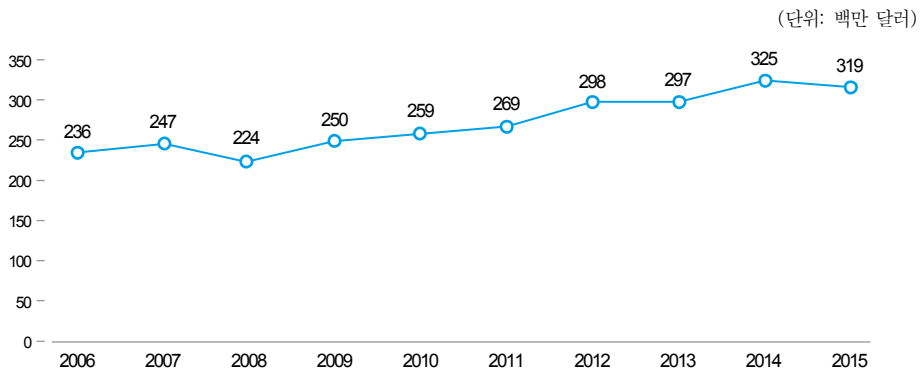
*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 전 세계적으로 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 독일 애니메이션 박스오피스 시장 역시 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 2010년에 비하여 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년 만큼의 흥행 성적을 거두지 못하여 2011년 독일 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 다소 감소할 것으로 전망된다.

(2) 방송

독일 애니메이션 시장은 방송과 홈비디오 시장이 유사한 비율로 전체 시장의 중심이 되는 시장 특징을 보여 왔다. 독일 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 독일 방송 산업은 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대되는 추세다. 또한 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장은 감소하고, 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 증가하고 있다. 한편, 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 커다란 흥행에 성공하면서 극장 애니메이션의 매출은 급격히 증가하고 있는 추세다.

<그림 3-3-55> 2006~2015년 독일 방송 애니메이션 시장규모 추이



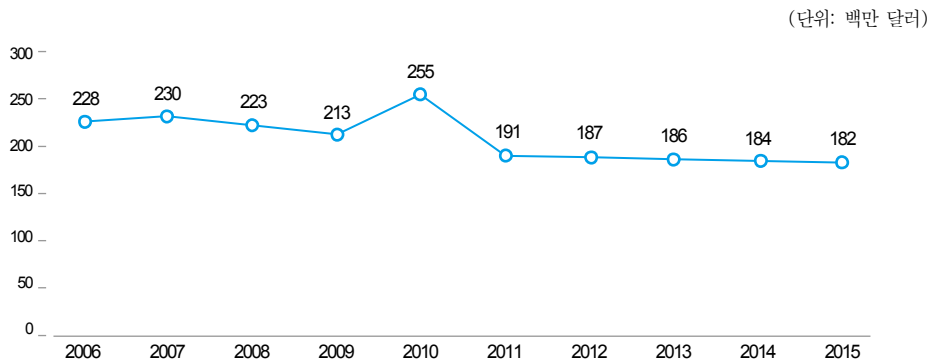
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

독일의 방송용 애니메이션 시장은 2008년 9.4% 하락한 이후 2009년과 2010년에 각각 11.7%와 3.9%의 성장세로 이어가고 있다. 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 2.6억 달러 규모의 독일 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 4.4%의 연평균 성장률을 기록하며 2015년에는 3.2억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

(3) 홈비디오

2010년 독일 애니메이션 홈비디오 시장은 2.6억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 19.5% 증가한 것이다. 독일의 홈비디오 시장은 2008년과 2009년 2연 연속 5% 미만으로 하락한 후, 2010년 큰 폭으로 급성장하였고 2011년에는 다시 24.9%의 큰 폭으로 하락할 것으로 전망된다. 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 감에 따라 2012년부터는 지속적으로 2% 이하의 하락세를 이어갈 것으로 전망된다.

<그림 3-3-56> 2006~2015년 독일 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



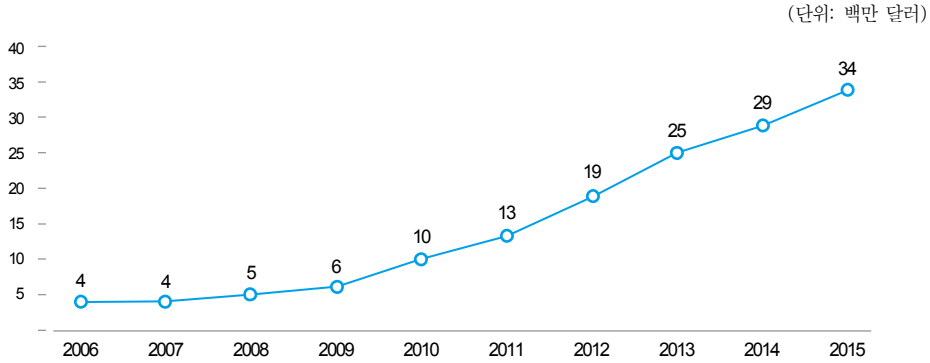
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

(4) 디지털 배급

독일 애니메이션의 디지털 배급 시장은 1천만 달러 규모로 추정되고 있으며 2007년 7.3%로 소폭 하락한 이후 2009년의 전 세계적 경기 침체에도 불구하고 지속적인 성장을 이루어 왔다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장은 매우 급격한 성장세를 보이며 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

독일 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 26.1%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데 2015년 3,400만 달러의 시장규모를 나타내어 2006년 대비 8배가 넘는 성장세를 이룰 것으로 전망된다.

<그림 3-3-57> 2006~2015년 독일 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이

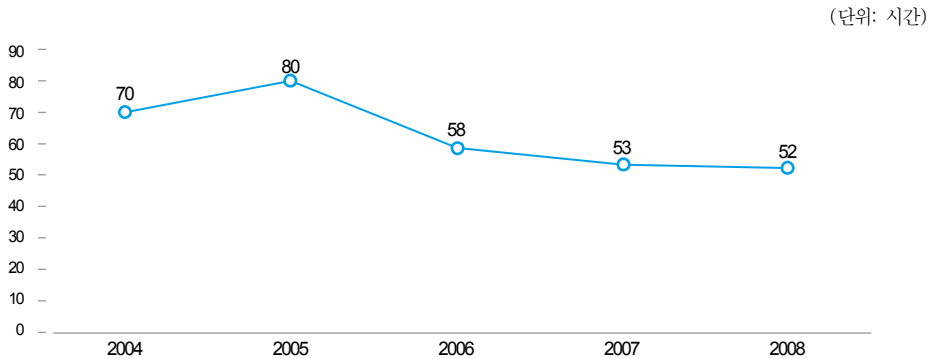


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

3) 주요 이슈

독일은 2010년 기준 애니메이션 시장 규모에 있어서 영국, 프랑스 다음으로 유럽국가 중 3위에 해당한다. 그러나 독일내 애니메이션 제작은 이탈리아, 스페인 등 애니메이션 시장 규모가 더 작은 국가보다도 미흡한 것으로 파악되고 있다. 아래 그림에서 볼 수 있듯이 2008년 독일은 연간 52시간 정도의 TV 애니메이션을 제작하고 있는데, 2005년에 비해 30시간 정도 감소한 것으로 프랑스의 5분의 1, 영국의 4분의 1에 불과하다고 할 수 있다. 연간 52시간 분량은 시리즈의 규모에 따라 다르지만 연간 30분물 26편 시리즈가 4편 정도 제작되는 비교적 적은 규모라고 할 수 있다. 독일 TV 애니메이션의 시간당 평균 제작비는 해마다 조금씩 차이가 있지만 70~90만 달러 수준인 것으로 파악되고 있다. 2006년 79만 달러에 이르던 독일의 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비는 2007년 93만 달러를 상회하였으나, 2008년 76.5만 달러로 다시 하락하였다.

<그림 3-3-58> 독일의 TV 애니메이션 연간 제작 분량



*출처 : Screendigest

독일 TV 애니메이션의 연간 제작비 규모는 4천만 달러 수준을 유지하고 있다. 58시간을 제작하였던 2006년에는 총 제작비 규모가 4,610만 달러에서 2007년에는 제작 시간이 53시간으로 줄어들었으나 총 제작비 규모는 4,980만 달러로 늘어났다. 2008년 총 제작 시간이 52시간으로 줄어들었고 연간 제작비 규모도 39.5억 달러 규모로 감소하였다.

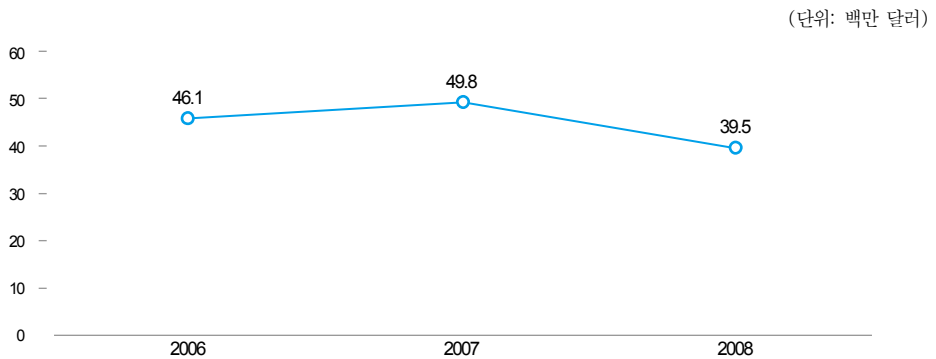
<표 3-3-41> 독일의 연간 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비

(단위: 달러)

연도	2006	2007	2008
제작비	790,714	938,287	764,566

*출처 : Screendigest

<그림 3-3-59> 독일 TV 애니메이션 연간 제작비 규모



독일은 상위 10개의 애니메이션 스튜디오가 전체 시장의 98%를 차지하고 있으며 이 중 TV Loonland가 26.0%로 가장 큰 시장점유율을 기록하였다. 지난 3년 간 애니메이션 제작 분야에서 독일내 톱2 기업은 TV Loonland와 BKN으로 모두 상장기업이다. TV Loonland는 1989년 전 Kirch 그룹 이사였던 Peter Volkle에 의해 설립되었으며 2000년 프랑크푸르트의 새 시장에 상장하였다. BKN International 역시 2000년 뮌헨 시장에 상장되었으며 독일에 본사를 두고 있지만 대부분의 애니메이션을 런던과 바르셀로나에 있는 스튜디오에서 제작하고 있다.

TV Loonland는 주로 파이낸싱을 담당하는 제작사로 운영된다. TV Loonland는 영국의 Illuminated Film Company에 의해 제작된 2편의 <Little Princess> 스페셜 애니메이션을 제작하였으며, 3편의 프랑스 합작 애니메이션 <Léon>, <Mister Otter>, <My Life Me>을 제작하였다. <Léon>은 Studio Hari와 함께 공동제작되었으며, <Mister Otter>는 La Station Animation과, <My Life Me>는 OD Medias 및 캐나다의 Carpe Diem과 함께 공동제작되었다.

BKN International의 2008년 주요 작품에는 디지털 2D 시리즈 <Stone Age>가 있다. 최근의 연간 보고서에서 BKN은 2007년 <Dork Hunters from Outer Space> 시리즈를 통해 2백만 유로의 매출을 올렸으며 <Zorro-Generation Z>의 개발 첫 해에 4백만 유로의 매출을 달성하였다고 발표하였다. BKN는 프로덕션 파이낸싱을 고려하고 있으며 제작전 선구매를 통해 제작비의 최소 1/3을 보장받는 방식을 고려하고 있다.

<표 3-3-42> 시장점유율에 따른 독일의 Top 10 애니메이션 스튜디오

순위	스튜디오	점유율
1	TV Loonland	26.0%
2	BKN	18.0%
3	nDF	18.0%
4	WTM	10.0%
5	Motionworks	8.0%
6	Scopas Medien	5.0%
7	MIM Mondo Igel Media	5.0%
8	Sola Media GmbH	4.0%
9	Alexandra Schatz Filmproduktion	2.0%
10	Studio Film Bilder	2.0%
-	기타	2.0%

*출처 : Screendigest

뮌헨 소재의 nDF(neue deutsche Filmgesellschaft)는 ZDF에서의 방영을 위한 <Der Mondbaer> 시리즈 2편 뿐 아니라 같은 저작물을 기반으로 한 장편 영화도 제작하였으며, WTM은 함부르크의 애니메이터 Gert Ludwig에 의해 새롭게 설립된 스튜디오이다. 이탈리아의 Mondo Media사 소유의 MIM Mondo Igel Media 역시 2006년과 2008년에 2편의 <Lauras Stern> (Laura' Star) 시리즈를 제작하였고, 2007년에는 <Barberbieni>를 제작하였다. 유럽에서 가장 오랜 역사를 가진 애니메이션 스튜디오 중 하나인 Hahn Film은 2006년 이탈리아의 Cartoon One과 <Die Schule der kleinen Vampire> (Vampire School)를 공동제작하였다.

4. 이탈리아

1) 시장 현황

2010년 이탈리아 애니메이션산업 시장규모는 3.5억 달러를 기록하며 전체 애니메이션산업의 2.0% 점유하고 있는데 2010년에는 3D입체영상 애니메이션의 흥행에도 불구하고 타 국가들에 비해 매우 낮은 4.3%의 성장을 보였다.

이탈리아의 애니메이션 시장규모는 2011년 3.4억 달러를 기록하며 전년대비 2.1% 하락할 것으로 예상되고 있는데 이는 2011년에 개봉된 애니메이션 영화들의 흥행이 2010년에 비해 다소 저조했기 때문인 것으로 분석된다. 2010년에는 <Shrek Forever After>와 <Toy Story 3>의 2편의 애니메이션 영화가 4,200만 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었고, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <쿵푸 팬더 2>와 <Cars 2>가 거의 3,100만 달러의 박스오피스를 기록하며, 각각 전체 영화 박스오피스 7위와 9위를 기록 중이다. 이탈리아도 프랑스와 마찬가지로 2010년과 2011년에 각 2편씩 같은 편수의 애니메이션 영화를 전체 영화 박스오피스 순위 10위권 내에 진입시켰고, 각 7위와 10위, 7위와 9위로 순위에 큰 차이가 없었음에도 불구하고 매출 면에서는 약 1,100만 달러, 26.2%의 매출 차액을 기록하고 있다. 이는 2010년과 2011년의 전체 애니메이션 시장 규모가 그만큼 축소되었음을 의미한다.

이탈리아 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 1억 3백만 달러로 2009년에 비해 16.7%로 크게 증가하였다. 이는 2010년 미국 메이저 스튜디오들이 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데, 이탈리아 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 2개를 차지하였다.

2010년 이탈리아 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 1.4억 달러를 기록하였는데, 이는 전년대비 3.2% 성장한 것이다. 이탈리아 방송 애니메이션 시장은 2007년과 2008년에 각각 17.6%, 12.1%로 두 자릿 수의 성장을 기록한 이후 2010년까지 2년 연속으로 한 자릿 수의 안정된 성장을 이어가고 있다. 이탈리아의 애니메이션 방송 시장은 향후 5년간 꾸준히 성장세를 나타내어 2015년까지 연평균 6.8%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

<표 3-3-43> 2006~2015년 이탈리아 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	94	117	131	135	139	145	157	168	181	195	6.8
영화	74	103	75	88	103	99	106	112	117	121	3.3
홈비디오	141	137	115	104	98	87	89	94	98	102	1.0
디지털 배급	4	5	5	7	8	8	10	12	13	14	10.7
합계	312	361	326	333	347	340	362	386	409	431	4.4

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

홈비디오 분야는 2010년 이탈리아 애니메이션산업에서 유일하게 6.0%의 하락을 나타내며 9,800만 달러 규모를 기록하였다. 이탈리아 애니메이션 홈비디오 분야는 2007년 이래로 4년 연속 지속적인 감소세를 보여 왔으며, 특히 2008년에는 15.7%의 큰 하락폭을 나타내었다. 일반적으로 애니메이션산업 분야에서 박스오피스와 홈비디오의 성장과 하락은 유사한 추세를 보이는데 반해, 이탈리아의 애니메이션 홈비디오 분야는 애니메이션 박스오피스의 성장에도 불구하고 지속적인

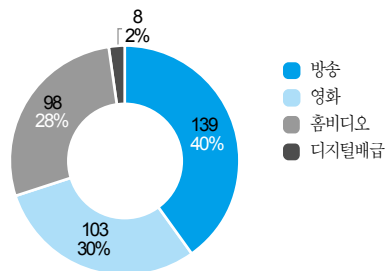
하락세를 보여 왔다. 이는 박스오피스에서 성공한 애니메이션 영화들의 상당 부분이 디지털 형태로 소비되기 시작했다고 볼 수 있다. 이탈리아 애니메이션 홈비디오 분야는 2011년까지 계속해서 하락세를 보일 것으로 전망되며, 2012년부터는 다시 5% 이하의 상승세로 돌아설 것으로 전망된다. 2011~2015년 사이 이탈리아 애니메이션 홈비디오 분야의 연평균 성장률은 1.0%로 예측된다.

홈비디오 분야와는 정반대로 2010년 이탈리아 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 PS3, Xbox360 등 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대와 함께 매우 빠른 속도로 성장하고 있다. 2006년 4백만 달러를 기록하였던 이탈리아 애니메이션산업의 디지털 배급 시장은 4년 연속 큰 폭으로 성장하여 2010년 8백만 달러의 시장 규모를 기록하였다. 이는 2006년 대비 2배의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있다. 이탈리아 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년에는 5.7% 성장하며 잠시 그 성장세가 주춤할 것으로 예상되나, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균 10.7%로 성장할 것으로 예상된다. 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세는 이탈리아 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

이탈리아 애니메이션산업의 특성을 가늠해 볼 수 있는 지표로서 2010년 이탈리아 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 가장 큰 비중을 차지하고 있는 이탈리아 애니메이션 방송 시장이 전체 애니메이션 시장의 40.0%를 점유하고 있고 그 뒤를 이어 박스오피스 시장이 29.6%, 홈비디오 시장이 28.1%로 비슷한 수준의 시장점유율을 보이고 있다. 최근 몇 년간 이탈리아 애니메이션 홈비디오 시장은 지속적인 하락을 경험하였는데 이는 전통적인 홈비디오 대역 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상인 것으로 분석된다.

<그림 3-3-60> 2010년 이탈리아 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



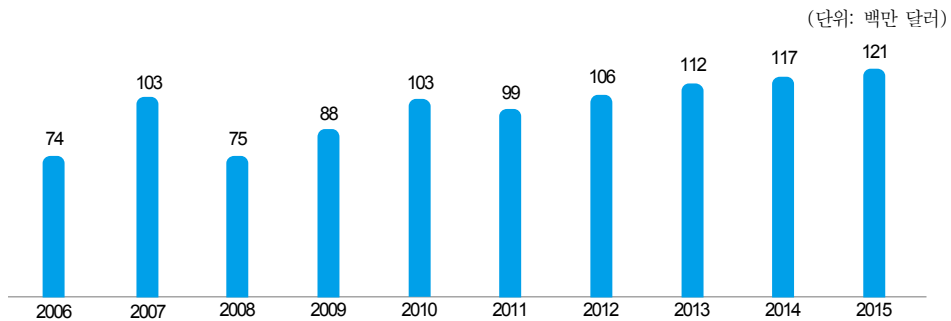
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

2) 분야별 시장 현황

(1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 이탈리아 애니메이션의 박스오피스는 1억 3백만 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 16.7%의 큰 성장을 기록한 것이다. 이탈리아 애니메이션의 박스오피스는 2007년 최대치를 기록한 이래 2008년 큰 폭으로 하락하였으며 이후 해마다 꾸준히 성장하여 2010년에는 2007년의 수준을 회복하였다. 이는 2010년 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인하였다고 할 수 있다.

<그림 3-3-61> 2006~2015 이탈리아 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

2010년과 2011년 이탈리아에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 이탈리아 전체 영화 박스오피스의 약 11.3%와 9.7%의 시장점유율을 보였는데 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 8편, 6편임을 감안하면 비교적 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있으며 이는 또한 전체 영화 산업에서 애니메이션 영화가 차지하는 비중이 높다고 볼 수 있다. <Shrek Forever After>, <Toy Story 3> 등 2편의 애니메이션 영화가 4,200만 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 급성장한 흥행 실적이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 증가는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이라고 할 수 있다. <Shrek Forever After> 뿐만 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 이탈리아 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <Tangled> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 10, 12, 16위를 기록하며 7,400만 달러가 넘는 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-44> 2010년 이탈리아 개봉 애니메이션 영화 Top 8

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	7	Shrek Forever After	UIP	23,451,561	08/25
2	10	Toy Story 3	Disney	18,855,881	07/07
3	12	Despicable Me	UIP	17,064,781	10/15
4	16	Tangled	Disney	14,670,362	11/26
5	24	Megamind	UPI	9,751,231	12/17
6	37	How to Train Your Dragon	UIP	7,505,879	03/26
7	62	Winx Club 3D: Magic Adventure	Medusa	4,032,894	10/29
8	96	Legend of the Guardians : The Owls of Ga'Hoole	Warner Bros.	2,177,011	10/29

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

<표 3-3-45> 2011년 이탈리아 개봉 애니메이션 영화 Top 6

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	7	Kung Fu Panda 2	UIP	16,293,369	08/24
2	9	Cars 2	Disney	14,410,027	06/22
3	16	Rio	Fox	9,594,090	04/15
4	21	Rango	UPI	7,191,006	03/11
5	41	The Smurfs	Warner Bros.	3,595,773	09/16
6	71	Hop	UPI	1,606,318	04/01

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 전 세계적으로 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 이탈리아 애니메이션 박스오피스 시장 역시 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 그러나 2011년 개봉된 애니메이션의 경우 박스오피스 흥행실적 면에서 2010년만큼의 흥행 성적을 거두지 못하여 크게 감소할 것으로 전망된다. 실제로 이탈리아의 전체 영화 박스오피스 100위권 내에 포함된 애니메이션 영화의 편수는 2010년 8편, 2011년 7편으로 큰 차이가 없지만 이들의 매출액은 2010년 9,800만 달러, 2011년 5,500만 달러로 약 43.9%의 큰 격차를 드러내고 있다.

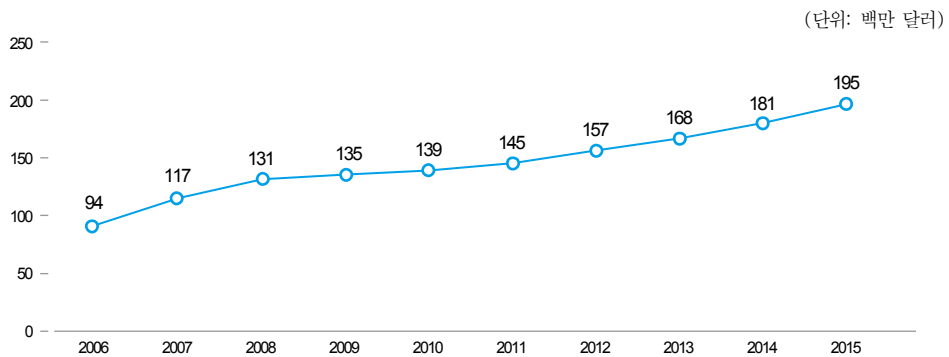
(2) 방송

이탈리아 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 방송 분야는 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 점차 확대되는 추세다. 또한 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 커다란 흥행에 성공하면서 극장 애니메이션의 매출은 급격히 증가하고 있는 추세다. 한편, 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장은 점차 줄어들고 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장은 점차 증가하고 있다.

이탈리아의 방송용 애니메이션 시장은 2007년과 2008년에 각각 17.6%와 12.1%로 큰 폭의 성장률을 나타냈으며, 2009년부터 2011년 사이에는 5% 미만의 소폭 성장률로 정체 상태에 머물러 있

다가 2012년부터 다시 한 자릿 수 후반대의 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 1.4억 달러 규모의 이탈리아 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 6.8%의 연평균 성장률을 기록하며, 2015년에는 2억 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-62> 2006~2015년 이탈리아 방송 애니메이션 시장규모 추이

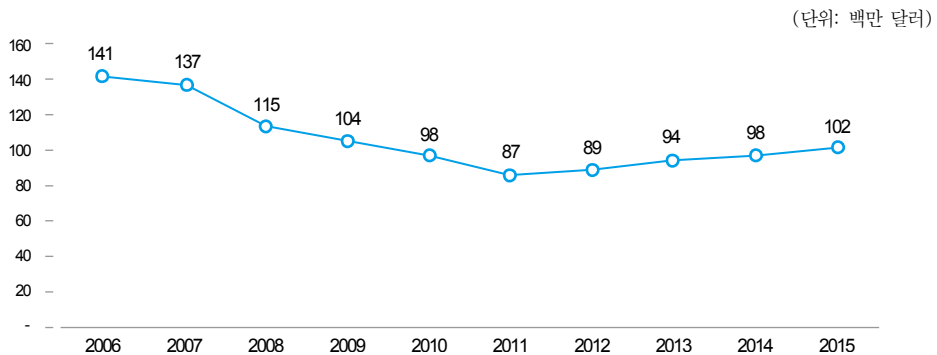


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

(3) 홈비디오

2010년 이탈리아 애니메이션 홈비디오 시장은 9,800만 달러로 추정되는데, 이는 전년대비 6.0% 감소한 것이다. 이탈리아의 홈비디오 시장은 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 감에 따라 2006년부터 2011년까지 지속적으로 하락해 왔으며, 2012년부터는 점차 5% 이하의 소폭 상승세로 돌아설 것으로 전망된다. 미국의 메이저 스튜디오들은 HD 지원이 가능한 블루레이 디스크의 등장으로 인한 홈비디오 시장 분야의 성장을 기대했으나 이탈리아에서는 아직까지 DVD 시장 규모를 위협하고 있지는 못하는 상황이다.

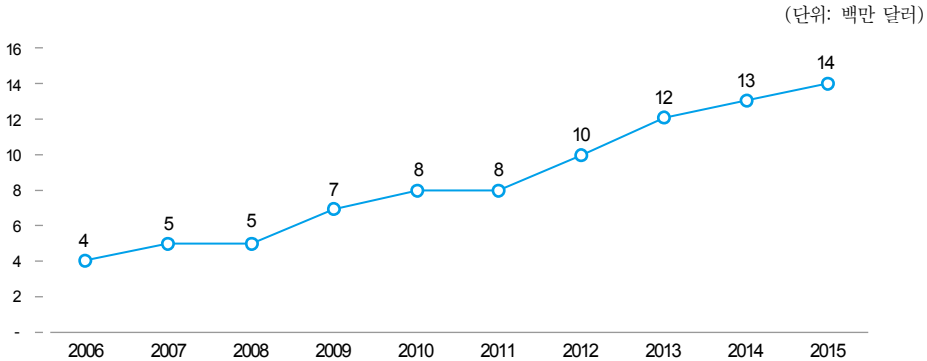
<그림 3-3-63> 2006~2015년 이탈리아 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

(4) 디지털 배급

<그림 3-3-64> 2006~2015년 이탈리아 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

이탈리아 애니메이션의 디지털 배급 시장은 8백만 달러 규모로 추정되며 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 2010년까지 큰 폭으로 성장해 왔으며, 2011년 5.7%의 소폭 성장으로 잠시 주춤한 이후 2012년과 2013년에는 다시 두 자릿 수의 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다. 이탈리아 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 10.7%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데, 2015년 1,400만 달러의 시장 규모를 나타내어, 2006년 대비 3배가 넘는 성장세를 이루어 낼 것으로 전망된다.

3) 애니메이션 시장 주요 이슈

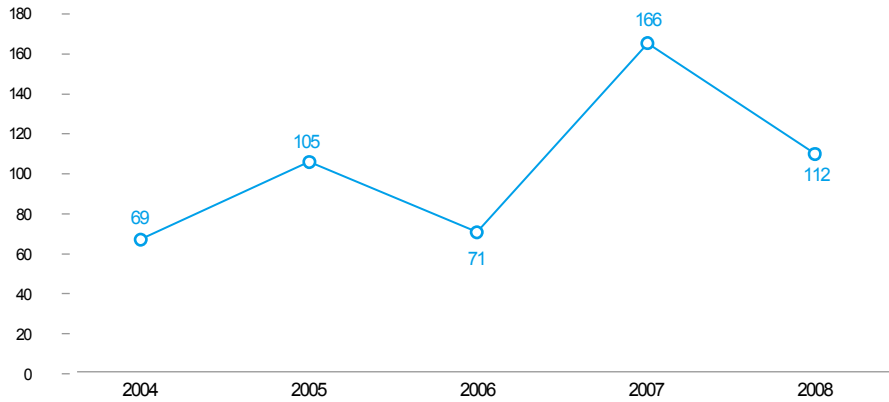
이탈리아는 2010년 기준 애니메이션 시장 규모면에서 유럽 국가 중 프랑스, 영국, 독일에 이어 4번째 규모의 국가라고 할 수 있다. 2010년 기준 애니메이션 시장 규모는 3억 4,700만 달러로 독일의 절반 수준에 해당한다. 그러나 TV 애니메이션의 제작에 있어서는 프랑스, 영국에 이어 3위 규모를 나타내고 있다. 애니메이션 제작에 2008년 기준 약 122여 시간의 분량을 제작하고 있는데 2004년 이후 제작 분량은 꾸준히 증가하고 있는 추세다.

이탈리아 TV 애니메이션의 시간당 평균 제작비는 해마다 조금씩 차이가 있지만 67~74만 달러 수준인 것으로 파악되고 있다. 2006년 67만 달러에 이르던 이탈리아의 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비는 2008년 71만 달러 수준으로 소폭 상승하였다.

이탈리아 TV 애니메이션의 연간 제작비 규모는 연간 제작 분량에 따라 등락을 거듭하고 있다. 71시간을 제작하였던 2006년에는 총 제작비 규모가 4,770만 달러에서, 2007년에는 제작 시간이 166시간으로 증가하였으며 총 제작비 규모도 1억 2,290만 달러로 늘어났다. 2008년 총 제작 시간이 112시간으로 다시 감소하였고 연간 제작비 규모도 79.8억 달러 규모로 감소하였다.

<그림 3-3-65> 이탈리아의 TV 애니메이션 연간 제작 분량

(단위: 시간)



*출처 : Screendigest

<표 3-3-46> 이탈리아의 연간 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비

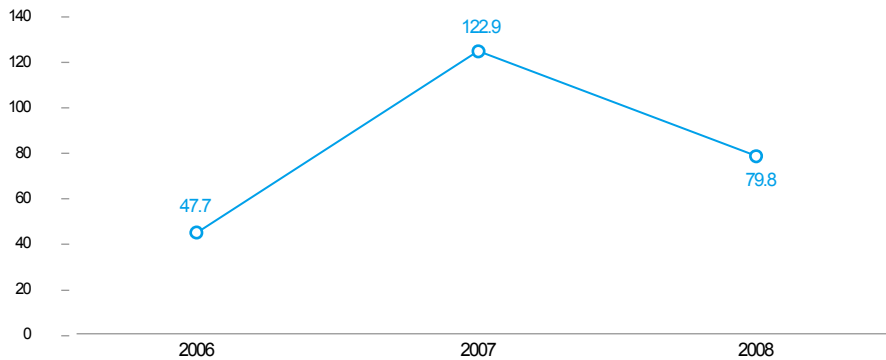
(단위: 달러)

연도	2006	2007	2008
제작비	673,574	741,714	709,637

*출처 : Screendigest

<그림 3-3-66> 이탈리아 TV 애니메이션 연간 제작비 규모

(단위: 백만 달러)



*출처 : Screendigest

이탈리아는 상위 10개의 애니메이션 스튜디오가 전체 시장의 98%를 차지하고 있으며 이 중 Atlantyca Entertainment가 17%로 가장 큰 시장점유율을 기록하였다. 그 뒤를 이어 Gruppo Alcini가 13%, Mondo TV가 12%의 점유율을 기록하였으며 이후 4~6위가 10%, 7~8위가 9%로 서로 비슷한 점유율을 차지하고 있다. 이탈리아 애니메이션 시장점유율 1위를 기록한 Atlantyca

Entertainment는 2008년 기준 이탈리아에서 가장 큰 규모의 애니메이션 제작사였으며 19시간 분량의 애니메이션을 제작하였다. 애니메이션 Geronimo Stilton는 프랑스의 Moonscoop과 공동제작하였으며 Dive Olly Dive는 Moonscoop LA와 아일랜드 Telegael의 두 스튜디오와 함께 공동제작하였다. 점유율 2위의 Gruppo Alconi는 1973년 Treviso시 북부에 설립되었으며 2008년 Rai에 방영된 Cuccioli (Pet Pals)의 시즌 4를 제작하였다. 현재는 이 저작물을 기초로 한 영화를 제작 중이다. 이 시리즈는 Rai Fiction과 인도의 DQ Entertainment와 함께 공동제작된다. 이 회사의 다른 롱-런 애니메이션 작품은 <Eppur si Mouve> (And Yet it Moves)로서, 2007년에 시즌 3가 제작되었다. 1990년대 자사 고유의 시리즈물 제작으로 사업 영역을 전환하기전, 일본 애니메이션 배급사로 시작했던 Mondo TV는 밀라노 주식 시장에 상장되어 있는 상장 기업이다. 지난 3년간 Mondo TV는 16시간 분량의 애니메이션을 제작하였는데 이 회사의 2008년 작품은 Mondo TV의 이탈리아 자회사 MIM Mondo Igel Media와 공동제작한 <Lauras Stern 3> (Laura' Star)을 포함한다.

밀라노 소재의 The Animation Band는 약 20명의 정직원을 두고 애니메이션 풀 서비스를 제공하는 스튜디오이다. 최근 작품으로는 프랑스의 Pictor Media와 공동제작한 <Stellina>가 있으며, 이는 2008년 Rai에 방영되었다. 2007년에는 두 편의 애니메이션 시리즈 <Loulou de Montmartre> (Pictor Media와 공동제작)와 <il Mondo di Stefi>를 제작하였다. 밀라노에 위치한 De Mas & Partners는 2008년 <La Compagnia dei Celestini> (Foot 2 rue/Street Football)의 시즌 3를 제작하였으며, 이 시리즈는 프랑스의 Télé Images와 호주의 Flying Bark Productions의 공동제작으로 제작되었다.

<표 3-3-47> 시장점유율에 따른 이탈리아의 Top 10 애니메이션 스튜디오

순위	스튜디오	점유율
1	Atlantya Entertainment	17%
2	Gruppo Alconi	13%
3	Mondo TV	12%
4	The Animation Band	10%
5	De Mas & Partners	10%
6	Lucky Dreams	10%
7	Rainbow	9%
8	Cartoon One	9%
9	Cometafilm	5%
10	Cartobaleno	3%
-	Others	2%

*출처 : Screendigest

로마 북동부 Ancona 근처 Loreto에 위치한 Rainbow는 2006~2008년 사이 연평균 17시간 분량의 애니메이션을 제작하였으며 그 이전 3년간은 연평균 58시간 분량의 애니메이션을 제작해왔다. 이 회사의 Winx Club 프랜차이즈는 유럽 전역에 걸쳐 광범위하게 판매되어왔고 Monster Allergy

가 미국의 디즈니 채널에 판매되면서 미국의 4Kids Entertainment에 인수 합병되었다. 이 회사는 2008년 이탈리아의 Rai에서 방영된 Winx Club의 네 번째 시리즈를 제작하였고, 2007년에는 Monster Allergy의 시즌 2를 제작하였으며 새로운 시리즈인 <Huntik: Secrets & Seekers>도 제작하였다. 로마 소재의 Cartoon One은 2008년 BKN International과 합작하여 <Stone Age> 시리즈를 제작하였고, 2006년에는 Hahn Film과 함께 <Scuola di Vampiri 2> (Vampire School)를, 2007년에는 핀란드의 Epidem Zot와 함께 <Red Caps>를 공동제작한 바 있다.

제7절

| 호주 |

1. 시장 현황

2011년 호주 애니메이션 시장규모는 4.6억 달러를 기록하며 전년대비 8.3% 성장할 것으로 예상되고 있는데 이는 호주를 비롯한 아시아 태평양 지역 내 많은 국가들이 개발도상국들이며 여전히 경제적으로 빠른 성장을 이루고 있기 때문으로 분석된다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Shrek Forever After>, <Despicable Me> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 8,400만 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었고, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <Tangled>, <Cars 2>, <쿵푸 팬더 2>의 3편이 6,400만 달러 이하의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 호주 애니메이션 박스오피스 시장은 2010년과 2011년에 각 3편씩 같은 편수의 애니메이션 영화를 전체 영화 박스오피스 순위 10위권 내에 진입시켰으나, 순위에 있어 2010년의 <Toy Story 3>가 2위로 상위권에 위치하였으며, 나머지 애니메이션 영화들은 모두 7~9위 사이에 위치하여 2010년과 2011년 사이 매출 면에서 약 2,100만 달러의 차액을 기록하고 있다. 그러나 이는 단순한 순위 차에서 비롯된 것으로서, 2010년과 2011년의 호주 전체 애니메이션 시장 규모가 축소되었음을 의미하지는 않는 것으로 보인다.

호주 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 1.4억 달러로 2009년에 비해 4.3% 증가하였다. 호주에서는 2010년 개봉한 애니메이션 영화들이 타 국가들과는 달리 박스오피스 흥행에 있어 이례적인 성공을 거두지는 못한 것으로 분석되는데 영화와 홈비디오 분야 모두 타 분야에 비해 4%대의 낮은 성장을 보여주었다. 호주 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀에 포함된 3편의 애니메이션 영화는 모두 할리우드 메이저 제작사에 의해 제작되고 배급된 작품들이다.

2010년 호주 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 5,900만 달러를 기록하였으

며 전년대비 19.7% 성장하였다. 호주 방송 애니메이션 시장은 2006년 이래 계속해서 10%대의 꾸준한 성장세를 이어왔으며, 2010년 19.7%로 가장 높은 성장률을 보인 후 2011년부터 향후 5년간은 연평균 5.0%의 비교적 낮은 성장률에 머무를 것으로 전망된다.

<표 3-3-48> 2006~2015년 호주 애니메이션 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 CAGR
방송	32	37	43	49	59	59	63	64	71	75	5
영화	109	113	119	137	143	153	163	173	184	194	6.2
홈비디오	144	167	193	201	210	225	238	252	264	276	5.5
디지털 배급	2	3	5	8	13	23	32	40	48	55	32.6
합계	288	321	360	395	425	460	497	529	567	599	7.0

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

호주 애니메이션산업에서 박스오피스 분야와 함께 홈비디오 분야도 2010년 2.1억 달러를 기록하며 4.5%로 낮은 수준의 성장을 하였다. 호주의 애니메이션 홈비디오 분야는 2007년과 2008년까지 각각 12.0%, 15.2%의 성장세를 나타낸 반면, 2009년과 2010년에는 각각 4.2%, 4.5%로 그 성장세가 대폭 낮아졌다. 그러나 2011년에는 그 성장세를 조금 회복하여 7.0%의 성장을 할 것으로 전망된다.

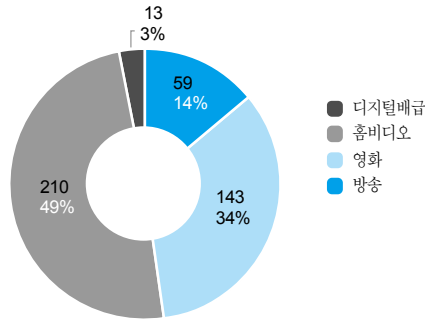
다른 콘텐츠 분야에서와 마찬가지로 2010년 호주 애니메이션산업 분야 중 가장 큰 성장세를 나타내고 있는 분야는 디지털 배급 분야라고 할 수 있다. 이 분야는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 PS3, Xbox 360 등 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대 등으로 인해 향후 5년간 연평균 32.6%의 가장 빠른 속도로 성장할 것으로 전망된다. 2006년 2백만 달러를 기록하였던 호주 애니메이션산업의 디지털 배급 시장은 4년 연속 큰 폭의 성장세를 기록해 왔으며, 2010년에는 58.3% 성장하여 1,300만 달러의 시장 규모를 나타내었다. 이는 2006년 대비 6.5배의 성장세를 기록한 것이다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타내고 있으며 향후 5년 동안 이러한 디지털 배급의 견고한 성장세가 호주 애니메이션산업 전반을 견인할 것으로 전망된다.

2010년 호주 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 호주 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 호주 애니메이션 홈비디오 시장은 전체 애니메이션 시장의 49.4%로 거의 절반을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 박스오피스 시장과 방송 시장이 각각 33.6%와 13.8%를 점유하고 있다. 최근 몇 년간 호주 애니메이션산업은 성장 폭의 차이는 있지만 전체 시장 뿐 아니라 각 분야별 시장에서도 지속적인 상승을 경험한 것으로 나타났다. 호주의 홈비디오 시장 역시 궁극적으로는 전통적인 홈비디오 대여 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상을 보이며 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망되고 있지만, 2015년까지는 홈비디오 분야를 비롯한 영화 및

방송 분야의 성장폭의 완화와 디지털 배급 분야의 높은 성장률을 통해 산업 간 시장 점유율의 변화가 이루어질 것으로 보인다.

<그림 3-3-67> 2010년 호주 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

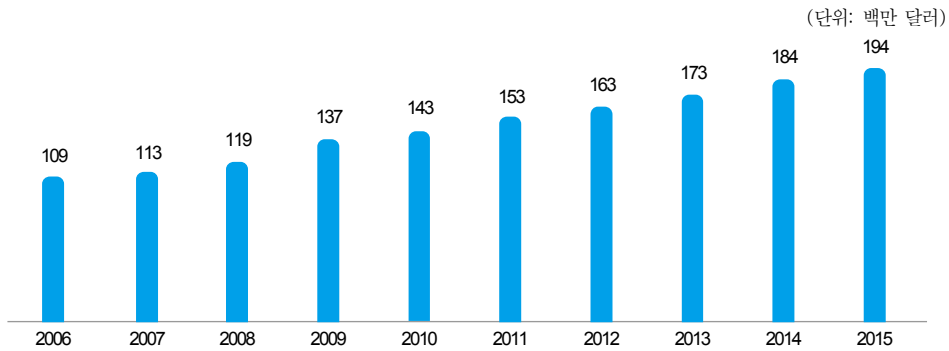
2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 호주 애니메이션의 박스오피스는 1.4억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 4.3%의 성장을 기록한 것이다. 2010년 호주 애니메이션의 박스오피스는 최근 5년간 최대 규모를 기록한 것인데, 이러한 성장세는 향후 5년간 꾸준히 이어져 연평균 6.2%의 성장률로 해마다 지속적인 성장을 할 것으로 기대되고 있다.

호주 영화 박스오피스 시장에서는 뮤지컬과 애니메이션 장르가 가장 큰 매출 비중을 차지해 왔는데 지난 10여 년 동안 호주 애니메이션 영화의 박스오피스는 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 호주에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 호주 전체 영화 박스오피스의 약 13.4%와 15.7%의 시장점유율을 보였는데, 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 6편, 8편임을 감안하면 상당히 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다. 한편, 2000~2009년 사이 호주 애니메이션 영화의 평균 스크린 수는 123개였으며, 역대 가장 높은 스크린 점유율을 나타낸 애니메이션 영화는 Happy Feet와 The Magic Pudding이었다. 2010년에는 <Toy Story 3>, <Shrek Forever After>, <Despicable Me> 등 총 3편의 애니메이션 영화가 8,400만 달러 이상의 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이는 몇 년 전부터 미국 메이저 애니메이션 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션 제작을 본격적으로 시작한 이후 급성장한 흥행 실적이다. 특히 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이었다고 할 수 있다.

<그림 3-3-68> 2006~2015 호주 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

<표 3-3-49> 2010년 호주 개봉 애니메이션 영화 Top 6

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	2	Toy Story 3	Disney	37,957,715	06/24
2	7	Shrek Forever After	PPI	24,485,148	06/17
3	9	Despicable Me	UPI	21,817,532	09/09
4	13	How to Train Your Dragon	PPI	16,883,185	03/26
5	15	Megamind	PPI	15,816,607	12/09
6	63	Legend of the Guardians : The Owls of Ga'Hoole	Roadshow	4,669,462	09/30

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

<Toy Story 3> 뿐만 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 호주 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데 <Shrek Forever After>, <Despicable Me>, <How to Train Your Dragon>, <Megamind> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 7, 9, 13, 15위를 기록하며 거의 1.2억 달러에 달하는 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-50> 2011년 호주 개봉 애니메이션 영화 Top 8

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	7	Tangled	Disney	22,555,927	01/06
2	8	Cars 2	Disney	20,811,602	06/23
3	9	Kung Fu Panda 2	PPI	20,219,645	06/23
4	11	Rio	Fox	17,230,382	04/07
5	18	Hop	UPI	12,361,496	04/07
6	22	Rango	PPI	10,532,753	03/10
7	33	Gnomeo and Juliet	Disney	7,287,184	02/17
8	37	The Smurfs	Sony	7,027,302	09/15

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

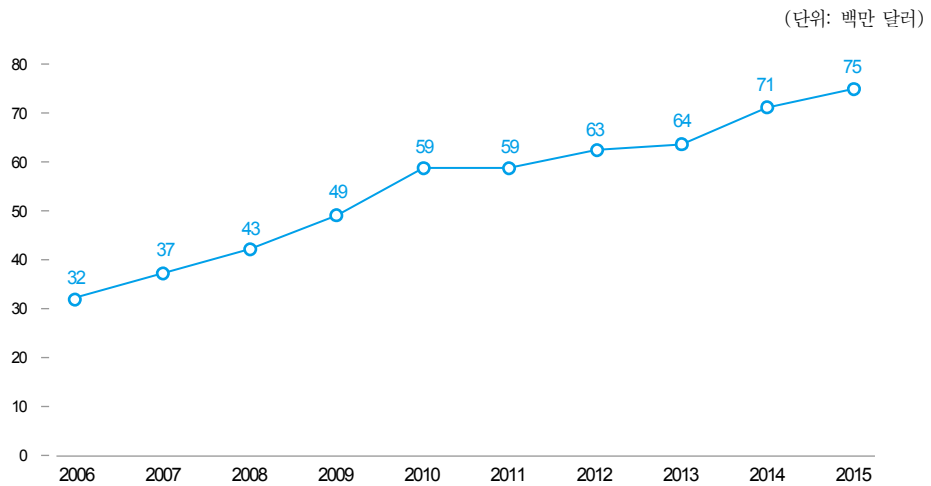
당분간 미국의 할리우드 메이저 제작사들이 3D입체영상 애니메이션의 제작을 꾸준히 증가시킬 것으로 예상되고 3D 상영이 가능한 디지털 상영관 역시 확대될 것으로 전망됨에 따라 호주 애니메이션 박스오피스 시장도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 2011년에도 호주 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 7.2% 성장할 것으로 전망된다.

2) 방송

호주 애니메이션 시장은 홈비디오 판매, 대여가 전체의 거의 절반을 차지하는 홈비디오 중심 마켓의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 흥행에 크게 성공하면서, 2009년 극장 애니메이션의 매출이 급격히 증가하였으며 방송 산업에 있어서도 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 크게 확대되고 있는 추세다. 호주 애니메이션산업에서 가장 큰 비중을 차지하던 홈비디오 시장이 점차 디지털 배급으로 전환되면서 홈비디오 시장의 판매 및 대여 시장의 성장은 둔화되고 방송용 애니메이션 및 디지털 배급 시장의 성장은 점차로 큰 폭으로 확대될 것으로 전망된다.

호주의 방송용 애니메이션 시장은 2006년 이래로 4년 연속 두 자릿 수의 성장세를 이어왔다. 디지털 배급의 증가와 함께 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 지속적인 성장을 할 것으로 예상되고 있으나, 2011~2015년 사이 연간 성장률은 대부분 한 자릿 수로 다소 완화될 것으로 전망된다. 2010년 5,900만 달러 규모의 호주 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 5.0%의 연평균 성장률로 성장하여, 2015년에는 7,500만 달러 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-69> 2006~2015년 호주 방송 애니메이션 시장규모 추이

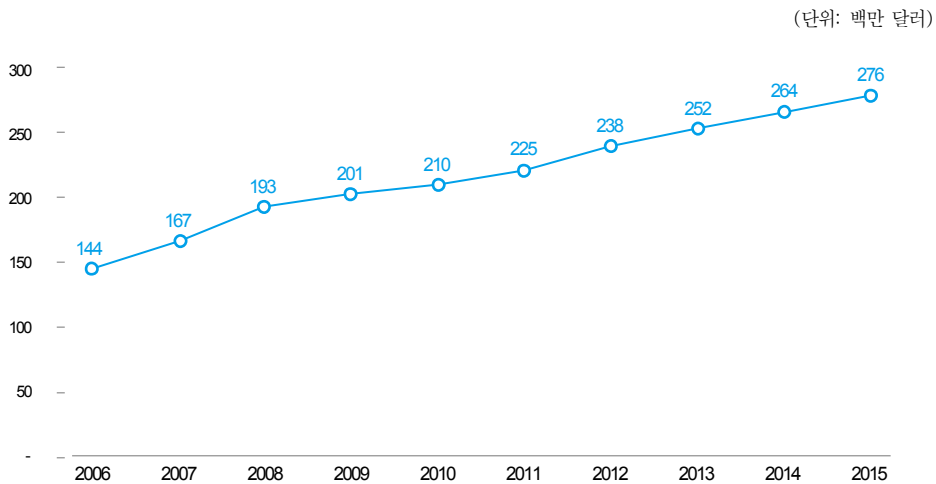


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3) 홈비디오

2010년 호주 애니메이션 홈비디오 시장은 2.1억 달러로 추정되는데 이는 전년대비 4.5% 증가한 것이다. 2007~2008년 사이 호주의 홈비디오 시장은 10%대의 비교적 큰 성장을 보였으며, 2009년부터는 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 가면서 그 상승폭이 완화된 2015년까지 한 자릿 수의 완만한 성장을 유지할 것으로 전망된다. 2011~2015년 사이 호주 애니메이션 홈비디오 시장은 연평균 5.5%의 성장률로 성장할 것으로 기대된다.

<그림 3-3-70> 2006~2015년 호주 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



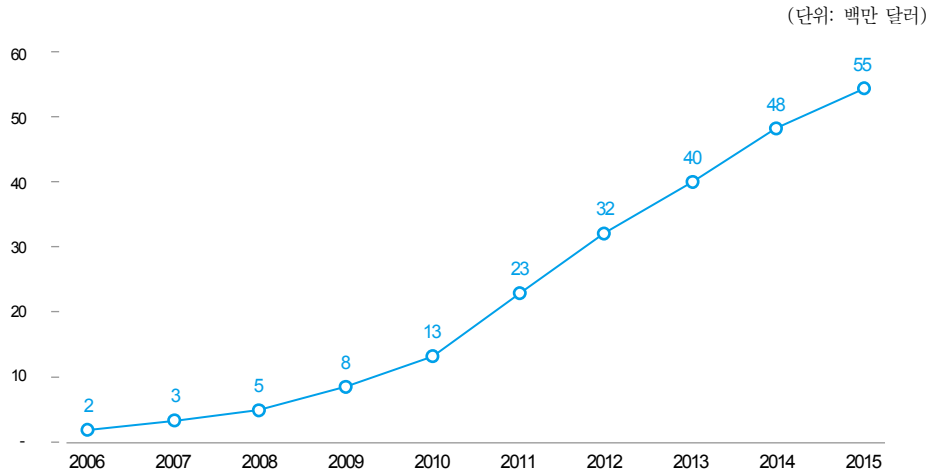
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

4) 디지털 배급

2010년 호주 애니메이션의 디지털 배급 시장은 1,300만 달러 규모로 2009년 대비 58.3%로 급성장했으며, 지속적인 고성장을 이루어 온 분야라고 할 수 있다. 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장은 지속적인 성장세를 보이는데, 2011년부터는 더욱 급격한 성장세를 보일 것으로 전망된다.

호주 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 32.69%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데, 2015년에는 5,500만 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망되며 이는 2006년 대비 27배가 넘는 성장을 이룬 것이라 할 수 있다.

<그림 3-3-71> 2006~2015년 호주 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



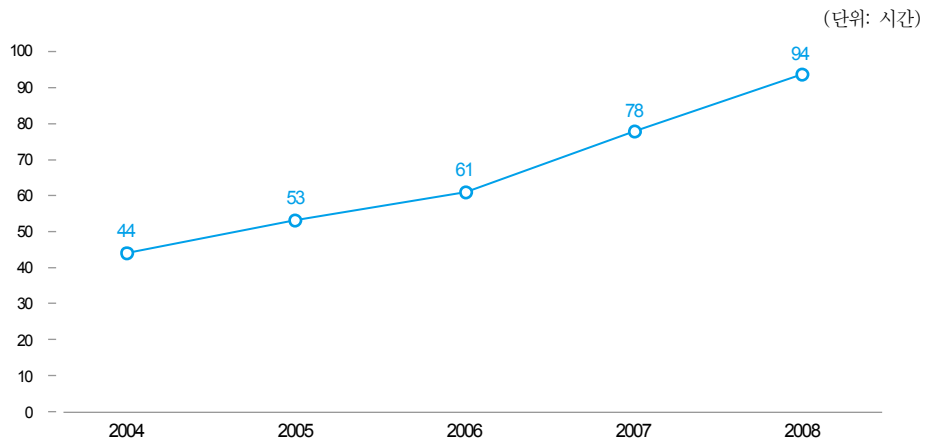
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3. 주요 이슈

호주는 2010년 기준 애니메이션 시장 규모가 4억 2,500만 달러로 그 규모면에서 미국, 일본, 유럽의 빅3 국가 및 캐나다에 이어 7위의 시장규모를 유지하고 있다. 애니메이션 제작에 2008년 기준 약 100여 시간의 분량을 제작하고 있는데, 2004년 이후 그 제작량은 꾸준히 증가하고 있다.

호주 TV 애니메이션의 시간당 평균 제작비는 해마다 조금씩 차이가 있지만 45~59만 달러 수준인 것으로 파악되고 있다. 2006년 47만 달러에 이르던 호주의 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비는 2008년 59만 달러 수준으로 다시 상승하였다.

<그림 3-3-72> 호주의 TV 애니메이션 연간 제작 분량



*출처 : Screendigest

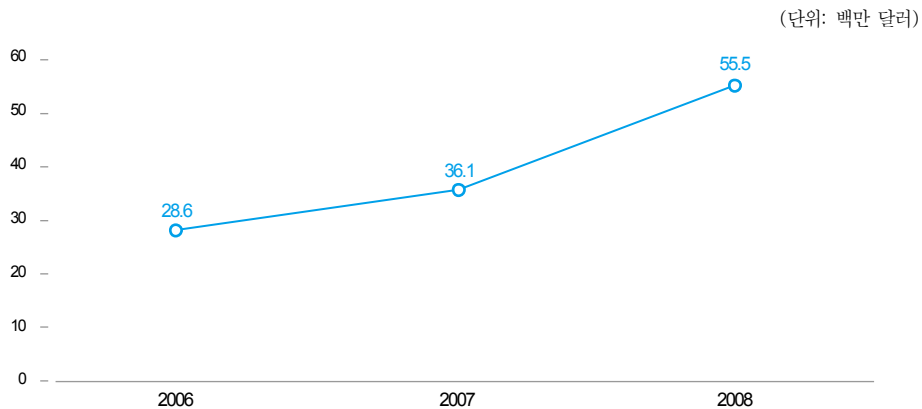
<표 3-3-51> 호주의 연간 TV 애니메이션 시간당 평균 제작비

연도	2006	2007	2008
제작비	469,393	462,581	590,324

(단위: 달러)

*출처: Screendigest

<그림 3-3-73> 호주 TV 애니메이션 연간 제작비 규모



(단위: 백만 달러)

*출처: Screendigest

호주 TV 애니메이션의 연간 제작비 규모는 2006년부터 꾸준히 상승하고 있다. 이는 매년 TV 애니메이션의 제작 분량이 증가함에 따른 것이라고 할 수 있다. 61시간을 제작하였던 2006년에는 총 제작비 규모가 2,860만 달러에서 2007년에는 제작 시간이 78시간으로 증가하였으며, 총 제작비 규모도 3,610만 달러로 늘어났다. 2008년 총 제작 시간이 94시간으로 다시 증가하였고 연간 제작비 규모도 55.5억 달러 규모로 증가하였다.

제8절 _

| 브라질 |

1. 시장 현황

2010년 브라질 애니메이션산업 시장규모는 3.4억 달러를 차지하며 전 세계 애니메이션산업의 2.0%, 남미 애니메이션산업의 56.6%를 점유하고 있는데, 2010년에는 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 힘입어 28.4%의 큰 성장을 이루었다.

2011년 브라질 애니메이션 시장규모는 4.9억 달러를 기록하며 전년대비 42.2% 성장할 것으로 예상되고 있는데 이는 브라질을 비롯한 남미 지역 내 많은 국가들이 개발도상국들이며 여전히 경제적으로 빠른 성장을 이루고 있기 때문으로 분석된다. 2010년에는 <Shrek Forever After>와 <Toy Story 3> 등 2편의 애니메이션 영화가 거의 6,500만 달러에 달하는 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 각각 2위와 5위로 랭크되었고, 2011년에는 2011년 10월을 기준으로 <Rio>, <The Smurfs>, <Tangled>, <Cars 2>, <쿵푸 팬더 2> 등이 1.4억 달러에 가까운 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 순위 10개 타이틀 안에 무려 5편이나 랭크되었다.

브라질 애니메이션산업 매출 중 극장 수익에 해당하는 2010년 박스오피스 규모는 1.2억 달러로 2009년에 비해 38.5%로 크게 증가한 것이다. 이는 2010년 개봉한 애니메이션 영화들이 이례적인 박스오피스 흥행을 거두었기 때문인 것으로 분석되는데 브라질 전체 영화의 박스오피스 상위 10개 타이틀 중 애니메이션 영화가 2개를 차지하였다.

2010년 브라질 애니메이션산업 분야 중 방송 부문에 해당하는 시장은 1.3억 달러를 기록하였는데 이는 전년대비 33.7% 성장한 것이다. 브라질 방송 애니메이션 시장은 2006년 이후 4년 연속 10% 내외의 성장률로 지속적으로 성장해왔으며, 2010년에는 30%가 넘는 큰 성장을 기록하였다.

<표 3-3-52> 2006~2015년 브라질 애니메이션 시장 규모

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015
											CAGR
방송	69	78	88	97	129	150	179	200	238	270	15.3
영화	65	67	68	87	120	195	171	189	207	223	15.2
홈비디오	108	117	86	83	93	142	118	126	134	142	10.6
디지털 배급	-	-	-	-	-	1	1	2	2	3	-
합계	243	262	241	267	343	488	469	517	581	637	13.7

*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

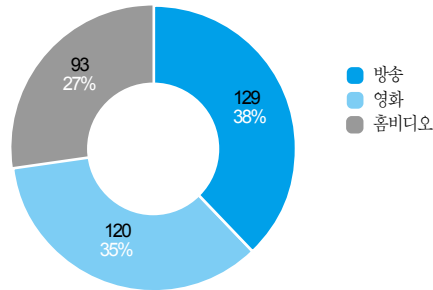
브라질 애니메이션산업에서 홈비디오 분야도 2010년 9,300만 달러를 기록하며 11.8% 성장하였다. 이는 박스오피스 분야와 방송 분야의 성장과 비교할 때 다소 낮은 성장률이다. 브라질의 애니메이션 홈비디오 분야는 2008년과 2009년 각각 26.9%, 2.6%로 연속 2년 하락세를 나타낸 반면, 2010년과 2011년에는 각각 11.8%, 51.9%로 큰 폭의 성장세를 나타낼 전망이다. 2010년 홈비디오 분야의 성장세는 역시 같은 해 개봉되었던 3D입체영상 애니메이션의 흥행에 기인한다고 할 수 있다.

유럽 대부분의 국가들이나 미국과는 달리 브라질 애니메이션 디지털 배급 분야는 2010년까지는 타 분야에 비해 큰 성장률을 보이고 있지 않은 상태라고 할 수 있다. 그러나 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 셋톱박스 기반의 유료TV 가입자 수 확대와 PS3, Xbox360 등 VOD 서비스가 가능한 콘솔 게임기 시장의 확대 등으로 인해 이 분야는 향후 5년간 연평균 125.0%의 성장률로 가장 빠른 속도

로 성장할 것으로 전망된다. 2006~2010년 사이 15만 달러에서 16만 달러로 거의 정체 상태를 보여 왔던 브라질 애니메이션산업의 디지털 배급 시장은 2011년 525.0%로 크게 증가하여 1백만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다. 특히 스마트 기기의 보급 확대에 따라 디지털 배급 분야는 매우 빠른 속도의 성장세를 나타낼 것으로 전망된다.

<그림 3-3-74> 2010년 브라질 애니메이션 시장 분야별 점유율

(단위: 백만 달러)



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

2010년 브라질 애니메이션산업의 분야별 점유율을 보면 브라질 애니메이션산업의 특성을 볼 수 있다. 브라질은 애니메이션 방송 시장이 전체 애니메이션 시장의 37.7%로 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 박스오피스 시장과 홈비디오 시장이 각각 35.1%와 27.2%를 점유하고 있다. 최근 몇 년간 브라질 애니메이션산업의 박스오피스와 방송 분야는 지속적인 상승을 경험한 것으로 나타났으며, 특히 2009년과 2010년에는 모두 두 자릿 수의 성장률을 나타내었다. 브라질의 홈비디오 시장 역시 궁극적으로는 전통적인 홈비디오 렌탈 비즈니스가 축소되고 디지털로 전환되는 과도기적인 현상을 보이며, 향후 디지털 배급 시장으로 점차 이동할 것으로 전망되고 있지만 홈비디오 분야의 지속적인 성장과 디지털 배급 분야의 미미한 시장 규모로 인해 2015년까지는 산업 간 시장 점유율에 큰 변화가 이루어지지는 않을 것으로 보인다. 최근에는 미국의 메이저 스튜디오들이 3D입체영상 애니메이션에 대부분의 역량을 집중하고 있고 3DTV의 보급도 점차 확대될 것으로 전망되고 있어 이러한 파급 효과의 영향에 따라 향후 브라질 애니메이션 시장 내 홈비디오 시장은 크게 변화할 것으로 보인다.

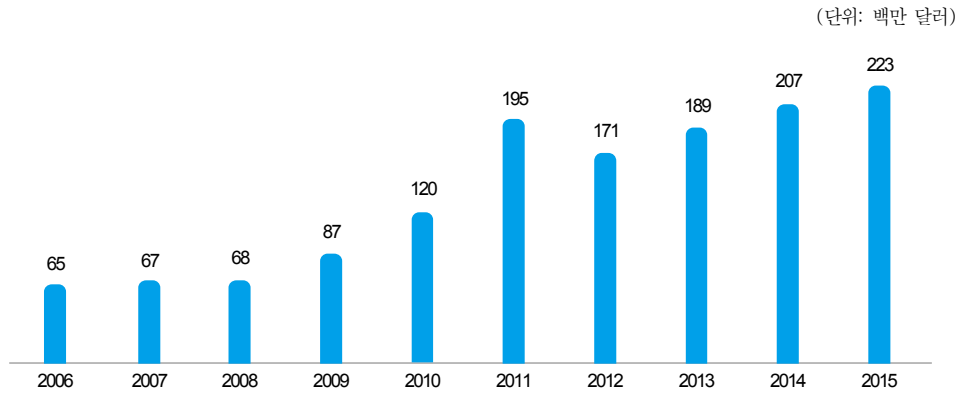
2. 분야별 시장 현황

1) 극장 상영 (극장수익 판매)

2010년 브라질 애니메이션의 박스오피스는 1.2억 달러를 기록하였으며 이는 전년대비 38.5%의 기록적인 성장을 기록한 것이다. 2010년 브라질 애니메이션의 박스오피스는 지난 5년간 최대 규모

를 기록한 것인데, 이는 2010년에 개봉된 3D입체영상 애니메이션의 이례적인 흥행에 기인하였다고 할 수 있다.

<그림 3-3-75> 2006~2015 브라질 애니메이션 박스오피스 시장 현황



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

브라질 애니메이션 영화의 박스오피스는 지난 몇 년 동안 영화산업 전체에 많은 영향을 주었다. 2010년과 2011년 브라질에서 애니메이션 영화의 박스오피스는 각각 브라질 전체 영화 박스오피스의 약 16.2%와 27.5%의 시장점유율을 보였는데, 전체 영화 박스오피스 100위권 내 애니메이션 작품 편수가 각각 7편, 11편임을 감안하면 상당히 높은 점유율을 보이고 있음을 알 수 있다.

2010년에는 <Shrek Forever After>와 <Toy Story 3> 등 총 2편의 애니메이션 영화가 6,500만 달러에 가까운 박스오피스를 기록하며 전체 영화 박스오피스 상위 10개 타이틀 안에 랭크되었다. 이와 같은 애니메이션 영화 박스오피스의 매출 증가에는 디지털 상영관의 확대와 함께 3D입체영상 애니메이션 영화의 평균 입장권 수익이 증가한 것도 하나의 원인이었다고 할 수 있다.

<표 3-3-53> 2010년 브라질 개봉 애니메이션 영화 Top 7

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	2	Shrek Forever After	PPI	40,037,374	07/09
2	5	Toy Story 3	Disney	24,861,206	06/18
3	14	Despicable Me	UPI	13,743,913	08/06
4	16	How to Train Your Dragon	PPI	11,483,006	03/26
5	19	Megamind	PPI	10,259,047	12/03
6	31	Legend of the Guardians : The Owls of Ga'Hoole	WB	7,309,044	10/08
7	76	Toy Story 2 (3D)	Disney	1,256,037	03/05

*출처 : The Numbers, Boxofficemojo

<Shrek Forever After> 뿐만 아니라 2010년에는 여러 편의 애니메이션 영화들이 브라질 영화 시장에서 우수한 흥행 성적을 거두었는데 <Toy Story 3>, <Despicable Me>, <How to Train Your Dragon>, <Megamind> 등의 애니메이션 영화들이 전체 영화 흥행 순위의 5, 14, 16, 19위를 기록하며 거의 1억 달러 이상의 박스오피스를 기록하였다.

<표 3-3-54> 2011년 브라질 개봉 애니메이션 영화 Top 10

애니메이션 영화 순위	전체 영화 순위	타이틀	배급사	박스오피스 (단위: 달러)	개봉일
1	1	Rio	Fox	42,946,161	04/08
2	3	The Smurfs	Sony	31,612,417	08/05
3	5	Tangled	Disney	24,341,705	01/07
4	7	Cars 2	Disney	21,155,625	06/24
5	10	Kung Fu Panda 2	PPI	19,684,571	06/10
6	23	Gnomeo and Juliet	n/a	8,418,224	03/04
7	28	Yogi Bear	WB	7,855,463	01/21
8	33	Rango	PPI	5,021,346	03/04
9	45	Hoodwinked 2	n/a	3,035,533	09/02
10	56	The Lion King (in 3D)	Disney	1,902,457	08/26

*출처 : The Numbers, Boxoffice Mojo

미국에서 당분간 3D입체영상 애니메이션의 제작이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고, 3D 상영이 가능한 디지털 상영관이 확대될 것으로 전망됨에 따라 브라질 애니메이션 박스오피스 시장도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 2011년에도 브라질 애니메이션 영화의 박스오피스는 2010년에 비하여 62.3%로 크게 증가할 것으로 전망된다.

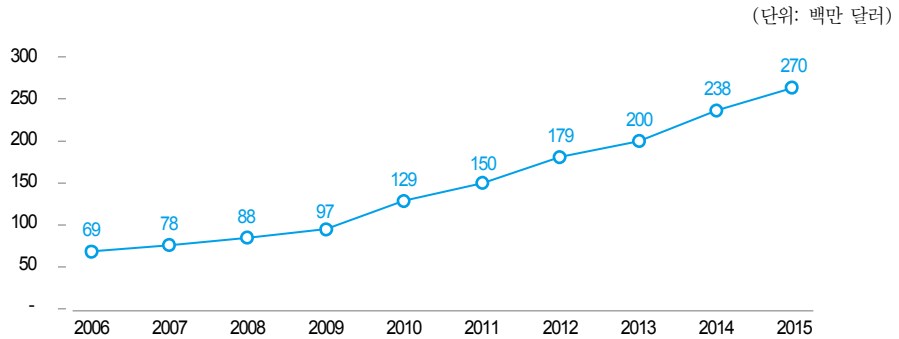
2) 방송

브라질 애니메이션 시장은 이러한 방송용 애니메이션이 전체 시장의 가장 큰 부분을 차지하는 방송 중심 마켓의 특징을 보여 왔다. 그러나 최근 들어 3D입체영상 애니메이션이 흥행에 크게 성공하면서, 극장 애니메이션의 매출이 급격히 증가하고 있는 추세다. 또한 브라질 방송 산업에 있어서 VOD 등 수신료 매출의 증가에 따라 방송용 애니메이션 시장도 큰 폭으로 점차 확대되는 추세다. 브라질 애니메이션 홈비디오 판매 및 대여 시장은 점차 디지털 배급으로 전환되면서 더욱 그 비중이 축소될 전망이며, 반대로 디지털 배급 시장은 점차로 그 비중이 증가할 것을 전망된다.

브라질의 방송용 애니메이션 시장은 2006~2009년 사이 10% 내외로 증가해오다가 2010년 33.7%의 큰 성장을 보였다. 2011년에는 그 상승폭이 15.8%로 절반 가까이 떨어질 것으로 전망되지만, 디지털 배급의 증가와 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료 채널의 VOD 및 PPV 서비스의 증가에 따라 향후 방송용 애니메이션 시장 규모는 15% 내외의 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다. 2010년 1.3억 달러 규모의 브라질 방송용 애니메이션 시장은 향후 5년간 15.3%의 연평균 성장률로

성장하여 2015년에는 2.7억 달러 시장으로 2010년 대비 2배 이상 성장할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-76> 2006~2015년 브라질 방송 애니메이션 시장규모 추이

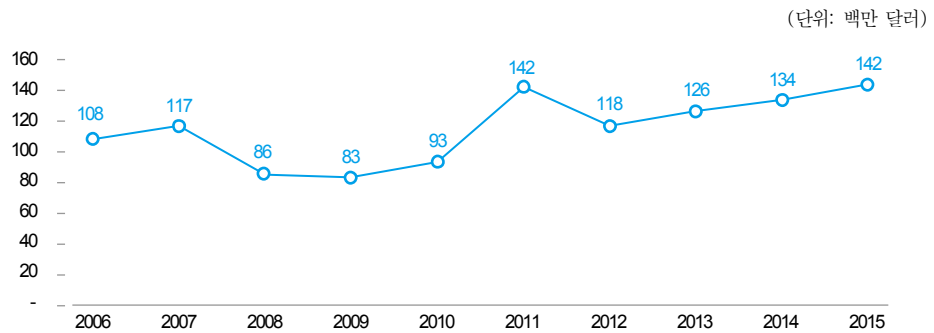


*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

3) 홈비디오

2010년 브라질 애니메이션 홈비디오 시장은 9,300만 달러로 추정되는데 이는 전년대비 11.8% 증가한 것이다. 브라질의 홈비디오 시장은 다양한 디지털 플랫폼이 DVD 판매 및 대여 시장을 점차 대체해 가면서 2008년 26.9%의 큰 폭으로 하락한 이래 2009년에도 연속으로 하락을 경험하였으나, 2010년에는 11.8% 증가하여 약간의 회복세를 나타내었다. 2011년에는 51.9%로 크게 성장하였다가 2012년에는 다시 16.8% 하락하여 2007년의 시장 규모와 비슷한 수준에 이를 것으로 전망되며, 이후로는 2015년까지 5~6%대의 비교적 안정된 성장세를 유지할 것으로 전망된다.

<그림 3-3-77> 2006~2015년 브라질 홈비디오 애니메이션 시장규모 추이



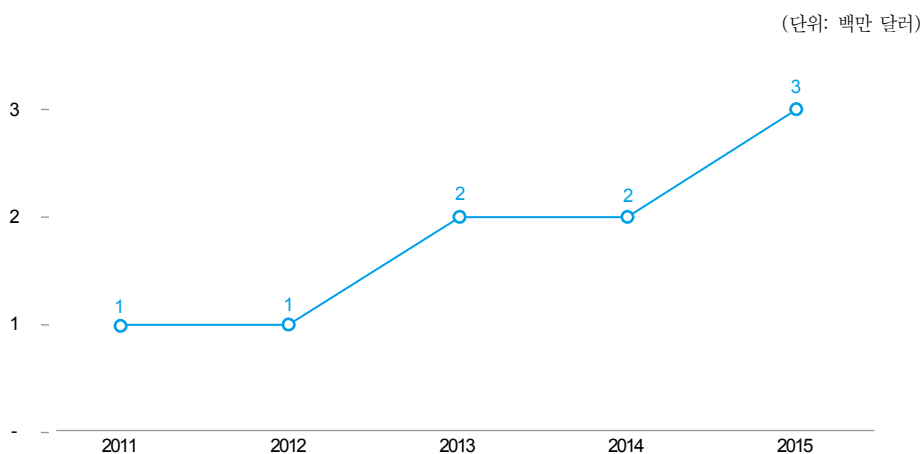
*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxofficemojo

4) 디지털 배급

2010년 브라질 애니메이션의 디지털 배급 시장은 16만 달러 규모로 추정되고 있으며 전년대비 6.7%의 소폭 증가세를 기록하였다. 2011년 525.0%의 성장률을 기록하며 1백만 달러 선에 도달하기 전까지 매우 미미한 규모를 유지해왔으며, 향후 인터넷 인프라 활성화에 힘입어 디지털 다운로드, 스트리밍, 온라인 대여 등을 포함하는 온라인 시장이 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망되고 있는 가운데, 2013년에 다시 2011년 시장 규모의 2배를 기록할 것으로 전망된다.

브라질 애니메이션의 디지털 배급 시장은 2011년 이후 연평균 성장률 125.0%의 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있는데, 2015년에는 3백만 달러의 시장규모를 나타낼 것으로 전망된다.

<그림 3-3-78> 2011~2015년 브라질 디지털 배급 애니메이션 시장규모 추이



*출처 : MPAA, PWC, Screendigest, The Numbers, Boxoffice Mojo

3. 주요 이슈

브라질의 방송 산업 시장은 빠른 성장세를 보이고 있는 분야이다. 2010년, Sky와 NET 등의 케이블 TV 방송사들은 가입자 수에 있어 25%의 성장을 보였으며 중산층의 비율이 커지면서 텔레비전 프로그램과 영화, 게임 등에 관한 수요가 급증하고 있다.

브라질의 독립 텔레비전 제작사 협회(Brazilian Association of Independent Television Producers)는 이러한 경향을 독려하기 위한 방안으로 제작사와 바이어들 간의 네트워크를 형성해 주기 위해 제1회 리오 콘텐츠 마켓(Rio Content Market)을 조직하였다. 리오 콘텐츠 마켓은 남미 지역 내 가장 큰 영상 콘텐츠 시장이며 이를 통해 텔레비전과 관련이 있는 100여 개의 브라질 제작사들과 인터랙티브 미디어 기업들이 전 세계의 다른 제작사들의 네트워크를 제공했다.

지금까지 브라질에서는 영상 콘텐츠 프로젝트의 제작 투자를 찾는 것은 정부와 크게 관련이 없

있으나 현재는 정부 기금이 조성되어 있는 상태이다. 제작사들은 또한 해외의 제작사들이나 투자사들과의 합작 기회를 찾는다. 미디어 분석가들에 따르면, 브라질은 남미 지역 내 미디어 합병에 초점을 둔 비공개 기업투자 펀드에 점점 더 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 브라질 제작사들은 여전히 자사의 자금으로 애니메이션 제작에 투자한다.

한편, Brazilian TV Producers(BTVP)는 2004년 이래로 꾸준히 TV 채널, 인터넷, 모바일 텔레포니, 뉴미디어 등의 해외 제작사들과 브라질 사이의 공동제작, 판매, 선판매를 통한 파트너십을 주선함으로써 해외의 독립 프로덕션을 지원해왔다.

브라질은 BTVP의 활동 덕에 최근 세계 애니메이션 시장에서 중요한 시장으로 인식되고 있다. 브라질은 몇몇 해외 TV와 배급사, 제작사들의 사업 파트너의 일부로 고려되고 있으며, 40여 개 국가들에서 브라질 애니메이션 시리즈가 방영되고 있다. 해외 제작사들과의 공동제작을 통해 브라질 애니메이션 시리즈들은 TVO Kids, Discovery Kids, Discovery Latin America, CBC-Radio Canada, Tree House, TPS Jeunesse, Kika Kinder Kanal, RAI, Al Jazeera 등의 채널에서 방영되고 있다.

BTVP 프로그램이 독립 만화 프로덕션을 프로모션 함에 따라 브라질 애니메이션 분야는 2009년을 기점으로 하여 급성장하기 시작하였다. 2009년에는 브라질 TV의 독립 애니메이션 시리즈 제작 분야가 급성장하였다. 2006에는 전무하였던 브라질 제작 TV 애니메이션은 2009년 36편이나 제작되었으며, 이들 작품은 20개 제작사에 의해 총 8,100만 달러의 예산을 들여 제작되었다. 정부가 지원하는 BTVP의 프로그램이 독립제작사들을 육성하고 그들이 해외의 공동제작사를 찾는데 도움을 준 것이다.

브라질 내 대부분의 애니메이션은 수익성이 좋은 광고 제작 분야에서 성공한 제작사들에 의해 제작되었으며 지난 4년간 이러한 제작사들은 BTVP의 도움을 받아 애니메이션 프로덕션으로 사업 영역을 옮겨왔다. BTVP는 지역 인센티브를 제공해왔으며 국영 은행 BNDES을 통해 비교적 안정적인 대출 한도를 제공해 왔다.

브라질의 대규모 민간 상업 방송사들은 애니메이션 제작을 의뢰하지 않기 때문에 브라질 국내 제작사들은 애니메이션 시리즈의 제작과 판매에 있어 해외 모델에 의존해야 했다. 이들은 전통적으로 강력한 TV 애니메이션 전통을 가진 캐나다로 방향을 돌렸다. 브라질 당국은 이를 이해하고 캐나다 국립영화위원회(National Film Board of Canada)와 포괄적인 애니메이션 제작 계약에 서명하고 브라질 애니메이터들을 육성하였다.

BNDES의 특별 대출 한도와 BTVP 프로그램과 같은 브라질의 인센티브에 의해 독려된 브라질과 캐나다의 애니메이션 제작사들은 유료 TV 방송사들을 위한 애니메이션 시리즈의 공동제작을 시작하였다. 캐나다는 브라질 제작사들과의 관계를 통해 다양한 혜택을 얻을 수 있었는데 브라질 애니메이션 제작사들은 TV 광고를 통해 완벽한 애니메이션 기술을 갖추었고, 인건비가 저렴하며, 애니메이션 시리즈에 관한 창의적 아이디어를 가지고 있다.

브라질의 Mixer와 캐나다의 Cite-Amerique가 공동제작한 Dog Day School은 2009년 10월 브

라질의 Nickelodeon TV에서 방영된 후, 2010년에는 라틴 아메리카와 카리브해 지역 국가들에 있는 Nick 채널을 통해 방영되었다. 또한 브라질 TV PinGuim의 애니메이션 시리즈 <Fishtronaut>도 Discovery Kids를 통해 방영되었는데, 이 시리즈는 Discovery Kids가 2009년 4월 20일부터 6월 12일 사이 월-금 기간 동안 브라질 내 모든 케이블 채널 중 1위를 차지할 수 있도록 해 주었다. <Fishtronaut>는 남미 지역 내 나머지 국가들과 카리브해 지역 및 중동과 터키에까지 수출되어 좋은 성적을 거두었다. 이후, TV PinGuim은 Discovery Kids와 <Fishtronaut>의 시즌 2 제작을 협상하였으며, 애니메이션 시리즈를 기반으로 한 장편 애니메이션 영화의 제작을 위한 투자 유치를 진행하였다. 장편 애니메이션 영화 <Fishtronaut>는 2011년 극장에 개봉될 예정이다.

2011년 5월 4일부터 8일까지 상파울로에 있는 BTVP에 의해 개최된 애니메이션 워크숍 PIC에서는 국내·외 시장에 브라질 애니메이션을 소개하기 위한 방안이 논의되었다. 상파울로, 리우데자네이루를 비롯한 브라질 각지에서 참석한 브라질 제작사들과 프랑스, 캐나다, 미국에서 참석한 애니메이션 전문가들, 브라질 및 해외 TV 채널들이 브라질의 오디오비주얼 프로덕션을 개발하기 위해 이 이벤트에 참가하였고 강연, 워크숍, 피치, 개별 컨설팅 등의 프로그램이 진행되었다.

BTVP와 PIC의 수석 해외전략 컨설턴트이자 전 National Film Board of Canada의 대표였던 Jacques Bensimon은 세계의 주요 TV 애니메이션 전문가들을 모으고 컨설팅 프로그램을 제공하면서 브라질 제작사들이 PIC에서 보여주었던 것처럼 서로 협력하고 정보를 공유해야 한다고 조언했다. <세사미스트리트>(Sesame Street)의 해외 방영 및 프로덕션 담당 프로듀서인 Cathy Chilco도 역시 PIC와 같은 이벤트를 통해 경험을 나누고 전문가들로부터 더 많은 정보를 모으는 것이 중요하다고 강조하였다.

워크숍에 참석한 25개 브라질 TV 제작사는 4.2 Produtora, 44 Toons, Academia de Filmes, AAgente QUE FEZ produções, Animassauero, BAT Produções, Cacomotion, Cadux, Cartunaria Desenhos, Central de Produção, Cinema Animadores, Copa Studio, DayDreamLab, Destiny International, Editora Faglianostra, Jah Comunicação, Labo Cine Digital, Lightstar Studios, Maria Bonita Filmes, Mirabolica, Glaz, Nset Produções, Rocambole Produções, Sumatra VFX, TV PinGuim 등이다.

한편, 2011년 6월 상파울로에서 열린 브라질 포럼에서는 PIC의 베스트 5 프로젝트가 공영 및 민간 TV 채널 피치에 참여하도록 선정되었으며, 이 애니메이션들은 카툰 네트워크, 디스커버리 키즈, MTV 브라질, Nick, TV Rá Tim Bum 같은 채널의 이사진들에게 시연되었다. 참가작들은 44Toons의 <Captain Constantine and the Salty Pudding Island>, Cadux의 <Qui Qui Biscuit>, DayDreamLab의 <Hackerteen>, TV PinGuim의 <Magnitka>, Lightstar Studios의 <Moby Dick>이다.

PIC에서, TV Brasil의 이사인 Paulo Rufino는 TV Brasil은 단편보다는 더 많은 관객의 호응을 받는 시리즈물을 선호한다고 밝혔다. TV Cultura/Rá Tim Bum의 이사인 Mauro Garcia는 브라질 문화에서 영감을 얻어 제작되고 긍정적인 인도주의적 가치를 지닌 애니메이션을 찾고 있다고 밝혔

다. 또한 NICK의 Jimmy Leroy는 해외 제작사와의 공동제작을 기대하고 있으며 자사의 특징을 잘 살려줄 수 있는 아이들과 가족을 위한 건전하고 훌륭한 프로그램, 폭력성을 지양하고 교육적인 면을 가진 프로그램을 선호한다고 밝혔다. MTV Brasil의 애니메이션 담당 Cacá Marcondes은 MTV는 본래 성인 애니메이션을 방영해 온 채널이었음을 환기시키면서 혁신적이고 주의를 끌 수 있는 애니메이션 프로그램을 희망한다고 밝혔다. Cartoon Networks의 Daniela Vieira는 뉴 미디어를 고려하여 다양한 플랫폼에 폭넓게 접근할 수 있는 프로젝트일수록 더욱 좋다고 조언하였다.