

2008 캐릭터산업백서 요약

□ 캐릭터 산업체 현황

1. 캐릭터산업 규모

구분		매출액(백만원)		증감률 (%)
		2006년	2007년	
캐릭터 제작업	캐릭터개발 및 라이선스업	306,884	345,316	12.5
	캐릭터상품 제조업	2,043,388	2,244,803	9.9
	소 계	2,350,272	2,590,119	10.2
캐릭터상품 유통업	캐릭터상품 도소매업	2,200,660	2,525,520	14.8
	소 계	2,200,660	2,525,520	14.8
캐릭터산업 총합계		4,550,932¹⁾	5,115,639	12.4

< 설 명 >

- 캐릭터산업은 전년대비 12.4% 성장
- 캐릭터산업 총 매출액 5조 1,156억원 중 캐릭터 제작업이 2조 5,901억원으로 50.6%, 캐릭터상품 유통업이 2조 5,255억원으로 49.4% 차지

2. 캐릭터산업 수출입규모

(천\$)	2006	2007	증가율
수출액	189,451	202,889	7.1%
수입액	211,909	225,257	6.3%

< 설 명 >

- 캐릭터산업 2007년도 수출액은 2006년도 1억8,945만 달러에서, 약 7.1% 증가한 2억 299만 달러, 2007년도 수입액은 2006년도 2억1,190만 달러에서 6.3% 증가한 2억 2,525만 달러로 증가

1) 캐릭터상품 유통업 매출액 중 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, 편의점, 재래시장, 인터넷/모바일/게임콘텐츠(아바타 등), 불법복제 제외

3. 캐릭터 지역별 수출입 현황

수출입(천\$)	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	총계
수출	31,396	4,638	13,632	68,703	43,221	41,299	202,889
비중	15.5%	2.3%	6.7%	33.9%	21.3%	20.3%	100.0%
수입	85,369	20,932	43,211	38,293	3,321	34,133	225,259
비중	37.9%	9.3%	19.2%	17.0%	1.5%	15.1%	100.0%

< 설명 >

- 수출은 북미가 6,870.3만달러(33.9%)로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 유럽이 4,322.1만달러(21.3%), 기타 지역이 4,129.9만달러(20.3%), 중국 3,139.6만달러(15.5%), 동남아 1,363.2만달러(6.7%), 일본 463.8만달러(2.3%) 순으로 나타남
- 수입은 중국이 8,536.9만달러(37.9%)로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 동남아 4,321.1만달러(19.2%), 북미 3,829.3만달러(17.0%), 등의 순으로 나타남

4. 캐릭터산업 종사자 현황

○ 종사자 동향

종사자수(명)	2004년	2005년	2006년	2007년	연평균성장률('04-'07)
캐릭터산업	8,286	8,825	19,889 ²⁾	21,846	38.1%
전체	458,926	455,757	436,685	458,910	-0.0012%
비중	1.8%	1.9%	4.6%	4.8%	

< 설명 >

- 2004년~2007년 4년 동안 캐릭터 산업 종사자 연평균성장률은 38.1%로 문화콘텐츠 산업 전체 종사자수 연평균성장률(-0.0012%)과 비교해 캐릭터 산업 종사자 수의 성장세는 놀라운 수준
- 문화콘텐츠산업 전체 중 캐릭터산업 종사자수 비중은 2007년 4.8%로 증가 추세 보임

2) 캐릭터 상품유통업 종사자중 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, 편의점, 재래시장, 인터넷/모바일/게임콘텐츠(아바타 등) 종사자 수 제외

○ 고용형태별 종사자 현황

구분		종사자(명)		합계	
		정규직	비정규직		
캐릭터 제작업	캐릭터개발 및 라이선스업	2,447	312	2,759	
	캐릭터상품 제조업	7,235	1,470	8,705	
캐릭터 상품 유통업	캐릭터상품 도소매업	8,924	1,458	10,382	
캐릭터산업 총합계		명	18,606	3,240	21,846
		비중(%)	85.2%	14.8%	100.0%

< 설 명 >

- 2007년 캐릭터 산업 총 종사자수는 21,846명으로 이 중 캐릭터상품 도소매업이 10,382명(47.5%)으로 가장 높은 비중을 차지
- 캐릭터 산업의 고용형태별 종사자 현황을 살펴보면, 종사자 21,846명중 정규직은 18,606명(85.2%), 비정규직은 3,240명(14.8%)으로 나타나고 있음

○ 직무별 종사자 현황

구분		종사자(명)						합계
		사업기획	관리	제작	마케팅/ 홍보	연구개발	기타 (유통포함)	
캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스	210	423	1,212	301	286	327	2,759
	캐릭터상품 제조	664	1,313	4,417	736	389	1,186	8,705
	소 계	874	1,736	5,629	1,037	675	1,513	11,464
캐릭터 상품 유통업	캐릭터상품 도소매업	602	1,326	2,665	855	293	4,642	10,383
	소 계	602	1,326	2,665	855	293	4,642	10,383
캐릭터산업 총합계		1,475	3,063	8,293	1,891	968	6,156	21,846
비중		6.7%	14.0%	38.0%	8.7%	4.4%	28.2%	100.0%

< 설 명 >

- 캐릭터산업 종사자 2만 1,846명 중 제작이 8,293명(38.0%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 다음으로 기타(6,156명(28.2%)), 관리직(3,063명(14.0%)) 등 순으로 나타남

- 캐릭터 제작업만 보면, 제작 5,629명(49.1%), 관리 1,736명(15.1%), 기타(유통 포함) 1,513명(13.2%), 사업기획 874명(7.6%), 마케팅·홍보 1,037명(9.1%), 연구개발 675명(5.9%) 순으로 나타남

5. 캐릭터산업 부가가치 규모

매출액	부가 가치액	부가 가치율	부가가치 구성(백만원, %)					
			경상 이익	인건비	순금융 비용	감가 상각비	임차료	조세 공과
5,115,639	1,801,217	35.21%	334,306	1,093,519	92,202	134,551	92,242	54,397
부가가치액 대비 구성비			18.6%	60.7%	5.1%	7.5%	5.1%	3.0%
매출액 대비 구성비			6.5%	21.4%	1.8%	2.6%	1.8%	1.1%

< 설 명 >

- 캐릭터 산업의 매출액은 5조1,156억원이며, 부가가치액은 1조8,012억원, 부가가치율은 35.21%인 것으로 나타남

6. 캐릭터 개발비용

	개발비용 (백만원)	캐릭터 개발 관련 지출 구성 내역					
		캐릭터 제작	로열티 지출	마케팅·홍보	연구개발	기타	합계
2006년	25,615	63.1%	7.9%	12.9%	11.1%	5.0%	100.0%
2007년	49,562	57.2%	9.3%	12.1%	17.1%	4.3%	100.0%

< 설 명 >

- 2007년도에 캐릭터 개발관련 비용은 2006년도 256억 1,500만원에 비해 48.3% 증가한 495억 6,200만원으로 나타남
- 캐릭터 제작에 57.2%, 연구개발에 17.1%, 마케팅·홍보에 12.1%, 로열티 지출에 9.3%, 기타 4.3%를 지출하는 것으로 나타남

□ 캐릭터 소비자 현황

1. 캐릭터 선호도

순위	2004(1,200명)		2005(1,500명)		2006(1,500명)		2007(1,000명)	
1	둘리	12.4	키티	15.0	미키마우스	19.5	둘리	15.3
2	키티	11.9	짱구	12.4	키티	13.9	키티	13.5
3	마시마로	10.9	둘리	12.4	짱구	11.6	뽀로로	9.8
4	푸우	9.1	미키마우스	10.1	둘리	10.0	미키마우스	9.4
5	짱구	8.4	마시마로	9.3	푸우	9.1	짱구	7.2
6	포켓몬스터	7.1	푸우	7.8	마시마로	3.2	케로로	5.9
7	미키마우스	7.0	포켓몬스터	4.1	뽀로로	2.5	푸우	3.7
8	딸기	2.8	딸기	3.0	딸기	2.3	도라에몽	3.4
9	스누피	2.3	케로로	2.0	피카츄	1.9	마시마로	3.3
10	뿌까	2.0	톰과 제리	1.8	케로로	1.9	피카츄	2.0

< 설명 >

- 캐릭터상품을 구입해본 경험이 있는 소비자들이 선호하는 캐릭터는, 둘리가 15.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 키티가 13.5%, 뽀로로가 9.8% 순으로 나타남
- 둘리는 2004년도 이후 선호도 순위가 하락하였으나, 2007년도 들어 다시 1위를 차지. 국내 캐릭터인 뽀로로는 인지도뿐만 아니라 선호도 측면에서도 2006년도 2.5%에서 9.8%로 크게 상승

○ 캐릭터 선호 이유

- 캐릭터 외모가 예뻐서/귀여워서/멋있어서가 36.6%로 가장 높은 비중 차지, 다음으로 캐릭터 행동이 예뻐서/귀여워서/멋있어서가 11.3%, 캐릭터가 친근해서가 9.8% 순으로 나타남

○ 캐릭터 인지 경로

- TV 애니메이션 시청이 72.9%로 가장 높으며, 다음으로 매장 내 상품 10.3%, 친구/ 주변인 4.3%, 인터넷으로 애니메이션 관람 3.1%순으로 나타남

2. 캐릭터상품 인식

○ 캐릭터 부착 여부의 구입 영향력

- 캐릭터 부착 여부가 그 상품의 구입에 어느 정도 영향력을 미치는가에 대하여 살펴보면, 영향을 미침(매우 영향을 미침+다소 영향을 미침)이 60.7%로 영향을 미치지 않음(전혀 영향을 미치지 않음+별로 영향을 미치지 않음) 14.5%보다 높은 것으로 나타남
- 남자보다 여자가, 30대와 40대가 다른 연령대에 비해 캐릭터 부착 여부에 영향을 더

받는 것으로 조사됨. 특히, 30대는 캐릭터 부착 여부에 가장 큰 영향을 받는 연령대인 것으로 나타남

○ 캐릭터상품 정품 여부 고려 및 구별 방법

- 캐릭터상품 구입시 정품 여부를 고려하는가에 대하여 살펴보면, 고려한다(매우 고려함 + 고려함)가 52.3%로 고려하지 않는다(전혀 고려하지 않음+고려하지 않음) 34.6% 보다 더 높은 것으로 나타남. 남자보다 여자가, 연령이 높을수록 정품 여부를 더 고려하는 것으로 조사됨
- 캐릭터상품 정품 여부 구별 방법에 대하여 1순위는 상품에 붙은 태그가 22.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 캐릭터 생김새 또는 상품에 있는 캐릭터가 19.6%, 품질마크가 17.0%, 구매장소가 12.8%, 상품의 품질이 9.3% 순으로 나타남

3. 캐릭터 구입행태

구분	2004(1,200명)	2005(1,500명)	2006(1,500명)	2007(1,000명)
문구/팬시	60.3	58.9	50.6	52.3
인형/완구	56.5	47.0	45.0	59.6
의류	26.6	28.9	31.9	32.5
장신구	18.4	20.3	17.5	10.6
식품/음료	25.5	17.0	12.7	24.3
가방류	15.5	18.2	11.5	13.9
가정/생활잡화	15.4	23.8	10.4	10.9
신발류	10.1	13.6	9.5	15.1
자동차 관련용품	11.4	7.2	5.6	9.4
게임/오락	3.2	3.7	3.8	6.2
유아용품	7.3	3.7	3.1	11.6
영상물/비디오	7.4	5.1	2.8	7.0
출판물	5.3	6.0	2.5	6.4
스포츠용품	2.2	1.5	2.3	2.5
인터넷 콘텐츠	4.0	2.5	1.6	3.4
음악CD/카세트	2.5	2.0	1.2	2.0
모바일 콘텐츠	2.1	0.6	0.9	2.0
건강/미용	0.6	0.4	0.5	0.6
컴퓨터/전산용품	1.3	0.4	0.5	2.0
가전상품	0.4	0.2	0.1	1.0

< 설 명 >

- 상품군별 구입경험은 인형/완구가 59.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 문구/팬시 52.3%, 의류 32.5%, 식품/음료 24.3%, 신발류 15.1%, 가방류 13.9%, 유아용품 11.6% 순으로 나타남

4. 오프라인 매장과 온라인 쇼핑물 이용

구분	전체	남자	여자	만10~14세	만15~19세	만20~24세	만25~29세	만30~39세	만40~49세
응답자 수	1,000명	503명	497명	106명	100명	133명	137명	265명	259명
대형할인 매장 등 오프라인 매장	8.87	8.95	8.79	9.00	9.14	8.82	8.31	8.65	9.27
온라인 쇼핑물	1.13	1.05	1.21	1.00	0.86	1.18	1.69	1.35	0.73

< 설명 >

- 캐릭터상품을 10회 구입한다고 가정할 경우 오프라인 매장과 온라인 쇼핑물 이용 횟수에 대하여 살펴본 결과, 대형할인점 등의 오프라인 매장을 이용하는 경우가 8.87회, 온라인 쇼핑물을 이용하는 경우가 1.13회로 나타남