2005 캐릭터산업백서 요약

□ '2005 캐릭터산업백서'의 목적

○ 캐릭터 개발 및 라이선스 시장과 제조시장 규모 추정

○ 캐릭터 소비시장 규모 추정

○ 불법시장 규모 추정

○ 국내 캐릭터 업체들의 시장 파악을 위한 데이터의 제공

□ 조사연구의 방법

1. 캐릭터산업계조사

○ 정량조사

- 모집단 : 캐릭터 개발·라이선스·제조 업체
- 자료수집방법 : Face to Face, Fax, 전화조사, e-mail
- 표본 크기 및 방법 : 캐릭터 개발 및 라이선스 176개 업체, 캐릭터 제조 117개 업체가 설문조사
- 조사지역 : 서울 및 수도권

2. 캐릭터소비자조사

○ 전 국민 캐릭터인지현황 조사

- 모집단 : 10~49 세 남녀
- 자료수집방법 : 전화조사
- 표본 크기 및 추출 방법 : 1,000명 / 무작위추출법
- 조사지역 : 전국 5대도시

<전 국민 캐릭터인지현황 조사대상(남:여=5:5)>

	서울	부산	대구	광주	대전	전체
10 - 14세	47	19	13	8	8	79
15 - 19세	62	25	17	10	10	140
20 - 24세	76	27	18	10	10	141
25 - 29세	85	24	18	10	10	147
30 - 34세	72	23	17	9	10	131
35 - 39세	66	25	17	11	9	128
40 - 44세	68	27	18	8	10	131
45 - 49세	55	22	13	6	7	103
전체	531	192	131	72	74	1,000

○ 소비자현황조사

- 모집단 : 10~49세 캐릭터 상품 12개월 내 구입 경험자
- 자료수집방법 : Face to Face
- 표본 크기 및 추출 방법 : **1,200명** / 지역별·연령별 층화표본추출
- 조사지역 : 전국 5대도시

<캐릭터 소비자 현황 조사대상(남:여=5:5)>

	서울	부산	대구	광주	대전	전체
10 - 14세	21	16	17	18	17	89
15 - 19세	28	33	32	35	33	161
20 - 24세	34	35	34	36	34	173
25 - 29세	38	32	33	35	33	171
30 - 34세	33	30	32	32	32	159
35 - 39세	30	31	34	32	34	161
40 - 44세	31	34	33	30	33	161
45 - 49세	25	29	25	22	24	125
전체	240	240	240	240	240	**1,200**

□ 2005 캐릭터산업백서의 주요내용

1. 캐릭터산업 및 소비시장규모

	2002년	2003년	2004년	증감
캐릭터산업 개발 및 라이선스 규모	2,050억원	2,214억원	2,588억원	**374억원**
캐릭터산업 제조규모	25,950억원	20,472억원	18,930억원	▽1,542억원
캐릭터산업 유통규모	26,821억원	27,613억원	23,263억원	▽4,350억원
캐릭터 소비시장규모	52,771억원	48,085억원	42,193억원	▽5,892억원

〈 설 명 〉

○ 2000년 이후 급격한 성장이후 2002년 월드컵 재고상품 여파 및 **경기침체와 소비지출 감소의 영향**으로 인한 캐릭터상품 구매 감소에 **결정적인 원인** 제공

○ 그러나 이런 전반적인 소비시장 감소에도 불구하고 캐릭터개발 및 라이선스 시장은 오히려 전년에 비해 약 **17% 증가한 2,588억원**

○ 따라서 캐릭터산업내의 구조조정이 끝나는 **2005년 이후**에는 **본격적인 산업 성장기가 도래**할 것으로 예측

2. 캐릭터시장의 변화 및 2005년 시장전망

	2001년	2002년	2003년	**2004년**	2005년 예측
국내 캐릭터 소비시장규모	41,200억원	52,771억원	48,085억원	**42,193억원**	47,032억원
국산캐릭터 내수시장 규모	약14,420억원 (전체의 30%)	약 18,470억원 (전체의 35%)	약 18,416억원 (전체의 38.3%)	**약 18,058억원 (전체의 42.8%)**	-
캐릭터 개발 및 라이선스 시장	-	2,050억원	2,214억원	**2,588억원**	-
캐릭터 제조 시장 규모	-	25,950억원	20,472억원	**18,930억원**	-

〈 설 명 〉

○ 2001년 이후 국산캐릭터의 시장점유율이 꾸준히 증가하여 2004년 전체시장의 약 43%에 육박하는 것으로 나타남.

○ 또한 2005년 소비심리 회복과 상품 구매 증가가 예상되어 **약 11.5% 성장한 4조 7,032억의 시장규모** 형성 예측

3. 국내 선호캐릭터 BEST 10 (2002 ~ 2004 선호도 변화)

2002년				2003년				2004년			
순위	캐릭터	선호도	국적	순위	캐릭터	선호도	국적	순위	캐릭터	선호도	국적
1	**마시마로**	14.1%	**한국**	1	**둘리**	17.6%	**한국**	1	**둘리**	12.4	**한국**
2	푸우	13.5%	미국	2	**마시마로**	14.4%	**한국**	2	키티	11.9	일본
3	키티	13.0%	일본	3	키티	12.9%	일본	3	**마시마로**	10.9	**한국**
4	피카츄	6.1%	일본	4	푸우	7.8%	미국	4	푸우	9.1	미국
5	**뿌까**	3.6%	**한국**	5	짱구	7.6%	일본	5	짱구	8.4	일본
6	**둘리**	3.6%	**한국**	6	피카츄	7.4%	일본	6	피카츄	7.1	일본
7	짱구	3.3%	일본	7	미키마우스	5.2%	미국	7	미키마우스	7.0	미국
8	미키마우스	2.8%	미국	8	**뿌까**	3.4%	**한국**	8	**딸기**	2.8	**한국**
9	**딸기**	2.2%	**한국**	9	**딸기**	2.4%	**한국**	9	스누피	2.3	미국
10	미피	2.2%	네덜란드	10	햄토리	2.4%	일본	10	**뿌까**	2.0	**한국**

〈 설 명 〉

○ 전년에 이어 **'둘리'**는 소비자들의 **선호캐릭터 1위**로 조사

○ 전년과 비교하여 큰 차이를 보이고 있지 않는 것은 캐릭터의 선호속성을 잘 보여주고 있음

4. 소비자조사 주요변화 (2002 ~ 2004)

	2002년	2003년	2004년	증감
캐릭터상품 구매경험율	52.3%	63.5%	66%	**2.5% (↑)**
국산캐릭터 시장점유율	35%	38.3%	42.8	**4.5% (↑)**

〈 설 명 〉

○ 캐릭터상품 구매경험율은 계속해서 증가하는 추세이며 국산캐릭터 시장점유율도 전년에 비해 **4.5% 증가**하고 있어 **소비심리 회복을 통해 내수경기가 살아나면 소비시장 규모의 상승폭이 크게 확대할 잠재력**을 갖춘 것으로 판단

5. 불법복제 피해현황

	개발업체 (N=176)		제조업체 (N=117)		비고
불법복제로 인해 피해를 입은 업체	23.9%		26.5%		
불법복제 대처 방안	국내	해외	국내	해외	
	소송 : 22.6% **화의 : 26.6%** 합의 : 12.1% **무대응 : 28.9%**	**소송 : 41.8%** 화의 : 6.1% 합의 : 4.1% **무대응 : 48.0%**	소송 : 5.7% 화의 : 5.6% **합의 : 40.7%** 무대응 : 45.1%	소송 : 49.0% 무대응 : 49.9%	
불법복제로 인한 업체당 평균 추정 피해액	**국내 : 평균 216.79백만원** 해외 : 평균 399.62백만원		**국내 : 평균 316.15백만원** 해외 : 평균 400.63백만원		

〈 설 명 〉

○ 불법복제에 대한 피해 비율은 캐릭터 개발업체와 제조업체가 비슷하지만 법적인 대응에 있어서 **개발업체가 더 적극적으로 대응**하고 있으며, **국내보다는 해외**에서 더 적극적

○ 캐릭터 불법 시장 규모는 **소비시장규모의 17%에 해당하는 7,176억원**에 달하는 것으로 조사되어 **2003년 보다 다소 감소**한 것으로 나타남(2003년 불법복제 피해액 **약 1조원)**

6. 캐릭터산업 종사자 현황

○ 정규직 / 비정규직 인원

	정규직		비정규직	
	2003	2004	2003	2004
캐릭터 개발 및 라이선스 업체	66.0%	**71.6%**	34.0%	28.4%
캐릭터 제조업체	60.3%	**78.6%**	39.7%	21.4%

○ 직무별 인원

	마케팅/영업		관리/기획		디자인/개발	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004
캐릭터 개발 및 라이선스 업체	34.0%	22.7%	33.3%	25.0%	32.7%	**52.3%**
캐릭터 제조업체	45.3%	32.7%	30.7%	27.4%	24%	**39.9%**

○ 학력별 인원

	대졸		전문대졸		고졸이하	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004
캐릭터 개발 및 라이선스 업체	47.7%	**53.6%**	21.1%	17.9%	28.2%	25.9%
캐릭터 제조업체	33.7%	**48.8%**	20.1%	13.9%	44.0%	30.7%

○ 연령별 인원

	29세이하		30-34세		35-39세		40세이상	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
캐릭터 개발 및 라이선스 업체	45.6%	**48.0%**	30.5%	30.8%	15.6%	13.1%	8.3%	8.1%
캐릭터 제조업체	44.5%	38.9%	28.5%	**31.6%**	13.0%	**20.3%**	14.0%	9.1%

〈 설 명 〉

○ 정규직 비율이 전년에 비해 대폭 증가(개발 5.6%, 제조 18.3% 증가), 디자인 및 개발인력 비율과 대졸학력을 가진 비율이 높아짐

7. 유통채널별 비중

유통채널	2001	2002	2003	2004	비고
백화점	5%	15%	6.4%	9.1%	**2.7%(↑)**
대형할인매장	9%	29%	37.8%	39.1%	**1.3%(↑)**
팬시전문점, 전문매장 및 대리점	66%	36%	28.9%	28.9%	-
일반문구점	12%	12%	7.1%	6.7%	0.4%(↓)
기타(가판, 인터넷, 편의점 등)	8%	8%	19.8%	16.2%	3.6%(↓)

〈 설 명 〉

○ 2002년부터 꾸준히 증가하고 있는 대형할인매장의 유통비중이 더욱 커짐. 인터넷, 홈쇼핑, 편의점등 유통채널이 과거보다 다변화되고 비중도 점차 증가

○ 기타의견인 인터넷 4.5%, 편의점 2.5%, 가판 1.5%로 각각 나타남

□ 캐릭터산업체 조사결과

○ 캐릭터 평균 개발 비용 및 기간

	2003	2004
캐릭터 평균 개발비용	약 73.40백만원	약 85.04백만 원
캐릭터 평균 개발기간	약 13.23개월	약 9.88개월

〈 설 명 〉

○ 평균**개발비용**(초기 마케팅비용 포함)은 **증가**하였고 **개발기간**은 약 3개월가량 **감소**. 이는 변화하는 **소비자의 니즈**에 더욱 **빠르게 대응**하고 있는 것으로 파악

○ 국산캐릭터와 외산캐릭터의 미니멈개런티(MG)와 로얄티

국산캐릭터			**외산캐릭터**		
내용	2003	2004	내용	2003	2004
국산캐릭터상품 종류 수	평균 59.21개	평균 62.82개	외산캐릭터상품 종류 수	평균 137.72개	평균 58.81개
국산캐릭터 미니멈개런티	평균 19.39백만원	평균 14.79백만원	외산캐릭터 미니멈개런티	평균 43.04백만원	평균 23.70백만원
국산캐릭터 로열티	평균 6.2 %	평균 7.4%	외산캐릭터 로열티	평균 7.9 %	평균 9.0%

〈 설 명 〉

○ 국산캐릭터상품종류 수는 약간 증가하였고 **국산과 외산 미니멈 개런티**는 많이 **감소**. 이런 이유로는 캐릭터상품 제조사의 **자금여력이 좋지 않아** 초기에 많이 지출되는 **미니멈개런티 보다 로얄티로 지급을 높게 가져**가기 때문

○ 캐릭터 라이선스 계약 시기 및 계약기간

- 국내 라이선스 계약시기 : 특정한 시기 없이 계약하는 업체가 73.5%로 가장 높고 그 외에 1월이 4.1% 4월과 12월이 6.1%의 비율
- 해외 라이선스 계약시기 : 특정한 시기 없이 계약하는 업체가 76.7%로 가장 높고 그 외에 1월이 6.7% 3,4,5,12월이 3.3%의 비율
- **국내 라이선스 평균 계약기간 : 11.40개월**
- **해외 라이선스 평균 계약기간 : 14.95개월**

○ 해외 수출 경험

- **35.8%의 업체만이 수출**해본 경험이 있다고 응답. 61.4%의 업체들은 수출경험이 없다고 응답

□ 캐릭터 소비자 조사내용

1. 선호캐릭터 현황

○ 선호이유로는 캐릭터 외모 56.0%, 캐릭터 이미지 34.1%, 캐릭터 행동 2.0%로 나타남 (복수응답)

캐릭터외모 (56.0%)	캐릭터이미지 (34.1%)
귀엽다	친근하다
눈이 귀엽다	특이하다
예쁘다	엽기적이다
생김새가 예쁘다	코믹하다
멋있다	생기발랄하다
캐릭터행동 (2.0%)	동심이 느껴진다
하는 행동이 엉뚱해서 귀엽다	포근하다
하는 행동들이 귀엽다	정감있다
기타(7.9%)	질리지 않는다
아이들이 좋아한다	편안하다
만화, 게임 내용이 재미있다	여성스럽다

○ 캐릭터를 알게 되는 경로

- **애니메이션(만화영화) 66.3%**, 매장에서 상품을 보고 24.4%

2. 캐릭터상품 인식 및 성향

○ 캐릭터상품 구매 시 주요 고려요인

- 상품의 품질이 57.0%, 캐릭터 디자인 47.5%, 캐릭터 인지도가 30.6%, 가격이 30.1%, 상품 디자인 28.2&, 정품 여부 6.7%의 순으로 나타남

○ 캐릭터부착 상품에 대한 구매의향 정도(**긍정적인 판매증대** 효과발생)

- **매우 영향 5.1% / 다소 영향 44.2%** / 보통이다 31.6% / 별로 영향을 미치지 않음 18.1%, 전혀 영향을 미치지 않음 1.1%

○ 캐릭터부착 여부에 따른 품질 인식정도(**긍정적인 품질향상** 효과발생)

- **매우 우수 1.1%, 다소 우수 33.8%** / 비슷하다 55.6% / 별로 우수하지 않음 9.3%, 전혀 우수하지 않음 0.1%

○ 캐릭터상품 정품구별 방법

정품구별 방법	2004	2003
상품에 붙은 택(tag)을 보고	**60.7%**	36.6%
상품의 품질을 보고	50.0%	53.1%
캐릭터 생김새를 보고	46.5%	45.8%
품질마크를 보고	40.4%	43.6%
구매장소를 보고	22.9%	16.9%
홀로그램	20.0%	17.4%
판매원에게 물어보고	17.8%	11.5%
가격을 보고	17.1%	15.6%
기타	0.5%	0.8%

3. 캐릭터 소비시장 구매행태

○ 캐릭터상품의 구입경험은 문구/팬시 40.2%, 인형/완구 33.8%, 식품/음료 27.8%, 의류 17.8%의 순으로 나타남

캐릭터상품군	구입경험(%)	구입 빈도(회/년)	1회 평균 구입금액(원)
인형/완구	**33.8**	4.3	14,431
문구/팬시	**40.2**	**9.4**	3,869
의류	17.8	3.0	23,517
스포츠용품	4.6	5.2	**39,117**
장신구	14.1	3.4	4,987
생활잡화	12.6	3.2	12,498
자동차용품	6.6	1.1	21,358
식품/음료	**27.8**	**35.2**	**1,523**
영상물/비디오	9.2	5.8	20,547
게임/오락	11.2	5.1	12,116
유아용품	10.1	1.9	29,170
출판물	9.9	3.5	14,207
건강,미용	1.6	3.1	6,268
신발류	**13.4**	3.0	**21,804**
가방류	13.1	2.6	22,987
가전상품	1.6	1.4	81,387
음악CD/카세트	6.0	3.2	32,462
컴퓨터/전산용품	3.9	1.5	13,858
인터넷 콘텐츠	11.4	6.9	5,588
모바일 콘텐츠	6.9	5.9	1,508

4. 캐릭터관련 라이프스타일

캐릭터관련 라이프스타일	2004	2003
특별히 좋아하는 캐릭터가 있다.	29.1	31.6
국산캐릭터와 외산캐릭터를 구별 할 수 있다.	19.6	20.2
품질이 같을 경우 가격이 더 비싸더라도 캐릭터가 부착된 상품을 구입한다.	18.3	27.9
주변 사람과 캐릭터에 관련된 얘기를 종종 한다	17.3	17.2
좋아하는 캐릭터 때문에 그 캐릭터가 부착된 캐릭터상품을 자주 구입한다.	16.2	59.5
캐릭터와 관련된 정보를 자주 검색한다.	4.9	10.2
캐릭터 관련 전시회를 방문하는 것을 즐긴다.	3.3	1.9
캐릭터 관련 커뮤니티, 동호회를 자주 방문한다.	2.6	1.8