

2011 캐릭터산업백서 요약

□ 2010년 캐릭터산업 주요 이슈 및 2011년 상반기 주요동향

1. 캐릭터산업 주요 이슈

- 중국의 캐릭터 한류 열풍과 함께, 저작권 위반 상품 역시 증가. 중국내 국가 법률 제정과 기관을 통한 홍보를 진행하고 있지만, 중국 국민의 지적재산권에 대한 인식 부족, 공식적인 법적 또는 행정 조치 미비 등으로 부진한 단속을 보임.
- 캐릭터 상품 유통이 대형 유통이나 일반 유통을 벗어나 국산 캐릭터 유통전문매장으로 확대. 아울러 대형 전시장이나 복합문화공간(multiplex) 등에서 잠깐씩 운영되던 캐릭터 체험관이 본격적인 상설 테마파크, 키즈카페로 확장.
- 개정 방송법에 따라 PPL이 합법화되면서 시크릿 가든의 <뮤>, 동안미녀의 <몽니>, 최고의 사랑의 <에디> 등 다양한 캐릭터가 소개됨. 또한 종전의 TV 뿐 아니라 인터넷, 스마트폰 등으로 플랫폼이 확대되면서 게임·앱·교육산업 등의 캐릭터상품이 개발 증가.
- 캐릭터 시장이 유아·아동층에서 전 연령대로 확대되면서 '육심원', '제토이', '셀타' 등 일러스트를 기반으로 한 디자인 캐릭터 시장 활성화. 또한 대우기업 <정대우씨>·하나은행 <코코몽 통장> 등 기업, <헬로 키티> 화장품·<뿌까>티셔츠 등 뷰티·패션, 통조림 캐릭터 <캐니멀>, <냉장고 나라 코코몽> 식품 산업에서 캐릭터 상품 개발 증가.

2. 캐릭터산업 국내 시장 동향

- 캐릭터산업 상장사 매출액, 영업이익, 수출액 모두 눈에 띄는 성장을 기록. 단 종사자 수의 증가는 미비.

<2010년 2분기~2011년 2분기 캐릭터/애니메이션산업(상장사) 경영실적 변동>

구분	2010년					2011년			
	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2010년	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
매출액	569.5	1,124.9	616.6	760.7	2,502.2	715.1	721.7	26.7%	1,436.8
	2.5%	5.3%	8.3%	23.4%	12.9%	-6.0%	0.9%		27.7%
영업이익	-13.2	-15.9	-4.3	-128.0	-148.2	28.0	-8.5	35.4%	19.5
	-374.1%	73.3%	67.3%	-2,875.7%	93.0%	121.9%	-130.4%		222.3%
수출액	180.1	302.0	213.3	188.4	703.7	180.3	204.3	13.5%	384.6
	47.7%	15.2%	18.5%	-11.7%	35.7%	-4.3%	13.3%		27.4%
종사자 수	565	-	585	595	-	591	569	0.7%	-
	4.2%	-	3.5%	1.7%	-	-0.7%	-3.7%		

- 2010년부터 새롭게 정리된 문화체육관광부 '콘텐츠산업통계조사'의 콘텐츠산업 분류를 기준으로 살펴볼 때 캐릭터 산업은 '캐릭터 제작업', '캐릭터상품 제조업', '캐릭터상품 도·소매업', '인터넷 및 모바일 캐릭터판매 및 서비스업'으로 구분.

- <뽀로로>, <유후와 친구들> 등 캐릭터상품의 매출이 증대되고, 캐릭터를 활용한 테마파크가 활성화될 뿐 아니라 수출지역이 미국 및 유럽에서 중국, 중동 중남미로 확대되면서 매출 상승 기대. <뿌까>의 '위너브라더스'와 마스터 라이선스 계약 및 뉴욕·로스앤젤레스 런칭쇼, <마시마로>의 게임출시 등 장수 캐릭터의 재도약.

□ 2009년 및 2010년 상반기 캐릭터산업 및 캐릭터 소비자 동향

1. 국내 캐릭터 산업 현황

- 2010년 캐릭터산업의 사업체 수는 1,593개, 종사자 수는 2만 5,102명, 매출액 5조 8,968억 원, 부가가치액은 2조 4,755억 원, 부가가치율은 41.98%, 수출액 2억 7,632만 8천 달러며, 수입액 1억 9,045만 6천 달러로 조사됨.

구분	사업체 수	종사자 수	매출액(백만 원)	부가가치액(백만 원)	부가 가치율	수출액(천 달러)	수입액(천 달러)
2010년	1,593개	25,102명	5,896,897	2,475,517	41.98%	276,328	190,456
전년대비증감률(%)	3.3개	7.2명	10.1	12.4	-	16.8	▽3.0

- 이 중 2010년 가장 많은 수출이 이뤄진 지역은 북미지역으로 약 8532.7만 달러로 나타났으며, 가장 많은 수입이 이뤄진 지역은 중국으로 8156.9만 달러로 나타남.

(단위: 천 달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	합계
수출액(비율)	49,368(17.9)	16,457(6.0)	27,226(9.8)	85,327(30.9)	59,668(21.6)	38,282(13.8)	276,328
수입액(비율)	81,569(42.8)	20,342(10.7)	40,337(21.2)	21,692(11.4)	3,528(1.8)	22,988(12.1)	190,456

- 2010년 세계 캐릭터시장은 1,532억 달러로 전년 대비 2.3% 성장. 2011년에도 캐릭터시장은 소폭 상승하여 1,534억 달러에 달할 전망이다. 캐릭터 시장규모가 큰 문화선진국가들이 이미 포화상태에 접어들어 시장 정체 현상은 앞으로도 지속될 것으로 예측.

(단위: 백만 달러)

구분	북미	유럽	아시아	오세아니아	남미	중동아프리카	기타	합계
2010	93,450	32,450	18,740	3,010	4,070	990	410	153,230

출처: EPM International Licensing, 2011

2. 해외 캐릭터 산업 현황

- 2010년 전 세계 캐릭터 시장규모는 1,532억 3천만 달러였으며 미국이 830억 7천만 달러로 가장 높은 시장 점유율을 보임. 향후 시장 전망에서는 37억 2천만 달러를 기록한 중국 시장이 견인차 역할을 할 것으로 예상.
- 2010년 일본 캐릭터 시장규모는 117억 6천만 달러로 전년 대비 1.9% 증가. 2010년 10월 일본 산리오네 네덜란드의 Mercis B.V.사가 제기한 '캐시'와 '미피'가 유사하다는 저작권 소송에서 패소함으로써 저작권 갈등이 이슈.

□ 국내 캐릭터 소비자동향 및 교육기관 현황

1. 국내 캐릭터 소비자 동향

- 2011년 전국 만 10세부터 만 59세 이하의 국민 중 캐릭터 관련 상품을 이용해 본 국민 1500명을 대상 조사 결과 캐릭터 인지도는 <뽀로로> 50.1%, <짱구> 32.2%, <키티> 26.5%, <둘리> 22.3%, <미키마우스> 16.2% 순으로 나타남.
- 국내 및 해외 캐릭터 각각에 대해 가장 선호하는 캐릭터를 조사한 결과, 국내 캐릭터로는 <뽀로로>가 57.0%, <둘리> 24.6%, <마시마로> 2.8%, <뽕뽕이> 1.4%, <뿌까> 1.3% 순으로 나타났으며 해외캐릭터로는 <키티> 15.4%, <짱구> 13.1%, <미키마우스> 10.9%, <스머프> 6.7%, <곰돌이 푸> 4.9% 순으로 나타남.
- 캐릭터를 주로 접하는 경로는 'TV 애니메이션 시청'이 76.9%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '매장에서 상품을 보고' 49.6%, '친구/주변인을 통해' 35.7%, '인터넷으로 애니메이션 관람' 11.8%, 'TV 드라마 속의 협찬물' 7.4% 순으로 나타남.
- 캐릭터 상품군별 구입 경험률은 2010년에 이어 '문구/팬시(휴대폰고리 포함)'가 74.4%로 가장 높게 나타났으며, 이 중 <뽀로로> 캐릭터를 구입한 비중이 21.1%로 가장 높았고, 구입한 장소는 '팬시전문점'이 43.0%로 가장 높게 나타남.

2. 콘텐츠 교육기관 현황조사

- 2010년 캐릭터 관련 학과 수는 73개이며, 캐릭터 관련 학과를 보유한 학교는 55개, 총 교원 수는 575명이고 전임교원의 비율은 55.1%, 입학생 7,100명, 졸업생 수는 1,636명으로 조사.
- 2010년 캐릭터 관련 학과 졸업생의 취업 비율은 70.8%이며 이 중 자기 전공 분야로의 진출 비율은 57.1%로 집계. 캐릭터의 경우 산학연계 활용도는 71.4%이며 산학연계 진행 방식으로는 인턴십 제도가 38.6%로 가장 많이 운영되고 있음.
- 2010년 전국 전문계 고등학교 중 캐릭터 관련 학과 수는 31개이며 캐릭터 관련 학과를 보유하고 있는 전문계 고등학교는 31개로 나타남. 교원은 총 158명이며, 입학생 수는 1705명, 졸업생 수는 2169명으로 집계.

□ 라이선싱 비즈니스

1. 라이선싱 비즈니스 현황

- 국내 캐릭터 산업의 발전과 함께 홍콩 토이 라이선싱 계약 후 TV 방영을 시작한 <로보 카 폴리>, 서울시 지원으로 대중교통을 수단으로 제작한 <꼬마버스 타요> 등 라이선싱을 염두한 기획이 진행.

2. 원천 캐릭터 라이선싱

- <구름빵>, <마법천자문>, <뽀로로>, <메이플스토리>, '배용준', '김연아' 등 출판·애니메이션·게임·스타·스포츠 각 분야 원천 캐릭터를 활용한 라이선싱도 활발히 진행중.

□ 캐릭터 성공사례

1. 뽀롱뽀롱 뽀로로

- 아이코닉스가 기획하고 오콘, SK브로드밴드, 삼천리총회사, EBS 등이 공동 제작한 풀 3D 애니메이션 <뽀롱뽀롱 뽀로로>는 기획 단계부터 제작, 상품화과정까지 섬세하고 체계적인 조사와 검증과정을 거쳐서 완성.
- EBS 방송 당시 시청률 5%로 국내 애니메이션 시청률 1위를 기록했으며, 프랑스, 영국 등의 유럽은 물론 멕시코, 칠레 등의 남미 그리고 인도, 중국, 대만 등의 아시아권까지 전 세계 약 120여 개국으로 수출.
- <뽀롱뽀롱 뽀로로>는 4천억 원에 가까운 브랜드 가치와 5천억 원에 육박하는 관련 제품시장을 창출했으며, 2010년 영업이익 43억 5,166만 원, 순이익 34억 9,974만 원 기록.
- TV 애니메이션을 중심으로 인지도와 호감도를 높이던 뽀로로는 출판, 완구, 교육, 뮤지컬 등으로 영역을 확장했으며, 16건 46종의 기념우표와 시리즈 및 특별우표가 발행된 기념우표는 약 10억 원의 판매수익을 거둠.
- 아이들의 눈높이와 사전조사를 바탕으로 한 철저한 사전 기획, 제작시스템의 전문화, 글로벌 상품화를 염두한 OSMU 마케팅 전략 및 편성전략이 성공요인.

2. 해외 사례

- <토마스과 친구들>은 TV애니메이션 시리즈로 1984년 처음 방영된 이후 2011년 현재까지도 방영되고 있는 클래식 애니메이션. 1945년 처음 책으로 출판된 이후 TV, OVA, 극장판, 뮤지컬, 체험관광, 테마파크, 문구, 완구 등 수 많은 사업영역으로 확장. 따뜻한 부성애와 탄탄한 스토리라인, 수평적 커뮤니케이션과 스스로 깨닫는 자율학습 구도가 성공요인.
- <해리포터는 현대판 신데렐라 스토리를 바탕으로 생동감 있는 마법 판타지 장르로 원작을 포함한 영화, 캐릭터, 게임 등 해리포터 시리즈의 관련 상품이 1997년부터 2006년까지 올린 매출액은 우리 돈으로 308조 원에 이릅니다. 창조+판타지+감성의 조화. 온라인 마케팅 및 공격적 홍보, 저작권 침해에 대한 철저한 대처, 영화·게임·캐릭터로의 성공적 OSMU가 성공요인.
- <피터래빗>은 110년이 넘는 시간동안 꾸준히 사랑을 받아온 영국의 전통적인 캐릭터로 인형·침구·주방용품 등 수많은 OSMU로 전 세계에 약 4백 개의 라이선스 판매를 하고 있으며 한 해에 약 3억 3천만 파운드(6천억 원)에 달하는 수익을 올리고 있음. 따뜻한 감성, 섬세한 일러스트, 프리미엄 가격으로 차별화, 친환경/자연주의, 성공적 OSMU가 성공요인.

□ 캐릭터산업 정책 및 법제도 동향

1. 국내외 캐릭터산업 정책 및 법제도 현황

- 캐릭터산업을 진흥하는 법률로는 문화산업진흥기본법, 저작권법, 상표법, 부정경쟁방지법, 디자인 보호법 등이 있음. 이중 저작권법의 경우 2011년 한·EU FTA의 발효에 따라 저

작권의 보호 기간을 연장하고, 일정한 범위에 한하여 방송사업자의 공연권을 인정하며, 온라인서비스제공자의 면책 범위를 유형별로 세분화하고, 기술적 보호 조치를 무력화하는 행위를 금지하는 내용의 개정이 있었음.

2. 해외 캐릭터산업 정책 및 법제도 현황

- 일본 코치현은 만화/콘텐츠과를 설치해 지자체 차원에서 콘텐츠 산업 육성에 나서고 있고, 콘텐츠산업의 해외 진출을 돕고 업계간 연계 및 차세대 크리에이터 발굴 등을 위한 JAPAN국제콘텐츠페스티벌(코페스타)을 2010년 상하이, 브라질, 싱가포르에서도 코페스타를 개최해 호평.
- 중국 국가공상총국에 따르면 중국 '상표법'이 '중국 제조(made in china)'에서 '중국 창조(made by china)'로 바뀌는 자주적 혁신을 추진하기 위해 수정 중이라고 발표. 2001년 10월 27일에는 WTO가입에 따라 그간의 정치적, 국제적, 경제적, 문화적 변화를 반영한 저작권법을 개정하여, 당일부터 시행.
- 미국은 1998년 "저작권 보호기간 연장법"의 제정에 따라 디즈니 캐릭터의 저작권 보호기간을 연장하여 자국의 캐릭터 산업을 보호.

3. 국내 캐릭터산업 지원현황

- 한국콘텐츠진흥원은 명품 글로벌 캐릭터 상품 개발을 지원하고 서울캐릭터·라이선싱페어를 개최하였음.
- 한국문화콘텐츠라이선싱협회와 한국캐릭터문화협회, 한국캐릭터협회는 끊임없는 상표권 개정 논의를 통해 지적재산권보호에 관한 사회적 공감대를 형성하고, 글로벌 마켓에 대한 정보와 지식을 수집, 공유해 활용할 계획.
- 서울애니메이션센터는 아트피규어, 스타피규어 및 캐릭터점목 아이디어 상품 제작을 지원하고, 캐릭터오픈마켓구축을 통해 신규캐릭터 진입장벽을 낮추도록 요구.