

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

## 제2부

# 애니메이션산업 동향

---

### 제1장 애니메이션산업 제작환경

- 제1절 TV 애니메이션산업 제작환경
- 제2절 극장 애니메이션 제작환경
- 제3절 애플리케이션 애니메이션 제작환경

### 제2장 애니메이션 유통환경

- 제1절 대중미디어 애니메이션의 유통환경 / TV(지상파, 케이블, 스마트), 극장, 홈비디오(DVD, VCD, VHS)
- 제2절 뉴미디어 애니메이션 유통산업 / 온라인, IPTV(스마트 TV 포함), APP 등 뉴 플랫폼
- 제3절 라이선싱 상품으로서의 애니메이션산업

### 제3장 국내 방송사의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황

- 제1절 지상파 방송사 5개 채널의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황
- 제2절 애니메이션 전문 채널(케이블/위성)의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황

# 제1장 애니메이션산업 제작환경

## 제1절

### | TV 애니메이션산업 제작환경 |

2010~2011년은 국내 애니메이션 업계에 새로운 전환점이 마련된 시기이다. TV 애니메이션에 있어서도 완구 등 캐릭터 상품화가 성공한 작품이 다수 등장했고, 해외 공동제작을 통한 해외시장 진출도 더욱 활성화되었다. 또한 출판, 게임, 에듀테인먼트 콘텐츠 등 애니메이션과 연관된 다양한 콘텐츠 업체들과 제작과 사업을 연계하며 부가 사업 시장을 확대해 가고 있다.

#### 1. 해외 공동제작을 통한 세계시장 진출

2010~2011년에도 국내 애니메이션의 해외 합작은 지속적인 증가 추세를 보였다. 해외의 출판사, 완구회사, 영화 배급회사 등 애니메이션 제작사 이외에도 상품 제조 및 배급 유통 관련 업체들의 직접적인 투자를 유치하며 공동제작 시스템은 질적으로 발전하고 있다.

<표 2-1-1> 2010~2011년 방영된 주요 해외 공동제작 작품

작품명	국내 제작 및 투자사	해외 제작 및 투자사	방영시기
쥬로링 동물탐정단	제이엠애니메이션 광주정보문화산업진흥원	사테라이트(일본)	2010년 5월 KBS 방영
스캔투고	SBS콘텐츠허브 동우애니메이션 한국콘텐츠진흥원 스톤브릿지캐피탈	디라이즈(일본)	2010년 8월 SBS 방영
블즈 앤 블립	레드로버 CJ E&M 한국콘텐츠진흥원	툰박스(캐나다)	2010년 9월 KBS 방영
구름빵	DPS한솔교육 강원정보문화진흥원	갈룡영시동화산업유한공사 상주동만기지(중국)	2010년 9월 KBS 방영

작품명	국내 제작 및 투자사	해외 제작 및 투자사	방영시기
뛰뛰빵빵 구조대	빅스크리에이티브 소빅장투한국콘텐츠진흥원 SBA서울애니메이션센터	중국 차이나필름그룹 산하의 북경영원동화제작공사(중국)	2010년 10월 KBS방영
캐니멀	부즈클럽	아드만스튜디오(영국)	2011년 3월 EBS방영
오아시스	투바엔터테인먼트	채널5(프랑스)	2011년 3월 EBS방영
주블스	SBS, SBS콘텐츠허브 동우애니메이션	세가토이즈(일본)	2011년 5월 SBS 방영

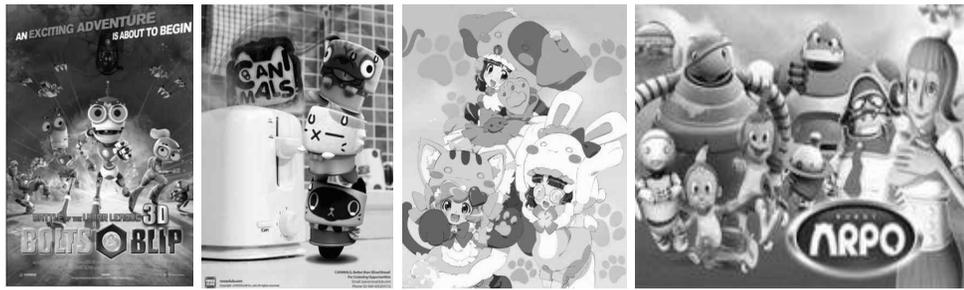
&lt;표 2-1-2&gt; 2011년 제작중인 주요 해외 공동제작 작품

작품명	국내 제작 및 투자사	해외 제작 및 투자사	방영시기
로봇 알포	툰집	센즈럴라인(말레이시아) 커벡툰(이탈리아)	2011년 하반기 MBC방영예정
똑딱하우스	퍼니플렉스 하이원 한국콘텐츠진흥원	조디악(영국)	2011년 하반기 방영 예정
꼬마신선 타오2	지엔지엔터테인먼트	텐펑(중국)	2011년 상반기 방영 예정
곤	대원미디어 한국콘텐츠진흥원	고단샤(일본)	2012년 상반기 방영 예정
빠빠에 친구들2	캐릭터플랜 SBA서울애니메이션센터	문스룹 France5(프랑스)	2012년 상반기 방영 예정
꾸루꾸루와 친구들2	광고엔터테인먼트	차이나필름그룹 산하 북경영원동화제작공사 광둥오비문화전파유한공사(중국)	2012년 하반기 방영 예정
치치포포	광고엔터테인먼트	오울디 광둥오비문화전파유한공사(중국)	2012년 하반기 방영 예정
뛰뛰빵빵 구조대2	빅스크리에이티브 한국콘텐츠진흥원	차이나필름그룹 산하 북경영원동화제작공사(중국)	2012년 하반기 방영 예정
구름뽕2	DPS한솔교육 강원정보문화진흥원	칼롱영시동화산업유한공사 상주동만기지(중국)	2012년 하반기 방영 예정

중국과의 공동제작은 ‘빅스크리에이티브’의 <뛰뛰빵빵 구조대1, 2>, ‘광고엔터테인먼트’의 <꾸루꾸루와 친구들2>와 <치치포포>, ‘지엔지엔터테인먼트’의 <꼬마신선 타오2>, ‘DPS’의 <구름뽕1, 2> 등 공동제작 작품이 증가하고 있다. 이는 중국 애니메이션 시장의 급격한 성장세에 주목해서 국내 애니메이션 업체들이 중국 진출을 위한 합작에 적극 나선 결과이다. 한중 공동제작은 단지 애니메이션 영상에만 국한되지 않고 작품과 연계한 상품 아이템을 공동으로 개발하는 단계로 나아가고 있다. 특히 ‘광고엔터테인먼트’의 기차를 소재로 한 <치치포포>는 중국의 메이저 완구회사인 ‘오울디(奥迪双钻)’의 투자를 유치하여 기차 완구가 동시에 개발되고 있다. 이는 상품 제조, 유통회사와의 컨소시엄이라는 한중 공동제작의 새로운 모델을 보여주었다. 이후에 한중 공동제작은 일회적인 합작에 그치지 않고, 다수의 작품들에서 후속 시리즈를 제작하며 장기적인 공동제작 시스템을 설정하는 경향이 나타나고 있다.

일본과의 공동제작에서도 완구회사, 출판사들과 합작을 시도하며 사업 중심의 컨소시엄을 구성하고 있다. ‘SBS콘텐츠허브’, ‘동우애니메이션’은 일본의 메이저 게임회사인 세가 계열의 완구회사 ‘세가토이즈’와 <쥬블스>를 공동제작하며 완구, 게임 등의 수익을 분점하는 방식을 취하고 있다. ‘SBS콘텐츠허브’와 ‘동우애니메이션’은 2010년에 일본의 마케팅회사 ‘디라이즈’와 자동차 레이싱을 소재로 한 애니메이션 <스캔투고>를 공동제작하여 자동차 완구를 사업화하기도 했다. ‘대원미디어’는 일본 메이저 출판사인 ‘고단샤’의 인기 만화를 원작으로 애니메이션 <곤>을 제작하며 ‘고단샤’의 직접적인 투자를 유치했다.

<그림 2-1-1> 해외 공동제작 애니메이션 : <볼츠 앤 블립>, <캐니멀>, <쥬로링 동물탐정대>, <로봇 알포>



\*출처 : naver.com

유럽과의 합작 작품도 성과를 내고 있다. ‘부즈클럽’이 영국의 ‘아드만스튜디오’와 공동제작하는 <캐니멀>은 2011년 3월 EBS에서 방송된 이후 높은 인기를 누리며 <로보카 폴리>와 함께 <뽀롱뽀롱 뽀로로>를 잇는 새로운 흥행 작품으로 주목받고 있다. <캐니멀>은 동물과 캔을 합성한 개성적이고 귀여운 캐릭터를 활용해 고급스럽고 다양한 상품을 제작하여 성공적인 사업성과를 내고 있다. ‘아드만스튜디오’는 <월로스과 그로밋>, <치킨런> 등을 제작한 세계 최고 수준의 스톱모션애니메이션 제작사로 유럽에서의 캐릭터사업 등 부가사업도 담당한다. <캐니멀> 이외에도 ‘오아시스’는 프랑스 메이저 방송사인 ‘채널5’와 공동제작을 하였으며, 현재 ‘캐릭터플랜’의 <빠빠에 친구들2>, ‘툰집’의 <로봇 알포>, ‘퍼니플러스’의 <똑딱하우스> 등도 프랑스, 이탈리아, 영국 등과 공동제작을 진행하고 있다.

‘레드로버’가 캐나다의 ‘툰박스’와 공동제작해 2010년 9월 KBS에서 방영된 <볼츠 앤 블립>은 애니메이션 기획과 온라인 게임 개발이 동시에 진행된 작품이다. 애니메이션의 캐릭터와 세계관을 온라인 게임의 소재로 활용하여 동시 개발에 들어간 것이다. ‘드래곤플레이’와 자회사인 ‘에이피스 스튜디오’가 온라인 게임을 개발하여 공동 사업을 진행한다. 또한 <볼츠 앤 블립>은 3D입체영상으로 제작되어 미국의 3D전문 채널인 ‘3net’에서 방영되었으며 온라인 게임도 3D입체영상으로 서비스를 진행했다.

## 2. 후속시리즈의 제작을 통한 지속적인 사업 확대

애니메이션의 영상 판매와 캐릭터 사업 등의 규모를 키우기 위해서는 장기적인 시리즈의 제작이 필수적이다. <뽀롱뽀롱 뽀로로>가 1차 시리즈 이후 2, 3차시리즈가 방영되면서 본격적으로 사업이 활성화되고 수익이 급증한 것에서도 이를 알 수 있다. <냉장고나라 코코몽2>도 EBS에서 2011년 3월 방영이 시작되어 캐릭터상품 판매, 이랜드그룹과 진행하는 실내테마파크 프랜차이즈 사업 등으로 확대되고 있다. <냉장고나라 코코몽2>는 아동들의 식생활을 바로 잡아주는 애니메이션이라 할 수 있다. 건강한 식습관을 가짐으로써 비만, 소아 당뇨, 고혈압, 아토피 등 질병을 해결하는 길을 스스로 찾아낼 수 있도록 기획됐다. <냉장고나라 코코몽>은 2008년 1차 시리즈가 방송된 이후, 2010년 영어동요 뮤직비디오 <헬로 코코몽>이 영어교육물로 제작, 방영되었으며 2011년 2차 시리즈가 방영되며 장기 시리즈로 인지도를 높이고 있다.

2011년 현재 다수의 2차 시리즈가 방영되었거나 제작 중에 있다. 특히 <뛰뛰빵빵 구조대2>, <꾸루꾸루와 친구들2>, <꼬마신선 타오2>, <구름뽕2>, <빠빠에 친구들2>는 각각 중국, 프랑스 등과의 공동제작 작품이면서 후속 시리즈가 제작되는 작품이다. <뛰뛰빵빵 구조대2>는 극장 애니메이션이 동시에 제작되고 있는데, TV 애니메이션의 후속 작품 방영과 극장 애니메이션의 개봉을 연계하여 홍보와 마케팅, 배급, 캐릭터 상품판매 등에 있어서 시너지 효과를 기대하고 있다. 2011년 한국콘텐츠진흥원의 ‘애니메이션 후속시즌 제작지원사업’에 <로보카 폴리2>, <구름뽕2>, <뛰뛰빵빵 구조대2> 등이 선정되었고, 2011년 광주정보문화산업진흥원 ‘CGI 프로젝트 지원사업’에 <우당탕탕 아이쿠2>가 선정되었다. 또한 <빠빠에 친구들2>가 SBA서울애니메이션센터의 ‘2010년 애니메이션 프론티어 지원사업’에 선정되었다. <구름뽕2>가 강원정보문화진흥원과 공동제작과 사업을 벌이는 것처럼, 후속 작품에 대한 중앙과 지자체 지원기관들의 지원이 강화되고 있다. 이는 1차 시리즈에서 제작의 완성도를 확인하고 사업의 지속적인 확장 가능성을 높이 산 지원기관들의 적절한 선택이라 할 수 있다.

<그림 2-1-2> 후속시리즈 제작을 통한 사업 확대 애니메이션 : <코코몽>, <로보카 폴리>, <우당탕탕 아이쿠>



\*출처 : naver.com

&lt;표 2-1-3&gt; 2011년 방영 및 제작 중인 주요 TV 애니메이션 후속시즌 작품

작품명	제작사	지원기관	방영시기
뽀롱뽀롱 뽀로로3	아이코닉스, 오콘	-	2011 방영
냉장고나라 코코몽2	올리브스튜디오	-	2011 방영
변신자동차 또봇3	영실업	-	2011 방영
우당탕탕 아이쿠2	마로스튜디오	광주정보문화산업진흥원	2011 방영
꼬마버스 타요2	아이코닉스	-	2011 방영
뛰뛰빵빵 구조대2	빅스크리에이티브	한국콘텐츠진흥원	제작중
꼬마신선 타요2	지앤지엔터테인먼트	한국콘텐츠진흥원	제작중
꾸루꾸루와 친구들2	광고엔터테인먼트	-	제작중
빠빠에 친구들2	캐릭터플랜	SBS서울애니메이션센터	제작중
로보카 폴리2	로이비주얼	한국콘텐츠진흥원	제작중
구름빵2	DPS	강원정보문화진흥원	제작중
유후와 친구들2	오로라월드	-	제작중

### 3. 국내 자동차, 로봇 완구 애니메이션의 증가와 사업 성공

2010~2011년 제작되거나 진행 중인 작품에는 구체적인 상품화 요소를 사전에 기획한 작품이 많다. 특히 자동차, 로봇 등의 완구아이템을 애니메이션과 동시에 기획, 개발하는 사례가 증가했으며, 그 결과 2010년 하반기와 2011년에는 완구 상품화가 목적인 다수의 작품들이 연이어 방송되었다.

&lt;표 2-1-4&gt; 2010~2011년 방영 및 제작중인 완구 소재 TV 애니메이션

작품	제작사 / 투자사	완구아이템	방영시기
부릉부릉 브루미즈	삼지애니메이션 EBS 한국콘텐츠진흥원	유아용 자동차 완구	2010년 7월 EBS 방영
꼬마버스 타요	아이코닉스 EBS 서울시	유아용 자동차 완구	2010년 8월 EBS 방영
로보카 폴리	로이비주얼 EBS SK브로드밴드 현대자동차	유아용 자동차 변신로봇 완구	2011년 3월 EBS 방영
치치포포	광고엔터테인먼트 오우디(중국완구회사)	유아용 기차 완구	한중 공동제작 중 2012년 방영 예정
스캔투고	SBS콘텐츠허브 동우애니메이션 한국콘텐츠진흥원 스톤브릿지캐피탈 디라이즈(일본)	아동용 자동차	한일공동제작 2010년 8월 SBS 방영
변신자동차 또봇1,2,3	영실업 레트로봇	아동용 자동차 변신로봇 완구	2010, 2011년 재능방송 등 방영
최강합체 믹스마스터	선우엔터테인먼트	아동용 로봇 완구	2010년 10월 KBS방영

‘로이비주얼’이 ‘EBS’, ‘SK브로드밴드’, ‘현대자동차’와 공동제작한 <로보카 폴리> 등 완구 상품과 연계한 애니메이션의 성공은 <뽀롱뽀롱 뽀로로>이후 유아용 상품 시장에 새로운 바람을 불러일으키고 있다. <로보카 폴리>는 2011년 3월부터 EBS에서 방영되며 EBS 최고의 시청률을 기록했고, 완구 사업이 크게 성공하면서 국내 완구 시장의 판도를 바꾸고 있기까지 하다. 경찰차, 소방차, 구급차 등 다양한 기능성 자동차가 구조 활동을 위해 로봇으로 변신하는 모습은 유아들의 인기를 끌며, 이 자동차들은 2011년 최고 인기 완구상품 중 하나가 되었다. 국내에서는 아카데미가 완구의 개발과 유통을 담당하고 해외에서는 홍콩의 메이저 완구 유통회사 ‘실버릿’이 중국 등 아시아 시장을 중심으로 사업을 진행한다.

<그림 2-1-3> 로봇완구와 연계한 애니메이션 : <꼬마버스 타요>, <변신자동차 또봇>



\*출처 : naver.com

‘아이코닉스’가 ‘서울시’, ‘EBS’와 공동제작하여 2010년 8월부터 방송한 <꼬마버스 타요>도 서울시 버스를 소재로, 라이선싱 상품 판매에 있어 완구를 중심 상품 아이템으로 선택했다. 그리고 ‘삼지 애니메이션’과 ‘EBS’가 제작해 2010년 7월부터 방영된 <부릉부릉 브루미즈>도 동물과 자동차를 결합한 캐릭터로 자동차 완구가 핵심 상품으로 제작되었다. <로보카 폴리>, <꼬마버스 타요>, <부릉부릉 브루미즈> 세 작품 모두 유아를 대상으로 하여 자동차 완구 시장에 뛰어 들었는데, 영국 ‘히트 엔터테인먼트’의 <토마스과 친구들> 등 외국 작품이 주도하고 있는 국내 유아용 승용물 완구 시장을 국산 완구로 대체하는 효과를 거두고 있다. 또한 현재 ‘광고엔터테인먼트’가 중국의 메이저 완구 제조 및 유통회사인 ‘오울디(奥迪双钻)’, 그리고 ‘오울디’의 자회사인 ‘광주오비문화전파유한공사(广州奥飞文化传播有限公司)’와 2012년 하반기 방송을 목표로 공동제작 하고 있는 <치치포포>는 기차 완구와 연계하고 있다. 이와 함께 남아용 완구 시장에서도 국내 애니메이션이 선전하고 있다. 완구회사인 영실업과 ‘레트로봇’이 공동제작한 <변신자동차 또봇>은 <파워레인저> 시리즈 등 일본 애니메이션의 완구 상품이 절대적으로 많은 남아용 완구시장에 성공적으로 진입하여 경쟁하고 있다. 특히 <변신자동차 또봇>은 3차 시리즈까지 제작되어 장기시리즈로 인기를 끌고 있으며, 기아 자동차와 마케팅 협력을 통해 캐릭터에 대한 선호도를 높여가고 있기도 하다. 이처럼 자동차, 로봇 완구 등의 완구 상품화는 국내 애니메이션의 제작과 사업의 새로운 경향이면서 동시에 국내 애니메이션의 부가사업 영역을 확대하는 발전 모델로 더욱 중요해질 것이다.

#### 4. 인기 원작을 소재로 한 애니메이션 제작과 콘텐츠 사업 모델의 확장

2010년, 2011년 국내 애니메이션의 변화 중의 하나는 오리지널 작품 기획 못지않게 다양한 콘텐츠 영역의 인기 원작을 살린 작품들이 다수 등장했다는 점이다. 검증된 원작을 통해 TV 애니메이션의 성공 확률을 높이고 관련 콘텐츠 업체와도 연계하여, 프로젝트의 규모를 확대하고 사업 모델을 발전시키고 있다. 출판, 게임, 인터넷, 에듀테인먼트 콘텐츠 등 다양한 콘텐츠 영역이 원작으로 결합된 작품은 인지도에 의한 투자 유치가 원활하고 공동 사업을 통한 수익을 보다 증대시킬 수 있는 이점이 있다.

<표 2-1-5> 인기 원작을 활용한 주요 TV 애니메이션

작품명	제작 및 투자사	원작 장르	방영 시기
구름빵	DPS 한솔교육 강원정보문화진흥원 칼롱영시동화산업유한공사(중국)	유아 동화	2010년 9월 KBS방영
안녕 자두야	아툰즈 투니버스 스톤브리짓캐피탈	출판 만화	2011년 7월 SBS방영 2011년 8월 투니버스 방영
마법천자문	북21 지앤지엔터테인먼트	출판 만화	2011년 9월 MBC 방영
곤	대원미디어 고단샤(일본)	출판 만화(일본)	2012년 상반기 방영 예정
와라 편의점	투니버스	인터넷 만화	2012년 상반기 방영 예정
애니메이션 문학관	연필로명상하기 EBS 김영사	현대 소설	2012년 상반기 방영 예정

<구름빵>은 한솔교육이 출판해 50만부 이상 판매한 유아용 일러스트 동화를 원작으로 DPS가 중국 ‘칼롱영시동화산업유한공사’와 공동제작한 작품이다. 유아 동화책의 개성적인 스타일을 3D애니메이션으로 제작하여 완성도를 높이고, 원작과 TV 애니메이션을 통한 높은 인지도를 활용해 다양한 사업을 전개하고 있다. 캐릭터 상품화 이외에 뮤지컬, 유아용 애플리케이션 등으로 콘텐츠를 확장하고 있으며, 장기 시리즈 계획을 통해 추가로 TV 애니메이션을 제작 중이다. 아동용 한자교육 만화로 북21에서 출간하여 2,000만부 이상 판매된 <마법천자문>도 ‘지앤지엔터테인먼트’가 TV 시리즈로 제작하고 있다. 천자문을 찾아 모험하는 오락적인 요소를 가미한 한자교육 만화를 바탕으로 TV 애니메이션, 온라인 게임 등 관련 콘텐츠를 지속적으로 개발하고 있으며, 그 중 온라인 게임은 ‘엔씨소프트’가 개발해서 2011년 하반기에 서비스할 예정이다. 마법천자문은 TV 애니메이션 제작에 앞서서 2010년 극장 애니메이션이 개봉되었으나 12만 명의 관객에 그치며 아쉬움을 남겼다. ‘학산문화사’에서 출간한 인기 만화 <안녕 자두야>도 ‘아툰즈’와 ‘투니버스’가 TV 애니메이션

으로 공동제작해 2011년 7월부터 SBS, 8월부터 '투니버스'에서 방송 중이다. '투니버스'는 인터넷 만화인 <와라편의점>도 '엘로우브릭스컴퍼니'와 TV 애니메이션으로 공동제작하고 있다.

<그림 2-1-4> 인기 원작을 소재로 한 애니메이션 : <마법 천자문>, <와라 편의점>, <구름빵>



\*출처 : naver.com

'대원미디어'는 일본의 인기 출판만화 <곤>을 원작으로 하여 애니메이션을 제작 중이다. 이처럼 출판만화, 인터넷만화 등이 애니메이션 소재로 비중 있게 활용되고 있다. 반면에 2009년 <던전앤 파이터> 이후 더 이상 게임을 원작으로 한 애니메이션이 제작되고 있지 않다. 이는 국내의 TV시청 시간대가 유아, 아동의 저 연령대에 집중되면서, 주요 게임 대상층인 10대와 20대의 인지도 확대를 통한 사업 확대 가능성이 약해졌기 때문이다. 한편 애니메이션의 원작으로 새롭게 현대소설이 시도되고 있다. TV 애니메이션 <겨울연가>, 극장 애니메이션 <소중한 날의 꿈>으로 작품의 완성도를 인정받은 '연필로명상하기'가 'EBS', 출판사인 '김영사'와 공동으로 황순원의 '소나기', 김유정의 '동백꽃', '봄봄' 등 현대소설을 원작으로 한 애니메이션을 제작 중에 있다. 이러한 지명도와 작품성 있는 현대소설을 매년 지속적으로 애니메이션으로 제작하여 장기적인 시리즈로 제작할 계획이다. 이는 현대소설의 스토리 공간이 되는 지자체의 투자와 사업 협력을 의도하고 있는 것이기도 하다. 앞으로 애니메이션사업의 확대에 있어 출판, 게임, 인터넷 공간 안의 다양한 인기 콘텐츠를 제작 소재로 활용하는 것이 필요하다. 그리고 출판사, 인터넷회사, 게임회사 등 다양한 관련 업체들과 애니메이션에 공동 투자하고 공동 사업을 수행하여 전체 사업 규모를 늘리고 성공 가능성이 높은 사업 모델을 수립해야 할 것이다.

## 제2절

## | 극장 애니메이션 제작환경 |

## 1. 국내 극장 애니메이션 200만 돌파 흥행작 출현 - 마당을 나온 암탉

100만부 이상이 판매된 인기 동화책을 원작으로 한 극장용 장편 애니메이션 <마당을 나온 암탉>이 국내 최초로 200만 이상의 관객을 동원하며 흥행에 성공했다. 이 작품은 애니메이션 제작사 오돌토끼와 영화제작사 명필름이 공동으로 제작하면서, 애니메이션 제작사와 영화제작사가 본격적으로 공동제작한 첫 번째 애니메이션 작품이 되었다. <뽀롱뽀롱 뽀로로>를 잇는 TV 애니메이션의 성공 작품으로 '로이비주얼'의 <로보카 폴리>, 부즈클럽의 <캐니멀> 등이 새롭게 등장한 시점에서 <마당을 나온 암탉>의 흥행 성공은 국내 극장 애니메이션의 한계와 패배 의식을 뛰어넘을 수 있게 하는 사건이다. 극장 장편 애니메이션의 흥행은 한국 애니메이션산업의 수준을 한 단계 높이고 해외 경쟁력을 키울 수 있다는 점에서 큰 의미를 둘 수 있다. 국내 성공을 바탕으로 <마당의 나온 암탉>은 중국 영화배급사 '대지시대문화전파유한공사'와 배급계약 체결하고 9월 30일 1,000여개의 스크린에서 개봉되었다. 개봉 기간 중 16편 이상의 대작들이 개봉되어 상대적으로 인지도가 낮은 <마당을 나온 암탉>이 밀리는 분위기 속에서 10월 16일까지 393만 위엔(약 7억 원)의 매출을 올렸다. 하지만 현지 평단으로부터 수준높은 영상과 탄탄한 스토리를 인정받아, 차후 꾸준하게 현지 시장을 개척해 나간다면 더 좋은 성과를 올릴 수 있을 것으로 판단된다.

<그림 2-1-5> 2011 국내 극장 애니메이션 개봉작 : <마당을 나온 암탉>, <소중한 날의 꿈>, <지구대표 롤링스타즈>



\*출처 : naver.com

2010년 한국에서 개봉한 유일한 극장 장편 애니메이션은 1,000만 이상의 판매부수를 기록한 출판만화 '마법천자문'을 원작으로 한 <마법천자문-대마왕의 부활을 막아라>로 12만 명의 흥행성적

을 거두었다. <마법천자문-대마왕의 부활을 막아라>와 2011년 개봉한<마당을 나온 암탉>의 공통 점은 성공한 출판물을 원작으로 하며 여름방학 기간 중에 개봉했다는 점이다. 이 두 작품 모두 강력한 출판 원작의 인기와 인지도를 무기로 하여 국내·외 블록버스터 등 강력한 경쟁 작품들 사이에서 개봉했지만 전혀 다른 흥행 결과를 거두었다. <마당을 나온 암탉>이 흥행한 요인을 살펴보면 아동만을 상대로 한 <마법천자문>과 달리 아동 이외 부모들까지 감동시킬 수 있는 가족이야기를 구성했다는 점을 들 수 있다. ‘디즈니’, ‘픽사’나 ‘드림웍스’처럼 성인을 포함해 가족 모두가 즐길 수 있는 타깃을 설정했다는 점이다. 또 하나 주목할 점은 애니메이션 제작사 ‘오돌또기’와 영화제작사 ‘명필름’이 공동제작하며 각 영역의 전문성을 살린 시너지 효과가 있었다는 것이다. ‘오돌또기’가 애니메이션의 디자인과 연출을 통해 영상의 완성도를 책임지고, 명필름이 영화의 타깃 분석과 시장 분석을 통한 시나리오의 구성과 마케팅, 투자유치와 배급의 전문성을 살리면서, 양자의 협력 체제가 이상적인 흥행 결과를 이끌어냈다.

<표 2-1-6> 2010년 극장 애니메이션 현황 (관객 수 기준)

순위	영화명	국가	배급	개봉일	상영관	관객 수 (명)	매출 (백만 원)
1	드래곤 길들이기	미국	CJ엔터테인먼트	05/20	562	2,562,412	27,040
2	슈렉 포에버	미국	CJ엔터테인먼트	07/01	561	2,225,362	22,815
3	토이스토리3	미국직배	한국소니픽처스 브에나비스타코리아	08/05	394	1,461,209	14,327
4	마루밀 아리에티	일본	CJ엔터테인먼트	09/09	337	1,066,496	7,651
5	슈퍼배드	미국직배	UPI코리아	09/16	321	1,027,288	9,718
6	하늘에서 음식이 내린다면	미국직배	한국소니픽처스 브에나비스타	02/11	281	654,510	5,413
7	새미의 어드벤처	벨기에	CJ엔터테인먼트	12/15	311	603,435	5,700
8	가디언의 전설	미국직배	워너브러더스코리아	10/28	268	302,327	2,614
9	도라에몽 극장판 - 진구의 인어대해전	일본	CJ엔터테인먼트	07/28	144	260,701	1,741
10	포켓몬스터DP 극장판 - 환영의 패왕 조로아크	일본	CJ-CGV	12/23	140	221,688	1,544
11	원피스 극장판 - 스트롱월드	일본	온미디어투니버스	02/11	76	143,431	972
12	파워레인저 극장판- 엔진포스VS와일드스피릿	일본	CJ엔터테인먼트	01/07	125	135,498	963
13	마법천자문 - 대마왕의 부활을 막아라	한국	CJ엔터테인먼트	08/19	179	121,572	788
14	캐로로 더 무비5 - 기적의 4차원섬	일본	온미디어투니버스	04/29	75	115,130	789
15	공주와 개구리	미국직배	한국소니픽처스 브에나비스타	01/21	81	103,972	705
16	엘라의 모험2 - 백설공주 길들이기	미국	케이미디어	02/25	84	62,841	432
17	플래닛51	스페인 영국	쇼박스(주)미디어플렉스	10/21	67	45,527	287

순위	영화명	국가	배급	개봉일	상영관	관객 수 (명)	매출 (백만 원)
18	G포스-기니피그 특공대	미국직배	한국소니픽처스 브에나비스타	04/22	80	39,522	405
19	스즈미야 하루히의 소실	일본	에이원엔터테인먼트	11/11	30	24,055	166
20	스페이스칩스- 자푼의 연습	미국	케이디미디어	08/19	82	22,655	210
21	토마스와 친구들 극장판2	영국 미국 캐나다	에이원엔터테인먼트	06/10	92	15,928	112
22	유희왕	일본	에이원엔터테인먼트	01/28	64	14,101	93
23	레고- 클러치파워의 모험	미국	UPI코리아	06/10	56	12,430	86
24	동쪽의 에덴 극장판- 에덴의 왕	일본	애니박스엔터테인먼트	01/28	53	12,162	83
25	나루토 극장판4- 더 로스트타워	일본	애니박스엔터테인먼트	12/02	60	11,042	74
26	춤추는 꿈틀이벤드	덴마크	에이원엔터테인먼트	02/04	48	10,885	72
27	테라3D- 인류 최후의 전쟁	미국	마운틴픽처스	11/04	48	9,863	104
28	스카이크롤러	일본	에지럼엔터테인먼트	10/28	2	1,804	13

\*출처 : 영화진흥위원회 영화산업통계 재구성

&lt;표 2-1-7&gt; 2011년 1월~9월 극장 애니메이션 현황 (관객 수 기준)

순위	영화명	국가	제작/수입	개봉일	전국 스크린수	관객 수 (명)	매출액 (백만 원)
1	쿵푸팬더 2	미국	CJE&M 영화사업부문	05/26	951	5,053,933	44,242
2	마당을 나온 암탉	한국	명필름, 오돌또기	07/28	356	2,169,660	14,482
3	라푼젤	미국 직배	한국소니픽처스 릴리징 브에나비스타영화	02/10	328	1,010,953	10,163
4	메가마인드	미국	CJ엔터테인먼트	01/13	411	875,536	8,688
5	개구쟁이 스머프	미국 직배	한국소니픽처스 릴리징 브에나비스타영화	08/11	399	1,020,543	7,683
6	리오	미국 직배	이십세기 폭스코리아	07/27	341	640,159	4,988
7	명탐정 코난: 침묵의 15분	일본	얼리버드	08/04	275	644,367	4,211
8	카2	미국 직배	한국소니픽처스 릴리징 브에나비스타영화	07/20	380	462,840	3,663
9	랭고	미국	CJE&M 영화사업부문	03/03	321	427,726	3,030
10	짱구는 못말려 극장판 : 초시공! 태풍을 부르는 나의 신부	일본	대원미디어	05/05	306	351,742	2,357
11	노미오와 줄리엣	영국 미국	쇼박스 (주)미디어플렉스	04/14	291	221,176	1,937
12	알파 앤 오메가	미국 인도	판씨네마	02/24	237	222,550	1,683

순위	영화명	국가	제작/수입	개봉일	전국 스크린수	관객 수 (명)	매출액 (백만 원)
13	바니 버디	미국 직배	UPI코리아	07/20	224	180,346	1,199
14	줄리의 육지 대모험	미국 홍콩 말레이시아	케이앤 엔터테인먼트	09/08	192	174,248	1,181
15	빨간모자의 진실2	미국	코리아스크린	07/13	287	159,283	1,143
16	아따맘마 - 극장판	일본	온미디어	02/17	91	141,339	934
17	극장판 도라에몽: 진구와 철인군단 날아라 천사들	일본	대원미디어	07/28	156	137,748	934
18	썬더일레븐 극장판 : 최강군단 오우거의 습격	일본	얼리버드	05/05	166	123,363	811
19	극장판 유희왕: 시공을 초월한 우정	일본	대원미디어	02/24	106	60,371	590
20	꿀벌 하치의 대모험	일본	에이원 엔터테인먼트	01/13	140	79,625	525
21	극장판 메탈 베이블레이드 VS 태양 작열의 침략자 솔블레이드	일본	애니박스 엔터테인먼트	01/06	120	70,065	474
22	고 녀석 만나겠다	일본	미디어캐슬	07/07	124	59,587	409
23	가필드 캣 포스 3D	미국 한국	미디어데이	01/27	73	36,454	385
24	별을 쫓는 아이	일본	에이원 엔터테인먼트	08/25	138	51,874	371
25	소중한 날의 꿈	한국	연필로명상하기	06/23	128	49,108	348
26	지구대표 롤링스타즈	한국	한컴	03/24	176	35,565	229
27	엄마까투리	한국	안동시 미디어센터	06/02	-	18,719	-
28	토마스와 친구들 - 극장판 3	영국	코카반	05/05	110	18,845	130
29	일루셔니스트	프랑스	에스와이코마드	06/16	17	15,486	120
30	재스퍼	독일	테이지 엔터테인먼트	08/17	85	9,653	64
31	홍길동 2084	한국	바이너리픽션	08/18	36	4,434	31
32	닥터퀸탐: 숨겨진 몬스터의 비밀	일본	조이엔콘텐츠그룹	08/18	35	1,067	6
33	집	한국	KAFAFilms	03/17	1	72	0.5

\*출처 : 영화진흥위원회 영화산업통계, 맥스무비 재구성

## 2. 해외 공동제작 및 3D입체 극장 애니메이션 제작의 확대

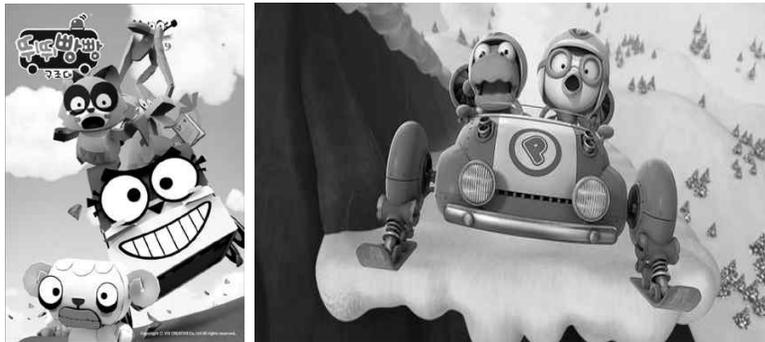
현재 국내 극장 애니메이션은 해외 시장을 겨냥해 해외 공동제작에 적극 나서고 있다. 그 중 미주 지역과 중국 등 아시아 시장 진출을 위한 국내 극장 애니메이션의 공동제작이 활발하게 진행되고 있다.

&lt;표 2-1-8&gt; 2011년 제작 중인 주요 해외 공동제작 극장 애니메이션

작품명	국내 제작 및 투자사	해외 제작 및 투자사	개봉시기
꾸루꾸루와 친구들 극장판	광고엔터테인먼트	차이나필름그룹 계열, 북경영원제작공사, 화런카툰공사(중국), 명일그룹(대만)	2011년 하반기
뽀로로와 신나는 아이스 레이싱	오콘, 한국콘텐츠진흥원, SBA서울애니메이션센터	중국동만그룹(중국)	2012년 상반기
뛰뛰빵빵 구조대 극장판	빅스크리에이티브, 소빅창투, 광주정보문화산업진흥원	차이나필름그룹 계열, 북경영원제작공사(중국)	2012년 하반기
다이노맘	토이온, 리딩인베스트먼트, 보스톤창투, 한국콘텐츠진흥원, 경기디지털콘텐츠진흥원	메리어드(미국)	2011년 하반기
아웃백	디자인아트	TAPC(미국)	2012년 상반기
넛잡	레드로버, 한국콘텐츠진흥원	툰박스(캐나다)	2013년

TV시리즈 <뽀롱뽀롱 뽀로로>의 극장판 <뽀로로와 신나는 아이스레이싱>은 중국문화부가 애니메이션산업의 육성을 위해서 설립한 애니메이션전문 제작 및 사업 회사 ‘중국동만그룹’이 공동제작한다. ‘광고엔터테인먼트’의 <꾸루꾸루와 친구들 극장판>, ‘빅스크리에이티브’의 <뛰뛰빵빵 구조대 극장판>이 동시에 ‘차이나필름그룹’과 공동제작을 진행 중이다. 중국에서 극장의 50% 이상을 보유하고 있는 최대의 영화 제작, 투자, 배급 그룹인 ‘차이나필름그룹’의 애니메이션 자회사인 ‘북경영원제작공사’와의 합작을 통해 중국 내 메이저 배급망을 확보하는 것은 중국 내 개봉과 흥행에 중요한 기반이 될 것이다. 세 작품 모두 TV시리즈와 연계하여 3D입체 극장 애니메이션으로 제작 중이며, ‘광고엔터테인먼트’의 <꾸루꾸루와 친구들 극장판>은 아시아 최초의 스톱모션 3D입체영상 애니메이션이 될 예정이다.

&lt;그림 2-1-6&gt; 한중 합작 극장 애니메이션 개봉 예정작 : &lt;뛰뛰빵빵 구조대&gt;, &lt;뽀로로와 신나는 아이스 레이싱&gt;



\*출처 : naver.com

미국시장 진출을 위한 작품도 속속 마무리 단계에 있다. 첫째로 ‘토이온’이 미국의 영화배급사 ‘메리어드’와 공동제작한 <다이노맘>은 공룡과 모험을 소재로 한 작품으로 2011년 하반기 미국개봉 예정이다. 그리고 <파이스토리>, <가필드> 등을 제작한 ‘디자인아트’의 <아웃백>은 2012년 초 개봉을 목표로 미국의 영화기획사 ‘TAPC’와 공동제작하고 있다. ‘레드로버’가 캐나다의 톰박스와 공

동제작한 <넛잡>은 230억 원의 제작비가 투자되며, 한국 극장 장편 애니메이션 가운데 가장 큰 프로젝트로 제작 중에 있다.

위에서 언급한 해외 공동제작 작품은 모두 3D입체영상 애니메이션으로 제작된다. 국내의 3D입체 극장용 장편의 관객 수와 매출 수익에서 애니메이션이 차지하는 비중은 상당히 크다. 해외에서도 3D입체 디지털영화에 대한 수요가 급격하게 증가하고 있기 때문에 현재 기획 제작되고 있는 대부분의 극장 애니메이션은 3D입체영상 애니메이션으로 제작되고 있다.

<그림 2-1-7> 한미 합작 극장 애니메이션 개봉 예정작 : <다이노 맘>, <넛잡>, <아웃백>



\*출처 : naver.com

<표 2-1-9> 연도별 3D입체영화 관객수 및 매출액

연도	상영관수	개봉편수	관객 수 (명)	관객 수 대비 점유율 (%)	매출액 (백만 원)	전체 매출액 대비 점유율 (%)
2009	7	7	1,844,753	1.2	23,404	2.2
2010	25	26	16,769,398	11.4	189,858	16.5

\*출처 : 한국영화진흥위원회 영화산업통계자료 재구성

<표 2-1-10> 2010년 3D입체영화 흥행 10위권

순번	영화명	개봉 일자	3D입체 관객 수 (명)	총 관객 수 대비 3D입체 관객 수 비율 (%)	3D입체 매출액 (백만 원)	총 매출액 대비 3D입체 매출액 비율 (%)
1	아바타	2009/12/17	4,534,344	54.6%	52,208	62.7%
2	드래곤 길들이기	2010/05/20	1,816,668	70.9%	20,134	74.5%
3	슈렉 포에버	2010/07/01	1,707,724	76.8%	18,812	82.5%
4	토이스토리3	2010/08/05	1,098,705	75.3%	11,678	81.6%
5	라스트 에어벤더	2010/08/19	1,081,169	78.8%	11,925	86.1%
6	레지던트 이블4	2010/09/16	1,059,904	89.1%	13,575	93.4%
7	이상한 나라의 앨리스	2010/03/04	1,021,245	47.6%	11,684	57.5%
8	슈퍼배드	2010/09/16	756,057	73.6%	7,955	81.9%
9	나디아 연대기-새벽출정호를 향해	2010/12/09	748,212	65.9%	8,202	75.6%
10	스텝업 3D	2010/08/05	593,385	88.3%	6,783	92.4%

\*출처 : 한국영화진흥위원회 영화산업통계자료 재구성

### 3. 다양한 유형의 극장 애니메이션 작품 제작

2010년에 국내 극장 애니메이션은 <마법천자문-대망왕의 부활을 막아라> 단 한편이 개봉되었다. 하지만 2011년 <마당을 나온 암탉>을 포함해 다수의 극장 애니메이션이 개봉되었고 제작 중이다. 2011년 7월까지 <지구대표 롤링스타즈>, <엄마 까투리>, <소중한 날의 꿈>, <마당을 나온 암탉> 등 5편이 개봉했고, <홍길동 2084>, <다이노맘>이 제작을 완료하고 개봉 대기 중이다. 10년 이상의 제작 기간이 걸린 '연필로명상하기'의 <소중한 날의 꿈>이 6월 개봉하여 영상의 완성도와 내용의 깊음으로 평단의 호응과 지지를 얻었다.

<표 2-1-11> 2011년 개봉 국내 극장 애니메이션

작품명	국내 제작 및 투자사	개봉시기
지구대표 롤링스타즈	리퀴드브레인스튜디오 한컴	2011년 3월
엄마 까투리	안동시 안동미디어센터	2011년 6월
소중한 날의 꿈	연필로명상하기 아이코닉스 EBS SBA서울애니메이션센터	2011년 6월
마당을 나온 암탉	오돌또기 명필름 소빅창투 한국콘텐츠진흥원 경기디지털콘텐츠진흥원	2011년 7월
홍길동2084	바이너리픽션 장성균	2011년 8월
다이노맘	토이온 리딩인베스트먼트 보스톤창투 한국콘텐츠진흥원 경기디지털콘텐츠진흥원 메리어드(미국)	2011년 하반기 개봉예정

영화제작사 '신씨네'와 애니메이션 제작사 'DNA프로덕션'이 공동제작 중인 <백설 공주를 사랑한 난쟁이>는 <마당을 나온 암탉>의 사례처럼 영화제작사와 애니메이션 제작사가 공동으로 제작하며 서로의 전문성을 합쳐 성공 확률을 높이려는 공동제작시스템을 구축했다. 이 작품은 2011년 'SBA 서울애니메이션센터'의 지원을 받았다. 독립단편애니메이션 감독의 극장 장편 애니메이션 제작도 진행 중이다. 독립단편애니메이션 <지옥: 두 개의 삶>(2006)으로 호평을 받았던 연상호 감독의 <돼지의 왕>, 독립단편애니메이션 <아빠가 필요해>, <무림일검의 사생활>을 연출한 장윤현 감독의 <우리별1호와 얼룩소> 등이 제작 중이다. 이러한 독립 애니메이션도 극장용 장편의 소재와 장르를 다양화하는 데 의미가 있다.

## 제3절

## | 애플리케이션 애니메이션 제작환경 |

## 1. TV 애니메이션과 스마트미디어 애플리케이션의 결합

&lt;표 2-1-12&gt; TV 애니메이션과 연계된 애플리케이션 개발 사례

작품명	애플리케이션	개발 내용
뽀롱뽀롱 뽀로로	뽀로로 첫날말놀이	- 아이코닉스, LGU+ 공동개발 - '뽀로로'가 직접 음식, 숫자, 동물, 캐릭터 등 7가지 주제의 사물의 이름을 알려줌. 아이들은 해당 앱을 통해 사진으로 사물을 익히고, 그 명칭을 한글과 영어로 듣고 말하고 쓰기 연습을 하게 됨. 낱말 풍선을 찾아 터뜨리는 미니 게임 형식의 놀이도 삽입
	뽀로로 놀이교실	- 아이코닉스, NHN이 교육용게임 공동 개발 - 유아에게 필요한 다양한 교육 내용을 게임을 통해 즐기며 배울 수 있는 캐주얼한 미니게임의 구성
뽀로로 멀티북		- 아이코닉스, 오픈이 KT, SK 등과 공동개발 - TV 애니메이션의 내용을 동화로 보며 퍼즐, 색깔공부 등 게임과 놀이를 할 수 있는 멀티미디어 동화
	토크오즈 (Talking OZ) 토크미미 (Talking MIMI) 토크아토 (Talking ATO)	- 부즈클럽, 삼성전자 공동개발 - 캐니멀(Canimals)에서 나온 캐릭터들이 말을 걸면 듣고 따라하거나 화면 터치로 통해 캐릭터를 움직이고 선물을 주거나 춤을 추게 할 수도 있음 - 무료 앱으로 홍보수단으로 활용
캐니멀	캐니멀 스티커북 캐니멀 다이어리	- 애플리케이션 개발업체인 IPM과 공동 개발 - 캐니멀 스티커북은 아이들이 그림과 낱말을 짝짓기하는 놀이 - 캐니멀 다이어리는 일정 관리 및 메모 등의 기능외에 캐릭터 스티커를 이용하여 다이어리를 꾸미거나, 지도와 사진을 첨부하여 메일로 송부할 수 있는 다양한 기능을 지님
	냉장고나라 코코몽2 틀린그림찾기	- 올리브스튜디오, 애플레어와 공동개발 - 1,000여장의 틀린그림찾기, 이미지와 난이도에 따라 게임 구성. 친근한 코코몽 캐릭터와 배경 음악 활용. 2인이 함께 즐기는 대전게임으로도 구성
꼬잉꼬잉 이습극장	교원 이습극장	- 애니메이션을 기반으로 읽어주기, 녹음, 스케치북, 퀴즈 기능 등 엔터테인먼트 요소를 결합해 구성
꼬마버스 타요	꼬마버스 타요 게임 애플리케이션	- 삼성전자 개발 스마트TV용 애플리케이션 - 타요의 생생 줄넘기, 헤딩 타요, 미로 운행게임, 같은 카드 찾기 등 재미와 교육 요소를 동시에 즐길 수 있는 게임을 구성, 아동들이 교통안전에 대해 쉽게 배울 수 있음
우당탕탕 아이쿠	우당탕탕 아이쿠 안전교육	- 안전교육 동영상 9편과 부모와 어린이가 모두 배워야할 안전수칙에 관한 문제풀이, 전화번호 외우기 놀이 등의 놀이와 노래방으로 구성. 재미있게 어린이에게 안전교육을 의도
후토스	후토스 시즌2 : 잃어버린 숲	- 주인공들이 잃어버린 민들레 씨를 찾아 떠나는 과정을 그린 애니메이션을 애플리케이션으로 구성. 애니메이션을 모두 짧게 나누어 10종 이상의 애플리케이션으로 구성

스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV 등 새로운 플랫폼이 초래할 미디어 환경의 급격한 변화 속에서 애니메이션 업계는 이에 적합한 새로운 콘텐츠를 개발하고 미디어 전략을 수립해야 하는 상황에 놓여 있다. 애니메이션이 기존의 TV에만 국한되는 것이 아니라 동일한 스토리, 캐릭터 소재를 가지고 스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV 등 새로운 스마트 미디어의 특성에 맞게 콘텐츠 형식을 다각화하는 개발 방안과 사업 모델의 설정이 필요하다. 이의 실행을 위해서는 애니메이션 영상이 지니

는 일방향적인 커뮤니케이션에서 벗어나, 보고 만지고 상호작용하는 인터랙티브한 콘텐츠 커뮤니케이션의 방안을 수립해야 한다. 현재 이처럼 기존의 TV 애니메이션 소재를 스마트미디어에 활용하기 위한 다양한 애플리케이션이 개발되어 서비스되고 있다.

기획단계에서 스마트폰, 태블릿PC의 애플리케이션을 홍보수단으로 활용하거나 애니메이션의 부가사업을 위해 유료 애플리케이션을 개발하는 애니메이션 작품들이 증가하고 있다. 이는 캐릭터 애플리케이션 배포가 향후 애니메이션과 캐릭터 업체들의 새로운 홍보수단으로 부상할 것으로 예상되기 때문이다. 애플리케이션 제작은 최소한 수십억 원 이상이 소요되는 TV나 극장 애니메이션 본편 제작에 비해 소요 기간이 짧고 비용 부담도 적어 신생 애니메이션이나 캐릭터 업체도 쉽게 도전할 수 있다는 장점이 있다. 또 사용자의 터치나 음성을 따라 하고 움직임에 반응하는 등 쌍방향적인 요소를 가미할 수 있어 캐릭터와 함께 직접 소통하며 즐긴다는 느낌을 줄 수 있다. 그동안 캐릭터가 성공을 거두려면 먼저 애니메이션으로 제작되어 대중적 인기를 끄는 수순을 밟아야 했기 때문에, 자본력이 약하고 투자 유치가 어려운 신생업체는 사업 초기의 캐릭터 홍보에 큰 어려움을 겪었다. 하지만 스마트미디어 시대의 애플리케이션을 통해 캐릭터의 인지도와 친밀도를 높이고 부가사업을 확대하는 방안도 가능해졌다.

<그림 2-1-8> 애니메이션의 애플리케이션 연계 : <캐니멀>, <뽀롱뽀롱 뽀로로>



\*출처 : naver.com

이에 따라 기존의 TV 애니메이션을 기획하면서 관련 홍보 수단으로 애플리케이션을 활용하고, 방영 이후 유료 애플리케이션으로 부가 수익을 확대하는 방식이 등장하고 있다. 유료 애플리케이션 수익 모델은 부모가 스마트폰, 태블릿PC를 유아, 아동의 교육 및 놀이 도구로 활용한다는 점에 착안하며, 이들에 대한 교육효과를 지닌 애플리케이션 개발이 주류를 이루고 있다.

## 2. 교육업체와 연계된 애니메이션 관련 애플리케이션

주요 유아, 아동 교육업체들이 애플리케이션 개발과 유통을 중점 사업영역으로 설정하고 치열한 경쟁을 시작하고 있다. 이들 교육업체들은 자사의 인기 출판자원을 활용하기도 하고 직접 TV 애니메이션 제작에 나서며 이와 연관된 애플리케이션의 개발을 늘려가고 있다.

교육업체들은 모바일, 인터넷, 스마트TV 호환형 콘텐츠로 세계 시장에 진출하기 위해 노력 중이다. 따라서 교육용 콘텐츠에서는 애니메이션으로 제작하고 애플리케이션으로 연계하는 모델이 필요하다. 교육업체들은 자사의 인기 출판물을 애플리케이션으로 개발하는 방안과 애니메이션을 제작하고 애플리케이션을 연동하는 모델을 모두 시도하고 있다. 특히 '교원'은 인기 전집 상품인 <꼬잉꼬잉 이습극장>을 재구성한 애플리케이션을 제작했다. <꼬잉꼬잉 이습극장>을 도서와 TV 애니메이션으로 공동 개발하여 200억 원이 넘는 매출을 올렸고, 해외 30여 개국에 애니메이션과 전집을 동시에 수출하고 있다. <구름빵>을 TV 애니메이션으로 제작한 '한솔교육', <Why?>를 TV 애니메이션으로 제작한 '예림당' 등도 동일한 모델을 사용 중이다. 향후 애니메이션 업계는 유아, 아동용 애플리케이션을 개발하는 교육업체들과 콘텐츠를 공동제작하고 사업화하는 다양한 방식에 대해 지속적인 교류와 협의를 진행해야 할 것이다.

<표 2-1-13> 주요 교육업체의 유아, 아동용 애플리케이션

교육업체	애플리케이션	개발 내용
웅진씽크빅	전래동화 도서용 앱 '오늘이' 교육용 어플 '과학사고몽치- 자연편' '모두 떨어져요'	- 호랑불 옛이야기 전래동화전집, 과학사고몽치 시리즈를 애플리케이션으로 만들며 애니메이션과 인터랙티브 요소를 가미 - 서비스 해당 월에 유료 도서 앱, 유료 교육 앱 부문에서 판매율 1위를 차지
한솔교육	구름빵	- 50만권이 팔려나간 베스트셀러 창작동화 <구름빵>을 재구성. <구름빵>은 TV 애니메이션으로도 제작됨. 출시 해당월 1위 - 원작의 내용과 그림을 디지털 기기인 아이패드에 적합하도록 애니메이션, 인터랙티브 요소를 구현
교원	꼬잉꼬잉 이습극장	- 애니메이션과 책을 묶은 전집을 재구성 - 화면 터치로 통해 색칠하는 '스케치북' 기능 외에도 '단어장' 및 '퀴즈' 등 차별적 기능이 있으며 한글 및 영어 읽어주기, 음성 녹음하기 기능도 인기 요소
대교	숫! 조용히 해주세요	- 소브스전집 '원리뚝뚝 과학동화' 시리즈 가운데 '숫! 조용히 해주세요'를 재구성한 교육용 앱을 출시. 한국 앱스토어 아이패드용 유료앱 전체 순위에서 1위를 기록 - '숫! 조용히 해주세요'는 꼬마 공룡 이야기를 통해 사용자에게 공룡에 대한 흥미와 호기심을 높여줌. 읽어주기, 게임, 애니메이션, 스티커 활동 등 다양한 기능을 통한 입체적인 학습이 가능함
예림당	Why? 전용앱	- 애니메이션 동영상과 교육정보, 학습정보, 문제집 기능이 추가됐으며 질문 게시판을 통한 Q&A 서비스 등 독자와 소통하는 서비스 콘텐츠 개발

<그림 2-1-9> 교육업체와 연계된 애니메이션의 애플리케이션 : <꼬잉꼬잉 이습극장>, <모두 떨어져요>



\*출처 : naver.com

## 제2장 애니메이션 유통환경

### 제1절 \_

#### | 대중미디어 애니메이션의 유통환경 |

##### 1. TV 애니메이션 유통환경

###### 1) 방송광고 시장 축소와 환경변화

###### (1) 국산 신규 애니메이션 의무 편성 제도

‘애니메이션 의무 편성 제도’는 국산 신규 애니메이션의 활성화를 위해 방송법 제71조에 의하여 방송사업자가 연간 일정 비율 이상의 국내 제작 애니메이션을 편성하도록 하는 등의 내용을 의무화한 제도이다. ‘애니메이션 쿼터제’라고도 불리며, 특히, 지상파 방송사가 신규 국내 제작 애니메이션을 1%(EBS는 0.3%이상) 이상 편성하도록 한 제도를 일컬어 ‘애니메이션 총량제’라고 한다. 애니메이션 총량제의 시행 이후로 중소기업 신진 제작사의 작품이 방영되는 기회가 어느 정도 확대되었고, 해외자본의 투자로 제작되는 해외 합작 애니메이션이 증가하기도 했다. 하지만 양적인 면에서 볼 때는 국내 애니메이션 시장이 확대되었지만, 질적인 면에서 볼 때는 저급한 수준의 작품이 범람하는 역효과도 나타났다. 그 원인은 애니메이션에 투자하는 재원의 확보에 대해서는 효용성이 있는 현실적인 대안을 마련하지 않은 채 우선적으로 양적 확대만을 목표로 했기 때문이다. 방송사의 입장에서는 애니메이션의 전반적인 시청률 저하로 인해 광고수입을 올리기가 어려워져 적자를 내고 있는 상황이기 때문에 애니메이션에 투자할 수 있는 비용을 확대하기가 쉽지 않다. 게다가 한정된 재원으로 의무 편성 비율을 채우기 위해 더 많은 작품의 방송권을 구매하려 하면서, 애니메이션 방송권료의 평균 단가가 하락되는 결과를 초래하고 말았다.

###### (2) 미디어 환경의 급변에 따른 지상파 광고 매출 하락

TV방송권료는 기본적으로 방송 광고와 직결된다. 인터넷으로 대표되는 뉴미디어가 전체 미디어

광고 시장을 점차 잠식함에 따라, 지상파와 케이블/위성 등 전통적인 TV방송 광고 시장은 지속적으로 감소하고 있다. 한국방송광고공사(kobaco)가 2011년 3월에 발표한 자료에 따르면 국내 광고 시장의 규모는 2010년 말 기준 6조 2,850억 원이다. 이는 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 및 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, IPTV, DMB), 옥외 등으로 구성되어 있고 작년(6조 1,506억 원)보다 2.2% 증가한 것이다. 하지만 전체 광고시장이 증가한 것에 비해 TV광고 시장은 1조 6,503억 원으로 작년(1조 8,988억 원)보다 2,485억 원 정도가 하락하였다. 이는 뉴미디어의 시장 규모 증가를 한 이유로 들 수 있다. 뉴미디어를 구성하고 있는 케이블, 위성, 온라인, 모바일, IPTV, DMB 중 작년 대비 온라인 시장을 제외한 모든 부분에서 시장 규모가 증가하였다. 이러한 양상은 광고 시장의 환경이 여러 가지 매체로 분산 또는 변화되는 과정 중의 한 예로 볼 수 있다.

<표 2-2-1> 2009~2010년 뉴미디어 광고시장 규모

(단위: 백만 원)

	케이블	위성	온라인	모바일	IPTV	DMB
2010	803,614	15,326	875,657	70,689	861	28,849
2009	679,198	14,690	1,215,882	3,109	0	13,548

\*출처 : 한국방송광고공사 2011년 3월

한편 2011년 현실화될 것만 같았던 미디어랩 제도와 TV수신료 인상이 보류되면서 보다 힘든 시기를 보내고 있다. 신규 채널이 새로운 광고 시장을 창출하지 못한다면 방송권료의 하락을 막기는 어려울 것으로 보인다. 공영방송사는 안정적인 애니메이션 방송 창구 역할은 물론이고 방송 광고 시장의 요동과 상관없이 일정 수준 이상의 방송권료를 보장해 줌으로써, 양질의 작품이 안정적이고 지속적으로 창작될 수 있는 환경을 보장해 주어야 한다. 이런 측면에서 볼 때 최근의 애니메이션 방송권료 하락 흐름에 상업방송사와 같은 논리로 접근하고 있는 공영방송사의 자세에는 변화가 필요하다고 할 수 있다.

## 2) 애니메이션 매출 확대를 위한 방법과 노력

지상파 방송 5개 채널(KBS1/KBS2/MBC/SBS/EBS)의 애니메이션 시청률이 과거의 영광을 회복하는 것은 모든 애니메이션산업 종사자들의 바람일 것이다. 애니메이션 제작사들은 다매체 다채널 방송 환경에 적합한 판매 전략 수립을 통해 방송권료 수입을 극대화시키려는 노력이 필요하다. 즉, 채널별 방송권료 하락은 피할 수 없다 하더라도, 판매하는 매체와 채널을 다변화시키고 이를 적극적으로 홍보와 연계시키는 전략이 요구된다. 이와 함께 방송사들의 인식 전환 역시 필요하다. 특히 방송 광고에 얽매이지 않고 창작 애니메이션의 문화적 중요성을 전파할 의무를 가지고 있는 KBS, EBS와 같은 공영방송의 역할은 더욱 강조될 수밖에 없다.

또한, 애니메이션 전문 채널의 보다 적극적인 역할을 요구하는 목소리가 높아졌다. 케이블/위성

애니메이션 전문 채널로 신규 국내 애니메이션에 대한 방송 총량제를 확대 적용하려는 노력이 대표적이다. 2009년 7월, 허원제 의원이 대표 발의한 방송법 개정안은 신규 국내 애니메이션 방송 총량제를 종합편성채널과 애니메이션 전문 채널로 확대 적용하는 내용을 담고 있다. 하지만 2009년 정기국회 통과를 예상했던 방송법 개정안은 2010년을 지나 어느덧 2011년까지도 국회에 계류 중에 있다. 현행 방송법에 대한 유효성 논란이 2년 넘게 지속되어 오고 있는 상황에서, 2011년 내에 애니메이션 전문 채널로의 총량제 확대 적용 안을 담고 있는 방송법 개정안이 통과되기는 여의치 않아 보인다. 한편, 국내 애니메이션 주요 시청 시간대의 보장과 유효시청 시간대의 설정 등을 통해, 새벽시간대에 주로 국내 애니메이션을 편성해 온 애니메이션 전문 채널의 왜곡된 편성시간대를 개선하고자 하는 노력도 함께 추진되고 있다.

### 3) 3D입체영상 TV의 대중화

현재, 영상콘텐츠산업의 화두는 '3D(3차원)입체영상'이다. 3D(3-Dimensional)는 기존의 2차원 모노 영상에 깊이(Depth) 정보를 부가하여 시청각적 입체감을 느끼게 함으로써 시청자에게 생동감 및 현실감을 제공하는 새로운 개념을 말하는데, 영화 <아바타(Avatar)>로 촉발된 3D입체영상 열풍에서 TV도 예외일 수는 없다. 더군다나 인터넷에 이은 모바일 혁명으로 인해 점차 영향력이 감소해 가고 있는 지상파와 케이블/위성 등 전통미디어 입장에서는 3DTV를 통한 경쟁력 증대에 관심을 기울이지 않을 수 없다. 일본에서는 이미 2007년 8월 총무성에서 정보통신기술 국제경쟁력 강화를 위한 중점 기술로 3DTV와 UHDTV를 선정하여 2007년 12월 위성방송 BS11을 통해 방송을 시작하였고, 우리나라 역시 2010년 1월부터 디지털위성방송 스카이라이프(SkyLife)가 세계 최초로 24시간 3D입체 전문 채널 Sky3D를 서비스 중에 있다. 그리고 2010년 10월부터는 관악산 송신소에서 66번 채널로 세계 최초로 지상파 3D 실험방송을 실시하고 있다.

#### (1) 3D입체영상 시장의 비균형적 상황

현재 3D입체영상 시장은 배보다 배꼽이 커져있는 상황이다. 시중에 3D입체영상 관련 제품들은 활성화되어 있는 반면 3D입체영상 콘텐츠들은 아직까지 큰 진전이 없기 때문이다. '진전이 없다'라는 표현은 '진행되지 않거나 노력하지 않는다'라는 의미는 아니다. 방송통신위원회를 비롯한 정부기관의 주도 하에 3D입체영상 TV용 콘텐츠 제작지원이 이어졌고, 2011년에는 보다 대규모의 예산 투입이 예상된다. 3D입체방송을 준비하고 있는 방송사들은 스포츠, 다큐멘터리, 드라마, 쇼 프로그램 등 다양한 장르의 3D입체영상 콘텐츠를 자체 제작할 계획을 가지고 있지만, 고가의 장비 구입에 대한 부담과 숙련된 제작 스태프의 부족 등 발등까지 떨어진 3D입체방송을 준비하는 데에 많은 어려움을 겪고 있는 것이 사실이다. 이러한 현실 속에서 방송사들은 자연스레 애니메이션에 주목하고 있다. 3D입체영상 제작에 있어서 애니메이션은 타 장르에 비해 제작 비용과 제작 기간 면에서 경쟁력을 확보하고 있을 뿐만 아니라 숙련된 인력들을 보유하고 있기 때문이다. 당장의 폭

발적인 3DTV용 입체영상 수요를 충족시키기 위해서는 기존 콘텐츠를 3D입체영상 콘텐츠로 변화시키는 작업과 신규창작물의 제작이 조화롭게 진행되어야 할 것이다.

## (2) 3D입체영상의 가능성

특수 안경이 3D입체영상을 보기 위해 불가피한 이상, 집 안에 앉아서 혹은 누워서 영상을 시청하는 편안함을 해치게 된다. 이러한 제한점들은 시청자들이 현재의 2D 기반의 TV 대신 3DTV를 선택하기 어렵게 할 수 있다. 또한 “드라마 방영 내내 3D입체영상의 효과를 생각한 부자연스러운 연출은 드라마에 대한 몰입을 방해했으며, 과장된 행동들은 드라마 자체에 대한 질적 저하를 가져왔다”고 분석한 전문가의 의견도 있다. 이러한 지적들은 분명 3DTV에서 구현될 드라마, 광고, 기타 다른 영상 콘텐츠들이 어떻게 3D입체영상이 구현할 수 있는 기술적 풍부함을 질적으로 향상시키며 소화할지 심사숙고할 부분일 것이다.

3D입체영상이 일반 TV를 통해 보급되기 시작한 2009년의 관련 쟁점들은, 지난 1970년대에 3D입체영화들이 발생시킨 쟁점들과 유사해 보인다. 앞서 언급된 부정적인 평가들처럼 현재의 시점에서 3DTV가 극복해야 할 과제들은 너무도 많아 보인다. 현재 3D 디스플레이는 안경식과 무안경식이 있는데 3DTV의 보급에 대표적인 걸림돌은 부족한 3D입체영상 콘텐츠와 더불어 안경 착용의 불편함인 것으로 나타났다. 이를 해결하기 위해 무안경식 3DTV도 일부 출시되기는 했지만, 화면 사이즈가 작고 해상도가 떨어지며 시청 위치를 벗어날 경우 3D입체영상 효과를 느낄 수 없는 기술적 단점이 존재하는 것으로 나타났다. 3D입체영상의 장점을 극대화할 수 있는 방송 콘텐츠의 구성과 촬영, 보조 특수 안경의 제한점, 고품질 영상을 구현하지 못하는 점 등의 문제점은 쉽게 풀기 어려운 과제다. 또한 현재까지는 일반 대중들이 쉽게 접근하기 어려운 높은 가격장벽 역시 쉽지 않은 과제일 것이다. 하지만 1970년대의 영화산업과 현재 3DTV산업의 다른 점은 단순한 눈속임 같은 입체영상이 아닌, 기술력이 바탕이 되어 3D입체영상이 가진 우수성과 프레즌스(presence) 경험을 가시화할 수 있다는 부분일 것이다.

## 4) 애니메이션 활성화를 위한 구체적 방안 및 노력

### (1) 애니메이션 진흥법안 공청회 및 의의

2011년 6월 허원제 의원실 주관 하에 애니메이션 업계, 학계, 방송계, 관련 기관 등이 모여 ‘애니메이션 진흥 법안 공청회’를 가졌다. 애니메이션산업의 문제점과 개선 방안들을 이해 당사자와 관계자들이 모여 일정 정도 협의하기 위한 토론의 장을 가진 것이다. 이 자리에서는 국내 애니메이션 산업의 현실과 가능성, 유통구조/재원의 문제, 방송 편성시간, 애니메이션 투자 재원의 문제점 등 그간 제기되어 온 애니메이션산업의 문제점들이 총망라됐다. 애니메이션 진흥 법안은 애니메이션 진흥위원회 설립 및 애니메이션 발전기금 설치, 애니메이션 자료원 설치, 애니메이션 공제조합 설립, 애니메이션 진흥단지 조성 등의 내용을 담고 있으며, 애니메이션의 질적 향상과 애니메이션산

업의 진흥을 촉진하여 국민의 문화생활 향상과 경제발전에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.

## (2) 제작자동지원제도의 필요성

제작자동지원제도는 국산물 승인을 전제로 방송사의 투자나 구매 또는 사업 성과와 시청률 등 일정 정도의 자격 요건을 충족한 모든 작품에 그 성과에 따른 일정 비율의 제작비를 자동으로 지원해 주는 제도다. 예를 들면 총제작비 10억 원을 들여 극장 상영한 영화가 20억 원의 매출액을 올렸을 경우, 매출액의 3%(6천만 원)를 떼도록 되어 있는 영화발전기금 가운데 절반인 3천만 원을 해당 영화 제작사에 직접 지원하는 것이다. 미디어 노출과 유통이 생명인 애니메이션산업의 특성을 고려할 때, 제작지원이 방송을 통한 노출로 직접 이어진다는 제도적 장점과 함께, 지상파 방송 4사의 총량제 준수를 위해 필요한 30분물 26부작 기준, 연간 26개 작품에 대해 안정적으로 제작비 지원이 가능하다는 효과도 있다. 물론 자격 요건 충족이 어려운 신생 제작사들을 위해 기존의 선별지원 제도도 함께 유지하는 것을 전제로 한다. 제작자동지원제도는 애니메이션산업의 문화적 중요성을 인식하고 이를 실천하고 있는 대표적인 국가인 프랑스와 캐나다 등에서 성공적으로 시행되고 있는 지원제도이기도 하다. 하지만 제작자동지원제도 도입의 전제 조건인 자동지원의 안정적인 재원 마련을 위해서는 구체적인 방안이 필요하다. 방송통신발전기금을 활용하는 방안이나 모태펀드 운용자금을 일부 전용하는 방안, 혹은 별도의 애니메이션진흥 기금을 조성하는 방안 등이 고려될 수 있다.

## 2. 극장 애니메이션 유통환경

전 세계 극장 애니메이션의 시장규모는 2010년 기준 43억 5,100만 달러로, 전체 애니메이션 시장에서 차지하는 비중은 약 39%였다. 하지만 최근의 <쿵푸 팬더2>의 인기와 흥행에서도 알 수 있듯, 관객들은 물론 애니메이션 종사자를 비롯한 전체 애니메이션산업에 미치는 영향력은 그 어떤 매체보다 월등하다. 그럼에도 불구하고 국내 창작 극장 애니메이션의 상황은 어두웠다.

하지만, 2011년 6월에 개봉한 <소중한 날의 꿈>과 2011년 7월 개봉한 <마당을 나온 암탉>은 국내 창작 극장 애니메이션의 ‘암흑기’를 벗어나게 하는 시발점이 되었다. <소중한 날의 꿈>은 비록 크게 흥행하지는 못했지만 관람한 관객들로부터 ‘괜찮은 작품이다’라는 평가를 받았다. <마당을 나온 암탉>은 한국영화 부흥을 이끌며 설립 15주년을 맞은 영화제작사 ‘명필름’이 처음 제작한 애니메이션으로, 중국의 대지시대문화전화유한공사와 공동제작 및 배급 계약을 체결했다. 또한 <마당을 나온 암탉>은 2011년 9월에 관람객 수 200만 명을 넘기면서 국내 극장 애니메이션의 부흥을 자극하는 성공작품으로 자리매김했다. 제작비 150억 원이 넘는 글로벌 애니메이션인 ‘토이온’의 <다이노 탐>도 2011년 하반기 미국 개봉을 목표로 제작 마무리 작업에 박차를 가하고 있다. 2011년부터 속속 개봉될 것으로 예상되는 이러한 기대작들과 함께, 3D입체영화에 대한 관객들의 폭발적인 반응은 국내 창작 극장 애니메이션 시장에 또 하나의 활력소가 되고 있다. 투자처를 찾지 못해 기획단계에 머물러 있던 많은 국내 창작 극장 애니메이션들이 3D입체영화에 대한 수요 급증에 힘

입어 제작방향을 3D입체로 전환하고 있다.

‘오콘’은 <뽀로로의 아이스 레이스>을 중국과 함께 3D입체영상으로 제작하기 위해 기획 중에 있고, ‘광고엔터테인먼트’도 중국 현지에서 TV 애니메이션 <꾸루꾸루와 친구들>의 극장판을 아시아 최초의 3D입체 스톱모션 애니메이션으로 기획, 제작 중에 있다. 3D입체 토탈솔루션 기업인 ‘레드로버’는 4D애니메이션 <넛잡(Nut Job)>을 캐나다 ‘툰박스엔터테인먼트’와 공동으로 기획 중에 있다. ‘디지아트’는 2011년 연말 개봉을 목표로 <아웃백>의 막바지 작업에 박차를 가하고 있으며, ‘빅스크리에이티브’는 2012년 하반기 개봉을 목표로 TV 애니메이션 <뛰뛰빵빵 구조대>의 극장판을 기획, 제작 중에 있다.

### 3. 영상 콘텐츠 부가 판권 시장

#### 1) 영상 콘텐츠 부가 판권 시장의 침체

영상 콘텐츠 부가 판권 시장은 공연, 영화, 방송 프로그램 등의 문화 상품을 극장 상영, 본 공연, 본 방송 등을 통해서가 아닌, 그 다음 단계에서 판매하고 소비하는 시장이다. 저장 매체 기술의 발달로 일회성에 그칠 문화 상품을 기록 및 유통하게 되면서, 소비자들은 자신이 원하는 시간과 장소에서 원하는 횟수만큼 상품 서비스를 누릴 수가 있게 되었다. 문화 상품 제공자는 영상 콘텐츠 부가 판권 시장을 통하여 더 큰 수익을 얻을 수 있고, 소비자는 상품을 소비하는 환경을 각자 고를 수 있게 되었다. 흔히 영상 콘텐츠 부가 판권 시장은 집에서 문화 상품을 감상하는 형태로 소비되기 때문에 홈 비디오 시장이라 불리기도 하며, 1차 시장 이후의 추가 시장이라 하여 2차 판권 시장, 2차 시장이라 불리기도 한다.

VHS 비디오테이프는 물론이고 DVD대여(rental)와 판매(sell-through)등 홈비디오 시장은 이미 사양 산업이 되어버렸다. 2000년 기준으로 7,800억 원 규모였던 홈비디오 시장은 2009년 2,200억 원 규모로 크게 위축되었다. 홈비디오 시장을 주도하며 4만개에 육박했던 DVD대여점은 20분의 1 이하로 줄어들었다. 이 같은 시장 규모의 축소로 인하여 주요 국가별 홈비디오 시장 규모도 조사 대상 10개국 중 9위로 최하위 수준에 머물고 있는 실정이다. 홈비디오 시장 규모가 극장 매출의 2.4배, 그리고 방송 관련 매출의 3.7배 이상을 차지하는 세계 애니메이션 시장 상황에 비추어볼 때, 국내 상황은 그야말로 기형적이라 할 수 밖에 없다. 해외보고서에 의하면 ‘한국은 홈비디오 시장의 침체가 예상되는 거의 유일한 국가’라고 한다. 이미 할리우드의 메이저 배급사들은 2008년 말을 끝으로 모두 우리나라에서 철수한 상태이다. 이러한 심각한 상황에 대해 영화진흥위원회 산하 비디오산업진흥소위원회의 대책은 미지근하기만 하다. 더 이상 늦출 수 없는 홈비디오 산업 진흥을 위해 ‘블루레이 DVD’보급 지원 등 몇 가지 대책을 수립하여 문화부에 약 7억 원 정도의 예산을 건의하였지만, 현재 이는 전액 삭감된 상황이다.

## 2) 불법 다운로드의 피해와 대안 활성화

홈비디오 시장으로 상징되는 영상물 부가관권시장이 송두리째 무너지고 있는 가장 큰 이유는 만연한 불법 다운로드다. 영화사가 허락하지 않은 방법으로 동영상 파일을 만들어 불법 유통 시장에서 다운로드하는 것이 디지털 영화 유통의 현주소다.

하지만 이를 사용자의 탓만으로 돌리기엔 무리가 있다. 영화사들이 불법 시장이 비대해져 가는데도 수동적인 태도로 저작권 타령만 하면서 영화관 관람과 DVD 구매만을 강요했기 때문이라는 사용자와 네티즌의 지적 소리가 높다. 이에 반해 최근 다운로드 시장의 합법화 시도가 차츰 성과를 얻으면서 영상물 부가관권시장에 새로운 가능성이 엿보인다는 분석도 나온다. 우선 국내 톱스타들이 대거 참여한 ‘굿 다운로더 캠페인’이 합법적 유료 다운로드 서비스의 대중화에 기여한 바가 컸다.

2009년 9월부터 ‘굿 다운로더가 되어주세요!’ 캠페인이 시작되었고 2010년부터는 영화 합법 다운로드 서비스가 본격화되었다. 현재 대표적인 합법 다운로드 사이트 6곳(다음, 네이버, 곰TV, 벅스, 맥스무비, 인디플러그)이 적극적으로 동참하고 있고, 캠페인의 당위성에 공감하는 사람들이 늘어나면서 시장 규모도 커지고 있다. 2010년 6월부터 8월까지 월별 20%씩 상승하고 있고, 연초 대비로는 2배 정도의 실적을 보이고 있다. 이와 함께 IPTV와 디지털케이블TV의 주문형 비디오(VOD) 서비스도 영상물 부가관권시장의 새로운 수익원으로 자리잡고 있다. 하지만, 이러한 성과에도 불구하고 영화 합법 다운로드 시장의 피해액은 여전히 수천억 원대를 유지하고 있다. 2010년 기준 영화 불법 다운로드 시장 규모는 1천5백억 원 대이고 그로 인한 영화 합법 다운로드 시장 피해 규모액은 6천6백억 원 대에 이른다. 이런 상황이라면, 영상 콘텐츠 부가 관권 시장의 발전과 사활은 이용자들의 손가락 끝에 달려 있다는 말도 과언은 아닐 것이다. 이용자들의 인식 개선이 아직도 많이 필요한 상황이라고 할 수 있다.

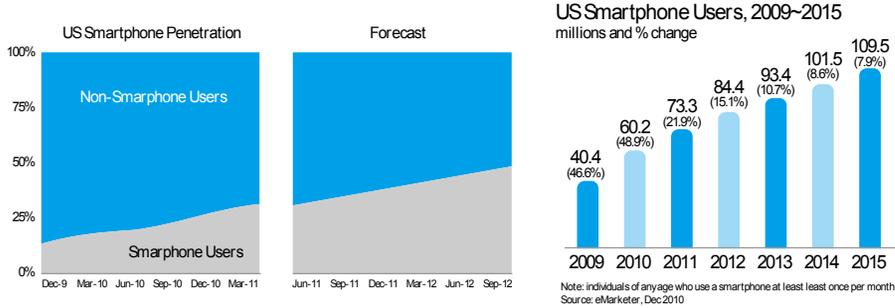
## 제2절

### | 뉴미디어 애니메이션 유통산업 |

#### 1. 뉴미디어 트렌드로 본 애니메이션의 유통환경

최근 모바일 디바이스의 빠른 보급과 시장 환경의 변화에 따라 애니메이션 유통 서비스 환경의 패러다임이 변하고 있다.

&lt;그림 2-2-1&gt; 미국 스마트폰 사용자 변화



\*출처 : asymco.com emarketer.com

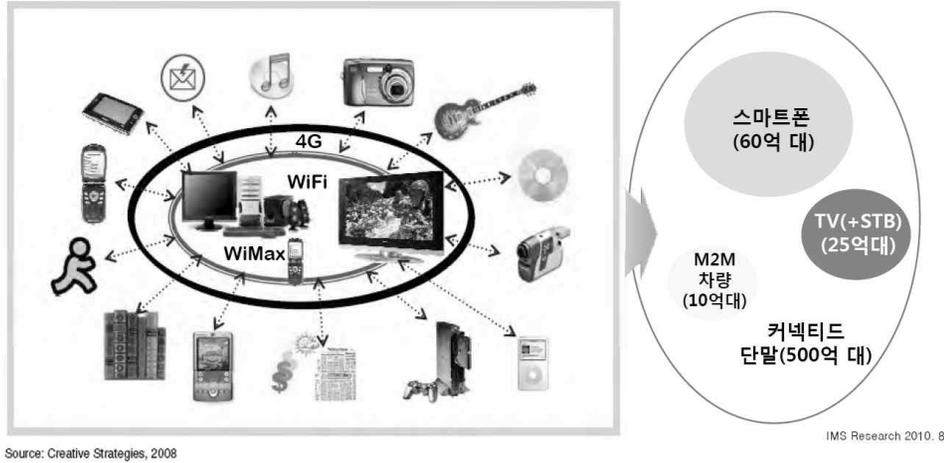
모바일 디바이스 시장의 성장은 애플의 아이폰, 아이패드, 삼성 스마트폰과 다양한 경쟁자들에 의해 촉진되고 있다. 현재는 미국의 모바일 디바이스 이용자들 대부분이 기능폰(feature phone)을 사용하고 있다. 그러나 IT 시장 조사기관인 eMarketer社의 전망에 따르면 스마트폰 이용자는 현재 전체 모바일 이용 인구 중 31%를 차지하며, 2015년에는 43%까지 증가할 것으로 예상된다. 이와 함께 국내 스마트폰 보급은 연내 1천만대를 돌파하고, 태블릿 PC 및 아이패드 판매도 700만대 이상으로 증가할 것으로 예상된다.

2011년에 1천만대 이상의 스마트폰이 국내에 공급될 것으로 예상되는데, 이는 스마트폰이라는 개념이 나온 이후부터 2009년까지의 보급률보다 열 배 이상 성장한 것이며, 2012년에는 보급이 더욱 확산될 것으로 예상된다. 이러한 변화는 모바일 디바이스 서비스 시장이라는 새로운 영역을 정의하고 성공적인 비즈니스를 위해서 고려해야 할 사항을 검토할 수 있는 여건이 형성되었다는 것을 의미한다. 비즈니스 채널에서 스마트 디바이스라는 신규 단말이 추가되었다는 의미를 넘어, 서비스 환경 개선과 서비스 제공을 위한 제반 인프라를 정비해야 하는 정도의 큰 변화가 우리를 기다리고 있다. 이런 인식의 확산과 이해를 위해 스마트 디바이스 서비스 시장의 본질적인 특징과 주요 고려 사항을 살펴보고, 서비스 개발 방식에 대한 현재의 상황과 문제점을 진단하는 것이 필요하다.

### 1) 디바이스 폭발로 인한 모바일 빅뱅

전 세계 커넥티드 단말기 규모는 2020년에 스마트폰 60억대, TV(+STB) 25억대, M2M차량 10억대, 커넥티드 단말기 500억대로 추정된다. 장기적으로 모든 기기들은 인터넷 커넥티드 단말이 되고, 단말 간에 유무선 접속이 현실화될 전망이다. 접속 방식은 3G, 4G, WiFi 접속, 데이터 탑재 스마트폰 WiMAX 지원 등으로 다양화될 것이다. 이러한 스마트 디바이스 증가로 인해 애니메이션 유통 규모가 변화할 것으로 전망된다. 애니메이션 전체 시장에서는 홈비디오 시장이 스마트 기기로 가장 많이 이동될 것으로 분석되며, 특히 N-스크린을 통한 유통 환경의 변화가 주목된다.

&lt;그림 2-2-2&gt; 디바이스 폭발로 인한 모바일 빅뱅



\*출처 : Creative Strategies, 2008, IMS Research 2010.1

## 2) N-스크린 제공을 위한 퍼스널 클라우드 컴퓨팅

스마트 디바이스의 성장에 따라 스마트폰, 태블릿PC가 등장하였고, 3DTV, 스마트TV까지 가세하여 스마트 미디어 환경을 조성하고 있다. LG 경제 연구소의 보고서에 따르면 현재 사용되고 있는 스마트 개념은 스마트폰에서 시작하여 'Self Customized & Social Networked'에 가까워지고 있다. 그리고 N-스크린이란 CPNT(Contents, Platform, Network, Terminal)로 구분되는 산업 체계상에서 보다 진보된 스마트 체계를 통해 언제 어디서나 다중 콘텐츠를 공유하고 실행할 수 있으며 끊임없는 이어보기가 가능한 사용자 중심적인 서비스를 의미한다. 또한 스마트 디바이스가 진화하면서, 디바이스 간의 연동 서비스를 사용자가 쉽게 공유하고 실행하기 위한 기술적인 규격들이 만들어지고 있다. 또한, DLNA(Digital Living Network Alliance)는 홈 네트워크에서 사용자가 디바이스 간 연계를 보다 쉽게 수행할 수 있는 산업계 표준으로서 스마트TV, 스마트폰, 태블릿, 노트북, 오디오 기기 등에 필수적인 요소로 적용되고 있다. 이렇듯 현재는 클라우드를 기반으로 언제 어디서나 자유로운 이용이 가능한 사용자 친화적인 서비스가 만들어지고 있다. 이들 스마트 디바이스와 콘텐츠 인프라의 발달을 통해 다양한 스마트 스크린 간에 사용자의 경험(User experience)를 연계하여 사용할 수 있는(끊임없는, Seamless) 서비스가 애플, 구글, 넷플릭스, 삼성, LG, KTH 등의 다양한 유형별 사업자들을 통해 서비스되고 있다. 이는 2010년 가전사들이 가전기에 DLNA 규격을 수용함으로써 1차적으로 촉발되었고, 이후 다양한 서비스 사업자들이 N-스크린 서비스 유형들을 만들어내면서 보다 진화하고 있다.

&lt;표 2-2-2&gt; 사업자별 N-스크린 제공 개념 / 유형 및 클라우드 컴퓨팅

단말사	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any Platform 콘텐츠 플랫폼 무관</li> <li>콘텐츠를 단말 간 공유 통한 N-스크린</li> <li>소니, 애플이 대표적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소니:               <ul style="list-style-type: none"> <li>DLNA 탑재로 PC/Mobile → TV, PC → Mobile로 콘텐츠 이동성 추구</li> <li>자사 제품들에 DLNA 탑재 및 추진</li> <li>TV전용 STB: 인터넷비디오링크, PS3</li> <li>모바일전용: 'Mediago'(아이튠즈 like)</li> </ul> </li> </ul>
OS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>단일 OS Platform 콘텐츠 플랫폼 무관</li> <li>OS연계 플랫폼 성능 극대화 (CPU, PC웹 브라우저)</li> <li>구글, MS가 대표적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>마이크로소프트:               <ul style="list-style-type: none"> <li>퍼스널클라우드<sup>1)</sup> Live Mesh 중심 디바이스별 콘텐츠의 통합 관리</li> </ul> </li> <li>구글:               <ul style="list-style-type: none"> <li>안드로이드OS 연계 자사 웹 서비스 모든 단말에 이용 가능, 인텔CPU 등</li> </ul> </li> </ul>
서비스 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-Screen Platform 콘텐츠 플랫폼 보유</li> <li>두 가지 유형이 있음               <ol style="list-style-type: none"> <li>단일서비스플랫폼 : FT가 대표적</li> <li>별도서비스플랫폼 : 버라이즌, AT&amp;T가 대표적</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FT의 Orange:               <ul style="list-style-type: none"> <li>"Content Anywhere"라는 가치하에 영화장르인 오렌지시네마시리즈를 TV, PC, 모바일에 동일 제공 (TV+PC 12유로, 모바일 6유로)</li> </ul> </li> <li>버라이즌의 FiOS:               <ul style="list-style-type: none"> <li>TV, 인터넷, 모바일 각 플랫폼 보유</li> <li>TV 콘텐츠의 PC, 모바일 멀티유즈</li> </ul> </li> </ul>

N-스크린 서비스의 최종 목표는 사업자가 원하는 폐쇄된 사업환경(Walled Garden)을 벗어나, 사용자가 원하는 방송, 통신 서비스 및 개별 콘텐츠를 실시간으로 선택 및 해지할 수 있는 자유로운 환경의 구현으로 판단된다. 즉, 서비스 사업자가 갖고 있던 서비스 주도권이 사용자에게로 넘어가는, 방송통신 발전에서 전환기적인 성격의 서비스 유형이다. 가전사, 통신사, 방송사 등 커넥티드 단말 간 N-스크린 본격화의 중심 기기는 스마트TV이며, 사업자의 각 역량에 근거한 다양한 N-스크린 유형의 클라우드 컴퓨팅 기반 경쟁으로 발전하고 있다. 사용자가 구입한 콘텐츠는 단말기가 아니라 서버에 저장되어 있기 때문에 언제 어디서나 다양한 단말기로 불러와 이용할 수 있다는 장점이 있다. N-스크린을 통해 사용자들이 자사 서비스를 이용하는 시간이 늘어날수록 영화, 드라마 등 콘텐츠를 구입할 가능성이 높아져 궁극적으로 콘텐츠 매출을 늘릴 수 있기 때문에, 국내·외 이동통신들은 이를 미래 핵심 서비스로 인지하고 시장 선점을 위해 경쟁하고 있다. 이러한 환경 속에서 애니메이션 제작사들은 N-스크린 환경에 적합한 판매 전략 수립을 통해 사용자 수입을 극대화시키려는 노력이 필요하다.

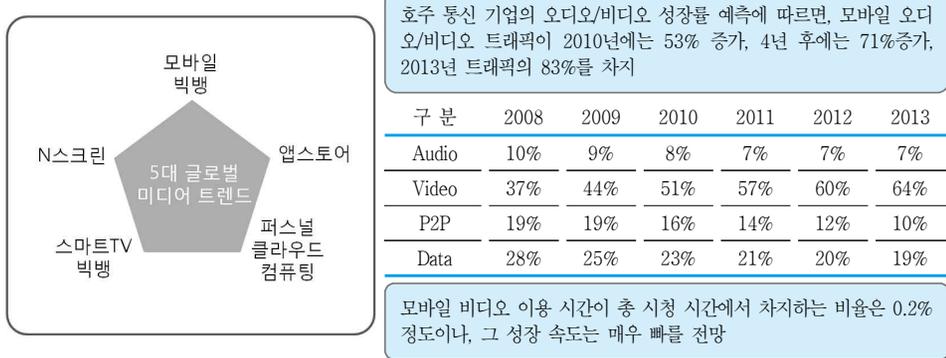
### 3) 스마트 디바이스의 5대 트렌드로 본 미래

현재 진행 중이거나 진행될 5대 트렌드는 모바일 빅뱅, 스마트TV 빅뱅, N-스크린, 퍼스널 클라우드 컴퓨팅, 앱스토어이며, 이로 인해 이용 콘텐츠의 상당 몫을 비디오/오디오가 차지할 것으로 전망된다. 또한 데이터 ARPU(Average Revenue Per User)<sup>2)</sup>의 증가가 음성 ARPU 하락을 보상해

1) 개인정보, 문서, 개인 미디어콘텐츠 등을 모든 디바이스와 서비스에 온디맨드 전달, 통합서비스로 관리 및 저장  
2) 이동통신에서는 '가입자당 평균 매출액'을 의미한다. 전자상거래에서는 '사용자당 평균 매출액'으로 사용된다. 즉,

출시 여부가 아직은 불확실한 가운데, 모바일콘텐츠 매출은 지속적으로 성장할 것으로 기대된다. T-모바일 유럽 시장의 경우는 모바일TV 매출 성장률 92%, 모바일광고 매출 성장률 70%, 음악 매출 성장률 17% 순으로 전망된다. 이러한 환경 변화 속에서 애니메이션 전문 채널의 보다 적극적인 역할을 요구하는 목소리가 높아졌다.

<표 2-2-3> 스마트 디바이스의 5대 트렌드



\*출처 : KT 경제경영연구소

#### 4) 스마트TV

스마트TV란 스마트폰 운영체제(Operating System)를 탑재하여 소비자가 인터넷을 통해 다양한 애플리케이션(Application: 이후 앱)을 다운로드 받을 수 있게 하는 신개념의 TV이며, 스마트폰이 촉발한 또 하나의 단말 혁명이다. 스마트폰과 함께 등장한 앱 시장의 활성화는 새로운 형태의 서비스를 창출하였고, TV를 포함한 새로운 인터넷 단말 분야에서 개방성을 특징으로 하는 단말의 스마트화를 견인하였다. 스마트TV는 휴대폰, TV, PC 스크린을 자유자재로 넘나들면서 데이터의 끊김없이 동영상을 볼 수 있는 TV를 말한다. 스마트TV는 콘텐츠를 인터넷에서 실시간으로 다운받아 볼 수 있고, 뉴스·날씨·이메일 등을 바로 확인할 수 있는 커뮤니케이션 센터의 역할을 한다. 또한 다양한 인터페이스를 통해 타 기기 및 네트워크 접속이 가능하며, USB, HDMI 등을 통해 PC, 홈시어터, 외장 HDD 등 기기들을 접속하고, 유/무선 및 광케이블을 통해 인터넷 및 방송망에 접속한다. 미래에는 ‘스마트TV+진통TV’의 형태로 발전할 것으로 진행되며, 인터넷 서비스의 주 요소로 TV 앱스토어가 발전할 것이다.

각 가입자에게 제공되는 서비스에 대한 월평균 운용 수익을 나타내며 통신 사업을 평가할 때 척도가 된다. ARPU가 상승한다는 것은 가입자의 통신 이용이 높아지거나 사용자의 해당 사이트에 대한 이용이 높아진다는 것을 의미한다.

### (1) 스마트화에 따른 생태계 변화 양상

멀티OS화(TV세트의 dumb box화에의 대응) : 향후 디지털허브의 중심이 TV 기기가 되는데 초점을 둔다. 애플은 TV를 dumb box화하고 디지털허브의 중심을 STB(Settop box) 에 두기 시작했으며, 클라우드 컴퓨팅, 홈네트워킹에 관심을 두고 있다.

N-스크린화(자체 플랫폼화 및 이의 OPMD(One Person Multi Devices) 추구) : 기기와 플랫폼 모두 충성도 강한 고객 유지 및 확보에 주력한다. 인터넷 서비스와의 융합서비스화로 고객가치를 제고하고 유료방송플랫폼은 가입자를 대상으로 멀티 단말 이용을 가능케 한다. 멀티태스커 등장 및 소셜TV 니즈가 증가하는 추세에 대응한다.

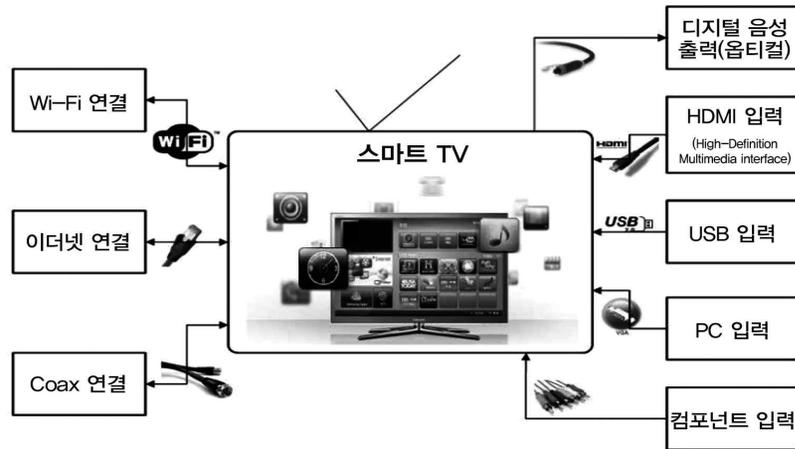
TV 앱스토어(모바일 앱스토어 비즈니스 모델이 TV로 전이) : 스마트폰 앱 이용자 수 증가에 따른 TV 앱스토어 출시 붐이 일어나며, 고급형TV(3D)+스마트TV 모델이 확산되고 있다. 향후 네이티브앱, 웹앱 고객이 Lean Forward 행태를 수용하리라 전망된다. TV세트의 dumb box화에의 대응인 멀티OS화 및 고객 고착을 위해 자체 플랫폼의 OPMD를 추구하는 N-스크린화, 모바일 앱스토어를 TV에 활용하려는 움직임이 있다.

### (2) 세트업체의 OS 옵션

TV 세트업체는 구글 OS에 종속될 것인가, 범용 모바일 안드로이드 OS를 기반으로 한 범용 플랫폼을 가져갈 것인가, 애플처럼 독자적 자체 OS 기반으로 갈 것인가를 두고 고민하기 시작하였다. 초기에는 구글TV OS로 Test bed화하고 장기적으로는 자체 플랫폼 강화로 리스크를 줄여나가는 것이 좋을 것으로 예상된다. 구글은 자체 단말들을 가지고 있지 않으므로 홈네트워크 기반을 형성하기가 쉽지 않을 수도 있다. TV 세트업체가 자체 플랫폼을 가져갈 경우 유사한 비즈니스 모델을 추진하는 애플을 경쟁상대로 보며 견제하는 것이 일반적인 것이다.

2011년은 스마트기기의 참여자들이 많아지는 시기였다. 애플의 창조적 파괴에 기존 업체들이 경각심을 가지면서 도전적인 제품과 서비스를 지속적으로 출시 및 제공하였다. 소비자들은 새로운 서비스와 디바이스에 열광하면서 제품 구매를 위해 오랜 시간 줄을 서서 기다리기까지 하였다. 2012년에도 창조적 파괴를 주도하는 애플과 주도권 확보를 위해 노력하는 기존 업체들 간의 창조적 파괴는 지속될 것으로 예상된다. 스마트 혁명은 결국 인간 지향적이고 소비자 중심의 즐거운 변화이다. 이 변화 속에서 애니메이션이 효과적으로 뉴미디어 유통 채널을 활용하기 위해서는, 애니메이션 유통이 뉴미디어 사업자의 니즈를 만족시켜주어야 한다. 뉴미디어 사업자들에게 추가적이고 의미있는 수익이 제공되어 그들의 비즈니스 모델 수립에 기여하기 위해서는, 애니메이션 유통을 통한 부가가치가 새롭게 창출되어야 할 것이다.

&lt;그림 2-2-3&gt; 스마트 TV의 구성



### 제3절

## | 라이선싱 상품으로서의 애니메이션산업 |

### 1. 국내 애니메이션산업의 전망

현재 국내 애니메이션산업은 노동집약적 산업에서 3D입체영상기술, VR, AR 등 첨단 CT기술이 접목된 기술집약적 산업으로 변화 중이다. 저부가가치 단계의 제작 고용창출은 인건비의 상승으로 인해 중국 등 해외로 이전되면서 정체될 것으로 보인다. 그에 반해 각 지방자치단체 등에서 창작 애니메이션 등을 육성지원하고 있어 국내 창작 애니메이션의 활성화는 어느 정도 가속화될 전망이다. 스마트폰, 태블릿PC 등 스마트 미디어 보급 증대와 함께 애니메이션 등을 기반으로 한 교육용 애플리케이션 제작 등이 이루어지고 있는 상황이며, 점차 애니메이션의 활용이 늘어날 것으로 전망된다. 그러나 국내 애니메이션산업은 케이블, 위성 애니메이션 전문 채널 성장과 지상파 드라마 및 연예 프로그램, 인터넷 및 게임 등으로 주 수요층이 분산되면서, 2005년 이후부터는 애니메이션의 지상파 TV 시청률이 하락하는 위기를 겪고 있다.

이동 층이 접근할 수 없는 방송시간대 편성으로 인한 1%대의 낮은 시청률 고착 및 캐릭터 라이선싱 사업의 어려움, 총량제를 맞추기 위한 저예산, 저품질 애니메이션 생산으로 인한 수익성 악화와 이로 인한 품질 향상 동기 상실, 주요 국가와 비교해 과중한 제작사의 제작비 분담 구조 등으로 인하여 해외공동제작이 선호되는 상황이다. 하지만 자금조달력이 부족한 국내업체가 불리한 계약 조건을 수용하는 등 해외자본 의존도 심화로 '신 하청구조'가 우려되고 있으며, 여러 가지 원인들이

복합되어 애니메이션 업계의 장기적 성장을 저해하고 있는 것으로 파악된다. 이러한 악순환 구조로 인하여 업계에서는 업계의 고층을 수렴하고 대변할 수 있는 공공기관들의 역할 수행을 요구하고 있다. 애니메이션 콘텐츠 지원 공공기관들은 단순한 수익성 및 시장 논리에서 벗어나서 국내 문화 콘텐츠의 다양성 확보에 있어 중요하고 아동층의 정서에 지대한 영향을 미치는 애니메이션에 대해 새로운 시각을 정립해야 할 것이다. 또한 애니메이션 지원사업 신규 개발 요구에 맞추어 애니메이션 강국인 프랑스의 지원정책 등을 적극적으로 벤치마킹하여 방송국의 투자 의무화 및 역할 확대 방안, 방송기금의 지원 방안을 마련하여야 할 것이다.

애니메이션은 제품 수명주기가 다른 제품들에 비해 짧다. 애니메이션의 경우 영화관에서 반복 상영하는 경우가 거의 없어 상영 기간이 지나면 상품으로의 가치가 약화되고, TV 애니메이션의 경우에도 TV 방영료 수입만으로는 제작비를 회수하기도 어려운 구조이므로 반드시 라이선싱과 머천다이즈가 성공적으로 진행되어야만 수익창출이 가능하다. 라이선싱 비즈니스의 대표적인 사례인 미국 디즈니의 인기캐릭터 <푸우>는 관련 상품 1년 매출이 6.6조원에 육박하고 있다. 국내 인기캐릭터인 <뽀로로>의 시장규모도 5천억 원에 달하는 것으로 알려지고 있다. 이제 국산 애니메이션도 세계 시장에서 당당히 사랑받는 시대가 도래하고 있다. IT, CT 기술의 발전으로 스마트폰, 태블릿PC 등의 스마트 미디어 시장에서 국산 애니메이션 콘텐츠의 위력을 발휘할 기회가 찾아온 것이다. 하지만 현재 <뽀로로>를 비롯하여 국내 대부분의 히트 캐릭터들이 유아용 캐릭터에 특정되어 있는 점은 개선되어야 할 사항이며, 향후 유아부터 일반 성인층, 생활용품부터 IT기기까지 모든 상품 시장을 타깃으로 확장시킬 수 있는 글로벌 캐릭터를 기획·개발하여야 할 것이다.

## 2. 애니메이션의 OSMU 전략

최근 애니메이션산업계에서는 OSMU 전개에 대한 관심과 전략 마련에 분주하다. 이는 OSMU가 실제 수익창출을 위해 가능성 있는 사업 아이템이라는 의미이기도 하다. 수익창출 극대화라는 목적을 달성하기 위해서는 기획단계에서부터 원천 콘텐츠가 OSMU에 효율적인 형태로 개발되어야 한다. 만화, 게임 등 다른 문화콘텐츠 분야에서도 OSMU가 활발하게 이루어지고 있지만, TV 등 미디어를 통한 노출로 대중적 인지도가 높은 애니메이션은 아마도 가장 주목받는 원천콘텐츠 장르일 것이다.

### 1) OSMU의 개념

사전적 의미의 OSMU라는 것은 하나의 원천 콘텐츠를 영화, 게임, 음반, 애니메이션, 캐릭터상품, 장난감, 출판 등 여러 분야와 장르에서 활용하여 시너지 효과를 극대화하는 것을 의미한다. 애니메이션은 개발 초기에는 많은 비용과 시간이 들지만 OSMU 전개 시부터 낮은 비용으로 다른 사업 분야에 진출할 수 있는 매력이 있다. 제품의 수명주기가 짧고 불특정 소비자들에 대한 파급력

이 다른 산업에 비해 상대적으로 큰 애니메이션산업의 특성상 자체적으로 수익을 발생시키기도 하지만, 고부가가치 창출을 위해서는 OSMU를 통한 관련 산업으로의 확장을 모색해야 한다.

## 2) OSMU의 필요조건

<표 2-2-4> 애니메이션의 비즈니스 사례와 성공전략

	원작 유	원작 무
점진적인 OSMU	<b>유형 1</b> 원작의 콘텐츠를 활용하여 애니메이션을 제작하고, 점진적으로 OSMU 전개 • 가장 리스크가 적은 비즈니스 유형 • 원작에서 확보된 인지도가 비즈니스 전개의 기반 • 점진적으로 증가하는 수익구조 • 장기간에 이루어지는 비즈니스 유형 • 주로 자금력이 부족한 업체나 원작자가 타업체와 협력을 통해 사업 진행	<b>유형 1</b> 창작 애니메이션을 제작하여 점진적으로 OSMU 전개 • 초기에 하나의 원도우를 집중 공략 • 콘텐츠 소스 창작에 역량 집중 • 작품성이 높은 작품을 생산하는 것이 비즈니스 전개의 기반 • 제작위원회를 구성하거나 제작사를 중심으로 협력하여 진행되는 비즈니스 유형
	<b>유형 3</b> 원작의 콘텐츠를 활용하여 애니메이션을 제작하고 종합적, 적극적인 OSMU 전개 • 이미 상품성이 검증된 콘텐츠 활용 • 원작에서 확보된 수요층이 비즈니스 기반 • 정교하고 치밀한 시장진입 전략 수립 • 각 사업영역에서 단기간에 복합적 전개 • 제작위원회를 구성하거나 종합기업에서 진행 가능한 유형 • 마케팅 비중이 높음	<b>유형 4</b> 원작의 콘텐츠를 활용하여 애니메이션을 제작하고, 점진적으로 OSMU 전개 • 상품성 있는 애니메이션 개발 역량요구 • 창작 단계에서부터 상품화 전략 수립 • 단기간에 비즈니스를 전개 • 하이리스크 하이리턴의 비즈니스 유형 • 자금력과 조직력을 보유한 복합기업에서 진행하는 것이 효과적 • 인지도 확보를 위한 홍보활동과 마케팅 비중이 높음

\*출처 : 삼성경제연구소

애니메이션 OSMU의 필수조건은 원천 콘텐츠의 확실성 여부이다. 시장성이 검증된 원작을 확보하는 것이 애니메이션 OSMU 비즈니스의 관건이며 승패를 가름할 중요한 열쇠인 것이다. 가끔 원작이 실패한 상황에서 관련 상품 판매가 잘되는 경우도 있지만 이런 경우는 소수이다. 애니메이션 비즈니스에서는 콘텐츠 사업전개 방식과 원작존재 유무에 따라 OSMU의 유형이 결정된다. 원작의 유무에 따라 리스크 관리, 배급 전략, 지적재산권 관리 등이 편이하게 달라지고, 회사의 전략과 콘텐츠의 성격에 따라 그 전개 방식도 점진적인 것과 종합적인 것으로 구분될 수 있다.

## 3) OSMU 활성화 전략

첫째는 기획 단계부터 게임, 만화, 캐릭터상품 등 다른 문화콘텐츠산업과의 협력 체계를 구축하는 것이다. 히트한 이후에 급하게 상품을 개발·제작하는 것이 아니라 사전에 치밀한 기획과 전략을 통해 상품이 될 만한 콘텐츠를 만들어 내어 리스크를 절감시키도록 해야 한다. 둘째는 어떤 상품에 적용할지를 고민해야 한다. 제품 구입 시에 비싸더라도 캐릭터를 활용한 제품을 선호하는 소비 형

태가 나타나기는 하지만, 캐릭터를 이용한다고 해서 상품이 항상 잘 팔리는 것은 아니다. 가령 유아 대상 뽀로로를 성인 대상 상품으로 판매한다고 했을 때 판매 신장과 수익 창출에 도움이 될 수 있을지는 미지수인 것이다. 캐릭터 고유의 특성과 이미지에 맞게 어떤 시장 및 플랫폼을 통해 상품군을 출시할 것인지를 선택하고 집중하는 것이 필요하다. 셋째는 뉴미디어 콘텐츠 환경의 변화를 주시하여야 한다. IT 기술의 발전으로 스마트폰, 태블릿PC의 앱스토어 시장이 확대되고 있으며, 그중 애플의 앱스토어는 다운로드가 150억 건을 돌파하였다. 이러한 뉴미디어 플랫폼에 맞는 콘텐츠를 개발하고 차별화된 서비스를 제공함으로써 고객들의 접근성을 높일 수 있다. 이는 양질의 애니메이션 콘텐츠가 뉴미디어 플랫폼 시장에서 성공의 열쇠가 될 것임을 의미한다. 넷째는 라이선싱 프로세스의 시스템화이다. 애니메이션 비즈니스의 최종은 캐릭터 상품 시장이다. 캐릭터에 대한 신뢰도 구축, 지속적인 매체 노출을 위한 미디어 전략, 중국, 동남아 등 제3국의 불법복제 상품에 대한 대처, 캐릭터 프로퍼티의 연장 방안 마련 등을 통해 경쟁력 있는 콘텐츠로 만들어내야 한다.

신규 원천 콘텐츠를 개발하기보다 한 번 인기를 끈 원천 콘텐츠를 포장만 달리하여 몇 번이고 재생산한다면, 고객에게 식상함을 주게 되어 저품질 상품으로 전락될 것이다. 또한 신규 콘텐츠 개발시에도 보통은 인기 콘텐츠와 유사한 속성을 가진 콘텐츠를 만들고자 하기 때문에 창의적인 콘텐츠 개발이 저해될 수 있다. 최근 <뽀로로>, <로보카 폴리>, <캐니멀> 등의 우수한 국내 애니메이션들이 호평을 받으면서 세계 각국으로 관련 상품들이 수출되고 있다. 하지만, 국내 애니메이션의 OSMU의 대부분은 아직까지 내수 시장 위주이며 체계적인 OSMU 시스템이 구축되지 않아 상품의 종류는 늘고 있으나, 제품의 균질한 품질을 보장하기는 쉽지 않은 상황이다. 캐릭터 비즈니스의 선두주자인 디즈니의 경우 오랜 경험과 거대한 자본이 있었지만, 디자인 아이덴티티와 강력한 마케팅을 통해 자기의 캐릭터를 지키는 데에도 많은 노력을 기울여 왔다. 상품화할 때에 상품의 품질 제고와 함께 엄격한 기준에 따라 디자인 원안 등을 보호하면서 디즈니에 버금가는 OSMU 활성화를 이끌어 내야 할 것이다.

### 3. 애니메이션 캐릭터의 라이선싱 전개

애니메이션은 투자 대비 회수율이 낮은 산업이다. 하지만 캐릭터는 다르다. 디즈니는 애니메이션을 통한 수익보다 캐릭터 상품과 테마파크 사업으로 올린 수익이 몇십배 더 많다. 캐릭터 비즈니스가 각광받는 것은 이런 이유 때문이다. 일본 애니메이션산업의 경우 관련 매출이 거의 내수 시장에서 발생한다. 미국 애니메이션산업은 자국 시장에서도 손익분기점을 달성할 수 있는 산업적 기반이 갖추어져 있으며 글로벌한 배급망을 통해 추가적인 수익도 확보하고 있다. 하지만 국내 애니메이션의 경우에는 국내 시장만으로는 손익분기점에 도달하기 어려워 수출로 수익을 창출해야 하며, 이를 위해서는 전 세계인들이 공감할 수 있는 글로벌 애니메이션의 제작이 절실하다. 미국과 일본 애니메이션과의 경쟁이 치열한 아동용 애니메이션에 비해 상대적으로 경쟁력 확보에 유리한

유아용 시장을 타깃으로 최근 글로벌 경쟁력을 갖춘 <뽀로로>, <로보카 폴리>, <캐니멀> 등이 제작되어 활발한 라이선싱사업을 전개 중인데, 이들은 국내 애니메이션 캐릭터 라이선싱의 새로운 비전을 제시해 주고 있다. 이 애니메이션들은 국내 시장의 성공을 바탕으로 글로벌 투자자들의 마음을 사로잡은 사례들로, 국산 캐릭터 상품의 해외시장 유통에 모범 사례가 될 전망이다.

애니메이션 캐릭터 라이선싱의 장점은 라이선서에게 극장, TV방영만으로 감당할 수 없는 제작비를 회수할 수 있는 중요한 수익원이 된다는 점, 프로퍼티의 인지도와 선호도를 높여 다른 콘텐츠산업 영역으로 확장시키는 데 용이하다는 점이다. 라이선시 입장에서는 캐릭터를 상품화함으로써 소비자의 선호도를 높이고 상품 출시의 위험 부담을 감소시킬 수 있으며, 일반 상품에 비해 유통채널 확보가 용이해진다. 이 때문에 애니메이션 캐릭터 라이선싱의 원활한 전개를 위해서는 캐릭터 프로퍼티 확장, 캐릭터 상품화를 위한 캐릭터 매뉴얼 제작, 라이선시 선정 및 관리가 매우 중요하다.

### 1) 캐릭터 프로퍼티 확장

애니메이션 캐릭터 라이선싱에 있어서 프로퍼티는 경제적 가치가 있는 법률 상의 권리뿐만 아니라 마케팅 상의 모든 권리를 포함한다. 때문에 캐릭터의 프로퍼티를 관리하는 라이선서의 역할이 중요하며, 이를 체계적으로 운용하는 시스템에 대한 관심이 높아지고 있다. 국내의 경우 라이선서 전문 인력 및 상품화 경험이 부족하다. 단기적인 전략으로 캐릭터 프로퍼티의 수명을 단축시키는 경우도 있으며, 캐릭터 라이선싱 비즈니스를 전개할 수 있는 기반이 아직은 부족하다고 볼 수 있다. 개발된 캐릭터 중 무한히 사용 가능한 캐릭터는 극소수에 불과하다. 독자적인 세계관과 흡인력을 지니도록 끊임없이 노력하여야 캐릭터의 수명이 연장될 수 있다. 따라서 라이선싱 전개 시 프로퍼티 확장을 통해 경쟁시장에서 부가가치를 창출할 수 있도록 인식을 재정립할 필요가 있다.

### 2) 캐릭터 라이선싱 매뉴얼 제작

캐릭터 라이선싱에서 매뉴얼은 캐릭터의 기본 디자인, 응용 디자인, 상품 디자인 등에 이르기까지 캐릭터 상품 개발을 위한 가이드를 제공해 주는 것이다. 캐릭터를 상품화하려는 기업들에게는 설계도나 바이블이라고 할 수 있으며 라이선싱의 중요한 요소이다. 상품 디자인의 경우 라이선서가 라이선시를 대상으로 캐릭터가 어떻게 상품에 적용될 수 있는지를 보여주며, 이는 라이선시가 캐릭터를 이용하여 어떤 상품을 만들 수 있는지를 가늠해보게 하는 중요한 자료가 된다.

애니메이션 캐릭터 라이선싱 사업을 진행하다 보면 수익 극대화를 위해 무리하게 라이선시를 확보하면서 품질이 떨어지는 업체를 선정하는 경우가 생긴다. 또한 1년 단위의 단기 라이선싱 계약 진행으로 라이선시가 단기 수익만을 위해 품질이 낮은 제품을 판매하는 경우도 발생한다. 이는 캐릭터 프로퍼티에 대한 소비자의 인식에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

### 3) 캐릭터 라이선시의 선정 및 관리

세계적인 캐릭터 <헬로키티>의 소유기업 ‘산리오’는 라이선시 업체 선정 시에 몇 가지 기준을 활용해 철저히 검증하며 관리한다. 첫 번째 생산 능력, 브랜드 인지도 등 업체의 전문성 확인, 두 번째 업계 경력 확인, 세 번째 업체 신용도 체크, 네 번째 기획 능력 검증, 마지막은 캐릭터 이미지에도 영향을 미칠 수 있는 도덕성의 확인이다. 라이선시 관리 방법은 크게 두 가지다. 첫 번째는 기획에서 개발까지 지속적인 라이선시와의 협의이다. 기획 단계에서는 분기별로 1회 라이선시와 개발 회의를 진행한다. 개발 단계에서는 디자인 매뉴얼을 배포하여 산리오 캐릭터를 사용하는 데 있어서 필요한 규칙들을 제공하고, 라이선시의 품질관리, 디자인 관리의 과정에서는 ‘산리오’의 노하우를 활용하여 부족한 부분을 메워준다. 두 번째로 ‘산리오’는 헬로키티 제품이 차지하는 기능과 생산량에 따른 로열티 차이에 따라 로열티를 소비자 가격의 4~10%로 책정하고 있다. 이러한 합리적인 로열티 정책으로 현재 산리오가 일본 내 거래하고 있는 수많은 라이선시 중 절반 이상이 20년 정도의 장기 거래를 지속하고 있으며 상호간에 Win-Win하고 있다. 국내 애니메이션 캐릭터 라이선시 관리도 업체의 전문성, 경력, 도덕성, 그리고 장기적인 비전을 가진 업체를 고려해 이루어져야 한다. 또한 합리적인 로열티 수준과 충분히 긴 계약 기간을 조건으로 하는 새로운 라이선싱 모델을 제시하여 라이선시와 상호 Win-Win할 수 있는 협력관계 구축에 최선을 다해야 할 것이다. 또한 라이선싱 프로세스를 체계적으로 정비함으로써 추후 발생 가능한 문제에 대비하여야 할 것이다.

## 4. 캐릭터 상품화권(Merchandising Right)의 보호체계

WIPO(세계 지적 재산권 기구, WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION)의 1994년에 발간된 ‘Character Merchandising’이란 보고서에 의하면 캐릭터 머천다이징은 “가상적 캐릭터의 창작자나 실존 인물, 한사람 혹은 몇몇의 허가받은 단체 등이 소비자가 가진 캐릭터에 대한 선호도 때문에 상품이나 서비스를 구매하고자 하는 잠재적 고객을 유치하는 목적으로 캐릭터의 이름, 이미지, 외형적 모습 등의 특색 있는 캐릭터의 특징들을 다양한 물건이나 서비스에 적용하거나 2차적으로 이용하는 것이다”라고 정의된다. 간단히 표현하자면 캐릭터의 다양한 사용 중에서 일반 상품에 적용되는 것을 머천다이징이라고 한다. 라이선시의 상품화에서 가장 중요한 것은 사람들의 마음을 끄는 요소가 무엇인지를 파악하고 캐릭터에 대한 이해도를 높이는 것이다. 즉, 원작에 대한 이해와 캐릭터가 가지고 있는 이미지와 세계관에 대한 이해이다. 이를 통해 단순히 캐릭터의 인기에 편승한 상품이 아니라, 끊임없는 노력과 연구로 이루어진 독창적인 히트 상품을 만들어낼 수 있는 것이다.

상품의 판매나 서비스의 제공 등에 이용되는 캐릭터를 소유하는 권리 내지는 그 캐릭터를 상품이나 서비스에 이용하려는 자에게 이용을 허락할 수 있는 권리를 상품화권(Merchandising Right)이라 한다. 상품화권은 상표권, 저작권 등과 같이 독자적인 권리는 아니며 고객흡인력을 갖는 캐릭

터가 영업적으로 이용되는 경우에 당해 캐릭터에 대한 권리를 갖는 자를 보호하기 위하여 인출된 개념이다. 현행법상 캐릭터는 각각이 갖는 특성에 따라 저작권법, 상표법, 디자인보호법 등 각종 법률에 의하여 보호될 수 있다고 해석된다. 이처럼 상품화권이 발생하는 것이 바로 캐릭터인 것이다. 캐릭터를 상품에 활용하고자 라이선스를 희망하는 회사가 나타나면 계약을 맺게 되고 이로써 상품화권은 발생하는 것이다. 그러나 캐릭터의 상품화권에 관련된 지적재산권법 중 저작권법을 제외한 다른 법률에 의한 보호에 대해서는 아직 캐릭터 상품화권자들의 불만이 많다. 성공적인 캐릭터 비즈니스를 위해 상품화권 관계 법률에 대한 검토는 반드시 필요하므로 판례나 관련 자료들을 활용하여 캐릭터 지적재산권에 대한 보호를 확실히 해야 할 것이다.

### 1) 상표법에 의한 보호

저작권법 외에 다른 지적재산권법에 의한 보호로서 먼저 캐릭터에 대하여 상표권 등록을 받아두는 방법을 생각해 볼 수 있다. 특히 상품화권의 대상으로 중요한 역할을 하는 캐릭터의 명칭이나 제호 등이 저작권의 보호를 받지 못하므로 이들을 상표등록하여 두는 것은 상품화권의 보호를 위한 중요한 수단이 된다. 그러나 캐릭터의 형상 또는 명칭을 상표등록하였다 하더라도 그 보호 범위에는 상표법상의 제한이 따르게 된다. 현행 상표권 보호의 단점은 상표등록을 위해 지정 상품을 특정하여야 하며 포괄적인 상품 지정이 허용되지 않는다는 점이다. 이는 OSMU 확대로 캐릭터 머천다이징 대상물품이 다양화되고 캐릭터 머천다이징의 글로벌화가 이루어지는 현 상황에 부합하지 못한다고 보여진다. 모든 상품에 대해서 상표등록을 하는 것은 캐릭터 머천다이징의 권리자에게 막대한 비용을 지불하게 하며, 해당 모든 상품들에 대해서 식별력을 갖출 수 있는가도 아직 의문시되고 있다. 또한 상표권 사용이 아닌 디자인적, 장식적 사용의 경우 상표권 침해 요건이 되지 않는다. 캐릭터가 유명상표로 주지·저명한 경우에는 보호 범위의 확대가 가능하지만 일반적으로는 저작권에 비해 보호 범위가 한정되어 있다.

### 2) 디자인보호법에 의한 보호

캐릭터에 디자인 등록을 받아 놓으면 디자인보호법에 의한 보호를 받을 수 있다. 그러나 디자인권의 경우 디자인 등록의 요건을 만족시켜야 한다. 디자인은 1고안 1출원에 의하여 물품별로 성립하므로 그 물품별로 등록을 하여야 하고 물품별로만 각각 양도 가능하다는 불편이 있다. 또한 디자인은 신규성이 있어야 등록을 받을 수 있다. 따라서 디자인보호법 역시 OSMU 확장에 따른 캐릭터 머천다이징 대상 물품이 다양화됨에 따른 비용의 부담이 문제가 되며, 미등록 디자인의 보호에 있어서는 한계를 나타내고 있다. 최근 마시마로와 뽀로로를 합친 이른바 ‘마시뽀로’가 불법 유통되면서 현행 디자인보호법의 문제점이 부각되었다. 현행 디자인보호법상으로는 이미 저작권 등록이 된 캐릭터라도 살짝 변형한 디자인으로 의장등록이 가능하기 때문에 마시뽀로는 별다른 단속이나 제

제 없이 ‘합법적 유사품’으로 인정받아 유통되었다. 해당 캐릭터 라이선스사의 이의 신청을 받아 특허청에서는 ‘마시뽀로’의 등록을 거부했지만 실제로는 이를 비슷기라도 하듯이 인형 뽑기 기계 등에서 유통되었다. 이 사건은 시민들로 하여금 저작권과 산업재산권에 대한 인식을 높이기도 했다. 하지만 마시마로에 모자를 씌우거나 옷을 입혀놓는 등의 변형에 대해 뚜렷한 법적조치가 취해지지 않은 점에서, 업계와 관련기관의 대응능력 부족 또한 여실히 드러났다. 따라서, 현재 국회에 계류 중인 특허청의 디자인보호법 개정법률안(2010. 7. 7)의 조속한 입법이 절실한 것 같다. 제조업 중심으로 만들어진 디자인보호법은 물품을 중시했기 때문에 IT산업이나 콘텐츠산업 등 신기술에 의한 디자인의 범위 변화를 제대로 반영하지 못하고 있다. 이 개정안은 디자인보호 대상을 캐릭터 자체까지 확대하고 물품과 관계없이 디자인 자체가 유사하면 모든 물품에 대해 독점배타적 권리가 발생하도록 하고 있다.

### 3) 부정경쟁방지법에 의한 보호

부정경쟁방지법은 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기, 포장, 기타 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지와 동일 또는 유사한 것을 사용하여 타인의 상품 또는 영업과 혼동을 일으키는 행위를 부정경쟁행위라고 규정하고, 이러한 행위에 대한 금지청구 및 손해배상 청구 등을 인정하고 있다. 캐릭터의 상품화가 저작권법이나 상표법, 의장법에 의하여 보호를 받는 데에는 어느 정도의 제한이 따르므로 보통의 경우에 캐릭터의 상품화권은 부정경쟁방지법에 의하여 보호를 받게 된다. 우리나라에서 캐릭터의 보호는 실정법상 저작권법에 의하는 것이 원칙이고 부정경쟁방지법에 의한 보호도 가능하기는 하다. 하지만, 캐릭터가 부정경쟁방지법의 보호를 받기 위해서는 그것이 상품 표지 또는 영업 표지로서 주지성을 가지고 있어야 하므로, 부정경쟁방지법 상 보호는 상당히 불충분하다고 할 것이다.

## 5. 국내 캐릭터 상품의 유통구조 현황

최근 들어 유통구조가 급격히 변화하고 있는데, 유통구조가 변하는 원인은 소비자들의 니즈가 예전과는 달라졌기 때문일 것이다. 따라서 소비자의 니즈를 진단·분석하고 유통구조별로 제품과 가격 전략을 차별화해야 한다. 이를 위해서는 국내 유통구조의 문제점과 이에 따른 발전 방안을 살펴볼 필요가 있다.

첫째는 전문 교육을 이수한 전문 인력이 절대적으로 부족한 상태이다. 시장과 소비자의 요구, 트렌드 등 필요한 정보가 부족하여 합리적인 캐릭터 상품의 제작 및 유통이 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 관련학과 졸업생들의 진출은 많으나 이들을 재교육시키는데 드는 비용과 시간이 너무 많이 소요된다. 문화콘텐츠 전반에 대한 지식과 기술을 겸비하고 급격히 변화하는 환경에 대응할 수 있는 인력 양성이 필요하다. 또한 캐릭터상품 기획·유통·배급 과정에서 효과적으로 마케팅

할 수 있도록 특성화 교육기관 지원, 마케터 양성, 사이버 아카데미 운영, 캐릭터 관련 자격증 제도 신설 등이 절실하다.

둘째는 캐릭터 유통업체의 해외 캐릭터에 대한 선호도가 높다는 점을 들 수 있다. 국산 캐릭터의 선호도가 증가하고 있음에도 불구하고 만 10~49세 이하의 캐릭터 인지도, 선호도 순위에서 해외 캐릭터가 차지하는 비율이 현저히 높다. 또한, 매출액 비중에 있어서도 국내 캐릭터 44.2%, 해외 캐릭터 55.8%로 나타나, 전반적으로 해외 캐릭터를 선호하고 있는 것으로 조사되었다. 유통업자는 수익성을 예상할 수 없는 국내 캐릭터로 모험을 시도하기보다는 도입 사례가 있는 해외 캐릭터 사용을 통해 안정적 수익을 추구하는 경향이 높다. 때문에 TV 재방영이나 스마트폰, 태블릿PC 등 뉴미디어 등을 통해 지속적으로 캐릭터를 노출함으로써 국산 캐릭터에 대한 호감도와 친밀감을 높여야 할 것이다. 다양한 매체를 통한 광고들이 상호 연계됨으로써 광고효과는 증폭될 수 있으며, 매체의 확대는 캐릭터상품 판매의 새로운 기회를 제공할 수 있다.

셋째는 불법복제 상품으로 인한 캐릭터 생태계 교란이다. 언급했듯이 마시뽀로와 같은 불법복제 상품이 국산 캐릭터 상품화의 발전에 걸림돌이 되고 있다. 불법복제는 캐릭터상품 뿐만 아니라 지적 창의성에 의존하는 모든 분야의 발전을 저해한다. 따라서 시대 변화에 부응할 수 있도록 저작권법, 상표권 등의 보완이 요구된다.

네 번째는 캐릭터상품 전용 쇼핑몰의 부족이다. 캐릭터상품의 유통경로는 대형 할인 마트가 꾸준히 40% 이상의 큰 비중을 차지해 왔다. 그러나 무리한 납품 조건의 문제를 내포하고 있고, 일반 상품과 차별되지 않게 상품 위주로 전시·판매되고 있어 이에 대한 개선 요구가 커지고 있다. 이런 문제점을 개선하기 위한 공공기관과 민간업체의 움직임이 포착되고 있다. 현재 오프라인 매장으로서는 한국콘텐츠진흥원에서 신촌점을 시작으로 국산 캐릭터 유통 전문매장을 조성·확대하고 있으며, 온라인 매장으로서는 국내 최초의 캐릭터/저작권 온라인 아카이브이자 등록된 캐릭터 이미지를 활용하여 상품화시킬 수 있는 캐릭터 오픈마켓을 서울산업통상진흥원에서 구축 중에 있다. 그리고 국산 캐릭터 라이선싱 업체들이 참여하여 구축중인 콕스(KOCS)와 한국캐릭터산업협동조합에서 구축 중인 캐릭터마트 등이 오픈 예정이다.

## 6. 머천다이징 활성화 사례

기획 단계부터 라이선싱 상품화를 고려하여 제작된 대표적인 국산 애니메이션 라이선싱 사례는 다음과 같다.

### 1) 로보카 폴리

2011년 첫 방영을 시작한 <로보카 폴리>는 방영과 동시에 EBS 유아프로그램 시청률 1위를 기록하였다. <로보카 폴리>는 애니메이션 기획 초기부터 완구화를 겨냥해 제작된 작품이다. <로보카 폴

리>의 가능성을 높이 평가한 세계적인 완구기업 실버릿과 기획 초기단계부터 완구 라이선싱 계약이 체결되면서 완구 제작과 유통에 대한 기반을 다질 수 있었다. 또한 실버릿과 함께 국내 최고의 완구 대행사인 아카데미 과학이 완구 제작과 유통 파트너로 참여해 애니메이션 방영과 동시에 시장에 완구를 출시했고, 출시된 완구도 전량이 품절되는 등 큰 인기를 얻었다. 향후 <로보카 폴리>는 북미, 서유럽, 남미, 오세아니아, 중동 및 북아프리카 등 세계 100개 국 이상의 국가로 필름 및 라이선싱 사업을 확장할 예정이며 2012년부터 해외 방송과 해외 머천다이징 사업이 진행될 예정이다.

## 2) 캐니멀

<캐니멀>은 3년 이상의 사전 준비작업과 기획을 거쳐 탄생한 TV 애니메이션으로, 6~8세 어린이들을 대상으로 제작되었다. 기획 단계부터 캐릭터 상품화를 고려해 규격을 통일한 원통형 캔 모양으로 디자인됐다. 일반적으로 애니메이션의 성공을 통해 캐릭터 라이선싱이 확대되는 과정을 거치는데 비해, <캐니멀>은 애니메이션 방영 전부터 캐릭터 라이선싱이 이뤄지는 등 해외시장에서 먼저 인정을 받아왔다. 2011년 3월 EBS 애니메이션 방영과 동시에 온라인 게임, 스마트폰게임, 애플리케이션, 웹 애니메이션, 출판 등 멀티 플랫폼에서 다양한 콘텐츠를 출시하여 큰 인기를 끌고 있다. 총 40개국에서 라이선싱 및 상품화 협의가 진행 중이며 국내 50여개 업체와 라이선스 계약이 완료되었다.

## 3) 로봇 알포

2011년 12월 MBC TV 방영 예정작인 <로봇 알포>는 아직 방영도 되지 않았지만 다양한 머천다이징 사업을 전개 중이다. 2010년 1월에 출시한 LG생활건강의 어린이 전용치약인 '페리오 키즈 플러스(일명 똥 치약)'는 상반기 동안만 무려 40만개가 팔려 8억 원의 매출을 올렸다. 세계에 내로라 하는 기업들이 3DTV를 출시하고 있는 가운데 2010년 3월부터 유럽, 미주, 아프리카 등 전 세계에 퍼져 있는 LG전자 제품에서 <로봇 알포>가 시범 작품으로 상영되고 있다. 또한 모바일 서비스 '스토리 메시지'에 활용되어 수백만의 사용자들이 사용하는 메신저, 네이트온을 통해 사용될 예정이다. 국내 시장은 물론 해외시장 진출을 앞두고 있고, 방송뿐만 아니라 모바일, 온라인 등으로 확장되면서 뉴미디어와 캐릭터 라이선싱 산업의 융화에 정점을 찍고 있다.

## 4) 꼬마버스 타요

국내에서는 2010년 8월, EBS를 통해 1차 시리즈 총 26편의 방송을 시작하여 당일 EBS 방송 프로그램 중 최고 시청률을 기록하는 등 꾸준한 인기 속에 방송을 마쳤으며, 2011년 말 2차 시리즈가 방송될 예정이다. 사업적인 면에서도 1차 시리즈 방송 1년 만에 출판, 완구, 생활용품 등 60여개

업체와 100여종의 상품화 계약을 체결하였으며, 특히 출판물, 완구 등 주요 전략상품들은 출시와 동시에 대형 마트 및 서점, 온라인 마켓 판매 순위에서 수위를 차지하며 국내 대표적인 유아용 캐릭터 중 하나로 발돋움하고 있다. 이와 같은 기존 사업 영역에서 더 나아가 세계 최대의 온라인 동영상 사이트인 유튜브에 공식 채널을 오픈하여 온라인 스트리밍 VOD 서비스를 제공 중이며, 모바일 애플리케이션 및 스마트TV용 게임을 런칭하는 등 다변화되는 디지털 미디어에 대응한 다양한 사업도 전개하고 있다. 이와 같은 실적과 인지도를 바탕으로 <꼬마버스 타요>는 사업적인 부분 뿐만 아니라, 공동제작에 참여한 공공기관인 서울특별시의 대중교통을 대표하는 캐릭터로써 교통안전 캠페인 및 교통안전 홍보 대사 활동 등 유아를 대상으로 한 다양한 공공 캠페인을 적극적으로 전개하여 공공기관의 캐릭터 활용 및 애니메이션 사업의 바람직한 협력 사례로 긍정적인 평가를 받고 있다.

## 제3장

## 국내 방송사의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황

본 자료는 2010년 지상파 방송사 5개 채널과 케이블·위성 채널의 5개 애니메이션 전문 채널의 애니메이션 방영 현황을 분석한 통계자료이다. 지상파 채널의 방영 현황은 각 채널의 홈페이지에 공개된 편성표를 다운받아 분석하였으며, 케이블·위성 채널의 방영 현황은 각 채널에서 편성표를 제공받아 분석하였다. 지상파 방송사는 KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS이며, 케이블·위성 채널은 투니버스, 애니원, 챔프, 애니박스, 애니맥스이다.

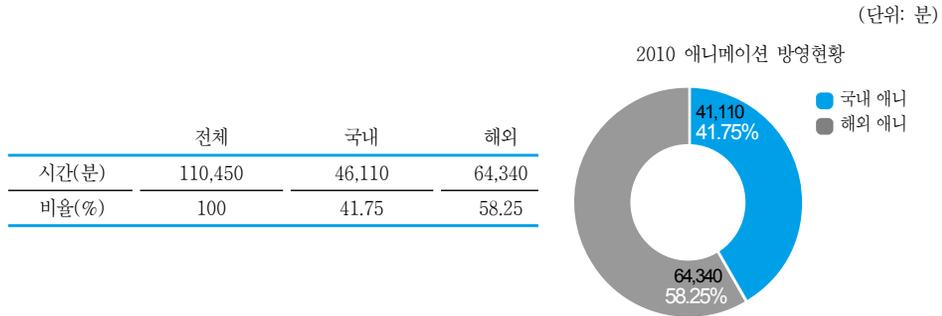
## 제1절

## | 지상파 방송사 5개 채널의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황 |

## 1. 지상파 방송사의 애니메이션 방영 현황

국내 지상파 방송 4사 5개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS)의 애니메이션 방영 현황은 각 방송사의 홈페이지에 공개된 편성표를 분석한 것으로, 2005년 이후부터 각 방송사의 홈페이지에 공개되어 있는 최종 방송 편성표를 통계의 기본 자료로 활용하고 있다. 각 편성 시간에는 광고 시간 등이 포함되어 있기 때문에 실제로 방영한 시간과 편성표에 나타난 방영 시간은 차이가 있을 수 있다. 각 채널에서 연간 방영한 전체 프로그램의 총 시간을 나타내는 ‘연간 전체 방송 시간’은 편성표만으로는 파악할 수 없기 때문에 각 방송사에서 따로 자료를 제공받아 분석하였다.

&lt;표 2-3-1&gt; 2010년 국내 및 해외 애니메이션 총 방영 시간



2010년 한 해 동안 지상파 5개 채널의 전체 애니메이션 방영 시간은 총 110,450분, 약 1,841시간이며, 이는 국내에서 제작된 애니메이션(이하 ‘국내 애니메이션’이라 함)과 해외에서 제작된 애니메이션(이하 ‘해외 애니메이션’이라 함)의 방영 시간을 합한 시간이다. 국내 애니메이션의 총 방영 시간은 46,110분, 약 769시간으로 전체 애니메이션 방영 시간의 41.75%를 차지하며, 해외 애니메이션의 총 방영 시간은 64,340분, 약 1,072시간으로 전체 애니메이션 방영 시간의 58.25%를 차지한다. 국내 애니메이션은 방송통신위원회의 국산 인증 심의를 통과한 작품들을 의미하며, 국내 애니메이션의 방영 시간은 신규방영과 재방영을 합한 시간이다.

&lt;표 2-3-2&gt; 2010년 국내 애니메이션의 신규방영 및 재방영 시간

	국내 전체	신규	재방
시간(분)	46,110	20,675	25,435
비율(%)	100.00	44.84	55.16

2010년 한 해 동안 지상파 5개 채널에서 방영된 신규 작품의 방영 시간은 총 20,675분, 약 345시간이었고, 재방영 시간은 총 25,435분, 약 424시간이었던 것으로 나타났다. 신규방영은 국내에서 제작된 애니메이션 중 국내에서 처음으로 선보이는 작품의 방영을 말하는 것으로, 이전에 어느 매체에서도 방영된 적이 없는 작품의 방영을 지칭한다. 현재 정부에서는 국내 애니메이션산업의 보호와 육성 및 신규 창작 작품의 제작을 촉진시키기 위해, 각 지상파 채널은 의무적으로 연간 전체 방송 시간의 1%(EBS는 0.3%)를 새로 제작된(신규) 국내 애니메이션 방영에 할애할 것을 방송법으로 정하고 있다. 단, 올림픽, 월드컵 등 국가가 참여하는 주요 국제 스포츠 경기의 중계와 뉴스속보, 재난 방송 등은 연간 전체 방송 시간에서 제외된다.

### ▶ 방송법

#### 제71조 (국내 방송 프로그램의 편성)

- ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 방송 프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.
- ② 방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 지상파방송사업자는 당해 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. <개정 2004.3.22>
- ③ 방송사업자는 국제문화 수용의 다양성을 보장하기 위하여 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.

### ▶ 방송법 시행령

#### 제57조 (국내 제작 방송 프로그램의 편성)

- ② 방송사업자는 법 제71조 제2항 본문의 규정에 따라 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 다음 각 호의 범위 안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 종교 또는 교육에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자의 경우에는 국내에서 제작된 영화·애니메이션을 당해 채널의 연간 전체 영화 방송시간 또는 애니메이션 방송시간의 100분의 40 이하의 범위 안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상을 편성하여야 한다. <개정 2001.3.20, 2004.9.17, 2008.2.29>
  1. 영화 : 당해 채널의 전체 영화 방송 시간의 100분의 20 이상 100분의 40 이하
  2. 애니메이션 : 당해 채널의 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 30 이상 100분의 50 이하
  3. 대중음악 : 당해 채널의 전체 대중음악 방송 시간의 100분의 50 이상 100분의 80 이하
- ③ 지상파방송사업자는 법 제71조 제2항 단서의 규정에 의하여 당해 텔레비전 방송 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송 시간의 1000분의 15 이하에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지상파방송사업자는 지상파텔레비전 방송 사업으로 허가받은 당해 텔레비전 방송 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송 시간의 100분의 1 이상 신규로 편성하여야 한다. <신설 2004.9.17, 2006.3.10, 2007.8.7, 2008.2.29>
  1. 공사
  2. 「방문문화진흥회법」에 의한 방문문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자
  3. 직전 3개 사업연도의 평균 매출액이 3천억 원 이상인 지상파방송사업자
- ④ 방송사업자는 법 제71조 제3항의 규정에 의하여 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 분야별로 당해 채널의 매분기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 방송 시간의 100분의 60 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다. <개정 2004.9.17, 2007.8.7, 2008.2.29>

### ▶ 방송 프로그램 편성비율고시

#### 제3조(국내 제작 방송 프로그램의 편성 비율)

- ③ 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내 제작 애니메이션을 편성하여야 한다.
  1. 지상파방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 45 이상
  2. 종합유선방송사업자, 위성방송 사업자, 방송채널사용사업자, 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 35 이상
  3. 교육 또는 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자는 제1호와 제2호의 규정과 관계없이 다음의 규정에 따른다.
    - 가. 교육을 전문으로 편성하는 방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 8 이상
    - 나. 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 4 이상

#### 제4조(신규로 편성되는 국내 제작 애니메이션의 편성 비율)

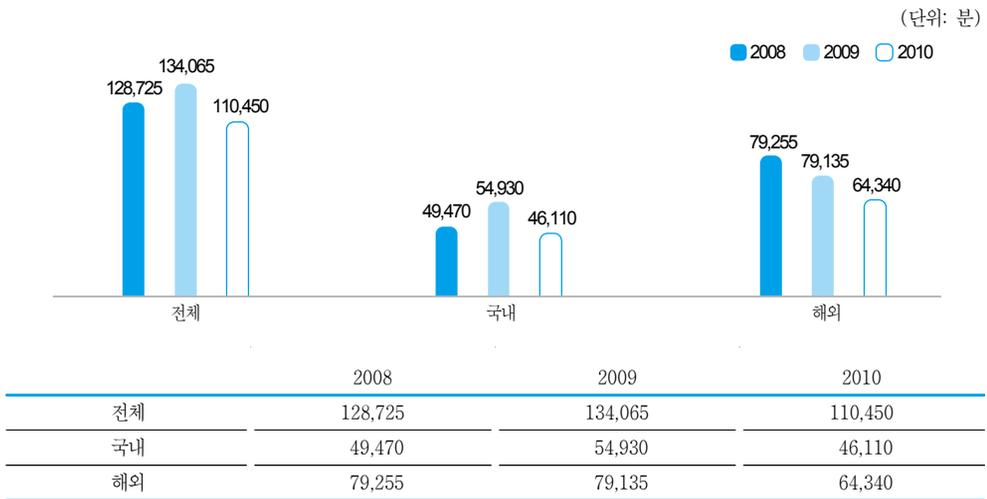
- ① 한국교육방송공사는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송 시간의 1000분의 3 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.
- ② 지상파이동멀티미디어방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송 시간의 1000분의 1 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.

제7조(수입한 외국의 영화·애니메이션·대중음악 중 한 나라에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율) 방송사업자는 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악을 분야별로 해당 채널의 매분기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 방송 시간의 100분의 60을 초과하여 편성할 수 없다.

위 방송 프로그램 편성비율고시 내용 중 제3조는 국내 애니메이션의 편성 비율(쿼터제)을, 제4조는 국산 신규 애니메이션 편성 비율(총량제)에 대한 내용을 담고 있으며, 제7조는 특정 국가의 작품에 대한 편성 비율(1개 국가 편성 비율)에 관한 내용을 담고 있다. 2010년 12월 31일자로 일부 고시 내용이 변경되었으나 2010년 방영분은 변경된 고시 내용의 적용을 받지 않는다.

2008년부터 2010년까지 지상파 채널에서 방영된 국내 애니메이션과 해외 애니메이션의 방영 시간을 비교해 보면 아래와 같다.

<표 2-3-3> 2008~2010년 애니메이션 방영 시간 비교



\*본 자료에서 사용된 2008년과 2009년의 통계수치는 '2010 애니메이션산업 백서'를 참고하였음.

2010년에는 2009년에 비해 국내 애니메이션의 방영 시간과 해외 애니메이션의 방영 시간이 모두 줄어든 것을 확인할 수 있다. 2010년의 전체 애니메이션 방영 시간은 2009년에 비해 약 17.61% 감소하였다.

<표 2-3-4> 2008~2010년 애니메이션 방영 시간 증감

총 방송 시간 변화	전체	국내	해외
2008년	128,725	49,470	79,255
2009년	134,065	54,930	79,135
2008년 대비 방송시간 증감	5,340 4.15%	5,460 11.04%	-120 -0.15%
2010년	110,450	46,110	64,340
2009년 대비 방송시간 증감	-23,615 -17.61%	-8,820 -16.06%	-14,795 -18.70%

2010년도의 전체 애니메이션 방영 시간은 110,450분(약 1,841시간)으로 2009년도의 134,065분(약 2,234시간)보다 23,615분(약 394시간), 약 17.61% 감소하였다. 국내 애니메이션 방영 시간은 46,110분(약 769시간)으로 2009년의 54,930분(약 916시간)보다 8,820분, 약 16.06% 감소하였다. 해외 애니메이션 방영 시간은 64,340분(약 1,072시간)으로 2009년의 79,135분(약 1,319시간)보다 14,795분, 약 18.70% 감소하였다. 이렇듯 20% 가까운 애니메이션 방영 시간 감소는 ‘2010 남아공 월드컵’과 ‘2010 밴쿠버 동계올림픽’ 등 주요 국제 경기들의 중계 시간이 편성되면서 애니메이션 방영 시간이 줄어든 것에 기인하는 것으로 보인다.

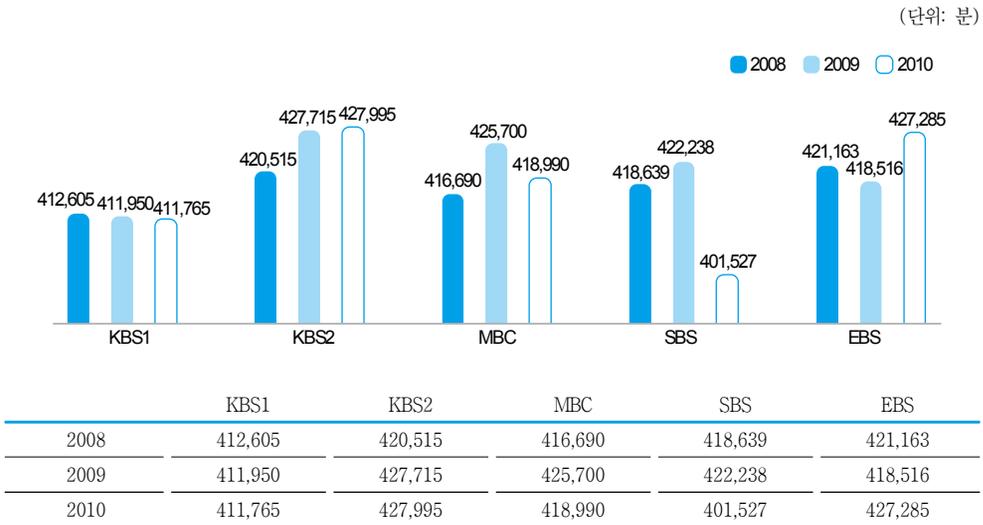
## 2. 지상파 채널별 애니메이션 방영 현황

<표 2-3-5> 2010년 각 채널별 연간 전체 방영 시간

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
전체 방영 (분)	411,765	427,995	418,990	401,527	427,285

2010년의 각 채널별 연간 전체 방영 시간을 살펴보면 KBS2가 427,995분으로 가장 많은 시간을 방영했고, SBS가 401,527분으로 방영 시간이 가장 적은 것으로 나타났다. 2010년은 ‘2010년 남아공 월드컵’, ‘2010 밴쿠버 동계올림픽’ 등 주요 국제 경기가 많았던 해로, 이들의 주관 방송사였던 SBS의 전체 방송 시간이 타 방송사보다 적었던 것을 알 수 있다.

<표 2-3-6> 2008~2010년 각 채널별 연간 전체 방영 시간 비교



2010년에 주요 국제 경기의 주관 방송사였던 SBS의 전체 방영 시간은 2009년 대비 -4.91%를 기록하며 가장 많이 감소하였다. 반면 국제 경기를 중계하지 않았던 EBS의 방영 시간은 2.10% 증가했는데, 이는 5개 채널 중 가장 많이 증가한 것이다. 기간 채널로서 보도, 시사 정보, 스포츠, 교양 등의 프로그램을 주로 방영하는 KBS1의 방영 시간도 감소했는데, SBS와 마찬가지로 2010년 주요 국제 경기의 방영으로 인해 전체 방영 시간이 축소된 것으로 볼 수 있다. 반면 KBS2의 방영 시간은 EBS와 마찬가지로 소폭 증가하였다. 종합하면 2010년에 5개 채널의 전체 애니메이션 방영 시간은 2009년과 비교하여 18,557분, 약 0.88% 감소하였다.

<표 2-3-7> 2008~2010년 지상파 5개 채널의 연간 전체 방송 시간 변화

(단위: 분)					
총 방송시간 변화	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	412,605	420,515	416,690	418,639	421,163
2009년	411,950	427,715	425,700	422,238	418,516
2008년 대비 방송시간 증감	-655	7,200	9,010	3,599	-2,647
	-0.16%	1.71%	2.16%	0.86%	-0.63%
2010년	411,765	427,995	418,990	401,527	427,285
2009년 대비 방송시간 증감	-185	280	-6,710	-20,711	8,769
	-0.04%	0.07%	-1.58%	-4.91%	2.10%

2008년에 애니메이션을 가장 많이 방송했던 채널은 EBS로, EBS의 연간 전체 방송 시간은 421,163분이었다. 반면, KBS1은 412,605분을 방송하여 가장 적게 방송한 것으로 나타났다. 2009년과 2010년에는 KBS2에서 각각 427,715분과 427,995분으로 5개 채널 중 가장 많은 시간 애니메이션을 방송했다. 가장 적게 방송한 채널은 2009년에는 KBS1, 2010년에는 SBS였다.

KBS1의 연간 전체 애니메이션 방송 시간은 2008년 이후 지속적으로 하락하고 있다. 2009년에는 전년에 비해 약 0.16%, 655분이 하락한 411,950분, 2010년에는 2009년보다 약 0.04%, 185분이 하락한 411,765분을 방송했다. KBS2는 2009년과 2010년 모두 전체 애니메이션 방송 시간이 증가했다. 2009년에는 전년 대비 약 1.71%, 7,200분 증가했고, 2010년에는 전년 대비 약 0.07%, 280분 증가했다. 언급한 것처럼, KBS2는 2년 연속으로 5개 채널 중 연간 애니메이션 방송 시간이 가장 많은 채널이었다.

MBC의 애니메이션 방송 시간은 2009년에는 전년에 비해 약 2.16%, 9,010분이 증가했고, 2010년에는 2009년에 비해 약 1.58%, 6,710분이 감소했다. 2010년 전체 방송 시간은 2008년에 비해 약 0.55%, 2,300분 증가하였다. SBS도 MBC의 경우와 마찬가지로 2009년에는 전년에 비해 전체 방송시간이 증가하였으나 2010년에는 전년에 비해 감소하였다. 2009년에는 2008년에 비해 약 0.86%, 3,599분이 증가하였고, 2010년에는 2009년에 비해 약 4.91%, 20,711분이 감소했는데, 2010년의 전체 방송 시간을 2008년의 방송 시간과 비교하면 약 4.08%, 17,112분 감소한 것으로 나타났다.

EBS는 MBC나 SBS와는 반대로 2009년에는 전년에 비해 방송 시간이 감소하고, 2010년에는 방송 시간이 증가한 것으로 나타났다. 2009년에는 2008년에 비해 약 0.63%, 2,647분 감소하였으나 2010년에는 2009년에 비해 약 2.10%, 8,769분 증가하였다. 2010년의 전체 방송 시간은 2008년에 비해 약 2.08%, 8,769분 증가하였다.

<표 2-3-8> 2010년 각 방송사의 국내 및 해외 애니메이션 방영 시간

(단위: 분)

방송사	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS	총합
전체 애니메이션	4,720	11,590	5,485	7,665	80,990	110,450
국산 애니메이션	4,540	7,710	5,485	7,665	20,710	46,110
	96.19%	66.52%	100.00%	100.00%	25.57%	41.75%
해외 애니메이션	180	3,880	-	-	60,280	64,340
	3.81%	33.48%	-	-	74.43%	58.25%

지상파 5개 채널은 2010년에 전체 애니메이션 방영 시간 중 41.75%를 국내 애니메이션을 방영하고, 58.25%를 해외 애니메이션을 방영한 것으로 나타났다. 채널별로 국내 애니메이션 방영 현황을 살펴보면, MBC, SBS는 전체 애니메이션 방영 시간을 모두 국내 애니메이션으로 편성하였다. 전체 애니메이션 방영 시간 중 KBS1은 96.19%, KBS2는 66.52%, EBS는 25.57% 가량을 국내 애니메이션의 방송에 사용하였다.

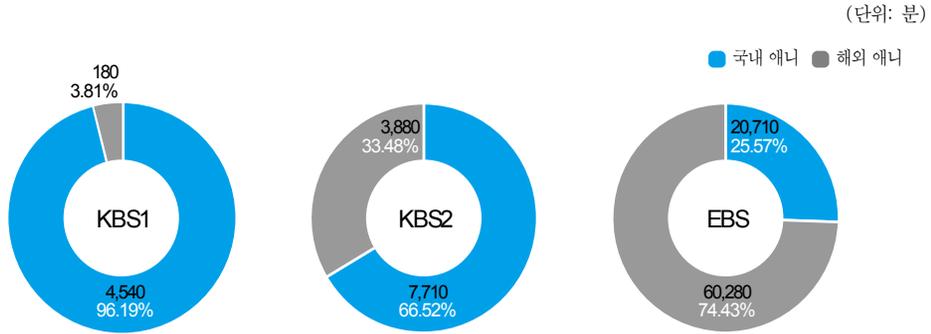
해외 애니메이션의 경우 EBS가 전체 방영 시간의 74.43%로 가장 많은 해외 애니메이션을 방영하였고, KBS2가 방영 시간의 33.48%를, KBS1이 방영 시간의 3.81%를 점유하였다. KBS1의 전체 애니메이션 방영 시간은 4,720분, 약 79시간이었다. 이 중 국내 애니메이션은 4,540분, 약 76시간으로 전체 방영의 96.19%를 차지하고 있으며, 해외 애니메이션은 180분, 3시간으로 약 3.81%를 차지하고 있다.

KBS2의 전체 애니메이션 방영 시간은 11,590분, 약 193시간이었다. 이 중 국내 애니메이션 방영은 7,710분, 약 128시간으로 66.52%를 차지하고 있고, 해외 애니메이션 방영은 3,880분, 약 65시간으로 33.48%를 차지하고 있다. MBC의 애니메이션 전체 방영 시간은 5,485분, 약 92시간이었다. MBC의 경우 위 두 채널과는 달리 2010년 애니메이션 방영 시간의 100%를 국내 애니메이션 방영에 할당하였다. SBS의 2010년 전체 애니메이션 방영 시간은 7,665분, 약 128시간이었다. SBS도 MBC와 마찬가지로 2010년에는 해외 애니메이션을 방영하지 않고 국내 애니메이션만을 방영하였다. EBS의 애니메이션 전체 방영 시간은 80,990분, 약 1,350시간이었으며, 이 중 국내 애니메이션의 방영 시간은 20,710분, 약 345시간으로 전체의 25.57%를 차지한다. 해외 애니메이션은 60,280분, 약 1,005시간 방영하였으며 이는 전체의 74.43%를 차지하였다.

타 채널과 성격이 다른 EBS를 제외한 4개 채널 중 2010년에 가장 많은 애니메이션을 방영한 채널은 KBS2였으며 애니메이션 방영이 가장 적었던 채널은 KBS1이었다. 이 중 국내 애니메이션

의 방영 시간이 가장 많았던 채널도 역시 KBS2였으며, 국내 애니메이션의 방영 시간이 가장 적었던 채널도 KBS1이었다. 2010년 주요 국제 경기의 주관 방송사였던 SBS의 경우 전체 방영 시간이 4개 채널 중 가장 적은 401,527분으로 KBS1의 411,765분보다 10,238분이 더 적었으나, 4개 채널 중 애니메이션의 방영 시간은 두 번째로 많은 채널이었다. KBS1에 비해 전체 애니메이션은 2,945분, 국내 애니메이션은 3,125분 더 많이 방영한 것을 알 수 있다.

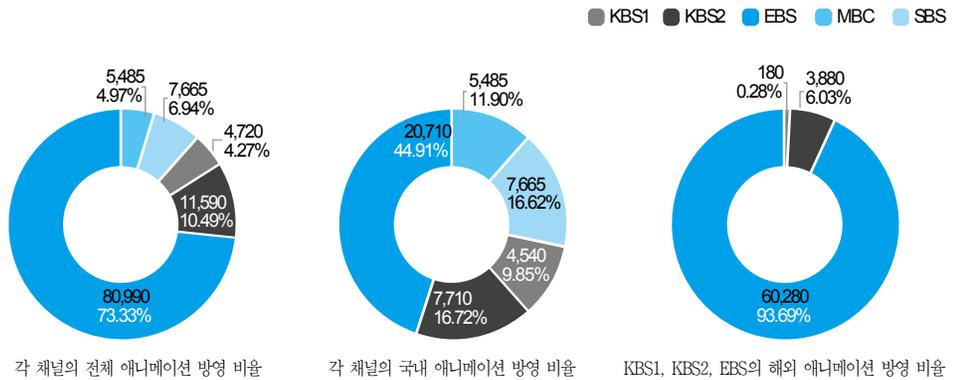
<그림 2-3-1> 2010년 각 채널별 국내 및 해외 애니메이션 방영 비율



\* MBC와 SBS는 전체 애니메이션 방영 시간의 100%를 국내 애니메이션 방영에 사용하였으므로 위 그림에서는 제외하였다.

다음 그림은 지상파 5개 채널의 애니메이션 방영 현황을 전체·국내·해외 애니메이션 방영 시간별로 비교한 것이다.

<그림 2-3-2> 2010년 각 채널의 애니메이션 방영 비교



각 채널의 전체·국내·해외 애니메이션 방영 시간 각 부문에서 EBS가 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것을 알 수 있다. EBS는 예년과 마찬가지로 2010년에도 지상파 채널 중 가장 많은 시간을 애니메이션 방영에 할애하고 있는 것을 확인할 수 있는데, 이것은 타 채널과 달리 교육 방송이라는

특성으로 인해 성인 대상의 프로그램보다는 어린이들을 대상으로 하는 교육 및 오락 프로그램을 많이 편성하고 있기 때문에 볼 수 있다. 5개 채널의 총 애니메이션 방영 시간 110,450분 중 EBS의 애니메이션 방영 시간은 73.33%인 80,990분이었다. 총 국내 애니메이션의 방영 시간 46,110분 중 44.91%인 20,710분이, 총 해외 애니메이션의 방영 시간 64,340분 중 93.69%인 60,280분이 EBS에서 방영된 시간이었다.

<표 2-3-9> 2008~2010년 지상파 5개 채널의 전체 애니메이션 방영 시간 변화

전체 애니메이션 총 방영 시간 변화	(단위: 분)				
	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	5,845	7,240	5,995	8,295	101,350
2009년	6,015	5,080	5,970	8,275	108,725
2008년 대비 방송 시간 증감	170	-2,160	-25	-20	7,375
	2.91%	-29.83%	-0.42%	-0.24%	7.28%
2010년	4,720	11,590	5,485	7,665	80,990
2009년 대비 방송 시간 증감	-1,295	6,510	-485	-610	-27,735
	-21.53%	128.15%	-8.12%	-7.37%	-25.51%

2010년에는 KBS2를 제외한 모든 채널에서 전년대비 전체 애니메이션 방송 시간이 감소한 것을 알 수 있다. KBS1의 애니메이션 전체 방영 시간은 전년에 비해 1,295분, 21.53%가 감소하였고, MBC는 485분, 8.12%가 감소하였으며, SBS는 610분, 7.37%, EBS는 27,735분, 25.51%가 감소하였다. 반면, KBS2는 애니메이션 전체 방영 시간이 전년대비 6,510분, 128.51% 증가하였다.

지상파 채널들의 전체 애니메이션 방영 시간 변화는 2009년 대비 2010년 채널별 연간 전체 방영 시간의 변화와 비슷한 양상을 보인다. 2010년에 전년대비 채널의 연간 전체 방영 시간이 감소했던 KBS1, MBC, SBS는 전체 애니메이션의 방영 시간도 감소하였다. 이에 비해 연간 방영 시간이 증가했던 KBS2는 전체 애니메이션의 방영 시간도 증가했다. 반면, 2010년의 연간 방영 시간이 전년에 비해 증가했던 EBS의 전체 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 감소한 것으로 나타났다.

KBS1의 2009년 애니메이션 전체 방영 시간은 6,015분으로, 2008년의 5,845분보다 170분 증가하면서 2.91%의 증가율을 보였다. 반면, 2010년에는 2009년보다 1,295분이 감소한 4,720분을 방영하면서 전년에 비해 방송 시간이 21.53% 감소하였다. KBS1의 2010년 애니메이션 전체 방영 시간은 2008년에 비해서는 약 19.25% 감소한 것으로 나타났다.

KBS2는 2009년에 애니메이션을 5,080분 방영하여 7,240분을 방영했던 2008년보다 방송 시간이 170분 감소하였다. 그러나 2010년에는 전년에 비해 6,510분 증가한 11,590분을 방영하면서 KBS2의 애니메이션 전체 방영 시간은 2008년보다도 증가한 것으로 나타났다. 2010년의 애니메이션 전체 방영 시간은 2008년에 비해 60.01% 증가하였다.

MBC는 2009년, 2010년 연속으로 전년에 비해 애니메이션의 전체 방영 시간이 감소한 것을 알 수 있는데, 특히 2010년의 감소폭은 2009년의 감소폭보다 더 컸다. MBC의 2009년 애니메이션 전체 방영 시간은 전년에 비해 25분 감소하여 전년과 거의 비슷한 수준을 보이고 있다. 2010년의 수치를 2008년과 비교하면 510분, 8.51% 감소한 것으로 나타났다.

SBS는 MBC와 비슷한 변화를 보이고 있다. SBS도 2009년과 2010년 연속으로 전체 방영 시간이 감소했다. 2009년 애니메이션 전체 방영 시간은 전년에 비해 20분 감소한 것으로 나타났으나, MBC와 마찬가지로 본 자료가 편성표를 분석한 데이터임을 감안하면 20분의 오차는 허용 범위에 있으며 전년과 거의 같은 수준을 유지하고 있다고 할 수 있을 것이다.

EBS의 2009년 전체 애니메이션 방영 시간은 108,725분으로 전년에 비해 7,375분, 7.28% 증가 하였으나, 2010년에는 전년에 비해 27,735분, 25.51% 감소하면서 5개 채널 중 감소폭이 가장 컸다. EBS의 2010년 전체 방영 시간은 2008년에 비해 약 20.09% 감소하였다.

이를 각 채널의 연간 전체 방송 시간 변화와 함께 정리하면 아래의 표와 같다.

<표 2-3-10> 2008~2010년 지상파 5개 채널의 연간 전체 방송 시간과 전체 애니메이션 방영 시간 변화 비교

(단위: %)

		KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	전체 방송	-1.48	-1.98	-2.35	-2.66	5.14
	전체 애니메이션 방영	-6.41	0.48	-2.36	-20.46	31.97
2009년	전체 방송	-0.16	1.71	2.16	0.86	-0.63
	전체 애니메이션 방영	2.91	-29.83	-0.42	-0.24	7.28
2010년	전체 방송	-0.04	0.07	1.58	-4.91	2.10
	전체 애니메이션 방영	-21.53	128.15	-8.12	-7.37	-25.51

2009년에는 각 채널의 연간 전체 방송 시간과 전체 애니메이션 방영 시간의 변화가 서로 반대되는 양상을 보였다. KBS1과 EBS는 연간 전체 방송 시간이 각각 0.16%, 0.63% 감소한 반면 전체 애니메이션 방영 시간은 각각 2.91%, 7.28% 증가하였다. KBS1과 EBS는 줄어든 연간 방송 시간에도 불구하고 애니메이션 방영에는 전년보다 더 많은 시간을 할애했을 것을 알 수 있다. KBS2, MBC, SBS는 연간 전체 방송 시간이 각각 1.71%, 2.16%, 0.86% 증가하였으나 전체 애니메이션 방영 시간은 각각 29.83%, 0.42%, 0.24% 감소하였다. MBC와 SBS의 경우, 전체 애니메이션 방영 시간의 감소폭은 연간 방송 시간의 증가폭에 비해 적게 나타났다. 그러나 KBS2의 전체 애니메이션 방영 시간 감소폭은 연간 방송 시간 증가폭을 훨씬 상회하고 있다.

2010년에는 5개 채널 모두에서 연간 전체 방송 시간의 변화폭보다 전체 애니메이션 방영 시간의 변화폭이 훨씬 크게 나타났다. KBS1은 연간 전체 방송 시간과 전체 애니메이션 방영 시간이 모두 감소한 것으로 나타났는데, 연간 전체 방송 시간이 0.04% 감소한 것에 비해 전체 애니메이션 방영

시간은 21.53% 감소하였다. KBS2는 연간 방송 시간과 전체 애니메이션 방영 시간이 모두 증가하였는데, 연간 방송 시간이 0.07% 증가한 반면 애니메이션 방영 시간은 128.15% 증가하여 변화의 차이가 가장 크게 나타났다. MBC는 연간 방송 시간이 1.58% 증가한 반면 애니메이션 방영 시간은 8.12% 감소하여 애니메이션 방영 시간의 감소폭이 전체 방영 시간의 증가폭보다 컸다는 것을 확인할 수 있다. SBS는 전체 방송 시간이 4.91% 감소하고 애니메이션 방영 시간은 7.37% 감소하였다. EBS는 전체 방송 시간이 2.10% 증가하였으나 애니메이션 방영 시간은 25.51% 감소하여 애니메이션 방송 시간의 감소폭이 전체 방송 시간의 증가폭을 크게 상회하고 있었다.

### 3. 지상파 방송사 5개 채널의 국내 애니메이션 방영 현황

2010년에는 KBS2를 제외한 4개 채널에서 국내 애니메이션의 방영 시간이 감소한 것으로 나타났다. KBS1은 2010년에는 2009년에 비해 국내 애니메이션 방영 시간이 1,235분, 21.39% 감소하여 2009년에 이어 2년 연속으로 감소한 것으로 나타났다. 2010년의 감소폭은 2009년의 1.20%를 크게 상회했는데, 2010년의 국내 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 1,305분, 22.33% 감소하였다. KBS2는 2009년 방영 시간이 전년에 비해 1,260분, 20.49% 감소하였으나 2010년에는 국내 애니메이션 방영 시간이 2009년에 비해 2,820분, 57.67% 증가한 것으로 나타났다. 2010년의 증가폭이 2009년의 감소폭을 상회하면서, 2010년 국내 애니메이션의 방영 시간은 2008년에 비해 1,560분, 25.37% 증가하였다.

<표 2-3-11> 2008~2010년 지상파 5개 채널의 국내 애니메이션 방영 시간 변화

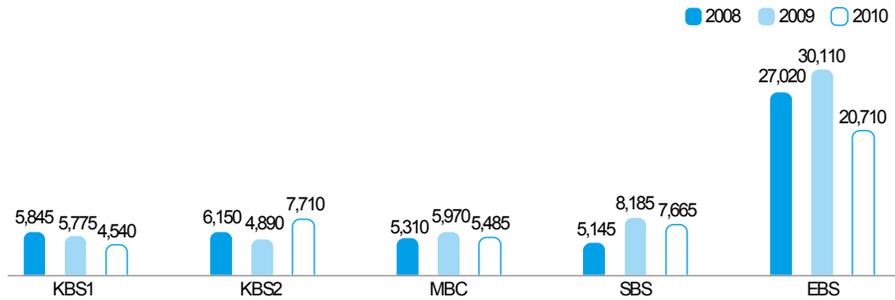
국내 애니메이션 전체 방송 시간	(단위: 분)				
	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	5,845	6,150	5,310	5,145	27,020
2009년	5,775	4,890	5,970	8,185	30,110
2008년 대비 방송 시간 증감	-70	-1,260	660	3,040	3,090
	-1.20%	-20.49%	12.43%	59.09%	11.44%
2010년	4,540	7,710	5,485	7,665	20,710
2009년 대비 방송 시간 증감	-1,235	2,820	-485	-520	-9,400
	-21.39%	57.67%	-8.12%	-6.35%	-31.22%

MBC의 경우 2009년에는 2008년에 비해 방영 시간이 660분, 12.43% 증가하였으나, 2010년에는 485분, 8.12% 감소한 것을 알 수 있다. 2010년의 방영 시간은 2008년에 비해 175분, 3.29% 증가한 것으로 나타났다. SBS의 2009년 방송 시간은 전년에 비해 3,040분, 59.09% 증가하였으나, 2010년에는 2009년에 비해 520분, 6.35% 감소하였다. SBS의 2010년 국내 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 2,520분, 48.98% 증가하였다. EBS의 2009년 방송 시간은 전년에 비해

3,090분, 11.44% 증가하였으나, 2010년에는 전년에 비해 9,400분, 31.22%가 감소하였다. 2010년의 감소폭이 2009년의 증가폭보다 커서, 2008년 방송 시간과 비교할 때 2010년 방송 시간은 6,310분, 23.35% 감소하였다.

<그림 2-3-3> 2008~2010년 각 채널의 국내 애니메이션 방영 시간 변화

(단위: 분)



#### 4. 지상파 방송사 5개 채널의 국내 애니메이션 신규 및 재방영 현황

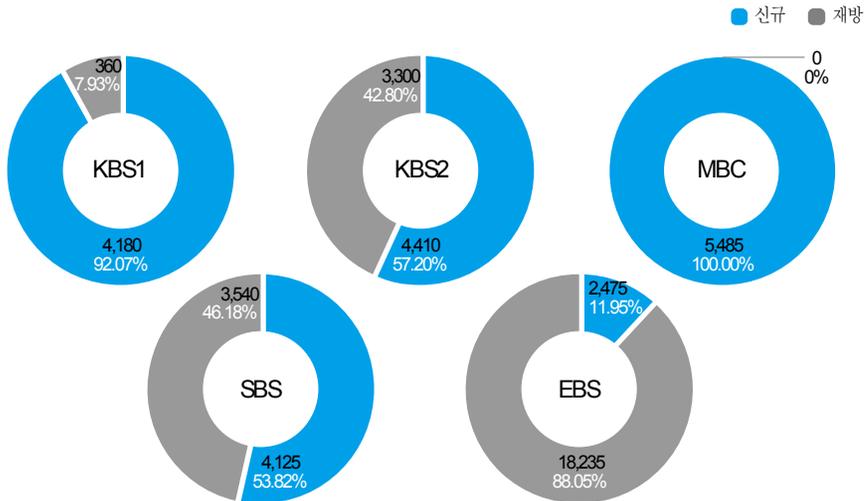
KBS1은 국내 애니메이션의 신규방송을 4,180분, 92.07% 편성하였고 재방송은 360분, 7.93% 편성하였다. 2010년에 재방송이 이루어지지 않았던 MBC를 제외한 4개 채널 중에서는 재방송의 비율이 가장 낮았다. KBS2는 신규 애니메이션을 4,410분, 57.20% 편성하였고 재방영은 3,300분, 42.80% 편성하였다. MBC는 2010년의 국내 애니메이션 방영 시간 5,485분을 모두 신규 작품 방송에 할애하여, 채널의 성격이 다른 EBS를 제외한 4개 채널 중에서 신규 애니메이션의 방영 시간이 가장 많은 채널이었던 것으로 나타났다. SBS는 신규방영을 4,125분, 53.82% 편성하고 재방영을 3,540분, 46.18% 편성하여, 신규방영과 재방영의 비율을 가장 비슷하게 유지하였다. EBS의 2010년 국내 신규 애니메이션 방영은 2,475분으로 국내 애니메이션의 약 11.95%를 차지했고, 재방영은 18,235분으로 88.05%를 차지하였다. EBS는 5개 채널 중 신규방영 시간이 가장 적었으나, 재방영에 할애한 시간은 다른 모든 채널의 국산 애니메이션 방영 시간을 합산한 것보다도 많았다.

<표 2-3-12> 각 채널별 국내 애니메이션의 신규방영과 재방영 비율

방송사	구분	방송 시간 (분)	비율 (%)
KBS1	합계	434,580	100
	국내 신규	4,180	92.07
	국내 재방	360	7.93
KBS2	합계	215,020	100
	국내 신규	4,410	57.20
	국내 재방	3,300	42.80

방송사	구분	방송 시간 (분)	비율 (%)
MBC	합계	103,655	100
	국내 신규	5,485	100
	국내 재방	0	0
SBS	합계	49,085	100
	국내 신규	4,125	53.82
	국내 재방	3,540	46.18
EBS	합계	20,710	100
	국산 신규	2,475	11.95
	국산 재방	18,235	88.05

<그림 2-3-4> 각 채널별 국내 애니메이션의 신규방영과 재방영 비율



<표 2-3-13> 2008~2010년 각 채널별 국내 애니메이션 신규방영과 재방영 시간 변화

(단위: 분)

가) 신규방영 시간의 변화

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	4,865	3,930	4,610	4,505	2,985
2009년	5,530	4,440	5,520	4,225	7,565
2008년 대비 신규방송 시간 증감	665	510	910	-280	4,580
	13.67%	12.98%	19.74%	-6.22%	153.43%
2010년	4,180	4,410	5,485	4,125	2,475
2009년 대비 신규방송 시간 증감	-1,350	-30	-35	-100	-5,090
	-24.41%	-0.68%	-0.63%	-2.37%	-67.28%

제2부 애니메이션 시장 분석 동향

## 나) 재방영 시간의 변화

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	980	2,220	700	640	24,125
2009년	245	450	450	3,960	22,545
2008년 대비 재방송 시간 증감	-735	-1,770	-250	3,320	-1,580
	-75.00%	-79.73%	-35.71%	518.75%	-6.55%
2010년	360	3,300	0	3,540	18,235
2009년 대비 재방송 시간 증감	115	2,850	-450	-420	-4,310
	46.94%	633.33%	-100.00%	-10.61%	-19.12%

2010년의 국내 애니메이션 신규방영은 2009년에 비해 감소하였다. 가장 큰 감소폭을 보인 채널은 EBS로 전년에 비해 5,090분, 67.28% 감소하였다. KBS1이 1,350분, 24.41% 감소하며 EBS 다음으로 큰 폭의 감소를 보였다. 재방영의 경우 KBS1과 KBS2는 전년에 비해 증가하였으나 MBC, SBS, EBS는 모두 감소하였다. 눈에 띄는 채널은 전년에 비해 2,850분, 633.33% 증가한 KBS2와 전년에 비해 450분, 100% 감소한 MBC이다.

KBS1은 재방영 시간이 전년에 비해 115분 증가하였으나 신규방영 시간은 1,350분 감소하면서, 전체 국내 애니메이션 방영 시간도 2009년 대비 21.39% 감소하였다. 반대로 KBS2는 신규방영 시간이 전년에 비해 30분 감소하였으나 재방영 시간이 2,850분, 633.33%가 증가하면서, 전체 국내 애니메이션의 방영 시간도 전년에 비해 57.57% 증가하였다. MBC는 신규방영 시간과 재방영 시간이 모두 감소하였다. 2010년에는 신규방영이 35분 감소하며 전년에 비해 거의 변화가 없었으나 재방영이 전혀 이루어지지 않았기 때문에, 전체 국내 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 8.12% 감소했다. SBS도 전년에 비해 신규방영 시간과 재방영 시간이 모두 감소하였다. 신규방영 시간은 100분, 2.37% 감소하였고 재방영 시간은 420분, 10.16% 감소한 것을 알 수 있다. EBS도 2009년에 비해 신규방영과 재방영이 모두 감소했는데, 신규방영의 감소량이 재방영의 감소량보다 더 크다는 것이 다른 채널과의 차이점이라고 할 수 있겠다. EBS의 재방영은 2009년에 비해 4,310분, 19.12% 감소하였다.

<표 2-3-14> 2010년의 각 채널의 연간 전체 방송 시간과 신규 애니메이션 방영 시간 변화 비교

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
연간 전체 방송	-0.04	0.07	-1.58	-4.91	2.10
신규 방영	-24.41	-0.68	-0.63	-2.37	-67.28

(단위: %)

2010년에 KBS1, MBC, SBS는 연간 전체 방송 시간과 국내 애니메이션의 신규 방영 시간이 모두 감소하였다. KBS2와 EBS의 경우, 연간 전체 방송 시간은 증가하였으나 국내 애니메이션의 신규 방영은 감소한 것을 알 수 있다. SBS를 제외한 나머지 채널에서는 연간 전체 방송 시간의 변화

폭에 비해 국내 애니메이션 신규 방영의 변화 폭이 큰 것으로 나타났다. 특히 EBS의 경우는 연간 전체 방송 시간이 2.10% 증가하였으나 국내 애니메이션의 신규 방영 시간은 67.28% 감소하면서, 변화의 차이가 가장 크게 나타났다.

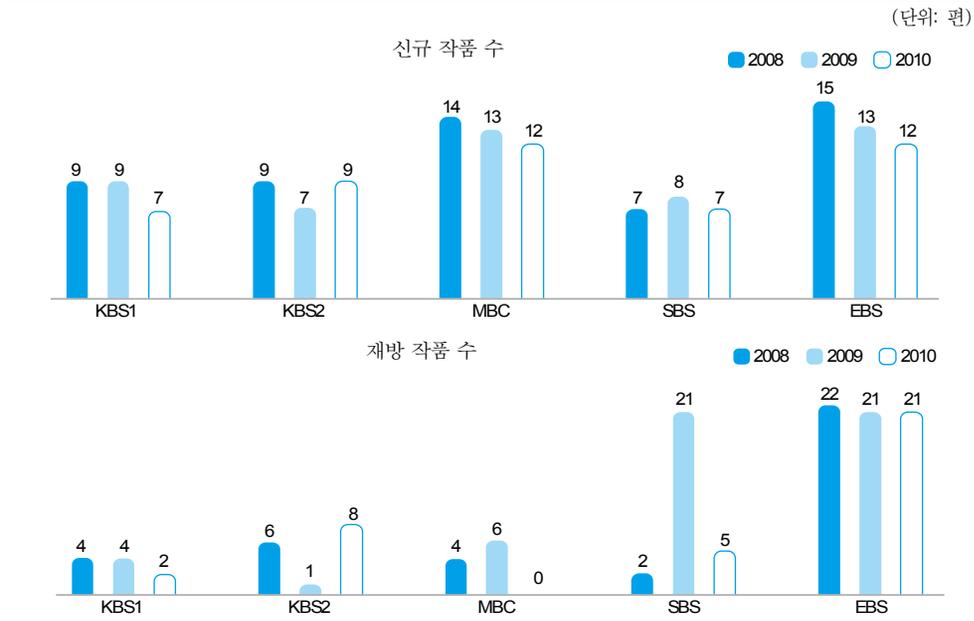
## 5. 지상파 5개 채널의 국내 제작 애니메이션 목록 및 편성 시간

2010년에 지상파 5개 채널에서 방영된 국내 신규 애니메이션 작품은 47편이고 재방영된 작품은 36편으로, 2010년에 방영된 총 작품 수는 83편이다.

<표 2-3-15> 2008~2010년 각 채널의 신규 및 재방영 작품 수

구분	연도	(단위: 편)					
		합계	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
신규 작품 수	2008	54	9	9	14	7	15
	2009	50	9	7	13	8	13
	2010	47	7	9	12	7	12
재방 작품 수	2008	38	4	6	4	2	22
	2009	1	4	1	6	21	21
	2010	36	2	8	0	5	21
2009년 대비 2010년 신규 작품 수 변화		-3	-2	2	-1	-1	-1
2009년 대비 2010년 재방 작품 수 변화		3	1	4	-1	-1	0
2009년 대비 2010년 총 작품 수 변화		0	-1	6	-2	-2	-1

<그림 2-3-5> 2008~2010년 각 채널의 신규 및 재방영 작품 수



KBS1은 신규 작품 7편과 재방영 작품 2편을 편성하여 총 9편의 국내 애니메이션을 방영하였고, KBS2는 신규 작품 9편과 재방영 작품 8편을 편성하여 총 17편을 방영하였다. MBC는 신규 작품만 12편을 방영하였고, SBS는 7편의 신규 작품과 5편의 재방영 작품을 편성하였다. EBS는 12편의 신규 작품을 편성하였으며 21편의 재방영 작품을 편성한 것으로 나타났다. 신규 작품의 편성이 가장 많았던 채널은 MBC였고, 재방영 작품이 가장 많았던 채널은 EBS였다. EBS를 제외한 4개 채널 중에서는 KBS2가 가장 많은 작품을 재방영하였다.

2010년 KBS1의 경우 신규방영 작품의 수는 2009년에 비해 2편이 줄어들고 재방영 작품은 1편이 추가되어, 전체적으로 전년에 비해 방영작품 수는 1편 줄어들었다. 2010년 KBS1의 국내 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 1,235분 줄어들었는데, 신규 작품의 감소가 전체 국내 애니메이션 방영 시간의 감소로 연결된 것으로 볼 수 있다. KBS2에서는 신규방영 작품이 2009년에 비해 2편 늘고 재방영 작품이 4편 늘면서, 전체 6편의 작품이 전년에 비해 더 방영되었다. 재방영 작품 수가 늘어난 만큼 2010년의 재방영 시간은 전년에 비해 2,850분 늘어났다. 이에 비해 신규 작품 수는 2편이 늘었음에도 불구하고 신규 방영 시간은 전년에 비해 30분이 감소한 것으로 나타났다. KBS2의 2010년 전체 국내 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 2,820분 늘었다.

MBC는 신규방영 작품과 재방영 작품의 수가 각각 1편씩 줄어들어 전년에 비해 전체 2편이 감소하였고, 방영 시간도 전년에 비해 각각 35분과 450분 감소하였다. MBC의 2010년 전체 국내 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 485분 감소하였다. SBS도 MBC와 마찬가지로 신규방영 작품과 재방영 작품이 각각 1편씩 감소하여 2010년에는 전년에 비해 2편의 작품이 줄어들었다. 이에 따라 신규방영 시간과 재방영 시간이 각각 100분과 420분 감소하였다. SBS의 2010년 전체 국내 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 520분이 줄어든 것으로 나타났다. EBS는 전년에 비해 신규방영 작품이 1편 감소하였고 재방영 작품은 작년과 같은 수를 유지하여, 전체 작품 수는 전년에 비해 1개 줄어든 것으로 나타났다. 그러나 방영 시간 측면에서는 신규방영 시간이 5,090분, 재방영 시간이 4,310분 감소하였다.

<표 2-3-16> 각 채널별 국내 제작 애니메이션 목록 및 편성 시간

가) KBS1

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
1	신규	구름빵	30	15	토 13:00
2	신규	블츠 앤 블립	30	16	토 13:30
3	신규	엘리먼트 헌터	30	32	토 13:30
4	신규	우당탕탕 도깨비 대소동	80	1	추석특집
5	신규	콩푸공룡 수호대	30	34	목 16:10 토 13:00
6	신규	타니와일드	50	1	성탄특집
7	신규	TV동화 행복한 세상	5/20	224/1	월~금 10:50 / 성탄특집
8	재방	명탐정 따세(재)	55	1	어린이날 특집
10	재방	TV동화 행복한 세상(재)	5/10	49/6	-

\* <TV동화 행복한 세상(재)>의 경우 방영 시간대가 다양하여 다 표기할 수 없음.

## 나) KBS2

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
1	신규	꼬마신선 타오	30	15	월 16:40
2	신규	내 친구 현아	30	1	장애인의 날 특집
3	신규	도기 파라다이스	30	11	화 16:30
4	신규	뛰뛰빵빵 구조대	30	11	화 16:30
5	신규	로봇 찌빠	30	26	화 16:40
6	신규	와글와글 꼬꼬맘	30	19	수 16:40
7	신규	유후와 친구들	30	1	화 16:40
8	신규	쥬로링 동물탐정	30	34	월 16:30
9	신규	최강합체 믹스마스터	30	29	수 16:30
10	재방	꼬꼬의 약속(재)	30	1	금 16:50
11	재방	롤링스타즈(재)	30	26	목 15:05/16:30
12	재방	쁘띠쁘띠 뮤즈(재)	30	4	목 16:30
13	재방	유후와 친구들(재)	30	26	금 15:05
14	재방	제트레인저(재)	30	19	목 16:40
15	재방	콩아콩야(재)	30	4	금 16:40
16	재방	태극 천자문(재)	30	29	금 17:15
17	재방	과워 에이전트 세븐(재)	30	1	금 16:30

## 다) MBC

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
1	신규	급비공주와 호야의 천자무궁	30	11	화 16:30
2	신규	내 친구 자루	30	8	가정의 달 특집
3	신규	먹티와 짬짬	30	9	월 16:30
4	신규	바람이의 모험	30	26	화 16:30
5	신규	벼리의 시간 여행	30	31	목 16:30
6	신규	보글보글 쿡	30	35	월 16:30
7	신규	슈퍼햄스밴드	30	13	목 16:30
8	신규	아랑의 노래	30	4	보훈의 달 특집
9	신규	외계인 붐	30	27	수 16:30
10	신규	우리는 명탐정	30	6	화 16:30
11	신규	은하의 일기	30	7	수 16:30
12	신규	햄콩이 음악대	30	10	수 16:30

## 라) SBS

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
1	신규	그린셰이버	30	18	화 16:00
2	신규	내 친구 해치	30	21	일 06:55
3	신규	드림킵스	30	11	월, 화 16:30
4	신규	레즈고 MBA	30	16	목 16:30
5	신규	스캔2고	30	26	월, 화 16:00
6	신규	창작애니메이션대상 수상작	30	6	수 16:00

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
7	신규	SBS 애니갤러리	30	40	금 16:00
8	재방	그린세이버(재)	30	18	월 16:30
9	재방	내 친구 해치(재)	30	19	목 16:30
10	재방	두근두근 비밀친구(재)	30	23	월, 화 16:00
11	재방	레즈고 MBA(재)	30	29	수 16:30
12	재방	아기공룡 둘리(재)	30	27	월 16:00

## 마) EBS

No.	구분	작품명	길이 (분)	방송 편수 (편)	방송 시간
1	신규	꼬마버스 타요	15	26	월, 화 08:30
2	신규	따개비 루	10	21	월~수 08:30
3	신규	똑똑 박사 에디	10	10	수, 목 09:15
4	신규	뚜바뚜바 눈보리	15	15	목, 금 09:00
5	신규	레즈 스피드 업	30	1	수 14:25
6	신규	부릉부릉 부르미즈	15	28	수, 목 08:30
7	신규	빼꼼 스포츠	15	13	일 07:50
8	신규	뽀롱뽀롱 뽀로로 3	15	14	월, 화 09:00
9	신규	우당탕탕 아이쿠	10	26	금 08:30
10	신규	초음이의 풀잎 학교	25	3	수~금 17:35
11	신규	치로의 클래식 동요	10	10	월, 화 09:15
12	신규	헬로 코코몽	10	26	금 09:50
13	재방	꼬마버스 타요	15	52	토, 일 09:00
14	재방	냉장고 나라 코코몽	15	23	금 08:30 일 09:35
15	재방	디보와 노래해요	5	65	월, 화 09:30 금 08:55/15:35
16	재방	따개비 루	10	150	월, 화 09:40 수, 목 09:50 토 10:00
17	재방	뚜바뚜바 눈보리	15	158	월, 화 09:10/16:00 일 09:30
18	재방	레이의 우주 대모험	20	41	일 14:20
19	재방	로켓보이	15	29	목, 금 09:45/17:35
20	재방	부릉! 부릉! 부르미즈	15	74	수, 목 08:30 토 09:30
21	재방	빼빼에 친구	10	97	금 09:50 토 11:10
22	재방	빼꼼 스포츠	15	5	일 07:50
23	재방	빼꼼과 웃기는 녀석들	20	36	월~금 18:50
24	재방	뽀로로와 노래해요	5	146	수, 목 08:55/09:15/15:35 목, 금 09:30
25	재방	뽀롱뽀롱 뽀로로	15	212	월, 화 08:40/09:00/17:00 토 08:00
26	재방	뽀롱뽀롱 뽀로로 3	15	16	토, 일 09:00
27	재방	선물공룡 디보	15	8	금 15:35
28	재방	신나는 과학애니메이션 <Why?>	15	86	월, 화 14:45/17:35 토 10:40
29	재방	우당탕탕 아이쿠	10	82	금 16:15/16:50 토 10:30 일 08:05/09:00
30	재방	으라차차 라차차	260	2	일 10:00
31	재방	치로와 친구들	15	75	목, 금 16:20 금 09:10/16:00 토, 일 08:15
32	재방	헬로 부부토	15/280	2/1	화 14:40/14:45 일 10:00
33	재방	헬로 코코몽	10	45	금 09:50/16:50 토 09:00

KBS1은 'TV동화 행복한 세상'을 월요일부터 금요일까지 고르게 방영한 것을 제외하고는 2010년의 신규 작품을 주로 목요일과 토요일에 방영한 것을 알 수 있다. 그러나 5월 중순 이후로는 모든 신규 작품을 토요일 오후 1시와 오후 1시 30분에 편성하여 약 60분 동안 집중적으로 신규 작품을 방영하였다. KBS1은 <우당탕탕 도깨비 대소동(햇별좋은섬)>, <티니와월드(KBS1)>, <명탐정 빠세(DR무비)> 등 세 편의 작품을 각각 추석 특집, 성탄절 특집, 어린이날 특집으로 편성하였다. KBS2는 1월부터 4월까지의 신규 애니메이션을 대부분 월요일부터 수요일 오후 4시 40분에 편성하여 방영했다. 5월과 6월에는 신규 작품의 방영 시간이 오후 3시 5분으로 일시적으로 이동했다가, 7월 이후부터는 방영 시간이 이전으로 회귀하여 오후 4시 30분에 신규 작품이 방영되었다. 재방영은 주로 목요일과 금요일 오후에 이루어졌는데, 목요일의 경우는 신규 방영이 그랬던 것처럼 5월부터 6월까지의 오후 3시 5분에 방영하다가 7월 이후부터는 오후 4시 30분에 방영하였다. 금요일에는 오후 3시 5분과 오후 5시 15분에 방영이 이루어졌다. EBS를 제외한 4개 채널 중 오후 5시대에 애니메이션을 방영한 채널은 KBS2가 유일하다. KBS2는 <내 친구 현아(대전광역시 교육청)>를 장 애인의 날 특집으로 방영하였다.

MBC의 신규 애니메이션 방영 시간은 2009년과 마찬가지로 월요일부터 목요일까지 오후 4시 30분으로 고정되어 있음을 알 수 있다. MBC는 가정의 달을 맞이하여 특집으로 <내 친구 자루(예원)>를 월요일부터 목요일까지 편성하였고, 보훈의 달을 기념하기 위해서는 특집으로 <이랑의 노래(예원)>를 월요일부터 목요일까지 편성하였다.

SBS는 서울시의 지원을 받아 제작된 <내 친구 해치>를 일요일 오전 7시 대에 편성했는데, 이를 제외하고는 국내 애니메이션을 주로 월요일부터 목요일 오후 4시에 편성하였다. SBS는 EBS를 제외하고는 거의 유일하게 신규방영과 재방영을 함께 진행했는데, <그린세이버(스튜디오 카브)>와 <레츠고 MBA(디피에스)>, <내 친구 해치>는 대략 일주일 내에 신규방영과 재방영이 이루어졌다. 신규방영이 화요일에 이루어진 작품은 월요일에 재방영을 하였고, 신규방영이 목요일에 이루어진 작품은 수요일에 재방영을 하였다. SBS는 2010년에도 많은 단편 애니메이션을 소개하고 새로운 작품을 발굴하는데 많은 시간을 할애하였다. <SBS 애니갤러리>를 통해서는 기존에 발표된 단편 애니메이션을 꾸준히 소개하고 있으며, '창작 애니 대상 수상작 시리즈'를 통해서 'SBS 창작 애니메이션 대상'에서 수상한 작품들을 소개하고 있다. SBS는 타 채널처럼 특정 날을 기념한 특집 편성을 하지는 않았다.

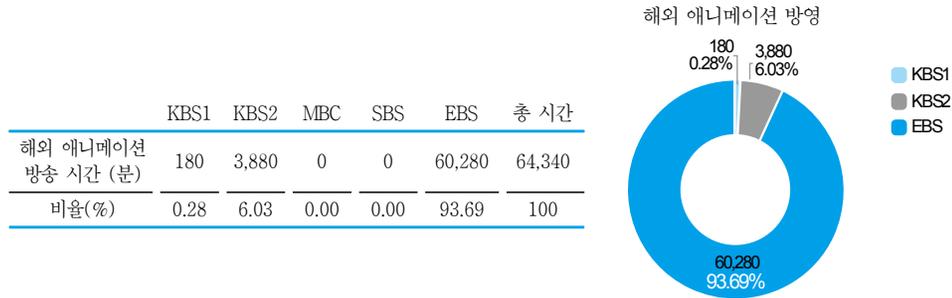
EBS는 다른 4개 채널들과는 다른 방영 패턴을 보이는데, 방영 작품이 많고 작품의 편성 단위 시간이 다양하다 보니 다른 채널들처럼 고정된 편성 시간을 찾기는 어렵다. EBS의 국내 신규 방영은 주로 오전에 이루어지고 있으며, 그 신규방영 작품의 재방영은 오후와 주말에 이루어지고 있다. <빼꼼 스포츠(알지 애니메이션)>은 유일하게 주말(일요일)에 신규방영되었다. EBS의 재방영 시간은 타 채널의 몇 배에 달한다. 재방영은 물론 세 번까지 방영된 작품들도 볼 수 있을 뿐만 아니라, 여러 해 전에 첫 소개된 작품들의 재방영도 꾸준히 이루어지고 있기 때문이다.

또한, 인기 작품들에 대한 새로운 시리즈도 많이 선보였는데, <뚝뚝박사 에디(아이코닉스)>나

<치로의 클래식 동요>, <빼꼼 스포츠> 등이 이와 같은 작품들이다.

## 6. 지상파 방송사 5개 채널의 해외 애니메이션 방영 현황

<표 2-3-17> 2010년 각 채널 별 해외 애니메이션 방영 현황



2010년 지상파 5개 채널에서 해외 애니메이션은 64,340분, 약 1,072시간 방영된 것으로 나타났다. 그 중 EBS에서 방영한 해외 애니메이션이 60,280분으로 전체의 99.69%를 차지하고 있다. KBS2에서 방영한 해외 애니메이션이 3,880분으로 전체의 6.03%를 차지하고 있으며, KBS1이 180분으로 나머지 0.28%를 차지하고 있다. MBC와 SBS는 해외 애니메이션을 전혀 방영하지 않았다.

<표 2-3-18> 2008~2010년의 각 채널별 해외 애니메이션 방영 시간 변화

(단위: 분)

연도	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS
2008년	0	1,090	685	3,150	74,330
2009년	240	190	0	90	78,615
2010년	360	3,880	0	0	60,280
2009년 대비 방송 시간 증감	120	3,690	-685	-90	-18,335
	50.00%	1,942.11%	-100.00%	-100.00%	-23.32%

2010년에는 KBS1과 KBS2의 해외 애니메이션 방영 시간은 전년에 비해 증가했는데, SBS와 EBS는 감소한 것으로 나타났다. KBS1의 경우 해외 애니메이션 방영 시간이 120분, 2시간 증가하여 전년에 비해 50%의 증가율을 보이고 있다. KBS2의 2010년 해외 애니메이션 방영 시간은 3,880분, 약 65시간인데, 이는 전년의 190분에 비해 무려 1,942.11% 증가한 것이며, 5개 채널 중에서도 증가폭이 가장 컸다. 이와 같은 해외 애니메이션 방영 시간의 증가는 KBS2의 전체 애니메이션 방영 시간이 전년에 비해 128.15%가량 증가한 요인으로 작용했다고 볼 수 있다. EBS의 해외 애니메이션 방영 시간은 60,280분, 약 1,005시간으로, 전년에 비해 18,335분, 23.32% 가량 감소한 것이다. KBS1, KBS2와 EBS에서 방영된 해외 애니메이션의 제작 국가 현황은 아래와 같다. 단, KBS1

과 KBS2의 경우 해외 애니메이션의 작품이 많지 않기 때문에 작품명과 제작 국가 등만을 간단히 정리하였고, EBS에 대해서는 자세한 상황을 살펴보았다.

<표 2-3-19> 2010년 KBS1과 KBS2의 해외 애니메이션 방영 목록

방송사	No.	작품명	제작 국가	방송 길이
KBS1	1	헛지 (Over the Hedge )	미국	40분
	2	아더와 미니모이 (Arthur and the Minimoys)	프랑스	50분
KBS2	1	꼬마과학자 시드	미국	30분
	2	헛지 (Over the Hedge )	미국	80분
	3	호기심대장 빼악이	캐나다	30분
	4	아더와 미니모이 (Arthur and the Minimoys)	프랑스	110분

## 7. EBS의 해외 애니메이션 방영 현황

EBS는 2010년에 7개국의 작품과 영국과 스페인에서 공동으로 제작한 작품을 방영하였으며 총 77편의 작품을 방영하였다. 미국산 작품의 비중이 가장 높는데, 총 21편이 17,345분, 약 289시간 동안 방영되었다. 미국의 작품은 EBS에서 방영된 전체 해외 애니메이션의 28.77%를 차지하고 있다. 그 뒤를 이어 일본의 작품이 14편 방영되었다. 13,720분, 약 228시간 방영되었고 해외 애니메이션의 22.76%를 차지하고 있다. 영국의 작품은 총 24편이 12,365분, 약 206시간 방영되면서 세 번째로 많은 시간을 차지하였다. 이는 EBS에서 해외 애니메이션을 방영한 시간의 20.51%이다. 영국의 작품은 방영 시간 면에서는 미국, 일본에 뒤졌지만 작품 수는 미국, 일본보다도 많은 24편이 방영된 것을 알 수 있다. 캐나다의 작품은 10편이 방영되었으며, 방영 시간은 9,830분, 약 164시간으로 EBS 해외 애니메이션 방영 시간의 16.31%를 차지하고 있다. 프랑스, 중국, 아일랜드, 영국과 스페인의 합작품의 방영 시간 비중은 각각 10% 미만이다. 5편이 방영된 프랑스의 작품은 3,845분, 약 64시간 방영되어 6.38%를 차지하고 있으며, 합작 작품과 중국 작품, 아일랜드 작품은 각각 1편이 방영되었다. 합작 작품이 1,670분, 약 28시간 방영되며 2.77%를, 중국 작품이 1,450분, 약 24시간 방영되며 2.41%를, 아일랜드의 작품이 55분 방영되며 0.09%를 차지한 것으로 나타났다.

<표 2-3-20> 2010년 EBS의 해외 애니메이션의 국가별 방영 현황\*

가) 작품 방영 시간

(단위: 분)

	총계	미국	아일랜드	영국	일본
시간	60,280	17,345	55	12,365	13,720
비율**	100	28.77	0.09	20.51	22.76
비율***	74.43	21.42	0.07	15.27	16.94
	-	중국	캐나다	프랑스	합작

	총계	미국	아일랜드	영국	일본
시간	-	1,450	9,830	3,845	1,670
비율**	-	2.41	16.31	6.38	2.77
비율***	-	1.79	12.14	4.75	2.06

\* 각 국가명은 가나다순으로 배열

\*\* 비율: (각 국가 간 방영 시간 ÷ EBS 해외 애니메이션 작품 시간) × 100

\*\*\* 비율: (각 국가 간 방영 시간 ÷ EBS 전체 애니메이션 방영 시간(108,725분)) × 100

나) 방영 작품 수

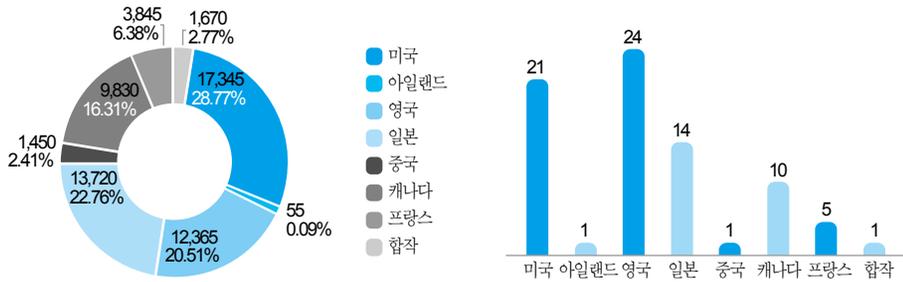
(단위: 편)

미국	아일랜드	영국	일본	중국	캐나다	프랑스	합작	합계
21	1	24	14	1	10	5	1	77

<그림 2-3-6> 2010년 EBS의 해외 애니메이션 국가별 방영 현황

가) 작품 방영 시간 현황

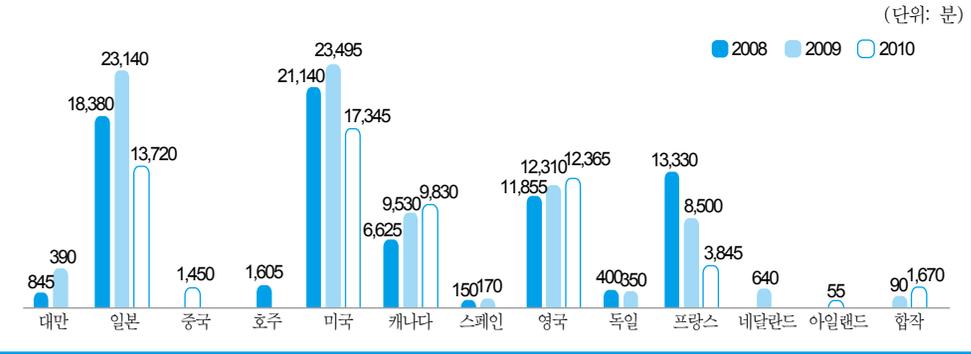
나) 작품 수 현황



<표 2-3-21> 2008~2010년 EBS의 해외 애니메이션 방영 현황 비교

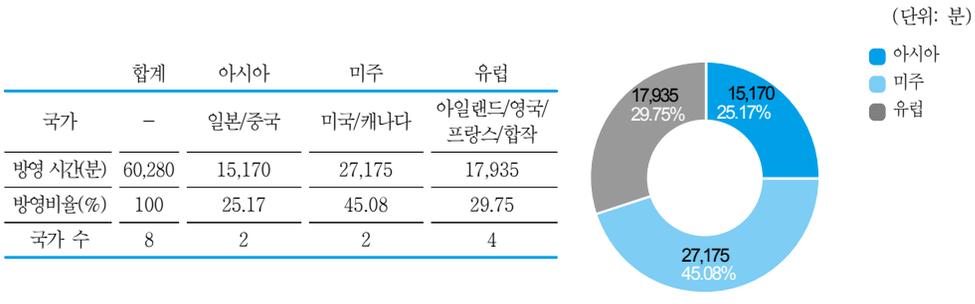
No.	국가	2008		2009		2010	
		방영 시간 (분)	작품 수 (편)	방영 시간 (분)	작품 수 (편)	방영 시간 (분)	작품 수 (편)
1	대만	845	1	390	1	-	-
2	일본	18,380	8	23,140	17	13,720	14
3	중국	-	-	-	-	1,450	1
4	호주	1,605	1	-	-	-	-
5	미국	21,140	17	23,495	19	17,345	21
6	캐나다	6,625	7	9,530	1	9,830	10
7	스페인	150	1	170	1	-	-
8	영국	11,855	14	12,310	15	12,365	24
9	독일	400	1	350	6	-	-
10	프랑스	13,330	16	8,500	10	3,845	5
11	네덜란드	-	-	640	1	-	-
12	아일랜드	-	-	-	-	55	1
13	합작	-	-	90	1	1,670	1
합계		74,330	66	78,615	72	60,280	77

<그림 2-3-7> 2008~2010년 EBS의 해외 애니메이션 방영 현황 비교



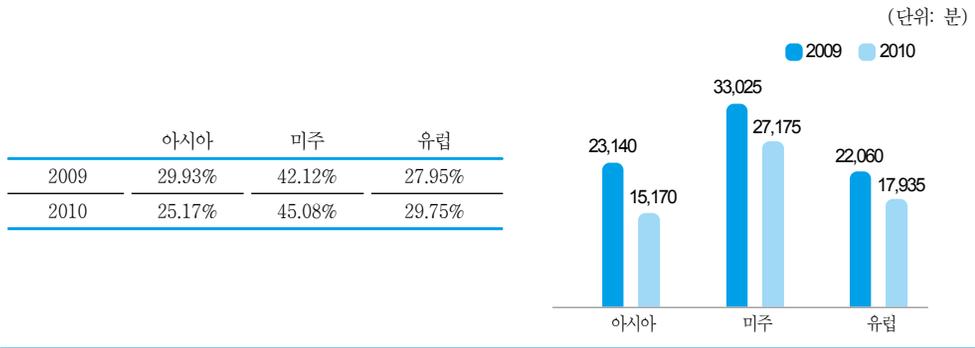
2009년에 10개 국가의 작품이 방영되었음에 비해 2010년에는 2개국만 줄어들어 8개 국가의 작품이 방영되었다. 해외 애니메이션의 방영 시간도 전년에 비해 18,335분 가량 줄어든 반면, 전체 작품 수는 전년에 비해 5편이 늘어난 것으로 나타났다. 2009년에는 5개 국가의 작품이 각각 1편씩 방영된 반면, 2010년에는 3개국의 작품이 각각 1편씩 방영되었다. 2009년에 가장 많은 작품이 방영된 나라는 미국으로 총 19편의 작품이 방영되었고, 가장 많은 시간 방영된 나라 역시 미국으로 총 23,495분을 사용되었다. 2010년에 가장 많은 작품이 방영된 나라는 영국으로 총 24편의 작품이 방영되었으나, 가장 많은 시간 방영된 나라는 미국으로 총 방영 시간은 17,345분이었다.

<표 2-3-22> EBS의 2010년 지역별 해외 애니메이션 방영 현황



EBS는 2010년에 아시아, 미주, 유럽 등 3개 지역의 작품을 편성하였다. 가장 많은 비중을 차지하는 곳은 미주 지역으로 미국과 캐나다의 작품이 방영되었으며 방영 시간은 27,175분, 작품 수는 31편이었다. 이는 EBS에서 방영한 해외 애니메이션의 45.08%를 차지하고 있다. 다음으로는 유럽의 작품들이 많이 방영되었는데, 아일랜드, 영국, 프랑스의 작품과 영국과 스페인 합작 작품 1편 등 총 31편의 작품이 방영되었다. 방영 시간은 17,935분으로 이는 EBS에서 방영한 해외 애니메이션의 29.75%에 해당한다. 아시아 지역에서는 일본과 중국의 15개 작품이 15,170분간 방영되었으며, 이는 전체 방영 시간의 25.17%를 차지하고 있다.

<표 2-3-23> 2009~2010년 EBS의 지역별 해외 애니메이션 방영 비율 비교



2009년과 2010년에는 모두 미주 지역의 작품이 가장 많이 방영되었다. 2009년에는 유럽 지역의 작품이 가장 적게 방영되었으나 2010년에는 아시아 지역의 작품이 가장 적게 방영되었다. 아시아 작품의 방영이 전년에 비해 가장 많이 감소하였고, 미주 지역의 작품 또한 많이 감소한 것을 확인할 수 있다.

<표 2-3-24> 2010년 EBS의 해외 애니메이션 목록

No.	국가	작품명	단위 시간 (분)	편성 횟수
1	미국	꼬마잠수함 울리	25	4
2	미국	니모를 찾아서	120	1
3	미국	도라의 덴스덴스	50	1
4	미국	도라의 해적탐험	60	1
5	미국	두발네발 반야드	25	21
6	미국	리틀 아인슈타인	25	36
7	미국	릴로와 스티치	25	18
8	미국	만능수리공 매니	25	32
9	미국	플란	100	1
10	미국	미키의 크리스마스	70	1
11	미국	버트와 어니	10	46
12	미국	스타워즈: 클론전쟁	25	27
13	미국	신기한 스쿨버스	25	71
14	미국	아기공룡 버디	15	235
15	미국	아바타: 아양의 전설	25	24
16	미국	알라딘	100	1
17	미국	워드월드	25	59
18	미국	인크레더블	135	1
19	미국	출동 원더펫	25	126
20	미국	특수요원 오소	25	74
21	미국	호기심 많은 조지	25	17
22	아일랜드	다시 찾은 내 친구	30/25	1/1
23	영국	개구리와 친구들	10	28

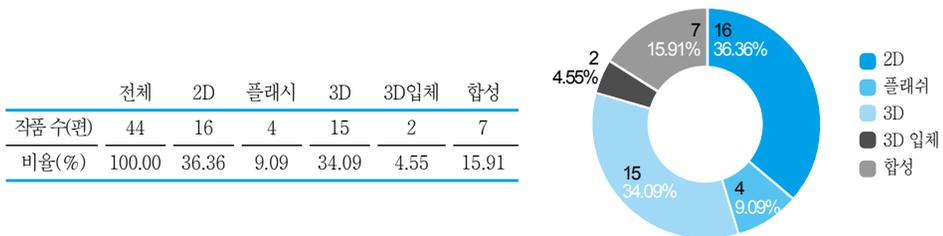
No.	국가	작품명	단위 시간 (분)	편성 횟수
24	영국	고민있어요! 하나아줌마	10	19
25	영국	그루팔로	25/30	2/1
26	영국	꼬마기관차 토마스와 친구들	10	124
27	영국	꼬마돼지 위블리	10	92
28	영국	꼬마 새 머핀	10	125
29	영국	달려라 카카	10	71
30	영국	도와줘요! 코알라 형제	10	30
31	영국	물리와 나	5	7
32	영국	물리의 봄 이야기	25	1
33	영국	못 말리는 어린 양 손	10	36
34	영국	몽실몽실 동물 마을	10	7
35	영국	미라벨의 동물 극장	15	14
36	영국	소피는 말썹꾸러기	25	18
37	영국	싱글빙글 피지	5/10	79/68
38	영국	안젤리나 발레리나	15	78
39	영국	올리비아	10/15/25	52/64/2
40	영국	우리는 긴급구조대	10	18
41	영국	윌리스와 그로밋: 빵이나 죽음이냐	40	2
42	영국	찾아봐요, 제스와 함께!	10	8
43	영국	출동 소방관 샘	10	70
44	영국	칙칙폭폭 처깅턴: 도전! 황금배지	5/10	38/46
45	영국	쿨로이의 요술 옷장	15	38
46	영국	팻&스텐	15	14
47	일본	개구리 왕눈이	25	5
48	일본	꼬마자동차 붕붕	20	201
49	일본	동물나라 수수께끼	5	135
50	일본	메이저	25	51
51	일본	메이저 2	25	36
52	일본	메이저 3	25	27
53	일본	명탐정 번개	25	26
54	일본	모래요정 바람돌이	25	51
55	일본	미래소년 코난	25	16
56	일본	시간탐험대	25	17
57	일본	요술공주 세리	25	45
58	일본	은하철도 999	25	7
59	일본	크로스게임	25	70
60	일본	툼소여의 모험	25	10
61	중국	삼국지	25	58
62	캐나다	고양이탐정 허클	15	104
63	캐나다	구두신고 꼬까꼬까	15	13
64	캐나다	꾸러기 상상여행	25	42
65	캐나다	내 친구 토토	25	33
66	캐나다	레온의 겨울 이야기	25/30	1/1
67	캐나다	미스 스파이더와 개구쟁이들	25	34

No.	국가	작품명	단위 시간 (분)	편성 횟수
68	캐나다	변신로봇5	15	7
69	캐나다	수퍼와이	25	105
70	캐나다	알쏭달쏭 호기심 마을	15	141
71	캐나다	요절복통 사총사	25	18
72	프랑스	그림 그려줘 루이	10	38
73	프랑스	두근두근 신나는 뒷마당	15	71
74	프랑스	밀라의 뒤죽박죽 동화 여행	10	137
75	프랑스	작은 녀석들	10	8
76	프랑스	제로니모의 모험	25	38
77	영국/스페인	호기심 대장 포코요	10	167

## 8. 지상과 방송 채널의 국내 애니메이션 구성 현황

신규방영 애니메이션과 재방영 애니메이션 중에는 작품이 중복되는 경우가 많다. 때문에 지상과 방송사의 국내 애니메이션 구성 현황은 신규방영 애니메이션만을 대상으로 하였다.

<표 2-3-25> 2010년 국내 신작 애니메이션의 제작 기법에 따른 분류



\* KBS의 <TV 동화 행복한 세상>, SBS의 <애니갤러리>와 <창작 애니 대상 수상 시리즈>는 여러 작품을 엮은 형식이므로 본 분류에서는 제외하였음.

<표 2-3-26> 2008~2010년 신작 애니메이션의 제작 기법에 따른 분류

(단위: 편)

	전체	2D	플래시	스톱모션	3D	3D입체	합성
2008	47	23	-	1	16	-	7
2009	46	22	1	-	15	-	8
2010	44	16	4	-	15	2	7

제작 기법은 작품 전체에 걸쳐 주로 사용된 제작 기법 및 제작사에서 밝히고 있는 제작 기법을 기준으로 분류하였다. 2010년에 5개 지상파 채널에서 방영된 43편의 국내 신규방영 애니메이션에서는 2D, 플래시, 3D, 3D입체, 한 개 이상의 제작 방식이 더해진 합성의 5가지 제작 기법이 주로 이용된 것으로 파악됐다. 2010년의 제작 기법으로 눈에 띄는 것은 3D입체 방식이다. 그동안 3D입체 방식은 주로 극장용 콘텐츠 제작에 활용되었으나, 2010년에는 3D입체 방식으로 제작된 작품이 처음으로 지상파 채널에서 방영되었다. 2010년에는 많은 작품들이 3D입체로 기획되었고, 제작도 이루어졌다. 특히 KBS1의 <볼츠 앤 블립>은 국내 작품으로는 처음으로 TV용 콘텐츠이면서 3D입체 방식으로 제작되어 방영까지 이루어진 작품이다. 그 뒤를 이어 <티니와월드>도 3D입체로 제작되어 방영되었다.

2010년에 가장 많이 활용된 제작 기법은 2D와 3D로 총 31편의 작품이 두 기법으로 제작되었다. 최근에는 3D기법을 활용한 작품의 제작 활동이 활발하지만, 2D기법도 여전히 애니메이션을 제작하는 주요 방법으로 활동되고 있는 것을 알 수 있다. 합성 기법을 활용한 7개의 작품 중 2D를 주요 기법으로 활용하고 3D기법을 보조 기법으로 활용한 작품은 <엘리먼트 헌터>, <쿵푸공룡 수호대>, <최강합체 믹스마스터>, <내 친구 해치> 4편이다. 이들을 합하면 2D를 주요 기법으로 활용한 작품은 20편, 전체의 45.45%로 늘어난다. 그 외에 <따개비 루>, <헬로 코코몽> 등 2편의 작품은 3D기법을 주요 기법으로, 2D기법을 보조 기법으로 활용하였으며, <도기과라다이스>는 스톱모션 기법을 주요 기법으로, 3D기법을 보조 기법으로 활용하였다. 그 외에 플래시로 제작된 작품은 4편 방영되었다.

<표 2-3-27> 2010년 국내 신규 애니메이션 제작 방식 현황

가) 각 채널별 국내 신규 애니메이션의 제작 방식 현황

	전체	2D	플래시	3D	3D입체	합성
KBS1	6편	-	-	2	2	2
	100%	0.00	0.00	33.33	33.33	33.33
KBS2	9편	3	1	3	-	2
	100%	33.33	11.11	33.33	0.00	22.22
MBC	12편	8	3	1	-	-
	100%	66.67	25.00	8.33	0.00	0.00
SBS	5편	3	-	1	-	1
	100%	60.00	0.00	20.00	0.00	20.00
EBS	12편	2	-	8	-	2
	100%	16.67	0.00	66.67	0.00	16.67

나) 신규 애니메이션의 제작 방식

채널	전체	채널별	작품명	제작 방식
KBS1	1	1	구름빵	3D
	2	2	볼츠 앤 블립	3D입체
	3	3	엘리먼트 헌터	2D + 3D

채널	전체	채널별	작품명	제작 방식	
KBS2	4	4	우당탕탕 도깨비 대소동	3D	
	5	5	콩푸공룡 수호대	2D + 3D	
	6	6	티니와일드	3D입체	
	7	1	꼬마신선 타오	3D	
	8	2	내 친구 현아	2D	
	9	3	도기 파라다이스	스톱모션 + 3D	
	10	4	뛰뛰빵빵 구조대	3D	
	11	5	로봇 짜빠	2D	
	12	6	와글와글 꼬꼬맘	3D	
	13	7	유후와 친구들	플래시	
	14	8	쥬로링 동물 탐정대	2D	
	15	9	최강합체 믹스마스터	2D + 3D	
	MBC	16	1	금비공주와 호야의 천자무궁	2D
		17	2	내 친구 자루(가정의 달 특집)	2D
		18	3	먹티와 잼잼	플래시
19		4	바람이의 모험	2D	
20		5	버리의 시간 여행	플래시	
21		6	보글보글 쿡	플래시	
22		7	슈퍼햄스밴드	2D	
23		8	아랑의 노래	2D	
24		9	외계인 봄	3D	
25		10	우리는 명탐정	2D	
26		11	은하의 일기	2D	
27		12	햄콩이 음악대	2D	
SBS	28	1	그린세이버	2D	
	29	2	내 친구 헤치	2D + 3D	
	30	3	드림릭스	3D	
	31	4	레즈고 MBA	2D	
	32	5	스캔2고	2D	
EBS	33	1	꼬마버스 타요	3D	
	34	2	따개비 루	3D + 2D	
	35	3	뚝뚝박사 에디	3D	
	36	4	뚜비뚜바 눈보리	3D	
	37	5	레즈스피드업	2D	
	38	6	부릉부릉 부르미즈	3D	
	39	7	빼꼼 스포츠	3D	
	40	8	뽀롱뽀롱 뽀로로 3	3D	
	41	9	우당탕탕 아이쿠	3D	
	42	10	초음이의 풀알학교	2D	
	43	11	치로와 클래식 동요	3D	
	44	12	헬로 코코몽	3D + 2D	

\* KBS의 <TV 동화 행복한 세상>, SBS의 <애니갤러리>와 <창작 애니 대상 수상 시리즈>는 여러 작품을 엮은 형식이므로 본 분류에서는 제외하였음.

작품 구성에 따른 현황은 2009년과 마찬가지로 ‘시리즈’와 ‘단편’으로 구분하였다. 여기서 ‘단편’은 시리즈를 제외한 모든 작품을 의미하며, 작품의 길이(Running Time)로 구분하는 장편, 단편과는 달리 작품 구성이 1화나 2화로 구성된 애니메이션을 이른다. 제작 기법의 분류와 동일하게 신규 방영된 작품들만을 분석하였으며, 마찬가지로 KBS의 ‘TV 동화 행복한 세상’, SBS의 ‘애니갤러리’와 ‘창작 애니 대상 수상 시리즈’는 본 분류에서 제외하였다.

<표 2-3-28> 2008~2010년 작품 구성에 따른 분류

	전체	시리즈	단편
2008	53	44	9
2009	47	38	9
2010	44	40	4

(단위: 편)

2010년에 신규 방송된 애니메이션들 중에서 2화 이상 에피소드로 구성된 작품은 40편이었고, 1화로 구성된 단편 작품은 4편이었다. 시리즈 중에서도 에피소드가 10화 미만인 작품이 4편으로 나타났다. 단편 및 10화 미만의 에피소드로 구성된 작품의 경우, 특정일을 기념하기 위해 또는 범 사회적 캠페인을 홍보하기 위해 제작된 경우가 많다. 2010년의 단편 작품의 목록과 방영 시기 등은 아래의 표와 같다.

<표 2-3-29> 2010년 단편 및 에피소드 10화 미만 작품 목록

연도	채널	제목	화수	방영 시기
2008	KBS1	김영기씨의 외출	1	12월 3일
	KBS2	내 꿈은 온에어	1	12월 3일
	EBS	함께 떠나는 환경 여행	1	6월 5일
		천년여우 여우비	1	9월 15일
		마법의 왼손	1	12월 10일
		당찬 꼬마 세리	1	7월 30일
		꼬마버스 타요	3	12월 16, 23, 30일
		별별 이야기 2	1	12월 13일
		빠빠에 친구의 행복한 크리스마스	3	12월 25일
		KBS1	키드키드 한영동화	3
2009	KBS2	용이가 간다	1	6월 6일
	MBC	꼬꼬의 약속	1	5월 5일
	MBC	천방지축 건·현·진	2	4월 31일, 5월 7일
		불개 천둥이	1	6월 4일
		버리다리 치치포포	1	12월 23일
		성탄절의 놀라운 초대	1	12월 24일
	SBS	산타 납치작전	1	12월 23일
2010	EBS	명석골 서당	1	1월 27일
		우당탕탕 도깨비 대소동	1	9월, 추석 특집
	KBS1	티니와일드*	1	12월, 성탄절 특집

연도	채널	제목	화수	방영 시기
	KBS2	내 친구 현아	1	4월, 장애인의 날 특집
	MBC	내 친구 자루	8	5월, 가정의 달 특집
		아랑의 노래	4	6월, 보훈의 달 특집
	EBS	레즈 스피드 업	1	9월, 전남 영암 F1 개최 기념
		초음이의 풀잎 학교	6	12월, 다문화 가정에 대한 인식제고

\* <타니와일드>의 경우, 제작사에서 밝힌 작품 구성은 13분짜리 에피소드 4화였으나 실제 KBS1에서 방영했을 시에는 성탄절 특집으로 1회 방영했기 때문에 에피소드 1화로 산정하였음.

## 제2절

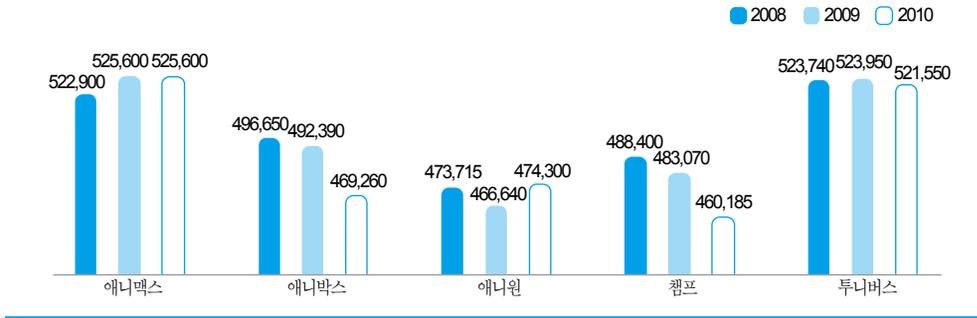
### | 애니메이션 전문 채널(케이블/위성)의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황 |

2010년에는 2009년과 마찬가지로 케이블/위성 애니메이션 전문 채널로 애니원(Anione), 챔프(Champ), 투니버스(Tooniverse), 애니맥스(Animax)와 애니박스(Anibox)의 5개 채널을 분석 대상으로 삼았다. 전문 채널들도 지상파 방송의 5개 채널과 마찬가지로 각 방송사의 프로그램 편성표를 기준으로 방영 현황을 분석하였다. 단, 홈페이지의 자료를 활용했던 지상파 방송 채널들과는 달리, 5개 애니메이션 전문 채널의 각 담당자로부터 편성 자료를 제공받아 분석하였다. 애니메이션을 전체 시간의 80% 이상 방영하는 케이블·위성의 애니메이션 전문 채널은 방송법에 의해 국내 애니메이션과 해외 애니메이션 및 특정 국가의 애니메이션 방영에 대한 비율을 제한받고 있다. 해당 내용은 본장의 서두에 제시된 '방송법'에서 확인할 수 있다.

### 1. 케이블, 위성 애니메이션 전문 채널의 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황

<표 2-3-30> 2008~2010년 애니메이션 전문 채널의 애니메이션 방영 현황

연도	(단위: 분)				
	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008	522,900	496,650	473,715	488,400	523,740
2009	525,600	492,390	466,640	483,070	523,950
2010	525,600	469,260	474,300	460,185	521,550



&lt;표 2-3-31&gt; 2008~2010년 애니메이션 전문 채널의 전체 방송 시간 대비 애니메이션 방영 현황

(단위: 분)

연도	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008년					
전체 방송 시간	527,040	527,040	527,040	527,040	527,040
전체 애니메이션 방영 시간	522,900	496,380	473,515	488,400	523,740
	99.21%	94.18%	89.84%	92.67%	99.37%
기타	4,140	30,660	53,525	38,640	3,300
	0.79%	5.82%	10.16%	7.33%	0.63%
2009년					
전체 방송 시간	525,600	525,600	525,600	525,600	525,600
전체 애니메이션 방영 시간	525,600	492,390	466,640	483,070	523,950
	100.00%	93.68%	88.78%	91.91%	99.69%
기타	0	33,210	58,960	42,530	1,650
	0.00%	6.32%	11.22%	8.09%	0.31%
2010년					
전체 방송 시간	525,600	525,600	525,600	525,600	525,600
전체 애니메이션 방영 시간	525,600	469,260	474,300	460,185	521,550
	100.00%	89.28%	90.24%	87.55%	99.23%
기타	0	56,340	51,300	65,415	4,050
	0.00%	10.72%	9.76%	12.45%	0.77%

애니맥스, 애니박스, 애니원, 챔프, 투니버스 5개 애니메이션 전문 채널의 2010년 전체 방송 시간은 525,600분, 8,760시간, 365일이었다. 애니맥스는 연간 방송 시간인 525,600분을 모두 애니메이션을 방영하는데 할애하여 5개 채널 중 유일하게 비 애니메이션 작품의 방영이 없었다. 애니박스는 전체 시간의 89.28%인 469,260분, 즉 7,821시간은 애니메이션을 방영했고 전체 시간의 10.72%인 56,340분, 즉 939시간은 애니메이션이 아닌 작품을 방영했다. 애니원은 전체 방영 시간의 90.24%, 즉 474,300분, 7,905시간은 애니메이션을 방영하였으며 9.76%인 51,300분, 855시간

은 애니메이션이 아닌 기타 작품을 방영하였다. 챔프는 전체 시간의 87.55%, 즉 460,185분, 약 7,670시간은 애니메이션을 방영하였고 12.45%, 즉 65,415분, 약 1,090시간은 기타 작품을 방영한 것으로 나타났다. 투니버스는 전체의 99.23%인 521,550분, 약 8,693시간 동안 애니메이션을 방영했으며 0.77%인 4,050분, 약 68시간 동안은 기타 작품을 방영하였다. 2010년에 애니메이션을 가장 많이 방영한 채널은 언급한 바와 같이 100%, 525,600분 동안 애니메이션을 방영한 애니맥스이고, 다음으로는 투니버스가 521,550분 동안 방영하며 5개 채널 중 두 번째로 애니메이션을 많이 방영하였다. 가장 적게 애니메이션을 방영한 채널은 460,185분을 방영한 챔프이다. 기타 작품은 애니메이션이 아닌 작품이며, 주로 일본에서 제작된 실사 특수 효과 촬영 프로그램 및 시즌별 이벤트 프로그램, 청소년을 위한 드라마 등으로 구성되어 있다.

<표 2-3-32> 애니메이션 전문 채널의 기타 작품 목록

NO.	채널	no.	제목
1	애니박스	1	가면라이더 가부토
2		2	가면라이더 덴오
3		3	가면라이더 키바
4		4	그녀는 사이보그
5		5	듀얼킹 선발대회
6		6	울트라맨 가이아
7		7	파워레인저 엔진포스
8		8	파워레인저 와일드 스피릿
9		9	파워레인저 정글포스
10		10	[극장판]가면라이더 드래곤
11		11	[극장판]가면라이더 아키토
12		12	[극장판]가오레인저스
13		13	[극장판]디노레인저스
14		14	[극장판]지구용사 백터맨
15		15	[극장판]파워레인저 매직포스&트레저포스
16	16	[극장판]허리케인저스	
17	애니원	1	가면라이더 디케이드
18		2	가면라이더 키바
19		3	듀얼킹 선발대회
20		4	울트라맨 가이아
21		5	초성합대 세이저 X
22		6	텔레토비2 꼬꼬마 꿈동산
23		7	텔레토비2 꼬꼬마 꿈동산 2기
24		8	파워레인저 엔진포스
25		9	파워레인저 와일드 스피릿
26		10	파워레인저 정글포스
27		11	후토스
28		12	[극장판]가면라이더 드래곤
29		13	[극장판]가오레인저스
30		14	[극장판]달타냥과 삼총사

NO.	채널	no.	제목
31		15	[극장판]테카레인저스
32		16	[극장판]슈퍼스타 골키퍼 왕게
33		17	[극장판]지구용사 벡터맨: 사탄제국의 대역습
34		18	[극장판]과워레인저 매직포스&트레저포스
35		1	가면라이더 디케이드
36		2	가면라이더 키바
37		3	듀얼킹 선발대회
38		4	울트라맨 가이아
39		5	초성합대 세이지X
40		6	콩닥콩닥 콩콩
41	챔프	7	콩닥콩닥 콩콩 2
42		8	텔레토비2 꼬꼬마 꿈동산
43		9	텔레토비2 꼬꼬마 꿈동산 2기
44		10	과워레인저 엔진포스
45		11	과워레인저 정글포스
46		12	후토스
47		13	[극장판]과워레인저 매직포스&트레저포스
48		1	너에게 닿기를
49		2	리틀 비버
50	투니버스	3	소년탐정 김전일 3
51		4	에일리언 샐
52		5	투니원 초이스

&lt;표 2-3-33&gt; 2009~2010년의 기타 작품 방영 변화

가) 방영 작품 수의 변화 (단위: 편)

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2009년	0	16	21	11	4
2010년	0	17	18	13	5
증감		1	-3	2	1

나) 방영 시간의 변화 (단위: 분)

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2009년	0	33,210	58,960	42,530	1,650
2010년	0	56,340	51,300	65,415	4,050
전년대비 증감	0.00%	69.65%	-12.99%	53.81%	145.45%

애니맥스는 2010년에 애니메이션이 아닌 기타 작품을 17편 방영하여 16편을 방영한 2009년보다 1편을 더 방영하였다. 그러나 방영 시간은 전년에 비해 69.65% 가량 증가한 23,130분이었다. 애니원은 전년에 비해 3편이 적은 18편을 기타 프로그램으로 편성하였고, 방영 시간도 전년대비

12.99%인 7,660분이 감소했다. 챔프는 2009년에 비해 2편이 증가한 13편의 기타 프로그램을 편성 하였으며, 이로 인해 방영 시간은 전년대비 53.81%인 22,885분이 증가했다. 투니버스는 2009년에 비해 1편이 증가한 5편의 기타 프로그램을 편성하였으나, 방영 시간은 전년대비 145.45%, 2,400 분이 증가한 것으로 나타났다.

<표 2-3-34> 2008~2010년 전체 애니메이션 방영 시간 변화

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008년	522,900	496,650	473,715	488,400	523,740
2009년	525,600	492,390	466,640	483,070	523,950
전년대비 증감	2,700	-4,260	-7,075	-5,330	210
	0.52%	-0.86%	-1.49%	-1.09%	0.04%
2010년	525,600	469,260	474,300	460,185	521,550
전년대비 증감	0	-23,130	7,660	-22,885	-2,400
	0.00%	-4.70%	1.64%	-4.74%	-0.46%

애니맥스는 2009년에 전년에 비해 2,700분, 0.52%가 늘어난 525,600분 동안 애니메이션을 방영함으로써 연간 방영 시간의 전부를 애니메이션 방영에 할애하였고, 2010년에도 2009년에 이어 525,600분, 연간 방영 시간을 모두 애니메이션 방영에 할애하였다. 애니박스와 챔프는 2008년 이후 연속으로 애니메이션 방영 시간이 감소했다. 애니원은 2009년에는 2008년에 비해 애니메이션 방영 시간이 감소하였으나 2010년에는 다시 증가했고, 투니버스는 애니원과는 반대로 2009년에는 2008년에 비해 애니메이션 방영 시간이 증가하였으나 2010년에는 감소한 것으로 나타났다. 애니 박스는 2009년에 애니메이션 방영 시간이 전년대비 4,260분, 0.86% 감소했는데, 2010년에는 감소폭이 더 커져 전년대비 23,130분, 4.70%가 감소하였다. 2010년 방영 시간은 2008년에 비해 5.51%인 27,390분이 감소하였다.

애니원의 애니메이션 방영 시간을 살펴보면, 2009년에는 전년대비 7,075분, 1.49%가 감소하였으나, 2010년에는 2009년의 감소 시간보다 많은 7,600분, 1.64%가 증가하였다. 2010년에는 2008년에 비해 585분, 0.12% 가량 애니메이션 방영 시간이 증가하였다. 챔프는 애니박스와 비슷한 변화를 보이는데, 2008년을 기준으로 2009년의 애니메이션 방영 시간은 5,330분, 1.09% 감소하였고, 2010년에는 감소폭이 더 커져 전년대비 22,885분, 4.74%가 감소하였다. 2010년에는 2008년에 비해 5.77%인 28,215분이 감소하였다. 투니버스의 경우, 2009년 방영 시간이 2008년에 비해 210분, 0.04% 증가하였으나, 2010년 방영 시간은 2009년에 비해 2,400분, 0.46%가 감소하였다. 2010년의 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 2,190분, 0.42% 감소하였다. 2010년의 애니메이션 방영 시간이 2008년보다 감소하긴 하였으나 투니버스의 애니메이션 방영 시간은 전체 방영 시간의 99%를 상회하며, 타 채널들보다 상대적으로 애니메이션 방영에 많은 비중을 두고 있다.

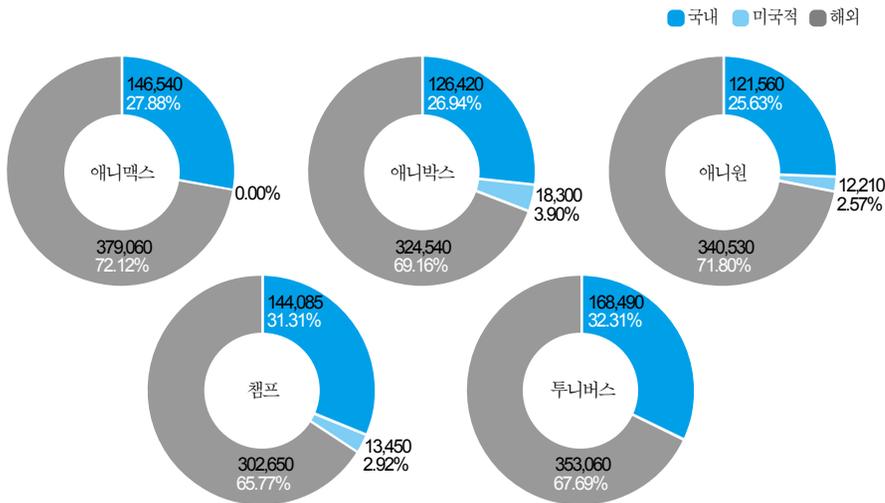
## 2. 각 애니메이션 전문 채널별 국내 및 해외 애니메이션 방영 현황

&lt;표 2-3-35&gt; 2010년 케이블·위성 애니메이션 전문 채널의 애니메이션 방영 현황

(단위: 분)

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
전체 애니메이션	525,600	469,260	474,210	460,185	521,550
국내 애니메이션	146,540 27.88%	126,420 26.94%	121,560 25.63%	144,085 31.31%	168,490 32.31%
해외 애니메이션	379,060 72.12%	324,540 69.16%	340,530 71.80%	302,650 65.77%	353,060 67.69%
미국적 애니메이션	-	18,300 3.90%	12,210 2.57%	13,450 2.92%	-

&lt;그림 2-3-8&gt; 2010년 케이블·위성 애니메이션 전문 채널의 애니메이션 방영 현황



표와 그림은 케이블·위성 애니메이션 전문 채널의 2010년 전체 애니메이션 방영 현황을 나타낸 것이다. 애니메이션 전문 채널의 애니메이션은 크게 국내 애니메이션, 해외 애니메이션, 미국적 애니메이션으로 구분하였다. 여기서 말하는 미국적(未國籍) 애니메이션이란, 제작 국가를 알 수 없는 작품을 말하며, 그러한 예로는 ‘짜장소녀 뿌까’가 해당된다. ‘짜장소녀 뿌까’는 애니박스, 애니원, 챔프에서 방영되었다. 애니맥스에서는 국내 애니메이션이 27.88%로 146,540분 방영되었고, 해외 애니메이션이 72.12%로 379,060분 방영되었다. 애니맥스에서는 제작 국가를 알 수 있는 작품만을 방영하였다. 애니박스에서는 전체 애니메이션 방영 시간 469,260분 중 국내 애니메이션을 126,420분, 26.94% 방영하였고, 해외 애니메이션을 324,540분, 69.16% 방영하였다. 애니박스에서 방영된 미국적 애니메이션으로는 위에서 언급한 ‘짜장소녀 뿌까’가 있는데, 방영 시간은 18,300

분으로 전체 애니메이션 방영 시간 중 약 3.90%를 차지한 것으로 나타났다.

애니원은 국내 애니메이션을 121,560분 방영하였으며 이는 전체 애니메이션 방영 시간의 25.63%를 차지하고 있고, 해외 애니메이션은 340,530분으로 전체 방영 시간의 71.80%를 차지하고 있다. 애니원은 미국적 애니메이션을 12,210분, 2.57% 방영하였다. 챔프는 전체 애니메이션 방영 시간 중 144,085분, 31.31%를 국내 애니메이션으로 구성하였고, 해외 애니메이션은 302,650분, 65.77% 방영하였다. 미국적 애니메이션은 13,450분, 2.92% 방영한 것으로 나타났다. 투니버스는 전체 애니메이션 방영 시간 중 168,490분, 32.31%를 국내 애니메이션으로 구성하였으며, 해외 애니메이션은 353,060분, 67.69%를 방영하였다. 투니버스에서 방영된 작품들은 모두 제작국이 명확한 작품들이었다. 2010년에 국내 애니메이션을 가장 많이 방영한 채널은 투니버스였으며 가장 적게 방영한 채널은 애니원이었다. 두 채널의 방영 시간 차이는 46,930분이었다. 해외 애니메이션을 가장 많이 방영한 채널 역시 투니버스였고, 가장 적게 방영한 채널은 챔프로 두 채널의 방영 시간 차이는 50,410분으로 나타났다.

### 3. 케이블·위성 애니메이션 전문 채널별 국내 애니메이션 방영 현황

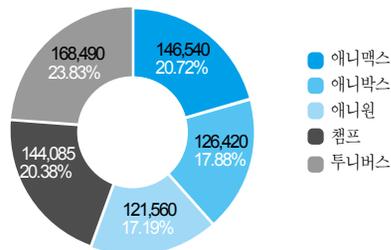
<표 2-3-36> 2010년 애니메이션 전문 채널의 총 국내 애니메이션 방영 시간에 대한 각 채널별 비율

(단위: 분)

총 방영 시간	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
707,095	146,540	126,420	121,560	144,085	168,490
100.00%	20.72%	17.88%	17.19%	20.38%	23.83%

<그림 2-3-9> 2010년 각 애니메이션 전문 채널의 국내 애니메이션 방송 비율

(단위: 분)



표와 그림은 5개의 애니메이션 전문 채널에서 방영한 총 국내 애니메이션 시간 중 각 채널이 차지하고 있는 비율을 나타낸 것이다. 2010년 5개 채널에서 방영된 국내 애니메이션의 총 방영 시간은 707,095분이었고 그 중 가장 많은 비율을 차지하고 있는 채널은 투니버스이다. 투니버스는 국내 애니메이션을 168,490분 방영하여 전체의 23.8%를 점유했다. 가장 적게 국내 애니메이션을 방영한 애니원은 전체 중 121,560분, 18.64%를 차지하고 있다.

&lt;표 2-3-37&gt; 2008~2010년 애니메이션 전문 채널의 국내 애니메이션 방영 시간 변화

(단위: 분)

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008년 국내	152,335	166,320	160,885	71,280	167,715
2009년 국내	143,325	157,440	144,605	158,860	164,500
2008년 대비	-9,010	-8,880	-16,280	87,580	-3,215
	-5.91%	-5.34%	-10.12%	122.87%	-1.92%
2010년 국내	146,540	126,420	121,560	144,085	168,490
2009년 대비	3,215	-31,020	-23,045	-14,775	3,990
	2.24%	-19.70%	-15.94%	-9.30%	2.43%

애니박스과 애니원에서는 2008년 이후 2년 연속 국내 애니메이션 방영 시간이 줄어들었다. 애니맥스의 경우 2009년에는 전년대비 5.91%인 9,010분이 감소하였으나 2010년에는 2009년 대비 2.24%인 3,215분이 증가하였다. 2010년 애니맥스의 국내 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 5,795분, 3.80%가 감소하였다. 애니박스는 2009년에는 전년의 166,320분에 비해 8,880분, 5.34%가 감소한 157,440분을 방영하였고, 2010년에는 2009년보다 31,020분, 19.70%가 감소한 126,420분을 방영하였다. 2010년의 국내 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 39,900분, 23.99%가 감소하였다.

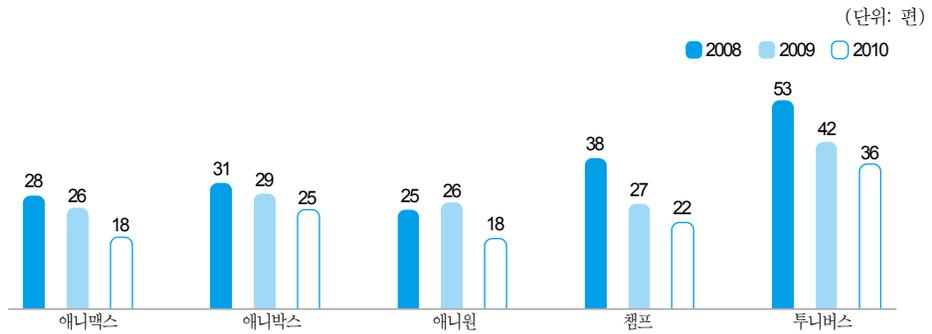
애니원은 2009년에는 국내 애니메이션을 전년의 160,885분 기준으로 16,280분, 10.12%가 감소한 144,605분을 방영했고, 2010년에는 여기에서 다시 23,045분, 15.94%가 감소한 121,560분을 방영했다. 2010년의 방영 시간은 2008년보다 39,325분, 24.44%가 감소하였다. 챔프의 2009년 국내 애니메이션 방영 시간은 전년의 71,280에 비해 87,580분, 122.87% 증가하여 100% 이상 증가하는 모습을 보였으나 2010년에는 2009년에 비해 14,775분, 9.30%가 감소하였다. 2010년 방영 시간은 2008년에 비해 72,805분, 102.14% 증가하였다. 투니버스의 방영 시간은 2009년에 전년의 167,715분보다 3,215분, 1.92% 감소한 것으로 나타났으나 2010년에는 전년에 비해 3,990분, 2.43% 증가하였다. 2010년의 국내 애니메이션 방영 시간은 2008년보다 775분, 0.46%가 증가하였다. 2010년에 5개 채널의 국내 애니메이션 총 방영 시간은 2009년의 768,730분보다 61,635분, 8.02%가 감소하였다. 5개 애니메이션 전문 채널에서 방영된 국내 애니메이션 작품 수의 변화를 살펴보면 다음과 같다.

&lt;표 2-3-38&gt; 2008~2010년 각 애니메이션 전문 채널별 국내 애니메이션 작품 수

(단위: 편)

연도	작품 수	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008	175	28	31	25	38	53
2009	150	26	29	26	27	42
2010	119	18	25	18	22	36

<그림 2-3-10> 2008~2010년 각 애니메이션 전문 채널별 국내 애니메이션 작품 수



2010년에 애니메이션 전문 채널에서 방영된 국내 애니메이션의 총 작품 수는 119편으로 나타났다. 가장 많은 작품을 방영한 채널은 가장 많은 시간 동안 국내 애니메이션을 방영한 투니버스로, 36편의 국내 애니메이션 작품을 방영하여 전체 국내 작품 수의 30.25%를 차지하였다. 애니맥스와 애니원은 각각 18편씩 방영하여 가장 적은 수의 국내 애니메이션을 방영했는데, 각각 15.13%를 차지하고 있다. 애니박스는 25편의 국내 작품을 방영하여 21.01%를 차지하고 있으며 챔프는 22편을 방영하여 18.49%를 차지하고 있다. 케이블/위성 채널의 국내 애니메이션 작품 수와 방영 시간의 관계를 보면, 가장 많은 작품을 방영한 투니버스는 5개 채널 중 가장 많은 시간인 168,490분을 방영하였다. 18편을 방영하여 가장 적은 작품을 방영한 애니맥스는 같은 편 수를 방영한 애니원보다 방영 시간이 더 많았고, 심지어 4편, 7편을 더 많이 방영한 챔프와 애니박스보다도 방영 시간이 많았다.

각 애니메이션 전문 채널의 국내 애니메이션의 방영 목록은 아래와 같다. 케이블·위성 애니메이션 전문 채널은 지상파 방송 5개 채널과는 달리 타 채널 및 매체에서 방영된 적이 없는 신규 제작 국내 애니메이션을 방영해야 하는 편성 의무가 없다. 때문에 많은 국내 작품들이 5개 채널에서 반복적으로 방영되었다.

<표 2-3-39> 2010년 애니메이션 전문 채널의 국내 애니메이션 방영 목록

가. 애니맥스

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
1	김정 고무신	20/25/30	19/37/78
2	기가 트라이브	20/30/60	19/1,146/4
3	냉장고 나라 코코몽	20/25/30	48/96/48
4	다오배찌 봄힐 대소동	30	157
5	라라의 스타일기	30	56
6	라라의 스타일기 2	30	975
7	라즈베리 타임즈	30	64

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
8	롤링 스타즈	25/30	28/111
9	르브바하프 왕국 재건설기	30	192
10	뽀로로와 노래해요	20/25/30	10/10/4
11	뽀롱뽀롱 뽀로로	20/25/30	67/71/39
12	뽀롱뽀롱 뽀로로 2	20/25/30	68/63/28
13	뽀띠뽀띠 뮤즈	30	94
14	아기공룡 둘리	25/30	5/16
15	야호! 응가네	30	124
16	인조곤충 버그 파이터	30	139
17	태극 천자문	30	1,063
18	트리랑 파이터	25/30	28/107

## 나. 애니박스

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
1	그린세이버	30	143
2	꾸루꾸루와 친구들	30	25
3	날으는 돼지 해적 마테오	90	5
4	내 친구 우비소년2	30	5
5	다오배찌 불힐 대소동	15	791
6	뚜바뚜바 눈보리	15	299
7	마법의 별 매지네이션	30	400
8	마스크맨	30	79
9	빠빠에 친구	15	79
10	뽀롱뽀롱 뽀로로	15	433
11	선물공룡 디보	15	112
12	선물공룡 디보 2기	15	166
13	수호전사 맥스맨	30	162
14	스캔2GO	30	254
15	앙크로봇 건체스트	60	8
16	애플캔디걸	30	80
17	올림포스 가디언: 기간테스의 연습	120	1
18	유후와 친구들	30	143
19	치로와 친구들	15	169
20	콩야콩야	30	236
21	크리스탈 요정 지스쿼드	30	28
22	태극 천자문	30	700
23	헬로! 부부토	15	68
24	홍길동 어드벤처	30	810
25	후토스 애니메이션	15	61

## 다. 애니원

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
1	그린세이버	30	276
2	다오배찌 붐힐 대소동	30	325
3	뚜비뚜바 눈보리	15	1,574
4	마법의 별 매지네이션	30	550
5	마스크맨	30	62
6	빠빠에 친구	15	163
7	뽀롱뽀롱 뽀로로	15	90
8	선물공룡 디보	15	252
9	선물공룡 디보 2기	15	240
10	스캔2GO	30	113
11	애플캔디걸	30	226
12	유후와 친구들	30	438
13	치로와 친구들	15	26
14	콩야콩야	30	297
15	태극 천자문	30	175
16	헬로! 부부토	15	116
17	홍길동 어드벤처	30	70
18	후토스 애니메이션	15	290

## 라. 캠프

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
1	그린세이버	20/30	26/308
2	꾸루꾸루와 친구들	20/30	49/180
3	다오배찌 붐힐 대소동	20/30	26/374
4	뚜비뚜바 눈보리	15	1,064
5	마법의 별 매지네이션	20/30	78/220
6	마스크맨	30	75
7	변신자동차 또봇	5	46
8	빠빠에 친구	15	181
9	뽀롱뽀롱 뽀로로	15/20	298/9
10	선물공룡 디보	15/20	376/52
11	선물공룡 디보 2	15/20	388/13
12	스캔2GO	30	260
13	애플캔디걸	20/30	43/128
14	유후와 친구들	20/30	10/274
15	지스워드	30	3
16	치로와 친구들	20/30	79/186
17	콩야콩야	20/30	69/297
18	태극 천자문	20/30	39/389
19	합체또봇 타이탄	5	14
20	헬로! 부부토	10/15	50/174
21	홍길동 어드벤처	20/30	78/228
22	후토스 애니메이션	15	466

## 마. 투니버스

No.	작품명	길이 (분)	방송 편수
1	검정고무신 2	30	139
2	검정고무신 3 보릿고개 시련기	30	524
3	기가 드라이브	20/30	45/109
4	냉장고나라 코코몽	10/15	37/428
5	다오배찌 봄힐 대소동	20/30	30/402
6	라라의 스타일기	20/30	98/202
7	라라의 스타일기 2	20/30	103/152
8	렛츠고 MBA	30	76
9	로봇 찌빠	30	109
10	로켓보이	20/30	21/112
11	롤링스타즈	20/30	12/101
12	르브바하프 왕국 재건설기	20/30	21/118
13	메타제트	30	105
14	변신자동차 토봇	10/15	59/28
15	브리스톨 탐험대	30	26
16	빼꼼	5	48
17	빼꼼 2	5	372
18	빼꼼 스포츠	30	34
19	빼꼼의 머그잔 여행	5	158
20	아기고릴라 등등	5	860
21	아기공룡 둘리	20/30	47/915
22	아기공룡 둘리: 얼음별 대모험	30	34
23	엄마가 보던 아기공룡 둘리	30	34
24	악동이	15	26
25	안녕 자두야	10/15	12/62
26	엘리먼트 헌터	30	57
27	와라! 편의점	5	194
28	요리조리 맛술사	20/30	24/28
29	인조곤충 버그 파이터	30	202
30	일지매	30	103
31	체트레인저	20/30	12/215
32	쥬로링 동물 탐정단	30	25
33	탑브레이드	30	416
34	탑브레이드 V	30	446
35	토리고고	30	42
36	하얀마음 백구	20/30	6/44

2010년 각 채널에서 가장 많은 시간 방영된 작품을 알 수 있는데, 애니맥스에서는 <기가 트라이브>가 20분 단위로 19편, 30분 단위로 1,146편, 60분 단위로 4편이 방영되어 애니맥스의 국내 애니메이션 중 가장 많은 시간 방영되었다. <기가 트라이브>의 경우, 20분, 30분, 60분 등 다양한 길이로 작품이 편성되었는데, 60분 단위로 편성된 에피소드는 극장용으로 제작된 에피소드였다. 30분 단위의 편성을 주로 하는 지상파 방송 채널과는 달리, 애니메이션 전문 채널에서는 <기가 트라이브>처럼 5분, 10분, 15분, 20분, 45분 등 채널의 편성 상황에 맞게 다양한 편성 단위 시간을 형성해 놓고 있다.

애니박스의 경우 <홍길동 어드벤처>가 30분 단위로 810편 방영되어 애니박스의 국내 애니메이션 중 가장 많이 방영되었다. <홍길동 어드벤처>는 편성표에서 30분, 60분, 90분, 120분 단위의 블록(Block)으로 편성되어 있었는데, 실제 <홍길동 어드벤처>는 에피소드 1편당 시간이 30분이었다. 때문에 이를 감안하여 모두 30분 기준으로 재산정하였다. 다른 작품들 중에서도 이러한 편성이 되어 있었던 경우에는 동일한 방식으로 방영 편수를 산정하였다. 애니원에서 방영된 국내 애니메이션 중에서 가장 많은 시간 방영된 작품은 <뚜비뚜바 눈보리>로 15분 단위로 1,574편이 방영되었다. 챔프에서 가장 많은 시간 방영된 국내 애니메이션은 애니원과 마찬가지로 <뚜비뚜바 눈보리>였으며 15분 단위로 1,064편 방영되었다. 투니버스에서 가장 많이 방영된 국내 애니메이션은 <탑 블레이드 V>로 30분 단위로 446편 방영되었다.

애니메이션 전문 채널의 경우 기존에 방영했던 작품을 다시 방영하거나 지상파 채널에서 방영했던 작품들을 재방영하는 경우가 대부분이다. 그런데 투니버스에서는 타 애니메이션 채널은 물론 지상파 채널에서도 방영되지 않았던 여러 작품을 방영한 것으로 나타났다. <아기고릴라 똥똥>, <악동이>, <안녕 자두야>, <와라! 편의점>이 이에 해당하는 작품으로, <아기고릴라 똥똥>은 현재 EBS에서 방영 중에 있다. <악동이>와 <안녕 자두야>는 투니버스와 애니메이션 제작사에서 공동으로 투자, 제작한 작품으로 알려져 있다. <엄마가 보던 아기공룡 둘리>는 1980년대에 방영된 <아기공룡 둘리>를 방영한 것으로 2009년에 SBS에서 새로 방영된 <아기공룡 둘리>와 다른 작품이라는 것을 나타내기 위해 <엄마가 보던 아기공룡 둘리>라는 새로운 제목을 달아 방영한 것이다.

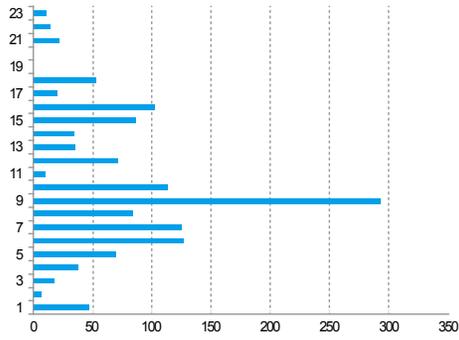
애니맥스에서 국내 애니메이션의 편성이 가장 많았던 시간은 오전 9시로 나타났으며, 그 다음으로는 오전 6, 7시와 10시대에 비교적 많은 작품이 편성되었다. 애니맥스에서 국내 작품의 편성이 가장 많은 시간대는 두 그룹으로 나뉜다. 가장 많은 편성이 이루어진 시간대는 오전 5시부터 10시 까지이며, 그 다음이 12시부터 오후 6시까지이다. 오후 6시 이후로는 국내 작품의 편성이 눈에 띄게 줄어들며, 오후 7시, 8시대에는 전혀 편성이 이루어지지 않은 것을 확인할 수 있다.

애니박스의 경우 새벽 3시에 국내 작품의 편성이 가장 활발하게 이루어졌고, 그 다음으로 오전 6시, 오전 4시에 국내 작품의 편성이 많이 이루어졌다. 애니박스의 그래프를 보면 새벽 시간부터 오전 시간에 국내 작품의 편성이 주로 이루어진 것을 알 수 있으며, 오후 12시로 넘어가면서 국내 작품의 편성이 눈에 띄게 줄어들고 있다.

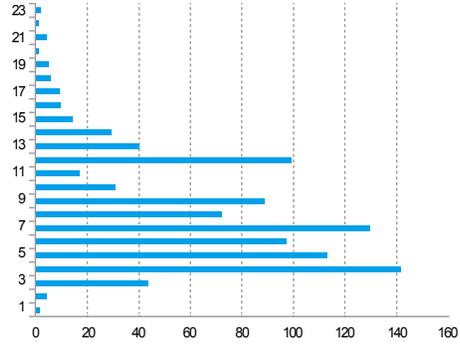
<그림 2-3-11> 애니메이션 전문 채널별 국내 애니메이션 편성 분포도

(세로축: 방영 시간대, 가로축: 시간대 별 편성 횟수)

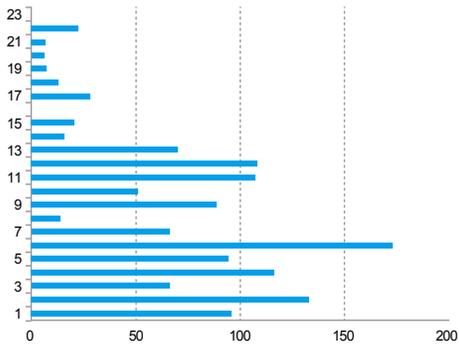
가) 애니맥스



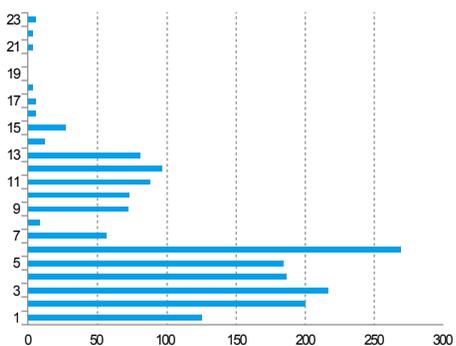
나) 애니박스



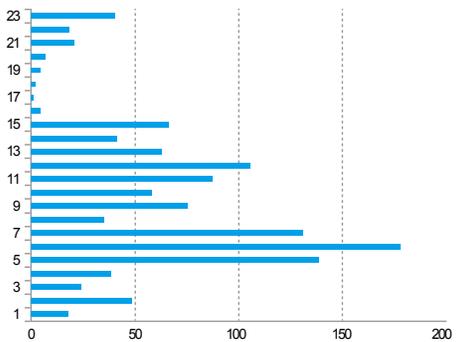
다) 애니원



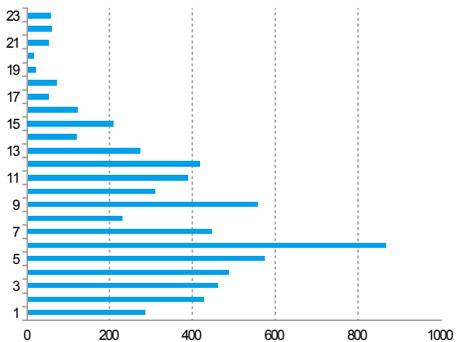
라) 챔프



마) 투니버스



바) 5개 채널 종합



제2부 애니메이션 산업 현황

애니원의 경우도 애니박스과 마찬가지로 새벽 시간부터 오전 시간대에 국내 작품의 편성이 주로 이루어진 것으로 나타났다. 애니원에서 국내 작품의 편성이 가장 많이 이루어진 시간은 오전 6시였으며 그 다음은 오전 2시였다. 애니원의 국내 작품은 오전 1시가 되면서 그 편성이 급격히 늘어나기 시작하여 오전 6시에 최대가 되고, 오전 8시가 되면 급격히 감소했다가 오전 9시부터 다시 늘기 시작하여 오후 1시까지 국내 작품이 다른 시간대에 비해 많이 편성되었다.

챔프도 국내 작품이 주로 오전에 편성되어 있는데, 특정 시간대로의 쏠림 현상이 다른 채널들보다 상대적으로 분명하다는 것을 알 수 있다. 챔프에서 국내 작품의 편성이 가장 많이 이루어진 시간대는 오전 6시대였으며 그 다음이 오전 3시대였다. 챔프도 애니맥스와 같이 국내 작품 편성 시간대가 두 그룹으로 나누어져 있는데, 편성이 가장 몰려있는 시간대는 오전 1시대부터 오전 6시대이며 그 다음이 오전 9시대부터 오후 1시대까지이다. 오후 4시 이후부터 오전 12시까지의 편성량이 매우 적은 것을 알 수 있다.

투니버스에서 국내 작품이 가장 많이 방영된 시간은 오전 6시대로 나타났으며, 오전 5시부터 오전 7시대에 다른 시간대와는 확연히 다르게 국내 작품의 편성이 많이 이루어진 것을 확인할 수 있다. 이후 오전 9시대부터 오후 3시대까지도 국내 작품의 편성이 많이 이루어지고 있다. 오후 4시대 이후에는 국내 작품의 편성이 급격히 감소하여 오후 5시, 6시대에는 거의 국내 작품의 편성이 이루어지지 않다가 오후 9시대 이후로 다시 국내 작품의 편성이 나타나기 시작하는 것을 알 수 있다.

각 채널의 편성 형태를 종합한 그림을 살펴보면, 국내 애니메이션의 편성이 가장 많이 이루어지는 시간은 오전 6시대로 나타났다. 그 다음 시간대는 오전 5시와 오전 9시로 나타났다. 오전 2시대부터 늘어나기 시작한 방영 시간은 오전 6시대에 최고조를 이룬 후 오전 7시대가 되면 급격히 감소하고, 오후 1시대를 넘어서면서 다시 서서히 줄기 시작하는 것을 알 수 있다. 오전 2시대부터 오전 7시대까지 하나의 그룹을 형성하고 있는 것을 알 수 있는데, 이 6시간 동안 이루어진 편성은 전체의 50.22%를 차지하고 있으며 국내 작품의 편성이 가장 몰려있는 오전 5시, 6시와 9시대의 편성량은 전체의 30.78%가량을 차지하고 있다.

5개 채널에서 공통적으로 나타나는 현상은 오후 시간대, 특히 어린이들에게 가장 많이 노출될 수 있는 시간대인 오후 5시대에 국내 작품의 방영이 매우 적다는 것과, 새벽 시간대에 국내 작품의 편성이 집중되어 있다는 점이다. 이 점은 지난 몇 년간 반복해서 지적되어 온 사항이다.

참고로 2010년 12월에 개정된 방송법 고시에서 정한 '어린이들이 주로 시청하는 시간'은 평일은 오전 7시에서 9시까지, 오후 17시에서 20시까지이며 주말 및 공휴일은 오전 7시 30분에서 11시까지, 14시에서 20시까지다.

## 4. 케이블·위성 애니메이션 전문 채널의 해외 애니메이션 방영 현황

&lt;표 2-3-40&gt; 2010년 애니메이션 전문 채널의 총 해외 애니메이션 방영 시간 및 각 채널별 비율

(단위: 분)

총 방영 시간	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
1,699,840	379,060	324,540	340,530	302,650	353,060
99.99%	22.30%	19.09%	20.03%	17.80%	20.77%

\* 소수점 셋째자리 이하는 절삭하였으므로 총 방영 시간 합계는 100.00%가 아닐 수 있음.

2010년 5개 애니메이션 전문 채널의 해외 애니메이션 방영 시간은 총 1,699,840분으로 나타났다. 5개 채널 중 가장 많은 해외 애니메이션을 방영한 채널은 애니맥스로 379,060분을 방영하여 전체 시간의 22.30%를 차지했다. 해외 애니메이션을 가장 적게 방영한 채널은 챔프로 302,650분을 방영하였으며 전체 시간 중 17.80%를 차지하고 있다. 투니버스가 두 번째로 많은 시간 동안 해외 애니메이션을 방영했는데, 353,060분을 방영하여 전체 시간의 20.77%를 차지하고 있다. 애니원은 세 번째로 많은 340,530분을 방영하며 전체 시간의 20.03%를 차지했다. 애니박스는 324,540분을 방영하여 네 번째로 많은 시간 동안 해외 애니메이션을 방영했으며, 이는 전체 해외 애니메이션 방영 시간의 19.09%를 차지하고 있다.

&lt;표 2-3-41&gt; 2008~2010년 애니메이션 전문 채널의 해외 애니메이션 방영 시간 변화

(단위: 분)

	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008년 해외	370,565	330,060	312,830	417,120	356,025
2009년 해외	382,275	290,610	307,905	301,500	358,445
2008년 대비	11,710	-39,450	-4,925	-115,620	2,420
	3.16%	-11.95%	-1.57%	-27.72%	0.68%
2010년 해외	379,060	324,540	340,530	302,650	353,060
2009년 대비	-3,215	33,930	32,625	1,150	-5,385
	-0.84%	11.68%	10.60%	0.38%	-1.50%

2009년을 기준으로, 2010년에는 세 개 채널에서 해외 애니메이션 방영 시간이 증가했고 두 개 채널에서는 방영 시간이 감소했다. 방영 비율이 가장 많이 늘어난 채널은 전년에 비해 11.68%가 증가한 애니박스였다. 애니박스는 방영 시간도 33,930분 증가하여, 5개 채널 중 해외 애니메이션의 방영 시간이 가장 많이 증가한 채널이었다. 전년에 비해 가장 많이 감소한 채널은 투니버스로, 방영 시간은 5,385분 줄어들었고 비율로는 1.50% 감소하였다. 애니맥스는 전년에 비해 3,215분, 0.84%가 감소했고, 애니원은 전년에 비해 32,625분, 10.60%가 증가했으며, 챔프는 1,150분, 0.38%가 증가했다.

&lt;표 2-3-42&gt; 2008~2010년 애니메이션 전문 채널의 국가별 해외 애니메이션 방영 현황

(단위: 분)

가) 2008년 애니메이션 전문 채널의 국가별 해외 애니메이션 방영 현황

국가	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
전체 방영 시간	370,565	330,060	312,830	417,120	356,025
일본	286,685 77.36%	215,670 (65.34%)	181,400 57.99%	294,680 70.65%	265,500 74.57%
중국	14,820 4.00%	-	-	-	-
미국	40,310 10.88%	78,930 (23.91%)	85,590 27.36%	71,440 17.13%	55,725 15.65%
캐나다	28,750 7.76%	11,400 (3.45%)	4,230 1.35%	5,670 1.36%	29,900 8.40%
영국	-	-	-	780 0.19%	1,170 0.33%
이탈리아	-	3,510 (1.06%)	18,630 5.96%	14,020 3.36%	-
프랑스	-	-	9,240 2.95%	4,830 1.16%	3,730 1.05%
체코	-	-	400 0.13%	-	-
기타	-	20,550 (6.23%)	13,340 4.26%	25,700 6.16%	-

나) 2009년 애니메이션 전문 채널의 국가별 해외 애니메이션 방영 현황

국가	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
전체 방영 시간	382,275	290,610	307,905	301,500	358,445
대만	-	-	1,215 0.39%	-	-
미국	42,840 11.21%	88,950 30.61%	69,735 22.65%	53,350 17.69%	119,985 33.47%
영국	-	7,890 2.71%	-	270 0.09%	1,540 0.43%
이탈리아	-	-	5,220 1.70%	9,170 3.04%	-
일본	283,185 74.08%	193,410 66.55%	221,910 72.07%	220,450 73.12%	225,220 62.83%
중국	18,000 4.71%	-	-	-	-
캐나다	27,060 7.08%	360 0.12%	-	240 0.08%	11,110 3.10%
프랑스	11,190 2.93%	-	9,825 3.19%	18,020 5.98%	590 0.16%

다) 2010년 애니메이션 전문 채널의 국가별 해외 애니메이션 방영 현황

국가	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
전체 방영 시간	379,060	324,540	340,530	302,650	353,060
러시아	-	1,170	450	90	-
	-	0.36%	0.13%	0.03%	-
미국	37,290	77,790	34,030	20,930	118,530
	9.84%	23.97%	9.99%	6.92%	33.57%
스페인	-	13,650	21,020	8,580	-
	-	4.21%	6.17%	2.83%	-
영국	-	5,310	16,020	14,520	570
	-	1.64%	4.70%	4.80%	0.16%
이탈리아	-	4,200	6,105	19,750	-
	-	1.29%	1.79%	6.53%	-
일본	228,280	215,190	240,135	225,970	229,530
	60.22%	66.31%	70.52%	74.66%	65.01%
중국	39,810	-	-	-	-
	10.50%	-	-	-	0.00%
캐나다	-	360	-	-	1,950
	-	0.11%	-	-	0.55%
프랑스	23,730	68,870	21,330	12,810	-
	6.26%	21.22%	6.26%	4.23%	-
합작	49,950	-	1,440	-	2,480
	13.18%	-	0.42%	-	0.70%

2010년 5개 채널에서 방영된 해외 작품들은 총 9개국에서 제작되었으며, 그 외에 1개 이상의 국가에서 공동으로 제작된 합작품도 방영되었다. 2010년에도 여느 해와 마찬가지로 애니메이션 전문 채널들은 일본의 작품들에 가장 많은 시간을 할애하였다. 일본 작품의 방영 시간이 가장 많았던 채널은 애니원이었으나, 일본 작품의 방영 비율이 가장 높은 채널은 챔프로 나타났다. 대부분의 채널에서 일본의 작품 다음으로 많은 시간 방영한 작품은 미국의 작품이었다. 즉, 전 세계 애니메이션 시장을 양분하고 있는 두 국가의 작품들이 많이 방영된 것을 알 수 있다.

애니맥스는 미국, 일본, 중국, 프랑스 등 4개국의 작품과 미국과 캐나다에서 공동으로 제작한 작품(합작품)을 방영하였다. 애니맥스에서 방영한 해외 작품 중 가장 많은 방영 시간과 비율을 차지하고 있는 것은 일본의 작품으로, 228,280분이 방영되었으며 해외 애니메이션 방영 시간 중 60.22%를 차지하고 있다. 일본 작품의 방영 시간은 애니맥스에서 방영한 전체 시간의 43.43%를 차지하고 있다. 애니맥스에서는 타 채널들과는 달리 미국과 캐나다에서 공동으로 제작한 작품이 49,950분 방영되었다. 이는 해외 애니메이션의 방영 시간 중 13.18%를 차지하고 있으며, 전체 애니메이션 방영 시간의 9.50%이다. 뒤를 이어 중국의 작품이 39,810분 방영되었고, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 10.50%, 전체 애니메이션 방영 시간의 7.57%를 차지한다. 미국의 작품은 37,290분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간 중 9.84%, 전체 시간 중 7.09%를 차지하고 있으며,

프랑스의 작품은 23,730분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간 중 6.26%, 전체 시간 중 4.51%를 차지하고 있다.

애니박스는 러시아, 미국, 스페인, 영국, 일본, 캐나다, 프랑스 등 8개국의 작품을 방영하였다. 이 중 가장 많은 시간을 차지한 일본의 작품들은 215,190분 방영되었는데, 이는 해외 애니메이션의 방영 시간 중 66.31%, 전체 애니메이션 방영 시간 중 45.86%이다. 미국의 작품은 77,790분 방영되었고, 이는 해외 애니메이션 방영 시간 중 23.97%, 전체 애니메이션 방영 시간 중 16.58%이다. 스페인의 작품은 13,650분 방영되었으며 해외 애니메이션 방영 시간의 4.21%, 전체 시간의 2.91%를 차지하고 있고, 프랑스의 작품은 68,870분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간의 21.22%, 전체 시간의 1.46%를 차지하고 있으며, 영국의 작품은 5,310분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간의 1.64%, 전체 시간의 1.13%를 차지하고 있다. 그 외에 이탈리아, 러시아, 캐나다의 작품이 각각 4,200분, 1,170분, 360분 방영되었는데, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 1.29%, 0.36%, 0.11%이며, 전체 애니메이션 방영 시간의 0.90%, 0.25%, 0.08%이다.

애니원은 러시아, 미국, 스페인, 영국, 일본, 이탈리아, 프랑스 등 7개국의 작품, 그리고 일본과 중국에서 공동으로 제작한 작품을 방영하였다. 일본의 작품이 가장 많이 방영되었고, 전체 시간은 240,135분이었다. 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 66.31%, 전체 애니메이션 방영 시간의 50.63%이다. 미국의 작품이 두 번째로 많은 시간인 34,030분 방영되었으며, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 9.99%, 전체 애니메이션 방영 시간의 7.17%였다. 프랑스와 스페인의 작품은 각각 21,330분과 21,020분 방영되었는데, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 6.26%, 6.17%에 해당하며, 전체 애니메이션 방영 시간의 4.50%, 4.43%에 해당한다. 그 외 영국 작품, 이탈리아 작품, 일본과 중국의 공동제작 작품, 러시아 작품이 각각 16,020분, 6,105분, 1,440분, 450분 방영되었다. 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 4.70%, 1.79%, 0.42%, 0.13%를, 전체 애니메이션 방영 시간의 3.38%, 1.29%, 0.30%, 0.09%를 차지하고 있다.

챔프는 러시아, 미국, 스페인, 영국, 일본, 이탈리아, 프랑스 등 7개 국가의 작품을 방영하였다. 가장 많은 시간을 차지하고 있는 일본의 작품은 225,970분 방영되었으며 해외 애니메이션 방영 시간의 74.66%, 전체 애니메이션 방영 시간의 49.10%를 차지하고 있다. 두 번째로 많은 시간을 차지하고 있는 미국의 작품은 20,930분 방영되었고, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 6.92%, 전체 애니메이션 방영 시간의 4.55%이다. 이탈리아와 영국의 작품은 각각 19,750분과 14,520분이 방영되었으며, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 6.53%, 4.80%를, 전체 애니메이션 방영 시간의 4.29%, 3.16%를 차지한다. 프랑스, 스페인, 러시아의 작품은 각각 12,810분, 8,580분, 90분 방영되었고, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 4.23%, 2.83%, 0.03%에, 전체 애니메이션 방영 시간의 2.78%, 1.86%, 0.02%에 해당한다.

투니버스는 미국, 영국, 일본, 캐나다의 작품과 프랑스와 벨기에에서 공동으로 제작한 작품을 방영하였다. 투니버스의 일본 작품 방영 시간은 229,530분이었으며, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 65.01%, 전체 애니메이션 방영 시간의 44.01%이다. 미국 작품의 방영 시간은 118,530분으

로, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 33.57%, 전체 애니메이션 방영 시간의 22.73%이다. 유럽에서 공동으로 제작한 작품, 캐나다, 영국에서 제작된 작품이 각각 2,480분, 1,950분, 570분 방영되었는데, 이는 해외 애니메이션 방영 시간의 0.70%, 0.55%, 0.16%를, 전체 애니메이션 방영 시간의 0.48%, 0.37%, 0.11%를 차지하고 있다.

<표 2-3-43> 방송사업자의 해외 작품 방영 비율에 대한 방송법

제7조(수입한 외국의 영화·애니메이션·대중음악 중 한 나라에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율) 방송사업자는 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악을 분야별로 해당 채널의 매분기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 방송시간의 100분의 60을 초과하여 편성할 수 없다.

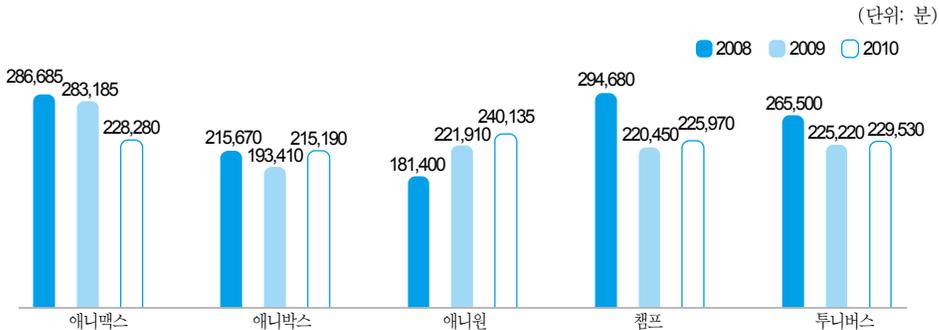
5개 채널에서 가장 많은 시간을 할애한 일본 애니메이션의 방영 시간 변화를 2008년부터 비교하여 보았다.

<표 2-3-44> 2008~2010년 일본 애니메이션 방영 시간 변화

(단위: 분)

연도	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2008년	286,685	215,670	181,400	294,680	265,500
2009년	283,185	193,410	221,910	220,450	225,220
방영 시간 변화	-3,500	-22,260	40,510	-74,230	-40,280
	-1.22%	-10.32%	22.33%	-25.19%	-15.17%
2010년	228,280	215,190	240,135	225,970	229,530
방영 시간 변화	-54,905	21,780	18,225	5,520	4,310
	-19.39%	11.26%	8.21%	2.50%	1.91%

<그림 2-3-12> 2008~2010년 일본 애니메이션 방영 시간 변화



2009년에는 애니원을 제외한 모든 채널에서 일본 애니메이션의 방영 시간이 전년에 비해 감소하였다. 그러나 2010년에는 애니맥스를 제외한 모든 채널에서 일본 애니메이션의 방영 시간이 전

년에 비해 증가하였다.

애니맥스는 2009년과 2010년 모두 일본 애니메이션의 방영 시간이 줄었는데, 각각 전년대비 1.22%, 19.39% 감소하였다. 애니맥스의 2010년 일본 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 58,405분, 20.37%가 감소하였다. 애니박스의 일본 애니메이션 방영은 2009년에는 전년대비 10.32%가 감소했으나, 2010년에는 전년대비 11.26% 증가했다. 2010년에 증가한 방영 시간은 21,780분이었고 2009년에 감소한 방영 시간은 22,260분이었다. 따라서 2010년의 일본 애니메이션 방영 시간은 2008년을 기준으로 480분, 0.22% 감소하였다.

애니원에서는 2년 연속으로 일본 애니메이션의 방영 시간이 증가한 것으로 나타났다. 2010년의 방영 시간은 2008년 대비 58,735분, 32.38% 증가하였다. 위 표에 의하면 2008년 애니원의 일본 애니메이션 방영 시간은 타 채널에 비해 105,285분에서 34,270분 정도가 적었다. 그러나 2년 동안 방영 시간이 증가하면서 애니원은 2010년에 5개 채널 중 가장 많은 일본 애니메이션을 방영한 채널이 되었다. 챔프는 2009년에는 전년에 비해 방영 시간이 25% 이상 감소했고, 2010년에는 소폭 증가했다. 따라서 2010년의 일본 애니메이션 방영 시간은 2008년의 방영 시간보다 68,710분, 23.32%가 감소했다. 투니버스도 2009년에는 전년에 비해 방영 시간이 20% 가까이 감소했으나 2010년에는 소폭 증가한 것으로 나타났다. 2010년의 일본 애니메이션 방영 시간은 2008년에 비해 35,970분, 13.55% 감소하였다.

5개 채널에서 방영한 해외 애니메이션의 국가별 작품을 모두 종합하여 살펴보면, 러시아의 작품이 1,710분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간 전체 중 0.10%를 차지하고 있고, 미국의 작품이 288,570분 방영되어 해외 애니메이션 방영 시간 중 16.98%를 차지하고 있다. 스페인의 작품이 43,250분으로 2.54%, 영국의 작품이 36,420분으로 2.14%, 이탈리아의 작품이 30,055분으로 1.77%를 차지하고 있다.

일본의 작품은 1,139,105분으로 67.01%를 차지하며, 중국의 작품은 39,810분으로 2.34%를 차지한다. 캐나다의 작품은 2,310분으로 0.14%, 프랑스의 작품은 64,730으로 3.81%이다. 미주 지역의 합작 작품(미국, 캐나다)은 49,950분으로 2.94%를, 유럽 지역의 합작 작품은 2,480분으로 0.15%를, 아시아 지역의 합작 작품(일본, 중국)은 1,440분으로 0.08%를 각각 차지하고 있다.

<표 2-3-45> 애니메이션 전문 채널 작품의 국가별 점유 상황

(단위: 분)

국가	러시아	미국	스페인	영국	이태리	일본
시간	1,710	288,570	43,250	36,420	30,055	1,139,105
비율	0.10%	16.98%	2.54%	2.14%	1.77%	67.01%
국가	중국	캐나다	프랑스	미주 합작	유럽 합작	아시아 합작
시간	39,810	2,310	64,730	49,950	2,480	1,440
비율	2.34%	0.14%	3.81%	2.94%	0.15%	0.08%

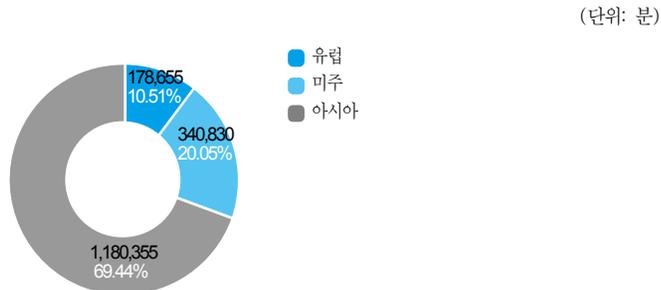
5개 채널에서 방영한 해외 애니메이션을 지역별로 살펴보면 아시아, 미주, 유럽의 작품들로 구성되어 있다. 아시아 지역 중에는 일본과 중국의 작품이 방영되었고, 미주 지역 중에는 미국과 캐나다의 작품이 방영되었으며, 유럽 중에서는 러시아, 스페인, 영국, 이탈리아, 프랑스의 5개국 작품들이 방영되었다.

<표 2-3-46> 애니메이션 전문 채널에서 방영한 지역별 해외 애니메이션

(단위: 분)

지역	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
해외 애니메이션 방영 시간	379,060	324,540	340,530	302,650	353,060
아시아	268,090	215,190	241,575	225,970	229,530
	70.72%	66.31%	70.94%	74.66%	65.01%
미주	87,240	78,150	34,030	20,930	120,480
	23.01%	24.08%	9.99%	6.92%	34.12%
유럽	23,730	31,200	64,925	55,750	3,050
	6.26%	9.61%	19.07%	18.42%	0.86%

<그림 2-3-13> 애니메이션 전문 채널의 해외 작품의 지역별 상황



모든 채널에서 일본 애니메이션의 비중이 높았던 까닭에, 지역별 분류에서도 아시아의 비중이 높았다. 애니맥스는 전체 해외 작품 중 70.72%를 아시아 지역의 작품으로 구성하였고, 미주 작품은 23.01%, 유럽 작품은 6.26%로 구성하였다. 애니박스는 아시아 지역의 작품을 66.31%, 미주 지역의 작품을 24.08%, 유럽 지역의 작품을 9.61% 방영하였다. 애니원은 해외 작품의 70.94%를 아시아 지역의 작품으로 구성하였고, 9.99%는 미주 지역의 작품으로, 19.07%는 유럽 지역의 작품으로 구성하였다. 챔프는 74.66%를 아시아 지역 작품으로, 6.92%를 미주 지역 작품으로, 18.42%를 유럽 지역 작품으로 구성하였다. 투니버스는 전체 해외 애니메이션 중 65.01%를 아시아 지역의 작품으로, 34.12%를 미주 지역의 작품으로, 0.86%를 유럽 지역의 작품으로 구성하였다. 5개 채널에서 방영한 해외 애니메이션을 종합해서 살펴보면, 아시아 지역의 작품이 1,180,355분으로 전체의 69.44%를 차지하고 있다. 미주 지역의 작품은 340,830분으로 20.05%를, 유럽 지역의 작품은 178,655분으로 10.51%를 차지한다.

## 5. 케이블·위성 애니메이션 전문 채널의 해외 애니메이션 방영 목록

&lt;표 2-3-47&gt; 2010년 애니메이션 전문 채널의 해외 애니메이션 방영 목록

가) 애니맥스

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
1	중국	1	스포츠 판다	37		31	수신연무
2	프랑스	1	코드료코	38		32	수왕성
3	미국	1	비바 피나타	39		33	슈말리에
4	캐나다	2	비바 피나타 2	40		34	슈팅 바쿠간
5	미국	1	스파이더 맨 VS 최강의 적	41		35	스즈미야 하루히의 우울
6		2	외계소년 위제트	42		36	아리아 디 오리지네이션
7		1	건스워드	43		37	에어
8		2	건퍼레이드 오케스트라	44		38	에어기어
9		3	공룡킹 어드벤처	45		39	오! 나의 여신님
10		4	공룡킹 어드벤처 2	46		40	오! 나의 여신님 2기
11		5	공주님 조심하세요	47		41	오늘부터 마왕2
12		6	교향시편 유레카7	48		42	윈피스 2
13		7	금색의 코르다	49		43	유리함대
14		8	내일은 축구왕	50		44	은반의 수호천사
15		9	네기마!?	51		45	작안의 사나
16		10	노다메 칸타빌레	52		46	작안의 사나 2
17		11	델토라 퀘스트	53		47	제로의 사역마 2기
18		12	듀얼 레전드	54		48	제로의 사역마 3기
19		13	듀얼 레전드 2	55	일본	49	지옥소녀 2
20		14	디 그레이맨	56		50	채운국 이야기
21	일본	15	디 그레이맨 2	57		51	채운국 이야기 2기
22		16	디지몬 어드벤처	58		52	천원돌과 그렌라간
23		17	러브 콤플렉스	59		53	카논
24		18	레드가든	60		54	크게 휘두르며
25		19	로미오와 줄리엣	61		55	탐정학원Q
26		20	마법전사 유켄도	62		56	트윅클
27		21	멋진 탐정 라비린스	63		57	과워 디지몬
28		22	메탈 베이 블레이드	64		58	펌프킨 시저스
29		23	모레의 방향	65		59	포켓몬스터 DP 2
30		24	바람의 성흔	66		60	포켓몬스터 DP 극장판
31	25	바카노	67	61		하야테처럼	
32	26	뱀부 블레이드	68	62		히니와 클로버 2	
33	27	빨강머리 앤	69	63	현시연		
34	28	서쪽의 착한 마녀	70	64	흑의 계약자		
35	29	소녀왕국 표류기	71	65	NHK에 어서 오세요!		
36	30	소년 음악사	72	66	S.A 스페셜 에이		

## 나) 애니박스

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
1	러시아	1	[극장판]꼬마 북극곰 엘카의 모험	44		30	[극장판]야채극장 베지테일
2		1	칙칙폭폭 처깅턴	45		31	[극장판]어드벤처 킹, 피돌이
3	영국	2	[극장판]로빈훅	46		32	[극장판]오딧세우스의 모험
4		3	[극장판]로빈훅 왕의 귀환	47		33	[극장판]오리탐정 쏘니
5		1	밀라의 상상여행	48		34	[극장판]오즈의 마법사
6	프랑스	2	샘샘은 꼬마슈퍼맨	49		35	[극장판]웃걸이 탐정과 앨리스
7		1	귀를 기울이면	50		36	[극장판]요정별 수호대작전
8	캐나다	2	[극장판]귀를 기울이면	51		37	[극장판]요정숲의 꼬마 발명왕
9		1	윙스 프렌즈 2기	52		38	[극장판]용감한 꼬마로봇 트랭크
10	이탈리아	2	윙스 프렌즈 3기	53		39	[극장판]용감한 꼬마생쥐 라피치
11		1	랄랄라~ 모차르트 밴드	54		40	[극장판]이상한나라의 앨리스
12		2	[극장판]드래곤 힐 - 세상의 문	55		41	[극장판]이스터섬의 비밀을 찾아서
13	스페인	3	[극장판]드래곤 힐 - 마법의 상자	56		42	[극장판]정글북
14		4	[극장판]랄랄라~ 모차르트 밴드	57		43	[극장판]정글책 - 잭 랜드의 탄생
15		1	돌아온 형사 가제트	58	미국	44	[극장판]정글책 - 파란만장 도시탈출
16		2	우당탕탕 잉양요 2기	59		45	[극장판]지구를 지켜라! 상상과워
17		3	출동! 꾸러기 수비대	60		46	[극장판]천하무적 수퍼 머플이
18		4	[극장판]피터의 달나라 어드벤처	61		47	[극장판]킹콩
19		5	[극장판]고집불통 파보	62		48	[극장판]펫손과 핀두스 No.1
20		6	[극장판]곰돌이와 숲속 친구들	63		49	[극장판]펫손과 핀두스 No.2
21		7	[극장판]공룡천국 다이노토피아	64		50	[극장판]펫손과 핀두스 No.3
22		8	[극장판]공주님과 완두콩	65		51	[극장판]펫손과 핀두스 No.4
23		9	[극장판]까르르 숲속마을	66		52	[극장판]폭신폭신 슝꼬리 피터주니어
24		10	[극장판]꼬마영웅 미운오리	67		53	[극장판]피노키오
25		11	[극장판]노틀담의 꼽추	68		54	[극장판]피터의 달나라 어드벤처
26		12	[극장판]눈의여왕	69		55	[극장판]헬보이-아이언펀치
27		13	[극장판]니코는 내 친구	70		56	[극장판]헬보이-폭풍의 겁
28		14	[극장판]달빛공주 구출대작전	71		57	[극장판]환상탐험 대항해시대
29	미국	15	[극장판]달타냥과 삼총사	72		58	[극장판]RH+홉플귀와 외계인
30		16	[극장판]돌아온 우주보안관 장고	73		1	간츠
31		17	[극장판]레오의 크리스마스 환상특급	74		2	갓슈벨 2
32		18	[극장판]리틀팬더 파이터	75		3	갓슈벨 final
33		19	[극장판]마린보이 로파카	76		4	갓슈벨 final-part2
34		20	[극장판]매직하트 원정대	77		5	강철의연금술사-BROTHERHOOD
35		21	[극장판]무명가족의 여름대소동	78		6	개그만화 보기좋은날
36		22	[극장판]물관	79	일본	7	게드전기
37		23	[극장판]바비의 호두까기인형	80		8	고양이의 보은
38		24	[극장판]빨간 망토와 늑대	81		9	골든보이
39		25	[극장판]뽀빠이의 모험	82		10	글로리아
40		26	[극장판]삼총사	83		11	기동전사 건담더블오
41		27	[극장판]새콤달기 숲의 괴물대소동	84		12	기동전사 건담더블오 2
42		28	[극장판]스트리트 보드맨 토니	85		13	꼭두각시 난자걸
43		29	[극장판]시끌벅적 숲속마을	86		14	날아라 랜코

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
87		15	던전 앤 파이터 슬랩업 파티	131		59	슬레이어즈
88		16	데스노트	132		60	슬레이어즈 NEXT
89		17	데스노트 완전결착	133		61	슬레이어즈 TRY
90		18	데스노트 완전결착 2	134		62	신령사냥
91		19	동급생 클라이막스	135		63	신복두의 권 OVA
92		20	동급생1기	136		64	얼굴 없는 달
93		21	두근두근 바니걸스	137		65	엘프새댁
94		22	드래곤볼Z	138		66	연희1기
95		23	드래곤볼Z KAI	139		67	연희2기
96		24	디바인러브	140		68	엽기인걸 스나코
97		25	디지털몬 세이버즈	141		69	육망의 놀이공원
98		26	러브카페 피아케롯 리턴즈	142		70	원피스 4기
99		27	러브습격대작전	143		71	유유백서
100		28	러브파이터	144		72	유혹의 물빛
101		29	러키스타	145		73	유혹의 사이버 러브
102		30	리틀모니카 이야기	146		74	유희왕 3기
103		31	마계전생	147		75	유희왕 4기
104		32	마린걸스	148		76	유희왕 5D's 2
105		33	멋지다 마사루	149		77	유희왕 GX1
106		34	모노노케 히메	150		78	유희왕 GX2
107		35	못말리는 3공주	151		79	유희왕 GX3
108	일본	36	미나미家 세자매 1기	152	일본	80	은밀한 마녀시험
109		37	미나미家 세자매 2기	153		81	이누야샤 완결편
110		38	미스터리 병동	154		82	이누야샤 1
111		39	미치코와 핫친 스페셜	155		83	이누야샤 2
112		40	미카쿠라 소녀 탐정단	156		84	이누야샤 3
113		41	바다가 들린다	157		85	이누야샤 4
114		42	바람계곡의 나우시카	158		86	이누야샤 5
115		43	바람둥이 용기사	159		87	이누야샤 6
116		44	바람의 검심	160		88	이웃집 그녀들
117		45	방과후 연애클럽	161		89	이웃집 야마다군
118		46	뽀빠이어 헌터 OVA	162		90	전학생
119		47	복두의 권 라오우 외전 - 하늘의 패왕	163		91	절대가련 칠드런
120		48	붉은 돼지	164		92	좋아해요
121		49	블랙잭 OVA	165		93	짱구는 못말려 스페셜
122		50	비온드	166		94	천공의 성 라퓨타
123		51	사랑의 메시지	167		95	츠바사 레블루션
124		52	사이버 포물러11 OVA	168		96	츠바사 춘희기
125		53	서몬마스터즈 블루드래곤	169		97	카라스 OVA
126	54	센과 치히로의 행방불명	170	98	캠퍼스러브		
127	55	소울이터	171	99	클라나드		
128	56	소환대소동	172	100	키라메키 프로젝트 OVA		
129	57	슈퍼로봇대전OVA	173	101	키스		
130	58	스쿨럼블 2학기	174	102	키스부터		

전체	국가	국가별	제목
175		103	투러브 트러블
176		104	판도라 하츠
177		105	편의점 그녀
178		106	포켓몬스터 3기
179		107	포켓몬스터 AG 4기
180		108	하급생
181		109	한여름 여름캠프
182		110	핫클럽 그린
183		111	핫클럽 블루
184		112	핫클럽 옐로우
185		113	핫클럽 오렌지
186		114	핫클럽 퍼플
187		115	핫클럽 퍼플 NO.3
188		116	해피해피 클로버
189		117	헌터X헌터 G.I Final
190		118	헬싱OVA
191		119	환상마전 최유기
192		120	흑집사
193		121	CPU Girl
194		122	FROM 아이즈
195		123	F-Zero 팔콘전설
196	일본	124	SD건담 삼국전 Part1
197		125	xxxHOLiC
198		126	xxxHOLiC 2기
199		127	Y군의 러브클리닉
200		128	Y군의 러브클리닉 2기
201		129	YES!프리큐어5 GOGO!
202		130	YES!프리큐어5 GOGO!
203		131	[극장판]갓슈벨
204		132	강철의 연금술사
205		133	[극장판]강철의 연금술사-삼발라를 정복하는 자
206		134	[극장판]공각 기동대
207		135	[극장판]도라에몽-진구의 공룡대탐험
208		136	[극장판]도라에몽-진구의 마계대모험 7인의 마법사
209		137	[극장판]도라에몽-진구의 우주표류기
210		138	[극장판]도라에몽-진구의 인어대해전
211		139	[극장판]도라에몽-진구의 태양양전설
212		140	[극장판]도라에몽-2112년 도라에몽의 탄생
213		141	[극장판]독수리 오형제
214		142	[극장판]드래곤볼Z No.1
215		143	[극장판]드래곤볼Z No.2

전체	국가	국가별	제목
216		144	[극장판]드래곤볼Z No.3
217		145	[극장판]드래곤볼Z No.4
218		146	[극장판]드래곤볼Z No.5
219		147	[극장판]드래곤볼Z No.6
220		148	[극장판]드래곤볼Z No.7
221		149	[극장판]드래곤볼Z No.8
222		150	[극장판]드래곤볼Z No.9
223		151	[극장판]드래곤볼Z No.10
224		152	[극장판]드래곤볼Z No.11
225		153	[극장판]드래곤볼Z No.12
226		154	[극장판]드래곤볼Z No.13
227		155	[극장판]디지털몬 세이버즈-궁극과워! 각성 모드 발동!
228		156	[극장판]디지털몬 어드벤처-디지털몬의 탄생
229		157	[극장판]디지털몬 어드벤처-우리들의 위게임
230		158	[극장판]디지털몬 테이머즈-모험자들의 전쟁
231		159	[극장판]디지털몬 테이머즈-폭주디지털몬 특급
232	일본	160	[극장판]디지털몬 프론티어-고대 디지털몬의 부활
233		161	[극장판]마녀배달부 키키
234		162	[극장판]머나먼 시공속에서-백룡의 무녀 OVA
235		163	[극장판]머나먼 시공속에서-자양화의 꿈OVA
236		164	[극장판]블랙잭
237		165	삐뽀사투 갯츨
238		166	[극장판]슬램덩크 No.1
239		167	[극장판]슬램덩크 No.2
240		168	[극장판]슬램덩크 No.3
241		169	[극장판]슬레이어즈 고저스
242		170	[극장판]슬레이어즈 리턴
243		171	[극장판]슬레이어즈 완전무결
244		172	[극장판]슬레이어즈 프리미엄
245		173	[극장판]에반게리온 테스
246		174	[극장판]에반게리온 에어
247		175	[극장판]에반게리온 진심을 너에게
248		176	[극장판]엑스트라이버 No.1
249		177	[극장판]유니코 No.1
250		178	[극장판]유니코 No.2
251		179	[극장판]유니코 No.2

전체	국가	국가별	제목
252		180	[극장판]이누야사-홍련의 봉래도
253		181	[극장판]이웃집 아마다군
254		182	[극장판]이웃집 토토로
255		183	[극장판]인랑
256		184	[극장판] 짝과 콩나무
257		185	[극장판] 짱구는못말려No.1
258		186	[극장판] 짱구는못말려No.2
259		187	[극장판] 짱구는못말려No.3
260		188	[극장판] 짱구는못말려No.4
261	일본	189	[극장판] 짱구는못말려No.5
262		190	[극장판] 짱구는못말려No.6
263		191	[극장판] 짱구는못말려No.7
264		192	[극장판] 짱구는못말려No.8
265		193	[극장판] 짱구는못말려No.9
266		194	[극장판] 짱구는못말려No.10
267		195	[극장판] 짱구는못말려No.11
268		196	[극장판] 짱구는못말려No.12
269		197	[극장판] 짱구는못말려No.13
270		198	[극장판] 짱구는못말려No.14

전체	국가	국가별	제목
271		199	[극장판]짱구는못말려No.15
272		200	[극장판]캐틀루 다이너마이트
273		201	[극장판]파름의 나무
274		202	[극장판]과워다지몬 다이블로몬의 역습
275		203	[극장판]과워다지몬 황금캡슐의 진화
276		204	[극장판]포켓몬스터 No.1
277		205	[극장판]포켓몬스터 No.2
278		206	[극장판]포켓몬스터 No.3
279		207	[극장판]포켓몬스터 No.4
280	일본	208	[극장판]포켓몬스터 No.5
281		209	[극장판]포켓몬스터 No.6
282		210	[극장판]포켓몬스터 No.7
283		211	[극장판]포켓몬스터 No.8
284		212	[극장판]포켓몬스터 No.9
285		213	[극장판]폼포코 너구리 대작전
286		214	[극장판]푸른가족
287		215	[극장판]하울의 움직이는 성
288		216	[극장판]SOS 꼬마 구조선
289		217	[극장판]xxxHOLiC

다) 애니원

전체	국가	국가별	제목
1	러시아	1	[극장판]꼬마 북극곰 엘카의 모험
2	프랑스	1	밀라의 상상여행
3		2	쌔쌔은 꼬마슈퍼맨
4		1	윙스 프렌즈
5	이탈리아	2	윙스 프렌즈 2
6		3	윙스 프렌즈 3
7	영국	1	칙칙폭폭 치깅틴
8		2	[극장판] 집없는곰 텐저린
9		1	랄랄라~ 모차르트 밴드
10	스페인	2	[극장판]드래곤힐 마법의 상자
11		3	[극장판]랄랄라~모차르트 밴드
12	일본-중국	1	레 미제라블 소녀 코제트
13		1	거북이 특공대 Z
14		2	돌아온 형사 가제트
15		3	요정숲의 꼬마 발명왕
16		4	우당탕탕 잉양요 2기
17	미국	5	정글적 파란만장 도시탈출
18		6	출동! 꾸러기 수비대
19		7	폭신폭신 숨꼬리 피터 주니어
20		8	[극장판]곰돌이와 숲속 친구들
21		9	[극장판]공룡천국 다이노토피아

전체	국가	국가별	제목
22		10	[극장판]공주님과 완두콩
23		11	[극장판]까르르 숲속마을
24		12	[극장판]꼬마영웅 미운오리
25		13	[극장판]노틀담의 꼽추
26		14	[극장판]눈의 여왕
27		15	[극장판]니코는 내 친구
28		16	[극장판]로빈훗 왕의 귀환
29		17	[극장판]리틀팬더 파이터
30		18	[극장판]매직하트 원정대
31		19	[극장판]물란
32	미국	20	[극장판]바비의 호두까기 인형
33		21	[극장판]빨간망토와 늑대
34		22	[극장판]새콤달기 숲의 괴물 데스동
35		23	[극장판]시끌벅적 숲속마을
36		24	[극장판]야채극장 베지테일
37		25	[극장판]어드벤처 킹, 피돌이
38		26	[극장판]오디세우스의 모험
39		27	[극장판]웃걸이 탐정과 엘리스
40		28	[극장판]요정별 수호대작전
41		29	[극장판]요정숲의 꼬마 발명왕
42		30	[극장판]용감한 꼬마생쥐 라피치

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
43		31	[극장판]우주 보안관 장고	85		31	서몬마스터즈 블루드래곤
44		32	[극장판]이상한 나라의 앨리스	86		32	소울이터
45		33	[극장판]정글북	87		33	스쿨럼블 2
46		34	[극장판]정글책-잭랜드의 탄생	88		34	슬레이어즈
47		35	[극장판]정글책-파란만장 도시탈출	89		35	슬레이어즈 NEXT
48	미국	36	[극장판]지구를 지켜라! 상상과워	90		36	신나는 과학 어드벤처 아하! 그렇구나
49		37	[극장판]킹콩 정글왕의 귀환	91		37	신도라에몽
50		38	[극장판]켓손과 핀두스 No.1	92		38	신도라에몽 2
51		39	[극장판]켓손과 핀두스 No.2	93		39	엽기인걸 스나코
52		40	[극장판]켓손과 핀두스 No.3	94		40	완소! 퍼펙트 반장
53		41	[극장판]폭신폭신킨 솜꼬리 피터 주니어	95		41	유유백서
54		42	[극장판]환상탐험 대항해시대	96		42	유희왕 3
55		1	갯슈벨 Final	97		43	유희왕 4
56		2	강철의 연금술사 BROTHERHOOD	98		44	유희왕 5D's
57		3	게드전기	99		45	유희왕 5D's 2
58	4	기동전사 건담OO	100		46	유희왕 GX 2	
59	5	날아라 뽀코	101		47	이웃집 토토로	
60	6	던전 앤 파이터 슬랩업 파티	102		48	절대가련 칠드런	
61	7	테스노트 완전결착	103		49	클라나드	
62	8	도라에몽 1	104		50	포켓몬스터 DP	
63	9	도라에몽 2	105	일본	51	포코냥	
64	10	도라에몽 3	106		52	하울의 움직이는 성	
65	11	도라에몽 4	107		53	해피해피 클로버	
66	12	도라에몽 5	108		54	흑집사	
67	13	도라에몽 6	109		55	이누야샤 1	
68	14	도라에몽 7	110		56	이누야샤 2	
69	15	도라에몽 8	111		57	이누야샤 3	
70	16	도라에몽 9	112		58	이누야샤 4	
71	17	도라에몽 10	113		59	이누야샤 5	
72	일본	18	드래곤볼 Z		114	60	이누야샤 6
73		19	드래곤볼Z KAI		115	61	이누야샤 완결편
74		20	디지털 세이버즈		116	62	SD 건담 삼국전 Part 1
75		21	멋지다 마사루	117	63	XXXHOLIC 2	
76		22	모노노케 히메	118	64	Yes! 프리큐어5	
77		23	못말리는 3공주	119	65	Yes! 프리큐어5 GOGO!	
78		24	못말리는 3공주 2	120	66	[극장판]도라에몽-2112년 도라에몽 탄생의 비밀	
79		25	미나미야 세자매	121	67	[극장판]도라에몽-진구의 공룡대탐험	
80		26	미치코와 핫친	122	68	[극장판]도라에몽-진구의 마계대모험 7인의 마법사	
81		27	방가방가 햅토리 3	123	69	[극장판]도라에몽-진구의 우주표류기	
82	28	방가방가 햅토리 달콤달콤 파라다이스	124	70	[극장판]도라에몽-진구의 인어 대해전		
83	29	방가방가 햅토리 달콤달콤 파라다이스 2	125	71	[극장판]도라에몽-진구의 태양왕전설		
84	30	붉은 돼지	126	72	[극장판]도라에몽의 탄생		

전체	국가	국가별	제목
127		73	[극장판]드래곤볼Z No.1
128		74	[극장판]드래곤볼Z No.2
129		75	[극장판]드래곤볼Z No.3
130		76	[극장판]드래곤볼Z No.4
131		77	[극장판]드래곤볼Z No.5
132		78	[극장판]드래곤볼Z No.6
133		79	[극장판]드래곤볼Z No.7
134		80	[극장판]드래곤볼Z No.9
135		81	[극장판]드래곤볼Z No.10
136		82	[극장판]드래곤볼Z No.11
137		83	[극장판]드래곤볼Z No.12
138		84	[극장판]드래곤볼Z No.13
139	일본	85	[극장판]디지털몬 세이버즈-궁극파워! 각성 모드 발동!
140		86	[극장판]디지털몬 어드벤처 디지털몬의 탄생
141		87	[극장판]디지털몬 어드벤처-우리들의 위게임
142		88	[극장판]디지털몬 테이머즈-모험자들의 전쟁
143		89	[극장판]디지털몬 테이머즈-폭주디지털몬 특급
144		90	[극장판]디지털몬 프론티어-고대 디지털몬의 부활!
145		91	[극장판]방가방가 헵토리 No.1
146		92	[극장판]방가방가 헵토리 No.1
147		93	[극장판]방가방가 헵토리 No.2
148		94	[극장판]방가방가 헵토리 No.3
149		95	[극장판]방가방가 헵토리 No.4

전체	국가	국가별	제목
150		96	[극장판]센과 치히로의 행방불명
151		97	[극장판]슈퍼스타 글키피 왕게
152		98	[극장판]오즈의 마법사
153		99	[극장판]이누야샤 No.4 홍련의 봉래도
154		100	[극장판]잭과 콩나무
155		101	[극장판]짱구는 못말려 No.3
156		102	[극장판]짱구는 못말려 No.4
157		103	[극장판]짱구는 못말려 No.5
158		104	[극장판]짱구는 못말려 No.6
159		105	[극장판]짱구는 못말려 No.7
160		106	[극장판]짱구는 못말려 No.8
161		107	[극장판]짱구는 못말려 No.10
162	일본	108	[극장판]짱구는 못말려 No.11
163		109	[극장판]짱구는 못말려 No.12
164		110	[극장판]짱구는 못말려 No.14
165		111	[극장판]짱구는 못말려 No.15
166		112	[극장판]파워디지털몬-디아블로몬의 역습
167		113	[극장판]파워디지털몬-황금캡슐진화
168		114	[극장판]포켓몬스터 No.1
169		115	[극장판]포켓몬스터 No.2
170		116	[극장판]포켓몬스터 No.3
171		117	[극장판]포켓몬스터 No.4
172		118	[극장판]포켓몬스터 No.5
173		119	[극장판]포켓몬스터 No.6
174		120	[극장판]포켓몬스터 No.7
175		121	[극장판]포켓몬스터 No.8
176		122	[극장판]포켓몬스터 No.9
177		123	[극장판]피노키오
178		124	[극장판]SOS 꼬마 구조선

라) 챔프

전체	국가	국가별	제목
1	러시아	1	꼬마 북극곰 엘카의 모험
2	영국	1	칙칙폭폭 처킹턴
3	프랑스	1	밀라의 상상여행
4		2	쌔쌔은 꼬마 슈퍼맨
5		1	랄랄라~ 모차르트 밴드
6	스페인	2	드래곤 힐-세상의 문
7		3	드래곤 힐-마법의 상자
8		1	윙스프렌즈
9	이탈리아	2	윙스프렌즈 2
10		3	윙스프렌즈 3
11	미국	1	곰돌이와 숲속 친구들

전체	국가	국가별	제목
12		2	공룡천국 다이노토피아
13		3	공주님과 원두콩
14		4	까르르 숲속마을
15		5	돌이온 형사 가제트
16		6	매직하트 원정대
17	미국	7	바비공주와 숲속친구들
18		8	바비의 호두까기 인형
19		9	빨간망토와 늑대
20		10	뽀빠이의 모험 극장판
21		11	시끌벅적 숲속마을
22		12	야채극장 베티테일

전체	국가	국가별	제목
23		13	어드벤처 킹, 괴돌이
24		14	웃걸이 탐정과 엘리스
25		15	요정별 수호대작전
26		16	요정숲의 꼬마 발명왕
27		17	용감한 꼬마로봇 트랭크
28		18	우당탕탕 잉양요 2
29		19	정글객 잭랜드의 탄생
30	미국	20	정글객 파란만장 도시탈출
31		21	지구를 지켜라! 상상과워
32		22	천하무적 수퍼 떠돌이
33		23	출동! 꾸러기 수비대
34		24	출동! 꾸러기 수비대
35		25	폭신폭신킨 솜꼬리 피터 주니어
36		26	환상탐험 대항해시대
37		27	[극장판]노틀담의 꼽추
38		28	[극장판]플란
39		29	[극장판]뽀빠이의 모험
40		1	갯슈벨-101번째 마물
41		2	갯슈벨 Final
42		3	강철의 연금술사-브라더후드
43		4	강철의 연금술사-삼발라를 정복하는 자
44		5	케드전기
45		6	고양이의 보은
46		7	귀를 기울이면
47		8	기동전사 건담OO
48		9	날아라 팬코
49		10	던전앤 파이터 슬랩업 파티
50		11	도라에몽
51		12	도라에몽 2
52	일본	13	도라에몽 3
53		14	도라에몽 4
54		15	도라에몽 5
55		16	도라에몽 6
56		17	도라에몽 7
57		18	도라에몽 8
58		19	도라에몽 9
59		20	도라에몽 10
60		21	도라에몽 vs 도라에몽
61		22	도라에몽 vs 도라에몽 2
62		23	드래곤볼Z
63		24	드래곤볼Z KAI
64		25	디지털몬 세이버즈
65		26	마녀 배달부 키키
66		27	모노노케 히메

전체	국가	국가별	제목
67		28	못말리는 3공주
68		29	못말리는 3공주 2
69		30	못말리는 3공주 2 Final
70		31	바다가 들린다
71		32	바람계곡의 나우시카
72		33	방가방가 햄토리OVA
73		34	서몬마스터즈 블루드래곤
74		35	센과 치히로의 행방불명
75		36	소울이터
76		37	슬레이어즈
77		38	슬레이어즈 NEXT
78		39	슬레이어즈 TRY
79		40	신 도라에몽
80		41	신 도라에몽 2
81		42	오즈의 마법사
82		43	완소! 퍼펙트 반장
83		44	유유백서
84		45	유희왕 3
85		46	유희왕 4
86		47	유희왕 5D's
87	일본	48	유희왕 5D's 2
88		49	이누야샤 5
89		50	이누야샤
90		51	이누야샤 2
91		52	이누야샤 3
92		53	이누야샤 4
93		54	이누야샤 6
94		55	이누야샤 완결편
95		56	이누야샤-홍련의 봉래도
96		57	이웃집 야마다군
97		58	이웃집 토토로
98		59	잭과 콩나무
99		60	절대가련 칠드런
100		61	천공의 성 라퓨타
101		62	추억은 방울방울
102		63	판도라 하츠
103		64	포켓몬스터 DP
104		65	포코냥
105		66	폼포코 너구리 대작전
106		67	하울의 움직이는 성
107		68	헬로키티
108		69	헬로키티와 숲속나라 친구들
109		70	헬보이-아이언 펀치
110		71	헬보이-폭풍의 검

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
111		72	SD건담 삼국전 part1	135		96	[극장판]짱구는 못말려-부리부리 3분 대작전
112		73	sos 꼬마구조선				
113		74	xxxHOLiC 2	136		97	[극장판]짱구는 못말려-부리부리 왕국의 보물
114		75	Yes! 프리큐어 5				
115		76	Yes! 프리큐어 5 GOGO!	137		98	[극장판]짱구는 못말려-암흑마왕 대추적
116		77	[극장판]도라에몽-진구의 마계 대모험 7인의 마법사	138		99	[극장판]짱구는 못말려-액션가면 vs 그레그래마왕
117		78	[극장판]도라에몽-2112년 도라에몽의 탄생	139		100	[극장판]짱구는 못말려-어른제국의 역습
118		79	[극장판]도라에몽-진구의 공룡대모험	140		101	[극장판]짱구는 못말려-전설을 부르는 춤을 춰라, 야미고!
119		80	[극장판]도라에몽-진구의 우주표류기				
120		81	[극장판]도라에몽-진구의 인어대해전	141		102	[극장판]짱구는 못말려-태풍을 부르는 노래하는 엉덩이 폭탄
121		82	[극장판]도라에몽-진구의 태양왕 전설				
122	일본	83	[극장판]디지털몬 세이버즈-궁극의 파워! 각성 모드 발동!	142	일본	103	[극장판]짱구는 못말려-폭풍을 부르는 석양의 떡잎마을 방범대
123		84	[극장판]디지털몬 어드벤처-디지털몬의 탄생	143		104	[극장판]짱구는 못말려-폭풍을 부르는 정글
124		85	[극장판]디지털몬 어드벤처 -우리들의 위게임	144		105	[극장판]짱구는 못말려-헨터랜더의 대모험
125		86	[극장판]디지털몬 테이머즈 -모험자들의 전쟁	145		106	[극장판]짱구는 못말려-흑부리 미왕의 야망
126		87	[극장판]디지털몬 테이머즈 -폭주디지털몬 특급	146		107	[극장판]파워디지털몬-다이블로몬의 역습
127		88	[극장판]디지털몬 프론티어 -고대 디지털몬의 부활!	147		108	[극장판]파워디지털몬 황금캡슐진화
128		89	[극장판]방가방가 햅토리	148		109	[극장판]포켓몬 레인지와 바다의 왕자 마나피
129		90	[극장판]슬레이어즈 완전무결				
130		91	[극장판]슬레이어즈 프리미엄	149		110	[극장판]포켓몬스터-물의 도시의 수호신 라티아스와 라티오스
131		92	[극장판]짱구는 못말려-태풍을 부르는 영광의 불고기 로드	150		111	[극장판]포켓몬스터-뮤와 파동의 용사 루카리오
132		93	[극장판]짱구는 못말려-태풍을 부르는 장엄한 전설의 전투	151		112	[극장판]포켓몬스터-뮤츠의 역습
133		94	[극장판]짱구는 못말려-폭발! 온천 부글부글 대작전	152		113	[극장판]포켓몬스터-이름다운 소원의 별 지라치
134		95	[극장판]짱구는 못말려-웨이발굽 대작전	153		114	[극장판]포켓몬스터-열공의 방문자 테오키스

## 마) 투니버스

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
1	영국	1	꼬마기관차 토마스와 친구들 9	43		13	괴담 vs 괴담
2		2	꼬마기관차 토마스와 친구들 10	44		14	괴담레스토랑
3	캐나다	1	수퍼와이	45		15	꿈빛 파티시엘
4	유럽*	1	미운오리새끼와 랫소의 모험	46		16	나루토 질풍전
5	프랑스 벨기에	1	무스티	47		17	나루토 질풍전 2
6		1	도라 디 익스플로러	48		18	나루토 질풍전 3
7		2	돌연변이 아일랜드	49		19	날아라 호빵맨 4
8		3	말하는 강아지 마사	50		20	닌자보이 란타로
9		4	바비와 마법의 페가수스	51		21	닌자보이 란타로 6
10		5	바비의 공주와 거지	52		22	닌자보이 란타로 7
11		6	바비의 라퐁젤	53		23	동쪽의 에텐
12		7	바비의 백조의 호수	54		24	드래곤볼 GT
13		8	빨간모자의 진실	55		25	레전드 오브 짱구
14		9	슈렉1	56		26	마이마이신코 이야기
15		10	스페이스 침스	57		27	마인탐정 네우로
16		11	심슨네 가족들 6	58		28	메탈베이블레이드
17	미국	12	심슨네 가족들 7	59		29	메탈베이블레이드 2
18		13	심슨네 가족들 8	60	일본	30	명탐정 코난
19		14	심슨네 가족들 9	61		31	명탐정 코난 2
20		15	심슨네 가족들 10	62		32	명탐정 코난 2
21		16	심슨네 가족들 11	63		33	명탐정 코난 4
22		17	아바타-아양의 전설	64		34	명탐정 코난 6
23		18	아바타-아양의 전설 2	65		35	명탐정 코난 7
24		19	엘라의 모험	66		36	명탐정 코난 8
25		20	오기와 바퀴벌레 친구들	67		37	명탐정 코난 스페셜 - 춤추는 경찰청, 천만명의 인질
26		21	차니테스트	68		38	명탐정 코난 스페셜- 더블미스테리, 수수께끼의 성
27		22	차니테스트 2	69		39	명탐정 코난 스페셜-목숨을 건 부활
28		23	차니테스트 스페셜-비밀요원 ㅇㅇ자니	70		40	명탐정 코난 스페셜- 서스펜스 사건 파일
29	24	패밀리 가이	71	41		명탐정 코난 스페셜-의문의 레퀴엠	
30	25	호기심많은 조지	72	42	명탐정 코난 스페셜-적과 흑의 크래쉬		
31	일본	1	가정교사 히트맨 리본	73	43	명탐정 코난 스페셜-코난과 괴도키드	
32		2	가정교사 히트맨 리본 3	74	44	명탐정 코난 스페셜 -형사아저씨의 사랑이야기	
33		3	가정교사 히트맨 리본 Part 2	75	45	무적코털 보보보 3	
34		4	개구리중사 케로로	76	46	미소의 세상	
35		5	개구리중사 케로로 - Part 2	77	47	보노보노	
36		6	개구리중사 케로로 2	78	48	사랑은 쿵다쿵	
37		7	개구리중사 케로로 3	79	49	사랑은 쿵다쿵 2	
38		8	개구리중사 케로로 4	80	50	사상 최강의 제자 켄이치	
39		9	개구리중사 케로로 5	81	51	슈가슈가분	
40		10	개구리중사 케로로 6-part 1				
41		11	개구리중사 케로로 6-part 2				
42		12	고스트헌트				

전체	국가	국가별	제목	전체	국가	국가별	제목
82		52	썬더일레븐	126		96	포켓몬스터 DP 3
83		53	썬더일레븐 2	127		97	포켓몬스터 DP 4
84		54	썸머워즈	128		98	피아노의 숲
85		55	아따맘마	129		99	학교괴담
86		56	아따맘마 2	130		100	GO!GO!다섯쌍둥이
87		57	아따맘마 3	131		101	GO!GO!다섯쌍둥이 2
88		58	아따맘마 4	132		102	[극장판]개구리중사 케로로 -기적의 사차원 섬
89		59	아따맘마 5	133		103	[극장판]개구리중사 케로로 -드래곤 워리어
90		60	아따맘마 6	134		104	[극장판]개구리중사 케로로 -심해의 프린세스
91		61	아따맘마 7	135		105	[극장판]개구리중사 케로로 -케로로vs케로로 천공대결전
92		62	아따맘마 8	136		106	[극장판]나루토 질풍전-나루토 죽다
93		63	아따맘마-무엇이든 물어보세요	137		107	[극장판]나루토 질풍전 -대결돌! 환상의 지하유적
94		64	엠마-영국사랑이야기 제2막(10)	138		108	[극장판]나루토 질풍전 -대활극! 눈의 공주인 법첩
95		65	여기는 공원 앞 파출소	139	일본	109	[극장판]나루토 질풍전-대홍분! 초승달섬의 애니멀 소동
96		66	오랑고교 사교클럽	140		110	[극장판]나루토 질풍전 -불의 의지를 잇는자
97		67	요괴인간 3	141		111	[극장판]나루토 질풍전-숙명의 재회
98		68	요괴인간 타요마 5 Part 3	142		112	[극장판]날아라 호빵맨 -용기의 꽃이 피어날때
99		69	요괴인간 타요마-공존의 시작	143		113	[극장판]날아라 호빵맨 -태양을 향해 손을
100		70	원피스 6	144		114	[극장판]날아라 호빵맨 -호빵맨과 즐거운 친구들
101	일본	71	원피스 7	145		115	[극장판]명탐정 코난-14번째 표적
102		72	원피스 스페셜-저주받은 성검	146		116	[극장판]명탐정 코난-눈동자 속의 암살자
103		73	위스킬 빼요	147		117	[극장판]명탐정 코난-베이커기의 망명
104		74	짱구는 못말려	148		118	[극장판]명탐정 코난-세기말의 미술사
105		75	짱구는 못말려 3	149		119	[극장판]명탐정 코난- 시한장치의 마천루
106		76	짱구는 못말려 4	150		120	[극장판]명탐정 코난 -천국으로의 카운트다운
107		77	짱구는 못말려 5	151		121	[극장판]명탐정 코난-칠흑의 추적자
108		78	짱구는 못말려 6	152		122	[극장판]원피스- 기계태엽성의 메카 거병
109		79	짱구는 못말려 7	153		123	[극장판]원피스-사막의 공주와 해적들
110		80	짱구는 못말려 8	154		124	[극장판]원피스-스트롱월드
111		81	짱구는 못말려 9	155		125	[극장판]원피스-스페셜 에피소드
112		82	짱구는 못말려 10				
113		83	짱구는 못말려 10 Part 2				
114		84	짱구는 못말려 뉴 에피소드				
115		85	짱구는 못말려-떡잎방범대				
116		86	최강베이 총출동				
117		87	츠바사 코로나클-새장나라의 공주				
118		88	카이지				
119		89	캐릭캐릭 체인지 두근두근				
120		90	캐릭캐릭 체인지 파티				
121		91	케로로-베프라니				
122		92	코난 추리60분				
123		93	코난 vs 하인성				
124		94	켄권의 문제 2				
125		95	포켓몬스터 DP 2				

전체	국가	국가별	제목
156		126	[극장판]원피스에피소드오프초과
157		127	[극장판]원피스-죽거나 이기거나
158	일본	128	[극장판]원피스 -페스티벌 남작과 비밀의 섬
159		129	[극장판]이누야샤 스페셜 -홍련의 봉래도

전체	국가	국가별	제목
160		130	[극장판]이누야샤- 시대를 초월한 마음
161	일본	131	[극장판]이누야샤-천하패도의 검
162		132	[극장판]포켓몬 DP-다크라이
163		133	[극장판]포켓몬 DP-웨이미
164		134	[극장판]포켓몬 DP-아르세우스

\* 유럽: 독일, 덴마크, 프랑스, 영국, 아일랜드 공동제작

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