

# 2 OTT 업계의 애니메이션 투자 확대 배경 및 현황

## 1. OTT 업계의 오리지널 애니메이션 제작 추이

OTT 업계에서 애니메이션이 중요 콘텐츠의 하나로 부상했다. 가입자 유치 측면에서 어린이용 콘텐츠의 효과가 속속 전해지고 있고, 최근에는 어린이 시청자 외에 성인 시청자를 대상으로 한 애니메이션도 인기를 끌면서 제공이 확대되고 있다. 이 가운데 OTT 업체들의 오리지널 애니메이션 제작도 증가하는 추세이다.

영국 정보통신기술 분야 시장조사업체인 옴디아(Omdia)에 따르면, 2022년 2/4분기 미국 OTT 시장에서 애니메이션 콘텐츠 제공 비중이 가장 높은 OTT는 어린이용 및 가족용 콘텐츠 중심의 콘텐츠 라인업을 구축하고 있는 디즈니플러스로 나타났다. 해당 분기 디즈니플러스의 전체 콘텐츠 타이틀 중 애니메이션의 비중이 35%를 차지할 정도로 디즈니플러스는 그 어느 OTT보다 애니메이션에 중점을 두고 있다. 그 외 애니메이션 콘텐츠 비중이 높은 OTT는 넷플릭스 12%, HBO맥스 12%, 피콕(Peacock) 10%, 파라마운트 플러스 6%, 아마존 5% 순이었다.

대부분 OTT 플랫폼의 핵심 콘텐츠는 드라마와 코미디 프로그램이다. 특히 넷플릭스는 2022년 2/4분기 기준 전체 콘텐츠 중 드라마의 비중이 58%를 차지했고, 아마존도 31%에 달했다. 반면, 애니메이션 콘텐츠 비중이 높은 디즈니플러스는 전체 콘텐츠에서 드라마가 차지하는 비중이 애니메이션보다 낮은 30% 수준이었다.

그러나 애니메이션 작품 편수를 가장 많이 보유한 OTT는 디즈니플러스가 아닌 투비(Tubi)이다. 투비는 미국 폭스(Fox)사가 자체 보유한 AVOD 서비스로, 2022년 2/4분기 기준 총 1,523편의 애니메이션 타이틀을 보유한 것으로 나타났다. 그 뒤를 잇는 크런치롤(Crunchyroll)은 약 1,400편의 애니메이션을 제공하고 있다. 크런치롤은 소니

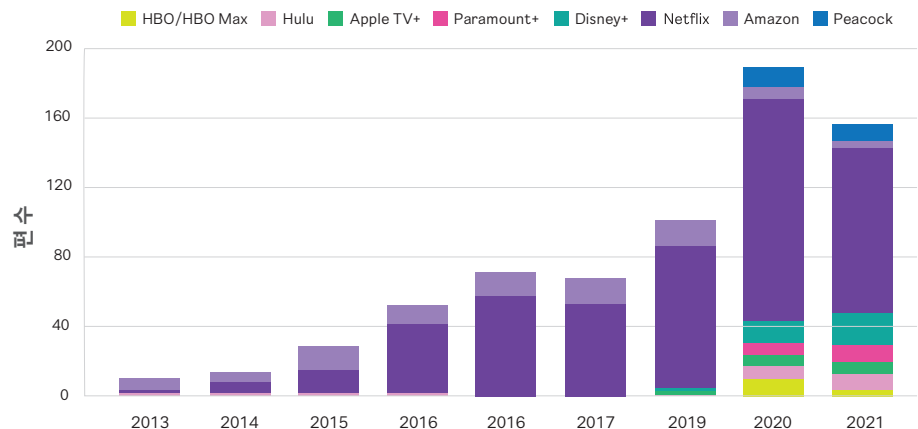
(Sony) 그룹이 미국 시장에 제공하는 애니메이션 특화 SVOD 스트리밍 서비스이다. 타이틀 수로 보면, 넷플릭스도 539편의 애니메이션 타이틀(어린이용 외 성인용 애니메이션 포함)을 보유하며 디즈니플러스를 넘어섰다. 극장용 애니메이션 타이틀 수로는 투비가 262편으로 1위이며, 디즈니플러스도 227편으로 비슷한 수준이었고, 넷플릭스는 77편, 아마존은 69편을 보유한 것으로 집계되었다.

한편, 오리지널 애니메이션 제작 측면에서 살펴보면 미국 주요 OTT 중 보유 콘텐츠 타이틀 수가 적은 애플TV플러스가 오리지널 애니메이션 비중은 가장 높다. 애플TV플러스에서 제공하는 전체 애니메이션 콘텐츠 중 오리지널 애니메이션의 비중은 무려 61%에 달한다. 넷플릭스의 오리지널 애니메이션 비중도 46%로 그 비중이 높은 편이다. 반면, 투비는 애니메이션 타이틀 수는 가장 많이 보유한 반면 오리지널 애니메이션은 보유하고 있지 않으며, 디즈니플러스도 전체 제공 애니메이션 중 오리지널 애니메이션의 비중이 6%에 불과하다. 아마존도 오리지널 애니메이션 비중은 5% 미만이다.

그러나 최근 넷플릭스는 애니메이션을 새로운 경쟁 콘텐츠로 인식하고 지속적으로 투자를 확대하는 모습을 보이고 있다. 또한 워너브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery, 이하 WBD)의 통합 OTT인 맥스(Max)를 비롯한 다른 사업자들도 애니메이션 부문을 강화하는 추세이다.

**[그림 1] 미국 OTT  
업계의 오리지널  
애니메이션 제작  
편수 추이  
(2013-2021년)**

자료: Television  
business International  
(2022.10.10.)



## 2. 애니메이션 콘텐츠 경쟁의 배경

팬데믹 시기에 OTT 플랫폼을 통한 콘텐츠 소비가 급증하면서 애니메이션 콘텐츠 수요도 크게 증가했다. 특히 어린이용 콘텐츠를 중심으로 시청이 증가하면서 OTT 역시 애니메이션에 더욱 관심을 기울이게 되었다.

OTT 업체들에게 있어 애니메이션 콘텐츠는 두 가지 측면에서 중요하다. 먼저, 애니메이션은 열광적인 팬을 확보하기 쉽다는 점에서 가입자 유치에 강력한 무기가 될 수 있다. 또한 애니메이션은 글로벌 시장 배포에 유리한 콘텐츠이기도 하다. 등장인물이나 장소 설정이 다른 장르에 비해 자유롭고, 과거부터 미래까지 시공을 초월한 보편적인 스토리를 만들기에 용이하다. 반대로 동일한 스토리에서 등장인물이나 장소를 변경하는 것만으로도 로컬 콘텐츠화할 수도 있다. 이러한 강점은 글로벌 시장에서 서비스를 제공하는 OTT 업체들에게 매력적인 요소이다.

OTT 업체의 애니메이션 사업은 '배급권 구매'와 '자체 오리지널 콘텐츠 제작'의 두 가지로 분류할 수 있다. 배급권 구매는 대체로 지상파 TV 등에서 방영된 기존의 작품에 대하여 배급권 계약을 체결하는 것을 말한다. 배급권에는 다른 동영상 스트리밍 서비스에서도 시청 가능한 경우와 독점 배급 두 가지가 있다.

그러나 OTT 시장에서 2019년 11월 디즈니플러스의 등장, 2020년 7월 피콕 등 신규 사업자들의 진입이 확대되고, 애니메이션 콘텐츠 확보가 중요해지며 배급권의 가격 급등 현상이 나타나게 되었다. 이에 따라 OTT 업체들은 오리지널 애니메이션 제작에 더욱 주목하기 시작했다.

이러한 OTT 업계의 행보는 애니메이션 업계의 인식에도 변화를 가져왔다. 콘텐츠는 이제 크로스 플랫폼 지적재산으로 변화했고, OTT 플랫폼을 통한 애니메이션 배급은 투자수익률 면에서도 더 나은 선택지를 제공한다. TV 용 애니메이션 콘텐츠 제작에는 비용이 많이 든다. 반면, OTT 플랫폼을 통해 제공되는 애니메이션 콘텐츠는 더 긴 유통기간을 가지며, 더 높은 ROI를 제공한다. OTT 플랫폼에서 애니메이션 수요가 증가함에 따라 애니메이션 스튜디오들도 양질의 콘텐츠에 투자하는 분위기가 나타나고 있다.

“콘텐츠는 이제 크로스 플랫폼 지적재산으로 변화했고, OTT 플랫폼을 통한 애니메이션 배급은 투자수익률 면에서도 더 나은 선택지를 제공”

### 3. OTT 업계의 애니메이션 투자 관련 최근 동향

#### ■ 영국 ITV, 어린이용 스트리밍 서비스 'ITVX 키즈' 런칭

영국 민영방송 ITV는 2023년 5월 자사가 운영하는 어린이 TV 채널 CITV를 대체할 새로운 어린이용 스트리밍 서비스 'ITVX 키즈(ITVX Kids)'를 2023년 7월 22일부터 공식 출시한다고 발표했다. ITV는 스트리밍 서비스 ITVX에서 이미 일부 어린이용 프로그램을

제공하고 있으나, 'ITVX 키즈' 출시로 어린이 전용 플랫폼을 강화한다. 이에 따라 영국과 웨일즈 일부 지역에서 여름방학이 시작되는 8월부터 새로운 어린이용 콘텐츠 방영을 시작할 예정이다.

어린이용 스트리밍 서비스 'ITVX 키즈' 출시는 2023년 가을 운영 종료 예정인 방송채널 CITV의 행보와 관련이 있다. ITV는 시청자들이 온라인 중심의 OTT 플랫폼으로 이행하면서 CITV의 채널 수익성이 하락하고 어린이 TV 시청자들이 스트리밍 시청으로 전향하자, 어린이용 프로그램의 대부분을 스트리밍 전용으로 전환했다. ITV에 따르면, 영국 어린이들의 어린이 TV 채널 평균 시청시간은 2019년 이후 62% 감소했다.

ITV가 스트리밍 우선 모델로 전환하면서, 어린이용 오리지널 프로그램 제작도 확대될 전망이다. 영국 정부는 지난 3년 동안 청소년 시청자 콘텐츠 펀드(Young Audiences Content Fund)를 통해 어린이용 프로그램 제작에도 4,400만 파운드의 공적 자금을 지원한 바 있는데, 업계는 어린이용 오리지널 프로그램 제작에 대한 정부의 추가 지원을 기대하고 있다.

ITV는 CITV 브랜드를 철수하지만, ITV2와 ITVe를 통해 아침 시간대에 어린이용 프로그램 제공을 지속할 예정이며, 주요 콘텐츠들은 스트리밍 서비스 'ITVX 키즈'를 통해 제공할 계획이다. 'ITVX 키즈'는 광고 기반 무료 스트리밍 서비스로 제공되며, 광고 없이 보기 위해서는 ITVX 프리미엄에 가입해야 한다.

'ITVX 키즈'의 주요 콘텐츠에는 10대 운동선수들의 이야기를 다룬 <올라운드 챔피언(All Round Champions)>, 어린이들이 장애물을 뛰어넘는 이야기를 다룬 <아메리칸 닌자 워리어 주니어(American Ninja Warrior Junior)>, 가상현실 게임에서 경쟁하는 <게이머 203(The Gamers 203)> 외에 몇 편의 애니메이션 시리즈가 포함되어 있다. 어린이 3인조가 외계 어린이들과 함께하는 코미디 애니메이션 <프렌즈스페이스(Friend Z Space)>, 지구 소녀 타라가 마법 제국 계승자임을 알고 여행하는 <타라 던컨(Tara Duncan)> 등이 새로운 시리즈로 제공될 예정이다.

## ■ 미국 WBD, 맥스 런칭하며 어린이용 콘텐츠 및 성인용 애니 강화

2022년 4월 8일 워너미디어(WanerMedia)와 디스커버리(Discovery)가 인수합병을 완료함에 따라 새롭게 출범한 WBD는 HBO맥스와 디스커버리플러스를 하나의

서비스로 통합한 맥스를 출시하면서 어린이용 콘텐츠 투자에 다시 눈을 돌리고 있다.

맥스 출시와 함께 WBD는 기존에 보유한 IP를 활용할 뿐만 아니라 신규 콘텐츠 제작을 확대하며 맥스 브랜딩을 강화하고 있다. WBD는 맥스 출시의 일환으로 3개의 새로운 어린이용 콘텐츠 프로젝트를 공개했다. 기존의 HBO맥스는 어린이 친화적인 브랜드가 아니었기 때문에 풍부한 IP를 보유하고 있음에도 불구하고 어린이용 콘텐츠 시장 공략 노력이 부족했다. 성인용 프로그램을 중심으로 콘텐츠를 구성했을 뿐만 아니라 자녀들의 시청을 관리할 수 있는 부모 통제 기능을 제공하지 않았기 때문이다.

그러나 맥스를 출시하며 WBD는 자녀들이 시청하는 콘텐츠를 관리할 수 있는 부모 통제 기능을 추가하고, 어린이용 콘텐츠 라인업 강화에 나섰다. WBD는 산하의 애니메이션 전문 채널인 카툰 네트워크(Cartoon Network)에 제공하기 위해 제작한 다양한 오리지널 콘텐츠를 보유하고 있다. 〈세서미 스트리트(Sesame Street)〉, 〈해리포터(Harry Potter)〉, 〈루니 툰즈(Looney Tunes)〉 및 애니메이션 제작 스튜디오 해나 바베라(Hanna-Barbera)를 통해 제작된 콘텐츠 등이다. HBO맥스는 이처럼 강력한 콘텐츠를 보유하고 있음에도 불구하고 이를 제대로 활용하지 못했으며, 어린이 시청자층을 확보하기 위한 전략이 미흡했다. 이제는 맥스로의 전환과 함께 애니메이션 콘텐츠 IP의 프랜차이즈를 실현하고, 시장 확대를 위해 부모 통제 기능과 같은 새로운 기능을 추가하고, 온 가족이 즐길 수 있는 애니메이션을 확대하는 방향으로 어린이용 프로그램 전략을 재편함으로써 '가족' 고객을 포섭해 나갈 방침이다.

이밖에 WBD가 관심을 두고 있는 영역은 성인 시청자층을 겨냥한 성인용 애니메이션이다. 2023년 6월 프랑스 안시(Annecy)에서 개최된 안시 국제 애니메이션 영화제(Annecy International Animated Film Festival)에서 WBD 관계자는 "성인용 애니메이션은 르네상스 시대를 맞아 급성장하고 있다"고 언급하며, 애니메이션의 파급력에 주목하여 관련 작품 제작을 강화해갈 것이라고 밝혔다.

WBD가 제작 중인 성인용 애니메이션 라인업에는 〈할리 퀸(Harley Quinn)〉의 스핀오프 시리즈 〈카이트 맨(Kite Man: Hell Yeah!)〉, 가족용 코미디물 〈키퍼 업(Keeping Up)〉, 미래 LA를 배경으로 요리사 지로의 이야기를 다룬 〈겟 지로!(Get Jiro!)〉, TV 시리즈물을 애니메이션으로 제작하는 〈애니씽 팩토리(Anything Factory)〉, 〈업타운 보데가(Uptown Bodega)〉, 〈유니콘: 워리어스 이터널(Unicorn: Warriors Eternal)〉 외에 DC의 〈크리처 코만도스(Creature Commandos)〉 등이 있다. HBO맥스의 오리지널 애니메이션인 〈벨마(Velma)〉는 새로운 시즌이 제작되며, 〈프리말(Primal)〉 시즌3도 제작된다. SF 코미디물

〈클론 하이(Clone High)〉는 2024년부터 새 시즌 방영이 예정되어 있다.

## ■ 넷플릭스, 안시 애니메이션 페스티벌에서 콘텐츠 로드맵 발표

2023년 6월 안시 국제 애니메이션 영화제에서 넷플릭스는 애니메이션 전략을 공개했다. 넷플릭스의 애니메이션 전략은 성인 시청자층 대상 애니메이션 부문에서 넷플릭스가 가진 강점을 기반으로 다양한 장르와 애니메이션 시리즈를 제작하며, 전 세계의 스튜디오와 인재를 연결해 오리지널 애니메이션의 제작·배급을 실현하는 것이다.

이번 안시 국제 애니메이션 영화제에서는 넷플릭스의 신작 판타지 애니메이션 영화 〈니모나(Nimona)〉가 최초로 공개되어 호평을 받기도 했다. ND 스티븐슨(ND Stevenson)의 그래픽 노블을 각색한 〈니모나〉는 애니메이션 제작사 블루 스카이 스튜디오(Blue Sky Studios)가 제작 중이었다. 그러나 2021년 월트 디즈니(Walt Disney)가 블루 스카이 문을 닫기로 결정하면서 미완으로 남아있다가 안나푸르나 픽처스(Annapurna Pictures)가 인수해 완성시킴으로써 넷플릭스를 통해 공개하게 된 작품이다.

또한, 안시에서 넷플릭스는 드림웍스 애니메이션(DreamWorks Animation)과 협력하여 찰리 카우프만(Charlie Kaufman)의 가족용 판타지 코미디 애니메이션 〈오리온과 어둠(Orion and the Dark)〉 제작 팀을 구성한다고 발표했다. 성인용 외에 어린이용 및 가족용 애니메이션 투자도 확대하고 있는 것이다. 〈니모나〉 외에 뮤지컬 코미디 애니메이션 〈레오(Leo)〉 등이 라인업에 들어 있다.

넷플릭스는 특히 성인용 코미디, 성인용 장르에 대한 투자를 활발히 진행 중이다. 이는 전통적인 애니메이션 영역에서 벗어난 새로운 시도이며, 이를 실현하기 위해 전 세계의 많은 파트너들과 협력을 강화하고 있다.

대표적인 예로, 넷플릭스가 2021년 공개한 웹 애니메이션 〈아케인(Arcane)〉은 라이엇 게임즈(Riot Games)가 프랑스의 포티셰(Fortiche)와 협력해 개발·제작했다. 〈아케인〉은 리그 오브 레전드(League of Legends)의 게임 IP를 활용하여 만든 애니메이션으로 공개 일주일만에 전 세계 52개국 Top10 차트에서 1위를 차지했으며 역대 넷플릭스 작품 중 최고 평점을 기록하는 등 최고 화제작이 되었다. 2022년에는 에미상(E Emmy Award)에서 최우수 애니메이션상(Outstanding Animated Program)을 수상했다.

넷플릭스는 안시에서 프랑스 유비소프트(Ubisoft)와 진행 중인 <캡틴 레이저호크: 블러드 드래곤(Captain Laserhawk: A Blood Dragon)> 제작도 발표했다. 이는 유비소프트의 게임 <파 크라이 3: 블러드 드래곤(Far Cry3 - Blood Dragon)>을 기반으로 한 애니메이션이다. 또한, <블루 아이 사무라이(Blue Eye Samurai)>는 일본 에도 시대를 배경으로 한 액션 복수극에 여성적 감성을 불어넣은 작품으로 블레이드 러너 2049(Blade Runner 2049)의 공동 각본가로 알려진 마이클 그린(Michael Green) 등이 참여한다. 또한 프랑스의 블루 스피릿 스튜디오(Blue Spirit Studio)가 작업을 맡아 CGI 애니메이션에 화려한 질감의 2D 감각을 더했다.

중요한 것은 넷플릭스의 프로젝트에 미국에 소재한 다국적 기반의 제작 프로듀서, 작가 등이 참여하고, 프랑스, 일본, 스페인 등 다양한 글로벌 스튜디오들과 협업이 이뤄지고 있다는 점이다. 넷플릭스는 전 세계 각지의 인재를 활용하는 유연성을 자사의 강점으로 판단하고 있으며, 애니메이션 콘텐츠에서도 다양성을 갖추는 것을 주요 전략의 하나로 내세우고 있다.

## 4. 종합 및 전망

지금까지 OTT 플랫폼은 각국의 로컬 콘텐츠를 전 세계 시장에 배포하는데 결정적인 역할을 해왔고, 자연스럽게 애니메이션 콘텐츠 수요도 자극했다. 이러한 애니메이션 콘텐츠 수요 확대는 어린이를 위한 애니메이션뿐만 아니라 성인 시청자를 겨냥한 애니메이션 제작 확대를 가져왔으며, 오리지널 애니메이션 제작 경쟁으로 이어지고 있다.

OTT 업체들의 애니메이션 콘텐츠 투자 확대는 시청 행태의 변화에 대응하고 자체 콘텐츠로 경쟁력을 확보하기 위한 노력이다. 특히 어린이 시청자층의 온라인 스트리밍 시청 전환은 OTT 업체들에게는 어린이 고객을 중심으로 한 가족 고객을 확보할 수 있는 주요한 시장 기회가 되었다. 영국의 ITV가 어린이 TV 채널 CITV를 종료하고 어린이용 스트리밍 서비스 'ITVX 키즈'로 서비스를 전환하는 것도 이러한 시청 행태 변화를 반영한 것이다.

무엇보다 OTT 플랫폼은 콘텐츠의 반복 소비가 가능하다는 강점이 있다. 부모에게 자녀들이 시청하는 콘텐츠를 결정할 수 있는 권한이 주어지고 어린이들도 OTT 플랫폼에 점점 더 친숙해지면서, 애니메이션 콘텐츠를 소비하려는 어린이층이 OTT로 눈을 돌리고 있다. 특히 요즘 어린이들은 이동 중에 콘텐츠에 접근하고 싶어하며, OTT 플랫폼은 그에

“OTT 업체들의 애니메이션 콘텐츠 투자 확대는 시청 행태의 변화에 대응하고 자체 콘텐츠로 경쟁력을 확보하기 위한 노력”

대한 해답으로 떠올랐다. WBD가 그 동안 미흡했던 어린이용 콘텐츠 전략을 강화하고, 넷플릭스가 어린이용 및 가족용 애니메이션 투자를 확대하는 것도 이러한 시장 변화에 대응하기 위한 전략으로 분석된다.

어린이용 콘텐츠 시청 수단으로 OTT 이용이 급증함에 따라 OTT 업계는 향후 더 많은 어린이용 콘텐츠를 제작하게 될 전망이다. 어린이들은 유익하고 재미있는 콘텐츠를 필요로 하며, 이에 OTT 플랫폼들은 기술에 익숙한 요즘 세대 어린이들에게 어필할 수 있는 고품질 애니메이션 콘텐츠에 대한 투자를 확대해갈 것이다.

한편, 애니메이션의 OTT 배급권 경쟁이 심해짐에 따라 오리지널 콘텐츠 확보 전략의 일환으로 성인용 애니메이션 제작도 더욱 가속화될 것으로 보인다. 실제로 2013년 이후 넷플릭스는 일관되게 애니메이션 강화 전략을 추진하면서 다른 OTT보다 더 많은 오리지널 애니메이션을 제작하고 있다. WBD는 자사의 방대한 콘텐츠 라이브러리를 활용하면서 향후 애니메이션에도 더욱 중점을 둘 것으로 예상된다.

애니메이션 콘텐츠에 대한 수요를 인식한 OTT 서비스들은 자사의 가치를 최대화할 수 있는 가치 중심의 애니메이션 콘텐츠 제공에 초점을 맞추고 있다. 애니메이션 콘텐츠 소비에 있어 OTT의 부상과 투자 확대는 애니메이션 산업에도 긍정적인 영향을 미칠 전망이다. 애니메이션 제작사들은 다양한 수요에 대응하는 애니메이션 콘텐츠를 제작하기 위해 노력하면서 이러한 기회를 최대한 활용해야 할 것이다.

“오리지널 콘텐츠  
확보 전략의  
일환으로 성인용  
애니메이션 제작도  
더욱 가속화될 것”



## 참고자료

---

- Advanced Television, Research: Most games' IP adaptations are animation, 2023.6.8.
- Animation Xpress, Check out interesting insights from OMDIA's report on 'Global Streaming Platforms: A New Window for Animation': KAM Summit 2022, 2022.8.27.
- Cord Cutters News, Warner Bros Discovery Is Making More Animated Shows For Adult Swim, Max, & More, 2023.6.20.
- Deadline, Max Rebrand Sees Warner Bros. Discovery Return To Kids Space With Reboots & New Parental Controls, 2023.4.12.
- RXTV, ITVX Kids launch date announced, 2023.5.22.
- Television Business International, TBI Tech & Analysis: How US streamers are getting animated, 2022.10.10.
- The Guardian, CITV channel to close as ITV makes most children's shows online-only, 2023.3.10.
- The Hollywood Reporter, "Adult Animation Is in a Renaissance": Warner Bros., Adult Swim and Max Execs Tease New Projects, Expanding the Medium to All Audiences, 2023.6.16.
- The Times of India, The growth of OTT and its impacts on the animation industry, 2022.6.29.
- Variety, Netflix Animation Heads Set Out Their Roadmap at Annecy (EXCLUSIVE), 2023.6.14.