

제4절 오세아니아권

1. 오세아니아권 캐릭터 시장 개요

2009년 오세아니아권 캐릭터 시장 규모는 25억 4,600만 달러로 나타났으며, 2010년에는 전년 대비 18.2% 증가한 30억 1,100만 달러에 이를 것으로 추정된다. 오세아니아권 캐릭터 시장은 향후 5년간 연평균 0.8%의 성장세를 기록하며 2015년에는 31억 3,500만 달러에 달할 것으로 전망된다.

<표 III-36> 오세아니아 캐릭터 시장 규모 추이(2005~2015)

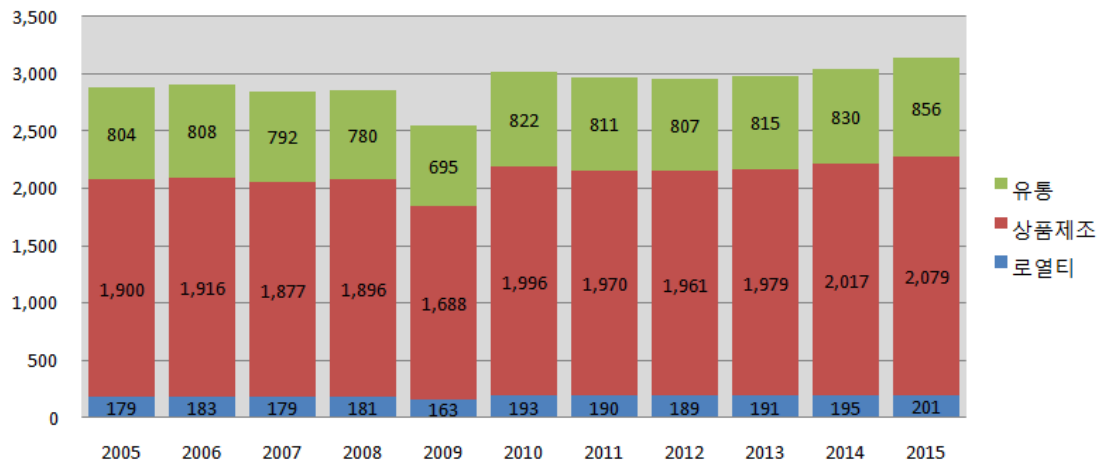
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
로열티	179	183	179	181	163	193	190	189	191	195	201	0.8%
상품제조	1,900	1,916	1,877	1,896	1,688	1,996	1,970	1,961	1,979	2,017	2,079	0.8%
유통	804	808	792	780	695	822	811	807	815	830	856	0.8%
합계	2,883	2,906	2,848	2,856	2,546	3,011	2,971	2,958	2,984	3,041	3,135	0.8%

자료원: EPM Communications(2010); UN(2008); PWC(2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-59] 오세아니아 캐릭터 시장 규모 추이(2005~2015)

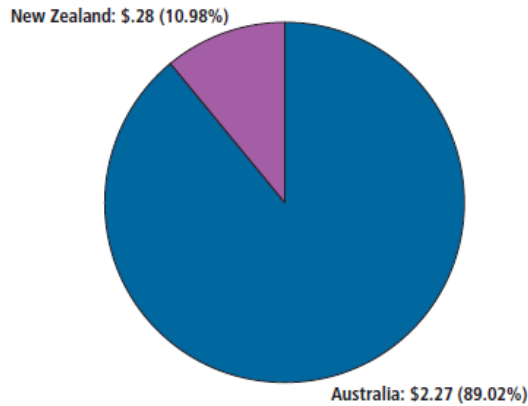
(단위: 백만 달러)



자료원: EPM Communications(2010); UN(2008); PWC(2010); 삼정KPMG(2010)

오세아니아권 내 주요 국가별 비중을 살펴보면, 호주가 89.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 뉴질랜드가 11.0%의 비중을 차지하고 있다.

[그림 III-60] 오세아니아권 내 주요 국가별 비중(2009)

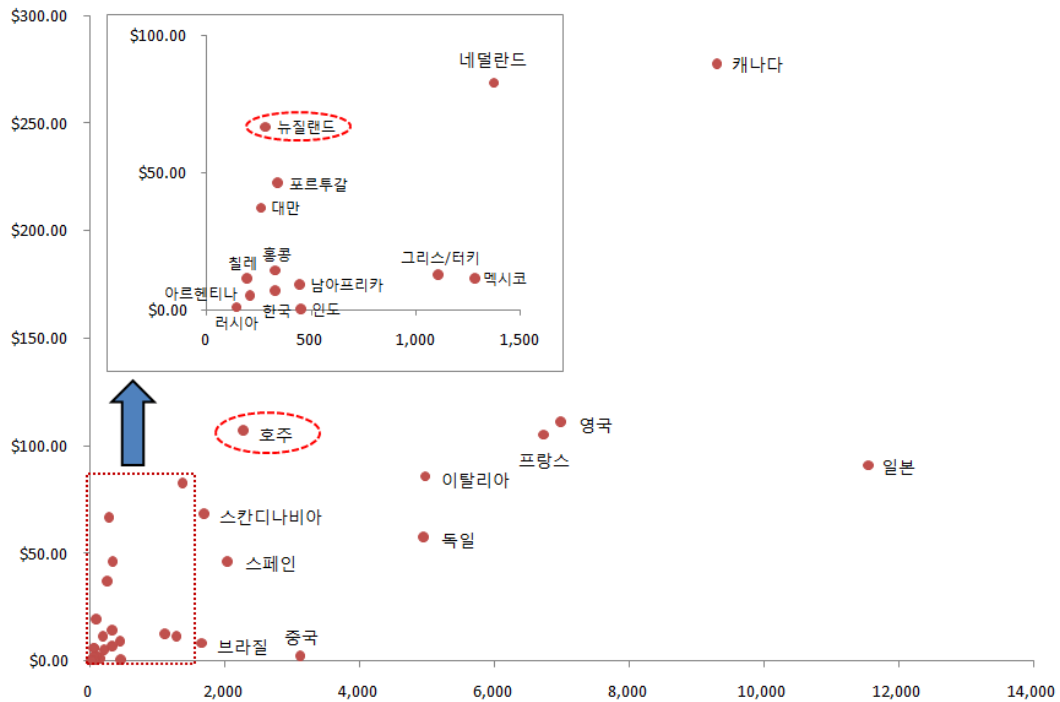


자료원: EPM Communications(2010); 삼정KPMG(2010)

가. 라이선스 시장 현황

호주는 시장 규모 면에서는 세계에서 10번째로 크고, 1인당 매출 면에서는 미국, 캐나다, 영국에 이어 네 번째로 높은 국가다. 그리고 뉴질랜드는 시장 규모 면에서는 호주의 1/8 수준이지만, 1인당 매출은 66.7달러로 독일이나 스페인보다 높은 수준을 보여주고 있다.

[그림 III-61] 오세아니아권 주요국의 전세계 라이선스 시장 내 Positioning - 시장 규모 및 1인당 매출 기준

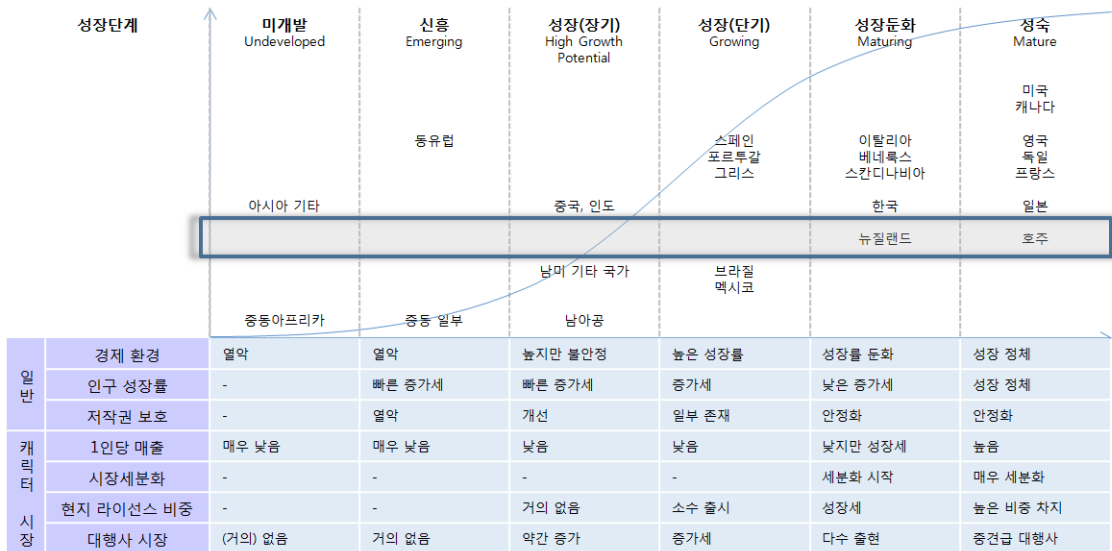


주: 미국의 시장 규모는 규모 면에서 2위 국가인 일본의 7.2 배에 달해 그래프에서 제외하였음

자료원: EPM Communications(2010); 삼정KPMG

오세아니아권 시장에 속한 호주와 뉴질랜드 모두 성장이 둔화되거나 이미 성숙되어 성장률이 정체 또는 감소 추세에 들어섰다. 이 때문에 향후 비약적인 추가적인 성장은 어려울 것으로 보인다.

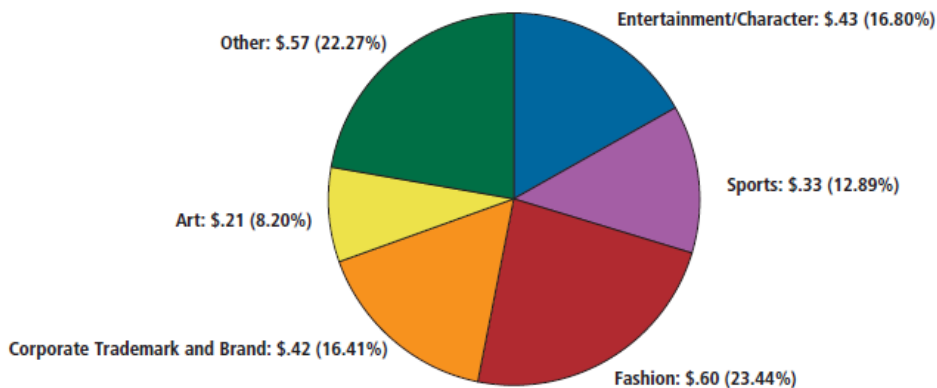
[그림 III-62] 오세아니아권 주요국의 전세계 라이선스 시장 내 Positioning - 시장의 Life Cycle 기준



자료원: EPM Communications(2010); 삼정KPMG

라이선스 유형별 비중을 살펴보면, 패션의 비중이 23.4%로 가장 크게 나타났으며, 엔터테인먼트/캐릭터(16.8%), 기업상표/브랜드(16.4%), 스포츠(12.9%), 예술(8.2%)이 그 뒤를 따르고 있다.

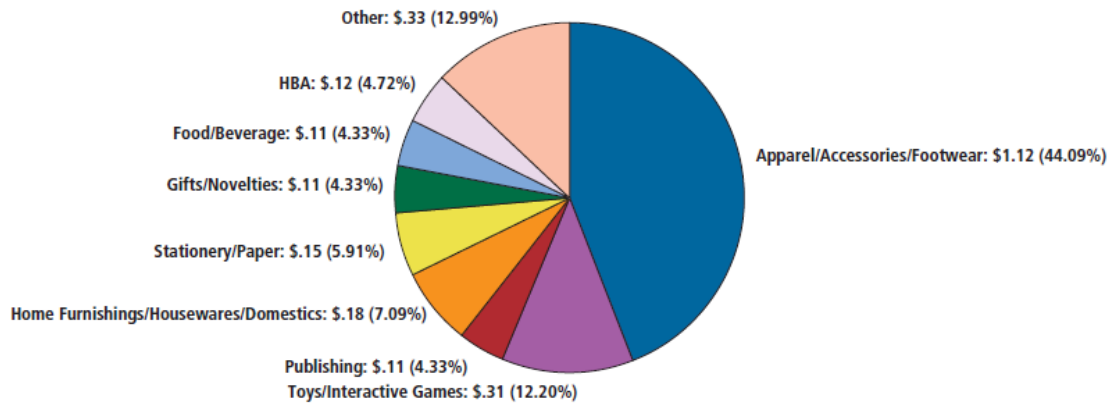
[그림 III-63] 오세아니아권 라이선스 유형별 비중



자료원: EPM Communications(2010)

라이선스 상품 유형별 비중을 살펴보면, 의류/액세서리/신발류의 비중이 44.1%로 가장 높게 나타났으며, 완구/게임(12.2%), 가구/주방용품(7.1%), 문구류/(5.9%), 건강/미용(4.7%) 순으로 나타났다.

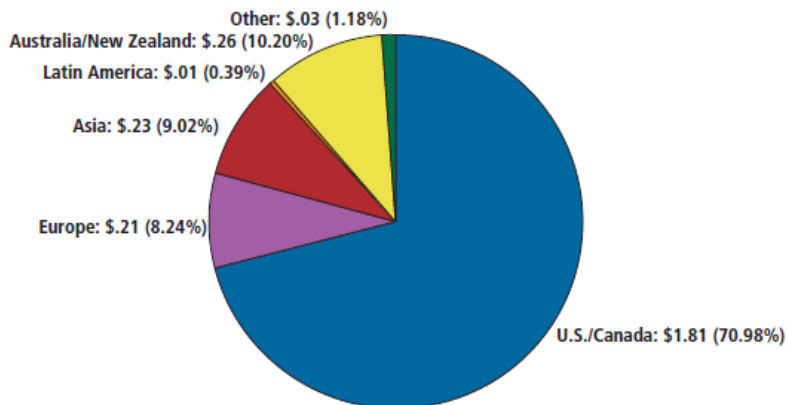
[그림 III-64] 오세아니아권 라이선스 상품 유형별 비중



자료원: EPM Communications(2010)

라이선스 상품의 원산지 비중을 살펴보면, 북미 지역의 비중이 71.0%로 가장 높게 나타났으며, 오세아니아가 10.2%, 아시아가 9.0%, 유럽이 8.2%로 뒤를 따르고 있다.

[그림 III-65] 오세아니아권 라이선스 상품의 원산지 비중



자료원: EPM Communications(2010)

2. 호주 캐릭터 시장

가. 호주 캐릭터 시장 규모 및 전망

2009년 호주 캐릭터 시장 규모는 22억 7,000만 달러로 나타났으며, 2010년에는 전년 대

비 15.1% 증가한 26억 1,300만 달러에 이를 것으로 추정된다. 호주 캐릭터 시장은 향후 5년간 연평균 0.0%의 성장세를 기록하며 2015년에는 26억 1,200만 달러에 달할 것으로 전망된다.

<표 III-37> 호주 캐릭터 시장 규모 추이(2005~2015)

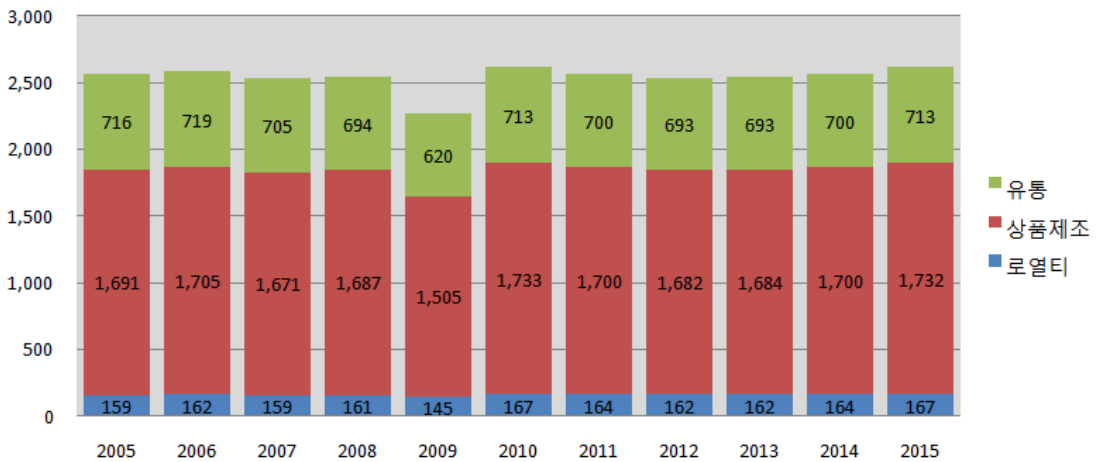
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
로열티	159	162	159	161	145	167	164	162	162	164	167	0.0%
상품제조	1,691	1,705	1,671	1,687	1,505	1,733	1,700	1,682	1,684	1,700	1,732	0.0%
유통	716	719	705	694	620	713	700	693	693	700	713	0.0%
합계	2,566	2,587	2,535	2,542	2,270	2,613	2,564	2,537	2,540	2,565	2,612	0.0%

자료원: EPM Communications(2010); UN(2008); PWC(2010); 삼정KPMG(2010)


[그림 III-66] 호주 캐릭터 시장 규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)



자료원: EPM Communications(2010); UN(2008); PWC(2010); 삼정KPMG(2010)

<표 III-38> 호주 캐릭터 시장 Profile

	캐릭터 시장 규모(2010)	2,613백만 달러
	캐릭터 시장 성장률('10-'15)	0.0%
	GDP(2009)	8,243억 달러
	1인당 GDP(2009)	3만 8,800달러
	전체 인구(2009)	2,126만 명
미디어 환경	전체 인구 성장률('10-'15)	1.5%
	0-14세 인구 성장률('10-'15)	0.5%
	TV 이용 가구수(2010)	807만 가구
	케이블 이용 가구수(2010)	85만 가구
유통 환경	위성 이용 가구수(2010)	198만 가구
	인터넷 보급률(2010)	89.3%
	할인매장	Target, Kmart, Big W.
	백화점	David Jones, Coles Myers', Harris Scarfe
	전문 유통점	Toys R Us, Jay Jays

	기타	Red Booster, McDonald's
대표 라이선스	The Wiggles, Australian Football League, National Rugby League, Wallabies(Australian Rugby Union team), Cancer Council Australia	

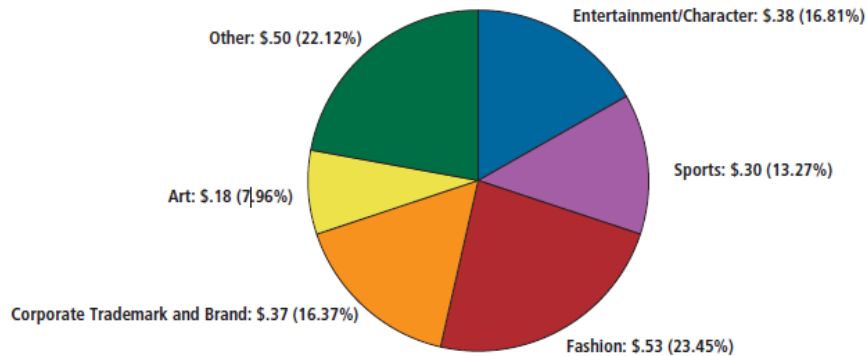
자료원: EPM Communications(2010); UNDP(2008); CIA World Factbook(2010); Screen Digest; 삼정KPMG(2010)

나. 호주 캐릭터 시장의 이슈 및 트렌드

1) 라이선스 시장 현황

라이선스 유형별 비중을 살펴보면, 패션의 비중이 23.5%로 가장 크게 나타났으며, 엔터테인먼트/캐릭터(16.8%), 기업 상표/브랜드(16.4%), 스포츠(13.3%), 예술(8.0%)이 뒤를 따르고 있다. 호주 내 발달한 패션 산업으로 인해 다른 국가에 비해 패션의 비중이 큰 편이다.

[그림 III-67] 호주 라이선스 유형별 비중



자료원: EPM Communications(2010)

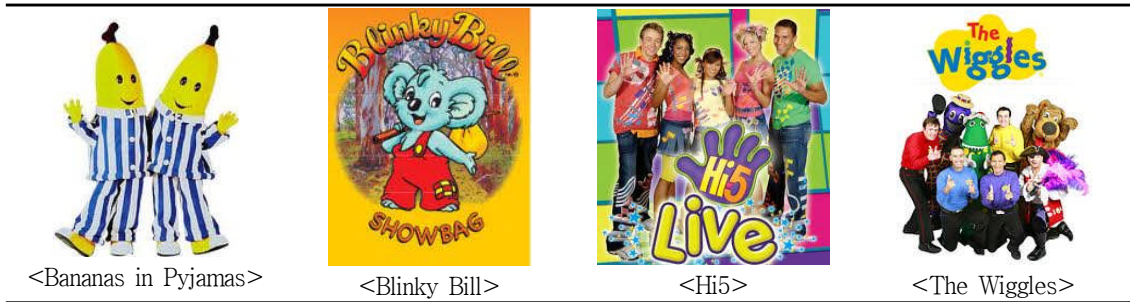
호주의 2,100만여 명 인구는 시드니, 멜버른, 브리즈번 이상 세 도시를 중심으로 밀집해 거주하고 있다. 이 때문에 90% 이상의 인구가 도시에 거주해 다른 국가들에 비해 구매력이 높은 편이다. 성숙기에 접어든 호주 시장의 특성상, 제한된 유통 채널을 둘러싼 라이선스 보유 업체간 경쟁이 치열한 편이다. 이 때문에 소매유통 사업자들은 라이선스 사업자를 선정하는 데 있어 과거에 비해 더 까다로운 기준을 제시하고, 이 중에는 실질적인 매출 기대치를 제시하는 것 등이 포함되어 있다.

호주의 엔터테인먼트/캐릭터 시장에서는 다른 국가들과 마찬가지로 아동용 시장이 가장 활발하다. 대표적인 호주 라이선스로는 'Hi5'¹⁾, 'The Wiggles'²⁾, 'Blinky Bill', 'Bananas in Pyjamas'가 있으며, 해외 라이선스로는 'Bob the Builder', 'Thomas the Tank Engine', 'Dora the Explorer', 'Pooh'가 있다. 성인층에는 미국 라이선스의 인기가 높은 편인데, 그 중에는 'South Park'와 'The Simpsons' 같은 라이선스가 대표적이다.

1) 1998년 결성된 호주 어린이 음악 그룹으로 동명의 TV시리즈에 출연

2) 1991년 결성된 호주 어린이 음악 그룹으로 관련 TV 프로그램뿐만 아니라, 관련 테마파크 등이 생겨남

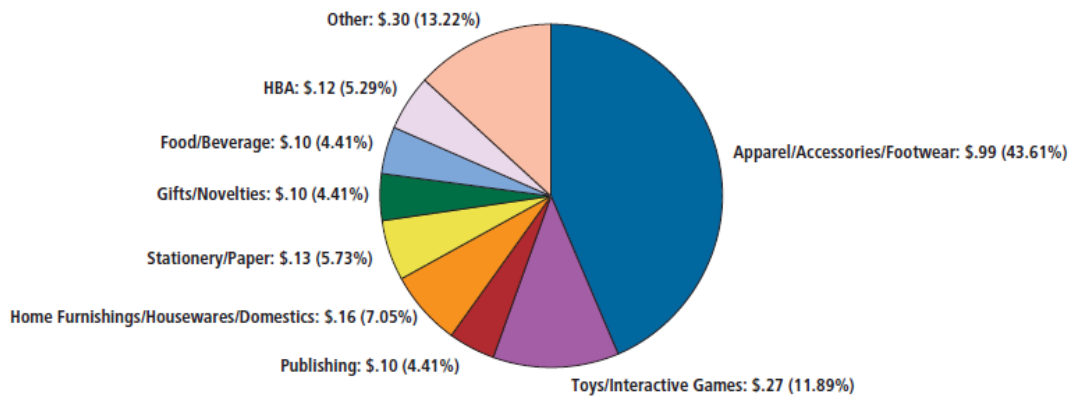
<표 III-39> 호주의 대표적인 엔터테인먼트/캐릭터 라이선스 사례



자료원: 각 사 홈페이지; Google Image(2010); 삼정KPMG 재구성

라이선스 상품 유형별 비중을 살펴보면, 의류/액세서리/신발류의 비중이 43.6%로 가장 높게 나타났으며, 완구/게임(11.9%), 가구/주방용품(7.1%), 문구류(5.7%), 건강/미용(5.3%) 순으로 나타났다.

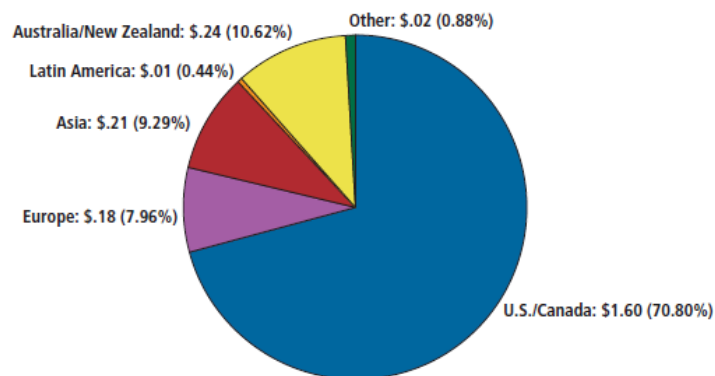
[그림 III-68] 호주 라이선스 상품 유형별 비중



자료원: EPM Communications(2010)

라이선스 상품의 원산지 비중을 살펴보면, 북미 지역의 비중이 70.8%로 가장 높게 나타났으며, 오스트리아 10.6%, 아시아가 9.3%, 유럽이 8.0%로 뒤를 따르고 있다.

[그림 III-69] 호주 라이선스 상품의 원산지 비중



자료원: EPM Communications(2010)

2) 미디어 현황

호주에는 다섯 개의 지상파 방송사가 있는데, 공영방송사로는 ABC(Australian Broadcasting Corporation)와 SBS(Special Broadcasting Service)가, 민영방송사로는 Channel Nine, Channel Seven, Channel Ten이 있다. 이들 방송사들이 모두 고른 시청률 분포를 보이고 있지만, 아동용 엔터테인먼트 분야에서는 ABC가 두드러지고 있다.

지상파 방송사들은 최근 Disney Channel과 같은 유료 방송과 인터넷으로부터 위협을 받고 있다. 호주 내 위성방송 보급률은 25%이며, 케이블방송 보급률은 11%에 달하는 것으로 알려져 있다.

그러나 본격적인 라이선스로서 인정받기 위해서는 지상파 방송을 통해야 한다는 것이 업계의 정설이며, 실제로 Disney의 'High School Musical'은 호주 내 Disney Channel에서 방송되다가, Channel Seven으로 옮겨갔으며, 이 후에야 DVD로 출시됐다.

호주 내에는 아동용 엔터테인먼트 제작 인프라가 탄탄한 편이며, 이러한 인프라의 결과물로 'The Wiggles'나 'Blinky Bill'과 같은 콘텐츠가 탄생했다.

호주의 영화산업 또한 강한 기반을 가지고 있는데, 인기 영화 '반지의 제왕' 일부가 호주에서 촬영된 것은 널리 알려진 사실이다.

3) 유통 현황

호주에서는 Target, Kmart, Big W와 같은 대형 할인마트가 라이선스 상품 유통의 핵심을 차지하고 있으며, 실제로 전체 매출의 75%는 여기에서 발생하는 것으로 추정되고 있다. Target은 도심 지역에서는 'Target'이라는 브랜드의 대규모 매장으로, 인구가 적은 외곽 지역에서는 'Target Country'라는 브랜드의 소규모 매장으로 세분화 전략을 구사하고 있다.

1969년 설립된 Kmart는 할인마트 중심으로 영업하고 있으며, Target과 Kmart는 모두 2007년 Wesfarmers에 인수되었다. 호주 최대 소매 유통업체 Big W는 호주뿐만 아니라, 뉴질랜드에서도 사업을 벌이고 있다.

호주의 주요 백화점으로는 David Jones, Myers가 있으며, 규모가 상대적으로 작은 백화점으로는 Harris Scarfe가 있다.

전문 유통점으로는 Toys R Us(완구), Home Depot, Borders, Jay Jays(의류) 등이 있다. 참고로 독립 유통점은 전체 시장의 1/3 이하의 비중을 차지하고 있다.

DTR 방식의 라이선스는 성장하고는 있지만, 미국만큼 활발하지는 않다.