

제4절 영화

1. 북미권 영화 시장의 주요 동향

가. 북미권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 368억 7,300만 달러 규모였던 북미권 영화 시장은 2010년에 378억 9,300만 달러로 전년대비 2.8%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 4.5%의 성장세로 2015년에는 471억 8,300만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 세계 경기 침체로 2008~2009 시장규모가 다소 하락했던 영화시장은 2010년을 기점으로 이전보다 높은 성장이 예상된다. 미국 시장은 2010년 기준으로 345억 달러의 규모로 2015년에는 연평균 4.5%의 성장률로 429억 1,400만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<표 IV-21> 북미권 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
북미권	36,393	37,326	38,025	37,132	36,873	37,893	39,218	40,864	42,888	45,116	47,183	4.5%
미국	33,372	34,245	34,833	33,974	33,613	34,500	35,686	37,170	38,994	41,004	42,914	4.5%

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 북미권 영화 시장의 현황 및 특징

1) 3D 입체 영화 시장의 성장

2010년 북미권 영화 시장의 초대 화두는 '3D 입체영화'였다. 2009년 말부터 2010년 초까지 모든 박스오피스 흥행기록을 갈아치운 영화 <아바타>는 '아바타효과'라는 용어가 생길 정도의 전세계적인 이슈였다. <아바타>가 보여준 새로운 가능성은 경기침체 이후 감소했던 시장규모가 빠르게 회복되었을 뿐만 아니라, 관객 수가 감소하였음에도 수익은 최고 수치를 기록하는 경우가 종종 발생했기 때문이다. 이는 2010년 3D 애니메이션의 박스오피스 선전을 통해서도 앞으로의 성장가능성을 유추해볼 수 있다.

최근 대다수의 할리우드 제작사들이 <스파이더맨>, <배트맨>, <판타스틱4> 등과 같은 프랜차이즈 영화들을 Reboot(리부트) 영화¹⁾로 기획,제작 중이며, 이 작품들은 3D 입체영화 시장의 확대에 따라 블록버스터 영화의 강세가 두드러질 것으로 전망되는 가운데 안정적인 수익확보를 위한 전략으로 활용될 예정이다.

1) 속편영화와 같이 전편의 스토리가 연결되는 형태가 아니라, 주인공의 어린 시절이나 시간상 다른 시점의 이야기를 별도의 스토리 구성을 통해 콘텐츠로 제작하는 프랜차이즈 형태를 일컫음.

최근 리붓(Reboot)영화로 기획 중인 작품으로는 <스파이더맨 4>, <버피와 뱀파이어>, <The Crow>, <슈퍼맨>, <닌자거북이>, <로보캡>, <폴리스아카데미>, <쥬라기공원> 등으로 약 75개의 영화가 리메이크 또는 리붓으로 기획,제작 중이라고 한다. 이는 안정적 수익 확보의 전략 외에도 할리우드의 소재고갈 문제를 해결하는 방법으로도 이용되고 있다.)

2) 해외 수익률 증가

세계 영화 시장에서 막강한 영향력을 발휘하고 있는 할리우드 영화는 최근 국내 박스오피스 수익보다 해외 수익률이 증가하고 있다. 국내 박스오피스 성공 여부가 영화 콘텐츠의 성공을 결정하는 결과물이었으나, 국내 수익률과 비교해서 해외 수익률이 2-3배 이상인 경우가 발생했고, 2010년 12월 2일 기준으로 세계 박스오피스 순위를 살펴보면 대부분의 영화들이 해외 수익률이 국내 수익률을 앞서고 있는 것으로 나타나고 있다. <이상한 나라의 앨리스>와 <로빈후드>는 수익률이 국내와 비교해서 약 2배 정도 높고, <페르시아의 왕자>는 국내 수익률 27.1%, 해외 수익률 72.9%로 약 3배 가까이 높게 나타난다. 미국 영화의 해외 박스오피스 수익률은 전체 시장의 60-65%정도였으나, 2010년 이 수치는 상당히 올라간 것으로 조사되고 있다.

2. 유럽권 영화 시장의 주요 동향

가. 유럽권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 241억 8,700만 달러 규모였던 유럽권 영화 시장은 2010년에 247억 3,700만 달러 전년대비 2.0%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 4.6%의 성장세로 2015년에는 309억 400만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

유럽권 주요 5개국 중에서 향후 5년간 가장 큰 성장이 예상되는 국가는 스페인으로 연평균 6.0%가 전망되며, 다음으로 독일이 4.9%, 이탈리아가 3.8%, 영국 3.5%, 프랑스 0.6% 순으로 나타난다. 2010년 기준 시장규모가 가장 큰 국가는 영국으로 57억 4,500만 달러 규모로 나타나며, 이어 독일이 38억 2,000만 달러, 프랑스가 37억 9,300만 달러, 이탈리아가 21억 3,400만 달러, 스페인이 17억 1,300만 달러로 나타나고 있다.

<표 IV-22> 유럽권 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
유럽권	23,062	23,511	23,594	23,635	24,187	24,737	25,751	26,970	28,340	29,694	30,904	4.6%
영국	5,479	5,286	5,552	5,534	5,641	5,745	5,941	6,185	6,425	6,629	6,808	3.5%
프랑스	4,162	4,166	3,793	3,769	3,803	3,793	3,819	3,850	3,897	3,930	3,915	0.6%
독일	3,382	3,404	3,347	3,374	3,686	3,820	4,013	4,218	4,437	4,654	4,864	4.9%
이탈리아	2,330	2,357	2,414	2,171	2,118	2,134	2,187	2,268	2,368	2,475	2,567	3.8%

2) <http://www.denofgeek.com>

스페인	1,899	1,868	1,803	1,682	1,727	1,713	1,790	1,883	2,018	2,156	2,296	6.0%
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	------

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 유럽권 영화 시장의 현황 및 특징

1) 디지털 시네마 확산

현재 유럽 영화시장은 빠르게 디지털화되어 가고 있으며, 그 중 3D 스크린이 차지하는 비중은 74%에 이르고 있다. 유럽에는 총 4,580개의 디지털 스크린이 있으며, 그 중 3,890개가 서유럽에, 690개가 동유럽에 있다. 2009년 디지털 스크린 성장률은 전년도 대비 196.1% 상승했고, 유럽의 3D 성장률은 505.9%였다. 2009년 세계의 총 16,405개의 시네마 스크린 중 27.9%는 유럽의 시네마 스크린이었다.

3,890개의 디지털 스크린을 보유하고 있는 서유럽 국가 중에서 디지털 시네마 분야를 선두하고 있는 프랑스는 2009년 말을 기준으로 약 1,000여개, 영국이 642개, 독일은 총 525개의 디지털 스크린을 보유하고 있다.

유럽 전역에 총 3,387개의 3D 스크린이 생기면서 현재 총 유럽 디지털 시네마 스크린의 74%가 3D 스크린으로 3D 스크린 부분에서 5개의 유럽시장들이 1,000% 이상의 성장률을 기록하였다. 프랑스가 3D 부분에서도 가장 선두주자로 710개의 스크린에 3D 기술이 설치되었으며, 영국은 449개의 3D 스크린을 가지고 있고 독일은 419개의 3D 스크린을 가지고 있다. 동유럽 국가들 중에서는 러시아가 317개의 3D 스크린들을 가지고 있는데 총 디지털 시네마 스크린의 95.8%를 차지한다.

2) 박스오피스 시장의 호황

세계 시장의 흐름에 따라 유럽권 역시 박스오피스 시장이 호황이었던 한 해였다. 프랑스의 경우 2010년 상반기에만 극장을 찾은 관객은 1억 명을 넘어섰으며, 작년 같은 기간과 비교해서 8.9%가 증가한 수치로 나타난다. 독일의 경우 2010년 10월 9일을 기준으로 입장객수는 6,038만 명으로 집계되고 있으며, 이는 전년도에 비해 7%가 감소한 수치로 나타난다. 그러나 실제 박스오피스 수익은 전년도에 비해 5.2%가 증가한 4억 4,306만 유로로 나타나고 있으며, 이는 13.1% 상승한 티켓가격으로 인한 결과로 분석된다. 특히, 올해의 경우 극장 관객 수 감소에 직접적인 영향을 미칠 만한 월드컵이라는 부정적인 요인이 있었으나, 3D 영화의 평균이상 티켓가격으로 인해 관객 수 감소에도 시장규모는 성장한 경우가 종종 나타나고 있다.

3) 영화 촬영지로 각광받기 시작한 유럽

최근 유럽은 세계적인 영화촬영지로 각광을 받기 시작했으며, 대표적으로 독일의 바셀스베르크 스튜디오를 비롯하여 체코, 헝가리, 아일랜드가 정부차원의 지원정책을 통해서 할리우드의 영화제작을 유치하고 있다. 이들 영화 촬영 스튜디오들의 유치전략은 주로 제작비를 절감을 돕는 자금 지원방식이다. 영화 제작비 중 약 20%를 다시 돌려주거나, 자국 내에서 제작되는 영화를 대상으로 20% 정도의 자금을 직접 지원해주는 방법을 사용하고 있

아시아권	15,021	15,932	16,579	17,122	17,908	19,063	20,332	21,729	23,256	24,798	26,276	6.6%
일본	10,455	10,474	10,661	10,727	11,148	11,656	12,240	12,921	13,616	14,354	15,081	5.3%
중국	437	592	741	935	1,226	1,609	2,024	2,522	3,108	3,800	4,617	23.5%

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 아시아권 영화 시장의 현황 및 특징

1) 일본 박스오피스 시장의 3D 열풍과 자국영화 강세

세계적인 3D 영화 열풍은 일본이라고 해도 예외는 아니었다. 영화 <아바타>의 성공이 3D 영화에 대한 관심을 증대시키면서, 올해 4월 공개한 <이상한 나라의 앨리스> 역시 대히트를 기록하였다. 대기업 영화 3사가 3D 전용 영화관 확대를 서두르고 있는 추세로, 토호(東宝)사는 약 50개의 스크린을 늘려 160개로 확장하는 계획을 진행 중이며, 도에이(東映)사도 약 20개 정도의 스크린을 추가하여 40개 정도로 늘릴 예정이다. 쇼치쿠사는 연내에 10개 이상 늘린 약 60개의 3D 전용 스크린을 확보할 예정이다. 또한 도에이사는 8월에 <가면라이더>등 어린이를 위한 작품 2편을 3D로 배급할 예정이며, 1관당 3개 이상의 스크린에서 3D로 상영할 계획이다.

2010년 상반기 일본 영화 시장의 흥행순위를 통해 살펴본 특징은 100억 엔을 넘어서는 대규모 흥행작품이 대거 등장했다는 점이다. 2009년 흥행 1위작품이었던 <ROOKIE-졸업>은 85.5억엔의 수입을 올렸으나, 올해 상반기에는 100억 엔을 넘은 작품이 둘이나 등장하였다. 상반기 1위부터 10위까지 작품들의 총 수입을 비교해도 2010년 610.4억 엔, 2009년은 518.3억엔으로 약 92.1억엔이 증가한 수치이다. 이는 3D 입체 상영의 높은 수익성이 반영된 결과로 <아바타>의 경우 2D가 70%, 3D가 30%의 비율로 상영되었으나, 수익은 2D가 20%, 3D가 80%를 차지한 것으로 나타나, 이러한 3D 열풍은 당분간 계속될 것으로 전망되고 있다.

또한 일본 극장판 애니메이션 작품들의 강세를 확인할 수 있는데, 1-10위내에 애니메이션 작품이 총 4편이며, 그 중 3작품이 일본 만화 원작의 애니메이션 작품이다.

2) 해외 기업의 일본 영화 제작

최근 Warner Entertainment Japan은 일본 독자적으로 영화를 제작하는 로컬프로덕션사업을 본격화하기 시작했다. 제작위원회간사회사를 맡는 제1탄 작품을 올해 12월에 공개, 내년에는 단번에 6편으로 늘릴 계획이다. 간사회사가 되면 지역의 출자기업에서 수익을 많이 받아들이고, 인기가 계속되는 일본영화에 경영자원을 적극 투입해, 흥행수입의 확대를 목표로 할 것이다. 이러한 해외 기업의 행보는 일본의 제작위원회 시스템이 가진 특징 때문으로 파악된다.

일본에서는 영화배급회사 및 TV국, 광고기업 등이 영화로 출자하는 제작위원회가 주류로, 출자비율 등에 따라서 흥행수입이 나타난다. 일정의 수익을 투자자에 배분하는 방법을 채용하고 있어, 투자비율이 가장 많은 기업이 간사회사가 되고 작품의 성공시에는 많은 수입을 올릴 수 있다.

Warner는 10년 전부터 일부 일본영화의 투자 및 배급 사업을 진행해왔으며, 최근 2년간은 흥행수입점유율이 일본영화를 밀돌았다. 이러한 상황은 Warner를 비롯한 다른 서양영화대기업도 흥행수입확대를 위해서 영화제작·배급 사업에 진출하게 하고 있다.

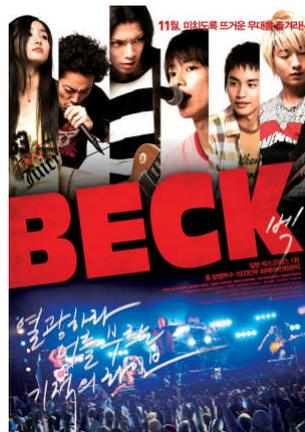
3) 일본 시장의 음악영화 열풍

2010년 일본 영화에는 유독 음악을 소재로 한 라이브 느낌의 영화 공개가 잇따르고 있는데, 대표적인 3개 작품은 드라마로도 유명한 <노다메칸타빌레 최종악장>과 인기 만화를 원작으로 애니메이션으로도 제작된 <Beck>이다. 또 다른 만화원작의 작품은 <소라닌>이 있다. ‘만화→드라마→영화’, ‘만화→애니메이션→영화’ 형태로 OSMU 모델을 실현하고 있는 일본의 상품화 시스템을 다시 한 번 확인할 수 있는 사례이기도 하다. 이들은 인기 원작만화를 바탕으로 흥행성을 안정적으로 확보하고 음악을 소재로 함에 따라 음악 산업과의 연계를 통해 OST 부가수익을 확보할 수 있다는 강점을 지닌다.

[그림 IV-20] 만화원작의 일본 음악 영화들



영화관 <노다메 칸타빌레>



영화 <Beck>



영화 <소라닌>

자료원: 각 영화 홈페이지

4) 중국 영화 시장의 영화관 시설 확충

중국의 영화시장이 성장한데에는 영화관 시설이 확충되면서 스크린 수가 증가한 것이 영향을 미친 것으로 분석된다. 2002년부터 중국 영화 상영관 수는 점차 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다. 2009년까지 집계된 상영관 수는 1687개로 전년도보다 142개가 증가한 수치이다. 중국 전체 영화 시장에서 봤을 때, 영화관의 수는 부족한 상황으로 인구수 13.5만 명당 한 개의 스크린 비율이 적용되었다. 뿐만 아니라 현재 운영 중인 영화 상영관도 오래된 시설인 경우가 많아, 대규모의 영화 상영관의 필요성이 계속적으로 제기되고 있었다. 이에 중국정부의 영화산업 지원정책은 현재 영화시설 확충을 위한 투자에 집중되어 있는 상황이다. 중국의 영화시장은 최근 엄청난 속도로 성장하고 있으며, 이는 세계 최고규모의 내수시장을 바탕으로 한다. 중국의 극장시설은 양적, 질적으로 모두 부족한 상황으로 기존

상영관마저 노후한 경우가 많아, 상영관수가 많은 멀티플렉스 건축을 적극적으로 독려하고 있다.

영화 상영관 시설 확충에 투자되는 자금은 크게 5가지 형태로, 영화관련 사업자금, 중국정부자금, 부동산 등의 산업자금, 금융자본을 의미한다. 영화관련 사업자금에는 국영, 민영, 홍콩, 해외자금이 포함된다.

4. 중남미권 영화 시장의 주요 동향

가. 중남미권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 24억 5,700만 달러 규모였던 중남미권 영화 시장은 2010년에 26억 5,300만 달러로 전년대비 8.0%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 9.4%의 성장세로 2015년에는 41억 5,800만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 IV-24> 중남미권 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
중남미권	1,928	2,186	2,331	2,272	2,457	2,653	2,888	3,156	3,468	3,817	4,158	9.4%

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 중남미권 영화 시장의 현황 및 특징

남미권 영화시장 중 멕시코 시장은 정부의 적극적인 지원으로 2000년도부터 자국영화 상영작 수는 해마다 증가해왔으며, 2009년에는 54편의 멕시코 영화가 상영된 것으로 집계되었다. 반면, 외국영화의 비율은 증감을 반복하며, 2009년은 253편으로 전년도보다 24편이 감소한 것으로 조사되었다. 전체 상영작수 역시 조금씩 증가하면서 2000년 241편에서 2009년에는 307편까지 늘어난 것으로 나타나며, 멕시코 영화시장은 꾸준히 성장하고 있다.

그러나 멕시코 시장 역시 할리우드 영화에 의존하는 시장구조 행태를 보이고 있어, 이에 대한 변화가 요구되고 있다. 2010년 상반기 주말 박스오피스 현황을 살펴보면, 모두 할리우드의 블록버스터 영화들이 차지하면서, 멕시코 자국작품 중에서 흥행작은 아직 등장하지 못했다.

하지만 할리우드의 대형배급사들이 장악하고 있는 영화시장에서 멕시코의 중소배급사들은 특성화된 생존전략을 통해 기타 다른 국가의 새로운 영화를 공급하는 역할을 수행하고 있다. 멕시코의 독립배급사들은 칸, 토론토, 베를린 등 국제영화제와 아메리칸 필름 마켓 등을 돌며 해외영화를 들여오는 경우가 많다. 이들의 투자규모는 적게는 1만 달러에서 많게는 40만 달러까지 다양하며, 할리우드 영화에 편중된 시장구조 때문에 선택한 영화의 흥행성은 보장받기 어렵지만, 2009년 멕시코 영화 최고의 흥행작인 <학생(El Estudiante)>의

성공을 이끌어낸 바탕으로 되었다.

5. 오세아니아권 영화 시장의 주요 동향

가. 오세아니아권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 29억 8,200만 달러 규모였던 오세아니아권 영화 시장은 2010년에 31억 5,300만 달러로 전년대비 5.7%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 6.4%의 성장세로 2015년에는 42억 9,500만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

호주 영화 시장은 2010년에 27억 8,000만 달러 규모로, 향후 5년간 연평균 8.0%의 성장세로 2015년에는 40억 900만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 IV-25> 오세아니아권 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
오세아니아권	2,224	2,299	2,549	2,842	2,982	3,153	3,361	3,599	3,826	4,073	4,295	6.4%
호주	1,887	1,940	2,165	2,445	2,586	2,780	3,013	3,277	3,538	3,822	4,090	8.0%

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 오세아니아권 영화 시장의 현황 및 특징

1) 영화제작 유치를 위한 뉴질랜드의 정부지원

<반지의 제왕>으로 세계적인 관광지로 부상하며 엄청난 경제적 효과를 경험한 뉴질랜드는 새로운 영화제작을 유치하고자 정부차원의 다양한 지원책을 펼치고 있다. 최근 <반지의 제왕>의 감독인 피터 잭슨의 후속작인 <호빗>을 유치하기 위해 관련법 개정뿐만 아니라, 제작비 감면과 투자를 통해 적극적인 지원을 하고 있다.

또한 <호빗> 제작에 최고 3400만 뉴질랜드달러(286억 원)의 세금 감면 혜택과 영화 마케팅 비용 1340만 뉴질랜드달러(113억 원)까지 부담하는 등 적극적인 유치를 진행 중이다. 뉴질랜드는 <호빗> 시리즈 두 편의 성공 여부에 따라 편당 각각 1000만 뉴질랜드달러 규모의 추가 세금 감면 혜택 지원도 제시하고 있는데, 이러한 제작 투자가 마케팅 영상이나 DVD를 통해 더 투자 가치를 회수할 수 있을 것으로 기대하고 있기 때문이다.

2) 호주 관객들의 영화 소비 행태

호주 통계국(Australian Bureau of Statistics, ABS)에 따르면, 호주인들이 가장 선호하는 문화생활로 영화 관람이 압도적인 비율을 차지하는 것으로 나타났다. 15년간의 데이터에서 영화관을 문화활동을 즐기는 장소로 선택한 비율은 2006년 약 65%(1,043만 명)로 2위를

차지한 도서관, 식물원에 비해 매우 높은 수치를 보였다. 야외활동이 실내 활동보다 발달한 호주의 문화적 특성을 고려할 때 이는 놀라운 조사결과로 볼 수 있으며, 연극/뮤지컬 등의 공연과 비교해서 영화가 저렴한 비용과 접근의 용이성이 있다는 점, 그리고 젊은 층에 할리우드 영화가 인기를 끌면서 이러한 결과에 영향을 미친 것으로 분석된다.

호주 관객들의 69%는 1년에 최소 1회 이상 극장에 방문하며, 정기적인 방문객의 경우는 일 년 평균 8회 정도로 조사되었다. 2004년을 기점으로 극장 방문 횟수는 점차 감소하는 경향을 보이고 있는데, 이는 영화 콘텐츠를 소비할 수 있는 매체가 다변화되면서 영향을 미쳤을 것으로 파악된다.

6. 중동/아프리카권 영화 시장의 주요 동향

가. 중동/아프리카권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 3억 5,600만 달러 규모였던 중동아프리카권 영화 시장은 2010년에 3억 6,500만 달러 전년대비 2.4%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 4.6%의 성장세로 2015년에는 4억 5,600만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 IV-26> 중동/아프리카 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-15 CAGR
중동/아프리카권	301	319	327	348	356	365	382	400	420	439	456	4.6%

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); BoxOffice Mojo; 삼정KPMG 재구성

나. 중동/아프리카권 영화 시장의 현황 및 특징

최근 아프리카권 영화시장의 이슈는 나이지리아의 영화산업 '놀리우드(Nollywood)'로, 이는 새롭게 부상하고 있는 아프리카 영화산업을 일컫는 용어이다. 나이지리아에서는 연간 1,000편 이상의 영화가 제작되면서, 규모 면에서는 '할리우드'와 '발리우드'를 넘어서고 있다. 아프리카 영화산업 구조는 우리가 일반적으로 생각하는 극장상영을 통한 수익창출 구조가 아니라, DVD나 비디오를 통해 유통되는 것이 특징이다. 나이지리아는 인구가 1억 5,000만 명이지만 영화관이 거의 없고, 가장 큰 영화관체인인 실버버드그룹도 전국에 7개의 영화관을 가지고 있을 뿐이기 때문이다. 영화 제작에 드는 시간은 10여일 정도이며, 평균 제작비는 1500만 원 정도이다. 디지털카메라로 촬영되기 때문에 촬영 이후 바로 비디오 패키지 상품으로 제작가능하다. 일주일에 30편 정도의 작품이 출시되며, 한 편당 평균 5만장씩은 판매된다.

나이지리아의 영화산업은 15년 만에 급성장했으며, 석유산업에 버금갈 정도로 산업적 중요도 또한 높아졌다. 이와 함께 놀리우드 주변으로 스타 시스템 또한 발달하면서 파파라치가 등장하기 시작했으며, 영화산업의 여파는 음악제작산업으로 번지면서 관련 산업이 확장되

는 파급효과가 나타나고 있다.