

2011.07.26
제4호(통권4호)

콘텐츠산업 동향과 분석

LOCAL
CARTOON GAME
MOVIE
ANIMATION
BROADCASTING
PERFORMANCE
CHARACTER
FASHION
CINEMA
LOCAL
ANIMATION
FASHION
BROADCASTING



한국콘텐츠진흥원



I 심층 이슈 분석 : 미국 영화시장의 트렌드 분석과 시사점

1. 미국 영화시장 구조분석

- 미국 영화시장은 349억 달러로 세계시장에서 40%를 차지하고 있으며, 홈비디오 판매(34.4%), 박스오피스(32.4%), 홈비디오 대여(23.6%), 온라인 배급(9.6%) 시장 순
- 월 1회 이상의 영화관객(3,500만 명)이 티켓판매의 50%를 차지하며, 히스패닉계가 인 구대비 영화관객과 티켓 판매비율이 가장 높음. 특히 3D 관람은 2~17세가 영화관람의 50% 이상 차지. 미국 영화시장은 3D영화 및 디지털상영관 증가로 박스오피스 매출 증가
- 미국의 영화 배급사(총 541개사) 중 메이저 6개사가 75.1%의 시장점유율로 지배

2. 미국 영화시장 트렌드 분석(1995~2011년)

- 영화수는 드라마가 가장 많으나(2,946편), 평균수익은 어드벤처(7,465만 달러)와 액션 장르
- 영화원작은 오리지널시나리오(49.3%), 소설(21.9%), 리메이크(6.4%)가 전체시장에서 77.6% 차지
- 등급별 작품 수는 <R등급>, 수익 및 시장점유율은 <PG-13등급>(가족오락형) 영화가 다수

3. 시사점

(영화 제작 측면)

- 글로벌 오락성(재미)과 작품성(예술)을 차별화·복합화하는 한국형 장르 영화(예: 액션) 필요
- 기획단계에서 미국시장에 맞는 콘텐츠의 현지화 노력 필요(예: 소설 <엄마를 부탁해> 미 국진출)
- 한국 영화의 감독들과 검증된 한류스타들을 적극 활용(예: 케이팝(K-POP) 영화제작)
- 세계 엔터테인먼트산업을 주도하는 유대계 미국인들과의 정서적 교감과 네트워크 형성 노력



(영화 마케팅 측면)

- 미국 영화시장을 목표로 제작은 블록버스터, 유통은 롱테일을 결합한 미드 테일(Mid Tail) 전략
- 할리우드의 아시아 영화 진입 등 로컬화 흐름에 적극 대응하는 전략 수립
- 미국 영화시장의 1차/2차 목표시장과 부가시장의 체계적인 접근을 통한 영화 기획 필요
- 미국 영화시장 진입은 미국 내외의 국제영화제를 통해 접근하는 방식 필요(선댄스 등)

II 국내외 산업계 동향

□ 2011년 1분기 영화산업 분석

- 2011년 1분기 국내 영화산업의 매출액, 수출액, 종사자는 전분기 대비 소폭 증가
 - 매출액은 8,098억 원으로 전분기 대비 1.1% 증가. 수출액은 46억 원으로 전분기 대비 1.7% 증가. 종사자는 29,323명으로 전분기 대비 0.7% 증가

[표] 2011년 1분기 국내 영화산업 규모(예측치)

(단위: 백만원, 명, %)

구분	2010년					2011년	전분기대비 증감률(%)
	1분기	2분기	3분기	4분기	계	1분기	
매출액	861,452	808,661	863,692	801,275	3,335,080	809,875	1.1%
수출액	5,238	3,968	4,125	4,562	17,893	4,639	1.7%
종사자	29,415	29,212	29,308	29,118	117,053	29,323	0.7%

- 2011년 1분기 국내 영화 상장사의 전분기 대비 매출액, 영업이익, 종사자는 증가했으나 수출액은 감소
 - 1분기 영화 상장사의 매출액은 전체 매출액에서 22.1%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 매출액은 -3.5%인 반면, 전분기 대비는 5.3% 상승
 - 1분기 영화 상장사의 수출액은 전체 수출액에서 20.7%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 -80.5%였고, 전분기 대비도 -69.2%로 큰 폭으로 하락
 - 1분기 영화 상장사의 고용규모는 전체 종사자에서 4.5%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 28.3% 증가하였고, 전분기대비도 3.6% 상승

I. 심층 이슈 분석



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

• 미국 영화시장의 트렌드 분석과 시사점

1. 미국 영화시장 구조 분석

□ 미국 영화시장의 규모와 전망

- 2010년 미국 영화시장 규모는 349억 달러로 세계시장(874억 달러)에서 40% 차지
 - 홈비디오 판매·대여(203억 달러)와 온라인 서비스(33.6억 달러)를 합친 2차 부가시장(236.6억 달러)이 박스오피스 시장(113억 달러)보다 2배 이상
 - 분야별로 홈비디오 판매가 34.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 박스오피스가 32.4%, 홈비디오 대여가 23.6%, 온라인 배급이 9.6% 순
 - 미국 영화시장은 3D 영화 및 디지털 상영관 증가로 박스오피스 매출이 증가하고 있으나, 홈비디오(DVD) 판매 및 대여시장은 감소하거나 정체. 특히 디지털 다운로드 및 온라인 대여시장이 급성장하고 있는데, 이는 홈비디오 판매시장을 위축시키는 요인이 되고 있음

[표 1] 미국 영화시장 규모 비교(2010년 기준)

(단위: 억 달러, %)

구분	극장 수익	비디오/DVD 판매	비디오/DVD 대여	온라인 배급	계
미국 영화시장 규모 (구성비)	113 (32.4%)	120 (34.4%)	83 (23.6%)	33.6 (9.6%)	349.3 (100%)
(09년 대비 증감율)	(5.8%)	(-6.6%)	(4.3%)	(13.2%)	(1.4%)
세계 영화시장의 비중	35.2%	37.4%	45.1%	70%	40.0%

* 출처 : PWC(2010), Global Entertainment & Media Outlook 2010-2014

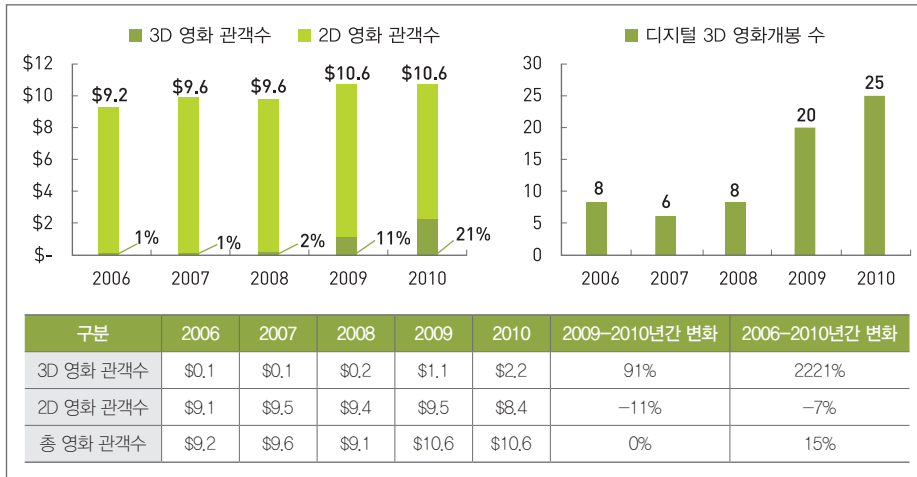
- 2010년 북미 박스오피스 시장은 역대 최고치였던 2009년도와 동일. 이는 5년 전에 비해 15% 성장한 수치
 - 3D 영화 개봉편수는 2009년 20편에서 2010년 25편으로 증가하는 등 3D 영화의 성장세가 두드러짐. 2010년 북미 박스오피스의 21%(22억 달러)가 3D 영화 매출로 2009년에 비해 2배 증가. 2010년 상위 5편 중 3편, 상위 10편 중 5편이 3D 영화
 - 반면 일반(2D) 영화 박스오피스 시장은 5년 전(91억 달러)에 비해 7% 감소



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

[그림 1] 북미(미국 & 캐나다)의 박스오피스 시장규모와 3D 영화 개봉수



* 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 향후 미국 영화시장은 연평균 3.6%씩 성장해 2010년 349억 달러에서 2014년 412억 달러 규모로 성장 전망
 - 박스오피스 시장은 연평균 5.9%씩 성장해 2010년 113억 달러에서 2014년 142억 달러 규모로 성장 전망
 - 홈비디오(판매/대여) 시장은 연평균 2.6%씩 성장해 2010년 237억 달러에서 2014년 270억 달러 규모로 성장 전망

[표 2] 분야별/연도별 미국 영화 시장규모 현황 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

분야별	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	10-14년 (성장률)
박스 오피스(A) (증감률)	11,265 (5.8%)	11,931 (5.9%)	12,611 (5.7%)	13,380 (6.1%)	14,165 (5.9%)	5.9%
DVD 판매 (증감률)	12,000 (-6.6%)	12,100 (0.8%)	12,500 (3.3%)	13,200 (5.6%)	14,000 (6.1%)	1.7%
오프라인 대여 (증감률)	8,300 (4.3%)	8,500 (2.4%)	8,700 (2.4%)	8,900 (2.3%)	9,100 (2.2%)	2.7%
온라인 대여 (증감률)	2,907 (11.4%)	3,024 (4.0%)	3,053 (1.0%)	2,997 (-1.8%)	2,862 (-4.5%)	-0.4%
디지털 다운로드 (증감률)	456 (26.3%)	550 (20.6%)	700 (27.3%)	855 (22.1%)	1,035 (21.1%)	23.4%

(계속)



콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

홈 비디오 합계(B) (증감률)	2,663 (-0.5%)	24,174 (2.2%)	24,953 (3.2%)	25,952 (4.0%)	26,997 (4.0%)	2.6%
합계(A+B) (증감률)	34,928 (1.4%)	36,105 (3.4%)	37,564 (4.0%)	39,332 (4.7%)	41,162 (4.7%)	3.6%

※ 출처 : PWC(2010), Global Entertainment & Media Outlook 2010-2014

□ 북미 애니메이션시장의 규모와 전망

- 2010년 북미 애니메이션 시장규모는 53억 7천만 달러로 세계시장(131억 달러)에서 41% 차지
 - 애니메이션 박스오피스 시장은 연평균 9.8%씩 성장해 2010년 14억 달러에서 2014년 약 21억 달러 규모로 성장 전망
 - 애니메이션 홈비디오(판매/대여) 시장은 연평균 3.4%씩 성장해 2010년 39억 달러에서 2014년 45억 달러 규모로 성장 전망. 미국 최대 비디오 대여업체인 블록버스터(Blockbuster)의 파산신청 사례에서 보듯, DVD를 중심으로 하는 패키지 판매시장은 부가관련시장으로서 역할이 점차 축소될 것으로 예상
 - 특히 디지털 애니메이션 시장은 2010년 약 8천만 달러에서 연평균 24.6%로 크게 성장해 2014년 약 2억 달러 규모에 이를 전망

[표 3] 분야별/연도별 북미 애니메이션 시장규모 현황 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

분야별	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	10-14년 (성장률)
박스 오피스(A) (증감률)	1,434 (12.7%)	1,578 (10.0%)	1,728 (9.5%)	1,898 (9.8%)	2,083 (9.7%)	9.8%
DVD 판매 (증감률)	2,016 (-6.8%)	1,948 (-3.4%)	1,912 (-1.8%)	1,906 (-0.3%)	1,909 (0.2%)	-1.4%
대여 (증감률)	1,838 (7.1%)	1,954 (6.3%)	2,084 (6.7%)	2,232 (7.1%)	2,396 (7.3%)	6.9%
온라인 (증감률)	69 (25.5%)	85 (23.2%)	109 (28.2%)	135 (23.9%)	165 (22.2%)	24.4%
모바일 (증감률)	9 (28.6%)	11 (22.2%)	15 (36.4%)	19 (26.7%)	23 (21.1%)	26.4%
홈 비디오 합계(B) (증감률)	3,932 (-0.3%)	3,998 (1.7%)	4,120 (3.1%)	4,292 (4.2%)	4,493 (4.7%)	3.4%
합계(A+B) (증감률)	5,366 (2.9%)	5,576 (3.9%)	5,848 (4.9%)	6,190 (5.8%)	6,576 (6.2%)	5.2%

※ 출처 : 한국콘텐츠진흥원(2011), <2010 해외콘텐츠시장조사(애니메이션)>에서 재구성(방송용 애니메이션 시장규모 제외)



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 전 세계에 개봉된 총 84편(1995~2010년)의 CGI(Computer Generated Imagery) 애니메이션 중 50편(59.5%)이 매년 미국 박스오피스 50위 안에 드는 흥행성적을 기록
 - 미국 영화시장에서 매년 600~700편 정도의 영화가 개봉되고 있는 것을 감안하면, CGI 애니메이션 공급은 제한적이지만 흥행 가능성은 매우 높은 수준
 - 지난 16년간 CGI 애니메이션 박스오피스 TOP 10(총 26편으로 전체 31% 차지)의 평균매출액은 1억 5천만 달러
 - 2010년 북미 박스오피스(TOP 15) 시장에서 애니메이션은 상위 10위 안에 4편, 상위 15위 안에 총 6편이 포함
 - 이에 따라 미국 영화시장은 웰메이드(well-made) CGI 애니메이션 확보 전쟁 중

[표 4] 할리우드의 CGI 애니메이션 공급 현황(1995~2010)

(단위: 편)

구분	할리우드 6대 메이저 배급사						할리우드 준 메이저 배급사 (외 12개 배급사)							기타	합계	
	With CGI Animation Studio				Without CGI Animation Studio		Wein stein	Mira max	Lions gate	Sony class-ics	Road side	Summit	MGM			Focus
	BV	Para	Fox	Sony	WB	Uni.										
1995	1															1
1998	1	1														2
1999	1															1
2000	1		1												1	3
2001	1	2		1												4
2002			1												1	2
2003	1															1
2004	1	2			1											4
2005	2	1	1				1									5
2006	2	3	2	2	2		1	1							1	14
2007	2	3	1	1	1				1	2					3	14
2008	2	2	2		1	2						1	1		3	14
2009	2	1	1	2							1	1		2		10
2010	2	3			1	1			1							9
합계	19	18	9	6	6	3	2	1	2	2	1	2	1	2	10	84
2011	3	4			1		1									9
2012	2	4		1		1										8

* 출처 : www.the-numbers.com



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 극장용 애니메이션 시장은 3D 입체 상영이 확대되면서 박스오피스 시장규모가 확대될 것으로 예상되며, 인터넷과 모바일 기기 보급이 대중화됨에 따라 온라인 애니메이션 시장도 더욱 확대될 것으로 전망
 - 온라인 주문형태를 통해 렌탈 서비스를 제공하는 넷플릭스(Netflix), 저렴한 가격에 DVD 자판기를 통해 서비스를 제공하는 레드박스(Redbox) 등 경쟁업체의 등장으로 애니메이션 환경이 점차 온라인 유통 중심으로 변화될 것으로 전망

□ 북미 영화 관객 분석

- 미국과 캐나다의 2010년 영화 티켓판매 수는 전년대비 5% 감소한 13억 명으로 2008년과 동일함. 개인당 티켓 판매는 연간 4.1장으로 2009년의 4.3장에 비해 감소
 - 2010년 영화 관객 수는 2억 2,270만 명으로 2009년의 2억 1,710만 명보다 3% 증가. 이는 인구의 68%가 최소 1회 이상 영화를 관람한 수치며, 인구 증가비율(1%)보다 높은 수치
 - 관객 수가 증가하긴 했지만, 평균 관람 횟수는 6번으로 2009년의 6.5번에 비해 감소

[표 5] 북미의 영화 관객 수 현황

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국/캐나다 관객(십억명)	1.43	1.57	1.52	1.50	1.38	1.40	1.40	1.34	1.42	1.34
전년 대비 증감률(%)	3%	9%	-3%	-2%	-8%	2%	0%	-4%	6%	-5%
2010년 대비 증감률(%)	-1%	-10%	-7%	-6%	3%	1%	1%	6%	-5%	—

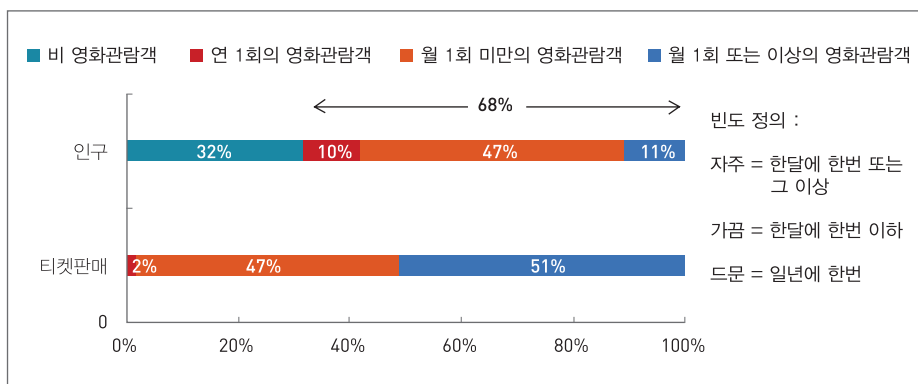
* 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics

- 영화 열성 관객이 증가한 반면, 그 외의 관객들은 영화 관람 편수가 줄어들음
 - 영화관에 자주 가는 관객은 북미지역 인구의 11%에 해당하는 3,500만 명으로, 2009년의 3,200만 명보다 증가함. 이 그룹은 현재 티켓 판매의 50% 이상을 책임지고 있으며 영화시장의 원동력으로 작용하고 있음
 - 열성 관객(3,500만 명)은 모든 연령대의 남성과 18세~39세 연령대의 여성 그룹에서 증가. 유일한 감소는 40세~49세의 여성 연령대로 100만 명 가까이 감소



- 열성 관객의 남녀 비율은 히스패닉을 제외한 모든 인종에서 거의 동일. 히스패닉 남성의 열성 관객 비율은 2010년에 큰 폭으로 증가
- 결론적으로 남성 열성 관객의 티켓 구매는 증가한 반면 여성 열성 관객은 감소

[그림 2] 북미의 영화 관객과 티켓 판매 비율

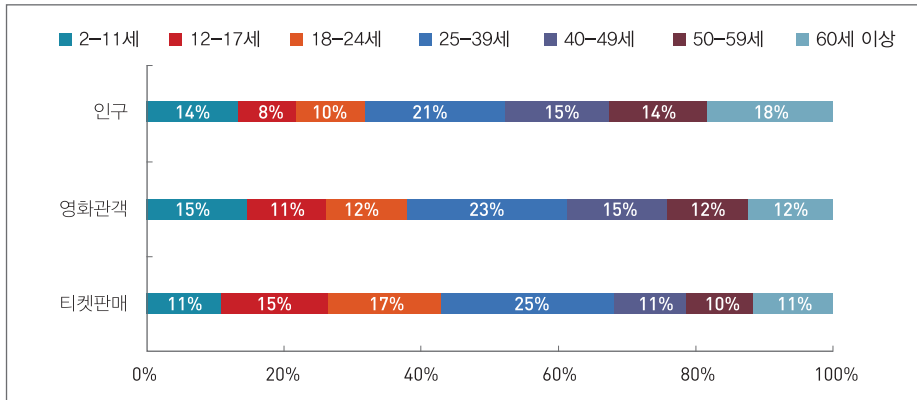


* 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 2010년 여성 관객의 점유율은 2009년의 55%에 비해 줄어든 50% 기록. 이는 열성 여성 관객의 감소에 따른 것으로 2009년 대비 더 많은 티켓을 구입한 것은 남성 열성 관객
 - 2010년 여성의 인구 대비 1인당 영화 관람 편수는 4편으로, 2009년의 4.7편과 비교하면 감소. 반면 남성은 4편에서 4.2편으로 증가
- 젊은 관객(12~24세)은 여전히 관객의 4분의 1 이상이며, 이들이 약 3분의 1의 티켓을 구매. 그러나 2010년에 18~24세 그룹에서 티켓판매는 감소했으며, 25~39세 그룹은 전체 대비 25%로 2009년의 20%에 비해 크게 증가
 - 18~24세의 젊은 관객은 2009년에 평균 8편으로 가장 많이 영화를 관람했으나, 2010년에 1인당 7편으로 감소하여 12~17세보다 낮은 수치 기록
 - 이는 남녀 공통 현상으로 전 연령대 중 유일하게 25~39세 연령대에서 인구대비 1인당 영화 관람편수가 증가하였는데, 이는 남성 관객의 증가에 의한 영향이 큼



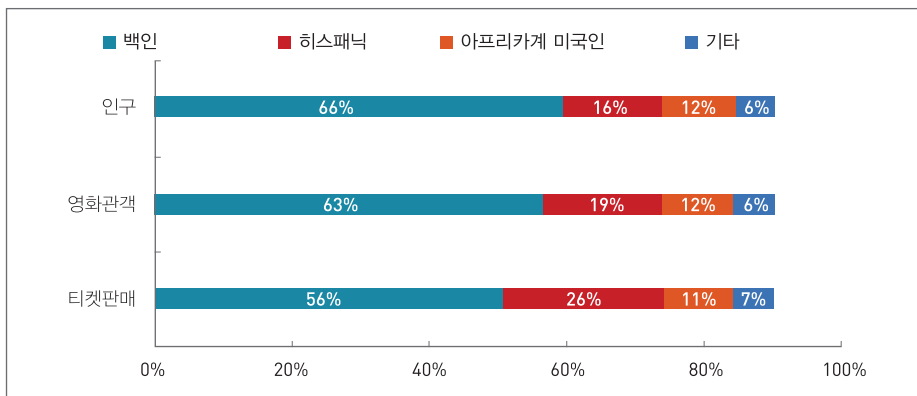
[그림 3] 북미의 연령층별 인구 & 영화관객 & 티켓판매 비율



* 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 2010년 북미의 전체 영화관객은 2억 2,270만 명이며, 인구대비 영화 관객 및 티켓 판매 비율이 높은 인종은 히스패닉계
 - 2010년 4,300만 명의 히스패닉 영화 관객이 구매한 티켓은 3억 5,100만장으로 3,700만 명이 3억장을 구매한 2009년에 비해 증가
 - 히스패닉은 1인당 연간 7편의 영화 관람으로 가장 높은 수치를 기록했으며, 이에 비해 기타 민족은 4편 정도를 기록
 - 반면 백인(caucasian)은 인구와 영화 관객(1억 4,100만 명)에 있어 다수를 차지하지만, 티켓 판매는 2010년 56%로 2009년의 60%에 비해 하락하는 등 낮은 비율 차지

[그림 4] 북미의 인종별 전체인구 & 영화관객 & 티켓판매 비율



* 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010



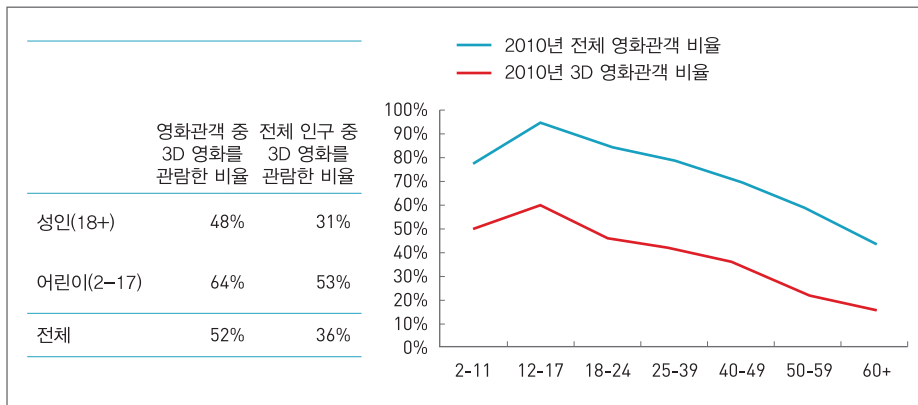
2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 북미 인구 중 3분의 1 이상이 적어도 1편의 3D 영화를 관람
 - 2억 2,270만 명의 영화 관객 중에서 절반 이상(52%)이 최소 한 편의 3D 영화를 관람
 - 일반적 영화 관람에 있어 3D 관람은 연령대와 높은 연관성을 보임. 전체 인구의 36%가 3D 영화를 관람했으나, 2세~17세 인구의 경우 50% 이상의 비율을 보임
 - 2010년 기준으로 40세 이상보다 40세 미만이 평균적으로 더 많은 3D 영화를 관람

[그림 5] 북미의 연령별 3D 관람인구와 영화관객의 비중

(단위: 세)



※ 출처 : MPA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 2010년 티켓 평균 가격은 전년 대비 평균 39센트 인상되었지만, 영화 관람은 여전히 소비자의 지급의사가 높은 여가활동 분야임(4인 가족 기준 50달러 미만 지출)

[표 6] 연평균 영화 티켓 가격

(단위: 달러)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
평균 티켓 가격	\$5.66	\$5.81	\$6.03	\$6.21	\$6.41	\$6.55	\$6.88	\$7.18	\$7.50	\$7.89
전년대비 증감률	5%	3%	4%	3%	3%	2%	5%	4%	4%	5%
전년대비 소비자물가지수 증감률	3%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	0%	2%
2010년 대비 증감률	33%	29%	24%	21%	17%	15%	9%	4%	5%	n/a

※ 출처 : NATO(National Association of theater Owners), BLS(Bureau of Labor Statistics)



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

□ 미국 영화시장의 배급과 상영

- 2010년 미국영화등급분류위원회에 등록된 영화는 706편으로 2009년 대비 11% 감소
 - 미국영화제작자협회(MPAA)에 속한 영화 역시 2004년 이래 감소. 극장에서 개봉된 영화는 조금 상승하였으나, 이 역시 역대 최고를 기록했던 2008년 대비 12% 감소
 - MPAA와 관련 없는 독립영화의 대부분은 자국 내에서 상영되며, 전체 영화의 4분의 3에 해당
 - 2010년 MPAA에 속하지 않는 영화의 증가분(+22)이 MPAA 감소분(-17)을 상쇄. MPAA 영화의 감소는 장르가 특화된 자회사의 영화에 집중되어 있으며 이들의 규모 역시 축소

[표 7] 미국의 개봉 영화 현황

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	10 vs. 09	10 vs. 01
상영영화	454	457	455	489	507	594	609	634	555	560	1%	23%
3D 영화	0	0	2	2	6	8	6	8	20	25	25%	n/a
MPAA 회원사 제작영화	184	205	180	180	199	204	189	168	158	141	-11%	-23%
MPAA 스튜디오	108	123	102	100	113	124	107	108	111	104	-6%	-4%
MPAA 스튜디오 자회사	76	82	78	80	86	80	82	60	47	37	-21%	-51%
비회원사 제작 영화	270	270	275	309	308	390	420	466	397	419	5%	55%

※ 출처 : MPAA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 2011년 현재, 미국의 영화 배급사(총 541개사) 중 메이저 6개사가 75.1%의 시장점유율 기록. 지난 17년간(1995~2011) 영화 배급사의 총수익(1,883억 달러) 중 약 80%(1,377억 달러)를 메이저 6개사가 차지
 - 6대 메이저사는 모회사(예: 타임워너, 뉴스코퍼레이션 등 글로벌 복합 미디어기업)를 기반으로 영화 제작, 투자, 배급 등에 지속적으로 관여하면서 절대적인 영향력을 행사
 - 특히 최근 5년간 애니메이션 영화를 주도한 스튜디오는 드림웍스(예: <슈렉2>)와 디즈니(예: <토이스토리3>)로서 양사는 미국 애니메이션 박스오피스의 64% 점유



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 – 영화/애니메이션

[표 8] 미국 영화 배급사의 수익과 시장점유율 현황(1995-2011년)

순위	배급사	영화편수	총 수익	평균 수익	시장점유율
1	Warner Bros.	494	\$26,329,804,954	\$53,299,200	14.35%
2	Walt Disney Pictures	438	\$26,214,326,172	\$59,850,060	14.29%
3	Sony Pictures	511	\$23,746,344,839	\$46,470,342	12.94%
4	Paramount Pictures	333	\$21,798,070,208	\$65,459,670	11.88%
5	20th Century Fox	347	\$20,548,159,684	\$59,216,599	11.20%
6	Universal	324	\$19,095,925,495	\$58,938,042	10.41%
7	New Line	203	\$8,786,568,118	\$43,283,587	4.79%
8	Dreamworks SKG	77	\$5,988,394,230	\$77,771,354	3.26%
9	Miramax	377	\$5,621,558,890	\$14,911,297	3.06%
10	MGM	228	\$5,059,088,695	\$22,188,986	2.76%
11	Lionsgate	219	\$3,499,440,402	\$15,979,180	1.91%
12	Fox Searchlight	147	\$2,087,377,808	\$14,199,849	1.14%
13	Miramax/Dimension	28	\$1,403,648,516	\$50,130,304	0.77%
14	Summit Entertainment	34	\$1,353,748,747	\$39,816,140	0.74%
15	Focus Features	88	\$1,285,090,417	\$14,603,300	0.70%
16	Sony Pictures Classics	338	\$1,035,780,745	\$3,064,440	0.56%
17	Weinstein Co.	75	\$730,911,437	\$9,745,486	0.40%
18	Newmarket Films	25	\$575,019,429	\$23,000,777	0.31%
19	Artisan	61	\$570,201,518	\$9,347,566	0.31%
20	Gramercy	59	\$506,186,729	\$8,579,436	0.28%

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>(2011.7.2)

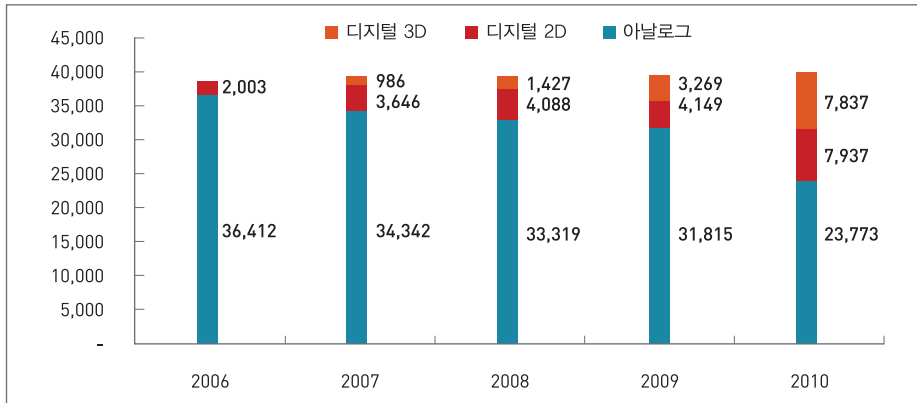
- 미국에는 현재 3만 9,500개 이상의 상영관이 있고, 이 중 다수(79%)가 5개 이상상의 멀티플렉스 상영관
 - 2010년 미국의 디지털 상영관은 7,400여 개로 2배 이상 증가했고, 이는 총 상영관 중 40% 이상을 차지
 - 4,500개 이상의 디지털 3D 상영관이 추가되어 가장 높은 성장세를 보였고, 이는 디지털 상영관 중 50% 이상
 - 디지털 3D 상영관은 미국 이외의 국가에서도 성장세를 유지하고 있음



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

[그림 6] 유형별 미국 영화관 현황



※ 출처 : MPA(2010), Theatrical Market Statistics 2010

- 전 세계 상영관은 지난 5년간 15만개 이하로 유지되고 있으며, 디지털 상영관의 비율이 비약적으로 증가
 - 총 상영관 대비 4분의 1에 달하는 3만 6천개 이상이 디지털 상영관이고, 이 중 60% 이상에서 3D 상영이 가능
 - 2010년 디지털 상영관은 122% 증가했고, 이 수치는 모든 지역에 해당함. 각 지역별로 2배 이상 증가
- 세계적으로 3D 상영관 수는 2010년에 두 배 이상 증가하여 2만 1,936개에 이르며, 이는 전체의 15%에 해당하는 비율로서 3D 디지털 상영관이 가장 빠르게 성장

[표 9] 디지털 영화관 현황

	2006	2007	2008	2009	2010	디지털 영화 비중
미국/캐나다	206	994	1,514	3,548	8,459	51%
유럽-중동-아프리카	12	211	594	3,485	7,909	76%
아시아-태평양	35	80	344	1,584	4,498	56%
라틴아메리카	5	14	91	362	1,070	91%
전체	258	1,299	2,543	8,979	21,936	61%
전년대비 증감률	207%	403%	96%	253%	144%	-

※ 출처 : MPA(2010), Theatrical Market Statistics 2010



2011. 07. 26

2. 미국 영화시장의 트렌드 분석

□ 미국 영화시장의 트렌드 분석(1995~2011년)

- 17년간 4개 장르(코미디, 어드벤처, 드라마, 액션)가 전체시장의 78.1% 비중 차지
 - 영화 수는 총 8,070편이며, 연평균 474편이 개봉되어 현재까지 약 1,823억 달러(약 210조 원)의 박스오피스 매출을 기록
 - 장르는 드라마(2,946편), 코미디(1,675편), 다큐멘터리(964편), 액션(526편), 스릴러·서스펜스(515편), 어드벤처(480편) 순
 - 수익 및 시장점유율이 높은 장르는 코미디(440억 달러, 24.08%), 어드벤처(358억 달러, 19.6%), 드라마(325억 달러, 17.8%), 액션(304억 달러, 16.6%) 순
 - 편당 평균 수익이 높은 장르는 어드벤처(7,465만 달러), 액션(5,780만 달러), 호러(2,879만 달러), 로맨틱코미디(2,835만 달러), 스릴러·서스펜스(2,816만 달러) 순

[표 10] 미국 영화시장의 장르 현황(1995~2011년)

순위	장르	영화수	총 수익	평균 수익	시장점유율
1	Comedy	1,675	\$44,028,134,202	\$26,285,453	24.08%
2	Adventure	480	\$35,836,385,918	\$74,659,137	19.60%
3	Drama	2,946	\$32,582,774,593	\$11,060,005	17.82%
4	Action	526	\$30,407,414,125	\$57,808,772	16.63%
5	Thriller/Suspense	515	\$14,505,667,764	\$28,166,345	7.93%
6	Romantic Comedy	380	\$10,775,209,140	\$28,355,814	5.89%
7	Horror	305	\$8,782,118,402	\$28,793,831	4.80%
8	Documentary	964	\$2,014,146,742	\$2,089,364	1.10%
9	Musical	108	\$1,701,738,728	\$15,756,840	0.93%
10	Black Comedy	76	\$745,620,441	\$9,810,795	0.41%
11	Western	36	\$685,989,706	\$19,055,270	0.38%
12	Concert/Performance	38	\$277,964,471	\$7,314,855	0.15%
13	Multiple Genres	16	\$6,250,584	\$390,662	0.00%
14	Genre Unknown	5	\$1,685,983	\$337,197	0.00%
계		8,070	\$182,351,100,799	\$309,884,340	100%

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>(2011.7.2)



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 영화의 원작은 오리지널 시나리오(49.3%), 소설(21.9%), 리메이크(6.4%)가 전체 시장에서 77.6% 비중 차지
- 영화의 원작은 오리지널 시나리오(4,080편), 실제 인생이야기(1,339편), 소설(1,281편) 순으로 많았고, 이외에 리메이크(229편), 연극(166편), TV드라마(163편), 만화(102편) 순으로 다양한 원작 유형이 존재
- 평균 수익이 가장 높은 원작 영화는 성서 소재 영화(예: <십계명>, <패션 오브 크라이스트>)이며, 디즈니(예: <캐러비안의 해적>), 장난감(예: <지아이조>), 만화원작(예: <다크나이트>)에 기반한 영화도 높게 나타남

[표 11] 미국 영화시장의 작품 원작 현황(1995-2011년)

순위	원작 형태	영화수	총 수익	평균 수익	시장점유율
1	Original Screenplay	4,080	\$90,418,167,290	\$22,161,316	49.34%
2	Based on Book/Short Story	1,281	\$40,209,962,646	\$31,389,510	21.94%
3	Remake	229	\$11,708,776,616	\$51,130,029	6.39%
4	Based on TV	163	\$9,730,210,508	\$59,694,543	5.32%
5	Based on Comic/Graphic Novel	102	\$9,039,116,074	\$88,618,785	4.93%
6	Based on Real Life Events	1,339	\$8,860,926,476	\$6,617,570	4.83%
7	Based on Magazine Article	47	\$2,267,094,548	\$48,236,054	1.24%
8	Based on Play	166	\$2,084,255,980	\$12,555,759	1.14%
9	Disney Ride	7	\$1,616,613,068	\$230,944,724	0.88%
10	Traditional/Legend/Fairytale	30	\$1,344,758,574	\$44,825,286	0.73%
11	Based on Game	29	\$1,077,144,930	\$37,142,929	0.59%
12	Spin-Off	12	\$865,217,779	\$72,101,482	0.47%
13	Based on Musical/Opera	30	\$845,367,904	\$28,178,930	0.46%
14	Based on Religious Text	2	\$471,059,905	\$235,529,952	0.26%
15	Based on Factual Book/Article	13	\$465,316,277	\$35,793,560	0.25%
16	Based on Short Film	16	\$433,225,114	\$27,076,570	0.24%
17	Based on Toy	2	\$177,416,071	\$88,708,035	0.10%
18	Compilation	19	\$112,369,988	\$5,914,210	0.06%
19	Musical Group Movie	1	\$49,202,987	\$49,202,987	0.03%
20	Based on Ballet	3	\$1,844,508	\$614,836	0.00%

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>(2011.7.2)



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 인기 만화 원작에 의한 영화는 수익 측면에서 매력적인 제작형태
 - 만화 원작에 의한 영화는 총 102편 개봉되었으며, 대부분 슈퍼히어로에 기반한 맨 시리즈임(예 : <스파이더맨>, <배트맨>, <엑스맨>, <수퍼맨>, <아이언맨>, <헐크> 등)
 - 반면 게임에 기반한 극장용 애니메이션으로 “<툼 레이더>, <포켓몬>, <모텔 컴뱃>, <스트리트 파이터>, <파이널 판타지>, <슈퍼마리오 브라더스>, <윙 커맨더>” 등도 있음

[표 12] 만화원작 영화(1977-2011년)

순위	영화명	배급사	개봉일	총 수익
1	The Dark Knight	WarnerBros.	7/18/2008	\$533,345,358
2	Spider-Man	SonyPictures	5/3/2002	\$403,706,375
3	Transformers: Revenge of the Fallen	ParamountPictures	6/24/2009	\$402,111,870
4	Spider-Man2	SonyPictures	6/30/2004	\$373,524,485
5	Spider-Man3	SonyPictures	5/4/2007	\$336,530,303
6	Transformers	ParamountPictures	7/3/2007	\$319,246,193
7	Iron Man	ParamountPictures	5/2/2008	\$318,604,126
8	Iron Man2	ParamountPictures	5/7/2010	\$312,433,331
9	Batman	Warner Bros.	6/23/1989	\$251,188,924
10	Men in Black	SonyPictures	7/2/1997	\$250,690,539
11	X-Men: The Last Stand	20thCenturyFox	5/26/2006	\$234,362,462
12	X2	20thCenturyFox	5/2/2003	\$214,949,694
13	300	WarnerBros.	3/9/2007	\$210,614,939
14	Batman Begins	WarnerBros.	6/15/2005	\$205,343,774
15	Superman Returns	WarnerBros.	6/28/2006	\$200,120,000
16	Monsters vs. Aliens	ParamountPictures	3/27/2009	\$198,351,526
17	Men in Black2	SonyPictures	7/3/2002	\$190,418,803
18	Thor	ParamountPictures	5/6/2011	\$177,223,364
19	X-Men	20thCenturyFox	7/14/2000	\$157,299,717
20	Over the Hedge	ParamountPictures	5/19/2006	\$155,019,340
21	Fantastic Four	20thCenturyFox	7/8/2005	\$154,696,080
22	Superman	Warner Bros.	12/15/1978	\$134,218,018
23	Hulk	Universal	6/20/2003	\$132,177,234
24	Fantastic Four: Rise of the Silver Surfer	20thCenturyFox	6/15/2007	\$131,921,738
25	The Mask	New Line	7/29/1994	\$119,920,129
26	SupermanII	Warner Bros.	6/19/1981	\$108,185,706

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>(2011.7.2)



- 코미디 장르는 제작비용 대비 수익성이 높아 작품 수가 증가하고 있으며, 작품 유형도 보다 세분화되고 있음
 - 평균 수익이 가장 높은 코미디는 '웃이 뒤바뀌거나 똥똥해 보이는 웃' 을 소재로 한 영화(예: <미세스 다웃파이어>)이며, '못 말리는 가족' 소재의 영화(예: <빅 대디>)도 흥행 주제
 - 반면에 영화 수는 가장 많으나(62편), 평균 수익이 낮은(2,100만 달러) 소재의 코미디는 '블랙 코미디'

[표 13] 할리우드 코미디 영화의 현황(1995~2010년)

(단위 : 백만 달러)

코미디 장르의 세분화	작품수	총 수익	평균 수익	수익 1위	
				작품	총수익
Arrested Development(못말리는 가족/1999-)	15	1,091	72	Big Daddy	163.5
Body Switch(바디 스위치/1977-)	16	556	34	Big	115.0
Bumbling(실수투성이/1984-)	33	1,364	41	Paul Blart: Mall Cop	146.3
College(대학/1978-)	39	1,013	25	National Lampoon's Animal House	141.6
Dark/Black(블랙코미디/1982-)	62	1,339	21	The War of the Roses	86.9
Fat Suit(똥똥해 보이는 웃/1980-)	22	2,238	101	Mrs. Doubtfire	219.2
Fish-Out-of-Water Father(물떠난고기/1978-)	30	1,930	64	Three Men and a Baby	167.8
God(신/1978-)	18	865	48	Bruce Almighty	242.8
High School(고등학교/1980-)	50	1,603	32	Superbad	121.5
Music(음악/1984-)	16	333	20	School of Rock	81.3
R-Rated Youth(미성년관람불가/1978-)	96	3,218	33	Wedding Crashers	209.2
Road Trip(배낭여행/1978-)	38	1,441	37	Wild Hogs	168.2
Spoof(패러디/1980-)	59	2,247	38	Austin Powers in Goldmember	213.3
Spy(스파이/1980-)	23	1,159	50	Austin Powers in Goldmember	213.3
What If(가상/1977-)	36	2,034	56	Bruce Almighty	242.8
Remake(리메이크/1980-)	39	2,304	59	The Longest Yard	158.1
계	592	22,806.93	45.7	1위 영화 평균 매출액	168.18

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 미국에서 흥행한 영화 TOP 20(220편, 2000~2010년)을 분석한 결과, 장르별로는 액션(59편), 코미디(58편), 애니메이션(32편), 드라마(26편) 순
 - 4개 장르가 전체 영화에서 79.5%(175편) 비중을 차지하였으며, 전통적인 장르간 결합에 의한 복합화로 영화 관객의 타깃 세분화가 나타났음
 - 현존 최고의 흥행수익을 낸 <아바타>(7억 6,050만 달러)는 다양한 장르(SF-어드벤처, 3D 및 CGI, 환경주의 등)로 결합되었고, <다크 나이트>(5억 3,330만 달러)는 슈퍼히어로 만화 원작이 바탕이 되었으며, <슈렉>(4억 4,120만 달러)도 판타지 컴퓨터 애니메이션에 기반하는 등 대중화된 장르가 흥행에 절대 영향을 미침
- 미국에서 흥행한 영화 TOP 10(All Time)을 분석한 결과, 상위 10위의 흥행영화 수익규모가 전체 영화시장의 수익규모에서 매년 증가
 - 장르 기준은 어드벤처 5편, 판타지 3편, 로맨스 1편, 애니메이션 1편 순
 - 배급 기준은 부에나 비스타 4편, 워너브라더스 3편, 폭스 1편, 파라마운트 1편, 뉴라인 1편 순
 - 등급기준은 PG-13 7편, PG 2편, G 1편 순

[표 14] 미국 흥행영화 중 TOP 10 현황(All-Time)

(단위 : 백만 달러)

순위	영화명	장르	등급	스튜디오	미국 내 수익	해외 수익	총 수익
1	Avatar (2009)	Sci-Fi Adventure	PG-13	Fox	760.5	2,012.8	2,762.3
2	Titanic (1997)	Romance	PG-13	Par.	600.8	1,242.4	1,843.2
3	The Lord of the Rings: The Return of the King (2003)	Fantasy	PG-13	NL	377.0	742.1	1,119.1
4	Pirates of the Caribbean : Dead Man's Chest (2006)	Period Adventure	PG-13	BV	423.3	642.9	1,066.2
5	Toy Story 3 (2010)	Animation	G	BV	415.0	648.2	1,063.2
6	Alice in Wonderland (2010)	Family Adventure	PG	BV	334.2	690.1	1,024.3
7	Pirates of the Caribbean : On Stranger Tides (2011)	Period Adventure	PG-13	BV	233.7	774.0	1,007.7
8	The Dark Knight (2008)	Action/Adventure	PG-13	WB	533.3	468.6	1,001.9
9	Harry Potter and the Sorcerer's Stone(2001)	Fantasy	PG	WB	317.6	657.2	974.7
10	Pirates of the Caribbean : At World's End (2007)	Period Adventure	PG-13	BV	309.4	654.0	963.4

* 출처 : <http://www.boxofficemojo.com> 재구성



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 등급별 작품수는 <R등급>이, 수익 및 시장점유율은 <PG-13등급>이 다수 차지
 - 작품 수는 <R등급>(3,409편), <Not Rated>(2,278편), <PG-13등급>(1,917편) 순
 - 작품수익 및 시장점유율은 <PG-13등급>(44.8%), <R등급>(28.9%), <PG등급>(19.4%) 순
 - 2010년 흥행영화(TOP 25) 중 <PG-13등급>이 12편 포함되었으며, <PG등급> 역시 인기를 얻으며 9편을 차지. 이외에 <R등급> 3편, <G등급> 1편
 - 평균수익은 <PG-13등급>(4,273만 달러)이 가장 높았으며, <G등급>(3,891만 달러), <PG등급>(3,795만 달러) 순

[표 15] 미국 영화 등급별 현황(1995-2011년)

(단위: 달러)

순위	등급별	작품수	총 수익	평균 수익	시장점유율
1	PG-13	1,917	81,917,425,839	42,732,095	44.82%
2	R	3,409	52,934,623,724	15,527,904	28.96%
3	PG	934	35,448,773,722	37,953,719	19.40%
4	G	260	10,118,999,679	38,919,230	5.54%
5	Not Rated	2,278	1,759,248,717	772,278	0.96%
6	NC-17	19	69,008,189	3,632,010	0.04%
7	Open	5	7,678,311	1,535,662	0.0%

* 미국 영화등급 : G(모든 관람), PG(연령제한 없음, 보호자 주의), PG-13(13세 미만 보호자 동반), R(제한조건부 허가, 17세 이하 보호자 동반), NC-17(17세 이하 미성년자 관람불가), Not Rated(등급을 받지 않은 작품)

* 출처 : [http://www.the-numbers.com\(2011.7.2\)](http://www.the-numbers.com(2011.7.2))

- 등급별 특징은 PG-13(127편), PG(53편), R(29편), G(11편) 순

[표 16] 할리우드 영화 TOP 20의 등급별 현황(2000~2010년)

(단위: 편)

등급별	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	합계	순위
PG-13	11	11	14	11	12	12	13	11	10	12	10	127	1
PG	3	4	5	4	6	5	4	5	4	7	6	53	2
R	5	3		4	2	2	2	3	4	1	3	29	3
G	1	2	1	1		1	1	1	2		1	11	4
합계	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	220	

* 출처 : <http://www.the-numbers.com>



- 아카데미상 수상작품 분석(2000~2010년)
- 11년간 총 55편 중 드라마(34편)가 단연 압도적이고, 다음으로 코미디(7편) 순

[표 17] 아카데미상(최우수작품상 및 후보작) 장르별 작품수 현황(2000-2009년)

(단위: 편)

장르	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계	드라마
Drama	1	1	1			2	1	1	2	1	10	√
Period Drama		2			2	1		1	1	1	8	√
Comedy				1	1		1			1	4	
Crime Drama			1	1			1	1			4	√
War				1			1			2	4	
Comedy / Drama	1							1		1	3	√
Fantasy		1	1	1							3	
Sports Drama				1	1					1	3	√
Historical Drama							1		1		2	√
Musical		1	1								2	
Animation										1	1	
Drama / Thriller						1					1	√
Fantasy Drama									1		1	√
Foreign / Action	1										1	
Historical Epic	1										1	
Music Drama					1						1	√
Romance	1										1	
Sci-Fi										1	1	
Sci-Fi Adventure										1	1	
Thriller								1			1	
War Drama			1								1	√
Western						1					1	
계	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	55	34

※ 출처 : <http://www.boxofficemojo.com>재구성

- 아카데미 수상작(최고작품상) 15편을 분석한 결과,
 - 장르 기준으로 드라마 7편, 로맨스 2편, 역사물 2편 순으로 나타났으며, 판타지, 전쟁, 코미디, 뮤지컬 등은 각각 1편
 - 등급 기준으로 R등급이 10편, PG~13등급이 5편



콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 스튜디오 기준으로 미라맥스 3편, 워너브라더스 2편, 드림웍스 2편, 파라마운트 2편 순이며, 서밋엔터테인먼트, 라이온스게이트, 뉴라인, 폭스서치라이트 순
- 아카데미 수상 전후효과로는 전체 극장수익 중 수상 후 수익비중이 35.7%를 차지하였으며, 평균제작비(6천 8백만 달러) 대비 평균 극장수익(1억 6천만 달러)도 3배 이상
- 예컨대, <슬럼독 밀리어네어>는 1,500만 달러의 제작비를 들여 개봉하였으며, 전체 극장수익(1억 4,132만 달러)의 약 70%가 수상효과로 인해 거둔 결과

[표 18] 역대 아카데미 수상작(최고작품상) 현황(1996-2010년)

연도	영화제목	장르	등급	스튜디오	제작비 (백만 달러)	극장수익	후보	수상	수상 후 수익비중
2010	The Hurt Locker	War	R	Sum.	\$15	\$16,400,00	9	6	22.8%
2009	Slumdog Millionaire	Drama	R	FoxS	\$15	\$141,319,928	10	8	68.4%
2008	No Country for Old Men	Crime Drama	R	Mira.	-	\$74,283,625	8	4	34.2%
2007	The Departed	Crime Drama	R	WB	\$90	\$132,384,315	5	4	8%
2006	Crash	Drama	R	Lions	\$6.5	\$54,580,300	6	3	2.2%
2005	Million Dollar Baby	Sports Drama	PG-13	WB	\$30	\$100,492,203	7	4	91.6%
2004	The Lord of the Rings(왕의귀환)	Fantasy	PG-13	NL	\$144	\$377,027,325	11	11	10.2%
2003	Chicago	Musical	PG-13	Mira.	\$75	\$170,687,518	13	6	62.2%
2002	A Beautiful Mind	Period Drama	PG-13	Uni.	\$88	\$170,742,341	8	4	33.4%
2001	Gladiator	Historical Epic	R	DW	\$145.7	\$187,705,427	12	5	0.5%
2000	American Beauty	Drama	R	DW	\$45	\$130,096,601	8	5	36.6%
1999	Shakespeare in Love	Period Comedy	R	Mira.	\$25	\$100,317,794	13	7	63.5%
1998	Titanic	Romance	PG-13	Par.	\$240	\$600,788,188	14	11	43.6%
1997	English Patient	Romance	R	Mira.	\$27	\$78,676,425	12	9	46.2%
1996	Braveheart	Historical Epic	R	Par.	\$72	\$75,609,945	10	5	11.3%
소계		-	-	-	\$68	\$159,756,796	9	6	35.7%

* 출처 : <http://www.boxofficemojo.com>재구성



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 9년간 총 185개 아카데미상 수상 영화의 제작사는 메이저 스튜디오보다 미니 메이저, 독립영화사가 더 많음
 - 미라맥스(23편), 워너브라더스(18편), 뉴라인(18편), 폭스서치라이트(16편), 유니버설(14편), 포커스피쳐스(13편) 순
 - 메이저사뿐만 아니라 메이저의 SD(Special Division), 미니 메이저 등은 유대계 미국인이 다수 차지

[표 19] 아카데미상(AI Winners) 제작사별 현황(2001-2009년)

(단위: 편)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계	순위
Miramax	1	8	2	6	1	1	4			23	1
Warner Bros.	1		2	4	1	6	1	2	1	18	2
New Line	4	2	11				1			18	2
Fox Searchlight				1		3	2	8	2	16	3
Universal	4	1		2	3		4			14	4
Focus Features		3	1	2	4		1	2		13	5
Paramount(DreamWorks)		2		1	1	3	1	3	1	12	6
Buena Vista	2	1	1	2	1	1	1	1	2	12	6
Fox	2		2		1				3	8	7
Sony/Columbia	2	1		1	3	1				8	7
Summit Entertainment									6	6	8
Lionsgate	1				3				2	6	8
Sony Classics		1	1		1	1	1		1	6	8
Picturehouse						3	2			5	9
Paramount Vantage						1	2	1		4	10
Paramount Classic					1	2				3	11
ThinkFilm				1			1			2	12
MGM		1						1		2	12
Weinstein Company								1	1	2	12
Warner Independent					1					1	13
Apparition									1	1	13
Magnolia								1		1	13
Roadside Attractions									1	1	13
Fine Line				1						1	13
Newmarket			1							1	13
Zeitgeist		1								1	13
소계	17	21	21	21	21	22	21	20	21	185	

* 출처 : <http://www.boxofficemojo.com>재구성



2011. 07. 26

3. 미국의 영화시장 트렌드 분석이 우리에게 주는 시사점

□ 영화 제작 측면

- 할리우드 흥행영화의 성공요인은 글로벌 오락성과 작품성을 차별화·복합화한 결과로써 한국 영화산업에 있어서도 장르 영화의 발전이 필요
 - 지난 17년간(95~11년) 할리우드에서 개봉된 영화 장르에서 드라마(2,946편, 평균 수익 1,100만 달러)가 가장 많았으나, 평균 수익은 어드벤처(7,465만 달러)와 액션(5,780만 달러)이 가장 많음. 이는 다양한 소재의 드라마보다는 글로벌 오락성(재미)에 바탕을 둔 블록버스터 영화가 흥행에서 더 성공적이었음을 의미
 - 이는 할리우드 흥행영화의 원작형태가 대중을 통해 인기가 검증된 만화원작(102편, 8,813만 달러), TV원작(163편, 5,969만 달러), 리메이크(229편, 5,112만 달러) 등이 많은 것에서도 확인할 수 있음. 그리고 <엑스맨>, <아이언맨> 등과 같은 프랜차이즈 영화를 통해 수익을 지속적으로 극대화하고 있음. 특히 영화등급이 작품성 중심의 R등급보다는 가족오락형 중심의 PG-13등급이 더 많이 나타난 바, 관객 동원력을 고려한 영화 마케팅 전략을 엿볼 수 있었음
 - 반면 할리우드도 코미디, 액션, 드라마 장르의 고착화로 인해 소재의 빈곤을 겪고 있어 집단창작시스템에 의한 복합 구성 및 장르간 결합(로맨틱/액션/범죄/호러/판타지/드라마/어드벤처 등)을 통해 개별 장르들을 선호하는 관객층을 확대하고 있음
 - 결론적으로 한국 영화시장의 발전과 미국시장 진출을 위해서 장르 영화의 발전이 필요. 미국시장 내 외국영화의 장르는 영어/비영어의 언어적 요소보다는 개봉 규모에 의해 좌우되는 경향을 보임. 즉, 개봉규모가 커질수록 드라마, 액션, 애니메이션 장르로 편중됨. 이는 세계 어느 곳에서나 발생하는 보편적 특성으로 미국 영화시장에 개봉된 외국영화의 장르 특성에서도 확인할 수 있음
 - 미국 영화시장에서 외국영화, 특히 아시아 영화는 문화적 할인율이 매우 높음. 미국에서 성공한 외국영화는 상대적으로 문화적 할인율이 낮은 장르로서 액션, SF, 로맨틱코미디, 애니메이션, 다큐멘터리 영화들임. 아시아권에서 <와호장룡>, <영웅>, <쿵푸 허슬>, <쿵푸 팬더> 등 무협, 액션영화가 주를 이루고 있는데, 이는 장르의 보편성이 언어 문화적 한계를 극복하는 하나의 전략일 수 있다는 것을 의미
 - 한국영화도 문화적 할인율을 낮추기 위해서 '장르'를 활용한 전략이 필요. 미국시장 진출을 장기적인 관점에서 본다면, 먼저 중화권의 무협과 액션, 일본의 공포영화, 태국



의 액션 영화처럼, 한국영화를 대표하는 장르 영화가 필요

- 특히 액션은 아시아 영화로서 성공할 가능성이 매우 높은 장르. 한국만의 액션스타일을 개발한다거나 한국식 액션영화가 발전할 수 있는 토양을 마련하여 지속적으로 액션 영화가 만들어질 수 있는 여건을 조성하는 것도 전략적 관점에서 필요

- 예컨대, 댄스와 퍼포먼스를 결합한 한국만의 액션 장르를 개척할 필요가 있음. <비보이를 사랑한 발레리나>는 한국의 비보이와 발레를 접목한 무언극 뮤지컬로서 영국 에딘버러 축제에서 최우수작품상을 받을 만큼 세계에서 인정받은 한국의 순수 창작극임. 또한 한국의 전통무예인 태권도와 택견을 중심으로 한 동양무술에 신체의 아름다움을 극대화한 아크로바틱과 유쾌한 코미디를 혼합하여 만든 <점프>도 한국문화를 대표하는 무술공연임. 이처럼 한국 영화시장의 발전을 위해서라도 다양한 장르 영화의 개발과 발전이 필요

○ 미국시장 진입을 위한 근본적인 접근으로 독창적이고 경쟁력 있는 콘텐츠 개발이 필요

- 미국의 독립영화 시장을 목표로 제작된 <두 번째 사랑>, <아메리칸 좀비>, <웨스트 32번가>는 '코리안 아메리칸'의 재능 있는 감독들의 프로젝트로서 한국영화의 자본과 제작자가 참여하면서 진행되었고, 이를 통해 미국 독립영화시스템에 진입한 점을 긍정적으로 평가할 수 있음

- 또한 '상업영화의 장르로 미국 현지 와이드 릴리즈방식으로 미국 전역에서 개봉한 최초의 한국영화' (<디 워>), '한국의 기획으로 미국자본과 인력과 공동제작, 전 세계 30개국 이상 개봉 및 북미배급사가 P&A 비용을 대고 와이드 릴리즈 한 한국영화' (<워리어스 웨이>), '한국의 캐릭터를 세계화하려는 시도' (<라스트 갓 파더>) 등은 상업적으로 성공과 실패를 떠나 미국 영화시장 진출을 목표로 했다는 점에서 그 자체로서 의미 있는 시도로 평가할 수 있음

- 그러나 '뒤늦은 기획, 치밀한 시나리오와 감각 있는 이야기의 부재, (생소한 유머와 공감되지 않는 캐릭터 때문에) 미국관객에게 소통되지 못하는 이야기, 무국적성의 모호함, 낯선 주연배우와 신인 감독' 등의 한계는 한국과 미국 양국에 소구될 수 있는 '소재' 개발을 통해 양국 관객에게 공통분모로 다가갈 수 있는 이야기의 콘텐츠 개발이 절실하다는 것을 입증한 계기가 되었음

- 무엇보다 미국시장에 맞게 콘텐츠를 현지화할 필요성이 있음. 영화제작과 투자에서 현지화란, 목표로 하는 시장의 환경과 정서에 맞는 콘텐츠를 개발하고, 그것에 대해 투자 혹은 제작하여 현지시장에 공급하겠다는 의도인데, 이를 통해 정서적 혼합의 한계성을



- 극복하고 타깃으로 삼는 해외시장에 대한 접근성과 효율성을 높일 수 있음
- 또한 프로덕션과정에서도 현지화 노력이 필요함. 배우와 스태프의 고용관계를 넘어서 (<디 워>, <라스트 갓 파더>), 할리우드 자본과 실질적인 공동제작(<워리어스 웨이>)을 끌어낼 수 있어야 함
- 올해 4월 미국에서 출간한 신경숙 소설 <엄마를 부탁해(Please Look After Mom)>가 아마존닷컴 상반기 '편집자가 뽑은 베스트 10' 과 문학 판매순위 29위에 오르는 등 보편적 소재('엄마')를 통한 한국문학의 세계화 가능성을 엿볼 수 있음. 즉, 한국 농촌사회의 전형적인 엄마의 모습에 대해 미국인들도 모든 걸 다 용서하고 안아주는 푸근하고 따뜻한 잃어버린 '엄마' 를 갈구하는 마음을 소중하게 생각하기에 공감했던 것임
- 할리우드 자본, 핵심인력과 공동제작을 한다는 것은 콘텐츠로 할리우드시장에 진입한다는 것을 의미하고, 이는 완성과 흥행 리스크를 줄일 수 있는 한 방법임

○ 한국영화의 중요한 자산인 감독과 한류스타들을 적극 활용해야 함

- 미국 영화시장에서 스튜디오 투자, 배급 및 유통/흥행을 보증할 만한 아시아계 자산은 아직까지 매우 제한적임. 그것도 대부분 할리우드 진출의 오랜 역사를 가진 중화권 인력들(이안 감독, 오우삼 감독, 성룡, 이연걸, 주성치 등)이며 한정되어 있음
- 반면에 일본의 경우는 감독이나 배우보다는 문화적 소재 및 원작에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 이는 일본의 문화적 인프라가 튼튼하다는 것인데, 미국영화의 소재가 되는 만화나 게임으로 일본 작품이 많은 것을 보면 알 수 있음
- 우리의 경우는 아직까지 감독, 배우 면에서는 중화권에 비해 중량감이 떨어지고 원작과 소재에 대한 대중적인 가능성 또한 부족한 것이 사실임
- 그렇지만 한국영화가 발전하는 동안 세계적으로 주목받고 있는 뛰어난 감독들이 존재하고 있고, 아시아에서 문화적 한류가 낳아 아시아 스타로 자리잡아가는 스타배우들은 큰 자산임. 예컨대 정지훈(비), 이병헌, 장동건, 김윤진, 전지현 등 할리우드의 블록버스터 영화에 출연한 배우들의 존재가 중요한 사례임
- 할리우드의 해외시장 의존도가 높아지면서 아시아 배우에 대한 시선 역시 달라지고 있는데, 아시아 시장에서 커다란 흥행력을 가질 수 있다는 점에서 이들 배우에 대한 시선은 상당히 긍정적임
- 또한 본격적으로 할리우드에 진출 중이거나 계획을 가지고 있거나 가능성이 높은 감독들(박찬욱, 봉준호, 안병기, 김지운, 나홍진 감독)은 한국영화의 주요한 자산. 따라서 이들 감독과 스타 배우들을 활용할 적극적이고 체계적인 전략이 필요함



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 예컨대, 최근 케이팝(K-POP)의 파워풀한 춤과 퍼포먼스가 세계를 강타하고 있는데, 한류스타를 중심으로 한 케이팝 경연대회를 소재로 휴머니즘을 다룬 영화를 제작하는 것도 시도해 볼 만함
- 미국 극장용 애니메이션시장의 진입전략에 있어서도 스타 캐릭터의 개발이 중요. 일반적으로 애니메이션 관람선택 시 캐릭터를 가장 고려함에 따라 스타 캐릭터의 개발이 중요함. 특히 마케팅에 있어서 캐릭터의 노출 빈도를 높여 캐릭터의 인지도를 높이는 것이 애니메이션 흥행과 직결됨. 이에 따라 안젤리나 졸리(「쿵푸팬더」의 ‘타이그리스’역), 성룡(「쿵푸팬더」의 ‘몽키’역), 카메론 디아즈(「슈렉」의 ‘피오나공주’ 등) 등 할리우드 유명 배우들도 애니메이션 영화 더빙에 많이 참여하고 있음
- 미국 엔터테인먼트 산업을 주도하는 유대계 미국인들과의 네트워크 형성이 필요
 - 할리우드에서 유대계 미국인은 6대 메이저 영화사들을 설립하여 영화의 투자·제작·배급을 주도하면서 대중문화뿐 아니라 아카데미 수상에도 영향을 미치고 있음
 - 유대계 미국인은 탈무드식 교육방식(‘세상에 가난보다 나쁜 것은 없다’, ‘사회의 가치 기준과 행동양식을 규정해 주기위해 사람들에게 얘기하는 일’ 등)을 영화·드라마 등으로 제작하는 것을 선호하기 때문에 휴머니즘에 기반한 성공스토리를 중시. 예컨대, 어려움을 극복하며 배우고 성장하는 가치들(용기/사랑/겸손/희생)이 포함
 - 대표적인 유대계 미국인 감독인 스티븐 스피버그는 <신들러 리스트>(1994년)를 통해 나치가 저지른 유대인 학살(홀로코스트)를 폭로하였으며, 이에 대해 “다른 사람의 영혼을 구해주는 것은 전 세계를 구해주는 것과 같다”는 탈무드의 가르침을 나타내어 7개의 아카데미상을 수상. 또한 <드림걸즈>(2007년)는 꿈, 재능, 열정으로 주류 엔터테인먼트 시장에서 성공하려는 흑인 무명가수들(3명)의 눈물겨운 여정을 그림으로써 아카데미상을 수상
 - 유대계 미국인 감독(J.J.에이브람스, 제리브룩하이머, 스탠리, 조엘 실버 등)뿐 아니라 할리우드 애니메이션 영화도 유대계 미국인들이 배우, 감독, 작가, 스태프, 스토리 등으로 참여한 영화가 많음(예: <토이스토리>, <니모를 찾아서>, <마다가스카르>, <벅스라이프>, <미녀와 야수>, <쿵푸팬더>, <드래곤 길들이기>, <스파이더맨> 등)
 - 영화는 인적자원을 바탕으로 제작되는 종합예술이기에 한국영화도 할리우드의 인적 네트워크와 친밀한 관계를 형성하는 것이 필요, 예컨대 미국 시카고에서 운영하는 유대인연합펀드(JUF)와 같은 미국내 유대계 커뮤니티를 통해 할리우드 네트워크 진입을 모색해 볼 수 있음



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

□ 영화 마케팅 측면

○ 미국의 영화와 애니메이션 시장진입을 위해서는 미드 테일 전략이 필요

- 미국 영화시장은 세계에서 40%를 차지하는 큰 시장일 뿐만 아니라 미국 시장에서 성공할 경우 세계시장에 쉽게 진출할 수 있기 때문에 반드시 진출해야 하는 시장임
- 하지만, 일반적으로 할리우드 상업영화의 평균 제작비가 6천만 달러(약 645억 원), 평균 마케팅(P&A) 비용이 3천 5백만 달러(약 380억 원)임을 고려할 때 할리우드 박스오피스 시장에 진입하기 위해서는 약 1억 달러 정도의 비용이 소요됨
- 또한 미국 메이저사에 의해 제작되고 대규모로 극장에 배급되는 애니메이션도 평균 제작비 8천만 달러와 제작비의 30~40%의 마케팅 비용이 소요됨을 감안할 때 대규모 자본 투입이 없는 미국시장에 대한 성공적인 진입자체가 불가능함. 예컨대, 2천~4천만 달러의 비용으로 제작되는 유럽의 애니메이션도 미국시장 진출에 큰 어려움을 겪고 있음
- 현재 한국의 방송 프로그램은 방송사들이 미국에 지사를 두고 한인 또는 아시아 아메리칸을 대상으로 비디오 임대, 지상파 및 유료채널 서비스 제공 등의 판매를 하고 있고, 영화는 외국계 독립(예술)영화로 진출하고 있으나 낮은 인지도로 인해 마이너 배급사에 의한 제한된 상영으로 흥행에 성공하고 있지 못하며, 애니메이션은 아직까지 미국의 하청제작(OEM) 형태에서 크게 벗어나지 못하고 있음
- 반면 CJ E&M은 방송 프로그램, 영화 및 애니메이션을 미국시장에 적극 진출시키고 있고, 국내 영화계도 해외영화제에서 작품성을 인정받으면서 할리우드에 진출하는 사례가 늘고 있으며, 한국 창작 애니메이션도 최근 3D 제작 붐이 일면서 진입 가능성이 한층 높아졌음
- 따라서 미국의 영화와 애니메이션 시장에 대한 진입은 박스오피스, 홈비디오, 온라인 서비스 등 영화시장 전체를 고려한 미드 테일 전략이 필요함. 미드 테일(Mid Tail) 전략은 블록버스터와 롱테일(Long Tail) 전략을 결합한 것으로 작품은 할리우드를 겨냥하여 글로벌 작품성(특수성)과 오락성(보편성)에 기반한 제작을 하되 유통은 미국뿐 아니라 유럽, 아시아 등 전 세계의 배급사를 통해 추진하는 것임
- 먼저 미국 영화시장에 진입하더라도 제작과 배급에 있어서 역할 분담이 중요함. 제작의 경우, 프리-메인-포스트 프로덕션 과정에서 미국 현지 또는 영국, 호주, 인도 등의 할리우드 영화시장과 교류가 자유로운 국가와도 합작형태를 진행하는 것이 바람직하며, 배급의 경우, 메이저-메이저SD-미니메이저-독립배급사 등과 계약체결 시 미국 시장 이외의 세계시장에 대한 배급전략도 함께 고려해야 함



- 이러한 점에서 저예산 영화작품(1천만 달러 이내)으로 미국시장 진입을 목표로 하는 것이 보다 현실적일 수 있음. 그렇게 되면 전세계 시장에 대한 배급 목표가 가능함. 예컨대, 극장용 애니메이션의 경우, 미국시장 외에 영국, 프랑스, 독일, 이태리, 스페인 등이 규모가 큰 시장이며, 북/동유럽 국가들과 남미국가들, 그리고 중동 및 아시아 국가들의 애니메이션 시장도 큰 규모를 가지고 있음

※ 한국의 극장용 장편 애니메이션 <아웃백(Outback)> 제작 사례

○ 작품개요

- 장르(코믹액션 어드벤처), 형식(Full 3D 입체 애니메이션), 시간(80분), 대상(가족용), 제작비(61억원), 제작사(디지털아트프로덕션 & TAPC), 배급사(롯데엔터테인먼트), 상영예정일(2011년 12월)

○ 제작 역할 : 세계시장을 겨냥한 미국 제작사와 역할 분담

- 제작관리는 한국에서, 시나리오&성우녹음은 미국 현지 작가와 배우를 활용해 진행

○ 배급 역할 : 국내/외 시장을 구분, 해외시장도 미국시장과 세계시장으로 분리 진행

- 북미지역은 미국에 기반을 둔 TAPC, 세계지역은 영국에 소재한 SC Film을 통해 판매 진행 예정
- 동시에 American Film Market, Berlin Film Market, Canne Film Market을 통해 판매 진행
- 현재까지(2011년 4월) 러시아, 폴란드, 터키, 중동아시아, 브라질, 사우스아프리카 등 세계 10여 개국에 약 200만 달러의 선판매 계약

○ 할리우드의 로컬화 전략의 흐름에 대응하는 방식을 적극적으로 고민해야 함

- 할리우드는 세계 금융위기 후에도 글로벌화와 로컬화 전략을 통해 더욱 공고히 세계 영화시장을 지배하고 있음. 그 예로 인도, 중국, 일본 등의 현지법인을 통해 로컬 영화에 대한 관심을 보이고 있음. 특히 인도는 할리우드 스튜디오의 로컬 프로덕션이 가장 활발하게 진행되고 있는 곳이며, 일본은 워너, 소니픽처스, 폭스가 각기 다르지만 로컬 전략을 구체화시키고 있음
- 국내시장에서 할리우드 로컬 영화제작은 아직 초기단계임. 할리우드의 한국영화 투자와 제작 참여는 간간이 진행되고 있음. 2002년 브에나비스타 안병기 감독의 <폰>에 부분투자, 2004년 브에나비스타의 <분신사바>에 메인투자, 2009년 유니버설(산하 디비전인 포커스 픽처스)의 박찬욱 감독 <박쥐>에 투자, 2009년 나홍진 감독의 <황해>에 부분투자 결정 등
- 이처럼 최근의 흐름들을 볼 때, 할리우드 스튜디오들은 한국영화 시장 내에서의 로컬화 경향이 투자뿐 아니라 제작으로까지 확대할 것으로 예상됨
- 일본의 사례처럼, 할리우드의 로컬화 투자 및 제작 경향은 앞으로 우리가 미국영화 시



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

장에 새롭게 진출할 수 있는 기회로서 긍정적으로 작용할 가능성이 높음. 즉, 할리우드 자본의 투자가 용이하게 되면, 한국영화 투자환경에 또 다른 희망이 될 가능성도 있고, 나아가 점차 대규모 제작이 가능해질 수 있음. 또한 할리우드 자본 투자로 인해 역으로 미국시장 진출기회가 확대된다는 점도 존재함

- 이는 세계시장을 대상으로 영화를 만드는 것이 매우 어렵다는 것을 경험한 한국영화가 할리우드 메이저와 파트너십을 맺어 영화를 만든다면 새로운 영화를 만들어낼 가능성이 충분히 있다는 것을 보여줌
- 일본 영화 <라스트 사무라이>, <이오지마에서 온 편지> 등과 같이, 한국을 소재로 한 영화이지만 세계적으로 통용될 수 있는 작품으로 할리우드 스튜디오와 국내 빅 플레이어가 공동제작해 세계시장에 진출하는 것은 많은 시사점을 줄 수 있음. 따라서 향후 한국영화가 할리우드의 로컬영화 흐름을 파악하고 대응하는 방식과 전략을 보다 면밀히 수립하는 것이 필요함

○ 미국 영화시장의 부가시장에 체계적인 접근을 통한 영화 기획이 필요

- 미국의 영화시장은 홈비디오(34.4%), 박스오피스(32.4%), 온라인서비스(9.6%)로 구성되는 등 온라인 시장이 차지하는 비율이 지속적으로 증가하고 있음
- 영국계 배급사 타탄이 아시아 영화를 브랜드화한 '아시안 익스트림' 으로 홈비디오 시장에서 인상적인 성공을 거두었듯이, 급성장하는 온라인 영화시장이 한국영화의 미국 시장 진출의 성공적인 플랫폼이 될 수 있도록 시장의 변화를 기회로 삼아 적극적인 시장 개척이 필요함
- 이러한 차원에서 2차 영화 부가시장을 목표로 한 홈비디오용(DVD/비디오) 영화시장을 겨냥할 필요가 있음. 이를 위해서는 한국영화를 수출용 재제작(더빙, 자막, 사운드효과 등)으로 상품화하여 온라인 영화사이트(인터넷/모바일)에서 실시간 홍보, 공유, 구매가 가능하도록 하거나 미국 내 홈비디오 및 온라인서비스(판매·대여) 시장과 연계해 진입하는 전략을 고려해 볼 수 있음
- 미국 독립영화 시장은 배급 리스크가 계속 증가하는 시장이고 대중시장에 비해 상대적으로 더욱 어려운 시장임. 아마도 미국 메인시장에 진출하는 것만큼이나 어려운 시장이라 할 수 있음. 그럼에도 불구하고 제작비 측면이라는 현실적 관점에서 가능성이 높다는 점을 고려해야 함
- 따라서 한국의 자본과 제작자가 미국 독립영화 시장을 겨냥한 체계적이고 장기적인 관점에서 접근할 때, 성공적인 진출을 기대할 수 있음



- 1차 목표시장(미국시장)과 2차 목표시장(미국의 시장)을 명확히 구분한 체계적인 접근이 필요
 - 국제 공동 프로젝트가 미국뿐 아니라 양쪽시장에서 상업적으로 성공하겠다는 전략과 접근방식을 가진 작품들이 성공하는 사례가 거의 없음
 - 한국과 미국 양국에서 모두 흥행하겠다는 목적이지만 오히려 이러한 선택은 상업적 흥행에 장애가 되는 측면이 강함. 이유는 양쪽 국가의 관객 정서와 문화를 고려하다보면 어느 하나의 국가에서도 환영받지 못하는 애매한 프로젝트가 생산되기 쉽기 때문임(〈워리어스 웨이〉). 양국의 정서, 취향, 관람 포인트의 차이를 극복하고 시장을 하나로 묶는 것이 쉽지 않다는 것을 의미함
- 미국 영화시장 진입은 미국 내외의 국제영화제를 통해 접근하는 전략이 필요
 - 미국 내에는 약 1천개의 영화제와 시상식이 있음. 그 중에서 아카데미상과 연계되는 미국 선댄스 영화제는 독립영화에 초점을 맞추고 있음. 예컨대, 2011년 선댄스 영화제에서 소개된 총 200여개의 작품들 중 45개의 영화들이 배급사를 갖게 되었음
 - 특히 선댄스 영화제 관련기사가 보도되는 현지 언론들로는 세계적인 영향력을 지닌 언론매체(USA Today, Wall Street Journal, LA Times, New York Times 등) 뿐만 아니라 1,400개가 넘는 신문, 잡지, TV방송 및 라디오 채널에 의해 보도되고 있음에 따라 큰 홍보효과를 거둘 수 있음
 - 예컨대 아카데미 영화 수상작품들은 드라마가 압도적이었고, R등급이 가장 많았는데, 이는 수상 전후의 홍보효과로 인한 영화수익 상승을 기대할 수 있기 때문으로 분석됨
 - 따라서 우리나라가 강점을 갖고 있는 작품성 중심의 영화를 그동안 프랑스 칸 영화제 중심으로 출품해 왔었는데, 향후 할리우드 영화시장에 영향을 미치는 미국 내 아메리칸 필름마켓(American Film Market)이나 선댄스 영화제 등에 적극 출품해서 수상과 동시에 막대한 홍보효과에 따른 성공적인 시장진입을 기대할 수 있을 것임

II. 분야별 동향 분석



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

1. 국내 산업계 동향

□ 2011년 1분기 영화산업 분석¹⁾

- 2011년 1분기 국내 영화산업의 매출액, 수출액, 종사자는 전분기 대비 소폭 증가
 - 매출액은 8,098억 원으로 전분기 대비 1.1% 증가. 수출액은 46억 원으로 전분기 대비 1.7% 증가. 종사자는 29,323명으로 전분기 대비 0.7% 증가

[표 20] 2011년 1분기 국내 영화산업 규모(예측치)

(단위: 백만원 명. %)

구분	2010년					2011년	전분기대비 증감률(%)
	1분기	2분기	3분기	4분기	계	1분기	
매출액	861,452	808,661	863,692	801,275	3,335,080	809,875	1.1%
수출액	5,238	3,968	4,125	4,562	17,893	4,639	1.7%
종사자	29,415	29,212	29,308	29,118	117,053	29,323	0.7%

- 2011년 1분기 국내 영화 상장사의 전분기 대비 매출액, 영업이익, 종사자는 증가했으나 수출액은 감소
 - 1분기 영화 상장사의 매출액은 전체 매출액에서 22.1%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 매출액은 -3.5%인 반면, 전분기 대비는 5.3% 상승
 - 1분기 영화 상장사의 수출액은 전체 수출액에서 20.7%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 -80.5%였고, 전분기 대비도 -69.2%로 큰 폭으로 하락
 - 1분기 영화 상장사의 고용규모는 전체 종사자에서 4.5%를 차지하고 있으며, 전년 동기 대비 28.3% 증가하였고, 전분기대비도 3.6% 상승

[표 21] 2011년 1분기 영화산업(상장사) 경영실적 변동

(단위: 억원 명. %)

구분	2010년				2011년		
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2010년	1분기 (전기대비)	전년동기
매출액	1,853.5	1,371.7	1,870.8	1,699.5	6,795.5	1,789.4	-3.5%
	(26.9%)	(-26.0%)	(36.4%)	(-9.2%)		(5.3%)	

1) 한국콘텐츠진흥원(2011), <2011년 1분기 콘텐츠산업 동향과 분석>



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

영업이익	224.7	77.6	288.4	-53.4	537.3	136.0	-39.5%
	(279.6%)	(-65.5%)	(271.9%)	(-118.5%)		(354.9%)	
수출액	49.2	20.7	22.4	31.2	123.5	9.6	-80.5%
	(37.8%)	(-58.0%)	(8.4%)	(39.3%)		(-69.2%)	
종사자수	1,030	1,002	1,081	1,275	-	1,321	28.3%
	(-0.4%)	(-2.7%)	(7.9%)	(17.9%)		(3.6%)	

* 영화 중 '디초콜릿' 은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트' 는 '11년 5월 30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외

□ 2011년 상반기 한국 영화산업 결산²⁾

- 2011년 1~6월에 6,830만 명의 관객이 극장을 찾아 총 5,364억 원의 매출액을 기록함. 2010년 상반기에 관객 수 6,976만 명, 5,493억 원의 매출을 기록했던 것과 비교할 때 이는 소폭 감소
- 지난해 상반기 <아바타>를 필두로 3D 영화가 큰 호응을 얻으면서 관객 수 감소에도 불구하고 매출 신장을 기록했던 것과 달리 올해는 관객 수, 매출 양면에서 감소했다는 점에서 양상이 조금 다름. 이는 <쿵푸팬더2>, <캐리비안의 해적: 낫선 조류> 등 3D 블록버스터 영화들이 흥행에 성공했지만, 전체적인 극장 관객 수의 감소가 전체 매출의 하락으로 이어졌기 때문으로 분석됨. 3D 영화의 흥행으로 인한 매출 상승분이 이미 전년 도 수치부터 반영이 됐기 때문에 3D로 인한 매출 상승효과가 거의 없었던 것임

○ 시장이 위축된 가운데 한국영화 선전... 관객 수 8.9% 증가

- 상반기 한국영화 관객 수는 전년 동기 대비 8.9% 증가한 3,272만 명을 기록함. 같은 기간 매출액은 2,413억 원으로 2010년 상반기의 2,196억 원보다 9.9% 상승
- 올 상반기 최고 흥행작인 <씨니>(590만 명)를 비롯 <조선명탐정: 각시투구꽃의 비밀>(479만 명)은 각기 1분기와 2분기 한국영화 강세를 주도함. 다만 한국영화 관객 수 점유율은 48.0%로, 52.0%를 기록한 외화에 4.0%p 가량 뒤짐

○ <씨니>와 <쿵푸팬더2>, CJ E&M 극장가 평정

- 5월 4일 개봉한 <씨니>의 6월 30일까지의 누적 관객 수는 590만 명임. 5월 개봉해 가족 관객들을 대거 흡수하면서 할리우드 블록버스터 틈에서도 꺾이지 않고 꾸준히 관객을 불러 모았는데, 스타배우나 자극적인 소재 없이도 성공할 수 있다는 2011년 상반기 한국영화의 중요한 성공사례가 됨

2) 영화진흥위원회(2011), <2011년 상반기 한국 영화산업 결산>



2011. 07. 26

콘텐츠산업 동향과 분석 - 영화/애니메이션

- 특히 <씨니>는 어린이날을 포함한 개봉 주말보다 2주차 주말에 2배가량 관객 수가 늘어나는 기현상을 보였다. 매출 점유율은 1주차 24.6%에서 44.4%로 올랐는데, 입소문을 타고 뚝뚝 흥행하는 영화의 전형적 패턴임. 급기야 <씨니>는 개봉 7주 만인 6월 마지막 주에 다시 1위에 오르는 이변을 기록하기도 함. 8주차 주말 관객 수는 33만 명으로 개봉 주말보다 불과 3만 명 줄어든 수치로 상반기 최고 흥행작으로 등극
- <씨니>와 <쿵푸팬더2>를 배급한 CJ E&M 영화사업부문(이하 CJ)은 상반기 27편의 영화로 2,326만 명의 관객을 모아 점유율 1위 자리를 지킴. 이는 지난해 상반기 1,898만 명보다 428만 명 늘어난 숫자임. 관객 점유율 또한 34.1%로, 올 상반기 극장을 찾은 관객의 1/3 이상이 CJ의 영화를 관람한 것으로 나타남. 2위인 롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트와의 관객 수 차이는 2배가 넘음

○ 연이은 대작 개봉... 하반기 흥행 전쟁 개막

- 국내에서 특히 흥행저력을 보여주고 있는 블록버스터 <트랜스포머3>가 연일 신기록을 써내려가고 있는 한편, 국내외의 블록버스터 대작들이 개봉준비를 마치고 관객들을 맞이할 준비를 하고 있기 때문
- 한국영화는 여름 시즌에 도심 액션 <퀵>, 한국 최초의 3D 액션 블록버스터 <7광구>, 한국 최초의 활 액션 사극으로 기대를 모으고 있는 <최종병기 활>, 전쟁영화 <고지전> 등이 개봉됨. 한편, 연말에는 강제규 감독의 <마이웨이>가 개봉을 앞두고 있어 올 하반기 한국영화는 대작들이 대세를 이룰 것으로 예상
- 할리우드 블록버스터도 7월 14일, 10년간 이어졌던 시리즈의 최종장 <해리포터와 죽음의 성물2>가 3D 버전으로 개봉하며 <트랜스포머3>와 경쟁하게 되며, 그 외에도 슈퍼히어로물인 <퍼스트 어벤저>, <카우보이&에일리언> 등이 개봉예정
- 비록 올 상반기는 지난해 같은 기간보다 소폭 감소한 관객 수, 매출액 수치를 기록했지만, 대작 영화들이 선전하는 가운데, 상반기 드물었던 200~300만 명 동원 영화들이 많이 나와 준다면 극장을 중심으로 한 올 한해 영화산업은 기대됨

□ 영화계 동향

- 2011년 박찬욱 감독의 <스토커>, 김지운 감독의 <The Last Stand> 등 한국 감독의 할리우드 진출이 본격화되고 있음
- <스토커>는 폭스 서치라이트가 제작을 주도하며 박찬욱 감독이 연출을 맡게 됨. 올해 촬영을 시작해 2012년에 개봉할 예정임. 김지운 감독도 <The Last Stand>의 연출을 맡게 됨



- 2011년 3월 31일 세계 최대 규모의 영화산업박람회 “시네마콘 2011”에서 CJ CGV가 상영부문 글로벌업적상을 수상함
 - 미국 라스베이거스에서 개최된 “시네마콘 2011”은 미국극장주협회(NATO)가 주관하는 영화산업박람회로 지난해까진 “쇼웨스트”로 불림
 - 당 행사에서 드림웍스 CEO 제프리 카젠버그는 “영화관의 미래를 알고 싶다면 한국에 가서 CGV가 무엇을 하고 있는지 봐야만 할 것”이라고 말함

2. 해외 산업계 동향

- 3D 영화의 지속적 성장
 - 3D 케이블 채널을 통한 영화 상영 시작
 - 미국의 최대규모 케이블 업체인 컴캐스트는 올해 2월, 24시간 3D 채널인 Xfinity 3D와 HBO 3D를 출시함. 이 채널은 스포츠를 비롯하여 영화 <아이스에이지>, <몬스터 대 에이리언>과 같은 다양한 3D 영화를 방영하고 있음
 - 컴캐스트의 경쟁업체인 Direct TV 역시 ESPN 3D와 3net 채널을 방영할 예정으로 앞으로 TV를 통한 3D 콘텐츠 감상이 수월해질 전망이다
- 영화 디지털 보급(스트리밍 서비스)의 본격화
 - 2011년 4월 미국 비디오대여업체인 “블록버스터”가 디시네트워에 인수됨. 당초 SK텔레콤 등이 인수경쟁을 벌였는데 최종적으로 디시네트워가 인수함
 - 블록버스터는 미국 최대 DVD대여업체로 지난 2010년 9월 온라인 시장 확대에 따른 매출 저하 등으로 법정파산보호신청을 냈음
 - 디시네트워는 위성방송 사업을 전개하고 있으며 인터넷 동영상 시장 성장 등 변화하는 시장 흐름에 대응하기 위해 블록버스터를 인수함
 - 넷플릭스, 아마존닷컴, 페이스북 등 온라인 영화서비스 강화
 - 북미 인터넷 트래픽 가운데 약 25%가 넷플릭스에 의한 것으로 최근에는 온라인 이용에 대해 가격을 낮추는(월 8.55달러) 등 태블릿PC와 초고속 인터넷 성장 등에 따른 온라인 동영상 시장 공략에 더욱 신경을 쓰고 있음
 - 4월 발표된 넷플릭스의 1분기 실적은 매출이 7억 1900만 달러로 전년동기 대비 46%



가량 증가했고, 순이익 또한 전년동기에 비해 88% 증가한 6,020만 달러를 기록하는 등 온라인 동영상 서비스 확대에 따른 성장이 두드러짐

- 넷플릭스 뿐만 아니라 아마존의 아마존 프라임, 훌루 등 다양한 동영상 서비스가 늘어나고 있으며 클라우드 서비스 또한 온라인 동영상 시장 확대에 기여할 전망
- 아마존닷컴은 미국의 프라임회원들을 대상으로 약 5천여 개의 영화와 텔레비전 쇼의 온라인 스트리밍 서비스를 시작하였음. 또한 13개의 인디펜던트 영화사들과도 계약하여 앞으로 온라인 스트리밍을 통해 다양한 영화를 선보일 계획임
- 아마존닷컴은 소니와 워너브라더스와의 계약을 통해 이들 스튜디오의 최신 영화는 물론이고 지난 영화들까지 모두 온라인 스트리밍을 통해 제공할 예정. 하지만 아마존닷컴에서 현재 제공되는 콘텐츠는 경쟁업체 넷플릭스에서 제공되는 콘텐츠의 일부일 뿐이며 콘텐츠의 대부분이 10년 이상 되어, 아마존닷컴이 온라인 스트리밍 시장에서 큰 성과를 이룰 수 있을지 전문가들은 의문을 가지고 있음
- 워너브라더스는 할리우드 스튜디오들 중 처음으로 페이스북 사이트 내에서 영화를 대역할 수 있는 서비스 제공함. 페이스북은 넷플릭스, 훌루, 구글, 애플, 아마존 등 유통 채널의 경쟁상대로 클 수 있는 발판을 마련함으로써 현재 90%에 달하는 광고 중심의 수익구조에서 벗어나 수입원을 다각화하려는 노력을 보임

○ 영국의 영화산업 투자 확대 및 자국 영화 점유율 상승

- 2010년 새로운 영화제작에 투자된 총 경비는 11.6억 파운드를 기록하며 영국 영화역사상 신기록을 수립함
- 영국 영화진흥위원회는 해외 영화 제작자들(영국내 주요 할리우드 스튜디오)의 영국내 투자가 2009년 대비 15% 증가한 총 금액 9.29억 파운드에 달한다고 발표함
- 2010년 영국영화의 시장점유율은 2009년의 17%에서 상승한 23%를 기록했으며, 3D 영화 역시 전년도 16%에서 크게 상승한 24%의 시장점유율로 2.37억 파운드의 수익을 올림

○ 중국의 영화 및 애니메이션 산업의 고속성장

- 2011년 중국 영화시장의 흥행수익은 150억 위안 이상이 될 전망이다. 2009년 62.1억 위안에 불과했던 중국의 박스오피스는 2010년 기준 100억 위안을 넘어섰으며, 이중 60억 위안 이상이 중국산 영화 매출임. 중투증권의 애널리스트는 2011년 중국 영화산업의 성장이 60%이상의 속도를 유지한다면 165억 위안의 흥행수익을 달성할 수 있을 것으로 예측



- 중국의 영화산업은 앞으로 10년 동안 연평균성장률은 25% 정도로 고성장을 보이면서 8~12배 정도의 성과를 낼 수 있을 것으로 전망
- 2010년 중국 애니메이션산업 시장규모는 208억 위안으로 2009년 대비 22.4% 성장했으며, 2012년에는 320억 위안을 돌파할 것으로 전망됨. 2010년 중국 전역에서 제작·완성된 TV애니메이션은 2009년 대비 28% 성장한 365편으로 집계됨
- 중국 애니메이션의 창작수준 또한 생산량의 성장과 더불어 크게 향상되었으며, 올해 2월 개봉한 <시양양(喜洋洋) 3>이 극장용 애니메이션 흥행기록을 갱신하는 등 다수의 중국 작품들이 관중들로부터 호평을 받고 있음
- 중국에서는 일반적으로 '3대 무소유(건물·토지·설비)' 기업이 은행대출을 받는 것은 불가능한 일이었으나 최근 애니메이션을 담보로 인정하여 중소기업에 융자를 해주는 등 산업 육성을 위한 적극적인 정책을 펼치고 있음. 이를 바탕으로 중국의 애니메이션은 전례 없는 속도로 발전하고 있고, 이 추세는 향후 수년간 지속될 전망이다
- 반면 중국 정부의 제한정책으로 인해 많은 외국 애니메이션들이 TV에서 방송되지 못하고 있음. 방송되고 있는 대부분의 외국 애니메이션은 수년전에 수입했던 작품들이며, 주로 인터넷을 통해 <나루토>, <원피스>와 같은 일본의 인기 애니메이션이 음성적으로 유통됨

<참고자료>

박세영(2010), "애니메이션 영화 흥행요인 분석", 『애니메이션연구』, 통권 제15호.
 영화진흥위원회(2011), 『2011년 상반기 한국 영화산업 결산』.
 한국콘텐츠진흥원(2011), 『2011년 1분기 콘텐츠산업 동향과 분석』.
 한국콘텐츠진흥원(2010), 『2010 해외 콘텐츠시장조사』.
 황동미 외(2009), 『글로벌 영화 산업 동향 분석』, 영화진흥위원회.
 MPAA(2010), Theatrical Market Statistics
 Oxford Economics(2010), Economic Contribution of the UK Film Industry.
 PWC(2010), Global Entertainment & Media Outlook(2010~2014)
<http://www.the-numbers.com>
<http://www.boxofficemojo.com>

2011년 콘텐츠산업 동향과 분석 제4호(통권4호) – 영화/애니메이션

책임집필 노준석 한국콘텐츠진흥원 산업분석팀장
전영문 영화프로듀서 및 영상물등급위원회 위원

감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀장
이기현 한국콘텐츠진흥원 수석연구원
박영일 한국콘텐츠진흥원 수석연구원

발 행 일 2011년 7월 25일

외부자문 김영재 한양대 문화콘텐츠학과 교수
김형순 로커스 대표
손석현 디지털아트프로덕션 사장
이윤석 DTI픽처스 대표 및 한국CG산업협회 부회장
최종일 아이코닉스 대표 및 애니메이션제작자협회장
한창완 세종대 만화애니메이션학과 교수

(c)2011 · 한국콘텐츠진흥원 (www.kocca.kr)