2022년 7호

미국
콘텐츠 산업동향

2022년 미국 라이선스 산업 동향

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

2022 년 7 호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	**2022년 미국 라이선스 산업 동향** 본 보고서는 2022년 미국 라이선스 산업의 트렌드를 알아보고 향후 전망을 살펴보려는 목적으로 작성됐음. 글로벌 라이선스 산업 동향을 〈톱 라이선스 브랜드 리포트〉라는 제호로 15년 이상 발행해온 라이선스 글로벌의 2022년 보고서를 참고하여 작성됐으며, 2022년 보고서나 회계연도 2021년에 대한 자료를 바탕으로 작성됐기 때문에 보고서에서 언급된 브랜드 또는 기업의 수치는 2021년을 기준으로 한 수치임을 밝혀둠. 한국의 라이선스 산업이 특정한 캐릭터를 중심으로 논의되는 것과 달리, 미국 및 글로벌 라이선스 산업은 기업이 보유한 프로퍼티 또는 브랜드를 중심으로 논의되어 한국에서 익숙한 라이선스 산업의 개념보다 더 넓은 개념을 포괄하고 있음. 때문에 특정 캐릭터보다는 브랜드와 기업의 성과와 전략, 강점을 언급했음. 라이선싱 산업은 팬데믹의 영향을 상당히 많이 받은 것으로 보여지는데, 그 때문에 향후 라이선싱 산업은 비대면 상황의 보편화와 비대면 상황으로 인해 드물어진 체험과 경험, 지역 특성이 반영된 팝업 스토어 등의 투 트랙 마케팅 전략이 동시에 보여질 것으로 전망됨. 이 보고서가 한국의 라이선스 산업에 대한 시야를 확장하고 향후 발전 방향에 자료로 쓰일 수 있기를 희망함	라이선스 산업, 라이선스, 라이선싱, 캐릭터, 브랜드, 협업

작성 | 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터

배포 | 2022.11.30

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

심층이슈

Ⅰ. 2022년 미국 라이선스 산업 동향

작성순서

1. 2022년 라이선스 산업 현황
   1) 2021년, 팬데믹 침체로부터 회복세 보여
   2) 브랜드에 초점을 맞춘 글로벌 라이선스 산업
2. 2022년 톱10 라이선스 브랜드
   1) 강한 회복세 보인 라이선스 시장 톱 10 브랜드 성과 소개
   2) 톱 10 브랜드 상세 소개
3. 2021년 라이선스 산업의 특징
   1) 시장 선도기업의 활약이 분명했던 2021년
   2) 콘텐츠가 기반이 되는 라이선스 시장
4. 정리와 시사점

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 2022년 라이선스 산업 현황

1. 2021년, 팬데믹 침체로부터 회복세 보여

엔데믹 흐름 읽을 수 있는 라이선싱 산업의 트렌드

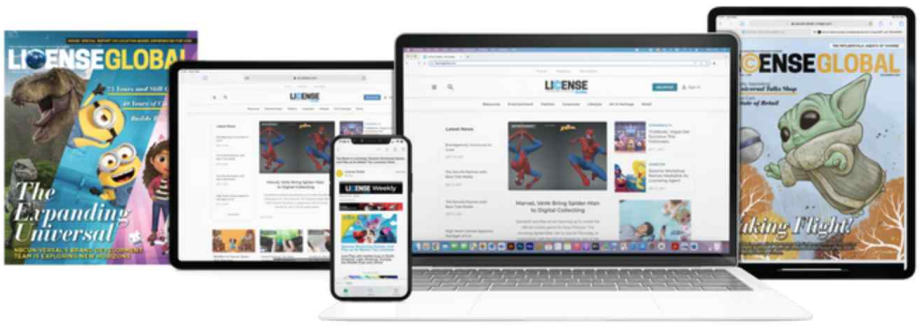
- 2022 년 발행된 〈톱 글로벌 라이선스 리포트〉는 라이선스 산업의 회계연도 2021 년을 다루고 있으며 팬데믹 3 년차이며 엔데믹(대유행병이 풍토화가 되는 적응기를 일컫는 용어 – 편집자)의 초기, 팬데믹 이전으로 돌아가려는 전 세계의 경제 흐름과 더불어 라이선스 산업이 어떻게 이 흐름에 맞춘 변화를 보이는지 보고서를 통해 설명하고 있음
- 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉에 따르면, 라이선스 산업의 2021 년은 다양한 시장의 영향을 받을 수 밖에 없는 산업 특성에 따라 하락과 성장을 동시에 보여주었으나, 코비드 19 로 인한 큰 타격을 입었던 2020 년과 비교하면 큰 폭의 변동을 보이지는 않았음
- 2021 년도의 경우, 팬데믹으로부터의 회복하려고 노력하는 브랜드들과 산업의 흔적을 찾아볼 수 있었으며, 팬데믹 이전의 상황으로 돌아오는 과정에 있다고 예상할 수 있는 근거가 되어주었음

〈톱 글로벌 라이선스 리포트〉 발행하는 '라이선스 글로벌'

- 전 세계 라이선스 산업과 소비재 상품에 대한 조사와 출판을 하는 라이선스 글로벌(License

Global)은 중대형 사이즈의 라이선스 브랜드들의 시장 성과를 15 년 이상 조사, 추적, 관찰하고 기록해왔음. 인쇄, 데스크톱, 모바일 등으로 접근할 수 있는 산업 관련 출판물과 보고서를 발행하고 있음

- 라이선스 글로벌이 매년 진행하는 설문조사를 바탕으로 연간 출판되는 〈톱 글로벌 라이선스 리포트〉(The Top Global License Report)는 전년도와 해당년도의 산업 동향을 비교하여 새로운 트렌드를 파악하는 의미 있는 데이터를 축적하고 있음



|그림 1| 라이선스 글로벌의 프린트, 모바일, 데스크톱 출판물 현황 (출처: 라이선스 글로벌)

- 라이선스 글로벌은 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2021〉에서 예년과 다르게 150 개 톱 브랜드 리스트를 다루는 대신 상위 75 개 브랜드를 살펴보는 축소를 단행했는데, 팬데믹으로 인해 크게 하락한 시장의 불안성에 민감하게 대응한 결과로 해석됨. 2022 년 리포트에서는 리스트 내 브랜드 수를 88 개 브랜드로 약간 늘렸는데, 모든 지표와 면면에서 팬데믹 2 년차의 상황이 어떠했는지 보여주기 위한 결정이라고 함
- 라이선스 글로벌은 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉를 통해 라이선싱 산업의 동향과 트렌드를 읽어내 2022 년과 2023 년을 전망하고자 했으며, 브랜드의 가까운 미래를 예상할 수 있는 브랜드 스케이프 설문을 통해 산업 내 브랜드 지형도를 예상해보고 산업에 대한 큰 그림을 제시하는 것을 목적으로 함
- 본 보고서 〈2022 년 미국 라이선스 산업 동향〉은 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉가 바탕이 되었으며, 따로 자료의 출처를 표기하지 않은 모든 자료 및 통계 등은 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉에 근거함

2. 브랜드에 초점을 맞춘 글로벌 라이선스 산업

✔ 캐릭터보다는 브랜드/IP 가 라이선스 산업의 중심

- 한국의 라이선스 산업과 본 보고서가 다루는 라이선스 산업은 산업을 조망하는 시선에 약간의 차이가 있는데, 한국 라이선스 산업이 주목받게 되는 계기는 특정한 브랜드 또는 특정한 IP 의 캐릭터(뽀로로, 펭수 등 특정 IP 의 특정 캐릭터가 라이선스 산업의 중심이 되는 경우가 많고, 따라서 문화 콘텐츠 캐릭터 산업이 라이선스 산업에서 큰 비중을 차지함 – 편집자)가 활용될 수 있는 식품, 문구, 완구류 등의 협소한 시장으로 라이선스 산업의 경계를 한정하는 경우가 많음

|그림 2| 2019년 한국 캐릭터 라이선스 페어 보도 이미지 (출처: 한국경제)

- 이와 달리 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉는 캐릭터 중심의 라이선스 산업이 아닌 브랜드/IP 중심의 라이선스 산업에 초점을 맞춘 접근을 보여주고 있음. 보고서가 다루는 산업은 캐릭터 라이선스 브랜드도 포함되지만 그 외에 기업 브랜드, 엔터테인먼트, 패션, 식음료, 지역/문화유산/대학브랜드, 라이프스타일, 출판, 스포츠, 완구 및 게임 등 다양한 상품군을 브랜드로 제작하고 판매하는 산업들을 라이선스 산업에 포함하여 다루고 있음. 이는 한국의 라이선스 산업이 캐릭터가 중심이 된 좁은 시장이라는 의미가 아니라, 라이선스 산업을 어느 정도 포괄적으로 산업과 대중이 인지하고 있느냐의 차이로 보여짐
- 이런 시각의 차이를 고려하여 본 보고서에서는 특정한 캐릭터가 기폭제가 되는 라이선스 시장의 인기를 다루기보다는 2021 년 전 세계 라이선스 산업 톱 10 에 오른 브랜드들이 어떤 사업을 진행했으며, 해당 브랜드 산하의 하위 브랜드, IP 들은 어떤 차별점을 가지고 있는지, 상품 제작, 마케팅, 유통 등의 과정에서 체결한 파트너십이 브랜드의 성과에 어떤 도움이 됐는지 살펴봄

2 2022년 톱10 라이선스 브랜드

1. 강한 회복세 보인 라이선스 시장 톱10 브랜드 성과 소개

✔ 글로벌 라이선스 산업 2021 년 총 수입은 2608 억 달러

- 2021 년 글로벌 라이선스 브랜드 88 개가 시장에서 벌어들인 총 수입은 2608 억 달러. 이들 중 절반에 해당하는 40 개 브랜드는 리테일 수입으로 최소 10 억 달러를 올렸음. 또한 상위 10 개 브랜드 역시 강한 회복세를 보였음. 다음은 글로벌 라이선스 시장 상위 10 개 브랜드의 2021 년 성과에 대한 대략적인 설명으로, 10 개 브랜드의 성과에 대한 세부적인 설명은 이후에 다룸

RANK	BRAND	RETAIL SALES 2021
1	The Walt Disney Company	$56.2B (E)
2	Dotdash Meredith	$35.9B
3	Authentic Brands Group	$21.7B
4	WarnerMedia/Warner Bros. Consumer Products	$15B
5	The Pokémon Company International	$8.5B
6	Hasbro	$8.4B
7	NBCUniversal/Universal Brand Development	$8.3B
8	Mattel	$7.4B (E)
9	Bluestar Alliance	$6.5B
10	Paramount Global/Paramount Consumer Products and Experiences	$6B

|그림 3| 2021년 라이선스 리테일 수입 톱 10 브랜드 순위

- 예년과 마찬가지로 월트 디즈니 컴퍼니(The Walt Disney Company)가 글로벌 최대의 라이센서로서 부동의 1 위를 지켰음. 월트 디즈니 컴퍼니는 2021 년 리테일을 통한 라이선스 컨슈머 프로덕트의 전 세계 수입이 약 562 억 달러에 달하며, 이는 전년도 동기간과 비교했을 때 22 억 증가한 수치임
- 도트대쉬 메레디스(Dotdash Meredith, 전 Meredith Corportaion) 역시 굳건한 2 위를 지켰음. 도트대쉬 메레데스의 2021 년 판매수입은 359 억 달러, 전년 동기간과 비교했을 때 58 억달러 증가했음. 도트대쉬 메레디스는 미국 내 간행물 출판 시장의 선두 브랜드로 〈InStyle〉 〈Entertainment Weekly〉 〈EatingWell〉 〈Real Simple〉 등 엔터테인먼트 및 라이프스타일 매거진 브랜드를 다수 보유하고 있음

|그림 4| 도트대쉬 메레디스의 서브 브랜드들 (출처: IAC.com)

- 3 위는 어센틱 브랜드 그룹(Authentic Brands Group)으로 2021 년 217 억 달러의 판매수입을 거두었고, 전년 대비 138 억 달러로 큰 폭의 증가를 보였음. 어센틱 브랜드 그룹은 다수의 패션 브랜드를 소유한 기업으로 Forever21, Lucky Brand, Nautica, Juicy Couture, Nine West, Reebok, Ted Baker, Volcom 외에 다수의 브랜드를 소유하고 있음
- 워너미디어/워너 브라더스 컨슈머 프로덕트(WarnerMedia/Warner Bros. Consumer

Products)는 전체 4 위로 2021 년 150 억 달러의 판매수입을 올렸음. 톱 10 브랜드 중에서 워너미디어/워너 브라더스 컨슈머 프로덕트에 대한 산업의 관심이 특히 높았는데, 그 이유는 이 보고서에서 다뤄진 2021 년 수입은 2022 년 워너 브라더스와 디스커버리가 합병하기 이전의 리테일 라이선스 판매 수입이기 때문

|그림 5| 워너 브라더스 디스커버리 합병 발표 (출처: 할리우드리포터)

- 워너 브라더스는 2022 년 4 월 디스커버리의 인수를 마무리지었으며, 성격이 판이하게 다른 두 대형 미디어 기업의 합병으로 워너미디어/워너 브라더스 컨슈머 프로덕트의 2022 년 회계년도 수입이 어떻게 달라질지 귀추가 주목됨
- 최근 몇 년간 꾸준하게 이어지고 있는 전 세계적인 〈포켓몬〉의 인기로 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널(The Pokemon Company International)은 톱 브랜드 5 위로 자리 잡음. 한국에서도 포켓몬 브랜드와 관련한 식품, 생활용품, 완구, 문구 등 파생상품의 인기가 상당하기 때문에 글로벌 순위에서 해당 브랜드가 상위를 차지한 상황과 한국에서의 인기가 관련이 있을 것으로 유추됨
- 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널의 라이선싱 파생상품의 리테일 수입은 2021 년 850 만 달러, 전년도 동기간과 비교하면 340 억이 증가했음. 완성된 브랜드와 IP 에 안주하지 않고 새로운 콘텐츠를 제작하고 여러 브랜드와 콜라보레이션을 진행한 꾸준한 노력의 결과라고 평가됨
- 6 위는 하스브로(Hasbro)가 840 만 달러로 전년 대비 9 억 달러의 수입 증가를 기록했고, 7 위는 NBC 유니버설/유니버설 브랜드 디벨롭먼트 (NBCUniversal/Universal Brand Development)가 830 만 달러로 전년대비 75 억 달러 증가했음
- 마텔(Mattel) 역시 전년 대비 52 억 달러 증가하는 뚜렷한 상승세를 보이며 8 위에 랭크됐음. 하스브로와 함께 완구 브랜드로 유명한 마텔의 2021 년 라이선스 상품 리테일 수업은 72 억 달러. 9 위는 블루스타 얼라이언스(Bluestar Alliance)가 65 억 달러, 10 위는 파라마운트 글로벌/파라마운드 컨슈머 프로덕트 앤 익스피리언스(Paramount Global/Paramount

Consumer Products and Experience)가 60 억 달러로 랭크됨

- 〈톱 글로벌 라이선스 리포트 2022〉는 반다이 남코 그룹(Bandai Namco Group), 설타 시몬스 베딩(Serta Simmons Bedding), 니싼 모터 코포레이션(Nissan Motor Corporation), BMW 그룹(BMW Group), 터나우스키(Turnowsky), 브로멜리아(Bromelia), 디에이플라네타 엔터테인먼트(DeAPlaneta Entertainment) 등 7 개 새로운 브랜드를 2022 년 보고서에서 처음으로 언급했으며, 2022 년 1 월 마이크로소프트가 인수한 액티비전 블리자드(Activision Blizzard)는 해당 회계년도의 수입을 공개하지 않아서 리스트에서 탈락시켰음

2. 톱 10 브랜드 상세 소개

월트 디즈니 컴퍼니

- 2021 회계년도 월트 디즈니 컴퍼니(이하 디즈니)의 라이선싱 분야 수입은 약 526 억 달러로 추정된다. 디즈니 산하의 부서인 디즈니 컨슈머 프로덕트, 게임 및 퍼블리싱(Disny Consumer Products, Games and Publishing)은 수십 년 동안 전 세계 소비자들로부터 사랑받아온 디즈니 브랜드들을 여러 연령층의 소비자들에게 혁신적인 상품과 몰입 가능한 경험으로 기획하여 소개하고 있음
- 디즈니의 라이선싱 상품과 리테일 익스피리언스는 디즈니, 픽사, 마블, 스타워즈, ESPN, 20 세기폭스, 내셔널 지오그래픽 등 디즈니 그룹 산하의 유명 브랜드의 IP 를 활용함

|그림 6| 디즈니의 다양한 브랜드들 윗줄 왼쪽부터 디즈니, 픽사, 루카스필름, 마블, 20세기폭스, 내셔널 지오그래피 (출처: 톱 라이선스 글로벌 리포트 2022)

- 디즈니가 자사의 상품과 서비스를 전달하는 채널 또한 공고한데, 디즈니랜드, 디즈니 월드, 디즈니 크루즈 등 테마파크, 숍디즈니(디즈니 온라인 숍), 디즈니 스토어(오프라인 리테일 스토어), 디즈니+(스트리밍 플랫폼) 등 다종다양한 형태의 상품을 취급하고 판매할 수 있는

자사의 플랫폼이 구축되어 있음

- 디즈니 컨슈머 프로덕트, 게임 및 퍼블리싱(Disney Consumer Products, Games and Publishing)은 자체적인 상품 제작과 판매에 더해 하스브로, 마텔, 매드 엔지, 레고 그룹, 제이 프랑코, 킴벌리 클라크, 펀코, P&G 등 글로벌 톱 브랜드들과 라이센서-라이센시 관계를 맺고 있으며, 이들 브랜드들의 제품 제작 공정과 유통 채널, 판매 플랫폼을 이용해 디즈니 브랜드의 상품들을 전 세계 소비자들에게 알리고 있음
- 디즈니는 또한 전 세계에서 가장 큰 게임 라이센서이기도 하여 디즈니 퍼블리싱 월드와이드를 통해 IP 를 이용한 게임을 전 세계에 선보이고 있음. 디즈니의 대표적인 게임 콘텐츠로는 〈킹덤 하트〉 〈마블스 스파이더맨〉 〈레고 스타워즈: 더 스카워커 사가〉 〈스타워즈: 더 하이 리퍼블릭〉 등이 있음
- 완구, 게임 뿐 아니라 다양한 산업의 글로벌 톱 브랜드들과의 협업도 꾸준하게 이어지고 있음. 아디다스, 발렌시아가, 리바이스, 노드스트롬 등 패션 브랜드 및 체인 스토어와의 협업이 지속적으로 진행되고 있으며, 디즈니 브랜드의 이미지를 공고히 할 수 있는 비수익성 사업에도 라이선싱을 접목하고 있음. 이를 테면, 어댑티브 디즈니 콜렉션(Adaptive Disney Collection)은 장애인의 휠체어를 장식할 수 있는 아이템이나 장애인이 입을 수 있는 홀리데이 및 페스티벌 코스튬을 판매함

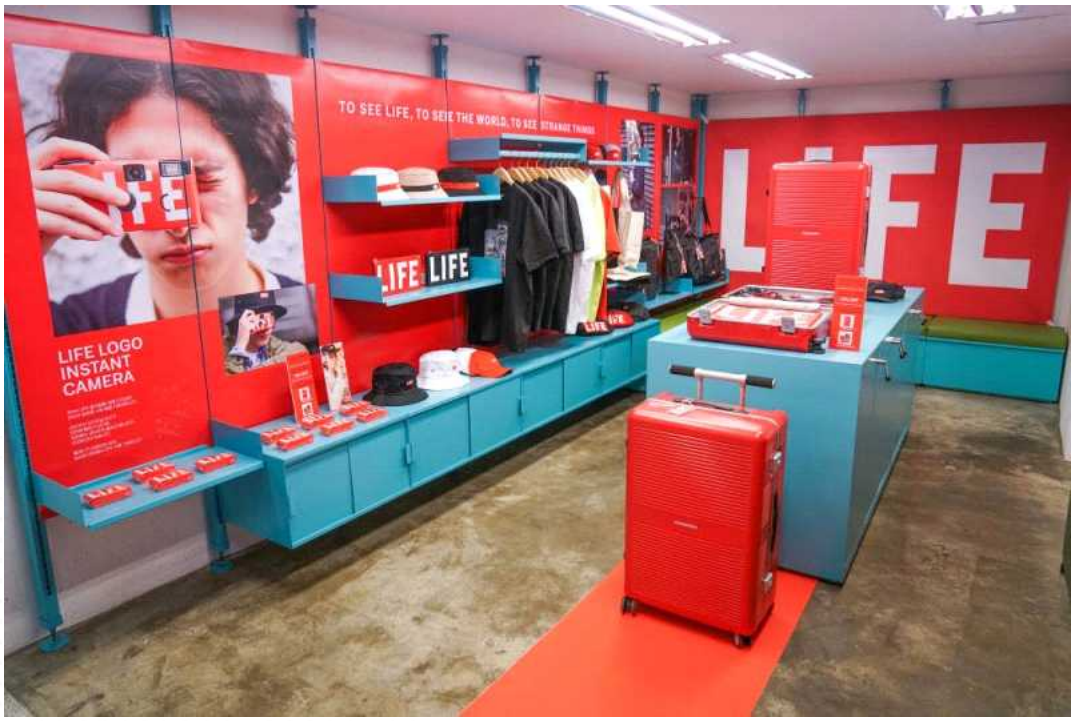
|그림 7| 숍디즈니에서 판매하는 어댑티브 디즈니 콜렉션 (출처: 숍디즈니)

도트대시 메레디스

- 글로벌 라이선싱 브랜드로는 2 위로 꼽히는 도트대시 메레디스는 라이프스타일, 엔터테인먼트 분야의 정기간행물 브랜드를 소유한 출판업으로 이름을 알렸지만, 베러 홈 앤 가든(Better Homes and Garders, 이하 BHG)라는 브랜드로 활발한 라이선싱과 파트너십을 이어가고 있음
- 2021 년 도트대시 메레디스의 라이선싱 분야 수입은 약 359 억 달러로 집계됨. BHG 는 월마트를 통해 홈데코 및 정원 용품 3 천 가지 이상을 판매하고 있으며, 월마트 오프라인 스토어와 온라인 스토어를 통해 미국 내 전 지역의 소비자와 연결됨
- 또한 BHG 는 부동산 중개 기업 리얼로지(Realogy)와의 협업으로, BHG 리얼 에스테이트

프랜차이즈 시스템을 런칭해 주택 구매자의 인테리어, 개인사업자 및 창업자들이 사무실, 리테일 스토어 등을 개업할 수 있도록 도와주는 서비스를 제공하고 있음[1]. BHG 리얼 에스테이트 프랜차이즈 시스템은 2021 년 기준 1 만 2 천명의 영업인력이 고용되어 있으며 미국, 캐나다, 자마이카, 바하마, 뉴질랜드, 호주 등 시장의 부동산 거래를 주관하는 400 개 지점이 운영되고 있음

- 이 외에도 The Spruce, Coastal Living, Brides 등 정기간행물로 시작되었으나 관련 산업으로 사업영역을 넓혀가는 사례를 많이 보유하고 있음. 요리 및 레시피 매거진 Allrecipes 는 주방기기, 주방도구, 요리용 양념 브랜드로 확장했으며, Real Simple 은 천연소재 청소용품 및 꽃꽂이 사업을 진행하고 있음. 라이프 매거진과의 파트너십으로 한국에서 “라이프 아카이브” 팝업스토어를 운영하기도 했음



|그림 8| 도트대시 메레디스가 라이프 매거진과 파트너십으로 진행한 팝업스토어 (출처: 구글이미지)

어센틱 브랜드 그룹

- 어센틱 브랜드 그룹(이하 ABG)은 브랜드 개발, 마케팅, 미디어, 엔터테인먼트 사업을 선도하는 기업으로 2021 년 라이선스 리테일 수입으로 210 억 달러를 벌어들였음. ABG 의 포트폴리오는 50 개 이상의 글로벌 브랜드로 구성되는데, 라이프스타일, 엔터테인먼트, 패션, 엔터테인먼트 프로퍼티 등 다양한 분야의 사업으로 기업을 확장하고 있음
- ABG 가 보유한 엔터테인먼트 프로퍼티로는 대표적으로 마릴린 먼로, 엘비스 프레슬리, 무하마드 알리, 샤킬 오닐, 데이비드 베컴 등이 있으며, 미디어 프로퍼티로는 〈스포츠 일러스트레이티드〉 〈스포츠 일러스트레이티드 스윔〉 〈스포츠 일러스트레이티드 스튜디오〉 등을 보유하고 있음

1) https://dotdashmeredith.mediaroom.com/2007-10-08-Meredith-to-License-Better-Homes-and-Gardens-Brand-to-Realogy-for-Creation-of-Residential-Real-Estate-Franchise-System

- ABG 는 이 같은 엔터테인먼트 프로퍼티와 미디어 프로퍼티를 활용한 다양한 라이선스 사업을 진행하고 있는데 그 사업 분야는 캐릭터, 익스피리언스(체험, 경험, 전시 등), 시상식, 이벤트 등으로 다양하며, 엘비스 프레슬리 프로퍼티의 경우에는 엘비스 위크(Elvis Week) 이벤트, 그레이스랜드(엘비스 프레슬리의 생가, 관광객이 방문할 수 있는 지역의 명소이자 관광상품화 되어 있음 – 편집자) 등의 관련 사업이 있음. 이 외에도 빅 치킨, 프레즈, 버논스 스모크하우스 등 외식 브랜드 프로퍼티도 보유하고 있음
- ABG 산하의 패션 브랜드는 Nautica, Aeropostale, Forever 21, Lucky Brand, Juicy Couture, Nine West, Vince Camuto, Brooks Brothers, Marx, IZOD 등으로 스타일과 타깃 소비자층이 다양한 브랜드를 보유하고 있음. 2021 년 ABG 는 패션 브랜드 Reebok 을 인수했음

워너미디어/워너 브라더스 컨슈머 프로덕트

- 워너 브라더스는 HBO, 카툰 네트워크, 어덜트 스윔, DC 등 독창적인 스토리텔링과 아이코닉한 캐릭터로 두터운 팬덤을 가지고 있으며, 〈해리 포터〉 〈프렌즈〉 〈왕좌의 게임〉 〈원더 우먼〉 〈배트맨〉 〈수퍼맨〉 〈릭 앤드 모티〉 등 이미 성공한 프랜차이즈/라이선스 IP 를 보유하고 있다는 점에서 이후의 개발이 기대됨
- 워너 브라더스의 2021 년 라이선스 리테일 수입은 150 억 달러로 집계됐는데 이는 디스커버리 채널 인수 전의 수입이라, 2022 년 라이선스 리테일 수입 결과에 관심이 모이고 있음

|그림 9| 워너 브라더스 산하의 브랜드와 IP들 (출처: 구글이미지)

포켓몬 컴퍼니 인터내셔널

- 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널의 2021 년 라이선스 리테일 수입은 85 억 달러에 이름. 2021 년은 마침 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널의 25 주년이었는데, TV 애니메이션로 시작해 전 세계적으로

인기를 모아온 포켓몬 브랜드의 엔터테인먼트 포트폴리오는 영화, 비디오 게임, 모바일 앱, 포켓몬 트레이딩 카드, 머천다이즈(완구, 문구, 식품, 의류) 등 다양한 카테고리의 사업으로 라이선스의 영역을 확장해왔음

- 포켓몬 브랜드 25 주년에는 유니버설 뮤직 그룹과 파트너십을 통해 P25 뮤직 캠페인을 연중 진행하는 라이선싱을 시도하기도 했음. 케이티 페리, 포스트 말론 등 유명한 뮤지션부터 이름을 막 알리기 시작한 신예 뮤지션 등 11 명의 아티스트들이 14 곡을 부른 〈포켓몬 25: 더 앨범〉을 디지널 음반으로 발매했음. 이 외에도 25 주년을 기념하기 위한 스페셜 포켓몬 트레이딩 카드를 출시했고, 재즈웨어, 마텔, 펀코, 빌더베어워크숍 등 완구 분야 톱 브랜드들과의 협업으로 마일스톤을 기념했음. 25 주년을 기념해 기획한 글로벌 이벤트를 통해 게임, 완구, 의류, 악세사리, 테크, 홈 등 카테고리에서 라이선스 리테일 수입의 상당한 성장을 이루었음
- 패션 및 라이프 스타일 카테고리에서 포켓몬은 리바이스, 컨버스, 바카라 등 톱 브랜드들과 협업을 진행했고, 포켓몬과 바카라가 진행한 협업은 2022 년 라이선싱 인터내셔널 엑셀런스 어워드에서 베스트 라이선싱 콜라보레이션 파이널리스트로 선정됐음

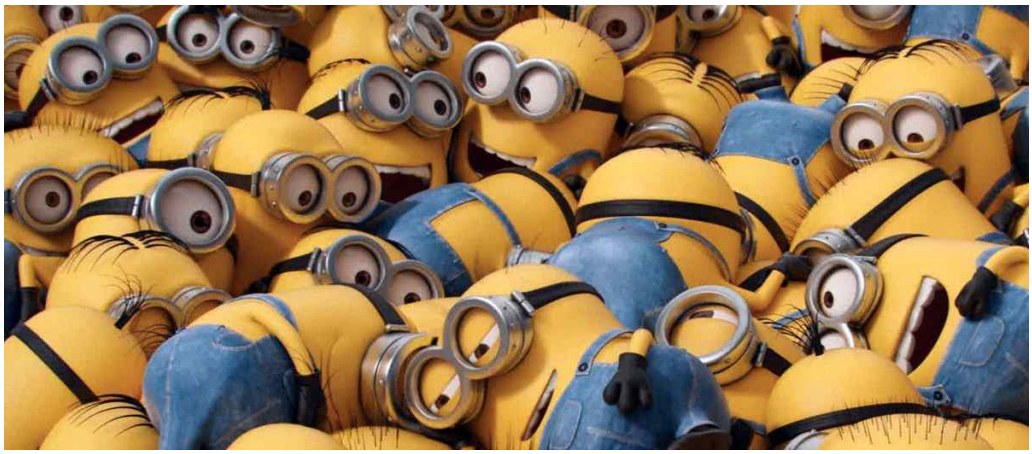
|그림 10| 바카라와 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널이 협업한
25주년 라이선싱 크리스탈 머천다이즈 (출처: 구글이미지)

하스브로

- 완구 및 엔터테인먼트 컴퍼니 하스브로는 장난감, 게임, 엔터테인먼트(eOne) 사업 분야를 통해 컨슈머 프로덕트와 브랜드 익스피리언스를 제공하고 있음. 2021 년 하스브로는 라이선스 리테일 분야에서 84 억 달러의 수입을 기록했음
- 하스브로는 〈매직: 더 개더링〉〈던전 앤 드래곤〉〈마이 리틀 포니〉〈트랜스포머〉, 플레이도, 모노폴리, 〈페파피그〉〈PJ 마스크〉〈파워 레인저〉를 포함한 1500 개 이상의 엔터테인먼트 프로퍼티를 포트폴리오로 보유하고 있음

NBC 유니버설/유니버설 브랜드 디벨롭먼트

- 2021 년 유니버설 브랜드 디벨롭먼트(UBD)는 유니버설 스튜디오를 운영하는 유니버설 파크 앤 리조트(UPR) 디비전과 함께 물리적으로 또 디지털 기술을 이용해 테마파크를 찾아오는 이용객들에게 브랜드를 경험할 수 있는 여러 가지 콘텐츠와 기회를 제공했음
- 2021 년 유니버설 브랜드 디벨롭먼트가 기록한 라이선스 리테일 수입은 83 억 달러
- 유니버설 브랜드 디벨롭먼트가 보유한 엔터테인먼트 프로퍼티는, 일루미네이션의 〈미니언즈〉, 유니버설 픽쳐스의 〈주라기 월드〉 〈분노의 질주〉 프랜차이즈가 있으며, 드림웍스 애니메이션의 〈트롤〉 프랜차이즈 등이 있음. 디즈니와 더불어 100 년 이상의 역사를 보유한 엔터테인먼트 기업으로서 유니버설은 보유한 프로퍼티를 넓고 깊게 확장하고 있으며, 프로퍼티를 둘러싼 생태계 역시 확장하고 있음
- 일루미네이션의 〈미니언즈〉는 전 세계에서 역사상 가장 성공한 애니메이션 프랜차이즈로 꼽히는데, 〈미니언즈〉가 지금까지 벌어들인 라이선스 리테일 수입은 6 억 달러 이상으로 집계됨. 〈슈퍼배드〉에서 처음 조연 캐릭터로 출연한 뒤 스핀오프 영화까지 만들어질 정도로 인기를 끈 〈미니언즈〉는 팝컬쳐 아이콘으로 소비될 만큼의 영향력을 가지고 있음[2)]



|그림 11| 〈미니언즈〉 스틸 이미지 (출처: 구글 이미지)

- 유니버설 픽쳐스와 앰블린 엔터테인먼트가 함께 제작한 〈주라기 월드〉는 넷플릭스, 드림웍스 애니메이션과의 파트너십으로 〈주라기 월드: 캠프 백악기〉 애니메이션 시리즈를 제작해 넷플릭스에서 방영하기도 했음. 〈분노의 질주〉 프랜차이즈는 유니버설 픽쳐스가 보유한 프로퍼티 중에서 가장 수익성이 좋은 프랜차이즈로, 장난감, 의류, 비디오 게임, 애니메이션 시리즈 등 다양한 산업에서 파생 상품을 만들어내며 라이선스 산업에서 성장하고 있음

마텔

- 바비, 토마스와 친구들, 피셔 프라이스, 핫휠즈 등의 클래식한 토이 브랜드를 보유하고 있는 마텔은 가족 단위의 소비자들의 충성도가 높은 엔터테인먼트 프랜차이즈임. 2021 년 라이선스

2) https://www.buzzfeednews.com/article/danielspielberger/how-the-minions-took-over-the-world

리테일 수입은 74 억 달러

- 마텔은 보유한 엔터테인먼트 프로퍼티로부터 영화, TV 콘텐츠, 게임, 디지털 익스피리언스, 음악, 라이브 이벤트 등 다양한 파생 상품을 제공하고 있으며, 전 세계 150 개 국가의 소비자들이 마텔의 상품과 서비스를 만날 수 있도록 35 개 로케이션을 운영하고 있음

블루스타 얼라이언스

- 블루스타 얼라이언스의 포트폴리오는 패션브랜드 Hurley, Justice, Elie Tahari, Tahari, Bebe, Brookstone, English Laundry 등을 보유하고 있음. 스포츠 웨어, 드레스, 액티브 웨어, 수영복, 데님, 신발, 핸드백, 악세사리, 향수, 안경, 전자기기 등 라이프 스타일 브랜드를 중점으로 보유하고 있는 블루스타 얼라이언스는 자사가 보유한 브랜드의 상품을 미국 내, 그리고 해외에 유통까지 담당하고 있음. 2021 년 라이선스 리테일 수입은 65 억 달러를 기록함
- 국내는 물론 유럽, 남미, 아시아, 호주, 중동, 인도 등 해외의 유통 채널을 자사가 담당하는 만큼 미국 내에서 체인 스토어와의 관계가 공고하여 니만 마커스, 블루밍데일즈, 노드스트롬, 메이시스, 허드슨 베이, T.J. 맥스, 벌링턴, 로스, 콜스, 베드 배스 앤 비욘드, 코스트코 등을 리테일 판매망으로 두고 있음

파라마운트 글로벌/파라마운트 컨슈머 프로덕트 앤 익스피리언스

- 츈, 코미디 센트럴, MTV, 니켈로디언, 파라마운트 픽쳐스, 쇼타임을 보유한 파라마운트 글로벌은 〈스타트렉〉 프랜차이즈, 〈사우스 파크〉 〈스폰지밥〉 등 성공적인 엔터테인먼트 프로퍼티를 보유하고 있음. 2021 년 라이선스 리테일 수입은 60 억 달러
- 파라마운트 컨슈머 프로덕트 앤 익스피리언스는, 의류, 완구류, 책, 디지털, 로케이션 기반의 익스피리언스를 제공하고 있으며, 〈아기상어〉 〈퍼피구조대〉 등 어린이용 프로퍼티도 보유하고 있음. 월마트, 타겟, 마자몬, 프리마크 등 리테일 스토어들과의 협업을 진행함

3 2021년 라이선스 산업의 특징

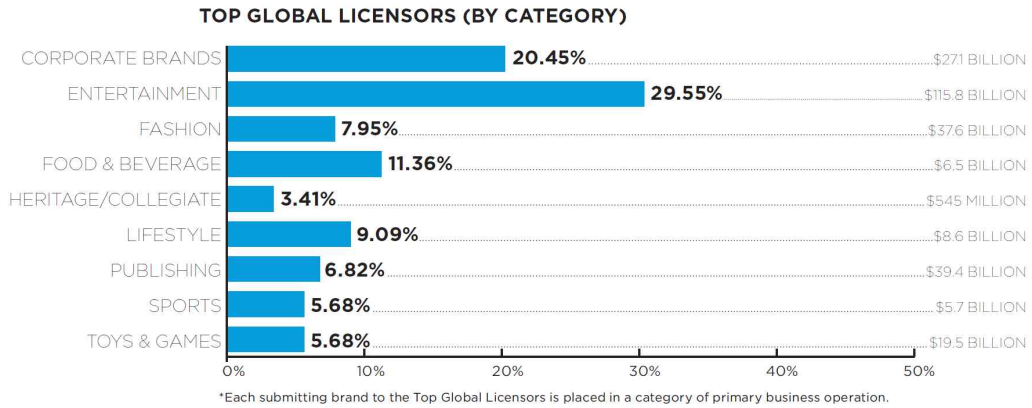
1. 시장 선도기업의 활약이 분명했던 2021년

특정 업종에 기울지 않은 고른 성장으로 산업 전체에 긍정적인 분위기

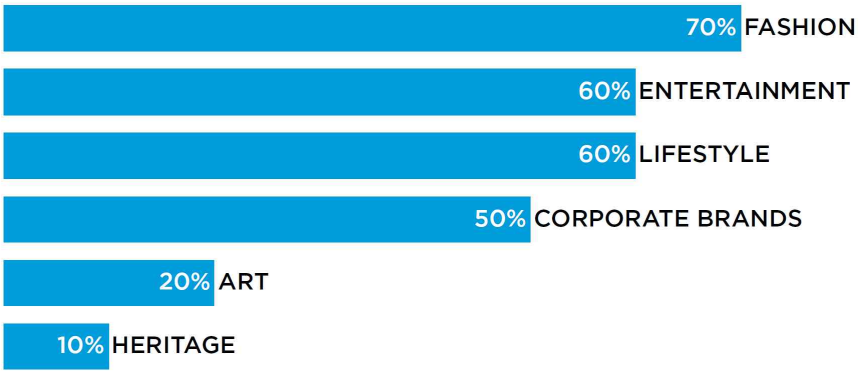
- 2021 년, 리테일 채널을 통해 판매된 라이선싱 상품의 매출은 총 2608 억 달러로 집계됨. 전년도 라이선싱 상품의 리테일 매출이 총 2032 억 달러였던 사실을 고려하면, 소비자들의 시장 활동이 팬데믹 이전으로 돌아가려는 조짐을 약간 보여줬다고 해석할 수 있음
- 어센틱 브랜즈 그룹은 전년 대비 7 억 달러 증가했고, 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널은 전년대비 34 억 달러의 증가를 보였음. 도트대시 메레디스는 58 억 달러가 전년대비 2021 년 증가했음. 이들 개별 브랜드가 보여준 2021 회계년도 성과는 시장 선도기업들의 활약을 잘 보여주는 동시에, 시장 전체에 긍정적인 분위기가 돌고 있음을 시사함

|그림 12| 포켓몬 컴퍼니 인터내셔널 보도 이미지 (출처: 구글이미지)

- 〈톱 글로벌 라이선싱〉이 2020 년과 2021 년, 전 세계 88 개 브랜드의 리테일 라이선싱 세일즈를 조사한 바에 따르면 전년도 동기대비 증가한 수입은 396 억 달러에 달함. 코비드 시대 초기와 비교해보면 기념비적이라고 보고서는 호평했으며, 특히 특정 업종에 집중된 성장이 아니라 다종다양한 업종에서 고르게 보여진다는 점에서 고무적이라고 밝혔음. 엔터테인먼트, 기업 브랜드/브랜딩(Corporate Brands), 출판, 장난감 및 게임, 패션 등 라이선싱 리테일이 관여하는 산업 전반에서 전체적인 성장이 보여졌음
- 2021 년에 라이선싱으로 선전한 업종을 사용 허락자(라이센서) 기준으로 살펴보면 기업 브랜드, 엔터테인먼트, 패션, 식음료, 지역 및 유산/대학 브랜드, 라이프스타일, 퍼블리싱, 스포츠, 완구 및 게임 순이었다. 판매 인가자(라이센시) 기준으로 살펴보면 패션, 엔터테인먼트(스트리밍, 게임), 라이프스타일(홈 앤 뷰티), 기업 브랜드, 아트, 지역 및 유산 순으로 보여짐

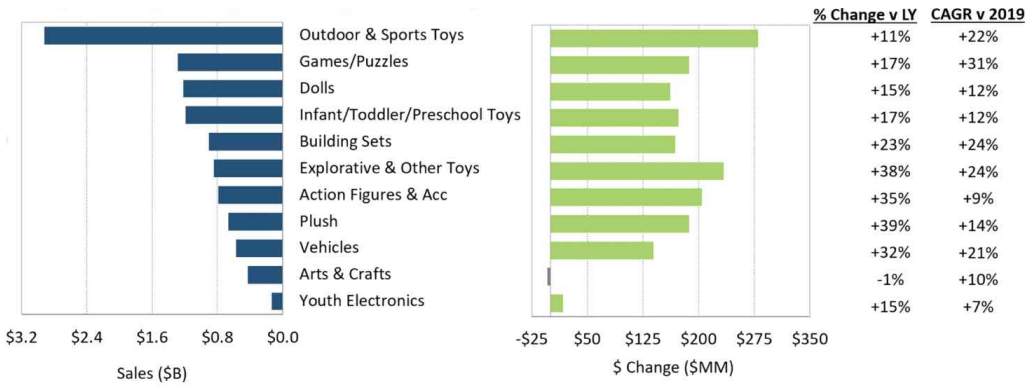


|그림 13| 사용 허락자(라이센서) 기준 2021년 라이선스 인기 카테고리



|그림 14| 판매 인가자(라이센시) 기준 2021년 라이선스 인기 카테고리

- NPD 그룹의 최신 글로벌 완구 산업 트렌드 및 시장 리포트에 따르면, 전 세계 완구 시장은 2021 년 1042 억 달러에 달하는 매출을 이뤄냈음. 2020 년과 비교하면 8.5% 증가, 2019 년과 비교하면 12.7% 증가한 수치이며, 최근 10 년간 완구 카테고리 최고 퍼포먼스를 보여주었음.[3] 이 같은 성과를 바탕으로 보고서는 2023 년에 활발한 투자와 성과가 예상되는 라이선싱 카테고리로 의류, 식음료, 풋웨어, 홈(토이, 보드 게임, 스트리밍, TV, 영화, 출판 등이 홈에 포함) 카테고리를 선정했으며, 또한 건강, 웰니스, 뷰티 카테고리의 브랜드도 성장이 예상됐음



|그림 15| 2019년과 2021년 수퍼 카테고리 완구 마켓 세일즈 비교 (출처: NPD 그룹)

2. 콘텐츠가 기반이 되는 라이선스 시장

팬데믹으로 시작된 비대면 트렌드가 영향을 미쳐

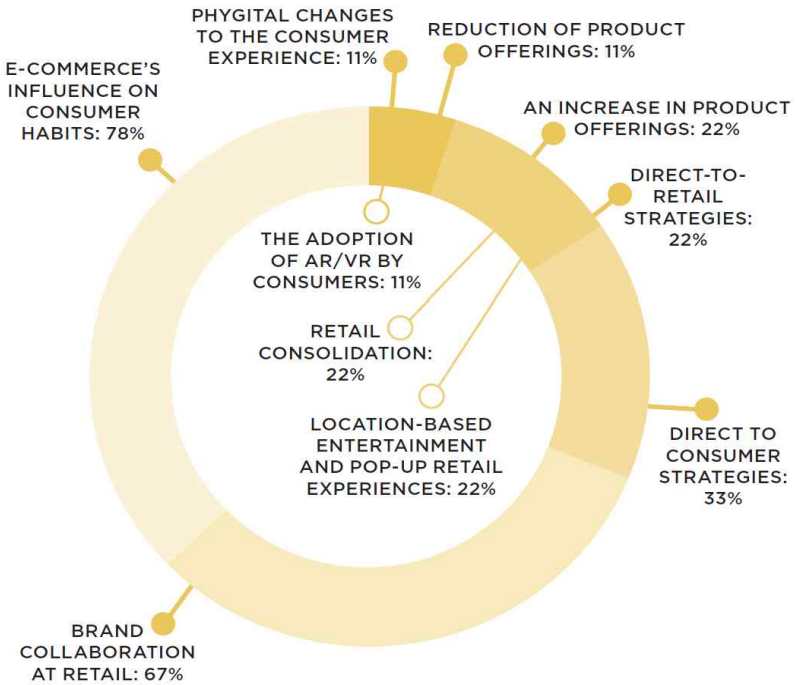
- 엔터테인먼트 산업 내에서도 비교적 그 역사가 짧은 스트리밍 세분 시장은 라이선스 산업에서도 짧은 시간 동안 빠르게 영향력을 키워간 세분시장으로 꼽히고 있음. 디즈니+의 오리지널 시리즈 〈오비완 케노비〉와 넷플릭스의 〈기묘한 이야기〉 등 팬덤이 형성된 IP 를 기반으로 라이선스 시장의 소비심리가 움직이고 있기 때문. 이를 테면, 〈스타워즈〉 프랜차이즈는 영화로 시작되어 TV 애니메이션 시리즈, 스트리밍 플랫폼 시리즈, 코믹북, 머천다이즈(굿즈), 의류, 식품류, 문구, 완구 등 다양한 소비재 상품으로 라이선싱되고 있음

3) https://www.npd.com/news/press-releases/2021/the-npd-group-u-s-toy-industry-sales-experience-19-increase-during-the-first-half-of-2021/

|그림 16| 〈스타워즈〉 로 라이선싱된 장난감 진열대 (출처: NBC)

비대면 트렌드, 마케팅 전략에도 영향

- 미디어 산업에서 스트리밍 시장이 급격히 성장하게 된 계기에는 팬데믹이 있음. 팬데믹은 비대면이 가능한 여러 가지 산업과 서비스의 성장을 가속화시켰는데, 브랜드들이 상품과 서비스를 개발하는 데 있어서도 비대면적인 요소가 중요해졌음. 보고서는 앞으로 브랜드가 주목해야하는 마케팅 전략들을 제안하면서 향후 비대면 상황의 보편화를 강조했음



|그림 17| 2023년 브랜드 오너가 주목해야할 라이선스 마케팅 전략

- 브랜드 오너가 주시해야할 시장전략으로 보고서가 제안한 전략은 다음과 같음. 전자상거래에 인플루언서 활용(78%), 리테일 시장을 겨냥한 브랜드 간 협업(67%), 리테일 시장을 끼지 않은 디렉트 투 컨슈머 전략(33%), 디렉트 투 리테일 전략(22%), 로케이션에 기반한 엔터테인먼트 및 팝업 리테일 익스프리언스(22%), 프로덕트 제공의 증가(22%), 리테일 통합 (22%), 프로덕트 제공의 축소(11%), AR/VR 기능의 채택(11%), 물리적 제품과 디지털 서비스를 결합한 소비자 경험(11%) 순이며, 많은 전략이 비대면과 사회관계망서비스(SNS) 트렌드를 반영하고 있음을 확인할 수 있음
- 보고서는 또한 2022 년, 2023 년은 시장과 소비자 행동에서 많은 변화를 보게 될 것이라고 전망했는데, 이 전망은 위에서 언급한 마케팅 전략과도 통하는 부분이 있음
- 다음은 보고서가 제시하는 2023 년 브랜드 라이선스 산업의 전망 8 가지:
  1) 브랜드 간 협업과 파트너십이 증가할 것
  2) 카테고리의 확장과 카테고리 간의 교류가 중요해질 것
  3) 공급체인의 일원화 또는 다각화 시도
  4) 브랜드는 지속적인 성장을 위해 디지털과 전자상거래를 중심에 두게 될 것
  5) 지속가능성에 대한 논의는 계속될 것이며 산업의 수직 구조에 영향을 미칠 것
  6) 리테일, 브랜드, 기업, IP 간 인수합병은 계속될 것
  7) 고용주의 고용인에 대한 지원과 투자가 어느 때보다 중요해질 것
  8) 로케이션 기반의 익스피리언스, 팝업은 새로운 리테일 트렌드가 될 것

4 정리와 시사점

- **2021 년 글로벌 라이선스 산업은, 팬데믹의 영향으로 침체됐던 2020 년에서 팬데믹 이전으로 회복하려는 조짐을 보여주었음**
- **특히 라이선스 리테일 수입 톱 10 브랜드는 강한 회복세를 보이며, 전년도 동기간에 비해 수입이 상승한 경우가 대부분이었음. 또한 다양한 산업과 연계되는 라이선스 산업의 특성 덕분에 어느 한 산업분야가 두드러지게 성장하기보다는 다양한 산업 분야에서 고른 성장이 관찰된 점도 긍정적인 회복의 신호로 해석됨**
- **톱 10 브랜드는 예년과 비교했을 때 큰 변동 없이 순위를 유지했음. 디즈니, 유니버설, 파라마운트 등 엔터테인먼트 프로퍼티, 인텔렉츄얼 프로퍼티 등 콘텐츠 기반의 브랜드를 보유한 기업들의 강세가 이어졌고, 도트대시 메레디스 역시 출판물에서 가정용 제품 브랜드, 부동산 서비스 브랜드로까지 사업영역을 확장하는 라이선스 산업의 좋은 예를 보여주었음. 또한 ABG, 블루스타 얼라이언스 등 의류, 라이프스타일 프로퍼티 브랜드와 완구 브랜드인 마텔, 하스브로가 순위를 차지했음**
- **톱 10 브랜드의 특징은 브랜드 각자가 상품을 제작하고 판매할 수 있는 상황이지만 필요에 따라 다른 기업들과의 협업으로 시너지 효과를 낼 수 있다는 장점이 있음**
- **라이선스 산업은 팬데믹의 영향을 특히 많이 받은 산업으로 꼽히는데, 팬데믹 당시에는 물류와**

원자재 수급의 영향을 받아 제작비, 유통비 등 비용이 상승하는 영향을 받았으며, 비대면 상황이 보편화되자 스트리밍 플랫폼이라는 새로운 유통 방식에 빠르게 적응하고 산업의 구조를 이에 맞춰 변동시켜야 하는 변화의 시기를 겪기도 했음

- 보고서는 이 같은 팬데믹의 영향, 비대면의 보편화가 앞으로 콘텐츠 기반의 라이선스 브랜드들의 마케팅 전략에 많은 영향을 미칠 것으로 전망했는데, 비대면이 보편화된 만큼 사회관계망서비스, 가상현실/증강현실, 스트리밍 플랫폼을 활용한 마케팅 전략에 대한 연구와 실행이 필요하고, 비대면이 보편화된 만큼, 실제로 체험하고 경험할 수 있는 기회에 대한 소비자들이 욕구가 커질 것으로 예상해, 앞으로 브랜드에 대해 체험, 전시 관람, 경험할 수 있는 익스피리언스 서비스의 제공에 대한 연구와 제품 개발이 많은 관심을 받게 될 것으로 전망했음
- 팝업 스토어, 브랜드 전시 등 한국에서도 활발하게 진행 중으로, 캐릭터는 물론 현존하는 인물들에 대한 바이오그래피 프로퍼티, 미디어 콘텐츠가 중심이 되는 엔터테인먼트 프로퍼티와 인텔렉츄얼 프로퍼티를 기반으로 콘텐츠 기반의 라이선스 산업의 확장을 연구하고 산업의 생태계를 확장할 수 있는 방향을 고민할 시점이라고 생각됨

미국 비즈니스센터 담당자 연락처		
주성호 센터장	+1-323-935-5001	shju@kocca.kr
엘리홍 부장	+1-323-935-5001	elliehong@kocca.kr
권순형 대리	+1-323-935-5001	skwon@kocca.kr

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	주성호 (미국비즈니스센터 센터장) 권순형 (미국비즈니스센터 대리)
집필자	안현진
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2022년 11월 22일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"

2022 년 해외진출 기반조성 사업 서비스 만족도 조사 바로가기

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락