

# 미국 콘텐츠 산업동향 7호 요약본

## CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

### 2022년 미국 라이선스 산업 동향

- 2021년 글로벌 라이선스 산업은, 팬데믹의 영향으로 침체됐던 2020년에서 팬데믹 이전으로 회복하려는 조짐을 보여주었음
- 특히 라이선스 리테일 수입 톱10 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, 인텔렉추얼 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
- 톱10 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 인텔렉추얼 프로퍼티를 기반으로 콘텐츠 기반의 라이선스 산업의 확장을 연구하고 산업의 생태계를 확장할 수 있는 방향을 고민할 시점이라고 생각됨