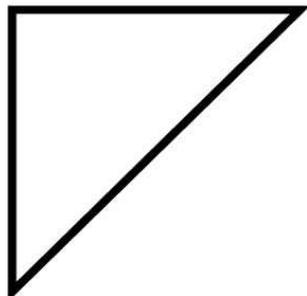


—
2019 글로벌마켓
리포트
라이선싱 엑스포

Major Conferences in the
United States <Licensing Expo>

20

19



<목 차>

I. 라이선싱 엑스포 2019 마켓 정보	1
1. 기본정보	1
(1) 행사개요	1
(2) 프로그램 구성	2
(3) 행사규모	13
(4) 비즈니스 팁	14
2. 참가업체 정보	18
(1) 핵심 기업	18
(2) 일반 참가사	26
(3) 라이선싱 엑스포 선정 전시사	30
(4) 국내 참가사	35
II. 글로벌 캐릭터·라이선싱 산업 현황 및 트렌드	47
1. 글로벌 라이선싱 산업 규모	47
(1) 글로벌 라이선싱 상품 매출 현황	47
(2) 국내 캐릭터콘텐츠 수출 현황	49
2. 글로벌 캐릭터·엔터테인먼트 라이선싱 비즈니스 현황	51
(1) 캐릭터·엔터테인먼트 라이선싱 매출 규모	51
(2) 캐릭터·엔터테인먼트 분야 주요 라이선싱 사업자	52
(3) 글로벌 인기 캐릭터·엔터테인먼트 브랜드	55
3. e-커머스, 디지털화와 라이선싱 산업	57
(1) e-커머스, 라이선싱 상품 매출의 핵심 유통 채널	57
(2) 유튜브, 모바일 게임, 어린이 완구 시장 잠식	58
(3) 디지털 미디어 업체 라이선싱 시장 진출	60
(4) 다양한 파트너십을 통한 공동브랜딩	61

4. 국내 캐릭터콘텐츠 미주 지역 진출 유형별 사례 62

(1) 애니메이션 기반: <출동! 슈퍼윙스> 62

(2) 앱 기반: 핑크퐁 <상어가족> 63

(3) 이모티콘 기반: 라인프렌즈 63

(2) 순수 캐릭터: 몰랑 64

<사진 목차>

[사진 I-1] 라이선싱 엑스포 2018 전시장 내부 15

[사진 I-2] 라이선싱 엑스포 2018 전시장 외부 15

[사진 I-3] 라이선싱 엑스포 2018 키노트 스피치 16

[사진 I-4] 라이선싱 엑스포 2018 행사장 내부 16

[사진 I-5] 라이선싱 엑스포 2018 코스튬 캐릭터 퍼레이드 17

[사진 I-6] 라이선싱 엑스포 2018 코리아 파빌리온 17

<표 목차>

[표 II-1] 2017년 캐릭터·엔터테인먼트 분야 TOP 10 사업자 53

[표 II-2] 미국 어린이용 인기 브랜드 55

[표 II-3] 글로벌 인기 완구 IP 56

<그림 목차>

[그림 II-1] 라이선싱 소매업 전세계 매출 순위 10개국 47

[그림 II-2] 엔터테인먼트·캐릭터 비즈니스 전세계 매출 순위 10개국 48

[그림 II-3] 캐릭터산업 지역별 수출액 현황 (2014~2016년) 49

[그림 II-4] 캐릭터산업 지역별 수출액 현황 2 (2014~2016년) 49

[그림 II-5] 2016년 라이선스 상품 카테고리별 글로벌 매출규모 및 비중 51

[그림 II-6] 2016년 권역별 라이선스 제품 유통채널별 매출비중 57

[그림 II-7] 어린이 놀이도구별 이용 시간 59

I. 라이선싱 엑스포 2019 마켓 정보

1. 기본정보

(1) 행사개요

행사명	라이선싱 엑스포(Licensing Expo)	
기간	2019년 6월 4일 ~ 6일	
장소	Mandalay Bay Convention Center, Las Vegas, Nevada	
주최/주관	UBM Advanstar	
후원	국제 라이선싱 산업 협회(International Licensing Industry Merchandisers' Association, LIMA)	
행사성격	35년 이상의 역사를 가진 세계 최대 라이선스 비즈니스 전문 엑스포	
홈페이지	공식 웹사이트	www.licensingexpo.com
	페이스북	www.facebook.com/licensingexpo
	트위터	www.twitter.com/licensingexpo
	유튜브	www.youtube.com/user/thelicensingexpo
	인스타그램	www.instagram.com/limalicensing



(2) 프로그램 구성

- 라이선싱 엑스포의 프로그램은 크게 ①엑스포, ②키노트, ③라이선싱 유니버시티, ④엔터테인먼트 쇼케이스로 구성되어 있음

구분	세부내용
① 엑스포	<ul style="list-style-type: none"> ■ 개요 : 5천 개 이상의 브랜드들이 전 세계 시장을 대상으로 각자의 브랜드와 프로퍼티를 전시하는 장으로 거의 모든 제품군의 소매업자, 브랜드 오너, 라이선싱 에이전트, 제조업자들을 만날 수 있는 전 세계에서 가장 큰 규모의 비즈니스 기회를 제공함 ■ 기간 : 2019년 6월 4일(화) ~ 6일(목) ■ 2019 라스베가스 라이선싱 엑스포 프로그램 및 스케줄 ✓ 오피셜 키노트 스피치 : 매년 브랜드 분야의 전문가를 초청해 빠르게 변화하는 소비자 및 상거래 랜드 스키이프의 트렌드를 짚을 수 있는 기조연설을 발표함. 2019년은 미국의 대형 체인 스토어 메이시(Macy's)의 브랜드 익스피어런스를 담당하는 레이첼 세츠먼이 연사로 초청됨. 6월 5일 오전 9시, 라이선싱 유니버시티 시어터에서 열림 ✓ 글로벌 라이선싱 그룹 파티 : 라이선싱 엑스포 공식 파티, 6월 5일 저녁 8시~11시까지 Luxor Las Vegas 내 HyperX eSports Arena에서 열림. 입장료 LIMA 멤버 \$60, 일반은 \$75 ✓ VIBE(Virtual Inventive Browsing Experience) : 인벤트헬프 (InventHelp)가 선보이는 솔루션으로 스타트업 기업의 아이디어를 실현할 수 있도록 피칭, 네트워크, 프로토타입 제작, 3D 디자인, 특허권 등을 도와주는 서비스. 엑스포 참가업체 및 관람객은 VIBE 등록 및 체험 가능 ✓ 인터내셔널 마켓 패널 : 아시아, 라틴아메리카 두 지역으로 나누어 미국에서의 라이선싱, 리테일, 매뉴팩처링에 대해 이야기함

- ✓ **라이선싱 유니버시티** : LIMA가 주관하는 라이선싱 엑스포의 프로그램으로 엑스포 기간 동안 라이선싱 산업의 기본에 대한 강의, 산업의 관련인물들과 근거리에서 친밀하게 대화할 수 있는 라운드 테이블 세션, 케이스 스터디 등 총 23개의 다양한 세션이 준비됨
- ✓ **코스튬 캐릭터 퍼레이드** : 매년 라이선싱 엑스포의 캐릭터 & 엔터테인먼트 존에서 열리는 공식 행사로 브랜드와 캐릭터를 흥미로운 방법으로 엑스포 참가자들에게 알릴 수 있는 기회. 6월 4일과 5일 이틀 동안 오전 11시부터 30분 동안 진행됨
- ✓ **오리엔테이션 세션** : 글로벌 라이선싱 그룹이 진행하는 세션으로 엑스포에 대한 개괄적인 설명과 엑스포를 가장 잘 활용할 수 있는 팁 등을 설명해주는 시간, 프레젠테이션과 게스트 스피커의 강연이 있음. 6월 4일 오후 1시부터 글로벌 라이선싱 그룹 시어터에서 열림
- ✓ **Pitch the Brands** : 브랜드 전문가들을 패널로 초청해 스타트업 아이디어를 프레젠테이션하고 피드백을 들을 수 있는 자리로 10개 팀이 참여할 예정. 패널은 NFL Players의 Steve Scabelo, 비아콤 니켈로디온의 Dion Vlachos, 보이즈카우트 아메리카의 Greg Winters 등이 참석할 예정
- ✓ **스폰서 세션** : 오버워치 리그를 출범시킨 액티비전 블리자드의 e스포츠 라이선싱 부서의 대니얼 시겔이 “A Case Study in eSports Licensing: Activision Blizzard’s Key Learning from Overwatch League”라는 주제로 발표. 6월 4일 오전 11시부터 글로벌 라이선싱 그룹 시어터에서 열림
- ✓ **엔터테인먼트 쇼케이스** : 향후 12개월에서 18개월 이내에 출시 예정인 제품이나 프로그램의 프리뷰, 퍼스트룩을 공개하는 쇼케이스로 초대받은 사람들만 입장이 가능함

- ✓ **Show Send-Off** : 라이선싱 엑스포를 마무리하는 행사로 7월 24일부터 26일까지 상해에서 열리는 라이선싱 엑스포 차이나를 예고하고 축하하는 의미로 중국을 테마로한 공연이 펼쳐짐. 6월 6일 오후 2시부터 라이선싱 엑스포 익지빗 플로어에서 열림
- ✓ **LIMA 라이선싱 어워즈** : LIMA가 주최하는 33년 전통의 시상식으로 라이선싱 분야에서 각 브랜드가 이룬 성취와 업적을 축하하고 스포트라이트를 비추는 자리. 23개 시상 부문이 있으며 Crayola, Disney, Girl Scout, Target 등 유명 브랜드들이 수상한 바 있음. 2019년 LIMA 어워드는 6월 4일 오후 6시 15분부터 Mandalay Bay의 South Seas Ballroom에서 열림
- ✓ **The Benefits of Exhibiting** : 라이선싱 엑스포의 역사, 엑스포에 참여하면 얻게되는 혜택 등에 대해서 글로벌 라이선싱 그룹이 프리젠테이션 진행. 6월 5일 11시 30분부터 글로벌 라이선싱 그룹 시어터에서 열림
- ✓ **One to Watch Contest** : 라이선싱 엑스포에 처음으로 참여하는 신규 전시업체들만 지원할 수 있는 콘테스트 프로그램으로 1개 브랜드를 선정하여 기간 동안 마케팅 및 프로모션 지원
- ✓ **영 프로페셔널 네트워크** : Mandalay Bay의 Rhythm & Riff에서 열리는 캐주얼한 프라이빗 바 파티. 전 세계에서 엑스포에 참가하기 위해 찾아온 전문가, 경영인들과 네트워킹할 수 있음
- ✓ **채리티 바이크 라이드** : 라이선싱 엑스포 개막 하루 전(6월 2일)에 열리는 자선 행사로 2019년 3회를 맞이함. 라스베가스 인근 레드록 캐년 국립공원의 45km 구간을 자전거로 경주하는 행사
- ✓ **우먼 인 토이즈 조찬** : 완구업계의 여성 전문가들이 함께 아침식사를 하면서 네트워킹 하는 자리. Mandalay Bay의 Border Grill에서 6월 5일 오전 7시 30분부터 열리며 완구업계 여성 종사자라면 누구나 참여할 수 있음. 참가비는 45~65 달러

② 키노트

- 개요 : 매년 브랜드 분야의 전문가를 초청해 빠르게 변화하는 소비자 및 상거래 랜드스케이프의 트렌드를 짚을 수 있는 기초연설을 발표함. 2019년은 미국의 대형 체인스토어 메이시(Macy's)의 브랜드 익스피어런스를 담당하는 레이첼 셰츠먼이 연사로 초청됨. 2018년에는 아마존의 니콜라스 데니슨 (Nicholas Denissen) 부회장이 연설했음
- 주제 : Agility at Scale:
Rachel Schechtman Shares Insights from the Launch of STORY at Macy's
- 연사 : 레이첼 셰츠먼(Rachel Schechtman)
Brand Experience Officer, Macy's
- 내용 : 크래프트(Kraft), 톰스(TOMS) 등 유명 브랜드의 브랜드 컨설턴트로 일하던 레이첼 셰츠먼이 뉴욕의 메이시 백화점에 스토리텔링을 접목시킨 혁신적인 리테일 스토어 'STORY'를 오픈해 전통적인 방식의 소매업과 관련해 새로운 방향을 제시한 경험에 대해 강연함
- 일시 : 2019년 6월 5일(수) 오전 9시15분 ~ 10시 15분
- 장소 : Licensing University Theater (부스 B79)
- 라이선싱 위크와 엑스포 참관객, 엑스포 전시업체는 무료입장

- 개요 : 라이선싱 엑스포의 프로그램 중 하나로 엑스포 기간 동안 라이선싱 산업의 기본에 대한 강의, 산업의 관련 인물들과 근거리에서 친밀하게 대화할 수 있는 라운드테이블 세션, 케이스 스터디 등 총 23개의 다양한 세션이 준비됨.
- 트랙 : Beginner, Intermediate, Advanced의 3개 레벨로 구분되어 있어 관심과 수준에 맞춰 세션을 선별하여 들을 수 있으며, 라이선싱, 라이선서, 리테일러 등의 참가 자격, 기본, 파이낸스, 국제 라이선싱, 법률, 마케팅, 네트워킹, 전략, 트렌드 등의 주제 분야로 선택하여 세션에 참석할 수 있음. 세션은 주제 분야, 수준, 참가자격으로 검색해서 선택이 가능함
- 기간 : 2019년 6월 4일(화) ~ 6일(목)
- 입장료는 LIMA 멤버는 195달러, 일반은 225달러

③ 라이선싱
유니버시티

- 라이선싱 유니버시티 세션 소개
 - ✓ **Basics of Licensing** : 라이선싱의 기본, 라이선싱을 준비하는 브랜드와 에이전트를 위한 전략, 로열티, 파이낸셜 프로포절, 리테일 트렌드, 법률적으로 알아두어야 할 포인트 등에 대한 인터랙티브 세미나
 - ☞ 6월 4일 (화) 오전 9시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
 - ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Licensee, Licensor, Retailer
 - ✓ **Is Your Brand Ready for Licensing** : 브랜드를 만들고 그 브랜드를 대표하는 사람, 라이선싱을 고민하는 사람, 라이선싱의 베이직을 이해하고 싶은 사람들을 위한 세미나
 - ☞ 6월 4일 (화) 오전 11시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
 - ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Licensor, Marketing

✓ **Preparing for a Post-Brexit Europe and UK** : 영국의 유럽 연합 탈퇴가 글로벌 라이선싱 커뮤니티에 미치는 영향에 대해서 설명하는 시간. 소프트 브렉시트와 하드 브렉시트의 차이, 브렉시트가 IP에 미치게 될 영향 및 전망 등을 생각해 봄

☞ 6월 4일 (화) 오전 11시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, International, Legal, Licensee, Licensor, Retailer, Strategy

✓ **Evaluating Potential Partners**

☞ 6월 4일 (화) 오후 12시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Licensor, Licensee, Retailer, Strategy

✓ **Substantiality and Philanthropy an Theme and Practice** : 브랜드의 사회적 책임에 대한 기대가 높아지는 최근의 추세를 반영한 강연으로, '지속가능성'이 어떻게 트렌드가 되었으며 이를 실천하기 위해 어떤 목표를 세울 수 있는지에 대해서 4명의 게스트 스피커가 대담

☞ 6월 4일 (화) 오후 12시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor, Marketing, Retailer, Strategy

✓ **A Manufacturer's Perspective on Using Licensee to Grow the Business**

☞ 6월 4일 (화) 오후 2시, 라이선싱 유니버시티 시어터
☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Licensee, Strategy

✓ **Case Study: Coca-Cola Lifestyle Program in Brazil** : 브라질의 코카콜라 로컬 사업부인 Redibra가 코카콜라 브랜드를 음료 브랜드에서 라이프 스타일 브랜드로 확장시킨 성공사례에 대해서 Redibra의 David Diesendruck 대표가 강연함

- ☞ 6월 4일 (화) 오후 2시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, International, Licensee, Licensor, Marketing, Retailer

✓ **Shopping at the Speed of Culture** : 빠른 속도로 바뀌고 있는 비디오 커머스, 엔터테인먼트, 문화와 그 영향들에 대해서 짚어보고 이 분야의 미래를 전망. 웹 베이스 미디어 기업인 NTWRK의 CEO인 Aaron Levant가 연사로 참여

- ☞ 6월 4일 (화) 오후 3시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor

✓ **User Generated Products: How Brand Loyalists Inform Product Development** : 트렌디하고 진정성있다고 평가되는 UGC에 대해서 알아보고 소비자의 인사이트가 시장과 제품에 어떤 영향을 미치고, 더 나아가 소매업자에게 어떤 정보를 줄 수 있는지 살펴보는 시간

- ☞ 6월 4일 (화) 오후 3시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor, Marketing, Retailers, Strategy

✓ **Using Crowdfunding for Products and Properties** : 창업자, 라이선서, 라이선시가 모두 알아두면 좋을 크라우드펀딩에 대한 세션으로 크라우드펀딩의 원리와 크라우드펀딩이 라이선싱에서 어떻게 이용되고 있는지에 대한 데이터를 제공. 크라우드펀딩에 따르는 어려움과 해결방안에 대해서 논의

- ☞ 6월 4일 (화) 오후 4시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Finance, Intermediate, Licensee, Licensor, Retailer, Strategy

✓ **Negotiating Strategies for Licensees and Licensors** : 새로운 브랜드를 만들었건, 기존에 있는 브랜드를 라이선싱을 하건 이 세션은 라이선싱에 꼭 필요한 아이디어와 전략에 대해서 이야기 하고 비용이 들어갈 수 있는 실수들을 피해가는 팁 공유

- ☞ 6월 4일 (화) 오후 4시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Legal, Licensee, Licensor, Retailer, Strategy

✓ **Licensing and the Law: Top 10 Things You Should Know** : 라이선싱과 법률과 관련해서 라이선시와 라이선서 양측이 꼭 알아두어야 하는 10가지에 대해 4명의 스피커들이 토론

- ☞ 6월 5일 (수) 오전 10시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Intermediate, Legal, Licensee, Licensor, Retailer

✓ **Basics of Art Licensing** : 자신의 작품을 라이선싱하려는 아티스트가 알아야 하는 라이선싱의 필수적인 내용을 커버하고 셀링포인트를 가진 포트폴리오를 만드는 방법에 대해서 이야기함

- ☞ 6월 5일 (수) 오전 12시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Licensee, Licensor, Marketing

✓ **The State of Cannabis and Hemp, the Emerging Brand Wars & the Global Licensing Opportunity** : 미국 내 마리화나 판매 합법화에 따라 마리화나 유통업체 PRØHBTD의 창업자이자 CEO인 Drake Sutton-Shearer의 비즈니스 경험을 들어보고 브랜드 전문가들과 함께 새로운 산업과 라이선싱 산업이 어떤 영향을 주고받을 수 있는지에 대해 대담

- ☞ 6월 5일 (수) 오전 12시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor, Marketing, Retail, Retailer, Trends

✓ **Licensing IP for Advertising - the Benefits & Challenges** : IP 라이선싱은 소매업자의 제품 판매 실적이나 라이선서의 수입과 관계없이 수익을 발생시키는 독특한 영역으로 이 분야에서의 라이선싱과 장단점에 대해서 강연

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 2시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Licensor, Marketing, Retailer, Strategy

✓ **Amazon Tips from an 8-Figure Seller** : 아마존과 같은 온라인 마켓플레이스에서 라이선스 제품을 판매하는 방법과 아마존 광고 전략 중에 하나인 “Search Term Isolation”에 대해서 라이선스 제품 판매를 통해 2년 만에 수천만 달러의 수입을 올리게 된 판매자 트레버 조지가 이야기함

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 2시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor, Retailer, Strategy

✓ **Creating Effective Collaborations** : 공동브랜딩, 브랜드 콜라보레이션이 거의 모든 분야에서 보여지는 최근의 사례들을 중심으로, 회의적이었던 시선에도 공동의 목적을 달성하는 방법인 공동브랜딩에 대해서 성공, 목표, 재정으로 나누어 살펴봄

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 3시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensor, Marketing, Retailer, Strategy, Trends

✓ **The Rise of eSports and its Potential in consumer Products** : 게임 산업의 부상과 게임 산업이 소비자들에게 미치는 영향이 증가함에 따라 라이선싱 산업이 이를 어떻게 받아들이고 적용할지에 대해 이야기하는 세션

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 3시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Licensee, Licensor, Retail, Retailer, Strategy, Trends

✓ **Controlling the Brand Message: A Legal Roadmap for Licensors and Licensees** : 라이선싱 계약을 할 때에 가장 중요한 것은 브랜드와 그에 대한 양측의 이해로, 제품뿐 아니라 웹사이트, 프린트 미디어, TV, 소셜미디어가 브랜드에 대해서 전달하는 메시지가 중요한 이유와 이를 관리하는 방법에 대해서 강연

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 4시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Legal, Licensee, Licensor, Marketing, Retailer

✓ **Basics of International Licensing** : 여러 국가의 시장에서 알아두어야 하는 라이선싱의 기본에 대해서 짚어보고, 과제와 기회를 통해서 성공적으로 브랜드를 확장해나가는 방법에 대해서 살펴봄. 또한 법률적, 재정적, 문화적, 지역적으로 다른 국가에서 비즈니스를 할 때 고려해야하는 사항에 대해서도 알아봄

- ☞ 6월 5일 (수) 오후 4시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Intermediate, Licensee, Licensor, Retailer

✓ **What You Need to Know About Royalty Rates** : 로열티는 라이선싱의 재무적인 사이드의 키워드로 로열티가 어떻게 다른 방법으로 정의되고 계산되는지, 카테고리마다 달라지는지에 대해서 배우게 됨

- ☞ 6월 6일 (목) 오전 9시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Basics, Beginner, Financial, Licensor, Retailer

✓ **Creating (and Using) and Effective Brand Guide** : 라이선싱에서 성공하기 위해서는 브랜드 스타일 가이드가 필요함. 이 세션은 다종다양한 브랜드 스타일 가이드에 대해서 알아보고 브랜드 스타일 가이드를 보유함으로써 얻게 되는 최우선적인 혜택과 브랜드 스타일 가이드에 기업주들이 투자하는 이유에 대해 이야기함

- ☞ 6월 6일 (목) 오전 9시, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Licensor, Marketing

✓ **Visual Display Can Make the Difference** : 제품이 만들어지고 홍보되는 시각적인 방법들에 의해서 라이선싱의 결과는 달라짐. 이 세션에서는 글로벌 마켓으로 진출한 라이선싱 제품들 중 최고를 골라 살펴보고, 같은 제품이 다르게 만들어져 유통되고 홍보된 사례를 골라 시사점을 알아봄

- ☞ 6월 6일 (목) 오전 10시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Beginner, Intermediate, Licensee, Marketing, Retail, Retailer

✓ **Anticounterfeiting Resources, Strategies and Tactics:** 전 세계적인 유통 체인과 전자상거래의 시대는 라이선싱 비즈니스를 불법복제에 취약하고 손해의 가능성이 있음. 이 세션에서는 라이선싱 비즈니스를 보호하는 방법에 대해 기업의 사이즈에 관계 없이 알아보고, 불법복제된 제품을 발견했을 때 그에 대처하기 위한 전략과 전술에 대해 의논함

- ☞ 6월 6일 (목) 오전 10시 30분, 라이선싱 유니버시티 시어터
- ☞ 트랙 : Advanced, Intermediate, Legal, Licensor, Retailer Strategy

④ 쇼케이스

- 개요 : 향후 12개월에서 18개월 이내에 출시 예정인 제품이나 프로그램의 프리뷰, 퍼스트룩을 공개하는 쇼케이스로 초대받은 사람들만 입장이 가능함
- 내용 : 디즈니, 카툰네트워크, 니켈로디온, 소니픽처스, 20세기 폭스, 유니버설, 워너브러더스 등의 쇼케이스가 이루어짐

(3) 행사규모

가. 행사 통계

구분	2017	2018	2019
전시업체 수	406	389	388
신규전시업체 수	185	214	-
참가자 수	16,000명 이상	16,000명 이상	-
상담예약건수*	3,800	4,600	-

* 매치메이킹 서비스를 통한 예약 건수/ 매치메이킹 서비스 프로그램을 2016년 신규 도입함

○ 2018년 신규 참여기업 증가세

- 전시업체 수는 일부 줄었으나 일본 의류업체 유니클로, 멕시코 백화점 체인 Coppel, 온라인 리테일러 Dolls Kill 등 2018년에 처음으로 엑스포에 참관한 첫 참가사가 16% 증가했고, 소매업자 자격 참가사 역시 10% 증가함

○ 아마존, 타겟, 알리바바, 테스코, 리들, 노드스트롬, 월마트 등 유통업체의 참여율은 예년과 같이 높음

○ 2018년 라이선싱 엑스포에는 389개 업체에서 5,000여 종의 브랜드를 선보였고, 이중 214개 사가 2018년에 신규 참여했음

○ 2019년에는 388개 업체 참여 예정



<라이선싱 엑스포 2019 참가 주요 기업>

(4) 비즈니스 팁 - 매치메이킹 서비스

- 라이선싱 엑스포는 전시사와 참가사 간 공식적인 일대일 비즈니스 네트워킹 서비스를 제공함. 네트워킹 서비스는 엑스포 행사에 등록된 참가사에게 미리 바이어 업체 또는 전시업체의 정보를 제공하여 행사기간 중에 면담 일정을 조율할 수 있도록 지원함
- 엑스포 등록 시 업체 프로파일이 자동으로 생성되며 등록이 완료되면 엑스포에 참여하는 타업체 정보 검색이 가능함
- 2018년에는 매치메이킹 서비스를 통해 4,600건 이상의 미팅 예약이 성사되었고, 서비스 이용자의 78%가 기업의 대표, 소유주 등 기업의 의사결정권자인 것으로 나타남
- 파트너 검색, 미팅 제안이 모두 시스템 안에서 중개인 없이 이뤄지기 때문에, 캐주얼하고 평등한 네트워킹이 가능한 장점이 있으며, 미팅이 성사되면 스케줄 등이 시스템으로 관리되기 때문에 알림 서비스 등의 편의가 제공됨





[사진 I -1] 라이선싱 엑스포 2018 전시장 내부



[사진 I -2] 라이선싱 엑스포 2018 전시장 외부



[사진 1-3] 라이선싱 엑스포 2018 키노트스피치 아마존 VP 니콜라스 데니슨



[사진 1-4] 라이선싱 엑스포 2018 행사장 내부



[사진 I -5] 라이선싱 엑스포 2018 코스튬 캐릭터 퍼레이드



[사진 I -6] 라이선싱 엑스포 2018 코리아 파빌리온

2. 참가업체 정보

(1) 핵심기업

기업명	월트 디즈니 컴퍼니 (The Walt Disney Company)
분야/업종	미디어, 엔터테인먼트 비즈니스
본사 주소	PO Box 1000 Lake Buena Vista, FL 32830-1000, USA
연락처	+1 407 939 5277
대표자명	Robert A. Iger, Chairman/CEO
홈페이지	www.thewaltdisneycompany.com
주요 인사	James Pitaro, Chairman, Disney Consumer Products & Interactive Media Mark L. Walker, SVP, Franchise
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ Disney Consumer Products & Interactive Media(DCPI) 사업부는 디즈니 캐릭터를 활용한 상품화를 담당 <ul style="list-style-type: none"> - 완구, 의류, 모바일 앱, 도서, 게임 등 100여 종의 카테고리 상품 기획 및 판매 - DCPI 사업부는 라이선싱, 유통, 게임/앱, 콘텐츠 4개 부문으로 구성 ○ 디즈니 라이선싱 브랜드 구성 <ul style="list-style-type: none"> - 디즈니 미디어 - 디즈니 클래식 & 엔터테인먼트 - 디즈니 스튜디오 & 픽사 애니메이션 - 디즈니 프린세스, 겨울왕국, 톱카툰 - 루카스필름, 마블 스튜디오 ○ DCPI는 2018년 디즈니에서 가장 적은 수익을 담당하는 부서로 디즈니는 2016년 First-Party 게임부서를 달는 등 이 부문의 사업을 축소화하려는 경향을 보인 반면, 21세기폭스 엔터테인먼트 인수 뒤에는 스트리밍에 주력하려는 움직임을 보임

기업명	워너 브라더스 (Warner Bros. Consumer Products)
분야/업종	- 미디어, 엔터테인먼트 비즈니스 - 영화, TV시리즈, 엔터테인먼트 콘텐츠 제작 및 배급 - DVD, 블루레이, 디지털 배급 - 브랜드 라이선싱 및 방송 사업
본사 주소	4000 Warner Blvd. Burbank, CA 91522, USA
연락처	+1 818 954 7980
대표자명	Kevin Tsujihara, Chairman/CEO
홈페이지	www.warnerbros.com
주요인사	Reg Harpur, EVP, International Thomans Bewecke, Chief Digital Officer Dee Dee Myers, EVP, Worldwide Corporate Communications & Public Affairs
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 7400편 이상의 영화와 5000편 이상의 TV프로그램을 보유하고으로써 약 79,000 시간 분량의 라이브러리를 구성하고 있으며 2018년 글로벌 박스오피스 매출로 전년도보다 9% 상승한 56억 달러를 기록함 ○ Warner Bros. Consumer Products(WBCP) <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 프랜차이즈를 담당하는 WBCP는 DC코믹스, 루니툰즈, J.K. 롤링의 마법세계(Wizarding World) 등의 IP를 활용하여 완구, 의상, 데코, 출판 등 다양한 영역으로 라이선스를 진행 - 테마파크 사업: 올랜드, 할리우드, 일본 유니버설 스튜디오에 해리포터관을 개장했으며, 2018년 아부다비에 루니툰즈, DC 코믹스 등 IP 활용 테마파크 워너 브러더스 월드 아부다비 개장



기업명	NBC유니버설 (NBCUniversal)
분야/업종	- 미디어, 엔터테인먼트 비즈니스 - 뉴스, 엔터테인먼트 네트워크, 모션픽처, 콘텐츠 제작 및 배급, 테마파크 등
본사주소	30 Rockefeller Plaza, New York, NY 10112, USA
연락처	+1 212 664 4444
대표자명	Steve Burke, CEO, NBCUniversal Adam Millter, EVP, NBCUniversal
홈페이지	www.nbcuniversal.com
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2016년 NBC유니버설의 모회사인 컴캐스트가 드림웍스 애니메이션을 38억 달러에 인수한 뒤 디즈니, 타임워너, 비아콤 등과 함께 가정용 엔터테인먼트 부문의 주요사업자로 등극함 ○ 2017년 9월, NBC유니버설은 기존 채널 Sprout를 Universal Kids로 명칭을 변경하고 타깃 시청자층도 미취학 어린이에서 2세부터 11세로 확대. 해당 채널은 <All Hail King Julien> 등 드림웍스 라이브러리를 편성함. ○ Universal Brand Development <ul style="list-style-type: none"> - 유니버설 픽처스, 일루미네이션 엔터테인먼트, 드림웍스 애니메이션, NBC유니버설 채널 등에서 탄생한 브랜드를 기반으로 소비자 제품, 게임, 디지털플랫폼, 라이브 엔터테인먼트 등 프랜차이즈 및 브랜드 매니지먼트를 담당 - 유니버설픽처스의 Filmed Entertainment Group내 한 부문으로 브랜드, 프랜차이즈, 캐릭터, 스토리 확장이 주 업무 - 웹사이트: www.universalbranddevelopment.com



기업명	니켈로디언(Nickelodeon)
분야/업종	- 케이블 및 위성방송 네트워크
본사 주소	1515 Broadway New York, NY 10036, USA
연락처	+1 212 846 8000
홈페이지	www.nick.com
주요인사	Pam Kaufman, CMO/President, Comsumer Product
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비아콤 소유의 어린이용 방송 네트워크 <ul style="list-style-type: none"> - 6세~11세 어린이 시청자 겨냥 프로그램을 제작, 편성 - 2016년 1월 기준, 미국 내 9,200만 가구에서 TV로 시청이 가능한 것으로 조사되었으나 2010년 이후 시작된 코드커팅 (스트리밍 플랫폼의 등장으로 케이블 가입을 중단하는 현상) 으로 채널 시청 가입자 수가 감소하기 시작했고, 2018년에는 미국 내 어린이 대상 채널의 가입자 수가 절반 정도로 줄어듬 - 2016년 미국 아동용 프로그램 인기순위 상위 10위에 니켈로디언 프로그램이 6개 랭크됨 ○ Viacom/Nickelodeon Consumer Products <ul style="list-style-type: none"> - 니켈로디언, MTV, 파라마운트 네트워크, 파라마운트 픽처스, 코미디 센트럴 등 비아콤 산하의 채널 및 브랜드의 상품화와 유통을 관장하는 부서 - 2018년 니켈로디언 인기 라이선스 브랜드로는 <Paw Patrol> <Shimmer and Shine> <Blaze and Monster Machines> <Teenage Mutant Ninja Turtle> 등이 있음



기업명	넬바나 엔터프라이즈(Nelvana Enterprises)
분야/업종	- 어린이 애니메이션 콘텐츠 제작 및 유통
본사 주소	Corus Quay, 25 Dockside Drive, Toronto, ON, M5A 0B5, CANADA
연락처	+1 416 479 7000
이메일	nelvana.marketing@corusent.com(방송/머천다이징/라이선싱)
홈페이지	www.nelvana.com
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1971년 설립, 2000년 코러스 엔터테인먼트가 인수함 ○ Babar, Branklin, Max & Ruby 등의 애니메이션 시리즈를 보유하고 있으며 전 세계 160여개국에서 방송 ○ 솽킨스, 다크호스 코믹스, 터너 등과 라이선스 파트너십 체결 <ul style="list-style-type: none"> - 다크호스는 넬바나의 오리지널 애니메이션 <미스티콘>을 활용한 그래픽노블 시리즈를 제작 - 터너, <The ZhuZhus>의 유럽 지역 내 방송 배급 ○ VOD, 방송, 기내 엔터테인먼트를 위한 파트너십을 체결하고 자사 콘텐츠 유통 플랫폼을 확대함
한국과의 비즈니스 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2015년 TV 애니메이션 <출동! 슈퍼윙스>의 미국과 캐나다 지역 내 캐릭터 상품화 사업을 위한 라이선스 계약 체결 <ul style="list-style-type: none"> - 넬바나는 <출동! 슈퍼윙스>의 프랑스 지역 라이선스 사업도 담당. AD Global(완구), Canal Toys(완구), Chauss Europ(신발), Clementoni(퍼즐, 보드게임) 등



기업명	DHX Media	
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작 및 유통, 방송 및 상품 라이선싱 사업 - 본사는 캐나다에 위치하며 전 세계 20여 개의 사무소 운영 	
본사 주소	1478 Queens Street Halifax, Nova Scotia, CANADA	
연락처	+1 902 423 0260	
이메일	info@dhxmedia.com / halifax@dhxmedia.com	
홈페이지	www.dhxmedia.com	
담당자 정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 라이선싱 문의 licensing@dhxmedia.com ○ 권리/허가 문의 rightsinquiries@dhxmedia.com ○ 판매/배급 문의 sales@dhxmedia.com 	
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 약 13,000 시간 이상의 어린이 콘텐츠 라이브러리 보유 ○ DHX 미디어 사업부 구성 	
	DHX Brands	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 매니지먼트 및 소비재 제품 부문 - 브랜드 개발, 라이선싱, 마케팅 등
	DHX Television	<ul style="list-style-type: none"> - Family Channel, Family CHRGD, Family Jr., Télémagino 등의 채널 보유
	DHX Distribution	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 방송사, 스트리밍 플랫폼, VOD 서비스, 홈엔터테인먼트 등으로 콘텐츠 유통
	DHX Studios	<ul style="list-style-type: none"> - 스누피, 텔레토비, 가제트 형사, 스트로베리 쇼트케이크, 까이유(Caillou)등의 콘텐츠 보유
		

기업명	해즈브로 (Hasbro)
분야/업종	- 장난감 제조 및 판매 - 보드게임, 장난감, 캐릭터 등을 생산 - 자사 브랜드의 완구 게임을 바탕으로 영화, TV시리즈, 디지털 게임, 상품화 등을 진행
본사 주소	1027 Newport Ave, Pawtucket, RI 02861, USA
연락처	+1 800 255 5516
대표자명	Brian D. Goldner, Chairman/CEO John A. Frascotti, President
홈페이지	www.hasbro.com/en-us
주요 인사	Deboran Thomas, EVP/CFO Duncan Billinb, EVP/CSO Stephen Davis, EVP/CCO
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전 세계 35개국에 진출해 있으며 2018년 기준 연간매출액은 45억 9600만달러 수준으로 전년도 동기간과 비교해 9.47% 하락 ○ 2019년 1분기 매출은 전년대비 2% 증가한 7억3250만달러로, 엔터테인먼트, 라이선싱 및 디지털 부문에서 24% 상승했음. ○ 프랜차이즈 브랜드 수익은 9%, 게이밍은 2% 증가함. ○ 자체 프로덕션 스튜디오 설립 외에도, 애니메이션 전문 업체인 Boulder Media를 2016년에 인수하는 등 애니메이션 제작사로서 입지 강화



기업명	마텔 (Mattel)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 장난감 제조 및 판매에서 시작된 어린이 엔터테인먼트 기업 - 아메리칸 걸, 바비, 피셔-프라이스, 핫윌즈, 토마스와 친구들 등 - 보유 IP를 활용한 디지털콘텐츠, 게임, 영화, TV 애니메이션 제작 및 유통
본사 주소	333 Continental Blvd, El Segundo, CA 90245, USA
연락처	+1 310 252 2000
대표자명	Ynon Kreiz, CEO Joseph Euteneuer, CFO Richard Dickson, Presiden, COO
홈페이지	www.mattel.com
주요 특징/ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 디지털 콘텐츠가 어린이 완구를 대체하고, 장난감 전문 유통 및 소매기업이었던 토이저러스 파산 등 외부 환경의 변화로 마텔은 2017년까지 매출 부진을 겪었음 ○ 바비 인형의 매출액은 최근 몇 년간 꾸준히 감소세를 보였는데 이의 개선을 위해 마텔은 2016년 50여 년의 전통을 깨고 바비 인형의 체형, 인종 등을 다양화하는 등의 노력을 선보임 ○ 2018년 8월, 마텔은 컨슈머 프로덕트, 콘텐츠 유통, 디지털 게임 등을 담당하는 글로벌 프랜차이즈 매니지먼트 그룹 사업부문을 런칭했음 ○ 2019년 2월에는 다양한 플랫폼에서 보급되는 실사, 애니메이션, TV프로그램 22개에 대한 제작 및 보급 계획을 밝혀 장난감 뿐 아니라 엔터테인먼트 분야에도 주력하려는 포부를 밝힘



(2) 일반 참가사

기업명	산리오 (Sanrio)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 캐릭터 디자인 상품을 기획하고 판매, 라이선스 비즈니스 - 출판, 레스토랑 및 테마파크, TV, 만화 제작·배급·마케팅 등 - 2016년 2월 유니버설 스튜디오 올랜도에 헬로키티 매장을 개설하고 유니버설과 공동개발한 제품 판매 - 2017년에는 구데타마, 헬로산리오, 아그레츠코 등 캐릭터 라이선스 프로그램을 추진
본사 주소	1-11-1, Osaki, Shinagawa-Ku, Tokyo 141-8603, JAPAN
대표자명	Shintaro Tsuji, President/CEO
본사연락처	+81-3-3779-8111
홈페이지	www.sanrio.com

기업명	포켓몬 컴퍼니 인터내셔널 (Pokemon Company International)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 포켓몬 브랜드의 해외지역 담당 지사 - 아시아 외 지역에서 포켓몬 카드게임, 애니메이션 시리즈, 영화화 등의 라이선스, 마케팅, 브랜드 매니지먼트를 담당 - 2016년 출시된 모바일게임 <포켓몬고> 이후 2019년 영화 <포켓몬스터: 디텍티브 피카츄> 개봉으로 이어지는 등 브랜드를 이용한 영역 확장을 계속하고 있음
본사 주소	601 108 th Ave NE Bellevue, WA 98004, USA
본사연락처	+1 425 229 6000
담당자 정보	Karen Eggleston, Senior Manager, Licensing
홈페이지	www.pokemon.com

기업명	토에이 애니메이션 (Toei Animation)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 토에이 애니메이션의 북미·남미·남아프리카·호주·뉴질랜드 지역의 라이선스를 담당 - 토에이 애니메이션은 200편의 영화의 200편의 TV애니메이션을 보유하고 있으며 대표작으로는 <드래곤볼>, <원피스> 등이 있음
본사 주소	11150 W Olympic Blvd, Los Angeles, CA 90064
대표자명	Katsuhiko Takagi, President
대표 연락처	+1 310 996 2240
홈페이지	www.toei-animation-usa.com

기업명	엔터테인먼트 원 (entertainment One, eOne)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작 및 배급 - 영화, TV, 음악 등 엔터테인먼트 콘텐츠 구매, 유통, 제작 - 1973년 음악 유통으로 사업을 시작했으며 2003년 엔터테인먼트 유통, 영상 콘텐츠 해외 구매 및 배급으로 사업 확대 - <Peppa Pig> <PJ Masks> <Ben & Holly's Little Kingdom> 등의 브랜드 보유함. 미국, 홍콩, 호주, 남미 등지에 사무소
본사 주소	34 Peter St Suite 700 Toronto, Ontario, CANADA
대표자명	Darren Throop, President/CEO
대표 연락처	eOnetvinfo@entonegroup.com
홈페이지	www.entertainmentone.com

기업명	펀코 (Funko)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 라이선스 브랜드를 활용한 상품, 팝컬처 완구 제조 등 - 비닐피규어, 버블헤드 제조로 유명하며, USB드라이브, 램프, 헤드폰 등 전자장비도 제작 - 마블, DC코믹스, WWE, 루카스필름, 소니픽처스, 파라마운트, 니켈로디언, 드림웍스, 해즈브로, 폭스, 워너브라더스, 디즈니 등 다양한 업체들과 파트너십을 통해 라이선스 제품 제조
본사 주소	2802 Wetmore Aveneu Everett, WA 90201, USA
대표자명	Brian Mariotti, CEO
연락처	+1 425-783-3616
홈페이지	www.funko.com

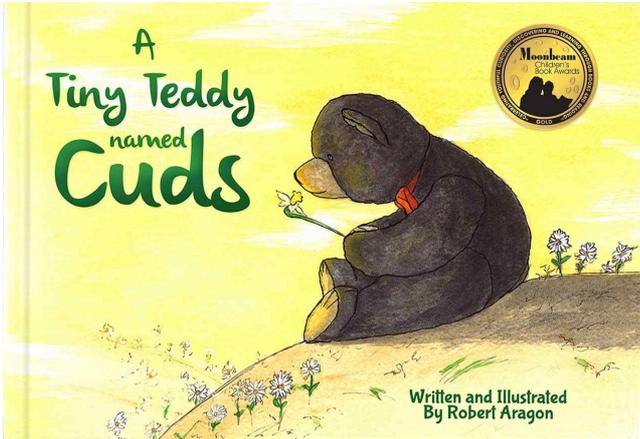
기업명	레고 시스템즈 (LEGO Systems, Inc.)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 레고 브릭 완구 제조사 - 최근 <레고무비> 시리즈로 파트너십을 맺은 워너브라더스와 함께 다양한 레고 라인을 런칭함 - 마인크래프트, 파워퍼프걸즈, 스타워즈, 겨울왕국, 디즈니 프린세스, 마블, DC코믹스 등의 IP를 기존에 자사가 보유한 상품 라인(레고프렌즈, 키마, 엘프, 유니키티 등)에 더해 다양한 라인을 확장함
본사 주소	Aastve 1 DK7190 Billund Denmark
대표자명	Niels B. Christiansen, CEO
연락처	+45 79 50 60 70
담당자 이메일	Martin Vang Sandgaard Jensen martin.sandgaard@lego.com
홈페이지	www.lego.com

기업명	무스 토이 (MOOSE TOYS)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 완구 디자인·개발·유통 - 1985년 호주에서 창업된 완구업체로 현재 100여개 국가로 완구 유통 중 - 슝킨스, 해피 플레이스, 그로서리 갱 등의 브랜드 보유
본사 주소	29 Grange Rd, Cheltenham, Melbourne VIC 3192, AUSTRALIA
대표자명	Manny Stul, Chairman
연락처	+61 03 9579 7355
이메일	info@moosetoys.com
홈페이지	www.moosetoys.com

기업명	레전더리 엔터테인먼트 (Legendary Entertainment)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 엔터테인먼트 콘텐츠 제작·개발·소유(owning)·배급 - 레전더리 픽처스가 관여한 프로덕션은 전 세계적으로 160억 달러의 수입을 벌어들였음 - <고질라 vs. 콩>, <몬스터버스>, <둔>, <퍼시픽림>, <로스트 인 스페이스>(TV) 등의 콘텐츠 보유
본사 주소	2900 W Alameda Ave, Ste 1500, Burbank, CA 91505, USA
대표자명	Joshua Grode, CEO
연락처	+1 818 688 7003
홈페이지	www.legendary.com

기업명	크레올라 프로퍼티스 (Crayola Properties Inc)
분야/업종	- 1903년 아이코닉한 크레올라 크레용을 출시한 미술용품 제조 회사로, 이후 크레용 이외에도 다양한 종류의 미술 도구, 장난감 등을 생산 - 크레올라, 실리 퍼티(Silly Putty) 브랜드 보유
본사 주소	1100 Church Lane, Easton, PA 18044, USA
대표자명	Mike Perry, President/CEO
대표 연락처	+1 610 253 6272
홈페이지	www.crayola.com

(3) 라이선싱 엑스포 선정 전시사

기업명	타이니 테디 네임드 커즈 (A Tiny Teddy named Cuds)
분야/업종	스토리 개발, 캐릭터 개발, 출판, 어린이 장난감 제작
대표자명	Robert Aragon, Creator/Artist/Writer
에이전트 연락처	+1 562 305 9012
홈페이지	www.tinyteddypress.com 

기업명	<p>베리 앤 제이슨 게임즈 앤 엔터테인먼트 (Barry & Jason Games and Entertainment)</p>
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 보드 게임 창작 및 제작, 게임 이벤트 호스트·설계·컨설팅 등 - 유튜브 크리에이터, 유튜브 라이브 방송 - Dr. Biscuits' Radical Road Trip, Game Night in a Can 등 전 연령이 즐길 수 있는 파티게임 개발 및 제작 - 창업자인 Barry McLaughlin과 Jason Lautenschleger는 UCLA 출신의 코미디언으로 쇼호스트, 이벤트호스트 경험이 많이 있음
본사 소재지	<p>Los Angeles, California, USA</p>
대표자명	<p>Jason Lautenschleger, Owner/Co-Founder Barry McLaughlin, Owner/Co-Founder</p>
연락처	<p>+1 323 844 2267</p>
이메일	<p>fun@barryandjason.com</p>
홈페이지	<p>www.barryandjason.com</p> 

기업명	빈스타크 (Beanstalk)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 라이선싱 에이전시 - Alessi, Baileys, Black + Decker, 카네기홀, 크라운 로열, 다우니, 콜오브뷰티 등 다양한 분야의 클라이언트 보유 - 빈스타크 내에 컨설팅을 담당하는 블루프린트(Blueprint)와 디지털 분야를 담당하는 틴더박스(Tinderbox)가 함께 라이선싱 엑스포에 참여함
본사 주소	1285 Avenue of the Americas, 5 th Floor, New York, NY 10019, USA
대표자명	Michael Stone, Chairman/Co-Founder Allison Ames, President/CEO
대표 연락처	+1 212 421 6060
홈페이지	www.beanstalk.com

기업명	브랜드 리에이즌 (Brand Liaison)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 라이선싱 에이전시, 브랜드 전략 및 파트너십 컨설팅 - 라이선싱과 라이선서, 양쪽 모두를 연결해주는 서비스
본사 주소	1776 N Pine Island Road Ste 316, Plantation, FL 33322, USA
대표자명	Steven Heller, Founder/President
연락처	+1 561 302 7838
홈페이지	<p>www.thebrandliaison.com</p> 

기업명	마이미디어박스 (MyMediaBox)
분야/업종	- 디지털 에셋 매니지먼트 온라인 솔루션(소프트웨어) - 제품 인허가, 계약, 로열티 매니지먼트 - 125개국 이상의 120개 이상의 라이선서, 54,000개 이상의 라이선시를 클라이언트로 보유
본사 주소	3805 Crestwood Pkwy Ste 160, Duluth, Georgia 30096 USA
대표자명	Eric Rennagel, CEO/Founder
연락처	+1 678 509 6930
홈페이지	www.mymediabox.com

기업명	플래닛툰즈 월드 (Planettoon's World)
분야/업종	- 재활용으로 지구를 구하는 교육적인 내용의 브랜드 '플래닛툰즈' 콘텐츠 개발, 제작, 배급, 출판, 완구, 게임 등
본사 주소	801 Brickell Ave. Ste 900, Miami, FL 33131, USA
대표자명	Virginia Landi, CEO/Creative Director
연락처	+1 305 440 5252
홈페이지	www.preciouscreatvie.com 

기업명	엘프 온 더 셸프 (The Elf on the Shelf)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - ‘엘프 온더 셸프’ 완구·도서·영상 등 콘텐츠 제작·개발·배급 - ‘엘프 온 더 셸프’ ‘엘프 펫츠’ 브랜드 보유 - 크리스마스 시즌을 겨냥하는 브랜드로 창립 14년 만에 9개국을 대상으로 1,300만개의 엘프 완구·콘텐츠와 2백만개의 엘프 펫츠 완구 판매
본사 주소	3350 Riverwood Pkwy Ste 300, Atlanta, GA 30339, USA
대표자명	Christa Pitts, CEO/Co-Founder
대표 연락처	+1 877 919 4105
홈페이지	www.elfontheshelf.com

(4) 국내 참가사

기업명	퍼니이브 (Funnyeve)
분야/업종	- 자체 개발 캐릭터와 콘텐츠(웹툰, 아트웍 등) 기반 라이선싱 - '휴대폰 소녀, 밈' 등 IP 보유
본사소재지	서울 관악구 남부순환로 1935 3층
연락처	+82 2 523 0460
이메일	pandadog@funnyeve.com
홈페이지	funnyeve.com

기업명	(주)로이비주얼 (Roi Visual)
분야/업종	- 로보카 폴리, 이너레인저, 우비소년, 치료와 친구들 등 애니메이션 콘텐츠 다수 보유 - 캐릭터·애니메이션 외 완구 유통 및 출판으로 영역을 확장
본사소재지	서울시 강남구 논현로 149길 67-7, 3층
연락처	+82 2 3445 2192
이메일	roimg@roivisual.com
홈페이지	roivisual.com

기업명	(주)캄아일랜드 (Calm Island)
분야/업종	- 2011년 설립, 영·유아 애니메이션 및 교육콘텐츠 제작 - 대표 콘텐츠 영어 노래 애니메이션 ‘바다나무 시리즈’ 등
본사소재지	서울시 강남구 도산대로 67길 13-3, 5층
연락처	+82 2 514-6421
이메일	tonylee823@calmid.com
홈페이지	badanamu.com

기업명	일렉츄럴 (Electural)
분야/업종	- 자체 개발 캐릭터와 콘텐츠(애니메이션, 웹툰 등)를 기반으로 라이선싱 사업을 하는 크리에이티브 스튜디오 - ‘뽀뽀’ ‘왕콘’ ‘삼계탕’ 등의 IP 보유
본사 주소	경기도 고양시 일산동구 호수로 358-25 321호
연락처	+82 70 8717 8531
이메일	yoona@electuralstudio.com
홈페이지	www.electuralstudio.com

기업명	제이벅스 (J Bugs)
분야/업종	- 캐릭터 개발과 라이선싱, 유통 및 애니메이션 기획·제작 - 유니크한 특수기법을 이용한 ‘느릿느릿 나무늘보 늘’ 제작 중
본사소재지	서울시 중구 무교로 15, 1603호
연락처	+82 70 4808 1212
이메일	thomas.phs38@gmail.com
홈페이지	j-bugs.com

기업명	(주)에디콘 (Edicon)
분야/업종	- 게이미피케이션(Gamification) 기반 교육용 인터랙티브 어플, 교재, 완구 제작 등 교육용 콘텐츠 서비스 제작 - 대표 콘텐츠 교육용 애니메이션 ‘ASTRO RICO’
본사소재지	경기 성남시 분당구 성남대로 331번길 8, 2101호
연락처	+82 10 8301 0323
이메일	ediconstudio@gmail.com
홈페이지	ediconstudio.com

기업명	스마트스터디 (Smart Study)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - 유아용 교육, 게임, 애니 등 온·오프라인 콘텐츠 제작 유통 - 유아용 교육브랜드 ‘핑크퐁’ 콘텐츠는 앱과 OTT, IPTV를 통해 11개 언어로 제작된 4,000편의 동영상 콘텐츠를 서비스 - 핑크퐁 아기상어 (Baby Shark)가 전 세계적으로 크게 유행함
본사 주소	서울시 서초구 명달로 94, 5층
연락처	+82 10 6553 7545
이메일	help@pinkfong.com
홈페이지	www.pinkfong.com

기업명	씨지픽셀 스튜디오 (CGPixel Studio)
분야/업종	<ul style="list-style-type: none"> - TV시리즈, 교육 및 홍보용 애니메이션 기획 및 제작 - 아동 대상 TV용 애니메이션 ‘콩콩랜드’ 제작, 주요 글로벌 플랫폼에 서비스
본사 주소	부산 해운대구 수영강변대로 140, 725호
연락처	+82 70 7005 4002
이메일	cgpixelstudio@gmail.com
홈페이지	cgpixel.org

기업명	플랫폼 (Platform)
분야/업종	- 기술과 콘텐츠를 접목한 감성 커뮤니케이션 디자인 - 이모티콘 콘텐츠 플랫폼 Mojitok, 영상편집도구 Challa Neon 등
본사 주소	서울 서초구 성촌길 33, 8층
연락처	+82 70 7560 7002
이메일	haebin.jeon@platform.net
홈페이지	platform.net

기업명	(주)트윈스피카 (Twin Spica)
분야/업종	- 캐릭터 디자인, 라이선싱, 애니메이션 기획, MD상품 유통 - 대표 콘텐츠 '샤이닝 스타', '바니또' 등
본사 주소	경기 의왕시 이미로 40, 인덕원IT밸리 D동 1010-3H
연락처	+82 70 8638 4979
이메일	banitto1004@gmail.com
홈페이지	https://banitto.com/

기업명	영실업 (Young Toys)
분야/업종	- 39년 전통의 완구 기업으로, 애니메이션 생산, 마케팅, 영상배급, 국내유통 노하우를 바탕으로 해외 진출 - 대표 IP 토봇 (TOBOT)외 다수 콘텐츠 보유
본사 주소	서울 용산구 한남대로 11길 12, 9층
연락처	+82 2 3484 0763
이메일	yohan.kim@youngtoys.com
홈페이지	www.youngtoys.com

기업명	(주)피엔아이시스템 (PNI Company)
분야/업종	- 애니메이션 기획·제작 및 증강현실(3DVR) 개발 - 총 3개의 TV 시리즈 애니메이션 제작 완료 및 국내 방영 중
본사 주소	제주특별자치도 제주시 첨단로 245-2 PNI빌딩
연락처	+82 70 7735 8477
이메일	info@pnisys.com
홈페이지	pnisys.com

기업명	(주)모닝글로리 (Morning Glory Corp.)
분야/업종	- 38년간 한국 문구 산업을 선도, 18년 연속 종합문구 부문 1위 (한국능률협회컨설팅 주관 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사) - 문구 아이টে을 비롯하여 완구, 생활용품, 가방 등 품목 다각화
본사 주소	경기 화성시 향남읍 장안로 781-55
연락처	+82 2 719 0400
이메일	sol@morningglory.co.kr
홈페이지	morningglory.co.kr

기업명	레딕스 그래픽스 (Rediks Graphics)
분야/업종	- 캐릭터 및 상업 브랜드 제작, 해외 라이선싱과 머천다이징 전문 - '아나콜리', '린킨턴', '하우스 오브 타탄' 등 디자인 콘텐츠
본사 주소	서울 서초구 방배로 141-906
연락처	+82 70 4795 2488
이메일	izhun@anacoli.com
홈페이지	anacoli.com

기업명	시너지미디어 (Synergy Media)
분야/업종	- 애니메이션 스튜디오 - 배급, 라이선싱, 상품화, 인터랙티브 콘텐츠 개발 및 제작 - <타오르지마 버스터> <비트몬스터> <날아라 슈퍼보드 극장판>
본사 주소	서울시 마포구 성암로 330, B동 313호
연락처	+82 70 4340 9114
이메일	eugene.kang@synergymedia.co.kr
홈페이지	www.synergymedia.co.kr

기업명	(주)오소 (OSO)
분야/업종	- 소프트웨어 및 캐릭터 콘텐츠 개발·보급 - 반응형 홈페이지 제작, 모바일앱 구축, 웹솔루션 구축
본사소재지	대구 동구 동대구로 461, 9층
연락처	+82 53 742 9597
이메일	nabya1831@gmail.com
홈페이지	www.the-oso.com

기업명	(주)바룩 (Baruck)
분야/업종	- 대표 콘텐츠 '미미 드 비송 프렌즈' 캐릭터 기반 제품 - 웹 포맷 애니메이션 제작 중
본사 주소	경기 김포시 양촌읍 황금로 109번길 80, 311호
연락처	+82 70 7542 8787
이메일	matchk@mimidebichon.com
홈페이지	mimidebichon.com

기업명	스튜디오 부가부 (Studio Bugaboo)
분야/업종	- 한국 전통문화 기반 캐릭터 사업 - 4개의 캐릭터 IP 보유, 라이선싱 사업 및 굿즈 판매
본사 주소	서울 마포구 동교로 27길 3-14, 5층
연락처	+82 10 9339 2572
이메일	bugaboo@studio-bugaboo.com
홈페이지	studio-bugaboo.com

기업명	(주)오로라월드 (Aurora World Corporation)
분야/업종	- 세계 봉제완구 시장 2위 기업 - 유후와 친구들, 큐비쥬, 큐티컬스 등 자체 IP브랜드 구축
본사 주소	서울 강남구 테헤란로 624 오로라빌딩
연락처	+82 2 3420 4108
이메일	iris.kim@auroraworld.com
홈페이지	eng.auroraworld.com

기업명	캐릭터공작소 망치 (Character Factory MANGCHI)
분야/업종	- 캐릭터 디자인, 라이선싱, 상품 판매 - 별에서 온 뽀오, 인공지능로봇 두비와 두바, 힘내라 뿌오뿌오, 레드블러드, 복숭이, 검둥곰둥이네 등 캐릭터 브랜드 보유
본사 주소	경기 부천시 경인로 21 서건물 4층
연락처	+82 32 651 5069
이메일	newthisstart@naver.com
홈페이지	cf-mangchi.com

기업명	모스테이프스 (Mostapes)
분야/업종	- 애니메이션 Aachi와 Ssipak, 모바일 게임 Mad Acorn 등 - EBS 합작 TV시리즈 애니메이션 '너티너츠' 방영
본사 주소	서울 강남구 도산대로 49길 6-10 2층
연락처	+82 2 566 0390
이메일	lucy@mostapes.com
홈페이지	mostapes.com

기업명	단콩 (Dankong)
분야/업종	- 캐릭터 개발, 디자인, 상품 제작 및 온오프라인 유통, 수출, 라이선스 - 대표 콘텐츠 '단콩 친구들' 기반 다양한 콘텐츠 제작
본사 주소	경기 의정부시 신흥로 234 11층 S02호
연락처	+82 10 8486 3559
이메일	dankong2@naver.com
홈페이지	dan-kong.com

기업명	(주)아시아라이선싱인크 (Asiana Licensing Inc.)
분야/업종	- 캐릭터 라이선싱 및 상품화 전문 - 대표 콘텐츠 '뽀글이' 등
본사 주소	서울 영등포구 여의동로 143 A-305
연락처	+82 2 784 7660
이메일	ch234321@naver.com
홈페이지	asianalicensing.com

II. 글로벌 캐릭터·라이선싱 산업 현황 및 트렌드

1. 글로벌 라이선싱 산업 규모

(1) 글로벌 라이선싱 상품 매출 현황

- LIMA Global Licensing Industry Survey 2018에 따르면, 2017년 라이선싱 제품이 시장 소매 매출액은 전년대비 3.3% 증가하여 2,716억 달러를 기록함. 라이선싱 제품의 판매에서 발생하는 로열티 수익 또한 라이선싱 제품의 판매 증가에 따라 전년대비 2.6% 증가해 145억 달러를 기록함
- LIMA의 조사에 따르면 엔터테인먼트·캐릭터 라이선싱이 2016년에 이어 변함없이 1위를 지킴. 엔터테인먼트·캐릭터 라이선싱 카테고리는 전체 수입의 44.7%에 해당하는 1,215억 달러의 수입을 기록함
- 기업/브랜드 트레이드마크가 2위 카테고리로 전체 수입의 20.5%에 해당하는 558억 달러의 수입을 기록했으며, 스포츠 카테고리가 265억 달러, 패션 카테고리가 211억 달러의 수입으로 각각 3위와 4위로 수입 순위를 차지함
- 지역적으로는 미국과 캐나다를 포함한 북미 시장이 여전히 가장 큰 라이선싱 제품과 라이선싱 서비스의 시장으로 건재했으며 글로벌 라이선싱 매출액의 58%에 해당하는 1,496억 달러의 수입이 이 시장에서 발생했음

[그림 II-1] 라이선싱 소매업 전세계 매출 순위 10개국

Country	Revenue
U.S.	\$ 149,633
UK	\$ 14,038
Japan	\$ 13,264
Germany	\$ 10,792
China/Hong Kong	\$ 8,910
Canada	\$ 8,029
France	\$ 6,035
Brazil	\$ 4,383
Italy	\$ 3,976
Netherlands	\$ 3,597

※ 출처 : LIMA Annual Global Licensing Industry Survey 2018 Report

- 북아시아 지역과 라틴 아메리카 지역은 전년대비 각각 6.2%, 7.6%의 성장률을 기록하며 지역 구분에서 뚜렷한 성장세를 보인 지역들로, 이전까지 중국, 홍콩, 일본, 브라질이 라이선싱 산업의 개발지역이었다면, 흐름이 바뀌고 있음을 시사함
- 특기할 만한 결과는 그동안 라이선싱 산업에서 큰 비중을 차지하지 못했던 작은 분야들에서의 약진이 돋보였다는 점임. 이 분야에는 출판, 예술 라이선싱이 속해 있으며, 음악, 셀레브리티 카테고리 역시 페이스북, 인스타그램, 트위터 등의 소셜 네트워크 플랫폼과 함께 대두된 인플루언서 등의 영향으로 성장세를 보였음
- 제품군으로 따지면 의류, 장난감, 액세서리 부문이 가장 큰 비중을 차지했고, 카지노, 복권 부문 역시 9.6%로 크게 성장했음. 가정, 육아, 비디오게임/소프트웨어/앱 역시 전년대비 높은 성장률을 보였음

[그림 II-2] 엔터테인먼트/캐릭터 비즈니스
전세계 매출 순위 10개국

Country	Share of Global Revenue	Share of Entertainment/Character
U.S.	55.1%	35.7%
UK	5.2%	7.8%
Japan	4.9%	8.4%
Germany	4.0%	5.2%
China/Hong Kong	3.3%	4.3%
Canada	3.0%	3.3%
France	2.2%	2.6%
Brazil	1.6%	2.2%
Italy	1.5%	2.0%
Netherlands	1.3%	2.0%

※ 출처 : LIMA Annual Global Licensing Industry Survey 2018 Report

(2) 국내 캐릭터콘텐츠 수출 현황

- 2016년 국내 캐릭터콘텐츠 수출규모는 전년대비 11.1% 증가한 약 6억 1,284만 달러로 국내 전체 콘텐츠 수출액 6-억 806만달러의 약 10%를 차지하고 있음. 2014년부터 2016년까지 2년 평균으로는 11.9% 증가했음. 참고로 2016년 국내 캐릭터콘텐츠 수입액은 1억 7,045만 달러임. 수출입 차액은 4억 4,240만 달러로, 수출이 수입보다 현저하게 많은 것으로 나타났음

[그림 II-3] 캐릭터산업 지역별 수출액 현황 (2014~2016년)

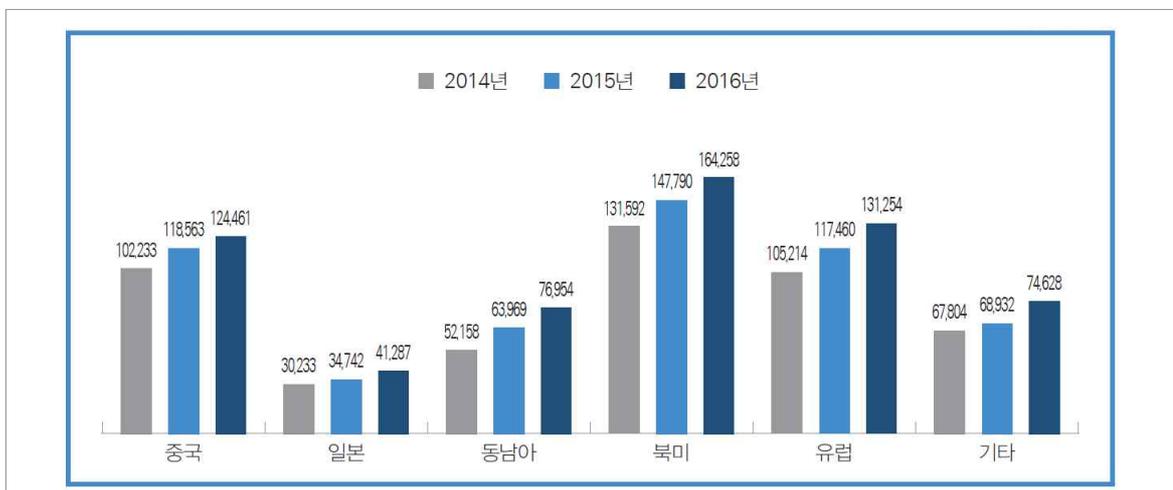
(단위 : 천 달러)

연도 \ 지역	2014년	2015년	2016년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	102,233	118,563	124,461	20.3	5.0	10.3
일본	30,233	34,742	41,287	6.7	18.8	16.9
동남아	52,158	63,969	76,954	12.6	20.3	21.5
북미	131,592	147,790	164,258	26.8	11.1	11.7
유럽	105,214	117,460	131,254	21.4	11.7	11.7
기타	67,804	68,932	74,628	12.2	8.3	4.9
합계	489,234	551,456	612,842	100.0	11.1	11.9

※ 출처 : 2017 캐릭터 산업 백서

[그림 II-4] 캐릭터산업 지역별 수출액 현황 2 (2014~2016년)

(단위 : 천 달러)



※ 출처 : 2017 캐릭터 산업 백서

- 국내 캐릭터 기업들의 해외 수출 방법은 국내외 에이전트를 활용하는 간접 수출 보다는 해외 유통사 접촉이나 해외 전시회 및 행사 참여와 같은 직접적인 방법을 선호하는 것으로 나타남. 2016년 캐릭터산업의 해외 수출 방법으로는 해외 유통사에 접촉한다는 응답이 33.7%로 가장 많았고, 해외 전시회 및 행사참여 역시 29%로 전년대비 0.4%p 증가했음. 국내 에이전트 활용은 17.2%, 해외 법인 활용은 10.8%로 조사됨
- 2016년 캐릭터산업의 해외 진출형태는 완제품 수출이 44.6%로 가장 높은 비중을 차지했고, 라이선스 형태가 36%, OEM 수출은 19.4%를 차지함

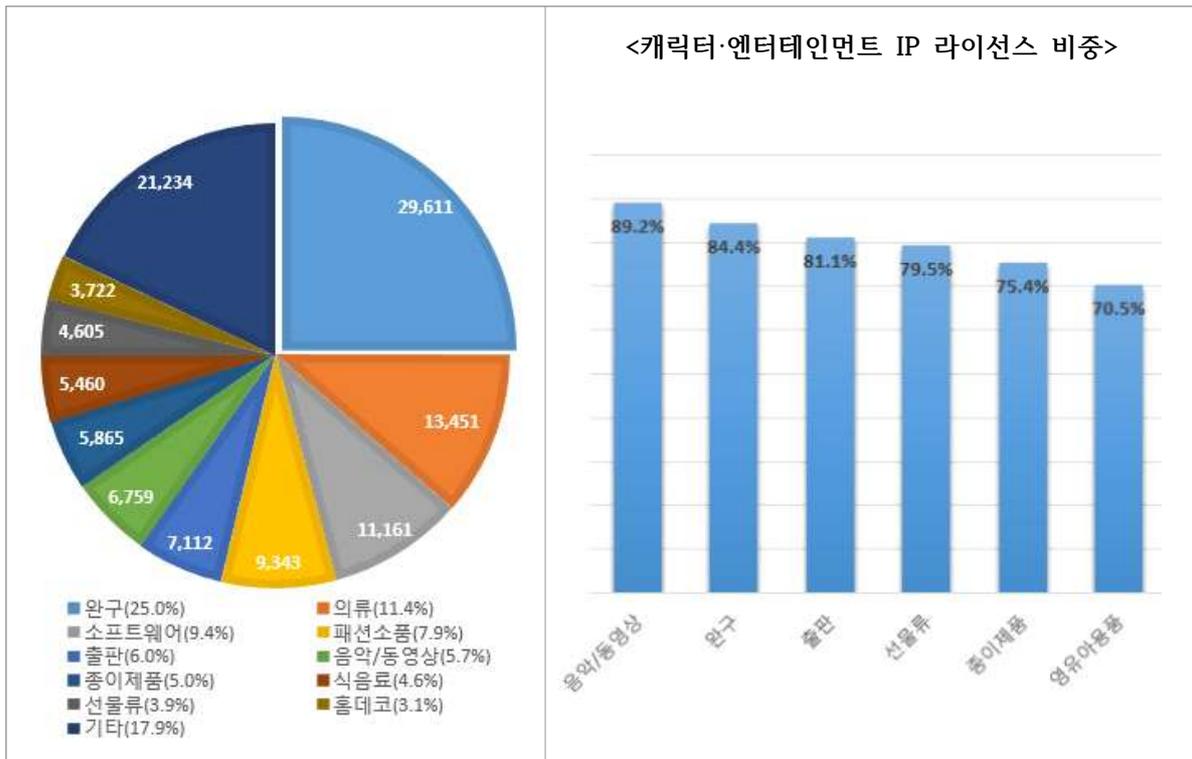
2. 글로벌 캐릭터·엔터테인먼트 라이선스 비즈니스 현황

(1) 캐릭터·엔터테인먼트 라이선스 매출규모

- 2016년 캐릭터·엔터테인먼트 IP를 활용한 라이선스 제품의 매출규모는 1,183억 달러로 전년대비 4% 증가함. 캐릭터·엔터테인먼트 IP를 활용한 라이선스 제품 중에서는 완구 매출액이 296억 달러로 가장 높고 의류, 소프트웨어·게임·앱, 패션소품 등의 순으로 나타남. 라이선스 완구 제품의 84%가 캐릭터·엔터테인먼트 IP를 기반으로 하고 있으며 캐릭터·엔터테인먼트 IP 기반으로 하는 음악·동영상, 출판 제품의 비중이 높음

[그림 II -5] 2016년 라이선스 상품 카테고리별 글로벌 매출규모 및 비중

(단위 : 백만 달러)



※ 출처 : LIMA Annual Global Licensing Industry Survey 2017 Report

(2) 캐릭터·엔터테인먼트 분야 주요 라이선싱 사업자

■ 디즈니, 세계 최대 라이선싱 사업자

- License Global magazine이 매년 발표하는 <Top 150 Global Licensors>에 따르면, 2018년에도 디즈니는 부동의 1위를 차지했음. 디즈니 IP를 활용한 라이선싱 제품의 매출규모는 전년대비 36억 달러 하락한 530억 달러를 기록했지만, 2위와의 차이는 무려 29억8천만 달러에 달해 명실 공히 글로벌 라이선싱 1위 기업의 위상을 확실히 했음
- <스타워즈> <어벤져스> <스파이더맨> <카> 등의 프로퍼티에 더해 미키마우스, 미니마우스 등의 클래식 캐릭터, 픽사 스튜디오의 영화들, 게임 타이틀, ESPN, ABC텔레비전 등의 프로퍼티는 지속적으로 최고의 엔터테인먼트 콘텐츠를 생산해 내고 있음
- 2017년 디즈니는 <스타워즈: 라스트 제다이> <미녀와 야수> <가디언즈 오브 갤럭시 Vol.2> <코코> <모아나> <닥터 스트레인지> 등 다수의 블록버스터를 선보이며 브랜드 라이선싱 분야에서 두각을 나타냄
- 또한 디즈니는 2017년 12월 21세기폭스엔터테인먼트의 영화 및 TV사업부문에 대한 인수합병을 시작했고 2019년 3월 713억 달러에 인수계약을 마무리해 21세기폭스의 라이브러리 또한 디즈니 산하의 IP로 활용할 수 있게 됐음
- 디즈니 외에 캐릭터·엔터테인먼트 분야 Top 10 라이선싱 사업자로 이름을 올린 엔터테인먼트 기업들로는 유니버설 브랜드 디벨롭먼트, 워너브라더스 컨슈머 프로덕츠, 니켈로디언이 있으며 완구회사 해즈브로는 매출규모 71억 달러로 5위에 랭크

[표 II-1] 2017년 캐릭터·엔터테인먼트 분야 TOP 10 사업자¹⁾

(단위 : 억 달러)

No	업체명	매출규모
1	The Walt Disney Company	566
2	Meredith Corporation	232
3	PVH Corp.	180
4	Universal Brand Development	73
5	Hasbro	71
6	Iconix Brand Group	70
7	Warner Bros. Consumer Products	70
8	Major League Baseball	55
9	Nickelodeon	55
10	Authentic Brands Group	53

※ 출처 : License Global magazine

▣ 산리오, 헬로키티 라이선스 프로그램 확대

- 산리오는 대표 캐릭터 <헬로키티>를 포함하여 <아그레츠코(Aggretsuko)>, <와글와글 친구들(Mr. Men Little Miss)>, <구데타마(Gudetama)> 캐릭터의 라이선스 프로그램을 확대함



- 특히, 헬로키티 카페 트럭, 헬로키티 카페 팝업 컨테이너 등 식음료 분야를 강화하고 패키지 상품 등으로 새로운 기회를 모색함. 여기에는 헬로키티 레스토랑 프로모션이나 미국 플로리다 유니버설 스튜디오 헬로키티 매장에서 판매되는 캐릭터 상품 구색을 다양하게 갖추는 방안 등이 포함됨

1) 라이선스 제품의 연간 소매 매출액 기준

- 올랜도 유니버설 스튜디오에 헬로키티 매장이 문을 연 것은 2016년 2월이며 2018년에는 할리우드 유니버설 스튜디오에도 입점할 예정. 유니버설 스튜디오 타이틀의 삽입한 캐릭터 상품 등 유니버설과 산리오는 공동제품 개발을 위해 협력함

■ 세사미 워크숍, 테마파크 오픈

- 세사미워크숍과 씨월드 엔터테인먼트는 두 번째 세사미 테마파크 'Sesame Place' 개발을 위해 라이선스 파트너십을 2031년까지 연장함. 첫 번째 Sesame Place는 필라델피아 랭혼에 위치하고 있음
- 2021년 오픈 예정인 신규 테마파크는 정확한 로케이션이 밝혀지지 않은 채로, 다양한 놀이기구와 워터 슬라이드 등이 설치되며 캐릭터 쇼, 퍼레이드 등 이벤트와 공연으로 꾸며질 예정

(3) 글로벌 인기 캐릭터·엔터테인먼트 브랜드

- LIMA에서 발간하는 Kidz Global Study는 전 세계 40여개국 어린이를 대상으로 인기 브랜드 조사를 진행함. 그 결과 미국에서는 TV쇼, 영화, 카툰 브랜드의 인기가 높았으며 연령에 따라 선호 브랜드는 차이를 보임. 스파이더맨, 레고, 스폰지밥, 미키마우스, 해리포터, 바비, 톰과 제리 등의 캐릭터·엔터테인먼트 브랜드가 Top 10에 포함됨. 출판 카테고리에서는 해리포터, 디즈니 프린세스, 미키마우스 등의 언급 빈도가 높았고 카툰 시리즈에서는 스폰지밥, 톰과제리, 미키마우스, 퍼피 구조대 등이 인기 브랜드로 꼽힘

[표 II-2] 미국 어린이용 인기 브랜드

No	0-2세	3-6세	7-9세	10-14세
1	Mickey Mouse	Spider-Man	Nike	Nike
2	Paw Patrol	Paw Patrol	LEGO	Harry Potter
3	Batman	Barbie	Harry Potter	Batman
4	Fisher Price	Mickey Mouse	Batman	Spider-Man
5	Sesame Street	Nike	Barbie	Adidas
6	Frozen	LEGO	Adidas	SpongeBob
7	Peppa Pig	Peppa Pig	SpongeBob	LEGO
8	SpongeBob	Batman	Spider-Man	Tom & Jerry
9	Mickey Mouse Clubhouse	Frozen	Minecraft	Justin Bieber
10	Cars	Adidas	Superman	Superman

※ 출처 : Kidz Global Study(LIMA/2017.8)

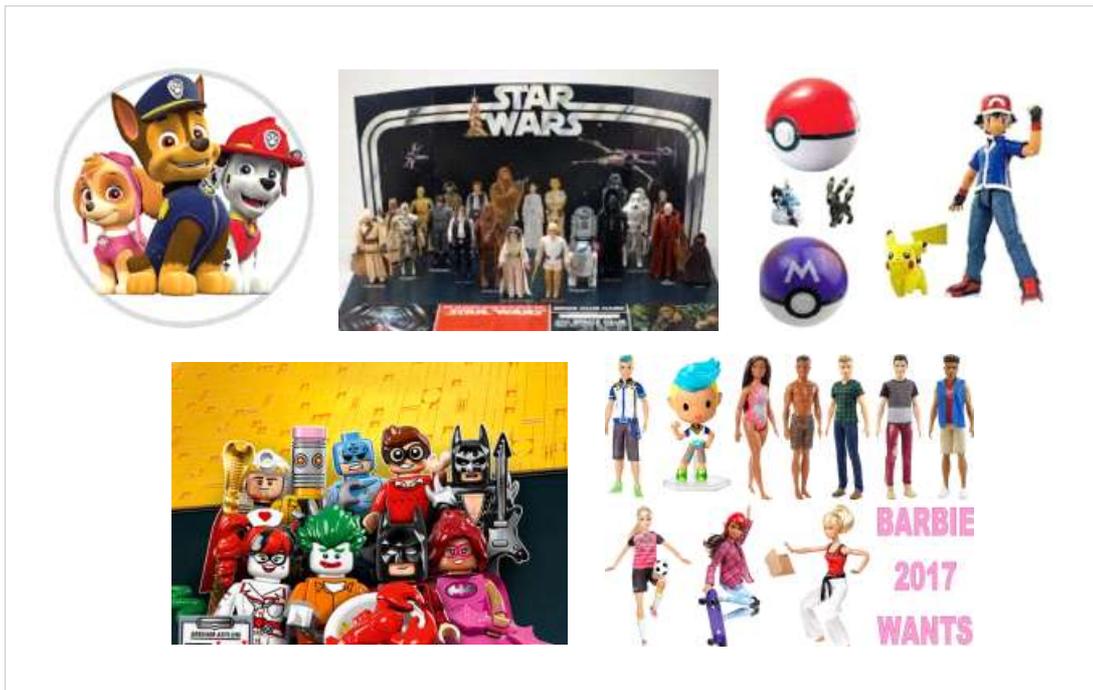
- 글로벌 시장에서 판매되는 완구 제품의 27%는 라이선스 제품이며 멕시코는 그 비중이 34%로 가장 높음. 라이선스 완구 제품은 일반 완구보다 가격이 높으며 지역에 따라 인기 있는 브랜드는 지역별로 차이를 보임

- 가장 인기 있는 완구 IP는 스타워즈이며, 배트맨 역시 <LEGO Batman movie>의 영향으로 완구 제품의 인기가 높음. 2016년 모바일 게임 ‘포켓몬 Go!’로 폭발적 인기를 얻은 포켓몬이 2위를 기록했고, 최근 부활절 시기의 이벤트와 영화 <명탐정 피카츄> (2019년 5월 개봉)의 영향으로 포켓몬스터 브랜드의 인기가 더욱 높아짐

[표 II-3] 글로벌 인기 완구 IP

순위	IP	순위	IP
1	Star Wars	6	Batman
2	Pokémon	7	Hot Wheel
3	Nerf	8	LEGO City
4	Barbie	9	LEGO Star Wars
5	Paw Patrol	10	Playmobil

※ 출처 : The NPD Group(2017.10)

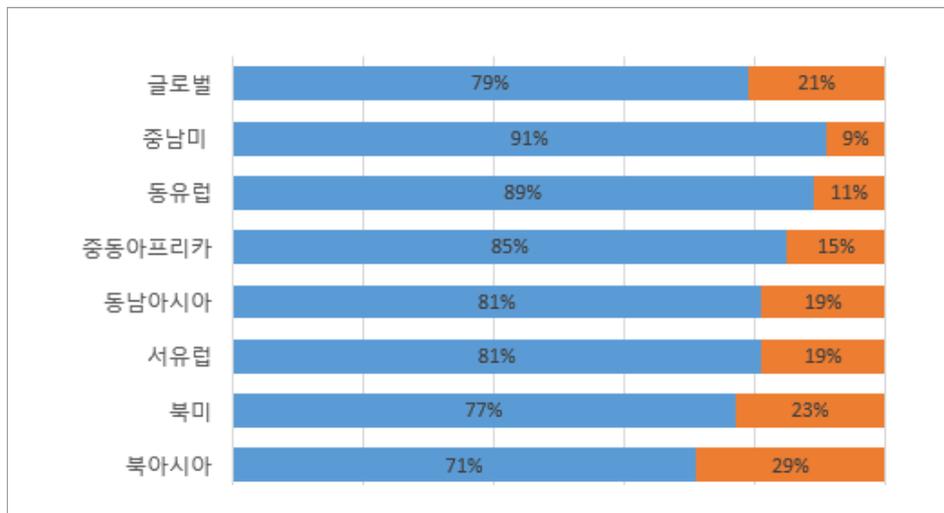


3. e-커머스, 디지털화와 라이선싱 산업

(1) e-커머스, 라이선싱 상품 매출의 핵심 유통 채널

- e-커머스의 성장은 라이선싱 제품 유통 및 관련 서비스 산업에도 큰 영향을 미침. LIMA에 따르면 2016년 라이선싱 제품 유통의 21%가 온라인 채널을 통해 이루어졌으며, 온라인을 통한 매출 비중은 2년 전보다 5% 가량 증가함

[그림 II-6] 2016년 권역별 라이선싱 제품 유통채널별 매출비중



※ 출처 : LIMA Annual Global Licensing Industry Survey 2017 Report

- 온라인 유통이 가장 활성화된 지역은 중국이 포함된 북아시아권으로 중국에서는 라이선싱 상품 매출의 40%가 인터넷을 통해 이뤄짐. 중국의 대표적인 온라인 쇼핑 사이트 알리바바는 가상현실, 라이브 스트리밍 등 새로운 방식을 도입하고 콘텐츠, 소셜 경험 등을 강화하는 전략으로 플랫폼의 변화를 추구하여 고객층을 확대하는 동시에 소비자 충성도를 높일 수 있었음.
- 알리바바의 티몰은 4억 5,000만 명의 가입자를 보유한 세계 최대 온라인 쇼핑사이트로 성장함. 2016년 알리바바 쇼핑축제 행사 ‘싱글데이(11월 11일)’의 매출액은 178억 달러로 이는 전년 행사보다 32% 증가한 것이며 미국의 블랙데이 매출총액보다는 50억 달러가량 높은 수치임



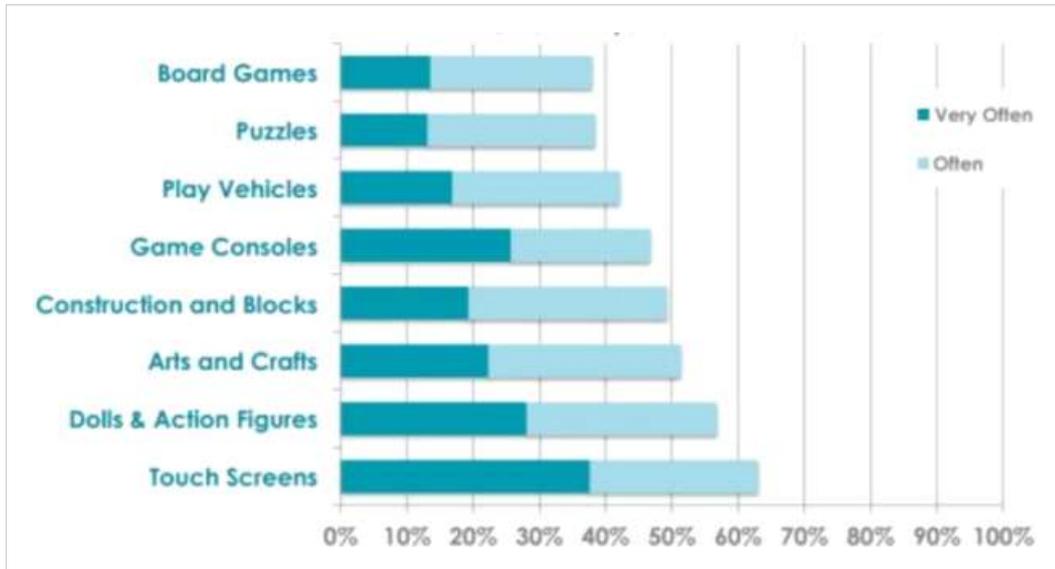
알리바바 티몰 싱글데이 행사

- 미국에서 라이선스 상품의 온라인 매출비중은 28%로 LIMA 조사 응답자 중 56%가 아마존에서 상품을 구매하며 중국 응답자 중에서는 97%가 티몰을 이용한다고 답함. 또한 응답자 28%가 온라인 쇼핑몰 이용이 늘면서 오프라인 매장 방문 횟수가 줄었다고 답함

(2) 유튜브, 모바일 게임, 어린이 완구 시장 잠식

- 글로벌 완구유통업체 토이저러스의 파산 신청의 배경으로 e커머스와 디지털 산업의 성장을 꼽을 수 있음. 아마존 같은 거대 온라인 업체가 라이선스 제품의 주요 유통 창구로 급부상했고 그 영향으로 전통적 유통 사업자들의 매출이 감소함. 전자상거래 업체들의 성장에 위협을 느낀 월마트, 타깃 등 오프라인 소매업체들은 잇따라 가격 할인에 나섰다 이 역시 토이저러스에게 부담으로 작용함.
- 유통 사업자뿐만 아니라 레고, 마텔 등 전통적인 완구 제조업체들 역시 매출 하락을 경험했는데 레고는 상반기 매출 부진으로 인원감축을 결정했으며 마텔의 상반기 매출은 6.4% 감소함. 완구 제조사들의 매출 부진은 스마트기기가 어린이들의 장난감을 대체하고 있음을 보여주는 결과임

[그림 II-7] 어린이 놀이도구별 이용 시간



※ 출처 : Michael Cohen Group(2014), 3-12세 아동 학부모 300명 대상 조사 결과 어린이들의 장난감으로 전통적 완구보다 터치스크린(62%)이 더 높은 비중을 차지함

- 반면 다른 글로벌 완구업체 해즈브로는 2017년 1분기 매출이 전년동기 대비 2% 증가한 8억 4,900만 달러를 기록하면서 마텔을 제치고 업계 1위로 올라섬. 해즈브로는 디즈니 인기 캐릭터의 권한을 취득하여 라이선스 비즈니스를 강화하는 한편, 디지털 게임 투자 등으로 이 같은 성과를 이끌어 낼 수 있었던 것으로 평가됨. 마텔은 주력 상품인 바비인형의 인기가 주춤해졌고 디즈니 캐릭터 판권을 해즈브로에 넘겨주면서 라이선스 매출도 감소함

(3) 디지털 미디어 업체 라이선싱 시장 진출

- 라이선싱은 상품을 판매하는 것을 넘어 마케팅 도구, 고객과의 커뮤니케이션 수단으로 그 중요성이 높아지고 있으며 브랜드 인지도 및 고객층 확대를 위해 온라인 플랫폼을 기반으로 하는 업체들도 오프라인 시장 진출을 꾀함
- 최대 온라인 쇼핑몰 사업자인 아마존은 자체 스튜디오를 통해 TV쇼와 엔터테인먼트 프로그램 개발을 하고 있으며 인기 프로그램의 캐릭터 상품을 구매하고자 하는 수요가 발생함. 아마존은 <Tumble Leaf>, <The Stinky and Dirty Show>, <Wishenpoof>, <Creative Galaxy>, <Just Add Magic> 등 미취학 어린이용 콘텐츠 시리즈의 라이선싱 프로그램을 위한 파트너 업체를 찾기 위해 라이선싱 엑스포에 참여하기도 함. 캐릭터 제품들은 기본적으로 아마존 닷컴을 통해 온라인 판매가 되겠지만 이뤄지지 않으면 8개의 오프라인 매장은 고객과의 소통 창구 역할을 할 것임



아마존 오리지널 시리즈 캐릭터 상품

- 앞서 “완구 제조사들의 매출 부진은 스마트기기가 어린이들의 장난감을 대체하고 있음을 보여주는 결과”라고 언급됐는데 반대로 게임, 스마트기기, 동영상 스트리밍이 완구시장에 반대로 수요를 창출시키는 역할을 하기도 함. 대표적으로 게임 ‘마인크래프트’는 디지털 콘텐츠의 피지컬 프로덕트에 대한 수요를 받아들여 레고 브랜드 내에 마인크래프트 상품 라인을 오픈하기로 결정함. 비디오 게임, 온라인 게임은 라이선싱 머천다이즈, 컨슈머 프로덕트 산업에서 영화, TV, 코믹스가 제공하던 IP의 영역에 포함되어 가고 있음

(4) 다양한 파트너십을 통한 공동브랜딩

- 기술의 발전으로 소비자들은 무한대에 가까운 재화와 서비스를 클릭 몇 번으로 구매할 수 있게 됐기에 브랜드들은 온라인을 통해 제품을 판매하고 소셜미디어 마케팅으로 인지도를 높이는 것 외에도 브랜드 가치를 증명하기 위한 혁신적이고 의미있는 노력이 요구됨
- “브랜드X브랜드”로 표기되는 형태의 공동브랜딩은 2개 이상의 브랜드가 공동으로 제품을 제작하고 새로운 가치와 재산을 창출하는 마케팅 전략을 말함. 공동브랜딩은 과정 중에 참여하는 브랜드의 라이선싱에 대한 양해가 필요하지만, 이미 타킷 소비자에 침투한 브랜드와 유니크한 셀링 포인트를 가진 신규브랜드가 함께 시너지 효과를 창출함
- 아디다스는 파트너십을 통한 공동브랜딩을 다양한 각도에서 진행하는 브랜드로 일본 코믹스 <드래곤볼Z>와 코브랜딩한 디자인의 러닝화를 내놓는가 하면 글로벌 해양환경보호 단체 팔리 포 더 오션(Parley for the Oceans)과의 협업을 바다에 버려진 플라스틱 폐기물을 재활용해 아디다스 울트라부스트 팔리 스니커즈를 만들었음. 또한 한국을 포함해 세계를 투어하며 관련한 행사(마라톤)을 개최해 해양 오염에 대한 인식을 높이고 브랜드 가치도 동시에 높였음

4. 국내 캐릭터콘텐츠 미주 지역 진출 유형별 사례

(1) 애니메이션 기반: <출동! 슈퍼윙스>

- 퍼니플렉스의 <출동! 슈퍼윙스>는 북미, 유럽의 글로벌 메이저 시장과 중국 신흥 전략시장 진출을 위해 2011년 시즌 1의 기획 단계부터 세계 시장에 초점을 맞춘 프로젝트임. 북미 시나리오 작가가 집필 및 검수를 담당했고, 중국 최대 엔터테인먼트 기업인 알파와 공동으로 제작. 방영권 판매에 있어서는 각 국가별로 점유율이 일정 정도 이상인 중요 어린이채널만 선별하였고, 미국 및 남비의 어린이 전문채널에서 프라임타임 시간대에 방영됐음. 언어에 있어서도 영어로 먼저 녹음하여 제작한 뒤 현지어로 변경하는 방식을 통해 최적화된 더빙 결과물을 만들었음
- <출동! 슈퍼윙스>의 완구사업은 알파그룹이 담당해 알파그룹 산하의 아울디 토이즈가 완구를 제조해 전 세계에 판매했음. <출동! 슈퍼윙스> 완구는 2017년 상반기까지 전 세계적으로 약 1억5,000만 달러의 판매고를 올렸으며, 라이선싱의 경우 북미에서는 넬바나, 남미는 엑심, 프랑스는 넬바나, 독일은 엠포이 등 각 지역 최대의 콘텐츠 라이선싱 에이전트를 통해 사업을 전개했음
- 2017년 2월에는 <슈퍼윙스>의 유튜브 채널을 개설했음. 슈퍼윙스의 캐릭터 제트는 2017년 11월 메이시 백화점의 추수감사절 퍼레이드에도 등장했음



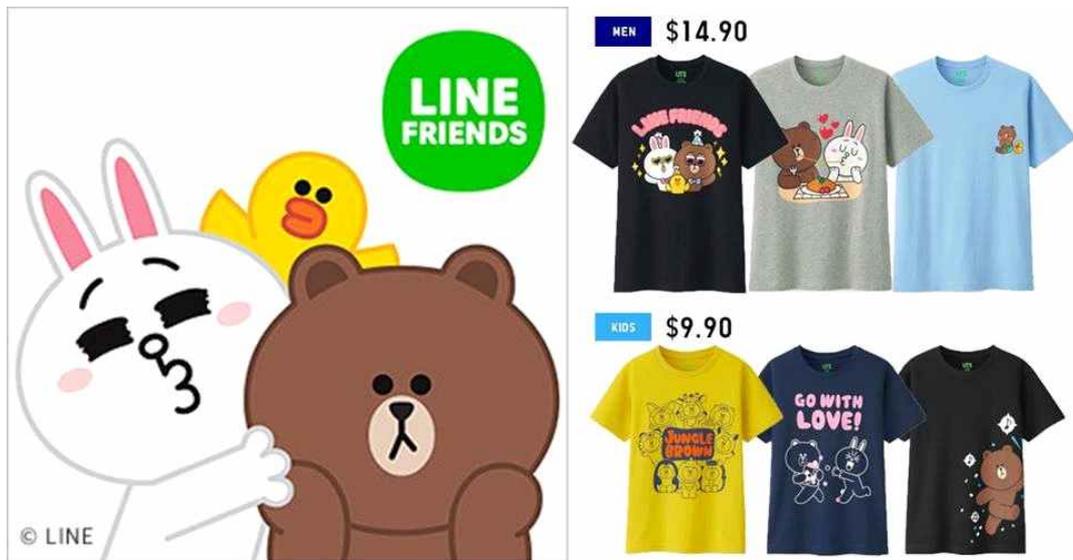
Auldey Toy에서 제작한 <슈퍼윙스> 완구. 토이저러스, 월마트, 타겟에서 판매됨

(2) 앱 기반 캐릭터: 핑크퐁 상어가족

- ‘핑크퐁’은 스마트스터디의 유아 교육 콘텐츠 플랫폼으로 동요와 동화 등을 애니메이션 콘텐츠로 제공. 이 중 동요콘텐츠인 <상어가족>은 친숙한 멜로디를 가진 후크송으로, 유아뿐 아니라 청소년, 성인층에서도 인기가 높으며 유튜브가 주된 유통 및 마케팅 플랫폼이 된 이유로 다양한 국가와 다양한 인종들로부터 사랑받고 있음
- <상어가족>은 2015년 11월 유튜브를 통해 출시됐는데, 유튜브에서뿐만 아니라 음원차트에서도 최고 순위에 오르는 등 꾸준한 인기를 누리고 있음. 한국어, 영어, 중국어, 일본어, 스페인어 등 5개 국어로 제작, 글로벌 누적 조회수가 10억 건을 넘어섬
- <핑크퐁>은 미국과 중국을 비롯한 160개국 이상의 앱 마켓에 노출돼 있음. 누적 다운로드가 1억 5,000만 건이고 110개국 이상에서 교육 카테고리의 상위에 랭크되어 있음. 특히 인도네시아의 <상어가족>은 율동과 노래를 따라하는 영향으로 SNS에서 인기를 끌었음. 각종 쇼 및 테마파크, 뮤직 페스티벌에서 DJ가 샘플링하는 등 호응

(3) 이모티콘 기반 캐릭터: 라인프렌즈

- 라인프렌즈는 전 세계적으로 2억 명 이상이 사용하는 모바일 메신저 ‘라인’의 이모티콘 캐릭터로 시작되었음. ‘브라운’ ‘초코’ ‘코니’를 대표 캐릭터로 하는 라인프렌즈는 단순한 모바일 캐릭터가 아니라 스토리텔링이 가능하도록 각 캐릭터의 특성을 연계 시키고 점차 스토리를 확장하는 방식으로 캐릭터 인지도를 강화한 것이 주요 성공 요인으로 꼽힘
- 라인프렌즈는 ‘디즈니와 같은 글로벌 캐릭터 브랜드’를 목표로 글로벌 오프라인 매장을 지속적으로 확장하는 한편, 2017년 8월 미국 내 첫 정규매장을 뉴욕 타임스스퀘어에서 개관함. 뉴욕 매장은 430㎡ 규모로 440여종의 상품을 판매하며 라인프렌즈 캐릭터를 체험하는 오락 공간인 ‘캐릭터룸’을 갖춘. 라인프렌즈는 한국을 포함하여 일본, 태국, 홍콩, 인도네시아 등 11개국에 80여개의 매장과 카페를 운영하고 있으며 이번 북미 지역 진출을 통해 글로벌 확장을 꾀함. 타임스스퀘어는 미국인들뿐만 아니라 해외 관광객이 즐겨 찾는 명소로 캐릭터 상품을 판매하는 공간일 뿐만 아니라 브랜드 체험을 할 수 있는 공간으로 구성됨



유니클로에서 라인프렌즈 캐릭터로 만든 그래픽 티셔츠, 유니클로는 이 외에도 미키마우스, 건담, 바스키아, 앤디워홀 등 다양한 IP와의 공동브랜드를 정기적으로 진행함

- 또한 라미, 록시땅, 유니클로, 몰스킨, 파버카스텔 등 해외 유명 브랜드와의 협업을 진행하며 글로벌 성장세를 이어가고 있음.

(4) 순수 캐릭터: 몰랑

- 2010년 윤혜지 작가의 개인 블로그에서 시작된 <몰랑>은 통통한 토끼의 귀여움과 절제된 행위를 통해 팬덤을 형성하며 청소년층과 여성들 사이에서 인지도를 확산
- <몰랑>의 이모티콘이 한국에서 매달 약 16만 건, 중국에서도 매달 약 30만 건의 다운로드를 기록하면서 디지털 콘텐츠에 대한 관심이 점차 캐릭터 상품화의 사업적 기회요소가 됨. 프랑스 제작사가 <몰랑>을 애니메이션 콘텐츠로 제작하면서 <몰랑>은 애니메이션 콘텐츠로 확장하게 됐고, 프리스쿨 및 틴에이저를 타겟으로 하는 애니메이션으로 150개국에 판매됐음



<몰랑> 캐릭터 머천다이즈

- <몰랑>은 미국에서 마스토 토이 계약과 더불어 패션용품, 영유아용품 등에서 상품화 사업을 전개하고 있음. 유럽에서도 마스터 토이 계약을 통해 의류를 비롯한 생활용품, 출판, DVD판매, 게임 등의 분야에서 다양한 사업을 하고 있음