Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

—

미국
콘텐츠
산업동향

Content Industry
Trend of USA

Vol. 14

2018

미국 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF USA

2018년 14호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	▶ 『미국 키덜트 시장 현황과 향후 전망』 ⇒ 미국 내 키덜트 시장의 최근 동향을 알아봄과 함께, 어떠한 콘텐츠들이 강세를 보이고 있는지 살펴보고, 더불어 향후 키덜트 시장의 전망에 대하여도 알아보고자 함	키덜트

2018. 07. 27

한국콘텐츠진흥원
미국비즈니스센터

심층이슈

『미국 키덜트 시장 현황과 향후 전망』

◉ **작성취지**

- 미국 내 키덜트 시장의 최근 동향을 알아봄과 함께, 어떠한 콘텐츠들이 강세를 보이고 있는지 살펴보고, 더불어 향후 키덜트 시장의 전망에 대하여도 알아보고자 함

◉ **작성순서**

- 키덜트(Kidult)란 무엇인가?
- 키덜트의 특징
- 키덜트 시장 현황
- 향후 전망

1. 키덜트(Kidult)란 무엇인가?

- 키덜트(Kidult)는 어린이를 의미하는 Kid와 성인을 의미하는 Adult의 합성어로, 어른이 되었음에도 어린 시절의 문화와 감성을 향유하는 사람들을 의미함
- 키덜트라는 표현은 IT업계 종사자였던 짐 워드 니콜스가 뉴저지 소재 스티븐슨 공과 대학에 재학 중이던 1980년에 처음 사용함[1)]
- 어린이를 대상으로 한 상품이나 문화가 다양한 만큼, 키덜트 시장의 범위나 소비 패턴 역시 다양함. 일반적인 장난감과 문화 콘텐츠의 소비는 키덜트 시장과 유사점이 많으나, 다만 주 고객층이 구매력이 뛰어난 20대 중후반에서 40대까지 이른다는 점이 특징적임

1) Kim, J. H., Kim, Y. M., Kim, M. G., & Song, E. J. (2015). Kidult contents development using mobile augmented reality. *Indian Journal of Science and Technology*, *8*(S9), 518-525

[그림 1] 액션피규어를 판매하는 미국의 온라인 쇼핑몰 Entertainment Earth (출처: Entertainment Earth)

- 영국 텔레그라프 지에서 20대 중후반에서 40대의 범위를 넘어 베이비 붐 세대가 키덜트 상품의 소비자 그룹 중 5위를 차지했음을 보도한 바 있는데 이는 키덜트 시장의 타겟 연령층이 상당히 넓게 펼쳐져 있음을 시사함[2)]
- 미국에서는 키덜트라는 용어보다 특정 브랜드에 충성도가 높은 성인 고객을 지칭하는 표현을 사용함. 또한 취미의 몰입 정도에 따라서 부르는 용어가 다름. 예를 들어 레고의 경우에는 Adult Lego enthusiasts, Adult fan of Lego, Adult Hobbyist of Lego등의 표현이 존재함[3)]

2) Kelly, Guy (April, 10, 2017) Rise of the 'kidults': why toys are no longer just for children. Retrieved from: https://www.telegraph.co.uk/men/the-filter/rise-kidults-toys-no-longer-just-children/

3) https://www.brothers-brick.com/lego-glossary/

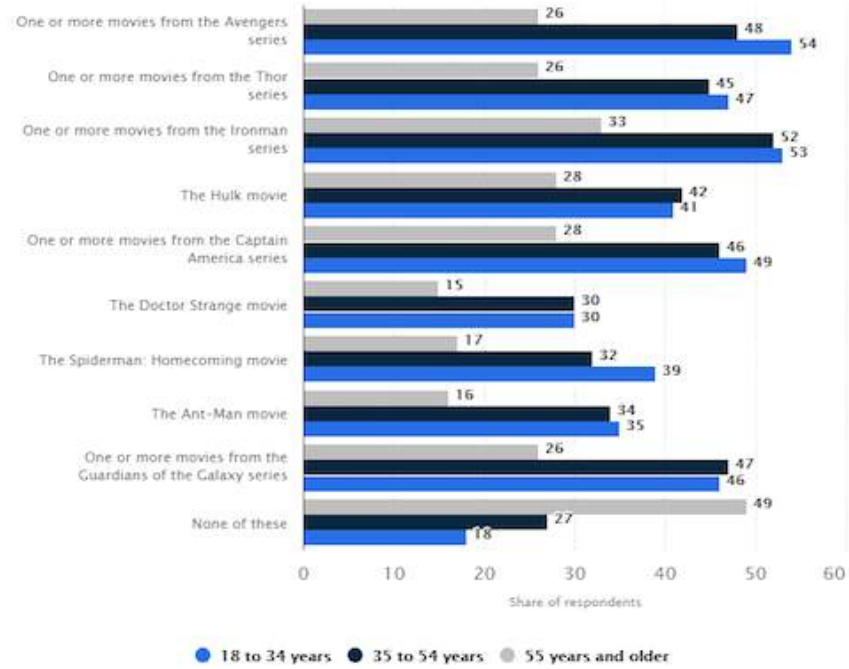
2. 미국 키덜트의 특징

- 미국 내 출산율은 지속적으로 감소하는 추세이며, 이는 전 인종에 걸쳐 일관적으로 나타나는 추세임
- 그럼에도 불구하고 장난감과 게임 세일즈는 지속적인 상승세를 보이는데[4] 이는 어린이들을 위한 장난감 소비는 감소할 가능성이 높은 반면, 어린이를 제외한 다른 연령층들이 소비하는 장난감이나 게임의 매출이 상승했을 가능성을 보여줌

[그림 2] 2017년 샌디에이고 코믹콘 컨벤션장 내부 (출처: Publishersweekly.com)

- 게임이나 장난감의 매출이 증가한 데에는 게임-장난감의 개별 단가 가격 상승, 10대들의 활발한 소비 등과 같은 요소들의 영향도 있겠지만 출산율 감소와 장난감-게임 매출 증가라는 두 요소가 현재 키덜트 시장에 유의미한 영향을 미친다는 것을 부정할 수 없음

4) https://www.toyassociation.org/ta/research/data/annual/toys/research-and-data/data/annual-us-sales-data.aspx



[그림 3] 마블 스튜디오 수퍼히어로 영화의 연령별 소비 점유율 (2018년 2월 기준, 출처: statista.com)

- 미국 내 딩크족과 1인가구의 증가는 일반적인 가정에서의 소비패턴과는 달리, 개인의 취향과 취미를 위한 소비를 즐기는 경향이 있음. 이는 키덜트 족의 소비를 포함한 전반적인 취미 생활과 관련한 지출의 비중 증가를 시사함
- 아동들의 전유물로 여겨졌던 애니메이션이나 관련 캐릭터 산업은 어른들도 함께 즐길 수 있는 문화 콘텐츠로 인식이 전환되면서, 성인 소비자들 역시 자신을 위한 소비로서의 애니메이션 관람이나 캐릭터 상품 구매가 과거에 비해 상승함
- 출산율이 낮아지고 있는 추세이지만, 급속한 출산율 감소를 보였던 2000년대 이전 시대인 1990년대 초중반에 출생한 인구가 키덜트 시장의 타겟으로 들어오기 시작함. 향후 20년간 키덜트 문화의 중심 소비축을 형성할 가능성이 큼

- 키덜트 문화는 기존 어린이 대중문화에서 존재하는 장르들을 다수 포함함. 다만 소비층이 구매력이 뛰어난 성인들에 집중되어 있다는 점이 특징임. 어린이 소비층의 경우, 성장주기에 따라 소비 취향이 쉽게 달라지는 것과 달리, 키덜트 소비자들이 보이는 꾸준한 취향과 소비 패턴은 어린이 대상 시장과는 구별되는 차이점으로 여겨짐

3. 키덜트 시장 산업 규모

- 2015년 발표된 연구에 따르면, 미국의 키덜트 문화와 관련한 산업의 규모는 원화로 약 12~13조원 규모로 추산됨[5)]
- 한국에서 일반적으로 알려져 있는 피규어(Figure)는 미국에서 액션 피규어(Action Figure)라는 명칭으로 자주 불리고 있음

[그림 4] 디즈니 인피니티에서 사용하는 피규어와 게임 컨트롤러 (출처: The Verge)

5) Kim, J. H., Kim, Y. M., Kim, M. G., & Song, E. J. (2015). Kidult contents development using mobile augmented reality. *Indian Journal of Science and Technology*, *8*(S9), p. 519

- 미국 장난감 협회는 액션 피규어와 관련 액세서리의 미국 내 매출은 2013년에는 12억 5천만 달러, 2014년에는 13억 4천만 달러, 2015년에는 14억 5천만 달러, 그리고 2016년에는 전년대비 다소 주춤한 14억 4천만 달러를 기록하며 꾸준한 성장 추이를 보임을 보고함
- 디즈니 인피니티의 경우, 게임 콘텐츠와 함께 피규어를 사용하여 게임을 즐기도록 개발함. 게임을 즐기기 위한 피규어 구매도 상당하지만, 피규어 자체를 수집하기 위한 소비도 상당함. 이는 키덜트 굿즈와 콘텐츠를 연계하여 매출을 올리려는 노력의 일환으로 볼 수 있음
- 최근에는 드론이나 RC 카 등 무선 조종기능을 이용한 키덜트 장난감의 소비 또한 주목할 만 함
- 드론의 경우 2018년에 약 1000만개의 드론이 전 세계에 걸쳐 판매 될 것이라고 전망됨.[6)] 2020년에 이르면, 미국 내 드론 보급량이 700만개를 넘을 것으로 전망하기도 함[7)]
- 2017년 3월 기준으로, 드론 시장의 규모가 2020년에는 약 130억 달러 규모에 이를 것으로 예측되기도 함[8)]
- 콘텐츠적인 면에서는 기존의 애니메이션 및 캐릭터 콘텐츠들이 성인들도 함께 즐길 수 있는 콘텐츠로 인식되면서 소비자 연령층이 훨씬 넓어짐
- 샌디에이고 코믹콘과 같은 행사는 키덜트 시장에서는 중요한 행사로 볼 수 있음. 해마다 참가 인원수가 꾸준히 증가하여 2017년 기준으로는 약 13만명 가량의 참가인원을 기록함

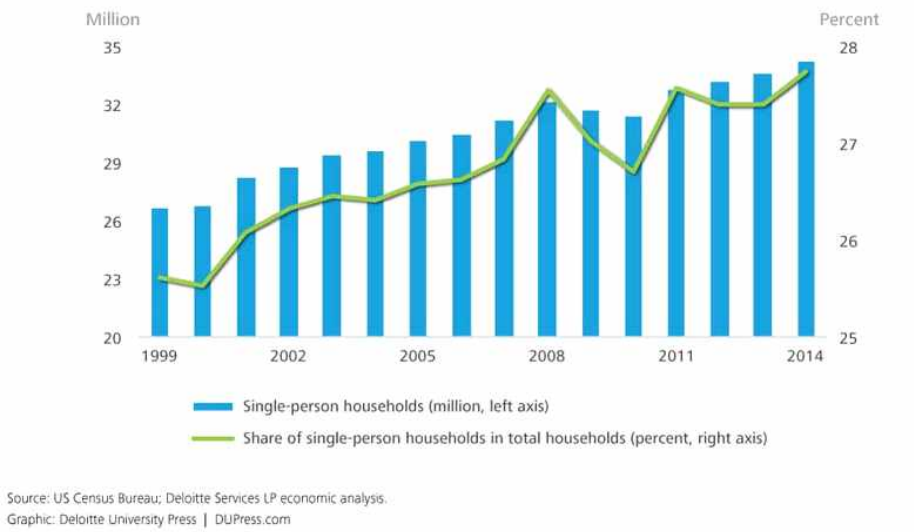
4. 향후 전망

- 20-40대 소비층이 존재하는 한 키덜트 시장은 꾸준한 구매층이 존재하게 될 것임
- 과거에는 키덜트와 같이 어린 시절의 취미와 감성을 성인이 되어서도 유지

6) Kasteloo, Haye (April, 5th, 2018) Strong growth in drone sales sparks interest of schools, colleges and universities. Retrieved from: https://dronedj.com/2018/04/05/strong-growth-in-drone-sales-sparks-interest-of-schools-colleges-and-universities/

7) https://expandedramblings.com/index.php/drone-statistics/

8) Goldberg, Steve (March, 2017) How drones are shooting movies, fighting wildfires, and hanging out with Martha Stewart. Retrieved from: https://www.inc.com/magazine/201703/steve-goldberg/drone-force-infographic.html



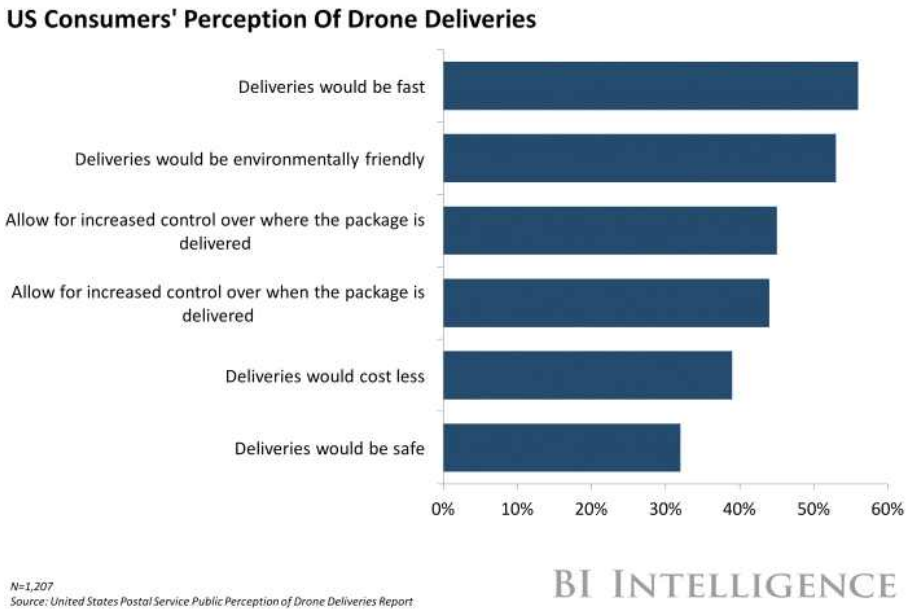
[그림 5] 미국 내 1인 가구 수 변동 추이 (출처: Deloitte)

하는 현상을 피터팬 신드롬이라고 지칭할 정도로 부정적으로 인식되는 경향이 있었음. 하지만 코믹콘과 슈퍼히어로 영화의 연속적인 성공으로 인해 어른들도 함께 즐길 수 있는 문화라는 인식이 생기게 되어 키덜트 성향을 숨기고 있던 사람들도 취미 생활을 더욱 편하게 즐길 수 있는 정서적 발판이 마련됨

- 개인의 취향과 취미를 위한 소비를 즐기는 경향이 뚜렷한 딩크족[9]과 1인 가구의 증가[10]는 향후 키덜트 산업에 있어서 주요 고객층으로 대두될 가능성이 있음
- 1990년대 초 중반에 출생한 인구가 키덜트 시장의 타겟으로 들어오기 시작하지만, 기존 키덜트 족들을 대체 할 만큼 많지 않음. 장기적으로는 시장 규모가 감소할 우려가 존재하나, 콘텐츠 다변화, 새로운 굿즈 및 콘텐츠 공급, 상품 단가의 상승 등으로 시장 규모를 유지할 수 있는 방법이 있음
- 미국에서는 아직 유럽이나 아시아권 문화 같이 키덜트 장르를 독자적인 하나의 시장 카테고리로 인식하는 정도가 아직 높지 않으나, 그 점이 오히려

9) Bach. Caroline, (July, 23, 2015) The dual incom, no kids (DINK) lifestyle gains popularity. Retrieved from: http://www.wkow.com/story/29604344/2015/07/Wednesday/the-dual-income-no-kids-dink-lifestyle-gains-popularity.

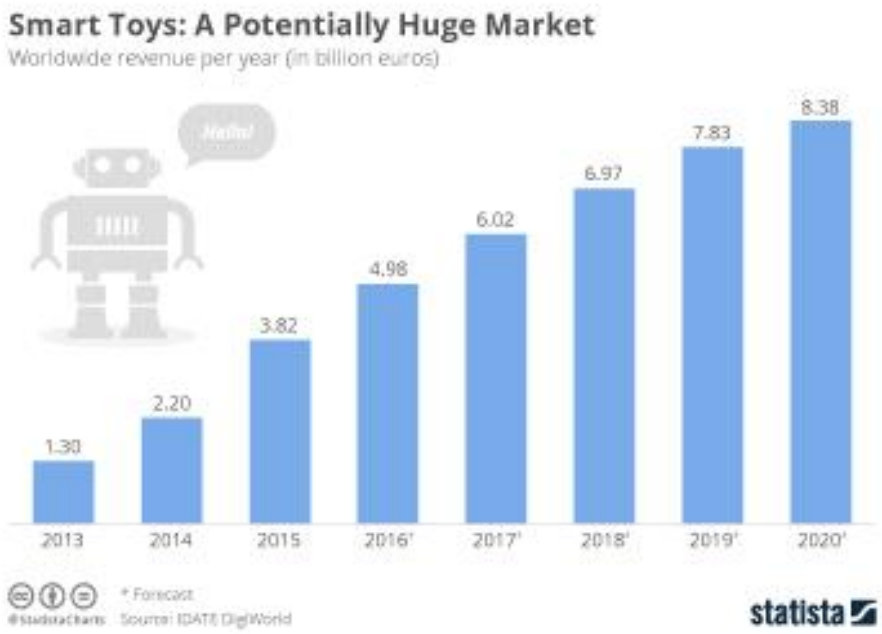
10)https://www2.deloitte.com/insights/us/en/economy/behind-the-numbers/single-person-households-and-changing-american-family.html



[그림 6] 미국 소비자들이 드론 딜리버리 서비스에 대해 갖는 인식 (출처: Business Insider)

블루 오션으로 작동할 가능성 있음. 하나의 시장, 그리고 트렌드로 인식 될 수 있도록 프로모션이 진행되어, 키덜트에 대한 인식도를 높인다면 충분히 독립된 시장으로 성장 할 가능성이 있음

- 키덜트라는 개념의 인식을 높임도 중요하지만, 키덜트시장의 정확한 의미정립도 필요함. 가령, 키덜트 시장 자체가 일반 어린이 장난감 시장과 어떻게 차별되는지, 구매품목에서의 차이가 두드러지는지, 일반 성인들의 취미생활과는 어떻게 콘텐츠 적인 면에서 구별되는 특징이 있는지가 제시되어야 함. 분명한 시장의 아이덴티티가 정립되지 않으면, 일반 마니아 문화, 장난감 소비문화와 다를 것이 없다고 인식될 가능성이 있음
- 기존 키덜트시장은 남성 소비자 쪽에 초점이 맞춰져 있는 경향이 있음. 여성 소비자들의 키덜트 취향 분석과, 이에 맞춘 상품, 콘텐츠 개발도 시장 확대가 가능한 영역임
- 키덜트 놀이문화에서 대표적으로 거론되는 드론의 경우, 향후 드론을 활용



[그림 7] 스마트 토이: 커다란 잠재적 시장, 연도별 매출 (단위, 10억 유로, 출처: Statista)

하여 여러 가지 시장 개발이 가능하다는 전망도 있음. 키덜트 문화에서 파생될 수 있는 시장 역시 키덜트 산업에 주목하고 있는 기업들이 관심을 기울여야 할 영역임

- 스마트 토이[11] 역시 키덜트 산업이 주목해야 할 영역으로, 로봇이나, 자동화 서비스와 연계된 장난감 산업이 주목 받을 것으로 예측 되고 있음. 현재 주로 소비되는 키덜트 콘텐츠들이 스마트 토이 형태로 출시될 경우, 다른 소비자층보다도 먼저, 구매력이 좋은 키덜트 소비자들의 많은 관심을 받을 것으로 예측됨

11) https://www.statista.com/topics/1108/toy-industry/

미국 비즈니스센터 담당자 연락처

- 김철민 센터장 : +1-323-935-5001 / cmkim@kocca.kr
- 엘리홍 과장 : +1-323-935-5001 / ehong@kocca.kr
- 권순형 주임 : +1-323-935-5001 / gavin@kocca.kr
- 이민영 주임 : +1-323-935-5001 / irene@kocca.kr

발행인 김영준
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)
전화 1566-1114
www.kocca.kr