

(5) 영화

캐나다의 2013년 영화시장은 전년대비 1.3% 증가한 32억 7,700만 달러로 집계되었다. DVD, 블루레이 대여사업자들의 매장 폐쇄가 증가하면서 홈비디오시장이 지속적으로 축소되고 있으나, 박스오피스의 수익 증가와 OTT시장 확대로 전체적인 시장 규모는 성장세를 보이고 있다. 향후 5년간 캐나다 영화시장은 연평균 1.8%의 안정적인 성장세를 보이며 35억 8,000만 달러 규모를 보일 것으로 전망된다.

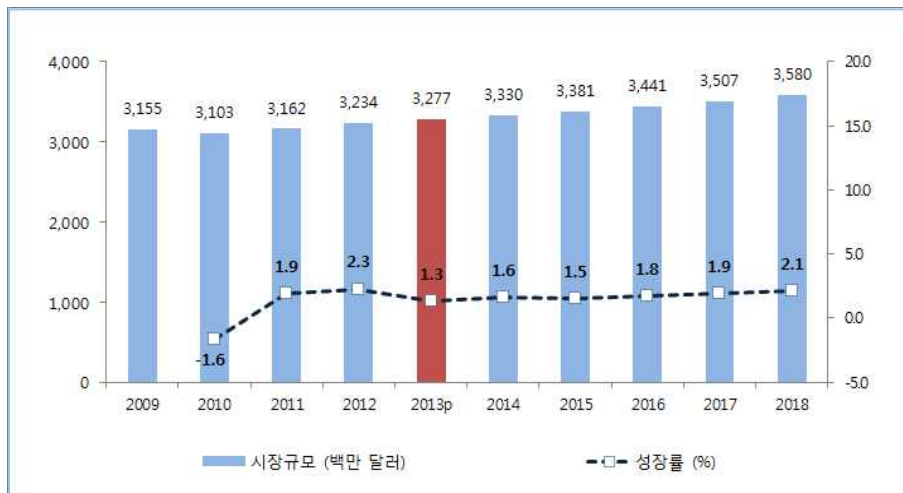
[표 3-9] 캐나다 영화시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
극장	1,109	1,161	1,140	1,214	1,256	1,299	1,344	1,389	1,435	1,464	3.1
박스 오피스	1,091	1,141	1,119	1,193	1,234	1,277	1,321	1,366	1,413	1,441	3.2
극장광고	19	21	21	22	22	22	22	22	22	22	0.9
홈비디오	1,901	1,783	1,706	1,633	1,550	1,474	1,389	1,303	1,219	1,140	△6.0
대여	414	346	313	282	255	231	209	190	173	157	△9.3
판매	1,487	1,437	1,394	1,351	1,295	1,244	1,180	1,113	1,047	983	△5.4
디지털 배급	145	159	316	387	472	557	649	749	853	975	15.6
OTT/ 스트리밍	0	0	141	195	260	332	413	501	600	720	22.6
TV 구독	145	159	174	191	212	224	236	249	252	256	3.8
합계	3,155	3,103	3,162	3,234	3,277	3,330	3,381	3,441	3,507	3,580	1.8

출처 : PwC(2014)

[그림 3-24] 캐나다 영화시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

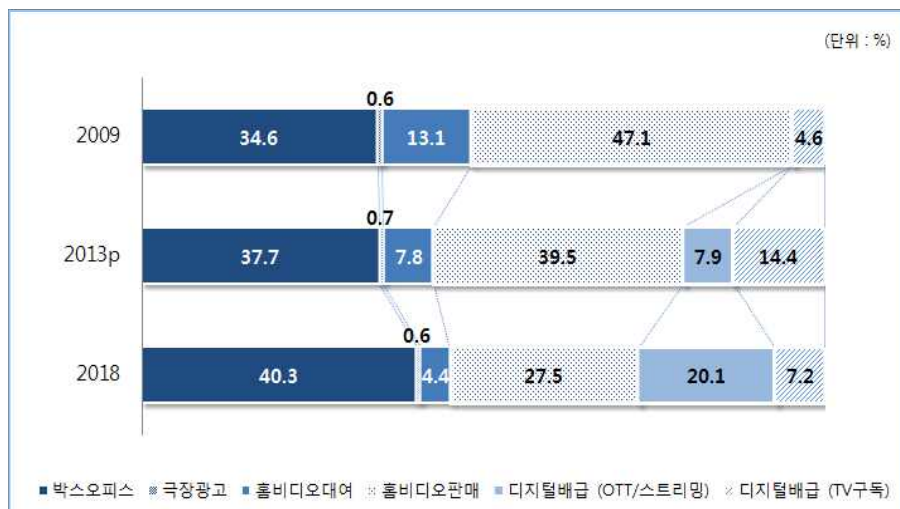
2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

2009년 캐나다 영화시장에서 가장 큰 비중을 차지한 것은 홈비디오시장으로 홈비디오 대여와 판매시장이 50% 이상을 차지했다. 그러나 디지털배급시장의 급격한 성장으로 인해 2013년 47.3%로 비중이 축소되었으며, 이러한 추세는 지속되어 향후 2018년에는 31.9%까지 줄어들 것으로 전망된다. 반면, 디지털배급시장의 점유율은 지속적으로 확대되어 2013년 22.3%에서 2018년 27.3%로 증가할 것으로 보인다.

[그림 3-25] 캐나다 영화시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

가. 박스오피스

캐나다의 박스오피스시장은 미국 영화와 외국 영화에 지배되고 있는 상황으로 자국 영화의 시장점유율은 2013년 2.3%에 지나지 않았다.⁴²⁾ 그러나, 미국의 프랜차이즈 영화의 흥행에 힘입어 2013년 캐나다 박스오피스시장은 전년대비 1.4% 성장한 12억 3,400만 달러로 집계되었다.

경기회복과 더불어 미국의 대작 영화들이 시리즈로 개봉될 예정이어서 영화 소비가 늘어날 것으로 보이며 향후 5년 동안 안정적인 성장세를 유지하여 2018년에는 14억 4,100만 달러의 시장이 형성될 것으로 전망된다.

42) Canadian Heritage, Canadian Films' Share of the Box Office Revenues

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

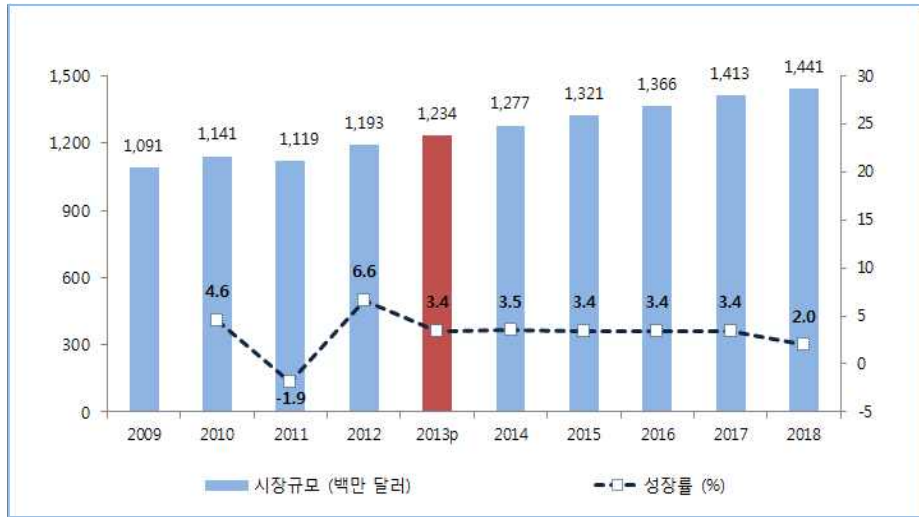
1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

[그림 3-26] 캐나다 박스오피스시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

나. 홈비디오

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

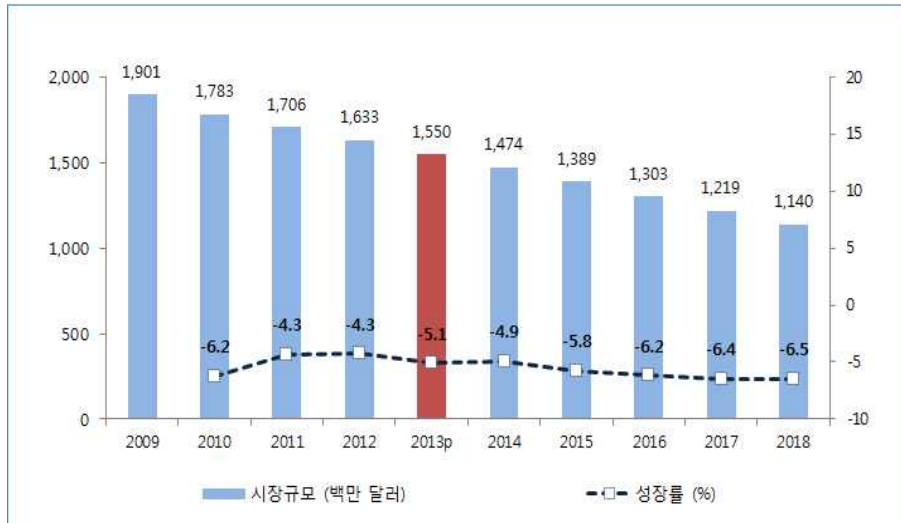
3. 아르헨티나

4. 칠레

캐나다 영화시장에서 가장 높은 비중을 보이던 홈비디오시장은 지속적으로 축소되는 양상을 보이며 2013년에는 전년대비 5.1% 하락한 15억 5,000만 달러의 시장 규모로 집계되었다. 잘 정비된 인터넷 인프라와 더불어 OTT업체들의 약진으로 향후 홈비디오시장 위축이 지속되어 2018년에는 11억 4,000만 달러까지 시장이 위축될 것으로 전망된다.

그러나 이는 박스오피스 수익에 비해 크게 차이가 나는 규모가 아니다. 홈비디오 판매 및 대여 아울렛 매장이 폐쇄되면서 살아남은 업체들은 공백을 채우기 위해 노력하고 있는데, 레드박스(Redbox)와 같은 경우는 비디오 대여 자동판매기를 캐나다에 설치하며 부활을 꿈꾸고 있다. 또한 공항이나 편의점에 위치한 가판대에서 영화를 대여해 주는 디지부(Digiboo)는 2013년 캐나다로 사업을 확장했다. 따라서 홈비디오시장이 다시 확대될 가능성의 여지는 여전히 남아 있는 것으로 보인다.

[그림 3-27] 캐나다 홈비디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

다. 디지털배급

OTT시장의 성장세로 2013년 캐나다의 디지털배급시장은 전년대비 22% 성장한 4억 7,200만 달러의 규모로 집계되었다. 2010년 넷플릭스(Nerflix)가 이미 캐나다 시장에 진출하며 전체 트래픽의 3-40%를 차지하고 있으며 로저 미디어(Rogers Media)와 쇼 미디어(Shaw Media)와 같은 미디어 그룹은 자체 OTT 서비스업체를 공동으로 설립하며 시장에 진입하고 있다. 향후 다양한 서비스가 등장함에 따라 향후 5년간 꾸준한 성장세를 보이면서 2018년에는 9억 7,500만 달러에 이를 것으로 전망된다.

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

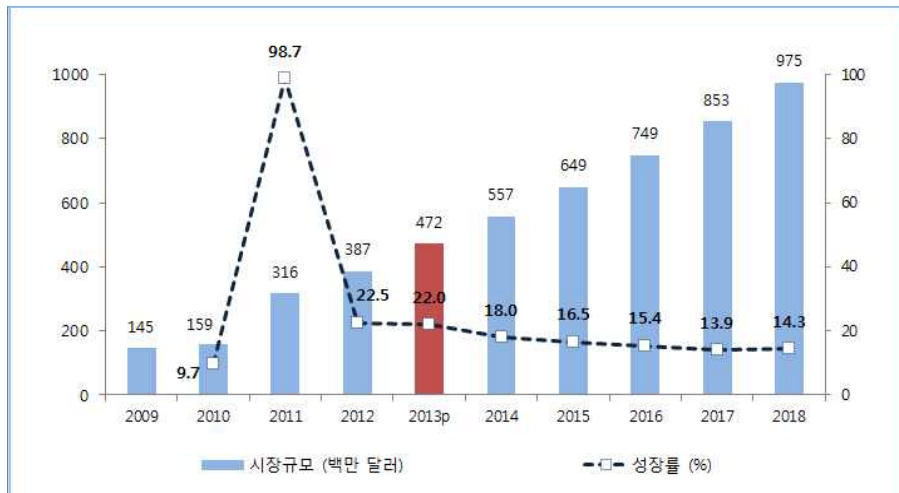
1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

[그림 3-28] 캐나다 디지털배급시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)