

(9) 캐릭터·라이선스

2. 중국

인도의 캐릭터·라이선스시장은 중국과 마카오 다음으로 빠른 성장률을 보이고 있는데 2013년 인도의 캐릭터·라이선스시장은 8.3% 성장한 6억 3,700만 달러를 기록하였다.

3. 인도

현재 인도의 캐릭터·라이선스시장은 자국의 기업들뿐만 아니라 글로벌 기업들도 많은 관심을 보이고 있고 사업을 위한 시장개발에 노력하고 있지만 많은 문제에 직면하고 있다. 그럼에도 인도의 캐릭터·라이선스시장은 10.3%의 연평균 성장률에 힘입어 10억 4,200만 달러로 성장할 전망이다.

4. 호주

5. 대만

[표 4-14] 인도 캐릭터·라이선스시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

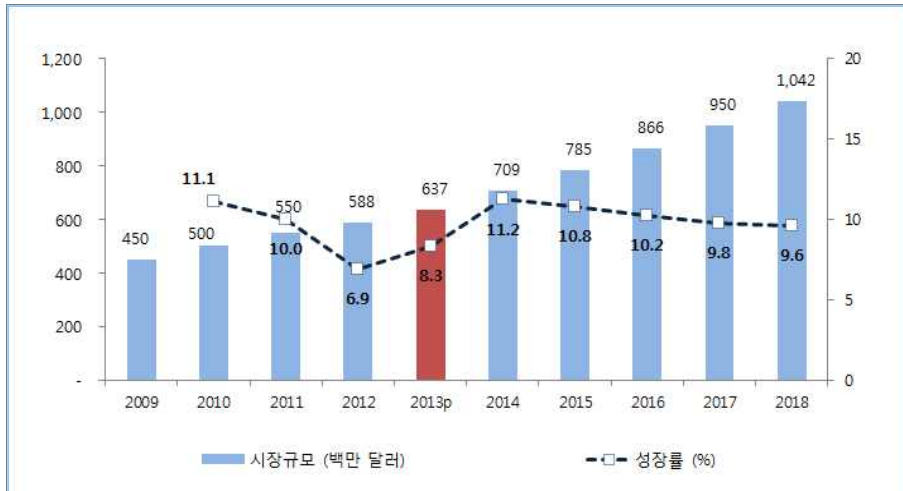
구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
캐릭터·라이선스	450	500	550	588	637	709	785	866	950	1,042	10.3

7. 베트남

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

8. 인도네시아

[그림 4-46] 인도 캐릭터·라이선스시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

2013년 인도의 캐릭터·라이선스시장은 엔터테인먼트/캐릭터의 점유율이 38.5%로 가장 높은 점유율을 보였는데 이는 2009년과 2011년에도 비슷한 경향을 보였다. 패션의 경우 2009년 이래로 소폭의 성장세를 보여 2013년에도 비중이 조금이나마 늘어났다. 2013년 기업브랜드와/상표의 라이선스는 앞으로도 시장점유율이 증가할 전망이다.

[그림 4-47] 인도 캐릭터·라이선스 부문별 시장비중 비교, 2009 vs. 2011 vs. 2013



출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[표 4-15] 인도 캐릭터·라이선스 분야별 시장 규모, 2009-2013

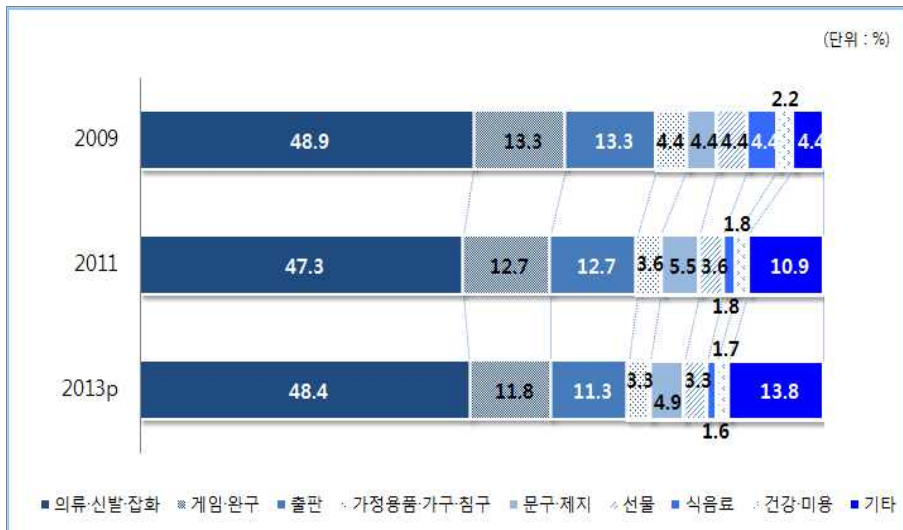
[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009		2011			2013		
	시장 규모	비중	시장 규모	비중	증감률	시장 규모	비중	증감률
엔터테인먼트/캐릭터	180	40.0	210	38.2	16.7	245	38.5	16.7
스포츠	40	8.9	50	9.1	25.0	58	9.1	16.0
패션	110	24.4	140	25.5	27.3	165	25.9	17.9
기업브랜드/상표	40	8.9	60	10.9	50.0	72	11.3	20.0
예술	20	4.4	20	3.6	0.0	22	3.5	10.0
기타	60	13.3	70	12.7	16.7	75	11.8	7.1
합계	450	100.0	550	100.0	22.2	637	100.0	15.8

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

2013년 인도의 엔터테인먼트/캐릭터 라이선스는 가장 큰 부분으로 38.5%의 시장점유율을 보였으며, 해외의 유명 브랜드들(툰과제리, 아이언맨, 바비, 슈퍼맨, 앵그리버드, 도라에몽)이 인도의 시장으로 진입하여 매우 붐비는 상황을 연출하였다. 패션은 두 번째로 가장 큰 규모를 형성한 라이선스 부분이었으며 25.9%의 점유율을 보였는데 유통사이자 합작벤처인 알바인드(Arvind)는 에로우(Arrow) 나우티카(Nautica), 아이조드(Izod), 폴로.(Polo), 체로키(Cherokee)등과 라이선스 계약을 맺었다.

[그림 4-48] 인도 캐릭터·라이선스 제품별 시장비중 비교, 2009 vs. 2011 vs. 2013



출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

[표 4-16] 인도 캐릭터·라이선스 제품별 시장 규모, 2009-2013

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009		2011			2013		
	시장 규모	비중	시장 규모	비중	증감률	시장 규모	비중	증감률
의류·신발·잡화	220	48.9	260	47.3	18.2	308	48.4	18.5
게임·완구	60	13.3	70	12.7	16.7	75	11.8	7.1
출판	60	13.3	70	12.7	16.7	72	11.3	2.9
가정용품·가구·침구	20	4.4	20	3.6	0.0	21	3.3	5.0
문구·제지	20	4.4	30	5.5	50.0	31	4.9	3.3
선물	20	4.4	20	3.6	0.0	21	3.3	5.0
식음료	20	4.4	10	1.8	△50.0	10	1.6	0.0
건강·미용	10	2.2	10	1.8	0.0	11	1.7	10.0
기타	20	4.4	60	10.9	200.0	88	13.8	46.7
합계	450	100.0	550	100.0	22.2	637	100.0	15.8

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)