

국내 애니 산업 글로벌한 질적 성장 기대

글 / 김영두 동우애니메이션 사장



디지털 기술의 발전에 따라 영상산업의 한 부분인 애니메이션이 초고속 성장을 하고 있다. 현재 세계 최대의 애니메이션 생산국인 미국, 일본 다음으로 우리나라가 3위 자리를 차지하고 있다.

한국소프트웨어진흥원의 '2003년 디지털콘텐츠 산업 해외시장 조사 연구' 보고서에 따르면 2003년 세계 애니메이션 시장규모는 54억7,800만달러, 여기에 파생되는 2차 산업을 포함하면 수천 억 달러의 규모로 추산된다. 디지털 애니메이션 기술의 발달, 미국과 일본의 해외시장 확대전략과, 프랑스를 비롯한 유럽시장의 부상으로 애니메이션 시장은 계속 빠르게 확대될 전망이다.

우리나라도 IMF 이후로 주력 수출분야(반도체, 자동차, 철강, 조선)의 수출이 감소되고 있어, 중·장기적으로 문화산업 등 새로운 수출산업을 육성할 필요성이 점차 대두됐다. 이에 따라, 차세대 성장동력의 한 분야로 디지털콘텐츠를 선정하는 등, 본격적인 육성을 위한 정부지원책들이 마련되고 있다.

애니메이션, 고부가가치 생산해 낼 수출유망주

2000년부터 시작된 이러한 움직임들은, 정부의 문화산업 지원정책 자금이 관련업체들에게 유입되면서, 애니메이션을 비롯한 게임, 음반, 캐릭터 시장의 움직임이 어느 때보다 활발하게 이뤄지고 있다. 몇몇 프로젝트들은 지난해부터 결실을 보이고 있으나 아직 내수시장의 수익을 기대하기는 어려운 실정. 필자는 국내시장보다는 해외시장의 기대를 더 걸 수밖에 없는 우리 창작애니메이션의 기대가치와 현실을 살펴보고자 한다.

애니메이션이야말로, 고부가가치를 생산해 낼 수 있는 수출유망 분야가 아닐 수 없다. 애니메이션처럼 출판, 영화, 방송, 웹, 제조업에 이르기까지 매체 전역을 커버하는 아이টেম은 없다. 그런 와중에도 전체 수출물량은 줄어들고 있는 현실은 무엇인가.

최근 국정감사자료에 따르면 2000년도부터는 애니메이션 수입이 점차적으로 늘고, 수출은 감소되는 것을 볼 수 있다. 말하자면, 그 동안의 애니메이션 수출 실적이 OEM(주문자부착생산방식)으로 이뤄졌다면, 이제 그 물량은 인건비가싼 곳으로 빠져나가고 있기 때문에, 한국은 자체적으로 작품을 기획, 제작해 2차 산업으로까지 확대, 세계시장에서 경쟁할 창작애니메이션을 준비하는 상황이다. 즉, OEM으로 낸 수익으로 창작·기획하는 작품들에 투자하고, 새로운 판로를 개척하는 시기이기 때문에 수출이 줄어드는 현상이 있을 수밖에 없는 것이다.

하지만 업계에서는 자체창작으로 부가가치 산업까지 확대할 수 있다는 것을 감안하면 일시적인 감소세는 당연하며, 새로운 수출판로를 연다는 것에 훨씬 더 큰 기대를 할 수 있다고, 긍정적인 반응을 보이고 있다.

일본과 합작 창작 통해 성숙 단계 진입

그렇다면, 업계는 경쟁력을 갖춘 콘텐츠를 준비하고 있는가. 지난해 공동제작 형태로 국내기업들이 컨소시엄을 구성해 제작·방영한 ‘그리스로마신화-올림포스 가디언’, 한·일 공동제작 ‘포트리스’를 비롯해 ‘스페이스 힙합덕’, ‘요랑아 요랑아’, ‘뽕이대전 G블레이드’ 등은 콘텐츠산업의 가장 큰 특징인 원소스멀티유즈 방식으로 기획단계부터 캐릭터 상품 등의 출시를 염두해 둔 작품들이다. 이러한 작품들은 해외합작방식을 통해 투자의 리스크는 줄이고, 수출판로도 손쉽게 얻을 수 있었다는 점에서 해외캐릭터시장에 잠식된 국내시장을 많이 활성화시켜 보고자, 여러 해결요소들을 반영한 프로젝트라 볼 수 있다.

‘포트리스’의 경우 국내에서 애니메이션이 비교적 성공적이었으며, 그에 따라 완구에서도 많은 판매가 이뤄졌다. 뿐만 아니라 무엇보다 일본 반다이사와의 기획작업을 통해, 국산창작애니메이션에게 늘상 요구됐던 기획력의 부재문제까지 해결해보고자 국내 여러 전문가들이 합심한 작품이다.

외국기업의 참여는, 곧 그들의 문화적·산업적 리스크를 줄일 수 있다는 점에서 매력이 있다. 일부 전문가들에 의해, 일본과의 합작은 창작애니메이션의 본격적인 성숙 단계에 이를 것으로 전망되고 있다. 중국은 자국 애니메이션 물량(4만 8,000분)을 제작하기 위해서 한국과의 합작이 필수적인 상태에 놓여있다. 또한, 미국은 한국과 3D 공동제작 라인구축에 관심을 보이고 있다. 이와 같이 한국의 애니메이션산업은 시기적으로도 글로벌한 질적성장이 예상되고 있는 것이다. 그렇다면, 앞으로 연평균 16.9%의 높은 성장을 보이며 2007년 554억3,100만달러 규모로 형성될 세계디지털영상 시장에서 한국 창작 애니메이션이 차지할 몫 또한 기대해 볼만하다고 볼 수 있다.

국내애니 꾸준한 해외 판로 개척

지난해의 경우 창작애니메이션 총 10편이 방영됐고, 이들 작품들은 각종 해외 견본시장에 참가하며, 큰 매출은 아니어도 꾸준한 판로를 열며, 자국 TV애니메이션 수출도 점차적으로 이뤄지고 있고, 각종 국제영화제에서도 호평 받는 작품들이 속출하고 있어, 우리의 눈과 귀를 즐겁게 하고 있다.

콘텐츠는 영원하다. 미키마우스나 돌리 등 우리의 추억과 함께 성장해온 콘텐츠와 같이 우리의 창작애니메이션 또한 추억의 애니메이션으로 기억될 날이 머지 않았음을 알 수 있다.

한국문화콘텐츠진흥원이 국산창작애니메이션을 스타콘텐츠로 키우고자 매년 선정하는 스타프로젝트 중, 7월 24일 개봉한 ‘날으는 돼지-해적 마테오’는 <포켓몬스터>, <알라딘> 시나리오를 쓴 작가 듀에인 카피치가 시나리오를 집필해, 전 세계를 비롯한 미국 DVD시장에서 관심이 크다. 현재 ‘날으는 돼지-해적 마테오’는 TV시리즈 공동제작 제의를 받아놓은 상태이다. 제작 전부터 미국에서 큰 관심을 보이고 있어, 정부가 지원하는 스타프로젝트 1호로서, 반가운 소식이 아닐 수 없다.

지금도 국내창작작품들은 꾸준히 해외판매 증가세를 보이고 있고, 직접 판매를 해본 경험들이 차기 작품들에 많은 밑거름이 돼 공동제작형태의 프로젝트로 연결고리를 만들어내고 있다.

문화의 장벽이 없는 작품기획이 성공요인으로 작용하고 있으며, 해외와의 공동제작을 활성화하고, 이미 입증된 원작을 바탕으로 하는 애니메이션 기획에도 지속적인 노력에 업계전체가 심혈을 기울이고 있는 중요한 시기이다.

현재 한국애니메이션은 미국, 중국, 일본과의 공동제작 프로젝트에 주력, 미국과 일본으로 양분화된 세계애니메이션 시장에서의 우위를 선점할 잠재력을 갖춘 시장이다.

물론, 국내산업 기반마련을 위해 창작애니메이션의 편성증대, 안정적인 방송시간확보, 중장기적인 발전전략 수립이 풀어야 할 과제로 남아있다.

한국의 이름을 걸고 시작된 애니메이션. 정부의 적극적인 지원아래, 세계적인 작품으로 위상을 높이며 주력수출 품목으로 자리잡을 ‘우리의 애니메이션’의 질적 성장을 기대한다. 