

일본을 통해 본 한국 애니메이션 산업의 경쟁력



최근 일본 애니메이션은 인터넷, 휴대전화 등 뉴미디어의 등장, 낮은 출산물, 제작 환경의 열악함으로 인한 젊은층의 외면 등으로 과거의 영광을 재현하는데 먹구름이 끼고 있다. 이를 타개하기 위해 일본은 정부의 적극적인 지원, 타산업과의 연계 모색 등 각종 애니메이션 지원책을 쏟아내고 있다. 전세계 애니메이션 시장을 선도하고 있는 일본이 급변하는 시장과 기술 환경 속에서 어떻게 대처해 나가는지 지켜보는 것은 같은 시스템을 지닌 우리에게도 의미 있는 일이 될 것이다.

글 김상현 와세다대 대학원 박사과정

2006년 1월 1일부터 우리나라에 일본 극장용 애니메이션이 전면 개방됐다. 당초 일본 문화 4차 개방 조치에 따라 2004년부터 개방할 예정이었으나 국내 애니메이션의 기획·창작 시스템이 정착할 수 있는 최소한의 기간으로 2년을 유예하여 올해부터 개방된 것이다. 2년이란 유예기간이 과연 어느 정도 효과가 있는지는 앞으로의 한국 애니메이션 시장점유율이 말해줄 것이라 생각하지만, 관계자들의 목소리를 들어보면 그리 밝지만은 않은 것이 사실이다.

일본 애니메이션의 개방은 단순히 작품 하나를 상영하는데 그치는 것이 아니라 캐릭터

산업을 시작으로 부가가치 산업을 포함한 콘텐츠산업 전반의 개방을 의미하기 때문이다. 이런 이유로 일본 애니메이션에 대한 개방 문제가 불거질 때마다 국내 관계자들은 “개방은 초창기 단계에 접어든 국내 애니메이션의 성장 기회를 박탈하는 행위”라며 우려의 목소리를 나타냈다. 하지만 한국의 애니메이션 산업은 1976년 <로보트 태권V>가 극장에서 흥행 성공을 거둔지 30년을 맞이하고 있으며, 1980년대 일본과 미국 등을 상대로 세계적인 애니메이션 하청기지의 역할을 수행하여 기초실력을 다진 것을 감안하면 지금을 한국 애니메이션의 초창기라고 말하는 것은 어리광에 지나지 않는다.

日 극장용 애니메이션 전면 개방

일본 애니메이션의 실질적인 초창기라 볼 수 있는 <철완아톰(우주소녀아톰)>이 1963년 방영되었고, <마징가Z>가 1972년에 방영되었다는 것을 생각한다면 한국 애니메이션의 역사는 사실상 일본과 큰 차이가 없으며, 밀바탕 등 기초작업만을 놓고 평가할 경우 일본을 넘어선 것이 사실이다. 단적인 예로 미야자키 히야오 감독의 스타지오지브리가 작품의 질을 위해 해외발주를 하지 않는다는 원칙을 어겨가며 한국의 디알무비에 <센과 치히로의 행방불명>의 전체 30%에 해당되는 물량의 동화와 디지털 부분의 제작을 의뢰한 점은 시사하는 바가 크다. 뿐만 아니라 일본 내에

상영되는 대부분의 애니메이션 프로덕션 작업이 한국에서 이뤄지고 있다는 것을 보면 한국 애니메이션의 수준을 짐작할 수 있다.

그렇다면 한국의 애니메이션이 하청단계를 벗어나지 못하는 이유는 무엇일까. 한국 애니메이션 산업의 가장 큰 문제로 OEM방식의 하청으로 번 돈을 기획에 투자하지 않고 같은 하청시장을 넓히는 데 사용하여 기획력과 창의력의 부재를 낳았다는 말이 있다. 맞는 말이다. 하지만 밑바탕 중심의 프로덕션작업과 기획 시나리오 단계의 프리프로덕션작업, 편집과 음성더빙 등 기술을 필요로 하는 포스트프로덕션작업을 같은 선 위에서 비교하는 것은 문제가 있다.

프로덕션 작업의 경우 결과와 관계없이 일정 수익이 보장되어 있지만 프리프로덕션과 포스트프로덕션의 경우 작품에 대한 저작권을 가지며 모든 공정을 총괄해서 관리해야 하기에 많은 투자와 시행착오가 필요하다. 프로

을 차지했다.

일본 애니메이션이 질적인 면에서 세계의 인정을 받기 시작한 것은 1980년대 들어 미야자키 하야오, 오오토모 카즈히로 등 새로운 세 계관과 애니메이션에 대한 실력을 지닌 감독들이 등장하면서부터다. 국제애니메이션협회(ASIFA)의 공식 페스티벌인 히로시마 국제애니메이션 페스티벌이 개최되기 시작한 것도 1985년이다. 당시의 일본애니메이션 산업은 지금의 한국영화와 많은 면에서 공통점을 지니고 있다. 그 예로서 ▲학생운동, 노동운동 등을 통한 사회의 성숙 ▲새로운 가치관과 함께 작품에 대한 실력을 지닌 스태프의 등장 ▲애니메이션(한국의 경우 영화)산업에 대한 국민적인 이해와 지지 ▲각종영화제에서의 수상으로 세계적인 주목을 받음 ▲시대를 넘어서 애니메이션과 영화가 각자의 영역에서 역사와 사회를 반영하는 문화 콘텐츠로서 자리 잡음 등을 들 수 있다.

애니메이션, 영화사업 등 라이선스 관련 모든 사업을 확장한다. 현재 일본 애니메이션의 특징은 포켓몬스터처럼 사업을 전개하기 쉬운 캐릭터성을 간직한다는 것이다. 애니메이션에는 반드시 팬의 마음을 사로잡는 캐릭터가 있으며 등장인물의 특징을 살려 완구·게임 등의 산업으로 영역을 넓혀간다. 또한 다양한 장르와 소설을 넘어서는 탄탄한 구성으로 인해 다양한 연령층의 지지를 받고 있다. 예를 들어 아이들·가족용 텔레비전 애니메이션부터 장대한 스토리를 지닌 극장용 작품, 마니아·오타쿠 용의 동인 애니메이션 등 다양한 요구에 맞춰 다양한 콘텐츠가 존재한다. 포켓몬의 성공 이전까지 일본 애니메이션을 발전시킨 것은 만화의 힘이었다. 일본의 만화는 현재는 약 7만 타이틀의 작품이 있어, 매월 1억 2,000만부의 만화잡지와 단행본이 발매되고 있다고 전해진다. 지금까지 만화 작품이 다른 매체에 영향을 끼치는 순서를 살펴보면 다음과 같다.



덕션 작업량이 아무리 늘어난다 하더라도 그것이 질 높은 작품으로 이어지는 것은 아니다. 예를 들어 일본의 경우도 1963년 테즈카 오사무의 철완아툼이 히트를 치기 전에는 디즈니 애니메이션의 하청작업이 주 수입원이었으며, 프리프로덕션단계에서 세계시장을 전제로 마케팅을 성공시킨 것은 1970년대 들어 후지 텔레비전과 지요 영상(니폰 애니메이션의 전신)에서 제작한 <세계명작극장>이 처음이라고 할 수 있다. 하지만 이 작품 역시 안데르센 같은 유명한 명작동화를 원서로 그린 애니메이션이며, 당시 세계 각국이 일본 애니메이션을 수입하는 이유는 자국에서 제작하는 비용보다 수입원가가 싸다는 이유가 대부분

이렇듯 일본 애니메이션 산업에 관심을 가지고 연구를 하는 것은 한국의 문화 콘텐츠 산업의 방향을 정하는 좋은 실험소재가 된다. 그런 일본 애니메이션 산업이 최근 들어 새로운 변혁을 꾀하기 시작했다.

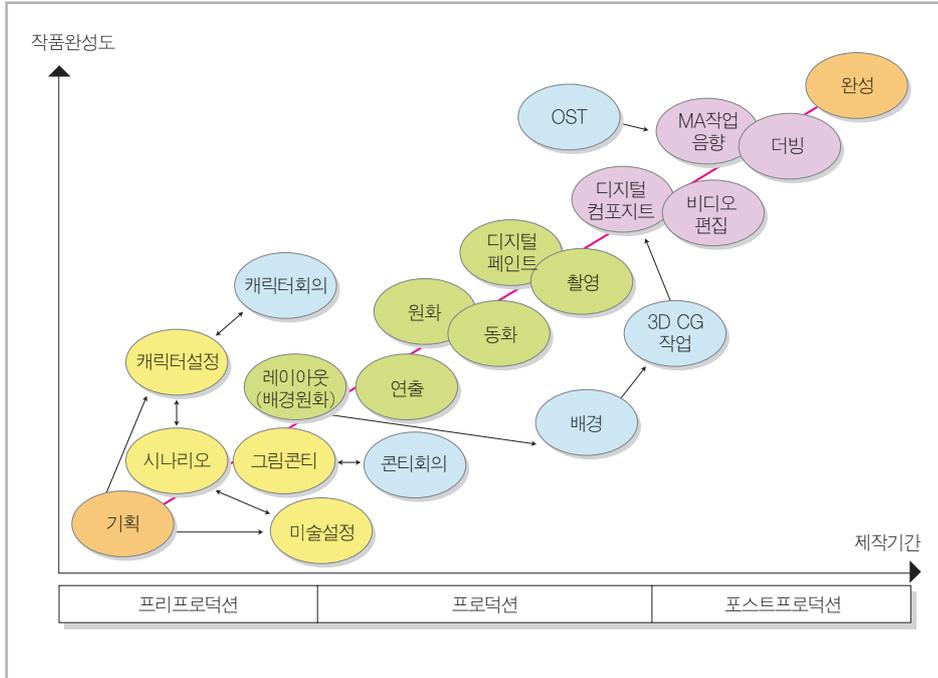
다양한 산업과 연계, 영역 확장

지금의 일본 애니메이션 산업의 특징을 한마디로 표현한다면 '포켓몬'이라고 할 수 있다. 포켓몬이란 1997년 4월 1일부터 테레비도쿄 계열의 애니메이션 프로로서 시작된 <포켓몬스터>의 라이선스 관리를 주업무로 하는 회사다. 구체적으로는 점포운영관리, 게임소프트사업, 카드게임 사업, 라이선스게임사업,

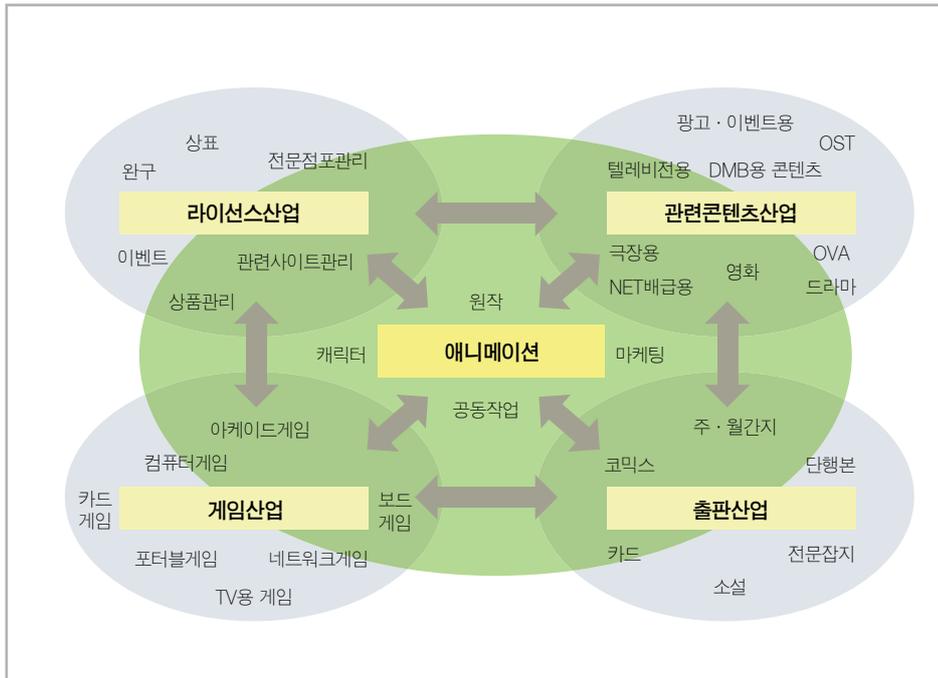
- ① 주간지에서 공모전 등을 통해 신인을 발굴하거나 기존의 작가들에게 원고를 청탁한다.
- ② 주간지 연재가 시작된다.
- ③ 연재가 시작된 지 2개월 후 8회 게재분의 내용을 정리하여 단행본으로 발매한다.
- ④ 만화를 축적하여 독자들의 반응이 좋을 경우, 1년 후에 텔레비전 혹은 극장 애니메이션으로 제작한다.
- ⑤ 게임, 캐릭터 산업 등 부가가치 산업으로 확장시킨다.
- ⑥ 전체산업으로 확장, 파급효과를 노린다.

만화를 원작으로 영화·드라마 등의 부가 산업으로 전개시키는 이유는 성공가능성이 높으며 경비절감이 되기 때문이다. 만화의 경우 치열한 경쟁을 거쳐 주간지에 선정된 후 다시 단행본의 판매부수를 통해 독자의 검증을 거치기 때문에 성공한 만화의 경우 이미 수백만명의 고정 팬을 획득하고 있는 경우가 많다. 또한 만화를 원작으로 할 경우, 원화와 콘티 등의 애니메이션에 대한 중간 작업을 한번에 입수할 수 있어 작업의 생략화, 나아가서는 경

<그림 1> 애니메이션 제작과정(작품에 따라 변경 가능)



<그림 2> 일본 애니메이션 산업 특징



OVA: Original Video Animation

비 절감까지 이어진다. 만일 소설이나 영화를 원작으로 할 경우 그 캐릭터나 배경, 세계관에 대해 새로운 영상을 만들어야 하기 때문에 애니메이션의 구체적인 틀이 잡히기까지 많은 비용이 발생할 가능성이 높다. 또한 인기연재 중인 만화를 캐릭터 상품화 할 경우, 협력업체인 완구메이커, 게임메이커가 애니메이션을

제작하기 전에 상품 기획을 진행시킬 수 있다는 장점도 있다.

이렇듯 만화로부터 시작되는 성공공식에 변화를 주기 시작한 것이 포켓몬스터의 등장이다. 포켓몬스터의 성공신화는 만화가 아닌 1996년 2월 27일 닌텐도 게임보이용으로 발매된 <포켓몬스터 적·녹>게임에서부터 시작

됐다. 발매 후 얼마되지 않아 초등학생 사이에서 게임소프트가 화제가 되어, 이를 1997년 4월 1일 테레비도쿄 계열에서 애니메이션으로 제작하여 세계적인 히트상품으로 만들었다.

일본 경제산업성(한국의 재정경제부에 해당)이 포켓몬스터가 일본 경제에 미치는 파급효과를 추산한 결과, 게임, 애니메이션 등 직접적인 관련 산업에 대한 파급효과가 약 1조 3,000억엔의 경제효과를 거둘 수 있다는 보고서를 발표했다(2003년 기준). 이 숫자는 일본 국내 경제에 미치는 영향만을 계산한 액수이기에 해외산업에 대한 영향을 합칠 경우 기하급수적으로 불어나게 된다. 만화의 부가가치로서 존재했던 애니메이션 산업이 현재는 타산업과의 경계선조차 가름할 수 없을 정도로 규모를 키우고 있는 것이다. 또한 최근 수출 환경에 있어 만화가 외설 표현 등으로 많은 제한을 받고 있기에, 국내 매스컴에서 검증을 거친 애니메이션을 수출하여 타 산업이 수용되기 쉬운 환경을 조성하는, 만화를 대신한 문화침병의 역할을 하고 있다.

위기의 일본 애니메이션

일본 극장용 애니메이션의 전면 개방으로 한국의 애니메이션 산업의 위기론이 회자되고 있다. 위기론을 한마디로 평하자면 역대 정권의 애니메이션에 대한 인식부족과 정책부재의 결과다. 단순작업의 프로덕션 작업에서 프리·포스트 프로덕션 작업으로 승화시키기 위해서는 한번의 적자가 도산까지 연결되는 일개 기업의 힘으로는 불가능하다. 지금까지 문화산업에 대한 가장 큰 문제점은 국내 문화산업정책이 국내산업의 보호를 명목으로 장기간의 폐쇄정책을 펼쳤다는 것과, 그로 인해 외국의 문화 콘텐츠에 대한 경쟁력을 상실했다는 것에 있다. 또한 폐쇄정책은 유통구조의 독점과 콘텐츠의 불법유통을 조장하였으며, 일본의 정책대로 TV용 애니메이션을 저가로 수입하여 이로인해 한국고유 애니메이션의 자생력을 빼앗는 결과를 낳았다.

일본 문부성의 경우 1930년대부터 교육 영화의 일환으로서 애니메이션 제작을 장려했

다. 태평양전쟁 때는 국민을 선동하고 전쟁을 정당화하는데 애니메이션이 사용되어 테츠카 오사무 같은 만화가가 우주소년 아톰 같은 반전영화를 그리는 계기가 되기도 했다. 또한 1975년에는 '문화무상협력'을 창설하여 후진국, 개발도상국에 애니메이션을 무상에 가까운 금액으로 공급하는 정책을 펼쳤다. 2005년에는 문화유산의 보존과 교육에 사용하는 자재구입에 문화무상협력기금(약24억엔)을 이용하여 방영권 구입을 지원하였으며, 국제문화교류의 촉진에 대한 평가에서 교류기금을 이용하여 일본애니메이션을 개발도상국에 무상으로 공급할 것을 결정하기도 했다.

이는 일본정부가 애니메이션을 보급하는 것에 대해 일본어를 세계에 알리는 수단으로서 인식하고 있다는 것을 보여주고 있다. 그뿐 아니라 독립행정으로 국제교류기금을 조성하여 문화교류를 촉진시키는 명목으로 자국의 애니메이션을 저가 혹은 무상으로 보급하고 있다.

이렇듯 일본 정부가 애니메이션 산업을 선진과학기술과 같은 최상의 레벨로 중요하게 여기는 이유는 그만큼 부가가치가 높은 산업이란 것도 있지만 최근 들어 여러가지 면에서 애니메이션 산업에 대해 위기의식이 대두되고 있기 때문이기도 하다.

뉴미디어의 등장으로 시장 위축

현재 일본은 고질적인 출생률 저하로 인해 저연령층을 대상으로 하는 방송프로그램의 시청률이 몇 년째 하강곡선을 그리고 있다. 애니메이션의 경우도 예외가 아니라 저연령층을 대상으로 하는 프로그램은 점점 줄어들고 성인 대상의 심야프로그램 애니메이션이 늘고 있는 상태다. 하지만 심야프로그램 자체가 시청률이 낮은 상태이며, 젊은층들이 인터넷과 휴대전화에 심취되어 있는 현 상황에서 획기적인 조치가 없는 이상 시청률 회복은 기대하기 힘들 것으로 보인다. 최근 들어 일본경제를 뒤흔든 '라이브도어 사건'에서 알 수 있듯 인터넷과 방송프로그램과의 결합은



“일본 애니메이션 산업의 위기는 같은 시스템을 지닌 한국 애니메이션 산업에 어떠한 형태로든 영향을 미치게 될 것이다. 일본 애니메이션 산업의 위기를 한국 애니메이션 산업의 찬스로 바꾸기 위해서는, 인기몰이를 위한 사탕발림정책이 아닌 산업현장에 힘을 줄 수 있는 실질적인 정책을 만들어야 한다.”

권리문제, 저작권 보호문제 등 넘어야 할 산이 너무나 많기에 시청률 저하의 타개책으로는 앞으로 몇 년이 걸릴지 예상조차 하기 힘든 상태다.

또한 프로덕션 산업의 해외외주가 정착되어 밀바탕을 제대로 그럴만한 실력을 지닌 제작 스태프들이 점점 줄어들고 있다는 것도 문제로 제시되고 있다. 현재 일본 애니메이션 산업을 실질적으로 이끌고 있는 거장들의 경우, 프로덕션 작업부터 밀바탕 작업으로 실력을 쌓아온 사람들이 대부분이다. 현재 일본의 애니메이션 제작회사는 약 440개사가 존재하지

만, 그중 390개사가 임차 빌딩 등 작은 오피스에서 프로덕션 작업을 하는 중소 스튜디오들이다. 임금도 밀바탕 그림 한 장 당 평균 5,000원 정도를 기준으로 계산·지불되는데, 대부분의 애니메이터들이 평균연봉 1,500만원을 넘지 않는 열악한 환경에서 작업을 하고 있다. 이런 상황에서 HD 방송이 시작될 경우 고화질의 작품을 제작하기 위해 제작비 상승이 필연적으로 요구되어, 현재의 일본애니메이션 산업 구조를 생각하면 프로덕션 작업의 해외외주는 더욱 늘어날 수밖에 없다는 결론이 나온다. 이런 내부적인 문제가 해결되기도 전에, 최근 들어서는 한국드라마의 인기로 인해 주부층이 채널선택권을 지니는 경우가 늘어나 TV용 애니메이션 시청률 저하를 더욱 부채질하고 있다.

일본 애니메이션 산업의 위기는 같은 시스템을 지닌 한국 애니메이션 산업에 어떠한 형태로든 영향을 미치게 될 것이다. 일본 애니메이션 산업의 위기를 한국 애니메이션 산업의 찬스로 바꾸기 위해서는, 인기몰이를 위한 사탕발림정책이 아닌 산업현장에 힘을 줄 수 있는 실질적인 정책을 만들어야 한다. 그러기 위해서는 애니메이션 관련 정책입안 과정에서 산업현장에서 몸소 체험하고 있는 제작자들과 전문가들을 대거 참여 시켜야 한다.

지금의 일본 애니메이션 산업은 한국에 있어 가장 좋은 교과서이다. 애니메이터를 크리에이터로 존경하고, 저작권보호에 대한 개인의 인식과 구조적인 장치가 지금의 일본 애니메이션 산업을 세계적인 레벨로 끌어 올리는 힘이 되었다. 또한 현재의 애니메이션 산업의 위기를 돌파하기 위해 타산업과 원활한 연계를 펼치는 것도 좋은 표본이 될 것이다. 일본 애니메이션 산업에서는 볼 수 없었던 정보기술의 발전과 네트워크의 정비는 한국 애니메이션 산업을 일본의 산업과는 다른 방향으로 성장시키는 원동력이 될 것이다. 한국 애니메이션 산업이 세계 시장에 있어 더 이상 OEM 국으로 머무르지 않고, 라이선스 소유국으로 성장하기 위해서는, 일본 애니메이션 산업의 현실을 직시하고 한국의 실정에 맞는 산업 환경을 만들어 가야 한다. ●