

『04-1. 주간 심층 이슈』

2010 토이 산업 동향 (라이센스, 출판)

○ 출처 : 토이뉴스(2010/04)

주요내용

1. 라이선싱 뉴스

- **세제 용품 광고와 제휴를 맺는 티미 타임(Timmy Time)**
 - 아드맨 라이츠(Aardman Rights)의 미취학 아동 캐릭터는 4월부터 시작하는 국내 캠페인을 통해서 2,000만 개의 영국 가정들에게 브랜드를 선보일 예정
 - 아드맨 라이츠는 페어리 논 바이오(Fairy Non Bio)와 페어리 패브릭 소프트너(Fairy Fabric Softner)와 함께 광고 제휴를 맺으면서 미취학 아동 브랜드인 티미 타임(Timmy Time)을 내세울 것임
 - 4월부터 시작하는 이 광고 추진은 소비자들이 페어리(Fairy) 세제용품을 구매한 영수증으로 3권의 티미 타임 도서들을 제공받을 수 있도록 함
 - 이 도서들은 영국 에그몬트(Egmont UK)의 캔두(CanDo)라는 소비자 출판 부서가 이번 광고를 위해 특별히 제작한 것이며 영국의 2,000만 개 이상의 가정들을 겨냥한 캠페인은 주요 판매자들과 관련 웹사이트에서 TV와 출판 도서로 후원될 것임
 - 페어리 세제 용품 광고를 통해서 티미 타임 무료 도서를 제공하는 아드맨 라이츠는 티미 타임 브랜드가 주요 대상 소비자들을 더 효율적으로 어필할 수 있도록 큰 바탕이 됨

- **이스터 무료 경품과 게임을 추진하는 피피(Fifi)팀과 아스다(Asda)**
 - 채프먼 엔터테인먼트(Chapman Entertainment)는 아스다(Asda)와 함께 협

력해서 최초의 피피 앤 더 플라워토티츠(Fifi and the Flowertots) 경품을 런칭함

- 4월 6일부터 18일까지 진행되는 이 이벤트에서 영국의 모든 대형마켓 <아스다> 가게들은 소비자들이 피피의 ‘매치 앤 윈(match and win)’이라는 게임을 시도하고 이기면 정원 활동 게임팩을 증정함, 피피의 ‘매치 앤 윈’이라는 게임은 6개의 카드 중 2개의 카드를 뽑아서 같은 그림이 나오면 이기는 게임임
- 정원 활동 게임팩에는 피피 앤 더 플라워토티츠 해바라기 씨앗, 크레파스, 피피 액티비티 종이, 헤드밴드 그리고 스티커가 포함되어 있음
- 피피의 이스터 무료 경품은 어린이들이 방학을 맞아 무료로 피피를 보고 많은 관련 상품들을 받을 수 있는 좋은 기회를 제공함

▪ **첫 라이선싱 상품을 출시하는 피에스타(Fiesta)**

- 피에스타 크라프트츠(Fiesta Crafts)는 유명한 남자 아이들 브랜드인 호리드 헨리(Horrid Henry)를 최초로 라이선싱 상품으로 시장에 내놓기 위하여 CPLG와 계약을 맺음
- 이 회사는 호리드 헨리와 그의 형제인 퍼펙트 피터(Perfect Peter)를 텔라 테일 장난감 라인에 합류 시켜서 주인공 헨리와 이야기에 등장하는 다른 인물들을 테마로 한 크고 작은 자석 차트를 소개할 것임
- 각 차트는 18개의 액티비티 부분들과 자석 아이템을 주요 특징으로 하고 세트 상품은 부모와 어린이들이 각자의 목표를 직접 적을 수 있는 빈 공간들도 포함됨
- 호리드 헨리와 관련된 라이선싱 상품을 최초로 시작하면서 다수의 판매자들이 많은 관심을 보이기 시작하고 가장 첫 번째 상품을 6월까지 판매 리스트에 포함시키기 위해 작업 중에 있음, 호리드 헨리 도서와 TV 프로그램들은 어린이들로부터 큰 인기를 얻었고 따라서 장난감 상품 부분에서도 긍정적인 결과가 예상됨

2. 어린이 전문 출판 미디어

▪ BBC 매거진(BBC Magazines)

- BBC 매거진은 영국에 40개 이상의 잡지 타이틀을 소비자들에게 제공하고 이 종류에는 탑 기어(Top Gear), 론니 플래닛(Lonely Planet), 가드너의 세계(Gardner's World)와 같은 어른용 잡지부터 BBC 히스토리(History)와 BBC 와일드라이프(Wildlife)의 전문 지식 잡지들 그리고 어린이 전문 잡지들까지 넓고 다양함
- BBC 어린이 전문 잡지들은 다수의 좋은 반응을 보이는 미취학 아동들을 위한 프로그램들을 소개하고 재구성되는 프로그램들과 마케팅에 관한 리뷰 정보를 제공함, 밥 더 빌더(Bob the Builder) 잡지는 해마다 21% 성장하고 웨이불루(Waybuloo) 잡지는 데뷔하자마자 38,908개의 부수가 판매되었으며 Cbeebies의 주간 잡지의 판매 부수는 54,158개로 작은 상승세를 보임
- 63,980개의 부수가 판매된 매치 오브 더 데이(Match of the Day) 주간 잡지와 107,576개의 부수가 판매된 톱 오브 더 팝스(Top of the Pops), 68,026개의 걸 토크(Girl Talk)라는 잡지들도 안정된 판매 성적을 유지함
- 4월 초 닥터 후(Doctor Who)의 새로운 시즌이 시작되면서 BBC 매거진은 닥터 후 어드벤처(Dr Who Adventures)라는 잡지가 다시 높은 판매 부수를 올릴 것을 기대함, BBC 매거진은 이 잡지의 판매 촉진을 위해서 잡지를 다시 디자인하고 새로운 느낌을 살리기 위해서 로고도 새롭게 하는 등 많은 노력을 함, 올해 여름에 월드컵이 진행되면서 매치 오브 더 데이(Match of the Day)도 판매 부수 향상이 있을 것으로 전망됨
- 미취학 아동을 겨냥하는 시장에서는 잡지가 아이들에게 좋은 교육 도구가 되고 부모들에게는 아이들을 위한 새로운 브랜드에 대한 출시 정보 등을 제공하는 도구가 됨
- 미취학 아동부터 10대를 위한 시장에서는 스티커 상품들이 큰 인기를 받고 미니 잡지들과 포스터들도 좋은 반응을 얻음

▪ 리단(Redan)

- 리단은 영국에서 캐릭터 전문 어린이 매거진 출판사의 선두주자로 영국, 호주, 뉴질랜드 그리고 남아프리카에서 출판 잡지들이 판매되고 있음

- 영국에서는 8개의 잡지들이 고정적으로 판매되고 있는데 약 30개 이상의 라이선스 캐릭터들을 중심으로 구성되어 있고 이 중 영국에서 가장 많은 판매 부수(82,498)개를 자랑하는 페파 피그와 함께 하는 재미있는 놀이(Fun to Learn Peppa Pig)와 두 번째로 인기가 많은 친구들과 함께 하는 재미있는 놀이(Fun to Learn Friends)가 있음, 70,265개의 판매 부수를 자랑하는 스파클 월드(Sparkle World)도 좋은 반응을 얻음
- 현재의 잡지 포트폴리오에는 펀 투 런 페이보릿(Fun to Learn Favorite), 페파 피그 백오편(Peppa Pig Bag-O-Fun), 펀 투 런 백오편(Fun to Learn Bag-O-Fun), 펀 투 런 디스커버리(Fun to Learn Discovery) 그리고 리틀리스트 펫 샵(Littlest Pet Shop)이 있음
- 페파 피그의 성공을 이어서 리단은 E1의 벤 앤드 홀리의 리틀 킹덤(Ben & Holly's Little Kingdom)이라는 독립 잡지를 7월에 런칭 할 것이고 5월에는 스파클 월드의 웹 사이트도 계획됨

▪ **에그몬트(Egmont)**

- 영국 에그몬트(Egmont UK)는 매년 약 1,300만 개의 잡지들을 판매하고 영국의 어린이들은 평균적으로 3개의 에그몬트 도서들을 소유하며 따라서 영국에서 에그몬트는 가장 유명한 어린이 전문 도서 출판사임, 잡지 부분에서도 고유의 브랜드 포트폴리오를 개발하고 확장하고 있으며 넓은 범위의 라이선스 타이틀들을 출판하고 있음
- 이 회사는 총 16개 이상의 잡지들을 가지고 있는데 그 중 특식(Toxic)과 고 걸(Go Girl)이라는 두 개의 잡지는 고유의 브랜드이고 나머지 14개는 라이선스 잡지 타이틀임
- 바비 매거진이 가장 좋은 반응을 얻고 벤 10, 디즈니 프린세스(Disney Princess) 그리고 디즈니 팅커벨(Disney Tinkerbell)도 안정된 성적을 가지고 있음
- 영국 에그몬트는 항상 새로운 라이선스와 좋은 기회들을 엿보고 있고 올해 여름에 새로운 타이틀을 런칭 계획하고 있으며 앞으로 계속해서 투자하고 디지털 제공을 개발하며 올해 안에 특식과 고 걸 웹 사이트를 재 런칭 할 것임
- 에그몬트는 매텔, 디즈니, 하스브로, 레고, 스피너마스터, 플레어 등의 넓은 범위의 다양한 장난감 회사들과 함께 작업을 하고 세가, 닌텐도 그리고 액티비전과 같은 비디오 게임 분야와도 가까운 관계를 유지함

- **티탄 매거진(Titan Magazines)**

- 티탄 매거진은 티탄 도서(Titan Books)와 포비든 플래닛(Forbidden Planet)이라는 소매판매점을 소유하는 티탄 엔터테인먼트 그룹(Titan Entertainment Group)의 한 부분으로 라이선스 잡지들과 코믹을 전문으로 하는데 컬트 TV와 사이언스 픽션 그리고 어린이 전문 타이틀 카테고리 나뉨
- 10개의 라이선스에 11개의 타이틀을 가지고 있는 티탄은 미취학 아동의 타이틀에는 피피 앤 더 플라워토티츠(Fifi and the Flowertots), 로리 더 레이싱 카(Roary the Racing Car), 레이저타운(Lazytown) 그리고 남녀 아이들을 위한 시장의 중심을 맡고 있는 8개의 다른 타이틀을 가지고 있는데 여기에는 더 심슨 코믹스와 심슨 코믹스 프레젠티(Simpsons Comics Present)가 포함됨, 이 외에도 스폰지밥 스퀘어팬츠(Spongebob Squarepants), 트랜스포머 코믹스(Transformers Comics) 그리고 스타 워즈:더 클론 워즈(Star Wars: The Clone Wars)가 있음

- **DC 톰슨(DC Thomson)**

- DC의 주요 고유 타이틀로는 남자 초등학생을 겨냥한 더 비노(The Beano)와 여자 아이들을 위한 샤우트(Shout)가 있고 브랏츠(Bratz)와 WWE 키즈(Kidz) 등의 유명한 라이선스들도 있음, DC 톰슨은 100년 이상 출판을 해왔고 더 댄디(The Dandy)는 영국에서 가장 오랫동안 진행되어 온 코믹임
- 2010년 2월에는 재클린 월슨이라는 새로운 잡지가 출판되었고 이에 이어 DC는 2010년에 추가적인 타이틀을 런칭 할 계획이 있음

- **파니니(Panini)**

- 파니니 그룹은 50년 전에 이탈리아의 모데나(Modena)에서 설립되어 유럽과 라틴 아메리카 등의 지역에 자회사들을 세우며 확장함, 2008년도에 이 그룹은 9억 달러라는 높은 판매 매출 기록을 세움
- 이 회사는 23개의 타이틀과 마블 컬렉터(Marvel Collector)의 포트폴리오를 가지고 있음, 주요 라이선스로는 스쿠비두(Scooby-Doo), 스펙타클러 스파이더맨(Spectacular Spider-man), 디즈니 메이크 잇(Disney Make It), 하나 몬타나(Hannah Montana), 하이 스쿨 뮤지컬(High School Musical),

닥터 후(Doctor Who), 포스트맨 팻(Postman Pat), 마블 히어로즈(Marvel Heroes), 블리스(Bliss) 그리고 미즈(Mizz)가 있음

- 파니니 그룹은 끊임없이 성장하는 어린이 전문 출판 시장에서 혁신적인 것을 중요시 하고 스쿠비두의 새로운 시리즈가 2010년에 런칭 될 계획임, 포스트맨 팻(Postman Pat)도 영국 전역으로 라이브 투어가 시작되면서 잡지에 대한 관심이 어느 때보다 높음
- 파니니는 소비자들에게 인터랙티브 DVD, 화장품 그리고 혁신적인 장난감 그리고 게임까지 넓은 범위의 상품들을 선보이고 EA 게임즈와 플레이스테이션 등의 게임 분야와 가깝게 작업을 함, 파니니 그룹은 2009년 말에 플레이스테이션과 많은 부분에서 함께 작업하면서 스쿠비두, 마블 히어로즈 그리고 스펙타클러 스파이더맨을 제작 생산함

3. 중앙/동유럽의 브랜드 라이선싱 이벤트의 시작

- 부다페스트에서 3월에 아드반스타(Advanstar)가 최초로 트레이드 이벤트를 주최하면서 중앙/동유럽 지역의 중요성은 점점 더 커지고 있음
- 292명의 판매자들과 제작자들이 참가한 이 이벤트의 주요 목표는 각기 다른 국가들과 상품 카테고리 그리고 관련기관 종류들을 적절하고 알맞게 배치하는 것을 중요시 함
- 판매자들에게 이 이벤트는 새로운 고객들을 만나고 새로운 사업을 시작할 수 있도록 좋은 연결고리 역할을 수행하고 이벤트를 지원하는 많은 라이선서들은 이런 기회를 통해 서로간의 각기 다른 생각들을 공유할 수 있음,
- 전체적으로 이벤트의 구성에 큰 만족을 한 유러피언 라이선싱 회사는 이벤트 내에서 터키와 러시아에서 온 방문 고객 등 여러 좋은 고객들을 만날 수 있었고 따라서 내년에도 이 이벤트를 지원할 것이라고 밝힘, 터너 CN 엔터프라이즈(Turner CN Enterprises)도 BLCEE 이벤트가 가치 있는 이벤트로 내년에도 참가할 것이라고 약속함
- 하지만 시장이 수용하는 수준은 아직까지 낮은 편으로 앞으로 개발할 시간이 충분히 필요하고 라이선스를 물색하는 회사들은 좋은 판매 전망을 주도하기 위해서 라이선싱의 과정과 기대, 재정상황, 규율 등 알맞은 판매 전망으로 선도하는 요소들에 대한 교육이 필요하다는 의견도 있었음