

『2011년 5호 ‘주간 심층이슈’』

『 통계로 보는 일본콘텐츠산업: ③ 애니메이션 』

○ 작성 취지

- 최근 발매된 ‘정보미디어 백서 2011’에서 2009년 애니메이션시장 통계를 발표한 바 이를 정리하고자 함
 - 일본의 애니메이션산업 및 시장 등을 통계적으로 살펴봄으로써 일본 애니메이션산업의 거시적 현황 및 환경을 이해하는 동시에 이를 토대로 한국애니메이션의 일본진출전략을 수립하기 위한 참고자료로 활용하고자 함.
- ※ 출처 : 정보미디어백서2011(덴츠총연 발행), 닛케이엔터테인먼트 2011년 2월호 등

○ 작성 순서

1. 「2010년 일본 애니메이션산업 현황」
2. 「2011년도 주목작품」
3. 「시사점」

1. 『2010년 일본 애니메이션산업 현황』

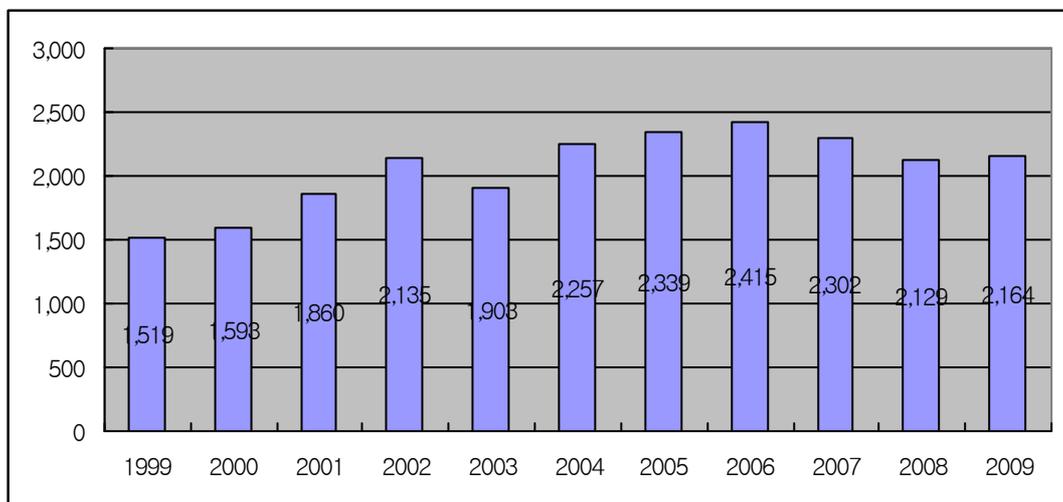
□ 전체 애니메이션 시장

○ 애니메이션시장은 TV패키지 판매가 고전, 매출 규모 유지

- 2009년 애니메이션 시장 규모는 전년 대비 101.6%로 2,164억엔을 기록해 2년 연속 감소에서 다소 회복 기미를 보임
- 매년 감소되었던 매출하락세는 멈췄지만, 여전히 시장은 어려운 상황임

- 2006년 TV애니메이션의 연간 제작물량이 13.6만 분을 기록한 이후, 계속 감소해 2009년은 전년대비 98.3%의 10.8만 분에 그침
- 방송편수와 방송 분수는 전년보다 증가했지만, 피크이었던 2006년 수준으로 회복한 것은 아님
- 셀 비디오시장에서 블루레이 시장 자체는 늘어났지만, DVD등 패키지 판매부진으로 전체 매출은 계속 감소하고 있음
- 이런 환경 변화로 심야시간대에 TV에서 방송하고 패키지를 판매해 자금을 회수하는 ‘심야 애니메이션의 비즈니스모델’이 불투명해지고 있음
- 1990년대 후반에 탄생한 심야애니메이션은 애니메이션 제작 편수를 증가시켜 시장 규모의 확대에도 기여했지만, 최근 들어 새로운 비즈니스모델로 전환되고 있다고 볼 수 있음

【그림 1】 애니메이션 시장 규모
(극장·TV·비디오소프트·인터넷전송용) (단위:억 엔)



출처 : 닛케이엔터테인먼트 2011년 2월호에서 작성

○ 극장애니메이션이 회복의 열쇠가 될 것인가?

- TV애니메이션과 애니메이션 DVD가 고전하면서도 현상을 유지한 것은 2009년에 극장용 애니메이션이 선전했기 때문임
- 스튜디오지브리 작품의 유무에 따라 흥행수익이 크게 좌우되는 것이 극장용 애니메이션 시장이지만, 2009년도는 417억 엔(전년비 99.8%)을 기록
- 2008년 흥행수익에는 155억 엔의 스튜디오지브리 히트작 “벼랑 위의 포뇨”가 포함되었지만, 2009년은 지브리의 작품 없이도 같은 수준을 유지했음.
- 2009년에 가장 흥행실적이 좋았던 “포켓몬”시리즈도 46.7억 엔에 지나지 않았지만, 현상유지가 가능했던 것은 다수의 작품이 히트한 결과로 극장용 애니메이션시장 전체가 활성화되었기 때문

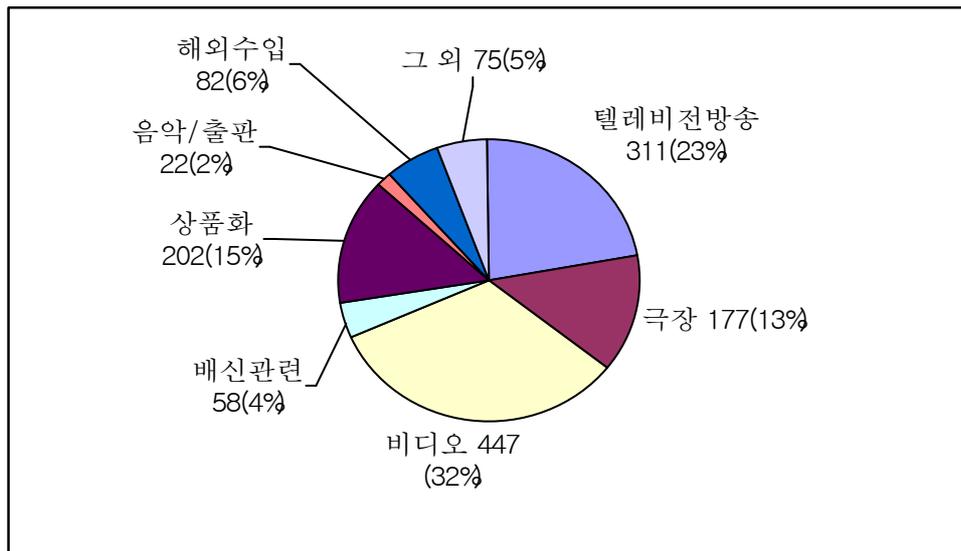
- 2009년도 극장용 애니메이션은 전년보다 5편 많은 78편이었지만, 그 중 흥행수입 10억 엔을 넘는 애니메이션 작품은 13편에 그쳐, 극장용 애니메이션 시장은 다양화됨
- “포켓몬”과 “명탐정코난”, “도라에몽” 등 어린이용 시리즈뿐만 아니라, “에반게리온”과 “서머워즈” 등 폭넓은 연령층을 대상으로 한 작품이 호조를 보임
- 흥행수입 랭킹에는 포함되지 않았지만, 주로 매니아들에게 특화된 작품의 흥행도 양호했음.
- “공의 경계”의 극장용 애니메이션은 2007년부터 2009년까지 단관에서 7장으로 나뉘어서 연속 개봉되는 방법으로 팬을 모았고, DVD도 6만 장 이상 판매되어 2009년도 애니메이션 DVD 매출 TOP10 중 3개를 차지함
- “에덴의 동쪽”은 2009년 봄에 후지TV에서 심야 애니메이션으로 방송된 후, 그 해 겨울에 TV애니메이션 속편이 2부작으로 만들어져 극장개봉함
- 극장 개봉은 TV방송 이전부터 발표되어, 기획 당초부터 방송국과 극장을 링크한 애니메이션으로써 기획됨
- TV애니메이션의 성공작을 극장판으로 만드는 기존의 미디어믹스 뿐만 아니라, TV애니메이션을 거치지 않고 곧바로 극장 개봉하거나, 극장과 심야 애니메이션을 링크시키는 등, 극장용 애니메이션을 축으로 한 다양한 애니메이션 전략도 활발해지고 있음

○ 국내외에서 본격화하고 있는 온라인전송

- 인터넷을 이용한 온라인전송은 애니메이션에서도 가속되고 있음
- 2009년 애니메이션 전송 매출은 123억 엔으로 계속 성장
- 특히 2009년부터 휴대폰용 전송에 대한 기대가 높아지고 있음
- 휴대폰용 영상 전송의 이용이 급격하게 보급되고 있어, 반다이채널과 프론트미디어 등이 애니메이션 전송 서비스에 주력하고 있음
- 방송 지역이 한정된 심야애니메이션을 보완하기 위해 프로모션차원에서 인터넷에서 동영상 전송이 이루어지는 합법적인 애니메이션 전송도 늘어나고 있음
- 일본 국내용 서비스이지만, 해외 팬을 위한 서비스로써 온라인전송 비즈니스가 본격화되고 있음.
- 미국의 벤처기업 Crunchyroll은 2009년부터 일본의 TV방송국이나 애니메이션기업과 계약해, 일본에서 방송한 TV애니메이션의 해외 전송서비스를 개시함
- “나루토 ~질풍전~”, “은혼” 등 많은 작품이 영어권을 중심으로 전송되고 있음

- 불법동영상이 일본에서 방송된 직후 서비스되는 것을 막기 위해 동사는 일본 방송과 같은 날 전송을 하는 등 해적판 대책을 의식한 비즈니스를 전개하고 있음
- 2010년에는 TV TOKYO가 출자해, 해외진출의 기반으로도 온라인전송의 활용이 시도되고 있음

【그림 2】 애니메이션산업의 매출액 구성(2009년도)



출처 : 닛케이엔터테인먼트 2011년 2월호에서 작성

□ 애니메이션 시장

○ 시장 전체는 증가로 돌아섰지만, 기업 매출의 회복은 아직

- 소비자 지출 기준 2009년 애니메이션 시장은 2,164억 엔(전년비 101.6%)으로 2년 연속으로 감소세가 멈춤
- 분야별로 극장은 제자리걸음이었지만, 텔레비전, 네트워크전송은 증가경향, 비디오소프트는 계속 감소함
- TV애니메이션 제작 분수 감소의 영향으로 이익이 감소한 애니메이션제작회사가 많음
- 이익이 감소하고 있는 대기업도 많지만, 제작 하청을 중심으로 하는 중소애니메이션제작회사는 직접적인 영향을 받아 어려움에 직면하고 있음
- 애니메이션 비즈니스에 관심이 높아지면서 상장기업도 늘어나고 있는 상황에서 투자대상으로써의 애니메이션에 대한 재인식이 이루어지고 있음
- 한편 2009년에는 곤조와 위브가 상장 폐지됨

【표 1】 주요 애니메이션관련 기업의 매출액

기업명	매출액(백만 엔)			
	2008년	2009년	2010년	
위브(12월)	3,017	2,946	-	
선라이즈(2월)	12,130	11,600	9,444	
소학관집영사프로덕션(3월)	27,443	27,230	27,570	
신에이동화(3월)	3,955	2,664	3,408	
소우츠(創通)(3월)	15,937	16,135	13,802	
	미디어사업	12,200	12,535	10,078
	라이츠사업	2,832	2,513	2,495
곤조(3월)	3,374	2,320	1,738	
도에이(東映)애니메이션(3월)	21,148	21,718	20,960	
	영상제작/판매사업	11,298	10,807	9,741
	판권사업	6,485	7,142	6,781
툼스엔터테인먼트(3월)	14,970	14,175	13,296	
	애니메이션영화제작판매	10,260	10,057	9,621
일본애니메이션(7월)	2,250	2,100	-	
반다이비주얼(3월)	22,442	19,415	16,231	
피에로(4월)	5,061	4,946	5,345	
IG포트(5월)	6,635	7,108	5,989	
	영상제작사업	4,749	4,887	3,985
	출판사업	1,093	1,445	1,376
	판권사업	727	697	554
브로콜리(2월)	9,938	9,616	9,554	
마베라스엔터테인먼트(3월)	12,387	10,139	8,284	
	음악영상사업	4,190	4,305	3,635
	디지털콘텐츠사업	6,903	4,673	3,465
매드하우스(7월)	4,400	5,000	-	

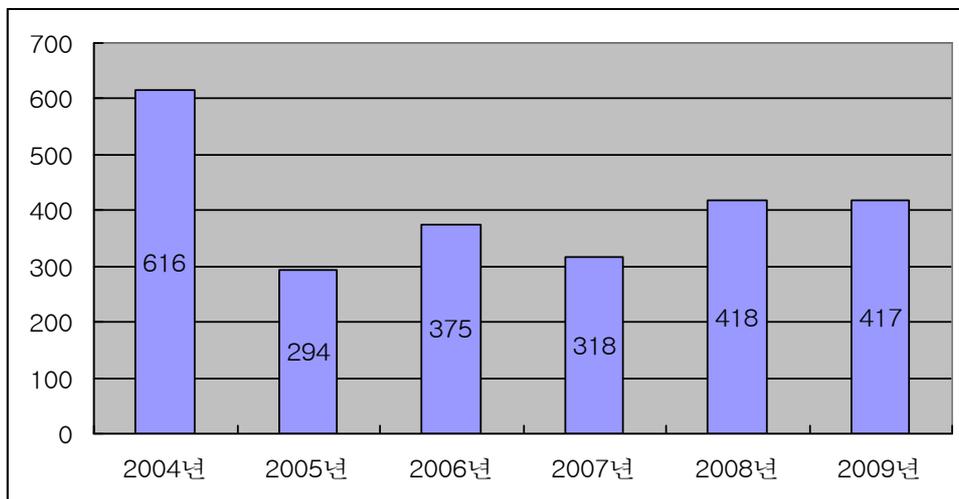
□ 극장용 애니메이션

○ 다수의 중소규모 히트작품으로 흥행 수익 유지

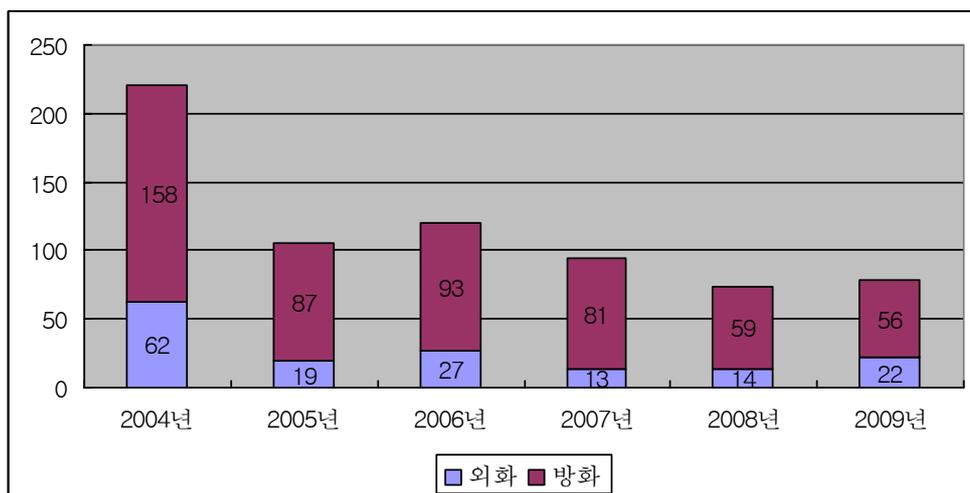
- 2009년의 극장용 애니메이션 추정 흥행수익은 417억 엔
- 흥행수익 155억 엔의 “벼랑 위의 포뇨”에 집중된 2008년과 비교하면 2009년은 흥행수익 10억 엔 이상이 13작품으로, 다수의 중소규모 히트로 극장용 애니메이션매출을 견인함

- 흥행수익 1위는 “포켓몬”의 극장판으로 46.6억 엔, 그 뒤로 “에반게리온 신 극장판 : 파”와 외화 “월 E”가 이어짐
- 2009년의 개봉 편수는 외국 애니메이션 22편, 일본 애니메이션이 56작품으로 일본애니메이션이 조금 감소함
- 랭킹에는 등장하지 않지만, “공의 경계” 등 매니아층을 겨냥한 작품의 소규모 극장 개봉한 뒤, DVD 등의 패키지 판매로 성공하는 사례도 나옴
- TV애니메이션이 감소 경향을 보이는 가운데, 비즈니스 환경이 변화하고 있어 상대적으로 극장용 애니메이션에 대한 기대도 높아지고 있음

【그림 3】 극장용 애니메이션추정 흥행 수입 (억엔)



【그림 4】 극장용 애니메이션 개봉 편수



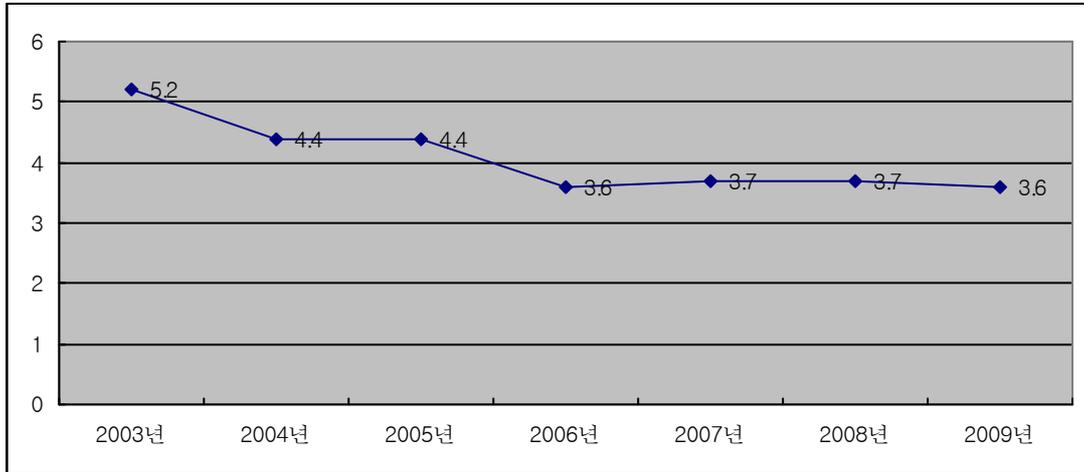
【표 2】 극장용 애니메이션 흥행 수입 10억 엔 이상 작품(2009년)

순위	개봉일	작품명	구분	배급	수익
1	7월	극장판 포켓몬스터 DP ~다이아몬드&펄~	일	도호	46.7
2	6월	에반게리온 신극장판:파	일	KLOCKWORX	40.0
3	08/12	월E	외	WDS	40.0
4	4월	명탐정 코난 칠흑의 추적자	일	도호	35.0
5	3월	영화 도라에몽 신노비타의 우주개척사	일	도호	24.5
6	8월	서머워즈	일	WB	16.5
7	8월	볼트	외	WDS	16.5
8	11월	디즈니의 크리스마스캐롤	외	WDS	16.0
9	08/12	극장판 MAJOR 우정의 일구	일	도호	10.5
10	8월	극장판 나루토 질풍전	일	도호	10.2
11	3월	마다가스카2	외	파라마운트	10.2
12	3월	영화 프리큐어 올스타즈DX	일	도에이	10.1
13	4월	영화 크레용신짱 오타케베! 카스카베야생왕국	일	도호	10.0

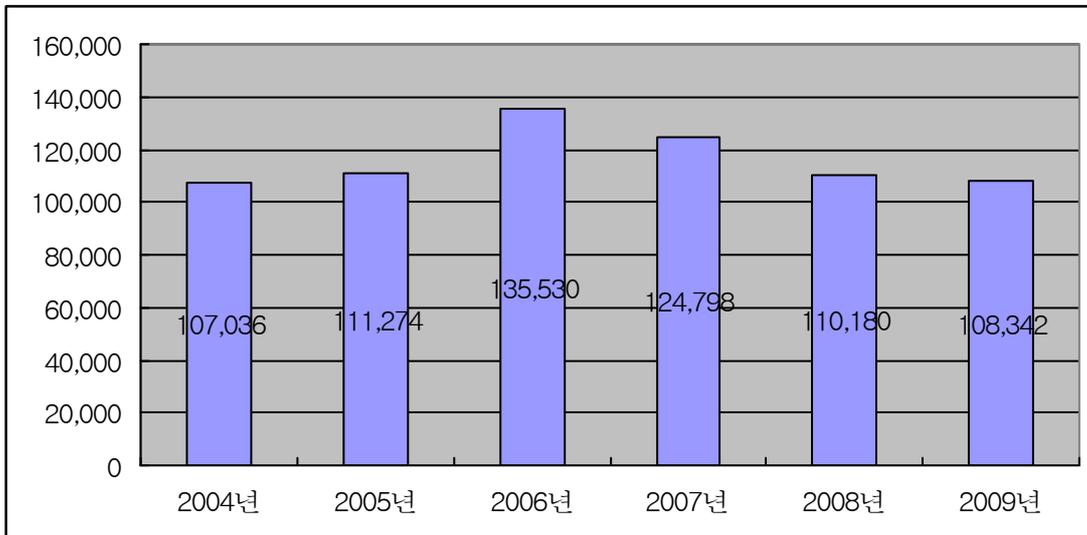
□ TV 애니메이션

- 프로그램 수, 방송 시간 감소가 뛴쳤지만, 제작 분수의 감소는 계속
 - 2006년에 방송량이 피크이었던 텔레비전애니메이션은 제자리걸음
 - 지상파 TV애니메이션은 2009년도 프로그램 수가 전년보다 77편 많은 2,908 편이며 방송 분수는 8만7,681분(전년비 101.8%)
 - 애니메이션 프로그램 시청률은 연간 평균 가구시청률도 제자리걸음
 - 2003년 이전은 5%를 넘었었지만, 2009년은 3.6%로 떨어졌고 과거 4년간 3.6~3.7%선에서 안정적 추이를 보이고 있음
 - 전문채널을 보면 애니맥스가 가입가구수를 늘리고 있음
 - 2010년 3월에는 약 840만 가구가 시청 가능하게 되어, 위성방송과 CATV로 시청할 수 있는 전문 채널 중에서 가입가구수 1위
 - 전문채널시장은 확대 기조에 있음

【그림 5】 애니메이션 연간 평균 시청률 (관동지구)



【그림 6】 TV애니메이션 제작 추이 (단위 : 분)



【표 3】 주요 애니메이션 전문 채널 가입세대수 (만 세대)

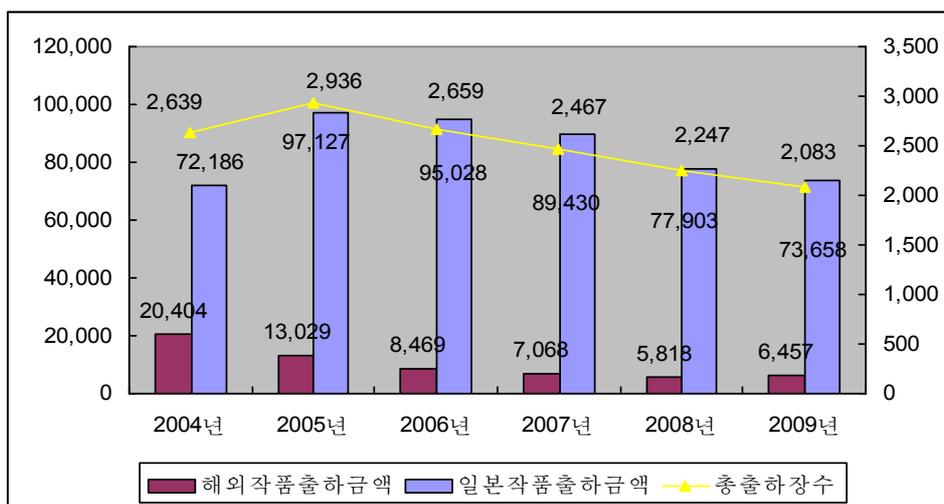
채널명	가입세대수		
	Mar-08	Mar-09	Mar-10
ANIMAX	717.9	782.3	837.6
아니메시아타X[AT-X]	10.0	11.0	-
카툰네트워크	596.6	644.8	688.5
키즈스테이션	809.7	776.0	813.9
디즈니채널	400.0	450.0	-
디즈니 XD	300.0	400.0	500.0

□ 비디오소프트

○ 비디오소프트, 800억 엔 이하가 될 것으로 예상

- 2009년도 애니메이션 비디오소프트의 출하금액은 801억 엔(전년비 95.7%), 출하 수량은 2,083만 장(전년비 92.7%)
- 출하 금액, 출하 수량 모두 2005년 이후 4년 연속으로 감소해, 패키지 판매는 급격히 감소
- 신작 타이틀 수도 DVD는 3,566타이틀로 전년비 80.5%로 크게 감소
- 재생기의 보급도 확대되면서, 블루레이디스크(BRD)시장이 확대되고 있으며 이를 반영해 2009년에는 468 타이틀이 발매됨
- BD는 아직 구입자가 한정되어 화질을 중시하는 사람이나 매니아층의 구입이 많음
- 이런 케이스는 이전 일본영화에서 많이 제작되어 왔는데, 일시적으로 감소되었다가, “데스노트”(2006년), “20세기소년”(2008년) 이후, 다시 2부작, 3부작의 연작 제작이 늘어나기 시작
- DVD에 비해서 BD시장에서는 애니메이션이 차지하는 비율이 높아, BD의 연간 랭킹 1~4위는 애니메이션 작품이 차지
- 애니메이션 DVD에서 2009년에 가장 많이 판매된 작품은 약59만 장을 기록한 “벼랑 위의 포뇨”

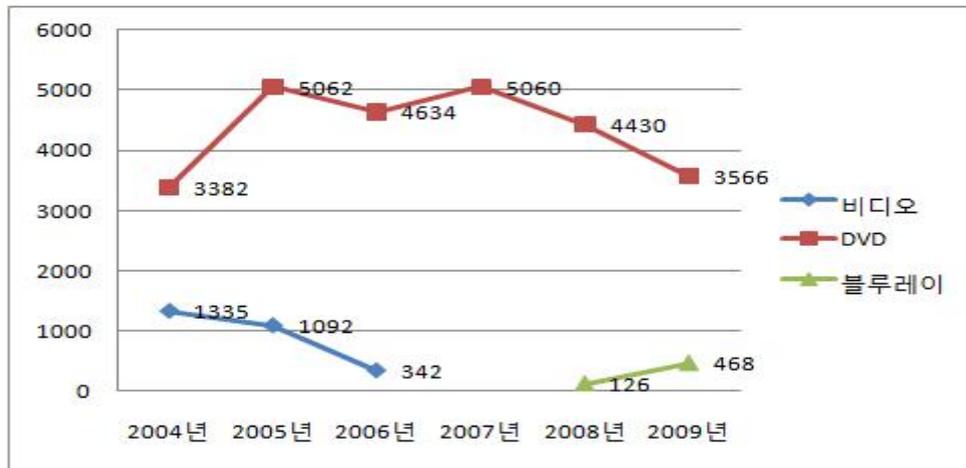
【그림 7】 애니메이션 소프트의 일본 시장규모 (단위 : 백만엔)



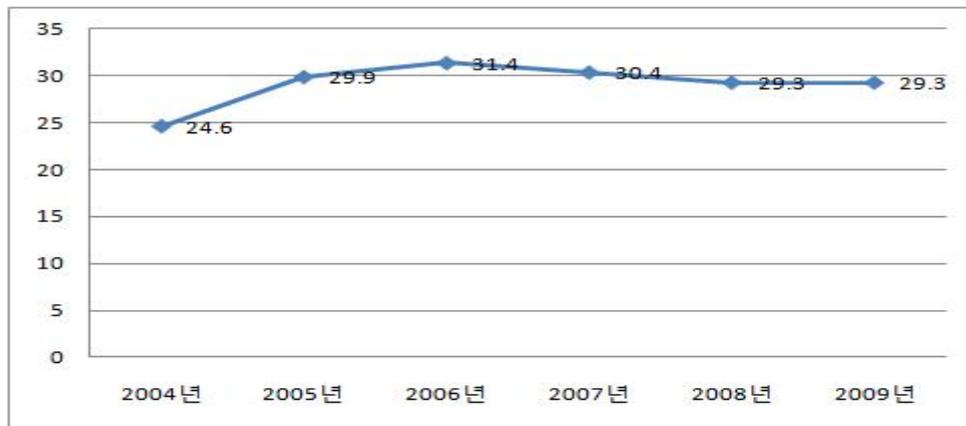
【표 4】 비디오소프트 출하금액의 유통별 내역(단위 : 백만엔)

	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
개인판매용	66,761	79,460	69,149	67,861	59,140	57,154
렌탈점용(개인용)	25,617	30,482	34,192	28,170	23,840	22,379
그외/업무용	212	214	156	467	695	582

【그림 8】 애니메이션 비디오 소프트웨어 최신 타이틀 수



【그림 9】 비디오소프트출하 금액에서 차지하는 애니메이션 비율



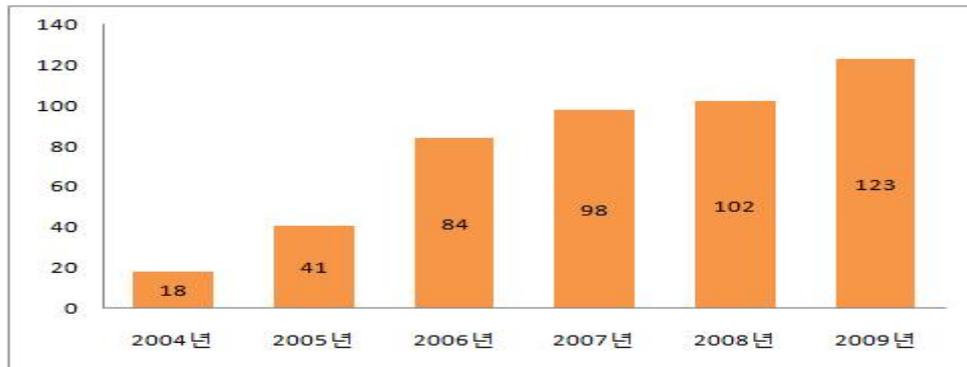
○ 전송시장은 성장 계속

- 패키지 판매 부진이 이어지고 있는 가운데, 새로운 유통경로로 기대를 모으고 있는 것이 애니메이션 전송비즈니스임.
- 2009년의 매출액은 123억 엔, 전년대비 120.6% 증가
- 유저 조사에 따르면 PC, 휴대폰 모두 30% 정도 영상 전송이용자가 애니메이션을 시청하고 있는 등 애니메이션은 영상 전송서비스에 있어서 가장 중요한 콘텐츠가 되고 있음
- 이렇게 전송서비스의 확대 요인으로는 3.5세대 휴대폰의 보급이 확대되어 환

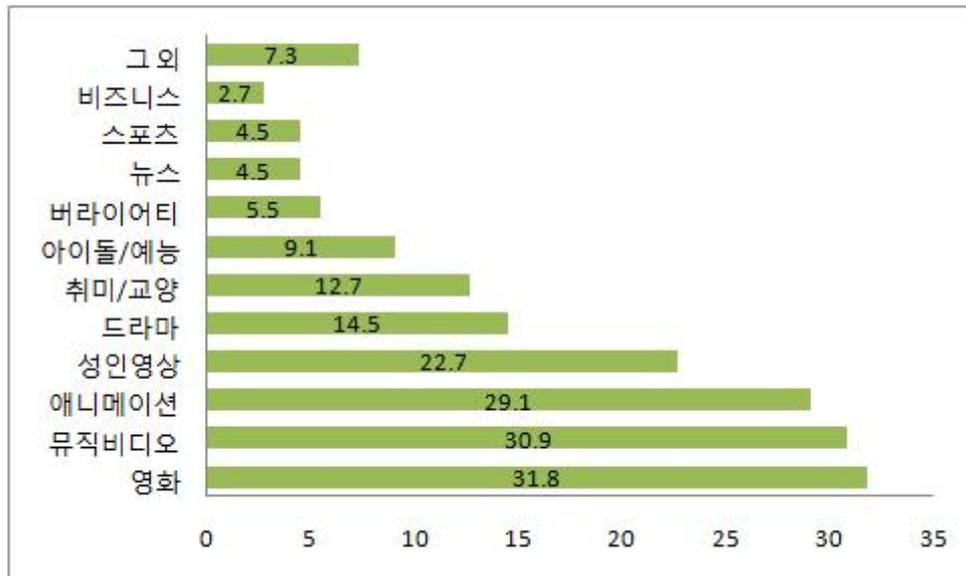
경이 정비되었다는 점을 들 수 있음.

- 핸드폰용 시장 전체가 확대하고 있는 가운데, 애니메이션 전송도 확대
- 매출액의 내역을 보면, PC와 IPTV용 전송이 93억 엔인 것에 비해, 휴대폰용 전송은 30억 엔
- 휴대폰용 전송시장이 금액면에서 PC용에 비해 과금시스템이 정비되어 있기 때문에 수익원으로써 이후 더욱 발전될 것으로 기대됨

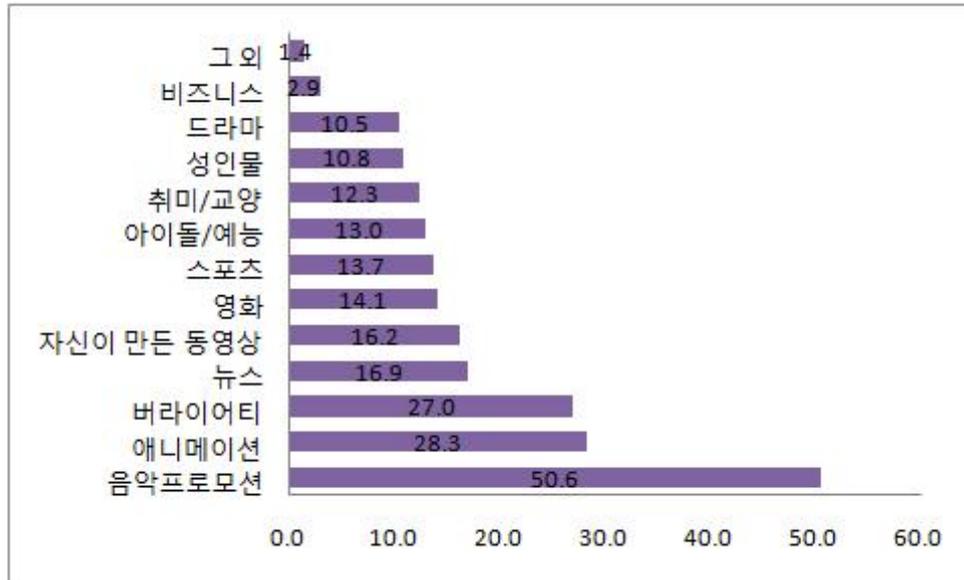
【그림 10】 애니메이션 전송 매출액 (단위 : 억엔)



【그림 11】 인터넷에서 구입한 동영상 장르 (2010년도 / 단위 : %)



【그림 12】 휴대폰·PHS에서 시청하고 있는 동영상의 장르(2009년도)

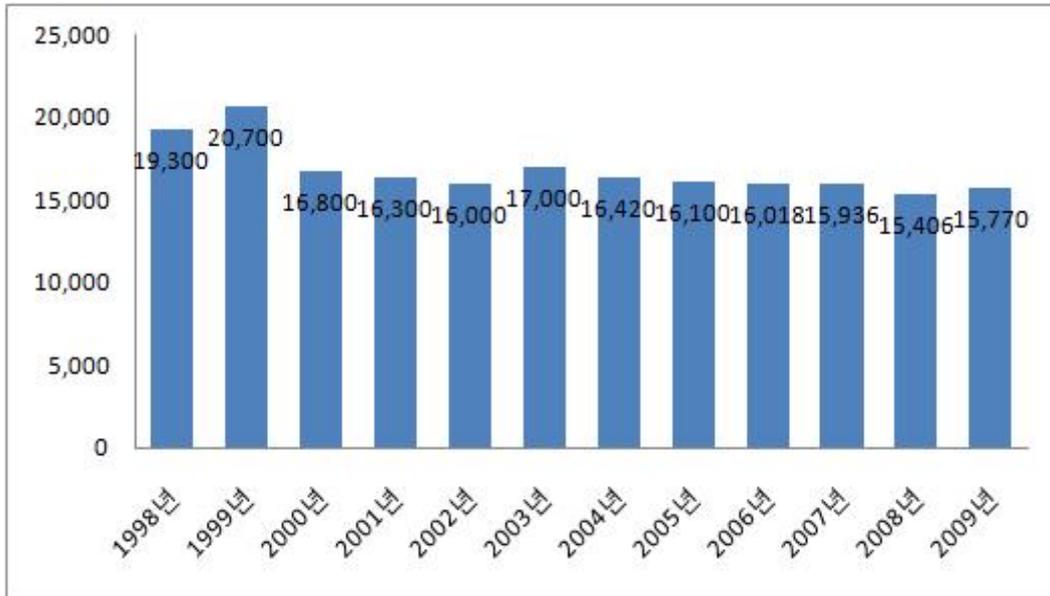


□ 캐릭터

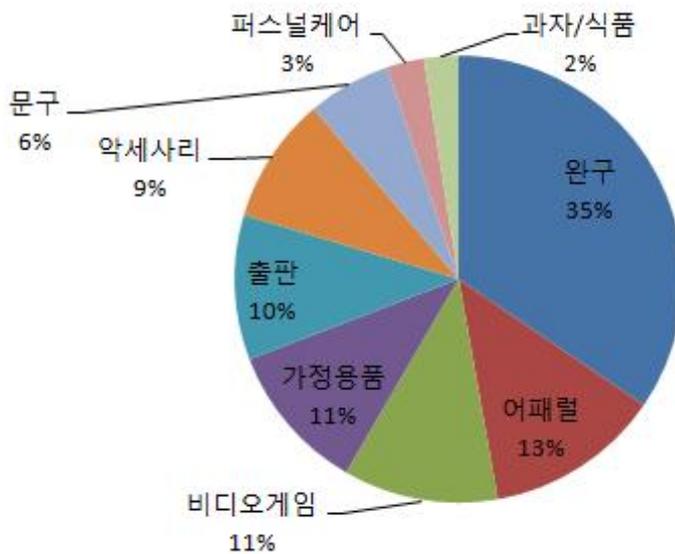
○ 애니메이션 등 텔레비전 연동형 캐릭터가 호조

- 2009년의 캐릭터상품 시장은, 1조5,770억 엔(전년대비 102.4%)으로 6년 만에 다소 증가
- 캐릭터상품에는 애니메이션뿐만 아니라 팬시캐릭터나 특수촬영, 게임 등의 캐릭터도 포함
- 인기 캐릭터 랭킹을 보면 알 수 있는 것처럼, 게임 등 다른 장르에서 나왔지만 애니메이션이 된 작품도 많아서, 캐릭터 시장에서 애니메이션의 영향은 큼
- 2009년 시장 회복은 불황의 영향으로 폭 넓은 일반소비자를 새롭게 흡수한 증가가 아니라, 저연령층 대상 애니메이션이나 특수촬영 프로그램 등 TV 연동형 캐릭터 상품이 호조를 보인 결과
- 어린이용 시장에서는 인기가 높은 캐릭터에 대한 집중 경향이 현저해, 텔레비전 프로그램으로 애니메이션 시청자의 인기를 확보한 뒤 상품화를 유리하게 진행해, 캐릭터 시장에서 점유율을 늘려가는 것이 중요

【그림 13】 캐릭터상품 소매시장 규모



【그림 14】 캐릭터상품의 카테고리 점유율(2009년)



○ 해외전개

- 미국의 애니메이션엑스포나 프랑스의 재팬엑스포 등의 이벤트는 일본내에서도 인지도가 높아지고 있지만, 해외에서 일본 애니메이션의 규모는 한정적임
- 미국에서 애니메이션 DVD의 매출 규모는 연간 3억 달러 전후
- DVD시장 전체에서 보면, 일본애니메이션의 점유율은 몇 퍼센트에 불과하며, 미국에서의 DVD 매출 상위 작품도 일본의 흥행랭킹작품과는 크게 달라, 현지의 팬들 취향에 맞는 작품이 수용되고 있는 것이 보임
- 미국의 CATV 시청률 랭킹 상위에 있는 “나루토”, “BLEACH” 등의 작품은

북미, 유럽 등의 각 국에서 인기를 모으고 있어, 해외의 일본 애니메이션 시청자가 많음

- 온라인전송에서는 해외용으로 일본에서의 방송과 거의 동시에 애니메이션 전 송을 하는 서비스도 등장하고 있어, 일본의 권리자에게 이익 환원이 되는 비즈니스 전개에 기대가 모이고 있음

【표 5】 미국 케이블텔레비전 [일본 애니메이션] 시청률 랭킹 (2010년2월)

순위	프로그램명	국	방송시간	요일	6~11세 시청률 (%)	세대 시청률 (%)
1	포켓몬: DP/GALACTICBATTLE	TOON	오전7:30	일~토	1	0.6
2	YU-GI-OH! 5DS	TOON	오전8:00	월~토	0.9	0.6
3	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-19-2010	DXD	오후11:00	금	0.7	2
3	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-19-2010	DXD	오후11:30	금	0.7	0.2
5	BAKUGAN	TOON	오전6:00	월~토	0.6	0.7
5	NARUTO: SHIPPUDEN	DXD	비정규	수/토	0.6	0.3
7	BLEACH	ADSM	비정규	토	0.5	0.7
7	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-10-2010	DXD	오후 9:30	수	0.5	0.2
9	COWBOY BEBOP	ADSM	오전 3:00	토	0.4	0.6
9	FULL METAL ALCHEMIST	ADSM	비정규	토	0.4	0.7
9	FULL METAL: BROTHERHOOD	ADSM	비정규	토	0.4	0.6
9	NARUTO: SHIPPUDEN-LN	DXD	오후10:00	월~토	0.4	0.2
9	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-10-2010	DXD	오후 9:00	수	0.4	0.2
9	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-10-2010	DXD	오후10:30	수	0.4	0.2
9	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-10-2010	DXD	오후11:00	수	0.4	0.1
9	S NARUTO: SHIPPUDEN(S)-02-10-2010	DXD	오후10:30	금	0.4	0.2

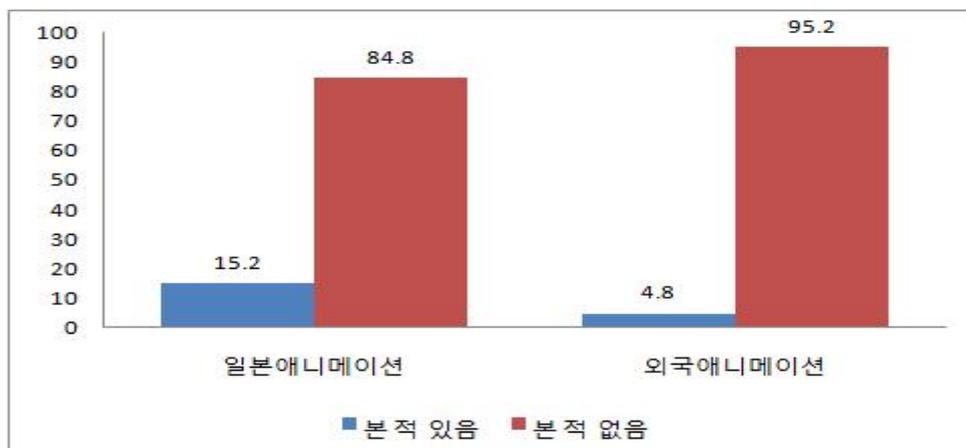
○ **유저: 접촉률이 낮은 중장년 유저 획득이 향후의 관건**

- 어떤 미디어에서도 애니메이션 접촉률은 10대 젊은 층이 높은 경향
- 연령층 별로 보면 일본영화에서는 12~19세, 20~24세, 25~34세, 35~49세까지

각 연령층에서 15~30%의 접촉률을 나타내고 있어, 청소년층이나 어린이들의 부모, 20세 이상의 애니메이션 팬이 극장을 선호하고 있음.

- 50세 이상에서는 접촉률이 떨어져, 육아를 끝낸 연령대에서는 자신의 취미로써 애니메이션에 접하는 경향이 약해, 애니메이션에서 멀어지고 있는 것으로 보임
- PC나 휴대폰 등을 통한 애니메이션 시청은 젊은 층일수록 애니메이션 접촉률이 높음

【그림 15】 과거 1년간 애니메이션영화 시청 경험(2010년 / 동경)



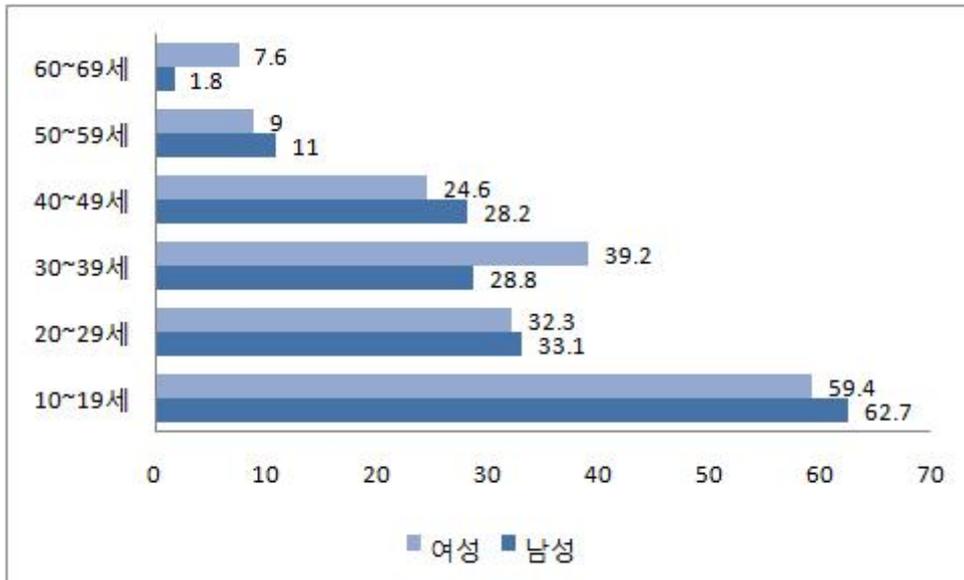
【표 6】 과거 1년간 일본 애니메이션영화 시청 경험

	남성 %	여성 %
전체	13.1	17.5
12~19세	30.7	19.8
20~24세	17.5	26.9
25~34세	14.2	21.8
35~49세	16.4	24
50세이상	3.3	6.7

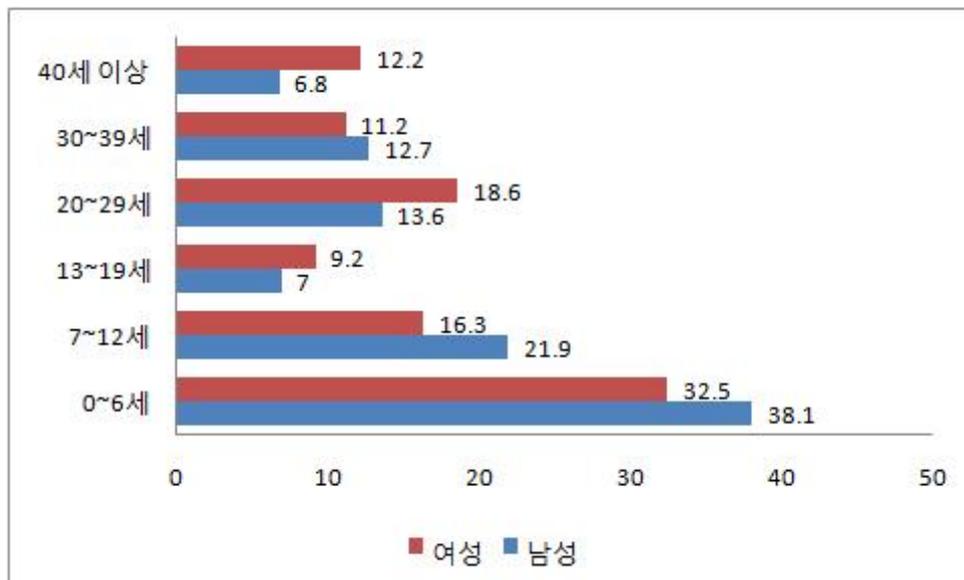
【표 7】 과거 1년간 외국 애니메이션영화 시청 경험

	남성 %	여성 %
전체	3.8	5.9
12~19세	3.5	7.2
20~24세	6.8	12.9
25~34세	3.6	6.2
35~49세	5.4	7.3
50세이상	1.6	2.8

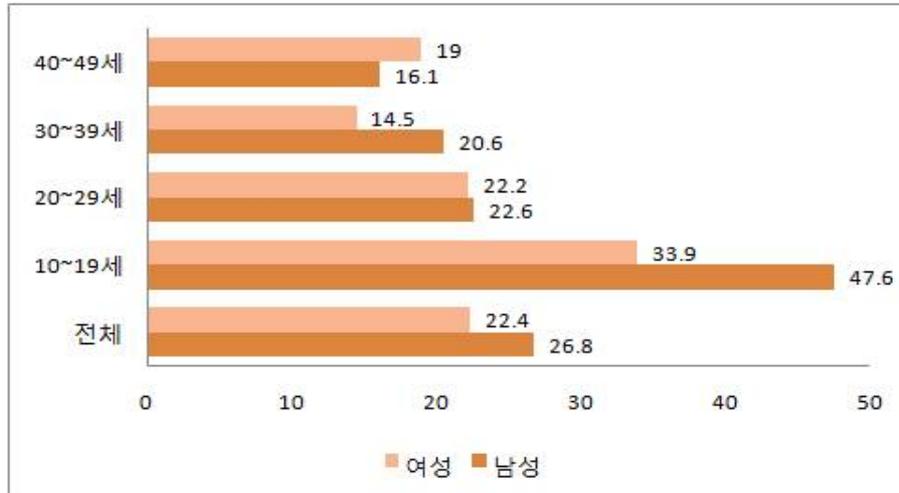
【그림 16】 연령별 텔레비전애니메이션 접촉률 (2010년 / 동경)



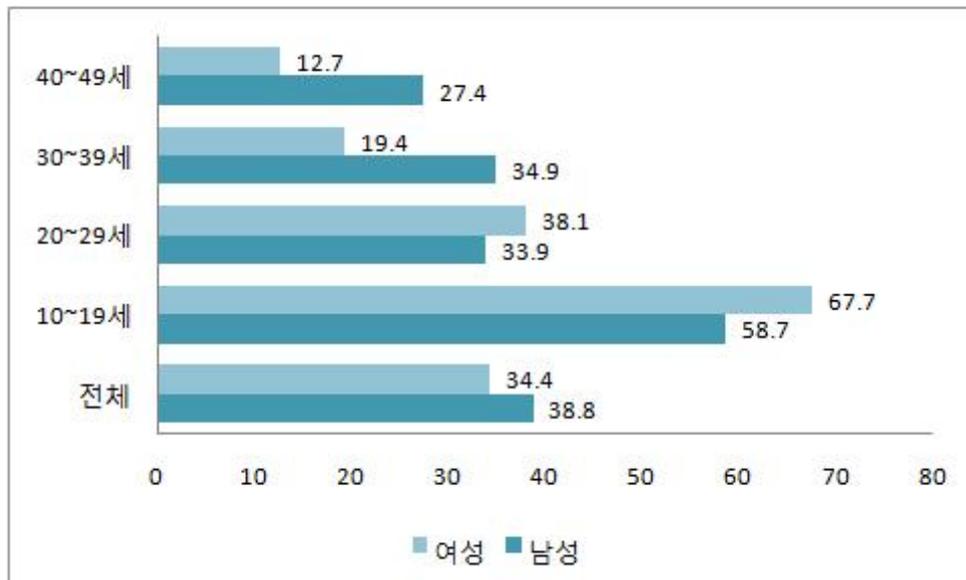
【그림 17】 캐릭터시장의 유저(2009년)



【그림 18】 성별·연령별 PC애니메이션 동영상 접촉률 (2010년도 / %)



【그림 19】 성/연령별 휴대폰애니메이션 동영상 접촉률 (2010년)



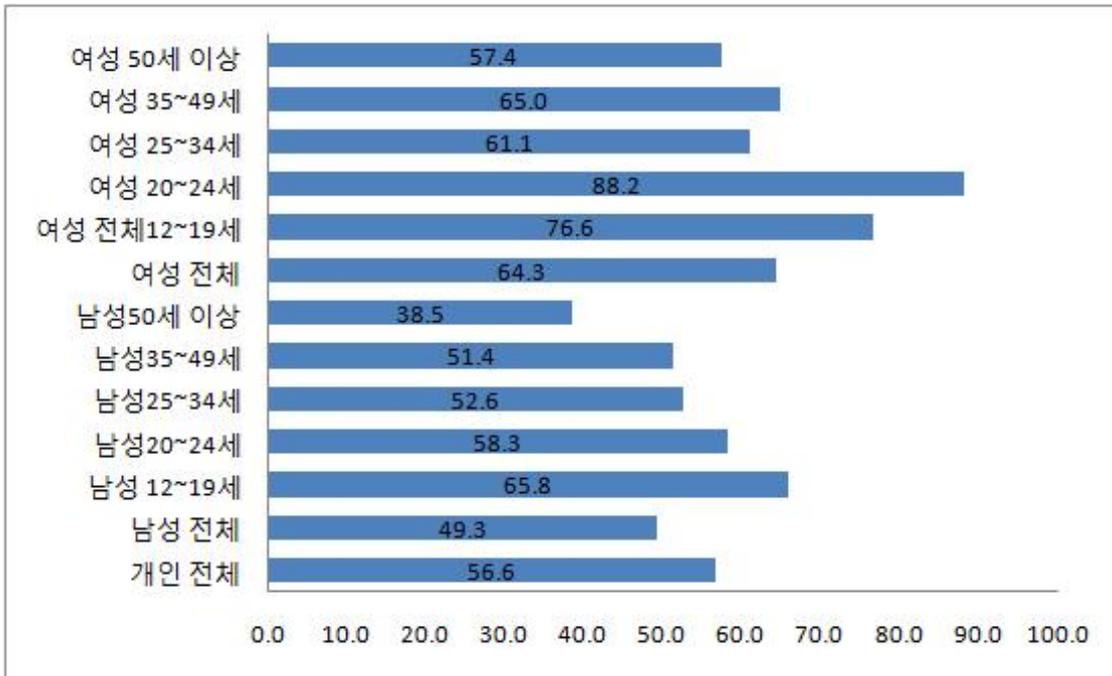
2. 『2011년도 주목 작품』

□ 베스트셀러 원작으로 한 애니메이션 다수

○ 전체적으로 화제작이 많아서 활기를 띠 것으로 기대

- 인기 소설 “모시도라(원제: 만약 고교 야구부의 여자 매니저가 (피터) 드러커의 매니지먼트를 읽었다면)”의 TV애니메이션화와 “케이온!!”극장판 등장
- 2011년의 애니메이션 업계는 2010년과 같이 화제작이 많고, 활기를 띠 것으로 전망

【그림 20】 최근 1년간 영화감상 참가율(2010년 / 도쿄 30km권)



□ TV애니메이션

○ TV애니메이션은 1월부터 풍부한 버라이어티 작품

- 나오키(直木)상을 수상한 사쿠라바 가즈키(桜庭一樹)의 레노베미스테리가 원작 고즈로리의 미소녀 탐정이 활약하는 “GOSICK-고시쿠-”에서 트랜스젠더적인 성의 위화감과 우정을 섬세하게 그린 시무라 다카코(志村貴子)의 코믹이 원작인 “방랑아들(放浪息子)”까지 모두 이미 고정 팬을 확보하고 있는 작품이 많음
- 3월에는 실사판 영화에 앞서, 200만 부를 넘는 베스트셀러 “만약 고교 야구부의 여자 매니저가 드러커의 매니지먼트를 잃었다면”을 NHK가 애니메이션으로 제작
- 2010년은 “케이온!!”, “전국BASARA3”, “흑집사 2”, “아라카와언더더브릿지 브릿지” 등의 시즌2가 히트, 타크호스의 “침략! 이카무스메”가 화제를 모으는 등, 예상 이상으로 히트한 작품이 많았음

□ 2011년도 히트 예상 키워드 3

○ 시즌2를 거쳐 극장 개봉, 시즌2 + 극장판

- TV애니메이션에서 시즌2로 팬층을 넓힌 후, 극장판을 개봉하는 패턴
- “케이온!!” “전국BASARA3”는 팬층이 확대되고 있어 극장판에 대한 기대도 큼

- 이 수법을 먼저 도입한 “강철의 연금술사”도 여름에 신작을 개봉할 예정
- 2011년 방송되는 시즌2 작품은 실사영화로 다시 인기를 모으고 있는 “너에게 닿기를(君に届け) 시즌 2”, 시리즈 누계 300만 부를 기록한 인기 소설 “바보와 테스트와 소환수(召喚獸)” 등 고정팬이 많은 작품이 선보일 예정이며, 극장판으로 이어질 수 있을 지에 관심

○ 시리즈 극장판

- 2007년 “공의 경계”(전7부작)이후 코어팬을 동원하는 수법을 이용해 확립되어, 1월에는 5번째 작품 “브레이크 브레이드”, 5월에는 시로 마사무네(士郎正宗) 원작 “APPLESEED 13”(전 13부작)의 상영이 시작될 예정
- “마크로스F” “보통스” 시리즈 등 과거의 TV애니메이션을 극장판이나 OVA전개하는 스타일도 안정된 인기를 보이고 있음
- 히트메이커가 만드는 새로운 “오리지널” 작품도 늘어나고 있음
- 연속 히트를 기록하고 있는 신보 아키유키(新房昭之)감독과 애니메이션 제작의 시프트가 함께 만드는 오리지널 애니메이션 “마법소녀마도카★마기카(魔法少女まどか★マギカ)”도 주목도가 높음
- 오타쿠를 “모에(萌え, 역자주: 대상물에 대한 좁고 깊은 감정)”로 끌어들이는 계기를 만든 미소녀 장르에서 2010년에 극장판이 히트한 “마법소녀 리리칼 이란(魔法少女リリカルなのは)” 이상의 전개가 기대되고 있음
- 야마모토 다카시(山本寛)감독의 환타지SF “브라크탈”도 화제
- 나카노 마모루(永野護)와 우키 아츠야(宇木敦哉) 등 컬트적 인기를 자랑하고 있는 크리에이터와 독립제작자 출신으로 평가가 높은 신카이 마코토(新海誠)의 극장판 최신작도 개봉됨

【표 8】 2011년 주요 TV애니메이션 및 극장판 애니메이션

타이틀	개봉일	방송/개봉	내용
마법소녀 마도카★마기카 (魔法少女まどか★マギカ)	1월6일~	마이니치방송, TBS 외	신보우 아키유키(新房昭之)감독과 애니메이션 제작 샤프트가 만드는 오리지널 마녀 애니메이션
GOSICK -고딕-	1월7일~	TV TOKYO 외	사쿠라바가즈키(櫻庭一樹)의 미스터리가 원작
장갑기병보통즈	1월8일~	이벤트 상영, OVA발매	“장갑기병보통즈”시리즈의 OVA 간의 에피소드로 애니메이션 제작 협력은 안사스튜디오
방랑아들(放浪息子)	1월13일~	후지테레비	[월간 코믹 빔]연재 만화가 원작
브라크탈	1월13일~	후지테레비	야마모토(山本寛)감독, 애니메이션 A-1 Pictures
마크로스F	2월26일~	극장 개봉	2009년에 전편이 개봉된 후편. 2008년에 텔레비전애니메이션을 재구축, 애니메이션 제작은 Satelight, 에이트비트
기동전사간담UC	3월5일~	극장 개봉,	후쿠이 하루토시(福井晴敏)가 만든 스토리,

episode 3		전송, DVD/BD발매	시리즈 최신작, DVD/BD 발매는 3월18일, 선라이즈제작
모시도라	3월14일	NHK	베스트셀러를 원작으로 [슈퍼점프]에서 만화 연재도 시작
Steins; Gate	봄~	미정	어드벤처게임이 원작 WHITE FOX가 제작
전국BASARA	초여름	극장 개봉	게임 원작의 애니메이션 최신 극장판, 프로덕션 I. G 제작

3. 『시사점』

- 일본의 TV 애니메이션 시장은 제작편수, 시간 모두 피크였던 2006년도에 비해 작품수가 감소되고 있고, 특정 매니아 대상의 심야애니메이션 방송으로 DVD 판매에 주력했던 비즈니스모델도 붕괴되고 있어 애니메이션 시장 확대를 위한 새롭고 다양한 전략이 적극 모색되고 있는 상황임.
- 이러한 시장환경에서 작년은 기존 유아대상의 애니메이션 방송을 통해 상품판매로 수익을 올리는 모델이 강화되었고, TV 시리즈에 역매이기 보다 극장판 애니메이션으로 수익 및 소비자 확대를 시도하고 있음
- 또한 3.5G 핸드폰의 보급으로 동영상에 대한 유저들의 관심이 높아져서 뮤직비디오, 영화와 더불어 애니메이션에 대한 소비가 늘고 있으며, 해외로의 애니메이션 전송서비스도 확대하고 있어, 그동안 저작권에 민감한 일본의 애니메이션이 수익확대를 위해 인터넷서비스 및 해외서비스에 많은 관심을 보이기 시작하고 있음
- 2011년에는 영화와 같이 인기 작품에 대한 시즌2 제작과 오리지널 작품의 제작, 과거 아카이브 작품중 인기작품에 대한 극장판 공개 등이 활발해 질 것으로 예상, 올 한 해도 애니메이션에 대한 다양한 비즈니스 전개가 기대되고 있음