

할리우드 애니메이션의 포트폴리오 분석: 제작비를 중심으로

- I. 문제의 제기
 - II. 이론적 논의
 - III. 연구방법
 - IV. 연구결과
 - V. 결론 및 논의
- 참고문헌
ABSTRACT

박승현,* 송현주**

초 록

이 연구는 2010-2014년 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 제작비를 통해 포트폴리오 구성전략이 어떻게 운용되는 지를 분석하는 걸 목적으로 한다. 분석 결과 극장용 애니메이션 영화는 대규모 제작비를 투입하면서 수익을 극대화하는 방식을 택한 것으로 나타났다. 2010-2014년 극장용 애니메이션은 57편 개봉되었고, 평균 제작비는 1억 달러를 상회하였다. 1억 달러 이상의 평균 제작비를 투자하는 블록버스터 전략을 통해 극장용 애니메이션 영화는 실적 또한 기획한 방향과 부합하게 달성한 것으로 나타났다. 해당 기간 동안 평균 흥행실적은 3억 8천 달러로서 애니메이션 전체를 고려하면 모두 수익구간에 들어간 것으로 판단된다. 또한 애니메이션 영화 제작에 사용된 총 비용 중 72.2%는 1억 달러 이상의 제작비가 투자된 영화에 사용되었다. 이는 할리우드의 극장용 애니메이션 영화의 중심 영역이 1억 달러 이상의 구간에 집중되어 있으며, 해당 구간을 중심으로 흥행실적을 확보하려는 의지가 엿보이는 것으로 판단할 수 있다.

주제어 : 영화산업, 할리우드, 애니메이션, 영화 포트폴리오, 제작비

* 이 논문은 2015년도 한림대학교 교비연구비(HRF-201507-005)에 의하여 연구되었음을 밝힙니다. 부족한 논문을 성심껏 심사해 주신 세분의 심사위원께 감사의 말씀 드립니다.

주저자 : 박승현 <parksh@hallym.ac.kr>

** 교신저자 : 송현주<sometime119@hallym.ac.kr>

I. 문제의 제기

1920년대 무성영화에서 유성영화로의 전환을 시발점으로, 1930년대 색채영화, 그리고 1990년대부터 본격화된 컴퓨터 그래픽에 기반을 둔 디지털 테크놀로지와의 결합은 영화의 내적 표현과 외적 형식의 변화에 지대한 영향을 끼쳐 왔다.¹⁾ 또한 이런 영화의 기술 변혁은 국제 시장에서 미국의 독점적 위상을 더 공고하게 하는 역할을 초래하였다. 할리우드는 유성영화와 색채영화의 개발 등에서 나타났듯이 시장을 주도하는 신기술을 바탕으로 하드웨어 차원에서 미국 영화의 우월성을 전 세계의 관객들에게 인식시켰다. 또한 새로운 기술의 도입은 영화 제작 비용의 증가를 초래하였기 때문에 규모의 경제를 바탕으로 한 할리우드의 파워는 국제 시장에서 더 강화되어졌다. 1990년대부터 본격화된 3D 컴퓨터 애니메이션 기술은 이전의 사운드와 색채의 도입과 마찬가지로 엄청난 제작비 상승을 동반하였다. 컴퓨터 그래픽을 통해 표현하기 어려웠던 비주얼과 이미지를 보여줄 수 있게 되면서 화려한 볼거리를 제공하는 다양한 작품들을 통해 할리우드의 주도력은 더 공고해졌다. 할리우드는 다른 국가들이 근접할 수 없을 정도의 규모를 과시하며 새로운 기술을 바탕으로 재난영화, 슈퍼히어로 영화, 그리고 3D 애니메이션 영화 등 대규모의 제작비가 투자된 블록버스터급 영화들을 제작하여 국제 영화시장을 주도하였다. 2000년대 할리우드의 해외 수익의 지속적인 증가는 이와 같은 현상을 반영한 것으로 여겨진다.

최근 할리우드에서 부각되는 요소 중 하나는 극장용 애니메이션 영화의 박스 오피스 장악이다. 전통적으로 애니메이션은 미국 내 영화시장에서 높은 흥행실적을 담보로 박스 오피스를 주도하는 장르는 아니었다. 디즈니로 대표되는 할리우드 애니메이션은

1) 임재민과 이종한의 논문(2014)은 애니메이션에 초점을 맞추어 영상미디어 기술의 발전과 애니메이션의 표현력 확장을 구체적으로 분석하였다. 임재민·이종한 (2014). 영상미디어 기술의 발달과 애니메이션 표현력의 확장에 대한 연구. <만화애니메이션연구>, 36권, 325-347.

1950년대부터 문화제국주의 논의의 핵심 요소로 간주되어 영상물의 국제 시장에서 미국의 주도력이 초래한 피해를 분석하는 대표적 사례로 언급되었다. 하지만 주목할 점은 디즈니로 대표되는 미국의 애니메이션의 독점적 위상은 텔레비전 프로그램에 초점이 맞춰져 있다는 점이다. 이는 할리우드의 극장용 애니메이션 제작이 작품의 양이나 질에서 국제 시장을 주도할 만큼 활발하게 전개되지 않았기 때문이다. 일례로 1980년대 10년 동안 미국에서 개봉된 극장용 애니메이션은 재개봉 작품을 제외하면 총 18편으로 연 평균 2편도 채 되지 않는다. 그 중 디즈니가 새롭게 선보인 영화는 5편으로, 연간 평균 1편도 되지 않았다. 해당 기간 동안 디즈니는 13편의 작품을 20번이나 재개봉한 것에서 드러나듯이 극장용 애니메이션 제작에 관심을 갖지 않았다. 디즈니는 극장용 애니메이션보다는 텔레비전 애니메이션에 치중하는 전략을 운용하면서, 텔레비전을 주요 창구로 다양한 애니메이션 시리즈를 선보이면서 극장이라는 공간은 후속 창구로 간주하는 방식을 띠었다.

할리우드에서 극장용 애니메이션 제작은 1990년대 중후반부터 급격한 변화를 맞이하게 된다. 픽사와 드림웍스 등 새로운 회사들이 참여하면서 극장용 애니메이션 제작은 활발하게 진행되었다. 더불어 극장용 애니메이션 영화에 거의 관심을 보이지 않았던 메이저 영화사들은 3D 컴퓨터 애니메이션 기술을 응용하면서 극장용 애니메이션 제작을 우선순위로 고려하기 시작하였다. 이런 환경의 변화로 인해 애니메이션 영역에서 디즈니의 독점적 위상은 붕괴되기 시작하였다. 1994년 <라이온 킹> 이후 10여 년 동안 시장을 주도하는 작품을 제작하지 못하였고, 픽사가 제작한 애니메이션 영화들을 배급하는 역할만을 수행했을 뿐이다.²⁾ 2006년 픽사를 인수한 이후부터 디즈니는 애니메이션 제작에서 주도력을 다시 가지게 되었지만 그 이전의 독점적 위상은 회복하지

2) 픽사 사장 에드윈 캣멀(Edwin Catmull)은 2014년 조선일보와의 인터뷰에서 픽사와 합병 이전 1994년 <라이온 킹> 이후로 12년 동안 디즈니의 흥행작은 거의 없고 시장에 임팩트를 주지 못했다고 말했다(조선일보, 2014. 5.24).

못하였다. 이미 애니메이션은 박스오피스를 주도하는 아이টে็ม으로 성장하였고 경쟁자들의 진입과 성장이 진행되고 있었기 때문이다.

극장용 애니메이션은 1990년대 초반까지 노동집약적인 셀 애니메이션이 적용된 작품들이 주도하였다. 하지만 1990년대 후반부터 본격화된 컴퓨터를 이용한 디지털 기술과 더불어 대규모 자본이 요구되는 3D 애니메이션으로의 전환은 할리우드로 하여금 기술 혁신의 선도적 역할을 하게 만들었다. 이를 계기로 할리우드는 세계 애니메이션을 주도적으로 이끌게 된 것이다. 2000년대 추세를 보면 일본의 애니메이션이 비디오 매체에서 강세를 보이는 반면, 미국의 애니메이션은 이차적 부가가치 창출에 유리한 극장용 3D 애니메이션에서 강세를 보이고 있다. 미국에서 3D 애니메이션을 주도하는 제작 스튜디오들은 대부분 할리우드의 메이저 영화사의 자회사이거나 협력관계를 구축한 관계사이며, 이들은 블록버스터급 영화에서 사용되는 컴퓨터 그래픽스와 특수효과의 기술을 축적하여 점차 3D 애니메이션으로 사업영역을 확대해나갔다.³⁾ 대규모의 제작비와 장기간의 시간 투자, 그리고 축적된 기술과 노하우가 요구되는 애니메이션 분야에 대규모 자본과 기술을 보유한 소수의 메이저 제작사가 집중되어 있는 것은 당연한 결과로 보인다.⁴⁾ 이러한 추세는 극장용 애니메이션 시장에서 뚜렷이 나타나고 있는 실정이다.

이 연구는 한동안 할리우드에서 주목을 받지 않았던 애니메이

3) 미국 내 극장용 애니메이션 영화의 CG 비중은 2005년 25%에 불과했지만 2009년 100%로 증가하면서 그 기조를 유지하고 있다. 현재 할리우드 메이저 영화사의 3D 애니메이션 영화 제작은 디즈니는 2개의 자회사(디즈니 애니메이션 스튜디오와 픽사), 폭스는 자회사인 블루 스카이 스튜디오와 배급계약을 통해 드림웍스의 작품을 2013년부터 배급하면서 디즈니와 경쟁 체제를 구축하고 있다. 그 외 자회사를 통한 참여는 소니(소니 픽처스 애니메이션)와 워너브라더스(워너 애니메이션 그룹)이며, 유니버설은 지금까지 배급한 4편 모두 일루미네이션과의 공동으로 제작하고 있다. 파라마운트는 2012년 드림웍스와 배급계약 해지 이후 유일하게 3D 애니메이션 제작을 안정적으로 진행하지 못하는 상황이다.

4) 김정환·이윤철·이동일 (2001). 전 세계 3D 애니메이션 시장 동향. 한국콘텐츠진흥원 정책보고서.

션 영화를 대상으로 이들 영화들의 제작비 분포가 어떻게 구성되어 있는지를 분석하는 것을 목적으로 한다. 분석 대상은 2010년부터 2014년까지 개봉된 할리우드 극장용 애니메이션 영화이다. 해당 기간 할리우드에서 극장용 애니메이션 영화는 1억불 이상의 대규모 자본이 투자하면서 고비용 고수익 전략을 택하고 있다. 이 연구는 이론적 논의에서 이와 같은 고비용 고수익 전략이 제작비 규모의 차별화를 전제로 한 연간 포트폴리오 구성에서 가지는 함의가 무엇인 지 다루고자 한다. 그리고 극장용 애니메이션 영화에서 보여준 고비용 고수익 전략이 최근 5년 동안 어떠한 방식으로 운용되는 지를 고찰하고자 한다.

II. 이론적 논의 : 제작비 차별화를 통한 포트폴리오 구성

영화의 흥행성과는 예측하기 어렵기 때문에 매년 여러 편의 영화 제작에 관여하는 어떤 영화사라도 제작비 규모의 차별화를 통해 흥행성과 목표치를 달리하는 전략을 구사하면서 위험 관리를 한다. 제작비 차별화를 통해 연간 제작할 영화의 포트폴리오를 짜는 이유는 어떤 영화사라도 포트폴리오 내 모든 영화에 제작비를 균등하게 투자한 적이 없기 때문이다. 박승현과 주영기(2014)는 제작비 규모의 차별화 방식을 두 가지 방식, 연간 포트폴리오에서 중간 규모급 영화에 대한 투자를 강화하고 대규모 제작비가 투자되는 블록버스터급 영화 제작을 최대한 줄이는 전략과 연간 포트폴리오에서 대규모 제작비가 투자되는 영화 몇 편에 상당 부분의 제작비를 집중하는 방식으로 설명한 바 있다.⁵⁾

첫째는 중간 규모에 치중하는 전통적 방식이다. 이는 대규모 제작비가 투자되는 블록버스터급 영화 제작을 위험 투자로 고려하여 이에 대한 위험 관리에 중점을 두는 경영 전략을 바탕으로 한다. 관객의 수요는 예측하기 어렵기 때문에 영화의 흥행성공률은 30%에도 미치지 못하고 있는 실정이다. 따라서 위험관리를 위

5) 박승현·주영기 (2014). 영화배급사의 연간 포트폴리오 분석: 롯데엔터테인먼트를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 14권 7호, 85-87쪽.

해서 전체 포트폴리오에서 몇 편의 영화에 제작비의 상당부분을 투입하는 것은 위험하다고 할 수 있다.⁶⁾ 대형 영화를 기획할 때 기대하는 최선의 효과는 이 투자로 영화사의 한 해 수익에 버금갈 정도를 만드는 것이지만, 기대하지 않는 최악의 효과는 영화를 도산시킬지 모를 정도의 실패이다. 2012년 3월 개봉한 디즈니의 <존 카터: 바습 전쟁의 서막>는 2억 5천만 달러의 제작비가 투입되었지만, 미국 내 극장 수입이 7천 3백만 달러밖에 되지 않았다. 영화 프린트와 홍보 마케팅 등에 소요된 추가적 비용을 고려하면 제작비 전체가 손실로 처리될 정도로 2012년 가장 큰 실패작으로 기록되었다. 2000년대 후반부터 디즈니의 박스오피스 실적이 상위 3위권에 한 번도 들지 못할 정도로 실망스러웠지만 <존 카터>의 참패는 디즈니의 경영진의 개편을 초래하였고, 워너 브라더스의 경영 책임자로 10년 이상 활동해온 앨런 혼(Alan Horn)을 영화 제작을 둘러싼 과정에 전권을 부여하면서 그 해 6월 영입하게 하였다. 이와 같이 대형 영화 한 편의 흥행 부진은 경영진의 재편 등의 내부 변화를 이끌어낼 정도로 여과가 클 수밖에 없기 때문에 항상 부담해야 할 위험은 클 수밖에 없다.

중간 규모급 영화와 저예산 영화를 통해 배급 라인업을 다양하게 구성하는 전략은 연간 투자 포트폴리오에서 중간 규모와 저예산 영화에 70-80% 정도를 투자하고, 20-30% 정도를 고비용 영화에 투자하는 방식을 취한다. 이는 영화 투자의 이중적 속성을 반영해서 오랫동안 지속되어 온 방식이다. 영화 투자의 이중적인 특성은 영화 흥행의 불확실성이 예측을 거의 불가능하게 할 정도로 높다는 점과 위험 부담은 크지만 고비용 영화의 수익이 다른 규모 영화의 수익보다 훨씬 높다는 점이다. 고비용 영화의 수익이 크다는 점은 이를 포트폴리오에서 감당할 수 있는 범위로 활용하는 것이 위험 관리를 위한 대응 방안이 된다. 중간 규모의 제작비에 중점을 두는 방안은 영화 흥행의 불확실성이 높기 때문에 배급 라인업을 보다 더 다양하고 풍성하게 구상하려는 목적

6) 박승현·주영기 (2014), 86쪽.

하에 수립된 대응 방안이다. 이 방안에서 중간 규모급 영화에서 기획 단계에서 예측한 것보다 훨씬 더 큰 흥행 성공작이 나오기를 기대하는 것이 내재되어있다. 연간 할리우드 박스오피스 20위권을 살펴보면 7천만 달러 이하의 중간 규모와 저예산 규모로 제작된 영화가 매년 3-4편정도 순위에 포함되어 있다. <트와이라잇>, <행오버>, <헝거 게임> 및 <테이큰>처럼 3천만 달러의 제작비 규모로 만들어진 영화가 흥행 대박 이후 속편 형태의 작품을 여러 편 양산할 수 있게 한다면 제작사의 수익은 큰 폭으로 발생하게 된다.

애니타 엘버스(Anita Elberse)는 이와 같은 전통적 방안의 포트폴리오 구성의 대표적 사례로 1990년대 중후반부터 10여 년의 기간 동안 파라마운트가 보여준 행보를 꼽았다.⁷⁾ 일례로 파라마운트의 2000년도 개봉작품을 분석해보면, 고비용 영화는 전체 11편 중 1편으로 전체 투자 포트폴리오의 22.44%를 차지하고 있다. 평균제작비의 50-150% 범주에 해당되는 중간 규모의 투자는 7편으로, 전체 금액에서 65.89%를 차지하였다. 3천만 달러 미만의 저예산영화는 4편으로, 전체의 11.67%를 차지하였다. 파라마운트의 2000년 제작비 포트폴리오 구성에서 나타난 것처럼 전통적인 방식은 수익 극대화를 목적으로 하는 전략이 아니라 위험 관리에 초점을 맞추고 있다. 2000년 파라마운트의 실적은 제작비 규모별로 모두 높은 수익은 취득하진 않지만 일정 정도의 수익을 남기면서 안정성을 바탕으로 한 포트폴리오 운용이 성공적인 형태임을 보여준다. 하지만 파라마운트가 안정성을 바탕으로 포트폴리오를 구성한 방식의 결과는 그리 호의적이지 않았다. 2002년부터 2006년까지 5년 동안 파라마운트의 시장 점유율은 6대 메이저 영화사 중 유일하게 10% 미만을 연속적으로 기록하였다. 중간 규모급 제작비로 기획 단계에서 예상한 것보다 훨씬 큰 흥행 실적을 만드는 것은 어렵기 때문에 기업의 전체 실적을 전망하는 데 큰 역할을 하지는 못한다. 하지만 연간 1-2편의 대형 영화를 통해

7) 박승현·주영기 (2014). 86쪽에서 재인용.

수익을 극대화하는 방식에서 해당 영화의 흥행실적이 부진하게 되면 파라마운트와 같은 결과가 나오게 된다. 일례로 파라마운트가 2002년과 2003년 9천만 달러 이상의 제작비를 투자한 영화는 3편이었는데 2편은 해외 실적을 포함한 전체 실적이 제작비에 미치지 못하였고, 나머지 1편은 해외 실적을 포함한 전체 실적에서 제작비 대비 1.5배 정도밖에 되지 않았다. 연간 개봉 라인업에 편성된 1-2편의 대형 영화의 흥행실적이 저조하면서, 안정성을 바탕으로 포트폴리오를 운용한 대표적 회사인 파라마운트는 2000년대 초중반 부진한 실적을 대표하는 회사가 되어버렸다.

두 번째는 고비용의 블록버스터급 영화에 집중하는 블록버스터 전략이다. 대표적 사례는 2000년대 앨런 혼이 책임자로 있었던 워너브라더스의 행보이다. 엘버스(2013)는 블록버스터 법칙이 실질적으로 엔터테인먼트 산업에서 가장 성공적인 전략임을 강조하기 위해서 영화산업에서는 워너브라더스, 출판 영역에서는 그랜드 센트럴 출판사와 만화 전문기업인 마블, 스포츠 계에선 레알 마드리드 등을 분석하였다.⁸⁾ 블록버스터 법칙은 전통적인 위험 관리의 방식과는 다른 접근방법으로 엔터테인먼트 비즈니스에서 소수의 인적 자원이나 아이টে에 투자 가능한 자본의 상당 부분을 집중해서 편입시키는 전략으로 운용된다. 이런 방식은 대규모의 투자를 한 자원에서 기대하였던 수익을 만들지 못하면 회사의 생존마저도 장담할 수 없기 때문에 기업을 운영하는 책임자의 역할에 보다 높은 가치 부여를 할 수밖에 없다. 엘버스는 2000년대 워너브라더스 황금기를 이끌었던 앨런 혼이 기획 단계에서부터 어떤 전략을 구사하는 지를 분석하면서, 워너브라더스가 단순히 블록버스터급 영화에만 집중하는 게 아니라 새로운 방식의 위험 관리를 동시에 진행하고 있음을 규명한 바 있다. 워너브라더스가 보여준 투자 포트폴리오의 균형을 잡는 방식은 블록버스터 영화에 예산을 집중하면서 동시에 중간 규모급 제작비가 투입되는 영

8) Elberse, Anita (2013). Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment. 이종인(역). <블록버스터 법칙 슈퍼스타 탄생과 엔터테인먼트 산업의 성공 비결>, 31-87쪽.

화에서 효율적 관리를 통해 제작비 절감을 이끌어내는 방식이었다.⁹⁾

워너브라더스는 1999년 10월 앨런 혼을 경영 총책임자로 영입하였고, 이후 2000년대 연간 포트폴리오에서 제작비 편성 방식은 급격한 변화를 맞이하였다. 워너브라더스가 2000년 개봉한 18편의 제작비 총액은 8억 3천만 달러를 조금 상회한다. 중간 규모급 영화는 8편으로 전체 제작비의 52.80%가 집중 투자되었고 7천 5백만 달러 이상의 고비용 영화는 3편으로 전체 제작비 중 33.03% 정도가 투자되었고, 3천만 달러 이하의 저예산 영화는 14.17% 정도가 투자되는 방식으로 구성되었다. 파라마운트가 같은 해 규모별로 모두 안정적 수익을 만들어낸 반면 워너브라더스는 세 가지 제작비 규모 어디에서도 수익을 창출하지 못하였다. 앨런 혼이 경영 책임자로 취임한 후 본격적으로 고비용 영화에 집중하는 전략을 구사한 2005년의 경우 15편의 개봉 영화 총 제작비는 9억 8천만 달러 정도였는데, 고비용 영화 4편에 전체 제작비의 56.12%가 집중되었고 중간 규모급 영화 5편에는 27.55%의 예산이 투자되었다. 2010년에는 전체 포트폴리오에서 40%가 1억불 이상의 제작비가 투여된 4편에 투입되었다. 이것은 워너브라더스의 제작비 편성 방식이 완전히 다른 양상으로 변화했음을 보여준다. 엘버스는 앨런 혼의 주도 아래 워너브라더스가 10년 연속 극장 매출이 10억 달러를 넘는 최초의 영화사가 되면서, 블록버스터 집중 전략이 엔터테인먼트에서 수익을 만드는 최고의 전략임을 입증하였다고 주장한다.¹⁰⁾

블록버스터 전략은 2000년대 할리우드 영화 비즈니스에서 가장 성공적인 전략으로 평가받는다. 이 전략은 워너브라더스가 시작한 이후 대부분의 메이저 영화사가 채택하면서 성공적인 포트폴리오 구성 방식으로 평가받았다. 2000년대 할리우드는 소수에 집중 투자하는 블록버스터 전략을 운영하면서 미국 내에서 성공적

9) 앨런 혼은 블록버스터 전략의 운용에서는 중간급 규모의 영화 제작비를 효율적으로 관리하는 게 중요함을 지적하였다. Elberse, A. (2013). 38쪽.

10) Elberse, A. (2013). 37쪽.

인 비즈니스를 이끌어냈고 국제 시장에서도 엄청난 스케일과 화려한 볼거리를 내재한 대규모 제작비 영화를 선보이면서 흥행성과를 확장시켜나갔다. 1990년대 중반 이후 블록버스터 투자 전략의 대표적인 영화는 재난영화, 슈퍼히어로 영화, <해리 포터>와 <반지의 제왕>으로 대표되는 판타지 영화, 그리고 3D 애니메이션 영화들이다. 이들 영화는 모두 1990년대 중반부부터 본격적으로 도입된 3D 애니메이션 기술을 적용하여 이전에는 표현할 수 없었던 화려한 비주얼을 공유된 특성으로 가지고 있다.

2000년대 할리우드 극장용 애니메이션 영화는 3D 애니메이션 기술이 적용된 영화들 위주로 재편되면서 박스오피스에서 두각을 나타냈다. 앞에서 언급한 것처럼, 할리우드 애니메이션은 박스오피스를 주도하는 장르가 아니었다. 1980년대 10년 동안 연평균 2편도 채 되지 않던 상황은 1990년대 이후 개선되어 제작편수는 증가하였다. 1990년대 후반부터 극장용 애니메이션은 3D 컴퓨터 애니메이션 기술을 바탕으로 제작이 활성화되기 시작하였다. 1998년은 처음으로 극장용 애니메이션 영화가 미국 내 흥행순위 20위 내에 4편이나 들어갈 정도로 박스오피스에서 두각을 보인 해이기도 하였다. 3D 컴퓨터 애니메이션 기술이 완전히 적용된 <토이 스토리>가 1995년 처음 개봉된 이후,¹¹⁾ 많은 애니메이션 영화는 부분적으로 또는 전면적으로 해당 기술을 적용해서 제작되어졌다. 3D 컴퓨터 애니메이션 기술이 시간과 자본의 막대한 투자가 요구되기 때문에 제작비 또한 큰 폭으로 상승할 수밖에 없었다. 할리우드 영화사들은 최근 극장용 애니메이션 영화 제작을 블록버스터 전략을 전제로 한 투자 아이টে็ม으로 고려하면서 대규모 제작비를 투입하고 있다.

할리우드에서 디즈니가 거의 독점하던 극장용 애니메이션 영화 영역은 픽사와 드림웍스와 같은 신규 영화사와 기존의 메이저 영화사 등의 참여로 인해 이전보다 활성화되었다. 극장용 애니메이션 영화는 2000년부터 2014년까지 15년 동안 총 154편이 제작되

11) Kerlow, I. V. (2004). The Art of 3D: Computer Animation and Effects, 26 쪽.

어, 연 평균 10편이 넘을 정도로 큰 폭으로 증가하였다. 또한 1995년 이후부터 연간 박스오피스 상위 20위 내에 애니메이션 영화들이 진입하는 경우가 많이 생겼고 박스오피스 주도 장르 중 하나로 주목을 받게 되었다. 2000년도부터 2009년까지 10년 동안 극장용 애니메이션 영화는 연간 흥행순위 20위 내에 총 30편이 들어갔으며, 그 중 10위 이내의 성과를 보인 영화만 해도 19편에 이르렀다. 극장용 애니메이션 영화의 박스오피스 주도력은 2010년대에 들어와서도 지속적으로 이루어지고 있다. 2010년부터 2014년까지 5년 동안 연간 흥행순위 20위 내에 총 25편이 들어갔으며, 그 중 10위 이내의 성과를 보인 영화만 해도 13편에 이르렀다. 해당 기간 동안 어벤저스, 아이언 맨, 스파이더 맨, 캡틴 아메리카, 그리고 토르 등의 슈퍼 히어로 영화들이 연간 흥행순위 10위 이내 성과를 보인 영화가 10편 정도에 불과함을 감안하면 애니메이션 장르의 박스오피스 파워는 가장 눈에 띄는 것으로 간주할 수 있다.

2000년대 기존 실사영화보다 애니메이션 영화가 성공 가능성이 월등히 높다는 것이 검증되면서 다른 메이저 영화사들은 극장용 애니메이션 영화에 대한 관심을 고조시키고 있다. 드림웍스 경영 책임자인 제프리 카젠버그(Jeffrey Katzenberg)는 영화는 80% 이상이 수익을 만들지 못하지만, 애니메이션은 80%가 수익을 만든다고 말한 바 있다.¹²⁾ 픽사 사장 에드윈 캣멀(Edwin Catmull)은 2014년 인터뷰에서 할리우드에서 실사영화의 흥행 성공률은 15%에 불과하지만, 픽사가 1995년부터 20여 년 동안 개봉한 영화의 흥행은 100% 성공했다고 말했다.¹³⁾ 이들의 표현대로 할리우드에서 극장용 애니메이션 영화의 흥행 성공률은 다른 장르의 영화보다 월등히 높기 때문에 메이저 영화사들이 이런 아이템에 주목하

12) 2013년 방한한 드림웍스 경영 책임자인 제프리 카젠버그는 그 해 11월 9일 tvN이 방영한 특집 다큐멘터리 <꿈을 창조하라 - 영화산업의 마이더스 제프리 카젠버그>에서 애니메이션의 장래에 대한 낙관적 전망을 언급하면서 영화는 80% 이상이 수익을 만들지 못하지만, 애니메이션은 80%가 수익을 만든다고 말했다.

13) 조선일보 (2014. 5.24). 픽사 영화 100% 흥행 기적.

는 것은 적절한 현상으로 여겨진다. 또한 애니메이션 영화는 미국 내 흥행성과보다 해외에서의 흥행성과가 더 높은 대표적 장르이다. 이는 애니메이션이 문화적 할인 효과를 거의 발생시키지 않으면서 전 세계 관객들에게 보편적인 정서로 접근 가능한 장르이기 때문이다.¹⁴⁾ 최근 할리우드에서 해외 실적의 중요성이 점차 높아지는 추세임을 감안하면 자국 내에서보다 해외에서 실적이 훨씬 높은 애니메이션에 주목하는 것은 당연한 결과이다.

이 연구는 이러한 할리우드 극장용 애니메이션의 현황을 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

<연구문제 1> 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 제작비 분포는 어떻게 나타나는가?

<연구문제 2> 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 제작비 규모별 흥행성과는 어떻게 나타나는가?

<연구문제 3> 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 배급사별 파워는 어떻게 나타나는가?

Ⅲ. 연구방법

1. 분석 대상의 선정

이 연구는 2010년부터 2014년까지 5년 동안 미국 내에서 개봉된 할리우드 극장용 애니메이션 영화 중 1백만 불 이상의 흥행성과를 거둔 총 57편(재개봉 작품 3편 제외)을 분석대상으로 삼았다. 할리우드 애니메이션 영화에 관한 정보는 미국영화협회 데이터를 기반으로 구축된 박스오피스모조(www.boxofficemojo.com)에서 수집했다. 해당 사이트는 개별 영화의 총 흥행실적, 미국 내

14) 박승현·송현주 (2015). 해외시장에서의 할리우드 영화의 수용에 관한 연구: 문화적 차이와 장르에 따른 문화적 할인을 중심으로. <언론과학연구>, 15권 2호, 348-374쪽.

흥행 실적, 해외 흥행 실적, 개별 해외 국가의 흥행실적, 그리고 주별 흥행실적 등 흥행실적과 관련된 자료뿐만 아니라, 제작비, 장르, 개봉일, 개봉스크린규모, 장르 등 영화에 대한 기초 정보를 제공하고 있다. 제작비의 경우 인터넷영화데이터베이스(IMDB: www.imdb.com)와 넘버스(www.the-numbers.com) 등에 제시된 정보를 추가해 보완하였다.

2. 분석방법

1) 제작비 분포

제작비 분포는 4개의 구간, 즉 5천만 달러 미만, 5천만 달러 이상에서 1억 달러 미만, 1억 달러 이상에서 1억 5천만 달러 미만, 그리고 1억 5천만 달러 이상의 구간으로 나누어 분석하였다. 대규모 자본이 투자되는 대형 영화의 경우는 일반적으로 1억 달러 이상으로 간주하는 게 일반적이다. 일례로 워너브라더스의 포트폴리오 분석을 진행한 엘버스는 1억 달러 이상을 고비용 영화로 전제를 하면서 논의를 하고 있다. 하지만 중간 규모급과 저예산 영화를 구별 짓는 정확한 기준이 학계에서 통용되는 것은 없다. 이 연구에서는 1억 달러를 기준으로 삼아서 위에서 언급한 4개의 그룹으로 나누어 제작비 분포를 분석하고자 한다.

2) 흥행 실적

흥행 성과는 미국 내 박스오피스 수익, 해외 박스오피스 수익, 전체 박스오피스 수익으로 나누어 살펴보고자 한다. 하지만 흥행 실적 그 자체를 보여주는 것뿐만 아니라 제작비 규모에 따른 차이를 분석하는 것이 이 논문의 목적이기 때문에 상대적 흥행 실적을 비교 분석하고자 했다. 이를 위해 먼저 개별 영화의 제작비와 흥행 실적은 정확히 비례한다고, 즉 전체 영화의 제작비에서 개별 영화의 제작비가 차지하는 비율과 전체 영화의 흥행 수익에서 개별 영화의 흥행 수익이 차지하는 비율은 동일하다고 가정했다. 이때 예측되는 개별 영화의 흥행 실적을 기대 실적이라고 할 수 있는데, 이는 전체 영화 흥행 실적에 개별 영화의 제작비 비

율을 곱해서 구해질 수 있다.

$$\text{개별 영화 기대 실적} = \left(\frac{\text{전체 영화 흥행 실적}}{\text{전체 영화 제작비}} \right) \times \left(\frac{\text{개별 영화 제작비}}{\text{전체 영화 제작비}} \right)$$

기대 실적은 전체적인 제작비와 흥행 수익이 반영된 상대적인 값이다. 따라서 이 연구에서는 기대 실적 대비 실제 흥행 실적의 비율을 계산하고 비교해서 흥행 실적의 상대적 차이를 정확히 보여주고자 했다.

IV. 연구결과

1. 제작 편수와 제작비 분포

아래 <표 1>에 제시되어 있는 것처럼 2010년부터 2014년까지 5년 동안 할리우드에서 제작 배급된 극장용 애니메이션 영화는 총 57편, 연평균 11.4편이다. 2010년에 가장 적은 9편이, 그 다음해인 2011년에는 가장 많은 15편이 제작됐다. 2012년부터 2014년까지 10~12편이 개봉돼, 2011년 이후 제작 편수는 일정한 수준을 유지하는 것으로 나타났다. 2015년의 경우 개봉 예정작을 포함하면 총 13편이 극장에서 상영될 예정이다. 평균 제작비 1억 달러 이상의 영화는 기획 단계에서부터 제작이 완료되는 시점까지 최소 2~3년이 요구되고 있음을 고려하면,¹⁵⁾ 제작 편수에서의 안정적 추세는 유지되고 있다고 볼 수 있다.

제작비 평균은 1억 4백만 달러, 표준편차는 48,857,344.38인 것으로 분석됐다. 제작비가 가장 적게 든 작품은 <알파 앤 오메가>로 2천만 달러가 투입됐으며 <토이 스토리3>와 <몬스터 대학

15) 일레로 드림웍스의 카젠버그는 2010년 <드레곤 길들이기>는 향후 2편 더 만들 예정이라고 2010년에 말한 바 있다(Bond, April 27, 2010). 2편은 2014년에 개봉되었고 3편은 2018년 개봉 예정으로 기획되어있다. 시리즈의 두 번째 작품이 기획에서부터 3년 후인 2014년에 개봉된 점은 할리우드의 대형 애니메이션 영화의 제작 기간을 유추하게 해준다.

교>, <카 2> 3편에는 가장 많은 2억 달러의 제작비가 소요됐다. 제작편수가 늘어나면서 연도별 평균 제작비는 조금씩 감소했는데, 2010년에는 1억 1천8백만 달러에 달했으나 2011년과 2012년에 1억 5백만 달러로 약간 줄어든 후 2013년과 2014년에는 1억 달러 이하로 떨어졌다. 평균 제작비가 소폭이나마 계속 하락하는 현상의 원인은 크게 두 가지로 추론할 수 있다. 첫 번째는 마이너 배급사들의 작품이 증가하면서 평균 제작비가 하락되었을 것이라는 추정이다. 마이너 배급사들의 작품은 2010년부터 3년 동안 매년 1편에 불과했지만 2013년에는 2편, 2014년에는 3편으로 증가했는데 제작비는 3천만 달러에서 7천만 달러 사이로, 평균 제작비 1억 4백만 달러의 절반 정도밖에 되지 않는다. 따라서 마이너 배급사의 작품이 많으면 많을수록 평균 제작비를 하락시킬 개연성이 크다. 두 번째는 컴퓨터 그래픽 기술에 대한 노하우가 쌓이면서 비용 절감이 가능해졌을 것이라는 추정이다. 드림웍스는 2010년 1억 5천만 달러 이상씩의 제작비를 들여 2편을 제작한 후 5년 동안 모든 작품을 1억 5천만 달러 미만으로 제작하고 있다. 예를 들어 2014년 개봉한 <드래곤 길들이기 2>는 제작비가 1편보다 2천만 달러 감소됐는데, 이는 할리우드 속편의 제작비가 전작보다 많다는 속설과는 배치되는 것이다. 이런 양상은 제작 경험이 쌓이면서 비용 절감 가능성도 커진다고 추론할 근거가 된다고 볼 수 있다.

제작비를 5천만 달러 단위로 나누어 살펴보면, 5천만 달러 이상 1억 달러 미만 구간의 작품이 21편(36.84%)으로 가장 많이 제작됐고, 1억 달러 이상 1억 5천만 달러 미만 구간의 작품이 17편(29.82%), 1억 5천만 달러 이상 구간의 작품은 12편(21.05%)이 제작됐다. 5천만 달러 이상 1억 5천만 달러 이하가 투자된 영화가 전체 57편 중 38편으로 가장 많다는 점을 알 수 있는데, 이러한 경향은 시간이 지나면서 더 뚜렷해진다. 2010년에는 제작비가 1억 5천만 달러 이상인 영화가 전체 9편 중 4편이나 됐으나, 2011년에는 15편 중 3편, 2012년에는 10편 중 2편, 2013년에는 12편 중 2편, 그리고 2014년에는 11편 중 1편에 지나지 않았다.

5천만 달러 이상 1억 5천만 달러 이하 구간을 중심으로 흥행 실적을 극대화하려는 전략으로 이해할 수 있다. 이상에서 제시된 결과는 2010년 이후 극장용 애니메이션 영화의 제작이 편수나 제작비의 측면에서 어느 정도 안정화됐다는 점을 의미한다. 즉 할리우드에서 극장용 애니메이션 영화가 박스오피스 주도 아이템으로 안착됐다고 해석할 수 있다는 것이다.

연도	제작비 구간	N	제작비 평균	표준편차
2010	50,000,000 미만	1	20,000,000	-
	50,000,000 ~ 99,999,999	3	76,333,333	6,350,852.96
	100,000,000 ~ 149,999,999	1	130,000,000	-
	150,000,000 이상	4	170,000,000	21,213,203.43
	합 계	9	118,000,000	58,311,662.64
2011	50,000,000 미만	3	34,333,333	3,785,938.89
	50,000,000 ~ 99,999,999	3	77,666,666	13,650,396.82
	100,000,000 ~ 149,999,999	6	124,000,000	15,302,505.24
	150,000,000 이상	3	167,000,000	28,867,513.45
	합 계	15	105,000,000	49,332,400.24
2012	50,000,000 미만	1	39,000,000	-
	50,000,000 ~ 99,999,999	4	67,500,000	13,228,756.55
	100,000,000 ~ 149,999,999	3	130,000,000	25,980,762.11
	150,000,000 이상	2	175,000,000	14,142,135.62
	합 계	10	105,000,000	51,349,456.34
2013	50,000,000 미만	1	40,000,000	-
	50,000,000 ~ 99,999,999	6	72,000,000	16,309,506.43
	100,000,000 ~ 149,999,999	3	122,000,000	15,534,906.93
	150,000,000 이상	2	175,000,000	35,3553,39.05
	합 계	12	99,083,333	46,809,980.15
2014	50,000,000 미만	1	42,000,000	-
	50,000,000 ~ 99,999,999	5	58,000,000	8,366,600.26
	100,000,000 ~ 149,999,999	4	131,000,000	19,805,302.32
	150,000,000 이상	1	165,000,000	-
	합 계	11	92,909,090	46,063,987.11
합계	50,000,000 미만	7	34,857,142	7,581,305.32
	50,000,000 ~ 99,999,999	21	69,238,095	13,494,090.41
	100,000,000 ~ 149,999,999	17	127,000,000	16,586,449.11
	150,000,000 이상	12	170,000,000	20,500,369.54
	합 계	57	104,000,000	48,857,344.38

표 1. 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 제작비 분포

단위: 달러

2. 제작비에 따른 흥행 실적

극장용 애니메이션 영화 중 미국 내에서 최고의 흥행 실적을 보인 영화는 <토이 스토리3>로 <겨울왕국>와 함께 4억 달러 이상의 수익을 올렸다. 두 작품은 해외 흥행 실적을 포함한 전체 흥행 실적이 10억 달러 이상을 기록했다. 흥행 실적이 가장 저조한 작품은 <오즈의 마법사: 돌아온 도로시>로 미국 내 실적이 유일하게 1천만 달러 미만이었고 해외 실적까지 합쳐도 2천만 달러에 미치지 못했다. 전체 극장용 애니메이션 영화의 평균 흥행 실적은 미국에서는 1억 3천 3백만 달러, 해외에서는 2억 4천 1백만 달러, 미국과 해외의 합계는 3억 7천 4백만 달러였다(<표2> 참고). 평균 제작비가 1억 4백만 달러인 점을 감안하면 평균적으로 미국에서는 제작비의 1.29배, 해외에서는 2.33배, 전체로는 3.61배의 흥행 실적을 거둔 것으로 나타났다. 제작비 대비 흥행 실적이 가장 저조한 작품은 디즈니가 제작한 <화성은 엄마가 필요해>로, 1억 5천만 달러의 제작비가 소요됐으나 흥행 실적은 미국에서 2천 1백 39만 달러, 해외까지 포함해도 4천만 달러에 이르지 못했다.

한편 제작비가 흥행 실적에 직접적인 영향을 미친다는 사실은 그동안의 연구에서 반복적으로 관찰되어 왔다. 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 경우도 제작비와 흥행 실적의 관계에서 동일한 경향성을 확인할 수 있다. 아래 <표 2>에서 확인할 수 있듯이, 제작비가 증가할수록 흥행 실적도 검증한다. 이는 제작비와 미국, 해외, 전체 흥행 실적의 상관관계를 분석한 결과에서도 확인할 수 있는데, 각각의 상관계수는 .57($p=,00$), .63, ($p=,00$), .63($p=,00$)으로 모두 통계적으로 유의미했다. 즉 제작비가 증가하면 흥행 실적도 늘어난다는 것이다. 하지만 이러한 분석 결과는 제작비와 흥행 실적의 관계를 일면적으로 보여줄 뿐이다.

제작비 구간	N	제작비 평균	흥행 실적		
			미국	해외	전체
50,000,000 미만	7	34,857,142	45,495,306 (30,481,560.29)	37,778,204 (28,508,422.50)	83,273,511 (56,730,857.33)
50,000,000 ~ 99,999,999	21	69,238,095	116,000,000 (90,168,801.60)	153,000,000 (132,800,000.00)	269,000,000 (215,500,000.00)
100,000,000 ~ 149,999,999	17	127,000,000	122,000,000 (47,955,119.91)	306,000,000 (168,600,000.00)	428,000,000 (205,100,000.00)
150,000,000 이상	12	170,000,000	231,000,000 (103,100,000.00)	421,000,000 (208,000,000.00)	652,000,000 (302,500,000.00)
합계	57	104,000,000	133,000,000 (94,267,207.35)	241,000,000 (198,300,000.00)	374,000,000 (281,100,000.00)

표 2. 제작비에 따른 흥행 실적

1) 괄호 안은 표준편차

위의 <표 2>에서 볼 수 있듯이 제작비 구간에 따라 제작비 대비 전체 흥행 실적의 비율은 달라진다. 예를 들어 제작비가 5천만 달러 미만인 영화들의 흥행 실적은 제작비의 약 2.39배 정도인 반면, 제작비가 1억 5천만 달러 이상인 영화들은 흥행 실적이 제작비의 약 3.84배에 달한다. 미국과 해외 흥행 실적의 비율도 제작비 구간에 따라 다르게 나타난다. 따라서 제작비와 흥행 실적의 관계를 보다 세밀하게 분석하기 위해서는 먼저 기대 실적 대비 실제 흥행 실적의 비율을 계산한 후, 제작비에 따른 차이를 살펴볼 필요가 있다.

제작비 구간	N	기대 실적 대비 실제 흥행 실적 (%)		
		미국	해외	전체
50,000,000 미만	7	99.16 (60.60)	46.81 (32.99)	65.47 (41.30)
50,000,000 ~ 99,999,999	21	129.69 (97.57)	92.19 (72.82)	105.57 (78.40)
100,000,000 ~ 149,999,999	17	75.02 (29.10)	107.13 (68.29)	95.68 (52.39)
150,000,000 이상	12	104.46 (46.77)	107.17 (57.83)	106.20 (52.63)
합계	57	104.33 (70.50)	94.23 (66.10)	97.83 (62.26)

표 3. 제작비에 따른 기대 실적 대비 흥행 실적의 비율

1) 입력된 값은 (실제 흥행 실적)*100/(기대 실적), 괄호 안은 표준편차

위 <표 3>에는 제작비에 따라 미국, 해외, 전체의 기대 실적에 대한 실제 흥행 실적의 비율이 정리되어 있다.¹⁶⁾ 제작비가 5천만 달러 미만인 경우 미국에 비해 해외에서의 흥행 실적이 현저하게 낮으며 그 결과 전체 흥행 실적의 비율 또한 낮아진 것으로 분석됐다. 기대 실적에 대한 흥행 실적의 비율이 65.46%라는 점은, 비록 제작비의 약 2.39배 정도에 달하는 수익을 올렸다고는 하지만, 전체적으로 볼 때 다른 영화에 비해 흥행 실적이 저조하다는 것이다. 제작비가 5천만 달러 이상 1억 달러 미만인 영화들과 1억 5천만 달러 이상인 영화들의 경우 실제 흥행 실적의 비율이 105.57%와 106.20%로 비슷하게 높은 것으로 나타났다. 하지만 미국과 해외에서의 흥행 실적의 비율에서는 129.69% 대 104.46%, 92.19% 대 107.17%로 차이를 보였다. 제작비가 5천만 달러 이상 1억 달러 미만인 영화들은 미국 국내에서의 흥행 실적이 기대 이상이었던 반면 해외에서의 흥행 실적은 기대에 다소 미치지 못했

16) 실제 흥행 실적의 비율이 100%를 넘어선다는 것은 전체 제작비와 흥행 실적을 감안할 때, 해당 영화에게 기대되는 실적보다 실제 흥행 실적이 더 좋았다는 것이고 100%에 미달하는 경우 흥행 실적이 기대 실적에 미치지 못했음을 뜻한다. 하지만 100%에 미치지 못했다고 해서 제작비 보다 낮은 흥행 실적을 거두었다는 의미는 아니다.

다는 것이다. 제작비가 1억 5천만 달러 이상인 영화들은 미국 국내와 해외에서의 흥행 실적이 모두 기대 이상이었다. 반면 제작비가 1억 달러 이상 1억 5천만 달러 미만인 영화들은 미국보다는 해외에서의 흥행 실적이 훨씬 좋은 것으로 분석됐다.

이러한 결과는 제작비 규모가 할리우드 극장용 애니메이션 영화의 흥행 실적에 미치는 영향에 대해 함의하는 바가 적지 않다. 먼저 제작비가 늘어날수록 해외에서의 흥행 실적도 좋아진다는 것이다. 제작비가 5천만 달러 미만일 경우 해외에서의 흥행 실적의 비율은 상대적으로 크게 뒤쳐진다. 달리 말하면 제작비가 소규모일 경우 해외보다는 미국 자체에 초점을 맞춘 흥행 전략을 준비해야 한다는 뜻이기도 하다. 하지만 제작비를 늘려도 해외에서의 흥행 실적이 기대 실적에 근접하거나 능가하기 때문에 제작비 규모에 따른 위험을 상쇄하는 경향이 있다. 이는 할리우드 제작자들이 극장용 애니메이션 영화의 제작비를 높이거나 높은 제작비를 기꺼이 감수할 수 있는 유인이 된다.

가장 주목할 점은 대규모 제작비가 투입된 영화는 미국과 해외에서 모두 기대 이상의 흥행 실적을 올렸다는 사실이다. 제작비가 증가하면 기대 실적도 커지기 때문에 대규모 제작비를 투입하고도 실제 흥행 실적이 기대 실적을 능가할 경우 수익의 규모 또한 급증하게 된다. 이는 할리우드 영화사들이 위험을 무릎 쓰고 1억 5천만 달러 이상을 투자해 대형 작품을 제작하는 이유가 될 수 있는데, 제작비 규모가 커질수록 오히려 위험은 감소하고 고수익의 기회는 커질 수 있기 때문이다.

3. 배급사에 따른 흥행 실적

애니메이션의 배급사별 분포를 보면 디즈니의 브에나비스타가 배급한 개봉작품이 가장 많은 14편을 차지하고 있다. 디즈니 이외 메이저 영화사 중에서는 파라마운트와 폭스가 각각 9편과 12편을 개봉하였다. 나머지 3대 메이저 영화사인 소니픽처스는 6편, 워너브라더스와 유니버설은 각각 4편을 개봉하였다. 나머지 3개 메이저의 평균 제작비는 1억 달러 미만이었으나 브에나비스

타, 폭스, 그리고 파라마운트는 평균 제작비가 모두 1억 달러 이상이었다. 파라마운트의 애니메이션 개봉 작품은 모두 2010년과 2012년 사이에만 나왔으며, 2013-2014년에는 한 편도 없었다. 드림웍스가 자신의 애니메이션 영화의 배급 계약을 폭스와 2013년도부터 시작하면서 파라마운트의 개봉 편수는 급격히 감소한 것이다. 반대로 폭스는 2010년부터 2012년 사이 3편을 개봉하였으나, 2013-2014년에는 드림웍스 제작 5편을 포함해서 9편을 개봉하였다. 해당 기간 동안 브에나비스타가 8편을 개봉한 것을 고려하면, 폭스는 디즈니와 더불어 애니메이션 배급에 주력하는 대표적 회사로 대두되고 있다고 할 수 있다.

배급사별 흥행실적은 미국과 해외 실적을 모두 합친 경우 워너 브라더스를 제외한 모든 메이저 영화사들이 제작비 대비 3배를 초과하는 실적을 거둔 것으로 나타났다. 마이너 배급사의 경우는 제작비 대비 2배의 흥행 실적도 거두지 못한 것으로 나타났으며, 유일하게 해외 흥행실적이 미국 내 흥행 실적보다 낮게 나타났다. 평균 제작비 순서는 파라마운트, 브에나비스타, 폭스, 소니와 워너브라더스, 그리고 유니버설로 나타났지만, 평균 실적은 유니버설이 가장 많고 그 다음으로 파라마운트, 브에나비스타, 폭스 등의 순서로 나타났다. 평균 실적을 보면 평균 제작비가 많다고 해서 흥행 실적이 반드시 높게 나타나는 것은 아니었다. 이는 제작편수가 적은 3개 메이저 영화사 중 유니버설의 실적이 가장 높게 나타났기 때문이다. 유니버설을 제외하면 애니메이션에 평균 제작비를 많이 투자한 3개의 배급사의 실적이 높게 나타났다. 유니버설의 경우 배급한 4편 중 <슈퍼배드>와 속편 2편 모두 제작비 대비 흥행실적이 미국의 경우 3.56배인 6억 4천만 달러 가량, 전체 실적의 경우 8.7배인 15억 1천만 달러 이상으로 매우 많이 되면서 가장 높은 평균 실적을 나타냈다. 실질적으로는 <슈퍼배드>의 특수효과에 기인한 결과이기 때문에, 평균 실적과 평균 제작비의 관계에 대한 추후 검증이 필요하다고 판단된다.

세 번째 연구문제는 애니메이션 영화의 제작비 규모별 배급사 파워에 대한 것이다. 이를 제작비 규모 면에서 배급 편수로 살펴

보면, 1억 5천만 달러 이상의 구간에서는 12편 중 디즈니의 브에나비스타가 9편(75%)을 개봉하였고, 파라마운트가 3편을 개봉했을 뿐, 다른 배급사의 관여는 전혀 없었다. 이 구간에서 디즈니의 경우 애니메이션 영화를 다른 배급사보다 고비용 고위험 전략을 통해 보다 적극적으로 운용하고 있음을 알 수 있다. 1억 달러 이상과 1억 5천만 달러 미만의 구간에서는 17편 중 파라마운트가 6편, 폭스가 7편, 그리고 디즈니를 제외한 기타 메이저가 4편을 배급한 것으로 나타났다. 파라마운트와 폭스의 13편 중 드림웍스가 제작한 작품의 수는 총 10편이다. 따라서 이 구간은 배급사 파워를 고려할 때 드림웍스의 관련성 또한 고려해야 할 것으로 여겨진다. 5천만 달러 이상과 1억 달러 미만의 구간에서는 총 21편의 개봉 작품 중 상대적으로 애니메이션에 관심을 덜 보이는 3대 메이저가 10편을, 그 다음으로 폭스가 5편을 배급하면서 지배적 위치를 점하고 있는 것으로 나타났다. 5천만 달러 미만 대에서는 마이너 회사들과 브에나비스타의 작품들만이 개봉된 것으로 나타났다.

배급사	N	제작비 평균	흥행 실적		
			미국	해외	전체
브에나비스타	14	127,000,000 (67,828,362.89)	176,000,000 (128,900,000.00)	297,000,000 (251,200,000.00)	472,000,000 (377,400,000.00)
파라마운트	9	144,000,000 (13,565,683.83)	160,000,000 (55,112,687.82)	336,000,000 (156,500,000.00)	496,000,000 (195,100,000.00)
폭스	12	107,000,000 (30,079,692.13)	117,000,000 (47,760,361.36)	285,000,000 (183,800,000.00)	402,000,000 (222,700,000.00)
소니	6	88,833,333 (20,546,694.78)	93,208,692 (50,448,695.66)	209,000,000 (124,800,000.00)	302,000,000 (161,500,000.00)
위너브라더스	4	88,750,000 (32,242,570.20)	119,000,000 (94,233,457.91)	123,000,000 (59,095,265.788)	242,000,000 (153,100,000.00)
유니버설	4	69,500,000 (5,322,906.47)	235,000,000 (107,300,000.00)	276,000,000 (235,900,000.00)	512,000,000 (339,400,000.00)
마이너	8	47,125,000 (16,999,474.78)	40,946,053 (22,677,465.53)	34,800,609 (20,078,193.336)	75,746,662 (40,140,725.050)
합계	57	104,000,000 (48,857,344.38)	133,000,000 (94,267,207.35)	241,000,000 (198,300,000.00)	374,000,000 (281,100,000.00)

표 4. 배급사별 제작비 평균 및 흥행실적

1) 괄호 안은 표준편차

배급사에 따른 흥행 실적의 차이를 보다 정확히 비교해 보기 위해 기대 실적에 대한 실제 흥행 실적의 비율을 계산해서 비교했다(아래 <표 5>). 메이저 배급사들의 경우 모두 90%를 상회하는 것으로 나타났다. 그러나 미국과 해외에서의 기대 실적에 대한 흥행 실적의 비율은 다소 차이를 보였는데, 브에나비스타(109.06%, 94.42%), 워너브라더스(130.24%, 70.27%), 유니버설(257.06%, 164.17%)의 경우 미국에서의 흥행 실적이 상대적으로 더 좋은 반면, 파라마운트(84.87%, 99.04%), 폭스(86.72%, 113.88%), 소니(81.19%, 97.35%)는 해외에서의 흥행 실적이 더 우수한 것으로 나타났다. 반면 마이너 배급사의 경우, 기대 실적 대비 흥행 실적의 비율이 50%에도 미치지 못하는 저조한 상태를 보여주었다. 특히 해외 실적은 기대 실적 대비 흥행 실적의 비율이 33.62%에 지나지 않는 것으로 나타나, 메이저 배급사들에 비해 저조한 흥행 실적을 거둔 것으로 나타났다.

기대 실적에 대한 흥행 실적의 비율의 분석을 보면, 앞서 제작비와 흥행 실적을 비교 분석한 결과와 유사한 양상이 드러났다. 애니메이션 투자에 적극적인 브에나비스타, 파라마운트, 폭스 등 3개 메이저 영화사의 기대 실적 대비 흥행 실적의 비율은 모두 높게 나타났다. 유니버설의 경우는 투자에 적극적인 경우가 아님에도 불구하고 다른 배급사에 비해 압도적으로 높은 기대 실적 대비 흥행 실적 비율을 기록했다. 미국에서는 250%가 넘었고 해외에서도 160%를 넘겼으며, 전체적으로도 200%에 육박했다. 이와 같은 유니버설의 실적에 대한 평가는 앞서서도 서술했듯이 4편 중 <슈퍼패드> 1편과 2편의 높은 실적에 기인한다.

배급사	N	기대 실적 대비 실제 흥행 실적 (%)		
		미국	해외	전체
브에나비스타	14	109.06 (55.87)	94.42 (57.30)	99.64 (54.77)
파라마운트	9	84.87 (24.30)	99.04 (43.84)	93.99 (33.57)
폭스	12	86.72 (32.33)	113.88 (73.92)	104.20 (56.19)
소니	6	81.19 (42.43)	97.35 (41.34)	91.59 (36.42)
워너브라더스	4	130.24 (137.60)	70.27 (54.77)	91.65 (84.25)
유니버설	4	257.06 (100.77)	164.17 (130.03)	197.29 (118.07)
마이너	8	72.34 (38.54)	33.62 (17.06)	47.42 (22.68)
합계	57	104.32 (70.49)	94.22 (66.09)	97.82 (62.25)

표 5. 배급사에 따른 기대 실적 대비 흥행 실적의 비율

1) 괄호 안은 표준편차

V. 결론 및 논의

이 연구는 최근 할리우드 박스오피스를 주도하는 아이템 중 하나인 극장용 애니메이션 영화를 분석대상으로, 2010년부터 2014년 사이 5년 동안 할리우드에서 개봉된 해당 영화의 제작비를 통해 포트폴리오 구성전략이 어떻게 운용되는 지를 분석하였다. 분석 결과 극장용 애니메이션 영화는 대규모 제작비를 투입하면서 수익을 극대화하는 방식을 택하는 경향이 높게 나타난 것으로 밝혀졌다. 이와 같은 블록버스터 전략은 영화의 흥행실적이 부진하면 경영 위기를 초래할 위험성마저 내재한 위험한 방식이지만, 흥행실적이 성공하면 투자 자본의 규모가 큰 만큼 수익 또한 증가하는 장점을 가지고 있다.

2010-2014년 할리우드에서 개봉된 애니메이션은 57편이었고,

평균 제작비는 1억 달러를 상회하였다. 1억 달러 이상의 평균 제작비를 투자하는 블록버스터 전략을 통해 극장용 애니메이션 영화는 실적 또한 기획한 방향과 부합하게 달성한 것으로 나타났다. 해당 기간 동안 평균 흥행실적은 3억 8천 달러로서 애니메이션 전체를 고려하면 모두 수익구간에 들어간 것으로 판단된다. 또한 애니메이션 영화 제작에 사용된 총 비용 중 72.2%는 1억 달러 이상의 제작비가 투자된 영화에 사용되었다. 제작비 규모별 분포를 보면, 1억 달러 이상 1억 5천만 달러 미만 구간의 비율이 36.56%, 그 다음으로 1억 5천만 달러 이상 구간이 34.66%로 나타났다. 이는 할리우드의 극장용 애니메이션 영화의 중심 영역이 1억 달러 이상의 2개 구간으로 집중되었음을 나타낸다. 그리고 해당 구간을 중심으로 흥행실적을 확보하려는 의지가 엿보이는 것으로 판단할 수 있다.

제작비 규모별 흥행실적에 대한 분석에서 나타나듯이, 극장용 애니메이션 영화는 흥행 고려의 우선순위 아이템이다. 흥행실적 또한 투자된 제작비와 부합한 결과를 나타나면서 2010년대 초반 5년 동안 애니메이션 영화의 제작은 연간 10편 이상 꾸준히 제작되어졌다. 따라서 그 이전 시기 극장용 애니메이션 영화에서 디즈니가 보여주었던 독점적 위상은 흔들리기 시작하였다. 애니메이션 전문 기업이라는 디즈니의 우월적 위상은 여전하지만 다양한 영화사들이 애니메이션 제작과 배급에 참여하면서 경쟁 체제가 가시화된 것이다. 최근 뚜렷한 경쟁구도는 픽사를 포함한 디즈니 관계사들과 5대 메이저 영화사들 간 양 축으로 설정된 양상이다. 디즈니는 1994년 <라이온 킹> 이후 애니메이션 영화를 주도하지 못하였다. 2006년 디즈니가 픽사를 인수하기 이전까지 디즈니는 픽사가 제작한 <토이 스토리> 3부작과 <벅스 라이프>, <몬스터 주식회사>, <인크레더블>, 그리고 <니모를 찾아서> 등을 배급하면서 극장용 애니메이션에서 대부분의 수익을 만들 정도로 부진한 실적을 보였다. 드림웍스는 <슈렉> 4부작만으로 미국 내에서 13억 달러, 해외에서 17억 달러의 흥행실적을 거두면서 총 30억 달러의 실적을 올렸다. 이런 현상은 디즈니가 만드는 애니

메이션과 다른 영화사들이 만드는 것은 다를 것이라는 인식이 더 이상 용인되지 않게 하면서 누구나 디즈니의 애니메이션만큼 시장에서 관객들의 호응을 얻을 수 있게 되었음을 의미한다. 분석 대상 기간인 2010년과 2014년 사이 애니메이션 흥행순위를 포함하면 10위 이내에 디즈니 계열사의 영화가 5편, 나머지 메이저 영화사들의 작품들이 5편 포함되어있다. 이를 미국 내 실적 1억 불 이상으로 확대하면 총 33편 중 디즈니 계열사의 영화는 단지 8편에 불과한 반면, 다른 메이저 영화사들의 영화들이 두드러지게 나타나고 있다. 이는 2000년대 실사영화보다 애니메이션 영화가 성공 가능성이 월등히 높다는 것이 검증되면서 그동안 관심을 기울이지 않았던 메이저 영화사들이 애니메이션 영화 제작에 적극적으로 참여하고 있음을 보여주는 것이다.

이 연구의 분석결과는 2010년대 전반부 5년 동안 할리우드 박스오피스 강세 아이템인 애니메이션 제작을 둘러싼 블록버스터 전략이 고비용 투자를 바탕으로 엄청난 흥행실적을 미국뿐만 아니라 해외에서도 구현하고 있음을 고찰하였다. 이와 같은 블록버스터 전략은 고비용 고위험 방안을 바탕으로 하기 때문에 성과가 지속적으로 달성되지 않으면 유지되기 어렵다. 애니메이션의 경우 2000년대 중반부터 지속된 양호한 실적이 지속된다면 지금의 제작 추세는 유지될 것으로 전망된다. 2010년부터 2014년까지 5년 동안 애니메이션 영화는 슈퍼히어로 영화가 포함한 액션/어드벤처 장르 다음으로 흥행에서 강세를 보여 왔다. 하지만 앞에서도 언급했듯이 1990년대 초반까지 애니메이션 영화는 박스오피스를 주도하는 아이템이 아니었다. 따라서 후속 연구에서 애니메이션 작품의 제작 경향을 10년이나 20년 이상으로 좀 더 확장된 기간으로 고찰한다면 제작비와 흥행실적을 매개로 해서 할리우드 애니메이션 영화의 박스오피스 주도력이 어떻게 변화하는 지를 검증할 수 있을 것이라고 생각한다.

참고문헌

- 김정환 · 이윤철 · 이동일 (2001). 전 세계 3D 애니메이션 시장 동향. 한국콘텐츠진흥원 정책보고서 (2001. 4. 3).
- 박승현 · 송현주 (2015). 해외시장에서의 할리우드 영화의 수용에 관한 연구: 문화적 차이와 장르에 따른 문화적 할인을 중심으로. <언론과학연구>, 15권 2호, 348-374쪽.
- 박승현 · 주영기 (2014). 영화배급사의 연간 포트폴리오 분석: 롯데엔터테인먼트를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 14권 7호, 83-92쪽.
- 임재민 · 이종한 (2014). 영상미디어 기술의 발달과 애니메이션 표현력의 확장에 대한 연구-<겨울왕국>에서 나타난 공간의 확장 중심으로. <만화애니메이션연구>, 36권, 325-347.
- 조선일보 (2014. 5.24). 픽사 영화 100% 흥행 기적.
- tvN (2013.11. 9). <꿈을 창조하라 - 영화산업의 마이더스 체프리 카렌버그>.
- Barrier, Michael (1999). *Hollywood Cartoons : American Animation in Its Golden Age*. New York: Oxford University Press.
- Bond, P. (2010. 4. 27). "Train Your Dragon' sequel in the works". *The Hollywood Reporter*.
- Elberse, Anita (2013). *Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment*. 이종인(역). 「블록버스터 법칙 슈퍼스타 탄생과 엔터테인먼트 산업의 성공 비결」, 서울 : 세종서적.
- Kerlow, Isaac V. (2004). *The Art of 3D: Computer Animation and Effects*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Sedgwick, J. & Pokorny, M. (1998). The risk environment of film making: Warner Brothers in the inter-war era. *Explorations in Economic History*, 35(2), 196-220.

ABSTRACT

Analysis on Annual Film Distribution Portfolio of Hollywood Animation

Park, Seung-Hyun · Song Hyun-Joo

This study tries to analyze the portfolio of production budget related to Hollywood animation movies released during the five years between 2010 and 2014, in order to investigate how blockbuster strategy made the box office performance. The analysis shows that this animation genre invested more than one thousand million dollars as the average budget for each film. It increased threefold in the box office result. In the production of Hollywood animation genre, 72.2% of its whole production money was found to use for movies investing more than one thousand million dollars. It is to show how the production of animation aimed for profit-making via blockbuster strategy recognized as the most successful portfolio strategy in the recent Hollywood film industry.

Key Word : Film Industry, Hollywood, Animation, Portfolio Strategy, Blockbuster, Budget

박승현

한림대학교 언론정보학부 교수

(200-702) 강원도 춘천시 한림대학길 1, 사회과학관 518호

Tel : 033-248-1918

parksh@hallym.ac.kr

송현주

한림대학교 언론정보학부 교수

(200-702) 강원도 춘천시 한림대학길 1, 사회과학관 519호

Tel : 033-248-1924

sometime119@hallym.ac.kr

논문투고일 : 2015.08.01.

심사종료일 : 2015.08.20.

게재확정일 : 2015.08.28.