



MACA & RONI

마카앤로니 IP소개서

CJ ENM 커머스사업부
2022.12

애니메이션 개요



타 이틀 | 마카앤로니

제 작 사 | 브릭 스튜디오

시즌1) 2021년 3월 ~ 2021년 7월

시즌2) 2022년 9월 7일~ KBS2 TV

2022년 9월 22일~ 투니버스

방송 채널 |

KBS Toon!verse

대교 어린이

TVING YouTube

장 르 | 슬랩스틱 시츄에이션 코미디

포 맷 | Full HD Animation

분 량 | 시즌1) 54편 * 4분

시즌2) 48편 * 5분

Full 3D 애니메이션 (5편), 2D 애니메이션 (43편)

시놉시스

소심한 사고뭉치 ‘마카’ 그리고
틈만 나면 알버트 박사의 발명품을 엉망으로 만드는 뻔뻔한 사고뭉치 ‘로니’가
연구실에서 매일같이 벌이는 좌충우돌 시트콤!

영국 유명 기업의 수석 발명가 알버트 박사는,
어딘가 모자란 발명품을 만들다가 사고를 치고 쫓겨나게 된다.

무일푼이 된 알 박사는 땅 값이 들지 않는 사막에 연구실을 짓고, 월급을 주지 않아도 되는
동물 두마리 (고양이와 펭귄)의 지능을 높여 각각 조수, 신입으로 임명한 뒤,
자신의 천재성을 입증하기 위한 발명품 연구를 계속한다.

알박사의 연구실에는 항상 흥미롭고 기상천외한 발명품들이 가득하다.
사고뭉치 마카앤로니는 오늘도 알 박사가 없는 틈을 타
발명품에 손을 대고 마는데...



캐릭터 소개

조수, 마카

소심한 사고뭉치! 안전에 대한 걱정이 많고,
알 박사를 무서워한다.
늘 로니가 친 사고를 수습하려 애쓰지만,
그럴 때 마다 일은 더욱 커지기만 한다.



신입, 로니

뻔뻔한 사고뭉치! 알 박사만 사라지면 겁없이
발명품에 손을 대지만 운이 좋아 잘 들키지 않는다.
건담 조립을 매우 좋아한다.



알버트 박사

천재적이지만 어딘가 부족한 발명품을 만든다.
매우 권위적이라 마카와 로니가 무서워하지만,
사실 매번 당하는 것은 알버트 박사라는 사실!

마카앤로니

알바고

인간보다 더 인간적인 청소로봇.
자가 학습능력이 있어 시간이 흐를수록 똑똑해진다.
그런데 어찌된 영문인지 배우는 건
스마트폰 중독 같은 요상한 것들 뿐이다.

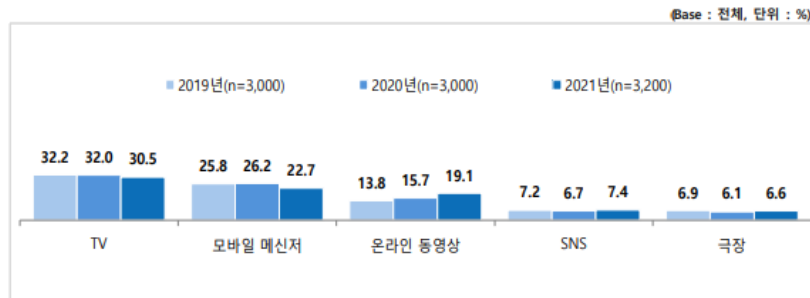


캐릭터 소비 트렌드

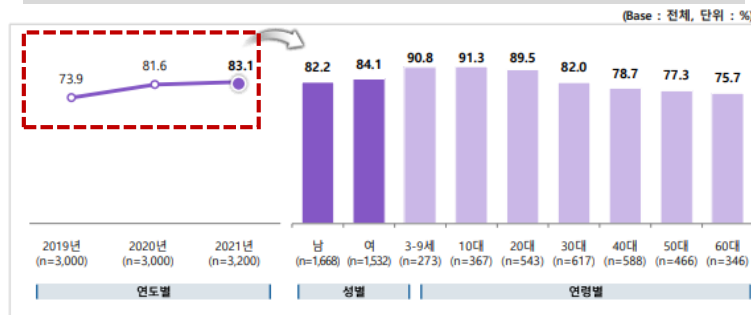
유튜브, 넷플릭스 등 OTT의 발달로 다양한 영상물을 통해 캐릭터 인지 '온라인 동영상'과 'SNS'을 통해 캐릭터를 인지하는 비율 상승 중!

- ✓ 3~9세에서 'TV'와 '온라인 동영상'을 통해 캐릭터를 인지하는 비율이 상대적으로 높음
- ✓ 10~20대는 'SNS'를 통해 캐릭터를 인지하는 비율 높음
- ✓ 캐릭터 인지 경로는 'TV'의 비율이 감소하고 있는 반면, '온라인 동영상'이 증가하고 있는 추세

캐릭터 인지 경로



OTT서비스를 통한 애니메이션 시청 경험



연령대별 캐릭터 인지 경로

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	TV	모바일 메신저	온라인 동영상	SNS	극장
전체	(3,200)	30.5	22.7	19.1	7.4	6.6
성별						
남성	(1,620)	32.2	19.9	21.6	7.0	7.9
여성	(1,580)	28.8	25.6	16.6	7.8	5.2
연령별						
3~9세	(282)	48.2	3.5	32.3	1.8	4.6
10대	(382)	33.2	13.6	23.3	11.3	7.9
20대	(540)	25.2	26.1	16.1	11.9	6.5
30대	(666)	25.8	28.7	16.5	8.1	8.0
40대	(569)	35.0	21.3	20.7	4.4	6.3
50대	(462)	28.4	29.0	13.0	6.3	6.1
60대	(299)	25.4	25.8	19.1	5.7	5.0
60대 미만	(2,901)	31.1	22.4	19.1	7.6	6.7

캐릭터 소비 트렌드

코로나19 이후 특히, 3~9세 캐릭터 상품 구매 비용 증가 '자녀, 가족'과 집에 있는 시간 & 캐릭터 등장하는 콘텐츠 이용 증가

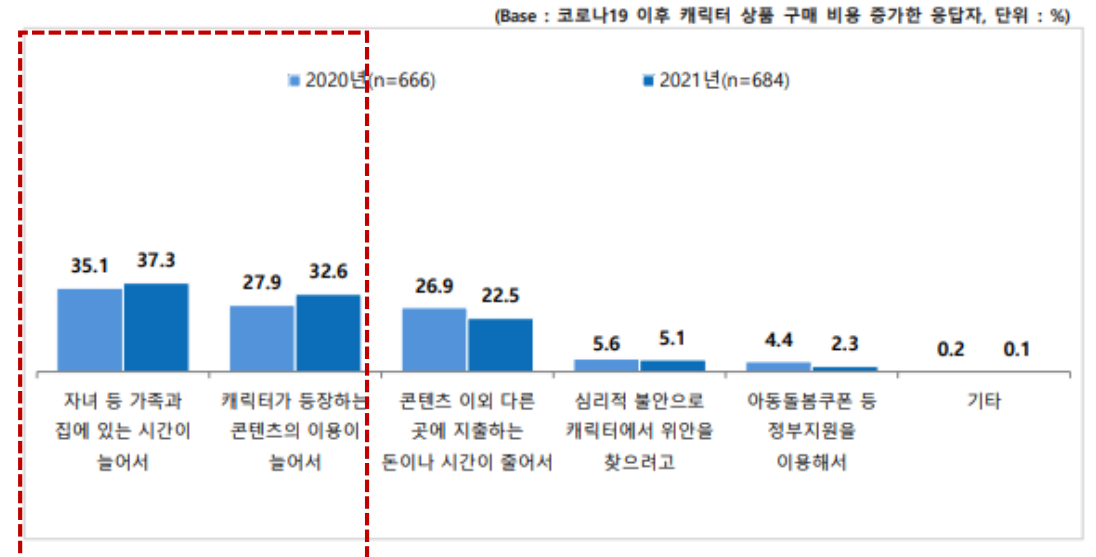
- ✓ 코로나19캐릭터 이용에 영향을 받은 응답자 중 코로나19 이후 캐릭터 상품 구매 비용이 '증가(47.2%)'한 경우가 '감소(21.2%)'한 경우보다 높게 나타남
- ✓ 3~9세와 10대는 코로나19이후, 온라인 캐릭터 이용 횟수도 증가한 비율이 높게 나타남

코로나19 유행 이후 상품 구매 비용 증감

(Base : 코로나19 유행 있는 캐릭터 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	감소	매우 감소	약간 감소	이전과 비슷	증가	약간 증가	매우 증가
전체	(1,450)	21.2	4.4	16.8	31.6	47.2	40.1	7.0
성별								
남성	(741)	19.4	3.8	15.7	30.8	49.8	42.2	7.6
여성	(709)	23.1	5.1	18.1	32.4	44.4	37.9	6.5
연령별								
3~9세	(147)	10.9	0.7	10.2	27.9	61.2	50.3	10.9
10대	(199)	21.1	5.5	15.6	27.1	51.8	43.2	8.5
20대	(215)	21.9	2.3	19.5	32.6	45.6	38.6	7.0
30대	(278)	16.2	2.9	13.3	35.3	48.6	39.6	9.0
40대	(261)	27.6	7.7	19.9	29.9	42.5	36.4	6.1
50대	(210)	22.9	4.3	18.6	37.6	39.5	35.2	4.3
60대	(140)	27.1	7.1	20.0	27.1	45.7	42.9	2.9
60대 미만	(1,310)	20.6	4.1	16.5	32.1	47.3	39.8	7.5

코로나19 유행 이후 캐릭터 상품 구매 비용 증가 이유



KEY POINT

패밀리 타겟

키즈 타겟
3~6세



POINT 1.

슬랩스틱 Non-verbal 애니메이션. 아이와 어른 모두 좋아하는 캐릭터

자막과 대사는 없지만 지루할 틈 없는 슬랩스틱 코미디!

클리셰 파괴가 자주 일어나는 스토리 & 동글동글 귀여운 외모와 다양한 표정으로
아이부터 어른 모두가 좋아하는 캐릭터!

“마카앤로니 아들이 보길래 우연히 봤는데 캐릭터가 귀여워요. 라바처럼 말도 없이 엄청 웃기네요“ (30대 여성)
“과학 좋아하는 올집 남자들! 특히 신랑이 빵빵 터지네요~ 피자랑 선인장 에피소드 짱” (40대 여성)

POINT 2.

재미있고 풍부한 스토리를 활용하여 다양한 키즈 타겟 상품화 진행

캐릭터 특성, 발명품 또는 실험과 관련된 다양한 에피소드의 요소들을 활용하여 여러 카테고리의 상품화 진행 가능
ex. 캐릭터 활용한 봉제, 에피소드 중 그림, 젤라, 도미노 등을 활용한 문구, 출판은 물론 실험 컨셉의 교구 등

POINT 3.

(22년 12월 기준)

마카앤로니 틱톡 구독자 69만! 유튜브 누적조회수 8,500만뷰! 인기 캐릭터로 부상 중!

틱톡 계정 구독자 69만, 유튜브 누적조회수 8,500만 뷰를 달성하며 유튜브 채널, SNS 디지털 채널 내 인기 캐릭터로 등극!
반복시청 용이한 년버벌 코믹장르의 특성상 디지털 채널에서 우호적 반응 多

모바일게임 <마카앤로니 우주최강 점프> <머지연구소: MERGE LAB> 출시!

→ 2022년 2D 포맷의 시즌2 방영 + 모바일 게임으로 디지털 채널에서의 캐릭터, 콘텐츠 확대 예정

POINT 4.

남미 지역 21개국(아르헨티나, 브라질, 칠레 등) 및 아시아 판권 판매 확정!

성공적인 시즌1에 이어 2022년 9월 국내 시즌2 방영 중

TBS 남미/아시아 국가에서 방영 확정(2021~2025). 2022년 9월부터 시즌2 KBS, 투니버스 방영
2022년 마카앤로니 인지도 및 캐릭터 선호도 확산 기대

KEY POINT

MZ세대

디지털 네이티브

투자보단 소비

가성비, 가심비를 넘어
‘가잼비’



POINT 1.

5분 숏폼 콘텐츠 x 개성적인 스토리텔링 x 귀여운 캐릭터 디자인
= MZ세대 취향 저격

숏폼 콘텐츠로 유튜브 Short, 릴스 등 짧은 영상콘텐츠 소비 트렌드에 최적화
알고 보니 고양이와 펭귄?! 둘이 조수로 채용된 웃픈 이유부터, 매 화 끊이지 않는 사고들로 ‘가잼비’ 확보
어디에 붙여도 귀엽다! 마카 & 로니의 귀여운 외모로 1020 여성타겟 공략

[\[마카앤로니 미니본편 보기\]](#) [\[마카앤로니 Shorts 보기\]](#)

POINT 2.

(22년 12월 기준)

마카앤로니 틱톡 구독자 69만! 유튜브 조회수 8,500만뷰! 인기 캐릭터로 부상 중!

틱톡 계정 구독자 69만, 유튜브 누적조회수 8,500만뷰를 달성하며 유튜브 채널, SNS 디지털 채널 내 인기 캐릭터로 등극!
반복시청 용이한 넌버벌 코믹장르의 특성상 디지털 채널에서 우호적 반응 多
모바일게임 <마카앤로니 우주최강 점프> <머지연구소: MERGE LAB> 출시!

→ 2022년 2D 포맷의 시즌2 방영 + 모바일 게임으로 디지털 채널에서의 캐릭터, 콘텐츠 확대 예정

POINT 3.

슬랩스틱 Non-verbal 애니메이션!

자막과 대사는 없지만 지루할 틈 없는 슬랩스틱 코미디!

클리셰 파괴가 자주 일어나는 시끌벅적 스토리& 동글동글 귀여운 외모와 다양한 표정으로 매력도 UP!

“마카앤로니 너무 귀엽다ㅠㅠ 힐링삼아 보기 딱 좋은 애니메이션인듯!” (10대/틱톡)

“마카앤로니 롤러코스터편 재밌다ㅎㅎ 모래폭풍을 즐기고 있어ㅎㅎ 오늘도 로니는 귀여워...(10대/트위터)”

POINT 4.

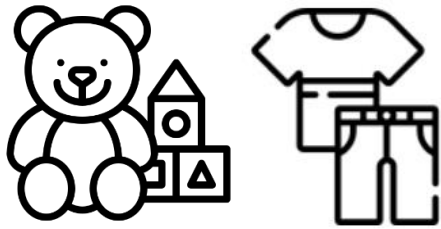
남미 지역 21개국(아르헨티나, 브라질, 칠레 등) 및 아시아 판권 판매 확정!

성공적인 시즌1에 이어 2022년 9월 국내 시즌2 방영

TBS 남미/아시아 국가에서 방영 확정(2021~2025). 2022년 9월부터 시즌2 KBS, 투니버스 방영
2022년 마카앤로니 인지도 및 캐릭터 선호도 확산 기대

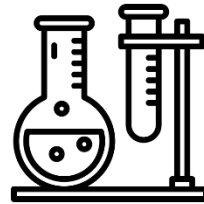
상품 카테고리 추천

키즈/패밀리 타겟



심플하고 귀여운 캐릭터 이미지 봉제/의류

쿠션, 인형, 파우치, 가방, 스트레스볼, 의류 등



애니메이션 속 알버트박사처럼 과학 실험실 아이템

물감놀이, 물놀이 색칠놀이, 과학 실험 교구 등



아이+부모 모두 좋아하는 레저/집콕/패밀리 아이템

캠핑 상품-의자, 테이블, 해먹, 식기류 등
패밀리 아이템(스파오 잠옷, 이불 등),
CU편의점 5월 가정의 달 한정 식품 등



심플하고 귀여운 캐릭터 이미지 출판/문구류

필름북, 퍼즐, 스티커북, 문구류 등



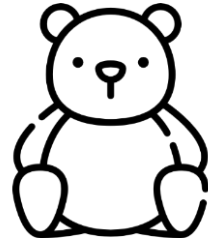
상품 카테고리 추천

MZ세대 타겟



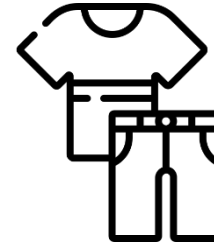
1020 다꾸러들을 위한
문구류, 스티커

스티커, 메모지, 마스킹 테이프 등



동글동글 디자인을 활용한
생활잡화

침구류, 봉제류, 캠핑용품 등



시즌별 콜라보
패션잡화

티셔츠, 파우치, 모자, 양말 등



언제 어디서든 즐길 수 있는
디지털 상품

이모티콘, 디지털 템플릿, 워치 페이스 등



Marketing

마카앤로니 공식 디지털 채널 구독자 합산 80만명 이상! (22년 12월 기준) 다양한 채널을 통해 상품별 맞춤형 마케팅 지원

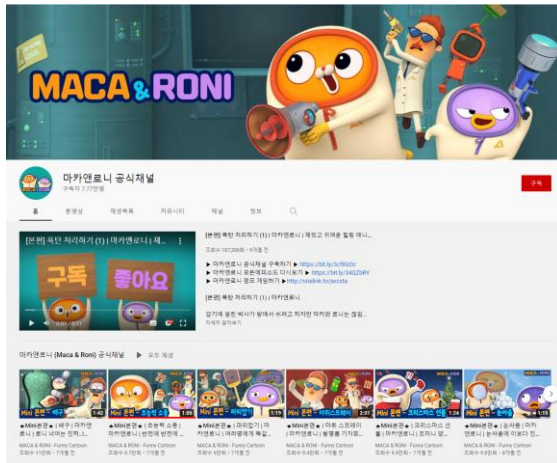
- ✓ 틱톡 채널(구독자 69만): 업로드 영상 약 70여개
- ✓ 유튜브 채널(구독자 15만): 업로드 영상 약 127개 / 누적조회수 8,500만 View
- ✓ 모바일 게임 [마카앤로니 우주 최강 점프]: 2021년 8월 출시. 누적 다운로드 약 10만명
모바일 게임 [머지게임] 2022년 2월 출시

YouTube

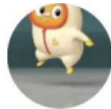


구독자 12만
누적 조회수 5,500만 View 이상

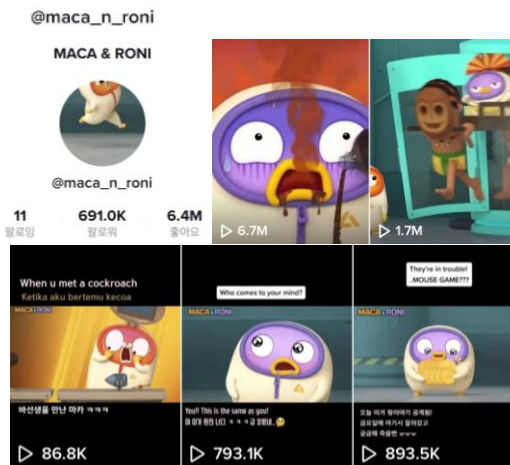
클릭시, 채널이동



TikTok



구독자 69만
좋아요 6.4M



모바일 게임



MERGE LAB
3F FACTORY
광고 포함



YOUTUBE TOP3

(22년 12월 기준)



조회수 570만

젠가

연구실에서의 젠가 한판승부!
그러나 로니는 신의 영역에 가까운 젠가실력을 뽐내고
마카는 젠가 특훈에 들어간다



조회수 529만

과자 싸움

마카와 로니는 과자를 안주려고 싸우다가 감정이 격해지고 의
미없는 거대한 싸움을 시작한다.



조회수 397만

도미노

박사가 도미노 대회에 영상을 보내기 위해 열심히 세웠던
도미노를 마카와 로니가 모두 무너뜨려버렸다.
언제 다시 세우지?!

Design Asset Reference

※ 상세 스타일가이드 별도 파일로 확인

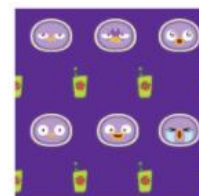
상품화에 최적화된 다양한 표정/포즈 등 캐릭터 디자인 소재
2022년 시즌2 2D로 변경됨에 따라 활용 가능한 디자인, 배경 소재 다양화



Design Asset Reference

※ 상세 스타일가이드 별도 파일로 확인

상품화에 최적화된 다양한 표정/포즈 등 캐릭터 디자인 소재
2022년 시즌2 2D로 변경됨에 따라 활용 가능한 디자인, 배경 소재 다양화



4.3_Borders_2



4.3_Borders_3



4.3_Borders_4



Design Asset Reference

