

## 만화산업계 주요 동향

### □ 만화산업계 주요 동향

#### 1. 만화 원작산업화의 순기능 두드러진 시기

- 만화 원작이 영화나 드라마로 제작되어 대중적인 흥행을 이끌어 내는 성공 사례 지속
- 만화 원작 산업화의 순기능
  - 드라마 방영 이후 원작 단행본의 판매가 250% 증가한 「공」(박소희)
  - 원작 만화의 지명도가 드라마의 성공을 견인, 드라마의 성공이 다시 원작 만화에 대한 관심을 재고하여 판매 촉진
- 만화 원작 산업화의 한계점
  - 만화계에 노하우와 인력을 남기지 못하고 저작권 수익 역시 제한적
  - 다른 장르로 원작 활용이 넘어갈 가능성에 대한 대비 부족
- 만화 원작 산업화의 보완점
  - 만화계의 구체적인 전략적 준비 필요
  - 직접 영화제작 및 배급에 진출하여 국제적인 성공을 이룬 마블코믹스의 사례 모델링

#### 2. 기존 오프라인 주요 흥행 장르의 위기

- 소수의 기존 시리즈 작품이 시장 독과점
  - 신규 시리즈의 시장 진입 난관에 의한 빈익빈 부익부 현상 심화
  - 기존 성공 작품의 전략을 답습하는 신규 시리즈들의 기획력 부족
- 만화잡지의 침체 지속
  - 침체의 장기화에 따른 특정 장르 편중 현상 심화
  - 단기적인 안정적 판매량을 기대할 수 있는 특정 장르로 작가와 편집자의 쏠림 현상이 원인
  - 새로운 흥행 경향을 제시하지 못 할 경우 침체의 장기화 우려

#### 3. 온라인 만화의 성장

- 다양한 장르의 신선한 소재들과 드라마를 선보이며 토대를 확장하는데 성공
- 오프라인에서 활동하던 중견 작가들의 온라인 행

#### 4. 독자의 작가화

- 포털사이트의 독자작가 참여공간이 네티즌들에게 인기
- 독자작가 가운데 정식 연재 기회를 얻게 되는 사례 등장
- 만화 문화의 쌍방향 성숙과 피동적 수용자에서 능동적 창작자로 자유롭게 전화하는 문화 환경의 진화 의미

#### **5. 만화 전문서점 활성화**

- 오프라인 만화 출판사들이 직접 만화 전문 매장운영
- 대형 서점들은 베스트셀러를 중심으로 만화 부분을 강화

#### **6. 한국 만화 100주년을 앞두고 다양한 행사 준비 활발**

- 한국만화의 역사성을 재조명하고 이를 통해 만화문화의 가치를 사회적으로 공유하며 만화에 대한 친근한 이미지를 부각시킬 것으로 기대

#### **7. 만화콘텐츠 저작권 보호**

- 온라인 불법 스캔 파일 배포가 가장 큰 문제로 화두
- 저작권법에 대한 낮은 이해가 원인인 경우가 대부분
- 저작권 보호 시스템 구축과 작가와 출판사에 대한 저작권 교육이 이루어져야 함

#### **8. 정부, 만화산업 2기 중장기 진흥정책 발표**

- 만화 창작 역량 강화/ 만화 유통구조 개선 및 시장 선진화/ 라이선싱 비즈니스 활성화/ 만화의 문화가치 제고 등 4대 추진과제를 선정하여 앞으로 5년 동안 20개 사업에 걸쳐 총 1,425억 원(국고 501.5억 원)을 투입할 계획

## 2008 만화산업백서 요약

### □ 주요내용

#### 1. 만화산업규모

구분	매출액		증감
	2006년	2007년	
만화출판업	2,960억원	3,247억원	+ 287억원
온라인만화제작유통업	473억원	529억원	+ 56억원
만화책임대업	1,034억원	713억원	-321억원
만화도소매업	2,833억원	3,127억원	+ 294억원
<b>총 합계</b>	<b>7,301억원</b>	<b>7,617억원</b>	<b>+ 316억원</b>

#### < 설 명 >

- 만화출판업이 42.6%로 가장 많은 비중 차지
- 만화산업의 최종(소비자 접점) 유통규모를 살펴보면, 인터넷 만화 및 모바일 서비스 365억 원, 만화책임대업 713억 원, 만화서적 및 잡지류 소매 1,937억 원, 인터넷 서점(만화부문) 334억 원으로 총 3,349억 원 으로 나타남

#### 2. 만화산업 수출입규모

구분	수출입규모		증감
	2006년	2007년	
수출액	392만 달러	399만 달러	+ 7만 달러
수입액	397만 달러	590만 달러	+ 193만 달러

#### < 설 명 >

- 만화 수출입규모는 2007년 각각 399만 달러와 590만 달러로 집계되어 전년 대비 증가
- 전년대비 수출액은 7만 달러가 증가한 반면 수입액은 193만 달러로 큰 폭 증가

### 3. 지역별 수출입 현황

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	총계
수출액(비중)	39(9.8%)	64(16.0%)	50(12.5%)	86(21.5%)	153(38.3%)	76(1.9%)	399(100%)
수입액(비중)	12(2.1%)	543(92.0%)	-	25(4.2%)	10(1.7%)	-	590(100%)

#### < 설명 >

- 수출은 유럽이 2006년 141만 달러(36.1%)에 이어 2007년 153만 달러(38.3%)로 수출 1위 지역 고수
- 수입은 일본이 2006년 343만 달러(87.4%)에 이어 2007년 543만 달러(92.0%)로 독보적인 강세

### 4. 국내 선호 만화 및 만화 장르 Best 7

선호 만화 작품				선호 만화 장르		
순위	만화작품	선호도	국적	순위	만화장르	선호도
1	원피스	5.8%	일본	1	코믹/명랑	27.0%
	식객	5.8%	한국	2	순정	22.4%
3	열혈강호	3.6%	한국	3	액션/무협	20.2%
4	나루토	2.8%	일본	4	환타지	10.5%
5	타짜	2.7%	한국	5	교육/학습	9.0%
6	풀하우스	2.2%	한국	6	스포츠	3.9%
7	명탐정코난	2.1%	일본	7	공상과학	3.6%

#### < 설명 >

- 조사 응답자 1,000명 중 '좋아하는 작품이 있다'라고 답한 사람은 53.8%로 2006년 51.3%보다 2.5%포인트 증가한 것으로 나타남
- 선호 만화작품은 다양하게 나타났으나, 다수가 애니메이션이나 드라마, 영화 등 타 문화콘텐츠로의 원작 활용이 이뤄진 작품으로 만화의 OSMU가 소비자의 만화작품 인식에 크게 기여함을 알 수 있음
- 2006년에는 선호 만화 작품 상위 7개 중 4개가 일본 작품 이었던 반면, 2007년에는 4개가 한국 작품으로 나타남
- 선호 만화 장르는 코믹/명랑이 2006년 23.6%에 이어 2007년 27.0%로 1위를 차지함

## 5. 만화 원작 활용 관심도 및 영화나 드라마 시청의향

구분	활용 관심도			구분	영화나 드라마 시청의향		
	남자	여자	전체		남자	여자	전체
전혀흥미없음	3.4%	3.2%	3.3%	절대로안봄	0.3%	0.8%	0.6%
별로흥미없음	21.2%	13.0%	17.1%	아마보지않음	13.5%	9.2%	11.4%
다른것과차별없음	28.9%	28.4%	28.7%	별차이없음	31.9%	27.9%	29.9%
더흥미있음	35.1%	45.1%	40.1%	아마볼것임	48.6%	54.8%	51.7%
훨씬흥미있음	11.2%	10.4%	10.8%	반드시볼것임	5.8%	7.3%	6.5%

### < 설명 >

- 만화 원작 영화나 드라마에 대한 흥미와 관심도를 조사한 결과, ‘흥미가 있다’라는 의견은 2006년도 58.2%에서 2007년도에는 50.9%로 약 7.3%포인트 하락한 것으로 나타났다
- 향후 만화 원작 영화나 드라마의 시청의향에 대한 조사 결과 ‘볼 것이다’라는 의견은 2006년도 56.6%에서 2007년도 58.2%로 증가했으나 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다

## 6. 전국민 만화 이용 현황

구분	만화 소비자 이용 경험 형태					
	단행본 만화	신문연재만화	인터넷만화	아동/학습만화	만화잡지	휴대폰만화
2006	57.3%	39.7%	33.1%	25.9%	9.3%	0.5%
2007	63.8%	49.3%	51.5%	25.7%	10.7%	1.6%

### < 설명 >

- 2006년과 2007년을 비교해 보면, 인터넷 만화는 33.1%에서 51.5%로 약 18.4%포인트, 신문연재만화는 39.7%에서 49.3%로 약 9.6%포인트 이용률이 높아진 것으로 나타남
- 매체의 환경이 변화함에 따라 인터넷 만화를 읽는 경험자들이 점점 증가

구분	주요 구입처	
	만화 단행본	만화 잡지
오프라인서점	58.9%	53.1%
오프라인대형할인점/백화점서적코너	21.1%	31.1%
인터넷전문서점	14.3%	16.3%
인터넷종합쇼핑몰	9.7%	5.0%
만화전문서점	8.3%	11.6%
TV홈쇼핑	1.1%	-
기타	1.1%	3.3%

< 설명 >

- 2007년은 2006년도와 마찬가지로 ‘오프라인 서점’(58.9%)이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났음

**7. 소비자 만화소비현황(구입빈도 및 금액)**

구분	만화 단행본		만화잡지	
	연간 구입빈도	1회 지출비용	연간 구입빈도	1회 지출비용
2006년	3.79	8,634	-	-
2007년	4.08	12,110	4.12	9,032
증감	0.29	3,476	-	-

< 설명 >

- 만화 단행본 구입 빈도는 전년 대비, 남자가 3.55회에서 4.26회로 약 0.71회 증가한 반면 여자는 4.09회에서 3.88회로 약 0.21회 감소
- 만화잡지 구입 빈도는 1년에 한두 번 정도가 전체의 34.6%로 가장 많은 비중 차지
- 만화잡지는 1회 평균 지출비용이 9,032원으로 만화 단행본 구입 1회 평균 비용 보다 낮은 것으로 조사됨

**8. 인터넷만화 이용현황**

구분	인터넷 무료 만화 이용 경험						인터넷 만화 이용 방법						
	한달 이내	일주일 이내	3개월 이내	6개월 이내	1년 이내	1년 이상	포털 무료 단행본	포털웹 툰	만화 전문 사이트	P2P	웹하 드	친구/ 주변 인	기타
07	34.3%	32.2%	14.9%	8.3%	7.6%	2.7%	40.6%	21.6%	10.9%	8.1%	7.2%	5.0%	6.4%

< 설명 >

- 인터넷만화 이용경험은 한 달 이내가 34.3%로 가장 높게 나타났으며 인터넷 만화 이용 방법은 포털무료단행본이 40.6%로 가장 선호하는 것으로 나타났음

### 9. 만화산업 종사자 현황

분류	종사자		비중
	2006년	2007년	
만화출판업	2,085명	2,356명	20.0%
온라인만화 제작 및 유통업	408명	414명	3.4%
만화책 임대업	6,518명	4,836명	41.1%
만화 도소매업	3,807명	4,166명	35.5%
만화산업 종사자 총계(창작자 제외)	12,818명	11,772명	100.0%

#### < 설명 >

- 만화산업 중 가장 높은 비중을 차지하는 업종은 만화책 임대업이며 41.1%의 비중을 차지
- 만화책임대업은 종사자 비중이 가장 큰 반면 2006년에 비해 하락폭(△ 25.8%)도 가장 큰 것으로 나타남

### 10. 해외 만화시장 동향

해외 지역	주요현황 및 동향
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2007년 만화시장규모 6억8천만 달러로 전년 대비 12% 성장</li> <li>○ 북미만화시장은 2000년 이후 지속적인 성장</li> </ul> <p>&lt;시장동향&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 온라인 만화 서비스의 확산</li> <li>② 한국만화의 보급 확산 : 내용, 작가의 창작력, 미국 시장의 수요 맞춤 등 장점</li> <li>③ 그래픽 노블 붐 : 2007년 단행본 수는 전년 대비 2,785종 에서 1.9% 늘어난 3,314종으로 조사</li> </ol>
유럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 영국 1억3,600만 파운드, 독일 7000만 유로 추정</li> <li>○ 프랑스 만화 최근 20년간 7배가 증가</li> </ul> <p>&lt;시장동향&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 소설의 만화화</li> <li>② 시장의 다변화 : 2001년부터 증가, 2006년부터 둔화, 2007년 감소세</li> <li>③ 일본과 중국의 자국 만화 홍보 정책 : 일본 1억4,700만 엔 예상 지정 중국정부의 강력한 지원으로 시장 진입</li> </ol>
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2007년 만화시장은 2006년 대비 4.2% 축소된 4,810억 엔으로 집계</li> <li>○ 1996년을 정점으로 장기 하락 추세</li> </ul> <p>&lt;시장동향&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 디지털 만화 100억 엔 돌파</li> <li>② 만화의 영역 확대 : 사보, 사업 설명서, 접대 매뉴얼 기타 각종 문서 등</li> <li>③ 지역관광발전에 활용되는 만화박물관</li> </ol>
중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 만화잡지를 중심으로 형성</li> </ul> <p>&lt;시장동향&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 전자매체가 다양해진 인터넷 만화</li> <li>② 창작팀의 전문화 : 우수 만화 창작자와 전문 창작업체들이 출현</li> <li>③ 동만산업의 융합과 발전을 추진하는 중국 만화</li> </ol>