

2010 만화산업백서 요약

□ 2009년 및 2010년 상반기 만화산업의 주요 동향과 이슈

1. 한국 만화, 위기와 기회

- 출판만화의 침체가 여전한 가운데, 고가의 소장용 단행본 발간이나 인기만화의 리메이크, 그래픽 노블 제작 등 오프라인 출판만화의 새로운 시도들이 이루어지고 있음.
- 어린이 학습만화 시장의 강세는 지속적임. 오프라인 출판뿐 아니라 뮤지컬, 애니메이션, 각종 캐릭터 상품과 온라인 게임으로의 제작 등 그 활용 분야 역시 확장되고 있음.
- 온라인 만화는 각종 포털사이트의 온라인 웹 만화 확대 및 지속적인 신진작가의 유입과 히트작의 출현으로 그 성장세를 유지하고 있음.
- 스마트폰, 태블릿PC, e-book 등 다양한 플랫폼의 등장으로 새로운 만화 비즈니스 분야에 대한 업계의 기대감이 높아지고 있는 상황임.
- 정부·출판업계의 강력한 억제 노력과 온라인 업체들의 자정노력 등을 통해 온라인 저작권에 대한 보호가 강화되고 있음.

2. 만화 원작의 OSMU와 크로스미디어화

- 만화를 원작으로 한 미디어믹스 사업은 기존의 만화팬층을 소비자로 흡수할 수 있는 가능성, 기성 장르와는 다른 새로움, 오프라인 만화 출판사들의 적극적인 참여 등으로 인해 더욱 활발해질 전망이다.
- 만화 원작 드라마의 제작이 특히 강세를 나타냄. <탐나는 도다>, <대물>, <매리는 외박중> 등의 국내 만화 원작 드라마가 제작·방영(예정)되었으며, <꽃보다 남자>, <공부의 신> 등 일본 만화 원작의 활용 또한 증가하였음.
- 만화 원작 영화는 2009년 소강상태를 보이다, 2010년 상반기 <구르를 버서난 달처럼>과 <식객: 김치전쟁>의 개봉으로 다시금 활기를 띠는 양상을 보임.
- 뮤지컬이나 연극, 전시 등의 장르에서도 만화 원작의 미디어믹스가 이루어짐. <바람의 나라>, <위대한 캣츠비> 등의 만화 원작 뮤지컬, <그대를 사랑합니다>, <광수생각> 등의 만화 원작 연극, <Why? Park> 전시 등이 제작·기획(예정)되었음.
- 만화 원작 애니메이션은 <아기공룡 둘리 2>, <로봇찌빠> 등 많은 작품이 제작·방영되었으나 시간대 편성 등의 문제점이 제기되었으며, 극장판 애니메이션에서는 여전히 일본 만화가 득세하는 상황임.
- 만화 원작 게임의 제작 및 출시는 감소세에 있으나, <열혈강호 온라인 2>, <고스트페이스>가 출시됐으며, 기능성 게임인 <마법천자문 DS>가 인기를 끌고 있음.

3. 만화비즈니스의 다각화

- 오프라인 만화비즈니스는 학습만화 영역의 전문화, 기획만화의 심화를 통해 대안을 찾

고 있으며, 오프라인 만화잡지의 한계를 극복하려는 전문 만화잡지도 등장하였음.

- 인터넷 만화시장은 각 포털의 만화 섹션 확대 및 시스템의 안정화로 새로운 만화잡지로서의 기능을 하고 있음.
- 디지털 만화 환경으로의 변화 속에서 거대 자본의 유입은 새로운 디지털 콘텐츠로서 만화가 활용될 수 있는 가능성을 더욱 확대시키고 있음.

4. 학습만화 강세와 코믹스 약진

- 코믹스 시장은 매년 축소되고 있는 반면, 학습만화 시장은 뜨거운 교육열과 유통시장의 다각화, 완성도 높은 작품과 세트 구성력을 바탕으로 급격히 성장해가고 있음.
- 교과연계용 학습만화(에듀테인먼트 만화)가 아동학습만화 시장을 견인하고 있으며, 인문고전과 역사 등을 소재로 하는 지식교양 학습만화의 출간이 증가하고 있는 추세임.
- 학습만화 콘텐츠는 보편적으로 디지털화되고 다양한 분야로 역량을 발휘하면서 만화 장르와 출판을 넘어 문화콘텐츠 산업 전반에 영향력을 넓히고 있음.

5. 온라인 만화의 성장주축으로서 웹툰

- 웹툰은 1) 매체의 다양화, 2) 신인등용의 구조화, 3) 활동작가의 다층화, 4) 이용층의 안정화, 5) 수익의 다각화의 단계를 통해, 포털을 넘어서는 독자적인 창작생태계를 조성함.
- 네이버, 다음을 중심으로, 기업이나 기관의 요구에 맞춘 콘텐츠의 창작 및 유통이 이루어지는 브랜드 웹툰이 제2의 창작 웹툰 시장으로서 구축되고 있음.
- 터치 중심과 책의 전자적 구독을 염두에 두는 스마트 미디어의 등장은 데스크탑 PC, 스크롤마우스, 유선인터넷 등의 사용자 환경을 중심으로 형식화 된 웹툰 시장의 변화와 발전을 위한 전략을 요구하고 있음.

6. 모바일 만화시장의 경쟁과 e-book 만화의 성장 가능성

- 출판만화에서 웹 만화로 확장했던 만화는 새로운 미디어 플랫폼의 등장에 따라 모바일 만화, 앱 만화, 전자책(e-book) 만화 등으로의 변화를 시도하였으며 이를 통한 만화시장의 성장이 기대되고 있는 상황임.

7. 대중적 행사로 거듭난 국내 3대 만화 페스티벌

- 서울국제만화애니메이션페스티벌, 부천국제만화축제, 부천국제학생애니메이션페스티벌은 만화작가들과 독자들이 만나는 축제의 장이자, 국내 만화문화의 국제화를 촉진하고 만화문화의 세대적 기반을 확장하는 마케팅의 장, 예비 작가들의 수련의 장으로서의 역할을 다하고 있음.

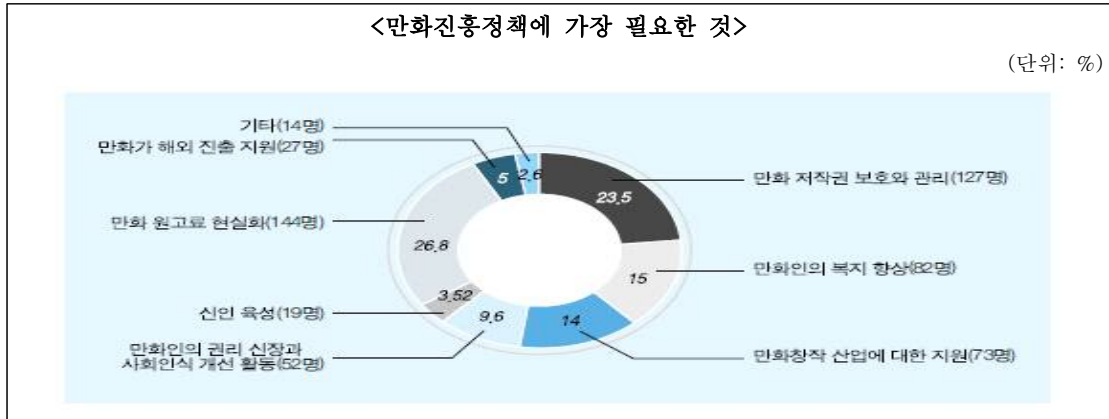
□ 국내 만화산업 현황

1. 한국 만화 창작 생태계의 변화와 현황

- 2009년 한국 만화는 탄생 100주년을 맞아 국립현대미술관에서 기념전시회를 열 정도로

그 위상을 달리하게 되었으며, 뉴미디어의 출현과 창작 시스템의 변혁으로 새로운 도약을 위한 과도기적 상황에 놓여 있음.

- 국내에서 활동 중인 만화가가 200여명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 열악한 국내 만화가들의 창작 환경이 구체적으로 드러났으며, 만화산업 진흥을 위한 다양한 대안들이 제시되었음.



2. 한국 만화 유통 환경

- 오프라인에서의 만화 유통은 온라인상에서 체계적으로 관리하고자 시스템을 구축하고 있으나, 잔고와 과불 관행, 반품의 문제, 오프라인 서점 시장의 위축 등의 어려움이 있음.
- 온라인 만화 유통 환경은 인터넷 포털, 블로그 등의 개인 홈페이지, 웹진, 모바일 등을 통해 이뤄지고 있으나 불법 복제와 불법 다운로드의 문제가 심각한 상황임.

□ 국내외 만화산업 동향

1. 국내 만화산업 동향

- 2009년 351개 사업체 대상 설문조사 결과, 국내 만화산업의 업체 수는 10,109개이며, 총 매출액은 7,390억 원, 종사자는 1만 748명, 만화산업의 수출액과 수입액은 각각 420.9달러, 549.2만 달러로 조사되었음.

구분	업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치 (백만원)	부가가치율 (%)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)
2009	10,109	10,748	739,094	290,833	39.35	4,209	5,492
전년 대비 증감률(%)	△0.7	△3.1	2.2	2.6	0.4	1.8	△7.5

- 2009년 가장 많은 수출이 이루어진 지역은 유럽으로 수출액은 약 166.7만 달러(39.6%)이며, 가장 많은 수입이 이루어진 지역은 일본으로 수입액은 약 504.1만 달러(91.8%)임.

(단위: 천 달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	총계
수출액(비중)	432(10.3%)	597(14.2%)	525(12.5%)	943(22.4%)	1,667(39.6%)	45(1.1%)	4,209
수입액(비중)	97(1.8%)	5,041(91.8%)	-	278(5.1%)	76(1.4%)	-	5,492

- 2009년 국내 만화 콘텐츠 제작 관련 총 지출비용은 706억원으로 전년 대비 5.6%p 증가하였고, 이중 로열티 지출 부분이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남.

2. 해외 만화산업 동향

- 2010년 세계 만화시장 규모는 104억 9,300만 달러로 추정되며 2014년에는 약 116억 달러의 성장이 전망됨.

<세계 만화 시장규모 추이>

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
출판만화	9,976	10,024	10,428	10,281	10,026	9,951	10,007	10,129	10,295	10,492
디지털	89	240	400	570	572	542	669	822	950	1,112
잡지	4,216	4,301	4,427	4,486	4,280	4,154	4,216	4,341	4,470	4,628
도서	5,849	5,963	6,401	6,365	6,318	6,339	6,460	6,610	6,775	6,976
합계	10,065	10,263	10,828	10,851	10,597	10,493	10,676	10,951	11,245	11,604

*자료원: PWC, 2010; 일본디지털콘텐츠백서; Comics Critics & Journalists French Association; Dimond Distribution Inc.; 삼정 KPMG

- 일본 만화시장은 수에이샤, 쇼가쿠칸, 코단샤, 스퀘어에닉스, 카도가와 그룹 등의 출판사를 중심으로 전개됨. 최근 일본 만화시장 역시 시장 침체의 여파로 만화잡지가 쇠퇴하고 있으나, 만화의 디지털화뿐 아니라 만화 원작의 OSMU 시도가 활성화되고 있음.
- 2010년 북미권 만화 시장 규모는 전년 대비 0.63% 마이너스 성장한 30억 2천만 달러 규모가 될 것으로 추산되며, 2014년까지 32억 6천만 달러의 규모를 형성할 것으로 전망됨.
- 2009년 유럽의 만화시장 규모는 46억 5천만 달러로 나타났으며 2014년까지 49억 7천만 달러까지 성장할 것으로 전망됨. 세계 만화시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 유럽에서 가장 큰 비중을 차지하는 국가는 독일(9억 5천3백만)임.
- 중국의 만화시장은 1980년대부터 정체를 계속하다 2000년대 들어 급속한 경제 발전과 정책적 지원으로 다시 부흥하고 있으나, 저작권 침해 문제가 심각한 상황임.

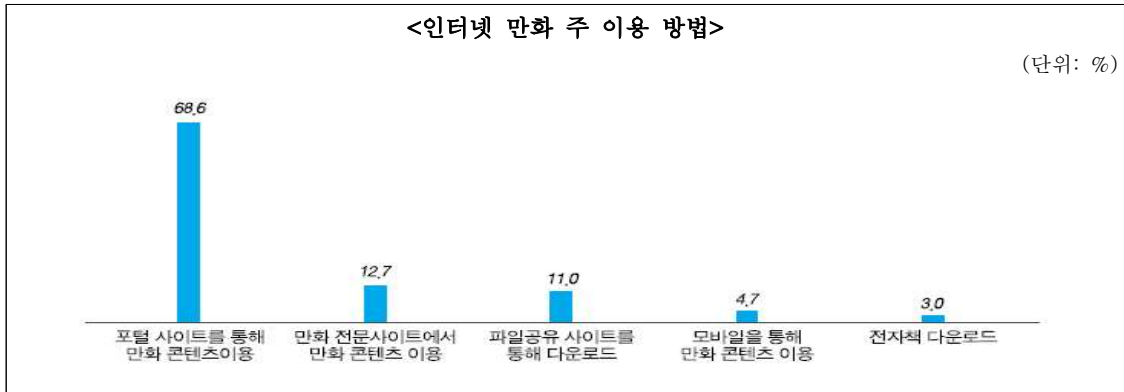
□ 만화 소비자 동향

1. 만화 소비자 실태조사 결과

- 만 10세~49세 전 국민 중 2010년 만화 관련 상품 구입 및 이용 경험자를 대상으로 표본추출(1,200명) 하여 만화 관련 소비 실태를 조사함.
- 국내 만화 소비자들의 2010년 만화 구독 시간은 1회 평균 41.1분으로 조사되었으며, 새로운 미디어의 출현으로 오프라인 만화 구독 비율이 2008년 대비 4.6%p 감소하여 65.8%임.
- 2010년 국내 만화 소비자들은 코믹·명랑(35.0%) 만화를 가장 선호하는 것으로 분석되었으며, 그 다음으로는 액션·무협(19.9%), 순정(15.7%), 환타지(14.4%)의 순으로 조사되었음.
- 2010년 아동·학습만화는 2008년 대비, 직접구입 비중이 33.0%에서 55.8%로 22.8%p나 증가하였고, 대여 비중은 67%에서 44.1%로 22.9%p 감소하였으며, 남성(66.7%)이 여성

(46.8%)보다 직접 구입하는 비중이 높은 것으로 나타남.

- 2010년 단행본 만화 이용은 일본 만화가 59.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 그 비중은 2007년 이후 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사됨.
- 2010년 인터넷 만화 이용은 포털사이트를 통한 경우가 66.8%로 가장 높게 나타났으며, 인터넷 만화를 보기 위해 즐겨 찾는 사이트 1위는 네이버(70.9%)이고, 인터넷 연재 웹툰(69.2%)이 가장 많이 이용된 콘텐츠로 분석됨.



- 2010년 국내 만화 소비자 중 스마트폰 사용 비중은 5.4%, 전자책 태블릿 사용 비중은 1.0%로 낮게 나타났으나, 새로운 플랫폼을 이용한 만화의 소비는 더욱 증가할 것으로 예상됨.

2. 콘텐츠 소비자 실태조사 결과

- 콘텐츠산업에 대한 국민들의 전반적인 인식을 파악하고자 만 10세~59세 이하의 국민을 대상으로 표본추출(1,500명)하여 콘텐츠 소비자 실태조사를 실시함.
- 조사 결과, 콘텐츠별 이용률에서 만화는 33.2%로, 방송콘텐츠(99.8%), 음악(90.9%), 영화(83.7%), 서적(71.4%), 게임(52.5%) 다음으로, 이용률이 낮은 그룹에 속하며, 시간과 비용의 여유 시에도 만화 이용 의향이 낮은 것으로 나타남.
- 국내 콘텐츠 중 선진국 대비 경쟁력이 가장 우수하다고 평가된 콘텐츠는 음악(47.9%)이며, 국내 콘텐츠 중 선진국 대비 경쟁력이 가장 동등한 콘텐츠로는 만화(27.4%)가 가장 높게 조사됨.
- 21세기를 이끌 새로운 성장산업으로 콘텐츠 관련 사업(34.8%)이 가장 높게 나타났으며, 향후 5년 이내 전망 직업군은 콘텐츠 개발자(29.9%)라는 응답이 가장 높음. 창의적 콘텐츠 산업 중 가장 일해 보고 싶은 분야 중 만화는 1.5%로 매우 낮게 나타남.

□ 만화 정책 동향

1. 국내 만화산업 법제도 및 지원정책 현황

- 만화산업을 진흥하는 법률로는 문화산업진흥기본법, 콘텐츠산업진흥법, 출판문화산업진흥법, 인쇄문화산업진흥법 등을 들 수 있음. 이 중 콘텐츠산업진흥법은 2002년 제정된 「온

라인 디지털콘텐츠산업 발전법」이 2010년 5월 전면 개정됨에 따라 그 명칭이 바뀐 것임.

- 만화산업과 관련된 권리를 보호하는 법률로는 저작권법, 상표법 등이 있음. 특히 2009년, 저작권법의 개정으로 불법복제·전송자에 대한 계정 정지, 불법복제물 유통 게시판의 서비스 정지를 주요내용으로 하는 소위 “3진 아웃제”가 실시되었음.
- 만화산업은 청소년보호법과 출판만화산업 진흥법, 형법, 정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등을 통해 규제를 받을 수 있음.
- 주요 국내 만화산업 지원 현황은 다음과 같음.
 - 한국콘텐츠진흥원은 2009년 한국만화 100주년을 맞아 국내외 만화 100주년 특별전시와 다큐멘터리 제작·방영, 기념우표 발행, 100년사 편찬사업 등을 진행하였음.
 - 한국만화영상진흥원은 2010년 만화 제작 지원 사업에서 작년보다 신규사업 4개를 추가하여 확장시켰음.
 - 한국카툰협회는 2009년 한국만화 100주년을 맞아 ‘방자한 명상, 유쾌한 상상展’을 시작으로 다양한 전시를 기획·개최하였음.
 - 한국만화출판협회는 2009년 주요사업으로 “2030 만화콘텐츠 매거진 제작 및 배급사업”과 “만화저작권 보호활동 지원사업” 등을 추진함.
 - 한국만화스토리작가협회는 2009년 법원 판결을 통해 만화스토리작가가 공동저작권자의 권리를 확보하는 성과를 얻었으며, ‘유캔센터 사업’, 1·2차 ‘한국만화스토리작가협회 워크숍’을 개최하는 등 활발한 활동을 펼치고 있음.
 - 서울애니메이션센터는 2009년 창작만화 제작 지원 사업으로 14편, 해외수출 기획만화 제작 지원 사업으로는 5편을 선정하여 지원하는 등 서울 국제디지털만화 공모사업과 크리에이터뱅크 구축사업과 함께 만화 제작 지원 사업을 계속해오고 있음.

2. 해외 만화산업 정책 현황

- 일본의 경우, 지적재산전략기본법의 기본이념에 입각해 콘텐츠 육성의 필요성이 강조됨에 따라 콘텐츠진흥법이 제정되었으며, 이후 지적재산전략본부와 IT전략본부를 중심으로 콘텐츠 진흥을 위한 정책이 시행되고 있음.
- 유럽의 경우, 프랑스에는 국립규모이자 현재 세계 최고의 권위를 자랑하는 만화진흥기관인 ‘국제만화이미지 도시’가 존재하며, 벨기에는 ‘벨기에 만화센터’를 개관하였음. 또한 스페인에서는 ‘국제만화페스티벌(FICOMIC)’이 2010년 28회를 맞이하였고, 2010년에는 2012년 ‘만화일러스트레이션 박물관’이 개관할 것이라는 점이 공표됨.
- 중국에서는 21세기 초 동만산업(애니메이션, 만화, 캐릭터)에 대한 정책적인 입안이 시작되어 중국 동만 산업을 보호·육성하는 정책이 추진되고 있음. 특히 2009년에는 원자바오가 주재하는 국무회의에서 문화산업진흥계획이 통과·발표되었으며, 2010년에는 북경에서 열린 전국만화, 애니메이션 좌담회에서 문화부, 재정부, 국가 세무국 등이 참석한 가운데 만화, 애니메이션 100대 인증기업이 발표되었음.