



제3부 국내외 만화산업 동향

제1장 국내 만화산업 동향

제2장 국내 만화산업 종사자 현황

제3장 해외 만화산업 현황

제1장 국내 만화산업 동향

2009년 국내 만화산업 사업체 현황은 설문 조사를 실시하여 얻은 자료를 바탕으로 작성하였으며, 만화출판사, 일반출판사(만화부문) 및 인터넷 만화서비스업, 모바일 만화서비스업, 인터넷/모바일만화콘텐츠 제작 및 제공업, 만화대본소, 서적임대(도서 대여점 만화부문), 만화전문도매업, 만화전문소매업, 인터넷서점(만화부문)부분에서 매출이 발생하는 사업체를 대상으로 조사된 결과를 기초로 하고 있다. 조사는 2010년 5월10일부터 7월31일까지 실시되었으며, 조사에 응답한 사업체는 351개이며 이를 토대로 추정하여 산출하였다.

표 3-1-1 조사개요

조사대상	만화산업을 영위하는 사업체
조사지역	전국
유효표본수	351개소
조사방법	전화조사 및 FAX, E-mail, 방문조사 병행
조사기준	2009년 12월 31일
조사기간	2010년 5월 10일 ~ 7월 31일
조사내용	<ul style="list-style-type: none"> • 사업체 일반현황(사업체 및 대표자 정보) • 주요 실적통계(매출규모, 수출입규모, 종사자규모, 부가가치, 기타 재무정보, 해외거래 현황 등) • 산업별 특성관련 문항 • 기타 산업 활동(지적재산권 등), 정부지원관련 요구사항 등

표 3-1-2 만화 산업 분류체계

중분류	소분류	분류체계 정의
만화출판업	만화 출판사	(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(사업체)	일반 출판사 (만화부문)
온라인 만화 제작·유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	단행본 만화, 만화잡지 등을 인터넷/모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업체
	인터넷 만화서비스	단행본 만화 또는 만화잡지 등이 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷으로 서비스하는 업체
	모바일 만화서비스	단행본 만화 또는 만화잡지 등이 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 모바일로 서비스하는 업체(SKT, KT, LGT만 해당)
만화책 임대업	만화임대 (만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화카페 등 소비자가 점포 안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 제공하거나 대여하는 사업체
	서적임대(대여) (만화부문)	각종 만화서적, 만화잡지 등을 임대만 하는 사업체(장소 제공 안 됨)
만화도 소매업	만화서적 및 잡지류 도매	각종 만화서적 및 만화잡지류를 도매하는 사업체
	만화서적 및 잡지류 소매	각종 만화서적 및 만화잡지류를 소매하는 사업체
	인터넷 서점(만화부문)	외부자료 인용(사이버쇼핑몰통계)

만화산업 분류는 기획, 제작, 유통 단계에 따라 중분류 4개와 소분류 10개로 체계를 마련하였다. 만화출판업은 만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)와 일반출판사(만화부문)로 구분하였고, 온라인 만화제작 및 유통업은 인터넷 만화콘텐츠서비스, 모바일 만화콘텐츠서비스, 인터넷 및 모바일 만화콘텐츠 제작 및 제공 등으로 구분하였다. 만화책임대업은 만화임대업과 서적임대(만화부문)업으로 구분하였으며, 만화도소매업은 만화서적 및 잡지류 도매업과 만화서적 및 잡지류 소매업, 그리고 인터넷 서점(만화부문)업으로 구분하였다.

표 3-1-3 만화 산업 전수조사와 표본조사의 구분

중분류	소분류	전수조사	표본조사
만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	<input checked="" type="checkbox"/>	
	일반 출판사(만화부문)	<input checked="" type="checkbox"/>	
온라인 만화 제작·유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공 (CP)	<input checked="" type="checkbox"/>	
	인터넷 만화 콘텐츠 제작 및 서비스	<input checked="" type="checkbox"/>	
	모바일 만화 콘텐츠 제작 및 서비스		<input checked="" type="checkbox"/>
만화책 임대업	만화 임대(만화방, 만화카페 등)		<input checked="" type="checkbox"/>
	서적임대(대여)(만화부문)		<input checked="" type="checkbox"/>
만화도 소매업	만화서적 및 잡지류 도매		<input checked="" type="checkbox"/>
	만화서적 및 잡지류 소매		<input checked="" type="checkbox"/>
	인터넷 서점(만화부문)		외부자료인용 (조사제외)

단위무응답 대체

전수조사 사업체 단위무응답 처리방법

- 2004년-2008년 기준조사 중 한번이라도 응답한 경우
 - 영위업종과 종사자수 등 보조변수를 활용하여 단위무응답업체와 유사한 업체들로 대체 군(imputation class)을 형성하여, 이를 토대로 증감률을 분석하였다.
 - 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제값과의 차이정도를 파악하였다.
- 2004년-2008년 기준조사 중 한 번도 응답하지 않은 경우
 - 소분류별로 영위하는 비중과 종사자수를 파악하여, 이를 토대로 유사한 대체 군(imputation class)과 비교하여 대체값을 분석하였다.
 - 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제값과의 차이정도를 파악하였다.
- 지속적인 응답거부 업체이면서 소분류별 영위 비중과 종사자수도 거부하는 경우
 - 응답거부 업체가 영위하는 업종은 반드시 파악하였다.
 - 추정방법에서 일괄적으로 처리하였다.

표본조사 사업체 단위무응답 처리방법

- 대체표본을 조사하여 처리
 - 3회 이상 조사 요청을 하였으나 지속적으로 거부하는 경우에는 표본대체 방법에 의거하여 다른 표본으로 대체하였다.
- 대체표본을 적용할 수 없는 경우
 - 대체표본을 적용할 수 없는 경우에는 추후 추정방법에서 일괄적으로 처리하였다.

항목무응답 대체

선도업체와 비선도업체 분리

- 소분류별 각 층 내의 선도업체와 비선도업체를 반드시 분리하여 처리하였다.
- 매출액 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 각 층 내의 선도과 비선도의 1인당 종사자 평균값을 계산한 후 이를 적용하였다.
- 종사자수 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 3회 이상 조사를 실시하였으나 조사가 이루어지지 않은 경우에는 발주부서에 문의를 하여 응답거부업체와 동일한 업종을 영위하는 다른 업체담당자를 소개 받아 문의 후 처리하였다.
 - 추정방법에서 사후증화가중치를 적용하였다.

가중치 처리방법

● 설계가중치

- 소분류별 표본수를 각 층별로 배분할 때, 각 층 내의 사업체수에 따라 비례배분을 할 경우 만화산업은 1~4인에 해당하는 사업체수가 많으므로 1~4인 층에 많은 수의 표본이 배분되므로 1~4인 층에는 유효한 통계산출이 가능한 적정수의 표본을 배분하고 다른 층에 더 많은 표본을 배분하였다.
- 설계가중치 = 1/(표본수/모집단수)

● 무응답보정 가중치

- 소분류별 무응답 업체수를 파악하여, 가중치를 부여하였다.
- 무응답보정 가중치 = 응답수/표본수

● 사후층화 가중치

- 표본설계에서 2단계 층화집락추출법을 적용하였으며, 소분류별 모집단에서 각 층이 차지하는 사업체수가 다르므로 이에 대하여 가중치를 부여하였다.
- 사후층화 가중치 = $\frac{N_{ij}}{n_{ij}}$ $i(\text{업종}) = 1, \dots, 8, j(\text{규모}) = 1, \dots, 5$

전수조사 및 표본조사 추정방법

전수조사 추정방법

- 조사가 이루어지지 않은 사업체에 대해서는 단위무응답 대체법과 항목무응답 대체법을 적용하였다.
- 대체가 완료된 이후 이를 전부 합산한다.

표본조사 추정방법

- 설계가중치와 무응답보정가중치, 사후층화 가중치를 산출하였다.
 - 설계가중치 = W1, 무응답보정가중치=W2, 사후층화 가중치=W3
- 표본조사 추정량은 산출된 세 가지 가중치를 적용하여 최종 가중치를 산출하였다.

$$\rightarrow W=W1 \times W2 \times W3, \text{ 표본조사 추정량} = W_{ij} \sum_{k=1}^{n_{ij}} \hat{t}_{ijk}$$

$i(\text{업종}) = 1, \dots, 8, j(\text{규모}) = 1, \dots, 5, k$ 업체의 매출액

그림 3-1-1 조사업무 추진절차

대상 선정	핵심업 디즈스를 통해 유·폐업, 일반, 두중업 등 기존적인 디즈스 선정
확보(사전조사)	정리된 리스트를 통해 모집단 규모를 파악(주력업종 및 종사자 규모 파악)
표본 추출	모집단 규모 파악 후 종사자 규모별로 표본을 추출
표본 발송	표본으로 추출된 곳에 협조공문 발송
조사	전수조사와 표본조사를 면접, 전화, E-mail, 팩스 등을 통한 조사 실시
보완조사	표본조사일 경우, 미흡한 표본을 대신하여 대체 및 보완조사 실시, 전수조사일 경우, 보완조사 실시
추정	전수조사일 경우, 조사된 사업체를 기준으로 응답이 부족한 사업체문항을 추정하여 전체 값을 산출함, 표본조사일 경우, 표본조사된 사업체를 기준으로 전체 모집단을 추정
파 집계	타 기관에서 조사한 값을 포함하여 문화산업 통계값을 산출
고서 작성	최종값을 토대로 문화산업 통계보고서를 작성

제1절 만화 기업 일반

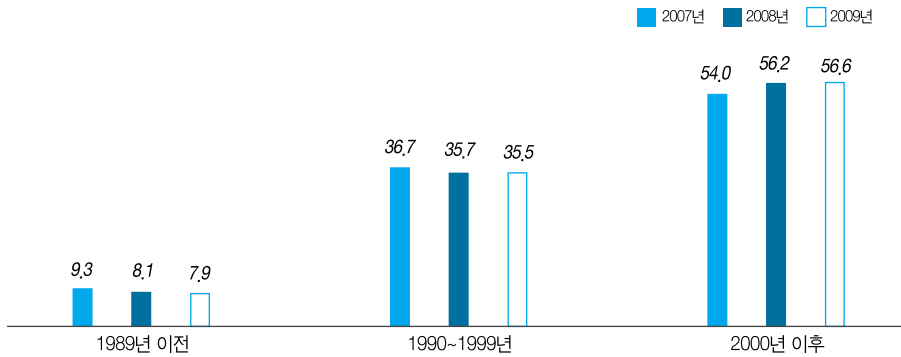
1. 설립연도 분포

진출 경로 구분	2007	2008	2009	전년대비 증감
1989년 이전	9.3	8.1	7.9	△0.2
1990년 - 1999년	36.7	35.7	35.5	△0.2
2000년 이후	54.0	56.2	56.6	0.4
합계	100.0	100.0	100.0	-

만화업체 설립연도 분포를 살펴보면, 2000년 이후 설립된 업체의 비중이 2009년 전체 만화업체의 56.6%로 전년 대비 0.4% 증가한 것으로 나타났다.

그림 3-1-2 만화산업 설립연도 분포

(단위: %)



반면 1989년 이전 설립된 업체의 비중은 전년대비 0.2% 감소하여 2009년 전체 업체의 7.9%를 차지하는 것으로 조사되었다.

2. 사업체형태 분포

2009년 국내 만화산업 사업체형태는 회사법인과 개인사업체의 비중이 소폭 증가하였고, 회사외법인의 비중은 소폭 감소한 것으로 분석되었다. 국내 만화사업체형태 분포를 살펴보면 회사법인 형태가 전년대비 1.7% 증가한 전체의 62.3%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한 개인사업체 형태는 전년대비 0.2% 증가한 것으로 조사되었다. 2009년 국내 만화사업체 중 개인사업체 형태의 비중은 34.5% 였다.

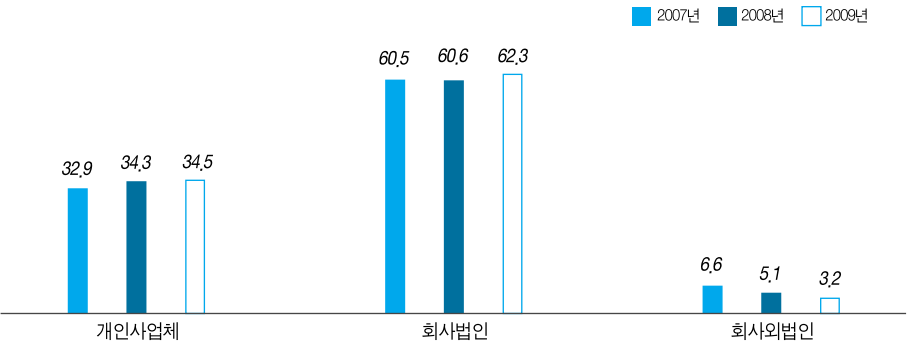
표 3-1-5 만화산업 사업체형태 분포

N=226개 / N=380개 / N=351개 (단위: %)

진출 경로 구분	2007	2008	2009	전년대비 증감
개인사업체	32.9	34.3	34.5	0.2
회사법인	60.5	60.6	62.3	1.7
회사외법인	6.6	5.1	3.2	△1.9
합계	100.0	100.0	100.0	-

한편 회사외법인 형태의 비중은 2009년 전체 만화산업 사업체형태의 3.2%를 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 회사외법인 형태는 지속적으로 감소하고 있으며 전체 만화사업체형태 중 가장 작은 비중을 차지하고 있었다.

그림 3-1-3 만화산업 사업체형태 분포 (단위: %)



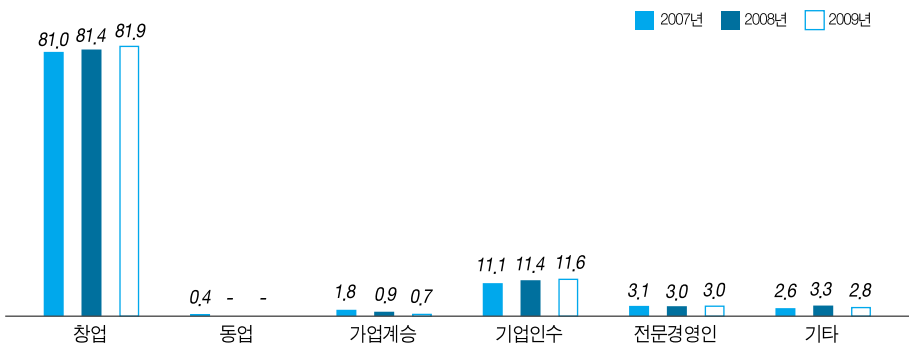
3. 경영형태 분포

2009년 국내 만화산업체의 경영형태는 창업이 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며, 기업인수가 다음으로 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 창업의 경우, 전년 대비 0.5% 증가한 81.9%의 비중을 차지하였고, 기업인수는 전년대비 0.2% 증가한 11.6%의 비중을 차지하였다.

표 3-1-6 만화산업 경영형태 분포 (단위: %) (N=226개 / N=380개 / N=351개)

진출 경로 구분	2007	2008	2009	전년대비 증감
창업	81.0	81.4	81.9	0.5
동업	0.4	-	-	-
기업계승	1.8	0.9	0.7	△0.2
기업인수	11.1	11.4	11.6	0.2
전문경영인	3.1	3.0	3.0	-
기타	2.6	3.3	2.8	△0.5
합계	100.0	100.0	100.0	-

그림 3-1-4 만화산업 경영형태 분포 (단위: %)



제2절 만화 산업체 규모

2009년 만화산업체 규모는 7,391억 원으로 전년대비 2.2% 증가하였다. 만화산업을 분류별로 살펴보면, 만화출판업이 3,166억 원(42.8%)으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 그 다음으로는 만화 도소매업이 2,949억 원(39.9%)이었으며 만화책 임대업은 730억 원(9.9%)이며 온라인 만화 제작·유통업은 546억 원(7.4%)으로 나타났다.

표 3-1-7 만화산업 업종별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

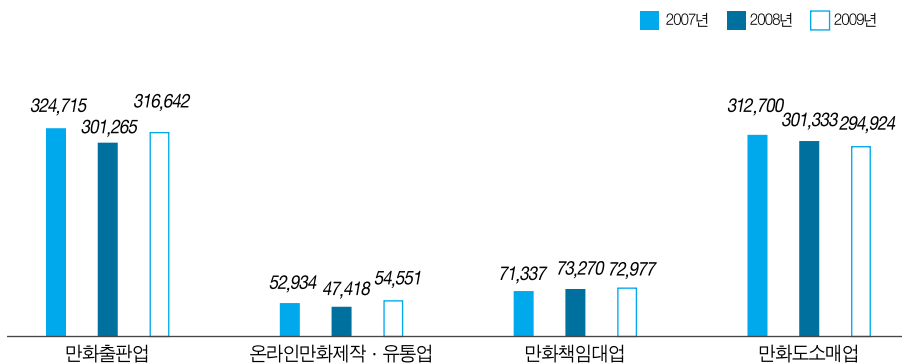
중분류	매출액(백만 원)			비중(%)	전년대비 증감률(%)
	2007	2008	2009		
만화출판업	324,715	301,265	316,642	42.8	5.1
온라인 만화 제작·유통업	52,934	47,418	54,551	7.4	15.0
만화책 임대업	71,337	73,270	72,977	9.9	△0.4
만화 도소매업	312,700	301,333	294,924	39.9	△2.1
소 계*	761,686	723,286	739,094	100.0	2.2

* 2005년 매출액은 어린이·학습만화 미포함 매출

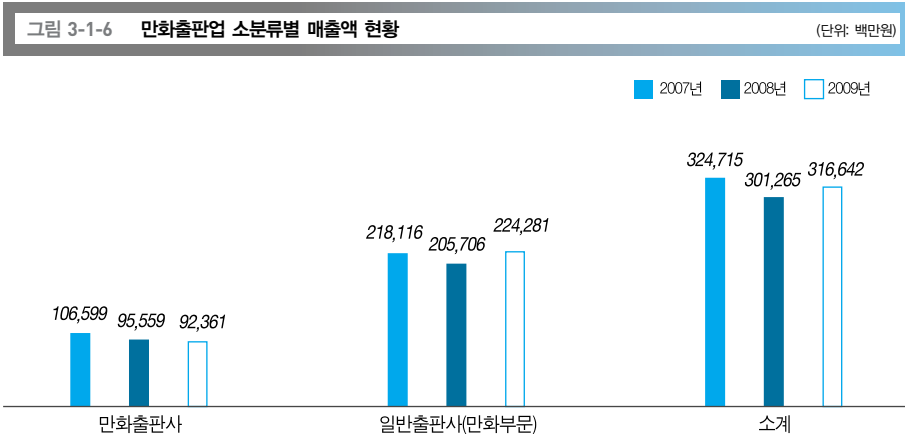
중분류 업종 중 2008년에 비해 매출액이 가장 크게 증가한 것은 온라인 만화 제작·유통업으로 약71억원 증가하였다. 이는 2008년 대비 15.0% 증가한 수치이다. 만화출판업도 전년대비 5.1% 증가한 것으로 나타났다. 만화책 임대업과 만화 도소매업은 각각 전년대비 0.4%, 2.1% 감소한 것으로 나타났다. 온라인 만화 제작·유통업이 전년대비 15.0%로 가장 큰 폭으로 상승하였는데, 2008년에 매출액이 감소한 후 2009년에 다시 2007년 매출액을 웃도는 수준으로 회복하였다. 이는 만화산업 내 온라인 만화의 선전이 기대되는 대목으로 사료된다.

그림 3-1-5 만화산업 중분류별 매출액

(단위: 백만 원)

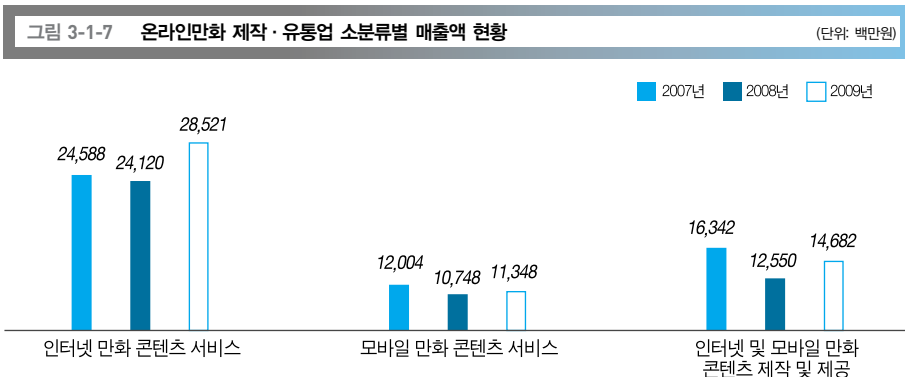


만화출판업을 소분류별로 매출액을 살펴보면, 만화출판사는 924억 원이며 일반출판사(만화부문)는 2,243억 원으로 나타났다. 만화출판사는 2007년부터 2009년까지 줄어들고 있으며 일반출판사(만화부문)는 2008년에 감소하였다가 2009년에 다시 증가하였다.



온라인만화 제작·유통업을 소분류별로 보면, 인터넷만화 콘텐츠 서비스는 285억 원으로 가장 크며 그 다음으로는 인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공이 146억 원으로 나타났다. 모바일 만화 콘텐츠 서비스는 113억 원으로 조사되었다.

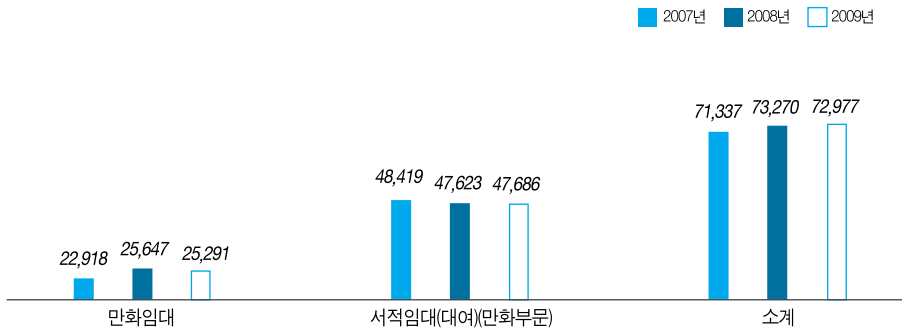
한편 인터넷 만화 콘텐츠 서비스는 2007년과 2008년은 동일한 수준을 유지하다가 2009년에 44억 원 증가하여 소분류 중 가장 두드러지는 증가세를 보이고 있다.



만화책임대업의 매출 구성을 살펴보면, 만화 임대 부분이 253억 원이며, 서적임대(대여)(만화부문)가 477억 원으로 나타났다. 만화임대와 서적임대(대여)(만화부문)는 큰 폭의 증감이 나타나지 않은 것으로 분석되었다.

그림 3-1-8 만화책임대업 소분류별 매출액 현황

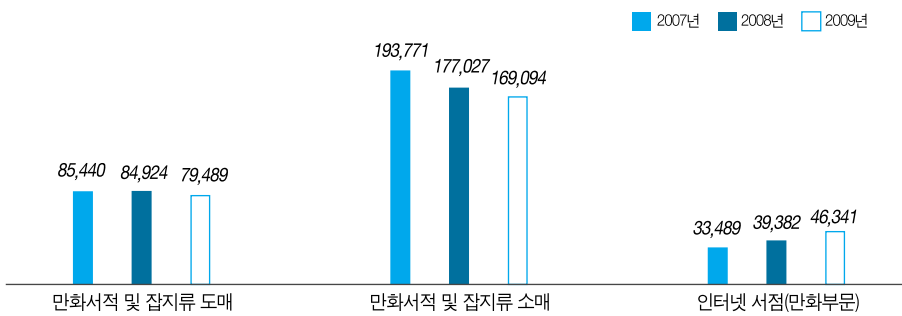
(단위: 백만원)



만화도소매업의 매출 구성을 보면, 만화서적 및 잡지류 소매가 1,690억 원이며 만화서적 및 잡지류 도매는 795억 원이고 인터넷 서점(만화부문)은 463억 원으로 나타났다.

그림 3-1-9 만화도소매업 소분류별 매출액 현황

(단위: 백만원)



제3절 해외 수출 및 수입 동향

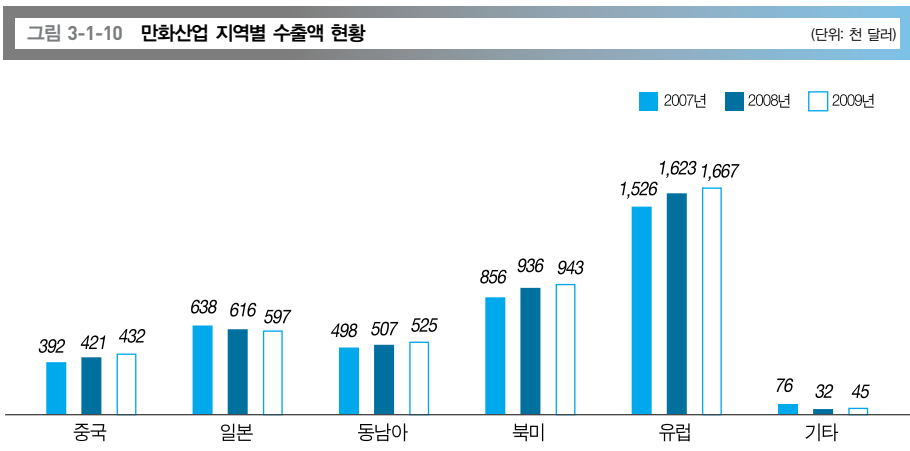
2009년 만화산업 수출액은 420.9만 달러로 전년대비 1.8% 증가하였다. 2007년부터 2009년까지 꾸준히 증가하여 연평균증감률은 2.8% 증가한 것으로 나타났다.

표 3-1-8 만화산업 수출액 현황

(단위: 천 달러)

구분	2007	2008	2009	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
만화산업	3,986	4,135	4,209	1.8	2.8
합계	3,986	4,135	4,209	1.8	2.8

2009년 국내 만화산업의 지역별 수출현황을 보면, 유럽으로의 수출액이 166.7만 달러로 가장 많았다. 그 다음은 북미가 94.3만 달러이며 일본은 59.7만 달러이다. 또한 동남아는 52.5만 달러이며, 중국은 43.2만 달러인 것으로 나타났다.



2009년 만화수입액은 549.2만 달러로 전년대비 7.5% 감소하였다. 수입액은 2008년에 증가하였으나 2009년에 다시 감소하여 연평균증감률 3.5% 감소한 것으로 조사되었다.

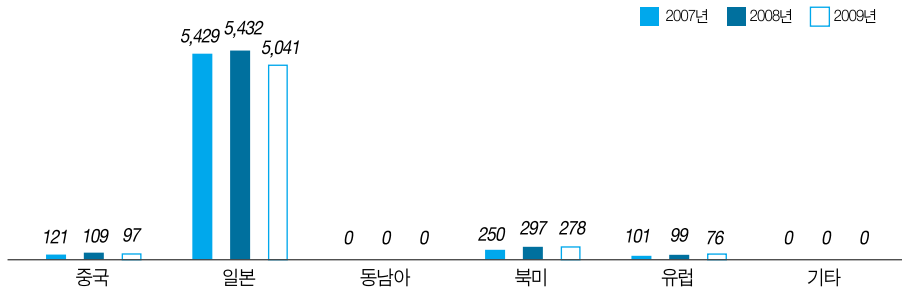
표 3-1-9 만화산업 수입액 현황 (단위: 천 달러)

구분	2007	2008	2009	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
만화산업	5,901	5,937	5,492	△7.5	△3.5
합계	5,901	5,937	5,492	△7.5	△3.5

2009년 만화산업 지역별 수입액을 보면, 일본이 504.1만 달러로 수입액이 가장 큰 국가임을 알 수 있다. 그러나 이 수치는 2008년보다 39.1만 달러 감소한 수치이다. 그 외에 국가들을 보면 북미는 27.8만 달러이며 중국은 9.7만 달러이고 유럽은 7.6만 달러로 나타났다. 일본과 그 외 국가의 수입액에서 매우 큰 차이가 있음을 알 수 있다.

그림 3-1-11 만화산업 지역별 수입액 현황

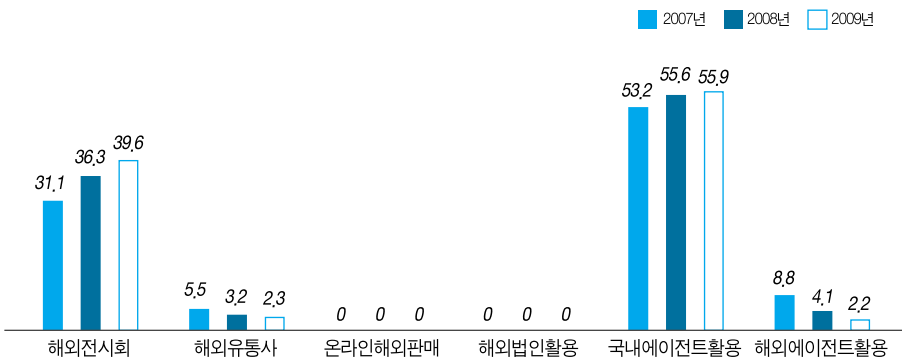
(단위: 천 달러)



만화산업 해외 수출방식을 보면, 국내에이전트를 활용한다는 응답이 55.9%로 가장 많이 이용하는 방식으로 나타났다. 해외전시회를 통해 수출한다는 응답은 39.6%였으며 해외유통사 활용과 해외에이전트 활용은 각각 2.3%, 2.2%로 나타났다.

그림 3-1-12 만화산업 해외 수출방식

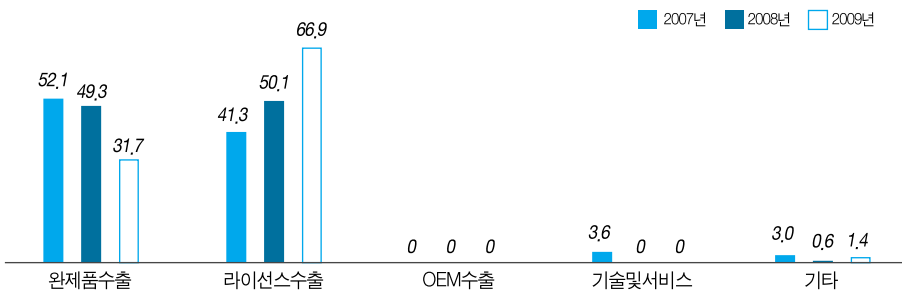
(단위: %)



국내 만화산업의 해외 진출형태를 보면, 라이선스 수출이 66.9%로 가장 높게 나타났다. 완제품 수출은 31.7%인 것으로 조사되었다.

그림 3-1-13 만화산업 해외 진출형태

(단위: %)



제4절 만화 업체 동향

1. 평균제작비용

2009년 국내 만화 콘텐츠 제작관련 총 지출 비용 706억 원으로 전년대비 5.6% 증가하였고, 연평균증감률은 7.3% 증가 한 것으로 나타났다. 만화 콘텐츠 제작관련 총 지출 비용구조를 세부적으로 살펴보면 작품 제작비용은 531억 원으로 나타났고 로열티지출은 51억 원으로 조사되었다. 또한 마케팅 및 홍보는 70억 원으로 나타났으며 연구개발비는 23억 원으로 조사되었다. 전년대비증감률이 가장 큰 것은 로열티 지출로 46.1% 증가하였으며 연평균증감률이 가장 큰 부문 역시 로열티 지출인 것으로 분석되었다.

연도별	작품 제작비용	로열티 지출	마케팅·홍보	연구개발	기타	합계
2007	46,945	2,639	6,628	2,148	3,006	61,366
2008	51,362	3,515	6,853	2,215	2,987	66,932
2009	53,178	5,137	7,015	2,321	3,013	70,664
전년대비 증감률(%)	3.5	46.1	2.4	4.8	0.9	5.6
연평균 증감률(%)	6.4	39.5	2.9	3.9	0.1	7.3

로열티 지출부분은 지속적으로 증가하고 있으며, 이는 원고료 증가 및 환율 증가에 따른 해외 저작료의 증가에 기인한 것으로 판단되어진다.

2. 만화산업 제작 분야

2009년 국내 만화산업 제작 분야 중 오프라인 출판 비중은 전년대비 5.3% 감소한 76.3%인 것으로 나타났다. 그리고 온라인 제작비중은 전년 대비 5.3% 증가한 23.7%인 것으로 조사되었다.

연 도	오프라인 출판 비중(%)	온라인 제작 비중(%)	합계(%)
2007	84.2	15.8	100.0
2008	81.6	18.4	100.0
2009	76.3	23.7	100.0

만화출판업은 온라인 제작 비중이 2007년 15.8%에서 2009년 23.7%로 약 7.9%로 증가한 것으로 분석되었으며 이와 반대로 오프라인 비중은 지속적으로 하락하고 있는 것으로 나타났다. 향후에는 스마트폰 등장에 따라 이러한 변화는 더욱 가속화 될 것으로 사료되어진다.

표 3-1-12 오프라인 만화출판 비중 (단위: %)

오프라인출판	만화 단행본	어린이·학습 만화	만화잡지	일일만화	기타	총계
2006	30.7	67.1	1.2	0.7	0.3	100.0
2007	31.4	65.3	2.3	0.6	0.4	100.0
2008	31.5	65.2	2.1	0.5	0.7	100.0
2009	29.3	68.1	1.9	0.4	0.3	100.0

어린이·학습 만화의 비중은 전년대비 소폭 증가한 반면, 만화단행본은 전년대비 감소한 것으로 나타났다. 어린이·학습 만화의 비중은 만화산업에서 증가추세에 있으며, 이는 만화단행본의 감소에 의한 것도 있지만 어린이·학습 만화의 이용도가 점점 증가하고 있어 이러한 현상은 당분간 지속될 것으로 사료되어진다.

2009년 온라인 만화 제작 비중은 스캔만화의 비중이 2006년 55.7%에서 지속적으로 증가하여 80.7%로 가장 큰 것으로 조사되었으며, 모바일만화의 비중은 13.8%로 다음으로 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 스크롤 만화 비중은 2006년 21.6%에서 지속적으로 감소하여 2009년에는 5.3%로 나타났다.

표 3-1-13 온라인 만화제작 비중 (단위: %)

온라인 비중	스캔만화	스크롤만화	모바일	기타	총계
2006	55.7	21.6	22.1	0.6	100.0
2007	72.3	13.6	13.2	0.9	100.0
2008	78.2	8.5	12.6	0.7	100.0
2009	80.7	5.3	13.8	0.2	100.0

제5절 매출 현황

1. 사업형태별 매출 현황

2009년 만화산업 사업형태별 매출 현황을 보면 유통/배급의 매출액이 4,052억 원으로 전체 매출액 7,390억 원에서 54.8%를 차지하는 것으로 나타났다. 창작 및 제작의 매출액은 3,179억 원으로 43.0%의 비중을 차지하고 있다.

표 3-1-14 만화산업 사업형태별 매출 현황 (단위: 백만 원, %)

구 분	창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	합 계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	75,922	2,689	1,034	7,809	4,907	92,361
일반 출판사(만화부문)	214,399	-	-	9,882	-	224,281
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	18,919	-	-	9,602	-	28,521
모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	-	-	11,348	-	11,348
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	8,678	813	-	4,702	489	14,682
만화임대	-	-	-	25,291	-	25,291
서적임대(대여)(만화부문)	-	-	-	43,897	3,789	47,686
만화서적 및 잡지류 도매	-	-	-	79,489	-	79,489
만화서적 및 잡지류 소매	-	-	-	166,881	2,213	169,094
인터넷서점(만화부문)*	-	-	-	46,341	-	46,341
합 계	317,918	3,502	1,034	405,242	11,398	739,094
비 중	43.0%	0.5%	0.1%	54.8%	1.5%	99.9%

* 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

만화산업 사업형태별 매출액을 연도별로 보면, 유통/배급의 매출액은 2007년부터 감소(2007년 4,205억 원 → 2008년 4,072억 원 → 2009년 4,052억 원)하였다. 창작 및 제작의 매출액은 2008년에 감소하였으나 2009년에 다시 증가하여 전년대비 6.3% 증가(2007년 3,242억 원 → 2008년 2,991억 원 → 2009년 3,179억 원)하였다. 제작 지원의 매출액은 2008년에 증가하였으나 2009년에 전년대비 20.4% 감소한 것으로 나타났다.

표 3-1-15 사업형태별 연도별 매출액 현황 (단위: 백만원, %)

연도별	창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	합 계
2007	324,289	2,236	2,450	420,581	12,130	761,686
2008	299,139	4,397	1,147	407,208	11,395	723,286
2009	317,918	3,502	1,034	405,242	11,398	739,094
전년대비 증감률(%)	6.3	△20.4	△9.9	△0.5	0.0	2.2
연평균 증감률(%)	△1.0	25.1	△35.0	△1.8	△3.1	△1.5

2. 매출액 규모별 매출액

2009년 만화산업 매출액 규모별 매출액을 보면, 10~100억 원 미만의 사업체가 2,641억 원으로 전체 매출액의 35.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음은 1~10억 원 미만이 1,772억 원으로 전체 매출액의 24.0%를 차지하고 있다. 100억 원 이상은 1,637억 원으로 22.2%의 비중을 나타내며 1억 원 미만은 1,339억 원이며 전체 매출액의 18.1%의 비중을 차지하고 있다.

표 3-1-16 매출액 규모별 매출 현황

(단위: 백만 원, %)

구 분	1억원 미만	1~10억원 미만	10~100억원 미만	100억원 이상	합 계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	413	13,596	40,686	37,666	92,361
일반 출판사(만화부문)	15,783	23,679	78,095	106,724	224,281
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	986	5,792	21,743	-	28,521
모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	1,146	10,202	-	11,348
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	-	1,673	13,009	-	14,682
만화임대	17,639	7,652	-	-	25,291
서적임대(대여)(만화부문)	41,695	5,991	-	-	47,686
만화서적 및 잡지류 도매	2,897	68,095	8,497	-	79,489
만화서적 및 잡지류 소매	54,556	49,635	45,536	19,367	169,094
인터넷서점(만화부문) *	-	-	46,341	-	46,341
합 계	133,969	177,259	264,109	163,757	739,094
비 중	18.1%	24.0%	35.7%	22.2%	100.0%

* 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

이를 연도별로 보면, 10~100억 원 미만은 2008년 대비 11.5% 증가하였으며 연평균증감률도 1.0% 증가한 것으로 나타났다. 한편 10~100억 원 미만을 제외한 다른 규모의 매출액은 모두 감소하였다. 1~10억 원 미만의 매출액은 전년대비 3.7% 감소하였고 100억 원 이상의 매출액은 2.2% 감소한 것으로 나타났다.

표 3-1-17 매출액 규모별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만원, %)

연 도	1억원 미만	1~10억원 미만	10~100억원 미만	100억원 이상	합 계
2007	143,816	187,060	258,945	171,865	761,686
2008	134,917	184,079	236,927	167,363	723,286
2009	133,969	177,259	264,109	163,757	739,094
전년대비증감률(%)	△0.7	△3.7	11.5	△2.2	2.2
연평균증감률(%)	△3.5	△2.7	1.0	△2.4	△1.5

3. 종사자 규모별 매출액

2009년 국내 만화산업의 종사자규모별 매출 현황을 살펴보면, 1~4인 규모의 비중이 53.1%(3,924억 원)로 가장 큰 것으로 조사되었다. 10~49인 규모의 비중은 21.6%(1,598억 원), 5~9인 규모의 비중은 19.9%(1,472억 원)로 조사되었으며, 50~99인 규모의 비중은 가장 작은 5.4%(395억 원)로 나타났다.

구 분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	7,589	7,432	37,785	39,555	92,361
일반 출판사(만화부문)	41,237	85,566	97,478	-	224,281
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	5,369	4,793	18,359	-	28,521
모바일 만화 콘텐츠 서비스	9,965	1,383	-	-	11,348
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	1,335	13,347	-	-	14,682
만화임대	25,291	-	-	-	25,291
서적임대(대여)(만화부문)	47,686	-	-	-	47,686
만화서적 및 잡지류 도매	53,692	25,797	-	-	79,489
만화서적 및 잡지류 소매	153,899	8,937	6,258	-	169,094
인터넷서점(만화부문)	46,341	-	-	-	46,341
합 계	392,404	147,255	159,880	39,555	739,094
비 중(%)	53.1	19.9	21.6	5.4	100.0

2009년 종사자규모별 매출액을 연도 별로 살펴보면, 가장 큰 전년대비증감률을 기록한 종사자규모는 10~49인으로 7.2% 증가하였다. 5~9인은 전년대비 5.4% 증가한 것으로 나타났다. 반면 50~99인과 1~4인은 각각 5.0%, 0.1% 감소한 것으로 나타났다. 연평균증감률의 폭이 가장 큰 종사자규모는 5~9인이 40.3% 증가하여 2007년에서 2009년까지 가장 많이 증가하였다. 반대로 50~99인은 52.6% 감소하여 2007년부터 2009년까지 가장 크게 감소하였다.

연 도	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
2007	378,119	74,797	132,540	176,230	761,686
2008	392,759	139,680	149,211	41,636	723,286
2009	392,404	147,255	159,880	39,555	739,094
전년대비증감률(%)	△0.1	5.4	7.2	△5.0	2.2
연평균증감률(%)	1.9	40.3	9.8	△52.6	△1.5

4. 지역별 매출액

2009년 민화산업 매출액 중 가장 많은 매출액을 창출한 지역은 서울이며, 3,488억 원(50.4%)을 창출하였다. 그 다음은 경기도로 2,257억 원(32.6%)이며, 부산은 247억 원(3.6%)으로 나타났다. 그 외 지역은 전체 매출액의 2.0%를 넘지 않는 것으로 조사되어 지역 간 편차가 크을 알 수 있다.

표 3-1-20 지역별 매출 현황

N=1,200명 (단위: 백만원, %)

지 역	민화출판업	온라인민화 제작/유통업	민화책임대업	민화도소매업	합계	구성비(%)
서울	150,639	54,551	19,522	124,149	348,861	50.4
부산	-	-	6,743	17,963	24,706	3.6
대구	-	-	4,136	7,136	11,272	1.6
인천	-	-	3,692	10,231	13,923	2.0
광주	-	-	2,715	5,563	8,278	1.2
대전	135	-	2,718	7,112	9,965	1.4
울산	-	-	1,521	3,532	5,053	0.7
경기도	165,868	-	16,137	43,720	225,725	32.6
강원도	-	-	1,913	3,109	5,022	0.7
충청북도	-	-	1,692	4,028	5,720	0.8
충청남도	-	-	2,592	3,365	5,957	0.9
전라북도	-	-	1,581	2,969	4,550	0.7
전라남도	-	-	1,968	2,326	4,294	0.6
경상북도	-	-	2,237	6,437	8,674	1.3
경상남도	-	-	3,269	6,008	9,277	1.3
제주도	-	-	541	935	1,476	0.2
합계	316,642	54,551	72,977	248,583	692,753*	100.0

* 외부인용자료(인터넷서점(민화부문)) 제외

2008년 대비 매출액이 증가한 지역은 경기도와 충청남도 두 곳 뿐임을 알 수 있다. 경기도는 전년대비 7.7% 증가하였고 충청남도는 전년대비 0.4% 증가하였다. 경기도와 충청남도를 제외한 지역에서 2008년 대비 1~3%의 매출액 감소율을 보이는 것으로 나타났다.

표 3-1-21 연도별 지역 매출 현황 *

(단위: 백만원, %)

구 분	2007	2008	2009	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
서울	389,398	353,641	348,861	△1.4%	△5.3%
부산	26,158	25,274	24,706	△2.2%	△2.8%
대구	11,608	11,547	11,272	△2.4%	△1.5%
인천	14,669	14,406	13,923	△3.4%	△2.6%
광주	8,157	8,374	8,278	△1.1%	0.7%
대전	10,523	10,108	9,965	△1.4%	△2.7%
울산	5,981	5,131	5,053	△1.5%	△8.1%
경기도	213,664	209,596	225,725	7.7%	2.8%
강원도	5,260	5,165	5,022	△2.8%	△2.3%
충청북도	6,234	5,878	5,720	△2.7%	△4.2%
충청남도	5,935	5,934	5,957	0.4%	0.2%
전라북도	4,649	4,594	4,550	△1.0%	△1.1%
전라남도	4,768	4,392	4,294	△2.2%	△5.1%
경상북도	9,314	8,908	8,674	△2.6%	△3.5%
경상남도	10,294	9,432	9,277	△1.6%	△5.1%
제주도	1,585	1,524	1,476	△3.1%	△3.5%
합계	728,197	683,904	692,753	1.3%	△2.5%

* 외부이용자료(인터넷서점(만화부문)) 제외

서울은 전년대비 1.4% 감소하였고 연평균증감률도 5.3% 감소하였다. 6개 광역시 또한 전년대비증감률과 연평균증감률이 각각 2.0%, 2.8% 감소하였다.

제2장 국내 만화산업 종사자 현황

제1절 종사자 현황 일반

1. 업종별 종사자 현황

2009년 만화산업 종사자는 총 1만 748명이며 전년대비 3.1% 감소하였고, 연평균 증감률도 4.4% 감소한 것으로 나타났다.

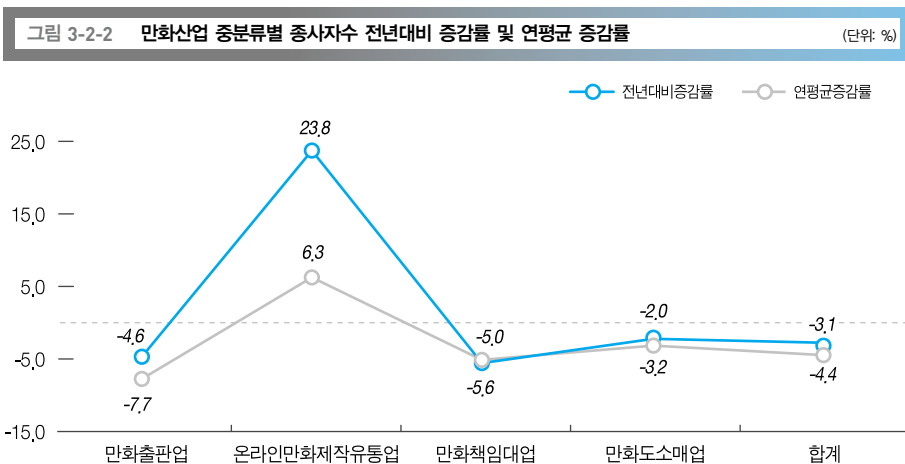
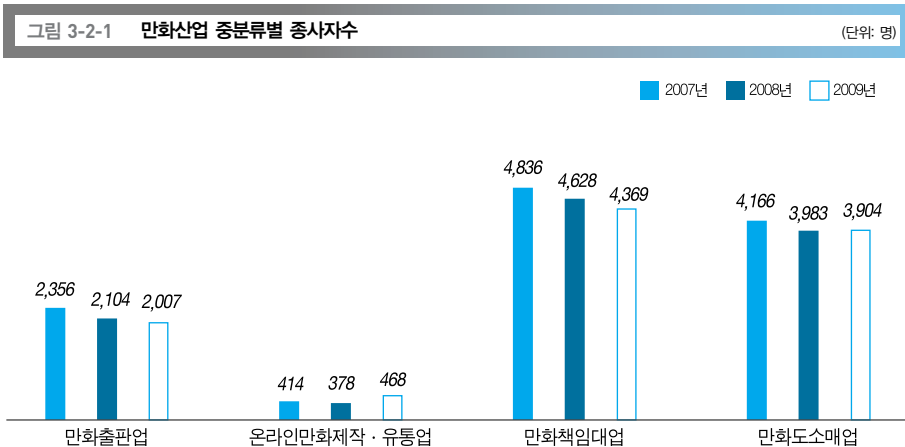
표 3-2-1 만화산업 소분류별 종사자 현황 (단위: 명, %)

종분류	소분류	매출액(백만원)			비중(%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
		2007	2008	2009			
만화 출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	758	605	571	5.3	5.3	△13.2
	일반 출판사(만화부문)	1,598	1,499	1,436	13.4	△4.2	△5.2
	소 계	2,356	2,104	2,007	18.7	△4.6	△7.7
온라인 만화 제작· 유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	240	232	285	2.7	22.8	9.0
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	15	15	18	0.2	20.0	9.5
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	159	131	165	1.5	26.0	1.9
	소 계	414	378	468	4.4	23.8	6.3
만화책 임대업	만화임대	989	963	912	8.5	△5.3	△4.0
	서적임대(대여)(만화부문)	3,847	3,665	3,457	32.2	△5.7	△5.2
	소 계	4,836	4,628	4,369	40.6	△5.6	△5.0
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	880	825	792	7.4	△4.0	△5.1
	만화서적 및 잡지류 소매	2,961	2,774	2,695	25.1	△2.8	△4.6
	인터넷 서점(만화부문)	325	384	417	3.9	8.6	13.3
	소 계	4,166	3,983	3,904	36.3	△2.0	△3.2
만화산업 총합계		11,772	11,093	10,748	100.0	△3.1	△4.4

중분류별로 보면 만화책 임대업의 종사자가 4,369명(40.6%)으로 가장 많으며, 그 다음은 만화 도소매업 종사자로 3,904명(36.3%)인 것으로 나타났다. 만화출판업 종사자는 2,007명(18.7%)이며 온라인 만화 제작·유통업 종사자는 468명(4.4%)으로 조사되었다.

온라인 만화 제작·유통업은 전년대비 23.8% 증가하였으며, 연평균증감률도 6.3% 증가하였다. 만화책 임대업은 전년대비 5.6% 감소하였으며, 만화출판업은 전년대비 4.6%, 만화 도소매업은 전년대비 2.0% 감소한 것으로 나타났다.

만화산업의 위축에 따라서 종사자의 감소 또한 피할 수 없으나 주목할 만 한 점은 온라인 만화 제작·유통업의 종사자만 증가하였다는 점이다. 증가폭은 크지 않다하더라도 만화산업 내에 온라인만화의 위치가 점차 커지고 있는 현상이 반영된 것으로 보인다.



2. 지역별 종사자 현황

만화산업 종사자 수가 가장 많은 지역은 서울로 4,545명(44.0%)으로 나타났다. 경기도는 2,469명(23.9%)으로 조사되었다. 부산이 534명(5.2%)이었으며 그 외 지역에서는 종사자가 500명이 넘지 않는 것으로 나타났다.

지역	만화출판업	온라인만화 제작유통업	만화책임대업	만화도소매업	합계	구성비(%)
서울	1,307	468	1,443	1,327	4,545	44.0
부산	-	-	283	251	534	5.2
대구	-	-	209	152	361	3.5
인천	-	-	179	163	342	3.3
광주	-	-	161	89	250	2.4
대전	5	-	143	99	247	2.4
울산	-	-	96	59	155	1.5
경기도	695	-	924	850	2,469	23.9
강원도	-	-	102	30	132	1.3
충청북도	-	-	95	53	148	1.4
충청남도	-	-	166	51	217	2.1
전라북도	-	-	107	39	146	1.4
전라남도	-	-	102	42	144	1.4
경상북도	-	-	136	108	244	2.4
경상남도	-	-	195	161	356	3.4
제주도	-	-	28	13	41	0.4
합계	2,007	468	4,369	3,487	10,331 *	100.0

* 외부인용자료(인터넷서점(만화부문) 제외)

연도별로 만화산업 종사자를 보면, 모든 지역에서 종사자 감소하였다. 서울은 2007년에 4,956명에서 2009년에 4,545명으로 연평균 4.2% 감소하였으며, 2008년 대비 2.3% 감소하였다. 경기도는 2008년 대비 5.5% 감소하였으며 연평균 5.6% 감소한 것으로 나타났다.

또한 6개 광역시는 전년대비 3.4% 감소하였으며 연평균증감률도 5.1% 감소하였다. 9개도는 전년대비 5.6% 감소하였고 연평균증감률은 6.8% 감소한 것으로 나타났다.

표 3-2-3 연도별 지역 종사자 현황

(단위: 명, %)

구 분	2007	2008	2009	전년대비 증감률(%)	연평균증감률(%)
서울	4,956	4,653	4,545	△2.3	△4.2
부산	601	551	534	△3.1	△5.7
대구	392	366	361	△1.4	△4.0
인천	394	354	342	△3.4	△6.8
광주	274	258	250	△3.1	△4.5
대전	269	256	247	△3.5	△4.2
울산	175	165	155	△6.1	△5.9
경기도	2,771	2,612	2,469	△5.5	△5.6
강원도	159	146	132	△9.6	△8.9
충청북도	175	158	148	△6.3	△8.0
충청남도	227	224	217	△3.1	△2.2
전라북도	157	151	146	△3.3	△3.6
전라남도	174	151	144	△4.6	△9.0
경상북도	279	253	244	△3.6	△6.5
경상남도	389	364	356	△2.2	△4.3
제주도	55	47	41	△12.8	△13.7
합계	11,447	10,709	10,331	△3.5	△5.0

2009년 만화산업은 남자 종사자가 4,424명(42.8%)이며 여자 종사자는 5,907명(57.2%)으로 남자보다 여자의 비율이 더 높은 것으로 조사되었다.

중분류별로 보면, 만화출판업에 종사하는 남자는 972명(48.4%), 여자는 1,035명(51.6%)으로 나타났으며 온라인 만화 제작·유통업에 종사하는 남자는 259명(55.3%), 여자는 209명(44.7%)으로 조사되었다.

만화책임대업에 종사하는 남자는 1,626명(37.2%), 여자는 2,743명(62.8%)으로 조사되었으며, 만화도소매업에 종사하는 남자는 2,904명(60.2%), 여자는 1,920명(39.8%)으로 조사되었다.

표 3-2-4 성별 종사자 현황

(단위: 명, %)

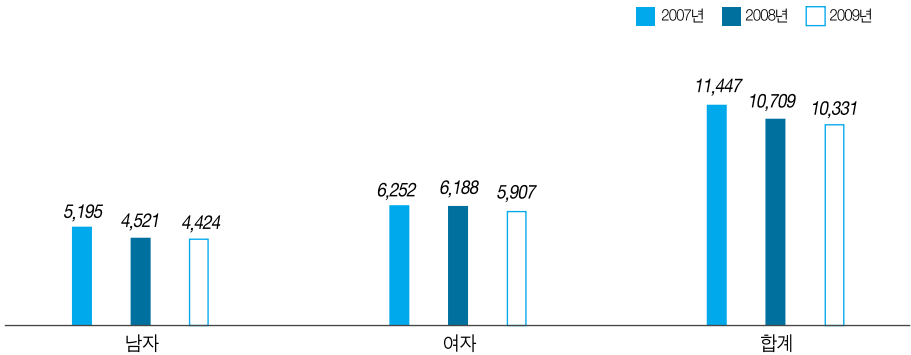
중분류	소분류	남자	여자	합계
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	292	279	571
	소분류 비중(%)	51.1	48.9	100.0
	일반 출판사(만화부문)	680	756	1,436
	소분류 비중(%)	47.4	52.6	100.0
	소 계	972	1,035	2,007
	중분류 비중(%)	48.4	51.6	100.0

중분류	소분류	남자	여자	합계
온라인 만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	161	124	285
	소분류 비중(%)	56.5	43.5	100.0
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	12	6	18
	소분류 비중(%)	66.7	33.3	100.0
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	86	79	165
	소분류 비중(%)	52.1	47.9	100.0
	소 계	259	209	468
만화책 임대업	만화임대	465	447	912
	소분류 비중(%)	51.0	49.0	100.0
	서적임대(대여)(만화부문)	1,161	2,296	3,457
	소분류 비중(%)	33.6	66.4	100.0
	소 계	1,626	2,743	4,369
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	563	229	792
	소분류 비중(%)	71.1	28.9	100.0
	만화서적 및 잡지류 소매	1,004	1,691	2,695
	소분류 비중(%)	37.3	62.7	100.0
	인터넷 서점(만화부문) ¹⁾	1,567	-	1,567
	소 계	2,904	1,920	4,824
만화산업 총합계 ²⁾	만화산업 총합계 ²⁾	4,424	5,907	10,331
	만화산업 비중(%)	42.8	57.2	100.0

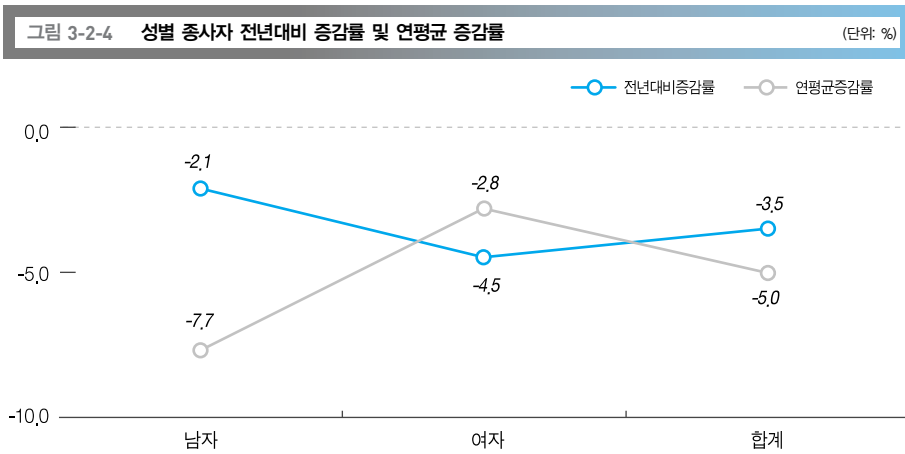
1) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(중사자 현황 자료없음)
 2) 인터넷서점(만화부문)중사자 제외 합계

연도별 성별 중사자 현황을 살펴보면, 2007년 남자는 5,195명이었고 여자는 6,252명이었으나, 2007년 이후 지속적으로 감소하여 2009년에는 남자가 4,424명 여자가 5,907명인 것으로 조사되었다.

그림 3-2-3 연도별 성별 중사자 현황 (단위: 명)



남자 종사자는 전년대비 2.1% 감소하였고 연평균증감률은 7.7% 감소하였다. 여자 종사자는 전년대비 4.5% 감소하였고 연평균증감률은 2.8% 감소한 것으로 나타났다.



3. 학력별 종사자 현황

2009년 만화산업 학력별 종사자는 대졸 종사자가 5,450명(52.8%)으로 가장 많은 비중을 보였으며 고졸 이하 종사자는 2,823명(27.3%)이었다. 또한 전문대졸 종사자는 1,853명(17.9%)이었고 대학원 졸업 이상 종사자는 205명(2.0%)으로 조사되었다.

중분류별로 보면 만화출판업은 대졸 종사자가 1,396명(69.6%)으로 가장 많았고 온라인 만화 제작·유통업 또한 대졸 종사자가 337명(72.0%)으로 가장 많았다. 만화 도소매업도 대졸 종사자가 2,458명(70.5%)으로 가장 많았다. 한편 만화책 임대업은 고졸이하 종사자가 2,136명(48.9%)으로 가장 높은 비중을 차지했다.

표 3-2-5 학력별 종사자 현황 (단위: 명, %)

중분류	소분류	고졸이하	전문대졸	대졸	대학원졸이상	합 계
만화 출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	52	95	413	11	571
	일반 출판사(만화부문)	96	256	983	101	1,436
	소 계	148	351	1,396	112	2,007
	중분류 비중(%)	7.4	17.5	69.6	5.6	100.1
온라인 만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	11	28	214	32	285
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	1	3	12	2	18
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	9	23	111	22	165
	소 계	21	54	337	56	468
	중분류 비중(%)	4.5	11.5	72.0	12.0	100.0

중분류	소분류	고졸이하	전문대졸	대졸	대학원졸이상	합 계
만화책 임대업	만화임대	523	121	268	-	912
	서적임대(대여)(만화부문)	1,613	844	991	9	3,457
	소 계	2,136	965	1,259	9	4,369
	중분류 비중(%)	48.9	22.1	28.8	0.2	100.0
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	25	34	726	7	792
	만화서적 및 잡지류 소매	493	449	1,732	21	2,695
	인터넷 서점(만화부문) ¹⁾	-	-	-	-	-
	소 계	518	483	2,458	28	3,487
	중분류 비중(%)	14.9	13.9	70.5	0.8	100.1
만화산업 총합계 ²⁾		2,823	1,853	5,450	205	10,331
만화산업비중		27.3	17.9	52.8	2.0	100.0

1) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자 현황 자료없음)

2) 인터넷서점(만화부문)종사자 제외 합계

학력별 종사자를 연도별로 보면, 고졸이하 종사자와 전문대졸 종사자는 2007년부터 감소세가 지속되어 고졸이하 종사자는 연평균증감률 19.9% 감소하였고 전문대졸 종사자는 4.2% 감소하였다. 반면에 대졸 종사자와 대학원졸 이상 종사자는 각각 연평균 증감률 5.6%, 21.4% 증가하여 고졸이하 종사자와 전문대졸 종사자의 감소와 대비를 이루었다.

표 3-2-6 연도별 학력별 종사자 현황*

(단위: 명, %)

연 도	고졸이하	전문대졸	대졸	대학원졸이상	합 계
2007	4,398	2,020	4,890	139	11,447
2008	2,920	1,997	5,582	210	10,709
2009	2,823	1,853	5,450	205	10,331
전년대비증감률(%)	△3.3	△7.2	△2.4	△2.4	△3.5
연평균증감률(%)	△19.9	△4.2	5.6	21.4	△5.0

* 외부인용자료(인터넷음반소매업, 노래연습장운영업) 제외

4. 연령별 종사자 현황

2009년 만화산업의 연령별 종사자 구성을 살펴보면, 40세 이상 종사자가 3,983명(38.6%)으로 가장 많은 비중을 차지하였고, 29세 이하 종사자가 2,719명(26.3%)으로 그 뒤를 이었다. 34세 이하 종사자는 1,925명(18.6%)이었으며 39세 이하 종사자는 1,704명(16.5%)으로 조사되었다. 중분류별로 살펴보면 만화출판업은 29세 이하 종사자가 579명(28.8%)으로 가장 많았고 온라인 만화 제작·유통업 또한 29세 이하가 178명(38.0%)으로 가장 많은 비중을 차지하였다. 만화책 임대업은 40세 이상 종

사자가 2,099명(48.0%)으로 가장 많았고 만화 도소매업 또한 40세 이상 종사자가 1,401명(40.2%)으로 가장 큰 비중을 차지했다.

중분류	소분류	29세 이하	34세 이하	39세 이하	40세 이상	합 계
만화 출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	145	163	151	112	571
	일반 출판사(만화부문)	434	348	319	335	1,436
	소 계	579	511	470	447	2,007
	중분류 비중(%)	28.8	25.5	23.4	22.3	100.0
온라인 만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	108	89	69	19	285
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	5	6	5	2	18
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	65	53	32	15	165
	소 계	178	148	106	36	468
	중분류 비중(%)	38.0	31.6	22.6	7.7	99.9
만화책 임대업	만화임대	158	86	201	467	912
	서적임대(대여)(만화부문)	896	381	548	1,632	3,457
	소 계	1,054	467	749	2,099	4,369
	중분류 비중(%)	24.1	10.7	17.1	48.0	99.9
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	32	201	41	518	792
	만화서적 및 잡지류 소매	876	598	338	883	2,695
	인터넷 서점(만화부문) ¹⁾	-	-	-	-	-
	소 계	908	799	379	1,401	3,487
	중분류 비중(%)	26.0	22.9	10.9	40.2	100.0
만화산업 총합계 ²⁾		2,719	1,925	1,704	3,983	10,331
만화산업비중(%)		26.3	18.6	16.5	38.6	100.0

1) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자 현황 자료 없음)

2) 인터넷서점(만화부문)종사자 제외 합계

연도별로 연령별 종사자를 보면, 35~39세 종사자가 전년대비 5.6% 감소하였으며 40세 이상 종사자는 전년대비 5.1% 감소하였다. 2007년부터 가장 큰 폭의 감소율을 보인 연령대는 30~34세 종사자로 연평균증감률 10.6% 감소하였으며 35~39세는 연평균증감률 9.9% 감소하였다.

연 도	29세 이하	30~34세	35~39세	40세이상	합 계
2007	3,290	2,406	2,100	3,651	11,447
2008	2,730	1,977	1,805	4,197	10,709
2009	2,719	1,925	1,704	3,983	10,331
전년대비증감률(%)	△0.4	△2.6	△5.6	△5.1	△3.5
연평균증감률(%)	△9.1	△10.6	△9.9	4.4	△5.0

* 외부인용자료(인터넷음반소매업, 노래연습장운영업) 제외

제2절 매출 규모별 종사자 현황

2009년 만화산업의 매출액 규모별 종사자 현황을 보면, 1억 원 미만이 6,631명(61.7%)으로 가장 많으며 10~100억 원 미만의 종사자는 1,703명(15.8%)으로 나타났다. 1~10억 원 미만의 종사자는 1,699명(15.8%)이었으며 100억 원 이상 종사자는 715명(6.7%)으로 조사되었다.

표 3-2-9 매출액 규모별 종사자 현황

(단위: 명, %)

구 분	1억원 미만	1~10억원 미만	10~100억원 미만	100억원 이상	합 계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	15	218	237	101	571
일반 출판사(만화부문)	149	201	495	591	1,436
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	16	88	181	-	285
모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	3	15	-	18
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	-	34	131	-	165
만화임대	841	71	-	-	912
서적임대(대여)(만화부문)	3,394	63	-	-	3,457
만화서적 및 잡지류 도매	79	673	40	-	792
만화서적 및 잡지류 소매	2,137	348	187	23	2,695
인터넷서점(만화부문) *	-	-	417	-	417
합 계	6,631	1,699	1,703	715	10,748
구성비(%)	61.7	15.8	15.8	6.7	100.0

* 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

연도별로 살펴보면, 10~100억 원 미만의 종사자는 2008년에 1,655명에서 2009년에 1,703명으로 2.9% 증가하였다. 1억 원 미만의 종사자는 전년대비 4.7% 감소하였고 연평균증감률 또한 5.5% 감소하였다. 100억 원 이상의 종사자는 전년대비 0.6% 감소하였으며 연평균증감률도 5.5% 감소한 것으로 조사되었다.

표 3-2-10 매출액 규모별 연도별 종사자 현황

(단위: 명, %)

연 도	1억원 미만	1~10억원 미만	10~100억원 미만	100억원 이상	합 계
2007	7,433	1,814	1,724	801	11,772
2008	6,958	1,761	1,655	719	11,093
2009	6,631	1,699	1,703	715	10,748
전년대비증감률(%)	△4.7	△3.5	2.9	△0.6	△3.1
연평균증감률(%)	△5.5	△3.2	△0.6	△5.5	△4.4

제3절 종사자 규모별 종사자 현황

2009년 종사자 규모별 종사자를 보면, 1~4인 규모의 종사자가 8,606명(80.1%)으로 가장 크며, 그 다음은 10~49인 규모의 종사자가 1,407명(13.1%)으로 그 뒤를 이었다. 5~9인 규모의 종사자는 606명(5.6%)이며, 50~99인 종사자는 129명(1.2%)으로 조사되었다.

표 3-2-11 종사자 규모별 종사자 현황 (단위: 명, %)

구 분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	78	46	318	129	571
일반 출판사(만화부문)	412	263	761	-	1,436
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	52	64	169	-	285
모바일 만화 콘텐츠 서비스	18	-	-	-	18
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	79	86	-	-	165
만화임대	912	-	-	-	912
서적임대(대여)(만화부문)	3,457	-	-	-	3,457
만화서적 및 잡지류 도매	713	79	-	-	792
만화서적 및 잡지류 소매	2,468	68	159	-	2,695
인터넷서점(만화부문)	417	-	-	-	417
합 계	8,606	606	1,407	129	10,748
구성비(%)	80.1	5.6	13.1	1.2	100

연도별로 보면, 모든 규모의 종사자가 전년대비 하락하거나 정체되어 있는 것을 알 수 있다. 특히 50~99인 규모의 종사자는 전년대비 7.2% 감소하여 가장 큰 감소율을 보이고 있다. 연평균증감률을 보면, 5~9인 규모의 2007년 종사자는 1,247명에서 2009년에 606명으로 크게 감소하여 연평균증감률 30.3% 감소한 것으로 나타났다. 50~99인 규모의 종사자 또한 2007년에 830명에서 2009년에 129명으로 연평균증감률 60.6% 감소하였다. 반대로 1~4인과 10~49인은 연평균증감률이 각각 1.3%, 4.0% 증가한 것으로 조사되었다.

표 3-2-12 종사자 규모별 연도별 종사자 현황 (단위: 명, %)

연 도	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
2007	8,394	1,247	1,301	830	11,772
2008	8,915	605	1,434	139	11,093
2009	8,606	606	1,407	129	10,748
전년대비증감률(%)	△3.5	0.2	△1.9	△7.2	△3.1
연평균증감률(%)	1.3	△30.3	4.0	△60.6	△4.4

제4절 정규직 및 비정규직 분포

2009년 만화산업 고용형태별 종사자를 보면, 정규직 종사자가 8,227명(79.6%)이며 비정규직 종사자는 2,104명(20.4%)으로 나타났다. 중분류별로 보면, 만화출판업 정규직 종사자가 1,486명(74.0%), 비정규직 종사자가 521명(26.0%)으로 나타났다. 온라인 만화 제작·유통업 정규직 종사자는 409명(87.4%), 비정규직 종사자는 59명(12.6%)으로 조사되었다. 만화책 임대업 정규직 종사자는 3,428명(78.5%), 비정규직 종사자는 941명(21.5%)으로 나타났으며 만화도소매업 정규직 종사자는 2,904명(83.3%), 비정규직 종사자는 583명(16.7%)으로 조사되었다.

표 3-2-13 고용형태별 종사자 현황¹⁾

(단위: 명, %)

중분류	소분류	정규직	비정규직	합계
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	478	93	571
	소분류 비중(%)	83.7	16.3	100.0
	일반 출판사(만화부문)	1,008	428	1,436
	소분류 비중(%)	70.2	29.8	100.0
	소 계	1,486	521	2,007
중분류 비중(%)	74.0	26.0	100.0	
온라인 만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	243	42	285
	소분류 비중(%)	85.3	14.7	100.0
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	15	3	18
	소분류 비중(%)	83.3	16.7	100.0
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	151	14	165
	소분류 비중(%)	91.5	8.5	100.0
	소 계	409	59	468
중분류 비중(%)	87.4	12.6	100.0	
만화책 임대업	만화임대	716	196	912
	소분류 비중(%)	78.5	21.5	100.0
	서적임대(대여)(만화부문)	2,712	745	3,457
	소분류 비중(%)	78.4	21.6	100.0
	소 계	3,428	941	4,369
중분류 비중(%)	78.5	21.5	100.0	
만화도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	667	125	792
	소분류 비중(%)	84.2	15.8	100.0
	만화서적 및 잡지류 소매	2,237	458	2,695
	소분류 비중(%)	83.0	17.0	100.0
	인터넷 서점(만화부문) ²⁾	-	-	-
	소 계	2,904	583	3,487
중분류 비중(%)	83.3	16.7	100.0	
만화산업 총합계 ³⁾		8,227	2,104	10,331
만화산업 비중(%)		79.6	20.4	100.0

1) 외부인용자료(인터넷서점(만화부문) 제외)

2) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자 현황 자료 없음)

3) 인터넷서점(만화부문)종사자 제외 합계

이를 연도별로 보면, 정규직은 전년대비 1.6% 감소하였고, 연평균증감률 2.1% 감소하였다. 비정규직은 전년대비 10.5% 감소하였으며, 연평균증감률은 14.4% 감소한 것으로 나타났다.

구 분	정규직	비정규직	합계
2007	8,577	2,870	11,447
2008	8,358	2,351	10,709
2009	8,227	2,104	10,331
전년대비증감률(%)	△1.6	△10.5	△3.5
연평균증감률(%)	△2.1	△14.4	△5.0

고용형태별 성별 종사자 현황을 살펴보면, 정규직 여자는 4,693명(45.4%)으로 가장 많으며 정규직 남자는 3,534명(34.2%)으로 나타났다. 비정규직 여자는 1,214명(11.8%), 비정규직 남자는 890명(8.6%)으로 조사되었다.

중분류	소분류	정규직		비정규직		합 계
		남자	여자	남자	여자	
만화 출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	247	231	45	48	571
	일반 출판사(만화부문)	437	571	243	185	1,436
	소 계	684	802	288	233	2,007
온라인 만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	148	95	13	29	285
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	10	5	2	1	18
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	78	73	8	6	165
	소 계	236	173	23	36	468
만화책 임대업	만화임대	341	375	124	72	912
	서적임대(대여)(만화부문)	953	1,759	208	537	3,457
	소 계	1,294	2,134	332	609	4,369
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	491	176	72	53	792
	만화서적 및 잡지류 소매	829	1,408	175	283	2,695
	인터넷 서점(만화부문) ¹⁾	-	-	-	-	-
	소 계	1,320	1,584	247	336	3,487
만화산업 총합계 ²⁾		3,534	4,693	890	1,214	10,331
만화산업 비중(%)		34.2	45.4	8.6	11.8	100.0

1) 사이버쇼핑물통계조사 자료인용(종사자 현황 자료없음)

2) 인터넷서점(만화부문)종사자 제외 합계

연도별로 살펴보면, 비정규직 남자가 2007년 1,451명에서 2009년에 890명으로 줄었으며, 이는 연평균증감률 21.7% 감소한 수치이다. 비정규직 여자는 전년대비 12.7% 감소하였으며, 연평균증감률도 7.5% 감소하였다. 전반적으로 정규직 종사자의 감소 폭보다 비정규직 종사자의 감소 폭이 매우 큰 것으로 나타났다.

표 3-2-16 연도별 고용형태별 성별 종사자 현황*

(단위: 명, %)

구 분	정규직		비정규직		합 계
	남자	여자	남자	여자	
2007	3,744	4,833	1,451	1,419	11,447
2008	3,560	4,798	961	1,390	10,709
2009	3,534	4,693	890	1,214	10,331
전년대비증감률(%)	△0.7	△2.2	△7.4	△12.7	△3.5
연평균증감률(%)	△2.8	△1.5	△21.7	△7.5	△5.0

* 외부인용자료(인터넷서점(만화부문) 제외)

제5절 직무별 종사자 현황

2009년 만화산업 직무별 종사자를 보면, 기타(유통) 종사자가 5,977명(57.9%)으로 가장 많았고 관리직 종사자는 2,438명(23.6%)으로 조사되었다. 제작 종사자는 1,123명(10.9%)이며 마케팅/홍보 종사자는 380명(3.7%), 사업기획 종사자는 290명(2.8%), 연구개발 종사자는 123명(1.2%)으로 조사되었다.

표 3-2-17 직무별 종사자 현황

(단위: 명, %)

중분류	소분류	사업 기획	관리	제작	마케팅/ 홍보	연구 개발	기타 (유통)	합계
만화 출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	57	89	301	45	28	51	571
	일반 출판사(만화부문)	163	199	604	273	71	126	1,436
	소 계	220	288	905	318	99	177	2,007
온라인 만화 제작· 유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	41	48	149	19	15	13	285
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	4	3	3	2	1	5	18
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	25	26	66	22	8	18	165
	소 계	70	77	218	43	24	36	468
만화책 임대업	만화임대	-	328	-	-	-	584	912
	서적임대(대여)(만화부문)	-	523	-	-	-	2,934	3,457
	소 계	-	851	-	-	-	3,518	4,369
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	-	153	-	-	-	639	792
	만화서적 및 잡지류 소매	-	1,069	-	19	-	1,607	2,695
	인터넷 서점(만화부문) ¹⁾	-	-	-	-	-	-	-
	소 계	-	1,222	-	19	-	2,246	3,487
만화산업 총합계 ²⁾		290	2,438	1,123	380	123	5,977	10,331
비 중(%)		2.8	23.6	10.9	3.7	1.2	57.9	100.1

1) 사이버소핑몰통계조사 자료인용(종사자 현황 자료없음)
2) 인터넷서점(만화부문)종사자 제외 합계

만화산업 직무 중 사업기획 종사자는 2007년부터 지속적으로 증가하여 전년대비 7.4% 증가하였고 연평균증감률도 9.9% 증가하였다. 관리직 종사자는 2007년에 4,780명에서 2008년에 2,520명, 2009년에 2,438명으로 전년대비 3.3% 감소하였고 연평균증감률도 28.6% 감소하였다. 제작직 종사자는 전년대비 1.7% 증가하였으나 연평균증감률은 11.7% 감소하였다. 마케팅/홍보 종사자는 2007년에 244명에서 2008년에 393명, 2009년에 380명으로 전년대비 3.3% 감소하였지만 연평균증감률은 24.8% 크게 증가하였다. 연구개발 종사자는 전년대비 8.2% 감소하였으나 연평균증감률을 보면 10.9% 증가하였다. 기타(유통) 종사자 또한 전년대비 4.9% 감소하였으나 연평균증감률을 보면 13.4% 증가한 것으로 나타났다.

표 3-2-18 연도별 직무별 종사자 현황*

(단위: 명, %)

연도별	사업기획	관리	제작	마케팅/홍보	연구개발	기타(유통)	합 계
2007	240	4,780	1,439	244	100	4,644	11,447
2008	270	2,520	1,104	393	134	6,288	10,709
2009	290	2,438	1,123	380	123	5,977	10,331
전년대비 증감률(%)	7.4	△3.3	1.7	△3.3	△8.2	△4.9	△3.5
연평균 증감률(%)	9.9	△28.6	△11.7	24.8	10.9	13.4	△5.0

* 외부인용자료(인터넷서점(만화부문) 제외)

제3장 해외 만화산업 현황

제1 절 전체 개요

2010년 세계 만화 시장규모는 104억 9,300만 달러로 추정되며 2014년에는 약 116억 달러로 성장할 것으로 전망된다.

출판만화 시장은 2010년까지 감소 추세에 있었으나 향후 경기 회복에 의해 약간의 성장으로 2007년 수준으로 회복될 것으로 전망되며, 디지털 시장은 급격한 성장을 보일 것으로 전망된다. 잡지와 도서로 나누어볼 때는 잡지보다 도서의 성장이 클 것으로 전망된다.

표 3-3-1 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

출처: PWC, 2010; 일본디지털콘텐츠백서
Comics Critics & Journalists French Association; Dimond Distribution Inc.; 삼정PMG

만화 시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 권역은 유럽으로, 2010년 45억 78백만 달러 규모로 추정된다. 북미가 그 다음으로 30억 2천만 달러로 추정된다.

표 3-3-2 세계 만화 시장규모 추이 (권역별)

(단위: 백만 달러)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
북미	2,956	2,902	3,103	3,066	3,039	3,020	3,061	3,124	3,184	3,267
유럽	4,588	4,648	4,846	4,794	4,653	4,578	4,626	4,726	4,839	4,975
아시아	2,012	2,183	2,330	2,424	2,342	2,327	2,405	2,495	2,592	2,703
오세아니아	178	183	185	190	189	190	197	206	215	227
남미	229	242	254	265	265	268	276	288	300	314
아프리카	102	105	110	112	109	109	111	113	115	119
전 세계	10,065	10,263	10,828	10,851	10,597	10,493	10,676	10,951	11,245	11,604

제2절 일본

1. 일본 만화산업 현황

일본 만화 시장은 슈에이샤, 쇼가쿠칸, 코단샤, 스퀘어에닉스, 카도가와 그룹 등의 출판사를 중심으로 전개된다.

주요 만화 잡지로는 슈에이샤의 〈주간소년점프〉, 〈점프스퀘어〉, 〈월간 코리스〉, 〈주간 영점프〉, 코단샤의 〈주간 소년매거진〉, 〈모닝〉, 스퀘어에닉스의 〈월간 소년강강〉, 〈월간 G판타지〉, 〈영강강〉, 쇼가쿠칸의 〈주간 소년선데이〉 등을 들 수 있다.

최근 일본 만화 시장은 퍼블리셔 측면에서는 만화잡지 발행의 감축, 소비자 측면에서는 베스트셀러로의 집중 양상을 보이고 있다. 이러한 현상은 전반적인 경기 침체와 더불어 〈One Piece〉와 같은 대히트작의 출간에도 불구하고 만화시장이 10년 이상 축소 일로를 걷고 있는 것과 서로 영향을 주고받는다. 즉, 시장 침체에 의해 위험요인 감축을 위해 발간 종수를 줄이게 되고 독자들은 만화잡지에서 선호하는 만화를 찾아 읽기보다는 사전에 인터넷 등 타 매체를 통해 얻은 정보와 화제성에 의해 구매를 결정하게 된다.

재단법인 일본출판협회에 따르면, 현재 가장 많이 발매되고 있는 만화잡지는 슈에이샤의 〈주간 소년점프〉로 약 280만부를 발간하고 있다. 그 뒤를 잇는 만화잡지는 코단샤의 〈주간 소년매거진〉으로 약 165만부를 발간하고 있는데 100만부 이상의 차이를 보이고 있다.

표 3-3-3 소년만화 잡지 발간 일람

잡지명	출판사명	발행부수	비고
울트라점프	슈에이사(集英社)	70,834	★
월간 소년 시리우스	코단사(講談社)	17,334	★
월간 소년매거진	코단사(講談社)	904,084	★
월간 소년라이벌	코단사(講談社)	120,834	★
코로코로코믹	소가쿠칸(小學館)	911,667	★
선데이GX	소가쿠칸(小學館)	27,667	★
점프스퀘어	슈에이사(集英社)	370,417	★
주간 소년선데이	소가쿠칸(小學館)	773,062	★
주간 소년점프	슈에이사(集英社)	2,809,362	★
주간 소년매거진	코단사(講談社)	1,650,205	★
소년에이스	카도카와그룹퍼블리싱(카도카와소텐(角川書店))	83,334	★
드래곤에이지	카도카와그룹퍼블리싱(카도카와소텐(角川書店))	28,667	★
매거진SPECIAL	코단사(講談社)	77,250	★
월간 코믹 전격대왕(電撃大王)	아스키·미디어웍스	130,000	
갯상(ゲッサン)	소가쿠칸(小學館)	100,000	
주간 소년챔피언	아카타소텐(秋田書店)	500,000	

★는 인쇄증명이 된 발간수임

출처: (재)일본잡지협회 발표 매거진데이터

표 3-3-4 일반(남성)만화 잡지 발간 일람

잡지명	출판사명	발행부수	비고
에프터눈	코단사(講談社)	110,417	★
IKKI	소가쿠칸(小學館)	13,750	★
이브닝	코단사(講談社)	160,209	★
건담에이스	카도카와그룹퍼블리싱(카도카와소텐(角川書店))	161,417	★
코믹 란(亂)	리이드사(リイド社)	213,605	★
코믹 란(亂) 트윈즈	리이드사(リイド社)	145,115	★
전국무장열전	리이드사(リイド社)	106,824	★
주간 코믹번치	신초사(新潮社)	166,672	★
주간 영점프	슈에이사(集英社)	852,938	★
슈퍼점프	슈에이사(集英社)	317,917	★
비즈니스점프	슈에이사(集英社)	328,125	★
빅코믹	소가쿠칸(小學館)	487,834	★
빅코믹 오리지널	소가쿠칸(小學館)	791,917	★
빅코믹 스피리츠	소가쿠칸(小學館)	303,917	★
빅코믹 스페리울	소가쿠칸(小學館)	240,209	★
모닝	코단사(講談社)	364,398	★
모닝2	코단사(講談社)	38,334	★
영애니멀	학센사(白泉社)	168,667	★
영애니멀 이라시(嵐)	학센사(白泉社)	155,334	★
영매거진	코단사(講談社)	857,013	★
코믹 쾌락천(快樂天)	와니매거진사(ワニマガジン社)	350,000	
코믹 쾌락천(快樂天)BEAST	와니매거진사(ワニマガジン社)	150,000	
코믹 실락천(失樂天)	와니매거진사(ワニマガジン社)	300,000	

잡지명	출판사명	발행부수
코믹 화만(華漫)	와니매거진사(ワニマガジン社)	120,000
코믹 빔	발행 : 엔터브레인, 발매 : 카도카와퍼블리싱	25,000
주간만화 고라쿠	일본문예사(日本文芸社)	500,000
주간만화 선데이	실업의일본사(實業之日本社)	300,000
전격 모에오(電撃萌王)	아스키·미디어웍스	50,000
화만(華漫)GOLD	와니매거진사(ワニマガジン社)	100,000
만화액션	후타바사(双葉社)	200,000
MEN'S GOLD	리이드사(リイド社)	100,000
영 킹(ヤングキング)	소년화보사(少年畫報社)	200,000
영 킹 어워즈	소년화보사(少年畫報社)	68,000
영 코믹	소년화보사(少年畫報社)	100,000
영 챔피언	아키타쇼텐(秋田書店)	250,000

★는 인쇄증명이 된 발간수입

출처: (재)일본잡지협회 발표 매거진데이터

표 3-3-5 소녀만화 잡지 발간 일람

잡지명	출판사명	발행부수
ASUKA	카도카와그룹퍼블리싱(카도카와쇼텐(角川書店))	33,334 ★
더 마가렛	슈에이사(集英社)	154,584 ★
소녀 코믹	소가쿠칸(小學館)	168,000 ★
Cheese !	소가쿠칸(小學館)	117,667 ★
차오(ちゃお)	소가쿠칸(小學館)	815,455 ★
딜럭스 마가렛	슈에이사(集英社)	151,667 ★
나카요시(なかよし)	코단사(講談社)	306,667 ★
하나토유메(花とゆめ)	학센사(白泉社)	226,542 ★
베츠코미(ベツコミ)	소가쿠칸(小學館)	92,084 ★
별책 하나토유메(別冊花とゆめ)	학센사(白泉社)	75,000 ★
별책 프렌드	코단사(講談社)	100,834 ★
별책 마가렛	슈에이사(集英社)	275,834 ★
마가렛	슈에이사(集英社)	112,827 ★
LaLa	학센사(白泉社)	178,667 ★
LaLa DX	학센사(白泉社)	75,000 ★
리본(りぼん)	슈에이사(集英社)	274,167 ★
시르프(シルフ)	아스키·미디어웍스	70,000

★는 인쇄증명이 된 발간수입

출처: (재)일본잡지협회 발표 매거진데이터

표 3-3-6 일반(여성)만화 잡지 발간 일람

잡지명	출판사명	발행부수	
office YOU	슈에이사(集英社)	111,667	★
Kiss	코단사(講談社)	145,542	★
Cookie	슈에이사(集英社)	165,000	★
코러스	슈에이사(集英社)	150,417	★
더 디저트	코단사(講談社)	115,167	★
CIEL	카도카와그룹퍼블리싱(카도카와소텐(角川書店))	27,584	★
Silky	학센사(白泉社)	60,334	★
디저트	코단사(講談社)	93,417	★
BE·LOVE	코단사(講談社)	173,125	★
FEEL YOUNG	쇼텐사(祥傳社)	42,542	★
페티트 코믹(プチコミック)	소가쿠칸(小學館)	106,167	★
Flowers	소가쿠칸(小學館)	36,667	★
별프레(別フレ)2009	코단사(講談社)	73,000	★
MELODY	학센사(白泉社)	46,567	★
YOU	슈에이사(集英社)	179,542	★
엘레강스 이브(エレガンスイブ)	아키타소텐(秋田書店)	150,000	
이웃의 나쁜 소문 (ご近所の悪い噂)	오오조라출판(宙出版)	70,000	
코믹 아쿠아(コミックアクア)	오쿠라출판(オークラ出版)	25,000	
코믹 비즈로그 큐오?! (コミックピースログ キュン!)	발행: 엔터브레인 발매: 카도카와퍼블리싱	50,000	
최고의 사랑과 감동(最高の愛と感動)	오오조라출판(宙出版)	40,000	
행복한 결혼(幸せな結婚)	오오조라출판(宙出版)	50,000	
하모니 로망스(ハーモニィ ロマンズ)	오오조라출판(宙出版)	80,000	
포 어 미세스(フォアミセス)	아키타소텐(秋田書店)	150,000	
정말 무서운 며느리·시아머니 (ほんとうにこわい嫁・姑)	오오조라출판(宙出版)	40,000	
Young Love Comic aya	오오조라출판(宙出版)	80,000	
연애백서 파스텔(戀愛白書パステル)	오오조라출판(宙出版)	150,000	

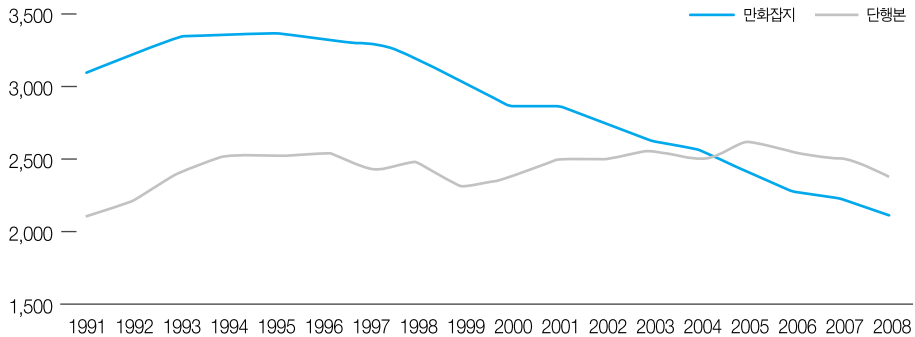
★는 인쇄증명이 된 발간수임

출처: (제)일본잡지협회 발표 매거진데이터

만화 잡지 쇠퇴의 일례로 쇼가쿠칸의 <소년 선데이>에서 연재하던 <이쓰와리비토 우쓰보>는 2010년 2월 <클럽 선데이>라는 인터넷 만화 사이트로 자리를 옮겨 무료로 연재되기 시작한 일을 들 수 있다. <소년 선데이> 나와타 마사키 부편집장은 '잡지에 서는 인기가 정착되지 않았지만, 열렬한 독자가 있었다'고 말한다. 즉, 마니아층은 있으나 대중적이지 않은 작품인 경우 잡지에 지면을 할애하기보다는 단행본으로만 출간하는 편이 낫다고 판단한 것으로 보인다. 실제로 단행본 판매는 성과가 나쁘지 않았다.

그림 3-3-1 일본 만화 판매액 추이

(단위: 억 엔)



출처 : 사단법인 전국출판협회 출판과학연구소 출판지표연보 2010

신초사(新潮社)는 내년 1월에 창간하는 월간 만화잡지 ‘@ (앗토)펀치’를 통해 디지털 미디어의 쌍방향성을 활용한 전략을 선보일 예정이다. 만화 잡지에서뿐만 아니라 인터넷상에 작품을 만드는 과정과 편집 과정을 공개함으로써 편집자와 작가, 독자를 연결하는 커뮤니티를 형성하겠다는 전략이다.

슈에이샤 오오타 토미오 이사는 “잡지 1개가 흑자를 내는 사례는 손에 꼽을 정도이며, 많은 잡지는 적자를 단행본을 통해 메꾸는 형편이다”이라고 토로한 바 있다.

일본 출판만화 매출규모는 최근 10년 이상 지속적으로 감소되고 있는 상황이며, 특히 잡지의 경우, 2000년도 2,861억 엔 규모로부터 계속 감소하여 2008년에는 2,111억 엔 규모에 그쳤고, 2009년도에는 1,913억 엔으로 큰 폭으로 하락해 18년 만에 2천억 엔을 밑돌았다.

잡지 판매부수 또한 2000년도의 1,044만부에서 2008년에는 669만부를 기록, 현재도 계속 하향세를 보이고 있다. 일본의 대표적 만화지 <소년 점프>는 95년도만 해도 최고 650여만 부(3,4호 합병호)를 판매했으나, 2009년도에는 평균 280만 부 정도의 판매량을 보여 부수가 절반 이하로 줄어들었다. 그러나 단행본의 경우, 2006년부터 약간의 감소를 보이긴 하지만, 거의 10년 전과 다름없는 매출을 유지하고 있다.

한편, 출판만화 시장 매출의 감소와 달리 일본 디지털 만화시장은 급속한 성장세에 있다. 일본의 디지털 만화 시장은 전자책 시장의 80% 이상을 차지하며 2005년 34억 엔에서 2006년에는 약 190억 엔, 2008년 356억 엔으로 가파른 성장을 지속하고 있다. 출판만화, 특히 잡지 시장 쇠퇴에 따라 출판사들이 전략적으로 디지털화를 도모하고 있고, 기술적, 사회문화적 환경도 이를 뒷받침한 데 기인한다.

특히 슈에이샤는 지난 11월 열린 콘텐츠통합이벤트 코페스타(JAPAN 국제콘텐츠펠스티벌) 이벤트중 하나인 「전자서적·코믹 서미트 in 아키하바라」기회를 통해 디지털 비즈니스 전략과 해외전략을 발표했다.

「전자서적·코믹 서미트 in 아키히바라」는 일본이 세계에 자랑하는 전자서적과 코믹의 매력과 그 미래에 관한 서미트로 세계 최신 전자서적 단말과 최신 콘텐츠에 접할 수 있는 기회를 제공하고, 새로운 시대의 전자 코믹 크리에이터 육성을 테마로 전문가들이 모여 서로 정보를 교환하고 젊은 크리에이터들이 새로운 기법과 혁신적인 발상을 발표하기도 했다.

슈에이샤가 발표한 디지털 코믹 전략은 크게 아카이브와 커뮤니케이션으로 나누어 비즈니스를 확대해 더욱 광대한 서적의 디지털화 하는 것이다.

먼저 아카이브 분야에서는 만화를 코마 단위로 데이터베이스화해 2차 전개하고, 커뮤니케이션 분야에서는 독자가 스스로 찾아오는 서적이거나 만화와 달리 인터넷에서 유저에게 적극적으로 작품을 제공하는 것이다. 이러한 기본적인 비즈니스 전개와 함께 해외 비즈니스 전개도 적극적으로 전개할 계획이다. 그중에서도 해외 비즈니스에서 가장 핵심은 해외에서 심각한 문제가 된 해적판과 그에 대한 대책으로 출판사가 스스로 정규 정보를 발신하고, 이를 위해서는 출판사 포털의 가치를 높일 필요가 있다고 밝혔다.

뿐만 아니라 일본에서의 잡지발매와 동시에 디지털 출판을 목표로 하고 있다고 밝혔다. 해외전략의 하나로써 슈에이샤 뿐만 아니라 일본 국내 주요 37개 출판사로 조직된 디지털 코믹협회의와 협력해 북미 시장에서도 일본 만화의 포털사이트를 구축해 내년 봄에 오픈하여 연내에도 베타판을 오픈 할 계획이다. 이 포털사이트를 통해 무료 만화의 정기 출판과 더불어 만화 관련 정보를 정기적으로 게재하고 지금까지의 해외 출판 라이선스에 맡겼던 작품 프로모션 또한 일본에서 직접 실시 할 계획이다.

슈에이샤, 쇼가쿠칸 그룹의 북미관련회사 VIZ Media는 이미 북미에서 ipad용 「소년점프」 출판을 시작하고 있으며, 디지털 만화시장의 확대에 발맞춰 각 출판사들은 온라인서점과의 연계를 통한 전자서적 판매에 힘을 기울이고 있다. 현재 일본의 주요 온라인 서점은 아마존 저팬을 비롯하여 Seven & Y, 키노쿠니아(Book Web), 분쿄도(J-Book), 준쿠도(Junkudo Book Web), 라쿠텐 북스, 그리고 BookOne(bk1) 등이다.

또한 미국, 프랑스 등과 마찬가지로 기존의 만화를 디지털화하여 서비스하는 것으로부터 시작하여 오리지널 작품을 온라인 및 모바일로 서비스하는 경우도 증가하고 있다. NTT의 경우, 자사 모바일 콘텐츠 서비스인 I-mode 를 통해 comic-I 서비스를 2004년도부터 시행하고 있다. 2010년 8월에는 일본 NTT도코모와 대일본인쇄(DNP)가 휴대전화용 eBook 사업에 관한 제휴에 합의하였다. 그 내용은 NTT도코모 이용자 5,600만명을 대상으로 하는 eBook 플랫폼의 공동구축, 만화를 포함한 10만점 이상의 eBook 콘텐츠 수집·전자화·판매, NTT도코모 휴대전화, 스마트폰, 타블렛 디바이스, eBook 전용 단말기에 대응한 eBook전용 서점 서비스 운영, DNP그룹의 오프라인 서점(마루젠, 준쿠도, 분쿄도)과 온라인서점(bk1)과의 제휴 등이다.

슈에이샤는 2006년부터 휴대전화 만화 서비스 사이트인 '슈에이샤 만가 캡슐' 을 운영하고 있으며, 2010년 8월부터는 계간지 <점프 SQ19>를 iPad 전용 어플리케이션으로 권당 450엔에 서비스하고 있고, 데즈카 프로덕션은 해외 판로 개척을 위해 iPad 등으로 읽을 수 있는 영어판 잡지 'ASTRO BOY MAGAZINE' 을 간행하기 시작했다. 일본의 2008년도 디지털 만화 시장의 매출 356억엔 가운데 330억 엔(92.7%)이 모바일 시장 매출액이다.

앞으로 모바일 시장은 일본 디지털 만화 분야에서 계속 강세를 보일 것으로 예상된다. 2009년 12월에는 만화기반 신문기사 제공 서비스 '만화신문(漫畫の新聞)' 의 iPhone용 어플리케이션(kabanet Inc.)이 한동안 앱스토어 뉴스 어플리케이션 부문에서 수위를 차지하기도 했다.

그림 3-3-2 만화신문(漫畫の新聞) 어플리케이션



출처: Apple

만화의 디지털화 뿐만 아니라 만화 원작을 방송용 및 극장용 애니메이션으로 제작하거나 다수의 드라마나 영화로 제작하는 현상은 작년에 이어 2010년에도 계속 되었다. 2010년에 만화를 원작으로 하는 영화로 <피안도>, <소라닌>, <노다메칸타빌레 최종악장> 등이 개봉되었으며, 2011년 개봉 예정으로 제작중인 작품도 <우미자루>, <GANTZ> 등 다수가 대기 중이다(한국콘텐츠진흥원, 2010년 '주간 심층 이슈'). 이는 영화/드라마 제작사 입장에서는 리스크 감소 효과를, 만화출판사 입장에서는 소비자 확대의 효과를 노릴 수 있기 때문에⁸⁾, 향후에도 이러한 방식으로의 OSMU가 지속적으로 시도될 것이라 전망된다.

8) TV애니메이션이 방송되면 만화 단행본 판매량이 최대 300%까지도 신장되는 효과가 있다고 평가된다(만화규장각 Magazine).

일본의 만화출판시장은 매년 그 규모가 줄고 있는데, 저출산, 디플레이션 등 사회적 요인의 영향도 있지만 전자출판 시장의 성장과 다문화시대에 따른 소비 성향의 변화에 따른 것으로 보여진다. 특히 디플레이션 영향으로 드라마나 애니메이션 등 영상화가 된 작품으로의 만화 팬들의 소비가 집중되는 경향도 강해 인기만화의 경우는 밀리언셀러를 기록하기도 한다.

2005년 만화책(단행본)이 만화잡지의 판매액을 처음으로 상회한 이후 만화잡지는 단순한 판매 저하에 그치지 않고 13년 연속으로 침체경향을 보이고 있다. 만화는 영상화(영화, 드라마 등)의 미디어믹스를 중심으로 기존의 발간된 인기작품의 히트를 지지해 왔지만 최근 3년간은 그 한계가 보이며 전자만화의 발전, 대어만화 운영점포의 확대, 무료 웹만화 등 만화출판시장 환경은 격변하고 있다.

2. 일본 만화 베스트 셀러

오리콘(Oricon)⁹⁾의 조사 결과, 2010년 9월 현재 가장 많이 판매되고 있는 인기만화는 'ONE PIECE'로 조사되었다. 'ONE PIECE'는 슈에이샤(集英社)가 발행하고 있는 '주간소년 점프'에 연재하고 있는 만화로 시리즈 총 59권(2010. 8. 4 기준)의 단행본을 발행하고 있다. 2위는 '강철의 연금술사', 3위는 'NARUTO' 등 소년만화가 top3를 차지하고 있으며, 4위 '너에게 닿기를(君に届け)', 5위 '노다메칸타빌레' 등 여성만화가 뒤를 잇고 있다.

순위	타이틀	연재잡지(출판사)	발매부수	타깃층
1	ONE PIECE	주간 소년점프(Sh)	2,367,836	소년
2	강철의 연금술사	월간 소년강강(SE)	1,274,362	소년
3	NARUTO	주간 소년점프(Sh)	1,166,898	소년
4	너에게 닿기를	별책 마가렛(Sh)	977,543	소녀
5	노다메칸타빌레	Kiss(K)	919,300	여성
6	신세기 에반게리온	영에이스(Kk)	804,905	소년
7	세인트 영맨	모닝2(K)	749,828	청년
8	BLEACH	주간 소년점프(Sh)	742,649	소년
9	명탐정 코난	주간 소년선데이(S)	576,983	소년
10	가정교사 히트맨 REBORN!	주간 소년점프(Sh)	568,041	소년

※ 조사기관 : ORICON(www.oricon.co.jp)

출처: 월간 Nikkei Entertainment 10년도 9월호(Nikkei BP사 발행)

조사집계기간 : 2009년 12월 28일~2010년 6월 27일(6개월)

조사협력사점수 : Amazon.com, 기노쿠니아, 산세이도 등

유명 온오프라인서점 1,717점포(전체 매출 점유율의 약 40% 차지)

※ Sh(Shueisha), S(Shogakukan), K(Kodansha), SE(Square Enix), Kk(Kadogawa Group Publishing)

9) 일본의 음반, DVD, 서적 등 판매랭킹 조사회사



3. 일본 원작만화 OSMU 현황

만화를 원작으로 한 영상 비즈니스가 매년 눈에 띄는 가운데, 2010년 들어와서 만화를 원작으로 개봉된 영화작품은 ‘피안도(마츠모토 코지)’, ‘소라닌(아사노 이니오)’, ‘노다메칸타빌레 최종악장(니노미야 도모코)’ 등 신구 장르를 불문하고 영상화되고 있으며 앞으로도 이러한 경향은 이어질 전망이다. 만화를 원작으로 영상화하는 가장 큰 이유는 ‘만화 팬의 동원을 전망할 수 있다’는 점이며 창작 작품보다는 이미 작품성에 대하여 알려져 있다는 강점 때문이다. 또 한 가지 이유로는 ‘출판사 입장에서 독자층의 확대효과를 기대할 수 있다’는 점으로 만화는 게재잡지에 의해 어느 정도 팬은 확보되지만, 타 매체로의 영상화는 큰 화제가 되어 새로운 만화 팬 층을 확보할 수 있다는 점이 쉽게 만화를 원작으로 삼는다고 볼 수 있다. 드라마 ‘JIN-仁-’의 경우 드라마의 히트가 만화를 읽지 않았던 중장년층에까지 만화 보급을 확대했고, 여성만화잡지에 연재되었던 ‘노다메칸타빌레’는 드라마, 영화를 계기로 남성 독자가 확대되었다.

한국에서도 인기 있는 ‘미야자키 아오이’ 주연으로 주목받았던 ‘소라닌’은 영화 프로모션으로 화제가 되며 공개 직전에는 원작 만화의 판매가 피크였으며, ‘건달군과 안경양’의 경우는 드라마 방영과 더불어 원작이 팔리기 시작했다. 또한 연속드라마 원작이었던 ‘모테키’는 만화 팬들이 뽑은 만화상에 노미네이트되었던 화제작으로 잡지연재는 4월에 끝났으나 드라마 공개로 다시 작품이 많이 팔리게 된 케이스이다.

이렇게 원작 만화와 영상화된 작품의 상승효과를 누리기 위해서는 팬들의 기대를 어긋나지 않도록 하는 것이 중요한데 이전에는 배우가 만화의 캐릭터와 맞지 않아 실패한 작품도 있었지만 최근에는 ‘20세기소년’, ‘디트로이트 메탈 시티’ 처럼 원작의 캐릭터대로 영상화한 작품이 증가하는 추세이다. 9월 공개예정인 영화 ‘BECK’은 원작에 가장 충실한 작품으로 손꼽히고 있는데 연주장면이나 악기 등이 만화원작 묘사를 리얼

하게 하고 있으며 주인공의 복장이나 신발 등 소품까지 원작과 똑같은 소도구를 사용함으로써 준비 원작을 그대로 살리고 있다. 10월부터 NHK교육방송에서 방영예정인 애니메이션 '바쿠만'도 원작의 사실성을 고집하며 충실히 제작하고 있는 상황이다.

영상화된 작품에 대해서는 만화를 먼저 볼 것인지 영상을 먼저 볼 것인지 논의가 양분화되고 있지만, 적어도 영상화되는 작품은 만화의 재미와 볼 가치가 있는 작품이라 할 수 있겠다.

표 3-3-8 최신 영상화된 원작 만화 일람

장르	작품명	공개(방영)시기	배급/방송	
실사화	영화	BECK	9/4	쇼치쿠
		너에게 닿기를	9/25	도호
		오오쿠	10/1	아스미에이스
		우미자루	9/18	도호
		GANTZ	2011년 1월 예정	도호
		약(岳)	2011년중 공개	도호
	드라마	도박묵시록 카이지	2011년중 공개	도호
		도망번호사 나리타 마코토	방송중 / 매주 화 22:00~	후지TV
		호타루노히카리	방송중 / 매주 수 22:00~	닛폰TV
		모아시몬	방송중 / 매주 목 00:45~	후지TV
		해머 세션	방송중 / 매주 토 19:56~	TBS
		모테키	방송중 / 매주 금 00:12~	TV TOKYO
		일본인이 모르는 일본어	방송중 / 매주 목 23:58~	닛폰TV
애니메이션	흑집사	방송중	TBS	
	쓰리몬	방송중	TOKYO MX	
	학생회 임원들	방송중	차바TV	
	세키레이	방송중	TOKYO MX	
	학원묵시록 HIGHSCHOOL OF THE DEAD	방송중	TOKYO MX	
	누라리혼의 손자	방송중	TOKYO MX	
	시귀(屍鬼)	방송중	후지TV	
	해파리 공주	연내 방송 예정	후지TV	
	BAKUMAN	2010년 10월부터 방송	NHK교육	
	그래도 마을은 돌아간다	가을 방송 예정	TBS/BS TBS	
	신만이 아는 세계	제작진행중	미정	

출처 : 월간 Nikkei Entertainment 10년도 9월호(Nikkei BP사 발행)

4. 일본 만화 주요 출판사

1) 쇼가쿠칸(小學館)

일본의 3대출판사중 하나인 쇼가쿠칸(小學館)은 종합출판사로 1922년에 창립되어 소학생(초등학생)을 대상으로 한 학년별 학습 잡지를 시작, 현재는 유아잡지에서 일반 잡지까지 잡지 영역을 확대하는 한편 서적부문에서도 그림책, 도감, 사전, 백과사전,

문에서 등을 발행하고 있다. 어린이를 대상으로 한 캐릭터비즈니스에도 강점을 가지고 있으며 <도라에몽>, <명탐정 코난>, <포켓몬스터> 등 롱셀러작품을 배출하고 있으며 출판업계 총매출에 있어서는 코단샤(講談社)에 이어 2번째로 큰 출판사이다.

‘교육’ 출판을 중점으로 출발한 쇼가쿠칸과 여기서 분사한 슈에이샤를 중심으로, 이들 회사와 관련된 출판관련회사들의 지명을 따 히토츠바시(一ツ橋)그룹이라고 하며 히토츠바시그룹의 대표기업으로는 쇼덴샤(祥傳社:종합출판), 학센샤(白泉社:슈에이샤로부터 분사, 만화출판이 강함), 쇼린샤(照林社:의료관련출판), 프레지던트사(비즈니스잡지) 등이 있다.

표 3-3-9 쇼가쿠칸(小學館) 회사 개요	
회사명	주식회사 쇼가쿠칸(小學館)
창업	1922년 8월 8일
자본금	1억 4700만 엔
대표자명	대표이사사장 오우가 마사히로(相賀 昌宏)
사원수	792명(2010년 6월 15일 현재)
주소	2-3-1, Hitotsubashi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan
URL	www.shogakukan.co.jp

표 3-3-10 쇼가쿠칸(小學館) 회사 연혁	
연도	내용
1922	오우가 다케오(相賀武夫) / 쇼가쿠칸(小學館) 창설(8월 8일) / 『소학5년생』, 『소학6년생』 창간
1923	『소학4년생』 창간
1924	『소학3년생』 창간
1925	『소학1년생』, 『소학2년생』 창간
1926	사원마크 『병아리 마크』 제정
1927	『공부 마크』 제정
1928	『현대 유모어 전집』 (전24권) 간행
1929	『소학생 학습 전집』 (전60권) 간행
1931	『유치원』 간행
1945	주식회사 쇼가쿠칸 설립
1946	패전과 함께 학년별 학습지를 순차 복간 / 『종합교육기술』 창간
1952	쇼가쿠칸 아동문화상(문학상·회화상) 창설
1955	쇼가쿠칸 만화상 창설
1956	『요이코(よいこ)』 『중학교육』 창간 / 『학습도감』 시리즈 간행
1958	『메바에(めばえ)』 창간
1959	『소년선데이』 창간 / 『신선 국어사전』 간행
1960	『소년소녀 세계명작문학전집』 (전56권) 간행
1962	『일본백과대사전』 (전13권, 별책1권) 간행
1963	『주간 여성세븐』 창간
1964	『홀 닥터 가정 의학』 간행 / 『소년소녀 세계명작문학』 (전50권) 간행

연도	내용
1965	『세계원색백과사전』(전8권) 간행 / 『오바Q(オバQ)』 불
1966	『원색 일본 미술』(전30권) 간행
1967	『대일본백과사전 자포니카(ジャポニカ)』(전18권, 별책 1권) 간행
1968	『베이비 북』, 『빅 코믹』, 『소녀 코믹』 창간
1969	『주간 포스트』 창간
1970	『별책 소녀 코믹』 창간 / 『일본고전문학전집』(전51권) 간행
1972	『마미(マミイ)』 창간 / 『일본국어대사전』(전20권) 간행
1973	『소가쿠칸 랜덤하우스 영일대사전』(전4권) 간행, 『일본의 역사』(전32권) 간행
1974	『빅 코믹 오리지널』, 『GORO』, 『FM레코팔(レコパル)』 창간
1976	『소가쿠칸 학습백과 사전』(전12권) 『인물 일본의 역사』(전20권) 간행
1977	『세계미술전집』(전36권) 『그림동화 전집』(전3권) 간행
1978	『코로코로코믹』, 『차오』, 『푸치세븐』 창간 / 『원색 현대일본의 미술』(전18권) 간행
1979	『책의 창(本の窓)』 창간 / 『국제판 소년소녀 세계동화 전집』(전20권) 간행
1980	『빅코믹 스피리츠』 간행 / 『프로그레시브 영일 중사전』, 『국제판 소년소녀 세계전기 전집』(전26권) 간행
1981	『CanCam』, 『BE-PAL』, 『별책 코로코로코믹』 창간 『소가쿠칸 국어대사전』, 『소가쿠칸 학습만화 소년소녀 일본의 역사』(전23권) 간행
1982	『학습 유치원』 창간 / 『일본국 헌법』, 『쇼와(昭和)의 역사』(전10권, 별책1권) 『일본민속문화대계(日本民俗文化大系)』(전14권, 별책1권) 간행
1983	점자그림책 『테루미(テルミ)』 창간 / 『소가쿠칸 고어(古語)대사전』 간행
1984	『일본대백과 전사』(전24권, 색인1권) / 『소가쿠칸 학습만화 소년소녀 인물일본의 역사』(전25권) 간행
1985	『Expert Nurse』, 『Judy』, 『P.and』 창간 / 『르부르와 파리의 미술』(전8권) 간행
1986	『DIME』 창간, 『쇼와(昭和) 문학전집』(전35권, 별책1권) 『국어대사전 언천(言泉)』 간행
1987	『영선데이』, 『빅코믹 스페셜』 창간, 『무사 코지 사네아츠(小路實篤) 전집』(전18권) 간행
1988	『일본 이야기 명작 전집』(전12권) / 『불교대사전』, 『소가쿠칸 로벨 불일대사전』 간행
1989	『SAPIO』, 『사라이(サライ)』 창간 / 『세계 이야기 명작 전집』(전12권) 『CD북 클래식 인』(제1기5권) 『일본 방언 대사전』(전3권) 『소가쿠칸 서일 중사전』 간행
1990	『모차르트 전집』(전15권, 별책1권) 간행
1991	『소가쿠칸 라이브러리』, 『21세기 어린이 백과』, 『중일사전』 간행
1992	『Oggi』, 『Nighty Judy』 창간, 『세계미술대전집 (서양편)』(전28권+색인) 『21세기 어린이 지도관』, 『조선어 사전』 간행
1993	『일본역사관』, 『소가쿠칸 랜덤하우스 영일 대사전(제2판)』 간행 / 『21세기 국제논픽션대상』 창설
1994	『신편 일본고전문학 전집』(제1기48권) / 『21세기 유치원 백과』(전12권) 간행
1995	『햇님(おひさま)』, 『라피타(ラピタ)』 창간, 『영선데이』 주간지화 『대사전』, 『바하 전집』(전15권) 『식재료 사전』 간행
1996	『대사의 시대(せりの時代)』, 『Cheese!』, 『Doman』 창간
1997	『세계미술대전집 <동양편>』(전17권+총색인), 『소가쿠칸 문고』 간행 『포케몽』 불
1998	『문예포스트』 창간, 『21세기 어린이백과 과학관』, 『CD-ROM판 중일/일중 종합사전』 간행
1999	『My First BIG』 창간, 『인간을 알 수 있는 동물정보기』, 『홈 메디카 가정의학관』, 『21세기 어린이백과 역사관』, 『세계유산 여행』, 『서양미술관』 간행
2000	소가쿠칸 위클리북 『주간미술관』, 『플라워 오아시스』(각 전50권), 『sabra』, 『선데이GX』 창간 『일본역사 대사전』(전4권) 『우메하라 다케시(梅原猛) 저작집』(전20권) 간행
2001	『주간 고사찰을 가다(古寺をゆく)』, 『미적(美的)』, 『화락(和樂)』 창간 『어린이의학관』, 『세계유산 이상한 탐험 대도감』 간행
2002	『PS』, 『telepal』 창간 카게야마 히데오(陰山英男) 『철저반복 한자프린트』, 『백자리 계산(百ます計算)』 『CD-BOOK 타케미츠 토오루(武満徹) 전집』(전5권) 『비주얼와이드 에도시대관』 창업 80주년 3대기념기획 『엄마 이야기 해줘(ママお話をかせて)』 『어린이 노래 대전집』, 『소가쿠칸의 도감 NEO』 간행
2003	『KKI』 창간 『비주얼와이드 교토의 대로소로(大路小路)』 / 『우먼즈 메디카 여성의 <몸과 마음> 안심의학』 『비주얼와이드 세계유산』, 『서양회화 명작11선』 간행

2004	『Precious』 『0·1·2세 아이의 보육』 창간, 『올컬러 6개국어 대도전(大図典)』 『21세기 어린이백과 지구환경관』, 『DVD 중국의 세계유산』 (전7권) 『인상파 미술관』 『가르치는 법 사전』 『쇼가쿠칸-캠브리지 영영일사전』 간행
2005	『낙타(駱駝)』 창간, 『별 지도관 New Edition』 『DVD-BOOK NHK 세계유산100』 (전10권) 『비주얼와이드 메이지(明治)시대관』 『21세기 어린이백과 일자리관』 『정선판 일본국어 대사전』 (전3권) 간행
2006	『edu』 『Latta』 창간, 『서양회화의 거장』 (전12권) 『소학백과대사전 키즈자모니카』 『일본탐험대도감』 간행 『에도문화역사 검정』 개시
2007	『AneCan』 창간, 『일본의 고전을 읽는다』 (전20권) 『전집 일본의 역사』 (전16권 별책권) 『21세기 어린이백과 식품관』 간행, 『진보초(神保町) 시어터』 오픈
2008	『신설 전란(戰亂)의 일본사』 창간, 『홈 메디카 신판』 『사물의 시작관』 『1아신서 시리즈』 간행
2009	『낙어(落語) 쇼와(昭和)의 명인 결정판』 『갯상(ゲッサン)』 창간, 『비교하는 도감』 『세계대지도』 간행

출처 : 쇼가쿠칸 페이지(www.shogakukan.co.jp/company/history)

쇼가쿠칸의 만화잡지는 순수만화잡지로는 <월간 선데이GX> 등 6종의 남성만화잡지와 <월간 flowers> 등 2종의 여성만화잡지, <코로코로코믹> 등 11종의 아동만화(학습)잡지를 내놓고 있다. 그밖에 학년별 학습지 등에서도 일부 만화가 연재되고 있으며 포켓몬스터, 도라에몽 등 인기 어린이 대상 만화는 몇 개의 만화잡지와 학습지 등에서 공동으로 연재하고 있다.

표 3-3-11 쇼가쿠칸(小學館) 발간 만화(학습)잡지 일람

장르	대상	잡지명	발매일
만화	아동	월간 코로코로코믹	매월 15일
		별책 코로코로코믹 스페셜	씩수달 30일
		코로코로이치방	출수달 25일
	소년	주간 소년선데이	매주 수요일
		갯상	매월 12일
		주간 소년선데이 초	매월 25일
	일반	월간 선데이GX(제넥스)	매월 19일
		빅코믹	매월 10일·25일
		빅코믹오리지널	매월 5일·20일
		빅코믹 스페리울	매월 2주·4주 금요일
		빅코믹 스피리츠	매주 월요일
		월간 IKKI	매월 25일
	소녀	차오	매월 3일
		Sho-Comi	매월 5일·20일
		베츠코미	매월 13일
		Cheese!	매월 24일
		포세트	격월말(연 6회)
		푸치코믹	매월 8일
여성	월간 flowers	매월 28일	

장르	대상	잡지명	발매일
학습 (만화)	유아	베이비북	매월말
		메바에(지각)	매월말
		유지원	매월말
		테레비군	매월 1일
		오하시마(햇님)	짝수달 15일
		이타즈라 북(놀이북)	3, 6, 9, 12월 5일(계간지)
	초등학생	학습유지원	3, 6, 9, 12월 1일(계간지)
		소학 1년생	매월 1일
		소학 2년생	매월 3일
		소학 3년생	매월 3일
	소학 4년생	매월 3일	
	GAKUMANplus	짝수달 15일(2010년 창간)	

※ 학습지의 경우 유아지를 제외한 학습지는
(포켓몬스터, 도라에몽) 등 인기만화 일부 연재

출처: 쇼가쿠칸 가정 정보사이트(<http://dakko.jp>),
아마존재판(<http://www.amazon.co.jp>)

■ 쇼가쿠칸 관련회사

쇼가쿠칸슈에이샤프로덕션, 쇼가쿠칸퍼블리싱서비스, 쇼가쿠칸크리에이티브 등 총 18개의 관련회사 및 2개의 재단법인을 두고 있다. 이 중 해외 관련회사로는 1986년 미국 VIZ Media를 비롯하여 VIZ China, VIZ Media Europe 등 만화 중심의 4개 회사가 있다.

표 3-3-12 쇼가쿠칸(小學館) 관련회사 및 재단 일람

회사명	특징
(주)쇼가쿠칸슈에이샤프로덕션	일반교육사업 및 애니메이션, 캐릭터 라이선스 등 권리비즈니스
(주)쇼가쿠칸퍼블리싱서비스	쇼가쿠칸 전 간행물의 서점 및 일반인 대상 판매촉진 업무
쇼와도서(주)	쇼가쿠칸 등 주요출판사 서적 유통 물류회사
(주)수리(數理)계획	환경컨설팅, 출판관련시스템개발, 기타 정보엔지니어링 회사
(주)쇼가쿠칸크리에이티브	각종 출판 제작 지원 및 지도 제작
(주)쇼와(昭和)브라이트	출판물 제작 전 원고입력, 편집, 레이아웃 등 서비스
(주)넷어드벤처	백과사전 등 전자서적 서비스
(주)쇼가쿠칸미디어프로모션	출판업계 인재파견회사
(주)쇼가쿠칸이마주	쇼가쿠칸 등 출판사 서적, 전집 선전판매, 회화, 미술공예품 제작 및 선전판매
(주)쇼가쿠칸스퀘어	개인출판 편집·제작회사
(주)쇼덴사(祥傳社)	일반 실용도서, 만화, 문고 등 출판
(주)표현연구소	지도 제작사
(주)쇼린사(照林社)	의학·간호 전문도서 출판, 간호사 대상 강습회 기획·운영
(주)연극출판사	가부키 등 일본 전통가무관련 전문도서 출판
VIZ Media	미국을 거점으로 1986년 설립, 북미 대상 쇼가쿠칸, 슈에이샤 등 일본출판사의 인기만화, DVD 등 영어판 기획·제작 및 판매
VIZ Media Europe	2007년 프랑스에 설립된 VIZ Media의 유럽법인
VIZ China	1995년 상해미술출판사와 공동출자로 설립
TAIWAN SHOGAKUKAN	2010년도 대만 다카오시에 설립한 쇼가쿠칸 현지법인
(재)일본아동교육진흥재단	쇼가쿠칸 대표가 이사장으로 있는 재단으로 학교, 유아, 가정, 장애학생 등의 교육을 초점을 맞춘 교육진흥재단
(재)일본성교육협회	성교육에 관한 조사, 연구, 계몽사업 추진

특히 해외 관련회사로서 1986년 설립된 Viz Media는 북미에서 출판사업 뿐만 아니라 DVD사업 등도 전개하고 있다. 1995년에는 상해미술출판사와 공동출자하여 Viz China를 설립, 2007년 프랑스에 Viz Media Europe을 2010년 대만에 TAIWAN SHOGAKUKAN을 설립하였다. 대만에서의 사업은 단순한 유통이 아니라, 쇼가쿠칸의 교육사업 전반을 그대로 중화권에서 전개하고자 대만 다카오시의 전폭적인 지원을 받아 다카오시를 거점으로 회사를 구축하였다.

2) 슈에이샤(集英社)

일본에서 가장 큰 매출을 기록하고 있는 슈에이샤(集英社)는 종합출판사로 1926년 쇼가쿠칸(小學館)에의 오락잡지부문으로 분사하여 창립, 1949년에 주식회사로 설립된 종합출판사로 '점프'라는 타이틀의 만화잡지로 인기를 모으고 있으며, 주간 소년점프의 경우 출판부수는 약 280만부로 가장 많이 발간하고 있다.

연재만화로는 70년대 <마징가Z>부터 <그라운드볼>, <북두신권>, <슬램덩크>, <유희왕>을 거쳐 <원피스>, <NARUTO>, <DEATH NOTE> 등이 메가 히트를 하고 있는 등 대내외적으로 만화전문출판사로서의 이미지가 강하다.

표 3-3-13 슈에이샤(集英社) 회사 개요

회사명	주식회사 슈에이샤(集英社)
창업	1926년 8월
대표자명	대표이사사장 야마시타 히데키(山下秀樹)
사원수	812명(2009년 7월말 현재)
주소	2-5-10, Hitotsubashi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan
URL	www.shueisha.co.jp

표 3-3-14 슈에이샤(集英社) 연혁

연도	내용
1925	학습성이 강한 쇼가쿠칸(小學館)의 학습지에 대해 취미오락잡지의 창간을 의도로 슈에이샤(集英社) 창설 『심상(尋常) 소학1년여학생』 창간
1926	쇼가쿠칸(小學館)으로부터 오락지 출판부문으로서 분리, 슈에이샤(集英社) 설립 『남자(여자)유치원』 『소학2년남학생(여학생)』 『소년단』, 『소공녀』 창간
1927	『남자 그림책(男子繪本)』, 『여자 그림책(女子繪本)』 창간
1928	『현대 유모어 전집』 전4권 기획편집
1929	『여자 신시대 영습자첩(英習字帳)』(고등학교 여학생용), 『신시대 영습자첩(新時代英習字帳)』(구 중학교용) 각 6점 발행
1930	『탐정기담(探偵奇談)』 창간 『현대 유모어 전집』 5점 발간, 전24권 완결
1931	『남자유치원』, 『여자유치원』 발간
1947	전후 합자회사 슈에이샤로서 재건 / 아동지 『소년왕자(少年王者)』 발간 대히트
1948	『재미있는 북(おもしろブック)』 시리즈 11권 간행
1949	주식회사 슈에이샤로 변경

연도	내용
1950	아동잡지 『착한 어린이의 벗(よいこのとも)』 창간
1951	『소녀 북』 창간
1952	비주얼잡지의 시초가 된 『묘조(明星)』 창간
1953	명작만화시리즈 『재미있는 만화문고(おもしろ漫画文庫)』 발간 『착한 어린이 유치원(よいこ幼稚園)』, 『유년 북(幼年ブック)』 창간
1955	소녀잡지 『소녀 북』 자매지로서 소녀대상 종합잡지 『리본』 창간, 『그림문고(繪文庫)』 발간
1957	『소녀소녀 이야기 문고(少年少女物語文庫)』 전30권 간행 『학습만화문고 시리즈』 발간. 『스기우라 시게루(杉浦茂) 결작만화 전집』 전8권 간행 『그림책(えほん)』, 『히노마루(日の丸)』 창간
1958	『주간 묘조*週刊明星』, 『여자유치원 새끼비둘기(女子幼稚園こぼと)』 창간 TV만화문고 23권 간행. 우노 데츠토(宇野哲人) 편 『신수히로사전(新修廣辭典)』 간행
1959	『소년 북(少年ブック)』 창간 『소녀만화문고』 15권, 『K골든북』 27권 간행. 문예도서 첫 간행 시바타 렌자부로(柴田錬三郎) 『유타로 권담(遊太郎権談)』 등 문예도서 첫 간행
1960	『별책 주간 묘조(別冊週刊明星)』 창간, 『프렌드 북』 10권, 『실버만화 시리즈』 22권 발간
1961	『소년소녀 일본역사 전집』 전12권 발행, 히마다 히로스케(浜田廣介)의 『히로스케 유년동화문학전집』 전12권 발간
1962	『여성묘조(女性明星)』, 『고바토(こぼと) 유치원』 창간 전후작가 55명의 문학전집 『신일본문학전집』 전38권 간행 『세계단편문학전집』 전17권, 『유년(幼年) 세계동화문학전집』 전12권, 『주니어판 태평양전쟁사』 전6권, 『세계명작 그림이야기 전집』 20권 등 발간
1963	종합소녀주간지 『마가렛(マーガレット)』 및 소녀만화잡지 『별책 마가렛(別冊マーガレット)』 창간, 『세계 100인의 이야기 전집』 전 12권 발간
1964	『별책묘조(別冊明星)』 불호 창간. 『한시대계(漢詩大系)』 전24권 발간. 『소와(昭和)전쟁문학전집』 전16권 간행 시리즈『텔레비 코믹스(テレビ・コミックス)』 18권 발행
1965	『세계문학전집』 전 38권 발간 『별책 소년북』 창간. 『엄마와 아이의 명작동화(母と子の名作童話)』 전 50권 간행
1966	남성주간지 『주간 플레이보이』 창간. 주니어용 소설잡지 『소설 주니어』 창간. 『일본문학전집』 전 88권 간행 개시 / PR잡지 『청춘과 독서』 창간. 락 세대의 음악신잡지 『영 뮤직』 창간
1967	시리즈 『현대 세계문학』 간행개시. 소녀만화잡지 『딜럭스 마가렛(デラックス・マーガレット)』 창간. 『학습만화 일본의 역사』 전 18권 발간. 『리본코믹스(りぼんコミックス)』 창간. 시리즈 『마가렛코믹스(マーガレット・コミックス)』 발간. 『올 컬러 히로스케동화(ひろすけ童話)』 전 8권, 『천야일야(千夜一夜)』 전 13권 발간
1968	신잡지 『묘조 영 센스(明星ヤングセンス)』 창간. 틴에이저를 위한 주간지 『주간 세븐틴(週刊セブンティーン)』 창간, 신 만화잡지 『소년 점프』 창간, 『주니어 코믹』 창간, 『리본코믹』 창간
1969	셀러리엔 대상 만화실용잡지 『조우커(ジョーカー)』 창간. 락 음악애호가들을 위한 신 잡지 『guts』 창간, 『현대세계 미술전집』 25권 발간, 『별책 세븐틴』 창간. 『주간 소년 점프』, 『별책 소년 점프』 창간
1970	분격문예계간지 『스바루(すばる)』 창간
1971	패션잡지 『non・no』, 해양종합레저정보지 『오션라이프』 창간, 『만화판 인간백과』 20권, 『만화 일본사』 5권, 『학습만화 인체의 과학』 4권 발간
1972	영화잡지 『로드쇼』 창간 『마가렛 코믹스』 연재의 '이케다 리요코'의 『베르사이유의 장미』 1권 발매 대히트
1973	『월간 세븐틴』 창간, 여성정보지 『플레이걸』 창간 『주식회사 학센샤(白泉社)』 설립
1974	『주간 소녀점프』에서 개그만화의 등용문으로서 『아카츠카상(赤塚賞)』을 설정. 『월간 소년 점프』 창간, 『SAISON de non・no』 창간 시리즈 『주니어판 세계문학』 30권 발간
1975	『PLAYBOY』 일본판, 창간, 『리본딜럭스』 창간 창업50주년기념출판 『레코드 명곡의 숲(レコード名曲の森) 세계음악전집』 24권 발간
1976	『슈에이샤(集英社)판 세계문학』 전 38권 발간, 『슈에이샤(集英社) 문고』 발간, 『페티트 마가렛(プチ・マーガレット)』 창간, 『일본미술회화전집』 25권 발간
1977	『현대 미술미인화 전집』 12권 발간, 여성잡지 『MORE』 창간 『엄마와 아이의 애니메이션 그림책』 36권 발간
1978	여성 만화 월간지 『부케(ぶけ)』 창간 / 『어린이를 위한 세계명작문학』 30권 발간

연도	내용
1979	청년만화잡지 『YOUNG JUMP』 창간
1980	『COSMOPOLITAN 일본판』 창간, 『현대 일본화 전집』 18권 발간
1981	만화잡지 『리본 오리지널』 창간
1982	여성 만화잡지 『Lady's Comic YOU』 창간, 『학습만화 일본의 역사 신판』 18권 발간 『플래쉬 점프』 창간, 『COBALT』 창간, 여성 라이프 실용무크지 시리즈 『non·no MORE BOOKS』 창간 『The Gallery of World Photography』 11권 발간, 『소년소녀 세계명작』 30권 발간
1983	중년여성잡지 『LIFE』 창간, 『라틴아메리카 문학』 전 18권 발간 『역사를 만든 여성들』 전 8권, 『일본의 기술』 전 10권, 『4계 일본의 여행』 전 15권, 『엄마와 아이의 유치원 지 육백과』 전 24권 발간
1984	『샘업(サムアップ)』 창간 『학습만화 세계의 전기』 19권 별책 1권, 『학습만화 인물 일본의 역사』 16권 별책 1권 발간
1985	『아트 갤러리 현대 일본의 미술』 21권 발간 OL 만화잡지 『OFFICE YOU』 창간, 영비즈니스맨 만화잡지 『BUSINESS JUMP』 창간
1986	『Men's Nonno』 창간, 『Duet』, 『영 유(ヤング-)』 창간 『아트 갤러리 재팬 20세기 일본의 미술』 전 18권, 『원색 도전(原色図典) 일본미술사 연표』 전 1권 간행
1987	『소설 스바루(すばる)』 창간 / 『학습만화 중국의 역사』 전 10권, 『학습만화 일본의 전기』 제1기 전 8권, 『플래쉬판 시이트동물기』 전 8권 간행
1988	『월간 베어즈클럽(月刊ベアーズクラブ)』, 『월간 티아라(月刊ティアラ)』, 신타입의 청년만화잡지 『슈퍼 점프』 창간 『학습만화 이과』 전 12권, 『NHK텔레비전 옛날이야기』 전 16권 간행
1989	『SPUR』 창간 / 『인간삼국지』 전 6권, 『슈에이사(集英社)갤러리 세계의 문학』 전 20권, 『소년소녀 세계명작의 숲(少年少女世界名作の森)』 전 20권 간행
1990	『호쿠사이(北齋) 미술관』 전 5권, 『히카리겐지(光GENJI) 전집』 전 7권, 『주니어 와이드판 일본의 역사』 전 5권 간행
1991	『BART』 창간, 『슈퍼판타지문고』 발간 『파브르곤충기』 전 8권, 『슈에이사(集英社)판 일본의 역사』 전 21권 별책 1권, 『피카소 미술관』 전 4권 간행, 『주간 묘조(週刊明星)』 폐간
1992	『어린이를 위한 세계동화의 숲(こどものための世界童話の森)』 전 12권 간행
1993	월간오리잡지 『TANTO』, 『V점프』 창간, 『JUMP J BOOKS』 발간, 『non·no 과자 기본 대백과』 간행
1994	『코러스(コーラス)』, 『모어 내츨(モア・ナチュラル)』 창간 『non·no 생활 기본 대백과』, 『데즈카 오사무(手塚治虫)의 구약성서 이야기』 전 3권 간행
1995	『만화 올맨(マンガ・オールマン)』, 『Tepee』 창간
1996	『텔레키즈(テレキッズ)』 창간, 『슈에이사(集英社) 세계문학대사전』 전 6권 간행
1997	『non·no 야채 기본 대백과』, 『무라카미 류 백선 소설집』 제1기 전 4권 간행
1998	『메이플(メイプル)』 창간
1999	『슈에이사 신서』 창간 / 『진순신(陳舜臣) 중국 라이브러리』 전 30권 간행
2000	『슈에이사 만화 어린이 대백과』, 『쿠키』 창간
2001	『BAILA』 창간, 『세계사 아트러스』 간행 카이코우 다케시(開高健) 논픽션상 창설
2002	『SPORTIVA』 창간, be문고 발행, 미국판 『SHONEN JUMP』 창간 슈에이사 세계문학사전 간행 / 인터넷 판매사이트 『Mekke!』 오픈
2003	기무라 타쿠아(木村拓哉) 『개방구(開放區)』 간행
2004	『MAQUIA』, 『MAQUIA』, 『PINKY』, 『읽는 종합검진 건강백과(読む人間ドック 健康百科)』 창간 『타나베 세이코(田辺聖子) 전집』 간행
2005	『UOMO』 창간 / 『완독 파브르곤충기』 간행
2006	『SPURLUXE』 창간 / 학습만화 『중국의 역사』 전 10권 간행 휴대폰 사이트 『슈에이사 만화캡슐(集英社マンガカプセル)』 개시
2007	『marisol』, 『élat』 창간, 『점프스퀘어(ジャンプスクエア)』 창간 『금의 티아라 대상』 창설
2008	『두근두근 키즈북(わくわくキッズブック)』 창간 『주간 소년 점프』 40주년 기념사이트 『JUMPLAND』가 일·영·프·독 4개국판으로 오픈

※ 출처 : 슈에이사 페이지(www.shueisha.co.jp/history/shousi.html)

슈에이샤의 만화잡지는 초등학교 이상을 대상으로 한 취미오락잡지로서, 소년대상으로는 <주간소년점프> 등 3종, 일반대상으로는 <주간영점프> 등 4종, 소녀여성대상으로는 <리본> 등 9종의 만화잡지를 발매하고 있다.

표 3-3-15 슈에이샤(集英社) 발간 만화(학습)잡지 일람

대상	잡지명	발매일
소년	주간 소년점프	매주 월요일
	V점프	매월 21일
	점프스퀘어	매월 4일
일반	주간 영점프	매주 목요일
	비즈니스 점프	매월 1주·3주 수요일
	슈퍼 점프	매월 2주·4주 수요일
소녀 · 여성	울트라 점프	매월 19일
	리본	매월 3일
	마가렛	매월 5일·20일
	별책 마가렛	매월 13일
	딜릭스 마가렛	출수달 28일
	더 마가렛	매월 24일
	YOU	매월 1일·15일
	office YOU	매월 23일
	코러스	매월 28일
Cookie	매월 26일	

출처 : 슈에이샤 만화 정보사이트(<http://www.s-manga.net>)

■ 슈에이샤 관련회사

슈에이샤의 관련회사로는 학센샤(白泉社), 소우비샤(創美社), 슈에이샤인터내셔널 등 총 15개의 관련회사 및 4개의 재단법인을 두고 있으며, 이 중 몇 관련회사와 재단은 슈에이샤의 모회사가 소가쿠칸인 관계로 관련회사와 재단 명단 중 서로 겹치는 곳이 총 8개 기업 및 재단이 있다.

표 3-3-16 슈에이사(集英社) 관련회사 및 재단 일람

회사명	특징
(주)학센사(白泉社)	'하나또유메(花とゆめ)', 'LaLa' 등 여성대상 만화잡지 발간하고 있으며 잡지, 서적, 만화, 문고, 그림책 등 종합출판사
(주)소우비사(創美社)	잡지, 만화, 서적 출판 외 사전, 만화 등 편집 등 서비스
쇼와도서(주)	쇼가쿠칸 등 주요출판사 서적 유통 물류회사
(주)수리(數理)계획	환경컨설팅, 출판관련시스템개발, 기타 정보엔지니어링 회사
(주)홍사	만화, 문예도서 출판사
(주)쇼와(昭和)브라이트	출판물 제작 전 원고입력, 편집, 레이아웃 등 서비스
(주)슈에이사인터내셔널	서적출판 외 서적, 잡지 편집위탁 업무
(주)소고사(綜合社)	전집, 문예 번역본 발간 및 서적 편집 업무
(주)히토츠바시기획	정보처리서비스 업무
슈에이사서비스(주)	비공개
슈에이사비즈니스(주)	보험대리업, 여행대리점, 도서카드·QUO카드 작성업무
(주)치요다스튜디오	출판물 제작 전 원고입력, 편집, 레이아웃 등 서비스
(주)쇼가쿠칸슈에이사프로덕션	일반교육사업 및 애니메이션, 캐릭터 라이선스 등 권리비즈니스
VIZ Media	미국을 거점으로 1986년 설립, 북미 대상 쇼가쿠칸, 슈에이사 등 일본출판사의 인기 만화, DVD 등 영어판 기획·제작 및 판매
VIZ Media Europe	2007년 프랑스에 설립된 VIZ Media의 유럽법인
(재)히토츠바시종합재단	쇼가쿠칸 대표가 이사장으로 있는 재단으로 문화강연, 표창사업 후원 및 조사연구, 복지사업, 국제교류사업 조성하는 문화활동 재단
(재)히토츠바시문예교육진흥회	슈에이사 창립 50주년을 맞이한 1976년 청소년 교육진흥을 위해 청소년대상 문화강연회, 독후감공쿨, 학교교육 조성 및 청소년 문화향상발전 기여를 위해 설립한 재단
(재)일본아동교육진흥재단	쇼가쿠칸 대표가 이사장으로 있는 재단으로 학교, 유아, 가정, 장애학생 등의 교육을 초점을 맞춘 교육진흥재단
(재)일본성교육협회	성교육에 관한 조사, 연구, 계몽사업 추진

특히 해외의 관련회사로서 Viz Media는 1986년에 쇼가쿠칸과 공동투자자 미 샌프란시스코에 설립한 해외법인으로 주로 북미에서 슈에이사, 쇼가쿠칸 작품 중심으로 영어판 만화, 애니메이션 등을 판매하고 있다. 뿐만 아니라 타 출판사보다 먼저 만화잡지(SHONEN JUMP)로 미국에 유통을 촉진(2002), 애니메이션, 만화, 완구업계 등에 많은 영향력을 피력하였다. 북미 발매초기부터 자회사인 Viz Media를 통해 월 1회 발간이 되고 있으며, 약 20만부 유통되고 있는데, '주간 소년 점프'를 그대로 번안 작업해서 제작하지 않고 미국에서 인기가 있는 <드래곤볼>, <유희왕>, <슬램덩크> 등 인기 있는 만화들을 추려서 제작하고 있다.

Viz Media Europe은 슈에이사, 쇼가쿠칸, 쇼가쿠칸슈에이사프로덕션의 3사가 투자한 회사이다. 모두 일본 만화와 애니메이션의 현지화 제작 유통을 맡고 있다.

3) 코단샤(講談社)

일본의 3대 출판사 중 하나인 코단샤(講談社)는 일본에서 가장 큰 종합출판사로 1909년에 창립, 2009년, 창립 100주년을 맞이하였다. 일본의 만화의 아버지라 불리는 '데즈카 오사무'의 작품을 발간하고 있고, 기타 <시마 코사쿠>, <베가본드>, <노다 메칸타빌레> 등 인기만화를 연재하고 있으며, <디즈니>캐릭터를 사용한 서적 출판권을 가지고 있으며 도쿄디즈니리조트(TDR)의 오피셜스폰서이기도 하다.

특히 코단샤의 만화작품은 비교적 청소년 이상의 작품이 많아 드라마화로 2차 전개가 자주 이루어지는데 이런 관계로 각 방송국과의 연계가 좋은 편이며 그 외 완구 등의 머천다이징 상품개발 전개를 위해서도 '다카라토미'에 독점출자하고 있다. 자회사중 '킹레코드' 사는 전통가요(엔카) 음반사로 알려져 있으나 최근 애니메이션송 전문레이블 <스타차일드레코드>의 영향으로 애니메이션에도 강한 회사로서의 이미지가 부각이 되고 있다.

표 3-3-17 코단샤(講談社) 회사 개요

회사명	주식회사 코단샤(講談社)
창업	1909년 11월
자본금	3억 엔
대표자명	대표이사사장 노마 사와코(野間佐和子)
사원수	963명(2009년 7월 현재)
주소	2-12-21, Otowa, Bunkyo-ku, Tokyo, Japan
URL	www.kodansha.co.jp

표 3-3-18 코단샤(講談社) 연혁

연도	내용
1909	초대사장 노마 세이지(野間清治)가 대일본웅변회를 설립
1910	웅변(雄弁) 창간
1911	코단샤(講談社) 기업, 코단구락부(講談俱樂部) 창간
1914	소년구락부(少年俱樂部) 창간
1920	현대(現代), 부인구락부(婦人俱樂部) 창간
1922	소녀구락부(少女俱樂部) 창간
1924	킹(キング) 창간
1925	사명을 대일본웅변회강담사(大日本雄弁會講談社)로 개칭
1934	오토와(音羽) 분사 사옥 준공
1936	「코단샤(講談社)의 그림책」 간행
1938	노마 히사시(野間暲) 사장 취임, 노마 사에(野間左衛) 사장 취임, 조직을 주식회사로 변경
1941	노마상(野間賞) 제정
1945	노마 쇼이치(野間省一) 사장 취임
1946	군상(群像) 창간
1954	나카요시(なかよし) 창간

연도	내용
1956	즐거운 유치원(たのしい幼稚園) 창간, 만가(挽歌) 간행
1958	'소년소녀 세계문학 전집' 간행, 사명을 주식회사 코단샤(講談社)로 개칭
1959	'주간 소년 매거진(週刊少年マガジン)' 창간, 창업 50주년 '주간 현대(週刊現代)' 창간, 코단샤(講談社) 3상(아동만화, 삽화, 사진)을 창설
1960	'일본 현대문학 전집', '코단샤 디즈니 그림책' 간행
1961	노마 쇼우이치(野間省一) 사장, 출판문화국제교류회 회장 취임
1962	'소녀 프렌드(少女フレンド)' 창간, '소설 현대' 창간, 프랑크푸르트 북페어 첫 참가
1963	'블루 박스(ブルーボックス)' 발간 / 노마(野間) 아동문예상 창설 코단샤 인터내셔널(講談社インターナショナル) 설립
1964	'디즈니랜드(ディズニーランド)' 창간, 코단샤(講談社) 현대신서(現代新書) 발간
1965	'별책 프렌드(別冊フレンド)' 창간
1966	'요시카와 에이지(吉川英治) 전집' 간행
1967	'월간 육상경기' 창간, '세계문학전집' 간행, 요시카와 에이지(吉川英治) 문학상 창설
1969	창업 60주년 코단샤(講談社) 출판문화상 창설, 「에도가와 란포(江戸川蘭歩) 전집, 간행
1970	'일본 만국박람회 공식맵', '청춘의 문' 간행, 오사카 만국박람회에 '세계에서 가장 큰 그림책' 출전
1971	TV매거진' 창간, '코단샤 문고' 발간, '현대 세계백과 대사전', '삿포로(札幌) 올림픽 공식가이드맵' 간행
1972	'오토모다치(おともだち)' 창간, 노마 쇼이치(野間省一) 사장 국제출판연합 부회장 취임
1973	'코단샤(講談社) 학습대도감' 간행
1974	'세계문학전집', '동양도기대관(東洋陶磁大観)' 간행
1975	'월간 소년매거진' 창간, '요시카와 에이지(吉川英治) 문고', '고궁박물관(故宮博物院) 간행 노마 쇼이치(野間省一) 사장 제1회 국제도서상 수상
1976	'책(本)'(독서인의 잡지) 창간, '코단샤(講談社) 학습문고' 발간 '지적생활의 방법', '끝없는 투영에 가까운 블루(限りなく透明に近いブルー)' 발간
1977	'베스트카(ベストカー)' 창간, '일본근대문학 대사전', '치바 데츠오(ちばてつや) 만화문고', '데즈카 오사무(手塚治虫) 만화 전집', '그랜드유니버스 코단샤 대박과사전' 간행, 코단샤(講談社) 만화상 창설
1978	'일본서적대감(日本書蹟大鑑)', '인류5의 지적유산' 등 간행, 뉴욕 주재사무소 설치
1979	창업 70주년 '노마 아프리카출판상' 창설 / 코단샤(講談社) 논픽션상 창설 '쇼와만요집(昭和萬葉集)', '이츠키 히로유키(五木寛之) 소설 전집' 발간
1980	'영매거진(ヤングマガジン)' 창간, '파랑새문고(青い鳥文庫)' 발간 'BE・LOVE' 창간, '세계 메르헨(世界のメルヘン)', '코인록커 베이비즈(コインロッカー・ベイビーズ)' 간행
1981	'with' 창간, '불새(火の鳥) 전기문고' 발간, '코믹봉봉(コミックボンボン)' 창간, '창가의 토토(窓ぎわのトットちゃん)' 간행, 노마 코레미치(野間朝道) 사장 취임
1982	'모닝(モーニング)' 창간, '코단샤(講談社) 노블스' 발간, '의과학 대사전(医科学大事典)' 간행
1983	'VIVI' 창간, '영문일본대백과사전', '새로운 사람이여, 자각하라(新しい人よ眼ざめよ)' 간행 'I★POCKET' 창간, / 도큐디즈니랜드 스폰서 참가, '미키 마우스 레뷰' 제공
1984	'Juliet' 창간, 만화 '아키라(アキラ)' 간행, 'FRIDAY' 창간
1985	'NHK 엄마와 함께(NHKのおかあさんといっしょ)' 창간, '소년소녀 일본문학관' 간행 코단샤(講談社) 엣세이상 창설 / 국제과학기술전람회에 '브레인하우스' 출전
1986	'에프터눈(アフタヌーン)' 창간, '일본역사문학관', '세계 국립공원' 간행 '아미오카 소우하치(山岡荘八)역사문고', '소년소녀세계문학관' 간행
1987	'MINE' 창간, 'X문고 틴즈 하트(X文庫ティンズハート)' 발간, 'BEST MOTORing' 창간, '20세기 전기록', '노르웨이의 숲' 간행 / 노마 사와코(野間佐和子) 사장 취임, '재단법인 국제문화포럼' 설립
1988	'코단샤 문예문고' 발간 / '코단샤 이야기 그림책관(講談社のおはなし繪本館)' 간행 극장판 애니메이션 '아키라(アキラ)' 공개
1989	창업 80주년 / '노마(野間)문예번역상' 창설 / '코단샤 대전람회' 개최 '쇼와(昭和)', '요시카와에이지(吉川英治) 역사시대 문고', '일본어대사전' 간행
1990	'디즈니팬(ディズニーファン)' 창간, '일본미술전집', '히라야마 이쿠오(平山郁夫) 전집, '원역 빨간머리 앤' 간행 '무라카미 하루키(村上春樹) 전작품' 간행
1991	'FRaU' 창간, 'X문고 화이트 하트(X文庫ホワイトハート)' 발간 '일본전사(日本全史)', '소년소녀 고전문학관', '호킹의 우주' 간행 '환경 신문지움' 개최

연도	내용
1992	'Kiss' 창간, '비장 일본미술대관(日本美術大觀)', '검사관(檢屍官)', '부손(蕪村) 전집' 간행
1993	FENEX 창간, '코단샤+α 문고' 발간, '신 대사전(新大字典)', '번즈 콜렉션', '영문일본대사전', '와이들 스완' 간행, 뉴욕 퍼블리싱 라이브러리에 '노마(野間) 룸' 개설
1994	'켄카(げんか)' 창간, '코단샤 성서 메티에(講義選書メチエ)', '코단샤 만화문고' 발간, '육필 우키요에 대관(肉筆浮世繪大觀)', '세계 전사(世界全史)', '킨다이치(金田一)소년의 사건부', '프레스트 검프' 간행
1995	'K하드', '세계 그림책' 발간 / '일본의 천연기념물', '초 공부법(超勉強法)' 간행
1996	'Grazia' 창간, '유네스코 세계유산', 'EQ 마음의 지능자수', '현대 사상의 모험자들' 간행 '군상(群像)' 창간 50주년 기념전 개최 / 도쿄디즈니랜드에 '툰타운' 제공 애니메이션 비디오 '공각기동대' 전미 비디오차트 1위 기록
1997	'디저트(デザート)' 창간, '치히로(ちひろ)미술관', '통과 세계모험문학', '소년녀', '실락원' 간행 'TOKYO 1주간' 창간, '코단샤 BOOK 구락부(講談社BOOK俱樂部)' 사이트 오픈 / '크로스워드in' 창간
1998	'VOCE' 창간, '인물 20세기', '오체불만족', '원본 이케나미 쇼타로(池波正太郎) 대성(大成)' 간행
1999	'KANSAI 1주간' 창간, 창업 90주년 '마징가Z' 창간, '신일본대세시기(新日本大歳時記)', '망명의 이지스' 간행 'Web시대' 창간, '전국방문 이야기대(おはなし隊)' 캐리번 개시, 'THE 디저트' 창간
2000	'워킹 매거진' 창간, '레드 데이터 애니멀즈', '일본의 역사', 'GO' 간행 '노마(野間)기념관' 개관, 신사옥 공사 완료
2001	'Web 1주간', '이브닝(イブニング)', 'Style', 'One more Kiss' 창간 '국보의 여행', '대안심(大安心)' 간행, 도쿄디즈니랜드에 '볼트 파라디조 워터 카니발' 제공
2002	'어른의 주말(おとなの週末)' 창간, '2002 FIFA 월드컵TM 공식가이드북' 간행
2003	'CLASSIC', 'HUGe' 창간, '백사순례(百寺巡礼)' 간행, 미국 랜덤하우스사와 포괄적 업무제휴
2004	'이나이어나이배(いないないばあっ!)', '파우스트(ファウスト)' 창간 '순 식재(旬の食材)', '일본의 집', 'DVD 쇼와일본', '중국의 역사', '에프터 다크' 간행
2005	'MouRa', '월간 소년 시리우스', 'GLAMOROUS', 'COURRIER Japon' 창간 DVD 신 실크로드', '하루살이(日暮らし)', '생협이 시라이시씨(生協の白石さん)', '마오(マオ)' 간행 코단샤(북경) 문화유한공사 설립, '오오에 겐자부로(大江健三郎)상' 창설 발표
2006	'KING' 창간 / '코단샤 BIZ', '코단샤 BOX', '코단샤 MOOK', '세오리(セオリ)', '홍망의 세계사', '21세기 불교로의 여행' 발간, '걸(ガール)', '40 날개 다시 한번(40 翼ふたたび)', '빨간 손가락(赤い指)', '일순의 바람이 되어(一瞬の風になれ)', '중원의 무지개(中原の虹)', 2006 FIFA월드컵 TM 공식가이드북 아시아판' 간행
2007	'주간 일본의 불상', '주간 쇼와(昭和)의 「철도모형」을 만들다' 창간 '아사테의 사람(アサテの人)', '침저어(沈底魚)', 'DDD', '도어(刀語)', '생물과 무생물과의 사이(生物と無生物のあいだ)', '너무 진화한 뇌(進化しすぎた脳)', '한번도 식민지가 된 적이 없는 일본(一度も植民地になつたことがない日本)', '하류지향' 간행 '전국방문 이야기대' 기쿠치 칸(菊池寛)상 수상
2008	'Kiss PLUS', '월간 소년 라이벌', '최신보존판 주간 세계 미술관' 창간 '유성의 인연', '불편한 직장(不機嫌な職場)' 간행, '이야기대(おはなし隊)' 방문 1만회 달성 코단샤USA, 코단샤USA퍼블리싱 설립

출처 : 코단샤 HP(www.kodansha.co.jp/about/history.html)

코단샤의 만화잡지는 주간 소년매거진 등 총 4개의 소년만화잡지와 모닝(주간) 등 4종의 남성만화잡지, 나카요시(월간) 등 3종의 소녀만화잡지, kiss(월간) 등 21종의 여성만화잡지를 내고 있으나, 비교적 아동만화보다는 청소년 및 일반인 대상의 만화가 인기를 모으고 있다.

과거 인기작품을 보아도 <타이거마스크>, <데빌맨>, <도전자 허리케인>, <거인의 별>, <하지메의 일보> 등 유아보다는 청소년 이상 대상의 인기가 많으며, <아키라>, <공각기동대> 등 해외에서 인기를 얻고 있는 작품 등을 연재했을 뿐만 아니라, 일반 셀러리맨들에게 인기를 모으고 있는 <시마 코사쿠> 시리즈를 통해 일반인 대상의 만화잡지가 더 인기를 모으고 있다.

표 3-3-19 코단샤(講談社) 발간 만화(학습)잡지 일람

대상	잡지명	발매일
소년	주간 소년매거진	매주 수요일
	월간 소년매거진	매월 6일
	코믹 붐붐	2007~휴간
	월간 소년라이벌	매월 첫 주 토요일
	월간 마징가Z	1999~2009 매월 26일 발간
	월간 소년시리우스	매월 26일
일반	주간 영매거진	매주 월요일
	모닝	매주 목요일
	이브닝	매월 2주·4주 화요일
	월간 에프터눈	매월 25일
소녀	나카요시	매월 3일
	별책 프렌드	매월 13일
	디저트	매월 24일
여성	Kiss	매월 10일·25일
	BE·LOVE	매월 1일·15일

출처 : 코단샤 사이트(<http://www.kodansha.co.jp>), 아마존재팬(<http://www.amazon.co.jp>)

■ 코단샤 관련회사

코단샤의 관련회사로는 킹레코드, 코단샤사이언티픽, 단가연구소 등 총 25개의 관련회사 및 3개의 재단법인을 두고 있으며, 이 중 해외 관련회사로는 2005년 중국에 설립한 코단샤(북경)문화유한공사를 비롯하여 KODANSHA USA, KODANSHA EUROPE 등 종합출판을 중심으로 한 회사가 5개사가 있다.

표 3-3-20 코단샤(講談社) 관련회사 및 재단 일람

회사명	특징
(주)코분샤(光文社)	일반 실용도서, 잡지, 만화, 문고 등 종합출판
킹레코드(주)	애니메이션, 음반 기획·유통
코단샤인터내셔널(주)	미술, 문학, 일본어학습서를 중심으로 한 영문서적출판사
(주)일간현대(日刊現代)	타블로이드 석간지 발행
(주)코단샤에듀트리얼	교육성 잡지 '크로스워드' 등 발간
(주)코단샤사이언티픽	자연과학서 편집 및 출판
(주)코단샤BC	코단샤 발행 출판물중 자동차 아웃도어관련 서적, 잡지 편집
(주)코단샤페이머스쿨즈	동화, 일러스트 등 미술관련 종합통신교육
(주)코단샤팔	초등학생 이하 어린이 대상 영어, 수학, 산수 등 지능교실 운영
(주)2&4모터링사	영상미디어나 콘텐츠 기획·제작
(주)단가연구소(短歌研究所)	'단가(短歌)' 관련 잡지 및 서적 발간
(주)코단샤코믹크리에이트	코단샤 발행 만화서적 정보 안내
(주)세이카이샤(星海社)	출판, 웹사이트 기획 및 제작, 이벤트사업
(주)코단샤로지킴	코단샤그룹 발간 서적 물류시스템 운영
(주)코단샤출판서비스센터	인재파견업무 및 자비출판 지원
토요쿠니인쇄(주)	출판관련 디자인·제작·제조·가공·발송 등 서비스 제공
(주)제일통신사	광고대리점 총괄 업무

회사명	특징
(주)제일통신사	광고대리점 총괄 업무
오토와건물(주)	임대주택, 부동산중개업무
제일지업(주)	종이제품 및 종이원료 판매, 사무용품 판매, 부동산임대업
(주)코단사휴먼네트워크	인재파견업무
코단사(북경)문화유한공사	코단사의 중국법인으로 출판관련 종합업무
KODANSHA USA, INC.	미국을 거점으로 2008년 설립, 북미 대상 코단사의 출판물 등 영어판 기획·제작 및 판매
KODANSHA USA PUBLISHING, LLC.	미국을 거점으로 2008년 설립, 북미 대상 코단사의 출판물 발간
KODANSHA AMERICA, LLC.	코단사가 출자한 현지법인
KODANSHA EUROPE LTD.	코단사 유럽법인
(재)노마(野間)문화재단	코단사 대표가 이사장으로 있는 재단으로 노마문예상 및 장학금 지원 등을 추진하는 문화진흥재단
(재)국제문화포럼	일본 국내외 초중고교생 대상으로 일본어 및 일본문화 이해 촉진 및 관련 사업 추진
(재)노마(野間)교육연구소	일본교육사, 사회교육, 교육심리, 유아교육에 관한 연구사업 추진

일본에서 가장 영향력 있는 출판사로서 성인을 위한 서적, 잡지 등을 출판해 오던 영향으로 미국의 유명출판그룹인 랜덤하우스와의 업무제휴를 통해 현지법인을 설립하여 종합출판사로서의 구미진출을 꾀하고 있다. 해외에서 많은 호평을 받은 <AKIRA> 와 <공각기동대> 등을 통하여 만화, 애니메이션 팬들로부터 코단사의 명성을 얻었으며, 일찍이 잡지 연재 외에 데즈카 오사무 전집 등 유명 작가의 단행본 전집 등을 발간하는 등 코단사만의 독자노선을 펼치기도 한다.

제3절 북미권

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 전망된다.

표 3-3-21 북미권 만화 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)

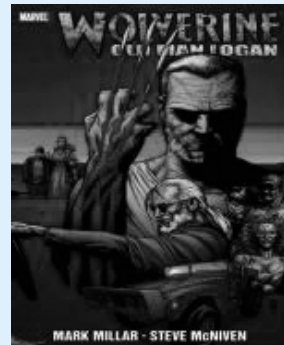
구분	국가	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
잡지	미국	942	892	897	884	854	835	823	819	821	827
	캐나다	45	45	45	41	40	38	38	38	38	38
	합계	987	937	942	925	893	873	860	856	859	865
잡지 - 디지털	미국	19	45	90	172	162	136	154	178	197	223
	캐나다	1	1	3	3	3	3	4	6	7	9
	합계	20	46	93	175	165	139	157	184	204	231
도서	미국	1,857	1,812	1,949	1,832	1,790	1,780	1,778	1,781	1,789	1,802
	캐나다	79	79	83	83	86	87	90	92	94	96
	합계	1,936	1,890	2,032	1,915	1,876	1,867	1,868	1,872	1,883	1,898
도서 - 디지털	미국	14	29	36	50	105	140	175	210	236	270
	캐나다	0	0	1	1	1	1	1	2	2	3
	합계	14	29	37	51	105	141	176	212	238	273
합계	미국	2,832	2,777	2,972	2,938	2,911	2,891	2,929	2,988	3,043	3,122
	캐나다	125	125	132	129	129	130	133	137	141	145
	합계	2,956	2,902	3,103	3,066	3,039	3,020	3,061	3,124	3,184	3,267

북미권의 만화시장을 상품에 따라 나누면 코믹스트립(Comic Strips; Comics)과 그래픽노블(Graphic Novel), 그리고 만가 시장으로 구분된다. 코믹스트립은 격주간 또는 월간으로 발행되는 회별 연재물 방식이며 대개 20~30쪽 분량으로, 2010년 9월 현재 \$2.99~\$3.99의 가격대를 형성하고 있다.

그림 3-3-4 마블코믹스 만화



어메이징 스파이더맨 129회(1973)

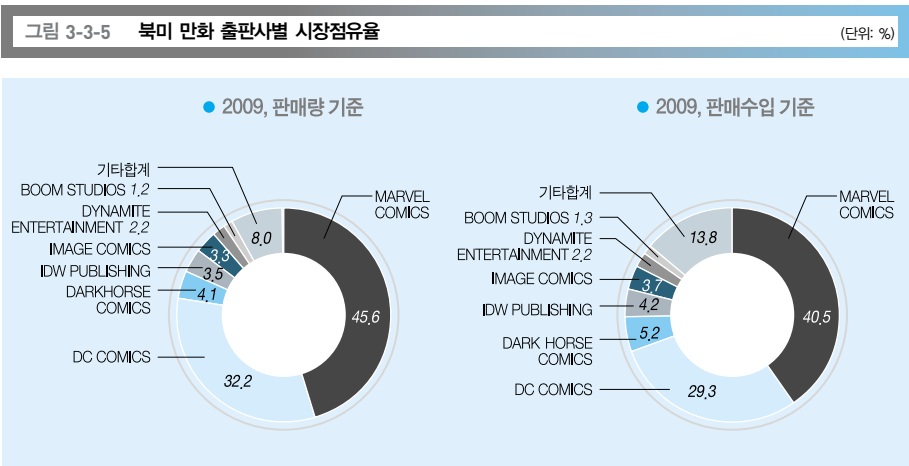


WOLVERINE OLD MAN LOGAN(2010)

Diamond Comic Distributors, Inc.에서 제공하는 2010년 9월 판매부수 100위에 드는 코믹스트립은 Marvel Comics 58종, DC Comics 37종으로 대부분을 양사가 점유하고 있으며 그 외에 Dynamite Entertainment 2종, Dark Horse Comics, Image Comics, IDW Publishing가 각각 1종씩을 포함시키고 있다.

그래픽 노블은 코믹스트립을 묶어 내거나 처음부터 단행본으로 출간되는(오리지널 그래픽 노블) 만화책을 일컫는다. 2010년 9월 판매부수 100위 안에 드는 그래픽 노블 목록을 살펴보면, 역시 Marvel Comics와 DC Comics가 각각 24종, 21종으로 1, 2 위이기는 하나, Dark Horse Comics(18종)와 Image Comics(17종)를 포함하여 4 강 체제를 구축하고 있는 것으로 보여지며 판매량 100위 안에 드는 단행본을 내고 있는 출판사가 16개에 달해 코믹스트립 시장에 비하여 많은 수의 출판사가 경쟁하고 있다. 또한 단가는 \$5.99~\$59.99의 범위로 비교적 폭넓게 분포하고 있다. 그래픽 노블은 신문가판대보다는 전문만화서점 또는 일반 서점에서 판매되는 경우가 많다.

코믹스트립, 그래픽노블, 잡지를 통틀어 볼 때, 출판사별 점유율로는 단연 Marvel Comics가 선두주자이다. 다이아몬드 통계에 의하면, 2009년 Marvel Comics는 판매량 기준 45.6%, 판매수입 기준 40.5%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 DC Comics가 판매량 32.2%, 판매수입 29.3%를 차지하여 지난해와 순위 및 점유율에 큰 변동이 없는 것으로 나타났다. 가장 인기 있는 작품들은 슈퍼히어로물이며, 베스트 셀러의 경우 약 20만부의 판매고를 기록했다.



전문 판매망의 배급은 거의 Diamond Comic Distributors, Inc.의 독점 체제라 할 수 있다. 단, 직판 시장의 경우는 다이아몬드가 사실상 독점에 가깝게 유통을 쥐고 있고 정기적으로 판매 현황을 집계하여 공개하고 있으나 여기에 포함되지 않는 대형서점 판매분이 있으므로 시장규모 전체를 산출하기 위해서는 다이아몬드 수치에 일정 비율을 곱한 추정치를 활용 한다.

캐나다의 만화책 시장은 2차대전 시기 미국 만화 배급이 금지되어 있던 시기에 황금기를 갖기는 하였으나 6·70년대 이후 미국 만화 시장에 거의 흡수되었다 해도 과언이 아니다. Drawn & Quarterly를 비롯하여 일부 자생적인 인디펜던트 만화 시장이

존재하나 그 규모가 크지 않다.

다이아몬드의 발표만으로 집계할 때 2009년 북미 만화시장 규모는 약 4억2800만 달러이며, 그 중 18.1%에 해당하는 7,765만 달러가 그래픽 노블(망가 제외) 시장이다. 코믹스트립 시장은 전년에 비해 약 2%가 감소하여 큰 변동이 없으나 그래픽노블은 약 15%가 감소하여, 전체적으로 약 5%의 시장 감소가 있었던 것으로 추정된다. C2E2 컨벤션(시카고)에서 발표된 ICv2 백서 내용에 따르면, 북미 코믹스트립 및 그래픽 노블(망가 포함) 시장은 각각 3%와 6% 줄어든 것으로 추정되었으며 두 시장을 합한 규모는 2008년 7억 1500만 달러에서 약 5%가 축소된 6억 8,000만 달러인 것으로 나타났다. 전반적으로 북미 경제 불황이 만화시장에도 영향을 미친 것은 부인할 수 없을 것이다. 그러나 다른 인접 산업에 비해 불황의 영향을 적게 받은 것 또한 사실이다.¹⁰⁾ 또한 전반적인 경기 불황을 고려할 때 시장의 축소보다는 오히려 코믹스트립 시장의 유지가 더욱 특징적이며 이는 미국 소비자 시장에서 코믹스트립이 “출판물로 소비되기보다 팬문화에 가깝게 받아들여지고 있음”을 보여준다. 다른 한편 판매단가 상승 또한 시장 감소 폭을 줄여 준 것으로 평가된다. 코믹스트립의 권당 가격은 2008년 4/4분기 3.35달러에서 2009년 4/4분기 3.51달러로 상승하였다.¹¹⁾

만화전문서점에서의 그래픽 노블 판매량 축소에 가장 큰 영향을 미친 작품은 〈Watchmen〉¹²⁾이다. 영화 개봉 즈음의 몇 달간 이례적으로 백만부 이상이 판매되었으나 그 후 급격히 판매량이 줄어들어 2008년 말 만화전문서점 그래픽 노블 시장이 전반적인 트렌드에 비하여 높게 나타난 것이다.

세부 부문별로는 망가 부문이 20% 이상 감소하여 감소 폭이 가장 크며, 아동/청소년물(Kids and YA-related graphic novel)은 오히려 50% 증가하였고, 오리지널 미국 그래픽 노블은 큰 변동이 없었던 것으로 분석된다.

ICv2는 ① Disney의 Marvel Comics 합병, ② DC Entertainment 확장 출범, ③ 불경기에 의한 대형서점 반품으로 그래픽 노블 전문 출판사 타격, ④ 디지털 만화 급부상, ⑤ Watchmen 영화화로 만화기반 콘텐츠 산업 새로운 전기 마련, ⑥ 고단샤 미국 시장 직접 진출, ⑦ Diamond Distribution의 도매 최저한도 부수 상향 조정, ⑧ 대형 출판사와 주요 고전 캐릭터 창작자간 저작권 분쟁 격화, ⑨ 에로만화책 소지의 미성년 보호법 위반 여부에 관한 법적 논쟁, ⑩ Twilight 시리즈의 만화화¹³⁾의 열 가치를 2009년 미국만화 10대 뉴스로 발표했다.

10) ICv2, “Comics and Graphic Novel Sales Down in 2009”(2010.4.16)는 전년도에 비해 18% 시장 축소를 경험한 라이선스 캐릭터 상품 시장과 비교하고 있다. 그러나 출판시장 전반의 시장 축소는 3%로, 이에 비하면 만화시장이 더 큰 영향을 받았다는 점도 동시에 지적한다.

11) 판매량에 따른 가중치 적용

12) 〈Watchmen〉은 그래픽 노블 중 유일하게 타임지 선정 ‘1923년 이후 발간된 100대 소설 베스트’에 포함되었으며, 휴고상을 받은 유일한 그래픽 노블이기도 하다.

13) 작가가 한국인 김영으로 알려진 점도 주목할 만하다.

2010년에는 북미 만화 시장의 회복이 예상된다. 2010년 전반기에 이미 40만부 이상 판매된 작품 2종이 나타났으며(《Twilight》(스테파니 마이어 원작 소설의 만가 버전)과 《Captain Underpants》), Kick-Ass, The Loser, Iron Man 2 등 만화 원작의 영화 개봉 역시 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대된다.

미국에서 온라인 만화 서비스가 본격적으로 시작된 것은 2007년 Marvel Comics와 DC Comics의 온라인 서비스가 시작되면서부터라 할 수 있다. Marvel의 월 이용료는 9.99달러, 연간 이용료는 59.88달러이다. 한국 만화를 소개하고 있는 넷코믹스(netcomics.com)도 2006년 말 설립되어 현재까지 운영되고 있고, 서비스 비용은 chapter당 0.25달러(48시간)다.

현재 가장 이슈가 되는 디지털 시장은 전자책 단말기 시장, 스마트폰 및 iPad 시장으로 2010년에는 아이패드의 영향으로 디지털 시장의 기하급수적 성장을 목도하게 될 것으로 예상된다. 이에 맞춰 2010년에는 Marvel Comics(4월), DC Comics(6월) 등이 iPad 어플리케이션을 런칭했다.

뉴욕 Comic Con 만화와 디지털 컨퍼런스에서 ICv2 창립자인 Milton Griep은 iTunes, PSP, Kindle, Android, 그 밖의 웹 판매망 등을 통한 매출을 추정하여 2010년 북미 디지털 만화 다운로드 시장이 6백만~8백만 달러라고 발표하였는데, 이는 2009년 50만~1백만 달러로 추정되었던 것에 비하여 10배 가까운 폭발적인 성장을 의미한다.

그림 3-3-6 Apple의 iPad 출시



Apple의 iPad



Marvel Comics의 iPad 애플리케이션

제4절 유럽

2009년 유럽의 만화시장 규모는 46억 5천만 달러로 나타났으며 2014년까지 49억 7천만 달러까지 성장할 것으로 전망된다. 그중 가장 큰 비중을 차지하는 국가는 독일(9억5천3백만)로 나타났고 그 다음으로 프랑스(9억5천1백만), 이탈리아(6억6천5백만), 영국(6억2천9백만), 스페인(2억7천7백만) 순으로 나타났다.

표 3-3-22 유럽 만화 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)

구분	국가	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
잡지	영국	303	293	306	288	283	281	280	281	284	286
	독일	345	339	338	332	319	313	313	314	316	318
	프랑스	452	464	471	466	449	441	435	436	437	440
	스페인	67	68	70	68	64	62	61	60	61	62
	이탈리아	374	370	362	346	325	310	303	302	300	300
	총계	2,017	2,021	2,046	1,996	1,914	1,868	1,852	1,857	1,869	1,887
잡지 - 디지털	영국	8	19	26	32	26	22	30	40	47	56
	독일	5	11	17	23	19	17	24	34	43	52
	프랑스	6	15	23	32	27	24	34	47	59	72
	스페인	1	2	4	5	4	3	5	7	8	10
	이탈리아	5	13	18	24	18	17	23	33	41	49
	총계	27	66	96	124	104	91	127	176	218	266
도서	영국	322	331	347	325	319	317	318	319	323	327
	독일	516	525	549	564	616	626	641	659	679	701
	프랑스	478	464	514	497	475	463	466	472	482	494
	스페인	217	223	224	219	209	203	204	206	210	214
	이탈리아	321	321	323	322	321	322	323	325	328	332
	총계	2,545	2,562	2,704	2,671	2,631	2,615	2,640	2,680	2,735	2,798
도서 - 디지털	영국	0	0	1	1	2	2	2	5	7	10
	독일	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	프랑스	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	스페인	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	이탈리아	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	총계	0	0	1	3	4	4	7	12	18	24
합계	영국	632	643	679	645	629	622	631	645	661	679
	독일	866	876	904	918	953	955	978	1,008	1,038	1,072
	프랑스	936	944	1,009	995	951	928	935	956	978	1,006
	스페인	285	293	297	291	277	268	269	272	278	286
	이탈리아	700	703	703	692	665	648	650	660	669	681
	총계	4,588	4,648	4,846	4,794	4,653	4,578	4,626	4,726	4,839	4,975

1. 프랑스어권 만화시장

프랑스 만화시장은 델꾸르, 미디어파르티시파시옹(다르고, 뒤피, 롬바르가 계열사임), MC 프로덕션, 플라마리옹그룹, 글레나그룹 등 20개 정도의 대형 출판사가 전체 출판부수의 3/4, 판매량의 80% 이상을 차지한다.

대부분의 권역, 국가에서 미국과 일본만화가 주류 시장을 점유하고 있는 데 반하여, 비교적 프랑스어권 시장은 자국 만화를 굳건히 지키고 있는 편이라 할 수 있다. 또한 프랑스 만화 시장 전체로 보아도 14년째 연속 성장 추세다. 프랑스 만화 시장은 강력하고 방대하며 지난 14년간 해마다 끊임없는 성장을 해왔다. 2009년은 성장이 다소 둔화되었던 침체적인 해였지만, 총 4,863종(코믹비평저널 연합회, '질 레티어(Gilles Ratier)'의 연간 조사에 따르면, 3,599개의 새로운 타이틀로 892개의 재 인쇄판, 297개의 화보, 75권의 만화 관련 책 발간)이 출판되었고, 2008년 대비 2.4% 성장했다. 2009년에 신간 출간은 전년 대비 4% 감소하였으나, 시리즈를 하나로 모아 재출간하는 인터그랄(integrals)은 낮은 재판 비용으로 2009년은 전년도보다 9% 이상 성장하였다. 인터그랄 140종 중 40종은 나루토(Naruto) 시리즈였는데 첫 인쇄에서 5만 카피 이상을 기록했다. 50번째 기념판 아스테릭스(Asterix)도 2009년에 출간되었다.

그러나 지난 1999년부터 매년 7월에 파리 일본 박람회(Japan Expo)가 개최되고, 2009년부터는 마르세유에서도 일본 박람회가 개최되고 있는 등 일본의 만화, 애니메이션, J-Pop 등 다양한 일본 문화를 소개하는 장을 통해 일본의 물결이 거세지고 있다.

이러한 현상에 대해서 일부 전문가들은 지난 세대들이 <틴틴>이나 <아스테릭스> 등의 프랑스-벨기에 전통의 만화를 읽으면서 자란 데에 반해, 전 세대와 문화적으로 변별적인 입장을 찾고자 하며 유럽만화의 엘리트주의를 기피하는 신세대들이 일본만화에 대거 몰입하기 시작하였다는 분석을 제시하고 있다.

이러한 배경 하에서 또 한 가지 원인으로 프랑스어권 만화는 소일과 재미를 위한 것 이라기보다는 예술성과 문화성이 상당히 중시되어 왔고 이에 따라 가격 또한 고가에서 형성되었으나 일본 만화는 낮은 가격대로서 상업적 성공을 거둘 수 있는 조건을 갖추고 있었다는 점을 들 수 있다.

2008년 일본만화 판매부수는 1,500만 부, 2000년~2005년 일본만화 판매 증가율은 150%에 이른다. 일본만화는 이제 프랑스 내 아시아만화 시장의 약 80%, 프랑스 만화 시장의 약 40%를 점유하게 되었다. 한국 만화도 2003년 앙굴렘 국제만화페스티벌의 '한국만화 특별전'을 기점으로 급성장하여¹⁴⁾, 2006년의 경우 259종의 만화가 진출했고 2006년 프랑스 내 아시아 만화 시장의 약 18%를 차지했다.

14) 2003년 도깨비라는 만화사가 프랑스어권 나라에서 한국만화를 본격적으로 출간하기 시작했으며, 그 후 프랑스어권은 유럽에서 가장 큰 한국 만화 시장이 되었다.

표 3-3-23 프랑스 만화 시장에서의 한국 만화 신간 발행 추이

(단위: 권)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
만화 신간 전체 발행 총수	1,292	1,484	1,730	2,120	2,701	3,195	3,312
번역물 신간 발행 총수	433	586	767	1,020	1,470	1,799	1,787
아시아 만화 신간 발행 총수	269	377	521	754	1,142	1,418	1,371
한국 만화 신간 발행 총수	자료 없음	자료 없음	자료 없음	137	195	259	130

출처: 이화인문과학원, 2009

한편, 다른 주요국들에서와 마찬가지로 프랑스 만화 출판사들의 디지털 만화에 대한 관심 또한 최근 급격히 늘고 있다. 2009년 2월 거대 출판사 그룹인 Media Participations은 비디오게임 등을 만드는 회사인 아누만 인터랙티브를 인수하여 BDtouch.fr라는 회사를 만들어 자사 출판 만화를 아이폰과 아이팟 터치용으로 판매하고 있다. 여기서는 이미 발간된 만화의 1,2권을 위주로 서비스하고 있으며, 만화뿐 아니라 해당 작가에 대한 정보, 관련 일러스트 등을 함께 서비스한다. 기출간 만화의 경우 2.39유로, 신간은 4.99유로다.

아브 코믹스는 2008년부터 휴대폰에서 만화 서비스를 시작하였으며, 2009년 10월 말까지 보유한 타이틀 수가 100개 정도인데, 현재 그 두 배 이상으로 추정된다. 가격은 권당 0.79~5.49유로이며, 대부분은 4.99유로이다.

2009년 9월부터 만화가 루이스 트롱다임과 함께 블러드지(Bludzee)라는 휴대폰 전용 만화를 서비스하기 시작했다. 블러드지는 1년 동안 매일 6컷짜리 한 회씩 연재된다. 블러드지는 구매 고객에게 크로키나 바탕화면 등을 무료로 제공하며, 애플스토어와 블러드지 사이트에서 판매되는데, 한 달에 0.79유로, 1년에 8유로이며, 19개국 언어로 서비스되고 있다. 그 외에 컴퓨터용 디지털 만화를 주로 서비스하는 Digibidi 등이 있다.

벨기에에서도 프랑스에서처럼 만화의 가치가 높게 평가되고 또한 대중성도 높은 편이다. 인기 만화는 극장용 및 방송용 애니메이션으로 제작되는 일도 많다.¹⁵⁾ 최근에는 Willy & Wanda를 기초로 한 3D 애니메이션 Les Diables du Texas(텍사스의 악인)가 영화관에서 상영되었다. Sony Pictures와 Columbia Pictures가 Smurfs 3D 장편영화로 제작중이며 2011년에 개봉 예정인데, 이 영향으로 국내 CF에 등장하기도 했다. Smurfs 저작권을 관리하고 있는 IMPS S.A(International Merchandising, Promotion & Services)와 LAFIG Belgium은 지역별로 머천다이징 라이선스 양도 계약을 맺었는데, 장편영화 개봉과 동시에 시행될 영화 인물의 캐릭터 라이선스는 세계 시장을 아우르는 유력한 업체를 선정할 방침이라고 한다.

15) Tintin, Lucky Luke, Gaston Lagaffe, Smurfs, Marsupilami, Musti, Asterix, Quick et Flucke, Bill et Boule 등이 애니메이션으로 제작되었다.

또한 Tintin, Smurfs, Asterix, Marsupilami, Spirou 등 대표적인 애니메이션은 캐릭터 제품으로 활용되기도 한다.¹⁶⁾ 그러나 캐릭터 상품을 제작, 판매하는 회사는 프랑스나 독일 소재 기업인 경우가 대부분이다.

벨기에의 대표 작가로는 Hergé(Tintin), Franquin(Gaston Lagaffe), Peyo(Smurfs), Morris(Lucky Luke), Jean Robe(Boule & Bill), Willy Vandersteen(Willy & Wanda), Uderzo(Asterix) 등이 있다.

2009년은 벨기에에서 만화가 탄생한지 100년이 되는 해로, 이 해를 “브뤼셀 만화의 해(Brussels 2009 BD Comics Strip)”로 지정하고 다양한 이벤트를 개최하였다.

2009년 5월에는 브뤼셀의 만화책 전문점 Ninecity 내에 Museum of Original Figurines도 개관하였다. 또한 TinTin 저작권을 관리하는 Moulinesart S.A는 17백만 유로를 투자하여 Louvain-La-Neuve에 3,600m² 규모의 Tintin 박물관을 설립, 2009년 5월에 개관하였다.

2. 독일어권 만화시장

프랑스어권에 비하면 독일어권 만화시장은 그리 견고하지 못하며 일본 만화 수입 역사도 길지 않지만 그 잠식은 심한 편이라 할 수 있다. 독일의 3대 대형 만화 출판사 중 하나가 바로 독일 도쿄팝, 또 하나가 EMA(Egmond Manga and Anime)라는 점에서도 일본 만화의 위상을 알 수 있다. 다른 한 출판사는 Carlsen으로 <에반게리온>, <드래곤볼> 등 주력 콘텐츠는 역시 일본 만화다. 일본 만화 붐이 일기 시작한 것은 1990년대로 그 이전까지는 미국 만화를 중심으로 수입되었던 Comics와 프랑스어권 만화 번역 출간이 대부분이었던 A4 사이즈 하드커버 만화책인 ‘앨범’으로 시장이 두 가지 흐름이었다.

독일에서도 전자책이 점차 늘어나고 있으며 2007년에는 독일도서거래협회의 주도 하에 대규모 텍스트-데이터뱅크인 리브레카(Libreka!)가 만들어졌다. 리브레카에서는 1,326개 출판사의 313,544종의 도서, 5천만 페이지 검색이 가능하며, 31,816종의 전자책을 판매하고 있다.

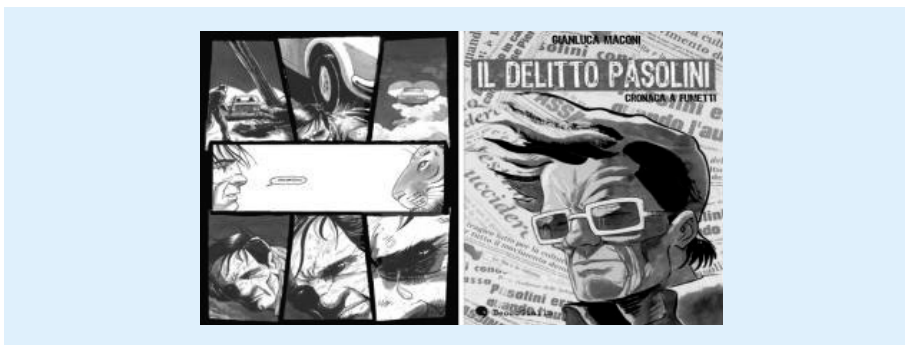
3. 기타 유럽 만화시장

이탈리아의 경우 2009년 만화책 판매가 15% 감소하였다고 보고되고 있다. 보넬리 출판사의 매출은 약 15년 전부터 3~6%씩 꾸준히 감소하였다. 만화책 독자층 감소는

16) 지금까지 전 세계에 걸쳐 판매된 Smurfs 인형은 3억 개, 만화책은 2,000만 권에 달하며, 애니메이션은 25개국어로 번역되었다고 보고된다.

현 경제위기와의 관련보다는 세대교체와 기술발전 등 더 구조적인 차원의 문제여서 이탈리아 만화업계는 긴장감을 감추지 못하고 있다고 한다. 즉, 비디오게임, iPod 등의 영향이 만화 독자를 축소시키고 있다는 것이다.

그림 3-3-7 Gianluca Maconi 의 “Il delitto Pasolini (Pasolini’s murder)”(Becco Giallo, 2008)



반면에 스페인은 자국 만화가 다시 부흥할 조짐을 보이고 있다. 특히 성인을 대상으로 하는 작품성 있는 만화 출판이 활기를 띠고 있는데, 이러한 경향이 시장 규모에 유의미한 영향을 미칠 것인지가 관건이다.

제 5절 중국

1980년대 중반부터 새로운 시리즈가 거의 출간되지 않으면서 정체되었던 만화 시장이 2000년대 들어 다시 부흥하고 있다. 이는 경제적인 급속한 발전뿐 아니라 정책적인 지원과도 관련이 있는 것으로 보여 진다. 광저우, 상하이, 베이징, 충칭 등에서 특히 만화산업 육성을 중시하고 있으며 약 40개의 만화지지가 조성되었다.

대표적인 출판사로 중국 연재만화 부문에서 선두를 달린다고 알려져 있는 上海人民美術出版社를 들 수 있는데, 가장 인기 있는 작품은 삼국지연의를 각색한 것으로 총 1억 부 이상 판매되었으며, “전통문화의 고전들”과 “붉은 문화의 고전들”이라는 전집물을 출간하고 있다.

〈動漫壹周〉(Animation & Comic Weekly, 2009.12.14.)에 의하면 중국 만화잡지 시장은 잡지시장의 9.88%를 차지하며, 10대 만화잡지는 〈漫友〉, 〈幽默大師〉, 〈漫畫世界〉, 〈米老鼠〉, 〈小公主〉, 〈新蕾〉, 〈知音漫客〉, 〈漫畫派對〉, 〈吉美漫畫〉, 〈烏龍院〉

(점유율 순위) 등이며, 가격은 5~10위안이다. 2009년에는 신생 만화잡지 〈漫畫 Show〉가 출간되었고, 800만부 이상이 판매되었다.

중국의 주요 온라인 서점으로는 Dangdang, Joyo (2004년 아마존에 매각되었음)와 Bertelsmann의 자회사인 B.O.L. 3개가 있으며, 현재 온라인 서점을 통한 유통은 대중도서 판매의 2% 그리고 중국 도서 유통 시장의 1% 미만을 차지하는 데 불과하지만 점차 확대되고 있다.

저작권 침해 문제가 만화산업 발전을 저해하는 가장 큰 요인으로 대두되고 있으며, 이에 따라 창작에서 소비에 이르는 전 과정에서 저작권 체계 강화 대책이 수립되고 있다.



CARTOON
INDUSTRY WHITE PAPER