

2012 만화산업백서 요약

□ 2011년 및 2012년 상반기 만화산업의 주요 동향과 이슈

1. 만화 글로벌화를 위한 성과와 후속 방향

- 국내·외에서 활동하는 작가들의 창작기반을 지원하고 작품생산과 소비가 유지될 수 있도록 관리할 필요가 있으며, 동남아에서 소비할 수 있는 콘텐츠의 개발을 통해 신규 시장 확장전략을 시도해야 함.
- 창작된 작품의 권리수준과 계약조건에 초점을 둔 해외시장 진출 전략이 필요하며, 국내와 해외의 일원화된 프로모션을 통해 국제적 영업망을 확보하고 각 권역별 시장 성향과 규모에 적합한 투자를 유치해야 함.
- 학습만화에 대한 요구가 높은 동남아 시장과 일본시장으로의 진입을 활성화해야 하며, 문예성 강한 작가주의 만화의 수출비중이 높은 유럽시장의 경험을 바탕으로 미국시장 진출을 타진해 보는 전략도 필요함.
- 점진적으로 늘어나고 있는 웹툰 유통을 잘 관리하고 스토리텔링 콘텐츠로 소비되고 있는 웹툰의 해외시장 진출 전략에 대해 포괄적으로 검토하는 등, 세계시장 진출에 대한 전략적 접근이 필요함.

2. 만화 제작환경의 변화와 디지털만화 창작 경향

- 안정화된 웹툰은 창작만화 시장을 이끌어 가고 있으며, 세로 스크롤 방식 등 고유의 창작 관습이 누적되어 형식과 개념이 점차 정립되고 있음.
- 웹툰에서는 컷의 그림이 하나씩 제시되기 때문에 출판만화에 비해 칸 연출의 비중이 상대적으로 낮은 반면, 각각의 컷에 대한 집중이 쉽다는 특징을 보임.
- 웹툰은 영화, 드라마, 게임 등 다양한 미디어에서 원천 콘텐츠로 활용되고 있고, 이용자들도 10대부터 30대까지 아우르며 저변이 확대되고 있음.
- 공공기관, 기업 등에서 브랜드 홍보와 캠페인으로 웹툰을 활용하고 있으며, 웹툰 속의 등장인물을 모델로 발탁하여 마케팅에 활용하기도 함.
- 모바일과 스마트기기 애플리케이션 시장은 만화시장에 새로운 기회를 공간으로 자리잡고 있으며, 새로운 인터페이스에 적합한 만화 창작과 연구가 이루어질 필요가 있음.

3. 만화산업에서 기획·개발 전문 스튜디오의 등장과 그 성과

- 2000년 이후 만화생태계가 복잡해지고 내부 행위자들이 다양해지면서 기획·창작 스튜디오가 등장하기 시작하였음.
- 학습만화의 창작환경에서 주목할 현상은 전문 기획자가 존재한다는 것인데 이들의 주된 역할은 학습 요소와 소재의 선정, 전체 시리즈의 기획, 글 작가와 그림 작가를 연계하는 팀 구성, 프로젝트의 진행 등임.

- 웹툰의 창작은 대부분 개인 단위에서 이루어지고 있으나 원고료 책정의 어려움을 해소하고 창작과 제작에 집중할 수 있는 여건을 마련할 수 있는 에이전시의 필요성이 점차 확대되고 있음.

4. 서점용 단행본 중심으로 변화한 출판만화

- 2012년 영화 <어벤져스>와 <다크나이트 라이즈>의 흥행이 성공하면서 원작 출판만화의 판매도 증가했으며, 서점 중앙 판매대에 만화가 배치되는 현상도 나타남.
- 한국만화에서 출판만화잡지에 연재한 후 단행본을 출간하는 방식은 거의 사라졌으며, 웹툰 등 무료서비스 만화를 단행본으로 제작하는 방식이 자리잡고 있음.
- 대원CI, 학산문화사, 서울문화사 주요3사는 서점용 프리미엄 브랜드를 별도로 만들어 출간하기 시작했고, 더불어 잡지연재를 거치지 않고 독자들이 서점에서 직접 선택하는 방식으로 다양한 만화를 접할 수 있는 시장이 마련됨.
- 만화책은 가격에 대한 저항이 크기 때문에 낮은 가격 정책을 고수해 왔으나, 최근 프리미엄 브랜드, 애장판, 완전판 등 마케팅 비용 집행이 필요한 출판물에서 가격이 인상되는 경향을 보이고 있음.

5. 어린이만화 제작, 출판 현황

- 어린이만화에서는 과학, 영어, 한자, 역사 등 다양한 학습콘텐츠를 기반으로 한 학습만화가 큰 비중을 차지하고 있음.
- 콘텐츠산업통계에서 어린이·학습만화가 차지하는 비중은 2009년 68.1%, 2010년 70.2%, 2011년 70.8%를 기록하며 증가하는 추세에 있음.
- <마법천자문>은 본편의 성과에 힘입어 체계적인 OSMU 전략을 수립하여 2012년 현재 37개사 40여 종에 이르는 라이선싱을 진행하고 있으며, 이는 어린이만화 시장의 가능성을 보여주고 있음.

6. 라이트노벨 시장의 현황

- 한국에서 출판되는 라이트노벨(만화소설)은 아직 일본의 라이트노벨을 번역한 것이 많고 형식도 일본과 유사함.
- 라이트노벨 출판사는 유통경로에서 대여점을 배제했기 때문에 독자들은 서점에서 작품을 직접 구매하는 방식으로 소비하면서 콘텐츠의 선순환 구조가 정착되었고, 이를 통해 라이트노벨 시장은 성장 잠재력이 높은 것으로 평가되고 있음.
- 전자책이 대두함에 따라 새로운 독서방식을 고려한 수요 예측의 필요성이 커지고 있으며, 이러한 현상에 대한 섬세한 전략이 요구됨.

7. 잡지 출판사의 성과와 발전 가능성 모색

- 2012년 이전의 만화 잡지들은 시장 환경 타개와 현상 유지를 위해 웹공간으로 전면 이전하거나, 온라인과 오프라인에서 병행 공개를 시도하는 등 디지털 환경에 적응하려는 모습을 보여줌.

- 잡지 출판사들은 만화의 게임, 영상화 등 다매체 전략을 통해 활로를 모색하고 있으며, 소셜 이벤트한 소비자의 자발적 참여와 확산을 모색하는 등 다양한 실험을 하고 있음.
- 종이 잡지의 부흥이라는 단순한 차원을 넘어 만화 콘텐츠 전반에서 다양한 콘텐츠를 역동적으로 프로듀싱할 수 있는 역량을 갖춘 만화 잡지의 강점을 적극적으로 활용할 필요가 있음.

8. 만화 원작의 미디어 이식 현황

- 인기 있던 만화 원작이 드라마, 영화, 뮤지컬 등으로 각색되어 성공을 거두고 있으며, 만화 콘텐츠는 미디어산업에서 핵심적인 콘텐츠로 자리를 잡음.
- ‘재미있는 만화’의 2차 사업화 가능성이 높아지고 있으며, 한국만화의 판권 수출, 케이블 채널에서의 드라마 편성 증대 등 원작콘텐츠로서 만화의 가능성이 확대되는 추세임.

9. 만화 유통관련 현황과 변화

- 만화의 유통은 출판 유통, 디지털 유통, 대안 유통으로 구분할 수 있으며, 일반적으로 출판 유통과 디지털 유통에 집중되어 있음.
- 중소규모 서점의 감소가 장르만화의 유통 붕괴로 연결되면서 오프라인 서점에서의 매출이 급감한 반면, 인터넷 서점, 마트, 오픈마켓 등의 할인의존형 시장이 새로운 유통 창구로 자리잡음.
- 스마트폰, 태블릿 같은 휴대용 기기의 확산으로 관련 시장을 선점하려는 노력이 이루어지고 있으나 디지털 출판의 표준 포맷이 확정되지 못하면서 아직 확고한 시장 지배력을 확보한 행위자는 등장하지 않은 상황임.

10. 동인만화 시장의 현황과 의미

- 동인만화시장은 상업적인 만화출판에 비해 디지털 포맷에 호의적이고 적극적임.
- 동인만화시장은 프로작가로 데뷔할 잠재적 창작자 풀로 작용하기 때문에, 출판사와 상업 제작사의 실무담당자들은 지속적으로 동인만화 관련 이벤트를 관찰하면서 신인작가를 발굴하거나 새로운 기획을 위한 참고자료로 삼고 있음.

□ 2012 디지털만화 현황

1. 미국 디지털만화 주요 이슈

- 미국 디지털만화는 주로 싱글타이틀 만화 앱을 통해 다양한 만화를 배급하고 있으며, 움직임, 소리 등을 삽입하는 형식의 실험적인 독립만화가 유통되고 있음.
- 미국 만화시장에서는 현재 킨들, 누크, 아이북스를 통해 소비할 수 있는 그래픽 노블 포맷을 도입한 콘텐츠가 유통되고 있으나, 아직 디지털만화 유통에서 주력 채널로 활용되지는 못하고 있음.

2. 일본 디지털만화 주요 이슈

- 일본 디지털만화는 피쳐폰에서 스마트폰으로의 전환이 늦어지면서 디지털 만화시장의 성장이 지연되고 있음.
- 일본 만화시장은 기존의 콘텐츠가 풍부한 장점을 바탕으로 새로운 플랫폼에 기반하는 디지털 만화시장도 안정적인 성장세를 보일 것으로 전망됨.

3. 한국 디지털만화 주요 이슈

- 스마트폰과 모바일기기에 대한 수요와 보급이 증가하면서 클라우드 서비스화된 디지털만화 서비스 환경으로 변화하고 있음.
- 주요 출판사의 경우 만화 잡지를 앱 형태로 전환하고 있으며, 전자책과 앱북 형식의 만화 서비스가 확대되고 있음.

□ 국내 만화산업

1. 국내 만화산업 동향

- 2011년 435개 사업체 대상 설문조사 결과, 국내 만화산업의 업체 수는 8,709개이며, 총 매출액은 7,516억 원, 종사자는 1만 358명, 만화산업의 수출액과 수입액은 각각 1,721만 달러, 396.8만 달러로 조사되었음.

<국내 만화산업 개요>

구분	업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치 (백만원)	부가가치율 (%)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)
2011년	8,709	10,358	751,691	307,558	40.92	17,213	3,968
전년 대비 증감률(%)	▽9.6	▽3.9	1.3	3.3	0.81	111.1	▽24.9

- 2011년 가장 많은 수출이 이루어진 지역은 일본으로 수출액은 약 663만 달러(38.6%)이며, 가장 많은 수입이 이루어진 지역 또한 일본으로 수입액은 약 362만 달러(91.3%)임.

<2011년 만화산업 수출입 현황>

(단위: 천달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	총계
수출액(%)	662(3.8)	6,639(38.6)	2,643(15.3)	1,766(10.3)	5,457(31.3)	46(0.3)	17,213
수입액(%)	66(1.7)	3,623(91.3)	-	211(5.3)	68(1.7)	-	3,968

- 2011년 국내 만화 콘텐츠 제작 관련 총 지출비용은 736억원으로 전년 대비 2.6%p 증가하였고, 이중 로열티 지출 부분이 66억으로 전년대비 5.4%로 가장 크게 증가함.

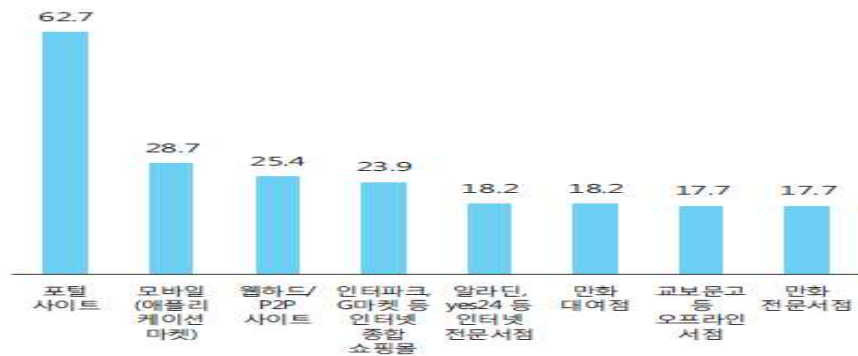
2. 만화 소비자 실태조사

- 만 15세~49세 전 국민 중 2011년 만화 관련 상품 구입 및 이용 경험자를 대상으로 표본 추출(4,800명) 하여 만화 관련 소비 실태를 조사함.

- 국내 만화 소비자들의 2011년 1회 평균 만화 구독 시간은 대여만화 56.2분, 웹하드/P2P만화 50.4분, 서점만화 49.4분, 온라인만화(클라이언트 기반) 41.5분으로 나타남.
- 2011년 국내 만화 소비자들은 코믹/명랑(35.8%) 만화를 가장 선호하는 것으로 분석되었으며, 그 다음으로는 순정(16.8%), 액션/무협(16.6%), 판타지(14.4%)의 순으로 조사되었음.
- 2011년 온라인 만화 이용경로는 포털사이트를 활용하는 정도가 62.7%로 가장 높게 나타났으며, 포털사이는 활용은 여자(63.7%)가 남자(27.1%)보다 높은 것으로 나타남.

<온라인만화 이용 경로>

(단위: %)



- 2011년 모바일 만화 이용경로는 애플리케이션 마켓을 활용하는 정도가 73.0%로 가장 높았으며, 25~29세 연령대의 활용 정도가 86.2%로 가장 높은 것으로 나타남.

□ 해외 만화산업

- 2011년 세계 만화시장 규모는 61억 1,100만 달러로 추정되며 2016년에는 약 63억 8,500만 달러를 기록할 것으로 전망됨.

<세계 만화 시장규모 추이>

(단위: 백만달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
인쇄만화	5,900	5,978	5,802	5,639	5,551	5,538	5,552	5,539	5,514	5,311
디지털만화	413	476	477	501	560	622	728	854	992	1,073
합계	6,313	6,454	6,279	6,140	6,111	6,160	6,279	6,394	6,505	6,358

*자료원: PWC(2012), CNBDI, Simba Information, ICV2, Diamond Comic Distribution Inc.

- 2011년 미국 만화시장 규모는 전년대비 3.1% 성장한 6억 3,700만 달러 규모가 될 것으로 추산되며, 2016년에는 6억 5,400만 달러 규모에 도달할 것으로 전망됨.
- 2011년 일본 만화시장 규모는 19억 7백만 달러 규모이며, 세계 만화시장의 31.2%, 아시아 만화시장 71.1%를 차지하는 세계 최대 규모임.
- 중국의 만화시장은 세계 경제위기로 인해 전 세계적으로 성장률이 정체되었던 2009년에도 0.8% 성장하였으며, 이후 4년 연속 성장세를 유지했음.
- 2011년 독일 만화시장 규모는 5억 4,900만 달러로 세계만화 시장에서 9.0%의 비중을 차지했는데, 이는 유럽 내에서 가장 큰 시장 규모이며 유럽 평균보다 빠른 속도로 시장이 확대되어 향후 5년간 2.9%의 성장할 것으로 예상됨.

□ 만화 정책 동향

1. 국내 만화 관련 주요 법제도 및 저작권 관리 현황

- 만화산업을 진흥을 위해 2010년 2월 국내 대표 만화작가들을 중심으로 ‘만화진흥법 추진위원회’가 결성되었으며, 그 결과 2011년 1월 <2011 만화진흥법 수정 초안>을 완성하고 12월 29일 국회 본회의를 통과하여 법 제정이 이루어짐.
- 만화진흥법이 발효되면서 지원을 시행할 수 있는 법적기반이 마련되었으며, 만화진흥기구 설립, 만화진흥기금 설치, 만화저작권보호육성위원회 설치, 만화진흥지구 개발 등의 사안에 대한 논의가 시작되었음.
- 만화 저작권 권리관계의 이해와 관련 쟁점은 다음과 같음.
 - 만화의 저작권은 만화를 창작하는 순간 발생하며, 등록과 같은 특별한 요건을 갖추어야 하는 것이 아님.
 - 우리 저작권은 저작권을 ‘저작인격권’과 ‘저작재산권’으로 나누어 규정하고 있으며, 개별 권리들의 구성요소가 침해당하는 경우 모두 저작권 침해로 규정.
 - 2011년 개정되어 2013년 7월부터 시행된 개정 저작권법은 저작권 보호 기간을 기존 사후 50년에서 사후 70년으로 연장하였으며, 업무상 저작물의 저작재산권도 70년간 존속하게 됨.
 - 만화의 출판에 있어 ‘출판권설정계약’의 유형이 많이 사용되며, 정해진 계약 기간과 대가에 따라 해당 매체에 연재함을 허락하는 채권적 성격을 띠.
 - 만화콘텐츠를 애니메이션, 드라마, 영화, 연극, 소설, 게임 등으로 활용된 2차적 저작물은 독자적 저작물로 보호되며, 원저작물의 저작자의 권리에 영향을 미치지 않음.

2. 국내 만화산업 지원동향

- 2011년 한국콘텐츠진흥원의 지원현황은 다음과 같음
 - 장편 창작지원, 만화 연재 지원, 만화 연계 지원 등 지원 영역을 세분화 하여 장편만화 9편, 매체연재 10편, 만화 콘텐츠 연계 프로젝트 3편을 선정하여 지원함.
 - 해외시장으로 진출을 활성화하기 위하여 해외 전시 참가, 번역, 홍보 등 다양한 활동을 지원함.
- 2011년 한국만화영상진흥원의 지원현황은 다음과 같음
 - 만화영상 문화서비스 활성화, 만화콘텐츠 제작·유통 역량강화, 만화영상산업 클러스터 고도화, 시장창출형 해외교류 확대의 주요 네 영역을 설정하여 지원함.