

2011 만화산업백서 요약

□ 2010년 및 2011년 상반기 만화산업의 주요 동향과 이슈

1. 한국만화의 글로벌화

- 출판만화의 장기불황으로 시장이 축소되는 상황에서 한국만화의 해외진출이 돌파구로 제시되고 있음. 국내 만화의 해외진출은 단순히 판권 수출에서 벗어나, 현지 만화잡지 연재, 제휴 등의 형태로까지 발전됨.
- 1990년대 본격적인 만화잡지 등장과 함께 경쟁력이 높아진 국내만화가 대만, 홍콩, 태국 등 동아시아 지역으로 판권을 수출한 것을 시작으로, 2000년대 들어 미국과 유럽 지역까지 확대되었으며 2010년에는 중국과 남미 지역이 새로운 시장으로 주목받고 있음.
- 어린이 학습만화 시장은 여전히 강세. 재미보다 학습의 기능이 강화되고 있으며, 학습만화에도 캐릭터의 중요성을 강조하는 기획이 시도되고 있음.
- 온라인 웹툰의 경우 질적으로 양적으로 폭발적인 성장세를 보이고 있음. 온라인 디지털 만화는 현재 스마트폰과 태블릿PC로 대표되는 융합형 디지털 뉴 플랫폼의 성장과 함께 더욱 커다란 주목을 받고 있음.
- 부천국제만화축제는 규모와 다양성, 해외참여자, 방문객 수, 마켓 프로그램, 조직체계 등이 아직 미흡하여 국제적인 만화마켓 수준으로는 발전하지 못하고 있어 개선이 요구됨.

2. 오픈마켓 열풍과 만화 1인 창조기업의 활성화

- ‘창조경제’ 시대가 열리면서 기업 구조와 사업 환경이 변화되고 ‘1인 창조기업’이 각광 받음. 1인 창조기업은 극단적인 형태의 초소형 기업을 뜻하는데, 전통적으로 프리랜서나 도제식 화실 구조를 취하고 있는 만화의 경우 ‘1인 창조기업’을 대표하는 산업 직군임.
- 포털사이트의 경우 포털사이트는 ‘나도만화가’나 ‘도전만화가’라는 코너를 만들어 누구나 만화작품을 등록하고 일반 대중에게 공표할 수 있도록 하는 시스템을 구축. 이를 통해 예비작가는 소비자의 평가를 받고, 소비자는 정식작가의 작품을 무상으로 이용하고, 정식작가는 포털사이트로부터 비용을 받고, 포털사이트는 광고주에게 이러한 활동 과정에서 광고를 노출한 대가를 받는 시스템이 정착.
- 오픈마켓이라는 개념으로 등장한 애플의 앱스토어는 웹툰 창작자들에게 새로운 부가수익원으로 기대를 모으고 있음. 한국콘텐츠진흥원은 앱스토어에 만화 오픈마켓을 구축하여 만화작품의 국내외 유통 및 판매를 지원하고 있고, 서울애니메이션센터는 창작지원 사업을 기업과 연계하여 유통지원 사업으로 확장했고, 경기디지털콘텐츠진흥원은 애플 제작교육과 스마트 TV 오픈마켓 등을 통해 만화가의 저작물에 대한 사업화나 유통 분야를 지원하고 있음.
- 만화창작 분야의 1인 창조기업은 1) 1인 창작자형 창조기업으로 깊이 있는 창작 활동과 저작물 활용 사업을 전개하는 사업자군 2)1인으로 출발해서 창작을 돕는 어시스트나 문화생을 구해 화실을 운영하면서 다수의 작품 활동을 추진하는 사업자군 3)1인으로 시작

해서 창작 활동 외에 연관 분야에서 부가적인 사업을 추진하며 활동 영역과 수익원을 확대 관리하는 사업자군의 3개 분야로 구분할 수 있음

3. 한국 만화의 신흥시장 진출 시도

- 국내에서 상업성을 검증받고 수출된 작품이 해외에서 어느 정도 성과를 거두면서 한국 만화 작품이 해외에서 상업적으로 성공할 수 있다는 점을 한국 만화가들이 확인하게 됨. 이에 위촉된 한국 만화시장을 벗어나 해외 시장에 직접 진출을 소망하는 작가들이 등장함.
- 이러한 한국만화작가의 해외진출은 해외 에이전시의 등장과 만화 지원기관의 지원으로 정착되어가고 있음. 그러나 한국만화가의 해외진출은 출판사가 차지하는 이익을 해외 출판사가 가져가게 됨으로써 한국만화에 대한 재투자가 어렵고, 국내에 작가기금을 가져온다는 아쉬움이 있음.

4. 만화 저작권 비즈니스의 확장과 수익 증대

- 뉴미디어 기술의 발달로 문화상품이 다양한 윈도우와 플랫폼을 통해 더 빠르고 더 편리하게 서비스됨으로써, 문화산업의 수익창출 기회가 확대되고 있음.
- 원작 문화상품의 저작권은 추가 비용 없이 높은 부가가치를 창출함. 특히 만화의 '무한 상상력'은 만화의 높은 원작가치의 핵심이 되어, 만화가 영화·드라마·게임 등 다양한 장르의 원작콘텐츠로 활용되는 원동력이 되고 있음.
- 만화 저작권 비즈니스의 선진국인 미국과 일본은 실제 그 적용에서, 만화의 저작권을 제도적으로 강력하게 보호하면서 산업적 활용을 극대화한다는 공통점을 보여주고 있음. 국내의 경우 만화어플리케이션의 개발이 CP 업체들의 필요에 의해 이뤄지는 경우가 대부분이고, 기존 온라인만화서비스에서 제공되는 작품들을 거의 대부분 다시 서비스하는 수준이어서 새로운 수익 윈도우로서의 역할은 미비.

5. 차세대 디지털 플랫폼 만화 동향

- 스마트폰, 스마트태블릿과 같은 새로운 디지털 휴대 기기들이 등장하면서, 새로운 디지털 플랫폼에 대한 관심이 확대.
- 출판사, 웹 포털의 만화 서비스 등이 멀티플랫폼용 서비스를 출시. 가장 앞서고 있는 네이버는 네이버북스를 통해 '웹 플랫폼-앱-앱 프리미엄 서비스'라는 멀티 플랫폼을 완성했으며, 프리미엄 서비스를 통해 콘텐츠의 유료화에 도전.

6. 만화산업 발전을 위한 진흥법안 논의

- 급속도로 변화하는 만화시장의 변화 속에서 콘텐츠의 수집, 관리, 저작권 등 만화산업의 효율성을 위한 법적·제도적 장치는 부족한 실정. 이에 대한 제도적 장치의 마련이 필요.
- 2011년 2월 17일 열린 만화진흥법 공청회에 따르면 만화진흥법은 만화창작과 산업진흥의 두 가지 목표를 가지고 있으며 진흥위원회의 설립과 기금 조성이라는 두 가지 사안을 뼈대로 하고 있음.

- 아울러 전통적인 출판만화뿐 아니라 웹툰과 앱툰 등 다양한 형태의 만화가 시도되는 상황에서 지원 대상을 결정하는 중요한 조항인 만화의 정의에 대한 보다 심도 있는 논의가 필요. 또한 유관기관들의 업무조정과 관련예산의 조정이 선행되어야 함.

7. 만화 대여시장의 새 바람, 만화카페

- 만화 임대업은 만화산업에서 총 매출의 9.4%의 중요한 비중을 차지. 만화방이 불량 어린이와 청소년의 온상이라는 이미지가 각인되면서 쇠락하면서 '만화 카페'라는 새로운 형태로 변화.
- 만화카페가 만화시장의 변화의 주역으로 자리 잡기 위해서는 흡연규제·식품위생법관리·만화연령제한관리 등 관련 법 제도의 이해와 정비가 요구.

□ 만화산업동향

1. 만화산업제작환경

- 한국만화 생태계는 개인창작, 공동창작(프로덕션 시스템) 그리고 해외에서 수입된 라이선스 만화로 나눌 수 있음. 이를 통한 창작-제작-유통-소비의 가치사슬은 디지털로 가공돼 온라인 뷰어 방식의 전문 만화 사이트와 포털 사이트에서 동시다발적으로 가치사슬을 만들며 활용. 컴퓨터를 활용한 디지털 작업이 일반화되고, 포털 사이트의 웹툰과 학습만화가 만화시장을 주도.

2. 만화 유통환경

- 출판만화시장은 계속 감소하고 있으나 학습만화로 불리는 아동 분야는 강세. 오프라인 상업 만화잡지는 2011년 현재 총 7종(소년지 4종, 순정지 3종, 학습적 성격이 강한 <어린이 과학동아> 등은 제외)만이 남아 있는 답보 상태.
- 온라인 만화시장은 인터넷 포털, 블로그, 웹진을 통해 이뤄지고 있으며 신인만화가 데뷔의 장에서 기존만화가의 신작발표가 이뤄지는 시장으로 성숙. 또한 기존 블로그를 통해 작품을 발표하던 만화가를 포털 사이트로 흡수하는 등 변화하고 있음.

3. 만화산업 저작권 보호 동향

- 불법복제물이 현저하게 감소한 음악, 영화, 게임 등과 달리 출판물의 경우 불법이용의 비율은 여전히 높은 상황. 다만 오프라인만화 불법복제서적의 유통은 급격히 감소.

4. 디지털만화의 동향과 과제

- 2010-2011년은 순식간에 확산된 스마트폰 시장으로 인해 만화에서 최초로 디지털 플랫폼에 대한 논의가 구체화된 시기. 플랫폼별로 한국의 디지털 만화를 구분하면 ①웹 기반 온라인만화(웹 만화), ②e잉크 기반의 e-Book(e북, e book, e-북, 이북 등의 용어를 혼용해서 사용하나 여기서는 e-Book으로 통일), ③휴대전화의 모바일 만화, ④스마트 기기용 앱(App.)만화, ⑤기타 플랫폼으로 나눌 수 있음.

□ 국내외 만화산업 동향

1. 국내 만화산업 동향

- 2010년 국내 만화산업의 사업체수는 9,634개, 매출액은 7,419억 원. 종사자수는 1만 779명, 부가가치액은 2,976억 원, 부가가치율은 40.11%, 수출액은 815만 달러, 수입액은 528만 달러로 조사되었음.

구분	사업체수	종사자수	매출액(백만 원)	부가가치액(백만 원)	부가가치율	수출액(천 달러)	수입액(천 달러)
2010년	9,634개	10,779명	741,947	297,632	40.11%	8,153	5,281
전년대비증감률(%)	▽4.7	▽0.3	0.4	2.3	-	93.7	▽3.8

- 가장 많은 수출이 이루어진 지역은 유럽으로 약 225만 달러(27.7%)이며, 가장 많은 수입이 이뤄진 나라는 일본으로 수입액은 약 286만 달러(91.8%)임.

(단위 : 천 달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	합계
수출액(비중)	568(7%)	1527(18.7%)	2004(24.6%)	1723(21.1%)	2258(27.7%)	73(0.9%)	8,153
수입액(비중)	85(1.6%)	4862(92.1%)	-	263(5%)	71(1.38%)	-	5,281

2. 해외 만화산업 동향

- 2010년 전 세계 만화시장 규모는 60억 달러로 전년 대비 2.4%가량 하락.

<2006~2015년 전 세계 만화시장 규모>

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011~2015 CAGR
인쇄	6,032	6,171	6,272	6,071	5,873	5,750	5,702	5,743	5,737	5,731	0.5
디지털	32	50	73	105	154	223	312	420	537	662	31.1
합계	6,065	6,222	6,344	6,176	6,028	5,973	6,014	6,163	6,273	6,392	1.2

* 출처 : PWC(2011)

- 권역별 2010년 매출 규모는 아시아 27억 8천만 달러, EMEA 24억 3천만 달러, 북미 6억 9천만 달러, 남미 1억 달러를 기록.

<2006~2015년 주요 국가별 만화시장 규모>

(단위: 백만 달러)

구분	미국	일본	영국	독일	프랑스	이탈리아	중국	호주	브라질	인도	10개국 합계	전 세계
2012	651	1,921	298	556	515	264	229	110	80	36	4,659	6,014

* 출처 : PWC(2011)

- 현재 일본 만화시장은 정체기에 접어들어 5년 전인 2006년과 시장규모는 비슷한 수준이며 5년 뒤인 2015년에도 시장규모는 큰 변동이 없을 것으로 전망. 더욱이 국제적으로

일본만화에 대해 성인만화규제를 정책화하려는 움직임이 있어 만화시장침체를 가져오는 요인이 될 가능성.

- 2010년 미국 만화시장은 6억 3,500만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 7.3% 하락한 시장규모. 반대로 디지털 만화시장 규모는 해마다 30% 이상의 성장세를 보임.
- 유럽/중동/아프리카 지역을 포함하는 EMEA권의 2010년 전체 만화시장 규모는 24억 달러를 기록. 이 중 독일이 5억 4천만 달러(22.5%)로 가장 큰 규모를 차지.
- 중국의 2010년 만화시장은 전년 대비 3% 가량 확대된 2억 1800만 달러에 달함. 이와 같은 시장 추세는 미국, 일본, 유럽 문화선진국들에 비하면 우수한 실적이지만 다른 엔터테인먼트 관련 산업군의 성장 속도에는 훨씬 못 미치는 수준.

□ 국내 만화 이용자 동향

1. 만화 소비자 실태조사 결과

- 만 10세~59세 전 국민 중 2011년 만화 관련 상품 구입 및 이용 경험자를 대상으로 표본추출(1,500명)하여 만화 관련 소비 실태를 조사함.
- 국내 만화 소비자들의 2011년 만화 구독 시간은 1회 평균 42.1분으로 조사되었으며, 오프라인 만화 구독 비율은 전년도보다 12.7%p감소한 53.1%에 불과.
- 2011년 국내 만화 소비자들은 코믹·명량(29.1%) 만화를 가장 선호하는 것으로 분석되었으며, 그 다음으로는 순정(20.3%), 환타지(17.9%)의 순으로 조사되었음.
- 단행본 형태의 만화를 이용한 응답자의 비율은 64.7%였으나, 만화잡지의 경우 12.4%만이 이용한 적이 있다고 응답하였으며, 신문연재만화의 경우 4.6%만이 이용한 적이 있다고 응답.
- 온라인 만화의 경우 포털을 이용한다는 응답이 83%, 만화전문사이트 이용이 14.8% 순으로 조사. 스마트폰 이용자의 경우는 포털 53.5%, 만화앱 다운로드 35.2%.

2. 콘텐츠 교육기관 현황조사

- 2010년 만화 관련 학과 수는 26개이며, 만화 관련 학과를 보유한 학교는 21개, 총 교원 수는 219명이고 전임교원의 비율은 44.3%, 입학생 748명, 졸업생 수는 527명으로 조사.
- 2010년 만화 관련 학과 졸업생의 취업 비율은 54.3%이며 이 중 자기 전공 분야로의 진출 비율은 71.4%로 집계. 만화의 경우 산학연계 활용도는 60.0%이며 산학연계 진행방식으로는 인턴십 제도가 29.4%로 가장 많이 운영되고 있음.
- 2010년 전국 전문계 고등학교 중 만화 관련 학과 수는 14개이며 만화 관련 학과를 보유하고 있는 전문계 고등학교는 14개로 나타남. 교원은 총 65명이며, 입학생 수는 601명, 졸업생 수는 585명으로 집계.

□ 국내외 만화산업 정책 현황

1. 국내 만화산업 정책 및 법제도 현황

- 만화산업을 진흥하는 법률로는 문화산업진흥기본법, 콘텐츠산업진흥법, 출판문화산업진흥법, 인쇄문화산업진흥법 등을 들 수 있음.
- 만화산업과 관련된 권리를 보호하는 법률로는 저작권법, 상표법 등이 있음. 이중 저작권법의 경우 2011년 한·EU FTA의 발효에 따라 저작권의 보호 기간을 연장하고, 일정한 범위에 한하여 방송사업자의 공연권을 인정하며, 온라인서비스제공자의 면책 범위를 유형별로 세분화하고, 기술적 보호 조치를 무력화하는 행위를 금지하는 내용의 개정이 있었음.
- 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 한국만화 창작의 활성화를 위해 2011년 장편 창작 지원 부문 9편, 만화 연계 프로젝트 지원 3편, 매체 연계 지원 10편을 선정, 지원하였음.
 - 한국만화영상진흥원은 2010년 신규 4개 사업을 추가하여 확장시켰음.
 - 한국만화출판협회는 2010년 ‘2030 만화콘텐츠 매거진 <코믹콘서트> 제작 및 배급사업’, ‘만화저작권 보호활동 지원사업’을 시행하였으며 한국카툰협회는 ‘서정카툰집 <술> 출간기념회’, ‘아름다운 노년 展’, ‘회원 전시회’ 등 전시회 및 발표회를 발굴 진행하였음.
 - 서울산업통상진흥원(SBA) 서울애니메이션센터는 2010년 ‘서울 루키 스카우트 사업’, ‘뉴미디어 만화 제작지원 사업’을 신설, 지원을 확장하였다.

2. 해외 만화산업 정책 현황

- 미국에서는 자국 내 영화 프로덕션을 활성화하기 위한 연방 및 지방정부 차원의 제작 지원제도가 일부 시행되고 있으나, 만화를 포함한 출판 장르의 정부 차원의 지원은 시행되고 있지 않음. 정부 차원의 정책 지원은 주로 불법 저작물 단속에 집중되어 있으며 각 분야별 산업 장르에 따라 협회 중심으로 지원. 다만 아마존의 ‘킨들’, 반스앤노블스의 ‘누크’ 등 전자책기기가 잇달아 발표되면서 e-Book 수요에 대응하기 위해 미국 만화산업 전반에 디지털 열풍은 당분간 가속화될 것으로 예상.
- 일본 총무성은 지상파 디지털방송으로의 완전이행(2011년 7월)으로 디지털시대를 맞는 2011년 이후를 염두에 두고 향후 ICT시장의 구조변화, ICT 기술 트렌드, 이용자의 니즈 동향 등에 대해 2015년경을 전망한 종합적인 ICT 정책의 방향을 결정한다는 목표로 ‘디지털 일본 창생프로젝트(ICT 하토야마 플랜-하토야마 구니오(鳩山邦夫) 총무대신)’를 발표.
- 중국 문화부는 2010년 초 국가급 동만산업 기지의 평가 인정 관리방법을 발표하고 2010년 말 문화부, 재정부, 국가세무총국이 공동으로 <2010년 인정 통과된 애니메이션 기업과 중요 애니메이션 기업 명단 발표에 관한 통지>를 발표중국 신문출판 산업의 미래발전 로드맵을 제시.
- 유럽의 경우 언어의 문제와 함께 출판물 가격에 대한 정부 규제 등으로 e-Book 시장이 발달하지 못하는 상황.