

C a r t o o n
I n d u s t r y
W H I T E P A P E R
2 0 1 1

제3부

국내·외 만화산업 현황

제1장 국내 만화산업 현황

- 제1절 기업 일반
- 제2절 산업 규모
- 제3절 매출 현황
- 제4절 수출입 현황

제2장 국내 만화산업 종사자 현황

- 제1절 산업규모별 종사자 현황
- 제2절 고용형태별 종사자 현황
- 제3절 전공/학력별 종사자 현황
- 제4절 인구통계학적 종사자 현황

제3장 해외 만화산업 현황

- 제1절 총괄
- 제2절 일본
- 제3절 미국
- 제4절 유럽
- 제5절 중국
- 제6절 인도
- 제7절 호주
- 제8절 브라질

제1장 국내 만화산업 현황

2010년 국내 만화산업 사업체 현황은 설문 조사를 실시하여 얻은 자료를 바탕으로 작성했으며, 만화 출판사, 일반 출판사(만화부문) 및 인터넷 만화서비스업, 모바일 만화서비스업, 인터넷/모바일 만화콘텐츠 제작 및 제공업, 만화임대, 서적임대(도서대여점 만화부문), 만화전문 도매업, 만화전문 소매업, 인터넷 서점(만화부문)부분에서 매출이 발생하는 사업체를 대상으로 조사된 결과를 기초로 하고 있다. 조사는 2011년 5월10일부터 7월31일까지 실시되었으며, 조사에 응답한 사업체는 368개이며, 이를 토대로 추정하여 산출했다.

〈표 3-1-1〉 조사개요

조사대상	• 만화산업을 영위하는 사업체
조사지역	• 전국
유효표본수	• 368개소
조사방법	• 전화조사 및 FAX, E-mail, 방문조사 병행
조사기준	• 2010년 12월 31일
조사기간	• 2011년 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 산업활동(지적재산권 등), 정부지원관련 요구사항 등

〈표 3-1-2〉 만화산업 분류체계

대분류	중분류	소분류	분류체계 정의
만화 산업	만화출판업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(사업체)
		일반 출판사(만화부문)	일반 도서를 발간하는 출판사 중 만화도서(학습/교양만화 포함)를 발간하는 출판사(사업체)
	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, KTF, LGT만 해당)
	만화책임대업	만화임대 (만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화카페 등 소비자가 점포 안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 제공하거나 대여하는 사업체
		서적임대(대여) (만화부문)	각종 만화서적 및 만화잡지류의 임대만 하는 사업체(장소 제공 안 됨)
	만화도소매업	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 마련했다. 만화 출판업은 만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)와 일반 출판사(만화부문)로 구분했고, 온라인 만화 제작 및 유통업은 인터넷 만화 콘텐츠 서비스, 모바일 만화 콘텐츠 서비스, 인터넷 및 모바일 만화콘텐츠 제작 및 제공 등으로 구분했다. 만화책임대업은 만화임대업과 서적임대(만화부문)업으로 구분했으며, 만화도소매업은 만화서적 및 잡지류 도매업과 만화서적 및 잡지류 소매업, 그리고 인터넷서점(만화부문)업으로 구분했다.

〈표 3-1-3〉 전수조사와 표본조사의 구분

대분류	중분류	소분류	전수조사	표본조사	
만화 산업	만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	☑		
		일반 출판사(만화부문)	☑		
	온라인만화 제작·유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공 (CP)	☑		
		인터넷 만화 콘텐츠 제작 및 서비스	☑		
		모바일 만화 콘텐츠 제작 및 서비스	☑		
	만화책 임대업	만화 임대(만화방, 만화카페 등)			☑
		서적 임대(대여)(만화부문)			☑
	만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매			☑
		만화서적 및 잡지류 소매			☑
		인터넷 서점(만화부문)			외부자료인용(조사제외)

㉠ 단위무응답 대체

• 전수조사 사업체 단위무응답 처리방법

- 2004년-2009년 기준조사 중 한 번이라도 응답한 경우
 - 영위업종과 종사자 수 등 보조변수를 활용하여 단위무응답업체와 유사한 업체들로 대체 군(imputation class)을 형성하여, 이를 토대로 증감률을 분석했다.
 - 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제값과의 차이정도를 파악했다.
- 2004년-2009년 기준조사 중 한 번도 응답하지 않은 경우
 - 소분류별로 영위하는 비중과 종사자 수를 파악하여, 이를 토대로 유사한 대체 군(imputation class)과 비교하여 대체값을 분석했다.
 - 대체된 값을 단위무응답업체에 재조사하여 실제값과의 차이정도를 파악했다.
- 지속적인 응답거부 업체이면서 소분류별 영위 비중과 종사자 수도 거부하는 경우
 - 응답거부 업체가 영위하는 업종은 반드시 파악했다.
 - 추정방법에서 일괄적으로 처리했다.

• 표본조사 사업체 단위무응답 처리방법

- 대체표본을 조사하여 처리
 - 3회 이상 조사 요청을 했으나, 지속적으로 거부하는 경우에는 표본대체 방법에 의거하여, 다른 표본으로 대체했다.
- 대체표본을 적용할 수 없는 경우
 - 대체표본을 적용할 수 없는 경우에는 추후 추정방법에서 일괄적으로 처리했다.

㉡ 항목무응답 대체

• 선도업체와 비선도업체 분리

- 소분류별 각 층 내의 선도업체와 비선도업체를 반드시 분리하여 처리했다.
- 매출액 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 각 층 내의 선도과 비선도의 1인당 종사자 평균값을 계산한 후 이를 적용했다.
- 종사자 수 조사가 이루어지지 않은 경우
 - 3회 이상 조사를 실시했으나, 조사가 이루어지지 않은 경우에는 발주부서에 문의하여 응답거부업체와 동일한 업종을 영위하는 다른 업체담당자를 소개받아 문의 후 처리했다.
 - 추정방법에서 사후증화가중치를 적용했다.

㉔ 가중치 처리방법

• 설계가중치

- 소분류별 표본수를 층별로 배분할 때, 각 층 내의 사업체 수에 따라 비례배분을 할 경우 만화산업은 1-4인에 해당하는 사업체 수가 많으므로 1-4인 층에 많은 수의 표본이 배분된다. 따라서 1-4인 층에는 유효한 통계산출이 가능한 적정수의 표본을 배분하고, 다른 층에 더 많은 표본을 배분했다.
- 설계가중치 = 1/(표본수/모집단수)

• 무응답보정 가중치

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

• 사후층화 가중치

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

㉕ 전수조사 및 표본조사 추정방법

• 전수조사 추정방법

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

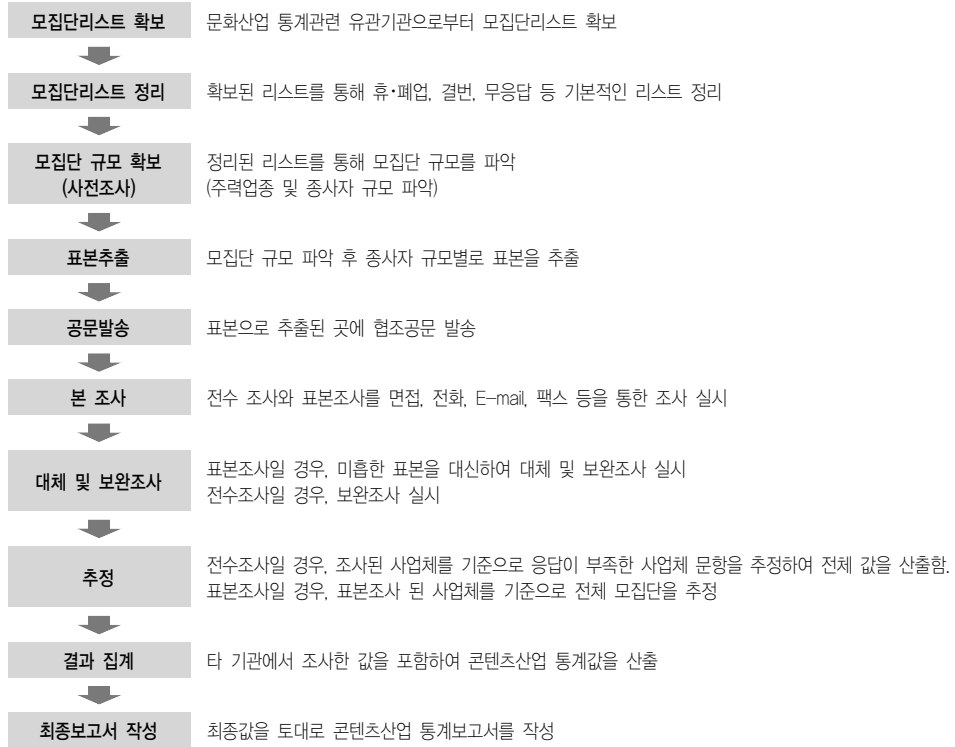
• 표본조사 추정방법

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

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

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

〈표 3-1-4〉 조사업무 추진절차



제1절

| 기업 일반 |

1. 만화산업 사업체 설립연도 분포

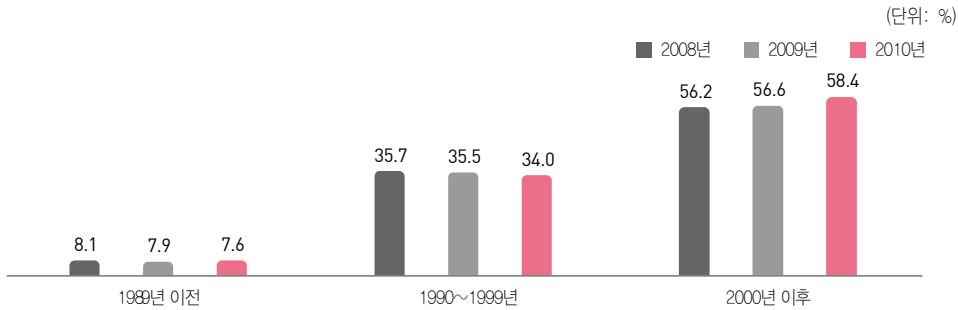
〈표 3-1-5〉 만화산업 사업체 설립연도 분포

(단위: %)

설립연도	2008년(N=380개)	2009년(N=351개)	2010년(N=368개)	전년대비 증감(%p)
1989년 이전	8.1	7.9	7.6	▽0.3
1990년 - 1999년	35.7	35.5	34.0	▽1.5
2000년 이후	56.2	56.6	58.4	1.8
합계	100.0	100.0	100	-

응답한 만화사업체 설립연도 분포를 살펴보면 2000년 이후 설립된 사업체의 비중이 58.4%로 전년대비 1.8%p 증가한 것으로 나타났다. 응답한 만화 사업체들의 2000년 이후 설립된 비중은 2008년 56.2%에서 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사되었다.

〈그림 3-1-1〉 만화산업 사업체 설립연도 분포



1990년에서 1999년 사이에 설립된 업체의 비중은 1.5%p 감소하여, 2010년 전체 업체의 34%를 차지하는 것으로 조사되었다. 반면 1989년 이전 설립된 업체의 비중은 전년대비 0.3%p 감소하여 2010년 전체 업체의 7.6%를 차지하는 것으로 조사되었다. 이는 신규업체의 설립에 따른 비중 감소로 볼 수 있다.

2. 만화산업 사업체형태 분포

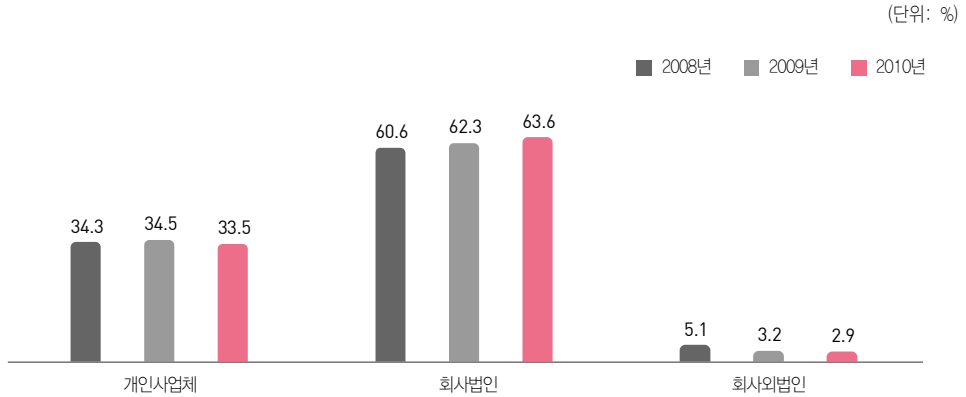
만화산업 사업체형태는 회사법인의 비중이 소폭 증가했고, 개인사업체와 회사 외 법인의 비중은 소폭 감소한 것으로 분석되었다. 응답한 만화 사업체형태 분포를 구체적으로 살펴보면, 회사법인 형태가 전년대비 1.3%p 증가하여 전체의 63.6%를 차지 하였으며, 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 개인사업체 형태는 전년대비 1.0%p 감소하여 33.5%를 차지하는 것으로 조사되었다. 한편, 회사외법인 형태의 비중은 2010년 만화산업 사업체형태의 2.9%를 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 회사외법인 형태의 비중은 지속적으로 감소하고 있으며, 사업체형태 중 가장 작은 비중을 차지하고 있었다.

〈표 3-1-6〉 만화산업 사업체형태 분포

(단위: %)

구분	2008년(N=380개)	2009년(N=351개)	2010년(N=368개)	전년대비증감(%p)
개인사업체	34.3	34.5	33.5	▽1.0
회사법인	60.6	62.3	63.6	1.3
회사외법인	5.1	3.2	2.9	▽0.3
합계	100.0	100.0	100.0	-

〈그림 3-1-2〉 만화산업 사업체형태 분포



3. 만화산업 경영형태 분포

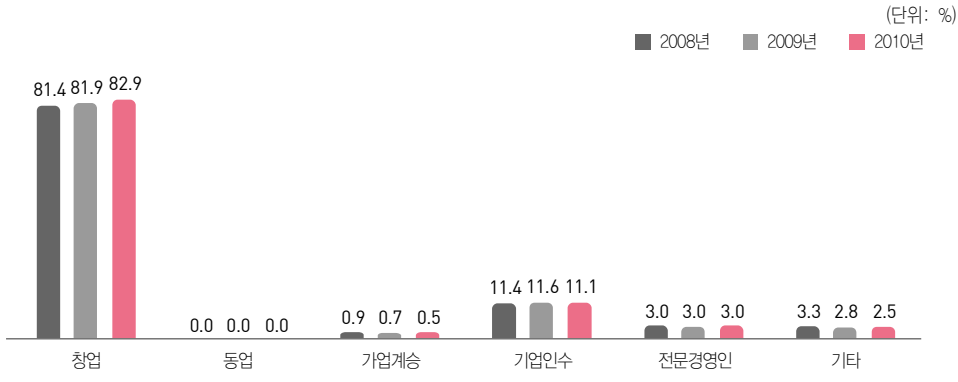
응답한 만화사업체의 경영형태는 창업이 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며, 기업인수가 다음으로 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 창업의 경우, 전년대비 1.0%p 증가한 82.9%의 비중을 차지했고, 기업인수는 전년대비 0.5%p 감소한 11.1%의 비중을 차지했다.

〈표 3-1-7〉 만화산업 경영형태 분포

(단위: %)

구분	2008년(N=380개)	2009년(N=351개)	2010년(N=368개)	전년대비 증감(%p)
창업	81.4	81.9	82.9	1.0
등업	-	-	-	-
기업계승	0.9	0.7	0.5	▽0.2
기업인수	11.4	11.6	11.1	▽0.5
전문경영인	3.0	3.0	3.0	-
기타	3.3	2.8	2.5	▽0.3
합계	100.0	100.0	100.0	-

〈그림 3-1-3〉 만화산업 경영형태 분포



제2절

| 산업 규모 |

1. 만화산업 총괄

2010년 국내 만화산업의 사업체수는 9,634개이며, 매출액은 7,419억 원으로 조사되었다. 종사자수는 1만 779명이며, 부가가치액은 2,976억 원으로 이에 따른 부가가치율은 40.11%로 나타났다. 만화산업의 수출액은 815만 달러이며, 수입액은 그보다 낮은 528만 달러로 조사되었다.

〈표 3-1-8〉 만화산업 총괄

구분	사업체수 (개)	종사자수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가가치율 (%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)
2005년	7,120	9,048	436,235	154,667	35.45	3,268	900
2006년 ⁵³⁾	10,796	12,818	730,072	264,505	36.23	3,917	3,965
2007년	10,382	11,772	761,686	282,052	37.03	3,986	5,901
2008년	10,180	11,093	723,286	283,600	39.21	4,135	5,937
2009년	10,109	10,748	739,094	290,833	39.35	4,209	5,492
2010년	9,634	10,779	741,947	297,632	40.11	8,153	5,281
전년대비증감률(%)	▽4.7	▽0.3	0.4	2.3	-	93.7	▽3.8
연평균증감률(%)	6.2	3.6	11.2	14.0	-	20.1	42.5

53) 2005년에는 어린이·학습만화를 포함하지 않았으나, 2006년 이후부터는 어린이·학습만화를 만화산업에 포함

국내 만화산업은 2005년에는 어린이·학습만화를 포함하지 않았으나, 2006년부터는 어린이·학습만화를 포함하여, 연평균은 큰 폭으로 증가한 것으로 보인다. 그러나 실질적으로는(등락을 거듭하며) 정체현상을 나타내고 있다. 만화산업은 과거 만화 단행본이 주도했으나, 2000년 초반부터 성장하기 시작한 어린이·학습만화가 현재 만화산업을 주도하고 있다. 어린이·학습만화는 점점 더 세분화 되고 있으며, ‘교과연계용 학습만화’와 오락만화에 학습요소를 가미한 ‘에듀테인먼트 만화’, ‘실용교양만화’ 등 다양한 형태로 기획, 제작되고 있다.

어린이·학습만화의 특징은 시리즈로 제작이 가능하여, 한번 성공을 거둔 경우 다른 분야의 시리즈 제작이 가능하다는 점이 만화단행본(코믹스)과는 차이가 있다. 이로 인해 많은 출판사에서 다양한 형태의 어린이·학습만화를 제작하고 있다. 따라서 만화산업에서 어린이·학습만화의 주도는 지속될 것으로 전망된다.

〈먼나라 이웃나라〉를 시작으로 〈마법천자문〉, 〈Why?〉, 〈살아남기〉 시리즈는 대표적인 성공사례로 꼽힌다. 2009년 〈Why?〉시리즈의 성공은 2010년에도 지속되었다.

어린이·학습만화도 철저한 기획과 소비자들에 대한 분석, 세분화된 콘텐츠, 지속적인 업데이트 등 고려해야 할 요소들이 매우 많아지고 있다. 이러한 요소들로 인해 예산과 인력이 부족한 소형 사업체에서 어린이·학습만화 시장을 주도하기에는 어려움이 많다. 또한, 기존의 만화산업에 진출하지 않았던 중대형 출판사들이 어린이·학습만화 시장에 대거 진출함으로 인해 소형 만화사업체들의 어려움은 당분간 지속될 전망이다.

국내의 높은 교육열로 인해 국제경쟁력을 갖춘 양질의 어린이·학습만화들이 다수 제작될 수 있었다. 따라서 국내뿐만 아니라 해외에서도 성공 가능성이 매우 높아지고 있다. 과거에는 일부 동남아 지역에 아동그림 형태로 수출되었으나, 2000년대 중반부터는 미국과 유럽, 일본 등 다양한 지역에서 관심을 표현해 왔다. 이로 인해 2010년에는 수출액이 전년보다 93.7% 증가하는 쾌거를 이루었다. 2011년 초 일본 대지진 이후에는 〈지진에서 살아남기〉 시리즈가 어린이·학습 분야 1위를 기록한 적이 있다. 이를 통하여, 해외 만화시장에서 어린이·학습만화에 대한 기획력, 교육적 구성 및 콘텐츠의 디테일한 구성이 호평을 받으면서 수출 가능성은 더욱 커질 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 스마트기기 등 뉴 디바이스의 등장은 국내의 우수 작품들과 해외 독자와의 접근성을 향상시켜 줄 수 있어서 향후 수출액 증가에 상당히 긍정적으로 영향을 미칠 수 있을 것이다.

〈표 3-1-9〉 만화산업 사업체별 평균매출액 및 종사자별 평균매출액 현황(2010년)

종분류	소분류	사업체수 (개)	매출액 (백만 원)	종사자수 (명)	1인당 평균매출액 (백만 원)	업체당 평균매출액 (백만 원)
만화출판업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	96	92,739	614	151	966
	일반 출판사(만화부문)	118	234,103	1,553	151	1,984
	소계	214	326,842	2,167	151	1,527
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	31	29,631	293	101	956
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	3	9,635	16	602	3,212
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	43	13,641	161	85	317
	소계	77	52,907	470	113	687
만화책 임대업	만화임대	902	24,872	903	28	28
	서적임대(대여)(만화부문)	3,132	44,857	3,367	13	14
	소계	4,034	69,729	4,270	16	17
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	187	76,218	773	99	408
	만화서적 및 잡지류 소매	5,122	163,923	2,603	63	32
	인터넷 서점(만화부문)	-	52,328	496	106	-
	소계	5,309	292,469	3,872	76	55
만화산업 전체		9,634	741,947	10,779	69	77

만화산업은 1인당 평균매출액이 6,900만 원이며, 업체당 평균매출액은 7,700만 원으로 나타났다. ‘만화출판업’은 1인당 평균매출액이 1억 5,100만 원이며, 업체당 평균매출액은 15억 2,700만 원으로 나타났고 ‘온라인만화 제작·유통업’은 1인당 평균매출액이 1억 1,300만 원, 업체당 평균매출액은 6억 8,700만 원으로 나타났다. ‘만화 도소매업’은 1인당 평균매출액 7,600만원, 업체당 평균매출액은 55만원으로 나타났으며, ‘만화책임대업’은 1인당 평균매출액이 1,600만 원, 업체당 평균매출액이 1,700만 원으로 다른 업종에 비해 가장 적은 것으로 나타났다. ‘만화책 임대업’은 1인 사업체가 많아 업체당 평균 매출액과 1인당 평균 매출액에서 별 차이가 없다.

제3절

| 매출 현황 |

1. 만화산업 전체 매출액 현황

2010년 국내 만화산업의 총 매출액은 7,419억 원 규모로 조사되었다. 이 같은 총 매출액 규모는 2009년 대비 0.4% 증가한 수치이다. 총매출액 중에서 만화출판업은 3,268억 원으로 44.1%를 차

지했으며, 만화도소매업은 2,924억 원으로 39.4%를 차지했다. 만화책 임대업은 697억 원이며, 온라인만화 제작 유통업은 529억 원으로 각각 총매출액의 9.4%와 7.1%를 차지하고 있다.

〈표 3-1-10〉 만화산업 업종별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

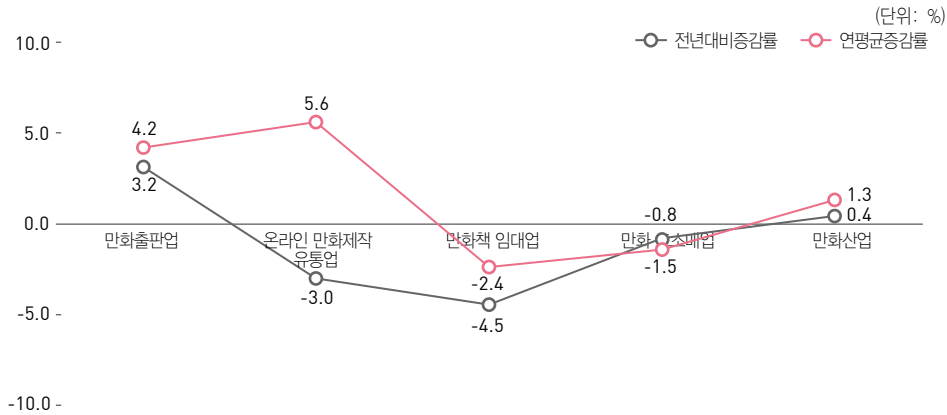
종분류	소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
		2008년	2009년	2010년			
만화출판업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	95,559	92,361	92,739	12.5	0.4	▽1.5
	일반 출판사(만화부문)	205,706	224,281	234,103	31.6	4.4	6.7
	소계	301,265	316,642	326,842	44.1	3.2	4.2
온라인만화 제작· 유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	24,120	28,521	29,631	4.0	3.9	10.8
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	10,748	11,348	9,635	1.3	▽15.1	▽5.3
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	12,550	14,682	13,641	1.8	▽7.1	4.3
	소계	47,418	54,551	52,907	7.1	▽3.0	5.6
만화책 임대업	만화임대	25,647	25,291	24,872	3.4	▽1.7	▽1.5
	서적임대(대여)(만화부문)	47,623	47,686	44,857	6.0	▽5.9	▽2.9
	소계	73,270	72,977	69,729	9.4	▽4.5	▽2.4
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	84,924	79,489	76,218	10.3	▽4.1	▽5.3
	만화서적 및 잡지류 소매	177,027	169,094	163,923	22.1	▽3.1	▽3.8
	인터넷 서점(만화부문)	39,382	46,341	52,328	7.1	12.9	15.3
	소계	301,333	294,924	292,469	39.4	▽0.8	▽1.5
만화산업 합계		723,286	739,094	741,947	100.0	0.4	1.3

스마트기기의 등장에 따른 매출액 증대가 예상되었던 ‘온라인만화 제작·유통업’은 만화산업 내에서 차지하는 매출비중이 가장 낮으며, 2009년 대비 3.0% 감소한 것으로 나타났다. 이는 만화산업에서 스마트기기에 의한 매출이 아직은 현실화되고 있지 않음을 의미한다. 스마트기기의 등장은 오픈마켓을 의미하며, 누구나 쉽게 매출을 발생시킬 수 있는 기회의 장이므로, 만화산업 또한 이러한 패러다임 변화에 따라 매출액이 확대될 것을 기대하고 있다. 또한 웹툰을 통한 매출액이 파악되고 있지 않지만, 웹툰 매출액이 ‘온라인만화 제작·유통업’에 포함 된다면, ‘온라인만화 제작·유통업’ 규모는 지금보다 더 커질 것으로 예상된다. 만화출판업은 2009년 3,166억 원에서 2010년에 3,268억 원으로 3.2% 증가했다. 만화산업에서 ‘만화출판업’을 제외하고 ‘온라인만화 제작·유통업’, ‘만화책 임대업’과 ‘만화도소매업’의 매출액은 감소했다. ‘만화도소매업’ 중 오프라인 도소매는 감소한 반면 ‘인터넷 서점(만화부문)’은 점점 증가하고 있다. 이는 매출액 규모에서도 확인할 수 있는데 ‘만화책 임대업’은 2008년 733억 원, 2009년 730억 원, 2010년 700억 원으로 연평균 2.4% 감소한 것으로 나타났다. 만화도소매업은 2008년에 3,013억 원에서 2009년 2,949억 원, 2010년 2,924억 원으로 25억 원 감소했는데, 이는 0.8% 감소한 수치이다. 과거에는 만화만을 총판하는 사업체가 많았으나, 현재는 지속적인 매출액 감소로 인하여 만화뿐만 아니라 일반 서적도 함께 취

급하는 경우가 생겨나고 있다.

국내 만화산업의 총매출액은 2008년에 7,233억 원에서 2009년에 7,391억 원, 2010년에 7,420억 원으로 소폭 증가하였으나, 물가상승률과 가격인상 등을 고려하면 정체 또는 하락한 것으로 봐야 할 것이다. 그러나 웹툰으로 발생한 매출액이 파악되고 스마트기기와 디지털 기기 대중화의 영향으로 타 산업처럼 만화산업도 경기가 향후에는 좋아질 것으로 생각된다.

〈그림 3-1-4〉 만화산업 업종별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

가치사슬을 기준으로 만화산업의 2010년 매출액을 살펴보면, 기획 및 제작 규모는 3,404억 원이며, 이중 온라인 기획 및 제작 규모는 136억 원, 그리고 오프라인 기획 및 제작 규모는 3,268억 원으로 나타났다. ‘온라인 기획 및 제작’은 전년대비 7.1% 감소, ‘오프라인 기획 및 제작’ 규모는 전년대비 3.2% 증가했다. 연평균은 각각 4.3%와 4.2% 증가한 것으로 분석되었다. ‘기획 및 제작’ 전체 규모는 일반출판사(어린이학습만화)부분의 매출 증가로 전년대비 2.8%, 연평균 4.2% 증가했다. 만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)는 2008년 대비 2009년에는 감소했으나, 2010년에는 소폭 증가한 것으로 나타났다. ‘기획 및 제작’에서는 어린이·학습만화를 제작 및 출판하는 일반출판사(어린이학습만화)만이 꾸준히 증가하는 추세이다.

국내 만화산업의 2010년 유통 규모는 4,014억 원으로 기획 및 제작 규모보다 만화산업에서 차지하는 비중이 상대적으로 크나, 오프라인 유통 및 서비스의 매출규모는 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타났다. 이는 만화산업의 유통구조가 오프라인에서 온라인으로 조금씩 전환하고 있는 것을 의미한다.

〈표 3-1-11〉 만화산업 가치사슬별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

가치사슬	소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
		2008년	2009년	2010년				
온라인 기획/제작	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	12,550	14,682	13,641	1.8	▽7.1	4.3	
	소계	12,550	14,682	13,641	1.8	▽7.1	4.3	
기획/ 제작	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	95,559	92,361	92,739	12.5	0.4	▽1.5	
	오프라인 기획/제작	일반 출판사(만화부문)	205,706	224,281	234,103	31.6	4.4	6.7
	소계	301,265	316,642	326,842	44.1	3.2	4.2	
	기획/ 제작 합계	313,815	331,324	340,483	45.9	2.8	4.2	
온라인 유통및 서비스	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	24,120	28,521	29,631	4.0	3.9	10.8	
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	10,748	11,348	9,635	1.3	▽15.1	▽5.3	
	인터넷 서점(만화부문)	39,382	46,341	52,328	7.1	12.9	15.3	
	소계	74,250	86,210	91,594	12.3	6.2	11.1	
유통	만화임대	25,647	25,291	24,872	3.4	▽1.7	▽1.5	
	오프라인 유통및 서비스	서적임대(대여)(만화부문)	47,623	47,686	44,857	6.0	▽5.9	▽2.9
	만화서적 및 잡지류 도매	84,924	79,489	76,218	10.3	▽4.1	▽5.3	
	만화서적 및 잡지류 소매	177,027	169,094	163,923	22.1	▽3.1	▽3.8	
	소계	335,221	321,560	309,870	41.8	▽3.6	▽3.9	
유통 합계	409,471	407,770	401,464	54.1	▽1.5	▽1.0		
만화산업 합계		723,286	739,094	741,947	100.0	0.4	1.3	

2. 만화출판업 매출액 현황

2010년 만화출판업 매출액은 3,268억 원으로 전년대비 3.2% 증가했으며, 연평균 4.2% 증가한 것으로 나타났다. 만화출판업 매출액 구성을 보면 만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)는 927억 원(28.4%)이며, 일반출판사(어린이학습만화부문)는 2,341억 원(71.6%)으로 조사되었다. 만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)는 전년대비 0.4% 증가, 연평균 1.5% 감소한 반면 일반출판사(만화부문)는 전년대비 4.4%, 연평균 6.7% 증가했다. 만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)의 경우에는 2009년에는 2008년 대비 감소했으나, 2010년에는 소폭 증가한 것으로 나타났다. 그러나 2008년 매출액만큼 회복되지는 않았다. 이는 만화단행본(코믹스 등) 출판사들이 마니아와 성인을 겨냥한 단행본을 내놓고는 있으나 아직은 뚜렷이 회복될 기미가 보이지 않고 있음을 의미한다. 이와 반해 출판시장의 어려움 속에서도 어린이·학습만화를 제작 출판하는 일반출판사의 경우에는 꾸준히 성장하고 있다는 것은 그만큼 독자층이 두텁다는 것을 의미하는 것이다. 그러나 만화산업이 성장하기 위해서는 균형이 필요하며, 어린이·학습만화의 성장뿐만 아니라 만화단행본(코믹스 등) 시장도 동반 성장할 수 있는 정책적 지원이 마련되어야 할 것이다.

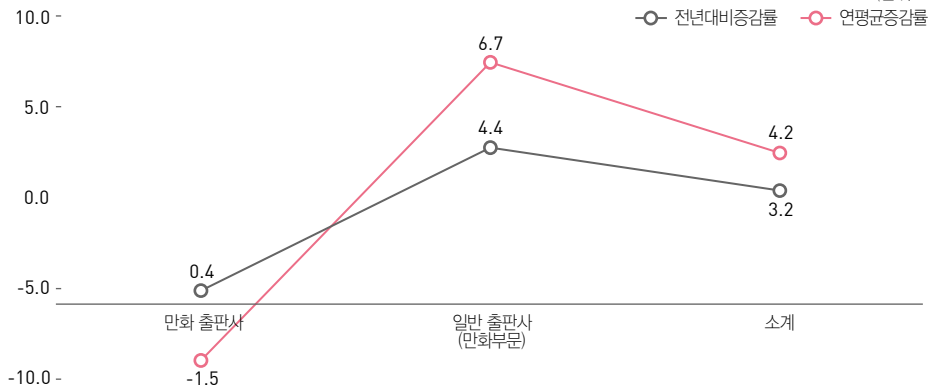
〈표 3-1-12〉 만화산업 만화출판업 매출액 현황

(단위: 백만 원)

소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
	2008년	2009년	2010년			
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	95,559	92,361	92,739	28.4	0.4	▽1.5
일반 출판사(만화부문)	205,706	224,281	234,103	71.6	4.4	6.7
소계	301,265	316,642	326,842	100.0	3.2	4.2

〈그림 3-1-5〉 만화산업 만화출판업 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

3. 온라인만화 제작·유통업 매출액현황

2010년 ‘온라인만화 제작·유통업’은 529억 원으로 전년대비 3.0% 감소했고, 연평균 5.6% 증가했다. 매출액을 자세히 살펴보면 ‘인터넷 만화 콘텐츠 서비스’는 296억 원(56.0%)으로 가장 큰 비중을 차지하며, 그다음은 ‘인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공’이 136억 원(25.8%)으로 나타났다. 마지막으로 ‘모바일 만화 콘텐츠 서비스’는 96억 원(18.2%)으로 가장 낮은 비중을 차지하고 있다. 2010년과 매출액을 비교하여 살펴보면 ‘인터넷 만화 콘텐츠 서비스’는 2008년에 241억 원에서 2009년에 285억 원으로 소폭 증가했으며, 2010년에 296억 원으로 지속적인 증가세를 보이고 있는데 이는 2009년 대비 3.9% 증가한 수치이다. ‘인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공’은 전년대비 7.1% 감소했으나, 연평균 4.3% 증가했다. ‘모바일 만화 콘텐츠 서비스’는 전년대비 15.1% 감소했으며, 연평균 5.3% 감소한 것으로 나타났다.

그리고 온라인만화에 웹툰 매출액이 포함되어야 하나, 정확한 매출액 산정이 어려워 현재는 포함되어 있지 않다. 기존 만화단행본을 스캔하여 서비스하는 매출과 더불어 웹툰으로 인해 발생하는 매출액이 포함될 경우 온라인만화 매출규모는 지금보다 더 커질 것으로 예상된다. 또한, 만화산업의 플랫폼이 다양해지고 있으며, 스마트 기기의 등장으로 인한 오픈마켓 활성화 등 ‘온라인만화

제작·유통업'의 성장 가능성은 매우 크다.

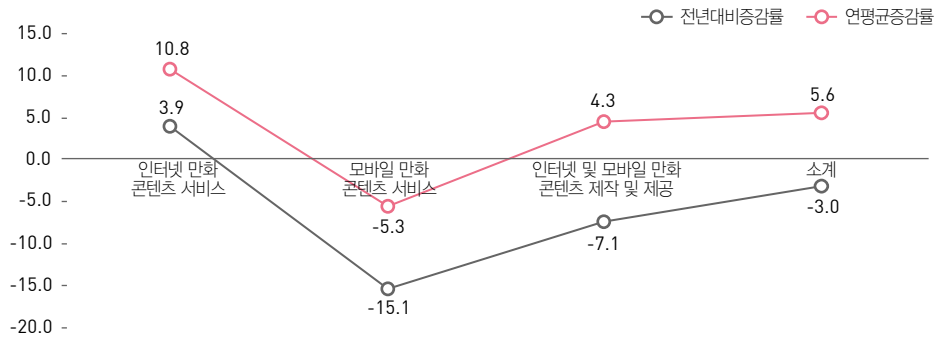
〈표 3-1-13〉 만화산업 온라인만화 제작·유통업 매출액 현황

(단위: 백만 원)

소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	24,120	28,521	29,631	56.0	3.9	10.8
모바일 만화 콘텐츠 서비스	10,748	11,348	9,635	18.2	▽15.1	▽5.3
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	12,550	14,682	13,641	25.8	▽7.1	4.3
소계	47,418	54,551	52,907	100.0	▽3.0	5.6

〈그림 3-1-6〉 만화산업 온라인만화 제작·유통업 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

4. 만화책 임대업 매출액 현황

2010년 만화책 임대업 매출액 현황을 살펴보면 매출액이 697억 원으로 전년대비 4.5% 감소했고, 연평균 2.4% 감소했다. 만화임대는 248억 원(35.7%)이며, 2009년 매출액인 252억 원과 비슷한 수준을 유지하고 있다. 서적임대(대여)(만화부문)는 448억 원(64.3%)으로 2009년 매출액과 비교해보면 5.9% 감소한 것으로 나타났다.

‘만화책임대업’은 과거 만화산업을 주도해 왔으나 현재는 지속적으로 매출액이 감소하고 있다. 이러한 현상은 당분간 지속될 것으로 전망된다.

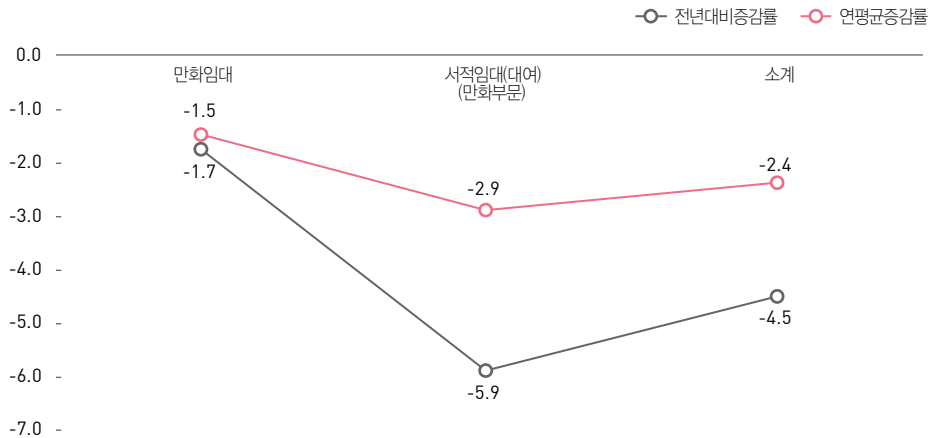
〈표 3-1-14〉 만화산업 만화책 임대업 매출액 현황

(단위: 백만 원)

소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
만화임대	25,647	25,291	24,872	35.7	▽1.7	▽1.5
서적임대(대여)(만화부문)	47,623	47,686	44,857	64.3	▽5.9	▽2.9
소계	73,270	72,977	69,729	100.0	▽4.5	▽2.4

〈그림 3-1-7〉 만화산업 만화책 임대업 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

5. 만화 도소매업 매출액 현황

2010년 만화 도소매업 매출액 규모는 2,924억 원으로 전년대비 0.8% 감소했고, 연평균 1.5% 감소했다. 만화서적 및 잡지류 도매는 762억 원(26.1%)이며, 만화서적 및 잡지류 소매는 1,639억 원(56.0%), 인터넷 서점(만화부문)은 523억 원(17.9%)으로 조사되었다.

인터넷 서점(만화부문)은 전년대비 12.9% 증가했고, 연평균도 15.3% 증가했다. 그러나 만화서적 및 잡지류 도소매업은 2007년부터 2010년까지 지속적으로 하락하고 있는 것으로 나타났다. 이는 만화 도소매업은 인터넷서점(만화부문)을 제외하고 꾸준히 감소하고 있으며, 어린이·학습만화 이외에 뚜렷한 판매가 이루어지지 않기 때문이다.

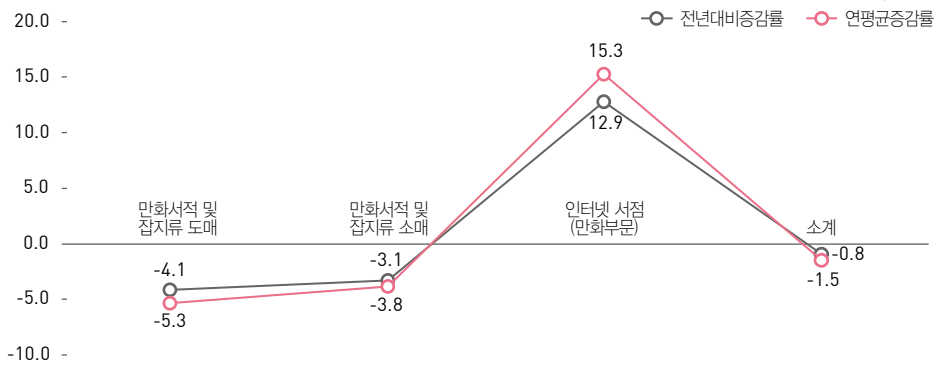
〈표 3-1-15〉 만화산업 만화 도소매업 매출액 현황

(단위: 백만 원)

소분류	매출액			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
	2008년	2009년	2010년			
만화서적 및 잡지류 도매	84,924	79,489	76,218	10.3	▽4.1	▽5.3
만화서적 및 잡지류 소매	177,027	169,094	163,923	22.1	▽3.1	▽3.8
인터넷 서점(만화부문)	39,382	46,341	52,328	7.1	12.9	15.3
소계	301,333	294,924	292,469	39.4	▽0.8	▽1.5

〈그림 3-1-8〉 만화산업 만화 도소매업 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

6. 만화산업 사업형태별 매출액 현황

2010년 만화산업 사업형태별 매출액 현황을 보면 유통/배급의 매출액이 3,952억 원으로 전체 매출액 7,419억 원의 53.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 창작 및 제작의 매출액은 3,353억 원으로 45.2%의 비중을 차지하고 있다. 만화산업의 오프라인 구조를 보면 대체로 만화작가에 의해 작품이 만들어지면 출판사에 만화작품을 공급하고, 출판사는 공급받은 만화작품을 편집 및 제작하여 총판(도매업)에 공급한다. 총판은 공급받은 만화책을 서점과 대여점에 제공하는 형태로 구성되어 있다. 또 다른 경우에는 출판사가 직접 운영하는 만화 전문 서점에 공급하는 경우와 출판사가 직접 홈쇼핑 또는 인터넷서점에 제공하는 경우도 있다. 따라서 만화산업은 ‘창작 및 제작’을 통한 ‘유통/배급’이 이루어지는 구조이다.

〈표 3-1-16〉 만화산업 사업형태별 업종별 매출액 현황(2010년)

(단위: 백만 원)

업종	사업형태	매출액					합계
		창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	
만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)		84,031	1,505	675	4,070	2,458	92,739
일반 출판사(만화부문)		228,105	194	-	5,804	-	234,103
인터넷 만화 콘텐츠 서비스		15,328	-	-	14,303	-	29,631
모바일 만화 콘텐츠 서비스		-	-	-	9,635	-	9,635
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공		7,893	518	-	4,775	455	13,641
만화임대		-	-	-	24,872	-	24,872
서적임대(대여)(만화부문)		-	-	-	41,589	3,268	44,857
만화서적 및 잡지류 도매		-	-	-	76,218	-	76,218
만화서적 및 잡지류 소매		-	-	-	161,685	2,238	163,923
인터넷 서점(만화부문) ⁵⁴⁾		-	-	-	52,328	-	52,328
합계		335,357	2,217	675	395,279	8,419	741,947
비중(%)		45.2	0.3	0.1	53.3	1.1	100.0

만화산업 사업형태별 매출액을 연도별로 보면 ‘유통/배급’의 매출액은 2008년부터 감소(2008년 4,072억 원→2009년 4,052억 원→2010년 3,952억 원)했다. ‘창작 및 제작’의 매출액은 2008년부터 꾸준히 증가하여 2009년 대비 5.5% 증가(2008년 2,991억 원→2009년 3,179억 원→2010년 3,353억 원)했다. 제작 지원의 매출액은 2008년부터 지속적으로 감소하고 있으며, 2009년 대비 36.7% 감소, 연평균 29.0% 감소했다.

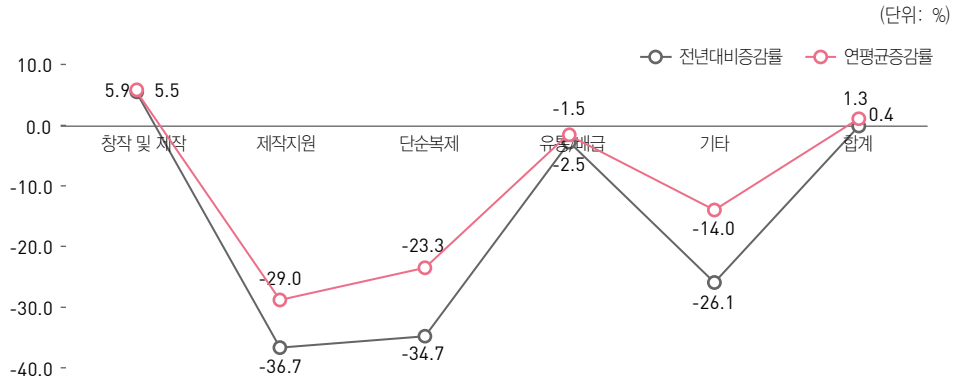
〈표 3-1-17〉 만화산업 사업형태별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

구분	창작 및 제작	제작 지원	단순복제	유통/배급	기타	합계
2008년	299,139	4,397	1,147	407,208	11,395	723,286
2009년	317,918	3,502	1,034	405,242	11,398	739,094
2010년	335,357	2,217	675	395,279	8,419	741,947
전년대비증감률(%)	5.5	▽36.7	▽34.7	▽2.5	▽26.1	0.4
연평균증감률(%)	5.9	▽29.0	▽23.3	▽1.5	▽14.0	1.3

54) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

〈그림 3-1-9〉 만화산업 사업형태별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

7. 만화산업 매출액 규모별 매출액

2010년 만화산업 매출액 규모별 매출액을 보면 10~100억 원 미만의 사업체가 2,778억 원으로 전체 매출액의 37.4%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그다음은 1~10억 원 미만이 1,721억 원으로 전체 매출액의 23.2%를 차지하고 있다. 100억 원 이상은 1,724억 원으로 23.3%의 비중을 나타내며, 1억 원 미만은 1,194억 원으로 전체 매출액의 16.1%의 비중을 차지하고 있다. 만화산업은 10억~100억 원 미만의 사업체를 중심으로 1~10억 원 미만과 100억 원 이상의 규모가 비슷한 구조를 나타내고 있다. 이는 만화산업이 업종별로 다른 특징을 가지고는 있으나 대규모 사업체로 성장하기에는 산업규모의 한계가 있음을 의미하는 것이다. 그러나 일반출판사(어린이·학습만화)의 경우에는 100억 원 이상 규모의 사업체들이 산업을 이끌어 나가고 있다. 이는 어린이·학습만화는 한번 성공하기 시작하면 시리즈 위주로 제작되어 매출액이 증가할 여지가 많으며, 또한 대형 출판사들 같은 경우에는 고가의 어린이 전집만화류를 전문적으로 제작 출판하기 때문에 만화단행본보다는 매출이 증가할 가능성이 매우 크다.

〈표 3-1-18〉 만화산업 매출액 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)

(단위: 백만 원)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	346	12,082	49,382	30,929	92,739
일반 출판사(만화부문)	11,250	12,010	89,442	121,401	234,103
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	998	5,987	22,646	-	29,631
모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	1,495	8,140	-	9,635
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	-	2,162	11,479	-	13,641
만화임대	17,659	7,213	-	-	24,872

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
서적임대(대여)(만화부문)	35,290	9,567	-	-	44,857
만화서적 및 잡지류 도매	3,132	73,086	-	-	76,218
만화서적 및 잡지류 소매	50,796	48,588	44,385	20,154	163,923
인터넷 서점(만화부문) ⁵⁵⁾	-	-	52,328	-	52,328
합계	119,471	172,190	277,802	172,484	741,947
비중(%)	16.1	23.2	37.4	23.3	100.0

연도별로 보면 '10~100억 원 미만'은 2009년 대비 5.2% 증가했으며, 연평균 8.3% 증가한 것으로 나타났다. '10~100억 원 미만'과 '100억 원 이상'의 규모는 전년대비 증가한 반면에 '1억 원 미만' 및 '1~10억 원 미만'은 전년대비증감률과 연평균증감률이 감소한 것으로 나타났다. 이는 만화산업에서 10억 원 미만 유통관련 사업체들의 매출액 감소가 주된 이유이다.

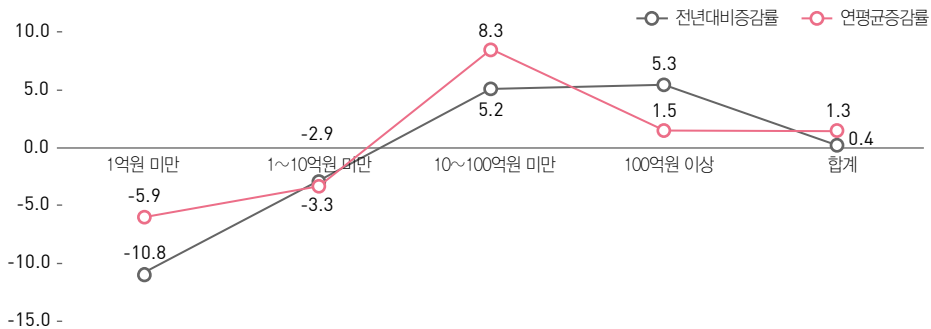
〈표 3-1-19〉 만화산업 매출액 규모별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
2008년	134,917	184,079	236,927	167,363	723,286
2009년	133,969	177,259	264,109	163,757	739,094
2010년	119,471	172,190	277,802	172,484	741,947
전년대비증감률(%)	▽10.8	▽2.9	5.2	5.3	0.4
연평균증감률(%)	▽5.9	▽3.3	8.3	1.5	1.3

〈그림 3-1-10〉 만화산업 매출액 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

55) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

8. 만화산업 종사자 규모별 매출액

2010년 국내 만화산업의 종사자 규모별 매출액 현황을 살펴보면 1~4인 규모의 비중이 51.8%(3,840억 원)로 가장 큰 것으로 조사되었다. 5~9인 규모의 비중은 23.2%(1,721억 원), 10~49인 규모의 비중은 20.8%(1,545억 원), 50~99인 규모의 비중은 가장 작은 4.2%(312억 원)로 나타났다. 종사자 규모별로만 보면 만화산업은 1~4인 규모의 사업체들이 주도하고 있는 것처럼 보이나, 업종별로 살펴보면 만화 유통관련 산업은 1~4인이 주도하고 있고, 만화단행본 위주의 출판사는 10인 이상의 사업체들이 이끌고 있으며, 어린이·학습만화는 5인 이상의 출판사들이 선도하고 있음을 알 수 있다. 따라서 매출액 규모에서 분석된 것과 마찬가지로 만화산업은 대형사업체 위주의 산업이 아닌 중소형사업체 위주의 산업임을 알 수 있다. 전반적인 만화산업의 정체에 따라 어린이·학습만화의 경우에도 새로운 기획을 통한 출판보다는 한번 성공한 시리즈들을 이어나가거나, 재출판하는 경우가 많아 많은 인력이 필요하지는 않다.

〈표 3-1-20〉 만화산업 종사자 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)

(단위: 백만 원)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	13,399	6,252	41,882	31,206	92,739
일반 출판사(만화부문)	35,770	99,206	99,127	-	234,103
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	5,783	10,321	13,527	-	29,631
모바일 만화 콘텐츠 서비스	9,635	-	-	-	9,635
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	5,986	7,655	-	-	13,641
만화임대	24,872	-	-	-	24,872
서적임대(대여)(만화부문)	35,290	9,567	-	-	44,857
만화서적 및 잡지류 도매	50,226	25,992	-	-	76,218
만화서적 및 잡지류 소매	150,788	13,135	-	-	163,923
인터넷 서점(만화부문)	52,328	-	-	-	52,328
합계	384,077	172,128	154,536	31,206	741,947
비중(%)	51.8	23.2	20.8	4.2	100.0

2010년 종사자규모별 매출액을 연도별로 살펴보면, 전년대비 가장 크게 증가한 종사자규모는 5~9인으로 16.9% 증가했다. 5~9인을 제외하고는 전년대비증감률이 증가한 경우가 없다. 50~99인 규모의 사업체 매출액은 전년대비 21.1% 감소했고, 연평균 또한 13.4% 감소하여 가장 큰 감소를 보인 것으로 나타났다. 또한 10~49인 규모의 사업체 매출액 또한 전년대비 3.3% 감소한 것으로 나타났다. 이는 과거 만화산업을 이끌어 오던 만화단행본 위주로 제작 및 공급하던 출판사들의 만화단행본 매출액 감소와 어린이·학습만화를 제작 및 공급하는 출판사들이 수익률 개선을 위하여 종사자를 감축함으로써 2009년도 종사자규모가 10~49인에 있던 사업체들이 5~9인 사업체로 바뀌었기 때문이다.

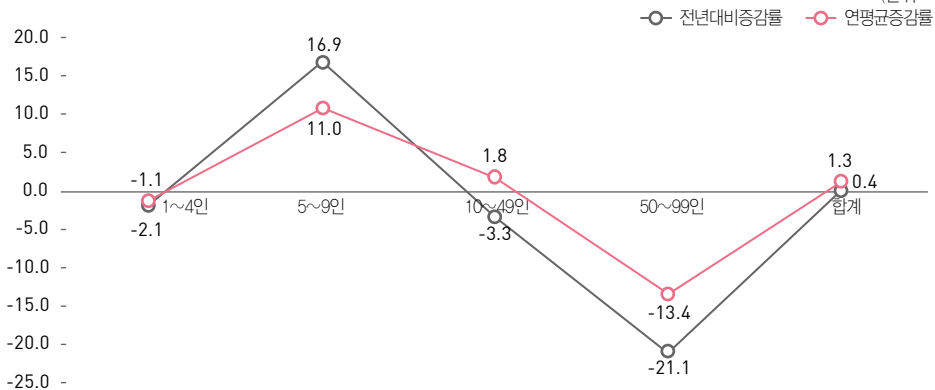
〈표 3-1-21〉 만화산업 종사자 규모별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
2008년	392,759	139,680	149,211	41,636	723,286
2009년	392,404	147,255	159,880	39,555	739,094
2010년	384,077	172,128	154,536	31,206	741,947
전년대비증감률(%)	▽2.1	16.9	▽3.3	▽21.1	0.4
연평균증감률(%)	▽1.1	11.0	1.8	▽13.4	1.3

〈그림 3-1-11〉 만화산업 종사자 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

9. 만화산업 지역별 매출액

2010년 만화산업 매출액 중 가장 많은 매출액을 창출한 지역은 서울이며, 서울지역의 매출액은 3,447억원으로 전체 매출액의 50.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 그 다음은 경기도 2,302억 원(33.4%), 부산 232억 원(3.4%)의 매출액을 나타냈다. 그 외 지역은 전체매출액의 2.0%를 넘지 않는 것으로 조사되어 지역 간 편차가 크을 알 수 있다. 이는 만화출판업의 경우 서울과 경기도에 대부분 존재하기 때문이다. 서울과 경기를 제외하고 다른 지역에는 유통관련 사업체 이외에는 만화관련 사업체가 전무한 실정이며, 만화산업이 발전하기 위해서는 여러 지역의 관심과 지역별 정책이 필요하다.

〈표 3-1-22〉 만화산업 지역별 업종별 매출액 현황⁵⁶⁾(2010년)

(단위: 백만 원)

구분	만화출판업	온라인만화 제작/유통업	만화책임대업	만화 도소매업	합계	비중(%)
서울	153,269	52,907	18,160	120,457	344,793	50.0
부산	-	-	6,452	16,821	23,273	3.4
대구	-	-	4,122	7,258	11,380	1.7
인천	-	-	3,387	9,653	13,040	1.9
6개 시	-	-	2,713	5,672	8,385	1.2
대전	-	-	2,722	7,025	9,747	1.4
울산	-	-	1,425	3,426	4,851	0.7
소계	-	-	20,821	49,855	70,676	10.2
경기도	173,573	-	15,266	41,361	230,200	33.4
강원도	-	-	1,908	3,023	4,931	0.7
충청북도	-	-	1,763	4,016	5,779	0.8
충청남도	-	-	2,588	3,252	5,840	0.8
9개 도	-	-	1,562	2,859	4,421	0.6
전라북도	-	-	1,941	2,251	4,192	0.6
경상북도	-	-	2,133	6,325	8,458	1.2
경상남도	-	-	3,062	5,827	8,889	1.3
제주도	-	-	525	915	1,440	0.2
소계	173,573	-	30,748	69,829	274,150	39.8
합계	326,842	52,907	69,729	240,141	689,619	100.0

2009년 대비 매출액이 증가한 지역은 경기도, 대구, 충청북도 그리고 광주 네 곳뿐임을 알 수 있다. 경기도를 제외하고는 다른 세 군데는 만화관련 유통만이 있기 때문에 만화출판관련 하여 증가한 곳은 경기도뿐이다. 이는 만화산업의 지역 불균형이 매우 심각한 상황임을 다시 한 번 보여주는 것이다.

서울은 전년대비 1.2% 감소했고 연평균 1.3% 감소했다. 6개 광역시 또한 전년대비와 연평균이 각각 3.4%, 2.8% 감소한 것으로 나타난 반면, 9개 도는 경기도의 매출액 증가로 인해 전년대비 1.3% 증가했고, 연평균 또한 3.6% 증가했다.

56) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 매출액 52,328백만 원 제외

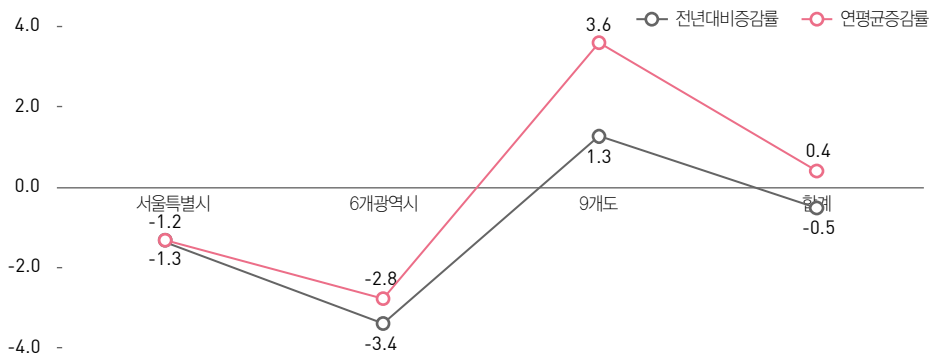
〈표 3-1-23〉 만화산업 지역별 연도별 매출액 현황⁵⁷⁾

(단위: 백만 원)

구분	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)	
서울	353,641	348,861	344,793	▽1.2	▽1.3	
6개 시	부산	25,274	24,706	23,273	▽5.8	▽4.0
	대구	11,547	11,272	11,380	1.0	▽0.7
	인천	14,406	13,923	13,040	▽6.3	▽4.9
	광주	8,374	8,278	8,385	1.3	0.1
	대전	10,108	9,965	9,747	▽2.2	▽1.8
	울산	5,131	5,053	4,851	▽4.0	▽2.8
	소계	74,840	73,197	70,676	▽3.4	▽2.8
9개 도	경기도	209,596	225,725	230,200	2.0	4.8
	강원도	5,165	5,022	4,931	▽1.8	▽2.3
	충청북도	5,878	5,720	5,779	1.0	▽0.8
	충청남도	5,934	5,957	5,840	▽2.0	▽0.8
	전라북도	4,594	4,550	4,421	▽2.8	▽1.9
	전라남도	4,392	4,294	4,192	▽2.4	▽2.3
	경상북도	8,908	8,674	8,458	▽2.5	▽2.6
	경상남도	9,432	9,277	8,889	▽4.2	▽2.9
	제주도	1,524	1,476	1,440	▽2.4	▽2.8
	소계	255,423	270,695	274,150	1.3	3.6
합계	683,904	692,753	689,619	▽0.5	0.4	

〈그림 3-1-12〉 만화산업 지역별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

57) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 매출액 52,328백만 원 제외

10. 만화산업 콘텐츠 평균제작비용

2010년 국내 만화 콘텐츠 제작관련 총 지출 비용 717억 원으로 전년대비 1.6% 증가했고, 연평균 3.5% 증가 한 것으로 나타났다. 만화 콘텐츠 제작관련 총 지출 비용구조를 세부적으로 살펴보면 작품 제작비용은 533억 원으로 나타났고 로열티지출은 63억 원으로 조사되었다. 또한, 마케팅 및 홍보는 69억 원으로 나타났고, 연구개발비는 21억 원으로 조사되었다. 전년대비증감률이 가장 큰 것은 로열티 지출로 23.8%였으며, 연평균증감률이 가장 큰 부문 역시 로열티 지출로 34.5%인 것으로 분석되었다. 이는 환율 증가로 인한 수입 만화책의 로열티 지출과 원고료가 높아진 것이 원인으로 보여진다.

〈표 3-1-24〉 만화산업 콘텐츠 제작관련 지출 현황

(단위: 백만 원)

연도	작품 제작비용	로열티 지출	마케팅·홍보	연구개발	기타	합계
2008년	51,362	3,515	6,853	2,215	2,987	66,932
2009년	53,178	5,137	7,015	2,321	3,013	70,664
2010년	53,361	6,358	6,908	2,112	3,028	71,767
전년대비증감률(%)	0.3	23.8	▽1.5	▽9.0	0.5	1.6
연평균증감률(%)	1.9	34.5	0.4	▽2.4	0.7	3.5

11. 만화산업 제작 분야

2010년 국내 만화산업 제작 분야 중 오프라인 출판 비중은 전년대비 3.5%p 감소한 72.8%인 것으로 나타났으며, 온라인 출판 제작비중은 27.2%인 것으로 조사되었다. 이는 만화출판이 오프라인 출판에서 온라인 제작으로 점점 변화되고 있음을 의미하고 있다. 향후 스마트기기의 보급 확대로 인해 이러한 변화는 더욱 가속화될 것이다.

〈표 3-1-25〉 만화산업 만화출판 제작 비중

(단위: %)

연도	오프라인 출판 제작 비중	온라인 출판 제작 비중	합계
2008년	81.6%	18.4%	100.0%
2009년	76.3%	23.7%	100.0%
2010년	72.8%	27.2%	100.0%

2010년 오프라인만화출판 유형별 비중을 살펴보면, 어린이·학습만화의 비중이 70.2%로 가장 큰 것으로 조사되었으며, 만화 단행본이 28.3%로 다음으로 큰 비중을 차지한 것으로 분석되었다. 만화잡지의 비중은 1.1%였으며, 일일만화의 비중은 0.3%로 나타났다.

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

〈표 3-1-26〉 만화산업 오프라인만화출판 제작 비중

(단위: %)

오프라인출판	만화 단행본	어린이·학습만화	만화잡지	일일만화	기타	총계
2008년	31.5%	65.2%	2.1%	0.5%	0.7%	100.0%
2009년	29.3%	68.1%	1.9%	0.4%	0.3%	100.0%
2010년	28.3%	70.2%	1.1%	0.3%	0.1%	100.0%

2010년 온라인만화 제작 비중은 스캔만화의 비중이 2008년 78.2%에서 2010년 81.1%로 지속적으로 증가하고 있으며, 스크롤 만화 비중은 2008년 8.5%에서 지속적으로 감소하여 2010년에는 3.8%로 나타났다.

〈표 3-1-27〉 만화산업 온라인만화출판 제작 비중

(단위: %)

온라인 비중	스캔만화	스크롤만화	모바일	기타	총계
2008년	78.2%	8.5%	12.6%	0.7%	100.0%
2009년	80.7%	5.3%	13.8%	0.2%	100.0%
2010년	81.1%	3.8%	14.6%	0.5%	100.0%

12. 만화산업 부가가치 구성

만화산업 부가가치액은 2,976억 원으로 전년대비 2.3%, 연평균 2.4% 증가했으며, 부가가치액에 따른 부가가치율은 40.11%로 나타났다.

부가가치 구성 현황을 보면 인건비가 2,323억 원(78.1%)으로 가장 높다. 이는 전년도 인건비 2,280억 원 보다 1.9% 증가한 수치이다. 임차료는 196억 원(6.6%)으로 전년대비 8.7% 증가했으며, 연평균 0.2% 증가했다. 경상이익은 166억 원(5.6%)으로 전년대비 4.4% 증가했고, 연평균 2.6% 감소했다. 감가상각비는 108억 원(3.7%)으로 전년대비 1.0% 증가했으며, 연평균 4.6% 증가했다. 또한, 순금융비용은 95억 원(3.2%)으로 전년대비 0.7% 감소했으나 연평균 2.5% 증가했다. 조세공과는 85억 원(2.9%)으로 전년대비 1.5% 증가했고, 연평균 2.0% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 3-1-28〉 만화산업 부가가치 구성 현황(2010년)

(단위: 백만 원)

구분	매출액	부가가치액	부가가치율	부가가치 구성					
				경상이익	인건비	순금융비용	감가상각비	임차료	조세공과
만화산업	741,947	297,632	40.11	16,667	232,375	9,532	10,865	19,632	8,561
부가가치액 대비 비중(%)				5.6	78.1	3.2	3.7	6.6	2.9
매출액 대비 비중(%)				2.2	31.3	1.3	1.5	2.6	1.2

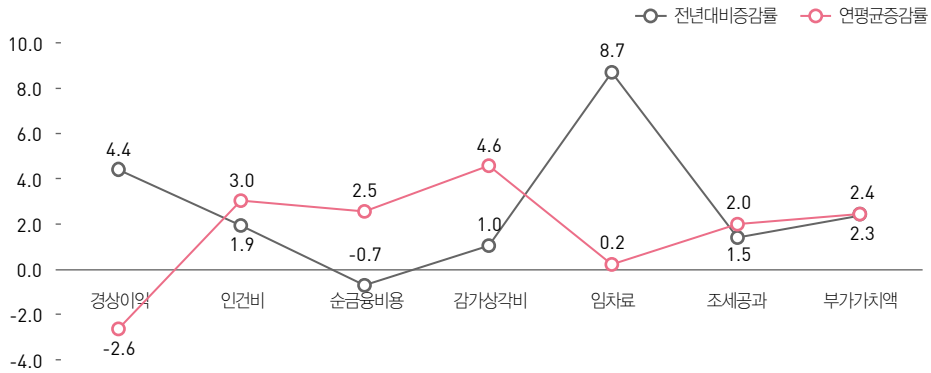
〈표 3-1-29〉 만화산업 연도별 부가가치 구성 현황

(단위: 백만 원)

구분	부가가치 구성 현황						부가가치액
	경상이익	인건비	순금융비용	감가상각비	임차료	조세공과	
2008년	17,583	219,223	9,075	9,926	19,568	8,225	283,600
2009년	15,958	228,016	9,597	10,761	18,067	8,434	290,833
2010년	16,667	232,375	9,532	10,865	19,632	8,561	297,632
전년대비증감률(%)	4.4	1.9	▽0.7	1.0	8.7	1.5	2.3
연평균증감률(%)	▽2.6	3.0	2.5	4.6	0.2	2.0	2.4

〈그림 3-1-13〉 부가가치 구성 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

제4절

| 수출입 현황 |

1. 만화산업 수출입액 현황

2010년 만화산업 수출액은 815만 달러로 전년대비 93.7% 증가했다. 2008년부터 2009년까지는 큰 변화가 없었으나, 2010년에 큰 폭으로 증가하여 연평균 40.4% 증가한 것으로 나타났다.

국내에서의 만화산업은 정체 분위기이나, 해외 만화시장에서 국내 만화는 호평을 받고 있다. 특히 어린이·학습만화의 경우에는 뛰어난 기획력과 콘텐츠의 세분화 등에서 인정을 받고 있으며, 국내에서 성공한 과학시리즈와 인물시리즈 등도 해외에서 인기를 얻고 있다. 따라서 국내 어린이·학습만화의 기획력은 국제경쟁력을 갖춘 만큼 초기부터 국내와 해외 만화시장에서 동시에 출판할 수 있도록 기획할 필요가 있으며, 이로 인해 어린이·학습만화의 해외 진출은 더욱 가속화될 수 있을 것이다.

2010년 만화수입액은 528만 달러로 전년대비 3.8% 감소했다. 수입액은 2008년부터 감소하고 있는 것으로 나타났는데 이는 최대 수입국인 일본의 엔화 강세로 인해 신규 판권계약을 미루고 있기 때문이다.

〈표 3-1-30〉 만화산업 수출 및 수입액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수출액				
	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
만화산업	4,135	4,209	8,153	93.7	40.4
합계	4,135	4,209	8,153	93.7	40.4

구분	수입액				
	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
만화산업	5,937	5,492	5,281	▽3.8	▽5.7
합계	5,937	5,492	5,281	▽3.8	▽5.7

2. 만화산업 지역별 수출입액 현황

2010년 국내 만화산업의 지역별 수출액 현황을 보면 유럽으로의 수출액이 225.8만 달러로 가장 많았다. 그다음은 동남아가 200.4만 달러, 북미가 172.3만 달러이며, 일본은 152.7만 달러이다. 중국은 56.8만 달러인 것으로 나타났다. 국내 만화산업의 수출은 여러 지역에 걸쳐 전년대비 큰 폭으로 증가했으며, 동남아 지역으로의 수출은 전년대비 무려 281.7% 증가했다. 이는 국내 어린이·학습만화의 시리즈물의 꾸준한 인기에 기인한 것이다.

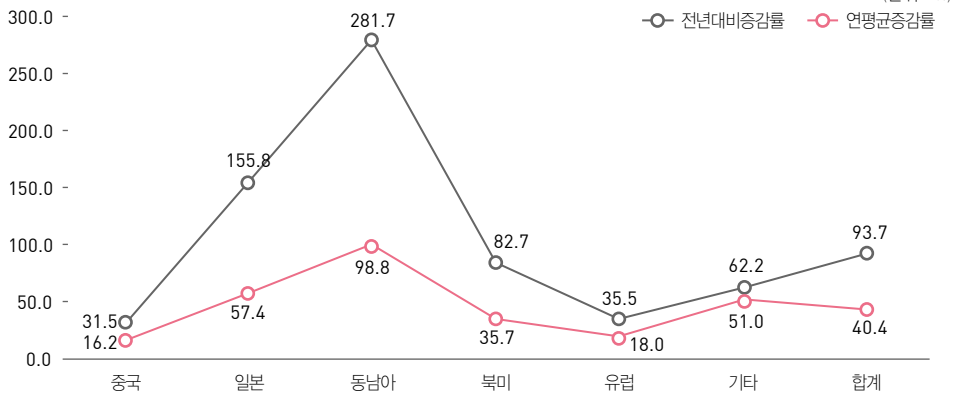
〈표 3-1-31〉 만화산업 지역별 수출액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수출액					
	2008년	2009년	2010년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	421	432	568	7.0	31.5	16.2
일본	616	597	1,527	18.7	155.8	57.4
동남아	507	525	2,004	24.6	281.7	98.8
북미	936	943	1,723	21.1	82.7	35.7
유럽	1,623	1,667	2,258	27.7	35.5	18.0
기타	32	45	73	0.9	62.2	51.0
합계	4,135	4,209	8,153	100.0	93.7	40.4

〈그림 3-1-14〉 만화산업 지역별 수출액 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

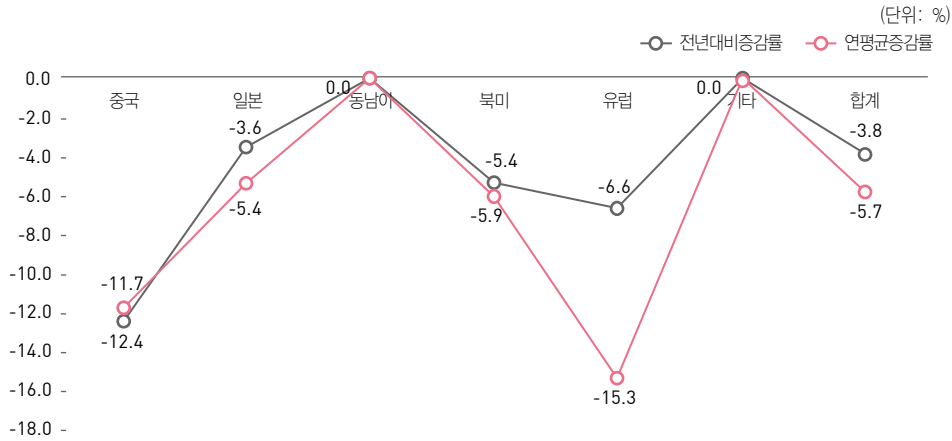
2010년 만화산업 지역별 수입액 현황을 보면 일본이 486만 달러로 수입액이 가장 큰 국가임을 알 수 있다. 그러나 이 수치는 2009년보다 17만 달러 감소한 수치이다. 이는 일본 환율이 올라 로열티 지출도 올랐으며, 이로 인해 신규 판권계약이 미루어지고 있기 때문이다.

〈표 3-1-32〉 만화산업 지역별 수입액 현황

(단위: 천 달러)

구분	수입액					
	2008년	2009년	2010년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	109	97	85	1.6	▽12.4	▽11.7
일본	5,432	5,041	4,862	92.1	▽3.6	▽5.4
동남아	-	-	-	-	-	-
북미	297	278	263	5.0	▽5.4	▽5.9
유럽	99	76	71	1.3	▽6.6	▽15.3
기타	-	-	-	-	-	-
합계	5,937	5,492	5,281	100.0	▽3.8	▽5.7

〈그림 3-1-15〉 만화산업 지역별 수입액 전년대비증감률 및 연평균증감률



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

3. 만화산업 해외 수출방식

만화산업 해외 수출방식을 보면 국내에이전트를 활용한다는 응답이 54.6%로 가장 많았고 해외 전시회를 통해 수출한다는 응답은 41.2%였으며, 해외유통사 접촉과 해외에이전트 활용은 2.1%로 동일하게 나타났다. 만화산업의 해외 수출방식은 ‘해외전시회 및 행사참여’와 ‘국내 에이전트 활용’이 대부분임을 알 수 있다. ‘해외 전시회 및 행사참여’는 2008년부터 꾸준히 증가하고 있으므로 국내 만화관련 사업체들이 더 많이 해외 전시회 및 행사에 참여할 수 있도록 정책적 지원이 이루어져야 할 것이다.

〈표 3-1-33〉 만화산업 해외 수출방식

(단위: %)

수출방법	진출 경로 구분	2008년 기준조사	2009년 기준조사	2010년 기준조사	전년대비 증감(%p)
직접 수출	해외 전시회 및 행사참여	36.3	39.6	41.2	1.6
	해외 유통사 접촉	3.2	2.3	2.1	▽0.2
	온라인 해외 판매	-	-	-	-
간접 수출	해외 법인 활용	-	-	-	-
	국내 에이전트 활용	55.6	55.9	54.6	▽1.3
	해외 에이전트 활용	4.1	2.2	2.1	▽0.1
	기타	0.8	-	-	-
	합계	100.0	100.0	100.0	-

4. 만화산업 해외 진출형태

국내 만화산업의 해외 진출형태를 보면 라이선스 수출이 73.7%였으며, 완제품 수출은 26.3%인 것으로 나타났다. 국내 만화산업은 해외에서 주로 라이선스를 통해 수익을 얻고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-1-34〉 만화산업 해외 진출형태

(단위: %)

해외진출형태	2008년 기준조사	2009년 기준조사	2010년 기준조사	전년대비 증감(%P)
완제품 수출	49.3	31.7	26.3	▽5.4
LICENSE	50.1	66.9	73.7	6.8
OEM 수출	-	-	-	-
기술 서비스	-	-	-	-
기타	0.6	1.4	-	▽1.4
합계	100.0	100.0	100.0	-

제2장

국내 만화산업 종사자 현황

2010년 만화산업 종사자수는 총 10,779명으로 조사되었고, 전년대비 0.3% 증가했으며, 연평균 1.4% 감소했다.

업종별로 보면 만화출판업 종사자수는 2,167명으로 전체 종사자중 20.1%를 차지했고, 전년대비 8.0% 증가했으며, 연평균 1.5% 증가했다. 온라인만화제작 유통업 종사자수는 470명으로 4.4%를 차지했고, 전년대비 0.4% 증가했으며, 연평균 11.5% 증가한 것으로 나타났다. 만화책 임대업 종사자수는 4,270명으로 39.6%의 비중을 보이고 있으며, 전년대비 2.3% 감소했고, 연평균 3.9% 감소했다. 만화 도소매업은 3,872명으로 35.9%의 비중을 차지하고 있으며, 전년대비 0.8% 감소했고, 연평균 1.4% 감소했다.

2010년에 만화산업 종사자수는 2009년에 비해서 0.3% 증가했으나 만화출판사, 일반출판사, 인터넷만화 콘텐츠 서비스, 인터넷서점을 제외한 소분류에서 대부분 종사자 감소가 이루어졌기 때문에 만화산업 종사자수가 전반적으로 증가하지는 않았다는 것을 알 수 있다. 특히 오프라인만화 도소매업의 종사자수 감소는 지속적으로 이루어지고 있다. 이러한 현상은 오프라인 서점이 감소하고 있으며, 국내 만화 유통 관리 시스템이 자리 잡고 있지 못하고 있다는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

또한, 만화산업의 종사자 측면에서 만화산업 종사자, 특히 창의인력을 증가시키는 것에 초점을 맞추어, 만화 전문 인력 양성을 위한 체계적인 시스템 구축과 그 인력들을 흡수할 수 있을 만한 산업의 활성화가 이루어져야 한다.

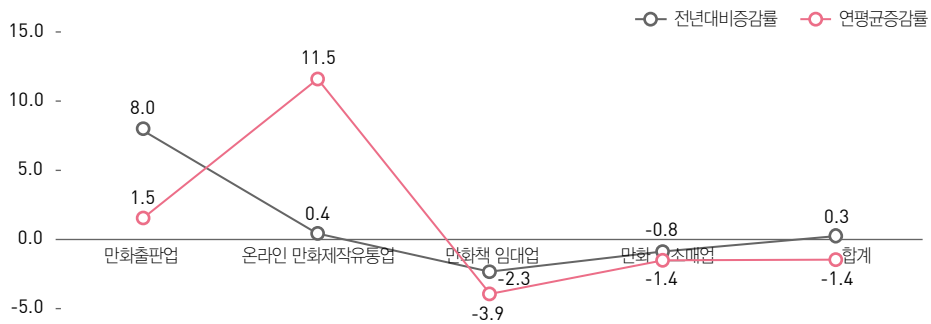
〈표 3-2-1〉 만화산업 업종별 종사자 현황

(단위: 명)

종분류	소분류	종사자수			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
		2008년	2009년	2010년			
만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	605	571	614	5.7	7.5	0.7
	일반 출판사(만화부문)	1,499	1,436	1,553	14.4	8.1	1.8
	소계	2,104	2,007	2,167	20.1	8.0	1.5
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	232	285	293	2.7	2.8	12.4
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	15	18	16	0.1	▽11.1	3.3
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	131	165	161	1.5	▽2.4	10.9
	소계	378	468	470	4.4	0.4	11.5
만화책 임대업	만화임대	963	912	903	8.4	▽1.0	▽3.2
	서적임대(대여)(만화부문)	3,665	3,457	3,367	31.2	▽2.6	▽4.2
	소계	4,628	4,369	4,270	39.6	▽2.3	▽3.9
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	825	792	773	7.2	▽2.4	▽3.2
	만화서적 및 잡지류 소매	2,774	2,695	2,603	24.1	▽3.4	▽3.1
	인터넷 서점(만화부문)	384	417	496	4.6	18.9	13.7
	소계	3,983	3,904	3,872	35.9	▽0.8	▽1.4
만화산업 합계		11,093	10,748	10,779	100.0	0.3	▽1.4

〈그림 3-2-1〉 만화산업 업종별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

제1절

| 산업규모별 종사자 현황 |

1. 만화산업 매출액 규모별 종사자 현황

2010년 만화산업의 매출액 규모별 종사자 현황을 보면 1억 원 미만 매출액 사업체 종사자수가 6,429명으로 전체의 59.6%를 차지했다. 1~10억 원 미만 매출액 규모 사업체의 종사자수는 1,711명으로 15.9%를 차지했고, 10~100억 원 미만 매출액 규모 사업체의 종사자수는 1,861명으로 17.3%, 100억 원 이상 매출액 규모 사업체의 종사자수는 778명으로 7.2%의 비중을 차지했다.

증감률을 보면 1억 원 미만 규모 사업체 종사자수는 전년대비 3.0% 감소했으며, 연평균 3.9% 감소하여 감소추세가 지속되고 있다. 1~10억 원 미만 규모 사업체 종사자수는 전년대비 0.7% 증가했으나 연평균 1.4% 감소했다. 10~100억 원 미만 규모 사업체 종사자수는 전년대비 9.3% 증가했고, 연평균 6.0% 증가하여 다른 규모 사업체 종사자들보다 증감 폭이 큰 것으로 나타났다. 100억 원 이상 규모 사업체 종사자수는 전년대비 8.8% 증가했고, 연평균 4.0% 증가했다.

〈표 3-2-2〉 만화산업 매출액 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	13	212	268	121	614
일반 출판사(만화부문)	132	199	588	634	1,553
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	15	86	192	-	293
모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	2	14	-	16
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	-	39	122	-	161
만화임대	834	69	-	-	903
서적임대(대여)(만화부문)	3,295	72	-	-	3,367
만화서적 및 잡지류 도매	82	691	-	-	773
만화서적 및 잡지류 소매	2,058	341	181	23	2,603
인터넷 서점(만화부문) ⁵⁸⁾	-	-	496	-	496
합계	6,429	1,711	1,861	778	10,779
비중(%)	59.6	15.9	17.3	7.2	100.0

58) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

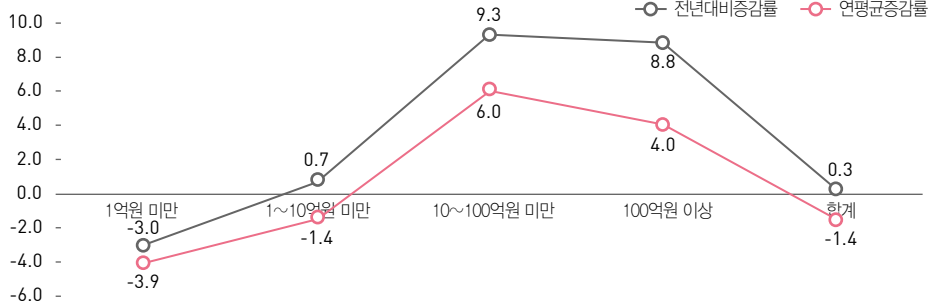
〈표 3-2-3〉 만화산업 매출액 규모별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상	합계
2008년	6,958	1,761	1,655	719	11,093
2009년	6,631	1,699	1,703	715	10,748
2010년	6,429	1,711	1,861	778	10,779
전년대비증감률(%)	▽3.0	0.7	9.3	8.8	0.3
연평균증감률(%)	▽3.9	▽1.4	6.0	4.0	▽1.4

〈그림 3-2-2〉 만화산업 매출액 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

2. 만화산업 종사자 규모별 종사자 현황

2010년 만화산업의 종사자 규모별 종사자 현황을 보면 1~4인 규모의 종사자수가 8,501명으로 78.9%를 차지하여 가장 큰 비중을 보이고 있다. 5~9인 규모 사업체 종사자수는 897명으로 8.3%의 비중을 보이고 있으며, 10~49인 규모 사업체 종사자수는 1,260명으로 11.7%, 50~99인 규모 사업체 종사자수는 121명으로 1.1%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

증감률을 보면 10~49인 규모의 종사자수는 전년대비 10.4% 감소했고, 연평균 6.3% 감소하여 가장 큰 감소폭을 보이고 있다. 50~99인 규모 종사자수는 전년대비 6.2% 감소했으며, 연평균 6.7% 감소했다. 1~4인 규모의 종사자수 또한 감소했는데 전년대비 1.2%, 연평균 2.3% 감소한 것으로 나타났다. 5~9인 규모 종사자수는 다른 규모의 종사자들과 달리 증가했는데, 전년대비증감률과 연평균증감률이 각각 48.0%, 21.8% 인 것으로 나타났다.

〈표 3-2-4〉 만화산업 종사자 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	96	45	352	121	614
일반 출판사(만화부문)	398	359	796	-	1,553
인터넷 만화 콘텐츠 서비스	53	128	112	-	293
모바일 만화 콘텐츠 서비스	16	-	-	-	16
인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	102	59	-	-	161
만화임대	903	-	-	-	903
서적임대(대여)(만화부문)	3,328	39	-	-	3,367
만화서적 및 잡지류 도매	701	72	-	-	773
만화서적 및 잡지류 소매	2,408	195	-	-	2,603
인터넷 서점(만화부문) ⁵⁹⁾	496	-	-	-	496
합계	8,501	897	1,260	121	10,779
비중(%)	78.9	8.3	11.7	1.1	100.0

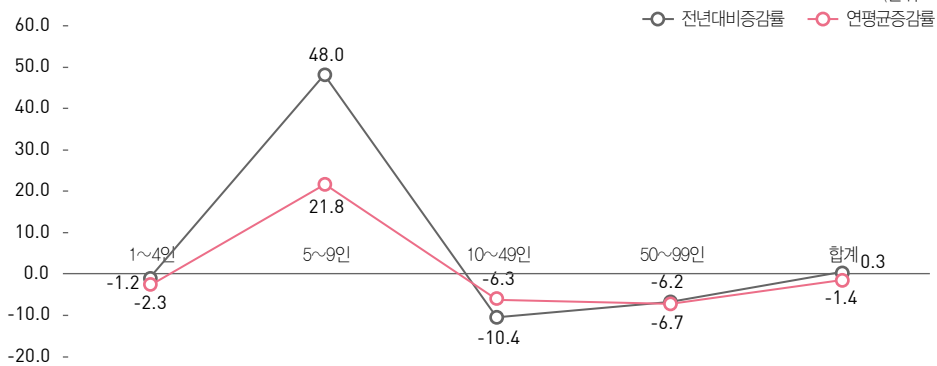
〈표 3-2-5〉 만화산업 종사자 규모별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	합계
2008년	8,915	605	1,434	139	11,093
2009년	8,606	606	1,407	129	10,748
2010년	8,501	897	1,260	121	10,779
전년대비증감률(%)	▽1.2	48.0	▽10.4	▽6.2	0.3
연평균증감률(%)	▽2.3	21.8	▽6.3	▽6.7	▽1.4

〈그림 3-2-3〉 만화산업 종사자 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

59) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(통계청)

제2절

| 고용형태별 종사자 현황 |

1. 만화산업 고용형태별 종사자 현황

2010년 고용형태별 종사자 현황을 보면 정규직은 8,355명이며, 전체 종사자의 81.3%를 차지했으며, 비정규직은 1,928명으로 18.7%의 비중을 나타내고 있다. 중분류별로 보면 만화출판업의 정규직이 1,699명(78.4%)이며, 비정규직이 468명(21.6%)으로 나타났고, 온라인만화 제작 유통업 정규직이 411명(87.4%), 비정규직이 59명(12.6%)인 것으로 조사되었다. 또한, 만화책 임대업 정규직은 3,391명(79.4%)이었고, 비정규직은 879명(20.6%)으로 나타났다. 만화 도소매업 정규직은 2,854명(84.5%)이며, 비정규직은 522명(15.5%)인 것으로 조사되었다.

〈표 3-2-6〉 만화산업 고용형태별 업종별 종사자 현황⁶⁰⁾(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수		합계
		정규직	비정규직	
만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	529	85	614
	소분류 비중(%)	86.2	13.8	100.0
	일반 출판사(만화부문)	1,170	383	1,553
	소분류 비중(%)	75.3	24.7	100.0
	소계	1,699	468	2,167
	중분류 비중(%)	78.4	21.6	100.0
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	249	44	293
	소분류 비중(%)	85.0	15.0	100.0
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	13	3	16
	소분류 비중(%)	81.2	18.8	100.0
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	149	12	161
	소분류 비중(%)	92.5	7.5	100.0
	소계	411	59	470
	중분류 비중(%)	87.4	12.6	100.0
만화책 임대업	만화임대	713	190	903
	소분류 비중(%)	79.0	21.0	100.0
	서적임대(대여)(만화부문)	2,678	689	3,367
	소분류 비중(%)	79.5	20.5	100.0
	소계	3,391	879	4,270
	중분류 비중(%)	79.4	20.6	100.0

60) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

61) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자현황 자료없음)

중분류	소분류	종사자수		합계
		정규직	비정규직	
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	656	117	773
	소분류 비중(%)	84.9	15.1	100.0
	만화서적 및 잡지류 소매	2,198	405	2,603
	소분류 비중(%)	84.4	15.6	100.0
	인터넷 서점(만화부문) ⁶¹⁾	-	-	-
	소계	2,854	522	3,376
	중분류 비중(%)	84.5	15.5	100.0
	만화산업 합계	8,355	1,928	10,283
	만화산업 비중(%)	81.3	18.7	100.0

연도별로 고용형태별 종사자수를 보면 정규직은 전년대비 1.6% 증가했으며, 연평균증감률 0.0%로 2008년도부터 2010년도까지 큰 증감 폭은 보이지 않는 것으로 나타났다. 비정규직은 전년대비 8.4% 감소했으며, 연평균 9.4% 감소했다.

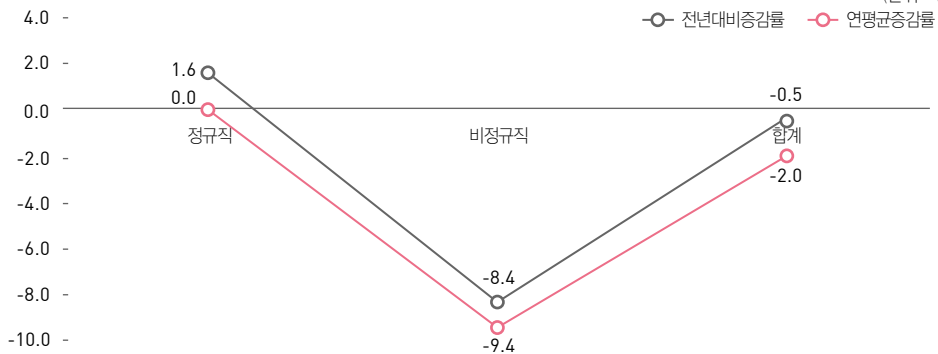
〈표 3-2-7〉 만화산업 고용형태별 연도별 종사자 현황

(단위: 명)

구분	종사자수		합계
	정규직	비정규직	
2008년	8,358	2,351	10,709
2009년	8,227	2,104	10,331
2010년	8,355	1,928	10,283
전년대비증감률(%)	1.6	▽8.4	▽0.5
연평균증감률(%)	0.0	▽9.4	▽2.0

〈그림 3-2-4〉 만화산업 고용형태별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

2. 만화산업 고용형태별 성별 종사자 현황

2010년 고용형태별 성별 종사자 현황을 보면 정규직 남자는 3,602명으로 전체 중에서 35.0%의 비중을 보였고, 정규직 여자는 4,753명으로 나타났고, 비중은 46.2%로 조사되었다. 비정규직은 남자는 800명으로 7.8%를 차지했고, 비정규직 여자는 1,128명으로 11.0%의 비중을 차지하고 있다.

만화산업은 다른 산업들과는 다르게 정규직 남자의 비중이 정규직 여자가 차지하는 비중보다 낮은 것으로 나타났다. 중분류별로 보면 만화출판업 정규직 남자는 792명이며, 정규직 여자는 907명으로 나타났고, 비정규직 남자는 259명, 비정규직 여자는 209명인 것으로 조사되었다. 또한, 온라인만화 제작 유통업은 정규직 남자가 237명이었으며, 정규직 여자는 174명, 비정규직 남자는 21명이며, 비정규직 여자는 38명인 것으로 나타났다. 만화책 임대업의 정규직 남자는 1,277명이었고, 정규직 여자는 2,114명으로 나타났고, 비정규직 남자는 302명, 비정규직 여자는 577명으로 조사되었다. 만화 도소매업의 정규직 남자는 1,296명으로 나타났고, 정규직 여자는 1,558명이었으며, 비정규직 남자는 218명, 비정규직 여자는 304명으로 조사되었다.

〈표 3-2-8〉 만화산업 고용형태별 성별 및 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수				합계
		정규직		비정규직		
		남자	여자	남자	여자	
만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	274	255	41	44	614
	일반 출판사(만화부문)	518	652	218	165	1,553
	소계	792	907	259	209	2,167
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	151	98	13	31	293
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	9	4	2	1	16
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	77	72	6	6	161
소계	237	174	21	38	470	
만화책 임대업	만화임대	340	373	119	71	903
	서적임대(대여)(만화부문)	937	1,741	183	506	3,367
	소계	1,277	2,114	302	577	4,270
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 소매	484	172	69	48	773
	만화서적 및 잡지류 소매	812	1,386	149	256	2,603
	인터넷 서점(만화부문) ⁶²⁾	-	-	-	-	-
소계	1,296	1,558	218	304	3,376	
만화산업 합계		3,602	4,753	800	1,128	10,283
만화산업 비중(%)		35.0	46.2	7.8	11.0	100.0

62) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

연도별로 보면 비정규직 남자와 비정규직 여자의 감소폭이 매우 큰 것을 알 수 있다. 비정규직 남자는 전년대비 10.1% 감소했으며, 연평균 8.8% 감소하여 가장 큰 감소폭을 보였고, 비정규직 여자는 전년대비와 연평균이 각각 7.1%, 9.9% 감소했다. 정규직 남자는 전년대비 1.9% 증가했으며, 연평균 0.6% 증가하여 2008년부터 2010년 사이에 큰 변화가 없었다. 정규직 여자는 전년대비 1.3% 증가했으나 연평균 0.5% 감소했다.

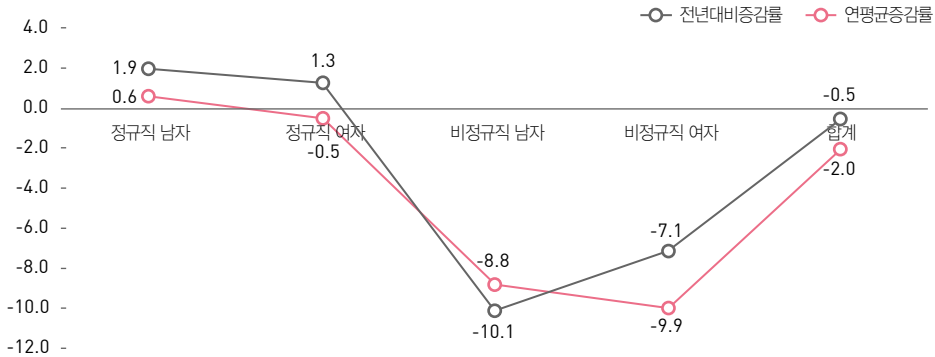
〈표 3-2-9〉 만화산업 고용형태별 성별 및 연도별 종사자 현황⁶³⁾

(단위: 명)

구분	종사자수				합계
	정규직		비정규직		
	남자	여자	남자	여자	
2008년	3,560	4,798	961	1,390	10,709
2009년	3,534	4,693	890	1,214	10,331
2010년	3,602	4,753	800	1,128	10,283
전년대비증감률(%)	1.9	1.3	▽10.1	▽7.1	▽0.5
연평균증감률(%)	0.6	▽0.5	▽8.8	▽9.9	▽2.0

〈그림 3-2-5〉 만화산업 고용형태별 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

3. 만화산업 직무별 종사자 현황

2010년 직무별 종사자 현황을 보면 기타(유통) 종사자수가 5,913명으로 전체 종사자의 57.5%를 차지하여 가장 큰 비중을 나타내고 있다. 관리 종사자수는 2,351명(22.9%)이었고, 제작 종사자수는 1,232명(12.0%), 마케팅/홍보 종사자수는 343명(3.3%), 사업기획 종사자수는 321명(3.1%), 연구개발 종사자수는 123명(1.2%)으로 나타났다.

63) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

만화산업 전체 인력을 직무별로 나누어 보면 기타(유통) 인력이 57.5%의 가장 큰 비중을 차지하고 있는데, 이러한 경향은 만화책 임대업과 만화 도소매업에서 기타(유통)에 해당하는 인력이 각각 80.5%와 65.8%로 매우 높기 때문이다. 만화책 임대업과 만화 도소매업은 만화산업 안에서도 유통 종사자와 관리 종사자의 비중이 높을 수밖에 없는 분야이다. 만화출판업과 온라인만화 제작 유통업에서는 제작 종사자수가 각각 1,032명(47.6%), 200명(42.6%)으로 가장 높다. 여기에서 중요한 점은 만화출판업과 온라인만화 제작 유통업에서 창의인력이라 칭할 수 있는 제작 부분의 종사자 비중이 더 높아질 필요성이 있으며, 그러한 면에서 만화 전문 인력 양성을 위한 체계적인 시스템 구축 방안이 필요할 것이다.

〈표 3-2-10〉 만화산업 직무별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수						합계
		사업기획	관리	제작	마케팅/홍보	연구개발	기타(유통)	
만화 출판업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	61	85	348	45	27	48	614
	일반 출판사(만화부문)	189	207	684	263	75	135	1,553
	소계	250	292	1,032	308	102	183	2,167
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	42	46	133	15	12	45	293
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	3	3	3	-	1	6	16
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	26	25	64	20	8	18	161
	소계	71	74	200	35	21	69	470
만화책 임대업	만화임대	-	321	-	-	-	582	903
	서적임대(대여)(만화부문)	-	511	-	-	-	2,856	3,367
	소계	-	832	-	-	-	3,438	4,270
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	-	141	-	-	-	632	773
	만화서적 및 잡지류 소매	-	1,012	-	-	-	1,591	2,603
	인터넷 서점(만화부문) ⁶⁴⁾	-	-	-	-	-	-	-
	소계	-	1,153	-	-	-	2,223	3,376
만화산업 합계 ⁶⁵⁾		321	2,351	1,232	343	123	5,913	10,283
만화산업 비중(%)		3.1	22.9	12.0	3.3	1.2	57.5	100.0

연도별로 보면 사업기획 인력과 제작 인력은 다른 직무 인력에 비해서 증가했다. 사업기획 인력은 전년대비 10.7% 증가했으며, 연평균 9.0% 증가했다. 제작 인력은 전년대비 9.7% 증가했고, 연평균 5.6% 증가한 것으로 나타났다. 관리 종사자수는 전년대비 3.6% 감소했고, 연평균 3.4% 감소했다. 또한 마케팅/홍보 종사자수는 전년대비 9.7%, 연평균 6.6% 감소하여 다른 직무보다 감소폭이 큰 것으로 나타났다. 연구개발 종사자수는 전년과 동일하며, 연평균 4.2% 감소했다. 기타(유통) 종사자수는 전년대비 1.1% 감소했으며, 연평균 3.0% 감소했다.

64) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자현황 자료 없음)

65) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외 합계

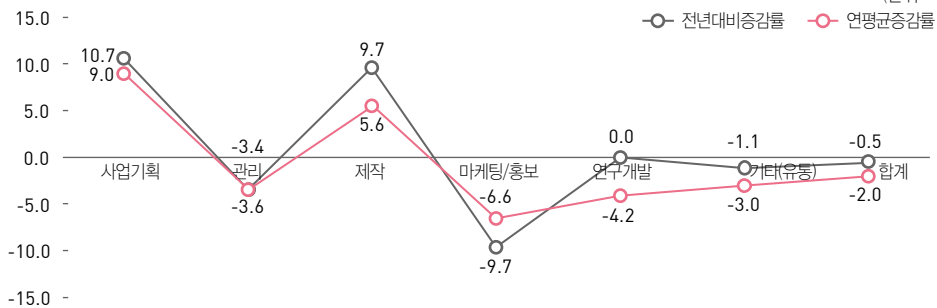
〈표 3-2-11〉 만화산업 직무별 연도별 종사자 현황⁶⁶⁾

(단위: 명)

구분	종사자수						합계
	사업기획	관리	제작	마케팅/홍보	연구개발	기타(유통)	
2008년	270	2,520	1,104	393	134	6,288	10,709
2009년	290	2,438	1,123	380	123	5,977	10,331
2010년	321	2,351	1,232	343	123	5,913	10,283
전년대비증감률(%)	10.7	▽3.6	9.7	▽9.7	0.0	▽1.1	▽0.5
연평균증감률(%)	9.0	▽3.4	5.6	▽6.6	▽4.2	▽3.0	▽2.0

〈그림 3-2-6〉 만화산업 직무별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

제3절

Ⅰ 전공/학력별 종사자 현황 Ⅰ

1. 만화산업 학력별 종사자 현황

2010년 학력별 종사자 현황을 보면 대졸 학력 종사자수가 5,566명으로 54.1%의 가장 큰 비중을 차지했다. 고졸 이하 학력 종사자수는 2,748명으로 26.7%를 차지했으며, 전문대졸 학력 종사자수는 1,782명으로 17.3%, 대학원 졸업 이상 학력 종사자수는 187명으로 비중은 1.9%를 차지했다.

연도별로 보면 고졸 이하 학력 종사자수는 전년대비 2.7% 감소했으며, 연평균 3.0% 감소했다. 전문대졸 종사자수는 전년대비 3.8% 감소했고, 연평균 5.5% 감소했다. 대졸 학력 종사자수는 전년대비 2.1% 증가했으며, 연평균 0.1% 감소했다. 대학원 졸업 이상 종사자수는 전년대비와 연평균 각각 8.8%, 5.6% 감소했다.

66) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

〈표 3-2-12〉 만화산업 학력별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수				합계
		고졸이하	전문대졸	대졸	대학원졸이상	
만화출판업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	55	93	456	10	614
	일반 출판사(만화부문)	105	247	1,102	99	1,553
	소계	160	340	1,558	109	2,167
	중분류 비중(%)	7.4	15.7	71.9	5.0	100.0
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	10	26	226	31	293
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	-	2	12	2	16
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	7	20	115	19	161
	소계	17	48	353	52	470
중분류 비중(%)	3.6	10.2	75.1	11.1	100.0	
만화책 임대업	만화임대	501	119	283	-	903
	서적임대(대여)(만화부문)	1,577	822	963	5	3,367
	소계	2,078	941	1,246	5	4,270
	중분류 비중(%)	48.7	22.0	29.2	0.1	100.0
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	22	31	715	5	773
	만화서적 및 잡지류 소매	471	422	1,694	16	2,603
	인터넷 서점(만화부문) ⁶⁷⁾	-	-	-	-	-
	소계	493	453	2,409	21	3,376
중분류 비중(%)	14.6	13.4	71.4	0.6	100.0	
만화산업 합계		2,748	1,782	5,566	187	10,283
만화산업 비중(%)		26.7	17.3	54.1	1.9	100.0

〈표 3-2-13〉 만화산업 학력별 연도별 종사자현황⁶⁸⁾

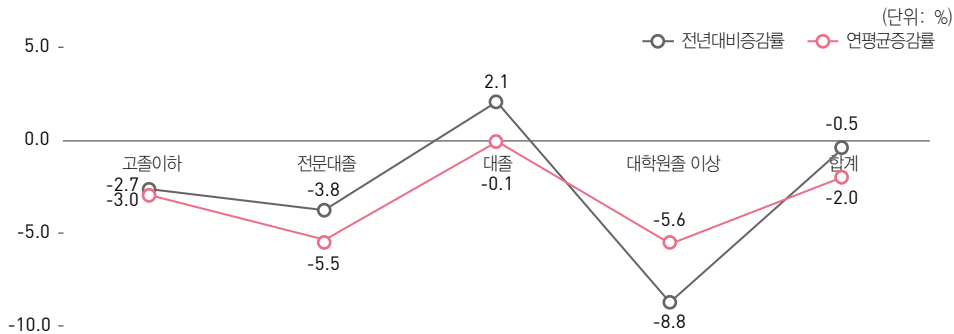
(단위: 명)

구분	종사자수				합계
	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원졸 이상	
2008년	2,920	1,997	5,582	210	10,709
2009년	2,823	1,853	5,450	205	10,331
2010년	2,748	1,782	5,566	187	10,283
전년대비증감률(%)	▽2.7	▽3.8	2.1	▽8.8	▽0.5
연평균증감률(%)	▽3.0	▽5.5	▽0.1	▽5.6	▽2.0

67) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자현황 자료 없음)

68) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

〈그림 3-2-7〉 만화산업 학력별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

제4절 _

| 인구통계학적 종사자 현황 |

1. 만화산업 지역별 종사자 현황

2010년 만화산업의 지역별 종사자 현황을 보면 서울의 종사자수는 4,591명으로 전체의 44.6%를 차지하고 있으며, 이는 전년대비 1.0% 증가했고, 연평균 0.7% 감소한 수치이다. 6개 도시의 종사자수는 1,824명으로 전체 종사자수의 17.7%를 차지했고, 9개 도 종사자수는 3,868명으로 37.6%를 차지했다. 9개 도 중에서 경기도 종사자수가 2,475명으로 전체의 24.1%를 차지하여 다른 도 지역보다 비교적 큰 비중을 보이고 있다. 6개 도시 중에서는 부산 지역의 종사자수가 517명으로 전체의 5.0%를 차지하여 다른 도시보다 높은 비중을 보이고 있다.

만화출판업 종사자는 서울에 65.8%가 집중되어 있고, 온라인만화 제작 유통업 종사자는 100% 서울에 집중되어 있다. 그에 반해서 만화책 임대업 종사자는 서울에 33.4%, 만화 도소매업 종사자는 서울에 37.6% 집중되어 만화출판업과 온라인만화제작 유통업과는 대조되는 집중도를 보인다. 만화산업 간에도 지역별 편차가 있으며, 만화책 임대업과 만화 도소매업은 서울보다 지방에서 더 활성화되어 있음을 알 수 있다.

〈표 3-2-14〉 만화산업 지역별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

구분	만화출판업	온라인만화 제작유통업	만화책 임대업	만화 도소매업	합계	비중(%)
서울	1,426	470	1,425	1,270	4,591	44.6
부산	-	-	275	242	517	5.0
대구	-	-	206	143	349	3.4
인천	-	-	173	161	334	3.2
6개 시	광주	-	158	82	240	2.3
대전	-	-	142	93	235	2.3
울산	-	-	92	57	149	1.4
소계	-	-	1,046	778	1,824	17.7
경기도	741	-	892	842	2,475	24.1
강원도	-	-	99	29	128	1.2
충청북도	-	-	93	52	145	1.4
충청남도	-	-	162	49	211	2.1
9개 도	전라북도	-	103	38	141	1.4
전라남도	-	-	101	41	142	1.4
경상북도	-	-	129	107	236	2.3
경상남도	-	-	193	158	351	3.4
제주도	-	-	27	12	39	0.4
소계	741	-	1,799	1,328	3,868	37.6
합계	2,167	470	4,270	3,376	10,283 ⁶⁹⁾	100.0

〈표 3-2-15〉 만화산업 지역별 연도별 종사자현황⁷⁰⁾

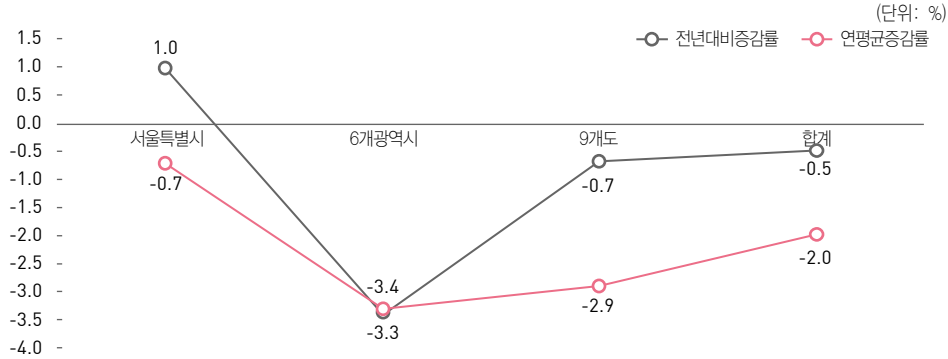
(단위: 명)

구분	2008년	2009년	2010년	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)	
서울	4,653	4,545	4,591	1.0	▽0.7	
부산	551	534	517	▽3.2	▽3.1	
대구	366	361	349	▽3.3	▽2.4	
인천	354	342	334	▽2.3	▽2.9	
6개 시	광주	258	250	240	▽4.0	▽3.6
대전	256	247	235	▽4.9	▽4.2	
울산	165	155	149	▽3.9	▽5.0	
소계	1,950	1,889	1,824	▽3.4	▽3.3	
경기도	2,612	2,469	2,475	0.2	▽2.7	
강원도	146	132	128	▽3.0	▽6.4	
충청북도	158	148	145	▽2.0	▽4.2	
충청남도	224	217	211	▽2.8	▽2.9	
9개 도	전라북도	151	146	141	▽3.4	▽3.4
전라남도	151	144	142	▽1.4	▽3.0	
경상북도	253	244	236	▽3.3	▽3.4	
경상남도	364	356	351	▽1.4	▽1.8	
제주도	47	41	39	▽4.9	▽8.9	
소계	4,106	3,897	3,868	▽0.7	▽2.9	
합계	10,709	10,331	10,283	▽0.5	▽2.0	

69) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자 496명 제외

70) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자 496명 제외

〈그림 3-2-8〉 만화산업 지역별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

2. 만화산업 성별 종사자 현황

2010년 성별 종사자 현황을 보면 남자는 4,402명으로 전체 중에서 42.8%를 차지했고, 여자는 5,881명으로 57.2%를 차지했다. 이는 만화산업이 남자 종사자의 비중보다 여자 종사자의 비중이 더 큰 산업인 것을 보여주고 있다. 만화출판업의 남자는 1,051명(48.5%)이었으며, 여자는 1,116명(51.5%)으로 나타났고, 온라인만화 제작 유통업의 남자는 258명(54.9%)이며, 여자는 212명(45.1%)인 것으로 나타났다. 만화책 임대업의 남자는 1,579명(37.0%)으로 나타났고, 여자는 2,691명(63.0%)으로 조사되었다. 만화 도소매업의 남자는 1,514명(44.8%)이며, 여자는 1,862명(55.2%)으로 조사되었다.

〈표 3-2-16〉 만화산업 성별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수		합계
		남자	여자	
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	315	299	614
	소분류 비중(%)	51.3	48.7	100.0
	일반 출판사(만화부문)	736	817	1,553
	소분류 비중(%)	47.4	52.6	100.0
	소계	1,051	1,116	2,167
	중분류 비중(%)	48.5	51.5	100.0
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	164	129	293
	소분류 비중(%)	56.0	44.0	100.0
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	11	5	16
	소분류 비중(%)	68.8	31.3	100.0
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	83	78	161
	소분류 비중(%)	51.6	48.4	100.0

중분류	소분류	종사자수		합계
		남자	여자	
	소계	258	212	470
	중분류 비중(%)	54.9	45.1	100.0
	만화임대	459	444	903
	소분류 비중(%)	50.8	49.2	100.0
만화책 임대업	서적임대(대여)(만화부문)	1,120	2,247	3,367
	소분류 비중(%)	33.3	66.7	100.0
	소계	1,579	2,691	4,270
	중분류 비중(%)	37.0	63.0	100.0
	만화서적 및 잡지류 도매	553	220	773
	소분류 비중(%)	71.5	28.5	100.0
	만화서적 및 잡지류 소매	961	1,642	2,603
만화 도소매업	소분류 비중(%)	36.9	63.1	100.0
	인터넷 서점(만화부문 ⁷¹⁾)	-	-	-
	소계	1,514	1,862	3,376
	중분류 비중(%)	44.8	55.2	100.0
	만화산업 합계 ⁷²⁾	4,402	5,881	10,283
	만화산업 비중(%)	42.8	57.2	100.0

연도별 성별 종사자를 보면 남자 종사자수는 전년대비 0.5% 감소했고, 연평균 1.3% 감소했다. 여자 종사자수는 전년대비 0.4% 감소했으며, 연평균 2.5% 감소했다.

〈표 3-2-17〉 만화산업 성별 연도별 종사자 현황⁷³⁾

(단위: 명)

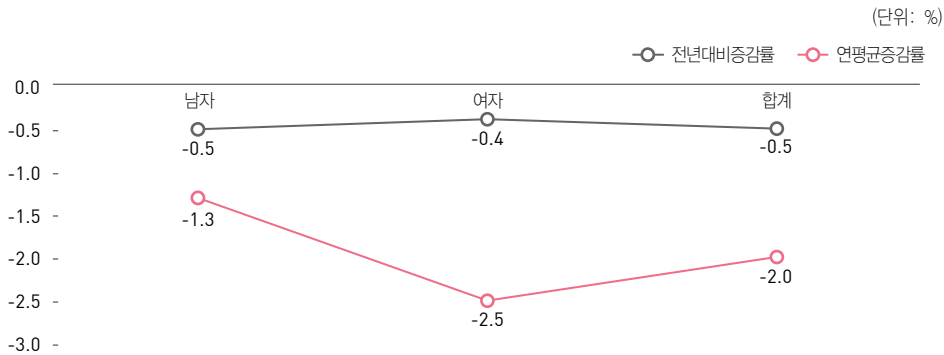
구분	종사자수		합계
	남자	여자	
2008년	4,521	6,188	10,709
2009년	4,424	5,907	10,331
2010년	4,402	5,881	10,283
전년대비증감률(%)	▽0.5	▽0.4	▽0.5
연평균증감률(%)	▽1.3	▽2.5	▽2.0

71) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자현황 자료없음)

72) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

73) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자수 496명 제외

〈그림 3-2-9〉 만화산업 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률



※ 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

3. 만화산업 연령별 종사자 현황

2010년 연령별 종사자 현황을 보면 40세 이상 종사자수가 3,919명으로 전체의 38.1%를 차지했다. 그다음으로 29세 이하 종사자수가 2,764명으로 26.9%를 차지하고 있으며, 30~34세 종사자수는 1,897명으로 18.4%를 차지했고, 35~39세 종사자수는 1,703명으로 16.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

연도별로 보면 29세 이하 종사자수는 전년대비 1.7% 증가했고, 연평균 0.6% 증가했다. 30~34세 종사자수는 전년대비 1.5% 감소했으며, 연평균 2.0% 감소했다. 35~39세 종사자수는 전년대비 0.1% 감소했고, 연평균 2.9% 감소했다. 40세 이상 종사자수는 전년대비 1.6% 감소했으며, 연평균 3.4% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 3-2-18〉 만화산업 연령별 업종별 종사자 현황(2010년)

(단위: 명)

중분류	소분류	종사자수				합계
		29세 이하	30세~34세	35세~39세	40세 이상	
만화출판업	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	166	172	157	119	614
	일반 출판사(만화부문)	471	376	346	360	1,553
	소계	637	548	503	479	2,167
	중분류 비중(%)	29.4	25.3	23.2	22.1	100.0
온라인만화 제작·유통업	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	113	85	73	22	293
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	6	5	3	2	16
	인터넷 및 모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	61	49	35	16	161
	소계	180	139	111	40	470
	중분류 비중(%)	38.3	29.6	23.6	8.5	100.0
만화책 임대업	만화임대	156	85	199	463	903
	서적임대(대여)(만화부문)	889	361	536	1,581	3,367

중분류	소분류	종사자수				합계
		29세 이하	30세~34세	35세~39세	40세 이상	
	소계	1,045	446	735	2,044	4,270
	중분류 비중(%)	24.5	10.4	17.2	47.9	100.0
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매	31	192	38	512	773
	만화서적 및 잡지류 소매	871	572	316	844	2,603
	인터넷 서점(만화부문) ⁷⁴⁾	-	-	-	-	-
	소계	902	764	354	1,356	3,376
	중분류 비중(%)	26.7	22.6	10.5	40.2	100.0
만화산업 합계 ⁷⁵⁾		2,764	1,897	1,703	3,919	10,283
만화산업 비중(%)		26.9	18.4	16.6	38.1	100.0

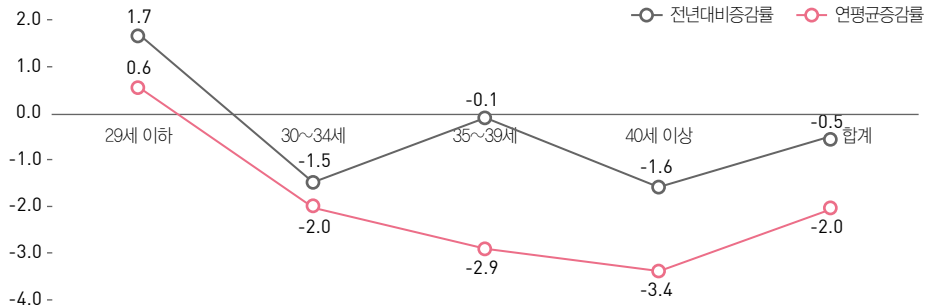
〈표 3-2-19〉 만화산업 연령별 연도별 종사자현황⁷⁶⁾

(단위: 명)

구분	종사자수				합계
	29세 이하	30~34세	35~39세	40세 이상	
2008년	2,730	1,977	1,805	4,197	10,709
2009년	2,719	1,925	1,704	3,983	10,331
2010년	2,764	1,897	1,703	3,919	10,283
전년대비증감률(%)	1.7	▽1.5	▽0.1	▽1.6	▽0.5
연평균증감률(%)	0.6	▽2.0	▽2.9	▽3.4	▽2.0

〈그림 3-2-10〉 만화산업 연령별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률

(단위: %)



* 연평균증감률은 2008년부터 2010년까지 3개년도 데이터를 적용하여 산출

74) 사이버쇼핑몰통계조사 자료인용(종사자현황 자료없음)

75) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자 496명 제외 합계

76) 외부인용자료 2010년도 인터넷서점(만화부문) 종사자 496명 제외

제3장

해외 만화산업 현황

제1절

| 총괄 |

2010년 전 세계 만화시장 규모는 60억 달러를 기록하여 전년 대비 2.4%가량 하락한 것으로 나타났다. 만화산업은 2006년 이후 지난 5년간 급격한 시장 변화 없이 -2%에서 2% 사이의 성장률을 꾸준히 유지해 왔다. 전 세계 시장이 일제히 큰 폭을 하락을 경험했던 2009년 만화시장도 마이너스 성장세를 보여 전년 대비 -2.7% 감소하였는데 이와 같은 하락폭은 전 세계 콘텐츠산업 시장 평균에 비교하면 양호한 수준이다. 앞으로도 만화산업은 큰 변동없는 시장 흐름을 이어나갈 전망이다.

〈표 3-3-1〉 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)

만화시장은 지난 2009년 하락세로 접어들어 2010년까지 2년 연속 하락했다. 그 결과, 2010년 만화시장은 2008년보다 5% 가량 시장규모가 감소했다. 2011년에도 만화시장은 소폭 하락할 것으로 예상되어 전체 매출규모는 60억 달러를 밑돌 것으로 전망된다. 2012년부터는 점차 성장세로 돌아서 시장 매출은 60억 달러를 회복하고 2015년까지 점진적으로 시장을 회복할 것으로 예상되지만 성장률은 다소 둔화될 것으로 보인다.

전 세계 만화시장은 북미, 유럽/아프리카/중동 지역을 포함하는 EMEA, 오세아니아를 포함하는 아시아와 남미 지역으로 구분할 수 있다. 매출 규모 면에서는 아시아 지역이 가장 높게 나타났으며

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

아시아 지역은 만화 종주국인 일본이 시장의 70%를 차지하면서 아시아 시장 점유율 확대의 견인차 역할을 하고 있다. 그러나 일본 만화시장은 이미 오래전부터 성장이 정체되고 있어 향후 시장 전망은 밝지 않다. 대신 중국, 인도 등 신흥 성장국의 약진으로 아시아 시장은 지속하여 1위 자리를 유지할 것으로 분석된다.

〈표 3-3-2〉 2006~2015년 권역별 만화시장 규모

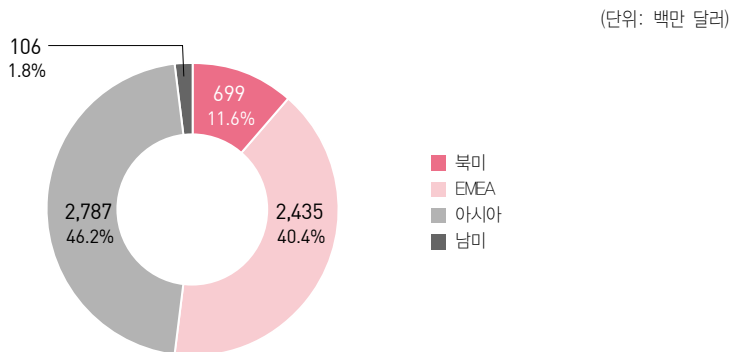
(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011~2015 CAGR
북미	765	770	751	754	699	711	76	728	738	732	0.9
EMEA	2,448	2,519	2,496	2,468	2,435	2,436	2,449	2,537	2,613	2,677	1.9
아시아	2,696	2,778	2,895	2,817	2,787	2,726	2,755	2,803	2,826	2,848	0.4
남미	157	155	202	137	106	100	94	95	96	135	6.2
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)

유럽 만화시장은 아시아 시장보다 6% 가량 낮은 점유율을 보였으며 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아 4개 국가가 전체 EMEA 시장의 66%를 차지하고 있다. 독일, 벨기에를 포함하는 프랑스권 만화 시장을 제외한 유럽 국가 중에서 자국 내 고유의 만화 캐릭터를 찾기 어려우며 해외에서 성공한 작품은 더욱 드문 상황이다. 프랑스는 만화를 예술 분야에 포함시키고 국가적 차원에서 시장 확대를 위한 노력을 기울이고 있으며 관련 국제 행사도 개최하고 있다. 독일은 유럽권에서는 가장 높은 시장 점유율을 보이고는 있지만 프랑스만큼 풍부한 자국 상품을 보유하고 있지 못했기 때문에 해외에서 수입된 만화들이 더욱 인기를 얻고 있다.

〈그림 3-3-1〉 2010년 전 세계 만화시장 권역별 점유율



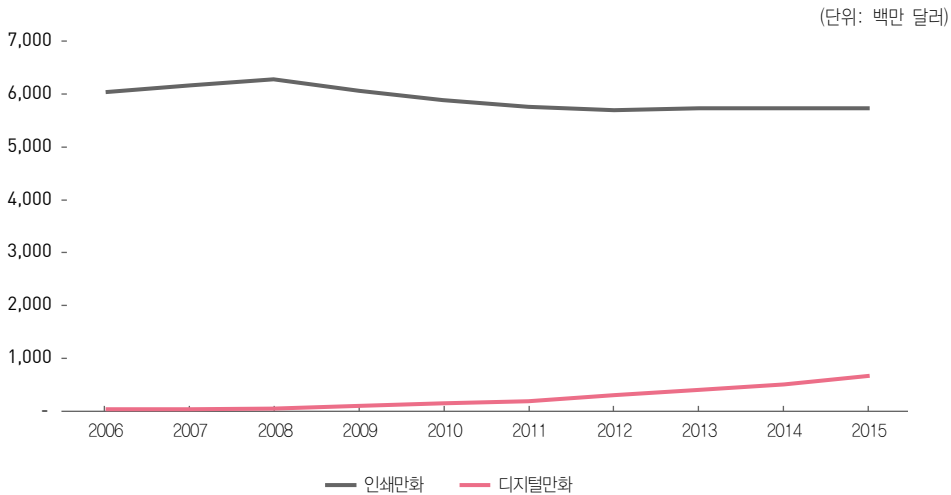
* 출처 : PWC(2011)

미국과 캐나다를 포함하는 북미지역 만화시장은 2010년 약 7억 달러를 기록하며 세계 만화산업의 11.6%에 해당하는 시장을 형성하고 있다. 미국은 캐릭터, 애니메이션 등 엔터테인먼트 분야와 만화산업이 속한 출판 분야를 포함하여 전체 산업에서는 가장 큰 규모의 시장이지만 만화시장에서는 다소 약세를 보이고 있다. 남미지역은 1.8%의 미미한 시장 점유율을 기록하고 있지만 향후 어느 지역보다 빠른 속도로 성장할 전망이고 시장 점유율은 점차 늘어날 것으로 분석된다.

인쇄만화의 형태는 크게 단행본과 잡지로 구분할 수 있다. 잡지는 주간, 월간 단위의 정기적으로 만화 작품이 매 호 연재되는 방식이다. 책으로 제작되는 경우, 처음부터 단행본을 기획하기도 하고 잡지에서 연재가 완료된 작품이 다시 단행본으로 출간되기도 한다. 디지털 만화는 온라인 사이트 등을 통해 유통되는데 최근에는 스마트폰, 태블릿PC 등의 모바일 기기도 주요 디지털 만화 유통 채널로 꼽힌다. 만화업계는 인쇄만화시장 축소로 인한 매출 손실을 만회하기 위해 새로운 시장 개척에 집중하고 있는데 그 일환으로 모바일 콘텐츠와 애플리케이션을 개발하면서 모바일시장 확대에 노력을 기울이고 있다.

2010년 세계 인쇄만화시장 규모는 58억 7천만 달러로 전체 만화시장의 97%를 차지하고 있다. 인쇄만화시장은 이전부터 정체를 보여 왔고 2009년 이후부터 하락세를 보이기 시작했는데 2010년 매출 규모도 전년 대비 3.3% 하락한 수치이다. 이와 같은 현상은 만화뿐만 아니라 종이매체가 주요한 역할을 했던 산업분야에서(신문, 잡지 등) 공통으로 나타나고 있다.

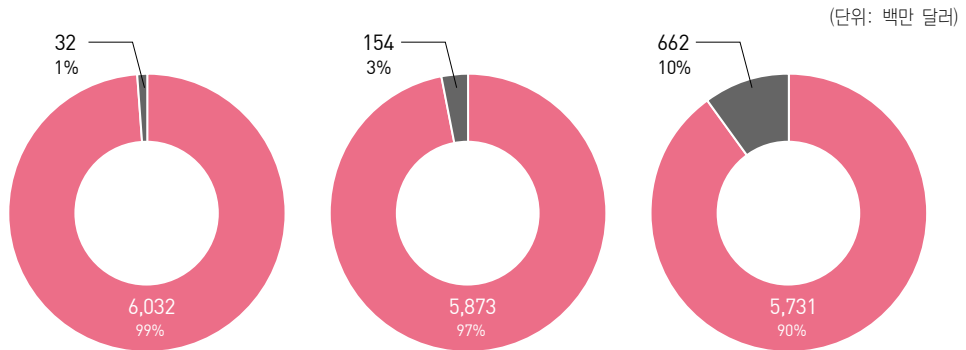
〈그림 3-3-2〉 2006~2015년 세계 인쇄/디지털 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011)

반면 디지털 만화시장은 해마다 폭발적인 성장을 거듭해 왔다. 2010년 세계 디지털 만화산업 규모는 1억 5천만 달러를 기록했는데 이는 전년대비 무려 46.6%나 성장한 수치이다. 이 시장은 지난 2008년부터 40% 대의 성장률을 보여 왔는데 이러한 성장세는 당분간 지속될 전망이다. 그러나 아직은 디지털 시장의 규모가 작은 편인데 2010년 기준으로 시장 점유율은 2.6%에 불과한 것으로 나타났다. 2006년 디지털 만화시장 규모는 3천만 달러로 시장 점유율도 0.5%에 불과했지만 5년 만에 5배 이상 성장한 것이다. 앞으로도 이 시장은 해마다 평균 31%의 빠른 속도로 시장을 확대하여 2015년에는 6억 달러를 넘어설 것으로 전망된다. 이에 반해, 인쇄만화시장은 성장이 정체되면서 시장규모는 해마다 감소할 것으로 예상된다. 향후 5년 동안 인쇄만화는 연평균 0.5%씩 시장이 축소되면서 2015년에는 57억 3천만 달러로 줄어들 것으로 추정된다.

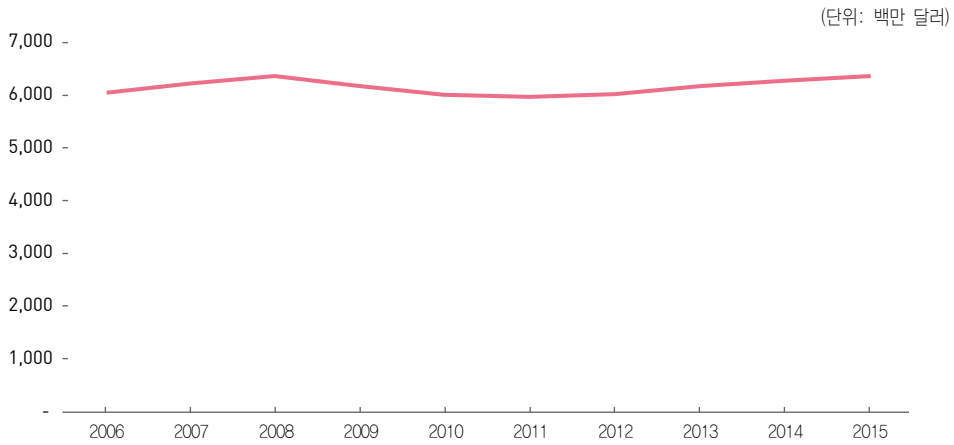
〈그림 3-3-3〉 전 세계 인쇄/디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

인쇄매체 시장의 쇠퇴와 경기 불황 등으로 전반적인 만화산업은 성장이 정체될 것으로 전망된다. 디지털 만화시장의 급속한 성장에도 불구하고 아직은 이 시장의 규모가 미미하여 전체 만화시장 변동에는 큰 영향을 미치지 못하고 있는데 시장 점유율이 점차 커질수록 그 영향력도 커질 전망이다. 만화시장은 지난 2008년까지 성장세를 유지하면서 63억 달러의 시장규모를 나타내기도 했으나 2009년 이후 하락세로 전환되었다.

〈그림 3-3-4〉 2006~2015년 전 세계 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011)

2011년도 세계 만화시장은 전년 대비 2.4% 하락하면서 60억 달러를 밑돌 것으로 예상된다. 2012년부터는 디지털 만화시장의 성장세에 힘입어 차츰 시장을 회복해 나갈 것으로 보여 시장규모는 다시 60억 달러를 넘어설 것으로 전망된다. 향후 만화시장은 연평균 1.2%의 성장률을 보이면서 2015년까지 63억 9천만 달러를 넘어설 것으로 보인다.

국가별로 시장 성장 추이를 살펴보면, 일본이 전체 만화시장의 33% 가량을 차지하면서 가장 큰 시장을 형성하고 있고 미국과 유럽 4개국이 그 뒤를 따르고 있다. 전반적인 만화시장이 정체 현상을 보이겠지만 일본은 조사 10개국 중 유일하게 마이너스 성장세가 예상되어 앞으로 전체 만화시장에서 차지하는 비중은 해마다 소폭 줄어들 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 일본 만화는 자국 내에서뿐만 아니라 아시아, 유럽에서까지 큰 인기를 누리고 있고 출판물 규모도 가장 크기 때문에 여전히 세계 제1의 만화대국으로 자리매김하고 있다.

향후 5년 동안 전체 만화시장 성장률이 1.2%로 예상되는 가운데 브라질과 인도의 성장세가 눈에 띈다. 이 두 시장은 규모면에서는 여전히 작은 시장이지만 높은 성장세가 예상되는 지역으로 세계의 주목을 끌고 있다. 반면, 같은 BRICs권에 속하는 중국은 이보다 다소 낮은 성장률이 예상된다.

〈표 3-3-3〉 2006~2015년 주요 국가별 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011~2015 CAGR
미국	695	700	683	685	635	646	651	662	671	665	0.9
일본	1,965	1,996	2,073	2,000	1,966	1,907	1,921	1,947	1,955	1,964	-0.02
영국	318	338	325	311	303	298	298	298	300	303	0.04
독일	551	525	536	555	548	552	556	585	610	636	2.9
프랑스	478	525	515	511	510	513	515	535	551	563	1.9
이탈리아	284	292	289	269	262	261	264	273	281	283	1.5
중국	172	199	210	212	218	223	229	236	241	245	2.4
호주	87	94	101	106	107	109	110	114	118	120	2.1
브라질	61	64	70	71	74	77	80	85	90	95	5.0
인도	23	26	28	29	31	33	36	39	42	44	7.2
10개국 합계	4,634	4,759	4,830	4,747	4,656	4,619	4,659	4,775	4,868	4,191	1.1
전 세계	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)

제2절

| 일본 |

1. 일본 만화산업 개요

일본 만화시장은 잡지와 도서를 포함하는 전체 출판시장의 20%를 차지할 정도로 매우 발달되어 있는 시장이며 전 세계 만화시장에서도 가장 높은 점유율을 차지하고 있다. 2010년 일본 만화시장은 19억 6천만 달러를 기록하여 세계 시장의 33%를 차지하고 있으며 두 번째로 큰 시장인 미국보다 3배 가량 큰 규모이다. 일본이 전체 시장의 70% 이상을 차지하고 있는 아시아 지역 역시 만화 분야에서는 가장 큰 시장을 형성하고 있다. 그러나 현재 일본 만화시장은 정체기에 접어들어 5년 전인 2006년과 시장규모는 비슷한 수준이며 5년 뒤인 2015년에도 시장규모는 큰 변동이 없을 것으로 전망된다.

〈표 3-3-4〉 2006~2011년 일본 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	1,749	1,698	1,758	1,692	1,654	1,575	1,576	1,589	1,587	1,572	-1.0
디지털	216	297	315	308	313	332	345	358	368	392	4.6
합계	1,965	1,996	2,073	2,000	1,966	1,907	1,921	1,947	1,955	1,964	-0.02

* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

1990년을 기점으로 일본 만화 작품은 해외로 수출되기 시작했는데 그중에서도 프랑스, 독일, 이탈리아 등 유럽국과 아시아 전역(한국, 대만, 홍콩, 태국, 말레이시아, 싱가포르 등)에 걸쳐 큰 인기를 얻고 있다. 일본의 대표적인 만화출판사로는 코단샤(Kodansha), 쇼가쿠칸(Shogakukan), 슈에이샤(Shueisha⁷⁷⁾), 스퀘어에닉스, 카도가와 그룹 등을 꼽을 수 있다.

일본의 주요 만화출판사(코단샤(Kodansha), 쇼가쿠칸(Shogakukan), 슈에이샤(Shueisha))들은 해외시장 개척에 적극 나서 시장을 확대해 나갔다. Shogakukan은 미국 시장을 관리하고 현지 출판 및 제작 업무를 담당할 수 있도록 샌프란시스코에 자회사인 Viz Communications을 설립하기도 했다. Viz Communications, Shogakukan, Shueisha는 2003년 또 다른 회사 VIZ, LLC를 설립하고 Shueisha의 주간 만화잡지인 Shonen Jump(소년점프)를 월간잡지 형태로 구성하여 북미 시장에 판매하기 시작했다.

일본에서는 스마트폰을 비롯하여 다양한 모바일 기기 사용이 계속 늘고 있으며 멀티기능을 갖춘 신제품 개발도 꾸준히 이뤄지고 있다. 그 결과 모바일 기기용 콘텐츠 종류도 급속하게 늘어나게 됐으며 만화시장도 예외는 아니다. Shincho Keitai Bunko는 이미 10년 전 모바일 버전으로 출시되었다. 지난 2007년 e-Book 시장은 320억 엔을 넘어섰는데 이는 전년 대비 90%가량 성장한 규모이다. e-Book에 가장 많이 활용되는 기기는 단연 모바일폰으로 전체 디지털 시장의 80%를 차지한다. 또한 모바일폰으로 e-Book을 전송할 수 있는 웹사이트 수도 계속 늘어나 2006년 193개에서 2008년에는 574개로 증가했다. Kodansha, Shogakukan, Shueisha 등 유명 만화출판사들은 모바일폰에 적합한 만화 콘텐츠를 제공하고 있으며 NTT Solmare Inc.는 디지털 콘텐츠 유통사로 2004년 8월 서비스를 시작한 이래 2009년 4월까지 5억 회의 다운로드수를 기록하기도 했다.

미국은 일본에 이어 세계에서 두 번째로 큰 만화시장이지만 만화에 대한 소비자 생각은 사뭇 다르다. 일본은 만화를 예술 형태의 하나로 또한, 문학의 한 분야로 인정하고 즐겨 읽는다. 때문에 많은 만화가 시장에서 인기를 끌고 TV프로그램이나 영화로 제작되었다. 반면 미국에서는 일부 만화들이 선정성, 폭력성을 이유로 비판을 받는 경우가 종종 발생하고 있다.

77) Shogakukan의 자회사

〈그림 3-3-5〉 2006~2015년 일본 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

2. 일본 만화 시장규모 및 전망

[2010년 시장규모: 19억 7천만 달러 (1.7% 감소)]

일본은 인쇄만화뿐만 아니라 디지털 만화시장에서도 세계에서 가장 큰 시장을 보유하고 있다. 2010년 일본 만화시장은 19억 7천만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 1.7% 하락한 시장규모이다. 일본 만화시장은 2008년까지 꾸준한 성장세를 보여 왔는데 성장폭은 그리 크지 않았으며 2009년부터 하락세로 돌아서 2010년까지 2년 연속 하락하는 모습을 보였다. 2010년 시장규모는 5년 전인 2006년 시장과 비슷한 수준을 나타냈다.

〈표 3-3-5〉 2006~2010년 일본 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	1,965	1,996	2,073	2,000	1,966
성장률(%)	-	1.5	3.9	-3.5	-1.7

* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

2009년 일본 만화시장이 0.35%가량 하락한 것으로 나타났는데 2009년 경제 불황의 영향으로 전 세계 산업이 크게 위축되었던 점을 고려한다면 세계 경제 흐름의 영향을 비교적 덜 받으며 선전했다고 볼 수 있다. 만화산업이 속한 출판시장이나 도서시장도 2~3% 하락률을 보이면서 소폭 하락하기는 하였으나 전반적인 출판시장은 다른 산업분야에 비해서는 양호한 실적을 거둔 것으로 나타났다. 반면, 2010년에는 전반적인 산업이 성장세로 돌아선 것이 비해 만화시장은 여전히 하락세를 벗어나지 못했는데 이는 일본 만화산업이 이미 정체기에 접어들어 세계 경기의 영향에 크게 반응하지 않았기 때문으로 보인다.

〈표 3-3-6〉 2006~2010년 일본 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	1,749	1,698	1,758	1,692	1,654
성장률(%)	-	-2.9	3.5	-3.7	-2.3

* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

〈표 3-3-7〉 2006~2010년 일본 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	216	297	315	308	313
성장률(%)	-	25.8	6.0	-2.2	1.5

* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

만화시장은 출판되는 매체의 종류에 따라 크게 두 가지로 구분되는데 단행본을 포함하여 도서의 형태로, 주간, 월간 등 정기적으로 발행되는 잡지 등으로 구성되는 인쇄만화와 온라인 사이트, 모바일 기기 등으로 유통되는 디지털 만화가 있다. 한편, 일본 인쇄만화 발행부수는 계속 감소하고 있는데 그동안 메이저 잡지를 포함하여 상당수의 만화 잡지들이 폐간되기에 이르렀다. 이는 도서, 신문, 잡지를 포함하는 전반적인 출판산업에 공통으로 나타나는 현상으로 주요 원인으로는 경기 침체와 신규 미디어의 등장을 꼽을 수 있다. 인터넷과 브로드밴드, 모바일 기기의 발달과 보급률 확대는 사람들에게 새로운 여가거리를 제공하고 있으며 인쇄 매체보다는 언제 어디서나 이동 중에도 즐길 수 있는 모바일 콘텐츠가 보다 주목을 받고 있다. 출판 분야뿐만 아니라 게임, 영화, 음악 분야에서도 디지털이 차지하는 비중은 늘어갈 전망이다.

〈표 3-3-8〉 2011~2015년 일본 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

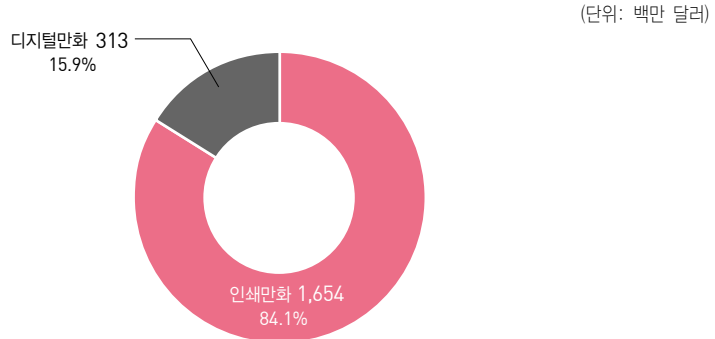
구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	1,575	1,576	1,589	1,587	1,572	-1.0
디지털 만화	332	345	358	368	392	4.6
합 계	1,907	1,921	1,947	1,955	1,964	-0.02
성장률(%)	-3.0	0.7	1.3	0.4	0.5	

* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

일본 인쇄만화 시장은 2006년 이래로 성장과 하락을 반복해 왔는데 2010년에는 전년대비 2.3% 하락한 16억 5천만 달러를 기록했다. 2008년은 지난 5년 동안 유일하게 성장을 기록한 해이지만 성장 폭은 3.5%에 불과하여 현재 시장규모는 5년 전에 비해 약 10억 달러가량 줄어들었다. 앞으로도 인쇄만화 시장은 꾸준히 감소할 전망이지만 감소폭은 지난 5년간에 비해 다소 줄어들 것으로 보인다. 향후 5년 동안 일본 인쇄만화 산업은 연평균 1% 가량 줄어들어 2015년에는 15억 7천만

달리를 기록할 전망이다.

〈그림 3-3-6〉 2010년 일본 인쇄/디지털 만화시장 점유율



* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

인쇄만화의 형태는 크게 잡지만화와 연속 시리즈로 구성되는 단행본 만화가 있다. 일본은 다른 지역에 비해 만화잡지가 잘 발달되어 있다. 잡지 형태는 발행 빈도에 따라 월간지, 격주간지, 주간지 등으로 구분할 수 있으며 대상에 따라 소년/소녀 잡지, 성인잡지(남녀로 구분) 등으로 나뉜다. Shueisha의 〈주간 소년점프〉와 Kodansha의 〈주간 소년매거진〉이 소년 만화잡지 중 가장 높은 발행부수를 기록하고 있다. 그 밖에 Shogakukan의 〈주간소년선데이〉, 〈코로코로코믹〉, Kodansha의 〈월간소년매거진〉 등도 소년만화 중 인기 있는 잡지이다. Shogakukan의 〈차오〉는 소녀만화 분야에서 Kodansha의 〈모닝〉, 〈영매거진〉 등은 성인만화 분야에서 주목을 받고 있는 잡지만화들이다. 소녀 만화잡지들은 주로 사이언스 픽션, 스포츠, 로맨스를 줄거리로 삼고 있으며 대표적인 작품으로 꼽히는 〈세일러문〉은 TV만화와 영화로도 제작되었다.

대부분의 주간지는 옐로우 페이지와 같이 분량이 두껍고 재생지를 이용한 경우가 많으며 가격대는 2백 엔 수준이다. 주간만화 중 유명한 소년선데이는 1959년 처음 출시되어 여전히 그 인기를 누리고 있으며 200페이지 분량에 가격은 230엔이다. 이 잡지에 연재된 뒤, TV방송물, 영화로 제작된 만화로는 〈Great Teacher Onizuka〉, 〈Psychometora ELJI〉 등이 대표적이다. 〈소년 선데이〉출판사인 Shogakukan는 만화 외에도 다양한 분야의 잡지를 발행하고 있는데 일반잡지, 여성용, 어린이용, 문학/예술, 만화가 주된 분야이다.

1968년 출시된 Shueisha의 〈주간 소년점프〉는 출시 당시 기존 시장을 장악하고 있던 〈소년 매거진〉, 〈소년 선데이〉와 차별화된 방법으로 시장공략에 나섰는데 아직 잘 알려지지 않았으나 가능성 큰 작가들을 발굴하고 독자들이 원하는 바가 무엇인지에도 관심을 뒤 큰 성공을 거뒀는데 현재 〈소년점프〉는 가장 잘 팔리는 만화잡지로 일주일에 6백만 부가 팔리고 있다. 역시, 잡지에서 큰 인기를 누린 만화는 TV카툰이나 영화, 비디오 게임 등으로 제작되었는데 대표적인 것으로는 〈드래곤볼 Z〉, 〈드래곤 퀘스트〉가 있으며 이 작품은 일본뿐만 아니라 해외 시장에서도 큰 인기를

누렸다. 그 밖에 <킨니쿠만(Kinnikuman/Musin Man)>, <슬램덩크> 등도 유명한 작품이다.

디지털 만화시장은 2010년 3억 달러를 기록하여 전년 대비 1.5%가량 성장하였다. 출판 분야, 엔터테인먼트, 광고 분야에서 디지털 매체는 새로운 시장의 기회로 인식되며 큰 성장이 기대되는 분야로 주목받고 있다. 그러나 이미 문화선진국으로 성숙기에 접어든 일본의 디지털 만화시장도 다른 지역에 비해 성장률이 제한된 모습을 보인다. 이 시장은 2007년까지만 해도 25%가 넘는 성장세를 보이며 3억 달러 규모에 근접한 모습을 보였다. 2008년에는 매출 규모가 3억 달러를 넘어섰지만, 성장폭이 대폭 줄어들었고 2009년에는 마이너스 성장률을 보이기도 했다. 그럼에도 불구하고 디지털 시장은 꾸준한 성장세를 이어가면서 인쇄만화 시장을 대체해 나갈 전망이어서 시장 점유율도 지속적으로 늘어날 것으로 예상된다.

<그림 3-3-7> 일본 대표 주간 만화잡지



<소년 선데이> 표지



<소년 선데이> 아이폰용 버전



<소년점프> 표지

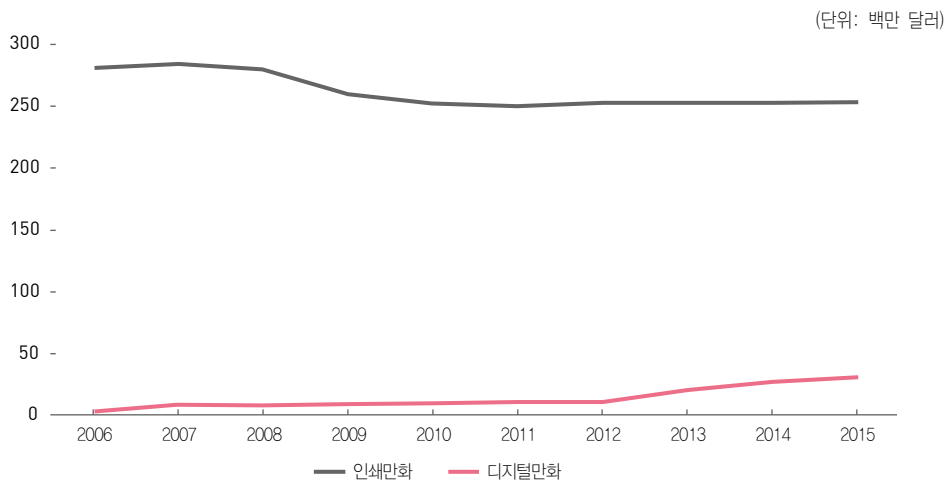


<소년점프> 대표만화 'One Piece'

* 출처 : 각사 홈페이지: www.shonensunday.com, www.shonenjump.com

2011년 일본 디지털만화 시장은 전년 대비 6.2% 성장하여 3억 3천만 달러를 기록할 전망이다. 향후 5년 동안 연평균 4.6%의 성장률을 보이면서 2015년 4억 달러 수준에 이를 전망이다. 일본에서 디지털 시장이 전체 만화시장에서 차지하는 비중은 2006년 이미 11%를 넘어섰는데 이는 만화 강국이었던 일본이 이미 오래전부터 인쇄시장의 축소를 예상하고 인터넷을 새로운 유통 채널로 인식, 다양한 콘텐츠를 개발해 왔기 때문으로 분석된다. 이제 디지털 만화시장은 온라인 시장뿐만 아니라 모바일 서비스 이용자가 늘어나면서 e-Book, 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 플랫폼으로 까지 확장되었으며 디지털 만화 서비스량 및 발행 부수도 늘어나고 있다. 일본은 이미 저출산과 고령화로 특히 만화시장의 주요 대상인 어린이층이 적으며 기존 소비자들도 성인이 되고 나이를 들면서 타깃 고객에서 멀어지고 있는 실정인데 모바일 콘텐츠는 다양한 계층을 시장으로 끌어들이 수 있는 좋은 매체로 평가되고 있다. 한편, 미국, 영국을 포함한 대부분의 국가는 이제 디지털 만화 시장 개발 시작단계로 2006년에는 1%에도 못 미치는 시장규모를 보였다.

〈그림 3-3-8〉 2006~2015년 일본 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

2010년 일본 디지털 시장은 전체 만화시장에서 16%의 점유율을 보였으며 5년 뒤에는 20%로 늘어날 전망이다. 그러나 디지털 만화산업의 전 세계 평균 성장률은 31%여서 점차 국가별 시장 격차는 줄어들 것으로 예상된다. 2015년 일본을 제외한 대부분 국가들의 디지털 만화시장 성장추세를 살펴보면, 미국과 인도가 30%가 넘는 급격한 성장이 예상되는 가운데 대부분의 주요 문화산업국과 신생 성장국들도 20% 이상의 성장률을 계속 이어나갈 것으로 전망된다. e-Book, 스마트폰, 태블릿PC는 디지털 만화 콘텐츠의 주요 플랫폼으로 활용되고 있으며 디지털 만화를 제공하고 있는 업체로는 아마존 닷컴, eBook Japan, Yahoo! Comic, Junkudo Book, Rakuten Download, 전자서점 Papyless 등이 있다.

일본은 캐릭터/엔터테인먼트 분야에서 라이선스 시장이 잘 형성되어 있는데 게임, 영화, 캐릭터

등 한 분야에서 인기를 끈 제품을 다른 분야에도 접목하고 제품의 형태로까지 출시되며 시장 영역을 넓히고 있다. 만화 분야에서도 인기를 끈 작품들은 만화영화, TV애니메이션, DVD, 게임 등 2차 콘텐츠로 제작되며 의류, 기념품 등과 같은 유형의 제품으로도 탄생하며 한 콘텐츠가 가질 수 있는 가치를 극대화하는 과정을 거치게 된다.

〈그림 3-3-9〉 2006~2015년 일본 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011), Japan Book Publishers Association

3. 주요이슈 및 트렌드

1) 성인 만화시장 규제 정책

일본만화는 아시아, 유럽 등 세계 각지에서 큰 인기를 누리는 동시에 선정적, 폭력적 묘사와 스토리 전개로 인해 논란의 대상이기도 하다. 2011년 초 미국 뉴욕타임스는 미성년자를 성 상품화하고 있다며 일본 만화산업을 비판하고 나섰는데 뉴욕타임즈는 일본이 다른 나라에 비해 성에 대해 개방적이고 성 상품을 공개하는 것에 관대하기 때문으로 다른 나라에서는 아동 포르노로 분류될 만한 상품들이 시장에 판매되고 있다고 전했다. 작품의 선정성 논란은 만화뿐만 아니라, 게임, 애니메이션 등 일본의 여러 엔터테인먼트/미디어 분야에서 나타나고 있다. 일본 만화시장은 이와 같은 선정성 논란이 되는 작품들이 전체 시장의 55억 달러를 차지하고 있다.

일본 만화시장에 대한 비판은 여기서 그치지 않는데 세계 아동문제 전문가들은 “아동 포르노에 대한 일본의 법령이 국제 기준에 비해 매우 느슨하다.”라고 평가했으며 미국과 스웨덴에서는 아동의 성적 학대를 묘사한 일본만화 수입업체를 제재하는 등 법적 조치도 취하고 있다.

일본 도쿄 도의회는 2010년 말, 어린이/청소년 등장인물의 과도한 성행위 등이 묘사된 만화(게임, 애니메이션 포함)의 판매와 유통을 제한하는 것을 골자로 하는 ‘청소년건전육성조례개정안’을 통과시켰다. 이 개정안에 따르면 폭력성과 선정성이 심한 소설, DVD, 비디오 게임, 만화 등을 18세 이하 미성년자에게 판매할 수 없으며 13세 이하 어린이들이 선정적인 자세를 취하고 있는 모습을 출판물 내에 담을 수 없도록 했다. 이 법은 도쿄 안에서만 유효한 법이지만 도쿄가 일본의 문화, 미디어, 산업의 중심지로 파급효과는 전국에 미칠 것으로 예상되며 오사카 등 다른 도시들도 이와 비슷한 법안을 준비 중이다.

이 법으로 인해 도쿄의회와 관련 업계 사이에 큰 논쟁이 벌어지고 있다. 고단샤를 포함하는 일본 대형 출판사들은 강하게 반발하며 3월 예정인 도쿄 국제 애니미 박람회⁷⁸⁾ 참가 거부 성명을 발표하기도 했다. 콘텐츠 제작사와 유통업체들은 “법안의 주 내용이 성인물을 미성년자에게 판매하지 못하도록 하는 것이지만 출판업자와 판매업자들의 사기를 떨어뜨려 출판물 시장 전체에 큰 타격을 줄 수 있다.”라고 주장하며 창조성을 바탕으로 하는 표현의 자유를 강조했다. 일본 정부는 지난 1999년 미성년자의 노골적인 누드 이미지의 생산과 유통을 금지했지만 미성년자가 등장하는 선정적 작품들은 그 뒤에도 꾸준히 증가해 왔다.

만약, 불건전 도서로 지정되면 성인 마크를 부착하고 비닐로 포장되어 성인물 코너에 놓이게 되는데 이 경우, 일반만화로 출판되었을 때와 만화 판매량에 큰 차이가 나게 되며 이미 수년간 정체와 하락을 거듭해 온 일본 만화산업에 또 다른 걸림돌로 시장 쇠퇴를 부추기는 결과가 될 것으로 전망된다.

2) 만화 유통채널 다변화

일본 출판물은 일반적으로 도매업체를 통해 서점으로 유통되는데 최근 편의점이 새로운 만화시장 유통채널로 등장했다. 일본 최대 편의점 체인인 세븐일레븐과 일본 최대 종합 출판사 쇼가쿠칸(小学館)이 공동으로 세븐일레븐 전용 월간 잡지를 판매할 예정이다. 편의점용 잡지 〈히어로즈〉는 젊은 층을 타깃으로 신작, 인기 만화 10여 편을 연재하며 오는 11월부터 판매될 예정이다. 첫 회 발행부수는 20만 부 정도로 예상되며 세븐일레븐 매장 1곳당 15권 정도가 배포된다. 잡지 가격은 일반 월간만화잡지에 비해 절반가량 낮은 3백 엔으로 책정되었으며 인터넷을 통한 구매도 가능하다.

쇼가쿠칸 자회사인 쇼가쿠칸 크리에이티브에서 〈히어로즈〉의 발행을 담당하고 있으며 일부 인기 만화작가들의 작품을 실을 예정이다. 예를 들면, 일본에서 인기를 끌고 있는 만화작가 무라카미 모도카의 〈JIN(진)〉과 후지자와 도오루의 〈GTO(지티오)〉 등이 포함된다. 〈JIN〉은 대학병원의 한 외과 의사가 수술 중 공간이동을 해 19세기 말 에도시대로 돌아가 의술로 많은 생명을 구하고 역사를 바꾼다는 내용이다. 〈GTO〉는 우직하고 강인한 성격의 선생님과 반항아 학생들 사이에 벌어지는 해프닝을 다루고 있다.

78) 2011년 도쿄 국제 애니메이션 박람회가 취소됨

이와 같은 사업모델은 출판사와 유통사 모두에게 이득을 줄 것으로 전망되는데 출판사에는 추가 유통채널 확보를, 유통사에서는 판매 제품 및 매출 증대가 기대된다. 또한, 이 잡지는 세븐일레븐에서만 유통되기 때문에 가격 면에서도 유리한 조건을 갖출 수 있다. 오래전부터 잡지, 도서 등 다양한 출판물이 편의점을 통해 판매되어 오고 있지만 이번처럼 대형 출판사가 새로운 유통망 확보를 위해 전용 만화잡지를 발행하는 것은 이번이 첫 사례이다.

세븐일레븐은 2010년 만화책 판매로 1,100억 엔의 이익을 거두면서 일반 대형서점보다 높은 매출 규모를 보였으나 전반적인 만화시장의 위축으로 판매 실적은 점차 감소하는 있는 것으로 나타났다.

3) One Source Multi Use 극대화

문화콘텐츠산업의 주요 특징 중 하나가 One Source Multi Use이다. 제작된 콘텐츠를 다양한 분야에 접목함으로써 신규 시장을 확보하고 매출 규모를 극대화할 수 있는데 예를 들며, 만화로 제작된 작품이 영화나 TV프로그램으로 제작되거나 라이선스 상품으로 재탄생하는 경우를 꼽을 수 있겠다.

최근 일본 만화시장에서도 이런 흐름을 자주 찾아볼 수 있다. 최근 사례로는 <명탐정 코난>을 들 수 있다. 아오야마 고우쇼우(青山剛昌)의 인기 만화 <명탐정 코난>이 성인용 TV드라마로 제작되어 니폰TV에서 방송되고 있다. 이 작품은 이전에도 여러 차례 드라마로 제작되었는데 연속 드라마로 제작되는 것은 처음이다. 그 밖에도 만화 작품은 애니메이션, 게임의 소재로 활용되기도 하고 영화로도 재탄생하고 있으며 할리우드에서도 일본 만화를 기반으로 하는 실사 영화에 큰 관심을 기울이고 있다.

〈표 3-3-9〉 2010년 이후 제작된 일본 만화 영화⁷⁹⁾

만화타이틀	영화타이틀	제작년도	제작국가	종류
Ōoku: The Inner Chambers	Ōoku: The Inner Chambers	2010	일본	애니메이션
Ushijima the Loan Shark	Ushijima the Loan Shark			
BLEACH	The Hell Verse	2010	일본	애니메이션
Fushigi no Kuni no Yasubei	A Boy and His Samurai	2010	일본	실사영화
Detective Conan	The Lost Ship in the Sky	2010	일본	애니메이션
Fullmetal Alchemist	Fullmetal Alchemist: The Sacred Star of Milos	2011	일본	애니메이션
Futari Ecchi	Futari Ecchi	2011	일본	실사영화
Tramps Like Us	You're My Pet	2011	한국	실사영화
A Drifting Life	Tatsumi	2011	싱가포르	애니메이션
Gantz	GANTZ	2011	일	실사영화
Moteki	Moteki	2011	일본	실사영화

79) 영화, TV방송물 포함

만화타이틀	영화타이틀	제작년도	제작국가	종류
Gokudō Heiki	Yakuza Weapon	2011	일본	실사영화
Wild 7	Wild 7	2011	일본	실사영화
Ai to Makoto	Ai to Makoto	2012	일본	실사영화
Ushijima the Loan Shark	Ushijima the Loan Shark	2012	일본	실사영화
Rurouni Kenshin	Rurouni Kenshin	2012	일본	실사영화
We Were There	Bokura ga Ita	2010	일본	실사영화
Death Note	Death Note	진행 중	미국	실사영화

* 출처 : Nikkei Entertainment, Wikipedia

4) 일본 대표만화

〈표 3-3-10〉는 일본 만화시장 베스트셀러 TOP10을 정리한 것이다. 베스트셀러 TOP10 중에는 슈이에서에서 연재되고 있는 작품이 모두 6종류 포함되어 있고 대부분이 〈주간 소년점프〉에서 연재되고 있다. 1위를 차지한 ONE PIECE(중국명 : 海贼王)는 2011년 5월부터 중국 钱江晚报의 만화 주간 코너에 매주 일요일마다 연재되고 있다. 슈이에서의 또 다른 베스트셀러 〈NARUTO(중국명 : 火影忍者)〉, 〈BLEACH(중국명 : 死神)〉도 중국에서 큰 인기를 누리고 있는 만화들이다. 베스트셀러 TOP10 만화들은 TV애니메이션으로도 제작되어 일본뿐만 아니라 한국, 중국, 미국 등에 방송되고 있다.

〈표 3-3-10〉 일본 만화 베스트셀러

NO.	타이틀	작가	연재잡지/출판사	발행부수
1	ONE PIECE	Eiichiro Oda	주간소년점프/슈이에서	54,856,000
2	NARUTO	Massahi Kishimoto	주간소년점프/슈이에서	11,035,000
3	Kimi ni Todeke : 너에게 달기를	Karuho Shiina	별책 마가렛/슈이에서	8,768,000
4	Fairy Tail	Hiro Mashima	주간 소년 매거진/코단샤	7,743,000
5	BLEACH	Taito Kubo	주간소년점프/슈이에서	6,954,000
6	Bakuman	Takeshi Obeta	주간소년점프/슈이에서	6,264,000
7	Gintama	Hideake Sorachi	소년점프/슈이에서	6,277,000
8	Fullmetal Alchemist : 강철의 연금술사	Hiromu Arakawa	월간 소년장강(스퀘어에닉스)	5,883,000
9	Saint Young Men : 세인트 영맨	Hikaru Nakamura	모닝2/고단샤	5,541,000
10	Nura : Rise of the Yokai Clan	Hiroshi Shiobashi	주간소년점프/슈이에서	4,623,000

* 출처 : Nikkei Entertainment

〈그림 3-3-10〉 일본 만화 Bestseller



〈ONE PIECE〉



〈NARUTO〉



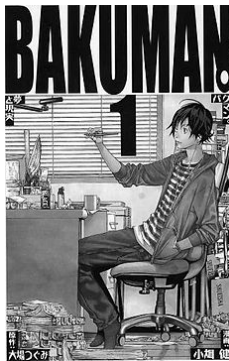
〈너에게 달기를〉



〈Fairy Tail〉



〈BLEACH〉



〈Bakuman〉



〈Nura〉



〈Gintama〉

제3절_

| 미국 |

1. 미국 만화산업 개요

미국과 캐나다를 포함하는 북미지역 만화시장은 2010년 약 7억 달러를 기록하였는데 이는 전 세계 만화산업의 11.6%에 해당하는 규모이며 권역별로는 유럽, 아시아에 이어 3번째로 큰 시장이다. 만화 종주국인 일본이 70%의 점유율을 보인 아시아지역의 2010년 매출 규모는 28억 달러, 유럽, 아프리카, 중동을 포함하는 EMEA지역은 24억 달러로 세계 만화시장에서의 점유율은 각각 46.2%, 40.4%였다. 2010년 미국 만화시장은 6억 3천만 달러를 기록하여 북미시장에서 91%를 점유하고 있으며 세계 시장에서는 10.5%를 점유하고 있다. 미국은 캐릭터, 애니메이션 등 엔터테인

먼트 분야와 만화산업이 속한 출판 분야를 포함하여 전반적인 산업에서 가장 큰 규모의 시장을 확보하고 있기 때문에 만화시장에서의 약세는 다소 이례적이다. 국가별로 살펴보면, 미국은 일본에 이어 두 번째로 큰 시장을 보유한 국가이다.

만화산업은 출판시장 중 도서 분야에 속하는 영역으로 미국 만화시장은 도서 분야에서 약 2%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 미국의 도서시장 규모는 306억 달러였으며 전체 출판시장은 872억 달러였다. 만화시장도 신문, 잡지 등 출판물과 마찬가지로 기존 인쇄매체의 역할을 디지털 기기 대체하고 있다. 특히, 스마트폰, 태블릿PC와 같은 모바일 기기는 새로운 콘텐츠 시장을 열어주고 있는데 아직은 모바일 기기 사용자가 한정되어 있고 관련 콘텐츠 개발도 부족한 실정이다. 그러나 다양한 만화 전용 애플리케이션이 증가하고 인터페이스 세팅 방식도 사용자가 조절할 수 있도록 하는 등 다양한 기술이 개발되면서 디지털 만화시장은 계속 증가세를 보이고 있다. 미국뿐만 아니라 세계 만화시장은 향후 5년간 1~2%의 비교적 완만한 성장이 예상되는데 이는 디지털 시장의 높은 성장 전망에도 불구하고 시장의 95% 이상을 차지하고 있는 인쇄 만화시장이 하락세를 보일 것으로 예상되기 때문이다.

미국 만화시장에 주목할 점은 인쇄만화가 코믹스(Comics)와 그래픽 노블(Graphic Novel), 두 가지로 구분된다. 코믹스는 30페이지 분량의 소책자로 주간, 월간 단위로 출간하는 연재만화로 추후 합본 과정을 거쳐서 단행본으로 제작되기도 하는데 모든 스토리가 30페이지의 짧은 분량에 들어갈 수 있도록 간결한 영웅담(슈퍼히어로)이 주를 이루고 있다. 코믹스가 단편소설이라면 그래픽 노블은 장편소설에 비유할 수 있는데 하나의 종결된 긴 스토리를 다루고 있다는 것이 특징이다. 연재가 완료된 코믹스를 하나의 책으로 묶어 발행하거나 처음부터 단행본으로 출판되는 형태이다. 그래픽 노블은 삽화가 들어간 소설이란 의미로 오랫동안 사용되어 온 단어인데 1978년 작가 윌 아니스나가 성인 취향의 저서와 일반 만화를 구분하기 위해 책 표지에 ‘그래픽 노블’이라는 단어를 기재하면서 만화를 일컫는 용어로 바뀌었다. 그래픽 노블은 더욱 진지한 이야기를 다룰 수 있기 때문에 만화작가들에게 심층적인 주제 의식을 담을 수 있는 매체 역할을 하게 되었다. 대표적인 그래픽 노블로는 앨런 무어의 <와치맨>, <브이 포 벤데타>, 프랭크 밀러의 <썬 시티>, <다크 나이트 리턴즈> 등이 있다.

코믹스와 그래픽 노블을 모두 합한 인쇄 만화시장은 2010년 6억 2천만 달러를 기록했다. 인쇄 만화시장은 지난 2008년부터 하락세를 보이기 시작하여 2010년까지 3년 연속 시장규모가 축소되었다. 2009년에는 0.3%의 미미한 하락률을 보인 반면, 2010년에는 전년보다 훨씬 높은 8.3%의 하락세를 기록했다. 이 또한 세계 산업 추세와 다른 부분이라 할 수 있는데 인쇄 출판시장의 전반적인 위축과 디지털 매체로의 전환으로 인쇄 만화시장도 계속 하락세를 이어갈 것으로 예상된다.

〈표 3-3-11〉 2006~2011년 미국 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

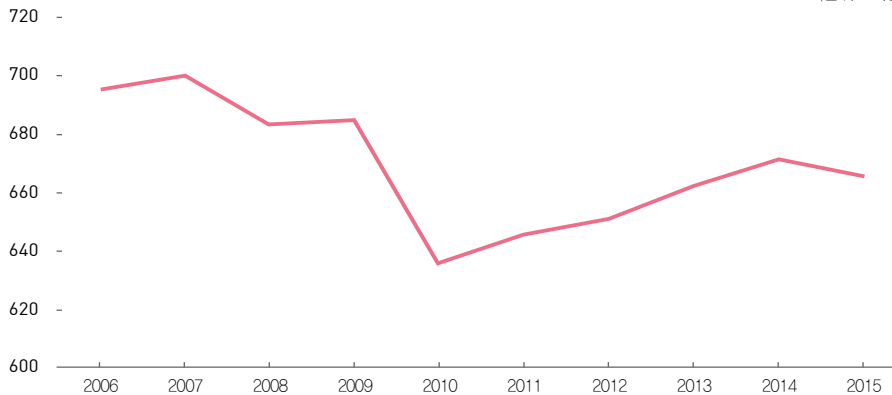
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	692	695	676	674	618	621	608	595	582	570	-1.6
디지털	3	5	7	11	17	25	43	67	89	95	36.9
합계	695	700	683	685	635	646	651	662	671	665	0.9
성장률(%)	-	0.7	-2.4	-0.3	7.3	1.7	0.8	1.6	1.4	0.9	

* 출처 : ICv2, PWC(2011)

온라인, 모바일 기기의 발달과 사용자의 증가는 만화시장에도 새로운 시장을 제공했는데 대표적인 것이 e-Book이다. 2010년 미국의 디지털 만화시장 규모는 1천 7백만 달러로 아직은 전체 만화시장의 5%에 불과한 수준이지만 인쇄만화와는 반대로 해마다 큰 폭의 성장이 예상되어 발전 가능성이 매우 높은 분야이다. 그러나 디지털 시장의 급속한 성장에도 불구하고 향후 만화시장의 전망은 밝지 않다.

〈그림 3-3-11〉 2006~2015년 미국 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : ICv2, PWC(2011)

2. 미국 만화 시장규모 및 전망

[2010년 시장규모: 6억 3천만 달러 (7.3% 감소)]

2010년 미국 만화시장은 6억 3,500만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 7.3% 하락한 시장 규모이다. 미국 만화시장은 2006년부터 지난 5년간 성장과 하락을 반복해 왔는데 홀수 해에서는 성장을, 짝수 해에는 시장이 하락하는 모습을 보였다. 그러나 홀수 해의 성장 폭보다 짝수 해의 하락폭이 더 커서 2010년 만화시장은 5년 전보다 8.6% 줄어들었다. 특히, 2010년에는 지난 5년 중에서 가장 높은 시장 하락세로 보였는데 향후 5년까지 포함하여 전후 10년 동안에도 가장 높은 하락률로 기록될 전망이다.

〈표 3-3-12〉 2006~2010년 미국 만화시장 규모

(단위: 십억 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	695	700	683	685	635
성장률(%)	-	0.7	-2.4	0.3	-7.3

* 출처 : ICv2, PWC(2011)

2009년 미국 만화시장의 0.3%의 아주 미미한 성장세를 보였는데 전 세계 경제가 크게 위축되었던 점을 고려한다면 세계 경제 흐름의 영향을 비교적 덜 받으며 선전했다고 볼 수 있다. 만화산업이 속한 출판시장이나 도서 시장도 2% 미만의 하락률을 보이면서 소폭 하락하여 다른 산업분야에 비해서는 양호한 실적을 거둔 것으로 나타났다.

〈표 3-3-13〉 2006~2010년 미국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
코믹	364	372	361	304	278
그래픽 노블	328	323	315	370	340
인쇄만화 합계	692	695	676	674	618
성장률(%)	-	0.7	-2.4	-0.3	7.3

* 출처 : ICv2, PWC(2011)

〈표 3-3-14〉 2006~2010년 미국 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	3	5	7	11	17
성장률(%)	-	28.6	40.0	57.1	55.9

* 출처 : ICv2, PWC(2011)

〈표 3-3-15〉 2011~2015년 미국 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	621	608	595	582	570	-1.6
디지털 만화	25	43	67	89	95	36.9
합 계	646	651	662	671	665	0.9

* 출처 : ICv2, PWC(2011)

미국 인쇄만화 시장규모는 2010년 현재 그래픽 노블이 3억 4천만 달러로 2억 7천만 달러를 기록한 코믹스보다 10%가량 큰 것으로 나타났다. 그러나 2008년까지만 해도 코믹스가 더 큰 시장을 차지하고 있었는데 분야별 2008년 매출 규모는 코믹스가 3억 6천만 달러, 그래픽 노블이 3억 1천

만 달러였다. 2009년을 지나면서 두 시장은 상반되는 양상을 보였는데 코믹스 시장이 15.8% 하락한 반면, 그래픽 노블을 17.5%의 급속한 성장세를 보였다. 2010년에는 두 시장 모두 8% 대의 하락세를 기록한 것으로 나타났다.

ICv2에 따르면, 2011년 상반기 그래픽 노블 매출 규모는 소폭 상승한 것으로 집계되었으나 여전히 2007년 최고 매출 수준에는 미치지 못한 반면, 6개월 동안 3% 가량의 성장을 이뤄낸 것이다. 한편, 코믹스는 동기간 동안 8% 가량 하락했고 2011년 전체 만화시장은 전년 대비 2% 가량 축소된 것으로 나타났다. 만화 분야 중에서 어린이용 그래픽 노블과 디지털 만화의 판매량이 급격하게 늘어나고 있다. 그래픽 노블 매출규모는 2009년 3억 7천만 달러에서 2010년 3억 4천만 달러로 전년 대비 8.1% 가량 줄어든 것으로 집계되었다. 그러나 유통채널에 따라 매출 성향은 다른 양상을 보였는데 만화전문매장(Comic Shop)에서는 판매량이 6% 가량 줄어든 반면 일반서점에서는 판매량이 7% 가량 증가한 것으로 나타났다.

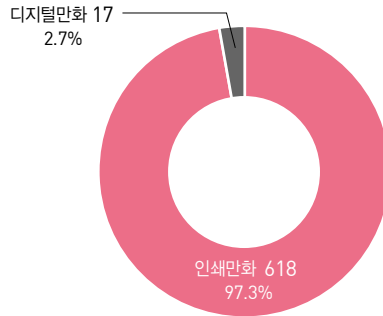
향후 그래픽 노블의 시장규모는 해마다 줄어드는 반면, 코믹스는 정체 현상을 보일 것으로 전망된다. 코믹스 시장은 향후 5년간 연평균 0.6%의 성장 속도가, 그래픽 노블은 -3.6%의 성장세가 예상되어 5년 뒤인 2015년에는 두 시장의 규모가 비슷해질 것으로 예상된다. 이 두 분야를 합친 전체 인쇄 만화시장은 2008년부터 2010년까지 3년 연속 하락세를 기록했으며 2010년에는 -8.3%의 하락폭을 보이기도 했다. 2011년에는 소폭 성장했다가 2012년부터 2%대의 하락세가 계속 이어지면서 전체 시장규모는 꾸준히 감소할 것으로 전망된다. 2011년부터 향후 5년간 연평균 시장 성장률은 -1.6%로 2015년에는 5억 7천만 달러를 기록할 전망이다. 이는 2010년 시장보다 8% 가량 줄어든 규모이다.

인쇄 만화시장이 감소하는 원인으로 경제 침체와 디지털 기기의 발달을 꼽을 수 있으며 향후 미국 만화산업은 디지털 만화시장의 성장에 힘입어 큰 하락 없이 해마다 소폭 상승하는 모습을 보일 전망이다. 인쇄만화의 경우, 특히 주간, 월간 만화와 같은 정기 간행물에서 시장 하락이 더욱 두드러지는데 이는 정기적으로 공급할 수 있는 콘텐츠의 부재와 다음 호가 발행될 때까지 기다리는 시간을 지루하게 여기는 소비자들이 증가했기 때문이다. 또한, 정기 만화 간행물을 발행하는 대형 출판사인 Marvel, DC의 사주가 지속적으로 변경되는 것도 시장 축소의 주요 요인 중 하나로 꼽을 수 있다. 만화업계에서는 만화를 할리우드 영화로 제작할 기회를 가지려 노력하고 있으며 스마트폰, 태블릿 PC 등 뉴미디어의 등장은 새로운 독자들에게 디지털 만화를 판매할 수 있는 시장을 열어 주었다.

디지털 만화시장은 지난 5년간 해마다 30% 이상의 성장세를 보여 왔으며 2009년에는 57%의 성장률을 기록하기 했다. 디지털 만화시장 역시 세계 경제의 영향을 거의 받지 않은 분야로 꼽을 수 있다. 2010년 디지털 만화시장의 매출 규모는 1천 7백만 달러로 전년보다 56% 가량 성장했는데 2006년에 3백만 달러에 불과하던 시장이 불과 5년 만에 5~6배 증가한 것이다. 이처럼 인쇄 매체 비중이 줄어들고 디지털 매체 시장규모가 늘어나는 현상은 출판, 도서시장뿐만 아니라 광고 분야에서도 동일하게 나타나고 있다.

〈그림 3-3-12〉 2010년 미국 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)

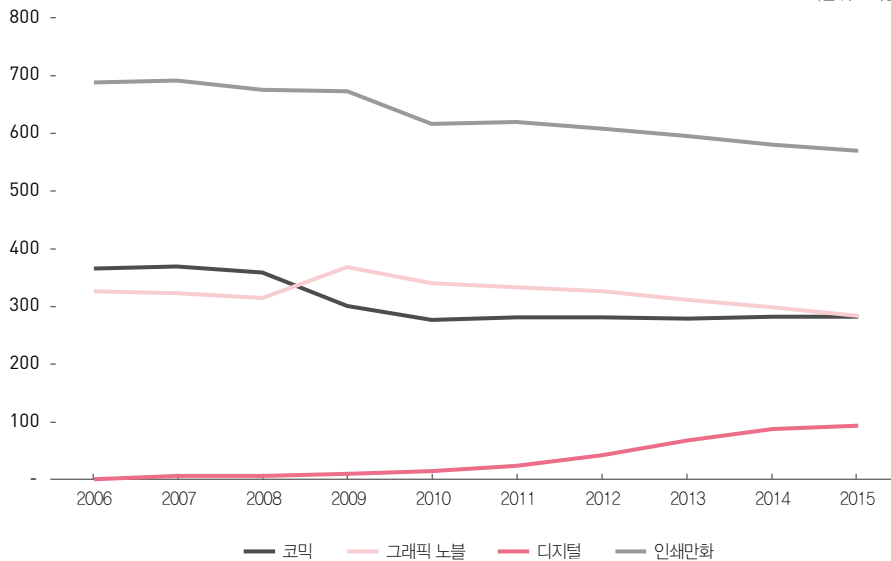


* 출처 : ICv2, PWC(2011)

2006년 디지털 시장규모는 전체 만화시장의 1%에도 못 미치는 수준이었으며 5년 뒤인 2010년 디지털 만화시장 점유율은 전체 시장의 2.7%로 성장하여 3배 가량 시장규모가 확대되었다. 향후 5년간 미국의 디지털 만화시장은 여전히 급속한 성장세가 지속될 전망이다. 2011년에는 전년 대비 45.8% 가량 성장하여 2천 5백만 달러를 기록할 것으로 예상된다. 특히 2012년에는 72%라는 전무 후무한 성장률이 예상되며 향후 이와 같은 상승 추세는 2014년까지 이어지다가 2015년에는 성장 속도가 둔화될 것으로 분석된다. 향후 5년간 디지털 만화시장은 36.9%의 연평균성장률을 보이면서 2015년에는 1억 달러에 육박하는 시장규모를 확보할 것으로 전망된다.

〈그림 3-3-13〉 2006~2015년 미국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이

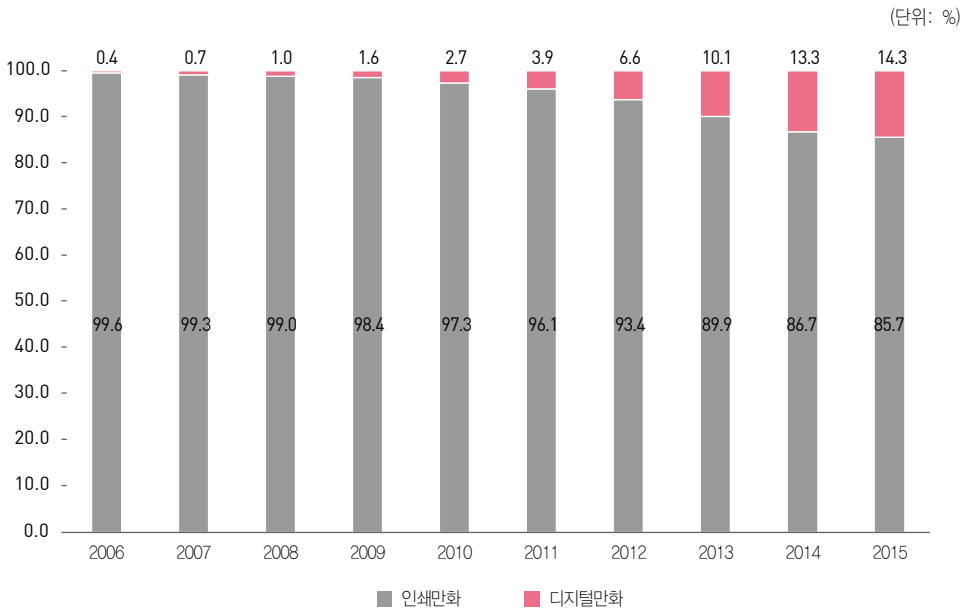
(단위: 백만 달러)



* 출처 : ICv2, PWC(2011)

디지털 만화시장은 2011년 전년보다 1.7% 상승한 6억 4천만 달러를 기록한 뒤, 2014년까지 상승세를 이어가다가 2015년 다시 하락세로 돌아설 전망이다. 한 때, 7억 달러를 기록하기도 했던 만화시장은 향후 5년 동안에는 6억 달러 수준에 머물 전망이다. 시장 평균 성장률은 0.9%로 예상된다. 2015년 전체 만화시장 규모는 6억 6천만 달러를 기록할 것으로 전망된다. 만화시장은 인쇄 시장규모가 점차 줄어드는 가운데 디지털 만화시장의 괄목할 만한 성장세가 전체 시장을 소폭 상승시키는 견인차 역할을 하고 있으며 점차 시장 점유율도 높아질 것으로 보인다. 5년 뒤인 2015년에는 2010년 매출규모보다 5~6 배가량 커질 것으로 예상되어 지난 5년보다 더 큰 시장 성장을 이뤄낼 전망이다. 또한 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중도 꾸준히 늘어 2010년에는 14%가 넘는 시장 점유율을 갖게 될 것으로 보인다.

〈그림 3-3-14〉 2006~2015년 미국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : ICV2, PWC(2011)

3. 주요이슈 및 트렌드

1) 코믹스 출판가격 상승

얼마 전까지만 해도 시장에서 2.99달러에 판매되던 만화책들이 2009년부터는 3.99달러로 가격이 상승했는데 미국의 대표적인 출판사 Marvel, DC 등이 이와 같은 시장 움직임에 주도했다. 일부 만화는 4.99달러까지 오르기도 했는데 주로 특별 기념판으로 제작되는 만화에 적용된 가격이다. 가격 상승에 대한 시장 반발에 대해 업계는 “오랫동안 가격 인상을 고심해 왔으며 만약 가격 인상

이 이뤄지지 않으면 양질을 책을 제작할 수 없을 것”이라고 설명했다.

가격 상승은 미국 인쇄 만화시장이 축소되는 요인 중 하나로 꼽을 수 있는데 실제로 이 시장은 지난 2008년부터 2010년까지 3년 연속 감소했으며 하락폭도 30%에 이른다. 특히, 시장 감소는 매출규모보다 판매 부수에서 확연히 드러나는데 2009년 하반기 보다 2010년도 상반기 판매 부수는 11.5% 감소한 것으로 나타났다. 그래픽 노블의 경우, 오히려 시장 가격이 하락하는 경향을 보여 코믹스 시장에 더욱 큰 타격을 미칠 것으로 분석된다.

〈표 3-3-16〉 2008.7~2010.6 미국 만화 판매 부수 변화추이

구 분	2008년 하반기	2009년 상반기	2009년 하반기	2010년 상반기
코믹스(부)	41,804,470	35,493,670	39,407,220	34,885,900
성장률(%)	5.9	15.1	11.0	-11.5
그래픽 노블(부)	1,640,690	1,841,300	1,703,500	1,619,930
성장률(%)	24.1	12.2	-7.5	-4.9

* 출처 : ICV2, Diamond Comic Distributions Inc.

그래픽 노블은 전반적으로 코믹스보다 높은 가격 수준을 유지하고 있다. 이 시장은 가격 요인이 매출 규모에 미치는 영향이 코믹스보다는 비교적 적은 것으로 나타났다. 그래픽 노블 권 당 가격은 6.99~9.99달러 사이로 매우 다양하며 베스트셀러는 대체로 9.99~75달러 사이에 분포하고 있다.

2) 디지털 만화시장 확대

애플의 아이패드 출시는 만화업계에도 새로운 전환점이 되고 있다. 아이패드 출시와 상관없이 이미 오래전부터 웹코믹 시장은 형성되어 있었는데 수익을 내고 있는 경우는 거의 드물다. 2007년 집계에 따르면 웹코믹은 3만 8천여 개에 이르며 대표적인 온라인만화 유통 서비스로 Marvel사가 2007년 서비스를 시작한 ‘Marvel Digital Comics Unlimited’를 꼽을 수 있다. 사용자들이 해당 사이트에서 월 이용권, 혹은 연간 이용권을 구매한 뒤, 수천가지 종류에 이르는 만화를 구독할 수 있다.

아이패드 출시 이후, Marvel사는 곧바로 모바일 웹툰 서비스를 위한 Marvel Comics App을 개발하여 5백여 종의 만화를 제공하기 시작했다. 이 애플리케이션은 출시 첫 주 프로 앱 분야에서 14번 째로 높은 다운로드 수를 기록했다. 당시 Marvel의 CEO는 “새로운 디지털 유통 방식으로 소비자들은 자사가 제공하는 다양한 작품들의 샘플로 무료로 구독할 수 있게 되는데 샘플을 구경한 소비자들은 직접 매장을 찾아가는 횟수도 더욱 증가할 것”이라며 기대감을 표하기도 했다.

Marvel은 다음 단계로 오프라인과 온라인 동시 출간을 기획했는데 그 첫 번째 작품이 〈Invincible Iron Man Annual No.1〉이다. 이 작품은 서점에 도서로 발간되는 동시에 온라인 사이트, 아이패드에도 제공했다. 가격 정책은 물론 매체마다 다르게 적용되었는데 만화책은 4.99달러

였으며 디지털 버전은 종류에 따라 1.99~5.97달러로 다양했다.

후발주자인 DC Comics는 디지털 만화시장에서 Marvel과는 다른 전략을 구사했다. ComXology, Sony's Playstation Network와 공동으로 Playstation Portable(PSP) 게임용 애플리케이션과 애플 디바이스용(아이폰, 아이패드, 아이팟 터치) 애플리케이션을 개발했다. 제작된 앱은 DC Universe, Wildstorm의 만화를 제공하고 있는데 개당 가격은 0.99~2.99달러 수준이다. IDW와 같은 소형 출판사들도 일찍부터 아이팟을 통해 서비스를 제공해 왔다.

디지털 시장의 확장은 새로운 만화시장 확보라는 긍정적 측면 외에 부정적인 측면도 가지고 있는데 바로 불법 복제와 유통이 그것이다. 만화업계는 만화가 웹상에 불법적으로 유포되는 사례가 증가하고 있는데 이는 만화시장 발전을 저해하고 합법적이지도 않은 행위라며 독자들에게 이를 자체해 줄 것을 권고하기에 이르렀다. 불법복제 사이트인 Ritual Scan에는 스캔 된 온라인만화 작품이 그대로 올라가기도 했는데 만화업계의 요청에 따라 관련 페이지를 폐쇄하기도 했다. 인터넷 불법 복제를 방지하기 위해 조성된 미국과 일본 만화 출판사 연합은 지적 재산권 보호 활동과 함께 불법 업로드, 다운로드가 이뤄지는 사이트를 차단하는데 집중했다.

모바일 디바이스의 애플리케이션과 기기에 내장된 고화소 카메라는 불법 복제를 더욱 용이하게 만들어 주었으며 이런 방식으로 제작된 웹상에 유포되고 있는 제품들은 무료 다운로드나 프리뷰 버전 외에 유료 제품도 포함되어 있다.

3) 분야별 주요 만화

〈표 3-3-17〉 2011년 9월 코믹스 베스트셀러 : 코믹스

판매부수순위	매출순위	타이틀	출판사	가격(US\$)
1	1	HOLY TERROR HC (MR)	LEG	29.99
2	2	NEW TEEN TITANS GAMES HC	DC	24.99
3	7	CHEW TP VOL 04 FLAMBE (MR)	IMA	12.99
4	15	CASTLE PREM HC RICHARD CASTLES DEADLY STORM	MAR	19.99
5	4	HELLBOY TP VOL 11 BRIDE OF HELL & OTHERS	DAR	19.99
6	10	MORNING GLORIES TP VOL 02	IMA	12.99
7	3	BRIGHTEST DAY HC VOL 03	DC	29.99
8	21	SAILOR MOON TP KODANSHA ED VOL 01	RAN	10.99
9	37	NARUTO TP VOL 52	VIZ	9.99
10	24	UNCANNY X-FORCE TP VOL 01 APOCALYPSE SOLUTION	MAR	15.99

* 출처 : Diamond Comic Distributions Inc⁸⁰⁾

80) Diamond Comic Distributions Inc의 2011, 9월 송장에 기재된 판매수량을 기준으로 작성

〈표 3-3-18〉 2011년 9월 그래픽 노블 베스트셀러

판매부수순위	매출순위	타이틀	출판사	가 격 (US\$)
1	2	BATMAN #1	DC	2.99
2	1	Actions Comics #1	DC	3.99
3	3	GREEN LANTERN #1	DC	2.99
4	5	FLASH #1	DC	2.99
5	4	SUPERMAN #1	DC	2.99
6	7	DETECTIVE COMICS #1	DC	2.99
7	8	BATMAN THE DARK KNIGHT #1	DC	2.99
8	6	FEAR ITSELF #6	MAR	3.99
9	9	ULTIMATE COMICS SPIDER-MAN #1	MAR	3.99
10	11	BATMAN AND ROBIN #1	DC	2.99

* 출처 : Diamond Comic Distributions Inc

제4절 _

| 유럽 |

1. 영국

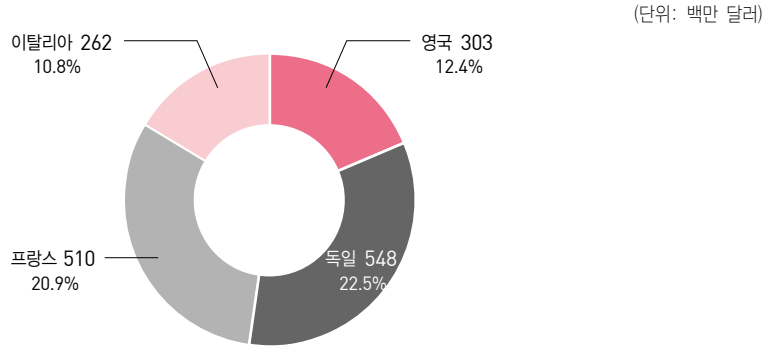
1) 영국 만화산업 개요

유럽/중동/아프리카 지역을 포함하는 EMEA권의 2010년 전체 만화시장 규모는 24억 달러를 기록하였는데 이는 전 세계 만화산업의 40%에 해당하는 규모로 권역별로는 아시아에 이어 2번째로 큰 시장을 형성하고 있다. 만화 종주국인 일본이 70%의 점유율을 보인 아시아 지역의 2010년 매출 규모는 28억 달러로 시장규모에서 EMEA지역을 4억 달러 가량 앞서고 있으며 세계시장 점유율도 6% 가량 높다. 3번째로 큰 지역권인 북미는 2010년 시장규모가 6억 3천만 달러로 전체 시장의 11.6%에 해당하며 이 중 90% 이상의 시장을 미국이 차지하고 있다.

유럽 지역 대표적인 4대 문화선진국으로 꼽히는 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아는 전체 EMEA 시장의 70%를 차지하고 있으며 영국은 이 4개 국가 중에서 세 번째로 큰 시장을 보유하고 있다. 유럽 시장에서 전반적으로 1, 2위의 시장을 형성했던 영국이지만 만화시장에서는 다소 주춤한 모습을 보이고 있다. 2010년 영국의 만화시장 규모는 3억 달러로 전체 유럽시장에서는 12.4%의 점유율을, 세계 시장에서는 5%의 점유율을 보였다. 유럽에서 비교적 큰 시장을 형성하고 있는 독일과 프랑스는 2010년 시장규모가 각각 5억 4천만 달러, 5억 1천만 달러로 유럽시장 점유율은 22.5%, 20.9%를 기록했다. 영국보다 다소 작은 시장을 갖고 있는 이탈리아는 2억 6천만 달러로 유럽시장

의 10.8%를 차지하고 있다.

〈그림 3-3-15〉 2010년 유럽 만화시장 점유율



* 출처 : PWC(2011)

독일은 유럽 만화시장에서 1위 자리를 꾸준히 지켜왔으며 향후 성장전망에서도 독일이 가장 높은 2.9%의 성장률이 예상되어 유럽시장 1위 국가로의 위상을 유지하며 시장규모를 확대해 나갈 것으로 전망된다. 또한, 영국을 제외한 나머지 세 국가는 유럽 평균 시장 성장률보다 빠른 속도로 시장이 확대되어 시장 점유율도 점차 높아질 것으로 예상된다.

〈표 3-3-19〉 2010 유럽 주요 국가별 만화시장 성장추이표

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010~2015 CAGR
영국	318	338	325	311	303	298	298	298	300	303	0.04
독일	551	525	536	555	548	552	556	585	610	636	2.9
프랑스	478	525	515	511	510	513	515	535	551	563	1.9
이탈리아	284	292	289	269	262	261	264	273	281	283	1.5
합계	2,448	2,519	2,496	2,468	2,435	2,436	2,449	2,537	2,613	2,277	0.4

* 출처 : PWC(2011)

영국 만화시장은 도서 분야에서 약 6.3%의 매출을, 전체 출판시장에서는 1.6%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 영국의 도서시장 규모는 48억 달러였으며 전체 출판시장은 185억 6천만 달러였다. 2010년 영국 만화시장 매출규모는 3억 달러이며 이는 전년 대비 2.8% 가량 감소한 규모이다. 영국은 지난 2007년 6%에 가까운 성장세를 보인 뒤, 2008년부터 하락세로 돌아서 2010년까지 3년 연속 시장규모가 축소되었다. 역시 가장 높은 하락률을 기록한 해는 -4.3%를 보였던 2009년이지만 3년 평균 하락률은 3.5% 수준이어서 연도별 편차는 크지 않은 편이다. 2011년 이후에는 거의 성장이 정체된 모습을 보일 것으로 분석되어 시장규모는 큰 변화를 보이지 않을 것으로 예상된다.

〈표 3-3-20〉 2006~2011년 영국 만화시장 규모 및 전망표

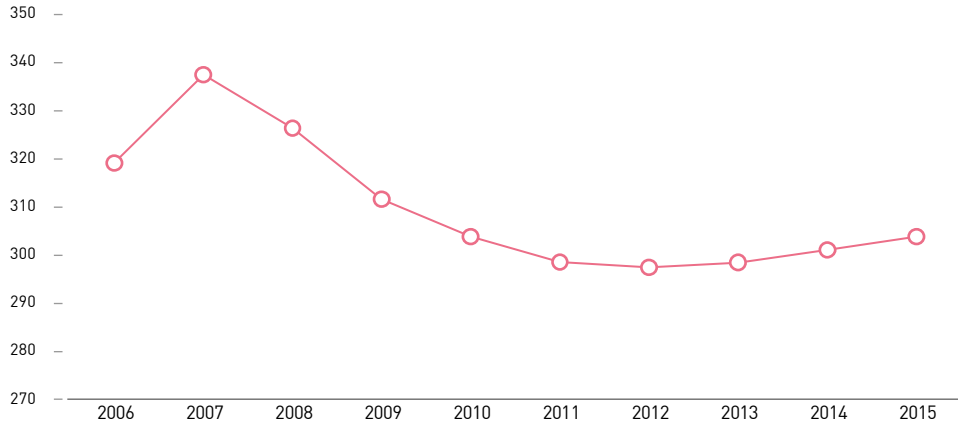
(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	315	328	316	301	292	286	281	273	268	263	-2.1
디지털	3	5	7	11	17	11	17	25	32	40	27.6
합계	318	338	325	311	303	298	298	298	300	303	0.04

* 출처 : PWC(2011)

〈그림 3-3-16〉 2006~2011년 영국 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : PWC(2011)

2) 영국 만화 시장규모 및 전망

[2010년 시장규모: 3억 달러 (0.7% 감소)]

2010년 영국 만화시장은 3억 3백만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 2.8% 하락한 시장규모이다. 영국 만화시장은 2007년 6% 가량 상승하기도 했으나 2008년부터 하락하기 시작하여 2010년까지 3년 연속으로 시장이 줄어들었다. 지난 3년 동안 2~4% 사이에서 시장이 하락했는데 글로벌 경기 침체로 전 산업이 위축되었던 2009년에 가장 큰 하락폭인 4.3%를 기록했다.

〈표 3-3-21〉 2006~2010년 영국 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	318	338	325	311	303
성장률(%)	-	5.9	-3.6	-4.3	-2.8

* 출처 : PWC(2011)

영국 만화시장 규모는 세계 시장에서 5% 정도에 불과하지만 이미 성장 정체기에 도달한 것으로 평가되는데 이는 영국이 자체 보유한 만화 콘텐츠가 거의 없으며 미국, 일본의 만화에 의존하는 비중이 매우 높기 때문이다. 2007년 3억 3천만 달러의 매출 규모는 최근 5년, 그리고 향후 5년 합친 기간 중에서도 가장 높은 수치로 기록될 전망이다. 2010년 독일 도서시장은 만화시장과 비슷한 하락세를 보인 반면, 출판시장은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

〈표 3-3-22〉 2006~2010년 영국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	315	328	316	301	292
성장률(%)	-	4.0	-3.6	-4.8	-2.8

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-23〉 2006~2010년 영국 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	3	5	7	11	17
성장률(%)	-	28.6	40.0	57.1	55.9

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-24〉 2011~2015년 영국 만화시장 성장 전망

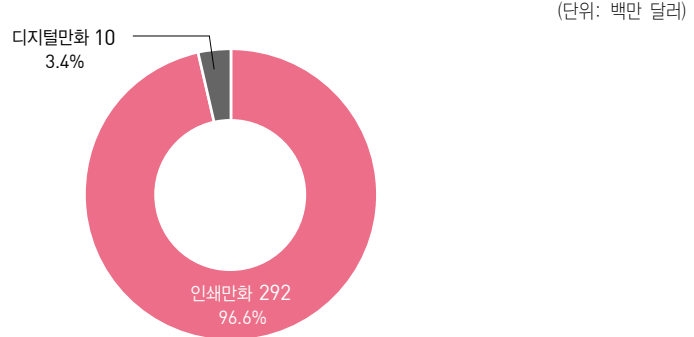
(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	286	281	273	268	263	-2.1
디지털 만화	11	17	25	32	40	27.6
합 계	298	298	298	300	303	0.04
성장률(%)	-1.6	-0.1	0.1	0.9	0.9	

* 출처 : PWC(2011)

영국의 인쇄 만화시장은 2006년 이래로 성장과 하락을 반복해 왔는데 2010년에는 전년 대비 2.3% 하락한 16억 5천만 달러를 기록했다. 2008년은 지난 5년 동안 유일하게 성장을 기록한 해이지만 성장폭은 3.5%에 불과하여 2010년 시장규모는 5년 전에 비해 약 10억 달러 가량 줄어들었다. 앞으로도 인쇄만화시장은 꾸준히 줄어들 전망이지만 하락 속도는 지난 5년간 보였던 하락률보다는 다소 줄어들 것으로 보인다. 향후 5년 동안 영국 인쇄 만화산업은 연평균 2.1% 가량 줄어들어 2015년에는 15억 7천만 달러를 기록할 전망이다.

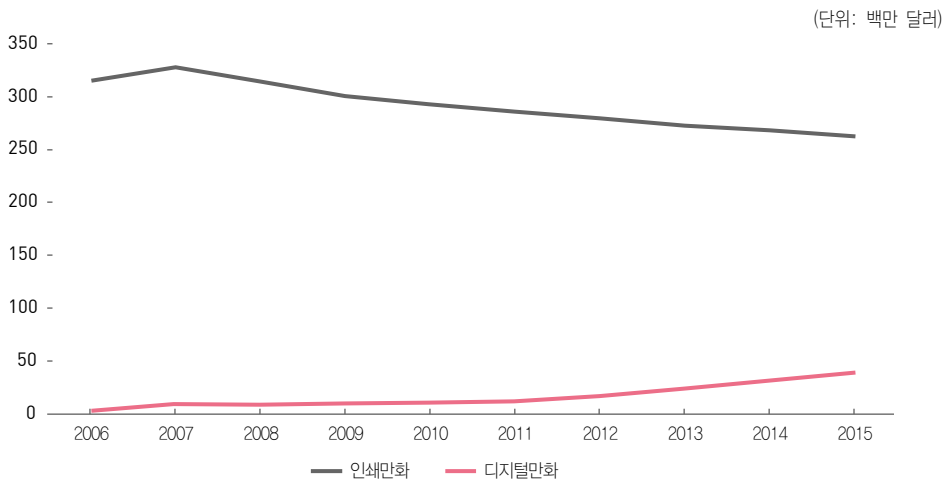
〈그림 3-3-17〉 2010년 영국 인쇄/디지털 만화시장 점유율



* 출처 : PWC(2011)

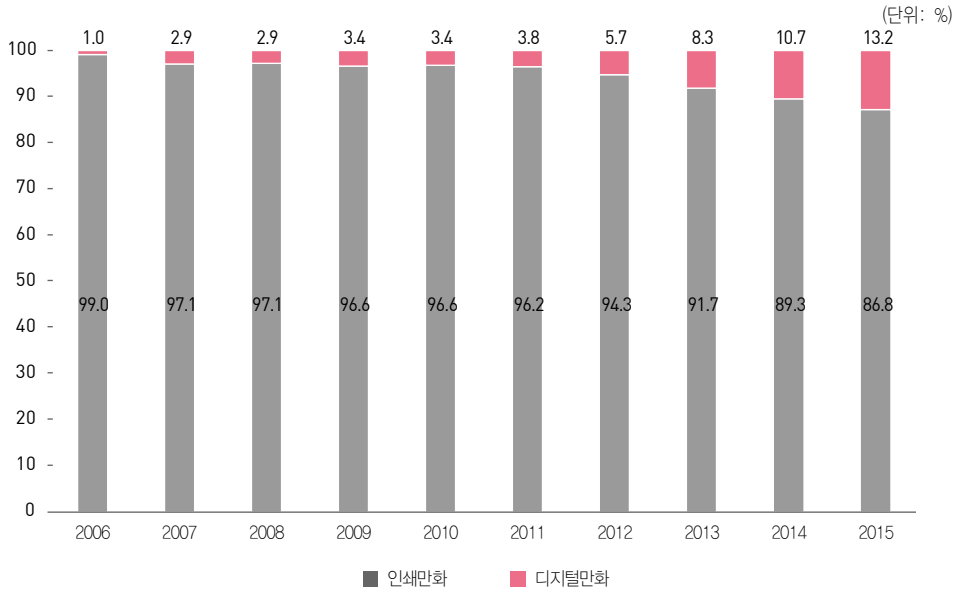
한편, 영국의 디지털 만화시장은 지난 5년 동안 성장과 하락을 반복해왔는데 홀수년 에는 급속한 성장을, 짝수년에는 소폭 하락하는 양상을 보였다. 2010년 영국 디지털 만화시장 규모는 1천만 달러로 전년 대비 2.8% 가량 축소되었다. 한편, 2007년에는 폭발적인 시장 성장세를 기록하며 전년 대비 3배 이상 시장규모가 커졌으며 2009년도 11%의 성장률을 보였다. 앞으로 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 30%가량 빠른 성장속도가 기대되어 향후 5년 동안 27.6%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과 2015년에는 4천만 달러로 2010년 시장규모보다 4배 가량 확대될 전망이다. 2006년 3백만 달러에 불과했던 시장이 5년 뒤인 2010년에는 3배 정도 성장했으며 앞으로는 이보다 더 빠른 속도를 기록하며 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2010년 디지털 만화시장 점유율은 3.4%이며 2015년에는 13.2%로 늘어날 것으로 분석된다.

〈그림 3-3-18〉 2006~2015년 영국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : EPM International Licensing

〈그림 3-3-19〉 2006~2015년 영국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : EPM International Licensing

3) 주요이슈 및 트렌드

초기 영국 만화책은 미국과 비슷한 형태와 사이즈를 갖췄는데 추후 잡지 형태로 변화되었으며 대표적인 만화로는 〈The Beano〉, 〈The Dandy〉가 있다. 이 두 작품은 모두 D.C. Thomson & Co가 비슷한 시기에 출시한 어린이용 주간 만화로 현재까지도 계속 출간되고 있다. 1938년 출시된 〈The Beano〉는 현재까지 발행횟수가 3,607회에 이르며 대표적인 만화 캐릭터로는 ‘Dennis the Menace’, ‘Roger the Dodger’, ‘Minnie the Minx’, ‘The Bash Street Kids’, ‘Calamity James’, ‘Ball Boy’, ‘Ivy the Terrible and Billy Whizz’ 등이 있다. 〈The Dandy〉는 〈The Beano〉보다 수 개월 먼저 출시되어 세계적으로도 3번째로 긴 역사를 가진 작품이며 현재까지 발행횟수가 3,540편에 달한다. 초기 버전에는 코믹 스트립(Comic Strip)외에 텍스트로 이루어진 작품도 함께 실리기도 했다.

영국에서 최초로 출시된 만화인 〈Ally Sloper’s Half Holiday〉는 성인 시장을 겨냥한 작품이었으나 점차 타깃 대상의 연령을 낮추면서 어린이용 만화로 바뀌게 되었다. 영국에서 유명한 만화로는 〈The Beano〉, 〈The Dandy〉, 〈The Eagle〉, 〈2000 AD〉, 〈Viz〉 등을 꼽을 수 있으며 지하철에서 주로 판매되는 소책자 형태의 만화로는 〈Oz〉, 〈Escape Magazine〉 등이 있다.

〈그림 3-3-20〉 영국 대표적 만화잡지



〈The Beano 최신버전(3607호) 표지 및 내용〉



〈The Dandy 최신버전 표지〉



〈The Dandy 웹사이트 프리버전〉

* 출처 : The Beano 웹사이트 www.beano.com/D.C, Thomson & Co 웹사이트 www.dcthompson.co.uk/

영국은 미국에서 들어온 작품을 새로 재구성하여 출시하는 비중이 높는데 대표적인 유통업체로는 Thorpe & Potter가 있다. 미국 Marvel Comics는 1972년부터 영국에 지사를 설립했고 DC Comics와 Dark House도 1990년대에 영국시장에 진출했다. 반면, 다른 유럽 국가 작품들이 영국에 출시되는 경우는 그리 많지 않은데 프랑스의 〈Tintin〉, 〈Asterix〉 등은 영어로 번역되어 단행본 형태로 영국에 출시된 작품들이다.

크리스마스 시즌과 연말에 출판사들은 그동안 연재되었던 작품을 묶어 하드커버 도서 형태로 출간하기도 한다. 일본의 ‘망가(Manga/일본 만화)’ 역시 영국 만화시장에서 큰 비중을 차지하고 있다. 망가는 일본 전통 방식에 따라 오른쪽에서 시작해서 왼쪽으로 읽어가는 형태(Right to Left)로 제작되는데 플레이스테이션, 인터넷과 함께 성장한 젊은층에게 독특한 방식은 흥미를 불러일으켰다. 많은 출판사가 망가를 출시하면서 위에서 아래로 읽어가는 방식으로 재구성했는데 이와 같은 시장의 반응을 고려하여 점차 일본 전통 방식을 그대로 적용하고 있다.

2. 프랑스

1) 프랑스 만화산업 개요

2010년 프랑스의 만화시장 규모는 5억 1천만 달러로 전체 유럽 시장에서는 20.9%의 점유율을 보이고 있으며 세계 만화산업에서는 8.5% 정도의 시장을 차지하고 있다. 유럽권에 가장 큰 만화시장을 차지하고 있는 독일은 2010년 5억 4천만 달러를 기록하며 유럽 시장에서 22.5%의 점유율을, 세계 시장에서는 9.1%의 시장을 차지하여 프랑스보다 다소 큰 매출 규모를 보였다. 그 뒤를 영국, 이탈리아가 따르고 있으며 유럽 시장 점유율은 각각 12.4%, 10.8%를 기록했다.

〈표 3-3-25〉 2006~2011년 프랑스 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	474	510	500	493	492	492	494	495	496	497	0.2
디지털	5	15	15	17	19	21	21	40	55	66	21.0
합계	478	525	515	511	510	513	515	535	551	563	1.9

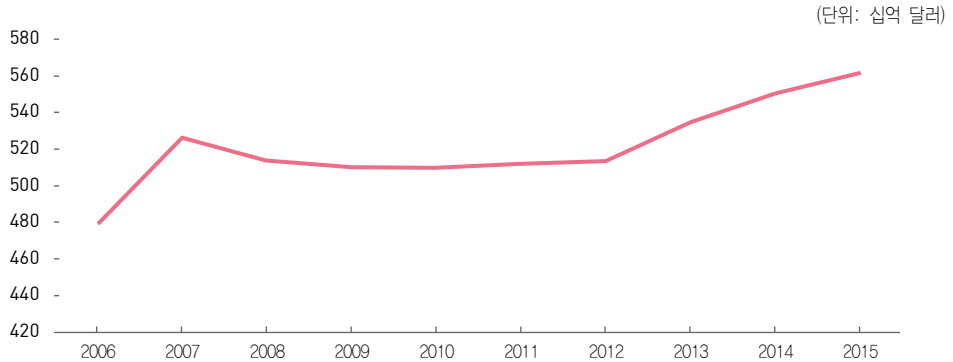
* 출처 : PWC(2011)

프랑스는 만화를 예술로 인정하고 앙굴렘 국제만화페스티벌을 비롯한 세계적인 만화 박람회를 개최하는 등 유럽에서는 만화산업 육성에 가장 적극적인 국가이다. 독일에 이어 꾸준히 시장 2위 자리를 지켜온 프랑스는 향후에도 2%의 성장률을 보이면서 시장을 점진적으로 확대해 나갈 전망이다. 그러나 성장 속도에서는 독일에 다소 뒤처지면서 전체 유럽 시장과 비슷한 속도로 시장이 발전해 나갈 것으로 예상된다.

프랑스 만화시장은 도서 분야에서 약 6.7%의 매출을, 전체 출판시장에서는 2.8%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 프랑스의 도서시장 규모는 75억 달러였으며 전체 출판시장은 180억 달러였다. 2010년 프랑스 만화시장 매출규모는 5억 1천만 달러이며 이는 전년 대비 0.1%가량 감소한 규모이다.

프랑스는 2007년에는 9.1%의 높은 성장속도를 나타내며 5억 달러를 넘어서는 매출 규모를 기록했다. 그러나 2008부터 3년 연속 시장규모가 하락한 것으로 나타났는데 지난 3년 동안 하락 수준은 3% 미만으로 2009년 경기 불황의 위기에도 크게 위축되지 않았다. 2011년부터는 다시 성장세로 돌아설 전망이며 성장 폭은 점차 늘어날 것으로 분석된다. 2011년 독일 만화시장은 5억 1,300만 달러로 2010년보다 0.5% 성장할 것으로 예상되며 향후 5년 동안 연평균 성장률은 1.9%에 이를 것으로 분석된다.

〈그림 3-3-21〉 2006~2015년 프랑스 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011)

2) 프랑스 만화 시장 규모 및 전망

[2010년 시장규모: 5억 1천만 달러 (0.1% 감소)]

2010년 프랑스 만화시장은 5억 1천만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 0.1% 하락한 시장규모이다. 프랑스 만화시장은 2007년 9%의 급속한 시장 성장을 경험하기도 했으나 2008년부터 하락세로 돌아서 2010년까지 3년 연속 하락하는 모습을 보였다. 총매출 규모는 2007년 5억 달러를 넘어선 뒤 3년간 지속된 시장 하락세에도 불구하고 현재에도 여전히 5억 달러 수준을 유지했다. 2008년, 2009년 시장 하락률은 각각 -2.0%, -0.7%여서 지난 3년 평균 시장 성장률은 -1%에도 미치지 않는 수준이었다.

〈표 3-3-26〉 2006~2010년 프랑스 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	478	525	515	511	510
성장률(%)	-	9.1	-2.0	-0.7	-0.1

* 출처 : PWC(2011)

프랑스 만화시장도 역시 전 세계 산업의 변동 모습과 다른 양상을 나타냈다. 전반적인 세계 산업 시장은 경기 침체로 2009년 큰 폭으로 위축되었으며 경기 회복 조짐과 함께 2010년 반등하는 경향을 보였다. 만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 프랑스의 출판시장은 만화시장과 비슷한 시장 변동을 보이는 반면 도서 시장은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

〈표 3-3-27〉 2006~2010년 프랑스 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	474	510	500	493	492
성장률(%)	-	7.2	-2.0	-1.2	-0.3

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-28〉 2006~2010년 프랑스 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	5	15	15	17	19
성장률(%)	-	70.5	-2.0	15.3	8.2

* 출처 : PWC(2011)

프랑스는 유럽 국가들에 비해 비교적 자국 만화 제품을 다양하게 보유하고 있고 만화와 관련한 여러 행사를 개최하고 있으며 그중에서도 앙굴렘 국제만화페스티벌(Angouleme International Comics Festival)은 유럽 내에서는 가장 유명한 행사로 꼽힌다. 이 행사는 1974년부터 매년 1월에 개최되며 다양한 이벤트와 작품 시상 등이 진행된다.

〈표 3-3-29〉 2011~2015년 프랑스 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	492	494	495	496	497	0.2
디지털 만화	21	21	40	55	66	21.0
합 계	513	515	535	551	563	1.9
성장률(%)	0.5	0.4	3.6	3.0	2.1	

* 출처 : PWC(2011)

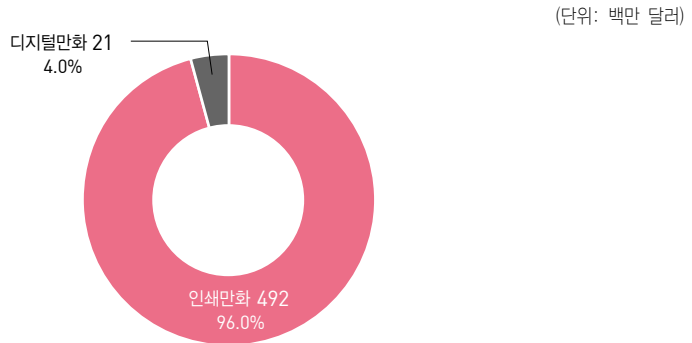
프랑스의 인쇄 만화시장은 전체 만화산업 시장 흐름과 비슷한 양상을 보여 왔는데 2007년 약 7.2%에 가까운 성장세를 기록한 뒤 2008년부터 하락세로 돌아섰다. 이 시장은 2007년 무려 7%가 넘는 높은 성장 속도를 보여 5억 달러가 넘는 시장규모를 확보하였으나 2008년부터 2010년까지 3년 연속 하락세를 보이면서 다시 매출 규모는 5억 달러를 밑돌게 되었다.

지난 3년 중에서 2008년에 가장 큰 폭의 하락률을 기록했으며 해마다 하락률은 더해져 2010년에는 전년 대비 0.3% 축소된 4억 9,200만 달러의 시장을 형성했다. 2011년부터 프랑스 인쇄만화 시장은 안정을 되찾으면서 다시 성장세로 돌아설 전망이지만 성장 속도는 그리 빠르지 않을 것으로 분석된다. 2011년 프랑스 인쇄만화시장은 전년 대비 0.1% 성장하는 수준에 그쳐 2010년 시장규모가 큰 차이를 보이지 않을 전망이다. 향후 5년 동안에는 연평균 1.1%의 시장 성장률이 예상되어 2015년까지 4억 9,700만 달러의 시장규모를 갖추게 될 것으로 예측되지만 2007년 수준에 이르지

는 못할 것으로 보인다.

한편, 프랑스의 디지털 만화시장은 2008년 소폭 하락한 것을 제외하면 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔으며 성장폭도 비교적 큰 편이었다. 2007년에는 70.5%의 폭발적인 성장 속도를 기록하기도 했는데 2008년에는 다소 하락하는 모습을 보이기도 했다. 2008년 하락률은 -2%였으며 2009년부터 디지털 만화시장은 다시 회복세로 돌아섰다. 2009년에는 15.3%, 2010년에는 8.2%의 성장률을 기록하며 1,900만 달러에 이르는 시장을 확보하게 되었다.

〈그림 3-3-22〉 2010년 프랑스 인쇄/디지털 만화시장 점유율



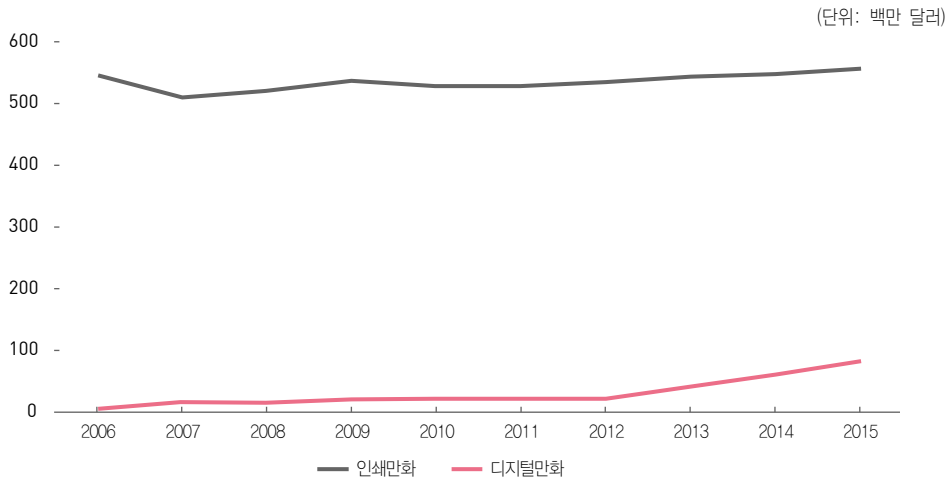
* 출처 : PWC(2011)

프랑스 만화시장은 인쇄 만화시장과 거의 비슷한 성장 추이를 보이는 가운데 앞으로는 시장 환경이 점차 개선되어 안정화될 것으로 분석된다. 2011년 프랑스 만화시장은 전년 대비 0.5%가량 성장하여 5억 1,300만 달러를 기록할 전망이다. 2012년까지는 성장세가 완만할 것으로 보인다. 2013년 이후부터는 다시 빠른 속도로 시장 성장이 이루어질 것으로 분석된다. 향후 5년 동안 프랑스 만화시장은 연평균 1.9%의 성장 속도를 보이면서 2015년부터 5억 6천만 달러를 넘는 매출 규모가 예상된다.

유럽 중에서도 프랑스와 벨기에를 포함하는 프랑스어권 지역은 오래전부터 만화산업이 잘 발달해 왔다. 원래 독일어로 제작되는 벨기에 만화는 프랑스어권 만화⁸¹⁾에 영향을 미치기도 했는데 지금 프랑스 만화는 독자적인 스타일을 갖추고 있다. 여러 유럽 국가들과 이탈리아의 만화는 프랑스 만화의 영향을 많이 받고 있다. 초기 프랑스 만화시장에서는 잡지 형태로 발간되는 만화가 다수였는데 이는 만화가 게재될 수 있는 유일한 매체가 잡지였기 때문이다. 한편, 어린이 위주의 만화 시장은 점차 성인층으로 확대되어 갔고 만화 잡지 수도 점차 늘어났다.

81) Franco-Belgian comics : 프랑스, 벨기에 만화에서 제작된 만화를 통칭

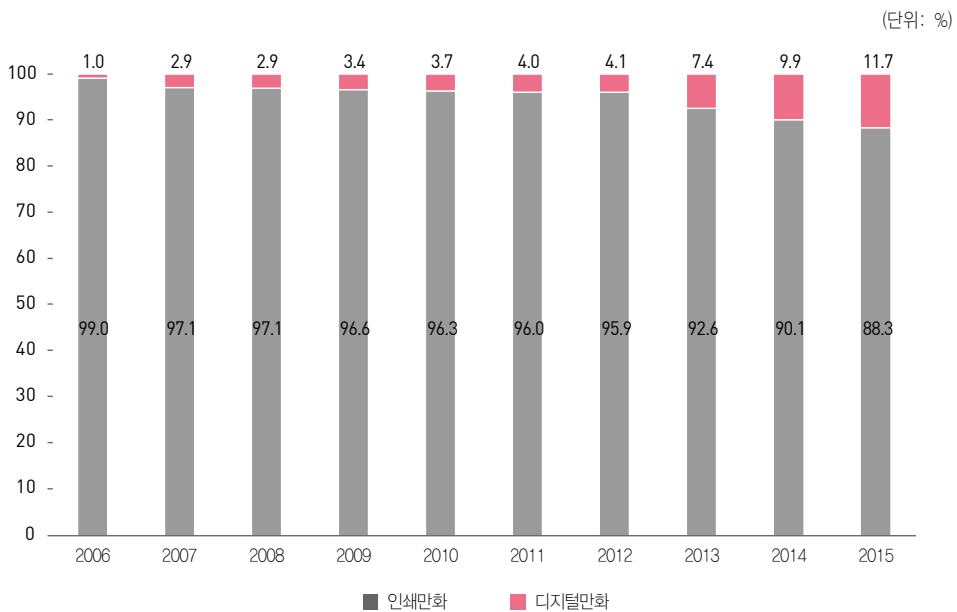
〈그림 3-3-23〉 2006~2015년 프랑스 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011)

비교적 두터운 독자층을 확보하고 있는 프랑스 만화시장은 작가 수도 많은 편이다. 북미지역에 수출된 프랑스 만화는 길이나 형태에 관계없이 종종 그래픽 노블로 분류된다. 대부분의 유럽 국가들에서 미국이나 일본 만화가 주류를 이루는 것과는 반대로 프랑스는 다양한 자국 만화를 보유하고 있다.

〈그림 3-3-24〉 2006~2015년 프랑스 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

3) 주요이슈 및 트렌드

프랑스(벨기에 포함) 만화 형태는 3개 분야로 구분된다.

- ① 코믹스트립: 성인을 대상으로 하는 만화로 신문에 연재되는 형태이다.
- ② 만화잡지: 대체로 어린이용 만화를 포함하는 만화 형태로 주류를 이루는 분야이다. 이런 형태의 만화는 주로 주간 만화잡지를 통해 게재되었는데 대표적인 작품으로는 〈Spirou〉, 〈Tintin〉, 〈Vaillant〉 등이 있다.
- ③ 기타 잡지: 월 단위, 격월 단위로 발행되는 만화로 주로 하드코어 작품(폭력물, 환타지, 아메리칸 스타일 등)을 포함한다. 출판사들은 미국, 이탈리아, 스페인 작품을 번역하거나 직접 스토리는 제작하기도 하는데 대표적인 잡지로는 〈Aredit〉, 〈Imperia〉, 〈Lug〉, 〈Adventures & Voyages〉 등이 있다.

프랑스 만화 출판 형태를 살펴보면, 초기 신문 크기와 비슷한 타블로이드판 사이즈에서 일반 책 수준의 앨범형태로 크기가 줄어들었다. 또한, 프랑스 버전은 하드커버로 제작되는 반면, 독일은 소프트 커버로 제작되어 국가별로도 만화책 형태가 상이했음을 알 수 있다. 잡지 등에서 연재가 완료된 작품을 출판하는 만화가 유행하기 시작했는데 이런 만화책은 보통 60페이지 내외의 분량으로 제작된다. 이때부터 만화들이 잡지에 게재되는 횟수가 점점 줄어들어 많은 잡지가 폐간되기에 이르렀다. 앨범 형태로 제작된 만화책들은 번역되어 유럽 지역으로 수출되었는데 대표적인 만화로 는 〈Tintin〉, 〈À Suivre〉, 〈Métal Hurlant and Pilote〉 등이 있다.

프랑스/벨기에 만화 중 일부는 유럽지역 외에 세계적으로도 큰 인기를 끌고 있다. 일부 만화잡지는 이탈리아어나 스페인어로 번역되기도 하지만 이 시장의 가장 많은 고객층을 확보하는 있는 잡지는 해외에서 수입된 경우가 많다. 시장에서 큰 호응을 얻고 있는 만화 작품은 대부분 1960년 이전에 탄생한 것들로 〈Lucky Luke〉, 〈The Smurfs〉, 〈Asterix〉, 〈Tintin〉 등이며 최근에 출시된 작품들은 프랑스/독일어권 지역을 벗어나지 못하는 경우가 많다. 대부분의 만화 잡지는 사라지거나 발행부수가 현저하게 줄어든 반면, 앨범 형태의 만화책은 높은 매출을 기록하고 있고 대부분이 청소년, 성인을 타깃으로 하는 작품들이다.

프랑스의 만화 출판사들은 해외 작품 출시에도 적극적이어서 이탈리아, 스페인, 독일, 아르헨티나, 폴란드 등 다양한 국가의 만화를 골고루 갖추고 있다. 특히, 독일, 스위스, 폴란드에는 프랑스 시장을 전적으로 목표로 삼고 활동하는 작가들이 많다. 미국, 영국 만화작품은 상대적으로 약세를 보이는데 이는 만화시장의 발전 과정에서 차이를 보이기 때문으로 파악된다. 그럼에도 불구하고 〈Peanuts〉, 〈Calvin and Hobbes〉는 인기를 끌고 있는 미국 만화들이고 프랑스 만화시장의 1/4을 일본 만화가 차지하고 있다.

〈그림 3-3-25〉 프랑스 만화 베스트셀러

1	2	3	4	5
				
TINTIN AU TIBET	GASTON	Z COMME ZORGLUB	LE GARAGE HERMETIQUE(기밀창고)	BLUEBERRY
6	7	8	9	10
				
LA MARQUE JAUNE	ASTERIX LEGIONNAIRE	RUBRIQUE-A-BRAC	ICI MEME DE L'ORCHESTRE	LE DEMON DE LA TOUR EIFFEL

* 출처 : www.coolfrenchcomics.com

3. 독일

1) 독일 만화산업 개요

독일은 유럽에서 가장 큰 만화시장을 보유하고 있다. 유럽권에서는 독일, 프랑스와 벨기에를 포함하는 프랑스어권이 비교적 만화산업에 잘 발달되어 있는 것으로 나타났는데 이는 전반적인 유럽 국가들이 자체 만화 캐릭터를 확보하지 못하고 대부분을 미국, 일본 등에서 수입하고 있기 때문이다.

2010년 독일의 만화시장 규모는 5억 4천만 달러로 전체 유럽 시장에서 22.5%의 점유율을 보이고 있으며 세계 만화산업에서는 9% 정도의 시장을 차지하고 있다. 독일에 이어 프랑스는 2010년 5억 1천만 달러를 기록하며 유럽 시장에서 20.9%의 점유율을, 세계 시장에서는 8.5%의 시장을 차지하여 독일보다 다소 작은 매출 규모를 보였다. 그 뒤를 영국, 이탈리아가 따르고 있으며 유럽 시장 점유율은 각각 12.4%, 10.8%를 기록했다.

〈표 3-3-30〉 2006~2011년 독일 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	545	509	520	536	528	530	533	542	549	557	1.0
디지털	5	15	16	19	20	22	23	43	60	80	23.8
합계	551	525	536	555	548	552	556	585	610	636	2.9

* 출처 : PWC(2011)

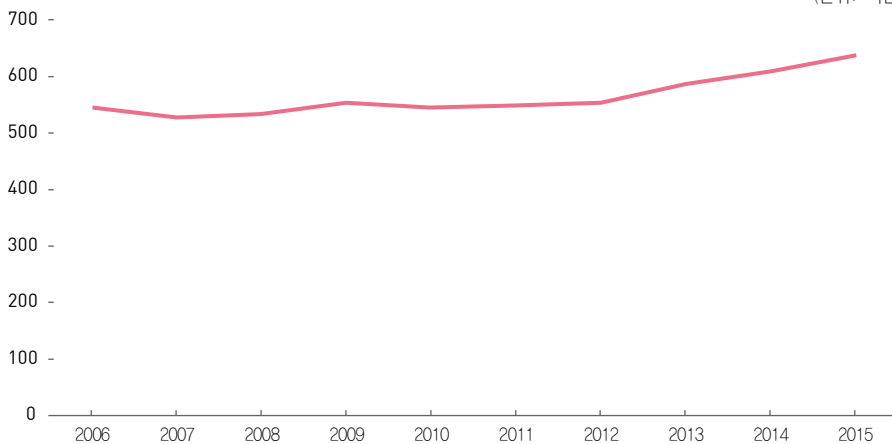
독일은 유럽 만화시장에서 1위 자리를 꾸준히 지켜왔으며 향후 성장전망에서도 독일은 가장 높은 2.9%의 성장률이 예상되어 유럽시장 1위 국가로의 위상을 유지하며 시장규모를 확대해 나갈 것으로 전망된다.

독일 만화시장은 도서 분야에서 약 6%의 매출을, 전체 출판시장에서는 2.1%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 독일의 도서시장 규모는 91억 달러였으며 전체 출판시장은 261억 8천만 달러였다. 2010년 독일 만화시장 매출규모는 5억 4천만 달러이며 이는 전년 대비 1.1%가량 감소한 규모이다.

독일은 지난 5년 동안 성장과 하락을 반복해 왔는데 2007년에는 5%에 가까운 하락세를 보인 뒤, 2008년부터 다시 성장세로 돌아서 2009년까지 2년 연속 시장규모가 확대되었으나 2010년 다시 하락세로 돌아섰다. 2008년부터 2009년 사이의 성장률은 각각 2.1%, 3.6%여서 지난 5년 동안의 만화시장은 소폭 하락한 것으로 나타났다. 그러나 2011년부터는 다시 성장세로 돌아설 전망이며 성장 폭은 점차 늘어날 것으로 전망된다. 2011년 독일 만화시장은 5억 5천만 달러로 2010년보다 0.6%가량 성장하며 향후 5년 동안 연평균 성장률은 2.9%에 이를 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-26〉 2006~2015년 독일 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : PWC(2011)

2) 독일 만화 시장규모 및 전망

[2010년 시장규모: 5억 4,800만 달러 (1.1% 감소)]

2010년 독일 만화시장은 5억 4,800만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 1.1% 하락한 시장규모이다. 독일 만화시장은 2007년 4.9%의 시장 하락을 경험하기도 했으나 2008년부터 상승세로 돌아서 2년 연속 성장하며 2009년 5억 5천만 달러를 기록했다. 그러나 2010년에는 다시 소폭 하락하여 2010년 매출 규모는 2006년보다 다소 감소한 모습을 보였다. 독일 만화시장 역시 전 세계 시장 현황과 다른 양상을 보였는데 전반적인 세계 산업시장은 경기 침체로 2009년 큰 폭으로 위축되었으며 경기 회복 조짐과 함께 2010년 반등하는 양상을 보였다.

〈표 3-3-31〉 2006~2010년 독일 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	551	525	536	555	548
성장률(%)	-	-4.9	2.1	3.6	-1.1

* 출처 : PWC(2011)

독일 만화시장은 다른 유럽 국가들보다 다소 높은 매출 규모를 보이고 있지만 자체 만화 캐릭터가 다양하지 못하고 일본, 미국에 의존하는 경향이 높다. 그럼에도 불구하고 경기 회복과 디지털 시장 성장으로 독일 만화시장은 꾸준한 시장 성장을 보일 것으로 전망된다. 만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 독일의 출판시장은 소폭 상승한 반면, 도서 시장은 더욱 큰 폭의 하락세를 기록한 것으로 나타났다.

〈표 3-3-32〉 2006~2010년 독일 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	545	509	520	536	528
성장률(%)	-	-6.9	2.1	3.1	-1.4

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-33〉 2006~2010년 독일 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	5	15	16	19	20
성장률(%)	-	63.0	2.1	20.2	7.1

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-34〉 2011~2015년 독일 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

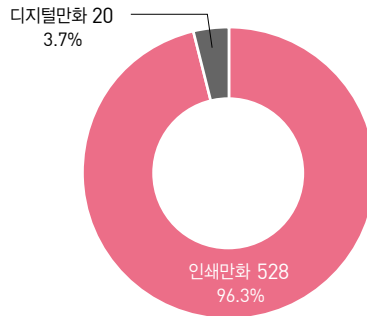
구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	530	533	542	549	557	1.0
디지털 만화	22	23	43	60	80	23.8
합 계	552	556	585	610	636	2.9
성장률(%)	0.6	0.8	4.7	4.2	4.4	

* 출처 : PWC(2011)

독일의 만화시장은 2007년 약 7%에 가까운 하락세를 기록한 뒤 2008년부터 시장을 회복하는 모습을 보였다. 또한 2009년까지 2년 연속 성장세를 유지했으나 2007년 시장 하락폭에는 못 미치는 수준이었으며 2010년 다시 하락세를 보이면서 다시 소폭 위축되었다. 2011년부터 인쇄 만화시장은 안정을 되찾으면서 해마다 시장규모는 증가할 전망이지만 성장 속도는 그리 빠르지 않을 것으로 보인다. 2011년 독일 인쇄 만화시장은 전년 대비 0.2% 성장한 5억 3천만 달러를 기록할 전망이다. 향후 5년 동안 연평균 1%의 시장 성장률을 유지하면서 2015년까지 5억 5천만 달러를 넘는 시장규모를 갖추게 될 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-27〉 2010년 독일 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)

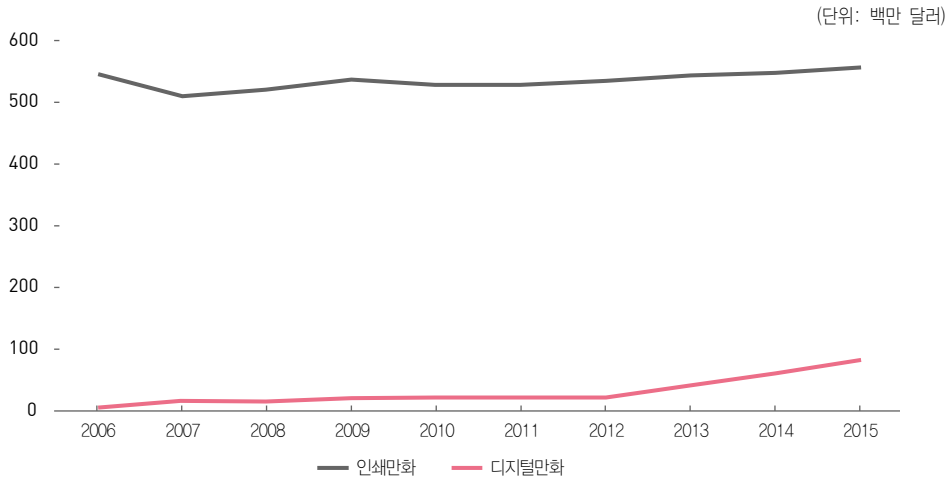


* 출처 : PWC(2011)

한편, 독일의 디지털 만화시장은 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔는데 특히 2007년에는 63%의 폭발적인 성장속도를 기록하기도 했다. 2008년 시장은 다소 주춤하는 모습을 보였으나 2009년에는 다시 20%의 성장률을 회복하였다. 2010년 독일 디지털 만화시장은 2천만 달러로 전년 대비 7.1% 성장하였으며 전체 만화시장의 3.7%를 차지하고 있다. 이는 2006년에 비해 3배 이상 증가한 매출규모이며 시장 점유율은 4배 증가했다. 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 20% 이상 빠른 성장속도가 기대되며 향후 5년 동안 23.8%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과 2015년에는 8천만 달러로 2010년 시장규모보다 4배 정도 확대될 전망이다. 2006년 5백만 달러에 불과했던 디지털 만화시장은 5년 뒤인 2010년에는 4배 가량 성장했으며 앞으로도 높은 성장세를 기록하면서

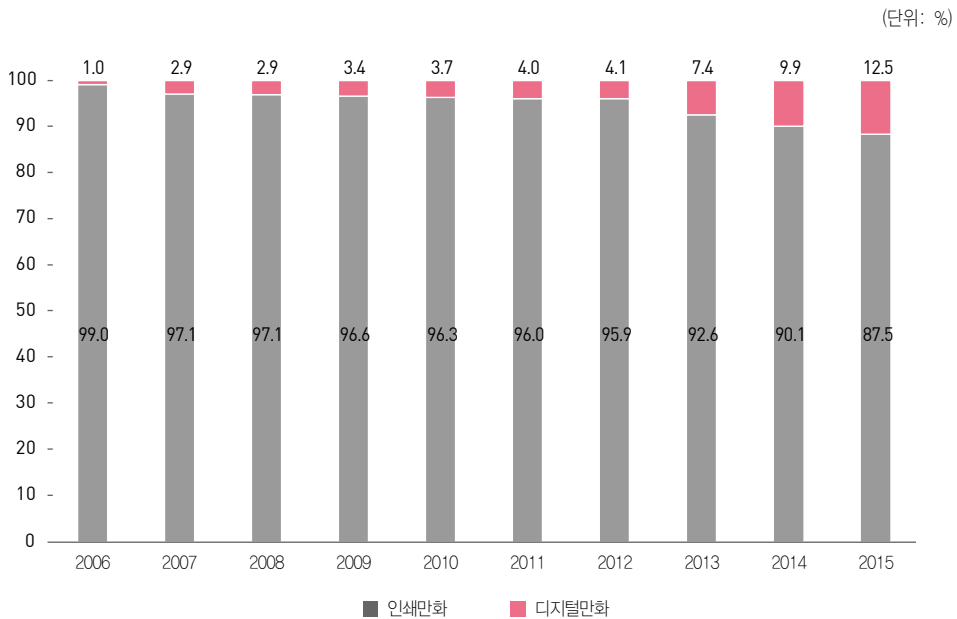
전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2006년 1%에 불과하던 디지털 만화시장 점유율이 2015년에는 12.5%로 커지면서 10년 만에 12배 가까이 늘어날 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-28〉 2006~2015년 독일 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011)

〈그림 3-3-29〉 2006~2015년 독일 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

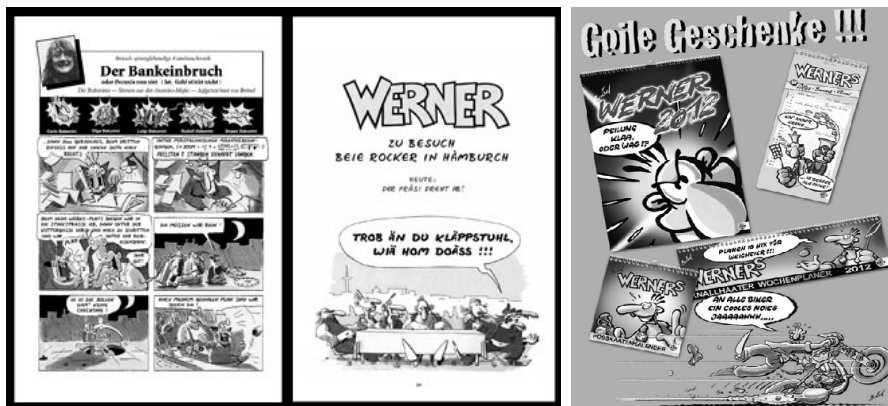
3) 주요이슈 및 트렌드

독일 만화시장은 유럽 내에서 같은 언어권에 속하는 독일, 오스트리아, 스위스 시장을 포괄하는 시장이다. 독일 시장규모는 유럽권에서 가장 크며 세계 시장에서도 미국, 일본에 이어 세 번째로 큰 시장이지만 자체제작 콘텐츠 비중은 낮은 편이다. 대표적인 출판사로는 Schwarzer Turm, Weissblech Comics, Gringo Comics, Zerchfell 등이 있다. 독일에서는 미국, 일본 만화시장 규모가 큰 편인데 Panini Comics는 미국의 대표적인 만화출판사인 DC Comics와 Marvel의 라이선스를 보유하고 있으며 Carlsen Comics, Ehapa Verlag 등도 해외 작품의 라이선스 버전을 출판하고 있다. 디즈니사의 <도널드 덕> 포켓북 시리즈는 독일에 출시된 후 몇 십년 동안 큰 인기를 누려왔으며 Carlsen은 에바겔리오, 드래곤볼 등 유명 일본 만화를 출시했다.

독일 만화는 대체로 어린이 시장을 겨냥한 작품이 주류를 이루고 있으며 <Fix und Foxi> 등이 큰 성공을 거둔 독일 만화 시리즈로 꼽힌다. 이 주간 만화잡지는 1963년부터 1994년까지 40여 년간 발행되었으며 2000년, 2005년, 2010년 각각 월간 잡지 형태로 재 출시되기도 했다. 이 만화는 TV 시리즈로 제작되어 독일뿐만 아니라 전 세계 30여개 지역으로 수출되었으며 최근 WesToons GmbH에 의해 3D 영화로도 제작 중이다. <Captain Bluebear and Kleines Arschloch>는 성인용 만화로 미국 만화와 비슷한 형태로 제작되었는데 독일 내에 그동안 팽배했던 ‘만화는 단지 어린이를 위한 오락물’이라는 선입견을 바꾸는데 큰 역할을 했던 작품이다.

‘Wermer’는 독일 만화 중에서 가장 큰 성공을 거둔 캐릭터로 1970년 말 출시된 이래 젊은 독일 세대의 큰 우상처럼 간주되어 왔다. 이 작품은 영화로도 제작되었는데 Wermer Beinhart는 90년대 독일 영화시장 박스오피스 3위를 기록했다. 독일에서 유명한 성인만화 작가로는 Rötger Feldmann, Ralf König, Matthias Schultheiss 등이 있다.

〈그림 3-3-30〉 독일 대표 만화 〈Wermer〉



▷ 〈Wermer〉 만화책

▷ 캐릭터를 활용한 라이선스 제품: 달력, 메모장 등

* 출처 : <http://www.werner-broesel.de>

4. 이탈리아

1) 이탈리아 만화산업 개요

이탈리아는 영국, 독일, 프랑스를 포함 4개 국가 중에서 가장 시장규모가 작다. 유럽권에서는 독일, 그리고 프랑스와 벨기에를 포함하는 프랑스어권이 비교적 만화산업에 잘 발달되어 있는데 이는 전반적인 유럽 국가들이 자체 만화 캐릭터를 확보하지 못하고 대부분을 미국, 일본 등에서 수입하고 있기 때문이다.

〈표 3-3-35〉 2006~2011년 이탈리아 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

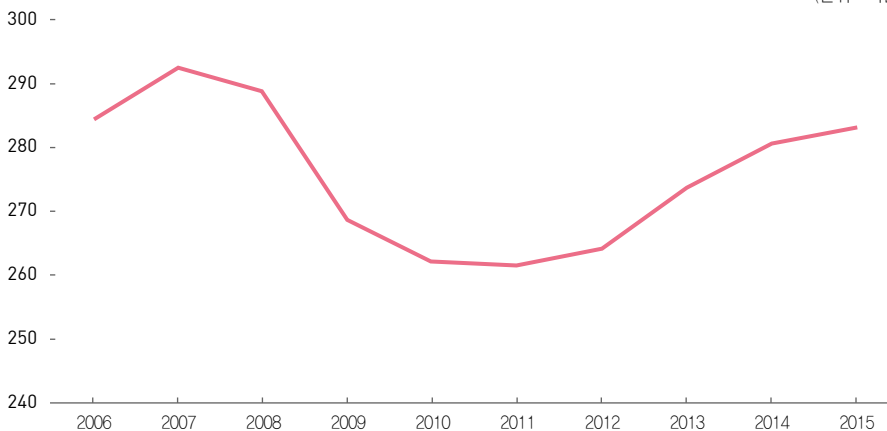
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	281	284	281	260	252	251	253	253	253	253	0.0
디지털	3	9	8	9	10	11	11	20	28	31	18.9
합계	284	292	289	269	262	261	264	273	281	283	1.5

* 출처 : PWC(2011)

2010년 이탈리아의 만화시장 규모는 2억 6천만 달러로 전체 유럽 시장에서 10.8%의 점유율을 보이고 있으며 세계 만화산업에서는 4.3% 정도의 시장을 차지하고 있다. 이탈리아 만화시장은 도서 분야에서 약 6.2%의 매출을, 전체 출판시장에서는 2.3%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 이탈리아의 도서시장 규모는 42억 달러였으며 전체 출판시장은 112억 2천만 달러였다. 한편, 2010년 이탈리아 만화시장 매출규모는 2억 6천만 달러이며 이는 전년 대비 2.5% 가량 감소한 규모이다.

〈그림 3-3-31〉 2006~2015년 이탈리아 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : PWC(2011)

2) 이탈리아 만화 시장규모 및 전망

[2010년 시장규모: 2억 6,200만 달러 (2.5% 감소)]

2010년 이탈리아 만화시장은 2억 6,200만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 2.5% 하락한 시장규모이다. 이탈리아 만화시장은 2007년 2.8%의 시장 성장률을 보이기도 했으나 2008년부터 하락세로 돌아선 뒤 2010년까지 3년 연속으로 하락하는 모습을 보였다. 2007년 총매출 규모는 3억 달러에 이르렀으나 3년간 지속된 시장 하락으로 10% 이상 시장규모가 줄어들었다. 2008년, 2009년 시장 하락률은 각각 -1.2%, -7%를 기록했다.

〈표 3-3-36〉 2006~2010년 이탈리아 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	284	292	289	269	262
성장률(%)	-	2.8	-1.2	-7.0	-2.5

* 출처 : PWC(2011)

이탈리아 만화시장은 2009년 전 세계를 강타한 경제 불황의 영향으로 큰 폭의 하락을 경험한 것으로 분석되는데 이와 같은 큰 하락세에도 불구하고 2010년 시장 만회에는 실패하여 세계 시장 흐름과 다소 상반된 모습을 보인다. 그러나 하락폭이 5% 가량 줄어든 것은 역시 경기 회복의 영향을 일부 받은 것으로 분석해 볼 수 있다. 전반적인 세계 산업시장은 경기 침체로 2009년 큰 폭으로 위축되었으며 경기 회복 조짐과 함께 2010년 반등하는 양상을 보였다. 만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 이탈리아의 출판시장은 만화시장과 비슷한 시장 변동을 보이는 반면 도서 시장은 0.5% 가량 성장한 것으로 나타났다.

〈표 3-3-37〉 2006~2010년 이탈리아 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	281	284	281	260	252
성장률(%)	-	0.9	-1.2	-7.5	-2.8

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-38〉 2006~2010년 이탈리아 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	3	9	8	9	10
성장률(%)	-	67.8	-1.2	8.0	5.7

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-39〉 2011~2015년 이탈리아 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

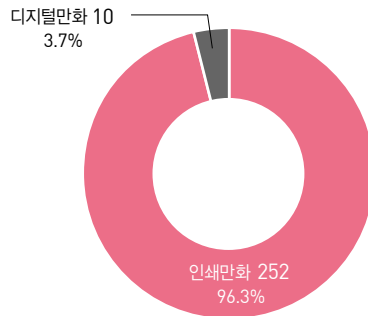
구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	251	253	253	253	253	-0.03
디지털 만화	11	11	20	28	31	18.9
합 계	261	264	273	281	283	1.5
성장률(%)	-0.3	1.1	3.3	2.6	0.7	

* 출처 : PWC(2011)

이탈리아의 인쇄 만화시장은 전체 만화산업 시장 흐름과 비슷한 양상을 보여 왔는데 2007년 2억 8,400만 달러를 기록하며 약 0.9%가량 성장했다가 2008년부터 하락세로 돌아섰으며 2010년까지 3년 연속 하락하는 모습을 보였다. 2008년에는 -1.2%의 비교적 낮은 하락세를 보였으나 2009년에는 7.5%로 하락폭이 늘어나면서 시장규모도 2억 6천만 달러 수준으로 감소하였다. 2010년에는 전년 대비 3% 가까이 축소되어 2억 5,200만 달러를 기록했다.

〈그림 3-3-32〉 2010년 이탈리아 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)



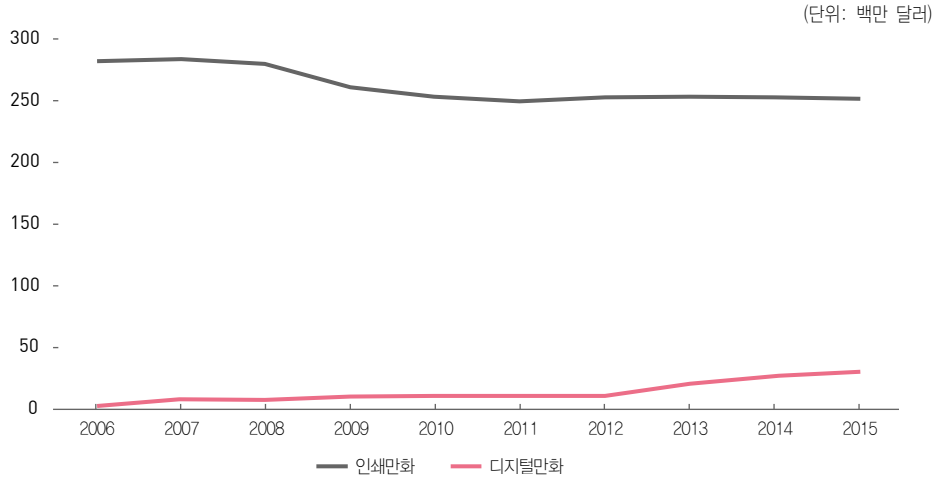
* 출처 : PWC(2011)

이탈리아의 인쇄 만화시장은 앞으로도 성장과 하락을 반복할 것으로 예상되지만 변동폭은 작아서 정체에 가까운 모습을 나타내면서 전체 매출 규모는 거의 변화가 없을 것으로 전망된다. 2011년에도 이탈리아 인쇄 만화시장은 0.6%의 하락세를 기록하면서 2억 5,100만 달러로 시장규모가 줄어들었다가 2012년부터는 소폭 상승할 것으로 분석된다. 만화시장은 향후 5년 중, 2013년에 최고 매출을 기록한 뒤, 다시 하락할 것으로 보이는데 연평균 -0.03%씩 감소하여 2015년에는 25억 2천만 달러를 기록할 것으로 예상된다.

한편, 이탈리아의 디지털 만화시장은 2007년 소폭 하락한 것을 제외하면 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔으며 성장폭도 비교적 큰 편이었다. 2007년에는 67.8%의 폭발적인 성장속도를 기록하기도 했으나 2008년에는 다소 하락하는 모습을 보이기도 했다. 2008년 하락률은 -1.2%로 전년의 성장폭에 비하면 미미한 수준이었고 2009년부터 디지털 만화시장은 다시 회복세로 돌아섰

다. 2009년에는 8%, 2010년에는 5.6%의 성장률을 기록하며 처음으로 1천만 달러에 이르는 시장을 확보하게 되었다.

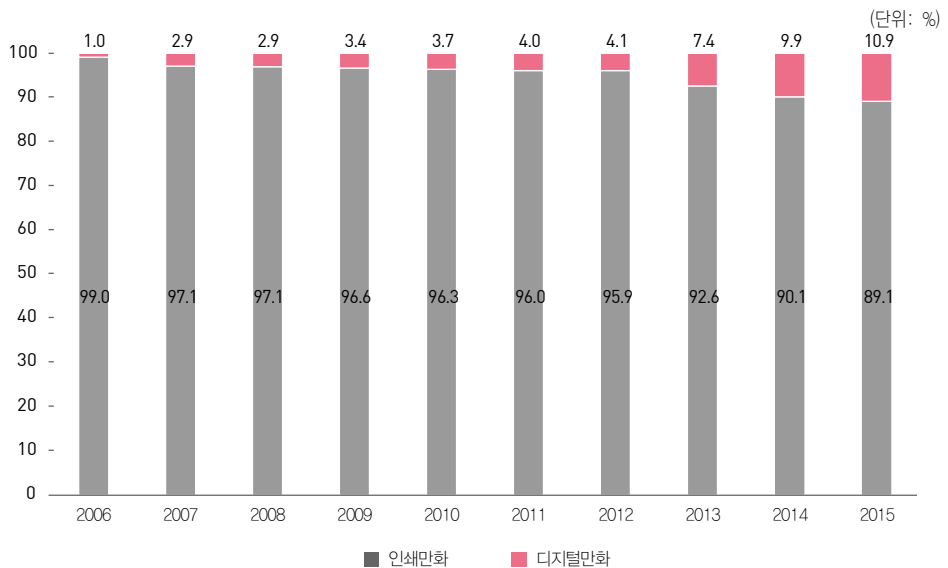
〈그림 3-3-33〉 2006~2015년 이탈리아 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011)

2011년 이탈리아 만화시장은 전년 대비 0.3%가량 하락하여 2억 6,100만 달러로 줄어들 전망이지만 2012년부터는 다시 성장세로 돌아설 것으로 예상된다. 향후 5년 동안 이탈리아 만화시장은 연평균 1.5%의 성장 속도를 보이면서 2015년부터 2억 8,300만 달러의 매출 규모에 이를 것으로 보이지만 2007년 매출 규모를 회복하기에는 어려울 것으로 전망된다.

〈그림 3-3-34〉 2006~2015년 이탈리아 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

3) 주요이슈 및 트렌드

초기 이탈리아 만화는 유머를 주제로 다루는 만화가 주류였으나 점차 어드벤처 스토리를 다룬 작품들이 늘어났는데 이는 미국에서 도입된 만화들의 영향을 받은 결과이다. 대부분의 만화는 일 단위로 발행되었으며 다이제이트 사이즈로 100~130페이지 정도의 분량으로 구성되었다. 또한 유명 만화를 모아 편집하여 200페이지 분량으로 제작되는 만화도 흔히 볼 수 있는 만화 유형 중 하나이다. 이탈리아 만화는 미국을 선두로 하여 프랑스, 벨기에, 스페인, 아르헨티나 등 다양한 국가들의 영향을 받았다. 이탈리아에서는 월트 디즈니 만화가 다른 지역보다 더 큰 인기를 끌고 있는데 <도널드 덕> 시리즈에 등장하는 캐릭터 Paperinik(영어로는 슈퍼오리로 번역됨)는 이탈리아에서 탄생한 캐릭터이다. 이탈리아에서는 연간 8천 페이지에 달하는 디즈니 스토리가 새롭게 출시되고 있으며 그 중 50%는 해외로 수출되는데 <Topolino(Mickey Mouse)>는 매주 새로운 스토리를 담은 소책자 형태로 제작된다.

이탈리아 만화시장은 Sergio Bonelli Editore(이탈리아 대형 출판사)와 Walt Disney Company Italia가 출시하는 제품들이 80%⁸²⁾를 차지하고 있으며 이 두 업체의 연간 판매 부수는 1억 권이 넘는다. 그 밖에 Linus, Comic Art, Diabolik, Skorpio Lanciostory⁸³⁾, Lupo Alberto, Cattivik, Comix 등이 나머지 20%를 차지하고 있다. 미국 출판사 Marvel사의 이탈리아 지사에서는 슈퍼히어로를 다룬 만화들을 대량 출판하고 있으며 연간 판매 부수도 6백만 부에 달한다. 일본 만화도 연간 2~3백만 부가 판매되고 있다.

단행본 만화 출판은 흔히 않는 편인데 서점에서만 취급하고 있으며 판매량도 1만부를 넘지 않는다. Crepax, Manar, Pratt는 주로 단행본으로 작품을 출시하는 이탈리아 작가들이며 Asterix, Lucky Luck, Tintin 등 프랑스 만화 번역본도 도서 형태로 발행된다. 신문 만화시장은 거의 발달하지 않았는데 이는 이탈리아에서 발행되는 신문 부수가 많지 않아 하나의 신문에 담을 시리즈 만화를 제작하는 것에 대한 비용 부담이 너무 크기 때문이다.

1980년대부터 만화 캐릭터를 활용한 라이선스 산업이 확산되기 시작했는데 대표적인 이탈리아 캐릭터인 Lupo Alverto는 Snoopy, Garfield를 능가하는 라이선스 제품 시장을 구축했다. 이탈리아 만화는 비교적 가격이 낮은 편인데 Bonelli사에서 발행하고 있는 94페이지 분량의 흑백 만화는 2유로에 판매되고 있다. 만화시장 유통구조를 살펴보면 이탈리아 내에서는 3개의 전국 유통업체와 2백여 개 지역 유통업체가 존재하며 만화의 97%가량이 전국 3만 7천개의 신문 가판대에서 판매되고 있다. 신문 가판대에서는 만화 외에 잡지, 신문 등 다양한 간행물을 판매하고 있으며 비디오/카세트 테이프, DVD, 컴퓨터 소프트웨어도 판매되고 있다. 최근에 와서야 비로소 서점이나 백화점에서 만화를 팔 수 있게 되었고 만화 전문매장이 대도시를 중심으로 생겨나기 시작했다.

82) Sergio Bonelli Editore와 Walt Disney Company 시장 점유율은 4:6 정도임

83) 아르헨티나 어드벤처 스토리

〈그림 3-3-35〉 이탈리아 만화 베스트셀러



〈Diabolik〉



〈Cattivik〉



〈Dylan Dog〉



〈Lupo Alberto〉



〈Alan Ford〉

* 출처 : www.charmingitaly.com,

안티 히어로 캐릭터인 〈Diabolik〉은 1962년 출시된 작품으로 영화, 비디오 게임, 애니메이션뿐만 아니라 여러 만화작품에도 활용되었는데 〈Cattivik〉은 〈Diabolik〉을 패러디한 작품이다. 〈Alan Ford〉는 Max Bunker가 창작한 작품으로 비밀 요원들의 어드벤처 스토리를 담고 있다. 〈Lupo Alberto〉는 나이 구분없이 전 세대의 사랑을 받고 있는 작품으로 주인공 Lupo Alberto(푸른 몸을 가진 운이 없는 늑대)와 Marta의 이야기를 다룬 만화이다.

제5절

| 중국 |

1. 중국 만화산업 개요

중국 만화시장은 2007년에 13%의 가장 높은 성장 속도를 보이면서 2억 달러 규모에 육박하기도 했으나 그 뒤로 성장률이 다소 둔화되는 모습을 보였다. 2008년, 2009년 중국 만화시장의 성장률은 각각 5.6%, 0.8%인 것으로 나타났다. 2010년에는 전년 대비 3% 가량 확대되면서 시장 성장 속도가 다시 빨리지는 듯 했으나 향후 시장 전망에 따르면 중국 만화시장은 3%보다 낮은 수준을

보일 것으로 예상된다.

〈표 3-3-40〉 2006~2011년 중국 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

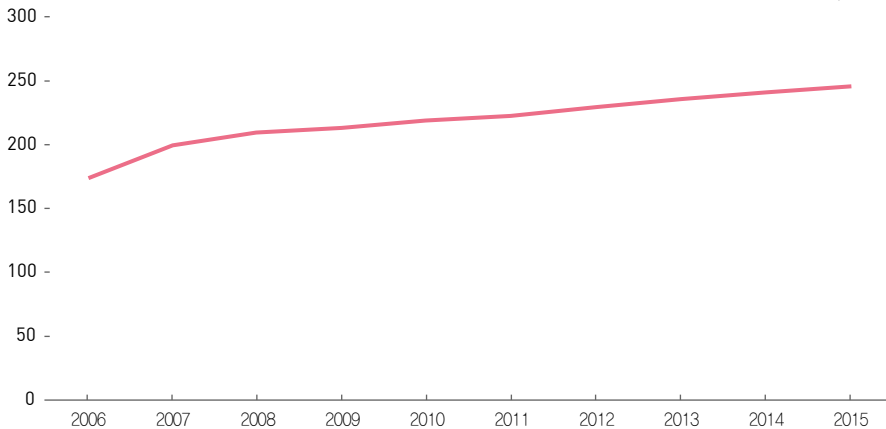
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	172	199	209	210	212	215	217	220	222	225	1.1
디지털	0	0	1	2	6	7	12	16	18	20	27.9
합계	172	199	210	212	218	223	229	236	241	245	2.4

* 출처 : PWC(2011)

중국 시장은 캐릭터, 애니메이션 분야가 20%의 높은 상장이 예상되는 반면, 만화시장의 성장폭은 2%대에 머물 것으로 전망되어 다소 이례적인 양상을 보이고 있다. 2011년에는 2%의 성장률을 보이면서 2억 달러 규모를 넘어설 전망이며 향후 5년 동안도 비슷한 성장 속도를 보여 2015년까지 2억 4,500만 달러에 이를 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-36〉 2006~2015년 중국 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : PWC(2011)

중국 만화시장은 도서 분야에서 약 2%의 매출을, 전체 출판시장에서는 1%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 중국의 도서시장 규모는 106억 달러였으며 전체 출판시장은 259억 달러였다.

2. 중국 만화시장 규모 및 전망

[2010년 시장규모: 2억 달러 (3% 증가)]

2010년 중국 만화시장은 2억 1,800만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 3% 성장한 시장규모이다. 중국 만화시장은 2006년부터 꾸준한 성장세를 유지해 왔는데 성장폭은 해마다 줄어드는 모습을 보였다. 2007년에는 13%의 급속한 시장 성장을 경험하기도 했으며 2008년에도 5.6%의 비교적 높은 성장률을 기록하면서 2억 달러를 넘어섰다. 2009년에는 성장이 정체되는 모습을 보였는데 이와 같은 시장 추세는 미국, 일본, 유럽 문화선진국들에 비하면 우수한 실적이지만 다른 엔터테인먼트 관련 산업군의 성장 속도에는 훨씬 못 미치는 수준이다.

〈표 3-3-41〉 2006~2010년 중국 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	172	199	210	212	218
성장률(%)	-	13.1	5.6	0.8	3.0

* 출처 : PWC(2011)

만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 중국의 출판시장과 도서시장은 만화시장보다 1~2% 가량 높은 성장률을 보인 것으로 나타났다.

〈표 3-3-42〉 2006~2010년 중국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	172	199	209	210	212
성장률(%)	-	13.2	5.2	0.3	1.1

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-43〉 2006~2010년 중국 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	0	0	1	2	6
성장률(%)	-	-5.2	366.8	99.5	209.4

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-44〉 2011~2015년 중국 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	215	217	220	222	225	1.1
디지털 만화	7	12	16	18	20	27.9
합 계	223	229	236	241	245	2.4
성장률(%)	2.0	3.1	2.7	2.0	2.0	

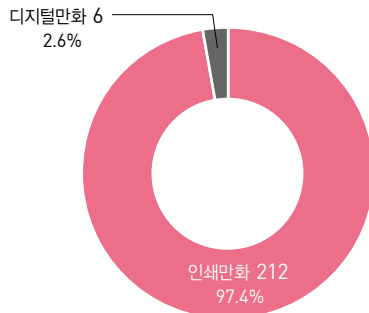
* 출처 : PWC(2011)

중국 인쇄 만화시장은 전체 만화시장의 흐름과 동일하게 2006년 이래 꾸준한 성장을 유지해 왔다. 2010년에는 전년대비 1.1% 성장하여 2억 1,200만 달러를 기록했다. 이어 2007년에는 13.2%의 높은 성장률을 보이면서 인쇄만화 매출규모는 2억 달러에 육박하는 수준으로 성장했다. 2007년에 보여주었던 성장률은 전후 10년 동안의 인쇄 만화시장에서 가장 높은 성장률로 기록될 전망이다. 이 시장은 2008년 이후부터 성장 폭이 대폭 줄어들었으며 향후 더욱 낮은 성장률이 예상되어 거의 정체될 것으로 보인다. 인쇄만화 시장은 2008년 5.2%, 2009년 0.3%의 성장률을 보였다.

2011년에도 중국 만화시장은 전년도와 비슷한 성장률이 기대된다. 2011년 이 시장은 전년대비 1.3% 성장하여 21억 5천만 달러를 기록할 전망이다. 앞으로도 이와 비슷한 수준으로 시장이 해마다 소폭 증가할 것으로 분석된다. 향후 5년 동안 중국 인쇄 만화산업은 연평균 1.1%씩 성장하여 2015년에는 2억 2,500만 달러를 기록할 전망이다.

〈그림 3-3-37〉 2010년 중국 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)



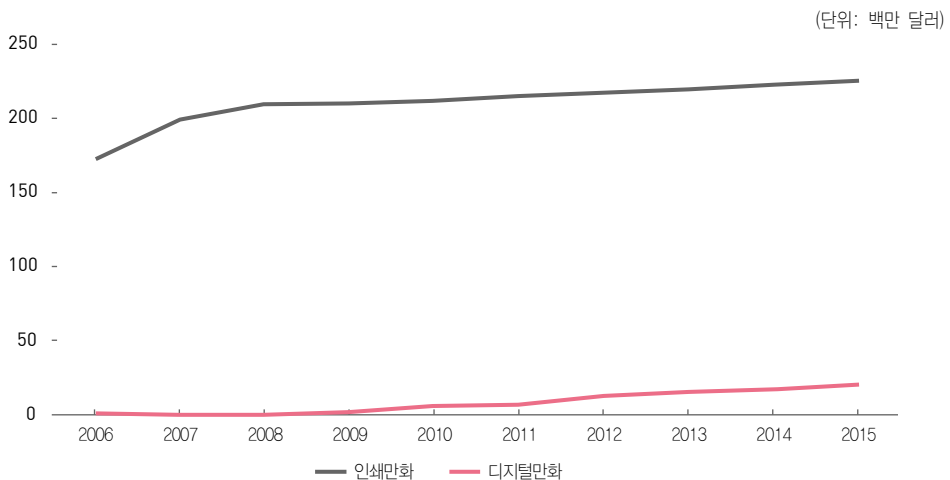
* 출처 : PWC(2011)

중국의 디지털 만화시장은 아직 발전 초기 단계로 2007년을 제외하고 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔다. 비록 2007년 시장 하락을 경험하기도 했지만 2008년부터 엄청난 속도로 시장 규모가 늘어나고 있다. 2010년 시장규모는 6백만 달러를 기록했는데 이는 전년 대비 200% 이상 성장한 것이며 2008년에는 이보다 더욱 큰 시장 성장을 기록하기도 했다. 2007년 디지털 만화시장은 전년 대비 5%나 하락하면서 매출 규모가 1백만 달러에도 미치지 못했지만 2008년 366%의 폭발

적인 성장세를 기록하면서 1백만 달러를 넘어서게 되었다. 앞으로 이 시장은 이전보다는 다소 완화된 성장 속도가 예상되어 2008년 중국 디지털 만화시장이 보여준 성장률은 전후 10년 중에서 가장 높은 성장률로 기록될 전망이다.

2010년 중국 디지털 만화시장은 전체 만화시장의 2.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데 이는 2006년에 비해 6배 증가한 매출규모이며 시장 점유율도 3배 가량 증가했다. 앞으로 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 25% 이상 빠른 성장속도가 기대되고 있는데 향후 5년 동안 이 시장은 27.9%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과 2015년에는 2천만 달러로 2010년 시장규모보다 3배 이상 확대될 전망이다. 2006년 1백만 달러 미만의 매출 규모를 보였던 디지털 만화시장은 5년 뒤인 2010년에는 6배 성장했으며 앞으로는 높은 성장세를 이어가면서 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2006년 1%에 불과하던 디지털 만화시장 점유율이 2015년에는 8.3%까지 늘어나면서 시장규모는 10년 전보다 20배 가까이 늘어날 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-38〉 2006~2015년 중국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이

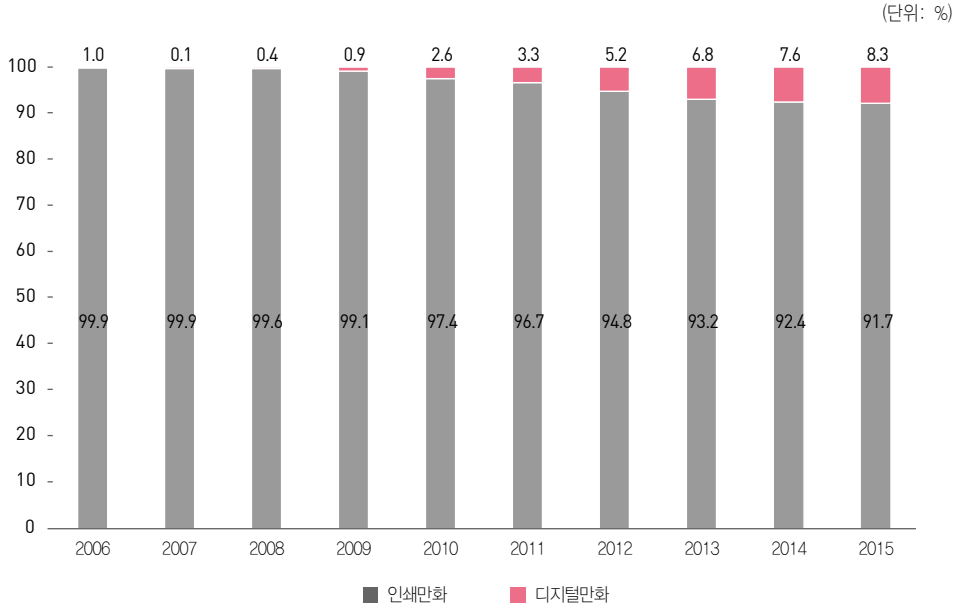


* 출처 : PWC(2011)

한편, 미국, 인도 등이 디지털 만화 분야에서 30%가 넘는 성장률을 보일 것으로 예상되는 가운데 전 세계 디지털 만화시장도 31%의 성장률을 기록할 것으로 분석되고 있어 중국 시장은 세계 시장 평균에는 다소 못 미칠 것으로 보인다.

중국의 만화시장은 인쇄 만화시장과 거의 비슷한 성장 추이를 보였으나 향후에는 디지털 시장의 규모가 늘어나면서 만화시장 성장률은 인쇄 만화시장 성장률보다 1% 가량 앞설 것으로 보인다. 2011년 중국 만화시장은 전년 대비 2% 가량 성장하여 2억 1,500만 달러를 기록할 전망이며 2015년까지는 2~3% 내에서 꾸준한 성장세를 이어나갈 것으로 보인다. 향후 5년 동안 중국 만화시장은 연평균 2.4%의 성장 속도를 보이면서 2015년에는 2억 4,500만 달러의 매출 규모가 예상된다.

〈그림 3-3-39〉 2006~2015년 중국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

3. 주요이슈 및 트렌드

1) 중국 정부의 만화산업 지원 정책

중국 만화시장은 안정적인 성장세를 보이고 있는데 특히, 중국 정부의 적극적인 지원에 따라 양과 질적인 면에서 고른 발전을 보이고 있다. 한동안 중국에서 만화 작가라는 직업은 무시당해 왔으며 만화는 어린이 오락거리에 불과하다는 선입견이 팽배했는데 최근에는 중국 정부가 엔터테인먼트산업 육성을 위한 지원책을 내놓을 정도로 시장 환경이 변하고 있다.

만화산업 육성을 위한 정부 지원정책은 1995년 시작되었다. 초기 이 정책의 혜택을 받았던 작가들은 대부분 시장조사나 타깃 고객에 대한 개념조차 갖고 있지 않았다. 일부 지자체들은 애니메이션 제작시 길이에 따라 보조금을 지급했기 때문에 제작사들은 작품의 질보다는 분량에 초점을 맞추었고 질 낮은 작품은 아무도 TV를 시청하지 않는 새벽 시간대에 방영되기도 했다. 그 결과 중국 만화 중 절반 이상이 시장 가치를 창출해 내지 못하고 있다.

2008년 중국 의회는 만화작가와 작품을 지원하는 프로그램을 마련했는데 약 7백만 위안의 예산을 들여 작품 활동을 지원했다. 2009년 지원금은 2배로 늘었으며 후원을 받는 업체도 101개에서 108개로 늘어났다. 중국 정부는 라이선스 사업과 자국 만화의 해외 진출을 적극적으로 권장하며 투자를 아끼지 않고 있다. 만화나 애니메이션은 그 자체만으로는 수익성이 떨어질 수 있기 때문에 일본, 미국 등 문화 선진국에서는 장난감, 의류, 가방 등 다양한 파생상품을 제작하여 매출을 극대

화하고 있다.

Summer Zoo는 항주시의 펀딩을 받고 있는 만화가 팀 중 하나로 여러 종류의 작품을 출시했는데 〈Little Piggy's Time Machine〉, 〈Traveling with Ruffle〉은 50만 부 이상의 판매를 기록했다. 이 팀은 〈Comicfans〉, 〈Beijing Comic〉 등 만화잡지에 10개 이상을 작품을 연재하고 있으며 모바일/온라인 웹툰 시장으로도 영역을 넓혀가고 있다. 특히, Summer Zoo의 작가인 Xia da는 〈Zibuyu(Confucius did not say)〉라는 작품으로 일본에서도 명성을 얻고 있다. 이 작품은 일본 Shueisha가 판권을 보유하고 있다.

2010년 문화부와 재정부 국가세무총국이 공동으로 '2010년 인정 통과된 애니메이션 기업과 중요 애니메이션 기업 명단 발표에 관한 통지'를 발표했는데 이로써 169개의 애니메이션 기업이 인정을 받게 되었다. 특히 천진 신계만화 유한회사, 광저우 만우문화 과기발전 유한회사는 전국 18개 주요 애니메이션 기업 가운데 하나로 인정받게 되었다.

중국 만화시장은 나름대로 지구책을 마련하면서 발전해 왔는데 아직은 몇 가지 걸림돌이 남아 있다. 정부가 적극적으로 만화산업의 지원하고 있지만 여전히 만화는 애니메이션보다 시장의 홀대를 받고 있다. 이런 사회적 분위기로 만화 전문 인력을 양성하기 위한 교육 시스템도 제대로 갖춰져 있지 않고 관련 산업으로의 연관성도 부족하다.

2) 주요 작가 및 작품

중국의 대표적인 만화작가로는 하달, 지미, 광경명, 왕묘묘 등을 꼽을 수 있다. 하달(Xia da)는 국내뿐만 아니라 일본, 유럽, 미주에서도 큰 인기를 누리는 작가로 그의 작품 子不语(자불어)는 일본에 진출한 첫 중국 만화로 중국뿐만 아니라 일본어로도 단행본이 발간되었다.

중국 온라인 서점 당당당(dangdang.com)이 2010년 12월 말에 발표한 통계에 따르면, 대만의 그림 만화작가 지미의 작품 중 다수가 베스트셀러에 올랐고 하달의 〈자불어〉는 2010년 단행본 만화시장 1위를 차지했다. 중국 만화시장은 주요 몇몇 작가들이 차지하는 비중이 매우 높은 편인데 지미, 하달을 포함하여 5위권 내에 드는 작가들의 작품이 전체 시장 매출의 절반가량을 차지하고 있다.

최근 베스트셀러에는 포함되지 않지만 Yao Feila의 〈Mengliren(The Dreamer)〉는 자신의 꿈속에서 슈퍼히어로가 되어 세상을 구한다는 한 소녀의 이야기를 담은 시리즈 만화로 6년 동안 베이징 코믹에 연재되었으며 많은 청년층을 열광하게 한 작품이다. 〈The Dreamer〉의 연재는 끝났지만 여전히 독자들에게 기억 속의 작품으로 남아 있으며 팬 웹사이트도 개설되어 있다.

〈표 3-3-45〉 중국 대표 만화 & 대표 작가

타이틀	제작년도	작가
사랑의 풍경(戀之風景)	2009	지미(几米)
별하늘(星空)	2009	지미(几米)
달을 잊었다	2010	지미(几米)
子不语(자불어): Confucius Never Said	2008	Xia Da (하달/夏达)
哥斯拉不说话: Godzilla Never Speaks	2011	Xia Da (하달/夏达)
어린시절 1.4 청목시대: VOL:1	2010	곽경명
계보가 미쳤다	2009	아계
나, 투즈키 너	2009	왕요묘

* 출처 : 한국콘텐츠진흥원(2010)

〈그림 3-3-40〉 2000년도 중국 대표 만화



하달 〈자불류2〉



지미 〈별하늘〉



지미 〈사랑의 풍경〉



Yao Feila 〈Mengliren〉

제6절 _

| 인도 |

1. 인도 만화산업 개요

2010년 3,100만 달러를 기록한 인도의 만화시장은 아시아 시장의 1.1%, 전 세계 시장의 0.5%를 차지하는 아주 작은 시장을 형성하고 있다. 인도 만화시장은 지난 2006년부터 한 차례의 시장 하락도 경험하지 않고 꾸준한 상승세를 유지해 왔으며 전 세계적으로 경제 위기를 겪었던 2009년에는 성장률이 다소 둔화되는 모습을 보이기는 했으나 여전히 시장규모는 확대되었다.

인도 만화시장은 2007년에 11%의 가장 높은 성장 속도를 보이면서 2,600만 달러를 기록했는데 이는 전후 10년 동안 만화시장에서 가장 높은 성장속도로 기록될 전망이다. 2008년 이후 성장 폭은 다소 줄어 8% 수준이었으며 향후에는 이보다 다소 낮은 성장률이 예상된다.

〈표 3-3-46〉 2006~2011년 인도 만화시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

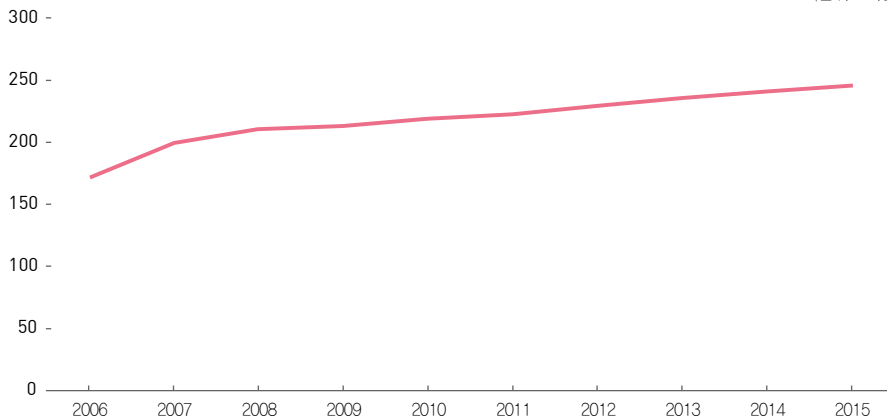
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	23	26	28	29	30	31	34	36	39	41	6.0
디지털	-	-	-	-	1	1	2	3	3	4	33.4
합계	23	26	28	29	31	33	36	39	42	44	7.2

* 출처 : PWC(2011)

인도 시장은 만화, 애니메이션 분야가 20%의 높은 상장이 예상되는 반면, 만화시장의 성장폭은 7%대에 머물 것으로 전망되어 매우 이례적이라 할 수 있다.

〈그림 3-3-41〉 2006~2015년 인도 만화시장 성장 추이

(단위: 백만 달러)



* 출처 : PWC(2011)

인도 만화시장은 도서 분야에서 약 1.5%의 매출을, 전체 출판시장에서는 0.5%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 인도의 도서시장 규모는 20억 달러였으며 전체 출판시장은 59억 달러로 나타났다.

2. 인도 만화시장 규모 및 전망

1) 만화시장 규모 및 최근동향

[2010년 시장규모: 3,100만 달러 (6.9% 증가)]

2010년 인도 만화시장은 3,100만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 6.9% 성장한 시장규모이다. 인도 만화시장은 2006년부터 꾸준한 성장세를 유지해 왔는데 성장폭은 해마다 변동이 큰 편이었다. 2007년에는 11%의 높은 시장 성장을 경험하기도 했으며 2008년에는 이보다 다소 낮은 8.6%의 성장률을 기록했다. 2009년에는 성장이 다소 둔화되는 모습을 보였는데 여전히 성장세를 이어가며 미국, 일본, 유럽 문화선진국들과 다른 모습을 보였다.

〈표 3-3-47〉 2006~2010년 인도 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	23	26	28	29	31
성장률(%)	-	11.1	8.6	3.9	6.9

* 출처 : PWC(2011)

2010년에는 전년보다 다소 높은 성장률을 보였으며 향후 만화시장은 이와 비슷한 수준으로 시장 성장을 지속해 갈 것으로 전망된다. 꾸준한 성장세에 힘입어 2010년 인도 만화시장은 3천만 달러를 넘어섰으며 2014년에는 4천만 달러를 돌파할 것으로 예상된다. 만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 인도의 출판시장은 2010년 각각 9%, 도서 시장은 4.5%의 성장률을 보인 것으로 나타났다.

〈표 3-3-48〉 2006~2010년 인도 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	23	26	28	29	30
성장률(%)	-	11.2	8.2	3.5	5.0

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-49〉 2011~2015년 인도 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	31	34	36	39	41	6.0
디지털 만화	1	2	3	3	4	33.4
합 계	33	36	39	42	44	7.2
성장률(%)	7.6	8.8	6.8	6.7	6.3	

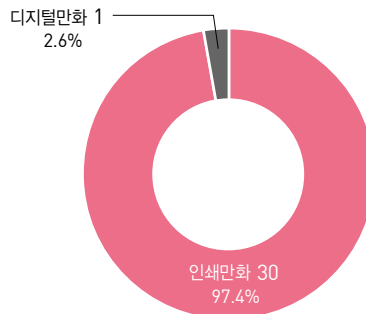
* 출처 : PWC(2011)

인도의 인쇄 만화시장은 전체 만화시장의 흐름과 거의 비슷한 성장률을 보이면서 2006년 이래 꾸준한 성장을 유지해 왔다. 2010년에는 전년대비 5% 성장하면서 매출 규모가 3천만 달러를 넘어 서게 되었다. 지난 5년 중에서 2007년에 가장 높은 성장률을 기록하고 있는데 그 다음 해부터 점차 시장 성장률이 감소하고 있다. 인도 인쇄만화 시장은 2008년에는 8.2%, 2009년에는 3.5%의 성장률을 보였다.

2011년 인도 만화시장은 전년도보다 다소 높은 시장 성장이 기대된다. 2011년 이 시장은 전년대비 6.9% 성장하여 3,200만 달러를 기록할 전망이며 향후 시장 성장률은 이와 비슷한 수준으로 시장이 해마다 소폭 증가할 것으로 예상된다. 향후 5년 동안 인도 인쇄 만화시장은 연평균 6%씩 성장하여 2015년에는 4,100만 달러를 기록할 전망이다.

〈그림 3-3-42〉 2010년 인도 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)



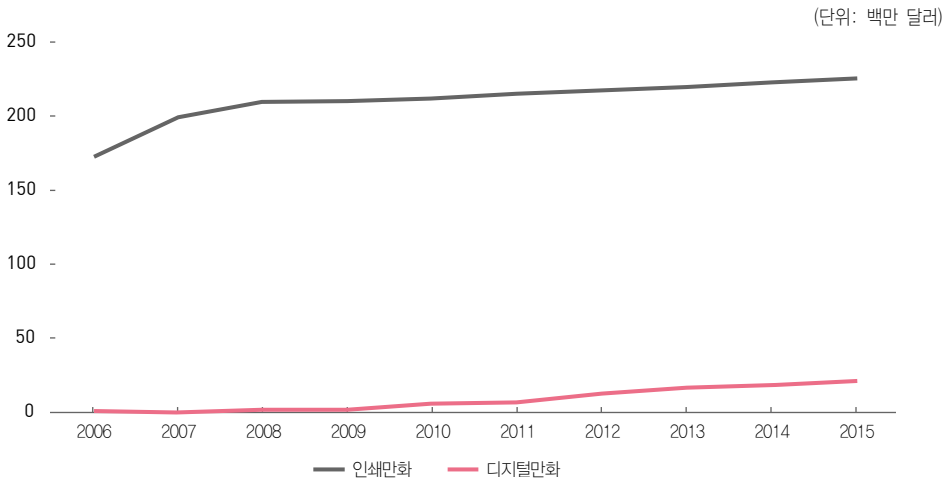
* 출처 : PWC(2011)

인도의 디지털 만화시장은 발전 초기 단계로 2010년도까지는 1백만 달러를 넘지 못하는 작은 시장이다. 2007년을 제외하고 지난 몇 년 동안 폭발적인 성장세를 꾸준히 이어온 결과 2010년 디지털 만화시장은 80만 달러의 시장을 형성하게 되었다. 2008년부터 2010년까지 3년 동안의 기록적인 성장세를 보였는데 2008년 380%, 2009년 105%, 2010년 222%의 성장률을 나타냈다.

이 시장은 앞으로는 성장규모가 다소 완화된 전망이지만 조사지역에 해당하는 10개국 중 미국에 이어 두 번째로 빠른 성장세를 보일 것으로 예상되는데 이는 전 세계 평균 성장률을 넘어서는 수치

이다. 2011년 디지털 만화시장은 전년 대비 34.6% 성장하여 3,200만 달러를 기록할 것으로 예상되며 2012년에는 70%의 시장이 성장할 것으로 보인다. 그러나 2013년부터는 성장폭이 현저히 감소할 것으로 예상되는데 향후 5년 동안 연평균 33.4%씩 성장하여 2015년에는 4백만 달러에 육박하는 시장으로 확대될 전망이다.

〈그림 3-3-43〉 2006~2015년 인도 인쇄/디지털 만화시장 성장추이

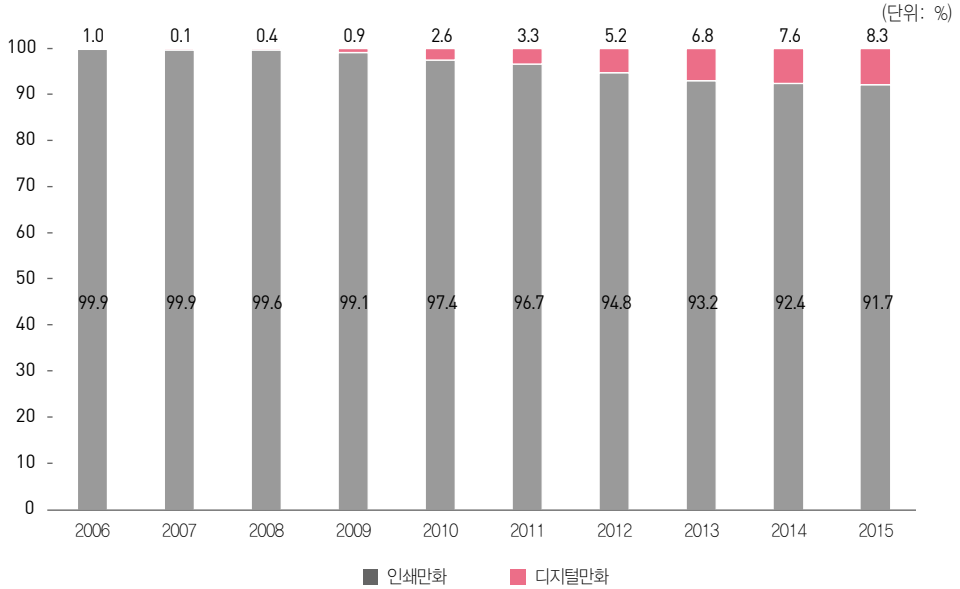


* 출처 : PWC(2011)

2010년 인도 디지털 만화시장은 전체 만화시장의 2.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데 이는 2006년에 비해 매출 규모 면에서는 27배 증가한 것이며 시장 점유율도 3배 가량 증가했다. 앞으로 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 25% 이상 빠른 성장속도가 기대되고 있는데 향후 5년 동안 이 시장은 33.4%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과 2015년에는 4백만 달러로 2010년 시장규모보다 4배 이상 확대될 전망이다. 2006년 50만 달러에도 못 미치는 매출 규모를 보였던 디지털 만화시장은 5년 뒤인 2010년에는 27배 성장했으며 앞으로도 높은 성장세를 기록하면서 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2006년 1%에 불과하던 디지털 만화시장 점유율이 2015년에는 8.3%까지 늘어나면서 시장규모는 10년 전보다 120배 가까이 늘어날 것으로 예상된다.

2011년 인도 만화시장은 전년 대비 7.6% 가량 성장하여 3,300만 달러를 기록할 전망이며 2015년까지는 7~8% 내에서 꾸준한 성장세를 이어나갈 것으로 보인다. 향후 5년 동안 인도 만화시장은 연평균 7.2%의 성장 속도를 보이면서 2015년에는 4,400만 달러의 매출 규모가 예상된다. 인도 만화시장 성장률은 조사대상 10개국 중에서 가장 높게 나타났으며 그 뒤를 3.4%의 성장률이 예상되는 브라질이 따르고 있다.

〈그림 3-3-44〉 2006~2015년 인도 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



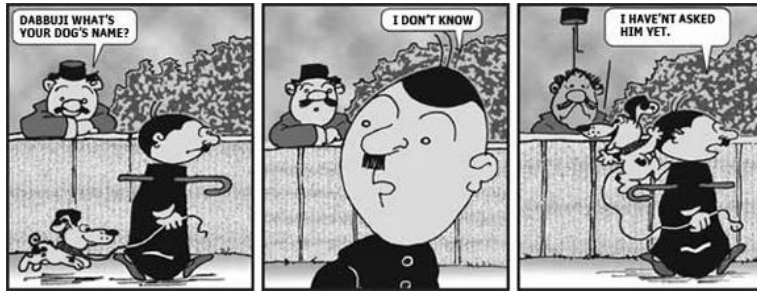
* 출처 : PWC(2011)

3) 주요이슈 및 트렌드

인도는 영어를 공용어로 사용하는 만큼 만화 분야에서도 일본, 중국 등 아시아보다는 서양의 영향을 많이 받았다. 인도에서는 해마다 1억 권 이상이 만화가 출판되고 있는데 그 중 상당 부분은 미국 작품으로 구성되어 있다. 그중에서도 Diamond Comic에서 출판된 만화의 매출 규모가 두드러지는데 DC는 이미 30년 전부터 인도 시장에 진출하여 특히 어린이 만화 부분에서 강세를 보여 왔다.

인도의 만화 잡지 중 하나인 〈Chandamama〉는 1947년부터 5개 이상 언어로 제작/발행되고 있으며 고대 산스크리트 설화/영웅담(Ramayana)이나 미국의 히어로즈들을 도입하여 교육용 어린이 만화를 발행하고 있다. 인도 초기 만화 작가로는 Aabid Surti를 꼽을 수 있는데 그는 최초로 3칸 만화 〈Dhabbui〉를 〈Dharmayug(잡지)〉에 연재했다. 〈Dhabbui〉, 〈Bahadur〉, 〈Phantom〉, 〈Mandrake〉, 〈Daabu(작가 :Pran Kumar Sharma)〉 등은 잡지에 연재되며 인기를 끌었던 인도 작가들의 작품이다. 그러나 잡지에 실린 만화 중 자국 작품은 거의 극소수였고 미국 만화들이 거의 독점하는 형편이었다. 1990년대로 들어오면서 신문은 만화를 배포하는 매체로 중요성이 점차 부각되었다. Joseph Arul Raj, ashok Dongre, Neelabh Bisen 등이 1990년대 왕성한 활동은 했던 작가들이다.

〈그림 3-3-45〉 Aabid Surti 3컷 만화 Dhabbuii



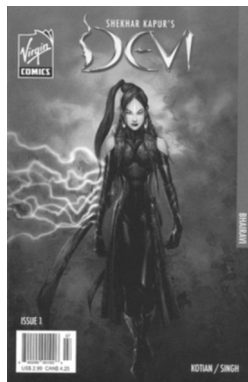
2006년 Virgin 그룹과 인도의 Gotham Comics가 공동으로 설립한 Virgin Comics는 인도 고대 설화와 역사를 바탕으로 하는 만화 제작에 돌입했다. Virgin Comic의 대표 아이콘인 슈퍼히어로 'Devi' 시리즈는 서양식 스토리텔링 기법을 적용한 작품이다. Fluid Frition Comics 역시 인도 신화를 기반으로 만화를 제작하는 업체 중 하나다. 대부분의 스토리는 신화적 상상 속에 존재하는 가상의 세계를 배경으로 하며 만화 캐릭터 역시 신화속 인물에서 탄생한 경우가 많다. 또 다른 만화 제작사 Illustrated Orchids는 싱가포르 회사로 인도에 크리에이티브 스튜디오를 두고 동남아시아, 유럽 시장으로 진출을 준비 중이다.

Campfire는 그래픽 노블을 제작하는 회사로 뉴델리에 위치하고 있으며 Random House와 같은 글로벌 출판사들과 네트워크를 맺고 있다. Campfire의 그래픽 노블은 크게 네 가지로(고전, 신화, 전기, 창작) 분류된다. 현재 이 회사는 30여 개의 만화 타이틀을 보유하고 있는데 발행하는 만화 종류는 더욱 늘어날 전망이다. 대표 작품으로는 〈Photo : Booth : A Graphic Novel, Kidnapped〉, 〈Conquering Everest : The Story of Hillary and Norgay〉, 〈400 BC: The Story of the Ten Thousand〉 등이 있다. Campfire의 작품들은 독특한 스토리텔링과 작품성으로 온라인 커뮤니티뿐만 아니라 논평가들에게도 좋은 평가를 얻고 있다.

〈그림 3-3-46〉 Virgin Comics 대표 만화

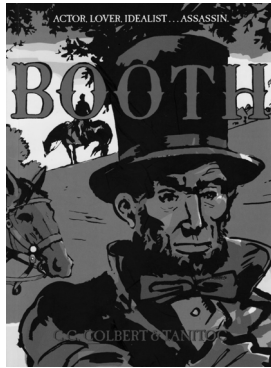


〈The Sadhu〉

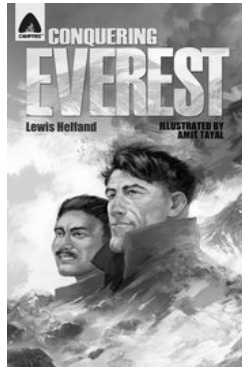


〈Devi〉

〈그림 3-3-47〉 Campfire Graphic Novels 대표 만화



〈Photo:Booth〉



〈Conquering Everest〉



〈4000 BC〉

제7절

| 호주 |

1. 호주 만화산업 개요

2010년 1억 7백만 달러를 기록한 호주는 아시아 시장의 3.8%, 전 세계 시장의 1.8%를 차지하고 있다. 호주 만화시장은 지난 2006년부터 한 차례의 시장 하락도 경험하지 않고 꾸준한 상승세를 유지해 왔으며 전 세계적으로 경제 위기를 겪었던 2009년에도 성장률에 큰 변화를 보이지 않았다. 오히려, 2010년에 성장이 정체되는 모습을 보였다. 호주 만화시장은 2008년에 7.6%의 높은 성장 속도를 보이면서 매출 규모가 1억 달러를 넘어섰다.

그러나 호주 만화시장은 앞으로 성장이 다소 둔화될 것으로 전망되는데 연도별로 성장폭은 다소 차이가 나겠지만 1~4% 사이에서 머물 것으로 추정된다. 향후 호주 만화시장은 연평균 2.1%의 성장률을 보이면서 2015년까지 1억 2천만 달러로 성장할 전망이다.

〈표 3-3-50〉 2006~2011년 호주 만화시장 규모 및 전망

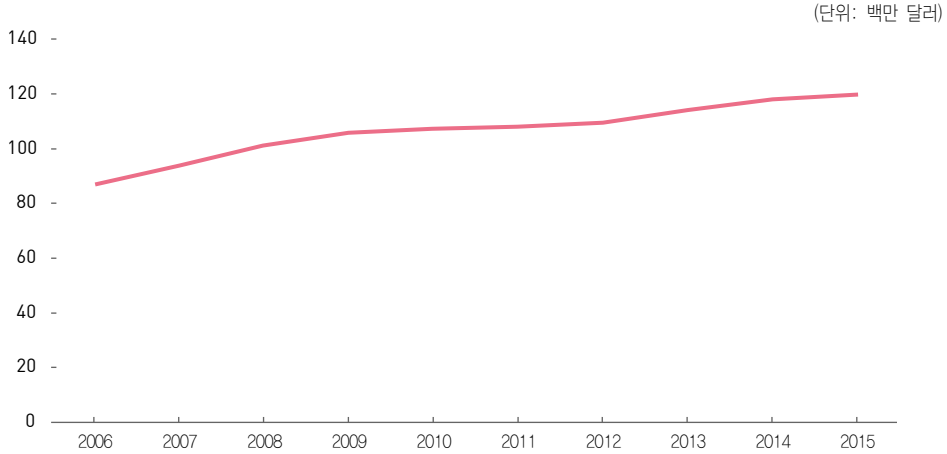
(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	86	91	98	103	103	104	105	106	107	107	0.7
디지털	1	3	3	4	4	4	5	8	12	13	19.1
합계	87	94	101	106	107	109	110	114	118		2.1

* 출처 : PWC(2011)

호주 만화시장은 도서 분야에서 약 6.2%의 매출을, 전체 출판시장에서는 1.3%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 호주의 도서시장 규모는 17억 달러였으며 전체 출판시장은 82억 달러였다.

〈그림 3-3-48〉 2006~2015년 호주 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011)

2. 호주 만화시장 규모 및 전망

1) 만화시장 규모 및 최근동향

[2010년 시장규모: 1억 7백만 달러 (1.1% 증가)]

2010년 호주 만화시장은 1억 7백만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 1.1% 성장한 시장규모이다. 호주 만화시장은 2006년 이후부터 꾸준한 성장세를 유지해 왔으며 2009년까지 5~8%의 비교적 높은 성장률을 보였다. 2006년 8,700만 달러이던 시장규모는 2년 만에 1억 달러를 넘어섰는데 2010년 이후 한 동안 시장이 정체기에 접어들어 2012년까지는 매출 규모는 큰 변동이 없을 것으로 예상된다.

〈표 3-3-51〉 2006~2010년 호주 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	87	94	101	106	107
성장률(%)	-	6.8	7.6	5.1	1.1

* 출처 : PWC(2011)

만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 2010년 호주의 출판시장은 4%의 하락세를 보였으며 도서시장은 만화시장과 비슷한 성장률을 보인 것으로 나타났다.

〈표 3-3-52〉 2006~2010년 호주 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	86	91	98	103	103
성장률(%)	-	5.1	7.6	4.6	0.8

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-5-53〉 2006~2010년 호주 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	1	3	3	4	4
성장률(%)	-	63.7	7.6	22.0	9.4

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-5-54〉 2011~2015년 호주 만화시장 성장 전망

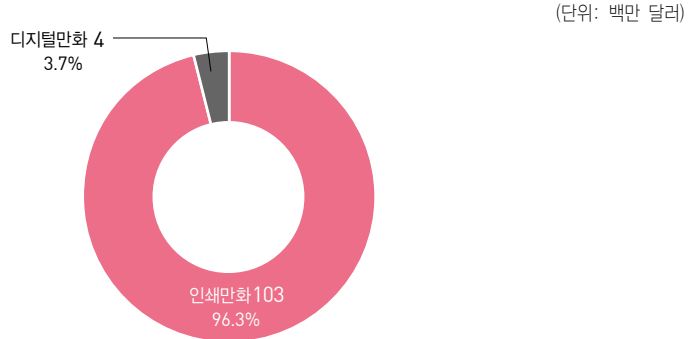
(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	104	105	106	107	107	0.7
디지털 만화	4	5	8	12	13	19.1
합 계	109	110	114	118	10	2.1
성장률(%)	1.2	0.8	4.1	3.4	1.3	

* 출처 : PWC(2011)

호주 인쇄 만화시장은 전체 만화시장의 흐름과 동일한 모습을 보이면서 2006년 이래 꾸준한 성장을 유지해 왔고 성장률은 거의 유사하게 변동했다. 2010년에는 전년대비 0.8% 성장하여 1억 3백만 달러를 기록했다. 2007~2009년에는 4~8% 사이의 성장률을 보였는데 그중에서도 2008년에 가장 높은 성장률을 기록한 것으로 나타났다. 2009년 인쇄만화 시장규모는 1억 달러를 넘어섰는데 향후 인쇄매체 시장의 둔화와 함께 만화시장도 정체 국면을 맞게 될 것으로 전망된다.

〈그림 3-3-49〉 2010년 호주 인쇄/디지털 만화시장 점유율

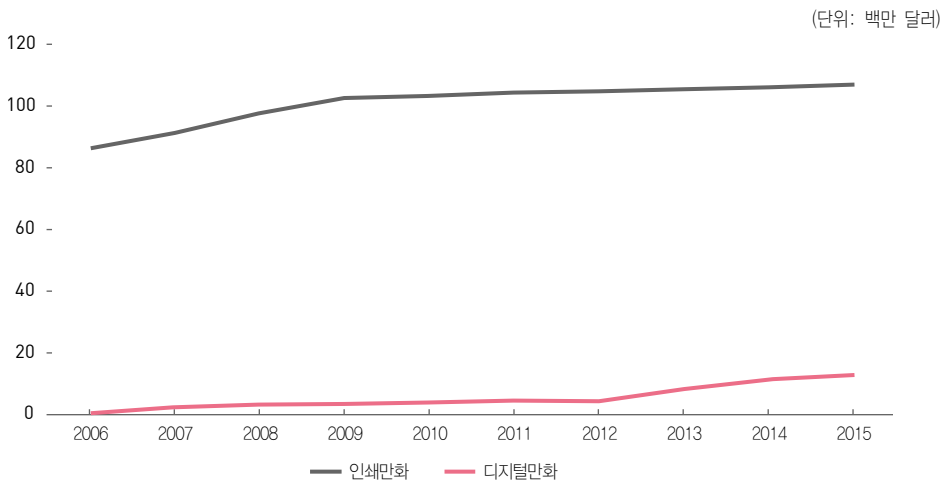


* 출처: PWC(2011)

2011년에도 호주 만화시장은 전년도와 비슷한 성장률이 기대된다. 2011년 이 시장은 전년대비 0.8% 성장하여 매출 규모에는 큰 변동이 없을 것으로 예상되는데 이와 같은 성장 둔화 추세는 앞으로도 지속될 전망이다. 향후 5년 동안 호주 인쇄 만화산업은 연평균 0.7%씩 성장하여 2015년에는 1억 7백만 달러를 기록할 전망이다.

호주의 디지털 만화시장은 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔는데 시장 성장폭은 해마다 변동이 심한 모습을 보였다. 특히 2007년도에는 63.7%의 폭발적인 성장률을 기록하면서 매출 규모가 전년도보다 3배 이상 증가하기도 했는데 바로 다음 해에는 7.6%로 대폭 낮아진 성장률을 보였다. 이 시장은 2009년에 다시 22%의 높은 성장세를 보이며 4백만 달러에 육박하는 시장으로 성장했고 2001년 이후에는 성장세가 다소 누그러들었다. 2007년 호주 디지털 만화시장이 보여준 성장률은 전후 10년 중에서 가장 높은 성장률로 기록될 전망이다.

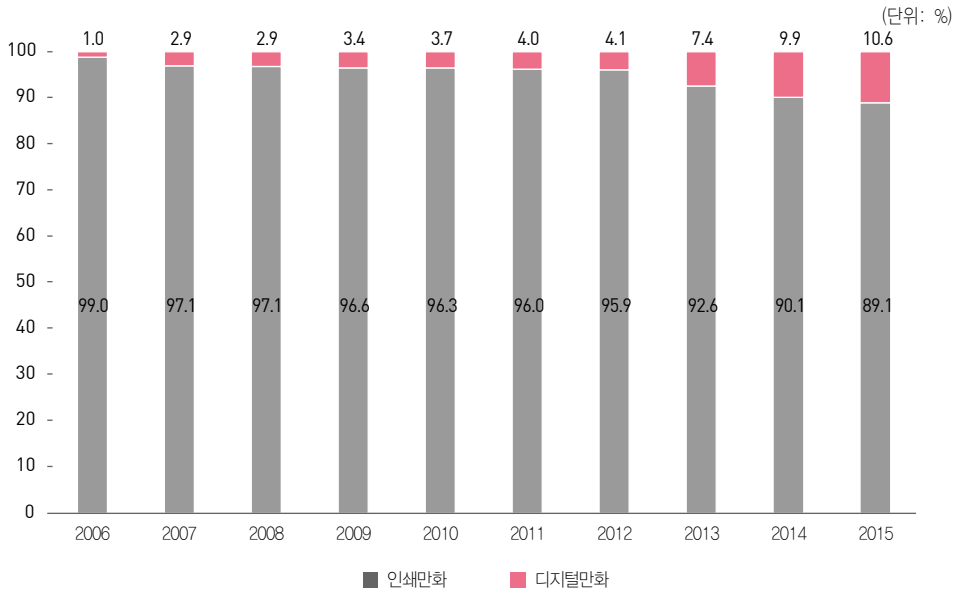
〈그림 3-3-50〉 2006~2015년 호주 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011)

2010년 호주 디지털 만화시장은 전체 만화시장의 3.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데 이는 2006년에 비해 5배 증가한 매출규모이며 시장 점유율도 4배 가량 증가했다. 앞으로 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 19% 빠른 성장속도가 기대되고 있는데 향후 5년 동안 이 시장은 19.1%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과, 2015년에는 1,300만 달러로 2010년 시장규모보다 3배 이상 확대될 전망이다. 2006년 1백만 달러 미만의 매출 규모를 보였던 디지털 만화시장은 5년 뒤인 2010년에는 5배 성장했으며 앞으로도 높은 성장세를 기록하면서 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2006년 1%에 불과하던 디지털 만화시장 점유율이 2015년에는 10.6%까지 늘어나면서 시장규모는 10년 전보다 20배 가까이 늘어날 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-51〉 2006~2015년 호주 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

호주의 만화시장은 인쇄 만화시장과 거의 비슷한 성장 추이를 보이는데 향후에는 디지털 시장의 규모가 늘어나면서 전체 만화시장 성장률을 인쇄 만화시장 성장률을 훨씬 앞설 것으로 보인다. 2011년 호주 만화시장은 전년 대비 1.2% 가량 성장하여 1억 9백만 달러를 기록할 전망이며 2015년까지는 1~4% 내에서 꾸준한 성장세를 이어나갈 것으로 보인다. 향후 5년 동안 호주 만화시장은 연평균 2.1%의 성장 속도를 보이면서 2015년에는 1억 2천만 달러의 매출 규모가 예상된다.

2) 주요이슈 및 트렌드

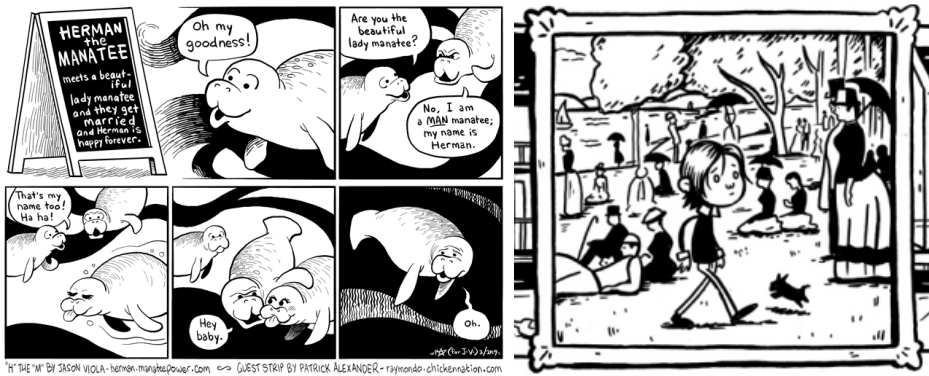
호주의 초기 만화로 꼽을 수 있는 코믹 스트립 〈Ginger Meggs〉은 1921년 Jimmy Bancks가 창작한 만화로 현재까지도 출간되고 있다. 호주 만화의 주요 특징 중 하나가 바로 작품의 수명이 길다는 점이다. 2000년 대 만화는 주로 어린이용 잡지에 게재되는 경향이 높았다. Dillon Naylor의 〈Dan 'n' Dill〉과 〈Batrisha the Vampire Girl in K Zone〉은 잡지에 게재되면서 큰 인기를 누린 작품이며 그 밖에 Patrick Alexander, Jase Harper, Rich Warwick, Dean Rankine, Damien Woods, Ian C. Thomas 등의 작가가 활동하고 있다.

2007년에는 호주작가협회(Australian Society of Authors; ASA)는 'Comic and Graphic Novel Portfolio'를 제작했는데 여기에는 ASA의 표준 계약서 양식 등을 수록하여 만화 작가들의 활동을 돕고 있다. 일부 작가들은 해외 만화업체들과 협업을 진행하기도 하는데 Nicola Scott, Ben Templesmith, Tom Taylor, Michal Dutkiewicz, Jozef Szekeres, Doug Holgate 등이 있다.

〈그림 3-3-52〉 호주 대표 작가 & 만화



▷ Dillon Naylor의 〈Dan 'n' Dill:좌〉 & 〈Batrisha the Vampire Girl in K Zone : 우〉



▷ Patrick Alexander

▷ Jase Harper

제8절

| 브라질 |

1. 브라질 만화산업 개요

2010년 남미 지역 만화시장 규모는 1억 달러로 전 세계 만화시장의 2% 정도를 차지하고 있는 시장이며 권역별로는 아시아, 유럽, 북미에 이어 네 번째로 크다. 브라질은 남미 시장의 절반가량을 차지하고 있는 나라로 인도, 중국 등과 함께 빠른 성장이 기대되는 지역이다. 만화 중주국인 일본이 70%의 점유율을 보인 아시아 지역의 2010년 매출 규모는 28억 달러로 시장규모에서 EMEA 지역을 4억 달러 가량 앞서고 있으며 세계시장 점유율도 6% 가량 높다. 세 번째로 큰 권역인 북미지역은 6억 3천만 달러로 전체 시장의 11.6%에 해당하며 이 중 90% 이상의 시장을 미국이 차지하고 있다.

남미 시장의 70%를 차지하고 있는 브라질의 2010년 만화시장 매출규모는 3,400만 달러였으며 이는 전년 대비 4.5% 가량 성장한 규모이다. 브라질은 지난 5년 동안 꾸준한 시장 성장을 유지해 왔는데 성장폭은 해마다 다른 모습을 보였다. 2008년에 지난 5년 중에서도 가장 높은 9% 성장률을 보이면서 7천만 달러를 넘어섰고 2009년에는 역시 글로벌 경제 침체로 성장률이 큰 폭으로 줄어 들었다.

브라질은 전반적인 산업에서 빠른 시장 성장이 예상되는 BRICs 국가 중 하나이다. 그러나 만화 시장은 다소 예외적이어서 전 세계 평균 시장 성장률보다는 높겠지만 자국 내 다른 산업 분야보다 향후 성장 전망이 다소 낮은 편이다. BRICs 국가에 포함되는 중국은 브라질보다 더 낮은 시장 성장률이 예상되며 인도는 브라질보다 다소 높은 7.2%의 시장 성장이 전망된다. 2011년 시장 성장률은 2010년보다 떨어진 3.6%로 예상되며 시장규모는 7,700만 달러에 이를 전망이다. 향후 5년 동안 이 시장은 5%의 성장 속도를 보이면서 2015년까지 9,500만 달러에 이를 것으로 예상된다.

〈표 3-3-55〉 2006~2011년 브라질 만화시장 규모 및 전망

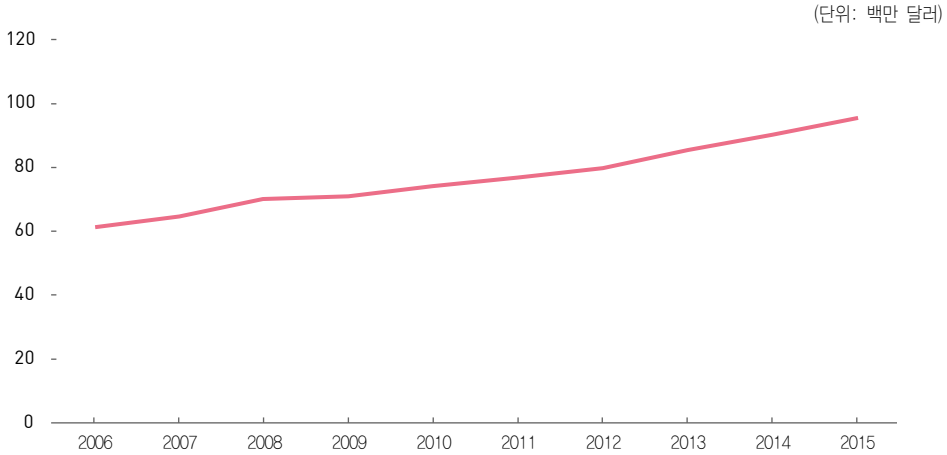
(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄	61	62	68	69	71	74	76	79	82	85	3.5
디지털	1	2	2	2	3	3	3	6	8	10	22.5
합계	61	64	70	71	74	77	80	85	90	95	5.0

* 출처 : PWC(2011)

브라질 만화시장은 도서 분야에서 약 4.1%의 매출을, 전체 출판시장에서는 약 0.9%의 매출을 차지하고 있다. 2010년 브라질의 도서시장 규모는 17억 달러였으며 전체 출판시장은 78억 달러였다.

〈그림 3-3-53〉 2006~2015년 브라질 만화시장 성장 추이



* 출처 : PWC(2011)

2. 브라질 만화시장 규모 및 전망

1) 만화시장 규모 및 최근동향

[2010년 시장규모: 7,400만 달러 (4.5% 증가)]

2010년 브라질 만화시장은 7,400만 달러를 기록했는데 이는 2009년 대비 4.5% 성장한 시장규모이다. 브라질은 남미지역에서 가장 큰 시장으로 전체 남미 만화시장의 70%를 차지하고 있지만 세계 시장에서는 1.2%에 불과한 시장이다. 브라질 만화시장은 2006년부터 꾸준한 성장세를 유지해 왔는데 성장폭은 해마다 급격한 변화를 보였다. 2008년에는 9%의 높은 성장을 이루기는 했으나 다른 해에는 이보다 훨씬 낮은 성장률을 보였다. 2007년에는 4.3%, 2009년에는 1.3%의 성장률을 기록했다. 브라질 만화시장은 그동안 한 차례의 하락도 경험하지 않았지만 성장폭은 다른 엔터테인먼트산업 분야의 성장 속도에 훨씬 못 미치는 수준이다.

〈표 3-3-56〉 2006~2010년 브라질 만화시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	61	64	70	71	74
성장률(%)	-	4.3	9.0	1.3	4.5

* 출처 : PWC(2011)

브라질 만화시장은 향후 성장률이 5% 정도로 예상되는데 1.9%의 전 세계 시장 성장률에 비하면 매우 높지만 역시 자국 내 다른 산업군에 비하면 매우 낮은 성장률이다. 만화시장은 출판 분야 중에서도 도서 분야에 속하는 시장으로 브라질의 출판시장과 도서 시장은 만화시장보다 1~2%가량 높은 성장률을 보인 것으로 나타났다.

〈표 3-3-57〉 2006~2010년 브라질 인쇄 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	61	62	68	69	71
성장률(%)	-	2.6	9.0	0.8	4.2

* 출처 : PWC(2011)

〈표 3-3-58〉 2006~2010년 브라질 디지털 만화시장 규모 및 성장률

(단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
매출규모	1	2	2	2	3
성장률(%)	-	62.0	9.0	17.6	13.1

* 출처 : PWC(2011)

브라질 인쇄 만화시장은 전체 만화시장의 흐름과 동일하게 2006년 이래 꾸준한 성장을 유지해 왔다. 2010년에는 전년대비 4.2% 성장하여 처음으로 7천만 달러를 넘는 시장규모를 갖추게 되었다. 브라질 인쇄 만화시장은 2008년 9%의 최고 성장률을 기록했는데 2008년에 보여주었던 성장률은 전후 10년 동안 인쇄 만화시장에서 가장 높은 성장률로 기록될 전망이다. 이 시장은 해마다 성장률의 변동폭이 컸는데 2008년 전후로 각각 2.6%, 0.8%를 기록했다. 2009년에 보였던 1% 미만의 성장률은 2008년 급격한 시장 확대에 의한 피로감과 함께 글로벌 경제 위기, 그리고 인쇄매체 시장의 위축 등 다양한 요인들이 복합적으로 작용하여 나타난 결과로 보인다.

2011년 인쇄 만화시장은 전년도보다 다소 낮은 성장률을 보일 것으로 예상된다. 2011년 이 시장은 전년대비 3.2% 성장하여 7,400만 달러를 기록할 전망이며 향후 시장은 이와 비슷한 추세를 보이면서 확대되어 갈 것으로 예상된다. 향후 5년 동안 브라질 인쇄 만화산업은 연평균 3.5%씩 성장하여 2015년에는 8,500만 달러를 기록할 전망이다.

〈표 3-3-59〉 2011~2015년 브라질 만화시장 성장 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR
인쇄 만화	74	76	79	82	85	3.5
디지털 만화	3	3	6	8	10	22.5
합 계	77	80	85	90	95	5.0
성장률(%)	3.6	3.5	6.5	5.4	6.1	

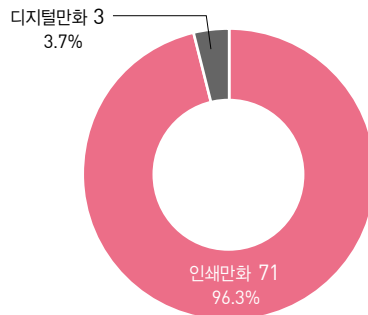
* 출처 : PWC(2011)

브라질의 디지털 만화시장은 아직 발전 초기 단계로 지난 5년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔다. 브라질 인쇄 만화시장은 전체 만화시장의 흐름과 동일하게 2006년 이래로 꾸준한 성장을 유지해 왔다. 특히, 2007년에는 62%의 폭발적인 성장률을 기록하기도 했지만 매출규모 자체가 작아 통계상 나타나는 수치의 변화는 크게 나타나지 않았다. 2007년 2백만 달러를 넘어선 디지털 만화시장은 이후에는 더욱 안정된 성장속도를 나타내면서 시장규모를 확대하기를 시작했는데 2008년 9%, 2009년에는 17.6%의 성장률을 기록했다. 2010년 브라질 디지털 만화시장은 전년대비 13% 성장하여 드디어 매출규모가 3백만 달러를 넘게 되었다.

2011년 디지털 만화시장은 전년도와 비슷한 수준의 성장률이 예상되고 2012년에는 성장폭이 다소 주춤하여 5.9%에 머물 것으로 분석된다. 그러나 앞으로 이 시장은 2008년부터 지난 3년 동안 보여 온 시장 성장률보다 더 빠른 속도로 시장규모를 키워나갈 것으로 전망된다. 2013년부터는 20%를 훨씬 넘는 성장률이 예상되는데 향후 5년간 22.5%의 연평균 성장률을 기록하면서 디지털 만화시장 규모는 1천만 달러에 이를 것으로 예상된다.

〈그림 3-3-54〉 2010년 브라질 인쇄/디지털 만화시장 점유율

(단위: 백만 달러)



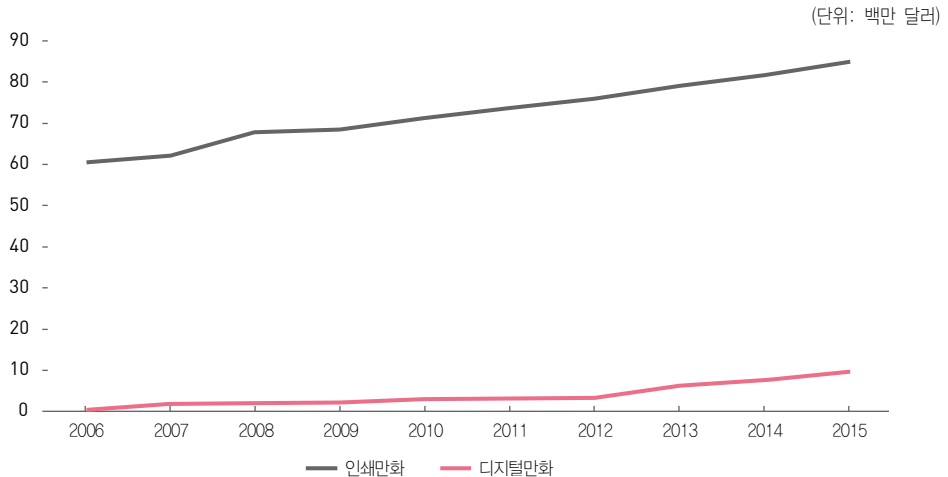
* 출처 : PWC(2011)

2010년 브라질 디지털 만화시장은 전체 만화시장의 3.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데 이는 2006년에 비해 매출 규모가 4배 이상 증가했으며 시장 점유율도 4배 가량 증가한 것이다. 앞으로 디지털 시장은 인쇄 만화시장보다 20% 빠른 성장속도가 기대되고 있는데 향후 5년 동안

이 시장은 22.5%의 연평균 성장률이 예상된다. 그 결과 2015년에는 1천만 달러로 2010년 시장규모보다 3배 이상 확대될 전망이다. 2006년 1백만 달러 미만의 매출규모를 보였던 디지털 만화시장은 5년 뒤인 2010년에는 4배 성장했으며 앞으로는 높은 성장세를 기록하면서 전체 만화시장에서 디지털 부분이 차지하는 비중은 더욱 커질 전망이다. 2006년 1%에 불과하던 디지털 만화시장 점유율이 2015년에는 10.6%까지 늘어나면서 시장규모는 10년 전보다 10배 가까이 늘어날 것으로 예상된다.

한편, 미국, 인도 등이 디지털 만화시장에서 30%가 넘는 성장률을 보일 것으로 예상되는 가운데 전 세계 디지털 만화시장도 31%의 성장률을 보일 것으로 분석되고 있어 브라질 시장은 세계 시장 평균에는 다소 미치지 못할 것으로 보인다. BRICs 국가 중 인도가 유일하게 30%가 넘는 시장 성장이 예상되는 곳이며 중국은 브라질보다 다소 높은 27%의 성장률이 전망된다.

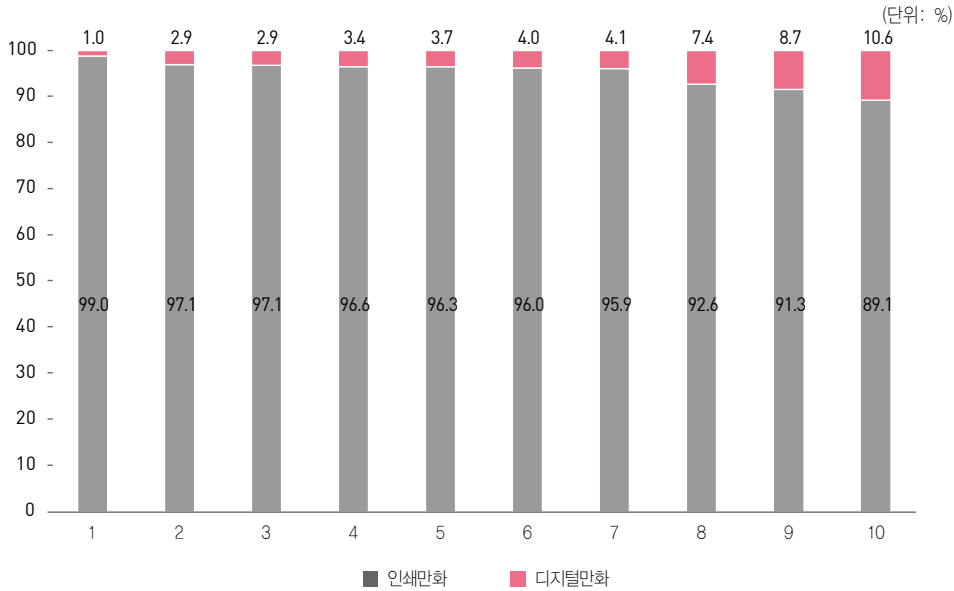
〈그림 3-3-55〉 2006~2015년 브라질 인쇄/디지털 만화시장 성장추이



* 출처 : PWC(2011)

브라질의 만화시장은 인쇄 만화시장과 거의 비슷한 성장 추이를 보였는데 향후에는 디지털 시장의 규모가 늘어나면서 만화시장 성장률은 인쇄 만화시장보다 2~3%가량 높을 것으로 보인다. 2011년 브라질 만화시장은 전년 대비 3.6% 성장하여 3백만 달러를 조금 넘는 매출 규모가 예상되며 2013년부터는 디지털 만화시장의 성장세에 힘입어 2015년까지는 5~6%의 꾸준한 성장세를 이어나갈 것으로 보인다. 향후 5년 동안 브라질 만화시장은 연평균 5%의 성장 속도를 보이면서 2015년에는 9,500만 달러의 매출 규모가 예상된다.

〈그림 3-3-56〉 2006~2015년 브라질 디지털 만화시장 점유율 변화 추이



* 출처 : PWC(2011)

2) 주요이슈 및 트렌드

브라질 초기 만화시장은 해외, 특히 미국 만화들이 큰 비중을 차지하면서 자국 내 작가들의 활동은 매우 제한되었다. 브라질 작가들은 출판 기회를 확보하기 위해 오랜 시간 노력해 왔고 1970년대 들어서면서 점차 만화 종류는 늘어나기 시작했다. 이때 탄생한 만화가 바로 Editor Abril가 출시한 〈Crás!〉이다. Editor Abril의 브라질의 대표적인 출판/미디어 기업으로 디즈니 만화 외에 다양한 잡지와 간행물을 출판하고 있다.

브라질 만화는 크게 두 종류로 나뉘는데 신문에 게재되는 성인용 코믹 스트립과 어린이 만화잡지이다. 현재는 미국 슈퍼히어로 만화도 크게 인기를 얻지 못하고 있으며 유럽권의 만화는 더욱 찾아보기 어려운데 〈Asterix〉, 〈Tintin〉은 예외적으로 시장에서 높은 실적을 거두고 있다.

브라질 대표 만화작가로 꼽히는 Ziraldo Alves Pinto의 작품은 1억 권 이상이 판매되었으며 여러 나라 언어로 번역되어 해외 시장으로도 진출했다. 그 뿐 아니라 그의 작품은 영화나 애니메이션, TV시리즈로도 제작되어 큰 인기를 끌었다. Ziraldo의 여러 작품 중에서 〈The Supermãe e Mineirinho〉는 성인만화 분야에서 가장 유명하며 최초의 아동용 만화 〈FLICTS〉는 세계적인 명성을 얻기도 했다. 〈FLICTS〉 이후 작가는 아동용 작품에만 집중했는데 〈O Menino Maluquinho〉는 브라질의 가장 대표적인 작품으로 자리 잡았다.

최근 브라질 작가들의 작품 활동은 해외에서도 인정받고 있는데 얼마 전 개최된 Eisner Comic Industry Awards에서 Gabriel Bá, Fábio Moon의 〈Daytripper〉가 수상작으로 선정되었다.

Eisner Comic Industry Awards(줄여서 Eisner Awards 라고 함)는 1988년부터 미국 샌디에이고에서 개최되고 있으며 만화 분야에서 오스카상으로 불리는 행사다. <Daytripper>는 2011년에 Best Limited Series 부문 수상을 했다. 이 작품은 올 3월 뉴욕타임즈 베스트셀러 코믹 부분 1등을 차지하기도 했다. Rafael Albuquerque (Scott Snyder, Stephen King 공동 작품)의 <American Vampire> 역시 Best New Series 부문 수상을 했다.

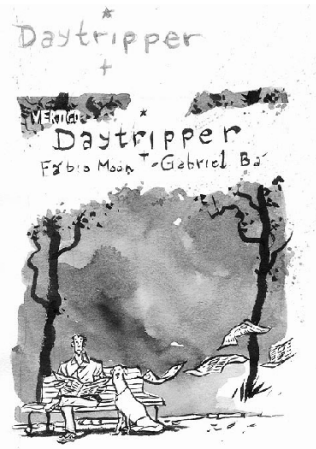
<그림 3-3-57> 주요 브라질 만화



▷ Ziraldo의 주요 작품 <O Menino Maluquinho : 좌>와 <Perere : 우>



<American Vampire>



<Daytripper>