

2011

만화 산업백서

CARTOON
INDUSTRY
WHITE PAPER



2011 만화 산업백서

Cartoon Industry White Paper 2011

발행인 이재웅
발행일 2011년 12월 31일 초판 제1쇄 발행
발행처 한국콘텐츠진흥원

편집·인쇄 경성문화사
150-872 서울특별시 영등포구 국회대로 66길-11 총회BD 1/5F
전화 (02)786-2999 / 팩스 (02)786-2930

© 한국콘텐츠진흥원, 2011
ISBN: 978-89-6514-118-1 03600

본 책의 내용에 대한 저작권은 한국콘텐츠진흥원에 있습니다.
아울러 책의 내용에 대한 무단전재를 금하며, 가공·인용할 때에는 반드시 한국콘텐츠진흥원 「2011 만화 산업백서」라고 밝혀주시기 바랍니다.



한국콘텐츠진흥원 KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

121-270 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 (마포구 상암동 1602)
전화 (02)3153-1114 / 팩스 (02)3153-1115
www.kocca.kr

Contents

Section 1

제1부 만화산업 주요이슈 및 시장분석

제1장 2010년 만화산업 주요 이슈 및 2011년 상반기 동향2	
제1절 한국만화의 해외수출 증가2	
제2절 해외 만화페스티벌을 통해 본 한국만화페스티벌의 국제성8	
제3절 새로운 수출시장으로 주목받는 중남미 만화시장19	
제4절 오픈마켓 열풍과 만화 1인 창조기업의 활성화28	
제5절 한국 만화의 신흥시장 진출 시도36	
제6절 만화 저작권 비즈니스의 확장과 수익 증대44	
제7절 차세대 디지털 플랫폼 만화 동향61	
제8절 만화산업 발전을 위한 진흥법안 논의69	
제9절 만화 대여시장의 새 바람, 만화카페73	
제10절 2010년 만화시장 판매현황78	
제2장 국내외 만화산업 동향분석82	
제1절 2011년 상반기 만화출판 산업동향 분석82	
제2절 미국의 만화 앱(App) 시장 분석94	

Section 2

제2부 만화산업 동향

제1장 만화산업 제작환경116	
제1절 한국만화 생태계의 이해116	
제2절 한국만화 창작, 제작 환경의 변화120	
제2장 만화 유통환경128	
제1절 출판만화 유통환경128	
제2절 온라인만화 유통환경131	
제3절 뉴미디어 플랫폼 만화 유통환경136	
제3장 만화산업 저작권 보호 동향140	
제1절 불법 만화 복제물 이용 추이140	
제2절 만화 불법복제콘텐츠 단속성과 및 개선방향143	
제3절 온라인만화 불법복제콘텐츠 이용 동향145	
제4장 디지털만화의 동향과 과제148	
제1절 디지털만화 플랫폼의 대두148	
제2절 디지털 플랫폼별 만화형식의 구분150	
제3절 디지털 플랫폼을 이용한 만화시장의 확장 가능성159	

Section 3

제3부 국내·외 만화산업 현황

제1장 국내 만화산업 현황	162
제1절 기업 일반	166
제2절 산업 규모	169
제3절 매출 현황	171
제4절 수출입 현황	189
제2장 국내 만화산업 종사자 현황	193
제1절 산업규모별 종사자 현황	195
제2절 고용형태별 종사자 현황	198
제3절 전공/학력별 종사자 현황	203
제4절 인구통계학적 종사자 현황	205
제3장 해외 만화산업 현황	211
제1절 총괄	211
제2절 일본	216
제3절 미국	227
제4절 유럽	236
제5절 중국	260
제6절 인도	268
제7절 호주	274
제8절 브라질	280

Section 4

제4부 국내 만화 이용자 동향

제1장 만화 소비자 실태조사 결과	288
제1절 만화 소비자 실태조사 개요	288
제2절 전반적 만화 이용실태	291
제3절 오프라인만화 이용실태	299
제4절 온라인만화 이용실태	329
제5절 신문 연재만화 이용실태	349
제6절 새로운 플랫폼(스마트폰, 태블릿PC)을 통한 만화 이용실태	350
제7절 만화에 대한 인식	353
제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과	357
제1절 콘텐츠 교육기관 현황조사 개요	357
제2절 대학의 콘텐츠 관련 학과 현황	361
제3절 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황	375
제4절 비정규 교육기관의 콘텐츠 관련 학과 현황	387

Section 5

제5부 국내·외 만화산업 정책 현황

제1장 국내 만화산업 정책 및 법제도 현황	392
제1절 만화산업 관련 법제도 현황	392
제2장 국내 만화산업 지원 현황	418
제1절 한국콘텐츠진흥원 지원현황	418
제2절 한국만화영상진흥원 지원현황	420
제3절 만화 관련 협회 지원현황	426
제4절 지자체 지원사업 현황	428
제3장 해외 만화산업 정책지원 동향	430
제1절 미국	430
제2절 아시아	437
제3절 유럽	446

Section 6

제6부 부록

1. 만화산업 주요통계 현황	456
2. 국내 만화산업 관련단체 및 기관 현황	474
3. 국내외 만화 관련 전시회	475

표 목 차

【제1부 만화산업 주요이슈 및 시장분석】

〈표 1-1-1〉 2011년 Comic-Con International 주제별 프로그램 분포현황 (중복분류)	11
〈표 1-1-2〉 국제만화축제사례의 비교	13
〈표 1-1-3〉 부천국제만화축제 프로그램 분석(1998-2011)	14
〈표 1-1-4〉 연도별 부천국제만화축제 마켓 프로그램 운영 현황	15
〈표 1-1-5〉 최근 2년간 부천국제만화축제 개최 현황(2010-2011)	17
〈표 1-1-6〉 중남미 지역의 범위	20
〈표 1-1-7〉 중남미 만화시장 규모	21
〈표 1-1-8〉 브라질 인기 만화 순위	22
〈표 1-1-9〉 중남미에 수출된 한국만화	27
〈표 1-1-10〉 한국만화가 일본 만화시장 진출의 대표사례	42
〈표 1-1-11〉 한국만화가 미국 만화시장 진출의 대표사례	43
〈표 1-1-12〉 2000년대 이전 주요 만화 원작 애니메이션	47
〈표 1-1-13〉 2000년대 이후 주요 만화 원작 TV 드라마	49
〈표 1-1-14〉 2000년대 이후의 주요 만화 원작 영화	50
〈표 1-1-15〉 2000년대 이후 주요 만화 원작 애니메이션	51
〈표 1-1-16〉 2000년대 이후 주요 만화 원작	52
〈표 1-1-17〉 2000년대 이후 주요 만화 원작 공연물	53
〈표 1-1-18〉 만화 원작드라마 인기 순위 Top 10	59
〈표 1-1-19〉 디지털 만화 플랫폼의 변화	62
〈표 1-1-20〉 만화진흥법 관련조항 주요내용	71
〈표 1-1-21〉 만화산업 소분류별 매출액 현황	73
〈표 1-1-22〉 ‘금연을 위한 조치’ 법 조항 세부 내용	76
〈표 1-1-23〉 한국만화 전체 시장규모	78
〈표 1-1-24〉 만화잡지 시장규모 추정	78
〈표 1-1-25〉 일일만화 판매시장규모(추정액)	79
〈표 1-1-26〉 일일만화 발행부수 현황	79
〈표 1-1-27〉 일일만화 장르별 발행종수	80
〈표 1-1-28〉 만화단행본 점유율별 통계	80
〈표 1-1-29〉 만화단행본에서 번역만화와 한국만화의 상위출판사 현황	81
〈표 1-1-30〉 일반출판물 대비 만화단행본의 발행종수 구성비	81
〈표 1-2-1〉 출판산업 부문별 CBI	84
〈표 1-2-2〉 만화산업 부문별 CBI	84
〈표 1-2-3〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판 및 만화산업(상장사) 경영실적 변동	85
〈표 1-2-4〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판 및 만화산업(상장사별) 매출액 변동	85
〈표 1-2-5〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판/만화산업(상장사별) 수출액 변동	87
〈표 1-2-6〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판/만화산업(상장사별) 영업이익액 변동	88
〈표 1-2-7〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판/만화산업(상장사별) 종사자수 변동	90
〈표 1-2-8〉 '10년 2분기~'11년 2분기 출판/만화(상장사) 재무분석 변동 추이	91
〈표 1-2-9〉 '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 출판/만화산업 규모(예측치)	92
〈표 1-2-10〉 '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 출판/만화산업 투자관련 규모(예측치)	93
〈표 1-2-11〉 '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 출판/만화산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	93
〈표 1-2-12〉 '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 출판/만화산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	94

【제2부 만화산업 동향】

〈표 2-1-1〉 1960~2000년대까지 한국만화시장의 변화와 주요 특징	118
〈표 2-1-2〉 포털 사이트 4사의 원고료 기준 (2009년 기준)	121
〈표 2-2-1〉 2010년 출판 만화 발행 현황	129
〈표 2-4-1〉 한국 스마트폰 가입자 추이	149
〈표 2-4-2〉 쿡TV 만화방 상품구성	158

【제3부 국내·외 만화산업 현황】

〈표 3-1-1〉 조사개요	162
〈표 3-1-2〉 만화산업 분류체계	163
〈표 3-1-3〉 전수조사와 표본조사의 구분	163
〈표 3-1-4〉 조사업무 추진절차	166
〈표 3-1-5〉 만화산업 사업체 설립연도 분포	166
〈표 3-1-6〉 만화산업 사업체형태 분포	167
〈표 3-1-7〉 만화산업 경영형태 분포	168
〈표 3-1-8〉 만화산업 총괄	169
〈표 3-1-9〉 만화산업 사업체별 평균매출액 및 종사자별 평균매출액 현황(2010년)	171
〈표 3-1-10〉 만화산업 업종별 매출액 현황	172
〈표 3-1-11〉 만화산업 가치사슬별 매출액 현황	174
〈표 3-1-12〉 만화산업 만화출판업 매출액 현황	175
〈표 3-1-13〉 만화산업 온라인만화 제작·유통업 매출액 현황	176
〈표 3-1-14〉 만화산업 만화책 임대업 매출액 현황	177
〈표 3-1-15〉 만화산업 만화 도소매업 매출액 현황	178
〈표 3-1-16〉 만화산업 사업형태별 업종별 매출액 현황(2010년)	179
〈표 3-1-17〉 만화산업 사업형태별 연도별 매출액 현황	179
〈표 3-1-18〉 만화산업 매출액 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)	180
〈표 3-1-19〉 만화산업 매출액 규모별 연도별 매출액 현황	181
〈표 3-1-20〉 만화산업 종사자 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)	182
〈표 3-1-21〉 만화산업 종사자 규모별 연도별 매출액 현황	183
〈표 3-1-22〉 만화산업 지역별 업종별 매출액 현황(2010년)	184
〈표 3-1-23〉 만화산업 지역별 연도별 매출액 현황	185
〈표 3-1-24〉 만화산업 콘텐츠 제작관련 지출 현황	186
〈표 3-1-25〉 만화산업 만화출판 제작 비중	186
〈표 3-1-26〉 만화산업 오프라인만화출판 제작 비중	187
〈표 3-1-27〉 만화산업 온라인만화출판 제작 비중	187
〈표 3-1-28〉 만화산업 부가가치 구성 현황(2010년)	188
〈표 3-1-29〉 만화산업 연도별 부가가치 구성 현황	188
〈표 3-1-30〉 만화산업 수출 및 수입액 현황	189
〈표 3-1-31〉 만화산업 지역별 수출액 현황	190
〈표 3-1-32〉 만화산업 지역별 수입액 현황	190
〈표 3-1-33〉 만화산업 해외 수출방식	191
〈표 3-1-34〉 만화산업 해외 진출형태	192
〈표 3-2-1〉 만화산업 업종별 종사자 현황	194
〈표 3-2-2〉 만화산업 매출액 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)	195
〈표 3-2-3〉 만화산업 매출액 규모별 연도별 종사자 현황	196
〈표 3-2-4〉 만화산업 종사자 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)	197
〈표 3-2-5〉 만화산업 종사자 규모별 연도별 종사자 현황	197

(표 3-2-6) 만화산업 고용형태별 업종별 종사자 현황(2010년)198
 (표 3-2-7) 만화산업 고용형태별 연도별 종사자 현황199
 (표 3-2-8) 만화산업 고용형태별 성별 및 업종별 종사자 현황(2010년) 200
 (표 3-2-9) 만화산업 고용형태별 성별 및 연도별 종사자 현황201
 (표 3-2-10) 만화산업 직무별 업종별 종사자 현황(2010년)202
 (표 3-2-11) 만화산업 직무별 연도별 종사자 현황203
 (표 3-2-12) 만화산업 학력별 업종별 종사자 현황(2010년)204
 (표 3-2-13) 만화산업 학력별 연도별 종사자현황204
 (표 3-2-14) 만화산업 지역별 업종별 종사자 현황(2010년)206
 (표 3-2-15) 만화산업 지역별 연도별 종사자현황206
 (표 3-2-16) 만화산업 성별 업종별 종사자 현황(2010년)207
 (표 3-2-17) 만화산업 성별 연도별 종사자 현황208
 (표 3-2-18) 만화산업 연령별 업종별 종사자 현황(2010년)209
 (표 3-2-19) 만화산업 연령별 연도별 종사자현황210

(표 3-3-1) 2006~2015년 전 세계 만화시장 규모211
 (표 3-3-2) 2006~2015년 권역별 만화시장 규모212
 (표 3-3-3) 2006~2015년 주요 국가별 만화시장 규모216
 (표 3-3-4) 2006~2011년 일본 만화시장 규모 및 전망217
 (표 3-3-5) 2006~2010년 일본 만화시장 규모218
 (표 3-3-6) 2006~2010년 일본 인쇄 만화시장 규모 및 성장률219
 (표 3-3-7) 2006~2010년 일본 디지털 만화시장 규모 및 성장률219
 (표 3-3-8) 2011~2015년 일본 만화시장 성장 전망219
 (표 3-3-9) 2010년 이후 제작된 일본 만화 영화225
 (표 3-3-10) 일본 만화 베스트셀러226
 (표 3-3-11) 2006~2011년 미국 만화시장 규모 및 전망229
 (표 3-3-12) 2006~2010년 미국 만화시장 규모230
 (표 3-3-13) 2006~2010년 미국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률230
 (표 3-3-14) 2006~2010년 미국 디지털 만화시장 규모 및 성장률230
 (표 3-3-15) 2011~2015년 미국 만화시장 성장 전망230
 (표 3-3-16) 2008.7~2010.6 미국 만화 판매 부수 변화추이234
 (표 3-3-17) 2011년 9월 코믹스 베스트셀러 : 코믹스235
 (표 3-3-18) 2011년 9월 그래픽 노블 베스트셀러236
 (표 3-3-19) 2010 유럽 주요 국가별 만화시장 성장추이표237
 (표 3-3-20) 2006~2011년 영국 만화시장 규모 및 전망표238
 (표 3-3-21) 2006~2010년 영국 만화시장 규모238
 (표 3-3-22) 2006~2010년 영국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률239
 (표 3-3-23) 2006~2010년 영국 디지털 만화시장 규모 및 성장률239
 (표 3-3-24) 2011~2015년 영국 만화시장 성장 전망239
 (표 3-3-25) 2006~2011년 프랑스 만화시장 규모 및 전망243
 (표 3-3-26) 2006~2010년 프랑스 만화시장 규모244
 (표 3-3-27) 2006~2010년 프랑스 인쇄 만화시장 규모 및 성장률245
 (표 3-3-28) 2006~2010년 프랑스 디지털 만화시장 규모 및 성장률245
 (표 3-3-29) 2011~2015년 프랑스 만화시장 성장 전망245
 (표 3-3-30) 2006~2011년 독일 만화시장 규모 및 전망250
 (표 3-3-31) 2006~2010년 독일 만화시장 규모 및 성장률251
 (표 3-3-32) 2006~2010년 독일 인쇄 만화시장 규모 및 성장률251
 (표 3-3-33) 2006~2010년 독일 디지털 만화시장 규모 및 성장률251
 (표 3-3-34) 2011~2015년 독일 만화시장 성장 전망252
 (표 3-3-35) 2006~2011년 이탈리아 만화시장 규모 및 전망255
 (표 3-3-36) 2006~2010년 이탈리아 만화시장 규모 및 성장률256
 (표 3-3-37) 2006~2010년 이탈리아 인쇄 만화시장 규모 및 성장률256

(표 3-3-38) 2006~2010년 이탈리아 디지털 만화시장 규모 및 성장률256
 (표 3-3-39) 2011~2015년 이탈리아 만화시장 성장 전망257
 (표 3-3-40) 2006~2011년 중국 만화시장 규모 및 전망261
 (표 3-3-41) 2006~2010년 중국 만화시장 규모262
 (표 3-3-42) 2006~2010년 중국 인쇄 만화시장 규모 및 성장률262
 (표 3-3-43) 2006~2010년 중국 디지털 만화시장 규모 및 성장률262
 (표 3-3-44) 2011~2015년 중국 만화시장 성장 전망263
 (표 3-3-45) 중국 대표 만화 & 대표 작가267
 (표 3-3-46) 2006~2011년 인도 만화시장 규모 및 전망268
 (표 3-3-47) 2006~2010년 인도 만화시장 규모269
 (표 3-3-48) 2006~2010년 인도 인쇄 만화시장 규모 및 성장률269
 (표 3-3-49) 2011~2015년 인도 만화시장 성장 전망270
 (표 3-3-50) 2006~2011년 호주 만화시장 규모 및 전망274
 (표 3-3-51) 2006~2010년 호주 만화시장 규모275
 (표 3-3-52) 2006~2010년 호주 인쇄 만화시장 규모 및 성장률276
 (표 3-5-53) 2006~2010년 호주 디지털 만화시장 규모 및 성장률276
 (표 3-5-54) 2011~2015년 호주 만화시장 성장 전망276
 (표 3-3-55) 2006~2011년 브라질 만화시장 규모 및 전망280
 (표 3-3-56) 2006~2010년 브라질 만화시장 규모281
 (표 3-3-57) 2006~2010년 브라질 인쇄 만화시장 규모 및 성장률282
 (표 3-3-58) 2006~2010년 브라질 디지털 만화시장 규모 및 성장률282
 (표 3-3-59) 2011~2015년 브라질 만화시장 성장 전망283

【제4부 국내 만화 이용자 동향】

(표 4-1-1) 만화산업 소비자 조사 설계289
 (표 4-1-2) 연령별 만화 콘텐츠 이용률 반영 가중치290
 (표 4-1-3) 조사 표본 구성290
 (표 4-1-4) 오프라인 및 온라인만화 이용 비중291
 (표 4-1-5) 오프라인만화 유행별 이용 비중292
 (표 4-1-6) 온라인만화 유행별 이용 비중292
 (표 4-1-7) 만화 이용 형태 (복수응답) - 성, 연령별293
 (표 4-1-8) 만화 단행본, 만화 잡지 이용 비중293
 (표 4-1-9) 만화 단행본, 만화 잡지 구입 경험293
 (표 4-1-10) 1회 평균 만화 이용 시간 - 성, 연령별294
 (표 4-1-11) 만화 정보 입수 경로 (복수응답)295
 (표 4-1-12) 구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로295
 (표 4-1-13) 선호하는 만화 장르 (Top10)296
 (표 4-1-14) 선호하는 만화 장르 (Top10) - 성, 연령별297
 (표 4-1-15) 선호하는 만화 작품 1순위 (Top10)298
 (표 4-1-16) 선호하는 만화 작품 종합순위 (Top10)299
 (표 4-1-17) 단행본 만화 이용경험300
 (표 4-1-18) 단행본 만화 이용방법 (복수응답)300
 (표 4-1-19) 단행본 만화 구입 및 대여빈도301
 (표 4-1-20) 단행본 만화 1회 평균 구입 및 대여비용302
 (표 4-1-21) 단행본 만화 구입 장소 (복수응답)303
 (표 4-1-22) 단행본 만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)304
 (표 4-1-23) 단행본 만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)305
 (표 4-1-24) 단행본 만화 구입 시 고려조건 종합순위 (Top10)305
 (표 4-1-25) 단행본 만화 대여 시 고려조건 종합순위 (Top10)306
 (표 4-1-26) 단행본 만화 향후 직접 구입 의향306

표 목 차

〈표 4-1-27〉	단행본 만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별	307	〈표 4-1-77〉	온라인만화 선택 기준 (Top10)	344
〈표 4-1-28〉	단행본 만화 향후 대여 의향	308	〈표 4-1-78〉	온라인만화 향후 이용 의향	344
〈표 4-1-29〉	단행본 만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별	309	〈표 4-1-79〉	온라인만화 이용에 대한 불법 인식	346
〈표 4-1-30〉	만화 잡지 이용경험	309	〈표 4-1-80〉	만화 파일 불법 다운로드 심각성	347
〈표 4-1-31〉	단행본 만화 이용방법 (복수응답)	310	〈표 4-1-81〉	만화 파일 불법 다운로드 심각성 - 성, 연령별	347
〈표 4-1-32〉	만화 잡지 구입 및 대여빈도	310	〈표 4-1-82〉	만화 파일 불법 다운로드 심각성 인지 후 태도 변화 - 성, 연령별	348
〈표 4-1-33〉	만화 잡지 1회 평균 구입 및 대여비용	311	〈표 4-1-83〉	신문 연재만화 이용경험	349
〈표 4-1-34〉	만화 잡지 구입 장소 (복수응답)	312	〈표 4-1-84〉	신문 연재만화 이용빈도	349
〈표 4-1-35〉	만화 잡지 구입 시 고려 조건 1순위 (Top10)	313	〈표 4-1-85〉	신문 연재만화 이용빈도 - 성, 연령별	349
〈표 4-1-36〉	만화 잡지 대여 시 고려 조건 1순위 (Top10)	314	〈표 4-1-86〉	신문 연재만화 이용시간	350
〈표 4-1-37〉	만화 잡지 구입 시 고려 조건 종합순위 (Top10)	315	〈표 4-1-87〉	스마트폰 이용 여부	350
〈표 4-1-38〉	만화 잡지 대여 시 고려 조건 종합순위 (Top10)	315	〈표 4-1-88〉	스마트폰으로 만화 이용 경험 여부	351
〈표 4-1-39〉	만화 잡지 향후 직접 구입 의향	316	〈표 4-1-89〉	스마트폰으로 만화 이용방법	351
〈표 4-1-40〉	만화 잡지 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별	316	〈표 4-1-90〉	태블릿PC 이용자	352
〈표 4-1-41〉	만화 잡지 향후 대여 의향	317	〈표 4-1-91〉	태블릿PC로 만화 이용 경험 여부	352
〈표 4-1-42〉	만화 잡지 향후 대여 의향 - 성, 연령별	318	〈표 4-1-92〉	태블릿PC로 만화 이용방법	353
〈표 4-1-43〉	신문 연재만화 이용경험	319	〈표 4-1-93〉	만화 이용에 미치는 중요 정도	354
〈표 4-1-44〉	신문 연재만화 이용방법 (복수응답)	319	〈표 4-1-94〉	만화 이용에 대한 평소 인식	355
〈표 4-1-45〉	신문 연재만화 구입 및 대여빈도	320			
〈표 4-1-46〉	신문 연재만화 1회 평균 구입 및 대여비용	321	〈표 4-2-1〉	조사 개요	357
〈표 4-1-47〉	신문 연재만화 구입 장소 (복수응답)	322	〈표 4-2-2〉	장르별 모집단 정의	358
〈표 4-1-48〉	신문 연재만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)	323	〈표 4-2-3〉	단계별 모집단 선정 과정	358
〈표 4-1-49〉	신문 연재만화 대여 시 고려조건 1순위	323	〈표 4-2-4〉	정규 교육기관 모집단 선정 과정	359
〈표 4-1-50〉	신문 연재만화 구입 시 고려조건 종합순위 (Top10)	324	〈표 4-2-5〉	비정규 교육기관 모집단 선정 과정	359
〈표 4-1-51〉	신문 연재만화 대여 시 고려조건 종합순위 (Top10)	324	〈표 4-2-6〉	주요 조사 내용	360
〈표 4-1-52〉	신문 연재만화 향후 직접 구입 의향	325	〈표 4-2-7〉	대학 콘텐츠 관련 학과 분포	361
〈표 4-1-53〉	신문 연재만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별	326	〈표 4-2-8〉	대학 콘텐츠 관련 학과 보유 학교 장르별 분포	362
〈표 4-1-54〉	신문 연재만화 향후 대여 의향	326	〈표 4-2-9〉	대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 교원 현황	363
〈표 4-1-55〉	신문 연재만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별	327	〈표 4-2-10〉	대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황	364
〈표 4-1-56〉	오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 높은 방법	328	〈표 4-2-11〉	대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 졸업생의 진로 현황	365
〈표 4-1-57〉	오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 낮은 방법 (복수응답)	329	〈표 4-2-12〉	장르별 취업자의 콘텐츠 진출	365
〈표 4-1-58〉	온라인만화 이용 경험	330	〈표 4-2-13〉	장르별 콘텐츠 관련 산업의 직군 진출 비중	366
〈표 4-1-59〉	온라인만화 이용 방법 (복수응답)	330	〈표 4-2-14〉	2010년 장르별 보유 시설 현황	367
〈표 4-1-60〉	온라인만화 이용 방법 (복수응답) - 성, 연령별	331	〈표 4-2-15〉	장르별 보유 시설 활용도	367
〈표 4-1-61〉	온라인만화 주 이용 방법	331	〈표 4-2-16〉	2010년 장르별 보유 기자재 현황	368
〈표 4-1-62〉	온라인만화 이용빈도	332	〈표 4-2-17〉	장르별 보유 기자재 활용도	368
〈표 4-1-63〉	온라인만화 1회 평균 이용비용	333	〈표 4-2-18〉	장르별 정부지원사업 수혜 경험률 및 필요 지원사업 내용 (복수응답)	369
〈표 4-1-64〉	온라인만화 결제방법	334	〈표 4-2-19〉	장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜경험 학과)	369
〈표 4-1-65〉	온라인만화 주 이용 사이트 (Top10)	335	〈표 4-2-20〉	장르별 취업관련 활동 (복수응답)	370
〈표 4-1-66〉	온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용 비중	336	〈표 4-2-21〉	장르별 콘텐츠산업정보포털 이용 경험 여부	371
〈표 4-1-67〉	온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용비중 - 성, 연령별	336	〈표 4-2-22〉	장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)	372
〈표 4-1-68〉	단행본형 웹툰 구입/대여 경험	337	〈표 4-2-23〉	장르별 산학연계 채널의 만족도 (산학연계 경험)	372
〈표 4-1-69〉	단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향	337	〈표 4-2-24〉	장르별 산학연계 진행방식 (복수응답, 산학연계 경험학과)	373
〈표 4-1-70〉	단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향 - 성, 연령별	338	〈표 4-2-25〉	장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)	374
〈표 4-1-71〉	웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부	339	〈표 4-2-26〉	전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황	375
〈표 4-1-72〉	웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부 - 성, 연령별	339	〈표 4-2-27〉	전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황	376
〈표 4-1-73〉	웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부	340	〈표 4-2-28〉	전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 교원 현황	377
〈표 4-1-74〉	웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부 - 성, 연령별	340	〈표 4-2-29〉	전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황	378
〈표 4-1-75〉	웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수	341	〈표 4-2-30〉	장르별 졸업생 진로 현황	379
〈표 4-1-76〉	웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수 - 성, 연령별	342	〈표 4-2-31〉	장르별 취업자 콘텐츠 진출 분야	379

〈표 4-2-32〉 2010년 장르별 보유 시설 현황380
 〈표 4-2-33〉 장르별 보유 시설 활용도380
 〈표 4-2-34〉 2010년 장르별 보유 기자재 (기자재 보유 학과)381
 〈표 4-2-35〉 장르별 보유 기자재 활용도 (기자재 보유 학과)381
 〈표 4-2-36〉 장르별 정부지원사업 수혜 경험률 및 필요 지원사업 내용
 (복수응답)382
 〈표 4-2-37〉 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜 경험 학과)382
 〈표 4-2-38〉 2010년 장르별 취업 관련 활동 (복수응답)383
 〈표 4-2-39〉 전문계 고등학교 콘텐츠산업정보포털 이용 경험 여부384
 〈표 4-2-40〉 장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)385
 〈표 4-2-41〉 장르별 산학연계 채널 만족도 (산학연계 경험)385
 〈표 4-2-42〉 장르별 산학연계 진행방식 (산학연계 경험학과)386
 〈표 4-2-43〉 장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)387
 〈표 4-2-44〉 비정규교육기관 구분별 장르 분포387
 〈표 4-2-45〉 비정규교육기관 개설강좌 수388
 〈표 4-2-46〉 비정규교육기관 교육기관389
 〈표 4-2-47〉 비정규교육기관 1강좌 당 연평균 학생 수389
 〈표 4-2-48〉 비정규교육기관 장르별 학생 및 학과 현황390

Ⅱ 제5부 국내·외 만화산업 정책 현황 Ⅱ

〈표 5-1-1〉 저작권권의 종류398
 〈표 5-1-2〉 저작재산권의 종류 및 내용399
 〈표 5-1-3〉 저작권 등록의 효과404
 〈표 5-1-4〉 상표 관련 개념 구분407
 〈표 5-1-5〉 지타상품식별력이 없는 상표408
 〈표 5-1-6〉 상표등록이 배제되는 경우409
 〈표 5-1-7〉 상표출원방법411
 〈표 5-1-8〉 상표출원시 필요한 서류411
 〈표 5-1-9〉 부정경쟁행위의 유형 및 내용413

 〈표 5-2-1〉 기획만화창작지원 연도별 지원액 현황419
 〈표 5-2-2〉 2010년 한국만화영상진흥원의 만화 지원 사업421

 〈표 5-3-1〉 런던국제만화페스티벌 주요 프로그램450

【제1부 만화산업 주요이슈 및 시장분석】

(그림 1-1-1) 한국 코믹스 만화 수출작품 <공> (박소희) 와 <프리스트> (형민우)	3
(그림 1-1-2) 한국만화작가 진출 작품 <일본판 신암행어사>, <미국판 워크래프트>	3
(그림 1-1-3) 한국 아동 학습만화 수출작품 <사바이벌 만화 과학상식 시리즈>와 <세계 인물 학습만화 who?>	5
(그림 1-1-4) 한국만화작가 진출작품 <아씨네 집 이야기> (황미나)과 <뉘사> (오세호)	6
(그림 1-1-5) 한국만화작가 진출작품 <프론트미션 DLDS> (윤찬화)와 <맥시멈 라이프> (이나라)	7
(그림 1-1-6) 연도별 부천국제만화축제 관람객 현황	18
(그림 1-1-7) 브라질 학습만화	23
(그림 1-1-8) 아르헨티나 출판시장 만화시장 점유율	24
(그림 1-1-9) 아르헨티나의 대표적인 만화: 마팔다(Mafalda), 가투로(Gaturro)	25
(그림 1-1-10) 마블코믹스 어플을 홍보하고 있는 애플 앱스토어	29
(그림 1-1-11) 만화산업의 창조경영 사례라 할 수 있는 포털사이트의 만화작품 생산시스템	30
(그림 1-1-12) 만화가의 창조기업화를 촉진한 오픈마켓	32
(그림 1-1-13) 캐릭터머천다이징, 전시이벤트로 사업 분야를 다각화하고 있는 임덕영 작가의 플라잉툰	34
(그림 1-1-14) 스토리작가 임달영을 중심으로 한 아트림미디어 홈페이지	35
(그림 1-1-15) 한국 만화의 해외 진출의 형태	36
(그림 1-1-16) 한국 만화의 해외 진출의 과정	38
(그림 1-1-17) 세계 주요 만화의 산업적 특징	39
(그림 1-1-18) 포털 웹 플랫폼의 유료모델과 무료모델 밸류체인(네이버)	65
(그림 1-1-19) 국내 스마트폰 이용 후 디지털 기기 사용 현황	66
(그림 1-1-20) 네이버북스 앱 홍보 페이지	67
(그림 1-1-21) 패드툰의 구현 사례	68
(그림 1-1-22) 불법복제 출판물 이용경험 (오프라인)	69
(그림 1-1-23) 불법복제서적의 장르별 시장규모(건수)	70
(그림 1-1-24) 변화하고 있는 만화카페의 모습	74
(그림 1-2-1) '10년 2분기~'11년 2분기 출판(상장사) 매출액 변동	87
(그림 1-2-2) '10년 2분기~'11년 2분기 출판(상장사) 수출액 변동	88
(그림 1-2-3) '10년 2분기~'11년 2분기 출판(상장사) 영업이익액 변동	89
(그림 1-2-4) '10년 2분기~'11년 2분기 출판(상장사) 종사자 수 변동	91
(그림 1-2-5) 마블(Marvel)의 아이폰 앱 매출 순위 변동 추이	96
(그림 1-2-6) 코믹북 리더(Comic Book Reader)와 비디 버즈(BD Buzz) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	97
(그림 1-2-7) 씨엘지 코믹스(CLZ Comics) 앱 인터페이스	98
(그림 1-2-8) 오퍼레이션 아자스(Operation Ajax)와 포켓갓 코믹스(Pocket GOD Comics) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	100
(그림 1-2-9) 새드 코믹스(SAD Comics)와 아치(Archie) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	101
(그림 1-2-10) 아이 키즈 코믹스(Kids Comics)와 데 뷔장 떼뜨(Des Bulles en tête) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	102
(그림 1-2-11) 비디 버즈(BD Buzz) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	103
(그림 1-2-12) 코믹스 클라우드 9(Comics Cloud 9)과 인테르메지(Intermuzzi) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	103
(그림 1-2-13) 코믹솔로지(Comixology)의 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	104
(그림 1-2-14) 아이버스 미디어의 코믹스 플러스(Comics Plus) 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	105
(그림 1-2-15) 마블(Marvel) 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	106

(그림 1-2-16) 디씨 코믹스(DC Comics) 앱의 인터페이스 및 만화뷰어 형태	107
(그림 1-2-17) 이미지(Image)의 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	108
(그림 1-2-18) 다크호스(Dark Horse)의 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	109
(그림 1-2-19) 아이디더블유(IDW) 앱 인터페이스 및 만화뷰어 형태	110
(그림 1-2-20) 만화콘텐츠 오픈마켓 서비스 개념도	113
【제2부 만화산업 동향】	
(그림 2-1-1) 한국만화 생태계 기본 구조	119
(그림 2-1-2) 온라인-웹툰 창작환경	122
(그림 2-1-3) 출판만화 창작환경	122
(그림 2-1-4) 신문만화 창작환경	124
(그림 2-1-5) 동인만화 창작환경	125
(그림 2-1-6) 모바일 만화 창작환경	125
(그림 2-2-1) 청강문화산업대학의 학생 제작 만화잡지	131
(그림 2-2-2) 허영만의 <말에서 내리지 않는 무사>와 황미나의 <보투스>	132
(그림 2-2-3) 네이버에 연재 중인 <폭풍의 전학생>	133
(그림 2-2-4) 정철현의 신작 <마조앤세디>의 단행본 표지와 내용	134
(그림 2-2-5) 본격 디지털 만화잡지 <비트>와 <민트>	136
(그림 2-2-6) 애플리케이션 유통 과정	137
(그림 2-2-7) 스마트폰의 만화 애플리케이션과 다음의 '패드툰' 스크린샷	138
(그림 2-3-1) 2009~2010년 불법복제물의 분야별 이용경험 비교	140
(그림 2-3-2) 2009~2010년 온라인 불법복제출판물의 장르별 이용경험 비교	141
(그림 2-3-3) 2009~2010년 불법복제출판물의 장르별 시장규모 비교	141
(그림 2-3-4) 2009~2010년 오프라인만화 불법복제서적의 유통량 비교	142
(그림 2-3-5) 2009~2010년 온오프라인 합법출판물 시장 침해규모 비교 1	142
(그림 2-3-6) 2009~2010년 온오프라인 합법출판물 시장 침해규모 비교 2	143
(그림 2-3-7) 2009~2010년 콘텐츠 분야별 기술조치 요청 자적률 수량 비교	143
(그림 2-3-8) 2009~2010년 온라인만화 불법복제 단속성과 비교	144
(그림 2-3-9) 2009~2010년 온라인 불법복제물 콘텐츠별 단속 성과 비교	144
(그림 2-3-10) 2009~2010년 온라인 유통경로별 만화불법복제물 유통량 비교	145
(그림 2-3-11) 2010년 5~7월 온라인만화 불법저작물 단속결과 및 주요콘텐츠별 추이	146
(그림 2-3-12) 온라인 국제 불법스캔 복제본 유통경로	146
(그림 2-3-13) 한국 웹툰을 번역하여 소개하는 스캔레이션 (http://www.webtoonlive.com)	147
(그림 2-4-1) 디지털 만화의 구분	148
(그림 2-4-2) 스카 맥클라우드가 소개한 <분천동 귀신>	151
(그림 2-4-3) 비스킷 할리퀸 만화 서비스	152
(그림 2-4-4) 한국 아이패드용 앱스토어 메인 화면	154
(그림 2-4-5) 한국 아이패드용 만화 페이지 중 만화독자들 앱	154
(그림 2-4-6) 한국 아이패드용 만화 페이지 중 만화 앱	156
(그림 2-4-7) SKT의 CLB 시스템 개념도	157

【제3부 국내·외 만화산업 현황】

(그림 3-1-1) 만화산업 사업체 설립연도 분포167

(그림 3-1-2) 만화산업 사업체형태 분포168

(그림 3-1-3) 만화산업 경영형태 분포169

(그림 3-1-4) 만화산업 업종별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률173

(그림 3-1-5) 만화산업 만화출판업 전년대비증감률 및 연평균증감률175

(그림 3-1-6) 만화산업 온라인만화 제작·유통업 전년대비증감률 및 연평균증감률176

(그림 3-1-7) 만화산업 만화책 인쇄업 전년대비증감률 및 연평균증감률177

(그림 3-1-8) 만화산업 만화 도소매업 전년대비증감률 및 연평균증감률178

(그림 3-1-9) 만화산업 사업형태별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률180

(그림 3-1-10) 만화산업 매출액 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률181

(그림 3-1-11) 만화산업 종사자 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률183

(그림 3-1-12) 만화산업 지역별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률185

(그림 3-1-13) 부가가치 구성 전년대비증감률 및 연평균증감률188

(그림 3-1-14) 만화산업 지역별 수출액 전년대비증감률 및 연평균증감률190

(그림 3-1-15) 만화산업 지역별 수입액 전년대비증감률 및 연평균증감률191

(그림 3-2-1) 만화산업 업종별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률194

(그림 3-2-2) 만화산업 매출액 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률196

(그림 3-2-3) 만화산업 종사자 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률197

(그림 3-2-4) 만화산업 고용형태별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률199

(그림 3-2-5) 만화산업 고용형태별 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률201

(그림 3-2-6) 만화산업 직무별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률203

(그림 3-2-7) 만화산업 학력별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률205

(그림 3-2-8) 만화산업 지역별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률207

(그림 3-2-9) 만화산업 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률209

(그림 3-2-10) 만화산업 연령별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률210

(그림 3-3-1) 2010년 전 세계 만화시장 권역별 점유율212

(그림 3-3-2) 2006~2015년 세계 인쇄/디지털 만화시장 성장 추이213

(그림 3-3-3) 전 세계 인쇄/디지털 만화시장 점유율 변화 추이214

(그림 3-3-4) 2006~2015년 전 세계 만화시장 성장 추이215

(그림 3-3-5) 2006~2015년 일본 만화시장 성장 추이218

(그림 3-3-6) 2010년 일본 인쇄/디지털 만화시장 점유율220

(그림 3-3-7) 일본 대표 주간 만화잡지221

(그림 3-3-8) 2006~2015년 일본 인쇄/디지털 만화시장 성장추이222

(그림 3-3-9) 2006~2015년 일본 디지털 만화시장 점유율 변화 추이223

(그림 3-3-10) 일본 만화 Bestseller227

(그림 3-3-11) 2006~2015년 미국 만화시장 성장 추이229

(그림 3-3-12) 2010년 미국 인쇄/디지털 만화시장 점유율232

(그림 3-3-13) 2006~2015년 미국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이232

(그림 3-3-14) 2006~2015년 미국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이233

(그림 3-3-15) 2010년 유럽 만화시장 점유율237

(그림 3-3-16) 2006~2011년 영국 만화시장 성장 추이238

(그림 3-3-17) 2010년 영국 인쇄/디지털 만화시장 점유율240

(그림 3-3-18) 2006~2015년 영국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이240

(그림 3-3-19) 2006~2015년 영국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이241

(그림 3-3-20) 영국 대표적 만화잡지242

(그림 3-3-21) 2006~2015년 프랑스 만화시장 성장 추이244

(그림 3-3-22) 2010년 프랑스 인쇄/디지털 만화시장 점유율246

(그림 3-3-23) 2006~2015년 프랑스 인쇄/디지털 만화시장 성장추이247

(그림 3-3-24) 2006~2015년 프랑스 디지털 만화시장 점유율 변화 추이247

(그림 3-3-25) 프랑스 만화 베스트셀러249

(그림 3-3-26) 2006~2015년 독일 만화시장 성장 추이250

(그림 3-3-27) 2010년 독일 인쇄/디지털 만화시장 점유율252

(그림 3-3-28) 2006~2015년 독일 인쇄/디지털 만화시장 성장추이253

(그림 3-3-29) 2006~2015년 독일 디지털 만화시장 점유율 변화 추이253

(그림 3-3-30) 독일 대표 만화 (Werner)254

(그림 3-3-31) 2006~2015년 이탈리아 만화시장 성장 추이255

(그림 3-3-32) 2010년 이탈리아 인쇄/디지털 만화시장 점유율257

(그림 3-3-33) 2006~2015년 이탈리아 인쇄/디지털 만화시장 성장추이258

(그림 3-3-34) 2006~2015년 이탈리아 디지털 만화시장 점유율 변화 추이258

(그림 3-3-35) 이탈리아 만화 베스트셀러260

(그림 3-3-36) 2006~2015년 중국 만화시장 성장 추이261

(그림 3-3-37) 2010년 중국 인쇄/디지털 만화시장 점유율263

(그림 3-3-38) 2006~2015년 중국 인쇄/디지털 만화시장 성장추이264

(그림 3-3-39) 2006~2015년 중국 디지털 만화시장 점유율 변화 추이265

(그림 3-3-40) 2000년도 중국 대표 만화267

(그림 3-3-41) 2006~2015년 인도 만화시장 성장 추이268

(그림 3-3-42) 2010년 인도 인쇄/디지털 만화시장 점유율270

(그림 3-3-43) 2006~2015년 인도 인쇄/디지털 만화시장 성장추이271

(그림 3-3-44) 2006~2015년 인도 디지털 만화시장 점유율 변화 추이272

(그림 3-3-45) Aabid Suri 3컷 만화 Dhabbui273

(그림 3-3-46) Virgin Comics 대표 만화273

(그림 3-3-47) Campfire Graphic Novels 대표 만화274

(그림 3-3-48) 2006~2015년 호주 만화시장 성장 추이275

(그림 3-3-49) 2010년 호주 인쇄/디지털 만화시장 점유율277

(그림 3-3-50) 2006~2015년 호주 인쇄/디지털 만화시장 성장추이277

(그림 3-3-51) 2006~2015년 호주 디지털 만화시장 점유율 변화 추이278

(그림 3-3-52) 호주 대표 작가 & 만화279

(그림 3-3-53) 2006~2015년 브라질 만화시장 성장 추이281

(그림 3-3-54) 2010년 브라질 인쇄/디지털 만화시장 점유율283

(그림 3-3-55) 2006~2015년 브라질 인쇄/디지털 만화시장 성장추이284

(그림 3-3-56) 2006~2015년 브라질 디지털 만화시장 점유율 변화 추이285

(그림 3-3-57) 주요 브라질 만화286

【제4부 국내 만화 이용자 동향】

(그림 4-1-1) 오프라인 및 온라인만화 이용 비중291

(그림 4-1-2) 만화 이용 형태 (복수응답)292

(그림 4-1-3) 1회 평균 만화 이용 시간 - 성 연령별294

(그림 4-1-4) 만화 정보 입수 경로 (복수응답)295

(그림 4-1-5) 구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로296

(그림 4-1-6) 선호하는 만화 장르 (Top10)297

(그림 4-1-7) 선호하는 만화 작품 1순위 (Top10)298

(그림 4-1-8) 선호하는 만화 작품 종합순위 (Top10)299

(그림 4-1-9) 단행본 만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)300

(그림 4-1-10) 단행본 만화 구입 및 대여빈도	301
(그림 4-1-11) 단행본 만화 1회 평균 구입 및 대여비용	302
(그림 4-1-12) 단행본 만화 구입 장소 (복수응답)	303
(그림 4-1-13) 단행본 만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)	304
(그림 4-1-14) 단행본 만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)	305
(그림 4-1-15) 단행본 만화 향후 직접 구입 의향	307
(그림 4-1-16) 단행본 만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별	307
(그림 4-1-17) 단행본 만화 향후 대여 의향	308
(그림 4-1-18) 단행본 만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별	309
(그림 4-1-19) 단행본 만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)	310
(그림 4-1-20) 만화 잡지 구입 및 대여빈도	311
(그림 4-1-21) 만화 잡지 1회 평균 구입 및 대여비용	312
(그림 4-1-22) 만화 잡지 구입 장소 (복수응답)	313
(그림 4-1-23) 만화 잡지 구입 시 고려 조건 1순위 (Top10)	314
(그림 4-1-24) 만화 잡지 대여 시 고려 조건 1순위 (Top10)	314
(그림 4-1-25) 만화 잡지 향후 직접 구입 의향	316
(그림 4-1-26) 만화 잡지 향후 직접구입 의향 - 성, 연령별	317
(그림 4-1-27) 만화 잡지 향후 대여 의향	317
(그림 4-1-28) 만화 잡지 향후 대여 의향 - 성, 연령별	318
(그림 4-1-29) 신문 연재만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)	319
(그림 4-1-30) 신문 연재만화 구입 및 대여빈도	320
(그림 4-1-31) 신문 연재만화 1회 평균 구입 및 대여비용	321
(그림 4-1-32) 신문 연재만화 구입 장소 (복수응답)	322
(그림 4-1-33) 신문 연재만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)	323
(그림 4-1-34) 신문 연재만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)	324
(그림 4-1-35) 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향	325
(그림 4-1-36) 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별	326
(그림 4-1-37) 신문 연재만화 향후 대여 의향	327
(그림 4-1-38) 신문 연재만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별	327
(그림 4-1-39) 오프라인만화 중 향후 가장 이용의향이 높은 방법	328
(그림 4-1-40) 오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 낮은 방법 (복수응답)	329
(그림 4-1-41) 온라인만화 이용 경험	330
(그림 4-1-42) 온라인만화 주 이용 방법	332
(그림 4-1-43) 온라인만화 1회 평균 이용비용	333
(그림 4-1-44) 온라인만화 결제방법	334
(그림 4-1-45) 온라인만화 주 이용 사이트 (Top10)	335
(그림 4-1-46) 온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용 비중	336
(그림 4-1-47) 단행본형 웹툰 구입/대여 경험	337
(그림 4-1-48) 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향	338
(그림 4-1-49) 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향 - 성, 연령별	339
(그림 4-1-50) 웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부 - 성, 연령별	340
(그림 4-1-51) 웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부 - 성, 연령별	341
(그림 4-1-52) 웹툰 이용비중	342
(그림 4-1-53) 웹툰 이용시간	343
(그림 4-1-54) 웹툰 이용편수	343
(그림 4-1-55) 온라인만화 선택 기준 (Top10)	344
(그림 4-1-56) 온라인만화 향후 이용 의향	345
(그림 4-1-57) 온라인만화 이용에 대한 불법 인식	346
(그림 4-1-58) 만화 파일 불법 다운로드 심각성 - 성, 연령별	347

(그림 4-1-59) 만화 파일 불법 다운로드 심각성 인지 후 태도 변화 - 성, 연령별	348
(그림 4-1-60) 향후 스마트폰으로 만화 이용의향	351
(그림 4-1-61) 향후 태블릿PC로 만화 이용의향	353
(그림 4-1-62) 만화 이용에 미치는 중요 정도	354
(그림 4-1-63) 만화 이용에 대한 평소 인식	356
(그림 4-2-1) 단계별 진행 절차	360
(그림 4-2-2) 장르별 콘텐츠 학과 수 변동	361
(그림 4-2-3) 장르별 콘텐츠 학과 수 변동	362
(그림 4-2-4) 장르별 전임교원 구성비	363
(그림 4-2-5) 장르별 입학생 수	364
(그림 4-2-6) 장르별 산학연계 경험률 비교	371
(그림 4-2-7) 장르별 산학연계 인턴십 제도를 통한 취업률 (인턴십 제도 수행 기관)	373
(그림 4-2-8) 장르별 해외교류 경험률 비교	374
(그림 4-2-9) 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황	376
(그림 4-2-10) 장르별 전문계 고등학교 전임교원 구성비	377
(그림 4-2-11) 전문계 고등학교 장르별 입학생 수	378
(그림 4-2-12) 전문계 고등학교 최근 3년간 정부지원 사업 수혜 경험률 비교	382
(그림 4-2-13) 장르별 산학연계 경험률	384
(그림 4-2-14) 장르별 해외교류 경험률	386
(그림 4-2-15) 비정규교육기관 구분별 장르 분포	388

Ⅴ 제5부 국내·외 만화산업 정책 현황 Ⅴ

(그림 5-1-1) 저작권 개요	398
(그림 5-1-2) 상표출원 및 등록 절차	410
(그림 5-2-1) 만화 산업진흥 증장기 목표와 추진과제	418
(그림 5-3-1) ICT 하토모야 플랫폼 사책 추진 프레임워크	438
(그림 5-3-2) 런던국제만화페스티벌 메인 홍보물	449
(그림 5-3-3) 앙골렘국제만화페스티벌 메인 홍보물	451