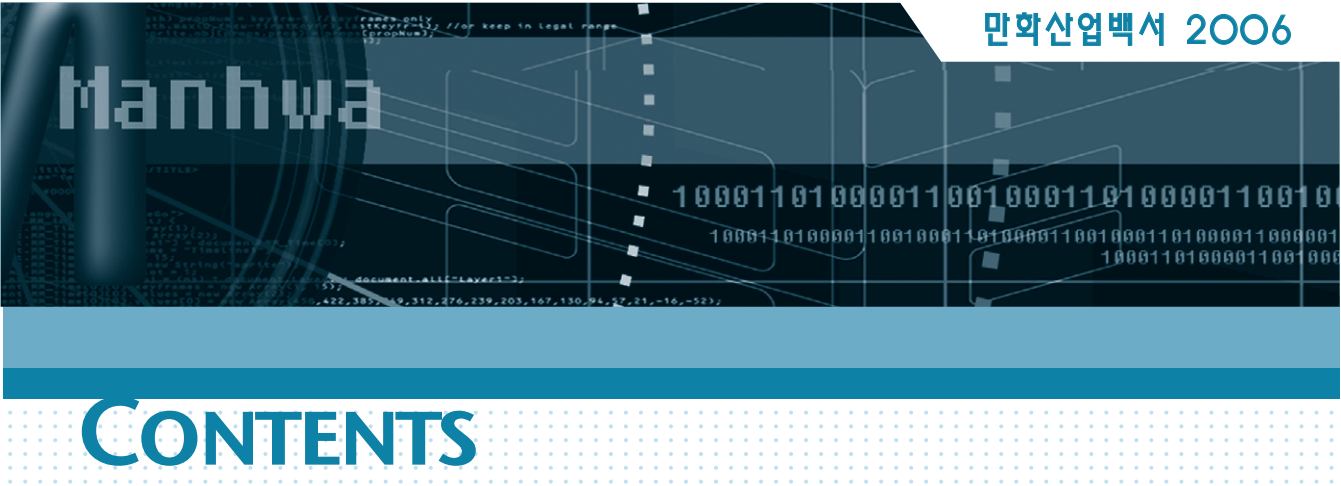


만화산업백서 2006

MANHWA



I 부

[총 론]

만화산업백서 2006

발행인 서병문
발행일 2006년 10월 31일 초판 제1쇄 발행

편집 제작 / 디자인퍼플
100-013 서울특별시 중구 충무로3가 59-23 영한빌딩 1205호
전화 (02) 2269-3394, 팩스 (02) 2269-3395
sup6177@naver.com

유통대행 / 커뮤니케이션박스
121-869 서울특별시 마포구 연남동 568-33번지 총무빌딩 1층
전화 (02) 7474-001, 팩스 (02) 736-5047

© 한국문화콘텐츠진흥원, 2006

ISBN 89-90490-96-0 93600 문콘진 06-34

KOCCA
한국문화콘텐츠진흥원
KOREA CULTURE & CONTENT AGENCY
135-080 서울특별시 강남구 역삼동 641-2 KOCCA 빌딩
전화 (02) 2016-4114, 팩스 (02) 2016-4117
www.kocca.or.kr

제1장 만화산업 주요이슈 / 12

제2장 만화산업 시장규모 및 전망

- 제1절 국내만화산업 시장 규모 / 20
- 제2절 만화산업 수출입 규모 / 26
- 제3절 만화산업 시장 규모 예측 / 29

제3장 만화산업 현황 및 전망

- 제1절 창작과 출판 / 32
- 제2절 만화 유통 경로 / 43
- 제3절 법제도 / 48
- 제4절 만화산업 계약구조 / 60
- 제5절 만화 원작 연계 현황 / 70
- 제6절 인력 양성 및 교육 / 79
- 제7절 만화정책현황 / 91

Manhwa

CONTENTS

Ⅱ 부

[국내외 산업 동향]

제1장 만화업체 동향

제1절 기업 일반 현황	/ 98
제2절 매출 현황 및 변화	/ 100
제3절 만화 지적재산권 현황	/ 101

제2장 만화 종사자 현황

제1절 정규직/비정규직 분포	/ 104
제2절 직무별 인원 분포	/ 107
제3절 성별/학력별/연령별 종사자 현황	/ 108

제3장 해외 만화산업 현황

제1절 미국	/ 113
제2절 유럽	/ 125
제3절 일본	/ 143
제4절 중국	/ 155

Ⅲ 부

[국내 소비자 동향]

제1장 전국민 만화 관련 현황

제1절 만화책 보유율	/ 171
제2절 이용율	/ 173
제3절 만화 구입률과 대여율	/ 181

제2장 국내 만화 소비자 현황

제1절 만화 인지도 및 선호도	/ 188
제2절 만화 이용 행태	/ 194
제3절 만화 구입 행태	/ 229
제4절 구입의향	/ 246
제5절 라이프 스타일	/ 255
제6절 불법에 대한 인식	/ 264

부 록

1. 만화산업주요통계 (부천만화정보센터)	/ 270
2. 국내외 만화 관련기관 및 단체	/ 314
3. 국내외 전시회	/ 319
4. 만화관련 계약서 양식	/ 329
5. 대한민국 만화대상 수상작 현황	/ 360
6. 2005~2006년 만화관련 학위학술논문 목록	/ 362

CONTENTS

만화산업백서 2006

< 그림 1-2-1> 만화산업 가치사슬에 따른 분류 체계	20
< 그림 1-2-2> 만화산업 업종별 매출 현황	21
< 그림 1-2-3> 만화출판사업 연도별 비교	21
< 그림 1-2-4> 만화출판업 장르별 제작 비중	22
< 그림 1-2-5> 출판만화의 국가별 제작 비중	22
< 그림 1-2-6> 온라인만화 장르별 제작 비중	23
< 그림 1-2-7> 온라인만화 국가별 제작 비중	23
< 그림 1-2-8> 온라인 만화 유통업(인터넷 서비스)매출 연도별 비교	24
< 그림 1-2-9> 만화 전문 도소매업 매출 연도별 비교	25
< 그림 1-2-10> 만화 임대업 연도별 비교	25
< 그림 1-2-11> 만화산업 수출 연도별 비교	26
< 그림 1-2-12> 만화산업 수입 연도별 비교	27
< 그림 1-2-13> 만화산업 해외 수출 방식	28
< 그림 1-2-14> 만화산업 해외 진출 형태	28
< 그림 1-3-1> 만화산업의 구조	31
< 그림 1-3-2> 만화산업 구성 주체	32
< 그림 1-3-3> 만화산업의 창작, 제작, 유통, 소비 단계별 업무	33
< 그림 1-3-4> 만화시장 유통구조 개관	44
< 그림 1-3-5> 만화의 계약 구조	62
< 그림 1-3-6> 만화의 구성 요소	71
< 그림 1-3-7> 만화 원작 활용의 장점	73

< 그림 2-1-1> 만화사업체 설립년도	98
< 그림 2-1-2> 만화사업체 경영형태	99
< 그림 2-1-3> 만화사업체 대표자 최종 학력	99
< 그림 2-1-4> 만화사업체 대표자 연령	100
< 그림 2-1-5> 종사자 규모별 매출 현황	101
< 그림 2-1-6> 사업 형태별 매출 현황	101
< 그림 2-1-7> 국내 만화 출판업 저작물 보유등록	102
< 그림 2-1-8> 해외 만화 출판업 저작물 보유등록	102
< 그림 2-1-9> 불법 스캔 만화 저작권 침해 규모	103
< 그림 2-2-1> 만화 출판사업체의 고용 형태별 종사자 현황	104
< 그림 2-2-2> 온라인 만화 유통 사업체의 고용 형태별 종사자 현황	105
< 그림 2-2-3> 만화책 임대업의 고용 형태별 종사자 현황	106
< 그림 2-2-4> 만화책 전문 도소매업의 고용 형태별 종사자 현황	106
< 그림 2-2-5> 만화 출판사업체의 직무 형태별 종사자 현황	107
< 그림 2-2-6> 온라인 만화 유통업(인터넷 서비스)사업체의 직무 형태별 종사자 현황	108
< 그림 2-2-7> 만화 출판사업체의 성별/학력별/연령별 종사자 현황	109
< 그림 2-2-8> 온라인 만화 유통업 사업체의 성별/학력별/연령별 종사자 현황	110
< 그림 2-2-9> 만화책 임대업 사업체의 성별/학력별/연령별 종사자 현황	111
< 그림 2-2-10> 만화 전문 도소매 사업체의 성별/학력별/연령별 종사자 현황	112
< 그림 2-3-1> 미국 만화 산업 구조	115
< 그림 2-3-2> 주요 출판사의 시장 점유율	135

< 그림 2-3-3> 독일의 만화 유통 구조	139
< 그림 2-3-4> 일본연도별 만화 단행본, 만화잡지의 추정 판매 금액 추이	145
< 그림 2-3-5> 일본연도별 출판물 전체에 대한 만화 출판물 점유율 추이 (판매부수)	147
< 그림 2-3-5> 일본연도별 출판물 전체에 대한 만화 출판물 점유율 추이 (판매금액)	147
< 그림 2-3-6> 일본엽가판 판매시장 추이	150
< 그림 2-3-7> 중국 만화 출판 프로세스	160
< 그림 2-3-8> 해외 작품 수입 프로세스	163

< 그림 3-1-1> 만화책 보유율, 전국민, 전체 (N=879)	171
< 그림 3-1-2> 만화책 보유율, 전국민, 성별 (N=879)	172
< 그림 3-1-3> 만화책 보유율, 전국민, 연령별 (N=879)	172
< 그림 3-1-4> 만화책 보유율, 전국민, 지역별 (N=879)	173
< 그림 3-1-5> 매체별 만화이용율, 전 국민, 전체 ((N=1000))	174
< 그림 3-1-6> 신문연재 만화 이용율, 전국민, 전체 (N=1000)	174
< 그림 3-1-7> 신문연재 만화 이용율, 전국민, 성별 (N=1000)	175
< 그림 3-1-8> 신문연재 만화 이용율, 전국민, 연령별 (N=1000)	175
< 그림 3-1-9> 신문연재 만화 이용율, 전국민, 지역별 (N=1000)	176
< 그림 3-1-10> 단행본 만화 이용율, 전국민, 전체 (N=1000)	177
< 그림 3-1-11> 단행본 만화 이용율, 전국민, 성별 (N=1000)	177
< 그림 3-1-12> 단행본 만화 이용율, 전국민, 연령별 (N=1000)	178
< 그림 3-1-13> 만화 연재 잡지 이용율, 전국민, 전체 (N=1000)	178
< 그림 3-1-14> 만화 연재 잡지 이용율, 전국민, 성별 (N=1000)	179
< 그림 3-1-15> 만화 연재 잡지 이용율, 전국민, 연령별 (N=1000)	179
< 그림 3-1-16> 인터넷 만화 이용율, 전국민, 전체 (N=1000)	180
< 그림 3-1-17> 인터넷 만화 이용율, 전국민, 성별 (N=1000)	180
< 그림 3-1-18> 인터넷 만화 이용율, 전국민, 연령별 (N=1000)	181
< 그림 3-1-19> 단행본 만화와 만화연재잡지 대여율과 구입률, 전국민, 전체 ((N=1000))	181
< 그림 3-1-20> 단행본/만화연재 잡지 구입 경험을, 전국민, 전체 (N=879)	182
< 그림 3-1-21> 단행본/만화연재 잡지 구입 경험을, 전국민, 성별 (N=879)	182
< 그림 3-1-22> 단행본/만화연재 잡지 구입 경험을, 전국민, 연령별 (N=879)	183
< 그림 3-1-23> 단행본/만화연재 잡지 대여 경험을, 전국민, 전체 (N=1000)	183
< 그림 3-1-24> 단행본/만화연재 잡지 대여 경험을, 전국민, 성별 (N=1000)	184
< 그림 3-1-25> 단행본/만화연재 잡지 대여 경험을, 전국민, 연령별 (N=1000)	184
< 그림 3-1-26> 모바일 인터넷 만화 경험을, 전국민, 전체 (N=1000)	185
< 그림 3-1-27> 모바일 인터넷 만화 경험을, 전국민, 성별 (N=1000)	185
< 그림 3-1-28> 모바일 인터넷 만화 경험을, 전국민, 연령별 (N=1000)	186
< 그림 3-2-1> 만화 선호 장르, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	189
< 그림 3-2-2> 만화 선호 장르, 만화 소비자, 성별 (N=1500)	190
< 그림 3-2-3> 만화 선호 장르, 만화 소비자, 연령별 (N=1500)	191
< 그림 3-2-4> 만화 원작의 국/외산별 선호도, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	192
< 그림 3-2-5> 만화 원작의 국/외산별 선호도, 만화 소비자, 성별 (N=1500)	192

< 그림 3-2-6> 만화 원작의 국/외산별 선호도, 만화 소비자, 연령별 (N=1500)	193
< 그림 3-2-7> 만화 관련정보 입수경로, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	194
< 그림 3-2-8> 만화 관련정보 입수경로, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	195
< 그림 3-2-9> 만화 관련정보 입수경로, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	196
< 그림 3-2-10> 만화 형태별 경험 비중, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	197
< 그림 3-2-11> 만화 형태별 경험 비중, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	197
< 그림 3-2-12> 만화 형태별 경험 비중, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	198
< 그림 3-2-13> 출판만화 이용 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	199
< 그림 3-2-14> 출판만화 이용 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	199
< 그림 3-2-15> 단행본 이용 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	200
< 그림 3-2-16> 단행본 이용 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	200
< 그림 3-2-17> 단행본 이용 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별, N=1239	201
< 그림 3-2-18> 만화연재잡지 열람 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	202
< 그림 3-2-19> 만화연재잡지 열람 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	202
< 그림 3-2-20> 만화연재잡지 열람 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=323)	203
< 그림 3-2-21> 신문연재만화 열람 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	203
< 그림 3-2-22> 신문연재만화 열람 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	204
< 그림 3-2-23> 신문연재만화 열람 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별, N=1035	204
< 그림 3-2-24> 단행본/만화연재잡지 대여율, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	205
< 그림 3-2-25> 단행본/만화연재잡지 대여율, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	206
< 그림 3-2-26> 단행본/만화연재잡지 대여빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=890)	206
< 그림 3-2-27> 단행본/만화연재잡지 대여금액, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=890)	207
< 그림 3-2-28> 단행본/만화연재잡지 대여 채널, 만화 소비자, 전체 (N=890)	208
< 그림 3-2-29> 단행본/만화연재잡지 대여 채널, 만화 소비자, 성별 (N=890)	208
< 그림 3-2-30> 단행본/만화연재잡지 대여 채널, 만화 소비자, 연령별 (N=890)	209
< 그림 3-2-31> 단행본/만화연재잡지를 대여하지 않는 이유, 만화 소비자, 전체 (N=489)	210
< 그림 3-2-32> 단행본/만화연재잡지 보유율, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	211
< 그림 3-2-33> 단행본/만화연재잡지 보유율, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1320)	211
< 그림 3-2-34> 단행본/만화연재잡지 보유 권수, 만화 소비자, 전체 (N=685)	212
< 그림 3-2-35> 단행본/만화연재잡지 보유 권수, 만화 소비자, 성별 (N=685)	213
< 그림 3-2-36> 단행본/만화연재잡지 보유 권수, 만화 소비자, 연령별 (N=685)	214
< 그림 3-2-37> 보유 만화 장르, 만화 소비자, 전체 (N=685)	215
< 그림 3-2-38> 보유 만화 장르, 만화 소비자, 성별 (N=685)	216

< 그림 3-2-39> 보유 만화 장르, 만화 소비자, 연령별 (N=685)	217
< 그림 3-2-40> 인터넷 만화 열람 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	218
< 그림 3-2-41> 인터넷 만화 열람 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	219
< 그림 3-2-42> 인터넷 만화 열람 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=555)	219
< 그림 3-2-43> 인터넷 만화 열람 형태별 비중, 만화 소비자, 전체 (N=509)	220
< 그림 3-2-44> 인터넷 만화 열람 형태별 비중, 만화 소비자, 성별 (N=509)	221
< 그림 3-2-45> 인터넷 만화 열람 형태별 비중, 만화 소비자, 연령별 (N=509)	221
< 그림 3-2-46> 인터넷 만화 국/외산별 비중, 만화 소비자, 전체 (N=509)	222
< 그림 3-2-47> 인터넷 만화 국/외산별 비중, 만화 소비자, 성별 (N=509)	222
< 그림 3-2-48> 인터넷 만화 국/외산별 비중, 만화 소비자, 연령별 (N=509)	223
< 그림 3-2-49> 인터넷 만화 유/무료경험 비중, 만화 소비자, 전체 (N=509)	223
< 그림 3-2-50> 인터넷 만화 유/무료경험 비중, 만화 소비자, 성별 (N=509)	224
< 그림 3-2-51> 인터넷 만화 유/무료경험 비중, 만화 소비자, 연령별 (N=509)	224
< 그림 3-2-52> 인터넷 만화 이용 방법, 만화 소비자, 전체 (N=509)	225
< 그림 3-2-53> 인터넷 만화 이용 방법, 만화 소비자, 성별 (N=509)	226
< 그림 3-2-54> 인터넷 만화 이용 방법, 만화 소비자, 연령별 (N=509)	227
< 그림 3-2-55> 인터넷 만화 다운로드 채널, 만화 소비자, 전체 (N=167)	228
< 그림 3-2-56> 인터넷 만화 비 이용 이유, 만화 소비자, 전체, N=945	228
< 그림 3-2-57> 출판만화 구입율, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	229
< 그림 3-2-58> 출판만화 구입율, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1320)	230
< 그림 3-2-59> 출판만화 구입빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=255)	230
< 그림 3-2-60> 출판만화 구입금액, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=255)	231
< 그림 3-2-61> 출판만화 구입채널, 만화 소비자, 전체 (N=255)	232
< 그림 3-2-62> 출판만화 구입채널, 만화 소비자, 성별 (N=255)	232
< 그림 3-2-63> 출판만화 구입채널, 만화 소비자, 연령별 (N=255)	233
< 그림 3-2-64> 구입만화의 국/외산 비중, 만화 소비자, 전체 (N=255)	234
< 그림 3-2-65> 구입만화의 국/외산 비중, 만화 소비자, 성별 (N=255)	234
< 그림 3-2-66> 구입만화의 국/외산 비중, 만화 소비자, 연령별 (N=255)	235
< 그림 3-2-67> 구입 시 중요 고려조건, 만화 소비자, 전체 (N=255)	235
< 그림 3-2-68> 권당 적정가격, 만화 소비자, 전체 (N=255)	236
< 그림 3-2-69> 비구입 이유, 만화 소비자, 지역별 (N=1062)	237
< 그림 3-2-70> 출판만화 비구입 이유, 만화 소비자, 성별 (N=1062)	238
< 그림 3-2-71> 출판만화 비구입 이유, 만화 소비자, 연령별, N=1062	239
< 그림 3-2-72> 인터넷 만화 구입 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	240
< 그림 3-2-73> 인터넷 만화 구입 빈도, 만화 소비자, 전체 (N=104)	241
< 그림 3-2-74> 인터넷 만화 구입 금액, 만화 소비자, 전체 (N=104)	241
< 그림 3-2-75> 모바일 만화 구입 경험을, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	242
< 그림 3-2-76> 모바일 만화 구입 경험을, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1500)	243
< 그림 3-2-77> 모바일 만화 비구입 이유, 만화 소비자, 전체 (N=1290)	243
< 그림 3-2-78> 모바일 만화 비구입 이유, 만화 소비자, 성별 (N=1290)	244

CONTENTS

만화산업백서 2006

〈그림 3-2-79〉 모바일 만화 비구입 이유, 만화 소비자, 연령별 (N=1290)	245
〈그림 3-2-80〉 단행본 만화 구입 의향율, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	246
〈그림 3-2-81〉 단행본 만화 구입 의향율, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	247
〈그림 3-2-82〉 단행본 만화 구입 의향율, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	247
〈그림 3-2-83〉 단행본 만화 향후 예상 구입 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별, N=773	248
〈그림 3-2-84〉 만화연재잡지 구입의향율, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	249
〈그림 3-2-85〉 만화연재잡지 구입의향율, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	249
〈그림 3-2-86〉 만화연재잡지 구입의향율, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	250
〈그림 3-2-87〉 만화연재잡지 향후 예상 구입빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1320)	250
〈그림 3-2-88〉 인터넷 만화 유료 열람 의향율, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	251
〈그림 3-2-89〉 인터넷 만화 유료 열람 의향율, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	251
〈그림 3-2-90〉 인터넷 만화 유료 열람 의향율, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	252
〈그림 3-2-91〉 인터넷 만화 향후 예상 유료열람 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1320)	253
〈그림 3-2-92〉 모바일만화 향후 이용의향, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	253
〈그림 3-2-93〉 모바일만화 향후 이용의향, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	254
〈그림 3-2-94〉 모바일만화 향후 이용의향, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	254
〈그림 3-2-95〉 모바일만화 향후 예상 이용빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1320)	255
〈그림 3-2-96〉 여가활용 방법, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	256
〈그림 3-2-97〉 여가활용 방법, 만화 소비자, 성별 (N=1500)	257
〈그림 3-2-98〉 여가활용 방법, 만화 소비자, 연령별 (N=1500)	258
〈그림 3-2-99〉 여가활용 방법, 만화 소비자, 지역별 (N=1500)	259
〈그림 3-2-100〉 여가활용 빈도, 만화 소비자, 응답자 특성별 (N=1364)	260
〈그림 3-2-101〉 여가활용 비용, 만화 소비자, 전체 (N=1500)	261
〈그림 3-2-102〉 여가활용 비용, 만화 소비자, 성별 (N=1500)	261
〈그림 3-2-103〉 여가활용 비용, 만화 소비자, 연령별 (N=1500)	262
〈그림 3-2-104〉 여가활용 비용, 만화 소비자, 지역별 (N=1500)	263
〈그림 3-2-105〉 만화 불법복제 관련 인식, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	264
〈그림 3-2-106〉 만화 불법복제 관련 인식, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	265
〈그림 3-2-107〉 만화 불법복제 관련 인식, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	265
〈그림 3-2-108〉 만화 불법복제 관련 인식, 만화 소비자, 지역별 (N=1320)	266
〈그림 3-2-109〉 만화 불법복제 예상 증감률, 만화 소비자, 전체 (N=1320)	266
〈그림 3-2-110〉 만화 불법복제 예상 증감률, 만화 소비자, 성별 (N=1320)	267
〈그림 3-2-111〉 만화 불법복제 예상 증감률, 만화 소비자, 연령별 (N=1320)	267
〈그림 3-2-112〉 만화 불법복제 예상 증감률, 만화 소비자, 지역별 (N=1320)	268

〈그림 4-1-1〉 만화단행본 발행종수 추이	270
〈그림 4-1-2〉 만화단행본 평균정가 변동 추이	271
〈그림 4-1-3〉 만화단행본 평균연수 변동 추이	272
〈그림 4-1-4〉 한국만화와 번역만화의 만화단행본 발행분포 추이	272
〈그림 4-1-5〉 만화단행본 발행종수 변동 추이	273

〈그림 4-1-6〉 주요3사와 기타출판사의 만화단행본 시장점유율 추이	274
〈그림 4-1-7〉 장르별 만화단행본 발행분포 현황	275
〈그림 4-1-8〉 한국만화단행본의 장르별 분포현황	276
〈그림 4-1-9〉 번역만화단행본의 장르별 분포현황	276
〈그림 4-1-10〉 번역만화단행본 중 SF, 판타지, 야오이 장르의 발행추이	277
〈그림 4-1-11〉 주요3사의 만화단행본 출판 현황	278
〈그림 4-1-12〉 주요3사의 만화단행본 출판장르분포 현황	279
〈그림 4-1-13〉 주요3사를 제외한 출판사의 만화단행본 출판장르분포 현황	280
〈그림 4-1-14〉 만화단행본 작가별 분포 추이	284
〈그림 4-1-15〉 월별 만화단행본 발행종수	285
〈그림 4-1-16〉 신작만화단행본의 장르별 분포	286
〈그림 4-1-17〉 해적판 발행 추이	287
〈그림 4-1-18〉 연도별 해적판 장르별 분포 현황	287
〈그림 4-1-19〉 애장판 및 복간만화 발행종수 분포 추이	289
〈그림 4-1-20〉 일일만화 발행종수 추이	294
〈그림 4-1-21〉 장르별 일일만화 분포 비교	295
〈그림 4-1-22〉 출판사별 일일만화 시장점유율 분포 현황(2005)	297
〈그림 4-1-23〉 장르별 일일만화작가 분포 현황	298
〈그림 4-1-24〉 월별 일일만화 발행종수 추이	299
〈그림 4-1-25〉 장르구분에 따른 월별 일일만화 발행 분포(2005)	300
〈그림 4-1-26〉 만화잡지 발행종수 추이	301
〈그림 4-1-27〉 만화잡지 평균정가 추이	301
〈그림 4-1-28〉 발행간기에 따른 만화잡지의 발행종수 현황	305
〈그림 4-1-29〉 최근 5년간 만화잡지 발행간기와 대상별 비교	305
〈그림 4-1-30〉 아동학습만화 발행종수 추이	308
〈그림 4-1-31〉 아동학습만화 평균연수 추이	308
〈그림 4-1-32〉 아동학습만화 평균정가 추이	309
〈그림 4-1-33〉 아동학습만화 장르별 발행추이	309
〈그림 4-1-34〉 신작 아동학습만화 발행추이	311
〈그림 4-1-35〉 월별 아동학습만화 발행추이	312

〈표 1-2-1〉 만화산업 분류	19
〈표 1-2-2〉 조사개요	20
〈표 1-2-3〉 만화산업 지역별 수출 현황	27
〈표 1-2-4〉 출판·온라인 만화시장규모 및 전망	29
〈표 1-3-1〉 단행본 작가의 수익 예시	35
〈표 1-3-2〉 잡지 연재 작가의 수익 예시	36
〈표 1-3-3〉 일일만화 시장 규모	40
〈표 1-3-4〉 대본소용 만화 작가의 수익 예시	41
〈표 1-3-5〉 각 유통 경로별 특징과 문제점	45
〈표 1-3-6〉 저작권격권의 종류	51
〈표 1-3-7〉 제작재산권의 종류, 존속 기간 및 제한	52
〈표 1-3-8〉 저작권 등록의 효과	53
〈표 1-3-9〉 집중관리제도 개요	54

〈표 1-3-10〉 저작권 이용 계약의 구분	65
〈표 1-3-11〉 출판 목적 계약의 종류와 차이점	65
〈표 1-3-12〉 만화 원작 애니메이션 제작 현황	75
〈표 1-3-13〉 만화 원작 영화 제작 현황	75
〈표 1-3-14〉 만화 원작 드라마 제작 현황	76
〈표 1-3-15〉 만화 공연 제작 현황	76
〈표 1-3-16〉 만화 원작 PC 게임 제작 현황	77
〈표 1-3-17〉 만화 원작 온라인 게임 제작 현황	77
〈표 1-3-18〉 만화 원작 모바일 게임 제작 현황	77
〈표 1-3-19〉 국내 만화/애니메이션/캐릭터 장르 보유학과 현황	80
〈표 1-3-20〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 학생 현황	81
〈표 1-3-21〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 진로 현황	82
〈표 1-3-22〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 교육시설 및 기자재 장비의 보유 수준	83
〈표 1-3-23〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 시설 및 기자재 장비의 부족 비율	83
〈표 1-3-24〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 시설 및 기자재 활용 정도	83
〈표 1-3-25〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 교원 현황	84
〈표 1-3-26〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 전임 교원 세부 현황	84
〈표 1-3-27〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 초빙 교원 세부 현황	84
〈표 1-3-28〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 겸임 교원 세부 현황	85
〈표 1-3-29〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 기타 교원 세부 현황	85
〈표 1-3-30〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 교원 1인당 재학생 수	85
〈표 1-3-31〉 만화/애니메이션/캐릭터 장르 커리큘럼 현황	86
〈표 1-3-32〉 4년제 대학 만화학과	88
〈표 1-3-33〉 2~3년제 대학 만화학과	90
〈표 1-3-34〉 2006년 한국문화콘텐츠진흥원 만화산업 육성 사업	93
〈표 1-3-35〉 2006년 부천만화정보센터 주요사업	95

〈표 2-3-1〉 미국 만화 시장 규모	114
〈표 2-3-2〉 2005년 만화 출판 시장 지분	117
〈표 2-3-3〉 주요 중소 규모 독립 출판사 주요 출판물과 웹사이트	118
〈표 2-3-4〉 만화책을 포함한 만화 관련 서적 2005년도 판매 수익 순위	121
〈표 2-3-5〉 만화산업관련 관련 웹사이트	122
〈표 2-3-6〉 만화책을 원작으로 한 영화	124
〈표 2-3-7〉 2005년 상위 10위 일본만화	125
〈표 2-3-8〉 2005년 주요 타이틀의 출판 부수	130
〈표 2-3-9〉 2000년 이후 프랑스의 출판 현황	133
〈표 2-3-10〉 월별 만화단행본 발행 종수	134
〈표 2-3-11〉 프랑스 주요 출판사 및 출판되는 만화와 2005년도 총 출판량	135
〈표 2-3-12〉 2000년 이후 프랑스 시장에 출판된 아시아 만화와 미국 코믹스	137
〈표 2-3-13〉 독일에서 출판된 한국만화	140
〈표 2-3-14〉 영국 주요 만화 및 만화잡지	142
〈표 2-3-15〉 일본연도별 만화 단행본, 만화잡지의 추정 판매 금액	144

〈표 2-3-16〉 일본연도별 만화 단행본, 만화잡지의 추정 판매 부수	145
〈표 2-3-17〉 일본만화 단행본의 반품률, 평균 단가 및 신간 발행종수	148
〈표 2-3-18〉 일본연도별 엽가판 시장 현황	150
〈표 2-3-19〉 일본만화잡지의 타이틀 수 및 연간 발행 부수	151
〈표 2-3-20〉 주요 일본만화출판사 정보	153
〈표 2-3-21〉 중국만화개념 분류	156
〈표 2-3-22〉 출판사와 출판상의 비교	158
〈표 2-3-23〉 만화류 도서시장 지표 현황	159
〈표 2-3-24〉 중국 전문 만화잡지 목록	162
〈표 2-3-25〉 중국에 출간된 한국만화책 목록	165

〈표 3-1-1〉 전국민 조사 설계	170
〈표 3-1-2〉 전국민 조사 표본 구성	171
〈표 3-2-1〉 만화 소비자 조사 설계	187
〈표 3-2-2〉 만화 소비자 조사 표본 구성	188

〈표 4-1-1〉 만화단행본 발행종수	270
〈표 4-1-2〉 일일만화를 포함한 만화단행본 발행종수	270
〈표 4-1-3〉 만화단행본 발행부수 현황	271
〈표 4-1-4〉 만화단행본 평균정가	271
〈표 4-1-5〉 만화단행본 평균연수	271
〈표 4-1-6〉 만화단행본의 국적별 발행 현황	272
〈표 4-1-7〉 만화단행본에서 한국만화와 번역만화 발행 상위 출판사 현황(2005)	273
〈표 4-1-8〉 만화단행본에서 국적별 번역만화 발행 현황	273
〈표 4-1-9〉 주요3사의 만화단행본 시장점유율 현황	274
〈표 4-1-10〉 만화단행본 장르별 발행 현황	274
〈표 4-1-11〉 한국만화단행본의 장르별 발행 현황	275
〈표 4-1-12〉 번역만화단행본의 장르별 발행현황	276
〈표 4-1-13〉 만화단행본 실적 출판사 현황	277
〈표 4-1-14〉 만화단행본 출판실적 상위출판사 현황	278
〈표 4-1-15〉 주요3사의 만화단행본 출판 선호 장르	279
〈표 4-1-16〉 주요3사를 제외한 출판사의 만화단행본 출판 선호 장르	280
〈표 4-1-17〉 성인 장르의 상위 실적 출판사 현황	281
〈표 4-1-18〉 번역만화단행본의 상위 실적 출판사 현황	282
〈표 4-1-19〉 만화단행본 야오이 장르의 상위 실적 출판사 현황	283
〈표 4-1-20〉 만화단행본 작가별 현황	283
〈표 4-1-21〉 최근5년간 만화단행본 다작 작가 현황	284
〈표 4-1-22〉 월별 만화단행본 발행 종수	285
〈표 4-1-23〉 신작 만화단행본의 출판 현황	286
〈표 4-1-24〉 해적판 발행 현황	286
〈표 4-1-25〉 장르별 해적판 발행 현황	287
〈표 4-1-26〉 해적판의 형태별 현황	288
〈표 4-1-27〉 해적판 발행 목록(2005)	288

CONTENTS

만화산업백서 2006

〈 표 4-1-28〉	애장판 및 복간만화 발행 현황	288
〈 표 4-1-29〉	애장판 및 복간만화의 장르별 발행 현황	288
〈 표 4-1-30〉	애장판 및 복간만화의 평균면수 및 평균정가	289
〈 표 4-1-31〉	애장판 및 복간만화 가격별 현황	289
〈 표 4-1-32〉	애장판 및 복간만화 발행 목록(2005)	290
〈 표 4-1-33〉	통권이 가장 많은 만화단행본 목록	291
〈 표 4-1-34〉	만화단행본의 후속작 연재주기가 가장 긴 작품(한국만화)	292
〈 표 4-1-35〉	만화단행본의 후속작 연재주기가 가장 긴 작품(번역만화)	293
〈 표 4-1-36〉	일일만화 발행종수	294
〈 표 4-1-37〉	일일만화 평균 발행부수	294
〈 표 4-1-38〉	일일만화 발행종수, 평균정가, 평균면수(2005)	294
〈 표 4-1-39〉	장르별 일일만화 발행종수	295
〈 표 4-1-40〉	일일만화 출판사의 발행종수와 시장점유율 현황	295
〈 표 4-1-41〉	최근 4년간 일일만화 실적출판사 수	297
〈 표 4-1-42〉	일일만화의 실적작가수(프로덕션 포함)	297
〈 표 4-1-43〉	최근5년간 일일만화 다작 작가현황	298
〈 표 4-1-44〉	신작 일일만화 출판 현황	300
〈 표 4-1-45〉	만화잡지 연재 실적작가 현황	302
〈 표 4-1-46〉	만화잡지 발행목록(2001~2002)	302
〈 표 4-1-47〉	대상별 만화잡지 발행현황	303
〈 표 4-1-48〉	대상별 만화잡지의 발행종수 현황	303
〈 표 4-1-49〉	출판사별 만화잡지 발행종수와 시장점유율 현황	304
〈 표 4-1-50〉	발행주기별 만화잡지 현황(2005년 12월 현재)	304
〈 표 4-1-51〉	만화잡지 연재작 중 후속권 발간주기가 가장 긴 작품	306
〈 표 4-1-52〉	최근 5년간 만화잡지 연재작의 작가별 단행본 출간현황	307
〈 표 4-1-53〉	출판사별 아동학습만화의 발행종수와 시장점유율 현황	310
〈 표 4-1-54〉	최근 5년간 아동학습만화 다작작가 현황	313

〈 샘플계약서1〉	선급금지급계약	329
〈 샘플계약서2〉	출판권설정계약서(업계)	330
〈 샘플계약서3〉	출판권설정계약서(저작권심의조정위원회 모델계약)	333
〈 샘플계약서4〉	출판권설정계약(잡지연재 및 단행본)	337
〈 샘플계약서5〉	인쇄용지 납품계약서	339
〈 샘플계약서6〉	인쇄계약서	341
〈 샘플계약서7〉	제본계약서	342
〈 샘플계약서8〉	해외수출계약서	345
〈 샘플계약서9〉	수출계약(단행본)	347