

웹툰 캐릭터상품 시장 발전 방향에 대한 연구

(캐릭터와 패션의 접목을 중심으로)

조형익, 박강석

예원예술대학교

A Study about development direction of Webtoon character goods market (Focus on character and fashion)

Hyung-ik Cho, Kang-seok Park

Yewon art university

E-mail : hypocrycy@naver.com , fkddkdus@naver.com

요 약

한국에서 웹툰의 인기는 과거에 비교해 볼 때 점차 확대 되고 있고, 한국 만화 시장에서 웹툰의 성장률은 이미 출판만화의 성장률을 뛰어 넘고 있다. 초창기 웹툰은 단행본 출판 이외에 별 다른 수익 구조를 내지 못하였으나 현재는 One source multi use를 활용하여 다양한 모바일 게임, 이모티콘 등 다양한 캐릭터 상품이 등장하여 다양한 수익구조를 이루게 되었다.

본 논문에서는 그중에서도 웹툰의 캐릭터 상품에 패션을 접목 시켜 수익을 내는데 성공한 사례들에 주목, 이들의 장·단점에 대해 비교 분석하고 개선 방안을 제안하고자 한다.

키워드

Webtoon, Character, Fashion

1. 서 론

국내 웹툰 시장의 규모가 점차 커져가고 있음에 따라 OSMU (one source multi use) 를 통한 부가 가치도 점점 커져가고 있다. 초창기에는 단행본 발매 의외에는 별다른 수입을 얻을 수 있는 방법이 없었으나 최근에는 다양한 캐릭터 상품들이 개발되고 있다. 그 예로 현재 연재 되고 있는 웹툰의 미리보기 유료 서비스 및 완결된 작품을 다시 보기의 유료화를 들 수 있으며, 그 외에 작품 속에 PPL을 하는 것과 캐릭터가 직접 광고하는 결합형 광고, 카카오톡 이모티콘, 캐릭터 팬시, 모바일 게임과 연동 등 여러 분야에서 웹툰을 활용한 상품들을 통한 수익구조를 이루게 되었다. 이런 다양한 웹툰과 관련된 OSMU를 사용하는 주 고객층은 10대에서 20대인데, 이들은 웹툰의 구독자층과 일치하고 있다. 또한 이들 연령대의 특징 중 하나는 외모 꾸미기에 관심이 많다는 것이

다. 이들은 일상에서 접하는 Mass media를 단순히 보고 즐기는 것이 아니라 드라마의 주인공들의 패션에 주목하고 그들이 입고 있는 각종 의류 및 악세서리를 그대로 구입하여 그대로 따라하려는 성향도 강해, 관련 물품들이 화제가 되고 품질이 되는 경우도 상당하다. 본 논문에서는 이런 현상에 주목, 웹툰의 OSMU 다양화 측면에서 웹툰과 패션을 접목하여 하나의 트렌드를 만들 수 있는지 그 가능성에 대해 알아보았다. 그 중 성공한 사례로 들 수 있는 ‘패션왕’의 작가 ‘기안84’와 인터넷쇼핑몰 ‘아보키’의 콜라보레이션을 통한 의류 판매와 외모지상주의 작가이자 쇼핑몰 ‘아보키’의 ceo인 ‘김태준’의 사례, 그리고 현재 네이버에서 판매하고 있는 웹툰 관련 패션 콜라보 제품들에 주목하여 이들의 장·단점에 대해 비교 분석하고 앞으로 웹툰과 패션을 접목한 상품이 드라마와 같은 파급력을 가질 수 있

는지에 대해 그리고 문제점이 있으면 그 개선 방
안에 대해 알아보고 제안하고자 한다.

II. 본 론

2.1 웹툰 시장의 성장과 가능성

오프라인 만화 (출판만화)의 이용 비중이 2012년
에 이미 온라인 (웹툰)의 이용 비중에 이미 따라
잡혀 버렸고 점차 출판만화 출신 작가들도 웹툰
시장으로 뛰어 들고 있다.

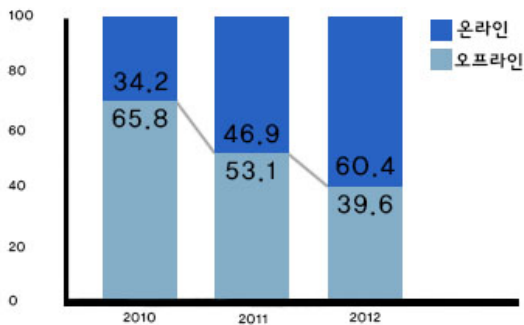


그림 1. 온·오프라인 만화이용 비중
출처 : 문화체육관광부

한국에서 웹툰 시장의 규모가 점점 커져가고 있
으며 앞으로 더 커질 것으로 예상되고 있다. 2차
OSMU를 통한 부가가치 또한 웹툰 시장의 40%에
육박하는 수준으로 성장할 것으로 예상되고 있다.

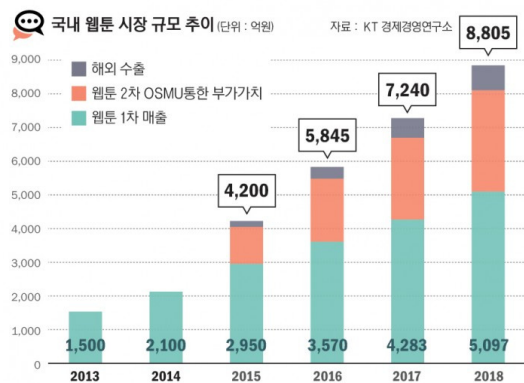


그림 2. 국내 웹툰시장 규모 추이
출처: KT 경제경영연구소

2.2 웹툰 이용자 조사

네이버가 자체 조사 발표한 2014년 6월 1일 통계

에 따르면 하루 평균 웹툰 이용자는 620만명 이
고 20대가 45%로 가장 많이 다음으로 10대가
26%를 차지했고 그 후로 40대가 17% 30대가 12%
를 차지했다.

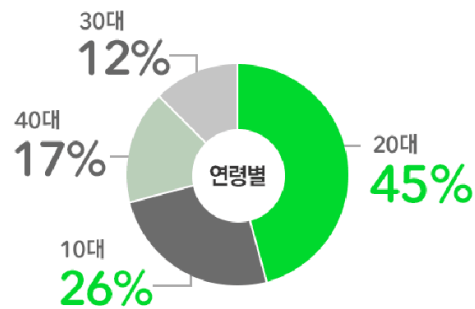
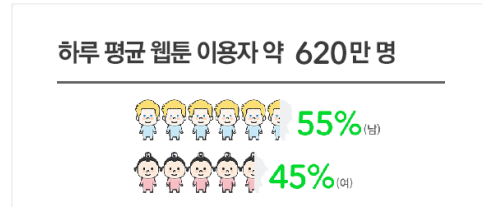


그림 3. 하루평균 웹툰 이용자 통계
출처: 네이버

위 조사를 토대로 보았을 때 웹툰 이용자가
10-20대가 주를 이루기 때문에 패션을 접목한 캐
릭터 상품의 타겟도 10-20대로 맞추는 것이 좋다
고 생각한다.

2.3 10-20대의 소비 성향

10대들은 인터넷 쇼핑을 통해 월 평균 38,600원
정도를 사용하는 것으로 나타났고 다른 연령대
보다 1만원 미만으로 쇼핑하는 비율이 비교적 높
았고 화장품, 의류, 액세서리를 구매하는 비중이
높았다.

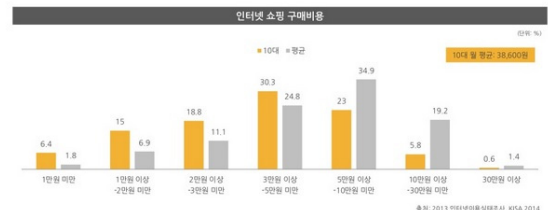


그림 4. 10대 인터넷 쇼핑 구매비용
출처: 2013 인터넷이용실태조사, KISA 2014

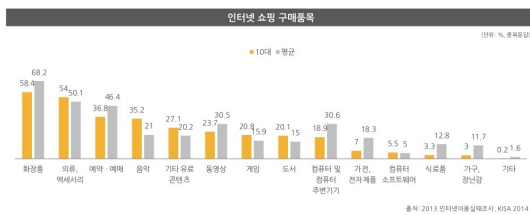


그림 5. 10대 인터넷 쇼핑 구매 품목
출처: 2013 인터넷 이용 실태조사, KISA 2014

20대는 월 평균 57,300원 정도로 10대보다 많은 비용을 사용하며 10대와 비슷하게 외모를 가꾸는 것에 많은 투자를 하지만 10대와 다르게 문화 생활에 조금 더 투자를 하는 것으로 나왔다.

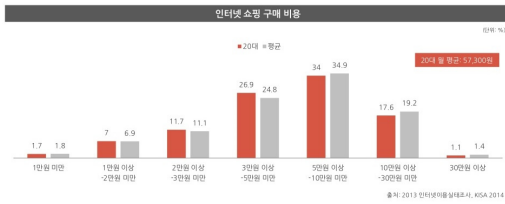


그림 6. 20대 인터넷 쇼핑 구매비용
출처: 2013 인터넷 이용 실태조사, KISA2014

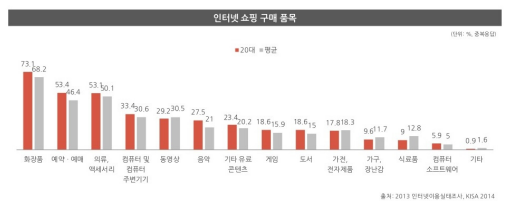


그림 7. 20대 인터넷 쇼핑 구매 품목
출처: 2013 인터넷 이용 실태조사, KISA2014

2.4 웹툰과 패션의 콜라보 활용 사례

충분히 웹툰과 패션을 접목하여 수익을 낼수 있다는 가능성을 보여준 웹툰 ‘패션왕 ‘과 쇼핑몰 ‘아보키’ 콜라보레이션은 총 1180만원의 수익을 얻었고 돈을 조금 더 합하여 1200만원을 기부하였다. 또 ‘아보키’의 ceo 인 ‘김태준’ 작가는 웹툰 ‘외모지상주의’를 연재하면서 작품에 자신의 쇼핑몰에서 판매하는 옷을 캐릭터에게 입혀서 홍보하고 판매하는 방식을 활용하고 있다. 10대를 타겟으로 한 쇼핑몰을 운영하고 있는 작가로서 아주 좋은 홍보방법이라고 생각한다. 가격도 저렴한 편이고 이벤트를 통해 가격인하도 자주

하지만 쇼핑몰 이용자들의 배송과 제품 질에 대한 불만이 상당한 것으로 알려져 있어 아쉬움이 남는다.

총원가(부가세포함) : 55,385원
판매가 : 79,000원
 수익금 : 23,615원
500개 완판시 예상 기부수익금
총 : 11,807,500원

우리가 아성이 공개하고 동시에 많은분들께서 관심을 가져주셨고 또 그 많은분들이 함께 후원해 주셨습니다.
 이렇게 한번 한번 모여서 준비한 500장이 완판되었습니다.
이번 기부에 함께 동참해주신 모든분들께 진심으로 감사의 인사를 드립니다.
 이렇게 모인 총 수익금에 아보키 직원들의 성금을 합한 **1200만원**을 어려운분들께 전달하게 되었습니다.
 이 기부행사에에는 성북구청 복지정책과 희망복지지원팀과 함께 했습니다.

그림 8. 기안 x 아보키 콜라보레이션 수익금
출처: 아보키

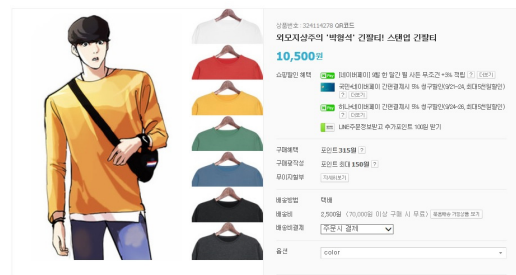


그림 9. 외모지상주의 티셔츠 판매
출처: 네이버

또 현재 네이버에서 판매중인 웹툰 ‘갓오브하이스쿨’의 캐릭터상품인 반팔 티셔츠는 캐릭터를 너무 크게 가슴 중앙에 넣어 유치해 보일수 있다는 단점이 있다.

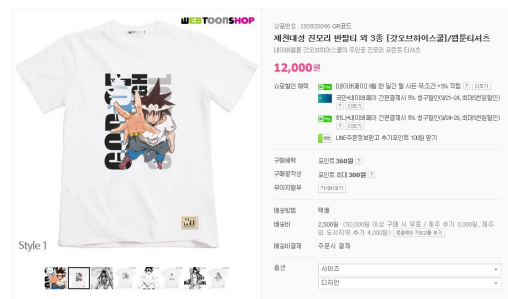


그림 10. ‘갓오브하이스쿨’ 캐릭터 티셔츠
출처: 네이버 웹툰샵

그나마 낫다고 생각되는 의상은 같은 웹툰인 ‘갓오브하이스쿨’의 상품인데 캐릭터가 입고 나온 옷을 그대로 상품으로 제작한 사례이다. 이 상품은 품질이 된 이후 예약판매를 할 정도로 인기가 좋았다.



그림 11. ‘갓오브하이스쿨’ 캐릭터 ‘백승철저지’
출처: 네이버 웹툰샵

모를 가꾸는 것에 돈을 많이 쓰기 때문에 패션과 접목하여 캐릭터 상품을 개발하는 것은 좋은 방법이라고 생각하며 한 번에 큰 돈을 사용하지 않기 때문에 가격을 저렴한 편으로 제작하는 것이 좋다. 또 보통 무지티나 스트라이프 티셔츠등 간단한 패턴들의 옷이 많고 캐릭터를 크게 가슴 중앙에 넣어 유치해 보일 수 있는 제품들이 많은 점이 아쉬웠으며 ‘갓오브하이스쿨’의 사례를 볼 때 10-20대 들이 자주 보는 웹툰 또는 10-20대들의 이야기를 그린 웹툰들 속에는 연대당시에 인기가 있는 스타일들의 의상이 많이 등장 하고 있기 때문에 캐릭터들이 입고나온 의상을 그대로 캐릭터 상품으로 제작하는 방법을 더 많이 활용하는 것이 좋을 것 같다.

참고문헌

[1] <http://www.bloter.net/archives/147323>
정유미, “웹툰으로 수익 창출” …네이버 ‘PPS’ 공개, 인터넷기사
[2] <http://campaign.naver.com/webtoon/>
네이버 웹툰 10주년 프로모션
[3] 송요섭, 웹툰의 현황 및 특성과 웹툰 기반 OSMU 활성화 방안, KOCCA포커스 2012-08호
[4] 문화정보화 백서, 2013

위 웹툰들의 공통점은 네이버 금요일 웹툰 1, 2위를 다투고 있는 상위 랭크의 인기 웹툰이다. 그로인해 상품의 노출도가 상당했고 파급력이 커 성공한 요인이 되었다고 할 수 있다.

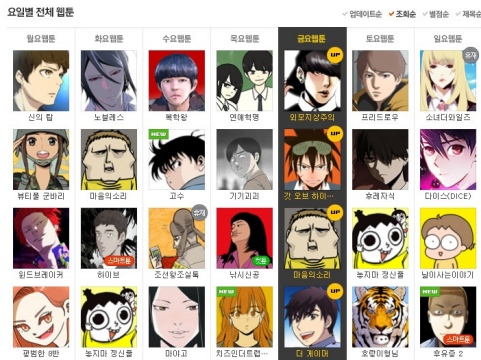


그림 12. 네이버 웹툰 요일별 조회수순 현황
출처: 네이버 웹툰

앞으로 이런 사례들을 볼 때 웹툰과 패션을 접목한 상품들은 OSMU의 한 분야로 상당히 성공 가능성이 있다고 사료된다. 또 어찌 보면 뻔하다고 할수 있는 웹툰의 OSMU의 영역을 넓힐 수 있는 분야로 사료된다.

III. 결 론

웹툰은 주로 10-20대가 이용하고 10-20대들은 외