

한국웹툰의 수출입 시장분석을 통한 발전방안 연구

- I. 글로벌 시장의 한국 웹툰
- II. 세계 웹툰 시장 현황
- III. 한국 웹툰의 해외진출 현황
- IV. 해외 만화 디지털본 수입 현황
- V. 결론 - 한국웹툰 수출,수입의 미래

참고문헌

ABSTRACT

류유희, 이승진

초 록

세계 만화시장은 디지털시장 중심으로 지속적인 발전을 꾀하고 있으며 한국만화 시장 역시 발 빠른 모습으로 세계 웹툰시장을 견인하고 있다. 급속한 성장세를 보이며 발전하고 있는 웹툰시장은 이제는 안정적 정착을 위한 기반이 마련되어야 할 때라고 생각한다. 국내 웹툰 시장은 국내 뿐만 아닌 글로벌 시장을 타깃으로 하고 있다. 국내 웹툰 업체들이 글로벌로 영역으로 활발히 확장하고 있는 가운데 출판만화시장 중심인 일본에서는 국내 디지털 시장으로의 진입을 시도하고 있다. 수출과 수입의 공존으로 국내시장은 출판만화와 웹툰으로 양질의 작품을 전 연령대가 공유할 수 있게 되었으며 글로벌 웹툰시장에서는 한국웹툰이 중심을 이루고 있다. 한국 웹툰의 초기모형을 보여준 라인웹툰은 영어, 중국어, 태국어, 인도네시아어로 번역되어 모바일 애플리케이션과 웹에서 모두 이용이 가능하도록 서비스 되고 있다. 하지만 라인웹툰의 선봉적인 역할에도 불구하고 한국웹툰의 수출은 시작점에 불과하다. 디지털 콘텐츠의 취약점인 불법유통과, 문화적 할인율을 최소한 한 작품의 소재 발굴, 완벽한 번역 현지화 서비스가 이루어진다면 세계 최고의 한국 웹툰은 국내 뿐 아닌 국제화 시장에서도 단연 1등의 자리를 지킬 것이라 생각된다. 또한, 통련하는 국내 만화시장의 유통구조를 조성하기 위해서는 무엇보다 웹툰과 출판만화의 공존이 필수적이다. 종이책으로 제작 된 기존의 출판만화 형식에서 휴대성과 경제성의 장점을 지닌 디지털본으로 생산 확대하여 긴수명을 지닌 콘텐츠가 생성되어야 할 것이다. 기존의 인기 있는 수입, 국내출판물과 국내 웹툰이 차별화된 콘텐츠를 개발해 전세계가 모두가 즐길 수 있는 양질의 콘텐츠를 제공하고 국내에 소개 되지 않은 국외 콘텐츠까지 소개함으로써 만화시장의 장기적인 안정화를 이룰 것이다.

주제어 : 웹툰, 웹툰 수출, 웹툰 수입, 해외시장

I. 글로벌 시장의 한국 웹툰

디지털만화는 디지털화된 만화, 즉 책이나 잡지와 같은 구체적인 물성이 존재하지 않는 데이터로 된 만화를 뜻한다. 디지털만화는 광의의 디지털 콘텐츠로, 디지털 콘텐츠는 형태, 기술, 복제속도, 제약성 등에 있어 아날로그 콘텐츠와 다음과 같은 근본적 차이를 갖는다. 첫째, 형태적인 측면에서 디지털 콘텐츠 데이터는 육안으로 내용을 확인하기 어렵다. 둘째, 디지털 콘텐츠 데이터를 열람하기 위해서는 반드시 별도의 기기가 필요하다. 셋째, 복제에 있어서 기존 아날로그 콘텐츠보다 복제가 용이하고, 복제에 소요되는 시간이 짧다. 복제 후에도 원데이터의 손실이 거의 없다. 넷째 물리적 전송이 필요없고 통신회선을 통해 전달이 가능하다. 따라서 전 세계에 전송이 가능하다. 다섯째, 디지털 데이터이기 때문에 보관이 쉽고, 또한 영구적 보관이 가능하다.¹⁾

세계 만화시장은 태블릿 PC 등 스마트 기기의 보급으로 디지털 만화로 빠르게 전환되고 있으며, 디지털만화의 수요 또한 증가하고 있다. 특히 아시아권 소비자들의 디지털 이탈이 빠른 속도로 진행되고 있다. 2011년부터 시장 확대가 가속화된 북미의 디지털 만화는 2018년 10억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다.²⁾

국내 만화시장은 한국콘텐츠진흥원 <<2014 만화산업 통계>>에 따르면, 매출액 7,900만 원으로 조사되었다. 또한 한국콘텐츠진흥원, <웹툰산업 현황 및 실태조사 연구>에서 2014년 웹툰 시장 규모를 제작시장 1,083억원, 플랫폼 389억원, 에이전시 47억원으로 총 1,718억원으로 조사되어 전체 만화 시장의 22%를 웹툰 시장이 차지하고 있음을 확인 할 수 있다.(<표 1> 참조)

1) 박석규(2006), <멀티플랫폼에서의 디지털 콘텐츠 저작권 보호방안에 관한 연구>, 서울산업대학교 IT정책전문대학원
2) 한국콘텐츠진흥원, 『세계 만화시장 규모 및 전망(2009-2018)』, 2015.

구분	수익 항목	규모 (억원)	근거/추정기준
제작 시장	웹툰	536.38	웹툰수/등급별 작가비율 * 평균 원고료
		78.4	유료콘텐츠 판매수익
	수익쉐어 광고료	84	동일
	작가	31.2	전문가인타류 참조
	광고웹툰 원고료		브런드웹툰 평균 원고료 650만원 x 40개 x 12회
	PPL사용료	31.2	광고웹툰 원고료 100% 규모 추정 (전문가인타류 참조)
	2차 저작권 라이선싱 수익	53.63	원고료 10% 규모 추정 (전문가인타류 참조)
보조작가	인건비 수익	268.19	원고료의 50% 규모 추정 (전문가인타류 참조)
	소계	1,083	
플랫폼	광고수익	405	네이버 웹툰 광고 소개서 및 전자신문 (22억 5천만원 기준 1회 노출당 15원 기준)
	브런드웹툰 광고수익	48	전문가인타류 참조 회당 약 1,000만원 x 40개 x 12회
	PPL수익	24	광고웹툰의 50%
	유료콘텐츠 이용수익	112	신문기사 참조 레진 24억/ 탑툰 76억/ 네이버 4억/ 다독카카오 8억
	소계	589	
에이전시	저작권관리 수수료	46.77	원고료 제외 작가 수익의 10% (전문가인타류 참조)
	소계	46.77	
합 계		1,718.77	억원

표 1. 2014년 웹툰 산업 시장 규모 추정 및 산정³⁾

웹툰 정보 사이트 ‘웹툰 인사이트’의 통계자료에 따르면, 국내 플랫폼은 35곳이다. 이 중에서 스포츠신문 웹툰 서비스와 페이스북이나 만화인 등 웹툰 플랫폼이라 보기 어려운 곳을 제외하고, 새롭게 런칭한 ‘배틀코믹스’, ‘만두코믹스’, ‘코코믹스’ 등을 포함하면 총 34곳의 플랫폼이 남는다. 이 중 서비스가 종료되거나 의미있는 업데이트가 중단된 타다코믹스, 네이트, T 스토어, 곰툰. 새로운 플랫폼으로 이전되거나 통합된 말풍선코믹스(피너툰으로 재오픈), 엠툰(짤툰과 통합), 그리고 출판만화만을 주로 서비스하여 디지털 만화 플랫폼의 정체성을 갖는다고 보기 어려운 빅툰, 프라이데이코믹스, 웹툰을 개발해 다른 플랫폼에 공급하는 역할을 하고 있는 AP코믹스를 제외하면 2015년 12월 현재 활성화되어 운영되는 플랫폼은 26개가 남는다.⁴⁾

이처럼 급속한 성장세를 보이며 발전하고 있는 웹툰시장은 이

3) 한국콘텐츠진흥원. <웹툰산업 현황 및 실태조사 연구용역>

4) <http://blog.naver.com/enterani/220565016305>

제는 안정적 정착을 위한 기반이 마련되어야 할 때라고 생각한다. 국내 웹툰 시장은 국내 뿐만 아닌 글로벌 시장을 타깃으로 하고 있다. 국내 웹툰 업체들이 글로벌로 영역을 활발히 확장하고 있는 가운데 출판만화시장 중심인 일본에서는 디지털 시장으로의 진입을 시도하고 있다. 22개의 만화잡지를 거느리고 있는 일본의 고단샤(講談社)가 모든 만화잡지의 디지털화를 진행하고 플랫폼에서 직접 서비스를 하기 위해 준비중이다. 이처럼 수출과 수입의 공존으로 국내시장은 출판만화와 웹툰으로 양질의 작품을 보유할 수 있게 되었으며, 글로벌 웹툰시장에서는 한국웹툰이 중심을 이루고 있다. 이에 본 연구에서는 한국만화의 수출과 수입의 현재 상황과 산업형태를 살펴보고, 미래전략을 모색하고자 한다.

II. 세계 웹툰 시장 현황

세계 만화산업은 2013년 74억 6,500만 달러에서 7.3% 감소하여 2014년 69억 1,700만달러의 규모를 보였다. 플랫폼별 성장률에서는 인쇄만화 시장은 8.4% 감소하였으며 디지털만화는 8.8% 증가하였다.

전반적으로 만화시장은 인쇄만화의 수익은 감소하고 스마트폰과 태블릿의 영향으로 디지털 만화 시장이 급성장세를 보이고 있다. 일본 만화 시장의 경우 2013년 전년도 대비 17.2% 하락한 규모를 보였는데, 엔화가치의 하락과 더불어 인쇄만화 시장의 수익이 감소한 것이 가장 큰 원인이다. 중국 만화 시장의 경우 2013년 인쇄만화 시장은 전년대비 10.5% 감소하였으며 디지털만화 시장의 경우 비중은 아직 미미하지만 지속적인 성장률을 나타내어 2013년에는 전년대비 9.9% 성장한 1,200만달러 규모를 보였다. 미국 만화시장의 경우 만화를 원작으로 한 영화들의 큰 성공을 힘입어 디지털 만화의 매출이 큰 폭으로 증가하여 2012년 대비 15.8% 증가한 성장률을 보였다. 프랑스 만화 시장은 출판속도가 매우 느리고 작가 수가 적은편이어서 연간 출판량은 다소 저조한

편이다. 2013년 인쇄만화의 경우 0.7% 하락하여 4억 8,500만 달러의 규모를 보이는 반면 디지털만화 시장은 전년대비 25.2%의 성장률을 보이며 3,300만 달러의 시장규모를 기록하였다. 프랑스의 디지털만화 시장은 새로운 만화의 창작, 홍보 등을 위해 주로 활용되며 보편화되지 않은 상태이다.⁵⁾

전반적인 세계만화 시장의 트렌드는 스마트기기의 보급에 따른 디지털만화로의 전환이다. 출판만화 강국인 미국과 일본은 대형 출판사들이 자사의 만화를 디지털화하여 서비스하고 있으며, IT 업계의 주도로 웹툰 플랫폼도 늘어 가고 있다.

이에 국내 웹툰은 스마트폰, 태블릿 등의 스마트기기를 중심으로 적극적으로 해외시장에 진출하고 있다. 2014년 네이버웹툰이 모바일 메신저 ‘라인(LINE)’을 중심으로 해외진출을 시작한 이후 많은 플랫폼들이 적극적인 해외 서비스를 진행하고 있다. 2015년 레진코믹스와 탑툰이 일본어와 대만어로 번역된 플랫폼을 구축하여 서비스를 시작하였으며 현재 북미시장까지 진출을 준비하고 있다. 북미 지역에 직접 회사를 설립하여 한국 웹툰을 서비스한 타파스틱은 현지 웹툰 발굴에도 힘쓰고 있다. 해외 콘텐츠 플랫폼과 연계하여 웹툰을 진출시키는 사례도 꾸준히 이어지고 있다.

2014년 4월 영국 런던도서전에서 웹툰을 두고 ‘한국에서 이륙(take off)’ 한 새로운 현상’이며, ‘런던 지하철에도 와이파이(wifi)가 터지면 웹툰이 무료 신문을 밀어낼 것’ 이라고 이야기했다. 코티나 버틀러(Cortina Butler) 영국문화원 문학부장 역시 ‘웹툰은 21세기 디지털 문화가 낳은 획기적인 장르’ 라며 ‘IT가 발전하고 독자가 전자책에 익숙해질수록 웹툰의 미래는 더욱 밝아질 것’ 이라고 전망했다.⁶⁾ 웹툰은 웹과 모바일에 최적화된 맞춤형 만화콘텐츠로써 해외 인터넷 이용자들에게 획기적인 향유거리로 평가받고 있으며 공식적인 플랫폼의 적극적인 해외진출

5) 한국콘텐츠진흥원, 2014만화산업백서, pp.324~378 참조

6) 박돈규(2014. 4. 10). 런던도서전이 주목한 태호 “그는 가장 획기적인 웹툰 작가”. 조선일보 문화면

의지로 콘텐츠 시장 성장의 가능성이 더욱 높아질 것이라 평가된다.

Ⅲ. 한국 웹툰의 해외진출 현황

1. 포털사이트 플랫폼의 해외진출 현황

국내 웹툰 서비스는 크게 포털사이트 중심의 웹툰서비스와 웹툰전문플랫폼으로 나뉜다. 두 플랫폼 모두 국내 시장의 성과를 바탕으로 해외로 영역을 확장하고 있으며 웹툰플랫폼 자체의 수출, 콘텐츠 수출 등의 두가지 방식으로 해외진출을 진행하고 있다. 또한 해외시장 진출을 위해 수출된 콘텐츠를 현지업체와 함께 서비스하는 업체도 활발히 활동하고 있다.

포털사이트 네이버는 대표적인 플랫폼 수출의 사례로 모바일 메신저인 라인을 중심으로 라인웹툰을 서비스 하고 있으며 또다른 대표적인 포털사이트인 다음카카오의 경우에는 콘텐츠 수출을 중심으로 진행된다. 이외 탐툰, 레진코믹스 등의 플랫폼 또한 해외로 진출하였고 타파스틱의 경우 처음부터 북미지역을 대상으로 플랫폼을 구축한 사례이다. 이외 마일랜드, 투니온 등의 업체에서 해외 플랫폼을 연계하여 콘텐츠를 수출하고 있다.

1) 포털사이트 플랫폼의 해외진출 현황

(1) 네이버 : 라인웹툰

네이버는 모바일 메신저 라인 출시와 함께 이용자수 확대 전력으로 국내 웹툰 60여편을 일본어로 번역하여 무료로 서비스하기 시작했다. 이후 2014년 7월 라인웹툰을 통해 <노블레스>, <신의 탑>, <갯 오브 하이스쿨> 등의 인기 작품을 중심으로 해외 서비스를 시작하였다. 현재 라인웹툰은 영어, 중국어, 태국어, 인도네시아어로 감상할 수 있고 모바일 애플리케이션과 웹에서 모두 이용이 가능하며, 네이버 웹툰처럼 요일제 업데이트 방식을 적용하여 매일 7개에서 10개의 작품이 노출되고 있다. 60편으로 시작한 라인웹툰의 작품 수는 2015년 7월 372편으로 6배 이상 증가했

으며 2차 저작물 판권 계약 또한 30건 이상이다.

라인웹툰은 글로벌 시장에서의 안정적으로 자리잡기 위해 영어권, 중국어권, 태국어권 등의 작가를 영입하여 현지콘텐츠를 제공하고 있다. 가능성 있는 현지 웹툰 작가 발굴을 위하여 네이버 웹툰의 ‘도전 만화’와 같은 ‘챌린지리그’를 개설하였는데, 2015년 1월 현재 영어 작품 1,200여 개, 중국어 작품 500여 개가 경쟁을 벌이고 있다.⁷⁾ 또한 다양한 언어권 소비자 창출을 위해 ‘참여번역’ 서비스를 도입하였다. 참여번역 서비스는 라인웹툰이 서비스하는 언어의 지역의 독자들이 직접 작품을 번역하며 다른 독자들을 통해 검토 및 수정 과정을 거친다. 소비자들간의 사용자 평가가 이루어져 우수번역자에 대한 승격시스템 등을 함께 검토 중이다.

이외에도 미국 만화계의 전설 스탠리, 유튜브 스타 미셸 판 등의 유명인이나 파트너사와 제휴하는 등 다각적인 시도를 통해 높은 방문자 수 결과를 보였으며 일본시장에서 50여 개 출판사, 3만여 권의 작품을 제공받아 유통하는 일본 최대 모바일 웹툰 플랫폼으로 성장하여 콘텐츠당 450~3,000엔의 수익을 내고 있다. 그러나 아직 라인웹툰은 타 콘텐츠 매출을 견인하는 역할에 머물러 있으며, 웹툰 콘텐츠만의 매출은 미미한 수준이다.

(2) 다음카카오

다음카카오는 2014년 타파스스미디어와의 제휴로 ‘만화 속 세상’의 웹툰을 번역하여 서비스하는 것을 시작으로 해외 진출에 나섰다. 2014년 1월부터 약 50여 편의 작품을 타파스틱에서 연재하고 있으며, 최근에는 북미뿐 아니라 중국의 포털 사이트 텐센트의 쿠키닷컴, 중국 최초 만화 사이트인 U17, 차이나모바일의 콘텐츠 플랫폼 열독기지, 웹툰 전문 애플리케이션 미람만화 등 중국 대표 콘텐츠 플랫폼 4곳에 다음카카오의 웹툰 47작품을 시작으로 현재 80여개의 작품을 선보이고 있다.

7) 중앙선데이, <글로벌화 원년, 한국 웹툰 제2전성기>, 2015.1.18. 참조

중국 서비스의 첫 작품은 훈 작가의 <은밀하게 위대하게>, 유현숙 작가의 <호구의 사랑>, 강풀 작가의 <마녀>와 <어게인> 등, 영화와 드라마 같은 2차 콘텐츠로 재생산되며 인기를 얻고 있는 작품들로 선정되었다. 2015년 8월 쿠키닷컴에 연재 중인 장작 작가 <0.0MHz>는 조회 수 1,000만을 돌파하며 큰 인기를 얻었다.

다음카카오는 웹툰을 해외 플랫폼에 서비스하는 것에 머물지 않고, 해외 출판사와의 협업, 웹툰 라이선스 사업 등 다양한 경로로 접근하고 있다. 미국의 마블사와 제휴한 <어벤저스 : 일렉트릭 레인>과 루카스필름사와 제휴한 <스타워즈 : 깨어난 포스 그 이전의 이야기>가 해외 협업 웹툰의 사례이다. 그 외 드라마, 영화, 캐릭터 라이선스 등의 2차 저작물 관련 계약도 함께 진행 중에 있다.

2) 웹툰전문플랫폼의 해외진출 현황

(1) 레진코믹스

레진코믹스는 2014년 중국의 U17과 쿠키닷컴 등에 연재 작품을 서비스하며 해외진출을 시작하였다. 이후 2015년 4월부터는 기존 작품 중 인기작품을 선별하여 일본어 서비스를 시작하였으며 진출 3개월만에 누적 조회 수 500만 이상의 성과를 거두었다. 그리고 2016년 1월부터 기존 웹툰의 영어 번역본을 제작하고 결제 시스템을 구축하여 미국서비스를 시작하였다. 1월 이후 미국 현지 법인 설립을 통해 사업을 진행할 예정이다. 레진코믹스는 웹툰을 단순하게 언어만 번역하여 서비스하는 것이 아니라 연출까지 현지 콘텐츠 특성에 맞추려고 노력하고 있다. 우리나라와 책을 읽는 방식이 반대인 일본 독자들을 고려하여 말풍선과 이미지 배치 등을 일본식으로 변경했다.

또한 레진코믹스는 일본 후지TV와 2014년 인기 드라마인 <메꽃, 평일 오후3시의 연인들>에 대한 웹툰 관련 계약을 맺었다. 웹툰화된 작품은 레진코믹스가 서비스 지역 및 콘텐츠 확대를 위해 방송국 등 해외 주요 콘텐츠사와 제휴한 프로젝트 중 하나이다. 레진코믹스는 해외 콘텐츠를 레진코믹스 플랫폼을 통해 새롭

게 재탄생시켜 현지와 국내 양국에 유통하는 것이 큰 의미가 있다고 말하며 이와 같은 원작이 있는 웹툰콘텐츠 제작을 선보일 계획이다.



그림 1. <메꽃, 평일 오후3시의 연인들>의 드라마 및 웹툰 이미지

(2) 탐툰

(주)탐코믹스의 웹툰플랫폼 탐툰은 2015년 6월 대만과 일본을 시작으로 중국, 싱가포르, 홍콩 등으로 본격적인 해외시장 확대를 진행하고 있다. 탐툰의 대만 서비스는 시작된지 약 5개월 동안 110여개의 국내 작품을 통해 120만명의 회원수와 150만 달러의 실적을 이루었다. 대만은 한류의 인기가 매우 높고 거대시장인 중국 진출을 위한 교두보로서의 역할에 용이하기 때문에 탐툰의 해외 진출의 첫출발이 되었다. 현재 프리오픈 상태인 일본서비스는 5만명 이상의 회원이 가입하여 정식 오픈 전 이미 그 가능성을 예측할 수 있게 한다. 탐툰은 2016년 해외 1,700만 달러를 목표로 활발한 해외진출 사업을 진행할 예정이다.

(3) 타파스틱

북미 최초의 웹툰 플랫폼 타파스틱은 2012년 3월 서비스를 시작한 이래 많은 성과를 거뒀다. 타파스틱 설립 당시 북미에는 웹툰 전용 플랫폼이 없었으므로 주로 인디작가들이 개인활동으로 웹툰을 만들고 소비하고 있었다. 타파스틱은 이러한 상황을 고려

하여 스맥지브스(SmackJeeves), 더덕(TheDuck), 잉크블레이저(Inkblazers), 하이브웍스(Hiveworks) 등 주로 외부 작품 링크를 제공하던 군소 웹코믹스사들과 차별된 웹툰 전용 플랫폼을 개설했다. 매일 발행되며 무료로 감상 가능한 한국의 웹툰 플랫폼 전략을 그대로 벤치마킹하였다. 타파스틱에서는 약 6,000여 명의 작가들이 12만 편의 작품을 연재하고 있으며, 60여 편의 한국 웹툰이 소개되고 있다. 2014년 기준 40만 명의 독자를 확보하며 북미에서 안정적으로 자리를 잡아 가고 있다.⁸⁾

타파스틱은 양질의 한국 웹툰을 매일 발행, 무료 감상 등의 국내 웹툰 플랫폼의 서비스 방식을 그대로 활용했다. 그러나 한국과 북미의 문화 및 정서적 차이를 고려하여 작품을 선별해 서비스했다. 한국 웹툰 특유의 장르인 병맛 만화나 일상 만화의 경우 문화적 할인율이 높지 북미 독자에게는 큰 이질감을 느끼게 하여 좋은 반응을 얻지 못하였다. 북미에서 인기를 모은 한국의 웹툰은 루드비코 작가의 <인터뷰>와 이세형 작가의 <늑대처럼 울어라> 등으로 히어로 장르 위주의 미국 만화와 다른 참신한 소재로 큰 관심을 얻고 있다.



그림 2. 대만 탐툰 화면

타파스틱은 2014년 8월부터 독자 기부 시스템을 작가들을 위한

8) 한국콘텐츠진흥원, 『북미 디지털 만화시장의 현황과 전망』, 2014년 13호, p.8.

수익모델로 구축하였다. 클라우드 펀딩이 익숙한 북미 지역에 적합한 맞춤형 유료화 모델로 독자들이 작가의 웹툰을 읽고 후원금을 내는 형식이다. 서비스 시작 후 한달에 약 800달러 이상의 수익을 얻는 작가도 있다. 이후 미국 내 인지도가 높아지면 본격적인 유료화를 시도할 계획이다. 소액 콘텐츠 비즈니스는 카드 결제 수수료 때문에 유료화에 어려움을 겪을 수 있으므로 국내 플랫폼과 같이 가상화폐를 이용한 웹툰 유료화를 검토 중이다.

3) 해외시장 콘텐츠 제공 업체 현황

(1) 마일랜드

마일랜드는 2011년 설립되어 중국시장에 국내 웹툰을 서비스하고 있다. 중국 텐센트와 독점계약을 체결하고 텐센트동만사이트에 한국작품을 유료 서비스한다. 진출 당시 중국은 만화 콘텐츠의 불법서비스로 인해 유료 웹툰이 사업으로 자리잡기 어려운 시장이었다. 또한 중국 시장에 한국 기업이 직접 진출하는 것이 현행법상 불가능한 상황이었기 때문에 만화플랫폼 서비스의 진입장벽이 매우 높았다. 텐센트와의 협업으로 마일랜드는 중국내 사업 관련 허가증을 모두 취득한 상태로 합법적 서비스가 가능한 플랫폼이 되었다.

현재 마일랜드는 텐센트의 공격적인 마케팅을 통해 유료정액제 회원수가 200만명을 넘어선 상황으로 큐큐메신저, 위챗 등의 마케팅 파워와 함께 웹툰의 유료화를 꾸준히 진행중이다.

중국에서 서비스되는 인기 웹툰은 애니메이션화와 게임화가 중국회사들과 협의중으로, 중국 만화업계의 자연스러운 수순으로 앞으로 한국 웹툰을 활용한 2차 저작물 시장이 기대되는 상황이다.

(2) 투니온 - 롤링스토리

투니온은 윤태호·전극진·고영훈·양우석 등 국내 웹툰 작가 15명이 주축이 되어 만든 회사로 국내 작품의 해외진출 및 저작권 관리를 담당한다. 투니온은 2014년 11월 본격적으로 한국 웹툰을

배급하기 위해 (주)롤링스토리를 설립하고, 2015년 8월부터 웹툰 플랫폼 스폿툰(spottoon.com)을 통해 30여편의 웹툰을 국외에 서비스하고 있다. 또한 미국 뉴스사이트 허핑턴포스트에 <이끼>, <트레이스>, <러브메이커>, <아만자> 등 10편을 서비스 중이다. CJ E&M이 투자·제작한 웹툰 30편도 롤링스토리를 통해 북미 진출을 협의 중에 있다.

또한 2015년 10월에는 영화 <배트맨>시리즈의 제작자인 브랜디드 엔터테인먼트(Branded Entertainment LLC)의 마이클 유슬란과 계약을 맺고 한국 웹툰을 헐리우드 영화나 TV시리즈로 제작할 예정이다. 대상 작품은 임강혁·홍성수 작가의 <피크(PEAK)>, 현재권 작가의 <트라이브 엑스(Tribe X)>, 남은혜·단지 작가의 <시계수리공> 등이다. 이와 같은 한국 작품의 해외진출과 영화 등의 2차저작물 제작으로 한국작가들의 창의적 콘텐츠 발굴의 가능성이 더욱 높아지고 있으며 글로벌 시장에서의 웹툰의 성과를 통해 해외진출을 위한 지속적인 투자가 가능해지고 있다.

IV. 해외 만화 디지털본 수입 현황

국내 웹툰시장의 규모가 커지고 소비자가 증가함에 따라 콘텐츠의 필요성이 높아졌고 이에 따라 웹툰과 함께 디지털단행본 콘텐츠의 소비량도 함께 늘어나고 있다. 대한민국 만화시장은 기존의 출판만화와 시장과 온라인 웹툰시장으로 크게 구분할 수 있으며, 웹툰시장은 세로 스크롤 형식의 웹툰시장과 단행본 디지털본 시장으로 구분된다. 국내의 경우, 웹툰시장은 포털중심의 세로스크롤 웹툰이 중심이 되어 발전되었으나 단행본 디지털본 시장도 점차 늘어나고 있는 추세이다. 일본의 경우, 본디지털(Born Digital=디지털전용만화)작품, 종이출판을 하지 않고 디지털로만 서비스하는 작품 또한 적극적으로 유통되고 있다. 디지털본은 원고료없이 저작권자와 수입분배만 이루어지기 때문에 플랫폼의 손실률이 적은 장점을 가지고 있어 많은 만화플랫폼에서 서비스되고 있으며 수입디지털본의 비중이 매우 높은 양상을 보인다. 국

내 디지털 만화 시장은 웹툰 시장, 단행본을 디지털화시킨 디지털 단행본 또는 e북 시장으로 크게 분류할 수 있다. 현재 국내 만화 시장은 2010년 전후를 기점으로 웹툰시장이 거의 대부분을 차지하고 있다. 2012년 웹툰 유료화에 의해 웹툰시장은 보다 많은 수익구조를 창출해가기 시작하였으며, 2014년 다양화 된 플랫폼에 의해 디지털 만화시장은 더욱 활성화 되었다.

단위 : 종		
	총 단행본	해외 수입 단행본
네이버	12,664	5,136
카카오	236	48
레진코믹스	901	504
탑툰	50	42
네이트	4,985	3,489
미스터블루	17,935	11,417

표 2. 플랫폼별 서비스되는 단행본과 수입단행본의 종수

2015년, 만화시장에 수익모델로서 디지털본이 이슈가 되었다. 2015년 이전까지만 해도 만화플랫폼에서 디지털본은 10퍼센트 미만으로 매출비율을 보였지만, 2015년 이후 성장세를 보이고 있다고 관계자들은 언급하였다. 범국민적인 스마트 디바이스의 활용과 웹툰 콘텐츠의 활발한 소비로 필요한 콘텐츠의 총량이 점점 증가하고 있기 때문에 새로운 콘텐츠를 꾸준히 개발할 필요가 있다. 이와 같은 이유로 네이버 N스토어의 만화서비스, 카카오페이지, 레진코믹스, 탑툰, 네이트, 미스터블루 등의 플랫폼에서 디지털본은 빠지지 않고 서비스되고 있다.

	해외단행본 (종)	해외단행본 성인(종)	성인작품 비율 (%)
네이버	5,136	2,198	42.7
카카오	48	0	0
레진 코믹스	504	316	62.6
탑툰	42	40	95.2
네이트	3,489	1,261	36.1
미스터 블루	11,417	3,317	29

표 3. 수입단행본 중 성인물 비율

디지털본 서비스는 크게 국내단행본과 해외단행본 서비스로 분류된다. 네이버의 경우 약 12,600종의 디지털본을 서비스하고 있으며 그 중 해외단행본은 5,100종 이상으로 40%이상의 비율을 보이고 있다. 레진코믹스의 경우 약 900종 중 해외단행본이 500종으로 55%, 탑툰의 경우 해외단행본 약 84%, 네이트 만화의 경우 약 69%의 비율을 보인다. 수입된 디지털본은 성인대상 만화가 많은 비중을 차지한다. 네이버의 경우 약 5,136종의 해외 단행본 중 성인콘텐츠는 2,198종으로 42.7%의 비율을 보인다. 레진코믹스의 경우 해외단행본 중 성인작품이 62.6%, 탑툰은 95.2%, 네이트 만화는 36.1%, 미스터블루는 29%로 조사대상 플랫폼 기준 해외 단행본의 약 44%가 성인콘텐츠가 수입된다.

웹툰은 초기 에세이툰을 비롯해 청소년 등 전 연령층을 아우르는 연령대의 작품을 선보여 한정된 타깃으로서의 성인물로서는 제한적이였다. 그러나 성인 독자층이 폭 넓게 존재하는데다 수요가 늘고 있어 현재 각 매체들은 성인물 게재를 늘리고 있다. 유료웹진을 중심으로 성인물 작품이 늘어났고 일반 웹툰 플랫폼도 성인물을 늘려 가는 추세를 반영하고 있다.⁹⁾

9) 윤기현, 정규하, 최인수, 최해술, 웹툰 통계 분석을 통한 한국 웹툰의 특징, 만화애니메이션연구 통권 제38호, 2015년, 2015.03, p.189

또한 플랫폼 관계자에 따르면, 성인만화는 대부분 유료서비스로 구매력이 있는 2~40대 성인 독자들을 대상으로 한다. 웹툰의 유료화가 활발히 이루어지고 과금서비스에 대한 거부감이 점차 줄어들면서 유료 디지털본의 결제 또한 같은 현상을 보이고 있다. 게다가 디지털본의 경우 국내 웹툰 작품에 지급되는 고료없이 원작자와 수익률만 배분하는 형식으로 서비스되므로 손실률이 매우 적다. 일본의 경우, 본디지털(Born Digital=디지털전용만화)작품, 종이출판을 하지 않고 디지털로만 서비스하는 작품 또한 적극적으로 유통되고 있다. 디지털본은 원고료없이 저작권자와 수입분배만 이루어지기 때문에 플랫폼의 손실률이 적은 장점을 가지고 있어 많은 만화플랫폼에서 서비스되고 있으며 수입디지털본의 비중이 매우 높은 양상을 보인다.

각종 만화 플랫폼에서는 이러한 디지털본의 장점을 활용하여 꾸준히 서비스하고 있으며 수익창출에 유리한 성인독자들을 모으기 위한 콘텐츠를 집중적으로 서비스하는 경향을 보인다. 이로 인해 성인물은 과거 남성독자 중심의 콘텐츠 외 BL만화, 할리퀸만화 등 구매력있는 성인 여성까지 독자층을 확대시킬 수 있도록 장르세분화가 진행되었다.

V. 결론 - 한국웹툰 수출,수입의 미래

한국콘텐츠진흥원 ‘2014 해외콘텐츠 동향조사-세계 만화시장 규모 및 전망’에 따르면 2018년 인쇄 만화시장 약 60억 달러, 디지털 만화시장 약 10억 달러, 총 70억 달러 시장으로 전망하고 있다. 세계 만화시장은 디지털시장 중심으로 지속적인 발전을 꾀하고 있으며 한국만화 시장 역시 발 빠른 모습으로 세계 웹툰시장을 견인하고 있다.

한국 웹툰의 초기모델을 보여준 라인웹툰은 영어, 중국어, 태국어, 인도네시아어로 번역되어 모바일 애플리케이션과 웹에서 모두 이용이 가능하도록 서비스 되고 있다. 다국적인 웹툰 글로벌 플랫폼으로 국내 시장을 장악하였듯 세계시장을 선도할 것으

로 기대된다. 다음카카오는 작품뿐 아니라 작가의 해외 진출을 위해 노력하고 다양한 협업을 통해 해외 시장에 대한 이해를 돕고 있으며 2차 저작권 수출을 위해 노력하고 있다. 하지만 라인 웹툰의 선봉적인 역할에도 불구하고 한국웹툰의 수출은 시작점에 불과하다. 디지털 콘텐츠의 취약점인 불법유통에 대한 대책 마련과 문화적 할인율을 최소한 한 작품 소재 발굴, 완벽한 번역 현지화 서비스를 통해 한국 웹툰의 국제화가 더욱 가속화될 것이다.

국내 웹툰시장의 규모가 커지고 소비자가 증가함에 따라 콘텐츠의 필요성이 높아졌고 이에 따라 웹툰과 함께 디지털단행본의 소비량도 함께 늘어나고 있다. 콘텐츠의 유료서비스가 일반화되면서 유료결제 가능한 성인독자들을 끌어들이기 위한 성인물 콘텐츠가 증가하고 있으며, 이와 함께 성인물의 장르 또한 세분화되어 과거 남성독자 중심의 콘텐츠가 아닌 여성독자를 위한 BL, 할리퀸 만화 등의 장르가 시장에 자리잡았다. 수입되는 디지털본의 대부분은 이와 같은 성인 장르들이며 웹툰의 폭발적인 인기와 함께 꾸준히 서비스되며 웹툰 플랫폼의 중요한 과금장르로 자리잡고 있다.

풍런하는 만화시장의 유통구조를 조성하기 위해서는 무엇보다 웹툰과 출판만화의 공존이 필수적이다. 종이책으로 제작된 기존의 출판만화 형식에서 휴대성과 경제성의 장점을 지닌 디지털본으로 생산을 확대하여 긴 수명을 지닌 콘텐츠들을 생성해야 할 것이다.

참고문헌

- 박석규(2006), <멀티플랫폼에서의 디지털 콘텐츠 저작권 보호방안에 관한 연구>, 서울산업대학교 IT정책전문대학원
- 한국콘텐츠진흥원(2014), <웹툰산업 현황 및 실태조사 연구용역>
- 한국콘텐츠진흥원(2015), 『세계 만화시장 규모 및 전망(2009~2018)』

<http://blog.naver.com/enterani/220565016305>
한국콘텐츠진흥원(2014), 2014만화산업백서
박돈규(2014. 4. 10). 런던도서전이 주목한 태호 “그는 가장 획기적인
웹툰 작가” 조선일보 문화면
윤기현, 정규하, 최인수, 최해솔(2015), 웹툰 통계 분석을 통한 한국 웹툰
의 특징, 만화애니메이션연구 통권 제38호
중앙선데이(2015.1.18), <글로벌화 원년, 한국 웹툰 제2전성기>
MK뉴스(2015.6.14), <中도 알았다... 한국 웹툰의 매력>
한국콘텐츠진흥원(2014), 『북미 디지털 만화시장의 현황과 전망』
월스트리트저널(2015.4.3.), <“스타트업부터 네이버까지” 한국 웹툰,
영미 시장 진출 붐>

ABSTRACT

The Study Of Development Plan Based On The Analysis of the Import & Export Market In Korean Webtoon

Ryu, Yu-Hee · Lee, Seung-Jin

The webtoon market has been consistently developing in the digital market. Under such circumstances, The Korea webtoon market is rapidly growing and leading of them. This is the time to prepare the base of a stable environment for the webtoon market which shows a swift rise. The Korean webtoon is surely aiming at the global market as well as the domestic one. As the Korean webtoon companies spread out to the world briskly, The leading publication cartoon market, Japan tries to break into the Korean digital market. The domestic market that has the good-quality cartoons through exportation and importation to make people of all ages enjoy them. and also the Korean webtoon is in the center of the global webtoon market. The early model of Korean webtoon, line-webtoon is translated in English, Chinese, Thai language and Indonesian language to use on the mobile applications and web. Nevertheless, It is just the starting point. With Eradicating of the Achilles heel of the digital contents, illegal distribution and finding materials for cultural discount rate minimized cartoon, The Korean webtoon can become the highest in the global market and hold it. Moreover, not only webtoon but also published cartoons are existing together to have a long run. Beyond the existing cartoon books printed on paper, we should reach toward the digital books with portability and economic feasibility to make the contents stay out longer.

Key Word : Webtoon, Export, Global-Market

류유희
호서대학교 애니메이션학과 강사
서울특별시 광진구 군자동 98 세종대학교 군자관 407
elfany@naver.com

이승진
경기대학교 교양학부 교수
경기도 수원시 영통구 광고산로 154-42
anipop88@naver.com

논문투고일 : 2016.02.01.

심사종료일 : 2016.02.25.

게재확정일 : 2016.03.03.