

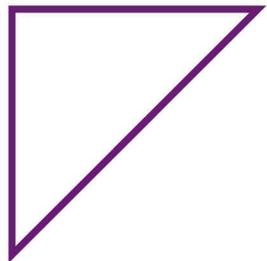
# 만화산업분류체계 개편 및 분석연구

Analysis & Renewal of Comic Industry  
Classification Research

20

20

— KOCCA20-28





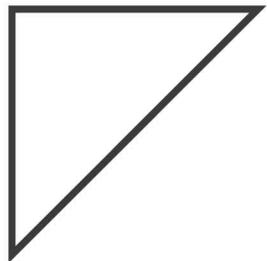
# 만화산업분류체계 개편 및 분석연구

Analysis & Renewal of Comic Industry  
Classification Research

20

20

— KOCCA20-28



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “만화산업분류체계 개편 및 분석연구”의 결과보고서로 제출합니다.

2020년 12월 18일

연구/조사기관 : 웹툰가이드(주)

연구/조사책임자 : 강태진 (웹툰가이드(주) 대표)



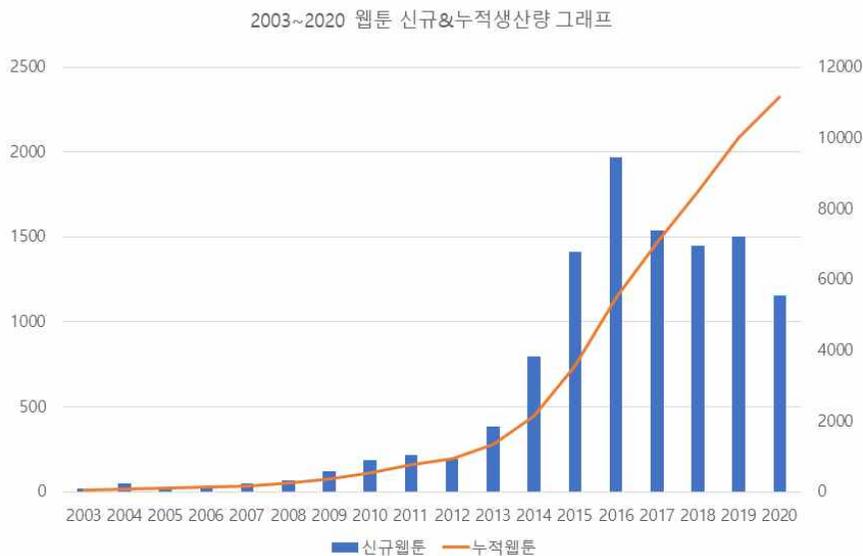
# 요약문

# 요 약 문

## 제1장 서론

### 1. 연구개요

한국만화산업은 2000년 초반부터 20년간 큰 변화를 겪었다. 1997년 국가적 경제 재난으로 기록되었던 IMF 사태 이전의 만화산업은 일본 만화산업을 벤치마킹하여 잡지-단행본으로 자연스럽게 연결되는 ‘출판산업’에 가까웠다고 하면, IMF 이후의 한국 만화산업은 ‘디지털콘텐츠’로 탈바꿈하여 새로운 형태의 산업으로 진화했다. 누적 웹툰에 있어서는 2003년을 웹툰의 원년으로 봤을 때, 2019년 말 누적 1만 편을 달성하며 ‘한국 웹툰 1만 편 시대’를 열었다.



[그림] 2003~2020 웹툰 신규 & 누적생산 그래프

(출처 : 웹툰가이드 웹툰통계분석서비스 WAS)

## 가. 만화산업 분류체계 개편의 필요성

만화산업 분류체계는 국가 통계 수집을 위한 산업적 통계로써 사용되며 국내에서는 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 있다.



[그림] 산업분류체계에서 만화산업분류체계의 위치

기존 만화산업 분류는 현재 다양한 문제점을 가지고 있다. 여기에서 모든 문제를 다 언급할 수 없지만 크게 나누었을 때 3가지 주요 개편 필요성을 제기하는 문제점은 아래와 같다.

첫째, ‘웹툰’으로 대변되는 디지털 만화 영역에 대한 반영이 필요하다.

둘째, 만화산업 범위의 재정의가 필요하다. 지난 2008년 콘텐츠산업 특수분류체계가 제정된 이후 급속한 변화를 거듭한 만화산업은 기존의 산업 범위가 많이 확장되었으며, 대부분의 출판만화 영역에 있어서는 축소가 일부 영역에서는 소멸이 확인되었다.

셋째, 콘텐츠산업 통계 등 활용을 염두에 둔 설계가 필요하다. 현재 만화산업 분류체계는 콘텐츠산업 통계를 매년 집계하여 산업의 정확한 규모를 파악하여 국가 간 콘텐츠산업 비교나 만화산업 정책의 적절한 수립을 위해 사용되고 있다.

상기에서 언급한 것과 같이 현재 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 있는 만화산업 분

류 체계는 개편이 필요한 시점이다. 2020년 현재의 만화산업 현실과 향후 지속될 것으로 예상되는 한국 만화산업의 글로벌 진출을 통한 산업 확장을 반영하기 위해서는 새로운 만화산업 분류체계의 설계가 절실한 시점이다.

## 나. 방향성 설정

연구 초기에 진행된 핵심 전문가 회의를 통해 연구의 방향성 수립 및 방법론에 대한 토의를 진행하였다. 크게 만화산업 분류체계 개편을 위해서는 아래의 3가지 방향성을 가지고 연구를 진행하는 것을 기준으로 잡았다.

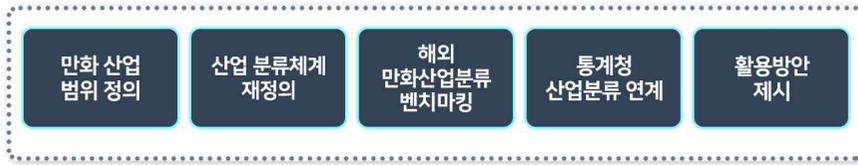
첫째, 기존 콘텐츠산업 분류체계와의 일관성을 유지하는 데 중점을 두었다. 콘텐츠산업 분류체계는 기본적으로 가치사슬(value chain) 중심의 설계를 적용하여 전체적인 설계를 진행하였으므로 대분류/중분류/세분류에서 만화산업의 가치사슬을 고려하였다.

둘째, 글로벌한 기준을 적용하기 위해 타 국가의 콘텐츠산업 특수분류체계와 ISIC을 검토하였으며 해당 국가들의 만화 통계 집계 방식을 벤치마킹하는 것으로 연구의 방향을 잡았다.

셋째, 마지막으로 추후 만화산업 분류체계를 이용한 활용에 대한 부분을 고려하여 검토하였다. 특히, 항목 설계 시 통계자료 수급 가능 여부를 감안하여 불가능한 항목과 명확하지 않은 항목은 최대한 배제하는 방향으로 개편의 방향성을 잡았다. 또한, 향후 설계된 분류체계를 이용하여 콘텐츠산업 통계조사를 원활하게 진행하기 위해 만화산업 부문의 통계조사가 어떤 식으로 이루어지고 있는지에 대한 현황 파악과 이를 기반으로 한 개선 방안을 도출하는 것을 목표로 하였다.

## 다. 연구과제

본 연구에서는 만화산업 분류체계와 관련하여 조사를 선행하여 현재와 미래를 아우를 수 있는 새로운 분류체계를 설계하기 위해 5개의 연구과제를 설정 진행하였다.



[그림] 만화산업 분류체계 조사 및 개편 연구과제

상기의 연구과제는 독립적으로 존재하는 과제이면서 최종적으로는 만화산업 분류체계의 개편과 KSIC 과의 연계 및 통계조사에의 활용까지 포함하는 유기적인 하나의 목표를 가지고 있다.

## 2. 연구 방법

연구를 위해 다양한 선행연구와 문헌 조사를 진행하였으며, PEST 분석을 통해 정치, 경제, 사회, 기술적인 측면에서 만화산업의 변화와 미래 현황을 예측·분석하였으며, 구체적인 분류체계 설계 및 확정을 위해서는 델파이 기법을 이용하여 각 영역의 전문가 의견을 수렴하였다. 최종적으로는 전문가 회의를 거쳐서 설계된 안을 조정하는 작업을 거치고 설계된 분류체계를 기반으로 향후 만화산업 통계 조사에서의 활용을 검토하였다.



[그림] 전체 연구 프로세스

### 가. PEST 분석

거시환경분석(PEST/ Political, Economic, Social and Technological analysis)은 다양한 부문에서 시장조사를 위한 기본적인 분석틀로 활용되고 있으며, 최근 빠르게 변화하는 웹툰 산업의 환경을 총체적인 특면에서 살펴볼 수 있는 유효한 틀이 될 수 있다. 본 연구 2장에서는 출판만화 산업과 웹툰 산업의 과거와 현재, 그리고 미래 예측에 있어서 PEST 분석을 진행하였다.

## 나. 전문가 토론 / 델파이

최종안을 도출하기 위해서 전문가 회의 2회, 각 영역의 전문가 총 18명이 참여한 델파이 조사를 진행하였다. 만화산업 분류체계를 설계함에 있어서 산업내 다양한 이해관계자들의 동의가 반드시 필요하므로 가급적이면 많은 영역의 전문가를 섭외하는 데 중점을 기했다.

## 다. 문헌 연구 및 데이터베이스 활용

기존 타 부문 분류체계와 관련한 연구 보고서 및 콘텐츠 산업 특수분류체계 관련 문헌조사뿐만 아니라, 만화 관련 논문 중 분류체계와 관련 있는 논문, 웹툰 사업실태조사 및 만화산업백서 등 관련성 있는 자료를 최대한 수집하여 연구를 진행하였다.

또한, 최종적인 활용을 고려하여 분류체계를 활용한 통계 수집의 관점에서 만화/웹툰 관련 업체들의 데이터베이스를 추가 수집하고 연구에 활용하였다.

## 라. 해외 사례 연구

해외 사례의 경우 만화 강국인 일본, 프랑스, 미국, 중국에 대해 조사를 진행하였다. 이들 국가에 대해 만화산업 연관 국가표준산업분류, 콘텐츠 산업 분류체계, 만화산업 통계조사 방식과 관련한 조사와 연구를 진행하였다. 이를 위해 각 국가별 만화 전문가를 섭외하였으며, 온라인과 오프라인 네트워킹을 통해 최대한 상세한 자료 수집을 위해 노력하였다. 또한 기존 한국콘텐츠진흥원에서 진행한 콘텐츠 산업 특수분류체계와 관련한 연구 보고

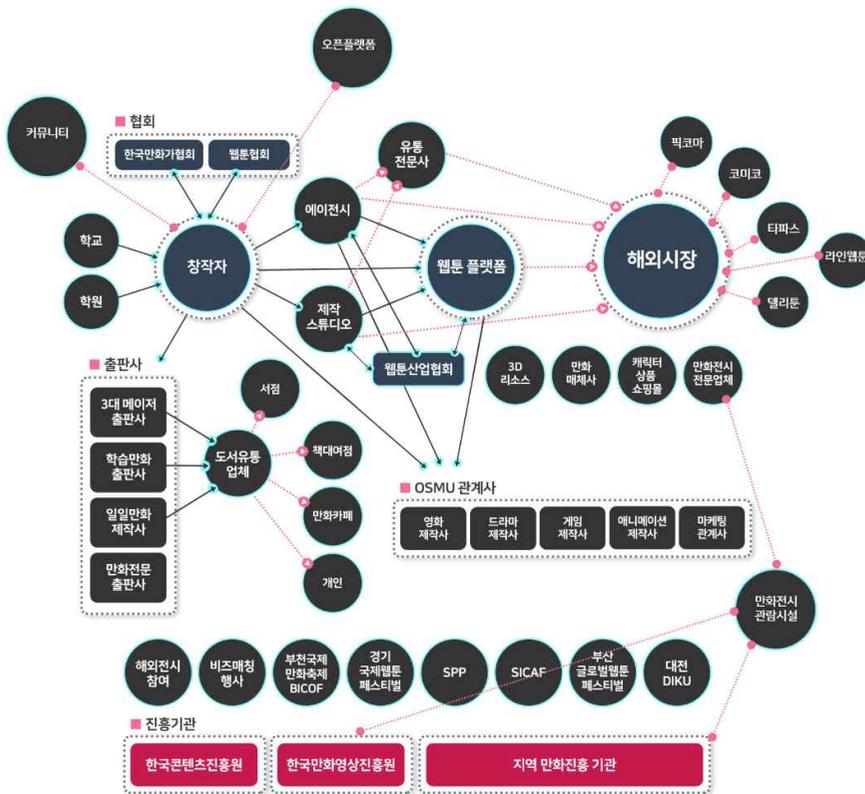
서를 통해 타 국가의 콘텐츠산업 분류체계에 대해 좀 더 상세한 현황을 파악할 수 있었다.

## 제2장 만화산업의 범위 정의

### 1. 만화 생태계

#### 가. 만화생태계 맵(Map)

최근 웹툰 산업의 급속한 발전으로 인해 매년 웹툰 산업 규모가 매출액 기준 20% 이상 성장하고 있으며 이를 통해 만화/웹툰 생태계가 급속도로 확장되고 세분화되고 있다.

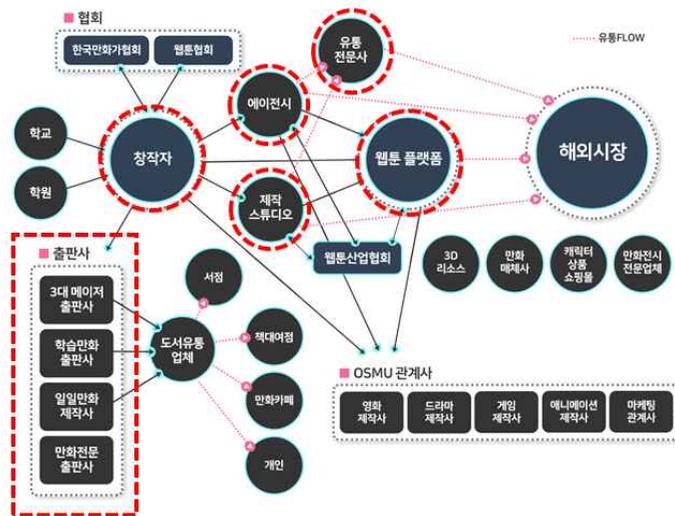


[그림] 만화생태계 맵

이런 산업을 들여다보기 위해서는 거시적인 관점으로 전체를 조망할 수 있어야 한다. 이런 관점에서 이해 관계자간의 연계와 역학적인 부분을 이해하는 것, 즉 산업의 가치사슬(Value Chain)을 파악하는 것은 전반적인 정책 수립을 하는데 있어서 필수적인 요소라 할 수 있다. 이런 만화생태계는 ‘핵심 이해관계자’, ‘일반 이해관계자’, ‘기타 이해관계자’ 로 구성되어 있으며 이런 이해관계자들은 유기적인 커뮤니케이션을 통해 만화/웹툰 산업 성장을 위해 지속해서 노력하고 있다.

### 나. 핵심 이해관계자

핵심 이해관계자는 ‘만화 생태계’ 를 구성하는 가장 핵심적인 이해관계자로 볼 수 있으며 만화산업의 근간을 이루는 핵심적인 R&R을 가지고 있다. 이런 핵심 이해관계자로는 만화/웹툰 기획 및 제작을 담당하는 ‘창작자’, ‘웹툰에이전시/제작스튜디오’, ‘출판사’ 와 만화/웹툰 유통을 담당하고 있는 ‘웹툰플랫폼’, ‘만화전문유통사’ 등이 대표적이다.



[그림] 만화생태계 핵심 이해관계자 (Core Stakeholders)

## 2. 만화 산업체

### 가. 웹툰 플랫폼

웹툰 플랫폼들의 트래픽은 작품의 경우와 마찬가지로 극단적인 양극화를 보인다. 상위플랫폼 10개의 트래픽이 전체의 97%를 넘게 형성하고 있으며 그중에서도 1위, 2위 플랫폼이 전체 트래픽의 84.57%를 점유하고 있다. 하위 플랫폼들의 경우 1% 미만의 트래픽을 나타내고 있는 플랫폼들도 다수 있으며 특정 고객층을 확보하지 못한 플랫폼의 경우 지속가능한 비즈니스를 영위할 수 없을 것으로 예상된다.

### 나. 웹툰 에이전시/제작 스튜디오

#### (1) 웹툰에이전시

국내 웹툰 에이전시의 경우 2017년 90여 개에 불과하던 수가 2018년 150여 개, 2019년 200여 개로 폭발적으로 늘어나고 있으며, 웹소설 업체들도 웹툰에이전시 부문으로 뛰어들어 작품 제작을 활발히 진행하고 있다. 특히 웹소설 에이전시 중에서도 성공적인 성과를 거두고 있는 업체들이 다수 존재하고 있다.

#### (2) 웹툰 제작 스튜디오

웹툰 제작 스튜디오는 크게 3가지 유형이 있다. 웹툰 플랫폼에서 자체 제작 스튜디오를 설립하여 진행하는 경우, 독립적인 제작 전문 스튜디오, 작가 중심의 소규모 제작 스튜디오가 그것이며 최근에는 이런 제작 스튜디오가 좀 더 많이 늘어나는 추세다.

웹툰이 산업적으로 정착하게 되면서 작가의 저작권 부분과 배분 비율이 국내에서는 가장 큰 이슈로 떠올랐다. 상대적으로 타 콘텐츠에 비해 높은 RS(Revenue Share)를 배분받으며, 창작을 위한 MG(Minimum Guarantee)제도가 정착되어 창작자들이 연재를 진행하는

경우 최소 화당 50만원 이상의 비용을 받으면서 생계에 대한 걱정 없이 창작에 집중할 수 있게 되었다. 하지만 이런 창작자들에 대한 배려와는 별개로 산업적인 관점에서는 창작자의 배분 비율이 매우 높은 관계로 비즈니스적인 수익으로 연결되는 것이 상대적으로 지난한 과제였다. 따라서 웹툰 제작 스튜디오의 등장은 자연스러운 수순이며 이익을 극대화하기 위해 회사가 저작권을 소유하는 미국 마블(Marvel)이나 디씨코믹스(DC Comics)와 같은 형태를 취하게 되었다.

한국 웹툰의 작품 수준은 대형 웹툰 제작 스튜디오를 중심으로 엄청난 속도로 상승하고 있다. 불과 몇 년 전 볼 수 있었던 스토리 중심의 무성의한 작화와 채색의 작품은 이제 찾아보기 어려운 시장이 형성되고 있다. 학생들의 경우에도 1인 창작의 한계를 느껴 최근에는 팀을 구성하여 데뷔작을 만들려고 하는 경향이 늘어나고 있으며, 이는 작가 중심 제작 스튜디오의 탄생으로 연결되고 있다.

#### 다. 출판사

전통적인 만화 출판사의 경우 단행본 제작과 웹툰 제작 부문을 같이 진행하고 있다. 만화 산업이 웹툰을 중심으로 전개되고 있어서 단행본이 제작되고 있지 않다는 것은 사실과 다르다. 출판업은 통례적으로 작가가 10%, 출판사가 90%의 매출을 가져가는 수익 배분이 전 세계적인 표준으로 인식되고 있다. 웹툰으로 인기 있는 작품의 단행본인 경우 단행본 판매로도 수억 원의 수익을 거둘 수 있으므로 만화 출판사나 일반 출판사도 웹툰 단행본 출판에 집중하고 있다.

웹툰 플랫폼들은 자체 연재하고 있는 작품 외에 독자들에게 다양한 작품을 공급하기 위해 페이지만화 스캔본 서비스도 동시에 제공하는 것이 일반적이다. 네이버웹툰, 카카오페이지, 레진, 탑툰, 투믹스와 같은 플랫폼들도 모두 일본 페이지만화 스캔본 서비스를 제공하고 있으며 이를 통해 콘텐츠 판매의 롱테일 법칙을 실현하고 있다.

### 3. 만화산업 가치사슬(Value Chain)

인터넷의 상용화는 콘텐츠의 제작과 유통 그리고 소비의 전 과정에 있어서 디지털화로 일원화시키는 장점이 있으며, 이는 만화를 비롯해 영화, 음악, 게임 등 대중문화 전반에 걸쳐 ‘콘텐츠’에 대해 공통으로 적용되었다. 이에 따라 온라인에서는 만화가 출판이 아닌 ‘정보(데이터)’로 변모하였고, 이러한 데이터의 장점은 별도의 물리적인 출력 과정 없이 인터넷과 저장 장치(디바이스)를 통해 유통 및 보관할 수 있는 장점이 있다.

대부분의 작품 기획과 제작을 출판사에 직접 담당했던 오프라인과 비교해 볼 때 수십 개의 플랫폼이 운영되고 있는 현재 전문에이전시의 역할이 증가한 것으로 평가되고 있다. 특히 에이전시의 경우 작품 기획단계에서부터 IP 확대를 위한 하나의 단계로서 플랫폼과 전략적으로 제휴하는 사례가 등장하게 되었으며, 이를 통해 ‘찾아오면 파는 방식’에서 탈피하여 ‘찾아가서 파는 방식’으로 전환되고 있다.

현재 웹툰으로 대표되는 온라인상의 작품은 특정 플랫폼에만 발표되는가에 따라 크게 독점과 비독점으로 나눌 수 있다. 처음 발표되는 대부분의 작품이 최초로 서비스되는 1차 플랫폼과 계약 시 ‘독점’ 계약을 통해 일정한 원고료(혹은 MG)를 받게 된다. 이때, 1차 플랫폼이 되는 포털사이트, 만화전문플랫폼 등은 유료로 서비스하여 독자들로부터 일정한 매출을 발생시키며, 포털사이트의 경우 작품이 서비스되는 공간에 광고를 부착하여 부가수입을 올리기도 한다. 통상 2~3년(계약 조건에 따라 더 짧거나 혹은 더 길 수도 있다)이 걸리는 1차 플랫폼과의 독점기간이 끝나면, 다양한 플랫폼에 서비스하여 매출구조를 다변화시키고 있다. 비독점 서비스 시에는 원고료 없이 독자들로부터 발행하는 매출로 작가와 플랫폼이 수익을 나눠 가지는 것이 일반적이다.

한편, 작품이 최초 발표된 후, 해당 작품에 대한 2차 사업화 역시 활발히 진행되는 것이 최근의 웹툰산업의 흐름이다. 2차 사업화에는 크게 번역을 통한 해외수출, (웹)드라마나 영화 등으로 옮겨지는 영상화 그리고 편집을 통해 이북이나 페이퍼북 출간으로 이어지는 출판 등이 대표적이다.

# 제3장 만화산업 분류체계 개편안

## 1. 현행 분류체계 문제점

현행 만화산업 분류체계는 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 있으며, 콘텐츠산업 특수분류체계가 2010년 초기 제정된 이후 큰 변화 없이 지속되어 오고 있다. 만화산업의 경우 최근 웹툰을 중심으로 2000년 초반부터 현재까지 큰 변화가 진행되고 있다. 따라서 현행 만화산업 분류체계는 ‘웹툰’을 중의 만화산업 변화를 반영하지 못하고 있다. 현행 만화산업 분류체계의 문제점은 아래와 같이 정리해볼 수 있다.

<표> 현행 만화산업 분류체계와 문제점

중분류	세분류	간략현황 및 문제점
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 정기적인 만화잡지는 모두 폐간됨</li> <li>● 일일만화는 4개사에서 소량 진행, 매년 축소</li> <li>● 코믹스의 경우 90%이상이 일본 단행본</li> <li>● 서울/대원/학산의 경우 웹툰 단행본 제작 미미</li> <li>● 레진의 경우 만화출판업도 동시 진행</li> </ul>
	일반 출판사(만화부문)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 일반출판사 만화부문은 인기웹툰에 한해 단행본 제작 진행</li> <li>● 개인출판 및 크라우드 펀딩 형태의 출판 증가</li> </ul>
온라인 만화 제작*유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2G 스마트폰 위주의 만화 콘텐츠 제작 시절의 인터넷 만화 카테고리</li> <li>● 신규 무료/유료 모바일 웹툰 플랫폼 대두</li> </ul>
	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 인터넷과 모바일로 나누는 기준은 현재에는 맞지 않음. 현재는 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 서비스가 동일한 플랫폼에서 동시 제공 중</li> </ul>
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 만화방과 만화카페의 급격한 감소</li> </ul>
	서적임대(대여) (만화부문)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 책 대여점의 규모가 7만개소에서 지속 감소</li> </ul>
만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 출판 개념의 만화 도매업체가 사라짐</li> </ul>
	만화 서적 및 잡지류 소매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 만화서적 및 잡지류 소매 전문점이 사라짐</li> </ul>

## 2. 만화산업 분류체계 개편

만화산업 분류체계 개편을 위해서 다양한 전문가들과 함께 다방면의 검토를 진행하였다. 전체 프로세스는 핵심자문회의, 1차 전문가 회의, 전문가 델파이, 최종 전문가 회의를 진행하는 순서로 최종적인 만화산업 분류체계 개편안을 도출하였다. 이와 병행하여 해당 분류체계를 직접 활용하여 콘텐츠산업 통계 도출 작업에 참여한 경험이 있는 한국콘텐츠진흥원 통계 담당자회의를 2차에 걸쳐 진행하였다.



[그림] 만화산업 분류체계 개편안 도출 프로세스

### 가. 1차 초안

1차 초안은 가급적이면 기존 만화산업 분류체계를 크게 변경하지 않고 웹툰과 관련한 중 분류 및 세분류를 신설하기 위한 노력을 경주하였다.

<표> 기존 만화산업 분류체계 및 1차 개편안 비교

중분류	소분류		중분류	소분류	
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	➔	만화출판업	만화출판사(웹툰단행본, 일일만화, 코믹스 일반 출판사(만화부문))	
	일반 출판사(만화부문)			만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)
온라인 만화 제작·유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공		만화 도소매업	만화 도소매업	서적임대(대여) (만화부문)
	인터넷 만화 콘텐츠 서비스				만화 서적 도매
	모바일 만화 콘텐츠 서비스				만화 서적 소매
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)		온라인만화 제작업	온라인만화 제작업	웹툰장작 1인 기업
	서적임대(대여) (만화부문)				웹툰 전문 제작사
만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매				온라인만화 유통업
	만화 서적 및 잡지류 소매		(행사, 편집, 번역, 리소스, SW, HW 제공 등)		
				만화/웹툰 에이전시	
				온라인 콘텐츠 유통사(만화/웹툰 부문)	

상기 1차 초안은 중분류를 크게 만화출판업과 온라인 만화업의 2가지로 나누었다. 특히 온라인 만화제작\*유통업이라는 중분류를, 웹툰 산업의 확장을 반영하여, 온라인만화 제작업과 온라인만화 유통업으로 나누었다.

## 나. 2차 안

### (가) 2차 수정 - 1안

1차 전문가 회의에서 대분류명을 ‘만화산업’에서 ‘만화/웹툰산업’으로 변경하는 이슈에 대해 모든 전문가가 동의하였다. 따라서 2차 수정의 3개 안 모두 대분류를 ‘만화/웹툰산업’으로 수정하였다. 1안의 경우 중분류 세분류까지 모두 전면 수정하였으며 만화산업의 가치사슬(Value Chain)을 중분류에 놓고 설계하였다.

<표> 만화산업 분류체계 2차 - 1안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	기획창작업	1인 작가	개인사업자, 만화가, 스토리작가 등
		스튜디오	출판만화/웹툰 기획전문 스튜디오
	콘텐츠제작업	웹툰 제작사	웹툰전문 제작사
		출판만화 제작사	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
			일반 출판사(만화부문)
	유통업	웹툰 유통업	웹툰 플랫폼사
			웹툰 에이전시
			온라인 콘텐츠 유통사(만화/웹툰 부문)
		만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매
			만화서적 및 잡지류 소매
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등) 서적임대(대여) (만화부문)		

<표> 만화산업 분류체계 2차 - 2안

대분류	중분류	세분류
만화/웹툰	기획창작업	
	웹툰 제작업	웹툰제작사 (스튜디오 등)
	웹툰 유통업	국내/해외 웹툰 유통 (플랫폼, 에이전시 등)

	출판만화업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
		일반출판사(만화부문)
	디지털만화 제작/유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스
		모바일 만화 콘텐츠 서비스
	출판만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매
		만화 서적 및 잡지류 소매
	출판만화 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)
서적임대(대여) (만화부문)		

<표> 만화산업 분류체계 2차 수정본 - 3안

대분류	중분류	세분류 (예시 )	비고
만화 /웹툰	출판만화	기획창작업	
		제작업	
		유통업	
	디지털만화 (또는 웹툰 )	기획창작업	
		제작업	
		유통업	

#### 다. 전문가 델파이

전문가 회의에서 논의된 핵심 이슈들과 개편 분류체계에 대한 전문가 및 산업 관계자의 의견을 확인하고자 델파이(Delphi) 설문을 하였다. 조사는 2020년 8월 5일부터 9월 23일 까지 약 6주간 진행되었으며 각 단계의 시행 일자는 아래의 표와 같다.

<표> 델파이 설문 시행 일자

일정	기간	내용
1차	8.10~8.15	만화산업범위 및 만화산업분류체계 개편에 대한 자유로운 의견 작성
2차	9.9~9.15	1차 조사결과를 바탕으로 개편안에 대한 적합도 평가 및 의견 작성
3차	9.18~9.23	1,2차 조사를 바탕으로 수렴된 개편안에 대한 적합도 평가 및 세부 정책방안 도출

상기 조사는 19명의 전문가를 대상으로 진행되었으며 3차례 동일한 전문가들이 응답에

입했다. 1명의 경우 1차에서 설문을 포기하였으며, 2차와 3차는 18명 전원이 응답하였다. 전문가 섭외의 기준은 학계, 산업계, 작가, 통계전문가, 관련 기관을 망라하는 웹툰산업 전반에 걸친 전문가들을 모두 포함하는데 중점을 두었다. 학계의 경우 만화산업 중장기 계획 수립에 참여한 전문가 및 만화웹툰 관련 학과의 교수진을 섭외하였다. 산업계의 경우 웹툰 전문 에이전시, 제작스튜디오, 출판만화 유통 전문가, 플랫폼 전문가, 학습만화 전문가 등 산업계 전반 영역에 걸쳐 섭외를 진행하였으며, 최소 10년에서 25년까지의 경험이 있는 전문가들을 최대한 다양하게 섭외하였다. 또한 웹툰작가 및 웹툰관련 협회 담당자, 분류체계 및 통계 전문가들도 섭외하여 최대한 충실한 산업분류체계 설계를 진행하고자 하였다.

### 라. 3차 안

델파이 조사 이후 전문가 최종회의에서 콘텐츠산업 분류체계의 기준과 타 부문 사례를 반영하여 <2차 수정 - 2안>을 최종적으로 선정하였으며, 델파이에서 나온 의견을 세분류와 세세 분류에 적용하여 도출된 만화/웹툰산업 분류체계 3차 안은 아래와 같다.

<표> 델파이 조사 반영 만화/웹툰산업 분류체계 3차안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	기획창작업	개인작가 스토리작가 창작스텝	1인 작가 (프리랜서, 사업자등록 필한작가, 5인 미만의 사업장), 기획 개발 에이전시 등
	출판만화제작업	만화전문출판사 일반출판사 만화부문	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디지털스캔만화
	웹툰제작업	제작스튜디오	5인 이상 전문 제작스튜디오
		웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시
	만화/웹툰 제작 지원업	만화편집 전문사, 만화배경 제작 전문사 만화번역	편집/번역/배경제작/매체사/장비/SW/피규어 등
	출판만화 유통/임대업	출판만화 도매업	만화총판
		출판만화 소매업	일반서점, 만화전문 서점
		출판만화임대업	대본소, 책 대여점, 만화카페
	웹툰(디지털만화)유통업	웹툰플랫폼	플랫폼(포털, 전문)
		전문유통사	유통전문사, 전시, 이벤트, 굿즈, OSMU 전문 회사 등

## 마. 4차 안

전문가들은 상기 3차 안에 대해 다양한 의견을 제시하며 최종적인 의사 교환과 조정을 진행하였다.

<표> 전문가 최종회의 주요 조정 내용 요약

항목	조정내용
최종안 중 1개 안 선정	중분류가 세분화 되어 있는 델파이 후 2차 수정 안 3개 중 2안으로 선정
기획/창작업 삭제	기획 창작업에 속해 있는 그림작가, 스토리작가, 1인기업은 뽑아내기 힘들며 기능상 웹툰 제작업에 포함시킬 수 있으므로, 1) 삭제 후 제작스튜디오 하단으로 이동 2) 웹툰 제작업 → 웹툰 기획/제작업으로 중분류명 수정
순서 조정	웹툰이 만화산업의 대부분을 차지하고 있으므로, 웹툰 관련 중분류를 상단으로 위치시키는 것이 맞음
용어 수정	직관성 있는 용어로 조정 진행 만화출판을 '출판만화'로 통일
대분류 조정	<만화산업> 이라는 대분류를 <만화/웹툰 산업>으로 조정 →전문가 전원 동의
만화/웹툰 기타 분류 추가	만화 번역/편집 전문사, 만화 홍보업 세분류 추가
웹툰 기획/제작업> 기타 제작업 추가	콘티/채색/배경/효과 관련 전문 업체들은 콘텐츠 제작에 속하므로 1) 만화/제작 지원업에서 웹툰 기획/제작업 하위의 세분류로 이동 2) 상기를 위한 '기타 제작업' 세분류 신설
기존 만화출판영역 조정	만화출판영역의 규모 축소로 인해 기존의 만화출판 중분류를 조정 필요 1) 출판만화 중분류를 웹툰과 동일하게 기획/제작업과 유통업으로 명칭 조정 2) 출판만화 유통/임대업 명칭을 '출판만화 유통업'으로 변경 3) 세분류 '출판만화 도매업'과 '출판만화 소매업'을 '만화도소매업'으로 병합 4) 디지털스캔만화 유통을 '출판유통'으로 포함
만화/웹툰 기타 조정	만화번역/편집, 만화 홍보업, 기타 3가지 세분류 추가 특히 '기타' 세분류의 경우 성장하는 만화 산업에 비추어, 새로운 업종 수용가능하도록 신설 (타 분류체계의 사례 참조)

상기 회의를 거쳐 나온 최종 만화/웹툰산업 분류체계 4차안은 아래와 같다. 대분류는 '만화/웹툰', 중분류는 웹툰 기획/제작업 - 웹툰 유통업 - 출판만화 기획/제작업 - 출판만화 유통업 - 만화/웹툰 기타의 5가지로 구성하였다.

<표> 만화/웹툰산업 분류체계 4차안

대분류	중분류	세분류	세세분류
-----	-----	-----	------

만화/웹툰	웹툰 기획/제작업	웹툰제작스튜디오	웹툰 제작 전문회사, 1인작가 사업체 등
		웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시
		기타 제작업	콘티/채색/배경/효과
	웹툰 유통업	웹툰플랫폼	플랫폼(포털, 전문)
		웹툰유통사	국내/해외 유통전문사
		기타 유통사	전시, 이벤트, 굿즈, OSMU 전문회사, 배경, 브러시 유통 등
	출판만화 기획/제작업	만화전문출판사	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디지털스캐만화
		일반출판사 만화부문	제작
	출판만화 유통업	디지털스캐만화 유통	국내 디지털스캐만화 유통업체, 해외 디지털 스캐만화 전문 유통업체
		출판만화임대업112	대본소, 책 대여점, 만화카페
		만화도소매업	총판, 서점, 만화전문서점
	만화/웹툰 기타	만화 번역/편집 전문사	만화전문 번역사, 만화전문 편집회사
만화 홍보업		홍보영상	
기타		HW/SW/매체사 등	

## 바. 최종안 (5차)

전문가 최종회의를 통해 도출된 4차 안에 대해 한국콘텐츠진흥원 통계담당자들과의 마지막 점검을 위한 회의를 진행하였으며, 최종적으로 가치사슬 기준으로 중분류 배치를 일부 조정하였다. 최종적으로 나온 만화/웹툰산업 분류체계 안은 아래와 같다.

<표> 만화/웹툰산업 분류체계 최종 안

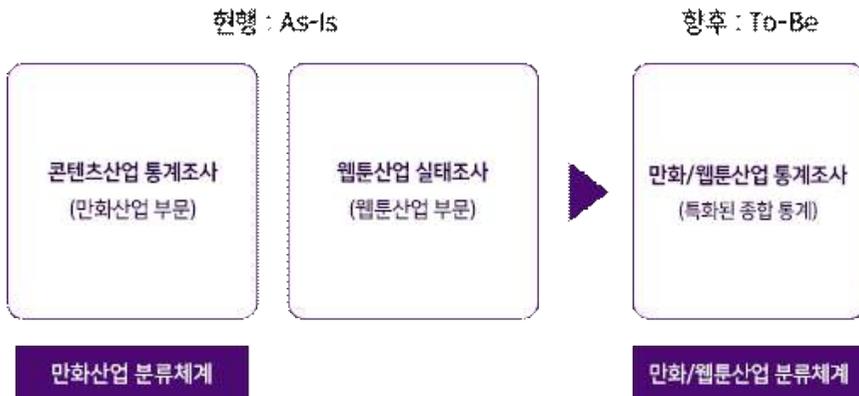
대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	웹툰 기획/제작업	웹툰제작스튜디오	웹툰 제작 전문회사, 1인작가 사업체 등
		웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시
		기타 제작업	콘티/채색/배경/효과 제작 업체
	출판만화 기획/제작업	만화전문출판사	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디지털스캐만화
		일반출판사 만화부문	제작업체
	웹툰 유통업	웹툰플랫폼	플랫폼(포털, 전문)
		웹툰유통사	국내/해외 유통전문사
		기타 유통사	전시, 이벤트, 캐릭터상품, OSMU 전문회사, 배경, 디지털 효과 유통업체 등
	출판만화 유통업	디지털스캐만화 유통	국내 디지털스캐만화 유통업체, 해외 디지털 스캐만화 전문 유통업체
		출판만화임대업	대본소, 책 대여점, 만화카페
		만화도소매업	총판, 서점, 만화전문서점
	만화/웹툰 기타	만화 번역/편집 전문사	만화전문 번역사, 만화전문 편집회사
만화 홍보업		홍보영상	
기타		HW/SW/매체사 등	

## 제4장 활용 & 결론

### 1. 만화/웹툰 산업 통계 산출

콘텐츠산업 특수분류는 국가 승인 통계이며 최종적으로는 콘텐츠 부문의 통계 산출을 위한 목적으로 사용된다. 그리고 만화/웹툰산업 분류체계는 콘텐츠산업 특수분류체계 내의 분류이며 이의 목적은 만화산업과 웹툰산업에 대한 정확한 통계산출을 위함이 그 첫 번째 목적이다.

최근 웹툰산업의 급격한 성장으로 인해 기존의 만화산업 통계 집계 방식만으로는 정확한 규모를 산정하기 어려운 부분이 있어 이를 보완하기 위해 현재 한국콘텐츠진흥원에서는 별도의 <웹툰산업 실태조사>를 통해 웹툰산업 규모 추정을 2018년부터 지속적으로 진행하고 있다. 현재 2원화된 통계자료 수집 절차를 통해 각각 만화산업과 웹툰산업의 규모를 파악하고 있다. 현재의 방식은 통계의 정확성과 비용의 중복집행과 관련한 문제가 존재한다.



[그림] 이원화된 만화/웹툰산업 통계 조사 vs 향후 만화/웹툰 통계조사 방향성

따라서 만화/웹툰산업 분류체계 연구를 통해 확정된 최종안을 바탕으로 2원화된 현재의 조사보다는 만화/웹툰산업 전체를 아우를 수 있는 전문적인 통계조사가 필요하다.

또한, 이를 보조하기 위해서는 적절한 한국표준산업분류(KSIC) 코드가 추가 신설될 필요가 있다. 현재 만화/웹툰산업과 관련한 한국표준산업분류 코드는 ‘만화출판업(58112)’만 존재하고 있으므로 ‘웹툰 기획/제작업’, ‘웹툰 유통업’과 같은 코드를 신설하는 것이 바람직하다. 웹툰 부분의 산업적 통계 집계하기 위해 이를 한국 표준산업분류체계(KSIC)에 반영하는 것은 향후 별도 협의체를 통해 진행하는 것이 필요하다.

## 2. 결론

웹툰은 2003년 본격적인 웹툰플랫폼의 등장으로 인해 산업화를 시작하였으며 이후 2020년까지 17년이라는 시간 동안 큰 성장을 이루어냈다. 2013년에 성공적인 유료화를 이루어냄으로써 매년 급속한 성장률을 기록하고 있으며 최근 들어서는 한국 콘텐츠 산업에서 빠질 수 없는 중요한 위치를 차지하고 있다.

문화체육관광부는 2019년 10월 정부 보고에서 ‘만화산업 발전 계획’을 공개하였다.

‘만화산업 발전 계획’은 만화산업 각 분야의 전문가들이 모여 거시적/미시적 지원 방향성과 정책 토론을 통해 수립하고 있다. 만화/웹툰산업 분류체계의 개편을 통해 만화/웹툰산업 전반의 정확한 통계를 수집할 수 있는 기초가 수립될 수 있을 것으로 보인다. 이를 바탕으로 만화/웹툰산업 전반과 각 사업 영역에 걸친 정교한 통계를 수립함으로써 정책적 지원이 필요한 영역을 구별 할 수 있을 것이며 향후 성장을 위한 균형 있는 예산 배분이 가능하게 될 것이다.

최종적으로 만들어진 만화/웹툰산업 분류체계는 콘텐츠산업 분류체계의 하나의 카테고리로서 가능하며, 한국 만화/웹툰산업의 가장 기초가 되는 자료로써 활용될 것이다. 향후 진행될 만화/웹툰산업 통계조사를 통해 상기 분류체계의 기능검증과 개선사항을 취합하고 중장기적인 관점에서 지속적인 개선을 해나가야 할 것이다.





# 목 차

제1장 서론 .....	01
1. 연구개요 .....	03
가. 만화산업 분류체계 개편의 필요성 .....	03
나. 방향성 설정 .....	12
다. 연구과제 .....	12
2. 연구 방법 .....	14
가. PEST 분석 .....	14
나. 전문가 토론 / 델파이 .....	15
다. 문헌 연구 및 데이터베이스 활용 .....	15
라. 해외 사례 연구 .....	16
제2장 한국 만화산업 현황 및 변화 분석 .....	18
1. 국내 출판만화 산업의 변화 .....	20
가. 해방 이후 ~ 1959년 .....	20
나. 1960년~1979년 .....	22
다. 1980년~1999년 .....	25
라. 2000년 ~ 현재 .....	27
2. 국내 웹툰 산업의 대두 .....	28
가. 웹툰 이전의 디지털 만화 .....	28
나. <순정만화> 이후 무료 웹툰 활황기 .....	28
다. 웹툰 전문 플랫폼의 등장과 유료서비스의 정착 .....	31
3. 웹툰 글로벌 진출 .....	33
가. 수출 통계 현황 .....	33
나. 출판만화 해외 진출 현황 .....	35
다. 웹툰 해외 진출 현황 .....	37
4. 만화/웹툰 산업의 미래 예측 .....	40
가. 제도적(정치적) 측면 .....	40
나. 경제적 측면 .....	41

다. 사회적 측면 .....	42
라. 기술적 측면 .....	42
5. 분류체계 개편의 필요성 .....	43
가. 한국 만화산업 분류체계 현황 .....	43
나. 분류체계 개편 필요성 .....	44
제3장 만화산업의 범위 정의 .....	46
1. 만화 생태계 .....	46
가. 만화생태계 맵(Map) .....	46
2. 만화 산업체 .....	54
가. 웹툰 플랫폼 .....	54
나. 웹툰 에이전시/제작 스튜디오 .....	56
다. 출판사 .....	60
3. 만화산업 가치사슬 .....	62
가. 온라인 가치사슬 .....	63
나. 오프라인 가치사슬 .....	66
다. 해외 관련 가치사슬 .....	67
4. 만화형식 .....	69
제4장 만화산업 분류체계 개편안 .....	72
1. 현행분류체계 .....	74
가. 문제점 분석 .....	74
나. 개선사항 .....	75
2. 콘텐츠산업 특수분류 체계 .....	78
가. 개요 .....	78
나. 타 콘텐츠 부문 사례 .....	79
3. 해외만화 산업 분류체계 .....	81
가. 일본 .....	81
나. 미국 .....	84
다. 프랑스 .....	88
라. 중국 .....	90
4. 만화산업 분류체계 개편 .....	93

가. 1차 초안 .....	94
나. 전문가 회의 .....	96
다. 전문가 델파이 .....	101
라. 전문가 최종회의 .....	122
마. 한국콘텐츠진흥원 통계담당자 회의 .....	126
사. 한국 국가산업표준(KSIC) 맵핑 테이블 .....	127
제5장 분류체계의 활용 .....	130
1. 만화/웹툰산업 통계 산출 .....	132
2. 만화/웹툰 산업의 이해와 경계 구분 .....	134
제6장 결론 .....	136
부록 .....	142
참고문헌 .....	172



# 표 목 차

<표 1-1> 2003~2013 만화산업 시장 규모 추이 .....	4
<표 1-2> 2003~2020 웹툰 신규 & 누적 생산량 표 .....	7
<표 2-1> 2010년 이후 만화산업 수출 및 수입액 현황 .....	33
<표 2-2> 만화산업 지역별 수출액 현황 .....	34
<표 3-1> 2019년 웹툰 플랫폼 트래픽 추정치 .....	54
<표 3-2> 2019년 국내 상위권 에이전시 및 매출 리스트 .....	57
<표 3-3> 네이버웹툰의 장르 분류 구분 .....	70
<표 3-4> 교보문고 인터넷서점의 국내> 만화도서 카테고리 장르구분 .....	70
<표 4-1> 현행 만화산업 분류체계와 문제점 .....	74
<표 4-2> 콘텐츠산업 특수분류체계 대-중분류 요약표 .....	79
<표 4-3> 일본 표준산업분류(JSIC)내 정보통신업 섹터(G Division)의 하위구조 .....	82,83
<표 4-4> 미국 엔터테인먼트 산업분류 체계 .....	85
<표 4-5> 프랑스 표준산업분류체계 중 콘텐츠산업 분류 관련 중분류/소부류 .....	89
<표 4-6> 중국 콘텐츠 산업 분류 표(부분) .....	91
<표 4-7> 만화산업 분류체계 1차 초안 및 주요 변경 내용 .....	94
<표 4-8> 기존 만화산업 분류체계 및 1차 개편안 비교 .....	95
<표 4-9> 1차 전문가 회의 참석 전문가 .....	96
<표 4-10> 만화산업 분류체계 2차 - 1안 .....	99
<표 4-11> 만화산업 분류체계 2차 - 2안 .....	100
<표 4-12> 만화산업 분류체계 2차 - 3안 .....	101
<표 4-13> 델파이 설문 시행 일자 .....	102
<표 4-14> 만화산업 분류체계 델파이 조사 참여 전문가 .....	103
<표 4-15> 델파이 조사 Round1 질문 . .....	104
<표 4-16> 델파이 조사 Round 2/ Round 3 질문 (요약) .....	106
<표 4-17> 만화산업 신규 등장 영역에 대한 질의 .....	107
<표 4-18> 만화산업 신규 등장 영역의 만화산업 분류체계 적용 적합성 의견 .....	108
<표 4-19> 사멸 사업 영역에 대한 전문가 의견 .....	110
<표 4-20> 축소 사업 영역에 대한 전문가 의견 .....	110

<표 4-21> 대분류 용어 ‘만화/웹툰산업’에 대한 전문가 의견 .....	111
<표 4-22> 웹툰과 만화를 독립된 장르로 구분하는 것에 대한 전문가 의견 .....	112
<표 4-23> 중분류 설계의 기준에 대한 전문가 의견 .....	113
<표 4-24> 전문가 회의 후 2차 수정본 3개 안에 대한 전문가 의견 .....	114
<표 4-25> 기획/창작업에 대한 전문가 의견 .....	115
<표 4-26> 만화/웹툰 제작업의 세분류에 대한 전문가 의견 .....	116
<표 4-27> 만화/웹툰 유통업에 대한 전문가 의견 .....	117
<표 4-28> 만화/웹툰 제작업 및 유통업 중분류 설계 관련한 전문가 의견 .....	117
<표 4-29> 웹툰 제작업 세분류에 대한 전문가 의견 .....	118
<표 4-30> 웹툰 유통업 세분류에 대한 전문가 의견 .....	119
<표 4-31> 만화 산업 분류와 통계 집계에 대한 전문가 의견 .....	120
<표 4-32> 출판만화 스캔본 용어 정의에 대한 전문가 의견 .....	121
<표 4-33> 페이지연출 디지털만화 지칭 용어 정의에 대한 전문가 의견 .....	121
<표 4-34> 델파이 설문 세분류 응답 결과 적합 업종 .....	122
<표 4-35> 델파이 조사 반영 만화/웹툰산업 분류체계 3차안 .....	123
<표 4-36> 전문가 최종회의 주요 조정 내용 요약 .....	125
<표 4-37> 만화/웹툰산업 분류체계 4차안 .....	125,126
<표 4-38> 만화/웹툰산업 분류체계 최종안 .....	127
<표 4-39> 만화/웹툰산업 분류체계 최종 안 - 한국표준산업분류 맵핑 테이블 .....	128,129



## 그림 목 차

[그림 1-1] 2001~2005 국내 만화단행본 발행 종수 .....	3
[그림 1-2] 정철연 <마린블루스>(좌), 강풀 <순정만화>(중), 권윤주 <스노우캣>(우) .....	4
[그림 1-3] 한국만화 해외 수출액 변화 추이(2003~2015) .....	6
[그림 1-4] 2003~2020 웹툰 신규 & 누적 생산 그래프 .....	7
[그림 1-5] 산업분류체계에서 만화산업분류체계의 위치 .....	9
[그림 1-6] 만화산업 분류체계 조사 및 개편 연구과제 .....	13
[그림 1-7] 전체 연구 프로세스 .....	14
[그림 3-1] 만화생태계 맵 .....	49
[그림 3-2] 만화생태계 핵심 이해관계자 .....	50
[그림 3-3] 만화생태계 일반 이해관계자 .....	51
[그림 3-4] 웹툰 원작의 영화/드라마 성공사례 .....	52
[그림 3-5] 고퀄리티 웹툰의 대표작 <나혼자만 레벨업>(좌), <전지적 독자 시점>(우) .....	59
[그림 3-6] 한국만화 생태계 기본구조 (가치사슬별) .....	62
[그림 3-7] 만화의 갈래 구분 .....	69
[그림 4-1] 2002~2019 일본 망가 판매현황 추이 .....	84
[그림 4-2] 미국 만화산업 통계 집계사이트 코믹크론 .....	87
[그림 4-3] 2019년 미국 만화 시장 규모(좌), 유형별 만화 시장 규모(우) .....	87
[그림 4-4] 2019년 미국 만화 판매채널별 매출 .....	88
[그림 4-5] 만화산업 분류체계 개편안 도출 프로세스 .....	93
[그림 4-6] 1차 전문가 회의 (2020.6.15.) .....	96
[그림 5-1] 이원화된 만화/웹툰산업 통계 조사 vs 향후 만화/웹툰 통계조사 방향성 .....	133
[그림 6-1] SM 엔터테인먼트의 2007년 매출 vs 2017년 매출 비교 .....	138

# 제1장 서론

# 제1장 서론

# 제1장 서론

## 1. 연구개요

한국만화산업은 2000년 초반부터 20년간 큰 변화를 겪었다. 1997년 국가적 경제 재난으로 기록되었던 IMF 사태 이전의 만화산업은 일본만화산업을 벤치마킹하여 잡지-단행본으로 자연스럽게 연결되는 ‘출판산업’에 가까웠다고 하면, IMF 이후의 한국 만화산업은 ‘디지털콘텐츠’로 탈바꿈하여 새로운 형태의 산업으로 진화했다. 만화산업은 ‘산업’이라고 부를 수 없을 수준의 기존 규모에서 현재는 1조 규모의 매출을 자랑하는 당당한 콘텐츠 산업으로 성장했다. 이런 디지털화의 중심에는 ‘웹툰’이 자리 잡고 있다.

만화산업은 IMF 시기를 거치면서 2000년 초반 잡지-단행본 시스템이 정상적으로 동작하지 않으며 산업적인 동력을 잃게 되었다. 이 시기에 많은 만화 창작자들이 새로운 창작을 더 이어가지 못했으며 일본 만화의 소비시장으로 전환하는 듯한 모습을 보였다. 꾸준하게 소비되는 학습만화와 만화방이나 만화카페에서 소비되는 소위 일일만화가 일정 규모를 가지고 계속 생산되었으나 매해 생산 규모가 축소되었으며 일본 만화를 소비하는 시장이 전체 만화시장의 상당 부분을 차지하게 되었다.



[그림 1-1] 2001~2005 국내 만화단행본 발행 종수

〈표 1-1〉 2003~2013 만화산업 시장 규모 추이

(단위 : 백만 원)

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
759,100	505,867	436,235	730,072	761,686	723,286	739,094	741,947	751,691	758,525	797,649

\* 2005문화산업통계, 2011~2013콘텐츠산업통계 참조

하지만 이런 한국 만화 시장의 공백기는 인터넷의 보급과 함께 만화의 새로운 시대를 열게 된다. 온라인상에서 만화 창작을 시작한 새로운 작가들이 등장하게 된 것이다. 소위 웹툰 1세대 작가로 불리는 <순정만화> 강풀, <마린블루스> 정철연, <스노우캣> 권윤주 등이 그들이다.

웹툰 1세대 작가들의 작품은 작가 개인의 일상을 다룬 다이어리류 일상 웹툰이 주류를 차지했다. 특히 정철연 작가가 2001년부터 연재한 <마린블루스>는 이후 등장한 수많은 일상 웹툰에 큰 영향을 끼쳤다.

스크롤뷰 형식의 본격적인 웹툰이 등장한 것은 2003년 강풀 작가가 그린 <순정만화>부터이다. 강풀 작가는 다른 1세대 작가들과 마찬가지로 일상을 소재로한 개그만화 <일쌍다반사>를 2002년부터 연재하다 이듬해 최초의 스크롤 형식을 사용한 장편 스토리 웹툰 <순정만화>를 공개했다.



[그림 1-2] 정철연 <마린블루스>(좌), 강풀 <순정만화>(중), 권윤주 <스노우캣>(우)

이 시기 등장한 작가들은 이전 세대와 다른 몇 가지 특징들을 보였다. 첫째, 종이에서 만화를 창작하는 것이 아닌 디지털 창작으로의 전환이다. 이전 작가들은 종이를 기반으로 한 작화를 중심으로 창작을 진행하였으나 개인블로그에서 온라인 연재를 진행하는 작

가들은 디지털 기기를 활용하여 창작을 시작한다. 둘째, 올컬러 기반의 작업이 진행되었다. 흑백의 펜과 스크린톤으로 창작되었던 만화는 컬러로 창작되어 많은 독자의 시각적 만족도를 높이게 된다. 셋째, 스토리 중심의 만화로 전환이다. 기존 만화 작가들은 인기 작가의 경우에도 글 작가가 있더라도 표기하지 않는 경우가 흔했으며 스토리적인 완성도 보다는 작화적 완성도에 더 큰 비중을 두었다. 하지만 새로운 작가들은 스토리와 작화를 같이 병행하는 경우가 많았으며, 작화보다 대중적인 공감과 재미를 이끌어내는 스토리적인 완성도에 초점을 맞췄다.

이런 디지털만화의 출현은 2000년 초중반 검색 포털들의 치열한 경쟁과 함께 독자들을 유입하기 위한 수단(Hooking Method)으로 자연스럽게 발전하였다. 웹(Web)에서 보는 만화(Cartoon)라는 의미의 ‘웹툰(Webtoon)’은 2003년 ‘다음 만화 속 세상’이라는 웹툰 플랫폼을 그 시작으로 한다. 기존 종이 신문에서 일일 연재만화를 진행한 것과 유사하게 수많은 언론사들의 집합체의 기능을 했던 검색포털에서는 ‘웹툰 플랫폼’을 만들어 수십 편의 만화를 연재하기 시작했다. 다음은 2003년, 네이버는 2005년, 야후는 2006년 웹툰 서비스를 시작하였다. 이런 ‘웹툰’은 2007년 스마트폰으로 촉발된 모바일 혁명과 함께 세로스크롤 형태의 연출을 지향하며 한국 만화의 새로운 대안으로 떠오르게 된다.

이런 검색포털 중심의 웹툰 성장은 한국 만화산업의 첫 번째 변곡점으로 볼 수 있다. 이는 2003년부터 2013년까지 웹툰의 저변을 끌어올리는 데 큰 영향을 끼쳤다. 매년 200편 가량 전후로 생산되었던 웹툰은 잡지로 환산했을 때 10종이 넘는 주간 만화 잡지가 새로 생겨난 것과 같은 규모의 경계를 이뤄냈다. 무엇보다도 검색포털 중심의 웹툰 전개는 ‘만화’의 대중화를 이끌어냈다. 만화는 학생들의 학습에 나쁜 유해 매체라는 마녀사냥이 이루어졌던 1990년대와 2000년대 초반의 분위기와는 달리, 웹툰은 다양한 주제의 작품을 쏟아내며 재미있고 때로는 유익한 콘텐츠로 받아들여졌다. 또한 스마트폰의 급속한 확산과 함께 누구나 여유시간에 즐길 수 있는 대중적인 스낵컬처<sup>1)</sup> 콘텐츠로 자리 잡게 된다.

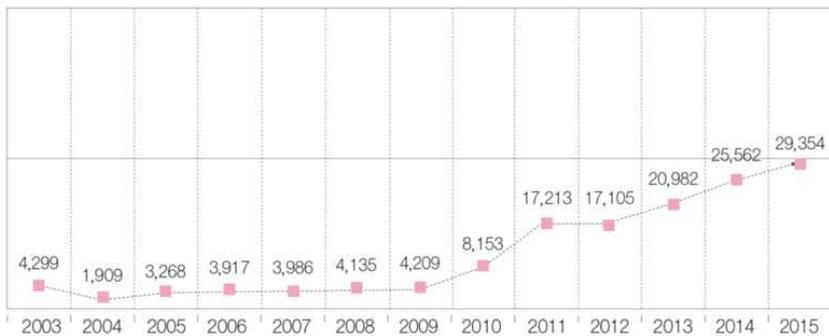
하지만 이런 10여 년간의 웹툰의 성장은 무료 시장을 기반으로 이루어졌다. 일반독자들

---

1) 스낵컬처(Snack Culture) : 시간과 장소에 구애받지 않고 짧은 시간 동안 간편하게 즐길 수 있는 문화 콘텐츠. 웹툰, 웹소설 따위가 대표적

과 창작자는 ‘웹툰은 무료’ 콘텐츠라는 공식에 함몰되어 새로운 성장 동력을 더 이상 가지지 못한 채 정체기를 맞이하게 된다. 또한 검색 포털들의 치열한 경쟁이 어느 정도 마무리되며 주요 검색포털들이 사업 철수 혹은 웹툰 플랫폼 운영 폐쇄와 같은 구조조정에 들어간 것이 주된 원인이었지만, 한국의 무료 웹툰 시장 규모에 비춰봤을 때 사용자 유인(Hooking)을 위한 웹툰에 투자할 수 있는 가용 자산의 한계에 이르렀다고 보는 것이 더 정확하다.

하지만 2013년 한국 만화산업에 있어서 일대 변혁을 가져온 두 번째 변곡점이 발생한다. 바로 웹툰 유료화가 성공적으로 시장에 안착하게 된 것이다. 갑자기 등장한 레진엔터테인먼트의 웹툰 서비스 플랫폼 ‘레진코믹스<sup>2)</sup>’는 ‘기다리면 무료’라는 비즈니스 모델(BM)을 가지고 고품질의 수준 높은 웹툰을 제작하여 만화 소비가 높은 독자들을 집중적으로 끌어들이었다. 레진코믹스의 성공적인 유료 시장 창출로 인해 한국 만화 시장은 새로운 국면으로 접어들게 된다. 레진코믹스의 성공은 다양한 유료 플랫폼들의 등장을 가속화 시키게 된다. 또한 기존 양대 플랫폼이었던 ‘네이버웹툰’과 ‘다음웹툰’을 운영하는 관점의 변화를 이루어낸다. 웹툰 비즈니스를 사용자를 끌어들이는 유인 수단으로만 볼 것이 아니라 새로운 시대를 맞이하여 캐쉬 카우가 될 수 있는 경쟁력 있는 콘텐츠 비즈니스로 바라보게 된다.



[그림 1-3] 한국만화 해외 수출액 변화 추이(2003~2015)

※ 출처 : 통계청 국가통계포털 (단위: 천 달러)

2) 2020년 현재 레진코믹스는 서비스명을 ‘레진’으로 공식 변경

웹툰 연간 신규 생산량은 포털 중심의 연간 200편대 내외에서 2013년 382편, 2014년 797편, 2016년 1,971편을 기록하며 정점을 기록하였다. 2017년 이후 연간 웹툰 신규 생산량은 감소세로 접어들며 현재는 일정 수준을 유지하고 있다. 이는 치열했던 웹툰 플랫폼 경쟁의 일단락과 웹툰 불법복제로 인한 것이며, 현재 2018년 이후로는 1,500여편을 기록하고 있다.

누적 웹툰에서는 2003년을 웹툰의 원년으로 봤을 때, 2019년 말 누적 1만 편을 달성하며 ‘한국웹툰 1만 편 시대’ 를 열었다.



[그림 1-4] 2003~2020 웹툰 신규 & 누적생산 그래프

( 출처 : 웹툰가이드 웹툰통계분석서비스 WAS)

<표 1-2> 2003~2020 웹툰 신규 & 누적 생산량 표

단위: 편

년도	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
신규	19	47	15	24	47	70	119	184	216
누적	37	84	99	123	170	240	359	543	759

년도	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
신규	194	382	797	1,413	1,971	1,537	1,447	1,501	1,155
누적	953	1,335	2,132	3,545	5,516	7,053	8,500	10,001	11,156

한국 만화산업의 세 번째 변곡점은 유료화와 함께 진행된 글로벌 진출이다. 글로벌 진출은 2014년부터 시작되었으며, 2017년부터는 본격적인 궤도에 접어들며 유의미한 실적을 기록하고 있다. 2020년 네이버웹툰은 Webtoon Entertainment라는 미국 본사를 설립하여 한국, 일본, 중국 및 전 세계 디지털코믹스 서비스를 총괄하는 지배구조 개편을 진행<sup>3)</sup>하였다. 전세계 70개국 이상에 웹툰앱을 출시하며 6,700만 MAU(월간순사용자)를 달성하고 2020년 7,000만 MAU달성을 눈앞에 두고 있다.

카카오페이지도 2019년 인도네시아 진출에 이어 2020년에는 태국, 대만, 중국, 인도 진출<sup>4)</sup>을 진행하고 있다. 특히 카카오페이지는 한국과 일본 디지털만화 시장에서 거래액 1조를 눈앞에 두고 있으며 이런 카카오페이지의 글로벌 실적은 지속해서 상승할 것으로 기대되고 있다.

또한, 최근 웹툰 원작의 영화와 드라마가 잇단 성공을 거두며 국내뿐 아니라 한류의 영향력과 함께 글로벌한 인기를 누리고 있다. 네이버웹툰의 ‘신과함께’, 카카오페이지의 ‘김비서가 왜그럴까’, ‘이태원 클라쓰’는 영화와 드라마로 만들어져 대중들에게 폭발적인 인기를 거두었으며, 한류의 해외 수출과 Netflix와 같은 글로벌 영상 플랫폼을 통해 해외에서도 큰 인기를 거두었다.

이런 한국 만화산업의 변화는 ‘만화’라는 콘텐츠가 하나의 대중문화로서 자리 잡으며 산업적인 규모를 더욱더 키워가고 있으며, 글로벌한 스케일의 콘텐츠로 많은 국가에서 받아들여지고 있다는 점에서 큰 의미가 있다.

## 가. 만화산업 분류체계 개편의 필요성

만화산업 분류체계는 국가 통계 수집을 위한 산업적 통계로써 사용되며 국내에서는 콘텐츠산업특수분류체계에 포함되어 있다. 콘텐츠산업분류는 한국표준산업분류(KSIC : Korea Standard Industrial Classification)라는 상위의 개념에 포함된다. 한국산업분류체계는 생산단위가 주로 수행하는 산업 활동을 그 유사성에 따라 체계적으로 유형화한 것으

3) 더벨뉴스(the bell news), 2020.6.1.

<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202005281651287840103615&lcode=00>

4) 시사저널, 2020.7.29., <http://www.sisajournal-e.com/news/articleView.html?idxno=221751>

로 국가 간의 산업을 비교하는 통계자료 산출을 위한 목적으로 만들어졌다. 전 세계적으로는 UN이 제정한 국제표준산업분류(ISIC : International Standard Industrial Classification)를 기준으로 하여 국가별 산업분류체계를 정비하는 방식이 일반적이다. 동일한 국제표준 산업분류체계를 기초로 함으로써 국내의 산업의 비교, 파악을 용이하게 할 수 있기 때문이다. 우리나라의 경우도 UN 국제표준산업분류체계를 바탕으로 하여 한국표준산업분류를 제작, 활용하고 있다.

산업특수분류체계는 통계청이 인정한 특수한 영역에 한해 운영하는 산업분류체계이다. 한국표준산업분류체계는 국제표준산업분류의 기준과 원칙을 따르기 때문에 특정 산업과 관련된 연관 산업을 함께 분석하기 위해서는 별도의 재집계가 필요하다. 이 과정의 비효율을 방지하기 위해 한국표준산업분류의 관련 분류를 재구성한 것이 바로 산업 특수분류 체계이다. 즉, 표준분류 중 특정 분야에 해당하는 항목을 선정하여 재구성한 분류로서 관련 산업, 직업의 통계작성을 목적으로 한다. 국내에서는 저작권산업특수분류, 콘텐츠산업 특수분류, 관광산업특수분류, 스포츠산업특수분류 등 총 19개의 분류체계를 운영하고 있다. 만화산업분류체계가 속한 콘텐츠산업특수분류의 경우 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)에서 별도의 특수 산업 분류체계를 통계청 협조하에 생성·유지·업데이트하며 운영하고 있다.



[그림 1-5] 산업분류체계에서 만화산업분류체계의 위치

지난 20년간 만화산업은 큰 변화를 이루어냈다. 3개의 변곡점을 지나 이제는 글로벌 콘텐츠로 거듭나며 해외 시장 진출에 집중하고 있다.

하지만 만화산업분류체계는 지난 2008년 콘텐츠 특수분류가 신설되고 2012년 1차 개편된 이후로 더 이상의 변화가 이루어지지 않고 있다. 지난 10년간 인터넷 인프라의 발달과 웹툰의 등장으로 산업 전반이 변화한 상황을 반영하지 못하고 있다. 광고산업이 변화한 산업 구조를 반영하기 위해 광고산업분류를 마련한 것과는 대조적이다.<sup>5)</sup>

기존 만화산업 분류는 현재 다양한 문제점을 가지고 있다. 여기에서 모든 문제를 다 언급할 수 없지만 크게 나누었을 때 3가지 주요 개편 필요성을 제기하는 문제점은 아래와 같다.

첫째, ‘웹툰’으로 대변되는 디지털 만화 영역에 대한 반영이 필요하다. 상기에서 언급한 바와 같이 한국 만화산업은 급속도로 웹툰을 중심으로 재편되었다. 하지만 현재의 만화산업 분류체계는 웹툰 영역에 대한 적절한 반영이 이루어지지 못했다. 기존 분류체계는 2000년 초반의 PC와 2G폰 중심의 온라인 만화가 반영되어 적절한 조정이 필요하다.

둘째, 만화산업 범위의 재정의가 필요하다. 지난 2008년 콘텐츠산업 특수분류체계가 제정된 이후 급속한 변화를 거듭한 만화산업은 기존의 산업 범위가 많이 확장되었으며, 대부분의 출판만화 영역에서는 축소가 일부 영역에서는 소멸이 확인되었다. 새로운 분류체계에서는 현재의 만화산업범위를 반영할 수 있는 분류의 설계가 필요하며, 향후 글로벌 시장으로 진출 중인 한국 만화산업의 미래를 반영할 수 있어야 한다.

셋째, 콘텐츠산업 통계 등 활용을 염두에 둔 설계가 필요하다. 현재 만화산업 분류체계는 콘텐츠산업 통계를 매년 집계하여 산업의 정확한 규모를 파악하여 국가 간 콘텐츠 산업 비교나 만화산업 정책의 적절한 수립을 위해 사용되고 있다. 정확한 분류체계의 설계는 콘텐츠 산업통계 도출을 위한 가장 기본적인 요건이며, 정교하고 산업현실을 반영한 만화산업 분류체계의 설계는 통계도출뿐만 아니라 다양한 용도로의 활용을 염두에 두고 이루어져야만 한다.

5) 광고산업분류는 한국한국문화정보원에서 관련산업 통계생산을 위해 OECD(콘텐츠미디어산업분류)와 UNESCO(2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics)에서 작성한 국제기준 광고분야를 참고하고 국내산업의 특성을 반영해 만들었다. 그러나 공식적으로 제정된 분류는 아니다.

상기에서 언급한 것과 같이 현재 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함된 만화산업 분류 체계는 개편이 필요한 시점이다. 2020년 현재의 만화산업 현실과 향후 지속될 것으로 예상되는 한국 만화산업의 글로벌 진출을 통한 산업 확장을 반영하기 위해서는 새로운 만화산업 분류체계의 설계가 절실한 시점이다.

## (1) 웹툰산업의 발달

1990년대 후반까지 잡지 및 단행본으로 대표되는 출판만화 시장은 웹툰으로 대표되는 온라인만화 시장에 대비하여 산업적 규모가 대폭 축소되었다. 하지만 1990년대 후반부터 시작된 웹을 통한 만화서비스는 그동안 스캔만화, 에세이툰, 스크롤만화, 모바일만화 등 그것을 창작하는 방식과 서비스하는 방식과 그리고 소비하는 형태에 따라 다양한 형태로 변화 및 발전을 이루고 있다. 특히, 2013년부터 유료화에 성공적으로 연착륙한 웹툰의 경우 디지털 톨로서 제작되어 온라인을 통한 데이터로 콘텐츠가 제공되는 서비스 특성상 문화산업으로의 영역뿐만 아니라 정보통신분야, 디지털산업분야, 소프트웨어분야 등과 여러 주변산업과 긴밀한 관계를 맺고 있다. 이러한 산업적 환경은 웹툰에 대한 개념과 정의에 대해 새로운 접근을 요구하고 있다.

## (2) 현행 분류체계의 문제점

1990년대 후반부터 진행된 국내 출판만화산업의 쇠퇴와 십수 년간 축적되어온 온라인만화산업의 발전에도 불구하고 만화, 웹툰 그리고 만화산업 등에 대한 개념적 정의가 미비하다. 온라인에 기반을 둔 웹툰 장르의 급속한 성장 속에 디지털만화, 온라인만화, 웹툰 등 정리되어 않은 용어의 사용으로 인한 학계, 산업계는 물론 정책 수립 현장에서 혼란이 지속되고 있다. 웹툰서비스의 유료화 정착과 함께 만화산업의 지형이 웹툰 중심으로서 재편됨에도 불구하고 기존 분류체계에서는 여전히 논의의 중심에 출판만화를 두고 있다. ICT 분야의 발전과 융합이 가속화될 것으로 보이는 현시점에서 웹툰은 만화를 창작하고 소비하는 대표적인 양식으로 자리 잡고 있기에 향후 지속될 산업적 성장과 학문적 연구를 위해 새로운 분류체계 필요성이 대두되고 있다.

## 나. 방향성 설정

연구 초기에 진행된 핵심전문가 회의를 통해 연구의 방향성 수립 및 방법론에 대한 토의를 진행하였다. 크게 만화산업 분류체계 개편을 위해서는 아래의 3가지 방향성을 가지고 연구를 진행하는 것을 기준으로 잡았다.

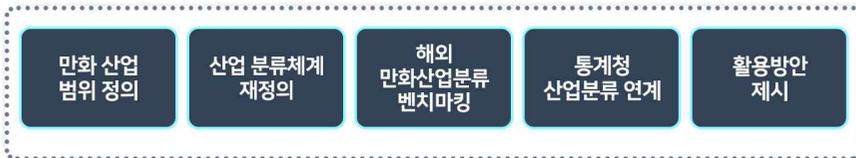
첫째, 기존 콘텐츠산업 분류체계와의 일관성을 유지하는 데 중점을 두었다. 콘텐츠산업 분류체계는 기본적으로 가치사슬(value chain)중심의 설계를 적용하여 전체적인 설계를 진행하였으므로 대분류/중분류/세분류에서 만화산업의 가치사슬을 고려하였다.

둘째, 글로벌한 기준을 적용하기 위해 타 국가의 콘텐츠산업 특수분류체계와 ISIC<sup>6)</sup>을 검토하였으며 해당 국가들의 만화 통계 집계 방식을 벤치마킹하는 것으로 연구의 방향을 잡았다.

셋째, 마지막으로 추후 만화산업 분류체계를 이용한 활용에 대한 부분을 고려하여 검토하였다. 특히, 항목 설계 시 통계자료 수급 가능 여부를 감안하여 불가능한 항목과 명확하지 않은 항목은 최대한 배제하는 방향으로 개편의 방향성을 잡았다. 또한, 향후 설계된 분류체계를 이용하여 콘텐츠산업 통계조사를 원활하게 진행하기 위해 만화산업 부문의 통계조사가 어떤 식으로 이루어지고 있는지에 대한 현황 파악과 이를 기반으로 한 개선 방안을 도출하는 것을 목표로 하였다.

## 다. 연구과제

본 연구에서는 만화산업 분류체계와 관련하여 조사를 선행하여 현재와 미래를 아우를 수 있는 새로운 분류체계를 설계하기 위해 5개의 연구과제를 설정 진행하였다.



[그림 1-6] 만화산업 분류체계 조사 및 개편 연구과제

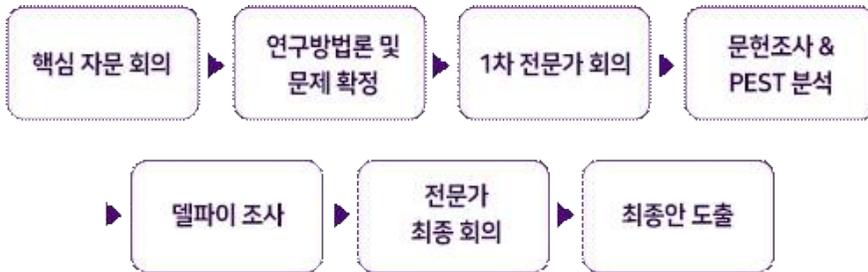
6) International Standard of Industry Classification; 국제표준산업분류

- 연구과제 1) 만화산업의 범위 정의
- 연구과제 2) 해외만화산업분류 벤치마킹
- 연구과제 3) 만화산업 분류체계의 개편(재정의)
- 연구과제 4) 통계청 한국표준산업분류(KSIC) 연계
- 연구과제 5) 만화산업 분류체계 활용방안 제시

상기의 연구과제는 독립적으로 존재하는 과제이면서 최종적으로는 만화산업 분류체계의 개편과 KSIC과의 연계 및 통계조사에의 활용까지 포함하는 유기적인 하나의 목표를 가지고 있다.

## 2. 연구 방법

핵심 자문회의에서는 연구 문제와 전체적인 방향성, 연구 방법론에 대한 상세 의견을 교환할 수 있었다. 연구를 위해 다양한 선행연구와 문헌 조사를 진행하였으며, PEST 분석을 통해 정치, 경제, 사회, 기술적인 측면에서 만화산업의 변화와 미래 현황을 예측·분석하였으며, 구체적인 분류체계 설계 및 확정을 위해서는 델파이 기법을 이용하여 각 영역의 전문가 의견을 수렴하였다. 최종적으로는 전문가 회의를 거쳐서 설계된 안을 조정하는 작업을 거치고 설계된 분류체계를 기반으로 향후 만화산업 통계 조사에서의 활용을 검토하였다.



[그림 1-7] 전체 연구 프로세스

### 가. PEST 분석

거시환경분석(PEST/ Political, Economic, Social and Technological analysis)은 다양한 부문에서 시장조사를 위한 기본적인 분석 틀로 활용되고 있으며, 최근 빠르게 변화하는 웹툰 산업의 환경을 총체적인 측면에서 살펴볼 수 있는 유효한 틀이 될 수 있다. 본 연구 2장에서는 출판만화 산업과 웹툰산업의 과거와 현재, 그리고 미래 예측에 있어서 PEST 분석을 진행하였다.

#### (1) 정치·경제적 측면

해방 이후 만화 및 만화산업과 관련한 정책적 접근과 그에 따른 결과에 대한 평가를 진행하였다. 또한 1990년대 이전의 경우, 정밀한 데이터의 부족과 통계 수치의 미비로 기존 연구자료와 관련 문헌에 대한 조사를 진행하였으며, 1990년대 후반 이후 현재까지는 다양한 정책자료 및 다양한 학술자료를 검토해보고, 특히 기존의 출판만화산업 대비 웹툰 산업의 현황에 대해 검토하였다.

## (2) 사회 · 기술적 측면

전체 대중문화에 대한 사회 전반의 인식변화와 함께 특히 만화 및 만화산업과 웹툰 및 웹툰산업에 대한 대중의 인식 변화에 대한 검토를 진행하였다.

특히, 최근에 중고생들이 선망하는 직업군으로서 웹툰작가가 상위에 오르는 등 과거에 비해 달라진 우리 사회의 만화에 대한 인식 변화에 대해 검토하였으며, 종이에서 PC로, 다시 모바일로 변화하는 디바이스 발전과 그에 따른 웹툰 산업의 현황 및 미래에 대해서 검토하였다.

### 나. 전문가 토론 / 델파이

최종안을 도출하기 위해서 전문가 회의 2회, 각 영역의 전문가 총 19명이 참여한 델파이 조사를 진행하였다. 델파이 조사는 경험 많은 전문가들의 의견이 일반 비전문가의 의견을 뛰어넘는 인사이트를 가지고 있다는 점에서 유의미한 접근방식이다. 콘텐츠산업 분류체계를 설계함에 있어서 산업 내 다양한 이해관계자들의 동의가 반드시 필요하므로 가급적이면 많은 영역의 전문가를 섭외하는데 중점을 기했다. 총 6주에 걸쳐 진행된 델파이 조사에서 전문가들은 모두 웹툰중심의 한국만화 시장의 변화를 인지하고 최대한 현실적이며 활용 가능한 만화산업 분류체계 설계를 위해 노력했다.

### 다. 문헌연구 및 데이터베이스 활용

기존 타 부문 분류체계와 관련한 연구보고서 및 콘텐츠산업 특수분류체계 관련 문헌조

사 뿐만 아니라, 만화관련 논문 중 분류체계와 관련있는 논문, 웹툰사업실태조사 및 만화 산업백서 등 관련성 있는 자료를 최대한 수집하여 연구를 진행하였다.

또한, 최종적인 활용을 감안하여 분류체계를 활용한 통계 수집의 관점에서 만화/웹툰 관련 업체들의 데이터베이스를 추가 수집하고 연구에 활용하였다.

## 라. 해외 사례 연구

해외 사례의 경우 만화 강국인 일본, 프랑스, 미국, 중국에 대해 조사를 진행하였다. 이들 국가에 대해 만화산업 연관 국가표준산업분류, 콘텐츠산업 분류체계, 만화산업 통계조사 방식과 관련한 조사와 연구를 진행하였다. 이를 위해 국가별 만화 전문가를 섭외하였으며, 온라인과 오프라인 네트워킹을 통해 최대한 상세한 자료 수집을 위해 노력하였다. 또한 기존 한국콘텐츠진흥원에서 진행한 콘텐츠산업 특수분류체계와 관련한 연구 보고서를 통해 타 국가의 콘텐츠산업 분류체계에 대해 좀 더 상세한 현황을 파악할 수 있었다.



## 제2장

# 한국 만화산업 현황

## 및 변화 분석

## 제2장 한국 만화산업 현황 및 변화 분석

## 제2장 한국 만화산업 현황 및 변화 분석

### 1. 국내 출판만화 산업의 변화

#### 가. 해방 이후~1959년

일제로부터 해방과 함께 얻게 된 언론의 자유는 신문, 잡지 등 다양한 매체를 탄생시켰고, 이러한 지면(紙面)들을 통해 다양한 만화가 등장하였다. 이 시기의 특징에 대해 이해창은 “신문, 잡지 등에 만화가 등장하여 해방의 기쁨을 마음껏 즐길 수 있었고 정치만화, 사회만화 등에 많은 신인이 등장하는가 하면 아동만화분야에 있어서도 단행본이 출판”<sup>7)</sup> 된 것으로 평가하였다.

<조선일보>, <동아일보> 등 일제 말기에 폐간됐던 신문들이 복간됨과 동시에 좌우 이념 대립의 시대적 상황에 <중앙신문>, <자유신문>, <대동신문> 등 정치적 지향점이 담긴 신규매체가 창간되면서 시사만화 발표의 장이 되었다. 특히 “당시 신문만화에는 남북으로 대치되는 좌우 이데올로기에 관한 문제들이 주로 풍자의 대상으로 등장”<sup>8)</sup>하게 되었다. 그러나 경제적으로 주기적 매체 발행을 위한 안정적 토대를 갖지 못했던 여러 언론사의 경우 해당 매체에 발표된 시사만화의 수명도 길지 못했는데, 일례로 해방 직후 등장했던 <중앙신문>의 경우 약 1년 뒤에 폐간되면서 게재되던 만화도 지속성을 갖지 못하게 되었다.

1946년 2월에는 해방 이후 최초의 만화가 관련 모임 ‘소묵회(素墨會)’가 등장했는데, 이 모임에는 이승만, 김규택, 정현웅, 최영수, 안석주, 김용환, 김의환 등이 참여해 전람회 개최, 잡지 발간 등의 계획을 도모하였다. 1949년 9월 3일 <경향신문>에 실린 ‘素墨會(소묵회) 畫稿料(회화료) 리스(인상)’ 제목의 기사에서는 “김규택, 정현웅, 최영수, 김용환, 김의환, 임동은씨가 동인인 소묵회에서는 금번 화료를 다음과 같이 개정하였다 한다.”면서 매체의 발행주기 및 시사만화, 연속만화 등 작품 장르에 따라 원고료를 구체적으로 정

7) 이해창(1982). <韓國時事漫畫史>(일지사). 235p

8) <한국만화통사- 하>, 33p

했다는 내용<sup>9)</sup>이 등장하는데, 이를 통해 원고료 기준을 작가들 스스로 정함으로써 자체적으로 작가 권익을 지켜갔음을 짐작할 수 있다.

한편, 1948년에는 김용환 주도 아래 김규택, 김의환, 임동은, 채남인, 최상권, 이병주, 김용필, 오주환, 이영춘, 신동헌 등이 참여한 ‘만화가동인회’ 라는 최초의 만화작가 단체<sup>10)</sup>가 결성되었고, 이들 회원들이 해방 후 최초의 만화전문잡지 <만화행진(漫畵行進)> 창간을 주도하였다. 1948년 9월 15일에 등장한 <만화행진(漫畵行進)> 창간호 표지는 초대 대통령 이승만의 모습을 한 캐릭터와 김구 모습을 한 캐릭터가 각각 ‘신생내각(新生內閣)’ 과 ‘남북협상 호(南北協商 号)’ 라고 적힌 자동차에 올라탄 모습을 담아내면서 당대 정치적 상황을 묘사하였다. 이 매체는 2호가 나온 후 폐간되는데, 이에 대해서 “표지 그림으로 나온 만화가 문교부에 의해 필화 사건화되었기 때문<sup>11)</sup>” 인 것으로 전해진다.

1946년에는 최초의 만화단행본으로 거론되는 <토끼와 원숭이>(김용환 저)가 출간되었다. ‘일제의 침략과 식민통치를 고발하는 내용<sup>12)</sup>이 담겨진 이 작품은 “46배판(188X257mm) 사이즈에 32페이지의 얇은 책이었으나 표지에 컬러를 사용하는 등 그 당시로서는 매우 파격적인 작품” <sup>13)</sup>이었던 것으로 평가받고 있다. 특히 형식적인 측면에서 글과 그림이 분리되어 스토리를 진행시켜 나감으로써 만화를 비롯해 삽화, 동화, 일러스트 등 다양한 장르적 형식이 복합적으로 어우러진 모습을 보여주었다. 특히, 이 작품은 2013년 2월 21일 등록문화재 537호로 지정되어 근대문화유산으로서 중요한 가치가 있음을 공인<sup>14)</sup>받기도 하였다.

해방 공간에서 “김용환의 경우 좌익지 <중앙신문>에 박헌영이 이승만을 후려갈기는 만

9) 이에 대해 박석환은 “재미있는 것은 작품의 형식별로 가격을 고정시켰다는 점이다.”면서 “작가나 작품의 가치와 무관하게 일률적으로 가격을 정한 것은 얼핏 공평해 보이지만 우수한 작가에게 청탁이 몰리고 다작을 해야 하므로 작품의 질이 하향평준화 되는 구조가 된다.” (<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3575506&cid=59065&categoryId=59073>)고 평가함.

10) 손상익(1998). <한국만화통사: 하>(시공사). 222~223p

11) 김성환(1978). <고바우와 함께 산 반생>(열화당). 242p

12) <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3614450&cid=40942&categoryId=33385>

13) 한국만화가협회(2015). <한국만화사연표연구>(한국만화영상진흥원). 31~32p

14) 국가문화유산포털(<http://www.heritage.go.kr>)에서 “우리나라 현존의 가장 오래된 만화 단행본으로 해방 후 예술·문학 등 문화사 및 만화사를 이해할 수 있는 자료로서, 만화적 동물의 캐릭터가 성공적으로 탄생된 최초의 만화책으로 우리나라 만화사 및 해방 후의 생활문화사를 이해할 수 있는 자료” 로 그 역사적 가치를 기술하고 있음.

화를 그리고 공산당에 가입까지 했으면서도 보수주의 신문인 <동아일보>에 시사만평을 그리기도 했으며, 임동은도 중도와 신문인 <자유신문>과 극우지인 <대동신문>에서 모두 활동”<sup>15)</sup>했다는 사실을 통해 당시 만화를 창작할 수 있는 작가의 수가 절대적으로 부족했음을 예상할 수 있다.

해방공간에서 등장한 상업만화의 대표적인 사례는 이른바 ‘떼기만화’라는 형태로 규정될 수 있는데, 이는 “16쪽 전후로 만들어진 조잡한 만화책으로, 인쇄비용의 절감을 위해 등사판으로 밀어서 인쇄한 것을 비롯 선화지(仙花紙, 최하급 재생용지)에다가 32~36쪽 분량의 1회용 인쇄방식을 통해 제작된 ‘뽀기만화’ 등”<sup>16)</sup>을 지칭한다. 이처럼 떼기만화로 대표되는 상업만화의 무분별한 제작 및 유통으로 인해 양미림의 <만화시비(漫畵是非)>, 염상섭의 <만화(漫筆)의 만화시기(漫畵猜忌)> 등과 같이 무분별한 만화출판의 세태를 비판하는 글이 등장하기도 하였다.<sup>17)</sup>

한국전쟁 발발과 함께 초기 만화산업은 위기를 맞이하지만, 그런 상황 속에서도 <밀림의 왕자>와 같은 일본 해적만화가 등장하였다. <밀림의 왕자>의 원전은 일본 아마가와 효지(山川物治)의 작품 <소년 케나(少年ケニヤ)>이며, 이를 국내에 들여와 고급 사양으로 출간하여 흥행하게 된 것으로 이에 대해 김낙호·박인하는 “한국전쟁 직후의 8~16페이지 내외 만화책과 달리 100페이지 내외의 단행본 형식으로 등장하여 큰 인기”<sup>18)</sup>를 얻어 당대 만화출판의 흐름에 큰 변화를 준 사건으로 평가하고 있다.

중전 후에는 만화가들의 세대교체가 이뤄졌다. 박기정(1956년 데뷔), 박기준(1956년 데뷔), 이정문(1959년 <심술침지>로 데뷔), 산호(1958년 <황혼에 빛난 별>로 데뷔), 고우영(1957년 둘째형 고일영이 연재하던 <짱구박사>를 이어받으면서 본격적인 만화가로 데뷔) 등이 등장하였고, 1950년대 중반 이후 대한만화가협회(이하 대한만협), 현대만화가협회(이하 현대만협) 등과 같은 본격적인 만화계 대표기구가 결성되었다. 특히, 비슷한 시기에 두 개 단체가 등장한 점으로부터 그만큼 만화 창작인력이 늘어난 것으로 평가할 수 있다.

## 나. 1960년 ~ 1979년

15) 유선영 외(2000). <한국 시사 만화>(한국언론재단). 59p

16) 손상익(1998). <한국만화통사: 하>(시공사). 45p

17) 이러한 만화에 대한 비판적인 시각은 이후 불량만화 시비의 출발점으로 보는 견해도 있음.

18) 김낙호·박인하(2010). <한국현대만화사: 1945~2009>(두보북스) 196p

1950년 말부터 등장한 만화전문출판사들이 1960년대에 들어서면서 호황을 누리게 되었다. 당시 대표적인 만화전문출판사로는 김산호(대표작 <라이파이> 시리즈), 권영섭(대표작 <울밑에선 봉선이>) 등이 활약한 부영이문고, 김종래(대표작 <엄마 찾아 삼만리>), 박기당(대표작 <바다의 독수리>) 등이 활동한 제일문고, 박기정(대표작 <들장미>, <도전자>), 방영진(대표작 <명탐정 약동이>, <약동이와 영팔이>), 박부성(대표작 <요술지팡이>) 등이 활약한 클로버문고 등이 있다.

<새소년>(1964년 창간), <어깨동무>(1967년 창간), <소년중앙(少年中央)>(1968년 창간) 등과 같은 어린이 교양잡지가 줄지어 창간되면서 아동 잡지만화의 새로운 전기가 마련되었다. <새소년>에서는 고우영의 <대야망>, 길창덕의 <신관 보물섬>, <어깨동무>에서는 신문수의 <도깨비 감투>, 김원빈의 <주먹대장>, 이상무의 <울지 않는 소년>, 윤승운의 <요철 발명왕> 등, <소년중앙>에서는 길창덕의 <꺼병이>, 이두호의 <폭풍의 그라운드>, 박수동의 <번데기 야구단> 등을 대표적인 인기작으로 꼽을 수 있다.

정운경의 <왈순 아지매>가 1967년에 드라마 옮겨지면서 한국 최초 만화원작 드라마 사례가 되었다. <왈순 아지매>는 1955년 여성잡지 <여원(女苑)>을 통해 첫 선을 보인 후 1964년 9월 21일에 일간지 <대한일보(大韓日報)>로 자리를 옮기면서 시사만화 캐릭터로 변모했으며, 이후 <경향신문>, <중앙일보> 등을 통해 40여년간 연재되었다. 1968년에는 모 라면회사에서 '왈순 아지매'의 캐릭터 명칭과 비슷한 '왈순마'를 등장시켜 저작권침해 소송이 진행되기도 했으며, 드라마화에 앞서 1963년에는 영화로도 옮겨지기도 하면서 당대 만화작품이 시대적 문화현상이 되는 대표적인 사례로 꼽을 수 있다.

만화책을 빌려보는 대본소가 전국적으로 자리 잡게 되었는데, 책을 구입 시 지불해야 하는 가격보다 저렴한 돈을 지불하고 만화를 볼 수 있는 공간이어서 어린이부터 어른에 이르기까지 다양한 연령대의 만화독자들이 찾은 공간이 되었고, 1980,90년대에는 만화방이라는 또 다른 이름으로 불리어지다가 현재는 만화카페라는 모습을 그 명맥이 이어져오고 있다. 특히 판매를 위한 서점용 만화책과 달리 대본소용 만화가 별도로 제작과 유통이 이뤄지면서 한국만의 독특한 만화문화로 얘기되기도 한다.

1967년 설립된 '합동'은 이후 1980년대 초중반까지 대본소 만화 유통에 대한 독점 체제를 구축하였다. 손상익은 합동의 폐해에 대해 “독점과 강매는 이윤 극대화를 위한 저질, 저가의 만화책을 양산시키는 발판이 됐고, 이로 인해 만화방이 사회로부터 혐오시설

로 지탄을 받는 한 원인되었다”<sup>19)</sup>고 비판한 바 있다.

1970년대에 들어오면서 <일간스포츠>, <선데이 서울> 등과 같은 성인매체의 발전은 성인만화 창작의 토대를 이루었다. 1969년 9월에 창간된 <일간스포츠>는 1972년 1월에 고우영의 <임격정>을 연재하기 시작하면서 당시 성인 독자들에게 큰 화제가 되었다. “초기 이 신문의 독자 신장에 혁신적인 기여를 한 것은 장편 성인만화 <임격정>의 연재였다.”면서 “1972년 고우영의 <임격정>을 연재하면서 1971년만 해도 2만부였던 발행 부수가 1975년에는 30만부로 폭증하였다.”<sup>20)</sup>는 평가까지 있을 만큼 상당한 과급력을 보여주었다. <임격정> 연재가 끝난 이후에도 고우영은 <삼국지(三國志)>, <수호지(水滸志)>, <초한지(楚漢志)>, <일지매(一枝梅)> 등과 같은 고전들을 독특하게 재해석한 작품들을 연이어 선보이기도 했다.

1968년 9월에 창간된 <선데이서울>은 성인용 대중잡지로서 다양한 성인 콘텐츠를 선보이는 가운데 여러 만화를 선보였다. 대표적인 작품으로는 1974년부터 1991년까지 18년간 연재된 박수동의 <고인돌>을 꼽을 수 있는데, 문학평론가 김현(金炫)은 이 작품에 대해 “우리 사회의 건강한 에로티시즘”<sup>21)</sup>이라고 얘기하면서 당대 성(性)에 대한 담론을 가능케 한 작품으로 평가하고, <애사당 흥도>를 비롯해 <바리테기>, <창부타령> 등을 발표한 방학기 역시 당대 성인만화의 지평을 확장한 것으로 평가하였다.

1974년, 강철수가 <주간여성>에 발표한 <사랑의 낙서> 또한 1970년대 성인만화 붐을 일으킨 대표작으로 꼽힌다. 연재 후 단행본으로 출시되어 큰 인기를 모았는데, 당시의 인기 에 대해 박인하는 “<사랑의 낙서>는 <주간여성> 연재 후 가판용 성인만화로 20권 남짓 출간되어 엄청난 인기를 모은 작품이다.”면서 “한 가판대에서 하루에 몇 백부씩 팔렸다고 하니 요즘 인기 만화에 비할 것이 아니다. 이후 작품을 추려서 서점용 성인만화로 출간하기도 했다.”<sup>22)</sup>고 평가하였다. 이 작품에 등장한 캐릭터 ‘발바리’는 청년문화를 상징하는 아이콘으로 자리 잡았고 이후 1980년대 <발바리의 추억>, 1990년대 <돈아 돈아 돈아>에 이르기까지 강철수의 작품마다 등장하면서 수십 년간 성인만화를 대표

19) <한국만화통사 - 하> 256~257p

20) 한국민족문화대백과

(<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2456605&cid=46668&categoryId=46668>)

21) [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002426001](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002426001)

22) 박인하(2004.7.3). 유신 때의 ‘청춘, 청춘들’ 강철수 작 <사랑의 낙서>. <경향신문>, F6.

하는 캐릭터가 되었다.

1975년 7월에 한국만화가들의 대표기구인 한국만화가 협회가 설립되었다. 1977년 회지 ‘만화계’를 발행했으며, 1990년대에는 일본 만화가들과의 교류를 추진하는 등 오늘날까지 국내외 각종 만화계 행사를 주도하고, 정부 정책에 대한 만화계 의견을 취합하는 역할도 담당하고 있다.

## 다. 1980년 ~ 1999년

1980년대 초, 이현세의 <공포의 외인구단>이 획득한 인기는 당시까지 만화는 어린이들이 놀잇거리로 치부되던 대중의 인식을 바꿔놓은 전환점이 되었다. 만화에서 공전의 히트를 기록한데 이어 영화로도 만들어져 큰 인기를 모으면서 만화가 ‘양지의 문화’로 인식될 수 있는 기틀을 마련하였다.

<공포의 외인구단>에 등장했던 까치(오혜성)를 비롯해, 독고탁, 돌리, 하니, 머털도사, 구영탄 등 출판만화에 기초한 다양한 캐릭터가 널리 인기를 얻으면서 만화산업은 본격적으로 그 파급력을 캐릭터, 애니메이션 등 관련 산업으로 확장시켜나가기 시작했다. <태양을 향해 던져라>(1983), <내 이름은 독고탁>(1984), <다시 찾은 마운드>(1985), <비둘기합창>(1987), <머털도사>(1989) 등 단편애니메이션이 제작된데 이어 <아기공룡 돌리>, <달려라 하니>, <날아라 슈퍼보드> 등 만화원작 애니메이션 작품들이 줄지어 등장하였다. 특히, <날아라 슈퍼보드>의 경우 1990년에 TV시리즈 애니메이션으로 첫 번째 시즌이 방영된 이후 2001년 다섯 번째 시즌까지 나오면서 십 년 넘게 장수했으며, 최고 시청률이 42.8%<sup>23)</sup>까지 나오면서 당대 대중문화 아이콘으로 자리 잡았다.

1980년대에 있어 또 다른 특징은 여성 만화가의 활동이 활발해졌다는 점을 꼽을 수 있다. 황미나 이후 신일숙, 김혜린, 강경옥, 김진, 원수연 등이 등장하여 이른바 순정만화의 전성기를 불러왔다. 1985년에 등장한 무크지 <아홉 번째 신화>와 1988년에 창간된 <르네상스>를 통해 여성 만화잡지의 전환기를 가져오게 되었다. 특히, <아홉 번째 신화>의 경우 참여 작가들이 자비를 들여 제작한 동인지 형태의 비매품 형태로 출간되어 이후 등장하게 될 여성 만화전문잡지의 출발점이 되었다.

23) <http://www.kwnews.co.kr/nview.asp?s=501&aid=212072100003>

1988년 12월에 등장한 <아이큐점프>(서울문화사)는 만화전문지 시장의 전환점이 되었다. 이른바 일본 만화잡지 시스템을 본격적으로 가져와 이후, 순정지, 영지, 성인지 등 연령 및 성별 등 세분화된 독자층을 위한 잡지 기획의 출발점이 되었다. 또한, 연재 작품을 모아 단행본으로 발간하는 시스템을 본격적으로 자리 잡게 하였는데, 특히 창간호는 발간한지 하루 만에 매진됐고, 20만부 판매<sup>24)</sup>라는 기록을 세우기도 했다. 한편, <아이큐점프>의 시장진입이 성공적으로 이뤄진 4년 후 <소년 챔프>(대원출판사)가 등장해 <아이큐점프>와 경쟁구도를 형성하였고, 특히 신인들의 대거 기용과 공모전을 통한 작가 발굴 등을 통해 시장의 변화를 선도하였다.

1970년대 후반, 정부 규제에 의해 소멸되다시피 했던 성인만화는 1980년대 중후반 사회 전반에 나타난 민주화 열기에 힘입어 1985년 <만화광장>을 출발로 <주간만화>, <매주만화> 등을 통해 성인만화잡지 시장을 부활을 알렸고, 1995년 <미스터블루>의 창간으로 전성기를 형성하였다. <미스터블루>는 일본 시장에서 검증받은 작품을 수입해 매체의 대표작으로 삼아 출간되던 당시의 다른 만화잡지들과 달리 모든 콘텐츠를 한국 작가의 작품으로 구성하는 차별성을 보여줬다. 이현세, 이두호, 허영만, 황미나 등 당대 손꼽히는 스타작가들 작품들과 더불어 <누들누드>의 양영순, <혼자 자는 남편>의 윤태호, <요동의 뱀파이어>의 이유정 등 실력 있는 신인작가들을 선보이기도 하였다.

<진짜 사나이>(박산하), <마이러브>, <까꿍>(이상 이충호), <열혈강호(熱血江湖)>(양재현, 전극진) 등과 같은 밀리언셀러가 등장할 만큼 상업만화 시장은 커졌으며, 그에 따라 자연스럽게 다양성 측면도 강화되어 이른바 독립만화 혹은 대안만화로 불리는 경향의 작품들도 등장하였다. 이러한 작품들을 선보였던 대표적인 잡지로 <화끈(Hottoon)>과 <오즈(Oz)>를 꼽을 수 있는데, <화끈>은 1996년 5월에 ‘저예산 독립 만화지’임을 표방하며 창간되어 통신판매라는 당시로서는 획기적인 방식으로 유통됐고, 1999년에 창간한 <오즈>는 주로 만화 비평을 신는 잡지로서 작품론, 작가론 등 다양한 비평을 선보이며 한국 만화 시장의 다양성을 담아내었다.

다양한 만화전문잡지의 등장과 늘어난 단행본 판매 등과 같은 시장 상황에 힘입어 관주도의 축제가 개최되어 긍정적인 만화문화 확산에 호재로 작용하였다. 1995년에 열린

24) 아이큐점프, 20만부 돌파.(1991. 7. 24). <동아일보>, 20.

‘서울국제만화페스티벌’<sup>25)</sup>를 비롯해 1997년에는 춘천<sup>26)</sup>에서, 1998년에는 부천에서 대규모 만화축제<sup>27)</sup>가 개최되었다.

만화계 전반에 있어 관련 전문기구의 탄생도 이어졌는데, 1998년에 출판만화 진흥을 통해 한국만화산업발전과 만화문화 인구의 저변 확대 등을 목적으로 한 부천만화정보센터가 설립되었으며, 1995년에는 만화평론가 단체인 ‘한국만화평론가협회’와 주요 신문에서 활동 중인 시사 만화가들의 모임 ‘한국시사만화가회’, 그리고 ‘우리만화발전을 위한 연대모임’이 설립되었다. 그리고 1996년에는 한국만화학회가 설립되어 만화계 내부의 다양한 의견들을 제시하고 수렴하게 되었다.

〈스포츠서울〉, 〈스포츠조선〉 등 스포츠 일간지에서의 만화지면 확대와 〈빅점프〉, 〈투엔티세븐〉, 〈미스터블루〉 등과 같은 성인만화전문지의 연이은 등장을 통해 1990년대 초중반에는 경쟁력과 다양성을 갖춘 성인만화 시장은 1997년 ‘청소년보호법’<sup>28)</sup>의 발효로 인해 성인만화 시장은 일순간에 사라졌고, 그 여파는 만화산업 전반의 쇠퇴로 이어지게 되었다.

## 라. 2000년 ~ 현재

2000년대 들어와 출판만화에서는 이른바 ‘학습만화’로 불리는 작품들의 상업적 결과가 괄목할만한 성과를 보여주게 되었다. 〈그리스로마신화〉(가나출판사), 〈마법천자문〉(아울북), 〈살아남기〉시리즈(아이세움), 〈Why〉시리즈(예림당) 등의 작품들은 천만 부 판매기록을 세우면서 학습만화를 하나의 장르로 안착시켰으며, 수출되어 해외 현지에서도 큰 인기를 모았다. 주로 신화, 역사, 등 교양에 가까운 주제들을 다룸으로써 학습적인 측면과 재미를 동시에 담아냈고, 그만큼 일반적인 상업 만화에 비해 출판사 자체의 기획력이

25) 1996년에 ‘서울국제만화애니메이션페스티벌(Seoul International Cartoon & Animation Festival, SICAF)’로 명칭을 변경

26) 2000년 이후 춘천만화축제는 ‘춘천국제애니타운페스티벌(Chuncheon International Anitown Festival)’로 명칭을 바꾸고 애니메이션 전문축제로 진행되고 있다.

27) 2003년부터 국제행사로 확대

28) 당시 일어난 가장 큰 사건은 스포츠일간지 편집국장과 주요 연재 작가들이 한꺼번에 고발당한 일이라 할 수 있는데, 당시 〈천국의 신화〉로 인해 벌금형으로 약식기소를 받았던 이현세의 경우 불복하여 정식재판을 거쳐 2003년 대법원에서 무죄 확정 판결을 받아냄.

중요한 것으로 거론되었다. 대중적인 상업 만화 시장에서도 <신의 물방울>과 <식객>으로 대표되는 교양만화 혹은 전문 만화 작품들이 주목을 받은 시기였다.

잡지만화 시장이 축소되자 단행본의 출간 방향 역시 1990년대와 다르게 전개되었다. 즉 온라인에서 발표된 작품들이 단행본으로 묶여 출간되는 과정이 2000년대 초 출판에 있어 하나의 흐름을 형성하였다. 즉, 개인 홈페이지나 포털사이트의 카페 등을 통해 자발적으로 올린 작품들이 단행본으로 묶여 상품이 되어 상업적 경쟁력을 지니게 되었다. 대표적인 사례로 <마린블루스(Marineblues)>, <과파포포메모리즈>, <스노우캣(Snowcat)> 등이 있으며, 이러한 출판의 형태는 단행본의 모양새와 쓰임새에도 변화를 가져왔다. 고급화된 제책으로 소비 정가를 올렸으며 오락적인 소비보다는 선물이나 소장용을 위한 구매로 이어지게 하였다.

한편, 과거의 출간물들, 특히 1980년 이전의 만화잡지 및 단행본들은 구하기가 쉽지 않은 현실 속에서 수집가들의 목록으로 자리 잡게 되었다. 즉, 과거에 출판된 만화책은 책이라기보다는 일종의 수집물로 주목을 받게 되었으며, 그에 따라 원래 판매가의 수 배 혹은 수십 배에 이르는 가격으로 매매되고 있으며, 경매시장에 등장하기도 하였다. 이와 함께 공공사업을 통해 수십년 전에 출간된 작품이 복간되기도 하였다.

온라인을 통한 작품 유통이 일반화되어가는 추세 속에서 출판을 위한 새로운 시도가 나타났다. 가령, ‘텀블벅’으로 대표되는 크라우드 펀딩을 통해 선주문으로 최적의 발행부수를 산정 후 후 제작에 들어가거나 최소한의 부수를 자비로 출간하는 형태도 나타나면서 ‘다품종 소량생산’의 모델을 만들어내기 시작했다.

1998년에 설립된 부천만화정보센터는 2009년 한국만화영상진흥원(Korea Manhwa Contents Agency)으로 확대 개편되면서 기존 출판만화 중심에서 만화산업 전반을 진흥하는 기관으로 거듭났다

## 2. 국내 웹툰 산업의 대두

### 가. 웹툰 이전의 디지털 만화 : 1990년대 후반~2003년

1990년대 후반, 성인만화의 퇴출과 잡지의 쇠퇴, 대여점 출몰에 기인한 단행본 판매의

축소 등 여러 악재들로 인해 출판만화 시장 전반이 어려움을 겪게 되자, 온라인이 새로운 창작과 소비의 공간으로 대두되기 시작했다.

PC의 대중화와 함께 빨라진 인터넷 속도를 기반으로 개인들의 홈페이지 활용이 활성화되기 시작했고, 이미지 툴에 대한 다양한 욕구와 소비가 접목되면서 이른바 감성툰, 에세이툰으로 불리는 작품들이 등장했다. 일상에 기반을 둔 ‘감성’을 주요 테마로 하는 것이 특징이었는데, 대표적으로 <마린블루스>, <파페포포메모리즈>, <스노우캣> 등을 꼽을 수 있다. <마린블루스>의 경우 바다생물을 의인화한 캐릭터를 등장시켜 짙막한 에피소드로 연재하여, 이후 캐릭터를 활용한 다이어리, 인형 등과 같은 다양한 파생상품을 선보이기도 했다. <스노우캣>은 고양이 캐릭터 ‘스노우캣’을 통해 일상에 대한 소소한 감상을 전하면 독자로부터 공감을 불러왔고, 특히, ‘귀차니즘’, ‘혼자놀이’ 등 인터넷 현상과 접목되어 시대적인 아이콘이 되기도 했다. <파페포포메모리즈>는 포털사이트에서 제공하는 ‘카페’ 서비스(<http://cafe.daum.net/papepopo>)를 통해 작품을 선보이면서 독자들과의 소통을 이끌어냈다. 특히 이러한 작품들을 선보인 정철연, 권윤주, 심승현 등은 모두 기존에 잡지나 신문에서는 작품 활동을 하지 않았던 디자이너, 애니메이터 출신의 작가로서 만화산업에 새로운 창작군의 진입을 의미하는 것이기도 했다.

이처럼 온라인에 발표된 에세이툰 가운데 상당수의 인기작들은 단행본으로 출간되면서 기존 출판만화 시장을 대체하게 되었다. 일례로 심승현의 <파페포포 메모리즈>는 2002년에 첫 출간된 이후 밀리언 셀러를 기록했으며, 2003년에는 연간 출판물 가운데 베스트셀러 5위안에 들었고, 이후 <파페포포 투게더>, <파페포포 안단테>, <파페포포 레인보우>, <파페포포 기다려> 등 시리즈 형태로 출간되었다. 이러한 성공사례에 힘입어 잡지 연재작을 단행본화 시키는 기존의 만화 출판 형태가 서서히 축소되는 대신 온라인 연재물을 단행본화 시키는 방식이 자리 잡게 되었으며, 이는 서사 웹툰이 만화산업의 주류가 되고 있는 현재까지도 이어지고 있다.

한편, 1990년대 후반 ‘인터넷 만화방’이라는 온라인 서비스가 등장하였다. 이는 오프라인에 유통되던 만화책을 스캔하여 온라인에서 서비스하는 방식으로 이코믹스, 코믹스 투데이, 코믹플러스 등 만화포털 형태의 서비스 플랫폼이 등장하면서 2000년대 중반까지 온라인만화에서 주요한 흐름을 형성하였다. 웹툰이 활성화 된 현재까지도 과거 오프라인에서 출간한 작품들을 볼 수 있다는 측면에서 대형 포털사이트에서 서비스를 유지하고 있

기도 하다.

2000년대 중반 이후 진행된 만화 서비스의 디지털화는 크게 PC를 통해 구현되는 홈페이지나 웹진 등으로 만화를 볼 수 있는 인터넷 만화, 모바일이라는 디바이스에 최적화된 편집으로 서비스되는 모바일 만화, 마지막으로 오프라인 단행본 형태의 책 편집을 온라인으로 고스란히 가져온 전자책(이북) 등이 있다. 이러한 서비스 방식들은 전문 플랫폼을 통한 웹툰연재가 온라인만화의 대표적인 유통 채널로 자리 잡은 현재에는 거의 영향이 자리를 잃어버린 추세이기도 하다.

#### 나. <순정만화> 이후 무료웹툰 활황기 : 2003~2013년

감성툰 혹은 에세이툰의 유행은 온라인에서 만화에 대한 창작과 소비에 대한 대중적인 인지도 확장에 큰 기여를 했으나 한계 역시 명확했다. 극화로서 만화가 지닌 이야기 서사를 구현하지 못한 채 단편적인 감정 표현 혹은 일상의 기록에 그친 것인데, 그러한 이유에서 2003년 등장한 <순정만화>는 온라인에서 만화창작에 관한 전환점을 이루었다.

2003년 포털사이트 다음에 발표된 강풀의 <순정만화>는 연우, 수영, 하경, 숙 등 네 명의 남녀 주인공이 펼치는 로맨스를 담고 있다. 즉, 캐릭터 위주의 일상의 단면을 보여주는 것이 아니라 서사를 중심에 둔 웹툰이었고, 이를 통해 ‘온라인에서 스토리 만화는 어렵다’는 선입견을 깨뜨렸다. 이는 모니터 사용에서 나타나는 스크롤의 특성을 창작에 적용시켜 위에서 아래로 읽는 만화, 이른바 ‘스크롤 웹툰’을 구현시킴으로서 새로운 시장을 만들어냈다.

<순정만화>의 성공 이후 강풀은 <아파트>(2004), <바보>(2004), <타이밍>(2005), <26년>(2006), <그대를 사랑합니다>(2007), <이웃사람>(2008), <어게인>(2009), <당신의 모든 순간>(2010), <조명가게>(2011), <마녀>(2013) 등의 작품을 꾸준히 선보이는데, 특히 공포, 드라마, 액션, 스릴러, 역사 등 다양한 소재와 장르를 다룸으로써 웹툰 창작의 지평을 확대시켜 나갔다. 또한, 대부분의 작품들이 연극, 영화, 드라마 등으로 옮겨지면서 관련 산업으로 파급효과를 확장시켜 나가면서 다양한 분야에서 웹툰을 주목하게 만들었다.

강풀이 보여준 스크롤 웹툰으로의 성공적인 진입 이후, <위대한 캐츠비>, <로맨스 킬러>의 강도하, <무림수사대>(2007), <이스크라>(2009)의 이충호, <이끼>(2007)의 윤태호 등 다

양한 서사형 웹툰이 주목받게 되었다. 특히, 강도하, 이충호, 윤태호 등은 모두 오프라인에서 데뷔를 했던 기성작가들이었기 때문에 웹이라는 공간에서도 출판만화 출신의 만화가들이 경쟁력이 있음을 증명해 보였다. 또한, 강풀을 비롯해 강도하, 이충호, 윤태호 등은 모두 포털사이트 다음을 통해 웹툰 활동을 시작함으로써 다음이라는 매체는 ‘서사형 웹툰 매체’라는 포지셔닝을 얻게 되었다.

네이버는 2005년에 <골방행진곡>, <사랑IN>과 2006년에 <마음의 소리>, <와탕카> 등과 같이 주로 개그 작품으로 서비스를 시작해 다음과 차별되는 지점으로 성공적인 자리매김을 이뤄냈다. 또한, 이들 작품에서 시작된 유행어인 엄친아, 차도남 등이 오프라인에서도 화제가 되면서 하나의 문화현상을 만들기도 했다. 이후 2007년에 30작품, 2008년에 70여 작품 그리고 2009년 110여 작품, 2010년에는 150여 작품을 선보이며 매년 성장을 거듭하면서 초기 개그만화에 중심으로부터 점차 서사웹툰까지 서비스하는 다양성을 확보해 웹툰산업의 거대 미디어로 성장해나갔다.

다음과 네이버의 웹툰 서비스 성공은 웹 서비스를 장악하고 있는 포털사이트의 주요 콘텐츠로서 만화가 자리 잡게 됨으로써 웹과 만화의 공생관계는 긍정적인 모습을 시사하였다. 이에 반해 웹툰 초기 모두 거의 대부분의 작품이 무료로 서비스됨으로써 ‘웹툰은 공짜’라는 인식을 고착화시켰고, 이후 광고 수익 외 콘텐츠 서비스를 통한 유료 수익 모델 형성이 어렵게 하는 요소로 작용하였다.

다음과 네이버 이외에도 야후, 파란, 엠파스, 네이트 등 여러 포털사이트에서 웹툰을 서비스하였다. 파란과 엠파스는 2004년에 웹툰서비스를 시작했는데, 파란에서는 양영순의 <1001>, 하일권의 <삼봉이발소>와 같은 작품이 발표됐으며, 엠파스에서는 강도하의 <위대한 캣츠비>가 처음 발표됐다. 2000년대 초 만화서비스를 시작했던 야후는 2008년에 스크롤 웹툰을 서비스하기 시작했는데, 주호민, 이말년, 마인드C, 귀귀 등과 같은 작가들이 활동했다. 이들 포털의 웹툰 서비스는 포털 사이트 자체가 통폐합되는 과정 속에서 자연스럽게 사라지게 되었다.

## 다. 웹툰 전문 플랫폼의 등장과 유료 서비스의 정착 : 2013~현재

2013년 6월에 서비스를 시작한 레진코믹스는 포털 위주의 무료 웹툰과 달리 유료로 작

폼들을 서비스하면서 이전까지 광고 수익 모델밖에 없던 웹툰시장에 새로운 수익모델을 정착시켰다. 무엇보다 거대 자본이 이끄는 포털의 웹툰서비스가 주류였던 시장에 신생 벤처기업이 뛰어들어 성공적인 비즈니스 모델을 만들어냄과 동시에 초기 서비스 플랫폼을 웹사이트가 아닌 애플리케이션으로 시작함으로써 콘텐츠 산업 전반에 걸쳐 주목을 받았다.

레진코믹스의 초기 대표작인 네온비의 <나쁜 상사>의 경우, 작가 연간 수익이 2억 8천만 원을 기록<sup>29)</sup>함으로써 주목받았다. 이처럼 레진코믹스가 보여준 유료화 모델이 시장 진입에 성공하자 이후 만화전문 플랫폼 등장이 러시를 이루었다. <탑툰>의 경우 성인 장르에 특화된 플랫폼으로 성공적으로 자리 잡았다.

네이버웹툰보다 뒤늦게 웹툰서비스에 뛰어들던 카카오페이지는 ‘기다리면 무료(일정 시간이 지나면 무료로 전환되지만 유료 결재를 통해 미리 볼 수 있는 방식으로 후속편을 기다리는 독자들의 유료결재를 유도하는 서비스 체계)’ 라는 독창적인 수익모델을 개발하였으며, 이러한 방식은 현재 국내 다수의 플랫폼에서 주요한 과금 모델로 채택하고 있다.

2010년대 중반 이후 웹툰 산업에 대한 민간투자가 확대되었다. 레진코믹스의 경우, 2014년에 엔씨소프트로부터 50억 투자를 유치하였다. 그 외에도 투믹스, 배틀코믹스, 재담미디어, D2컴퍼니 등이 각각 투자사들을 통해 신규투자 유치를 성공적으로 진행하였다. 이러한 투자의 확대는 다시 상업적으로 경쟁력 있는 웹툰의 활용가치를 높여 2차 사업화의 촉진으로 이어지며, IP확장의 교두보 작용을 하게 되었다.

웹툰산업의 확대됨에 따라 불법으로 콘텐츠를 유통하는 피해가 심각한 문제로 대두되었는데, 2017년 기준으로 웹툰플랫폼사 순 매출액이 2,422억 원인데, 불법유통으로 인한 순 매출 침해규모는 494.1억 원로 추정되어 순매출 침해율로 따지면 20%가 넘는 수치로 집계<sup>30)</sup>되었다. 2018년 5월에 운영자가 구속되면서 폐쇄된 ‘밤토끼’ 사이트의 경우 58개 업체에서 서비스하는 3100여 편의 작품이 불법으로 유통되었고, 특히 레진코믹스의 경우 가장 많은 피해를 입은 것으로 거론<sup>31)</sup>되었다. 이후 네이버에서는 밤토끼 운영자를 상대

29) <https://www.hankyung.com/it/article/201406173046v>

30) 한국콘텐츠진흥원 2019 『만화·웹툰 불법유통 실태조사』

31) <https://www.etnews.com/20180803000205>

로 20억에 이르는 손해배상 소송을 진행하여 승소 판정을 받은 바 있다.<sup>32)</sup> 밤토끼 이후에도 불법 유통 사이트<sup>33)</sup>는 여전히 나타나고 있어서 지속적인 감시 및 불법유통을 막기 위한 근본적인 대책이 필요하다.

### 3. 웹툰 글로벌 진출

#### 가. 수출 통계 현황

한국콘텐츠진흥원에서 매년 출간하는 <만화산업백서>에서는 2010년 이후 만화산업 수출 및 수입액 현황에 대해 아래처럼 정리하고 있다.<sup>34)</sup>

(단위: 천 달러)

<표 2-1> 2010년 이후 만화산업 수출 및 수입액 현황

구분	2010년	2011년	2012년	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
수출액	8,153	17,213	17,105	▽0.6	44.8
수입액	5,281	3,968	5,286	33.2	-
수출입 차액	2,872	13,245	11,819	▽10.8	102.9

구분	2013년	2014년	2015년	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
수출액	20,982	25,562	29,354	14.8	18.3
수입액	7,078	6,825	6,715	△1.6	△2.6
수출입 차액	13,904	18,737	22,639	20.8	27.6

구분	2016년	2017년	2018년	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
수출액	32,482	35,262	40,501	14.9	11.7
수입액	6,554	6,570	6,588	0.3	0.3
수출입 차액	25,928	28,692	33,913	18.2	14.4

<2013 만화산업백서>, <2016 만화산업백서> 그리고 <2019 만화산업백서>에 집계된 만화산업 수출 및 수입액 현황을 살펴보면, 전체 수출액은 2010년 8,153,000달러에서 2018년 40,501,000달러로 8년 사이 5배 증가했다. 특히, 2012년에 소폭 줄어든 것 외에는 매년 꾸준히 증가했음을 확인할 수 있다.

32) <https://byline.network/2018/12/7-31/>

33) <https://www.newsl.kr/articles/?3821767>

34) 각각의 표는 <2013 만화 산업백서>, <2016 만화 산업백서>, <2019 만화 산업백서>에서 인용하였음.

이에 반해, 수입액의 경우 2010년 5,281,000달러에서 2018년 6,500,000달러로 8년 사이 약 25% 정도 늘어난 것뿐이어서 수출입차액의 경우 해를 거듭할수록 그 폭이 커져왔음을 알 수 있다. 2015년부터 수출입 차액이 20,000,000달러를 넘어서면서 급격히 늘어난 것으로 확인할 수 있으며, 또한 2016년 이후 수입액이 거의 정체되어 있음을 확인할 수 있다. 이러한 수치는 특히 국내 웹툰산업의 정착과 더불어 일본 등 해외에서 수입되어 오는 작품을 즐기기 보다는 국내에서 창작되는 작품에 대한 수요가 과거보다 늘어난 것으로 유추할 수 있다.

(단위: 천 달러)<sup>35)</sup>

<표 2-2> 만화산업 지역별 수출액 현황

연도 지역	2010년	2011년	2012년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	568	662	829	4.8	25.2	20.8
일본	1,527	6,639	5,507	32.2	▽17.1	89.9
동남아	2,004	2,643	3,134	18.3	18.6	25.1
북미	1,723	1,766	2,353	13.8	33.2	16.9
유럽	2,258	5,457	5,202	30.4	▽4.7	51.8
기타	73	46	80	0.5	73.9	4.7
합계	<b>8,153</b>	<b>17,213</b>	<b>17,105</b>	<b>100.0</b>	<b>▽0.6</b>	<b>44.8</b>

연도 지역	2013년	2014년	2015년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	986	1,241	1,492	5.1	20.2	23.0
일본	6,766	7,015	8,165	27.8	16.4	9.9
동남아	3,694	4,871	5,205	17.7	6.9	18.7
북미	2,826	3,947	4,208	14.3	6.6	22.0
유럽	6,434	8,054	9,742	33.2	21.0	23.1
기타	276	434	542	1.8	24.9	40.1
합계	<b>20,982</b>	<b>25,562</b>	<b>29,354</b>	<b>100.0</b>	<b>14.8</b>	<b>18.3</b>

연도 지역	2016년	2017년	2018년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중화권	1,325	1,367	2,461	6.1	80.0	36.3
일본	9,154	9,742	11,601	28.6	19.1	12.6
동남아	6,352	7,094	8,244	20.4	16.2	13.9

35) 각각의 표는 <2013 만화 산업백서>, <2016 만화 산업백서>, <2019 만화 산업백서>에서 인용하였음.

북미	4,602	5,036	5,295	13.1	5.1	7.3
유럽	10,324	11,093	11,948	29.5	7.7	7.6
기타	725	929	952	2.4	2.5	14.6
합계	32,482	35,262	40,501	100.0	14.9	11.7

〈2013 만화산업백서〉, 〈2016 만화산업백서〉 그리고 〈2019 만화산업백서〉에 집계된 2010년부터 2018년까지의 해외 지역별 수출 현황에 따르면, 중화권 수출 규모가 눈에 뜨게 커지고 있음을 확인할 수 있는데, 2010년에 568,000달러였던 것이 2018년에는 2,461,000달러로 8년 사이 4배가 넘는 증가세를 보였다.

일본의 경우 8년 동안 수출액은 꾸준히 증가하고 있으나, 전체 글로벌 시장에서 비중은 2010~2012년 3년간 대비 2016~2018년에서 오히려 줄어들었는데, 그것은 그만큼 수출액의 증가세가 다른 지역에 비해 둔화된 것으로 유추할 수 있다. 이처럼 증가세가 줄어든 일본을 대신한 수출지역으로 중화권과 함께 유럽이 두드러지는데, 2010년에 2,258,000달러였던 수출액은 8년 뒤 2018년에는 11,948,000달러로 4배 이상 증가했다.

동남아 역시 2010년에 2,004,000달러였던 수출액은 8년 뒤 2018년에는 8,244,000달러로 4배 이상 증가했으며, 북미 또한 2010년 1,723,000달러였던 유럽 수출액은 8년 뒤 2018년에는 5,295,000달러로 3배 이상 증가했다. 이러한 수치들은 기존에는 일본이 절대적인 수출 지역이었던 반면, 최근에는 중화권, 유럽, 북미 등 수출 판로가 다양해진 것을 반영하는 것으로 보인다.

한편, 기타(남미 등) 지역에 대한 수출액의 경우 전체 수출액 규모에서 보자면 여전히 소액이기는 하지만, 2010년 73,000달러 대비 2018년에는 952,000달러 10배 넘게 늘어남으로써 수출 지역 다변화와 관련해 의미 있는 수치를 보여주고 있다.

## 나. 출판만화 해외 진출 현황

한국만화의 해외진출은 1976년 김성환의 〈고바우영감〉이 일본으로 수출되어 〈고바우 아저씨(コバウおじさん)〉란 제목으로 발간된 것을 본격적인 출발점으로 삼을 수 있다. 문화 분야에서 해외와의 교류가 제한적이었던 시절에 이뤄진 일이었기 때문에, 〈고바우 영감〉의 수출은 상업만화의 해외진출이라기 보다는 한국 사회에 대한 이해를 돕는 도서로

서 일본에 수출되었던 것으로 해석된다.<sup>36)</sup> 이후 1990년대까지 방학기의 <임꺽정>, 이현세의 「활」 등 손에 꼽을 정도로 제한적으로 일본에 수출되었다.

1990년대에 이르러 일본 고단샤의 잡지 <모닝>에 황미나, 안수길, 오세호 등 다수의 작가 작품들이 발표되었다. 1993년과 1996년에 황미나의 <윤희>와 <이씨네 집 이야기>가, 1994년에는 안수길의 <호랑이 이야기>가, 그리고 1995년에는 오세호의 <수국 아리랑>이 연재됐다. 그 외에도 후타바샤(雙葉社)를 통해 김동화의 <황토빛 이야기>가 1997년에 수출된 바 있다. 이처럼 1990년대 일본에 수출된 작품들은 대부분 한국적 정서가 짙게 밴 작품이라는 공통점이 있으며, 이러한 차별성이 당대 일본만화 시장에서 경쟁력으로 작용했을 것으로 보인다.

2000년대 들어서는 1990년대 보다 다양한 소재의 작품들이 일본 시장으로 진출하게 되는데, 대표적인 사례로 <코믹빔>에 발표된 임광목의 <교무의원X(2000)>, <코믹편치>에 발표된 <열혈강호>(2001), <타이거북스>에 발표된 김혜린의 <비천무>, 양영순의 <누들누드>, 원수연의 <풀하우스>, 박희정의 <호텔아프리카>, 허영만의 <세일즈맨> 등을 꼽을 수 있다. 특히 <타이거북스>는 한국의 만화전문 출판사 대명종이 일본지사로 설립했다는 점이 특징적<sup>37)</sup>인데, 앞서 수출된 작품들의 ‘한국적 정서’에서 탈피해 다양한 작품들을 유통했다는 의의가 있다.

양정일과 윤인완은 소가쿠칸(小學館)의 잡지 <선데이GX>에 <신암행어사>를 연재하여 100만부가 넘는 단행본 판매실적을 기록했다. 이 작품은 한국작가가 일본잡지에 발표한 후 국내 출판사에서 수입하여 출간하는 대표적인 사례가 되었다. <신암행어사>는 일본시장에서 한국 만화가의 연재작품이 상업적으로 성공할 수 있음을 입증해보였으며, 이후 유현의 <상자 공주 판도라>(2004년 <강강 WING>에 발표), 이유정의 <CRAZY LOVE 그녀는 전교 꼴지>( <영 매거진>에 발표), 이규호와 고진호의 <Deen Blood Tepes>( <전격코믹 가오>에 발표), 김병진의 <JACKALS>( <강강YG>에 발표) 등 한국작가들의 일본 현지 연재가 줄지어 나타났다.<sup>38)</sup> 이러한 현상은 특히 2000년대 초 위축된 국내 만화시장에 대한 대안으로 일본시장이 급부상하게 되었음을 보여주는 것이기도 했다. 2004년 <영간간>에 발

36) 윤영준, <1990년대 출판만화시장의 변화 및 글로벌화에 대한 고찰>(2009, 고려대학교 석사학위논문), 64p

37) <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=020&aid=0000078036>

38) <일본에 진출하는 만화작가가 늘고있다>, (오마이뉴스, 2006. 5. 9.)

표한 임달영과 박성우의 <흑신>이 큰 인기를 모았고, 이후 일본 TV애니메이션으로 제작 되는 성과를 얻기도 하였다.

1990년대 후반부터 2000년대 초중반까지 한국 내 만화잡지의 쇠퇴와 단행본 판매 등의 저조와 맞물려 다수의 한국작가들이 일본 현지 매체에 직접 연재하는 사례가 늘어났다. 당시 한국만화가의 일본 진출에 대해 배준걸은 “갓 데뷔한 작가에게조차 전용사무실과 어시스턴트, 제작비 100만엔, 페이지당 원고료 2만엔, 자료집을 지원해주는 일본측 편집 부에 놀랐다”<sup>39)</sup>고 할 만큼 한국작가들에게 일본잡지는 새로운 작품활동 공간이 되어주 기도 했다.

#### 다. 웹툰 해외진출 현황

웹툰산업 초기 대형 포털사이트를 중심으로 산업적 토대가 이뤄진 것처럼, 웹툰 수출에 있어서도 2020년 현재 네이버, 카카오페이지 등 국내 유수의 IT 기업이 주도하는 현지화 플랫폼을 기반으로 한 수출방식이 괄목할만한 성과를 거두고 있다.

카카오페이지의 경우, 일본 현지법인 카카오재팬을 통해 2016년 4월부터 픽코마(<https://piccoma.com/web/>)를 통해 만화서비스를 시작했는데, 2020년 7월 일본의 구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 비(非)게임 부문 앱 매출 1위를 달성하였으며, 특히, 2020년 7월 기준 픽코마에 등록된 2만여 작품 가운데 한국 작가의 작품은 1.3%불과함에도 불구하고 전체 매출의 35%이상을 차지함으로써 한국웹툰의 경쟁력을 입증해보이고 있다.<sup>40)</sup> 특히, 국내 시장에 성공적으로 정착시킨 ‘기다리면 무료’ 서비스 방식을 일본에서도 연착륙시켜 일본 서비스 4년 4개월 만인 2020년 8월 라인망가를 제치고 일본 만화앱 매출에서 1위를 차지하였다.<sup>41)</sup>

픽코마 외에도 라인망가, 코미코 등 국내 IT기업의 자본과 운영노하우에 기반을 둔 플랫폼들이 일본 만화 시장에서 두각을 나타내고 있다.

라인 망가(LINEマンガ)의 경우 메신저 서비스인 ‘라인’ 을 토대로 디지털 만화시장으로

39) 배준걸, <꿰어죽을 각오없이 일본에서 만화가 되기> (작은 씨앗, 2007), p268

40) [https://www.chosun.com/site/data/html\\_dir/2020/08/11/2020081100314.html](https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/08/11/2020081100314.html)

41) <https://www.fnnews.com/news/202008101349431461>

독자들을 유입시켜 일본 내 온라인 만화서비스의 대표주자로 자리 잡았다. 2013년 4월, 당시로서는 일본만화시장에서 생소한 온라인 서비스를 시작한 이후 일본 최대 온라인 만화서비스로 성장해왔다. 2018년 5월에는 - 네이버에서 네이버웹툰이 분사했듯 - 라인 역시 웹툰사업을 전담하는 자회사 '라인 디지털프론티어'를 출범<sup>42)</sup>시키면서 일본 내 웹툰 사업을 확장시킨 바 있으며, 2020년 8월에는 라인망가 앱의 누적 다운로드 수가 3천만 건<sup>43)</sup>을 넘어섰다.

2020년 8월 현재 '라인의 모회사인 네이버의 웹툰 계열사 네이버웹툰은 미국 웹툰 계열사 웹툰엔터테인먼트를 본사로 두고, 산하에 네이버웹툰(한국)과 라인디지털프론티어(일본), 와통엔터테인먼트(중국)를 두는 조직 개편을 진행하고 있다' <sup>44)</sup>고 기사화 되었는데, 이러한 행보는 “세계 1위 콘텐츠 시장인 미국을 거점 삼아 유럽과 남미 지역 등 아직 웹툰이 자리 잡지 않은 지역까지 웹툰 생태계를 넓히려는 전략” 으로 평가되고 있다.

코미코 역시 해외진출의 대표적 사례다. 2014년 당시 NHN엔터테인먼트의 일본 자회사인 NHN PlayArt를 통해 일본 내 웹툰서비스로 오픈한 코미코는 국내 작가 작품 중심으로 일본 작가들이 창작한 웹툰도 다수 게재하면서 일본시장에서 입지를 확대했으며, 이후 대만, 태국, 중국, 베트남 등에서 현지어 서비스를 진행해오고 있다. 코미코의 일본 런칭 초기 현지 만화잡지들이 앱 출시를 서두르게 만들 정도로 코미코의 등장은 일본만화 산업에 큰 영향을 끼친 것으로 평가되고 있다.

네이버, 카카오 등 포털 기업에 기반을 둔 해외진출 이외에도 만화전문플랫폼의 해외 진출도 두각을 나타내고 있다. 레진코믹스의 경우 2015년 4월에 일본어 서비스, 같은 해 12월에 영어 서비스를 시작하면서 글로벌진출을 진행하였다. 특히, 영어서비스 오픈 시 일정 기간 기다리면 무료로 풀리거나 미리보기를 위해 유료 결제하는 국내의 부분 유료화 모델과는 달리, 대부분의 콘텐츠에 대해 유료방식으로 운영함으로써 국내 서비스와는 다른 비즈니스모델을 진행<sup>45)</sup>한 바 있으며, 미국에 별도 법인을 설립하는 등 일련의 과정을 통해 2017년에는 해외매출로만 100억 원<sup>46)</sup>을 달성하였다.

42) <https://www.news1.kr/articles/?3327187>

43) <https://www.ajunews.com/view/20200902085101434>

44) <https://www.ajunews.com/view/20200902085101434>

45) <http://www.bloter.net/archives/247198>

46) <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201803201560966231>

답툰은 2015년 5월 대만(<http://toptoon.com.tw/>)과 일본(<http://toptoon.jp/>)시장에 동시에 진출하였다. 국내서비스에서 인기를 검증받은 성인 콘텐츠를 중심으로 현지어 서비스를 진행하면서 시장에 안정적으로 진입했고, 특히 대만에 현지법인을 설립 후 현지작가 수십 명을 고용하며 대만에서만 220만 명이 넘는 회원 확보<sup>47)</sup>했으며, 2017년 당시 누적 페이지뷰가 7억 건을 넘어서기도 했다. 한편, 2017년 4월에는 중국으로 진출 영역을 넓혔다. 이처럼 해외시장으로 국내 기업이 직접 진출하는 사례 외에도 현지 플랫폼과의 계약을 통해 작품을 수출한 사례도 빈번한데, 일례로 중국 지역으로의 진출은 중국 내 안정적인 대형 포털사이트와의 계약을 통해 다수의 작품들이 수출되는 형태로 이뤄지고 있다. 중국의 가장 대표적인 포털사이트 QQ닷컴(텐센트)에는 네이버, 다음, 레진코믹스에 연재된 대표작들의 서비스가 이뤄졌으며, 콰이칸, 블리블리 등 다수의 협력사로 확대되고 있다. 이와 함께 중국의 여러 기업으로부터 한국 웹툰 기업과 작품에 대한 투자 논의가 이뤄지고 있다.

미국의 경우, 타파스, 태피툰, 스팟툰 등을 통해 국내 웹툰 작품이 활발히 소개되고 있다. 타파스의 경우 2012년 10월에 영미권 최초의 웹툰 포털을 표방하며 ‘타파스틱’이라는 이름으로 사이트를 오픈한 이후 2014년에 <늑대처럼 울어라>, <트레이스 2>, <수의 계절>, <1호선>, <아메리칸 유명재> 등 다수의 다음웹툰 작품이 연재되었고 이후 다양한 한국 작품이 연재되고 있다. 2020년 9월, 카카오페이지는 카카오가 가지고 있던 타파스미디어의 지분을 인수해 2대 주주가 되었는데, 이는 영미권 콘텐츠시장으로의 진출 기반을 마련하기 위한 것이라고 풀이<sup>48)</sup>된다. 태피툰(Tappytoon)은 한국 웹툰을 영어, 프랑스어, 독일어 등으로 번역하여 서비스하는 글로벌웹툰플랫폼으로 2016년 8월부터 서비스를 시작해 2020년 6월 기준 190여개 국가에 300만 명 이상<sup>49)</sup>의 독자를 확보하고 있다.

그동안 드라마, 가요, 영화 등을 통해 한류가 형성되어 왔다면 차세대 한류 주역으로 ‘K웹툰’을 주목하고 있다. 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 2020년 8월에 발간한 <2019년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서>에 따르면, 네이버와 카카오가

47) <http://www.businesspost.co.kr/BP?command=naver&num=42734>

48)

[http://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202009251001490160103463&svccode=00&page=1&sort=thebell\\_check\\_time](http://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202009251001490160103463&svccode=00&page=1&sort=thebell_check_time)

49) [https://newsis.com/view/?id=NISX20200707\\_0001087059&clD=13001&pID=13000](https://newsis.com/view/?id=NISX20200707_0001087059&clD=13001&pID=13000)

주도한 K웹툰의 지난해 글로벌 거래액은 1조원을 돌파한 것으로 파악되고 있다. 네이버, 카카오계열 웹툰 플랫폼의 거래액이 각각 6000억 원, 4000억 원을 넘기며 K웹툰의 글로벌 열풍을 주도하고 있다.<sup>50)</sup>

## 4. 만화/웹툰 산업의 미래 예측

### 가. 제도적(정치적) 측면

1970,80년대와 달리 1990년대 후반 관 주도의 만화축제가 개최되고, 2000년대 초반 중장기 육성계획이 마련되면서 만화산업 부흥을 위한 정책적 접근이 이루어지기 시작했다. 2020년 현재 만화산업의 육성과 문화적 토대 마련을 위한 별도의 진흥기관을 두어 매해 상당한 규모의 지원 예산이 이뤄지면서 국가적인 산업으로 자리매김해나가고 있다.

정책적 지원 초창기 작가 개인 및 특정 작품에 대한 직접적/단기적인 형태로부터 최근에는 수출 및 2차 사업화 등 산업적 문화적으로 큰 범위에서 장기적인 안목에 중점을 둔 형태로 지원 방향에 변화가 나타나고 있다.

한편, 출판만화에서 웹툰으로 만화의 주된 형태가 변화하는 과정 속에서 비교적 짧은 시간에 빠르게 성장하며 산업 규모를 키워온 가운데 관련 단체가 과거에 비해 양적으로 많아지고 있다. 즉, 출판만화 시대로부터 존재하던 작가단체(한국만화가협회, 우리만화연대) 이외에도 산업계, 학계 등 다양한 부분에서 이익집단이 등장하고 있으며, 이는 만화산업 내 다양한 이해관계가 상존하고 있음을 보여주고 있다.

자율 규제, 연령 등급제 등 만화산업 내부에 수십 년간 이어져온 문제 역시 여전히 풀어야 할 과제로 남아있다. 특히, 국내외적으로 한국 웹툰의 산업 규모가 확장되어 가고 있으므로 작가들의 표현의 자유를 보호하면서도 일반 대중들도 동의할 수 있는 보편적 기준에 대한 제도적 틀이 필요한 상황이다.

50) [https://newsis.com/view/?id=NISX20200828\\_0001146820&cID=13001&pID=13000](https://newsis.com/view/?id=NISX20200828_0001146820&cID=13001&pID=13000)

## 나. 경제적 측면

<2019년 만화산업백서>에 따르면, 2018년 만화산업의 총 매출은 1,178,613백만원으로 2017년 1조 원을 돌파한 이후로 지속적으로 성장하고 있다. 이는 전년도 대비 8.9% 증가한 수치이며, 2016년부터 2018년까지 연평균 9.9% 증가한 것으로 집계된다. 즉, 1조 원 시대를 열게 된 것이며, 이러한 수치가 수 년새 지속적인 성장 속에서 달성한 수치라는 점에서 향후 성장에도 긍정적인 요인으로 작용한다.

중편 및 케이블 채널, 웹드라마 등등 대중문화산업의 플랫폼 다변화 속에서 원작산업으로서의 위치가 과거보다 공고해질 것으로 기대된다. 특히, IP비즈니스가 확장되며 만화전문기업들의 종합엔터테인먼트화가 두드러짐에 따라 자체적으로 IP를 확장시키기 위한 공동제작 혹은 협업이 빈번해질 것으로 예상된다. 가령, 웹툰에이전시로서 대표적인 기업 투유드림엔터테인먼트의 경우 자체 IP인 <독고 리와인드>를 모바일 영화로 영상화 하는데 있어 삼화네트웍스와 공동제작을 진행하고 있다.

네이버웹툰과 카카오페이지는 역시 영상 제작 자회사를 직접 설립하며 2차 콘텐츠 제작에도 직접적으로 관여하고 있다. 네이버웹툰은 지난해 영상 기획·개발을 담당하는 자회사 스튜디오N을 설립하며 콘텐츠 IP 기반 비즈니스를 추진해 나가고 있다. 카카오는 영상 제작 자회사 ‘카카오M’을 통해 카카오페이지의 콘텐츠를 영상화하고 있는데, 특히 CJ ENM 대표를 지낸 김성수 대표를 영입하고 2019년 초 BH엔터테인먼트·매니지먼트슌·제이와이드컴퍼니 등 배우 소속사들을 대거 인수하며 몸집을 키워나가고 있다.<sup>51)</sup>

한편, 온라인을 통한 유통과 소비를 통해 글로벌 진출은 더욱 가속화될 것으로 예상된다. 일례로 2020년 9월 24일 문재인 대통령 주재로 열린 ‘디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 전략보고회’에서 카카오페이지 이진수 대표는 “웹툰·웹소설만큼은 대한민국이 종주국으로, 전 세계 시장에서 주도권을 가져야 한다.”면서 전 세계 1억 명이 매일 방문하는 글로벌 플랫폼 네트워크를 목표로, 중국과 미국, 인도, 동남아 전역으로 서비스를 확대할 것에 대한 포부를 밝힌 바 있다.<sup>52)</sup>

51) <마블 넘보는 한국웹툰 4가지 성공포인트>, 한경비즈니스, 2019.10.15 <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=004&oid=050&aid=0000051603>

52) <http://www.inews24.com/view/1302724>

## 다. 사회적 측면

과거와 달리 만화 자체에 대한 인식이 부정적(불량, 검열)인 측면에서 긍정적으로 변화되고 있다. 특히, 웹툰작가가 다양한 방송에 출연하여 연예인 못지않은 인기를 누리면서 청소년층으로부터 선망하는 직업군이 되었다. 이러한 시대적 흐름은 소비 측면에서 긍정적인 요인이 될 뿐만 아니라 신진 창작자의 공급에 대한 부분에서도 긍정적인 작용을 할 것으로 기대되고 있다.

언론에 자주 노출되는 작가들의 수입(조석, 주호민 등등)은 골방 문화로부터 디지털 시대의 각광받는 콘텐츠로 변모하는데 주요한 역할을 했으며, 이는 향후에도 만화산업 전반에 대한 새로운 투자와 관련 산업으로 확장을 통한 선순환 효과의 동기로 주요한 작용할 것으로 기대된다.

## 라. 기술적 측면

정보통신기술(ICT)의 융합으로 이뤄지는 이른바 4차 산업혁명 시대에는 인공지능(AI), 로봇기술, 자율 주행 가상현실(VR) 등과 같은 기술들이 산업을 주도할 것으로 예견되고 있으며, 온라인과 디지털에 기반한 웹툰 산업 역시 이러한 변화의 양상들에 무관하지 않을 것으로 보인다. 즉, 이미지를 구현하는 다양한 툴의 개발, 빅데이터나 인공지능 등을 활용한 스토리의 개발 등이 창작의 영역에 영향을 끼칠 것으로 예상할 수 있으며, 유통 측면에서는 불법복제방지에 대한 기술개발 등이 이뤄질 것으로 기대된다.

창작 측면에서 모션코믹, 인터랙티브 모델 등을 통한 새로운 아이디어가 기대되며, ‘엽기토끼 마시마로’로 대표되는 플래시 애니메이션, 이른바 ‘움짤’이 접목된 <옥수역귀신> 등 디지털 방식을 접목시킨 다양한 작업 방식은 기존에도 있어왔으며, 스크롤을 서사웹툰에 처음 접목시킨 강풀의 경우처럼 향후에도 창작 툴의 발전 & 콘텐츠를 담아내는 디바이스 기술의 세밀화 등을 통해 새로운 기회가 올 가능성은 여전히 기대를 받고 있다. 한편, 이러한 변화는 출판만화에서 웹툰으로 변화 시 장르의 혼돈을 불러왔던 것처럼 장르의 경계를 허무는 형태로 진행될 수 있을 것으로 예상된다.

디바이스 측면에서 PC/스마트폰/스마트 패드/VR기기 등 그동안 새로운 기기의 출현은 웹툰산업에 긍정적으로 작용해왔으며, 앞으로도 새로운 기기의 등장은 새로운 수익모델로도 이어질 수 있는 기회가 될 것으로 예상된다.

SNS나 빅데이터를 활용한 소비자 개인 취향에 최적화된 맞춤형 작품의 추천과 유통이 이뤄질 수도 있으며, 점차 자동화되어가는 번역기술을 통해 글로벌 유통의 가속화도 기대되고 있다.

## 5. 분류체계 개편 필요성

### 가. 한국 만화산업 분류체계 현황

1980년대까지 문화정책의 방향성이 기본적인 의식주 해결과 경제 안정화라는 초점에서 크게 벗어나지 않았으며, 예술적으로 진흥한다거나 산업적으로 육성시키는 차원의 정책은 극히 미비하였기에 만화의 경우 특히 산업이나 문화로 인식되기 보다는 ‘어린이들의 유희거리’ 정도로 치부되어 체계적인 분류에 대한 필요성조차 획득하지 못하였다.

2000년대 들어와 콘텐츠산업의 중요성이 부각되면서 관련 산업에 대한 체계적인 통계와 데이터 확보가 필요해지게 되는데, 그에 선행된 작업으로 관련 산업에 대한 분류체계의 필요성이 대두되었다. 이에 따라 제조업, 서비스업 등과 같은 일반적인 산업영역과 차별화된 특성을 지닌 콘텐츠산업 분야에 최적화된 분류체계 도입을 위해 지난 2010년 <콘텐츠산업 특수분류>를 제정하게 되었다. 하지만, 2010년 <콘텐츠산업 특수분류>를 제정 당시 게임산업, 캐릭터산업, 공연사업 등은 대분류 항목으로 분류되었으나, 만화는 출판산업 아래로 분류되었다.

빠르게 변화, 발전하는 콘텐츠산업의 특징을 반영하고자 2012년에 콘텐츠산업 특수분류에 대한 1차 개정이 이뤄지며, 이때 기존 대분류 ‘출판산업’을 ‘출판산업’과 ‘만화산업’으로 분리하는 변화가 이뤄졌다.

## 나. 분류체계 개편 필요성

<콘텐츠산업 특수분류>에서 만화산업 분류체계는 대분류 ‘만화산업’ 아래 ‘만화출판업/온라인만화제작유통업/만화책임대업/만화도소매업’ 등 4개 분야가 중분류로 이뤄지는데, 현재 만화산업의 핵심적인 부분이라고 할 수 있는 웹툰 및 디지털만화에 대한 반영이 절대적으로 미비한 것이 사실이다. 즉, 2018년 한국콘텐츠진흥원에서 나온 <만화산업 발전 계획 수립 연구>에 따르면, 현재 국내 만화산업의 성장을 이끄는 가장 중요한 분야에 대한 설문에서 응답자의 95.3%가 ‘웹툰’을 선택<sup>53)</sup>하고 있음에도 만화산업의 분류는 여전히 출판을 중심으로 한 임대 및 도소매가 차지하고 있는 것이 현실이다.

2000년대 이전까지 만화는 좁게는 출판산업의 일부분이었으며, 넓게는 제조업 분야의 모습을 벗어나지 못했으나 2000년대 이후 노트북, 스마트폰 등등 개인용 디바이스가 광범위하게 보급되는 과정에서 출판만화는 대중적인 시장에서 마니아 시장으로 자리 잡게 되었고, 대신 온라인을 통한 작품 유통과 소비가 일상화되고 있다.

이러한 변화들은 기존에 인식하고 있던 만화 그리고 만화산업에 대한 접근과 정의를 다시 해야 할 필요를 제기하며, 새로운 기준을 요구하고 있다.

즉, 웹툰 중심으로 자리 잡은 만화산업 전반의 패러다임의 변화는 새로운 만화산업 분류체계 개편을 필요로 하고 있다.

53) <만화산업 발전 계획 수립 연구> 25p



# 제3장

## 만화산업의 범위

### 정의

## 제3장 만화산업의 범위 정의

## 제3장 만화산업의 범위 정의

### 1. 만화 생태계

생태계란 사전적인 의미로는 ‘생명 어느 환경 안에서 사는 생물군과 그 생물들을 제어하는 제반 요인을 포함한 복합 체계’를 의미한다.<sup>54)</sup> 영어로는 Eco-system이라고 부르는데 이런 생태계라는 용어가 산업에 적용이 되면서 다양한 의미로 활용되고 있다.

만화산업의 경우 다양한 이해관계자들이 각자의 역할을 수행하면서 서로 유기적인 영향을 주고 받는 복합적인 산업 체계를 형성하고 있다. 여기에서는 이를 ‘만화 생태계’로 정의한다.

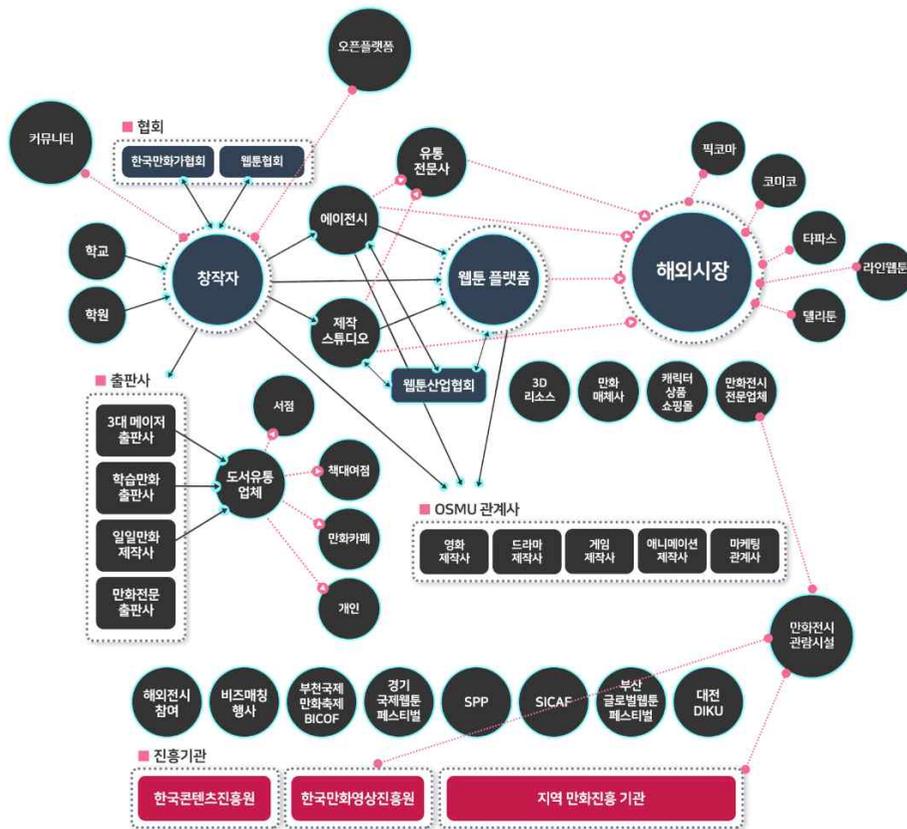
#### 가. 만화 생태계 맵(Map)

최근 웹툰 산업의 급속한 발전으로 인해 매년 웹툰산업 규모가 매출액 기준 20% 이상 성장하고 있으며 이를 통해 만화/웹툰 생태계가 급속도로 확장되고 세분화되고 있다. 이런 산업을 들여다보기 위해서는 거시적인 관점으로 전체를 조망할 수 있어야 한다. 이런 관점에서 이해관계자간의 연계와 역학적인 부분을 이해하는 것, 즉 산업의 가치사슬(Value Chain)을 파악하는 것은 전반적인 정책 수립을 하는데 있어서 필수적인 요소라 할 수 있다.

만화 생태계는 ‘핵심 이해관계자’, ‘일반 이해관계자’, ‘기타 이해관계자’로 구성되어 있으며, 이해관계자들은 유기적인 커뮤니케이션을 통해 만화/웹툰 산업 성장을 위해 지속적으로 노력하고 있다.

---

54) 표준국어대사전

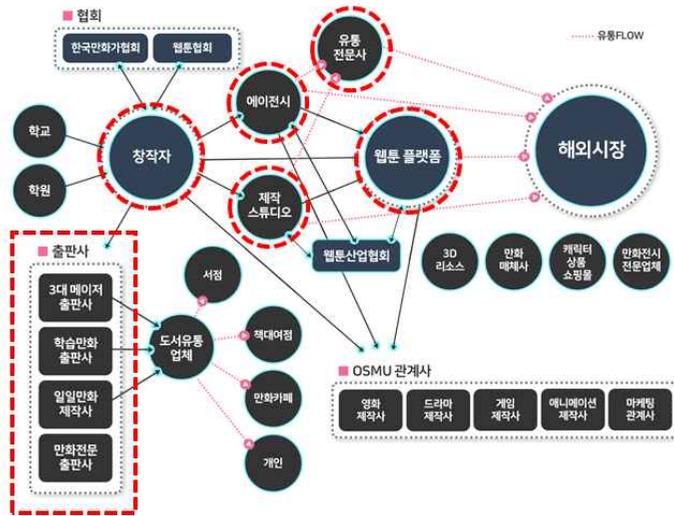


[그림 3-1] 만화생태계 맵

### (1) 핵심 이해관계자

핵심 이해관계자는 ‘만화 생태계’를 구성하는 가장 핵심적인 이해관계자로 볼 수 있으며 만화산업의 근간을 이루는 핵심적인 R&R<sup>55)</sup>을 가지고 있다. 이런 핵심 이해관계자로는 만화/웹툰 기획 및 제작을 담당하는 ‘창작자’, ‘웹툰에이전시/제작스튜디오’, ‘출판사’와 만화/웹툰 유통을 담당하고 있는 ‘웹툰플랫폼’, ‘만화전문유통사’ 등이 대표적이다. 최근 10여년간 한국 만화시장은 ‘웹툰’을 중심으로 산업이 재편되었다. 특히, 2013년 유료화 이후로는 ‘웹툰’이 생산적인 측면에서는 90%이상을 차지할 정도로 압도적인 점유율을 보이고 있는 것이 현실이다.

55) Role & Responsibility: 역할과 책임

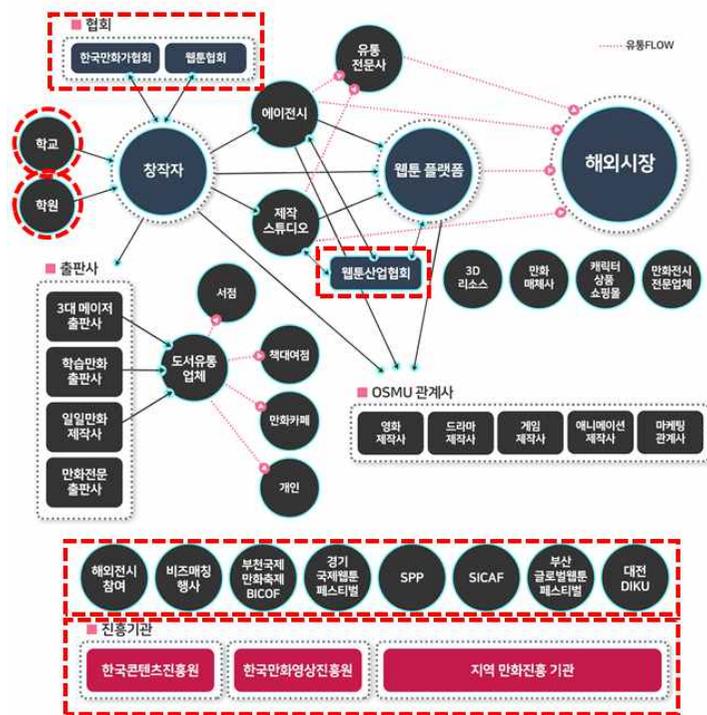


[그림 3-2] 만화생태계 핵심 이해관계자 (Core Stakeholders)

이런 만화/웹툰 시장에서의 핵심 이해관계자의 역할은 만화산업 전반의 가치사슬(Value Chain)에 있어서 가장 중요한 역할을 담당하고 있다. 만화/웹툰의 기획·제작뿐만 아니라 유통 전반에 걸쳐서 가장 중요한 플레이어로서 산업 전반에 걸쳐 큰 영향력을 행사하고 있다. 이런 핵심 이해관계자들간의 커뮤니케이션은 일반적인 산업군과는 달리 만화산업의 특성상 폐쇄적인 형태로 진행되고 있는 경우가 많아 타 산업에서 만화시장으로의 진입장벽이 높아보이게 하는 경우가 많다.

## (2) 일반 이해관계자

일반 이해관계자는 ‘만화 생태계’의 핵심 이해관계자는 아니지만, 만화 생태계를 구성하고 성장시키기 위해 없어서는 안되는 중요한 R&R을 가지고 있다. 주요 ‘일반 이해관계자’를 살펴보면 교육기관, 진흥기관, 협회, 만화관련 행사 등을 꼽을 수 있다. 교육기관은 정규 교육과정과 사설학원으로 나눌 수 있으며, 정규 교육과정에는 예술고등학교와 애니메이션 고등학교 및 전국 만화콘텐츠 관련 학과를 보유한 대학 등 고등/대학교가 존재한다. 또한 사설 학원들의 경우도 산업의 성장과 함께 그 규모와 종류가 늘어나는 형태를 보이고 있다.



[그림 3-3] 만화생태계 일반 이해 관계자

진흥기관은 만화/웹툰 생태계의 국가 차원에서의 거시적인 정책을 수립하고 정부 지원금을 배분하여 지원하며, 지역 차원에서의 웹툰 활성화 사업을 직접 수행하고 있다. 대표적인 진흥기관으로는 한국콘텐츠진흥원(KOCCA), 한국만화영상진흥원(KOMACON)이 있으며, 각 지역별로는 서울의 SBA, 경기도의 경기콘텐츠진흥원, 부산의 부산정보문화산업진흥원, 대전의 대전정보문화산업진흥원, 광주의 광주 정보문화산업진흥원, 경북문화콘텐츠진흥원 등이 있으며 이 외에도 다양한 진흥기관이 존재하고 있다.

이들 진흥기관은 한국 만화/웹툰 시장의 경쟁력을 끌어올리는 중요한 역할을 수행하고 있다. 타 국가의 만화 시장에 비해서 빠른 디지털화를 이끌어 올 수 있었던 가장 큰 요인이 진흥기관의 지원임은 부인할 수 없는 사실이다.

또한 만화 관련 협회는 작가와 산업계 협회로 나눌 수 있으며 다양한 협회가 존재한다. 작가의 권익을 보호하기 위한 작가 관련 협회로는 한국만화가협회, 한국웹툰작가협회, 웹툰협회 등이 대표적이며, 산업계의 권익을 대표하기 위한 기관으로는 한국웹툰산업협회

(KWIA), 저작권해외진흥협회(COA)가 있다. 이런 협회의 노력은 ‘표준계약서’ 제정 및 활용, ‘작가를 위한 저작권 및 세법교육’, 웹툰 불법복제를 위한 ‘모니터링사업’ 등 다양한 영역에 걸쳐 있으며 웹툰 산업 전반에 큰 역할을 담당하고 있다.

만화 관련 행사는 한국콘텐츠진흥원에서 매년 진행하고 있는 베이징/프랑크푸르트 국제 도서전 참여 및 캐릭터 라이선싱 페어, 비즈매칭을 중심으로 한 SBA의 SPP(Seoul Promotion Plan), 서울시의 만화 애니메이션 축제인 SICAF(Seoul Internation Cartoon & Animation Festival), 부천 만화영상진흥원의 BICOF(Bucheon International Comic Festival) 이 대표적이다. 또한 부산의 글로벌 국제 웹툰 페스티벌과 경기도의 경기국제웹툰 페스티벌, 대전정보문화산업진흥원(DICIA)의 디쿠 페스티벌(DICU Festival) 후원등이 대표적인 지역 만화 축제로 매년 진행되고 있다. 만화 관련 행사는 일반인의 참여를 통한 만화/웹툰 산업의 저변을 확대하고 산업계 관계자들이 참여하여 비즈매칭을 통해 실질적인 성과를 거둘 수 있다는 측면에서 큰 의미를 가진다.

### (3) 기타 이해관계자

기타 이해관계자는 웹툰산업의 확대와 분업화를 통해 자연스럽게 생겨나기 시작한 지원이나 협업과 관련한 업체들을 의미한다.



신과함께 - 네이버웹툰  
영화(시즌1,2 천만관객동원)



이태원클라쓰-카카오페이지  
드라마(넷플릭스 아시아 TOP5)



신의탑 - 네이버웹툰  
애니메이션(글로벌 히트 기록)

[그림 3-4] 웹툰 원작의 영화/드라마 성공사례

대표적인 업체들은 웹툰 원작의 IP 트랜스미디어를 적극적으로 수행하고 있는 드라마, 영화, 게임, 애니메이션 제작사들이며 이런 업체들의 경우 웹툰원작의 영화, 드라마, 애니메이션이 엄청난 성공을 거두면서 그 참여가 활성화되고 있다.

또한 웹툰 제작을 위해 반드시 필요한 3D 배경 사업을 적극적으로 진행하고 있는 업체들도 다양하게 등장하고 있으며, 이런 업체들은 가까운 일본 시장으로의 진출도 적극적으로 진행하고 있다. 또한, 최근에는 웹툰 번역을 전문으로 하는 업체, 디지털 브러쉬와 톤을 전문적으로 제작하는 업체, 웹툰 제작을 위한 디지털타이저 업체 등도 생겨나고 있다. 웹툰관련 캐릭터 상품을 전문적으로 생산/판매 하는 쇼핑몰들도 나타나고 있으며, 웹툰 관련 매체사나 연구업체들도 그 규모를 확대해 가고 있다. 만화/웹툰 생태계 전반에 걸쳐 가치사슬(Value Chain)을 좀 더 풍성하게 하고 확장해 나가는 역할을 맡고 있는 기타 관계자들은 웹툰산업의 성장과 함께 그 규모와 종류가 다양해 질 것으로 기대된다.

## 2. 만화 산업체

### 가. 웹툰 플랫폼

웹툰 플랫폼은 플랫폼(platform)이라는 관점에서 만화의 유통 부문의 R&R<sup>56)</sup>이 가장 핵심적인 요소이다. 한국의 웹툰 플랫폼은 2013년 이전까지는 ‘네이버웹툰’, ‘다음웹툰’, ‘야후웹툰’, ‘네이트 웹툰판’ 등 포털사를 중심으로 하여 성장하였다. 2003년부터 2013년까지의 이 시기에 한국 웹툰 플랫폼들은 포털들의 트래픽 상승을 위한 부분에 집중하였으며 가장 큰 의의는 만화·웹툰의 대중화를 꾀할 수 있다. 예전 20년 전까지만 하더라도 상당수 대중들에게 부정적으로 받아들여졌던 만화라는 콘텐츠를 일반 대중이 어디에서든 즐길 수 있는 스낵컬처(snack culture)의 대표주자로 끌어올렸으며 웹툰 작가가 선망 받는 직업으로 그 이미지를 한 단계 끌어올린 것은 포털계열 플랫폼들의 큰 성과이다. 2013년 레진코믹스의 등장과 함께 성공적인 유료화를 시작하게 된 한국 웹툰 산업은 이전과는 다른 양상으로 발전하게 된다. 다양한 웹툰 플랫폼들이 생기기 시작하였다. 스마트폰의 보급으로 인한 폭발적인 수요와 대중들의 다양한 취향을 만족시키기 위해 등장한 웹툰 플랫폼들은 그 수가 2017년까지 50개가 넘을 정도로 급속하게 늘어나게 된다. 하지만 웹툰 플랫폼은 대규모의 자본과 인력이 요구되는 비즈니스이며 플랫폼이라는 특성상 ‘선점효과(Preemptive Effect)’가 크게 작용하였다. 경쟁이 격화되면서 웹툰 플랫폼들은 하나둘씩 비즈니스를 CP(Contents Provider)로 바꾸거나, 서비스를 종료하였으며 이런 현상은 웹툰 불법복제로 인해 더욱 가속화되었다. 2020년 현재 활발하게 연재를 진행하고 있는 플랫폼은 아래와 같다.

<표 3-1> 2019년 웹툰 플랫폼 트래픽 추정치

(PV: Page View)

플랫폼	2019년 PV추정치	PV비율
네이버웹툰	21,451,015,015	65.08%
카카오페이지	5,131,972,979	15.57%
레진코믹스	1,530,172,414	4.64%
다음웹툰	1,293,203,255	3.92%
탑툰	1,090,726,334	3.31%

투믹스	605,730,171	1.84%
봄툰	451,423,039	1.37%
무툰	216,218,118	0.66%
케이툰	189,373,974	0.57%
배틀코믹스	140,168,224	0.43%
버프툰	90,548,733	0.27%
미스터블루	84,954,536	0.26%
저스툰	82,565,482	0.25%
태피툰	71,255,830	0.22%
미소셜	60,016,331	0.18%
원스토어	57,243,596	0.17%
피너툰	47,110,382	0.14%
코미코	36,364,648	0.11%
폭스툰	32,976,750	0.10%
기타	299,112,943	0.91%

웹툰 플랫폼들의 트래픽은 작품의 경우와 마찬가지로 극단적인 양극화를 보이고 있다. 상위 플랫폼 10개의 트래픽이 전체의 97%를 넘게 형성하고 있으며 그 중에서도 1위, 2위 플랫폼이 전체 트래픽의 84.57%를 점유하고 있다. 하위 플랫폼들의 경우 1%미만의 트래픽을 나타내고 있는 플랫폼들도 다수 있으며 특정 고객층을 확보하지 못한 플랫폼의 경우 지속 가능한 비즈니스를 영위할 수 없을 것으로 예상된다.

현재 서비스되고 있는 플랫폼은 30개가 조금 넘지만 업종 전환이나 작가들과의 계약으로 인해 서비스를 유지하고 있는 플랫폼들도 다수 존재하고 있다. 수많은 웹툰 플랫폼 중 유의미한 실적을 나타내는 플랫폼들은 최근 10개 내외로 나타나고 있다.

이런 현상은 향후 더 심화될 것으로 예상되며 상위권 웹툰플랫폼의 경우 ‘검색엔진’ 경쟁과 유사한 형태로 경쟁이 매우 격화될 것으로 보인다. 반면 중위권 플랫폼들은 국내 시장에서 네이버웹툰과 카카오페이지와 경쟁하는 것 보다는 새로운 해외 시장을 개척하고 그 시장에서 유의미한 수익을 창출하는 웹툰 글로벌 시장 창출에 사활을 걸고 있다.

## 나. 웹툰 에이전시/제작 스튜디오

56) Role & Responsibility (역할과 책임)

## (1) 웹툰에이전시

웹툰에이전시는 ‘에이전시’ 라는 정의로 바라봤을 때는 작가가 제작한 작품을 유통하는 것에 집중되어 있는 비즈니스를 의미하는 것으로 해석할 수 있다. 일부 에이전시의 경우 웹툰플랫폼에 작품을 공급하는 유통의 역할만을 수행하며 10%의 수수료를 작가와 배분하는 형태로 비즈니스를 전개하였다. 하지만 최근에는 웹툰에이전시가 직접 기획하고 작가를 섭외하여 제작까지 참여하는 형태의 작품이 늘어나고 있으며, 제작스튜디오를 설립하여 저작권을 100% 소유하는 자체 제작의 경우도 늘어나고 있다.

국내 웹툰 에이전시의 경우 2017년 90여 개에 불과하던 수가 2018년 150여 개, 2019년 200여 개로 폭발적으로 늘어나고 있으며, 웹소설 업체들도 웹툰에이전시 부문으로 뛰어들어 작품 제작을 활발히 진행하고 있다. 특히 웹소설 에이전시 중에서도 성공적인 성과를 거두고 있는 업체들이 다수 존재하고 있다.

특히 2020년의 경우 코로나 팬데믹의 영향으로 인해 웹툰에이전시의 규모와 매출이 크게 성장하고 있으며, 웹툰플랫폼과 긴밀한 협조를 진행하고 있는 웹툰에이전시 중심으로 대형 히트작이 지속적으로 생산되고 있다.

웹툰 에이전시는 10%의 작가 에이전시 수수료 만으로는 수익성 있는 비즈니스를 영위하기 힘들기 때문에 지분 투자를 받고 적극적으로 외양을 확대하고 있다. 이런 상황에서 웹툰 플랫폼인 카카오페이지의 경우 적극적인 지분투자자와 M&A를 진행하고 있다. 서울미디어코믹스, 대원, 학산과 같은 전통적인 만화 출판사 지분의 20% 가량을 인수하였으며, 디앤씨미디어, 투유드림엔터테인먼트, 다운크리에이티브, 네오바자르 등 다양한 웹툰 에이전시들에 수백억 원 대의 지분투자를 진행하고 있다. 이런 카카오페이지의 지분 투자는 카카오페이지에 우호적인 웹툰 에이전시 및 제작스튜디오 협력사 그룹을 형성하기 위한 것으로 보인다. 실제 이런 투자는 대부분의 상위권 웹툰 에이전시를 대상으로 적극적으로 진행되고 있으며 향후 네이버웹툰과 함께 국내 웹툰 에이전시 투자에 있어서 경쟁적인 양상을 펼 것으로 기대한다. 이런 현상은 카카오페이지와 네이버웹툰의 튼튼한 자금

력을 기반으로 웹툰산업계 전반에 걸쳐 자금이 공급되는 현상으로 매우 긍정적인 것으로 볼 수 있다.

<표 3-2> 국내 상위권 에이전시 및 매출 리스트

No.	에이전시	웹툰매출액
1	대000	32,822,335,000
2	학0000	27,201,726,000
3	서0000000	12,904,604,000
4	디0000	12,641,700,000
5	투000	12,245,500,000
6	재0000	7,734,658,000
7	Y000	5,916,628,000
8	씨000000	4,810,570,000
9	키00000	4,696,165,000
10	드0000000	4,319,445,000
11	디00000	4,275,810,000
12	만000	4,230,000,000

## (2) 웹툰 제작 스튜디오

웹툰 제작 스튜디오는 크게 3가지 유형이 있다. 웹툰플랫폼에서 자체 제작스튜디오를 설립하여 진행하는 경우, 독립적인 제작 전문 스튜디오, 작가 중심의 소규모 제작 스튜디오가 그것이며 최근에는 이런 웹툰제작 스튜디오가 좀 더 많이 늘어나고 있는 추세이다.

웹툰이 산업적으로 정착하게 되면서 작가의 저작권 부분과 배분 비율이 국내에서는 가장 큰 이슈로 떠올랐다. 상대적으로 타 콘텐츠에 비해 높은 RS(Revenue Share)를 배분 받으며, 창작을 위한 MG(Minimum Guarantee) 제도가 정착되어 창작자들이 연재를 진행하는 경우 최소 화당 50만원 이상의 비용을 받으면서 생계에 대한 걱정없이 창작에 집중할 수 있게 되었다. 하지만 이런 창작자들에 대한 배려와는 별개로 산업적인 관점에서는 창작자의 배분 비율이 너무 높아 비즈니스적 수익이 크지 않다는 문제가 있다. 따라서 웹툰

제작 스튜디오의 등장은 자연스러운 수순이며 이익을 극대화하기 위해 회사가 저작권을 소유하는 미국 마블(Marvel)이나 디스코믹스(DC Comics)와 같은 형태를 취하게 되었다.

웹툰 플랫폼들 중에는 제작 스튜디오를 자체적으로 보유하고 있거나, 자체 제작팀을 보유하고 있는 곳이 많다. 네이버웹툰의 경우 LICO라는 애니메이션/웹툰 제작 자회사를 두고 있다. 카카오페이지의 경우에도 ‘연담’이라는 레이블을 통해 직접 제작을 진행하고 있다. 연담 레이블로 제작된 작품의 경우 카카오페이지 ORIGINAL이라는 이름으로 출시되며, ‘기다리면 무료’ 이벤트의 프로모션을 직접적으로 받을 수 있도록 구성하여 수익성을 극대화하고 있다. 탑툰을 운영하는 탑코도 자체 웹툰 제작 인력을 수십 명 보유하고 제작과 유통을 동시에 진행하고 있다. 이들 플랫폼들이 자체 스튜디오를 설립하고 작품을 직접 제작하는 이유는 자체IP 확보와 수익성의 두 마리 토끼를 잡기 위한 포석으로 볼 수 있다.

독립적으로 발생한 전문 웹툰 제작 스튜디오 중 유명한 업체는 ‘레드아이스 스튜디오’, ‘코핀’, ‘스토리 숲’ 등이 있다. 이런 웹툰 제작 스튜디오는 만화 제작 프로세스를 세분화하고 글, 콘티, 밀그림, 밀선, 채색과 같은 단계별 작업에서 재능있는 작가들을 개별 채용하여 급여를 주고 작품을 제작한다. 또한 개별 부분작업에 참여한 작가들에게는 작품이 성공하였을 때 인센티브를 제공하는 형태로 있을 수 있는 잡음을 최소화하고 있다. 예전 한국 만화 시장이 대본소 중심으로 돌아갈 때 인기 작가들의 레이블들은 각기 기업적인 형태로 유사한 형태의 만화제작 스튜디오를 운영했다. 하지만 최근 등장하고 있는 웹툰 제작스튜디오는 예전 한국 만화산업에 존재했던 제작스튜디오와는 그 궤를 달리하고 있다. 제작PD를 중심으로 한 충분한 기획과 기간을 확보한 사전 제작은 기본이며, 스토리와 작화의 퀄리티를 최우선으로 놓고 글로벌 시장을 염두에 둔 제작을 진행하고 있다. 만화는 기본적으로 1인 창작 중심의 콘텐츠 산업이라는 인식이 최근 들어서는 달라지고 있다. 제작 스튜디오에서 만들어 낸 작품 중, ‘나혼자만 레벨업’, ‘전지적독자시점’ 등 글로벌한 팬덤을 형성하고 있는 작품의 경우 검증된 스토리와 세계 시장에서 통할 수 있는 ‘작화 수준’을 자랑하는 작품이 속속 늘어나고 있다.



[그림 3-5] 고품질 웹툰의 대표작 <나 혼자만 레벨업>(좌), <전지적 독자시점>(우)

한국 웹툰의 작품 수준은 대형 웹툰 제작 스튜디오를 중심으로 엄청난 속도로 상승하고 있다. 불과 몇 년 전 볼 수 있었던 스토리 중심의 무성의한 작화와 채색의 작품은 이제 찾아보기 어려운 시장이 형성되고 있다. 학생들의 경우에도 1인 창작의 한계를 느껴 최근에는 팀을 구성하여 데뷔작을 만들려고 하는 경향이 늘어나고 있으며, 이는 작가 중심 제작 스튜디오의 탄생으로 연결되고 있다.

마지막으로 작가 중심 제작 스튜디오이다. 마음맞는 작가들이 모여서 작품을 제작하여 유통하는 스튜디오이다. 작가 중심 제작 스튜디오는 크게 대형 플랫폼 작가들의 제작 스튜디오와 지인 중심의 작가스튜디오로 나눌 수 있다. 네이버웹툰과 같은 대형 플랫폼 상위권 작가들의 경우 수십억에 달하는 매출을 발생시키며 1개 이상의 작품을 연재하는 경우가 많다. ‘외모지상주의’로 유명한 박태준 작가는 네이버웹툰에만 ‘외모지상주의’, ‘인생존망’, ‘싸움독학’ 등 3개의 작품을 20위권 내에 올려놓고 있다. 이 작품들은 박태준 작가 혼자서 진행하는 것이 아니라 ‘그림엔터테인먼트’라는 자신의 제작 스튜디오를 이용하여 제작하고 있으며 네이버웹툰은 10억 원이 넘는 투자를 통해 해당 제작 스튜디오 지분 30%를 보유하며 긴밀한 작품 제작 및 유통 관계를 형성하고 있다.

가까운 지인 만화가들을 중심으로 형성된 제작 스튜디오의 경우 작품 제작 및 외주작업을 중심으로 비즈니스를 진행하는 것이 일반적이다. 이런 형태의 웹툰제작스튜디오의 경우 작품 제작뿐만 아니라 영업, 협상, 계약, 번역, 편집 등 다양한 업무 수행에는 한계가 존재하여 대형화하기 힘든 경우가 많다. 또한 참여작가들의 저작권 배분과 관련한 분쟁이 일어나는 경우도 잦아 비즈니스적으로 중대형화에 어려움을 겪는 경우가 존재한다.

## 다. 출판사

전통적인 만화 출판사의 경우 단행본 제작과 웹툰 제작을 병행하고 있다. 만화 산업이 웹툰을 중심으로 전개되고 있는 상황이라 단행본이 제작되고 있지 않다는 것은 사실과 다르다. 출판업은 통례적으로 작가가 10%, 출판사가 90%의 매출을 가져가는 수익 배분이 전 세계적인 표준으로 인식되고 있다. 웹툰으로 인기있는 작품의 단행본인 경우 단행본 판매로도 수억 원의 수익을 거둘 수 있으므로 만화 출판사나 일반 출판사도 웹툰 단행본 출판에 집중하고 있다.

또한, 만화 전문 출판사의 경우 웹툰 부문을 신설하여 웹툰 제작도 병행하고 있는데, 서울문화사는 만화 제작 기능을 자회사인 ‘서울미디어코믹스’로 분리하여 단행본과 웹툰 제작을 동시에 진행하고 있다. 학산문화사와 대원출판사도 동일한 형태로 단행본과 웹툰 제작을 같이 하고 있다. 이런 만화 전문 출판사의 경우 기존 일본 만화 스캔본을 웹툰 플랫폼에 제공하는 비즈니스도 동시에 진행하고 있는데, 여기에서 상당히 큰 매출이 발생하고 있다. 웹툰 플랫폼들은 자체 연재하고 있는 작품 외에 독자들에게 다양한 작품을 공급하기 위해 페이지만화 스캔본 서비스도 동시에 제공하는 것이 일반적이다. 네이버웹툰, 카카오페이지, 레진, 탑툰, 투믹스와 같은 플랫폼들도 모두 일본 페이지만화 스캔본 서비스를 제공하고 있으며 이를 통해 콘텐츠 판매의 룬테일 법칙을 실현하고 있다.

## 라. 만화/웹툰 관련 기타업

만화/웹툰 관련 기타 업으로는 최근 다양한 웹툰 제작을 지원하기 위한 업체와 웹툰을

활용한 OSMU업체들, 그리고 웹툰 관련 매체사 및 연구 전문 업체들이 생겨나고 있다.

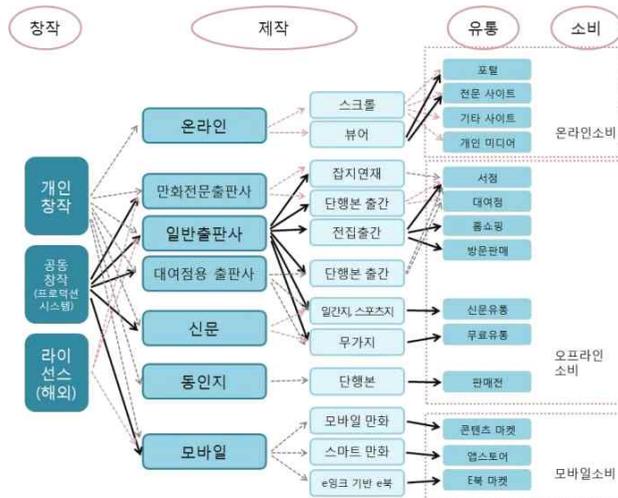
먼저 웹툰 제작 지원을 위한 업체로는 웹툰의 배경으로 사용되는 스케치업 리소스를 제작 판매하는 ACon3D와 돈드로우와 같은 업체들이 있다. 작가들은 배경으로 사용하는 3D 리소스들을 텀블벅 크라우드 펀딩을 통해 구매를 하고 그 이후에는 상기와 같은 업체에서 지속적인 구매를 진행하고 있다. 텀블벅의 경우 펀딩 1회에 대해서만 판매가 가능하므로 이후로는 ACon3D와 같은 업체를 통해서 지속적으로 스케치업 배경 리소스 구매를 하고 있다. 배경을 유통하는 가장 큰 사이트인 ACon3D의 경우 일본 진출을 통해 또 다른 수익을 창출하려는 시도를 적극적으로 진행하고 있다.

웹툰을 제작을 위한 하드웨어를 제작 판매하는 대표적인 업체는 와콤코리아이다. 와콤코리아는 썬타크 디지털타이저를 이미지 드로잉 작업이 필요한 다양한 영역에 판매하고 있다. 최근 웹툰 산업의 활성화로 인해 2019년 기준 웹툰 관련 개인 및 기관 판매가 전체 매출의 60% 이상을 차지하고 있다

### 3. 만화산업 가치사슬(Value Chain)

가치사슬(value chain)은 1985년 미국 하버드대학교의 마이클 포터(M. Porter)가 정립한 모델로서 ‘기업활동에서 부가가치가 생성되는 과정’을 의미한다. 가치사슬을 살펴보는 것은 “각 단계에 있어서 부가가치 창출과 관련된 핵심활동이 무엇인가를 규명할 수 있으며, 그 과정에서 각 단계의 강점과 약점 그리고 차별화 요인을 분석하고, 나아가 각 활동단계별 원가동인을 분석하여 경쟁우위 구축을 위한 도구로 활용할 수 있다는 점”이 특징적이며, 그러한 이유로 보통 기업의 내부역량 분석도구로 많이 사용되고 있다.<sup>57)</sup> 현재는 기업 활동에만 국한되지 않고, 부가가치 창출에 직간접적으로 관련되는 여러 활동과 과정을 검토하는 틀로써 다양한 영역과 범위에서 활용되고 있다.

만화산업은 기본적으로 작가가 창작한 작품에 대한 권리를 양도받은 기업이 상품화를 통해 소비자에게 유통함으로써 생산-유통-소비가 이뤄지는 단계를 거치며, 그러한 과정에서 가치사슬 형성한다. 한국콘텐츠진흥원이 발간한 <2011 만화 산업백서>(p.119)에서는 한국만화 생태계의 기본 구조를 다음의 표처럼 정리하고 있다.



[그림 3-6] 한국만화 생태계 기본구조 (가치사슬별)

57) <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1231904&cid=40942&categoryId=31819>

## 가. 온라인 가치사슬

인터넷의 상용화는 콘텐츠의 제작과 유통 그리고 소비의 전 과정에 있어서 디지털화로 일원화시키는 장점이 있으며, 이는 만화를 비롯해 영화, 음악, 게임 등 대중문화 전반에 걸쳐 ‘콘텐츠’에 대해 공통적으로 적용되었다. 이에 따라 온라인에서는 만화가 출판이 아닌 ‘정보(데이터)’로 변모하였고, 이러한 데이터의 장점은 별도의 물리적인 출력 과정 없이 인터넷과 저장 장치(디바이스)를 통해 유통 및 보관할 수 있는 장점이 있다.

창작물의 형태가 디지털 콘텐츠 형태로 나타나는 온라인 만화산업은 창작과 제작 그리고 유통과 소비로 이어지는 흐름 속에서 가치사슬이 형성되는 것은 오프라인과 동일하다. 다만, 전 과정에서 실물(종이)이 아닌 데이터의 형태로 이뤄진다는 점이 상이하다.

창작의 영역에서는 기존 오프라인에 나타난 작가 1인의 창작 및 컬러작업 등을 위한 어시스트, 글과 그림으로 나뉘는 작업방식 그리고 다량의 결과물을 얻기 위한 스튜디오 시스템까지 동일하다. 또한, 해외로부터 수입해온 작품을 번역해 온라인으로 서비스하는 경우 역시 동일한 프로세스를 가진다.

제작은 창작에 의해 만들어진 작품을 온라인에 서비스하는 일련의 과정을 말하는데, 최근에는 이러한 과정이 다양한 방식을 통해 이뤄지고 있다. 우선 콘텐츠를 서비스하는 플랫폼, 즉 포털사이트나 만화전문플랫폼에서 직접 작가와 작품에 대한 계약을 맺고 이뤄지는 경우가 있다. 또 다른 방식으로 전문제작사, 이른바 에이전시를 통해 플랫폼과 계약을 맺은 작품이 서비스되는 경우가 있다.

제작단계에서 나타나는 웹툰시대가 출판만화 시대와 구별되는 현상은 오프라인에서 흔히 보여주었던 문하생 제도를 통한 기성작가의 추천 혹은 공모전 등을 대신하여 이른바 도전만화(네이버웹툰) 혹은 웹툰리그(미디어다음) 등을 통한 신인작가의 발굴이 활발해지게 된 점이다.

전통적인 만화산업의 주축이 됐던 기업이 저작물을 출판물 등의 형태로 제조해서 유통하는 역할을 했다면 최근 만화산업의 중심 장르가 된 웹툰은 원 저작물을 별다른 제조 과정 없이 유통하고 있다. 이에 따라 기업의 역할 역시 생산기업이라기 보다는 유통기업의 성격을 취하게 되었다.<sup>58)</sup>

---

58) <2015 만화산업백서> 박석환

따라서, 온라인 만화산업에서 유통의 핵심은 플랫폼으로 귀결되는데, 아직 웹툰에 대한 서비스가 일반화되지 않았던 2000년대 초반에는 개인홈페이지 혹은 포털사이트의 카페 등을 통해 콘텐츠를 선보였다. 당시 개인홈페이지를 통한 작품 연재의 대표적인 사례로는 강풀, 권윤주 등을 꼽을 수 있으며, 포털사이트의 카페를 통한 작품연재는 심승현, B급 달궁을 주요한 사례로 꼽을 수 있다.

한편, 강풀의 <순정만화> 이후 포털사이트가 직접적인 만화서비스를 진행하기 시작하는데, 다음을 비롯해 야후, 파란, 엠파스, 네이트 등에 이르기까지 포털에서 직접 웹툰을 서비스를 담당하였다. 당시 “온라인 웹툰 창작 환경은 만화에서 직접 수익이 발생하는 구조가 아니다. 포털사이트는 웹툰을 통해 방문자를 늘리고 충성도를 높이려는 전략을 세우게 된다. 이를 위해 독자에게는 무료로 웹툰을 제공하고, 작가에게는 포털이 예산을 세워 원고료를 지급하게 됨”<sup>59)</sup>으로써 웹툰의 대중화에 성공하게 되었다. 포털사이트 외 스포츠신문 웹사이트의 경우에도 유사한 목적을 가지고 웹툰을 서비스한다.

레진코믹스를 통해 정착된 웹툰서비스의 유료화 이후 유료웹툰 서비스를 위한 만화전문 플랫폼들이 다수 등장하였다. 동시에 포털사이트 역시 기존의 무료서비스 정책에서 탈피하여 다양한 방식으로 수익모델을 만들어나가고 있다.

온라인을 통해 만화를 소비하는 경로는 개인미디어, 비전문플랫폼, 만화전문플랫폼 그리고 포털사이트 등으로 나눌 수 있다. 개인미디어의 경우 2000년대 초반 개인홈페이지가 거의 유일하였으나, SNS를 통한 커뮤니케이션이 활발해진 최근에는 페이스북, 트위터, 인스타그램 등을 통해서도 작품을 만날 수 있다. 비전문플랫폼의 경우 대표적인 사례로 스포츠신문을 꼽을 수 있는데, 여전히 무료로 서비스되고 있는 것이 대다수다. 만화전문 플랫폼의 경우, 오프라인 잡지를 대체하는 미디어 역할을 수행하였다. 2020년 현재 30개가 넘는 만화전문플랫폼이 운영되고 있으며, 그 중 대다수 플랫폼이 유료 서비스를 통해 수익을 발생시키고 있다. 포털사이트의 경우, 네이버가 작품량과 구독 양에서 압도적인 우위를 점하고 있는 가운데, 카카오페이지, 다음, 레진 등이 그 뒤를 따르고 있다.

포털을 중심으로 했던 2000년대 초 웹툰산업이 작품의 트래픽을 중심으로 한 광고 매출을 기반으로 손익을 계산했다면 유료화를 기반으로 한 전문 웹툰서비스사의 경우는 작품 자체의 이용료 매출을 기준으로 손익이 이뤄진다.

59) 만화의 문화 정치와 산업, 2013. 2. 25., 한창완)

무료 웹툰 수익 모델은 고정 원고료에 광고 수익 모델을 제공한다. 반면 유료 수익 모델은 콘텐츠 판매에 따라 전체 수익이 변동된다는 특징이 있다. 즉, 사업화 초기에는 기업의 비용 구조가 명확하지 않아 ‘작가에게 많이 주고 기업이 덜 버는’ 시장 진입 전략을 취했다면 사업을 일정부분 전개해보고 원가에 대한 계산이 가능해지면서 ‘이제는 번만큼 적정하게 나누는’ 전략이 필요한 상황이 되었다.<sup>60)</sup>

만화전문 플랫폼에서 연재하는 작품의 내용이 다양해지고 그 수 또한 늘어남에 따라 플랫폼 내부에서 진행하기 어려운 작품 기획 및 제작을 전문 에이전시에서 진행하게 된 부분 역시 주목할 부분이다. 대부분의 작품 기획과 제작을 출판사에 직접 담당했던 오프라인과 비교해 볼 때 수십개의 플랫폼이 운영되고 있는 현재 전문에이전시의 역할이 증가한 것으로 평가되고 있다. 특히 에이전시의 경우 작품 기획단계에서부터 IP확대를 위한 하나의 단계로서 플랫폼과 전략적으로 제휴하는 사례가 등장하게 되었으며, 이를 통해 ‘찾아오면 파는 방식’에서 탈피하여 ‘찾아가서 파는 방식’<sup>61)</sup>으로 전환되고 있다.

현재 웹툰으로 대표되는 온라인상의 작품은 특정 플랫폼에만 발표되는가에 따라 크게 독점과 비독점으로 나눌 수 있다. 처음 발표되는 대부분의 작품이 최초로 서비스되는 1차 플랫폼과 계약 시 ‘독점’ 계약을 통해 일정한 원고료(혹은 MG)를 받게 된다. 이때, 1차 플랫폼이 되는 포털사이트, 만화전문플랫폼 등은 유료로 서비스하여 독자들로부터 일정한 매출을 발생시키며, 포털사이트의 경우 작품이 서비스 되는 공간에 광고를 부착하여 부가수입을 올리기도 한다. 통상 2~3년(계약 조건에 따라 더 짧거나 혹은 더 길수도 있다)이 걸리는 1차 플랫폼과의 독점 기간이 끝나면, 다양한 플랫폼에 서비스하여 매출구조를 다변화시키고 있다. 비독점 서비스 시에는 원고료 없이 독자들로부터 발행하는 매출로 작가와 플랫폼이 수익을 나눠가지는 것이 일반적이다.

한편, 작품이 최초 발표된 후, 해당 작품에 대한 2차 사업화 역시 활발히 진행되는 것이 최근의 웹툰산업의 흐름이다. 2차 사업화에는 크게 번역을 통한 해외수출, (웹)드라마나 영화 등으로 옮겨지는 영상화 그리고 편집을 통해 이북이나 페이퍼북 출간으로 이어지는 출판 등이 대표적이다. 경우에 따라 작품 속 주인공, 즉 캐릭터를 활용해 온라인에서 2차

60) <2015 만화산업백서> 박석환

61) <만화산업 발전계획 수립 연구>(2018) 55p

사업화가 이뤄지기도 하는데, 메신저 서비스의 이모티콘이 대표적이다. 한편, 유명작품의 캐릭터 혹은 서사적 특징을 활용한 브랜드웹툰이 제작되기도 하면서, 작품의 가치사슬은 확대 재생산되고 있다.

한편, 소비자 측면에서 ‘어떤 플랫폼을 사용하는가’ 라는 지점에서 오프라인보다 다양한 유형을 보여주고 있다. <2019 만화산업백서>에 따르면, 소비자의 ‘만화형태별 이용경험’에 대한 설문에서 ‘포털사이트 애플리케이션, 만화전문 사이트 애플리케이션, 웹하드 및 유튜브 등 소셜미디어, IPTV, e-book, 만화출판사 사이트, 신문사 사이트’ (84p)에 이르기까지 매우 다양한 경로를 보여주고 있다.

## 나. 오프라인 가치사슬

전통적으로 만화의 가치사슬은 오프라인을 통해 진행되었고, 그것은 다시 ‘출판’으로 정의되었다. 오프라인에 있어서 상업만화의 대표적인 1차 플랫폼은 잡지와 신문이었으며, 그렇게 연재된 원고를 한곳에 모아 단행본으로 출간하여 수익을 확장시키는 것이 통상적이다. 창작물의 형태가 인쇄와 출판의 형태로 나타나는 오프라인 만화산업은 그에 따라 창작과 제작 그리고 유통과 소비로 이어지는 흐름 속에서 가치사슬이 형성된다.

창작의 영역에서는 온전히 작가 1인이 혼자서 결과물을 생산할 수도 있으나, 대개 문하생, 어시스트로 불리는 조력자들이 함께 하며, 혹은 글과 그림을 나눠 공동작업으로 진행할 수도 있다. 아울러 대규모 작업을 진행하는 경우 스튜디오 시스템을 갖추고 원고작업이 이뤄질 수도 있으며, 국내 창작물이 아닌 해외로부터 수입이 되어 오는 작품도 생산이라는 측면에서 창작의 영역에 포함시킬 수 있다.

제작은 창작에 의해 만들어진 작품을 책으로 만드는 단계로서 대개 ‘출판사’를 통해 이뤄진다. 이때 서울문화사, 대원씨아이, 학산문화사 등 만화전문지와 단행본 등 상업만화를 전문적으로 출판하는 만화전문출판사 외에도 사계절, 창비 등과 같이 문학출판사 혹은 인문학출판사 등이 만화레이블을 별도로 만들어 만화책을 출판하기도 한다. 그 외 단행본을 제작하지는 않지만 연재물을 신는 매체, 대표적으로 스포츠신문 등도 제작의 형태에서 한 축을 담당하고 있다.

유통의 경우 이른바 총판으로 이뤄진 시스템이 대표적이다. 만화전문출판사의 경우 통상 자체 유통망을 가지고 배본이 이뤄지며, 문학출판사나 인문학출판사의 만화레이블의 경우 별도 영업망을 통해 유통이 이뤄진다. 한편 스포츠신문의 경우는 일간지 배포방식에 따라 유통되므로, 작품이 발표되는 공간에 따라 유통망 역시 다양한 형태로 이뤄진다.

소비의 경우 매체의 형태, 가령 스포츠신문을 구독할 경우 매일 만화를 소비하게 되거나 혹은 주간지 혹은 월간지를 구독하게 될 경우 매체의 발행주기에 맞춰 정기적인 소비가 이뤄지게 된다. 가령 연령과 성별 그리고 작품의 장르 등에 따라 세분화된 만화잡지가 발행되었던 1990년대 초중반 만화잡지의 정기적인 소비가 매우 활발했던 것으로 짐작할 수 있다. 단행본으로 발간된 만화책의 경우(인터넷)서점을 통해 일정한 가격으로 구매 후 소비가 이뤄지므로 출판사 입장에서 보면 중요한 수익 창구가 된다.

잡지와 신문 외 한국만의 독특한 플랫폼으로 만화방이 존재한다. 1960년대부터 활발히 성행한 대본소로부터 시작되어 이곳으로만 유통되는 작품군이 등장했으며, 이는 1980년대 만화방, 1990년대 대여점 등으로 유지, 계승되어 왔으며, 2000년대에도 명맥이 유지되어 왔다. 일일만화라고 부르는 만화방용 단행본의 경우, 통상 별도의 연재매체 없이 출간과 함께 만화방으로 유통되었으며, 2000년 들어와 온라인에서 스캔만화로 서비스되면서 유통 경로를 확장하였다. 이러한 공간들은 만화책을 구매 후 소비하는 것이 아니라 소액으로 만화책을 빌려보게 됨으로써 열독률은 높으나 실제 매출에 관여하는 비는 적어 창작 및 제작 주제들로부터 비판의 대상이 되기도 했다.

## 다. 해외 관련 가치사슬

최근 수년간 한국만화의 글로벌진출은 ‘K-코믹’ 혹은 ‘K-웹툰’이라는 용어가 등장할 정도로 급속히 전개되고 있으며, 이를 통해 새로운 판로의 다양화도 진행해나가고 있다.

오세호의 <뉘시만화>, 안수길의 <호랑이 만화>, 황미나의 <윤희>처럼 국내 발표 이전에 일본 현지에서 먼저 발표된 제한적인 몇몇 사례를 제외한다면, 2000년대 이전만 하더라도 ‘국내에서 발표된 인기있는 작품을 해외 현지에서 출판할 수 있도록 출판권을 매도’ 하는 방식이 거의 유일한 방식이었다. 하지만, 현재에는 다양한 방식으로 한국만화의

해외진출이 이뤄지고 있다. 국내 연재작이 해외수출 되는 경로 역시 출판만화, 온라인 연재 등으로 나뉘지고, 온라인 연재의 경우에는 해외 플랫폼에 직접 진출하는 경우도 늘어나고 있다. 또한, <흑신>의 경우처럼 현지 국가에서 한국 작가의 작품을 먼저 연재하고 출판하는 방식도 존재한다.

출판만화는 작품이 수출되는 형태에 따라 크게 3가지 형태로 나뉘질 수 있다. 완제품 수출/라이선스/OEM 수출 등이 그것이다. 완제품 수출은 국내에서 번역까지 모두 수행하여 현지 국가에 물리적인 책자를 수출하는 것을 의미한다. 라이선스 수출은 해외에 웹툰과 관련한 OSMU 판권을 수출하는 것을 말하며 OEM 수출은 제작된 작품을 매절과 유사한 형태로 해당 국가에 제공하는 형태의 수출을 의미한다.

한편, 작품이 수출되는 방법에 따라 직접적인 수출 방식과 간접수출 방식이 있다. 직접 수출의 경우, 해당 작품에 대한 판매권리를 가진 자가 해외유통사나 해외법인을 직접 접촉하여 수출 계약을 체결하는 방식이며, 간접방식은 국내 혹은 현지 에이전트를 활용하는 경우라 하겠다.

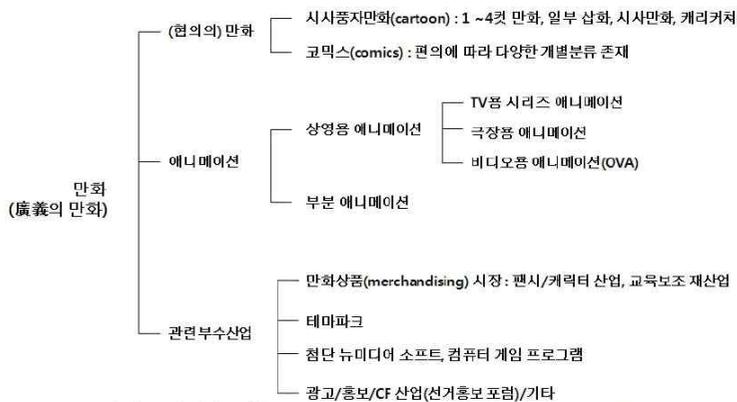
만화산업의 가치사슬에 대한 논의에서 그동안 ‘해외’ 부문은 크게 다루지 않았다. 기존에는 ‘해외’ 부분을 별도로 다룰 만큼 시장의 규모가 크지 않았으며, 게다가 수출입으로 나뉘지는 영역 가운데 일본만화에 대한 수입 의존도가 다른 지역에 비해 절대적으로 높았던 이유도 한몫을 했던 것으로 보인다. 또한 수입된 일본만화가 번역(잡지연재)-출판으로 이뤄지는 과정이 비교적 단순하여 특별히 가치사슬을 형성하기도 어려웠던 이유도 있다. 특히, 만화수출입을 위한 전문회사 혹은 에이전시 그리고 수출 혹은 수입이 이뤄진 작품에 대한 제작과 유통을 전담하는 회사 등이 부재한 상태이며, 그러한 과정에서 발생하는 부가가치는 통상 만화전문회사의 전체 매출 혹은 수익으로 책정됨으로써 구체적인 가치사슬을 논하기 어려웠던 부분도 있었다.

2010년대 들어와 웹툰시장의 활성화와 유료시장의 정착 등을 통해 국내에서 우선 콘텐츠 산업으로서 경쟁력을 갖추게 된 지금은 정책적 지원, 민간투자, 다수의 현지화 플랫폼 등을 통해 다양한 작품들이 수출되었으며 또한 다수의 작품들이 눈에 띄만한 성과를 이루어지고 있어서 향후 해외 시장에 대한 시선을 달리할 필요가 있다. 특히 웹툰의 해외 수출액이 급속도로 증가하고 있는 최근의 상황은 한국만화의 글로벌 시장 개척에 대한 다각적인 예측과 분석을 요구하고 있다.

## 4. 만화형식

김승민(1989)은 만화가 표현되는 형식적이 특성에 따라 캐리커처(caricature), 카툰(cartoon), 코믹스트립(comic strip) 등의 세 가지로 크게 분류하여, 캐리커처에는 유명인사들에 대한 풍자나 비판이 담긴 작품, 카툰의 경우 위트와 유머가 담긴 1~4컷의 만화로 구분하고, 코믹 스트립의 경우 우리가 흔히 대중적으로 즐기는 서사만화, 즉 코믹스(comics) 작품들을 포함시켰다. 이러한 분류방식은 만화의 기술적 방식, 즉 묘사적 특징과 스토리의 장단을 통한 구분이 될 뿐 매체(잡지, 신문), 소재(로맨스, 무협, 액션 등) 등의 요소를 간과하였으며, 특히 디지털 툴을 기반으로 제작 및 가공되는 온라인 만화나 웹툰을 포함시키기에는 부족함이 있다.

박인하(1997) 역시 아래와 같은 분류로 만화 형식을 정리한 바 있으나, 여기에도 기존 출판시대의 형식에만 치중해 있어서 변화된 만화산업 환경 속 만화형식 분류에 적합하지 않아 보인다.



<출처> 박인하, 『만화를 위한 책』, 교보문고, 1997, p.65. 표 재편집

[그림 3-7] 만화의 갈래 구분

한편, 만화를 공공의 자료로서 수집 및 공유하는 도서관의 경우, 내용이나 형식, 그림체 등에 따라 세분화된 카테고리를 가지고 있으나, 주로 예술영역에 집중시킴으로써 검색과

이용에 불편을 초래하기도 한다.(이현주)<sup>62)</sup> 온라인에서 유통되는 만화는 그동안 디지털 만화, 온라인만화, 웹툰 등 다양한 용어로서 지칭되어 왔고, 이러한 용어의 혼재는 명확한 장르적/산업적 정의가 내려지지 않음으로 비롯된 과도기적 현상으로 이해되고 있다.

만화형식의 올바른 분류는 상품으로서 유기적이고 적절한 제작과 유통 및 소비, 역사적 사료로서 올바른 보존과 후대로의 계승, 그리고 교육/문화/예술 등 다양한 분야에서 활용될 수 있는 교육자료로서 적절한 쓰임 등등 다양한 범주에서 만화가 올바르게 자리 잡기 위해 산업적/문화적/역사적 측면에서 선행되어야 하는 작업이라고 할 수 있다.

현재 만화에 대한 분류는 그 용어가 사용되는 매체 혹은 그 용어를 사용하는 개인의 주관적 분류 등 처한 상황에 따라 제각각 사용되고 있다. 가령 만화를 서비스하는 플랫폼 혹은 만화도서를 판매하는 서점에 따라서도 서로 다른 기준으로 만화를 분류하고 있다. 일례로 네이버의 경우 표1과 같이 장르로 작품을 분류하고 있는데, 이 경우 ‘에피소드-옴니버스-스토리’의 경우는 전체 작품이 어떤 방식으로 이야기가 전개되느냐에 따른 기준임을 알 수 있으나, 일상-개그-판타지-스포츠 등은 작품의 주된 소재에 따른 분류임을 알 수 있어서 혼동된 분류임을 알 수 있다. 또한 액션-순정-스포츠 등에 속하는 작품이라도 내용에 따라 드라마로 분류될 가능성이 보인다.

<표 3-3> 네이버웹툰의 장르 분류 구분

네이버	에피소드/옴니버스/스토리 일상/개그/판타지/액션/드라마/순정/감성/스릴러/시대극/스포츠
-----	---

한편, 교보문고 인터넷서점의 경우 ‘국내도서 > 만화’ 분류 아래 다음처럼 세부 분류하고 있다.

<표 3-4> 교보문고 인터넷서점의 국내도서>만화 카테고리 장르구분

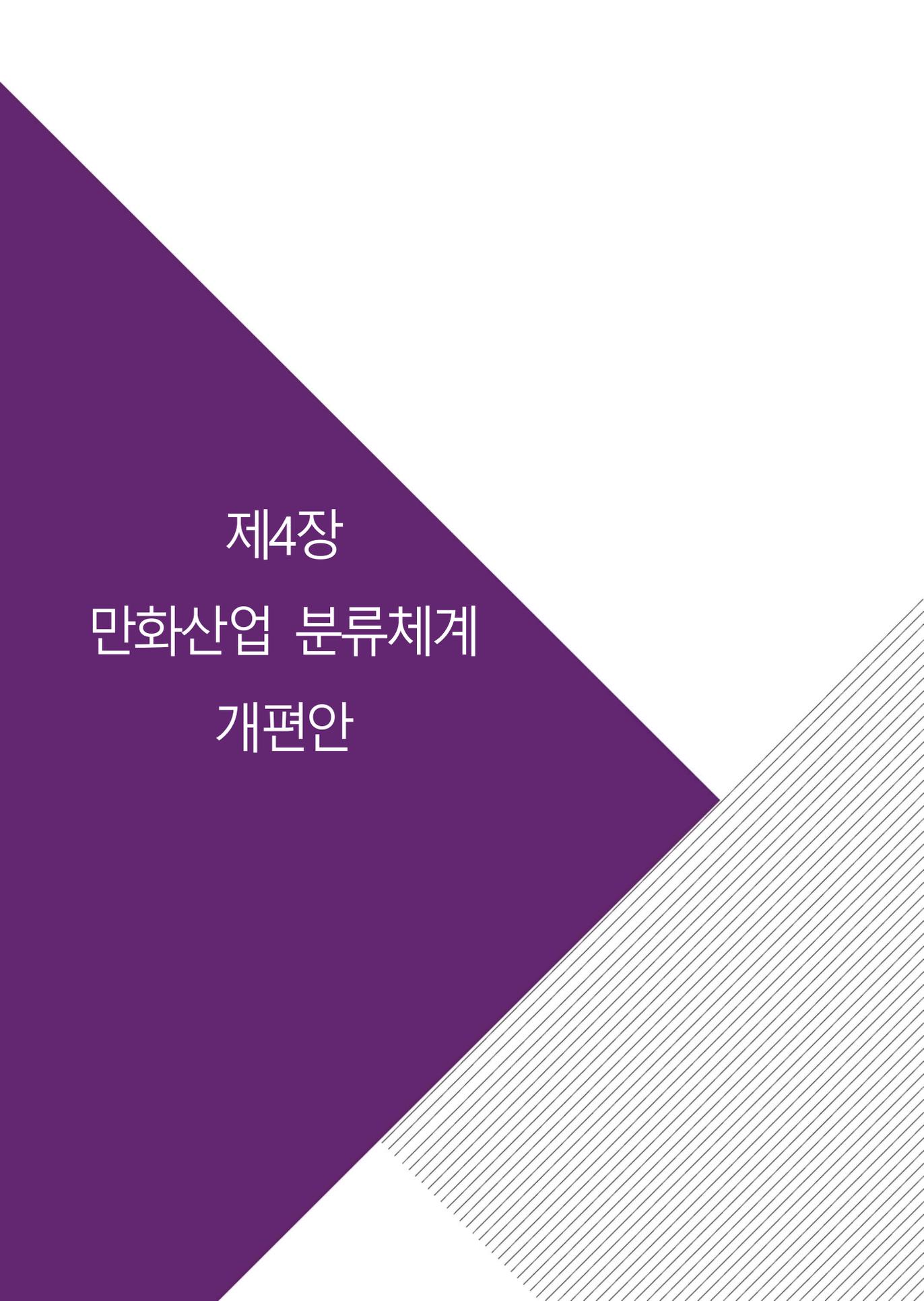
교보문고 인터넷	웹툰 SF/판타지 로맨스 BL 스포츠 일상물 코믹물 액션 추리 그래픽노블 학원물 19+ 동물 미스터리 라이트 노벨
-------------	--

이 경우, ‘웹툰’은 웹툰으로 연재된 작품이 단행본화된 도서를 모아놓은 카테고리라 익히 짐작은 되지만, 로맨스-BL-스포츠 등 장르로 분류한 타 카테고리와의 기준이 다르다.

62) 이현주, <만화 주제 분류 방향에 관한 연구>(강남대학교, 2011), 2-3p

동일하게 그래픽노블 또한 주로 북미권으로부터 수입한 번역도서임을 짐작할 수는 있으나 SF/판타지-액션-미스터리 등과 같은 기준과 중복되는 작품이 있을 수도 있다.

이처럼 대중적으로 사용되고 있는 만화에 대한 분류는 각각의 상황에 맞춰 임의의 기준에 따라 분류한 것이라서 체계적이지 않다. 이처럼 기준이 모호한 채로 사용되는 분류방식의 주요한 원인으로는 ‘만화’에 대한 개념적 정의에서 이미 다양한 해석이 이뤄지고 있기 때문인 것으로 보여진다. 이에 따라 향후 산업적/문화적으로 보다 안정적인 분류체계를 설계하기 위해서는 누구나 공감할 수 있는 만화의 형식에 대한 정의가 필요해 보인다.



제4장  
만화산업 분류체계  
개편안

## 제4장 만화산업 분류체계 개편안

## 제4장 만화산업 분류체계 개편안

### 1. 현행 분류체계

#### 가. 문제점 분석

현행 만화산업 분류체계는 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 있으며, 콘텐츠산업 특수분류체계가 2010년 초기 제정된 이후 큰 변화 없이 지속되어 오고 있다. 만화산업의 경우 최근 웹툰을 중심으로 2000년 초반부터 현재까지 큰 변화가 진행되고 있다. 따라서 현행 만화산업 분류체계는 ‘웹툰’을 중심으로한 만화산업의 변화를 반영하지 못하고 있다. 현행 만화산업 분류체계의 문제점은 아래와 같이 정리해볼 수 있다.

<표 4-1> 현행 만화산업 분류체계와 문제점

중분류	세분류	간략현황 및 문제점
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 정기적인 만화잡지는 모두 폐간됨</li> <li>● 일일만화는 4개사에서 소량 진행, 매년 축소</li> <li>● 코믹스의 경우 90%이상이 일본 단행본</li> <li>● 서울/대원/학산의 경우 웹툰 단행본 제작 미미</li> <li>● 레진의 경우 만화출판업도 동시 진행</li> </ul>
	일반 출판사(만화부문)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 일반출판사 만화부문은 인기웹툰에 한해 단행본 제작 진행</li> <li>● 개인출판 및 크라우드 펀딩 형태의 출판 증가</li> </ul>
온라인 만화 제작*유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2G 스마트폰 위주의 만화 콘텐츠 제작 시절의 인터넷 만화 카테고리</li> <li>● 신규 무료/유료 모바일 웹툰 플랫폼 대두</li> </ul>
	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 인터넷과 모바일로 나누는 기준은 현재에는 맞지 않음. 현재는 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 서비스가 동일한 플랫폼에서 동시 제공 중</li> </ul>
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 만화방과 만화카페의 급격한 감소</li> </ul>
	서적임대(대여) (만화부문)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 책 대여점의 규모가 7만개소에서 지속 감소</li> </ul>
만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 총판 개념의 만화 도매업체가 사라짐</li> </ul>
	만화 서적 및 잡지류 소매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 만화서적 및 잡지류 소매 전문점이 사라짐</li> </ul>

## 나. 개선사항

### (1) 만화산업 범위

기존 만화산업 분류체계의 중분류는 오프라인 만화책 즉 출판 만화시장을 만화산업의 중심으로 놓고 설계되어 현재 만화산업구조를 반영하기 어려운 측면이 있다. 기존 만화 잡지의 대부분이 폐간되고 일부만 남은 현실, 웹툰의 등장, 오프라인 만화 유통 채널의 쇠퇴와 온라인 웹툰 유통 플랫폼의 대두와 같은 기존 업종의 소멸과 축소, 신규업종이 반영되지 않았다. 또한, 만화 도소매업의 경우 총판과 만화전문 소매점의 소멸로 인해 분류체계에서의 반영의 단계가 조정될 필요가 있다. 그리고 만화와 관련된 OSMU나 IP트랜스 미디어를 진행하는 업체들의 분류체계 편입에 대한 고려가 필요하다. 만화관련 기타업종에 속하는 만화/웹툰 3D배경업체, 캐릭터상품, 매체사, 만화장비 제조/임대업체, 만화번역업체, 만화편집 전문업체 등의 업체들도 만화산업 분류체계에 적절히 편입할 필요가 있다.

또한 국내 만화/웹툰 관련 행사의 규모가 확대되고 있으며, 그 규모는 100억 원대 이상일 것으로 추산됨에 따라 만화 산업분류 체계에 편입 검토가 필요한 상황이다.

기존 만화산업 분류체계에 포함되어 있던 만화책 임대업의 경우 그 규모가 최근 20년 동안 큰 폭으로 축소되었다. 따라서, 새로운 분류체계에서 해당 부문을 중분류로 구성하는 것은 산업규모 측면에서 부적합한 것으로 판단하여 세분류로 조절하였다. 또한 만화 관련 교육 기관의 산업분류 체계 편입을 검토하였다. 만화 관련 고등학교, 대학교/대학원, 사설학원 등의 분류체계 편입과 방과 후 교실, 아동대상 교육 프리랜서들이 상당 수 존재하므로 이런 부분에 대한 검토와 고려도 진행하였다.

상기와 같이 만화 산업은 유기적인 변화를 지속적으로 이어오고 있다. 만화산업 분류체계를 재정비하기 위해서는 2000년 초반부터 디지털로의 이행이 급속도로 진행되어 ‘웹툰’이 산업의 중심이 된 한국 만화산업의 범위에 대한 재정의가 필요하다. 이를 위해서는 만화산업체에 대한 범위와 기준에 대한 전문가들의 의견 및 관련 주요 업체에 대한 조사와 정보 확보가 필요하다.

## (2) 만화관련 용어 및 형식

기존 만화산업 분류체계에 사용되는 용어는 2000년 대 PC와 2G폰이 디바이스의 중심이던 시대적 배경을 가지고 있다. 2007년 스마트폰의 등장으로 인해 만화산업이 오프라인에서 온라인으로 급속도로 이동함에 따라 기존 만화산업 분류체계에 사용되었던 만화 형식 및 만화산업 용어가 현재와 맞지 않다.

먼저, 웹툰이 만화산업의 중심으로 부상함에 따라 필연적으로 발생하는 새로운 업종의 추가 및 기존 업종에 대한 조정을 위해 용어에 대한 재조정이 필요하다.

둘째, 기존 업계에서 많이 사용하는 만화 형식인 웹툰, 학습만화, 일일만화, 단행본(코믹스)로 나누는 형식 분류는 서로 간에 교집합이 존재하며, 이들 형식이 만화 전체를 모두 설명하지 못한다. 이에 대한 용어의 재정의가 필요하다.

셋째, 웹툰과 페이지 연출 형태의 스캔만화에 대한 정의가 필요하다. 전통적인 페이지 연출의 만화책을 스캔하여 PC/모바일로 서비스하는 경우 이에 대한 정확한 정의가 필요하다. 다양한 경우의 수가 존재하며 어떤 것을 만화, 어떤 것을 웹툰이라고 하는 용어에 대한 정확한 구분과 정의가 부재하다.

상기 해당 사항은 전문가마다 다른 생각을 가지고 있으며 특히 만화산업 분류체계에 사용될 만화 관련 용어 및 형식에 대한 정의와 공감대 형성이 필요하였으며, 전문가 회의와 델파이 기법을 사용하여 최종적인 안을 도출하였다.

## (3) 만화산업체 유형

만화산업 환경이 급변함에 따라 기존 만화산업체들도 이에 대응하기 위해 사업영역을 다각화하고 있다. 이런 만화관련 업체들은 만화산업 분류체계 상 1개의 분류에 속하는 일만을 하고 있지는 않다.

전통적인 만화출판업체와 디지털 중심의 웹툰 업체 모두 수익성을 극대화하기 위해 오프라인 만화와 디지털만화를 모두 제작 및 연재하고 있는 상황이다. 이런 경우 만화산업 분류체계 상에 어떤 업종에 속한다고 명확하게 정의하기 어렵다. 예를 들면 레진코믹스

는 웹툰 플랫폼이지만 웹툰 단행본 출판업을 진행하며 2017년 기준 50권 이상의 작품을 출판하는 국내 5위의 만화 출판 업체로 부상하였다. 또한 국내 3대 만화 출판사인 서울/대원/학산의 경우 단행본, 학습만화, 웹툰을 모두 제작하고 있다. 전통적인 만화 출판사, 웹툰 플랫폼, 웹툰에이전시/제작스튜디오의 경우 웹소설과 웹툰을 모두 진행하는 경우가 많으며 이런 경우에 대해 만화산업 분류체계 설계 시 고려가 필요하다. 또한, 웹툰 플랫폼 또한 매출 증대를 위해, 자체 제작한 수백 편의 웹툰과 전통적인 페이지 스캔만화를 같이 서비스하고 있다. 이런 페이지 스캔만화의 경우 국산 만화, 일본만화, 중국만화 등 수 천 편에 달하는 해외 만화가 포함되어 있다.

상기와 같이 만화산업 분류체계에서 업체의 핵심 업종이 2가지 이상인 경우 어떤 영역에 포함시킬 것인가에 대한 기준 수립이 필요하다. 이는 향후 만화산업 분류체계를 활용한 통계 조사 시 필수적인 사항이 될 수 있다.

#### (4) 분류체계 설계 및 활용

기존 만화산업 분류체계를 체계적으로 개편하기 위해서는 만화산업의 범위, 만화형식의 정의, 만화산업 가치사슬의 분석 등 전반적인 부분에서의 광범위한 조사와 전문가들의 자문이 필요했다. 또한, 타 콘텐츠 업종의 산업분류 체계에 대한 파악과 장단점에 대한 부분을 고려하였으며, 만화 강국인 일본, 미국, 프랑스 등 타 국가들의 산업 분류에 대해서도 검토하였다.

만화산업 분류체계를 개편함에 있어 가장 핵심적인 요소는 웹툰산업의 반영과 기존산업의 조정이었으며, 향후 이를 웹툰산업이 포함된 만화산업 통계를 만들어내는 관점에서 접근하여 설계하는 것이 필요하였다. 본 연구에서는 분류체계 설계 과정 전반에 걸쳐 만화산업 분류체계의 활용적인 측면을 지속적으로 고려하였다. 최종적으로 해당 분류체계를 이용하여 진행되는 <콘텐츠 산업 통계조사>와 <웹툰산업 실태조사>와의 관계를 파악하고 향후 활용의 방향성을 제시하기 위해 노력했다.

## 2. 콘텐츠산업 특수분류 체계

### 가. 개요<sup>63)</sup>

〈콘텐츠산업 특수분류체계〉는 기존의 문화산업통계조사와 콘텐츠산업 통계조사를 콘텐츠산업 통계조사로 통합하여 일원화하기 위해 만들어졌다.

기존 문화산업 특수분류가 정보서비스업, 소프트웨어 개발 산업 등의 신규 콘텐츠 사업 영역을 포함하지 않아 이를 포괄하는 특수분류 개발 필요성이 대두되었다. 이에 따라 통계청은 문화체육관광부의 요청으로 〈콘텐츠산업 특수분류〉 체계를 신설하게 되었다.

또한 OECD에서는 정보경제(Information Economy)를 측정하기 위하여 콘텐츠미디어산업 분류 및 정보통신 기술산업 분류 사용을 권고하고 있다. OECD는 콘텐츠를 “신문라디오텔레비전 등의 매스 미디어 형태로 출판되어 조직된 대량의 정보나 지식”으로 정의하고 있으므로 이를 반영한 분류체계 제정이 필요하게 되었다. 따라서 문화체육관광부에서는 한국콘텐츠진흥원과 함께 2009년부터 새로운 콘텐츠산업 특수분류체계를 제정하기 위한 준비를 진행하였으며, 2010년 최종 제정 및 발표하였다.

콘텐츠산업 특수분류 체계의 특징은 크게 아래와 같이 3가지로 나타난다.

첫 번째 기존의 문화산업을 폐지하고 콘텐츠산업으로 통합하였다. 공연산업, 캐릭터 산업, 노래연습장 운영업, 장난감 및 취미용품 도매업 등 문화산업 일부를 콘텐츠산업에 통합 반영하였다. 콘텐츠산업 특수분류는 원칙적으로 2009년 11월 개정된 「정보통신기술산업」 특수분류와의 중복을 최대한 배제하는 방향으로 설계되었다.

두 번째로 콘텐츠산업 관련 국제기준(OECD, UNESCO)을 최대한 반영하였다. OECD의 콘텐츠미디어산업 분류와 UNESCO의 ‘2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics’를 참조하여 설계하였다.

세 번째, 통계자료 수집 가능성과 활용 가능성을 검토하였다. 이는 현실적인 활용에 중점을 둔 설계로 분류항목의 모집단 확보 가능성, 한국표준산업분류와의 연계 가능성, 포괄범위의 적절성 등을 검토하여 최종 분류 항목을 조정하였다.

63) p33-p38, 한중 문화콘텐츠산업 공동 통계 분류체계 개발, 2017.6, 한국콘텐츠진흥원

## 나. 타 콘텐츠 부문 사례

콘텐츠산업 분류체계는 대분류 12개, 중분류 49개와 소분류 128개로 세분화되었다. 분류 체계의 형식은 가치사슬(부가가치가 생성되는 과정)체계로 편제되었다. 즉, 콘텐츠의 ‘생산 - 유통 - 소비’의 순으로 중분류가 설계되어 있다. 일부 예외는 있지만 대부분의 콘텐츠 산업 분류에 전반적으로 적용된 기준이다.

<표 4-2> 콘텐츠산업 특수분류체계 대-중분류 요약표

콘텐츠산업 특수분류		콘텐츠산업 특수분류	
분류코드	분류명	분류코드	분류명
1	출판산업	7	방송산업
1-1	출판업	7-1	지상파 방송
1-2	인쇄업	7-2	유선방송
1-3	출판 도소매업	7-3	위성방송
1-4	온라인 출판 유통업	7-4	방송채널사용사업
1-5	출판 임대업	7-5	전광판방송
2	만화산업	7-6	방송영상물제작업
2-1	만화 출판업	7-7	인터넷 영상물 제공업
2-2	온라인 만화 제작·유통업	7-8	방송영상물 배급 및 중개업
2-3	만화책 임대업	7-9	방송관련 단체
2-4	만화 도소매업	8	광고산업
3	음악산업	8-1	광고(종합)대행업
3-1	음악제작업	8-2	광고 제작업
3-2	음악 및 오디오물 출판업	8-3	서비스업
3-3	음반복제 및 배급업	8-4	인쇄업
3-4	음반 도소매업	8-5	온라인업
3-5	온라인 음악 유통업	8-6	기타업
3-6	음악 공연업	9	캐릭터산업
3-7	노래연습장 운영업	9-1	캐릭터 제작업
4	영화산업	9-2	캐릭터 상품 유통업
4-1	영화 제작, 지원, 및 유통업	9-3	캐릭터 놀이시설 운영업
4-2	DVD/VHS 제작 및 유통업	9-4	캐릭터 상품 온라인 유통업
5	게임산업	10	지식정보산업
5-1	게임 제작 및 배급업	10-1	e-learning업
5-2	게임 유통업	10-2	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업
5-3	게임 도소매 및 임대업	10-3	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업
6	애니메이션산업	10-4	가상세계 및 가상현실업
6-1	애니메이션 제작업	11	콘텐츠솔루션산업
6-2	애니메이션 유통 및 배급업	11-1	콘텐츠솔루션업
6-3	온라인 애니메이션 유통업	11-2	컴퓨터그래픽스(CG) 제작업
		12	공연산업
		12-1	공연업
		12-2	공연관련 서비스업

출판산업은 ‘생산’에 해당하는 출판업, 인쇄업이 앞쪽에 나타나며, 그 다음에는 ‘유통’에 해당하는 출판 도소매업, 온라인 출판 유통업이, 그리고 마지막으로 소비에 해당하는 출판 임대업이 위치한다. 이런 가치사슬 중심의 설계는 음악산업 분류에도 동일

하게 나타난다. ‘생산’에 해당하는 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업이 제일 먼저 나오고, ‘유통’에 해당하는 음반복제 및 배급업, 음반 도소매업이 그 뒤를 잇고, 마지막으로 ‘소비’에 해당하는 온라인 음악 유통업, 음악 공연업, 노래연습장 운영업이 배치되었다. 게임산업도 이와 유사하게 ‘생산’에 해당하는 게임 제작 및 배급업, ‘유통’에 해당하는 게임 유통업, ‘소비’에 속하는 게임 도소매 및 임대업의 순으로 분류체계를 설계하였다. 애니메이션도 마찬가지로 ‘생산’의 애니메이션 제작업, ‘유통’의 애니메이션 유통 및 배급업, ‘소비’의 온라인 애니메이션 유통업으로 중분류가 설계가 이루어져 있다.

다만 방송산업, 광고산업, 지식정보산업, 콘텐츠솔루션산업, 공연산업은 산업의 특성상 중분류에 가치사슬이 일부 반영되면서 산업의 특성상 사업영역이 중분류에 배치된 경우도 있다.

예를 들면 방송산업의 경우 방송콘텐츠를 생산 - 유통 - 소비하는 형태가 아니라 방송 자체가 콘텐츠생산 및 유통과 소비를 한꺼번에 소화하므로 채널의 종류에 따른 중분류, 매체에 따른 중분류, 성격에 따른 분류 등으로 중분류를 복합적으로 구성하였다.

또한 광고산업도 광고대행업, 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업의 6가지 중분류로 구성되어 있는데 이런 구조는 산업 가치사슬 중심의 설계가 아닌 업종 중심의 설계로 볼 수 있다.

### 3. 해외만화 산업 분류체계

#### 가. 일본

일본에서 한국의 콘텐츠산업 분류체계와 가장 유사한 산업분류는, 일본 표준산업분류(JSIC)내의 ‘정보통신업’을 들 수 있다. 정보통신업이란 정보의 전달 및 처리/가공/제공에 관계되는 서비스를 행하는 업종 또는 직업을 의미한다. 정보통신업(H) 부문은 최근 급진전되고 있는 전기통신분야와 정보처리분야 기술의 혁신·진전 등을 근거로 통신업(37), 방송업(38), 정보서비스업(39), 인터넷부수서비스업(40), 영상·음성·문자정보제작업(41) 등 5가지의 중분류로 구성되어 있다.

통신업에는 고정전기통신업, 이동전기통신업, 전기통신에 부대하는 서비스업이 포함되며, 방송업에는 공공방송업, 민간방송업, 유선방송업이 포함된다. 정보서비스업에는 소프트웨어업, 정보처리/제공서비스업이 포함되며, 인터넷부수서비스업은 인터넷부수서비스업으로 단일 구분된다. 영상/음성/문자정보제작업에는 영상정보제작/배급업, 음성정보제작업, 신문업, 출판업, 광고 제작업, 영상/음성/문자정보제작에 부대하는 서비스업이 포함된다. 여기서 영상정보제작/배급업에는 영화/비디오제작업, 텔레비전 프로그램제작업, 애니메이션제작업, 영화/비디오/텔레비전프로그램 배급업이 포함되며, 음성정보제작업에는 레코드제작업, 라디오프로그램 제작업이 포함된다. 또한 영상/음성/문자정보제작에 부대하는 서비스업에는 뉴스 공급업, 기타 영상/음성/문자정보제작에 부대하는 서비스업이 포함된다.

일본의 콘텐츠산업 관련 분류는 상기에 언급한 것처럼 기본적으로 일본의 표준산업분류(JSIC)의 정보통신업(H) 속에 출판, 영화, 음반, 방송산업 등을, 기타 서비스업(Q)의 오락업(84) 속에 예술 및 엔터테인먼트 관련 산업을 배치하였다. 콘텐츠산업 분류체계가 별도로 존재하지 않기 때문에 제조업, 도·소매업, 교육·학습지원업, 복합 서비스업, 기타 서비스업 등에 다양한 문화관련 산업들이 표준산업분류체계 속에 분산되어 있는 구조이다.

<표 4-3> 일본 표준산업분류(J SIC)내 정보통신업 섹터(G Division)의 하위구조

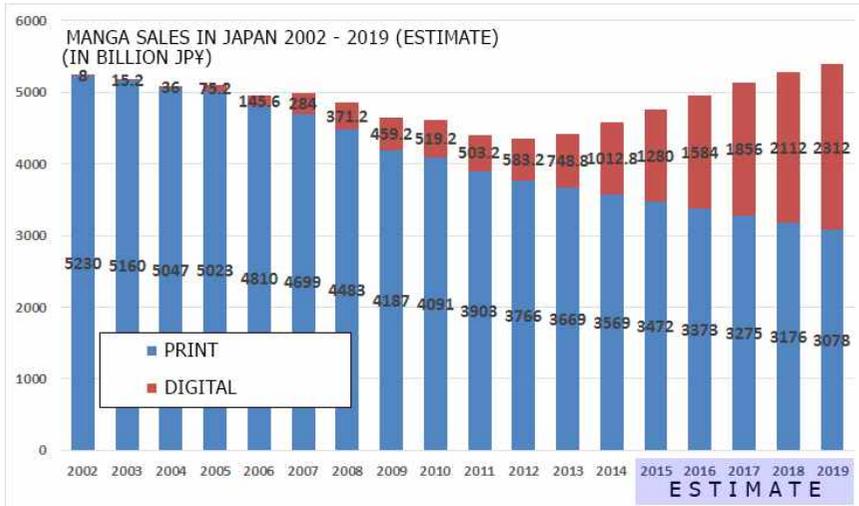
Major group		Group		Industries	
37	커뮤니케이션	370	행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사(37 커뮤니케이션)	3700	본사 경영 업무에 주로 종사
				3709	기타 행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사
		371	유선 통신	3711	유선 방송 전화를 제외한 지역 통신
				3712	원거리 통신
				3713	유선 방송 전화
				3719	다양한 유선 통신
		372	모바일 통신	3721	모바일 통신
373	통신에 따른 서비스	3731	통신에 따른 서비스		
38	방송	380	행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사(38 방송)	3800	본사 경영 업무에 주로 종사
				3809	기타 행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사
		381	케이블방송을 제외한 공중 방송	3811	케이블방송을 제외한 공중 방송
		382	케이블방송을 제외한 사적-분야 방송	3821	위성방송을 제외한 TV방송
				3822	위성방송을 제외한 라디오 방송
				3823	위성방송
				3829	다양한 사적-분야 방송
383	케이블 방송	3831	케이블 TV방송		
		3832	케이블 라디오 방송		
39	정보 서비스	390	행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사(39 정보 서비스)	3900	본사 경영 업무에 주로 종사
				3909	기타 행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사
		391	컴퓨터 프로그래밍과 다른 소프트웨어 서비스	3911	주문 소프트웨어 서비스
				3912	임베디드 소프트웨어 서비스
				3913	패키지 소프트웨어 서비스
				3914	게임 소프트웨어 서비스
		392	데이터 처리와 정보 서비스	3921	데이터 처리 서비스
				3922	마케팅이나 의견 리서치 서비스를 제외한 리서치와 정보 서비스
				3929	다양한 데이터 처리와 정보 서비스

Major group		Group		Industries	
40	인터넷 기반 서비스	400	행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사 (40 인터넷 기반 서비스)	4000	본사 경영 업무에 주로 종사
				4009	기타 행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사
		401	인터넷 기반 서비스	4011	웹 포털 공급자
				4012	어플리케이션 서비스 공급자
4013	인터넷 지원 서비스				
41	비디오, 사운드 정보, 문자 정보 제작과 배급	410	행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사(41 비디오, 사운드 정보, 문자 정보 제작과 배급)	4100	본사 경영 업무에 주로 종사
				4109	기타 행정 기관 또는 부가적인 경제 활동에 종사
		411	비디오 정보 제작과 배급	4111	텔레비전 프로그램과 애니메이션 제작을 제외한 영상과 비디오 제작
				4112	애니메이션 제작을 제외한 텔레비전 프로그램 제작(Teleproduction)
				4113	애니메이션 제작
				4114	영상, 비디오, TV 프로그램 배급
		412	사운드 정보 제작	4121	레코딩과 디스크 제작
				4122	라디오 프로그램 제작
		413	신문 발행자	4131	신문업자
		414	신문을 제외한 출판업자	4141	신문을 제외한 출판업자
				4151	상업적 예술과 그래픽 디자인
		415	상업적 예술과 그래픽 디자인	4159	비디오, 음성 정보, 문자 정보 제작과 배급에 따른 다양한 서비스
4161	뉴스 연합(뉴스 공급자)				
416	비디오, 음성 정보, 문자 정보 제작과 배급에 따른 서비스	4169	비디오, 음성 정보, 문자 정보 제작과 배급에 따른 다양한 서비스		

(출처: 콘텐츠 산업 분류체계 재정립 및 통계조사 과학화 방안 연구, GDCA, 2009.7)

일본의 만화산업 통계는 일본 전국 출판협회와 같은 민간단체에서 매년 산출하고 있으며, 종이 만화의 쇠퇴와 디지털 만화의 증가세가 뚜렷하게 나타나는 가운데, 전체적으로

는 완만한 상승세를 보이고 있다.



[그림 4-1] 2002~2019 일본 망가 판매현황 추이

(출처: Info Cubic, <http://infocubic.co.jp>)

## 나. 미국

미국 엔터테인먼트산업 분류는 북미 3국(미국, 캐나다, 멕시코)이 공동으로 제정한 산업 분류체계인 NAICS(North America Industrial Classifications System)를 근거로 제정되어 있다. 특히 새롭게 부상하는 산업, 일반적인 서비스산업과 고도의 기술산업을 주안점으로 두고 NAICS를 제정하고 특히 정보섹터를 신설하여 정보산업과 문화산업 관련 경제활동을 포함하고 있는 특징을 가지고 있다. 아울러 최근에 급성장하는 예술, 엔터테인먼트와 오락 등의 산업의 중요성을 인식하고 독립된 분류체계를 도입하였다. 산업분류체계 구조의 특성은 ‘창작 → 제작 → 제조 → 유통 → 서비스’ 및 ‘지원활동’이라는 창조적 산업의 가치사슬 구조에 기반하여 체계화하였고, ‘정보’와 ‘예술, 엔터테인먼트와 오락’ 등의 영역을 포괄하는 산업을 엔터테인먼트 산업으로 정의하고 있다.

미국 엔터테인먼트 산업분류는 대분류-중분류-소분류로 3단계로 구성하고, 대분류는 2개, 중분류는 9개이고 소분류는 21개로 구성되어 있다. 대분류 2개 중 첫 번째는 ‘51.

정보’ 이고 두 번째는 ‘71. 예술, 엔터테인먼트와 오락’ 이며, 대분류 ‘정보’ 는 6개의 중분류와 12개 소분류로 구분되고 대분류 ‘예술, 엔터테인먼트와 오락’ 은 3개의 중분류와 9개의 소분류로 구성되어 있다. 미국 엔터테인먼트 분류체계의 특성은 2개 대분류로서 콘텐츠산업을 모두 포괄한다고 말할 수는 없으나, ‘정보’, ‘예술’ 과 ‘오락’ 등이 포함되어 콘텐츠산업의 핵심적인 내용은 포함했다고 볼 수 있다. 중분류 체계가 각 산업의 가치사슬 구조(제작, 유통과 서비스)를 명확하게 나타내지는 못한다. 그러나 일부에서는 서비스 개념을 제시하고 있다는 점은 주목할 부분이라 할 수 있다. (예: ‘Data processing, Hosting, and Related services’, ‘Other information services’ 등)

<표 4-4> 미국 엔터테인먼트 산업분류 체계

대분류	중분류	소분류
51. 정보	511. 출판산업(인터넷제외)	5111. 신문, 정기간행물, 책과 사진류출판 5112. 소프트웨어 출판
	512. 영상과 음향녹음산업	5121. 영상과 비디오 산업 5122. 음향녹음산업
	515. 방송(인터넷제외)	5151. 라디오와 TV 방송 5152. 케이블과 기타 예약프로그램
	517. 통신	5171. 유선통신케리어 5172. 무선통신케리어 5174. 위성통신 5179. 기타통신
	518. 데이터처리, 호스팅 관련사업	5182. 데이터처리, 호스팅, 관련산업
	519. 기타 정보서비스	5191. 기타정보서비스
71 예술, 엔터테인먼트와 오락	711. 공연예술, 관람스포츠와 관련산업	7111. 공연예술 회사 7112. 관람스포츠 7113. 공연예술, 스포츠와 유사행사 프로모터 7114. 예술가, 운동선수와 연예인의 매니저와 에이전트 7115. 독자적 예술인, 작가와 공연가
	712. 박물관, 역사적 장소와 유사 산업	7121. 박물관, 역사적장소와 유사산업
	713. 오락, 도박과 유흥산업	7131. 오락공원과 아케이드 7132. 도박산업 7139. 기타오락과 유흥산업
	총 2개	총 9개

※ 출처 : www.census.gov, U.S. Census Bureau

미국 분류체계도 대분류 / 중분류 / 소분류의 구조로 설계되어 있으며, 출판, 음악, 영화, 방송, 지식정보, 공연산업은 엔터테인먼트의 중분류에 포함되어 있다. 소분류체계에서는 콘텐츠 기업들의 산업 활동을 명시하기보다는 행위자, 시설 등을 포괄하고 있다. 대분류인 ‘71. 예술, 엔터테인먼트와 오락’ 에 도박, 유흥과 오락 등의 신규 성장 산업들이 포함되어 있고, 특히 공연 관련 서비스업의 소분류인 매니저업에 해당하는 ‘매니지먼트 및 에이전트(스포츠 선수, 연예인, 예술가 등)’ 가 상세하게 분류되어 미국 시장의 특성을 보여준다. 콘텐츠산업 특수분류체계는 각 콘텐츠산업을 기준으로 대분류가 구성되었으나 미국 엔터테인먼트 분류체계에서는 2개의 대분류로 구성되어 그 숫자도 적고 분류기준이 명확하지 못하여 콘텐츠산업 산업 구조를 파악하는 데는 한계가 있다.

미국 엔터테인먼트 분류체계의 소분류체계에서는 콘텐츠기업의 산업활동을 명시하기보다는 행위자(software publisher), 시설(amusement parks and arcades) 등의 개념을 혼합하여 구성하고 있다. 한국의 콘텐츠산업 특수분류체계의 중분류에서는 공연예술(performing art)을 포함하고 있으나, 미국의 엔터테인먼트산업 분류체계에서는 ‘공연예술’, ‘관람스포츠와 관련 산업’, ‘박물관, 역사적 장소와 유사기관’, ‘유흥, 도박과 오락 산업’ 등으로 좀 더 세분화하여 구성되는 등 유사한 분류에서도 세분류의 차이가 존재한다.

미국 엔터테인먼트 분류체계에서 만화산업과 관련한 분류체계에 해당하는 소분류는 ‘5111. 신문, 정기간행물, 책과 사전류 출판’ 과 ‘5191. 기타정보서비스’ 를 꼽을 수 있으며 별도의 만화산업 분류를 두고 있지 않다.

미국의 경우 만화 통계는 민간부문에서 집계하고 있으며 ICv2와 코믹크론(<http://comichron.com>)이 수십년째 미국 소매점과 디지털 판매 통계를 취합하여 배포중이다.

Support our **Patreon!**  
 Become a patron

**Creative Cloud**  
 Make it with Creative Cloud.  
 사진, 디자인, 동영상, 웹 작업에 최적화된 앱을 월 ₩11,000에 이용하세요.  
 자료 기법

### Comic Book Sales by Year

Yearly comic book sales can be calculated in a number of ways. The data currently on Comichron comes in three varieties:

**INDUSTRY-WIDE REPORTS**  
 The most all-inclusive information we have comes in our **Industry-Wide Reports**, which beginning with 2013 Comichron has collaborated on with **ICV2.com** in order to include not just the comics shop market, but also the book channel and digital sales. You can find these reports here:

**2011 2012 2013 2014 2015**  
**2016 2017 2018 2019**

**POSTAL STATEMENTS**  
 2) Year-by-year rankings of the sales figures found in comics publishers' **Statements of Ownership**, beginning in 1960. Some of that material can be found in our **Postal Data Repository**, also reachable by the annual links here:

**1960 1961 1962 1963 1964**  
**1965 1966 1967 1968 1969**

Comichron has on hand more than 95% of the existing postal data for comics. More will be posted in the future.

[그림 4-2] 미국 만화산업 통계 집계 사이트 코믹크론



[그림 4-3] 2019년 미국 만화 시장 규모(좌), 유형별 만화 시장 규모(우)

2019년 미국 만화 시장의 규모는 12억 달러로 한화 약 1조 4천억 원 규모를 기록했다. 또한 유형별 매출은 그래픽노블, 만화책, 디지털코믹스 3개의 영역으로 분리하여 통계를 집계하고 있다. 그래픽노블은 7억6천5백만 달러로 한화 약 9천억 원 대의 매출을 기록하

고 있으며 일반 만화책의 경우 약 4천억 원, 디지털코믹스가 약 1천억 원대의 매출을 기록했다.



[그림 4-4] 2019년 미국 만화 판매채널별 매출

판매 채널별 매출의 경우 일반 도서 판매 채널을 통한 매출이 5억7천만 달러, 만화 전문 스토어를 통한 매출이 5억2천5백만 달러, 디지털 다운로드가 9천만 달러, 기타 채널을 통한 매출이 2천 5백만 달러를 기록했다.

#### 다. 프랑스

프랑스는 미국, 일본, 독일, 중국, 영국에 이어 전 세계 6위의 콘텐츠 시장 규모를 기록하고 있는 국가이며, 이미 1980년대부터 문화통신부와 국립영상센터를 중심으로 한 정부 중심의 문화산업 정책이 수립되어 있다. 그러나 영국, 독일과 같이 국가를 대표하는 별도의 문화산업 분류체계는 존재하지 않는다. 따라서 관련 지표에 대한 창출은 프랑스 국립 통계청(INSEE)에서 작성한 프랑스표준산업분류(French classification of activities - NAF rev.1)를 기준으로 분석해야 한다.

프랑스의 표준산업분류 중 문화산업 관련 분류체계는 대분류(3개), 중분류(9개), 소분류(94개)로 파악 가능하다. 대분류 항목은 'Information And Communication(출판, 영화, 비디오, 텔레비전, 라디오, 정보서비스 포함)', 'Professional, Scientific And Technical Activities(광고, 마케팅 포함)', 'Arts, Entertainment And Recreation(공연예술, 문화시설, 도박, 스포츠, 레크리에이션 포함)' 3개이다.

중분류/소분류 수준을 살펴보면, 'Information And Communication(출판, 영화, 비디오, 텔레비전, 라디오, 정보서비스 포함)'은 4개의 중분류와 50개 소분류로 구분되어 있으며, 'Professional, Scientific And Technical Activities(광고, 마케팅 포함)'은 4개의 중분류와 50개 소분류, 'Arts, Entertainment And Recreation(공연예술, 문화시설, 도박, 스포츠, 레크리에이션 포함)'은 4개의 중분류와 36개의 소분류로 구성되어 있다.

<표 4-5> 프랑스 표준산업분류체계 중 콘텐츠산업 분류 관련 중분류/소분류

대분류	중분류	소분류
섹션J 정보 통신	58. 출판 활동	58.1 도서 출판, 정기 간행물 및 다른 출판 활동
		58.11 도서 출판
		58.11Z 도서 출판
		58.12 디렉토리 및 메일링 리스트 출판
		58.12Z 디렉토리 및 메일링 리스트 출판
		58.13 신문 출판
		58.13Z 신문 출판
		58.14 저널 및 정기 간행물 출판
		58.14Z 저널 및 정기 간행물 출판
		58.19 다른 출판 활동
		58.19Z 다른 출판 활동
		58.2 소프트웨어 출판
		58.21 컴퓨터 게임 출판
		58.21Z 컴퓨터 게임 출판
		58.29 다른 소프트웨어 출판
		58.29A 시스템 및 네트워크 소프트웨어 출판
		58.29B 개발 도구 및 프로그래밍 언어 소프트웨어 게시
		58.29C 응용 소프트웨어 출판
		63.정보 서비스 활동
	63.11 데이터 처리, 호스팅 및 관련 활동	
	63.11Z 데이터 처리, 호스팅 및 관련 활동	
	63.12 웹 포털	
	63.12Z 웹 포털	
	63.9 기타 정보 서비스 활동	
	63.91 뉴스 대행사 활동	
	63.91Z 뉴스 대행사 활동	
	63.99 기타 정보 서비스 활동 n.e.c.	
63.99Z 기타 정보 서비스 활동 n.e.c.		

(출처: 한국콘텐츠진흥원 / 한중 문화콘텐츠산업 공동 통계분류체계 개발 연구)

상기와 같이 프랑스의 경우 문화산업 분류체계가 존재하지 않으며 표준산업분류체계에 서도 만화 혹은 디지털 만화와 관련한 소분류는 찾아볼 수 없다.

만화산업 관련 통계의 경우 민간부문에서 통계를 집계하고 있다. 출판만화 프랑스 출판 조합의 데이터에 따르면 2018년 프랑스 만화 도서 시장은 전체 시장의 약 4%인 2억7620만 유로(한화 약 3577억 원) 규모로 집계되었다. 디지털 콘텐츠 중 대중 문화(만화, 아동 문학, 미술서적, 종교서 등) 매출은 246억 원으로 집계되었으나, 디지털 만화만의 정확한 매출 규모는 파악이 불가능하다. 최근 국내 웹툰 플랫폼의 프랑스 시장 진출이 적극적으로 진행되고 있으며 향후 디지털 만화 시장이 큰 규모로 성장할 것으로 예상되고 있다. 이런 산업적 성장이 향후 자연스러운 통계 집계와 문화산업 분류체계의 형성으로 이어질 것으로 예상된다.

## 라. 중국

중국 문화 및 콘텐츠 산업 분류체계는, ‘사회주의 문화의 큰 발전과 문화체제의 개혁을 추진하며, 과학적으로 실행 가능한 문화 및 관련 산업 통계체도를 구축’ 하기 위한 목적으로 만들어졌다. 해당 분류체계는 중국 문화의 범주를 정의하고, 관련 단체에 자료를 제공하며, 현재 사회주의 문화 건설 및 문화 관리에 참고하기 위한 용도로 제정되었으며, 문화관련 산업통계 생산에 통일된 정의와 범위를 적용하기 위해 사용되고 있다.

중국의 콘텐츠 산업분류에 포함되는 범위는 문화의 핵심내용인 창작, 제조, 전파, 전시 등의 작품 생산활동, 핵심내용의 실현을 보조하는 생산활동, 문화상품의 운반과 제작의 생산활동 및 전용 설비 관련 생산활동 등을 포괄하는 것으로 정의하였으며 분류 절차는 크게 ‘문화콘텐츠 생산활동’ 과 ‘문화관련 상품생산활동’ 과 같이 2개 부문으로 구분하였다.

분류체계는 10개 대분류, 50개 중분류와 120개의 소분류로 구분하였다. 문화콘텐츠 생산 활동에 7개 대분류가 속하고 나머지 3개 대분류는 문화관련 상품생산활동에 속한다. 120개 소분류는 구체적인 생산활동과 ‘국민경제 업종분류(GB/T4754-2011)를 연계하여 명칭과 코드를 부여하였으며 “\*” 를 명칭뒤에 표시한 소분류는 문화생산 활동을 포함하고 있는 경우에 표시하였다. 국제분류기준과 상호연결을 위해서 유엔 유네스코의 ‘2009

UNESCO문화 프레임'의 분류방법을 적용하였고, 정의와 범위에서 상호연결 가능하도록 설계 하였다.

중국 콘텐츠 산업 분류표에서도 마찬가지로 만화산업 부문을 별도로 분리하여 표기하고 있지는 않다. 다만 만화/웹툰/디지털코믹스와 관련한 중·소분류로는 '8521, 도서출판', '8525, 전자출판물 출판', '중분류 3) 발행서비스', '6420, 인터넷정보 서비스', '6591, 디지털 서비스\*' 등을 포함시킬 수 있을 것으로 보인다.

<표 4-6> 중국 콘텐츠 산업 분류 표 (부분)

1부문 문화콘텐츠의 생산 (대분류)	중분류	소분류	중국산업코드 :ISC
1. 뉴스/출판/발행 서비스	1) 뉴스서비스	저널리즘	8510
		도서 출판	8521
	2) 출판서비스	신문 출판	8522
		간행물 출판	8523
		음반/영상 출판	8524
		전자출판물 출판	8525
		기타 출판 서비스	8529
		3) 발행 서비스	도서 도매
	간행물 도매	5144	
	음반 및 전자출판물 도매	5145	
	도서, 간행물 소매	5243	
	음반, 전자출판물 소매	5244	
2. 라디오/TV/영화 서비스	1) 라디오/TV 서비스	라디오	8610
		TV	8620
	2) 영화/영상/오디오 서비스	영화/영상 프로그램 제작	8630
		영화/영상 프로그램 발행	8640
		영화 방영	8650
	오디오 제작	8660	
3. 예술문화 서비스	1) 문예창작과 공연 서비스	문예창작과 공연	8710
		예술공연장	8720
	2) 도서관과 기록보관소 서비스	도서관	8731
		기록보관소	8732
	3) 문화유물보존 서비스	문물과 비물질 문화유산 보호	8740
		박물관	8750
	4) 대중문화 서비스	열사 모역, 기념관	8750
		대중문화활동	8770
	5) 문화연구와 사단 서비스	사회인문과학연구	7350
		전문가집단(의 서비스)* · 사회이론학술단체의 서비스 · 문화단체의 서비스	9421
6) 문화예술양성 서비스	문화예술양성	8293	
	기타교육* · 미술, 무용, 음악레슨 서비스	8299	
7) 기타문화예술 서비스	기타 문화예술업	8790	
4. 문화정보전송 서비스	1) 인터넷정보 서비스	인터넷정보 서비스	6420
		2) 부가/전자통신 서비스 (문화부문)	기타전자통신 서비스* · 전자통신 부가서비스(문화부문)
	3) 방송/TV전파 서비스	유선 라디오/TV 전송서비스	6321
		무선 라디오/TV 전송서비스	6322
		위성 전송서비스* · 수신 및 전송 서비스 · 설계, 설치, 테스트, 검증 등의 서비스	6330

(출처: 한국콘텐츠진흥원 / 한중 문화콘텐츠산업 공동 통계분류체계 개발 연구)

중국 만화산업과 관련한 통계는 동만산업 통계에서 찾을 수 있으며 만화와 애니메이션을 합쳐서 통계를 내고 있다. 중국 시장조사기관인 iResearch 컨설팅과 같은 민간 부문의 자료에 따르면 2018년 중국 동만(만화 및 애니메이션)산업의 총생산액은 1,500억 위안(약 25조 7,600억 원)을 돌파하며 8년 연속 10% 이상의 증가세를 이어가고 있으며, 만화산업만을 보면, 각 플랫폼에서 외부에 공개된 데이터에 따르면 현재 중국 웹툰플랫폼의 총 이용자 수는 1억 명 정도이고 연간 생산액은 50억 위안(약 8,600억 원) 정도이며 이 중 유료 웹툰의 연 수익은 5억 위안(약 860억 원)을 기록했다.<sup>64)</sup>

주요 만화 4대 강국에 대한 만화산업 분류체계를 벤치마킹하기 위해 각국의 표준산업분류체계와 콘텐츠산업 분류체계를 살펴보았다. 국가별로 콘텐츠산업 분류체계를 별도로 두고 관리하는 국가로는 한국과 중국이 있었으며, 표준산업 분류체계만으로 해당 부문을 집계하는 국가로는 미국, 일본, 프랑스가 있었다. 다만 모든 국가가 공통적으로 만화산업 분류를 별도로 관리하고 있지는 않았다.

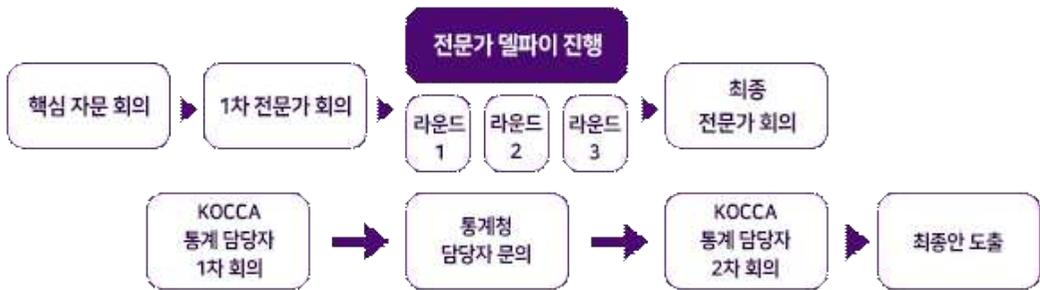
한국의 경우 타 국가에 비해 한국 만화/웹툰 산업이 지속적으로 성장하고 있으며, 이런 만화/웹툰 산업에 대한 정확한 산업적 통계 집계를 바탕으로 정책적·금융적 지원을 진행하기 위해 콘텐츠산업 특수분류체계에 ‘만화산업’ 분류를 별도로 관리하고 있다. 그리고 이에 기반하여 매년 만화산업에 대한 정량적인 통계조사를 국가 차원에서 진행하고 있다.

결과적으로는 만화/웹툰 산업 분류체계와 관련하여 만화강국인 타 국가들의 분류체계를 검토한 결과 분류체계를 구성하여 통계집계를 체계적으로 진행하는 국가는 찾아보기 힘들었다. 이는 한국이 웹툰, 즉 디지털코믹스 시장에 대해서 가장 선도적인 국가임을 재확인할 수 있는 기회가 되었다. 콘텐츠 산업 분류체계의 큰 목적 중 하나는 국가 간 산업 비교의 목적이다. 향후 국가별 만화산업 비교를 위한 만화 분류체계의 기준이 타 국가에서도 필요한 시점이 도래할 것으로 생각된다. 이 경우 한국의 만화산업 분류체계가 타 국가의 벤치마킹 대상으로 고려될 수 있을 것으로 생각한다.

64) 중국 콘텐츠산업 동향 2019.11호, 한국콘텐츠진흥원

## 4. 만화산업 분류체계 개편

만화산업 분류체계 개편을 위해서 다양한 전문가들과 함께 다방면의 검토를 진행하였다. 전체 프로세스는 핵심자문회의, 1차 전문가 회의, 전문가 델파이, 최종 전문가 회의를 진행하는 순서로 최종적인 만화산업 분류체계 개편안을 도출하였다. 이와 병행하여 해당 분류체계를 직접 활용하여 콘텐츠산업 통계 도출 작업에 참여한 경험이 있는 한국콘텐츠진흥원 통계 담당자회의를 2차에 걸쳐 진행하였다. 또한 통계청 담당자와의 커뮤니케이션을 통해 콘텐츠산업 특수분류체계와 관련한 개편안 수용 여부 및 활용방안에 대한 구체적인 실무 부분을 검토하였다.



[그림 4-5] 만화산업 분류체계 개편안 도출 프로세스

먼저, 핵심 자문 위원들과의 초기 자문회의에서 심도 있는 토론을 거쳐 연구 방법론과 연구과제에 대한 방향성을 먼저 설정하였다. 뒤이어 진행된 1차 전문가 회의에서는 만화산업 분류체계 개편안 초안을 바탕으로 만화산업의 범위, 관련 용어의 변경, 기존 분류체계의 조정과 관련한 다양한 의견을 수렴할 수 있었다. 1차 전문가 회의를 통해 만화산업 분류체계 2차안 3가지를 도출하였으며, 전문가 회의에서 논의된 여러 안건과 함께 전문가 델파이를 진행하였다. 전문가 델파이를 통해 상기 3개 안 중 하나를 선정하는 작업을 진행하였으며 만화산업 분류체계에 대한 다양한 의견을 수집할 수 있었다.

최종 전문가 회의에서는 델파이를 통해 선정된 안을 바탕으로 만화산업 가치사슬에 기반한 대분류-중분류-세분류 체계를 최종 조정 및 확정하였으며, 만화산업 분류체계와 관

련한 용어 정의의 변경, 통계 집계 현실성 및 활용 부분 등을 논의하였다.

이와는 별개로 만화산업 분류체계를 활용한 만화산업 규모 추정을 위해 한국콘텐츠진흥원 통계 담당자와의 회의를 통해 기존 콘텐츠 산업 통계 조사 프로세스 상세에 대한 정보를 확인할 수 있었다. 그리고, 최종 도출된 만화산업 분류체계 안에 대한 의견 및 향후 콘텐츠산업 통계조사 내에 존재하는 만화산업 통계 조사와 웹툰산업 실태조사의 향후 진행 방향에 대한 의견 및 시사점을 도출할 수 있었다.

### 가. 1차 초안

1차 초안은 한국콘텐츠진흥원 통계담당자 1차 회의에서 나온 내용을 전제로 기존 분류체계를 많은 부분 수정하는 것은 어렵다는 것으로 전제로, 가급적이면 기존 만화산업 분류체계를 크게 변경하지 않고 웹툰과 관련한 중분류 및 세분류를 신설하기 위한 노력을 경주하였다.

<표 4-7> 만화산업 분류체계 1차 초안 및 주요변경 내용

중분류	소분류	변경내용
만화출판업	만화출판사(웹툰단행본, 일일만화, 코믹스 등)	'만화잡지' 삭제 / '웹툰단행본'을 추가
	일반 출판사(만화부문)	변동없음, 단 학습만화나 교양만화들이 통계집계에 포함되도록 할 것
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	변동없음
	서적임대(대여) (만화부문)	변동없음
만화 도소매업	만화 서적 도매	기존 '잡지류' 삭제
	만화 서적 소매	기존 '잡지류' 삭제
온라인만화 제작업	웹툰창작 1인 기업	웹툰의 경우 전체 창작자의 60%이상이 개인창작 진행 개인사업자 중심으로 진행, 타 부문도 1인 MCN기업이 분류에 존재
	웹툰 전문 제작사	웹툰 전문 제작사의 경우 다수가 개인사업자/법인형태로 존재
	웹툰 제작 지원업 (행사, 편집, 번역, 리소스제공등)	웹툰과 관련한 파생 업체들을 수용하기 위한 소분류
온라인만화 유통업	만화/웹툰 플랫폼사	네이버웹툰, 카카오페이지, 레진엔터테인먼트, 탑코와 같은 웹툰 플랫폼 업체
	만화/웹툰 에이전시	신규 추가
	온라인 콘텐츠 유통사 (만화/웹툰 부문)	웹툰 및 만화관련 유통 전문회사

<표 4-8> 기존 만화산업 분류체계 및 1차 개편안 비교

중분류	소분류	중분류	소분류
만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화출판업	만화출판사(웹툰단행본, 일일만화, 코믹스 등)
	일반 출판사(만화부문)		일반 출판사(만화부문)
온라인 만화 제작* 유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)
	인터넷 만화 콘텐츠 서비스		서적임대(대여) (만화부문)
	모바일 만화 콘텐츠 서비스	만화 도소매업	만화 서적 도매
만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	만화 도소매업	만화 서적 소매
	서적임대(대여) (만화부문)		온라인만화 제작업
만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	온라인만화 제작업	웹툰 전문 제작사
	만화 서적 및 잡지류 소매		웹툰 제작 지원업
			(행사, 편집, 번역, 리소스, SW, HW 제공 등)
		온라인만화 유통업	만화/웹툰 플랫폼사
			만화/웹툰 에이전시
			온라인 콘텐츠 유통사(만화/웹툰 부문)

상기 1차 초안은 중분류를 크게 만화출판업과 온라인 만화업의 2가지로 구분하였다. 특히 온라인 만화제작\*유통업이라는 중분류는 웹툰 산업의 확장을 반영하여 온라인만화 제작업과 온라인만화 유통업으로 나누었다.

콘텐츠 특수분류 체계는 가치사슬(Value Chain) 중심의 분류체계로 제작-유통-소비의 순으로 분류체계를 잡는 것이 일반적인 형태이다. 기존 출판만화의 경우 제작은 만화출판업, 유통은 만화책 임대업, 소비는 만화 도소매업으로 나누었다. 새로 추가한 온라인 만화 제작업의 경우 웹툰 창작 1인 기업과 웹툰 전문 제작사, 웹툰 제작 지원업 3가지의 세분류로 구성하였다. 특히 웹툰창작 1인 기업의 경우 전체 창작자 60% 이상인 개인 창작자들을 산업에 포함시키기 위해 신설된 세분류이며, 최근 급속도로 산업화 되어가고 있는 웹툰 제작 환경에 발맞춰 웹툰제작 스튜디오를 추가하였다. 웹툰 제작 지원업 세분류의 경우 웹툰 제작과 관련한 번역, 3D 배경 리소스, 제작 소프트웨어 및 하드웨어 업체 등을 모두 포함할 수 있는 간접 지원 영역의 업체를 포괄하는 세분류이다.

온라인만화 유통업의 경우 만화/웹툰 플랫폼, 만화/웹툰 에이전시, 온라인 콘텐츠 유통사 등 3개의 유통 플랫폼으로 재구성하였다. 특히 웹툰 유통과 관련한 세분류를 추가하였으며 웹툰 플랫폼과 에이전시를 유통 중분류에 포함시켰다. 다만, 웹툰과 같은 디지털 콘텐츠 유통은 그 특성상 유통과 소비가 한 곳에서 같이 발생하는 경우<sup>65)</sup>가 많으므로 별도의 소비업과 관련한 중분류는 신설하지 않았다.

기존 만화출판업의 경우 중분류의 만화출판업과 만화 도소매업 세분류에 존재하던 '잡

65) 웹툰 플랫폼의 경우 유통과 소비의 기능을 모두 가지고 있다.

지'를 삭제하였다. 대부분의 만화 전문 잡지는 폐간하였으며, 일부가 온라인 상으로 계속 제작되고 있으나 최근 그나마 운영되던 온라인 잡지도 폐간 추세이며 점차 웹툰 플랫폼으로 그 기능이 흡수되며 축소되어가고 있다.

## 나. 전문가 회의

### (1) 전문가 회의 구성 및 주요 논의 사항



[그림 4-6] 1차 전문가 회의 (2020.6.15.)

2020년 6월 15일 진행된 전문가 회의는 산업계와 학계 전문 인사들로 구성하였으며, 만화산업 분류체계의 개편 필요성에 대한 공감대를 형성하고 만화산업 분류체계 1차 초안에 대한 공유 및 수정이 이루어졌다. 이 외에도 만화산업 범위 정의 및 용어와 관련한 이슈, 해외 만화산업 분류체계에 대한 정보공유 및 논의가 이루어졌다.

<표 4-9> 1차 전문가 회의 참석 전문가

중분류	소속	성명/직위
산업계	M00000	박OO 이사
	C000000	이OO 대표

	울0000	김00 대표
	웹0000	강00 대표
학계	한000000	박00 교수
	남00000	권00 교수
	백000000	이00 교수

## (2) 만화 산업 범위 관련 논의

만화산업의 범위와 관련하여 모든 전문가가 ‘웹툰’이 만화산업의 중심에 있다는 점에 동의하였다. 또한 기존 만화산업에 포함되지 않았던 새로운 영역에 대해 활발하게 논의하였으며 구체적인 사례를 제시하였다. 다만 협회의 경우 수익 사업을 자체적으로 진행하지 못하는 경우 산업에 포함시키는 것은 부적절하다는 의견이 다수를 이루었다. 또한 진흥원 및 기관 지원사업과 브랜드웹툰 제작의 경우 산업 통계에 공적 자금을 포함시키는 것은 적절하지 않다는 의견이 주를 이루었다. 만화관련 행사의 경우에는 공적자금이 투입된 무료 전시의 경우는 제외, 유료 만화 전시 및 행사의 경우 산업에 포함시키는 것이 필요하다는 의견을 제시하였다.

축소나 소멸이 진행된 산업의 분야 중 잡지는 온라인으로 대부분 전환하였고 일부 잡지만 남아 있는 것으로 확인되었으나 완전히 사라지지는 않았다. 따라서 분류체계에서 삭제하기는 힘들다는 의견이 많았으며 분류 레벨을 조정하는 것으로 의견이 모였다. 또한 출판만화 총판의 경우 기존의 대형 총판은 대부분 사라졌으나 1인 매장 및 도소매점 개념으로 전환한 것으로 확인되었다.

웹툰 원작의 영화/드라마를 전문적으로 제작하는 업체나, 웹툰 캐릭터 상품 소핑몰과 같은 OSMU 전문업체의 경우에는 업체 매출 중 웹툰 영역이 차지하는 비중에 따라 웹툰산업 포함여부를 결정하는 것이 적절하다는 의견이 다수를 이루었다. 또한 웹소설 업체나 출판만화 전문업체, 드라마 제작사가 웹툰을 제작하는 경우에는 업체의 해당 매출을 분리하여 해당 영역에 포함시키는 것이 필요하다는 의견이 많았다.

### (3) 용어관련 이슈 및 정리

용어와 관련해서는 ‘만화산업’ 과 ‘웹툰산업’ 이라는 용어에 대한 명확한 정의가 가장 큰 이슈로 논의되었다. 개념적으로는 웹툰산업은 만화산업의 하위에 속하는 것이 맞지만 현재 한국 만화 시장은 ‘웹툰’ 을 중심으로 재편되어 대부분의 업무가 진행되고 있으며, 좁은 의미로는 ‘웹툰산업’ 이라 부를 수 있다는 의견이 제기되었다. 또한 ‘웹툰산업’ 의 경우 일반 대중에게 새롭고 긍정적인 의미로 전달되는 반면 ‘만화산업’ 은 오래되고 부정적인 의미를 일부 포함한다는 의견이 있었다. 전문가들은 해당 용어와 관련한 집중적인 토의를 거친 결과 향후 ‘웹툰산업’ 의 성장을 전략적인 관점에서 감안했을 때 ‘만화산업’ 이라는 대분류를 ‘만화/웹툰’ 산업으로 변경하는 것이 적절하다는 것에 의견을 모았다.<sup>66)</sup> 또한 이런 대분류 이름을 변경하는 경우 해당 사항이 법적인 지위를 확보하기 위해서는 웹툰 및 웹툰산업이라는 용어에 대해 ‘만화진흥법’ 에 포함시키는 것이 필요하다는 의견이 전문가들에 의해 제기되었다.

한편 웹툰을 포함하는 디지털 형태의 만화를 지칭하는 용어에 대한 이슈 또한 제기되었다. 1차 초안에서는 페이지만화 스캔본에 대한 용어를 ‘디지털만화’ 로 정하고 중분류나 세분류에서 사용하였다.

### (3) 수정 안 제시

만화산업 분류체계 1차 초안에 대해 전문가들은 현재 분류체계를 최대한 유지하면서 새로운 웹툰 산업 중심의 분류체계를 설계하는 것은 무리가 있다는 의견을 제시했다. 만화 산업은 최근 20년간 큰 변화가 있었으며, 만화 출판업의 경우 그 규모가 큰 폭으로 줄어들고 있기 때문에 산업 현실의 정확한 반영을 위해서는 기존 분류체계를 거의 수정하지 않은 1차 초안으로는 힘들다는 것이 공통의 의견이었다.

따라서 1차 전문가 회의를 마친 이후에, 기존 분류체계를 가급적 수정하지 않는 것이 좋다는 한국콘텐츠진흥원 통계담당자의 의견과 전면 개편이 필요하다는 전문가들의 의견을 모두 수용할 수 있도록 3가지 2차 안을 마련하였다.

66) 이후 보고서 내 ‘만화산업’ 을 ‘만화/웹툰’ 산업으로 표기

## (가) 2차 수정 - 1안

1차 전문가 회의에서 대분류명을 ‘만화산업’에서 ‘만화/웹툰산업’으로 변경하는 이슈에 대해 모든 전문가들이 동의하였다. 따라서 2차 수정의 3개 안 모두 대분류를 ‘만화/웹툰산업’으로 수정하였다. 1안의 경우 중분류 세분류까지 모두 전면 수정하였으며 만화산업의 가치사슬(Value Chain)을 중분류에 놓고 설계하였다. 만화산업은 크게 전통적으로 기획창작-제작-유통-소비의 가치사슬로 구분하는데, 실제 전문가 회의에서는 기획창작과 제작의 경우 전문가에 따라 분리해야 한다 와 그렇지 않다는 의견이 나뉘었다.

<표 4-10> 만화산업 분류체계 2차 - 1안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	기획창작업	1인 작가	개인사업자, 만화가, 스토리작가 등
		스튜디오	출판만화/웹툰 기획전문 스튜디오
	콘텐츠제작업	웹툰 제작사	웹툰전문 제작사
		출판만화 제작사	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
			일반 출판사(만화부문)
	유통업	웹툰 유통업	웹툰 플랫폼사
			웹툰 에이전시
			온라인 콘텐츠 유통사(만화/웹툰 부문)
		만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매
			만화서적 및 잡지류 소매
만화책 임대업		만화임대(만화방, 만화카페 등) 서적임대(대여) (만화부문)	

1안의 경우 크게 기획창작업, 콘텐츠제작업, 유통업 등 3가지 중분류를 취하였으며 기획창작업은 1인작가와 스튜디오(제작 스튜디오) 세분류 2개를 포함하였다. 콘텐츠제작업은 웹툰제작사와 출판만화 제작사로 웹툰과 출판을 분리하였다. 마지막으로 유통업의 경우 웹툰 유통업과 만화 도소매업, 만화책 임대업의 3가지 분류를 포함하였으며 기존 만화산업 분류체계에서 한 단계씩 레벨을 낮춰 중분류는 세분류로, 세분류는 세세분류로 이동시켰다.

## (나) 2차 수정본 - 2안

상기의 <2차 수정본 - 1안>의 경우 중분류 기준을 기획창작업, 콘텐츠제작업, 유통업과 같이 단순화하여 표기함으로써 직관적으로 알아볼 수 있다는 장점이 있지만, 기존의 중분류를 세분류로 이동시키고 세분류는 세세분류로 이동시켜 가장 많이 사용하는 중분류와 세분류의 실질적인 활용 측면이 떨어진다는 의견이 있었다. 따라서 타 콘텐츠산업 분류체계를 참조하여 중분류를 가치사슬(Value Chain) 기준으로 맞추되 웹툰의 가치사슬, 출판만화의 가치사슬 크게 2가지로 나누어 2안을 구성하였다.

용어적인 측면에서는 기존 ‘만화출판’을 ‘출판만화’로, ‘온라인만화’를 ‘디지털만화’로 용어 변경하여 적용하였다. ‘디지털만화’는 출판만화를 온라인에서 이용할 수 있도록 한 스캔 만화로 웹툰은 여기에 포함되지 않는다.

<표 4-11> 만화산업 분류체계 2차 - 2안

대분류	중분류	세분류	
만화/웹툰	기획창작업		
	웹툰 제작업	웹툰제작사(스튜디오 등)	
	웹툰 유통업	국내/해외 웹툰 유통(플랫폼, 에이전시 등)	
	출판만화업		만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
			일반출판사(만화부문)
	디지털만화 제작/유통업		인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)
			인터넷 만화 콘텐츠 서비스
			모바일 만화 콘텐츠 서비스
	출판만화 도소매업		만화 서적 및 잡지류 도매
			만화 서적 및 잡지류 소매
출판만화 임대업		만화임대(만화방, 만화카페 등)	
		서적임대(대여) (만화부문)	

<2차 수정본 - 2안>의 경우 기획창작업을 시작으로 크게 웹툰과 출판만화업으로 나누고 그 안에서 각각 만화 가치사슬을 적용하였다. 웹툰의 경우 웹툰 제작업과 웹툰 유통업으로 나누었고, 출판만화의 경우 출판만화업, 디지털만화 제작/유통업, 출판만화 도소매업, 출판만화 임대업으로 나누어 이를 중분류에 모두 배치하였다.

상기의 안은 <2차 수정본 - 1안>의 중분류가 개념적인 기획-제작-유통으로 구성된 것과는 달리, 중분류를 좀 더 실질적인 산업의 유형과 가치사슬별로 나누었다. 이는 기존 타

부문 콘텐츠 산업 분류체계와 유사하며 중분류와 세분류 모두 좀 더 직관적이며 기존의 분류체계를 일정부분 유지할 수 있다는 장점이 있다.

### (다) 2차 수정본 - 3안

3안은 중분류를 가치사슬 기준이 아닌 출판만화와 디지털만화, 즉 산업 유형별로 나누자는 의견에 기반한 안이다. 가치사슬 기준을 세분류에 적용하여 각각의 중분류 밑에 기획창작업, 제작업, 유통업으로 분류한 안이다. 3안의 경우는 산업을 출판만화와 디지털만화로 유형별로 구별하는 것이 현재의 만화산업에 적합하다는 전문가들의 의견을 기반으로 만들어진 안이다. 하지만 현재 콘텐츠산업 특수분류체계의 설계 기준과는 맞지 않는 부분이 존재하며 최종안으로 받아들여질 가능성이 높지는 않았다.

<표 4-12> 만화산업 분류체계 2차 - 3안

대분류	중분류	세분류 (예시 )
만화 /웹툰	출판만화	기획창작업
		제작업
		유통업
	디지털만화 (또는 웹툰 )	기획창작업
		제작업
		유통업

### 다. 전문가 델파이

#### (1) 델파이 조사 진행 및 전문가 POOL

전문가 회의에서 논의된 핵심 이슈들과 개편 분류체계에 대한 전문가 및 산업 관계자의 의견을 확인하고자 델파이(Delphi) 설문을 실시하였다. 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되는 다른 콘텐츠 산업의 경우에도 분류체계 개편과 관련한 설계 시, 업계의 다양한 전문가 자문회의와 델파이를 진행하였다. 상기의 방법론이 가장 전문적인 의견을 수렴할 수 있으며, 추후 발생할 수 있는 의견 불일치와 관련한 이슈에서 자유로울 수 있다.

델파이 설문은 장래에 전개될 상황을 예측하기 위해 전문지식을 가진 전문가들의 의견을 반복하여 수렴, 분석하여 예측의 자료로 삼는 연구 방법론이다. 이번 설문을 통해서 산업분류체계 개편의 대분류, 중분류, 세분류에 대한 전문가들의 의견을 수집하고 최대한의 합의를 이끌어내고자 하였다.

델파이 설문은 3단계로 진행되었다. 1단계는 개방적 질문을 통해 전문가 집단의 생각을 자유롭게 수집하였으며, 2단계 설문에서는 1단계 설문을 통해 얻은 응답을 바탕으로 해서 해당 답변에 대한 전문가들의 동의 정도를 5가지 척도로 구분해 답변하도록 하였다. 최종 3단계에서는 2단계 응답으로 나온 전문가들의 생각을 취합하고 응답 편차가 높았던 질문에 대해 최대한의 합의를 시도하는 과정을 거쳤다.

조사는 2020년 8월 10일부터 9월 23일까지 약 6주간 진행되었으며 각 단계의 시행 일자는 아래의 표와 같다.

<표 4-13> 델파이 설문 시행 일자

일정	기간	내용
1차	8.10~8.15	만화산업범위 및 만화산업분류체계 개편에 대한 자유로운 의견 작성
2차	9.9~9.15	1차 조사결과를 바탕으로 개편안에 대한 적합도 평가 및 의견 작성
3차	9.18~9.23	1,2차 조사를 바탕으로 수렴된 개편안에 대한 적합도 평가 및 세부 정책방안 도출

상기 조사는 18명의 전문가를 대상으로 진행되었으며 3차례 동일한 전문가들이 응답에 입했다. 전문가 섭외의 기준은 학계, 산업계, 작가, 통계전문가, 관련기관을 망라하는 웹툰산업 전반에 걸친 전문가들을 모두 포함시키는데 중점을 두었다. 학계의 경우 만화산업 중장기 계획 수립에 참여한 전문가 및 만화웹툰 관련 학과의 교수진을 섭외하였다. 산업계의 경우 웹툰 전문 에이전시, 제작스튜디오, 출판만화 유통 전문가, 플랫폼 전문가, 학습만화 전문가 등 산업계 전반 영역에 걸쳐 섭외를 진행하였으며, 최소 10년에서 25년까지의 경험이 있는 전문가들을 최대한 다양하게 섭외하였다. 또한 웹툰작가 및 웹툰관련 협회 담당자, 분류체계 및 통계 전문가들도 섭외하여 최대한 충실한 산업분류체계 설계를 진행하고자 하였다.

<표 4-14> 만화산업 분류체계 델파이 조사 참여 전문가

분야	이름	전문분야	주요이력 /경력
학계	박OO	산업밸류체인	만화정책 전문가, 만화 유통관련 연구 외 다수 연구수행
	권OO	만화/교육	언론학박사, 만화관련 논문 다수
	이OO	만화가치	만화/애니메이션학과 교수, 만화관련 논문 다수
산업계	이OO	웹툰+단행본	국내 상위 웹툰에이전시 대표
	박OO	만화유통	웹툰에이전시 이사 만화유통전문가, 프랑스유학
	김OO	웹툰	웹툰에이전시 대표
	서OO	웹툰	웹툰 제작 스튜디오 대표
	윤OO	웹툰	웹툰 에이전시 대표
	김OO	웹툰	웹툰 플랫폼 부장
	박OO	웹툰	웹툰 플랫폼 대표
	이OO	단행본	국내 단행본 및 디지털만화 총괄
	김OO	일일만화	만화유통 총판
정OO	웹툰플랫폼	국내 수위 웹툰 플랫폼 업체	
작가	황OO	작가생태계	현 네이버웹툰 연재 중, 전 청강대 교수
연구/ 통계분류	이OO	통계	통계분류 전문가
	안OO	산업분류체계	통계/산업분류체계 전문가
	김O	만화전반	만화리서치, 만화전문가, 웹툰 불법복제 연구
관련기관	김OO	협회관련	웹툰 관련 협회 사무국장

## (2) 델파이 문항 구성

### (가) 델파이 Round 1 (개방형 질의)

델파이 Round 1에서는 개방형 질문을 통해 만화산업범위 및 만화산업분류체계 개편에 대한 자유로운 의견 작성을 유도하였다. 만화산업 분류체계가 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 제정된 2010년 이후 변경되지 않음을 인지하고, 그 동안 큰 산업적인 변화가 있었던 만화/웹툰 산업의 특성을 반영할 수 있도록 신규/축소/사멸된 업종에 대한 질문을 먼저 진행하였다. 또한 만화산업 분류체계 개편과 관련한 대-중-소분류 명칭 및 가치사슬 기준에 포함되어야 할 업종과 업체들에 대한 질문들을 포함함으로써 상세한 분류체계 설계를 위한 근거자료로 활용하였다.

마지막으로는 대분류의 ‘만화산업’이라는 용어에 대한 변경과 관련한 질의, 만화산업 매출 집계방식의 적절성, 웹툰이라는 용어에 대한 정확한 정의에 대한 전문가들의 의견을 취합하였다.

<표 4-15> 델파이 조사 Round1 질문

대주제	만화산업의 범위	
목적	개편 만화산업분류체계에 포함할 사업체 범위 설정	
질문	1-1	웹툰의 등장으로 인해 만화산업에 큰 변화가 있었습니다. 기존에 없던 새로운 비즈니스 영역에는 웹툰플랫폼, 웹툰에이전시, 웹툰제작스튜디오와 같은 영역이 있습니다. 이 외에 만화산업에 새롭게 등장한 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다.
	1-2	상기에 등장한 업종의 업체들을 구체적으로 작성 부탁드립니다.
	1-3	최근 20년간 디지털화가 급속히 진행되면서 사멸한 만화산업의 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다.
	1-4	최근 20년간 디지털화가 급속히 진행되면서 축소된 만화산업의 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다.
대주제	만화산업분류체계	
목적	만화산업분류체계 개편을 위한 방향성 설정	
질문	2-1	대분류인 ‘만화산업’을 ‘만화웹툰산업’으로 변경하는 것이 어떤가라는 의견이 있습니다. 이러한 의견에 대해 어떻게 생각하시는지요? 전문가님의 의견을 자유롭게 기술 바랍니다.
	2-2	콘텐츠산업 특수분류 체계에서는 분류를 위해 일반적으로 가치사슬(value chain) 관점에서 제작-유통-소비의 형태로 중분류를 설정합니다. 상기의 현재 만화산업 분류체계에서 만화출판업, 온라인 만화 제작/유통업, 만화책 임대업, 만화 도소매업의 4가지 중분류로 구성되어 있습니다. 현재의 4가지 중분류

		방식이 만화산업의 가치사슬을 나타내는데 적합하다고 생각하시는지요? 자유로운 의견 부탁드립니다.
	2-3	현재의 만화가치 사슬을 가장 잘 나타낼 수 있는 적합한 중분류 체계는 어떤 것이 되어야할까요? 자유로운 의견 부탁드립니다.
	2-4	만화의 경우 정상적인 가치사슬로 산업의 구조를 바라봤을 때, 기획/창작업(창작영역) - 제작업(상품화영역) - 유통업으로 크게 나눌 수 있습니다. 기획/창작업에 속하는 '세분류'에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.
	2-5	제작업에 포함되는 세분류에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.
	2-6	유통업에 포함되는 세분류에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.
	2-7	현재 중분류를 가치사슬(Value Chain) 기준으로 분류하였을 때, 만화제작업-만화유통업 그리고 웹툰제작업-웹툰유통업으로 나누는 방안도 같이 검토되고 있습니다. 이러한 방식으로 중분류 체계를 구성하는 것에 대해 어떻게 생각하시는지요. 자유롭게 의견을 말씀해 주십시오
	2-8	웹툰제작업에는 어떤 세분류가 해당될 수 있을지 의견 부탁드립니다.
	2-9	웹툰유통업에는 어떤 세분류가 해당될 수 있을지 의견 부탁드립니다.
<b>대주제</b>	<b>만화 종류(형식) 및 용어</b>	
<b>목적</b>	<b>만화를 나누는 용어의 명칭 통일 및 MECE한 용어 설정</b>	
<b>질문</b>	3-1	만화의 종류를 매출 통계를 집계하는 기준으로 바라봤을 때 어떤 기준으로 나누는 것이 적합하다고 생각하시나요? 자유로운 의견 부탁드립니다. *참고로 미국이나 해외의 경우 출판만화와 디지털코믹스로 나누는 경우가 일반적입니다.
	3-2	만화와 웹툰을 분리하는 것이 맞는지 만화의 하위에 웹툰이 존재하는 것이 맞는지에 대한 의견이 나뉘고 있습니다. 전략적인 관점에서 웹툰을 부각하기 위해서 혹은 웹툰이 현재 만화산업에서 큰 부분을 차지하고 있으므로 '웹툰'을 만화라는 큰 카테고리에 넣기보다는 분리하는 것이 맞다는 의견과 만화라는 표현 양식의 한 형태이므로 만화의 하위에 '웹툰'을 위치시키는 것이 맞다는 의견이 있습니다. 상기 사안에 대해 어떻게 생각하시는지 그리고 이유는 무엇인지 의견 부탁드립니다.
	3-3	웹툰 플랫폼들은 일반적으로 '웹툰'으로 불리는 세로 스크롤 연출의 컬러 만화와 함께 기존의 페이지만화 스캔본도 같이 서비스하고 있습니다. 이런 페이지 연출 형태의 디지털화된 만화들을 지칭하는 용어로 가장 적합한 것은 어떤 것이 있을까요? 그리고 그 이유는 어떤 것인지 자유롭게 서술 부탁드립니다. 예: 디지털코믹스, 웹코믹스, 온라인만화, 디지털페이지만화 등

### (나) 델파이 Round 2 / Round 3 (폐쇄형 질의)

1차 델파이 설문 결과를 바탕으로 전문가 의견의 위치 및 합치를 숫자로 확인할 수 있는 객관식 문항을 설정하였다. 델파이 조사 Round2와 Round3의 경우 동일한 문항으로 구성되며 해당 관련 질의에 대해서 좀 표준편차를 이용한 의견 합치도를 바탕으로 최종적인 전문가 의견을 수렴하는 방식으로 진행하였다.

<표 4-16> 델파이 조사 Round 2/ Round 3 질문 (요약)

<b>대주제</b>	<b>만화산업의 범위</b>	
<b>목적</b>	<b>개편 만화산업분류체계에 포함할 사업체 범위 설정</b>	
<b>질문</b>	1-1	다음 비즈니스 영역을 만화산업에 새롭게 등장한 영역이라고 생각하십니까?
	1-2	다음 비즈니스 영역이 만화산업분류체계 적용에 적합하다고 생각하십니까?
	1-3	다음 비즈니스 영역이 사멸했다는 것에 동의하십니까?
	1-4	다음 비즈니스 영역이 축소됐다는 것에 동의하십니까?
<b>대주제</b>	<b>만화산업분류체계</b>	
<b>목적</b>	<b>만화산업분류체계 개편을 위한 방향성 설정</b>	
<b>질문</b>	2-1	기존 대분류 '만화산업'을 '만화웹툰 산업'으로 변경하는 이슈에 대한 다음 의견에 어느 정도 동의하십니까?
	2-2	웹툰을 만화 하위에 넣을지 여부에 관한 다음의 근거에 대해 어떻게 생각하십니까?
	2-3	현재 4가지 중분류 방식의 만화산업분류체계를 수정하는 방향성에 대해 어느정도 동의하십니까?
	2-4	아래와 같은 중분류체계가 만화가치사슬을 반영하는에 얼마나 적합하다고 생각하십니까?
	2-5	다음 내용이 기획/창작업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?
	2-6	다음 내용이 제작업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?
	2-7	다음 내용이 유통업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?
	2-8	현재 만화산업분류체계의 중분류를 '만화제작업-만화유통업, 웹툰제작업-웹툰유통업'으로개편한다고 했을 때 선행되어야 하는 작업으로 다음 보기에 어느 정도 동의하십니까?
	2-9	다음 내용이 웹툰 제작업 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?
	2-10	다음 내용이 웹툰 유통업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?
<b>대주제</b>	<b>만화 종류(형식) 및 용어</b>	
<b>목적</b>	<b>만화를 나누는 용어의 명칭 통일 및 MECE한 용어 설정</b>	
<b>질문</b>	3-1	만화의 종류를 매출 통계 집계 기준으로 보았을 때 다음과 같이 분류하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?
	3-2	출판만화를 스캔해 올린 페이지 형태의 디지털만화를 지칭하는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?
	3-3	제작단계부터 디지털 페이지 연출로 제작한 페이지 형태의 디지털만화를 지칭하는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

### (3) 델파이 조사 결과 상세

#### (가) 만화산업의 범위 관련 질의

만화산업의 범위와 관련한 질의는 만화산업에 신규 등장한 영역에 대한 질의, 신규 사업 영역에 대한 적용 적합성에 대한 질의, 사멸 영역에 대한 질의, 축소 산업영역에 대한 질의로 총 4가지 영역으로 진행되었다.

먼저 만화산업 신규 등장 영역에 대한 질의에 있어서 전문가들은 제시한 산업 영역 대부분을 만화산업에 새롭게 등장한 영역이라고 답하였다. 신규 분야가 아니라고 답한(응답평균 2.5이하) 분야는 ‘웹툰작가(글/그림)’였으며, 웹툰 단계별 프리랜서도 2.9를 차지. 웹툰작가를 기존 만화가의 연장선으로 보는 경향이 드러났다. 이는 웹툰 작가가 등장한지 거의 17년<sup>67)</sup>에 가까워 새롭지 않다고 보는 의견과, 출판만화 시절 창작 작업을 진행했던 작가들이 웹툰 시장에서도 많이 활동하고 있기 때문에 굳이 구분하는 것이 무의미하다는 의견의 2가지 방식으로 해석할 수 있다. 용어적인 측면에서 전문가들은 만화가라는 용어 보다는 ‘웹툰작가’라는 용어가 최근에는 더 일반적으로 사용되며 좀 더 긍정적인 의미를 가지고 있다라는 의견을 제시하였다.

<표 4-17> 만화산업 신규 등장 영역에 대한 질의

	신규 만화산업 비즈니스 영역	전혀 새롭지 않다	새롭지 않다	보통이다	새롭다	매우 새롭다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
개인	웹툰작가(글/그림)	2	7	8	1		2.44	0.78
	웹툰PD(기획)	1	1	3	13		3.55	0.85
	웹툰소재유튜버				8	10	4.55	0.51
	웹툰 단계별 프리랜서(배경, 채색, 어시 등)	2	4	6	5	1	2.94	1.10
기업 (직접)	단계별 제작 스튜디오		2	5	9	2	3.61	0.84
	원스탑 제작 스튜디오		2	4	9	3	3.72	0.89
	에이전시/매니지먼트		1	7	8	2	3.61	0.77
	웹툰 기획/제작사		2	6	9	1	3.50	0.78
	웹툰플랫폼		2	3	10	3	3.77	0.87
	웹툰서비스사(웹툰오픈마켓 등)		1	2	10	5	4.05	0.80

67) 한국 웹툰의 시작을 2003년 다음웹툰 만화속세상으로 봤을 때의 기준

기업 (파생)	웹툰광고시장		1	2	8	7	4.16	0.85
	실감기술(1R/AR) 웹툰				6	12	4.66	0.48
	웹툰작가아카데미/학원	1	2	6	9		3.27	0.89
	웹툰PD양성학원		2	3	10	3	3.77	0.87
	웹툰카페/복합카페		2	6	10		3.44	0.70
	웹툰관련언론/미디어		1	8	9		3.44	0.61
	웹툰관련마켓/클라우드 펀딩		1	1	7	9	4.33	0.84
	웹툰제작도구(SW/HW)		1	4	7	6	4.00	0.90
	이미지라이브러리		1	4	10	3	3.83	0.78
	저장장치 및 네트워크 서비스 부문		1	9	5	3	3.55	0.85
	권리보호 모니터링			8	8	2	3.66	0.68
	결제 서비스 제공업	1	2	8	5	2	3.27	1.01
	웹툰 편집업		4	9	5		3.05	0.72
	웹툰 해외 유통/서비스		1	8	9		3.44	0.61
	웹툰마케팅 대행사		1	8	7	2	3.55	0.78
	브랜드 웹툰 제작/유통업			8	8	2	3.66	0.68
	부가 상품 산업(굿즈/IP)		2	6	10		3.44	0.70
	노블코믹스 사업		3	8	4	3	3.38	0.97
	SNS		1	8	8	1	3.50	0.70

상기의 만화산업 신규 영역에 대한 만화산업 분류체계 적용 적합성에 대해서 전문가들은 저장장치 및 네트워크 서비스 부문(2.38), 결제 서비스 제공업(2.55), 웹툰 해외유통 서비스(2.61), 웹툰관련언론/미디어(2.88), 이미지라이브러리(2.66), SNS(2.77)에 대해서 적용 적합도에 있어서 낮은 수치를 기록하는 의견을 제시하였다. 즉 해당 부문은 직접적인 만화산업 분류에 포함시키는데 있어서 신중한 검토가 필요할 것으로 보인다. 특히 저장장치 및 네트워크 서비스와 같은 영역은 타 산업부문에 속하는 업종으로 웹툰산업에는 포함시키기 힘든 영역으로 보이며, 이미지 라이브러리의 경우도 웹툰 배경을 제공하는 업체들에 대해서는 포함시키나 일반적인 이미지 라이브러리를 제공하는 업체들에 대해서는 포함시키는 것이 부적합하다는 의견이었다.

<표 4-18> 만화산업 신규 등장 영역의 만화산업 분류체계 적용 적합성 의견

신규 만화산업 비즈니스 영역	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차

		①	②			⑤		
개인	웹툰작가(글/그림)	1		2	8	7	4.11	1.02
	웹툰PD(기획)	1	1	3	7	6	3.88	1.13
	웹툰소재유티버	1	2	8	7		3.16	0.85
	웹툰 단계별 프리랜서(배경, 채색, 어시 등)			7	11		3.61	0.50
기업 (직접)	단계별 제작 스튜디오			3	13	2	3.94	0.53
	원스탑 제작 스튜디오		1	3	12	2	3.83	0.70
	에이전시/매니지먼트		1		12	5	4.16	0.70
	웹툰 기획/제작사		1	1	12	4	4.05	0.72
	웹툰플랫폼	1	1	1	8	7	4.05	1.10
	웹툰서비스사(웹툰오픈마켓 등)	1		2	11	4	3.94	0.93
기업 (파생)	웹툰광고시장		4	9	2	3	3.22	1.00
	실감기술(1R/AR) 웹툰	1	1	4	8	4	3.72	1.07
	웹툰작가아카데미/학원		4	5	8	1	3.33	0.90
	웹툰PD양성학원		4	3	10	1	3.44	0.92
	웹툰카페/복합카페		4	9	4	1	3.11	0.83
	웹툰관련언론/미디어		7	7	3	1	2.88	0.90
	웹툰관련마켓/클라우드 펀딩	1	3	5	8	1	3.27	1.01
	웹툰제작도구(SW/HW)	1	5	5	5	2	3.11	1.31
	이미지라이브러리		10	4	4		2.66	0.84
	저장장치 및 네트워크 서비스 부문	2	10	3	3		2.38	0.91
	권리보호 모니터링		5	5	7	1	3.22	0.94
	결제 서비스 제공업	1	10	3	4		2.55	0.92
	웹툰 편집업		2	7	7	2	3.50	0.85
	웹툰 해외 유통/서비스	1	1	6	7	3	2.61	0.91
	웹툰마케팅 대행사		1	8	6	3	3.61	0.84
	브랜드 웹툰 제작/유통업	1		4	12	1	3.66	0.84
	부가 상품 산업(굿즈,IP)		2	8	7	1	3.38	0.77
	노블코믹스 사업		1	7	8	2	3.61	0.77
	SNS	3	4	5	6		2.77	1.11

사멸 사업영역에 대한 질의에서 전문가들은 만화잡지 출판, 만화책출판관련업, 출판만화가이드도서, 만화책 도소매업, 만화책 스캔 사업은 그 규모가 많이 축소하였지만 완전히 사멸하지 않았다는 의견을 제시하였다. 하지만 이를 제외한 나머지 영역, 즉 만화책업 대업/대본소(3.61), 출판만화 제작 도구업(3.77), 일일만화(3.44), 만화총판(3.16)과 같은 사업 영역은 사멸에 가까운 수준으로 축소되었다는데 모두 동의하였다. 하지만 향후 전문가 회의에서는 완전히 사멸된 수준은 아니라는 의견이 제시되었으며 이에 대한 보정 작업을 진행하였다.

<표 4-19> 사멸 사업 영역에 대한 전문가 의견

사멸 만화산업 비즈니스 영역	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
만화잡지 출판	1	9	6	2		2.50	0.78
만화책출판관련업 (만화책출판, 출판식자, 편집 등)	2	10	5	1		2.27	0.75
만화책임대업/대본소	1	1	4	10	2	3.61	0.97
출판만화 제작 프리랜서 (펜터치맨, 레터링맨 등)		4	7	5	2	3.27	0.95
출판만화 제작 도구(스크린톤, 펜 등)		1	5	9	3	3.77	0.80
출판만화 가이드 도서(배경책, 포즈집 등)	1	8	7	1	1	2.61	0.91
만화책도소매업		7	8	3		2.77	0.73
일일만화		1	8	9		3.44	0.61
만화총판	1	2	8	7		3.16	0.85
만화책 스캔 사업	1	5	8	3	1	2.88	0.96

축소 사업영역에 대해서도 동일한 영역에 대해 질문을 한 결과 만화책출판(4.55), 출판관련업(4.38), 임대업(4.61), 출판만화제작프리랜서(4.16) 등 제시한 출판만화 사업 분야 전체가 축소됐다는데 의견이 합치되었다. 이는 한국 만화산업에서 출판만화의 비중이 현재 큰 비율로 줄었으며 산업 전체가 ‘웹툰’을 중심으로 재편되었음을 명확하게 제시하는 수치로 볼 수 있다.

<표 4-20> 축소 사업 영역에 대한 전문가 의견

축소 만화산업 비즈니스 영역	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
만화잡지 출판				8	10	4.55	0.51

만화책출판관련업 (만화책출판, 출판식자, 편집 등)				11	7	4.38	0.50
만화책임대업/대본소	1			4	13	4.61	0.77
출판만화 제작 프리랜서(펜터치맨, 레터링맨 등)	1	2		8	7	4.16	0.85
출판만화 제작 도구(스크린톤, 펜 등)		1		8	9	4.44	0.61
출판만화 가이드 도서(배경책, 포즈집 등)	1	4		10	3	3.83	0.78
만화책도소매업	1	2		10	5	4.05	0.80
일일만화		2		6	10	4.44	0.70
만화총판		3		11	4	4.05	0.63
만화책 스캔 사업		6		8	4	3.88	0.75

#### (나) 산업분류체계 개편 관련 질의

만화산업 분류체계의 설계에 있어서 가장 기본이 되며 중요한 대분류의 경우 ‘만화/웹툰산업’으로 정의하는 것이 좋다는데 대해 전문가들은 그렇다/ 매우그렇다는 찬성 의견 평균 4.33을 보이며 전원 찬성하였다.

웹툰의 막대한 산업적, 인지적 영향력에 대한 고려와, ‘만화’는 출판만화를 의미하고 ‘웹툰’은 디지털 만화라는 인식이 고착화하였다. 또한 최근 ‘웹툰’이라는 용어 사용이 압도적으로 많은 부분, 그리고 웹툰 산업의 적극적인 육성과 향후 성장성을 위한 전략적 고려 측면에서 ‘만화/웹툰산업’이라는 용어가 적절하다는데 전문가 모두가 동의하였다.

<표 4-21> 대분류 용어 ‘만화/웹툰산업’에 대한 전문가 의견

	대분류 변경	전혀 아니 다 ①	아니 다 ②	보통 이다 ③	그렇 다 ④	매우 그렇 다 ⑤	응답 평균	표준 편차
찬성	웹툰의 막대한 영향력(산업적, 인지적) 고려 필요				9	9	4.5	0.51
	용어 사용의 변화를 반영할 필요			1	10	7	4.33	0.59

	‘만화’=종이만화, ‘웹툰’=디지털만화로 고착화 최근 만화보다 웹툰의 사용이 많음							
	웹툰 양성을 위한 전략적 병기 필요			1	14	3	4.11	0.47
	산업 생태계 현황/변화를 반영한 산업분류체 계 필요				11	7	4.38	0.50
반대	출판만화는 여전히 산업적으로 큰 부분을 차 지고 있음	3	8	7			2.22	0.73
	만화와 웹툰을 분리할 동인 부재	4	7	5	2		2.27	0.95

웹툰 산업을 만화산업과 분리한 산업으로 보는 것에 대한 이슈에 대해 전문가들은 대부분 긍정적인 의견을 제시하였다. 만화 형식적인 개념으로 봤을 때, 만화라는 가장 큰 카테고리 밑에 웹툰이 존재하는 것은 사실이지만, 현재 한국 만화산업을 기준으로 봤을 때는 웹툰과 만화를 독립된 장르와 독립된 산업으로 구별하는 것이 맞다는 의견을 전문가들은 제시하였다. 특히 웹툰은 기존 만화와 차별화되어 진행되는 요소가 많으며(3.77) 향후 지속적인 확장과 글로벌 진출이 적극적으로 진행될 것이 예상되므로 전략적인 관점에서 기존 만화산업과 분리하여 바라보는 것이 맞다(3.77)는 의견을 제시하였다.

또한, 이런 ‘만화/웹툰 산업’이라는 대분류를 콘텐츠산업 분류체계에 추가하는 것과 병행해야 할 일은 현 법령 상 ‘웹툰’의 정의 및 ‘웹툰산업’의 지위를 정확하게 규정하는 곳이 존재하지 않는다는 부분인데, 전문가들은 해당 이슈에 대해 별도의 웹툰산업 진흥법을 수립해야 한다는 의견에 대해서는 중립적인 의견(2.88)을 보였다. 따라서 기존의 만화진흥법 내에 법적인 지위확보를 위한 내용의 추가 기술이 필요할 것으로 보인다.

<표 4-22> 웹툰과 만화를 독립된 장르로 구분하는 것에 대한 전문가 의견

	근거	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
웹툰과 만화를 독립장르로 구 분하는 근거	웹툰은 기존 만화와 차별화되는 요소 가 많음	1		3	12	2	3.77	0.87
	웹툰시장의 확장 및 글로벌 진출 전 략상 분리 필요	1	1	2	11	3	3.77	1.00
웹툰을 만화 하 위로 구분하는 근거	웹툰이 만화를 대체할 수 없음	1	6	8	3		2.72	0.82
	현 법령상 웹툰은 만화산업의 하위로 분류됨. 웹툰산업진흥법 별도 수립 등	2	3	8	5		2.88	0.96

	변화에 맞춘 개선 필요						
--	--------------	--	--	--	--	--	--

중분류 설계 기준에 대해 중분류 단계에서 출판만화와 웹툰을 구분하는 것이 필요하다는 것에 대해 전문가들은 평균 4.11을 기록하며 찬성하였으며, 만화산업 가치사슬에 따른 반영도 필요하다는 답변도 4.16의 평균을 보였다. 이는 중분류 설계 시 2가지의 기준이 적용되어야 한다는 것을 의미하며, 중분류에서 만화산업 가치사슬과 웹툰산업과 출판산업을 영역별로 분리하여 한꺼번에 보여줄 수 있어야 한다는 것을 의미한다.

<표 4-23> 중분류 설계의 기준에 대한 전문가 의견

	중분류 수정 방향성	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
중분류 단계 수정 기준	중분류 단계에서 출판만화와 웹툰을 구분		1	1	11	5	4.11	0.75
	중분류 단계에서 기획-창작-제작-유통-소비의 산업 흐름 반영				15	3	4.16	0.38
중분류 수정에서 고려할 점	OSMU에 따른 만화 원작사업영역을 검토해 중분류 단계에서 반영될 수 있도록 해야함		3	7	8		3.27	0.75
	중분류를 설정할 때 향후 만화 도소매업의 규모에 대한 고민이 필요	1	4	9	4		2.88	0.83

지난번 1차 전문가 회의에서 나온 의견을 반영한 2차 수정본 3개 안에 대한 전문가들의 의견은 다음과 같았다. 산업 가치사슬에 따른 분류인 1안에 대해서는 3.72의 응답 평균을, 2안인 가치사슬과 출판만화/웹툰을 분리한 2가지 기준을 동시 적용한 분류에 대해서는 3.16, 중분류를 출판만화/디지털만화만을 중분류 설계기준으로 설계한 3안에 대해서는 3.88의 응답 평균치를 보였다. 다만 1안과 3안의 경우 최종 전문가 회의와 타 부문 산업분류체계와의 일관성을 유지하기 위해서는 1개의 독립된 기준만을 적용하는 것이 부적합하다는 결론에 도달하여 최종적으로는 2안을 만화/웹툰산업 분류체계 3차안으로 채택하였다.

<표 4-24> 전문가 회의 후 2차-3개안에 대한 전문가 의견

기준	중분류체계 안	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차																					
		①	②	③	④	⑤																							
1안) 산업 가치사슬 에 따른 분류	- 전체적인 산업분류체계 양식에는 벨류체인이 중분류에 등장하는 게 맞음																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>중분류</th> <th>세분류(예시)</th> <th>세세분류(예시)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기획창작업</td> <td></td> <td>1인작가 등</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">제작업</td> <td>출판만화제작업</td> <td></td> </tr> <tr> <td>웹툰(디지털만화)제작업</td> <td></td> </tr> <tr> <td>만화웹툰 제작관련업</td> <td>편집/번역 등</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">유통업</td> <td>출판만화유통업</td> <td></td> </tr> <tr> <td>웹툰(디지털만화)유통업</td> <td>플랫폼</td> </tr> <tr> <td>만화웹툰 유통관련업</td> <td>임대/전시/이벤트/굿즈/OSMU 등</td> </tr> </tbody> </table>	중분류	세분류(예시)	세세분류(예시)	기획창작업		1인작가 등	제작업	출판만화제작업		웹툰(디지털만화)제작업		만화웹툰 제작관련업	편집/번역 등	유통업	출판만화유통업		웹툰(디지털만화)유통업	플랫폼	만화웹툰 유통관련업	임대/전시/이벤트/굿즈/OSMU 등			6	11	1	3.72	0.57	
	중분류	세분류(예시)	세세분류(예시)																										
	기획창작업		1인작가 등																										
제작업	출판만화제작업																												
	웹툰(디지털만화)제작업																												
	만화웹툰 제작관련업	편집/번역 등																											
유통업	출판만화유통업																												
	웹툰(디지털만화)유통업	플랫폼																											
	만화웹툰 유통관련업	임대/전시/이벤트/굿즈/OSMU 등																											
2안) 가치사슬 + 출판/ 웹툰 기 준 동시 적용 분 류	<table border="1"> <thead> <tr> <th>중분류</th> <th>세분류(예시)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기획창작업</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">출판만화업</td> <td>만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)</td> </tr> <tr> <td>일반출판사(만화부문)</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">디지털만화 제작/유통업</td> <td>인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)</td> </tr> <tr> <td>인터넷 만화 콘텐츠 서비스</td> </tr> <tr> <td>모바일 만화 콘텐츠 서비스</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">출판만화 도소매업</td> <td>만화 서적 및 잡지류 도매</td> </tr> <tr> <td>만화 서적 및 잡지류 소매</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">출판만화 임대업</td> <td>만화임대(만화방, 만화카페 등)</td> </tr> <tr> <td>서적임대(대여) (만화부문)</td> </tr> <tr> <td>웹툰제작업</td> <td>웹툰제작사</td> </tr> <tr> <td>웹툰유통업</td> <td>국내/해외 웹툰 유통(플랫폼 에이전시 등)</td> </tr> </tbody> </table>	중분류	세분류(예시)	기획창작업		출판만화업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	일반출판사(만화부문)	디지털만화 제작/유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	인터넷 만화 콘텐츠 서비스	모바일 만화 콘텐츠 서비스	출판만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	만화 서적 및 잡지류 소매	출판만화 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	서적임대(대여) (만화부문)	웹툰제작업	웹툰제작사	웹툰유통업	국내/해외 웹툰 유통(플랫폼 에이전시 등)	1	4	6	5	2	3.16	1.09
	중분류	세분류(예시)																											
	기획창작업																												
	출판만화업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)																											
		일반출판사(만화부문)																											
	디지털만화 제작/유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)																											
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스																											
		모바일 만화 콘텐츠 서비스																											
	출판만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매																											
		만화 서적 및 잡지류 소매																											
출판만화 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)																												
	서적임대(대여) (만화부문)																												
웹툰제작업	웹툰제작사																												
웹툰유통업	국내/해외 웹툰 유통(플랫폼 에이전시 등)																												
3안) 출판만화 / 디지털만 화에 따 른 분류	- 용어정리 필요 - 스캔만화에 대한 정확한 정의 및 분류 가 필요																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>중분류</th> <th>세분류(예시)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">출판만화</td> <td>기획창작업</td> </tr> <tr> <td>제작업</td> </tr> <tr> <td>유통업</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">디지털만화(또는 웹툰)</td> <td>기획창작업</td> </tr> <tr> <td>제작업</td> </tr> <tr> <td>유통업</td> </tr> </tbody> </table>	중분류	세분류(예시)	출판만화	기획창작업	제작업	유통업	디지털만화(또는 웹툰)	기획창작업	제작업	유통업		1	3	11	3	3.88	0.75											
	중분류	세분류(예시)																											
	출판만화	기획창작업																											
		제작업																											
유통업																													
디지털만화(또는 웹툰)	기획창작업																												
	제작업																												
	유통업																												

만화산업 가치사슬은 기획/창작 - 제작 - 유통 - 소비의 4단계로 구성되며 기획/창작과 제작을 분리하자는 의견이 1차 전문가 회의의 주요 이슈로 대두 되었다. 기획/창작업은 1인 창작자와 소규모 스튜디오를 포함하는 창작영역에 있는 생산 주체들을 모두 포괄하

기 위한 분류였다. 하지만 상기 분리 이슈에 대해 전문가들 간에 이견이 존재하였으며 기획/창작과 제작을 정확하게 분리하기 어려운 문제와 개인사업자 등록을 하지 않은 1인 창작자의 경우에 현실적인 산업 통계를 추출하기 힘든 점이 문제로 부각되었다.

그럼에도 불구하고 델파이에서는 기획/창작업에 대한 세분류를 추가하는 경우를 상정하고 전문가들의 의견을 받았다. 결과적으로 해당 분류의 세분류에 적합한 사업 영역으로는 1인작가 및 제작스튜디오, 만화(웹툰) 제작스튜디오, 단계별 전문 제작스튜디오(배경, 채색 등), 에이전시/매니지먼트, 만화 기획 및 제작업, 만화출판사 등 대부분의 사업영역이 적합하다는 의견이 나타났으며 결론적으로 제작업에 있는 분류와 상당 부분 중첩되는 결과를 보였다.

<표 4-25> 기획/창작업에 대한 전문가 의견

기획/창작업 세분류	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
1인 작가/프리랜서 (글, 그림작가, 배경, 콘티 등)			2	10	6	4.22	0.64
만화(웹툰) 번역업		3	4	10	1	3.50	0.85
만화(웹툰) 제작스튜디오		1	1	9	7	4.22	0.80
단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등)		1	7	8	2	3.61	0.77
인터넷 모바일 콘텐츠 제작 스튜디오		1	5	11	1	3.66	0.68
에이전시/매니지먼트			2	12	4	4.11	0.58
만화 기획 및 제작업			2	12	4	4.11	0.58
만화출판사		1	5	10	2	3.72	0.75
저작권대리중개업	1	5	6	5	1	3.00	1.02
작품 유통 및 마케팅 계획		6	5	6	1	3.11	0.96
작품 자금 조달 계획	1	9	3	4	1	2.72	1.07
2차 사업화 계획, 트랜스미디어 기획		4	7	5	2	3.27	0.95
만화(웹툰) 콘텐츠 기획(프로듀싱)업			1	10	7	4.33	0.59
만화(웹툰) 캐릭터 컨셉디자인 창작업			2	10	6	4.22	0.64
만화(웹툰) 배경 컨셉디자인 창작업			2	12	4	4.11	0.58

만화/웹툰 제작업 중분류의 세분류에 속하는 사업영역을 묻는 질문에서도 전문가들은

기획/창작업에서 선택했던 분류들과 상당 수 겹치는 항목들에 대해서 적합 혹은 매우 적합하다는 의견을 보였다. 상기 2개 중분류에 대한 의견의 중복은 만화산업 가치사슬 부분에 기획/창작업과 제작업이 개념적으로는 분리되어 성립하나, 실질적인 현장에서는 2가지 영역이 함께 진행되며 둘 사이의 구분을 명확히 할 수 없다는 점을 확인할 수 있었다. 다만 만화/웹툰 제작업 영역에는 OSMU 및 VR/AR웹, 만화/웹툰 굿즈 제작업 등 유통 전 단계의 제작과 관련한 여러 사업 영역이 존재하여 기획/창작업과는 조금 다른 양상을 보였다.

<표 4-26> 만화/웹툰 제작업의 세분류에 대한 전문가 의견

제작업 세분류	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
만화(웹툰) 제작스튜디오				9	9	04.5	0.51
단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등)		1	2	7	8	4.22	0.87
콘텐츠 제작 및 제공업		1		7	10	4.44	0.78
만화/잡지 출판업		1	1	8	8	4.27	0.82
디지털 출판업			1	10	7	4.33	0.59
에이전시/매니지먼트		1	2	11	4	4.00	0.76
만화(웹툰) 편집업		1	2	13	2	3.88	0.67
제작관련 기술 업종(SW/HW)			5	3	10	3.27	0.89
인쇄/제책 관련업			3	6	8	3.38	0.84
OSMU 사업	1	3	6	8		3.16	0.92
VR/AR 웹툰 제작업		1		15	2	4.00	0.59
만화/웹툰 굿즈 제작업		2	4	11	1	3.61	0.77

만화/웹툰 유통업에 대한 전문가들의 의견은 기존 출판만화와 관련한 세분류부터 웹툰 산업의 다양한 사업 영역들이 포함되는 것이 필요하다는데 강한 의견을 피력하였다. 특히 현재 한국 만화 산업의 현상향을 보여주는 것처럼 웹툰플랫폼, 만화/웹툰 온라인 마켓, 웹툰에이전시, 웹툰관련 OSMU 유통관련된 업종이 포함되는 것이 필요하다는데 모두 동의하였다. 하지만 실제 OSMU 해당 업종의 경우 매출이 크지 않아 세분류로 넣기에는 애매한 경우가 많아 추후에 진행된 2차 전문가 회의에서는 통계 집계의 현실성을 고려하여 향후 확장할 수 있는 기타 업종을 세분류로 추가하였다.

<표 4-27> 만화/웹툰 유통업에 대한 전문가 의견

유통업 세분류	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
출판만화 도매업				13	5	4.27	0.46
출판만화 소매업				11	7	4.38	0.50
만화/웹툰 온라인 마켓				10	8	4.44	0.51
앱스토어/모바일앱				12	6	4.33	0.48
만화책임대업		3	2	11	2	3.66	0.90
웹툰플랫폼(국내/해외)				8	10	4.55	0.51
에이전시(국내)			2	10	6	4.22	0.64
해외 수출입 에이전시			3	10	5	4.11	0.67
만화/잡지 총판			4	11	3	3.94	0.63
펀딩플랫폼		3	8	7		3.22	0.73
OSMU 유통 (관련 IP 유통)		1	5	12		3.61	0.60
해외 작품 번역 및 유통		1	4	13		3.66	0.59
ASP		1	9	8		3.38	0.60
만화 굿즈 유통		3	6	9		3.33	0.76
출판업			4	12	2	3.88	0.58
만화(웹툰) 번역업		1	7	10		3.50	0.61
만화(웹툰) 홍보/마케팅업		2	8	8		3.33	0.68
SNS		2	11	5		3.16	0.61

또한 만화/웹툰 제작업 및 유통업 중분류와 관련하여서는 기획/창작업과 제작업을 구분하는 것이 필요하다는 의견이 좀 더 우세했으나 ‘동의하지 않는다’ / ‘보통이다’ 는 의견도 다수 있었다. 또한 웹툰 유통을 어디까지로 볼 것인가에 대한 협의가 필요하다는 의견이 압도적이었는데 이는 이전 페이지 연출 방식의 디지털만화 스캔본에 대한 유통까지도 포함할 것인가에 대한 부분이 가장 큰 이슈이다. 또한, 웹툰에 대한 포지셔닝을 확실하게 하여 중분류에 포함시키는 것이 필요하다는 부분에 대해서도 ‘전원 동의’ / ‘매우 동의’ 한다는 의견을 보여 중분류에 반드시 웹툰과 관련한 사업 영역들이 포함되어야 한다는 의견을 피력하였다.

<표 4-28> 만화/웹툰 제작업 및 유통업 중분류 설계 관련한 전문가 의견

보완 사항	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④			

		①	②			⑤		
	기획/창작업과 제작업 구분		2	4	9	3	3.72	0.89
	웹툰 유통을 어디까지 볼 것인가에 관한 협의 도출			1	11	6	4.27	0.57
	웹툰에 대한 포지셔닝 선행				11	7	4.38	0.50

만화/웹툰 제작업 세분류에 대해서 다양한 사업 영역에 대해서는 제시한 대부분의 영역에 대해서 필요하다는 의견이었다. 특히 웹툰산업이 크게 성장하면서 분업화가 가속화되고 있음을 확인할 수 있다. 스토리제작, 그림제작, 배경제작, 채색제작, 번역식자, 편집, 굿즈 제작 등 다양한 영역으로 사업 영역이 확장되고 있으며, 해당 부분에 대한 세분류가 포함되어야 한다는 의견이 대부분 3.5~4.5 사이의 평균치를 보였다.

<표 4-29> 웹툰 제작업 세분류에 대한 전문가 의견

웹툰 제작업 세분류	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
스토리제작		1	1	7	9	4.33	0.84
그림제작		1		7	10	4.44	0.78
배경제작		1	2	6	9	4.27	0.89
채색제작		1	2	7	8	4.22	0.87
웹툰제작사(CP)			1	7	10	4.50	0.61
제작 스튜디오			1	9	8	4.38	0.60
에이전시/매니지먼트			5	11	2	3.38	0.61
개인 작가/화실(개인사업자)		2	1	11	4	3.94	0.87
작가 설립 법인		3	2	9	4	3.77	1.00
웹툰 스토리/채색/배경 전문 회사			3	8	7	4.22	0.73
웹툰기획사			4	10	4	4.00	0.68
번역, 식자, 편집 업체		2	4	11	1	3.61	0.77
굿즈 사업체		1	7	10		3.50	0.61
OSMU 사업체		2	5	11		3.50	0.70
작품 기획/프로듀싱		3	4	9	2	3.55	0.92

웹툰 유통업 중분류의 세분류에 포함되어야 하는 사업영역에 대해서 모든 전문가들이 가장 필요하다고 포함한 영역은 웹툰플랫폼이었으며 웹툰에이전시도 응답평균 4.72를 기록하여 유통의 기능이 강하게 있음을 확인할 수 있었다. 또한 기존 출판만화 스캔본을 공

급하는 디지털만화공급업과 웹툰 유통대행업, 웹툰관련 IP유통업도 해당 세분류에 포함해야 한다는 의견이 평균 4점대를 넘는 수치를 보였다.

<표 4-30> 웹툰 유통업 세분류에 대한 전문가 의견

웹툰 유통업 세분류	전혀 적합하지 않다 ①	적합하지 않다 ②	보통이다 ③	적합하다 ④	매우 적합하다 ⑤	응답 평균	표준 편차
웹툰플랫폼			1	3	14	4.72	0.57
웹툰에이전시		1	1	8	8	4.72	0.82
웹툰불법유통관리업			7	11		3.61	0.50
웹툰해외유통업			1	11	6	4.27	0.57
웹툰서비스사				10	8	4.44	0.51
ASP		1	7	10		3.50	0.61
온라인/오프라인 서점		2	1	13	2	3.83	0.78
만화웹툰 임대업		1	4	12	1	3.72	0.66
만화출판업		2	7	8	1	3.44	0.78
디지털만화공급업			2	13	3	4.05	0.53
만화 도소매업		3	4	10	1	3.50	0.85
웹툰 유통대행업			1	14	3	4.11	0.47
웹툰 관련 IP 유통업			2	12	4	4.11	0.58
만화웹툰 홍보/마케팅업			7	11		3.61	0.50
어플리케이션 사업자	1	3	8	6		3.05	0.87
SNS	1	4	9	4		2.88	0.83

(다) 만화 종류 및 용어 관련 질의

만화산업 분류와 통계 집계 방식에 대한 전문가들의 의견은 다음과 같다. 출판만화와 웹툰, 디지털만화(출판만화스캔본) 3가지로 나누는 것이 적합하다는 것이 가장 높은 응답 평균 3.83으로 나타났으며 분류체계 설계 시 중점적으로 적용해야 할 것으로 보인다. 기존 분류체계에 있는 온라인/오프라인으로 나누는 기준과 분리할 수 없다는 항목은 전문가들도 매우 부정적인 견해를 보였다.

<표 4-31> 만화 산업 분류와 통계 집계에 대한 전문가 의견

만화 종류 및 용어	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
출판만화+웹툰	1	3	9	3	2	3.11	1.02
출판만화+웹툰+디지털만화(출판만화 온라인화)	1	1	3	8	5	3.83	1.09
출판만화+디지털코믹스(웹툰+출판만화 온라인화)		2	7	7	2	3.50	0.85
출판만화+디지털만화+만화OSMU	2	3	10	2	1	2.83	0.98
온라인+오프라인	2	12	3		1	2.22	0.87
분리할 수 없다	15	3				1.16	0.38

출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화를 지칭하는 용어에 대한 전문가들의 의견은 ‘디지털스캔만화’가 가장 높은 응답평균인 3.83을 나타냈으며 다음으로는 디지털페이지만화, 스캔만화의 순으로 나타났다. 본 연구에서는 전문가들의 의견을 반영하여 세분류에서 ‘디지털스캔만화’라는 용어를 최종적으로 사용하는 것으로 하였다. 이는 향후 진행되는 3차안 이후에 모두 ‘디지털스캔만화’로 중분류 및 세분류에 반영하였다.

<표 4-32> 출판만화 스캔본 용어정의에 대한 전문가 의견

용어	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
디지털만화	1	7	9	1		2.55	0.70
디지털스캔만화	1	1	1	12	3	3.83	0.98
디지털페이지만화	1	4	8	3	2	3.05	1.05
스캔만화	1	5	5	5	2	3.11	1.13
웹코믹스	5	6	4	2	1	2.33	1.18
코믹스	9	5	3	1		1.17	0.94
온라인출판만화	2	7	5	3	1	2.66	1.08

웹툰은 세로스크롤 연출의 컬러 채색된 형식의 만화를 지칭한다는 기본적인 정의를 가진다. 하지만 이런 정의에서 예외로 논의되는 부분이 페이지 연출의 컬러 채색의 만화이다. 카카오페이지의 상위권 작품 중 일부와 웹툰 플랫폼에서 연재되는 일부 작품의 경우 해당 형식의 만화가 존재한다. 이런 만화에 대해서는 ‘디지털페이지만화’ 라는 용어를 사용하는 것이 적합하다는 의견이 응답평균 3.44로 최고 평균을 나타냈으나 평균 3.5를 넘지 못하였다.

<표 4-33> 페이지연출 디지털만화 지칭 용어정의에 대한 전문가 의견

용어	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
디지털만화	2	1	7	5	2	3.23	1.14
페이지만화	1	9	6	2		2.50	0.78
디지털페이지만화	2	2	5	5	4	3.44	1.19
웹코믹스	4	6	1	4	3	2.77	1.47
코믹스	6	8	4			1.88	0.75
온라인출판만화	6	6	3	2		2.00	1.02

### (3) 델파이 조사 결과 종합

대분류의 경우 ‘만화산업’을 ‘만화·웹툰산업’으로 변경하는 것에 전문가들은 대부분 의견의 일치를 보였다. 또한 중분류 관련하여 델파이 설문 결과에서는 웹툰/출판만화로 나누는 것이 직관적이라는 의견(3.88)이 가치사슬(Value Chain)을 반영하자는 의견(3.72)과 유사하게 나타났다. 다만 두가지 안 모두 검토결과 콘텐츠산업 분류체계의 설계 기준과는 달랐으며 2차 수정 분류 - 2안이 두가지 기준을 모두 적용하여 가장 적합한 것으로 판단되었다.

만화산업 분류의 세분류에 대한 응답결과 각 중분류별 세분류 적합성에서 응답평균 3.5 이상을 기록하여 포함된 사업 영역은 아래와 같다.

<표 4-34> 델파이 설문 세분류 응답 결과 적합 업종

중분류(안)	세분류/세세분류 업종
기획/창작업	1인 작가, 만화(웹툰) 번역업, 만화(웹툰) 제작 스튜디오, 단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등), 인터넷 모바일 콘텐츠 제작 스튜디오, 에이전시/매니지먼트, 만화 기획 및 제작업, 만화출판사, 만화(웹툰) 콘텐츠 기획(프로듀싱)업, 만화(웹툰) 캐릭터 컨셉디자인 창작업, 만화(웹툰) 배경 컨셉디자인 창작업
제작업	만화(웹툰) 제작스튜디오, 단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등), 콘텐츠 제작 및 제공업, 만화/잡지 출판업, 디지털 출판업, 에이전시/매니지먼트, 만화(웹툰) 편집업, 제작관련 기술 업종(SW/HW), 인쇄/제책 관련업, OSMU 사업, VR/AR 웹툰 제작업, 만화/웹툰 굿즈 제작업
유통업	출판만화 도매업, 출판만화 소매업, 만화/웹툰 온라인 마켓 앱스토어/모바일앱, 만화책임대업, 웹툰플랫폼(국내/해외), 에이전시(국내), 해외 수출입 에이전시, 만화/잡지 총판, OSMU 유통 (관련 IP 유통), 해외 작품 번역 및 유통, 출판업, 만화(웹툰) 번역업

※ 응답평균 3.5 이상만 긍정으로 판단

분류체계 관련 용어 정의와 관련하여서는 만화산업 분류 용어와 통계를 나누는 기준은 출판만화+웹툰+디지털스캔만화로 구분하는 것에 대체로 동의(3.83) 하였다. 또한 출판만화를 스캔해 올린 페이지 형태의 디지털만화에 대해서는 ‘디지털스캔만화’ (3.83)를 가장 많이 선택하였다. 그리고 제작단계부터 디지털 페이지 연출로 제작한 페이지 형태의

디지털만화에 대해서는 ‘디지털페이저만화’ (3.44)의 응답이 가장 높았으나 전반적으로 의견의 합치가 이뤄지지 않았다.

## 라. 전문가 최종 회의

전문가 최종회의에서는 델파이 조사를 통해 도출된 아래의 만화산업 분류체계 3차 안을 바탕으로 최종적인 의견반영과 조정 작업을 진행하였다. 해당 회의에는 델파이 조사에 참여한 전문가 6명이 참여하였으며 최종 4차안을 도출하기 위해 심도 있는 토의를 진행하였다.

델파이 조사 이후 전문가 최종회의에서 콘텐츠산업 분류체계의 기준과 타 부문 사례를 공유하였으며 전문가의 의견을 반영하여 <2차 수정 - 2안>을 최종적으로 선정하였으며, 델파이에서 나온 의견을 세분류와 세세분류에 적용하여 도출된 만화/웹툰산업 분류체계 3차 안은 아래와 같다.

<표 4-35> 델파이 조사 반영 만화/웹툰산업 분류체계 3차안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	기획창작업	개인작가	1인 작가 (프리랜서, 사업자등록 필한작가, 5인 미만의 사업장), 기획 개발 에이전시 등
		스토리작가 창작스텝	
	출판만화제작업	만화전문출판사 일반출판사 만화부문	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디 지털스캔만화
		웹툰제작업	제작스튜디오
	웹툰에이전시		제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시
	만화/웹툰 제작 지원업	만화편집 전문사, 만화배경 제작 전문사 만화번역	편집/번역/배경제작/매체사/장 비/SW/피규어 등
	출판만화 유통/임대업	출판만화 도매업	만화총판
		출판만화 소매업	일반서점, 만화전문 서점
		출판만화임대업	대본소, 책 대여점, 만화카페
	웹툰(디지털만화)유통업	웹툰플랫폼	플랫폼(포털, 전문)
전문유통사		유통전문사, 전시, 이벤트, 굿즈, OSMU 전문 회사 등	

전문가들은 상기 3차 안에 대해 다양한 의견을 제시하며 최종적인 의사 교환과 조정을

진행하였다. 먼저 기획/창작업에 대해서는 제작업과 그 구분을 명확하게 하기 힘들며, 전문가들 간에도 이견이 존재하여 의견이 분분하였다. 최종적으로는 분류체계의 활용 시점인 통계 취합의 용이성을 감안하여 기획/창작업은 중분류에서 제외하고 ‘웹툰제작업’을 ‘웹툰 기획/제작업’으로 명칭 변경하였다. 이에 따라 ‘기획창작업’에 속한 세분류/세세분류를 ‘웹툰 기획/제작업’ > ‘제작스튜디오’ 세분류 하위의 세세분류로 이동하여 반영하였다.

웹툰이 만화산업의 대부분을 차지하고 있으므로 웹툰관련 중분류를 상단으로 위치시키는 것이 필요하다는 의견에는 모든 전문가들이 동의하여 ‘웹툰 기획/제작업’과 ‘웹툰 유통업’을 상위로 위치시키고, ‘출판만화 기획/제작업’과 ‘출판만화 유통업’을 그 다음으로 위치시켰다. 또한 델파이 조사에서 나온 의견들을 최대한 반영하여 사업 영역에 대한 용어를 세분류와 세세분류에 적용하였으며, 추가적인 용어에 대해서도 직관적으로 이해할 수 있는 단어로 수정하였다.

마지막으로 만화/웹툰 영역 모두에 적용되는 ‘만화/웹툰 기타업’을 신설하여 번역/편집 전문가, 만화 홍보업 및 기타 세분류를 하위에 위치시켰다. 이는 향후 웹툰산업의 성장으로 인한 연계 사업영역의 확장을 염두에 두고 추가하였으며 특히 하위의 세분류를 통해 추가적인 세세분류를 추가할 수 있도록 하였다.

웹툰 기획/제작업은 크게 ‘제작스튜디오’, ‘웹툰에이전시’, ‘기타 제작업’으로 조정하였다. 웹툰에이전시의 경우 <2차 수정 - 2안>에서는 웹툰유통업에 속했으나 최근 웹툰에이전시는 유통의 기능도 수행하지만 제작 중심의 기능이 좀 더 크다는 전문가들의 의견을 반영하여 ‘웹툰 기획/제작업’ 하위의 세분류로 자리를 옮겼으며 이를 최종전문가 회의에서 확정하였다. ‘웹툰 기획/제작업’ 중분류 하위의 ‘기타 제작업’의 경우에는 웹툰 콘텐츠의 제작 관련한 영역이 갈수록 세분화되고 있는 상황에 맞춰 콘티/채색/배경/효과 영역을 세세분류로 추가하였다.

먼저 ‘만화출판’이라는 용어를 모두 ‘출판만화’로 통일하였다. 이는 디지털로 제작되는 ‘웹툰’과 구별하기 위함이며 크게 웹툰과 출판만화로 나누는 것이 직관적이라는 의견에 따라 조정하였다. 출판만화 영역은 ‘출판만화 기획/제작업’, ‘출판만화 유통업’으로 웹툰부문과 동일한 ‘기획/제작업 - 유통업’ 구조로 <2차 수정 - 2안>을 재조정하였다. ‘출판만화 기획/제작업’ 중분류는 ‘만화전문 출판사’와 ‘일반 출판사의

만화부문' 을 세분류로 확정하였으며, '출판만화 유통업' 은 '디지털만화 스캔본 유통' 과 '출판만화 임대업', '만화도소매업' 의 3가지 세분류로 최종 구성하였다.

<표 4-36> 전문가 최종회의 주요 조정 내용 요약

항목	조정내용
최종안 중 1개 안 선정	중분류가 세분화 되어 있는 델파이 후 2차 수정 안 3개 중 2안으로 선정 기획 창작업에 속해 있는 그림작가, 스토리작가, 1인기업은 뽑아내기 힘들며 가능상 웹툰 제작업에 포함시킬 수 있으므로,
기획/창작업 삭제	1) 삭제 후 제작스튜디오 하단으로 이동 2) 웹툰 제작업 → 웹툰 기획/제작업으로 중분류명 수정
순서 조정	웹툰이 만화산업의 대부분을 차지하고 있으므로, 웹툰 관련 중분류를 상단으로 위치시키는 것이 맞음
용어 수정	직관성 있는 용어로 조정 진행 만화출판을 '출판만화'로 통일
대분류 조정	<만화산업> 이라는 대분류를 <만화/웹툰 산업>으로 조정 →전문가 전원 동의
만화/웹툰 기타 분류 추가	만화 번역/편집 전문사, 만화 홍보업 세분류 추가
웹툰 기획/제작업> 기타 제작업 추가	콘티/채색/배경/효과 관련 전문 업체들은 콘텐츠 제작에 속하므로 1) 만화/제작 지원업에서 웹툰 기획/제작업 하위의 세분류로 이동 2) 상기를 위한 '기타 제작업' 세분류 신설
기존 만화출판영역 조정	만화출판영역의 규모 축소로 인해 기존의 만화출판 중분류를 조정 필요 1) 출판만화 중분류를 웹툰과 동일하게 기획/제작업과 유통업으로 명칭 조정 2) 출판만화 유통/임대업 명칭을 '출판만화 유통업'으로 변경 3) 세분류 '출판만화 도매업'과 '출판만화 소매업'을 '만화도소매업'으로 병합 4) 디지털스캔만화 유통을 '출판유통'으로 포함
만화/웹툰 기타 조정	만화번역/편집, 만화 홍보업, 기타 3가지 세분류 추가 특히 '기타' 세분류의 경우 성장하는 만화 산업에 비추어, 새로운 업종 수용가능하도록 신설 (타 분류체계의 사례 참조)

상기 회의를 거쳐 나온 최종 만화/웹툰산업 분류체계 4차안은 아래와 같다. 대분류는 '만화/웹툰', 중분류는 웹툰 기획/제작업 - 웹툰 유통업 - 출판만화 기획/제작업 - 출판만화 유통업 - 만화/웹툰 기타의 5가지로 구성하였다.

<표 4-37> 만화/웹툰산업 분류체계 4차안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	웹툰 기획/제작업	웹툰제작스튜디오	웹툰 제작 전문회사, 1인작가 사업체 등
		웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시

웹툰 유통업	기타 제작업	콘티/채색/배경/효과
	웹툰플랫폼	플랫폼(포털, 전문)
	웹툰유통사	국내/해외 유통전문사
	기타 유통사	전시, 이벤트, 굿즈, OSMU 전문회사, 배경, 브러시 유통 등
출판만화 기획/제작업	만화전문출판사	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디지털스캔만화 제작
	일반출판사 만화부문	
출판만화 유통업	디지털스캔만화 유통	국내 디지털스캔만화 유통업체, 해외 디지털 스캔만화 전문 유통업체
	출판만화임대업112	대본소, 책 대여점, 만화카페
	만화도소매업	총판, 서점, 만화전문서점
만화/웹툰 기타	만화 번역/편집 전문사	만화전문 번역사, 만화전문 편집회사
	만화 홍보업	홍보영상
	기타	HW/SW/매체사 등

#### 마. 한국콘텐츠진흥원 통계담당자 회의

전문가 최종회의를 통해 도출된 4차 안에 대해 한국콘텐츠진흥원 통계담당자들과의 마지막 점검을 위한 회의를 진행하였다. 해당 회의는 크게 2가지 목적으로 진행되었다. 첫째는 콘텐츠 산업분류체계 설계와 ‘콘텐츠산업 통계조사’의 역할을 담당하는 실무자 관점의 최종 의견을 수렴하기 위해서이다. 다년간 콘텐츠산업 분류체계와 관련한 연구를 수행한 전임 담당자와 현재 담당자 2명과의 분류체계 자체에 대한 점검 회의를 진행하였다. 새로운 만화산업 분류체계 4차 안에 대해서 설계의 내용상 큰 이견은 없었다. 다만 콘텐츠산업 분류체계의 특성상 가치사슬(Value Chain)중심의 설계가 기본이므로 웹툰과 출판만화 영역으로 나누어 각각 기획제작-유통으로 순서를 잡은 현재의 중분류 순서를 가치사슬을 먼저 적용하여 조정하는 것이 좋겠다는 의견을 받아들여 최종적으로는 ‘웹툰 기획/제작업 - 출판만화 기획/제작업 - 웹툰 유통업 - 출판만화 유통업 - 만화/웹툰 기타’의 순으로 조정하였다.

두 번째 목적은 향후의 실질적인 통계 조사와 관련한 프로세스에 대한 부분에 있어서 가장 합리적이고 효율적인 프로세스에 대한 실무자 의견을 수렴하고자 함이었다. 다년간 ‘콘텐츠산업 통계조사’와 관련한 연구와 실제 통계 작성을 담당한 실무자와의 회의를 통해 현재 진행하고 있는 만화산업통계조사와 웹툰산업실태조사의 현황을 파악할 수 있

있으며 향후 최적의 활용방안에 대한 의견을 확인할 수 있었다.

## 바. 만화/웹툰산업 분류체계 최종안

본 연구에서 진행한 PEST 조사, 전문가회의 및 델파이조사 등 다양한 연구방법론을 바탕으로 도출한 만화/웹툰산업 분류체계 최종안은 아래와 같다.

<표 4-38> 만화/웹툰산업 분류체계 최종안

대분류	중분류	세분류	세세분류
만화/웹툰	웹툰 기획/제작업	웹툰제작스튜디오	웹툰 제작 전문회사, 1인작가 사업체 등
		웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시
		기타 제작업	콘티/채색/배경/효과 제작 업체
	출판만화 기획/제작업	만화전문출판사	코믹스, 일일만화, 출판만화, 디지털스캐만화 제작업체
		일반출판사 만화부문	
	웹툰 유통업	웹툰플랫폼	플랫폼(포털 전문)
		웹툰유통사	국내/해외 유통전문사
		기타 유통사	전시, 이벤트, 캐릭터상품, OSMU 전문회사, 배경, 디지털 효과 유통업체 등
	출판만화 유통업	디지털스캐만화 유통	국내 디지털스캐만화 유통업체, 해외 디지털 스캐만화 전문 유통업체
		출판만화임대업	대본소, 책 대여점, 만화카페
		만화도소매업	총판, 서점, 만화전문서점
	만화/웹툰 기타	만화 번역/편집 전문사	만화전문 번역사, 만화전문 편집회사
		만화 홍보업	홍보영상
		기타	HW/SW/매체사 등

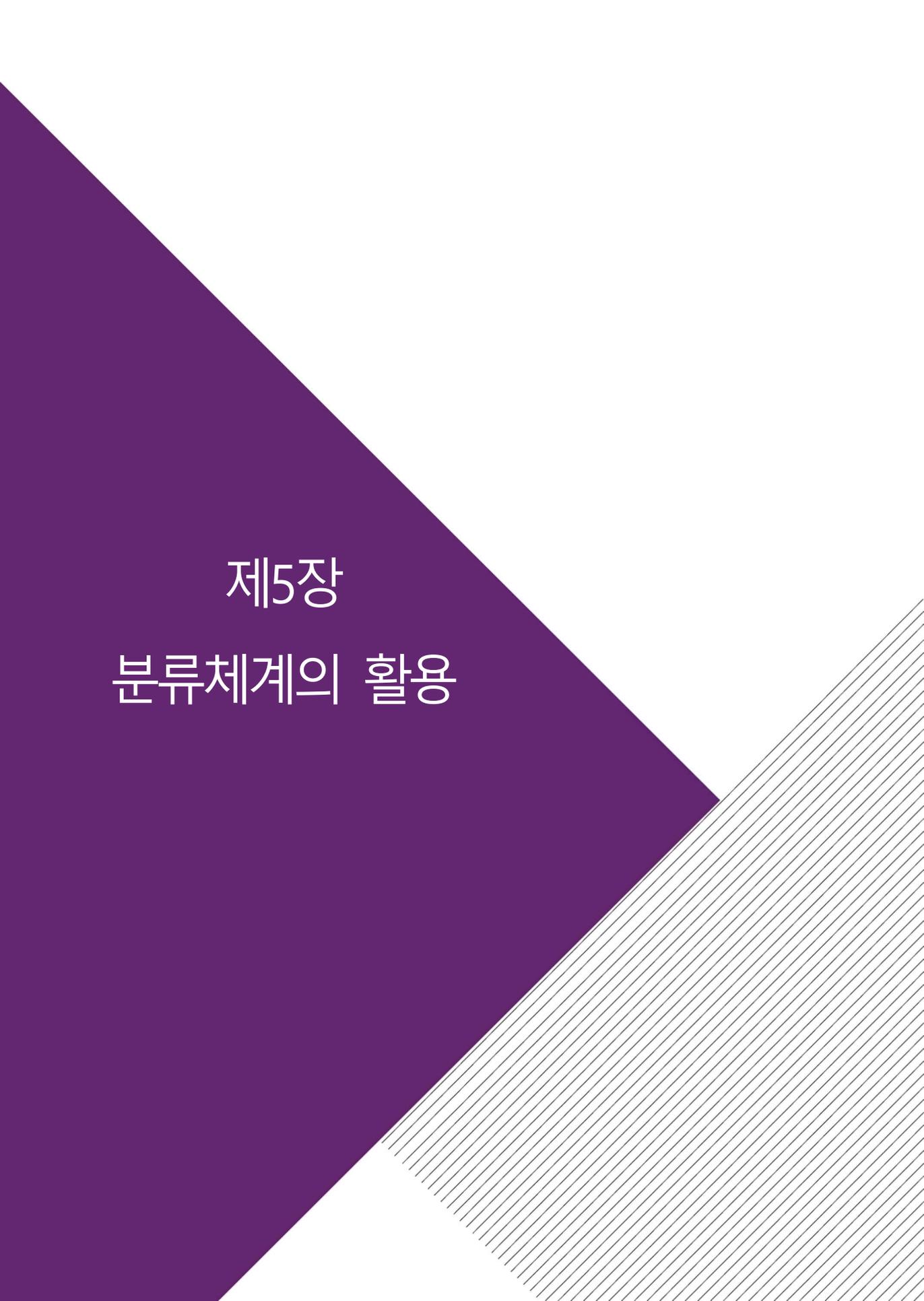
## 사. 한국 국가산업 표준 맵핑 테이블

현재 만화/웹툰산업 분류체계의 경우 산업의 현실을 반영하여 만들었으나 실제 조사에 있어서는 조사의 용이성과 실현 가능성이 가장 큰 문제가 된다. 콘텐츠산업 통계는 국가 승인 통계이므로 조사를 위해서는 한국표준산업분류 즉, KSIC(Korea Standard Industry Classification)과의 맵핑 테이블이 필요하게 된다. 이 경우 현재 설계한 최종 만화/웹툰산업 분류체계와 KSIC의 맵핑테이블은 아래와 같다.

<표 4-39> 만화/웹툰산업 분류체계 최종 안 - 한국표준산업분류 맵핑 테이블

콘텐츠산업 특수분류			한국표준산업분류	
분류코드	분류명	정의	분류코드	분류명
2	만화/웹툰 산업			
2-1	웹툰 기획/제작업			
2-1-1	웹툰제작스튜디오	전문적으로 웹툰제작을 수행하는 스튜디오(사업체), 개인사업자인 1인 작가(사업체) 등		
2-1-2	웹툰에이전시	제작스튜디오 기능을 가진 웹툰 에이전시 사업체		
2-1-3	기타 제작업	웹툰 제작을 위한 콘티/채색/배경/효과 제작 전문 사업체		
2-2	출판만화 기획/제작업			
2-2-1	만화전문출판사	출판만화(코믹스), 일일만화, 학습만화(만화전문사업체), 디지털스캔만화 제작 사업체	58112	만화 출판업
2-2-2	일반출판사 만화부문	일반 출판사 중 단행본 만화비중이 높은 출판사(학습만화 출판사 등)		
2-3	웹툰 유통업			
2-3-1	웹툰플랫폼	웹툰을 PC/모바일 상에서 서비스하는 디지털 콘텐츠 플랫폼 사업체(포털계열 웹툰플랫폼, 웹툰전문 플랫폼, 인터넷서점 웹툰부문 등)	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
2-3-2	웹툰유통사	국내/해외 웹툰을 전문적으로 수입/수출 유통하는 유통 전문사		
2-3-3	기타 유통사	웹툰을 활용한 전시, 이벤트, 굿즈, OSMU 전문회사, 배경, 브러시 유통업체 등 콘텐츠유통 이외의 타부문 유통업체		
2-4	출판만화 유통업			
2-4-1	디지털스캔만화 유통	국내 디지털스캔만화 유통업체, 해외 디지털스캔만화 전문 유통업체	69291*	서적 임대업
2-4-2	출판만화임대업	장소제공의 유무와 상관없이 소비자가 실물 도서를 대여할 수 있는 업체 (만화방, 책 대여점, 만화카페 등)		
2-4-3	만화도소매업	각종 만화서적 및 만화잡지류를 도/소매하는 사업체 (총판,서점,만화전문서점,인터넷서점(만화부문) 등)	46453* 47611* 46453* 47611*	서적, 잡지 및 신문 도매업 서적및잡지류소매업 서적,잡지및신문도매업 서적및잡지류소매업
2-5	만화/웹툰 기타			
2-4-1	만화 번역/편집 전문사	만화/웹툰과 관련한 전문적인 지식을 기반으로 번역과 편집서비스를 제공하는 사업체		
2-4-2	만화 홍보업	만화/웹툰 디지털 홍보 전문 업체 (만화/웹툰 홍보영상 사업체, 웹툰 매체사 등)		
2-4-3	기타	만화/웹툰 관련 하드웨어 및 소프트웨어 등 상기 분류에 포함하기 힘든 사업체		

상기 만화/웹툰산업 분류체계 - KSIC 맵핑테이블에서 이슈가 되는 부분은 한국표준산업 분류체계에 만화관련한 분류 코드가 '58112/만화출판업' 단 한 개만 존재하여 신규 발생한 웹툰산업 관련 업종들은 적절한 코드를 선택하기 어려운 문제가 존재한다. 향후 만화진흥법에 웹툰의 정의 및 웹툰산업관련 내용을 포함함과 동시에 한국표준산업분류(KSIC)에 웹툰관련 분류코드 신설 부분도 검토할 필요가 있다. 즉, '웹툰 기획/제작업', '웹툰 유통업' 과 같은 코드를 신설하여 웹툰 부분의 산업적 통계를 실제 한국 표준산업분류체계(KSIC)에 반영하고 이를 웹툰 관련업체에서 사용하도록 유도하여 원활한 통계 집계가 이루어질 수 있도록 해야 할 것이다.



# 제5장

## 분류체계의 활용

## 제5장 분류체계의 활용

## 제5장 분류체계의 활용

### 1. 만화/웹툰산업 통계 산출

콘텐츠산업 특수분류는 국가 승인 통계이며 최종적으로는 콘텐츠 산업 통계 산출을 위한 목적으로 사용된다. 그리고, 만화/웹툰산업 분류체계는 콘텐츠산업 특수분류체계 내의 분류이며 이는 만화산업과 웹툰산업에 대한 정확한 통계 산출을 위함이 그 첫 번째 목적이다.

최근 웹툰산업의 급격한 성장으로 인해 기존 만화산업 통계 집계 방식만으로는 정확한 규모를 산정하기 어려움이 있었다. 따라서 현재 한국콘텐츠진흥원에서는 이를 보완하기 위해 2018년부터 별도의 <웹툰산업 실태조사>를 통해 지속적으로 웹툰산업 규모를 추정하고 있다.

만화산업 통계집계는 기본적으로 만화산업 분류체계를 기반으로 진행하며 이를 위해서 통계청과의 협조를 통해 진행된다. 한국표준산업분류(KSIC) 상에 있는 만화산업분류체계 맵핑 코드에 속한 만화/웹툰 관련 업체들을 추려내고, 해당 업체들에 대해 설문조사와 유선 조사를 진행하고 있다. 다만 만화/웹툰 산업의 특성상 실질적인 통계 자료 수집이 원활하지 못하다. 가장 큰 원인은 매출 구조가 단순하여 이를 노출하였을 경우 작가와의 분쟁과 같은 문제가 발생할 수 있기 때문이다.

웹툰플랫폼의 경우 전자공시의 의무가 있는 대규모 회사들이나 투자를 통해 연결회계 상에 그 매출이 드러나는 경우가 대부분이나, 소기업에 속하는 웹툰제작 스튜디오나 웹툰 에이전시들은 그 매출을 확인하기 힘든 경우가 많다. 또한 만화관련 업체들의 경우도 출판만화와 웹툰, 디지털스캔만화 제작 부문을 분리해야 하며, 일반 출판사의 만화부문의 경우도 만화관련 도서를 출판하는 업체들을 대상으로 해당 부문의 매출을 분리하여 확인해야 하는 등 현실적으로 매출 파악이 쉽지 않다.

위에서 언급한 것처럼 콘텐츠 산업 통계에 속한 만화/웹툰산업 통계의 경우 현재 이원화된 통계자료 수집절차를 통해 각각 만화산업과 웹툰산업의 규모를 파악하고 있다. 현재의 방식은 통계의 정확성과 통계 산출 비용의 중복 등 여러 문제가 존재한다.



[그림 5-1] 이원화된 만화/웹툰산업 통계 조사 vs 향후 만화/웹툰 통계조사 방향성

전문가들의 인터뷰 결과 만화/웹툰산업에 특화된 종합 통계 개발이 시급하다는 의견을 모았다. 만화/웹툰 산업의 경우 폐쇄적인 특징으로 인해 해당 부문에 전문성을 가진 업체를 수급하여 특화된 통계조사 프레임을 만들어내는 것이 필요하다는 의견을 제시하였다. 따라서 만화/웹툰산업 분류체계 연구를 통해 확정된 최종안을 바탕으로 2원화된 현재의 조사보다는 만화/웹툰산업 전체를 아우를 수 있는 전문적인 통계조사가 필요하다.

또한, 이를 보조하기 위해서는 적절한 한국표준산업분류(KSIC) 코드가 추가 신설될 필요가 있다. 현재 설계된 만화/웹툰산업 분류체계 최종안의 경우 한국표준산업분류(KSIC) 코드와의 맵핑 시 웹툰산업을 적절하게 반영할 수 있는 코드가 없다. 만화/웹툰산업과 관련한 코드는 ‘만화출판업(58112)’ 만 존재하고 있어 턱없이 부족한 것이 현실이다.

애니메이션의 산업의 경우 ‘애니메이션 진흥법’의 통과로 인해 애니메이션 관련 코드를 한국표준산업분류내에 신설하여 국세청 사업자등록시 모두 등록하도록 업계와 협회 차원에서 독려를 진행하고 있다. 만화/웹툰의 경우도 상기 코드 신설 사항을 ‘만화진흥법 개정안’에 포함시키거나 통계청과의 협의를 통해 새로운 코드를 등록하는 방안을 모색하는 것이 필요하다.

이런 웹툰관련 코드의 신설은 통계자료 집계를 원활하게 진행하기 위해 가장 기본적인 사항이다. 최근 유튜버들과 같은 1인 MCN 크리에이터 대상으로 국세청에서 코드를 신설해 집계하여 매출과 세금을 정확하게 파악하는 작업을 진행한 사례가 있다. 웹툰산업 전체가 확대되고 있으며, 고액 웹툰작가도 많이 생겨나고 있으므로 정확한 매출규모와 세

금과약, 그리고 관련한 세제혜택을 지원하기 위해서는 한국표준산업분류 내에 웹툰관련 코드의 신설이 시급하다.

마지막으로 만화/웹툰산업 분류체계의 개편과 정확한 산업통계조사는 한국 만화/웹툰산업의 국가적 중장기적 정책지원을 위해서 필요하다. 1조원 규모로 성장하며 글로벌 진출을 적극적으로 진행하고 있는 만화/웹툰 산업 지원을 위해서는 거시적 & 미시적 지원 지원책이 모두 필요하다. 이런 지원책을 수립하기 위해서는 만화/웹툰 산업 각 영역의 규모와 현황을 파악하여야 하며, 이를 위해서는 정확한 통계가 반드시 필요하다.

## 2. 만화/웹툰 산업의 이해와 경계 구분

만화/웹툰산업 분류체계는 이를 기반으로 한 산업 생태계에 대한 조명과 전반적 정책 수립에 큰 도움을 줄 수 있다. 본 연구를 통해 분류체계 수립을 위해 만들어진 만화생태계 지도 및 상세한 분류체계는 만화/웹툰산업의 업종에 대한 폭넓은 이해를 가져갈 수 있도록 설계되었으며 산업의 현실을 가장 정확하게 담고 있다. 또한 향후 웹툰산업의 성장을 고려하고 통계 집계의 용이성을 염두에 두고 설계함으로써 지속적인 활용이 가능하게 하였다.

먼저 만화/웹툰 산업의 정책수립은 만화산업 중장기 계획을 5년마다 수립하여 발표하고 있으며, 이를 기반으로 매해 사업계획을 수정보완하며 수립하고 있다. 이런 경우에 있어서 만화/웹툰산업 분류체계와 만화생태계 지도는 정책 입안자들에게 산업에 대한 세세한 이해를 제공함으로써 세세한 부분까지 정책적 지원의 손길이 갈 수 있도록 할 수 있는 가이드라인 역할을 할 수 있다.

또한, 웹툰과 출판만화의 구분과 규모 파악을 가능하게 할 수 있다. 콘텐츠 산업분류 체계에 나타나있는 것처럼 만화산업은 출판과 분리된 영역이며 출판산업에서도 출판만화 통계는 분리하여 작성하고 있다. 디지털로 생산되고 온라인 플랫폼을 통해 유통·소비되는 웹툰은 새로운 콘텐츠를 생산하는 산업이며, 이를 구분하기 위한 경계 및 근거로써 만화/웹툰산업 분류체계는 의의를 가지고 있다. 향후 지속적인 통계수집과 활용을 통해 산업적으로 웹툰과 출판만화 영역의 규모를 구체적으로 파악할 수 있을 것으로 예상된다.



# 제6장 결론

## 제6장 결론

## 제6장 결론

웹툰은 2003년 본격적인 웹툰플랫폼의 등장으로 인해 산업화를 시작하였으며 이후 2020년까지 17년이라는 시간동안 큰 성장을 이루어냈다. 웹툰은 2013년 성공적인 유료화를 이루어냄으로써 매년 급속한 성장률을 기록하고 있다. 또한, 최근 들어서는 한국 콘텐츠 산업에서 빠질 수 없는 중요한 위치를 차지하고 있다. 한편 웹툰은 플랫폼 및 에이전시의 해외 진출 노력을 통해 해외로 급속도로 퍼져가고 있다. 전 세계가 인터넷과 모바일로 연결된 현재, 디지털로 생산된 한국 웹툰이 거의 실시간에 가깝게 해외 독자들을 만나고 있다. 웹툰산업의 글로벌화는 현재 눈부신 성과를 거두고 있다. K-POP으로 유명한 SM엔터테인먼트는 2000년대 중반부터 해외진출에 공을 들였다. 2007년 SM엔터테인먼트의 매출은 불과 332억 원이었으나 2017년 매출은 3,654억원으로 정확하게 10년만에 11배의 매출성장을 거두었다. 해외 매출액은 1,000억 원을 상회하는 것으로 알려졌다. 국내 음반시장과 사업의 다각화도 큰 몫을 하였지만 글로벌 시장에서의 성과가 결정적인 성장의 비결이다.

	매출액	국외 매출
2007년	332	75
2008년	435	120
2009년	618	190
2010년	826(예상)	393(~3분기)

\*자료: 대우증권

➔ 2017년 매출 3,654억원

[그림 6-1] SM 엔터테인먼트의 2007년 매출 vs 2017년 매출 비교

문화체육관광부는 2019년 10월 정부 보고에서 제5차 만화산업 중장기 계획을 공개하였다. 만화산업 중장기계획을 수립하기 위해 5년마다 만화산업 각 분야의 전문가들이 모여 향후 5년간의 거시적 & 미시적 지원 방향을 설정하고 정책 토론을 통해 전체적인 계획을 수립하고 있다. 이번 만화/웹툰산업 분류체계 개편을 통해 산업 전반의 정확한 통계를 수집할 수 있는 기초가 수립될 수 있을 것으로 보인다. 정교한 통계를 산출함으로써 정책적 지원이 필요한 영역을 구별 할 수 있을 것이며 향후 성장을 위한 균형 있는 예산 배분이

가능하게 될 것이다.

또한 본 연구를 진행하면서 도출된 ‘만화산업’에서 ‘만화/웹툰산업’으로의 대분류 명칭 변경 건과 ‘웹툰’과 ‘웹툰산업’의 정의는 법적인 근거가 필요하다. 또한, 한국 표준산업분류(KSIC)에 웹툰산업을 위한 신규 분류코드의 신설도 향후 통계집계와 세계 혜택 지원과 같은 용도로 꼭 필요하다. 상기 2개 이슈에 대해서는 최근 국회에서 진행되고 있는 ‘만화진흥법 개정안’에 포함시켜 웹툰 산업의 법적 정의와 산업적 지위의 확보 및 통계 집계의 현실화를 꾀하는 것이 바람직할 것이다.

본 연구에서 개편된 만화/웹툰산업 분류체계는 총 4번의 수정안을 통해 최종 5차안을 확정지었다. 만화/웹툰산업 각계의 전문가와 통계 및 분류체계 전문가들이 모여 심도 있는 회의와 델파이조사를 거친 다음 관계 기관 담당자와의 최종 조율을 거쳐 최종안을 도출하였다. 해당 분류체계는 지속적인 성장을 거듭하고 있는 웹툰산업의 확장을 반영할 수 있도록 설계되었으며, 실질적인 통계 집계가 용이할 수 있도록 웹툰산업부문과 출판만화 산업 부문으로 나누어 설계되었다. 상기 분류체계는 향후 문화체육관광부와 통계청의 협조를 진행하여 국가 통인 승계로 받아들여질 예정이며, 해당 과정에서 부분적인 수정과 조정이 필요할 수도 있다.

한편 본 연구에서는 타 국가의 만화 산업 분류체계를 벤치마킹하기 위해 다양한 노력을 경주하였으나, 현재 대부분의 만화 선진국들의 경우에도 만화산업 혹은 디지털만화 산업과 관련한 분류체계를 설계한 해외 사례를 찾을 수 없었다. 향후 웹툰산업으로 대변되는 한국의 디지털만화 산업은 글로벌 콘텐츠산업 분류체계에서 출판만화/디지털만화 산업을 대표할 수 있는 표준 사례로의 의의를 가질 수 있는 선도적인 상황이다. 또한 만화/웹툰 산업 통계조사를 위한 방법론에 대해서는 연구범위를 넘어서는 특성으로 인해 본격적으로 다루지 못했다. 만화/웹툰산업과 관련한 업체들의 리스트 확보 및 분류와 만화/웹툰 산업 분류체계에 기반한 매출 분석 방법 등, 세세한 부분까지 다루는 것은 방대한 분량의 작업이므로 본 연구에서는 필요성에 대한 부분만을 언급하였다. 향후 만화/웹툰산업의 폐쇄성을 감안한 특화된 종합 통계조사 방법에 대한 연구와 실질적인 집계가 이루어질 것으로 기대한다.

최종적으로 만들어진 만화/웹툰산업 분류체계는 콘텐츠산업 특수분류체계 내의 하나의 산업 분류로 기능하며, 한국 만화/웹툰산업의 기초가 되는 자료로써 활용될 것이다. 향후 진행될 만화/웹툰산업 통계조사를 통해 상기 분류체계의 기능검증과 개선사항을 취합하고 중장기적인 관점에서 지속적인 개선을 해나갈 수 있을 것으로 기대한다.



# 부록

## 부록 1. 델파이 설문지 - Round1

<전문가 심층 인터뷰를 위한 1차 질문지>

## - 만화 산업 분류체계 개편 연구 -

본 조사의 개인정보는 통계법 제 33조(비밀보호)와 제34조(통계증서사 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID		-			
----	--	---	--	--	--

안녕하십니까? 바쁘신 와중에도 본 조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다. 본 조사는 한국콘텐츠진흥원의 “만화 산업 분류체계 개편 연구” 수행을 위한 델파이 설문입니다.

2003년 웹툰의 시작 이후 약 17년 동안 한국 만화계는 급격한 변화가 이루어졌습니다. 디지털로 전환하여 해외로 진출하고 있는 한국 웹툰업계는 매년 성장을 거듭하고 있습니다. 그러나 기존 콘텐츠산업 특수분류체계 내의 만화산업분류체계는 이러한 내용을 반영하지 못하고 있는 상황입니다. 이번 연구는 만화산업 생태계 변화에 맞춰 기존 만화산업분류체계를 개편하는데 그 목적이 있습니다. 보다 현실적이고 실용적인 만화산업분류체계를 만들기 위해 전문가분들의 귀중한 의견을 부탁드립니다.

본 연구는 전문가 패널의 의견을 통해 합의점을 도출해내는 델파이(Delphi) 기법을 사용합니다. 본 조사는 총 3차에 걸쳐 진행될 예정이며 구체적인 일정은 아래 표와 같습니다. 1차 델파이 조사는 개방형으로 진행되며, 2차와 3차는 전문가분들께서 주신 의견을 기반으로 구조화된 폐쇄형 질문으로 진행될 예정입니다.

본 1차 설문지를 검토하신 후 문항에 대해 자유롭게 귀하의 의견을 기술해 주시고, 여기서 제시된 문항 이외에 추가적으로도 필요한 항목들이 있다면 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

응답하신 자료는 이메일(sa.choi@webtoonguide.com/tj.kang@webtoonguide.com) 으로 8월 13일까지 보내주시면 감사하겠습니다. (혹 기한이 지나더라도 꼭 회신 부탁드립니다.) 보내주신 내용은 철저히 익명성이 보장되며, 오로지 연구 자료로만 사용할 것을 약속드립니다.

2020년 8월

■주관기관: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원

■조사기관: 웹툰가이드(주)

### ※ 전문가 조사 진행일정 및 방식 안내

일정	기간	내용	방식
1차	8.5~8.10	만화산업범위 및 만화산업분류체계 개편에 대한 자유로운 의견 작성	e-mail
2차	8.11~8.14	1차 조사결과를 바탕으로 개편안에 대한 적합도 평가 및 의견 작성	e-mail
3차	8.17~8.21	1,2차 조사를 바탕으로 수립된 개편안에 대한 적합도 평가 및 세부 정책방안 도출	e-mail

## □ 연구 배경

### 1. 배경

가. 웹툰의 급속한 성장으로 만화시장의 중심이 오프라인에서 디지털로 이동
나. 전통적인 만화산업 범위로는 포함할 수 없는 <b>다양한 형태의 신규 영역</b> 의 등장과 사멸하고 있는 영역의 공존
다. 만화산업 범위의 정확한 정의를 통한 만화산업의 분류체계 재정립
라. 만화산업 분류체계를 통한 정확한 산업통계 확보 및 제반분야 활용

### 2. 기존 만화산업분류체계 (콘텐츠산업 특수분류 체계 內)

대분류	중분류	세분류	분류체계 정의
만화산업	만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(만화 전문으로 하는 학산, 대원씨아이, 서울문화사 등)
		일반 출판사(만화부문)	일반도서를 발간하는 출판사 중 만화도서(학습/교양만화를 포함)를 발간하는 출판사(일반출판사의 만화 출판)
	온라인 만화 제작*유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	단행본 만화, 만화잡지등을 인터넷/모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업체
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷에 서비스하는 사업체
		모바일 만화 콘텐츠 서비스	단행본 만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 모바일로 서비스하는 사업체
	만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화 카페 등 소비자가 점포 안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 장소를 제공하거나 책을 임대하는 사업체
		서적임대(대여) (만화부문)	각종 만화서적, 만화잡지 등을 임대만 하는 사업체(장소 제공 안됨)
	만화 도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 도매하는 사업체
		만화 서적 및 잡지류 소매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 소매하는 사업체

## I. 만화산업의 범위

\* 웹툰의 등장으로 인한 한국 만화의 디지털화로 인해 기존 종이 중심의 전통적 만화산업의 변화가 있었습니다. ‘만화산업’의 범위와 관련한 다음의 질문에 자유롭게 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

1-1. 웹툰의 등장으로 인해 만화산업에 큰 변화가 있었습니다. 기존에 없던 새로운 비즈니스 영역에는 웹툰플랫폼, 웹툰에이전시, 웹툰제작스튜디오와 같은 영역이 있습니다. 이 외에 만화산업에 새롭게 등장한 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

1-2. 상기에 등장한 업종의 업체들을 구체적으로 작성 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

1-3. 최근 20년간 디지털화가 급속히 진행되면서 **사멸한** 만화산업의 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

1-4. 최근 20년간 디지털화가 급속히 진행되면서 **축소**한 만화산업의 비즈니스 영역을 자유롭게 작성 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

## II. 만화산업 분류체계

\* 만화산업 분류체계는 한국콘텐츠진흥원에서 만든 <콘텐츠산업 특수분류체계>내에 다른 콘텐츠 영역과 함께 포함되어 있습니다. 만화산업 분류체계를 개선하기 위해서 아래의 질문을 드리오니 ‘만화산업 분류체계’ 개선과 관련한 의견을 자유롭게 제시해 주십시오.

1. 대분류인 ‘만화산업’을 ‘만화·웹툰산업’으로 변경하는 것이 어떤가라는 의견이 있습니다. 이러한 의견에 대해 어떻게 생각하시는지요? 전문가님의 의견을 자유롭게 기술 바랍니다.

(

)

2. 콘텐츠산업 특수분류 체계에서는 분류를 위해 일반적으로 가치사슬(value chain) 관점에서 제작-유통-소비의 형태로 중분류를 설정합니다.

상기의 현재 만화산업 분류체계에서 만화출판업, 온라인 만화 제작/유통업, 만화책 임대업, 만화 도소매업의 4가지 중분류로 구성되어 있습니다. 현재의 4가지 중분류 방식이 만화산업의 가치사슬을 나타내는데 적합하다고 생각하시는지요? 자유로운 의견 부탁드립니다.

(

)

3. 현재의 만화가치 사슬을 가장 잘 나타낼 수 있는 적합한 중분류 체계는 어떤 것이 되어야 할까요? 자유로운 의견 부탁드립니다.

(

)

4. 만화의 경우 정상적인 가치사슬로 산업의 구조를 바라봤을 때, 기획/창작업(창작영역) - 제작업(상품화영역) - 유통업으로 크게 나눌 수 있습니다. 기획/창작업에 속하는 '세분류'에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.

(5개 이상)

①

②

③

(추가)

5. 제작업에 포함되는 세분류에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.

(5개 이상)

①

②

③

④

⑤

(추가)

6. 유통업에 포함되는 세분류에는 어떤 업종이 있을 수 있는지 의견 부탁드립니다.

(5개 이상)

①

②

③

④

⑤

(추가)

7. 현재 중분류를 가치사슬(Value Chain) 기준으로 분류하였을 때, **만화제작업-만화유통업** 그리고 **웹툰제작업-웹툰유통업**으로 나누는 방안도 같이 검토되고 있습니다. 이러한 방식으로 중분류 체계를 구성하는 것에 대해 어떻게 생각하시는지요. 자유롭게 의견을 말씀해 주십시오

(

)

8. **웹툰제작업**에는 어떤 세분류가 해당될 수 있을지 의견 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

9. **웹툰유통업**에는 어떤 세분류가 해당될 수 있을지 의견 부탁드립니다. (3개 이상)

①

②

③

(추가)

### Ⅲ. 만화 종류(형식) 및 용어

\* 다음은 만화의 종류 및 용어와 관련된 질문입니다. 만화를 나누는 방법에 있어서 통계를 위해 웹툰, 단행본, 일일만화, 학습만화로 나누는 방식이 있었으나 MECE<sup>68)</sup>하지 않은 방식이라는 의견이 많았으며 이런 만화의 종류와 만화관련 용어에 대한 의견을 수렴하고자 합니다. 다음의 질문에 전문가분들의 의견을 자유롭게 기술 부탁드립니다.

10. 만화의 종류를 매출 통계를 집계하는 기준으로 바라봤을 때 어떤 기준으로 나누는 것이 적합하다고 생각하시나요? 자유로운 의견 부탁드립니다. \*참고로 미국이나 해외의 경우 출판만화와 디지털코믹스로 나누는 경우가 일반적입니다.

(

)

11. 만화와 웹툰을 분리하는 것이 맞는지 만화의 하위에 웹툰이 존재하는 것이 맞는지에 대한 의견이 나뉘고 있습니다. 전략적인 관점에서 웹툰을 부각하기 위해서 혹은 웹툰이 현재 만화산업에서 큰 부분을 차지하고 있으므로 ‘웹툰’을 만화라는 큰 카테고리에 넣기보다는 분리하는 것이 맞다는 의견과 만화라는 표현 양식의 한 형태이므로 만화의 하위에 ‘웹툰’을 위치시키는 것이 맞다는 의견이 있습니다. 상기 사안에 대해 어떻게 생각하시는지 그리고 이유는 무엇인지 의견 부탁드립니다.

(

)

12. 웹툰 플랫폼들은 일반적으로 ‘웹툰’으로 불리는 세로 스크롤 연출의 컬러 만화와 함께 기존의 페이지만화 스캔본도 같이 서비스 하고 있습니다. 이런 페이지 연출 형태의 디지털화된

68) Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive : 상호배타적, 집합적 완전성

만화들을 지칭하는 용어로 가장 적합한 것은 어떤 것이 있을까요? 그리고 그 이유는 어떤 것인지 자유롭게 서술 부탁드립니다.

예: 디지털코믹스, 웹코믹스, 온라인만화, 디지털페이지만화 등

(

)

## 부록 2. 델파이 설문지 – Round2 & 3

<전문가 심층 인터뷰를 위한 2,3차 질문지>

## - 만화 산업 분류체계 개편 연구 -

본 조사의 개인정보는 통계법 제 33조(비밀보호)와 제34조(통계증서사 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID		-			
----	--	---	--	--	--

안녕하십니까? 바쁘신 와중에도 지난 1, 2차 설문에 응답해 주셔서 감사했습니다.  
 3차 델파이 설문지는 전문가 여러분들이 2차 델파이 응답에서 제시해 주신 의견이 어느 정도  
 합의를 이루는지 다시 한번 확인하는 단계의 설문입니다.

각 문항별 제시된 평균과 표준편차 결과치를 반영하여 선생님의 의견을 조정해 주셔도 좋고,  
 기존의 의견을 그대로 유지하셔도 좋습니다.

- ※ 평균 : 매우 동의하지 않음(1점)-매우 동의함(5점)으로 점수를 매겨 집계
- ※ 표준편차 : 숫자가 작을수록 전문가 답변이 서로 비슷함

응답하신 자료는 이메일(sa,choi@webtoonguide.com/tj.kang@webtoonguide.com) 으로 9월  
 23일까지 보내주시면 감사하겠습니다. (혹 기한이 지나더라도 꼭 회신 부탁드립니다.) 보내주신  
 내용은 철저하게 익명성이 보장되며, 오로지 연구 자료로만 사용할 것을 약속드립니다.

2020년 9월 18일

- 주관기관: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원
- 조사기관: 웹툰가이드(주)

※ 전문가 조사 진행일정 및 방식 안내

일정	기간	내용	방식
1차	8.5-8.10	만화산업범위 및 만화산업분류체계 개편에 대한 자유로운 의견 작성	e-mail
2차	9.9-9.15	1차 조사결과를 바탕으로 개편안에 대한 적합도 평가 및 의견 작성	e-mail
3차	9.22-9.29	1,2차 조사를 바탕으로 수립된 개편안에 대한 적합도 평가 및 세부 정책방안 도출	e-mail

## □ 연구 배경

### 1. 배경

- 가. 웹툰의 급속한 성장으로 만화시장의 중심이 오프라인에서 디지털로 이동
- 나. 전통적인 만화산업 범위로는 포함할 수 없는 **다양한 형태의 신규 영역**의 등장과 사멸하고 있는 영역의 공존
- 다. 만화산업 범위의 정확한 정의를 통한 만화산업의 분류체계 재정립
- 라. 만화산업 분류체계를 통한 정확한 산업통계 확보 및 제반분야 활용

### 2. 기존 만화산업분류체계 (콘텐츠산업 특수분류 체계 內)

대분류	중분류	세분류	분류체계 정의
만화산업	만화출판업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(만화 전문으로 하는 학산, 대원씨아이, 서울문화사 등)
		일반 출판사(만화부문)	일반도서를 발간하는 출판사 중 만화도서(학습/교양만화를 포함)를 발간하는 출판사(일반출판사의 만화 출판)
	온라인 만화 제작*유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	단행본 만화, 만화잡지등을 인터넷/모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업체
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷에 서비스하는 사업체
		모바일 만화 콘텐츠 서비스	단행본 만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 모바일로 서비스하는 사업체
	만화책 임대업	만화임대(만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화 카페 등 소비자가 점포 안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 장소를 제공하거나 책을 임대하는 사업체
		서적임대(대여) (만화부문)	각종 만화서적, 만화잡지 등을 임대만 하는 사업체(장소 제공 안됨)
	만화도소매업	만화 서적 및 잡지류 도매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 도매하는 사업체
		만화 서적 및 잡지류 소매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 소매하는 사업체

## I. 만화산업의 범위 규정에 관한 질문입니다

1. 다음 비즈니스 영역을 만화산업에 새롭게 등장한 영역이라고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	신규 만화산업 비즈니스 영역	전혀	새롭	보통	새롭	매우	응답	표준
		새롭지 않다 ①	지 않다 ②	이다 ③	다 ④	새롭다 ⑤		
개인	웹툰작가(글/그림)						2.66	1.32
	웹툰PD(기획)						3.44	1.04
	웹툰소재유통버						4.50	0.61
	웹툰 단계별 프리랜서(배경, 채색, 어시 등)						3.16	1.20
기업 (직접)	단계별 제작 스튜디오						3.55	1.14
	원스탑 제작 스튜디오						3.72	0.82
	에이전시/매니지먼트						3.50	0.61
	웹툰 기획/제작사						3.50	0.70
	웹툰플랫폼						3.77	0.97
	웹툰서비스사(웹툰오픈마켓 등)						4.00	0.97
기업 (파생)	웹툰광고시장						4.00	0.76
	실감기술(VR/AR) 웹툰						4.50	0.61
	웹툰작가아카데미/학원						3.38	0.97
	웹툰PD양성학원						3.77	1.06
	웹툰카페/복합카페						3.44	0.85
	웹툰관련언론/미디어						3.55	0.51
	웹툰관련마켓/클라우드 펀딩						4.16	0.85
	웹툰제작도구(SW/HW)						3.94	0.52
	이미지라이브러리						3.83	0.61
	저장장치 및 네트워크 서비스 부문						3.55	0.85
	권리보호 모니터링						3.88	0.75
	결제 서비스 제공업						3.22	1.16
	웹툰 편집업						3.22	0.73
	웹툰 해외 유통/서비스						3.55	0.85
	웹툰마케팅 대행사						3.61	0.91
	브랜드 웹툰 제작/유통업						3.66	0.84
	부가 상품 산업(굿즈,IP)						3.38	0.69
	노블코믹스 사업						3.16	0.85
	SNS						3.50	0.70
중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.								

2. 다음 비즈니스 영역이 만화산업분류체계 적용에 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	신규 만화산업 비즈니스 영역	전혀 적합하지 않다	적합하지 않다	보통이다	적합하다	매우 적합하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
개인	웹툰작가(글/그림)						4.05	1.05
	웹툰PD(기획)						4.05	1.16
	웹툰소재유통버						3.00	1.08
	웹툰 단계별 프리랜서(배경, 채색, 어시 등)						3.72	0.89
기업 (직접)	단계별 제작 스튜디오						3.83	0.92
	원스탑 제작 스튜디오						3.83	0.92
	에이전시/매니지먼트						4.05	0.72
	웹툰 기획/제작사						4.11	0.75
	웹툰플랫폼						3.94	1.23
	웹툰서비스사(웹툰오픈마켓 등)						3.88	0.96
기업 (파생)	웹툰광고시장						3.00	1.13
	실감기술(VR/AR) 웹툰						3.44	0.98
	웹툰작가아카데미/학원						3.27	1.01
	웹툰PD양성학원						3.50	0.85
	웹툰카페/복합카페						3.27	0.89
	웹툰관련언론/미디어						2.94	0.93
	웹툰관련마켓/클라우드 펀딩						3.33	1.23
	웹툰제작도구(SW/HW)						3.11	0.92
	이미지라이브러리						2.72	0.82
	저장장치 및 네트워크 서비스 부문						2.61	1.03
	권리보호 모니터링						3.33	0.97
	결제 서비스 제공업						2.66	0.97
	웹툰 편집업						3.50	0.70
	웹툰 해외 유통/서비스						3.61	0.97
	웹툰마케팅 대행사						3.38	0.77
	브랜드 웹툰 제작/유통업						3.55	1.04
부가 상품 산업(굿즈,IP)						3.38	0.97	
노블코믹스 사업						3.35	0.86	
SNS						2.66	1.02	
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

3. 다음 비즈니스 영역이 사멸했다는 것에 동의하십니까?

축소 만화산업 비즈니스 영역	전혀 동의 하지 않는 다 ①	동의 하지 않는 다 ②	보통 이다 ③	동의 한다 ④	매우 동의 한다 ⑤	응답 평균	표준 편차
만화잡지 출판						2.55	1.04
만화책출판관련업 (만화책출판, 출판식자, 편집 등)						2.33	0.97
만화책임대업/대본소						3.50	1.15
출판만화 제작 프리랜서(펜터치맨, 레터링맨 등)						3.22	1.00
출판만화 제작 도구(스크린톤, 펜 등)						3.77	0.94
출판만화 가이드 도서(배경책, 포즈집 등)						2.72	0.89
만화책도소매업						2.61	0.91
일일만화						3.52	0.87
만화총판						3.11	1.16
만화책 스캔 사업						3.05	0.96
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>							

4 다음 비즈니스 영역이 축소됐다는 것에 동의하십니까?

	축소 만화산업 비즈니스 영역	전혀 동의 하지 않는 다	동의 하지 않는 다	보통 이다	동의 한다	매우 동의 한다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	만화잡지 출판						4.41	0.61
	만화책출판관련업 (만화책출판, 출판식자, 편집 등)						4.29	0.58
	만화책임대업/대본소						4.58	0.79
	출판만화 제작 프리랜서(펜터치맨, 레터링맨 등)						4.17	0.88
	출판만화 제작 도구(스크린톤, 펜 등)						4.41	0.71
	출판만화 가이드 도서(배경책, 포즈집 등)						3.88	0.78
	만화책도소매업						4.00	0.90
	일일만화						4.33	0.68
	만화총판						4.11	0.69
	만화책 스캔 사업						3.83	0.85
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

## II. 만화산업분류체계 개편에 관한 질문입니다.

1. 기존 대분류 '만화산업'을 '만화웹툰 산업'으로 변경하는 이슈에 대한 다음 의견에 어느 정도 동의하십니까?

	대분류 변경	전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
찬성	웹툰의 막대한 영향력(산업적, 인지적) 고려 필요						4.44	0.51
	용어 사용의 변화를 반영할 필요 • '만화'=종이만화, '웹툰'=디지털만화로 고 착화 • 최근 만화보다 웹툰의 사용이 많음						4.22	0.73
	웹툰 양성을 위한 전략적 병기 필요						4.00	0.97
	산업 생태계 현황/변화를 반영한 산업분류체 계 필요						4.33	0.48
반대	출판만화는 여전히 산업적으로 큰 부분을 차 지하고 있음						2.58	1.00
	만화와 웹툰을 분리할 동인 부재						2.76	1.09
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

2. 웹툰을 만화 하위에 넣을지 여부에 관한 다음의 근거에 대해 어떻게 생각하십니까?

	근거	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
웹툰과 만화를 독립장르로 구분하는 근거	웹툰은 기존 만화와 차별화되는 요소 가 많음						3.61	0.97
	웹툰시장의 확장 및 글로벌 진출 전략 상 분리 필요						3.77	1.12
웹툰을 만화 하위로 구분하는 근거	웹툰이 만화를 대체할 수 없음						3.05	1.21
	현 법령상 웹툰은 만화산업의 하위로 분류됨. 웹툰산업진흥법 별도 수립 등 변화에 맞춘 개선 필요						3.05	1.34
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

3. 현재 4가지 중분류 방식의 만화산업분류체계를 수정하는 방향성에 대해 어느정도 동의하십니까?

	중분류 수정 방향성	전혀 동의 하지 않는 다 ①	동의 하지 않는 다 ②	보통 이다 ③	동의 한다 ④	매우 동의 한다 ⑤	응답 평균	표준 편차
중분류 단 계 수 정 기 준 중 분 류 수 준 정 에 서 고 려 할 점	중분류 단계에서 출판만화와 웹툰을 구분						4.22	0.87
	중분류 단계에서 기획-창작-제작-유통-소비의 산업 흐름 반영						4.38	0.50
중분류수준 정 에 서 고 려 할 점	OSMU에 따른 만화 원작사업영역을 검토해 중분류 단계에서 반영될 수 있도록 해야함						3.72	0.89
	중분류를 설정할 때 향후 만화 도소매업의 규모에 대한 고민이 필요						3.38	1.03
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

4. 아래와 같은 중분류체계가 만화가치사슬을 반영하는데 얼마나 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

기준	중분류체계 안			전혀 적합 하지 않다 ①	적합 하지 않다 ②	보통 이다 ③	적합 하다 ④	매우 적합 하다 ⑤	응답 평균	표준 편차
	중분류	세분류(예시)	세세분류(예시)							
산업흐 름에 따른 분류	기획창작업		1인작가 등						3.72	0.75
	제작업	출판만화제작업								
		웹툰(디지털만화)								
		제작업 만화웹툰 제작관 련업	편집/번역 등							
유통업	출판만화유통업									
	웹툰(디지털만화)	플랫폼								
	유통업									
	만화웹툰 유통관 련업	임대/전시/이벤트 /굿즈/OSMU 등								
출판만 화/ 디지털 만화에 따른 분류	중분류	세분류(예시)	세세분류						3.77	0.87
	출판만화	기획창작업								
		제작업								
		유통업								
	디지털만화 (또는 웹툰)	기획창작업								
		제작업								
유통업										
기존분 류체계 유지 보완에 따른 분류	중분류	세분류(예시)							3.33	1.28
	기획창작업									
	출판만화업	만화출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)								
		일반출판사(만화부문)								
	디지털만화 제 작/유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)								
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스								
		모바일 만화 콘텐츠 서비스								
	출판만화 도소 매업	만화 서적 및 잡지류 도매								
		만화 서적 및 잡지류 소매								
	출판만화 임대 업	만화임대(만화방, 만화카페 등)								
		서적임대(대여) (만화부문)								
웹툰제작업	웹툰제작사									
웹툰유통업	국내/해외 웹툰 유통(플랫폼 에이 전시 등)									
중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.										

5. 다음 내용이 기획/창작업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	기획/창작업 세분류	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	1인 작가/프리랜서 (글, 그림작가, 배경, 콘티 등)						4.22	0.80
	만화(웹툰) 번역업						3.61	0.97
	만화(웹툰) 제작스튜디오						4.27	0.82
	단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등)						3.66	0.84
	인터넷, 모바일 콘텐츠 제작 스튜디오						3.94	0.72
	에이전시/매니지먼트						4.05	0.63
	만화 기획 및 제작업						4.00	0.84
	만화출판사						3.77	0.94
	저작권대리중개업						3.05	1.10
	작품 유통 및 마케팅 계획						3.11	1.07
	작품 자금 조달 계획						2.77	1.11
	2차 사업화 계획, 트랜스미디어 기획						3.33	1.13
	만화(웹툰) 콘텐츠 기획(프로듀싱)업						4.22	0.54
	만화(웹툰) 캐릭터 컨셉디자인 창작업						4.11	0.67
	만화(웹툰) 배경 컨셉디자인 창작업						4.00	0.68
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

6. 다음 내용이 제작업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	제작업 세분류	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	만화(웹툰) 제작스튜디오						4.33	0.68
	단계별 전문제작스튜디오 (배경, 채색 등)						4.11	0.90
	콘텐츠 제작 및 제공업						4.38	0.84
	만화/잡지 출판업						4.16	0.85
	디지털 출판업						4.27	0.66
	에이전시/매니지먼트						3.77	1.00
	만화(웹툰) 편집업						4.11	0.90
	제작관련 기술 업종(SW/HW)						3.55	0.92
	인쇄/제책 관련업						3.61	0.91
	OSMU 사업						3.33	1.13
	VR/AR 웹툰 제작업						4.00	0.76
	만화/웹툰 굿즈 제작업						3.52	0.94
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

7. 다음 내용이 유통업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	유통업 세분류	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	출판만화 도매업						4.27	0.66
	출판만화 소매업						4.33	0.68
	만화/웹툰 온라인 마켓						4.50	0.61
	앱스토어/모바일앱						4.22	0.64
	만화책임대업						3.77	1.06
	웹툰플랫폼(국내/해외)						4.50	0.51
	에이전시(국내)						4.22	0.54
	해외 수출입 에이전시						4.11	0.67
	만화/잡지 총판						4.05	0.80
	펀딩플랫폼						3.33	1.08
	OSMU 유통 (관련 IP 유통)						3.72	0.66
	해외 작품 번역 및 유통						3.88	0.83
	ASP						3.55	0.85
	만화 굿즈 유통						3.72	0.75
	출판업						3.94	0.72
	만화(웹툰) 번역업						3.50	0.92
	만화(웹툰) 홍보/마케팅업						3.55	0.92
	SNS						3.22	1.00
<b>중요한 의견이 있으시면 기술헌 주십시오.</b>								

8. 현재 만화산업분류체계의 중분류를 '만화제작업-만화유통업, 웹툰제작업-웹툰유통업'으로개편한다고 했을 때 선행되어야 하는 작업으로 다음 보기에 어느 정도 동의하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

보완 사항	전혀 동의 하지 않는 다	동의 하지 않는 다	보통 이다	동의 한다	매우 동의 한다	응답 평균	표준 편차
	①	②	③	④	⑤		
기획/창작업과 제작업 구분						3.61	1.09
웹툰 유통을 어디까지 볼 것인가에 관한 협의 도 출						4.27	0.66
웹툰에 대한 포지셔닝 선행						4.38	0.50
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>							

9. 다음 내용이 웹툰 제작업 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	웹툰 제작업 세분류	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	스토리제작						4.11	0.96
	그림제작						4.38	0.84
	배경제작						4.00	1.08
	채색제작						4.00	1.02
	웹툰제작사(CP)						4.44	0.61
	제작 스튜디오						4.16	0.70
	에이전시/매니지먼트						3.83	0.92
	개인 작가/화실(개인사업자)						3.88	1.27
	작가 설립 법인						3.72	1.36
	웹툰 스토리/채색/배경 전문 회사						4.05	0.93
	웹툰기획사						3.83	1.09
	번역, 식자, 편집 업체						3.77	0.87
	굿즈 사업체						3.33	1.08
	OSMU 사업체						3.38	1.09
	작품 기획/프로듀싱						3.44	1.09
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

10. 다음 내용이 웹툰 유통업의 세분류로 어느 정도 적합하다고 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	웹툰 유통업 세분류	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	웹툰플랫폼						4.61	0.60
	웹툰에이전시						4.05	0.80
	웹툰불법유통관리업						3.77	0.73
	웹툰해외유통업						4.27	0.57
	웹툰서비스사						4.44	0.70
	ASP						3.77	0.73
	온라인/오프라인 서점						4.00	0.97
	만화웹툰 임대업						3.94	0.99
	만화출판업						3.66	1.02
	디지털만화공급업						4.11	0.90
	만화 도소매업						3.88	1.02
	웹툰 유통대행업						4.16	0.78
	웹툰 관련 IP 유통업						4.11	0.75
	만화웹툰 홍보/마케팅업						3.88	0.75
	어플리케이션 사업자						3.33	1.08
	SNS						3.16	1.04
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

Ⅲ 만화 종류(형식) 및 용어에 관한 질문입니다.

1. 만화의 종류를 매출 통계 집계 기준으로 보았을 때 다음과 같이 분류하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

	만화 종류 및 용어	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	출판만화+웹툰						3.11	1.11
	출판만화+웹툰+디지털만화(출판만화 온라인화)						3.72	1.22
	출판만화+디지털코믹스(웹툰+출판만화 온라인화)						3.61	1.03
	출판만화+디지털만화+만화OSMU						3.22	1.21
	온라인+오프라인						2.66	0.97
	분리할 수 없다						1.58	0.79

2. 출판만화를 스캔해 올린 페이지 형태의 디지털만화를 지칭하는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	용어	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	디지털만화						2.94	1.16
	디지털스캔만화						3.72	1.17
	디지털페이지만화						3.16	1.04
	스캔만화						3.16	1.24
	웹코믹스						2.33	1.08
	코믹스						1.83	0.85
	온라인출판만화						2.5	1.09
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

3. 제작단계부터 디지털 페이지 연출로 제작한 페이지 형태의 디지털만화를 지칭하는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

(※ 다음의 각 문항에 V표 해 주십시오)

	용어	전혀 적합 하지 않다	적합 하지 않다	보통 이다	적합 하다	매우 적합 하다	응답 평균	표준 편차
		①	②	③	④	⑤		
	디지털만화						3.27	1.31
	페이지만화						2.27	0.89
	디지털페이지만화						3.94	1.25
	웹코믹스						2.82	1.24
	코믹스						2.05	0.75
	온라인출판만화						2.11	1.02
<b>중요한 의견이 있으시면 기술해 주십시오.</b>								

## 참고 문헌

- [1] 문화체육관광부, (2017). 한중 문화콘텐츠산업 공동 통계분류체계 개발
- [2] 유선실, (2006). 정보통신정책연구원(KISDI), OECD의 콘텐츠산업 분류체계 개정안 논의, 37-42
- [3] 정보통신정책연구원, 미래창조과학부, (2016). ICT통계 분류체계 개선방안 연구, 28-29
- [4] 정보통신정책연구원, (2006). 한국표준산업분류체계 및 IT 산업 분류체계 개선방향 연구, 9-32
- [5] (재)경기디지털콘텐츠진흥원, (2009). 콘텐츠산업 분류체계 재정립 및 통계조사 과학화 방안 연구, 34-58, 130-188
- [6] 이현우 외, 한국콘텐츠진흥원, (2014). 세계 주요국의 콘텐츠산업 분류체계와 통계조사 현황, 코카포커스, 2-25
- [7] 한국콘텐츠진흥원, (2018). 2017 해외 만화시장 조사연구, 10-49
- [8] 한국콘텐츠진흥원, (2020). 2019 만화 산업백서
- [9] 한국콘텐츠진흥원, (2019). 2019 웹툰 사업체 실태조사
- [10] 문화체육관광부, (2014). 2014 콘텐츠산업 통계조사, 88-99
- [11] 정보통신산업진흥원, (2012). 프랑스 디지털 콘텐츠 산업 정책, 2-15
- [12] Eurostat, (2008), NACE Rev2, Statistical classification of economic activities in the European Community, 249, 301
- [13] 한국 통계청(<http://kostat.go.kr>), 콘텐츠산업 특수분류체계/한국표준산업분류체계 외
- [14] 일본 총무성 통계국(<http://www.stat.go.jp>)
- [15] 일본 경제산업성(<http://www.meti.go.jp>)
- [16] 중국 국가통계국(2019), 문화 및 관련산업 통계연감
- [17] ICv2, Comichron(<http://comichron.com>), 미국 만화 소매/디지털 판매 통계



# 만화산업분류체계 개편 및 조사연구

Analysis and Renewal of Comic Industry Classification

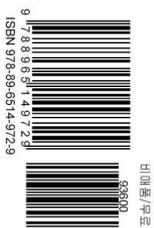
주관기관 | 한국콘텐츠진흥원  
감 수 | 이양환 (정책본부 본부장)  
연구총괄 | 박혁태 (산업정책팀 팀장)

수행기관 | 웹툰가이드주  
연구책임 | 강태진 (웹툰가이드 대표)  
연구분석 | 최준혁 (웹툰가이드 팀장), 최선아 (웹툰가이드 팀장)  
발 행 인 | 김영준 (한국콘텐츠진흥원장)  
발 행 일 | 2020년 12월 18일  
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원  
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)  
전 화 | 1566-1114  
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호\_KOCCA 20-28  
ISBN\_978-89-6514-972-9(93600) (비매품)

\* 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”



누구나  
콘텐츠로 일상을  
— 풍요롭게