

# 미국 콘텐츠 산업동향

Content Industry Trend of USA

20

20



## 미국 콘텐츠산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

2020년 03호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	<b>미국 디지털 코믹스(웹툰) 동향</b> 코믹스 산업이 성숙한 미국에서 한국의 웹툰이 콘텐츠와 서비스로서 인정받으며, K팝 이후 가장 강력한 한류 콘텐츠로 주목 받고 있음. 과거 미국에서도 코믹스가 주류 문화가 아닌 서브컬처로 인식됐던 것처럼 웹툰이라는 장르가 메이저 엔터테인먼트로 인정받는다 고 하기는 어려우나, 네이버 라인 웹툰, 레진코믹스, 타파스탁 등 2010년 이후 미국 진출한 한국 웹툰 퍼블리셔, 웹툰 서비스 플랫폼들의 공격적이고 활발한 활약으로 웹툰은 큰 폭의 성장세를 보였음. 라인 웹툰은 2014년 미국 서비스를 런칭한 뒤 단기간에 웹툰 플랫폼 1위로 자리를 굳혔으며, 레진코믹스는 2018년 미국 구글플레이 만화 카테고리 매출 1위를 기록했음. 이 리포트는 코믹스 종주국인 미국에서 한국 웹툰이 어떻게 자리를 잡고 성장하고 있는지를 알아보고, 미국의 디지털 코믹스 산업의 동향을 살펴봄	웹툰

작성 | 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터

배포 | 2020.03



## 심층이슈

KOCCA

### I. 미국 디지털 코믹스(웹툰) 동향

#### 작성순서

1. 미국의 디지털 코믹스
  - 1) 디지털 방식으로 출판·유통되는 모든 코믹스
  - 2) 웹툰, 미국에는 없었던 새로운 장르
  - 3) 디지털 코믹스의 발달 배경
2. 미국의 코믹스 산업 현황
  - 1) 2018년, 미국 코믹스 매출 최고의 해
  - 2) IP로서 할리우드와 협업하며 상승장구
3. 미국의 대표적인 디지털 코믹스 퍼블리셔/플랫폼 소개
  - 1) 코믹솔로지
  - 2) 마블 디지털 코믹스 언리미티드
  - 3) DC 유니버스 셉스크립션
  - 4) 그 외
4. 미국에 웹툰으로 진출한 국내 기업 소개
  - 1) 네이버 라인웹툰
  - 2) 레진코믹스
  - 3) 타파스틱
5. 정리 및 시사점

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

### 1 미국의 디지털 코믹스



#### 1. 디지털 방식으로 출판·유통되는 모든 코믹스

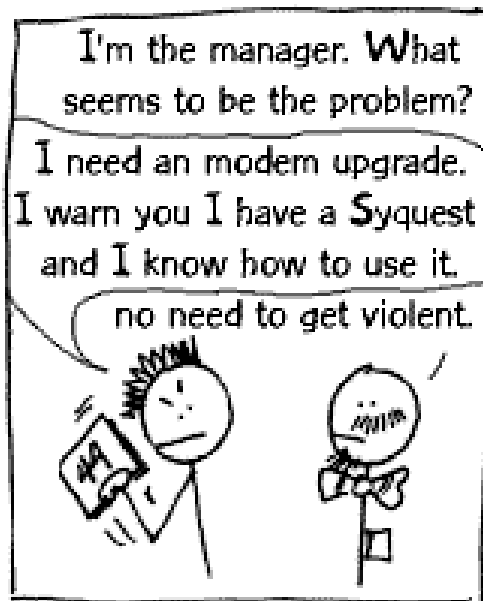
- 2018년 기준, 연간 9억 3천만 달러의 시장 규모를 형성한 미국의 코믹스 산업은 전통적인 방식으로 인쇄, 출판, 유통, 판매되는 코믹스와 디지털 플랫폼을 이용해 출판, 유통되는 디지털 코믹스 시장으로 나누어짐
- 코믹스 시장은 현재까지도 전통적인 방식으로 인쇄되는 종이책 코믹스가 시장에서 큰 점유율을 차지하고 있음. 디지털 플랫폼으로 발행되는 디지털 코믹스의 독자층도 있어 점유율의 일정 부분(약 10%)을 차지하고는 있으나 그 비중이 빠르게 증가하기는 어려워 보임. 이는 디지털 코믹스의 하위 개념으로 보는 웹툰에 있어서도 마찬가지임
- 디지털 코믹스란 디지털 방식으로 출판 및 유통되는 모든 코믹스를 일컬으며, 일렉트로닉 코믹스, e 코믹스, e-코믹스, ecomics 등 다양한 명칭으로 표현됨. 전통적인 방식이 아닌 디지털 방식으로 출판되는 모든

종류의 코믹스를 총칭하는 큰 의미로 사용됨

- 웹툰, 모바일 코믹스, 웹 코믹스를 디지털 코믹스의 하위개념으로 볼 수 있음. 이중 한국의 웹툰과 가장 유사한 개념, 또는 비교할 수 있는 개념은 웹 코믹스로 100% 일치하는 의미로 사용할 수는 없는 한계가 있음. 따라서 이 보고서에서는 큰 의미로는 디지털 코믹스를 사용하고, 미국에 서비스되는 한국의 웹툰 및 웹툰 서비스는 "웹툰"으로 총칭하며, 필요에 따라 웹 코믹스라는 용어를 혼용해서 사용함

## 2. 웹툰, 미국에는 없었던 새로운 장르

- 한국의 웹툰, (이하 웹툰)은 미국에서는 없었던 새로운 방식의 코믹스로, 가장 가까운 의미라고 예상하는 '웹 코믹스'와도 형식상의 차이가 있기 때문에, 한국의 웹툰을 미국의 웹 코믹스라고 그대로 번역해서 사용하기에는 어려움이 있음
- 웹 코믹스라는 용어는 미국에서 온라인을 통해 게재되는 모든 코믹스를 총칭하기 위해 만들어진 용어로, 웹 코믹스가 탄생한 초창기(1990년대)에는 일반인이 손으로 그려 디지털 형식으로 스캔해서 업로드 하는 취미활동이나 기존에 종이책으로 인쇄됐던 코믹스를 스캔해서 업로드 한 결과물도 포함했기 때문에 아티스트, 아트웍, 팬덤을 수반하는 웹툰과 웹코믹스라는 명칭을 혼용할 수 없음
- 아트웍의 스타일과 색상의 사용이 자유로운 웹툰과 달리 미국의 웹 코믹스는 인터넷 대역폭이 낮은 인터넷 초창기에는 업로드/다운로드에 시간이 걸리지 않는 간단한 방식(그림 1)으로 표현됐음<sup>1)</sup>



[그림 1] 초창기 시절의 미국 웹 코믹스 <넷보이> (출처: www.wikipedia.com)

- 웹툰은 웹 코믹스를 비롯한 디지털 코믹스와 다음의 3 가지 면에서 다름
  - 1) 페이지 분절 등과 같은 출판 환경이 고려되지 않은 연속적인 컷이 사용됨
  - 2) 모바일 플랫폼으로 접근하기 쉽게 만들어짐 (화면비율을 고려한 편집)

1) [https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_webcomics](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_webcomics)

- 3) 애니메이션 효과 또는 배경음악을 삽입할 수 있어서 극적 효과를 높일 수 있으며, 몰입된 경험을 할 수 있도록 도와줌
- 위와 같은 웹툰만의 특징 때문에 2016년 웹툰이 미국에 처음 소개됐을 때, <비즈니스 인사이더><sup>2)</sup>는 "수직방향으로 스크롤을 내려 읽는 방식"으로 설명하며, 패널과 패널을 오가며 읽어야 하는 전통적인 코믹스와 달리 "팬시한 커버아트도, 컬렉션을 위한 다양한 출판도, 넘겨야 할 페이지도 없다"고 비교했음
  - 또한, 웹툰의 장점으로 (1) 무료, (2) 사랑스러운 캐릭터, (3) 이미지 비중이 높은 특징을 꼽았음. 이미지 비중이 높기 때문에 스토리를 읽어서 이해할 필요 없이 전체적으로 감상을 통해 빠르게 이해할 수 있기 때문에 한국의 독자들이 많은 웹툰을 빠른 시간에 소비할 수 있는 이유는 미국의 코믹스와 포맷이 다르기 때문이라고 설명함
  - 웹툰이라는 장르와 서비스를 미국의 독자들이 어떻게 받아들이는지에 대한 공식적인 조사/리뷰는 찾아보기 힘들지만, 앱스토어와 구글플레이에서 라인웹툰 앱을 다운로드한 이용자들의 반응을 살펴보면, 콘텐츠, 아티스트, 스토리, 서비스 등에 대한 만족도가 매우 높으며, 약점으로 꼽을 만한 부분은 기술적인 서비스가 매끄럽지 못하거나, 데스크탑 앱과의 연동 실패 등 충분히 개선 및 보완이 가능한 점을 지적했음<sup>3)</sup>
  - <미디어>은 2016년 라인웹툰을 소개하며 전통적인 코믹스와의 다른 점으로 역시 "스크롤 다운 방식"을 언급했으며, 이 방식이 독자를 페이지 전체를 소화해야 하는 수동적인 입장에서, 스크롤을 내리는 속도를 통제하는 능동적인 위치로 바꾸어주었다고 평가함<sup>4)</sup>
  - 미국의 미디어 전문 웹사이트 <QUARTZ>는 웹툰을 일본의 만가시장을 위협하는 장르라고 2019년 소개하며, "디지털 환경에서 태생했기 때문에, 무한대의 스크롤 다운이 가능한 구조"로 요약했음. 대부분 무료로 제공되는 점, 유료 셉스크립션 서비스가 도입된 콘텐츠라는 점, 다양한 특수효과와 음향을 통해 산업의 현대화를 이끄는 점 등을 특징으로 꼽았음<sup>5)</sup>

### 3. 디지털 코믹스의 발달 배경

- 미국에서 디지털 코믹스가 발달하게 된 가장 큰 배경은 1990년대 인터넷이 발달하고 보급됨에 따라 새로운 미디어에 대한 가능성을 타진하며 시작되었고, 이후 비디오 게임의 유행, 신문 등 기존에 코믹스를 출판할 수 있었던 인쇄 플랫폼의 디지털화 등의 변화에도 시기별로 영향을 받았음
- 가장 크게 디지털 코믹스를 발달하게 한 동력은 스마트폰, 태블릿, 데스크톱 스크린을 통해 코믹스를 소비하기 시작한 독자층의 습성 변화에 있음
- 책 대신 전자책, 종이 코믹스 대신 디지털 코믹스를 읽게 된 독자층의 변화를 감지한 마블 코믹스, DC 코믹스, 다크호스 코믹스, 이미지 코믹스 등 미국의 대형 코믹스 퍼블리셔들은 그래픽 노블, 만가 등을 디지털 포맷으로도 출판하기 시작했음. 그러나 초창기부터 지금까지도 종이책으로 인쇄되는 코믹스의 디지털 포맷은 파일 포맷만 디지털인 경우가 많고, 전자책 뷰어의 스크린에 맞춘 새로운 편집으로 구성되는 경우는 거의 없었음. 현실적으로 아티스트가 2가지 독자를 모두 고려해야 가능해서 쉽지 않음

2) <https://www.businessinsider.com/what-is-webtoons-2016-2>

3) [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.naver.linewebtoon&hl=en\\_US&showAllReviews=true](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.naver.linewebtoon&hl=en_US&showAllReviews=true)

4) <https://medium.com/@jpt2007/what-is-webtoon-adcfefbf7d4>

5) <https://qz.com/emails/quartz-obsession/1630197/>

- 2018년 뉴욕타임즈가 코믹스 전문 에디터 조지 진 쿠스티네스와 진행한 인터뷰를 보면, 미국에서 웹 코믹스를 어떻게 바라보고 있는지를 알 수 있음. 쿠스티네스는 웹 코믹스의 장점으로 “종이책과 달리 시간이 지나도 그림이 흐려지지 않는다”고 꼽았고, 또 다른 장점으로 “줌인(확대)해서 아트워크를 더욱 상세히 감상할 수 있다”라고 말해 온라인과 기술의 결합으로 탄생하는 웹 코믹스가 웹툰과는 다른 의미로 받아들여지고 있음을 알 수 있음<sup>6)</sup>
- 쿠스티네스는 또한 디지털 코믹스의 또 다른 장점이 작가가 원하는 순간에 독자의 감정을 조절할 수 있다는 점을 꼽았음. 종이책 출판의 경우 페이지를 넘기고 처음 읽는 부분에만 놀람 등의 감정을 전달할 수 있는데, 디지털 코믹스의 경우 컷이 전환되는 지점을 자유롭게 지정할 수 있는 장점이 있음. 그래서 2010년대 초반, 마블 코믹스는 디지털 코믹스에 특수효과를 배치하는 방식으로 이용하며 ”Digital Only“ 판을 출판하기도 했는데 그 역시도 디지털 플랫폼으로의 이용자 전환을 일으키지는 못했음<sup>7)</sup>
- 디지털 코믹스의 시장 점유율이 2018년에도 종이책의 점유율과 큰 차이를 보이는 이유는, 초창기 불법복제와 판매 부진 등 디지털 출판에 대한 우려가 커 런칭이 활발하지 않았기 때문으로, 본격적인 디지털 출판이 시작되고 15년 정도 지난 2020년 현재도 종이책 출판과 디지털 출판을 병행하는 것으로 점유율을 점차 늘려가고 있음
- 디지털 코믹스로만 독점적으로 출판하는 사례도 있는데, 이는 디지털 플랫폼을 홍보하고 등록된 이용자를 확장시키려는 마케팅 전략으로 사용되며 한국의 웹툰처럼 디지털 이용만 가능한 출판은 거의 없음



[그림 2] 미국 최초 디지털로만 출판된 마블의 인피니트 코믹스 (출처: www.nytimes.com)

- 흥미로운 점은 미국 퍼블리셔들의 디지털 코믹스 출판이 망가의 본고장인 일본에서의 디지털 출판보다 성공적으로 평가되는 부분으로, 과거 일본의 경우 J-Manga와 같은 디지털 플랫폼이 출시되었으나 원화 스캔에 따른 불법복제를 우려해 활성화되지 못했음

6) <https://www.nytimes.com/2018/06/13/technology/personaltech/technology-comic-books.html>

7) <https://www.nytimes.com/2012/05/31/technology/personaltech/in-new-digital-comic-books-every-click-brings-a-surprise.html>

## 2 미국의 코믹스 산업 현황

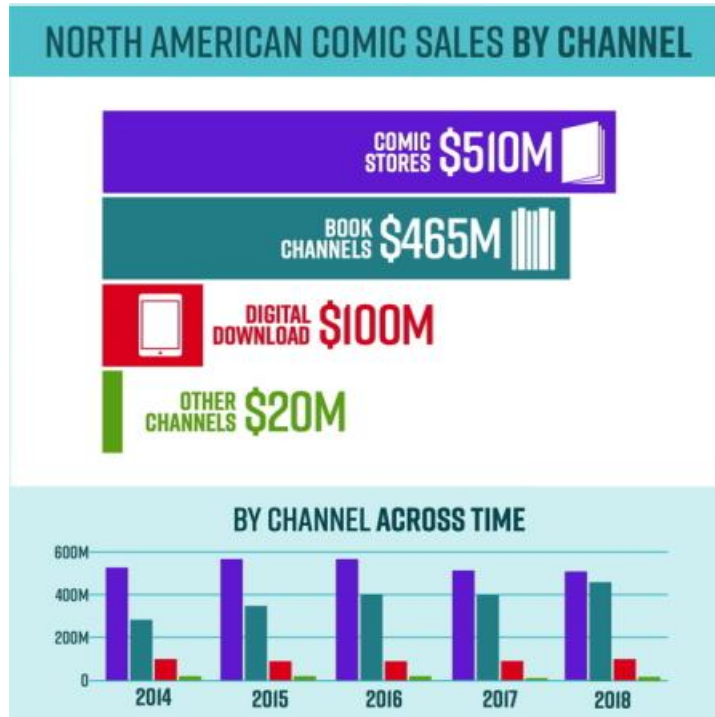


### 1. 2018년, 미국 코믹스 매출 최고의 해

- 미국은 일본의 뒤를 잇는 글로벌 만화산업 2 위의 국가로 일본과 시장점유율을 합치면 전 세계 50%를 차지하는 큰 시장임
- 미국 코믹스 산업에 대해 2011년부터 2018년까지 조사를 수행한 코믹스 전문 웹사이트 코미크론닷컴에 따르면, 2018년 미국 코믹스 매출은 10억 9500만 달러로 최고 기록을 세움. 이 조사의 수치는 종이 출판과 디지털 다운로드로 인한 매출을 모두 합한 것으로, 2018년 한 해 동안 북미 지역(미국과 캐나다)에서 기록된 코믹스 판매수입임
- 코미크론닷컴이 공신력이 있는 리서치 기관은 아니지만, 코믹스와 관련한 특정 주제로 꾸준히 조사를 수행했으며 매년 출판되는 코믹스 리스팅을 업데이트하는 전문 웹사이트로서, 발표한 수치가 참고 자료로 의미가 있음<sup>8)</sup>
- 미국 코믹스 시장은 한때 하락세를 보였으나 2012년 판매수입이 반등하며 꾸준히 성장했고, 2012년부터 2018년까지 약 2억 달러 이상 매출이 증가했음
- 2018년 미국 코믹스 산업의 판매수입을 판매 채널에 따라 분석하면, 코믹스 전문 리테일 스토어에서의 판매 수입이 총 5억 1천만 달러로 가장 높고, 일반 서점이 4억 6500만 달러로 그 다음이며, 3위가 디지털 다운로드로 1억 달러의 판매 수입을 기록했음



8) <https://www.comichron.com/yearlycomicssales/industrywide/2018-industrywide.html>



[그림 3, 4] 북미지역 연간 코믹스 매출 추이와 판매 통로별 매출 비율 (출처: www.comichron.com)

- 판매수입의 채널별 점유율은 2014년부터 크게 변동된 부분은 없으나, 코믹스 전문 리테일 스토어의 경우 판매 비중이 점차 줄어드는 경향을 보임
- 디지털 유통 판매 채널의 경우 큰 변동 없이 일정하게 비슷한 점유율을 기록함
- 판매수입의 출판 형태별 점유율은 그래픽노블이 6억 4500만 달러, 종이 출판된 코믹스는 3억 6천만 달러, 디지털 코믹스가 1억 달러 순서로 차지했으며, 디지털 코믹스의 경우 역시 2013년부터 2018년까지 판매 비중에 큰 변동 없이 일정 비중을 차지함
- 수치의 분석에서도 알 수 있지만 “디지털 코믹스”는 판매채널(디지털 유통)인 동시에 포맷(디지털 출판)으로 인식되는 이중적인 특징을 가지고 있음

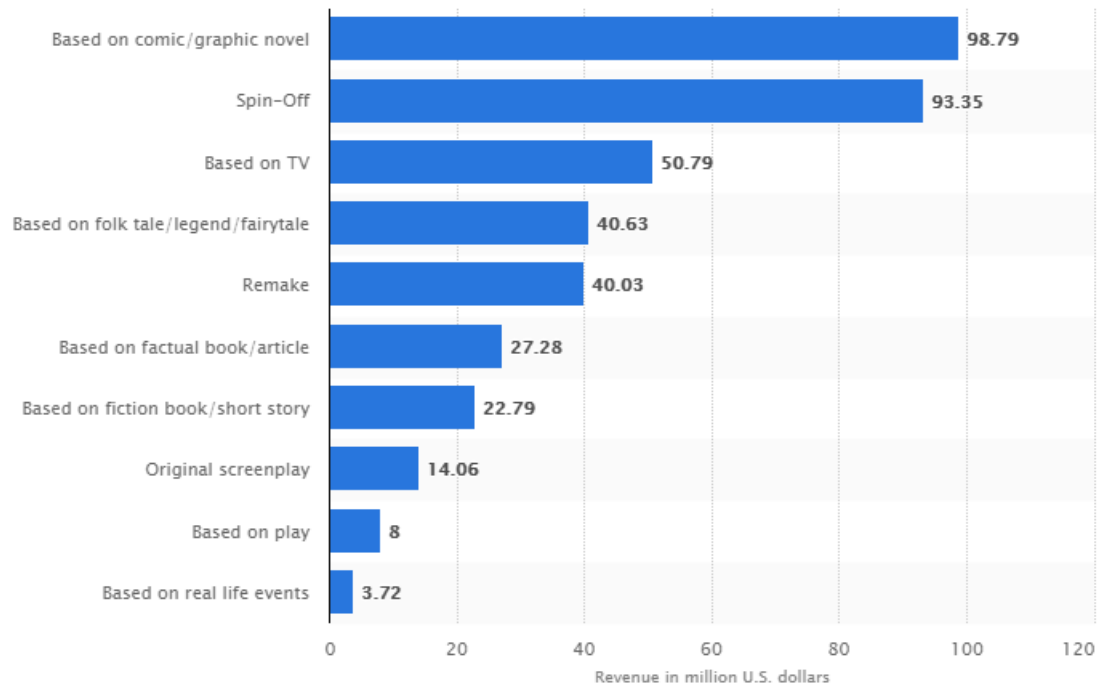
## 2. IP로서 할리우드와 협업하며 승승장구

- 미국 코믹스 산업의 성장과 발달은 할리우드와의 협업을 빼놓고 이야기할 수 없음. 코믹스 산업은 IP(Intellectual Property)를 다수 보유한 산업으로서 영화 산업, 방송미디어 산업, 게임 산업 등과 밀접한 관계를 맺고 교류해왔음
- 마블 코믹스와 DC 코믹스로 대표되는 그래픽노블 장르는 1990년대부터 본격적으로 할리우드 영화화를 통해 전 세계적으로 원작 코믹스의 존재를 알렸으며, 코믹스의 IP로서의 가치를 인정받았음
- 온라인 통계업체인 스태티스타(Statista)의 조사에 따르면, 1995년부터 2019년 사이 약 25년 동안 미국에서 극장 개봉한 영화가 어떤 원작을 바탕으로 만들어졌는지(Movie Resource) 살펴보았을 때 가장 수익성이 있었던 그룹은 “Based on Comic/Graphic Novel”로 그래픽노블



또는 코믹스를 바탕으로 만들어진 영화의 수입이 평균 9879 만 달러로 가장 높았음<sup>9)</sup>

- 이 수치는 2016 년까지 집계했던 통계와 비교했을 때 변화를 보였는데, 2016 년까지의 통계에서 가장 높은 수입(평균 9630 만 달러)을 가진 이야기는 “스핀오프”(속편, 전편 등 존재하는 이야기에서 파생된 시리즈)였음. 그런데 2019 년까지 약 5 년이 지나는 동안 <어벤져스: 엔드게임> <캡틴 마블> <블랙 팬서> 등의 영화가 전 세계 박스오피스에서 큰 수입을 벌어들이면서 그래픽노블/코믹스가 바탕이 된 영화들의 수입이 높아진 것으로 나타남



[그림 5] 영화 원작에 따른 평균 박스오피스 수입(1995년-2019년) (출처: www.statista.com)

- 마블 코믹스를 원작으로 만들어진 영화들은 디즈니 산하의 마블 스튜디오에서 주로 제작하는데, 이 영화들이 1995 년부터 2016 년까지 평균적으로 전 세계에서 벌어들인 박스오피스 수입은 184 억 2 천만 달러였으며, DC 코믹스 원작의 영화들은 49 억 1 천만 달러의 평균 수입을 영화당 기록했음<sup>10)</sup>
- 코믹스가 원작인 영화들이 평균적으로 벌어들이는 전 세계 수입(극장 수입, 부가판권 수입, 머천다이즈 등 IP 를 통한 수입 포함)은 920 억 8500 만 달러에 달함

### 3 미국의 대표적인 디지털 코믹스 퍼블리셔/플랫폼 >>>

#### 1. 코믹솔로지(comiXology)

9) <https://www.statista.com/statistics/188689/movie-sources-in-north-america-by-average-box-office-revenue/>

10) <https://www.statista.com/topics/4741/superhero-movies>

# COMIXOLOGY

an amazon company

[그림 6] 코믹솔로지 로고 (출처: www.google.com)

- <폴리곤>이 “미국 최대의 디지털 코믹스 소매점”이라고 소개하는 코믹솔로지는 클라우드 베이스의 디지털 코믹스 플랫폼으로 디지털 출판만을 전문으로 하기에 특정 출판 브랜드와 연결된 브랜드 독점형 서비스가 아닌 디지털 포맷의 코믹스를 유통하고 출판하는 망라형 디지털 코믹스 플랫폼임.<sup>11)</sup>
- DC, 다크호스, 다이너마이트, IDW, 이미지, 라이온 포지, 마블, 발리언트 등 미국 내 크고 작은 퍼블리셔들이 코믹솔로지를 통해 코믹스를 디지털 포맷으로 유통하고 있으며, 각각은 개별 출판 브랜드만 독점적으로 서비스하는 개별 플랫폼을 운영하기도 함
- 코믹솔로지는 2007년 온라인 코믹스 팬 커뮤니티로 시작된 웹사이트 기반의 플랫폼으로 코믹스 리스팅, 리테일러툴(코믹스 소매서점을 상대로 제공하는 디지털 세일즈 플랫폼/툴), 코믹스 출판 등으로 사업을 확장하다가 2013년 9월 기준, 코믹솔로지를 통한 디지털 코믹스 다운로드 수 2억 권을 기록했고 2014년 아마존닷컴에 인수됐음
- 코믹솔로지는 다양한 장르와 포맷의 코믹스 콘텐츠를 보유한 것으로 유명함. 마블 코믹스, DC 코믹스처럼 전통적인 미국 코믹스 산업의 출판사들이 제공하는 콘텐츠는 물론, 도쿄팝(TokyoPop)처럼 일본의 망가를 번역하여 미국 시장에 유통하는 퍼블리셔들도 진입해 있는 디지털 코믹스 플랫폼임. 유료 콘텐츠와 무료 콘텐츠를 모두 가지고 있음
- 코믹솔로지는 코믹스 개별 구매/다운로드가 가능하며, 코믹솔로지 언리미티드 셉스크립션을 통해 무제한 이용이 가능함. 무제한용 리스팅이 별도로 제공됨

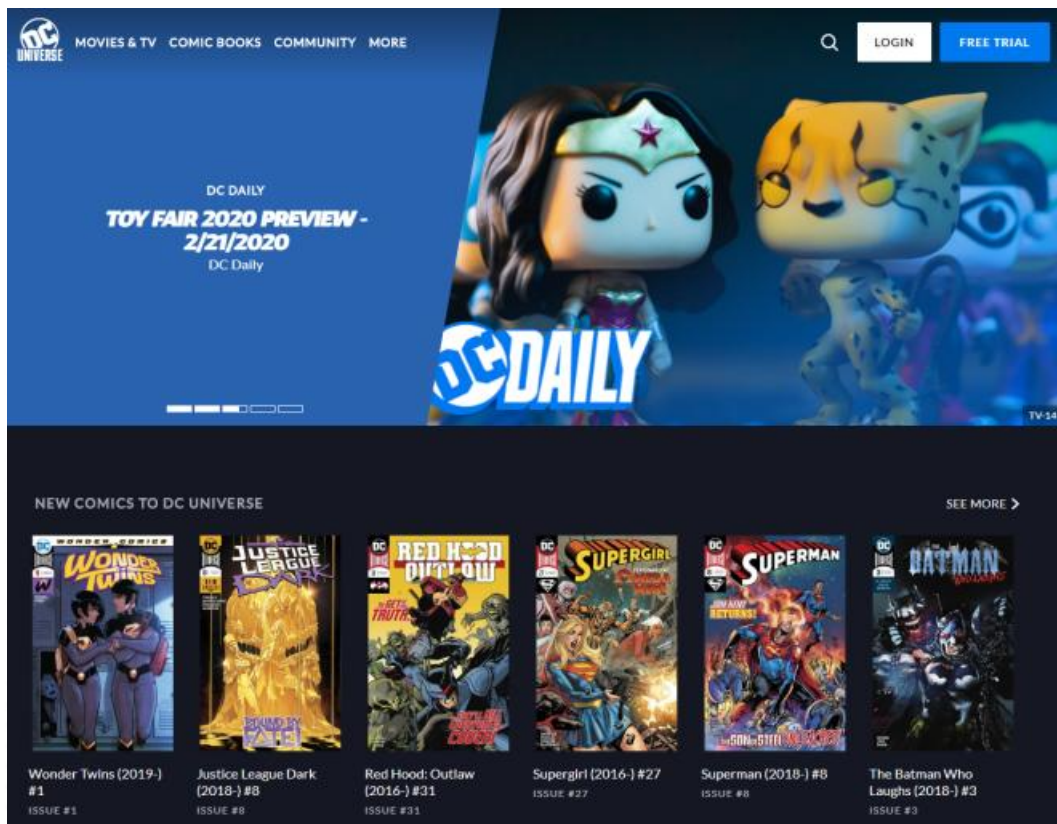
## 2. 마블 디지털 코믹스 언리미티드

- 2007년 첫 서비스를 시작한 마블 코믹스 전용 디지털 플랫폼
- 마블 코믹스가 출판한 거의 모든 코믹스를 온라인으로 제공하는 셉스크립션 서비스로, 월 정액 9.99달러에 2만 권 이상의 마블 코믹스에 무제한적인 접근과 감상이 가능함
- 마블 코믹스는 디지털 익스클루시브 콘텐츠를 보유하고 출판하는데, 마블의 디지털 익스클루시브 콘텐츠를 볼 수 있는 통로는 이 서비스가 유일함
- 마블 코믹스는 2012년 <Avenging Spider-Man>을 종이로 인쇄해 출판하면서, 디지털 특별판을 만들어 코믹스 단행본의 구매자들에게 무료로 제공했음. 디지털 익스클루시브 콘텐츠를 제작해 배포하는 것은 디지털 플랫폼도 알리고 디지털 플랫폼 가입자도 늘리는 전략으로 사용됨

11) <https://www.polygon.com/comics/2018/12/26/18104852/where-to-buy-read-download-digital-comics-apps-subscription-services>

### 3. DC 유니버스 셉스크립션

- DC 코믹스는 디지털 출판에 가장 늦게 참여한 퍼블리셔로 DC 유니버스 셉스크립션을 통해서 독자적인 DC 코믹스 플랫폼을 구축함. DC 유니버스 셉스크립션이 다른 코믹스 퍼블리셔의 플랫폼과 비교해 뛰어난 점은, 코믹스뿐 아니라 TV 프로그램, 영화 등 DC 코믹스가 IP 로써 기반이 되어 만들어진 다양한 엔터테인먼트를 하나의 플랫폼에서 이용할 수 있다는 점임<sup>12)</sup>
- DC 코믹스는 독자적인 플랫폼 DC 유니버스를 만들기 이전까지는 미국의 3대 전자책 서점인 아마존 킨들, 애플 아이북스, 반즈앤노블의 누크를 통해서 DC 코믹스를 디지털 판매해왔음



[그림 7] DC 유니버스 홈페이지 (출처: www.dcuuniverse.com)

### 4. 그 외(이미지 디지털 코믹스 스토어, 다크호스코믹스)

- 이미지 코믹스는 미국의 기성 코믹스 퍼블리셔 중에서 최초로 DRM(디지털 권리 관리 기술) 없이 디지털 출판을 시작함. 소비자가 구매한 콘텐츠에 대해 원하는 형태로 소유하고 소비할 권리가 있다고 이 결정의 배경을 설명함
- 이미지 디지털 코믹스 스토어에서 소비자는 PDF, ePUB, CBR, CBZ 등 자신이 사용하는 전자책 리더, 태블릿 등의 장비에 호환 가능한 파일 포맷을 선택하여 다운로드할 수 있음

12) <https://www.dcuuniverse.com/>

- <신 시티>의 작가로 유명한 프랭크 밀러의 그래픽노블을 출판한 다크호스 코믹스는 2011년 PC, iOS, 안드로이드 장비에서 접근하고 감상할 수 있는 온라인 디지털 스토어를 런칭함. 이 스토어는 2천 편 이상의 코믹스의 프리뷰를 무료로 제공함

## 4 미국 진출한 한국 웹툰 서비스 소개



### 1. 네이버 라인웹툰



[그림 8] 네이버 라인웹툰 캐릭터 그룹 일러스트레이션 (출처: www.publisherweekly.com)

- 라인웹툰은 네이버의 자회사로 풍부한 자금력을 기반으로 해외시장을 적극적으로 개척했음
- 한국에서는 네이버웹툰으로 알려진 서비스가 해외시장에서는 네이버의 글로벌 서비스 브랜드 “라인”을 통해 런칭했기 때문에 ‘라인웹툰’으로 진출함
- 라인웹툰의 김준구 대표는 한 인터뷰에서 라인웹툰이 네이버가 아닌 라인 브랜드로 해외 진출한 이유에 대해, 이용자에게 즐거운 커뮤니케이션 경험을 제공하는 “스마트폰 라인 플랫폼”을 통해 즐거운 디지털 콘텐츠를 제공하기 위해서라고 답했는데, 다시 말하면 라인웹툰은 모바일 기반의 코믹스 유통을 목적으로 한다는 사실을 알 수 있음
- 김준구 대표는 또 라인웹툰이 시장에서 달성하려는 가장 큰 목표는 콘텐츠 유통을 통해 소액 수입의 확보가 아니라, 퀄리티 높은 콘텐츠를 제공함으로써 이용자들이 모이는 플랫폼을 건설하는 데 목적이 있다고 덧붙임
- 2014년 라인웹툰은 중국 및 아시아 지역과 미국 지역을 포함한 글로벌 서비스 런칭 시기에 미국으로 진출했으며, 미국의 웹툰 아티스트들이 라인웹툰 플랫폼을 통해 연재할 수 있도록 기반을 마련함
- 라인웹툰이 미국에서 첫 서비스 오픈 당시 <노블레스> <신의 탑> <갯 오브 하이스쿨> 등 한국에서 인기가 많은 웹툰 42편을 번역해 서비스했고, 미국 아티스트의 웹툰 1편을 서비스하는 등 기성

작품을 번역하는 위주로 시작했으며, 이는 웹툰이라는 장르가 미국에서는 생소하기 때문에 서비스를 안정화하기 위해 인기 있는 작품을 번역해 소개하는 데 중점을 둔 것으로 보임

- 2017년 11월 기준, 라인웹툰이 영어로 번역해 연재하는 작품 수는 108편, 완결한 작품 수는 95편으로, 서비스 런칭 뒤 3년 동안 총 203편의 웹툰을 번역하여 미국을 비롯한 영미권 독자들에게 소개했음
- 또한 2016년 멤버십 서비스를 제공하는 파트레온과의 파트너십을 통해 독자층을 확대하였고, 팬들이 직접 아티스트에게 소정의 고료를 지불할 수 있는 시스템을 만들었음<sup>13)</sup>



[그림 9] 라인웹툰 이용자 수 증가 추이 (출처: www.naver.com)

- 2019년 12월 라인웹툰은 북미 지역 월 방문자수 1000만 명 돌파를 발표함. 특히 이러한 이용자 수의 눈에 띄는 증가는 2019년 한해 동안 일어난 성장으로, 2014년 7월 북미 진출 뒤 4년 동안 월방문자 500만 명을 돌파했고, 그 뒤 1년 반 만에 1000만명으로 상당한 성장을 이룸.<sup>14)</sup>
- 라인웹툰의 북미 사용자의 75%는 24세 이하로 알려졌다. 동영상, SNS 등에 익숙한 24세 이하의 젊은 층이 많이 이용한다는 점이 라인웹툰이 지향하는 콘텐츠 플랫폼으로서의 성장에 의미가 있음
- 라인웹툰의 가장 큰 장점은 “데일리 시스템”으로 매일 새로운 웹툰의 에피소드가 업로드되어 독자들이 다음 에피소드를 하루 동안 기다리고 플랫폼을 매일 다시 찾아올 수 있도록 장치를 마련한 것임. 작가 중심, 퍼블리셔 중심으로 산업이 형성된 미국의 그래픽노블 시장의 팬덤이 다음 회를 오랫동안 기다려야 볼 수 있는 것과 다르게, 비록 다른 웹툰이지만 매일 새로운 에피소드가 공개되는 데일리 시스템으로 플랫폼을 꾸준히 찾아오도록 유도함
- 이외에도 아마추어 아티스트를 발굴할 수 있는 창작공간 ‘캔버스’를 통해(한국의 ‘도전만화’가 전신), 로컬 작가들이 참여하고 콘텐츠를 생산, 작가를 발굴할 수 있는 시스템을 운영함. 북미

13) <https://www.newsarama.com/30724-inside-line-webtoon-its-35m-readership.html>

14) <https://finance.yahoo.com/news/webtoon-illustrates-exceptional-storytelling-more-130000216.html>

캔버스의 연재 작품수는 연 108% 증가하고 있음

- 라인웹툰은 모바일 앱으로 신작 알림을 받을 수 있으며, 와이파이 이용이 한국과 비교해 제한된 미국에서 쉽게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 다운로드해서 인터넷 연결이 없는 상태에서도 콘텐츠를 즐길 수 있는 On-the-Go 서비스를 제공함
- 라인웹툰의 김준구 대표는 <PR 뉴스와이어>를 통해 진출 5년차를 맞이한 라인웹툰이 앞으로 문화적으로 지역적으로 관련성 높은 콘텐츠를 제공하기 위한 노력과, 새롭고 비전형적인 스토리텔링을 발굴하는 투트랙 전략을 계획하고 있다고 언급함<sup>15)</sup>

## 2. 레진코믹스

- 레진코믹스는 레진엔터테인먼트의 글로벌 웹툰 플랫폼임. 2015년 미국과 일본에 동시에 진출하였으며, 2017년 미국 앱스토어 만화부문 1위로 선정되는 등 가시적인 성과를 거둠
- 레진코믹스는 ‘기다리면 무료’ 비즈니스 모델을 웹툰 산업에 도입했음. 이는 새 에피소드를 대기 시간 없이 이용하려는 독자들에게 결제를 요구하는 방식으로, 이후 이 지불방식은 웹툰 플랫폼 업계에서 표준 유료 결제방식으로 자리 잡았고, 해외에서도 페이먼트 모델로 자리 잡음
- 레진코믹스 역시 미국 진출 당시 IP 라이선싱을 통한 진출이 아니라 번역을 통해 한국의 인기 콘텐츠, 일종의 검증이 된 콘텐츠를 미국 독자들에게 소개하는 안전한 방식을 선택했으며 2017년 7월 기준 100편 이상의 웹툰을 번역하고 처음부터 영어로 제작된 웹툰도 선별하여 소개함. 이중 일부는 한국으로의 역수출도 계획하고 있음
- 레진코믹스는 미국 진출 첫해에 63억 원 매출을 기록했고, 2017년 105억 원의 매출을 기록해 전년도 동기간 대비 65%라는 놀라운 성장률을 기록함
- 2019년 4월 레진코믹스는 실적발표를 통해 2018년 한해 동안 469억 원의 매출을 기록했다고 발표했으며, 한국 웹툰 수출로 미국 시장에서 처음으로 단독매출 100억 원을 돌파했다고 발표함<sup>16)</sup>
- 레진코믹스는 “다양한 장르의 좋은 작품 발굴, 번역/편집/식자 등 외국어 콘텐츠 제작의 고도화, 해외 팬들과의 소셜네트워크서비스를 통한 커뮤니케이션 강화를 미국 시장에서 성장할 수 있었던 원동력으로 꼽았음

## 3. 타파스틱

- 타파스미디어의 글로벌 웹툰 플랫폼인 타파스틱은 한국 웹툰 퍼블리셔 중에서 가장 먼저 미국에 진출한 플랫폼임. 당시 북미에서 최초이자 유일한 웹툰 포털로 2012년 10월 서비스를 시작했음
- 타파스틱은 한국형 플랫폼의 도입을 통해, 작가들이 각자의 개인 블로그, 커뮤니티 사이트, 팬

15) <https://finance.yahoo.com/news/webtoon-illustrates-exceptional-storytelling-more-130000216.html>

16) <https://www.comiccrusaders.com/lezhin-entertainment-hits-9-million-annual-revenue-in-2018/>

페이지에 업로드하는 등 흩어져있어서 개별 콘텐츠로만 존재했던 인디작가들의 코믹스를 한데 모아 업로드함으로써 독자와 소통할 수 있는 공간을 제공한 공이 크며, 데일리로 새로운 웹툰을 업데이트하는 한국형 서비스의 도입으로 미국 독자들로부터 호응을 얻었음

- 타파스틱은 미국 진출 초기에 한국 웹툰 중에서 미국 시장에서 흥행할 수 있는 작품들을 선별해 무료로 번역 서비스를 제공했음
- 한국에서 네이버 웹툰의 뒤를 잇는 다음 웹툰은 타파스틱을 통해 미국에 콘텐츠를 소개함
- 타파스틱이 소개한 웹툰 중에서 미국에서 인기를 모은 작품은, 루드비코 작가의 <인터뷰>와 이세형 작가의 <늑대처럼 울어라> 등으로 수퍼히어로 장르가 중심이 되는 미국 코믹스와는 다른 새로운 장르와 주제에 독자들이 반응한 것으로 분석됨
- 타파스틱의 페이먼트 모델은 크라우드 펀딩과 유사한 자율 기부 시스템으로, 독자들이 작가의 웹툰을 읽고 후원금 또는 고료를 지불하는 형식임. 독자들은 매달 최소 1 달러부터 한도 없이 원하는 금액을 지원할 수 있고, 아티스트와 타파스틱이 분배하는 수익모델임. 펀딩 문화가 발달한 미국 독자를 염두에 둔 페이먼트 모델임
- 이외에도 한국의 태피툰(Tappytoon), 스포툰(Spottoon)이 미국 진출하였으며, 프랑스의 이즈네오(Izneo Webtoon), 웹툰팩토리(Webtoon Factory) 등이 전통적인 코믹스 포맷이 아닌 웹툰 포맷으로 영어 서비스를 모바일앱과 웹사이트를 통해서 2019년 서비스를 시작함. 시장에 먼저 진입한 한국출신의 웹툰 서비스와 비교되기에 이르지만, 새로운 장르로 소개된 서비스에 후발주자가 나섰다는 것은 독자층과 시장이 성장하고 확대되고 있음을 시사함<sup>17)</sup>
- 특히 망가와 그래픽노블 위주로 서비스하는 이즈네오의 경우 휴대용으로도 사용할 수 있는 게임콘솔인 닌텐도 스위치에서 접근이 가능한 것이 특징으로, 유사한 데모그래피를 공유하는 게임산업과 코믹스산업의 이용자층을 분석하여 서비스를 론칭한 것으로 짐작됨<sup>18)</sup>

#### 4

#### 정리 및 시사점



- 한국의 웹툰은 K 팝 이후 가장 수익성 있는 한류 콘텐츠로 평가받고 있으며, 한국의 웹툰 퍼블리셔들은 중국, 미국, 아시아 지역 등 한국보다 시장 규모가 큰 국가들에 웹툰이라는 새로운 미디어를 알리고 이들 웹툰 플랫폼을 통해 한국의 콘텐츠를 소개하며 수익을 올리고 있음
- 미국은 일본과 더불어 세계 2대 코믹스 산업 국가로 연간 약 10억 달러 규모의 매출을 기록하는 거대한 코믹스 산업을 보유하고 있음
- 미국의 경우 모바일 기기가 보편화되고 인터넷의 발달과 보급이 확대되었지만 아직도 코믹스 산업은 디지털 플랫폼보다는 전통적인 방식으로 출판되고 유통되고 있음. 따라서 매출의 비중 또한 종이로 인쇄되는 코믹스가 90% 정도를 차지하며, 디지털로 출판 유통되는 디지털 코믹스는 10% 수준에서 비중의 증감이 없음
- 미국 코믹스 산업 내의 하위 장르 중에서 한국의 웹툰과 정확하게 일치하는 장르는 없기 때문에

17) <http://www.freaksugar.com/10-amazing-webtoon-apps-to-check-out/>

18) <https://www.engadget.com/2019/02/28/switch-comic-book-reader-izneo/>

- 한국의 웹툰은 2014년 이후 새롭게 소개된 형식의 미디어, 엔터테인먼트라고 보는 편이 맞음
- 웹툰의 미국 진출은 콘텐츠와 플랫폼 2가지 형태로 정리됨. 콘텐츠의 경우 번역으로만 소개됐는데 앞으로는 IP 라이선싱의 형태로 미주지역에 맞는 그림체와 문화, 언어표현이 이식된 현지화된 콘텐츠의 개발도 고려할 만한 방향임.
  - 라인웹툰, 레진코믹스, 타파스틱 등 한국 웹툰 서비스사들이 현지에서 매출을 얻을 수 있었던 것도 기존의 한류 콘텐츠 소비자들이 관심을 가지는 경우가 많음. 따라서 한국의 웹툰이 일정 수입을 미국에서 올리고 있다고 해서 주류 문화로 자리 잡았다고 평가하기는 어려움
  - 오히려 웹툰은 새로운 미디어, 새로운 K 콘텐츠로 인식되고 있다고 보는 편이 적당함.
  - 미국에서 코믹스는 1990년대 이후부터 IP로서 상당한 경제적 가치를 인정받고 있음. 특히 영화, 방송, 게임 등 미디어 관련 엔터테인먼트 업계에서는 코믹스를 원작으로 하는 다양한 콘텐츠를 생산하고 있음. 2019년까지 집계된 통계에서 이야기 원작으로 구분했을 때 코믹스 원작의 영화가 평균 수입이 가장 높은 것으로 나타남. 이는 한국 웹툰의 미국 진출이 코믹스 산업에 영향을 미칠만한 수준은 아니지만 앞으로 IP로서 평가받을 수 있는 가능성을 시사함
  - 슈퍼히어로 장르의 그래픽노블이 발달한 미국이지만, 한국 웹툰의 경우 스토리텔링 구조가 탄탄한 로맨스물, 학원물, 어드벤처 등 다양한 장르가 제작되고 있으며 그런 점에서 미국 독자들에게도 반응을 얻었음. 미국 문화에 기반하지 않아도 스토리가 설득력이 있으면 독자층을 확보할 수 있음을 방증함
  - 한국 영화 중에서 웹툰을 원작으로 만들어진 영화들이 있으며, 할리우드에서는 코믹스 원작의 영화가 수익성이 높은 장르로 여겨지듯이, 웹툰이 그저 새로운 형태의 코믹스로 소개되는 데서 그칠 것이 아니라 영화화, TV 시리즈 제작, 게임화, 머천다이징 등 다양한 콘텐츠 변주의 소스가 될 수 있는 방법을 연구할 필요가 있음
  - 특히 <기생충>의 아카데미 주요부문 수상에 따라, 한국영화의 위상이 달라질 것으로 기대가 되고 있는데, <이끼> <강철비> <내부자들> 등 한국에서 인기를 얻었던 웹툰 원작 영화들이 웹툰과 함께 소개가 될 수 있는 마케팅의 가능성이 있다고 예상됨



미국 비즈니스센터 담당자 연락처

주성호 센터장	+1-323-935-2070	thinkju@kocca.kr
엘리홍 과장	+1-323-935-1737	ehong@kocca.kr
권순형 주임	+1-323-935-5001	gavin@kocca.kr

**발행인** 김영준  
**발행처** 한국콘텐츠진흥원  
 전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)  
 전화 1566-1114  
[www.kocca.kr](http://www.kocca.kr)