

일본 콘텐츠 산업동향

일본 만화시장 동향

2023년05호



일본 콘텐츠 산업동향

일본 만화시장 동향

2023년 05호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층 이슈	I. 일본 만화시장 동향	만화
	1. 2022년도 일본 만화시장 2. 일본 종이출판만화 산업 동향 3. 일본 전자출판만화 산업 동향 4. 최신 일본 만화 산업 동향	
	II. 한국 만화의 일본 진출 현황	만화, 드라마, 애니메이션, 게임
	1. 한국 만화의 일본 진출 현황 2. 한국 만화의 일본 국내 활용사례-드라마 3. 한국 만화의 일본 국내 활용사례-애니메이션 4. 그 외 한국콘텐츠 IP의 일본 국내 활용사례	

작성 | 한국콘텐츠진흥원 일본비즈니스센터

배포 | 2023. 5. 25.



일본 만화시장 산업 동향

KOCCA

I. 일본 만화시장 동향

작성 순서

1. 2022년도 일본 만화시장
2. 일본 종이출판 만화 동향
3. 일본 전자출판 만화 동향
4. 최신 일본 만화시장 동향

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

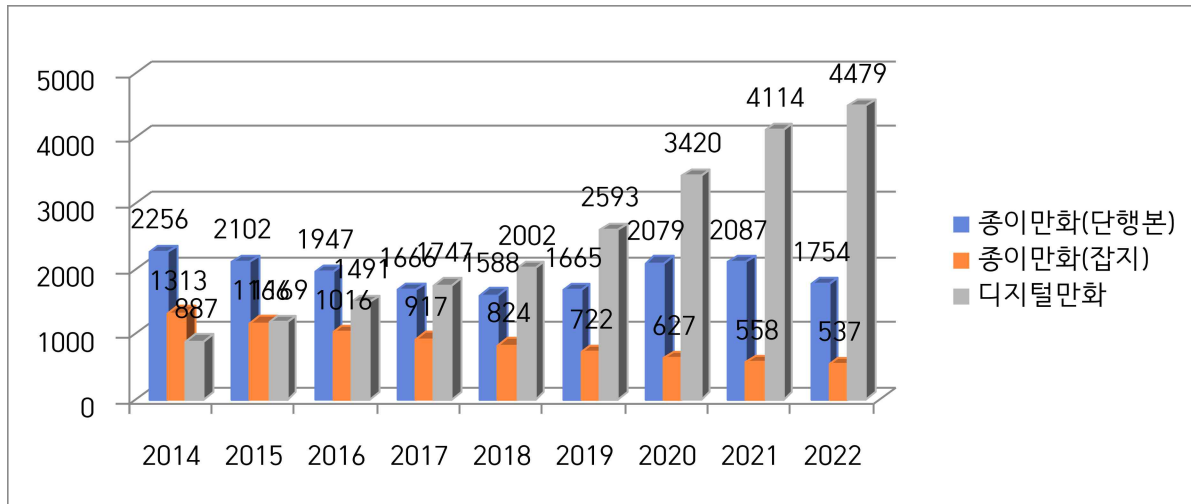
1 2022년도 일본 만화시장

>>>

- ✓ 2022 년도(1 월~12 월 누계) 일본 만화시장 규모는 2021 년 대비 0.2%가 증가한 6,770 억 엔
 - 일본 출판업계 조사연구기관인 전국출판협회 출판과학연구소에서 발표한 출판월보(出版月報) 2023 년 2 월호에 따르면, 2022 년도 종이출판과 전자출판을 모두 합산한 만화시장은 2021 년 대비 0.2% 증가한 6,770 억 엔으로, 전체 출판시장 내 만화시장 비중은 2021 년 대비 1.1%가 증가한 41.5%를 차지함
 - 2021 년도 일본 만화시장 규모는 6,759 억 엔으로 2020 년과 비교했을 때 10.3%의 큰 증가 폭을 보여주었지만, 2022 년은 소폭 증가에 머무름
 - 만화시장 내역 중 단행본과 만화잡지를 합산한 종이출판 만화의 매출액은 2021 년 대비 13.4%가 감소한 2,291 억 엔이고, 전자출판 만화는 2021 년 대비 8.9%가 증가한 4,479 억으로 2019 을 기점으로 매년 전자만화 시장이 커지고 있음

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2020 년 대비(%)
종이 출판	만화(단행본)	2,256	2,102	1,947	1,666	1,588	1,665	2,079	2,087	1,754	84.0
	만화잡지	1,313	1,166	1,016	917	824	722	627	558	537	96.2
	소계	3,569	3,268	2,963	2,583	2,412	2,387	2,706	2,645	2,291	86.6
전자출판 (만화잡지 포함)		887	1,169	1,491	1,747	2,002	2,593	3,420	4,114	4,479	108.9
합계		4,456	4,437	4,454	4,330	4,414	4,980	6,126	6,759	6,770	100.2

| 표 1 | 일본 만화시장 매출액(단위: 억 엔)¹⁾

| 그림 1 | 일본 만화시장 매출액(단위: 억 엔)²⁾

2

일본 종이출판 만화 동향



❖ 종이출판 만화시장은 2021 년도 대비 13.4% 감소한 2,291 억 엔

- 일본 종이출판 만화시장 중 단행본은 16%가 감소한 1,754 억 엔, 만화잡지 시장은 3.8%가 감소한 537 억 엔으로 합산 2,291 억 엔을 기록하였으며, 감소 원인으로는 코로나 19 의 영향으로 증가했던 2020 년과 2021 년 재택 소비자 구매 수요가 거의 종료되었다는 점, 소비를 자극할 대형 히트 작품이 없었다는 점을 들 수 있음
- 대히트 작품인 <원피스>는 2022 년 8 월에 개봉되었던 극장판 애니메이션 <원피스 필름 레드>의 흥행수입이 197 억 엔을 기록하면서 단행본의 매출도 증가하였음
- TV 애니메이션의 방송 시작과 2022 년 카타르 월드컵에서 보여준 일본팀의 활약 덕분에 축구만화 <블루 록>(코단샤)과 <아오아시>(쇼가쿠칸), 코스튬을 주제로 한 <그 비스크 둘은 사랑을 한다>(스퀘어에닉스)가 크게 매출을 올림
- 그 외, 2022 년 12 월, 극장판 애니메이션 개봉으로 대히트를 기록했던 <슬램덩크>(슈에이샤)의 단행본도 다시금 매출이 급격히 증가함
- 2022 년 단행본 만화 중, 가장 높은 매출을 기록한 작품은 배구를 주제로 한 한정판 <하이큐!! 10th 크로니클>(슈에이샤)로, 10 주년 기념 특별선물로 피규어, 포토카드, 핀셋지, 작가와의 좌담회 등 한정판다운 기획이 가득했던 기념판이었음
- 만화잡지는 연재 매체로서의 역할이 만화 애플리케이션으로 전환하는 과정 중에 있다고 볼 수 있으며, ‘주간 소년점프’와 ‘주간 소년선데이’에서 기획으로 <원피스>의 작가 오다 에이치로(尾田 栄一郎)와 <명탐정 코난>의 작가 아오야마 고쇼(青山剛昌)의 대담기사를 실는 등, 화제성을 일으키기 위한 매체로서 만화잡지를 중요시하는 산업계의 분위기는 변함이 없음

1)출처: 출판월보 2월호(공익사단법인 전국출판협회 출판과학연구소 발행)

2)출처: 출판월보 2월호(공익사단법인 전국출판협회 출판과학연구소 발행)

순위	제목	매출액 (백만 엔)	작가	출판사
1	하이큐! 10 th 크로니클 한정판	1,209	후루다테 하루이치(古舘春一)	슈에이샤
2	SPY×FAMILY 9	978.1	엔도 타츠야(遠藤達哉)	슈에이샤
3	ONE PIECE 103	971.9	오다 에이치로(尾田栄一郎)	슈에이샤
4	ONE PIECE 102	953.3	오다 에이치로	슈에이샤
5	ONE PIECE 104	938.7	오다 에이치로	슈에이샤
6	주술회전 19	898.8	아쿠타미 게게(芥見下々)	슈에이샤
7	SPY×FAMILY 10	785.9	엔도 타츠야	슈에이샤
8	주술회전 20	779.0	아쿠타미 게게	슈에이샤
9	주술회전 19권 기록- 시부야 사변 물품 및 현장사진 첨부 동봉판	723.6	아쿠타미 게게	슈에이샤
10	주술회전 18	703.5	아쿠타미 게게	슈에이샤
11	주술회전 21	631.9	아쿠타미 게게	슈에이샤
12	SPY×FAMILY 8	589.9	엔도 타츠야	슈에이샤
13	도쿄 리벤저스 26	587.0	와쿠이 켄(和久井健)	슈에이샤
14	도쿄 리벤저스 27	547.0	와쿠이 켄	슈에이샤
15	도쿄 리벤저스 28	501.7	와쿠이 켄	슈에이샤
16	SPY×FAMILY 7	495.5	엔도 타츠야	슈에이샤
17	SPY×FAMILY 4	495.5	엔도 타츠야	슈에이샤
18	SPY×FAMILY 5	491.8	엔도 타츠야	슈에이샤
19	SPY×FAMILY 6	488.9	엔도 타츠야	슈에이샤
20	킹덤 64	463.6	하라 야스히사(原泰久)	슈에이샤

| 표 2 | 2022 년도 일본 종이출판 단행본 매출액 TOP 20³⁾

3 일본 전자출판 만화 동향



❖ 2022 년 전자출판 만화 시장의 판매금액은 2021 년 대비 8.9% 증가한 4,479 억 엔

- 2019 년을 기점으로 종이출판 만화시장을 역전한 전자출판 만화시장은 매년 두 자리수 성장을 지속해 왔는데 22 년도는 전년 대비 8.9%로 두자리 수 성장멈춤세의 이유로는 일상회복의 움직임과 더불어 코로나 팬데믹 기간 중 재택 소비자들이 급격히 감소한 점을 들 수 있음
- 〈스파이 패밀리〉, 〈체인소 맨〉 등이 시장을 견인하기는 했지만, 2020 년과 2021 년에 대히트를 기록했던 〈귀멸의 칼날〉, 〈주술회전〉, 〈도쿄 리벤저스〉와는 비교할 만한 성적에 미치지 못했음
- 향후에는 완만한 성장세 속에서 한정된 시장 내의 우위를 다투는 경쟁이 더욱 격화될 것으로 분석되고 있음

3)출처: 오리콘엔터테인먼트마켓백서 2022(오리콘리서치 발행)

- 만화작품의 연재매체로서 역할이 만화잡지에서 만화서비스 앱으로 전환하는 과정 중으로, 〈나 혼자만 레벨업〉이 대히트를 기록한 픽코마는 2022년 12월 시점, 앱의 누적 다운로드 수가 3,700만 다운로드를 넘어섬

만화서비스 앱명칭	운영회사	서비스 개시월	누적 다운로드 수 (2022년 12월 조사)
픽코마	카카오픽코마	2016년 4월	3,700 만
LINE망가	LINE 디지털 프론티어	2013년 4월	3,300 만
망가왕	쇼가쿠칸	2014년 2월	3,000 만
망가BANG!	Amazia	2014년 2월	2,700 만
소년점프 +(플러스)	슈에이샤	2014년 9월	2,300 만
comico	NHN comico	2013년 10월	2,200 만
망가UP!	스퀘어엔릭스	2017년 1월	2,000 만
마가포케(매거진 포켓)	코단샤	2015년 7월	1,900 만
망가박스	DeNA	2013년 12월	1,800 만
GANMA!	코믹스마트	2013년 12월	1,600 만

표 3 | 일본 주요 만화서비스 애플리케이션 일본 국내 다운로드 수⁴⁾

4

최신 일본 만화시장 동향



✓ 만화와 게임의 가능성에 주목하는 대형 출판사

- 만화출판에 강점을 가지고 있는 대형 출판사 슈에이샤와 코단샤는 최근 게임 개발과 사업 전개에 적극적인 움직임을 보이기 시작함
- 슈에이샤의 '게임 크리에이터즈 CAMP Annual Report 2023'⁵⁾를 보면, 게임 크리에이터의 발굴과 지원을 목적으로 2021년 4월부터 시작한 '게임 크리에이터즈 CAMP'를 통해 2년 간 5천 명을 넘는 게임 크리에이터와 5천 건 이상의 포트폴리오가 등록되었다고 발표함
- 코단샤는 2020년 9월 '코단샤게임크리에이터즈랩(GCL)'을 발족하고, 게임개발에 연간 최대 1,000만 엔을 지원하는 기획 프로젝트⁶⁾를 실시 중으로, 2022년 4월 시점 3천 건이 넘는 응모 속에서 현재 멤버로서 발탁된 24개 팀이 게임개발을 진행 중임
- 양사의 게임사업 기획은 만화 편집 시스템과 동일하게, 기획부터 콘텐츠의 완성, 시장전개까지 전 과정을 자사 프로듀서가 프로듀싱하는 방식으로, 출판사와 편집부가 가지고 있는 노하우를 만화에서 게임분야로 확장하려는 시도라도 볼 수 있음

4)출처: 정보미디어백서 2023(덴츠미디어이노베이션랩 발행)

5)게임크리에이터즈 CAMP Annual Report 2023: https://note.com/shuei_camp/n/n0b1176643ac9

6)코단샤 게임크리에이터즈랩 모집공고 사이트: <https://creatorslab.kodansha.co.jp/topics/1364/>

✔ <룩 백(ルックバック)>이 보여 준 SNS 의 영향력

- 2021 년 7 월 19 일, <소년점프+(플러스)>에 공개되었던 <체인소 맨>의 인기 작가 후지모토 타츠키의 청춘 성장 단편만화 <룩 백>은, 만화가 SNS 를 통해 코어팬층에서 일반층으로 확대되어가는 모습을 상징적으로 보여준 사례가 되었음
- 소년점프플러스의 편지부 발표에 따르면, 자정 12 시에 공개되었고, 143 페이지의 꽤 긴 분량의 단편 완결 작품이었음에도 불구하고 공개 당일 150 만 뷰 이상, 7 월 30 일에는 500 만 뷰를 넘어서는 기록을 달성함
- 후지모토 타츠키의 <체인소 맨> 1 부를 완결한 뒤의 단편 완결만화라는 점에서 기대치가 높기도 했지만, 무엇보다 사회현상이라고 불릴 정도로 급속히 인기가 확대된 배경에는 Twitter 라는 SNS 존재를 이유로 들 수 있음
- 주간 만화잡지 '주간 영점프'에서 연재하고 있는 요코야리 멘고(横槍メンゴ)의 <최애의 아이> Twitter 팔로워수 9.6 만을 시작으로, 니노미야 토모코(二ノ宮知子), 오오카와 부쿠부(大川ぶくぶ), 시이나 다카시(椎名高志), 야마구치 츠바사(山口つばさ), 카즈키 요네(カズキ ヨネ) 등 많은 만화가들이 자신들의 Twitter 에서 <룩 백>을 언급하고, 만화가들만의 문화적 장르를 넘어서 다양한 아티스트와 연예인들을 통해서도 작품이 화제로 언급이 되며 급격히 인기가 확산되었음

✔ 전자출판 만화의 시장 확대와 더불어 만화콘텐츠에 대한 수요도 증가 중

- 2021 년 전체 전자출판시장 4,662 억 엔 중, 전자출판 만화가 차지하는 비중이 4,114 억 엔으로 약 90%를 기록함
- 최근에는 종이출판 만화의 단행본 신간 발매에 맞추어 전자출판도 동시에 판매와 구독서비스를 제공하고 있으며, 유저들의 이용 또한 증가하고 있고, 또한, 히트 작품들이 연재되고 있는 만화 전용 앱에 많은 유저들이 가입하고 이용도 확대되고 있어, 인기 높은 구작 작품들을 다시 소개하는 등 프로모션도 탄력적으로 실시되고 있음
- 이러한 시장 확대와 수요증가에 따라, 특히 만화서비스 앱의 경우 신작 업데이트 빈도가 유저들의 이용률을 좌우하기 때문에 새로운 만화콘텐츠에 대한 업계 수요가 높아지고 있음
- 2022 년 5 월 일본 민영방송 키국 중 하나인 TBS 는 부족한 콘텐츠의 확보와 글로벌 IP 전개를 위해 한국의 네이버웹툰과 제휴를 맺고, 한국 내 웹툰 스튜디오 '스튜디오 툰(Studio TooN)' 을 설립한다고 발표해서 업계의 주목을 받았음
- 한편, 전자출판 시장의 성장에 따라 저작권 침해 사례도 증가하고 있는 상황에서, 일본 2 대 인쇄업체 중 하나인 다이닛폰인쇄(大日本印刷(DNP)) 주식회사가 만화시장의 해적판 대책과 정규 콘텐츠 유통 지원을 위해, 해적판 감시 및 서비스 플랫폼 대상 삭제요청 지원서비스인 'DNP 콘텐츠해적판 대책 서비스'를 2022 년 8 월부터 제공하고 있음

✔ 일본 국내 만화출판사, 해외시장 대상 구독서비스 전개 강화

- 2020년 4월 15일 부터 ‘코단샤(講談社)’, ‘코어믹스(コアミックス)’, ‘코믹스마트 (コミックス マート)’ 등 일본 만화출판사 11개사가 파트너십을 맺고 월정액 구독서비스인 망가모(Mangamo)⁸⁾를 해외 대상으로 서비스를 개시
- 망가모(Mangamo)는 월 4.99 달러로 <진격의 거인>(이시야마 하지메), <소말리와 숲의 정령>(야코 구레이시), <불꽃 소방대>(오오쿠보 아츠시) 등 400여 작품을 감상할 수 있는 모바일 만화 플랫폼으로, 현재는 영미권을 중심으로 영어서비스를 전개하고 있으며, 업무제휴를 맺은 일본의 출판사들도 15개 회사 이상으로 증가했음
- ‘슈에이샤(集英社)’가 운영하는 ‘소년점프플러스(少年ジャンプ+)’는, 2014년 9월부터 일본의 종이출판 만화 기반의 전자서적과 전자출판 만화의 모바일 및 웹서비스를, 일본 국내를 비롯 미국, 캐나다, 영국, 뉴질랜드, 호주, 필리핀, 싱가포르, 인도 등 10개국을 대상으로 서비스 중임
- 소년점프플러스의 월 구독료는 1.99 달러로, 서비스를 시작한 2014년부터 2019년까지는 주목할 만한 실적을 올리지 못했지만, <SPY×FAMILY>(엔도 타츠야), <괴수 8호>(마츠모토 나오키), <체인소 맨>(후지모토 타츠키) 등 인기작품들의 연재를 시작하면서 가입자 수가 증가하고 있음
- 2022년 6월에 개최되었던 온라인 대담 이벤트 ‘점프의 미래 2022(ジャンプのミライ 2022)⁹⁾’에서, 2023년 이후에 시작하는 소년점프플러스의 새로운 오리지널 연재만화는 모두 영어판으로도 제작해서, 소년점프플러스를 통해 일본어판, MANGA Plus by SHUEISHA¹⁰⁾를 통해 영문판을 연재하는 등 전 세계 동시 출시서비스를 실시한다고 발표함

II. 한국 만화의 일본 진출 현황

작성 순서

1. 한국 만화의 일본 진출 현황
2. 한국 만화의 일본 국내 활용사례 - 드라마
3. 한국 만화의 일본 국내 활용사례 - 애니메이션
4. 그 외 한국콘텐츠 IP의 일본 국내 활용사례

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 한국 만화 IP의 일본 진출 현황

>>>

✓ 한국 만화 수출시장 1위의 일본에서 이어지는 한국 만화 IP 활용

- 한국만화의 전체 수출액 중, 해외 주요 국가 및 대륙별 수출 비중은, 2021년 기준 일본 27.8%,

8)Mangamo 사이트: <https://www.mangamo.com/manga>

9)출처: <https://jumpplusappcompe.com/jumpnomirai/>

10)「MANGA Plus by SHUEISHA」는 일본, 한국, 중국에서는 비공개

중화권 18.8%, 동남아 18.5%, 유럽 18.2%로 일본이 수출시장 1위를 차지하고 있음¹¹⁾

- 계속되고 있는 한류의 인기와 더불어 드라마, K-POP 과 같은 콘텐츠의 인기에 못지않게 주목받고 있는 것이 웹툰으로, 드라마의 인기를 타고 2005년 일본판이 출판되어 인기를 모았던 <궁>을 비롯해, <미생>, <하백의 신부>, <신과 함께> 등, 드라마나 영화로 제작된 한국의 출판만화와 웹툰이 다수 일본 내에서도 번역 출판되었음
- 최근에는 넷플릭스와 디즈니플러스 등의 글로벌 OTT 플랫폼을 통해 한국 웹툰이 원작인 한국 드라마가 일본 국내에서도 인기를 끌고 있으며, 인기 있는 웹툰은 이야기로서의 완성도가 높아 일본 국내에서 출판되거나 다른 장르의 콘텐츠로 IP를 활용해 전개하는 사례도 다수 등장하기 시작함
- 또한, 한국의 웹툰이 일본 대형 애니메이션 제작사들로부터도 연이어 러브콜을 받고 있음. 일본 애니메이션 제작사는 자국의 출판 만화를 원작으로 하는 애니메이션 시장이 발전한 덕분에 대부분 오랜 시간 노하우를 쌓아오며 뛰어난 애니메이션 제작 역량과 시스템, 인프라를 보유하고 있어, 일본 만화 원작의 애니메이션이 시너지를 내며 글로벌 IP로 성장한 것처럼, 한국의 웹툰도 애니메이션화에 최적화된 원천 콘텐츠가 될 수 있을 것으로 기대됨

2 한국 만화의 일본 국내 활용 사례 - 드라마

»»

✔ 이태원 클라쓰(작가: 조광진)

- 일본의 민영방송국 TV Asahi는 2022년 7월 7일부터 9월 29일까지 카카오페이지와 다음 웹툰에서 연재되던 웹툰 <이태원 클라쓰>를 원작으로 제작된 리메이크 드라마 <롯데기 클라쓰(六本木クラス)>를 방영함¹²⁾
- <이태원 클라쓰>는 2020년 초 한국 국내에서 드라마로도 제작, 방영되어 큰 인기를 얻은 작품으로, 이후 넷플릭스를 통해 전 세계 서비스 중이며, 일본 넷플릭스 TV 순위에서는 현재까지도 상위권에 이름을 올리고 있는 인기작품임
- 일본판 제작에는 카카오엔터와 자회사 크로스픽처스, 한국판 드라마를 제작한 SLL(전 JTBC 스튜디오)이 협업·제작함

✔ 바른연애 길잡이(작가: 남수)

- <바른연애 길잡이>를 원작으로 한 드라마 <正しい恋の始めかた>가, 2023년 1월 1일부터 TV Asahi 지상파 채널과 일본의 온라인서비스 'TELASA¹³⁾'를 통해 방영됨¹⁴⁾
- <바른연애 길잡이>는 네이버웹툰에서 2018년부터 2021년까지 연재된 로맨틱 코미디 웹툰으로, 2017년 '청춘로맨스 대전'에서 최우수상을 수상한 인기작품

11)출처: 2021년 기준 콘텐츠산업조사(문화체육관광부 발행)

12)공식사이트: https://www.tv-asahi.co.jp/roppongi_class/

13)일본의 이동통신사 KDDI와 메이저 방송국 TV아사히가 공동 설립한 TELASA 주식회사의 온라인서비스 (<https://www.telasa.jp/unlimited>)

14)공식사이트: <https://www.tv-asahi.co.jp/renaidrama/tadakoi/>

- 일본에서는 LINE 망가를 통해 웹툰도 서비스되었고, 전 세계적으로는 총 8 개국 언어로 번역되어 서비스 제공 중이며 글로벌 누적 조회 수 8 억 회를 기록

❖ 플레이, 플리(작가: 2F)

- 종합 콘텐츠 스튜디오 ‘플레이리스트’가 일본의 주요 스트리밍 서비스 ‘홀루(Hulu)¹⁵⁾’의 오리지널 드라마인 〈플레이, 플리(プレイ・プリ)〉를 2023 년 제작한다고 발표함¹⁶⁾
- 〈플레이, 플리〉는 2020 년 9 월부터 2022 년 10 월까지 네이버웹툰에서 연재되었던 인기 로맨스 웹툰으로, 영어, 일본어, 태국어 등으로도 번역 서비스 되었으며, 2022 년 12 월 기준으로 글로벌 누적 조회 수 2 억 회를 돌파함

3 한국 만화의 일본 국내 활용 사례 - 애니메이션

»»

❖ 신의 탑(작가: SIU)

- SIU 작가의 판타지웹툰 〈신의 탑〉이 일본에서 TV 애니메이션으로 제작되어 2020 년 4 월부터 6 월까지 〈神之塔 -Tower of God-〉 시즌 1 이 방영되었고, 2022 년 8 월 시즌 2 의 제작계획이 발표됨¹⁷⁾
- 2010 년 6 월부터 네이버웹툰에서 연재되었던 〈신의 탑〉은 일본에서 2018 년부터 LINE 망가에서 연재를 시작했고, 전세계 28 개국 언어로 서비스됨. 일본 국내의 프로듀스는 애니플렉스의 자회사 ‘Rialto Entertainment’가 담당

❖ 갓 오브 하이스쿨(작가: 박용제)

- 네이버웹툰의 인기 웹툰 〈갓 오브 하이스쿨〉을 원작으로 한 애니메이션 〈THE GOD OF HIGH SCHOOL-ゴッド・オブ・ハイスクール〉이 2020 년 7 월 6 일, 채널 도쿄 MX 와 AT-X 를 포함, 다양한 OTT 플랫폼에서 방영됨¹⁸⁾
- 애니메이션 제작은 일본의 애니메이션 제작사인 ‘스튜디오 MAPPA’, 연출은 박성후 감독이 맡았으며, 〈노블레스〉, 〈신의 탑〉의 글로벌 유통과 제작을 담당한 미국 애니메이션 기업 크런치롤이 제작에 참여
- 〈갓 오브 하이스쿨〉의 원작 웹툰은 2011 년 연재를 시작한 이후 전 세계 8 개 언어로 번역되어, 글로벌 누적 조회수 38 억회 이상을 기록

❖ 노블레스(작가: 손제호, 이광수)

- 인기 웹툰 〈노블레스〉를 원작으로 한 애니메이션 〈NOBLESSE -ノブレス-〉가 2020 년 10 월

15)일본의 hulu는 일본의 HJ Holdings가 운영하는 로컬 OTT로 일본 국내에서만 볼 수 있는 플랫폼임

16)출처: <https://news.hulu.jp/playlist/>

17)공식사이트: <https://tog-anime.com/>

18)공식사이트: <http://goh-anime.com/>

7 일, TOKYO MX, BS11 등 유명 TV 채널을 통해 일본 국내에 방영됨¹⁹⁾

- 총 13 부작으로 구성된 애니메이션 〈노블레스〉는 인기 애니메이션 〈공각기동대〉, 〈PSYCHO-PASS〉를 제작한 애니메이션 제작사 '프로덕션 I.G'가 제작을 맡았고, 미국 유명 애니메이션 콘텐츠 전문기업 크런치롤이 글로벌 투자·유통사로 참여함
- 2007년부터 2019년까지 약 11년간 네이버웹툰에서 연재되었던 액션 판타지 〈노블레스〉는 글로벌 누적 조회 수 46억 회 이상을 기록

✔ **고수(작가: 류기운, 문정후)**

- Studio N과 극장판 애니메이션 〈THE FIRST SLAM DUNK〉를 비롯해 〈드래곤 볼〉, 〈원피스〉 등의 글로벌 히트작을 다수 배출한 세계 최대 애니메이션 제작회사인 도에이애니메이션이 한국의 무협 웹툰 〈고수(高手)〉를 애니메이션으로 제작하기로 업무협약을 체결함²⁰⁾
- 2015년부터 2021년까지 6년에 걸쳐 네이버웹툰에서 연재되었던 〈고수〉는 글로벌 누적 조회 수 14억 회를 기록

✔ **선배는 남자아이(작가: 포무)**

- 네이버웹툰의 일본어 서비스판인 '라인망가(LINE MANGA)'를 운영하는 '라인디지털프론티어(LINE Digital Frontier)'는, 라인망가의 오리지널 웹툰 〈선배는 남자아이(先輩はおとこのこ)〉가 일본의 애니메이션 제작사인 '애니플렉스 (ANIPLEX)'를 통해 TV 애니메이션으로 제작된다고 밝힘
- 애니플렉스는 일본 소니 뮤직 그룹의 계열사이며 애니메이션을 중심으로 한 글로벌 종합 엔터테인먼트 회사로, 대표작으로는 글로벌 전역에서 인기를 끈 애니메이션 〈귀멸의 칼〉과 롤플레이팅 게임 〈페이트/그랜드오더(Fate/Grand Order)〉가 있음
- 원작인 〈선배는 남자아이〉는 라인망가 아마추어 창작 공간인 '인디즈(Indies)²¹⁾'에서 발굴한 일본 웹툰 1세대 작품으로, 인디즈에서 2019년 12월에 첫 선을 보이고 일본 독자들의 지지로 16주 만에 라인망가 정식 연재를 확정된 작품임
- 한국어를 비롯해 프랑스어, 태국어 등으로도 서비스 중이며 글로벌 누적 조회 수는 1.8억 회를 돌파

✔ **외과의사 엘리제(작가: 유인)**

- 카카오엔터테인먼트는 일본 종합 콘텐츠 기업 KADOKAWA와 웹소설 원작의 웹툰 〈외과의사 엘리제(外科医エリーゼ)〉를 12부작 일본 TV 애니메이션으로 제작한다고 발표함²²⁾
- 일본 현지 및 글로벌 OTT를 통한 방영계획을 가지고 있으며, 애니메이션 제작사인 마호필름이

19)공식사이트: <https://noblesse-anime.com/>

20)관련뉴스: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000204.000059287.html>

21)라인망가는 네이버웹툰의 '도전만화'를 모델로 웹을 통해 누구나 자신의 작품을 선보일 수 있는 인디즈 시스템을 2015년부터 운영하고 있음

22)공식사이트: <https://surgeon-elise.com/>

제작, KADOKAWA 가 배급을 담당

- 원작인 <외과의사 엘리제>는 일본의 '2020 픽코마 어워드'의 수상작으로, 2023 년 2 월 기준 일본 단행본 누적 판매부수 135 만부(전자출판 서적포함), 웹툰과 웹소설을 합친 글로벌 누적 조회 수가 2.7 억 회를 기록

✔ 나 혼자만 레벨업(작가: 추공)

- 카카오엔터테인먼트의 대표작 중 하나인 <나 혼자만 레벨업(俺だけレベル アップな件)>이 일본의 애니메이션 제작사 'A-1 픽처스' 와 협업으로 애니메이션 제작되어 2023 년 중 방영될 예정²³⁾
- 'A-1 픽처스'는 소니그룹 계열사인 애니플렉스의 자회사로, <소드 아트 온라인>(카와하라 레키), <일곱개의 대죄>(스즈키 나카바), <그날 본 꽃의 이름을 우리는 아직 모른다>(오가타 마리), <나만 이 없는 거리>(산베 케이), <4 월은 너의 거짓말>(아리카와 나오시) 등 다수의 애니메이션을 제작한 경험을 가지고 있음
- 현대 판타지 장르의 웹소설인 <나 혼자만 레벨업>은, 2016 년 7 월부터 2018 년 3 월 까지 웹툰 플랫폼 카카오페이지에서 연재되었으며, 출판사 디앤씨미디어에서 단행본으로도 발매되었던 작품으로, 2018 년 3 월부터는 카카오페이지에서 웹툰으로도 연재되었음
- 일본에서는 2019 년 3 월부터 카카오재팬의 만화플랫폼 '픽코마'를 통해 서비스되고 있으며, 픽코마의 'BEST OF 2019'에서 1 위 웹툰으로 선정되기도 했음

✔ 그녀가 공작저로 가야 했던 사정(작가: 밀차)

- 한국의 로맨스 판타지 웹소설 <그녀가 공작저로 가야 했던 사정(彼女が公爵邸に 行った理由)>(작가 밀차)이 일본에서 TV 애니메이션화 되어 2023 년 4 월 10 일부터 AT-X, TOKYO MX, BS11, 그 외 다수의 서비스 채널을 통해 방영을 시작함²⁴⁾
- 웹소설은 2017 년부터 2018 년까지 연재가 완료되었으며, 웹툰은 2017 년부터 카카오페이지에서 연재를 시작해서 2020 년에 본편 연재 완료, 2021 년에 외전 연재가 완료됨

23)공식사이트: <https://sololeveling-anime.net/>

24)공식사이트: <https://koshakutei.com/>

타이틀	플랫폼	제작사
노블레스	네이버웹툰	프로덕션I.G
신의 탑	네이버웹툰	텔레콤애니메이션
갯 오브 하이스쿨	네이버웹툰	스튜디오 MAPPA
선배는 남자아이	네이버웹툰	애니플렉스
고수	네이버웹툰	도에이애니메이션
외과의사 엘리제	카카오엔터테인먼트	마호필름
나 혼자만 레벨업	카카오엔터테인먼트	A-1픽처스
그녀가 공작제로 가야 했던 사정	카카오엔터테인먼트	타이퐁그래픽스

| 표 4 | 한국 웹툰을 원작으로 제작된 일본 애니메이션 일람²⁵⁾

4 그 외 한국 콘텐츠 IP의 일본 국내 활용 사례

>>>

❖ 한국 콘텐츠 IP의 일본 국내 활용 사례는 웹툰이나 웹소설의 영상화 외에도, 장르간의 유연한 확장으로 가능성을 넓혀가고 있는 상황

- 씨앤씨레볼루션의 원작 웹툰 〈아빠, 나 이 결혼 안 할래요(お父さん、私この結婚 イヤです!)〉(홍희수)가 일본의 만화잡지 및 단행본, 게임과 애니메이션 관련서적 전문출판사인 이치진샤(一迅社)에서 2022년부터 번역 출판되고 있음²⁶⁾
- 번역 출판의 초기 사례로는, 네이버 웹툰에서 2010년부터 2012년까지 절찬리에 연재되었던 〈신과 함께(神と一緒に)〉(주호민)가 2012년부터 2014년까지 스쿼어에닉스의 ‘영 간간(ヤングガンガン)²⁷⁾’에서 미와 요시유키(三輪ヨシユキ)의 작화로 리메이크되어 연재된 사례도 있음
- 한국 만화 IP의 일본시장 개척과 전개를 전문으로 하는 기업도 등장함. 일본의 웹툰 및 만화제작사인 ‘주식회사 엘세븐’과 한국 웹툰 제작사인 ‘레드아이스 스튜디오’가 협력사로 출범시킨 ‘주식회사 레드세븐’은 〈4000년 만에 귀환한 대마도사(4000年 ぶりに帰還した大魔導士)〉(낙하산), 〈나 혼자만 레벨업(俺だけレベルアップな件)〉(추공), 〈도굴왕(盗掘王)〉(산지직송), 〈전지적 독자시점(全知的な読者の視点から)〉(싱송) 등 한국 웹소설 원작을 바탕으로 한 다수의 유명작품을 번역 및 웹툰으로 제작, 출판을 해서 일본 국내 웹툰서비스 플랫폼과 출판사를 통해 소개하고 있음²⁸⁾
- 한국의 게임 IP를 일본애니메이션으로 제작하는 사례도 등장. 넥슨게임즈는 최근 자사의 미소녀 등장게임인 〈블루 아카이브〉를 일본 TV 애니메이션으로 제작한다고 밝힘. 미소녀를 주인공으로 내세운 장르인 서브컬처 게임은, 일본 애니메이션풍 그림체가 특징으로, 〈블루 아카이브(ブルーアーカイブ)〉의 구체적인 방영 시기와 제작사는 아직 공개되지 않았지만 넥슨게임즈가 IP 원작

25)출처: 전자신문(2023.4.18.)(<https://www.etnews.com/20230418000164>)26)출처: <https://www.ichijinsha.co.jp/colorfulhappiness/title-list/father/>

27)2004년 창간된 일본 스쿼어 에닉스에서 월 2회 발행하는 청년 만화 잡지

28)레드세븐 홈페이지: <https://redseven.jp/>

사로서 애니메이션의 감수를 맡고, 일본의 3대 배급사의 하나인 쇼치쿠가 배급을 맡을 계획임을 밝힘

- 한국 게임 IP를 일본 현지에서 애니메이션화한 사례는 이번이 처음은 아니고, 넥슨은 이미 지난 2000년대 말 자사 대표 게임인 <메이플스토리>와 <던전앤파이터>를 일본 현지에서 애니메이션 화해 방영했고, 엔씨소프트의 <블레이드 앤 소울(ブレイド アンド ソウル)>도 지난 2014년 일본 애니메이션으로 제작된 적이 있음²⁹⁾. 또한, 최근 5년 동안에는 ‘시프트업’의 <데스티니 차일드(デスティニーズチャイルド)>³⁰⁾, ‘넷마블’의 <세븐나이츠(セブンナイツ)>³¹⁾ 등이 일본 애니메이션으로 제작되기도 했음

29)공식사이트: <https://www.tbs.co.jp/anime/blade/>

30)공식사이트: <http://www.destiny-child.jp/ova.html>

31)공식사이트: <https://sevenknights-anime.jp/>

일본 비즈니스센터 담당자 연락처

이영훈 센터장	+81-3-5363-4510	yhlee@kocca.kr
야마가타 카즈미 주임	+81-3-5363-4512	kzm@kocca.kr

일본 콘텐츠 산업 동향

일본 만화시장 동향

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 이영훈 (일본비즈니스센터 센터장)

집필자 나지은

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2023년 5월 25일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (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”