

4. 만화·웹툰산업 현황 및 진출방안

1. 만화·웹툰산업 현황
2. 만화·웹툰산업 진출방안

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

목 차

1. 만화 웹툰산업 현황	3
가. 미국 만화 웹툰산업 현황	3
1) 웹툰 엔터테인먼트: 디즈니 및 DC 코믹스와의 파트너십 체결	8
2) 잉크로어(INKLORE)의 영미권 시장에서의 한국 웹툰시장 진출	9
3) 풀컬러 만화책 판매량 감소	10
4) 미국 숏툰(Short-toon)시장의 주요 현황 및 동향	10
나. 미국 만화 웹툰산업 기업 현황	13
1) Marvel Comics(마블 코믹스)	13
2) DC Comics(디씨 코믹스)	14
3) WEBTOON Entertainment	15
4) Tapas Media	16
5) Lezhin Comics US	17
6) Manta Comics(만타 코믹스)	18
7) Pocket Comics(포켓 코믹스)	19
8) Penguin Random House(펭귄 랜덤하우스)	20
9) Yen Press(옌 프레스)	21
10) Drawn & Quarterly(드론 앤 쿼터리)	22
11) Dark Horse Comics(다크호스 코믹스)	23
12) Seven Seas Entertainment(세븐 시즈 엔터테인먼트)	24
13) Clarion Books(클라리온 북스)	25
14) Surge Licensing(서지 라이선싱)	26
15) Viz Media(비즈 미디어)	27
16) Kodansha USA(고단샤 USA)	28
17) ComiXology(코믹솔로지)	29
18) Amazon Kindle(아마존 킨들)	30
다. 미국 만화 웹툰시장 진출 형태	31
1) 미국 만화 웹툰시장 분석	31

2) 만화·웹툰 콘텐츠 현지화	36
3) 만화·웹툰 콘텐츠 진출 형태	37
4) 만화·웹툰 진출 시 법적 고려사항	41
2. 만화·웹툰산업 진출방안	45
가. 기존 플랫폼 활용(제3자 플랫폼 입점)	46
1) 주요 고려사항	47
2) 주요 성공 사례	48
나. 자체 플랫폼 진출(해외 서비스 직접 운영)	49
1) 자체 플랫폼 성공을 위한 핵심 요소	49
2) 중소 웹툰 플랫폼 사업자를 위한 미국 진출 실행 방안	50
3) 주요 성공 사례	52
다. IP 판매(영상화/출판 등 2차 판권 수출)	53
1) 주요 고려사항	54
2) 주요 성공 사례	55
라. 공동제작(웹툰 및 영상 글로벌 협업)	56
1) 주요 고려사항	56
2) 주요 성공 사례	57
마. 주요 웹툰 플랫폼, 퍼블리셔 및 각색 파트너	58
1) 전통적인 오프라인 배급 구조 및 복합 유통	58
2) 디지털 배급 구조	60

표목차

표 1	미국 주요 오프라인 만화 배급사 특징 및 시장점유율	33
표 2	미국 웹툰 플랫폼별 수익모델 비교	34
표 3	미국 만화 웹툰 독자의 세대별·성별 특성 비교	35
표 4	만화 웹툰 콘텐츠의 미국 현지화 유형 사례	36
표 5	미국 내 주요 웹툰·디지털 만화 플랫폼	47
표 6	중소 웹툰 플랫폼의 미국 진출 단계별 실행 방안	52
표 7	웹툰 IP의 북미 애니메이션 영상화 계약 절차 및 OTT 협상 프로세스	55
표 8	미국 주요 오프라인 만화 배급사 특징 및 시장점유율	59
표 9	미국 웹툰 플랫폼별 수익모델 비교	60

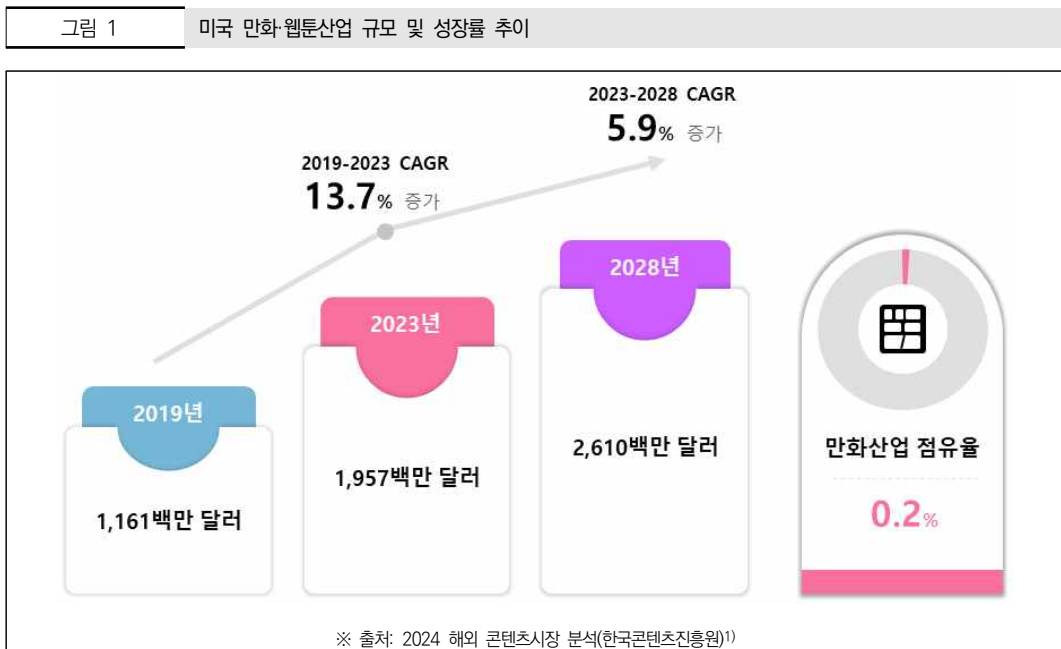
그림목차

그림 1	미국 만화·웹툰산업 규모 및 성장률 추이	3
그림 2	미국 만화·웹툰산업 점유율	4
그림 3	미국 디지털 vs. 인쇄 만화의 시장 성장 동력 비교	5
그림 4	미국 웹툰시장 규모 전망(2024~2028) 및 성장률(2024~2033)	7
그림 5	미국 만화·웹툰 배급 구조	31
그림 6	미국 만화·웹툰산업 진출 방안	46
그림 7	미국 만화·웹툰 기존 플랫폼 입점 사례	48
그림 8	미국 만화·웹툰 자체 플랫폼 진출 사례	53
그림 9	미국 만화·웹툰 IP 판매 사례	56
그림 10	미국 만화·웹툰 공동제작 사례	58

1. 만화·웹툰산업 현황

가. 미국 만화·웹툰산업 현황

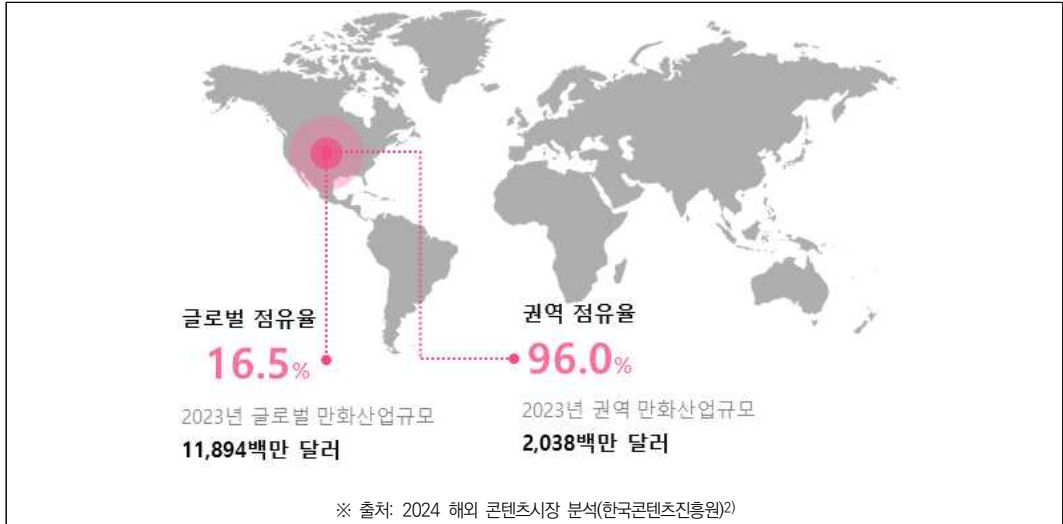
- 미국 만화·웹툰산업이 전체 콘텐츠산업에서 차지하는 비중은 약 0.2%로 매우 미미함. 미국 만화·웹툰시장은 팬데믹 기간 중 지속적인 성장세를 보여 왔으나, 2023년에는 전년 대비 -5.6% 감소해 19억 5,700만 달러 규모를 기록함. 향후에는 다시 연평균 5.9%씩 성장하여 2028년에는 그 규모가 26억 1,000만 달러에 이를 것으로 전망됨. 만화·웹툰산업은 미국 콘텐츠 장르 중 광고 다음으로 가장 높은 연평균 성장률을 보일 것으로 전망되는 분야임



- 미국 만화·웹툰산업은 북미 권역 만화·웹툰산업의 96.0%를 차지하고 있으며, 전 세계 만화·웹툰산업 규모의 16.5%의 시장점유율을 나타내고 있음. 미국 콘텐츠산업에서 만화·웹툰산업은 타 콘텐츠 장르에 비해 글로벌 점유율 면에서 상당히 낮은 수준을 나타내고 있음. 그러나 전 세계 만화·웹툰시장에서 미국은 일본 다음으로 큰 시장이고, 특히 한국 만화 기업들에게는 일본과 견줄 만큼 큰 시장임

1) 원출처: PwC(2024), ICv2(2024), SNE(2024), 全国出版協會(2024), Box Office Mojo(2024), LIMA(2024)

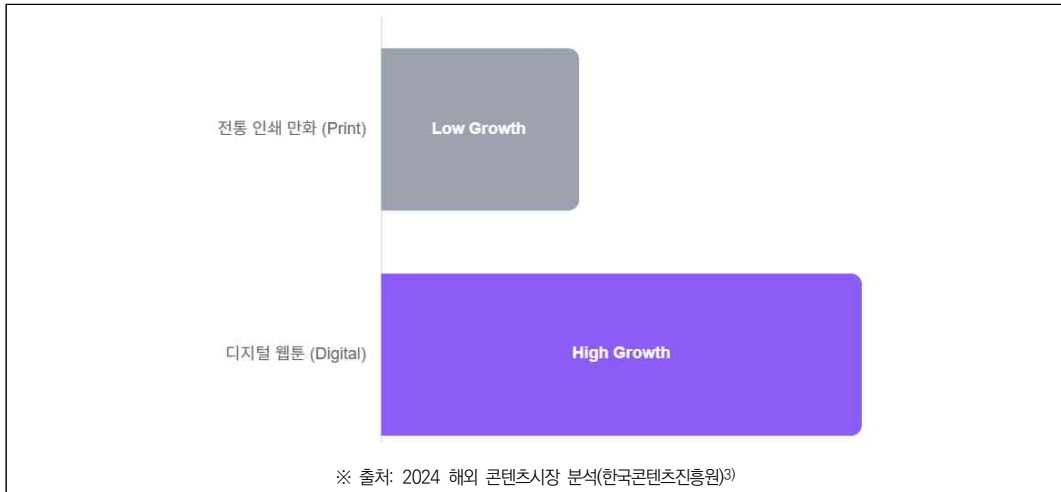
그림 2 미국 만화·웹툰산업 점유율



- 스마트폰과 태블릿의 보급 확대에 의해 미국 만화·웹툰산업 내에서도 디지털 만화 및 웹툰 소비가 촉진되었으며, Z세대로 대변되는 디지털 네이티브 세대의 부상이 이러한 변화를 가속화하는 핵심 동력으로 작용하고 있음. 이에 따라 미국 만화시장은 100여 년의 역사를 지닌 인쇄 ‘코믹북(Comic Book)’ 체제에서 모바일 디바이스 기반의 ‘웹툰’ 체제로 이동하고 있으며, 유통 구조 역시 ‘다이렉트 마켓(Direct Market)’으로 불리는 전문 만화점 중심의 폐쇄적 구조에서 개방형 플랫폼 생태계로 변화해 옴
- 미국 만화시장은 매체별로 성장 속도와 소비 주체가 명확히 구분되는 ‘이중 속도(Two-speed)’ 양상을 보이고 있음. 인쇄 시장이 소유의 가치에 집중하는 반면, 디지털 시장은 접속과 경험의 가치를 중심으로 재편되고 있음

2) 원출처: PwC(2024), ICv2(2024), SNE(2024), 全国出版協會(2024), Box Office Mojo(2024), LIMA(2024)

그림 3 미국 디지털 vs. 인쇄 만화의 시장 성장 동력 비교



- 전통적인 인쇄 코믹북 및 그래픽노블시장은 여전히 전체 시장의 약 70% 이상을 점유하며 외형적인 지배력을 유지하고 있음. 2024년 기준 비디지털(Non-digital) 만화의 시장 점유율은 약 74.8%로 추산되나, 그 내면을 들여다보면 성장세는 뚜렷하게 둔화되고 있음을 알 수 있음⁴⁾
 - 팬데믹 버블의 붕괴: 코로나19 팬데믹 기간 동안 ‘집콕 수요’와 정부 지원금에 힘입어 일시적으로 급증했던 단행본 판매량은 2023년 이후 조정기에 진입하였음. 2024년의 판매량 증가는 실제 구매 독자의 수적 증가라기보다는, 인플레이션으로 인한 책값 상승과 고가 한정판(Variant Covers) 마케팅에 따른 착시 효과(Inflationary Illusion)가 반영된 것으로 분석되고 있음⁵⁾
 - 유통망의 위기: 인쇄 만화의 주요 유통 채널인 다이렉트 마켓(전문 만화점)은 임대료 상승과 유통 비용 증가로 인해 점포수가 감소하는 추세임. ICv2 보고서에 따르면, 소매점들은 재고 리스크를 줄이기 위해 신규 타이틀 주문을 보수적으로 집행하고 있으며, 이는 신진 작가들의 진입을 막고 기존 인기 IP에 의존하는 보수적 시장 구조를 심화시키고 있음⁶⁾
 - 수집가(Collector) 위주의 시장: 인쇄 시장은 더 이상 대중적인 읽기 매체가 아닌, 소장 가치를 중시하는 마니아층의 수집품 시장으로 변모하고 있음. 이는 시장의 안정성

3) 원출처: PwC(2024), ICv2(2024), SNE(2024), 全国出版協會(2024), Box Office Mojo(2024), LIMA(2024)

4) US Comic Books Market Size, Share | CAGR of 10.2%, <https://market.us/report/us-comic-books-market/>

5) Comic Book Sales Aren't Booming...They're Bleeding Out. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xJ9jUVXzIZE>

6) Comic Book Sales Aren't Booming...They're Bleeding Out. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xJ9jUVXzIZE>

- 을 담보하지만, 동시에 폭발적인 확장성을 저해하는 양날의 검으로 작용하고 있음
- 반면, 디지털 만화시장은 모바일 애플리케이션을 기반으로 두 자릿수의 고성장세를 유지하며 시장의 역동성을 대변하고 있음
 - 포맷의 혁신: 기존의 디지털 만화가 종이책을 단순히 PDF나 이미지 파일로 변환한 ‘페이지 터닝(Page-turning)’ 방식에 머물렀다면, 웹툰은 모바일 화면에 최적화된 ‘세로 스크롤(Vertical Scroll)’ 방식을 도입하여 사용자 경험(UX)을 혁신하였음. 이는 별도의 확대/축소 조작 없이 한 손으로 콘텐츠를 끊임 없이 즐길 수 있게 하여, 틱톡(TikTok)이나 인스타그램 릴스(Reels)와 같은 ‘세로형 숏폼 콘텐츠’에 익숙한 Z세대를 강력하게 흡인하였음⁷⁾
 - 접근성 혁명: ‘기다리면 무료(Wait-or-Pay)’와 같은 부분 유료화 모델은 경제력이 부족한 10대~20대 독자들의 진입 장벽을 허물었음. 과거 코믹북 한 권을 사기 위해 4~5달러를 지불해야 했던 독자들은 이제 무료로 수많은 에피소드를 즐기며, 원하는 시점에 소액 결제를 통해 콘텐츠를 소비하는 합리적 소비 패턴을 정착시켰음⁸⁾. 이는 만화 소비를 고관여 구매 행위에서 일상적인 습관적 소비 행위로 전환시키는 결정적 계기가 되었음
 - 이러한 변화는 미국 내 웹툰시장 규모의 성장세를 통해서도 볼 수 있음. 2024년 미국 웹툰시장은 더 이상 틈새시장(Niche Market)이 아닌, 주류 엔터테인먼트산업의 한 축으로 확고히 자리매김 하였음. 그랜드 뷰 리서치(Grand View Research)의 최신 데이터에 따르면, 2024년 미국 웹툰시장 규모는 약 19억 8,060만 달러로 추산되고 있음⁹⁾. 이는 전 세계 웹툰시장에서 북미 지역이 차지하는 비중이 급격히 확대되고 있음을 시사하며, 스마트폰 보급률의 증가와 5G 등 고속 통신망의 확충이 고용량 이미지 중심의 웹툰 콘텐츠 소비를 촉진한 결과로 분석됨. 또한 향후 10년간의 성장세는 더욱 가파를 것으로 전망되는데, 미국 웹툰시장은 2025년부터 2033년까지 연평균 성장률 약 16.5%의 고성장을 기록할 것으로 예측됨¹⁰⁾. 이러한 성장 시나리오가 현실화될 경우, 2033년 미국 웹툰시장 규모는 약 87억 2,170만 달러에 달할 것으로 기대되고 있음¹¹⁾
 - 또 다른 시장 조사 기관인 마켓 리서치 퓨처(Market Research Future)는 더욱 공격적인 전망을 제시하고 있음. 이들의 분석에 따르면, 미국 웹툰시장은 2024년 약 20억 달러 규모에서 시작하여 2035년에는 480억 달러 규모로 성장할 것이며, 이 기간 동안의 연평균 성장률은 무려 33.5%에 달할 것으로 예측함.¹²⁾ 이러한 예측치의 차이는 웹툰산업의

7) Webtoons Market Size, Share, Industry Trend and Forecasts. Market Growth Reports.

8) Who Watches the Webcomics?. Popverse.

9) Digital Media Market Consulting and Research Reports. Grand View Research.

10) U.S. Webtoons Market Size & Share | Industry Report, 2033. Grand View Research.

11) U.S. Webtoons Market Size & Share | Industry Report, 2033. Grand View Research.

범위를 단순한 만화 소비로 한정하느냐, 혹은 IP를 활용한 드라마, 영화, 게임 등 2차 저작물(Transmedia)시장까지 포괄하느냐에 따른 시각차에서 기인한 것으로 풀이되고 있음. 그러나 두 전망치 모두 미국 웹툰시장이 전 세계에서 가장 빠른 속도로 성장하는 핵심 권역이라는 점에서는 이견이 없는 것으로 나타남

그림 4 미국 웹툰시장 규모 전망(2024~2028) 및 성장률(2024~2033)



- 이러한 변화에 힘입어, 미국 만화-웹툰산업계에도 디지털 플랫폼과 모바일에 최적화된 콘텐츠가 더 확산되고 있음. 특히, DC 엔터테인먼트는 2024년 10월 글로벌코믹스(GlobalComix)와 유통계약을 체결하고, DC, 버티고(Vertigo), 와일드스톰(Wildstorm)의 400여 개 타이틀을 글로벌코믹스의 구독 기반 앱에서 서비스하기 시작함. 글로벌코믹스는 사용자 경험을 향상시키는 세로 스크롤 형식으로 모바일 친화적인 콘텐츠를 제공하고 있음¹³⁾
- 이러한 웹툰산업의 발전은 전체 만화산업 내 새로운 독자층을 유입시키는 데 기여하고 있음. 네이버의 라인웹툰(Line Webtoon) 플랫폼은 DC, 마블, 유비소프트(Ubisoft) 등 다양한 글로벌 브랜드와 협업하여 오리지널 시리즈를 제작하는 등 콘텐츠 확장을 통해 신규 독자층을 유입함. 또한 여성 독자층의 증가에 따라, 로맨스, 판타지 등 다양한 장르의 콘텐츠가 인기를 얻고 있는데, 2022년 11월 기준 태피툰(Tappytoon)의 성과 발표에 따르면, 태피툰 플랫폼 회원 총 700만 명 가운데 미국 독자가 약 550만 명으로 78.6%를 차지하였으며, 독자의 71%가 18~24세 사이의 Z세대, 74%가 여성인 것으로 나타남¹⁴⁾

12) US Webtoons Market Size, Share and Forecast 2035. Market Research Future.

13) https://www.wired.com/story/dc-entertainment-is-changing-the-shape-and-scrollability-of-comics/?utm_source=chatgpt.com

14) <https://www.businesswire.com/news/home/20221205005184/en/Tappytoon-Surpasses-7-Million-Members-as>

- 한편, 만화·웹툰 플랫폼에서도 OTT나 음악 스트리밍 플랫폼과 같이 AI와 머신러닝(ML) 등의 기술을 활용하여 사용자 맞춤형 콘텐츠 추천 시스템이 개발되고 있음. 또한 AR/VR 기술과의 접목을 통해 몰입형 독서 경험을 제공하는 서비스도 생겨나고 있음

1) 웹툰 엔터테인먼트: 디즈니 및 DC 코믹스와의 파트너십 체결

- 2025년 기준 디즈니와 DC 코믹스는 웹툰 엔터테인먼트(WEBTOON Entertainment, 네이버웹툰의 미국 본사)와 각각 독립적인 파트너십을 체결하고 있음. 이는 기존의 슈퍼 IP를 웹툰 형식으로 재창조하고 새로운 오리지널 콘텐츠를 제작하는데 중점을 두고 협력하기 시작하였음을 의미함
- 특히, 디즈니와 웹툰 엔터테인먼트의 협력은 역대급 규모로 평가되며, 웹툰 엔터테인먼트의 글로벌 플랫폼을 통해 디즈니의 방대한 IP를 모바일 세대에 최적화된 형태로 제공하는 것을 목표로 하고 있음
- 웹툰 엔터테인먼트는 글로벌 플랫폼 ‘웹툰’의 영어 앱 내에 ‘디즈니 전용관’을 신설하여 디즈니(Disney), 마블(Marvel), 스타워즈(Star Wars), 20세기 스튜디오(20th Century Studios) 등 디즈니 포트폴리오의 대표 작품 약 100편에 달하는 시리즈를 세로 스크롤 방식의 웹툰으로 재탄생시켜 순차적으로 공개하기로 함. 이를 통해 디즈니는 웹툰이 보유한 8,000만 명 이상의 월간 활성 이용자 수(MAU)를 통해 Z세대와의 접점을 강화하고, 웹툰 엔터테인먼트는 글로벌 IP 경쟁력을 높이는 것을 목표로 하고 있음. 이들은 기존 작품의 웹툰화 외에도 디즈니, 마블, 스타워즈 등의 세계관을 활용한 신규 오리지널 웹툰 시리즈 《슈퍼 히어로》, 《우주 모험》 등을 공동으로 기획 및 제작하기로 협의함
- DC 코믹스 역시 네이버웹툰의 ‘슈퍼 캐스팅’ 프로젝트의 첫 파트너 중 하나로 참여했으며, DC 세계관을 활용한 오리지널 웹툰 제작에 협력을 집중하고 있음. 이 프로젝트는 글로벌 팬덤을 가진 외부 슈퍼 IP를 웹툰·웹소설 오리지널 콘텐츠로 제작하는 것을 목표로 하고 있음. 또한 DC 코믹스의 기존 스토리를 웹툰화 하는 것을 넘어, DC코믹스 세계관과 캐릭터를 활용한 새로운 오리지널 웹툰을 공동으로 기획 및 제작하여 네이버웹툰 플랫폼에서 최초 공개하기로 협의함
- DC 코믹스와 공동제작한 오리지널 웹툰 시리즈의 대표적 협업 작품은 《배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처스(Batman: Wayne Family Adventures)》로, 브루스 웨인(배트맨) 가족의 일상을 다루는 유쾌한 일상물로 제작되어 글로벌 팬들에게 큰 인기를 얻음. DC 코믹스는 웹툰의 세로 스크롤 포맷을 통해 새로운 독자층과 Z세대에게 접근하고, 네이버웹툰은 글로벌 콘텐츠 경쟁력을 높이고 DC 팬덤을 플랫폼으로 유입시키는 효과를 기대하고 있음. 양사는 차기 라인업으로 《레드후드: 아웃로즈》, 《자타나 & 더 리퍼》, 《DC 플래시:

세상에서 제일 빠른 남자》 등 후속 오리지널 웹툰 시리즈를 지속적으로 선보이며 파트너십을 강화하고 있음

2) 잉크로어(INKLORE)의 영미권 시장에서의 한국 웹툰시장 진출

- 세계 최대 규모의 단행본 출판사인 펭귄 랜덤 하우스(Penguin Random House, PRH)가 한국 웹툰 IP를 영미권 시장에 정식 출판하는 방식으로 웹툰시장에 진출함. PRH는 산하에 웹툰 전문 출판 브랜드 ‘잉크로어(INKLORE)’를 설립한 후, 한국의 웹툰 단행본 시장을 공략하기 위해 한국의 주요 웹툰 플랫폼 및 제작사와 협력하고 있음
- PRH는 2023년 6월 28일에 잉크로어 론칭을 공식 발표했으며, 이는 일본만가(manga), 중국만화(manhua), 한국만화(manhwa, 웹툰 포함) 및 라이트 노벨 등 아시아발 팝 코믹스를 영미권 독자를 대상으로 출판하기 위해 만들어진 새로운 글로벌 임프린트(imprint)임. 잉크로어에서 출간되는 첫 타이틀은 주로 2024년 초부터 시장에 출시되기 시작했으며, 한국의 인기 웹툰 IP를 선정하여 영어판 단행본(인쇄도서)으로 출판하고 영미권 서점 유통망을 통해 유통해 오고 있음
- 글로벌 웹툰 플랫폼 태피툰(Tappytoon)을 운영하는 콘텐츠퍼스트는 2023년 PRH와 웹툰 단행본 출간 파트너십을 체결하여, 《킹스메이커》(영어판 단행본 선공개)와 같이 태피툰에서 인기를 얻은 로맨스 장르 작품들을 중심으로 잉크로어를 통해 영어판 단행본으로 출판할 계획임. 태피툰은 이를 통해 북미 Z세대 여성들에게 인기가 높은 로맨스 및 다양한 장르의 웹툰을 서점 채널로 확장하여 현지 잠재 독자를 확보하는 것을 목표로 하고 있음
- 또한, 콘텐츠 플랫폼 기업 리디(RIDI)는 자사의 웹소설 및 웹툰 《상수리나무 아래》의 영문 출판권 계약을 PRH와 체결하여 성공적으로 출시하였는데, 이는 웹툰 IP가 아마존 등 온라인 플랫폼을 넘어 PRH의 강력한 전통 서점 유통망을 통해 오프라인 독자들에게 접근한 중요한 사례로 보임
- 펭귄 랜덤 하우스의 웹툰시장 진출은 단순한 출판을 넘어 다음과 같은 의미를 가짐
 - 첫째, 세계 최대 출판사가 웹툰을 정식 출판 포맷으로 인정하고 대규모로 투자함으로써, 웹툰이 미국 및 유럽의 만화-그래픽노블시장에서 주류 콘텐츠로 자리 잡는데 결정적인 역할을 하고 있음
 - 둘째, 웹툰 IP가 디지털(웹툰 플랫폼)뿐만 아니라 아날로그(인쇄도서) 단행본 시장까지 성공적으로 확장할 수 있는 표준 모델(IP 밸류체인 확장)을 제시하고 있음
 - 셋째, PRH의 폭넓은 유통망과 브랜딩 파워는 한국 웹툰 제작사 및 플랫폼들이 북미 시장에서 인지도를 높이고, 수익을 다각화하고, 경쟁력을 강화하는 데 큰 도움이 될 수 있음

- 잉크로어는 라이선스를 통해 디지털 웹툰 플랫폼에서 큰 인기를 얻은 작품을 선정하여 영어판 단행본(인쇄도서)으로 출판하는 데 중점을 두고 있으며, 현재 《상수리나무 아래(Under the Oak Tree)》, 《이 결혼은 어차피 망하게 되어 있다(The Broken Ring: This Marriage Will Fail Anyway)》, 《킹스메이커(King's Maker)》, 《아빠, 나 이 결혼 안 할래요!(Father, I Don't Want This Marriage)》, 《시맨틱 에러(Semantic Error)》, 《밤과 꽃(Cherry Blossoms After Winter)》, 《웻샌드(Wet Sand)》 등의 영어판 출판을 진행하고 있음

3) 풀컬러 만화책 판매량 감소

- 지난 1년간 미국 만화시장은 풀컬러 만화책 판매량이 감소하고, 고객들이 구매하는 부수가 줄어들면서 서점들의 주문량도 감소하고 있음. 이는 미국 내 저작권자가 인쇄도서 출판권을 허가하며 전자책(ebook) 권리를 허가하지 않는 경우가 많기 때문으로, 이러한 상황이 판매부수에 부정적인 영향을 끼치고 있어 문제가 되고 있음
- 모든 만화 타이틀에 대한 인쇄본 판매량의 상당 부분은 독자들이 서점에서 직접 찾아보는 과정에서 발생하며, 전자책 판이 없는 경우 온라인 서점들도 고객에게 해당 도서를 추천할 가능성이 낮아지므로, 전자책 권리가 없는 것은 온라인 서점을 통한 인쇄본 판매에도 부정적인 영향을 미치게 됨
- 최근 미국 내 서점들은 현재 후속 권의 재고량을 줄이고 있는데, 이는 서점 내 진열 공간이 한정적이기 때문임. 서점들은 시리즈별 오프라인 서점 매장에 비치할 권수를 더욱 선별적으로 결정하고 있기 때문에, 독자들이 매장에서 바로 책을 선택할 수 없게 되면서, 후속 권은 원래 지역 오프라인 서점에서 구입했다라도 온라인으로 찾아볼 수 있는 노력을 기꺼이 하는 사람들에게만 판매될 것으로 예상됨
- 이러한 이유로 풀컬러 만화책 중 인쇄판만 출시되는 작품들은 요즘 특히 어려운 상황에 처해 있으며, 최상의 판매를 위해 오프라인 서점에 재고가 반드시 필요하지만, 서점들이 시리즈 후속 도서의 실물 재고 보유에 소극적으로 바뀌는 점은 문제가 되고 있음

4) 미국 숏툰(Short-toon)시장의 주요 현황 및 동향

- ‘숏툰(Short-toon)’은 인스타툰(Instatoon)을 포함하여 짧고 간결한 형식으로 소셜 미디어나 특정 플랫폼을 통해 유통되는 콘텐츠를 총칭함. 이는 개별 작품의 제목보다는 작가나 창작자 커뮤니티의 인지도가 중요한 특징을 가지고 있음. 미국시장에서의 숏툰(Short-toon)은 숏폼(Short-form) 콘텐츠 트렌드와 맞물려 빠르게 성장하며, 기존의 장편 웹툰과는 다른 영역을 구축하고 있는 중임. 숏툰은 주로 인스타툰(Instatoon) 형태로 제작되어 인스타그램 등 소셜 미디어를 통해 유통되며, 보통 20컷 이내의 짧은 분량으로

구성됨

- 이러한 현상은 아마추어와 프로 작가들의 독립 플랫폼 증가와, 전 세계적으로 틱톡이나 유튜브 쇼츠(YouTube Shorts) 등 1분 내외의 짧은 영상이 대세가 된 흐름이 웹툰시장에도 영향을 미치고 있는데 기인함
- 또한, 릿툰 등과 같이 20컷 이내의 짧은 웹툰에 특화된 새로운 숏폼 전문 플랫폼들이 등장하며, 숏툰을 단순한 걸가지가 아닌 독립적인 콘텐츠 영역으로 만들려는 시도가 나타나고 있음
 - LitTOON(릿툰): 숏툰, 즉 짧은 형식의 웹툰 콘텐츠를 전문으로 다루는 플랫폼을 지향하는 스타트업 기업으로, 기존의 장편 세로 스크롤 웹툰시장과는 차별화된, 소셜 미디어를 통해 주로 유통되던 인스타툰(Instatoon) 형태의 콘텐츠에 초점을 맞추고 있음. 창작자의 수익화 및 IP 활용에 중점을 두고, 인기 숏툰 IP를 활용한 굿즈 판매나 광고 주와의 연계(에이전시 역할) 등을 비즈니스 모델로 수익을 꾀하고 있음
- 숏툰은 일상생활, 유머와 같이 가볍고 공감되는 이야기 등을 짧고 간결하게 담아내어 독자들에게 정서적 해방감과 재미를 빠르게 제공함. 또한 인스타그램 포맷은 단일 패널 코믹스나 짧은 시리즈에 최적화되어 있어 독자들이 쉽게 공유하고 빠르게 입소문을 타 바이럴 마케팅에 유리함
- 미국의 숏폼 콘텐츠시장을 배경으로, 숏툰의 성장은 단순히 웹툰시장만의 현상이 아니라, 더 넓은 의미의 숏폼 드라마시장의 폭발적인 성장과 궤를 같이 하고 있음. 미국 내 숏폼 드라마 플랫폼 앱의 다운로드 및 매출이 단기간에 수십 배 이상 급성장하는 등, 모바일 중심의 연속형 짧은 콘텐츠에 대한 소비자 선호가 급증하고 있음. 다만, 수익화 모델의 불확실성과 창작 활동의 정당한 가치를 인정받기 어렵다는 우려, 플랫폼 편익성 문제 등은 해결해야 될 문제점으로 남아 있음
- 숏툰 작품의 유통 플랫폼으로는 주로 인스타그램, 웹툰의 캔버스, 틱톡이 이용되고 있음. 인스타그램에서 유통되는 숏툰 작품은 개인 창작자가 직접 연재, 유머 및 공감 중심, 짧은 컷(1~20컷 내외)으로 구성되며, 주요 장르는 일상 유머, 생활 공감, 짧은 에세이툰, 육아툰 등임. 웹툰의 캔버스에서 유통되는 숏툰은 대형 플랫폼 내 아마추어 창작 공간, 비교적 짧거나 연재 주기가 자유로운 작품이 다수이며, 주요 장르는 코미디, 슬라이스 오브 라이프(Slice of life), 실험적인 단편 등임. 틱톡에서 유통되는 숏툰은 숏폼 영상과 결합된 만화 형식, 밈(Meme) 또는 챌린지 활용 콘텐츠로서, 주요 장르는 코미디, 상황극, 캐릭터를 활용한 짧은 스토리 등임
- 네이버웹툰의 아마추어 창작 공간인 캔버스나 타파스(Tapas)의 독립 창작 섹션에서는 짧고 실험적인 코미디 작품이나 ‘슬라이스 오브 라이프(Slice of life)’ 장르가 꾸준히 독자층을 확보하고 있음. 웹툰 캔버스에 연재중인 《블루체어(Bluechair)》는 일상적인 주제

를 짧은 컷톤 형태로 다룬 작품으로 수백만 뷰를 기록하며 숏톤 포맷의 성공 사례로 꼽히고 있음. 숏톤 창작자는 광범위한 UGC(User-Generated Content) 인플루언서 그룹의 일부로 간주되며, 이들은 숏톤 외에도 라이프스타일, 뷰티, 패션 등 다양한 콘텐츠를 제작하며 총체적인 영향력을 발휘하고 있음

나. 미국 만화·웹툰산업 기업 현황

1) Marvel Comics(마블 코믹스)

■ 일반 정보

기관명	Marvel Comics	업종	만화책(코믹북) 출판, 캐릭터 IP 개발·라이선스, 엔터테인먼트
설립일	1939년	대표자명	Dan Buckley
대표메일		홈페이지	https://www.marvel.com
주소	135 W. 50th Street, Manhattan, New York City, NY 10020, United States		
회사개요	Marvel Comics는 세계 최대 만화책 출판사 중 하나로, 'Spider-Man', 'Iron Man', 'Captain America', 'X-Men', 'Avengers' 등 8,000개 이상의 캐릭터 IP를 보유하고 있음. 2009년 월트디즈니컴퍼니에 인수되어 현재는 Disney Publishing Worldwide 산하에서 운영되고 있으며, 만화책, 영화, TV, 게임, 머천다이즈 등 다양한 미디어와 산업에 캐릭터를 확장·활용하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Marvel Comics는 북미를 넘어 전 세계 100여 개국에 만화책, 영화, TV, 게임 등 다양한 엔터테인먼트 콘텐츠를 공급하고 있음. 2009년 디즈니 인수 이후 글로벌 미디어 프랜차이즈(MCU 등)로 확장, 현지화·디지털 코믹스·머천다이즈 등으로 시장 저변을 넓히고 있음. 2025년 기준 북미 만화시장에서 DC와 함께 압도적 1, 2위를 차지하고 있음
2) 콘텐츠 전략	'Spider-Man', 'Avengers', 'X-Men', 'Fantastic Four' 등 슈퍼히어로 중심의 유니버스 구축, 크로스오버, 리부트, 다양한 연령대·장르별 라인업(마블 어드벤처, MAX, 얼티밋 마블 등)으로 포트폴리오를 다변화하고 있음. 영화·TV·게임 등 미디어 믹스 전략과, 디지털 코믹스·웹툰 등 신매체 대응도 강화하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	만화책 출판, 디지털 코믹스, 캐릭터 라이선스(영화, TV, 게임, 머천다이즈 등), 글로벌 브랜드 협업, 테마파크·이벤트 등 다양한 수익 모델을 운영함. 월트디즈니컴퍼니, 소니, 넷플릭스, 게임사 등과의 전략적 파트너십을 통해 IP 가치를 극대화하고 있음. 2024년 연 매출은 약 2억 7,810만 달러로 집계됨
4) 경쟁 환경과 도전 과제	DC Comics, Image Comics, Dark Horse 등과 북미·글로벌 만화시장에서 경쟁함. 슈퍼히어로 장르의 포화, 신인 작가 발굴, 디지털 전환, 글로벌 현지화, 캐릭터 IP의 지속적 혁신, 영화·TV 등 미디어 부문과의 시너지 극대화, 소비자 트렌드 변화 대응 등이 주요 과제로 부상하고 있음
5) 재정 및 성장 전망	2024년 북미 만화책 시장은 13억 6,000만 달러 규모로, 2030년까지 연평균 9.9% 성장 전망임. Marvel Comics는 MCU 등 미디어 프랜차이즈 성장, 디지털 코믹스 확대, 글로벌 머천다이즈, 신작 IP 개발 등으로 중장기 성장세가 기대되고 있음. 캐릭터 IP의 다각화와 신시장 진출도 주요 성장 동력임
6) 향후 전략	2025년 이후 디지털 코믹스·웹툰 등 신매체 확대, 글로벌 현지화, 신규 슈퍼히어로·다양성 캐릭터 개발, 미디어 프랜차이즈(MCU, 애니메이션, 게임 등)와의 연계 강화, 신시장 진출, AI·신기술 도입 등으로 글로벌 엔터테인먼트시장 내 리더십을 강화할 계획임

2) DC Comics(디씨 코믹스)

■ 일반 정보

기관명	DC Comics	업종	만화책(코믹북) 출판, 캐릭터 IP 개발, 라이선스, 엔터테인먼트
설립일	1934년	대표자명	Jim Lee
대표메일		홈페이지	https://www.dc.com
주소	4000 Warner Boulevard, Burbank, California, United States		
회사개요	DC Comics는 미국 캘리포니아 버뱅크에 본사를 둔 세계적 만화책 출판사로, 'Superman', 'Batman', 'Wonder Woman', 'Justice League' 등 8,000개 이상의 캐릭터 IP를 보유함. 1967년 Warner Bros.에 인수되어 현재는 Warner Bros. Discovery 산하 DC Entertainment의 핵심 사업부로 운영되고 있음. 만화책, 영화, TV, 게임, 머천다이즈 등 다양한 미디어와 산업에 캐릭터를 확장 활용하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	2024~2025년 DC Comics는 북미 만화시장에서 점유율을 26.9%까지 끌어올리며 Marvel과의 격차를 크게 좁힘. 이는 'ALL IN' 전략과 'Absolute Universe' 신설, 신규 독자 유입을 위한 쉬운 진입점 제공, 그리고 다양한 커버·한정판·이벤트 연계 출간이 주효했기 때문임. 글로벌 시장에서는 디지털 코믹스, 웹툰, 현지화 강화, 국제 콜라보(예: DC x Sonic the Hedgehog) 등으로 신시장과 다양한 연령·문화권 독자층을 적극적으로 확장하고 있음
2) 콘텐츠 전략	2025년 DC는 'Absolute Universe'와 'ALL IN' 이니셔티브를 통해 기존 세계관을 재구성하고, 'Batman' #1 리론칭, 'Supergirl: Maiden of Might' 등 신작 시리즈, 'Resurrection Man: Quantum Karma' 등 실험적 블랙 라벨 프로젝트를 다수 선보임. 다양한 크리에이터와의 협업, 메타버스형 크로스오버, 신규 히어로 세대 교체, 독립·다양성 캐릭터 강화 등으로 포트폴리오를 차별화하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	DC는 코믹북(종이·디지털), 한정판·이벤트 커버, 캐릭터 라이선스(영화, TV, 게임, 머천다이즈 등), 글로벌 브랜드 협업, 크라우드펀딩·직판 등 다양한 수익 모델을 운용함. 2024년 'Absolute Batman' 등 주요 신간이 연간 베스트셀러를 기록하며, 한정판·이벤트 커버와 글로벌 콜라보(예: DC x Sonic) 등으로 수익 다각화에 성공함. Warner Bros. Discovery, 넷플릭스, 게임사 등과의 전략적 파트너십으로 IP 가치를 극대화하고 있음
4) 경쟁 환경과 도전 과제	2024~2025년 DC는 Marvel과의 점유율 격차를 6%p까지 좁히며 업계 내 구도에 변화를 주고 있음. 하지만 슈퍼히어로 장르의 포화, 신인 작가·다양성 확보, 디지털 전환, 글로벌 현지화, 영화·TV 등 미디어 부문과의 시너지 극대화, 독자층 고령화 등은 여전히 주요 과제로 남아 있음. 최근 DCEU의 영화 흥행 부진, 브랜드 리빌딩도 해결해야 할 과제임
5) 재정 및 성장 전망	2024년 북미 만화책 시장은 13억 6,000만 달러(1.36B) 규모로, 2030년까지 연평균 9.91% 성장 전망임. DC Comics는 2024년 'Absolute Batman' 등 신간이 연간 베스트셀러 1위를 기록하며, Marvel의 점유율 하락분을 상당 부분 흡수함. 'Absolute Universe' 등 신규 세계관 확장, 디지털·글로벌 시장 진출, 한정판·이벤트 커버, 크로스오버 프로젝트가 실적 견인 요인임. 2025년 이후에도 메타버스형 크로스오버, 신시장 진출, 다양한 장르·연령대 타겟 신작 등으로 성장세가 기대됨
6) 향후 전략	2025년 DC는 'Batman' #1 리론칭, 'Supergirl: Maiden of Might', 'Superman Unlimited', 'DC x Sonic the Hedgehog' 등 대형 신작과 크로스오버를 연이어 공개함. 'Absolute Universe'의 대형 이벤트(2025년 말~2027년), 메타버스형 세계관 확장, 디지털 코믹스·웹툰·크라우드펀딩 등 신매체 강화, 글로벌 현지화, 신인·다양성 캐릭터 발굴, 영화·게임·애니메이션과의 연계로 브랜드 리빌딩과 차별화된 성장 전략을 추진할 계획임

3) WEBTOON Entertainment

■ 일반 정보

기관명	WEBTOON Entertainment Inc.	업종	디지털 콘텐츠 플랫폼, 웹툰 및 웹소설 기반 IP 사업
설립일	2005년	대표자명	Junkoo Kim
대표메일		홈페이지	https://www.webtoons.com
주소	5700 Wilshire Blvd, Suite 220, Los Angeles, CA 90036, United States		
회사개요	WEBTOON Entertainment는 세계 최대 디지털 만화 플랫폼으로, 2024년 6월 나스닥 상장을 통해 약 3억 1,500만 달러의 자금을 조달함. 전 세계 월간 활성 이용자(MAU) 1억 7,000만 명, 북미 내 MAU 1,500만 명 이상을 보유함. 전체 이용자의 75% 이상이 미래 콘텐츠 소비의 주축을 담당하는 24세 이하 Z세대로 구성되어 있어, 향후 성장 전망 높음. 대표 브랜드로 Wattpad, LINE Manga, eBookJapan 등이 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	WEBTOON Entertainment는 북미, 일본, 동남아, 유럽 등 100여 개국에 서비스 중이며, 미국·일본·한국 등 주요 시장에서 MAU 1억 7,000만 명을 돌파함. 2021년 Wattpad 인수, LINE Manga·eBookJapan 등 현지 플랫폼 운영, 글로벌 오리지널 IP 개발, DC Comics·HYBE 등과의 파트너십으로 스토리텔링 IP 생태계 확장, Netflix·Prime Video·Crunchyroll 등 글로벌 미디어 어와의 영상화 협업 등으로 시장을 빠르게 확장하고 있음
2) 콘텐츠 전략	CANVAS(UGC) 플랫폼을 통해 누구나 창작자로 참여할 수 있는 구조를 구축하고, 'Lore Olympus', 'Tower of God', 'True Beauty' 등 오리지널 시리즈의 글로벌 성공을 기반으로 IP를 확장하고 있음. Wattpad 웹소설, Studio N·Wattpad WEBTOON Studios 등 자체 제작사와 협업해 웹툰·웹소설의 영상화, 출판, 게임 등 2차 사업을 적극 전개함
3) 수익 모델 및 파트너십	전체 매출의 약 79%가 유료 콘텐츠 판매에서 발생하고 있음. 이외 광고, IP 라이선싱, 영상화 등 다각적 수익 모델을 보유함. Netflix, Ubisoft, HYBE 등과 파트너십을 통해 웹툰 IP를 확장 중임. 미국에선 DC Comics와 협업했으며, 일본·유럽에서도 현지 기업과 전략적 제휴를 확대하고 있음. 브랜드 협업 및 NFT 기반 실험적 수익 모델도 시범 도입 중임
4) 경쟁 환경과 도전 과제	미국 Tapas, 일본 Piccoma, 중국 Bilibili 등과 글로벌 디지털 만화시장에서 치열하게 경쟁하고 있음. 오리지널 IP 확보, 크리에이터 생태계 강화, 현지화 글로벌 마케팅, 저작권 보호, 플랫폼 간 수익 배분, Z세대 유저 충성도 유지 등이 주요 과제로 부상함. 미국 등 신흥시장 내 오프라인 출판·미디어 확장도 도전 과제임
5) 재정 및 성장 전망	2024년 매출이 약 13억 4,700만 달러를 기록하며 전년 대비 5.1% 성장함. 순손실은 1억 5,200만~1억 5,800만 달러로 집계되었으며, 이는 콘텐츠 투자 확대와 상장 관련 비용 증가에 기인함. 조정 EBITDA는 6,700만~6,800만 달러로 전년 대비 600% 이상 증가하며 수익성이 크게 개선됨. 연간 매출은 고정 환율 기준 12% 이상 증가했고, 현금 및 단기 예치금은 5억 7,200만 달러 수준으로 재무 건전성을 유지함 2025년에는 광고·라이선스 매출 확대, IP 기반 2차 사업 강화, 마케팅 효율화 등을 통해 수익성 개선과 영업이익의 흑자 전환을 목표로 하고 있음
6) 향후 전략	최근 유료 콘텐츠의 매출 성장세가 둔화됨에 따라 광고 사업을 새로운 성장 동력으로 육성하고 수익 모델 다각화를 꾀하고 있으며, 글로벌 창작자 지원 프로그램을 통해 IP 발굴 역량을 확대 중임. 또한 AI 기반 콘텐츠 제작 및 자동 번역, 개인화 추천 기술을 강화하고 있음. NFT, 메타버스 연계 콘텐츠 등 디지털 자산화 실험도 병행함. 유럽·중동 시장 진출을 본격화하며, 자체 제작 스튜디오 설립도 추진함. 글로벌 엔터테인먼트 기업과의 전략 제휴를 더욱 확대할 계획임

4) Tapas Media

■ 일반 정보

기관명	Tapas Media, Inc	업종	디지털 만화(웹툰) 웹소설 플랫폼, 스토리텔링 IP 개발·퍼블리싱
설립일	2012년	대표자명	Chang Kim
대표메일	contact@tapasmedia.co	홈페이지	https://tapas.io
주소	1479 Folsom Street, San Francisco, CA 94103		
회사개요	Tapas Media는 미국 캘리포니아 주에 본사를 둔 디지털 만화·웹소설 플랫폼으로, 북미 시장에서 1만 편 이상의 오리지널 웹툰·웹소설을 서비스함. 2021년 Kakao Entertainment에 5억 1,000만 달러에 인수된 후, 한국·일본 등 아시아 인기 IP의 현지화와 북미 오리지널 창작자 발굴을 병행하며 글로벌 성장세를 이어가고 있음. Wuxiaworld 등 자회사와 함께 Tapas Entertainment 브랜드로 통합 운영 중임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Tapas는 북미 및 영어권 시장 중심의 성장 전략을 유지하고 있음. WEBTOON 인수 이후 글로벌 유통망을 공유하며 콘텐츠 확장에 속도를 내고 있음. 특히 로컬 작가 발굴 및 자체 IP 개발을 통해 경쟁 플랫폼 대비 차별성을 확보하고 있음. 주요 타깃층은 Z세대 여성 독자로, 스토리 중심의 로맨스·판타지 장르에서 강점을 보임. 일본·유럽 등 신규 시장 진입도 모회사와 연계하여 추진 중임
2) 콘텐츠 전략	창작자가 직접 콘텐츠를 연재할 수 있는 오픈 플랫폼 기반의 서비스를 제공하고 있음. 상위 작품은 Tapas Originals 브랜드로 전환되어 제작비 지원, 수익 배분 혜택을 받음. 장르적으로는 로맨스, 판타지, BL 분야에서 강한 팬덤을 보유하고 있음. 스토리텔링과 캐릭터 중심 서사를 강조하여 영상화 가능성이 높은 IP에 집중함. 일부 인기 시리즈는 애니메이션 및 웹드라마화 프로젝트로 확장 중임
3) 수익 모델 및 파트너십	기본 수익 모델은 유료 콘텐츠 구매, 광고 수익, 브랜드 IP 협업 등으로 구성되어 있음. 프리미엄 에피소드 선공개 모델(Early Access)과 코인 기반 결제 시스템이 주요 수익 구조임. Amazon, Netflix, Crunchyroll 등과의 협력을 통해 일부 IP의 영상화가 추진되었음. 2022년 이후에는 WEBTOON Studios와 연계하여 공동제작 콘텐츠를 확대하고 있음. 크리에이터와의 수익 배분 비율은 업계 평균 대비 우호적인 조건으로 알려져 있음
4) 경쟁 환경과 도전 과제	WEBTOON, Lezhin, Tappytoon, Tapas, Piccoma, Bilibili 등 글로벌 웹툰·웹소설 플랫폼과 경쟁함. 북미 시장의 낮은 디지털 콘텐츠 침투율(5~10%)을 극복하기 위해 현지화, 오리지널 창작자 육성, 마케팅 투자 확대, 웹소설시장 다변화, 사용자 경험 개선 등이 핵심 과제임. 코로나19 이후 성장세 둔화, 인재 확보, 수익성 개선도 도전 요소임
5) 재정 및 성장 전망	2024년 상반기 Tapas의 일평균 거래액은 2억 원(약 15만 달러)으로 사상 최대치를 경신했으며, 연간 두 자릿수(10% 이상) 성장세를 유지함. ARPPU 30% 이상 증가, 오리지널 IP 확대, AI 기반 추천 도입 등으로 수익성이 개선되고 있음. Kakao Entertainment의 글로벌 전략 아래 북미·유럽·아시아 시장 동시 공략, IPO 가능성 등 중장기 성장 잠재력이 높음
6) 향후 전략	AI 기반 번역 및 창작 도구를 플랫폼에 도입하여 콘텐츠 생산성과 유통력을 강화하고 있음. 모회사와의 시너지를 활용해 오리지널 시리즈 영상화를 적극 추진할 계획임. 크리에이터 지원 프로그램을 확대하여 장기 계약 기반의 독점 IP를 늘릴 예정임. 다양한 소비 채널(이북, 굿즈, 이벤트)과 연결된 팬덤 기반 마케팅도 강화하고 있음. 중장기적으로는 유럽 및 중남미 시장 진출을 포함한 글로벌 다각화를 본격화할 예정임

5) Lezhin Comics US

■ 일반 정보

기관명	Lezhin Entertainment, LLC	업종	디지털 만화(웹툰) 플랫폼, 스토리텔링 IP 개발·퍼블리싱, 엔터테인먼트
설립일	2016년	대표자명	Kunho Park
대표메일	contact@lezhin.com	홈페이지	https://www.lezhinus.com/en
주소	700 Airport Blvd, Ste 170, Burlingame, CA 94010, United States		
회사개요	Lezhin Entertainment, LLC는 미국·영어권 시장을 대상으로 한 프리미엄 웹툰 플랫폼 'Lezhin Comics US'를 운영함. 2015년 12월 영어 서비스 론칭, 2016년 미국 현지 법인 설립 후 북미·유럽 등 영어권 시장 등 빠른 성장세를 보임. 한국·일본 인기 IP의 영어 현지화와 북미 오리지널 웹툰 확대, 현지 마케팅 및 결제·운영 시스템 고도화로 글로벌 입지를 강화하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Lezhin Comics US는 북미·유럽 등 영어권 시장에서 월 100만 명 이상의 이용자를 확보하고 있음. 2023~2024년 미국 단독 매출 100억 원(약 8.7~9.2백만 달러) 돌파, 전년 대비 65% 성장 등 빠른 성장세를 보임. 한국·일본 인기 IP의 영어 현지화와 북미 오리지널 웹툰 확대, 현지 마케팅 및 결제·운영 시스템 고도화로 글로벌 입지를 강화하고 있음
2) 콘텐츠 전략	200편 이상의 프리미엄 웹툰, BL·GL·로맨스·판타지 등 다양한 장르를 영어로 서비스하며, 미국 현지 독자 취향에 맞춘 오리지널 신작과 글로벌 인기작을 동시 연재함. 번역·편집·식자 등 현지화 역량을 강화하고, 미국·유럽 현지 작가 발굴 및 커뮤니티 이벤트, Lezhin Challenge 등 공모전도 병행함. Lezhin Studio와 연계해 영상화·게임화 등 2차 사업도 추진 중임
3) 수익 모델 및 파트너십	유료 회차 결제(프리미엄 콘텐츠 판매)가 전체 매출의 80% 내외를 차지하며, 광고, IP 라이선스, 영상화, 머천다이즈, 오프라인 출판 등 다양한 수익 모델을 보유함. 미국 내 구글, 애플, 아마존 등 글로벌 플랫폼과의 유통 제휴, Scholastic·BOOM! 등 현지 출판 미디어 파트너십도 확대함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	WEBTOON, Tapas, Tappytoon, Manta 등 북미·글로벌 웹툰 플랫폼과 경쟁함. 영어권 오리지널 IP 경쟁력, 현지화 품질, 성인·다양성 장르 확대, 디지털 저작권 보호, 북미 유료 결제 문화 확산, 현지 마케팅 및 브랜드 인지도 제고 등이 주요 과제임
5) 재정 및 성장 전망	2023~2024년 미국 단독 매출 100억 원(약 8.7~9.2백만 달러) 돌파, 전년 대비 65% 성장 등 가파른 성장세를 기록함. 2024년 기준 전체 해외 매출의 60~70%가 미국에서 발생하며, KidariStudio 인수 이후 글로벌 IP 수출, 영어 오리지널 제작, 영상화 등으로 중장기 성장세가 기대됨
6) 향후 전략	2025년에는 미국 현지 오리지널 IP 확대, Lezhin Studio 중심의 영상화·게임화 등 2차 사업 강화, AI 번역·추천 등 기술 고도화, 현지 작가 지원, 글로벌 마케팅 및 브랜드 파트너십 확대 등으로 북미 프리미엄 웹툰 플랫폼 리더십을 강화할 계획임

6) Manta Comics(만타 코믹스)

■ 일반 정보

기관명	Manta Comics(RIDI Corporation)	업종	디지털 만화(웹툰, 웹코믹스) 플랫폼
설립일	2020년 11월: 플랫폼 론칭 / 2008년: RIDI 설립	대표자명	Travis Kim(만타 CEO), 배기식(RIDI 창업자)
대표메일	info@manta.net	홈페이지	https://manta.net
주소	서울특별시 강남구 테헤란로 325, 어반벤처타워 10층(별도 미국 법인 주소 미공개)		
회사개요	Manta Comics는 Ridi Corporation이 운영하는 글로벌 웹툰 플랫폼으로, 월정액 구독 모델을 기반으로 영어 및 스페인어로 다양한 장르의 웹툰을 제공함. 2020년 11월 출시 이후 북미, 중남미, 유럽 시장에서 빠르게 성장하였으며, 자체 제작 스튜디오인 Manta Studios를 통해 오리지널 콘텐츠를 확대하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Manta Comics는 2020년 11월 출시 이후 북미, 중남미, 유럽 등 글로벌 시장에서 빠르게 성장하였으며, 특히 미국, 멕시코, 스페인 등에서 Google Play 만화 앱 부문 1위를 기록하며 시장점유율을 확대하였음. 2024년 기준 앱 다운로드 수는 1,500만 건을 돌파하였으며, 영어와 스페인어를 지원하여 다양한 국가의 이용자에게 접근성을 높이고 있음
2) 콘텐츠 전략	Manta는 Ridi Corp.의 방대한 IP 포트폴리오를 활용하여 웹소설을 웹툰으로 재구성하는 전략을 채택하고 있음. 대표작으로는 《상수리나무 아래》, 《공작님의 말씀을 거역하면》, 《시맨틱 에러》 등이 있으며, 이 중 일부는 실사 드라마로도 제작되었음. 또한, 자체 제작 스튜디오인 Manta Studios를 통해 오리지널 콘텐츠를 생산하고 있으며, 외부 파트너와의 협업을 통해 영화 및 드라마 IP를 웹툰으로 재해석하는 프로젝트도 진행 중임
3) 수익 모델 및 파트너십	Manta는 월 \$3.99의 정액 구독 모델을 채택하여 이용자에게 무제한 콘텐츠 접근을 제공함. 이는 에피소드당 결제 모델과 차별화된 전략으로, 이용자 충성도와 장기 구독을 유도하고 있음. 또한, Ridi Corp.의 기존 IP를 활용한 콘텐츠 제작을 통해 비용 효율성을 높이고 있으며, 외부 콘텐츠 제작사와의 협업을 통해 다양한 장르의 콘텐츠를 확보하고 있음
4) 경쟁 환경과 도전 과제	글로벌 웹툰시장은 Kakao Entertainment, Naver Webtoon 등 대형 플랫폼이 주도하고 있으며, 경쟁이 치열함. Manta는 독자적인 구독 모델과 오리지널 콘텐츠를 통해 차별화를 시도하고 있으나, 콘텐츠 다양성과 품질 유지, 신규 이용자 확보 등의 과제가 존재함. 또한, 콘텐츠 현지화 및 문화적 적합성 확보를 위한 지속적인 노력이 필요함
5) 재정 및 성장 전망	Ridi Corp.는 2024년 기준 매출 2,354억 원을 기록하였으며, 이는 전년 대비 30% 증가한 수치임. 그러나 같은 해 영업손실은 129억 원으로, 콘텐츠 제작 및 글로벌 마케팅 비용 증가가 주요 원인으로 분석됨. Manta의 성장은 전체 매출 증가에 크게 기여하였으며, 향후 수익성 개선을 위한 전략적 조정이 예상됨
6) 향후 전략	Manta는 향후 콘텐츠 포트폴리오 다변화와 글로벌 시장 확대를 주요 전략으로 설정하고 있음. 특히, 다양한 장르의 오리지널 콘텐츠 제작을 강화하고, 영어 및 스페인어 외의 언어 지원 확대를 통해 신규 시장을 개척할 계획임. 또한, 기존 IP의 2차 저작물화 및 미디어 믹스 전략을 통해 수익원을 다변화하고, 글로벌 콘텐츠 플랫폼으로서의 입지를 강화할 예정임

7) Pocket Comics(포켓 코믹스)

■ 일반 정보

기관명	Pocket Comics(NHN comico Corp.)	업종	디지털 콘텐츠 플랫폼(웹툰, 웹소설)
설립일	2017년 6월 1일(NHN comico Corp. 법인 기준)	대표자명	정유진(Chung Ujin)
대표메일	info@nhn-comico.com	홈페이지	https://www.pocketcomics.com
주소	일본 도쿄도 미나토구 니시신바시 3-1-8 NHN 아틀리에		
회사개요	포켓코믹스는 NHN comico가 운영하는 글로벌 웹툰 플랫폼임. 2020년 북미 론칭을 시작으로 일본, 한국, 대만, 태국, 프랑스, 독일 등 10여 개 언어로 서비스를 제공하였으나, 2025년 10월 말 기준 영어 및 프랑스어 서비스는 종료한 상태임. 오리지널 웹툰, 웹소설, 드라마코믹스 등 600편 이상의 작품을 현지화하여 제공하며, 누적 다운로드 4,600만 건을 돌파함. 주력 장르는 로맨스, 로맨스판타지, BL 등임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Pocket Comics는 2020년 북미 시장에 진출한 이후, 프랑스, 독일 등 유럽과 일본, 태국 등 아시아 주요 국가로 서비스를 확대함. 2022년 프랑스 앱스토어 도서 카테고리 웹툰 부문 매출 1위를 기록하며 유럽 시장에서 빠르게 성장함. 각국 현지 편집팀과 운영팀을 두고, 독자 취향과 문화에 맞춘 현지화 전략을 전개함. 2024년 기준 글로벌 10여 개 언어로 서비스하며, 북미·유럽·일본 등 검증된 시장에 역량을 집중하고 있음
2) 콘텐츠 전략	오리지널 웹툰, 웹소설, 드라마코믹스 등 600편 이상의 다양한 장르를 제공함. 자체 제작 스튜디오를 통해 연 50편 이상의 오리지널 작품을 선보이고, 인기 K-드라마 IP(예: '아내의 유혹', '명랑소녀 성공기')를 웹툰화한 드라마코믹스도 제작함. 로맨스·로맨스판타지 장르를 중심으로, 각국 여성 독자층에 특화된 콘텐츠를 집중 공급함. 현지화 번역 및 문화 각색을 통해 글로벌 독자 반응에 적극 대응함
3) 수익 모델 및 파트너십	기본 무료 감상과 프리미엄 회차 유료 결제(인앱 결제, 코인/포인트 구매) 모델을 병행함. 일부 인기작은 단행본 및 굿즈 등 2차 저작물로도 확장함. 글로벌 결제 시스템 및 앱스토어, 구글플레이 등 주요 플랫폼과 파트너십을 맺고 있으며, 현지 출판사와 협력해 오프라인 단행본 출간도 추진함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	네이버웹툰, 카카오페이코믹스 등 대형 플랫폼과 글로벌 시장에서 경쟁함. 차별화 전략으로는 오리지널 여성향 장르 집중, 현지화 운영, K-드라마 기반 드라마코믹스, 웹소설 IP 직접 개발 등이 있음. 일본, 북미, 유럽 등 시장별로 맞춤형 콘텐츠와 마케팅 전략을 강화하며, 현지 이용자 충성도 제고에 주력함. 글로벌 시장 내에서의 브랜드 인지도 확대와 현지화 품질 강화가 주요 과제로 꼽힘
5) 재정 및 성장 전망	2021년 북미 매출이 전년 대비 6.5배 성장함. 2022년 프랑스 론칭 6개월 만에 앱스토어 북 카테고리 매출 1위 달성, 2024년 기준 누적 다운로드 4,600만 건을 돌파함. 전체 NHN 그룹 내에서 웹툰 사업의 매출 비중과 성장세가 지속적으로 확대되고 있음. 2022년 기준 NHN 전체 영업이익은 155억 원, 순수실 45억 원을 기록함(웹툰 사업 단독 실적은 미공개)
6) 향후 전략	내부 제작 스튜디오와 로맨스판타지 웹소설 레이블 '라비앙로즈'를 통해 오리지널 IP와 웹소설 기반 노블코믹스 확대를 추진함. 인기 K-드라마 IP를 활용한 드라마코믹스 제작을 강화하고, 글로벌 시장별 맞춤형 콘텐츠와 마케팅에 집중할 계획임. 창작자 지원 및 복지 확대, 현지화 품질 고도화, 신규 언어 서비스(스페인어 등) 도입을 검토 중임. 글로벌 No.1 여성향 웹툰 플랫폼 도약을 목표로 하고 있음

8) Penguin Random House(펭귄 랜덤하우스)

■ 일반 정보

기관명	Penguin Random House LLC	업종	도서(성인/아동) 및 그래픽노블 출판, 유통
설립일	2013년 7월 1일(Penguin Books와 Random House 합병)	대표자명	Nihar Malaviya
대표메일	webmaster@randomhouse.com	홈페이지	https://www.penguinrandomhouse.com
주소	150 W 30th St, FL 19, New York, NY 10001, USA		
회사개요	Penguin Random House는 Bertelsmann가 단독 소유한 세계 최대 규모의 영어권 일반도서 출판사임. 300개 이상의 독립 임프린트와 브랜드를 보유하고 있으며, 성인 및 아동 도서, 픽션·논픽션, 그래픽노블, 오디오북 등 다양한 포맷의 도서를 연간 85,000종(인쇄 15,000종, 디지털 70,000종) 이상 출간함. 20여 개국에 사업장을 두고 전 세계 10,000명 이상의 임직원이 근무함. 80여 명의 노벨상 수상 작가와 수백 명의 베스트셀러 작가가 소속되어 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Penguin Random House는 북미, 유럽, 남미, 아시아, 오세아니아, 아프리카 등 6대륙 20여 개국에 법인 및 사업장을 두고 있음. 2024년 Hachette UK, Hachette India, Hachette Australia 등과의 글로벌 유통 파트너십을 통해 영어권 외 지역에서도 판매망을 확대함. 다양한 언어와 지역의 독자에게 맞춘 현지화 출판, 번역, 유통 전략을 지속적으로 추진 중임. 최근에는 오디오북, eBook, 그래픽노블 등 디지털 포맷 사업도 강화하고 있음
2) 콘텐츠 전략	300개 이상의 임프린트(예: Knopf, Viking, Doubleday, Crown, Puffin, DK 등)를 통해 성인·아동 도서, 소설·비소설, 그래픽노블, 오디오북 등 전 장르를 아우르는 출판 포트폴리오를 구축함. 연간 85,000종의 신간(인쇄 15,000종, 디지털 70,000종)을 출간하며, 'Atomic Habits', 'Greenlights', 'First Lie Wins', 'Funny Story' 등 다수의 베스트셀러를 보유함. BBC Studios와의 협업을 통해 'Bluey' IP 등 미디어 프랜차이즈 기반 아동도서도 적극 출간함
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 인쇄본 전자책·오디오북 판매, 라이선스 및 2차 저작권(영화·드라마화 등)임. 2024년에는 독립 출판사 Hay House 인수, Sourcebooks와의 협업 등으로 포트폴리오를 확장함. BiblioCommons 등과의 파트너십을 통해 38,000종 이상의 eBook을 공공도서관에 공급함. BBC Studios, Hachette, Sourcebooks 등 글로벌 미디어·출판사와 전략적 제휴를 확대함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	PRH는 Hachette, HarperCollins, Simon & Schuster, Macmillan 등과 함께 'Big Five'로 불리는 글로벌 메이저 출판사 중 최대 규모임. 2022년 Simon & Schuster 인수 추진이 미국 법무부의 반독점 소송으로 무산됨. 시장 내 경쟁 심화, 디지털 콘텐츠시장 성장, 저작권 보호, 공급망 효율화, 인재 확보 등이 주요 도전 과제로 꼽힘. 최근 조직 재편 및 DEI(다양성·형평성·포용성) 정책 강화, AI 기반 출판·운영 혁신도 추진 중임
5) 재정 및 성장 전망	2024년 매출은 49억 유로(약 53억 달러)로 전년 대비 8.5% 성장함. 영업이익(EBITDA)은 7억 3,900만 유로로 집계됨. 북미 시장점유율은 23.8%로 업계 1위를 유지함. 2024년 상반기 기준 전 세계적으로 3,500만 권 이상의 도서를 판매했으며, 연간 600만 권 이상의 인쇄·디지털 도서를 출간함. 최근 5년간 연평균 5.7%의 안정적 성장세를 기록함
6) 향후 전략	포트폴리오 다각화(자기계발, 건강, 라이프스타일, 아동 등), 오디오북·그래픽노블 등 신사업 확대, 글로벌 유통망 강화, AI 기반 출판·운영 혁신, DEI 및 지속가능성 경영 강화에 중점을 둔 계획임. 미디어 프랜차이즈 IP와의 협업, 신규 시장 진출, 작가·콘텐츠 발굴 투자도 지속함

9) Yen Press(엔 프레스)

■ 일반 정보

기관명	Yen Press, LLC(Ize Press Imprint)	업종	만화, 그래픽노블, 라이트노블 출판 및 유통
설립일	2006년: Yen Press 설립 / 2022년 4월: Ize Press 임프린트 론칭	대표자명	Kurt Hassler
대표메일	info@yenpress.com	홈페이지	https://www.yenpress.com
주소	150 W 30th St, FL 19, New York, NY 10001, USA		
회사개요	Yen Press는 Kadokawa Corporation과 Hachette Book Group의 합작법인으로, 북미 시장을 중심으로 일본 만화, 라이트노블, 오리지널 그래픽노블, 한국 웹툰 등 다양한 장르의 콘텐츠를 출판·유통함. 2022년 Ize Press 임프린트를 신설하여 한국 웹툰 및 웹소설의 영어권 인쇄본 출판을 본격화함. Yen Press는 북미 만화·라이트노블시장에서 선도적 입지를 확보하고 있으며, Ize Press를 통해 K-콘텐츠의 글로벌 확산에 기여하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Yen Press는 북미 시장을 중심으로 영국, 인도, 호주 등 글로벌 시장에 진출하고 있음. 2024년 Hachette UK, Hachette India, Hachette Australia와의 글로벌 유통 파트너십을 체결하여 북미 외 지역 리테일러 및 계정에 대한 판매·유통망을 대폭 확장함. Ize Press 임프린트는 한국 웹툰·웹소설의 영어 인쇄본을 주요 타겟으로 하며, 현지화 및 품질 관리에 중점을 두고 있음. 주요 작품은 미국, 캐나다, 영국, 호주 등 영어권 국가에서 동시 출간함
2) 콘텐츠 전략	Yen Press는 일본 만화와 오리지널 그래픽노블 등 다양한 장르를 출간하며, Ize Press를 통해 'Solo Leveling', 'The World After the Fall' 등 인기 한국 웹툰·웹소설 인쇄본을 집중적으로 출시하고 있음. 또한 2022년에는 HYBE와 협업해 K-POP IP 기반 오리지널 웹툰의 영어 인쇄본도 선보였으며, 각 타이틀마다 고품질 인쇄와 번역, 편집, 독점 부가 콘텐츠를 제공하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 도서 인쇄본과 전자책 판매, 라이선스 및 2차 저작권에 있으며, Kadokawa와 Hachette Book Group 등과의 합작을 통해 일본·한국 원작사와 긴밀히 협업하고 있음. 또한 Hachette UK, India, Australia와의 글로벌 유통 파트너십으로 북미 외 지역 매출도 확대하고 있으며, REDICE Studio, RIVERSE, J-Novel Club 등과 협력해 다양한 콘텐츠를 선보이고 있음
4) 경쟁 환경과 도전 과제	북미 만화·그래픽노블시장에서 VIZ Media, Seven Seas, Kodansha Comics, Penguin Random House 등과 경쟁함. 일본 만화·라이트노블 외에도, K-웹툰·웹소설의 인쇄본 시장이 급성장함에 따라 현지화 품질, 타이틀 확보, 오프라인 유통망 확대가 핵심 과제로 부상함. Ize Press는 고품질 인쇄, 독점 번역, 크리에이터 인터뷰 등 부가가치 제공을 차별화 전략으로 삼고 있음. K-웹툰 원작 애니메이션화, 글로벌 미디어 믹스 등 2차 사업 확장도 적극 검토 중임
5) 재정 및 성장 전망	Yen Press는 2024년 기준 연매출 약 1,240만~3,160만 달러로 추정됨. 전체 임직원 수는 약 100~130명 규모임. 2022년 Ize Press 임프린트 론칭 이후 한국 웹툰 인쇄본 시장에서 'Solo Leveling' 등 다수 타이틀이 베스트셀러에 오르며, 전체 매출 성장세를 견인함. 2024년 기준, 북미 내 만화·그래픽노블 분야에서 시장점유율 상위권을 유지하고 있음
6) 향후 전략	Ize Press를 통한 K-웹툰·웹소설 신작 라인업 확대, 글로벌 유통망 강화, 오리지널 IP 개발 및 2차 저작권(애니메이션, 오디오북, 굿즈 등) 사업 다각화를 추진함. 현지 독자 반응을 반영한 큐레이션, 번역 품질 고도화, 작가 스튜디오와의 협력 강화에 중점을 둘 계획임. 2025년 이후 스페인어 등 다국어 인쇄본 진출 및 미디어 믹스 프로젝트도 검토 중임

10) Drawn & Quarterly(드론 앤 쿼터리)

■ 일반 정보

기관명	Drawn & Quarterly(D&Q)	업종	만화, 그래픽노블, 문학예술서 출판 및 유통
설립일	1989년	대표자명	Peggy Burns(발행인), Tom Devlin(편집장)
대표메일	info@drawnandquarterly.com	홈페이지	https://www.drawnandquarterly.com
주소	6750 avenue de l'Esplanade, Suite 201, Montreal, Quebec, Canada H2V 4M1		
회사개요	Drawn & Quarterly는 1989년 Chris Oliveros에 의해 설립된 캐나다 몬트리올 소재의 독립 만화 그래픽 노블 전문 출판사임. 북미·유럽·아시아 등 세계 각국의 저명 만화가와 예술가들의 작품을 영어로 출간하며, 높은 제작 완성도와 편집적 독립성, 예술적 자율성으로 북미를 대표하는 문학예술 만화 출판사로 평가받음. 몬트리올 마일엔드 지역에 본사와 2개의 서점을 직접 운영하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Drawn & Quarterly는 30여 년간 북미를 비롯해 유럽, 아시아 등 세계 각국의 만화가 및 예술가와 협업하며 국제적으로 명성을 쌓아옴. 미국(프레이러, 스트라우스 & 지루), 캐나다(Raincoast Books), 영국(Publishers Group UK), 국제(Macmillan) 등과의 유통 파트너십을 통해 글로벌 시장에 작품을 공급하고 있음. 영어권을 중심으로 다양한 언어권의 작품을 번역 출간하며, 현지 서점 및 온라인 유통망을 적극 활용함
2) 콘텐츠 전략	Adrian Tomine, Lynda Barry, Chester Brown, Seth, Kate Beaton 등 북미 대표 만화가와 더불어, Tove Jansson(핀란드), Guy Delisle(프랑스), Tom Gauld(영국), Yoshiharu Tsuge·Shigeru Mizuki(일본), 김수현(한국) 등 세계 각국의 저명 작가 작품을 영어로 출간함. 그래픽노블, 문학예술 만화, 어린이·청소년 만화, 해외 명작 등 다양한 장르를 아우르며, 예술성과 대중성을 동시에 추구함. D&Q 출판물은 맨부커상, 이스너상, 허비상 등 주요 문학·만화상에 다수 후보 및 수상 이력을 보유함
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 만화 그래픽노블 인쇄본 판매(오프라인 서점, 온라인 리테일러), 해외 판권 수출, 2차 저작권(번역, 영상화 등)임. 미국·캐나다·영국 등 주요 지역 유통사와 파트너십을 맺고 있으며, 세계 각국 출판사와의 판권 계약을 통해 다양한 언어로 작품을 공급함. 몬트리올 현지에서 직접 운영하는 서점(La Librairie D+Q, La Petite Librairie D+Q)을 통해 독자와의 접점도 확대함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	Fantagraphics, First Second, IDW, Dark Horse 등 북미 및 유럽의 주요 만화 출판사와 경쟁함. 차별화 포인트는 높은 편집적 완성도, 예술적 자율성, 국제적 작가 네트워크에 있음. 최근 그래픽노블시장의 성장과 대형 출판사 진입, 디지털 콘텐츠 확산, 공급망 변화 등이 도전 과제로 부상함. 2024년 기준 약 15명 내외의 소규모 조직으로, 예술성과 경영 효율성의 균형이 중요함
5) 재정 및 성장 전망	D&Q는 소규모 독립 출판사로서, 매년 수십 종의 신간을 출간하며 북미·유럽·아시아 시장에서 안정적인 성장세를 유지함. 대표 작가의 신간 및 해외 저명 작가의 판권 도입을 통해 매출 기반을 다지고 있음. 2007년 이후 몬트리올 현지 서점 운영으로 지역사회 내 브랜드 인지도를 높이고, 오프라인 매출도 확대함
6) 향후 전략	국제적 작가 발굴과 해외 명작의 영어 번역 출간, 그래픽노블 문학예술 만화의 장르 다양화, 현지 서점 운영 활성화, 해외 판권 사업 확대에 주력할 계획임. 예술적 자율성과 편집적 완성도를 유지하면서, 글로벌 만화시장 내 영향력을 지속적으로 강화할 방침임

11) Dark Horse Comics(다크호스 코믹스)

■ 일반 정보

기관명	Dark Horse Comics, LLC	업종	만화, 그래픽노블, 미디어 프랜차이즈 출판 및 유통
설립일	1986년	대표자명	Mike Richardson
대표메일	info@darkhorse.com	홈페이지	https://www.darkhorse.com
주소	10956 SE Main Street, Milwaukie, OR 97222, USA		
회사개요	다크호스 코믹스는 1986년 마이크 리처드슨이 오리건 주 밀워키에 설립한 미국 3대 만화 출판사임. 창작자 권리 보장과 창의적 환경 조성을 핵심 가치로 삼아, 북미 및 글로벌 시장에서 독립 만화, 그래픽노블, 라이선스 기반 코믹스, 미디어 프랜차이즈 등 350개 이상의 IP를 보유함. 자회사 다크호스 엔터테인먼트와 연계해 영화, TV, 게임, 굿즈 등 다양한 미디어로 사업을 확장하고 있음. 2022년 스웨덴 Embracer Group에 인수되어 글로벌 미디어 그룹 산하에서 운영 중임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	다크호스 코믹스는 미국 내 3위, 세계적으로도 손꼽히는 독립 만화 출판사로 성장함. Embracer Group 인수 이후, 게임·영상 등 미디어 믹스 사업과 글로벌 유통망을 강화하고 있음. 300개 이상의 IP를 기반으로 연간 500여 종의 도서와 월 30여 종의 신간을 출간하며, 북미를 넘어 유럽·아시아 등지로 판권 및 라이선스 사업을 확대 중임. 넷플릭스, 유니버설 등과의 1st Look 계약 및 다수의 영화·TV 프로젝트를 추진함
2) 콘텐츠 전략	자체 창작('Hellboy', 'Sin City', 'The Umbrella Academy', 'Black Hammer' 등)과 라이선스 기반('Star Wars', 'Aliens', 'Predator', 'Avatar: The Last Airbender', 'The Witcher' 등) 코믹스, 일본·한국 만화('Berserk', 'Blade of the Immortal', 'Lone Wolf and Cub' 등) 까지 다양한 장르를 출간함. 창작자 소유 모델을 도입해 프랭크 밀러, 마이크 미놀라, 스탠 사카 이, 제라드 웨이 등 세계적 작가들과 협업함. 최근에는 게임, 애니메이션, K-콘텐츠 등 신규 IP와의 협업도 확대하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 만화·그래픽노블 인쇄본 및 전자책 판매, 라이선스 및 2차 저작권(영화·드라마화, 게임, 굿즈 등), 미디어 프랜차이즈 협업임. Embracer Group, 넷플릭스, 유니버설, 게임사 등과의 전략적 파트너십을 통해 IP 확장과 글로벌 매출 다각화를 추진함. 자회사 TFAW(Things From Another World) 운영을 통한 리테일 및 온라인 판매도 병행함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	마블, DC, 이미지, IDW 등 북미 메이저 출판사들과 경쟁하며, 창작자 권리 보장과 독립성, 장르 다양성으로 차별화함. 최근 만화 유통망 변화, 디지털 시장 확대, 미디어산업 변동성, 글로벌 시장 내 경쟁 심화 등이 주요 도전 과제로 부상함. 2025년 상반기 구조조정 등 조직 효율화와 신규 성장동력 확보에 집중하고 있음
5) 재정 및 성장 전망	2025년 기준 연 매출 약 1억 6,490만 달러, 임직원 약 500여 명 규모임. Embracer 인수 이후 재무 안정성과 글로벌 사업 역량이 강화되었으나, 최근 시장 환경 변화로 인한 비용 절감 및 사업 구조조정이 진행 중임. 영화·드라마화, 게임 등 2차 저작권 매출 비중이 꾸준히 증가하고 있음
6) 향후 전략	글로벌 미디어 그룹 Embracer와의 시너지를 바탕으로 게임·영상·굿즈 등 IP 사업을 다각화하고, 신규 창작자 및 해외 IP 발굴, 디지털·웹툰 등 신시장 진출을 적극 모색할 계획임. 창작자 중심의 출판 철학과 미디어 믹스 전략을 유지하며, 북미 및 글로벌 만화·엔터테인먼트시장 내 영향력 확대에 주력할 방침임

12) Seven Seas Entertainment(세븐 시즈 엔터테인먼트)

■ 일반 정보

기관명	Seven Seas Entertainment, LLC	업종	만화(망가), 라이트노블, 웹툰, 오리지널 그래픽노블 출판 및 유통
설립일	2004년	대표자명	Jason DeAngelis
대표메일	info@sevenseasentertainment.com	홈페이지	https://sevenseasentertainment.com
주소	3463 State St, Ste 545, Santa Barbara, CA 93105, USA		
회사개요	Seven Seas Entertainment는 2004년 Jason DeAngelis가 설립한 미국의 독립 만화·라이트노블 출판사임. 일본 만화(망가), 라이트노블, 중국 단메이 소설, 한국 웹툰·웹소설 등 다양한 아시아 콘텐츠를 영어로 번역·출간하며, 오리지널 그래픽노블, 웹코믹스 등도 제작함. 북미 최대 독립 만화 출판사 중 하나로, Steamship, Ghost Ship, Airship, Siren 등 다수의 장르별 임프린트를 운영함. 2021년부터 Penguin Random House와 글로벌 유통 파트너십을 체결해 전 세계 시장에 작품을 공급하고 있음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Seven Seas는 일본, 중국, 한국 등 아시아권 만화·소설 IP의 영어권 출판을 선도하며, 북미를 중심으로 유럽, 오세아니아 등 글로벌 시장에 진출함. 2021년부터 Penguin Random House와의 글로벌 유통 파트너십을 통해 전 세계 서점, 온라인 리테일러에 작품을 공급하고 있음. 최근에는 중국 단메이 소설, 한국 BL·로맨스 웹툰 등 신규 장르를 적극 도입하고, 디지털 오디오북 등 포맷 다변화에도 주력함
2) 콘텐츠 전략	Seven Seas는 일본 만화('Monster Musume', 'The Ancient Magus' Bride', 'Bloom Into You' 등), 라이트노블, 중국 단메이('Heaven Official's Blessing' 등), 한국 웹툰('Killing Stalking', 'Love is an Illusion!' 등), 오리지널 그래픽노블, 웹코믹스 등 다양한 장르를 출간함. Steamship(소조·조세이), Ghost Ship(성인), Airship(라이트노블), Siren(오디오북) 등 임프린트를 통해 장르별 전문성을 강화함. 2025년 기준 연간 수십 종의 신간을 선보이며, 인기 타이틀의 프린트·전자책·오디오북 동시 출간을 확대하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 인쇄본 및 전자책 판매, 라이선스 수수료, 2차 저작권(굿즈, 오디오북 등)임. Penguin Random House와의 글로벌 유통 파트너십으로 북미 외 지역 매출을 확대하고, 일본·한국·중국 등 원작사와의 직접 계약을 통해 콘텐츠 경쟁력을 확보함. 2023년부터 오디오북 임프린트 Siren을 신설해 오디오 콘텐츠시장에도 진출함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	Yen Press, VIZ Media, Kodansha USA, Dark Horse Comics 등 북미 주요 만화 출판사들과 경쟁함. 차별점은 아시아권 IP의 장르 다양성, 임프린트별 전문화, 독립적 운영 구조에 있음. 최근에는 번역 품질, 현지화, 노동환경(2022년 노조 설립 등) 이슈와 함께, 디지털 시장 확대, 판권 경쟁 심화 등이 주요 과제로 부상함
5) 재정 및 성장 전망	Seven Seas는 북미 최대 독립 만화 출판사 중 하나로, 2024년 기준 연매출 5백만 달러 미만, 임직원 10명 내외의 소규모 조직임. Penguin Random House와의 유통 계약 이후 글로벌 매출 성장세를 보이고 있으며, 2021~2025년 신간 및 판권 도입 규모가 꾸준히 확대되고 있음
6) 향후 전략	Steamship, Ghost Ship, Airship, Siren 등 임프린트 다각화, 아시아권 신작 IP 적극 도입, 오디오북·디지털 포맷 확대, 글로벌 유통망 강화에 주력할 계획임. 노동환경 개선 및 번역 품질 고도화, 신규 장르(단메이, BL, 여성향 등) 확대, 오리지널 그래픽노블 제작도 지속 추진함

13) Clarion Books(클라리온 북스)

■ 일반 정보

기관명	Clarion Books(Imprint of HarperCollins Publishers)	업종	아동 및 청소년 도서(픽션, 논픽션, 그림책) 출판
설립일	1965년	대표자명	Dinah Stevenson
대표메일	info@clarionbooks.com	홈페이지	https://www.harpercollins.com/pages/clarion-books
주소	195 Broadway, New York, NY 10007, USA		
회사개요	Clarion Books는 1965년 설립된 미국의 대표적인 아동·청소년 도서 전문 출판 임프린트임. 1979년 Houghton Mifflin에 인수되었고, 현재는 HarperCollins 산하에서 운영되고 있음. 그림책, 논픽션, 픽션 등 유아부터 청소년까지 다양한 연령대를 아우르는 고품질 도서를 연간 50여 종 출간하며, 뉴베리·칼데콧 등 미국 주요 아동문학상을 다수 수상함		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Clarion Books는 북미를 중심으로 영어권 국가에 아동·청소년 도서를 공급하고 있음. HarperCollins의 글로벌 유통망을 활용해 미국, 캐나다, 영국 등 주요 시장에서 영향력을 확대하고 있으며, 2025년에는 어슐러 K. 르 권의 대표작 『A Wizard of Earthsea』를 그래픽노블로 출간하는 등 신규 장르 진출에도 적극적임. 주요 타이틀은 대형 서점, 온라인 리테일러, 교육기관, 도서관 등 다양한 채널을 통해 유통됨
2) 콘텐츠 전략	픽션, 논픽션, 그림책, 중·고학년 및 청소년 소설 등 다양한 장르를 출간함. 대표 수상작으로는 『On My Honor』(뉴베리 아너), 『Lincoln: A Photobiography』(뉴베리 메달), David Wiesner의 『The Three Pigs』(칼데콧 메달), Linda Sue Park의 『A Single Shard』(뉴베리 메달) 등이 있음. 최근에는 그래픽노블, STEM 교육 도서, 다양한 문화적 배경의 작품 등으로 포트폴리오를 확장하고 있음
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 인쇄본(하드커버) 도서 판매와 교육·도서관 납품, 라이선스 및 2차 저작권(번역, 영상화 등)임. HarperCollins의 글로벌 유통망 및 마케팅 인프라를 활용해 북미 외 시장에서도 매출을 확대하고 있음. 저명 작가 및 일러스트레이터와의 장기 협업, 교육기관·공공도서관과의 파트너십도 강화함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	미국 내 Scholastic, Random House Children's Books, Candlewick Press 등과 경쟁함. 차별화 포인트는 오랜 전통의 브랜드 신뢰도, 수상 경력, 다양한 연령대·장르 포트폴리오, 작가·일러스트레이터 네트워크임. 최근 아동·청소년 도서시장의 디지털 전환, 다양성·포용성 요구, 판권 경쟁 심화 등이 주요 도전 과제로 부상함
5) 재정 및 성장 전망	Clarion Books는 연간 약 50종의 신간을 출간하며, 미국 아동·청소년 출판시장 내에서 안정적인 점유율을 유지함. 대표작의 지속적 판매와 신작의 수상 실적, HarperCollins와의 시너지로 글로벌 매출 기반을 강화하고 있음. 2025년에는 그래픽노블, STEM, 다양한 문화적 배경의 작품 확대를 통해 성장세를 이어가고 있음
6) 향후 전략	그래픽노블, STEM, 다양성·포용성 주제 도서 등 신시장 진출, 글로벌 유통망 강화, 작가·일러스트레이터 발굴 및 육성, 교육기관과의 협력 확대에 주력할 계획임. 2025년에는 어슐러 K. 르 권 등 세계적 작가의 명작을 새로운 포맷으로 선보이며, 청소년 및 중고학년 독자층 확대를 목표로 하고 있음

14) Surge Licensing(서지 라이선싱)

■ 일반 정보

기관명	Surge Licensing, Inc.	업종	지적재산권(IP) 개발, 엔터테인먼트, 라이선싱 에이전시
설립일	1986년	대표자명	Mark Freedman
대표메일	info@surgelicensing.com	홈페이지	https://www.surgelicensing.com
주소	350 Jericho Turnpike, Suite 302, Jericho, NY 11753, USA		
회사개요	Surge Licensing은 1986년 설립된 미국의 대표적인 IP 개발 및 라이선싱 전문 기업으로, '틴에이지 뮤턴트 닌자 터틀즈(Teenage Mutant Ninja Turtles, TMNT)'의 글로벌 성공을 이끈 주역임. 600개 이상의 글로벌 라이선스 파트너와 협력하며, 엔터테인먼트-미디어-소비재 등 다양한 분야에서 독창적인 지적재산권을 발굴·육성하고 있음. 최근에는 WEBTOON, Hellraiser, Stanley Kubrick Estate, Feisty Pets, Spy Ninjas 등 다양한 IP의 라이선싱 및 엔터테인먼트 사업을 활발히 전개 중임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	Surge Licensing은 미국을 기반으로 북미, 유럽, 아시아 등 전 세계 시장에서 IP 개발 및 라이선싱 사업을 전개하고 있음. 1980년대 후반 'Teenage Mutant Ninja Turtles'의 글로벌 브랜드화로 라이선싱산업의 패러다임을 혁신했으며, 2020년대 들어서는 디지털 플랫폼, 게임, 완구, 패션, 식품 등 다양한 소비재 영역으로 사업을 확장함. 최근 WEBTOON(네이버웹툰)과의 북미 독점 라이선싱 파트너십을 체결하여, 웹툰 IP의 의류, 완구, 게임 등 멀티 카테고리 라이선싱을 추진 중임
2) 콘텐츠 전략	Surge Licensing의 핵심 역량은 초기 IP 발굴, 브랜드 전략 수립, 멀티플랫폼 확장, 팬 경험 극대화에 있음. 대표 성공 사례로 TMNT(닌자터틀), Hellraiser(영화), Stanley Kubrick Estate(영화 유산), Feisty Pets(완구), Spy Ninjas(유튜브 기반 키즈 브랜드) 등이 있음. 각 IP별로 엔터테인먼트 제작과 소비재 라이선싱을 병행하며, 브랜드의 글로벌 인지도와 수익성을 극대화함. 최근에는 WEBTOON 'Lore Olympus' 등 디지털 오리지널 IP의 라이선싱 사업도 강화함
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 라이선스 로열티(상품화, 미디어, 프로모션 등), 엔터테인먼트 제작, 컨설팅 및 브랜드 관리 수수료임. 600개 이상의 글로벌 라이선스 파트너와 협력하며, 완구, 의류, 식품, 게임, 출판 등 다양한 카테고리 브랜드를 확장함. 최근 Surge Brands(자매사)와의 협업을 통해 식품, 럭셔리, 컨פק서너리 분야로도 사업을 확대하고 있음. WEBTOON, Albanese Confectionery, Steve Jackson Games 등과의 전략적 파트너십이 대표적임
4) 경쟁 환경과 도전 과제	글로벌 라이선싱시장에서 WildBrain CPLG, IMG, CAA, Brandgenuity 등과 경쟁함. Surge Licensing의 차별화 포인트는 독립 창작자 및 신규 IP 발굴, 멀티플랫폼 전략, 팬 경험 중심의 브랜드 육성임. 최근 디지털 플랫폼의 성장, 소비재시장의 변화, 글로벌 판권 경쟁 심화 등이 주요 도전 과제로 부상함. 또한, IP의 장기적 가치 유지와 브랜드 혁신, 글로벌 현지화 전략이 지속적으로 요구됨
5) 재정 및 성장 전망	TMNT 등 대표 IP의 성공으로 수십억 달러 규모의 누적 라이선스 매출을 기록한 바 있음. 최근 WEBTOON, Albanese World's Best 등 신규 파트너십 확대와 다양한 소비재 카테고리 진출로 성장세를 이어가고 있음. 조직 규모는 10인 미만의 소규모 전문 인력 중심이며, 자매사 Surge Brands와의 시너지를 통해 글로벌 사업 역량을 강화하고 있음
6) 향후 전략	디지털 오리지널 IP(웹툰, 유튜브 등) 및 신규 엔터테인먼트 브랜드의 글로벌 라이선싱 강화, 식품·패션·게임 등 신시장 진출, 팬 경험 중심의 브랜드 확장, 신규 IP 발굴 및 창작자 지원에 주력할 계획임. 글로벌 파트너십 확대와 멀티플랫폼 전략을 통해 라이선싱산업 내 선도적 위치를 지속적으로 강화할 방침임

15) Viz Media(비즈 미디어)

■ 일반 정보

기관명	Viz Media, LLC	업종	만화 출판, 애니메이션 배급, 라이선싱, 엔터테인먼트
설립일	1986년	대표자명	Ken Sasaki
대표메일	help@viz.com	홈페이지	https://www.viz.com
주소	1355 Market Street, Suite 200, San Francisco, CA 94103, USA		
회사개요	비즈 미디어는 일본의 거대 출판사인 슈에이샤(Shueisha)와 쇼가쿠칸(Shogakukan)이 공동으로 소유한 북미 최대의 만화 및 애니메이션 배급사임. '소년 점프(Shonen Jump)' 브랜드를 통해 북미 만화시장 점유율 1위를 유지하고 있으며, 출판을 넘어 영상 배급, 상품 라이선싱, 디지털 플랫폼 운영 등 종합 엔터테인먼트 기업으로 자리 잡음		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	미국 샌프란시스코를 거점으로 북미 영어권 시장을 장악하고 있으며, 유럽 및 남미 등 글로벌 시장으로 배급망을 확장함. 오프라인 서점 유통뿐만 아니라 아마존, 디지털 앱(Shonen Jump App)을 통한 온-오프라인 하이브리드 전략을 구사함. 최근에는 할리우드 실사화 프로젝트 및 글로벌 스트리밍 서비스와의 협업을 통해 IP의 글로벌 영향력을 확대 중임
2) 콘텐츠 전략	슈에이샤와 쇼가쿠칸의 강력한 인기 IP를 독점으로 공급받아 북미 시장에 선보임. 대표작으로 《나루토》, 《원피스》, 《블리치》, 《귀멸의 칼날》, 《주술회전》 등이 있음. 단순 번역 출판을 넘어, 애니메이션 동시 방영(Simulcast), 성우 이벤트, 엑스포 참가 등을 통해 팬덤 커뮤니티를 구축하고 IP 수명을 연장하는 전략을 취함
3) 수익 모델 및 파트너십	주요 수익원은 단행본 출판 판매, 디지털 구독료(월정액 서비스), 애니메이션 배급 판권료, 캐릭터 상품 라이선싱 로열티임. 크런치롤, 훌루, 넷플릭스 등 주요 OTT 플랫폼과 파트너십을 맺고 콘텐츠를 공급하며, Simon & Schuster와의 유통 파트너십을 통해 북미 전역의 서점 및 소매점에 서적을 유통함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	북미 만화시장에서 고단샤 USA, 엔 프레스, 세븐 시즈 엔터테인먼트 등과 경쟁함. 최근 웹툰(Webtoon) 플랫폼의 성장과 불법 스캔 사이트가 주요 위협 요인으로 작용함. 또한, 일본 현지와의 발매 시차를 줄이고(Day-1 Release), 급증하는 만화 수요에 맞추어 물리적 서적 공급망을 안정화하는 것이 주요 과제임
5) 재정 및 성장 전망	코로나19 팬데믹 이후 북미 만화시장의 폭발적 성장으로 인해 역대 최고 수준의 매출을 기록함. 《귀멸의 칼날》, 《체인소 맨》 등의 메가 히트작이 연달아 나오며 재정적 안정성이 매우 높아짐. 디지털 앱 구독자 수가 지속적으로 증가하고 있어 안정적인 현금 흐름(Cash Flow)을 확보함
6) 향후 전략	디지털 퍼스트 전략을 강화하여 'Viz Manga' 및 'Shonen Jump' 앱 서비스를 고도화할 계획임. 또한, 단순히 일본 콘텐츠를 수입하는 것을 넘어, 디즈니+ 등 글로벌 플랫폼과 협력하여 애니메이션 독점 배급을 확대하고, 자체 IP 개발 및 오리지널 콘텐츠 제작에도 투자를 늘려 종합 미디어 그룹으로 도약할 방침임

16) Kodansha USA(고단샤 USA)

■ 일반 정보

기관명	Kodansha USA Publishing, LLC	업종	도서 및 만화 출판, 디지털 미디어, 라이선싱
설립일	2008년(미국 법인 설립 기준)	대표자명	Alvin Lu
대표메일	hello@kodanshausa.com	홈페이지	https://kodansha.us
주소	451 Park Avenue South, New York, NY 10016, USA		
회사개요	일본 최대 출판사 중 하나인 고단샤(Kodansha)의 미국 자회사임. 《진격의 거인》, 《세일러 문》, 《아키라》 등 전설적인 명작부터 최신 히트작까지 폭넓은 장르의 만화를 북미 시장에 출판 및 라이선싱 하고 있음. 최근 자체 디지털 플랫폼 'K Manga'를 론칭하며 D2C(Direct to Consumer) 비즈니스를 강화하는 추세임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	뉴욕을 거점으로 북미 출판시장을 공략하며, 기존의 라이선싱 대행 체제에서 직접 출판 및 배급 체제로 전환하여 수익성을 개선함. 펄컨 랜덤 하우스와 유동 파트너십을 체결하여 대형 서점 및 도서관 유통망을 확보함. 최근에는 종이책뿐만 아니라 전자책(e-book) 및 웹 플랫폼시장으로의 확장을 공격적으로 추진 중임
2) 콘텐츠 전략	소년 만화뿐 아니라 순정, 청년, 예술성 높은 작품 등 다양한 장르 포트폴리오를 보유한 것이 강점임. 대표 IP로는 《진격의 거인》, 《도쿄 리벤저스》, 《블루 락》, 《세일러 문》, 《공각기동대》 등이 있음. 특히 애니메이션화 된 작품의 원작 마케팅을 강화하여 미디어 믹스 시너지를 극대화하는 전략을 사용함
3) 수익 모델 및 파트너십	출판물 판매(단행본, 애장판), 전자책 판매, IP 라이선싱(굿즈, 게임, 영화)이 주요 수익원임. 애플 북스(Apple Books), 아마존 킨들, 코믹솔로지 등 디지털 서점과 긴밀히 협력해 왔으나, 최근 자체 앱 론칭으로 수익 구조 다변화를 꾀함. 영상화와 관련해서는 할리우드 스튜디오 및 글로벌 OTT와 IP 판권 계약을 활발히 진행함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	시장 1위인 비즈 미디어와 점유율 경쟁을 벌이고 있으며, 한국 웹툰 플랫폼의 미국 진출에 대응해야 하는 과제를 안고 있음. 또한, 자체 앱 'K Manga'의 초기 사용자 확보 및 안정화, 일본 본사와의 협업을 통한 번역 속도 향상(동시 연재 확대)이 시급한 경쟁 요소로 대두됨
5) 재정 및 성장 전망	《진격의 거인》 완결 이후에도 《블루 락》, 《도쿄 리벤저스》 등의 신규 히트작이 성장을 견인하고 있음. 미국 내 그래픽노블시장 성장세에 힘입어 꾸준한 매출 상승세를 보임. 특히 고가의 프리미엄 박스 세트 및 하드커버 에디션 판매가 호조를 보이며 객단가를 높이는 데 성공함
6) 향후 전략	공식 만화 앱인 'K Manga'를 북미 시장의 핵심 플랫폼으로 안착시키는 데 주력할 계획임. 이를 통해 불법 번역물에 대응하고 독자 데이터를 직접 확보하고자 함. 또한, 보유하고 있는 방대한 IP 라이브러리를 활용하여 게임, 실사 영화 등 2차적 저작물 사업을 확대하고, 디지털 전용 오리지널 콘텐츠 발굴에도 힘쓸 예정임

17) ComiXology(코믹솔로지)

■ 일반 정보

기관명	ComiXology	업종	디지털 만화 배급, 콘텐츠 기획
설립일	2007년(2014년 Amazon 인수, 2023년 Kindle 통합)	대표자명	Jeff DiBartolomeo(GM & CTO)
대표메일	support@comixology.com	홈페이지	https://www.amazon.com/comixology
주소	512 Seventh Avenue, New York, NY 10018, USA		
회사개요	북미 최대 디지털 만화 플랫폼으로, 아마존의 자회사임. 2023년 말 독립 앱과 웹사이트가 종료되고 Amazon Kindle 내의 브랜드로 통합되었으나, 'ComiXology Originals'라는 독점 콘텐츠 라벨과 서비스 크립션 서비스(ComiXology Unlimited)는 유지하고 있음. 컷 단위로 확대해서 보여주는 특허 기술 'Guided View'가 핵심 경쟁력임		

■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	과거 독립 플랫폼 시절 북미 디지털 만화시장의 70% 이상을 점유했으나, 현재는 아마존 킨들의 글로벌 인프라를 활용해 전 세계 독자에게 접근함. 킨들 스토어 내에서 'Comics & Manga' 전용 탭을 운영하며, 기존 코믹솔로지 사용자의 구매 목록을 킨들 라이브러리로 이관하여 통합 플랫폼 전략을 완성함
2) 콘텐츠 전략	Marvel, DC 등 메이저 출판사의 작품뿐 아니라 'ComiXology Originals'를 통해 스콧 스나이더 (Scott Snyder) 등 유명 작가와 협업한 독점 오리지널 시리즈를 제작 배급함. Kodansha 등 일본 출판사와 제휴하여 다수의 만화 타이틀을 'ComiXology Unlimited' 구독 서비스에 포함시켜 만화 독자의 구독 가치를 높임
3) 수익 모델 및 파트너십	단권 판매 수익과 월정액 구독 서비스(ComiXology Unlimited)가 주요 매출원임. 아마존 프라임 회원에게 일부 무료 혜택을 제공하여 구독 유입을 유도함. 독립 작가들이 직접 작품을 등록하고 판매할 수 있는 'ComiXology Submit' 프로그램(현재는 KDP로 통합 추세)을 통해 인디 만화 생태계를 지원해옴
4) 경쟁 환경과 도전 과제	독립 앱 종료 및 킨들 통합 이후, 만화 전용 뷰어로서의 편의성이 저하되었다는 기존 팬들의 비판에 직면함. 이에 따라 GlobalComix, Neon Ichiban(전 ComiXology CEO가 설립) 등 신생 경쟁 플랫폼으로의 사용자 이탈을 막고, 통합된 킨들 앱 내에서 만화 독자만을 위한 차별화된 경험을 다시 구축해야 하는 과제를 안고 있음
5) 재정 및 성장 전망	아마존 인수 당시 구체적 금액은 공개되지 않았으나, 연간 약 2,000만 달러 이상의 매출을 기록하던 기업이었음. 현재는 아마존 디지털 도서 매출의 중요한 축을 담당하며, 오리지널 IP의 2차 판권 판매(드라마, 영화화)를 통해 추가 수익을 창출하고 있음
6) 향후 전략	2025년 샌디에이고 코믹콘(SDCC) 등 오프라인 행사 참여를 확대하며 브랜드 정체성을 재확립할 계획임. 특히 킨들의 새로운 컬러 디바이스(Colorsoft) 출시에 맞춰 컬러 만화 콘텐츠 라인업을 대폭 강화하고, 오리지널 콘텐츠 제작 투자를 지속하여 넷플릭스-웹툰 모델과 유사한 IP 밸류 체인을 구축할 예정임

18) Amazon Kindle(아마존 킨들)

■ 일반 정보

기관명	Amazon Kindle Kindle Direct Publishing(KDP)	업종	전자책 플랫폼, 디지털 출판, 디바이스 제조
설립일	2007년 11월	대표자명	Andy Jassy(Amazon CEO)
대표메일	kdp-support@amazon.com(작가 지원)	홈페이지	https://www.amazon.com/kindle https://kdp.amazon.com
주소	410 Terry Ave N, Seattle, WA 98109, USA		
회사개요	세계 최대의 전자책 서점 및 디바이스 플랫폼임. 전용 E-ink 단말기와 앱을 통해 도서, 만화, 잡지를 서비스하며, 'Kindle Direct Publishing(KDP)'을 통해 누구나 책을 출판하고 유통할 수 있는 생태계를 구축함. 일본 등 만화 소비가 높은 국가에서는 만화 전용 모델(Paperwhite Manga Model)을 출시할 정도로 만화 카테고리에 집중하고 있음		

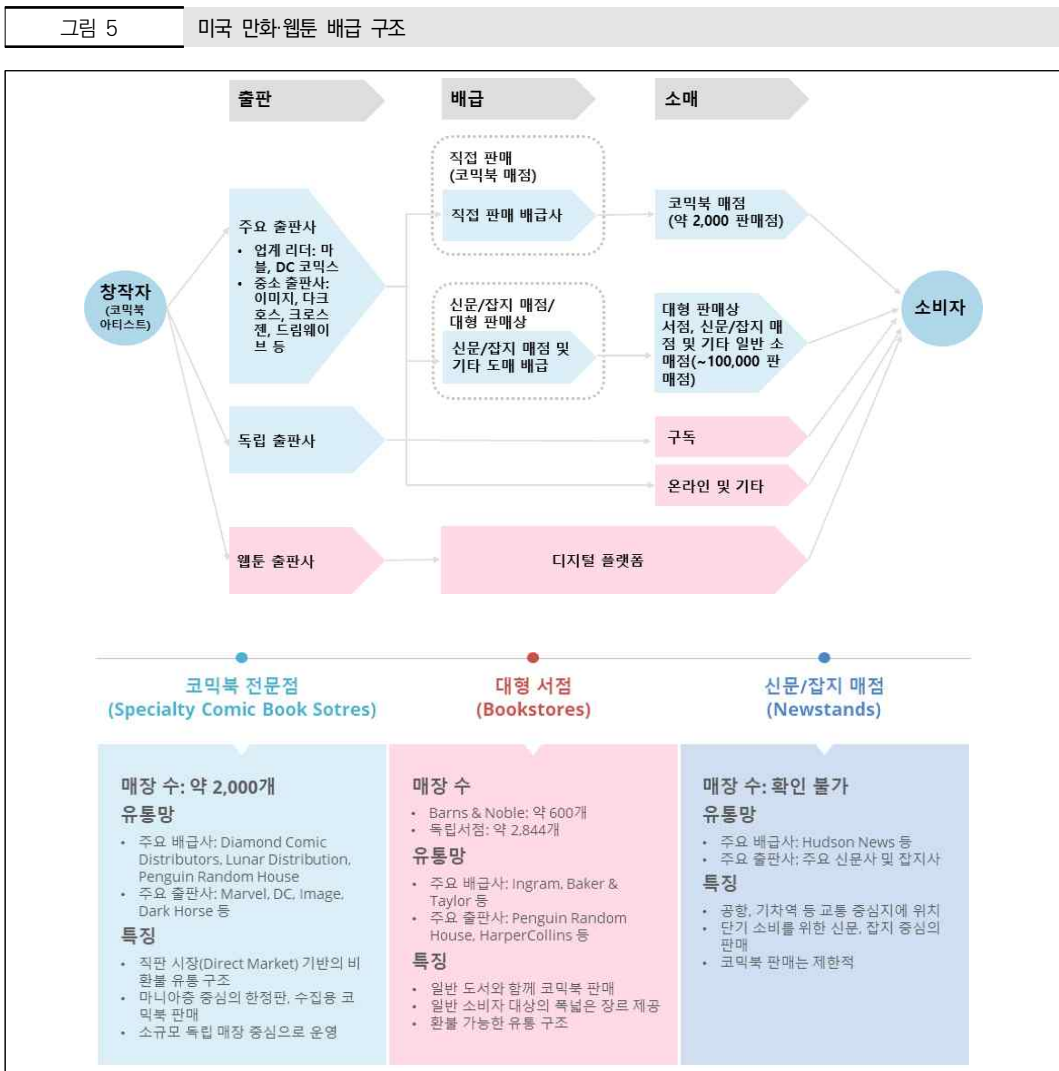
■ 비즈니스 현황

1) 시장 확장 및 글로벌 전략	아마존의 글로벌 유통망을 통해 전 세계 주요 국가에서 전자책 시장점유율 1위를 유지함. 만화 분야에서는 일본시장 공략을 위해 용량을 8배 늘린 'Manga Model'을 출시하고, 페이지 넘김 속도를 개선하는 등 현지화 전략을 적극적으로 펼침. 최근 'Kindle Colorsoft' 등 컬러 E-ink 기기를 도입해 웹툰 및 컬러 만화 감상 환경을 개선함
2) 콘텐츠 전략	Viz Media, Kodansha, Dark Horse 등 주요 만화 출판사의 작품을 디지털로 독점 또는 동시 배급함. 개인 작가를 위한 저작 도구인 'Kindle Comic Creator'를 무료로 배포하여 패널 뷰 (Panel View) 등 만화에 최적화된 독서 경험을 제공함. 교육 및 비즈니스 목적의 만화 시리즈 (예: Manga for Success)도 적극 유통하여 장르를 다변화함
3) 수익 모델 및 파트너십	전자책 판매 수수료와 월정액 구독 서비스인 'Kindle Unlimited'가 핵심 수익원임. KDP를 이용하는 독립 만화가에게 최대 70%의 로열티를 제공하여 창작자를 유입시키고 있음. 또한, ComiXology와의 통합을 통해 기존 만화 팬덤을 킨들 생태계로 흡수하고, 프라임 회원 혜택 (Prime Reading)과 연계해 사용자 락인(Lock-in) 효과를 강화함
4) 경쟁 환경과 도전 과제	Apple Books, Google Play Books, Kobo(Rakuten)와 경쟁 중이며, 웹툰(Webtoon)과 같은 스크롤 방식의 모바일 플랫폼 성장에 대응해야 함. 특히 ComiXology 통합 과정에서 발생한 UI/UX 불편 사항을 개선하고, 고해상도 만화 파일의 로딩 속도와 화질 저하 문제를 해결하는 것이 주요 과제로 지적됨
5) 재정 및 성장 전망	아마존 전체 매출의 일부로 구체적인 수치는 공개되지 않으나, 수십억 달러 규모의 안정적인 매출을 창출하는 핵심 사업부임. 팬데믹 이후 디지털 만화시장이 커지면서 KDP를 통한 만화 출판이 급증했고, 일본 및 북미 시장에서의 만화 카테고리 매출 비중이 지속적으로 상승하는 추세임
6) 향후 전략	AI 기반의 검색 및 추천 기능(Rufus)을 고도화하여 독자 취향에 맞는 만화를 정교하게 큐레이션 할 계획임. 또한, 2025년 출시 예정인 컬러 E-ink 단말기 라인업을 통해 흑백 만화 중심에서 풀 컬러 웹툰 및 그래픽노블로 시장 지배력을 확대하고, ComiXology Originals IP의 영상화 (Amazon Prime Video) 등 미디어 믹스 전략을 강화할 방침임

다. 미국 만화·웹툰시장 진출 형태

1) 미국 만화·웹툰시장 분석

- 미국 만화·웹툰시장은 K-웹툰의 글로벌 확장을 위한 핵심 거점으로, 미국 만화·웹툰시장의 배급구조를 파악하고, 현지 트렌드와 문화에 맞춘 전략적 진출 방안을 모색하는 것이 필요함



- 특히, 유통망의 차이는 코믹북의 소비 방식과 시장 전략에 큰 영향을 미치는데, 코믹북 전문점은 마니아층을 대상으로 한 한정판 및 수집용 제품에 집중하고 있으며, 대형 서점

은 일반 독자를 대상으로 다양한 장르의 코믹북을 제공함. 한편, 신문·잡지 매점의 코믹북 판매 비중은 최근 점차 낮아지고 있는 추세임

가) 전통적인 오프라인 배급 구조 및 복합 유통

- 미국 만화시장의 전통적인 오프라인 배급 구조에서 직접 판매(Direct Market) 시스템은 매우 중요한 부분을 차지해 옴. 직접 판매 시스템에서 출판사는 코믹북을 환불이 되지 않는 형태로 판매함으로써 이에 대한 리스크를 소매점이 부담해야 했음. 이러한 코믹북숍은 마니아층을 중심으로 운영되어 옴
- 다이아몬드 코믹 디스트리뷰터(Diamond Comic Distributors, DCD)는 1994년부터 1997년 사이 미국 내 주요 경쟁사를 인수함으로써 마블(Marvel), DC 코믹스(DC Comics) 등 모든 주요 만화책 출판사와 독점 유통 계약을 체결함. 이로 인해 만화책 시장은 다이아몬드를 통한 유통망에 크게 의존하게 되었고, 다른 유통 경로의 진입이 사실상 차단되었음. 즉, 지난 수십 년간 다이아몬드의 독점으로 인해 미국 다이렉트 마켓(신문 만화 판매점 채널)은 대형 출판사 위주로 재편되었고, 소규모 출판사나 독립 유통망의 입지는 약화되었음. 이러한 구조는 대형 IP의 확장과 상업적 성공을 촉진하며, 슈퍼히어로물 등 특정 장르의 대중화를 이끌게 되었음. 따라서 다이아몬드의 독점은 미국 만화책 시장의 경쟁 구조를 단순화시켰으나, 대형 출판사의 영향력을 강화하고, 만화산업의 상업적 성장과 대중문화 확장에 중요한 역할을 했음
- 이러한 DCD의 독점적인 유통 구조는 코로나19 팬데믹 시기를 거치면서 구조의 다변화가 이루어지기 시작함. 2020년 3월, 팬데믹 봉쇄 초기 단계에서 다이아몬드 코믹스는 약 2개월 동안 만화 유통을 무기한 중단하였고, 2020년 6월 5일 DC 코믹스가 다이아몬드와의 독점 유통 관계를 종료하고 UCS 코믹스 디스트리뷰터(UCS Comics Distributors)와 루나 디스트리뷰션(Lunar Distribution)의 두 신규 배급사를 통해 코믹북을 제공할 것을 발표함
- 또한 2021년 3월에는 마블코믹스가 다이아몬드 코믹스와의 독점 유통을 중단하고 펭귄 랜덤 하우스(Penguin Random House, PRH)와의 1차 유통 관계로 전환한다고 발표하고, 같은 해 10월부터 펭귄 랜덤 하우스를 통해 코믹북 배송을 시작함. 이후 펭귄 랜덤 하우스는 다이아몬드와 도매 관계를 맺고 마블 만화 유통을 위한 새로운 모델을 채택함. 즉, 소비자는 직접 판매 소매업체인 펭귄 랜덤 하우스를 통해 직접 마블 제품을 주문하거나, 펭귄 랜덤 하우스에서 도매를 받은 다이아몬드를 통해 마블 제품을 주문할 수 있게 됨
- 이미지 코믹스(Image Comics), 다크호스 코믹스(Dark Horse Comics), IDW 퍼블리싱(IDW Publishing) 등 다수의 인디 및 대형 출판사들도 DCD를 떠나 PRH나 루나 디

- 스트리뷰션으로 옮겨감. 이와 같은 DCD의 몰락으로 인해 시장은 단일 독점 유통 구조에서 복수의 대형 유통사(PRH, Lunar 등)가 경쟁하는 구조로 전환되기 시작하였음. 이는 유통업체의 운영 문제로 인해 전체 시장이 멈추는 리스크를 줄이게 되는 결과를 가져옴
- 2025년 초 DCD의 독점 체제 종식과 파산 신청은 만화책 시장(특히 북미의 다이렉트 마켓)에 영구적인 변화를 가져오게 됨. DCD의 독점 붕괴는 이미 진행 중인 시장 변화를 가속화하는 결정적인 사건이었으며, DCD가 무너짐으로써 만화책 소매점(Local Comic Shops, LCS)과 출판사들은 새로운 기회와 도전에 직면하고 있음
 - 소매점의 경우, 이전에는 DCD의 프리뷰(Previews) 카탈로그를 통해서만 주문이 가능했지만, 현재는 여러 유통사를 통해 주문해야 하는 물류의 복잡성이 커짐. 반면, 유통 채널이 다양해지면서 상품 선택의 폭이 넓어지고, 유통 지연이나 손상 문제에 대한 대안이 생겨남. 즉, PRH와 같은 대형 도서 유통사와의 파트너십은 만화책이 일반 서점(Bookstore)과 온라인 채널에 더 쉽게 접근할 수 있게 하여, 다이렉트 마켓 외의 새로운 독자층을 확보할 수 있는 길을 열고 있음
 - 결론적으로, DCD의 독점 종식과 파산 신청은 일시적인 혼란을 넘어 만화책 유통 구조를 다변화하고, 시장 접근성을 확대하는 변혁의 계기로 작용하고 있다는 평가를 받고 있음

표 1 미국 주요 오프라인 만화 배급사 특징 및 시장점유율		
배급사	특징	시장점유율(추정치)
Diamond Book Distributors	코믹스·그래픽노블 전문 유통사	약 35%(그래픽노블 유통 기준)
Ingram Content Group	미국 최대 도서 유통망, 도서관/학교 대상 강세	약 50%(출판 유통 전반 기준)
Penguin Random House Publisher Services	독립/대형 출판사 유통 서비스	약 20%(그래픽노블 포함한 출판물 전체 기준)

※ 출처: Publishers Weekly; Statista Book Distribution Report(2023-2024)

- 이 밖에도 온라인에서 도서를 판매하던 아마존의 시장 지배력이 높아지면서 만화도 인기 작품인 경우 그래픽노블 형태로 출판되어 아마존과 반스앤노블스(Barnes & Noble) 등에서 온라인 판매가 이루어지고 있음
- 이와 같이 인쇄 만화의 형태로 미국시장에 진출하기 위해서는 미국 내 유통 점유율이 높은 현지 배급사 및 유통 전문 에이전시와 제휴하여 미국 내 직접 판매 시장, 서점·도서관 유통망에 진입해야 함. 또한 그래픽노블이나 하드커버와 같이 비교적 고가의 수집형 인쇄본 제작을 통해 마니아층을 확보하고, 코믹북 전문 매장이거나 온라인 판매로 확장할 필요가 있음

나) 디지털 배급 구조

- 디지털 배급은 글로벌 독자에 접근이 용이하고, 디지털 독점 연재 및 인디 작가의 유입을 활발하게 할 수 있다는 장점이 있음. 디지털 기기의 발전과 대량 보급으로 인해 최근에는 미국 독자들도 웹툰과 같은 디지털 형태의 만화를 보는 비중이 높아지고 있으며, 마블 언리미티드(Marvel Unlimited)와 같은 구독 모델도 점차 확산세를 보이고 있음
- 이미지 코믹스(Image Comics)는 독립 창작자 중심의 플랫폼을 운영하며, 창작자의 수익 보장을 최우선 가치로 설정하여 우수 작가를 유치하고, 플랫폼의 신뢰를 확보해 옴. 이를 바탕으로 이미지 코믹스는 디지털 배급과 오프라인 배급을 동시에 활용하는 전략을 채택하고 있음. 즉, 이미지 코믹스의 일부 인기 타이틀은 ‘디지털 선공개 → 팬 반응 분석 → 인쇄 및 미디어믹스 확장’의 형태로 공급됨
- 한국의 웹툰도 대부분 플랫폼 기반 스트리밍 방식으로 유통되기 때문에 웹툰 IP가 독립 창작 기반과 결합할 경우, ‘주간 연재 → 플랫폼 노출 → 광고 및 유료화 모델(예: 미리보기, 코인)’의 형식으로 디지털 테스트베드의 유효한 모델이 될 수 있음
- 미국시장에는 웹툰(Webtoon)(네이버), 타파스(Tapas), 태피툰(Tappytoon) 등 국내 주요 웹툰 플랫폼들이 이미 자체 플랫폼으로 진출해 있음. 따라서 국내 웹툰은 이러한 기 진출 플랫폼들과 파트너십을 체결하여 미국시장 내 노출을 극대화하는 것이 미국시장에 좀 더 용이하게 진출할 수 있는 방안이 될 것임. 네이버의 자회사 웹툰은 2023년 북미 월간 활성 이용자 수(MAU) 1,500만 명 이상¹⁵⁾을 기록하며 오리지널 콘텐츠 제작을 강화하고 있고, 카카오 자회사인 타파스도 현지 창작자 중심의 생태계를 운영하고 있음
- 한편, 보유한 만화 웹툰 IP가 강력한 경우에는 브랜딩 효과를 통해 자체 플랫폼 론칭을 통해 미국시장에 진출하는 방안도 고려해 볼 수 있음. 그러나 이러한 경우 마케팅 비용 등이 부담으로 작용할 수 있으므로 신중히 고려해야 함
- 최근에는 인스타그램이나 틱톡 등 SNS를 통해 작품의 샘플을 공개하고 독자 유입을 유도하는 사례도 증가하고 있음. 또한, 일부 콘텐츠는 플랫폼에서 유통하고 일부는 SNS를 기반으로 하여 직접 연재를 하는 하이브리드 배급 모델도 등장하고 있음

표 2 미국 웹툰 플랫폼별 수익모델 비교

플랫폼	기본 수익모델	부가수익	정산 방식
Webtoon	광고, 미리보기, 콘텐츠 유료화	IP 영상화, 굿즈화	정산 비율 비공개(계약별 상이)
Tapas	코인 유료화 + 광고	프리미엄 콘텐츠, 외부 제휴	70:30 수익 분배 구조(창작자 기준)
Tappytoon	회차 유료화	구독제 전환 실험 중	50:50 또는 계약 기반
Webcomics	광고 기반 + 프리미엄	SNS 연계 콘텐츠 노출	작가와 개별 협상

※ 출처: 각 플랫폼별 홈페이지

15) <http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=27246>

다) 만화·웹툰 소비자 트렌드 분석

- 미국 만화산업계는 마블, DC 코믹스와 같이 전통적인 메이저 만화 출판사를 중심으로 오랫동안 인쇄 만화 소비가 주축이 되어 옴. 그러나 최근 들어 모바일 기반의 웹툰 플랫폼 이용이 증가하고 있으며, 에피소드 단위의 결제 문화도 서서히 확산되는 추세임
- 미국 만화·웹툰시장의 주요 독자층은 MZ세대로, 이들은 디지털 콘텐츠에 친숙하기 때문에 전통적인 인쇄 만화 뿐 아니라 디지털 만화 및 웹툰의 소비에도 적극적임. 특히 Z세대 여성은 미국 웹툰시장의 핵심 독자층으로, 로맨스, 판타지, 드라마 장르의 웹툰이 폭발적으로 성장하고 있음
- 미국의 Z세대는 세로 스크롤 형식의 웹툰을 미국에서 최초로 소비하고 전파한 세대로 트렌디한 UI/UX와 상호작용성 요소에 민감한 것으로 나타남. 한편, 밀레니얼 세대는 스토리 몰입형 콘텐츠에 강한 반응을 보이며, 영상 및 게임 연계 IP에 높은 충성도를 보이는 것으로 나타남
- 다른 콘텐츠 분야와 마찬가지로 미국 만화·웹툰 독자들도 다양성과 포용성, 개성을 강조하는 콘텐츠를 선호하며, 성정체성(LGBTQ+), 인종, 문화 등에 대한 다양성을 포함한 콘텐츠가 인기가 있음
- 여성 독자층은 SNS를 기반으로 한 추천 및 커뮤니티 활동에 적극적이며, 창작자와의 거리감이 짧은 플랫폼을 선호하는 반면, 남성 독자층은 시각적 자극, 완결성, 액션 중심의 콘텐츠를 선호하며, 관련 미디어로의 확장에 민감한 반응을 보이는 것으로 나타남

표 3 미국 만화·웹툰 독자의 세대별·성별 특성 비교

세대	여성		남성	
	독자 특성	선호 장르	독자 특성	선호 장르
알파세대	단편 중심, 영상/애니 IP 우선 소비, 부모 추천 의존	아동용 판타지, 귀여운 캐릭터 중심 콘텐츠	시각 자극 요소, 유튜브 기반 접근, 애니/게임 연계	액션 판타지, 히어로물, 학습형 콘텐츠
Z세대	SNS 기반 추천 민감, 캐릭터 팬덤 주도	로맨스, BL, 학원물	게임적 세계관·액션 선호	판타지, 스릴러, 학원 배틀물
밀레니얼 세대	감정 몰입형 서사·에세이형 드라마 선호	Slice of Life, 드라마, 로맨스	몰입형 스토리텔링 선호, IP 확장 민감	SF, 액션, 미스터리
X세대	정서적·가족적 이야기 선호	가족, 휴먼드라마, 전기물	고전 IP 기반 콘텐츠 선호	슈퍼히어로물, 전통 액션, 역사물
베이비붐 세대	가족 추천 중심 소비, 자녀/손주와 공유	교육적·도덕적 콘텐츠	주제 명확한 인쇄물 선호	실화 기반 서사, 고전풍 콘텐츠

※ 출처: Pew Research Center(2023); Morning Consult Gen Z & Millennial Study(2023); Statista Digital Media Report - Comic Books & Webtoons(2024)

2) 만화·웹툰 콘텐츠 현지화

- 만화 콘텐츠의 현지화는 번역 및 아트워크, 레이아웃, 포맷의 수정 등을 포함함. 타 장르와 마찬가지로 언어의 번역은 단순 번역을 넘어 문화적 적응이 필요하며, 대사의 톤과 문화 코드, 캐릭터 성격 등을 고려하여 미국 독자들에게 친숙한 표현으로 제시되어야 함. 특히 한국 캐릭터의 이름은 미국 독자들이 발음하기에 어려운 경우가 많기 때문에 이에 대한 고려도 필요함. 따라서 만화책 번역 시에는 경험을 가진 검증된 번역가를 선택해야 함
- 아트워크, 레이아웃, 포맷의 현지화는 최대한 원본 포맷과 유사한 요소들을 지키면서 미국 문화와의 통합성을 고려해야 함. 이를 위해서는 미국 만화·웹툰시장의 소비자 유행을 연구해야 할 필요가 있음
- 만화·웹툰 콘텐츠의 현지화를 위해 미국 현지 창작자와의 협업 모델도 고려해 볼 수 있음. 혼합형 IP 제작은 한국 IP에 미국 현지 창작자, 작화가, 시나리오 작가, 문화 컨설턴트 등이 공동으로 참여하여, 현지 문화와 정서에 맞는 콘텐츠로 IP를 재해석 또는 공동개발하는 모델임. 이러한 협업은 미국 독자의 정서, 가치관, 사회적 맥락을 반영하여 문화적 거부감을 감소시키고, 미국 내 작가, 에이전시, 플랫폼 등과의 관계를 형성함으로써 현지 네트워크를 확보하고 IP 확장성이 강화될 수 있으며, IP에 대한 공동제작자로 현지 시장에서의 진입장벽을 낮출 수 있다는 장점이 있음

표 4 만화·웹툰 콘텐츠의 미국 현지화 유형 사례

연번	유형	설명	사례	비고
1	IP 기반 리메이크 + 현지화	한국 웹툰·만화 원작 → 미국 현지 작가가 시나리오·작화 재구성	Naver Webtoon x DC Comics 콜라보	
2	문화 컨설팅을 통한 혼합형 각색	한국 IP이지만 미국 작가가 문화/서사 방향 재구성	Sweet Home	넷플릭스 미국향 각색
3	공동 오리지널 개발	한국 기획에 미국 작가가 초기 기획부터 참여하여 공동 오리지널 개발	Urban Animal	미국 작가 공동 기획
			Lore Olympus(by Rachel Smythe)	그리스 신화를 미국 정서로 재해석한 글로벌 히트
4	공동개발	한국 플랫폼 + 미국 메이저 출판사 공동 개발	Batman: Wayne Family Adventures	슈퍼히어로 장르를 웹툰 포맷으로 전환
5	공동 IP 제작	미국 작가가 스토리, 작화 주도/ 한국은 기획 및 플랫폼, 자본 참여	Tapas의 Studio Tapas 모델	IP → 영상화까지 염두에 둔 혼합형 제작 시스템
6	유통망 활용 공동제작	한국 플랫폼 + 미국 인디 만화사 협업	LINE Webtoon x Image Comics	이미지 코믹스 유통망을 활용한 공동제작 가능성 탐색

3) 만화·웹툰 콘텐츠 진출 형태

가) 현지 시장에 기 진출한 한·일·중 웹툰 플랫폼 입점

- 국내 만화·웹툰 업계는 이미 ‘디지털 출판 우선’ 방식이 자리 잡았기 때문에 미국시장에 기 진출한 웹툰 플랫폼에 입점하는 것이 미국시장 진출을 위한 1차적 전략이 될 수 있음. 특히, 중소 웹툰 기업의 경우, 자체 앱 운영이 어렵기 때문에 미국 현지의 기존 플랫폼을 활용하여 자사 플랫폼이 아닌 제3자 플랫폼에 입점하는 방식을 채택할 수 있음. 이러한 방식의 진출을 위해서는 미국에 이미 진출하여 실적을 올리고 있는 한국계, 일본계, 중국계 웹툰 플랫폼들과 전략적 제휴를 맺고 해당 플랫폼에 작품을 제공하거나, 미국 내에서 디지털 유통을 하는 회사와 파트너십을 맺어 작품을 유통할 수 있음
- 이와 같은 기존 플랫폼 활용 방식은 비용이 적게 들고 진입장벽이 낮다는 장점이 있지만, 플랫폼의 지원 정도에 따라 성과가 좌우될 수 있음. 따라서 플랫폼 내 이벤트(추천 작품 선정 등)에 노출되도록 플랫폼과 긴밀히 소통할 필요가 있음
- 수익은 플랫폼과 배분하며, 일반적으로 애드웨어/인앱판매 수익의 50% 내외를 크리에이터/파트너에게 지급하는 구조임. 계약 시 정산 투명성을 확보해야 하고, 중도에 플랫폼 정책이 바뀔 가능성도 염두에 두어야 함
- 법률적으로는 만화·웹툰 콘텐츠를 타 플랫폼에 업로드 할 때 저작권 라이선스 계약을 맺게 되는데, IP 소유권이 원 출판사에 있고, 플랫폼은 사용권만 가진다는 점을 명시하는 것이 중요함. 또한 독점/비독점 여부도 결정해야 하는데, 독점 제공 시 프로모션 혜택이나 선금을 받을 수 있고, 비독점인 경우에는 여러 채널에 올려서 위험을 분산시킬 수 있음. 웹툰의 경우 에피소드별 수익과 IP 2차 사용 허가 등도 계약서에 포함해야 함
- 제3자 플랫폼 입점 방식은 네이버웹툰 캔버스(Canvas)나 타파스(Tapas) 등 미국에 진출해 있는 한국 플랫폼에 진출하는 것 외에도 일본의 고단샤(K Manga)와 슈에이샤(MANGA Plus, Jump Toon), 중국의 텐센트(Webnovel)와 콰이칸(Kuaikan) 등을 고려해 볼 수 있음. 또한 아마존의 코믹솔로지와 같은 미국 메이저 코믹스 앱이나 왓패드(Wattpad)와 같은 웹소설 플랫폼에 연재하거나, 현지 출판사를 통해 서점 체인에 진출하는 것도 포함됨
- 중소 웹툰사는 이러한 제3자 플랫폼에 작품을 연재하여 독자를 모은 후, 인기 상승 시 정식연재(Featured)로 전환하는 경로를 밟을 수 있으며, 이 경우 플랫폼의 창작자 수익 배분 정책을 숙지해야 함. 예를 들어, 레진코믹스는 자체 글로벌 서비스도 있었지만, 미국시장에서는 자사 인기 작품 일부를 타파스 등에 제공하는 방식의 간접 진출을 시도함
- 현지 출판을 목표로 하는 경우에는 미국 만화전문 출판사와 단행본 출판 계약을 체결할 수 있는데, 이때 번역본의 품질과 편집 디자인을 현지 기준에 맞추어야 하므로 현지 편집자를 참여시키는 것이 필요함. 또한 오프라인 진출의 경우 만화 전문 행사(코믹콘)에 참

가해 북미 팬덤을 구축하고 피드백을 받는 것도 중요함. 한국의 인디 만화 레이블 버니웍스는 미국 이미지 코믹스를 통해 그래픽노블을 출간한 사례가 있으며, DC코믹스는 자사 IP 확장을 위해 네이버웹툰과 제휴해 《배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처》 등을 웹툰으로 연재했고, 이를 단행본으로 미국시장에 출시한 바 있음

나) 자체 배급

- 만화-웹툰 자체 배급이란 한국 웹툰 플랫폼 기업이 미국시장에서 자체 서비스를 운영하는 방식을 말함. 네이버의 웹툰과 카카오 엔터테인먼트의 타파스가 대표적인 예이며, 이들은 현지 법인을 통해 웹툰 플랫폼을 직접 서비스하고 있음
- 자체 플랫폼 운영은 궁극적으로 가장 큰 가치 창출을 할 수 있는 전략으로, 플랫폼을 통해 콘텐츠 유통에 대한 주도권과 데이터를 확보하고, IP 비즈니스 허브로 성장할 수 있는 기회를 얻을 수 있는 반면, 현지 시장에 플랫폼을 인지도시키고, 이용자 습관을 들이기까지 마케팅비 등 막대한 투자비용이 들고 적자 누적이 불가피하다는 단점이 있음
- 자체 배급에서 가장 중요한 것은 현지화된 플랫폼 구축임. 네이버웹툰은 2014년 미국에 웹툰 엔터테인먼트 법인을 세우고 영어 웹툰 서비스를 시작했으며, 2021년에는 본사를 아예 미국으로 이전하여 글로벌 사업에 중점을 두고 있음. 이는 현지에서 인재를 구하고 할리우드와 협력하기 위한 전략으로 평가됨
- 자체 플랫폼을 성공적으로 안착시키기 위해서는 현지 창작자 발굴과 현지 독자 유입의 두 가지 요소가 매우 중요함. 따라서 미국에 진출한 웹툰 플랫폼들은 현지 작가, 번역가, 편집자 등과 협업 체계를 구축하여 미국시장에 맞는 작품을 다수 확보하는 방식으로 독자 유입을 유도하고 있음. 또한 작가 인큐베이팅 프로그램을 도입하여 미국시장에서의 가능성을 검토하고, 현지 산업계 관계자 및 독자들에게 긍정적인 이미지를 구축하기도 함
- 네이버웹툰은 미국에 캔버스 시스템을 도입하여 아마추어 현지 작가들도 투고할 수 있게 함으로써 생태계를 키웠고, 2020년에는 세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드를 인수하여 스토리 IP 풀을 확장함. 카카오도 2021년 미국 웹툰 플랫폼 타파스와 웹소설 플랫폼 래디시를 인수·합병하여 카카오 웹툰의 북미 진출 기반을 마련하고 현지 사용자 기반을 빠르게 확보함. 단, 래디시의 경우 2025년 말 서비스를 종료하는 것으로 예정되어 있음
- 국내 플랫폼의 미국 현지 운영 시에는 세로스크롤 방식 교육, 코인 결제 도입 등 UI/UX 현지화와 콘텐츠 카탈로그 현지화가 반드시 필요함. 또한 미국 이용자 데이터를 분석하고 해당 결과에 맞추어 장르를 배치하는 등, 미국 MZ세대 취향에 맞는 작품 소개와 썸네일 등이 최적화되어야 함
- 법률적으로는 플랫폼 운영사가 콘텐츠에 대한 편집 책임을 지게 되므로, 작품 내 명예훼손

손이나 혐오, 외설 등 미국 사회에서 금기시 하는 요소가 있을 경우 사전에 모니터링 하고 이용약관으로 대응해야 함. 또한 다수의 창작자와 계약을 맺어야 하므로 표준 연계계약서를 정비하고, 미국의 작가 권리 관행을 파악할 필요가 있음

다) IP 판매

- 만화-웹툰의 IP 판매 전략은 원작의 영상화 판권이나 출판권 등을 미국 현지 기업에 판매 하는 방식을 말함. IP 판매 전략은 인기 웹툰을 할리우드 영화로 제작하거나, 영어로 번역 출간하는 등 원천 IP가 2차 판권으로 확장되는 미디어믹스 전략과 머천다이징을 포함 하는 프랜차이즈 전략으로 나눌 수 있음
- 미디어믹스 전략은 인기 웹툰의 OTT 드라마화, 애니메이션화, 게임화 등 IP를 활용한 다양한 장르의 2차적 저작물을 통해 수익을 다변화하는 것을 말함. 특히 넷플릭스나 아마존 프라임 비디오 등 글로벌 OTT 플랫폼의 오리지널 콘텐츠화는 글로벌 배급의 핵심 수단이 될 수 있기 때문에 만화-웹툰을 드라마 또는 애니메이션으로 IP 확장 시에는 배급사, 방송사, 스트리밍 플랫폼과의 협력이 필수적임
- 네이버의 자회사인 왓패드 웹툰 스튜디오(Wattpad Webtoon Studios)는 인기 공포 시리즈 《스태그타운(Stagtown)》을 실사영화로 제작할 예정이라고 발표함. 《스태그타운》은 2021년부터 네이버웹툰의 영어 플랫폼 ‘웹툰(Webtoon)’에서 정식 연재되어 2025년 1월 현재 조회 수 1,800만을 넘어서며 북미에서 큰 인기를 얻고 있는 IP임¹⁶⁾
- 네이버웹툰은 모회사 웹툰 엔터테인먼트를 2024년 6월 미국 나스닥 시장에 상장해 2025년 1분기 매출 3억 2,571만 달러(약 4,272억 원)를 기록함. 동일 환율을 기준으로 했을 때, 이는 2024년 1분기와 비교해 매출, ARPPU(유료사용자당 평균수익), 광고 매출 등 다양한 분야에서 성장세를 보인 것임. 유료 콘텐츠 부문 매출은 전년 동기 대비 2.8%, 광고 및 IP 비즈니스 부문 매출은 각각 13.6%, 20.7% 증가한 것으로 나타남¹⁷⁾
- 만화-웹툰 분야에서 프랜차이즈 확장 전략의 대표적인 사례는 스콜라스틱(Scholastic)을 꼽을 수 있음. 스콜라스틱의 그래픽노블 전문 출판사 ‘그래픽스(Graphix)’ 레이블은 《본(Bone)》, 《도그맨(Dog Man)》, 《애물릿(Amulet)》 시리즈 등을 기반으로 대규모 프랜차이즈를 구축함
- 해당 프랜차이즈는 ‘책 → TV 애니메이션 → 완구·의류 → 팬 행사 → 작가 브랜드화’까지 단계적으로 확장되었으며, 학교 및 도서관을 대상으로 독점 유통망과 연계하여 유소년 독자층을 프랜차이즈 팬층으로 전환시킨 대표적인 성공사례로 꼽힘
- 국내 웹툰도 미국시장 진출 시 이와 유사한 전략을 취할 수 있으며, 이 때 유소년 또는

16) <https://www.srtimes.kr/news/articleView.html?idxno=170206>

17) <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2025051409041843794>

가족 친화형 IP가 유리할 것으로 판단됨

- 웹툰 원작 IP의 멀티플랫폼 전개: 애니메이션, 게임, 영화, 드라마로 확장
- 라이선싱을 통한 미국 내 의류, 문구, 식품 등 소비재 브랜드와의 콜라버를 확대하고 피규어, 아트북 등 다양한 수집형 아이템으로 굿즈화 가능. 또한 NFT 기반의 소장형 콘텐츠 실험을 시도해 볼 수도 있음
- 디스코드(Discord) 등의 커뮤니티 플랫폼을 통한 팬덤을 운영하고, 이러한 글로벌 팬덤을 기반으로 하여 스토어, 카페, 전시 등 브랜드 경험 공간 구축 가능
- 웹툰 IP 판매는 IP가 영상화되어 성공하는 경우 원작 웹툰의 해외 조회 수도 폭증하고, 캐릭터 상품화 등 2차 수익으로 이어지기 때문에 성공 시 수익과 인지도 제고 면에서 모두 긍정적인 효과를 얻을 수 있음. 그러나 현재까지 할리우드에서는 원작 웹툰의 소재 아이디어만 차용하는 경우가 많아 원작 팬들의 기대와 다른 결과물이 나올 수 있다는 리스크가 있음. 이를 방지하기 위해서는 계약 시 원작자의 크레딧 보장이나 각색 관여권을 요구할 수도 있음
- 판권 계약서 작성 시에는 전문 에이전트와 변호사의 도움을 받아 진행하는 것이 바람직함. 계약서에 저작권은 원작자 소유임을 명시하고, 라이선싱 용도 외 2차 사용 불가 조항을 명시하여 IP 남용을 막아야 함. 또한 미국 영상업계는 계약 체결부터 실제 제작까지 오랜 시간이 걸리고, 중간에 프로젝트가 취소될 수도 있기 때문에 계약 유효기간 내 미제작 시 권리 자동반환 등의 조건을 추가하는 것이 안전함. 출판 계약도 마찬가지로, 일정 기간 내 출간하지 않으면 권리 취소 조항 등을 넣어 IP가 사장되지 않도록 할 필요가 있음. 로열티 구조는 '선인세+인세' 형태가 일반적이며, 투명한 정산 보고를 받을 수 있도록 계약 조항으로 명시해야 함

라) 공동제작

- 공동제작은 한국과 미국의 창작자나 업체가 함께 웹툰을 만들거나, 웹툰 IP를 공동으로 영상화 제작하는 방식을 말함. 즉 IP를 일방적으로 판매하는 것이 아니라 합작 형태로 개발하는 전략임
- 글로벌 공동 웹툰 제작은 주로 플랫폼 차원에서 기획됨. 네이버웹툰은 미국 DC 코믹스와 협업하여 'DC 슈퍼캐스팅' 프로젝트를 진행하였는데, 이를 통해 네이버웹툰은 배트맨 등을 소재로 한 오리지널 웹툰을 공동으로 선보인 바 있음. 이는 미국의 기존 IP를 한국식 웹툰으로 재창조한 사례임. 이러한 공동 프로젝트를 추진하기 위해서는 상대 IP 홀더(마블, DC 등)와의 네트워크 구축이 필요하며, 네이버웹툰과 같이 현지에 법인을 두고 인력을 채용하여 현지 IP 기업들과 직접 협상하는 것이 효과적임
- 웹툰 IP 기반의 영상을 공동제작하는 경우, 원작 웹툰사가 제작 투자에 참여하여 할리우

드 작품에 크레디트와 지분을 확보하는 방식으로 진행됨. 예를 들어, 네이버 엔터테인먼트는 왓패드(Wattpad) 인수 후 ‘왓패드 웹툰 스튜디오(Wattpad Webtoon Studios)’를 설립하여, 자사 IP를 할리우드 영화사와 공동제작하고 있음. 이러한 경우, 투자 비율과 수익 배분을 명확히 약정하고, 속편 제작 시 권리 등과 같은 IP 활용 범위도 명확히 규정해야 함

- 네이버웹툰은 북미 웹툰 플랫폼 ‘웹툰(Webtoon)’을 통해 미국 작가들과 직접 계약하고, 다양한 현지 창작 웹툰을 선보임. 그 결과 《로어 올림푸스(Lore Olympus)》와 같은 토종 북미 웹툰 히트작이 탄생했고, 이는 다시 넷플릭스 애니메이션으로 제작 추진 중임. 네이버웹툰은 또한 하이브와 협업해 BTS 세계관을 기반으로 한 웹툰 《세븐 페이츠: 착호(7FATES: CHAKHO)》를 제작한 사례도 있음. 이와 같이, 웹툰 플랫폼이 웹툰의 공동제작자로 참여하기도 하고, 한국 IP의 영상화를 위해 공동투자하는 경우도 있음
- 왓패드 웹툰 스튜디오도 인기 웹소설을 원작으로 한 영화 《키싱 부스(The Kissing Booth)》를 넷플릭스와 공동제작하여 성공을 거두었고, 현재 다수의 웹툰 원작 드라마를 미국 제작사들과 합작 개발하고 있음
- 공동제작은 파트너십을 통해 각자의 강점을 결합하는 효과가 있지만, 참여 기업의 역할과 권한 분담이 중요함. 즉, 양측의 서로에 대한 기대치를 명확히 하고 계약으로 담보하는 것이 필요하며, 저작권 귀속 및 수익 배분 외에도, 크레디트 순위, 창작에 대한 의견 차이 조정 등과 같은 제작 중 분쟁 해결 방법에 대한 협약도 필요함. 웹툰의 경우, 공동제작 시 수익 공유 문제가 민감할 수 있기 때문에 플랫폼에서 미리 계약을 표준화해 두기도 함(예: 해외작가와 순매출 5:5 배분 등). 한국 스튜디오가 제작 주체로 참여하는 영상 공동제작의 경우에는 현지 조합 규정, 보험 등에 대해 미리 확인해야 함. 반면, 현지 스튜디오가 공동제작을 주도하는 경우, 국내 기업은 의견 권고권 정도만 갖는다는 한계도 있을 수 있음. 그럼에도 불구하고 공동제작은 단독 진출이 어려운 영역에 진출할 수 있는 유용한 방법이며, 성공 시 명성과 지분 모두를 가져갈 수 있는 매력적인 선택사항 중 하나임

4) 만화·웹툰 진출 시 법적 고려사항

가) 지식재산권 등록

- 미국 내에서 만화·웹툰 콘텐츠 IP에 대한 법적 보호를 받기 위해서는 저작권청(US Copyright Office)에 IP를 등록할 것이 권장됨
- 또한 미국 내에서 다양한 방식으로 IP를 확장하고 머천다이징을 진행하기 위해서는 미국 특허청(USPTO)에 상표 등록을 하여 서비스명, 캐릭터 상표 등을 확보함으로써 관련 비즈니스의 리스크를 관리해야 함

나) 개인정보 및 아동 보호법

- 미국 내에서 만화 웹툰을 유통하기 위해서는 아동 온라인 프라이버시 보호법(Children's Online Privacy Protection Act, COPPA), 캘리포니아 소비자 개인정보 보호법(California Consumer Privacy Act, CCPA) 등 개인정보 보호법을 준수해야 함
- 특히 웹툰의 경우, 플랫폼 이용자 데이터 수집 시 철저한 고지와 동의 체계를 마련하는 것이 필요함

[코믹스프로(Comics Professional Retailers Organization, ComicsPRO)¹⁸⁾]

- 코믹스프로는 미국 만화산업 내 직판 시장(Direct Market) 만화 소매점들을 위한 무역 협회로, 만화산업의 지속 가능한 발전과 소매점의 권익을 증진하기 위해 다양한 활동을 수행함
- 코믹스프로는 연례 산업 회의를 통해 미국 만화산업계의 주요 이슈를 논의하고, 소매점과 출판사 간의 협력을 강화하는 데 기여함

■ 개요

- 설립목적: 직판 시장 만화 소매점의 권익 보호, 교육 제공, 산업 내 소통 증진
- 주요 활동
 - 연례 산업 회의 개최: 출판사, 배급사, 소매점 간 소통 강화 및 업계 현안 논의 목적
 - 업계 표준화 추진
 - 소매점 대상 교육 및 지원 프로그램 운영
- 회원 혜택
 - 업계 최신 정보 제공
 - 공동 구매 및 할인 혜택
 - 소매점 운영 관련 교육 자료 및 세미나 제공

■ 2024 주요 발표 내용¹⁹⁾

- DC 코믹스: 신간 발매일을 기존 화요일에서 수요일로 변경하여 업계 표준화 추진. ‘앱솔루트 파워(Absolute Power)’ 등 주요 이벤트 발표
- 마블 코믹스: 대부분의 단행본 가격을 \$3.99로 유지하겠다는 방침 발표. 신규 독자를 위한 ‘마블 머스트 해브스(Marvel Must-Haves)’ 무료 이슈 제공
- 배급사 변화: 루나 디스트리뷰션은 DC, 이미지 등과 함께 ‘서면 진술서 반환(Affidavit Return) 시스템’²⁰⁾ 도입. 펄컨 랜덤 하우스는 소매점의 사전 주문 및 결제 시스템 개선 발표

■ 주요 이니셔티브

- 코멧 표준(Comet Standard): 출판사와 배급사 간 메타데이터 표준화를 추진하여 소매점의 재고 관리 및 주문 시스템 효율성 향상 기대
- 소매점 지원 프로그램
 - 붐! 스튜디오(BOOM! Studios)가 소매점을 위한 운송비 할인 및 재고 보장 프로그램 발표
 - 오니 프레스(Oni Press)는 우수 디스플레이를 선보인 소매점에 \$8,000의 보조금 제공 계획 발표

■ 영향력

- 산업 표준화: 업계의 다양한 이해관계자들과 협력하여 산업 표준 수립
- 소매점 권익 보호: 소매점의 목소리를 대변하며, 업계 내에서의 협상력 강화
- 교육 및 지원: 소매점 운영에 필요한 교육 자료 및 세미나를 제공하여 소매점의 경쟁력 향상 도모

18) comicspro.clubexpress.com

19) PublishersWeekly.com

20) Affidavit Return 시스템은 미국 만화산업에서 오랫동안 사용된 전통적인 유통 구조 중 하나로, 소매상(retailers)이 팔리지 않은 만화책을 반품하지 않고, 판매하지 않았다는 사실을 서면 진술서(Affidavit)로 제출함으로써, 재고에 대한 크레딧 또는 환불을 받는 방식임. 즉, 실물 반품 대신 진술서만으로 반품 인정을 해주는 시스템으로, 배급사는 해당 진술서를 바탕으로 소매상에게 크레딧을 지급하거나 재고 가치만큼의 환불 또는 다음 주문 할인을 제공함. 기존의 직접 판매(Direct Market) 구조에서는 '반품 불가' 조건이 일반적이었으나, DC 등 메이저 출판사가 진술서를 통한 반품 인정 시스템을 도입함으로써 소매상에 재고 부담을 완화해 줌으로써 더 많은 책을 부담 없이 주문할 수 있도록 유연성을 제공함

2. 만화·웹툰산업 진출방안

- 미국 만화·웹툰시장은 현재 전체 콘텐츠시장에서 차지하는 비중은 작지만, 디지털 전환과 젊은 세대의 소비 트렌드에 힘입어 가장 빠르게 성장하는 분야 중 하나임. 한국 웹툰 기업들은 이미 세계적인 경쟁력을 갖춘 디지털 네이티브 콘텐츠와 플랫폼 운영 노하우를 바탕으로 이 시장에서 독보적인 기회를 확보하고 있음
- 미국 만화·웹툰시장은 한국 콘텐츠 기업에 중요한 기회를 제공하고 있음. 국내 웹툰 기업들이 미국 만화시장의 디지털 전환 흐름을 읽고, 현지 문화에 대한 깊은 이해를 바탕으로 전략적인 접근 방식을 취한다면, 한국 웹툰은 미국 주류 콘텐츠시장에서 새로운 성공을 이루어낼 수 있을 것으로 기대됨
- 디지털 우선의 다각화된 진출 모델: 웹툰의 본질적인 강점인 모바일에 최적화된 세로 스크롤 형식에 집중하고, 이를 기반으로 IP 판매(영상화, 출판, 머천다이즈), 공동제작, 자체 플랫폼 운영, 기존 제3자 플랫폼 활용 등 다양한 진출 모델을 유기적으로 결합할 필요가 있음. 예를 들어, 네이버웹툰의 나스닥 상장과 디즈니와의 파트너십은 웹툰 IP의 무한한 확장 가능성을 보여주며, 이러한 대규모 협력을 통해 주류 시장 진입을 가속화할 수 있을 것으로 전망됨
- 심층적인 문화 현지화 및 공동 창작: 단순한 언어 번역을 넘어 미국 독자들의 문화적 코드, 유머, 정서, DEI(다양성, 형평성, 포용성)에 대한 민감성을 깊이 이해하고 반영할 필요가 있음. 이를 위해 현지 창작자(작가, 작화가) 및 문화 컨설턴트와의 적극적인 협업을 모색하고, 이를 통해 콘텐츠를 공동 개발하거나 각색하는 ‘혼합형 IP 제작’ 모델을 적극 활용할 필요가 있음. 이는 문화적 이질감을 해소하고 현지 시장에 대한 몰입도를 높이는 가장 효과적인 방법임
- 전략적 파트너십 구축 및 IP 생태계 확장: 할리우드 스튜디오, 주요 OTT 플랫폼, 전통 출판사 등 미국 콘텐츠산업의 주요 플레이어들과의 전략적 제휴를 통해 IP 유통망을 확대하고, 투자 유치 및 공동 마케팅 기회를 모색해야 함. 또한, 웹툰 IP를 기반으로 한 애니메이션, 게임, 영화, 드라마 등 다양한 2차 저작물 제작을 통해 IP의 가치를 극대화하고, 팬덤을 기반으로 한 프랜차이즈 확장을 목표로 해야 함

그림 6 미국 만화·웹툰산업 진출 방안

<p>1 기존 플랫폼 활용</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미국 시장에 기 진출한 한/일/중 웹툰 플랫폼 또는 미국 현지의 기존 디지털 플랫폼에 작품을 입점하는 방식 - 중소기업에 적합한 저비용 진출 전략 <p>장점: 낮은 진입장벽, 즉각적 독자 접근</p> <p>단점: 플랫폼 의존, 낮은 협상력</p> <p>성공사례: 레진코믹스 US, 버니웍스</p>	<p>2 자체 플랫폼 진출</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미국 현지에 법인 또는 플랫폼을 설립하여 웹툰·웹소설을 직접 서비스하는 방식 - 장기적 성장과 데이터 확보에 최적화된 전략 <p>장점: 높은 수익률, 데이터 주권 확보</p> <p>단점: 초기 투자비용 높음, 현지 운영 역량 필요, 단기간 내 수익화 어려움</p> <p>성공사례: 웹툰 엔터테인먼트, 타파스 미디어</p>
<p>3 IP 판매</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미국 기업에 IP에 대한 영상화, 출판, 상품화 등 2차 판권을 판매하는 방식 - 낮은 초기 비용으로 수익 창출이 가능한 전략 <p>장점: 낮은 리스크, 빠른 수익화</p> <p>단점: 제한된 통제권, 낮은 수익률</p> <p>성공사례: <스태그타운>, <사피 더 원-아이드 캣></p>	<p>4 공동제작</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현지 파트너와 웹툰/영상 콘텐츠에 공동 투자 및 제작 - 현지화 및 유통망 확보에 유리한 전략 <p>장점: 리스크 분산, 현지 네트워크 활용, 글로벌 시장 경쟁력 강화</p> <p>단점: 복잡한 조율, 수익 분배</p> <p>성공사례: <키싱 부스>, <배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처></p>
<p>Tip 만화·웹툰 전문가 팁: 디지털 퍼스트와 트랜스크리에이션</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 출판 우선 전략: 중소 만화·웹툰 기업들은 미국 내 기존 웹툰 플랫폼이나 제3자 플랫폼에 먼저 입점하여 시장성을 검증한 후 직접 진출을 고려할 필요가 있음 • 고도화된 현지화(Transcreation): 단순 번역을 넘어 미국의 문화적 맥락에 맞게 서사를 재구성하여 북미 독자의 공감을 이끌어내야 함 	

가. 기존 플랫폼 활용(제3자 플랫폼 입점)

- 중소 웹툰 기업의 경우, 자체 앱 운영이 어렵기 때문에 미국 현지의 기존 플랫폼을 활용하여 자사 플랫폼이 아닌 제3자 플랫폼에 입점하는 방식을 채택할 수 있음. 네이버의 웹툰과 카타오의 타파스와 같이 현재 미국 웹툰 플랫폼시장에서 압도적인 점유율을 보이고 있는 국내 웹툰 플랫폼뿐 아니라, 최근 웹툰시장에 공격적으로 진출하며 미국시장에서 주목할 만한 성과를 내고 있는 일본 및 중국 플랫폼들도 미국 진출을 위해 입점을 고려해 볼 수 있는 플랫폼들임. 또한 아마존의 코믹솔로지(ComiXology)와 같은 미국 메이저 디지털 코믹스 앱도 주요 고려 대상임

표 5	미국 내 주요 웹툰-디지털 만화 플랫폼
-----	-----------------------

구분	기업명	플랫폼명	주요 특징
한국	네이버	웹툰	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 2014년 북미 진출 후 본사를 미국으로 이전하며 글로벌 거점화 함. 북미 시장 압도적 1위 플랫폼임 강점: 북미 웹툰시장 점유율 약 70%로 확고한 1위 차지. DC 코믹스 등 현지 거대 기업과 제휴 및 글로벌 IP를 활용한 2차 콘텐츠 제작
	카카오엔터	타파스	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 최근 2년간(2022~2024) 북미 웹툰-웹소설 종합 플랫폼 기준 가장 높은 매출 기록. 한국의 검증된 IP를 적극 수출 및 현지화 하고 있음 강점: 강력한 콘텐츠 IP를 통한 수익성 증대. 주 이용층이 10~30대 여성(약 80%)으로, 기존 코믹스시장과 다른 새로운 시장을 효과적으로 개척
일본	고단샤	케이망가	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 대형 만화 출판사 고단샤가 2023년 5월 북미에 론칭한 웹툰 플랫폼 강점: 《진격의 거인》, 《아키라》 등 글로벌 히트작을 보유한 출판사의 IP를 기반으로 기존 일본 만화 팬들에게 어필하며 빠르게 인지도를 높이고 있음. 국내 네이버 웹툰 및 카카오엔터테인먼트 등과 본격 경쟁에 돌입
	슈에이샤	망가플러스	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 2019년부터 MANGA Plus by SHUEISHA를 통해 북미를 포함한 글로벌 독자들에게 디지털 만화와 웹툰 제공 강점: 《원피스》, 《나루토》 등 글로벌 유명 IP 다수 보유
중국	텐센트	웹노벨	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 웹소설이 주력이지만, 웹소설을 웹툰화 한 작품 등을 통해 영미권 디지털 콘텐츠시장에서 큰 영향력을 발휘하고 있음 강점: 웹소설과 웹툰을 아우르는 방대한 콘텐츠 라이브러리를 바탕으로, 북미 시장에 유료 연재 모델을 확산시키는 데 기여
	콰이칸	콰이칸	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 중국 최대 웹툰 플랫폼. 현지화를 통해 북미 시장에 직접적으로 서비스하지는 않지만, 글로벌 시장에서 텐센트와 함께 중국을 대표하는 플랫폼임 강점: 중국 내 최대 규모인 3억 명 이상의 이용자 보유. 한국 인기 웹툰을 수입하거나 자체 IP를 기반으로 드라마, 영화 등 2차 콘텐츠 제작을 활발히 진행함
미국	아마존	코믹솔로지	<ul style="list-style-type: none"> 성과/특징: 2007년 설립되어 북미 출판 만화의 디지털 유통 주도. 2014년 아마존닷컴에 인수되어 강력한 유통망을 확보함 강점: 마블, DC 등 북미 주요 코믹스 출판사의 디지털 콘텐츠를 독점 유통하는 강력한 채널임. 세계 최대 전자상거래 플랫폼 아마존의 마케팅 및 유통 인프라를 활용하여 고객 접근성이 매우 높음

※ 출처: 각 사 홈페이지

- 이러한 방식은 자체 플랫폼 구축에 비해 비용이 적게 들고, 진입 장벽이 낮으며, 이미 확보된 플랫폼의 독자층에 즉시 접근할 수 있다는 장점이 있음. 또한, 중소 웹툰 기업이 초기 독자층을 확보하고 시장 반응을 테스트하며, 인기가 상승하면 정식 연재(Featured)로 전환하거나 자체 플랫폼 론칭을 고려하는 경로를 밟는 데 유용함

1) 주요 고려사항

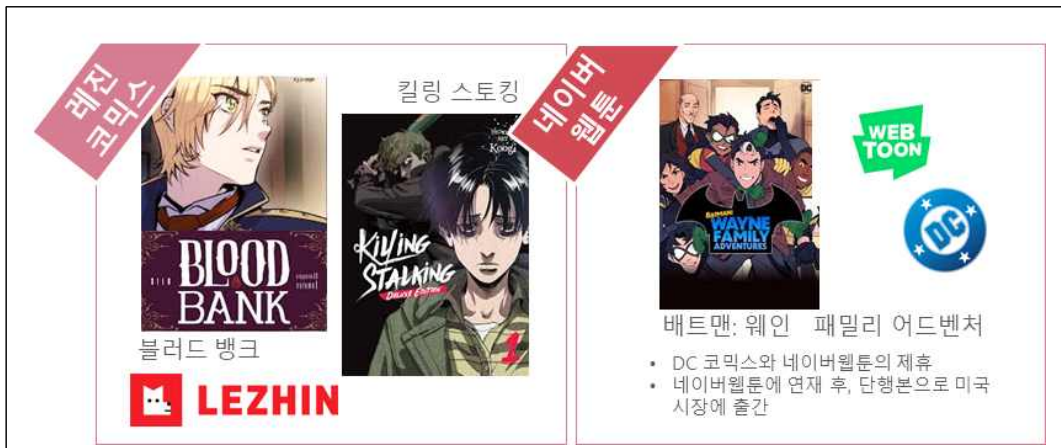
- 수익 배분 및 투명성: 플랫폼과 수익을 배분하며, 일반적으로 광고 수익이나 인-앱 판매 수익의 50% 내외를 창작자 및 파트너에게 지급하는 구조임. 계약 시, 정산의 투명성을 확보하고, 플랫폼 정책 변화 가능성을 염두에 두어야 함

- 플랫폼과의 긴밀한 소통: 플랫폼 내 이벤트(추천 작품 선정 등)에 노출될 수 있도록 플랫폼 담당자와 긴밀히 소통하는 것이 중요함
- 계약 조건: 만화-웹툰 콘텐츠를 타 플랫폼에 업로드 할 때 저작권 라이선스 계약을 맺게 되는데, 저작권의 소유권이 원 출판사에 있음을 명시하고 플랫폼은 사용권만 가진다는 점을 명확히 해야 함. 독점 계약 시 프로모션 혜택이나 선금을 받을 수 있고, 비독점인 경우에는 여러 채널에 업로드 하여 위험을 분산시킬 수 있음. 웹툰의 경우 에피소드별 수익과 IP 2차 사용 허가 등도 계약서에 포함해야 함
- 오프라인 확장: 현지 출판을 목표로 하는 경우, 미국 만화 전문 출판사와 단행본 출판 계약을 체결하고 번역본의 품질과 편집 디자인을 현지 기준에 맞춰야 함. 오프라인 진출 시에는 코믹콘(Comic-Con)과 같은 만화 전문 행사에 참가하여 북미 팬덤을 구축하고 피드백을 받는 것도 매우 중요함

2) 주요 성공 사례

- 레진코믹스 US: 자체 글로벌 서비스 외에도 미국시장에서는 자사 인기 작품 일부를 타파스 등 다른 플랫폼에 제공하는 간접 진출 방식을 시도함
- 버니웍스(Bunnyworks): 한국의 인디 만화 레이블인 버니웍스는 미국 이미지 코믹스(Image Comics)를 통해 그래픽노블을 출간한 사례가 있음
- DC 코믹스 x 네이버웹툰: DC 코믹스가 자사 IP 확장을 위해 네이버웹툰과 제휴하여 《배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처》 등을 웹툰으로 연재하고, 이를 다시 단행본으로 미국시장에 출시함. 이러한 사례는 기존 플랫폼을 활용한 IP 확장 및 미디어 믹스의 좋은 예시임

그림 7 미국 만화-웹툰 기존 플랫폼 입점 사례



나. 자체 플랫폼 진출(해외 서비스 직접 운영)

- 만화-웹툰 자체 배급은 한국 웹툰 플랫폼 기업이 미국 현지에 법인이나 플랫폼을 설립하고 직접 서비스를 운영하는 방식을 말함. 이는 중간 퍼블리셔나 플랫폼에 의존하지 않고 D2C(Direct-to-Consumer) 모델을 통해 소비자에게 직접 다가가는 전략을 의미함
- 자체 플랫폼 운영은 콘텐츠 유통에 대한 주도권과 이용자 데이터를 확보하고, IP 비즈니스 허브로 성장할 수 있는 가장 큰 가치 창출 전략 중 하나임. 이를 통해 콘텐츠 소비로 인한 구독료 및 광고 수익을 직접 취하고, 축적된 이용자 데이터를 차기 전략에 활용하며, 한국 콘텐츠를 한데 모은 브랜드 플랫폼을 구축하여 충성 고객을 확보할 수 있음
- 반면, 자체 배급은 현지 법인 설립, 인프라 구축, 콘텐츠 편성, 플랫폼 개발, 번역, 업로드, 고객 응대, 마케팅 등 사업과 관련된 모든 업무내용을 직접 수행해야 하므로 막대한 초기 투자비용과 현지 운영 역량이 요구되며, 단기간 내 수익화가 어렵다는 단점이 있음

1) 자체 플랫폼 성공을 위한 핵심 요소

- 자체 플랫폼 운영은 플랫폼 운영사가 콘텐츠에 대한 편집 책임을 지게 되므로, 작품 내 명예훼손, 혐오, 외설 등 미국 사회에서 금기시하는 요소에 대한 사전 모니터링 및 이용약관을 통한 대응이 꼭 필요함
- 또한, 성공적인 자체 플랫폼 안착을 위해서는 현지화된 플랫폼 구축과 현지 창작자 발굴 및 독자 유입이 매우 중요함. 이를 위해 다수의 창작자와 계약을 맺어야 하므로 표준 연재 계약서 정비 및 미국의 작가 권리 관행 파악이 중요함
- 현지화된 플랫폼 인프라: 세로 스크롤 방식 교육, 코인 결제 도입 등 UI/UX 현지화와 콘텐츠 카탈로그 현지화가 필수적으로 이루어져야 함. 또한, 미국 이용자 데이터를 분석하여 장르 배치, 작품 소개, 썸네일 등을 미국 MZ세대 취향에 맞게 최적화할 필요가 있음
- 현지 인재 및 창작 생태계 구축: 미국 현지 작가, 번역가, 편집자 등과 협업 체계를 구축하여 미국시장에 맞는 작품을 다수 확보하고 독자 유입을 유도해야 함. 이를 위해 작가 인큐베이팅 프로그램을 도입하여 현지 산업계 관계자 및 독자들에게 긍정적인 이미지를 구축하는 것도 효과적인 방법임
- 전략적 인수합병: 네이버웹툰은 2020년 세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드를 인수하여 스토리 IP 풀을 확장하였고, 카카오는 2021년 미국 웹툰 플랫폼 타파스와 웹소설 플랫폼 래디시를 인수·합병하여 북미 진출 기반을 마련하고 현지 사용자 기반을 빠르게 확보함. 이러한 사례는 자체 플랫폼 진출 시 IP 확보 및 사용자 기반 확대를 위한 중요한 전략으로 평가됨

2) 중소 웹툰 플랫폼 사업자를 위한 미국 진출 실행 방안

- 미국시장은 네이버웹툰(WEBTOON)과 카카오엔터(타파스) 등 한국계 거대 플랫폼이 이미 강력한 선점 효과를 누리고 있음. 따라서 중소 플랫폼 사업자는 이들과 정면으로 경쟁하기보다, 명확한 틈새시장을 공략하고 차별화된 가치를 제공하는 니치(Niche) 전략이 필수적이라 판단됨
- 이를 위한 핵심 전략으로 ‘현지 창작자 생태계 구축’과 ‘초월 번역의 도입 및 강화’, ‘장르 다변화’라는 세 가지 축을 꼽을 수 있음

가) 현지 작가 발굴: ‘인큐베이터 플랫폼’ 전략

- 미국시장에서 현지 작가를 발굴하는 것은 플랫폼의 정체성을 확립하고 현지 독자층을 확보할 수 있는 핵심 전략이라 할 수 있음. 거대 플랫폼이 이미 구축한 ‘캔버스(Canvas)’ 모델 외에, 중소 플랫폼이 경쟁력을 가질 수 있는 현지 작가 발굴 방안으로는 작가-아티스트 매칭 허브 기능 제공, 창작자 친화적인 수익 모델 및 발굴 시스템 구축, 타깃 커뮤니티 집중 공략 등이 있음
- 작가-아티스트 매칭 허브 기능 제공: 미국 만화시장은 전통적으로 작가, 펜슬러, 잉커, 컬러리스트 등 팀 단위 작업이 보편화되어 있는 반면, 웹툰은 1인 제작 시스템이 많아 현지 작가들이 어려움을 겪고 있음. 따라서 플랫폼 내에 작가와 아티스트가 서로를 찾고 팀을 구성할 수 있는 ‘협업 포럼’이나 ‘디스코드 채널’을 공식적으로 운영하는 것은 작가(스토리)는 많으나 아티스트(작화)가 부족한 미국시장의 고질적인 불균형을 해결해 주는 강력한 유인책이 될 수 있음
- 창작자 친화적인 수익 모델 및 발굴 시스템 구축: 대형 플랫폼의 복잡한 코인 시스템 대신, 독자가 창작자에게 직접 후원하는 ‘다이렉트 티핑(Direct Tipping)’ 모델을 도입하여 창작자에게 즉각적인 수익이 돌아가도록 설계하는 것을 고려할 수 있음. 이를 위해서는 신인 작가들이 알고리즘에 묻히지 않도록, 장르별·주제별 큐레이션을 강화해야 함. 또한 ‘신인 작가 발굴 공모전’을 정기적으로 개최하여 잠재력 있는 작품을 적극적으로 프로모션 하는 것도 창작자를 발굴할 수 있는 좋은 방안임
- 타깃 커뮤니티 집중 공략: 중소 웹툰 플랫폼의 경우, 모든 장르를 다루기보다는 Z세대 여성이 선호하는 로맨스, 판타지, BL 장르 또는 아직 주류 플랫폼이 주목하지 않는 특정 틈새 장르(교육, 역사, LGBTQ 등)에 집중할 필요가 있음. 또한 레드딧(Reddit)의 r/WebtoonCanvas, 타파스 포럼, 페이스북 그룹 등 현지 작가 지망생들이 모인 커뮤니티를 직접 모니터링하고, 재능 있는 작가를 발굴하여 플랫폼 입점을 제안하는 능동적 스카우트 전략이 필요함

나) 초월 번역(Transcreation)의 도입 및 강화

- 성공적인 미국시장 안착을 위해서는 언어적 장벽뿐만 아니라 문화적 장벽을 넘어 현지 정서에 부합하는 ‘트랜스크리에이션(Transcreation)’을 통한 고도화된 현지화 작업이 필수적임. 단순한 직역(Translation)은 작품의 맥락을 훼손하거나 현지 독자의 몰입을 방해할 수 있음. 따라서 원작의 본질적 재미는 유지하되, 대사, 유머, 캐릭터의 성격 등을 타깃 시장의 문화적 코드에 맞춰 재창조하는 트랜스크리에이션 전략이 요구됨
- 현지화 사례: 네이버웹툰과 타파스는 호칭, 식문화, 유머 등과 같이 작품 내 한국적인 요소를 미국 독자들이 직관적으로 이해할 수 있는 서구적 개념으로 치환하거나, 현지 밈(Meme)을 활용하여 대사를 각색하는 작업을 수행하고 있음²¹⁾
- 팬덤 참여형 번역: 팬 번역가들이 참여하는 생태계를 양성화하여, 팬덤 스스로가 가장 연스럽고 트렌디한 언어로 콘텐츠를 확산시키도록 유도하는 전략도 유효함. 이는 번역의 속도를 높일 뿐만 아니라 팬덤의 결속력을 강화하는 효과를 가짐²²⁾

다) 장르 다변화

- 현재 미국 웹툰시장은 로맨스 및 로맨스 판타지 장르가 약 40%의 점유율을 차지하며 성장을 주도하고 있음²³⁾. 이는 여성 독자층의 높은 충성도에 기인하지만, 전체 시장규모를 키우기 위해서는 남성 독자 및 다양한 취향을 가진 이용자를 유입시킬 필요가 있음
- 따라서 국내 웹툰도 미국 엔터테인먼트시장의 주류인 액션, 슈퍼히어로, 호러 등의 장르를 강화하여 타깃 오디언스를 확장할 필요가 있음
 - 슈퍼히어로 협업: 네이버웹툰이 DC 코믹스와 협업하여 제작한 《배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처(Batman: Wayne Family Adventures)》는 기존 코믹스 팬덤을 웹툰 플랫폼으로 유입시킨 성공적인 사례임²⁴⁾. 이와 같이 마블(Marvel), DC 등 현지 메이저 IP와의 협업을 지속하여 웹툰 포맷의 익숙함을 높여야 함
 - 액션·호러 강화: 《나 혼자만 레벨업》과 같은 액션물이나, 《스위트홈》, 《타인은 지옥이다》와 같은 호러·스릴러 장르는 시각적 자극과 긴장감을 선호하는 미국 독자들에게 높은 소구력을 가짐. 특히 스마트폰의 진동, BGM 등을 활용한 기술 융합형 호러 연출은 인쇄 만화가 줄 수 없는 웹툰만의 차별화된 경쟁력임
- 웹툰 플랫폼에도 데이터 기반의 큐레이션 기능을 도입할 수 있음. 예를 들어, 남성 독자 유입을 위해 플랫폼 메인 화면의 알고리즘을 고도화하여 액션, 판타지, 무협 등 남성향

21) Webtoons Market: Digital Revolution and Another Opportunity: Spherical Insights Analysis

22) Chinese Transcreators, Webtoons and the Korean Digital Wave | Request PDF. <https://www.researchgate.net>

23) U.S. Webtoons Market Size & Share | Industry Report, 2033. Grand View Research.

24) WEBTOON Announces “Webcomic Legends” Contest with Over \$1 Million in Cash Prizes. <https://about.webtoon.com/press-release/166>

장르의 노출 빈도를 높이고, 해당 장르 전용 공모전을 신설하는 등의 전략적 접근이 필요함

표 6		중소 웹툰 플랫폼의 미국 진출 단계별 실행 방안
단계	내용	실행 방안
1단계 시장 분석 및 법률 기반 구축	시장/니치 분석	<ul style="list-style-type: none"> • Z세대 여성 등 핵심 타깃 식별 • 대형 플랫폼과 차별화된 틈새시장(특정 장르) 공략
	현지 법인 설립	<ul style="list-style-type: none"> • C-Corp(투자 유치 유리) 또는 LLC 중 법인 형태 선택 • 현지 법률 및 세무 전문가 자문 필수(주별 세법, 연방 규제 등)
	선제적 IP 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 저작권: 미국 저작권청(USCO)에 오리지널 IP 등록(소송 제기 및 법정 손해배상 청구의 전제 조건) • 상표권: 미국 특허상표청(USPTO)에 플랫폼명, 로고, 캐릭터명 등록
2단계 플랫폼 구축 및 현지화	플랫폼 구축 및 규제 준수	<ul style="list-style-type: none"> • 모바일 최적화(세로 스크롤 UI/UX) • 데이터 프라이버시 법규 준수(필수) <ul style="list-style-type: none"> - COPPA: 13세 미만 아동 정보 수집 시 부모 동의 - CCPA: 캘리포니아 거주민 데이터 통제권 보장 • 자체 연령 등급 시스템 도입(예: All-Ages, Teen, Mature)
	콘텐츠 라이브러리 확보 (핵심 차별화 전략)	<ul style="list-style-type: none"> • 전략 1: 현지 작가 발굴(인큐베이터 모델) <ul style="list-style-type: none"> - 작가-아티스트 매칭 허브 기능 제공(미국식 팀 작업 지원) - 다이렉트 티핑(후원) 등 창작자 친화적 수익 모델 도입 - 레딧, 디스코드 등 커뮤니티에서 능동적 스카우트 진행 • 전략 2: 초월 번역 도입 및 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 단순 직역이 아닌 타깃 시장의 문화 코드에 맞춘 초월 번역 도입 - 작품 속 한국적 요소를 서구적 개념으로 치환 또는 현지 맘을 활용한 대사 각색 - 팬덤 참여형 번역 • 전략 3: 장르 다변화 <ul style="list-style-type: none"> - 장르 편중의 리스크 제거 - 액션, 슈퍼히어로, 호러 등 다양한 장르로 포트폴리오 확장
3단계 마케팅 및 운영	타깃 마케팅 실행	<ul style="list-style-type: none"> • 핵심 타깃(Z세대) 대상 틱톡, 인스타그램 마케팅 집중 • 레딧, 디스코드 채널 공식 운영으로 커뮤니티 구축 • K-팝, K-뷰티 등 한류와 교차 프로모션 진행
	B2C/B2B 행사 참가	<ul style="list-style-type: none"> • B2C(팬덤 확보): 샌디에이고/뉴욕 코믹콘(SDCC/NYCC) 참가로 인지도 제고 • B2B(파트너십): 행사 내 업계 관계자(출판사, 스튜디오) 미팅 병행 • 법규 준수: 현장 상품 판매 시 주(州)별 임시 판매 허가 및 판매세(Sales Tax) 납부
4단계 확장	IP 2차 사업화	<ul style="list-style-type: none"> • 영상화(IP 판매): 검증된 인기 IP 판권을 넷플릭스, 아마존 등 OTT 및 스튜디오에 판매 • 출판(라이선싱): 엔 프레스, 스킵라스트 등 현지 출판사와 계약하여 인쇄본(그래픽 노블) 출간 • 공동제작: 미국 메이저 IP 홀더(DC코믹스 등)와 오리지널 웹툰 공동제작 추진

※ 출처: 본 보고서 요약

3) 주요 성공 사례

- 네이버웹툰(WEBTOON Entertainment): 2014년 미국에 웹툰 엔터테인먼트 법인을 설립하고 영어 웹툰 서비스를 시작했으며, 2021년에는 본사를 아예 미국으로 이전하여 글로벌 사업에 중점을 둬. 이는 현지 인재 확보와 할리우드와의 협력을 위한 전략으로 평가

됨. 네이버웹툰은 미국에 캔버스(Canvas) 시스템을 도입하여 아마추어 현지 작가들도 작품을 투고할 수 있게 함으로써 자체 생태계를 키웠고, 2024년 6월에는 나스닥 상장을 통해 자금을 확보하였으며, 이를 영어권 시장에서의 이용자 경험 개선을 위한 기술 고도화에 집중할 계획임. 이에 따라 웹툰 엔터테인먼트는 북미 등 글로벌 앱을 전면 리뉴얼하고, AI 기반 추천 기능과 쇼츠 콘텐츠를 도입함으로써, 북미 지역 앱의 월간 활성 사용자(MAU)가 전년 대비 19%나 증가하는 성과를 거둠²⁵⁾

- 카카오엔터테인먼트(Tapas Media): 카카오엔터테인먼트는 2021년 타파스와 래디시를 인수·합병하여 카카오 웹툰의 북미 진출 기반을 마련하고 현지 사용자 기반을 빠르게 확보함

그림 8 미국 만화·웹툰 자체 플랫폼 진출 사례



다. IP 판매(영상화/출판 등 2차 판권 수출)

- 만화·웹툰의 IP 판매는 원작 만화·웹툰의 영상화 판권(영화, TV 시리즈, 애니메이션), 출판권, 상품화 권리 등을 미국 현지 기업에 판매하는 방식을 말함. 이는 직접적인 현지 제작이나 대규모 운영 인프라 구축 없이 로열티 수익을 창출할 수 있기 때문에 비교적 낮은 위험으로 시장에 진입할 수 있는 방법임
- IP 판매의 핵심적인 전략은 ‘미디어 믹스’로, 인기 웹툰 IP를 OTT 드라마, 애니메이션, 비디오 게임 등 다양한 2차적 저작물로 확장하여 수익원을 다변화하는 것임. 넷플릭스, 아마존 프라임 비디오와 같은 글로벌 OTT 플랫폼은 웹툰 IP의 오리지널 콘텐츠화를 위

25) 진채연(2025.05.14.). 나스닥 간 웹툰엔터, 1분기 적자 전환...“IP확장·지역전략으로 반등 노린다”. CEO스코어데일리.

- 한 주요 파트너이며, 이들의 방대한 유통망을 통해 전 세계 독자들에게 도달할 수 있음
- 또한, 스콜라스틱(Scholastic)의 ‘그래픽스(Graphix)’ 레이블이 《본(Bone)》, 《도그맨(Dog Man)》, 《애물릿(Amulet)》 시리즈를 기반으로 대규모 프랜차이즈를 구축한 사례처럼, 성공적인 웹툰 IP를 중심으로 머천다이징, 팬 행사, 브랜드 확장 등 포괄적인 프랜차이즈 전략을 펼쳐 장기적인 멀티플랫폼 수익을 창출할 수 있음

1) 주요 고려사항

- 계약 조건: 만화-웹툰의 경우에도 IP 판매 계약 시 매우 세심한 주의가 필요함. 계약서에는 부여되는 권리의 범위(배급권, 스트리밍 권한, 2차 사용 권한 등), 지리적 범위(미국 전역 또는 특정 주), 계약 기간, 갱신 및 종료 조건 등을 명확하게 명시해야 함
- 로열티 구조: 재정적 측면에서는 일반적으로 선인세와 판매량에 따른 인세(로열티) 구조가 적용됨. 최소 로열티 보장액과 투명하고 정기적인 수익 보고 조항을 포함하여 공정한 보상을 확보할 수 있도록 하는 것이 중요함
- 크레딧 보장: 창작 통제권과 크레딧 보장 또한 핵심적인 협상 포인트임. 원작 웹툰의 의도와 다르게 각색되는 것을 방지하고 원작 팬덤의 이탈을 막기 위해, 원작자의 크레딧 보장 및 각색 과정에 대한 일정 수준의 관여권을 요구하는 것이 바람직함. 또한 미국 영상 업계는 계약 체결부터 실제 제작까지 오랜 시간이 걸리거나 프로젝트가 취소될 수도 있으므로, 계약 유효기간 내 미제작 시 권리가 자동으로 반환되는 조항을 추가할 필요가 있음
- 권리 관리: 계약 협상 시에는 반드시 전문 에이전트와 법률 전문가(미국 현지 로펌 또는 국제 콘텐츠 전문 변호사)의 도움을 받아야 함. IP 판매를 통해 낮은 재정적 위험으로 수익을 창출하기 위해서는, 장기적인 IP 가치와 창작자 권리 보호를 위해 초기 계약 단계부터 철저한 법률 검토와 전략적 협상이 필수라는 점을 인지하고 이에 대한 철저한 대응을 마련해야 함

표 7		웹툰 IP의 북미 애니메이션 영화화 계약 절차 및 OTT 협상 프로세스	
1	IP 영화화 계약	판권 확보 및 계약 체결	<ul style="list-style-type: none"> • 옵션 계약(Option Agreement): 제작사가 일정 기간 동안 IP를 영상화할 독점 권리(옵션)를 확보하는 계약. 낮은 비용으로 시작할 수 있으며, 이 기간 동안 제작 기획 및 투자 유치를 진행함
2		개발 단계	<ul style="list-style-type: none"> • 제작사가 확보한 IP를 기반으로 시리즈 바이블(Series Bible), 파일럿 스크립트 등을 개발하고, 감독, 작가 등의 핵심 크리에이터를 섭외함
3		제작 확정 및 본 계약	<ul style="list-style-type: none"> • 제작 투자금 및 배급처(주로 OTT)가 확정되면, IP 원작자에게 최종 판권 매입 대금을 지급하고 영화화 제작을 시작함
4	OTT 협상 프로세스	피칭 및 딜 성사	<ul style="list-style-type: none"> • 제작사는 기획된 애니메이션을 넷플릭스, 디즈니+, 아마존 프라임 비디오 등 주요 OTT 플랫폼에 피칭함
5		그린 라이트	<ul style="list-style-type: none"> • OTT 플랫폼이 기획을 승인하고 제작 투자(또는 라이선싱) 계약을 체결함. 이 단계에서 예산, 에피소드 수, 제작 일정, 인도 조건(Delivery Schedule) 등을 확정함
6		배급 및 라이선스	<ul style="list-style-type: none"> • OTT는 보통 전 세계 독점 스트리밍 권한(Global Exclusive Streaming Rights)을 요구함. 계약 시 선금금(Minimum Guarantee)과 인센티브(Incentive), 성공 시 보너스(Bonus) 조건을 협상하는 것이 중요함

2) 주요 성공 사례

- 왓패드 웹툰 스튜디오의 영화화 사례
 - 《스태그타운(Stagtown)》: 네이버웹툰의 영어 플랫폼 ‘웹툰(Webtoon)’에 연재되어 2025년 1월 기준 조회 수 1,800만 회를 기록하며 북미에서 큰 인기를 얻은 공포 시리즈임. 《스태그타운(Stagtown)》은 웹툰 원작의 이러한 성공을 바탕으로 실사영화 제작이 발표되어, 디지털 독자층이 할리우드 제작으로 이어지는 직접적인 파이프라인을 보여줌
 - 《키싱 부스(The Kissing Booth)》: 왓패드에 연재된 동명의 10대 로맨스 웹소설로 큰 인기를 얻으면서 영국 랜덤하우스에서 정식 출간되었고, 이후 웹소설을 원작으로 한 영화 시리즈를 넷플릭스와 공동제작하여 성공을 거둠. 이 시리즈의 성공을 통해 왓패드 웹툰 스튜디오는 웹소설 IP를 주류 영상 콘텐츠로 전환하는 역량을 입증함
- 스콜라스틱(Scholastic)과의 출판 계약 사례
 - 세계적인 아동 출판사 스콜라스틱의 그래픽스(Graphix) 임프린트는 2025년 봄부터 네이버웹툰의 인기작 《사피 더 원-아이드 캣(Saphie the One-Eyed Cat)》, 《플로트(Float)》, 《마이 네임 이즈 베니(My Name is Benny)》 등 세 편을 인쇄본으로 출간할 예정이라고 발표함. 특히, 《플로트》는 2024년 2월 라이온스게이트(Lionsgate)에서 이미 장편 영화로 제작된 바 있어, 웹툰이 디지털을 넘어 인쇄 출판 및 영상화로 확장되는 다중 플랫폼 성공 사례를 보여줌.²⁶⁾ 이러한 출판 계약은 특히 아동 및 청소년 대상

- 콘텐츠의 경우에 학교 및 도서관 시장을 통해 새로운 독자층을 확보할 수 있는 중요한 기회가 되며, 웹툰이 인쇄물 시장에서도 성공할 수 있다는 가능성을 제시해 줌
- 네이버웹툰의 IP 확장 및 매출 증대
 - 네이버웹툰의 모회사인 웹툰 엔터테인먼트는 2025년 1분기 매출 3억 2,571만 달러를 기록했으며, 유료 콘텐츠 매출이 전년 동기 대비 2.8%, 광고 매출이 13.6%, IP 비즈니스 부문 매출이 20.7% 증가하는 등 IP 기반 사업 분야에서 두드러진 성장세를 나타냄. 이는 웹툰 IP를 활용한 다양한 2차 사업이 전체 매출 성장에 기여하고 있음을 시사함

그림 9 미국 만화 웹툰 IP 판매 사례



라. 공동제작(웹툰 및 영상 글로벌 협업)

- 한-미 간 웹툰 또는 영상 콘텐츠 공동제작은 양국 제작사나 플랫폼이 공동으로 투자하고, 제작 과정 및 인적 자원을 협력하며, 완성된 작품의 권리와 수익을 분담하는 방식을 말함. 이러한 모델은 한국 제작사가 초기 투자비용을 분담하고, 미국 현지의 유통 채널 및 제작 인프라에 접근하며, 글로벌 시장에서의 경쟁력을 강화할 수 있는 이점을 제공함

1) 주요 고려사항

- 공동제작은 양측의 강점을 결합하는 효과적인 전략이지만, 조율해야 할 사항이 많이 있음
- 계약의 명확성: 투자 지분에 따른 의사결정 권한, 크레딧 표기, IP 소유권, 수익 분배 방식, 속편 제작 시 권리 등 모든 사항을 계약서에 명확히 명시해야 함. 웹툰 공동 창작

26) Scholastic's Graphix Will Publish Three Webtoon Titles(2024.09.27.). Scholastic.

시에는 수익 공유 문제가 민감하게 작용할 수 있으므로, 플랫폼에 표준계약을 미리 마련해두는 것도 좋은 방법이 될 수 있음

- 법률 및 행정적 준수: 미국에서의 영상 콘텐츠 제작은 영화배우조합-미국 텔레비전·라디오 방송인 조합(SAG-AFTRA)이나 미국작가조합(WGA)과 같은 노동조합 규정 준수가 필수적임. 또한 제작 인력의 비자 발급, 현지 보험 등 법률 및 행정 이슈도 꼼꼼히 확인할 필요가 있음
- 파트너 발굴 및 창의적 조율: 글로벌 OTT, 케이블 채널 제작부서, 할리우드 스튜디오 등 미국 현지 파트너 발굴이 중요함. 기획 단계부터 글로벌 시장을 염두에 두고 미국 측과 콘셉트를 조율하고, 시나리오 단계에서는 문화적 차이를 반영하며, 캐스팅에도 글로벌 스타와 한국 배우를 적절히 혼합하는 전략이 필요함

2) 주요 성공 사례

- 왓패드 웹툰 스튜디오의 공동제작
 - 왓패드 웹툰 스튜디오는 인기 웹소설을 원작으로 한 영화 시리즈 《키싱 부스(The Kissing Booth)》를 넷플릭스와 공동제작하여 성공을 거둠. 이러한 사례들은 웹툰·웹소설 플랫폼의 방대한 독자층과 높은 조회 수가 할리우드 스튜디오에게는 콘텐츠의 시장성 및 팬덤을 미리 검증할 수 있는 ‘개념 증명(Proof-of-Concept)’ 역할을 한다는 것을 보여줌. 이는 제작사 입장에서 투자 위험을 낮추고, 웹툰 플랫폼이 글로벌 시장에서 매력적인 스토리 발굴 및 인큐베이팅의 장이 될 수 있음을 시사함. 현재 왓패드 웹툰 스튜디오는 다수의 웹툰 원작 드라마를 미국 제작사들과 합작 개발하고 있음
- 네이버웹툰의 ‘슈퍼캐스팅’ 프로젝트
 - 네이버웹툰은 글로벌 슈퍼 IP를 웹툰·웹소설화 하는 슈퍼캐스팅 프로젝트를 진행함
 - 네이버웹툰 x DC 코믹스: 미국 DC 코믹스와 협업하여 배트맨 등 DC의 기존 IP를 활용한 오리지널 웹툰을 공동으로 선보이기로 함. 이는 미국의 기존 IP를 한국식 웹툰으로 재창조한 사례로, 네이버웹툰처럼 현지에 법인을 두고 인력을 채용하여 현지 IP 기업들과 직접 협상하는 것이 효과적임을 보여줌. 이 프로젝트의 첫 작품으로 2021년 출시된 《배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처(Batman: Wayne Family Adventures)》는 브루스 웨인과 배트맨 패밀리의 일상 이야기를 유쾌하게 풀어내며 큰 인기를 얻었음.²⁷⁾ 또한 《빅슨: 뉴욕(Vixen: NYC)》, 《레드후드: 아웃로즈(Red Hood: Outlaws)》, 《자타나 & 더 리퍼(Zatanna & The Ripper)》 등 DC 히어로 IP를 활용한 웹툰들이 지속적으로 순차 공개됨²⁸⁾

27) 김근욱(2021.09.09.). 네이버웹툰, DC 코믹스와 협업 첫 작품은 ‘배트맨’ 시리즈. 뉴스1.

28) 조충희(2022.04.08.). 네이버웹툰 DC코믹스와 협업, 오리지널 웹툰 3작품 순차적으로 공개. 비즈니스포스트.

- 네이버웹툰 x 하이브(HYBE): 2022년 슈퍼캐스팅 프로젝트의 일환으로 하이브와 협업하여 BTS 세계관을 기반으로 한 웹툰 《세븐 페이츠: 착호(7FATES: CHAKHO)》를 제작하여 10개 언어로 전 세계 동시 공개한 사례가 있으며, 티저 광고 영상과 웹툰 컷이 등장하는 론칭 영상을 미국 뉴욕 타임스퀘어 등 4개 도시의 글로벌 랜드마크에서 공개함. 또한 엔하이픈과 콜라보레이션한 《다크 문: 달의 제단》과 투모로우바이투게더와 콜라보레이션한 오리지널 스토리 《별을 쫓는 소년들》도 순차적으로 네이버웹툰 글로벌 서비스를 통해 공개됨²⁹⁾

그림 10 미국 만화 웹툰 공동제작 사례

왓패드



키싱 부스
(웹소설 → 넷플릭스 영화)
(총 3편 방영)



네이버 웹툰

'슈퍼 캐스팅' 프로젝트



배트맨: 웨인 패밀리 어드벤처 **세븐 페이츠: 착호**



네이버 웹툰이 DC 코믹스의 강력한 슈퍼 히어로 IP를 웹툰 포맷으로 공동제작한 성공 사례
 성공 요인: 공동제작 파트너십을 통해 DC 코믹스는 Z세대 독자층을 확보하고, 네이버웹툰은 글로벌 콘텐츠 경쟁력을 높인 윈-윈 전략임

마. 주요 웹툰 플랫폼, 퍼블리셔 및 각색 파트너

1) 전통적인 오프라인 배급 구조 및 복합 유통

- 미국 만화시장의 전통적인 오프라인 배급 구조에서 직접 판매(Direct Market) 시스템은 매우 중요한 부분을 차지해 옴. 직접 판매 시스템에서 출판사는 코믹북을 환불이 되지 않는 형태로 판매함으로써 이에 대한 리스크를 소매점이 부담해야 했음. 이러한 코믹북숍은 마니아층을 중심으로 운영되어 옴
- 다이아몬드 코믹 디스트리뷰터(Diamond Comic Distributors)는 1994년부터 1997년

29) 박재환(2022.01.17.). 네이버웹툰+하이브 오리지널 스토리 '세븐 페이츠: 착호' 공개. KBS미디어.

사이 미국 내 주요 경쟁사를 인수함으로써 모든 주요 만화책 출판사와 독점 유통 계약을 체결함. 이로 인해 다이아몬드는 지난 수십 년간 미국 내 만화책 직접 판매 시장을 거의 독점적인 구조로 지배해 옴

- 이러한 독점적인 유통 구조는 코로나19 팬데믹 시기를 거치면서 구조의 다변화가 이루어지기 시작함. 2020년 3월, 팬데믹 봉쇄 초기 단계에서 다이아몬드 코믹스는 약 2개월 동안 만화 유통을 무기한 중단하였고, 2020년 6월 5일 DC 코믹스가 다이아몬드와의 독점 유통 관계를 종료하고 UCS 코믹스 디스트리뷰터(UCS Comics Distributors)와 루나 디스트리뷰션(Lunar Distribution)의 두 신규 배급사를 통해 코믹북을 제공할 것을 발표함
- 또한 2021년 3월에는 마블코믹스가 다이아몬드 코믹스와의 독점 유통을 중단하고 펭귄 랜덤 하우스(Penguin Random House, PRH)와의 1차 유통 관계로 전환한다고 발표하고, 같은 해 10월부터 펭귄 랜덤 하우스를 통해 코믹북 배송을 시작함. 이후 펭귄 랜덤 하우스는 다이아몬드와 도매 관계를 맺고 마블 만화 유통을 위한 새로운 모델을 채택함. 즉, 소비자는 직접 판매 소매업체인 펭귄 랜덤 하우스를 통해 직접 마블 제품을 주문하거나, 펭귄 랜덤 하우스에서 도매를 받은 다이아몬드를 통해 마블 제품을 주문할 수 있게 됨

배급사	특징	시장점유율(추정치)
Diamond Book Distributors	코믹스·그래픽노블 전문 유통사	약 35%(그래픽노블 유통 기준)
Ingram Content Group	미국 최대 도서 유통망, 도서관/학교 대상 강세	약 50%(출판 유통 전반 기준)
Penguin Random House Publisher Services	독립/대형 출판사 유통 서비스	약 20%(그래픽노블 포함한 출판물 전체 기준)

※ 출처: Publishers Weekly; Statista Book Distribution Report(2023-2024); DBD/PRH/ICG Annual Reports

- 이 밖에도 온라인에서 도서를 판매하던 아마존의 시장 지배력이 높아지면서 만화도 인기 작품의 경우 그래픽노블 형태로 출판되어 아마존과 반스앤노블스(Barnes & Noble) 등에서 온라인 판매가 이루어지고 있음
- 이와 같이 인쇄 만화의 형태로 미국시장에 진출하기 위해서는 미국 내 유통 점유율이 높은 현지 배급사 및 유통전문 에이전시와 제휴하여 미국 내 직접 판매 시장, 서점/도서관 유통망에 진입하여야 함. 또한 그래픽노블이나 하드커버와 같이 비교적 고가의 수집형 인쇄본 제작을 통해 마니아층을 확보하고, 코믹북 전문 매장이거나 온라인 판매로 확장할 필요가 있음

2) 디지털 배급 구조

- 디지털 배급은 글로벌 독자에 접근이 용이하고, 디지털 독점 연재 및 인디 작가의 유입을 활발하게 할 수 있다는 장점이 있음. 디지털 기기의 발전과 대량 보급으로 인해 최근에는 미국 독자들도 웹툰과 같은 디지털 형태의 만화를 보는 비중이 높아지고 있으며, 마블 언리미티드(Marvel Unlimited)와 같은 구독 모델도 점차 확산세를 보이고 있음
- 이미지 코믹스(Image Comics)는 독립 창작자 중심의 플랫폼을 운영하며, 창작자의 수익 보장을 최우선 가치로 설정하여 우수 작가를 유치하고, 플랫폼의 신뢰를 확보해 옴. 이를 바탕으로 이미지 코믹스는 디지털 배급과 오프라인 배급을 동시에 활용하는 전략을 채택하고 있음. 즉, 이미지 코믹스의 일부 인기 타이틀은 ‘디지털 선공개 → 팬 반응 분석 → 인쇄 및 미디어믹스 확장’의 형태로 공급됨
- 한국의 웹툰도 대부분 플랫폼 기반 스트리밍 방식으로 유통되기 때문에 웹툰 IP가 독립 창작 기반과 결합할 경우, ‘주간 연재 → 플랫폼 노출 → 광고 및 유료화 모델(예: 미리보기, 코인)’의 형식으로 디지털 테스트베드의 유효한 모델이 될 수 있음
- 미국시장에는 웹툰(Webtoon)(네이버), 타파스(Tapas), 태피툰(Tappytoon) 등 국내 주요 웹툰 플랫폼들이 이미 자체 플랫폼으로 진출해 있어, 국내 웹툰은 이러한 기 진출 플랫폼들과 파트너십을 체결하여 미국시장 내 노출을 극대화하는 것이 미국시장에 좀 더 용이하게 진출할 수 있는 방안이 될 것임. 네이버 자회사 웹툰은 2023년 북미 월간 활성 이용자 수(MAU) 1,500만 명 이상³⁰⁾을 기록하며 오리지널 콘텐츠 제작을 강화하고 있고, 카카오 자회사 타파스도 현지 창작자 중심의 생태계를 운영하고 있음
- 한편, 보유한 만화 웹툰 IP가 강력한 경우에는 브랜딩 효과를 통해 자체 플랫폼 론칭을 통해 미국시장에 진출하는 방안도 고려해 볼 수 있음. 그러나 이러한 경우 마케팅 비용 등이 부담으로 작용할 수 있으므로 신중히 고려해야 함
- 최근에는 인스타그램이나 틱톡 등 SNS를 통해 작품의 샘플을 공개하고 독자 유입을 유도하는 사례도 증가하고 있음. 또한, 일부 콘텐츠는 플랫폼에서 유통하고 일부는 SNS를 기반으로 하여 직접 연재를 하는 하이브리드 배급 모델도 등장하고 있음

표 9 미국 웹툰 플랫폼별 수익모델 비교

플랫폼	기본 수익모델	부가수익	정산 방식
Webtoon	광고, 미리보기, 콘텐츠 유료화	IP 영상화, 굿즈화	정산 비율 비공개(계약별 상이)
Tapas	코인 유료화 + 광고	프리미엄 콘텐츠, 외부 제휴	70:30 수익 분배 구조(창작자 기준)
Tappytoon	회차 유료화	구독제 전환 실험 중	50:50 또는 계약 기반
Webcomics	광고 기반 + 프리미엄	SNS 연계 콘텐츠 노출	작가와 개별 협상

※ 출처: 각 플랫폼별 홈페이지

30) <http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=27246>