프랑스 콘텐츠 산업동향

(프랑스 만화 산업과 한국 웹툰 진출 현황)

2025년 06호

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

프랑스 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF FRANCE

2025년 6호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	Ⅰ 만화 및 웹툰 시장 개요 Ⅱ 프랑스 만화 산업 현황 Ⅲ 한국 웹툰 플랫폼의 프랑스 시장 진출 및 성과 Ⅳ 프랑스 만화 IP 기반 영상물 제작 현황 및 한국 웹툰의 가능성	프랑스 만화 / K-웹툰 플랫폼 / 웹툰의 영상화 현황 / 프랑스 IP 라이선싱

작성 | 한국콘텐츠진흥원 프랑스 비즈니스센터

배포 | 2025.10.16

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

프랑스 만화 산업과 한국 웹툰 진출 현황

순서

Ⅰ 만화 및 웹툰 시장 개요
1. 시장 규모 및 성장률
2. 유럽 만화 시장 현황

Ⅱ 프랑스 만화 산업 현황
1. 프랑스 만화시장 통계 (2021년~2024년)
2. 장르별 시장 세부 분석
3. 프랑스 만화 주요 기업 분석
4. 프랑스 주요 출판사의 웹툰 레이블

Ⅲ 한국 웹툰 플랫폼의 프랑스 시장 진출 및 성과
1. K-웹툰의 유럽 시장 진출과 전략적 격전지 프랑스
2. K-웹툰 플랫폼의 프랑스 진출 현황
3. 카카오 픽코마(Kakao Piccoma)와 네이버 웹툰(Naver Webtoon) 사례
4. 키다리스튜디오(KidariStudio)의 델리툰(Delitoon) 투자 성공 사례

Ⅳ 프랑스 만화 IP 기반 영상물 제작 현황 및 한국 웹툰의 가능성
1. 프랑스 만화(Bande Dessinée) 영상화 현황 및 특징
2. 기타 유럽 만화 및 일본 망가 영상화 동향
3. 한국 웹툰의 영상화 현황 및 프랑스 내 IP 라이선싱 가능성
4. 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 성공 사례 분석
5. 기타 인기 한국 웹툰 현황
6. 결론 및 시사점

들어가는 말

본 보고서는 집필자 개인의 의견이며, 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해를 나타내는 것은 아닙니다.

프랑스 만화 산업과 한국 웹툰 진출 현황

I. 만화 및 웹툰 시장 개요

순서

1. 시장 규모 및 성장률
2. 유럽 만화 시장 현황

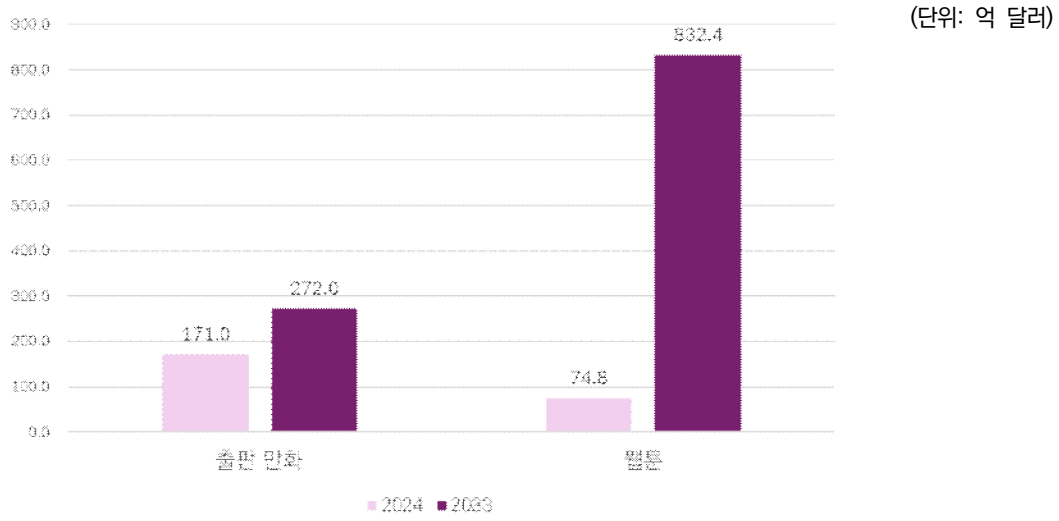
누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 시장 규모 및 성장률

출판 만화 및 웹툰 시장의 규모 변화

- 포춘비즈니스인사이츠(Fortune Business Insights)에 보고서에 따르면 2024 년 전 세계 만화 시장 규모는 171 억 달러 사이로 평가되었음. 해당 시장은 2033 년까지 272 억 달러 규모로 성장할 것으로 전망되었으며, 2025 년부터 2032/34 년까지의 연평균성장률(CAGR)은 5.3%에서 6.09%로 예측되었음. 이와는 별도로, 디지털 만화의 한 형태인 웹툰 시장은 2024 년 74.8 억 달러 규모를 형성했으며, 2033 년까지 832.4 억 달러로 급격히 성장할 것으로 전망됨. 웹툰 시장의 CAGR 은 29.7%에서 37.30%에 이를 것으로 예측되어, 기존 만화 시장 전체의 성장률을 압도적으로 상회하는 것으로 분석되었음[1)]
- 포춘비즈니스인사이츠(Fortune Business Insights)에 보고서에 따르면 지역별로는 아시아-태평양 지역이 2024 년 52.88%에서 56.0%의 시장 점유율로 압도적인 우위를 점하고 있음. 이는 일본의 망가(Manga, 이하 망가), 한국의 웹툰(Webtoon, 이하 웹툰), 중국의 온라인 만화 시장이 결합된 결과로, 강력한 팬덤, 디지털 콘텐츠 소비에 대한 높은 수용성, 그리고 거대한 인구 기반이 핵심적인 원동력으로 작용하였음. 아시아 지역의 이러한 디지털 선도적 특성은 글로벌 만화 시장의 미래를 예측하는 중요한 척도로 활용될 수 있을 것으로 판단됨

1) Comic Book Market Size, Share, Value, Trends | Analysis, Fortune Business Insights: 전 세계 만화 시장 데이터는 조사기관 마다 차이를 보이고 있음. 본 보고서에서는 웹툰 시장 규모를 포함하고 있는 포춘비즈니스인사이츠(Fortune Business Insights)에 보고서를 인용하였음



|그림 1| 2024년에서 2033년, 출판 만화 및 웹툰 시장의 규모 변화
출처: Comic Book Market Size, Share, Value, Trends | Analysis, Fortune Business Insights, Webtoons Market Size, Industry Growth | Market Research Future

주요 트렌드 분석

- 2024 년 기준, 프랑스 만화 시장에서는 종이책(Physical/Print)이 74% 이상의 점유율을 차지하며 여전히 시장을 주도하고 있음[2]. 특히 유럽 시장에서는 종이책 점유율이 96.19%에 달하는 것으로 조사되었음[3]. 이러한 수치는 만화가 여전히 종이책이라는 물리적 매체를 통해 소장되고 소비되는 문화가 견고함을 시사하고 있음
- 그러나 디지털 포맷은 가장 빠르게 성장하는 부문으로, 특히 유럽 시장에서 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되었음. 웹툰은 모바일 기기에 최적화된 세로 스크롤 포맷을 특징으로 하며, 전 세계 웹툰 사용자의 70%가 모바일 기기로 콘텐츠를 소비하고 있는 것으로 나타났음[4]. 이러한 현상은 시장이 단일한 방향으로 재편되는 것이 아니라, '소장 가치'를 중시하는 기존 독자층과 '접근성 및 편의성'을 중시하는 신규 독자층이 공존하며 각자의 영역에서 성장하는 이중적 구조를 형성하고 있음을 의미하고 있음

2 유럽 만화 시장 현황

시장 규모 및 성장 전망

- 2024 년 유럽 만화 시장 규모는 약 19.6 억 달러로 평가되었으며, 이는 글로벌 시장의 20.9%에서 21% 수준에 해당함. 해당 시장은 2030 년까지 34.0 억 달러 규모로 성장할 것으로

2) Comic Book Market Size, Share, Trends | CAGR of 5.3%, https://market.us/report/comic-book-market
3) Europe Comic Book Market Size & Outlook, 2024-2030, https://www.grandviewresearch.com
4) Webtoons Market Size, Share, Industry Trend and Forecasts - Market Growth Reports

전망되었음[5]. 유럽 시장의 연평균 성장률(CAGR)은 9.4%에서 9.8%로 예측되어, 글로벌 평균(5~6%)을 상회하는 높은 성장세를 보일 것으로 전망됨[6]

- 유럽 시장은 전통적으로 '방드 데시네(Bande Dessinée, 이하 BD)'로 대표되는 강력한 문화적 유산을 기반으로 하고 있는데, 이러한 높은 성장률을 보이는 것은 종이책 중심의 견고한 시장이 유지되는 동시에 디지털 콘텐츠 소비의 확산이 가속화되고 있음을 의미함. 이는 유럽 시장이 단순히 '과거의 영광'에 머무는 것이 아니라, 새로운 포맷과 콘텐츠를 적극적으로 수용하며 역동적으로 변화하고 있음을 보여주는 것으로 분석되었음

주요 국가별 시장 동향

- 유럽 내에서는 주요 국가별로 시장의 역동성이 다르게 나타나고 있음. 2022 년 기준 독일이 유럽 만화 시장에서 가장 큰 규모를 차지하였으며 2030 년까지도 그 지배적 지위를 유지할 것으로 전망됨. 한편 프랑스 시장은 유럽 내에서 가장 높은 성장률(CAGR 10.2%~11.6%)을 기록할 것으로 예측되었음. 영국 시장은 8.5%의 CAGR 로 성장할 것으로 전망됨[7]
- 프랑스는 만화를 '제 9 의 예술(le neuvième art)'로 인식하고 정부가 출판사에 세제 혜택을 제공하는 등 문화적 자산으로 보호하고 있음. 이러한 정책적, 문화적 지원은 시장 규모를 유지하는 것을 넘어, 콘텐츠의 다양성을 확대하고 창작자 생태계를 견고히 하는 기반이 되었음[8]. 결과적으로, 이러한 풍부한 문화적 토양은 새로운 포맷인 웹툰의 진출과 성장에 유리한 환경을 조성하여, 유럽 내에서 가장 높은 성장률을 기록하는 배경으로 작용하였음

주요 플레이어 및 유통 구조

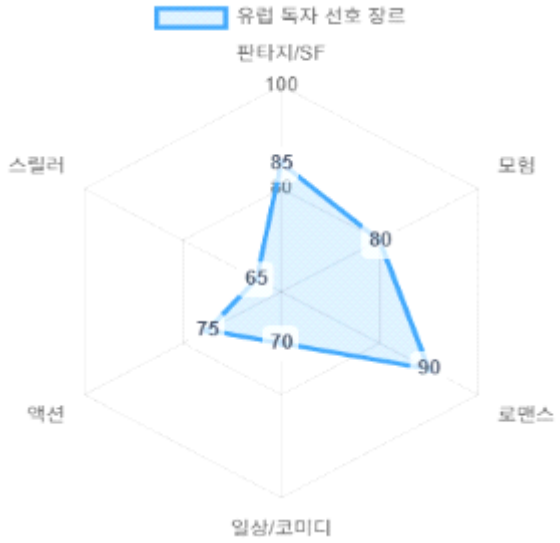
- 유럽 만화 유통 채널은 만화 전문점, 일반 서점, 뉴스 가판대 및 슈퍼마켓 등 오프라인 채널이 여전히 지배적임. 온라인 플랫폼은 접근성을 바탕으로 시장 점유율을 확대하고 있으며, 특히 구독 서비스 모델이 성장세를 보이고 있음. 유럽 시장의 주요 플레이어는 마블(Marvel), DC 코믹스(DC Comics) 등 미국 출판사와 슈에이샤(Shueisha), 쇼가쿠칸(Shogakukan) 등 일본 출판사, 그리고 다르고(Dargaud), 델쿠르(Delcourt), 글레나(Glénat) 등 전통적인 프랑스 BD 출판사들이 공존하고 있음[9]
- 유럽, 특히 프랑스에서는 종이책이 단순한 콘텐츠 매체를 넘어 '소장 가치'와 '문화적 유산'의 의미를 지니고 있음[10]. 이는 고가의 하드커버 앨범(48 페이지 기준 10 유로) 시장을 형성하는 기반이 되었음[11]. 반면, 웹툰으로 대표되는 디지털 포맷은 접근성과 방대한 콘텐츠를 기반으로한

5) 본 보고서의 전 세계 만화 시장 데이터는 Fortune Business Insights의 보고서를 기반으로, 유럽 만화 시장 데이터는 Grand View Research의 보고서를 기반으로 작성되었음. Fortune Business Insights는 유럽 만화 시장에 대한 별도의 데이터를 제공하지 않음. 따라서 본 보고서에 제시된 전 세계 시장규모와 유럽 시장규모를 단순 비교 하는 것은 오류라고 할 수 있음
6) Europe Comic Book Market Size & Outlook, 2024-2030, https://www.grandviewresearch.com
7) Europe Comic Book Market Size, Share & Industry Trends Analysis Report By Type (Non-Digital, and Digital), By Genre (Science-Fiction, Manga, Superhero, Non-fiction, and Others), By Format, By Country and Growth Forecast, 2023 - 2030 - Market Research
8) The Rise of the Bande Dessinée - Awesome site in the making
9) The Rise of the Bande Dessinée - Awesome site in the making
10) France Comic Book Market Size, Outlook, Forecasts To 2035

'구독 모델'을 제시하며 기존 시장에 새로운 소비 경험을 제공하고 있음[12]. 한국 웹툰의 유럽 진출 성공 여부는 이 두 가지 상반된 소비 문화 사이에서 어떻게 균형점을 찾고, '하이브리드 유통 전략'을 구축하는지에 달려있는 것으로 판단됨

소비자 행태 및 선호 장르

- 유럽 독자들은 다양한 만화 장르를 소비하며, 특히 일본 만화와 한국 웹툰에 대한 관심이 높은 것으로 나타났음. 스마트폰의 보급으로 디지털 만화 소비가 젊은 층을 중심으로 확산되었음



[유럽 만화 소비자의 장르별 선호도]

- 로맨스: 90%로 가장 높은 선호도를 보였음
- 판타지/SF: 85%로 로맨스 다음으로 높은 인기를 얻었음
- 모험: 80%의 선호도를 기록했음
- 액션: 75%의 선호도를 보였음
- 일상/코미디: 70%로 다른 장르에 비해 선호도가 상대적으로 낮게 나타났음
- 스릴러: 65%로 가장 낮은 선호도를 보였음

|그림 2| 유럽 만화 소비자의 장르별 선호도(단위: %)
출처: European comics vs manga vs American comics | CBR Community

- 10 대에서 20 대 사이의 젊은 층이 디지털 만화 소비를 주도하는 것으로 확인되었으며, 웹툰 플랫폼 앱을 통해 구독 및 회차별 결제가 보편화되었음. 소비 시간은 주로 출퇴근, 등하교 등 이동 시간을 활용해 짧게 소비하는 '스낵 컬처(snack culture)[13]' 경향이 강한 것으로 분석되었음
- 구매 결정 요인으로는 그림체와 스토리가 가장 중요한 구매 결정 요인으로 작용하고 있으며, 온라인 커뮤니티 및 소셜 미디어(SNS) 추천의 영향력이 매우 큰 것으로 분석되었음. 또한, 애니메이션이나 드라마 등 미디어화된 작품의 원작에 대한 관심이 높아지고 있음

11) European comics vs manga vs American comics | CBR Community
12) Korean Webtoon Companies that are giving the Audience Addictive Content, https://koreatechdesk.com
13) Bite-sized content(바이트 사이즈 콘텐츠)라고도 하며, 한 입에 먹기 좋은 크기의 간식처럼 짧고 가벼운 콘텐츠를 의미

II. 프랑스 만화 산업 현황

순서

1. 프랑스 만화시장 통계 (2021년~2024년)
2. 장르별 시장 세부 분석
3. 프랑스 만화 주요 기업 분석
4. 프랑스 주요 출판사의 웹툰 레이블

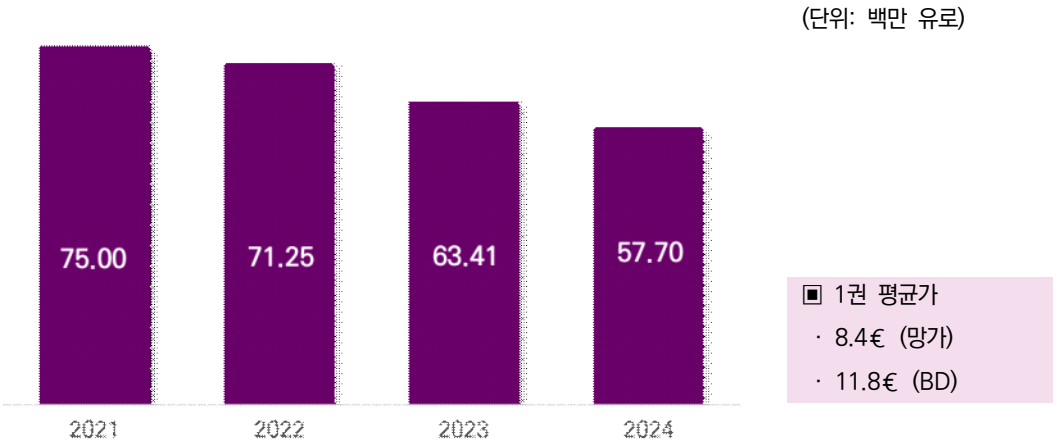
누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 프랑스 만화시장 통계 (2021년~2024년)

포스트-코로나 시기의 시장 재편과 새로운 도전

- 프랑스 출판 만화 시장은 2020 년과 2021 년에 걸쳐 경험한 기록적인 성장세 이후, 2022 년부터 지속적인 감소세를 보이며 재조정 단계를 거쳤음. 2021 년은 만화책 판매량이 2020 년 대비 50% 폭증하며 전례 없는 호황을 누렸으나, 2022 년에는 판매량이 2021 년 대비 5% 감소하였음[14)]
- 이러한 추세는 2023 년에 더욱 심화되어 2022 년 대비 판매량이 11% 줄었으며, 2024 년에도 전년 대비 9%의 판매량 감소와 4%의 가치 하락을 기록하였음[15)]. 이와 같은 시장의 둔화는 코로나 19 봉쇄 기간 중 만화책이 주요 오락거리로 부상하며 발생했던 일시적인 '풍선 효과'가 사라지고, 외부 활동 재개 및 소비자의 구매력 감소(2024 년 평균 가격 5% 인상)가 반영된 결과로 풀이됨. 따라서 이는 단순한 침체가 아닌, 이례적이었던 팬데믹 시기의 수요가 해소되고 시장이 원래의 궤도로 돌아오는 과정으로 분석됨
- 출판사들은 이러한 불확실한 시장 상황에 대응하기 위해 보수적인 경영 판단을 내리고 있는 것으로 파악됨. 2024 년 신규 출간작 수는 전년 대비 1.6% 감소하였으며, 평균 인쇄 부수 또한 2.9% 감소한 4,253 부로 기록되었음. 반면, 이미 시장에서 성공이 검증된 기존 작품들의 재출판은 2.8% 증가하였음[16)]. 이러한 출판 전략은 수익 안정성을 우선시하는 '리스크 회피(risk aversion)' 기조가 심화되었음을 보여줌. 이는 신규 작가 발굴 및 실험적인 작품에 대한 투자를 위축시킬 수있으며, 이미 빈곤선 이하의 수입으로 생활하는 작가들의 처우를 더욱 불안정하게 만드는 구조적 문제를 야기하고 있음

14) Bilan des ventes de livre en France – 1er semestre 2022 – NIQ
15) MARCHÉ DE LA BD : Le recul de 9% du marché francophone de la BD en 2024-doit-nous – ActuaBD
16) Les chiffres de l'édition 2024 du SNE – Graphiline.com



|그림 3| 프랑스 만화 시장 연간 통계 (2021년~2024년)
출처: Marché de la BD 2024, à la baisse et mitigé – Ligne Claire

2 장르별 시장 세부 분석

일본 망가 시장

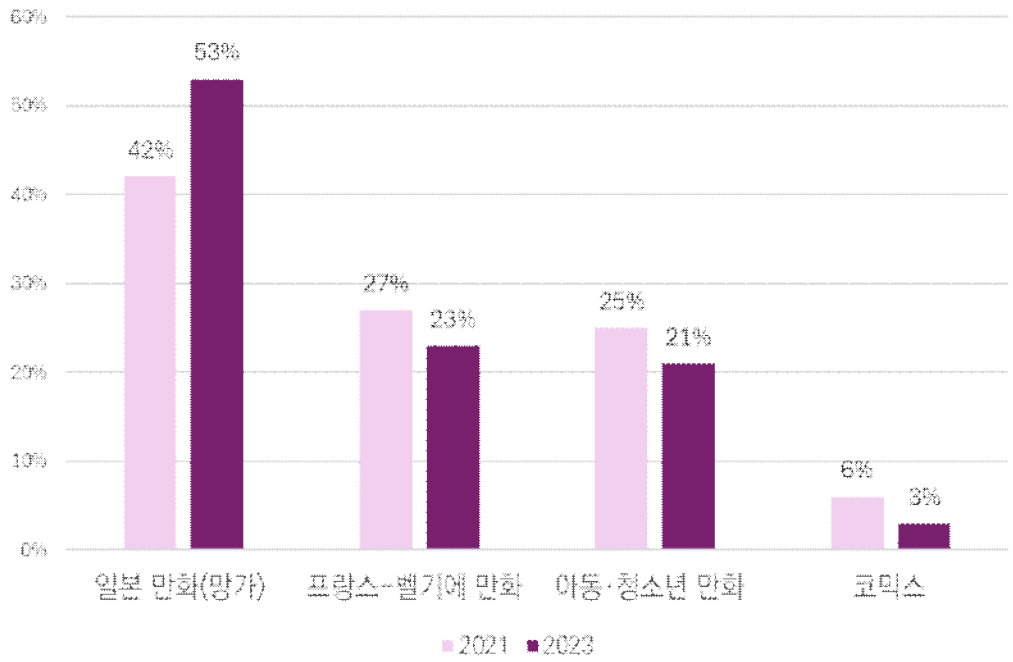
- 일본 만화는 2023 년 기준 전체 만화 시장 판매량의 53%를 차지하며 여전히 압도적인 시장 1 위 장르로 자리 잡았음. 그러나 2023 년 망가 판매량은 전년 대비 13% 감소하였는데, 이는 시장이 폭발적인 성장기에서 벗어나 성숙기에 진입했음을 시사함[17]. 2020 년과 2021 년 시장의 성장 동력이었던 〈진격의 거인(L'Attaque des Titans)〉과 〈귀멸의 칼날(Demon Slayer)〉 등 주요 작품들이 완결되면서, 신규 히트작 부재가 시장의 성장 동력을 둔화시키는 요인으로 작용하고 있음. 시장은 신규 독자 유입에 의존하기보다, 〈원피스(One Piece)〉, 〈스파이 패밀리(Spy x Family)〉, 〈주술회전(Jujutsu Kaisen)〉 등 꾸준히 인기를 유지하는 기존 시리즈를 중심으로 안정적인 판매량을 이어가고 있음. 특히 한국 웹툰 원작인 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉은 2024 년에도 종이책 시장에서 베스트셀러 순위를 차지하며 웹툰 IP 의 성공 가능성을 입증하였음[18]

프랑스-벨기에 만화(BD) 및 아동·청소년 만화 시장

- 전통적인 프랑스-벨기에 만화 시장은 전반적인 판매량 감소세를 보이고 있음. 그러나 이러한 침체 속에서도 〈치명적인 아델(Mortelle Adèle)〉은 2023 년과 2024 년 압도적인 판매량으로 시장을 견인하는 현상을 보였음.
- 〈아스테릭스(Astérix)〉와 〈가스통 라가프(Gaston Lagaffe)〉 등 전통적인 대형 시리즈 또한

17) 75 Millions de BD – Mangas achetés en France – Festival de la Bande Dessinée d'Angoulême
18) Meilleurs manga de l'année 2024 – Bédé.fr

지속적으로 시장에 영향을 미치고 있음[19]. 이는 만화 시장의 전반적인 하락세 속에서 특정 소수의 '블록버스터' 시리즈가 전체 시장의 매출을 좌우하는 현상이 심화되었음을 보여줌. 이같은 현상은 〈아스테릭스(Astérix)〉 신간 출간 여부에 따라 시장이 요동치는 현상과 궤를 같이하며, 출판사들이 안정적 수익을 위해 대형 IP 발굴 및 관리에 더욱 집중할 것임을 시사하고 있음



|그림 4| 프랑스 만화 시장 장르별 판매 비중 변화 (2021년 vs. 2023년)
출처: 75 Millions de BD – Mangas achetés en France – Festival de la Bande Dessinée d'Angoulême

코믹스 시장의 역설

- 코믹스 시장은 2023 년 판매량이 전년 대비 37%나 급감하며 가장 큰 타격을 입었음. 시장 분석에 따르면, 이러한 급격한 하락의 주요 원인은 2022 년까지 판매량을 견인했던 '소형 가격(petit prix)[20]' 프로모션의 종료 때문인 것으로 분석됨. 이는 코믹스 독자들이 가격에 매우 민감하게 반응하며, '소장'보다는 '소비'를 목적으로 접근했음을 보여주는 단적인 사례임[21]. 이처럼 유통 및 마케팅 전략의 변화가 시장의 지속 가능성에 얼마나 큰 영향을 미치는지를 여실히 보여주는 현상임

19) 75 Millions de BD – Mangas achetés en France – Festival de la Bande Dessinée d'Angoulême
20) 상품의 크기나 가격이 작고 가볍다는 점을 강조하여 소비자들에게 부담 없이 접근할 수 있도록 유도하는 프로모션 방식
21) Comics en France en 2023 : non, le marché n'est pas en péril | COMICSBLOG.fr

[표 1] 2024년 프랑스 만화 베스트셀러 주요 목록

순위	작품 시리즈	출판사	장르
1	〈치명적인 아델(Mortelle Adèle)〉 21권	Mr Tan & Co	아동·청소년
2	〈아스테릭스(Astérix)〉 40권: 〈하얀 붓꽃(L'Iris blanc)〉	Hachette Astérix/ Albert-René	프랑스-벨기에
3	〈스파이 패밀리(Spy x Family)〉 13권	Kurokawa	망가
4	〈원피스(One Piece)〉 108권	글레나(Glénat)	망가
5	〈미래의 아랍인(L'arabe du futur)〉 1권	Livres Du Futur	프랑스-벨기에

출처: Meilleurs manga de l'année 2024 - Bédé.fr

3 프랑스 만화 주요 기업 분석

주요 출판 기업 4 개가 주도하는 프랑스 만화 시장

- 프랑스 만화 시장은 전통적인 BD 의 견고한 기반 위에서 일본 망가와 한국 웹툰 등 새로운 형식의 콘텐츠가 급격히 성장하며 역동적인 다층적 경쟁 구도를 형성하고 있는 것으로 분석됨. 프랑스 만화산업을 주도하는 각 기업은 시장 변화에 대응하는 고유의 전략을 구사하고 있는 것으로 파악되었음

|그림 5| 프랑스 만화 시장 주요 출판사
출처: 각 출판사별 사이트, 용역사 재구성

- 메디아 파티시파시옹 (Média-Participations)은 다수의 유력 출판사들을 인수하며 압도적인 시장 지배력을 확보하고, 보유 IP 를 활용한 다각적 미디어 확장 전략을 추진하고 있음. 델쿠르 그룹(Groupe Delcourt)은 창업자 중심의 독립적인 경영 체제를 유지하면서도, 망가 시장에

대한 전략적 투자로 시장 내 2 인자 지위를 굳혔음. 마드리갈 그룹(Groupe Madrigall)은 갈리마르(Gallimard) 그룹의 모회사로써 만화의 예술성과 문화적 가치 보존에 주력하고 있음. 글레나(Glénat)는 프랑스 최초로 망가를 도입하며 시장을 개척한 선구자적 DNA 를 바탕으로 웹툰과 같은 새로운 디지털 미디어 환경에 가장 적극적으로 대응하고 있음

메디아 파티시파시옹(Média-Participations)

- 기업 개요 및 연혁
  - ·· 메디아 파티시파시옹은 1986 년 9 월 20 일 레미 몽타뉴(Rémy Montagne)에 의해 설립된 비상장 기업이며, 본사는 프랑스 파리에 위치하고 있음. 이 기업은 설립 이래 적극적인 인수합병(M&A)을 통해 몸집을 키워왔으며, 2009 년 900 명의 직원을 보유한 데 이어 현재는 65 개의 자회사와 2,300 명의 직원을 거느리는 거대 미디어 그룹으로 성장하였음[22)]
- 기업지배 구조 및 핵심 관계사
  - ·· 메디아 파티시파시옹은 다수의 유력 출판사를 편입한 지주회사 형태의 기업 구조를 갖추고 있음. 핵심 자회사로는 다르고(Dargaud), 뒤퓌(Dupuis), 롬바르(Le Lombard) 등 프랑스-벨기에 만화 시장의 전통적 강자들을 포함하고 있음. 이 외에도 애니메이션 제작사 엘립스 애니메이션(Ellipse Animation) 및 벨비시옹(Belvision), 비디오 게임 유통사 마이크로이드(Microids) 등 다양한 분야의 자회사를 보유하고 있음. 이는 단순한 출판 그룹을 넘어 콘텐츠 IP 를 다각적으로 활용하는 종합 미디어 그룹으로의 정체성을 보여주고 있음
- 재무 현황 및 시장 지배력
  - ·· 메디아 파티시파시옹은 매출액 면에서 압도적인 시장 지배력을 보여주고 있음. 2007 년 3 억 2 백만 유로의 매출을 기록하였으며, 2021 년에는 7 억 유로(약 7 억 6 천만 달러)를 초과하는 매출을 달성하며 가파른 성장세를 지속하였음[23)]. 특히 2023 년 기준 프랑스 만화 시장에서 약 40%의 시장 점유율을 차지하며 독보적인 1 위 자리를 굳건히 하고 있는 것으로 분석됨[24)]. 이러한 수치는 그룹의 공격적인 인수합병 전략이 시장 과점 체제를 성공적으로 구축하였음을 뒷받침하고 있음[25)]
- 주요 작품 포트폴리오
  - ·· 메디아 파티시파시옹은 방대한 규모의 작품 포트폴리오를 보유하고 있음. 이는 10 만 개이상의 타이틀과 4,000 여 명의 캐릭터를 아우르는 광범위한 카탈로그에 기반하고 있음. 대표적으로, 〈아스테릭스(Astérix)〉를 비롯한 다르고(Dargaud), 뒤퓌(Dupuis), 롬바르(Le Lombard) 등유수의 출판사들이 보유한 전통적인 BD 작품들이 주요 포트폴리오를 구성하고 있으며, 강력한 IP 를 기반으로 애니메이션, 비디오 게임으로 확장 전략을 추진하고 있음

22) Média-Participations 2025 Company Profile: Valuation, Funding & Investors | PitchBook
23) Media-Participations, https://www.media-participations.com
24) Brunch.co.kr
25) 직접적인 매출액 정보는 2020년 5억 2백만 유로와 7억 유로(약 7억 6천만 달러)를 기록했던 2021년 자료가 가장 최신 자료임

델쿠르 그룹(Groupe Delcourt)

- 기업 개요 및 연혁
  - 델쿠르 그룹은 1986 년 만화 잡지 '필로트(Pilote)'의 전 편집장인 기 델쿠르(Guy Delcourt)가 설립한 기업임. 이 기업은 '세계 최초의 독립 프랑스어 만화 출판 그룹'을 표방하며 시장에서 독자적인 정체성을 유지하고 있음. 2005 년 망가 출판사 통캄(Tonkam)을 인수하며 일본 만화 시장에 본격적으로 진출하였고, 2011 년에는 에디시옹 솔레유(Editions Soleil)를 인수하며 사업 규모를 확장하였음[26)]
- 기업지배 구조 및 주요 관계사
  - 2024 년 이전: 창립자 기 델쿠르(Guy Delcourt)가 경영권을 유지하는 독립적인 체제였음. 2018 년 사모펀드(PE)인 플로락(Florac)으로부터 소수 지분 투자를 유치했으나, 이는 경영권에 영향을 주지 않는 전략적 자본 유치였음.
  - 2024 년 이후 (현재): 델쿠르 그룹은 2024 년 12 월 프랑스의 대형 출판 그룹 에디티스(Editis)에 인수되었으며, 2025 년 1 월 최종 인수 절차가 마무리되었음. 이에 따라 델쿠르 그룹의 경영권은 에디티스 그룹으로 넘어갔음
  - 주요 관계사: 델쿠르 그룹은 '델쿠르(Delcourt)'와 '솔레일(Soleil)'이라는 두 주요 출판사를 중심으로 운영되고 있음. 이들은 에디티스 그룹 산하의 계열사로 편입되어 그룹의 만화 출판 사업 부문을 담당하게 되었음
- 재무 현황 및 시장 지위
  - 2018 년 기준 델쿠르 그룹의 연간 매출은 약 5,446 만 유로이며, 115 명의 직원을 보유하고 있었음. 델쿠르 그룹의 최신 매출 정보는 더 이상 개별적으로 공개되지 않고 있음
- 주요 작품 포트폴리오
  - 델쿠르 그룹은 청소년, 그래픽 노블, 고전 시리즈, 만화, 망가 등 다양한 장르를 아우르는 방대한 포트폴리오를 구축하고 있음. 매년 650 개 이상의 신간을 출판하고 있으며, 9,500 개의 타이틀을 보유한 깊이 있는 라이브러리를 자랑함. 대표적인 베스트셀러 작품으로는 〈레 레전데르(Les Légendaires)〉, 〈랑푸스트 드 트루아(Lanfeust de Troy)〉, 〈레 블라그 드토토(Les Blagues de Toto)〉 등이 있으며, 특히 미국의 히트작인 〈워킹 데드(The Walking Dead)〉의 프랑스어판을 출판하여 장르적 확장성을 보여주었음[27)]

마드리갈 그룹(Groupe Madrigall)

- 기업 개요 및 연혁
  - 마드리갈 그룹은 1992 년에 설립되었으며, 갈리마르 그룹(Groupe Gallimard)의 지주회사 역할을 수행하고 있음. 본사는 프랑스 파리에 위치하고 있으며, 핵심 경영인은 앙투안

26) Groupe Delcourt – Florac
27) Groupe Delcourt – Florac

갈리마르(Antoine Gallimard)임. 이 기업은 전통적으로 문학 분야에서 명성이 높은 갈리마르 그룹의 일원으로서, 만화 시장에서도 예술성과 문화적 가치를 중시하는 정체성을 유지하고 있음[28)]

- 기업지배 구조 및 주요 관계사
  - ·· 마드리갈 그룹은 만화 분야에서 캐스테르만(Casterman) 출판사를 자회사로 두고 있음. 캐스테르만은 프랑코-벨기에 만화와 아동 문학을 전문으로 하는 출판사로, 그룹의 만화 부문에서 핵심적인 역할을 수행하고 있음. 이 기업은 모회사 갈리마르 그룹의 철학을 바탕으로, 단순한 상업적 성공을 넘어 작품의 깊이와 예술적 가치를 추구하는 경향을 보이고 있음
- 주요 작품 포트폴리오
  - ·· 마드리갈 그룹의 주요 작품 포트폴리오는 캐스테르만(Casterman)이 출판한 역사적인 명작들로 구성되어 있음. 대표적으로는 에르제(Hergé)의 〈틴틴의 모험(Les Aventures de Tintin)〉과 위고 프라트(Hugo Pratt)의 〈코르토 말테제(Corto Maltese)〉와 같은 작품들이 포함됨. 이 작품들은 단순한 오락 만화의 범주를 넘어, 프랑스-벨기에 만화의 문화적 유산이자 예술적 정수로 인정받고 있으며, 그룹의 작품 선정 기준이 상업성 외에 예술적 가치에 큰 비중을 두고 있음을 보여주고 있음

글레나(Glénat)

- 기업 개요 및 연혁
  - ·· 글레나는 1972 년 만화 애호가였던 자크 글레나(Jacques Glénat)가 고등학생 시절 창간한 팬진 'Schtroumpf'에서 시작된 기업임. 이처럼 작은 규모에서 시작된 글레나는 이후 1991 년 프랑스 출판사 중 최초로 망가 출판을 시작하며 시장의 판도를 바꾸는 선구적인 역할을 수행하였음[29)]
  - ·· 1991 년에는 베스트셀러 출판사 뱅트 두에스트(VENTS D'OUEST)를, 2007 년에는 알뱅 미셸(Albin Michel)의 만화 카탈로그를 인수하며 꾸준히 몸집을 불려왔으며, 2022 년에는 휴고 퍼블리싱(Hugo Publishing)을 인수하여 사업 영역을 확장하였음[30)]
- 기업지배 구조 및 주요 관계사
  - ·· 글레나는 설립자 자크 글레나(Jacques Glénat)의 주도 하에 여러 출판사들을 인수하며 성장해왔음. 2024 년 2 월 청소년 도서 전문 출판사인 메종 엘리자(Maison Eliza)를 흡수 통합하였으며, 이러한 인수들은 글레나가 만화 출판을 넘어 종합적인 도서 출판 그룹으로의 입지를 강화하고 있음을 보여줌. 또한, 웹툰 및 망가 플랫폼인 ONO 의 지분을 인수하는 등새로운 디지털 플랫폼에 대한 전략적 투자를 이어가고 있음[31)]

28) Groupe Madrigall – Ownership and Business Overview | Mergr
29) Editions Glénat | BD, Manga, Jeunesse, Livres | Éditions Glénat
30) Editions Glénat | BD, Manga, Jeunesse, Livres | Éditions Glénat
31) Editions Glénat | BD, Manga, Jeunesse, Livres | Éditions Glénat

- 재무 현황 및 시장 지위
  - ·· 글레나의 재무 관련 상세 정보는 제공된 자료에 포함되지 않았으나, 2023 년 기준 프랑스 도서 시장에서 8 번째로 큰 그룹으로 평가되었음. 이는 만화 출판이라는 핵심 사업 외에 청소년 도서, 예술 서적 등 다양한 출판 영역으로의 성공적인 확장을 입증하는 지표로 분석됨
- 주요 작품 포트폴리오
  - ·· 글레나는 매년 600 개의 신간을 출판하며 1 만 4 천 권의 책을 출간하는 방대한 출판량을 자랑함. 특히 이 기업의 포트폴리오는 두 가지 성공 축으로 요약됨. 첫 번째는 2,100 만 권 이상이 판매된 프랑코-벨기에 만화 〈티퇴프(Titeuf)〉로, 프랑스 아동 만화 시장의 대표적인 성공 사례임. 두 번째는 망가 시장의 선구자로서 출판한 〈드래곤 볼(Dragon Ball)〉과 〈원피스(One Piece)〉 등 일본 만화의 대성공임. 이러한 양축의 성공은 글레나의 사업 모델이 특정 장르에 국한되지 않는 강력한 포트폴리오를 기반으로 하고 있음을 시사함[32)]

시장 변화에 대한 각 기업의 대응

- 프랑스 만화 시장은 디지털 플랫폼, 특히 웹툰의 급부상으로 새로운 경쟁 구도에 진입하였음. 이러한 변화는 전통적인 출판사들에게 위협이자 동시에 새로운 성장 기회로 작용하고 있음. 메디아 파티시파시옹(Média-Participations)과 글레나(Glénat)는 웹툰 시장에 직접 진출하거나 관련 플랫폼에 투자하며 디지털 전환에 가장 적극적으로 대응하고 있음. 이들의 행보는 인쇄 매체에 국한되지 않고 다양한 포맷을 포용하는 '하이브리드 비즈니스 모델'의 중요성을 보여주는 사례로, 향후 시장 내 입지를 더욱 공고히 할 것으로 전망됨
- 반면, 델쿠르 그룹(Groupe Delcourt)과 마드리갈 그룹(Groupe Madrigall)은 각각 독립성과 예술성이라는 고유의 정체성을 유지하며 시장에 대응하고 있음. 이들의 전략은 대규모 디지털 전환에는 미치지 못하지만, 충성도 높은 독자층과 견고한 인쇄 포트폴리오를 기반으로 안정적인 수익을 창출하는 것을 목표로 하고 있는 것으로 보임
- 종합적으로 볼 때, 프랑스 만화 시장의 미래는 인쇄와 디지털, 그리고 다양한 장르가 공존하는 복합적인 형태로 재편될 것으로 예측됨. 이 과정에서 강력한 IP 를 보유하고 이를 다양한 미디어로 확장할 수 있는 메디아 파티시파시옹의 경쟁력이 가장 높게 평가되며, 새로운 시장 트렌드를 선도하는 글레나의 행보 역시 지속적으로 주목할 필요가 있음

32) Editions Glénat | BD, Manga, Jeunesse, Livres | Éditions Glénat

4 프랑스 주요 출판사의 웹툰 레이블

프랑스 출판계의 웹툰 수용 배경 및 하이브리드 전략

- 급격한 디지털 전환 추세가 프랑스 전통 출판사들에게 새로운 도전이자 동시에 성장의 기회로 작용함에 따라 프랑스 출판사들은 웹툰을 망가나 BD 의 하위 장르가 아닌, 독립적인 레이블로 분리하여 출시하였음. 이는 웹툰이 BD 와 망가에 버금가는 '제 3 의 포맷(Third Format)'으로 시장에서 인정받았음을 의미한다고 할 수 있음[33]. 프랑스 주요 출판 그룹들은 각기 다른 핵심 역량과 시장 전략을 기반으로 웹툰 레이블을 출범하거나 인수하며 K-웹툰 IP 확보 경쟁을 심화하고 있음. 이러한 전략은 크게 한국 IP 를 수입하여 종이책으로 전환하는 전략과, 유럽 현지 작가 중심의 오리지널 제작에 집중하는 전략으로 양분되었음

웹툰 팩토리(Webtoon Factory)

- 프랑스 만화 시장 점유율 1 위 기업인 메디아-파티시파시옹(Média-Participations)은 오리지널 콘텐츠 제작을 통해 웹툰 시장에 진입하였음
- 출범 연도: 2019 년 1 월(프랑스어 서비스 시작)[34]
- 주요 특징: 전통 BD 강자인 뒤퓌(Dupuis) 출판사의 임프린트로, 한국 IP 수입보다는 유럽 현지 작가 및 글로벌 창작자를 발굴하여 오리지널 웹툰 콘텐츠 제작에 집중하는 '디지털 퍼스트' 전략을 채택하였음. 이는 BD 산업의 문화적 자부심을 바탕으로 한국의 디지털 포맷만을 차용하고, 내용은 유럽 창작자 중심으로 채워넣어 장기적인 BD 생태계를 디지털로 확장하려는 전략으로 풀이되었음
- 대표 출판 한국 웹툰 작품: 한국 웹툰 수입보다는 유럽 창작자의 오리지널 작품(예: 〈Soma〉, 〈Crapule〉 등)을 중심으로 포트폴리오를 구성
- 유통 및 마케팅 방식: 뒤퓌(Dupuis)가 운영하는 웹툰 팩토리(Webtoon Factory) 온라인 플랫폼을 통해 배포되었으며, 주간 단위로 새로운 에피소드를 제공하는 디지털 구독 모델을 기반으로 운영

케이북스(Kbooks)

- 출범 연도: 2021 년
- 주요 특징: 판타지/액션 장르의 K-웹툰을 종이책 시장에 성공적으로 안착시키며 시장 선두 주자로 평가되었음
- 대표 출판 한국 웹툰 작품: 한국의 메가 히트작 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉, 〈끝이 아닌 시작(The Beginning After the End)〉 등 다수의 인기작 출판
- 유통 및 마케팅 방식: 델쿠르 그룹의 견고한 만화 유통망을 기반으로 하였으며,

33) Editis lance Kotoon, sa 53ème maison d'édition dédiée aux ..., https://www.editis.com
34) Europe Comics x Webtoon Factory, https://www.europecomics.com/webtoons

웹소설-웹툰-애니메이션-게임으로 이어지는 OSMU(One Source Multi-use)를 통한 IP 시너지 마케팅을 효과적으로 활용

- 주요 한국 비즈니스 파트너: 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 IP 홀더인 디앤씨미디어 D&C Media)와 긴밀하게 협력

코툰(KOTOON)[35]

- 출범 연도: 2022 년 10 월 27 일[36]
- 주요 특징: 에디티스(Editis) 그룹이 53 번째 독립 출판사로 신설하였으며, 웹툰을 종이책 포맷으로 출판하는 데 전념하였음. 액션, 판타지, 로맨스, 코미디, 스릴러 등 다양한 장르를 포괄하며 웹툰을 광범위한 독자층에게 소개하는 것을 목표하였음
- 대표 출판 한국 웹툰 작품: 레이블 시작 시점에서는 이스너 어워드(Eisner Awards) 후보작인 미국 웹툰 〈렛츠 플레이(Let's Play)〉를 출간하며 레이블을 시작하였으나, 한국에서 발명된 웹툰 포맷에 대한 높은 이해를 바탕으로 한국의 히트 웹툰 IP 를 지속적으로 확보하는 전략을 추진하고 있음
- 유통 및 마케팅 방식: 에디티스(Editis) 그룹의 방대한 도서 유통망 및 마케팅 역량을 활용하여 시장 침투력을 높이는 데 집중하였음

피카 웨이브툰(Pika Wavetoon)

- 피카 웨이브툰(Pika Wavetoon)은 아셰트 리브르(Hachette Livre) 산하의 망가 전문 출판사 피카 에디시옹(Pika Édition)이 신설한 레이블임[37]
- 출범 연도: 2024 년
- 주요 특징: 한국 웹툰을 종이책 포맷으로 출판하는 것에 특화되었음. 기존 망가 시장에서 쌓은 노하우와 독자층의 웹툰 수용성을 활용하는 '망가-웹툰 시너지' 전략을 채택하였음
- 대표 출판 한국 웹툰 작품: 카카오 엔터테인먼트(Kakao Entertainment) 원작의 〈재혼 황후(L'impératrice remariée)〉 (T06 예정)[38], 네이버 웹툰(Naver Webtoon)의 인기작인 〈전지적 독자 시점(Omniscient Reader's Viewpoint)〉 (T08 예정), 〈외모지상주의(Viral Hit)〉 (T05 예정) 등을 출판하였음
- 유통 및 마케팅 방식: 피카 에디시옹(Pika Édition)이 24 년간 망가 시장에서 구축한 견고한 유통망을 활용하여 대형 오프라인 서점 및 온라인 채널을 통해 광범위하게 유통되었음
- 주요 한국 비즈니스 파트너: 〈재혼 황후(L'impératrice remariée)〉 및 〈전지적 독자 시점(Omniscient Reader's Viewpoint)〉 등 다수의 히트작을 출판하며, 카카오 엔터테인먼트 계열 및 네이버 웹툰 계열 등 한국의 주요 IP 홀더들과의 파트너십을 다각화

35) 에디티스(Editis) 그룹은 코툰(KOTOON)와 케이북스(Kbooks) 등 두 개의 웹툰 관련 레이블을 통해 시장에 대응하고 있으며, 특히 델쿠르(Delcourt) 그룹 인수를 통해 K-웹툰 IP를 핵심 자산으로 확보하였음
36) Editis lance Kotoon, sa 53ème maison d'édition dédiée aux ..., https://www.editis.com
37) Pika Édition | Hachette.com
38) T는 프랑스어 Tome(통, 권)의 약자. 영어의 Volume(Vol.)과 같은 의미로 'T06'은 그 책의 6번째 권(Tome 6)을 의미

코다(KODA)

- 알뱅 미셸(Albin Michel)은 문학 전문 출판사라는 전통적 이미지를 가지고 있으나, 웹툰 시장 진입을 위해 로맨스 장르에 특화된 레이블을 설립하였음
- 출범 연도: 2024 년 1 월[39]
- 주요 특징: 100% 로맨스 웹툰('Lovetoon') 전문 레이블로 명확히 포지셔닝하였음[40]. 알뱅 미셸은 '데이터 기반의 틈새시장 전문가(Niche Market Expert)' 전략을 구사하였음. 또한, 문학 출판사의 정체성을 활용하여 웹툰에 '문학적 깊이'를 부여하고 고품질 디자인의 소장용 종이책을 강조하였음
- 대표 출판 한국 웹툰 작품: 강미강(Kang MiKang) 작가의 〈붉은 소매(La Manche Rouge)〉, Furik 과 Winterleaf 작가의 〈운명에 사로잡힌 작가(Autrice de ma destinée)〉 등 로맨스 판타지 장르를 중심으로 포트폴리오를 구성
- 유통 및 마케팅 방식: 종이책의 촉감, 커버 디자인 등 '책이라는 사물(objet livre)' 자체의 소장 가치를 강조하는 마케팅을 전
- 주 한국 비즈니스 파트너: 한국 로맨스 판타지 장르에 강점을 지닌 카카오 엔터테인먼트(Kakao Entertainment) 계열사 등 IP 홀더들과의 협력

웹툰 레이블 출범이 프랑스 만화 산업에 미치는 영향

- 프랑스 주요 출판사들이 웹툰 레이블을 출범한 것은 프랑스 만화 시장에 몇 가지 주요 영향을 미치고 있음. 첫째, 웹툰의 등장은 기존 BD 나 망가 시장을 잠식하는 것이 아니라, 새로운 포맷을 통해 젊은 세대 및 여성 독자층을 시장에 대거 유입시키며 만화 시장 전체의 파이를 확장하는 역할을 수행하였음
- 둘째, 전통적인 대형 출판 그룹들이 웹툰 레이블을 신설하고(코툰(KOTOON), 피카 웨이브툰(Pika Wavetoon), 코다(KODA)), 웹툰 전문 출판사를 인수하는(에디티스(Editis)의 델쿠르(Delcourt) 인수) 등, 웹툰 IP 의 상업적 성공이 프랑스 출판 산업의 구조적 재편을 가속화하는 결정적인 요인으로 작용하였음
- 셋째, 프랑스 주요 출판사들이 한국 웹툰 IP 를 확보하기 위한 경쟁을 심화함에 따라, 한국의 IP 홀더들은 글로벌 콘텐츠 시장에서 협상력과 전략적 위치를 강화하게 되었음. 특히 한국 웹툰의 OSMU 성공 사례(〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉)는 현지 출판사들에게 종이책 판매 이상의 잠재적 가치(애니메이션, 게임화 가능성)를 입증하였음

39) Collection Koda - Manga news, https://www.manga-news.com/index.php/collection/Koda
40) KODA, un nouveau label manhwa chez Albin Michel - Ligne Claire

Ⅲ. 한국 웹툰 플랫폼의 프랑스 시장 진출 및 성과

순서

1. K-웹툰의 유럽 시장 진출과 전략적 격전지 프랑스
2. K-웹툰 플랫폼의 프랑스 진출 현황
3. 카카오 픽코마(Kakao Piccoma)와 네이버 웹툰(Naver Webtoon) 사례
4. 키다리스튜디오(KidariStudio)의 델리툰(Delitoon) 투자 성공 사례

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 K-웹툰의 유럽 시장 진출과 전략적 격전지 프랑스

프랑스 만화 시장 세분화 및 특성

- 프랑스 만화 시장은 크게 세 가지 부문으로 나뉘어짐. 첫째, 전통적인 프랑스-벨기에 만화(BD), 둘째, 일본 망가, 셋째, 한국 웹툰을 포함한 디지털 만화 시장임. 이 세 시장은 각각 고유한 특성을 지니며 독자층도 명확하게 분리되는 경향을 보임
- 전통 만화(BD) 시장: 프랑스 만화는 '방드 데시네(Bande Dessinée)'라 불리며 '제 9 의 예술'로 불릴 만큼 높은 문화적 위상을 차지하고 있음. BD 는 예술성과 작가주의가 짙은 작품이 많으며, 독자들은 좋아하는 작품을 돈을 주고 소장하는 문화가 강함. 이는 종이책에 대한 애착으로 이어져, 프랑스인의 75% 이상이 '디지털 디톡스(Digital Detox)[41]'의 일환으로 종이책을 선호한다는 조사 결과도 존재함[42]
- 일본 만화(Manga) 시장: 프랑스 만화 시장은 일본 망가가 지배하고 있는 상황이라고 할 수 있음. 인기 IP 들이 이미 시장에 깊숙이 침투해 있으며, 만화책 판매량의 절반 이상을 망가가 차지할 만큼 압도적인 비중을 보이고 있음. 이는 한국 웹툰이 전통 BD 시장보다는 망가 시장의 영향력 아래 경쟁하고 있음을 의미함
- 디지털 만화 시장: 코로나 19 팬데믹으로 인해 외출이 제한되면서 만화책 판매량이 2020 년 대비 2021 년 126% 증가하는 등 시장이 폭발적으로 성장하였음. 이는 넷플릭스와 같은 OTT 들이 만화책 기반의 애니메이션을 연이어 선보이면서 새로운 독자들이 유입된 영향도 크다고 할 수 있음. 프랑스 독자들이 '디지털 디톡스'를 선호한다는 자료와 디지털 만화 시장이 급성장하고 있다는 자료는 표면적으로 모순돼 보일 수 있음[43]. 그러나 이는 만화 시장이 독자층에 따라 명확하게 분리되었기 때문으로 해석됨. 전통적인 BD 독자층은 종이책의 물성과

41) '디지털 디톡스'는 **'디지털(Digital)'과 '해독(Detoxification)'**의 합성어. 이는 스마트폰, 컴퓨터, 태블릿 등 디지털 기기와 인터넷 사용을 의도적으로 줄이거나 잠시 중단하여, 디지털 환경에서 벗어나 온전히 휴식하고 정신적, 육체적 건강을 회복하는 행위를 의미
42) 프린팅코리아〉 학술· 연재〉 프랑스 출판시장 조사 연구,http://www.printingkorea.or.kr
43) 프랑스 만화시장의 트렌드...만화 평론가 장 마리 케리오(Jean-Marie Queriaud) 인터뷰 - 콘텐츠수출마케팅플랫폼, https://welcon.kocca.kr

예술적 가치를 중시하며 디지털 포맷을 기피하는 경향이 있는 반면, K-웹툰의 주 소비층은 스마트폰에 익숙한 디지털 네이티브 세대인 18~35 세 여성 독자들임. 이들은 '디지털 디톡스' 문화와는 무관하게 웹툰의 즉각성과 접근성, 그리고 풍부한 장르를 선호하며 디지털 만화 시장의 성장을 견인하고 있음. 즉, 프랑스 만화 시장은 BD 중심의 '종이책' 시장과 망가 및 웹툰 중심의 '디지털' 시장이 공존하며 각각 성장하는 구조로 재편되고 있음

글로벌 콘텐츠 시장에서 K-웹툰의 영향력 확대

- 글로벌 콘텐츠 시장에서 K-웹툰의 영향력이 확대됨에 따라, 유럽은 새로운 전략적 요충지로 부상하였음. 특히, 프랑스는 일본 망가(Manga)의 영향력이 깊숙이 자리 잡고 있으며, 세계 3 대 만화 소비 국가로 꼽히는 중요한 시장이었음.[44] 이와 같은 잠재성을 인지하고 국내 양대 콘텐츠 기업인 카카오와 네이버는 프랑스 시장에 진출하였음. 그러나 두 기업의 결과는 엇갈렸음[45]

프랑스 내 주요 시장 참여자 현황

- 한국 웹툰 플랫폼이 시장을 개척하고 점유율을 확대하는 동안, 프랑스 현지 기업들도 웹툰의 잠재력을 인식하고 시장에 적극적으로 진입하고 있음. 프랑스 최대 출판 그룹이자 출판 시장 3 위 기업인 메디아-파티시파시옹(Média-Participations)은 자회사인 엘립스 애니메이션(Ellipse Animation)을 통해 웹툰 제작 사업에 진출했음[46]. 엘립스 애니메이션 (Ellipse Animation)은 〈가필드(Garfield)〉, 〈스머프(Smurfs)〉와 같은 인기 IP 의 3D 애니메이션 제작 경험을 바탕으로, 한국의 웹툰 스튜디오 〈케나즈(Kenaz)〉와 파트너십을 맺고 프랑스 현지 웹툰 창작자를 양성하는 프로그램을 진행하고 있음. 또한, 프랑스 유니크 헤리티지 미디어 그룹(Unique Heritage Media Group)은 디즈니(Disney) 만화를 세로 스크롤 형식으로 볼 수 있는 구독형 웹툰 앱 '덕툰(Ducktoon)'을 선보였음
- 이러한 현지 대형 출판사들의 웹툰 시장 진입은 단순히 K-웹툰의 인기에 편승하려는 것을 넘어, 웹툰이 '일시적인 유행'이 아닌 '미래의 핵심 비즈니스 모델'임을 현지 시장 주체들이 스스로 인정하고 있다는 강력한 신호로 해석될 수 있음. 특히 엘립스 애니메이션(Ellipse Animation) 경영진이 "2030 년까지 웹툰 수요가 강력할 것"이라는 Z 세대의 관심에 주목한 점은 이 같은 분석을 뒷받침하고 있음. 이 현상은 한국 웹툰이 단순한 콘텐츠 공급자를 넘어, 시장의 인식을 긍정적으로 바꾸고 현지 플레이어의 참여를 유도하는 '생태계 조성자(Ecosystem Creator)' 역할을 하고 있음을 증명하고 있음

44) 카카오 디지털 만화 플랫폼, 유럽 철수 - 모바일한경
45) 본 보고서 16페이지 참조
46) '한국 발명품' 전세계서 터졌다…콧대 높던 日도 '군침' - Daum

2 K-웹툰 플랫폼의 프랑스 진출 현황

K-웹툰 플랫폼의 프랑스 시장 내 성과 및 지표 분석

- 한국 웹툰 플랫폼들은 프랑스를 유럽 시장의 교두보로 삼고 각기 다른 전략을 펼치며 진출을 확대해왔음
  - ·· 네이버 웹툰(Naver Webtoon): 2019 년 12 월 프랑스어 서비스를 시작하며 시장을 가장 먼저 선점하였음. 이러한 선점자 이점(First-mover Advantage)을 바탕으로 네이버 웹툰은 현재 월간 활성 사용자(MAU) 및 매출에서 압도적인 1 위를 차지하며 시장 주도권을 확보하였음. 특히 현지 작가 양성 프로그램 '캔버스'와 공모전을 통해 현지 창작자 생태계 구축에 집중하는 장기적인 관점에서 시장을 확장하고 있음
  - ·· 카카오 픽코마(Kakao Piccoma): 일본 시장에서의 성공 경험을 바탕으로 2022 년 프랑스에 진출하였으나, 수익성 악화와 더딘 시장 성장세로 인해 2024 년 5 월 유럽 사업 철수를 결정하였음
  - ·· 포켓코믹스(Pocket Comics): 로맨스 판타지 등 여성향 장르에 집중하여 2030 유료 이용자층을 확보하는 전략을 펼쳤음. 한편, 카카오 픽코마와 마찬가지로 NHN 역시 프랑스에서 서비스 중단을 검토하거나 이미 신규 콘텐츠 업로드를 중단한 상황임
  - ·· 기타 플랫폼: 키다리스튜디오의 '델리툰'과 네이버 웹툰이 지분을 확보한 콘텐츠퍼스트(Content First)의 '태피툰' 등도 프랑스 시장에서 상위 5 위권에 들며 한국 웹툰의 입지를 다지는 데 기여하고 있음

[표 2] 프랑스 주요 웹툰 플랫폼별 시장 점유율 및 매출액 현황

플랫폼	매출액(USD)/ 2023 년)	매출 순위	월간 활성 사용자(MAU)	MAU[47] 순위
네이버 웹툰	7,870,000	1 위(압도적)	868,000 (2024 년 1 월)	1 위
델리툰	-	2 위(2022 년)	-	-
카카오 픽코마	4,030,000	3 위(2022 년)	138,000 (2024 년 1 월)	2 위
NHN 포켓코믹스	1,390,000	4 위(2022 년)	-	3 위 (2022 년)
태피툰	-	5 위(2022 년)	-	-

출처: Sensor Tower, Data.ai

- 위 표에서 보듯, 네이버 웹툰은 MAU 와 매출액 모두에서 압도적인 1 위를 차지하며 프랑스 시장을 주도하고 있음. 그러나 이러한 성과에도 불구하고, 프랑스 시장의 매출 규모는 한국이나 일본에 비해 아직 크지 않으며, 일부 플랫폼은 높은 초기 투자 비용 대비 낮은 유료화

47) MAU(Monthly Active Users)는 한 달 동안 적어도 한 번 이상 특정 서비스나 애플리케이션을 사용한 순수한 이용자 수를 나타내는 지표

비율(Monetization rate)과 수익성 악화를 경험하고 있는 것으로 분석됨[48]

- 한편, 개별 한국 웹툰 IP는 현지에서 높은 성과를 보이고 있음. 드라마 〈여신강림(True Beauty)〉이 흥행한 이후 원작 웹툰의 프랑스 구독자는 62만 명으로 급증했으며[49], 〈지금 우리 학교는(All of Us Are Dead)〉 역시 프랑스에서 단행본 출판 계약을 맺는 등 IP 확장의 가능성을 증명하였음. 네이버 웹툰은 파리 오페라 역에 대표작 〈화산귀환(Le Retour de la secte du Mont Hua)〉을 광고하는 등 적극적인 현지 마케팅을 통해 작품 인지도를 높이고 있음[50]

성공 요인 및 경쟁 우위

- 한국 웹툰의 프랑스 시장 성공은 여러 복합적인 요인에 기인한다고 할 수 있음
  - ·· 새로운 시각적 경험: 웹툰의 세로 스크롤 방식은 독자들에게 몰입감 있는 새로운 읽기 경험을 제공. "종이 넘기는 맛도 없는 만화"라는 초기 비판을 극복하고, 웹툰은 스마트폰으로 만화를 보는 새로운 형식의 대명사로 자리 잡았음[51]
  - ·· 다양한 장르와 풍부한 서사: 웹툰은 로맨스 판타지를 비롯한 다양한 장르를 넘나들며, "거의 드라마와 같다"는 평가를 받을 만큼 치밀한 이야기 구성으로 독자들을 몰입시킨다고 평가받고 있음[52]. 프랑스 독자들은 주간 단위로 새로운 에피소드를 기대하며 작가와 소통하는 새로운 소비 문화를 형성하고 있음
  - ·· 비즈니스 모델의 혁신: 초기 에피소드는 무료로 제공하고, 이후 회차는 유료로 제공하는 '기다리면 무료' 모델은 구독료에 부담을 느끼는 독자들에게 높은 접근성을 제공하며 새로운 독자층을 유입시키는 데 효과적이었음

3 카카오 픽코마(Kakao Piccoma)와 네이버 웹툰(Naver Webtoon) 사례

카카오 픽코마와 네이버 웹툰

- 글로벌 콘텐츠 시장에서 K-웹툰의 영향력이 확대됨에 따라, 유럽은 새로운 전략적 요충지로 부상하였음. 특히, 프랑스는 일본 망가의 영향력이 깊숙이 자리 잡고 있으며, 세계 3대 만화 소비 국가로 꼽히는 중요한 시장이었음. 이와 같은 잠재성을 인지하고 국내 양대 콘텐츠 기업인 카카오와 네이버는 프랑스 시장에 진출하였으나, 두 기업의 결과는 엇갈렸음. 카카오의 자회사인 카카오 픽코마는 2021년 유럽 법인 설립 이후 약 3년 만에 사업 철수를 결정하였음. 반면, 네이버 웹툰은 현지 시장에서 매출 및 월간 활성 이용자(MAU) 기준 압도적인 1위를 기록하며 성공적으로 안착하였음

48) [단독] 프랑스는K웹툰 무덤?...카카오 철수 이어NHN도 사업 중단 검토- 매일경제
49) 프랑스62만명 홀렸다…야옹이 여신강림 인기, 전세계 韓 콘텐츠 날았다- 매일경제
50) “파리지앵도 반했다”…일본·북미 이어 프랑스서 영토 넓히는K웹툰- 한국금융신문
51) “웹툰이 만화냐” 비웃던 프랑스, 네이버 웹툰 보고'푹' 빠졌다- 매일경제
52) 프랑스 언론이 분석한 한국 웹툰의 성공 방정식- FRANCEZONE

카카오 픽코마의 유럽 시장 철수 사례

- 사업 철수 결정 배경 및 과정
  - ·· 카카오의 자회사 카카오 픽코마는 2021 년 9 월 프랑스 파리에 유럽 법인을 설립하고, 이듬해 3 월부터 정식 서비스를 시작하였음. 그러나 진출 약 3 년 만인 2024 년 5 월, 유럽 법인 해산을 결정하고 2025 년 9 월 서비스를 중단하였음. 공식적인 사업 철수 배경으로는 프랑스 디지털 만화 및 웹툰 시장의 성장세가 당초 예상보다 더딘 점이 지목되었으며, 유럽 법인 설립 이후 지속적인 영업 손실을 기록한 재무적 부담이 가중되었음. 이에 따라 카카오 픽코마는 수익성이 높은 지역에 사업을 집중하기 위한 전략적 결정으로 선택과 집중을 택하였다고 밝혔음
- 현지화 및 오프라인 접점 구축의 한계
  - ·· 카카오 픽코마는 일본 1 위 디지털 만화 플랫폼으로서의 성공 경험을 바탕으로, 유럽 시장 진출 시에도 인기 일본 망가 및 한국 히트작을 중심으로 콘텐츠 라인업을 구성하는 데 주력하였음. 프랑스는 세계 3 대 만화 소비국임에도 불구하고, 여전히 출판 만화 중심의 문화가 공고하였음. 카카오 픽코마의 유럽 시장 관련 자료에서는 네이버 웹툰의 사례와는 달리 현지 출판사와의 협업을 통한 종이책 출간이나, 대규모 오프라인 행사에 참여하여 독자들과 직접 소통한 사례가 확인되지 않았음

네이버 웹툰의 유럽 시장 성공적 안착 사례

- 현지 작가 발굴 및 창작 생태계 구축 전략
  - ·· 네이버 웹툰은 단순히 한국 콘텐츠를 번역하여 공급하는 것을 넘어, 현지에서 자생적인 웹툰 생태계를 구축하는 데 집중하였음. 아마추어 창작 플랫폼인 캔버스(CANVAS)와 현지 공모전을 통해 프랑스 현지 작가들을 지속적으로 발굴하고 육성하였음. 이러한 노력의 결과로 70 편이 넘는 프랑스 오리지널 웹툰이 탄생하였으며, 한 현지 작가는 웹툰을 통해 기존 출판 시장보다 더 많은 독자들에게 스토리를 쉽게 전달할 수 있게 되었다고 언급하였음[53)]
  - ·· 더 나아가, 최근에는 현지 시장 분석을 토대로 기획을 진행하고 현지 글·그림 작가를 직접 섭외하여 작품을 제작하는 현지 프로듀싱 방식까지 도입하였음[54)]. 이는 콘텐츠를 단순히 수출하는 것을 넘어, 현지 독자들의 취향에 맞춘 제작 시스템을 구축하는 단계로 발전하였음을 의미하였음. 이러한 전략은 네이버 웹툰이 단기적인 성과보다는 장기적인 시장 리더십을 확보하고자 하였음을 보여주고 있음
- 현지 출판사와의 협업을 통한 단행본 출간 사례
  - ·· 네이버 웹툰은 출판 만화 시장이 전통적으로 강세인 프랑스 시장의 특수성을 고려하여 현지 유력 출판사 미쉘 라퐁(Michel Lafon)과 파트너십을 체결하였음. 이는 웹툰 콘텐츠를

53) 네이버웹툰, 프랑스 웹툰 플랫폼1위…"현지화 등 지속 투자" - 굿모닝경제
54) '현지감성'에 맞춘다…해외 작가 발굴 넘어 프로듀싱까지- 연합뉴스

디지털이라는 새로운 형식으로만 제공하는 것을 넘어, 독자들에게 이미 익숙한 종이책 단행본으로 출간하는 현지화 전략의 일환이었음[55]. 이 파트너십을 통해 내 남편과 결혼해줘와 입학용병 등 인기 한국 웹툰 여덟 편이 2024 년까지 단행본으로 출간될 예정이며, 일부 작품은 이미 완판을 기록하는 등 성공적인 결과를 보여주었음. 이는 웹툰이라는 디지털 IP 가 전통적인 출판 문화에 성공적으로 융합될 수 있음을 증명하였음

- 오프라인 행사 참여를 통한 브랜드 팬덤 구축
  - ·· 네이버 웹툰은 프랑스 파리에서 열리는 대형 대중문화 축제인 어메이징 페스티벌에 3 년 연속 단독 부스로 참가하며 유럽 내 대표 웹툰 플랫폼으로서의 존재감을 공고히 하였음[56]. 이 행사는 기존 일본 대중문화 중심의 축제에서 벗어나 한국, 미국 등 다양한 국가의 콘텐츠를 소개하는 장이었음. 네이버 웹툰은 부스에서 뜯어가는 포스터, 툰필터 체험, 그리고 현지 작가 및 한국 작가 사인회 등 다양한 체험형 이벤트를 제공하였음. 이러한 활동을 통해 유럽인들에게 생소한 네이버 웹툰 브랜드와 디지털 만화 형식을 집중 홍보하였음. 특히, 1 만 5 천 개가 넘는 사은품이 순식간에 동이 날 정도로 관람객들의 큰 호응을 얻으며 강력한 팬덤을 구축하였음
  - ·· 네이버 웹툰의 성공은 디지털 플랫폼의 강점을 활용하면서도 현지 문화의 특성을 포용하고 존중하는 '하이브리드(Hybrid)' 전략에 기인하였음. 프랑스 시장의 전통적인 출판 만화 문화에 대한 깊은 이해를 바탕으로 출판사 협업을 통해 웹툰을 단행본으로 출간하고, 오프라인 페스티벌에 적극적으로 참여하였음. 이 두 가지 전략은 웹툰이라는 디지털 콘텐츠가 출판 만화라는 전통적 문화와 오프라인 팬덤이라는 현지화된 생태계에 성공적으로 안착하는 핵심적인 연결고리 역할을 수행하였음. 이를 통해 네이버 웹툰은 디지털이라는 새로운 방식을 도입하면서도 종이책이라는 기존 소비 방식을 적극 활용하고, 온라인을 넘어 오프라인에서 독자 및 작가와 직접 소통함으로써 현지 독자들에게 웹툰을 단순히 새로운 형식의 콘텐츠가 아닌, 이미 익숙한 만화 소비 문화의 확장된 형태로 인식하게 만들었음
- 네이버 웹툰이 유럽 시장에서 구축한 현지 창작-출판-소비로 이어지는 선순환 생태계(Flywheel effect)는 향후 시장 확장의 강력한 동력이 될 것으로 전망됨. 현지 작가와 독자들의 활발한 참여는 콘텐츠 다양성을 높이고, 이는 다시 새로운 이용자를 유입시키는 원동력이 될 것으로 예상됨. 유럽을 포함한 글로벌 콘텐츠 시장 진출을 모색하는 국내 기업들은 단기적인 수익성보다는 장기적인 관점에서 현지 문화와 호흡하고, 인프라를 구축하며 투자하는 전략적 접근이 필요하다는 것을 시사하고 있음. 이는 단순히 콘텐츠를 판매하는 것을 넘어, 현지 사회와 문화에 뿌리내리는 진정한 의미의 현지화가 글로벌 성공의 필수 조건임을 보여주는 사례라고 할 수 있음

55) 네이버웹툰, 프랑스 웹툰 플랫폼1위…"현지화 등 지속 투자" - 굿모닝경제
56) 네이버웹툰, 프랑스 미쉘라퐁과 파트너십…오프라인 시장 확대- 더구루

4 키다리스튜디오(KidariStudio)의 델리툰(Delitoon) 투자 성공 사례

키다리스튜디오(KidariStudio)의 델리툰(Delitoon) 인수 배경 및 전략

- 키다리스튜디오는 2019 년 7 월 프랑스 웹툰 플랫폼 델리툰의 지분 60.2%를 인수하며 경영권을 확보하였음[57]. 델리툰은 프랑스 유명 출판사 캐스테르만(Casterman)의 편집장이었던 디디에 보르그(Didier Borg)가 한국 웹툰 산업을 벤치마킹하여 2011 년에 설립한 유럽 최초의 웹툰 플랫폼이었음[58]. 카카오 픽코마가 2022 년에 프랑스 시장에 진출한 것과 달리, 키다리스튜디오(KidariStudio)는 3 년 앞서 현지 플랫폼을 인수하여 시장에 선제적으로 진입하였음. 이는 당시 유럽 시장에 대한 정보가 부족한 상황에서 이미 시장에 안착한 현지 플랫폼의 인프라와 노하우를 활용하여 진출 리스크를 최소화하려는 전략적 판단이었음. 또한, 델리툰이 한국형 웹툰 모델을 기반으로 시작되었다는 점은 인수를 통한 시너지 창출 가능성을 높이는 중요한 요인으로 작용하였음. 결과적으로, 이 선제적 투자는 후발주자들이 겪었던 '더딘 시장 성장세'라는 진입 장벽을 미리 돌파하는 효과를 가져왔음
- 키다리스튜디오(KidariStudio)는 델리툰 인수 이후 2021 년에는 레진코믹스(Lezhin Comics)를, 2018 년에는 봄툰(Bomtoon)을 인수하며 여성향 콘텐츠 포트폴리오를 대폭 강화하였음[59]. 이로써 델리툰은 키다리스튜디오(KidariStudio), 봄툰(Bomtoon), 레진코믹스(Lezhin Comics) 등 그룹 내 플랫폼의 독점 콘텐츠를 프랑스어로 번역하여 제공하는 핵심 유통 채널 역할을 수행하였음[60]. 키다리스튜디오(KidariStudio)는 단순히 델리툰이라는 플랫폼을 확보하는 데 그치지 않고, 콘텐츠 제작사 및 플랫폼 운영사를 연이어 인수하며 웹툰 IP 의 기획, 제작, 유통, 플랫폼으로 이어지는 수직적 가치 사슬을 구축하였음. 특히, 봄툰(Bomtoon)과 레진코믹스(Lezhin Comics)가 강점을 지닌 BL(Boys' Love) 등 여성향 작품에 델리툰이 특화되면서, 유럽에서 로맨스/판타지 장르에 대한 높은 선호도와 결합하여 강력한 틈새시장을 공략하였음. 이는 플랫폼과 콘텐츠의 시너지를 극대화하는 성공적인 인수합병(M&A) 전략으로 평가되었음[61]

델리툰의 프랑스 내 비즈니스 현황과 주요 성과

- 델리툰은 키다리스튜디오(KidariStudio) 인수 이후 2020 년 매출액 109 억 2,900 만 원(약 970 만 달러)을 기록하며, 전년(33 억 1,700 만 원) 대비 약 230%라는 폭발적인 성장을 달성하였음[62]. 이러한 성과에 힘입어 2022 년 기준 프랑스 웹툰 시장 매출 순위에서 네이버 웹툰에 이어 2 위를 차지하는 등 주요 플랫폼으로 자리매김하였음[63]. 이는 프랑스 웹툰 시장이

57) Kidari Studio buys 20.9% stake in French webtoon firm Delitoon - The Korea Herald
58) 탑툰 인기 작품, 프랑스 웹툰 플랫폼 '델리툰' 진출- 독서신문
59) 키다리스튜디오- 기업현황- 기업모니터
60) Comics Platforms Lezhin and Kidari Ink Exclusive Distribution Pact - Animation Magazine
61) KidariStudio: Unrivaled Library of Genres - Businesskorea
62) Media/Entertainment, https://securities.miraeasset.com
63) K웹툰 흠뻑 빠진 프랑스- 아시아경제

단일 플랫폼의 독과점 체제라기보다는, 각 플랫폼이 특화된 전략을 통해 시장의 파이를 함께 키워나가고 있음을 시사하였음. 네이버가 현지 창작 생태계와 단행본화를 통해 폭넓은 독자층을 흡수하는 동안, 델리툰은 여성향 콘텐츠라는 명확한 틈새시장에서 견고한 성과를 창출하였음

- 2021 년 3 월 기준 183 만 명의 이용자를 확보하였으며, 340 여 편의 한국 웹툰 프랑스어 번역본을 서비스하고 연말까지 300 여 편을 추가할 계획을 세웠음[64]. 주로 로맨스, 판타지, BL(Boys' Love) 등 여성향 장르에 강점을 보였으며, 〈페이백(Payback)〉, 〈징크스(Jinx)〉 등 봄툰(Bomtoon) 및레진코믹스(Lezhin Comics)의 인기 작품들을 독점적으로 서비스하였음. 델리툰은 과거 레진코믹스(Lezhin Comics)와 전략적 제휴를 맺고 웹툰을 상호 공급하는 등 활발한 콘텐츠 교류를 진행하였음. 이는 키다리스튜디오(KidariStudio)의 레진코믹스(Lezhin Comics) 인수 이후에도 강화되었으며, 각 플랫폼의 강점을 활용한 콘텐츠 유통을 통해 시너지를 창출하였음. 이는 콘텐츠 제작에만 의존하는 것이 아니라, 플랫폼 간의 협력 및 인수합병을 통해 풍부한 IP 를 확보하고 시장을 확장하는 새로운 비즈니스 모델을 제시하였음
- 델리툰은 한국 웹툰 산업에서 보편화된 '기다리면 무료' 모델과 유사한 부분 유료화 방식을 채택하였음. 초기 일부 에피소드를 무료로 제공하고, 이후 유료로 전환하는 이 방식은 독자들이 콘텐츠에 대한 거부감 없이 접근하도록 유도하며 유료 이용자 전환율을 높이는 데 기여하였음. 프랑스 독자들이 코믹스(Comics) 시장에서 '소형 가격(petit prix)' 프로모션에 민감하게 반응했듯이, 델리툰의 '기다리면 무료' 모델은 회당 소액 결제에 대한 심리적 장벽을 낮추는 역할을 수행하였음. 이는 델리툰이 단순히 한국의 비즈니스 모델을 적용한 것을 넘어, 프랑스 시장의 소비 심리와 모바일 환경에서의 스낵 컬처(Snack Culture) 경향에 부합하는 현지화 전략을 구사하였음을 의미함

성공 요인 분석: 콘텐츠 전략 및 오프라인 확장

- 델리툰은 네이버 웹툰이 액션, 판타지 등 남성향 웹툰으로 시장을 공략한 것과 달리, 로맨스 판타지, BL 등 여성향 콘텐츠를 중심으로 경쟁력을 확보하였음[65]. 전통적으로 남성향 액션 장르가 주류였던 만화 시장에서, 델리툰은 여성 독자층의 강력한 구매력과 높은 충성도에 주목하였음. 이들은 '기다리면 무료' 모델을 통해 유입된 후, 팬덤을 기반으로 한 굿즈 구매 등 고부가가치 소비를 창출하는 경향을 보였음. 델리툰의 성공은 단순히 장르를 확장한 것을 넘어, 소외되었던 여성 독자층을 핵심 소비자로 재정의하고, 이들을 대상으로 한 비즈니스 모델을 성공적으로 구축한 사례로 평가되었음
- 2025 년 1 월, 델리툰은 파리 마레 지구에 상설 오프라인 매장인 'J.MEESHOP EU(재이미샵 EU)'를 오픈하였음. 이는 온라인 플랫폼에서 서비스되는 웹툰 IP 를 활용한 굿즈 판매 및 팬 미팅 등 오프라인 행사를 통해 팬덤을 공고히 하려는 전략으로 분석되었음. 네이버 웹툰이 파리에서 오프라인 페스티벌 참가를 통해 팬덤을 구축한 것과 같이, 델리툰 또한 상설

64) Allez les webtoons! Korean content sees success in France – Korea JoongAng Daily
65) 델리툰, 파리에 웹툰 상설 매장 열고 유럽 시장 본격... – FRANCEZONE

매장이라는 형태로 오프라인 접점을 확장하였음. 이는 프랑스 만화 시장의 '소장 가치'와 '물리적 매체' 선호 문화를 이해하고, 디지털 콘텐츠 경험을 오프라인 팬덤 활동으로 연결하는 '하이브리드 전략'을 구사한 것으로 해석됨. 특히 〈페이백(PAYBACK)〉 작가 팬 미팅 개최는 온라인 독자들을 오프라인으로 유인하는 강력한 마케팅 수단이 되었음. 델리툰은 주로 한국 웹툰을 프랑스어로 번역하여 서비스하였으며, 독일어 및 아랍어 서비스도 확장해나가는 등 언어적 현지화에 집중하였음[66]. 또한, 한국어와 프랑스어를 같이 노출하는 효과음 처리 방식과 같이 현지 독자들의 경험을 고려한 세밀한 현지화 노력이 있었음

경쟁구도 비교 및 차별점

- 네이버 웹툰은 압도적인 MAU(86.8 만 명)와 매출액(약 787 만 달러)으로 시장을 선도하고 있음. 네이버의 성공은 '현지 작가 육성', '오프라인 행사', '유력 출판사와의 단행본 협업' 등 현지 생태계 구축에 초점을 맞춘 데 기인하였음. 델리툰은 상대적으로 낮은 시장 점유율(18%)을 보유하고 있으나, 네이버가 선점하지 않은 '여성향'이라는 틈새시장에서 견고한 입지를 구축하였음. 프랑스 웹툰 시장은 네이버 웹툰이 시장의 파이를 키우는 '생태계 조성자(Ecosystem Creator)' 역할을 하는 동안, 델리툰은 특정 독자층을 심층적으로 공략하여 수익성을 확보하는 '틈새시장 전문가(Niche Market Expert)' 역할을 수행하였음. 이 두전략은 서로 경쟁하기보다는 시장을 다면적으로 확장하며 공존하는 관계를 형성하고 있음
- 이는 유럽 시장에서 단일한 성공 공식이 존재하지 않으며, 각 기업의 강점에 기반한 다양한 전략이 유효함을 보여주는 중요한 사례였음. 델리툰은 현지 플랫폼을 인수하고, 명확한 콘텐츠 전략을 구사하였으며, 오프라인 접점 확대를 통해 팬덤을 구축하였음. 키다리스튜디오(KidariStudio)는 현지 플랫폼을 인수하며 기존의 시장 문화에 한국 웹툰을 '융합'시키는 전략을 택하였음

66) French webtoon platform posts over 200% growth via Korean content – KED Global

Ⅳ. 프랑스 만화 IP 기반 영상물 제작 현황 및 한국 웹툰의 가능성

순서

1. 프랑스 만화(Bande Dessinée) 영상화 현황 및 특징
2. 기타 유럽 만화 및 일본 망가 영상화 동향
3. 한국 웹툰의 영상화 현황 및 프랑스 내 IP 라이선싱 가능성
4. 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 성공 사례 분석
5. 기타 인기 한국 웹툰 현황
6. 결론 및 시사점

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 프랑스 만화(Bande Dessinee) 영상화 현황 및 특징

원천 지적재산권(IP)의 중요성

- 글로벌 콘텐츠 시장에서 원천 지적재산권(IP)의 중요성이 점차 증대되고 있음. 그중에서도 만화는 풍부한 스토리와 시각적 요소를 바탕으로 드라마, 영화, 애니메이션, 게임 등 다양한 형태의 영상 콘텐츠로 확장되며 핵심적인 IP 공급원 역할을 수행하고 있음. 본 보고서는 만화 강국으로 손꼽히는 프랑스, 일본, 그리고 한국의 만화 IP 기반 영상물 제작 현황을 분석하였음. 본 장에서는 각국의 독특한 만화 산업적 특성과 영상화 비즈니스 모델을 비교하고, 이를 통해 글로벌 시장에서 만화 IP가 지닌 전략적 의미와 향후 전망에 대한 통찰을 제시하는 것을 목적으로 하였음

프랑스 만화 산업의 독특한 위상과 역사

- 프랑스의 만화는 '방드 데시네(Bande Dessinée, BD)'라 불리며 단순한 오락물을 넘어 하나의 예술 장르로 확고한 지위를 구축하였음. 이는 루브르 박물관이 BD를 예술로 인정하고, BD 종사자들을 예술가로 호칭하는 문화적 배경에 기인하였음. 일본 만화가 스토리텔링을 중심으로 전개되는 것과 달리, BD는 '메시지'에 무게중심을 두며 과학이 가미된 듯한 정교하고 세밀한 그림체로 독자의 상상력을 자극하는 특징을 지니고 있음[67]. 이와 같은 문화적 특성은 프랑스 만화 영상화의 방향성에 깊이 영향을 미치고 있음
- 또한, 프랑스 정부는 만화 산업을 국가 전략 산업으로 육성하고자 하는 명확한 정책을 수립하고 있었음. 프랑스국립영화영상센터(CNC-Centre national du cinéma et de l'image animee)가 운영하는 'TRIP[68]' 프로그램은 해외 기업이 프랑스에서 애니메이션 콘텐츠를 제작할

67) 제9의 예술, 프랑스 만화의 힘- 주간조선
68) Tax Rebate for International Production

경우, 200 만 유로 이상의 제작 비용에 대해 최대 40%의 세금 환급 혜택을 제공하였음. 이 프로그램의 수혜를 받는 애니메이션 작품 수는 2019 년 대비 2021 년에두 배로 증가하였음. 이러한 정부 주도의 재정적 지원은 프랑스가 자본력을 앞세운 미국이나 일본 콘텐츠에 맞서 자국의 고품질 영상물 제작 역량을 강화하고, 독창적인 예술적 가치를 지닌 작품을 제작하는 허브로 자리매김하려는 전략적 시도로 평가되었음

주요 영상화 사례 및 제작 경향

- 프랑스는 고전 명작부터 현대적 감각을 지닌 작품까지 다양한 BD 를 원작으로 한 영상물을 제작하였음. 대표적인 사례로는 〈아스테릭스(Asterix)〉와 〈틴틴의 모험(The Adventures of Tintin)〉 등 전통적인 BD 를 기반으로 한애니메이션 영화들이 꾸준히 제작되어 왔음. 특히 현대에 이르러서는 글로벌 협업을 통해 IP 의 잠재력을 극대화하는 경향이 두드러지고 있음
- 애니메이션 〈미라큘러스: 레이디버그와 블랙캣(Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir)〉은 프랑스 제작사 자그툰(Zagtoon)이 일본의 토에이 애니메이션, 한국의 삼지 애니메이션 등과 공동 제작하여 전 세계 150 여 개국에 방영된 대표적인 성공 사례였음. 이러한 국제적 파트너십 모델은 프랑스 IP 가 특정 문화권에 머무르지 않고 글로벌 시장의 기술력과 자본을 결합하여 확산되는 중요한 통로가 되었음. 또한, 넷플릭스 오리지널 애니메이션 〈아케인(Arcane)〉은 프랑스의 포티셰(Fortiche) 스튜디오가 제작하였으며, 2D 와 3D 를 혼합한 혁신적이고 독특한 애니메이션 스타일로 전 세계적인 호평을 받았음[69]. 이 작품의 제작 과정에서 한 애니메이터가 하루에 0.7 초의 분량을 작업하는 등 높은 예술적 완성도를 위해 상당한 시간과 노력이 투입되었음. 이와 같은 제작 방식은 빠른 속도와 대량 생산을 추구하는 다른 콘텐츠 시장과는 달리, 작품의 예술적 가치를 우선시하는 프랑스 BD 산업의 문화적 특성을 반영하고 있음

프랑스 만화 영상화의 비즈니스 모델과 도전 과제

- 프랑스 BD 산업은 높은 문화적 위상을 지녔으나, 상업적인 측면에서는 일본 망가의 영향력 아래 놓여 있었음. 일본 망가가 TV 애니메이션이라는 강력한 미디어 매체를 통해 팬덤을 먼저 확보하고 이를 원작 만화책 구매로 연결하는 선순환 구조를 성공적으로 구축한 결과로 풀이되었음
- 이처럼 BD 의 높은 문화적 위상은 대중적 상업성을 반드시 보장하는 것은 아니었음. 〈아케인(Arcane)〉과 같은 고품질 작품은 예술적 성공을 거두었으나, 이는 오랜 시간과 막대한 투자를 요구하는 모델이기에 대규모 콘텐츠 공급을 요구하는 OTT 시장의 흐름에 대응하는 데는 한계가 있었음

69) [no spoilers] Confirmed facts/info about Arcane's animation/production process. - Reddit

2 기타 유럽 만화 및 일본 망가 영상화 동향

기타 유럽 국가의 만화 영상물 제작 동향

- 프랑스 외 다른 유럽 국가들 역시 고유한 만화 및 애니메이션 제작 전통을 보유하고 있었음. 영국의 아드만 스튜디오(Aardman Animations)는 월레스와 그로밋, 숀더쉽 등 독특한 클레이 애니메이션과 스톱모션 기술로 세계적인 명성을 얻었음
- 벨기에는 〈틴틴의 모험(The Adventures of Tintin)〉이라는 전 세계적인 고전 만화를 배출하였으며, 이는 스티븐 스필버그(Steven Spielberg) 감독에 의해 할리우드에서 모션 캡처 애니메이션 영화 〈틴틴: 유니콘호의 비밀(The Adventures of Tintin: The Secret of the Unicorn)〉으로 제작되기도 하였음. 이러한 사례들은 유럽 만화 산업이 단일체가 아닌, 각국의 특화된 제작 기술과 장르적 강점을 기반으로 개별적인 니치(niche) 시장을 공략하며 경쟁력을 확보하고 있음을 시사함

일본 망가의 프랑스 시장 장악력

- 일본 망가가 프랑스 만화 시장에서 압도적인 점유율을 차지하게 된 배경에는 애니메이션을 통한 전략적인 시장 선점이 있었음. 1980 년대 〈그랜다이저(Grendizer)〉와 같은 일본 애니메이션이 프랑스 TV 를 통해 대규모로 방영되면서 프랑스 어린이 및 청소년에게 폭발적인 인기를 얻었고, 이는 이후 1990 년대 주요 프랑스 출판사들이 대규모로 일본 망가를 번역 출간하는 계기가 되었음[70]. 이처럼 애니메이션을 통해 형성된 팬덤은 자연스럽게 원작 만화책 소비로 이어졌으며, 이는 현재 대형 서점과 동네 서점에 일본 망가 전용 서가가 늘어나는 현상으로 이어졌음
- 일본 애니메이션의 영상화는 제작위원회라는 독특한 비즈니스 시스템을 통해 이루어지고 있음. 제작위원회는 출판사, 음반사, 방송사, 게임사, 완구 제작사 등 여러 기업이 공동으로 투자하여 영상물 제작에 따른 재무적 위험을 분산하는 구조를 가지고 있음.
- 이 시스템의 장점으로는 대규모 자본을 용이하게 유치할 수 있어 고품질의 작품을 만들 수 있으며, 작품이 실패하더라도 특정 기업이 모든 손실을 떠안는 위험을 줄일 수 있음. 또한, 참여 스폰서들은 제작 단계부터 IP 권리를 확보하여 애니메이션 흥행 시 관련 상품을 기획하고 판매하는 등 다각적인 수익 창출이 가능함. 그러나 이 시스템은 구조적인 문제점 또한 내포하고 있음. 제작사는 위원회 내에서 1-2%의 낮은 투자 지분만을 보유하거나, 단순 외주 제작사로서 고정된 제작 단가만을 받는 경우가 많음. 이로 인해 작품이 크게 성공하더라도 대부분의 수익은 스폰서에게 돌아가고, 정작 작품을 제작한 제작사는 낮은 수익만을 얻는 불공정한 분배 구조가 고착화되었음. 이는 제작 환경의 개선이나 애니메이터의 저임금 문제 해결을 어렵게 하는 주요 원인이 되었음. 표면적으로는 '위험 분산'이라는 합리적인 명분을 내세우고 있으나, 실질적으로는 '창작자 권리 제한'이라는 결과를 낳았음

70) 일본만화와의 비교분석을 통해 본 프랑스의 한국만화 수용과정/ 한상정(1) - https://snachild.tistory.com/640

3 한국 웹툰의 영상화 현황 및 프랑스 내 IP 라이선싱 가능성

웹툰 원작 영상화 성공 사례

- 웹툰은 스토리의 기획 단계에서부터 영상화를 염두에 둔 '원천 IP'로 각광받고 있음. 〈스위트홈〉, 〈무빙〉, 〈마스크걸〉, 〈이태원 클라쓰〉 등 수많은 웹툰 원작 영상물이 흥행에 성공하였음. 이러한 성공은 높은 싱크로율과 영상화에 맞는 과감한 각색에서 비롯되었음. 특히 〈무빙〉의 경우 원작자 강풀이 직접 극본을 집필하고 600 억 원의 제작비를 투입하여 초능력자들의 모습을 생생하게 구현해 호평을 받았음. 또한, 네이버 웹툰의 자회사 스튜디오 N 은 로그인 기반 서비스에서 얻는 독자 데이터를 활용하여 영상화할 작품을 선정하였음. 이는 기존 콘텐츠 산업이 감에 의존하던 투자 방식에서 벗어나, 이미 시장성을 검증 받은 스토리를 기반으로 투자 리스크를 최소화하는 확률 게임 모델로 전환되었음을 의미함. 이러한 데이터 기반의 의사 결정은 한국 웹툰 영상화의 핵심 경쟁력으로 작용하였음

웹툰 IP 라이선싱 계약 현황 및 비즈니스 모델

- 한국 웹툰 산업의 성장은 OSMU(One Source Multi-use) 전략과 불가분의 관계에 있음. 웹툰 IP 를 활용한 드라마, 영화, 게임 등 2 차 콘텐츠 제작이 활발하게 이루어졌음. 그러나 이 과정에서 수익 분배의 불평등 문제가 제기되었음. 웹툰 작가들은 원고료 외에 작품의 2 차 개발 수익을 제대로 받지 못하는 경우가 많아 불안정한 계약 제도에 놓여 있었음. 이는 일본의 제작위원회 시스템이 스폰서에게 유리한 수익 구조를 만든 것처럼, 한국에서는 플랫폼과 제작사가 이익의 대부분을 가져가는 구조로 작 용하였음
- 한국 웹툰의 해외 수출 형태를 보면, 온라인 전송권이 80.6%로 압도적인 비중을 차지하였고, 2 차적 저작물 작성권 라이선스는 3.0%에 불과하였음[71]. 이는 웹툰 IP 의 잠재적 가치를 온전히 실현하는 데 한계가 있음을 보여주는 지표라고 할 수 있음

한국 웹툰의 유럽 및 프랑스 시장 진출 현황

- 한국 웹툰은 유럽 시장에서 8.2%의 수출 비중을 차지하며 성장하고 있음. 특히 프랑스 시장에서 네이버 웹툰은 2019 년 진출 이후 200 만 명 이상의 이용자를 확보하며 현재 프랑스 웹툰 플랫폼 1 위를 기록하고 있음[72]. 이는 일본 망가가 1980 년대 TV 를 통해 시장을 공략한 것과 유사하게, 한국 웹툰이 모바일 플랫폼이라는 새로운 미디어를 통해 시장을 성공적으로 개척한 결과로 해석되고 있음
- 네이버 웹툰은 프랑스 시장에서 현지 작가와의 협업을 강화하고 프랑스어 서비스를 제공하는 등 철저한 현지화 전략을 통해 시장을 공략하였으며, 이로 인해 프랑스 웹툰 앱 시장 전체 매출에서 차지하는 점유율(Market Share)이 51.02%를 차지하며 1 위를 기록하는 데 성공하였음[73]. 즉,

71) K-웹툰 매출액 첫2조원 돌파…6년 연속 성장세| 연합뉴스
72) 프랑스 언론이 분석한 한국 웹툰의 성공 방정식- FRANCEZONE
73) "2023 웹툰 사업체 실태조사," 한국콘텐츠진흥원

프랑스에서 발생한 모든 웹툰 앱 매출의 절반 이상이 네이버 웹툰에서 나왔다는 의미로, 이는 네이버 웹툰이 프랑스 시장을 독점적으로 지배하고 있다는 것임. 디지털 접근성을 높이고 현지 독자에게 친숙한 콘텐츠를 제공하는 것이 글로벌 시장 경쟁에서 핵심적인 성공 요인이 되고 있음

국가별 만화-영상화 비즈니스 모델 비교 및 시사점

- 프랑스, 일본, 한국은 각국의 문화적 배경과 산업적 특성에 따라 독자적인 만화 IP 기반 영상화 비즈니스 모델을 구축하였음

[표 3] 국가별 만화-영상화 비즈니스 모델 비교

구분	프랑스(BD)	일본(망가)	한국(웹툰)
산업적 특징	예술적 가치 중시	강력한 출판-미디어 산업 연계	디지털 플랫폼 기반, 모바일 최적화
핵심 시스템	정부 지원 및 국제 공동 제작	제작위원회 (리스크 분산)	플랫폼 중심(데이터 기반 사업성 검증)
영상화 흥행 요인	예술적 완성도, 독창적 시각 효과	원작 팬덤, 대규모 자본 투입	검증된 스토리, 높은 싱크로율
수익 분배 구조	예술성 우선의 재정적 지원	투자자 중심의 불공정 분배	플랫폼 중심의 계약 불균형
시장 내 경쟁력	소량의 고품질 작품 생산	OSMU를 통한 IP의 전방위 확장	빠른 콘텐츠 생산 및 글로벌 시장 개척

출처: 언론보도 종합, 용역사 재구성

- 위 표에서 나타나듯, 프랑스는 예술성과 정부 지원을 통해 독특한 고품질 콘텐츠를 지향하였음. 일본은 제작위원회를 통해 하이 리스크 사업의 재정적 안정성을 확보하고 OSMU를 통한 IP 확장을 도모하였음. 한국은 데이터 기반의 사업성 검증과 모바일 접근성을 무기로 콘텐츠의 시장성을 사전에 예측하고 빠르게 시장을 확장하고 있음. 그러나 세 모델 모두 고유한 한계를 노출하고 있음. 프랑스는 예술성 추구가 상업적 성공으로 직결되지 않는다는 과제를 안고 있으며, 일본과 한국은 공통적으로 투자자(플랫폼) 중심의 불평등한 수익 구조로 인해 창작자의 권리와 보상이 소외되는 문제를 겪고 있음
- 글로벌 OTT 시장의 확대는 만화 IP 영상화의 가장 큰 동인이 되었음. 특히 한국 웹툰은 이러한 흐름에 최적화된 형태로 빠르게 성장하였음. 하지만 글로벌 콘텐츠 시장은 대형 자본 기반의 인수합병, 영상 제작비 급상승, 우수 인력 확보 등 경쟁이 심화되는 양상을 보이고 있음[74]. 한국 웹툰의 경우, 창작자들의 저임금, 과로 등 제작 환경의 문제가 지속되고 있으며, 이는 장기적인 관점에서 산업의 지속 가능성을 위협하는 요인으로 지적되고 있음

74) Animated Films Market Size, Trends & Forecast 2021-2030 - Spherical Insights

4 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 성공 사례 분석

K-웹툰, 프랑스 만화 시장의 새로운 지평

- 2024 년에도 한국 웹툰 원작인 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉이 프랑스 종이책 시장에서 지속적으로 베스트셀러 순위를 차지하며 전례 없는 성공을 기록하였음[75]. 이러한 성공은 단순한 단일 콘텐츠의 흥행을 넘어, K-웹툰이 프랑스 출판 시장에서 새로운 독자층을 창출하고 시장의 구조적 변화를 견인할 수 있는 강력한 지적재산권(IP)임을 입증한 사례로 평가되고 있음[76].
- 그동안 프랑스 출판 시장은 유럽 내 BD 와 망가의 주요 소비국으로서 독특한 위상을 구축해왔음. 그러나 한국의 웹툰은 디지털 환경에 최적화된 세로 스크롤 포맷과 독특한 스토리텔링 방식으로 새로운 독서 경험을 제공하며 빠르게 입지를 넓히고 있음[77]. 특히 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉은 웹소설, 웹툰, 애니메이션, 게임으로 이어지는 원소스 멀티유즈(OSMU) 전략을 성공적으로 전개하며, 각 매체가 유기적으로 결합하여 상호 시너지를 창출하는 혁신적인 비즈니스 모델을 제시하였음[78]

프랑스 종이책 시장 내 성과 지표 및 위상

- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉은 프랑스 내에서 기록적인 판매 성과를 달성하며 K-웹툰 IP 의 잠재력을 가시적으로 증명하였음. 2023 년 기준, 프랑스 현지 출판사 델쿠르(Delcourt) 그룹의 웹툰 전문 임프린트(Imprint)[79] 케이브북스(Kbooks)[80]를 통해 출판된 6 개 단행본의 누적 판매량이 약 100 만 부에 달하는 것으로 파악되었음. 이러한 판매량은 프랑스 출판 시장에서 매우 이례적인 기록으로, 웹툰 IP 가 종이책 시장 내에서 주류 콘텐츠로 자리매김했음을 의미함
- 2024 년에도 그 인기는 지속되었음. 프랑스 주요 서점 체인인 프낙(Fnac)의 온라인 채널에서는 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 여러 권이 꾸준히 높은 판매 순위를 기록하고 있으며, 독자들로부터 다수의 긍정적 평점을 얻으며 높은 만족도를 입증하였음[81]. 특히 단행본 개별 판매 외에도 여러 권을 묶은 박스 세트인 코프레(coffret)[82] 상품이 지속적으로 출시되고 있으며, 이는 팬덤의 강력한 소장 욕구를 충족시키며 IP 의 고부가가치화를 실현하였음. 이러한 현상은 웹툰의 주요 소비 방식인 디지털 플랫폼에서 콘텐츠를 경험한 독자들이, 고품질의 물리적 상품으로서의 소장 가치를 위해 종이책을 구매하는 새로운 소비 패턴을 형성하였음을 시사함. 이는 디지털과

75) All About Solo Leveling – The Rise of a Hunter, Now Available in French – Lireka
76) Présentation PowerPoint – France en Corée – Culture
77) Webtoon: The meteoric rise of Korean digital comics – Apolline.art
78) 제2의'나혼렙'을 찾아라…콘텐츠업계의 성공 키워드'OSMU' – 이코노미스트
79) '임프린트'는 출판 업계 용어로, 한 출판사 안에 특정 분야의 책을 전문적으로 출판하기 위해 만든 별도의 브랜드나 부서를 의미함. 출판사의 '자회사' 또는 '독자적인 브랜드'라고 할 수 있음
80) 'Kbooks'는 '한국(Korea)'의 'K'와 '책(books)'을 결합해 '한국의 책'이라는 뜻을 담고 있음. 여기에 'Cave(동굴)'라는 단어를 더해 '웹툰이라는 새로운 동굴에서, 아직 세상에 나오지 않은 보석 같은 이야기들을 발굴해 책으로 엮어내겠다'는 의미를 표현
81) Solo Leveling roman T03 – Fnac
82) '코프레(coffret)'는 프랑스어에서 유래한 단어로, '선물상자' 또는 '작은 상자'라는 뜻을 가지고 있음. 출판 업계에서는 여러 권의 책을 하나의 세트로 묶어 특별한 상자에 담아 판매하는 상품을 의미하며, 주로 한정판이나 소장 가치가 있는 상품에 사용

종이책 시장이 서로 경쟁하는 관계가 아닌, 상호 보완적으로 성장하는 새로운 시장 생태계가 구축되었음을 보여주는 중요한 지표로 분석됨

[표 4] 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 프랑스 내 주요 판매 지표

구분	주요 지표	세부 내용
누적 판매량	약 100만 부 이상 추정 (2025년 9월 기준)	델쿠르(Delcourt)를 통해 출판된 6개 단행본의 판매량
베스트셀러 순위	2024년에도 지속적으로 상위권 기록	프낙(Fnac) 등 주요 온/오프라인 서점에서 베스트셀러 순위 유지
상품 종류	단행본 및 박스 세트(코프레)	단행본 외에 3권 단위의 박스 세트가 출시되어 팬덤의 소장 욕구 충족
독자 평점	높은 만족도	라쿠텐(Rakuten) 등 온라인 유통 채널에서 다수의 긍정적 후기 및 높은 평점 기록

출처: All About Solo Leveling – The Rise of a Hunter, Now Available in French – Lireka,
Présentation PowerPoint – France en Corée – Culture,
Solo Leveling (1er édition) – Coffret – Tome 1 | Rakuten.
Solo Leveling : du light novel à anime au succès mondial – Japanim

전략적 파트너십 및 유통 구조

- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 프랑스 시장 성공은 한국과 프랑스 출판사 간의 긴밀한 전략적 파트너십을 통해 가능하였음. 이 작품의 원작 웹소설 및 웹툰의 IP 홀더는 한국의 디앤씨미디어(D&C Media)이며, 프랑스 내 종이책 출판은 델쿠르(Delcourt) 그룹이 담당하였음[83]

|그림 6| 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 현지화 및 유통 방식
출처: Solo Leveling (1er édition) – Coffret – Tome 1 | Rakuten

- 델쿠르(Delcourt) 그룹이 시도한 웹툰의 출판은 웹툰을 기존의 일본 망가나 프랑스 방드데시네와는 다른 독립적인 카테고리로 전문화하여 접근한 전략적 결정으로 분석됨. 케이브북스(Kbooks)의 성공은 프랑스 출판 시장에 큰 영향을 미쳤으며, 2024 년 11 월에는 프랑스 대형 출판 그룹인 에디티스(Editis)가 델쿠르(Delcourt) 그룹을 인수하는 결과로 이어졌음[84]. 이러한 인수합병은 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉과 같은 K-웹툰 IP 의

83) Comic book publishing: the Autorité clears the acquisition of the Delcourt group by Editis
84) Comic book publishing: the Autorité clears the acquisition of the Delcourt group by Editis

성공이 프랑스 출판 시장 전체의 지형을 변화시키고 있음을 보여주는 결정적인 증거로 해석됨

- 유통 측면에서는 프낙(Fnac)과 같은 대형 오프라인 서점 체인과 리레카(Lireka) 등 온라인 서점을 통해 광범위하게 유통되었음. 한국 정부 역시 해외 출판사 대상 번역 및 출판 지원, 표준 계약 모델 제시 등을 통해 K-북의 해외 진출을 적극적으로 지원하였으며[85], 이는 한국 원작사와 프랑스 현지 출판사 간의 안정적인 계약 관계를 구축하는 데 긍정적인 영향을 미친 것으로 파악됨

원소스 멀티유즈(OSMU) 기반의 마케팅 전략

- 〈나 혼자만 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 성공은 단순한 단일 매체로서의 흥행을 넘어, 웹소설에서 시작된 강력한 IP 가 웹툰, 애니메이션, 게임으로 확장되는 거대한 OSMU 생태계를 성공적으로 구축한 결과임[86]. 이 OSMU 전략은 각 매체가 상호 홍보 채널 역할을 수행하는 '피드백 루프'를 형성하여 IP 의 영향력과 수익성을 극대화하였음
- 가장 결정적인 역할을 한 것은 2024 년 1 월 크런치롤(Crunchyroll)을 통해 방영된 애니메이션이었음[87]. 해당 애니메이션은 2024 년 크런치롤(Crunchyroll)에서 가장 많이 시청된 신작 애니메이션으로 기록되는 등 전 세계적인 흥행에 성공하였음. 애니메이션의 압도적인 시각적 연출과 역동적인 액션은 원작을 모르던 신규 시청자들을 대거 유입시켰으며, 이들은 원작 웹툰과 종이책을 찾아 구매함으로써 종이책 판매량 급증의 핵심 동인이 되었음[88]
- 또한, 넷마블(Netmarble)이 출시한 모바일 게임 〈나 혼자만 레벨업: 어라이즈(Solo Leveling: Arise)〉는 2024 년 5 월 출시 후 3 개월 만에 전 세계적으로 1 억 달러 이상의 매출을 기록하였음[89]. 이는 애니메이션의 성공이 게임이라는 다른 매체로 팬덤을 성공적으로 전환시키는 동시에, IP 의 수익화 가능성을 입증한 사례로 평가됨. 2025 년 11 월에는 PC 및 콘솔용 게임인 〈나 혼자만 레벨업: 어라이즈 오버드라이브(Solo Leveling: ARISE OVERDRIVE)〉의 출시도 예정되어 있어 IP 의 생명력을 지속적으로 확장할 것으로 전망됨. 이외에도 펀코(Funko) 피규어, 카드 게임 등 다양한 라이선싱 상품들이 출시되며 IP 의 영향력을 다각도로 확대하였음[90]
- 위와 같은 OSMU 전략은 각 매체의 성공이 서로에게 긍정적인 영향을 미치는 선순환 구조를 만들어냈음. 애니메이션이 새로운 팬을 유입시키고, 게임이 IP 의 수익성을 증명하며, 이는 다시 원작인 종이책에 대한 수요를 촉진하는 유기적인 관계를 구축한 것임. 이는 같은 시기 미국 시장에서 원작 만화책 판매가 다소 부진한 사례와 대조적으로[91], 프랑스 시장이 OSMU 를 통한 IP 확장 모델에 독특한 수용성을 보이고 있음을 시사하고 있음

85) The foundation of K-Culture, together with the world, is K-Books
86) 제2의'나혼렙'을 찾아라…콘텐츠업계의 성공 키워드'OSMU' - 이코노미스트
87) It's Official: Solo Leveling Is the Top New Anime of 2024 at Crunchyroll and Beyond, https://screenrant.com
88) L'anime Solo Leveling a dépassé les 200 000 notes moyennes avec seulement 12 épisodes. Seuls 6 autres anime dans le passé ont réussi à atteindre autant d'audience. : r/sololeveling - Reddit
89) Solo Leveling: Arise Revenue Surpasses $100 million - Sensor Tower
90) Sung Jinwoo - Solo Leveling Pop! Vinyl - Funko Europe
91) Solo Leveling's U.S. Book Sales Are Slipping Unexpectedly - Screen Rant

[표 5] 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 OSMU 생태계 및 상호 시너지

매체	주요 현황	상호 시너지 효과
웹소설	추공(Chugong) 원작	웹툰, 애니메이션 등 후속 미디어의 스토리 기반 제공
웹툰	두부(Dubu), 레드아이스 스튜디오(REDICE STUDIO)) 작화, 디앤씨미디어(D&C Media) 출판	화려한 작화로 팬덤 구축 및 애니메이션 제작의 기반
애니메이션	A-1 Pictures 제작, 크런치롤(Crunchyroll) 배급	2024년 신작 애니메이션 중 최고 인기작 기록, 웹툰과 종이책에 대한 신규 독자 유입 폭발적 증가
게임	넷마블(Netmarble)의 〈나 혼자만 레벨업: 어라이즈(Solo Leveling: Arise)〉	출시 3개월 만에 전 세계 1억 달러 이상 매출 기록, IP의 상업적 가치 증명
기타 상품	펀코(Funko) 피규어, 카드 게임 등	IP 팬덤의 소장 욕구 자극 및 수익원 다변화

출처: https://screenrant.com

5 기타 인기 한국 웹툰 현황

프랑스 내 인기 웹툰 현황

- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 성공은 프랑스 내 K-웹툰의 전반적인 인기 상승을 견인하였음. 한국 웹툰 플랫폼 네이버 웹툰은 프랑스 구글 플레이(Google Play)의 만화 앱 부문에서 매출 및 다운로드 순위 1 위를 차지하며 시장을 선도하고 있음[92)]
- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉 외에도 다양한 한국 웹툰 작품들이 현지 독자들의 큰 사랑을 받고 있음. 대표적으로 로맨스 장르인 〈여신강림(True Beauty)〉이 약 62 만 명, 〈재혼 황후(The Remarried Empress)〉가 약 34 만 명의 프랑스 구독자를 확보한 것으로 파악되었음. 이는 액션 판타지 외에도 다양한 장르의 K-웹툰이 프랑스 독자층에 큰 인기를 얻고 있음을 보여줌. 현지 콘텐츠 평점 플랫폼인 센스크리틱(SensCritique)에서도 〈신의 탑(Tower of God)〉, 〈전지적 독자 시점(Omniscient Reader)〉, 〈끝이 아닌 시작(The Beginning After the End)〉 등이 높은 평점을 기록하며 팬덤을 형성하고 있음[93)]. 이러한 현상은 프랑스 독자들이 특정 장르에 국한되지 않고 K-웹툰 전반에 대해 넓은 수용성을 보이고 있음을 시사하며, 이는 향후 K-웹툰의 지속적 성장을 위한 긍정적 지표로 분석됨

92) 네이버웹툰, 프랑스 만화시장서 인기…구글 플레이만화200일1위, 중앙일보
93) Top webtoon - Liste de 18 BD - SensCritique

[표 6] 프랑스 내 주요 인기 한국 웹툰 목록 및 독자 지표

작품명	장르	주요 지표
〈여신강림(True Beauty)〉	로맨스	약 62만 명 프랑스 구독자
〈재혼 황후 (The Remarried Empress)〉	로맨스 판타지	약 34만 명 프랑스 구독자
〈신의 탑 (Tower of God)〉	판타지, 액션	센스크리틱(SensCritique) 평점 7.6점 기록
〈전지적 독자 시점 (Omniscient Reader)〉	판타지, 액션	센스크리틱(SensCritique) 평점 7점 기록
〈끝이 아닌 시작 (The Beginning After the End)〉	판타지, 모험	센스크리틱(SensCritique) 평점 7.5점 기록

출처: Top webtoon - Liste de 18 BD - SensCritique(2025년 9월 기준)

K-웹툰 시장 성장의 구조적 배경

- 프랑스 내 K-웹툰 시장이 급성장할 수 있었던 배경에는 몇 가지 구조적 요인이 존재함. 첫째, 영화 기생충(Parasite)과 드라마 오징어 게임(Squid Game) 등으로 대표되는 한류(Hallyu)의 세계적 확산이 프랑스 내 한국 콘텐츠에 대한 문화적 수용성을 크게 높였음[94]. 이는 K-웹툰이 시장에 진입하는 데 있어 문화적 장벽을 낮추는 결정적 역할을 수행하였음
- 둘째, 한국 웹툰 플랫폼들의 철저한 현지화 전략이 주효하였음. 네이버 웹툰은 단순히 한국 콘텐츠를 번역하여 제공하는 것을 넘어, 현지 작가 공모전 개최 및 아마추어 창작 플랫폼 캔버스(Canvas) 운영을 통해 프랑스 현지 창작 생태계를 적극적으로 구축하고 있음. 이러한 노력은 장기적인 관점에서 현지 독자들의 취향에 맞는 콘텐츠를 생산하고, 시장의 지속가능한 성장을 도모하는 전략으로 평가됨
- 셋째, 스마트폰에 최적화된 세로 스크롤 방식은 프랑스 방드 데시네 독자들에게 새로운 독서 경험을 제공하였음. 전통적인 만화책 포맷과는 다른, 몰입감 높은 스크롤링 방식은 모바일 환경에 익숙한 MZ 세대에게 특히 매력적으로 작용하였으며, 무료와 유료 서비스를 혼합한 프리미엄(Freemium) 모델은 독자층 유입을 촉진하는 핵심 요인으로 작용하였음

디지털 시장과 종이책 시장의 상호 관계

- 프랑스 만화 시장은 디지털과 종이책 시장이 서로를 보완하는 독특한 생태계를 형성하고 있음. 시장 분석 자료에 따르면, 프랑스 만화 시장은 디지털 부문이 가장 빠르게 성장하고 있으나, 고품질의 물리적 형태를 선호하는 문화적 특성으로 인해 종이책 시장 또한 안정적으로 성장할 것으로 전망됨[95].
- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 성공 사례는 이러한 관계를 명확히 보여주고 있음. 디지털

94) Webtoon: The meteoric rise of Korean digital comics - Apolline.art
95) France Manga Market Size & Outlook, 2024-2030, https://www.grandviewresearch.com

웹툰 플랫폼은 강력한 IP 의 발견(Discovery) 채널이자 독자 유입 통로 역할을 수행하였고, 종이책은 IP 의 고부가가치 상품화 및 소장 가치를 극대화하는 역할을 담당하였음. 즉, 디지털 플랫폼에서 콘텐츠를 먼저 접한 독자들이 고품질의 종이책을 구매하며 IP 에 대한 충성도를 높이는 '디지털→종이책' 전환 모델이 효과적으로 작동한 것임. 이는 프랑스의 오랜 출판 만화 전통과 새로운 디지털 포맷이 융합하여 시너지를 창출한 결과로 분석됨

6 결론 및 시사점

- 2025 년 현재 프랑스 만화 시장은 일시적인 호황 이후 '조정기'에 들어섰으나, 여전히 견고한 구매력과 독자층을 보유하고 있음. 일본 망가와 한국 웹툰이라는 새로운 동력이 시장 성장을 견인하고 있으며, 전통 출판업계 또한 이러한 변화에 대응하기 위한 구조적 재편을 시작하였음
- 지속 가능한 성장을 위해서는 창작자에 대한 공정한 가치 공유 구조 확립할 필요성이 제기됨. 또한 하이브리드 비즈니스 모델의 고도화하여 웹툰 플랫폼을 '디지털 발사대'로 활용하는 전략을 강화하고, 종이책과 디지털 콘텐츠 간의 시너지를 극대화해야 함. 만화 IP 의 전략적 활용을 위하여 만화 IP 를 영화, 게임, 애니메이션 등 다양한 미디어로 확장하여 부가가치를 창출하고, 이를 통해 글로벌 시장에서의 경쟁력을 확보해야 함
- 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 프랑스 시장 성공은 단순한 우연적 흥행이 아닌, 치밀하게 설계된 전략과 시장의 구조적 변화가 결합된 결과로 분석되었음. 주요 성공 요인으로는 첫째, 웹툰, 애니메이션, 게임이 유기적으로 연결된 강력한 OSMU 전략을 통해 IP 의 영향력을 다각도로 확장한 점, 둘째, 현지 출판 그룹과의 긴밀한 파트너십을 통해 종이책 시장에 성공적으로 안착한 점, 셋째, 한류(Hallyu)라는 거대한 문화적 흐름에 편승하여 콘텐츠 수용성을 제고한 점 등이 꼽힘
- 향후 프랑스 웹툰 시장은 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 성공을 발판으로 더욱 확대될 것으로 전망됨. 네이버 웹툰과 같은 한국 플랫폼들이 현지 작가 발굴 및 출판사 협력 등을 통해 시장 내 입지를 공고히 하고 있으며, 에디티스(Editis)와 같은 대형 출판 그룹이 웹툰 시장에 본격적으로 투자하기 시작하면서 시장의 파이가 더욱 커지고 있음
- 그러나 여전히 해결해야 할 과제도 존재함. 일본 망가와 애니메이션 중심의 기존 시장 내 경쟁에서 독자적 입지를 강화하고, 불법 복제 문제에 대한 효과적인 대응책을 마련하는 것이 중요함. 또한, 액션 판타지 외 다양한 장르의 웹툰을 성공적으로 정착시키기 위한 노력이 지속되어야 함. 이러한 과제들을 극복할 경우, 〈나 혼자만 레벨업(Solo Leveling)〉의 성공 사례는 앞으로 프랑스 시장을 공략하고자 하는 다른 K-콘텐츠 IP 의 중요한 이정표가 될 것으로 전망됨
- 한국 웹툰의 유럽 시장 진출은 단순한 콘텐츠 수출을 넘어, 웹툰이라는 새로운 예술 형식을 '만화 강국'인 유럽에 안착시키는 과정으로 이해해야 함. 이를 위해서는 한국 웹툰의 강점인 '디지털 편의성'과 유럽 만화 시장의 본질적 가치인 '소장 가치' 및 '예술성'을 결합하는 '하이브리드 전략'이 핵심적인 성공 요인이 될 것으로 판단됨

프랑스 비즈니스센터 담당자 연락처		
김문주 센터장	+33-1-42-93-02-84	kmj@kocca.kr
이해인 대리	+33-1-42-68-00-37	haeinlee@kocca.kr
멜라니 라베르데 주임	+33-1-42-93-02-83	m.lvd@kocca.kr

프랑스 콘텐츠 산업 동향 보고서		
프랑스 만화 산업과 한국 웹툰 진출 현황		
주관기관	한국콘텐츠진흥원	
감수	김문주 프랑스비즈니스센터장	이해인 대리
집필자	(주)EAN 신항우 대표	(주)EAN 최정원 책임연구원
발행인	유현석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)	
발행일	2025년 10월 16일	
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.