

일본어관광사회

21802008 김주연

[일본 만화출판기업]

<목차>

1. 역사

-일본 만화의 출발

-일본 만화 출판사의 역사

-만화 출판사의 모임이란?

2. 한국과 일본의 만화 출판산업의 차이점

-한국의 만화 출판 산업 특징 : 웹툰

-일본의 만화 출판 산업 특징 : 잡지 만화

3. 대표기업 TOP 3

-매출 도표

-기업의 대표 만화

4. 일본 만화 출판기업의 현황과 미래

-현재의 일본 만화의 입지와 발전

1. 역사

-일본 만화의 출발

망가(漫画)의 어원 : 해학적이 풍자 성, 스토리 성 등을 가진 회화 작품을 「만화」라고 부른 것은 최소한 **메이지 시대 중 후반 이후**였다. 이시기 이전의 호칭 및 형식에 대해서는 적절하게 후술한다.

일본 만화의 기원은, 헤이안 시대의 그림 두루마리 · 「조수인물회화 (조수회화) "鳥獸人物戯画 (鳥獸戯画) "」이다. 이시기의 그림 두루마리는 이 작품 외에도 현대의 만화 표현과 비슷한 표현이 보이는 것이 있고, 주인공이 방귀 예술에서 성공하는 「후쿠토미 조시 "福富草子"」는 대사가 인물 옆에 그려져, 후의 말풍선을 연상시키는 표현되고 있다. 외에, 「시기산연기에마키 "信貴山縁起繪巻"」에서는 시간의 경과나 장면의 전환을, 같은 인물을 다른 장소에 그리는 것으로 표현하고 있다 (이시동 도법).

일본만화의 발전은 우키요에 에서부터 시작되었다고 할 수 있다. 특히 호쿠사이 만화(北齋漫画)라는 그림책이 유명한데, 이 시기의 '만화'라는 용어는 현재의 만화와는 달리 '회화(戲畫)', '스케치'와 같은 의미에 가까웠지만, 호쿠사이의 만화에는 콧김 표시와 같은 만화적 표현이 이미 드러나고 있다.

(참고 동영상: <https://youtu.be/YqTgJK2jJJA>)

우리가 처음 이야기했던 망가(漫画) 즉 일본 만화의 확립은 메이지 시대(明治時代)에 개항과 더불어 서양의 많은 문물을 받아들였는데, 서양의 잡지나 신문 등에 실린 서양의 만화는 일본 근대만화의 성립에 많은 영향을 주었다. 1862년 영국인 찰스 와쿠만이 《저팬 펀치》라는 잡지를 창간했다. 이때까지만 하더라도 "펀치" 라고 불리었으나. 1895년에 한 출판사가 "카툰", "코믹스"를 망가로 처음으로 번역하면서 정착하게 되었다.

-일본 만화 출판사의 역사

1862년 영국인 찰스 와쿠만이 《저팬 펀치》라는 잡지를 창간했다.

일본인에 의해 창간된 최초의 만화잡지는 1874년 카나가키로분(名壇魯文), 카와나베 키요사이(河鍋曉齋)가 《저팬펀치》를 모방해 창간한 《그림신문일본(繪新聞日本地)》이었다. 3년 뒤인 1877년 창간된 시사풍자 주간지인 《마루마루친분(團團珍聞)》에서는 전문 만화가가 탄생했다. (혼다 긴키치로(本多錦吉郎)은 일본 최초의 6칸 만화를 그렸으며, 고바야시 기요치카(小林清親)은 정부를 비판하는 풍자만화를 연재했다. 이들의 만화는 주로 문명의 개화를 중심에 둔 계몽적 작품들이었다.)

다이쇼(大正) 시대(1912-1926)에 접어들며, 일본의 만화는 신문을 중심으로 발전하기 시작했다. 그 뒤 일본의 만화는 여러 선구적인 작가들에 의해 발전했다. (특히

지헤이(治平, 小川治平), 도리헤이(鳥平, 吉岡鳥平), 잇삐이(一平, 岡本一平)가 활발하게 활동해 산헤이(三平)의 시대라 불린다.)

<https://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/1225618> [잇삐이의 사람의 일생.]

1915년 오카모토 가즈히라 등 수십 명의 만화가들은 일본 최초의 만화가 단체 도쿄만화회를 설립했다. (후의 일본 만화회)를 설립했다. 만화회의 정기적인 활동으로는 '만화축제'와 '만화전람회'가 있었다. 만화 축제는 회원이 노래하고 춤추는 내부적인 축제였는데, 회원들은 그에 관한 기사를 신문에 게재하여 자기 이미지 창출에 이용했다. 만화 전람회는 만화가 예술의 범주에 있다는 것을 보여주기 위해 행해진 활동이었다. 15회 만화축제와 소개기사는 특히나 춤 등 익살스러운 장면을 강조했으며, 회원들은 이를 통해 만화가 본류의 미술과는 다른 가치관을 가진 예술임을 보여주려 했다.

만화는 신문매체에 연재되며 승승장구를 거듭했다. 《요미우리신문》의 시요리키 사장은 지면 개혁을 착수해 1930년에 만화부를 신설해, 만화의 인기를 바탕으로 신문의 부수를 22만부로 끌어올렸고, 이후 지속적으로 만화에 투자를 감행하며, 44년 200만부에 도달했고, 오늘날 일본 최고의 신문이 되었다. 초기 계몽만화로 시작된 전전의 일본만화는 전쟁발발과 함께 군국주의적인 작품들이 대거 인기를 끌기 시작했다.

제2차 세계 대전이 끝난 뒤 정부의 비선전적(non-propaganda) 작품들에 대한 규제가 풀리면서 다수의 만화 출판사가 등장하였고, 데즈카 오사무가 1947년에 발표한 《신보물섬》은 전후 일본 만화의 시작으로 평가된다.

1950년대 《소년 선데이》, 《소년 매거진》 등의 만화 주간지가 창간되면서, 일본의 만화 산업은 대본소 중심에서 **잡지 중심**으로 재편되었다.

1960년대 이후 일본의 만화는 독자층 내지 기법별로 분류하면 일부 실험적인 만화를 제외하고, 소년 만화, 순정 만화, 극화, 성인 만화의 4개의 장르로 확실하게 수렴해 나가기 시작했다.

전후의 소년 만화 앞장서 있던 데즈카 오사무는 텔레비전 방송 개시 당초부터 텔레비전 애니메이션 진출을 모색하고 1963년 해외 수출을 전제로 한 텔레비전 애니메이션 작품의 제작을 시작. 이후 기존의 실사 드라마 화·라디오 드라마화 뿐만 아니라 잡지의 원작 만화와 TV 애니메이션 방송과의 연계 (미디어 믹스)가 늘어난다. 데즈카의 활약과 보조를 맞추도록 소년 잡지 소녀 잡지는 베테랑 만화가 뿐만 아니라 독자의 감각에 가까운 젊은 적극적으로 등용 미디어 믹스 노선을 확대했다. 또한 '스포 뿌리 (= 스포츠 근성) 것'이라는 과격한 연출 스포츠 만화 1970년대에 붐을 일으켰다. 1968년 슈에이샤가 「소년 점프」, 아키타 서점 이 "소년 챔피언"을 창간했다. 소년 점프는 후발

주자임에도 불구하고 신용 작가들을 대거 등용하며 철저한 독자 앙케이트를 통해 입지를 굳혀 나갔다.

이후 만화 잡지가 대중화되고 다양화되면서 팬층이 다양화되고 넓어지게 되었다. 그에 따라 아마추어시장에서는 동인지 그룹이 증가하여 한 자리에 모여서 교류하는 " 일본 만화 대회 '(1972 년), 「코믹 마켓」(코미케 1975 년) 등 대규모 동인지 즉 매회 개최에 이어졌다.

<http://gomi17.web.fc2.com/comicfan/mantai1.html>

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%83%E3%82%AF%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B1%E3%83%83%E3%83%88#%E8%A6%8B%E6%9C%AC%E8%AA%8C>

'코미케' 설립 연도 1975 년에는 제 1 차 오일 쇼크의 영향으로 경기가 침체하고 신규 채용을 중단하는 대기업이 잇따랐다. 출판 업계는 실제 판매 금액으로 전년 대비 15 %의 성장을 기록하는 한편, 8 월返本비율이 40 %를 넘어 ' 출판 불황 '이 언론에 거론되는 정도였지만, 만화 업계는 단행본 · 잡지 모두 호조로, 소년 주간지는 발행 부수 2 억 9133 만부 3 억 부를 돌파하는 등 만화 산업 쪽으로 치우친 성장을 계속하고 있었다. 이 때부터 후발 주자였던 소년 점프와 소년 챔피언이 선발 주자들과 나란히 하면서 주간 소년 매거진, 선데이, 점프, 챔피언 4 대 주간 소년 잡지가 현성 된다. 이 시장 구조는 현대에 까지 이어질 정도로 강력한 구조가 되었다.

1977 년 8 월 6 일부터 10 월 28 일까지 공개된 애니메이션 영화 ' 우주 전함 야마토 '는 상영 기간에 약 270 만 명을 동원, 흥행 수입 21 억 엔이라는 공전의 히트를 기록했다. 1979 년에는 마츠모토 레이지 " 은하 철도 999 "의 애니메이션 영화 버전의 극장 개봉에 맞춰 국철 하여 이벤트 열차가 운행되었다. 표 경쟁률이 70 ~ 80 배에 달하며 만화의 영향력의 크기를 알리게 되었다. 이후 소년 · 소녀 만화에 있어서는, TV 애니메이션 애니메이션 영화화 등 미디어의 울타리를 넘어 복합적인 작품 구조를 바탕으로 한 미디어 믹스 정책 전략이 크고 본격적인되고 만화가 시합이 펼쳐지는 한편, 미디어 간의 관계가 더 복잡한 것이되어 갔다.

일본 만화의 총 매출은 1995 년에 정점에 도달했다. 요즘 만화 잡지의 미디어 믹스는 촘촘하게되고, 인기 만화의 대부분이 텔레비전 애니메이션 · 드라마화 · 영화화되기 시작했고, 컴퓨터 게임이나 라이트 노벨 과의 관련도 강해졌다.

시대의 변화에 따라 만화가 취급 소재와 장르가 확대되고, 독자의 다양한 기호에 맞춘 전문 만화 잡지가 많은 창간되었고, 정보 잡지와 복합 한 만화 잡지도 태어났다. 또한 성별·연령 구분이 중반 국경 화하고 폭 넓은 연령층의 남녀에게 받아들여지 같은 작품 및 매체가 늘었다. 한편, 저출산과 만화방 렌탈 만화의 보급 등의 영향으로 1990년대 후반 이후는 소년 잡지 소녀 잡지의 발행 부수가 함께 침체, 특히 소녀 만화 잡지 부수는 크게 감소했다. 만화뿐만 아니라 출판 업계 전체가 출판 불황의 상황에있어, 폐간하는 만화 잡지가 속출했다.

이처럼 신작 만화 수난 시대가 계속되었지만 위의 만화방이나 신고 서점 체인의 발달로 독자층에게 쉽게 구작에 접할 수있는 기회가 늘었다.

-만화 출판사의 모임이란?

コミック出版社の会

일본의 만화 출판사에 의한 단체이다. 이전 명칭은 코믹 10 사회. 만화 관련 이벤트에 대한 협력, 만화에 대한 저작권 법률 문제에 대한 각사의 조정 등을 실시하고 있다.

일본 만화 출판사 모임의 힘은 어느정도일까?

[일본 신문 기사 첨부]

<https://mantan-web.jp/article/20101210dog00m200048000c.html>

코믹 10 사회는 2010년 도쿄도 청소년의 건전한 육성에 관한 조례 개정에 대해 표현의 자유를 해칠 우려가 있다고하여 모임으로 반대의 행동을 취했다. 2010년 3월 17일에 동참한 만화작가 유시 900명의 서명과 함께 "만화작가유지 및 코믹 10 사회 구성출판사 일동"며 반대 의견서를 도의회 각 당 및 무소속 의원에게 제출한다. 또한, 이 때의 개정안은 같은 해 6월 도의회에서 부결됐다.

이 보이콧 사건을 계기로 많은 출판사와 정치인들이 이 조례에 대한 비판을 시작했고 이어 2010년 3월 18일 개정에 대한 심의가 시작되었다. 긴 심의 끝에 헤세이 29년 (2017년)의 개정안이 발표된 바 있다.

[도쿄도 청소년의 건전한 육성에 관한 조례의 개정 과정]

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%9D%B1%E4%BA%AC%E9%83%BD%E9%9D%92%E5%B0%91%E5%B9%B4%E3%81%AE%E5%81%A5%E5%85%A8%E3%81%AA%E8%82%B2%E6%88%90%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E6%9D%A1%E4%BE%8B>

이 외에도 일본 만화 협회는 불법다운로드에 대한 방안도 마련한 바 있으며 일본 출판 업계에도 물론 국제적인 행사에도 영향을 미치며, 그 위력을 행사하고 있다.

2. 한국과 일본의 출판산업의 차이점

-한국의 만화 출판 산업 특징 : 웹툰

한국의 만화 산업은 현재에 있어서 웹툰이 주 사업이 되었다. 웹툰은 각종 플랫폼에서 연재 되는 만화를 지칭하며 현재는 중국, 일본, 해외 각종 나라에서 그 인기를 모아가고 있다. 2003년 10월 강풀의 《순정만화》가 역대급으로 히트를 치면서부터 장편 웹툰이 입지를 얻으면서 오늘날 세로 스크롤 형식인 웹툰을 정립하기 시작했고, 강도하의 《위대한 캣츠비》, 양영순의 《1001》도 여러 포털사이트에 연재되고 본격적인 인기를 끌면서 장르의 다양성이 늘어나기 시작하였고 조석의 《마음의소리》 또한 네이버에서 큰 성공을 거두어 네이버를 웹툰 1인자로 세워주게 된다

그 뒤로 성인을 위한 웹툰과 유료화 서비스가 진행되면서 웹툰 부흥에 힘을 부여준다. 이후 웹툰의 드라마화, 영화화, 애니메이션화가 진행 되면서 그 인기가 더욱 높아지게 되고 최근에 이르러서는 2020년 7월 기준으로 한국 웹툰이 해외에서 무섭게 성장 중이다. 글로벌 시장에서 매출 100억 이상을 달성한 카카오 웹툰이 여러 작품 나오기 시작했으며 네이버 웹툰도 북미 시장에 진출해 월간 방문자가 수천 만을 넘기며 2019년 기준 구글 플레이 만화 부문 수익 기준 100개국에서 1위를 달성했다.

-일본의 만화 출판 산업 특징 : 잡지 만화

위의 출판사의 역사에서도 말했듯이 일본 만화출판 산업은 1950년대 《소년 선데이》, 《소년 매거진》 등의 만화 주간지가 창간되면서, 일본의 만화 산업은 대본소 중심에서 **잡지 중심**으로 재편되었다. 그 이후로부터 일본 만화는 성장 하여 다양한 독자층을 위한 잡지만화가 만들어졌다. 일본의 잡지 만화는 가격 절감을 위해 재생지를 사용하며 발간 간격은 주간 · 격주 · 월 2회 발간 · 월간 · 격월간 · 계간 등으로 다양하게 나뉜다.

잡지책으로 어느 정도 인기가 쌓이고 분량이 쌓였을 때 일본 만화 출판사는 잡지에 발행되었던 내용들을 묶어 단행본으로 출판하기도 하고 그 내용을 바탕으로 애니메이션을 만들기도 한다. 현재는 종이 뿐만 아니라 웹을 이용하여 전자책 버전 잡지를 월간구독을 할 수 있는 잡지사도 생겨나고 있다.

예) 소년 점프 플러스.

<https://shonenjumpplus.com/>

3. 대표기업 TOP 3

-매출 도표

출판사 명	매출	영업 이익	경상 이익	당기 순이익	결산기
카도카와 주식회사	2086 억 500 만엔	27 억엔	42 억엔	▲ 40 억 8500 만엔	2019 년 3 월기
주식회사 코단샤	1204 억 8400 만엔	22 억엔	47 억엔	28 억 5900 만엔	2018 년 11 월기
주식회사 슈에이	1164 억 9700 만엔			25 억 2600 만엔	2018 년 5 월기

주식회사 학연 홀딩스	1070 억 300 만엔	36 억엔	40 억엔	30 억 5800 만엔	2018 년 9 월기
주식회사 쇼가쿠칸	970 억 5200 만엔		43 억 9800 만엔	35 억 1800 만엔	2019 년 2 분기

출처 : https://media-radar.jp/contents/meditsubu/publisher_ranking/

-기업의 대표 만화

카도카와 주식회사: KADOKAWA 는 출판·영상·인터넷 콘텐츠를 다루는 기업체로, 카도카와 그룹의 지주회사였다가 구조조정 이후 직접 사업을 하는 회사가 되었다. 오키나와에 쌍방향성 통신제 학교를 설립, IT·문예·디자인 등 각 분야의 전문가가 수업을 진행하고 있다.

2016 년 일본 영화계에서 유례없는 대히트를 기록한 너의 이름은.의 소설판과 만화판, 공식 비주얼 가이드북, 외전 라이트 노벨 '너의 이름은. Another Side: Earthbound'이 이곳에서 나왔다.

꽤나 갑질이 심한 회사로 알려져 있어 다양한 비판과 내부고발이 있는 회사이며 현재는 카카오톡과 손을 잡아 일본 만화업계에 웹툰과 전자책 버전의 만화를 공급하려 하고 있다.

<https://www.kadokawa.co.jp/>

주식회사 코단샤: 일본의 대형 출판사. 쇼가쿠칸, 슈에이샤 등과 함께 일본의 거대 출판사 중 하나로 손꼽힌다.

코단샤의 역사 <https://www.kodansha.co.jp/about/history.html>

대표 만화 잡지는 주간 소년 매거진이다. 개간된 1950년대 말~1960년대까지는 소년 선데이에 비해 데즈카 오사무등 유명 작가들을 유치하지 못해 2인자로 물러섰다. 이후 새로운 작가들을 찾다가 1970년대 대여점(貸本屋) 극화 작가들을 기용해 극화 붐을 주도하면서 만화잡지 1인자 자리를 차지하기도 했다. 당시를 상징하는 작품이 내일의 죠다. 내일의 죠는 일본 전국의 사회현상을 일으키며 대히트를 기록한다.

최근 우리들이 알 법한 유명 만화는 소년탐정 김전일과 진격의 거인, 일하는 세포 등이 있으며 이 두 만화는 강력한 일본 잡지사 둘 (주간 소년 선데이, 주간 소년 점프)을 꺾는데 도움이 되었다.

https://kc.kodansha.co.jp/title_list?code=shonenmagazine

<https://www.kodansha.co.jp/>

주식회사 슈에이: 여러 책이나 잡지를 출판하지만 한국에서는 만화책/만화잡지의 출판사로 유명하다. 특히 소년 점프로 유명하다.

슈에이사의 역사 <https://www.shueisha.co.jp/history/>

대표 만화 잡지에는 소년 점프가 있으며 우리에게도 친숙한 대표작들을 많이 가지고 있다.

주간소년 점프는 슈에이사에서 발행하는 일본의 주간 소년 만화잡지. 1968년 7월 11일에 창간되었으며, 대표 표어는 점프의 황금기였던 1980년대에 정립된 "우정, 노력, 승리"이자, 상징 로고는 해적 선장의 얼굴이다.

그 역사도 길며 과거부터 초반 일본 만화 출판 시장을 담당했던 만큼 눈에 익은 대표 작도 많다. 몇 개 예를 들면 드래곤 볼, 슬램덩크, 유유백서 등은 점프의 전성기를 가져왔다. 이후 90년대 중중부터 위의 대표작들이 연재를 마치며 점프의 암흑기가 찾아왔지만 바람의 검심, 봉신연의, 지옥선생 누베, 뽕야뽕야 왕바우, 떴다! 럭키맨, 유희왕, 멋지다 마사루 등 다양한 명작들을 발표했다.

1990년대 말부터 원피스의 연재를 시작으로 나루토, 헌터x헌터, 테니스의 왕자, 히카루의 바둑, 샤먼킹을 비롯한 여러 대형 신작들이 등장해 감소세가 둔화되기는 했으나 여전히 감소했다. 발행부수는 소년 매거진에 이은 2위를 유지하게 된다.

<https://namu.wiki/w/%EC%A3%BC%EA%B0%84%20%EC%86%8C%EB%85%84%20%EC%A0%90%ED%94%84>

일본의 4대 만화 잡지

<https://www.shueisha.co.jp/>

4. 일본 만화 출판기업의 현황과 미래

-현재의 일본 만화의 입지와 발전

현대에 이르러 만화 출판 시장은 끊임없는 적자에 시달렸다. 다양한 미디어의 개발에 의해 출판시장이 좁아 든 것은 당연한 수순이었지만 일본의 만화 잡지 출판 시장은 우리나라의 웹툰처럼 미디어와 친숙하지 않았다.

[참고 기사.]

<https://www.pressm.kr/news/articleView.html?idxno=16379>

그러나 이러한 불황기에도 일본 출판사들은 다양한 변화를 일구고 있다.

그 예로 스타야쇼텐 서점은 매장에 변화를 주어 '고객 체류형 서점' 으로 적자를 이겨냈고 다양한 출판사들이 전자책을 발행하면서 22 년만에 흑자를 내기도 했다.

또한 다양한 앱과의 연동을 통해 한국의 웹툰 처럼 쉽게 연재 만화를 즐길 수 있는 시스템도 마련중에 있다.

[참고 기사.]

https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2016/06/25/2016062500132.html

<https://kintaku.com/electronic-publishing/>

<http://www.prolog.kr/news/articleView.html?idxno=162>

<https://news.joins.com/article/23458973>