オンライン漫画の双方向性のための発展方案模索研究
： オンライン漫画市場の新パラダイムに関する研究

李承珍

-目次-

1.はじめに

2.オンライン漫画の時代区分

3.オンライン漫画の双方向的な特徴

ア.オンライン漫画の双方向性

イ.オンライン漫画市場の双方向性

4.韓国オンライン漫画の未来型双方向的モデル

1.はじめに

2000 年以降パソコンとインターネットの普及により、漫画はオンラインへの進出を始めた。これは単なる媒体の変化という次元を越えた、漫画の概念的変化に対する試みと言えよう。文化の中心に立つ漫画はその時代を反映し、メディアと共に発展し続けている。そして漫画家のデビュー方法も時代の流れと共に変化してきている。

〈世界の漫画市場の規模予測〉[1)]

単位: 百万ドル

出典 ： 韓国コンテンツ振興院(2009 年度)

区分	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
アナログ漫画市場	6232.4	6063.3	6012	6102.7	6198.6	6309.4	6419.2
デジタル漫画市場	215.4	237.8	264.3	304.1	360.4	429.5	512.2
計	6447.8	6301.1	6276.3	6406.8	6559	6738.9	6931.4

世界の漫画市場は上の表の通り、2008 年から 2014 年の間にアナログ漫画市場は 103%の成長率が予測され、デジタル漫画市場はその二倍以上である 238%の成長率が予測されている。

1）キム・ジョンウク、〈2010 年韓国漫画動向〉、漫画アニメーション研究通巻第 21 号、韓国漫画アニメーション学会、2010、p87

韓国市場では、1998 年に「パペとポポの純愛メモリー」、「マリンブルース」などの漫画がオンライン上に登場し始め、オンライン漫画に対する理解と需要が高まるきっかけとなった。2008 年 8 月から 10 ヶ月間インターネットポータルサイト「Daum」に 80 回連載をしたユン・テホ作家の作品「イッキ（苔）」は映画化され、2011 年青龍映画祭にて監督賞および 3 つの賞を受賞し、大鐘賞映画祭では 9 つの賞を獲得した。

ポータルサイト「Daum」の場合、一週間のアクセス数が 1 億 5 万件、利用者数が 200 万名にも達する。これはインターネット利用者の約 10%に相当する数であり、これにより広まる宣伝効果も高い。このような理由からオンライン漫画に対する研究をさらに進めていく必要があると考える。

本研究では、漫画の活性化に向けたオンライン漫画の最大の特徴とも言える、双方向的な部分について調査し、これを活性化させるための発展方案を模索する。

従って、本研究の課題は、

1. オンライン漫画の時代区分はどうなされるべきか?
2. オンライン漫画に現われる双方向的な特徴とは何か?
3. オンライン漫画の双方向的特徴が漫画市場にもたらす影響は何か?

の 3 つである。

2. オンライン漫画の時代区分

〈オンライン漫画の時代区分〉

第 0 世代 スキャン方式のデジタル漫画
第 1 世代 1990 年代後半、アナログ方式のオンライン漫画
第 2 世代 2003 年以降、スクロール方式のオンライン漫画
第 3 世代 2009 年以降、ASMD を基盤としたオンライン漫画

パソコンの登場と普及により、アナログ漫画はデジタル方式に切り替わった。そして 1990 年代のインターネット拡散とウェブサイトのコミュニティ活性化により、オンライン漫画という新しいジャンルが生まれた。

韓国文化コンテンツ振興院の『2007 漫画産業白書』[2)]によれば、「オンライン漫画とは創作した漫画をインターネットやモバイルなど情報通信媒体を通して提供する漫画コンテンツを意味する。」と定義されている。特に、韓国の場合インターネット漫画を中心にオンライン漫画が発展してきた。オンライン漫画は印刷という次元を脱却し、新媒体の拡張とともに登場した。大別するとスクロール漫画(ウェブトゥーン)とスキャン(ビュアー)漫画に分かれる。

1990 年代後半、「スノーキャット」、「マリンブルース」などの作品の登場によりオンライン漫画市場が触発された。インターネットの普及当初、各ポータルサイト業者は利用者を集めるため無料漫画サービスを行うなど競争し合ったのだが、これが現在のオンライン漫画市場を作り出すきっかけとなった。当時の作品はアナログ漫画とその形態においては変わりなかったが、オフラインに先立って作品を公開するという点が特徴的であった。これを第 1 世代のオンライン漫画に分類する。

〈左から第 0 世代オンライン漫画 ： スキャン漫画 「ナウ」とスキャン漫画専用ビュアー[3]〉

２）文化観光部(2008)、〈2007 漫画産業白書〉、コミュニケーションブックス、p.45.

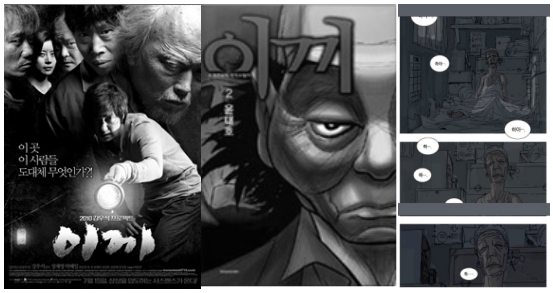
３）ユ・ジュア、〈マルチメディアを活用したインタネット漫画の多様性研究〉、祥明大学文化芸術大学院、2009, p.17

第 1 世代オンライン漫画 ： 「スノーキャット」、2 世代オンライン漫画 ： スクロール方式 「少女漫画」>

第 2 世代のオンライン漫画は 2003 年以降に始まり、横フォーマットオンライン漫画とは異なる縦フォーマットのスクロール方式によるオンライン漫画と定義する。
オンライン漫画の初期のころ、単なる縦フォーマットでの 1-4 コマのスクロール漫画だったが、シム・スンヒョンの「パペとポポの純愛メモリー」など 3～4 ページにわたるスクロールを活用したものが登場した。2004 年、カンプルは「Daum」のメディアダウムに「少女漫画」を発表し、縦スクロール漫画に新しい革新を巻き起こした。彼の作品は 6 ページを基本とし、多いときは 20 ページにもなる分量のスクロールだった。[4)]

スクロール漫画の最大の特徴とも言える「下へと続く緊張感」は多くの作品が映画化されるという成果を成し遂げた。2006 年カンプルの「アパート」、B 級タルグンの「多細胞少女」が映画化され、2007 年にはカンプルの「パボ(バカ)」が映画として、カン・ドハの「偉大なキャッツビー」がドラマとミュージカルとしてそれぞれ再現された。そして、2008 年「Daum」に連載された「イッキ（苔）」は 2010 年映画化され韓国最高の映画賞を受賞した。

<「苔」の映画と漫画>



最後に現在の第 3 世代オンライン漫画は、ASMD に基盤を置いたマルチプラットフォームオンライン漫画と定義できる。2009 年からスマートフォンをはじめとしたスマートメディアの登場と共に、オンライン漫画がアプリケーションを中心にさらに進んでいる。今までがウェブトゥーン-単行本-映画という OSMU(One Source Multi Use)構造だったとするなら、スマートメディアの登場は技術的特徴と共に ASMD(Adaptive Source Multi Device)モデルへと進化している。

従って、オンライン漫画は漫画だけでなく、ゲーム・情報・音楽・広告などのコンテンツをもマルチプラットフォームを通して提供している。
漫画の時代区分はそれぞれの時代の環境と共に変貌を遂げており、その広がりもまたすさまじいため、漫画研究にあたって必ず先行されるべきポイントだと言えよう。

４） <ウェブ漫画の表現様式に関する研究 ： スクロール漫画を中心に>、韓国コンテンツ学会秋季総合学術大会、
session II-C ： ゲームコンテンツ / 出版コンテンツ、2007、p. 658

3．オンライン漫画市場の双方向的特徴

ア．オンライン漫画の双方向性

1998 年オンライン漫画の誕生以来、その人気ぶりと共に有料サービスが試みられた。しかし、多くのサイトが失敗を続け、ユン・テホ作家の「イッキ」を連載していた「満喫」も 2007 年初期有料サイトをオープンしたが 1 年後には有料サービスを終了する羽目になる。

日本の「携帯コミック」は有料サービスである一方、韓国の有名ポータルサイト「Daum」、「NAVER」、「dcinside」などではオンライン漫画を無料で提供している。

無料市場を通したオンライン漫画の拡張性とは何か?

日本のゲーム開発会社「Capcom」は SNS ゲーム「スマーフビレッジ」と近々公開される映画「スマーフ」をタイアップした ASMD モデルを活用している。ゲーム「スマーフビレッジ」は、冬のテーマ、夏のテーマ、バレンタインなどに合わせてアップデートを行っており、各テーマにふさわしいイメージとイベントを実施している。最近では 3D 映画「スマーフ」の公開を控え、「スマーフビレッジ」内に映画館を建て、予告編を公開したりシノプシスや壁紙ダウンロードなどとリンクさせた広告イベントを行っている。

初期のオンライン漫画は多様な媒体に適応させ活用する方法である OSMU モデルが主流であったが、現在は一つのコンテンツとしてでなく、媒体によってコンテンツに合った変化と融合を試みる ASMD モデルの適用がなされている。

〈「マジョ＆サディ」のブログ〉

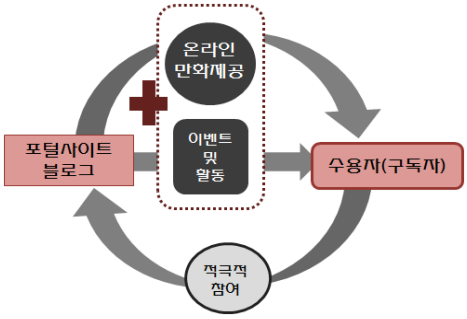
オンライン漫画作家のチョン・チョリョンはマリンブルースに続き「マジョ＆サディ」というブログを開設し連載をしている。[5] マジョ＆サディは様々なイベントを行い、読者の積極的な参加を図っている。

マジョ＆サディの本の出版を記念して「ルイルビ」四行詩コンテストが開催され、1,000 人を越える応募があった。またキャラクターグッズを賞品に四行詩コンテストを開催したところ、百人を越える応募があった。さらには漫画の中でマジョが口ずさむ詩を読者が実際に歌にして投稿することもあった。

オンライン漫画作家のキム・ヒムンは「ムンスファミリー」ブログを運営するかたわら、オンライン漫画の執筆とボランティア活動を行っており、その活動をもとにボランティアカートゥーンも連載している。[6] ボランティア遠征隊を結成し、孤児院や老人養護施設などを月に一回ずつ訪問している。ムンスファミリーは「ボランティア」とオンライン漫画の組み合わせを通して読者との交流を積極的に行っている。

〈オンライン漫画の双方向性〉

5）http://blog.naver.com/majosady
6）http://www.moonsfamily.net/



온라인만화 제공: オンライン漫画提供
이벤트 및 활동: イベントおよび活動
포털사이트 블로그: ポータルサイト ブログ
수용자(구독자): 読者
적극적 참여: 積極的な参加

イ．オンライン漫画市場の双方向性

オンライン漫画を連載する作家は 2006 年から 2010 年の 4 年間で 7 倍に増え、現在「NAVER」だけでも 80 名以上の作家が活動している。これは、NAVER の「挑戦漫画家」、DAUM の「私も漫画家」など、各ポータルサイトにてアマチュア漫画家が作品を連載する機会を提供するなど、作家デビューの道がアナログ漫画に比べ広く開かれている。そしてこのような場を通して人気度が計られ、プロの漫画家としてデビューすることが以前に比べ容易になったからである。[7)]

以上のことからポータルサイトとサイト利用者の間に存在する作家デビューへの道という双方向性が目立っている。

「Daum」の「私も漫画家」コーナーでは、個人が作成した作品をアップロードすることができ、定期的に審査が行われ優秀作品には創作支援金が支給される。また毎年開催される「Daum」オンライン漫画公募展への参加や正式作家としてのデビューの道も開かれている。

創作支援プログラムの選定基準は、推薦数 30%、作品の完成度 30%、内容の斬新さ 30%、連載持続性 10%となっている。審査を通った作品のうち、「漫画の中の世界」担当者および作家で構成された審査委員団の評価により 1 つの作品が最終的に選ばれる。選ばれた人には支援金百万ウォン、「Daum」オンライン公募展本選進出権や作品に対するプロデュースの機会が与えられる。

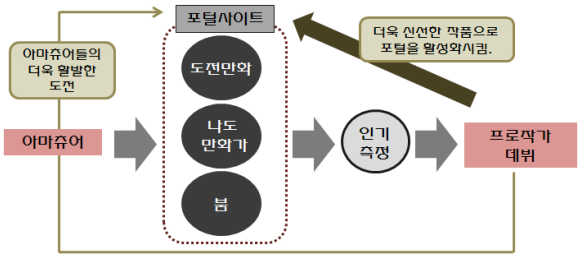
<Daum 「私も漫画家」>

「NAVER」の「挑戦漫画家」コーナーでは、個人が作成した漫画をアップロードし、人気順位が決められ、運営チームの評価によって毎月数作品が「ベスト挑戦」コーナーに登録される。「ベスト挑戦」に登録された作品は、再び人気度と評価によって正式に「NAVER ウェブトゥーン作品」として認められる。そして、「NAVER ウェブトゥーン作品」が「Daum」のウェブトゥーンにスカウトされることもある。

「NAVER」の「ブーム」掲示板は、動画・イラスト・漫画・写真・おもしろいエピソードなどを自由に投稿でき、利用者がおもしろいと感じた掲示物に対して「ブームアップ」をする。ブームアップ数が多い掲示物はブームベストに登録され、そこからいくつかの掲示物が「NAVER」のメインページを飾ることになる。

7）キム・ジョンウク、<2010 年韓国漫画動向>、漫画アニメーション研究通巻第 21 号、韓国漫画アニメーション学会、2010、p91

<オンライン漫画市場の双方向性>



아마쥬어들의 더욱 활발한 도전: アマチュアによるさらなる積極的な挑戦
아마쥬어: アマチュア
포털사이트: ポータルサイト
도전만화: 挑戦漫画
나도 만화가: 私も漫画家
붐: ブーム
더욱 신선한 작품으로 포털을 활성화시킴.:
さらに斬新な作品によりポータルサイトを活性化
인기측정: 人気度測定
프로작가 데뷔: プロ作家としてデビュー

4. 韓国オンライン漫画の未来型双方向的モデル

<国別インターネット利用率>[8)]

国名	インターネット利用者数	利用率	人口	インターネット利用者/全体人口
中国	389,000,000	21.39%	約 13 億 3861 万人	29%
アメリカ	245,000,000	13.47%	約 3 億 382 万人	81%
日本	99,182,000	5.45%	約 1 億 2729 万人	78%
ドイツ	65,125,000	3.58%	約 8237 万人	79%
韓国	39,400,000	2.17%	約 4875 万人	81%

韓国はインターネット利用者数が人口の 81%にも達する。パソコンとインターネットを利用することは、今や当然のこととなっており、新聞を始めとした全てのオフライン媒体がオンラインを通して提供される。

漫画もまた、コミックレンタルや書店中心の単行本出版型漫画市場からオンライン漫画市場へと変貌を遂げており、変化する媒体と環境に応じて漫画も柔軟に対応していくことが求められる。オンライン漫画においても、時代ごとに発展方法や異なる戦略を考える必要がある。

韓国オンライン漫画市場が双方向的なものになるためには、読者の積極的な参加が欠かせない。その実現には、まず納得の行く作品や時代のニーズに応えるプラットフォーム別に再構成された臨機応変な漫画の提供が求められる。

これに加え、プラットフォームに適切なイベントを実施し、定期的に関心を寄せる必要もあり、また漫画購読に影響を与えない範囲内で他のコンテンツとリンクさせ、さらに積極的な参加を促すことも一つの方法と言える。

これらの構造が現実化された場合、読者はさらに高い関心と期待を持って作品に夢中になり、積極的に参加することが期待される。ひいてはポータルサイトに対する認

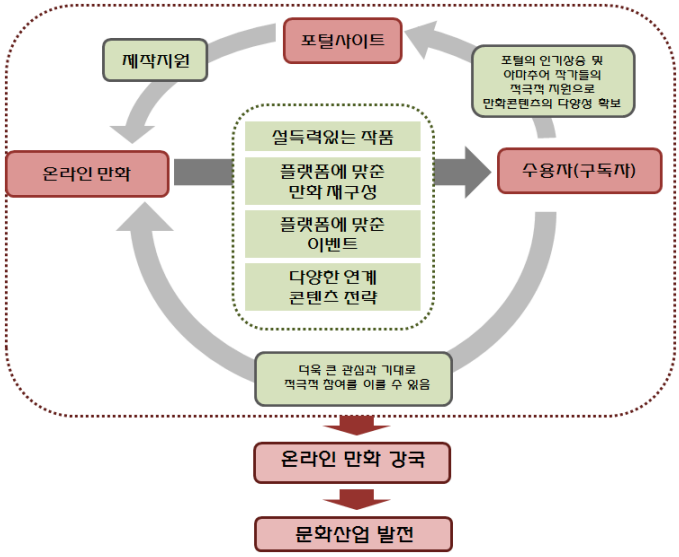
8) http://deviantcj.tistory.com/262

知度上昇およびアマチュア作家への積極的な支援により、オンライン漫画空間に多様なコンテンツと作家が誕生することが予想される。また多くの広告がポータルに依頼を申し込むことで、その利益でさらに多くの支援をオンライン漫画に注ぐことができるであろう。

以上のことから長い目で見て、オンライン漫画強国へとステップアップし、さらには文化産業の発展に大いなる影響を与えることでしょう。

前述した方法をもとに、オンライン漫画の未来型双方向的モデルを提案する。

〈韓国オンライン漫画の未来型双方向的モデル〉



제작지원： 製作支援
온라인 만화： オンライン漫画
포털사이트： ポータルサイト
설득력있는 작품： 納得の行く作品
플렛폼에 맞춘 만화 재구성： プラットフォームに合った漫画の再構成
플렛폼에 맞춘 이벤트： プラットフォームに合わせたイベント
다양한 연계 콘텐츠 전략： 多様な連携コンテンツ戦略
더욱 큰 관심과 기대로 적극적 참여를 이룰 수 있음：
さらに多くの関心と期待で積極的な参加を実現。
온라인 만화 강국： オンライン漫画強国

5. 結論

漫画市場は時代のニーズを受け入れるべきであり、そのニーズに応じた最も適切なモデルを構築することが望ましい。漫画とオンライン漫画の最大の特徴および長所は双方向性だと言える。韓国オンライン漫画は、読者と漫画作品、漫画を提供するポータルサイトと読者間に双方向の関係を持っており、この関係を深めるための積極的な研究と支援が今まさに必要とされている。

本研究では、双方向的に成り立つオンライン漫画のモデルについて提案した。ここで最も大事なのは認知度を向上させるオンライン漫画コンテンツのそのものの存在である。多くのアマチュア作家やプロ作家の作品が出現し、これらを提供するポータルサイト側も適切な支援を行うことで理想のモデルが実現されるであろう。

日本がアナログ漫画の大国として評価されているように、韓国がオンライン漫画の大国として評価されるよう、韓国型オンライン漫画の発展に向けさらなる努力が求められる。

参考文献

キム・ジョンウク、<2010 年韓国漫画動向>、漫画アニメーション研究通巻第21号、韓国漫画アニメーション学会、2010
ハム・ジェミン、<ウェブトゥーンの空間表現拡張に関する研究>、韓国漫画アニメーション学会 2010 秋季総合学術大会、韓国漫画アニメーション学会、2010
ユ・ジュア、<マルチメディアを活用したインターネット漫画の多様性研究>、祥明大学文化芸術大学院、2009
パク・ソックァン、<ウェブトゥーン産業の実態と問題点>、学術誌デジタルコンテンツと文化政策第 4 号、カトリック大学文化政策研究所、2009
キム・ジフン·ホ・ヨン、“コマ演出を基盤としたインタラクティブデジタル漫画研究”、韓国コンテンツ学会、2009
ジョン・ギュハ·ユン・ギホン、<ウェブトゥーンに現われる新しい表現方式に関する研究>、漫画アニメーション研究 17、韓国漫画アニメーション学会、2009
キム・ビョンス、<ウェブ漫画の表現様式に関する研究 : スクロール漫画を中心に>、韓国コンテンツ学会秋季総合学術大会、2007
ジャン・ヨングン、“デジタル漫画とモバイルアニメーションの制作方法研究”, 公州大学大学院、2005
ベク・ジュンギ(2005)、<パネルとフレームに隠蔽された‘時代美学’の潜伏性>、漫画奎章閣ウェブジン
イ・サンミン、″ウェブ漫画の媒体的特性とストーリーテリングに対する考察″, 韓国学研究 30、高麗大学韓国学研究所
文化観光部(2008)、<2007 漫画産業白書>、コミュニケーションブックス
韓国放送通信委員会、韓国インターネット白書 2010
韓国漫画文化研究院(www.kocori.com)
http://blog.naver.com/majosady
http://www.moonsfamily.net/
http://comic.naver.com/genre/challenge.nhn(NAVER/挑戦漫画)
http://boom.naver.com/(NAVER/ブーム)
http://cartoon.media.daum.net/debut/(Daum/私も漫画家)