



“세계 최대 애니메이션 OEM 생산 국 불명예 씻겠다”

OEM 생산을 주된 먹거리로 삼고 있는 국내 애니메이션업계에 창작작품으로 거꾸 해외진출을 시도하는 업체가 있어 주목을 받고 있다. 씬엔터테인먼트가 바로 그 주인공. ‘Dream With Imagination of Your Heart’ 기업모토가 말해주듯 살아있는 기업 문화를 조성, 꿈과 희망을 부여하는 기업으로 성큼 다가서고 있는 씬엔터테인먼트를 찾았다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자

국내 애니메이션산업은 ‘시나리오와 기획은 미국, 자본은 일본, 캐릭터 디자인은 프랑스, 그림은 한국’이라는 제작공식이 있을 정도로 지난 30년간 단순 OEM(Original Equipment Manufacturing)에만 치중해 왔다. 수출액이 연간 1억달러에 육박하지만 고부가가치를 내지 못하는, 심하게 말하면 죽은 산업인 셈이었다. 그러나 지난 99년부터 정부는 애니메이션을 비롯한 지식형 산업(영화, 출판, 캐릭터, 컴퓨터게임)의 육성이라는 슬로건을 내걸고 지원을 약속했다. 그 결과 90년대 중반 ‘블루시걸’을 시작으로 조성된 애니메이션 붐은 이후 정부의 지원하에 ‘붉은 매’, ‘아마겟돈’, ‘헝그리베스트5’, ‘돌아온 홍길동’ 등으로 이어졌고, 컴퓨터 애니메이션의 발전으로 현재까지 여러 편의 3D 애니메이션이 제작됐다.

기술이전 통해 현지시장 적극 공략

그럼에도 불구하고 국내 창작 애니메이션은 대부분 흥행에 참패했다. 국내 애니메이션의 기술적 표현이나 제작기술의 발전은 일본에 전혀 부끄럽지 않다는 평가다. 오히려 자부심을 갖기에 충분할 정도. 흥행참패의 가장 큰 원인은 ‘프리 프로덕션’ 능력이 없기 때문이라 할 수 있다. 프리 프로덕션이란 기획과 스토리보드 단계로 영화로 따지자면 시나리오 제작이다. 국내에서는 전문

애니메이션 스토리 작가가 존재하지 않는다. 내용에 관객을 흡입할 수 있는 결정적인 긴장감이나 혹은 뭔가 여운을 남길 철학이 없는 작품은 관객의 외면을 받는다.

이런 상황에서 최근 국내 애니메이션업계가 변하고 있다. 고부가가치를 창출할 수 있는 작품양성에 발 벗고 나서고 있는 것. 애니메이션의 국내 TV 방영시간이 줄어들고 있는 등 주변여건이 만만치 않는 상황에서 단순 OEM 공급사로는 더이상 수지타산이 맞지 않기 때문이다. 세계 최초로 만들어지는 TV용 3D 장편 그래픽 애니메이션의 제작사로 주목을 받게 된 ‘션엔터테인먼트’도 이런 면에서 주목할 만하다. 지난 99년 영상매체 제작 및 판매회사로 설립된 씬엔터테인먼트는 불과 1~2년전만 해도 애니메이션 OEM 공급으로 상당한 매출을 올렸으나, 기술 개발력과 창작, 기획력을 바탕으로 사업영역을 확장, 종합 엔터테인먼트사로 자리잡아 나가고 있다 이 회사는 애니메이션의 OEM 공급사업을 중단하고, 머천다이징(MD)사업부와 미디어사업부를 신설, 엔터테인먼트와 멀티미디어의 통합을 꿈꾼다. 이미 특수 전시영상 및 2D/3D 컴퓨터그래픽 등 다양한 콘텐츠를 창출하고 있다.

이 회사의 대표작은 오는 5월부터 KBS에서 방영될 예정인 ‘네티비’. 지난 2000년부터 이 작품을 기획, 제작해온 네티비는 중국 CCTV로부터 투자를 이끌어냈다. 씬엔터테인먼트는 네티비의



기획과 제작 과정을 총괄할 뿐 제작은 주로 중국현지에서 진행된다. 더구나 중국을 제외한 해외판권도 썸엔터테인먼트가 소유하고 있어 실질적으로는 생산을 위탁한 셈이다.

썸엔터테인먼트측은 “중국정부가 일본 애니메이션에 대해서는 강한 견제심리를 갖고 있는 반면 한국 애니메이션에 대해서는 상당히 호의적이기 때문에 한국 애니메이션이 중국에서 선전할 가능성이 높다”며 “이번 사례는 기술이전을 통해 현지시장을 공략하려는 썸엔터테인먼트의 마케팅 전략의 소산”이라고 설명했다.

창작성 인정받는 엔터테인먼트기업이 목표

썸엔터테인먼트 해외시장 진출은 넷피비가 첫 사례는 아니다. 이미 썸엔터테인먼트는 넷피비에 앞서 캐나다의 KBI사와의 TV용 애니메이션 ‘아바타’에 대한 공동제작 계약을 체결한 바 있다. 드넓은 해외시장을 두드리려는 이 회사의 마케팅 전략이 넷피비로 인해 꽃을 피운 셈이다. 특히 썸엔터테인먼트의 중국시장 진출은 선우, 아툰즈, 카르마 등에 이은 것으로 최근 중국의 애니메이션 산업의 급속히 발전하고 있다는 점에서 중국시장에서 선점효과를 누릴 수 있을 것으로 기대된다. 향후 썸엔터테인먼트는 넷피비의 국내방송을 시작한 후 6월부터 중국에서 방영할 예정이다. 또한 호주에 방영권을 판매한 데 이어 올해에는 일본과 대만 홍콩 등 아시아권과 프랑스, 스페인 등 유럽권으로 진출할 계획이다.

썸엔터테인먼트측은 해외시장 진출을 위해 무엇보다 중요한 점은 작품의 탄탄한 구성이라고 조언한다. 넷피비의 경우, 3D의 차가운 금속성 질감을 최대한 배제하고 따뜻한 느낌과 자연스러운 터치를 살리는 기법으로 영상미를 강조했다라는 점도 장점이지만 무엇보다 뛰어난 시나리오성을 갖췄다는 것이다.

넷피비는 주인공 ‘네티’가 클릭월드에서 떨어지면서 여행이 시작되는 이 작품은 네티가 신표를 하나씩 모아가면서 자신이 뒤돌아지고 혼란 속에 빠진 클릭월드를 구하게 될 영웅이라는 것을 깨닫게 되는 등 판타지적인 구성이 시청자들을 TV 앞으로 끌게 만들 소지가 다분하다고 이 회사 관계자는 설명했다. 넷피비는 이러한 작품성을 인정받아 지난해 4분기 디지털영상 부문 디지털콘텐츠대상을 수상한 바 있으며, 썸엔터테인먼트는 문화관광부로부터 문화조합 투자 1호 투자업체로 선정되기도 했다.

이 회사의 또하나 강점은 영상물 콘텐츠 관련 소프트웨어를 직접 개발하고 있다는 것. 산하 기업부설연구소에서는 영상물 콘텐츠 제작분야에 직접적으로 관련된 다종의 인하우스 소프트웨어 및 상품을 개발함으로써 애니메이션 콘텐츠 제작의 단계별 프로세스의 효율향상을 꾀하고 있다. 이미 필름 레코딩 업무를 자동화한 소프트웨어 FRODA, 독립기념관 원형극장의 콘텐츠 제작 시 사용된 Circle-vision Plug-in, 3D 애니메이션 파이프라인

관리 솔루션 NPM 그리고 원거리에 떨어진 지사 및 협력사들과의 멀티미디어 커뮤니케이션을 위한 소프트웨어 및 솔루션 등을 개발했다.

썸엔터테인먼트는 넷피비의 막바지 개발과 더불어 극장용 애니메이션 ‘레이디폭스(가제)’를 준비하고 있으며, 향후 애니메이션, 캐릭터, 게임, 출판 등을 연계해 다양한 사업을 추진할 계획이다. 올해 이 회사의 매출목표는 70억원. 단순 매출 목표달성만이 아닌 세계적으로 창작성을 인정받는 엔터테인먼트기업이 되겠다는 야무진 포부를 갖고 있다. 애니메이션이 라틴어 ‘아니마(영혼)’에서 유래됐듯이 지금과 같이 하나하나의 작품에 심혈을 기울인다면, 닷컴업계에서나 볼 수 있었던 스타탄생을 애니메이션업계에서도 볼 수 있을 듯 싶다. 🌈

인터뷰 / 최희송 썸엔터테인먼트 사장



▶ 국내 애니메이션업계의 문제점은.

- 흥행 대박을 거둔 작품이 아직 나오지 않았다. 그러다보니 제작 투자에 인색한 편이다. 현재 단일 애니메이션만으로는 수지타산 맞추기가 쉽지 않으며, 캐릭터 등 각각의 연계사업을 진행해야 하는데 이에 대한 유통체계도 전문성이 부족한 실정이다.

▶ 국내 애니메이션업체들의 경쟁력은.

- 기술적 표현이나 제작기술은 경쟁력을 갖고 있다. 특히 컴퓨터 그래픽은 세계 어느 국가에 못지 않다. 다만 89년에 해외로 나갔다가 97년에 귀국해 보니 그 발전속도가 기대했던 만큼은 아니었다. 시장성이 뒷받침되지 못했기 때문이었을 것으로 추측된다.

▶ 기업목표 및 포부를 밝혀달라.

- 캐릭터는 하나의 놀이 상품일 뿐만 아니라 한시대를 대변한다. 자부심과 책임성을 가지고 사업을 추진하겠다. 궁극적으로는 애니메이션, 게임, 캐릭터 등을 아우르는 종합 엔터테인먼트기업을 목표로 하고 있다. 그러기 위해서는 역시 브랜드가 중요하다. 이를 위해 지속적인 마케팅을 펼치고, 넷피비2를 개발하는 등 사업의 일관성을 갖추겠다.

interview