



콘텐츠 IP의 OSMU를 통한 산업 경쟁력 강화, ‘스토리위즈’

대담자 : 전대진 (스토리위즈 대표)

글 : 박종진 (전자신문 기자) / 사진 : 스토리위즈 제공 / 정리 : 김민정 (KCA 방송통신기획팀)

지적 활동으로 발생하는 모든 재산, ‘지식재산(IP)’ 중요성이 커지고 있다. 정보통신기술(ICT) 등 테크 영역은 물론이고 미디어·콘텐츠 영역에서도 원천 IP를 활용해 플랫폼·서비스 경쟁력을 강화하는 전략이 주목받고 있다. OTT나 게임 기업 등이 웹툰과 웹소설의 IP를 기반으로 방송 영상 콘텐츠를 활발히 제작하며 성공 사례를 선보이는 중이다. 2020년 KT에서 분사한 스토리위즈는 웹소설·웹툰 제작·유통과 웹소설 플랫폼 ‘블라이스’를 운영하며, IP 확보를 통해 콘텐츠 소재 발굴·제작·굿즈 판매 등 각종 OSMU 사업을 추진하고 있다. 콘텐츠 IP 전문기업으로 자리매김하려는 스토리위즈의 전대진 대표를 만났다.

1. 웹소설에서 영화·드라마까지, 오리지널 IP의 다각화

지적 활동으로 발생하는 모든 재산, ‘지식재산(IP)’의 중요성이 커지고 있다. 정보통신기술(ICT) 등 테크 영역은 물론이고 미디어·콘텐츠 영역에서도 원천 IP를 활용한 플랫폼·서비스 경쟁력을 강화하는 전략이 주목받고 있다. 지식을 기반으로 만들어낸 창작물의 IP는 다방면으로 활용할 수 있다는 데서 점차 가치가 높아지고 있다. 하나의 IP로 영화, 드라마, 굿즈 등 다양한 콘텐츠로 재생산이 가능하다는 점에서 IP는 미디어·콘텐츠 기업에게 핵심 경쟁력의 원천으로 자리잡았다. 하나의 원천소스를 여러 번 활용한다는 의미의 ‘OSMU(One Source Multi Use)’가 IP 경쟁 시대를 대표하는 말이다.

대표적으로 콘텐츠 IP를 다각도로 활용하여 사업을 펼치는 글로벌 기업은 월트디즈니컴퍼니다. 월트디즈니는 디즈니 애니메이션을 실사화해 영화를 제작하거나 책을 출판하고 캐릭터로 굿즈를 만들어 세계 디즈니스토어에서 판매하고 있다. 디즈니·픽사·마블·스타워즈·내셔널지오그래픽·스타 등 영상콘텐츠 기반 OTT ‘디즈니플러스’와 테마파크 디즈니랜드를 세계 각지에 건설하는 등에도 콘텐츠 IP를 적극 활용하고 있다.

최근 국내에서도 콘텐츠 IP 확보를 위한 경쟁이 치열해지는 양상이다. 네이버와 카카오를 필두로 미디어·콘텐츠 기업들이 공모전이나 아마추어 작가 발굴, 플랫폼 인수 등의 다양한 방법으로 콘텐츠IP를 확보하고 있다. 2021년 1월 네이버는 6,600억 원을 투입해 글로벌 웹소설 플랫폼 왓패드를 인수했다. 카카오도 2021년 5월 웹소설 플랫폼 타파스와 래디쉬를 각각 6,000억 원과 5,000억 원 기업가치로 인수하는 등 국내 미디어·콘텐츠 시장에도 IP 확보 경쟁이 본격화되고 있다. OTT·게임 기업 등은 웹툰과 웹소설 IP를 기반으로 콘텐츠 제작에 나서며 성공적인 성과를 거두는 사례를 보이고 있다.

스토리위즈는 매일 새로운 스토리를 선보이겠다는 포부로 지난 해 5월 KT에서 분사하며, 웹소설·웹툰 제작·유통과 웹소설 플랫폼 ‘블라이스’를 운영하는 등 콘텐츠 IP 전문기업을 표방하고 있다. IP 기반 소재 발굴·콘텐츠 제작·굿즈 판매 등 각종 사업을 추진하고, 웹툰·웹소설 작가 발굴과 양성 등으로 다양한 IP를 확보 중에 있다. 또한 스튜디오지니와의 협업을 중심으로 KT그룹 내 제휴, 협력을 통해 미디어·콘텐츠 IP의 ‘OSMU’ 기반을 마련하고 콘텐츠 OSMU 사업의 핵심 게이트웨이 역할을 담당한다.

그림 1 전대진(스토리위즈 대표)



네이버와 카카오로 양분된 국내 웹툰·웹소설 시장에서 제3세력이자 대안으로 자리매김하고자 목표하는 스토리위즈의 전대진 대표를 만나 오리지널 IP 활용 전략과 산업의 전망에 대해 이야기를 나눴다.

Q. 본격적으로 IP 확보 사업에 뛰어든 이유가 있으신지요.

A. 콘텐츠 산업에서 IP의 가치를 극대화 할 수 있으면 좋겠다는 생각을 했습니다. 웹툰·웹소설 기반의 콘텐츠 전문기업으로서 네이버와 카카오가 아닌 제3의 사업자로 자리잡고 스토리 자체의 IP가 지닌 가치를 인정받겠다는 목표를 뒀습니다. 지난 해 5월에 콘텐츠 독립 법인으로 분사한 후, 1년 6개월 간 작가 발굴과 양성부터 콘텐츠 기획·제작까지 추진하면서 시장에 어필을 하고 있는 것 같습니다. 작가들이나 창작업계에서도 스토리위즈가 인지도를 확보하며 인정을 받고 있고, 새로운 장르의 콘텐츠 제작에 대한 도전도 인정을 받는 분위기입니다.

스토리위즈는 자체 IP를 확보하고 다양한 이용자의 수요를 충족시킬 수 있는 새로운 장르 IP를 발굴하는 데 초점을 두고 있습니다. 궁극적으로는 'IP OSMU'를 실현하는 것이 핵심 전략입니다. 웹소설 IP를 활용해 영상 콘텐츠로 제작했던 <컬러 러쉬>나 <뒤틀린 집> 등이 성공작으로 자리매김했고, 'KT스튜디오지니'와 OTT '시즌(seezn)'의 오리지널 콘텐츠 기획·제작·발굴을 위한 협업체계도 활성화하는 중입니다.

Q. 왜 OSMU가 핵심 전략인가요?

A. OSMU는 좋은 콘텐츠 IP를 최대한 활용하자는 접근방식입니다. 먼저 웹툰이나 웹소설을 적극 제작하고, 확보된 오리지널 IP를 활용해 콘텐츠를 다각화하는 OSMU를 추진하는 전략입니다. 웹소설 콘텐츠가 좋은 성과를 거뒀다고 해서 해당 스토리를 기반으로 제작한 영화나 드라마가 흥행한다는 보장이 없습니다. 스토리가 영상 콘텐츠에 적합한지에 따라 결과가 달라집니다. 그래서 스토리위즈는 웹소설이나 웹툰을 시나리오 작성 단계에서 기획부터 IP를 어떻게 다양한 콘텐츠 제작에 활용할지를 염두에 두고 작품을 만듭니다.

<컬러 러쉬>라는 작품이 대표적이며, 'IP OSMU'를 시험한 콘텐츠 중 하나입니다. IP 가치를 확대하기 위해 굿즈 제작을 해 해외에서도 좋은 반응을 얻어내기도 했습니다. 국내 크라우드펀딩 플랫폼을 통해 펀딩을 진행했는데도 불구하고 일본 등지 해외 고객이 다수 펀딩에 참여했습니다. 목표 금액의 150%를 달성했고, 80% 이상이 해외에서 참여한 것으로 분석됐습니다. 스토리위즈는 IP OSMU의 하나로 콘텐츠와 연관된 파생상품, 즉 굿즈 기획 판매 역량도 뛰어나다고 자부합니다. KT위즈 야구단의 선수를 소재로 웹툰을 만들었고, 해당 웹툰 콘텐츠의 캐릭터 상품 기획도 병행하여 제작했습니다.

Q. 콘텐츠의 기획 단계부터 IP활용 전략을 세운다고 하셨는데 구체적으로 설명해 주신다면요.

A. 단순히 웹툰·웹소설을 만들기 위해 콘텐츠를 기획하고 제작한다기보다는, 우선 작가들이 시나리오를 쓰고 스토리 IP를 만든 다음 웹툰이나 웹소설, 영상화 제작을 결정하는 방식으로 콘텐츠를 기획하고 있습니다. 특히 영상화 콘텐츠는 OTT전용 스포츠 콘텐츠에서부터 광고, 영화, 드라마까지 최대한 다방면으로 IP를 활용할 수 있도록 기획합니다.

2. 콘텐츠 생태계 활성화의 씨앗, 좋은 IP 발굴로 시작하는 OSMU전략

Q. 좋은 IP 확보를 위해 스토리위즈가 기울이는 노력은 무엇인가요.

A. IP OSMU를 활성화하기 위해서는 콘텐츠 생태계를 함께 만들어가는 풍토가 있어야 합니다. 작가나 제작자도 웹툰·웹소설로 한정해 작품을 만드는 것보다 IP라는 씨앗을 만든다는 관점에서 작업을 하면 확장성이 커집니다. 아무리 좋은 IP를 갖고 있다고 해도 저절로 가치가 커지는 않습니다.

IP를 여러 갈래로 활용하여 재탄생할 수 있도록, 다양한 제작사나 플랫폼과 협업체계를 만드는 것이 성공의 지름길입니다. 스토리위즈는 IP를 발굴해 영상화할 때 원작자와 기획을 위한 소통을 중시하고 있습니다. 영상화 제작을 위해 새로운 스토리라인이 필요할 수 있고, 전문성을 가미해야하기 때문에 상호 신뢰를 쌓으며 소통하는 것이 가장 중요합니다. 영상 기획·제작자가 지향하는 바를 원작자가 수용하는 데서 괴리를 최소화하기 위해 특히 노력하고 있습니다.

Q. 대표님이 생각하시는 좋은 IP는 무엇인가요.

A. 좋은 IP를 하나로 정의할 수는 없습니다. 스토리 소재가 주목받을 만한 지가 우선 중요하고, 차별화 포인트가 있어야 IP의 가치를 키울 수 있습니다. 확장성은 필수입니다. 좋은 IP는 트렌드를 읽어내고 이를 반영하고 있어야 하며 세계관을 설계하는 것과 동일합니다.

Q. IP 기획·개발을 강화하기 위해 어떤 노력을 하고 있으신지요.

A. 스토리위즈가 협업하는 200여 명의 작가들과 함께 IP 기획개발부터 OSMU로 이어지는 선순환 구조를 만들 계획입니다. 내년부터는 스토리위즈가 보유한 플랫폼 ‘블라이스’를 활용해 콘텐츠를 제공하려고 합니다. 블라이스뿐만 아니라 네이버와 카카오 웹툰 플랫폼에도 자체 IP로 기획·개발한 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 또 KT스튜디오지니와 함께 추진한 공동 공모전처럼 외부 공모전도 적극 개최하고 신진 작가 발굴도 병행할 예정입니다. 콘텐츠 IP의 영상화를 전제로 웹툰·웹소설 공모전을 개최했는데 규모가 크지 않음에도 불구하고 출품작이 매우 많았습니다. 지속해서 영상화 가능한 콘텐츠의 오리지널 IP를 발굴하고자 노력 중입니다.

Q. <컬러러쉬> 이외에 스토리위즈가 오리지널 IP를 발굴해서 콘텐츠를 영상화한 대표적인 사례가 있다면요?

A. 저희가 보유한 원천 IP이외에도 다양한 제작사들이 보유한 오리지널 IP를 활용해 영화나 영상콘텐츠로 제작하고자 IP 공동 기획개발 업무협약을 체결했습니다. 전문 작가진과 오리지널 IP를 보유한 스토리 프로덕션부터 영화 제작사 등과 협업을 통해 IP를 확보하고 영상 콘텐츠의 기획개발에서 제작까지 진행하고 있습니다. 스토리위즈가 MOU를 통해 소설 원작 IP를 영화로 기획개발하고 제작에 참여했던 영화를 영화제에서 선보이기도 했습니다.

그림 2 제26회 부산국제영화제 ‘한국영화의 오늘-파노라마 부문’ 공식 초청작



한국영화의 오늘

전체 **파노라마** 비전



파노라마
낙원의 밤
 Night in Paradise
 박준정 PARK Hoon-jung
 Korea | 2021 | 132min
 베니스영화제 비경쟁



파노라마
낮과 달
 The Cave
 이영아 LEE Young-ah
 Korea | 2021 | 112min



파노라마
뒤틀린 집
 The Contorted House
 강동원 KANG Donghun
 Korea | 2021 | 90min



파노라마
라스트 필름
 Last Film
 전수일 JEON Soo-il
 Korea/France | 2021 | 101min

테이크원스튜디오와 함께 기획개발한 영화 <뒤틀린 집>은 지난 10월 제26회 부산국제영화제 ‘한국영화의 오늘-파노라마 부문’ 공식 초청작으로 선정되었습니다. 바로엔터테인먼트와 기획·개발한 옴니버스 영화 프로젝트 <Re- 다시 프로젝트>는 제3회 강릉국제영화제 패밀리 기프-강릉빅픽처 부문에 초청되는 등 성과를 거뒀습니다. 스토리워즈는 앞으로도 원천 스토리 IP를 지속 발굴하며 다양한 영상 포맷으로 확장할 수 있도록 지원할 계획입니다.

그림 3 <Re-다시 프로젝트> 스틸컷



Q. 해외 시장에서 새로운 IP의 발굴이나 공동 기획개발에 대한 전망은 어떠한가요?

A. 일본 등 가까운 아시아 시장에서 IP를 발굴해서 우리 문화에 맞게 재해석해 새로운 IP의 가치를 창출할 수 있다고 생각합니다. 특히 일본은 웹툰에 특화돼 있습니다. 일본의 웹툰 중에서 콘텐츠 IP를 발굴하고 기획개발 하는 것도 우리나라나 글로벌 시장에서 통할 수 있는 새로운 가능성을 창출하리라 전망합니다. 역으로 일본 내에서도 콘텐츠 경쟁이 심화되고 있습니다. 한국 IP를 수입하려는 움직임이 꽤 많습니다. 해외 시장을 잘 활용하는 방안을 모색하면 IP 산업 진흥의 새로운 길이 될 수 있다고 생각합니다. 국내 시장에서 수요를 충족하지 못하고 공급에 어려움을 겪고 있는 전문 인력을 확보하는 방안도 될 수도 있습니다. 해외 시장에서 공동 기획개발을 한다면 웹툰 작업을 지원할 그림을 잘 그리는 인력이나 채색을 잘하는 인력 등을 확보하는 방향으로도 협업할 수 있다고 생각합니다.

Q. IP 발굴이나 기획 개발 사업을 하면서 시장에서 느끼는 애로점이 있으신지요.

A. IP 발굴을 직접적으로 지원하는 것도 중요하겠지만 IP를 확보할 수 있는 시장 생태계가 활성화되었으면 좋겠습니다. 스튜디오드래곤이나 스튜디오N처럼 이미 큰 사업자들은 IP 확보나 작가 영입에 어려움이 상대적으로 적습니다. 그러나 신생 제작사나 스타트업 기업들은 성공 가능성이 담보되지 않는 IP 조차도 얻기가 쉽지 않습니다. 기업에 대한 신뢰가 없거나 낮기 때문입니다. IP에 대한 접근성을 높여주고 거래가 활발히 이루어질 수 있도록 신뢰를 담보한다던가 IP 거래가 활발히 이뤄질 수 있는 생태계를 조성하는 데 정책 지원이 필요하다고 생각합니다.

3. IP가 가진 진정성을 찾아 IP 가치의 극대화, 글로벌 IP까지

Q. 스토리위즈의 향후 역점 사업은 무엇인가요.

A. 스토리위즈는 KT에서 콘텐츠IP 유통을 담당하던 조직이 분사해 나오면서 콘텐츠 기획·제작까지 포괄하는 사업을 진행하게 됐습니다. 앞으로는 플랫폼을 강화하는 데 집중할 계획입니다. 그동안 IP를 발굴하고 기획하는 단계부터 다양한 콘텐츠로의 제작까지 빠르게 이어지는 OSMU 사업 다각화에 치중해왔습니다. 물론 IP를 활용한 OSMU 사업의 선순환 구조는 지속적으로 추진할 목표이고 가져가야 할 과제로 인식하고 있습니다.

내년에는 자사 플랫폼 ‘블라이스’를 통해 이용자에게 콘텐츠를 전달하고, 창작업계에서 스토리위즈의 인지도를 높이는 것을 목표로 합니다. 글로벌 시장에서 한국 콘텐츠 IP의 가치에 대한 인식도 제고할 계획입니다. 특히 내년에는 스토리 IP 개발을 위해 스토리위즈 ‘블라이스’와 협업할 작가진을 총 100명 정도 추가로 확보할 계획입니다. 플랫폼의 중요성을 크게 보고 있습니다. 콘텐츠 IP 중심의 플랫폼 운영에 대한 책임 의식도 갖고 있습니다.

Q. 마지막으로 스토리위즈의 중장기 계획이나 산업 전망에 대해 한 말씀 부탁드립니다.

A. 웹툰·웹소설은 국내 시장 유통에 국한될 수 있지만, 자체 오리지널 IP를 활용해 영화 등의 다양한 콘텐츠로 만들게 되면 글로벌 시장 진출로도 이어갈 수 있습니다. 네이버와 카카오프렌즈도 국내 기업들이 해외 IP를 확보하며 시장을 키워가고 있습니다.

이에 중장기 목표로 자체 플랫폼이 해외 시장으로 진출하는 방안도 고민하고 있습니다. AI 번역 등이 활발해지고 기술이 뒷받침되면 엄선된 작품으로 시작해 글로벌 IP 시장을 공략할 계획입니다. 스토리위즈는 IP 가치를 극대화하고 진정성 있게 여기는 기업으로 인식되고 싶습니다. 모든 장르나 작품을 다 망라할 수는 없어도, 특정 장르 콘텐츠에 특화된 전문성을 앞세워 니치 마켓부터 입지를 다진다면 IP시장에서 성공 가능성이 충분하다고 생각합니다.

업계에서 보기 드문 빠른 실행력으로 IP 발굴부터 영화·드라마 등 영상 콘텐츠 동시 제작까지 진행해왔습니다. 앞으로도 작은 IP일지라도 가능성을 발견하여 OSMU를 추진하고 사업화, 실천까지 할 예정입니다. 창작자의 의견을 중요시하고 IP 창작 생태계가 활성화되도록 돕는 국내 IP 산업 진흥의 든든한 파트너가 되고 싶습니다.