아이디어발상(B)\_201813151\_김민겸\_콘텐츠시장순위

문서정보

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 주차 | 제출일 | 과제명 | 비고 |
| 1주차 |  | 해당사항없음 |  |
| 2주차 | 2018-03-14 | 아이디어발상/콘텐츠시장순위 |  |
| 3주차 | 2018-03-21 | 발상의방법/콘텐츠시장순위 |  |
| 4주차 | 2018-03-28 | 아이언리그/콘텐츠시장순위 |  |
| 5주차 | 2018-04-13 | 데이터분석 |  |
| 6주차 | 2018-04-20 | 콘텐츠시장순위 |  |
| 7주차 | 2018-04-20 | 발표평가/콘텐츠시장순위 |  |
| 8주차 | 2018-04-27 | 발표평가/콘텐츠시장순위 |  |
| 9주차 | 2018-05-04 | 발표평가/콘텐츠시장순위 |  |
| 10주차 | 2018-05-12 | 영화컨셉/콘텐츠시장순위 |  |
| 11주차 | 2018-05-19 | OSMU/콘텐츠시장순위 |  |
| 12주차 |  |  |  |
| 13주차 |  |  |  |
| 14주차 |  |  |  |
| 15주차 |  |  |  |

1. OSMU에 대하여, OSMU의 성공 사례

OSMU란 기존에 있던 하나의 콘텐츠를 바탕으로 도서, 영화, 애니메이션 등, 다양한 매체로 새로운 창작물을 만드는 것을 말한다. 일반적으로 이미 성공한 콘텐츠를 바탕으로 OSMU 전략을 실행하는게 기본이고, 성공한 원작IP의 인기를 기반으로 기존 팬층을 끌어 모을 수 있게 된다. 그럼으로써 어느 정도의 흥행 보장이 된다는 것은 큰 매력으로 다가오고 또한 지속적으로 새로운 부가가치를 창출할 수 있게 된다. OSMU 전략은 이러한 특징 때문에 이미 많은 회사, 콘텐츠 제작자들이 적극적으로 진행중이다.  
 그에 따른 사례로, 블리자드는 2016년에‘워크래프트’IP를 이용해 영화 워크래프트:전쟁의 서막을 제작했다. 최근까지 사랑받아 서비스 하고 있는 월드오브워크래프트의 인기에 힘 입어 게임 원작 영화 흥행 1위, 4억달러의 이상의 수입을 내는 등 원작의 인기를 보여주는 흥행 성과를 거뒀다.  
 또한 웹툰을 기반한 영화로‘신과함께’,‘강철비’등이 큰 인기를 끌기도 했다. 신과함께는 관객수 1376만 이상을 찍어 600만 달러 이상을 버는 흥행을 보여주어 OSMU의 성공과 전략의 힘을 보여주기도 했다.  
 또다른 대표적인 예로는‘디즈니 월트’사를 들 수 있다. 다양한 개성 있는 캐릭터와 세계관으로 영화, 피규어, 만화 등의 매체를 바탕으로 큰 수익을 내고 있다. 최근 사례로는 마블 세계관의 영화 시리즈(어벤져스, 스파이더맨, 아이언맨 등)를 통해 엄청난 흥행 성과를 보여주었다.  
 이러한 흥행 성과가 있기 때문에, 많은 콘텐츠들이 OSMU전략을 선호하고 실행하고 있다.

1. OSMU, 매체별 차이점

OSMU는 기존의 콘텐츠로 다양한 매체를 통해 새로운 콘텐츠를 만들어내는 만큼 매체 또한 다양하고 서로 가지는 특징 또한 다르다. 대표적으로 사용되고 소비되는 매체는 게임, 영화, 웹툰이나 상품으로 재 탄생시키는 상품 등이 있다.  
 영화는 기존의 콘텐츠를 하나의 영상물로 담아내는 매체로 통한다. OSMU전략을 시행할 시에 매우 많은 비용이 들어가고 긴 제작 기간을 요구하게 된다. 그럼에도 영화는 문화예술 분야에서 가장 대중적이고 인기있는 매체이다. 소비자에게 지속적인 시간을 소모하도록 요구하지 않고 짧은 시간안에 하나의 이야기를 담아낸다는 특성 때문이다. 또한 한국은 2013년부터 1인당 연간 영화 관람 횟수가 4.2회로 세계 1위를 하는 만큼 한국 시장 또한 큰 인기가 입증된 매체 중 하나이다.

게임은 다양한 갈래로 나뉘어지지만 대표적으로 컴퓨터를 이용한 게임을 일반적으로 다루게 된다. 게임 역시 상당한 제작비와 시간이 들어가게 되지만 시각적, 청각적 재미와 함께 소비자에게 게임 내의 룰을 생각하고 플레이하게 하며 재미를 준다. 이미 넓은 시장을 가지고 있고 매체의 매력적인 특징 때문에 많은 콘텐츠들이 게임화를 하고있다. 한국에서는 대표적인 예로 웹툰들의 게임화가 있다.

웹툰은 해당 콘텐츠의 이야기를 만화로 그려내는 매체이다. 대표적인 특징으로 직접 구입하고 만들어야 하는 출판 만화와 다르게 인터넷을 이용한 높은 접근성, 낮은 배포 비용이 있다. 이러한 대중적인 특성 덕분에 콘텐츠의 홍보나, 기존 웹툰의 인기를 바탕으로 새로운 매체로 OSMU가 일어나는 경우가 많다.  
 마지막으로 상품이다. 기존의 콘텐츠를 이용해 팬시 상품으로 만들어내면서 기존 팬층의 소장욕을 자극하고 소비자가 실제로 구매하고 상품을 가질 수 있는 특징이 있다. 티셔츠, 장난감, 부채, 스티커, 만화책 등 여러 갈래를 나뉘기 때문에 다양한 콘텐츠, 상품으로 제작할 수 있기 때문에 다양한 시도를 할 수 있다는 장점을 가지고 있다.

1. OSMU, 증가 원인

OSMU 전략이 흥하는 이유는 간단하다. 바로 원작의 인기에 힘 입은 흥행과 IP, 브랜드 확장이 쉽기 때문이다. OSMU가 이루어지는 콘텐츠들은 대부분 캐릭터 상품, 음악 등 여러 매체로 뻗어 나갈 수 있다는 특징이 있기 때문에 OSMU를 통해 원작의 콘텐츠의 수명, 즉 꾸준한 관심과 인기 그리고 IP와 브랜드의 확장으로 나아가고 최소한의 투자 비용으로 높은 부가가치를 얻을 수 있는 선순환 구조를 취할 수 있기에 제작사 입장에서는 매력적이고 반드시 진행할 수 밖에 없는 전략인 것이다. 콘텐츠를 새로 만들고 흥행하는 것은 기존의 사례가 없다면 높은 위험성을 가지고 개발해야 하는 제작사의 입장에서는 기존에 이미 성공한 콘텐츠를 통해 팬층의 확보와 함께 성공할 수 있는 지름길인 것이다.