

안녕하세요, 저는 항상 저를 표현할 기회를 찾고 있는 17살 CEO 시각 디자이너 박지민이라고 합니다.

현재 XERO DESIGN STUDIO를 운영하고 있고 여러 브랜드, 기업, 대형 유튜버들과 디자인과 마케팅 프로젝트 다수 진행한 바 있습니다.

다름이 아니고, 제가 이렇게 글을 쓰는 이유는 장난을 치려는 것이 절대 아니며 회사, 아티스트, 팬들의 이상적인 꿈과 상상들이 결합한 결합물에 저의 창의력과 상상력을 그러한 결합물에 더하고 싶고, 대표이기 이전의 고등학생인 제가 'THE BLACK LABEL'을 바라볼 때의 '시각'을 말씀드리고 싶기 때문입니다.

사실 이 나이 때만 경험할 수 있는 경험들과 추억들이 저를 성장시키고 시각과 견문을 넓히는데 도움을 주었다고 생각합니다.

저의 취미이자 특기인 '시각'디자인은 그래픽디자인, 편집디자인, 일러스트 등을 모두 포함하여 시각적으로 누군가를 즐겁게 하거나 영감을 주어 어느 회사나 부서든 꼭 필요하고 감각과 센스를 중심으로 내가 생각하는 시각적 이미지를 디자인 툴들로 표현하는 매우 흥미롭고 창의적인 분야라고 생각합니다.

지금까지 진행했었던 프로젝트도 바로 이 '시각' 덕분에 맡아 진행할 수 있었는데 물론 저보다 디자인툴들을 더욱더 능숙하고 노련하게 다루시는 선배 디자이너분들은 많으시지만, 여러 가지 경험들을 바탕으로 생긴 10대만의 특유한 에너지, 어른들이 절대 생각할 수 없고 볼 수 없는 창의적인 시각, 트렌드를 읽어내는 능력, 사회성과 팀워크, 정확한 일처리, 생각할 수 있는 능력이 저에게 기회를 주어 기업과 저 자신이 융합하여 좋은 시너지를 내었다고 생각합니다.

유행은 20대나 30대 또는 그 이상이 시작할 수는 있지만, 그런 유행을 따라 하고 이끄는 나이대는 10대라고 생각합니다. 8시 30분부터 5시 30분까지 대략 9시간 이상의 시간을 학교에서 보내는 저는 유행에 뒤처지면 흔히 '은따; 은근히 따돌림'가 될 수 있는 10대라는 전 세계에서 가장 트렌드에 민감한 집단에 속하여 생활을 합니다. 하교 후에는 SNS (인스타그램 등)를 이용해 종일 연락을 주고받고 미디어에 노출되어 트렌드를 읽고 온갖 '밈과 콘텐츠'들을 접하게 되는데 전혀 어려움이 없습니다.

제가 만약 이 회사에서 일하게 된다는 저는 회사에서 어떤 도움을 주고 이익을 가져다 줄 수 있는지에 대해 깊은 생각을 가져보았습니다.

제가 물론 마케팅과 디자인부분에서 도움을 드릴수도 있지만 저는 회사를 객관적으로 비판하고 분석할 수 있는 능력을 가지고 있다고 생각합니다.

먼저, 현재 시장은 아이돌 포화상태로, 아티스트의 색이 선명하지 않으면 성공이 매우 어렵습니다. 이 사실은 모두가 알고 있는데, 한 그룹이나 아티스트가 가지고 있는 색깔들을 회사와 아티스트, 대중들이 어느정도는 알고 있어야 '입덕'이 가능하다고 생각합니다. Sm의 엔시티라는 보이그룹으로 예시를 들어서 설명을 드리자면, 엔시티에는 NCT 127, NCT DREAM, NCT2020, NCT U, WAYV 등 여러 유닛들이 있고 멤버마다 낼 수 있는 색깔이 달라 무한확장, 유닛간 멤버의 탈퇴와 영입이 자유로운 것이 장점인 그룹이고, 표면적으로

보기에는 그룹안에 내재되어있는 세계관이 상당히 어렵고 진입장벽이 높지만 한번 '입덕'하면 다시 빠져나오지 못할 정도로 엔시티존이 되어버려 순식간에 '엔머드는 ; 엔시티+스머드는' 그룹입니다.

하지만 아무리 매력이 넘치고 실력이 좋아도 대중들에게 진입장벽이 높고 멤버수만 많은 그룹으로 편견이 생기면 절대 규모있는 팬덤을 형성하지 못하고 대중성도 잡을 수 없다고 생각합니다.

THE BLACK LABEL 의 아티스트 '전소미' 를 분석해보았을때 현재 프로듀스 101의 걸그룹 IOI로 데뷔하여 솔로데뷔를 하여 "BIRTHDAY"와 "WHAT YOU WAITING FOR"를 지나 "DUMBDUMB"으로 하이틴 이미지를 굳히고,첫 정규앨범 "XOXO"로 이국적이면서 이질감이 들지 않는 약간의 한국적이고 익숙한 비주얼과 PINK SWEAT\$가 참여해 색다른 음악성과 발전된 라이브 실력으로 전소미만 할수있는 하이틴 컨셉의 대명사로 자리매김했습니다.

이미 걸그룹으로 유명했던 멤버가 솔로로 데뷔하는 아티스트 전소미 같은 케이스는 첫 데뷔 화제성 이 앞으로의 행보에 너무나도 많은것을 좌우 하기 때문에 아티스트 전소미 입장에서 이 시기에 큰 반응을 이끌어내지 못하고 데뷔 앨범 한장없이 시간을 흘려보낸것이 꽤나 뼈 아픈 흐름이 될수도 있었죠.

이미 대중들의 기대치가 떨어져 있는 상태로 컴백했다 하더라도 굳이 클릭을 부르지 못하는 콘텐츠가 될 갈림길에 선상황이었지만 젊음 세대의 우상 답게 쇼폼 (릴스,유튜브 쇼츠,틱톡)을 적극적으로 이용하는 프로모션과 완벽한 컨셉 선정을 통해 또 다시 화제성을 불러온것은 똑똑한 전략이었다고 생각합니다.

이러한 전략에 저의 의견을 약간 더해보자면 현재, 하이틴 컨셉은 말그대로 10대의 해외 고등학교 생활 비주얼적, 예술적으로 풀어낸 컨셉이라고 할 수 있습니다. 아티스트는 2001년생 21살로 언젠간 하이틴 컨셉을 유지하는데 무리가 있는 나이가 될 것입니다. 따라서 현재까지의 활동과 뮤직비디오의 스토리를 연결시켜 하이틴 (고등학교생활, 프롬, 홈커밍파티) - 해외대학생활 (파티, 시험기간) - 해외팝스타컨셉 (싱어송라이터 이미지 굳히기) 등 아티스트 전소미의 자아형성 및 성숙해져가는 과정, 전소미만이 가능한 색깔, 컨셉, 비주얼이 곧 세계관이 될것이고 해외학교생활 등에 열광하는 한국의 대중들의 니즈도 만족시킬것입니다.

아이돌 세계에는 자신들의 색깔을 잘 찾지 못하고 생긴지도 해체한지도 모르는 무명아이돌들이 다수 존재합니다. 아티스트를 떠올렸을 때, 그들의 키워드들이 연관지어 생각나는 것이 중요하다고 생각합니다. 이를 위해 타겟팅을 확실하게 진행해 선호층확보 및 코어팬덤을 탄탄히 유지하고, 누가 들어도 이름의 가치가 있어야 합니다. 여기서 정의하는 이름의 가치란 다양한 컨셉을 시도하더라도 팬과 대중 모두가 만족하고 이름의 힘으로 흥행을 이끌 수 있는 가치입니다. 때문에 컨셉이나 비주얼전략을 새로 수립하는 것도 중요하겠지만, 기존 가지고 있던 색들을 알릴 수 있는 제대로된 창의적이고 기발한 마케팅 전략을 수립하고 그러한 가치를 갖기 위한 단계로, 트렌드를 파악하고 앞서 설명한 키워드와 스토리를 견고히 지켜나가야 합니다. 예전 해외에서 학교생활을 하였고 현재 학교생활을 하며 많은 트렌드를 빠르게 읽어내고 그 안에서 키워드를 생각하여 창의적인 컨셉으로 승화시키는 독보적인 능력을 가진 제가 비주얼 및 아트디렉팅, 디자인, 콘텐츠

기획, 레퍼런스 제작에 참여하게 된다면 더욱 완벽한 시너지를 낼수있다고 생각합니다.
아니, 꼭 참여해야한다고 생각합니다.

더불어 디자인능력, 외국어능력마케팅능력, 아까 설명드린 트렌드를 읽어내는 감각과
어른들이 절대 볼 수 없는 관점과 과감한 센스들을 THE BLACK LABEL에 빌려드리고자
합니다. THE BLACK LABEL의 모든 콘텐츠와 마케팅은 완성도가 높고 창의적인 것이
특징이지만, 이런 장점에 저의 재능이나 센스가 더해진다면 서로에게 큰 도움이 되고 서로
성장할 수 있는 기회가 될 것 같습니다. 아직 고등학생인지라 객관화할 자료가
생활기록부, 성적표, 자격증등 밖에 없지만, 현재 2021 미니 포트폴리오에 여러 브랜드의
아트디렉팅, GS25, 오늘의집, 교보문고 등 미공개 시안들이 많고 200만 유튜버
디바제시카, 디바걸스, 150만 유튜버 버블디아 의 채널 방향성 및 콘텐츠 기획, 채널 브랜딩
단독 디자인, 헤드디자이너로 프로젝트 진행 경험이 있는 제가 미팅을 하게 된다면
포트폴리오와 함께 상상할 수 없는 창의적인 마케팅 전략과 기업과 아티스트 분석, 디자인
방향을 피티를 통해 설명해드리겠습니다.

세계적으로 인정받으며 문화의 트렌드를 이끌어가는 대한민국의 다양한 엔터테인먼트
콘텐츠 중 케이팝이 있다고 생각합니다. 코로나 - 19로 인해 연극과 뮤지컬, 오페라,
오케스트라 공연같은 저작권 문제로 인해 외부노출이 불가능한 경우 점점 시장이 축소되는
반면에 케이팝과 같이 온라인 시대와 맞아 떨어지며 여러 플랫폼을 통해 어디서든 쉽게
접할 수 있고 짧은 콘텐츠들은 원하는 콘텐츠를 선택해서 볼 수 있는 시대에 실력이 있고
비주얼, 인성이 갖춰진 스타는 더욱 빛날 것이며 그 중심에는 THE BLACK LABEL이 있을
것입니다. 그 미래에 제가 동참해 열정을 다해 뛰어보고 싶습니다.

끝으로 , 이러한 10대의 제안이 THE BLACK LABEL에 얼마나 어려울지 가늠이 되지
않습니다.

회사는 인재를 끝없이 찾고 인재들은 회사를 끝없이 찾는 상황이 계속 되고 있습니다.
대중의 니즈와 팬들의 니즈가 뭔지 모르면 절대 좋은 기획이 나올 수 없습니다. 나이를
저의 한계와 단점으로 볼 수 있겠지만, 저는 저의 최대 장점이라고 생각합니다.
긍정적 검토 바라며 이 기회를 통해 더욱 성장하고 열린 철학을 가지는 기회가 되었으면
좋겠습니다. 감사합니다.