

●●● 허동준 D&H 캐릭터 사업부 이사

에그는 둥글지만 고귀함을 품고 있으며 끊임없이 변화한다



인터넷으로 아이러브에그를 검색해 보면 귀여운 이미지의 캐릭터 에그를 만나볼 수 있다. 캐릭터 에그를 통한 다양한 콘텐츠 개발로 에그만의 문화를 개척해 나가는 현장을 엿볼 수 있다.

본 기자는 평소 식품으로써만 생각해오던 계란에 창의력을 발휘해 영혼을 불어넣음으로써 캐릭터로 승화시킨 '에그'를 통해 사업화에 힘쓰고 있는 D&H 아이러브에그 캐릭터 사업부 허동준 이사를 찾아 에그에 대한 열정을 들어보았다.

D&H 캐릭터 사업부에 대해서

45년의 전통을 자랑하는 동화사를 기반으로 한 D&H사 캐릭터 사업부를 총괄하고 있습니다. 아이러브에그는 2001년도에 개발을 시작해서 플래시 애니메이션 13편, 에그송은 영어버전, 한글버전 2가지가 있으며, 지난해 소



년조선일보를 통해서 클레임 만화를 연재했습니다. 지난 2005년도 6월달에 '에그의 비밀 1권'이 나왔으며 2005년 12월달에 '에그의 비밀 2'가 출간되어 많은 인기를 끌고 있습니다.

캐릭터 에그는...

계란을 컨셉으로 잡은 것은 다음과 같은 특징이 있어서입니다. 계란은 겉은 둥굴둥굴해서 원만해 보이지만 그 안에는 노른자를 품고 있듯이 자기만의 고귀한 생각들을 가지고 있습니다. 또한 매일 끊임없이 다른 모양의 알을 생산하듯이 매일 끊임없이 변화한다는 것에서 에그를 캐릭터로 만들게 되었습니다. 즉 둥굴둥굴한 생활과 그 안에 품고 있는 고귀한 생각 그리고 끊임없이 변화하려는 창조력입니다. 그래서 에그는 한가지 캐릭터에 그치는 것이 아니라 기본이 64가지 정도이며, 계속해서 변화하고 있어 에그는 무궁무진 합니다.

계란브랜드로 요청이 많았을 것으로 보이는데...

실제로 캐릭터 에그에 대한 사용 요청이 많았지만 국내에서는 아직까지 로열티를 주고 캐릭터를 사용함에 있어 익숙하지 않습니다. 또한 자사의 가이드라인과 부합하지 않음으로써 캐릭터 에그의 이미지가 그 상품으로 인해 훼손되는 경우가 발생할 수 있기 때문에 모든 요청을 수용하기에는 어려움이 있습니다. 계란상표로의 요청도 있었지만 에그에 대한 가이드라인에 부합되지 않아 거절한 적이 있습니다. 에그를 브랜드로써 성장시키기 위해 에그 관련 상품에 대해 각별히 신중을 기하고 있습니다.

에그 진출 상황

국내에서는 시계, 열쇠고리, 완구, 의류, 출판 등에 진출해 있으며 해외에서 더욱 각광을 받고 있습니다. 대만에서는 오토바이에 에그 캐릭터

를 사용하고 있으며 에그의 친숙한 이미지와 고급화로 소비자들에 다가가고 있습니다. 이외에도 체중계, 스티커, 가방 등 다양한 분야에 이용되고 있습니다. 유럽에서는 어린이 시장이 크기 때문에 에그 캐릭터를 이용한 어린이 상품으로 진출하고 있습니다.

클레이(점토) 만화

클레이 만화로 조선소년일보에 1년동안 연재됐으며 지난해에는 '에그의 비밀1탄, 2탄'으로 출판되어 많은 관심을 모았습니다.

일단 클레이 자체의 수공예적인 특독함과 에그가 가지는 성격과 유사하다는데서 클레이 만화를 만들었습니다. 점토는 사람손으로 만들었기 때문에 실질적으로 다시 만들 때 똑같은 수

없다는 점입니다. 매일 에그가 새로운 것을 탄생시키지만 같을 수 없다는 것입니다. 또한 다소 보수적으로 자신만의 고집을 가지고 있다는 것입니다. 이와같이 에그의 성격과 클레이가 일맥상통하기 때문에 클레이로 프로퍼티를 강화시켰습니다. 또한 모방이 어렵기 때문이 클레이를 선택하게 되었습니다.

2006년도 사업방향

올해는 세상에 실질적으로 에그를 알리는 한해가 될 것입니다. 현재 영국으로 진출해 있으며 영국은 캐릭터 산업 선진국인 만큼 영국을 기점으로 유럽지역에 진출할 것입니다. 영국의 토미사에서 밴딩머신 에그 악세사리를 판매할 예정입니다. 곧 유럽으로 확대될 것이며 독일 월드컵 시점을 기해 에그기가 보일 수도 있을 것으로 예상됩니다. 대만에서는 '에그의 비밀'의 계약을 체결해 대만어판으로 출시될 예정입니다.

전체적으로는 '에그의 비밀'을 영문판을 출시할 예정으로 전시회나 대회에 참가해 에그를 세계의 캐릭터로 키워나갈 예정입니다.

에그를 만들면서 바라는 점

'시장이 어렵더라도 잘 만들어진 상품은 인정받을 것이다.'라는 생각을 합니다. 국내에서는 캐릭터에 대한 잘못된 인식으로 단 시간내 이익만을 위해 상품을 팔기위한 수단으로만 인식됨이 아쉽습니다. 산업전반에서 요구하고 싶은 것은 좋은 캐릭터가 나왔을 때 세계에 알리며 지속시킬 수 있는 사업으로 발전시켜야 한다는 것입니다. (정리 | 기영훈 기자)

