

## 나무늘보 늘, 중국에 가다 드림의 미학으로 감동 주는 애니메이션

글 이민우 기자 (news@newspeak.kr)

빠름의 시대다. 현대인은 속도의 빠름만이 살길인 양 질주한다. 다람쥐 쳇바퀴 돌듯 바쁘게 반복되는 일상 속에서 '드림의 미학'으로 잔잔한 감동과 위안을 주는 애니메이션이 있어 주목된다. 문화콘텐츠 창작스튜디오 (주)세븐슬로스가 제작한 <느릿느릿 나무늘보 늘>(이하 나무늘보 늘)이 그 주인공이다.

세븐슬로스의 기업이념은 '슬로우 라이프'다. 현 시대를 바쁘게 살아가는 사람들에게 삶의 여유를 주고자 기획된 <나무늘보 늘> 콘텐츠 사업을 이끌어 온 중심인물은 성웅 대표이사과 류진호 감독이다. 성 대표이사는 대외협력 사업을 비롯한 회사 운영을 총괄하고, 류 감독은 애니메이션과 캐릭터 제작 분야 업무를 책임지고 있다.

'나무늘보 늘'에는 멸종위기 동물 캐릭터가 등장한다. 늘(성 대표이사는 '나무늘보 늘'을 사람이를 부르듯 '늘'이라고 했다)와 친구들은 빠르고 복잡한 정글 같은 도심 속 주택가 5층 옥탑방에 산다. 하필이면 왜 나무늘보와 아르마딜로, 재미할기 같은 동물을 의인화했을까.

"세븐슬로스 전에는 외주 작업으로 생활을 했어요. 2009년 겨울 무렵, 새벽까지 이어진 회식을 끝내고 옥탑방 집에 들어가 TV를 켜는데 내셔널지오그래픽 채널에서 나무늘보 보호 소가 나왔어요. '이렇게 느리고 순진한 나무늘보가 빠르고 위험한 정글에서 살아가는 모습이 신기하다'는 성우의 목소리가 들렸죠. 그 나무늘보들이 어쩐지 우리 모습과 닮았다는 느낌이 들었어요. 그래서 캐릭터로 만들어 보자고 생각했죠."

류 감독은 "나무늘보 외에 다른 동물에 대해 알아보니 같은 목(빈치목)의 멸종위기 동물들이 있었다"며 "그렇게 늘이와 아르마딜로 '알', 재미할기 '길'이 만들어졌는데 독특하고 맘에 들었다"고 전했다.

"멸종위기 동물을 캐릭터로 만들어 보자는 생각에는 작은 반항심 같은 게 있었죠. 기존의 개, 고양이 같은 캐릭터가 아니라 멸종위기 동물이면서 세상에서 흔히 요구하는 철학에 위배되는 모습이 더 멋있어 보였습니다."

나무늘보는 남아메리카 열대 밀림에 사는 멸종위기 동물이다. 움직임이 거의 없고 너무 느려 몸에 이끼나 식물이 자랄 정도다. 하지만 나무늘보는 약육강식의 밀림에서 당당히 자신만의 방식으로 살아남고 있다.



'드림과 여유를 통한 진정한 삶의 가치회복'을 내세운 캐릭터 '나무늘보 늘'은 한국콘텐츠진흥원의 지원 사업으로 생명을 얻었다. 2013년 국산캐릭터 창작발굴 지원 사업, 2014년 지역캐릭터 개발 지원 사업, 2015년 파일럿 제작 지원 사업, 2016년 뉴미디어 애니메이션 제작 지원 사업, 2018년 국산 애니메이션 본편 제작지원 사업 등 콘진원의 주요 지원사업에 선정됐다.

성 대표이사는 "우리는 회사나 개인의 투자를 받기보다는 콘진원 지원 사업 공모 등 국가 지원을 받는 데 주력했다"면서 "외부자금 때문에 흔들리지 않고, 온전히 우리의 생각대로 기획 및 제작을 하고 싶었기 때문"이라고 말했다.

"애니메이션은 처음에 개발비가 많이 들어가거든요. 그런데 그림 한 장뿐인 무형의 상품을 보며 기업 입장에서 성공 여부를 판단하고 투자하기 쉽지 않죠. 그래서 역시 자금 동원이 힘듭니다. 그런데 국가에서는 공평하게 기회를 주더라고요. 콘진원에 기획안을 제시해 지원받은 돈이니까, 우리 기획에 따라 마음대로 하고 싶은 걸 시도할 수 있었습니다."

콘진원의 지원사업에 힘입어 작은 단편 애니메이션 팀으로 시작한 세븐슬로스는 총 4개의 단편을 제작했고 전 세계 영화제에서 17회 수상, 60여 회 초청상영을 하는 등 탄탄한 기획력을 갖춘 기업으로 자리 잡았다.

특히 <나무늘보 늘>은 2017년 12월7일부터 2018년 2월 8일까지 KBS 2TV에서 10부작 애니메이션으로 방영돼 호평 받았다. 백수인 나무늘보 '늘'과 편의점 알바생인 아르마딜로 '알', 해충박멸회사에 취업한 재미할기 '길'이 겪는 사연이 쓸쓸한 재미와 웃음을 준다. 물질적으로는 부족하지만 나름의 방법으로 행복하게 살아가는 '늘'이와 친구들의 모습은 자연스레 삶을 돌아보게 하며, 여유와 휴식의 소중함을 알려준다.

현재 <나무늘보 늘>은 중국 투자사의 100억원 규모 현지 투자를 받아 중국 진출을 눈앞에 두고 있다. 세븐슬로스의 캐릭터 사업을 맡고 있는 제이벅스가 지난 5월 중국 심천에 위치한 투자마케팅사 '우애우취 문화통신유한회사'와 <나무늘보 늘>에 관한 중화권 판권(IP) 공동사업 및 뉴미디어 방영 계약을 맺었다.

이번 계약을 통해 제이벅스는 합작회사를 설립해 중국에서 6천만 위안(약 100억 원)을 투자받을 예정이다. 이 투자를

기반으로 단편 애니메이션 총 52편을 공동제작하고, 중국 현지 600여 개 온라인 동영상 플랫폼에서 작품을 방영한다.

성 대표이사는 “합작회사를 꾸려서 중국에 놀이가 진출할 수 있게 됐다”면서 “애니메이션 총괄은 세븐슬로스, 사업 추진은 제이벅스와 중국 투자사가 같이 진행하게 된다”고 설명했다.

세븐슬로스는 놀의 해외 진출과 함께 ‘여유와 휴식’을 주는 캐릭터 사업에 본격 뛰어들 방침이다. 앞으로 만들 주인공 캐릭터를 또한 놀이처럼 휴식이나 작은 행복, 느낌의 삶을 이야기하는 멸종위기 동물이 될 예정이다.

성 대표이사는 “놀이를 정말 힘들게 개발했다. 월급을 제 때 못 줘 직원들에게 사과한 적도 있다”면서 “지금도 힘들지만 우리가 생각하고 기획한 작품의 끝이 어떨지, 우리 판단이 제대로 된 것인지 확인해 보고 싶다”고 각오를 다졌다.

류 감독도 “돈의 논리에 좌지우지되지 않으며 하고 싶은 하는 일을 이뤄내기 위해선 잃는 것이 있더라도 단호한 의지가 필요한 것 같다”면서 “앞으로도 놀이 캐릭터의 특징을 유지하며 좋아하는 애니메이션 일을 계속하고 싶다”고 밝혔다.

느림의 행복을 깨우쳐 주는 멸종위기 동물 캐릭터들의 활약, 놀이와 세븐슬로스의 행보가 기대된다. ❶



INTERVIEW

성웅 세븐슬로스 대표이사

“포부는 놀이가 여유와 휴식의 캐릭터로 자리잡는 것”

세븐슬로스는 회사명이 재미있는데요.

어떻게 이 이름을 지으셨나요?

세븐슬로스는 말 그대로 ‘일곱 마리 나무늘보’라는 뜻입니다. 처음에 대학 동아리, 대학원 친구 등 7명이 함께 사업을 시작했어요. 다들 서툰이 넘었는데 작품 활동을 하며 다른 친구들에 비해 느리게 살고 있었거든요, 우리들끼리 ‘나무늘보처럼 살고 있잖아’라며 우리만의 스타일대로 살아보자고 기업을 시작했죠. 지금은 각자 상황이 생겨 두 사람(성웅 대표, 류진호 감독)만 남았지만, 처음 생각 그대로입니다. 현재는 아티스트 15명이 함께 일해요.

새롭게 구상하고 있는 콘텐츠는 어떤 것이 있나요?

다음 주인공은 ‘힐링’의 노래를 선사하는 알파카예요. 스니커즈를 좋아하는 멸종위기 동물들이 함께 버스킹을 하는 ‘요요스니커즈’ 밴드의 이야기죠. 음악과 애니메이션을 접목시키려고요. 실제 영국의 밴드 ‘고릴라즈’의 경우 밴드의 얼굴을 공개하지 않고 뮤직비디오 등에 애니메이션 캐릭터만 내보내며 활동해 주목 받았어요. 우리는 5~6명으로 구성된 밴드와 콘텐츠를 혼합시켜 앨범도 내고, 실제 존재하는 밴드를 캐릭터로 표현하는 사업을 구상 중이에요. 알파카가 전국을 다니며 밴드에 참여할 멤버를 찾고, 위로가 필요한 사람을 찾아가 음악을 들려준다는 구상이죠.

한국콘텐츠진흥원의 지원은 얼마나 도움이 됐나요.

지금 지원이 가장 큰 도움이었죠. 우리 생각대로 콘텐츠를 개발할 수 있는 기회가 생겼으니까요. 지원이 없었으면 시도할 수도 없었거든요. 우리는 콘진원에 아무런 인맥도 없는데, <나무늘보 놀> 기획안이 좋다는 이유만으로 뽑아주셨습니다. 그래서 이렇게 놀이 시리즈를 만들고 중국 투자까지 받을 수 있는 기회도 생겼고요. 별다른 연



이 없는데도 기획안 콘텐츠만 보고 평가해서 지원해 주신 것에 감사드립니다.

중국 시장 진출 이후의 해외 진출 계획은 무엇인가요.

중국에서 합작회사를 만들면, 그걸 토대로 국제 시장에 나갈 계획입니다. 현재 프랑스 기업과 유아용 <나무늘보 놀> 제작에 대한 MOU를 체결해 놓은 상황이고요. 이 작품에서는 놀이의 어린 시절 얘기를 다룰 예정이죠. 유럽이나 해외에도 유아용 애니메이션은 시장이 확고하기 때문에 우리에게도 좋은 기회가 될 것으로 기대하고 있습니다.

<나무늘보 놀>을 통해 이루고 싶은 포부가 있나요?

카카오프렌즈가 현재 젊은 사람들의 캐릭터 시장을 잡고 있잖아요. 카카오프렌즈처럼 늘 팝업스토어가 곳곳에 만들어질 정도로 인기를 끄는 것이 꿈입니다. 사람들이 ‘놀 스토어’에서 여러 콘텐츠와 아이템들로 삶의 여유와 마음의 치유를 느끼는 거예요. ‘이 캐릭터를 보면 마음이 편안해 진다’고 말 할 수 있도록요. 포부는 놀이가 여유의 상징물로 자리 잡는 거죠. 이름만 들어도 아는 유명 캐릭터와 어깨를 견주는 놀이가 되도록 노력할 생각입니다. 세븐슬로스의 캐릭터들이 여유와 휴식, ‘소확행’(작지만 확실한 행복)을 줬으면 해요.