

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

한국콘텐츠진흥원
미국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『클라우드 펀딩을 통한 영화제작』

◎ 작성취지

- 최근 클라우드 펀딩을 통한 콘텐츠 제작 성공사례가 나타나며 콘텐츠 제작자들의 관심을 끌기 시작하였고, 이에 대한 앞으로의 전망을 살펴봄으로써 한국콘텐츠 제작자들에게 참고가 되도록 함

◎ 작성순서

- 들어가기
- <베로니카 마스크> 관련
- 클라우드 펀딩의 종류 및 사례
- 클라우드 펀딩 카테고리화 예상증가 추세
- 클라우드 펀딩 사이트
- 정리 및 시사점

1. 들어가기

○ 클라우드 펀딩 / 클라우드 소싱

- 은행융자와 같이 복잡하거나 부채상환이 필요하지 않으며, 비교적 간단하고 빠른 시일 내에 기금을 모금할 수 있는 장점이 있음
- 클라우드 펀딩은 미국의 일자리를 늘리려는 기획의 일환으로 소셜네트워크 등을 이용해 무상후원금을 모으는 방법으로 2005년 키바 사이트(<http://www.kiva.org>)를 통해 소개되었음
- 아이디어 혹은 프로젝트를 소셜네트워크 혹은 클라우드 펀딩 사이트에 공고하여 다수의 투자자나 무상후원을 통해 자금을 마련하여 일자리

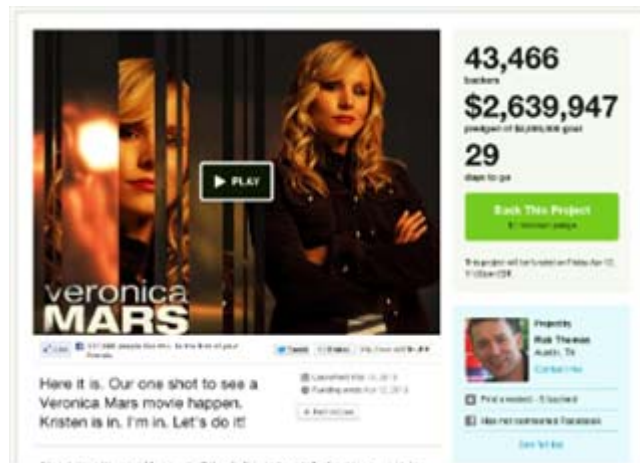
- 창출과 경제부흥을 꾀하는 것이 본래의 목적 중 하나임
- 2012년 미국의회를 통해 투자목적으로 크라우드 펀딩을 지원하는 법이 통과됐으나, 투자목적의 모금은 아직까지 구체적이고 정식적인 법안이 SEC(Securities and Exchange Commission)로부터 마련되고 있지 않음
 - 투자목적의 크라우드 펀딩 법안이 2013년 말에 완성될 것으로 예상되고 있으며, 2014년부터 크라우드 펀딩의 범위가 넓어질 것이 확실시되고 있음
 - 현재는 투자 목적을 제외한 모금방식은 계속 진행되고 있으며, 다수의 소규모 모금을 통한 크라우드 펀딩은 많은 성과를 내고 있음



[출처: 프롤리아]

- 대량의 소규모의 투자 혹은 기부자들이 인터넷상의 정보를 토대로 모금을 함

○ 크라우드 펀딩의 사례: <베로니카 마스>



[출처: 2013년 3월 14일 CNN 뉴스]

- TV 시리즈 <베로니카 마스>는 킥스타터(미국 소셜 펀딩 사이트: www.kickstarter.com)를 총 목표액 200만 달러를 10시간 만에 모았으며, 91,585명 이상의 참가자들을 통해 4월 현재 570만 달러를 모았음
- <베로니카 마스>는 2004년부터 2006년까지 UPN 채널을 통해 미국 전역에 방영되었으며, 22개의 에피소드를 통해 평균 250만 시청자를 확보하는 등 성공적인 시리즈로 기록되었음
- 워너브라더스가 UPN 채널을 인수하며 취소된 <베로니카 마스>는 크라우드 펀딩을 통해 드라마로 다시 등장하게 됨

2. <베로니카 마스> 사례 분석

○ 크라우드 펀딩 과정

- 2013년 3월 13일 <베로니카 마스>의 저작권을 갖고 있는 워너브라더스는 랍 토마스에게 킥스타터를 통해 크라우드 펀딩을 허용하고, 목표액 200만 달러를 한 달 안에 모을 경우 제작 및 배급을 해줄 것을 약속함
- <베로니카 마스>의 출연진들은 각자의 역할에 대해 웹사이트를 통해 자세한 설명과 함께 이 영화의 타당성을 홍보했으며, 페이스북 등을 통한 소셜미디어의 홍보는 급속하게 퍼져 나가게 되

였음

- 기부자들은 출연진과 제작자들로부터 영화가 만들어질 경우 출연진들의 사인이 들어간 기념품, 영화티켓, DVD, 영화각본 등을 받기로 함
- 2012년 4월 12일까지 200백만 달러를 목표로 했던 기금은 반나절도 되지 않아 모였으며, 그로 인해 이 영화는 다시 살아나게 되었음
- 워너브라더스는 이 드라마의 제작을 허용했으며, 2014년에 방송될 예정임

○ 문제점과 의미

- 기부자들에게 돌아가는 기념품의 공평성과 수백, 수천 명에게 돌아갈 기념품 배달 및 관리, 그리고 엄청난 비용문제가 논의됨
- 워너브라더스와 같이 클라우드 펀딩을 통한 펀딩이 필요 없는 기업까지 이와 같은 클라우드 펀딩을 통해 제작비를 마련할 경우, 개인 혹은 작은 스튜디오들은 클라우드 펀딩의 기회가 주어지지 않을 수 있다는 문제점도 있음
- 목표액 이상의 기금을 모아 제작했을 경우 필요 이상의 제작비가 사용될 수 있으며, 원래의 기금목적과 일치하지 않을 수 있음
- 반면 이러한 영화의 성공은 제작비용 때문에 제작되지 못한 영화들의 부활에 좋은 영향을 미칠 수 있으며, 특히 많은 팬을 보유하고 있으면서도 취소되었던 콘텐츠들의 부활을 기대해 볼 수 있음
- 또한 제작자들과 배급사들은 미리 성공여부를 예측할 수 있는 척도로 사용할 수 있음

3. 크라우드 펀딩의 종류 및 사례

○ 크리스영의 3D 단편영화 크라우드 펀딩 과정

- 크리스 영은 3D 단편영화를 제작하기 위해 각본 등을 들고 은행 문을 두드렸으나, 융자신청조차 하지 못하고 거절당해 크라우드 펀딩을 통해 모금을 시도하였음
- 트위터, 페이스북, 링크드인 등을 통해 각본을 본 소셜네트워크커들은 8주 만에 92명으로부터 \$11,350을 모금하게 되었음
- 크리스영은 3D 단편영화를 제작 및 상영하게 되었으며, 92명의 기부자들은 프리미어에 초대되었을 뿐만 아니라 영화 크레딧에 이름을 올리기도 함

○ 음악 크라우드 펀딩

- 뮤지션들의 경우 크라우드 펀딩의 과정도 간단할 뿐만 많은 성공사례들을 볼 수 있음
- 대부분의 경우 밴드의 음악을 크라우드 펀딩 사이트에 올려놓고 팬들의 후원금을 통해 음반제작 혹은 콘서트 비용으로 사용하게 됨
- “Protest the Hero” 는 인디에고고 크라우드 펀딩 사이트에 그들의 앨범 비용 \$125,000 목표금액을 설정 \$341,146의 기부금을 모으는데 성공하였음

○ 록밴드 크라우드 펀딩



[출처: 록밴드 “Murder by Death” 음악앨범
“Bitter Drink, Bitter Moon”의 커버사진]

- 인디애나주 블루밍턴을 중심으로 활동하고 있는 록밴드 “Murder by Death”는 목표액을 \$100,000로 하여 킥스타터를 통해 \$187,000을 모았으며, 이는 킥스타터를 통해 기금을 모은 음악 프로젝트 중 세 번째로 많은 것으로 기록되고 있음
- 이 밴드는 크라우드 펀딩을 통해 그들의 앨범 “Bitter Drink, Bitter Moon”을 제작하기로 했으며, 모금에 참가한 사람들에게 포스트카드 클럽 혹은 개인행사에 초대 등의 기회를 제공함
- 특히 소셜네트워크를 통해 친구 등 많은 사람들에게 홍보를 하는 사람에게 더 많은 혜택을 주기로 하는 전략은 예상 외의 성공을 거두었음

○ 보스턴 마라톤 테러 희생자들을 위한 크라우드 펀딩

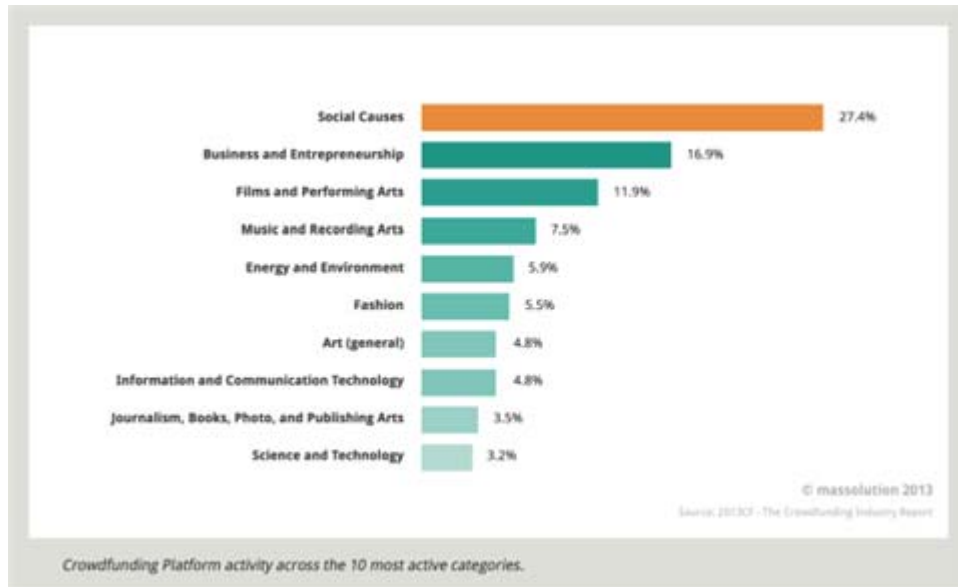


[출처: 2013년 4월 19일 CNN 뉴스]

- 2013년 4월 15일 보스턴 마라톤 테러 희생자를 위한 모금으로 크라우드 펀딩을 통해 하루 만에 1백만 달러를 모금함으로써 그 효과를 확실히 보여주었음
- 신혼부부 패트릭과 제시카는 보스턴 마라톤에서 폭탄테러로 다리에 큰 상처를 입게 되었으며, 그들의 주변 친구와 가족을 중심으로 giveforward.com을 통해 많은 성금을 모금하게 되었음
- 또한 세레스테와 시드니 회복기금 역시 보스턴 마라톤 테러 희생자 기금으로 gofundme.com을 통해 많은 성금을 모금하였음
- 이번 보스턴 마라톤 테러의 비극은 소셜미디어의 긍정적인 면을 보여주는 계기가 되었음
- 183명의 희생자를 위한 보스턴 희생자 펀드(The One Fund Boston)는 보스턴 시장과 메사추세츠 주지사에 의해 추천되는 크라우드 펀딩이며 이러한 정부주관의 모금도 예전과는 다른 방식임

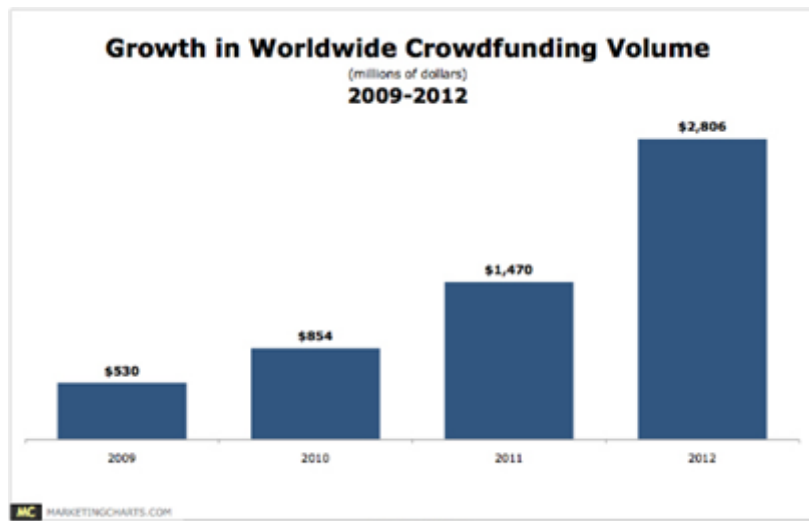
4. 크라우드 펀딩 카테고리와 예상증가 추세

○ 콘텐츠 및 소셜네트워크 중심의 크라우드 펀딩



[출처: massolution 크라우드 펀딩 산업리포트]

- 소셜 혹은 비즈니스를 제외하면, 콘텐츠 관련한 프로젝트들이 크라우드 펀딩을 통해 많은 혜택을 받고 있음을 알 수 있음
- 이는 소셜네트워크를 통해 콘텐츠에 대한 공감대를 다른 분야에 비해 많이 형성하고 있음을 알 수 있음
- <베로니카 마스>처럼 가장 큰 성공을 거둔 프로젝트를 비롯하여 찰리 카프만의 스톱모션 애니메이션은 \$406,000을, 아만다 팔머의 “극장은 악마” 는 120만 달러를 모으는 등 콘텐츠 관련 프로젝트의 큰 비중을 보여주고 있음

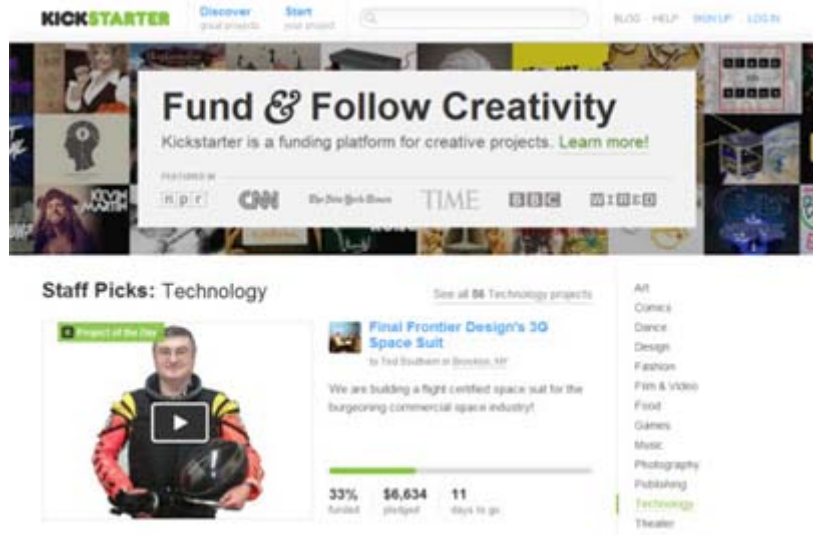


[출처: massolution 세계 크라우드 펀딩의 양적 증가추세]

- 크라우드 펀딩을 통한 기금은 2009년 530만 달러에서 2012년 280만 달러로 최근 4년 만에 5배의 증가세를 보였으며, 이 추세는 당분간 계속 이어질 것으로 보임
- 특히 2011년과 2012년 사이 2배의 증가세를 보였으며, 2013년에는 51억 달러로 증가가 예상됨
- 지역적으로는 약 300개 이상의 크라우드 사이트를 통해 미국, 캐나다와 유럽이 95%의 참가와 혜택을 받고 있는 것으로 나타나고 있음
- 2014년 투자목적의 크라우드 펀딩이 허용될 경우, 프로젝트 및 아이디어를 가지고 있는 개인이나 소규모 단체들이 기부형식의 자금을 비교적 간단하고 빠른 시간 내에 자금 확보를 할 수 있는 기회를 가질 수 있음
- 특히 투자자나 스튜디오에 의존해야만 했던 콘텐츠 관련 비용을 앞으로는 크라우드 펀딩을 통해 모금할 수 있는 계기가 될 것이며, 머지않은 미래에 관객들이 보고 싶은 영화에 투자를 할 수 있는 날이 올 것으로 보임

5. 크라우드 펀딩 사이트

○ 킥스타터



[출처: <http://www.kickstarter.com> 홈페이지]

- 가장 활발한 크라우드펀딩 사이트로써, 61,000개의 프로젝트를 통해 220백만 달러를 모금하였음
- 회원가입 후 프로젝트 혹은 아이디어를 제출하면, 심사를 통해 모금 결정을 하게 됨
- 프로젝트 혹은 아이디어를 보고 정해진 모금액이 모아지면, 킥스타터는 5%의 수수료를 받음
- 목표액을 달성할 경우 다양한 선물 혹은 기념품을 제공하며, 이러한 사은품 증정 등을 통해 빠른 기금모금을 할 수 있음
- 아마존을 통해 모금을 하므로 아마존에 3~5%의 수수료를 납부함
- 이 사이트는 미국 거주자들만 사용할 수 있으므로, 해외거주자는 이용할 수 없는 단점이 있음
- TV 시리즈 <베로니카 마스>는 킥스타터를 통해 하루 만에 목표액 200만 달러를 모금한 것으로 유명함

○ 인디에고고



[출처: <http://www.indiegogo.com> 홈페이지]

- 비교적 간결한 사이트로써, 미국 내 거주자로 제한한 킥스타트와는 달리 해외거주자도 이용할 수 있으며 페이팔(PayPal: 해외 결제수단)로 모금을 받음
- 이 사이트를 통해 전 세계 120여개 국가에서 5,000개 이상의 프로젝트에 기금을 전달했으며 목표액은 작게는 \$500에서 \$25,000 정도이지만, 프로젝트에 따라 더 큰 모금을 하기도 함
- 목표금액을 모금하지 못 했을 경우라도, 모금된 금액을 받아 사용할 수 있는 장점이 있음
- 목표금액을 모았을 경우 4%의 수수료를 징수하며, 목표금액을 달성하지 못 했을 경우 9%를 징수하나, 나머지 금액을 사용할 수 있음

○ 로켓협



[출처: <http://www.rockethub.com> 홈페이지]

- 이 사이트는 자신의 아이디어나 프로젝트를 등록하고 모금현황을 볼 수 있어 비교적 간단하게 정리되어 있는 크라우드펀딩 사이트임
- 목표모금액이 모아질 경우 4%의 수수료, 목표액이 모아지지 않았을 경우 8% 그리고 4%의 신용카드 수수료가 있음

○ 고파운드미(GoFoundMe)



[출처: <http://www.gofundme.com> 홈페이지]

- 이 사이트는 개인적인 모금부터 재난모금(보스톤 마라톤 테러 피해자) 등을 주로

- 위한 곳이나 특별한 제약 없이 모금을 할 수 있는 사이트임
- 5%의 수수료와 해외 결제수단인 페이팔 혹은 위페이를 통해 성금할 경우 3.5%의 비용을 총 모금액에서 제외한 금액을 전달받게 됨

○ 크라우드라이즈(Crowdrise)



[출처: <http://www.crowdrise.com> 홈페이지]

- 이 사이트는 현존하고 있는 세계적인 이슈 크라우드펀딩 사이트로써 주로 동물, 미술, 문화, 질병, 교육, 그리고 종교 등을 주로 취급하고 있음
- 그 밖에 다른 프로젝트들도 특별한 제한 없이 모금을 하지만 위에 언급한 것과 별도의 섹션을 통해 모금을 함
- 지원하는 프로젝트가 얼마나 세계적 이슈에 영향을 미치고 있는지 알 수 있도록 함으로써 더 많은 자원자들에게 관심을 끌게 할 수 있도록 함
- 4.95%의 수수료와 \$199를 멤버십 비용을 매달 지불하거나 별도의 비용을 지급해야 하는 다소 복잡한 구조를 가지고 있음

○ 플레지뮤직(PledgeMusic)



[출처: <http://www.pledgemusic.com> 홈페이지]

- 음악발전과 새로운 음악 발굴을 위한 사이트로 많은 음악 팬들이 주로 성금을 하며 높은 목표액 달성을 보여주고 있음
- 성금을 하는 모든 사람들에게 음악을 다운로드할 수 있는 권리와 성금액에 따라 더 많은 혜택을 주기도 함
- 15%의 비교적 높은 수수료를 부과하므로, 이 사이트를 이용해 자신의 음악 크라우드펀딩을 하기 전에 타당성을 검토해 보아야 함

○ Appbackr



[출처: <http://www.appbackr.com> 홈페이지]

- 모바일 앱 개발자들을 위한 크라우드펀딩 사이트로써 비교적 복잡한 과정을 통해

지원자들에게 이익을 분배함

- 앱이 개발될 때 성금을 할 사람들은 앱이 완성된 후 이익이 발생되었을 때 이익을 분배함으로써 앱의 종류와 상태에 따라 성공의 여부가 결정됨

6. 정리 및 시사점

- 크라우드 소싱을 통한 크라우드 펀딩은 소셜미디어 발전의 파급효과 중 하나로 새로운 방식으로 펀딩 할 수 있는 길을 열게 되었음
- 개인 혹은 소규모 단체가 프로젝트 혹은 아이디어와 목표금액을 크라우드 펀딩 사이트에 올려놓음 → 크라우드 펀딩 사이트와 소셜네트워크 등을 통해 프로젝트와 아이디어를 설명함 → 한 두달 내에 기부형식의 기금을 모음 → 프로젝트를 실행할 경우 기부자들에게 기념품 혹은 영화의 경우 스크린 크레딧으로 보답함
- 비교적 간단하고 빠른 시일 안에 결과를 볼 수 있고, 프로젝트가 실패하거나 성공해도 기부자들에게 원금이나 기부금을 돌려줄 필요가 없는 장점이 있음
- 스튜디오의 의해 결정되는 콘텐츠는 앞으로 관객들에 의해 크라우드 펀딩을 통해 제작될 수 있는 길이 열리게 됨
- 크라우드 펀딩의 대부분이 미국과 유럽을 중심으로 급속도로 발전하고 있는 것은 기부문화가 발달한 문화적 차이 때문일 수 있음
- 최근 한국의 IT, 콘텐츠는 세계적으로 인정을 받고 있지만 발전과 보급에 비해 크라우드 펀딩의 참가와 발전은 매우 저조한 것으로 보임
- 투자목적의 크라우드 펀딩이 2014년 허용될 경우, 투자 혹은 기부금을 통한 펀딩은 소셜네트워크커들의 영향력을 바탕으로 지금까지와는 다른 차원으로 발전할 것이 확실시 되고 있음
- 콘텐츠 제작자들의 가장 큰 문제 중 하나인 펀딩을 투자자에게만 의존해야 했던 것과는 달리 소셜네트워크를 통한 크라우드 펀딩은 새로운 시대를 열게 되었으며, 한국의 콘텐츠가 세계적인 인정을 받고 있는 현 시점에 한국 콘텐츠 제작자들에게도 이러한 크라우드 펀딩을 통한 펀딩의 가능성은 시사하는 바가 크다고 봄