

부산종합촬영소 기본계획 수립 관련 사례 조사

- 최봉현 연구위원(서비스산업연구센터)

1. 출장일정

0 출장기간: 2011. 4. 24(일) - 5.1(일)

0 출장지역: 로스엔젤스(미국)

0 참가자:

- 산업연구원: 최봉현 연구위원

- TBWA Korea: 이기주 부장, 김영국 실장, 배성호 팀장

0 주요 일정

일자	기존일정	비고	
24(일)	오전	서울 => LA	
	오후	갯티 뮤지엄 견학	
25(월)	오전	LA문화원 방문	김재원 원장
	오후	영화전문가 면담 (영화진흥위원회 LA 사무소)	Scott Ross 황수진
26(화)	오전	현지 제작자 면담	Jayson Won John C. Kim
	오후	헐리우드 / 명예의 전당 방문	
27(수)		디즈니랜드 견학	
28(목)	오전	바스토우 아울렛 견학	
	오후	칼리코 은광폐광촌(라플린지역)견학	
29(금)	오전	유니버설 스튜디오	
	오후	파라마운트 스튜디오	
30(토)		영화전문가 면담	James B. Kang
5/1(일)		LA => 서울	

2. 전문가 면담 내용

□ Scott Ross(스캇 로스)와 James Kang(제임스 강) 면담 내용

- Scott Ross는 제임스 카메론 감독의 아바타 제작에서 특수효과를 담당한 헐리우드의 대표적인 디지털특수효과 업체인 Digital Domain사의 설립자이자 ILM사 대표임.
- 최근 영화제작의 흐름은 헐리우드 => 캐나다 => 뉴질랜드로 이동. 뉴질랜드 WETA Studio는 반지의 제왕으로 유명
- 스튜디오는 두 가지 유형을 생각해볼 수 있으며, 하나는 월드 클래스의 시설로 좋은 영화를 제작할 수 있는 환경을 제공할 수 있지만, 고비용 때문에 운영수익은 나지 않음. 최고의 아티스트들과 최첨단의 설비를 구비하는 것임.
- 다른 하나는 수익성을 목표로 하여 적정시설을 갖추고 이윤을 추구하는 방식이며, 후자는 해외 인지도가 매우 낮을 것임.
- 한국시장용 영화 규모와 미국시장용 영화규모는 다를 수밖에 없음. 제품 투자비용과 품질에 있어서 많은 차이가 있음.
- 영화산업에 있어서 가장 중요한 것은 IP(지적재산권 -저작권)을 보유하는 것임. 이러한 점에서 보면, 3D 업체도 별로 좋은 비즈니스는 아님. 예를 들어 한국은 90년대 후반 애니메이션을 육성하였지만, 선진국 업체의 하청업체에 불과하였으며, 그 결과 인건비 상승으로 모든 시장을 잃었음.
- 따라서 IP가 있는 콘텐츠를 가지는 것이 가장 중요한 것임.
- 돈을 많이 들인다고 반드시 좋은 것은 아님. 한국 등 다수 정부들은 헐리우드 율타리에 들어가기 위해 노력하고 있음. 특히 아시아 국가들의 특징은 눈에 보이는 외형적인 것에 투자하는 경향이 강하며, IP를 이해하지 못하고 있음. 일본의 스포 프로젝트는 5억달러를 투자하여 산중턱에 학교 등을 세웠지만 아무도 가지 않음. 소니는 브랜드를 구입했으며, 명품은 아시아 사람만 사고 있음.

- 한국의 CJ도 드림웍스에 투자했지만 실제 크리에이티브에는 전혀 참여하지 못함.
- 영화 찍는 공장을 만들면 가격경쟁력을 가지게 되고 싸게 만드는 것에 스스로의 위치를 만든다. 할리우드에 돈을 투자하면 오히려 올의 위치가 될 수 있다.
- 최고의 스튜디오를 만드려면, 나를 고용하라. 그러나 아무도 그 스튜디오로 오지 않을 것이다.
- 현재 할리우드 시스템을 이해하고, 타이밍을 잘 잡아야 한다. 패러다임을 바꿀수 있는 방식이 무엇인가? 때로는 다른 방향으로의 모험도 필요함. 역사를 돌아보면, 할리우드는 독일돈, 일본돈, 개인돈 모두 말아먹었음.
- 글로벌 영화 = 할리우드 영화이다. 즉 오락적인 영화이다. 현대자동차가 과거 싸구려 이미지의 자동차였지만 이제 괜찮은 차로 발전하고 있다. 하지만 영화는 자동차와 다르다.
- 좋은 영화라고 미국사람들이 다 보지는 않는다. 글로벌 프로젝트를 하고 싶으면 텍사스 시골 사람이 원하는 영화를 만들어라. 그들은 박찬욱 감독의 예술성 있는 영화를 보지 않는다.
- 한국이 Visual effect 분야를 육성할 수도 있다. 그것은 하나에 불과하다. 결국 IP가 필요하다. 가능성은 있다 한국도 특수효과 영화만들수 있다. 어떻게 IP를 구하고 만드냐의 문제이다. 할리우드 소비자 연구를 많이 해야 한다. 즉, 미국이 만드는 영화를 소비하는 사람들을 연구해야 한다.
- 중국은 우치에 스튜디오를 건립하고 할리우드에 대대적으로 선전하고 있다. 한국이 스튜디오 만든다고 중국이 오지 않는다. 일본도 안온다. 심지어 서울 사람도 부산에 잘 안온다. 가격에 맞춰서 만들어야 한다. 인센티브를 줘야 한다. 가격경쟁력과 한국영화 자체에 집중해야 한다.
- 결국 글로벌 콘텐츠를 만들려면 패러다임을 바꿔야 함. 그동안 1988년부터 할리우드 연구한다고 나를 찾아와 만난 한국관료, 영화인만해도 12명 정도이지만, 지금까지 하나도 달라진 점이 없으며 늘 제자리 걸음을 하고 있음. 결단력을 가지고 덤벼야 하며, 실패를 반복하는 것은 바로 돈이 없어지는 것임.

- 나라면 스튜디오를 만들지 않겠다. 굳이 만들어야 한다면 두 대안 중에서 앞의 대안 즉 세계적인 수준의 스튜디오를 만들겠다.
- IP창출을 위한 개발비가 충분치 않으며, 시나리오작가는 걱정없어야 함. 스튜디오만으로 글로벌화를 이루겠다는 것은 무리임.
- 헐리우드와 거래하려면 신뢰를 지켜야 한다. 한국 업체들 중에서 제대로 된 설비와 인력을 갖추지 않고 헐리우드 업체와 계약을 체결하여 문제를 일으킨 사례도 있다. 이런 것은 잘못되었다.

□ MADM3DIA의 Jason Won, John C. Kim 면담 내용

- MADM3DIA는 한국전쟁 당시 미해병대와 중공간에 벌어진 17일간의 장진호전투를 소재로 한 영화 Seveteen Days(혹한의 17일)의 제작을 준비하고 있다. 총촬영의 50%에 해당하는 야외촬영은 한국에서 진행하며, 나머지 50%인 실내 스튜디오 촬영은 중국에서 촬영할 예정이다.
- 스튜디오(sound stage) 성공한 국가는 캐나다, 뉴질랜드, 동유럽이다. 이들의 성공 요인은 헐리웃 영화를 유치하였기 때문이다. 이들은 헐리웃 영화를 유치하면서 신도시를 개발하였다.
- 헐리웃은 왜 해외로 눈을 돌렸나? 노조 때문에 골치 아프고 제작비가 상승한다. 캐나다 진출시 스튜디오를 2-3년간 사버린다. 동유럽은 짓고 본다. 이들 국가들은 인센티브를 제공하고 있다. 항공료, 체재비, 세금 등 제작비의 25-35%에 달함.
- 언어문제는 어떻게 할 것인가?
- 스튜디오를 크게 지어도 언어문제가 해결되지 않고, 헐리우드 제작사를 유치한 경험이 없으면 헐리우드 업체들 포기한다.
- 한국의 남양주는 사운드 스테이지(실내스튜디오)의 사이즈가 너무 작다.

- 헐리웃의 주연급 배우 1명에게는 약 30명의 스태프가 따라붙는다. 브래드 피트의 경우 40명이다. 한국에서 태극기 휘날리고는 약 9개월을 촬영했지만, 헐리우드 영화는 3-4개월 촬영하고, 나머지 12개월은 post-production이다.
- 헐리우드의 제작비 규모는 막대하다. 세븐틴 데이즈는 1200억원 정도 투자한다. 솔직히 큰 영화는 아니다. 투자규모로 보면 B급이다. 캐리비안의 해적은 3D 수정에만 1000억원을 쏟아부었다.
- 아시아에서 3D콘텐츠를 제대로 만들수 있는 국가가 있는가? 한국은 기술과 stage 모든면에서 가능성은 있다. 다만 그렇게 하려면, 뉴질랜드 처럼 정부가 합심하여 기적을 만든다는 자세로 노력해야 한다.
- 만드려면 3D를 전문으로 하는 제일 큰 사운드 스테이지를 만들고 tax incentive를 공개해야 한다. 그렇게 해서 성공적인 한 작품이 나와야 그 다음 작품이 따라온다. 사운드 스테이지가 도움은 되지만 연관산업(포스트 프로덕션)이 동시에 발전해야 한다.

3. 주요 사이트 방문 결과

□ 유니버설 스튜디오

- 유니버설 스튜디오는 영화의 실제제작 기능과 영상테마 어뮤즈먼트 파크의 기능을 동시에 수행하고 있음. 아래 사진은 스튜디오 및 세트 전경





- 옥외세트장 풍경: 일부세트는 실제 건물로 축조, 일부는 벽면으로 장식, 일부는 완전히 그림으로 제작되어 있음. 실제 건물로 된 세트는 매우 정교하게 제작되어 있어 실제 거리, 건물과 동일함.



- 벽면으로 구성된 세트임. 그림 판넬을 벽면처럼 세워두고 있음.



- 항공기 추락사고 현장 세트는 할리우드의 세트 제작 기술의 정수를 보여주는 시설이라고 할 수 있음. 세트 자체가 매우 정교할뿐만 아니라 사고 현장의 느낌을 생생하게 재연하고 있음.



- 영화촬영소품으로 사용되는 자동차, 각종 물품



- 놀이시설(쥬라기 공원, 미이라)



- 워트월드 쇼와 영화특수효과 설명 및 시연회



- 스튜디오 입구의 상업지역



□ 파라마운트 스튜디오

- 파라마운트 스튜디오도 일반 관람객을 받고 있으나, 유니버설 스튜디오와는 달리 상업적 오락시설물은 없음.

- 관람은 정해진 시간(약 4시간) 동안 가이드의 안내와 설명을 받으면서 투어를 실

시하며, 특정한 영화와 관련된 사이트, 건물, 소품 등을 볼거리로 제공하고 있음.
(아래 벤치는 포레스토 검퍼에서 주인공이 앉았던 의자)



- 스튜디오 내부 및 촬영제작 현장들





□ 디즈니랜드

- 디즈니랜드는 영화를 테마로 한 전형적인 놀이시설로서 가족단위의 관람객이 주류이며, 파크 내에서 직접적인 영화촬영은 이루어지지 않으며, 영화로부터 파생된 놀이 시설이 대부분임.





□ 캘리포 광산촌 및 바스토우 아울렛

- LA의 동남쪽 외곽의 바스토우 아울렛은 브랜드 상품의 할인 매장들로 유명한 지역으로 많은 관광객들이 들리는 사이트가 되고 있음.



- 캘리포 은광산 폐광촌은 과거 은을 캐던 광산촌을 관광사이트로 개발하였음. 원래는 100년전 은값 폭락으로 마을에서 사람들이 모두 떠나자 Ghost Town으로 불림. 이후 월트 너츠(walter Knott)가 당시의 은광촌을 복원하여 1966년 샌버나디노 시

에 기증하면서 유명한 관광지가 되었음. 일부 건물은 사람들이 실제 거주 또는 상업적으로 운영하고 있음.



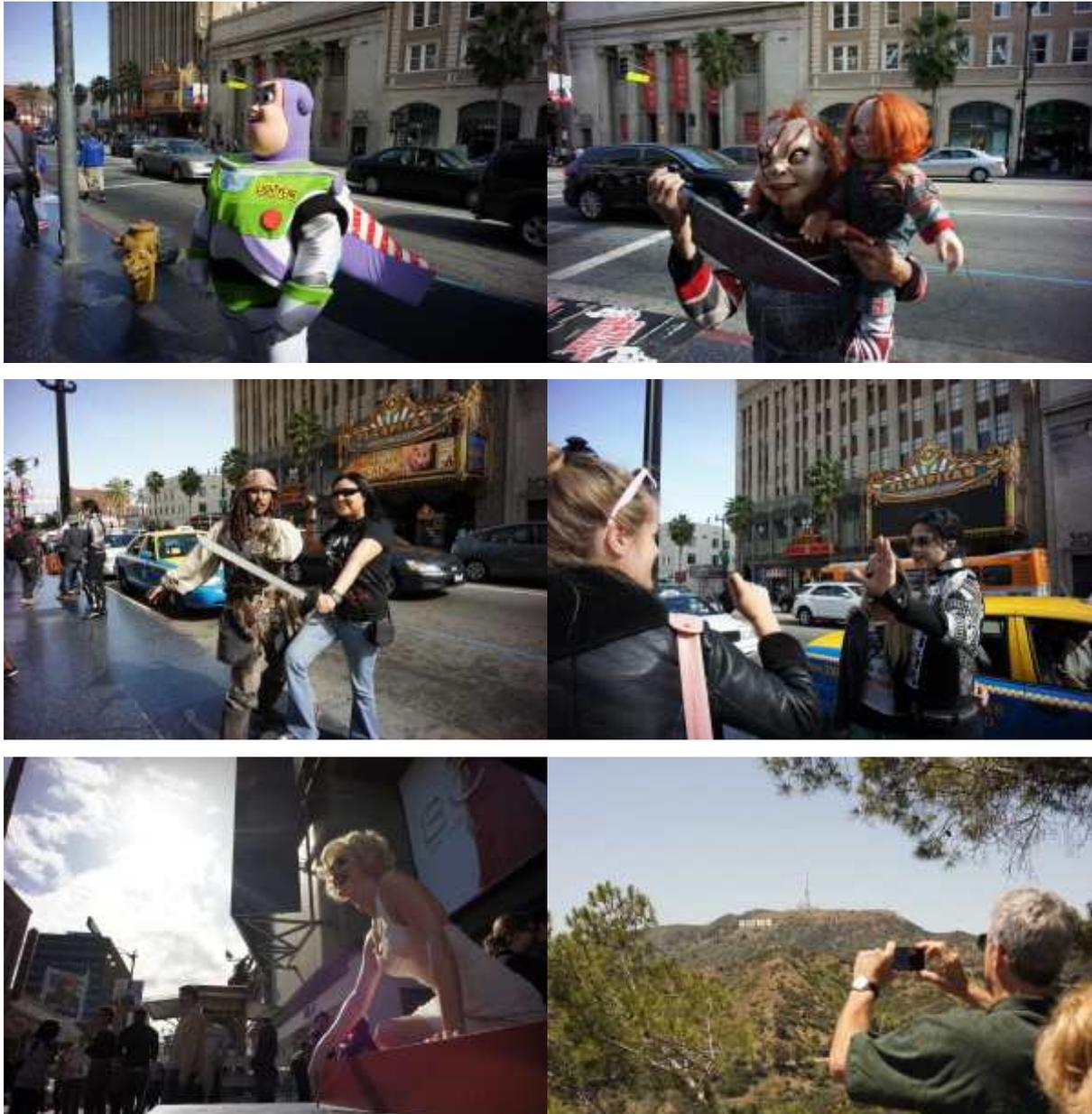
□ 할리우드 명예의 전당 및 영화인거리

- 할리우드의 코닥극장(매년 아카데미 영화상 시상식이 개최되는 곳)을 중심으로 유명 영화배우들의 사인, 손각인 등이 거리 보도블록으로 장식되어 있음.



- 이 거리의 명물은 각종 영화의 주인공 분장을 한 사람들이 관광객들을 대상으로

사진촬영모델이 되어주고 팁을 받음으로써 거리를 보다 활기차게 하고 있음.



- 코닥극장을 비롯해 사설 영화관련 실내 상영관, 체험시설 등이 다수 있음. 이들 시설은 할리우드의 상징성을 적절히 활용하고 있으면서 다른 한편으로는 할리우드의 아이콘이 되고 있음.



□ 게티 뮤지엄 및 기타

- 게티센터는 LA의 대표적인 문화전시시설로서 각종 회화, 조각품 등 예술품을 전시하고 있음.



4. 부산중찰 계획수립에 대한 시사점

- 종합촬영소가 성공하기 위해서는 첫째, 최적의 시설구비 둘째, 마케팅이라는 필요충분조건을 달성해야 할 것임.
- 특히, 국내 영화시장이 크지 않아 수요가 충분치 않고, 종합촬영소가 해외영화 프로젝트를 유치하는 것도 결코 용이하지 않음을 감안할 때 포지셔닝이 명확해야 할 것으로 판단됨.
- 즉, 해외프로젝트 유치를 목표로 한다면 최적의 시설 못지 않게 다양한 인센티브 제도를 도입하고, 실패에 대한 위험을 감수하고서라도 과감한 투자를 해야 할 것

임. 즉, 실패를 우려한 규모의 축소는 어떠한 해외의 대형 프로젝트도 유치하기 어려울 것이며, 해외 영화에 대한 충분한 지원 능력 없는 유치는 매우 나쁜 평판을 얻게 될 가능성도 큼.

- 따라서 해외프로젝트의 유치를 목표로 한다면 그에 적합한 대규모, 최첨단의 시설 투자를 계획해야 할 것임.
- 종합촬영소의 활성화를 위한 방안으로써 종합촬영소의 일부기능(공익성 기능)과 민간투자의 유치를 검토할 필요가 있음. 부산종합촬영소가 순수한 영화제작만을 위한 기능에 집중하는 산업기지를 지향하지 않는 이상 일반인들의 방문이 활성화 될 필요가 있음.
- 실제 영화촬영과 일반인들을 대상으로 한 오락서비스를 판매하고 있는 유니버셜 스튜디오나, 오락서비스를 제공하지는 않지만, 소니 스튜디오와 파라마운트 스튜디오도 일반인들을 대상으로 한 관람서비스를 제공하고 있음. 물론 영화촬영에 방해가 안되는 수준에서 약 4시간에 걸친 가이드 투어를 제공함.
- 이는 향후 부산종합촬영소 역시 복합서비스의 기능을 유지하는 것이 바람직할 것으로 보이며, 헐리우드나 미국의 민간스튜디오들이 제공하는 서비스를 벤치마킹 할 필요가 있을 것임.
- 또한 종합촬영소 설계 시에는 헐리우드 등 세계영화산업 동향을 잘 이해하는 전문가의 자문을 받을 필요가 있음. 즉, 설비, 규모 등 시설적인 측면에 대한 컨설팅뿐만 아니라 시설의 활용도를 제고하고, 해외프로젝트까지 유치할 수 있는 대안까지 고려해야 하기 때문임.

5. 참고자료(면담자 명함, 관련자료, 사진 등)

