



다섯마리 강아지 캐릭터"로 외모지상주의 타파

스타터 _ 원현지, 송민지







#오덩이
#외모지상주의타파
#캐릭터사업
'희망키움' 선정
#군산시 지원사업



01 창업 배경

다섯마리 강아지 캐릭터로

외모지상주의 타파

사회문제 해결형 소셜벤처로 첫 발

남들의 시선을 의식한 무리한 다이어트, 외모 차별을 당해 하
락한 자존감, 어릴 적 놀림을 당했던 경험 등 모두 외모지상
주의에 상처를 입은 사람들을 많이 보았다.

그런 사례들을 보며 외모지상주의에 대해 상처를 입은 사람
들에게 어떻게 하면 힘이 되고 마음을 치료할 수 있을까 생
각했다. 오딩이는 외모지상주의에 대한 각각의 사연을 가진
다섯 캐릭터이다.

처음부터 자신을 사랑하고 당당한 캐릭터가 있는가 하면 차
별에 대한 아픔을 겪고 한층 성숙해진 캐릭터도 있다.



< 오덩이 캐릭터를 활용해 만든 제품들 >

캐릭터의 컷툰
단편 애니메이션으로
대중의 공감유도 계획

다섯 가지의 사연을 가진 오덩이라는 캐릭터의 컷툰, 단편 애니메이션의 스토리를 통해 누군가는 공감을 하고 누군가는 위로를 받을 것이다. 자존감이 떨어져 있거나 상처를 받은 사람들의 마음을 오덩이가 치유해주고 행복하게 해줄 계획이다.

또한 외모지상주의에 부정적인 시선이 조금이나마 긍정적으로 변하기를 기원하면서 제작하였다. 이러한 오덩이의 캐릭터를 통해 캐릭터 및 컷툰, 단편 애니메이션을 제작하여 판매할 계획이다.



02 캐릭터 소개

대표주자
검덩이, 흰덩이
+
프렌즈들로 구성



검덩이

이름 : 검덩이 #검은 장모 치와와

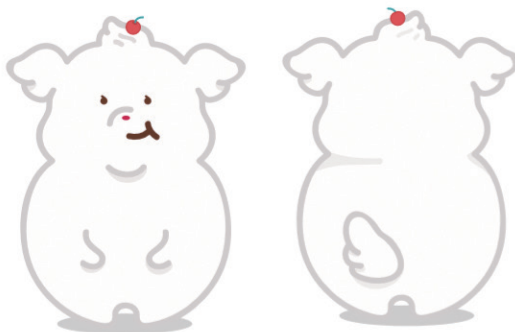
모티브 : 커피콩

좋아하는 것 : 호텔라

오덩이가 함께 모여 사는 집의 터줏대감이다.

흰덩이와는 형제 같은 사이이다.

운동을 싫어해 다른 덩이들이 운동하고자 할 때마다 도망 다니거나 숨는다.



흰덩이

이름 : 흰덩이 #하얀 동강아지

모티브 : 체리

좋아하는 것 : 생크림 케이크

운동을 좋아하지만 살을 빼려는 운동이 아니라 현재의 몸 상태를 유지하기 위한 운동이다.

생크림같이 폭신한 머리위의 체리는 체리 모양 뽕이다.



너덩이

이름 : 너덩이 #너구리

모티브 : 지팡이 사탕

좋아하는 것 : 혼술

가을을 사랑한다.
코 위에 올려져있는 안경이 포인트이다.
혼술과 더불어 고독을 즐기며 독서를 좋아한다.



고덩이

이름 : 고덩이 #고슴도치

모티브 : 도넛

좋아하는 것 : 도넛

어마어마한 먹성의 소유자이며, 등에 미쳐 먹지 못한 도넛이 꽂혀있지만 팔이 닿지 않아 먹지 못하는 중이다.
꽃힌 도넛은 비상식량이라고 생각하고 있다.



선덩이

이름 : 선덩이 #선인장

모티브 : 마카롱

좋아하는 것 : 고덩이

오덩이가 함께 모여 사는 집의 두번째 터줏대감이다.
고덩이를 짝사랑하는 중이다.
처음 고덩이가 들어올 때부터 운명이라 생각했다.
고덩이와 함께 있으면 머리의 꽃에 하트 모양의 수술이 생긴다.

아이덴티티



심볼, 로고

그래도
내가
최고야!

슬로건

R 250
G 215
G 215
#F9D6D6

컬러



03 사업전망

카카오프렌즈 영향으로
성인산업으로 진화
다양한 컬래버레이션
인기몰이중

캐릭터 산업의 규모는 매년 증가하는 추세이며 2017년 캐릭터 산업의 매출액은 11조 9223억 원으로 전년대비 7.7% 2년 평균으로는 8/8% 증가하며 지속적인 성장세를 유지하고 있다.

또한 2017년도 대비 2018년도에는 국내 캐릭터 호감도가 크게 증가하는 추세로 카카오프렌즈의 압도적 호감도로 보아 캐릭터 산업이 더 이상 유아, 어린이를 위한 산업이 아닌 성인들도 즐길 수 있는 산업이라고 볼 수 있다. 성인들이 즐길 수 있는 산업이라고 보는 대표적인 예시로는 이모티콘과 다양한 제품들과의 컬래버레이션이 인기를 끌고 끊임없이 진화하고 있는점이 이를 반증한다.



캐릭터 산업에서의 가장 대표적이고 쉽게 소비가 가능한 이모티콘은 2018년 10월 기준 카카오톡 이모티콘 누적 구매자 수가 2000만 명을 기록했다. 2012년도에 280만 명 인 것을 감안 하면 꾸준히 성장하고 있다는 것을 보여준다.

다양한 제품과의 콜라버레이션은 엔터테인먼트 업계, 식품, 화장품, 의류 등 활발하게 이루어지고 있다. 한때 품질대란이 일어났던 짱구 잠옷이나 이모티콘으로 사랑을 받은 액션 토끼와 디즈니와 콜라보한 화장품들을 심심치 않게 볼 수 있다.

2017년 캐릭터 산업의 매출액은 11조 9,223억 원으로 전년 대비 7.7%, 2015년부터 2017년까지 2년 평균으로는 8.8% 증가하며 지속적인 성장세를 유지 하고 있는 것으로 나타났다. 연도별로 보면 2015년 10조 807억 원에 이어, 2016년에는 11조 662억 원, 2017년에는 11조 9,223억 원을 넘어섰다. 특히, 캐릭터 상품 제조업 매출액은 2016년 대비 9.9%, 2015년부터 2017년까지 연평균으로는 11.1%로 증가 추세를 보였다.



04 경쟁력과 시장분석

귀엽기만한 캐릭터
NO!

사회문제 해결형
'YES'

사회적 문제인 외모지상주의 스토리를 담은 캐릭터 (상품화 단계)

단순히 귀여운 외모의 캐릭터가 아닌 외모지상주의 스토리를 담은 캐릭터이다.

오딩이는 처음부터 높은 자존감을 가지고 자신을 사랑하는 캐릭터가 있는가 하면 차별에 의해 상처를 받았지만 극복해 낸 캐릭터도 있다.

캐릭터를 활용한 컷툰, 단편 애니메이션을 통해 외모지상주의에 상처를 받은 사람들은 위로를 받고 힘을 얻어 상처받은 마음을 치유 받을 것이다.

또한 일러스트 2D캐릭터 뿐만 아니라 3D

캐릭터, 애니메이션 제작을 하고 있으며 실제로 판매 가능한 시제품을 제작중에 있다.

단순하게 의미 없는 귀여운 캐릭터의 제작이 아닌 사회적인 문제를 담고 있는 캐릭터 개발로 확실한 스토리텔링과 그로 인한 다양한 문제 해결 등 좋은 사회적 가치를 창출할 수 있습니다.

또한 소비자에게 쉽게 접근할 수 있는 캐릭터를 활용하여 소비자들에게 위로와 용기를 부여하는 역할을 할 수 있는 캐릭터이다.

‘캐릭터산업’의 규모는?

그렇다면 국내 캐릭터산업은
어느 정도의 규모일까요?



구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)
2013년	1,994	27,701	8,306,812
2014년	2,018	29,039	9,052,700
2015년	2,069	30,128	10,080,701
2016년	2,213	33,323	11,066,197
2017년	2,261	34,778	11,922,329

자료 출처: 2018 캐릭터 산업백서, 한국콘텐츠진흥원, 2019

카카오 프렌즈- 다양한 캐릭터 출시로 카카오톡 어플의 캐릭터

이모티콘으로 시작하여 인형, 팬시류, 의류 등 다양한 상품을 매 시즌 새로운 디자인으로 판매한다. 소비자들에게 가장 친숙한 캐릭터 디자인 예시라고 생각한다

최근 학교 창업교육센터 KS 동아리 지원 프로그램을 통하여 중국 이우를 방문 후 실제로 거래가 이루어지는 도매 시장과 기업들을 방문해본 경험으로 국내 외 시장인 중국에 관심을 가지게 되었으며, 후에 판매를 하게 된다면 해외 클라우드 펀딩 사이트 또는 아마존 등 다양한 방법으로 시도를 해 볼 계획이다. 또한 시장 진출을 하게 된다면 중국에서 대량으로 제작하여 판매할 계획이다.

창업교육센터를 통해

중국 '이우' 방문 해외시장에 관심 계기

클라우드 펀딩, 아마존 입점 등 방법 다양화

05 창업이후 프로세스

창업아이템의 시제품제작 계획

온라인 판매를 위해 카카오톡 스토어 입점, 네이버 스토어를 개설해 운영할 계획이다.

현재 판매가 가능한 제품은 금속 배지 2종, 마스크 테이프 3종이 있으며 현재 판매 준비 중인 여권 케이스, 아크릴 키링, 에어팟 케이스, 핸드폰 케이스, 스마트 그림통, 등 시제품의 상품 퀄리티를 높이기 위해 다양한 업체와 샘플을 제작해본 뒤 업체를 선정하여 대량으로 제작해 판매를 시작할 예정이다.

또한 현재 나와 있는 디자인뿐 아니라 시즌이나 이벤트에 걸맞은 다양한 디자인의 상품을 개발해 판매를 이어나갈 예정입니다. 판매 효과를 높이기 위해 각 컨셉에 맞는 연출컷과 상세컷 스튜디오 촬영을 진행할 것이며 홍보, 클라우드 펀딩을 위해 오딩이 홍보영상을 제작할 것이다.

오딩이 판매를 위해 홍보활동 또한 활발히 할 계획으로 오프라인으로는 7월에 열리는 서울 일러스트 페어에 참가해 캐릭터를 알리고 판매 또한 함께 진행할 것이다.



< 군산시 월명동에 상가를 계약한
두 공동창업자가 직접 인테리어를 한 모습>

또한 현재 군산 창업의 날 행사 등 각종 전시회에 참가할 예정이며, 온라인 sns 홍보 수단으로는 인스타그램 계정을 통해 신제품 소개, 홍보를 할 예정이며 페이스북에 4컷~8컷의 짧은 웹툰을 지속적으로 연재해 오딩이를 알리며 자연스럽게 구매로 이어지도록 유도할 계획이다.

시제품 제작계획	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	비 고
아이템설계 및 디자인											
아이템 개발											
제품 테스트 및 시험분석											
시장반응평가											
마케팅 등 판매 활동											



시즌별, 이벤트별
상품개발

오딩이
홍보영상 제작

생산 계획

캐릭터 디자인 사업인 만큼 시제품 생산을 온라인으로 제작할 수밖에 없는 관계로 많은 시행착오를 통하여 시제품을 제작 중이다.

현재로서는 자본에 의해 소량 제작을 하여 단가가 높은 상황이지만 후에는 대량 생산을 목표로 하고 있으며 단가 또한 낮아질 예정이다.

확실한 생산시설 구축은 시행착오를 통해 계속 퀄리티 좋은 시제품을 목표로 업체를 선정하고 있는 중이다.

홍보 및 판매 전략

기존의 일러스트를 보안 수정하여 캐릭터 상품을 추가 제작하고, 기존의 그림체와 다른 낙서 느낌의 단순한 오딩이를 그려 추가로 4~8컷으로 이루어진 컷툰을 SNS에서 연재할 계획이다.

애니메이션 영상을 유튜브에 주기적으로 업로드하여 소비자들에게 더욱 다양한 방법으로 홍보를 하며, 2D에서 그치지 않고 3D 모델링 작업과 이를 기반으로 3D아트 토이를 제작 진행 중이다.

오딩이의 가치

One-Source Multi-Use 콘텐츠

06

창업동아리 활동

• 2019



▲ 제1차창업탐방 (2019년 5월4일)



▲ 클라우드 펀딩 교육 (2019년 6월21일)



▲ 전북 창업 프랜차이즈 박람회 참석(2019년 6월 21일)



▲ 2019 진로 박람회 참석 (2019년 7월 10일)



▲ 출하출원 상담 (2019년 7월21일)



▲ 학생창업 멘토링 1~2차(2019년 11월26일)



▲ 중국 이우 해외 창업 탐방 (2019년 8월23~27일)



▲ 창업페스타 참여 (2019년 12월5일)

2020



▲ 아이디어 오디션 청년기업가정신재단 사무총장상
(2019년 12월 6일)



▲ 공간 멘토링 (2020년 2월 5일)



▲ 월명동에 상가 계약 (2020년 2월 26일)

발행일 2020. 2 발행인 곽병선 김동익
발행처 군산대학교 창업 교육센터 || LINC+사업단
주 소 군산시 미룡동 대학로 588번지
홈페이지 www.linc.kunsan.ac.kr 전화 063) 469-7597
제작 한울미디어 전화 063) 471-4226

본 책자는 군산대학교 창업교육센터 KS 동아리에서 활동하며
창업을 이룬 학생 창업자의 시작을 응원하기 위해 발간하였습니다.

시작



캐릭터산업 선도

1등이



국립군산대학교
KUNSAN NATIONAL UNIVERSITY

창업교육센터
START-UP EDUCATION CENTER



국립군산대학교
KUNSAN NATIONAL UNIVERSITY

VAULT
Link+ 사업단