인터뷰 질의서

**[쿵야 레스토랑즈 시크릿 조직 MNB IP기획팀을 만나다]**

**질문 1. 팀 소개 부탁드립니다.**

안녕하세요, <쿵야 레스토랑즈>를 통해 쿵야 IP의 매력을 발굴하여 세상에 알리는 역할을 담당하고 있는 MNB의 IP기획팀입니다. 게임 IP라는 틀을 벗어나 IP의 다양한 가능성을 제시하고, 대중적으로 오래오래 사랑받을 수 있는 캐릭터가 되도록 만들어 가는 것이 저희 팀의 장기적인 목표입니다.

**질문 2. 쿵야 프로젝트 어떻게 시작하게 되었나요?**

넷마블에는 쿵야를 포함해 오랜기간 대중들에게 큰 사랑을 받아온 다양한 IP들이 있어요. 그중에서도 쿵야는 전통 있는 넷마블 IP로 어린시절부터 MZ들과 함께 자라온 캐릭터 입니다.
하지만 프로젝트 시작 당시, 가지고 있는 인지도는 있으나 ‘추억의 캐릭터’라는 인식이 강했고, 그 이유에 대해 생각해 봤을 때 ‘지금의’ 대중들과 함께 호흡하고 즐길 수 있는 교집합이 부족하다는 생각이 들었습니다.

대중들이 쿵야를 ‘과거’가 아닌 ‘현재’를 함께 사는 캐릭터로 느끼게 하고자 했고, 과연 어떤 포인트로 쿵야를 만나고 싶을지를 고민했습니다.

‘어린시절 함께 놀던 캐릭터가 돌아와 자신과 같은 일상을 보내고 그걸 공유할 수 있다면 좋겠다’ 그리고 ‘새롭게 쿵야를 알게 되는 친구들이 많아 졌으면 좋겠다’ 라는 일념으로 프로젝트를 시작하게 되었습니다.

**질문 3. 쿵야 레스토랑즈의 기반이 되는 애니메이션 ‘쿵야쿵야’는 2000년대 중반 작품입니다. 3D 애니메이션 쿵야(영어명 KUYA) 등 비교적 최근작들을 제치고 오래된 작품을 선택한 이유가 있을까요?**

말씀드렸던 것 처럼 쿵야는 오랜기간 사랑받은 넷마블의 전통 IP입니다.
야채부락리, 캐치마인드, 쿵야 어드벤처, 쿵야쿵야까지 게임 또는 애니메이션, 만화 등으로 사랑 받은 캐릭터인 만큼, 오래 된 팬 분들도 자연스럽게 흡수 될 수 있도록 하고 싶었습니다.

그래서 이전 세계관에 대해 인지하고 분석하기 시작했고, 게임 속 쿵야들 보다는 쿵야들의 성격과 입체적인 면모가 드러나는 애니메이션에서 단서를 찾아 매력을 발굴 시켜 나갔던 것 같습니다.

애니메이션 전 회차를 거쳐 분석하고, 기존 게임 IP에서 가졌던 양파쿵야의 특성, 그리고 타겟들이 좋아할 만한 부분들을 찾아내 연결점을 점차 확장 시켰습니다.

**질문 4. 쿵야쿵야 애니메이션과 쿵야 레스토랑즈의 다른 점이 있다면 어떤 점일까요?**

쿵야 레스토랑즈는 쿵야쿵야의 spin-off 버전으로 현대사회에 맞춰 재탄생된 스토리와 변화된 캐릭터 특성을 가지고 있습니다.

MZ세대와 같이 호흡하기 위해선 과거에서 현대로 넘어오는 과정이 필요했고, 과거 쿵야 레스토랑장의 주방장이던 양파쿵야가 2022년 현대사회에서 깨어나 쿵야들의 명예를 걸고 파리가 날리는 쿵야 레스토랑을 핫플레이스로 만들기 위해 고군분투한다는 내용을 중심 스토리로 잡았습니다.

주방장이던 과거와는 달리, 모든 일을 혼자 해결해야 하는 C.E.O가 되었고, 바쁘다 바빠 현대 사회에 떨어진 양파쿵야는 어딘가 같은듯 달라요. 당차고 관심 받기 좋아하는 양파쿵야의 성격은 그대로지만 나름(?)대로의 사회생활을 광기로 이겨내기도 하고, 수염이 난채로 지친 모습을 보이기도 하고, SNS 실컷하면서 소통하기도 합니다. 지금의 우리 모습과 많이 닮아 있지 않나요?

쿵야들의 명예를 걸고 SNS로 트렌드의 중심에 뛰어든 양파쿵야와 쿵야들의 일상은 과거 게임 IP로의 영광을 이어 현대사회의 트렌드 중심이 되보겠다는 팀 프로젝트의 방향성과도 일치하는 부분입니다.

**질문 5. 쿵야 레스토랑즈 콘텐츠를 보면 그림체, 말풍선 등 2000년대 초·중반 느낌이 물씬 풍깁니다. 일부러 ‘그때 그 시절’ 감성을 남겨놓은 듯 한데, 특별한 의도가 있을까요?**

사람들은 새로운 것을 추구합니다. 그러나 이전 것에 대한 향수는 항상 남아있잖아요?

최근 Y2k도 그 열풍 중에 하나라고 생각하는데, 쿵야가 가진 매력 중 가장 큰 메리트인 ‘추억’이라는 포인트를 놓쳐서는 안된다고 생각했습니다.

요즘 친구들이 원하는 것이 이거다!라고 해서 그 트렌드만 따라가게 되면 본연의 매력을 놓칠 수도 있다는 생각이 들었어요. 적당한 수단과 전략을 찾되 본질적인 매력은 잃지 않으려 했습니다.

SNS 개설 전, 중심이 되는 화풍을 연구하면서 단순화 시킨 버전이나 의인화 시킨 버전, 리뉴얼 된 KUYA 버전, 좀 더 귀여운 포인트를 강조한 버전 등 다양한 버전을 고민하고 테스트 해봤지만 classic is the best라고 옛 향수를 그리워하는 요즘 세대에도 적합한 전략이자, 본연의 것이 가장 영혼이 있다는 결론에 이르렀습니다.

양파쿵야의 당차고 자신감 넘치는 모습처럼 상황에 따라 마구 변하는 모습보다는 줏대있게 본연의 모습을 보여주는 것이 더 양파쿵야 답고, 매력적이라는 생각이 들어요.

**질문 6. 쿵야 레스토랑즈 인스타그램 계정을 보면 인스타그램서 유행하는 ‘직장인툰(혹은 일상툰)’ 같은 인상을 주는데요. 이 같은 콘셉트를 쿵야에 입히게 된 계기는 무엇일까요?**

Instagram, facebook, twitter, youtube, tiktok등 정말 다양한 매체가 있지만 질문에서 말씀 하신 것 처럼 각 채널에 맞는 접근 방법이 있다고 생각합니다.

인스타그램에서 캐릭터가 소비되는 법을 살펴보면 보통 개인의 일상적인 이야기를 하는 곳이 많았어요. 남들과 다른 자신만의 에피소드에 웃기도 하고 자신과 비슷한 모습을 보며 공감하기도 하고, 가깝게 소통하며 지내는 모습을 보고 영감을 받았습니다.

각 채널에 맞는 소통 방법을 택하되, 남들과 다른 <쿵야 레스토랑즈>만의 포인트가 있어야 한다고 생각했어요. 세계관을 너무 무겁지 않게 전달하면서도, 그 안에 담긴 캐릭터의 입체적인 모습을 보여줘야 했습니다.

그래서 여느 핫플레이스 SNS 계정과 같은 가상의 공간 컨셉을 중심으로 잡고, 첫 피드부터 최근 피드까지 공감되는 짤과 툰을 전개하여 모든 게시물이 하나의 스토리로 연결될 수 있도록 피드를 만들어 나갔습니다.

주인장 양파쿵야와 알바생 주먹밥쿵야의 합류, 메뉴를 만드는 과정, 손님들과의 에피소드 들….<쿵야 레스토랑즈>는 쿵야들이 모여 만든 <쿵야 레스토랑>을 운영하면서 벌어지는 이야기와, 팔로워 얘네들과 함께 만드는 추억이 담긴 소중한 공간입니다.

**질문 7. ‘양파 쿵야 이모티콘’ 10대, 20대 소비자에게 많은 인기를 끌었는데요. 쇼츠(혹은 릴스), 짤방, 이모티콘 등은 어떻게 제작되는지, 최신 트렌드에 대한 파악, 그리고 이를 기반으로 한 콘텐츠 제작 과정에 대한 자세한 설명 부탁드립니다.**

기획자 : 우선 기획자의 입장에서 설명 드리자면, 일상에서 틈틈이 레퍼런스를 모으려고 합니다. 핫한 콘텐츠는 기본이고, 사소하다 못해 하찮게 느껴지는 것들도 ‘우리가 하면 재미있겠다!’ 싶으면 일단 저장해두고 봅니다. 특정 장르에 국한된 것이 아니라, 여러 장르의 것들을 경험하면서 대중적인 감각을 키우려고 노력하고 있습니다.

그 다음, 레퍼런스들을 펼쳐 놓고 사람들이 어느 부분에서 재미있어 하는지, 왜 좋아하는지 고민합니다. 어떤 포인트에서 그 콘텐츠나 아이템이 트렌드가 되었는지 탐구하는 것인데요, 저희가 하고 있는 콘텐츠를 해치지 않는 선에서 트렌드를 녹여 내기 위해서는 포인트 파악이 정말 중요한 과정이라고 생각합니다. 제대로 알아야 제대로 쓸 수 있고, 아무리 재미있는 것이라도 저희가 하고자 하는 방향에 어긋나는 포인트라면 과감히 포기할 줄도 알아야 하기 때문입니다.

그렇게 모은 콘텐츠 아이디어들은 양파쿵야, 주먹밥쿵야의 목소리와 행동이 녹아 든 콘텐츠로 재탄생 됩니다. 기획자들이 사소한 말투부터 핵심 포인트까지 쿵야들에게 빙의 해서 기획안으로 완성한 다음 제작자 분들께 전달하고 있습니다. 제작할 때 꼭 강조되었으면 하는 부분이나 디자인 적으로 추가되었으면 하는 부분이 있다면 그 내용도 함께 요청 드리고 있답니다.

제작자 : 먼저 기획안을 확인하며 어떻게 표현하면 더 반응이 좋을지 대략적으로 상상해 보는 것이 업무의 시작입니다.

기획된 콘텐츠의 포인트를 최대치 이상으로 표현해내기 위해 다양한 고민과 시도를 하는데요, 쿵야 레스토랑즈의 콘텐츠가 다른 콘텐츠들과 차별화되는 요소 중 가장 큰 포인트 중 하나는 ‘왠지 모르게 열받지만 미워할 수 없는, 킹받는 캐릭터와 분위기’라고 생각합니다.

그렇기 때문에 항상 ‘어떻게 하면 보는 이로 하여금 더 열받게 만들 수 있을까?’ 하는 고민을 하며 제작하는데 이 부분이 개인적으로 제일 재밌는 것 같아요.

양파쿵야라면 어떻게 말하고 행동할지 생각하여 문구나 제스쳐를 추가해본다거나, 뜬금없는 효과를 집어 넣는다거나 하여 이렇게 해도 되나? 싶을정도로 터무니없게끔 표현하기도 합니다.

사실 이 부분에서의 조율이 가장 중요한 것 같은데요, 과하지 않으면서도 캐릭터의 정체성을 해치지않는 선에서 이루어져야 하다보니 다양한 방향의 결과물들을 제시하면 팀 내에서 그것을 수용하고 더 좋은 방향은 무엇일지에 대해 추가 의견을 나눕니다.

그렇게 업로드 직전까지 더 나은 콘텐츠를 위해 끊임없이 고민하고 수정하는데, 그러한 과정으로인해 지금의 쿵야레스토랑즈 콘텐츠의 결이 구성되었고 대중들에게 사랑받는 콘텐츠가 될 수 있게 된 것 같습니다.

**질문 8. 양질의 콘텐츠가 나오기 위해 가장 중요한 부분은 뭐라고 생각하는지? 그 비법이 있다면?**

A : IP 기획팀 그리고 MNB 사내문화

끊임 없는 소통과 끈질김으로 말할 수 있을 것 같습니다.

팀원들이 모여서 이야기도 정말 많이 나누려 합니다. 기획자들만 트렌드나 포인트를 안다고 좋은 제작물이 나오는 것이 아니기 때문에 기획자, 제작자 할 것 없이 모여 서로의 의견을 공유하는 것이죠. 진짜 시간이 부족할 땐 팀 채팅방에 사진이나 링크를 올려서 시시때때로 트렌드나 좋은 레퍼런스를 공유합니다. 소소한 일상부터 재미있게 시청한 콘텐츠, 직접 방문한 핫플레이스 후기 등을 어떻게 쿵야에게 녹일 수 있을지 수시로 이야기 나누곤 한답니다. 모든 트렌드를 직접 경험하는 것은 어렵지만, 팀원들끼리 공유하면서 어려운 부분을 채워 나가고 있습니다. 각 잡고 하는 회의보다 틈틈이 나누는 대화 속에서 나온 아이디어들이 모두가 진심으로 공감할 수 있는 콘텐츠로 연결되는 것 같아 앞으로도 이런 분위기를 유지하려고 합니다.

그리고 팀원 모두 아무리 어려운 상황에서도 긍정적인 마인드로 맡은 일을 끝까지 완수하려고 하는데요, 추억의 캐릭터에 트렌드를 입히고, 살아 숨쉬는 캐릭터가 되도록 생명력을 불어넣기까지 고민이 정말 많았습니다. 그런데 저희 팀은 고민에 부딪힐 때마다 포기하는 것이 아닌 ‘다른 방향으로도 한 번 더 해보자’, ‘이렇게 하면 어떨까요’ 하며 목표한 결과물에 대한 방법을 찾으려 했습니다. 자신의 본업에만 집중하는 것이 아닌 팀 공통의 목표를 보고 자유롭게 의견을 내며 최선의 결과물을 찾아 내는 것이 그 비법이라고 할 수 있을 것 같습니다.

**질문 9. ‘양파쿵야’ 다음 ‘주먹밥쿵야’의 합류를 보면 세계관 확장의 가능성이 있어 보이는데, ‘쿵야 레스토랑즈’의 NEXT가 있다면 어떤 방향일까요?**

저희 <쿵야 레스토랑즈>속 레스토랑은 사실 수단일 뿐 저희와 함께 시대를 살고 있는 타겟들이 있는 곳은 어떤 형태이든 뛰어들 준비를 하고 있습니다. 스토리의 확장과 지속은 당연한 부분이라고 생각이 들고요, 고객에게 즐거운 경험들을 제공하기 위해 온-오프라인을 넘나드는 다양한 방법을 통해 즐거운 추억과 경험을 선보일 준비를 하고 있습니다.

엠엔비 내부에는 기획, 제작, 실행까지 각 분야의 뛰어난 역량을 가진 프로젝트 구성원 분들이 많다보니 프로젝트 진행시 크리에이티브의 한계를 두지 않고 다양한 아이디어들을 실현 가능하게 구체화 시키고 있는데요,

그 일환으로 이번에 더현대서울 지하 갤러리 및 DOOH를 활용을 시작으로 오프라인 속 얘네들을 찾아 가고 있는데요, 메가박스 상영 전에도 쿵야 레스토랑 팝업에 대한 정보를 깜짝 준비해 놓았으니 많은 관심 부탁드립니다.

**질문 10. 쿵야 레스토랑즈 팝업 스토어도 계획 중이라고 들었습니다. 팝업 스토어 오픈 계기, 그리고 준비 중인 상품과 이벤트 등에 대한 소개 부탁드립니다.**

쿵야 레스토랑즈 10만 팔로워 달성 기념, 큰 사랑을 보내준 팔로워 분들께 보답으로 작은 선물을 준비해보았습니다.

다가오는 3월 10일부터 19일까지 현대백화점 디큐브시티에서 팝업스토어를 만나 보실 수 있는데요, 이번 팝업 스토어에서는 팔로워 분들께서 그동안 애타게 기다려주셨던 쿵야 레스토랑즈 공식 굿즈들을 새롭게 만나 보실 수 있을 것 같아요. 아주 스페셜한 한정 럭키 굿즈와 인스타그램 이벤트, 복권 이벤트 등 다양한 이벤트도 준비 중이니 그동안 쿵야를 오프라인에서 만나보고 싶으셨던 분들께 작은 보답이 되었으면 좋겠습니다.

**질문 11. 마지막으로 쿵야 레스토랑즈가 사람들의 인상 속에 어떤 캐릭터로 남았으면 하시나요?**

한번 보고 즐기다가 기억 속에 사라지는 캐릭터 보다는 사람들의 일상 속에 함께 하면서 같이 커가는 캐릭터로 남았으면 합니다. 우리와 함께 호흡하고 성장하고, 변화할 수 있는 캐릭터요!

쿵야는 정령이라 죽지 않거든요.

질문 2. 넷마블에 입사하시기 전에 ‘쿵야’ 캐릭터에 대해 알고 계셨나요? 알고 계셨다면 어떻게 접하셨는지 궁금합니다.

>> 당연히 알죠. 게임으로 애니메이션으로, 야채로.. 알고 있었죠.

정말 지독하게 사랑했고 현재 진행형입니다.

질문 3. ‘최애’ 쿵야를 말씀해주세요.

>> 입을 모아 양파쿵야라고 말할 수 있습니다.

저희 IP기획팀은 여러명의 양파쿵야로 구성되어 있거든요. 참고부탁드릴게요.