



MCN | 엔티씨

# 우리는 당신의 가능성을 본다

크리에이터도 사람이다. 콘텐츠도 살아있는 생물이다. 이러한 생각만 봐도 크리에이터를 위한 마음이 얼마나 각별한지 느껴진다. 스펙, 인기, 구독자 수는 이들에게 아무런 의미가 없다. 바로 콘텐츠를 끌고 가는 성실함과 가능성만 있으면 된다. 열정 가득, 의욕 충만한 크리에이터를 위한 기획사 엔티씨(NTC)를 집중하자. 신생 기업의 초고속 성장에 업계가 긴장하고 있다. 크리에이터와 엔티씨가 만나 열어갈 새로운 시대의 얘기를 들어봤다.

글 박미경 기자 pmk86@gtl.co.kr | 사진 박미경·엔티씨



## MCN 신생 기업의 ‘초고속 성장’ 눈길

지난해 8월 설립됐지만 본격적인 활동을 시작한 것은 올해 초부터다. 10개월 만에 신생 기업이라고 믿기지 않을 만큼 양적으로나 질적으로나 성장했다. 엔티씨(NTC)는 ‘New Trend Creative’의 약자로 의미 그대로 늘 항상 새롭고 트렌디하며 크리에이티브한 콘텐츠를 만들겠다는 포부가 담겨 있다. 엔티씨를 이끄는 나누리 대표는 젊은 CEO지만 사업 수완만큼은 누구에게도 뒤지지 않는다. 나 대표의 MCN 시작은 콘텐츠를 만드는 것부터였다.

나누리 대표는 “대학교 친구들과 함께 음식 신메뉴와 특이한 요리를 먹으며 맛 표현을 골자로 하는 콘텐츠를 만들었다”며 “두 달 만에 구독자 1000명을 모았지만 지속하는 것이 힘들어서 내가 자신 있게 할 수 있는 비즈니스와 연계한 MCN 사업으로 방향을 틀었다”고 말했다. 콘텐츠를 제작하면서 MCN 기업에 대해서도 자연스럽게 관심을 가지게 됐다는 것이다.

나 대표는 “크리에이터의 소속사라고 하는 MCN 기업이 크리에이터를 관리해준다는 것보다 광고만 연결해주는 광고대행사 같은 느낌을 강하게 받았다”며 “크리에이터에게 필요한 것은 광고 1~2건보다는 관리라고 생각했고 그 부분을 채워야겠다는 생각으로 이 분야에 뛰어 들었다”고 말했다. 그렇게 크리에이터가 활동할 수 있는 기반을 제대로 만들어보자는 게 엔티씨의 시작이다.

엔티씨의 사업은 3가지에 초점이 맞춰져 있다. 우선 크리에이터 매니지먼트의 역할이다. 전문적이고 직·간접적인 지원을 통해 높은 퀄리티와 건강한 콘텐츠를 제작하도록 돕고 있다.

두 번째는 크리에이터 육성 사업이다. 좋은 영향력을 발휘할 수 있는 역량 있는 인재들을 발굴 및 지원을 하고 있다. 나누리 대표는 “현재 보유하고 있는 크리에이터는 100여 명 정도 된다”며 “많은 크리에이터가 우리 회사를 찾을 수밖에 없는 이유가 다양한 지원 때문이다”고 자부했다. 구체적인 지원 분야는 저작권 보호 및 관리, 유튜브 채널 관리, 영상 편집 및 촬영 보조, 일러스트 지원, 컨설팅, 광고 수주, 마케팅 등이 있다. 그는 “다른 MCN 매니지먼트가 지원하는 내용은 기본적으로 다 지원하고 있고 여기에 더해 유튜브 플랫폼 분석을 제공한다”고 덧붙였다.

마지막으로는 크리에이터를 활용한 광고 제작 사업이다. 유튜브 알고리즘 분석팀과 기획팀의 광고에 대한 기획 및 목표 타겟층 설정, 전문 편집팀의 광고주 니즈에 따른 영상 제작 능력으로 모두가 원할 수 있는 브랜드 광고를 제작하고 있다.

## 차별 없는 크리에이터 환경 조성

나누리 대표는 “브랜드 광고가 들어왔을 때 콘텐츠와 브랜드가 얼마나 잘 결합하는지를 최우선으로 판단한다”며 “자연스럽게 녹아든 콘텐츠일 때 가장 좋은 광고가 나올 수 있기 때문이다”고 말했다.

엔티씨가 자랑할 만한 점은 MCN 관련 전문 인력을 보유하고 있다는 것이다. 크리에이터 출신부터 시작해 편집, 광고, 엔터테인먼트 전문 인력을 통해 전반적인 지원이 가능케 했다. 또 하나는 크리에이터를 차별하지 않고 오직 잠재력만 보고 육성한다는 것이다.

나누리 대표는 “구독자가 적다고 차별하고, 많다고 혜택을 주는 건 없다”며 “그 사람이 가진 잠재력, 채널을 키우고 성장할 수 있는지 가능성만 본다”고 강조했다.

크리에이터 성장을 눈으로 지켜볼 때 나누리 대표는 가장 뿌듯하다. 나 대표는 “처음 엔티씨에 왔을 때 구독자가 2000명인 크리에이터가 있었는데 성실하게 채널을 운영해도 너무 조회 수가 나오지 않았다”며 “우리는 채널을 새로 만들기를 권했고 맞춤형 컨설팅을 진행했더니 두 달 만에 구독자 1만8000명을 기록했다”고 말했다. 소속 크리에이터가 엔티씨에 대한 애착과 자부심을 드러낼 때도 앞으로 나아갈 힘을 받기도 한다.

요즘에는 크리에이터 교육 사업에도 뛰어 들었다. 그는 “너도 나도 유튜브를 하고 싶어 한다. 그러나 누구나 하지만 아무나 될 수 없는 게 크리에이터”며 “누구나를 누군가를 바꿔줄 수 있는 역할이 제가 하는 일이다”고 강조했다. 콘텐츠 발굴이 힘들고 영상 제작이 어려운 현존 크리에이터를 비롯한 미래의 크리에이터를 위한 교육을 열게 된 배경이다.

나 대표는 “대기업이 유튜브 시장에 뛰어들면서 전문 인력이 제작한 콘텐츠에 많이 노출되다 보니 사람들의 눈은 점점 높아진다”며 “개인이 노력해도 퀄리티를 내기 힘든 현실에서 크리에이터라는 이름을 단 이상 모두가 부끄럽지 않게 각자의 영상을 만들 수 있도록 도움을 주고 싶었다”고 밝혔다.

## 가장 크리에이터답게 만드는 곳

엔티씨는 소속 크리에이터 콘텐츠 수입 배분, 브랜드 콘텐츠, 외주 영상 제작을 통해 수익을 창출하고 있다. 향후 더 공격적인 사업을 펼칠 계획이다. 나누리 대표는 미디어 커머스, 공유 오피스 사업, 오프라인 행사 확대를 그 예로 들었다.

나 대표는 “미디어 커머스와 크리에이터를 연결 짓는 기반을 만들고 있다”며 “크리에이터가 콘텐츠 외에도 부가적인 수익을 더 많이 가져갈 수 있는 구조를 고민하고 있다”고 전했다.

공유 오피스 사업은 스튜디오형 공유 오피스를 만들어 스튜디오 촬영 및 대여까지 가능하도록 구상한 그림이다. 그는 “자사 크리에이터가 스튜디오를 사용할 수 있고 이외에도 외부 및 공유 오피스 입주 회사들 대상으로 스튜디오를 대여해줄 계획이다”고 밝혔다.

크리에이터 오프라인 행사는 다이아 페스티벌처럼 구독자와 크리에이터 간의 소통의 장을 마련하기 위해서 다양한 기획을 계획하고 있다.

나누리 대표는 MCN 1등 기업이 되고 싶다는 당찬 포부도 밝혔다. 나 대표는 “단기간에 우리 회사가 성장할 수 있었던 배경에는 우리가 잘해서라기보다 크리에이터가 우리를 믿고 따라와 주면서 같이 열심히 해보자는 마음이 합쳐진 덕분이다”며 “이런 부분을 더 확장해 나가면서 미래를 선도하는 기업이 되는 것이 목표다”고 강조했다.

크리에이터가 찾는 회사, 회사로 인해 크리에이터가 진짜 크리에이터다워지는 곳, 바로 엔티씨의 존재 이유다.



## 미래를 선도하는 MCN 기업이 목표

MCN업계에 당차게 뛰어든 젊은 CEO다. 그래서 트렌디하고 영(Young)한 이 시장에서 그가 펼칠 활약에 모두가 주목하고 있다. 크리에이터로 시작했으나 내가 더 잘하는 것을 하자는 생각으로 크리에이터 육성과 지원으로 포지션을 옮기고 본격적인 두각을 나타내고 있다. 자고로 꿈은 크게 가지라고 했다. 머지않은 1등 MCN 기업이 되는 게 목표다. 나누리 엔티씨 대표를 통해 엔티씨가 그리는 그림을 들어봤다.



### MCN과 관련된 이력이 있나?

지금 하는 일과 대학교 전공이 관련 있다. 경영학과와 소프트웨어과를 복수전공을 했다. 콘텐츠가 미래라고 다들 말하지만 콘텐츠를 어떻게 확산시키는지 방법을 모르면 의미 없다고 생각한다. 유튜브 플랫폼도 소프트웨어로 이뤄져 있다. 이 구조를 이해하고 어떻게 하면 더 좋은 방법을 확산시킬 수 있는지 공부하기 위해 이 분야를 택했다.

### 엔티씨에는 플랫폼 알고리즘 분석팀이 있다. 유튜브의 경우는 어떻게 지원하나?

채널을 분석하는 것이다. 성공과 실패를 집중적으로 파악한다. 그리고 난 후 우리의 분석을 바탕으로 크리에이터에게 채널이 성공할 수 있는 방향을 제시한다. 극단적인 경우는 새롭게 채널을 개설하라고 말하기도 한다.

### 다양한 플랫폼의 크리에이터가 있다. 플랫폼마다 지원하는 방법이 다른가?

생방송 플랫폼의 경우에는 방송 세팅이 중요하다. 생방송은 늘 방송을 켜야 하기 때문에 메인 콘텐츠의 비중이 크다. 그래서 우리는 주 콘텐츠를 무엇을 가져가면 좋을지 함께 기획한다. 한편 플랫폼 크리에이터가 유튜브로 넘어간다면 무엇을 어떻게 시작해야 할지 막막하다. 그 부분을 우리가 이끌고 컨설팅하는 역할을 한다.

### 힘들었던 순간은?

처음 회사를 설립했을 때 직원도 없고 혼자서 많은 역할을 다해야 했다. 나를 믿고 들어온 크리에이터가 있으니 가만히 있을 수 없었다. 그래서 혼자서 매니지먼트, 분석, 광고, 수입관리까지 했다. 하지만 그것보다 더 힘들었던 것은 크리에이터가 엔티씨를 찾지 않을 때다. 사실 MCN 기업의 가치는 크리에이터 수와 질로 판단하게 된다. 처음 시작한 회사다 보니 인지도가 없어서 우리 회사의 능력을 증명하기 위해 많은 노력이 필요했다.

### MCN에 필요한 지원사업이 있을까.

저는 대학생 창업에 속한다. 또 스타트업이라는 명칭도 가져갈 수 있다. 그러나 실제로 정부 지원을 받고자 하면 진짜 필요한 지원은 받을 수 없는 경우가 많았다. MCN이 유망산업이라고 해서 정부의 관심이 높아지고 있지만 대기업 외에도 신생 기업 및 작은 기업을 위한 실질적 지원과 투자가 있었으면 하는 바람이 있다.

### 트렌드 파악은 어떻게 하는가?

하루 종일 영상을 본다. 소속 크리에이터뿐만 아니라 다른 회사의 크리에이터 영상까지 말이다. 또 아침에 일어나면서부터 시작해 업무 중에도 뉴스를 꼼꼼히 챙겨본다. MCN 이슈, 정부 지원책, 투자, 펀딩 등 카테고리들 가리지 않고 보고 있다.



### MCN 산업의 성장 가능성을 어떻게 보고 있나?

MCN은 결국 크리에이터가 만드는 회사다. 너도나도 크리에이터가 되고 싶어서 실제로 성공하는 크리에이터가 생겨나고 있다. 그들을 필요로 하는 사람도 더 많아진다. 최근 브랜드 광고 단가가 점점 올라가고 있다. 크리에이터의 광고 단가가 인기 연예인보다 높은 경우도 생겨나고 있다. 점점 연예인을 대체할 수 있는 차원으로 올라가지 않을까 기대하고 있다. 앞으로 성장 가능성은 무궁무진하다.

### 슬로건이 '미래를 만드는 NTC'다. 특별한 의미가 있나?

유튜브 플랫폼이 계속 인기가 있을 거라고는 생각하지 않는다. 어떤 플랫폼이든 전환이 있기 마련이다. 지금 세대도 있지만 분명 다른 모습의 다음 세대가 등장하게 될 거다. 우리는 그다음 세대까지 준비하는 회사가 됐으면 좋겠다는 의미를 담았다.

### 대표님이 예상하는 다음 세대는 어떤 모습인가?

현재 인기를 구가하고 있는 크리에이터의 특징은 '빠르다'는 것이다. 영상의 전환부터 시작해서 말도 텐션이 높다. 그런 부류의 영상이 인기를 많이 끌고 있다. 유튜브는 이제는 검색 플랫폼으로 자리매김했다. 그렇기 때문에 다음 세대는 더 전문적인 게 필요하다. 지금까지는 낮은 퀄리티의 어느 정도의 수준만 됐어도 가능했지만 이제는 개인이 커버할 수 없는 퀄리티가 나와야 할 수

도 있다. 이미 사람들의 눈이 높아졌기 때문이다. 개인보다는 전문 인력을 가진 MCN 기업이 고퀄리티의 콘텐츠를 제작할 수 있다. 프로젝트 채널이 더 세가 될 것으로 보고 있다.

### 크리에이터 지망생을 위한 조언은?

자기가 재밌는 것을 콘텐츠로 만들었을 때 꾸준히 할 수 있다고 한다. 그 말도 맞다. 그러나 콘텐츠 역시 개인 사업이라고 생각한다. 이 시장에 수입을 목적으로 뛰어들었다면 본인이 원하는 게 아니라 시장을 봐야 한다. 사람들이 원하는 게 뭔지 봐야 한다는 것이다. 원하는 게 아닌 애매한 구역에 머물기 때문에 사람들이 안 보는 것이다. 원하는 것을 파악하고 꾸준히 관심을 가진다면 성공할 수 있다.

