

진흥컬럼

## 잇혀진 거대시장 : 게임기 산업에 뛰어들자



金 貞 欽  
高麗大 名譽教授 / 理博

멀티미디어 시장 : 2001년에는 3조 5,000억불

미국에서는 전국토를 광섬유(Optical Fiber)로 연결시키는 정보고속도로(Information Super Highway)의 구상이 제안되어 제안자인 고어 부통령을 선두로 의욕적인 움직임을 보이고 있다.

또 이에 부응해서 민간에서도 벨 애틀랜틱(Bell Atlantic) 전화 회사가 미국 최대의 CATV회사인 TCI를 120억불에 매수키로 작년 10월 합의를 보았는가 하면, 최근에는 CATV회사인 바이아콤이 오락분야의 최대 회사의 하나인 파라마운트사를 100억불에 매수하는 데 성공하는 등 멀티미디어시대의 도래를 앞두고 커다란 움직임을 보이고 있다.

다만 안타깝게도 벨 애틀랜틱의 TCI매수 계획은 지난 2월 22일 미연방통신위원회(FCC)가 케이블TV(CATV)의 요금을 오는 5월부터 7%나 인하한다는 발표 등의 영향을 받아 다시 백지화(2월 23일)하는 비운으로 끝나긴 했지만, 이런 매수 또는 제휴는 곳곳에서 일어나고 있다. 예컨대 미국에서는 벨 사우스사와 프라임 매니지먼트사, 사우스 웨스턴 벨사와 케이블 시스템즈사 사이, 나이넥스사와 바이아콤사(파라마운트사를 매수 합병) 사이, US 웨스트사와 타임 워너사 사이에서 매수 또는 제휴가 이루어지고 있어, 차세대 정보화세계 돌입을 위한 발판 구축에 힘쓰고 있다.

또 일본에서도 이에 자극되어 NTT(일본 전신전화주식회사)를 위시로 컴퓨터·가전·출판 등 관련업계가 술렁거리고 있다.

여하튼 「2001년이 되면 전세계에서의 멀티미디어의 시장규모는 3조 5,000억불 정도가 될 것이다」라는 스카리 전 애플 컴퓨터 회장의 신화에도 가까운 예언이 있고 보면 이들 관련 분야가 가만히 있을 수만은 없기 때문이다.

멀티미디어시장의 선두주자는 게임기시장

한마디로 멀티미디어(Multi Media)시장이라고는 하지만 업무용과 가정용이 서로 다르고, 또 게임(Game)기와 같이 스탠드 알론(Stand Alone, 다른 기기들과 연결해서 작동하는 것이 아니다. 단독으로 독립해서 기능하는 기기, 예컨대 OA(사무자동화)기기 분야에서의 예를 든다면 복사기나 워드프로세서 같은 것)적인 것이 있는가하면 통신 회선을 쓴 쌍방향 CATV같은 것도 있다.

이렇게 다가올 멀티미디어 시장에 대한 참여의 길이 모색되고 있는 가운데 <멀티미디어에의 지름길>로서 태동하고 있는 것이 게임기이다.

예컨대 최근의 화제로서는 세계 최대의 전기기구메이커인 일본의 마쓰시다(송하)전기산업(주)마저 작년 10월이래 드디어 게임기(32비트 클래스)에의 진출에 나서기로 했고, 또 송하에 이어 세계시장을 휩쓸고 있는 전자기기메이커인 소니사나 삼양(산요)전기, 그리고 미국의 AT&T(세계 최대의 전신전화회사) 등도 금년중에 32비트 수준의 게임기를 가지고 이 분야에의 진출을 계획중이라 한다.

그러나 지금까지 닌텐도(任天堂)와 세가 엔터프라이시스(Seга Enterprises)에 의해 양분되다시피되어 있었던 세계 게임기기업계에도 시장쟁탈전을 위한 준추전국시대가 펼쳐지려 하고 있다.

### 任天堂, 10년 사이에 1억대의 게임기 판매

게임기 산업이라하면 보통 사람들은 어린이 장난감 이상으로는 보지 않는다. 그러나 알고 보면 엄청난 산업의 하나로 되어 있다.

예컨대 이 분야에서 한 때 세계시장을 지배하다시피 했던 任天堂(닌텐도)의 경우를 살펴보자. 화투나 트럼프를 만들어왔던 이 회사가 가정용 TV 게임기기인 패미콤(Family Computer의 약칭)을 발매하기 시작한 것은 1983년 7월이었다. 이 게임기는 8비트의 CPU(중

양전산장치)를 탑재한 게임전용 컴퓨터기기였다. 그러면서도 그 값은 일본돈으로 1만 4,900엔(당시의 환율로 약 120불수준)이라는 파격적인 싼 값이었다. 그러면서도 그 게임의 내용은 무척이나 재미가 있었다.

그래서 눈깜박할 사이에 일본 전체를 휩쓸어 2~3년 사이에 1000만대 이상을 팔았고, 그 여세를 몰아 미국에도 Nintendo라는 상표로 진출하여 일본 본국에서보다도 더 많은 판매 실적을 올렸다.

또 이 회사는 '89년에는 휴대용 패미콤으로서 액정표시의 Game Boy라는 이름의 신형기를 출하했고, 1990년에는 한층 수준이 높은 16비트 클래스의 슈퍼 패미콤마저 만들어내는 등 승승장구 그칠줄을 모르는 성장에 성장을 거듭하여 가정용 게임기시장을 독점하다시피 하였던다.

사실 이 회사의 1992년말까지의 출하 대수는 패미콤 1,800만대, 게임보이 843만대, 슈퍼 패미콤 739만대 등 일본 국내합계가 3,382만대였고, 해외시장에의 출하수는 패미콤 4,175만대, 게임보이 2,052만대, 슈퍼 패미콤 1,164만대 등 해외 합계가 7,391만대로서 그 총합계는 1억 773만대나 된다.

도매금으로 대당 100불이라 해도 이것만으로도 100억불이 넘는 장사였다. 더구나 이들이 만들어내는 소프트웨어(카세트형으로 된 이 소프트웨어가 있어야 게임이 가능)의 판매 실적은 이것의 수배내지 10여배나 된다(소프트웨어 하나의 값은 5,000원). 한마디로 엄청난 산업이었던 것이다.

그러자 이번에는 세가(Seга) 엔터프라이시스라는 회사도 任天堂을 뒤따라 任天堂에 지지 않으려고 새 상품인 메가 드라이브(Mega Drive)라는 게임기기를 만들어 미국시장에 뛰어들기 시작했다.

또 일본전기(NEC)홈 일렉트로닉스도 PC Engine이라는 16비트 기기로 任天堂와 Se가에 맞서는 등 대혼전을 벌였다. 특히 세가는 앞

서가는 설계기술을 내세워 미국시장을 공략하여, 작년도에는 드디어 任天堂을 추월하기까지에 이르렀다.

### 패미콤 신드롬도 나타나

1980년대에 들어와 패미콤 등 TV게임이 젊은이들 사이에서 대유행을 하게 된데에는 몇가지 이유가 있었다.

즉 재래로 내려왔던 종적인 대가족 또는 지역사회적 인간관계가 핵가족화, 주거지의 아파트 단지화 등으로 끊어지게 되었고, 또 일회용품 문화 등으로 횡적인 인간관계마저 희박화하여 자폐경향에 있는 젊은이들이 남아있던 심적 에너지를 게임기가 연출 또는 제거해주는 모의 세계속에서 불태워버린다는것이 그 하나의 원인이다.

또 도시화로 어린이들 또는 젊은이들이 뛰어 놀 수 있는 넓은 운동장이나 놀이터가 점점 줄어들었다는 것도 큰 원인의 하나였다. 놀이래야 TV를 보거나 VTR을 보는 것 외에는 별로 할 일이 없었던 것이다.

게다가 세상은 점차 풍요로워져, 어른들의 세계에서도 주휴1일이 주휴2일이 되고, 심지어는 주휴3일을 구가하는 회사마저 생겨 여유가 무척 늘어났다.

그 결과 어떻게 이 여백 시간을 때우는가 하는 것이 큰 문제가 된 결과 비디오게임, 컴퓨터 게임은 드디어 어른의 세계에까지도 물밀듯이 밀려 들어와 게임기는 어린이들의 전용물이 아니라 어른·어린이 할 것 없이 가족의 구성원 전체가 즐기는 놀이로 변해버렸다.

그 결과 미국서는 세대당의 게임기 보급률은 이미 1대를 넘은지 오랜된다고 한다.

그 결과 미국이나 일본(또는 한국)에서는 패미콤 신드롬(Famicom Syndrome)이라는 묘한 말(또는 이 말에 대응하는 증상)까지도 나타나고 있다.

즉 종적 및 횡적 인간관계의 단절로 자폐경

향을 맛보는 젊은이들(또는 어른들)이 패미콤에 열중하는 결과 현실사회와의 교류가 더욱더 희박해지고, 그 결과 학생의 경우에는 학업 성적이 저하되고 대인관계가 서툴게 되고, 성인의 경우에는 부부관계에 금이 가고, 성적관심이 저하되는 등등 현실적응이 악화되는 증세가 나타나는데 이것을 패미콤 신드롬이라 한다고 말한다.

### 건전한 시설로된 오락장이 필요

이것은 가정게임기가 안고 있는 악폐의 하나일 수 있다. 따라서 방안에 틀어박혀 컴퓨터 게임에만 몰두하는 이런 증상을 없애기 위해서는 좀더 건전하고 명랑한 유키장·오락장의 설립이 무엇보다도 필요하다.

사실은 이에 대해서는 미국이나 일본 등에서는 오래전부터 대대적인 유키장 시설 또는 유원시설들이 마련되어 있어 데이트 장소, 온가족이 모두 가서 즐길 수 있는 시설의 활용이 이루어지고 있다.

그리고 이들의 활동을 활성화하기 위해 일본에서는 1973년에 전일본유원협회(JAA)가 결성되어 건전한 오락시설을 제공하고 명랑한 오락문화 형성에 힘써왔다.

그리고 1980년에는 이 JAA가 늘어나는 회원의 활동을 더욱 더 활발하게 하기 위해 분야별로

JAMMA : 사단법인 일본 어뮤즈먼트 공업 협회

JAPEA : 전일본유원시설협회

AOU : 사단법인 전일본 어뮤즈먼트 시설 경영자협회 연합회 등으로 발전적 분할을 하게 되었다.

얼핏 보기에 이 3단체는 비슷해보이지만 그 내용은 다르다.

즉 JAMMA는 쉽게 말해 게임기를 개발해 내고 또 만들어내는 회사들의 모임이다. 예컨대 세가나 任天堂 등 제조업체들의 모임이다.

또 JAPEA는 유원지 시설자, 예컨대 테마파크와 같은 시설자들의 모임이다. 우리나라로 치면 서울대공원·각종 온천 유원지 등등이 이에 속한다.

AOU는 쉽게 말해 전자게임장을 경영하는 업체들의 모임이다.

그런데 일본에서는 이런 오락시설이 한편으로는 대형화의 길을 걷고 있고, 한편으로는 로케이션(Location)이라 해서 유원시설의 일부, 예컨대 호텔내, 백화점의 일부에도 시설을 하는 등의 방식으로(예컨대 라스베가스의 카지노 노름장) 확장일로에 있고, 또 세가지나 타이토(太東) 등 일부회사는 개발 및 제조를 하는 동시에 유통을 직영도 하고 있어 3 단계에 다 가입하고 있는 경우도 많다고 한다.

또 한국에서도 일본이나 미국내서의 이런 추세에 발맞추어 지난 1985년에 사단법인 한국전자유통기업협회 중앙회(회장 김갑환)가 설립되어 건전한 유통기업의 육성과, 새로운 전자게임기의 하드웨어 및 소프트웨어의 개발에 힘쓰고 있다.

### AOU EXPO를 시찰하고 나서

지난 2월 22일과 23일 필자는 한국에서의 전자유통기업에게 하드웨어 및 소프트웨어를 개발·제공해주는 VICCO라는 회사의 간부, 사단법인 한국전자유통기업협회 중앙회의 김갑환 회장 및 김동명 전문위원과 함께 일본 AOU가 여는 전시회(EXPO)를 시찰하고 이

업계들의 눈부신 발전과 활동을 직접 두 눈으로 보고 깜짝 놀라기도 했고 깊은 감명도 받았다.

한마디로 그 옛날의 일본(50년전)은 대포나 전차 등의 무기로 세계를 제패하려 안간 힘을 다하다 실패했지만, 오늘날의 일본은 손톱 크기의 반도체 칩 하나로 세계 경제계를 제패하고 있구나 하는 느낌을 가졌다.

그들이 수출하는 라디오·TV·VTR·비디오카메라 등등 가전제품에 못지않게 지금 전세계시장을 석권하고 있는 것은 그들이 개발한 엔터테인먼트(Entertainment)기기인 전자오락장치였던 것이다.

얼핏 듣기에 우스워 보이고, 또 무엇인가 어두워 보이는 것만 같았던 전자오락기기, 컴퓨터 게임기기도 알고나면 건전한 오락기기였고 더구나 연간 수백억불의 수출산업으로 육성된 것을 보고 필자는 깜짝 놀라기도 하였고, 또 게임기에 관한 지금까지의 선입감을 불식시킬 수도 있었다.

더구나 이번 EXPO에서는 우리나라의 VICCO사가 개발해낸 <王中王>이라는 소프트웨어가 사상 처음으로 이런 EXPO에 출품되어 인기를 끌고 있는 것을 보고 크게 흐뭇하기도 하였다.

그러니 우리 전자업계도 이 잊혀져 있는 분야 그러면서도 커다란 시장을 마련해줄 것이 예상되는 이 게임기 산업에 좀 더 적극적으로 뛰어들어 주었으면 한다.