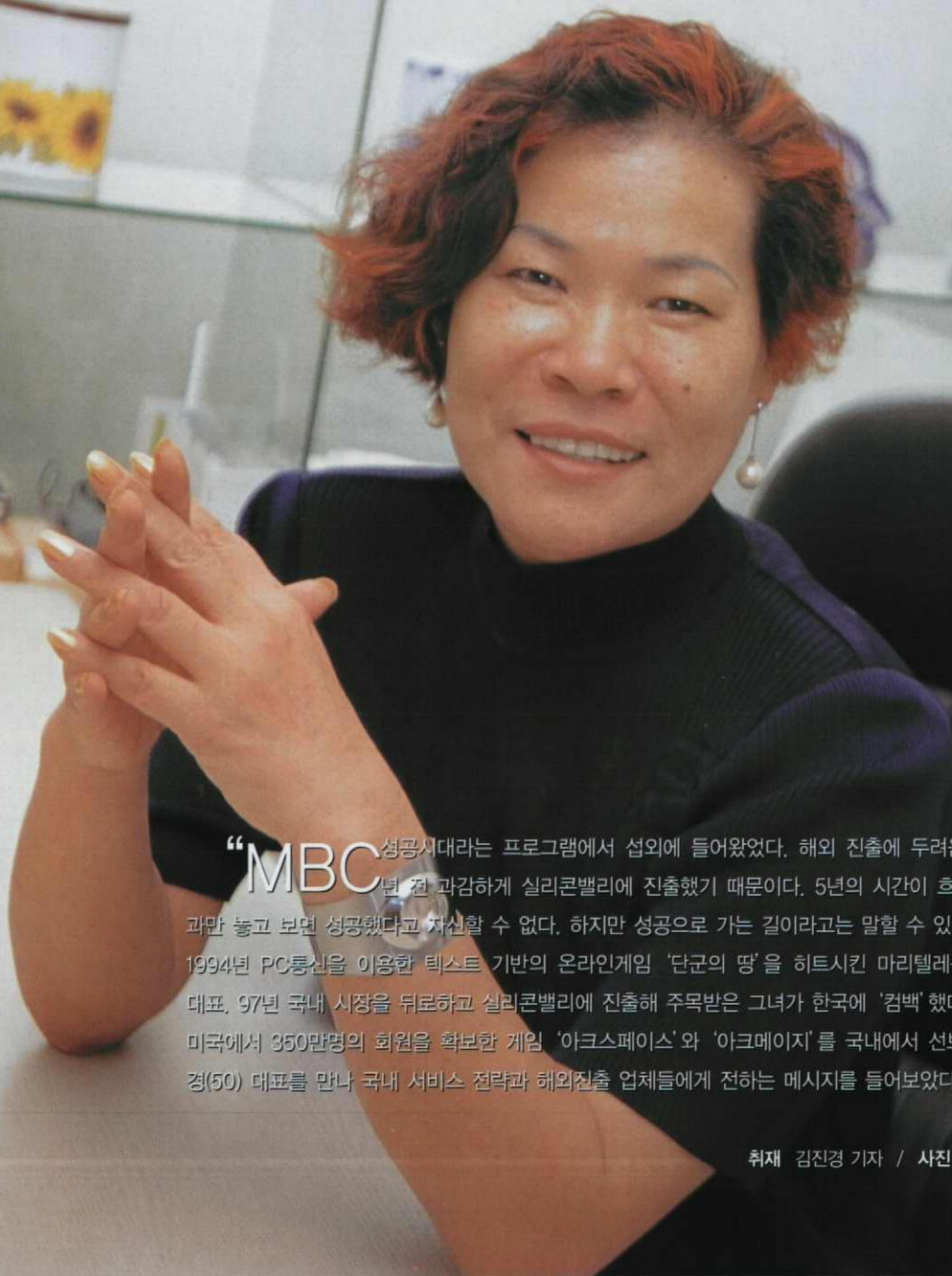




# ‘아크스페이스’와 ‘아크메이지’ 7개 언어 서비스 준비 박차

포스트-프로덕션 책임지는 퍼블리셔로 발전시킬 것



“MBC 성공시대라는 프로그램에서 섭외에 들어왔다. 해외 진출에 두려움을 갖던 5년 전, 과감하게 실리콘밸리에 진출했기 때문이다. 5년의 시간이 흐른 지금, 결과만 놓고 보면 성공했다고 자신할 수 없다. 하지만 성공으로 가는 길이라고는 말할 수 있다.”  
1994년 PC통신을 이용한 텍스트 기반의 온라인게임 ‘단군의 땅’을 히트시킨 마리텔레콤의 장인경 대표. 97년 국내 시장을 뒤로하고 실리콘밸리에 진출해 주목받은 그녀가 한국에 ‘컴백’했다. 오는 4월 미국에서 350만명의 회원을 확보한 게임 ‘아크스페이스’와 ‘아크메이지’를 국내에서 선보인다. 장인경(50) 대표를 만나 국내 서비스 전략과 해외진출 업체들에게 전하는 메시지를 들어보았다.

취재 김진경 기자 / 사진 조민영 기자

“국내 시장에서의 성공을 기반으로 돈을 쏟아 부으면서 미국 시장 진출하려는 회사는 있어도, 우리처럼 미국 시장에서 돈 벌면서 그 돈으로 새로운 게임 개발한 곳은 없었습니다. 그런 경험을 토대로 국내에서 서비스를 시작할 겁니다.”

마리텔레콤의 대표 게임인 ‘아크메이지’와 ‘아크스페이스’는 전략 시뮬레이션 웹 보드 게임으로 별도의 다운로드 필요없이 웹 브라우저를 이용한 온라인 게임으로 10만명이 동시에 이용할 수 있다. 게임은 10개의 종족 가운데 하나의 종족을 선택해 과학기술을 연구하고 행성을 발전시키며 자신의 세력을 확장시킨 후 우주를 지배하고 있는 제국에 대항하는 반란군의 새로운 지도자를 만드는 과정을 그리고 있다. 이 게임은 또 국내 온라인 게임 시장에서 문제가 되고 있는 폭력성을 지양하기 위해 카운슬(council)이라는 독특한 커뮤니티 형성이 가능하도록 했다. 이를 통해 게이머들은 다양한 외교관계를 만들어간다.

웹 콘텐츠로 매달 10만달러 이상 벌 수 있는 건 포르노와 카지노밖에 없다고들 한다. 그런데 ‘아크메이지’는 단일 게임으로 매달 20만달러 이상을 벌었다. 게임 속 웹 광고를 통해 127만달러의 매출을 올려 문화관광부로부터 수출공로상을 받은 바 있고, 지난해 게임 엔진 및 콘텐츠 라이선싱 등으로 140만달러의 매출을 올리기도 했다. ‘아크메이지’의 총 회원수는 230만명. 월간 페이지뷰 9억, 일일 방문자수 4만3000여명이다. 동시접속자수 10만명을 넘는 게임이 즐비한 국내 시장에선 코웃음칠 수치지만 90% 이상이 영어권 사용자라는 점을 고려하면 가볍게 볼 수치가 아니라는 게 장 대표의 설명.

국내 시장의 기반이 취약한 마리텔레콤이지만 4월 시작될 서비스에 자신감을 갖는 것도 충성도 높은 영어권 사용자 게이머를 350만명 이상 확보했던 게임이라는 것이다.

### 나스닥 불 타고 실리콘밸리에 ‘입성’

서울대 전자공학과를 74년 졸업한 장 대표는 삼성전자 근무를 거쳐 94년 마리텔레콤을 창업했다. 머드게임에 빠져 제적 위기에 처한 친구 6명과 마리텔레콤을 세운 뒤 ‘단군의 땅’으로 히트를 쳤던 장 대표는 1997년 7월 실리콘밸리 자회사로 옮겨갔다.

“미국에 진출한 5년 동안 IMF와 신경제의 붐, 그리고 나스닥 폭락까지 참 많은 것을 경험했다. 미국은 1/10의 기업이 구조조정을 단행했고, 9·11테러 이후 기업들의 움직임은 둔화될 대로 둔화된 상태다. 그 상황에서도 마리텔레콤이 살아남을 수 있었던 건 ‘아크스페이스’와 ‘아크메이지’ 등 충성도 높은 게이머들의 사랑을 받았기 때문이다.”

2000년을 전후로 벤처붐과 함께 호황기를 누리던 시절, 이미 한국에 없었던 마리텔레콤은 게임업계 관계자들과 투자자들에게 “경영자로서 판단을 잘못했다”는 비난을 감수해야 했다.

“마리텔레콤은 국내 게임 업계와는 전혀 다른 길을 걸었습니다. 성공이나 실패나 판단은 3년 후로 유보했으면 좋겠습니다.”

1997년 실리콘밸리에 진출했을 당시는 미국 진출 여부만으로 성공을 논할 정도였다. 하지만 기업의 성공여부는 ‘실적’이 말해주는 것이다. 장 대표는 현재의 모습으로만 보면 ‘마리텔레콤’은 성공이라고 말할 수 없다며 다만 성공을 준비해야 한다고 말을 아꼈다. 4월 ‘아크스페이스’ 론칭을 위한 준비에 박차 마리텔레콤은 오는 4월 경 ‘아크스페이스’와 ‘아크메이지’를 7개국어로 서비스하기 위해 마지막 준비에 박차를 가하고 있다.

“우리가 싸운 무대는 ‘스타크래프트’나 ‘디아블로’ 같은 게임이 겨루는 메이저리그는 아니다. 그러나 웹 게임이라는 틈새 시장에서라도 정상의 게임이 있다는 건 자랑스러운 일이라고 생각합니다.”

장 대표는 ‘아크메이지’나 ‘아크스페이스’를 ‘리니지’ 같은 게임과 비교하는 것이 섭섭하다. HTML 기반의 웹 게임이니 그래픽 등에서 떨어질 수밖에 없다. 그렇다면 3D 온라인 게임이 대세인 국내 시장에서 웹 게임 ‘아





크스페이스'가 성공할 수 있을까?

이에 장 대표는 "아크스페이스와 아크메이지 등 웹 게임은 그래픽은 단순하지만, 내용이 방대하고 상당한 지적 수준을 요구하기 때문에 매니아가 많은 국내 시장에서도 성공을 거두리라 예상한다"며 "4월 본격적인 서비스를 앞두고 만반의 준비를 갖출 것"이라고 밝혔다. 지난 5년간 우리게임에 익숙한 사용자 경험이 있기 때문에 성공할 확률이 높다고 자신한다고 덧붙였다.

장 대표는 "완성도 높은 게임을 위해 '거북이' 처럼 공을 들여 게임을 개발할 것"이라며 거북이가 성공하는 방법과 토끼가 성공하는 방법은 분명 다를 것이라고 말했다.

개발자를 중심으로 설립된 마리텔레콤은 현재 마케터 중심의 회사로 구조를 바꾸고 있다고 한다. 전에는 판매자 중심의 테크놀로지에 의해 콘텐츠가 판매됐지만, 이제 소비자의 기호에 따라 콘텐츠가 선택될 것이기 때문이라는 판단 때문이다.

"2002년 컴백해 사업을 하다보니 내수기반이 없다는

것이 치명적 약점이지만, 오히려 자유롭게 유저들에게 다가갈 수 있을 것이다."

#### 게임의 완성위해 '포스트-프로덕션' 중요해

미국에서의 경험을 토대로 국내에서 다시 비즈니스를 시작하는 마리텔레콤. 장인경 대표는 현재 국내 3000여 개 게임회사 가운데 빅5 만이 내수시장에서 살아남을 수 있을 것이라며, 마리텔레콤은 큰 덩치를 치루기는 했지만, 미국에서 돈을 벌어본 경험이 있는 회사이기 때문에 "때가 오면, 점프할 수 있을 것"이라고 자신있게 말했다.

장 대표는 해외에 진출하려고 하는 국내 게임업체들에게 미국에 가서 높은 '컬처 리스크(Culture Risk)'를 어떻게 극복할 것인가 하는 것이다. 한국에서 잘 팔리는 것을 가격을 낮추거나 높여서 판매하는 등 '가격정책'만으로 공략하는 것은 불가능하다는 것. 컬처 리스크를 극복할 수 있는 유일한 방법은 Pre-Production, Main-Production, Post-Production 등의 과정을 일관되게 진행해 전략적으로 접근해야 한다고 설명한다.

"현재 우리나라 상황은 콘텐츠 파워에 의해 팔리는 시장이 아니라, 테크놀로지가 주도하는 시장으로 기형적으로 성장하고 있다. 하지만 앞으로는 소비자의 기호에 따라 선택받는 콘텐츠가 성공할 것이다."

장 대표는 게임업체들의 투자 방향이 바뀌어야 한다고 충고한다. 제작의 메인 프로덕션(Main-production)이 아닌 기획단계인 프리 프로덕션(Pre-production)과 테스트와 공정관리인 포스트 프로덕션(Post-production)에 더 많은 투자가 이루어져야 한다.

"세계적인 경쟁력을 갖는 콘텐츠가 되느냐 아니냐는 마지막 공정한 포스트 프로덕션에 달려 있다. 컬처 리스크를 극복하는 것은 기본이며, 사용자를 세분화하고 마케팅 하는 것이 관건이다."

장 대표는 국내 업체의 제품의 해외진출 창구로서 포스트 프로덕션 테스트의 역할을 하고 싶다고 하며, 퍼블리셔는 역할은 '제품을 완성' 시키는 것인데, 그간의 경험을 토대로 미국에 진출하고자 하는 업체들에게 서비스를 해주고 싶다고 말했다. 마리텔레콤은 '아크스페이스'와 함께 국내 시장 공략을 목표로 3D 온라인 게임 '단군의 땅2'를 개발 중이다. 또 X박스 라이브 게임 기획에 착수했다고 귀띔했다. 실리콘밸리에서 천당과 지옥을 모두 경험하며, 노하우를 쌓은 장인경 대표. 한국에서 마리텔레콤과 장 대표의 행보에 귀추가 주목된다. 