

# ‘게임 퍼블리셔’ 온라인게임 8,000억 시장 주도



## 소싱-마케팅-유료화까지 디지털콘텐츠 유통 활성화 ‘기대’

최근 네오위즈는 세이게임을 ‘피망’으로 독립시키며, 마케팅비용으로 100억원을 쓰겠다고 밝혀 업계를 긴장시키고 있다. 네이트닷컴도 13개 게임업체와 제휴해 10월 게임포탈을 오픈한다. 후발주자로 뛰어드는 만큼 공격적 마케팅을 펼칠 것이라는 건 불 보듯 뻔한 일. 한게임, 넷마블, 엠게임 등은 게임포탈 자리를 ‘수성’하기 위해, 그리고 네오위즈, 네이트닷컴 등은 공격적 마케팅으로 1위를 ‘탈환’하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

취재 김진경 기자 / 사진 이해성 기자

엠게임의 경우 대부분 알파테스트, 베타테스트 정도로 개발이 완료된 게임을 선호하며, 매주 3~4건의 게임 퍼블리싱 제안을 검토한다고 한다. 엠게임 퍼블리싱팀 최정목 팀장은 수년간의 경험을 통해 월매출 5억원이 넘는 게임인지 넘지 못할 게임인지에 대한 나름대로의 판단 기준을 갖고 있다고 한다. ‘대중성’과 ‘게임성’ 2가지 요소는 평가에서 빼놓을 수 없는 기준. 게다가 트렌드에 따라 ‘성공가능성’을 평가한다고 한다.

### 퍼블리셔들 ‘대중성’과 ‘게임성’ 평가해 소싱

씨니YNK 정재영 과장은 “온라인게임의 경우 그래픽 퀄리티, 게임시스템의 독특성, 운영관리 노하우 등 3가지 요소를 주로 평가한다”고 말했다. 하지만 100% 평가가 맞아떨어지지 않는다고 한다. 의외의 게임이 게이머들에게 인기를 끌기도 하고, 대박을 기대했던 게임의 매출이 저조한 경우도 비일비재하다고 귀띔한다.

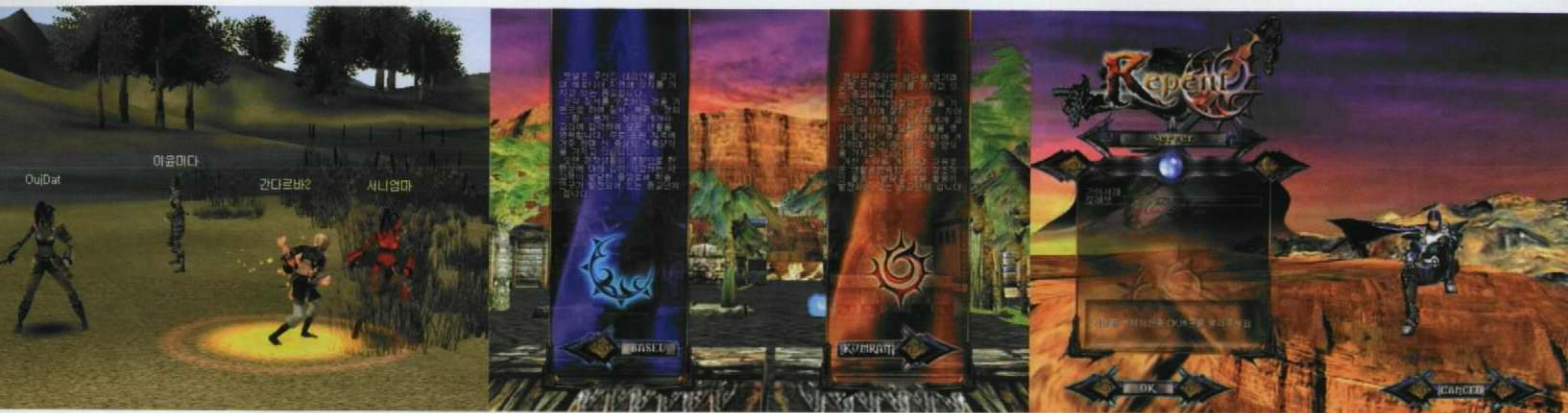
캐주얼 게임의 경우 유행에 민감하고 사이클이 짧아 유저들의 감성에 잘 맞는 게임이어야 한다고 한다. 반면 온라인 게임의 경우 지속적으로 서비스되는 호흡이 긴 장르이기 때문에 사후관리가 중요해 운영측면을 중요하게 평가해야 한다는 것.

엠게임 사업개발실 신동운 실장은 “온라인 게임을 평가하는 여러 가지 요소가 있지만 무엇보다 중요한 것은 테스트할 때 제대로 ‘접속’되고, 게임을 ‘즐기고’, 무사히 ‘종료’할 수 있어야 한다”고 말했다. 그만큼 온라인 게임의 개발과 운영, 서비스 전 과정이 쉽지 않다는 반증이다. 퍼블리셔들은 온라인 게임은 서비스를 내릴 때까지 계속 개발이 진행돼야 한다고, 게임개발사들이 퍼블리싱 계약이 완료되면 그 게임에서는 완전히 손을 떼고 다른 게임 개발에만 매달리는 경우가 있다며 후속작업에 대한 책임을 강조했다.

조이온 조성삼 회장은 “모든 게이머를 만족시키는 게임을 만드는 건 정말 쉽지 않은 일”이라며, “접근성을 용이하게 하고, 매니아층을 공략하는 게임을 만들면 나름대로 틈새시장에서 성공할 수 있을 것”이라고 말했다.

### 온라인 게임 8,000억 시장 ... 퍼블리셔들 각축장

네이트닷컴이 게임포탈 사업에 출사표를 던졌다. 네이트닷컴을 운영하는 SK커뮤니케이션즈가 13개에 달하는 게임업체들과 제휴를 맺고 오는 10월 독자적인 게임포탈사이트를 오픈할 계획이라고 밝힌 것. 네이트닷컴과 제휴한 게임업체는 소프트닉스, 재미시스템,



모바일원커뮤니케이션, 조이스펠 등이다. 이들 업체들은 보드게임, 캐주얼게임 등 총 40여개에 달하는 게임을 네이트닷컴 게임포탈을 통해 서비스하게 된다. 네이트닷컴 서영규 본부장은 “준비중인 게임포탈에서는 고스톱, 오목 등 종류별로 하나의 게임만이 서비스되는 것이 아니라 7개의 고스톱 게임이 제공되는 등 각 사에서 개발한 여러 개의 게임이 서비스될 것”이라며 “게임업체 간 경쟁을 통해 이용자들에게 선택의 재미와 양질의 서비스를 제공할 수 있을 것”이라고 설명했다.

이런 형태는 소니사의 플레이스테이션이 여러 게임업체를 대상으로 플랫폼을 제공하는 것과 같으며 그동안 기술력은 있지만, 자본과 마케팅능력의 부족으로 어려움을 겪고 있던 중소기업 업체들에게 좋은 기회를 제공할 수 있을 것이라고 덧붙였다.

네이트닷컴측은 게임포탈 내에서 서비스될 게임들은 이용자들의 인기를 반영해 순위 등급이 매겨지게 돼 있어, 게임업체들간 서비스 품질을 위한 노력이 이어질 것으로 회사측은 내다보고 있다.

이번 제휴에 참여한 게임업체들은 각 업체의 독자적인 브랜드를 그대로 네이트닷컴의 게임포탈 내에서 사용할 수 있으며, 각 게임운영을 통한 수익도 일정비율에 따라 네이트닷컴과 개별적으로 배분하는 방식을 취할 것으로 알려졌다.

네이트닷컴에서는 이들 참여 업체들과의 수익배분모델을 통해 게임업체의 마케팅비용에 대한 부담을 덜어주고 새로운 게임을 개발할 수 있는 자금력을 제공할 것으로 전망하고 있다. 또한 네이트닷컴에서 준비중인 게임포탈은 기존 게임포탈에서 사이버머니가 게임간 호환이 되지 않았던 한계를 극복하기 위해 포인트를 통합운영해 고스톱, 포커 등 이종 게임간 사이버머니 호환을 가능하게 할 것으로 알려졌다. 제휴에 참여한 조이스펠 신인경 사장은 “그간 게임 퍼블리싱을 하는 포탈들로의 진입장벽이 너무 높았다”며 좋은 기회가 될 것으로 기대한다고 말했다.

국내 게임포탈업계 3위를 기록하고 있는 네오위즈는 올 하반기 피망닷컴을 통해 시장점유율을 높이기에 나서는 한편 기존 웹보드 게임에서 벗어나 다양한 방식의 게임을 서비스하겠다고 밝혔다.

네오위즈는 “2/4분기 말 현재 세이게임의 동시접속자수는 15만 4,714명이지만 피망닷컴 개설 이후 마케팅 효과가 나타나는 시점에서는 시장점유율이 확대돼 동시접속자 20만명을 넘고 있는 1,2위 업체와의 차이를 좁혀 나갈 수 있을 것”이라고 예상했다.


대우증권 발표 자료에 의하면 올 2/4분기 웹게임 3사의 매출액은 넷마블 188억원(전 분기 대비 34% 증가), 한게임 188억원(4.7% 증가), 세이게임 111억원(5.0% 증가)이다.

### 좋은 게임에 퍼블리셔 ‘러브콜’

하지만 우후죽순 생겨나는 포탈들을 바라보는 게임업계의 시각이 굵지만은 않다. 경쟁이 격화되는 것에 대한 경계이기도 하지만, 게임포탈은 특유의 운영 노하우가 중요하기 때문에 자본력으로도 가능한 것은 아니라는 것. 이들 업체들이 퍼블리싱하는 게임이 한정된 사이트에서 20개 가까이까지 늘어나면서 성공확률도 점점 낮아질 것으로 우려된다. 또 너도나도 게임시장에 뛰어들면서 게임포탈이 우후죽순처럼 생겨나 출혈경쟁도 예상된다.

하지만 퍼블리셔들이 탐낼 정도로 좋은 게임을 개발하고 있는 업체들의 경우는 오히려 좋은 조건을 제시하는 퍼블리셔를 선택할 수 있는 위치에 있다는 것이 업계 관계자들의 얘기.

게임 개발사뿐만 아니라 포탈에서 대기업까지 퍼블리싱에 뛰어드는 이유는 명확하다. 게임 개발사들이 1개의 게임을 개발해 성공하면 ‘대박’, 실패하면 ‘쪽박’이라는 상황이 불 보듯 뻔하지만, 퍼블리셔의 경우 포트폴리오를 어떻게 짜느냐에 따라 수익기반을 공고히 할 수 있다는 장점이 있다는 것이다. 하지만 가열되는 출혈경쟁에 마케팅 비용을 회수할 수 있을지는 낙관할 수 없는 분위기다.

게이머들을 유혹할 수 있는 좋은 게임을 개발하기만 하면 기회는 얼마든지 있다. 우후죽순 생겨나는 퍼블리셔들이 가만히 있을 리가 없기 때문이다. 디지털콘텐츠 산업, 특히 온라인 게임 분야 8,000억 시장 활성화에 개발사와 퍼블리셔가 시너지효과를 낼 수 있는 사회적 분위기가 형성될 수 있기를 기대해본다. 

INTERVIEW 조이온 조성삼(39) 회장

# 서극 감독과 한중합작 프로젝트 온라인게임 개발 15년 게임개발과 퍼블리싱 노하우 '칠검하천산'에 담을 것



### 최근 퍼블리싱을 계획하고 있는 게임은 무엇인가.

**▶** 한중 초대형 엔터테인먼트 프로젝트 '칠검하천산'의 게임개발 부문을 맡게 됐다. '칠검하천산'은 세계적인 영화감독 서극의 지휘 하에 한중합작 TV 드라마, 온라인게임, 캐릭터 개발이 동시에 진행되는 총 140억원 규모의 프로젝트다. 이중 조이온이 무협 3D RPG 개발을 맡는다. 조이온은 이번 게임 프로젝트에 40억원에 달하는 개발비를 투자 받았으며, 2004년 하반기 한국·중국·대만 등 중화권에서 동시에 오픈베타서비스를 실시할 예정이다. 게임 서비스에 맞춰 TV 드라마가 중국 8개의 城에서 365일 방송될 예정이다. 특히 이번 게임은 캐릭터, 무기, 무공 등 세부사항에 서극 감독이 직접 관여할 예정으로 한국과 중국에 동시에 방영될 35부 무협 대작 드라마와 연계돼 기대가 크다.

### 해외 퍼블리싱의 노하우는 무엇인가.

**▶** 임진록 거상의 경우 중국 청소년 보호정책을 염두에 둔 전략으로 좋은 반응을 얻었다. 특히 일본과의 전쟁을 다룬 게임이 일본에 수출했다는데 자부심을 갖고 있다. 해외 퍼블리싱은 특히 어려운 점이 많은데, 풍부한 경험과 인맥이 도움이 되는 것 같다.

### 앞으로 계획은 무엇인가.

**▶** KT와 공동 프로젝트를 진행 중이다. 전세계 국영 텔레콤과 제휴해 KT는 초고속 망 등 인프라를 맡고, 우리는 콘텐츠를 서비스하는 비즈니스 모델이다. 국제전화요금으로 정산하는 방식이며 곧 태국과 계약을 체결하게 될 것이다. 동남아를 시작으로 유럽, 미국 순으로 진출할 계획이다. 초당 동시접속 10만명을 수용할 수 있는 기술개발을 끝낸 상태이며, 해외로 콘텐츠를 수출하고자 하는 기업들과 함께 성장할 수 있을 것으로 기대한다.

### 온라인게임의 해외 퍼블리싱의 어려운 점은 없는가.

**▶** 한 중국 기업으로부터 게임 스토리는 살리고 개발을 처음부터 다시 해 줄 수 없느냐는 의뢰를 받은 적이 있었다. 국내 게임업체들의 경우 개발하던 사람이 그만두면 다른 개발자가 이어서 개발하면서 소스로 역추적 하는 것보다 오히려 처음부터 다시 하는 게 낫다는 얘기가. 국내 게임 개발사들이 보다 완성도 높은 게임을 만들었으면 하는 바램이다. 