

PC방 '지고' 플스방 '뜨고'

PC방 수 증가세 돌아섰지만 매출 뚝 ... '아! 옛날이여' 킬러콘텐츠 만난 플스방 8개월동안 업소 두배 이상 증가



한국형 인터넷PC방이 세계를 강타하고 있다. 네트워크로 연결해 게임, 채팅 등을 즐길 수 있는 인터넷카페가 일본, 미국, 중국 등에 생기면서 큰 반향을 일으키고 있다. 하지만 정작 국내 PC방 업주들은 현재의 상황을 위기라고 말한다. 경쟁이 심해지면서 수익성이 크게 떨어졌기 때문이다. 반면 플스방은 최근 수요가 크게 늘어나면서 가능성을 인정받고 있다. PC방 및 플스방 현황을 살펴봤다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자

감소세를 보였던 인터넷PC방의 수가 올해 들어서는 소폭 늘어나면서 2만3,000곳에 이르는 것으로 알려졌다. 반면 콘솔방(일명 플스방) 수는 지난해 동기대비 100% 이상 증가한 900곳에 달하는 것으로 추정됐다.

한국인터넷PC문화협회(인문협)의 PC방 현황조사에 의하면, 전국 PC방의 수는 지난 2000년과 2001년 각각 전년대비 42%, 10% 씩 늘어나는 등 성장세를 유지해오다 2002년을 기점으로 감소세로 돌아섰다. 이러한 감소세는 지난해말까지 이어져 지난해말에는 2만여곳까지 줄어들었으나 올해 들어 다시 2만3,000곳으로 증가했다.

플스방의 경우는 더욱 뚜렷한 증가세를 보였다. 소니컴퓨터엔터테인먼트코리아(SCEK)는 지난해 7월 공식 SCEK 플스방과 비공식 플스방이 각각 20곳, 400여곳이었으나 지난달에는 350곳, 550곳으로 늘어났다고 추정했다.

위기의 PC방 ... 여름방학 특수 실종

서울 시흥동의 한 PC방. 주말 한창 때에도 자리의 반을 채우지 못하고 있다. 지난해 이맘때쯤이면 낮에도 반 가까이 차 있고, 저녁 시간에는 빈자리를 찾아보기 힘들었다던 업주 김모씨(34)는 연일 한숨이다. 60여대 규모의 이 PC방은 하루매출도 지난해보다 10만원 가량 줄어든 40만원을 유지하고 있다.

비단 이곳뿐이 아니다. PC방의 업주를 만나보면 대부분 여름방학 시즌을 기대했지만 예년만 못하다고 말한다. PC방의 수가 늘어난 것이 PC방 업종호황으로 인한 것이 아님을 추측케 하는 대목이다.

인문협의 조영철 정책국장은 '소고기, 닭고기 파동 등으로 대안이 마땅치 않은데다 학원 옆이나 동일 건물내에도 PC방이 들어설 수 있도록 관련법률이 개정됨으로써 PC방이 늘어난 것으로 추측된다' 며 하지만 '전반적으로 PC방 수익성은 크게 줄어든 상

태' 라고 설명했다.

실제로 PC방 이용료는 점점 떨어지고 있는 실정이다. 한때 시간당 2,000원 정도를 받던 서울 중심가에 위치한 PC방들은 1,500원 선으로 이용료를 인하하고 있고 통상 시간당 1,000원 정도를 받던 서울 외곽지역의 PC방들도 정액제, 회원제 확대 등으로 수익성이 떨어지고 있는 형편이다.

PC방이 몰려 있는 서울 신림동에서 PC방을 운영하고 있는 한 업주는 “정액제를 감안하면 기존에도 실질적으로 시간당 1,000원을 받지 못한 셈이었으나 이제는 근방에 700~800원, 심지어는 600원짜리 PC방도 등장했다”면서 “700원으로 유료 온라인 게임까지 이용할 수 있도록 하고서도 어떻게 수지타산이 맞는지 모르겠다. 이제는 ‘눈먼 사업주’ 나 만나 처분하고 싶은 심정”이라고 밝혔다.

상황이 이렇다보니 PC방 업주들 사이에는 PC방 이용료만으로는 생계유지가 어렵다는 위기감이 조성되고 있다. 상당수의 업주들이 ‘투잡’ 을 모색하고 있으며, PC방 프랜차이즈들 또한 PC방 개장 외의 부가수익 모델을 내놓고 있다.

PC방 프랜차이즈 핵사트론을 운영하는 아이스타존은 인기 프로그래머를 동원해 게임 속에서 영어를 배우는 ‘게임영어교실’ 을 운영하기 시작한데 이어 PC방 내 시설물을 이용한 광고유치와 유학프로그램 운영 등 부가수익원 개발에 힘을 쏟고 있다.

PC방 프랜차이즈 사이버리아는 온라인게임 속에서 다자간 게임 보이스 채팅을 이용할 수 있는 서비스를 준비하고 있으며, 이를 통해 보이스 아바타 매출과 통화 매출 등을 확보한다는 계획이다. 또 엠펠스라는 3차원 입체 사운드소프트웨어를 PC방 대상으로 영업하고 있으며 PC 임대프로그램도 운영하고 있다.

에듀박스의 PC방 프랜차이즈 한빛스테이션은 가맹점에 게임 타이틀과 PC 주변기기는 물론 약 100여종의 캐릭터 상품 판매를 지원하고 있다. 또 카페테리아를 운영하는 등 기존 PC방과 다른 부가 서비스를 제공하면서 고객 유치를 꾀하고 있다.

틈새시장 있지만 ‘너무 좁아’

물론 전반적인 불황 속에서도 짹짹 수익을 내고 있는 PC방 업주들도 많다. 특히 PC방 개업 노하우를 지닌 일부 업주들은 지방으로 발걸음을 돌려 재미를 보고 있다. 이에 따라 인천, 충남, 광주, 경북, 제주 지역은 PC방의 수가 꾸준히 증가하고 있다.

3년동안 서울에서 PC방을 운영하던 최모(33)씨는 불황을 견디다 못해 아예 충남 아산지역으로 PC방 터를 옮겼다. 최모씨는 “시간당 500원의 이용료를 받고 있지만 서울에서보다 수익성이 높다”면서 “어느 정도 자리가 잡히고 나서는 2002년이나 가능했

던 매출이 나오고 있다”고 밝혔다.

최근에는 PC, 모니터 등 제품구입에서부터 인테리어까지 손수 챙기던 ‘알뜰파’ 보다 우수 프랜차이즈에 가맹하는 업주들도 늘고 있다. 우수 프랜차이즈 가맹 PC방의 경우 일정 PC사양 이상의 환경을 갖추고 있다는 인식을 심어줄 수 있어 잠깐 동안 PC방을 이용하는 ‘뜨내기’ 손님까지 잡을 수 있기 때문이다.

창업e닷컴의 이인호 소장은 “프랜차이즈 본사를 고르기 전에 가맹점 3곳 이상을 방문해 점주와 얘기를 나눠보라”면서 “체인 본부가 새로운 아이템을 개발할 인력과 재정적 능력을 갖추고 있는지, 매출로 이어질 수 있는 인지도를 갖추고 있는지를 점검하는 게 중요하다”고 조언했다.

주변 PC방과의 경쟁이 과열되다 보니 차별화 전략을 내세우는 PC방도 늘고 있다. ‘게임신문’의 설문조사에 의하면, 단골 PC방을 이용하는 이유로 ‘동네라서 가깝기 때문’이 49.3%로 가장 높은 응답률을 보였고, ‘친절해서(20.6%)’, ‘고사양의 시스템이기 때문에(20.1%)’, ‘가격(5%)’, ‘PC방 사장과 친해서(5%)’가 그 뒤를 이었다. 결국 주변 PC방과의 경쟁에서 이겨야 위기를 탈피할 수 있다는 이야기.

이에 따라 기존 PC방 사업형태를 취하면서 두 대까지 설치할 수 있는 콘솔게임기를 들여놓거나 음료수를 무한으로 리필해 주면서 동네손님을 유혹하고 있다. 또한 LCD모니터로의 교체, 획기적인 인테리어 등으로 분위기를 전환시키는 PC방도 증가하고 있다. 신설 매장의 초기 운영을 도와주는 ‘샵 코디네이터’ 까지 등장한 상태.

쿠도F&S가 운영하는 PC방 프랜차이즈 ‘G2존’ 고대점의 경우, 본사의 샵 코디네이터가 파견돼 매장 가동률을 일주일만에 45%까지 끌어올리는 수완을 발휘했다. 이와 관련, G2존측은 “지역마다 상황이 틀리기 때문에 매장 운영에는 전문적인 노력이 필요하다”며 “일례로 부천점 같은 변화가의 상권지역 매장은 밝고 유쾌한 분위기가 어울리지만, 주택이나 외곽지역은 단골 손님 유치를 위해 안방과 같은 편안한 분위기 필요하다”고 설명했다. 쿠도F&S는 ‘G2존’ 가맹점이 오픈하면 코디네이터를 3개월간 파견, 주변상권을 분석해 운영방안을 수립해주고 매장 운영 노하우를 전수해 주며 점주와 아르바이트 등을 대상으로 교육도 시켜준다.

PC방 프랜차이즈인 인터웹은 컨셉 인테리어와 강력한 튜닝을 강조해 영업을 펼치고 있다. 지역특성에 따라 모던, 클래식, 캐릭터 및 사이버 등 세가지 형태중 적합한 형태로 인테리어 해주고, 투명아크릴 케이스를 사용한 수냉식 냉각장치, 사이버스타일과 어울리는 메탈과 투명아크릴, 네온의조합. 시원한 이미지의 워터



▲ PC방 경기가 예전같지 않다. 사진은 여름방학을 민망케 할 정도로 텅 비어 있는 PC방 장면.

글라스, 개성 넘치는 케이스페인팅 등의 시스템 튜닝도 선보이고 있다.

더이상 게임업체의 '뽕' 되긴 싫다

하지만 PC방 업주들은 근본적으로 온라인게임에 대한 IP과금의 개선 없이는 PC방 수익률을 높이는 데 한계가 있다고 토로한다. PC방 산업 초기인 98~99년 미비한 상태로 책정된 IP과금 제도가 성숙기에 접어들어 현재까지도 일방적으로 적용되고 있다는 것.

처음 구매할 때만 돈을 내는 패키지게임과 달리 인터넷주소에 대해 매월 요금을 부과하는 IP과금제는 99년 폭발적인 인기를 끌었던 온라인게임 '리니지' 등 일부 게임업체들이 시도한 요금제로 당시 '스타크래프트' 외 이렇다할 콘텐츠가 없던 PC방에서는 손님을 더 끌어들이 수 있다는 점 때문에 고가에 계약을 맺었고, 당시만 해도 투자한 이상으로 수익을 올릴 수 있었다.

PC방이 늘어나면서 PC방들의 수익성이 악화됐고, 후속게임이 연이어 이 같은 요금제를 채택하면서 거꾸로 IP과금제가 PC방을 짓누르는 상황으로 뒤바뀌었다. 일부 PC방의 경우 이용자로부터 받은 요금으로 게임요금 내기에도 급급한 상황이지만 손님을 놓치지 않기 위해서는 '올며 겨자먹기'로 한달 90만~100만원을 내야 하는 IP과금제 계약을 할 수밖에 없는 반면 게임업체와 출판업체들은 여전히 IP과금제를 강요하고 있는 형편이다.

이에 따라 빅스 불매운동으로 시작된 PC방 업주들의 유료 온라인게임 불매운동은 점차 거세지고 있다. 특히 최근 불거진 '카스(카운터스트라이크) 문제'로 PC방 업주들의 게임업체에 대한 불신은 극히 달했다.

미국의 밸브소프트웨어사가 '국내 PC방에 공급하는 자사 계



▲ '워닝일레븐'이라는 킬러콘텐츠가 등장하면서 최근 플스방의 손님이 부쩍 늘었다.

임에 대한 과금방침'을 밝히면서, '카운터스트라이크' 유저들이 네트워크 플레이를 위해 찾는 서버시스템인 '원넷'을 폐쇄할 방침이라는 입장을 전한 바 있다. 원넷까지 폐쇄되면 PC방 사업자들이 어쩔 수 없이 유료 서비스프로그램인 '스팀'에 가입해야돼 강력한 카스 불매운동이 펼쳐지고 있는 것.

PC방 업주들이 이처럼 카스의 IP과금제에 민감한 반응을 보이는 것은 온라인게임의 IP과금제로 인해 대부분의 PC방 채산성이 극도로 악화된 마당에 패키지게임까지 IP과금제를 채택할 경우 국내 PC방 산업은 송두리째 붕괴되고 말 것이라는 위기감 때문이다.

인문협 의 조영철 정책국장은 "그나마 수익률을 보장해주던 패키지게임까지 IP과금제를 채택할 경우 대부분의 PC방은 문을 닫게 될 것"이라고 말했다. 조 국장은 특히 "음반과비디오에관한법률(음비법)에 따르면 PC방의 경우 '게임제공업'이 아닌 '콘텐츠 시설 제공업'으로 분류돼 있는데도 불구하고 매월 게임당 월정액을 부과하는 현행 IP과금제도는 불합리한 요금제도"라면서 "차제에 온라인게임의 IP과금제도에 관해서도 근본적인 검토가 이뤄져야 한다"고 밝혔다.

이러한 반발에 맞춰 일부 후발 게임사는 PC방 평생 무료화정책을 발표하면서 PC방을 마케팅 창고로 활용하고 있다. 대표적인 예는 네오위즈의 게임포털인 '피망'과 다음게임.

PC방 무료정책으로 인해 피망은 단기간 시장진입에 성공, 랭킹닷컴과 코리악클릭의 게임포털 점유율 순위에서 '한게임'과 옆지락 뒤치락하며 치열한 1, 2위 다툼을 벌이고 있으며, 다음게임은 '자사가 서비스하는 게임의 PC방 유료화시 1억원 손해배상' 등을 발표하면서 '다음게임 PC방' 가맹점이 1만곳을 훌쩍 돌파하는 기염을 세웠다.

그럼에도 불구하고 대부분의 PC방 업주들은 엔씨소프트, 웹젠, NHN 등 기존 메이저업체들의 과금정책 변화가 우선돼야 된다고 입을 모은다. 지난 5월 서울 신월동에서 PC방을 개업한 이모(43)씨는 “리니지 정액이 총 지출의 10%에 이르고 있다”고 불만을 토로했다.

인문협측은 “엔씨소프트의 지난 1분기 국내매출 가운데 37%는 PC방으로부터의 수입이며, 특히 리니지2는 43%의 높은 비중을 차지하고 있다”면서 “해외에는 PC방에 비용을 부담하는 사례가 없어 엔씨소프트의 국내과금은 횡포에 가깝다”고 주장했다.

잠재력 입증하고 있는 플스방

PC방이 전반적으로 어려움을 겪고 있는 가운데 플스방은 급격하다고는 볼 수 있지만 분명히 확장되고 있다.

플스방은 공식·비공식 업소를 합쳐 모두 900여곳에 달해 8개월만에 배 이상 증가했으며, 매출도 꾸준히 늘고 있다. 플스방의 65%가 수도권에 편중돼 있으며, 시간당 이용요금은 1,500~2,000원을 받고 있는 상태. 특히 공식 플스방의 증가치가 예상을 훨씬 뛰어넘고 있어 플스방이 새로운 게임방 문화를 이끌 가능성도 점쳐지고 있다. 지난해 7월 20개로 출발했던 공식 플스방 숫자는 1년 만에 350개로 늘었다.

이러한 상승세에는 국내 게임시장 공략을 위한 SCEK의 ‘승부수’에서 비롯된 것으로 보인다. SCEK는 지난해 6월 세계 최초로 상업용 PS2 게임기와 소프트웨어를 이용한 ‘PS2방’ 사업을 위해 LG상사, SK를 공식사업권자로 선정, 영업에 들어감으로써 콘솔게임의 저변확대를 유도했다.

물론 어려움도 있었다. 플스방은 비디오콘솔게임기로 영업하기 때문에 게임제공업으로 간주되고 있다. 따라서 영업주는 PC방과 달리 복잡한 시설규정을 지켜야 하며 관할구청에 신고 또는



▲ ‘위닝일레븐’은 콘솔게임의 ‘스타크래프’로 일컬어진다. 콘솔방을 찾는 손님들의 절반 이상이 이 게임을 즐기고 있다.

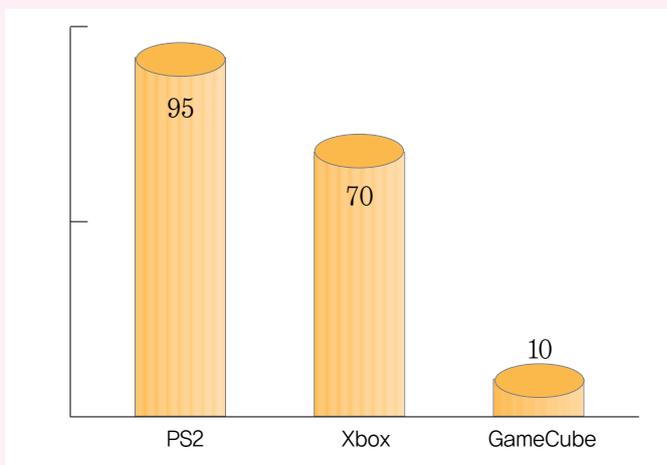
등록의무를 거쳐야 한다.

PC방은 멀티미디어콘텐츠제공업으로 분류돼 있어 시설규정이 까다롭지 않으며 또한 자유업으로 별도의 신고·등록 없이 영업행위를 할 수 있는데 반해 플스방은 개업 절차가 상당히 불편한 셈이다. 게임장으로 간주되고 있는 만큼 ‘상업용 PS2’를 사용해야 하며, TV모니터(29인치)와 함께 일체형으로 설치해야 한다. 거의 사용되지 않는 동전투입구가 달린 이유도 이 때문이다.

PS2의 판매가 예상보다는 지지부진했던 점도 시장확대의 장애요인이었다. SCEK측은 연초만 해도 8월쯤에 PS2 국내 보급량 100만대를 돌파할 것으로 내다봤으나, 10월로 목표를 수정했다. 현재 87만대 정도가 공급된 상태로 SCEK측은 일단 100만대만 넘으면 공급속도가 빨라지고, 타이틀의 한글판 출시날짜에 있어서도 혜택이 돌아올 것으로 기대했다.

업계에서는 일단 플스방이 PC방만큼 단기간에 큰 시장을 형성하지는 않겠지만 이미 잠재력을 인정받은 것으로 평가하고 있다. 상업용 PS2를 유통하고 있는 LG상사 관계자는 “최근 공급량이 꾸준히 늘고 있다”며 “마땅한 사업아이템을 찾지 못한 예비창업자가 대거 들어올 가능성도 배재할 수 없다”고 말했다.

SCEK의 강희원 과장은 “사실 PS2 한대를 팔 때마다 SCEK로서는 2~3만원 손해”라면서 “결국 소프트웨어 시장을 노리고 푸시하고 있는 셈”이라고 말했다. 또한 “콘솔시장 저변이 확대되면 SCEK로서도 이득이 나겠지만 그만큼 세계 게임시장에서 가장 비중이 높은 콘솔시장의 국내 경쟁력이 높아지는 계기가 될 것”이라며 “이미 SCEK는 100곳이 넘는 곳과 콘솔게임 개발을 협상하고 있으며 4건의 경우 실질적으로 결과물이 나오고 있다”고 덧붙였다.



▲ 2003년 콘솔게임 국내 발매 현황 (자료: 2003 디지털콘텐츠 산업백서)

PC방 ‘스타’ 있다면 플스방은 ‘위닝일레븐’

플스방에서 가장 인기를 끌고 있는 타이틀은 단연 코나미의 ‘위닝일레븐7’이다. 블리자드의 ‘스타크래프트’가 초기 PC방을 먹여 살렸다고 한다면 플스방에서는 그 역할을 단연 위닝일레븐7이 하고 있다.

플스방에 가보면 좌석의 반 이상이 위닝일레븐7을 하고 있고 위닝일레븐 동호회까지 생겼을 정도. 위닝일레븐 동호회인 ‘S-리그’는 한달에 한번 플스방에서 정기모임을 갖고 자체 랭킹전을 치른다. 랭킹 순위에 따라 대표를 선발해 통합 리그전에 내보내기 때문에 랭킹전에 출전하는 회원들의 각오는 다부지다. S-리그 동호회장 정용석씨는 “플스방에서 랭킹전을 진행할 때 보면 대결을 펼치는 회원은 물론 구경하는 회원들의 응원 열기로 플스방이 마치 월드컵 구장을 방불케 한다”고 말했다.

지난해 12월 4일에 한글판이 발매된 위닝일레븐7은 20여일만에 5만장이 팔렸을 정도로 최고의 판매량을 보이고 있는 축구게임으로 일본에서도 가장 많이 팔린 스포츠게임으로 꼽히고 있다. 선수들의 동작이 살아 있고 실제 축구에서 쓰는 기술이 구현돼 있는 역대 최고의 축구게임이라는 평가를 받고 있다. 실제 게이머들은 대부분 ‘피파’가 아케이드성이 강한 반면 ‘위닝일레븐’은 사실적인 축구게임으로 경쟁심을 부추긴다고 말했다.

한국판의 경우 우리에게도 익숙한 대한민국 국가대표팀 선수들이 전원 실명으로 등장하며 게임내 자막이 모두 한글화돼 재미를 더해준다. 특히 전작보다 개선된 물리엔진은 게이머가 공의 회전을 고려해 슈팅하면 실제 축구 경기에서나 등장하는 그림 같은 슛을 날릴 수 있도록 해준다. 또 리그가 4개로 분류되고 클럽수도 대폭 증가하는 등 코나미의 자랑거리인 마스터 리그모드도 강화됐다.

이외에도 온라인 대응 콘솔게임의 출시가 크게 늘면서 플스방 역시 기존 PC방처럼 온라인 대전게임을 즐기려는 인수도 점차 늘고 있다. 플스방에서 이용되는 온라인 대응 전투액션 게임으로는 ‘소콤’이 대표적이다. 기존 ‘소콤’ 마니아들은 조만간 ‘소콤2’가 나올 것을 기대하며 활동 대기 상태에 있다. 이외에 플스방에서 자주 찾는 타이틀로는 ‘스펙다운’, ‘전국무쌍’, ‘귀무자3’ 등이 있다.

한편, 마이크로소프트측이 “향후 X박스 사업은 각 나라의 특색에 맞게 추진하는 현지화 전략을 적극 드라이브하고 있다. 한국의 경우 콘솔방 사업을 전개하는 것이 현지화를 위한 중요한 사업 모델이 될 수도 있을 것”이라고 말하면서 X박스 콘솔방 사업 가능성이 제기되고 있어 콘솔방은 계속해서 국내 게임시장의 화두가 될 전망이다.

하지만 SCEK측은 “플스방은 무한확장의 개념으로 출발했기

보다는 콘솔게임의 저변확대를 위해 시작한 사업”이라며 “플스방 확장이 SCEK의 수익에 최종적으로 도움이 되는지는 좀더 지켜봐야 한다”고 말하는 등 플스방 정책에 대한 일관성이 결여돼 있어 향후 플스방의 행방은 여전히 미지수로 남아 있다. 🌈

탐방 / 메가플스방 분당 수내점



“이제 한고비 넘겼다” ... 매출 쑥쑥

“저쪽에 관창은 분들 있는데 합석하시겠어요?”

팀플(팀플레이)이 백미인 축구게임 ‘위닝일레븐’의 인기가 상승가를 치면서 요즘 플스방에서는 나이트클럽에서나 불법한 광경이 심심찮게 벌어지기 시작했다. 플스방에서 단골 확보를 위해 2명, 3명 단위로 온 손님들끼리 팀플을 벌일 수 있도록 적극적으로 ‘부킹’을 주선하고 있는 것. 최근 들어서는 팀플의 묘미에 푹 빠져 부킹 때문에 장시간 플스방에 진을 치는 마니아까지 생겨났을 정도다.

경기도 분당구 수내동에서 플스방을 운영하고 있는 최기석씨는 “집에 PS2가 있는데도 팀플을 위해 이곳에 자주 들른다”고 말했다. 그는 “손님이 오면 CD도 넣어줘야 하고, 게임조작도 설명해줘야 하는 등 신경 쓸 일이 많기 때문에 PC방과 달리 항상 2명 이상이 영업점에 상주해 있어야 한다”고 설명했다.

이 곳의 실평수는 42평, 22대가 비치돼 있다. 시간당 이용요금은 1,500원. 최씨는 “보증금 포함해 2억2,000만원을 투자, 지난해 9월 문을 열었으나 올초까지 하루매출이 10만원에 불과해 힘이 들었다”면서 “방학 이후 매출이 50만원 정도로 증가해 한고비는 넘겼다. 분당 서현동 플스방은 시간당 2,000원을 받고 있는데 하루매출이 60만원을 넘는다고 들었다”고 말했다.

최씨는 애로점으로 “계속해서 CD를 사용하기 때문에 CD가 못 쓰게 되는 경우, 대부분 재구입해야 되기 때문에 비용이 만만치 않으며, 국내에서 아직 정식발매하지 않는 제품을 찾는 손님이 많은데 이 제품을 구하려면 7만~8만원이나 비용이 든다”는 점을 꼽았다. 또한 “주요 고객으로는 중·고등학생이 가장 많으며, 아직까지 혼자 오는 여성고객은 드문 편이지만 남자친구와 오는 여성고객도 점차 늘고 있다”고 말했다.