해외게임시장현황에 대한 컬럼 목차

회수: 매주 1회씩

제 1회 해외게임시장 현황 컬럼을 시작하면서...

제 2회 해외게임시장 장르별 시장현황: 장르별 성역이 무너지고 있나?

제 3회 해외게임시장 플랫폼별 시장현황: 현재의 플랫폼별 시장은 과연 지속될 것인가?

제 4회 해외게임시장 개척에 대한 견해분석: 국내업계의 현주소

제 5회 해외게임시장 개척을 위한 국내업체들의 바람직한 자세: 영원한 삼위일체?

제 6회 해외게임시장 시작과 끝

제 1회: 해외게임시장 현황 컬럼을 시작하면서...

개발원에서 처음에 해외게임시장 현황에 대하여 컬럼을 써 달라고 제의를 받았을 때 필자는 가벼운 생각으로 동의를 했었는데, 정작 기고를 하려고 하니 국내에서 가장 많이 애용되고 있는 해외시장현황 자료의 대부분이 개발원에서 발행, 발간한 게임백서에 자세히 수록되어 있다는 것을 알았습니다. 이를 감안한다면 간단한 통계자료만로는 본 컬럼의 본래의 목적과는 거리가 멀게 느껴질 것 같아, 많은 고심끝에 국내 업체들이 같이 고민하여 국내 게임들이 세계무대에서도 당당히 나래를 펼칠 수 있는 그날을 앞당기는 방안을 모색하는 것을 목표로 컬럼을 꾸며 볼까 합니다. 필자는 또한 많은 정보와 풍부한 경험을 가진 본 산업의 전문가들이 필자의 칼럼에 자극되어 산업발전에 보다 적극적으로 참여할 수 있는 기회가 되었으면 하는 바람입니다. 나아가서 본 칼럼이 서로의 의견과 다양한 아이디어들을 서로 공유할 수 있는 도화선이 되었으면 합니다. 이런 자발적인 참여가 결과적으로는 산업을 긍정적으로 발전시키는 데 큰 공헌을 할 것이라고 예상하기 때문입니다.

가장 흔하게 인용하는 손자병법 중에 “지피지기면 백전무패” 라는 귀절이 있듯이 먼저 적을 알아야 대처할 수 있는 방안들이 나올 것으로 생각합니다. 하지만 필자는 해외게임시장을 통계적이나 수치적으로 분석하는 것 보다는 소위 말하는 “필(feel)”로 분석하는 것도 잊지 말아야 한다고 개인적으로 생각하고 있습니다. 왜냐하면 역시 게임도 영화와 같이 “무형적인 사업” 이라 수치적인 것은 결국은 결과에 불과하다는 얘기가 되기 때문입니다. “무형적인 사업” 의 성공 사례들은 “운칠기삼” 의 섭리를 타 산업보다 더 잘 보여주고 있습니다. 그러므로 해외시장들이 지금 어떻고 어떻다 보다는 왜 지금의 시장으로 성장했을까의 고민을 먼저 해야지만 그 시장을 이해하는데 도움이 될 것이라 생각합니다. 그래서 필자는 한국의술과 비슷한 개념으로 시장현황을 “맥”을 통해 짚어 보려고 합니다. 물론 개인적으로 느끼는 것이 차이가 있기 때문에 필자의 생각에 동감하지 않는 분들도 분명히 많으실 것입니다. 하

지만 이런 이견들이 모여야지만 필자가 원하는 토론의 장이 열어질 것이라고 생각하고 그 안에서 좋은 대안들이 많이 생성될 것입니다. 랜덤속에서 패턴을 찾을 수 있듯이 분명히 게임산업에도 이런 진리를 찾아낼 수 있을 것이라고 봅니다.

좀 식상한 얘기지만 게임 산업은 국내에서는 1990년대 후반에 생겨난 PC방이란 새로운 산업패러다임이 생기면서 아주 각광받는 사업으로 평가를 받고 있습니다. 하지만 해외에서는 이미 고부가가치 산업으로 매년 초고속 성장을 하여 무형산업 중에서 헐리우드의 영화사업 다음으로 큰 시장을 형성하였습니다. 지하, 천연자원이 빈곤하면서도 인적자원이 풍부한 국내에서도 국가적인 차원에서 사업의 중요성을 깨닫고 지속적인 장려와 지원으로 이제는 우리나라 IT 사업을 이끌어가는 중심산업 중 하나로 떠 올랐고 시장규모면에서도 방송, 영화 등과 함께 3대 문화 컨텐츠 산업으로 부상했습니다. 또한 주목할 것은 비교적 지원이 큰 방송·영화산업보다 2003년 상반기 외화벌이 실적이 높은 것으로 밝혀졌습니다. 또한 세계 게임시장의 규모가 2005년을 기점으로 세계반도체 시장의 규모를 능가할 것으로 예상되고 있어, 국내 온라인 게임들이 이제까지의 성장률을 유지한다면 반도체와 함께 국내 차세대 수출 효자 산업으로 성장할 가능성을 이미 증명하였습니다. 이런 산업 중심에 필자와 여러분이 함께 있다는 것을 생각할 때 즐거움과 동시에 책임감을 느끼지 않을 수 없습니다.

급속히 성장하는 산업이라 이로 인해서 발생하는 사회적인 문제들이 요즘 많은 언론매체에서 경쟁적으로 우려하는 목소리가 높아지고 있습니다만, 이는 무형산업의 1위 자리를 고수하였던 방송과 언론산업이 겁먹어서 하는 소리가 아닐까 저는 개인적으로 생각합니다. (방송국에서 이 컬럼을 보지 않아야 할텐데...) 영국이나 미국 등에서 이루어지고 있는 게임에 대한 인식은 부정적인 것보다 긍정적인 부분이 훨씬 많은데도 국내에서는 단적인 예만 들며 문제점을 제기하는 의도가 의심스럽기 때문입니다. 하지만 이런 것은 우리나라 게임산업의 도약을 위한 절대적으로 필요한 “쓴약”이라 생각합니다. 그리고 이런 “쓴소리”는 우리나라

의 게임 산업이 미국, 일본 등과 같은 선진국들과 세계 시장에서 어깨를 나란히 같이 한다면 분명히 격려로 바뀌게 될 것임을 알기 때문입니다. 그리므로 우리는 해외시장을 알아야 합니다. 그리고 “맥”을 짚어야 합니다. 그래서 우리도 해외시장에서 우리만의 독특한 게임문화를 가지고 “큰 손”이 되었으면 합니다. 그 “맥”을 짚기 위해 필자는 여러분과 함께 숙제를 풀어나갈 예정입니다.

해외시장에서 대한민국이 게임 산업은 물론 게임 문화를 주도하는 게임강국의 위상을 정립하고 전세계에서 거꾸로 우리의 발전상을 공부할 수 있는 날이 올 수 있도록 여러분의 많은 격려와 참여를 부탁드립니다.

김창기 / chang@xenon-i.co.kr

㈜제논인터랙티브/전략기획 이사
전 ㈜조이캐스트 해외영업 이사