



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

게임의 법칙: 개발 계약과 '신중' 수익원들 (Game Law: Development Contracts And 'New' Revenue Streams)

Thomas H. Buscaglia

가마수트라 등록일(2008. 1. 10)

(http://www.gamasutra.com/view/feature/3472/game_law_development_contracts_.php)

몇몇 기본적인 개념들부터 시작해 보자. 개발자들이 게임을 만들고, 그 중 성공적인 개발자들은 게임을 판매한다. 출판업자들은 개발자들이 게임을 판매할 수 있게 해 주는 수단이 된다. 흔히 개발자들은 “대단한 게임을 만들었으면 좋겠다”라고 말하는 데 반해, 출판업자들은 “돈을 많이 벌었으면 좋겠다”라고 말한다.

안타깝게도, 그러한 상황을 찾아보기란 어렵지 않다. 보통 개발자가 게임을 만드는 동안 출판업자는 돈을 벌어들이기 마련이다. 그 이유가 무엇인가? 출판업자는 단순히 게임을 판매하는 일을 하는 것이 아니라, 돈을 버는 일을 하는 것이기 때문이다. 다시 말하면, 자신들이 판매하는 게임의 모든 부면을 최대한 활용해서 수입을 극대화해야 하는 것이다. 개발자가 비록 돈을 벌기는 하더라도 (출판업자들처럼 그것 자체를 목적으로 여기지는 않기 때문에), 자연히 거래에서의 이익은 덜 받게 되기가 쉽다.

영리한 사업가들

출판업자들의 특별히 우수한 부면들 중 한 가지는 게임을 상업적으로 활용하는 방식이 참신하고 혁신적이라는 점이다. 이는 곧 우리가 만드는 게임들에서 더 많은 수익을 벌어들일 수 있게 해준다는 말이 된다. 물론 이러한 부수입에서 우리의 몫을 요청할 만큼의 분별력은 우리도 갖추고 있어야 하겠다.

개발자들은 종종 출판업자가 자신들의 게임을 판매해 줄 것인지 여부에만 급급하기 마련이며, 그들이 바라는 것이라고는 흔히 게임 판매수익에 대한 로열티가 전부이다. 게임으로 인해 발생하는 부가 수익이 얼마나 되는지에 상관없이 개발자가 바라는 것이 그저 판매수익의 일부일 뿐이라면 그것이 그들이 얻을 수 있는 전부가 될 것이다. 출판업자들에

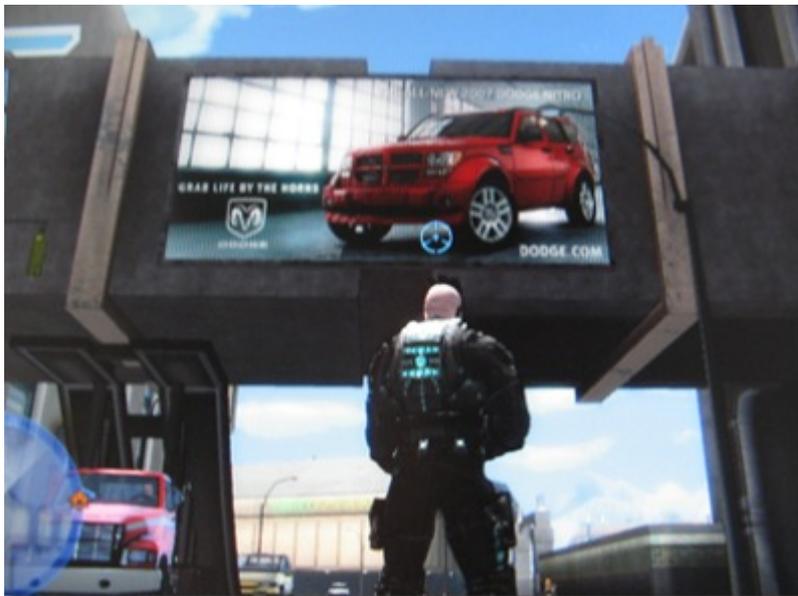
대해서 말하자면, 자신들이 판매하는 게임에서 혁신적인 부가 수익들을 계속 산출해 내는 능력이 점점 더 탁월해지고 있다.

사례 연구

필자가 GDC 에서 만난 한 개발자가 몇 달 전 연락을 해왔다. 중요한 출판업자와의 출판 거래에서 내 도움이 필요하다는 것이다. 이 사람들은 다년간 게임 라이선스 관련 업무를 해왔고, 그 일에서 어지간한 수입을 올리고 있는 사람들이다. 그런데 이제 자신의 고유 IP 를 출시할 날만을 바라보고 있던 것이다.

출판업자는 E3 에서 언론과의 회담 중에 이 게임을 자신의 포트폴리오의 일부로 소개하기를 원했으며, 기꺼이 필자의 의뢰인이 판매량에 대한 유리한 로열티에 더해 고유 IP 에 대한 소유권까지 가질 수 있도록 허용해 주겠다고 하였다. 얼핏 보았을 때는 아주 괜찮은 거래였다. 그래서 내가 그 계약을 살펴보고 가능한 한 의뢰인에게 유리한 방향으로 거래를 성사시켜 줄 수 있겠는지 확인해 줄 것을 요청한 것이다.

짐작했던 대로, 이 계약에는 신중하게 다루어야 할, 일반적이면서도 “소소한” 문제점들이 드러났으며, 그 중 일부는 교묘하게 숨겨져 있었다. 로열티가 그럴 듯한 수준으로 배분되어 있기는 했으나, 출판업자가 개발자의 참여 없이 부가 수익을 독점할 수 있다는 언급이 있었다. 게임 내 광고를 예로 들면, 수익 배분이 전혀 언급되어 있지 않다.



출판업자가 게임과 관련된 B2B 관계에 대한 권리를 갖는다는 항목도 모호하여 정확하게 무슨 의미인지에 대한 설명이 빠져 있다. 어떤 종류의 B2B 거래에 대해서 말하는 것인지 자세한 설명을 촉구할 때면, 그저 이런저런 말로 둘러댈 뿐이다. 물론 이런 행위는 필자로서는 분명 게임으로부터

신중의 어떤 수익을 기대하고 있다는 의심만을 증폭시킬 뿐이었다. 이를 오랜 변호사 경력으로 날카로워진 필자의 의심의 눈초리라고 해두자.

결국 끈질긴 협상 끝에, 우리는 출판업자로 하여금 게임 내 광고와 B2B 수익을 수익 배분에 포함시키도록 하는 데 성공했다. 필자는 부가 수익에 대해 50 대 50의 배분을 주장하였는데, 사실 이렇게 해야만 관련된 모든 사람이 이익을 볼 수 있기 때문이다. 더욱이 필자의 오랜 친구이자 대행업자로 명성이 자자한 Barry Friedman이 입버릇처럼 말하듯이, “모든 거래는 50 대 50으로 시작하는 것이다!”

출판업자는 어떤 출처로든 발생하는 모든 수익에 대해서 동일한 로열티를 적용하자는 항목을 끝까지 고집하기를 하였다. 그러나 출판업자가 흑여 계약에서 다루어지지 않는 다른 방식으로 게임을 이용할 방안을 찾아낼 때를 대비하여, 필자는 계약에 “캐치-올(catch all)” 조항을 포함시켰는데, 이는 어떤 방식으로든 게임을 상업적으로 이용하여 얻은 수익을 개발자와 분배하는 로열티 항목에 포함시켜야 한다는 것이었다.

물론 이런 수익은 나중에 한 두 명의 감사가 동반된 가운데 결산이 필요하기는 하지만, 궁극적으로는 개발자에게도 상당량의 부가 수익을 올리게 해 줄 수 있다.

현대에 겪게 되는 문제점들

앞서 언급했듯이, 출판업자들은 단순히 게임을 판매하는 일만을 하는 것은 아니다. 이들은 수익을 내는 것이 목적이다. 때문에 새롭고 남다른 수입원이 생길 때마다, 우선적으로 이익을 보는 것은 출판업자이다. 그 중에는 도시락 식기에 새겨진 캐릭터와 액션 배우 및 영화화 권한 등이 포함된다. 예를 들어, 게임 내 상품 배치가 시작될 때, 적어도 그 수익에 대해 말이라도 꺼내보지 않는 한 개발자들이 그 수익을 얻는 일은 매우 드물다.

게임 내 광고도

마찬가지이다. 개발자들이 그 몫에 대해 눈을 돌리기 전까지는 이러한 부가 수익은 출판업자들의 전유물이었다. 그러나 개발자 업계에서 그 수익에 대해 알게 되고부터 자신들의 몫을 요청하여 받아내기 시작했다.

개발자들은 자신들이 만든 게임을 상업적으로 이용할



이와 같은 참신하고 혁신적인 방법들에 대해 잘 알고, 이에 참여하고자 늘 주의를

기울여야만 성공할 수 있다. 거래에서 협상할 때에는 항상 이러한 부가 수익을 공정하게 분배하도록 촉구해야 한다.

어쨌든 개발자들에게는 게임 수익의 배분에 아무런 위험성이나 비용이 초래되지 않을뿐더러 자금지원, 마케팅 예산, 제조 비용, 유통 비용, 및 플랫폼 라이선스 비용에 대해서도 염려할 필요가 없다. 그저 전통적인 유통 경로 밖에서 부가 수익을 벌어들이는 제 3 자의 거래인 것이다.

서브라이선스도 부가 수익원이다

필자는 서브라이선스(sublicense) 거래에서도 동일한 수익 모델을 적용하고자 부단히 애쓰고 있다. 현재로서는 대부분의 주요 출판업자들이 전세계적인 규모의 직접 유통망을 갖추고 있는 반면, 2 군의 출판업자들은 그저 특정 지역에서만 유통을 하고 있는 실정이지만, 여전히 전세계적인 규모의 판권을 보유하고 있다. 때문에 게임을 다른 하위 지역들에서도 서브라이선스를 체결할 수 있다.

이러한 거래에서 지역의 서브라이선스 출판업자는 보통 해당 지역에서 게임을 판매할 권리를 얻기 위해 해당 권한의 출판업자에게 선수금을 지불하고 게임 원판을 지역특성에 맞춰 개작한 버전을 취득한다. 사실 이들이 해당 지역에서 게임을 마케팅하고 유통하는 데서 발생하는 모든 위험부담을 감수하는 것이 보통이지만, 이렇게 서브라이선스 구역들에서는 협상을 통해 책정된 로열티 비율 대신, 개발자들은 단지 출판업자들이 얻은 순수익의 일부, 곧 일부의 일부만을 받을 뿐이다.

예를 들어, 서브라이선스 유통 거래가 주요 유통 구역에서와 동일한 배분 비율로 이루어질 경우에, 개발자는 큰 몫을 받을 수가 있다. 게임당 25%의 로열티를 책정했을 때, 공제액을 제하고, 순수익이 24 달러라고 한다면, 개발자는 단위 당 6 달러의 로열티를 받게 된다. 그러나 25% 서브라이선스의 경우, 다른 조건은 모두 동일하다고 가정했을 때, 개발자는 단위 당 1.5 달러를 받는 것으로 그치게 되며, 그조차 게임이 동일 가격으로 판매될 것을 가정했을 때의 얘기다. 한마디로 손해가 막심하다.

그러나 출판업자는 게임을 실제로 제조, 마케팅, 유통하는 핵심 지역에서 들이는 마케팅 또는 제조 비용을 전혀 들이지 않아도 되는 것이다. 2 군 출판업자들의 경우에는 위험부담이나 비용부담을 거의 혹은 전혀 감당할 필요 없이 서브라이선스에서 더 많은 수익을 올릴 수가 있다.

따라서 서브라이선스를 체결할 기회가 있다면, 최대한 용의주도하게 살펴서 다른 부가 수익만큼의 성과를 올리려고 해야 한다. 50 대 50 의 배분 조건을 내세우고, 다른 부가 수익에서와 같은 이유를 내세워 요구사항을 관철시키려고 해 볼 필요가 있다.

50 대 50 부터 시작하라

이처럼 자신의 게임으로부터 수확을 거두고자 한다면 추가적인 방법들을 늘 살피지 않으면 안 된다. 그러한 수입원들을 얻기 위해서 출판업자는 어떤 위험 부담을 감수해야 할지를 생각하라. 위험 부담이 거의 혹은 전혀 없는 경우라면, 더 높은 로열티를 촉구하라. 물론 출판업자가 이를 달가워할 이유는 없겠지만, 이치적으로 설득할 만한 강한 논거를 찾아낼 수 있다. 얻어낼 수 있을지는 알 수 없지만, 한 번 해볼 만한 가치는 충분히 있다. 출판업자와 관련하여 한 가지 확실한 것은, 바라지 않으면 얻지도 못한다는 것이다.