[칼럼]패키지게임 유통구조 문제 없나?

(주)비엔티 김주경 차장

지난 몇 년간 눈부신 발전과 성장을 거듭한 국내 온라인게임시장과는 달리 패키지게임 시장 은 침체의 늪을 허우적거리고 있다. 패키지게임은 비디오게임과 PC게임이 그 범주에 속한다. 패키지게임의 경우도 개발환경이나 공급사들의 역할 등도 중요하겠으나 무형의 컨텐츠가 아닌 유형의 상품이라 유통의 건전성이 보다 중요하다. 유통이라 함은 우리 몸의 동맥과 정맥과 같은 역할을 한다. 그 혈관이 부실하면 아무리 좋은 혈액을 만들어 낸다 하더라도 건강한 신체는 요원한 일일 것이다. 이 글에서는 패키지 형태를 띠고 유통될 수 밖에 없는 PC게임과 비디오게임의 일반유통과 관련된 부문에 시야를 좁혀 한 번 생각해 보도록 하자.

먼저 PC게임을 살펴보면 지난 80년말부터 2000년초반까지 –그 규모가 작으나마- 국내 패키지 게임시장을 견인한 것은 PC게임이었다. 하지만 현재는 ‘스타크래프트’의 신화를 보고 성급히 국내 진입한 몇몇 직배사를 제외하면 PC게임에 관심을 갖고 있는 국내 공급사는 거의 없는 실정이다. 해외의 경우도 PC게임 개발사, 공급사들은 - E.A와 같은 몇몇 메이저를 제외한 – 고전중이거나 이미 그 이름은 게임의 역사로 사라졌다. 근래엔 출시되는 신제품이 현격히 줄었으며 그나마도 국내에 출시가 안 되는 제품도 허다하다. 설혹 국내 출시가 되더라도 인터넷을 통한 불법복제라는 훌륭한(?) 국내 인프라 덕분에 수익을 맞추기가 하늘의 별따기다.
그리고 비디오게임이 있다. 비디오게임은 국내의 특수한 상황으로 인해 정상적인 시장이 시작된 지 불과 3년째이다. 전체적으로는 높은 비율로 성장하고 있으나, 좀 더 자세히 살펴보면 3년째 임에도 이미 사업을 철수한 업체도 있으며 예상보다 더딘 시장의 성장으로 고전중인 업체가 대다수이다. 느린 하드웨어 보급률과 불법복제, 중고제품의 범람등이 악영향을 미치고 있으며 취약한 유통구조도 문제점중의 하나이다. 그러나 PC게임에 비해 앞으로의 성장성을 보자면 긍정적이라고 할 수 있겠다.

현재 국내 게임 유통채널은 크게 온라인, 할인점, 일반시장으로 구분되는 건 이미 일반화된 상식이다. 각 업태에 따라 유통의 장.단점이 있겠으나 그 중 일반시장은 특히 문제가 심각하다. 일반시장은 -게임이라는 상품의 성질상- 무인판매인 온라인이나 할인점보다 영업에 적극적이며 따라서 소화하는 양과 폐해 또한 크다. 물론 온라인 쇼핑몰의 활성화와 할인점업태의 성장이라는 경향은 인정한다는 단서를 달아야 할 것 같다. 일반시장은 수도권, 그 중에서도 집단상가인 용산을 비롯 대형상가를 위주로 공급되는 것이 일반적이다. 과거의 집단상가의 경쟁력이라는 것은 수

많은 정보의 생산과 공유 그리고 이를 통한 가격경쟁력이었다. 소비자들은 보다 저렴한 상품과 정보를 위해 소위 ‘발품’을 파는 수고를 해야 했다. 현재는 앞에서 언급한 두 가지, 정보와 가격경쟁력을 잃은 지는 이미 오래다. 그럼에도 불구하고 공급사들이 집단상가에 영업을 의존할 수 밖에 없는 이유는 무엇일까? 여러 이유가 있겠지만 근본적인 원인은 대다수의 오프라인 소매점이 붕괴된 상태에서 그나마 영업을 할 수 있는 대상이 집단상가이기 때문이다. 예전엔 그나마 존재하던 동네 게임전문점이 도태 또는 축소되어 직접 영업의 대상이 아예 없어졌거나 있어도 효율이 나오지 않는다는 것이다. 소매점이 없다는 것은 씨는 있는데 뿌릴 밭이 없다는 것과 다름아니다. 소매점단위에서 존립하기 힘든 이유는 생계유지에 필요한 최소한의 마진확보가 어렵다는 것이다. 소매점에게 게임산업의 발전을 위한 거시적인 정책등의 얘기는 피부에 와 닿지 않는 먼 달나라얘기와 같다. 그저 노력하는 만큼의 최소한의 마진이 보장이 되어야 하는데 그게 안된다는 것이다. 그 원인을 더 깊이 있게 들어가 보면 결국 공급사와 도매상(또는 유통사)들에게로 귀결된다. 공급사의 안이한 가격정책 및 영업에 1차적인 책임이 있으며 대부분의 유통사나 도매상들의 나만 살고 보자는 식의 무책임한(또는 지각없는) 가격경쟁에 2차적인 책임을 찾을 수 있겠다. 매입원가 이하만 아니면 팔고 보자는 식과 무자료 거래관행 등의 고질적인 영업환경이 정상적인 유통과 소매점들을 병들게 하고 있다. 그럼에도 불구하고 현실적으로 상당한 구매력을 갖고 있는 도매상들에 연연할 수 밖에 없는 공급사들의 처지가 안타깝다.

문제는 도매상이라고 해서 무조건 비난할 수는 없지만 상당 부분의 물량을 의존할 수 밖에 없는 현실적인 역할에 비해 얼마나 체계적이냐는 점이다. 공급사들이 직거래하기 어려운 환경하에서 유통사나 도매상들의 역할은 자못 중요하다. 내부적인 시스템과 하부 유통망에 대한 체계적인 관리가 어느 정도의 수준이냐인 것이다. 그런데 필자가 보기엔 아직도 전근대적인 수준을 넘지 못하고 있다. 요즘같이 시.공간의 폭을 좁혀놓은 발달된 인프라의 시대에 -고부가가치산업이라는 게임물을 - 전화를 통해 영업을 하고 팩스를 통해 주문을 하니 얼마나 아이러니인가? 도.소매간 구분이 없고 제품의 정당한 시장가격이 정립되질 않아 정상적인 제품은 그저 구색상품이나 재교환용으로 전락된다. 도매상 등은 서로 출혈경쟁을 하며 마진이 없다고 불만을 표출하고 소매점들은 정상적인 영업보다는 중고품이나 비정상적인 영업에 관심을 가져야만 살아남을 수 있는 구조이다. 또한 유통상의 문제로 인해 수요가 있음에도 제대로 유통되지 못하는 제품도 허다하다. 유통은 소비자들이 있는 곳에 제품을 전달하는 것이 그 존재의 이유이자 역할이다.

현재의 국내 게임패키지 유통시장에 문제가 없는지에 대한 질문을 공급사를 포함한 유통사 모두에게 던져본다. 과연 문제가 있다고 인식을 하는지? 만약 문제가 있다

고 인정을 한다면 개선에 필요한 얼마큼의 노력을 했거나 하고 있는지? 필자 역시 유통업체에 몸담고 있으나 분명 쉬운 답은 아니다. 모든 문제해결의 실마리는 정확한 인식에서부터 출발한다고 본다. 단언컨대 현재의 주먹구구식 영업과 유통을 통해서는 아무리 훌륭한 컨텐츠도 제대로 유통되기 어려우며 고부가가치산업이라는 미사여구와 달리 -PC게임시장이 그러했듯이- 암담한 미래가 기다리고 있을 것이다.

- 문제를 지적할 때는 나름의 대안 역시 제시할 수 있어야 하나 공급사들의 문제점이나 유통시장의 대안에 대해서는 다음에 생각을 해보도록 하자.