



N0.3. Home Video Game

방 승 양
韓國電子技術研究所 工博

1972년 美國의 애터리(ATARI)社가 풍(Pong)이라는 이름의 비디오게임(Video Game)을 商品化시킨 것을 효시로 하여 불과 10여년의 짧은 기간에 비디오게임 시장의 급속한 신장은 경이적인 놀라움으로 받아들여지고 있다.

지난해 미국의 소비자들은 5천만불의 게임 카트리지(Game Cartridge)를 구입했으며 금년의 예상 판매고는 9천만불에 이를 전망이다.

유럽의 비디오게임 시장도 작년의 2억불선에서 금년의 8억불 선으로 경증 뿔 것이 예상되고 있다.

애터리社의 팩맨(Pak Man)은 단일 프로그램으로 2억불의 매상고를 기록했다. 비디오 게임 세트(Video Game Set)의 작년 판매고는 1천3백50만대에 달한것으로 미국내 관련 업체는 추산하고 있으며 이는 전년도 대비 거의 두 배에 가까운 신장률을 보이고 있다.

미국과 일본이 치열한 시장확보 경쟁을 벌이고 있는 퍼스널 컴퓨터(Personal Computer)의 잠재 시장도 비디오 게임이 유발하는 시장이 큰 몫을 차지하리라는 장기 전망이다.

아케이드 비디오 게임(Arcade Video Game)도 각 백화점, 게임 숍(Game Shop), 아케이드, 연쇄점, 바 등 세계 도처에서 절거덕 거리는 코인(Coin)의 낙하음과 함께 성업중이다.

일본의 초·중고 생들의 포켓용 전자계산기

에는 몇 가지의 게임 프로그램(Game Program)이 들어 있지 않으면 구매력을 잃고 만다.

바야흐로 비디오 게임의 대 폭발(Big Bang)이 엄청난 위력으로 확산되고 있는 중이다.

그간 일부 국내 메이커에서 미국의 기존 게임 칩(Game Chip)을 사용하여 몇 가지 정해진 게임을 즐길 수 있는 소형 게임세트를 생산 수출한 실적은 있으나 선진국의 제품수준이 복잡다양해 짐으로써 경쟁이 되지 못하고 있으며 수출실적도 '81년의 194만불에서 '82년 10월 기준 89만불을 기록한 정도로 하향 추세에 있다.

우리가 해야 할 일을 요약하면

첫째, 비디오 게임의 선진대열에 서서 미국과 일본 제품과 경쟁하여 세계시장 점유율을 높일 수 있는 수준의 수출전략 상품으로 개발하는 것이다.

개발 중점 기술 분야의 실정은

첫째, 게임 아이디어(Game Idea)의 착상과 프로그램기법 개발

둘째, VIC(Video Interface Chip)의 자체개발 셋째, 제품의 품질 및 신뢰도 향상과 원가절감 넷째, 지장(Marketing)에 대한 정보 수집 및 분석의 노력도 게을리하지 말아야 할 것이다.

세계의 많은 어린이들이 우리들이 개발한 비디오게임으로 동심을 키울 날이 머지않아 오리라는 기대를 해본다.