



# “끊임없는 도전으로 온라인게임 업계 새지평 연다”

국내 IT산업은 지난 몇 년간 급속도로 발전해 왔고 이제 우리는 세계 어떤 나라와 비교해도 뒤처지지 않는 IT인프라를 구축하고 있다. 하지만 앞으로 3~4년 뒤에도 우리가 세계 속에서 IT강국으로 남을 수 있을 지는 미지수다. 특히 세계는 지금 IT를 기반으로 한 온라인디지털콘텐츠 시장 선점 경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 국내에서도 디지털콘텐츠 산업의 발전을 위해 지난해부터 정부와 산학연 관계자들이 함께 노력하고 있으며, 특히 디지털콘텐츠 분야에서 나타나는 특징은 기존의 하드웨어 산업에 비해 여성의 역할이 더욱 중요할 뿐만 아니라 실제로 여성의 파워가 점차 커지고 있다는 점이다.

지난 98년 '워바이블'이라는 온라인게임을 통해 온라인게임 시장에 진출한 이후 국내 온라인게임 업계의 한 축을 이루고 있는 제이씨엔터테인먼트의 김양신(49) 사장을 만났다.

취재 신종훈 기자  
사진 조민영 기자



“최근 온라인게임의 트렌드가 변화되고 있습니다. 기존의 온라인게임은 유저들이 쉽고 편하게 즐길 수 있도록 해 장시간 게임을 하도록 유도하는데 초점을 맞췄지만, 앞으로는 플레이 자체에서 재미를 느낄 수 있는 게임을 만들어야 할 것입니다.”

김양신 사장은 이제 곧 지천명(知天命)의 나이에 접어들어도 불구하고 온라인게임에 관한 한 누구에게도 뒤지지 않는 전문가다. 게임업계의 흐름을 이해하고 새로운 게임을 개발하기 위해 게임에 대해 끊임없이 연구하고 공부해 왔기 때문이다. 김 사장은 이제 온라인게임이 기존 PC게임에 비해 갖고 있던 “친구들과 함께 할 수 있기 때문에”라는 장점은 더 이상 메리트가 될 수 없다고 진단한다. 쉽게 말해 콘솔게임이 주는 플레이 과정의 재미와 온라인게임이 주는 연속성의 재미를 복합한 새로운 게임들이 탄생해야 한다는 것이다.

김 사장의 이러한 시각은 온라인게임의 문제로 지적돼 온 유저들의 ‘중독성’에 대한 해답도 제시하는 것이다. 플레이 자체가 재미있기 위해서는 보다 많은 조작과 집중이 필요하고 이는 곧 유저의 피로를 가져와 자연스럽게 장시간 플레이를 하는 중독성을 방지할 수 있기 때문이다. 김 사장은 “국산 온라인게임들이 해외시장에서 성공하기 위해서도 이러한 요소는 반드시 필요하며 업계 관계자들 역시 이에 동의하고 있다”며 “이러한 새로운 도전을 통해 업계를 리드하는 것이 앞으로의 목표”라고 설명했다.

#### 불혹의 나이에 ‘도전의 길’ 택해

김양신 사장은 불과 10년 전까지만 해도 두 아이를 기르던 평범한 주부였다. 세상 모든 것에 미혹되지 않는다는 불혹(不惑)의 나이에 다시 세상 속으로 나온 것이다. 하지만 결혼 후 10년여만에 나온 세상은 결코 쉽게 그에게 기회를 주지 않았다. 특히 94년 회사 설립 후 정부의 지원을 통해 개발한 ‘워바이블’이 출시된 98년까지 김 사장은 뼈를 깎는 아픔과 좌절을 수없이 겪어야 했다.

김 사장은 “그 시기를 지내면서 사람이 극단에 몰리면 어떻게 되는지 경험했다”며 “죽는 것조차 해결방법이 되지 않는 상황에서 정말 악으로 버텼다는 기억밖에 없다”고 회고했다. 박노해 시인의 ‘희망찾기’라는 시집에 나오는 “절망의 끝에 희망이 있다”라는 문구가 가슴에 와 닿는 시점이었다.

워바이블 출시 이후에 제이씨엔터테인먼트가 두 번째로 출시한 ‘레드문’은 지금도 이 회사의 주요 수입원이 되고 있





는 대표 온라인게임이다. 레드문은 당시 시중에서 인기를 끌고 있던 만화 '레드문'을 배경으로 만들어진 게임으로 김 사장은 소재를 찾기 위해 근 1달간을 만화방에서 시간을 보냈다고 한다. 이후 제이씨는 레드문의 성공을 바탕으로 우리기술투자, SK그룹 등으로부터 투자를 이끌어냈고, 2000년 12월 대만에서, 그리고 2001년에는 중국과 미국에서도 레드문의 상용서비스를 시작하는 등 안정적으로 발전하기 시작했다.

### 풀3D게임 '프리스트' 출시

제이씨엔터테인먼트의 세 번째 게임은 현재 이 회사의 홈페이지를 대신하고 있는 '조이시티'이다. 신개념 사이버라이프 게임인 조이시티는 커뮤니티 기반의 비폭력 온라인게임으로 사이버 분신을 통해 가상의 도시 내에서 사회생활을 하는 3D게임이다. 이 게임은 기존 온라인게임들과는 달리 게임 내에서 친구를 사귀고 결혼도 하며, 나만의 집도 꾸며가는 일반 생활을 통해 게임이 진행된다. 현재 가입자 수는 약 150만명으로 레드문에 이어 이 회사의 주요 수입원 가운데 하나로 자리잡았다.



제이씨가 이달부터 베타서비스에 들어갈 예정인 '프리스트'는 이 회사가 올해부터 역점사업으로 추진하고 있는 풀3D게임이다. 소년 챔프에서 연재되고 있는 만화 '프리스트'를 배경으로 하는 이 게임은 기존의 온라인게임들이 대부분 중세유럽을 배경으로 하는 것에 비해 미국 서부사회를 배경으로 해

차별화 했고, 공격방법도 마우스만 갖다대면 조준이 되는 것이 아니라 직접 포인트를 맞춰야 되도록 설계됐다. 특히 유저가 볼 수 있는 뷰(view)가 고정되지 않은 풀3D로 제작돼 게임을 진행하면서 자연스럽게 몸도 함께 움직이는 효과도 가져온다. 이는 기존에는 콘솔게임에서나 볼 수 있었던 플레이 자체에 대한 재미를 가미한 것으로 기존의 온라인게임을 넘어서는 새로운 도전인 셈이다.

김 사장은 "늘 비슷비슷한 온라인게임들만 해온 유저들이 이 게임을 통해 새로운 재미를 느낄 수 있을 것으로 본다"며 "베타서비스를 통해 충분히 테스트를 거친 후 올해 내에 본격적인 상용서비스를 제공할 계획"이라고 밝혔다.

### 종합 게임 퍼블리셔 지향

제이씨엔터테인먼트는 향후 엔씨소프트, 한빛소프트, 넷마블 등과 마찬가지로 종합 게임 퍼블리셔를 지향하고 있다. 기존에 워바이블과 레드문, 담배인삼공사의 해피시티 등의 게임을 직접 유통하면서 갖춰진 유통망을 활용해 국내 및 해외의 다양한 게임들을 유통하는 전문 퍼블리셔로 자리매김하겠다는 것이 김 사장의 계획이다. 김 사장은 "온라인게임 개발업체로서 퍼블리셔를 지향하는 것은 당연한 것"이라며 "새로운 게임을 연속해서 출시한다는 것이 사실상 불가능하기 때문에 기존의 유통망을 활용해 투자의 효율성을 제고하기 위한 방안"이라고 설명했다.

지난해 제이씨의 매출액은 약 75억원 정도. 2001년(62억)에 비해 약 20% 가량 증가했다. 이 가운데 약 20% 정도는 중국, 대만, 미국 등 해외에서 발생하고 있다. 올해 매출전망에 대해 김 사장은 지난해보다 다소 올라가겠지만 쉽게 말하기는 곤란하다고 말한다. 확신할 수 없는 내용에 대해서는 말을 아끼는 신중한 성격 때문이다. 김 사장은 "아직은 중소기업에 불과하지만 향후 국내 최고의 게임회사로 키워나가는 것이 목표"라며 "좋은 게임을 만들고자 하는 사람들이 모여서 재미있는 게임을 만들어 나가다 보면 언젠가는 그런 날이 오지 않겠냐?"며 미소를 띄웠다. 