



지오인터랙티브 김병기 대표

시뮬레이션 게임에서 게이머들은 모두 벤처 CEO가 된다.

실제로 시뮬레이션 게임들의 대부분은 기업경영의 모형과 많은 유사점을 갖고 있다. 둘 다 자신의 역량을 상대방의 약점과 장점에 견주면서 공격과 수비를 병행해야 하는 촘촘한 과정이 있어야 하는 것이다.

무엇보다도 과감하게 적지에 뛰어드는 '위험선호'의 경향이야말로 게이머들과 벤처경영인이 나눠 가진 가장 큰 공통점이라 할 수 있을 것이다.

지오인터랙티브는 1997년 설립된

모바일 게임 전문업체다.

PDA게임 소프트웨어 부문에서 '경쟁자가 없는'

세계적인 게임업체로 자리를 굳혔으며

2000년부터는 휴대폰 게임시장에 진출,

'짱구는 못말려', '내 애인 만들기' 등의

대박을 터뜨리고 있다

## 세계무대로 도약하는 '소프트웨어 승부사'

### 초기시장 선점전략 구사하는 '승부사'

지오인터랙티브(대표 김병기)는 익숙한 근거지보다 적지에서 승부를 걸어온 탓으로 국내보다 해외에서 더 높은 인지도를 갖고 있는 모바일 게임업체다.

일찍부터 개인휴대단말기(PDA)게임 소프트웨어부문을 개척하여 세계 PDA시장의 대부분을 차지하고 있는 북미 시장에서 온라인 30%, 오프라인 60%의 점유율을 기록했다. 명실상부한 세계 1위일 뿐만 아니라 시장을 선점하고, 세계적인 무선 하드웨어 업체들과 서비스 및 개발 계약을 체결하는 등 독보적인 지위를 굳혔다는 점에서 의미 깊은 쾌거였다.

'타이거 우즈 PGA투어'와 '심시티2000' 등 대작PC게임을 PDA용으로 개발한 제품을 비롯해 4개 제품들이 미국 1000여개 제품 가운데 인기 순위 톱 10에 오르는 기염을 토했다.

지난 해 매출의 3분의 1인 150만 달러가 수출액이다. 모두 로열티 수출이므로 매출이 그대로 수익이 된다. 올해 초에는 EA 등에 이어 세계 3위의 게임배급사인 미국 THQ와 파트너로 국내 게임기(콘솔)유통 시장에 출사표를 던지기도 했다. 이때 많은 사람들이 '초기시장 선점'을 중요시하는 김병기 대표의 경영전략을 조명했었다.

'승부사'로서의 김병기 사장이 활용한 전략은 무엇이이었을까?

"창업하자마자 IMF가 터져 휘청했지만, 마이크로소프트가 '포켓PC'라는 PDA표준을 만들면서 '윈 CE' 운영체계를 발표하는 걸 보고 새로운 체계에 기반한 게임을 착안했었죠. '뽕 골프' 등 그래픽이 구현되는 게임을 들고 하노버 세빛에 출품하자마자 세계 3대 PDA 제조업체인 CASIO

에서 번들로 사겠다고 했어요.”

그것을 계기로 마이크로소프트, 쉐콤 등에서 협력제안이 들어오고 칩 자체에 탑재하는 식을 통해 시장을 주도할 수 있는 길이 열렸다.

PDA게임시장의 가능성을 눈여겨보고 발 빠르게 대응했던 것이 맞아 떨어진 것이었다. 당연하게도 PDA시장이 활성화되어 있는 미국과 일본이 주요한 시장이었다.

지오인터랙티브는 창업초기부터 철저하게 해외시장 개척을 겨냥했다. 또 유명업체와의 '전략적 제휴'에 총력을 기울였다.

“해외법인을 설립해서 진출할 수도 있지만, 너무 리스크가 클 뿐 아니라, 벤처기업으로선 주권이 전도된 경우 아니겠습니까. 파트너 십이야말로 서로가 갖고 있는 기술의 우수성을 보여주면서 공생할 수 있는 효율적인 방법이었습시다.”

삼성전자에서 5년 동안 해외영업과 마케팅을 담당하며 노트북 PC 등 하드웨어들을 네트워크로 컴팩이나 HP 등 대형사와 거래했던 경험이 진가를 발휘했다. 하드웨어와 소프트웨어의 결합, 그리고 유통망 개척이 병행하는 전략적 경영이 어우러지고 있는 것이다. 어쩌면 '창업보다 수성이 어렵다'는 말은 벤처기업에게 더욱 절실한 말일 것이다. 새로운 분야와 새로운 기술로 시장에 뛰어드는 벤처는 많다. 그러나 전략적인 마케팅과 관리 그리고 연구·개발이 따라 주지 않았을 때의 결과는 불을 보듯 뻔한 것이다.

## 소프트웨어는 곧 사람이다

튼튼한 영업·관리팀의 지원이 없었다면 세계시장에서 그만큼의 성과를 올리기 어려웠을 것이다.

“어떡하다 보니 모두 삼성에서 같이 일하던 분들입니다. 그렇지만 무엇보다도 좋은 소프트웨어를 개발한 덕이 크지요. 연구개발 인력이 직원의 75%를 차지하고, 매출액의 3분의 1을 넘게 연구개발에 투자합니다. 시스템이 굴러가는 방식인 대기업의 '포트폴리오식 경영'으로는 해낼 수 없는 부분들이예요. 실제로 '영상문화사업단' 같은 걸 우후죽순처럼 만들었다가 모두 철수시켰잖아요.”

실제로 소프트웨어 업체처럼 사람이 중요한 곳이 어디 있겠는가. 김 대표의 책상에는 60여 명 직원들의 사진이 빼곡히 붙어 있었다.

“프로그래머는, 마치 외환딜러들이 그런 것처럼 젊고 순발력이 있어야 되요. 저희가 좀 사람을 까다롭게 구해요. 제조업체도 아니고, 삼성이 '천재경영'을 말할 때의 의미가 순수하게 적용되는 분야잖아요. 이번 채용에도 지원자가 1000명이 넘었는데, 수없이 면접을 하고도 딱 2명을 뽑아서 욕을 좀 먹었어요.”

2000년부터는 PDA뿐만 아니라 휴대폰용 게임시장에도 진출했다. PDA시장에서 확인한 선진 기술력이 벌써 30여 종의 게임개발로 성과를 내고 있다.

실리콘 벨리가 어렵다지만 모바일과 와이어리스로는 투자가 계속되고 있다. 또 연평균 86%의 성장세로 경기회복을 이끌고 있는 것이다.

향후 10년간은 모바일이 IT산업을 이끌 것임은 휴대폰 주력시장이 음성통화에서 데이터 쪽으로 옮겨가고 있는 변화에서도 확인할 수 있다.

“모바일시장이 2000억 정도 된다면 1000억은 통신사가, 나머지는 콘텐츠업체의 몫인데, 여기에서 우리 소프트웨어가 가질 수 있는 기회란 다시 만나기 어려운 것입니다. 우리 회사도 얼마 전 출시한 '짱구는 못말려' 같은 게임이 90만 카피가 나가는 걸 보면서 그 저력을 실감했습니다.”

## 벤처, 기술력과 열정이 올려지는 무대

수려한 용모와 부드러운 발성이 매력적인 김 대표는 문성근, 정한용, 영화감독 이정향과 함께 서강대 연극반 출신이다. <산책>이란 영화에 출연한 적이 있으니 영화배우이기도 하지만, 부산 국제 영화제를 후원해오는 것으로 연기에 대한 열정을 달랜다.

“시스템의 뒷받침 없이 기술력과 아이디어, 그리고 열정으로 'All-in'해야 하는 벤처의 특성은 마치 탄탄한 기본기로 훈련된 배우들의 무대와 다를 바 없습니다.”

결국 기본기가 중요한 것이다. 그래서 그가 언젠가 이루고 싶은 일은 연극·영화·게임 등 문화 전반을 교육하는 권위 있는 기관을 설립하는 것이다.

우리의 모바일 개념 자체가 이동전화 중심으로 한 '퀵슈머마켓'으로만 지나치게 편중되어 있는 상황에서 그가 선택한 PDA게임 등 새로운 분야들은 특별한 의미를 갖는다.

PDA나 노트북, 정보단말기 등 다른 하드웨어적 IT분야와 연계되지 않는 소프트웨어나 콘텐츠들은 세계적인 모바일산업의 각축전에서 경쟁력을 잃기가 십상인 것이다.

드넓은 세계시장에서 그의 활약은 국내시장 진출을 계기로 더욱 주목받고 있다. 사람들이 손에 들고 다니는 모든 기기들을 '게임기'로 만들고 그 모든 사람들이 지오의 게임 콘텐츠를 이용하는 세상. 한순간도 잊어본 적 없는 김 대표의 꿈이다. KOVA

