



게임 등 엔터테인먼트가 SKT의 신성장동력

'SK텔레콤이 요금인하와 40일 영업정지 등 어려운 경영여건 속에서도 성장세를 이어가는 내용의 3분기 실적을 발표했다. 이는 무선인터넷 매출증가에 힘입은 것으로 김신배 SK텔레콤 사장 역시 "무선인터넷이 성장의 견인차 역할을 하고 있음이 입증된 만큼 음성통화 중심이 아닌 'Digital Product Provider'로서의 신성장동력 마련에 주력하겠다"고 밝힌 바 있다. SK텔레콤의 핵심부서로 떠오를 게임사업팀을 찾아봤다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자

국내 모바일게임 시장이 빠르게 성장하면서 이동통신 3사의 모바일게임 매출도 연간 3,000억원 가량 기록하는 등 '알짜사업'으로 부상하고 있다.

SK텔레콤(SKTEL)은 10월말 기준으로 244종의 모바일게임을 제공하고 있으며 연간 1,500억원의 매출을 거두고 있다. 월 이용건수는 250만건으로 단연 업계 최고치다. 이 회사의 인기게임은 '2004 프로야구', '동전쌍기2', '메이플스토리', '보글보글' 등이다. 이용자도 초기 18~24세에서 30대 이상까지 확대되고 있다.

모바일게임은 차세대 핵심사업

하지만 SKTEL측은 현재로서는 모바일게임의 수익구조가 만족스러울 정도는 아니라고 항변한다. 정보이용료의 10%만을 과금하

고 있기 때문에 통신요금을 감안하지 않는다면 손실이 발생할 수 있는 구조라는 설명이다.

그럼에도 불구하고 SKTEL은 게임사업 확대에 열을 올리고 있다. 음성통신 시장은 이미 성숙기에 접어들어 매출을 늘리기가 쉽지 않은 반면 모바일게임을 비롯한 모바일 콘텐츠의 잠재력은 무궁무진하기 때문이다. SKTEL의 3분기 무선인터넷 매출은 전년 동기 대비 39% 증가, 총매출액에서 차지하는 비중이 사상 처음으로 20%를 돌파해 벌써부터 이를 입증하고 있다.

기업 내에서 게임사업에 대한 기대가 큰 만큼 SKTEL 게임사업팀 역시 발빠른 행보를 보이고 있다. 무선인터넷의 등장으로 2D 형태의 퍼즐게임 위주에서 보다 다양한 장르의 모바일게임이 확산됐고, 최근에는 네트워크 게임과 함께 3D게임폰까지 나타나



PC용 게임에 근접한 게임을 즐길 수 있게 됐다는 것이 SKT 게임사업팀의 판단.

이에 따라 SKT 게임사업팀은 우선적으로 '네트워크 모바일 게임의 활성화'에 초점을 맞추고 있다. 네트워크게임 전용 요금제 도입을 추진하고, 네트워크 게임대회도 정기적으로 개최, 네트워크 모바일게임 시장확대에 적극적으로 나설 계획이다.

유무선 연동확대 및 모바일에 특화된 게임환경 지원도 강화한다. SKT 게임사업팀은 온라인게임으로 큰 인기를 모았던 '포트리스'와 '건바운드'를 하나로 합친 'FVG'를 유선 게임포털인 '땅콩'과 연계, 유무선 연동으로 제공했던 정책이 효과적이었던 평가 아래 향후 유무선 연동을 더욱 강화할 방침이다. 또한 공모전을 통해 진동솔루션 등이 도입된 창작게임 개발을 장려하는 등 모바일에 특화된 게임솔루션 육성에도 적극성을 보이고 있다.

CP들과 동반자 관계 강조

모바일게임 콘텐츠제공업체(CP)들의 공정경쟁 문제와 관련해서는, "업체간 과당경쟁으로 오해의 소지가 있었으나 이통사와 CP는 동반자 관계라는 점을 분명히 인식하고 있다"고 설명했다.


사실 모바일게임 시장이 커졌다고는 하지만 400개가 넘는 업체가 쏟아내는 게임을 모두 흡수할 수 있을 정도는 아니다. SKT의 경우 월 100개 이상의 게임이 제안되지만 평균 24개 정도의 게임이 채택·출시된다. 더구나 게임 노출위치가 매출에 가장 큰 영향을 미치기 때문에 소위 '자백 마케팅' 등 왜곡된 방법까지 동원하는 부작용을 낳고 있다.

이동수 SKT 게임사업팀장은 "기본적으로 시장확대가 이뤄져야 어느 정도 해결될 문제"라면서 "SKT는 모바일게임 시장확대에 누구보다도 적극성을 보이고 있으며, 각 이통사 게임사업 관계자들도 이를 위해 자주 모임을 갖고 있다"고 전했다. 또한 "SKT는 30여명의 전문성을 갖춘 '게임평가단'을 운영하고 있고 게임사업팀이 직접 게임을 파악하는 경우도 많기 때문에 공정성에는 크게 무리가 없다"고 덧붙였다.

한편, 게임폰과 관련해서는 우선 단말제조사와 협력해 완성도 있는 게임을 충당할 계획이라고 밝혀서 게임폰 대중화를 '기획요인'으로 인식해왔던 중소 모바일게임 업체에 '위협요인'이 될 수도 있음을 암시했다.

SKT는 고용량 모바일게임에 대한 소비자들의 욕구가 커질 것에 대비해 3D엔진과 별도의 칩셋을 탑재한 게임 전용폰을 출시할 계획인데, 당장 '큐리텔 PH-S3500폰'만 하더라도 팬택&큐리텔과 SKT는 콘텐츠 없는 하드웨어 대중화가 불가능하다는 판단 아래 직접 게임개발에 나서고 있다.

SKT측은 "게임폰 사양에 맞는 고품질 게임을 만들려면 기존 게임에 비해 8~10배의 개발비가 소요되는데, 이를 부담할 전문 개발사가 없다는 게 문제"라며 "일단 이통사와 단말제조사가 협력해 완성도 있는 게임을 충당해갈 계획"이라고 설명했다.

이밖에 SKT는 플레이스테이션이나 X박스에서 즐길 수 있는 3D게임들도 판권을 확보해 모바일로 서비스하겠다는 계획을 세우는 등 게임을 차세대 핵심사업으로 삼으려는 전략을 차근차근 진행하고 있다. 



interview

이동수
SKT 포털사업본부
게임사업팀장

▶ 대기업인데 생각보다 팀원들이 젊다. 게임사업팀을 설명해달라.

- 게임 관련 기업들이 보통 젊지 않은가. 주 사용자층의 성향을 이해하기가 그만큼 쉽기 때문이다. 업무 형태는 타 부서 직원과 큰 차이는 없다. 다만 직무 상 사내에서 게임을 할 때가 많아 때로 부러움을 사고 있다. 여기서 게임이란 모바일게임에 한정된 것이 아니라 온라인 게임 등 모든 게임을 말한다.

▶ 모바일게임 시장동향을 설명해달라.

- 더 이상 싱글형 게임으로 모바일게임 시장을 확대하기는 힘겨워 보인다. 이러한 장벽을 넘을 수 있는 해답으로 '네트워크형 모바일게임'이 부각되고 있다. 3D 모바일게임 역시 시장의 화두가 되고 있음은 분명하다. 다만 대중화에는 다소 시간이 필요할 것으로 보인다.

▶ 이러한 시장요구에 SKT는 어떻게 대응하고 있는가.

- 우선 네트워크 게임의 정책제 도입을 추진하고 있다. KTF보다는 시기적으로는 한발 늦었지만 이용자에게는 더 좋은 조건의 요금제가 될 수 있을 것 같다. 또 게임폰 출시를 계획하고 있으며, 이에 걸맞은 콘텐츠 개발도 적극 지원할 방침이다.

▶ 일부 CP들의 경우 이통사에 불만이 많은데.

- CP간 이해관계가 틀리기 때문이다. 시장크기에 비해 관련 기업은 너무 많아 현재 수익을 내는 회사는 고작 몇퍼센트에 불과하다. 선발기업과 후발주자간 이해와 욕구가 틀려 우수한 콘텐츠 우선 지원이라는 기준을 세우고 있다. 물론 시장확대는 이통사와 CP, 양자가 함께 적극적으로 풀어가야 할 숙제다.