



모바일게임 관련 행사로 국내 최대 규모 '위용'

국내 모바일게임 산업의 현주소를 돌아보고, 해외 경쟁력을 점검해보기 위한 컨퍼런스가 진행됐다. 모바일게임 산업에 국한해 개최되는 행사로서는 국내 최대 규모인 이번 컨퍼런스에서는 모바일게임 업체 및 이동통신사 관계자, 학계 인사, 전문가 등 300여명이 모여 국내외 모바일게임 산업의 현황에 대해 주제발표 및 토론을 했다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자

모바일 업계를 통틀어 요즘 최고의 화두인 것을 꼽으라면 단연 모바일게임이다. 그동안 모바일게임은 고스톱이나 단순한 패러디 위주의 게임이 대부분을 차지함으로써 양적 성장은 있어 왔지만, 국제 경쟁력은 떨어지고 과당경쟁으로 인해 앞으로의 비전 또한 불확실한 게 사실이다.

이런 상황에서 정보통신부가 주최하고 한국소프트웨어진흥원 및 한국모바일게임산업협회 등이 주관하는 '대한민국 모바일게임 컨퍼런스 2004'가 지난달 21, 22일 양일간 삼성동 코스모타워에서 진행됐다.

이번 컨퍼런스는 300여명의 업계 관계자가 참여한 가운데 모바일게임의 현주소와 비전을 제시한 자리로 평가된다.

네트워크 게임 활성화 여부가 모바일게임 산업의 관건

이번 '대한민국 모바일게임 컨퍼런스 2004'에서 발표자로 나선 이동통신업체의 모바일게임 담당 임원들은 "게임매출이 꾸준히 늘고 있기는 하지만 게임 구매자와 다운로드 수가 정체돼 있는 실정"이라며 "통신사업자와 게임업체가 공동으로 이에 대한 대책을 마련해야 한다"고 강조했다.

SK텔레콤 포털사업본부의 안승윤 상무는 "네이트 게임의 경우 최근 1년간 연간 30%의 성장을 했지만 게임구매자 수와 다운로드 수는 지난해 7월 이후 월 150만명으로 거의 변화가 없는 상황"이라며 "시장과 핵심고객의 저변 확대를 위한 노력이 필요한 시점"이라고 설명했다.

안 상무는 SK텔레콤의 경우 불과 2년전까지만 해도 게임제안서를 서류로 받았기 때문에 투명하고 공정한 평가가 힘들었지만 이제는 인터넷을 통해 실시간으로 받고 있고, 사용자 관점에서 게임을 평가할 수 있도록 게임평가단을 구성, UI, 그래픽, 프로그램, 흥미, 구성력 등을 항목으로 평가하고 있다고 소개했다.

특히 SK텔레콤은 네트워크 게임 활성화 방안으로 신규 게임을 론칭할 때 네트워크 게임이나 세미 네트워크 게임에 가산점을 부여하고 있다고 안 상무는 밝혔다. 또한 개발사들에게 이를 적극 장려하기 위해 3분기에 비즈니스 파트너에게 인센티브제를 적용할 계획이며, 사용자들의 네트워크 게임에 대한 이용료 부담을 시장의 저해 요인으로 보고 데이터 무제한 요금제를 적용할 방침이라고 말했다.

LG텔레콤 단말데이터사업본부 노세용 상무 역시 최근 들어 한 사람당 사용건수나 재사용률이 정체상태거나 감소하고 있다며 우려를 표했다. 노상무는 "LG텔레콤의 모바일게임 이용고객을 분석해보면 이용자 수는 지난해 말에 비해 약 50% 증가했지만 한 사람당 사용건수는 2건으로 지난해 말과 똑같고 처음 구입한 이용자의 재구매율도 3달 후에는 17%로 급감해 수익성 약화의 원인이 되고 있다"고 말했다.

KTF 인터넷사업실 이대산 상무는 "올 상반기 게임매출의 52%가 새로 서비스한 300여개 게임에서 발생했다"며 "신규게임 위주의 이용패턴이 모바일게임 시장의 경쟁을 심화시키고 있다"고 지적했다. 이 상무는 모바일게임 시장이 확산되려면 3D게임이 활성화 되고, 스팸문자 규제 강화가 필요하며 무엇보다 유무선 연동이 가능해야 한다고 주장했다. 이와 관련, KTF는 하반기 출시될 단말기의 70% 가량이 위피 1.2를 채택해 메모리 용량과 UI가 개선하고 무엇보다 3D게임을 할 수 있는 환경을 조성할 것이라고 설명했다. 이런 요인으로 퀄컴의 MSM6000 계열의 칩이 탑재돼 속도 개선도 가능하다고 덧붙였다.

이들 이동업체 관계자들은 모바일게임 시장의 어려움을 타개하기 위해 ▲정액제 위주의 요금제 개편 ▲유통채널의 다각화 ▲게임운영시스템의 개선 등이 시급하다는 데 입을 모았다. 또 본격적인 출시를 앞두고 있는 게임폰의 보급확대를 통해 마니아



▲ 정보통신부가 주최하고 한국소프트웨어진흥원 및 한국모바일게임산업협회 등이 주관하는 '대한민국 모바일게임 컨퍼런스 2004'가 지난달 21, 22일 양일간 진행됐다.

층을 흡수하려는 노력을 기울이고 불법복제 방지를 위한 다양한 방안을 마련할 계획이라고 밝혔다.

엔드 유저에 다가서는 제조업체 방식의 마케팅 절실

법무법인 정세의 김형진 변호사는 모바일게임에서의 저작권에 대해 주제발표를 했다. 김 변호사는 지적재산권은 저작자의 재산적 이익을 보호하고자 하는 권리로서 복제권, 공영권, 방송권, 전시권, 배포권, 대여권 등이 있다고 설명했다.

저작권 보호 기간은 개인의 경우 사후 50년까지 적용되고, 법인의 경우는 공표 후 50년의 효력을 갖는다고 김 변호사는 설명했다. 또 저작권격권은 저작권의 주체와 분리할 수 없는 인격적 이익의 향수를 내용으로 하는 권리로 저작재산권이 소멸되도록 계속 존속한다고 말했다. 김 변호사는 또 2차적 저작물의 저작권에 대해 부연하고, 디즈니 사건, 리니지 사건, 모탈 컴뱃 사건 등을 예로 들어 저작권에 대해 자세히 설명했다. 또한 풍자, 학교

교육, 시사 보도, 영리를 목적으로 하지 않는 공연이나 방송, 도서관 등 저작권의 예외 사항을 알려줬다.

게임전문 웹진 지데일리의 이경준 사장은 '모바일 게임산업의 위협-온라인 게임과 모바일 게임' 이라 주제로 강연을 가졌다. 이 사장은 이통사 위주 정책으로 인한 시장 왜곡 및 무선망 개방에 따른 포털업체의 진출, 온라인게임 업체들의 시장진입이 문제점이라고 꼬집었다.

웬만한 모바일게임 업체들은 힘을 거머쥐고 있는 이통사를 위한 마케팅을 많이 하며 엔드 유저에게 홍보해 판촉활동을 벌이는 제조업체 방식의 마케팅이 부족할 수밖에 없는 상황이라는 것. 온라인게임의 경우 PC방이 유통구조가 되지만 모바일게임은 중간 유통이 없기 때문에 직접 엔드 유저에게 다가갈 수 없어 결국 실패의 소지가 많다고 지적했다.

하지만 모바일게임 사용자의 눈이 점차 높아지고 있으며, 이에 따라 브랜드 인지도가 생기고 있다는 사실을 이 사장은 주시시켰다. 서비스 채널 다변화, 이통사의 상명하달식 정책 변화, 완전한 의미의 정액제 실현 등이 이뤄지면 모바일게임 업체들도 엔드 유저 마케팅에 좀더 적극성을 보일 것이라는 주장이다.

한솔창투의 박재민 차장은 '모바일게임이 산업으로 성장하기 위한 조건' 이란 주제를 발표했다. 박 차장은 투자자금 조달 구조를 밝히고 사업계획서 작성요령, 제안방법, 투자자의 관심사항 등 투자를 받기 위한 실무를 자세히 설명했다. 또 창투사의 입장에서 바라보는 모바일게임 산업의 향후 과제 및 성공 실패 요인을 발표했다.

박 차장은 투자자의 관점에서는 바라보는 모바일게임 산업은 ▲게임산업내 여러 장르중 성장성이 가장 뛰어나다 ▲성장에 비해 경쟁이 심화되고 있다 ▲게임개발사의 규모가 타장르에 비해 미약하다 ▲기술 및 외부환경 변화가 빠르다는 특징이 있다고 전했다.

한편, 모바일게임 관련 행사로는 국내 최대 규모인 이번 행사에는 모바일게임 업체와 이동통신사 관계자, 학계 및 관계 전문가 등 300여명이 참여해 성황을 이뤘으며, 행사 이틀째인 22일에는 컴투스, 게임빌, 엔텔리전트 등 국내 대표적인 모바일게임 업체 대표들이 나서 국내 모바일게임 산업의 현주소를 점검하고, 유럽과 중국의 모바일게임 업체 대표들이 나와 해외 각지의 산업현황에 대해 주제발표를 했다.

오성민 한국모바일게임산업협회장은 "이제 모바일게임 업계는 경쟁보다 상생을 모색해야 할 때"라며 "이번 컨퍼런스는 업계가 직접 참여할 수 있는 행사여서 그 의미가 깊었고 향후 협회는 각 업체간 커뮤니케이션의 통로 및 외부업체와 협력을 모색하는 장이 될 수 있도록 노력하겠다"고 밝혔다. 