

# 국가 간의 수출입을 높일 수 있는 방안

이 장 옥((주)한빛소프트)

## 차 례

- I. 서론
- II. 게임에 대한 전반적 이해
- III. 마케팅 방향
- IV. 로컬라이징의 안정적 정착
- V. 프로 게이머의 활성화
- VI. 국제 감각 노하우 습득
- VII 문화적 교류
- VIII 결론

## I. 서론

현재 국내 온라인 게임은 포화상태에 이르렀다는 건 대부분의 게임 회사나 게임과 관련된 일을 하시는 분들은 다들 잘 알고 계실 것입니다. 그 방안으로 수출에 대한 보다 중점적인 방안을 마련할 때라고 생각하며 우리 내부에서의 고찰과 방안 마련이 시급하다고 생각합니다. 그와 더불어 수출을 빙자해 품질 낮은 제품들을 수출하기에 까지 이르렀습니다.

그런 부분들을 미연에 방지하며 보다 중점적인 기본에 충실 하자는 취지에서 국가 간의 수출입 방안을 신중히 더 한번 생각해 보았습니다.

약 6가지 의 방안을 정리해서 요약을 해보았습니다.

## II. 게임에 대한 전반적 이해

우선적으로 게임에 대한 확실한 이해와 완성도 높고 질이 우수한 게임을 만드는 것이 국가 간

수출입 활성을 위한 전제 조건입니다. 간략하게 어떻게 하면 좋은 게임을 만들 수 있는지에 대한 정의로 약 9가지의 생각을 정리해봤습니다.

- ▶ 훌륭한 인재를 확보할 것
- ▶ 게임을 만들 수 있는 자금과 환경을 제시할 것(해외 의 인력과 공조, 인적 자원 구조의 배 출, 정부 지원금과 아울러 자금의 원활한 수급 필요)
- ▶ 전문가 인력의 양성 및 기술 확보(GDC와 같은 conference 의 기술 투자와 지속 적인 발전이 중요)
- ▶ 세계적 마케팅 화의 노하우 축적
- ▶ 해외 시장의 성결과 국가 간의 게임 문화에 대한 충분한 고찰 과 이해
- ▶ 해외 인력의 원활한 수급(기술적 우위의 다른 해외 인력의 확충)
- ▶ 온라인 게임일 경우 서버 기술의 확충
- ▶ 해킹과 보안 유지에 대한 경각심과 기술 축적
- ▶ 게임 개발에 대한 전반적 개발 방향과 기간 이해

### Ⅲ. 마케팅 방향

일방적인 마케팅 측면에서의 게임 개발에 대한 방향성은 다소 위험할 수 있습니다(하지만 무시할 수 없는 서로의 관계).

따라서 약 3가지 측면으로 나누어 봤습니다.

- ▶ 마케팅 의견만 따라가다가는 다소 게임성이 결여될 수 있다.
- ▶ 그렇다고 개발 팀만의 의견만을 존중할 수는 없는 일(개발팀의 독자적 개발은 비현실적인 시각을 갖기 충분함)
- ▶ 적절한 마케팅과 개발과의 타협이 중요(현시점의 현실성 있는 안목과 이상적인 게임의 전문성이 합쳐진다면 이상적 게임 형태가 출시 될 것)

돈을 보고 개발에 착수 하는 일은 금물입니다. 특히 마케팅 시점과 개발의 노하우가 잘 들어맞아야 하고. 그렇게 되려면 충분한 개발 경력이 필요하고 전문가가 있어야 개발 기간과 마케팅 시점과의 시점 정리가 확실히 이루어져야 한다고 생각합니다.

### Ⅳ. Localizing 의 안정적 정착

현지 즉, 각 나라 간의 localizing이 얼마나 안정적으로 잘되어있는가, 각 중점적 요인, 각 나라만의 문화적 요소와 서로 간의 문화적인 커뮤니케이션이 부담스럽지 않게 원활히 수급이 되고 있는가의 동향도 중요 요인 중 하나입니다. 예를 들어 드라마나 영화, 애니메이션, 만화 등의 매체가 각 국가들 간의 교류의 방향성이 원활 한가 등등 하나의 촉매 작용을 할 수 있는 요인이 될 수 있습니다. 현재 일본, 한국, 중국 등 아시아권

의 문화 교류가 활발히 이루어지는 시점에서 서로 각 나라들의 즐겨 찾는 장르와 입맛을 찾을 수 있는 계기가 곧 마련될 것입니다.

한빛 소프트에서는 일본 현지법인인 한빛 유비쿼터스 엔터테인먼트를 위시해 한국에서 곧 서비스 할 그라나도 에스파다 게임의 일본 현지화를 위해 테스트를 시행 중에 있으며, 테스트 이후에 일본 로컬 작업과 현지의 서버 상태 점검 등을 거쳐 오픈 베타의 시점을 고려중에 있습니다. 또한 G-star 등의 글로벌한 conference를 통해 회원이 우선권 및 일본 공식 웹사이트 이름 지정 등의 마케팅 방향을 국제적으로 공동준비 중에 있습니다.

### Ⅴ. 프로 게이머의 활성화

현재 한국에서 선풍적으로 유행을 타고 있는 프로 게이머의 활성화도 각 나라의 게임 활성화에 대한 촉매 역할에 중요한 흐름이 될 수 있습니다.

한국, 중국, 일본의 프로 게이머의 교류가 울들어 활발히 이루어지고 있습니다. 앞으로 게임 시장의 발전을 위해 아주 좋은 현상이라 할 수 있겠습니다.

프로 게이머의 교류로 인해 수입과 수출 된 게임의 활성화 및 관심도를 지속적으로 끌어 들일 수 있는 발판을 더 만드는 것이 중요합니다.

이 부분에서 보다 심도있는 비즈니스 모델과 아울러 경기가 될 수 있을만한 게임의 창출이 필요할 것입니다.

## VI. 국제적 감각 노하우 습득

국제 분쟁의 노하우를 빨리 캐치해 국제 분쟁 소지를 미연에 방지하는 것이 시급합니다. 이 부분에서 국가 간의 정상적인 물물 체계를 갖춰 가는 것이 필요 요소로 작용하지 않을까 생각됩니다. 특히 보이지 않는 무형의 물질 구조의 국제적인 규격을 아시아 지역에서 만들어 서로의 혼란을 없애는 것이 시급하지 않을까 생각됩니다(이 부분에서 보다 규격화된 기술적인 분야, 즉, 엔진과 서버 기술, 모바일 기술, 하드웨어 기술 방향 등이 활성화되어야 할 것입니다).

국가 간의 규제 완화와 일방적인 수입, 수출은 지향하고 각 국가의 특수성을 고려, 각각의 나라에 걸맞은 제품을 출시하고 활성화 될 수 있도록 서로의 배려가 필요합니다.

결제 체계와 투명성, 기업 간의 공정 거래 등이 원활할 수 있도록 각국의 보다 집중적인 노력이 필요할 때이고, 또한 개인이나 기업으로는 한계가 있는 부분이 많습니다. 그래서 그런 부분들은 국제 규격 등으로 국가 간의 체결이 시급합니다.

## VII. 문화적 교류

문화적인 활발한 교류가 필요. 연극, 영화, 만화, 예술 분야와 여러 가지 문화 차원의 공동 전시회 등을 통한 민간 차원에서 교류가 저변적으로 이루어져야 합니다(이런 콘텐츠들의 축적과 노하우를 바탕으로 게임이라는 예술 공학이 탄생하며 수익을 극대화하고 인프라를 형성하는데 크게 도움이 될 것입니다).

## VIII. 결론

국내 현황은 수출 감소로 이어지고 있는 상황입니다. 그 이유는 빈익빈 부익부의 거대 기업들의 기업적 생리에서 비롯된 예견된 상황입니다. 일부 커다란 기업들의 편중된 수출로 인해 수직상 발전은 하고 있지만, 현실적인 결과로는 도리어 둔화되는 조짐을 보이고 있습니다. 그 이유인 즉 공급 과잉으로 인해 국내 시장의 포화와 그로 인한 제품의 완성도 저하 등의 이유로 점차 제품 품질의 하락 등을 이유로 꼽을 수 있을 것 같습니다. 또한 외국 회사들의 제품 선호 등으로 인해 제품 출시는 많지만 질적 하락으로 국내에서 유통이 안 되는 물건들을 대량 해외로 수출, 그로 인한 인지도 하락 등의 결과들임. 수출 부진을 벗어나기 위해서 아시아 시장 이외의 다른 해외 시장 공략에 초점을 맞추어야 할 때입니다. 색다른 개발의 방향과 온라인(MMOG)의 편중되고 불균형한 발전을 막고, 저변 적으로 여러 방면으로 개발을 유인해 내는 것이 앞으로의 과제일 것입니다.

### 저 자 소개

#### ● 이 장 욱(Jang-Wook Lee)



- 현 한빛소프트 연구소 이사
- Blizzard North 수석 디자이너 역임
- 3DO 디자이너
- SNK US 디자이너
- 디즈니 캐릭터 아티스트
- SAn Francisco Academy of art University 강사역임