

메타미디어·클리퍼·레몬

유망 모바일게임 기업

온엑스포는 2,300여 개처의 국내 디지털 콘텐츠 기업정보를 온라인으로 제공하고, 이들 기업의 국내외 홍보와 마케팅을 지원하는 국내 최대 규모의 디지털 콘텐츠 사이버 전시장이다. 온엑스포는 지난 6월부터 게임을 주제로 테마 전시회를 진행하고 있다. 이번호에는 지난달에 이어 유망한 국내 모바일게임 기업에 대해 소개하고자 한다.

글 오숙현 한국데이터베이스진흥센터 연구원



'Fun Cycle' 경영 통한 즐거움 실현



임을 중국 최대 통신사 차이나모바일의 신규 게임 순위 2위, RPG 게임 1위에 올려놓는 성과를 거뒀다. 이 여세를 몰아 올해는 최소한 20개의 모바일게임을 서비스할 예정이라고 한다.

메타미디어는 그동안 축적한 100여개가 넘는 모바일게임을 기반으로 독자 서비스 제공을 위한 모바일게임 전용 포털 서비스 구축을 기획하고 있다. 또한 게임사업 이외에 좀 더 다양한 콘텐츠 라인업을 구축하기 위해 어린이 전용 콘텐츠, 해외여행 콘텐츠, 커머스 사업 등과 같이 장기적인 안목에서 투자가치가 있는 분야에 새롭게 진출할 계획이다. 'Fun Cycle' 경영으로 즐거움을 최우선의 하는 회사 메타미디어의 한층 업그레이드 된 사업 전개와 발전을 기대해 본다.

Fun Cycle을 경영 모토로, 언제 어디서나 모든 사람들에게 즐거움을 줄 수 있는 콘텐츠를 만들기 위해 노력하는 기업이 있어 찾아가 봤다. 메타미디어(대표 노권형)가 바로 그곳. Fun Cycle 경영의 핵심은 고객의 즐거움이 곧 기업의 즐거움이라고 한다.

재미있는 콘텐츠는 사용자에게 즐거움을 주고, 사용자의 즐거움은 회사에 대한 신뢰를 높여 결국 직원들의 즐거움으로 돌아온다는 것이다. 그래서 그런지 메타미디어에서 개발한 모바일게임들은 하나같이 유쾌하고 재미있다.

메타미디어는 1999년 '가위바위보' 라는 WAP 게임을 출시한 이래, 지금까지 '삼국지' 등 10종이 넘는 WAP 게임과 '와글와글 고스톱', '사투', '열혈검도', '진실게임', '길티기어' 등 100여종이 넘는 모바일게임을 개발해 서비스하고 있는 국내의 대표적인 모바일게임 기업이다.

지난 5월에는 게임 전용 인터페이스를 갖춘 고성능 게임폰 출시에 맞춰 게임폰의 성능을 최대한 활용한 대용량 3D 게임인 '길티기어'를 출시해 경쟁업체들과 자웅을 겨루고 있다. '길티기어'는 콘솔 대전 격투 게임을 모바일의 특성에 맞게 새롭게 구현한 게임으로 원작의 캐릭터와 격투 기술 등을 모바일 속에 그대로 살린 콘솔판 '길티기어'라는 평가를 받으며 사용자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

메타미디어는 해외 수출에도 매우 적극적이다. 2002년 태국과 말레이시아를 대상으로 모바일게임 수출을 시작해, 2003년에는 중국 차이나 모바일, 차이나 유니콤과 '삼국지' 등 4종의 WAP 기반의 게임과 10종의 자바 기반의 게임 수출 계약을 체결했다. 올해에는 '원샷원킬', '전설의 기사'가 서비스될 예정이다.

그리고 모바일게임의 수출 경험을 살려 국내 우수 모바일게임 퍼블리싱 사업도 추진해, 유아원(舊 모바일원)에서 개발한 '감옥대탈출' 게

노권형 메타미디어 대표이사

현지 법인 설립 후 중국 진출 본격화

중국 진출 현황은 어떠한가?

중국에 국내 모바일 게임을 퍼블리싱하기 위해 2004년 1월, 중국 북경에 지사(북경핵심미탐연건유한공사)를 세웠다. 퍼블리싱 실적으로는 유아원(舊 모바일원)에서 개발한 '감옥대탈출' 게임을 중국 최대 통신사 차이나 모바일에 퍼블리싱하여 게임 순위 중 신규게임 2위, RPG 게임 1위에 올려놓았고, 자사 게임인 '원샷원킬', '전설의 기사'도 서비스할 예정이다. 또한 중국 지사에서 개발한 '컬러 이모티콘'은 중국 유명 포털 Myrice에서 서비스되고 있다.



3D 게임 '길티기어'의 반응이 좋다던데.

지난 5월에 출시된 대용량 3D 게임 길티기어는 기존 대전 격투게임인 '길티기어'를 모바일게임으로 개발한 것이다. 원작의 맛을 그대로 살리기 위해 캐릭터와 사용기술, 캐릭터 성향 등을 모바일에서 그대로 구현해 콘솔판 길티기어라는 평가를 받고 있다. 현재 SKT에서 서비스되고 있는데 사용자들로부터 반응이 매우 좋다. 길티기어 후속작으로 마니아를 위한 대용량 게임과 3D 게임을 준비중에 있다.

신선하고 독특한 콘텐츠로 승부한다



일 반적으로 온라인게임과 콘솔게임의 성공 포인트는 뛰어난 스토리와 화려한 그래픽 그리고 다양한 조작기술에 있다고 한다. 그렇다면 모바일게임의 승부처는 무엇일까? 정답은 바로 아이디어. 독특한 아이디어로 성공적인 사업을 펼치고 있는 클리퍼(대표 최락훤)를 만나봤다.

클리퍼가 자랑하는 모바일게임은 '그만놀자 금붕어'와 '다이어트 콩콩'이다.

'그만놀자 금붕어'는 타이쿤 요소가 적절히 녹아있는 퍼즐형 아케이드 게임이다. 카드 빛에 몰려 사채까지 쓰게 된 금붕어가 사채업자로부터 협박에 시달리자 황금닭 치킨집에서 아르바이트를 해 빚을 갚아 나간다는 줄거리다. 캐릭터의 말과 행동 하나하나 매우 재미있는 표현으로 이뤄져 있고, 캐릭터별로 테마 사운드가 있어 유저들의 흥미를 유발한다. 게임을 위해 모든 버튼을 사용해야 하며 각각의 기능에 따라 버튼이 달라 고도의 집중력과 순발력이 필요하다.

'다이어트 콩콩'은 마녀의 저주로 똥똥해진 티모가 절대갑옷을 입기 위해 다이어트 성지라는 곳을 순례하며 겪는 사건들을 중심으로 이뤄져 있다. 원버튼 게임을 발전시켜, 타이밍과 움직임의 순서, 지속적으로 변하는 상황을 판단하게 만들어 긴장감을 극대화시키는 횡스크롤 아케이드 장르의 게임이다.

'그만놀자 금붕어'와 '다이어트 콩콩'은 모두 2004년 SK텔레콤 유포(WIFI) 기반 게임 공모전에서 우수상을 받을 정도로 작품성이 뛰어나

다. 최락훤 대표는 두 게임 모두 식상한 소재와 비슷비슷한 게임에 지친 게이머들, 특히 새로운 게임에 민감한 얼리 어답터들에게 크게 어필하고 있다고 전했다.

클리퍼는 1999년 창업 초기부터 꾸준히 해외 진출을 추진해 현재 인도네시아와 태국 등 동남아시아 지역에 '액션 브레인'을 비롯한 3종의 모바일 게임을 서비스하고 있다. 올 하반기에는 해당 지역에 온라인 PC 게임도 서비스할 예정이라고 한다. 또한 요르단의 모바일 포털 업체와 MOU를 체결하고 서아시아 지역에서 서비스할 수 있는 모바일 애플리케이션도 개발하고 있다.

이밖에 우즈베키스탄, 카자흐스탄 등에 모바일 포털 사이트를 구축하고 있어 조만간 동남아시아와 서아시아에 이어 동유럽 지역에서도 클리퍼의 모바일 게임이 이용할 수 있게 될 것이라고 한다.

클리퍼는 2003년에는 KOTRA로부터 수출 유망 기업으로도 선정된 바 있으며, 2005년 2월에는 모바일게임·콘텐츠 등의 개발과 관련한 ISO9001 인증도 획득했다. 그럼에도 불구하고 클리퍼가 지방에 위치해 있다보니 개발 인력들이 서울로만 몰려 우수 인재를 확보하는 데 많은 어려움이 있다고 한다. 그러나 최 대표는 아직까지 모바일게임은 누가 만들었느냐 보다는 제품 자체의 품질이 더 중요하며 더 재미있고 이용자의 요구를 충족시킬 수 있는 게임을 만들어 지방 기업의 핸디캡을 극복할 것이라고 다부진 포부를 밝혔다.

최락훤 클리퍼 대표이사

동남아시아·동유럽·중동에 이은 세계화



해외 진출 현황은 어떠한가?

창업 초기부터 해외 진출에 꾸준히 노력해 왔다. 2003년부터 인도네시아와 태국에 모바일 게임을 수출했으며, 요르단의 모바일 포털 업체와 MOU를 체결하고 서아시아 지역에 서비스할 이슬람 관련 모바일 애플리케이션을 개발하는 중이다. 또한 우즈베키스탄, 카자흐스탄에도 모바일 포털 사이트를 구축하고 있어 조만간 서아시아, 동유럽 지역에서도 클리퍼의 모바일 게임 열풍이 불 것으로 기대된다.

지방 중소기업으로서 어려운 점이 있다면 무엇인가?

서울에 비해 지방은 경제적, 문화적으로 모바일 콘텐츠 이용 비율이 낮은 편이다. 그로 인해 홍보에 대한 어려움도 많고 개발 인력도 서울로 몰리는 것이 현실이다. 아직까지 모바일게임은 누가 만들었는가 보다는 제품 자체에 대한 평가가 더 중요한 만큼 더 재미있고 이용자의 요구를 충족시킬 수 있는 게임을 만들고자 노력하고 있다.

모바일게임, 이제 온라인으로도 한다



모바일게임은 디지털 콘텐츠 중에서 가장 성장속도가 빠른 분야이다. 유명 포털 사이트에 개설된 모바일 게임 동호회는 날로 그 규모가 커지고 있고, 통신사들도 모바일게임만을 위한 사이트를 따로 운영하고 있다. 모바일게임의 발전에는 모바일 단말기가 갖고 있는 편리성도 큰 몫을 하지만 그보다 모바일게임들의 기발한 독창성과 아이디어가 더 큰 영향을 미치고 있다. 그 중에서도 통신기기의 특징을 십분 살린 모바일 온라인게임은 함께 즐기기를 좋아하는 게이머들의 입맛에 딱 들어맞는다. 레몬(대표 윤효성)은 모바일게임의 태동기인 2000년부터 모바일 온라인게임 개발에 매진해 온 국내 최고의 모바일 온라인게임 기업으로, 모바일 네트워크 기반에서도 전혀 끊김 없이 플레이 할 수 있는 최고 품질의 게임을 제공하고 있다. 이와 같은 최고 수준의 레몬의 모바일 네트워크 기술을 가장 잘



살린 게임이 바로 '새레몬맛고' 다.

'새레몬맛고'는 우선 우수한 그래픽과 효과음을 추가해 PC게임과 겨뤄도 전혀 손색이 없다. 게다가 휴대폰에 다운로드받아 혼자서 즐기는 싱글맛고와 달리, 네트워크에 연결해 사람과 실제로 대결할 수 있어 그 재미가 남다르다. 또한 시작할 때 주어지는 40개의 미션을 달성하면 4배에서 10배까지의 '대박'을 터뜨릴 수 있으며 '점수밀기'라는 기능을 추가해 최후의 역전도 가능하게 했다. '점수밀기'는 이것을 경우 판돈을 다음 판으로 넘길 수 있는 기능으로, 미션과 합쳐지면 엄청난 '대박'으로 단 한번에 게임 결과를 뒤집을 수 있다.

레몬은 홍보활동에도 매우 적극적이다. 모바일게임 업체로는 드물게 홍보대행사를 선정해 전략적인 언론홍보를 펼치고 있다. 또한 모바일 온라인게임 이용자에게 부담이 되는 이용료 문제를 해결하기 위해 월정액제 요금을 도입하는 등 적극적인 마케팅을 펼치고 있다.

윤효성 대표는 "모바일 온라인게임은 쉽게 실증이 나는 모바일게임의 단점을 보완한 차세대 게임모델"이라고 전망하며 "다만 모바일 온라인게임 요금은 무조건 비싸다는 선입견이 팽배해 사용자 확대에 다소 어려움이 있다"고 한다. 따라서 "이동 통신사와 개발사가 협력해 게임 요금제에 대한 부정적인 이미지를 개선하고 모바일 온라인게임 요금은 무조건 비싸다는 잘못된 사용자들의 인식을 바로 잡는 것이 시급하다"고 앞으로의 해결 과제를 제시했다.

윤효성 레몬 대표이사

데이터 이용료에 대한 홍보 시급



레몬만의 경쟁력은 무엇인가?
 모바일 온라인게임은 휴대폰 사용자끼리 펼치는 실시간 승부를 지원해야 한다. 따라서 네트워크가 끊김 없이 제공될 수 있도록 하는 것이 무엇보다 중요하다. 레몬이 지난 6년간 쌓아온 국내 최고 수준의 모바일 네트워크 게임 기술이 바로 레몬의 경쟁력이라고 할 수 있다.

게임 이용료에 대한 거부감이 큰데 해결책이 있다면 무엇인가?
 모바일 온라인 이용료는 비싸다는 선입견으로, 대개의 모바일 온라인게임을 이용도 해보지 않고 접속 표시가 뜨자마자 무조건 종료버튼을 눌러버린다. 아무리 좋은 네트워크 게임도 즐기는 유저가 없다면 무용지물이다. 그래서 이동통신사들과 개발사들이 서로 협력하여 게임요금제에 대한 부정적인 이미지를 개선하고 모바일 온라인게임 요금은 무조건 비싸다는 잘못된 사용자들의 인식을 바로 잡는 것이 시급하다.