2020 · 5+6월호

ISSN 2636-0853(Print)
ISSN 2384-2881(Online)

글로벌 게임산업 트렌드

GGI

GLOBAL
GAME
INDUSTRY
TREND

1 글로벌 이슈 포커스
포스트 코로나 시대 글로벌 게임산업 과제와 전망

2 글로벌 게임산업 동향
[시장] 코로나19이후 중국 게임소비 패턴 /
클라우드 게임에 악재가 된 코로나19 외
[기술] 공급망 혼란의 해결책 블록체인

3 글로벌 게임 인사이트
[사회문화] 기능성 게임의 사회적 역할 외
[정책] EGDF 보고서 코로나19와 게임사 위기 외
[장르] 코로나19로 숨고르기 들어간 DFS 외

4 게임 캘린더
[프리뷰] E3 대체하는 온라인 여름 게임 축제

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

GGIT
GLOBAL | GAME | INDUSTRY | TREND
2020·5+6월호 | No.41

CONTENTS

1. 글로벌 이슈 포커스 05

포스트 코로나 시대 글로벌 게임산업 과제와 전망

1. 팬데믹이 가져온 게임 소비의 증가 06
2. 코로나19 특수, 역대급 실적 15
3. 게임, 투자사들의 눈에 들다 22
4. 팬데믹 특수가 가리고 있는 사실들 31
5. 포스트 코로나 시대의 과제 39

2. 글로벌 게임산업 동향 53

[시장] 코로나19 이후 중국 게임소비 패턴 변화 가능성 54

[시장] 코로나19, 클라우드 게임에 뜻밖의 암초 60

[시장] 에픽 온라인 서비스에 나타난 에픽게임즈의 생태계 강화 전략 67

[기술] 코로나19가 멈춘 콘솔 공급망, 블록체인이 해결책 될까? 73

3. 글로벌 게임 인사이트 81

[사회문화] ‘전염병주식회사’로 본 기능성 게임의 사회적 역할 82

[사회문화] 게임, 코로나19 속 사회적 연대 노력 통해 위상 강화 93

[정책] EGDF 설문조사 결과, 팬데믹 속 중소게임사가 직면한 폐업 위기 100

[정책] ‘확률형 아이템’ 여부 등급 표기 추가, 북미와 유럽의 게임심의기구 108

[장르] 코로나19로 숨고르기에 들어간 미국의 데일리 판타지 스포츠 113

[장르] 언택트 시대, 아케이드게임은 지속될 수 있을까? 120

4. 게임 캘린더 129

[프리뷰] E3 대체하는 온라인 여름 게임 축제 130

5. 부록 135

GGIT

GLOBAL | GAME | INDUSTRY | TREND

글로벌 게임 인사이트

[사회문화] ‘전염병주식회사’로 본 기능성 게임의 사회적 역할

코로나19의 세계적 대유행 단계에서 2012년에 출시된 게임 ‘전염병주식회사(Plague Inc)’가 다시 소환되었다. 단지 가십 차원에서 거론된 것이 아니라 게임이용자가 다시 증가하며, 게임 차트 1위에 오르는 역주행도 일어났다.
전염병주식회사가 관심을 모은 것은 단지 팬데믹이라는 전인류적 불행한 사건 때문만은 아니다. 전염병주식회사는 원래 바이러스로 전세계를 감염시키는 것이 목적인 게임이나, 개발사인 엔데믹 크리에이션(Ndemic Creations)은 현재 세계보건기구(WHO)의 요청으로 전염병 확산을 차단하고 종식시키는 것이 목표인 새로운 모드를 개발하고 있다. 엔데믹은 복잡한 알고리즘에 근거해 게임을 개발했지만, 바로 그런 이유로 게임이용자들로부터 호평을 받고 있다고 생각한다. 전염병주식회사 사례를 통해 재미있는 기능성 게임을 개발을 위해 필요한 요소들을 살펴본다.

1. 팬데믹 속 화제의 게임들

1.1. 전염병주식회사의 차트 역주행

코로나19가 전세계로 확산되며 전염병에 대한 관심과 정보 요구가 높아졌는데, 이런 현상은 게임으로도 이어졌다. 코로나19가 본격화된 올해 2~3월에 게임이용자들로부터 가장 큰 관심을 받은 게임은 ‘전염병주식회사(Plague Inc.)’였다. 2012년에 출시된 이 게임은 감염병이 유행할 때마다 순위가 오른다는 속설이 있는데, 이번에도 예외는 아니었다. 게다가 코로나19의 확산세와 치명률이 신종 플루 등 이전의 감염병에 비해 위험하다보니 게임에 대한 관심은 한층 높아졌다.

2020년 3월 현재 '전염병주식회사'의 전년 동기 대비 실적

출처: Gamasutra & Priori Data(2020.04)

전염병주식회사는 바이러스로 전세계를 감염시키는 것을 미션으로 하는 게임인데, 그런 일이 실제 현실에서 발생하자 관심이 고조될 수밖에 없었다. 게임전문 미디어 가마수트라(Gamasutra)에 따르면 올해 1분기 전염병주식회사 게임의 다운로드 횟수는 전년 같은 기간 대비 123% 증가했으며, 매출이익은 201%가 증가했다.

모바일 앱 시장조사기관인 앱애니는 올 2월 1주에 전세계 앱스토어 80곳에서 전염병주식회사가 유료 앱 부문 1위를 차지했다고 밝히기도 했다. 팬데믹이라는 불행한 사건이 계기가 된 것이지만, 어쨌든 이 게임으로서는 차트 역주행이 벌어진 것이다.

1.2. 퇴출된 게임들

전염병주식회사에 대한 관심이 모든 나라에서 증가했지만, 한 국가에서만큼은 바로 그 관심 때문에 앱스토어에서 퇴출되는 일을 겪었다. 전염병주식회사의 인기가 치솟자 3월에 중국 앱스토어에서 이 게임이 삭제되는 일이 벌어진 것이다. 코로나19의 최초 발생지가 중국으로 지목되고 있었기 때문에 정치적으로 중국 정부가 이를 불편해 한 것은 쉽게 유추해 볼 수 있다.

전염병주식회사가 중국에서 자취를 감춘 지 한 달이 채 되지 않은 4월 말에 이번에는 스팀 차이나(Steam China)에서 또 하나의 게임이 차단되었다. 미쓰Z(MythZ)라는 개발사가 만든 '코로나바이러스 어택(Coronavirus Attack)'이 그 주인공으로 바이러스에 감염된 '이기적인 좀비'들이 다른 곳으로 떠나 세계를 감염시키지 못하도록 막는 게임이다.

게임 내용에서는 중국을 직접적으로 지칭하지는 않지만, 별 대신에 바

스팀 차이나에서 차단된 게임 '코로나바이러스 어택'

출처: Steam & BBC

이러스 모양을 대신 그려 넣어 오성홍기를 패러디한 듯한 장면을 통해 코로나19 확산에 중국의 책임이 있음을 은유하고 있다. 미쓰Z는 중국 정부와 코로나19가 최초 보고된 우한에서 도시 봉쇄 전에 떠난 시민들에 대한 항의의 뜻을 게임을 개발했다고 밝히고 있다.

게임에는 또한 '홍콩 해방', '대만은 중국이 아니다' 등과 같은 명칭의 미션도 등장해 중국에 대한 비판의 뜻을 명시적으로 드러내고 있다. 중국 정부가 스팀 차이나에 게임을 차단하도록 요청 혹은 압력을 넣었을 법한 이유는 충분했던 셈이다.

1.3. 게임 속에 퍼진 전염병

팬데믹 과정에서 게임 좀 한다는 이용자 중에는 일명 '피의 학카르' 사건으로도 불린 '오염된 피 사건(Corrupted Blood Incident)'을 떠올린 사람들이 많다. 2005년 9월 인기 MMORPG 게임인 '월드오브워크래프트(WOW)' 안에서 발생한 이 사건은 게임 속에서 발생한 거대 전염병으로도 기록되어 있다.

레이드 던전 '즐구룹(Zul' Gurub)'의 최종 보스인 '학카르'는 '오염된 피'[1]라는 강력한 스킬을 사용했는데, 이 기술의 무시무시한 점은 오염된 피의 저주가 주변에 있는 다른 플레이어들에게 전염된다는 것이었다. 원래 개발팀에서 설계한 대로 작동한다면 이 오염된 피의 저주는 던전에서 발생한 기술이었기 때문에 해당 던전을 나오게 되면 오염된 피의 저주 효과가 사라져야 했다. 그러나 여기에는 치명적인 버그가 있었

[1] 이 기술에 걸리게 되면 플레이어는 매초 200의 데미지 피해를 입고, 학카르는 매초 생명력 1,000을 회복하게 된다.

는데, 바로 펫[2]을 고려하지 못한 것이다.

플레이어들이 던전을 나와 다시 도시로 이동한 뒤에 펫을 소환하면 펫들은 여전히 오염된 피에 전염된 상태로 소환되었고 펫 주변에 있는 다른 플레이어나 NPC들에게도 이 병이 옮겨졌다. 처음에는 단순한 버그로 금방 해결될 줄 알았으나, 사건이 점점 심각해지자 다양한 행동 패턴이 나오기 시작했다.

어떤 사람은 자신이 감염된 사실을 알면서도 여기저기 뛰어다니며 주변 플레이어들에게 전염병을 전파시키고 이를 무용담처럼 이야기했다. 어떤 사람은 '치유의 스킬'로 한 사람의 플레이어라도 더 살리려 노력했고, 도저히 치유할 단계가 아님을 깨달은 플레이어 중에는 자신의 병이 전염될 것을 우려해 혼자 구석진 곳에서 최후를 맞이하기도 했다. 아직 전염되지 않는 플레이어와 치유 스킬이 있는 플레이어들이 의료집단을 형성하여 전염병 전파를 막기 위해 치료 작업을 하는 동안 자체 조직된 민병대원들은 다른 도시로 이동을 제한하고 비감염자의 진입을 막는 방역 활동을 펼치기도 했다.

이 사태를 도저히 막을 수 없었던 블리자드측은 결국 게임의 서버를 아예 셧다운 시킨 후 켜는 것으로 문제를 해결했다. 이는 현실 세계로 말하면 지구가 한 번 종말하고 다시 새로운 세계가 시작된 것이었다. 이 게임 속 사건은 나중에 전염병 발발 사태 속에서 사람들의 행동 양식을 추론할 수 있다는 판단하에 역학 연구의 대상이 되기도 했다.

마을 전체를 무덤으로 만든 와우의 '오염된 피 사건'

출처: Blizzard Watch

02 펫(Pet)은 플레이어들이 소환해서 함께 데리고 다니는 애완동물이나 기기장치를 말한다.

2. 전염병주식회사 두 번의 변신

2.1. 가짜뉴스 모드 추가

코로나19 팬데믹으로 전염병주식회사 게임 속 내용이 현실화되자, 개발사인 엔데믹은 이제 원래 개발 의도와 반대로 바이러스를 차단하고 종식시키기 위한 모드를 개발 중이라고 밝혔다. 엔데믹이 현실을 반영해 게임의 모드를 추가한 것은 이번이 처음은 아니다.

엔데믹은 코로나19가 최초 발발한 즈음인 2019년 12월에 게임에 새로운 시나리오를 추가하는데, 바로 '가짜뉴스(Fake News)'다. 전염병주식회사가 바이러스를 퍼뜨려 전세계를 감염시키는 것이 미션인 게임이므로, 가짜뉴스 모드의 최종 목표 역시 가짜뉴스로 전세계를 뒤덮는 것이다.

이 시나리오는 가짜뉴스에 대해 정의하는 것으로부터 시작된다. 무엇에 대한 가짜뉴스인가, 어디서부터 시작할 것인가, 동기는 무엇인가, 공격 대상은 누구인가, 이 네 가지를 정하고 나면 그 다음은 어떤 방법으로 가짜뉴스를 전파할 것인지, 즉 전염 경로를 정하게 된다.

입소문에서 시작하는 것은 기본이다. 출판이나 TV를 이용하는 것이 비

전염병주식회사에 새롭게 추가된 '가짜뉴스' 모드

출처: Ndemic Creation

해 인터넷을 이용하면 비용 대비 효과는 좋지만 사람들이 인터넷에 대해 가지고 있는 불신 성향도 있기 때문에 뉴스의 타당성은 떨어진다. 타당성을 높이려면 인플루언서를 고용할 수도 있고, 연구팀에 돈을 지불해 조작된 정보를 만들 수도 있다. 가장 효과가 높은 것은 많은 돈을 투자해 정치인과 정당이 개입하도록 만드는 것이다.

이렇게 가짜뉴스가 전염되는 것을 모든 사람들이 방관만 하지는 않는다. 팩트체커들과 저널리스트들이 나서서 가짜뉴스의 문제를 밝히게 되고, 게임 이용자는 여기에도 대응해야 한다. 팩트체커나 전문가들을 인신공격으로 비방하거나, 소스가 되는 정보원들을 명예훼손 소송으로 괴롭혀 사실 확인이 지연되게 만들 수 있다. 논리를 호도하는 뉴스를 만들거나 자신이 팩트체커인 척 가장할 수도 있고, 평판이 나쁜 사람이 일부러 자신의 의견에 반대하게 만들어 자신의 가짜뉴스를 더 사실처럼 보이게 만드는 다양한 방법들을 사용할 수 있다.

엔데믹은 이 시나리오의 제작을 위해 영국의 풀팩트(Full Fact), 미국의 폴리티팩트(Politifact) 등 여러 팩트체크 조직들과 협력했다. 이 과정에서 엔데믹은 가짜뉴스의 전파 및 작동방식이 전염병주식회사 게임 속 전염의 알고리즘과 너무나 흡사하다는 것을 알게 되었다고 한다.

그 결과 탄생한 가짜뉴스 모드가 전염병주식회사에 추가되었는데, 이를 통해 엔데믹의 창업자이나 게임 개발자인 제임스 본(James Vaughan)은 “치명적인 전염병과 마찬가지로, 잘못된 정보의 확산은 우리 사회에 거대한 위협이다”[3]라는 메시지를 던지고 있다.

2.2. 바이러스 퇴치 모드 개발

제임스 본은 최근 전인류적 불행으로 야기된 전염병주식회사의 차트 역주행에 대해 갈등을 느낀다고 심정을 토로한 바 있다. 그럼에도 게임 이용자들이 엔데믹에 연락해 와서 그들이 스스로 교육하기 위해 게임을 어떻게 이용하고 있는지를 말하고, 자신들의 망가진 삶을 다시 되돌릴 수단을 찾아 달라고 요청할 때 자부심도 느낀다고 밝혔다.

03 Just like deadly pandemic, the spread of misinformation is huge threat to our society.

이런 배경 하에 엔데믹은 게임의 원래 개념을 완전히 뒤집어 버리는 새로운 모드를 개발하기로 결정했다. 이 새로운 모드에서 플레이어는 세계를 악몽 바이러스의 전염을 위한 페트리 접시[4]로 취급하는 악당이 되는 대신, 감염된 국가를 봉쇄조치 하는 것부터 백신 개발을 시도하는 것까지, 치명적 위협에 직면한 인류의 대응책을 관리할 최고 의료 전문가 집단의 일원이 된다.

제임스 본에 따르면 엔데믹은 오래 전부터 원래 게임과 정반대 모드, 즉 전염병 확산이 아닌 퇴치 모드를 구축하려 했었다. 그러나 해야 할 일이 늘 많았기에 이 작업은 언제나 우선순위에서 밀려날 수밖에 없었다고 한다. 그러다 엔데믹이 세계보건기구(WHO)나 CEPI[5] 같은 기관들에 코로나-19용 백신 개발 지원을 위해 25만 달러를 기부했을 때, 복수의 관료들이 엔데믹에서 바이러스 퇴치 게임을 만들 수 있는지 물었다고 한다. 엔데믹의 개발자들은 전염병주식회사를 보다 현실적인 방향으로 만들기 위해 도움을 줄 감염학 분야 전문가들과 지속적으로 교류해 왔기 때문에 WHO의 제안을 기꺼이 수락했다.

제임스 본은 새로운 모드가 아직은 매우 초기 단계에 있지만, 이미 포함했으면 좋겠다고 생각하는 수많은 기능의 목록을 가지고 있다고 말한다.

예를 들어 게임이용자들은 피해국가에 사회적 거리두기 정책을 도입하거나 취약한 지역의 국경을 폐쇄하는 등 다양한 위기 대응책을 구사할

바이러스 퇴치 모드를 개발 중인 전염병주식회사

출처: Ndemic Creation

04 페트리 디시(Petri dish) 또는 뚜껑이 달린 얕고 둥근 유리 접시 그릇 용도의 실험 기구로 샬레(독일어: Schale)라고도 한다.

05 전염성 질병의 대유행을 막기 위해 사전에 백신을 개발하고 비축하고자 만들어진 '전염병대비혁신연합(The Coalition for Epidemic Preparedness Innovations)'을 말한다. CEPI는 빌게이츠 재단과 노르웨이, 독일, 일본 등에서 4.6억 달러 규모의 초기 지원금을 받았다.

수 있게 된다. 하지만 엔데믹은 또한 플레이어들이 질병의 위협에 과잉 반응할 수 있는 기능도 명시적으로 제공할 계획이다. 대신 만약 플레이어들이 너무 오랫동안 국가를 봉쇄하거나 지나치게 엄격한 조치를 불필요하게 취한다면 그들의 억제 노력에 대한 통제력이 완전히 상실될 수도 있음을 알게 할 것이라고 한다.

제임스 본은 새로운 모드가 결국 플레이어의 처분에 따라 이루어지는 여러 가지 수단 사이에서 균형을 발견하기 위해 노력하는 것이 중요하다는 메시지를 던졌으면 한다고 말한다.

3. 기능성 게임의 개발방법과 사회적 역할

3.1. 핵심 개발방법

제임스 본은 알고리즘에 의존하는 게임을 만들 때 항상 전문가들과 지속적인 대화를 나누는 것이 중요하다고 말한다. “우리는 ‘X’를 하는 것에 대해 생각 중인데, 당신의 실제 경험에 비추어 보면 어떻습니까?”라고 끊임없이 물어야 한다는 것이다.

그는 전염병주식회사의 새로운 모드 역시 이전 모드들과 마찬가지로 전문가들의 피드백에 의해 지침을 받게 될 것이라고 말한다. 제임스 본은 눈치 빠른 플레이어들이 종종 몇 시간 동안 게임을 한 후에 전염병주식회사의 어색한 부분을 알아차린다는 점에 주목한다. 가령 게임에서 어떤 질병이 변이되면 이전 변종의 흔적이 남지 않고 한꺼번에 변이되는 것을 발견한다는 것이다.

엔데믹은 NGO나 정부 기관이 코로나바이러스 위기를 대처하는 과정에서 직면하는 실제의 어려운 결정들 중 일부를 생략함으로써 게임 속 시뮬레이션의 근거를 허물어뜨리지 않도록 주의하려고 애쓴다. 제임스 본은 사람들이 전염병주식회사를 그렇게 좋아하는 이유는 복잡성을 시뮬레이션하기 위해 최선을 다하기 때문이라고 생각한다며, “시뮬레이션에는 흑백의 대답은 없으며, 오직 회색의 그림자만 있을 뿐이다”라고 말한다.

동시에 그는 실제 발병과 점염, 그리고 치료의 일부 측면은 단순화시킬 것이라는 점도 명확히 했다. 그는 이것이 교육용 게임의 세계에서 그가 배운 중요한 교훈 중 하나라고 말한다. 게임이 실제의 과정을 시뮬레이션 한다 하더라도, 게임이 가진 한계도 명확하므로 어떤 부분은 단순화하되 잘 설명함으로써 게임의 가치를 훼손하지 않으면서도 사람들이 게임에 대해 실망하거나 잘못된 정보에 이끌리지 않도록 해야 한다는 것이다.

3.2. 사회적 역할

전체적으로 제임스 본은 바이러스를 퇴치하는 새로운 모드를 구현하는 것이 매우 어려운 작업이 될 것이라고 말한다. 가짜뉴스의 확산을 시뮬레이션 한 이전 작업과 비교하면 몇 배는 어려울 것으로 예상한다. 하지만 바로 그 이유로 개발이 완료되면 의심할 여지 없이 가치가 있을 것이라 기대하는데, 새로운 모드는 게임사와 게임의 사회적 책임에 관한 것이기 때문이다.

제임스 본은 새로운 모드의 게임과정에서 플레이어들이 더 많이 '이해'하고 '성찰'하게 되기를 원한다. 일단 바이러스를 완전히 통제하게 되면 플레이어는 승리하게 되지만 그 목표를 달성하는 과정에서 무엇을 잃었는지도 평가할 수 있었으면 한다는 바람이다.

가령 게임이용자가 선택한 방법은 공공의 질서를 깨뜨리고 경제에 더 큰 피해를 주며, 아마도 한계점까지 몰아갈 수 있다. 또한 질병은 어찌됐든 세계적 차원에서 작동하고 있어서 세계적 차원의 협력에 동참하지 않는다면 결국 손해를 보게 될 수도 있다. 이런 방식을 통해 제임스 본은, '자신이 선택한 해결책의 레킹 볼(wrecking ball)[6]이 문제 자체보다 더 큰 피해를 입힌 것은 아닌지' 돌아보게 만들고 싶다는 뜻을 내비치고 있다.

엔데믹은 자신들의 게임이 사회적 역할을 수행함으로써 우리 사회가 좀 더 나은 방향으로 나아가길 원한다. 가령, 현재의 사회적 거리두기 정채에 대해 '내가 왜 이것을 해야 하지?'라고 생각하는 사람들이 게임을 하면서 이 조치로 일상에서 얻게 될 효과를 깨닫기를 바란다.

06 철거할 건물을 부수기 위해 크레인에 매달고 휘두르는 쇳덩이를 말한다.

일반 대중들은 현대 의학의 놀라운 성취를 당연시하고, 반면 전염병 시책에 책임을 지고 있는 전문가들은 누구나 적어도 전염병에 대한 기본적인 수준의 지식은 가지고 있다고 생각하는 경향이 있다. 제임스 본은 여기에 위험이 도사리고 있다고 판단한다. 전염병주식회사 게임을 하든 하지 않든 대부분의 사람은 전염병에 대해 많이 알지 못하며, 엔데믹은 새로운 모드를 통해 이러한 상황을 바꿀 수 있기를 희망하고 있다.

3.3. 국내 기능성 게임에 주는 시사점

전염병주식회사는 국내에서도 기능성 게임으로 소개되고 있다. 그렇지만 기능성 게임에 대한 국내의 일반적인 관념에 비추어 볼 때는 다소 파격적인 게임이다. 국내에서 기능성 게임은 게임을 통한 교육적 기능, 신체 및 두뇌 활동의 개선 같은 기능적 효과에 초점을 두고 있다. 이는 게임을 불건전한 무엇으로 보는 우리 사회의 뿌리 깊은 편견에 대한 반작용의 결과일 가능성이 크다.

전염병주식회사는 게임의 목표가 전세계를 감염시키는 것이다. 이런 목표 설정 때문에 이번 팬데믹 기간에도 일부 언론에서는 이 게임을 해서는 안 된다고 보도하기도 했다. 그러나 전염병주식회사는 전세계를 감염시키는 과정을 통해 어떻게 감염 전파가 일어나는지를 알게 함으로써, 역설적으로 무엇을 조심해야 하는지를 알려주고 있다. 그리고 이에 대해 수많은 게임이용자가 반응을 보였다.

국내 기능성 게임 개발자들도 게임을 통해서 얻고자 하는 목표에 초점을 둔다면, 더 많은 사람이 흥미를 느껴 이용할 수 있다고 하면 다소 도발적인 테마나 표현방식을 선택하는 것에 너무 주저할 필요는 없을 것이다.

다소 도발적인 방식에 대해 사회적 관용을 이끌어 낼 수 있으려면 콘텐츠의 파워가 뒷받침되어야 한다. 어설픈 기획과 빈약한 구체성으로 기능성 게임을 개발하게 되면 오히려 역효과를 내게 되고, 애초 의도와 달리 게임에 대한 좋지 않은 인식을 강화할 우려도 있다. 전문가 집단과 끊임없는 교류로 게임의 알고리즘을 강화하고 있는 엔데믹의 사례는

기능성 게임 개발을 목표로 하고 있는 기업들에게 좋은 벤치마크가 될 것이다.

참고자료

1. The Wood World- Hit Start: Video games level up in the coronavirus age, 2020.5.31.
2. Gamesradar- Why the makers of Plague Inc. are building a mode where you destroy the virus, 2020.5.4.
3. Vice Impace- 'Plague, Inc.' Developer Never Expected Reality to Look Like Its Video Game, 2020.5.4.
4. gameindustry.biz- Coronavirus-themed game pulled from Steam in China, 2020.4.29.
5. 디스이즈게임@Youtube- "게임, 시대가 낳은 전염병 "가짜뉴스"를 저격하다|이준호의 게임 읽어드립니다,(https://youtu.be/IpSAnnIYoLs), 2020.1.28.

[사회문화] 게임, 코로나19 속 사회적 연대 노력 통해 위상 강화

전 세계적인 코로나19 대유행으로 인해 이동 제한과 사회적 거리두기가 일상화되면서 게임의 순기능에 대한 재조명이 이뤄지고 있다. 미디어로서 게임의 역할과 사회적 연대의 도구로서 게임의 역할이 재발견되고 있는 것이다.
코로나19의 여파를 상대적으로 덜 겪고 있는 게임산업은 기부와 기여를 통해 산업의 위상도 높이고 있다. 그러나 일각에서는 게임산업의 거대한 성과와 시장 가치에 비해 여전히 사회적 책임 측면에서는 미흡하다는 비판도 제기되고 있다. 코로나19를 계기로 게임산업이 향후 사회적 연대와 책임에 일상적으로 동참함으로써 게임을 킬링타임용 콘텐츠가 아니라 주류 문화 콘텐츠로 자리매김하기 위한 노력을 강화해야 한다는 목소리가 크다.

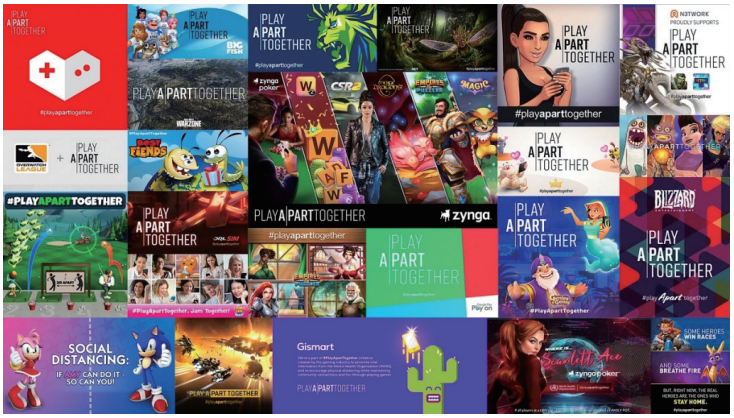
1. 코로나19 팬데믹 속 게임산업의 기여

시장조사업체 NPD 그룹의 보고서에 따르면, 지난 3월 미국에서 게임에 대한 소비자 지출액은 전년 동기 대비 35% 증가한 16억 달러(약 1.9조 원)에 달했는데, 이는 2008년 3월에 이어 역대 두 번째로 높은 월간 실적이다. 코로나19 팬데믹으로 미국을 포함한 여러 국가의 사람들이 강제적으로든 자발적으로든 집 밖으로 외출을 삼가게 되면서 게임업계는 역대급 호황을 누리고 있다.

코로나19 이전 그 어떤 산업보다 내부 경쟁이 치열했던 게임업계는 코로나19 확산 방지를 위해 서로 협력하는 한편, 앞다투어 자발적 기부에 동참하고 있다. 56개 게임업체가 세계보건기구(이하 WHO)의 사회적 거리두기 캠페인 '플레이 어파트 투게더(Play Apart Together)[1]'에

01 '떨어져서 함께 플레이하자'는 뜻으로 코로나19 확산 방지를 위한 사회적 거리두기 운동의 일환이다.

글로벌 게임업계가 동참한 '플레이 어파트 투게더' 캠페인



출처: VentureBeat(2020)

참여하고 있는 것이 대표적 사례다. 일렉트로닉아츠(Electronic Arts), 마이크로소프트(Microsoft) 등 글로벌 게임업체들은 '플레이 어파트 투게더' 해시태그 캠페인을 시작했으며, 코로나19 확산을 늦추기 위해 WHO의 메시지를 전파하는데 집중하고 있다.

게임 제작사부터 퍼블리셔, 게임기기 제조사, 게임 스트리밍 및 e스포츠 운영사까지 다양한 게임산업의 기업들이 다양한 방식으로 코로나19 확산 방지에 주력하고 있다.

징가(Zynga)는 <CSR 레이싱2(CSR Racing 2)> 커뮤니티를 통해 14일간 총 레이스 횟수가 2억 5,000만 회를 돌파하면 BMW Z4를 무료로 제공한다고 발표했으며, 서비스 중인 다른 게임 타이틀에서도 무료로 이용할 수 있는 콘텐츠를 늘릴 방침이다.

페이스북 게이밍(Facebook Gaming)과 그린리트 콘텐츠(Greenlit Content)는 플레이 어파트 투게더 토너먼트를 8주간 진행하는데, 유명 인사들이 <포트나이트(Fortnite)>, <로켓리그(Rocket League)>, <NBA 2K20>, <피파 20(FIFA 20)> 등 다양한 게임을 종목으로 경기를 진행한다.

마이크로소프트, 일렉트로닉아츠 등은 '플레이 어파트 투게더' 캠페인 참가에서 더 나아가 코로나19 구호 활동에 대한 기부 의사를 밝혔다. 마이크로소프트의 엑스박스(Xbox)팀은 엑스박스닷컴에 '서포트 어 히어로(Support a Hero)' 페이지를 만들었다. 또한 플레이어들이 미국 질병통제예방센터(CDC) 재단에 기부할 때 마이크로소프트 리워드를 사용할 수 있도록 했다.

일렉트로닉아츠는 '스테이 홈. 플레이 투게더(Stay home. Play together)'라는 메시지로 유럽 프로축구클럽 20곳으로부터 축구 선수 20명을 초청한 행사를 개최했으며, 해당 행사를 통해 글로벌 기빙(Global Giving)의 구호 기금(Relief Fund)에 100만 달러(한화 약 12억 원)를 기부할 예정이다.

<데스티니(Destiny)>의 제작사 번지(Bungie)는 보건의료 종사자들을 지원하기 위해 개최한 커뮤니티 기금 모금회에서 첫 24시간 동안 35만 달러를 모금했다. 2K는 또한 험블 번들(Humble Bundle)과 파트너십을 체결하고, 지불한 금액에 따라 다양한 게임을 제공하는 '험블 2K 게임 투게더 번들(Humble 2K's Game Together Bundle)'을 공개했다. 이 번들의 매출 중 일부는 코로나19 구호 활동을 펼치고 있는 단체를 지원하는데 전달된다.

얼라이드 e스포츠(Allied Esports)와 클럽 42(Club 42)는 코로나19로 피해를 입은 학생들을 지원하는 재키 로빈슨 재단(Jackie Robinson Foundation)을 위한 기금 마련을 위해 닉에써티(NickEh30), 벅하(Bugha)와 같은 프로 게이머들과 함께 e스포츠 쇼를 운영한다. 스웨덴의 MAG 인터랙티브(MAG Interactive) 또한 4월 10일 <QuizDuel>과 <New QuizDuel> 모바일게임 수익금 전액을 WHO의 코로나19 연대 대응 기금에 기부할 것이라고 말했다.

한편, 코로나19로 인한 교육 공백을 메우기 위한 게임업계의 노력들도 전개되고 있는데, 일례로 마이크로소프트는 학교 폐쇄로 가정에 있는 학생들을 위해 무료 교육 콘텐츠를 <마인크래프트(Minecraft)> 마켓플레이스에 배포 중이다. 게임이용자들은 미항공우주국(NASA)과 파트너십

을 통해 만들어진 콘텐츠를 통해 국제 우주 정거장을 탐색하거나 워싱턴 DC의 주요 명소를 방문할 수 있다. 또한 코딩하는 법을 배우거나 해양 생물학자에 대해서도 배울 수 있다. 이밖에 패밀리 학습 센터를 열어 3세부터 12세까지 즐길 수 있는 학습 자료를 제공하고, 교육기관의 원격 수업과 중소기업의 화상회의를 지원하는 비상 지원센터도 운영하고 있다.

유비소프트(Ubisoft)는 가정에 있는 어린이들을 위한 프로그래밍 학습 게임인 <래빗즈 코딩(Rabbids Coding)>을 무료로 제공하고 있다. 어린이들은 코딩에 대한 사전 지식이 전혀 없어도 게임을 즐기면서 다양한 코딩 실험과 학습을 할 수 있다.

2. 게임에 대한 인식 전환

2.1. 미디어로 진화 중인 게임

게임은 코로나19 이전부터도 온라인 토너먼트, 멀티 플레이어 게임, 게임 커뮤니티 플랫폼 구축 등 새로운 사회적 교류 수단이자 문화 세력으로 부상해왔는데, 이번 코로나19를 계기로 창의적 형태의 엔터테인먼트 미디어로 진화하고 있다.

미국 통신사 버라이즌(Verizon)에 따르면, 격리 조치 시행 후 미국의 게임 이용률이 전주 대비 75% 증가[2]했으며, 무엇보다 미디어로서 게임의 영향력이 확대되고 있는 것으로 나타냈다. 특히 넷플릭스(Netflix)와 같은 OTT 서비스 시청 시간보다 유튜브(YouTube)나 트위치(Twitch)를 통한 게임 동영상과 스트리밍 시청 시간이 더 긴 것으로 드러났다[3].

또한 미국 4대 프로리그의 취소, 하계 올림픽 취소 등으로 e스포츠가 기존 프로 스포츠의 대안으로 주목받으면서 e스포츠 중계에 대한 인기가 높아지고 있다. 일례로 스페인 프로 축구 리그 라리가(La Liga)의 현역 선수 18명이 게임 토너먼트를 조직해 경기를 진행한 게임 방송은 그 시청자 수가 17만 명에 달하기도 했다. 해당 온라인 토너먼트는 TV를 통해 방영됐고, 코로나19 퇴치 기금으로 15만 달러(한화 약 1.8억 원)가 모금되었다.

⑫ 코로나19 방역이 시작된 3월 2주차 오후 7시~11시 온라인게임 사용률은 전주 대비 75% 상승했다.

⑬ 유튜브를 통해 독점 생중계되는 블리자드엔터테인먼트(Blizzard Entertainment)의 인기 게임 <콜 오브 듀티(Call of Duty)>의 e스포츠 대회는 최근 동시 접속자 수 11만 2,000명을 기록했으며, 공식 유튜브 채널의 구독자 수는 88만 2,000명, 조회 수는 1억 3,950만 회에 달했다.

게임업계 전문가들은 최근 한두 달 동안 미국 성인 3명 중 1명이 게임을 하고 있는데, 지금이야말로 게임이용자들에 대한 고정 관념에서 벗어나 이용 중인 게임 플랫폼, 게임 종류, 게임 플레이의 동기를 자세히 분석하고 이를 지속시킬 방안을 모색해야 한다고 강조하고 있다.

2.2. 사회적 연대의 도구가 된 게임

코로나19로 인해 타인과 교류가 현저히 줄어든 상황에서 업계는 게임의 순기능에 다시금 주목하고 있다. 팬데믹으로 인한 특수 상황에서 스트레스를 줄여주고 즐거움과 연결을 통한 사람 간 유대를 강화할 수 있는 도구로서 게임의 가치가 새삼 조명 받고있는 것이다.

닌텐도(Nintendo)의 <모여봐요 동물의 숲(Animal Crossing: New Horizons)>의 역대급 인기[4]에서도 사회적 연대 도구로서 게임의 효과를 확인할 수 있다. 사실 <Animal Crossing> 시리즈는 동물 이웃들과 사귀며 낚시를 하거나 곤충을 채집하는 등 소소한 일상을 꾸려가는 내용이기 때문에 닌텐도의 여타 IP에 비해 지금껏 대중성이 그리 뛰어난 편은 아니었다.

게임의 주요 가치 중 하나가 현실에서 누리기 어려운 무언가 특별한 경

게임의 순기능을 다시금 조명한 <Animal Crossing: New Horizons >

출처: 닌텐도(2020)

04 5월 초 기준으로 <Animal Crossing: New Horizons>의 누적 판매량은 이미 2,000만 장을 돌파했을 것으로 추산된다.

험을 제공하는 데 있다고 한다면, 얼마 전까지만 해도 그에 해당하는 단어는 모험, 전투, 경영 같은 것이었다. 그러나 인류가 겪어본 적이 없는 새로운 감염병의 확산으로 인해 상황은 달라졌다. 이웃과 마주 앉아 담소를 나누거나 한가롭게 동네를 거닐던 과거의 일상 자체가 더 이상 평범한 일이 아니게 된 것이다.

이런 가운데 등장한 <Animal Crossing: New Horizons>은 답답한 현실로부터 탈출하려는 욕구와 더불어 화합과 소통을 통해 소소한 행복을 찾고 싶은 욕구를 동시에 만족시키며 시리즈 20년 역사상 거의 최초로 광범위한 호응을 얻는데 성공했다.

3. 주류 문화로 발돋움 기회, 사회적 책임과 역할의 제고 필요

코로나19 이후 홈 엔터테인먼트 분야 전반이 성장하고 있지만, 그 중에서도 게임 분야는 괄목할만한 성장세를 나타낼 전망이다. 연간 1,430억 달러(한화 약 170조 원) 규모의 매출을 기록 중인 게임 시장은 2019년 기준 전체 엔터테인먼트 시장의 31%를 차지하고 있는데, 2023년에는 36%로 증가할 것으로 기대된다.

리서치 기업 퓨처소스 컨설팅(Futuresource Counsulting)의 모리스 가라드(Morris Garrad) 애널리스트는 수십 년간 지속된 게임산업은 과거의 젊은 세대와 현재의 젊은 세대 모두를 수용하고 있으며, 게임을 낯설어했던 고연령 세대도 캐주얼 게임을 통해 게임시장으로 유입하고 있다고 분석했다.

이처럼 게임시장의 산업적 성과는 매우 높지만, 일각에서는 산업적 가치와 대조적으로 공익적 가치 측면에서는 미흡하다는 비판들이 제기되고 있다. 게임업계가 사회적 공헌 활동을 하고는 있지만 다른 미디어업계보다 미약하다는 의견이 다수이며, 지속적인 성장을 위해서는 사회적 책임을 확대할 필요가 있다는 지적이다.

한국게임학회장인 위정현 교수는 “게임업계의 코로나19 극복을 위한 적극적 지원으로 게임에 대한 사회적 불신과 분노가 옅어지고 있다. 게임산업에 대한 시민들의 인식 개선 등이 게임산업을 둘러싼 사회적 현안 해결에 도움을 주고, 궁극적으로 게임산업이 국민적 지지와 사랑을 받게 되기를 바란다”고 논평한 바 있다. 코로나19를 계기로 게임산업에 사회적 책임이라는 새로운 가치가 공유되고, 이를 통한 향후 지속적인 성장 토대를 구축하기 위한 새로운 시도가 적극 모색되어야 할 시점이다.

참고자료

1. GameDaily.biz- Coronavirus leads to 35% growth for the video games industry, 2020.4.21.
2. Gamesradar- Here’s all the ways the video game industry is helping coronavirus relief efforts, 2020.4.24.
3. Insider- Gaming companies are inserting WHO coronavirus guidance into games in an effort to encourage players to stay home, 2020.3.31.
4. Venturebeat- The DeanBeat: The game industry steps up in the fight against the coronavirus, 2020.4.17.
5. 게임샷- 美 게임업계도 코로나19 확산방지에 동참, 2020.3.25.
6. 뉴스토마토- 코로나19 기부로 ‘사회적 책임’ 힘쏟는 게임업계, 2020.3.2.

[정책] EGDF 설문조사 결과, 팬데믹 속 중소게임사가 직면한 폐업 위기

코로나19로 인한 경제적 충격이 산업 전 분야에 걸쳐 나타나고 있는 가운데, 게임산업은 최소한 피해가 적거나 어쩌면 반사이익을 얻고 있는 업종으로 평가되고 있다. 하지만 코로나19의 영향이 같은 나라 안에서도 모든 사람에게 동일하게 나타나지 않듯, 팬데믹의 영향이 게임산업 내 모든 기업에 비슷하게 작용하고 있는 것은 아니다. 간단히 말해 대형 게임 스튜디오와 인디 게임 개발자가 생각하는 코로나19는 전혀 다른 것일 수 있다.
이런 문제의식에서 유럽의 대표적 게임산업협의체인 EGDF(유럽게임개발자연합)는 코로나19로 인한 게임산업 내 피해 상황을 진단하기 위해 긴급 설문조사를 실시하였다. 조사의 결론은 중소게임사들이 폐업의 위험에 노출되어 있다는 것인데, 유럽뿐 아니라 전 세계 게임산업과 정책 당국이 중요하게 참고해야 할 것으로 보인다.

1. EGDF 단체 소개

유럽게임개발자연합(The European Games Developer Federation, 이하 EGDF)은 쉽게 말해, '게임산업 협의체들의 협의체'다. 유럽 각 국가별로 게임 관련 사업자들의 협의체가 있고, 이 협의체들이 한데 모여 구성된 단체이기 때문이다. 2020년 현재 EGDF에 소속된 유럽지역의 게임협회는 총 18곳이다.

EGDF는 2006년에 설립되었으며, 설립 당시 밝힌 협회의 목표는 크게 3가지다. "첫째, 게임산업을 대중에 홍보하고 엔터테인먼트, 교육, 정보 및 교육 매체로서의 발전을 촉진하는 유럽 게임 개발자들의 대표기관으로 자리매김"하고, "둘째, 비즈니스 및 제작 차원에서 개발 모범 사례

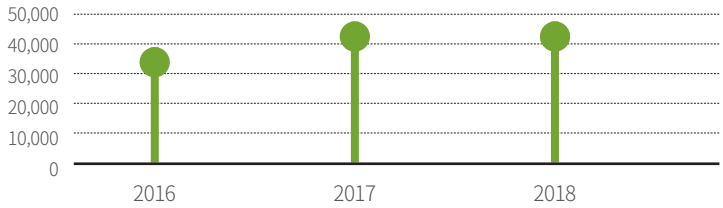
EGDF 소속 게임 사업자간 협의체 명단

협회명	소속 국가	협회명	소속 국가
DEV	스페인	PGDA	오스트리아
DGA	네덜란드	Producent	덴마크
FLEGDA	벨기에	Produsent	노르웨이
GAME	독일	RGDA	루마니아
GDACZ	체코	SGDA	슬로바키아
IIDEA	이탈리아	SNJV	프랑스
MVGSA	말타	Spelplan-ASGD	스웨덴
NEOGAMES	핀란드	TIGA	영국
PGA	폴란드	TOGED	터키

출처: EGDF(2020)

2016~2018 EGDF 연간 로비 금액 추이

(단위: 유로)



출처: LobbbyFacts.eu(2020)

를 공유하고 장려"하며, "셋째, 회원사들의 이익을 대변하기 위한 협의체 차원의 협상력 사용"이다. 이러한 목표 달성을 위해서 현재 EDFG는 연구활동, 법 · 제도 개선 요구, 기금 운용 등의 활동을 벌이고 있다.

유럽권 로비 활동 데이터를 수집하는 포털 사이트 로비팩트(Lobby Facts.eu)에 따르면, EDFG는 2018 회계연도 기준 47,471유로(한화 약 6,400만 원)[1]를 로비 자금으로 사용했다고 한다.

[1] 2020년 5월 환율 적용

2. EGDF의 최신 설문조사 결과 분석

2.1. 설문조사 개요

코로나19가 전 세계, 전 산업 분야에 걸쳐 충격파를 일으키고 있는 가운데, EGDF는 구체적인 실태 파악을 위해 3월 한 달간 유럽 전역 걸쳐 게임 개발 스튜디오 239개사를 대상으로 설문조사를 실시했다. EGDF는 현재 유럽 내 게임 스튜디오의 수를 5천여 개로 추정되하고 있으므로, 설문에는 유럽 내 게임 스튜디오의 약 5%가 참여한 셈이다.

설문조사 결과는 4월 22일, EGDF의 공식 웹사이트를 통해 공개되었다. EGDF의 보고서는 팬데믹 와중에 유럽 내 게임 개발사들이 느끼고 있는 위협을 직접적으로 파악할 수 있다는 점에서 의의가 있다. EGDF의 최신 설문조사 결과를 바탕으로 코로나19가 유럽권 게임산업에 미치고 있는 영향을 살펴보고, 국내 게임산업과 정책당국이 참고할 만한 점을 찾아보기로 한다.

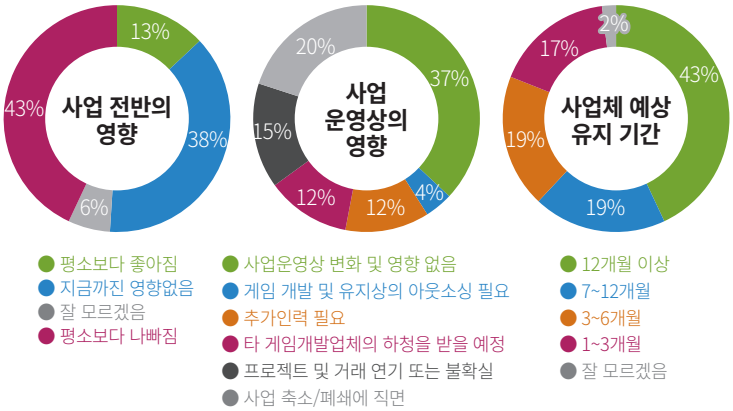
2.2. 주요 내용

◎ 개발사 43%가 코로나19로 사업 위기 겪어

설문결과에 따르면, 응답업체 중 43%가 코로나19로 인해 사업이 '평소보다 나빠졌다'고 답했다. 설문 당시를 기준으로 '지금까지는 영향이 없다'고 답한 비중은 38%, '평소보다 좋아졌다'고 답한 비중은 13%였다. '잘 모르겠다'고 답변한 6%를 제외하면, 거의 모든 유럽의 게임 스튜디오들이 긍정적이든 부정적이든 어느 정도의 코로나19의 영향을 받은 셈이다.

구체적인 영향의 내용은 다음과 같다. 228개 업체 중 '사업의 축소 · 폐쇄에 직면했다'고 답한 비중은 20%였으며, '프로젝트 및 계약의 연기 · 불확실'에 답한 비중은 15%였다. 다른 게임업체의 하청을 받을 예정이라 답한 비중도 12%에 달했다. EGDF는 이를 종합해 약 47%의 유럽 게임 개발사들이 코로나19로 인해 게임 개발이 중단되거나 지연되는 위기를 겪고 있다고 진단했다.

코로나19가 유럽 게임 개발사에 미치는 영향에 관한 설문



출처: EGDF(2020.4)

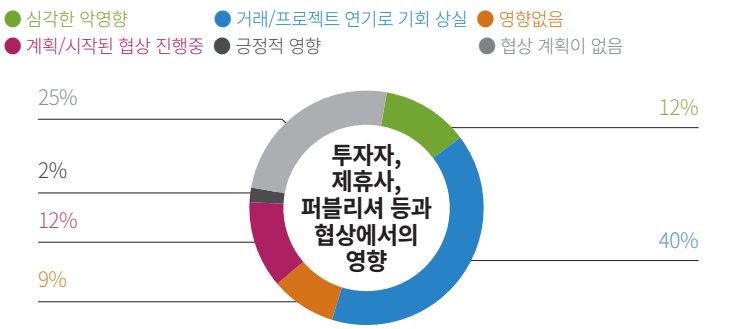
향후 사업체의 예상 유지 기간을 묻는 설문에 응답업체 중 17%는 '1~3개월 이내'라 답했다. 그 뒤를 이어 '3~6개월(19%)', '7~12개월(19%)' 정도만 사업을 유지할 수 있다는 응답이 높게 나왔다. 즉, 향후 12개월 안에 폐업할 수 있다고 판단하는 사업자가 절반 이상인 55%에 달하는 셈이다. 반면, 12개월 이상 사업을 유지할 수 있다고 답한 응답자의 비율은 43%였다.

◎ 투자 위축으로 스타트업 수준의 기업이 큰 타격

투자자, 제휴사, 퍼블리셔 등과 협상에서 코로나19가 미친 충격은 상당했던 것으로 보인다. 응답업체 중 12%는 코로나19로 인해 협상 과정에서 '심각한 악영향'을 겪었다고 답했으며, 40%는 '계약 · 프로젝트의 연기로 인해 기회가 상실되었다'고 답했다. 여기에 더해 EGDF는 코로나19 이후 세계 경제의 불확실성이 가중됨에 따라 투자자들의 투자 활동이 크게 위축되면 스타트업의 생존이 크게 위협받을 수 있다는 전망을 덧붙였다.

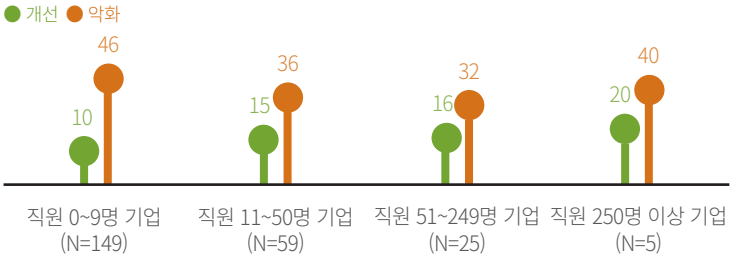
실제 직원 고용 규모별로 응답을 살펴보면, 직원수 0~9명의 소규모 기업(N=149) 중 코로나19로 인해 사업이 '악화'되었다고 응답한 비중은 46%였던 반면, 이보다 조금 규모가 있는 직원수 11~50명의 기업(N=59) 중에는 동일한 질문에 36%가 '악화'되었다고 답했다.

코로나19가 유럽 게임 개발사의 투자, 제휴 등 협상에 미치는 영향



출처: EGDF(2020.4)

직원 고용 규모별 코로나19로 인한 사업 영향에 대한 응답 (단위: %)



주) 직원수 51~249명, 250명 이상의 기업은 사례수 부족으로 해석 주의를 권고

출처: EGDF(2020.4)

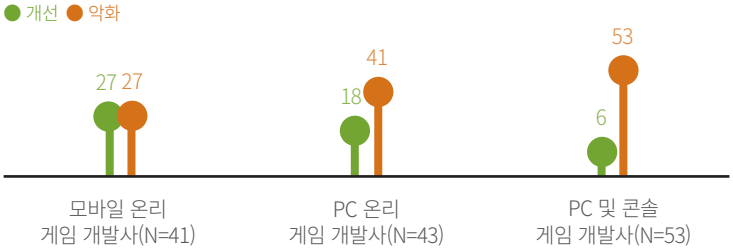
◎ 반사이익은 모바일 게임 스튜디오가 더 커

게임 플랫폼별 코로나19의 영향을 살펴보면, 모바일만 대상으로 게임을 개발해 온 기업(N=41) 중 27%는 코로나19 이전보다 현재(2020년 3월 당시)의 사업 현황이 더 '개선'되었다고 답했다.

반면, PC만 대상으로 게임을 개발해 온 기업(N=34)은 18%, PC 및 콘솔용 게임을 개발해 온 기업(N=53)은 6%만 이전보다 사업 현황이 '개선'되었다고 답했다. 이를 통해 코로나19로 인한 게임 사용량 증가의 혜택을 주로 누린 것은 모바일게임 쪽임을 유추할 수 있다.

EGDF는 이에 대해 대체로 모바일 게임이 무료 다운로드(F2P) 방식의 게임이 더 많기 때문에, 코로나19로 인해 급작스럽게 자택에 격리된 소비

유럽 게임 개발 이해관계자들의 사업 유지 기간에 관한 설문 (단위: %)



출처: EGDF(2020.4)

자들에게 더 많이 선택을 받은 것이라 풀이하고 있다. 반면, PC 및 콘솔 게임 진영은 여전히 물리적 방식으로 유통하는 구조에도 상당 부분 의존하고 있어, 자택에 격리된 사용자들의 선택을 받기 어려웠다는 분석이다.

3. EGDF의 제안과 시사점

3.1. EGDF의 5대 제안

EGDF의 최고운영책임자(COO)이자 핀란드의 게임협의체 네오게임즈(NeoGames)의 수석 정책 애널리스트 자리페카 칼레바(Jari-Pekka Kaleva)는 이번 설문조사를 바탕으로 범유럽 국가 및 유럽연합이 게임산업 지원에 나서야 한다고 주장했다. 그가 제안하는 지원 방안은 다음의 5가지다.

첫째, 기존 게임산업에 투입하던 지원을 거두지 말라는 것이다. 코로나19로 인해 다수의 게임쇼와 축제가 취소 또는 무기한 연기되었다. 이에 따라 유럽 일부 국가에서는 자국 게임기업의 박람회 및 축제 참여를 독려하기 위해 지급한 지원금의 반환을 요청할 수도 있다. 하지만 Jari-Pekka Kaleva는 이러한 반환 요청이 개발 스튜디오의 현금 유동성을 더욱 악화시켜 존폐 위기로 내몰 수도 있다고 경고하고 있다.

둘째, 게임산업에 대한 지속적인 지원이다. 그는 유럽 전역에 도입될 게

임기업 관련 긴급지원을 환영하지만, 대부분은 기업에 필요보다 적은 수준의 금액만 지급될 것이라 예상했다. 이는 유럽위원회(EC)가 유럽 경쟁법상 소속 국가의 중소기업에 대한 정부 지원 기준을 기업당 3년간 20만 유로 이내로 제한하고 있기 때문이다. 유럽위원회가 지원 가능한 범위를 3년간 20만 유로에서 40만 유로 이상으로 늘려야 한다는 게 Jari-Pekka Kaleva의 주장이다.

셋째, 파산 기업에 대한 안전망 구축이다. 코로나19로 인해 게임 기업이 파산할 경우, 사업주가 파산 피해를 최소화할 수 있도록 정부에서 긴급 대출 등의 수단을 제공하라는 것이다. 그는 이를 두고 정부가 스타트업 인큐베이터 역할뿐 아니라 '언큐베이터(Uncubators)'[2] 역할을 하는 것도 중요하다고 설명했다. 정부의 도움으로 피해를 최소화한 기업가는 추후 새로운 창업에 도전하여 그간의 경험을 활용할 수 있다는 의견도 덧붙였다.

넷째, 정부가 2020년 후반과 2021년 상반기까지 게입 기업에 대한 직접 투자를 추진하는 것이다. 이는 코로나19의 위협에서 살아남은 게임 기업들이 상황이 어느 정도 진정되어 민간투자나 파트너십을 찾을 때까지 시간을 벌어주기 위한 것이다.

다섯째, 새로운 공공 벤처캐피털 펀드를 출범시키는 것이다. 코로나19 국면이 끝난 이후에는 민간투자보다 정부 지원금을 찾는 스타트업이 기존보다 더욱 많아질 것이므로, 특히 스타트업에 시드머니[3]를 제공하는 펀드의 중요성이 강조될 것이라는 전망이다.

3.2. 글로벌 게임업게에 주는 시사점

코로나19로 거의 전 산업분야가 막대한 피해를 입고 있는 것과 달리, 게임산업은 포스트 코로나 시대의 신성장 동력으로까지 언급되고 있기도 하다.

우리나라만 해도 문화체육관광부는 "코로나19로 전 세계 경제가 어려운 상황이지만 게임산업은 불경기에도 끄떡없는 산업으로 인정받고 있

[02] 인큐베이터가 기업이 잘 성장할 수 있도록 돕는 것임에 비해, 언큐베이터는 기업이 잘 정리될 수 있도록 지원하는 것을 말한다.

[03] 시드머니(seed money)는 투자자가 회사의 지분을 일부 매입하는 방식으로 투자하는 돈을 말한다. 씨앗(seed)이라는 단어에서 알 수 있듯이 초기 단계의 투자 방식이다. 친구나 가족의 투자, 엔젤 투자, 크라우드펀딩 등도 시드머니에 포함된다.

다”며 “특히 비대면·온라인 경제로의 전환이 가속화됨에 따라 새로운 성장 동력으로 게임산업에 대한 관심이 증가하고 있어 고무적”이라 평하고 있다.

하지만 EGDF의 보고서가 말하고 있듯, 코로나19는 모든 게임 기업들에 동일하게 수혜를 제공하지 않았다. 오히려 작은 규모 기업에게는 존폐의 위협으로까지 작동하고 있다. 이런 상황은 수년 전부터 양극화가 심각한 문제로 지적받고 있는 우리나라도 마찬가지일 가능성이 크다.

포스트 코로나 시대의 신성장동력으로 게임산업을 더욱 활성화하려면, 먼저 게임 기업들의 다양한 목소리를 수렴하고, 기업의 규모와 사업 영역 등을 고려한 적절한 지원이 뒷받침되어야 할 것이다. 대부분의 게임 업체가 문을 닫은 가운데 소수의 기업만 코로나19 이전보다 더 높은 이익을 얻는 상황이 게임산업의 미래가 되어서는 안 되기 때문이다.

참고자료

1. EGDF- EGDF COVID 19 SURVEY, 2020.4.22
2. Gameindustry.biz- EGDF survey shows fear of closure among European studios, 2020.4.22
3. 연합뉴스-박양우 장관 “온라인경제 이끌 게임산업 지원에 속도 낼 것”, 2020.5.22

[정책] '확률형 아이템' 여부 등급 표기 추가, 북미와 유럽의 게임심의기구

확률형 아이템은 오늘날 전세계 게임업계의 '뜨거운 감자' 다. 많은 게임이 어떤 형태로든 확률형 아이템 모델을 도입하고 있다는 사실은, 분명 이것이 효과적인 수익모델이라는 점을 방증한다. 그러나 지나친 과금과 이용시간을 유도한다는 비판을 계속해서 받고 있으며, 무엇보다 확률형 아이템이 도박을 조장한다는 일부 소비자단체의 비난과 규제기관의 판결도 이어지고 있다.
이런 가운데, 북미와 유럽의 게임업계 자율적 게임심의 기구인 ESRB와 PEGI가 등급 표기에 '확률형 아이템' 여부를 표기하는 방안을 내놓았다. 두 기관의 규정 변화 움직임이 향후 게임업계에 어떠한 변화를 일으킬지, 개발업체에는 어떤 영향을 미칠 것인지 관심이 모이고 있다.

1. 북미 · 유럽의 게임심의기구

1.1. ESRB 소개

엔터테인먼트 소프트웨어 등급위원회(Entertainment Software Rating Board, 이하 ESRB)는 미국과 캐나다에 걸쳐 영향력을 지닌 게임심의기구이다. 미국 엔터테인먼트 소프트웨어 연합(Entertainment Software Association, 이하 ESA)의 산하 기관으로 1994년 창설되었다.

ESA 자체가 게임사들의 협의체이므로 ESRB 또한 법적 효력을 부여받고 있지는 않다. 다만, ESRB 등급을 부여받지 않은 게임은 미국 내 가장 큰 오프라인 게임 유통 채널인 게임스탑(Gamestop)을 비롯, 콘솔게임 유통 플랫폼에도 진입이 불가능하기 때문에 사실상 의무규정이라 할 수 있다.

ESRB의 등급 표기

출처: ESRB 공식 홈페이지

현재 ESRB의 게임심의 등급 체계는 ▲전체 이용가 ▲만 10세 이용가 ▲만 13세 이용가 ▲만 17세 이용가▲청소년 이용 불가 등 총 5개로 구성되어 있다. 등급 표시는 게임의 물리적 패키지와 관련 광고, 그리고 온·오프라인 유통 전반에 걸쳐 모두 노출되어야 한다.

등급심의에서는 최소 3명의 심사위원이 채점에 참여하는 것으로 알려져 있다. 이때 심사위원은 반드시 아동을 교육 또는 양육한 경험이 있는 성인으로 구성된다.

1.2. PEGI 소개

범유럽게임정보(Pan European Game Information, 이하 PEGI)는 유럽을 대표하는 게임심의단체로 2003년 유럽 인터렉티브 소프트웨어 협회에 의해 설립된 민간 기구이다. 즉, 이 역시 법적인 구속력을 가지고 있진 않다. 그럼에도 현재 유럽 내 총 34개[1]국이 PEGI 등급을 채택하고 있다.

PEGI의 게임심의 등급도 5개로 분류된다. 단, 이를 분류하는 방식은

01 오스트리아, 벨기에, 불가리아, 캐나다, 키프로스, 체코, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 그리스, 프랑스, 헝가리, 독일, 아이슬란드, 이스라엘, 아일랜드, 라트비아, 이탈리아, 리투아니아, 룩셈부르크, 네덜란드, 폴란드, 포르투갈, 노르웨이, 루마니아, 러시아, 슬로바키아, 스페인, 스웨덴, 스위스, 영국, 우크라이나 등이다.

PEGI의 등급 표기

출처: PEGI 공식 홈페이지

▲3세 이상 ▲7세 이상 ▲12세 이상 ▲16세 이상 ▲18세 이상 등으로 ESRB의 분류 방식과는 조금 다르다.

유럽 대부분 국가들이 PEGI 등급을 사용하긴 하지만, 18세 이상의 등급에 대해서는 국가별로 다시 심사하는 경우가 많다. 즉, 해당 국가에서 사회적으로 도저히 용납하기 어려운 내용을 지닌 게임은 PEGI 등급이 있더라도 유통을 금지할 수 있게 해놓았다. 이는 애당초 PEGI가 그 어떠한 게임에 대해서도 심의를 거부하지 않는다는 원칙을 세워 놓고 있기 때문이다.[2]

2. 양대 기구, 등급 표기에 확률형 아이템 추가

지난 4월, ESRB는 게임 등급 표기 라벨에 '확률형 아이템' 문구를 별도 표기하도록 조치할 계획임을 밝혔다. ESRB의 공식 홈페이지를 통해 공지된 내용에 따르면, 해당 표기는 루트박스(Loot Boxes), 아이템 팩(Item Pack), 미스터리 어워드(Mystery Award) 등 현금으로 구매 시 확률에 따라 결과가 달라지는 모든 아이템에 대해 적용된다. 따라서 ESRB의 정책에 따르는 게임들은 확률형 아이템을 판매 시 게임 패키지, 광고 영상, 공식 홈페이지 등에 표시되는 등급 표기에 "인 게임 구매[3]"와 함께 "확률형 아이템을 포함(Includes Random Items)"이라는 문구를 명시해야 한다.

ESRB 측은 확률형 아이템의 등급 표기와 관련된 공지에서 "이번 문구 추가는 게임이용자뿐 아니라 학부모들을 포함한 모든 소비자를 위한 결정"이라는 설명을 덧붙였다.

PEGI에서도 비슷한 시기인 2020년 4월 13일에 유사한 정책을 발표했다. PEGI 역시 해당 등급 정책을 따르는 모든 게임에 등급 표기와 함께 "유료 확률형 아이템을 포함(Includes Paid Random Items)"라는 문구를 추가하도록 조치했다[4].

단, 기존 DLC[5]나 시즌 패스와 같은 과금 모델에 대해 ESRB와 PEGI 모두 '인 게임 구매'라고만 판단했다. 따라서 DLC와 시즌 패스만 적용된

02 ESRB를 비롯해 다른 권역의 게임심의단체들은 노골적인 성행위나, 극도로 잔인하게 묘사된 폭력 장면 등이 담긴 게임에 대해서는 등급분류를 거부하고 있다.

03 ESRB는 2018년부터 인 게임 구매가 적용된 게임의 등급 표기에 해당 문구를 삽입하도록 요구해 왔음

04 참고로 PEGI는 인 게임 구매 적용 게임은 등급 표기에 심의 내용을 이미지로 표시하도록 조치함

05 Downloadable Contents의 약자로 게임에 패치 등을 통해 콘텐츠를 추가할 경우 요금을 받는 모델을 말한다.

확률형 아이템 여부가 명시된 ESRB의 등급 표기 예시

출처: ESRB 공식 홈페이지

확률형 아이템 여부가 명시된 PEGI의 등급 표기 예시

출처: PEGI 공식 홈페이지

게임의 경우 '유료 확률형 아이템을 포함했다'는 표시를 등급 표기에 하지 않아도 된다.

3. 규정 변화의 영향 전망

확률형 아이템 여부를 게임 등급 표기에 명시하도록 한 두 단체의 조치는 최근 전세계 게임 관련 규제기관들의 움직임과도 상통한다. 여러 국가의 규제기관들이 확률형 아이템이 일종의 도박이 될 수 있다는 태도를 견지하고, 확률형 아이템으로부터 미성년자를 보호하기 위한 법적, 제도적 논의를 추진되는 중이다.

가령 영국 의회 디지털문화체육미디어위원회(Digital, Culture, Media

and Sport Committee, DCMS)는 지난 2019년 10월, 확률형 아이템을 도박 관련 법률로 규제해야 한다는 보고서를 공개한 바 있다. 물론 이는 법적 효력이 없는 권고 수준의 행위이지만, 영국과 유사한 입장을 취하고 있는 규제기관은 앞으로 더욱 늘어날 것으로 예상된다. 심지어 벨기에는 이미 확률형 아이템을 도박으로 보고, 법적으로 강력하게 규제하고 있는 상황이다.

우리나라 규제기관도 이런 흐름에 함께 하고 있다. 공정거래위원회는 개정된 '전자상거래 상품 관련 고시'의 연내 시행을 추진하고 있다. 개정안의 핵심은 확률형 아이템의 정보 공개 의무화에 있다. 문화체육관광부도 5월에 확률형 아이템 정보공개 법제화 내용 등을 담은 '게임산업 진흥 종합계획'을 발표한 바 있다.

물론 이전에도 국내 게임업계는 ESRB나 PEGI와 마찬가지로 확률형 아이템에 대한 자율규제를 시행해 왔다. 그러나 업계의 자율적 규제가 실효성이 작다는 지적은 꾸준히 제기되어 왔다. 그렇다고 해서 강력한 법·제도로 확률형 아이템을 규제하자는 것에 대해 찬성 입장이 마냥 우세한 것은 아니다. 국내법으로 게임을 규제할 경우, 국내법에 저촉받지 않는 해외게임과 국내 게임 사이에 역차별 문제가 발생할 수 있다는 우려 때문이다.

이번 ESRB와 PEGI의 확률형 아이템 문구 추가가 얼마만큼 영향력을 발휘할 지는 두고 봐야겠지만, 확률형 아이템에 대한 시민사회의 우려와 관심이 크다는 사실은 다시 한번 확인되었다. 게임 개발자들은 확률형 아이템 모델 채택에 더욱 신중해지거나, 최소한 정당성을 확보하기 위한 게임 시나리오의 정교화에 힘써야 할 것으로 보인다.

참고자료

1. CBR- ESRB Finally Adds Loot Box Warning to Games - Here's Why That Matters, 2020.4.19.
2. Engadget- Loot box warning added to game rating labels in the US and Europe, 2020.4.13.
3. Lexology- ESRB and PEGI Introduce Loot Box Warnings, 2020.5.4.
4. Eurogamer- UK games will now state if they let you buy random loot boxes and card packs, 2020.4.20.
5. 전자신문- 확률형 아이템 정보공개 공정위 고시, 10월 전후 시행, 2020.5.19
6. 한국게임정책자율기구(GSOK)- GSOK의 자율규제와 합리적 게임 자율규제의 방향, 2020.4.28.
7. ESRB 공식 홈페이지(https://www.esrb.org/)
8. PEGI 공식 홈페이지(https://pegi.info/)

[장르] 코로나19로 숨고르기에 들어간 미국의 데일리 판타지 스포츠

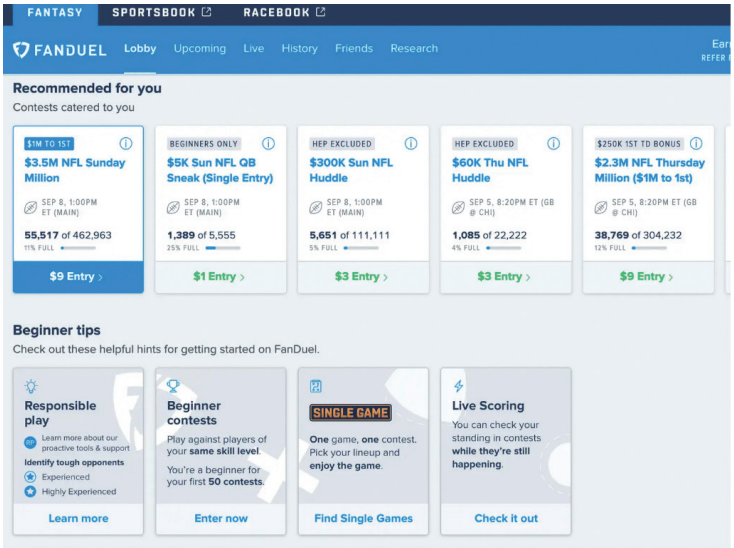
미국에서 실제 스포츠 경기와 선수 데이터에 근거해 하루에서 일주일 내의 단기간 동안 시합을 가상으로 진행한 후 보상을 받을 수 있는 데일리 판타지 스포츠(DFS) 게임이 급부상하고 있다. 미 연방 대법원이 2018년 5월 스포츠 갬블링을 합법화함에 따라 시장이 확대될 계기가 마련된 후, 다양한 업체들이 시장에 진입하면서 생태계가 확장되고 있는 양상이다.
최근 수년간 급성장해오던 DFS 시장은 코로나19 팬데믹으로 주요 스포츠 리그가 중단 혹은 취소되면서 어려움을 겪고 있다. 날마다 축적되는 실제 데이터를 이용해 결과를 시뮬레이션 하는 DFS의 구조상, 입력되는 값이 없어졌기 때문이다. 이 때문에 DFS는 경기가 진행되는 각국의 리그를 찾아 나서고 있고 무관중 경기로나마 열리고 있는 한국 프로야구(KBO)가 DFS에 포함되었다.

1. 데일리 판타지 스포츠(DFS)의 부상

최근 미국에서는 판타지 스포츠 게임의 인기와 스포츠 도박 합법화에 힘입어 단기간의 경합을 특징으로 하는 데일리 판타지 스포츠(Daily Fantasy Sports, 이하 DFS) 붐이 일고 있다.

DFS는 일정 금액을 베팅하고 제한된 드래프트 금액 내에서 선수들을 사들이고 하루 동안 일어난 경기에서 해당 선수의 실제 기록을 종합해 가장 높은 점수를 얻은 이용자에게 판돈이 배분되는 방식으로 진행된다. 이 때 많은 이용자들이 선택하는 인기 선수는 드래프트 금액이 높아지기 때문에 배팅의 성공 확률을 높이기 위해서는 드래프트 금액이 상대적으로 낮으면서도 실제 경기에서는 우수한 성적을 거둘 수 있는 선

FS 서비스 중 하나인 팬듀얼(FanDuel)의 게임 화면



출처: Business Insider(2019.8.30)

수들을 사들여야 한다. 이 과정에서 선수 거래 현황 데이터를 활용하면, 비록 이용자들이 선호하지 않아 드래프트 금액이 낮지만 성적이 우수한 선수들을 가려낼 수 있어 베팅 성공 확률을 크게 높일 수 있게 된다.

DFS는 전통적인 판타지 스포츠 게임에서 파생된 신규 게임 장르이다. 기존 판타지 스포츠 게임에서는 실제 프로 선수 중 이용자가 선택한 플레이어들로 팀을 구성해 실제로 진행되는 스포츠 경기 결과의 데이터를 바탕으로 한 시즌 동안 이용자들 사이의 경쟁이 이뤄진다. 반면 DFS는 일주일이나 하루 단위로 전통적인 판타지 스포츠 게임보다 훨씬 짧은 기간 동안 진행되며 판돈을 걸고 분배하는 방식으로 인해 이용자들을 더욱 게임에 몰입하게 만드는 경향이 있다.

2. 미국의 스포츠 갬블링 시장 합법화 흐름

미국에서는 연방 대법원이 2018년 5월 스포츠 갬블링을 합법화하면서 이 시장에 대한 관심이 높아지고 있는 상태다. 본래 미국에서는 실제 경

기의 승부조작 위험성 때문에 스포츠 갬블링을 강력 규제해왔다. 1992년 프로 · 아마추어 스포츠 보호법(PASPA)을 제정해 네바다, 델라웨어, 몬태나, 오리건 4개 주에서만 스포츠 갬블링이 허용되어 왔다. 그러나 연방 대법원은 지난 2018년 5월 PASPA가 수정 헌법에 위반되며 이에 따라 각 주에 허용 여부 권한을 넘긴다고 판결했다. 이후 뉴저지를 포함한 14개 주에서 스포츠 갬블링이 합법화됐고, 8개 주에서는 합법화 절차를 밟고 있는 것으로 알려졌다.

스포츠 갬블링의 합법화로 인한 시장 변화의 중심에는 DFS가 있다. DFS는 베팅을 하고 배분한다는 점에서 갬블링의 속성을 갖고 있지만 실제 스포츠 게임의 내용과 선수의 기록이 게임 결과에 반영되기 때문에 전적으로 '운'에 의해 좌우되지 않는다.[1]

DFS를 분점하고 있는 업체인 '팬듀얼(Fanduel)'과 '드래프트킹스(DraftKings)'는 DFS가 운이 아니라 기술을 바탕으로 한 게임이라고 주장했으며, 2018년 5월 대법원 판결 이후 두 업체는 뉴저지에서 스포츠 갬블링 애플리케이션과 웹사이트 서비스를 개시하며 시장을 크게 넓혀가고 있다.

미국 게임 협회인 American Gaming Association에 따르면, 2018년 대법원의 합법화 결정 이후 스포츠 갬블링 시장은 현재까지 170억 달러(한화 약 20조 원) 이상의 판돈 형성을 통해 12억 달러(한화 약 14.5조 원) 규모의 매출을 달성한 것으로 알려졌다. 현재 합법화되어 있는 미국 내 주가 14개에 불과하다는 점을 고려하면 이미 상당한 수준에 오른 것으로 분석된다.

3. 양대 업체 주도로 시장 확대 중

미국 DFS 산업을 지배하는 양대 서비스로는 뉴욕에 기반을 둔 '팬듀얼'과 보스턴 지역에 기반을 둔 '드래프트킹스'를 꼽을 수 있으며, 이들 서비스는 각각 별도의 스포츠 갬블링 서비스를 운영하고 있기도 하다. 팬듀얼은 DFS 시장이 형성되던 초기에 설립된 업체로 현재 가장 안정화

01 갬블리에 대한 가장 기본적인 정의는 재물을 걸고 '우연'에 의하여 재물의 득실을 결정하는 행위라는 것이다.

된 DFS 서비스를 제공 중인 것으로 평가된다.

팬듀얼의 2019년 매출은 전년보다 45% 증가한 4억 1,900만 달러(한화 약 5천억 원)로 알려졌으며, 설립 이후 컴캐스트 벤처스(Comcast Ventures), NBC 스포츠 벤처(NBC Sports Venture), KKR 등 투자사로부터 4억 달러(한화 약 4천 8백억 원) 이상의 자금을 유치한 바 있다. 팬듀얼은 NFL, NBA, NHL, MLB, 골프, 테니스, NASCAR[2] 등의 경기 종목을 이용 가능하며 비자, 마스터카드, 페이팔 등의 결제 수단을 제공한다.

드래프트킹스는 팬듀얼의 뒤를 이어 2012년 설립되었다. 그러나 빠른 시간 동안 성장을 거듭해 이제는 팬듀얼과 함께 미국 DFS 시장을 양분하는 업체로 거듭났다. 드래프트킹스의 2019년 매출은 2018년보다 43% 증가한 3억 2,300만 달러(한화 약 4천억 원)로 보고되었다. 드래프트킹스는 2013년 미국 메이저리그로부터 투자받은 것을 포함해 설립 이후 6억 달러(한화 약 7천억 원) 이상의 자금을 유치한 바 있다.

드래프트킹스는 NFL, NBA, MLB, NHL, 골프 등 주요 스포츠에서부터 NASCAR(레이싱), MMA(종합격투기)에 이르기까지 다양한 종목을 지원한다. 사용자는 PC와 모바일 웹사이트, 모바일 앱을 통해 서비스를 이용할 수 있으며, 페이팔, 비자, 마스터카드, 아메리칸 익스프레스, 디스커버 등의 결제 수단을 통해 예치금(Deposit)을 결제할 수 있다.

DraftKings와 FanDuel 업체 비교

업체명	FanDuel	DraftKings
설립연도	2009년	2012년
본사	뉴욕	보스톤
2019년 매출	4억 1,900만 달러	3억 2,300만 달러
투자 유치	설립 이후 4억 달러 이상 자금 유치	설립 이후 6억 달러 이상 자금 유치
특징	예치금 충전 시 보너스 제공, FanDuel 포인트 적립이 특징	프로모션 혜택과 다양한 컨테스트 제공이 특징

출처: 각 사 자료, 언론사 종합

[2] NFL은 미국프로미식축구리그, NBA는 미국프로농구리그, MLB는 미국프로야구메이저리그, NHL은 북미프로아이스하키리그를 말한다.

4. 코로나19로 주춤, 향후 전망은 양호

현재 전통적인 판타지 스포츠 게임, DFS 게임, 스포츠 갬블링 각각의 이용자 기반은 유사한 것으로 파악되고 있다. 시장조사업체 입소스(Ipsos)가 2018년에 판타지 스포츠 및 게임 협회(Fantasy Sports & Gaming Association)의 의뢰로 시행한 조사에서는 현재 스포츠 갬블리을 하지 않는 판타지 스포츠 게임 플레이어의 79%가 자신이 거주하는 주에서 합법화되면 스포츠 갬블링을 할 의사가 있다고 답변하였다.

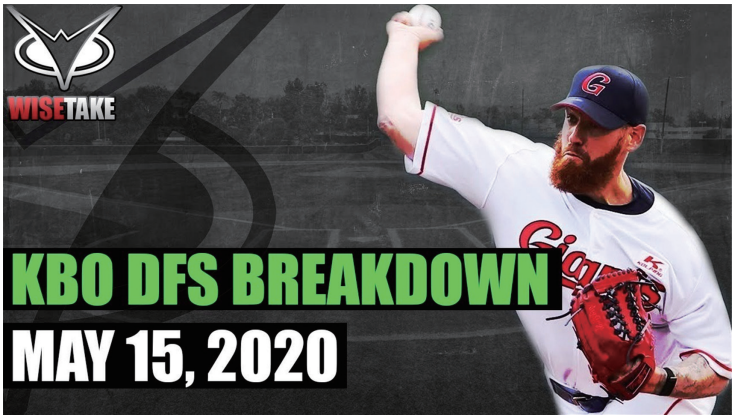
DFS 시장은 연방 대법원의 스포츠 갬블링 합법화에 따라 기존 판타지 스포츠를 즐기던 이용자가 유입되면서 성장을 거듭하고 있다. 또한 팬듀얼과 드래프트킹스로 대표되는 양대 DFS 서비스 제공 업체와 함께 스포츠 경기 데이터를 분석하는 서비스와 각종 상품 판매 업체들이 시장에 진입하며 전체 시장 생태계가 확대되는 결과로 이어지고 있다.

EPSN과 야후!에서는 다양한 스포츠 경기들의 결과와 선수 데이터를 제공하고 있으며, 그 밖에도 DFS에 필요한 데이터를 분석하는 니치 웹사이트들이 크게 증가했다. 머천다이즈 제품 매장과 스포츠 바, 라이브 콘테스트에 이르기까지 DFS 시장 생태계에 합류한 사업자들이 광범위한 팬을 끌어 모으고 있으며, 수익창출에 나서고 있는 상황이다.

한편 급성장하던 DFS 시장에 최근 코로나19 팬데믹은 악재가 되었다. 팬데믹으로 인해 카지노에 직접 가지 않고 온라인으로 즐길 수 있는 소셜 카지노 시장이 크게 성장하고 있는 것과 달리, 실제 데이터를 기반으로 해야 하는 DFS 서비스의 특성상 대부분의 프로스포츠 리그가 중단되자 서비스 운영이 불가능하기 때문이다. 실제 경기 데이터가 반영되지 않는다면, 당연히 데이터의 신빙성에 의문이 생기고, 이는 DFS 업체들이 자신들은 '운'이 아닌 '스킬'에 기반한 서비스라고 강조해 온 것과 배치되는 모순에 처하게 된다.

소위 '3월의 광란(March Madness)'으로 불리는 미국 대학농구(NCAA) 대회가 취소된 것을 필두로, 미국의 프로 스포츠 리그들이 줄줄이 취소와 중단을 발표하면서 DFS 업체들은 해당 리그를 대상으로 하는 서비

미국 DFS 서비스에 포함된 한국프로야구(KBO)



출처: WiseTake

스를 중단하고 모금 금액을 환불하는 조치를 취했다. 대신 경기가 열리고 있는 각국의 프로 스포츠 리그를 포섭하기 시작했는데, 무관중경기로나마 정규 시즌이 열리고 있는 한국프로야구(KBO)도 DFS 서비스에 신규로 포함되었다. ESPN에서 한국 KBO 리그를 중계하는 것이 화제가 되었는데, 여기에는 DFS 시장의 요구도 일부 반영되어 있는 것이다.

팬데믹으로 DFS 시장은 잠시 숨을 고르고 있지만, 장기적인 성장 전망은 여전히 양호한 편이다. 독일 프로축구에 이어 스페인 프로축구리그가 6월 재개 계획을 발표하고, 미국 메이저리그 등도 개막 논의에 들어가 있기 때문이다. DFS 시장의 관점에서 본다면 비록 관중이 없더라도 경기만 치러질 수 있다면 서비스 운영이 가능하기 때문에, 재개되는 리그가 늘어나는 속도만큼 코로나19 이전 수준으로 회복이 가능하다.

이번 코로나19 팬데믹이 DFS 시장의 확대로 이어질 가능성도 제기되고 있다. 앞으로도 팬데믹 또는 그와 유사한 상황이 발생하지 않으리라는 보장이 없고 보면, DFS 업체들은 예상치 못한 리그의 중단 사태에 대비할 방책을 세워 놓아야 할 것이기 때문이다. 이번 KBO의 경우처럼 관심이 상대적으로 덜했던 각국 프로스포츠 리그들이 DFS의 포트폴리오에 편입될 가능성이 높아졌으며, 이는 중장기적으로 DFS 시장이 더 확대될 수 있는 기반이 될 수 있을 전망이다.

참고자료

1. CBS Sports- KBO DFS: Best DraftKings, FanDuel daily Fantasy baseball picks, advice, player pool for May 24, 2020..23.
2. Sports Naut- How the coronavirus impacts betting, daily fantasy sports, 2020.3.13.
3. Business Wire- DraftKings Announces Year End 2019 Results, 2020.3.12.
4. CNBC- Legal gambling from your phone could be a $150 billion market, but making it happen will be tough, 2019.4.27.
5. Online Poker Report- From DFS To Sports To Casino, Cross-Sell Drives Growth For FanDuel Group, 2020.2.27.
6. Techradar- What are daily fantasy sports?, 2020.3.11
7. Vox- The rise of daily fantasy and sports betting has created an economy of its own, 2020.1.29.

[장르] 언택트 시대, 아케이드게임은 지속될 수 있을까?

게임산업은 코로나19 팬데믹의 광풍이 비껴가고 있는 것처럼 보이나, 게임산업 밸류체인 모두가 그렇게 느끼고 있지는 않다. 자가격리가 권고되고 이동이 제한되는 현재 상황은, 게임장을 직접 찾아가야 즐길 수 있는 아케이드게임에 최악의 사업환경이다. 온라인게임과 모바일게임의 득세로 가뜩이나 입지가 줄어들고 있는 아케이드게임업계가 이번 코로나19로 존립 자체를 위협받게 되는 것 아니냐는 분석도 나온다.
그러나 세계 곳곳에서 아케이드게임센터를 운영하는 사업자들은 지금까지 늘 그래왔듯 지역 커뮤니티 사람들의 관심과 지원으로 역경을 헤쳐나갈 것으로 기대하고 있다. 아케이드게임센터가 지역민들의 여가 거점으로서 역할을 이미 상실한 우리나라로서는 아쉽고 부러운 대목이다.

1. 팬데믹, 게임 그리고 아케이드

코로나19가 가져온 자발적 또는 강제적 자가 격리는 여가 시간의 증대를 가져왔고, 그 속에서 자연히 게임이용 시간도 증가하였다. 그리고 그 결과는 팬데믹의 광풍 속에서도 글로벌 게임산업이 역대급 월간 매출을 기록 달성으로 나타났다.

그러나 팬데믹에 의한 반짝 특수를 게임산업 내 모든 밸류체인이 누린 것은 아니다. 단지 다른 게임업체들보다 덜 벌었다는 차원이 아니라, 아예 존립 자체를 위협받고 있는 곳도 있다. 아케이드게임산업도 그 중 하나다.

게임산업이 코로나19의 마수가 비껴나갈 수 있었던 이유는 생산-유통-소비의 전 과정이 온라인으로 이루어질 수 있기 때문이다. 크로스 플랫

폼 게임에 관한 관심이 높아지고 있지만, 여전히 게임산업을 분류할 때 PC, 콘솔, 온라인, 모바일, 아케이드게임이라는 플랫폼 구분이 우선 사용되고 있다. 이들 플랫폼 중 온라인화가 어려운 부분들은 팬데믹의 직격탄을 맞고 있다.

콘솔이나 PC게임 패키지 판매는 오프라인 상점에 가지 않더라도 온라인 구매가 가능하다. 그러나 아케이드게임산업은 팬데믹의 마수를 벗어날 다른 대안이 없다. 아케이드게임은 오직 아케이드게임센터라는 '장소'[1]를 방문해야 즐길 수 있다.

물론 아케이드게임산업 내에서도 입장은 조금 다를 수 있다. 게임 개발사는 아케이드게임기기를 제작하는 대신 게임 소프트웨어만 모바일 앱이나 콘솔용 게임으로 전환할 수 있다. 그러나 아케이드게임산업의 중추는 '아케이드게임센터'를 운영하는 사람들이다. 이 게임센터가 없다면 아케이드게임은 존재할 수 없기 때문이다.

게임산업 전문 미디어 게임인더스트리.비즈(gameindustry.biz)는 주요 국가의 아케이드게임센터 운영기업 및 소유주들에 대한 취재를 통해 아케이드게임업계가 코로나19를 어떻게 대응하고 있는지, 향후 산

영업을 중단한 영국의 게임장 'The Heart of Gaming'

출처:gameindustry.biz

01 물리적인 장소를 직접 방문해야 즐길 수 있는 콘텐츠 산업을 LBE(Location Based Entertainment), 즉 장소 기반 엔터테인먼트라 부른다. 아케이드게임은 대표적인 LBE 콘텐츠다.

업을 어떻게 전망하고 있는지를 담았다. 나라별로 차이는 있지만 대체로 아케이드게임센터 운영자들은 결국 예전 모습을 되찾을 것이라 낙관하는 것으로 나타났다. 그러나 전제조건은 그 시점에 이르기까지 생존할 수 있어야 한다는 것이다.

2. 각국 아케이드게임센터의 팬데믹 대응

2.1. 영국 – The Heart of Gaming

하트오브게이밍(The Heart of Gaming)은 영국에서 가장 오랫동안 남아 있는 게임센터 중 하나로, 한때 빛났던 아케이드 시대를 상징하는 곳이다. 하트오브게이밍은 영국 정부의 광범위한 외출금지 명령[2]에 따라 영업을 중단하였고, 정부에 재정 지원을 신청할 수 있다.

하트오브게이밍은 정부의 명령이 내려오기 1주일 전에 자발적으로 영업을 중단하였다. 정부의 폐쇄 명령이 내려질 것이 확실한 상황에서 굳이 기다릴 필요가 없다고 판단했기 때문이다. 중단 명령이 언제 해제될지는 아직 알 수 없는 상태다.

하트오브게이밍은 언젠가 봉쇄 조치가 풀렸을 때, 여전히 아케이드게임센터처럼 사람이 붐비는 곳에 가는 것을 꺼리게 될 사람들이 마음 편히 올 수 있게 하도록 무엇을 변화시켜야 할지 준비하고 있다.

코로나19는 아케이드게임센터가 앞으로 갖춰야 할 것이 무엇인지 알려주는 역할을 했다. 하트오브게이밍은 앞으로 영업 후는 물론 매장 운영 중에도 게임기기와 주변기기들에 대한 위생 보호 절차는 늘릴 계획이다. 게임장 곳곳의 벽에는 손 소독제 디스펜서가 설치될 것이다. 즐거움을 느끼기 전에 안전함을 느끼게 하는 것이 중요하다는 판단에서다.

2.2. 파키스탄 – Maniax Gaming Hub

파키스탄은 종종 몇 시간씩 정전이 되는 나라이기 때문에 아케이드게

⑫ 영국은 팬데믹 초기에 집단면역을 목표로 했으나 곧바로 정책 방향을 바꿔 집에서 머무르라는 강력한 권고 조치를 했다. 집단면역이란 인구의 60% 이상이 감염되어 자연적으로 바이러스에 대한 항체가 형성되는 것을 말한다.

파키스탄의 최대 게임장 'Maniax Gaming Hub'

출처:gameindustry.biz

임센터가 대중적이지는 않다. 비단 아케이드게임뿐 아니라 파키스탄의 모든 산업에서 지속적인 전기 공급의 확보는 매우 중요하다.

마니악스게이밍허브(Maniax Gaming Hub)는 많지 않은 파키스탄의 게임센터 중에서 가장 큰 곳이다. 어려운 가운데 사업이 점진적으로 나아지고 있었지만, 코로나19로 인한 도시 봉쇄조치로 흑자를 내는 것은 더욱 어려운 일이 되었다.

마니악스게이밍허브는 파키스탄에서 가장 뛰어난 아케이드게임 플레이어들이 자주 가는 곳으로 유명하다. EVO 2019 대회[3]의 철권7 챔피언인 아슬란 애쉬(Arslan Ash)도 이 게임장 출신이다.

파키스탄에서 도시봉쇄 명령은 3월에 내려졌다. 그 전까지 마이악스게이밍허브는 늘 바빴지만 3월 이후로는 할 일이 없는 상태다. 그럼에도 이 업체는 미래에 대해 긍정적인데, 이 시기가 지나고 나면 바깥 공기에 굶주렸던 사람들이 그야말로 미친개떼처럼 몰려들 것이라 기대하기 때문이다.

2.3. 미국 – Arcade UFO

미국의 아케이드게임센터는 양분화되어 있다. 데이브&버스터(Dave&Busters) 같이 미국 전역에 가맹점을 둔 대형 게임센터[4]도 있

03 Evolution Championship Series는 매년 7월 토너먼트 방식으로 미국에서 열리는 대전 격투 게임 대회로, 보통 줄여서 EVO라 부른다. 철권의 개발사인 캡콤은 세계 각지에서 열리는 철권 대회별로 포인트를 부여하는데 EVO에 가장 높은 포인트를 준다.

04 대형 센터들은 아케이드게임을 기본으로 볼링장, VR, 실내카트 등고 함께 레스토랑과 펍을 겸하고 있다. 일종의 실내 테마파크로 볼 수도 있으며, 가족형엔터테인먼트센터(Family Entertainment Center, FEC)로 부르기도 한다.

고, 지역주민들이나 단골손님에 의존해 운영되는 각 지역의 소규모 아케이드게임장들도 있다.

미국에서도 아케이드게임산업은 느리기는 하지만 확실히 사양산업이 되고 있다. 이번 코로나19와 무관하게 이미 작년 9월에 캘리포니아는 물론 미국 전역의 게임 애호가들에게 사랑받던 '슈퍼아케이드(Super Arcade)' 가 영구히 폐업하는 일이 있었다.

텍사스주 오스틴에 있는 아케이드유에프오(Arcade UFO)는 전형적인 지역사회 여가 거점 형태의 게임장이다. 아케이드유에프오는 미국 정부에서 시행하는 '급여 보호 프로그램(Paycheck Protection Program)'에 신청했다. 직원들의 고용을 유지할 수 있도록 급여를 지원하는 이 프로그램은 미국 소규모 기업들의 생명줄이 되고 있다. 그러나 이 급여 보호 프로그램은 선착순으로 지급이어서 모든 기업이 혜택을 받을 수는 없다.

아케이드유에프오 역시 주 정부의 공식적인 영업중단 명령이 내려오기 전에 자발적으로 운영을 중단하였다. 이 게임장이 지역사회에 근거를 두고 있어, 단골손님들의 안전을 위험에 처하게 하면서 영업을 할 수는 없었기 때문이다. 아케이드유에프오는 지역사회가 다시 코로나19 이전 상황으로 복귀하게 되면 자신들의 영업도 다시 회복할 것이라 믿고 있다.

미국의 소기업 급여 지원(해고 방지) 프로그램

출처:SBDC Network

2.4. 일본 – Game Newton

일본 아케이드게임센터들은 일본 정부의 어정쩡한 코로나19 위기 대응 방침 때문에 어려움을 겪고 있다. 일본에서 영업 중단은 명령이나 요구사항이 아니라 요청이다. 정부는 단지 요청만 할뿐, 중단 할지 여부는 영업장이 알라서 결정하라는 것이다. 이 때문에 감염 위험에도 불구하고 많은 업체들이 가게 문을 계속 열었다.

일본의 소기업 금융지원 정책도 너무 늦게 실행되었다. 5월 8일이 되어서야 이용할 수 있게 되었는데, 이미 3월 초부터 수입이 급감한 소기업들에게는 너무 늦은 소식이었다.

일본 기업 유니버설 그래비티(Universal Gravity)는 아케이드게임장인 게임뉴튼(Game Newton) 두 곳과 운영인력 파견 서비스, 다수의 비디오게임 이벤트를 운영하고 있다. 두 곳의 게임뉴튼은 영업을 중단했으며, 인력 파견 요청은 모두 취소되었고, 이벤트 개최도 모두 기약 없이 순연되었다.

상황 타개를 위해 이 업체는 게임튜튼의 트위치 채널을 통해 지역사회의 지원을 요청하고 있다. 이 방식은 이미 일본의 많은 아케이드게임센

트위치를 통해 모금을 하는 일본의 아케이드게임센터

출처:gamenewton@Twitch.tv

터들이 사용하고 있는 방법으로, 온라인을 통해 게임장을 자주 방문하는 사람들에게 도움을 구하고 있다. 이런 모금 활동은 금전적인 도움을 주기도 하지만, 게임센터와 이용자들 간의 유대감을 확인하고 강화할 수 있다는 점에서도 긍정적인 평을 받고 있다.

3. 포스트 코로나 시대의 아케이드게임

3.1. 글로벌 아케이드게임 시장 전망

영국, 파키스탄, 미국, 일본 등 각 지역의 아케이드게임센터들이 코로나19 속에서 보여 준 대응방식에는 한가지 공통점이 있다. 모두 정부의 공식적인 영업장 폐쇄명령이 있기 전에 자발적으로 영업을 중단했다는 점이다.

게임센터의 운영자들은 모두 자신들의 영업장을 둘러싸고 있는 지역사회의 건강을 위험에 빠뜨려서는 안 된다는 판단을 하였다. 그리고 자신들의 이런 판단이 지역사회 내에서 신뢰를 높이고 고객들의 충성도를 높일 것이며, 코로나19가 끝났을 때 사업을 다시 복원시키는 토대가 될 것이라 믿고 있다.

아케이드게임센터는 오랫동안 지역사회 내 여가와 엔터테인먼트의 중심지로 역할을 해왔다. 온라인이 세상을 점령하고 있는 시대에도 게임장을 찾아와 함께 즐기는 것은 아케이드게임센터에 커뮤니케이션이라는 가치가 스며있기 때문이다.

아케이드게임산업은 전세계적으로 속도의 차이만 있을 뿐, 지속적으로 축소되어 가고 있다. 코로나19와 무관하게 진행되어 온 일이며, 이번 팬데믹은 그 속도를 더 앞당기게 될 것이다. 그렇다고 아케이드게임이 사라지는 일도 쉽게 상상하기 어렵다. 게임장은 지역사회 속에서 존재해왔고, 여전히 게임센터의 가치를 알고 찾는 사람들이 존재할 것이기 때문이다.

3.2. 국내 아케이드게임 시장 전망

글로벌 시장에 비해 국내 아케이드게임산업은 일찍부터 쇠퇴가 시작되었다. 동네 오락실들은 이미 자취를 감추었고, 지금은 다운타운가를 중심으로 대형화된 게임센터들 일부가 운영되고 있는데, 그나마 이번 코로나19로 인해 치명타를 입었다.

외국의 아케이드게임센터 운영자들이 의존하고 기대하고 있는 것, 즉 지역사회의 후원과 애호를 국내 아케이드게임업계는 기대할 수 없다는 것도 뼈아픈 지점이다. 아케이드게임센터가 유해업종으로 지정되어 있어서, 정부의 지원금을 이용하는 데에도 크나큰 어려움이 있다.

아케이드게임업계야말로 한국만의 방식을 찾아내는 일이 필요하다. 공간을 방문하여 몸을 움직이며 즐거움을 찾고 싶어 하는 사람들의 요구를 어떤 형태로 담아낼지 업계의 치열한 고민이 필요한 시점이다.

참고자료

1. gameindustry.biz- Arcades vs COVID-19: How communities can save small businesses, 2020.5.14.
2. WDSU News- Future of arcade games may be in jeopardy because of pandemic, 2020.5.20.
3. AMP- Arcades Face New Challenges in the Time of COVID-19, 2020.6.2.
4. Canton Rep- Family entertainment centers struggle amid coronavirus closings, 2020.6.2.

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY