

전주컴퓨터게임엑스포의 현황과 발전방향



전발연 2007 정책연구

전주컴퓨터게임엑스포의 현황과 발전방향

2007.12



전북발전연구원
JEONBUK DEVELOPMENT INSTITUTE

연구진

연구책임 원도연 • 전북발전연구원 지역발전정책연구소장

연구원 이경은 • 전북발전연구원 연구원

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

목 차

I. 연구의 개요.....	2
1. 연구의 목적.....	2
2. 연구의 범위.....	3
II. 전북 IT·게임산업의 현황과 전망.....	7
1. 전북 IT산업의 개요.....	7
1) 전북 IT산업의 개요.....	7
2) 전북 IT산업의 일반현황.....	8
2. 전북 게임산업의 현황과 전망.....	12
1) 우리나라 게임산업의 현황.....	12
2) 전북 게임산업의 발전과정과 현황.....	17
3) 전북 게임산업의 향후 전망.....	21
III. 전주컴퓨터게임엑스포의 발전과정과 전망.....	25
1. 전주컴퓨터게임엑스포(JCGE)의 발전과정.....	25
1) 제1기 : JCGE 창설기(1999 ~ 2002).....	28
2) 제2기 : JCGE 성장기(2003 ~ 2005).....	30
3) 제3기 : JCGE 정체기(2006 ~ 현재).....	33
2. JCGE 2007 평가와 향후 방향.....	35
IV. 전주컴퓨터게임엑스포 혁신의 필요성과 기본방향.....	39
1. 전북의 IT(게임)산업과 JCGE의 방향.....	39
2. JCGE의 사업내용과 관리체계의 변화.....	41
1) 지역특화형 사업으로의 전환.....	41

2) 게임산업의 인력양성.....	42
3) 생활밀착형 사업으로의 전환.....	43
3. 게임엑스포의 방향전환과 JCGE 조직상의 변화.....	44
1) 게임엑스포의 전환.....	44
2) JCGE의 조직적 전환과 방향 : 행사조직에서 사업 및 기획조직으로.....	45
 V. 결론 및 정책제언.....	 49
 <참고문헌>.....	 53

표 차례

<표 1> 지역별 IT산업 현황(2005).....	8
<표 2> 전북 정보통신산업 사업체수 및 종사자수 추이.....	9
<표 3> 전북 IT산업의 부문별 현황(2005).....	10
<표 4> 전북 IT기업의 규모.....	11
<표 5> 게임의 분야.....	13
<표 6> 국내 게임시장 전체 규모.....	14
<표 7> 2006년 국내 게임플랫폼 단위 시장 규모.....	14
<표 8> 국내 게임의 세계시장 점유 비율(2006년).....	15
<표 9> 국내 게임전시회 현황(2007년).....	16
<표 10> 지방자치단체별 게임산업 관련 추진사업 현황.....	17
<표 11> 전라북도 게임관련 주요업체 현황.....	19
<표 12> 전라북도 게임 정규 교육기관 현황.....	20
<표 13> 전라북도 게임업체 대표와 종사자 조사 결과.....	21
<표 14> JCGE 주요 행사진행 현황.....	28
<표 15> JCGE 제1기의 주요 행사와 특징.....	29
<표 16> JCGE 제2기의 주요 행사와 특징.....	32
<표 17> JCGE 제3기의 주요 행사와 특징.....	34
<표 18> JCGE 연간 집행예산 변화추이.....	37

그림차례

<그림 1> 연구의 흐름도.....	5
<그림 2> JCGE의 시기별 발전과정 개념도.....	26
<그림 3> JCGE의 방향과 조직상의 전환.....	45
<그림 4> JCGE 조직위원회와 사무국 조직개편(안).....	46

I. 연구의 개요

1. 연구의 목적
2. 연구의 범위

I. 연구의 개요

1. 연구의 목적

- 전주컴퓨터게임엑스포(JCGE)는 새로운 게임문화를 창조하는 장으로 게임산업을 특화할 수 있는 기회를 제공하고, 게임산업의 발전을 가져올 수 있는 중요한 매개체로서 지역의 대표적인 게임축제임
- 전주컴퓨터게임엑스포는 본질적으로 산업축제를 지향하고 있고 산업축제의 주체는 당연히 기업이 됨. 그러므로 산업축제가 성립되기 위해서는 무엇보다도 기업의 자발적인 참여와 마켓이 형성되어야 하며 그 과정에서 기업은 기술의 진보를 시장에 선보이게 되고 그 자체가 관광상품화하면서 박람회는 관광산업으로 기능하게 됨. 그러나 그 이면에서는 최첨단의 기술을 사고 파는 뜨거운 시장이 형성하게 됨
- 게임엑스포가 맨 처음 논의되기 시작했을 때 전북은 거의 IT산업의 불모지였음. 그러나 당시 한국의 게임시장은 무한한 가능성과 과제를 갖고 있었고, 전라북도과 게임산업의 선구자들 역시 이러한 점에 주목하여 ‘전주국제컴퓨터게임축제 기본계획’을 수립하게 됨.
- 1999년 전주컴퓨터게임엑스포가 태동할 당시 게임엑스포의 목표는 첫째, 게임엑스포를 국제화시켜 한국의 대표적인 게임엑스포로 키우자는 것, 둘째, 게임산업의 자문과 기술지원에 적극적인 역할을 하자는 것, 셋째, 전북 게임산업의 미래를 이끌어갈 인재양성의 메카가 되자는 것 등이었음. 이러한 목표를 반영하여 조직위원회의 최초 법인명은 ‘사단법인 국제컴퓨터게임축제 조직위원회’였음
- 이렇게 시작된 전주컴퓨터게임엑스포는 지난 9년간 다양한 시도를 통해 사업을 다각화해왔고 꾸준히 축제를 개최해 오늘에 이르고 있음. 그러나 그로부터

9년이 지난 지금의 환경은 전주컴퓨터게임엑스포가 처음 출발했을 때와는 많은 차이가 있음. 무엇보다 IT산업이 하나의 단일한 성장산업이라기 보다는 모든 산업의 기반산업이 되었다는 점이 가장 큰 변화임.

- 이러한 상황 속에서 전북의 게임산업을 둘러싼 환경도 그 성과와 한계가 분명해지고 있음. 전북게임산업은 지역게임산업으로서 한계성이 노출되는데다 초기 시장 선점권의 기회상실, 게임산업의 전략적 육성 가치에 대한 확신과 의지 부족, 그리고 게임산업의 특화전략 부족 등 많은 문제점들이 노출되고 있음. 이처럼 위축되고 있는 도내 게임산업을 활성화시키기 위해서는 차별화되고 독창적인 활성화 방안 마련이 시급함.
- 이와 더불어 전주컴퓨터게임엑스포 자체에 대한 전문가들과 도민들의 평가도 다양하게 엇갈리고 있음. 금년도 제8회 전주컴퓨터게임엑스포 행사는 국내 인기 게임업체가 참가하는 등 나름대로 내실있는 행사였다는 평가를 받고 있으나, 여전히 내용적인 측면에서나 조직적인 측면에서 여러 가지 문제점들이 노출되고 있어 총체적인 변화의 필요성이 제기되고 있음. 그런 의미에서 어느덧 8년의 전통을 갖게 된 전주컴퓨터게임엑스포는 어떤 축제인가를 조망해보고자 함.
- 분명한 사실은 지금 전주컴퓨터게임엑스포가 본질적이고 구조적인 변화가 필요하다는 점임. 이 글은 그런 의미에서 지난 8년간 전주컴퓨터게임엑스포의 발전과정과 경과를 살펴보고 구조적 변화의 방향이 무엇인가를 점검해 보는 것이 목적임

2. 연구의 범위

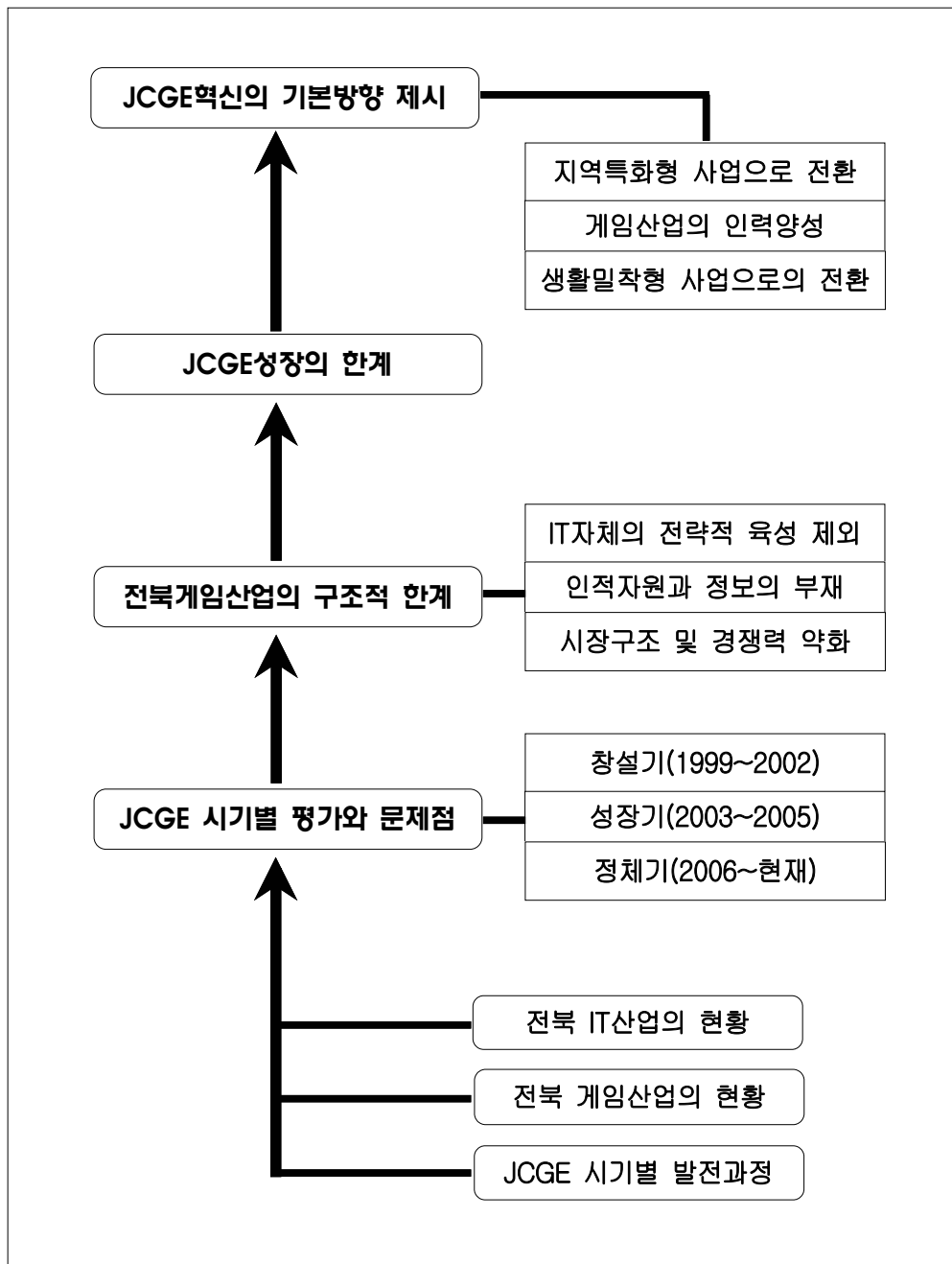
- 본 연구는 그동안의 전주컴퓨터게임엑스포의 현황을 살펴봄으로써 그것의 혁신의 필요성과 발전방향을 진단해 보기 위한 것으로 이를 위해 크게 세가지 문제를 정리해보고자 함.

- 첫번째는 게임산업의 모태인 IT산업의 현황을 알아보고 난 후 게임산업이 어떤 변화를 겪어왔는가를 살펴보는 것인데 여기에서는 특히 전북의 게임산업이 어떤 상황에 놓여 있는가를 검토해보는 것이 핵심임. 두번째는 전주컴퓨터게임엑스포의 지난 8년간의 발자취를 살펴봄으로써 현재 전주컴퓨터게임엑스포 자체가 어떤 상황에 놓여져 있는가를 알아보고자 하는 점임. 그리고 마지막으로 전주컴퓨터게임엑스포의 내용적, 조직적 변화의 방향을 살펴보고자 함

- 이를 살펴보기 위한 기초자료는 관련 문헌 및 백서 등을 활용하였음¹⁾

1) 이 연구의 기초자료는 전북발전연구원이 2006년 정책과제 『전라북도 게임산업 현황 및 경쟁력분석』(이동기박사 책임연구)과 2007년 정책과제 『전북 IT산업의 구조와 발전방향 연구』(김진석박사 책임연구) 그리고 한국게임산업진흥원에서 발행한 『2007 대한민국 게임백서』를 활용함. 특히 2장과 3장의 주요 자료는 이들 자료집에서 인용했으며, 본문에서 일일이 전거를 밝히지 못한 점을 양해바람

<그림 1> 연구의 흐름도



II. 전북 IT · 게임산업의 현황과 전망

1. 전북 IT산업의 개요
2. 전북 게임산업의 현황과 전망

II. 전북 IT · 게임산업의 현황과 전망

1. 전북 IT산업의 개요

1) 전북 IT산업의 개요

- IT산업은 정보기술과 관련된 산업을 포괄적으로 지칭하는 것이었으나 최근 기술의 발전에 따라 정보기술과 통신산업이 급속히 융합되면서 정보산업과 통신산업을 모두 포괄하는 개념으로 사용되고 있음. IT산업은 우리나라 경제의 핵심을 이루는 산업으로 산업 전반에 미치는 파급효과가 매우 크다는 점은 두말할 나위가 없음.
- 그러나 전북의 IT산업은 기반이 매우 취약하여 타지역에 비해 발전이 매우 부진한 실정으로 독자적으로 경쟁력을 확보하기 어려운 형편임. 따라서 지역경제 발전을 위해 IT산업의 체계적인 육성이 필요한 시점에서 전북의 IT산업은 전략산업과 연계가 중요하게 부각되고 있음.
- 다시 말해 전북의 전략산업이 고부가가치 산업으로 성장하기 위해서는 IT와의 융 · 복합화가 필수적인 전제임. 특히 자동차부품 및 기계산업은 부품과 기기의 전자화가 고부가가치 산업으로 발전하는데 핵심적인 요소로 작용하고 있으며, 미래형 자동차 및 정밀기계에 있어서 IT와의 융 · 복합화가 빠르게 진전되고 있는 분야임.
- 또 전북지역에 집적지를 형성하고 있는 농기계산업의 발전에 있어서도 IT기술과의 융 · 복합화는 매우 중요한 요소임. 전통 문화 · 관광 · 영상산업의 경우에도 소프트웨어산업과 직접 연관되는 전략산업으로 전북지역에서도 최근 빠르게 발전하고 있는 유비쿼터스 기술을 지역 관광산업에 적용하는 사례들도 진행되고 있음(김진석, 2007)

- 이렇게 IT산업이 지역의 전략산업 육성에 있어서 매우 중요한 기술임에도 불구하고 전북지역 IT산업의 발전이 부진하여 지역산업 발전에 대한 기여도가 낮은 실정임. 또한 전략산업과 IT산업과의 협력이 원활히 이루어지지 않고 있어 전북의 IT산업을 위한 체계적인 육성 방안 마련이 필요함.

2) 전북 IT산업의 일반현황

- 우리나라 IT산업은 수도권으로의 집중 현상이 두드러짐. 지역별 IT산업의 비중을 보면 2005년 현재 서울, 경기, 인천 등 수도권에 사업체의 74.5%, 종사자의 64.4%, 생산액의 58.9%가 집중되어 수도권 편중 현상이 매우 심각하게 나타남.

<표 1> 지역별 IT산업 현황(2005)

(단위 : 개, 명, 억 원)

지 역	사업체수(개)		종사자수(명)		생산액(억원)	
		비중(%)		비중(%)		비중(%)
서울	7,661	39.5	188,323	26.2	564,750	23.7
부산	675	3.5	14,279	2.0	19,973	0.8
대구	474	2.4	9,458	1.3	20,625	0.9
인천	1,357	7.0	28,926	4.0	47,018	1.9
광주	315	1.6	8,452	1.2	16,352	0.7
대전	480	2.5	10,455	1.5	12,391	0.5
울산	132	0.7	10,811	1.5	37,839	1.6
경기	5,435	28.0	245,535	34.2	793,404	33.3
강원	160	0.8	2,788	0.4	6,043	0.3
충북	475	2.5	30,350	4.2	88,373	3.7
충남	348	1.8	41,352	5.8	204,807	8.6
전북	207	1.1	4,889	0.7	8,622	0.4
전남	162	0.8	1,506	0.2	3,643	0.2
경북	781	4.0	95,654	13.3	470,894	19.8
경남	663	3.4	24,222	3.4	84,926	3.5
제주	70	0.4	665	0.1	1,422	0.1
합 계	19,395	100.0	717,665	100.0	2,381,081	100.0

자료 : 한국정보통신산업협회, 『2006 정보통신산업통계연보』

- <표 1>과 <표 2>에서 보여주듯이 전북의 경우 IT산업의 발달이 타지역에 비해 크게 뒤쳐져 있는 실정으로 2005년 현재 사업체수는 207개로 전국 대비 1.1%, 종사자수는 4,889명으로 0.7%, 생산액은 8,622억 원으로 0.4% 수준에 그치고 있어 제주, 울산, 강원, 전남에 이어 IT산업의 비중이 낮음
- 이는 전국 평균에 비해 크게 미달하는 수준으로 전북 IT산업의 발전이 크게 지체되어 있음을 보여주는 지표임. 특히 사업체수와 종사자수 모두 2000년대를 기점으로 약간의 증가세를 보이다가 그 이후에 다시 비중뿐만 아니라 절대 규모가 감소하고 있다는 점에 주목할만 함

<표 2> 전북 정보통신산업 사업체수 및 종사자수 추이

(단위 : 개, 명, %)

구 분		1996	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
사업체수	전산업 사업체수*	112,970	122,113	121,548	118,429	119,443	119,717	120,165	118,809
	IT사업체수**	177	342	306	334	281	232	200	207
	비 중	0.16	0.28	0.25	0.28	0.24	0.19	0.17	0.17
종사자수	전산업종사자수	467,367	458,658	470,946	468,326	478,066	470,976	472,841	478,547
	IT산업종사자수	2,647	8,818	9,355	6,619	6,844	6,654	4,904	4,889
	비 중	0.57	1.92	1.99	1.41	1.43	1.41	1.04	1.02

자료 : * 전라북도, 전라북도통계연보, 각년도

** 한국정보통신산업협회, 정보통신산업통계연보, 각년도

- 전북 IT산업은 부문별로 보면 정보통신기기 중심으로 발달해 있는 것으로 나타남. 품목별로 보면 전북지역에 어느 정도 집적이 이루어진 품목은 고부가가치 품목보다는 반도체 및 집적회로, 전선 및 광섬유케이블, 고정식축전기 등 부가가치가 낮은 극히 일부 품목에 그치고 있음. 그러나 반도체를 제외한 나머지 분야들은 디스플레이, 무선전화기 등 우리나라의 주력 IT제품들과 큰 차이를 보이고 있음

<표 3> 전북 IT산업의 부문별 현황(2005)

(단위 : 개, 명, 억 원, 천 달러, %)

구 분	전 국	전 북	
			전국대비 비중
사업체수	정보통신서비스	2,876	65 2.26%
	정보통신기기	8,969	56 0.62%
	소프트웨어	5,304	86 1.62%
	계	17,749	207 1.17%
종사자수	정보통신서비스	120,340	530 0.44%
	정보통신기기	477,223	4,052 0.85%
	소프트웨어	120,102	307 0.26%
	계	717,665	4,889 0.68%
생산액	정보통신서비스	490,831	960 0.20%
	정보통신기기	1,689,423	7,419 0.44%
	소프트웨어	200,827	242 0.12%
	계	2,381,081	8,622 0.36%

자료 : 한국정보통신산업협회, 정보통신산업통계연보, 각년도

- 또한 전북의 IT관련 기업의 규모를 보면 전북의 IT기업들은 248개 중 186개 기업(75%)이 2000년 이후에 설립된 기업이며 2004년에 32개(12.9%) 기업이 설립되어 상대적으로 신규설립 비율이 높게 나타남. 1990년 이전에 설립된 기업은 5.6%로 나타나 상대적으로 기업의 연륜이 짧고 벤처형 중소기업들이 다수를 이루고 있음. 특히 분야별로 볼 때 SW 및 CRS 업체가 가장 영세하여 업체당 종사자수는 9.7명, 자본금은 4억 원, 연간 매출액은 8.5억 원 수준에 이르고 있음

<표 4> 전북 IT기업의 규모

(단위 : 명, 백만 원)

구 분	업 체 당 종사자수	업체당 자본금	업체당 매출액
정보통신서비스	18.8	4,401.3	2,293.7
기간통신서비스	266	20,000.0	11,250.0
부가통신서비스	10.2	3,137.5	1,135.3
방송서비스	19.2	6,908.3	3,866.4
별정통신서비스	4.0	300.0	280.0
정보통신기기	52.6	1,568.7	4,990.9
통신기기	14.5	2,129.2	2,526
정보기기	9.5	307.2	1,041.7
방송기기	5.0	-	97.0
부품	82.1	1,638.9	7,490.1
S/W 및 컴퓨터관련서비스	9.7	380.4	847.5
패키지 S/W	6.4	109.7	437.8
컴퓨터관련서비스	12.9	901.1	1,541.2
디지털콘텐츠개발서비스	11.6	122.4	597.0
전 체	23.3	1,553.3	2,278.5

자료 : 전주정보영상진흥원(2006 전라북도 IT산업기반 연구조사 보고서, 2007)에서 재정리

○ 그러나 전북 IT산업이 침체를 벗어나지 못하고 있음에도 불구하고 전북지역에는 대학 및 연구소를 중심으로 연구개발 및 인력양성 기반은 상당한 정도로 구축되어 있음²⁾. 특히 반도체, 텔레매틱스, 임베디드 SW, IT SoC, RFID 등 관련분야에 구축된 연구개발 및 인력양성 기능은 상당한 경쟁력을 갖추고 있어 이를 적절하게 활용하는 IT산업의 육성이 필요함

○ 지금까지 살펴본 전북의 IT산업 발전여건에 대한 실태를 종합해 보면 대체로 산업집적력이 약하고 중소기업이 다수이며, 무엇보다도 특화된 부문이 크게 눈에 띄지 않는다는 점으로 요약할 수 있음. 전북지역은 IT산업이 지역의 전략산업에 포함되지 못하여 IT산업이 독자적인 발전을 이룰 수 있는 산업기반이 미약한 것도 사실임. 또한 산학연 협력체계가 미흡하고 학습 환경도 잘 조

2) 전북지역은 2006년 현재 9개의 종합대학과 13개의 전문대학(기능대학 포함)에서 총 14,034명의 IT분야 인력이 양성되고 있음. 이것은 전북지역 22개 대학생 총 85,958명 중 16.3%에 해당되는 것으로 전북지역 대학에서 IT분야 인력이 풍부하게 양성되고 있다는 것을 알 수 있음

성되어 있지 못한 문제점을 지니고 있음. 반면에 연구개발이나 인력양성은 대체로 원활히 이루어지고 있는 것으로 나타나고 있음

- 따라서 전북 IT산업의 육성을 위해서는 전략산업과의 협력 방안 마련이 무엇보다 중요함. 물론 중요한 점은 IT산업을 전북의 전략산업의 하나로 설정하기 보다는 기반사업으로서의 기능적 연계성을 높이는 방향으로 설정하는 것임
- 그 밖에 산학연 협력체계의 구축, 전문인력의 양성, 기술이전 및 경영지원 등의 마련도 요구됨. 또 IT산업을 중심으로 지역의 전략산업과 융·복합화를 종합적으로 기획하고 추진하기 위한 기관설립도 매우 절실함

2. 전북 게임산업의 현황과 전망

1) 우리나라 게임산업의 현황³⁾

- 게임산업은 멀티미디어, 디지털, 네트워크 기술 등 다양한 첨단기술과 엔터테인먼트 요소가 결합된 서비스라 할 수 있으며, 게임 상품을 기반으로 개발·제작·배급·유통을 하는 사업을 의미함. 게임산업은 지속적인 성장세를 보여주고 있으며 긍정적인 효과와 부정적인 효과가 공존하면서 사회적 관심이 더욱 증대되고 있음
- 게임산업은 문화콘텐츠 OSMU(One-Source Multi-Use)⁴⁾의 핵심 산업이자, 21세기 국가성장의 동력으로 급속히 성장하고 있고, 많은 국가들이 게임산업을 차세대 성장 동력으로 육성하고 있음. 우리나라도 지속적인 해외 수출액의 증가로 경쟁력을 높여가고 있으며, 2006년에는 ‘게임산업진흥에 관한 법률’이 제정되어 세계 게임 강국으로 나아가기 위한 새로운 도약의 시기로 삼고 있음

3) 한국게임산업진흥원 『2007 대한민국 게임백서』 참고

4) 하나의 소재를 게임, 애니메이션, 완구 등 다양한 연관 산업에 적용하고 시기를 조절하여 상품을 출시하여 시너지 효과를 극대화하는 문화콘텐츠 산업의 주요 마케팅 전략

- 익히 알려진 사실이지만 한국게임산업진흥원은 게임산업을 콘텐츠를 유통하는 게임 플랫폼⁵⁾에 따라 온라인게임, 모바일게임(휴대폰게임), 비디오게임(콘솔게임), PC게임(PC패키지게임), 아케이드게임(게임장게임, 오락실게임, 게임제공업용게임) 등 크게 5가지로 구분하고 있음

<표 5> 게임의 분야

구 분	정 의
온라인게임	원격지에 떨어져 있는 서버급 컴퓨터에 통신망을 통해 접속하고 서버에 접속되어 있는 많은 수의 이용자들이 동시에 진행하는 게임
모바일게임	휴대용 전화기나 개인휴대단말기로 무선인터넷 게임 서비스를 제공함
비디오게임	TV나 모니터에 연결할 수 있는 전용게임기기를 기반으로 다양한 게임을 팩이나 CD 혹은 DVD형태로 제공하는 게임
PC게임	개인용 컴퓨터를 기반으로 작동하는 게임물로서 PC를 기반으로 한다는 점에서 온라인게임과 유사하나, PC게임은 게임 프로그램이 CD등 저장장치에 수록되어 유통되는 게임이라는 점에서 차이가 있음
아케이드게임	오락실이라고 하는 게임장에 설치된 게임으로 동전을 투입하여 일정 시간 내에 능력에 따라 즐기는 게임

자료 : 한국게임산업진흥원, 『2007 대한민국 게임백서』

- 2006년 국내 게임시장 규모는 7조 4,489억 원에 이르고 있음. 그 중 5개 플랫폼에 의한 게임 제작·배급 매출 규모는 2조 8,796억 원(38.7%), PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 등에 의한 소비·유통시장 규모는 4조 5,693억 원(61.3%)을 구성하고 있음. 분야별로 살펴보면, 아케이드게임장이 2조 6,770억 원으로 전체의 35.9%를 점유하여 2005년에 이어 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 게임 플랫폼 중에서는 온라인게임이 1조 7,768억 원으로 61.7%를 차지하여 2005년에 이어 지속적으로 1위를 이어가고 있음

5) 게임이 운용되는 하드웨어 등을 지칭하는 말

<표 6> 국내 게임시장 전체 규모

(단위 : 억 원)

구 분		매출 규모			2006년도 점유 비율
		2005년	2006년	성장률	
제작·배급	온라인게임	14,397	17,768	23.4%	23.9%
	모바일게임	1,939	2,390	23.3%	3.2%
	비디오게임	2,183	1,365	-37.5%	1.8%
	PC게임	377	264	-30.0%	0.4%
	아케이드게임	9,655	7,009	-27.4%	9.4%
소비·유통	PC방	19,923	18,647	-6.4%	25.0%
	아케이드게임장	37,966	26,770	-29.5%	35.9%
	비디오게임장	358	276	-22.9%	0.4%
합계		86,798	74,489	-14.2%	100.0%

자료 : 한국게임산업진흥원, 『2007 대한민국 게임백서』

<표 7> 2006년 국내 게임플랫폼 단위 시장 규모

(단위 : 억 원)

구 분	매출 규모	점유 비율
온라인게임	17,768	61.7%
모바일게임	2,390	8.3%
비디오게임	1,365	4.7%
PC게임	264	0.9%
아케이드게임	7,009	24.3%
합계	28,796	100.0%

자료 : 한국게임산업진흥원, 『2007 대한민국 게임백서』

- 또한 국내 게임업체들의 지속적인 해외 진출로 2006년 세계 시장에서 한국게임은 7.8%를 점유하고 있음. 그러나 국내 아케이드게임시장의 구조조정이 본격화되면서 2007년까지는 4.2%로 대폭 줄어들 것으로 예상됨⁶⁾. 하지만 2008년부터 다시 증가세를 회복하면서 4.8%로 비중이 증가하고, 2009년에는 5.5%에 이를 것으로 전망

6) 국내 아케이드게임시장은 2006년 사행성게임인 ‘바다이야기’ 파문으로 구조조정을 겪었기 때문에 이로 인해 게임시장규모가 전반적으로 축소되고 침체되는 원인이 됨

- 전반적으로 2006년 국내 게임시장은 지난해보다 규모가 축소되었으나 그 속에서 성장을 주도한 것은 온라인게임과 모바일게임이었음. 특히 국내 게임산업에서 온라인게임은 2005년에 이어 2006년에도 가장 큰 시장규모를 나타냄. 2006년 게임산업의 총 시장규모 7조 4,489억 원 중 온라인게임시장은 1조 7,768억 원 규모로 전체 게임산업의 23.9%에 달하고 있음
- 이렇듯 게임시장에서의 온라인게임의 성장세는 두드러져 PC방에서 대부분의 게임이용자가 온라인게임을 이용한다는 점을 감안할 때, 국내 온라인게임시장은 PC방과 온라인게임 생산 매출을 합한 규모로 산정할 수 있음. 이렇게 볼 때 온라인게임시장은 3조 6,415억 원 규모로 전체시장의 48.9%로 나타남. 이는 전체 게임시장의 절반에 육박하는 것이며, 향후에도 온라인게임 집중현상은 더욱 심화될 것으로 예상됨
- 아울러 온라인게임 수출은 약 6억불로 전년 대비 29.7%의 높은 성장을 기록하고 있어 2006년 현재 한국의 세계 온라인게임 시장 점유율은 18억 6,100만 달러로 1위를 차지하였음⁷⁾. 모바일게임은 미국, 일본, 중국에 이어 4위의 규모를 차지하는 것으로 나타남. 아케이드게임의 경우 6위의 규모를 차지하는 것으로 추정되며, 비디오게임과 PC게임의 경우 15위권에 머무름

<표 8> 국내 게임의 세계시장 점유 비율(2006년)

(단위 : 억 달러)

구 분	아케이드 게임*	PC게임	온라인게임**	비디오게임	모바일게임	전 체
세계 게임시장	327.05	32.51	51.03	300.56	34.74	745.89
국내 게임시장	35.37	0.28	18.61	1.43	2.50	58.19
점유율	10.8%	0.9%	36.5%	0.5%	7.2%	7.8%

자료 : 한국게임산업진흥원, 『2007 대한민국 게임백서』

* 아케이드게임에는 게임장 매출이 포함됨(카지노류의 소비매출은 제외)

** 온라인게임은 PC용 네트워크게임의 Subscription(게임/PC방) 매출로 산정(해외 온라인게임 시장은 가입비, 아이템구매, 광고수익 등이 포함된 수치이며, 국내 시장규모에 PC방 매출액은 미포함)

7) 일본 게임시장의 경우 실제로 한국 시장의 3배에 달하는 규모를 갖고 있으나 온라인게임 시장규모는 약 1억 6,000만 달러로 한국의 10% 수준에 불과함

- 이같은 국내 게임산업의 저변확대에 힘입어 게임산업에 대한 관심이 더욱 증폭되면서 업체와 이용자간 그리고 업체간 쌍방향 커뮤니케이션을 원활히 하기 위한 비즈니스의 장으로써 게임전시회를 개최하고 있음. 게임전시회는 게임을 단순한 오락의 차원을 넘어 하나의 문화체험으로 자리매김하는 축제의 장으로써의 성격을 강화시킴

<표 9> 국내 게임전시회 현황(2007년)

전시회명	특징과 주요 전시
국제게임전시회 G★(STAR)	2005년 국내 게임전시회 통합으로 국제규모 전시회 발족 목표를 세움 - PC/온라인 게임 등 게임관련 전시 일체 - 엔터테인먼트 및 교육용 게임 소프트웨어 등
전주게임엑스포 (JCGE)	전라북도에서 게임산업 육성을 위해 2000년부터 지원, 개최 - PC게임, 온라인게임 등 게임관련 콘텐츠, 기기 - JCGE e-Sports Championship 게임대회, 게임콘텐츠공모전 등
대구국제게임쇼 (DENPO)	대구에서 전략산업으로 육성 중인 문화산업의 국내외 활성화를 위해 개최하는 게임 전시회. 1~5회는 '대구 e스포츠 페스티벌'과 게임쇼인 'DENPO'로 나눠 열렸으며 2006년부터는 '이펀(e-fun)'으로 브랜드를 통합함
WCG (World Cyber Games)	전세계적인 e-sports 대회로 2000년 World Cyber Games Challenge 이래로 매년 개최
DICON (Digital Content Expo)	문광부가 후원하고 한국문화콘텐츠진흥원이 주최 - 모바일관 등 전시와 비즈니스 상담 - 애니메이션(2D/3D 애니메이션, 플래쉬 등) - 게임(온라인게임, 비디오게임, PC게임 등) - 디지털음악, 에듀테인먼트 교육용게임 등
SOFTEXPO & DCF	1997년 국내 IT업체 및 관련 산업의 지원과 육성 시작, 정부주도 전문 비즈니스 전시, 최근 게임부분의 전시를 강화하고 있음

자료 : 이동기, 『전라북도 게임산업 현황 및 경쟁력분석』 재수정

- 이와 같이 게임산업은 여타의 문화산업보다 높은 비중을 차지하고 있는 문화 콘텐츠로서 이에 대한 세계시장의 전망도 매우 밝은 편임. 2007년 북미 시장 조사 업체인 DFC 인텔리전스가 발표한 바에 따르면 최근 전세계 온라인게임 시장 규모가 5년 뒤인 2012년까지 3배 성장할 것으로 전망됨. DFC는 전세계 온라인게임 시장 규모는 2006년의 45억 달러(약 4조 1,700억 원, DFC 자체 집계)에서 2012년이 되면 130억 달러(12조 460억 원)로 3배 가까이 성장할 것으로 전망

- 서비스 실시 10년을 맞은 한국 온라인게임은 자기 성장을 넘어 새로운 산업을 창출하고 다른 산업에까지 엄청난 영향력을 행사하고 있음. 일정 정도 포화상태에 이른 국내 시장 상황을 극복하기 위한 활로 모색으로써 다양하고 공격적인 해외시장 개척은 앞으로도 꾸준히 이루어질 전망이다

2) 전북 게임산업의 발전과정과 현황⁸⁾

- 지방자치단체들 역시 게임 산업을 첨단 성장 동력 산업으로 인식하면서 게임 관련 산업유치전에 적극적으로 뛰어들고 있음. 그러나 일부 지방도시는 장기적 안목 없이 서둘러 사업을 발표함으로써 비효율적으로 운영되는 모습을 보이는 것도 사실임

<표 10> 지방자치단체별 게임산업 관련 추진사업 현황

지방자치단체	추진사업내용
대 구	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 게임생산 및 연구기관 확보 ◦ 국내외 선도기업 유치를 통한 게임중심도시 이미지 메이킹 ◦ 대구게임 페스티벌 개최 ◦ 게임아카데미 운영 등을 통한 전문인력 양성
광 주	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 게임산업 인력육성 및 게임엔진 응용기술 개발 ◦ 국제게임기술세미나 개최 ◦ 게임제작, 장비지원사업 운영
시 흥	◦ 게임테크노파크, 게임스튜디오 조성 등 국제게임시티 건설 목표
대 전	◦ 대규모 e 스포츠 테마파크 e메트롬 계획 발표
인 천	◦ 송도 신도시 게임영상 중시의 디지털 엔터테인먼트 클러스터 추진-외자유치 실패
수 원	◦ 게임산업단지 조성 계획
서 울	◦ 2009년까지 구로 스포츠 콤플렉스(가칭) 내 e스포츠 전용경기장 건설 계획 발표

자료 : (재)한국게임산업개발원 ‘게임산업 TREND(2006년 1/4분기)’ 참고

- 전라북도 또한 게임 산업 정책의 일환으로 2000년부터 전주컴퓨터게임엑스포를 개최해 많은 사람들에게 게임에 대한 인지도를 높이고 게임업체들의 홍보를 통해 게임산업 발달에 기여하는데 앞장서고 있음. 또한, 전주정보영상진흥

8) 이동기 『전라북도 게임산업 현황 및 경쟁력분석』 설문조사 자료 참고

원을 2001년 9월에 설립하여 창의적인 아이디어와 뛰어난 자질을 갖춘 예비 창업자를 비롯해 사업화 단계에 있는 유망 벤처기업의 지속적인 성장도모를 위해 교육 컨설팅, 장비, 시설 등의 자원과 경영 및 기술지원, 정보제공, 마케팅, 최종 코스닥, 나스닥 상장 또는 M&A 등을 통해 성공할 수 있도록 체계적으로 지원하고 있음

- 그러나 전라북도의 게임 산업은 게임 산업의 고부가가치성 및 경제가치의 극대화 가능성으로 인한 시장 진입과 경쟁력 약화 구조로 인한 쇠퇴라는 이중적인 관계 속에서 변화에 직면하고 있음
- 전북발전연구원이 2006년 전라북도 게임산업의 현황을 12개 게임업체(실제 방문조사 결과 6개 업체가 설문에 응답함)를 대상으로 조사한 결과를 보면, 전북 게임산업의 현황과 향후 발전방향을 미루어 짐작할 수 있음. 먼저 전라북도 게임업체의 절반 이상이 게임개발 건수 5건 미만으로 영세성을 면치 못하고 있으며, 그중에는 모바일 게임이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타남. 그리고 콘텐츠 개발사가 3개소, 모바일게임과 온라인게임을 모두 개발하는 개발사는 4개소, 온라인 게임 개발사는 2개소, 3D솔루션개발사는 1개소, 무응답 1개소로 나타남
- 게임업체의 매출액 현황을 보면 전라북도 게임업체는 1억에서 8억에 이르는 연매출을 올리고 있는 것으로 나타나고 있으나, 조사대상 6개의 업체 중 2006년에 설립된 업체(이모션게임)를 제외한 5개 업체의 2005년도 매출액은 1억 미만이 40%를 차지하고 있고, 매출액 평균은 약 2억 원에 그치고 있음. 매출규모로 보아 전북의 게임업체는 소규모 영세업체가 대부분임

<표 11> 전라북도 게임관련 주요업체 현황

업체명	주력사업	매출액	종업원수	수상실적	개발콘텐츠수 (개발중콘텐츠)
(주)클리퍼	모바일게임개발	-		-	-
(유)엔와이텔	모바일콘텐츠 개발	8억	20명	-	모바일 5개
(주)모아지오	모바일게임개발	3억 (작년 기준)	8명	2004년정보통신장 관배우수게임상, 2004년 KTF 와일 드LCD위피	모바일 13개
(주)드림모션	모션캡처 및 3D솔 루션 개발	-		-	-
(주)CHEntertainment	모바일게임 PDA, 스마트폰	-		닌텐도 게임보이 콘텐츠 상정	-
(주)휴먼미디어테크	교육용 게임, 온라인게임개발	5억	13명	게임 산업 개발 원 기능성게임우수상, 에듀테인먼트 콘 텐츠 제작지원사 업 2회	에듀게임 5개
이모션게임	모바일게임 3D,2D온라인게임	신규	11명	-	모바일 3개 온라인1개
레몬	모바일게임	45억 (작년 기준)	35명		모바일게임 20 개(대략)

자료 : 자체조사 결과(전주 게임엑스포 조직위원회)

- 전라북도 게임업체 종사자 수의 경우에는 게임업체의 개발프로그램과 사업연한 등에 따라 게임업체 종사자 수에 변동이 있고, 이들 근속기간의 매우 빈번한 이동으로 인하여 파악하는데 한계가 있었음. 이는 전라북도의 게임산업 기반이 점차 약화됨에 따라 취업구조의 열악성으로 인해 인력의 공급과 수요의 부조화가 발생하기 때문인 것으로 보임
- 다음으로 전라북도 게임관련 교육기관 현황을 보면, 고등학교 1개소, 전문대학 3개소, 4년제 대학교 5개소로 총 9개소에 이르고 있음. 2005년을 시점으로 게임관련학과가 타과로 통합되거나 조정·신설되고 있는 등의 변화를 겪고 있고, 게임인력 양성은 전문대학에서 증대하고 있는 추세를 보여줌
- 게임교육 기관은 컴퓨터 공학계열, 예체능(특히 디자인)계열로 대별되며, 특히

컴퓨터 공학계열에 집중되고 있는 것은 컴퓨터 · 통신 관련 응용소프트웨어 개발 측면이 강한 특성을 가지고 있기 때문인 것으로 보임. 게임관련학과가 컴퓨터 공학계열뿐만 아니라 예체능계열에 분포하여 학과가 개설된 것은 응용 학문으로서 컴퓨터 게임에 접근하고 있기 때문임

<표 12> 전라북도 게임 정규 교육기관 현황

학교명		학과명	세부전공	설립년도	재학생수	졸업생수
고등학교	한국게임과학 고등학교	게임과	게임기획 게임 프로그래밍 게임그래픽 게임음악 e-sports	2004	450	-
전문대학	서해대학	모바일컴퓨터				-
	벽성대학	군특수 가상현실		2007년 학생모집 예정		
	군장대학	컴퓨터 응용	컴퓨터게임전공			
대학교	(원격대학) 원광디지털대학교	게임학과	게임학과	2001	58	28
	에원예술대학교	만화게임영상학부	게임애니메이션			
	호원대학교	컴퓨터게임학부	게임디자인전공	2006년 게임관련 학생모집	24명	-
	전주대학교	영상콘텐츠학과				
	우석대학교	게임콘텐츠학과		2006	17	-

자료 : 이동기, 앞의 자료에서 인용

- 마지막으로 전라북도 게임개발 업체의 대표와 종사자를 대상으로 한 설문조사 결과를 살펴보면, 먼저 조사에 응답한 게임개발 업체들은 전라북도 게임산업의 미래에 대해서 절반이상이 크게 기대하고 있지 않는 것으로 나타났고, 게임산업의 경쟁력 부분 역시 낮게 생각하고 있는 것으로 나타났음. 그리고 전북지역 게임산업의 활성화를 위해서는 저예산 게임 콘텐츠 제작비 지원과 전주컴퓨터게임엑스포 기능 전환이 필요한 것으로 나타났음
- 종사자의 경우에도 전라북도 게임산업의 미래에 대해서 크게 기대하고 있지 않는 것으로 나타났고, 전북 게임산업의 경쟁력에 대해서도 경쟁력이 다른 지역에 비해 낮다고 응답함. 전라북도 게임 산업의 활성화 방안에 대해서도 특수목적형 기능성 게임 특성화 추진, 저예산 게임 콘텐츠 제작비 지원, 투자

유치, 전주컴퓨터게임 엑스포의 기능 전환 필요 등을 지적하고 있음

<표 13> 전라북도 게임업체 대표와 종사자 조사 결과

	게임업체 대표 조사 결과	게임산업 종사자 조사 결과
전북 게임산업의 장래성	낙관적이지 않으며 경쟁력도 낮게 평가	기대하고 있지 않으며 경쟁력도 낮게 평가
전북 게임산업 인적자본	부족한 것으로 평가	부족한 것으로 평가
전북 게임산업의 가장 큰 문제점	전문인력 유출의 심각성	전문인력 유출의 심각
전북 게임산업 활성화 방안	저예산 게임 콘텐츠 제작비 지원, 전주컴퓨터게임엑스포 기능 전환이 필요	특수목적형 기능성 게임의 특성화 추진, 저예산 게임 콘텐츠 제작비 지원, 투자유치, 전주컴퓨터게임엑스포의 기능 전환 필요

- 전북발전연구원이 이 연구결과를 토대로 전국 광역단체들의 게임산업 경쟁력 지수를 평가한 결과 전북은 40점 만점에 18.17점으로 12위를 기록해 다른 지역에 비해 열위에 있다는 사실이 확인됨⁹⁾

3) 전북 게임산업의 향후 전망

- 전라북도 게임산업은 시장 및 유통구조, 사업 환경 및 경쟁역량 측면에서 국내 다른 지역에 비해 열위에 있는 것으로 평가되고 있음. 무엇보다 게임 산업을 포함한 문화콘텐츠 관련 사업체가 수도권, 특히 서울에 집중되어 있어서 물리적인 경쟁력을 갖추기가 어렵다는 점이 가장 큰 문제
- 이로 인해 지방 문화 콘텐츠 산업은 지역내 전문기업 유치의 부진, 일정 규모 이상 성장한 전문 기업들의 역외 유출, 지역 기업들의 기술력 · 경쟁력 취약 등의 문제를 안고 있으며, 문화 산업 단지를 중심으로 산업 집적기능도 미흡

9) 전북발전연구원(이동기, 『전라북도 게임산업 현황 및 경쟁력분석』)에서는 게임산업의 경쟁력을 분석하기 위해 美 하버드대 마이클 포터 교수의 다이아몬드 모델을 근간으로 함. 게임산업의 경쟁력 지수는 서울특별시(28.93점)>제주도(23.08점)>대전광역시(20.83)>...>전라북도(18.17)>...>인천광역시(14.60점)의 순으로 나타남

한 현실임. 또한 네트워크 부족 등의 문제점도 계속 지적되고 있음

- 물론 이는 전북에만 국한된 사항이 아니라 서울을 제외한 모든 지역의 애로점으로 심지어 수도권인 수원이나 기타 경기 지역의 지자체도 공통적으로 겪고 있는 사항임. 그럼에도 불구하고 문화콘텐츠 산업은 지역경제 활성화와 문화정체성 확립을 위해 중요한 산업이며 디지털 컨버전스 시대를 맞아 발전 가능성이 크게 높아지고 있다는 점에서 IT 기반 문화콘텐츠 관련 산업의 일정한 육성과 보호는 반드시 필요한 실정임
- 전북의 경우 온라인 게임중심으로 자생적인 성장을 보이고 있으나, 저예산과 적은 인력으로 산업화 가능한 모바일게임의 성장을 위한 산업기반이 미약하고, 게임전문가 교육과정 및 기관이 부재한 것도 어려움을 가중시키는 요인임. 따라서 문화산업과 기타 전략산업의 기반산업으로서 게임산업을 활성화시키기 위해서는 무엇보다 전라북도의 게임인재들을 수용할 수 있는 산업기반시설과 전문가 과정의 교육기관이 반드시 필요한 상황임
- 특히 인재양성 분야에서는 전북이 전국 평균을 상회하는 좋은 조건을 가지고 있다는 점도 잊지 말아야 함. IT산업의 초기에 인력양성을 위한 학교 관련 학과 수, 그리고 매출액을 내는 중견 업체의 존재 등으로 매우 유망한 조건에 있었으나, 이를 체계적으로 지원하고 육성하는데 실패하고 있다는 점은 향후 전북의 IT산업 추진전략에 대한 방향성을 제시해 줌
- 결과적으로 전북은 게임 산업의 전략적 육성 가치에 대한 확신과 의지가 부족한 상태라고 할 수 있음. 지역 게임 산업의 성공을 위해서 가장 중요한 것은 IT산업이 모든 산업의 기반산업이라는 확고한 사업전망과 강력한 추진력임. 특히 모든 지역이 비슷한 조건에 놓여 있다는 점에서 이같은 열정과 의지는 IT산업의 틈새를 뚫는 중요한 전략적 관건이 될 수 있음. 정치, 경제, 사회, 문화적 소외와 농업 기반의 산업 낙후조건을 가진 아일랜드가 게임 산업을 비롯한 디지털 콘텐츠 산업을 육성하기로 결정한 것은 좋은 시사점이 될 것임

- 게임 산업은 세계적으로 매우 빠른 시간에 성장하여 산업 수명이 짧고 세대간 이해의 격차가 크다는 특징을 갖고 있음. 그럼에도 불구하고 게임 산업의 성장성과 규모는 영화산업을 훨씬 능가하고 있고, 세계적으로는 2002년을 기점으로 반도체 산업 총생산량을 상회하기 시작하였음
- 이미 세계적으로 산업의 발전 방향이 지식기반 산업으로 이동하고 있고 게임 산업은 다른 제조업과 달리 기반 인프라 기술이 없이도 빠르게 진입할 수 있는 분야인 것도 사실임. 결국 문제는 인적 자원과 소프트웨어적인 기술과 노하우가 경쟁 장벽이 되는 분야라는 것임. 게임산업은 단위 투입당 고용효과 면에서도 타 산업에 비하여 유리한 조건이기 때문에 외국에서도 아일랜드 등 기존 제조업 기반 산업의 경쟁력이 취약한 지역에서는 이를 전략적으로 육성하고 있음
- 또한 무엇보다도 게임산업은 타 산업과의 연계성을 가지고 추진할 때 시너지 효과가 더욱 높을 수 있음. 전북지역은 게임 관련 학과가 많이 있고, 게임업체 수로 보아도 서울 부산 대구 다음으로 많은 수를 유지하고 있었으나, 초기의 적극성 인식 부족으로 실기한 측면이 있음. 대구의 경우 부시장이 직접 나서서 계명대 캠퍼스 내에 대구진흥원, 누리사업 유치 등 적극적 활동을 펼치고 산업 육성을 독려해 옴
- 무엇보다 중요한 것은 특화 전략임. 먼저 국가적 차원의 조건과 상황을 정확히 인식하고 전북의 지역현실에 맞는 게임산업 발전방향을 찾는 것이 중요함. 특히 최근 IT산업이 기반산업으로 각 산업의 기초분야로 발전하는 한편, 지역 주민들의 정보화 지원으로 전환하는 생활밀착형 산업으로 발전하고 있다는 점에 주목할 필요가 있음. 다만, 게임산업의 전문인력을 육성하기 위해서는 곳곳에 산재해 있는 프로그램과 예산을 통합하고 보다 구체적이고 분명한 전망과 가능성을 가진 전문가 및 기업을 선별 지원하는 엘리트 교육시스템이 필요한 상황임

III. 전주컴퓨터게임엑스포의 발전과정과 전망

1. 전주컴퓨터게임엑스포의 발전과정
2. JCGE 2007 평가와 향후 방향

Ⅲ. 전주컴퓨터게임엑스포의 발전과정과 전망

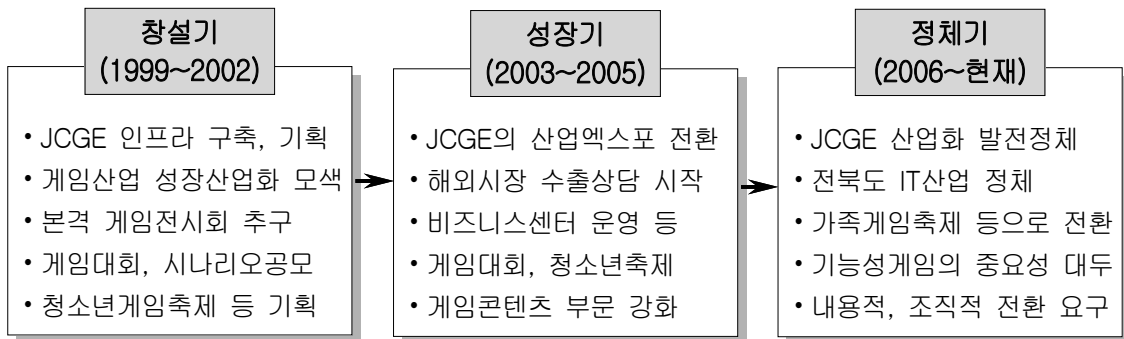
1. 전주컴퓨터게임엑스포(JCGE)의 발전과정

- 전주컴퓨터게임엑스포(이하 JCGE)가 처음 논의되기 시작한 것은 1999년. 게임산업의 가능성에 주목한 전주 일대의 몇몇 활동가들이 전라북도를 설득하고 포럼과 세미나를 통해 여론을 선도하면서 게임엑스포는 전라북도의 전략사업 중 하나로 떠오르게 됨.
- JCGE는 1990년대 말 당시 문화영상이 종합적으로 펼쳐졌던 전주영상축전에 지역특화라는 명제가 부여됐을 때 부각됨. 당시 춘천은 애니메이션으로, 부산과 부천은 영화제로 지역의 문화특화가 이미 이루어지고 있었고 게임은 다양한 가능성에도 불구하고 지방에서 외면받던 문화콘텐츠였음. 그러나 게임이 무한한 잠재력과 고부가가치를 지니고 있다는 점에 착안하여 도내 곳곳에서 설득작업을 벌인 후 2000년 JCGE가 화려한 막을 올리게 됨
- JCGE는 게임산업의 장래 가능성을 홍보하고 정책비전을 제시하여 전진기지로서의 인지도를 높여 관련 산업 육성기반을 조성하고, 아이디어와 기술력의 홍보를 통해 게임 수요를 확대시켜 투자자 유치의 기회를 가지며, 지역주민은 건전한 여가활동으로서의 게임을 재인식하고 올바른 게임의 활용 방법에 대한 교육의 기회를 가진다는 목표 아래 출발함
- 이러한 과정을 거쳐 1999년 10월 조직위원회 창립총회가 열리고, 그로부터 1년여 후인 2000년 8월 ‘사단법인 국제컴퓨터게임축제 조직위원회’가 법인설립을 마치면서 사업이 본격적으로 출발. 2회 대회부터는 축제에서 엑스포라는 이름으로 명칭을 바꾸면서 본격적으로 게임전시회를 추구하기 시작함
- 이후 한 차례의 조직변경(2002년 11월 (사)전주컴퓨터게임엑스포조직위원회로 명칭변경)이 있었고 다양한 사업들이 계속 추가되거나 발굴되면서 JCGE는

8년여의 세월을 지나고 있음. 그러나 여전히 지역행사라는 한계를 벗어나지 못하고 제자리 걸음을 하고 있다는 평가를 받게 됨에 따라 내용적, 조직적 변화가 요구되고 있음.

- 그동안의 JCGE의 경과를 개략적으로 정리해본다면 대략 다음의 세 단계를 거쳐 진화, 발전해왔다고 볼 수 있음

<그림 2> JCGE의 시기별 발전과정 개념도



- 첫 번째 단계는 조직위원회가 구성된 1999년부터 2002년까지의 시기로 볼 수 있음. 이 시기는 대회 ‘창설기’로 불릴만 한데 원대한 목표와 그 목표를 달성하기 위한 다양한 시도가 있었음. 그러나 이 시기는 JCGE가 앞으로 어떤 조건을 만나게 될 것인가를 함축적으로 보여주는 시련과 진통의 시기였음
- 두 번째 단계는 2003년부터 2005년까지로 ‘성장기’로 불릴 수 있는 시기임. 이 시기는 창설기의 시행착오를 바로잡으면서 조직위원회를 새로 정비하여 게임대회를 중심으로 확대 개편하는 등 한편으로는 내용적으로 볼 때 콘텐츠 중심으로의 이동이 있었고, 다른 한편으로는 해외시장을 직접 공략해보는 실험도 동시에 진행된 시기였음. 즉 이시기는 JCGE가 본격적인 산업화로 연결되는 중요한 계기가 됨
- 세 번째 단계는 2006년부터 현재까지의 시기로 ‘정체기’의 성격을 가짐. 이

시기에 JCGE는 이전보다 더욱 다양한 콘텐츠를 제공하고 관람객 수에 있어서도 역대 최대 관객을 동원하는 등 가시적인 성과를 보여주기도 했으나, 특화전략 부족 등 한계성 노출로 여전히 회의와 비판적 시각이 뒤따르고 있었음. 따라서 이시기에는 내부적으로는 전북 IT산업의 전반적인 고전과 정체에 영향을 받아 JCGE 또한 성장의 한계에 부딪히게 되었고, 대외적으로는 해외 시장과 국내기업의 무관심 속에서 새로운 활로를 모색해야 하는 과제를 안고 있었음

- 이와 같이 JCGE는 초기에 실무진들 간에 손발이 맞지 않아 처음 두 번의 대회를 치르면서 여러 가지 어려움이 반복되었고, 게임콘텐츠 공모전의 경우 첫 회 참여(13편)가 저조하여 시상규모를 축소하여 시행하는 등 행사 초기에는 여러 가지 준비 부족으로 인해 진행이 부진하였고 성과가 미미했음. 2002년 대회부터는 그 규모를 축소하는 대신 좀 더 구체적인 주제를 가지고 진행되면서 이전 대회에 비하여 다소 차별화된 지역게임쇼의 모습을 갖추어가기 시작함
- 2003년 대회부터는 어린이날을 기념하여 전북지역 어린이들에게 재미있는 행사를 만들고자 게임대회만을 따로 떼내어 익산에서 열게 됨. 게임콘텐츠 공모전의 참가도 눈에 띄게 증가하여 매년 증가 추세에 있고, 2006년 하반기부터는 비슷비슷한 다른 지역의 게임쇼와의 차별화를 두기 위해 기능성 게임 산업¹⁰⁾에 중점을 두기 시작함

10) 게임 산업의 성공 요인 중의 하나는 바로 초기 진입을 추진해야 하는 것임. 이러한 초기 진입이 가능한 게임산업의 특성화 분야로는 기능성 게임 등 블루오션 분야를 발굴하는 전략이라고 할 수 있음. 기능성 게임은 전북이 JCGE 고유의 색을 내기 위한 특화전략으로 주력하고 있는 분야로 단순히 게임만이 아닌 의료, 교육, 사고 예방 등 게임의 순기능을 내포하고 있는 게임장르임.

<표 14> JCGE 주요 행사진행 현황

행사 프로그램	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
투자설명회/세미나/ 포럼/간담회/워크숍	2회	1회			1회		1회	4회
해외바이어 투자설명회				진행 (30명 참가)	진행 (43명 참가)	진행 (50명 참가)	진행 (27명 참가)	
게임콘텐츠 공모전		진행 (접수13편)	진행 (접수 93편)	진행 (접수106편)	진행 (접수62편)	진행 (접수146편)	진행 (접수145편)	진행 (기능성게임)
게임캠프 및 게임스쿨		진행	진행	진행	진행	진행	진행	진행
상반기 게임대회(익산)				진행	진행	진행		
e스포츠게임대회	진행	진행	진행	진행	진행	진행	진행	진행 (전국대회)
전주컴퓨터게임엑스포	진행	진행	진행	진행	진행	진행	진행	진행 (메이저참가)
국비사업추진								3건

○ 이렇게 JCGE는 8회의 대회를 치르는 동안 전반적인 행사규모가 축소되는 경향을 보이고 있으나 초기에 수도권업체들의 참여가 저조했던 것과 달리 점차 메이저급 업체의 참여가 증가하고 있는 것으로 나타남. 특히 해외 수출 계약이 늘어나고 있음. 그러나 게임산업의 전략적 육성 가치에 대한 확신과 의지 부족 그리고 게임산업의 특화전략 부족 등 많은 한계에 직면하게 되면서 내용적, 조직적인 변화가 요구되고 있음

1) 제1기 : JCGE 창설기(1999 ~ 2002)

○ 전라북도에서는 1999년 JCGE를 처음 공식적으로 제안하면서 ‘21세기는 문화의 세기로 미래형 영상 문화산업이 국가 경제와 국민생활의 중심으로 부상될 전망’이며, 따라서 ‘지역 전략지식산업의 하나로 게임산업을 육성’ 하겠다는 목표를 세움. 이 목표에 따라서 첫 번째 JCGE가 <전주국제컴퓨터게임축제>라는 이름으로 2000년 10월 20일부터 5일간 열리게 됨

<표 15> JCGE 제1기의 주요 행사와 특징

구분	주요 행사 및 특징
전주국제 컴퓨터게임축제 (2000.10.20~24)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 게임전시회의 성공을 위한 기업접촉 치중, 산업적 의미 강조 ◦ 게임전시회 : 50개업체 125부스(국내 44개, 해외 6개) <ul style="list-style-type: none"> - 게임개발관, 개발장비전시관, 게임교육관, 잡지관, 캐릭터관, 창업지원관, 게임체험관, 게임스쿨관 등 구성 ◦ 게임대회(StarCraft게임대회), 게임시나리오 공모전, CCGF 세미나, 게임산업투자 설명회 등 개최 ◦ 전주 BIG페스티벌, 캐릭터 분장대회, 애니메이션 전시, DDR 경연대회, 게임스쿨, 게임스크린쇼 등 이벤트 진행
전주컴퓨터 게임엑스포 2001 (2001.9.7~9)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 1회 대회와 내용적으로 큰 차이 없음. 오히려 행사 기간 축소 ◦ 게임전시회 : 46개 업체 및 7개 기획관 120부스(국내 46개) ◦ 게임대회(공식종목 : 아트록스, 임진록2+, 카운터 스트라이크, 시범종목 : God of Fishing), 게임 공모전, 게임산업발전 세미나 등 개최 ◦ 전야제, 비행시물레이션관, 게임캐릭터페인팅, 프로게이머와 함께하는 게임 체험 & 팬사인회, 3D 영상영화 상영 등 이벤트 진행
전주컴퓨터 게임엑스포 2002 (2002.11.8~10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 교육기능 대폭 강화(게임에듀오피아(Game-Eduopia)), 축제의 성격과 정체성 여전히 논란 ◦ 게임전시회 : 39개업체 및 6개 기획관 60부스 <ul style="list-style-type: none"> - 기업전시관, 게임체험관, 모션캡처관, 게임스쿨관, 게임중독상담관, 공모전전시관, 영상관 등 구성 ◦ 게임대회(유니버설코만도, 워크래프트3, 큐티큐티, 뿌바, 온라인봄버맨, 라그하임 등 6종목), 게임 공모전, 해외바이어 상담 등 개최 ◦ 거리 이벤트, 페이스페인팅, 프로게이머팬사인회, 코스프레, 영상관 운영 등 이벤트 진행

- 제1회 대회는 국내용이 아닌 국제적 수준의 Trade only show가 필요하다는 기획하에 그 명칭도 <전주국제컴퓨터게임축제>라는 이름으로 개칭됨. 그러나 방대한 목표에 비해 조직위원회의 정비와 운영의 부족 등 비전문성의 문제가 대두되면서 여러 가지 문제점이 발생하게 됨
- 제1회와 제2회 대회에 대한 여론은 대체로 호의적이었음. 언론은 이 행사를 풍성한 볼거리와 신나는 축제의 장을 연 행사로 평가했고, 전라북도에서도 도민들의 게임에 대한 인식의 지평을 넓힌 행사로 자리매김하였다는 호의적인 평가를 내림
- 그러나 내용적으로는 업체의 지역행사 참여 기피, 게임대회 및 공모전의 참여

도 저조 등의 문제가 내재되어 있었고, 특색 없는 행사라는 일부 비평도 나옴. 여기에 수도권업체의 지역행사 참여기피로 전시참가업체 섭외에 어려움을 겪었고, 때마침 각 시도의 유사 게임 관련 행사의 난립으로 전국적인 관심도 받지 못하는 형편이었음. 여기에 게임공모전은 참여 저조로 시상규모를 축소해야 했고, 조직위원회의 실무조직도 채 완성되지 못한 상태에서 행사를 치러야 했음

- 결국 1회와 2회 대회를 치르면서 기획의 중요성이 새삼 강조되었고 간판 참여업체가 있어야 한다는 지적도 나오게 됨. 이 과정에서 건전 게임문화 교육 사업이 추가되었고, 행사추진 주체도 전라북도가 좀 더 적극적으로 개입하여 전체 대회의 위상을 높이는 방향으로 대안이 제시됨
- 1회와 2회 대회의 문제점을 안고 2002년 제3회 대회가 ‘게임에듀오피아 (Game- Eduopia)’라는 주제로 열림. 제3회 대회는 축제의 교육적 측면과 지역게임산업 활성화에 초점을 둬. 이는 당시 컴퓨터 게임에 대한 비판적 여론을 해소하기 위한 것으로 건전하고 교육적인 게임에 목표를 둔 것이었음. 따라서 컴퓨터 게임을 하면서 자연스럽게 학습 효과를 얻을 수 있는 에듀 게임에 중점을 두었고, 또한 게임 중독 상담실을 운영하여 게임중독 진단 테스트 등을 받는 등 시민친화력을 높이는데 집중함
- 그러나 이 세 차례의 대회는 향후 JCGE의 전망에 어두운 그림자를 남기게 됨. 무엇보다 업체들의 반응이 싸늘했고 축제의 정체성은 계속 흔들렸음. 축제에서 엑스포로 전환하면서 궁극적인 목표를 무엇으로 볼 것인가에 대한 기본입장이 정리되지 못한 채 사업의 목표가 흔들리고 일관성이 무너지는 결과를 가져오게 됨

2) 제2기 : JCGE 성장기(2003 ~ 2005)

- 2003년의 JCGE는 ‘게임과 함께하는 새로운 영상문화체험’이라는 주제로 열리게 됨. 주제가 암시한 바와 같이 지역의 게임산업 활성화에 초점을 두어 행사

규모는 다소 축소하되 지역게임 위주 전시 및 게임대회와 이벤트를 진행한 것이 특징. 특히 2003년 엑스포는 단순한 게임쇼가 아닌 산업과의 연계를 시도하는 B2B, 즉 게임 바이어들과 게임개발업체를 연결하는 비즈니스 장 마련에 기대를 둔 행사였음

- 조직적으로는 조직위원회를 개편한 후 사무국을 정비하고 기획팀 위주로 치른 첫 번째 행사였음. 지역특화형 프로그램의 의지도 곳곳에서 나타남. 지역게임 산업의 육성을 위주로 행사가 기획되었고, 게임대회는 익산과 전주에서 각각 열려 모두 10종목으로 확대함. 특히 익산지역의 참여가 두드러졌는데 익산에서는 5월 5일 ‘문화관광부장관상 2003 JCGE E-Sports Championship 익산시대회’¹¹⁾라는 이름으로 행사가 열림. 전주게임엑스포 익산시대회는 청소년 놀이문화로 자리잡은 게임을 건전한 이-스포츠(e-sports) 문화의 장으로 자리잡을 수 있도록 JCGE의 게임대회만 별도로 떼어 열린 것임
- 여기에 한중 비즈니스센터가 운영되어 산업화의 목표를 분명히 하는 의미를 갖게 됨. 핸드폰을 통한 모바일 게임 개발을 전문으로 하는 (주)클리퍼와 정보영상문화원이 한·중 비즈니스센터를 통해 30만 달러에 달하는 중국시장 진출 계약을 성사시켰고, 도내 온라인 게임업체인 (주)쓰리디캠넷이 개발한 온라인 밀리터리 게임인 ‘유니버설 코만도’가 중국업체와 50만달러 상당의 퍼블리셔 계약을, (주)다이스넷 엔터테인먼트는 일본의 Thomas Cubrics사와 게임개발에 대한 투자계약을 성사시켜 5억원에 달하는 금액을 투자 받기로 하는 등 가시적 성과가 잇따름
- 이러한 변화는 전라북도와 JCGE의 자신감을 높이는 계기로 작용함. 전라북도는 향후 JCGE를 일본 도쿄 게임쇼 등과 같은 국제적인 행사로 육성하겠다는 목표를 세우게 됨. 여기에 디지털 콘텐츠 공모전 참가자의 수준도 한층 높아져 가장 성공적인 대회로 평가받는 계기가 됨. 따라서 JCGE 2003은 게임 콘텐츠 확보와 해외시장 진출의 메카라는 두 가지 성과를 거두었다는 평가를 받

11) 익산 게임대회는 첨단 디지털 영상 문화산업의 중심지로 발돋움하고 있는 전라북도 지역의 게임산업 활성화를 위하여 마련하게 되었으며, 어린이날을 기념하여 전북지역 어린이들에게 재미있는 행사를 만들고자 기획. JCGE가 2003년 행사부터 처음 마련한 대회.

음. 이 대회 직후인 2002년 12월 JCGE의 조직위원회 공식명칭은 ‘사단법인 전주컴퓨터게임엑스포조직위원회’로 바뀌게 됨

<표 16> JCGE 제2기의 주요 행사와 특징

구 분	주요 행사 및 특징
전주컴퓨터 게임엑스포 2003 (2003.10.24~26)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 게임산업적 측면 강화를 위해 비즈니스센터 등 운영 ◦ 게임전시회 : 35개업체(기획전시와 일반전시 구분) <ul style="list-style-type: none"> - 기획전시관(게임체험관, 에듀게임관, 모바일체험관, 가상현실체험관, G2 Zone 게임 & 시네마인터랙티브관, 전통문화상품관) - 일반전시관(기업전시관, 게임스쿨관, 게임중독상담관, 공모전관, 한중 비즈니스센터) ◦ JCGE2003 e-sports Championship 게임대회, 디지털콘텐츠 공모전, 비즈니스센터운영(해외 바이어 참여) 등 개최 ◦ 전야제, 코스프레 패션쇼, 프로게이머와 함께하는 게임대전, 공식캐릭터 및 게임캐릭터 퍼포먼스 등 이벤트 진행
전주컴퓨터 게임엑스포 2004 (2004.10.15~17)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 해외바이어 활동강화와 대중성 위한 공연무대 결합 ◦ 게임전시회 : 35개업체(기획전시와 일반전시 구분) <ul style="list-style-type: none"> - 기획전시관(게임체험관, 기능성게임관, 체감형게임관, 디지털콘텐츠관) - 일반전시관(기업전시관, 게임아시아관, 게임스쿨관, 게임중독상담관, 공모전관) ◦ JCGE2004 e-sports Championship 게임대회, JCGE2004 게임 콘텐츠 공모전, 비즈니스센터운영(해외바이어 4개국 43명 참여) 등 개최 ◦ 개막식, 게임아시아인의 밤, 게임뮤직페스티벌, 코스프레 패션쇼, 프로게이머 시범경기, 미니스타게임대회, 인기가수 초청공연, 비보이 공연 등 이벤트 진행
전주컴퓨터 게임엑스포 2005 (2005.10.1~3)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 해외바이어 유치확대를 통한 국제 비즈니스 전시회로 도약 ◦ 게임전시회 : 41개 업체 130부스(기획전시와 일반전시, 기업전시 구분) <ul style="list-style-type: none"> - 기획전시관(게임체험관, 기능성게임관, 스포츠게임관, 게임콘텐츠공모전관, 우수게임전시관) - 기업전시관(국내외 기업전시관, 비즈니스센터) - 일반전시관(게임중독상담관, 게임스쿨관, 프레스센터) ◦ JCGE2005 e-sports Championship 게임대회, 게임콘텐츠 공모전, 비즈니스센터운영(해외바이어 5개국 50여명 참가) 등 개최 ◦ 게임뮤직페스티벌, 코스프레 패션쇼, 프로게이머 시범경기, 미니스타게임대회, 인기가수 초청공연 등 이벤트 진행

○ 2004년 대회도 ‘즐거운 상상, 게임 속으로!’라는 주제로 게임전시회를 비롯해 게임수출상담회, 게임콘텐츠공모전, 게임대회 및 다양한 이벤트 등이 진행되어 JCGE가 안정궤도에 들어섰다는 평가를 받는 계기가 됨.

- JCGE 2004는 전체적으로 기존의 지역행사 이미지를 탈바꿈하려고 노력하여 국제적인 행사로 다시 도약하는 계기를 만들고, 참가업체와 관람객들에게 더 발전된 행사로 각인되는 대내외적으로 성공적인 행사였다는 평가를 받음. 특히 게임아시아관을 통하여 중국, 일본, 말레이시아, 인도, 이집트 등 다양한 해외바이어 초빙으로 행사를 통해 업체들에게 새로운 시장개척의 활로를 제공한 행사로 자리를 잡았다는 의미에서 언론의 주목을 받게 됨
- 2005년의 주제는 ‘미래로 통하는 게임 세상’이었음. 지역의 초·중·고교 학생들이 단체로 행사장을 찾았고, 전주의 가장 대표적인 축제인 ‘소리축제’와 같은 기간에 진행해 시너지 효과를 노린 것 등이 특징
- 2005년 행사에서 가장 주목할 만한 점은 지역행사이지만 전국적으로 뻗치게 되었다는 점임. 즉 ‘JCGE 2005 게임콘텐츠공모전’은 전년도 대비 3배의 작품이 출품되어 치열한 경쟁을 벌였고, 게임 대회 역시 게임콘텐츠공모전과 마찬가지로 전국의 게이머들을 모아내는 성과를 거둠. 또 이 기간 동안 총 2,880만 불의 수출상담 실적을 거두기도 했음. 특히 전북 지역 게임 업체인 다이슨 넷 엔터테인먼트사는 일본의 게임퍼블리싱 업체인 코르모와 20만불 상당의 보드게임을 개발해 납품하기로 수출 계약을 체결
- 그러나 이시기에도 JCGE는 여전히 타지역 게임전시회와의 전시회 일정 중복으로 게임 유저들에 대한 홍보와 유도 실패, 전시 내용과 운영이 미약하다는 문제점을 벗어나지 못함. 또 이때까지 JCGE의 가장 큰 문제로 지적되었던 국내외 메이저업체들의 참여가 없었다는 점은 JCGE가 여전히 지역적 한계를 벗어나지 못하고 언론에 걸맞은 메이저 대회로 격상되지 못한 채 제자리 걸음을 하고 있다는 평가를 받게 됨

3) 제3기 : JCGE 정체기(2006 ~ 현재)

- 2003년부터 시작된 JCGE의 성장은 그 후 2005년에 이르기까지 거의 유사한 형태로 추진됨. 외형과 지표상으로 JCGE는 성장, 진화하고 있었으나 문제는

대중적 관심과 기업발전의 기여도가 거의 없었다는 것임. 지역의 IT업체는 고전끝에 문을 닫거나 일정한 경쟁력을 확보하게 되면 즉시 서울로 이전해 갔고, JCGE의 외형적 성장 이면에는 지역 IT 및 게임업체들의 부진과 정체가 계속되는 안타까운 상황이 벌어지고 있었음. 여기에 대중적 관심도 급격히 멀어져 갔음

- 2006년 JCGE의 주제는 ‘유비쿼터스 게임 속으로!(Into the Ubiquitous Game!)’였음. 유비쿼터스라는 주제에 걸맞게 형식적으로는 2005년 행사와 거의 유사했으나, 내용적으로는 더욱 다양한 콘텐츠들을 선보임. 게임산업에 대한 이해는 깊어졌고 역대 대회 중 최다 관객이 참여했다는 성과를 거둠. 또 2006년의 특징 중 하나는 로봇이 등장한 사실. 처음으로 ‘JCGE 2006 U-SoC 로봇대회’ 개최. 유비쿼터스 시대에 맞춰 진행된 ‘JCGE 2006 U-SoC 로봇대회’는 행사 3일 동안 진행되어 많은 관람객들에게 U-SoC 로봇을 알릴 수 있는 계기가 됨

<표 17> JCGE 제3기의 주요 행사와 특징

구 분	주요 행사 및 특징
전주컴퓨터 게임엑스포 2006 (2006.9.22~24)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2004, 2005 대회와 성격 및 내용 거의 비슷 ◦ 게임전시회 : 40개 업체 130부스 <ul style="list-style-type: none"> - 기획전시관(게임체험관, 교육콘텐츠체험관, e스포츠게임관, 유비쿼터스체험관) - 기업전시관(국내외 기업전시관, 비즈니스센터) - 일반전시관(게임중독상담관, 게임스쿨관, 프레스센터) ◦ JCGE2006 e-sports Championship 게임대회, JCGE2006 게임 콘텐츠 공모전, 비즈니스센터운영(해외 바이어 9개국 27명 참가) 등 개최 ◦ 게임뮤직페스티벌, 코스프레 패션쇼, 프로게이머 시범경기, 미니스타게임대회, 로봇대회 및 시범 등 이벤트 진행
전주컴퓨터 게임엑스포 2007 (2007.8.24~26)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가족게임대회 등 대중성 강화와 기능성게임의 강조 ◦ 게임전시회 : 30개 업체, 130부스 <ul style="list-style-type: none"> - 기획전시관(e스포츠게임 체험관, 기능성게임 체험관, 로봇 체험관, COMTU SHOW2007 전시관, 전북게임관 독립부스 운영) - 기업전시관(국내외 기업전시관, 비즈니스 센터) - 일반전시관(건전게임 문화 상담관, 게임 콘텐츠 공모전 전시관, 게임스쿨관, 프레스센터) ◦ 가족게임대회(KeFF), e-sports게임 대회, 후보전시 및 시연, USoC 탱크 로봇 대회 진행 및 이족보행 로봇 시연, UFC 의상전시 및 입는 컴퓨터 등 체험 등 개최

- JCGE 2007년의 행사는 가족을 앞세운 것이 특징임. 2006년까지의 대회가 외형적 성공에 비해 내용적으로는 지역 언론과 대중적 관심도의 저하, 지역업체들의 무관심, 메이저업체들의 외면 등 고질적인 문제를 안고 있는 상황에서 2007년도에는 가족게임축제라는 새로운 콘셉트를 동원한 것. 또한 특화사업(기능성게임) 육성을 통한 전북경제 활성화 전략 수립 및 전북 브랜드 개발 구축을 목표로 함
- 2007년 대회의 주제는 ‘전국가족게임축제 - Fun & Industry, 가자 미래로! 뛰자 세계로!’였음. 말 그대로 재미와 산업적 성공의 두 마리 토끼를 잡겠다는 것이 목표였음

2. JCGE 2007 평가와 향후 방향

- JCGE 2007의 주요 콘셉트는 가족, 기능성게임 그리고 기업지원이었음. 실제로 이 기간 동안 가족들을 대상으로 한 보드게임과 e-스포츠 체험관 등 다양한 체험프로그램이 등장함. 기능성 게임관에서는 기능성 콘텐츠, 기능성게임 포럼 시연작품, 교육용 체험게임 등 다양한 기능성게임을 전시하고 체험공간을 구성하기도 함. 또 관련업계와 국내 퍼블리셔와의 투자상담, 사업설명회를 통해 실질적인 비즈니스 기능을 강화하여 전라북도가 참가하는 업체에게 행사 지원을 돕는 것은 물론, 많은 관람객들이 모일 수 있도록 대대적인 홍보를 펼쳐주었음
- 그러나 무엇보다도 JCGE 2007의 가장 큰 의미는 역시 컴퓨터로 인한 가족간의 단절을 회복하겠다는 정서적 측면이었음. 가족 전체가 가족게임에 참여함으로써 컴퓨터 세대의 새로운 가치관을 제시했다는 측면이 큼. 즉 게임에 대한 고정관념을 깨고 부모가 게임을 이해하고 나아가 부모와 자녀가 더 가까워질 수 있는 계기를 마련함. 여기에 NHN, 게임하이, 윈디소프트, 제이씨엔터테인먼트, 드래곤플라이 등 15개의 국내 인기 게임 업체가 참가한 것도 의미있는 수확이었음

- 특히 예년과 다르게 e스포츠¹²⁾ 부분의 약진이 두드러졌음. e스포츠의 지방 활성화를 위해 전라북도가 직접 나서서 e스포츠 대회를 진행. 제1회 전국아마추어 e스포츠게임대회의 전북대표 선발전이 JCGE 2007을 통해 이루어져 최종 우승자는 전북대표의 자격을 가지게 됨과 동시에 준프로 자격을 가지게 되며 전국대회에 전북대표로 참여하게 됨
- 뿐만 아니라 전국 최초의 'COMTU SHOW 2007'에서 전국의 튜닝마니아들이 기발한 아이디어로 만들어낸 튜닝 PC를 전시한 것도 새로운 시도였음. 그리고 체감형 게임기, 카이스트 로봇 '휴보' 전시장, U-SoC 체험관 등 게임 외 다양한 부대 행사 역시 나름대로 알차게 진행되었다는 평가를 받았음
- 그러나 JCGE가 전국적인 대형쇼로 거듭나기 위해서는 아직 부족한 점이 많음. 근본적으로는 2000년 대회 창설때부터 올해에 이르기까지 상황변화에 부응하는 본질적이고 구조적인 대응이 이루어지지 못했다는 점에서 마찬가지로 비판이 뒤따르고 있음. 한편에서는 JCGE의 존재 자체에 대한 강력한 문제의식도 등장하였는바 시설을 대폭 보강하여 전국적인 대형 게임쇼를 지향하든지 아니면 전혀 새로운 방식으로 전환하든지 하는 등의 본질적인 문제제기가 계속되고 있음
- <표 18>에 나타난 예산의 변화는 2000년 이후 올해까지 JCGE의 변화를 함축적으로 보여줌. 국비지원의 불규칙함과 기업참여의 척도인 협찬금의 정체 그리고 총예산의 변동이 거의 없다는 점 등의 사실은 JCGE가 사실상 2000년 창설 이후 근본적이고 질적인 변화를 추동하지 못했다는 사실을 보여주는 단적인 지표임

12) e스포츠란 국민의 건전한 게임이용문화 조성과 여가활용을 위하여 게임물을 이용하여 하는 경기 및 부대활동('게임산업진흥에 관한 법률'에 의한 e스포츠의 정의)을 말하는 것으로, e스포츠게임대회는 JCGE 행사의 일환으로 게임에 대한 재인식을 통한 e-sports 문화의 정착과 지역 및 국내 게임산업의 활성화를 목적으로 JCGE 1회대회부터 지속적으로 진행되어 오고 있음

<표 18> JCGE 연간 집행예산 변화추이

(단위 : 천 원)

	정부지원			기 타	합 계
	국 비	도 비	시 비		
2000	200,000	180,000	50,000	115,546	545,546
2001	300,000	200,000	30,000	57,642	587,642
2002	-	300,000	30,000	160,822	490,822
2003	10,000	400,000	45,000	94,173	549,173
2004	5,000	360,000	70,000	89,625	524,629
2005	-	400,000	70,000	63,395	533,395
2006	-	430,000	-	38,383	468,383
2007	-	430,000	-	29,997	459,997

- 이와 같이 JCGE는 행사 초기에만 해도 다른 지역과 비교해 볼 때 유리한 입장에서 지방게임 행사로는 출발 시기가 가장 빠른 편이었음에도 불구하고 체계적인 지원과 육성에 실패하여 8년여의 세월이 지나는 동안 사람들의 관심에서 점점 멀어져 가고 있음. 따라서 앞서 살펴본 게임업체 대표와 종사자의 설문 조사 결과에서도 나타났듯이 전북의 게임산업 활성화를 위해서는 JCGE의 기능 전환이 반드시 필요한 실정임

IV. 전주컴퓨터게임엑스포 혁신의 필요성과 기본방향

1. 전북의 IT(게임)산업과 JCGE의 방향
2. JCGE의 사업내용과 관리체계의 변화
3. 게임엑스포의 방향전환과 JCGE 조직상의 변화

IV. 전주컴퓨터게임엑스포 혁신의 필요성과 기본방향

1. 전북의 IT(게임)산업과 JCGE의 방향

- IT(게임)산업은 과연 지금도 ‘황금알을 낳는 거위’인가. 앞에서 살펴본 것처럼 전북의 IT산업은 성장의 한계에 직면해 있음. 누누이 강조한 바와 같이 IT산업은 21세기를 선도할 대표 전략산업이 아닌 모든 산업의 기반산업이 되어 있음
- 이런 상황 속에서 전북의 게임산업은 세 가지 구조적 한계에 부딪혀 있음. 첫째는 전북의 산업구조가 IT산업이 성장·발전할 수 있는 토대를 갖지 못했으며 지향성도 다르다는 점임. 전북의 전통적인 강점산업은 자동차, 기계 등 장치산업이며, 신흥 전략산업은 부품소재, 식품, 신재생에너지, 관광산업 등으로 IT 자체의 전략적 육성은 제외되어 있음
- 두 번째는 인적자원과 정보의 문제임. IT산업은 그 특성상 공간적 제약을 가장 적게 받는 것으로 알려져 있으나, 실제로는 초기 개발과 실험단계에서 전문가들간의 정보교류와 협업이 매우 중요한 의미를 갖게 됨. 현재 테헤란로나 용산상가는 이 부분에서 강력한 강점을 갖고 있고, 정보교류와 인적교류의 커뮤니케이션 메카로 기능하고 있음. 그러나 전북 게임산업의 큰 문제점 중의 하나가 바로 전문인력의 양성 실패와 성장한 인력의 유출 그리고 커뮤니케이션 부재로 인한 정보교류의 부족임
- 세 번째는 전라북도 게임산업은 시장구조 및 경쟁력 측면에서 국내 다른 지역에 비해 열위에 있다는 것임. 대부분의 문화콘텐츠 관련 산업은 수도권에 집중되어 있어 지방의 문화콘텐츠 산업은 기술력 및 경쟁력 취약 등의 문제를 안고 있음. 따라서 앞으로 게임시장의 새로운 활로를 개척하기 위해서는 고성 게임 등 지역의 특화된 사업을 육성하여 경쟁력을 강화할 수 있는 기반 마련이 중요한 시점임

- 이러한 전라북도 게임산업 성장의 한계속에서 JCGE 역시 성장의 어려움에 부딪혀 있으며, 이를 극복하기 위해서는 초기에 가졌던 목표와 사업내용을 변화시켜야 할 시점에 와 있는 실정임. 물론 JCGE 혁신의 기본방향은 JCGE가 거두어온 그간의 성과를 종합하고 변화된 상황을 반영하여 수립해야 할 것임
- 이러한 한계를 극복하기 위한 JCGE 혁신의 기본방향은 다음과 같음. 첫째는 JCGE의 사업내용을 ‘지역특화형’으로 변화시키는 것임. 초기 시장 선점권의 기회상실, 게임산업의 전략적 육성 가치에 대한 확신과 의지 부족, 그리고 게임산업의 특화전략 부족 등 많은 문제점이 노출되고 있는 상황에서 점점 위축되고 있는 전북도내의 게임산업을 활성화시키기 위해서는 차별화되고 독창적인 활성화 방안 마련이 시급함
- 둘째는 <게임아카데미>¹³⁾를 중심으로 한 게임산업 관련 인력을 양성하는 일임. 전라북도에는 전국 유일의 전문 게임교육 고등학교인 한국게임과학고등학교가 있고, 대부분의 대학에 게임관련학과가 있어 게임전문인력을 양성하기 위한 기반이 충분함에도 불구하고 전문적인 게임 인력 양성에 실패하고 있음. 따라서 게임아카데미는 전주를 게임문화 육성 지역으로 만들기 위한 포석으로 향후에는 자체적으로 게임개발 인력을 생산하는데 중요한 기지가 될 것임. 또한 게임아카데미는 지역 학생들에게는 교육의 장을 마련해주는 한편 전북의 게임문화를 전국에 알릴 수 있는 계기로도 활용 가능함.
- 셋째는 정보화마을 등 지역주민을 대상으로 한 정보화 프로그램 마련에 적극적으로 참여함으로써 생활밀착형 사업으로 전환하는 것임. 현재 정보화마을 사업은 해당 마을 선정 후 컴퓨터와 인터넷 사용의 어려움 그리고 통신비용의 부담 등으로 인해 초기 정부의 의도와는 달리 많은 문제점을 야기하고 있음. 따라서 주민의 자발적 참여에 의한 마을 중심의 운영방식으로 전환할 수 있도록 JCGE가 그 중심에서 정보화마을을 보다 안정적으로 정착시킬 수 있도록

13) 게임아카데미는 한국게임산업진흥원에서 개설해 운영하고 있는 것으로 현재 서울, 부산, 대구, 대전에서 교육을 실시하고 있으며 전북의 경우 2007년 10월 게임아카데미 전북분원을 개원함.

역할을 다 해야 할 것임

- 이러한 사업의 내용상 전환을 위해서는 현재의 조직위원회를 슬림화하는 한편 사무국을 사업내용에 따라 전문화시키고, 전북도청내 관리부서의 일원화 및 전담팀제를 도입하여 지원체계를 효율적으로 전환하며 그리고 장기적으로는 전주정보영상진흥원 등 기초단체의 사업체들과 조직간 통합성을 높이는 방안 등이 필요함

2. JCGE의 사업내용과 관리체계의 변화

1) 지역특화형 사업으로의 전환

- 전북의 IT산업은 현실적으로 국가적 단위에서의 경쟁력을 갖기는 어려움. IT산업의 지형이 테헤란로 등을 중심으로 기술과 정보집약적 산업으로 전환했고, 전문기업들의 규모화가 진전되면서 지방에서 완성된 기술력을 갖고 기업을 육성하거나 기업을 유치하는 일은 현실적으로 어려워짐
- 그럼에도 불구하고 전북지역은 전통적으로 우수한 IT인력을 양성해왔으며, 그 기반이 여전히 존재하고 있음. 특히 게임산업의 발전과정에서 사운드 분야를 비롯한 몇몇 특수분야에서 상당한 경쟁력을 갖고 있으며 중요한 성과를 거두고 있다는 점을 간과해서는 안됨
- 또 IT산업은 이미 기반산업으로서 전산업에 걸쳐 파급력을 갖고 있다는 점도 중요한 문제임. 따라서 IT산업에 대한 기본적인 기술력을 확보하고 기업들의 동향을 정확히 파악하는 것은 전체 지역발전과 산업성장을 위해 긴요한 요소임. 따라서 전북의 게임산업을 전북의 성장산업으로 육성하겠다는가 전국 최고 수준의 IT산업을 육성하겠다는가 하는 등의 비현실적인 목표를 고수하기 보다는 지역의 현실과 조건에 적합한 특화형 IT·게임산업을 발전시키는 것이 무엇보다 필요함

- 이를 위해 게임엑스포의 사업내용을 행사중심에서 기획사업과 네트워크 사업 중심으로 전환하는 것이 절실함. 즉 서울의 우수한 기술력을 가진 업체들과 네트워크를 강화하여 서울과 전북의 분업체계를 확보하는 특화형 발전전략이 필요한 시점임. 이것을 실현하기 위해서는 JCGE가 전북의 IT 및 게임업체들의 현황 및 기술력을 정확히 파악하여 적재적소에 연결하는 기획력을 확보하는 것이 관건이 될 것임

2) 게임산업의 인력양성

- 앞서 지적한 대로 전북의 게임인력은 숫자는 많지 않음에도 불구하고 개별적으로는 매우 우수한 능력을 갖고 있음. 또 도내 전문대학과 대학에서 배출되는 게임인력의 수준도 전국적으로 상위수준을 기록하고 있음. 그러나 그동안 대학 졸업 후 전문적인 현장인력 양성기관이 없어 우수인력이 서울로 흡수되어 지역의 IT 및 게임업체는 인력난을 겪는 악순환이 반복되어 옴. 이러한 문제를 해소하기 위해 지역 단위의 전문적인 게임전문인력 양성기관이 필요함
- 문화관광부는 매년 전국 5개 지자체를 선정하여 <게임아카데미사업>을 지원해오고 있고, 2007년에는 처음으로 JCGE가 이 사업의 주관단체로 지정된 바 있음. 전북은 이 사업을 문화관광부의 지원에 그치지 않고 전북도 차원에서 별도로 지원하여 전북의 게임산업 인력을 양성하는 명실상부한 아카데미가 될 수 있도록 노력해야함
- <게임아카데미>의 성공은 결과적으로 전북의 우수한 인재들이 취업을 위해 서울에서 다시 실전훈련을 거치는 불필요한 과정을 생략함으로써 경제적 이득을 얻을 수 있으며, 보다 더 좋은 조건으로 서울지역에 진출할 수 있는 기반을 형성할 수 있는 발판이 될 것임. 또한 우수인력들이 전북지역에 바로 취업할 수 있는 기반도 형성되어 수도권 지역으로의 인력의 역유출을 방지할 수 있을 것임

3) 생활밀착형 사업으로의 전환

- JCGE의 세 번째 전환방향은 생활밀착형 사업으로의 전환임. IT산업은 이미 우리 생활 곳곳에 과급되어 일상생활과 뗄려야 뗄 수 없으며, 실제로 농촌지역에 이르기까지 컴퓨터와 인터넷의 사용은 일반화되어 있음
- 2007년 현재 전북도에서 시행하고 있는 <정보화마을 지원사업>은 생활밀착형 IT지원사업임. 전북지역의 경우에는 현재 34개 마을이 정보화마을로 지정되어 있으며, 각 마을마다 1명씩 프로그램 관리자를 채용하여 운영하고 있음. 이 사업은 지역주민들을 대상으로 IT분야의 일자리를 창출하고, 정보화마을의 사업효과를 극대화하기 위한 것으로 2009년까지 국비지원이 예정되어 있음
- 그러나 실제 현장에서 이 사업의 실효성에 대한 의문이 제기되고 있으며 일부에서는 사업이 실질적으로 이루어지지 않고 있다는 지적이 있어 이에 대한 근본적인 대책이 필요한 상황임.¹⁴⁾ 따라서 정보화시범마을이 당초 의도한 목표를 달성하기 위해서는 의욕적이고 주체적으로 마을을 이끌어 갈 수 있는 지도자를 발굴하고 주민들을 대상으로 교육시키며 그들이 마을운영의 중심체가 될 수 있도록 해야 함. 따라서 이를 위해 어느 정도 자발적으로 마을을 이끌어 나갈 수 있는 기반을 조성하기 위해 JCGE의 적극적 역할이 중요하다 할 것임
- 또한 JCGE는 올해 문화관광부로부터 수탁받은 <전라북도게임교육문화상담센터>의 주관단체로 선정된 바 있음. 따라서 상담센터를 ‘찾아가는 상담센터’로 전환하고 지역주민들과 긴밀히 협력하는 것도 JCGE의 중요한 업무로 볼 수 있음. JCGE에서 체계를 갖춰 정보화마을 프로그램 관리자를 상시 교육시키고

14) 행자부는 농·어촌 정보격차 해소를 위해 정보소외 지역에 인터넷이용환경을 구축하여 정보접근 기회를 높여 주민의 실생활 및 경제활동과 밀접한 콘텐츠를 구축하고 다양한 정보를 제공하기 위해 2001년 5월 19개의 정보화시범마을을 확정. 2007년 11월말 현재 전국에 304개의 정보화마을이 조성되어 있음. 그러나 정보화마을 사업이 2007년 처음 퇴출제도를 마련하여 운영이 부실한 2개 마을을 지정해제하고 4개 마을에 대해서는 운영개선을 권고하는 등 행정자치부가 강도 높은 해제조치를 취해 논란이 일고 있음. 즉 지정해제된 전국 2개 마을에 대해서 마을 홈페이지를 폐쇄하고 간판을 철거하는 한편 마을정보센터 장비와 집기를 회수하는 등 정부 지원을 전면 중단하게 됨(행자부 지정 정보화마을 홈페이지(<http://www.invil.org/>) 기사참조)

사업내용과 활동상황을 점검하며, 상담센터를 통해 정보화마을의 사업을 지원하면 농촌마을의 정보화사업이 한층 짜임새있게 운영될 수 있을 것으로 전망됨

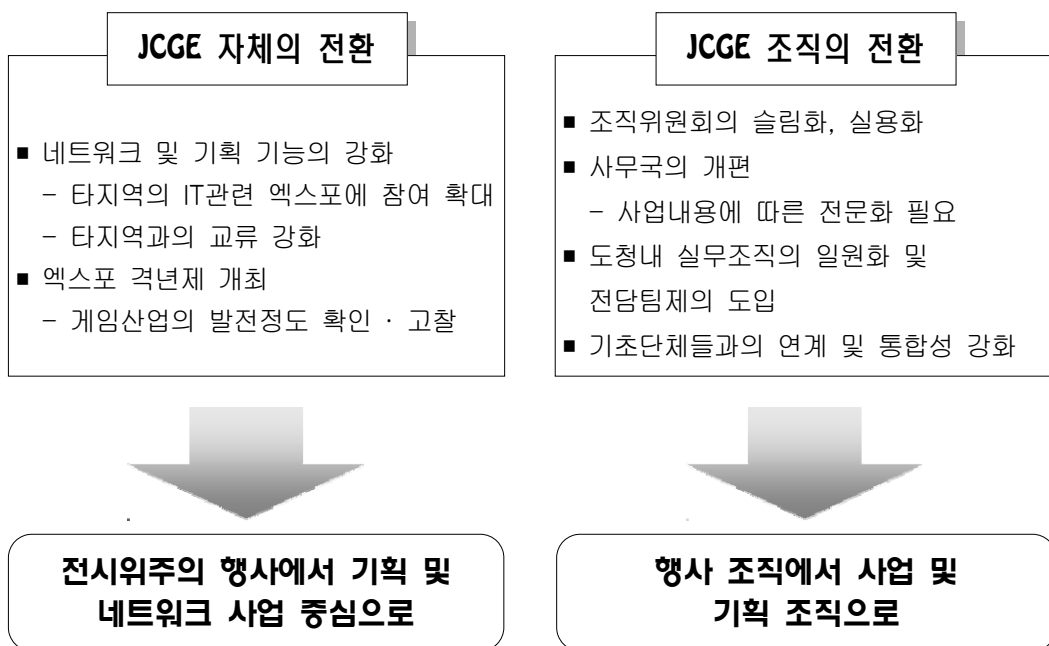
3. 게임엑스포의 방향전환과 JCGE 조직상의 변화

1) 게임엑스포의 전환

- 앞서 제기한 바와 같이 사업방식의 변화는 필수적으로 게임엑스포 자체의 혁신을 필요로 함. 현재와 같은 기업유치와 전시위주의 게임엑스포로는 지역에서 고군분투하고 있는 지역업체들이나 전문가들의 주도적인 참여가 사실상 어렵게 되는데 그것은 그들에게 실질적인 도움을 줄 수 없기 때문임. 또 서울지역의 메이저 IT업체와 게임기업들의 참여를 이끌어내는 일도 현실적으로 매우 어려운 일임. 기업이 자신의 이익이 직접 보장되지 않는 엑스포에 참여하는 것은 불가능하기 때문임
- 이러한 지난한 과정을 거쳐 엑스포를 성공시킨다 해도 지역주민들의 게임산업에 대한 관심도가 높아지고 참여가 증진되기는 어려움. 오히려 초기에 유리한 여건을 지니고 있었음에도 불구하고 JCGE는 체계적인 지원과 육성이 이루어지지 않아 타지역으로 경쟁력을 추월당하고 있는 실정이며 사람들의 관심도도 저하되고 있음. 그렇다고 8년여 동안 힘겹게 지켜온 게임엑스포 자체를 포기하는 것도 불가능한 일임
- 따라서 현재와 같은 방식을 개선하여 다음 두 가지 방식으로 전환할 필요가 있음. 첫 번째는 서울과 주요도시의 IT관련 엑스포에 전북의 지역업체들을 꾸준히 참여시키는 방안임. 즉 전북의 게임엑스포에 전력을 집중하기 보다는 전북지역 업체들이 타 지역의 엑스포에 참여하여 기량을 뽐내고 교류를 강화할 수 있도록 하는 것이 중요함. 이 사업은 앞서 언급한 JCGE의 네트워크 및 기획기능의 강화와 연결되는 부문임

- 두 번째는 현재 매년 개최되는 방식의 게임엑스포를 격년제로 전환하는 것임. 그래서 충분한 준비 기간을 가지고 이전의 행사에 대한 반성을 통해 좀 더 알찬 내용을 마련하여 내실 있는 행사를 개최하도록 해야함. 이는 전북지역 게임산업의 발전정도를 확인하고 한국의 게임산업이 어떻게 발전하고 있는가를 확인하는 의미에서라도 중요한 의미를 가짐

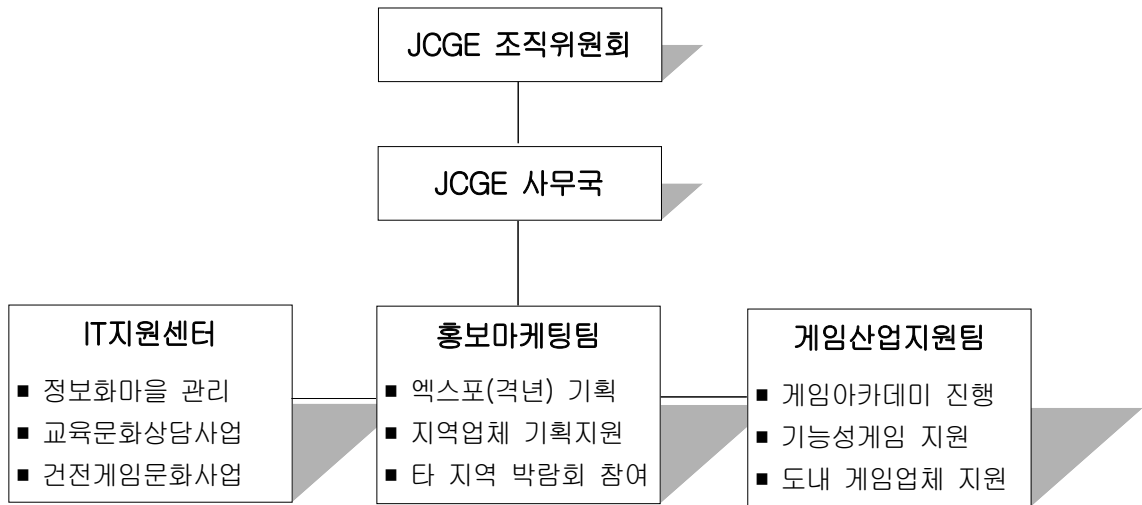
<그림 3> JCGE의 방향과 조직상의 전환



2) JCGE의 조직적 전환과 방향 : 행사조직에서 사업 및 기획조직으로

- 앞서 제시한 JCGE의 향후 방향은 현재와 같은 조직체계의 일대 전환을 필요로 함. 무엇보다 현재의 정관과 규정 등이 재정비될 필요가 있음. 이러한 전환의 기본방향은 현행 행사조직(게임엑스포를 위한)에서 사업 및 기획조직으로 전환해야 한다는 것임

<그림 4> JCGE 조직위원회와 사무국 조직개편(안)



- 이를 위해 첫 번째 해야 할 일은 현재의 규정 및 정관의 개정작업과 함께 조직위원회의 내용과 형식을 변화시키는 일임. 즉 앞에서 제시한 실천적 사업을 추진하는데 실질적인 지원을 할 수 있도록 조직위원회가 슬림화, 실용화될 필요가 있음
- 두 번째는 사무국의 개편임. 현재의 사무국 체제는 게임엑스포의 행사를 위한 조직체계라고 할 수 있음. 따라서 앞으로 이루어질 사업의 내용에 맞는 전문성을 확보해야 하고 1년 동안의 사업계획을 짜고 이를 실행할 수 있는 기획능력을 강화한 사무국으로 개편해야할 필요가 있음
- 세 번째는 JCGE의 지원조직인 전북도청의 실무조직을 일원화하는 것임. 현재 게임엑스포의 경우는 문화예술과에서, IT 교육 및 정보관리지원센터의 경우는 정보산업과 정보산업계에서, 정보화마을 관리사업의 경우는 역시 정보산업과 지역정보계에서 각각 담당하고 있음. 이 업무들을 지역현실에 맞게 재조정하고 일원화하는 팀제의 도입을 적극적으로 검토할 필요가 있음
- 마지막으로 각 사업을 추진하고 있는 기초단체들과의 연계 및 통합성을 강

화하는 일임. 궁극적으로 <전라북도 IT산업 지원센터> 등과 같은 통합적 기구가 필요함. 이 경우 전라북도와 각 기초단체가 협약을 맺어 일정 지분을 갖고 기금을 출연하고 사업을 공동으로 추진할 필요가 있음. 따라서 보다 체계적이고 실무적으로 게임엑스포를 지원하고 육성하기 위한 프로그램 마련 등 조직적인 차원에서의 적극성을 유도할 필요가 있음

V. 결론 및 정책제언

V. 결론 및 정책제언

- 이 연구는 JCGE의 혁신 필요성과 발전방향을 진단해 보기 위해 전북의 IT산업과 게임산업이 현재 어떤 상황에 놓여있으며 어떤 변화를 겪어왔는가를 살펴보고 JCGE의 지난 과정을 고찰해 보았음
- JCGE는 산업축제로 기획되었고 그 방향으로 성장·진화해왔음. 그러나 안타깝게도 8년이 지난 지금 JCGE의 산업적 기능에 대해서는 회의와 비판적 시각이 앞섬. 문제는 JCGE를 둘러싼 환경이 변화했고, 그 사실을 냉정하게 받아들여야 한다는 것임. 이 글은 그런 의미에서 JCGE의 내용적, 조직적 변화의 방향을 정리했음
- 농업사회에서 산업사회로 그리고 이제는 정보화사회로 도래하게 됨에 따라 IT산업은 이미 사회의 주도 세력으로 등장하게 되었음. 과거 한국의 경제 발전을 주도했던 요소투입적인 방식이 한계에 직면했듯이 IT·게임산업에서도 마찬가지로 행사의 양적인 내용만을 증가하는 방식을 버리고 새로운 모델을 창출하여 이제 혁신주도적인 방식으로 전환할 필요가 있음.
- 다시말해 JCGE의 혁신을 통해 일회적이 아니라 지속적으로 향상될 수 있는 기반을 구축하여 게임산업에서 경쟁력을 확보할 수 있어야 함. 그러기 위해서는 JCGE가 지역에서 전문인력을 양성하고 지역특화형 사업을 마련하는데 중심체로서의 역할을 하는 것이 무엇보다 중요함. 앞서 제시한 바와 같이 게임업체 대표나 종사자 그리고 관련 전문가들도 전북의 게임산업 활성화를 위해서 JCGE의 기능 전환이 필요하다는데 한 목소리를 내고 있는 실정임
- 이제 게임산업과 IT산업은 이미 우리 생활에서 떼려야 뗄 수 없는 생활의 일부가 되었음. JCGE가 성공적인 지역의 대형 게임쇼로 거듭나기 위해서는 내용적, 조직적인 면에서 실질적인 기반을 마련하여 게임산업을 지역의 특성에 맞게 변화시키고 실사구시의 정신으로 축제의 위상을 잡고 실질적인 사업을

추진하는 것이 중요할 때임

- 그런 의미에서 본 연구는 게임엑스포의 향후 발전방향에 대해 두 가지 점에서 근본적인 발전방향을 논의할 필요가 있음

1) 게임산업에 대한 새로운 관점의 필요성

- 게임산업을 둘러싼 국내외의 환경변화에 대응하는 지방의 논리가 필요함. 즉 게임산업이 그 자체로 성장동력산업의 위상과 지위를 얻기는 어려울 것으로 판단됨
- 따라서 게임산업의 개념과 범위를 넓히고 지역에서 고군분투하고 있는 게임업체 및 전문가들을 지원하는 지원사업의 활성화와 게임산업의 저변을 이루는 IT산업을 체계적으로 지원하는 새로운 역할이 필요함

2) 게임산업과 IT산업을 연계하는 광역 단위의 관리체계의 필요성

- 전북도청과 각 시군에서 이루어지는 각종 지원사업을 체계적으로 추진하고 조정하는 관리체계가 필요함
- 조직의 위상은 단기적으로는 주요 사업기관간의 협의체적 성격으로 출발하여 장기적으로 조직화할 필요성이 있음. 이러한 조직체계가 선행되어야 각 사업에 대한 중복투자를 피하고 체계적이고 종합적인 지원이 가능할 것임

3) 게임엑스포 자체를 혁신하는 기본방향은

- ① 게임엑스포를 ‘지역특화형’으로 발전시켜 전북지역에 특화된 전략을 찾아야 하는 것. ② <게임아카데미> 등 게임산업의 인력양성을 지속적으로 지원하여 인적 인프라를 구축하는 것. ③ 정보화마을 등 프로그램에 적극 참여하여 생활밀착형 사업을 발굴하는 일임

- 게임엑스포 조직위원회를 그동안의 전시위주 조직운영에서 사업 및 기획조직으로 전환하는 것임

참고문헌

<참고문헌>

- JCGE조직위원회. 2003. 『2003년도 위원총회 회의자료』
- JCGE조직위원회. 2004. 『2004년도 위원총회 회의자료』
- JCGE조직위원회. 2005. 『전주컴퓨터게임엑스포2005 위원총회 회의자료』
- JCGE조직위원회. 2006. 『전북게임산업활성화를 위한 기능성게임포럼』
- JCGE조직위원회. 2006. 『전주컴퓨터게임엑스포 연간 추진결과 보고서』
- JCGE조직위원회. 2006. 『전주컴퓨터게임엑스포2006 위원총회 회의자료』
- JCGE조직위원회. 2007. 『(사)전주컴퓨터게임엑스포조직위원회 연간 사업추진 연혁』
- JCGE조직위원회. 2007. 『게임산업활성화를 위한 제2차 기능성게임포럼』
- JCGE조직위원회. 2007. 『전주컴퓨터게임엑스포 연도별 참가업체 현황 분석 및 예 산집행현황』
- JCGE조직위원회. 2007. 『전주컴퓨터게임엑스포2007 위원총회 회의자료』
- JCGE조직위원회. 2007. 『정보화마을 프로그램관리자 채용 운영』
- JCGE조직위원회. 2007. 『JCGE2007 전국가족게임축제 행사 결과보고서』
- 국제게임엑스포 2000추진기획단. 1999.6. 『국제게임엑스포 2000 추진기획서』
- 국제게임엑스포2000추진기획단. 1999. 『국제게임엑스포2000 추진기획서』
- 김진석. 2007. 『전북 IT산업의 구조와 발전방향 연구』. 전북발전연구원 정책과제 이동기. 2006. 『전라북도 게임산업 현황 및 경쟁력 분석』. 전북발전연구원 정책과제 전라북도. 2006. 『2006 전라북도통계연보』
- 전주국제컴퓨터게임축제 조직위원회. 『전주컴퓨터게임엑스포2002 개최 결과보고서』
- 한국게임산업진흥원. 2007. 『2007 대한민국 게임백서(상, 하)』
- 한국정보통신산업협회. 2006. 『2006 정보통신산업통계연보』
- GG게임 <http://www.ggemguide.com/> 기사참조
- ZD넷 <http://www.zdnet.co.kr/> 기사참조
- 게임그루 <http://www.grui.co.kr/> 기사참조
- 게임루키 <http://www.gamerookie.com/> 기사참조
- 게임메카 <http://www.gamemeca.com/> 기사참조
- 게임샷 <http://www.gameshot.net/> 기사참조

게임스팟 코리아 <http://www.gamespot.co.kr/> 기사참조
게임어바웃 <http://www.gameabout.com/> 기사참조
게임잡 <http://www.gamejob.co.kr/> 기사참조
게임조선 <http://www.gamechosun.co.kr/> 기사참조
게임존21 <http://www.gamezone21.com/> 기사참조
게임타임 <http://www.gametime.co.kr/> 기사참조
게임한국 <http://www.gamehankook.com/> 기사참조
경향게임스 <http://www.khgames.co.kr/> 기사참조
경향신문 <http://www.khan.co.kr/> 기사참조
동아일보 <http://www.donga.com/> 기사참조
디스이즈게임 <http://www.thisisgame.com/> 기사참조
매일경제 <http://www.mk.co.kr/> 기사참조
머드포유 <http://www.mud4u.com/> 기사참조
새전북신문 <http://www.sjbnews.com/> 기사참조
소년조선일보 <http://kid.chosun.com/> 기사참조
연합뉴스 <http://www.yonhapnews.co.kr/> 기사참조
오마이뉴스 <http://www.ohmynews.com/> 기사참조
오마이뉴스 <http://www.ohmynews.com/> 기사참조
우주 <http://www.uzoo.com/> 기사참조
전라일보 <http://jeollailbo.com/> 기사참조
전북도민일보 <http://www.domin.co.kr/> 기사참조
전북일보 <http://www.jjan.kr/> 기사참조
전북중앙신문 <http://www.jjn.co.kr/> 기사참조
전자신문 <http://www.etimesi.com/> 기사참조
조선일보 <http://www.chosun.com/> 기사참조
중앙일보 <http://www.joins.com/> 기사참조
큐머드게임 <http://www.qmud.com/> 기사참조
플레이포럼 <http://www.playforum.net/> 기사참조

진발연 2007 정책연구

전주컴퓨터게임엑스포의 현황과 발전방향

발행인 | 신기덕

발행일 | 2007년 12월 10일

발행처 | 전북발전연구원

560-014 전북 전주시 완산구 중앙동 4가 1번지

전화:(063)286-9201 팩스:(063)286-9206

본 출판물의 판권은 전북발전연구원에 속합니다.

