



플린트 FLINT

- **CEO** 김영모
- **Product** 모바일 RPG 게임 '별이 되어라'
- **Foundation** 2013년 6월
- **Addr** 서울 강남구 테헤란로 414, 11층(대치동, 엘앤비타워)

글로벌 진출을 위한 해외투자 유치 지원의 성공 사례

“2014년 2월로 기억합니다. 당시 애플 앱스토어와 구글 플레이에서 빠르게 순위 변동을 거듭하며 삽시간에 상위에 랭크된 게임이 하나 있었습니다. 눈 깜짝할 사이에 기존 강자들을 제치고 오르더니 구글 플레이 매출 4위, 애플 앱스토어 매출 1위를 기록했지요. 그게 플린트의 <별이 되어라>였습니다. 정말 혜성처럼 깜짝 등장한 별이었지요.”

캡스톤파트너스 정상엽 심사역의 이야기다.

마침 지인 중에 플린트를 아는 사람이 있어서 자리를 마련할 수 있었다. 플린트는 게임 출시 이후 중요한 고비를 넘고 있었다. 모든 게임이 그렇지만 특히 모바일 게임은 정해진 업데이트 일정을 지키는 게 게임의 향방을 결정짓는 중요한 잣대가 된다. 업무 분담도 명확해 보였다. 장기간 함께 일하며 호흡을 맞춰왔다는 느낌을 받았다. 플린트의 집중력이 돋보이는 순간이었다.

30억 원 투자가 결정된 후, 캡스톤파트너스는 플린트의 다음 단계 진입에 대해서 고민하기 시작했다. 해외 진출이었다. 중국을 비롯한 글로벌 진출의 청사진을 공유했다. 그들에게는 파트너가 필요했다. 파트너 후보부터, 누구에게 연락해야 하는지 일일이 정보를 제공했다. 그렇게 알게 된 중국 최대 게임 퍼블리싱 업체 텐센트였다. 텐센트에서도 <별이 되어라>의 고공행진에 주목했다. 최근 중국 게임이 한국으로 역수출되는 것이 유행처럼 번지고 있는 시점에, 플린트는 외자 유치에 성공하며 중국 진출을 위한 교두보를 마련했다.

TIMELINE



STATE



직원

13명 2014년



50명 2015년



매출

0억 원 2013년



107억 원 2014년

〈별이 되어라〉
다운로드 수

500만 건(국내)



외자유치

중국 텐센트

30억 원

게임은 아이디어가 아니라 완성도 싸움

:

“이전부터 만들고 싶은 게임이 있었습니다. 그러나 혼자서는 불가능한 일이었지요. 멤버 구성이 절실했습니다.”

김영모 플린트 대표의 말이다.

마침 이전 회사에서 팀을 구성할 수 있는 기회가 생겼다. NC소프트의 자회사였던 넥스트플레이에서 개발본부장으로 일하던 시절의 이야기다. 당시 김영모 본부장은 중국 서비스를 준비하고 있었다. 팀이 필요했다. 전부터 알고 지내던 게임업계 인맥들을 끌어들이며 팀 구성을 마쳤다. 그러나 넥스트플레이는 1년간 존속하다가 문을 닫았다. 힘도 못 써보고 그대로 끝난 것 같아 아쉬움이 컸다. 하지만 사람은 남아 있었다. 지금 멤버 그대로 한번 도전해보고 싶은 마음이 들었다. 창업을 결심했다.

당시 멤버들이 ‘김영모 표’ 정예 멤버였다. 기획, 컨셉아트, 엔지니어, 그래픽, DB엔지니어, 그리고 총괄디렉터까지 총 7명으로 이루어진 ‘결원 절대 불가’의 팀이었다.

플린트가 출범했다. 김영모 대표에게 필요한 건 아이디어가 아니었다. 큰 그림은 서로 공유된 상태였다. 월급이나 반자고 모인 팀도 아니었다. 결과물이 필요했다.

작업 속도를 높이고 내실을 기하기 위해 직원을 13명까지 충원했다. 2013년 6월 법인을 설립하고, 프로젝트를 가동했다. 서비스 개시까지는 불과 8개월밖에 걸리지 않았다. 2014년 2월 〈별이 되어라〉 서비스가 오픈되었다. 모바일 유저들의 반응이 뜨거웠다.

“아이디어는 물론 중요하지요. 그러나 아이디어가 전부는 아닙니다. 같은 시대를 사는 사람이라면 대개 생각도 비슷합니다. 내가 생각하는 건 다른 사람도

“우리가 빠른 시간 안에 게임을 런칭할 수 있었던 이유는 끊임없이 이루어진 커뮤니케이션의 결과라고 생각합니다. 큰 그림을 공유한 뒤 게임을 어떻게 만들 것인지 구체적으로 정리하여 팀원들 앞에서 PT를 했지요. 보통의 게임업체에서는 중간에 방향을 트는 일이 종종 있지만 우리는 한 번에 게임을 만들어야 했어요.”



생각할 수 있습니다. 특히 게임은 인기 장르나 유저의 취향이 정해져 있기 때문에 출시되는 게임 간에 개성을 찾기가 쉽지 않아요. 어떻게 보면 게임만큼 시장 파악이 잘 되어 있는 분야도 없다고 말할 수 있습니다. 유저가 선호하고 즐기는 장르가 RPG라는 건 아는 사람은 다 알고 있어요. 그렇다면 진짜 경쟁력은 뭘까요? 거기서 게임업체의 색깔이 달라집니다. 우리는 게임의 성패를 가르는 걸 ‘완성도’라고 생각했습니다. 완성도가 높으면 유저들에게 외면받을 일은 없을 거라고 믿었죠.”

결벽증이 완벽한 게임을 만든다

:

게임을 만들어 본 사람들은 ‘하드코딩’이란 걸 한 번쯤 경험하게 된다. 하드코딩이란 일종의 ‘땀뺀’이다. 자동차를 몰다가 타이어가 터지면 임시방편으로 구멍을 메우고 카센터로 향하는 것처럼 말이다. 마찬가지로 ‘하드코딩’이란 어디까지나 임시응변이지, 근본적인 문제 해결책은 아니다. 그러나 게임업계에서는 ‘하드코딩’을 자주 목격한다.

“보통 게임을 만들 때는 어떤 기능이 들어갈지 예상하고 구조를 만들게 됩니다. 그런데 만들다 보면 예상하지 못한 기능을 추가하는 경우가 발생하지요. 여기까지는 거의 모든 게임 제작사가 부딪치는 문제입니다. 완벽한 설계란 건 존재하지 않으니까요. 문제는 대응 방식입니다. 새 기능을 추가한다는 말은 지금 구조로는 수용되지 않으니까 새로운 구조를 만들어야 한다는 뜻이에요. 판을 다시 짜면 간단히 해결됩니다. 그런데 새로 틀을 만들자니 시간이 걸리죠. 시간이 걸리니 비용도 그만큼 늘니다. 그래서 타협안으로 ‘땀뺀’을 하게 되는 거예요. 기존 구조는 그대로 놓고, ‘혹’을 붙이죠. 그게 ‘하드코딩’입니다.”

이렇게 만들어진 하드코딩은 서버에서 관리할 수 없어서 클라이언트, 즉 모바일 유저가 다운 받도록 한다. 게임의 일부가 유저의 디바이스에 설치되는 것이다. 이를 ‘게임의 클라이언트 의존도가 높아졌다’고 말한다. 클라이언트 의존도가 높아지면 해킹 가능성이 커지고, 게임도 덩달아 불안정해진다. 게임을 하다가 튕기거나 게임이 멈춰 버리는 등 이상 현상이 발생하면 심증팔구 하드코딩 때문이다.

“플린트 창업 멤버들은 일종의 결벽증을 가진 사람들이예요. 하드코딩에 질려 버린 사람들이지요. 우리만 싫어하는 게 아닙니다. 게임 퍼블리싱을 하는 업체들도 하드코딩을 정말 싫어해요. 하드코딩으로 인한 불만사항이 정말 많기 때문이죠. 중국 퍼블리싱 업체인 텐센트 역시 게임을 수입할 때 하드코딩이 있는지 없는지 따집니다.”

플린트의 <별이 되어라>는 하드코딩이 없는 100% 서버 게임이다. 그렇다면 ‘하드코딩’만 없다면 완성도 높은 게임, 좋은 게임이 되는 것일까?

게임은 감성 싸움

:

게임 회사 대표라면 으레 개발자를 떠올리기 마련인데 플린트의 김영모 대표는 아티스트 출신이다. 사회 첫 직장도 애니메이션을 제작하는 회사 시네픽스였다. 당시 김영모 대표는 3D 애니메이션 <큐빅스>의 메인 컨셉 아트디렉터로 활약했다. 대학시절 시각디자인을 전공했으며 캐릭터 디자인을 하며 푼돈을 권적도 있다.

“컨셉 아티스트로 시작해서 게임 프로듀서까지 올라가는 경우가 사실 거의 없지요. 제가 생각해도 좀 특이한 경우입니다.”



2014년은 서비스 노하우를 익힌 시기였다. 게임이 잘 나갈 때만 경험할 수 있는 일이었다. 업데이트 주기에 대한 노하우도 갖게 되었고, 국내의 내로라하는 게임업체의 진입 소식을 듣고 엄청 긴장한 덕에 방어 준비도 꼼꼼히 진행했다. 덕분에 서비스 노하우에 대해서도 어느 정도 자신감을 갖게 되었다.

“<별이 되어라>를 런칭할 당시에, 저는 자신감이 하늘을 찌를 듯했지요. 상위에 랭크되는 건 당연한 일이고, 더 올라가지 않는 게 이상하게 여겨질 지경이었지요. 물론 순위를 지키는 일도 쉽지는 않았습니다. 당시 넷마블과 넥슨에서 경쟁대작을 준비 중이었습니다. 경쟁에서 밀리지 않기 위해서는 업데이트를 꾸준히 하고 문제에 철저하게 대응할 필요가 있었습니다. 게임 출시 후 하루에 3시간씩 자면서 일했지요. 1인당 한 개씩 라꾸라꾸 침대를 마련해 놓고 밤새워 일하는 나날이 이어졌습니다.”



CEO 김영모

- 2000~2005 (주)시네픽스, 애니메이션 <큐빅스> 아트디렉터
- 2005~2008 (주)비스켓소프트, <아스트로레인저> 아트디렉터/개발총괄팀장
- 2008~2011 (주)와이즈온 <프리잭> 개발본부장
- 2011~2012 (주)NTL 신규 MMORPG 아트디렉터
- 2012~2013 (주)넥스트플레이 <편치몬스터> 개발본부장

컨셉 아티스트란 캐릭터나 배경 따위의 비주얼을 어떤 콘셉트로 갈 것인지 결정하는 사람을 말한다. 그런 그가 그래픽 팀장, 아트디렉터를 거쳐 게임 프로듀서까지 맡게 되고, 지금은 게임 회사의 대표가 되어 ‘개발총괄디렉터’로 일하고 있다.

“게임을 기술이라고 부르는 건 생산자 중심의 생각이고, 유저 입장으로 바뀌어 보면 게임은 감성에 가깝지 않을까 싶습니다.”

김영모 대표의 말이다.

보통 게임업체에서는 엔지니어가 중요하다고 알려져 있다. 구동이 중요하다는 인식 때문이다. 실제로 엔지니어가 없으면 그 어떤 놀라운 아이디어도 구현

될 수가 없다. 그러나 김영모 대표는 ‘게임은 감성’이라고 말한다.

“게임의 감성을 창출하는 요소는 여러 가지가 있습니다. 스토리뿐 아니라 세계관, 그래픽, 기술 등이 있지요. 이 요소들의 합, 즉 조화가 잘 이루어져야 하나의 제대로 된 감성을 전달할 수 있어요. 팀을 구성했다는 말은 바로 그런 뜻이에요. 한 명의 결원도 생각할 수 없이 각 파트가 완벽히 갖춰질 때 좋은 게임을 만들 수 있다고 믿었습니다.”

보통의 RPG 게임업체는 기술에 치중해 있다. 3D가 많이 등장하는 이유이기도 하다. 타격감이라든가 360도 뷰를 가능하게 만든다든가 입체감을 중시한다든가 혹은 다이내믹을 살리는 데 많은 투자를 한다. 그런데 3D 모델링에 치중한 게임은 다이내믹을 구현하는 데 신경을 쓰기 때문에 디테일에 취약할 수밖에 없다. 디테일이 많아질수록 게임이 무거워져 구동에 문제가 발생하기 때문이다. 그러나 플린트의 생각은 달랐다. 2D여도 충분히 감성을 전달할 수 있다는 신념을 갖고 있었기 때문이다.

“우리는 그래픽의 아트적인 요소를 중시했습니다. 추억과 감성을 느낄 수 있는 건 3D보다는 2D가 적합했지요. 우리는 그래픽을 원화 단계에서 매우 정성스럽게 그려갑니다. 붓 터치가 느껴질 수 있도록 일일이 손으로 그렸지요.”

<별이 되어라>는 감성에 충실하기 위해 그림에 공을 들였다. 플린트 출범 직후 그림 그리는 인력만 3명을 뽑았다. 한 땀 한 땀 장인정신으로 캐릭터에 예술성을 더했다. 캐릭터의 움직임에도 신경을 썼다. 예전에 게임을 하면서 느꼈던 감수성을 되살리기 위해 눈의 깜박임이라든가, 머리카락의 움직임을 만드는 데 시간을 쏟았다.

“물론 캐릭터 컨셉을 잡는 일도 중요했어요. 연령층을 고려하여 5~6등신 정도로 캐릭터를 잡았고, 여자는 물론 여성성이 강조되도록 그렸습니다. 이런 식으로 컨셉을 잡아가면서도 우리는 예술성에 더 무게를 두었습니다.”



그래픽의 예술성을 중시하는 플린트의 수작업 모습(좌), 원화 단계에서부터 붓 터치를 살리며 작업한 <별이 되어라>의 포스터(우)

김영모 대표는 그래픽은 전부가 아니라 게임의 첫인상을 좌우하는 정도의 역할이라고 말하면서도 그래픽에 대한 애정과 신뢰를 감추지 않았다.

“게임의 기술적인 부분은 언제든지 카피가 가능합니다. 그러나 베낄 수 없는 게 있다면 그게 바로 예술성 같은 거예요. 그런 방향성의 차이가 플린트를 다른 게임업체와 구분 짓는 중요한 특징이 되겠지요.”

게임은 유저로 하여금 얼마나 캐릭터와 게임 세계 속에 몰입할 수 있도록 만드느냐에 따라 성패가 갈린다. 그런데 당대를 대표하는 최고의 게임들은 모두 그래픽에서 당대 최고였다고, 김 대표는 말한다.

“그래픽에서 일단 합격점을 준 유저는 게임에 접속하게 됩니다. 게임의 세계관에 들어오고, 스토리를 즐기는 것이죠. 이런 여러 요소가 게임의 감성 점수에 영향을 끼칩니다. 유저가 게임 세계로 빠져들 수 있도록 개별 요소가 자연스럽게 결합되어 있어야 해요.”

김영모 대표의 이야기를 종합해 보면 ‘예술성을 중시하지만 결국은 모든 요소의 결합이 핵심이다.’는 말로 귀결된다. 그래서 그는 팀을 구성하는 것이 왜 중요한지, 팀원이 얼마나 중요한지 수시로 강조했다.

“우리 회사의 자랑이라면 아직 업력이 몇 년 되지 않았지만 아직 이직한 사람이 한 명도 없다는 점입니다. 물론 수습 기간 중에 그만둔 사람도 있지만 정식 사원이 된 후에는 단 한 사람도 나간 적이 없습니다. 아시다시피 게임업계는 이직률이 매우 높은데 말이죠.”

텐센트 허들 넘기

:

플린트는 캡스톤파트너스에게 첫 투자를 받았다. 해외 진출을 염두에 두고 있었고, 캡스톤에게 받을 도움도 있을 것 같았다. 실제로 캡스톤은 중국 시장 진출을 위해 정보도 공유해주었고 무엇보다 중국 진출의 교두보가 된 텐센트를 연결시켜주었다.

“이전 회사에 다닐 때도 느꼈지만 중국 시장은 참 매력적이었습니다. 언젠가는 한번 도전해보겠다고 마음먹고 있었지요. 그러다 캡스톤을 통해 중국 파트너, 즉 텐센트를 알게 되었고, 테스트를 받게 되었습니다.”

텐센트는 수입할지 말지 결정하기 전에 세 차례 테스트를 진행한다. 김영모 대표는 이를 ‘텐센트 허들’이라고 불렀다.

| Company History |

2013. 6 플린트 설립

2013. 7 (주)카카오 입점 확정

2013. 9 (주)게임빌과 퍼블리싱 계약

2014. 2 <별이 되어라 for Kakao> 구글마켓, 앱스토어 동시 서비스
구글 플레이 매출순위 4위 / 애플 앱스토어 매출순위 1위

2014. 2 벤처기업 선정

2014. 3 1분기 이달의 우수게임 선정

2014. 6 캡스톤파트너스 30억 원 투자 유치

2014. 10 중국 텐센트 30억 원 투자 유치



“처음은 기술적 허들이었습니다. 하드코딩이 없는지, 클라이언트 중심의 구성인지, 데이터베이스와 서버가 잘 연결되는지 등등 기술적으로 얼마나 완성도가 높은지 확인하는 과정입니다. 2차에서는 이 게임의 경쟁력이 무엇인지 확인했습니다. 3차는 베타 서비스였어요. 실제로 중국 내에서 서비스를 오픈하고 일정 기간 동안 유저 잔존율을 체크합니다. 처음 방문한 유저들이 나중에 얼마나 남는지 확인하는 거예요.”

마지막 3차 테스트를 무사히 통과하고 나자 중국 시장에서도 통하겠다는 생각이 들었다.

“최근 중국 게임의 성장세가 도드라지고 있습니다. 혹자는 중국과 한국 게임이 이제는 똑같은 수준이라고 말씀하시는데 저는 아직 한국이 한수 위라고 생각해요. 중국 게임은 아직 감성이 약하다는 판단이에요. 그래서 충분히 해볼 수 있다고 믿고 있습니다. 저는 개인적으로 게임의 현지화 전략에 부정적인 생각을 갖고 있습니다. 현지화 전략은 현지의 퍼블리싱 업체가 진행해요. 그들은 ‘우리가 우리 고객을 잘 안다’는 말로 게임에 조금씩 변형을 가합니다. 개발자 입장에서는 뭔가 완전체에 금이 가는 듯한 그런 느낌을 받지요. 실제로 제가 아는 좋은 게임들은 전혀 현지화를 거치지 않은 게임들입니다. 좋은 게임은 국경을 초월하기 때문이에요. 텐센트는 우리에게 투자를 해준 회사이고, 또 우리의 중국 진출에 중요한 전략적 파트너지만 텐센트에 100% 의존할 생각은 없습니다. 텐센트가 현지 시장을 얼마나 잘 공략하는지 지켜볼 것이고, 만일 여의치 않으면 직접 중국 시장을 공략할 생각도 갖고 있습니다. 게임은 만국의 언어이며, 로컬화가 필요치 않은 장르라고 확신합니다.” **K**