



외식물가 상승에 HMR·냉동식품 집에서 즐긴다
L1



Life

비만치료제 시장 '삼중 작용제' 부상 국내도 맹추격
L2



후발주자서 개척자로... “서브컬처 긍정적 이미지 만들고파”



새벽을 여는 사람들

스타라이크 이형철 이사

‘서브컬처(Sub-culture)’는 게임, 만화, 영화, 애니메이션과 같은 ‘마니아 문화’를 말한다. 국내에서는 대중문화 수입 제한이 철폐된 1990년 이후 서브컬처 산업이 빠르게 성장했으며, 2020년대에 이르러서는 높은 충성도와 시장 잠재력을 갖춘 분야로 성장했다. 서브컬처를 향유하는 마니아를 일컫는 ‘오타쿠’라는 단어는 부정적인 느낌을 덜어내고 일상적으로 사용하는 표현이 됐다.

‘일리스타 페스’는 연간 10만명 이상이 방문하는 국내 최대의 서브컬처 행사 중 하나다. 지난 2022년 11월 첫 개최 이후 빠르게 성장해 연간 4회 개최를 지속하고 있으며, 회차마다 1000개 이상의 동아리와 20개 안팎의 기업이 참여한다. 국내 최대 컨벤션센터 일산 킨텍스(KINTEX)의 최대 대관처로도 자리했다.

일리스타 페스의 기획자인 이형철 스타라이크(氏) 이사(35·사진)는 ‘서브컬처 디렉터’로 활동한다. 그는 스타라이크의 대표작인 ‘식스타게이트 시리즈’를 비롯해 다수의 게임 개발을 주도했으며, 최근에는 서브컬처를 테마로 한 카페 사업에 진출하고 공연장도 개관하는 등 서브컬처 시장의 지평을 넓히는 데 앞장서고 있다.

◆ ‘의욕’으로 시작... 지금은 ‘대표 사업’

일리스타 페스는 게임 개발·공급사인 ‘스타라이크(氏)’가 개최한다. 처음에는 서브컬처에 관심이 많은 임직원들의 도전 욕구로 개최한 행사였지만, 개최를 지속하며 스타라이크의 명실상부한 대표 수익 사업 중 하나로 발전했다.

이형철 이사는 매 개최마다 누구보다 일찍 행사장을 찾아 준비상황과 안전 요소를 점검하며, 행사가 진행되는 동안에는 스타프실에 머무르며 현장을 직접 지휘한다. 행사가 끝난 뒤에는 현장 정리를 마치고 마지막으로 현장을 떠난다. 그는 지난 2월 10회차를 개최한 일리스타 페스가 이제야 안정적인 궤도에 올랐다고 평가하면서도, 아직은 갈 길이 멀다고 말했다.

이형철 이사는 “아직까지는 대외적인 인지도와 이미지를 개선하기 위해 노력하고 있다. 일리스타페스가 아는 사람만 아는 행사가 아니라, 이름만 들어도 알 법한 멋진 행사로 성장했으면 한다”면서 “3년이라는 시간이 짧다면 짧지만, 이제는 지역 국회의원도 행사를 찾고, 프로그램에도 함께 하는 등 어느정도 인정을 받게 됐다”고 했다.

그러면서도 “일리스타 페스는 후발 주자로 시작했지만, 어느새 회차를 거듭하면서 시장 확장을 개척하는 입장이 됐다”면서 “참



이형철 스타라이크 이사. 그는 ‘일리스타 페스’가 개최되는 동안 스타프실에서 머무르며 현장을 지휘한다. /안승진 기자



서브컬처 행사 ‘일리스타페스’ 기획 임직원 의욕으로 시작... 3주년 맞아 후발주자로 시작했지만 시장확장 앞장

전문인력 확보, 행사 시행착오 겪어 일리스타 브랜드 활용해 사업 확장 서브컬처 카페, 전문 공연장 문 열어 지속가능한 시장·브랜드 구축 목표

은 경쟁 행사가 있었지만, 상업적으로도 성공한 행사는 거의 없었다. 다른 후발주자들이 시장에 정착할 수 있도록 서브컬처에 대한 긍정적인 이미지를 구축해 가는 게 지금의 목표 중 하나다”라고 덧붙였다.

이형철 이사는 최근 ‘지속가능성’에 대해 고민하고 있다. 방문객이 늘고 행사가 성장하는 만큼, 수요를 정확히 예측하고 충분한 인력을 확보해야 해사다.

이형철 이사는 “일리스타 페스는 개최 3주년을 맞았지만, 비즈니스의 지속가능성에 대해선 항상 고민하고 있다”면서 “방문

객이 늘어나는 만큼 정확한 수요를 예측할 수 있어야 원활하게 행사를 진행할 수 있고, 혹시 모를 사고도 미연에 방지할 수 있다”고 했다. 그는 “소비자의 요구사항, 시장의 취향 변화도 고려해야 할 요소다”라고 덧붙였다.

이어 그는 “최근에 특히 어려움을 겪는 부분은 인력 확보인데, 행사 규모가 작을 때는 이쪽 분야에 전문성을 갖춘 인력들을 충분히 확보할 수 있었지만 최근에는 방문객이 늘면서 인력 수요가 부족 늘었다”면서 “방문객의 안전을 확보하고, 쾌적한 관람 환경을 구축하기 위해 협력사들과 항상 최선을 다하고 있다”고 설명했다.

◆ 시행착오 있었지만 극복

이형철 이사는 지금까지 여러 시행착오를 극복할 수 있었던 건 임직원들의 열정, 그리고 관람객들의 꾸준한 관심과 사랑 덕분이라고 이야기한다.

그는 “지금도 여러 시행착오를 겪는다. 온라인 예매 수량을 통해 관람객을 추산했지만 당일 행사 현장을 찾는 관람객이 예상보다 많아, 기획 단계에서는 예측하지 못했던 변수가 생긴다”면서 “그때마다 스타프들이 당초 예정보다 많은 업무를 맡게 된다. 그런데도 애정을 갖고 일해준 스타프들 덕분에 여기까지 올 수 있었다”고 말했다.

스타라이크는 최근 ‘일리스타’의 브랜드를 활용해 사업을 확대하고 있다. 현대백화점과 협업해 서브컬처 테마의 상품과 음료를 판매하는 ‘일리스타카페’를 수도권과 충청도 지역에 다수 출점해 운영 중이며, 서브컬처 전문 공연장인 ‘일리스타 스테이지’도 지난해 문을 열었다.

이 이사는 “스타라이크 본사는 전주에 있는데, 카페를 비롯한 여러 사업들은 수도권을 비롯한 전국에서 진행한다”면서 “사업을 확장하는 과정에서 직접 전국을 돌아다니고, 사업마다 적합한 인재도 모색해야 한다. 휴식을 즐기며 열심히 일하고 있다”고 설명했다.

이어 “사업을 확장하면서 많은 시행착오를 겪었고, 여전히 겪고 있다. 지금도 카페를 비롯해 여러 사업을 의욕적으로 시도하곤 있지만, 반드시 잘 된다는 보장은 없다”면서 “정확한 정답을 아직 찾지 못했더라도, 꾸준히 고객들에게 사랑받으며 이어갈 수 있는 사업을 찾아보려 한다”고 덧붙였다.

그러면서 “열정이 반드시 성공을 보장하진 않는다. 처음에는 열정과 의욕으로 시작했더라도, 사업으로 변하면 수익성과 지속가능성을 고려해야만 한다”고 강조했다.

그는 꾸준히 사랑받는 브랜드를 구축하는 것을 회사와 자신의 목표로 제시했다.



/안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr



일리스타 페스 내부에서 진행 중인 게임 체험 부스. 일리스타 페스 내에서는 동아리나 기업 단위의 체험 부스가 다수 운영된다.



만화·영화 시리즈인 ‘마블코믹스’의 캐릭터 코스튬을 입고 일리스타 페스에 방문한 관람객들. 다양한 코스튬을 갖추고 행사장을 찾는 ‘코스튬플레이어’들은 일리스타 페스의 대표 볼거리 중 하나다.



▲ ‘1000번째 A매치’ 수모 당한 흥명보호... 격양된 비판 속 ‘보약 삼자’ 응원 교차 /사진 뉴스시스
▲ 이정후, MLB 개막 3경기 만에 침묵 깬다... 양키스전 2루타 광

▲ 김주형, PGA 휴스턴 오픈 3R 공동 27위... 임성재 공동 61위
▲ ‘코트디부아르전 0-4 대패’ 손흥민 “선수들도 많이 느꼈을 것”

▲ 2주 연속 우승 보인다... 김효주, LPGA 포드 챔피언십 3R 단독 선두
▲ 펜싱 송세라, 아스타나 월드컵 여자 에페 개인전 금메달