

일본 최대의 국민적 오락

일본 파칭코 산업 규모는 30조 엔을 육박함. 일본이 자랑하는 전자 산업과 자동차산업을 능가하는 속도로 일본에서 성장을 거듭한 분야가 바로 파칭코로 일본에서 국민적 오락으로 자리 잡고 있음

□ 파칭코의 역사

- 도박형 레저 비즈니스분야에서 국민적 오락으로 자리 잡고 있는 파칭코는 1910년 미국에서 개발되어 일본으로 전해진 손으로 구슬을 튕기는 놀이기구가 그 원형이라 할 수 있음
 - 1925년 경 이러한 놀이기구를 대형화시키고 여러 대를 모아놓고 경품을 거는 등의 방식을 도입하면서 파칭코는 놀이기구에서 사업기구로 거듭나게 됨
 - 그 후 손으로 튕기는 방식에서 전동식으로 간편화되고 지금은 컴퓨터로 모든 것이 제어되고 있음
 - 경품을 현금으로 바꿀 수 있는 시스템이 갖추어지면서 파칭코는 비약적인 발전을 했음

□ 일본에서 파칭코의 의미

- 파칭코 점포에는 만 18세 이상이면 누구나 출입이 가능하며 절대 돈으로 경품을 바꾸어 주지 않음

- 경품에 해당하는 플라스틱 조각을 받아 들고 문 밖으로 나가 환금해 주는 장소를 찾아가야 비로소 돈을 손에 짚 수 있음
 - 항상 상당량의 현금을 확보하고 있어야 하는 이 환금장소가 범죄의 대상이 되어 매스컴에 오르내리기도 함
- 이렇듯 음성화시키지 않은 교묘한 방법으로 도박시스템을 구축한 파칭코는 많은 세금을 낸다는 이유로 일본 국세청의 지대한 관심을 받음
- 그래서인지 범국가적인 차원에서 파칭코는 권장하는 국민적 오락이자 도박으로 볼 수 있음
 - 늦은 시간 TV에서 연예인들이 특정 지역의 파칭코 점포를 돌며 서로 경쟁하는 프로그램이 방영되기도 함
 - 우리가 알고 있는 파칭코는 도박 그 이상도 이하도 아닌 것과는 판이하게 다르며 분명 일본사람들에게 파칭코는 오락임
 - * 물론 일부 과잉반응을 보이는 마니아들이 중독 현상을 보이며 매일 아침 파칭코 점포로 좋은 자리를 확보하기 위해 서둘러 출근하기도 하고 아침 개점시간에 파칭코 앞에 줄을 선 사람들을 어렵지 않게 볼 수 있음
- 서점에 가면 파칭코를 공략하는 방법을 소개하는 책들이 많이 볼 수가 있음
- 일반적으로 파칭코 점포에 진열되어 있는 게임기의 기종은 대략 10여 종에 이르나 산업규모가 큰 만큼 업체간 경쟁이 치열해 시장 점유를 위한 새로운 기종이 하루가 멀게 등장함
 - 그 기종들의 공략법을 익히기 위해 현장에서 돈을 쓰기 전에 책으로 공부함

- * 빠칭코 업계가 다른 산업에 비해 손색없는 일본의 주요산업임을 증명하는 것은 이렇듯 출판업계뿐 아니라 파칭코를 제조하는 회사, 파칭코에 종사하는 근로자, 파칭코 기계에 박혀있는 못의 미묘한 차이를 매일 조절하는 구기시(釘師)에 이르기까지 그 영향력이 광범위하고 크다는 것에 있음

□ 현대의 파칭코

- 일본 레저백서에 따르면 응답자의 약 20%가량의 일본사람들이 파칭코를 즐기고 있다고 답했으며 1회 평균 약 3천 엔의 비용을 쓴다고 나타나 있음
 - 특히 남녀 모두 20대의 젊은이들이 다른 연령대에 비해 파칭코 가게를 많이 찾는 것으로 조사되었으나 다음으로 많은 연령대가 남자의 경우 30대인 반면 여성은 50대로 나타났음
 - 젊은 층과 30대의 남성 직장인 그리고 삶의 여유를 찾고 시간 할애가 비교적 용이한 중년 여성들에 의해 일본의 국민적 오락 파칭코는 유지되고 있다고 할 수 있음
- 그런데 1990년대 후반 들어오면서 파칭코 업계의 매출이 감소하기 시작하였음
 - 오랜 기간 지속된 불황의 여파가 아직 가시지 않은 일본의 오락 레저 산업 모두가 비슷한 상황이라는 하지만 파칭코를 찾는 손님이 점차 감소하면서 파칭코 업체의 도산이 증가하고 있는 추세임
 - 새로운 활로 모색을 위해 매장을 새롭게 단장하고 경품으로 고급 유명 브랜드를 내세우는 등 각고의 노력을 기울이고 있음
- 이런 와중에 유일하게 업계의 주목을 받으며 성장을 지속하는 파칭코 기업이 있는데 바로 ‘마루한’ 이라는 기업으로 사장이 한국인임

- 15살 때 밀항선을 타고 일본으로 건너가 3평 점포에서 시작한 파칭코 사업이 지금은 일본 전역에 180개에 달하는 점포를 보유할 정도로 규모가 커졌음
- 종업원이 무려 7천명에 달하고 연간 매출이 1조 엔을 넘어선 그야말로 일본 속에 자랑스러운 한국인 그 자체이며 사장은 이 회사의 성공 비결을 지역사회에 대한 공헌으로 꼽음
- * 이국인으로써 부딪히는 어려운 난관을 헤쳐 나가기 위한 해결책을 일본 지역주민과 더불어 살아가는 것에서 찾았는지도 모름