

## 혁신을 넘어 또 다른 혁신으로, 온라인 게임업체 엔씨소프트

김 우 철(서울시립대 세무학과 교수)

온라인 게임을 좋아하는 사람이라면, 한번쯤 '리니지'라는 게임을 들어본 적이 있을 것이다. 수많은 국내 게임 애호가들을 밤새 잠 못 들게 한 리니지는 국내 온라인 게임 업계 1위인 엔씨소프트 사에 의해 개발되었고, 엔씨소프트는 잘 알다시피 프로야구 구단 'NC 다이노스'의 모기업으로 유명한 매우 큰 회사이다.

이러한 엔씨소프트는 1997년 '아래아 한글'의 공동개발자로 유명한 김택진 사장에 의해 설립되었다. 1992년, 서울대 전자공학과 대학원을 졸업하고 현대전자에 입사한 그는 현대전자와 미국에서 일하는 동안 온라인 게임 산업의 잠재력을 발견하였고, 이내 자신의 모든 역량을 온라인 게임 산업에 투입하기로 결정했다. 그 후, 엔씨 소프트웨어를 설립하여 간판 게임인 리니지의 정식 서비스를 1998년 9월 시작하였고, 리니지는 15개월 만에 온라인 게임으로는 사상 최초로 가입자 100만 명을 넘겼다. 2001년에는 리니지의 세계 동시접속자가 30만 명을 넘어서며, 엔씨소프트는 세계적인 게임 기업으로 자리 잡게 되었고, 이를 바탕으로 설립 10년 만에 시가 총액 1조원 이상의 중견기업으로 성장하였다. 리니지 또한 이에 발맞추어 지난 2007년에는 단일 게임 최초로 누적 매출 1조 원을 돌파하였고, 2013년 9월을 기점으로 누적 매출 2조 500억 원을 돌파하는데 성공하며, 게임 산업의 저력을 다시 한 번 확인시키며 모든 이들을 깜짝 놀라게 했다.

그렇다면, 수많은 게임업체들이 흥하고 망하는 동안, 엔씨 소프트웨어만이 15년 넘게 꾸준히 국내 온라인 업계 시장의 선두주자로 성공한 비결은 과연 무엇일까. 답은 엔씨 소프트웨어 김택진 사장만의 경영철학과 혁신에서 찾을 수 있다.

## 리니지와 함께 온라인 게임의 대중화를 이끈다

리니지가 만들어지기 이전만 하더라도, 컴퓨터는 PC 통신으로 대화하고 게임을 진행하던 ‘문자 텍스트’를 전달해주는 매개체에 지나지 않았다. 이러한 문자텍스트에 익숙한 세대에게 컴퓨터 그래픽을 통해 생동감과 역동성을 선보인 리니지가 가져다 준 충격과 파급력이란 가히 놀라울 정도였다. 리니지의 성공으로, 전국 방방곡곡에는 PC를 다 같이 함께 모여 할 수 있는 ‘PC 방’이 기하급수적으로 늘어났으며, 온라인 게임이라는 새로운 문화가 생겨났고, 소비자들의 컴퓨터 이용과 여가생활 이용의 패러다임은 완전히 바뀌었다.

경쟁적인 사회분위기에서 쌓여만 가는 스트레스를 푸는 좋은 방법으로 운동이나 여행, 연극과 공연 등을 들 수 있으나, 바쁜 일상 속에서 이를 온전히 즐길 수 있을 만큼 대다수의 시민들은 여유롭지 못할 수 있다. 많은 직장인들은 퇴근 후 과음의 유혹에 쉽게 빠지는 경향이 있지만, 과음은 종종 더 큰 스트레스를 가져오거나 신체적인 무리라는 후유증을 가져올 수 있다. 이러한 상황에서 큰 비용을 들이지 않고 손쉽게 기분전환을 유도할 수 있는 방법 중 하나가 바로 온라인 게임이다. 시간과 장소에 거의 구애받지 않고 가벼운 마음으로 즐길 수 있는 온라인 게임을 통해 사람들은 잠시나마 정신적 피로를 덜 수 있게 된다.

치열한 입시경쟁에 적응하지 못한 채 진학을 포기한 청소년들 일부는 과거 일시적인 현실도피를 위해 유해물질을 흡입하거나 폭력적 행위를 일삼는 경우가 적지 않았다. 최근 들어 이러한 청소년들의 숫자가 크게 감소하게 된 것은 이들의 환상과 흥미를 자아내는 온라인 게임의 등장과 무관하지 않다고 할 수 있다. 온라인 게임과 PC방 문화의 보급은 어쩌면 적지 않은 청소년들에게 사회의 어두운 음지에서 벗어나게 해주는 일종의 사이버 해방구와 같은 역할을 하였다고 볼 수도 있다.

리니지가 많은 대중적 관심을 끌게 된 이후, 국내 게임업계들은 너도나도 온라인 게임 개발에 뛰어들었고, 그 결과 온라인 게임 산업은 양적, 질적 측면에서 엄청난 속도의 발전을 이루게 된다. 그러나 당시만 하더라도, 쉽게 지루해지고 반복되는 온라인 게임의 특성상 소비자들 사이에서의 효용과 만족은 금세 식어버릴 수밖에 없어, 하나의 게임이 크게 대중화되는 것은 굉장히 어려운 일이었다. 그럼에도 리니지는 시장을 선도하며, 온라인 게임의 대중화를 통해 국내

게임 소비자들의 게임 이용 패러다임을 바꾸어 놓을 정도의 인기를 누렸다. 그 원동력은 무엇일까. 바로 리니지의 끊임없는 업데이트 덕분이다. 실제로 엔씨소프트는 200~300명에 이르는 인력을 리니지 업데이트와 운영에 투입하고 있다. 현재까지 32번의 대규모 업데이트가 이뤄졌는데, 대규모 업데이트라는 것은 사실 게임 속 새로운 세계관이 등장하는 것으로, 새 온라인 게임을 출시하는 것과 맞먹을 정도의 시간과 노력이 들어가 많은 게임업체들은 비용부담을 이유로 꺼려하는 것이 대부분이다. 하지만 리니지는 그와 달리 많은 비용을 부담한다는 리스크에도 불구하고 업데이트를 통해 소비자들을 만족하기 위해 노력했다. 그 결과 온라인 게임 대중화를 이끌어내며, 시장에서 큰 성공을 거둘 수 있었다. 이는 위험요소에도 불구하고 끊임없이 노력하고 도전하는 ‘기업가 정신’을 기반으로 만들어진 김택진 사장만의 획기적인 경영 전략 덕분에 리니지가 온라인 게임의 대중화를 이끌고 오랜 시간 소비자들에 의해 선택받아 왔음을 시사한다.

한편, 엔씨소프트는 기세를 몰아, 2003년 블록버스터 온라인 게임 ‘리니지 2’를 출시했다. 개발 기간 3년, 100명이 넘는 개발진, 100억원의 사전 제작비가 투입된 대형 프로젝트를 통해 만들어진 이 게임은 영화 같은 3D 그래픽과 전편에 대한 사람들의 기대 심리가 맞물리면서 폭발적인 인기를 끌며, 국내 3D(3차원) 온라인 게임의 장을 열었다. 웅장한 전투 시스템과 다양한 캐릭터 등을 표현하는 데 3D가 제격이라는 걸 보여준 이후 대부분 신규 MMORPG(대규모 다중사용자 온라인 롤 플레이 게임)류들은 ‘리니지 2’와 같은 풀 3D게임으로 제작되고 있다. 이로써, 국내 최초의 3D 온라인 게임인 ‘리니지 2’로 김택진 사장은 또 한번 리스크를 감수한 자신만의 경영 전략을 통해, 돌파구를 찾아냈으며, 엔씨 소프트웨어를 세계적인 게임 업계로 성장시키는데 성공하였다.



## 해외서비스를 시작하며 본격적인 게임 한류의 서막을 알리다



이런 국내에서의 성공을 바탕으로 엔씨소프트는 해외 시장 개척에도 적극적으로 나서고 있다. 국내 업계 최초로 미국, 중국, 일본에 현지 게임 개발 스튜디오를 설립한 김택진 사장은 연이어 일본과 중국에도 해외지사를 설립했다. 또한 스페인, 미국의 엔터테인먼트 회사들과도 게임 출시 계약을 잇달아 체결했다. 하지만, '리니지2'가 세계시장에서 실패한 이후, 김택진 사장은 '리니지 2'의 실패 요인을 한국 정서가 배어 있는 '리니지2'가 서양인 정서에 맞지 않았기 때문으로 판단했다. 이후 주위의 만류에도 불구하고 '한국 정서'에 집착하지 않는 방향으로 경영 전략을 선회, 국외 개발사 '아레나넷'을 인수해 외국인의 취향에 맞는 게임을 만들었다. 그 후 아레나넷이 개발한 '길드워'는 미국·유럽에서 600만장 넘게 팔리며 성공을 거두었고, '아이온'의 유럽 수출 때 역시 그래픽·스토리 등을 유럽인 정서에 맞게 변형시켜 큰 성공을 거둘 수 있었다. 이런 과감한 결단을 바탕으로 하는 김택진 사장의 경영전략 덕에 현재 엔씨소프트의 게임들은, '리니지' 30여 개국, '리니지2' 70여 개국, '아이온' 60여 개국 등 전 세계 70여 개국에서 많은 소비자들에 의해 이용되고 있다. '정보통신(IT) 컨설팅업체인 스트라베이스의 집계에 따르면 2009년 '리니지' 시리즈는 2억7000만 달러, '아이온'은 2억3000만 달러를 벌어들이는데 성공하였다. 또한 2011년 3분기의 경우에는 지역별로 한국 977억 원, 북미 128억 원, 유럽 77억 원, 일본 191억 원, 대만 55억 원의 매출을 달성했고, 게임별로는 '리니지'가 405억 원, '리니지2'는 286억 원, '아이온(AION)'이 630억 원의 매출을 기록했다.

한편 이와 더불어, 엔씨소프트는 세계시장에서의 점유율 확대를 위해 게임 다양화라는 방법을 통해 노력하고 있다. 우선 MMORPG의 강자라는 경쟁력을 바탕으로 누구나 쉽게 즐길 수 있는 캐주얼 게임 분야도 강화하기 위해, 팝캐페

임즈(Popcap Games)와 계약을 맺고 '팝캡월드'를 선보였으며, '팝캡월드'는 팝캡게임즈의 대표게임 14종을 모아놓은 캐주얼 온라인게임으로 2년의 개발 기간을 거쳐 공개되었고, 전 세계적으로 많은 인기를 끌었다.

국내 게임 산업을 포함한 전반적인 문화 산업까지 육성하다

**NC SOFT** 



엔씨소프트의 게임과 만화·영화 등 이종(異種) 콘텐츠 간의 융합 전략은 업계에서 이미 유명한 성공 사례이다. 실제로 한국과 중국 등 세계 여러 나라에서 성공을 거둔 엔씨소프트의 '리니지' 역시 동명의 만화가 원작이다. 콘텐츠 융합은 대중에게 좀 더 친밀하게 다가가고, 새로운 부가가치를 끌어낸다. 또한 기존에 있던 이야기와 캐릭터를 기반으로 게임을 개발하면 개발 속도를 훨씬 빠르게 앞당길 수도 있다는 장점도 있다. 따라서 리니지 이후 엔씨소프트는 게임을 기반으로 하는 만화나 영화를 제작한다거나, 거꾸로 기존 콘텐츠를 게임으로 제작하는 모습을 보여주며, 게임이 콘텐츠 융합의 허브(hub·중심축)가 되는 시대를 여는데 성공했다. 이를 총괄했던 엔씨소프트의 김택진 사장은 만화 산업의 육성과 더불어 시너지 효과를 전략적으로 판단하였다. 그 결과, 만화가 150여명을 통해 200편이 넘는 만화를 기획·제작해온 대표적인 만화제작 업체 재담미디어에 15억원, 온라인·모바일 만화 서비스 업체로 유명한 레진엔터테인먼트에 50억 원을 투자했다.

또한 엔씨소프트는 단순히 만화업계 투자를 넘어, 얼마 전 개막한 한국 최대의 게임 전시회 '지스타 2015'에서 내년 출시를 목표로 한 'MXM'을 공개하며, 유명 만화가 양영순 작가 등과 협력해 'MXM'을 4종의 만화로 제작하기로

합의했다. 또 온라인·모바일 만화 서비스 레진코믹스에 '블레이드 앤 소울' 게임의 캐릭터를 활용한 만화 '주술사의 탄생'을 연재하기도 하는 등 콘텐츠 융합이 각광받는 시대에 게임 업계가 그 중심이 될 수 있도록 시장을 선도하고 이끌어 나가고 있다.

### PC 기반의 온라인 게임 시장에서 모바일 시장까지



현재 국내 LTE 보급률이 60%를 넘어서는 등 네트워크 인프라가 빠르게 향상되고 있는 상황에서 모바일 MMORPG(다중접속역할수행게임) 시장은 급속도로 성장하고 있다. 이에 김택진 사장은 국내 온라인 게임 시장 1위를 넘어, 모바일 게임 시장에서도 1위로 업계를 이끌겠다는 포부를 밝히며 지난해 12월부터 올해 상반기까지 국내외 모바일게임사 최소 5곳에 대한 약 100억 원을 투자했다. 또한 모바일 게임 시장 1위를 위해 세계적인 스포츠 게임업체인 EA, 세가, 남코 등에서 25년 이상 게임 개발 경력을 쌓은 전문가이자 콘솔, PC, 모바일 분야에서 폭넓은 개발 경험을 가지고 있는 제시 테일러(Jesse Taylor)를 영입했다. 그 계획의 일환으로 새로 선임된 윤재수 CFO와 제시 테일러는 우수한 모바일게임과 기술 기업에 과감하게 투자함으로써, 미래 성장 동력을 강화하겠다고 발표했다. 동시에 기존의 유명한 PC 온라인 게임을 활용한 모바일 게임은 높은 인지도를 바탕으로 이용자 확보가 용이하다는 점에 주목, 기존 PC 온라인게임의 지적재산권(IP)을 활용한 새로운 장르의 모바일 게임 출시와 플랫폼에 구애 받지 않고 즐길 수 있는 온라인게임의 출시를 진행하고 있다.



## 참고자료

‘[도약! 한국기업]엔씨소프트, ‘리니지’ 신화 이끈 저력… 게임코리아 이루어 내’, 동아일보, 2015. 04. 01., <http://news.donga.com/3/all/20150331/70443346/1>(2015. 12. 17.)

‘(182) 엔씨소프트, 온라인 게임 성공신화, 모바일까지 영토 확장’, 파이낸셜 뉴스, 2014. 11. 30., <http://www.fnnews.com/news/201411301658211364>(2015. 12. 17.)

만화·게임·영화… 경계는 사라졌다, 조선비즈닷컴, 2015. 11. 10., <http://m.biz.chosun.com/svc/article.html?contid=2015110903827>(2015. 12. 17.)

장수 게임들의 역습 '절대인기' 비법은?, 아이뉴스, 2014. 07. 29., [http://m.inews24.com/view.php?g\\_serial=838534&g\\_menu=020521](http://m.inews24.com/view.php?g_serial=838534&g_menu=020521)(2015. 12. 17.)

[엔씨소프트] 김택진 사장 인터넷 포털시장에 도전장, MK 뉴스, 2007. 03. 28., <http://m.mk.co.kr/news/headline/2007/157109>(2015. 12. 17.)

[게임세상] 유럽서 주목받는 ‘길드워2’, 한겨레 신문, 2010. 08. 23., <http://www.hani.co.kr/arti/economy/it/436444.html>(2015. 12. 17.)

엔씨소프트, 한국적 스토리·스타일로 세계 '노크', 아시아경제, 2010. 11. 16., <http://m.asiae.co.kr/view.htm?no=2010111509261452965#cb>(2015. 12. 17.)