

넷마블	코웨이
넥슨	블록체인
엔씨	AI

非게임에 베팅하는 게임업계... 新성장동력 정조준

게임업체 넷마블이 국내 1위 생활가전 및 렌탈업체 웅진코웨이 인수를 위한 우선협상자에 선정되면서 양사 간 시너지가 이뤄질지 이목이 쏠리고 있다.

게임과 렌탈이라는 이색적인 조합에 직접적인 사업 접목이 이뤄지기는 어려울 것으로 보이지만, 넷마블 입장에서는 '구독경제(subscription economy)'라는 신(新) 비즈니스 모델을 확보하고 안정적인 '캐시카우'를 확보할 수 있다는 이점이 있다.

넷마블의 품에 안길 웅진코웨이는 자타가 공인하는 국내 생활가전업체 1위 기업이다.

1989년 웅진그룹에서 태동해 정수기, 공기청정기, 비데 등을 핵심 사업군으로 하면서 2011년부터 새로 진출한 매트리스 렌탈은 침대업계를 위협할 정도로 몸집을 키우며 기회 때마다 시장의 리더 역할을 해 왔다.

청호나이스, SK매직, 쿠쿠전자, LG전자 등 대·중견기업 등이 웅진코웨이의 경쟁자이지만 관련 매출 규모면에선 코웨이를 넘어지지 못하고 있다. 정수기(약 37%), 공기청정기(약 24%), 비데(약 28%) 부문 등을 모두 석권하고 있다.

웅진코웨이는 지난해 말 기준으로 매출액은 2조 7073억원을 기록, 사상 최대 실적을 올리며 올해 '매출 3조원' 돌파를 눈앞에 두고 있다. 이 가운데 말레이시아, 미국, 중국 등 해외에서 5442억원의 매출을 기록하며 글로벌 기업으로도 빠르게 성장하고 있다. 특히 말레이시

넷마블, 스마트홈 디바이스 등 '구독경제' 사업 시너지 기대
넥슨, 레고·유아용품 등 다각화
엔씨, AI 강화로 '종합 IT' 목표

아 법인의 경우 2017년 대비 2018년 현재 70.3%나 성장하는 고성장을 지속하고 있다.

회사가 앞서 내놓은 실적 자료에 따르면 올해 매출은 2조 980억원, 영업이익은 7175억원까지 늘어날 것으로 예상된다.

웅진코웨이의 총 계정수는 국내·외를 합해 지난해 말 현재 700만 개를 돌파했다. 매년 7% 이상의 성장을 이어가면서 올해의 경우 750만 계정을 훌쩍 넘어설 것으로 보고 있다.

문제는 게임과 웅진코웨이 렌탈사업의 시너지다. 넷마블은 웅진코웨이 인수 시너지로 구독경제를 꾀했다. 자사의 인공지능(AI), 클라우드, 빅데이터 등 게임 사업에서 확보한 IT 기술과 노하우를 접목해 스마트홈 구독경제 비즈니스를 만들겠다는 복안이다.

구독경제란, 신문이나 잡지를 매달 구독하듯 이용료를 내고 서비스를 받는 것이다. 무제한 스트리밍을 제공하는 '넷플릭스'가 대표적이다. 넷마블은 넷플릭스형 콘텐츠 구독경제에서 향후 실물 구독경제, 스마트홈 영역이 각광받을 것으로 내다봤다. 글로벌 구독경제 시장



규모는 오는 2020년 약 5300억 달러(약 600조원)에 달할 것으로 전망된다.

그러나 당장 렌탈사업과 게임사업이 어떻게 접목될 지에 대해서는 미지수다. 게임의 주 소비층은 10~30대로, 렌탈사업에 비해 소비층이 제한돼 있다. NH투자증권 안재민 연구원은 "게임사업이 가구보다는 개인 중심일 뿐만 아니라 주력 연령층이 젊은 남성층 비중이 높다는 점에서 당장 스마트홈의 주력 가구층과 달라 스마트홈과의 시너지에서 불확실성이 존재한다"고 내다봤다.

넷마블 측에서도 구체적인 사업 모델 접목과 관련해서는 인수 후에야 방향성이 결정된다고 미지수로 남겼다.

다만, 이번 인수로 넷마블이 안정적인 자금을 확보했다는 데는 의의가 있다. 흥행을 예측할 수 없는 게임 사업의 불확실성을 웅진코웨이의 안정적 렌탈 사업을 기반으로 안정적인 자금을 공급받아 보완할 수 있는 셈이다. 모바일 게임이 주력인 넷마블은 '턴전애포터'

의 넥슨, '리니지'의 엔씨소프트 등에 비해 지식재산권(IP)의 경쟁력이 낮다. 2017년 상장 당시에는 시가총액이 13조 5000억원에 달했지만, 현재 7조 9000억 원대로 반토막이 났다. 지난해 영업이익은 전년 대비 52.6% 감소한 2417억원을 기록한 바 있다.

서장원 부사장은 "넷마블이 게임사업 운영하면서 AI를 이용한 유저 빅데이터 분석 및 운영 노하우를 코웨이가 운영 중인 모든 제품에 접목해 스마트홈 디바이스로 발전시키는 것이 목적"이라며 "기존 사업에 구독경제 모델이 더해져 향후 넷마블 사업 안정성이 강화될 것"이라고 말했다.

한편, 주력 사업인 게임에서 눈을 돌려 종합정보기술(IT) 업체로 사업을 다각화하거나 새 먹거리를 찾고 있는 사업자는 넷마블뿐이 아니다. 가장 공격적으로 사업 다각화 M&A에 나서는 업체는 넥슨이다. 최근 매각이 무산된 넥슨은 한국을 온라인 게임 강국으로

이끈 주역이지만, 모바일게임 매출 성장이 더뎠고 이렇다 할 대작을 내놓지 못하며 외화내빈(外華內貧) 상태에 놓였다. 김정주 NXC(넥슨 지주사) 대표는 지난 2013년 블록완구 레고 거래 플랫폼 브릭링크를 출발점 삼아 노르웨이 유아용품 업체 스토케, 2017년 국내 1호 암호화폐 거래소 코빗, 이탈리아 펫푸드 업체 아그라스텔릭을 인수했다. 지난해에는 유럽 암호화폐 거래소 비트스랩프 등을 품기도 했다.

온라인 게임 사이트 한게임을 운영하는 NHN은 지난 4월 기존 NHN 엔터테인먼트에서 사명을 바꿨다. 종합 IT 서비스를 제공하는 기업으로 탈바꿈하기 위해서다. NHN은 2014년 간편 결제 서비스 '페이코'를 출시했고, 클라우드 서비스 '토스트' 등을 제공하고 있다. 엔씨소프트는 2011년부터 AI 연구를 시작해 2016년 AI센터와 NLP센터로 내부 조직을 확대해 AI 투자에 몰두하고 있다.

업계 관계자는 "넷마블의 웅진코웨이 인수는 최근 게임 산업의 불확실성을 해소하기 위한 신성장동력 구하기의 일환"이라며 "신작 게임들의 흥행이 어려울 뿐 아니라 중국 게임 판호(발급권) 발급이 막혀 확장성이 막히고, 세계 보건기구(WHO)의 게임중독 질병코드 등재 등의 악재가 겹쳐 향후 게임사들의 비게임사업 진출이 가속화 될 것"이라고 말했다.

/김나리·김승호 기자 silkni@metroseoul.co.kr

두부제조 뛰어난 '자산 9조' 군인공제회... 업계 "시장교란, 철수해야"

중소협동조합 해우소

'해우소(解憂所)'란 절에서 화장실을 일컫는 말입니다. 여기에는 근심이나 우울한 기분을 푸는 곳이라는 의미를 갖고 있습니다. 중소기업은 우리나라에서 전체 기업수의 99.9%를 차지할 정도로 절대적인 비중을 차지하고 있습니다. 그만큼 늘 근심이 많습니다. 그래서 풀어야 할 숙제도 쌓여 있습니다. 때로는 규제에, 때로는 보다 큰 기업들의 공격에, 때로는 제도가 갖춰지지 않아서 등 이유는 다양합니다. 메트로신문은 중소기업 활동의 핵심 축인 중소기업 협동조합의 해우소 역할을 하기 위한 장을 준비했습니다. <편집자주>

자산만 9조원에 가까운 군인공제회 자회사를 통해 일반 두부제조시장에 진출, 사업을 확대하면서 중소기업들의 생계를 위협하고 있다.

연간 약 7000억원 규모인 국내 두부 시장을 놓고 대상, 풀무원, CJ 등 대·중견·중소기업들이 격전을 벌이고 있고, 중소기업들의 생존을 위해 2011년부터 두부를 중소기업 적합업종으로 보호하고 있는 가운데 '사각지대'에 있는 군인공제회가 빈틈을 노려 무차별 시장 확대에 나설 조짐을 보이고 있는 것.

'군인 및 군무원의 생활안정과 복지 증진을 도모하고 국군의 전력향상에 이바지하는 것'을 목적으로 1984년 설립된 군인공제회는 비영리단체로 대거



정중호 한국연식식품조합연합회장이 14일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 군인공제회 자회사인 엠플러스에프앤씨가 급식 등 일반 두부시장에 진출한 것을 두고 회원사 관계자들과 규탄하는 성명서를 발표하고 있다. /중기중앙회

두부, 중소기업적합업종 보호 품목 비영리법인 틈새 이용해 시장 진출
군납 제조서 수입콩으로 영역 확장
소매시장 진출맨 중소기업 타격 불가피

업, 중견기업, 중소기업 등 어디에도 해당되지 않는다. 이에 따라 중소기업 적합업종 등 관련 규제에서도 자유롭다.

14일 한국연식식품협동조합연합회에 따르면 군인공제회는 자회사인 엠플러스에프앤씨(엠플러스F&C)를 통해 수입콩을 이용, 두부를 제조해 군납을 넘어 일반 단체급식시장까지 사업을 확장하며 중소기업들을 위협하고 있다. 관련 중소기업들은 엠플러스F&C가 마트

등 일반 두부시장 진출 추가 가능성도 높은 것으로 보고 있다. 이럴 경우 중소기업계에 미치는 악영향은 더욱 커질 수밖에 없다.

군인공제회가 100% 지분을 출자해 2015년 설립한 엠플러스F&C 역시 비영리법인에 속한다.

당초 엠플러스F&C는 두부, 순두부, 콩나물, 전투화·전투복 등 군수품 등을 제조해 군에 납품하기 위한 조직으로 탄생했다.

중소기업들이 사업을 침범당했다고 토로하고 있는 두부, 순두부의 경우 엠플러스F&C는 국산콩을 이용한 군납 식품만 제조해왔다. 그러다 수입콩까지 영역을 넓히며 이를 이용한 두부 등을

제조해 급식 및 일반 소매시장 등으로까지 손을 뻗치고 있다. 단체급식과 일반 소비자들이 찾는 마트는 중소기업과 영역이 겹치는 점점이다.

정중호 연식식품조합연합회장은 "군인공제회는 군인과 군무원을 위한 비영리 특수법인임을 망각하고 100% 출자한 자회사를 통해 중소기업과 소상공인 사업하고 있는 두부시장까지 진출해 생계를 위협하고 있다"면서 "엠플러스F&C는 수입콩으로 제조한 민간 두부시장에서 완전히 철수해야한다"고 강조했다.

연식식품조합에는 전국의 10개 중소기업 협동조합이 회원으로 가입돼 있고 이들 조합에는 두부류를 생산, 가공, 판매하고 있는 중소기업 1500여 곳이 속해 있다.

업계에 따르면 약 7000억원 규모인 국내 두부시장에서 수입콩은 70%가 약간 넘는 5000억원 정도다. 2016년 당시 수입콩을 838톤(t) 정도 들여온 엠플러스F&C는 2017년엔 739t, 2018년엔 1103t의 콩을 중국 등 해외에서 각각 들여왔다.

엠플러스F&C는 지난해 514억원의 매출을 기록했다. 이 가운데 국산콩을 활용한 제품 매출은 약 210억원, 수입콩 제품은 50억원 정도로 추산된다. 수입콩 시장에서 차지하는 엠플러스F&C의 매출 비중은 전체 시장(5000억원)의 1% 정도로 아직까진 미미한 수준이다.

연식식품조합 관계자는 "군인공제회가 100% 자금을 낸 엠플러스F&C는 모범인을 통해 일반 중소기업들은 상상도 못하는 초저금리를 활용할 수 있는 등 무한한 자금력을 갖고 있어 제품 가격 후려치기 등을 통해 경쟁 중소기업들을 고사시킬 수 있는 개연성이 높다"고 꼬집었다.

특히 연식식품조합 등 관련 중소기업들은 두부를 놓고 중소기업 적합업종을 넘어 현재 추진하고 있는 '소상공인 생계형 적합업종'으로 지정된다고 하더라도 군인공제회와 엠플러스F&C가 비영리법인이기 때문에 무차별 사업확장에 대해 제도적으로 막을 방안이 없다는 것에 더욱 안타까워하고 있다.

연식식품조합이 주축이 돼 동반성장위원회에 신청한 '두부 및 유사 식품 제조업' 생계형 적합업종은 현재 주무부처인 중소벤처기업부로 넘어가 관련 심의를 진행하고 있다.

한편 엠플러스F&C는 이날 연식식품조합의 대응에 대해 "2016년 이후 군납 두부가 공개경쟁 입찰로 전환되면서 다수의 중소기업들이 참여했고, 이때문에 경쟁이 치열해져 본사의 매출도 대폭 감소해 자구책 일환으로 민수시장 진출에 노력하고 있다"면서 "B2B사업인 단체급식업체 위주로만 하고 있고 대부분의 생계형 소상공인들이 경쟁하고 있는 B2C시장에 진출할 계획은 없다"고 밝혔다. /김승호 기자