

‘K-웹툰 전성시대’… 유럽·북미 등 글로벌시장서 왕좌 대결

네이버 올 상반기 유럽 법인 설립
북미 월간 사용자 1400만명 돌파
카카오 ‘픽코마’ 만화 앱 매출 1위
누적 거래액 1조 3000억 넘어

네이버와 카카오의 K-웹툰이 일본·유럽·북미 등 글로벌 시장에서 격돌하고 있다.

네이버는 올 상반기에 유럽 법인을 설립하며 유럽 시장 1위 굳히기에 나섰다. 일본에서 서비스인 라인망가와 이북 재판을 합하면 일본 내 최대 규모의 디지털 만화 플랫폼을 확보하게 됐다. 또 카카오는 종합디지털만화플랫폼 ‘픽코마’가 현재까지 전 세계 만화 앱 매출 1위를 유지하고 있으며, 지난 3월 프랑스에서도 픽코마 서비스를 시작했으며, 2024년까지 글로벌 거래액을 현재 대비 3배 성장시키는 것이 목표로 하고 있다.

네이버와 카카오는 이미 일본 시장에서 치열한 경쟁을 벌여 카카오의 픽코마가 2020년 7월부터 선두를 지켜오던 네이버의 ‘라인망가’를 누르고 일본 비게임 앱 부문 1위를 유지해오고 있는데, 올 상반기에 유럽에서 본격적인 웹



네이버 웹툰 '여신강림'.

/네이버

툰 경쟁에 나섰다. 유럽 웹툰 시장은 네이버웹툰이 먼저 개척해 2019년 프랑스와 스페인어 서비스를 시작한 데 이어 지난해 독일어 서비스를 출시했으며, 카카오의 픽코마는 지난 3월 프랑스에서 서비스를 시작했다.

◆네이버웹툰, '유럽 시장 1위 굳히기'

네이버웹툰은 북미에서 빠른 성장세를 보이며 월간 사용자(MAU) 1400만명을 돌파했으며, 미국·대만·인도네시아·태국·프랑스 등 주요 해외시장에서 ‘라인웹툰(LINE WEBTOON)’과 ‘웹툰(WEBTOON)’이 1위 웹툰 플랫폼의 위상을 높여가고 있다.



카카오 웹툰 '천관명월'. /카카오웹툰 홈페이지

네이버웹툰은 올 상반기 내 프랑스에 유럽 총괄 법인인 ‘웹툰 EU(가칭)’을 신설, 북미 본사를 중심으로 한국, 일본, 유럽까지 주요 시장에 모두 사업 거점을 확보하게 된다. 모바일 데이터 및 분석 플랫폼 data.ai(구 앱애니)에 따르면 ‘웹툰’ 프랑스어 서비스는 올해 2월 기준 프랑스 구글플레이와 애플 앱스토어에서 웹툰/만화 앱 중 월간 활성 이용자 수(MAU)와 매출 1위를 기록하고 있다. 독일어 서비스도 월간 활성 이용자 수와 매출 모두 현지 양대 앱마켓 내 웹툰/만화 앱 중 1위다.

네이버웹툰은 유럽 총괄 법인 설립

후 연재 작품 수를 더욱 확대하고 현지 창작자 발굴도 강화해 웹툰 생태계 구축에 더욱 박차를 가할 예정이다.

우선 올해 프랑스어 플랫폼에 약 200개, 독일어 플랫폼에 100여개 작품을 추가해 콘텐츠라인업을 강화한다. 검증된 한국 인기 웹툰과 미국과 일본 등 타 글로벌 서비스 지역에서 인기를 얻은 작품들을 추가해 장르의 다양성도 넓힌다.

‘라인웹툰’은 인도네시아·태국·대만 등 동남아 주요 국가에서 월간 사용자(MAU) 1300만명을 돌파하였으며, 구글플레이 만화 앱 기준 사용자 수 1위를 기록하는 등 글로벌 시장에서도 선도적인 지위를 강화하며 웹툰 대중화에 힘쓰고 있다.

◆카카오, 글로벌 거래액 현재 대비 3배 성장 목표

일본에 설립된 카카오 공동체 카카오 픽코마(구. 카카오재팬)가 2016년 4월 일본에서 첫 선을 보인 종합디지털만화 플랫폼 ‘픽코마’는 data.ai 리포트 기준, 2020년 7월 전세계 만화 앱 매출 1위를 차지한 이후 변함없이 1위를 유지 중이다. data.ai의 ‘2022년 모바일 미디어 및 엔터테인먼트 현황 보고서’에서 픽

코마는 전 세계 만화 앱 부문에서 소비자 지출이 많은 상위 앱 랭킹 1위를 유지 중이다. 이는 글로벌 서비스들이 즐비한 시장에서 일본에서만 단일 앱을 운영하며 순위 안에 든 사례라 더욱 큰 의미를 지닌다.

픽코마는 또 올해 1월 사상 최고 월간 거래액인 776억원을 기록했다. 이는 전년 동기 대비 46.1% 늘어난 수치로, 지난 2018년 픽코마가 기록한 한 해 거래액을 뛰어넘는다. 2021년 연간 거래액은 전년 대비 74% 증가한 7227억원을 기록해 2016년 서비스 출시 후 누적 거래액 1조 3000억원을 넘어섰다.

픽코마는 지난 3월 17일 프랑스에서도 서비스를 시작했다. 이를 통해 일본을 넘어 글로벌 모바일 이용자에게 디지털 만화 콘텐츠를 향유하는 경험을 제공하는 글로벌 종합 디지털만화 플랫폼으로 도약할 예정이다.

이와 함께 카카오엔터테인먼트는 앞으로 자체 플랫폼인 ‘카카오웹툰’이나 자·관계사 플랫폼을 통해 북미, 아세안, 중화권, 인도, 유럽 등으로 글로벌 플랫폼 네트워크를 확대해 나갈 계획이다. /채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

‘콘솔’이 활약한 게임시장… 대형 신작 속도

글로벌 게임 이용자 수 31억명 돌파
콘솔게임, 전년 대비 8.4% 성장

코로나19 유행이 감소세로 이어지는 가운데 전 세계가 조금씩 일상생활로 돌아가고 있다. 이같은 감소세가 비대면 특혜를 입은 게임시장에도 영향을 미칠까 우려했지만, 여전히 성장세를 이어갈 것이라는 전망에 업계는 안도의 한숨을 쉬는 분위기다.

올해 글로벌 게임 시장은 콘솔게임과 모바일게임에 힘입어 이용자 수 30억 명을 넘어서면서 지속적인 성장을 이어갈 것이라는 전망이다.

11일 게임업계에 따르면 글로벌 시장 조사기관 뉴주는 올해 글로벌 게임 시장 규모를 전년대비 5.4%늘어난 2031억 달러(한화 약 258조원)를 기록할 것으로 전망했다. 게임 이용자 수는 사상 첫 30억 9000만 명을 기록할 것으로 예측했다.

앞서 글로벌 게임 시장의 성장은 모바일게임과 콘솔게임의 활약이 큰 영향을 미쳤다.

우선 콘솔게임은 전년 대비 8.4% 성장해 569억달러의 수익을 낼 것으로 예측했다. 모바일게임은 지난해에 이어 올해도 높은 성장세를 이어갈 전망이다. 연간 모바일 게임 수익은 전년 대비 5.1%성장한 1035억 달러를 기록할 것으로 예상된다. 모바일게임 분야의 연간 수익이 1000억 달러를 넘어선 것은 올해 첫 기록이다.

반면 PC게임은 모바일 기기 보급 확대와 새로운 콘솔게임의 영입 등으로 저조한 성장세를 기록할 것으로 예측된다. 모바일과 콘솔게임과 비교했을 때 아직까지 이용에 대한 용이함과 효율성이 부족하고 구독서비스 솔루션의 부재가 가장 큰 요인으로 보여진다.

이런 글로벌 게임 시장의 긍정적인 전망에 국내 게임업계도 대형 게임 신작 출시 등에 속력을 낸다.

그간 외면 당했던 콘솔게임을 출시하며 글로벌 시장에 도전장을 내밀겠다는 포부다.

엔씨소프트는 올해 4분기 중 북미

와 유럽을 겨냥한 신작 ‘스론 앤드 리버티(TL)’를 선보인다. TL은 엔씨소프트가 PC·콘솔 플랫폼을 겨냥해 만드는 다중접속역할수행게임(MMORPG)이다. 지난 3월 공개된 TL 공식 트레일러 영상은 유튜브 공개 12일 만에 조회수 800만건을 돌파하는 대 기록을 세웠다. 해당 영상의 절반은 북미, 유럽 지역에서 발생한 것으로 추정되면서 업계의 기대감을 더욱 높였다는 게 업계 중론이다.

넥슨은 다음달 28일 대전 격투 게임 ‘DNF 듀얼’을 출시한다. 최대 게임 유통 플랫폼 스팀과 플레이스테이션(PS) 4·5 등 PC·콘솔 플랫폼에서 한국, 일본, 북미, 유럽 등 글로벌 이용자를 대상으로 서비스를 제공할 계획이다. ‘DNF 듀얼’은 글로벌 누적 이용자 수 8억 5000만명을 보유하고 있는 넥슨 대표 지식재산권(IP)인 ‘던전앤파이터’를 재해석한 게임이다. 이 밖에도 넷마블, 펠어비스, 컴투스 등이 올해 대형 신작을 글로벌 시장에 출시할 예정이다. /최빛나 기자 vitna@



‘아이엠그라운드’서 LG 올레드 TV 만난다

올레드 TV가 국내 현대미술 작가 작품들을 구현한다. LG전자는 다음달 8일까지 여의도 더현대 서울 6층 아트원 뮤지엄에서 열리는 ‘아이엠그라운드’ 전시회에 참여한다고 11일 밝혔다. /LG전자

현대차, 레벨4 자율주행 비전 담은 캠페인

총 11개 국가 유튜브서 공개

현대자동차가 레벨4 자율주행 기술에 대한 고객경험 비전을 담은 글로벌 캠페인 영상 ‘사람의 마음을 담은, 새로운 자율주행의 시작’을 11일 공개했다.

자율주행 레벨4 단계는 차량의 자동화된 시스템이 상황을 인지 및 판단해 운전하고, 비상 시에도 운전자 개입 없이 차량이 스스로 대처할 수 있는 수준이다.

이번에 공개된 두 편의 영상에는 자율주행 기술 연구원이 사랑하는 가족을 생각하며 아이오닉5 기반의 레벨4 자율주행차를 개발하는 이야기가 담겼다. 현대차는 인간이 직접 운전하지 않지만 휴머니티가 살아있는 모빌리티 솔루션으로 자율주행 기술을 개발할 것이라는 방향성을 전달한 것이라고 설명했다. /양성운 기자 ysw@

첫 번째 편은 주인공인 연구원이 어릴 적 언제나 나를 먼저 배려하며 안전한 운전을 했던 아버지의 모습을 떠올리며 자율주행차를 개발하고, 연륜이 깊어진 주인공의 아버지가 과거 본인처럼 사려 깊게 운전하는 레벨4 자율주행차를 경험하며 감명받는 이야기로 구성됐다.

두 번째 편에는 레벨4 자율주행차에 탑승한 주인공의 10대 딸과 친구들이 ▲안전벨트 미착용 알림 ▲공사구간 인식 후 경로 자동 우회 ▲센서 이물질 감지 후 자동 클리닝 ▲분실물 모니터링 등 현대차가 개발한 레벨4 자율주행차 특화 기술을 경험하는 상황을 녹여냈다.

이번 캠페인 영상은 11일 현대차 국내 유튜브 채널 및 미국, 독일, 프랑스, 네덜란드, 일본 등 자율주행에 대한 소비자 수용도가 높은 해외 주요 총 11개 국가의 유튜브에도 공개된다.

삼성SDS ‘첼로 스퀘어’ 중국 서비스 오픈

물류 전 과정 편리하게 이용 가능

삼성SDS는 11일 ‘첼로 스퀘어 컨퍼런스(Cello Square Conference) 2022’를 개최하고, 디지털 물류서비스 첼로 스퀘어(Cello Square)를 이달 중국에서 오픈했다고 밝혔다.

이로써 국내 기업뿐만 아니라 중국 기업들도 삼성SDS 디지털 물류서비스

‘첼로 스퀘어(Cello Square)’를 활용하여 견적-계약-운송-트래킹-정산 등 물류 전 과정을 쉽고 편리하게 이용할 수 있게 된다.

또한, 이날 컨퍼런스에서 향후 첼로 스퀘어를 글로벌 시장으로 확대하겠다고 밝힌 삼성SDS는 ▲물류 컨설팅/풀필먼트 서비스 제공 ▲사용자 편의성 강화 ▲AI기술을 활용한 IT 특화서비

스도 함께 소개했다.

먼저 삼성SDS는 물류비를 절감할 수 있는 컨설팅 서비스, 화물 소포장/반품 관리를 통해 물류 효율성을 높일 수 있는 풀필먼트 서비스 등 다양한 셀러 요구에 대응할 수 있는 이커머스 전용 물류상품을 첼로 스퀘어에서 제공한다.

또, 첼로 스퀘어 사용자는 자신의 물동량에 대한 주요 경로(라우트)별 견적, 선적 현황, 배송 이슈 등을 쉽게 조회할 수 있게 되었다. /최빛나 기자