‘K콘텐츠’ 수출의 70%가 게임… 엔씨, 흥행 보증수표

작년 국내 콘텐츠 산업 수출액 17조
엔씨 ‘리니지W’, 최대 흥행작 반열
해외·로열티 매출 7336억… 역대 최고

리니지W 대표이미지 /엔씨

글로벌 시장에서 K콘텐츠의 활약이 눈에 띄게 성장하고 있다. 특히 게임분야가 K콘텐츠 수출에 70%를 차지하며 효자노릇을 톡톡히 하고 있다.

19일 게임업계에 따르면 한국콘텐츠진흥원은 지난 9일 발간한 보고서에서 2021년 한 해 국내 콘텐츠 산업의 연간 수출액은 전년 대비 14% 증가한 17조 4707억 원을 기록했다. 이 중 게임 분야는 전체 수출액의 69.5%를 차지할 정도로 글로벌 시장에서의 비중이 크다. 특히 엔씨소프트(이하 엔씨(NC))의 ‘리니지W’ 등의 활약이 눈에 띈다.

지난해 11월 출시한 엔씨의 대표작 MMORPG 리지니W의 역할이 컸던 것이다.

리니지W는 한국 뿐만 아니라 대만, 일본, 동남아, 중동 등 12개 국가에서 ‘글로벌 원빌드’로 서비스하는 전략을 앞세워 전세계 이용자가 하나의 게임에서 소통할 수 있는 시스템을 마련했다. 이는 글로벌 시장에서 자리 매김 할 수 있는 발판이 됐다. 출시 후 약 5개월 만에 7308억 원의 매출을 창출했고, 일 평균 이용자 수는 120만 명을 기록하며 최대 흥행작 반열에 올랐다.

최근 새롭게 선보인 ‘공성전’ 콘텐츠도 글로벌 참가자 비중이 58%에 달하며 세계적인 면모를 과시했다.

이처럼 글로벌 시장에서 엔씨는 이용자들의 신뢰를 바탕으로 로열티 매출이 증가하고 하고 있다. 2021년에는 연간 해외 및 로열티 매출이 7336억 원을 기록하며 역대 최대치를 경신했고 지난 1분기는 전년 동기 대비 200% 증가하며 전체 매출의 36%를 차지했다.

엔씨는 올해 리니지W를 북미, 유럽 등에도 선보일 계획이다.

엔씨 관계자는 “글로벌 시장에서 이미 성과를 두드러지게 기록하면서 유저들의 신뢰를 얻었다는 것을 확인했다. 이를 바탕으로 리니지W를 북미와 유럽에 선보일 계획”이라며 “이외 준비중인 신작들도 글로벌 시작을 지향하면서 해외 성과는 더욱 가시화 될 것”이라고 기대했다.

◆ 다양한 장르와 플랫폼 기반의 신규 IP 개발…공통 키워드는 ‘글로벌’

엔씨는 이같은 성과에 힘입어 다수의 신작을 개발하고 있다.

특히 올해 초 오픈형 R&D의 기조로 ‘TL, 프로젝트E, 프로젝트R, 프로젝트M, BSS’ 등 개발 단계의 신규 IP 5종을 공개하며 눈길을 끌었다. 신규 IP는 인터랙티브 무비(Interactive Movie), 액션 배틀 로열(Action Battle Royale), 수집형 RPG(Role Playing Game) 등 다양한 장르와 PC, 콘솔, 모바일 등 다양한 플랫폼으로 준비 중이다. 이는 주력인 MMORPG뿐만 아니라 다양한 장르를 개발해 해외 특성에 맞춰 진출하려는 전략으로 보인다.

홍원준 엔씨(NC) 최고재무책임자(CFO)는 지난 1분기 컨퍼런스콜을 통해 “올해 하반기부터 2023년 말까지 리니지W의 2권역, 블레이드 & 소울 2의 아시아(일본·대만), TL(Throne and Liberty) 등을 포함해 총 7종의 게임 출시를 계획하고 있다”고 밝혔다.

올해 말 진출을 계획하는 PCo콘솔 신작 TL은 이미 해외에서 인기를 얻고 있다. 3월 공개한 트레일러 영상은 조회수 800만을 넘어섰고, 조회수의 절반 이상이 북미, 유럽 등 글로벌 이용자로부터 유입됐다.

특히 해당 영상은 100% 실제 게임 영상으로 제작돼 환경 요소와 상호작용할 수 있는 높은 기술력의 MMORPG로 해외 게이머의 호응을 이끌어냈다는 평이다.

북미 게임 전문 채널인 ‘MMOByte’는 “날씨와 지형이 수시로 변화하고, 바람의 방향에 따라 전투의 흐름이 바뀌는 기능들이 구현된다면 수십년 만에 등장하는 가장 멋진 MMO가 될 것”이라고 평가했다. 게임스페이스(Gamespace) 역시 “이제 TL은 극적인 전쟁과 공성전이 있고, 인상적인 무기로 다양한 몬스터를 사냥할 수 있는 본격적인 MMOPRG로 탈바꿈했다”며 TL에 대한 기대감을 드러냈다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

카카오게임즈, 야심작 ‘우마무스메’ 출격

일본서 지난해 매출·다운로드 1위
국내 사전예약 10일 만에 100만 명

카카오게임즈 ‘우마무스메 프리티더비’ /카카오게임즈

카카오게임즈의 기대작 중 하나인 ‘우마무스메 프리티 더비’가 20일 출시된다. 우마무스메는 실존하는 경주마를 모티브로 한 캐릭터들을 육성하며, 레이스에서 승리하는 것을 목표로 경쟁하는 스포츠 육성 시뮬레이션 장르다.

특히 시장 조사업체 센서타워가 내놓은 ‘2021년 일본 모바일 게임 시장 보고서’에 따르면 우마무스메는 지난해 일본 모바일 게임 시장에서 다운로드와 매출 부문 1위를 기록했다. 우마무스메에서 지난해 발생한 매출은 9억6500만 달러(2021년 평균 환율기준 1조1040억 원) 이상으로 추정된다.

국내서도 사전예약이 시작되자 마자 10일 만에 100만 명을 돌파하는 기록을 세운바 있다.

조계현 카카오게임즈 대표이사는 5월에 진행된 1분기 실적 발표 콘퍼런스콜에서 우마무스메 출시와 관련해 “국내 시장은 일본보다 작지만 매출 순위 3위 내의 높은 성과를 기대하고 있다”고 말했다.

업계 한 관계자는 “우마무스메가 MMORPG는 아니지만 콘텐츠가 좋기 때문에 좋은 성과를 기록할 수 있을 것으로 기대한다”고 분석했다. /최빛나 기자

카카오, ‘격주 주 4일 근무제도’ 시행

내달 4일부터 파일럿 형태 운영

카카오가 다음달 4일부터 파일럿 형태로 근무제 운영을 시작하고, ‘격주 놀금’ 제도를 도입해 격주 주 4일 근무를 한다.

19일 카카오에 따르면 파일럿 근무제도는 크루(임직원)가 선택한 장소에서 자유롭게 근무하되, 동료와의 효율적인 협업을 위해 오후 2~5시를 올체크인타임으로 운영한다. 또한, 온라인으로 해결하기 어려운 부분을 보완할 수 있도록 주 1회 오프라인 만남을 권장한다. 크루들이 다양한 방법으로 상호 소통할 수 있도록 음성 채널 활용도 권장하기로 했다.

근무제와 별개로, 함께 일하고 함께 쉬는 문화를 만들어 조직 생산성 높이고자 ‘격주 놀금’ 제도를 오는 7월8일부터 새롭게 실시한다. 격주 놀금은 격주 단위로 금요일을 쉬는 날로 지정해 주4일만 근무하는 제도다. 만 3년 근무한 크루 대상으로 30일의 휴가를 제공하는 안식·리프레시 휴가제도는 그대로 유지한다.

카카오는 근무제 파일럿 기간 중 근무 형태에 대한 데이터 분석, 크루 대상 설문조사 등을 통해 적극적으로 크루들의 의견을 듣고 투명하게 소통하며 근무 제도를 더욱 발전시켜 나갈 계획이다. 파일럿 과정을 거쳐 2023년 1월 정식 시행하는 것이 목표다. /최빛나 기자

LGU+, 친환경 냉방으로 연 572만kWh 절감

LED 조명 설치 등 진행

LG유플러스는 전력 소비량 절감을 위해 전국 사옥에 LED 조명 설치, 노후 냉방기 교체 등을 진행해 572만KWh(킬로와트시)를 절감했다고 19일 밝혔다.

이에 앞서 LG유플러스는 2018년부터 전국에 있는 사옥 31곳에서 조명 3만4718개를 고효율 LED 전구로 교체해 연간 258만5102KWh의 전력 절감효과를 얻었다.

이와 함께 ▲건물 외부의 차가운 공기로 실내기온을 낮추는 ‘외기냉방기’ 설치로 204만 1200KWh ▲노후 냉방기를 회전 시 마찰이 적은 EC(Electronically Commutated)팬이 적용된 ‘고효율 냉방기’로 교체해 17만8053KWh ▲통신실 냉방기의 풀리(pulley, 도르래) 교체로 26만 2800KWh 등 연간 248만2053KWh를 절감했다.

이외에도 실외기가 열을 흡수해 수온을 올리는 히트펌프 보일러, 용산·마곡 사옥에 도입한 태양광 발전설비, 승강기 회생제동 장치, 통신실 벽체 단열 등으로 연간 65만 6484KWh를 추가로 절약할 수 있었다.

이처럼 LG유플러스의 전국 사옥에서 절약한 에너지 사용량을 온실가스 배출량으로 환산하면 2629.44톤(tCO2eq.)이다.

/채윤정 기자 echo@

스마일게이트 ‘에픽세븐’ 아마존 앱스토어 출시

‘에픽세븐’이 아마존 앱스토어에 출시됐다. 스마일게이트 메가포트가 서비스하고 슈퍼크리에이티브가 개발한 역할수행게임이다. 지난 2018년 8월 국내에 이어 2019년 11월 일본 시장에 나왔다.

19일 스마일게이트에 따르면 아마존 앱스토어는 전 세계 최대 IT 업체 중 하나인 아마존이 운영하는 플랫폼이다. 75만개 애플리케이션이 출시돼 있으며 가입자 수는 1000만 명에 달한다.

스마일게이트 메가포트는 아마존 앱스토어 출시 이전에도 아마존과의 협업을 통해 양사 파트너십을 강화해 나가고 있다. /최빛나 기자

KT, 한미약품과 ‘디지털팜’ 합작 투자

가톨릭대 기술지주회사 자회사

KT AI/DX융합사업부문 송재호 부사장(오른쪽), 한미약품 우종수 대표이사 사장(왼쪽), 디지털팜 김대진 대표(가운데)가 17일 열린 출범식에서 기념사진 촬영에 임하고 있다. /KT

디지털 플랫폼 기업 KT와 R&D 중심 신약개발 전문 제약기업 한미약품은 디지털치료기기(DTx) 및 전자약 전문기업 ‘디지털팜’에 합작 투자를 단행하고, 출범식을 개최했다고 19일 밝혔다.

이번 사업 협력은 국내를 대표하는 ICT 회사와 제약회사, 의료기관이 각자의 역량을 결집한 국내 첫 사례다. 디지털팜은 가톨릭대학교 기술지주회사의 자회사로 알코올, 니코틴 등 중독 개선 디지털치료기기의 개발 및 사업 경쟁력 제고를 목표로 2021년 11월 이 분야 권위자인 가톨릭대학교 서울성모병원 김대진 교수가 창업한 회사다. KT와 한미약품은 올해 4월 디지털팜에 전략적 투자자로 참여했다.

앞으로 KT는 디지털치료기기 플랫폼 개발, 사업전략 수립 및 파이프라인(디지털치료기기 및 전자약) 제공 등을 맡으며, 한미약품은 디지털치료기기 B2H(기업-병원) 사업전략 수립, 처방 활성화를 위한 마케팅·인허가에 대응해 상호간 시너지를 극대화할 계획이다.

/채윤정 기자