

한국 온라인게임 넥슨, 일본에서 최초로 상장

국내 최대 온라인게임업체 넥슨의 일본법인 넥슨재팬이 12월 14일 도쿄거래소에 상장, 한국과 일본은 물론 전 세계게임시장의 관심을 받고 있음. 적극적 M&A가 일본 상장주의 주된 이유이나, 동사 상장의 성패가 앞으로 후발 한국기업들의 일본내 상장으로 이어질지 여부에 시금석이 될 것임.

□ 넥슨의 도쿄거래소 상장

- 국내 최대 온라인게임업체 넥슨(NEXON)의 일본법인 넥슨 재팬이 14일 도쿄거래소에 상장. 넥슨재팬은 올해 일본 증시 상장기업 중 최대 규모인 5,560억엔(약 8조1,000억원)의 시가총액을 기록
- 넥슨재팬은 한국의 넥슨 코리아를 100% 자회사로 두고 있음. 넥슨 창업주인 김정주 회장이 지주회사인 NXC(지분 69.6%)를 지배하고 NXC가 넥슨 재팬(지분 69%)을 소유, 이 넥슨 재팬이 넥슨코리아와 넥슨아메리카, 넥슨유럽을 100% 자회사로 두고 있음. 이 넥슨 코리아 밑에는 네오플, 넥슨모바일, 넥슨네트웍스, 엔도어즈, 게임하이 등이 자회사로 있음
- 넥슨은 상장과 함께 미국 블리자드와 징가(상장예정)에 이어 세계에서 세 번째로 시가총액이 큰 온라인게임사가 됨.
 - 이는 콘솔(비디오)게임 사업을 같이하는 일본 닌텐도와 인터넷 사업을 병행하는 텐센트, NHN을 제외한 순위임.

- 8조 1,000억에 달하는 시가총액은 도쿄거래소 기준으로 모바일 게임 업체 그리(GREE)와 비슷한 수준이며 국내 게임 상장사 중 가장 규모가 큰 엔씨소프트의 시가총액보다 15% 정도 높음

□ 넥슨의 성장과정

- 넥슨은 1994년 12월 창립, 1996년 4월에 세계 최초의 그래픽 MMORPG인 바람의 나라를 개발한 이후, 다양한 장르의 여러 온라인 게임들을 개발하여 성공을 거두었고, 빠른 속도의 성장을 지속하여 국내 정상 수준의 온라인 게임 제작 및 배급사의 반열에 오름.
- 활발한 기업 인수 및 합병을 진행하여 유수의 게임 기업들을 자회사로 편입시켰고, 그 중 일부는 매출액 증가에 크게 기여하고 있음.
- 본래의 업종인 온라인 게임 서비스 외에, 모바일 게임 시장과 소셜 게임 시장, 콘솔 게임 시장에도 진출, 넥슨 그룹 전체의 2010년도 매출액은 약 9,343억 원으로, 매출 규모 면에서 국내 1위 기업임

□ 일본시장 진출

- 2002년 12월, 넥슨의 100%자회사 넥슨재팬을 설립. 그때까지 일본에서 사업을 수행했던 합작기업 솔리드네트웍스와 넥슨이 자본제휴관계를 해소하고 일본에서의 사업을 본격화

□ 국내 상장과 비교, 비용을 감안한 일본 상장의 실질기업가치 상승효과는 그리 크지 않아

- 국내 최대 게임업체인 넥슨이 한국이 아닌 일본 증권시장에 상장하는 것에 대해서 증권가에서는 의아하다는 반응이 우세함. 국내

증시에 상장하는 것과 비교할 때 조달금액이 크게 늘어날 것으로 보이지 않는 데다 상장 절차는 더 복잡하기 때문임.

- 이와 관련하여, 증권업계 관계자는 일본에서의 상장으로 기업가치가 오르긴 하겠지만 비용(매우 까다로운 일본의 상장절차)을 감안하면 그렇게 매력적인 것은 아니다는 평가임.

□ 적극적 해외 M&A가 일본 상장의 주된 이유

- 넥슨은 몇 배에 달하는 수수료를 물어가며 일본 상장을 추진한 셈인데 그 이유로 기업의 브랜드가치 상승이나 자금조달의 용이 등 기업 상장을 통해서 기대되는 일반적인 효과 외에 적극적인 M&A를 들 수 있음.
 - 첫째는, 해외진출을 우선 꼽고 있음. 넥슨 관계자는 “넥슨은 매출의 70% 가까이를 해외에서 올리고 있다”며 “이미 내수기업이 아닌 만큼 세계적인 게임회사가 되기 위해 해외기업을 적극적으로 인수·합병(M&A)할 필요가 있다”고 설명
 - 둘째는, 도쿄증시에 상장하는 경우 해외업체, 특히 일본 게임회사 인수에 상대적으로 유리하다는 점도 중요한 이유로 꼽고 있음. 이와 관련하여 게임업계 관계자는 “M&A를 통해 성장세를 이어온 넥슨으로서는 일본 게임회사 인수 가능성에 매력을 느꼈을 것”으로 설명
 - 셋째, 처음부터 일본 상장을 목표로 그룹 지배구조를 짰다는 분석도 있음. 이번에 상장되는 일본 넥슨은 한국 미국, 유럽의 계열사를 모두 자회사로 거느리고 있는 사실상의 지주회사임.
- 이와 관련하여 국내 증권사의 한 연구에 의하면 “넥슨은 높은 해외 매출

비중과 대규모 타이틀 게임, 공격적인 M&A, 부분유료화 및 라이브 서비스 노하우 측면에서 경쟁력이 있다”면서 “온라인 게임산업이 영화, 음반 산업 등과 결합하는 추세와 함께 현재 넥슨의 풍부한 자금력과 인력도 향후 경쟁력 유지에 도움이 될 것” 이라고 예상.

□ 일본의 게임시장 규모과 한국기업의 일본시장 진출

- 일본의 게임 유저는 이미 비디오 게임의 RPG(롤 플레이) 방식에 적응되어 있기 때문에(롤 플레이 방식은 비디오게임 소프트웨어 생산의 약 27.7%를 차지)한국 게임 유저와 유사한 특성을 가지고 있음.
- 이 때문에 일본게임시장은 한국 온라인 게임의 보급, 확대에 좋은 조건을 갖추고 있는 것으로 평가

□ 일본의 주요 온라인게임업체 현황

- 일본에서 넥슨 일본법인은 2006년부터 2008년까지 각각 46억엔, 65억엔, 80억엔의 매출을 달성하며 2009년에는 100억엔을 돌파, 8년만에 일본 수위의 온라인 게임기업으로 자리잡음.
- 일본온라인게임협회에 따르면 현재 일본 온라인 게임시장 규모는 지난 2008년 기준 10억 달러 규모로, 전체 일본 게임시장에서 7% 가량을 차지하고 있음. 넥슨(1위)과 한게임(2위), 게임온(4위), 엔씨재팬(5위) 등의 국내게임업체들이 시장의 40%를 점유하고 있는 상태임.
- 일본의 온라인 게임시장 규모는 매년 견조한 성장세를 이루고 있으며, 전체 게임시장의 약 20%정도를 차지하고 있음.

□ 상장 후 넥슨의 성패가 시금석

- 일본 게임시장이 콘솔과 PC게임 위주이며, 온라인 게임이 아직 일부 메니아층 영역이라는 점도 갑작스러운 상승을 이끌어내기는 어렵다는 분석임.
- 넥슨이 한국게임기업으로서는 사상 최초로 일본시장의 어려운 여건을 무릅쓰고 일본내 상장기업으로 거듭나게 된 만큼, 상장 후 넥슨사의 일본시장에서의 성패가 앞으로 후발 한국기업들의 일본내 상장으로 이어질지 여부에 시금석이 될 것임.

<참고자료>

조선비즈(2011.12.13), 파이낸셜뉴스(2010.3.15) 외