

한국 게임업체 해외(일본/중국) 시장 진출 상담회 개최결과

□ 목적

- 전세계적인 경기 침체와 대외수출부진이 이어지고 있는 가운데에서도 꾸준한 성장세를 보이고 있는 콘텐츠 산업을 육성하기 위하여, 수출우위 및 수출특화상태인 게임산업의 해외 진출 계기를 마련함으로써 대일·대중에 대한 수출 촉진
- 비즈니스 교류의 장 제공을 통해 상호 보완적 협력 네트워크의 구축 및 우리기업의 일본 및 중국 시장 진출 확대를 도모하고, 국가별 맞춤형 게임을 제작해 현지화 지원

□ **개최일시** : 2016년 8월 9일(화) 10:00~17:00

□ **개최장소** : 서울 코엑스 3층 300호

□ **참가규모** : 해외 진출을 희망하는 한국 게임콘텐츠 업체 20개사
(1차 서류심사를 통해 선발)

□ **해외유통사** : NHN 한게임 일본법인, 한게임 중국법인

□ 행사내용 :

- 사전매칭을 통한 1:1 개별 상담
- 한국측 게임업체 20개사 39건 상담
- 주로 퍼블리싱 관련 상담이며, 한게임측에서 APK파일을 테스트 하여 계약 진행 여부 결정 예정

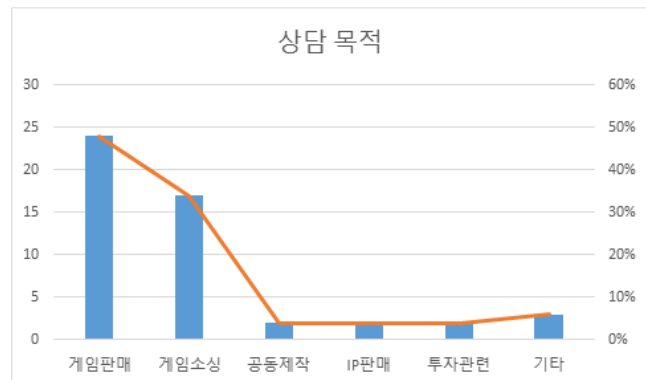
□ 개최 성과

- 우리나라의 중소 게임개발업체 20개사 31명, 한게임 일본법인 및 중국법인 관계자 10명이 참가하여 총 39건의 상담 성사
 - 20개사 중 추후 APK(게임 설치 파일)을 송부하여, 테스트하기로 한 기업은 7개사 14건
 - 게임 계약시 금액은 1건당 5천만원~3억원 (테스트에서 계약까지 걸리는 기간은 약 6개월 소요)
- 상담회 설문조사 결과, 참가 개발사측에서 상담결과에 대해 92%의 만족도를 보임
 - 게임개발사 만족도 조사 : 매우 만족 , 만족 : 92% / 보통 : 8%
- 참가한 게임 개발사들은 게임 퍼블리싱 외에도 중국 및 일본시장 진출관련 정보 습득에 대하여 큰 만족을 나타내며, 향후에도 정부 차원에서 이러한 상담회 개최를 통해 중소 기업들에게 해외 진출의 기회를 부여해달라는 의견제시가 있었음
- 해외에 기 진출해서 현지화에 성공한 한국계 게임 퍼블리셔와의 협력을 통해 우리나라 게임업체의 신규 해외시장 진출을 촉진하고, 퍼블리셔 측은 사이트의 유저 확대, 광고, 게임 상품 등의 판매를 통해 상호 윈윈하는 시너지 효과 창출
- 본 상담회에 대하여 한국경제, 파이낸셜뉴스, 아이뉴스 24, 게임조선 등 국내 매스컴에서 9건의 기사가 보도됨

□ 개발사 설문조사(19개사 응답/20개사)

1) 상담목적

게임판매	24	48%
게임소싱	17	34%
공동제작	2	4%
IP판매	2	4%
투자관련	2	4%
기타	3	6%



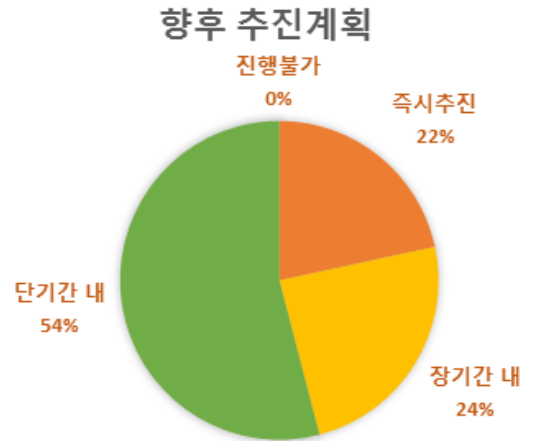
- 기타의견 : 퍼블리싱, QA, 테스트, 현지화 지원

2) 상담내용

세이브텍	(중) 게임의 중국 진출을 위한 BM모델 조사, 번들 형태의 앱 공급 가능여부 조사 후 협력 추진→번역, 로컬라이징 배급 등 (일) 9월 중순 교육 게임 출시 후 테스트 검토, 기개발된 게임 2종 검토 후 로컬라이징, 배급 추진
핵심게임즈	퍼블리싱
플라베어 인터랙티브	퍼블리싱 검토 후 연락(게임APK 보내고 테스트 후 연락)
엔토스게임즈	자사 개발 게임 중국/일본 퍼블리싱 상담
J2JLab	게임 소개 및 퍼블리싱 관련
넷스토리	(중) 빌드 전달 후 테스트 리포팅 받기로 함 (일) 소싱 및 로컬라이징 지원, 빌드 전달 후 테스트 리포팅 받기로 함
PM Studio	중국, 일본 퍼블리싱 계약 관련
엔타로 쓰리	(중) 중국 시장에 대한 이야기와 게임관련 (일) 일본 시장에 관한 이야기 및 개발 중인 게임 관련
(주)게임어스	(중) 모바일게임 'HIS2' 소개 및 중국 퍼블리싱 협의 (일) 모바일게임 'Megami Strike', 'HIS2' 일본 퍼블리싱 논의
몬스터랩스	게임설명, 퍼블리싱 외 기타 사업 제휴 문의
(주)플레이260	(중) 중국 모바일 시장 정보 획득, 게임 판매 절차 (일) 시장정보 획득(유저 성향 및 시장트렌드), 게임에 대한 정성적 평가, 게임판매 절차
(주)볼트홀	(중) 게임소개, 검토용 빌드 전달 요청, 중국 시장 상황 문의 (일) 게임소개
(주)나디아소프트	(중) 리듬게임과 RPG게임 중국 서비스 가능성 타진, 게임 테스트 후 진행여부 결정, 한류 K-POP IP 확보 여부 (일) 리듬게임과 RPG게임 일본 서비스 가능성 타진, 게임 테스트 후 진행여부 결정, RPG게임 9월 테스트
편위즈	게임 소개 추후 APK전달
IGGYMOB	중국, 일본 퍼블리셔 상담
(주)녹스게임즈	중국, 일본 퍼블리싱
AN Games	중국, 일본 진출방안 상담, 중국 퍼블리싱 타진, 일본 마케팅 방법론 상담
디디디게임	(중) 중국 서비스 및 퍼블리셔 지원, 계약여부, 현지화 서비스를 위한 지원 (일) 일본 서비스 및 퍼블리셔 계약 여부, 현지화 서비스를 위한 테스트 및 기술 지원
(주)재미 인터랙티브	(중) APK 테스트 과정 거치기로 함 (일) 8월 말 APK 테스트하기로 함. 프로세스, 퍼블리싱

3) 향후 추진계획

즉시추진	8	22%
장기간 내	9	24%
단기간 내	20	54%
진행불가	0	0%



4) 상담평가

매우 만족	24	65%
만족	10	27%
보통	3	8%
만족하지 않음	0	0%



□ 개발사 참가자 명단

No.	회사명	참석자	직책
1	PM Studio	강호근	디렉터
2	넷스토리	김지원	대표
3	디디디게임	송정길	글로벌사업팀장
4	핵심게임즈	조정위	대표
		신민섭	PD
5	세이브텍	이준호	대표
6	나디아소프트	신용훈	대표
		김석규	팀장
7	쿵게임즈	김종철	이사
		이준성	매니저
8	이기몹	이지훈	팀장
		유지혜	사원
9	볼트홀	송재호	이사
10	J2JLab	이혜영	팀장

No.	회사명	참석자	직책
11	플레이260	장상채	대표
		마정민	이사
12	Funwiz	권홍빈	대표
		박성민	사원
13	플라베어	박승구	대표
		강윤석	팀장
14	몬스터랩스	이종섭	대표
		김근철	이사
15	재미인터랙티브	조용기	팀장
		김환기	CEO
16	에이엔게임즈	구본석	CMO
		황석운	대표
17	Entaro3	배상철	대표
		심경섭	팀장
18	게임어스	정승호	대표
		박종화	이사
19	엔토스게임즈	이인섭	팀장
20	녹스게임즈		

□ 보도자료

한국경제



<제2의 '세븐나이즈' 찾아라, 한국 게임 수출 상담회 열려>

한국 중소게임사들의 일본 및 중국시장 진출을 지원하는 수출상담회가 열렸다.

NHN엔터테인먼트는 한일경제협회, 한국무역협회, 한국모바일게임협회와 공동으로 9일 서울 코엑스에서 한국 게임산업 해외시장 진출 상담회를 개최했다.

산업통상자원부와 주후쿠오카대한민국총영사관의 지원으로 진행된 이번 상담회에는 NHN한게임 일본법인과 NHN에스티(ST) 중국법인이 바이어로 초청됐다. 이들은 1차 서류심사를 통과한 디디디게임, 쿵게임즈 등 20개 한국 중소개발사와 1대1 상담을 진행하고, 기준에 맞는 한국게임을 최종 선정해 일본 및 중국 진출을 추진할 계획이다.

최종 선정된 게임사들은 로컬라이즈, QA, 고객대응, 플랫폼 등 NHN한게임과 NHN에스티가 보유중인 모든 퍼블리셔 솔루션을 지원받아 해당 시장에 진출할 수 있다. 협업 시작부터 출시까지 대략 반년 정도 소요될 예정이다.

황재호 NHN한게임 대표는 “한일경제협회와 주후쿠오카대한민국총영사관에서 제안이 들어와서 이번 행사에 참여하게 됐다”며 “16년간 일본에서 게임을 서비스하며 얻은 한 게임만의 노하우를 통해 한국게임을 일본시장에서 꼭 성공시킬 것”이라고 전했다.

박종채 NHN에스티 실장은 “이번에 참가한 한국게임을 살펴보니 기술적인 면과 그래픽에서 예상보다 퀄리티가 높았다”며 “스토리라인만 잘 보완한다면 NHN ST와 협업해 중국에 진출할 수 있는 업체가 생기지 않을까 기대하고 있다”고 밝혔다.

이종윤 한일경제협회 부회장은 “참가 게임사들은 현지화에 성공한 한국계 게임 퍼블리셔와의 협력을 통해 한국 게임업체의 신규 해외시장 진출을 촉진하고, 퍼블리셔는 유저 확대 및 게임 상품 등의 판매를 통해 상호 윈윈할 것으로 기대한다”고 전했다.

한국경제

中日 시장 두드린다, 한국 게임 해외진출 상담회 개최



HANGAME



산업통상자원부



주후쿠오카대한민국총영사관



사단법인 한일경제협회(회장 김 윤)는 한국무역협회(회장 김인호), 한국모바일게임협회(회장 황성익)와 공동으로, 꾸준한 성장세를 보이고 있는 콘텐츠 산업의 육성 및 대일·대중 수출 촉진을 위해 오는 8월 9일 서울 코엑스에서 '한국 게임산업 해외시장 진출 상담회'를 개최한다.

산업통상자원부와 주후쿠오카대한민국총영사관의 지원으로 진행되는 이번 상담회에는, NHN 한게임 일본법인과 중국법인을 바이어로 초청하여 1차 서류심사를 통과한 국내 게임업체 20개사와의 1:1 상담회를 통해 국내게임 업체의 콘텐츠를 일본과 중국에 서비스될 수 있도록 지원할 예정이다.

한일경제협회 이종윤 부회장은 “금번 게임 상담회는 전세계적인 경기 침체와 대외수출 부진이 이어지고 있는 가운데에서도 꾸준한 성장세를 보이고 있는 게임 산업의 해외 진출 계기를 마련함으로써 일본과 중국시장에 대한 수출 촉진을 위해 상담회를 개최하게 되었다”며, “해외에 기 진출해서 현지화에 성공한 한국계 게임 퍼블리셔와의 협력을 통해 우리나라 게임업체의 신규 해외시장 진출을 촉진하고, 퍼블리셔 측은 사이트의 유저 확대, 광고, 게임 상품 등의 판매를 통해 상호 윈윈하는 시너지 효과 창출이 기대된다”고 밝혔다.

'실력 있는 게임사 모여라' 수출 상담회 열려 한일경제협회 등 주최...NHN엔터 中日 법인 바이어로

[문영수기자] 실력있는 국내 중소 게임사들이 최대 게임 시장인 중국과 일본에 진출하기 위한 노하우를 공유받는 자리가 마련됐다. 국내 게임사들의 활로 확보를 위해 이러한 기회가 보다 확대돼야 한다는 목소리도 나온다.

사단법인 한일경제협회(회장 김 윤)는 한국무역협회(회장 김인호), 한국모바일게임협회(회장 황성익)와 공동으로 꾸준한 성장세를 보이고 있는 콘텐츠 산업의 육성 및 대일·대중 수출 촉진을 위해 9일 서울 코엑스에서 '한국 게임산업 해외시장 진출 상담회'를 개최했다.

산업통상자원부와 주후쿠오카대한민국총영사관의 지원으로 진행된 이번 상담회에는 국내 대형 게임사 NHN엔터테인먼트(대표 정우진)의 일본과 중국 법인을 바이어로 초청, 1차 서류심사를 통과한 국내 20개 게임사와의 1대1 상담회를 진행했다.



이날 자리한 디디디게임, 쿵게임즈 등 한국모바일게임협회 소속 20개 게임사들은 NHN엔터테인먼트의 일본 법인인 NHN한게임과 중국 법인 NHN 에스티 실무자들과 30여분간의 실무 미팅을 진행했다. NHN엔터테인먼트는 상담을 진행한 양질의 게임 일부를 일본과 중국에 서비스할 계획이다.

이종윤 한일경제협회 부회장은 “이번 게임 상담회는 전 세계적인 경기 침체와 대외수출부진이 이어지고 있는 가운데에서도 꾸준한 성장세를 보이고 있는 게임 산업의 해외 진출 계기를 마련해 일본과 중국시장에 대한 수출 촉진을 이끌기 위한 것”이라고 설명했다.

그는 또한 “해외에 기진출해서 현지화에 성공한 한국계 게임 퍼블리셔와의 협력을 통해 우리나라 게임업체의 신규 해외시장 진출을 촉진하고 퍼블리셔 측은 사이트의 유저 확대, 광고, 게임 상품 등의 판매를 통해 상호 윈윈하는 시너지 효과 창출이 기대된다”고 전했다.

황재호 NHN한게임 대표는 “좋은 한국 게임을 만나고 싶고 상생하고자 하는 취지로 이번 상담회에 참여하게 됐다”면서 “한국의 중소 게임사들에게 일본 진출의 도움을 주고 일본 이용자들에게도 새로운 즐거움을 주고 싶다”고 말했다.

실력있는 국내 게임사들의 해외 진출을 위한 상담회가 보다 활성화돼야 한다는 목소리도 나왔다. 황성익 한국모바일게임협회장은 “한국 게임산업 해외시장 진출 상담회처럼 국내 업체들의 해외 진출을 돕는 행사가 보다 확대되고 연속성 있게 열려야 할 필요가 있다”고 발언했다.

문영수기자 mj@inews24.com

황재호 NHN한게임 “韓 게임과 해외 간 가고 되겠다” NHN 日·中 법인 해외 진출 상담회 참가 “한국 게임 우수”

[문영수기자] “한국과 일본은 가까우면서도 먼 나라다. 게임 콘텐츠로 한국과 일본 시장을 잇는 가고 역할을 하겠다.” (황재호 NHN 한게임 대표)

“제도적 문턱에 가로막혀 중국 시장에 진입하지 못하는 국내 업체들을 위한 교두보가 되고 싶다.” (박종채 NHN 에스티 실장)

실력있는 국내 중소 게임사들의 해외 시장 진출을 돕기 위해 국내 대형 게임사 NHN엔터테인먼트가 나섰다. 세계 최대 게임 시장으로 꼽히는 일본과 중국 진출에 거점을 두고 있는 이 회사는 우수한 국산 게임들이 해외로 뻗어 나갈 수 있는 디딤돌 역할을 자처했다.

9일 서울 코엑스에서 열린 '한국 게임산업 해외시장 진출 상담회'에는 일본과 중국 시장 진출을 노리는 국내 20개 게임사들의 방문이 이어졌다.

이날 자리는 한일경제협회·한국무역협회·한국모바일게임협회가 공동으로 콘텐츠 산업의 육성 및 대일·대중 수출 촉진을 위해 마련한 것으로, 바이어로 초청된 NHN엔터테인먼트의 일본(NHN한게임) 및 중국 법인(NHN에스티) 실무자들이 참석해 수출 상담을 진행했다.

양사는 수출 상담을 진행한 게임 중 성공 가능성이 있는 게임을 선택해 각각 일본과 중국 시장에 내놓는다는 방침이다. 이를 위해 NHN한게임과 NHN에스티는 해외 시장 진출에 필요한 어드바이스와 품질관리 서비스 등을 제공해 6개월 이내에 게임을 출시한다는 계획이다.

현장을 찾은 황재호 NHN 한게임 대표는 “유망한 한국 게임으로 일본 시장에서 성공시키고 싶은 마음이 있다”면서 “그동안 일본 게임 시장에 대한 노하우는 충분히 자신 있다”며 참가 취지를 전했다.

박종채 NHN에스티 실장은 “당초 중국 내 운영법인으로 출발했던 NHN에스티는 지난해 현지 사업을 위한 전초기지로 탈바꿈했고 현재 게임과 만화 비즈니스를 진행하고 있다”면서 “시너지 차원에서 이번 자리에 함께 했다”고 말했다.

이처럼 NHN엔터테인먼트의 해외 법인들이 수출 상담회를 주도한 이유는 뭘까. 한국

게임의 가능성 때문이다. 한국 게임은 여전히 일본과 중국 시장에서 여전히 소구력이 있다는 게 이들의 공통된 설명. 한국 게임 특유의 재미 요소를 기대하는 이용자층이 존재한다는 의미다.

석민제 NHN한게임 팀장은 “일본 시장에서 한국 콘텐츠에 대한 니즈는 여전히 높다. 특히 PC 온라인 게임에 대한 관심이 높다”며 현지 분위기를 전했다.

박종채 실장은 “최근 중국 게임의 경쟁력이 높아진 건 사실이지만 한국 게임 역시 기본 이상을 한다는 인식이 있다”면서 “양질의 마케팅 프로세스만 갖춘다면 한국 게임도 충분히 경쟁력이 있다고 본다”고 역설했다.

실제로 양사는 이날 상담회에 출품된 게임들의 품질에 만족한다는 반응을 보였다. 최신 가상현실(VR) 기술이 접목된 게임을 선보인 게임사도 있어 달라진 시장 트렌드를 가늠할 수 있었다는 평가가 나오기도 했다.

석민제 팀장은 “출품된 게임들의 경우 사전에 스크린샷과 동영상, 소개서만 받아봤는데, 막상 현장에서 프로토타입 빌드를 보니 상상했던 것보다 품질이 높아서 놀랐다”고 말했다.

박종채 실장 또한 “현장에서 만나볼 게임 빌드들이 어느 수준일지 물음표를 달고 나왔으나, 기술 및 그래픽 품질이 예상 이상이었다”면서 “6명~10명이 만든 게임임에도 기술력이 돋보였다. 게임 스토리 라인을 일본이나 중국에 맞춰 보완할 수 있다면 충분히 협업할 수 있는 업체들을 만날 수 있겠다”는 기대감이 들었다”고 소감을 내놨다.

◆NHN한게임은 NHN한게임은 NHN엔터테인먼트의 일본법인 중 하나로, 2000년 9월 첫 설립된 일본법인의 경험과 노하우를 그대로 계승하고 있다. NHN엔터테인먼트 일본 법인은 NHN재팬에서 NHN플레이아트로 사명이 변경된 바 있으며, NHN한게임이라는 사명은 2015년 10월 기존 일본법인이었던 NHN플레이아트의 온라인 게임 사업 부문이 NHN플레이아트 후쿠오카(한게임 운영 자회사)에 흡수합병 되면서 붙여진 이름이다. 현재 온라인 게임 사업뿐만 아니라 모바일 게임의 개발 및 퍼블리싱 등 다양한 방면에서 게임사업을 진행하고 있다.

◆NHN에스티는 NHN에스티는 2007년 일본 한게임 서비스의 운영 거점으로 처음 설립됐으며, 2015년 6월 중국 사업법인으로 영역을 확장했다. 현재 모바일 게임 '크루세이더 퀘스트'의 중국 서비스를 개시하는 등 게임운영 업무뿐만 아니라 중국지역의 퍼블리싱 사업도 함께 진행하고 있다. 최근에는 웹툰 서비스 '코미코'의 중국 서비스도 시작했다.



韓 중소기업 해외 수출 상담회 개최

국내 중소기업의 중국과 일본 시장 진출 지원을 위한 상담회가 개최됐다.

NHN엔터테인먼트(대표 정우진)는 한일경제협회(회장 김윤), 한국무역협회(회장 김인호), 한국모바일게임협회(회장 황성익)와 함께 게임업체 해외시장 진출 상담회를 9일 서울 코엑스에서 개최했다.

황성익 모바일게임협회장은 “이번 상담회처럼 국내 업체의 진출을 돕는 행사가 활성화돼야 시장이 발전할 것”이라고 말했다.



산업통상자원부와 주후쿠오카대한민국총영사관의 지원으로 진행된 이번 상담회는 해외 진출을 위한 노하우 공유를 통해 국내 중소기업의 일본, 중국 시장 진출을 촉진하기 위해 마련됐다.

상담회는 디디디게임, 쿵게임즈 등 1차 서류심사를 통과한 국내 20개 게임사가 참가해 NHN 한게임 일본법인인 NHN한게임과 중국법인인 NHN 에스티 실무자들과 일대일 상담방식으로 진행됐다.

NHN엔터테인먼트는 상담을 진행한 후 양질의 게임을 선택해 일본과 중국에 서비스할 계획이다. 서비스 계약이 된 게임은 개발 진척도에 따라 차이가 있겠지만 약 6개월 간의 조정을 거친 후 해당 국가에서 서비스 될 예정이다.

이종윤 한일경제협회 부회장은 “이번 게임 상담회는 세계적인 경제침체와 대외 수출부진이 이어지고 있는 가운데에서도 꾸준히 성장세를 보이고 있는 게임산업에 해외 진출 계기를 마련해 일본과 중국 시장에 대한 수출 촉진을 위해 마련했다”며 “먼저 해외시장에 진출해 현지화에 성공한 퍼블리셔와 협력해 해외시장 진출을 촉진해 시너지 효과 창출이 기대된다”고 말했다.



NHN한게임 박종채 모바일 사업부장, 황재호 대표, 석민재 팀장

행사장에서 만난 황재호 NHN한게임 대표와 박종채 모바일 사업부장, 석민재 팀장과의 질의 응답을 정리했다.

-NHN엔터는 개발사들에게 어떤 지원을 하게 되는가?

“먼저 두 국가에 서비스를 시작한 만큼 해당 시장의 성향과 트렌드를 개발사에게 알리고 이에 맞춰 게임을 수정할 수 있도록 지원하려 한다. 그 밖에도 퍼블리셔는 개발사를 지원하기 위해 해야할 일이 있다고 생각한다. 이번 행사가 그 첫걸음이라고 할 수 있다.”

-일본과 중국 시장의 특징이라면?

“중국은 한국보다도 더 역할수행게임(RPG)에 치우쳐 있다. 그래서 의도적으로 RPG가 아닌 새로운 장르를 통해 이용자에게 차별화를 두려 하고 있다. 일본은 PC, 콘솔게임

기 등 각 기기에 따라 성향이 나뉘져 있다. 콘솔은 높은 수준의 그래픽과 게임성을 위한 기기이고 온라인은 멀티플레이에 더 강점이 있다. 모바일게임은 퍼즐 같은 지하철에서 즐길 수 있는 게임이 주를 이루고 있다. 그래도 최근 RPG가 점차 늘어나고 있는 추세이기 때문에 쉽고 간단하게 플레이할 수 있는 미드코어 RPG를 찾고 있다.“

-두 지역에서는 플랫폼 의지도가 높은가?

“중국은 여전히 플랫폼 강세가 이어지고 있다. 다만 여전히 마니아를 대상으로 한 플랫폼도 유지 중이지만 머지않아 소수의 주요 마켓으로 통합될 것으로 보인다. 일본은 모바일, 그리 등 기존 마켓이 약화되고 라인이 부상했다. 다만 라인은 캐주얼 게임에 강세이기 때문에 이와 어울리지 않는다고 판단되는 RPG 등의 이탈이 발생하고 있다.“

-최근 포켓몬 고가 폭발적인 인기를 얻었다. 가상현실(VR)과 증강현실(AR)이 강세를 이룰 것으로 보이는가?

“나이언틱의 전작인 인그레스도 성과를 냈던 만큼 가능성이 있다고 본다. 다만 이보다 더 중요한 것은 새로운 기술과 기존에 익숙한 것의 조합이 가장 유리한 것으로 보인다. 기존에는 새로운 기술과 새로운 IP가 더해지면서 이용자에게 어색함을 준 반면 포켓몬고는 20년간 익숙해진 콘텐츠와 새로운 기술이 더해지면서 엄청난 파급효과를 발생시켰다. 앞으로도 새로운 기술에 어떤 콘텐츠가 붙는지가 중요하다.“

NHN한게임 · NHN에스티, 국내 중소기업개발사 中 · 日 진출 지원한다

NHN엔터테인먼트의 일본, 중국 법인들이 국내 개발사의 해외 진출을 돕는 가교 역할에 나섰다.

NHN엔터의 일본법인 NHN한게임과 중국에서 퍼블리싱(배급) 사업을 진행하는 NHN에스티(ST)가 현지 서비스 경험을 바탕으로 한국 중소기업사들의 일본, 중국에 진출 지원에 나섰다.

일본과 중국에서 쌓은 서비스 경험을 바탕으로 현지화 작업부터 게임 서비스 플랫폼 등을 제공할 파트너 게임사를 발굴해 시장성 높은 지역으로의 진출을 지원하는 것이다.

사단법인 한일경제협회와 한국무역협회, 한국모바일게임협회가 9일 서울 코엑스에서 '한국 게임산업 해외시장 진출 상담회'를 개최한 가운데 NHN엔터의 일본, 중국법인이 바이어로 초청돼 1차 서류심사를 통과한 국내 20개 게임사와의 1대1 상담회가 진행됐다.

황재호 NHN한게임 대표는 이날 상담회에서 기자들과 만나 “한게임만 할 수 있는 플랫폼이 있다는 점에서 일본시장 측면에서 볼때 다른 퍼블리셔 보다 해줄 수 있는 것이 많다”며 “내년에는 자체 개발과 공동개발, 퍼블리싱 등을 통해 일본에 3개월에 하나씩 모바일게임을 내놓겠다”고 말했다.

황 대표는 “한국과 일본은 가까우면서도 먼나라로, 수출을 통해 공생하지 않으면 안된다”라며 “게임 콘텐츠로서 가교역할 하면서 한국 게임을 일본으로, 일본 게임을 한국으로 지속적으로 소개되도록 상담회는 기회가 됐으면 한다”고 강조했다.

박종채 NHN에스티 부사장은 “중국법인은 외국 기업들이 들어오는 것을 법으로 제한하고 있어 여러가지를 준비하고 있다”며 “다양한 한국 게임들이 중국시장에서 법률적인 문제로 문턱에 막히는 것을 극복하기 위한 교두보 역할을 하고 있다”고 말했다.

예를 들어 국내 중소기업개발사와 중국기업과 제휴를 강화하는 방식으로 중국 시장을 뚫기 위한 방안을 강구하고 있다는 설명이다.

일본에서 퍼블리싱을 담당하는 석민제 NHN한게임 게임사업본부 팀장은 “일본은 한국보다 미들코어, 하드하지 않은 역할수행게임(RPG)이 출시되고 있는데 전통적으로 퍼즐이 강하다”라면서 “일본에선 너무 하드하지 않은 게임이 주류를 이루고 있지만 1인칭 슈팅게임(FPS) 게임도 출시될 필요가 있다”고 설명했다.

NNHN엔터, 상담회 통해 국내 개발사 중국-일본 진출 지원사격



국내 게임 개발사의 해외 진출을 돕기 위해 NHN엔터와 NHN해외법인이 뭉쳤다.

NHN엔터테인먼트(대표 정우진, 이하 NHN엔터)는 9일 서울 코엑스에서 한국모바일게임협회, 한일경제협회, 한국무역협회와 함께 '게임업체 해외시장 진출 상담회'를 개최했다.

이번 상담회는 NHN엔터 일본법인과 중국법인 관계자를 바이어로 초청했으며 NHN한게임(일본), NHN에스티(중국)를 통해 일본과 중국 진출을 원하는 국내 개발사가 참석했다.

지난 7월 6일부터 참가 업체를 모집해 초청된 20개 게임사는 정해진 시간에 부스를 방문해 1:1 상담을 받았다. 당일 면접심사를 통해 최종 선정된 게임사는 언어로컬라이즈, QA, 디자인 적합성 조사를 비롯해 고객 대응, 공동개발 및 퍼블리싱 등 원하는 항목을 지원 받을 수 있다.

NHN엔터 해외법인은 현지 시장 진출 관련 내용을 상담해주고 게임 서비스를 원하는 중소기업의 궁금증을 해소해주고 실제 지원까지 도울 예정이다.

황재호 NHN한게임 대표는 "일본 시장 노하우를 바탕으로 한국에 있는 게임을 성공시키고 싶다. 퍼블리셔로서 가지고 있는 모든 솔루션을 제공해줄 예정이다. 물론 일본 시장이 녹록하진 않지만 같이 협업하면 가능성은 충분하다"고 말했다.

박종채 NHN에스티 모바일비즈니스 실장은 "중국 법인은 이제 본격적인 사업을 시작해 '크루세이더퀘스트' 같은 작품을 현지에서 성공시켰다. 이번 상담회를 통해 서로 시너지 낼 수 있는 개발사를 찾길 기대한다"고 전했다.

" 한국게임 절실하다 " NHN엔터 中日법인에서 보내는 러브콜



▲ (왼쪽부터) 박종채 실장, 황재호 대표, 석민제 팀장.

NHN엔터 해외법인이 원석 같은 게임을 찾기 위해 국내 개발사 모셔가기에 나섰다.

NHN엔터테인먼트(대표 정우진, 이하 NHN엔터)는 지난 9일 서울 코엑스에서 한국모바일게임협회, 한일경제협회, 한국무역협회와 함께 '게임업체 해외시장 진출 상담회'를 개최했다.

상담회는 한국모바일게임협회, 한일경제협회, 한국무역협회 뿐만 아니라 산업통상자원부, 후쿠오카대한민국총영대사관이 함께 개최했으며, NHN엔터 해외법인 NHN한게임(일본), NHN에스티(중국)가 바이어로 초청됐다.

오전 상담을 마친 박종채 NHN에스티(중국) 실장, 황재호 NHN한게임(일본) 대표, 석민제 NHN한게임 팀장은 "예상보다 좋은 게임을 찾을 수 있을 것 같다"며 기대감을 드러냈다.

"현장에서 게임에 대한 자세한 내용을 듣고 시연 빌드까지 체험 가능했다. 6~10명의 소규모 인력임에도 불구하고 기술력 좋은 개발사도 있었다. 일부 게임은 스토리 라인만 보완하면 될 것 같다는 생각이 들 정도로 높은 퀄리티의 게임을 보여줬다"

◆ 박종채 실장, “더 좁아진 중국 진출의 문, 법률적 허들 넘는 법 안다“



게임을 완성해도 중국 시장 진출은 만만치 않다. 외국 기업이 중국 시장에 진출하기 위해서는 법률적인 허들이 존재하기 때문. NHN에스티는 현지 기업과의 제휴를 통해 현지 시장으로 진출할 수 있는 교두보 역할을 자처했다.

박종채 실장은 “중국 시장도 2년 사이에 빠른 속도로 개발력을 갖췄다. 그래픽적인 부분에서는 많이 따라왔다고 생각하지만 게임의 전반적인 짜임새는 아직 한국 수준에 미치지 못한다“고 현지 모바일게임을 평가했다.

이어 그는 “크루세이더퀘스트’를 중국 시장에 출시하며 느꼈다. 중국 시장은 진입이 어려운 만큼 잠재력이 큰 시장이다. 판호(심의를 거친 서비스 허가권)에 대한 노하우는 이미 갖췄다. 이제 함께 할 수 있는 개발사가 있으면

된다“고 덧붙였다.

◆ NHN한게임, 일본 고유 문화 이해한 현지화 작업 ‘자신있다’

NHN한게임의 황재호 대표와 석민제 팀장은 현지에서 자체개발작 출시를 준비함과 동시에 공동 개발 및 퍼블리싱 타이틀을 찾고 있었다.

현재 NHN한게임은 PC 온라인게임을 일본 시장에서 서비스하고 있는데, 모바일 플랫폼이 주류를 이루자 체질개선을 시도하고 있는 상태였다.

황재호 대표는 아웃소싱을 통해 오는 이달 중 출시되는 모바일RPG ‘브레이블리크로니클’을 시장으로 3개월에 1개의 타이틀을 일본 시장에 내놓겠다는 목표를 가지고 있었다. 또한 NHN한게임이 스마트폰 게임으로 새로운 면모를 갖출 수 있는 시기를 내년으로 내다봤다.



석민제 팀장은 이번 상담에서 가장 많이 받은 질문 중 하나가 “저희 게임이 일본에서

통할까요?”라고 말했다. 이 말인 즉슨 일본에서 선호하는 게임의 성격이나 문화가 확실하기 때문에 섬세한 현지화가 필요하다는 것이다.

석 팀장은 “일본 이용자는 까다롭다. 콘텐츠에 대한 눈높이가 상당하기 때문에 첫 번째 진입 장벽도 높은 편이라 볼 수 있다”며, “우리는 일본인 프로듀서와 함께 게임의 전반적인 수정 작업과 기획 등을 거쳐 공동 기획 및 조언이 가능하다. 이를 통해 성공 확률을 높일 수 있는 것이 강점”이라고 소개했다.

마지막으로 이들은 “열정과 도전을 가지고 있는 게임사는 언제든 만나고 싶다. 한국에서 이렇게 많은 게임사를 만나볼 수 있는 자리를 꾸준히 마련됐으면 좋겠다. 해외 시장에서 흥행은 녹록하진 않다. 하지만 같이 한다면 가능할 것 같다”고 국내 게임사에 게 어필했다.

한국경제

“中日 진출 원하는 중소게임사 환영“ NHN엔터 팔견었다



▲박종채 NHN에스티 실장, 황재호 NHN한게임 대표, 석민제 NHN한게임 팀장(왼쪽부터)

중국과 일본에 현지법인을 세우고 게임 퍼블리셔 사업을 진행중인 NHN엔터테인먼트가 한국 중소게임사들의 해외시장 진출을 적극 지원한다. 9일 서울 코엑스에서 열린 한국 게임산업 해외시장 진출 상담회에는 NHN한게임 일본법인과 NHN에스티(ST) 중국법인이 바이어로 참석해 20개 한국 중소게임사와 상담을 진행했다.

NHN한게임은 '드래곤네스트', '엘소드', '소울워커' 등을 일본에 론칭하며 일본 현지 퍼블리셔로서 안착에 성공했다. 한게임 플랫폼을 통해 150여개 타이틀을 서비스중이며, 5600만 아이디와 최대동시접속자 21만3000여명을 보유하고 있다. 모바일게임보다는 PC 온라인게임에 주력하고 있지만, 앞으로는 모바일게임에서도 플랫폼을 만들어갈 계획이다.

NHN에스티는 2014년 중국시장의 전초기지로 출발했다. 게임과 만화를 함께 다루는 법인으로, 최근 중국 모바일게임시장에서 '크루세이더퀘스트'를 론칭해 연착륙에 성공했다. NHN에스티는 '크루세이더퀘스트'로 쌓아올린 노하우를 발판으로 삼아, 비슷한 성공사례를 점차 늘려나갈 예정이다.

이번 상담회에는 황재호 NHN한게임 대표, 석민제 NHN한게임 팀장, 박종채 NHN에스티 실장이 참석했다. 이들은 “상담회에 참가한 게임사들이 생각했던 것보다 훨씬 뛰어

난 게임을 선보여 깜짝 놀랐다“며 “게임사들과 좋은 인연이 됐으면 좋겠다“고 기대감을 피력했다.



한국 게임 경쟁력 여전… '세븐나이츠' 성공 고무적

NHN한게임, NHN에스티 양사는 한국 게임에 대해 “충분히 경쟁력 있다“고 입을 모았다. 최근 중국 게임이 비약적으로 발전하긴 했지만, 한국 게임에 비해 아직까지 디테일에서는 미진하고 게임간에 품질 편차가 크다는 평가다.

석민제 팀장은 “이번 차이나조이에서 중국 게임이 비주얼 퀄리티에서는 많이 따라왔다는 느낌을 받았다“며 “그러나 실제로 게임을 해보니 (한국게임에 비해) 부족한 부분이 있었다. 특히 PC 온라인게임에서는 차이가 크다“고 전했다.

박종채 실장도 “중국 현지 반응도 크게 다르지 않다“고 맞장구를 쳤다. 박 실장은 “중국 유저들에게는 한국게임에 대한 니즈가 있다. 한국게임은 기본 이상은 한다고 생각한다. 마케팅과 홍보를 효과적으로 진행한다면 경쟁력이 있다“고 평했다. “다만 중국시장에서는 정치적 요소가 리스크“라고 덧붙였다.

상담회에 참가한 게임들에 대한 평가를 묻는 질문에는 “예상보다 뛰어났다”는 답변을 내놓았다. 석민제 팀장은 “서류심사에서 봤던 자료보다 (실제 게임이) 퀄리티가 더 높아서 놀랐다”며 “기대 이상의 신인들이 많다. 절반 정도라도 우리와 인연을 맺었으면 좋겠다”고 말했다.

박종채 실장도 “사실 빌드 수준이 어느 정도일까 의구심이 많았는데, 막상 눈으로 확인하니 기술적인 면과 그래픽 퀄리티가 예상보다 높았다”며 “스토리라인을 보완한다면 우리와 협업할 수 있는 업체가 생길 것이라고 기대한다”고 전했다.

한국 게임이 중국이나 일본에서 통할 수 있을지에 대해서는 “재미라는 본질은 만국공통”이라고 답했다. 석민제 팀장은 “도탐전기 스타일의 RPG가 유행처럼 퍼졌을 때, 유일하게 일본을 뚫은 게임이 세븐나이츠”라며, “현지 국가에 맞는 로컬라이즈 작업이 필요하나, 유저들이 공통으로 추구하는 재미는 비슷하다고 본다”고 말했다. 게임이 재미있다면 글로벌서비스가 가능한 시대가 됐지만, 성공 가능성을 조금이라도 높이기 위해서는 현지 퍼블리셔가 도움을 받는 편이 좋다는 조언도 전했다.



일본은 퍼즐, 중국은 RPG 대세… 시장에 없는 게임 찾아야

국가에 따라 선호하는 게임 장르가 다르다. 한국의 경우 액션 RPG, 수집형 RPG, MMORPG가 대세다. 최근 모바일게임 매출 상위권에서 RPG가 아닌 게임이 모습을 드러냈던 것은 손에 꼽을 정도다. 그렇다면 중국과 일본은 어떨까.

박종채 실장은 “중국은 한국보다 RPG 편중 현상이 더 심하다”며 “자금력이 강한 중국 대기업들과 RPG로 맞대결하는 것보다는 틈새시장을 찾는 편이 좋다”고 조언했다. 그는 “RPG가 아닌, 중국시장에 없는 게임을 찾고 있다”며 “NHN에스티는 중소기업체에 해당하기 때문에, 최상위권에 진입하려는 목표보다 100위권에 안착하는 전략을 취하고 있다”고 덧붙였다.

석민제 팀장은 “일본의 경우 하드코어한 게임보다는 퍼즐게임과 같은 가벼운 게임이 더 잘된다”며 “언젠가 일본 모바일게임에도 하드코어 게임이 대세가 될 날이 오겠지만, 아직은 먼 얘기”라고 설명했다. 그는 “한국게임이 더 강점을 보이는 장르는 미드코어 RPG와 FPS게임”이라고 전했다.

내년에는 올해보다 더 좋은 결과를 얻는 것이 양사의 목표다. 박종채 실장은 “중국 법률 제한을 뚫고 연착륙하는 것이 NHN에스티의 내년 목표”라며 “한국의 좋은 게임들이 중국 법률에 막혀서 진입하지 못할 것으로 예상되는데, 이를 극복하기 위한 교두보가 되겠다”고 밝혔다.

황재호 대표는 “내년부터 자체개발 및 퍼블리싱을 통해서 일본시장에 모바일게임을 3개월에 1개씩 론칭하고 싶다”며 “한게임이 모바일시장에서 새 면모를 보일 수 있는 한 해가 될 것”이라고 각오를 밝혔다.

양사는 이번 상담회를 시작으로 한국 기업들과의 제휴를 강화할 계획이다. 황재호 대표는 “NHN한게임은 한국게임을 일본에 소개하는 가교 역할을 할 예정”이라며 “기회가 된다면 이번 상담회와 같은 행사에 지속적으로 참여하고 싶다”고 바람을 전했다. 그는 “중소게임사들은 언제든지 NHN한게임을 방문해주길 바란다. 성공할 수 있도록 최대한 돕겠다”고 밝혔다.