

DC업계, M&A 통한 ‘빅뱅’ 막 올랐다!

M&A 방식 시장 진출 줄이어 ... 시장구도 재편 위한 핵심 전략으로 떠올라

게임, 포털 등 디지털콘텐츠 시장을 주도하고 있는 분야에 대한 인수합병(M&A)이 본격화되면서 국내 디지털콘텐츠 시장이 뜨겁게 달아오르고 있다. 업계에서는 이제 과거와 같이 킬러콘텐츠 1~2개로 업계 선두권을 유지할 수 있는 시기는 지났으며, 다양한 분야에 대한 통합 콘텐츠를 가진 대기업형 콘텐츠 기업 시대가 도래할 것이라는 전망이 대두되고 있다. 실제로 그간 영화와 방송, 쇼핑 채널 등을 운영해온 CJ그룹은 플레너스를 인수하면서 전격적으로 온라인 시장에 뛰어들었고, SK는 지난 2002년 라이코스에 이어 지난해 싸이월드까지 인수하면서 자사의 포털사이트 네이트닷컴을 단번에 업계 3위권까지 올려냈다. KT 그룹 역시 최근 KTH를 중심으로 한 콘텐츠 사업강화를 위해 M&A를 고려하고 있다고 밝히고 있다. 최근 디지털콘텐츠 기업들을 둘러싼 M&A 움직임을 통해 시장구도의 흐름을 살펴봤다.

글 / 신중훈 기자



지난달부터 벤처기업의 신·구주 주식교환이 허용되고, 공인평가기관의 주식가치 평가시 법원 심사를 생략해도 되는 등 벤처기업의 M&A 방법이 대폭 간소화됨에 따라 디지털콘텐츠 시장에서도 M&A가 더욱 가속화될 것으로 보인다.

M&A를 위한 장애와 걸림돌이 대부분 제거된 데다 그동안 코스닥 등록요건 강화로 인해 수익탈출구를 찾지 못하고 고민하던 벤처캐피털들 역시 M&A를 적극 활용할 것으로 전망되기 때문이다.

특히 지난해 디지털콘텐츠 업계가 부익부 빈익빈 현상을 나타내면서 콘텐츠와 관련 기술은 확보하고 있으나 마케팅과 영업망 확보에 어려움을 겪고 있는 콘텐츠 기업들이 국내 대기업 등을 대상으로 적극적으로 M&A에 나설 것으로 보인다. 이는 대기업의 입장에서도 최근 빠르게 성장하고 있는 디지털콘텐츠 분야에 대한 거점을 마련할 경우 차후 시장확대에 따른 수익기반을 확보할 수 있다는 점에서 충분히 구미가 당기는 상황이다.

실제로 올해 들어 늘어나고 있는 인터넷 기업들에 대한 M&A 바람은 최근 대기업들까지 경쟁에 뛰어들면서 더욱 활발해지고 있다.

인터넷 기업들의 M&A는 어제오늘의 일이 아니다. 해외에서는 이미 오래 전부터 사업목표 달성과 기업가치 제고를 위한 효과적 수단으로 M&A가 꾸준히 진행돼 왔다. IBM의 경우 최근 3년간 10여개의 기업을 인수했으며 마이크로소프트도 유럽시장 점유율 확대와 사업기반 강화를 위해 20억달러 규모의 M&A를 성공적으로 추진했다. 효과적인 기업 성장엔진으로 M&A를 꾸준히 활용하고 있는 것이다.

올초 정부는 올해 벤처기업의 M&A 시장 규모가 약 1조 원에 이를 것으로 전망하고, 이의 활성화를 위해 2,000억 원 규모의 벤처M&A펀드를 운용, 거래 활성화에 나서겠다고 밝혔다.

대기업형 콘텐츠 기업의 탄생

CJ그룹은 최근 온라인 게임포털 넷마블을 운영하고 있는 플레너스를 인수, 온라인 사업에 본격적으로 뛰어들었다. CJ그룹의 온라인 사업 진출은 대형 멀티미디어콘텐츠 기업의 출범을 의미하는 것으로 CJ는 이로써 영화, 게임, 음악 등의 분야를 아우르는 온·오프라인 멀티미디어 기업으로

거듭났다.

CJ그룹의 M&A 움직임은 전방위적으로 펼쳐지고 있는데, 모기업인 CJ와 CJ엔터테인먼트가 공동으로 플레너스를 인수한 것을 비롯해 CJ미디어는 지난달 초 음악채널인 KMTV를 인수했다. CJ미디어는 또 온라인 음악서비스 업체인 벅스마저 인수대상에 포함시킨 것으로 알려졌으며, CJ케이블넷은 인천 부평·계양구 지역 케이블 방송사인 북인천케이블TV방송의 인수를 마무리했다.

CJ의 플레너스 인수는 플레너스의 최대주주인 방준혁 사장으로 부터 총 400만주의 주식을 매입하는 방식으로 이뤄졌는데, CJ가 210만주, CJ엔터테인먼트가 190만주를 각각 인수했다. 주당 인수가격은 2만원으로 총 인수금액은 800억원이다.

CJ그룹은 이번 플레너스 인수로 새로운 성장산업인 인터넷 비즈니스를 본격적으로 추진하게 됐으며, 이미 보유하고 있는 엔터테인먼트 콘텐츠, 마케팅 채널, 글로벌 비즈니스 노하우를 접목한 온·오프라인 종합엔터테인먼트 기업으로 발돋움하고 있다.

한편, 지난해 1,663억원의 매출을 기록, 다음을 따돌리고 최대 인터넷 기업으로 떠오른 NHN은 최근 중국의 게임포털 아위게임에 1억달러를 투자, 업계를 깜짝 놀라게 했다. NHN의 이번 대형 투자는 한·중·일 3국을 아우르는 국제 게임포털을 만들겠다는 전략에서 비롯된 것이다. NHN의 이 같은 전략은 장기적으로 NHN을 마이크로소프트 등과 같은 글로벌 콘텐츠 기업으로 만들겠다는 포부의 일환이다. 김범수 NHN 사장은 이에 대해 “게임·인터넷 기업들도 이제는 장기적인 목표를 가져야 할 때”라고 설명했다.

통신업계, 인터넷 포털 시장에서 전면전

통신기업들의 인터넷 시장 진출을 위한 M&A 경쟁도 뜨겁다.

지난 2002년 라이코스를 합병한 데 이어 지난해 싸이월드마저 인수하면서 다음, 네이버에 이어 포털 3강으로 발돋움한 SK커뮤니케이션즈는 올해 검색서비스를 강화해 자사의 포털사이트 네이트닷컴을 업계 1위까지 끌어올리겠다는 계획이다. 이를 위해 이 회사는 SK텔레콤의 무선콘텐츠를 활용해 유무선 연동이 가능한 획기적인 서비스를 선보일 예정이다.

SK의 뒤를 이어 최근 사령탑을 송영한 KT 부사장으로

교체한 KTH도 M&A 시장에 뛰어 들 움직임을 보이고 있다. KTH 송영한 사장은 최근 가진 기자간담회에서 “올해 내에 KTH를 업계 5위권으로 진입시키기 위해 가능한 모든 방법을 고려하고 있다”고 밝혀 기존 포털기업에 대한 M&A 가능성을 활짝 열어 놓았다.

KTH는 과거 PC통신 시절 하이텔의 영광을 다시 재현하겠다는 KT그룹의 굳은 의지 아래 지난해 업계 13위권인 한미르를 인수함으로써 성장 기반을 마련했고, 올해는 KTF의 무선 콘텐츠 포털인 매직앤마저 통합할 것으로 전망되고 있다. KTH가 만약 매직앤을 통합하고, 업계 5위권인 엠파스를 인수할 경우 KTH는 명실상부한 유무선 멀티미디어 콘텐츠 포털로 자리매김하게 될 전망이다.

하나로통신의 자회사 하나로드림은 지난 2002년 하나로통신의 포털사업부 하나넷과 드림라인의 콘텐츠포털 드림엑스닷컴을 합병해 하나포스닷컴을 출범시켰다. 이 회사는 지난해 6월 게임포털 센게임을 런칭하고 게임사업에 뛰어들었으나, 인지도 확보에 실패했다. 때문에 올해는 취약한 게임분야를 강화하기 위해 제휴 또는 M&A를 통해 게임사업을 강화할 계획이다.

외국계 기업, M&A 통해 국내시장 진출

외국계 기업이 국내 콘텐츠 기업을 인수하는 사례도 늘어나고 있다.

최근 미국의 다국적 모바일콘텐츠 퍼블리셔 엠포마는 국내 모바일게임 개발업체인 ‘모바일게임’을 인수, 국내 모바일게임 시장에 진출했다. 엠포마는 전세계 60여개의 이동통신사들과 콘텐츠 공급 및 공동개발 관계를 맺고 있는 다국적 콘텐츠 기업으로 스프린트PCS, 버라이즌와이어리스, 싱귤러와이어리스, 보다폰, 오렌지, 티모바일 등 미국과 유럽의 유력 통신사들의 파트너이다.

엠포마는 글로벌네트워크 구성에 있어 한국을 하나의 사업거점으로 만들기 위해 이번 인수를 결정했으며, 이를 통해 우리나라는 물론 중국과 일본, 대만 등 아시아지역을 공략하기 위한 총괄기지로 삼겠다는 계획이다.

엠포마의 덴 크란즐러 CEO는 “모바일게임 및 콘텐츠 개발에 큰 성과를 쌓아온 모바일게임을 인수함으로써 엠포마의 글로벌네트워크 구성에 있어 한국을 하나의 사업거점으로 만들수 있게 됐다”고 밝혔다.

이번 모바일게임 인수로 엠포마는 해외시장에서 인정받

고 있는 국산 모바일게임 기술력을 확보할 수 있게 됐으며, 모바일게임으로서도 해외시장에 강력한 유통네트워크를 확보할 수 있게 됐다.

아태지역 16개 항공사와 미국 온라인여행사 트래블로시티가 합작한 인터넷여행사 주지는 국내 최대 온라인 여행사인 넥스투어를 인수, 국내 시장에 진출했다.

주지는 지난 3월 기자회견을 갖고 호주·싱가포르·홍콩·대만에 이어 아태 지역에서 다섯 번째로 한국에 진출하기로 하고, 교두보로서 넥스투어를 인수했다고 밝혔다.

주지의 스캇 블럼 사장은 “넥스투어의 지분을 100% 인수했다. 한국에서는 ‘넥스투어’ 브랜드와 사이트를 그대로 유지할 계획”이라며 “한국시장에서 온라인 부문은 부동의 1위를 지키고 온오프라인 통틀어서도 3~5위권의 여행사로 자리매김할 것”이라고 말했다.

넥스투어측은 “주지의 인수로 넥스투어는 자금의 안정성을 확보함과 동시에 주지측의 기술과 콘텐츠, 마케팅노하우 등을 얻을 수 있게 됐다”고 밝혔다.

하드웨어·솔루션 업계, M&A 통해 콘텐츠시장 진출

이러한 대형 기업들의 인터넷 기업에 대한 M&A와 달리 오프라인 하드웨어 및 솔루션 기업들의 콘텐츠 시장 진출도 활발해지고 있다.

MP3 기업인 레인콤은 지난 3월 내가네트워크의 지분 19.8%를 인수, 디지털음악 콘텐츠 확보에 나섰다.

내가네트워크는 지난해 1월 설립된 프로듀서 중심의 음반 제작 및 디지털 음악 판매 회사로 국내 최고 작곡가 중 한 사람으로 평가받는 윤일상씨를 비롯해 신재홍, 안정훈 등 유명 프로듀서, 작곡가 및 음반기획자들이 주주로 참여하고 있다.

이 회사는 지난 1월에는 멀티미디어 콘텐츠 서비스기업인 유리온에도 투자한 바 있다.

레인콤은 또 지난 3월 M&A를 통해 차량용 멀티기기 시장에도 진출할 뜻을 내비쳤다. 이 회사는 지난 2001년 대우일렉트로닉스 카오디오사업부의 인수를 추진했으나 여러 가지 사정으로 이를 보류한 바 있다. 레인콤의 양덕준 사장은 “자동차 전장시장이 아날로그중심에서 디지털기술이 결합된 모바일 멀티미디어중심으로 전환되고 있다”며 “기존 MP3 등 오디오 기술에다 동영상 및 텔레매틱스를 결합한 비즈니스 모델 개발을 위해 다각적인 검토를 하고 있다”고

말했다.

지난 3월 광전송장비 전문기업인 레딕커뮤니케이션스는 위자드소프트를 인수, 게임사업에 진출했다. 레딕은 장외 시장에서 제3자로부터 20억원의 전환사채 266만여주를 인수하는 방법으로 위자드소프트의 지분 27.6%를 확보했다.

레딕의 위자드소프트 인수는 통신장비 시장의 장기침체에 대비한 신규 수익원 확보와 코스닥 우회상장까지 고려한 복합적인 요인으로 분석된다. 위자드소프트는 올해 들어 대표이사의 공금횡령으로 심각한 자금난을 겪어 왔다.

레딕의 임대희 사장은 “통신시장의 경우 향후 5년간 성장세가 주춤할 것으로 예상돼 신규 사업을 찾고 있었다”며 “개인적으로 게임사업에 대한 관심이 많았고, 산업 자체도 성장성이 뛰어나다고 판단, 위자드를 인수하게 됐다”고 밝혔다.

지난해 온라인게임 열혈강호의 개발사 KRG소프트를 인수해 짹짹한 재미를 봤던 이네트는 올해 온라인게임 ‘트라비아’의 개발사인 재미인터랙티브를 인수했다. 이 회사는 트라비아의 대중국 수출 호조로 지난 1분기에 매출액 14억 4,000만원에 영업이익 1억 4,000만원, 경상이익 6억 6,000만원을 기록했다. 이네트가 영업이익과 경상이익, 당기 순이익이 모두 흑자를 나타낸 것은 지난 2000년 이후 처음으로 재미인터랙티브의 인수효과를 톡톡히 누렸다는 평가를 받고 있다.

HTS 서비스 사업자인 두리정보통신은 자사의 솔루션(AnyTrader)과 연계할 수 있는 분야인 게임·텔레메틱스·인터넷업체 등과의 M&A를 추진하고 있다. 두리정보통신은 40억원에 달하는 유보 자금을 M&A에 활용한다는 방침이다.

이 회사의 관계자는 “기존 사업인 HTS 서비스 역시 세계 최고 수준에 올라있다고 판단, 해외 수출에 주력할 계획”이라며 “올해는 M&A를 통해 신규 사업에 대한 진출을 본격화 할 것”이라고 말했다.

수익모델 다변화 위한 전략 일환

외부 기업들의 M&A에 의한 콘텐츠 시장 진출과 별도로 기존의 사업영역을 보다 확대하고 수익모델을 다변화하기 위한 M&A도 활발하다. 웹젠, 다음, CJ미디어 등은 기존의 사업영역을 확대하기 위해 M&A를 추진했다.

온라인게임 ‘뮤’를 통해 지난해 코스닥 상장에 이어 나스

닥 진출에까지 성공한 웹젠은 지난해 7월 모바일게임 개발업체 플렉스를 인수했다. 플렉스는 세계적인 단말기 제조업체 노키아로부터 개발사 인증을 획득한 업체로 세계 최대 무선콘텐츠 전문사이트인 한단고(www.handango.com)의 국내 독점 운영권을 갖고 있기도 하다.

플렉스에 4억원을 주고 지분 55.4%를 확보한 웹젠은 최근 SK텔레콤을 통해 모바일게임 ‘닷핵’을 선보여 본격적으로 모바일게임 시장에 진출했다. 닷핵은 애니메이션 원작을 기반으로 온라인게임 ‘더월드’의 플레이어인 미미루가 로그아웃을 못하게 된 라비린이라는 캐릭터를 찾아나서는 모험을 그린 액션판타지 롤플레이게임이다.

웹젠은 또 지난 2월 올해 내에 게임포털 시장에 진출하기 위해 M&A를 계획하고 있다고 밝혔다. 이 회사의 김남주 사장은 “수익다변화를 위해 게임포털 사업에 진출하겠다”며 “오픈 시점은 아직 검토중이지만 올해안에 결과를 시장에 보일 수 있을 것”이라고 밝혔다.

다음취업은 지난 2월 온라인 취업포털 커리어를 인수, 자사의 취업사이트 위키와 커리어를 통합한 새로운 취업 사이트를 지난 3월 선보였다. 이 사이트에는 처음으로 취업 커뮤니티와 지식검색을 결합한 ‘카페n지식’가 도입됐으며 구직자가 원하는 직종과 기업의 채용 정보를 한눈에 파악할 수 있는 ‘커뮤니티 바인더’, ‘브랜드기업 바인더’ 등의 서비스가 선보였다.

CJ미디어는 KMTV의 인수로 음악채널인 엠넷(m.net), 엠넷논스톱, KMTV 등을 포함해 요리채널인 푸드채널, 영



화채널인 홈CGV와 XTM, 다큐멘터리채널인 내셔널지오그래픽채널, 애니메이션채널인 애니월 등 총 8개의 PP를 운영하게 됐다. 이는 OCN·투니버스·MTV·온게임넷 등 총 10개의 PP를 운영중인 온미디어의 뒤를 바짝 뒤따르는 것이다.

한편, 뉴스 전문채널인 YTN은 코미디TV와 무비플러스를 운영중인 월드와이드넷의 지분 50.9%를 인수, 코미디TV·무비플러스 등 채널 3개를 운영하는 복수 방송채널사용사업자(MPP) 대열에 합류했다.

YTN은 또 월드와이드넷을 포함해 뉴스채널 운영과 남산타워, 중국 콘텐츠 교류, 해외 위성방송 등 사업 다각화에 적극 나서고 있다. 또 방송위에 FM 라디오를 신청하고 하반기 사업자 선정이 예상되는 지상파 디지털멀티미디어방송(DMB) 진출도 추진중이다.

온라인 음악서비스 시장, 권리 확보 위한 M&A

온라인음악 서비스 기업들과 저작권 문제로 갈등을 보여왔던 음반업계에서는 최근 온라인 음악서비스 업체에 대한 직접적인 영향력 강화에 나서고 있다.

최근 YBM서울음반, T엔터테인먼트, 소프트뱅크 유웨이 등은 '마이리슨닷컴'이라는 온라인 음악 스트리밍서비스를 운영하고 있는 위즈맥스에 18억원을 공동 투자했다. 이를 통해 이들 3사는 위즈맥스의 지분을 각각 23%씩 보유, 공동 대주주로 경영에 참여하게 됐다. 결국 위즈맥스로서는 주요 음반사들을 대주주로 확보함으로써 합법적인 음원 확보의 기반을 마련했고, 음반사들로서는 온라인 음악서비스 업체를 소유함으로써 온라인 음악서비스에 대해 직접적인 영향력을 가질 수 있게 됐다.

위즈맥스가 운영하는 마이리슨닷컴은 현재 50만곡의 음악데이터베이스를 갖추고 이 가운데 90% 이상의 서비스 라이선스를 확보했다.

MP3 업계에서는 지난해 부도처리된 엠피맨닷컴을 둘러싼 M&A 경쟁이 치열하다.

엠피맨닷컴은 세계 최초로 MP3 플레이어를 개발한 기업으로 그간 부진한 영업실적과 MP3 원천특허 관련 소송으로 경영악화가 심화돼 지난해 7월 부도처리됐고 현재 법정관리상태에 있다.

엠피맨닷컴의 인수에 관심을 보였던 기업으로는 레인콤을 비롯해 넥스트웨이, 디지털웨이 등이 있었지만 결국 든

든한 자금력을 확보한 레인콤 쪽으로 가닥이 잡힐 것으로 보인다. 실제로 최근 레인콤은 엠피맨닷컴의 인수제안서를 단독으로 제출한 것으로 알려졌다. 레인콤이 엠피맨닷컴을 인수할 경우 레인콤은 원천특허와 관련된 소송을 바로 해결할 수 있을 뿐만 아니라 향후 소송의 결과에 따라 여타 MP3 기업들로부터 특허료까지 챙길 수 있다. 엠피맨닷컴을 인수하기 위해서는 약 100억원 대의 자금이 필요하지만 지난해 2,259억원의 매출에 423억원의 순이익을 기록한 레인콤으로서는 어려운 일이 아니다.

제휴 통한 중국 게임포털 시장 진출 활발

국내에서의 이 같은 M&A 움직임과 함께 국내 게임산업의 해외진출 주력시장인 중국 게임시장도 최근 변화의 움직임이 나타나고 있어 국내업체들의 진출이 더욱 활발해질 것으로 보인다.

중국에서는 최근 게임포털을 위주로 한 캐주얼게임 시장이 급속히 확대되고 있는데 이는 그간 MMORPG 중심의 중국시장 진출 방식에 적지 않은 변화를 가져올 전망이다. 이미 플래너스는 중국의 시나닷컴과 제휴, 올 7월 웹보드게임과 캐주얼게임 중심의 게임포털을 준비하고 있고, NHN은 지난달 9일 중국 최대의 게임포털 아위게임에 1억달러를 투자했다.

아위게임은 중국 해홍그룹이 운영하고 있는 게임포털로 현재 동시접속자수 60만명을 기록하며, 시장을 주도하고 있다. 여기에 도전하는 중국 게임포털로는 차이나게임스(20만명)와 게임ABC(15만명), QQ(15만명) 등이 있으며, 국내에도 잘 알려진 시나닷컴과 산다, 광통 등이 새롭게 시장진출을 계획하고 있다.

이들은 공히 경험이 풍부한 국내 게임포털들과의 협력을 통해 투자위험을 최소화하고자 하고 있으며, 이미 시장에서 검증받은 국산 게임을 현지화하는 데 초점을 맞추고 있다.

때문에 자의든 타의든 국내 게임업체들의 중국시장 진출은 더욱 가속화될 조짐이며, 이미 중국 기업들과 접촉하고 있는 국내 기업은 플래너스와 NHN을 제외하고도 3~4개에 이르는 것으로 알려졌다.

업계에서는 중국 게임시장의 이 같은 변화는 그간 웹보드게임이나 캐주얼게임들을 개발해온 국내 기업들에게 새로운 기회로 작용할 것으로 보고 있다.

〈표〉 디지털콘텐츠 기업 M&A 현황

기업명	M&A기업	M&A시기	M&A효과
CJ	플레너스	2004년 4월	온라인 사업 진출
CJ미디어	KMTV	2004년 3월	채널 확대
SK커뮤니케이션스	라이코스	2002년	검색서비스 강화
	싸이월드	2003년	커뮤니티서비스 강화
KTH	한미르	2003년 11월	콘텐츠 사업 집중화
레인콤	엠피맨닷컴	2004년(예정)	원천특허 소송 해결
이오리스	엠드림	2003년 11월	모바일게임 시장 진출
	큐로드	2003년 7월	온라인게임 시장 진출
레텍커뮤니케이션스	위자드소프트	2004년 3월	신규사업 확보
주지	넥스투어	2004년 3월	국내시장 진출
엠포마	모바일게임	2004년 4월	국내시장 진출 및 아태지역 거점 마련
웹젠	플릭스	2003년 7월	모바일게임 시장 진출
이네트	KRG소프트	2003년 6월	온라인게임 시장 진출
	재미인터랙티브	2004년	수익모델 다변화
다음취업	커리어	2004년 2월	취업서비스 강화

성공적인 M&A ... 합병과정 체계적으로 관리해야

양정규 한국기술투자 사장은 성공적인 M&A를 위해서는 몇 가지 사항에서 명심해야만 한다고 말했다.

양 사장은 “M&A의 본질은 ‘변화를 통한 성장성과 수익성 제고’에 있다. 변화는 항상 ‘잠재적 위험’을 수반하고 있기 때문에 이를 최소화할 수 있는 준비가 필요하다. 기업 간 M&A에 있어서도 인수전과 인수 후의 체계적인 준비과정이 필수”라고 설명했다.

그는 또 “특히 합병 후 통합과정은 M&A 성공을 좌우하는 중요한 열쇠로 지속적인 관리가 절대적으로 요구된다”며 “M&A를 추진한 기업의 53%가 합병 후 통합과정에 가장 많은 실패 위험이 존재하고 있다는 사례도 있다”고 덧붙였다. M&A 기업들이 합병 금액, 합병 성사여부 등 합병 거래 자체에만 관심을 두고 합병 후 관리에 상대적으로 소홀했다는 얘기도.

양 사장은 “M&A 이후 합병과정을 체계적으로 관리하는 것은 M&A 성공여부를 결정짓는 주요 이슈로 합병기업의 수익성과 성장성 제고를 위한 통합 원칙”이라며 “이를 위해서는 통합기업의 임직원

과 주주가 공유할 수 있는 비전을 확립해야 하며, 이는 합병기업의 핵심역량 구축을 위한 경영전략과 세부실행계획 수립의 밑바탕이 된다”고 강조했다. 

