

온라인게임 대표기업 엔씨소프트 vs. 웹젠

국내시장 넘어 세계시장 석권 노린다!

국내 디지털콘텐츠 시장에서 가장 활발한 움직임을 보이고 있는 분야가 온라인게임이라는 데는 이론의 여지가 없다. 이미 150여 개의 온라인게임들이 상용서비스 또는 시범서비스를 제공하고 있고, 하루가 다르게 새로운 소식들이 전해지고 있다. 실제로 지난해 국내 온라인게임 시장은 연간 6,000억원 규모를 넘어선 것으로 분석되고 있다.

국내 온라인게임 산업이 이처럼 빠르게 성장하게 된 요인으로는 엔씨소프트와 웹젠이라는 두 걸출한 기업이 있었기 때문임을 부인할 수 없다. 엔씨소프트는 지난 1998년 '리니지'를 선보이면서 온라인게임 시장을 활짝 열었고, 웹젠은 2001년 3D RPG '뮤'를 출시, 3D 온라인게임 시대를 이끌었다. 국내시장을 뛰어 넘어 세계시장을 노리는 두 기업, 엔씨소프트와 웹젠의 주요현황 및 경쟁력, 앞으로의 전략을 살펴봤다.

글 / 신종훈 기자



엔씨소프트

엔씨소프트의 역사는 한국 온라인게임의 역사이기도 하다. 97년 설립 이후 엔씨소프트는 온라인게임 시장을 개척하고 대중화 시대를 열었으며 새로운 문화 현상을 만들어내며 세계적인 주목을 받았다. 엔씨소프트의 온라인게임 '리니지'는 98년 서비스 시작 이후 온라인게임 사상 첫 동시접속자수 10만명을 돌파하며, 온라인게임이 한국 게임시장의 중심이 되는 계기를 마련했다. 이후 리니지는 대만, 미국, 일본, 중국, 홍콩 등 세계 각 지역에 진출하며, 우리나라에서 세계적인 브랜드가 탄생할 수 있음을 보여줬다.



웹젠

웹젠은 2000년 4월 설립된 회사로 온라인게임 개발 및 서비스를 영위하고 있다. 국내 최초로 3D 온라인게임 '뮤'를 상용화 해만 3년째 서비스하고 있으며, 국내 온라인게임 시장에서 약 9%의 시장을 점유하고 있다. 뮤는 2001년 국내시장에 첫 선을 보인 이후 2002년도 하반기부터 해외시장 진출이 진행돼 현재 대만, 중국, 일본, 태국의 4개국에 이미 서비스를 진행하고 있다. 웹젠은 뮤의 유료서비스 전환 2달만에 손익분기점을 넘어섰고, 지난해 5월 코스닥 등록에 이어 12월에는 국내 온라인게임 기업 최초로 미 나스닥시장에 상장됐다.

국내 게임산업은 IT기술의 발전과 함께 최근 엔터테인먼트와 멀티미디어가 산업의 중심을 차지하면서 급속하게 성장하고 있다. 특히 사회 문화의 인프라가 인터넷을 중심으로 발전하면서 개인주의 지향의 생활문화가 급속히 보급되고 있고, 이러한 사회 문화적 여건은 휴식과 놀이를 게임을 통해 즐긴다는 방향으로 변화되고 있다.

게임산업은 우수한 인력이 풍부한 우리나라에 적합한 지식정보화시대의 첨단 산업이다. 게임은 프로그램 개발자가 창조한 세계관과 이에 기반한 시나리오를 바탕으로 진행된다. 이를 통해 소비자는 일종의 문화적 사고를 전달받게 된다. 따라서 창조적 아이디어를 창출할 수 있는 풍부한 문화적 인프라 구축과 성숙은 게임산업의 발전의 원동력이며, 게임은 그 사회의 모습을 단적으로 반영하기도 한다. 일본, 미국, 유럽 등 문화 강국이 게임산업에서도 그 두각을 나타내고 있는 것은 게임산업이 문화 산업적 특징을 강하게 지니고 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다.

2003년 온라인게임 시장 6,000억원 규모

온라인게임은 유무선으로 연결된 통신네트워크 상에서 진행되는 게임이다. 온라인게임은 사용자 해금 끊임 없는 호기심과 성취감을 유발시키는 가상의 오락 문화 공간을 제공하기 때문에 강한 오락성과 대중성을 가지고 있다. 이러한 오락성과 대중성은 게임의 특징이 지니는 입체적인 상호작용성에 기인하며, 사회 문화적 환경에 영향을 많이 받는다. 온라인게임 산업은 제품의 차별성과 완성도가 중요시되는 투입대비 산출 비율이 매우 높은 지식

정보화 시대의 핵심 산업이며, 타 산업에 깊은 산업 연관성을 가지고 있다. 특히 온라인게임 산업은 만화, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 방송, 음반, 다자인 등 주변 산업과 연관성이 깊어 시너지 효과에 기반한 새로운 부가가치 창출이 언제든지 가능한 멀티형 산업으로 최근의 마케팅 조류인 원소스 멀티유즈에 적합한 산업 전후방을 주도하는 기반 산업이라 할 수 있다.

2002년 게임시장에서는 온라인게임이 플랫폼 비중 1위로 등극하면서 전체 게임 시장을 주도했으며, 온라인게임 시장은 리니지로 대표되는 2D 게임에서 웹젠의 뮤, 그라비티의 라그나로크, 나코인터랙티브의 라그하임 등 2세대 3D 게임으로 영역이 확장됐다. 또 넷마블과 한게임 등 게임전문 포털의 초고속 성장이 두드러졌으며, 그 기반에는 전국적으로 잘 갖춰진 초고속통신망과 3D 게임을 능히 소화해 내는 T2(4M)급 이상의 회선속도로 고속화, 대형화되고 있는 PC방의 변화가 주된 원동력이 됐다.

2003년 들어 국내 온라인게임 시장은 편중된 장르의 수많은 유사게임이 난립해 업체간 경쟁이 더욱 치열해지는 양상을 보였으며 리니지2, A3, 탄트라 등의 블록버스터 제품들이 대거 출시되기도 했다. 그러나 여전히 엔씨소프트와 넥슨, 웹젠 등 소수 업체가 시장을 과점하는 양상은 더욱 두드러진 한해였다. 이처럼 엔씨소프트, 넥슨, 웹젠 등 소수 상위업체의 시장지배력이 강화되고 있는 것은, 게임시장이 지속적으로 성장하는 반면 신규업체들의 새로운 게임들 대부분이 이미 성공한 게임들과 차별성이 부각되지 못했고, 또한 MMORPG의 경우 리니지2의 성

공에서 보듯이 게임 자체의 스케일 뿐 아니라 이에 수반하는 마케팅 규모 역시 대형화돼 가는 추세가 뚜렷해졌기 때문으로 보인다.

각종 온라인게임 관련 시장자료에 따르면 지난해 국내 온라인게임 시장은 지난 2002년 4,500억원대에서 지난해 6,000억원으로, 다시 내년에는 9,000억원대로 연평균 30%에 육박하는 성장률을 기록할 것으로 보인다. 하지만 갈수록 경쟁이 치열해지는 국내 온라인게임 시장은 곧 성장한계에 달한다는 관측이 우세한 실정이며, 이에 국내 게임개발사들은 해외시장에 대한 적극적인 개척 및 기존 게임들과는 차별화된 퀄리티 높은 신규게임 및 새로운 수익모델의 개발 등에서 그 해답을 찾고자 하고 있다.

엔씨소프트 vs. 웹젠

엔씨소프트와 웹젠의 주요현황을 단순 비교하는 것은 무리가 있다. 국내 온라인게임 시장의 27% 가량을 차지하고 있는 엔씨소프트는 감히 적수가 없다라고 까지 할 만큼 독보적인 위치를 차지하고 있기 때문이다. 하지만 웹젠은 지난해 성공적으로 코스닥 시장에 진출하면서 돌풍을 일으켰고, 국내 게임업계 최초로 미국 나스닥 시장에 상장됐다. 때문에 올해 가장 주목을 받고 있는 게임업체 가운데 하나가 바로 웹젠이며, 선발주자인 엔씨소프트와 함께 후발주자로서 성공신화를 이룬 대표기업으로 떠오르고 있다.

엔씨소프트의 주요현황을 살펴보면 엔씨소프트는 지난 97년 3월 설립돼 현재 692명의 직원을 거느린 대형 벤처기업이다. 김택진 대표이사가 전체 주식의 31.42%를 갖고 있는 대주주로,

자산총계는 2,749억원에 이른다. 엔씨소프트의 지난해 매출액은 2002년(1,548억원)에 비해 117억원이 늘어난 1,665억원으로, 4분기부터 집계되기 시작한 리니지2의 매출이 매출증가의 주요요인으로 작용했다. 지난 1분기 엔씨소프트는 609억원의 매출을 기록, 올해 사상 최대인 2,500억원대의 매출을 기록할 것으로 전망된다. 엔씨소프트는 지난 1분기 매출 609억원 가운데 개인이용자들의 월정액 매출이 333억원으로 약 54%를 차지하고 있고, PC방 수입이 199억원, 해외시장 매출이 74억원 등으로 구성돼 있다.

엔씨소프트가 현재 서비스하고 있는 게임으로는 자체 개발한 리니지, 리니지2를 비롯해 소니사의 에버퀘스트, 크립틱 스튜디오의 시티오브허어로 등이 있으며, 올 하반기에는 미국 시애틀의 아래나벳이 개발하고 있는 길드워의 클로즈베타테스트가 진행될 예정이다.

웹젠은 지난 2000년 4월 설립돼 현재 191명의 직원이 근무하고 있다. 웹젠의 자산총계는 2,125억원이며, 주요 주주로는 이수영 전 대표(8.89%)와 김남주 현 대표(6.12%), 조기용 이사(6.12%), 송길섭 이사(5.97%) 등이 있다. 이 회사의 지난해 매출액은 569억원으로 2002년(287억원)에 비해 100% 가까운 성장세를 보였다. 특히 순이익은 엔씨소프트(316억원)보다 높은 334억원을 기록해 매출 대비 순이익률이 58%에 이른다. 올 1분기 매출은 157억원으로 개인이용자들의 월정액 매출이 90억원이고, PC방 46억원, 해외로열티 20억원 등으로 구성돼 있다.

리니지 vs. 뮤

엔씨소프트가 2년여의 개발기간과

〈표 1〉 엔씨소프트 vs. 웹젠 주요현황 비교표

(단위 : 억원, 2004년 3월 31일 기준)

구분	엔씨소프트	웹젠	
설립일	1997년 3월	2000년 4월	
종업원수	692명	191명	
자본금	94	21	
자산총계	2,749	2,125	
부채총계	341	147	
주요주주	김택진(31.42%)	이수영(8.89%), 김남주(6.12%), 조기용(6.12%), 송길섭(5.97%)	
주요서비스	리니지, 리니지2, 에버퀘스트	뮤	
동시접속자 수	리니지 13만명, 리니지2 10만명	8만명	
2002년	매출액	1,548	287
	영업이익	771	176
	순이익	531	152
2003년	매출액	1,665	569
	영업이익	552	328
	순이익	316	334
2004년 1분기	매출액	609	157
	영업이익	317	90
	순이익	210	64
2004년 1분기 실적 분석	개인이용료 333억원, PC방 199억원, 정보제공 2억원, 해외시장 74억원 등	개인이용료 90억원, PC방 46억원, 해외시장 20억원 등	

10개월의 공개 베타 테스트를 거쳐 상용서비스를 시작한 리니지(Lineage)는 1998년 9월 1일부터 상용화됐다.

리니지는 사실적인 캐릭터와 배경, 첨단 네트워크 기술력, 대용량 서버능력 등 타 온라인 게임에 비해 뛰어난 특성과 장점들을 가지고 있다. 특히 리니지가 상용화 이후 5년여 동안 꾸준한 인기를 모으게 된 것은 '에피소드'라는 개념을 도입, 매 분기마다 새로운 시스템을 출시해 사용자들에게 꾸준한 새로움을 주고 있기 때문이다.

현재 리니지는 14번째 에피소드가 출시돼 또 한번 리니지의 인기를 유지시키고 있다. 2004년 3월 현재 리니지는 총 42개의 국내 서버에서 최고 동시접속자 약 13만명, 월간 사용자 약 200만명으로 국내 최대 규모의 동시사용자를 기록하고 있다. 리니지의 또 다른

특징은 게임내 커뮤니티인 '혈맹' 시스템이다. 혈맹시스템은 혈맹원간의 커뮤니티는 물론 아지트, 혈맹간의 전쟁, 혈맹연합, 공성전 등 리니지 내 다양한 활동의 기본을 이루는 것으로 여타 다른 게임과 차별화되는 리니지 고유의 시스템이다.

이러한 리니지의 성공을 이은 엔씨소프트의 3D 온라인게임 '리니지2'는 지난해 7월 시범서비스를 시작으로 10월 1일 상용서비스가 시작했다. 리니지2의 동시접속자수 역시 10만명을 돌파했으며, 지금까지 가장 뛰어난 그래픽을 갖고 있는 게임으로 인정받고 있다.

리니지가 2D 온라인게임의 대표주자라면 웹젠에서 제작한 온라인게임 뮤는 국내 최초로 시도된 풀3D MMORPG이다. 온라인게임 뮤는 오래 전 존재했던 전설의 '뮤' 대륙을 소재

로 한 판타지RPG 게임으로서 흑기사, 요정, 흑마법사, 마검사의 클래스 중 한가지를 선택해서 무 대륙을 구해 내야 하는 모험가가 되는 테마를 담고 있다.

2001년 2월 알파테스트를 시작으로 서비스된 무는 2D 중심의 온라인게임 시장에 3D게임이라는 새로운 바람을 몰고 왔다. 무는 상용화를 일주일 앞두고 예약가입만으로 국내 PC방의 10% 이상이 신청을 하는 등 유료화 첫해인 2001년 23억9,700만원의 매출을 기록했다.

그 이후로 웹젠은 새로운 맵의 추가 및 게임 업데이트를 해 사용자들에게 새로운 재미를 유발했고, 서버시설 교체 및 확충을 통해 보다 안정된 서비스를 도모했다. 특히 웹젠은 고객 운영서비스에 있어 외부교육 등을 통해 서비스의 질을 향상시키는 등 고객만족에 보다 많은 노력을 해 왔다. 그 결과 무의 성장세는 계속 지속돼 올해 초 PC방 가맹점 1만7,500개, 동시접속자수 8만명을 돌파했다.

해외시장에서 잇달아 상용서비스

엔씨소프트와 웹젠 역시 국내 온라인게임 업체들과 마찬가지로 해외시장 진출을 적극 추진하고 있다.

2000년 7월 대만을 시작으로 해외 시장에 진출한 엔씨소프트는 대만 게임업체인 감마니아와 합작법인 엔씨타이완을 통해 리니지를 서비스하고 있다. 이 회사는 2001년 5월에는 미국에 현지법인 엔씨인터랙티브를 설립했고, 일본에서는 소프트뱅크와 손잡고 조인트벤처 엔씨재팬을 설립했다. 중국에서는 지난 2002년 11월 시나닷컴과 협력해 엔씨시나를 설립, 리니지와 리니

지2를 서비스하고 있다. 엔씨소프트의 리니지가 가장 인기를 끌고 있는 곳은 대만으로 최고동시접속자수 16만 5,000명을 기록하기도 했다. 하지만 의욕적으로 진출했던 미국에서는 문화적인 차이로 별다른 성공을 거두지 못했고, 일본과 중국에서도 리니지는 다른 국산 온라인게임들에 비해 낮은 성과에 그치고 있다. 반면 지난 4월(미국)과 5월(대만), 6월(일본)에 잇따라 상용서비스에 들어간 리니지2의 경우 동시접속자수가 3만명을 넘어가는 등 현지인들의 뜨거운 관심을 끌고 있어 기대해 볼 만 하다.

웹젠은 엔씨소프트와 달리 현지 퍼블리셔와의 라이선스를 통해 서비스하는 방식으로 해외시장에 진출했다. 웹젠은 2002년 7월 대만시장을 시작으로 중국(2002년 7월), 일본(2003년 3월), 태국(2003년 6월), 필리핀(2004년 5월) 등에 진출했다. 대만에서는 2002년 11월 상용서비스가 시작돼 동시접속자수 3만명을 기록하고 있고, 중국에서는 2003년 2월부터 상용서비스에 들어가 현재 동시접속자수 30만명을 넘어서는 등 폭발적인 인기를 누리고 있다. 일본에서는 지난해 3월 상용화를 실시했고, 태국의 경우 지난 4월 상용화에 들어갔으며, 5월에는 필리핀의 모비어스 온라인게임사와 라이선스 계약을 체결했다.

이들 양사의 해외시장 매출비중은 약 15% 정도로 엔씨소프트는 지난해 전체 매출의 16.8%인 281억원을 해외 시장에서 올렸고, 웹젠은 88억원(15.4%)을 해외에서 벌어들였다.

엔씨, 다양한 게임으로 고객층 확대

엔씨소프트는 국내 온라인게임 시장

의 특성을 감안해 개인과 PC방을 주요 시장으로 하고, 국내에서 전국적인 영업활동을 전개하고 있다. 본사 아래에 10개의 지역 총판 조직이 운영되고 있으며, 총판에서 영업하고 있는 전국의 PC방은 지난 3월 현재 약 2만여 개에 이르고 있다. 국내의 거의 모든 PC방을 대상으로 영업활동을 전개하고 있는 셈이다.

엔씨소프트는 또 사용자 측면에서 남성, 여성 각각에게 흥미를 유발할 수 있는 게임들을 개발, 서비스해 모든 사람들에게 자기 기호에 맞는 게임을 즐길 수 있도록 하고 있다. 현재 유료 서비스로 제공되고 있는 리니지 및 리니지2는 중세를 배경으로 전투적 성향을 띤 게임으로 주 대상층은 청소년 및 젊은 남성이다. 이 회사는 이외 다양한 계층의 사용자들의 특성을 고려해, 여러 장르의 온라인게임 등을 개발, 서비스할 예정이다.

엔씨소프트가 현재 판권을 갖고 있는 게임으로는 미국 크립틱스튜디오가 개발한 SF 온라인게임 '시티오브히어로'와 2002년 12월 인수한 미국의 온라인게임 개발사 아레나넷이 개발중인 '길드워', 소니엔터테인먼트컴퓨터의 '에버퀘스트' 등을 들 수 있다. 2004년 4월 28일 상용서비스를 시작한 시티오브히어로는 10~20대를 겨냥한 게임으로 슈퍼 히어로들을 좋아하는 청소년층을 겨냥한 게임이다. 길드워는 풀 3D MMORPG를 기본으로 한 Sci-Fi 액션 게임으로 올 하반기에 출시될 예정이다. 이외에도 엔씨소프트는 리니지 스타일의 중세 유럽풍 풀3D MMORPG인 '아이온', 10대와 20대 여성층을 타겟으로 한 풀3D 게임 '얼터라이프' 등을 준비하고 있다.

〈표 2〉 엔씨소프트 vs. 웹젠 주요연혁

엔씨소프트	웹젠
1997. 3. (주)엔씨소프트 설립 대표이사 홍승돈	2000. 4. (주)웹젠 설립 대표이사 이수영
1997. 5. 기업 부설 연구소 설립	2001. 2. 3D RPG 온라인게임 '뮤(MU)' 알파테스트 시작
1997.12. 회사이전(강남구 삼성동 143-8)	2001. 5. 오픈베타서비스 개시
1998. 4. 가톨릭 서울 대교구 종합 정보시스템 구축	2001.10. 누적회원수 130만명, 동시접속자수 3만명 돌파
1998. 6. 국내 최초 미국 MS와 컨설팅 용역 계약	2001.11. 온라인게임 뮤 유료화
1998. 8. 대표이사 김택진 취임	2001.12. 게임서버 6서버 추가
2000. 1. 미국 캘리포니아 산호세에 해외지사 설립	2002. 3. 본사 이전(강남구 도곡동 대림아크로텔)
2000. 2. 대만소재 회사인 Gamania와 리니지 라이선스 계약 체결	2002. 5. 7서버 추가 및 '아틀란스' 수증매 추가
2001. 5. 미국 Destination Games 인수	2002. 7. 대만 인스리아 수출계약
2001. 7. 홍콩에 Joint Venture설립, 리니지 상용화 시작	2002. 8. 뮤 대만 현지 오픈베타서비스 시작
2001. 9. 일본 소프트뱅크사와 NC Japan kk설립	2002. 9. 중국 The 9.com과 조인트벤처 '9webzen' 설립 및 라이선스 계약 체결
2001.11. 미국내 리니지 상용화 시작	2002. 9. 대표이사 김남주 취임
2002. 1. 미국 자회사인 NC Interactive에 무상증자	2002. 9. 코스닥 예비심사 청구
2002. 1. 미국 Sony Online Entertainment의 온라인 게임 'EverQuest' 한국, 대만, 홍콩에서의 서비스 권리 획득을 위한 전략적 제휴 체결	2002.10. 뮤 중국 현지 오픈베타서비스 시작
2002. 2. 일본내 리니지 상용화 시작	2002.11. 뮤 대만 현지 상용화서비스 시작
2002. 3. 기업솔루션 부분의 물적분할로 계열회사 추가(NCST)	2002.12. 코스닥 예비심사 통과
2002. 3. 중국 리니지 베타서비스 시작	2002.12. 국내 누적회원수 330만명, 누적유료회원 90만명, 동시접속자수 4만명 기록
2002. 7. 미국 Realm Interactive의 온라인 게임 'Trade Wars' 의 전세계 퍼블리싱 권리 획득을 위한 전략적 제휴 체결	2003. 1. 뮤 대만 동시접속자수 2만명 기록
2002. 8. 한국 Phantagram사의 'Shining Lore' 에 대한 퍼블리싱 권리 획득	2003. 1. 뮤 중국 동시접속자수 15만명 기록
2002. 9. 미국 NetDevil Studios의 온라인게임 'Wreckage' 의 전세계 퍼블리싱 권리 획득	2003. 2. 중국 상용화 개시
2002.11. 중국 Sina.com과 Joint Venture 설립에 관한 계약 체결	2003. 2. 중국 동시접속자수 25만명 돌파
2002.12. 미국 'ArenaNet' 인수	2003. 2. 일본 게임온사와 라이선스 계약 체결
2002.12. 일본 NC Japan KK 증자 참여, 판타그램 증자참여, 미국 자회사인 NC Interactive 유상증자	2003. 3. 모바일게임 서비스 개시
2003. 1. 중국 인터넷 포털업체 Sina.com과 합작법인 설립, 베타서비스 실시	2003. 5. 코스닥 등록
2003. 4. 중국내 리니지 상용화 서비스 시작	2003. 6. 동시접속자 6만명 돌파
2003. 5. 'Everquest' 상용화 서비스 시작	2003. 6. 뮤 일본 현지 오픈베타서비스 개시
2003. 7. 리니지2 오픈 베타 서비스 시작	2003. 6. 태국 뉴에라사와 라이선스 계약 체결
2003. 8. 대만 Gamania 와의 Joint Venture 설립 결의	2003. 7. 모바일게임 개발사 플릭스 인수, 계열회사 추가 및 게임독점판권 계약 체결
2003.10. 리니지2 국내 상용화 서비스 시작	2003. 10. 뮤 글로벌 서버 서비스 개시
2004. 1. 리니지2 대만 오픈베타 서비스 시작	2003. 10. 뮤 태국 현지 클로즈베타서비스 개시
2004. 2. 리니지2 일본 오픈베타 서비스 시작	2003.10. 중국 동시접속자 30만명 돌파
2004. 3. 리니지2 미국 오픈베타 서비스 시작	2003.11. 국내 동시접속자 7만명 돌파
	2003.12. 미 NASDAQ 상장
	2004. 1. 국내 동시접속자 8만명 돌파
	2004. 2. 뮤 일본 현지 상용화 실시
	2004. 4. 뮤 태국 현지 상용화 실시
	2004. 5. 필리핀 모비어스와 라이선스 계약체결

〈표 3〉 엔씨소프트 vs. 웹젠 해외시장 진출 현황

구분	진출국가	진출시기	진출형태	계약조건	상용서비스	최고동시접속자수
엔씨소프트	대만	2000. 7	합작법인(엔씨타이완)	수익분배	리니지(2000. 7), 리니지2(2004. 5)	리니지 16만5,000명
	미국	2001. 5	현지법인(엔씨인터랙티브)	-	리니지(2000. 7), 리니지2(2004. 4)	리니지 2,500명
	일본	2001. 9	합작법인(엔씨재팬)	수익분배	리니지(2000. 7), 리니지2(2004. 6)	리니지 2만명
	중국	2002. 11	합작법인(엔씨시나)	수익분배	리니지(2000. 7), 리니지2(2004)	리니지 1만5,000명
웹젠	대만	2002. 7	퍼블리셔(인스리아)	계약금 100만달러, 러닝로열티 28%	2002. 11.	3만명
	중국	2002. 7	합작법인(나인웹젠)	계약금 50만달러, 러닝로열티 20%	2003. 2.	30만명
	일본	2003. 3	퍼블리셔(게임온)	계약금 30만달러, 러닝로열티 28%	2004. 2.	1만5,000명
	태국	2003. 6	퍼블리셔(누에라)	계약금 20만달러, 러닝로열티 30%	2004. 4.	2만명
	필리핀	2004. 5	퍼블리셔(모비어 스온라인게임스)	계약금 30만달러, 러닝로열티 25%		

엔씨소프트는 이러한 다양한 게임들을 서비스 유형별로 가격정책을 달리 함으로써 연령별 또는 소득수준별로 다양한 계층의 고객이 게임을 즐길 수 있도록 하고 있다. 자주 이용하는 사용자들을 위해서는 월정액 회원 서비스를, 처음 접하는 사용자 또는 가끔씩 이용하는 사용자들을 위해서는 각종 PC 통신업체 또는 인포샵을 통한 종량 서비스를 마련했고, PC방에서도 게임을 즐길 수 있는 서비스 상품을 제공하고 있다. 또한 처음 온라인 게임을 접하는 사용자들을 위해 3일간 무료사용 기간을 제공하고 있다.

엔씨소프트의 올해 매출 목표는 약 2,538억원이며, 이 중 영업이익과 경상이익은 각각 1,055억원과 1,075억원이다. 또 해외 매출은 477억원에 달할 것으로 예상되고 있다.

웹젠, 글로벌 네트워크 구축 노력

웹젠은 ▲지속적인 게임의 업그레이드로 게임의 흥미 유지 ▲고객분석을 통한 다양한 이벤트 실시 ▲다양한 계층의 고객을 위한 지불수단의 편리성을 감안한 지불수단의 확대 ▲총판 간담회, 세미나를 통한 PC방 관리정책에 총판의견 수렴 ▲PC방을 위한 이벤트

추진 등 5가지의 기본 판매전략을 통해 매출을 늘려나갈 계획이다.

웹젠은 효율적인 PC방 영업을 위해 국내 영업팀 인원 9명을 배치, 3명은 총판관리업무를 담당하게 하고, 6명은 승인, 결제 및 PC방 상담업무에 인원을 배분했다. 웹젠 역시 전국을 10개 지역으로 나누어 10개의 총판과 2001년 7월에 총판계약을 맺었으며, 올해 재계약을 통해 전국적인 PC방 영업을 지속해 오고 있다.

웹젠은 정기적인 전국 출장으로 총판과 함께 PC방을 방문하고 1달에 한번씩 총판간담회를 갖는 한편, PC방 전담 콜센터를 두는 등 PC방 시장의 현황과 불만사항 등을 즉시 수용할 수 있는 시스템을 갖추고 있다.

웹젠은 올해 MMORPG의 완성이라고 할 수 있는 '공성전' 시스템 및 새로운 월드 추가 등 대규모의 지속적인 업데이트를 계획하고 있으며, 이에 걸맞는 참신하고 획기적인 각종 이벤트 및 마케팅 프로모션을 통해 뮤의 제2의 성장기를 도모할 예정이다. 또 국내에서의 영업활동을 통해 얻은 경험 및 노하우를 해외시장 공략에 적극 활용해 해외시장에 적합한 빠른 패치 및 타겟 고객에 대한 집중적인 마케팅을 전개

해 나간다는 계획이다.

웹젠은 올해 국내 615억원, 해외 125억원, 그리고 기타매출 10억원 등 총 750억원의 매출목표를 설정했으며, 영업이익은 425억원으로 전년도 수익성을 유지해 영업이익률 56.7%를 실현할 것으로 기대하고 있다.

웹젠은 온라인게임 사업에 있어서 뮤의 성장과는 별도로 또 다른 성장동인을 만들어 내기 위해 지난해 12월 나스닥 시장에서의 ADR발행을 통해 자금을 확보하는 한편, 단일게임 개발사로서의 이미지에서 벗어나 글로벌 퍼블리셔로서 거듭나기 위해 경쟁력 있는 글로벌 네트워크를 구축하고자 노력하고 있다. 또 지역적으로는 해외시장 진출을 통한 글로벌 네트워크의 가동을 가속화하는 데 지속적인 노력을 기울여 이미 진출한 시장을 제외한 다른 동남아시아 시장과 미주유럽시장로의 진출을 모색하고 있다.

또 웹젠은 온라인게임 사업 외에 모바일게임 사업에의 진출을 모색하고 있으며, 지난해 모바일게임 개발사인 플렉스의 인수한 것과 더불어 시장 조사 및 사업전략 수립을 통해 올해부터는 모바일게임 사업부문에서도 매출이 발생할 것을 기대하고 있다. 