

1. 넥슨 개요

1) 넥슨의 역사

- 1994년 김정주 사장에 의해 설립. 초기에는 정보통신시스템 개발 업체로 출발.
- 1995년 초고속 정보통신사업기술개발 사업자로 선정.
- 국내 최초 인트라넷 솔루션 Web Office 1.0 개발, 한국야구위원회(KBO)공식 웹사이트 구축 및 인터넷 생중계 시스템 개발, 국내 최초 익스트라넷 솔루션인 현대자동차 홍보정보시스템(PRIS) 구축.
- 1996년 세계 최초의 그래픽 온라인 게임 <바람의 나라>를 개발, 서비스를 시작하며 온라인 게임 시장을 개척, 선도.
- 2010년 기준 9343억원의 매출을 올리며 국내 온라인 게임업계 1위.(일부에서는 이미 매출 1조원을 돌파했다는 관측도 나오고 있음.)
- 게임에 기반한 캐릭터, 애니메이션, 출판 사업에 진출.

2) 넥슨의 현황

- 1996년 <바람의 나라>를 시작으로 빠른 속도로 성장, 국내 정상 수준의 온라인 게임 제작 및 배급사.
- 자체 개발팀 외에도 외부 업체들에 대한 활발한 합병, 인수활동으로 우수한 게임 개발 인력 확보.
- 현재 <마비노기>, <카트라이더>등의 온라인 게임과 웹, 소셜 게임을 포함하여 32개의 PC 플랫폼 게임, 약 80개의 모바일 게임을 서비스 하는 중.

2. 넥슨의 FFM

1) 산업 내 경쟁자

- 온라인 게임 시장은 매년 높은 성장률을 보이고 있으나 그 이상으로 과포화 되어있음.
- 강력한 개발, 퍼블리싱, 배급 능력을 가진 게임 포털 기업들이 직접적인 경쟁자.
- 네오위즈(피망), 한게임, 넷마블, 넥슨의 4강 구조.
- 각 포털 사이트들의 점유율 격차 감소 -> 경쟁 심화.

2) 수요자 특성

- 게임은 타 콘텐츠에 비해 유해 콘텐츠라는 인식이 강하게 남아있음.(게임 중독으로 인한 사건사고, 바다이야기 사건 등)
- 그러나 다른 한편으로는 저렴하고 간편하게 즐길 수 있는 여가활동으로 각광받기도 함. (인터넷과 점점 밀접해지는 Life Style 반영, 실재 게임이용을 위한 비용은 타 콘텐츠와 비교했을 때 매우 저렴.)
- 국내 온라인 게임 소비자의 40.7%는 19세 미만 미성년자.(상대적으로 낮은 경제력.)
- 많은 대체제와 낮은 전환비용으로 인한 소비자 이동이 쉽게 일어남.

3) 신규 경쟁자

- 그동안은 독보적인 개발력과 노하우로 한국 게임 업체들이 세계 온라인 게임 시장에서 1위를 고수하고 있었으나, 최근 외국 기업들의 개발력 향상과 낮은 진입장벽으로 위협을

받고 있음.

- 대표적으로 미국의 blizzard 사의 <월드 오브 워크래프트>
- 특히 가장 큰 온라인 게임 시장으로 점쳐지는 중국의 온라인 게임 기업들은 급속도로 성장하여 자국 업체에 의한 국내 점유율이 65%까지 증가. 앞으로도 지속적 증가 전망.
- 중국의 온라인 게임 수출은 2010년 기준 전년 대비 47.2% 증가. 가격 경쟁력 측면에서도 한국 기업들보다 우위에 있기에 장차 강력한 경쟁자가 될 것으로 전망됨.

4) 대체 경쟁

- 닌텐도Wii, Play Station Portable(PSP)등 휴대용 게임 기기의 보급, 국내 비디오 게임 시장의 꾸준한 성장.
- 불법 복제, 유포 등의 문제로 인해 해외 비디오 게임 업체들이 국내 진출을 꺼리고 있어 직접적인 경쟁은 없는 상황이나, 이 부분이 보완될 경우 외국 기업에 대한 경쟁 수단 없음.(<마비노기 Xbox> 프로젝트 중단 등 성공경험 없음.)

3. 넥슨의 SWOT

1) 강점

- 주식 비상장으로 인하여 투자자들의 눈치를 볼 필요가 없어 비교적 자유로운 게임 개발 가능.
- 거대 포털 게임 사이트들 중 가장 많은 수의 킬러타이틀 보유. 2011년 11월 셋째주 기준, 상위 40위 게임 내에 넥슨 게임 11개 포진.(넷마블 2개, 한게임 4개, 네오위즈 5개)
- 활발한 인수 합병을 통해, 국내에서 가장 많은 수의 게임 개발 스튜디오와 팀, 자회사를 보유하고 있음.(다양한 성격의 게임 개발 역량 보유.)
- 게임 캐릭터의 상품화(OSMU)를 통한 시너지 효과 보유.(크레이지 아케이드, 던전앤 파이터, 메이플 스토리 등)

2) 약점

- 주 경쟁사들과는 달리 안정적 자금 조달 불가능.(주식 비상장, 든든한 본사 없음. 한게임 -NHN, 넷마블-CJ, 피망-네오위즈)
- 대부분의 게임 및 관련상품이 구매력이 약한 저연령층을 대상으로 하고 있음.(성인들을 위한 콘텐츠의 부족.)
- 특정 장르(RPG)분야에 유독 약한 모습을 보임.
-> RPG 장르는 영화로 따지면 SF와 마찬가지로, 가장 높은 비용과 리스크를 가지는 대신, 성공시 장기적인 수익 창출이 가능하기에 높은 수익성이 보장됨. NC 소프트가 대표적인 예.(NC소프트는 2010년, 3개의 RPG 게임을 주축으로 15개 게임을 서비스하여 국내에서 3119억원의 매출을 올림. 반면 넥슨은 13개의 RPG게임과 19개 기타 장르, 80여 개의 모바일 게임을 서비스하여 국내에서 3083억의 매출. -> 효율이 극히 나쁨. '제라'의 경우 100억의 제작비를 들이고도 결국 실패. 서비스 중단.)

3) 기회

- 그동안 비디오 게임과 아케이드 게임이 주를 이루던 해외 게임 시장에서 온라인 게임의

비중이 점차적으로 증가하고 있는 추세.(문화체육관광부에서 매년 발행하는 '게임백서'에 의하면, 2011년 세계 게임시장에서 비디오 게임의 성장률은 1%에 불과한데 반해 온라인 게임의 성장률은 18.8%에 이를 것으로 예상됨.)

- 게임은 유해한 오락이라고 생각하던 부정적인 관점이 점진적으로나마 저렴한 가격으로 즐길 수 있는 여가수단으로 개선되고 있으며, 게임을 통한 아동들의 학습 효과 혹은 노인들의 두뇌 단련 효과 등 교육, 실버 산업에서의 가치가 인정받고 있음.
- 그간 미국, 일본 기업들의 전유물이던 게임의 OSMU전략을 넥슨이 국내에서 성공시킴에 따라 게임의 타 문화 콘텐츠로의 확장 가능성이 재조명 되고 있음.

4) 위기

- 비록 점차적인 인식 개선이 이루어지고 있다고는 하나, 아직까지 온라인 게임은 단순한 오락, 혹은 유해매체라는 인식이 사회 전반에 걸쳐 강하게 남아있음.(여성가족부의 섯다운제 시행 등.)
- 세계 시장과는 반대로 국내에서는 비디오 게임이 꾸준하게 성장하고 있으며, 최근에는 비디오 게임의 네트워크화가 진행됨에 따라 온라인 게임의 대체제가 증가.
- 그간 국내 게임 업체들은 온라인 게임 세계 시장의 절대강자로 군림해 왔으나 최근들어 미국, 중국 등의 온라인 게임 업체가 급속도로 성장. 이미 기술력 부분에서는 국산 온라인 게임과 해외 온라인 게임의 차이가 거의 사라져가고 있음.

자료 출처

1. 최민수 수석 전문위원, 「청소년보호법 일부개정법률안에 대한 의견제시의 건 검토보고서」, 국회문화체육관광방송통신위원회
2. 이권우 전문의원, 「청소년보호법 일부개정법률안 검토보고서」, 보건복지가족위원회
3. 김귀순 수석 전문위원, 「청소년보호법 일부개정법률안(최영희 의원 대표발의) 검토보고서」, 여성가족위원회
4. 문화관광부.게임산업진흥원, 「2007 대한민국 게임백서」
5. 문화관광부.게임산업진흥원, 「2009 대한민국 게임백서」
6. 게임콘텐츠의 현황 및 육성방안 / 김신애 / 국회입법조사처(국회도서관)
7. 국내 온라인 게임 시장 결산 및 전망 / 최경진 (국회도서관)
8. [곽승훈의 비하인드 더 게임] 블리자드의 성공 비결 / 스포츠조선 / 2008.05.04. / http://sports.chosun.com/news/ntype2_o.htm?ut=1&name=/news/entertainment/200805/20080505/85e15014.htm
9. [후기] 블리자드가 잘나갈 수밖에 없는 진짜 이유, 악마적 매력은 여기에서 나온다. / 인벤 / 2011.11.15. / <http://www.inven.co.kr/webzine/zone/inventeam/?page=history&idx=114&emenu=2011>
10. 세계적인 게임사 블리자드, 이것이 다르더라 / 게임조선 / 2008.09.14. / http://www.suwoncity.net/www2/bbs/board.php?bo_table=star_07&wr_id=42
11. 넥슨 공식 홈페이지 / <http://company.nexon.com/>
12. 넥슨 직원 온라인 인터뷰 / 넥슨 신규개발 2본부 김현석 연구원(12월 30일 퇴사 예정)