



RIOT GAMES의 전략과 향후 발전 방향

200720765 인문학부 김원석



기업소개

▶ 라이엇 게임즈

- 2006년에 설립된 미국의 게임 개발 회사로 캘리포니아 산타 모니카에 본사를 두고 있다.
- 2009년 10월, 라이엇 게임즈의 첫 작품인 리그 오브 레전드를 출시
 - 2009. 북미서버 오픈, 북미지역 서비스 시작
 - 2010. 유럽서버 오픈, 유럽지역 서비스 시작
 - 2011. 11. 한국서버 오픈, 한국 서비스 시작
 - 2012. 02. 대만서버 오픈, 중국 서비스 시작
 - 2012. 06. 동남아시아서버 오픈, 태국 서비스 시작
- **경영 철학**
 - 우리는 수익보다 재미있는 게임을 만드는 것을 더욱 신경 쓰는 회사다. 게이머들은 그런 것 걱정하지 말고 재미있게 게임을 즐기면 된다.
 - 열린 경영마인드 - 실력위주의 스카우트. 블리자드에서 일하던 수십 명의 개발자 고용. But 게이머에게 예를 끼치는 사람은 가차없이 예고

➔ 핵심역량 : 기업의 인재들, 사람을 생각하는 회사철학





게임소개

- ▶ 리그 오브 레전드(이하 LOL) – 100여개의 챔피언 중 한 챔피언을 골라 한 판의 게임을 하는 5:5 협동게임. 한 게임당 짧게는 20분 길게는 40~60분 정도.

리그 오브 레전드는 어떤 게임인가요?



세계 최고의 MOBA 게임입니다. (Multiplayer Online Battle Arena)

끝없이 이어지는 실시간 전투와 협동을 통한 팀플레이,

RPG와 RTS를 하나의 게임에서 동시에 즐길 수 있는 장르의 온라인 게임을 말합니다. 리그 오브 레전드는 북미와 유럽, 중국, 대만 등 서구와 아시아 전역에서 선풍적인 인기를 끌고 있는 세계 최고의 MOBA 게임입니다.

이제 여러분은 완전히 한글화된 리그 오브 레전드를 보다 안정적이고 빠른 국내 네트워크 환경에서 즐기실 수 있습니다. 온라인 상에서 친구들과 함께 박진감 넘치는 전투를 즐겨보세요!

RPG (롤플레이 게임)와

100여개의 강력한 챔피언

RTS (실시간 전략 시뮬레이션 게임)의 독특한 조합

리그 오브 레전드는 RPG와 RTS의 재미를 동시에 즐길 수 있는 전략 액션 게임입니다.

RPG에서 캐릭터를 육성하듯 자신의 챔피언을 전장의 상황에 맞게 육성할 수 있습니다. 게임 시작에 앞서 룬, 특성, 소환사 주문을 자신의 플레이 방식에 맞게 설정할 수 있으며, 이를 통해 효과적인 전투를 벌일 수 있습니다. RTS에서 필수적인 전략적인 플레이를 통해 승리에 한발 더 다가갈 수 있습니다. 항상 미니맵을 주시하면서 우리팀과 상대편의 움직임을 주시하세요. 전략적인 선택만이 여러분을 승리로 이끌어 줄 것 입니다.





게임산업현황

▶ 국내연황

- ▶ '12년 2분기 매출액은 2조 2,935억원으로 전년동기대비 약 3.1% 증가, 전분기대비 4.9% 하락하였으며, '12년 상반기 매출액은 4조 7,060억원으로 전년 동기대비 9.8% 증가
- ▶ 매출액은 '11년 3분기부터 증가세이나, '12년 2분기에 소폭 하락

출처 - 한국문화콘텐츠진흥원, [국내] 2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서(게임산업편) 中

<표 18> '11년 2분기~'12년 2분기 게임산업 규모(예측치)

(단위: 백만원, 명, %)

구 분		게임 매출액(백만원)	게임 수출액(백만원)	게임 종사자(명)
2011년p	2분기	2,224,522	623,040	93,200
	상반기	4,287,121	1,226,166	-
	3분기	2,210,352	637,297	93,510
	4분기	2,307,267	763,622	95,015
	전체	8,804,740	2,627,085	-
2012년p	1분기	2,412,509	662,587	94,705
	2분기	2,293,558	621,587	94,230
	상반기	4,706,067	1,284,174	-
2분기 전분기대비		-4.9%	-6.2%	-0.5%
2분기 전년동기대비		3.1%	-0.2%	1.1%
상반기 전년동기대비		9.8%	4.7%	-



국내현황

▶ '리그 오브 레전드'의 독주 (시간 점유율 23.76%)

- 10월 온라인게임 순위에서도 15주 연속 1위를 기록하고 있는 '리그 오브 레전드'의 독주가 계속됐다. '2012 대한민국의 게임대상'에서 대상인 대통령상을 비롯해 사운드, 그래픽, 캐릭터 부문을 휩쓸어 4관왕에 오른 '블레이드 & 소울'은 3개월 연속 2위를 유지했고, 추석 연휴와 개천절을 맞아 다양한 이벤트를 진행한 '피파온라인2'는 3위에 올랐다.

출처 - 한국문화콘텐츠진흥원, 월간 콘텐츠 시장동향 11월호 중

▶ 온라인게임 종합 TOP 20 (10월)

순위	변동	게임명	장르	이용시간 (시간)	시간점유율		평균체류 시간(분)
					점유율	증감률	
1	-	리그 오브 레전드	RTS	1,577,378	23.76%	2.67%p	121
2	-	블레이드 & 소울	RPG	771,332	11.62%	-2.15%p	146
3	△2	피파온라인2	스포츠	518,734	7.81%	2.16%p	53
4	-	서든어택	FPS	461,822	6.96%	-0.30%p	81
5	▼2	디아블로 3	RPG	406,259	6.12%	-1.88%p	146
6	-	아이온	RPG	354,195	5.34%	-0.07%p	166
7	△2	리니지	RPG	257,389	3.88%	1.04%p	114
8	▼1	스타크래프트	RTS	232,077	3.50%	-0.37%p	73
9	▼1	워크래프트 3	RTS	178,562	2.69%	-0.18%p	77
10	△6	월드 오브 워크래프트	RPG	123,846	1.87%	0.99%p	124

<월간 콘텐츠 시장동향 11월호 - 10월의 시장동향 요약>

분야	10월 시장 동향
출판	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시장 침체에 따른 검증된 저자 및 스테디셀러 중심의 독서패턴 » 김난도, 해민 스님, 이병률, 더글라스 케네디 등 검증된 작가들의 책이 베스트셀러 순위에서 강세 » 20위권 내에서 7권이 출시된 지 최소 4개월에서 2년이 지난 저작임
만화	<ul style="list-style-type: none"> ○ '다이어터' 5개월째 한국만화 판매 1위 / 단행본 출간중수 전월 대비 증가 » 한국만화 베스트셀러 1위부터 3위까지 '다이어터', '미생', '마조 앤 새디'로 9월과 동일 » 10월에 271종의 단행본이 출간되어 전월 대비 34종 증가, 그러나 연간 누적 기준으로는 전년 대비 감소
음악	<ul style="list-style-type: none"> ○ '강남스타일' 유튜브 역대 조회수 1위 등극! (연내 10억건 돌파 예상) » 11월 24일 오후 저스틴 비버의 '베이비'를 제치고 '강남스타일'이 유튜브 역대 조회수 1위에 등극 » 가인의 '피어나' 디지털 종합 차트 1위 차지 / '슈퍼스타 K4'를 위시한 음악 프로그램 강세
공연	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 뮤지컬의 흥수 속에서 창작 뮤지컬 '영웅'이 선전 » '오페라의 유령', '맨 오브 라만차' 등 해외 뮤지컬 공세 속에서 창작 뮤지컬 '영웅'이 2위를 기록 » 연말을 앞두고 '호두까기 인형', '백조의 호수' 시리즈 8편이 국악/무용 순위를 대거 점유
게임	<ul style="list-style-type: none"> ○ '리그 오브 레전드'의 독주 (시간 점유율 23.76%) » 월간 순위에서는 15주 연속 1위를 기록하고 있는 '리그 오브 레전드'의 독주가 계속됨 » '블레이드 & 소울'이 <2012 대한민국 게임대상>에서 대상과 사운드, 그래픽, 캐릭터 부문 4관왕에 오른
영화	<ul style="list-style-type: none"> ○ '광해, 왕이 된 남자'의 스크린 점령 (누적관객 1,100만명) » '광해, 왕이 된 남자'가 관객수 587만명을 동원하며 1위를 차지했으며, 누적관객수 1,100만명을 넘어섬 » 1~10월 누적 관객 점유율에서는 한국영화가 58%를 기록하며 전년 동기 점유율(53.4%)을 앞섬





경영전략

▶ 게임 차별화전략 (고객 만족)

- ▶ GM들의 고객서비스 : 기존 여러 게임사들의 권위적이거나 불친절한 GM에서 탈피. 유저들이 올리는 질문에 매크로식, 상투적 답변이 아니라, 이상하고 낯익은 질문에도 하나 하나 답변을 달아주며 유저와의 소통을 중시함. (진솔한 답변, 재치있는 답변, 인생상담 등)
- ▶ 무료이용자와 유료이용자의 격차를 줄이려는 노력 : 현금결제를 통해 살 수 있는 것들의 게임 내 영향을 줄임. (단순한 챔피언의 외형변화) 나머지 챔피언, 룬 등과 같은 것들은 현금결제를 통한 방법도 있지만, 게임 내 포인트로도 구매 가능.

▶ E – Sports 공략

- ▶ 한 게임이 그리 오래 걸리지 않는다는 점, 매번 다른 전략을 사용할 수 있다는 점, 팀 대결이기 때문에 게임단의 창단 유도 가능 등의 게임 특성을 활용한 전략
- ▶ LOL 대회 개최시 라이선스 비용 무료 – 다양한 이벤트, 여러 곳에서 대회 개최 가능
- ▶ 라이엇 게임즈만의 대규모 게임 대회 개최
 - LOL Season2 World Championship : 10/5 ~ 10/14에 열린 총 상금 50억원 규모의 대회. 국가간 대항전으로 TV, 인터넷을 통한 생중계. 전세계인이 함께 즐기는 문화 창조.
 - 흔히 월드컵과 비교해 롤드컵이라고 부름. 결승전 당시 전세계 800만명이 결승전을 시청. 우승은 대만의 TPA 가 하였으며 약 11억원의 상금을 받았고, 2위는 한국의 Azubu Frost가 하였다.



▶ 현지화 전략(문화 전략)

- E – Sports 대회가 가장 발전한 나라라고 할 수 있는 우리 나라에서 게임 방송사와 협력하여 대회 개최 – 자연스러운 TV 매체 노출로 인지도 상승과 광고 효과 극대화.
- 문화에 기초한 새로운 챔피언 출시 : 새로운 챔피언을 만들 때, 어떤 나라의 문화에 기초한 챔피언을 만들어 내, 그 나라의 유저들의 게임 몰입도를 높이고, LOL을 오랜 시간에 걸쳐서 즐길 수 있도록 유도.

ex) 우리나라의 구미호에 기초한 한국형 챔피언 아리 출시.

- 챔피언의 스킨 출시 : 챔피언의 외형을 바꿔주는 스킨도 나라별 특징을 나타내 주는 스킨 출시. 챔프 출시를 통한 특정 나라 공략 뿐만 아니라, 기존 챔피언을 가지고 여러 국가를 공략할 수 있다.

ex) 한국 서비스 1주년 기념 스킨 – 신바람 탈 샤코





경영전략

▶ 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)

- 한국형 캐릭터 아리의 챔프와 스킨(한복)을 출시하며, 초기 6개월간 발생한 수익을 한국에 기부할 계획 발표
- 한국 문화유산 보호 및 지원 (수익+기부금, 5억원)
2012년 6월 26일 한국 문화재청과 한 문화재 한 지킴이 협약
박물관 후원 - 재개관
- Support a Fellow Summoner and Make-A-Wish
Joe는 이 행사에서 자신이 희귀병을 앓고 있고, RIOT 본사에 가보는 것이 소원이라고 전함.
라이엇은 산타 모니카에 있는 라이엇 본사로 초청
Joe의 완쾌를 기원하면서 특별한 세일을 개최.
해당 챔피언/스킨의 수익 100%를 Make-A-Wish에 기부





SWOT 분석

Strength

- RTS 장르의 선두기업
- CSR을 통한 긍정적 이미지
- 개방적 기업문화 및 인재들
- 전세계 시장진출을 통한 게이머 확보
- LOL 게이머들의 충성도

Weakness

- LOL 이외의 상품부재
- 게임의 짧은 제품수명주기
- RTS 유저 진입장벽
- 수익성이 낮은 편

Opportunity

- 전세계 게임시장의 규모증대
- E-Sports의 전세계적 활성화
- 아시아시장에서의 대성공
- 미서비스 지역에서의 유저유입
- 콘텐츠개발로 발전가능성

Threat

- 한국시장의 섣다운세, 쿨타임제
- 세계경계의 불황
- 강력한 경쟁자 (넥슨+NC의 연합, 블리자드의 견제)





전략제시

▶ 위기극복보다는 강점과 기회의 활용!

- 라이엇은 기업의 이익보다는 사람과 사회를 생각하는 경영을 기반으로 현지 문화전략, 사회적 책임 경영을 해왔고, 이를 통해 좋은 브랜드 이미지와 고객 충성도를 가지고 있다. 현재 우리 나라와 해외 게임 시장에서의 높은 점유율은 라이엇의 핵심역량에 기반한 경영 전략들의 성공과 현재 라이엇의 위치를 보여주고 있다고 봐도 무방할 것이다.
- 따라서, 지금까지 취해온 문화전략과 사회적 책임 경영을 지속적으로 유지하며 문화뿐만 아니라 불우이웃돕기, 장학재단 등의 설립으로 사회에 좀 더 파고 든다면 게임과 게임회사에 대한 부정적인 인식을 개선해 나갈 수 있다고 생각한다.
- 현재 서비스되지 않는 지역에도 지금과 같이 현지 문화전략과 사회적 책임 경영을 통한 진출을 모색한다면 충분히 성공적으로 미서비스 지역의 진출이 가능할 것이라고 생각한다.
- 라이엇은 E-Sports 공략과 함께 하나의 게임 문화를 창조하고 있는데, 그만큼 ETS 장르는 LOL이 독점하고 있다고 볼 수 있다. 따라서, 현재와 같이 TV방송국, PC방들과의 협력을 유지하는 것뿐만 아니라(무료 라이선스 및 대회 개최), 포털사이트와 같은 회사들과도 향후를 위하여 좋은 관계를 가지고 나아가 협력관계를 맺어야 한다고 생각한다.

▶ 콘텐츠 활용을 통한 타장르 게임 및 차기작 출시!

- 현지 문화 전략을 통한 챔프 및 스킨 개발을 할 수 있다는 점은 LOL의 최대 강점이라고 할 수 있을 것이다. 아직 LOL은 완성된 콘텐츠를 제공하고 있는 것이 아니기 때문에 LOL만의 세계관과 짜임새 있는 스토리 진행이 필요하다. LOL만의 특유 세계관이 완성된다면 현재 독점하고 있다싶이 한 RTS 장르의 잠재적 경쟁자들에 대해 높은 진입장벽을 만들 수 있으며, 스토리의 진행과정에서 꾸준히 게이머들은 붙잡아 둘 수 있을 것이다.
- 현재 게임 시장은 모바일로 많이 이동하고 있는 추세이다. LOL은 PC게임이지만, LOL이 가지고 있는 세계관과 캐릭터들을 활용하여 모바일 LOL RPG 등과 같은 모바일 게임 출시가 충분히 가능하다고 본다.
- 세계적인 게임회사 블리자드는 워크래프트의 세계관을 활용한 월드 오브 워크래프트라는 MMORPG 게임을 출시하였고, 커다란 성공을 거두었다. 이처럼 라이엇도 LOL의 세계관과 콘텐츠를 활용하여 모바일뿐만 아니라 PC의 MMORPG를 출시한다면 분명 현재보다 더 큰 성공을 거둘 수 있을 것이라고 생각한다. 그만큼 현재 LOL의 콘텐츠 가치는 누구도 따라하지 못할 만큼 커다란 가치를 가지고 있다고 본다.

