



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 우리나라에서 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 계획발표
- 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 이미지**와 **고객 충성도**를 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 개선**해 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 진입장벽**을 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 출시**한다면 분명 현재보다 더 큰 성공을 거둘 수 있을 것이라고 생각한다. 그만큼 현재 LOL의 콘텐츠 가치는 누구도 따라하지 못할 만큼 커다란 가치를 가지고 있다고 본다.

