

# 성공한 Game 원 소스 멀티 유즈 사례에 관한 연구 (메이플 스토리를 중심으로)

조형익

예원예술대학교

A Case Study for successful game media franchise : The maple story

Hyung-ik Cho

Yewon art university

E-mail : hypocrycy@naver.com

## 요 약

오늘날 원소스 멀티유즈(미국에서는 미디어 프랜차이즈라는 용어를 사용함)가 비주얼 콘텐츠 산업에서 시대의 흐름이 된 이유는 하나의 소스 콘텐츠를 가지고 다양하게 활용, 판매해 부가가치를 극대화시킬 수 있기 때문이다. 이런 원소스 멀티 유즈가 성공하려면 메인인 되는 하나의 뛰어난 콘텐츠 개발 및 이를 다양한 장르에 접목시키는 기획력이 매우 중요하다고 할 수 있다.

본 논문에서는 이런 원소스 멀티유즈의 여러 성공 사례 중, 메이플 스토리를 중심으로 기획력 등 여러 요인을 분석하여 어떻게 한국에서 성공할 수 있었는지, 또한 한국형 원소스 멀티 유즈가 나아가야 할 점을 제안하도록 하겠다.

## ABSTRACT

Today, one of the most important reasons that Media franchise becomes a core part in the visual contents is that they can create added value and profit optimization easily with main source contents. For succeeding in media franchise, outstanding main contents develop and planning ability which can graft main contents onto other genres are required.

This paper will analyze media franchise success cases, with The Maple story as the center, will inquire How he succeed in Korea contents market, and will suggest pointing spot of Korea style media franchise. planning ability and several other causes

## 키워드

Media franchise, Maple story, Contents

## 1. 서 론

원 소스 멀티유즈가 콘텐츠 산업의 모범활용 사례를 넘어 기본적 방식이 된 가장 큰 이유는 마케팅 비용을 상대적으로 줄일 수 있을 뿐만 아니라 한 장르에서의 성공이 다른 장르의 문화상품 매출에도 영향을 끼치는 시너지 효과를 낼 수 있기 때문이다. 게임 계에서 HALO 시리즈가 대표적인 원 소스 멀티유즈의 성공 사례로 들 수 있는데, 전 세계 누적 판매량 4600만장, 30억 달러 이상의 매출 달성 및 도서, 만화, 그래픽 노블, 전략 가이드 등 9백만 부 이상 판매를 보여 잘 만

든 원 소스가 다른 분야에서도 막대한 이익을 가져다 주는 것이 증명되었다.

한국에서 이런 원소스 멀티유즈 활용 가능성이 큰 것은 역시 게임 산업인데, 한국 콘텐츠 진흥원의 2012년 자료에 의하면 한국 콘텐츠 산업에서 게임이 차지하는 비율이 가장 높으며(2조 5547억 원) 게임의 수출액은 한류 콘텐츠 수출의 첨병으로 알려진 K-POP의 12배인 23억 7천만 달러를 기록하였다.(음악은 1억 1594만 달러) [1]

이렇듯 전 세계적으로도 유명한 게임을 만들고 배급한 한국의 게임이지만 한국은 다른 나라와

달리 아직도 게임을 저급문화, 유흥과 소비의 문화로 치부하는 의견도 만만치 않으며, 특히 학부모들에게 있어서 게임은 학생의 공부를 막는 가장 위험한 존재로 인식되고 있다.[2]

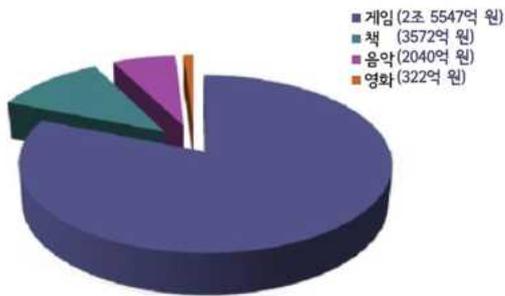


그림 1. 2012년 한국 콘텐츠 산업 매출

이런 인식 때문에 섰다운 제라는 전 세계 유일 무이한 정책이 실현되고 있고, 그 외 각종 게임 규제가 갈수록 강화되는 실정이다. 이런 게임에 대한 부정적 인식을 타파하지 않고서는 한국 게임 콘텐츠 산업이 더 큰 발전을 하는데 걸림돌이 될 수밖에 없으며, 게임 원소스를 활용한 다양한 문화상품 개발도 힘들 수밖에 없을 것이다. 본문에서는 이런 특이한 한국 사회의 문제점을 해결한 성공적 사례인 메이플 스토리의 사례를 분석하여 한국형 원소스 멀티유즈의 나아갈 방향을 제시하고 자 한다.

## II. 본 론

메이플스토리는 위젯 스튜디오에서 제작하고 넥슨이 서비스하는 2D 사이드 스크롤 방식 온라인 게임이다.



그림 2. 넥슨 게임, 메이플스토리

2003년부터 서비스를 시작해 10주년을 넘겨가는

롱런 게임이며 전 세계 92개국 이상에서 서비스 되고 있으며, 약 3억 명 이상의 사용자가 가입되어 있다. 서든어택, 던전앤파이터와 함께 넥슨에서 제공하는 30여개의 게임 중 매출액 기여도가 가장 높는데 특히 넥슨의 국제화에 가장 크게 기여한 1등공신이 바로 메이플스토리이다.[3]

메이플스토리가 성공한 이유는 여러 가지가 있는데 그 중 현재 국내 게임의 요금제의 기본이라 할 수 있는 부분유료화를 업체 최초로 채택하여 무료 베타에서 정식 정액제 오픈 시 빠져나가는 게임유저의 이탈을 막은 것이 크며, 대작 형태의 3D MMORPG속에서 귀여운 2D 그래픽 캐릭터 사용하여 저연령층과 여성유저들 까지 끌어들이 수 있어서 사용층의 다변화를 꾀할 수 있었던 것, 그리고 캐주얼함을 강조하여 다른 MMORPG와 달리 심오한 철학, 세계관 부재로 쉽게 게임을 즐길 수 있게 한 점 등을 들 수 있다. 이는 해외에서 더 크게 작용해 메이플스토리 회원수 1억명 중 국내 회원 수 20% 해외회원 80%로 구성되어, 해외 매출액 4714억원으로 가장 성공한 글로벌 히트작으로 인정받은 것이다.

거기다가 시작부터 2D, 2등신 캐릭터로 인해 캐릭터 산업화 하기가 다른 게임보다 용이하여 원소스 멀티유즈화가 쉬웠다. 하지만 메이플스토리가 원 소스 멀티유즈로 대성공을 거둘 수 있었던 요인 중 하나는 한국실정에 맞는 전략을 썼다는 데 있다. 앞서서도 설명했지만 한국은 게임문화에 대해 공부의 가장 큰 적으로 여기는 굉장히 안 좋은 인식이 깔려있다. 메이플스토리는 이를 간파하고 역으로 공부에 도움되는 메이플스토리 개념을 도입하게 되는데 바로 학습만화시장의 진출이 그것이다. 대한출판문화협회의 2011년 출판 통계 현상을 보면 2011년 아동문학의 발행종수로는 9,546종으로 타 분야에 비해 최고를 기록하고 있다. 우리나라 전체 도서발행에 대한 아동문학 발행 비율은 아동문학이 전체 도서시장에서 약 21.6% 정도를 차지하고 있음을 알 수 있다. [4]. 여기서 출판만화 시장으로 그 범위를 좁히면 무려 67.5%가 아동학습만화가 차지하고 있고 이 비율은 해가 갈수록 높아가고 있다.



그림3. 한국 만화 시장 점유율

이렇게 학습만화 시장이 커진 이유는 만화와 게임은 해로운 매체로 인식하고 있으나 학습만화는 공부분야로 생각하는 학부모들의 인식 때문이다. 아이들이 학습에 대한 스트레스가 적고 알아서 스스로 집중해서 공부한다라는 것이 학부모들에게 크게 어필한 결과이며 부차적으로 상상력을 키우고 멀티미디어 학습에도 도움이 된다는 인식이 자리 잡았기 때문이다.

메이플 스토리는 이를 이용하여 게임 캐릭터들을 차용한 미디어 믹스인 코믹 메이플스토리를 발간하여 게임 메이플스토리에 저연령층에게 크게 어필하는 데 성공하고 이를 이용하여 학습만화에도 진출, 역시 큰 성공을 거둬 코믹 메이플스토리 시리즈는 무려 1100만부 이상을 기록[5]하며 아동만화 베스트셀러 1위도 달성하게 된다.[6]



그림4. 각종 메이플 스토리 학습만화들

그리고 단순히 다른 매체로만 내는 원 소스 멀티유즈를 이용 하는게 아니라 해당 도서를 구매한 독자들을 대상으로 메이플스토리 게임 아이템과 액세서리 등 다양한 선물을 제공하는 이벤트를 실시함으로써 게임과 연관성으로 수익 창출의 시너지를 극대화 하게 하였다. 이렇듯 메이플 스토리는 단순한 매체 다변화를 이용한 원소스 멀티유즈가 아닌 진정으로 한국시장의 특성을 이해하고 이를 활용하여 원소스 멀티유즈를 성공적으로 이끌어 매출을 극대화 한 것이다.

### III. 결 론

그 동안 많은 한국 콘텐츠 산업에서 원 소스 멀티유즈 전략을 이용하였지만 한국 시장사항을 고려하지 않고 외국의 사례를 그대로 적용하려 하거나, 아니면 단순히 미디어만 다르게 하는 전략을 이용하여 큰 시너지 효과를 보지 못하였다. 하지만 메이플스토리의 성공사례를 빗대어 볼 때, 먼저 한국 실정을 잘 파악하고 그에 맞춘 원 소스 멀티유즈 전략을 이용하는 것이 훨씬 더 효과적이며 큰 이익을 낼 수 있음을 확인하였다.

### 참고문헌

- [1] 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀, *한국 게임 백서 2012*, 한국문화콘텐츠진흥원
- [2][http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?article\\_id=20120320153917](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20120320153917)
- [3][http://thegames.co.kr/n\\_news/news/view.html?no=147290](http://thegames.co.kr/n_news/news/view.html?no=147290)
- [4] 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀, *한국 만화 백서 2012*, 한국문화콘텐츠진흥원
- [5]<http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=3873&docId=1691885&mobile&categoryId=4119>
- [6][http://www.ggemguide.com/news\\_view.htm?uid=122714](http://www.ggemguide.com/news_view.htm?uid=122714)