

# 라그나로크 미국 온라인게임 시장에 정면승부... 관행깨고 오픈베타 유료 서비스

BCD 포럼이 열린 지난 7월초는 그라비티의 온라인게임인 '라그나로크'가 미국에서 정식으로 유료서비스를 시작한지 1달이 약간 넘는 시점이었다. 미국 온라인게임시장의 가능성을 타진하기 위해 BCD포럼에 참여했으므로, 현지에서 독자서비스라는 걸로 승부수를 던진 그라비티의 미국현지법인을 방문해 성공의 비결과 애로사항, 향후의 과제 등에 대해 자세히 들어봤다.

로스앤젤레스 = KIPA 콘텐츠대외사업팀 김연희

2003년 7월 13일 LA 근교의 마리나델레이(Marina Del Rey)로 가는 동안 하늘은 더 없이 맑고 화창했다. 일요일이어서 그랬을까. 산타모니카 해변으로 가는 차량들이 줄줄이 늘어선 도로는 마치 서울 한복판에 와 있는 듯한 착각이 들 정도였다. 절대로 길을 잃어버릴 염려가 없다는 네비게이터 <NeverLost> 덕분에 우리는 산타모니카 해변과 LA 공항에서 10분 정도 떨어져 있는 그라비티 건물을 쉽게 찾을 수 있었다.



일요일에도 나와서 일을 한다는 그라비티의 강한근 팀장의 말에 놀랐던 우리는 PSINet 건물 2층에 자리잡은 그라비티의 문을 열고 들어선 순간, 애초에 생각했던 규모보다 훨씬 넓은 60평 안팎의 사무실 규모에 두 번째로 놀랐다. 아늑한 회의실에 앉아 반갑게 맞아주는 그라비티의 직원들은 새로운 시장을 찾아 나선 개척자의 얼굴처럼 잔뜩 상기돼 있었다.

온라인게임 업계에서는 관행처럼 돼 있는 무료 오픈베타 서비스를 아직 아무런 준비도 돼 있지 않은 미국시장에서 돈을 받고 제공하기로 결정했다는 것은 게임 그 자체에 대한 웬만한 자신감, 혹은 엉뚱한 배포가 아니고서는 쉽지 않은 일일 것이다. 이런 일이 어떻게 가능했던 것일까? 당연히 첫 질문은 미국에서 서비스를 직접 시작하게 된 배경과 계기였다.

## 미국에서 현지서비스를 하기까지의 과정과 배경은?

대부분 '라그나로크'가 단기간에 쉽게 미국에서 서비스되고 있다고 생각하겠지만, 사실 그 첫 시작은 2002년 초까지 거슬러 올라간다. 일본과 대만에서의 반응이 좋아 게임 영문판을 개발했고 이후 미국 유저들을 상대로 서비스를 해보자는 생각에서 지난 한해동안 한국에 서버를 두고 운영을 해보았는데

반응이 예상외로 좋았다.

이때는 무료로 제공되었는데, 80만명의 회원이 가입했을 정도였다. 미국 외에도 50개국에서 다양한 유저가 접속했다. 그래서 지난해 11월 유료 서비스의 가능성을 타진해 보았는데 한번 승부수를 던져도 좋다고 생각했다. 6개월 간의 베타 서비스 기간동안 과감하게 5달러를 받고 유료로 게임서비스를 제공한 것이다. 이

때 동시접속자가 최고 4만명에 달했고, 한달에 무려 3억원의 매출을 올렸다.

미국시장에서 정말 생각지도 않은 결과를 얻은 것이다. 그래서 올해 1~2월에 상용화 서비스에 대해 심사숙고한 후 2월 말에 상용화 서비스를 신중하게 결정한 것이다. 그리고 6월 초에 12달러를 받고 본격적인 상용화서비스를 시작했고, 동시접속자 1만 5,000명, 유료회원 4만 5,000명에 이르는 등 시작부터 좋은 출발을 할 수 있었다.

## 미국에서 게임서비스를 직접 하면서 겪었던 제일 큰 어려움은?

'라그나로크'를 미국에서 서비스하면서 가장 먼저, 크게 부딪힌 것은 '해킹'에 대한 대책이었다. 미국은 전 세계의 해커들이 집중적으로 몰려드는 곳이고, 특히 아직까지 미국에서 서비스한 경험이 없어 어려움이 많았다. 그래서 지금은 Firewall을 설치했다.

해커들은 영국, 태국 등 각지에서 다양하게 들어오므로 해킹관리업체와 얘기를 해도 어느 정도 한계가 있다. 차근차근 해결책을 모색하는 것이 최선의 방법이라고 생각한다. 향후 미국서비스 시장에 진출하고자 하는 온라인게임 업체들은 이에 대한 대비책을 충분히 마련해야 할 것이다.



### 미국 게임 환경이나 유저들의 성향은?

유저의 비중은 백인이 70% 이상 높고 남자 : 여자의 비율이 80 : 20으로 라그나로크가 아기자기한 게임인데도 남자의 비중이 훨씬 높다. 동양대상이 아니라 서양대상의 게임이다. 한국과 달리 게임마스터(GM : Game Master)와 유저의 교류가 높고 팬 사이트도 40개 내외가 있다.

실제로 게임을 하는 시간은 한국에 비해서 많이 적다. 미국에서는 PC방에서 벌써부터 폭력사건이 일어나는 등 규제가 많고, PC방과 가정에서도 시간제한(2~3시간)을 분명히 두고 있다. 아이템 현금거래도 심하지는 않지만 다소 생기고 있어 이를 미연에 방지하기 위해 관리자가 ebay사이트 등을 수시로 확인한다.

이곳의 유저들은 에러나 버그에 대해서 국내 유저들과 달리 상당히 민감하다. 문제가 생겼을 경우, 차라리 서버를 닫아서 해결된다고 하면 그대로 이해해 준다. 여기 유저 특징은 생각

보다 연령이 높고, 가족층이 많다. 최고령자인 55세의 할머니는 손자, 손녀와 함께 팬사이트를 운영할 정도이다. 아직 정식 운영한지 한달 정도 밖에 되지 않아 유저 층에 대한 정확한 분석자료는 만들지 못했지만, 무엇보다 중요한 것은 꼼꼼하고 치밀하게 프로그램을 검토해서 가능한 에러 없이 서비스를 제공하는 것이다. 이 부분은 국내 기업이 철저하게 준비하지 않으면 실패할 가능성이 높은 것이다. 미국 유저가 온라인 게임에 대해 느끼는 최고의 매력 그것은 커뮤니티!

### 현재 그라비티 Interactive LLC의 모습은?

현재 5명의 한국직원과 13명의 현지 직원이 함께 일하고 있다. 올해 안에 30명으로 확대할 것을 고려하고 있다. 90대의 서버를 두고 운영하고 있고, 간단한 버그 수정은 여기서하고 한국에서 대부분의 클라이언트 서버를 관리한다. 게임의 업데이트 버전 관리는 서울에서 파일을 받아서 직접 한다.

예산은 한국에서 생각할 때의 1.5배의 비용 정도로 생각하면 된다. 무엇보다 중요한 것은 현지인력 채용인데, 정서가 다른 미국의 유저들을 국내 인력이 감당하기에는 어려움이 많다. 그렇기 때문에 기본적으로 영어를 할 줄 아는 현지교민들 위주로 채용했고, 특히 영문 라그나로크(Ragnarok)를 하는 유저 중에서 게임마스터 등을 채용했다. 그러나 아직도 온라인게임을 이해하는 현지 인력을 채용하는데는 많은 어려움이 있어서 상시적으로 채용하는 제도를 운영하고 있다.

### 미국시장에서 온라인게임이 성공하기 위해서는?

라그나로크를 미국에서 상용화하면서 당면한 가장 큰 과제는 '마케팅 기획'이다. 알다시피 라그나로크는 현재까지 게임 플레이에 의지해서 다양한 유저층을 확보해 왔다. 그러나 지금은 마케팅의 한계를 느낀다. 미국은 너무 넓고, 주마다 법이 다르고, 각 지역마다 마케팅 포인트가 다르다. 사용자 수를 획기적으로 올릴 수 있는 방법이 모색되어야 할 시점이다.

사실 미국에서 온라인게임 마케팅을 하기란 쉽지 않다. 현재 이곳에서는 엔씨소프트의 리니지처럼 CD 패키지를 통해서 유통시킨다고 해도, 여기에 들어가는 비용만 해도 가히 천문학적이고, 미국전역을 커버하는데도 한계가 있다. 현재 본격적인 마케팅을 위해 미국의 주요 게임 퍼블리셔와 협상을 했는데, 가치를 제대로 인정하지 않아 다른 협력파트너를 찾고 있다. AOL, Verizon, SBC 등 미국의 브로드밴드 서비스 사업자 등도 좋은 파트너가 될 수 있을 것이다. 🇺🇸