



엔터메이트 ENTERMATE

- CEO 이태현
- Product 온라인/모바일 게임 퍼블리싱
- Foundation 2001년 11월
- Addr 서울 서초구 남부순환로 2634-27 (양재동 성원빌딩 나동 1, 2층)

중화권을 넘보는 게임 퍼블리싱 업체의 외자유치 성공사례

업력이 벌써 15년이나 되었다. 하루에도 수십 개씩 흥했다, 수십 개씩 망하는 게임회사들이 즐비한 마당에 15년을 버텼었다. 게임도 만들어보았지만 흥행에 성공한 적은 없었다. 게임 개발진이 통째로 회사를 떠나면서 공중분해 위기도 겪었다. 그런데도 회사는 명맥을 유지했다. 망하지 않는 게 신기할 지경이었다.

그러다 2012년 대전환기를 맞이했다. 국내에서는 아무도 쳐다보지 않던 '웹게임' 장르의 <신선도>라는 생소한 게임을 용감하게도 국내에 수입하여 퍼블리싱을 감행했다. 온라인 게임이 대세인 시장에 웹 브라우저를 구동해야 게임을 할 수 있는 <신선도>의 등장은 '유행도 모르고, 감각도 없는 어느 게임업체 사장의 특이한 취향'처럼 보였다.

그러나 틈새는 존재했다. <던전앤파이터>라는 전설의 게임 이후 <신선도>는 가장 많은 50개의 서버를 구축하는 등 이전의 어떤 게임도 누려보지 못한 인기를 끌었다. 여전히 국내에서 가장 큰 시장은 온라인 게임과 모바일 게임이었지만 엔터메이트는 국내에도 '웹게임 시장'이 충분히 매출을 올릴 만큼 존재한다는 사실을 확인했다. 이후 중국의 웹게임을 지속적으로 퍼블리싱하면서 엔터메이트는 자신의 강점이 무엇인지 확인하는 기회도 가졌다. 장기간 축적된 게임 서비스의 노하우가 웹게임과 만나면서 만들어낸 파급력은 매우 컸다. 다국적 벤처캐피탈 회사인 블루런벤처스는 국내 1위 웹게임 퍼블리싱 업체 엔터메이트가 중화권과의 긴밀한 네트워크를 바탕으로 더 많은 일을 할 수 있으리라는 기대로 50억 원을 투자하기로 결정했다.

TIMELINE



STATE



직원

13명 2012년



43명 2015년



매출

160억 원 2012년



267억 원 2014년



서비스게임 수

8개 웹 게임
11개 모바일 게임
(중화권 모바일 3개)



해외 진출

2014년 3월 대만 자회사 설립
2014년 12월 중국 자회사 설립

반으로 갈린 회사

:

“엔터메이트를 2001년에 시작했으니까 게임회사치고는 업력이 좀 있습니다. 그런데 업계의 주목을 받기 시작한 것은 2012년부터였습니다. 창업 초기에는 종량제 방식의 게임 플랫폼도 운영하고, 게임도 개발해 본다고 이런 저런 게임도 만들었지만 평가하고 매출은 다르더라고요. 실패를 거듭하면서 회사는 점점 어려움에 빠졌습니다. 그러다가 2009년 위기를 맞았지요.”

이태현 대표는 2001년 IT 거품이 빠질 무렵 다니던 회사를 그만두고 엔터메이트를 창업했다. 이전 회사에서 함께 일하던 게임팀장, 마케팅팀장, 인터넷사업팀장(이태현 대표) 세 명이 뜻을 모아 창업했다. 누가 대표를 할 것인지 특별히 고민도 하지 않고 연장자인 마케팅팀장에게 대표를 맡겼다.

3명의 창업 멤버는 일단 돈이 되는 사업으로 게임 퍼블리싱 서비스인 엔게임즈를 만들었다. 엔게임즈로 캐시카우를 삼고, 동시에 게임을 개발하여 실력 한번 발휘해보자는 게 계획이었다.

엔게임즈는 순전히 먹고 살기 위해 시작한 서비스였다. 당시에는 대부분의 게임 서비스가 일정한 금액을 내고 한 달 동안 자유롭게 게임을 즐길 수 있는 월정액제를 채택했는데 엔터메이트는 종량제 방식을 택했다. 종량제란 사용한 시간에 따라 과금하는 방식으로 당시 엔게임즈는 1분에 20원을 책정했다. 큰 회사였다면 푼돈에 불과했겠지만 이제 막 창업한 작은 회사에는 중요한 매출원이었다.

하지만 창업의 뜻은 ‘우리도 한번 게임을 만들어보자’에 있었다. 돈 되는 일을 하는 와중에도 게임 개발에 대한 꿈을 접지 않고 인력과 시간을 투입했다. 그렇게 탄생한 게 캐주얼레이싱게임 <디기디기>와 캐주얼축구게임 <킥스온라인>이었다. 두 게임 모두 한국소프트웨어진흥원에서 ‘테스트베드 지원업체’에 선정



CEO 이태현

- 1996 (주)한국데이터 정보통신
국내 최초 머드게임 엔진 자체 개발
메뉴드라이버 개발
- 1998 (주)인터고리아앤모아 인터넷 사업부 이사
- 2001 (주)엔터메이트 대표이사
온라인게임접속서비스(엔게임즈)
캐주얼 게임 <디기디기>, <킵스온라인>
SNG 게임 <신의 하루>, 웹게임 퍼블리싱

되었다. 2006년 7월 <킵스온라인>이 베타 서비스를 시작했다. 그해 말에 FTTH 콘텐츠 경진대회에서 금상을 수상하는 등 분위기는 좋았다. 이듬해 말에는 유럽, 홍콩, 대만, 라틴아메리카 등으로 수출길도 열렸다. 그러나 결과는 좋지 않았다. 기관과 업체만 신났던 게임이었다.

“<킵스온라인>과 결별하게 된 건 2009년이었습니다. 창업 멤버였던 게임 이사가 엔터플레이라는 이름을 달고 <킵스온라인> 개발팀을 데리고 나갔습니다. ‘엔터’라는 이름은 공유했지만 더 이상 같은 회사가 아니었지요.”

웹게임 시장은 불모지가 아니었다

:

물론 엔터메이트에게는 2001년부터 지속해온 게임 서비스 기술이 남아 있었다. 인력 구성도 크게 변하지 않았다. 게임 서비스 노하우는 돼지저금통의 동전처럼 꼬박꼬박 쌓여 가고 있었다. 기본적인 매출도 꾸준했으니 얼마든지 버틸 수는 있었다. 그렇게 2010년 상반기까지는 마음을 추스르며 앞으로 뭘 할지 고민했다. 마침 SNS가 뜨고 있었다. 소셜 네트워크 게임(SNG)을 만들면 좋을 것 같았다. <신의 하루>를 기획했다. 그러나 하루살이 신이었다.

“그때 중국 웹게임 <신선도>를 만났습니다. 2011년 11월이었어요. 중국도 물론 게임시장 점유율 1위는 클라이언트 게임(온라인 게임)입니다. 그러나 한국보다 인터넷 속도가 느린 탓에 상대적으로 웹브라우저 게임 시장이 발달했습니다. 그 웹브라우저 게임 가운데 가장 인기를 끌던 게임이 <신선도>였지요.”

웹게임이란 웹브라우저 상에서 구현되는 게임을 말한다. 인터넷으로 퍼블리싱 업체의 서비스 사이트에 접속한 뒤 ‘게임 스타트’ 버튼을 누르면 별다른 설치 없이 게임이 구동된다.

엔터메이트가 만난 웹게임 <신선도> 당시 중국 최고의 인기 게임 중 하나였다. 하지만 국내에서는 쳐다보는 사람이 없었다. 국내의 매출 자료나 유저 선호도를 뒤져 보아도 ‘웹게임’은 순위에 없었기 때문이다.

“그때가 2012년이었습니다. 엔터메이트의 직원은 5명이었지요. 국내 실정에 맞게 로컬화 작업을 진행하고 런칭을 했지요. 그런데 소위 ‘대박’이 터졌지요.”

틈새 전략이었다. 아무도 쳐다보지 않았고, 아무도 관심을 두지 않았던 천막 뒤 시장판에서 소리 소문 없이 팔리는 게임 하나가 탄생한 것이다. 물론 웹게임을 성공적으로 퍼블리싱하게 된 데에는 나름 이유가 있었다.

“당시 엔터메이트에 남아 있던 직원들은 저와 장시간 함께 일했던 사람들이었



| Company History |

- 2001. 11 엔터메이트 설립
- 2002. 2 엔게임즈 오픈, 넥슨 외 12개 게임사와 서비스 계약
- 2005. 4 BM특허출원(대리인 대금결제 인증방법)
- 2006. 7 <키스온라인> 오픈베타 개시
- 2011. 3 SNG 게임 <신의 하루> 네이버 소셜앱스 오픈
- 2012. 2 웹게임 <신선도> 퍼블리싱 서비스 개시
- 2012. 9 <신선도> 서버 50개 오픈
- 2013. 6 <아이러브삼국지 for kakao> 오픈
- 2013. 8 <명랑삼국 for naver> 오픈
- 2013. 12 블루런벤처스 50억 원 투자 유치
- 2014. 3 대만 자회사 설립
- 2014. 4 '게임정보의 통합관리 방법' 특허 등록
- 2014. 6 <노예가 되어줘 for kakao> 오픈
- 2014. 11 <천년도> 오픈
- 2014. 12 중국 자회사 설립
- 2015. 3 <일본RPG for kakao> 오픈

어요. 우리가 잘하는 일은 인터넷 서비스였어요. 게임 서비스 기반을 구축하고 마케팅을 펼치고 게임을 관리하는 데 강점을 가진 사람들이었지요. 웹에 대한 노하우를 가진 상태에서 '웹게임'을 수입했으니 '바다 한가운데 물고기를 빠뜨린 격'이었지요.”

바다에 빠진 물고기가 할 수 있는 일이 뭘까? 활개 치며 헤엄치는 일이 아닐까?

<신선도> 열풍

:

<신선도>의 인기는 엔터메이트의 회사 연혁에 잘 나와 있다. 엔터메이트의 경쟁회사라고 할 수 있는 넷마블에서 <신선도>를 오픈한 것을 비롯하여 네이버 소셜앱스에서 <소셜신선도> 서비스를 개시했으며, 네이버 게임 채널링도 오픈했고, 프리미엄PC방에서도 서비스를 시작했다. 출시 1년도 되지 않아 국내 웹게임으로는 최초로 서버 수가 50개에 이르렀으며 다시 9개월 뒤인 2013년 6월에는 국내 웹게임 최초로 100개의 서버를 오픈했다. <신선도>와 관련된 데이터는 모두 최초요, 최고였다. 웹게임이라는 국내 소외 장르의 재발견이었다. 당시 <신선도>는 월 20억 원의 매출을 엔터메이트에 안겨 주었다.

“<신선도>를 런칭하기로 마음먹게 된 것은 게임 인터페이스가 너무 쉽게 잘 이루어져 있었기 때문입니다. 처음 우리 개발자들이 테스트를 해봤는데 아직 번역 안 된 중국말로 게임을 하는데도 클릭만 하면 다음 단계로 잘 넘어간다면 호평을 하더군요. 그만큼 인터페이스를 직관적으로 잘 만들었다는 말이었지요. 물론 우리나라가 웹게임 불모지인 건 맞습니다. 하지만 우리와 궁합도 좋아 보였고, 틈새도 노려보고 싶었지요. 무엇보다 수익 모델도 잘 갖춰져 있었고, 중국 내에서의 실적도 좋았습니다. 월 200억 원씩 매출을 올리고 있었지요.”



2013년 엔터메이트는 웹게임에 국한되었던 게임 서비스를 모바일로 확대했다.

박문해 해외영업부 이사가 중국으로 날아가 〈신선도〉 게임 회사를 찾아갔다. 박문해 이사는 〈라그나로크〉를 만든 게임 회사 출신으로 이미 국내외 게임업계에 많은 인맥을 보유하고 있었고, 〈신선도〉 회사와도 잘 아는 사이였다. 하지만 자금이 넉넉한 상황은 아니었다. 박문해 이사는 ‘계약금은 없다, 대신 로열티를 더 얹어주겠다.’고 설득했다.

〈신선도〉의 런칭은 업계에 두 가지 의미로 다가왔다. 첫째, 국내 시장에도 웹게임이 먹힌다는 사실과, 둘째, 엔터메이트라는 회사가 게임업계에 존재한다는 사실이었다. 〈신선도〉는 잠자고 있던 엔터메이트를 수면 위로 끌어올리는 결정적인 계기가 되었다. 내친 김에 〈와룡전설〉, 〈암흑삼국〉 등 웹게임 몇 개를 더 수입해서 런칭시켰다. 시장은 기다렸다는듯 반응을 보였다.

“물론 아무 게임이나 막 수입한 건 아니고요. 게임성이 얼마나 높은지, 할머니도 할 만큼 쉬운지, 그래픽은 뛰어난지, 콘텐츠는 풍부한지 일일이 따져서 까다로운 한국 유저들의 입맛에 맞추려고 노력합니다. 또 퍼블리싱 업체라면 누구나 마케팅과 홍보에도 힘을 쏟기 마련입니다. 최근 〈노예가 되어줘〉라는 게임은 제목이 흥미롭다는 평도 듣고, 연예인 신동엽 씨를 광고 모델로 쓰면서 전국적인 인지도를 단번에 끌어올리는 성과를 거두었습니다.”

국내 불모지라고 여겨졌던 ‘웹게임’ 분야에서 1등 업체가 되기까지 걸린 시간은 불과 1년도 채 되지 않았다. 〈신선도〉의 서버 수 50개 돌파는 〈던전앤파이터〉 이후 최대 서버로 기록되는 등 엔터메이트는 웹게임 열풍을 주도한 회사로 인식되기 시작했다.

모바일 대이동

:

2013년부터는 새로운 이슈가 생겼다. 모바일로의 대전환이었다. 웹게임은 특성상 모바일 전환이 매우 용이하다. 엔터메이트도 유행을 감지하고 있었다. 2013년 6월 대대적인 모바일 개척이 시작된다. 〈아이러브삼국지 for kakao〉를 시작으로, 〈명랑삼국 for naver〉, 〈신선도 for naver〉, 〈텐버드 for kakao〉, 〈노예가 되어줘 for kakao〉 등 여러 게임이 순차적으로 모바일 시장을 점령하기 위해 런칭되었다. 동시에 엔터메이트의 강점인 게임 관리에서도 성과가 있었다. 2013년 2월 개발을 완료한 ‘게임박스’는 유저의 게임정보를 통합적으로 관리하는 프로그램으로, 유저가 특정 게임에서 쌓은 포인트를 다른 게임에서도 편하게 쓸 수 있도록 만든 시스템이다(2014년 4월 특허 등록 완료). 유저 반응도 좋았다. 그해 2013년 말 매출은 180억 원 수준으로 올랐다. 더욱 놀라운 점은, 이

런 매출이 21명이라는 단출한 팀에서 창출되었다는 점이다. 엔터메이트의 1인당 매출이 9억 원에 조금 못 미치는데 이는 구글에 필적하는 수준이다.

“우리는 다른 곳에서 10명이 할 일을 1명이 처리할 수 있는 게임 관리 노하우를 갖고 있습니다. ‘게임박스’도 그중 일부이고, 장기간 게임 서비스에서 축적된 기술과 경험이 1인당 생산성을 매우 높였지요.”

이태현 대표의 말이다.

중화권 진출 청사진

“엔터메이트를 이끄는 힘은 크게 두 가지로 나뉩니다. 하나는 퍼블리싱으로, 지금껏 설명 드렸던 내용입니다. 또 하나는 우리 회사 최대 주주인 박문해 이사의 역할입니다. 퍼블리싱 업체의 특성상 해외 영업은 필수인데 이 분이 중화권(중국과 대만) 게임업체와 엔터메이트를 연결하는 네트워크를 잘 구축해주셨지요. <신선도> 퍼블리싱 계약도 이분의 역할이 매우 컸습니다. <신선도>가 중요했던 건 우리가 가진 장점을 발휘하기 좋은 게임이었다는 점입니다. 15년간 축적된 게임 서비스 노하우가 어찌면 <신선도>를 만나면서 폭발했다고 볼 수도 있을 것 같아요.”

엔터메이트는 한국과 중화권을 연결하는 네트워크 구축에 힘을 쏟고 있다. 2013년에는 마침 해외 진출을 놓고 자금이 필요한 시점에서 노키아의 자본이 투입된 다국적 벤처캐피탈 블루런벤처스로부터 50억 원의 투자금을 유치하기도 했다. 이 자금은 해외 진출과 게임 개발에 투입될 것으로 예상되고 있다.

“엔터메이트를 이해할 수 있는 키워드가 3개 있는데 그게 유저 서비스와 양질의 게임, 그리고 중화권이지요. 중국은 웹게임 시장뿐 아니라 모바일 게임시장



국내 1위 웹게임 퍼블리싱 업체인 엔터메이트의 게임 소개 브로셔. 엔터메이트는 2015년 6월 현재 국내에 웹게임 8개, 모바일 게임 8개, 중화권에 모바일 게임 3개를 서비스 중에 있다.

에서도 급성장을 이룩하고 있습니다. 지금까지는 중국의 좋은 게임을 국내에 수입하는 데 치중했지만 앞으로는 국내 게임을 중국 내에 직접 퍼블리싱하는 일도 진행할 계획입니다. 국내 온라인 게임이 중국에서 성공한 사례는 있으나 모바일 게임은 아직 이렇다 할 성과가 없기 때문이지요. 지난 수년간 엔터메이트는 중화권 네트워크를 넓히고 신뢰를 쌓는 데 역량을 쏟았습니다. 그 결과 2014년 3월에는 대만 최고의 게임회사와, 또 2014년 12월에는 중국 최대 북미 웹게임 퍼블리싱 업체와 합작법인을 설립하면서 중화권 진출을 위한 발판을 마련했습니다. 중화권이 조금 더 가시권에 들어온 셈이죠.”

2015년 6월 엔터메이트는 코스닥 상장을 위한 예비심사청구에 들어갔다. **K**