

개발비 부담 리스크 줄인다… 지분투자·퍼블리싱 확장

게임업계 신작 확보전

위메이드커넥트, ‘오즈’ 퍼블리싱 내년 韓·북미·대만 등에 출시 예정
엔씨·넥슨, 국내 개발사와 ‘맞손’ 크래프톤·네오위즈, 자체 개발부터 외부 퍼블리싱 작품 통해 IP 발굴
흥행 선별, 안정적 수익화 ‘중요’

국내 게임업계가 외부 개발사의 신작을 확보하기 위한 퍼블리싱 경쟁에 속도를 내고 있다. 대형 게임 개발에 막대한 시간과 비용이 투입되기 때문에 자체 개발과 외부 지식재산권(IP) 확보를 병행해 흥행 위험을 분산하고 신작 공급을 확대하려는 전략이란 분석이다.

특히 최근에는 단순히 완성된 게임의 서비스 판권을 확보하는 수준을 넘어 개발 초기부터 지분을 투자하거나 기존 IP를 재정비해 글로벌 시장에 다시 선보이는 등 협력 방식도 다양해지고 있다. 게임을 직접 만드는 개발 역량뿐 아니라 흥행 가능성이 높은 작품을 발굴하고 서비스하는 능력이 새로운 경쟁 요소로 떠오르고 있다.

26일 게임업계에 따르면 위메이드팩스 자회사 위메이드커넥트는 이날 슈퍼볼과 수집형 서브컬처 역할수행게임(RPG) ‘오즈’의 퍼블리싱 계약을 체결했다. 올해 게임사들의 외부 IP 확보 경쟁이 이어지



‘오즈’ 대표 이미지.

/위메이드커넥트

는 가운데 나온 신규 계약이다.

오즈는 지난해 일본 시장에 출시된 게임을 기반으로 전투와 성장 시스템, 수익 모델 등을 재정비한 작품이다. 기존 세계관과 캐릭터를 활용하면서 게임성을 개선해 내년 한국과 북미, 대만 등 글로벌 시장에 출시할 예정이다.

위메이드커넥트는 기존 서비스작 ‘보스트 소드’와 ‘메이크 드라마: MAD’에 오즈를 추가하며 서브컬처 게임 라인업을 확대하게 됐다. 자체적으로 새로운 IP를 개발하는 대신 외부 개발사와 협력해 장르 전문성을 강화하고 글로벌 시장 진출 기회를 넓히는 방식이다.

◆엔씨·넥슨, 외부 개발작으로 신작 공급 확대

대형 게임사들도 외부 개발사와의 협력을 통해 신작 라인업을 확대하고 있다. 특

히 이달 들어 퍼블리싱 작품의 출시와 사전등록이 잇따르면서 외부 IP 확보 전략이 실제 서비스 단계로 이어지고 있다.

엔씨는 지난 19일 국내 개발사 슈퍼래빗게임즈가 제작한 모바일 캐주얼 게임 ‘행성과의 낭만’을 한국과 일본, 대만 등 6개 지역에 출시했다. 퍼블리싱은 엔씨가 지난 4월 설립한 모바일 캐주얼 전문 자회사 베로플레이가 담당한다.

엔씨가 기존 주력 장르인 다중접속역할수행게임(MMORPG)을 넘어 캐주얼 게임까지 사업 영역을 확대하고 있다는 점에서 의미가 있다.

앞서 올해 1월에는 다나미스 원과 텍사스 스튜디오에 전략적 투자를 단행하고 각각 서브컬처 신작 ‘아스트라에 오리티오’와 MMORPG ‘프로젝트 R’의 퍼블리싱 판권을 확보했다.

넥슨 역시 외부 개발사의 신작을 활용해 게임 포트폴리오를 넓히고 있다. 지난 21일 그레이게임즈가 개발 중인 MMORPG ‘탐빨: 오버기어드’의 서버 및 캐릭터 명사전 선점 이벤트를 시작했다. 이 작품은 누적 조회 수 13억회를 기록한 웹소설·웹툰 IP를 기반으로 제작 중이다.

지난 7월에는 중국 빌리빌리가 개발한 ‘하간: 이투스’를 국내에 출시했고, 8월에는 블리자드 엔터테인먼트의 ‘오버워치’ 국내 PC 서비스를 맡았다. 자체 개발작과 외부 게임을 함께 운영하며 신작 공급원을 다변화하는 모습이다.

◆크래프톤, 글로벌 개발사와 손잡고 차세대 IP 확보

크래프톤은 해외 개발사와의 협력을 통해 글로벌 퍼블리싱 사업을 강화하고 있다. 지난 8월 독일에서 열린 게임스컴 2026에서는 자체 개발작과 외부 퍼블리싱 작품을 포함한 신작 5종을 공개했다.

외부 개발작은 네온 자이언트의 ‘노로우’, 너바나나의 ‘프로젝트 제타’, 파롤로 스튜디오의 ‘에이지 트루스터’, 바운더리의 ‘타래: 언바운드’ 등 4종이다. 슈팅부터 협동 어드벤처, 액션 RPG까지 다양한 장르를 확보해 배틀그라운드에 이은 차세대 흥행 IP를 발굴한다는 구상이다.

네오위즈도 자체 개발 신작 5종과 외부 퍼블리싱 작품 3종을 준비하며 신작 공급원을 확대하고 있다. 다양한 개발사와 협력해 자체 개발만으로 확보하기 어려운 장르와 이용자층을 보완하는 전략이다.

◆개발비 부담에 외부 IP 확보…흥행 선별 능력이 관건

게임사들이 퍼블리싱을 강화하는 배경에는 개발비 증가와 흥행 불확실성이 자리 잡고 있다. 대형 신작은 개발에 수년이 걸리는 데다 출시 일정이 지연되거나 흥행에 실패할 경우 실적 부담으로 이어질 수 있다.

반면 외부 개발사의 게임을 확보하면 자체 개발 조직을 새로 구축하지 않고도 신작 공급을 늘릴 수 있다. 개발사는 대형 게임사의 자금과 마케팅, 서비스 운영 역량을 활용하고 퍼블리서는 부족한 장르를 보완하며 새로운 이용자층을 확보할 수 있다.

다만 외부 IP 확보가 곧바로 흥행으로 이어지는 것은 아니다. 개발사의 역량과 게임 완성도를 평가하는 것은 물론 출시 이후 이용자 확보와 장기적인 서비스 운영까지 책임져야 한다. 계약 규모보다 흥행 가능성이 높은 게임을 선별하고 안정적인 수익으로 연결하는 능력이 중요해지고 있다.

결국 게임사들의 경쟁은 얼마나 많은 신작을 직접 개발하느냐에서 외부의 유망 IP를 얼마나 빠르게 발굴하고 성공적으로 서비스하느냐로 확장되고 있다. 자체 개발과 외부 퍼블리싱을 결합한 전략이 신작 공백을 줄이고 실적 안정성을 높일 수 있을지가 향후 게임업계의 주요 관련 요소로 떠오르고 있다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

‘韓 게임대상’ 본상 후보작 12개 발표

콘솔, PC, 모바일 등 다양한 장르
흥행·완성도·기술 경쟁력 평가
붉은사막, 아이온2 경쟁 ‘주목’

국내 게임업계의 한 해 성과를 가리는 ‘2026 대한민국 게임대상’ 경쟁 구도가 윤곽을 드러냈다. 글로벌 시장에서 흥행 성과를 거둔 펠어비스의 ‘붉은사막’과 엔씨의 ‘아이온2’가 대상 후보에 나란히 이름을 올리면서 올해 시상식은 대형 게임사들의 자존심 대결로 주목받고 있다.

한국게임산업협회는 26일 2026 대한민국 게임대상 본상 후보작 12개를 발표했다. 올해는 콘솔과 PC, 모바일을 아우르는 다양한 장르의 작품이 후보에 포함되면서 흥행 성적뿐 아니라 게임의 완성도와 기술 경쟁력도 주요 평가 요소가 될 전망이다.

올해본상 후보작은 ▲도깨비의세계(슈퍼팩트) ▲로스트 아이돌론스: 베일 오브 더

위치(오션드라이브스튜디오) ▲문길: STAR DIVE(넷마블몬스터) ▲붉은사막(펠어비스) ▲스톤에이지 키우기(넷마블엔투) ▲이클립스: 더 어웨이킹(엔픽셀) ▲일곱 개의 대죄: Origin(넷마블에프앤씨) ▲임진왜란: 조선의 반격(레드징코게임즈) ▲제우스: 오만의 신(에이버튼) ▲카오스 제로 나이트메어(스마일게이트) ▲아이온2(엔씨) ▲미메시스(헬투게임즈) 등 총 12개 작품이다.

올해 대상 경쟁에서 가장 주목받는 작품은 붉은사막이다. 펠어비스가 지난 3월 선보인 이 게임은 출시 하루 만에 200만장, 한 달이 지나기 전 500만장의 판매량을 기록했다. 국내 콘솔 패키지 게임의 흥행 가능성을 입증했다는 점에서 의미가 크다.

엔씨는 ‘아이온2’를 앞세워 14년 만에 게임대상 수상에 도전한다. 지난해 11월 한국과 대만에 출시된 아이온2는 엔씨의

실적 회복을 견인한 핵심 작품이다. 이달 초 글로벌 시장에 진출한 이후에도 스팀에서 일간 최고 동시 접속자 20만~30만명 수준을 유지하며 흥행 흐름을 이어가고 있다.

넷마블은 후보작 수에서 존재감을 드러냈다. 넷마블몬스터의 ‘문길: STAR DIVE’, 넷마블엔투의 ‘스톤에이지 키우기’, 넷마블에프앤씨의 ‘일곱 개의 대죄: Origin’ 등 3개 작품이 본상 후보에 선정됐다. 단일 게임사 계열 기준 가장 많은 작품을 배출하며 다양한 IP를 활용한 신작 개발 경쟁력을 보여줬다.

퍼블리싱을 통한 신작 확보 경쟁도 눈길을 끈다. 카카오킴게임즈가 서비스하는 ‘도깨비의세계’와 컴투스 퍼블리싱한 ‘제우스: 오만의 신’이 후보에 포함되면서 자체 개발작뿐 아니라 외부 개발사와의 협업을 통한 흥행 성과도 평가받게 됐다.

/최빛나 기자

LG U+, IPTV 첫 화면서 생활정보 제공

‘유플러스 티비 오늘일상’ 선봬

LG유플러스가 인터넷TV(IPTV) 첫 화면을 새롭게 단장한다.

LG유플러스는 AI를 활용해 날씨, 금융, 지역정보 등을 알려주는 ‘유플러스 티비 오늘일상’을 선보인다고 26일 밝혔다.

이는 IPTV 첫 화면에 실시간 채널과 일상에 필요한 정보를 한눈에 확인할 수 있는 ‘TV 속 생활정보 대시보드’다. 앱 설치 또는 가입 절차 없이도 TV 리모콘을 통해 필요한 정보를 살펴볼 수 있다.

첫 화면에서는 ▲날씨 ▲헤드라인 뉴스 ▲금융정보 ▲지역정보 ▲지역 교통통제 등 고객이 자주 찾는 생활정보를 제공한다. 유튜브 추천 콘텐츠와 와이파이 정보, 유플러스 멤버십 혜택 ‘유플투백’ 등도 확인할 수 있다.

각 정보는 TV 화면에 맞춰 직관적으로



‘유플러스 티비 오늘일상’ 서비스를 이용하는 모습을 생성형 AI로 만든 이미지. /LG유플러스

구성했다. 날씨는 현재 기온과 시간대별·일별 예보, 미세먼지 등 지역 기반 정보를 제공한다. 뉴스는 주요 기사 목록과 상세 내용을 확인할 수 있으며, 금융에서는 코스피·코스닥 지수를 보여준다. 지역정보는 거주지 주변의 축제를 확인할 수 있으며, 지역 교통통제에서는 거주지 주변의 사고·공사 등의 교통통제 정보를 확인할 수 있다.

/조민선 기자 msjo@

두나무엔파트너스, 우주 데이터센터 투자

美 스타트업 ‘스타클라우드’ 투자

두나무의 투자전문 자회사 두나무엔파트너스가 인공지능(AI) 연산 인프라의 새로운 시장으로 떠오르는 우주데이터센터 분야에 투자하며 글로벌 닷테크 투자 영역을 확대한다.

두나무엔파트너스는 미국 우주 데이터센터 스타트업 ‘스타클라우드’에 투자했다고 26일 밝혔다. 2024년 설립된 스타클라우드는 스페이스X 스타링크와 에어버

스 출신 엔지니어들이 주축이 된 기업이다. 스타클라우드는 지구 저궤도에 데이터센터 위성을 배치해 AI 연산 서비스를 제공하는 기술을 개발하고 있다.

이번 투자 라운드는 총 2억5000만 달러(약 3311억원) 규모로, 맨해튼웨스트벤처스가 주도했다. 엔비디아와 시스코 인베스트먼트, 벤치마크, EQT 등 글로벌 투자사와 기업들이 참여했으며, 국내 투자사로 두나무엔파트너스가 유일하게 이름을 올렸다.

/최빛나 기자

오픈AI, 국내 스타트업 AI 서비스 개발 지원

‘오픈AI 모델 마스터즈’ 진행

오픈AI는 국내 스타트업의 인공지능(AI) 서비스 개발을 지원하는 ‘오픈AI 모델 마스터즈’를 23일 서울사무소에서 처음으로 열었다고 26일 밝혔다. 행사에는 스타트업 11곳이 오픈AI 모델을 활용해 개발한 서비스를 선보였으며, AI 편집 도구를 시연한 컷백(Cutback)이 우승했다.

모델 마스터즈는 AI 활용 아이디어를 실제 제품과 기능으로 구현해 사업 현장의 문제 해결로 연결하도록 지원하는 프로그램이다. 오픈AI는 벤처캐피털(VC)이 추천한 스타트업에 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스(API) 크레딧을 지원했다. 참가 기업들은 현장에서 오픈AI 기술로 개발한 제품과 기능을 시연하고, 개발 과정에서 겪은 과제와 해결 방법을 공개했다.

참가 기업들은 업무 자동화와 웹사이트 제작, 커머스, 바이오 연구, 영상 콘텐츠 제작 등 여러 분야의 AI 활용 사례를 시연했다. 음성 모델을 활용한 사례도 다수 소개됐다.

컷백은 전문 영상 편집자를 위한 AI 편집 도구 ‘셀렉츠(Selects)’를 개발하는 스타트업이다. 이번 행사에서는 오픈AI 모델의 영상 이해 기능을 활용해 영상 속 장면을 분석하고, 편집 에이전트가 필요한 작업을 수행하는 과정을 선보였다.

/김보민 기자 kbm@