CD PROJEKT RED 의 Licensing & Merchandise Manager Kyle Serra 인터뷰



CD PROJEKT®

Licensing & Merchandise Manager, CD PROJEKT RED

Kyle Serra

일본 게임·엔터테인먼트 기업 Bandai의 전 게임 프로듀서이자 현재 CD PROJEKT RED의 Licensing & Merchandise Manager로 활동하고 있는 Kyle Serra와 인터뷰를 진행했다. 그는 The Witcher, Cyber punk 2077, One Piece, Dragon Ball Super, Digimon, Gundam 등 글로벌 IP의 라이선싱·머천다이징과 브랜드 전략을 담당해 왔으며, 국제 토너먼트 운영과 팬 커뮤니티 구축 경험을 보유하고 있다. 특히 게임 IP의 글로벌 확장과 팬덤 비즈니스 운영 경험을 갖춘 전문가이다.

이번 인터뷰에서는 게임 IP 팬덤 비즈니스의 구조와 성공 요인, 글로벌 라이선싱 전략, 팬 참여 기반 커뮤니티 운영 방식, 그리고 AI 기술 확산이 게임 산업에 미치는 영향에 대한 실무적 인사이트를 들을 수 있었다. 또한 글로벌 팬덤 확대를 위한 커뮤니티 구축 전략, K-게임 IP의 성장 방향에 대한 시사점도 확인할 수 있었다.

Summary

게임 IP 비즈니스는 단순한 게임 서비스를 넘어 굿즈, 이벤트, 커뮤니티 등이 결합된 팬덤 중심의 엔터테인먼트 생태계로 확장되고 있다. 성공적인 IP 확장을 위해서는 캐릭터와 세계관에 대한 정서적 연결을 바탕으로 팬들의 다양한 참여 경험과 지속적인 접점을 제공하는 것이 중요하다. 또한 글로벌 시장에서는 국가별 팬덤 문화와 소비 행태, 유통 환경에 대한 이해가 필수적이며, 라이선싱 파트너 역시 현재 인지도보다 장기적인 성장 가능성과 팬덤 지속성을 중요하게 평가하는 경향이 있다. 한편 AI 기술 활용은 확대되고 있으나, 팬들이 IP에 애정을 갖는 핵심 요인인 캐릭터와 스토리, 진정성의 중요성은 여전히 유효하다. 한국 게임 기업은 경쟁력 있는 세계관과 스토리텔링, 시장별 맞춤 전략, 팬과의 장기적 관계 구축을 통해 글로벌 팬덤을 확대해 나갈 필요가 있다.

해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 출처 표기, 원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지키셔야합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 특정 회사 및 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.

Q. 게임 IP가 굿즈, 이벤트, 팬 커뮤니티 등으로 확장되는 핵심 구조는 무엇이며, 어떤 비즈니스 가치를 창출합니까?

A. 강한 팬덤이 게임 밖 경험으로 확장된다

게임 IP 팬덤 비즈니스는 IP 자체의 힘과 팬들이 형성하는 정서적 연결에서 시작합니다. 팬들이 세계관과 캐릭터, 스토리에 진정한 애정을 갖게 되면 게임 안에서의 경험을 일상으로 확장하고자 합니다. 피규어를 전시하거나 의류를 착용하고, 이벤트에 참여하거나 온라인 커뮤니티에서 소통하는 행동이 모두 이러한 연결에서 비롯됩니다. 또한 팬마다 IP를 즐기는 방식이 다르기에 다양한 참여 방식을 제공하는 것이 건강한 팬덤 형성에 중요합니다.

팬 커뮤니티 활동은 장기적인 비즈니스 가치로도 이어집니다. 굿즈, 컨벤션 행사, UGC(이용자 제작 콘텐츠), 소셜미디어 활동은 서로를 강화하며 팬과 브랜드 간의 관계를 더욱 공고하게 만듭니다. 실제로 행사 현장에서 팬들이 기억하는 것은 단순히 상품 자체보다 같은 IP를 좋아하는 사람들과 함께했던 경험인 경우가 많으며, 이러한 정서적 연결이 커뮤니티와 브랜드 가치를 동시에 높이는 원동력이 됩니다.

Q. 성공적인 게임 IP 팬덤 비즈니스의 핵심 성공 요인은 무엇입니까?

A. 지속적인 접점이 팬덤의 생명력을 만든다

중요한 성공 요인 중 하나는 일관성입니다. 오늘날 팬들은 다양한 엔터테인먼트 콘텐츠와 경쟁하는 환경에 놓여 있기 때문에, 지속적으로 관심을 환기할 수 있는 접점이 필요합니다. 반드시 대규모 발표가 아니더라도 공식 커뮤니케이션, 협업, 굿즈, 이벤트 등이 꾸준히 이어지며 해당 세계관이 계속 살아 있다는 신호를 주어야 합니다.

또한 공식 콘텐츠는 창작자와 공식 파트너만이 제공할 수 있는 경험을 만들어내는 동시에, 팬 커뮤니티에서 자연스럽게 발생하는 창의적 활동을 존중하고 장려할 수 있기에 중요한 역할을 합니다. 기업이 팬들과 지속적으로 연결되고 있음을 보여주는 것이 장기적인 팬덤 유지에 중요합니다.

Q. 게임 IP 라이선싱 및 머천다이징 사업을 글로벌 시장으로 확장할 때 가장 중요하게 고려해야 할 요소는 무엇입니까?

A. 글로벌 팬덤은 시장마다 다른 방식으로 형성된다

국제 라이선싱 업무를 하며 얻은 가장 중요한 교훈 중 하나는 시장마다 팬덤을 표현하는 방식이 다르다는 점입니다. 일본에서 성공한 상품이 미국에서는 동일한 성과를 내지 못할 수 있으며, 반대의 경우도 마찬가지입니다. 이러한 차이는 상품 자체뿐 아니라 팬들이 상품을 발견하고 소비하는 방식에서도 나타납니다.

예를 들어 일본에서는 전철 광고, 백화점 팝업스토어, 리테일 디스플레이가 효과적일 수 있는 반면, 미국에서는 컨벤션 행사와 인플루언서, 온라인 크리에이터의 영향력이 더욱 크게 작용하기도 합니다. 또한 폭력성, 성적 표현, 연령 등급과 관련된 현지 규제와 문화적 기대 역시 초기 단계부터 충분히 이해하는 것도 중요합니다. 이를 간과할 경우 사업 추진 과정에서 예상치 못한 어려움이 발생할 수 있기 때문입니다.

Q. 라이선싱 파트너들은 어떤 정보를 중요하게 평가하며, 한국 콘텐츠 IP는 어떤 경쟁력을 갖고 있습니까?

A. 바이어는 현재 인기보다 장기 성장 가능성을 본다

라이선싱 파트너가 중시하는 정보는 해당 IP가 시장 내에서 어느 정도 인지도를 확보했는지에 따라 달라집니다. 이미 수요가 충분한 IP라면 얼마나 빠르게 상품을 소비자에게 전달할 수 있는지를 중요하게 평가합니다. 반면 신규 IP라면 실제 상품 출시 시점까지도 수요가 유지될 수 있다는 신뢰가 필요합니다. 많은 경우 상품은 발주 후 수개월이 지나서야 출시되기 때문입니다.

따라서 효과적인 라이선싱 제안서는 단순한 IP 소개가 아니라 팬들이 왜 그 IP에 몰입하는지, 주요 팬층은 누구인지, 향후 어떤 콘텐츠가 예정되어 있는지, 왜 장기적인 성장 가능성을 갖고 있는지를 설명해야 합니다.

한국 콘텐츠 IP를 평가할 때도 국가 자체보다는 캐릭터와 세계관, 스토리의 경쟁력이 더욱 중요하게 작용합니다. 다만 K-pop을 비롯한 한국 대중문화가 글로벌 시장에서 긍정적인 흐름을 형성하고 있는 만큼 한국 IP가 새로운 팬층에 도달할 수 있는 기회는 존재합니다. 그러나 장기적인 성공을 위해서는 이러한 흐름에 의존하기보다 강한 캐릭터와 완성도 높은 스토리텔링, 팬과의 진정성 있는 연결을 구축하는 것이 중요합니다.

Q. 장기적인 팬 참여와 커뮤니티 활성화를 유지하기 위한 핵심 전략은 무엇입니까?

A. 지속적인 참여 동기가 커뮤니티를 유지한다

성공적인 팬 커뮤니티는 팬들이 지속적으로 돌아올 수 있는 이유를 제공합니다. 신제품 출시, 공식 플레이 프로그램, 컨벤션, 커뮤니티 이벤트, 온라인 공간 등은 모두 팬들의 관심과 참여를 유지하는 데 중요한 역할을 합니다. 또한 경쟁을 즐기는 팬뿐 아니라 단순히 커뮤니티의 일원으로 활동하고 싶은 팬까지 다양한 유형의 팬을 모두 포용할 수 있어야 합니다.

트레이딩 카드 게임 시장에서는 경쟁 보상이 예상보다 중요한 역할을 하기도 합니다. 특히 서구 시장에서는 프로모션용 한정 카드가 매우 높은 가치를 지닌 수집품이 되기도 합니다. 이는 단순한 경제적 가치가 아니라 개인의 성취와 커뮤니티 내 경험을 상징하는 의미를 갖습니다. 다만 이러한 보상 체계를 운영할 때는 경쟁성을 유지하는 동시에 신규 이용자와 캐주얼 팬들도 소외되지 않도록 균형을 맞추는 것이 중요합니다.

Q. 토너먼트, 커뮤니티 프로그램, 인플루언서 활동은 팬덤 성장에 어떻게 기여합니까?

A. 진정성 있는 소통이 팬덤 성장을 이끈다

토너먼트, 커뮤니티 프로그램, 인플루언서는 서로 다른 방식으로 팬덤 형성에 기여하지만, 동시에 상호 보완적인 관계에 있습니다. 토너먼트는 기억에 남는 경험을 만들고, 커뮤니티 프로그램은 팬들에게 소속감을 제공하며, 인플루언서는 기존 광고보다 친근한 방식으로 IP를 소개합니다.

팬들은 이러한 활동이 진정성 있게 느껴질 때 가장 긍정적으로 반응합니다. 많은 프로모션을 진행하는 것이 중요한 것이 아니라 적절한 프로모션을 효과적으로 실행하는 것이 중요합니다. 때로는 하나의 잘 기획된 행사나 커뮤니티를 향한 세심한 메시지가 여러 마케팅 캠페인보다 더 큰 호응을 얻을 수 있습니다. 팬들은 자신들의 목소리가 반영되고 있다고 느끼고 싶어하며, 공식 채널의 작은 소통도 장기적인 팬 충성도 형성에 기여합니다.

Q. AI 기술이 게임 산업에 미치는 영향과 향후 전망을 어떻게 보고 계십니까?

A. AI보다 중요한 것은 팬과의 신뢰다

AI는 현재 엔터테인먼트 산업에서 가장 빠르게 변화하는 주제 중 하나입니다. 다만 많은 기업들은 기술적 효용성 및 법적·윤리적 적절성, 그리고 팬들이 수용할 수 있는 수준 사이에서 균형을 찾는 과정을 거치고 있습니다. 이러한 기준은 계속 변화하고 있으며 기업마다 접근 방식도 다르게 나타나고 있습니다.

다만 게임 개발은 창의성을 기반으로 하는 산업이며, 팬들은 진정성을 매우 중요하게 생각합니다. 따라서 기업은 새로운 기술을 도입할 때 기술 자체뿐 아니라 이를 팬들에게 어떻게 설명하고 신뢰를 형성할 것인지도 함께 고민해야 합니다.

AI 활용은 앞으로 더욱 확대될 가능성이 높지만, 사람들이 특정 IP를 좋아하게 되는 본질적인 이유는 변하지 않을 것입니다. 훌륭한 캐릭터와 기억에 남는 이야기, 그리고 팬에 대한 진정성 있는 존중은 앞으로도 중요한 요소로 남을 것입니다.

Q. 향후 게임 IP 비즈니스는 어떻게 변화할 것으로 전망하십니까?

A. 게임 IP는 엔터테인먼트 생태계로 확장된다

향후 성공적인 게임 IP는 단순한 게임을 넘어 보다 완성도 높은 엔터테인먼트 생태계로 발전할 것으로 예상됩니다. 팬들은 게임뿐 아니라 굿즈, 애니메이션, 이벤트, 커뮤니티 활동, 출판, 협업 등을 통해 자신이 좋아하는 세계관을 다양한 방식으로 경험하고자 합니다.

동시에 팬들의 관심을 얻기 위한 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 보입니다. 따라서 IP의 품질을 유지하면서도 의미 있는 경험을 지속적으로 제공할 수 있는 기업이 경쟁 우위를 확보할 가능성이 높습니다. 또한 디지털 환경이 확대되더라도 피지컬 굿즈와 같은 실물 상품은 팬들이 캐릭터와 세계관을 현실에서 경험할 수 있게 해주는 중요한 수단으로서 계속 가치를 유지할 것으로 예상됩니다.

Q. 글로벌 팬덤 확대를 위해 한국 게임 IP가 갖춰야 할 역량은 무엇이며, 한국 게임 기업에 전하고 싶은 제언이 있다면 무엇입니까?

A. 글로벌 성장의 핵심은 진정성과 현지 이해다

한국 게임 기업에게 중요한 과제는 글로벌 이용자를 이해하면서도 IP만의 고유한 강점을 유지하는 것입니다. 특히 일본, 북미, 유럽과 같은 주요 시장의 소비자 행동과 유통 환경, 커뮤니티 특성을 이해하고 장기적인 팬 관계를 구축할 필요가 있습니다. 동시에 한국적 정체성은 강점이 될 수 있지만 그것에만 의존해서는 안 됩니다. 결국 팬들은 캐릭터와 세계관, 그리고 경험 자체에 매력을 느끼기 때문입니다.

한국 게임 기업에 전하고 싶은 제언은 세 가지입니다. 첫째, 진정성을 중심에 두어야 합니다. 팬들은 콘텐츠가 진심으로 만들어졌는지 인식할 수 있으며, 이러한 신뢰는 가장 중요한 자산이 됩니다. 둘째, 하나의 글로벌 전략이 모든 시장에 통할 것이라고 가정하지 말고 시장별 특성을 충분히 이해해야 합니다. 셋째, 팬덤을 단순한 상품 판매가 아니라 장기적인 관계로 바라봐야 합니다. 굿즈와 이벤트, 커뮤니티 프로그램, 소셜미디어 활동은 모두 팬들이 이미 사랑하는 세계를 더 다양한 방식으로 경험하게 하는 수단이라는 관점을 유지하는 것이 중요합니다.

○ 한국 콘텐츠 기업을 위한 시사점 및 제언

01. 팬덤 중심 IP 비즈니스 확대

- 게임 경험을 굿즈·이벤트·커뮤니티로 확장하는 팬덤 비즈니스 중요성 확대
- 캐릭터·세계관에 대한 정서적 연결이 사업 확장의 핵심 동인으로 작용
- 한국 기업의 게임 외부 경험 확장을 통한 팬 접점 확대 필요

02. 지속적 팬 참여 전략 중요성 강화

- 공식 커뮤니케이션·협업·이벤트를 통한 꾸준한 팬 접점 유지 중요
- 팬들에게 세계관이 지속되고 있다는 신호 제공 필요
- 한국 기업의 지속적 팬 소통 및 콘텐츠 운영 역량 중요성 증대

03. 시장별 라이선싱 전략 차별화 필요

- 국가별 팬덤 문화와 상품 소비 방식 차이에 대한 이해 필요
- 글로벌 파트너는 팬층, 콘텐츠 계획, 장기 성장 가능성을 중요하게 평가
- 한국 기업의 시장별 사업 전략 및 파트너십 역량 강화 필요

04. 커뮤니티 기반 팬덤 생태계 강화

- 토너먼트·커뮤니티 프로그램·인플루언서 활동의 연계 효과 확대
- 팬들이 지속적으로 참여할 수 있는 정기적 접점과 경험 제공 중요성 증대
- 한국 기업의 커뮤니티 중심 팬 경험 및 장기 관계 구축 필요성 확대

05. 글로벌 IP 생태계 확장 기회 확대

- 게임 IP의 굿즈·이벤트·커뮤니티 등 다양한 확장 방식 중요성 확대
- 강한 캐릭터와 스토리, 팬과의 진정성 있는 연결이 장기 성장의 핵심
- 한국 기업의 세계관·캐릭터 중심 IP 육성 필요성 증대