

# K-Freedom Insights

알파세대를 아시나요? II  
로블록스 팝업 방문기

author  
Jungim Park



KFREEDOM ASSET MANAGEMENT

# 알파세대를 아시나요? II: 로블록스 팝업 방문기

\*\* 이 글에 언급된 기업들은 주제와 관련한 예시이며, 케이프리덤자산운용의 의견을 반영하지 않습니다.

## 알파세대를 아시나요? II : 로블록스 팝업 방문기



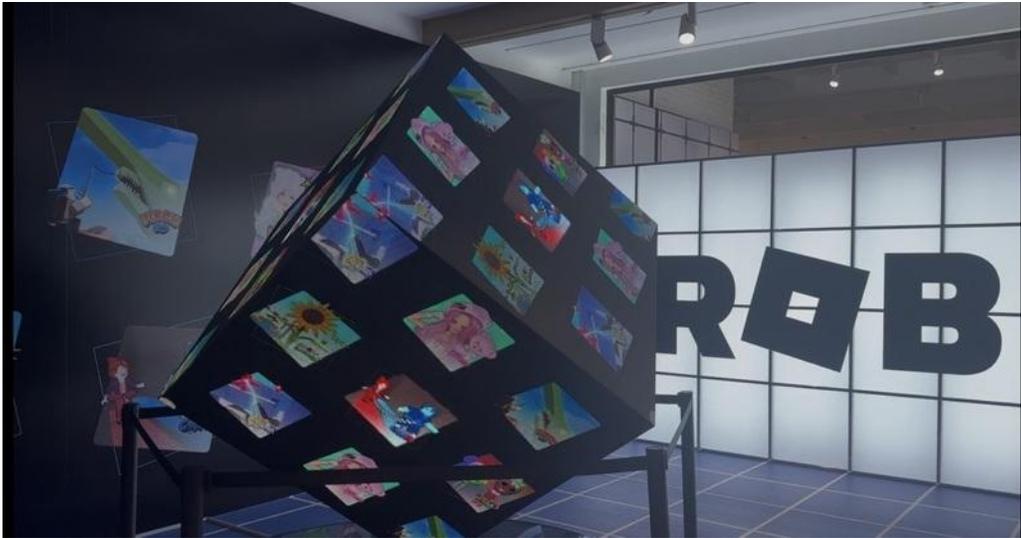
[출처: 한경닷컴]

저는 한국의 브랜드와 콘텐츠 기업들에게 로블록스 생태계에서 세계관을 구축하는 것을 많이 권해왔습니다. 처음 저를 만난 분들은 제가 게임을 매우 좋아하는 사람이라고 생각할 수 있지만, 사실 과거에는 게임 산업에 대해 투자자로서는 중립적인 입장, 엄마로서는 다소 부정적인 의견을 가졌던 시기가 있었습니다. 그러던 중 카카오게임즈 남궁훈 전 CEO 의 저서 'CEO 라는 직업'을 읽고, 그 중 한 단락이 제 편견을 새로운 관점으로 변화시키는 계기가 되었습니다.

*게임 그 자체와 게이미피케이션을 통해 게임이 대한민국 최대 산업이 될 것임은 자명하다. 오히려 게임을 '공부' 하는 시대를 준비해야 한다. 과거 컴퓨터에 대한 지식이 회사생활에 필수가 되고, 인터넷이 지식의 필수가 되었는데, 미래에는 게임에 대한 지식이 필수가 될 것이다. 따라서 게임은 교육의 적이 아니라 교육 과목 그 자체가 되어야 한다. 국어, 영어, 수학을 모르는 것보다 직장 생활이 어려워질지도 모른다.*

그 이후로 아이와 그녀의 친구들이 왜 로블록스를 좋아하는지 관찰하고, 직접 게임을 해보며 그 생태계를 배우기 시작했습니다. 저는 케이프리덤인사이드나 세미나를 통해 알파세대에게 게임이 단순한 놀이 공간이 아닌, 소통 공간이라는 점을 강조해왔습니다. 8 월 판교 현대백화점에서 열린 로블록스 팝업을 위해 온라인

오픈런으로 티켓을 구했는데, 그 경험을 통해 게임이 단순한 오락을 넘어서 소통의 장이 되어가는 모습을 실감할 수 있었습니다. 특히, 로블록스가 아직 수익화하지 않은 게임 내 캐릭터 IP 들의 무한 확장 가능성을 엿볼 수 있었고, 이는 한국 게임 산업이 로블록스가 만들어가는 새로운 게임 생태계를 보며 방향을 전환할 수 있는 기회를 제공한다고 느꼈습니다. 한국의 브랜드와 IP 들 역시 거대한 글로벌 유통 플랫폼에 종속되지 않기 위해, 게임 플랫폼을 적극적으로 활용해야 한다는 점을 강조하고 싶습니다.



[로블록스 팝업 입구]

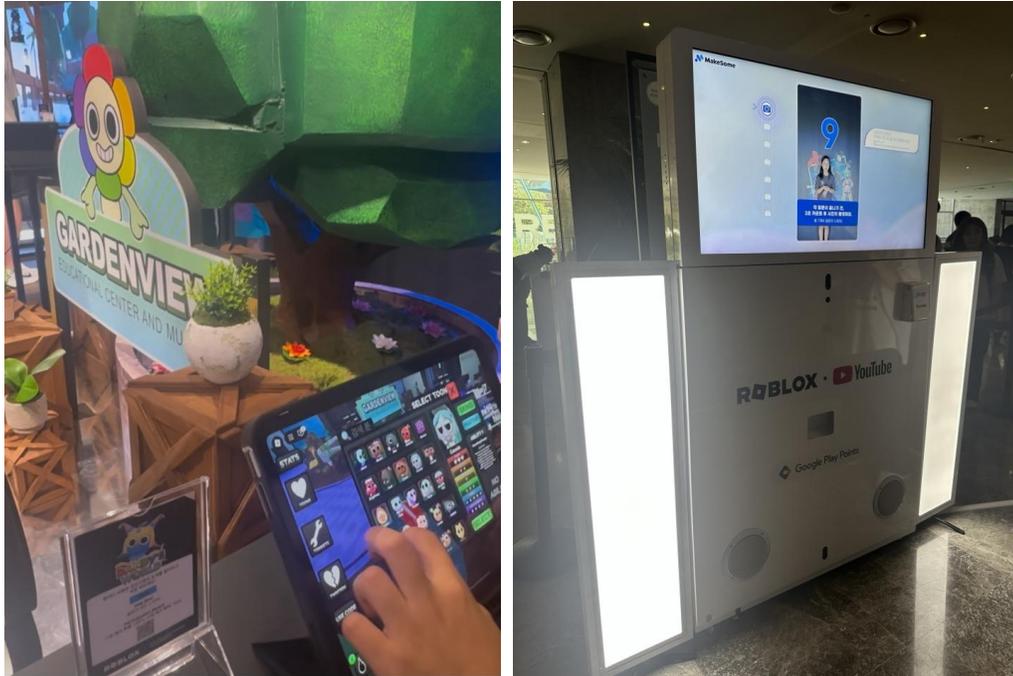
로블록스 팝업에서 특별하게 느껴진 주요 포인트

1. 소통의 장

로블록스 팝업에서는 그로우 어 가든(Grow a Garden), 댄디스 월드(Dandy's World), 체인드(Chained), 피쉬(Fisch), K-포토(K-Photo), 프리즘 런웨이 쇼(Prism Runway Show), 라이벌(Rivals) 등 7 개 게임을 중심으로 각 게임의 배경을 실제 구현하고, 게임 공간 주변에 여러 대의 태블릿을 배치하여 아이들이 지정된 시간 동안 게임을 체험할 수 있었습니다. 그 중에서도 체인드와 같은 게임은 두 명이 함께 플레이해야 하는 게임으로, 낯선 친구들과 함께 플레이하는 모습이 인상 깊었습니다. 이러한 경험은 아이들이 서로 게임을 통해 자연스럽게 소통하는 공간이라는 점을 다시 한 번 실감하게 해주었습니다. 한편, 보호자 동반이 필수였는데 로블록스에 익숙하지 않은 부모님들이 자녀들로부터 게임의 배경, 플레이하는 방법 등을 배우는 모습도 흥미로웠습니다.

## 2. 콜라보레이션

로블록스는 구글과 협력하여 아이들이 게임을 하며 사진을 찍고 구글 플레이 포인트를 획득할 수 있는 공간을 마련했습니다. 이는 안드로이드 생태계에 더 많은 유저를 확보하기 위한 전략으로, 구글처럼 이미 큰 존재감을 가진 기업도 알파세대를 선제적으로 확보하기 위해 이런 마케팅 협업을 진행하고 있다는 점에서 한국 기업들에게 중요한 시사점을 줍니다.



[그로우어게임(좌), 구글과의 협업(우)]

## 3. IP 의 확장

팝업에서는 7 개 게임에 등장하는 캐릭터들을 중심으로 다양한 굿즈가 판매되었습니다. 온라인에서만 보던 캐릭터들을 다양한 굿즈로 만나게 된 아이들의 모습은 인상적이었습니다. 굿즈는 대부분 필기구, 컵, 옷, 모자, 열쇠고리 등으로 실생활에 사용하는 제품들이었는데, 로블록스에서 생성되는 게임 수를 생각할 때, 캐릭터 IP 의 확장 가능성은 무한해 보입니다. 저 역시 그로우어가든의 캐릭터 열쇠고리를 구매하였는데, 애니메이션이나 음식료 브랜드와의 협업 등 다양한 확장을 상상할 수 있었습니다.



[필자가 구매한 그로우어가든 열쇠고리]

게임은 단순한 엔터테인먼트를 넘어서 중요한 역할을 하고 있습니다. 로블록스는 소통의 공간으로서 그 기능을 강화하고 있으며, 네트워크 효과를 통해 더욱 강력하게 성장하고 있습니다. 실제로 로블록스의 이번 2 분기 부킹은 전년 동기 대비 51% 증가했으며, 아시아 지역의 성장은 75%에 달했습니다. 글로벌 게이밍 콘텐츠 시장은 약 1,800 억 달러 규모로 추정되며, 그 중심에는 알파세대가 중요한 역할을 하고 있습니다. 몇 년 전 메타버스가 주식시장에서 잠깐 주목을 받았다가 사라졌지만, 알파세대의 메타버스 라이프스타일은 여전히 현재 진행형이며 미래를 주도할 것입니다. 글로벌 게임 기업들이 네트워크 효과를 더욱 공고히 하기 전에, 한국의 게임 산업은 기존의 비즈니스 공식에서 벗어나는 리스크를 선택해야 할 때입니다. 드라마, 영화, 음악 등 K-콘텐츠와 뷰티, 음식 등 K-브랜드가 글로벌 인기를 끌고 있는 지금, 한국이 IP의 확장성에서 더 많은 기회를 가져갈 수 있는 특별한 시점이라고 생각합니다.



[7 개 게임의 주요 캐릭터들과 함께 사진 찍을 수 있는 포토존]

\*이 글에 언급된 기업들은 주제와 관련한 예시이며, 케이프리덤자산운용의 투자 의견을 반영하지 않습니다.

\*케이프리덤자산운용 준법감시인 사전확인필 제 25-0087 호(2025.08.11~2028.08.10)