

제2장 미국 게임산업 동향

제1 절 미국 게임시장 동향

1. 개요

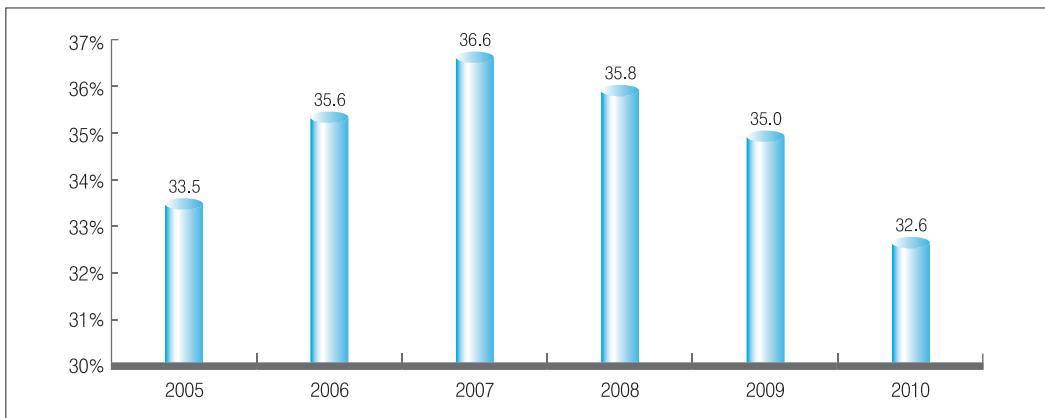
미국은 최초로 컴퓨터 게임을 개발하였으며, 최대의 소비시장을 가지고 있다. 또한, Xbox 라는 콘솔 플랫폼을 개발한 MS와 세계 최대의 게임 퍼블리셔인 EA를 비롯한 대형 퍼블리셔들이 전 세계에 게임을 배급하고 있다.

미국은 세계에서 가장 큰 게임시장으로 그

규모는 2007년 기준으로 337억달러에 달하며, 미국 인구의 63%인 약 1억 9,000만명이 게임을 즐기고 있다. 2007년 미국 게임시장은 전년에 비해 25% 이상 성장하였는데, 이러한 시장 확대는 무엇보다 비디오게임이 폭발적으로 성장한데 따른 것이다.

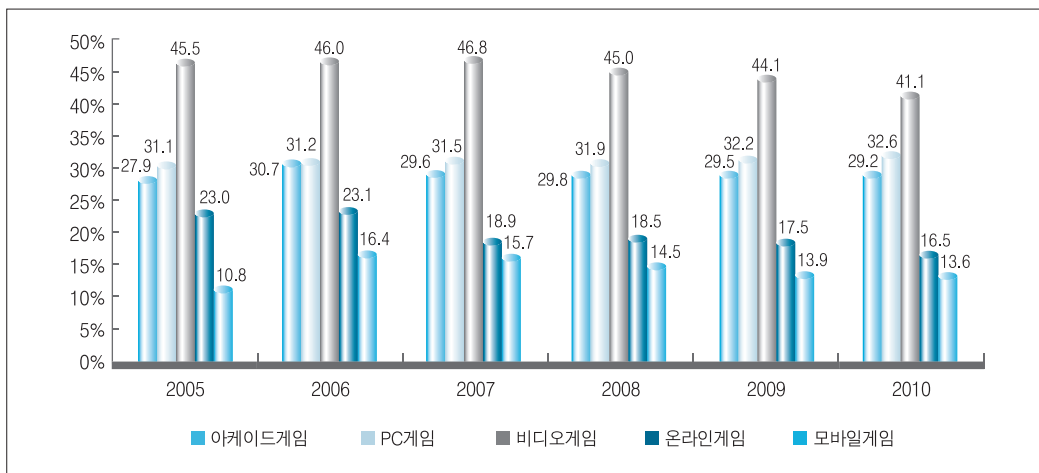
미국 게임시장은 2005년까지는 다소 정체되어 있었으나, 2006년 차세대 게임기가 본격적

〈그림 4-2-1-01〉 세계 게임시장 내 미국 게임시장의 비중 : 2005~2010



※ 자료 : Playmeter 2004~2007, Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Wireless world forum 2006

<그림 4-2-1-02> 세계 게임시장 내 미국 게임시장의 비중 : 2005~2010



※ 자료 : Playmeter 2004~2007, Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Wireless world forum 2006

으로 보급되기 시작하면서 두 자리 성장률을 기록하고 있다. 특히, 그동안 꾸준히 강세를 보였던 비디오게임 시장의 급속한 팽창과 더불어 광대역 브로드밴드가 빠르게 보급되면서, 콘솔과 PC 플랫폼으로 온라인게임의 확산이 진행되고 있다.

미국 게임시장은 2007년 세계 게임시장의 36.6%를 차지하였으나, 향후, 중국을 중심으로 한 아시아 지역의 게임시장이 더욱 확대될 것으로 예상되어 점차 그 비중은 줄어들 것으로 예상된다. 특히, 2010년에는 세계 시장에서 미국 시장의 비중이 32.6%로 2007년 대비 4% 가량 축소될 것으로 전망된다.

한편, PC 중심의 온라인게임이 크게 성장하고 있는 아시아 시장과 달리, 미국 게임시장은 콘솔 중심의 비디오게임에 집중되어 있다. 그러나, 온라인게임과 모바일게임의 경우 규모는 작지만, 성장률이 매우 높아 미국에서도 향후 유망한 시장으로 부상할 것으로 예상된다.

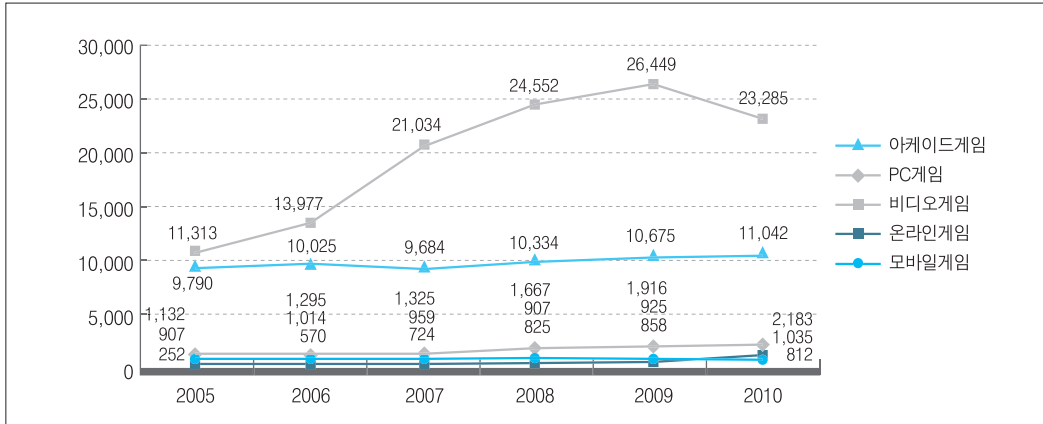
플랫폼별 세계 시장 점유율을 살펴보면, 비디오게임의 점유율이 매우 높게 나타났다. 2007년을 기준으로 미국의 비디오게임 시장은 세계 시장의 46.8%를 차지하여 지난해보다 조금 더 증가하였다. 그러나, 2008년부터는 점차 비중이 감소하여 2010년에는 41% 정도로 줄어들 전망이다. 다음으로 PC게임은 30% 이상의 점유율을 꾸준히 유지하고 있고, 아케이드게임 또한 거의 30%에 육박하는 점유율을 보이고 있다. 온라인게임과 모바일게임은 타 플랫폼에 비해 세계 시장 점유율이 비교적 낮다. 온라인게임의 경우, 아시아 시장의 확대에 앞으로 더욱 줄어들 전망이다. 모바일게임 역시 규모가 꾸준히 증가함에도 불구하고, 아시아와 유럽의 성장세를 쫓아가지 못해 세계 시장 점유율은 점차 낮아질 것으로 예상된다.

미국 내 플랫폼별 게임 시장규모를 살펴보면, 2007년 비디오게임이 210억달러로 가장 크고, 다음으로 아케이드게임이 약 97억달러,



〈그림 4-2-1-03〉 미국 플랫폼별 게임시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Playmeter 2004~2007, Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Wireless world forum 2006

온라인게임이 13억달러를 약간 넘어섰고, PC 게임은 10억달러에 조금 못 미쳤으며, 모바일 게임은 약 7억달러 규모인 것으로 나타났다. 2007년 전체 미국 게임시장은 총 337억달러 규모로 2006년에 비해 무려 25.5%가 성장하였다. 향후, 2009년까지는 PC게임을 제외한 모든 게임 플랫폼의 성장과 함께 408억달러 규모로 성장세를 유지할 전망이다이며, 2010년에는 비디오게임 시장의 축소와 함께 하락세로 접어들 것으로 추정된다.

플랫폼별 게임시장 규모 추이에서 가장 눈에 띄는 것은 비디오게임의 성장이다. 2007년 시장 규모는 전년 대비 50.5%나 성장하였고 2008년에도 16.7%가 성장하여 약 246억달러에 이를 것으로 전망된다. 이는 2005년 말에 MS가 Xbox360을 발매한 이후, 2006년 말에는 소니와 Nintendo까지 가세하여 비디오 플랫폼 홀더 3사 모두 차세대 게임기를 시장에 출시하였고, 더불어 휴대용 콘솔 게임기까지 급속도로 확산된 데 따른 것이다. 하지만, 2010년을 전후

로 새로운 게임기가 등장할 것으로 예측되며, 2010년에는 게임기의 교체 주기와 맞물려 비디오게임 시장 축소가 예상된다.

한편, 아케이드게임은 2006년 100억달러 규모에서 2007년 97억달러 규모로 약 3.4% 정도 감소하였다. 아케이드게임은 향후 완만한 성장세를 보이며 2010년에는 약 110억달러 규모에 이를 전망이다.

온라인게임 또한 그 규모는 비디오게임이나 아케이드게임 시장에 못 미치지만 큰 성장세를 지속하며 2007년 13억달러 규모에 달했으며, 2006년을 기점으로 PC게임 시장을 추월하였다. 온라인게임은 지속적으로 성장하여 2010년에는 22억달러 규모로 크게 성장할 것으로 예상된다. 모바일게임도 아직은 시장이 협소한 수준이지만, 매년 높은 성장률을 보이고 있다. 모바일게임은 2007년 7억달러 규모에서 꾸준히 성장세를 유지하면서, 2009년에는 하락세에 있는 PC게임을 추월할 것으로 예상되며, 2010년에는 시장 규모가 10억달러를 넘어설

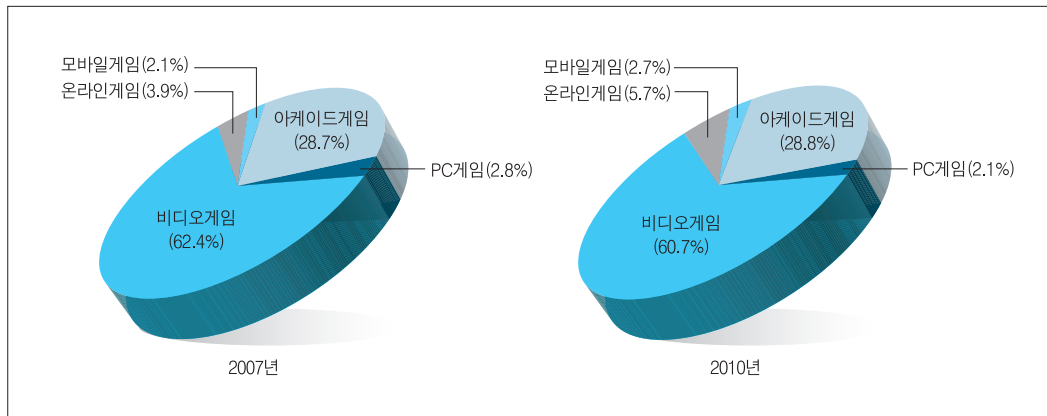
〈표 4-2-1-01〉 미국 플랫폼별 게임시장 규모 및 성장률 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
아케이드게임	매출액	9,790	10,025	9,684	10,334	10,675	11,042
	성장률	-	2.4%	-3.4%	6.7%	3.3%	3.4%
PC게임	매출액	1,132	1,014	959	907	858	812
	성장률	-	-10.4%	-5.4%	-5.4%	-5.4%	-5.4%
비디오게임	매출액	11,313	13,977	21,034	24,552	26,449	23,285
	성장률	-	23.5%	50.5%	16.7%	7.7%	-12.0%
온라인게임	매출액	907	1,295	1,325	1,667	1,916	2,183
	성장률	-	42.8%	2.3%	25.8%	14.9%	13.9%
모바일게임	매출액	252	570	724	825	925	1,035
	성장률	-	126.2%	27.0%	14.0%	12.1%	11.9%
합계	매출액	23,394	26,881	33,726	38,285	40,823	38,357
	성장률	-	14.9%	25.5%	13.5%	6.6%	-6.0%

※ 자료 : Playmeter 2004~2007, Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Wireless world forum 2006

〈그림 4-2-1-04〉 미국 게임시장 플랫폼별 점유율 : 2007/2010



※ 자료 : Playmeter 2004~2007, Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Wireless world forum 2006

것으로 전망된다.

반면, PC게임은 2007년 전년 대비 시장 규모가 5.4% 감소하였으며, 계속 마이너스 성장세를 지속할 것으로 전망된다. PC게임의 쇠퇴는 온라인게임으로 통합되어 가는 최근의 추세가 반영된 것으로 보인다.

미국 게임시장의 플랫폼별 점유율을 살펴보

면, 2007년의 경우 비디오게임의 점유율이 전체의 62.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 다음으로 아케이드게임이 28.7%, 온라인게임 3.9%, PC게임 2.8%, 모바일게임 2.1%의 순으로 나타났다. 향후 2010년에는 비디오게임이 60.7%로 2007년에 비해 1.7% 정도 감소하고, 대신 온라인게임과 모바일게임의 비중이 각각

1.8%, 0.6%씩 증가하여 5.7%와 2.7%를 차지할 것으로 전망된다. 한편, PC게임은 점유율이 0.7% 정도 감소할 것으로 예상되며, 아케이드 게임의 경우 비중 변화가 거의 없을 것으로 추정된다.

2. 미국 게임시장 플랫폼별 동향

1) 아케이드게임

미국의 아케이드게임 시장은 비디오 콘솔의 보급률이 급격하게 증가한 1990년대 후반 급감한 이후, 2000년대 들어서는 큰 변화없이 완만한 증가 추세에 있다. 2006년 시장 규모가 소폭 증가하였다가 2007년에는 전년 대비 3.4% 감소한 97억달러 규모를 기록하였다. 하지만, 2008년부터는 가족용 게임 센터의 발달에 힘입어 다시 증가세로 돌아서고, 2010년까지 조금씩 성장세를 이어갈 것으로 전망된다.

미국에서 아케이드게임을 서비스하는 업소

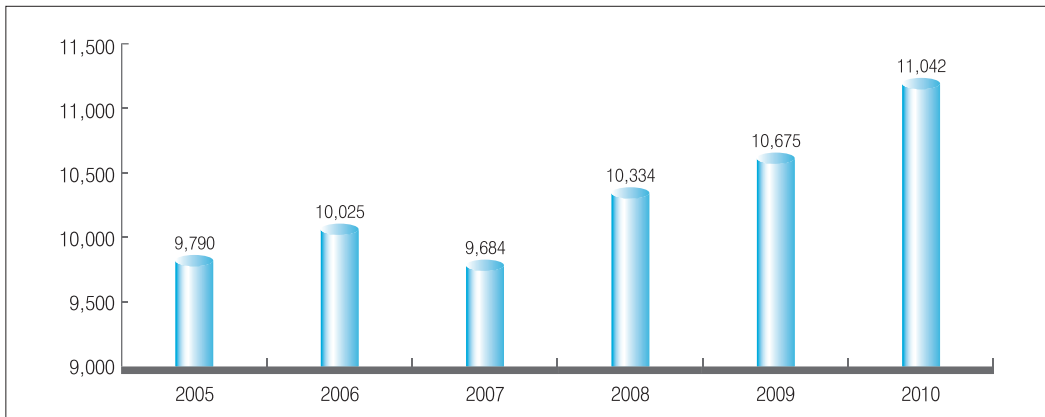
는 크게 세 가지인데, 아케이드 전용 게임장, 싱글로케이션, 복합 엔터테인먼트 시설인 가족용 게임센터(Family Entertainment Center) 등으로 구분할 수 있다. 2007년 말 기준으로 아케이드 전용 게임장이 2,500개소, 거리에서 쉽게 이용할 수 있는 이른바 싱글로케이션 형태가 221,000개, 가족용 게임 센터가 약 1,500개가 영업 중인 것으로 나타났다.

서비스 형태별로 구분해서 살펴보면, 쇼핑센터나 볼링장, 편의점 등에 주로 설치되는 싱글로케이션의 경우 2003년 이후 지속적으로 증가하여 2005년 42만개를 넘어서며 정점을 기록하였다. 그러나, 2006년에 대폭 감소하여 25만개로 줄어들었고, 2007년에는 다시 11.6% 가량 감소하여 약 22만개가 운영되고 있는 것으로 나타났다.

특히, 가족용 게임 센터는 2006년 3,000개소에서 2007년 1,500개소로 50.0% 감소한 것으로 나타나 가족용 게임 센터 운영이 상당히 어

〈그림 4-2-1-05〉 미국 아케이드게임 시장 규모 : 2005~2010

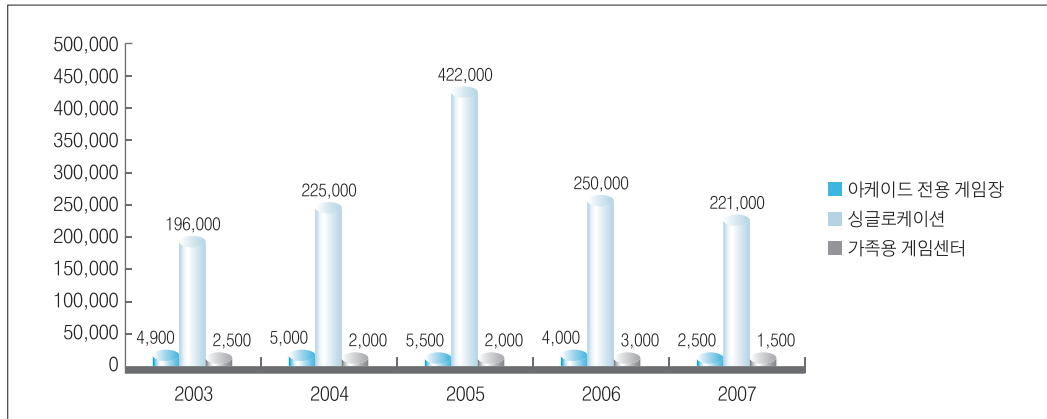
(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Playmeter 2004~2007

<그림 4-2-1-06> 미국 아케이드게임 서비스 형태별 업소 수

(단위 : 개소)



※ 자료 : Playmeter 2007

<표 4-2-1-02> 미국 아케이드게임 업소 사업 연수 : 2007

구분	비율	비고
10년 이하	19%	평균 사업연수 : 30년
11~25년	27%	
25년 이상	52%	

※ 자료 : Playmeter 2007

려움에 처해 있음을 보여준다. 그리고, 아케이드 전용 게임장 역시 2006년 4,000개소에서 2007년 2,500개소로 37.5% 가량 감소하였다.

2007년 한해 미국 아케이드게임 시장은 아케이드 전용 게임장, 싱글로케이션, 가족용 게임 센터 등 모든 업소의 숫자가 크게 줄어든 것으로 나타나, 전반적으로 구조조정을 겪고 있는 것으로 보인다. 그러나, 서비스 업소 수의 대폭적인 감소에도 불구하고, 전체 매출액은 소폭 줄어든 것으로 나타나, 업소 규모가 대형화하면서 오히려 업소 당 매출액은 상승하고 있는 것으로 추정된다.

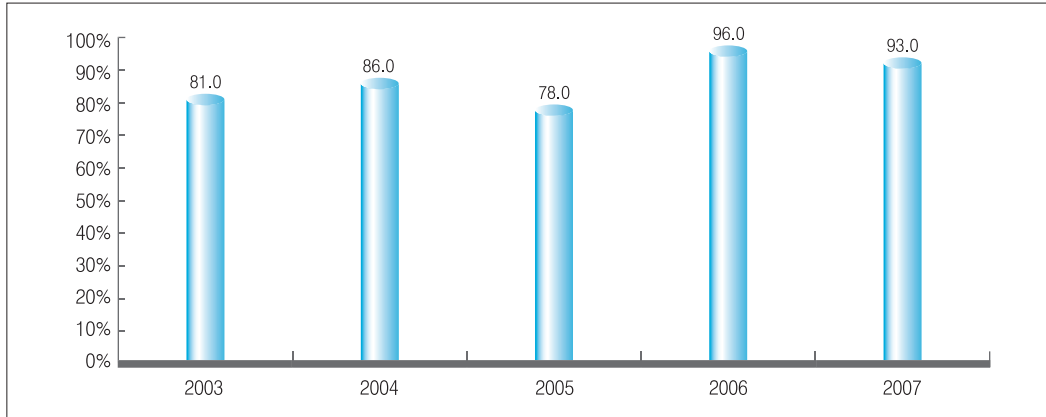
미국 아케이드게임 업소의 평균 사업 연수는 30년으로 나타났으며, 그 중 10년 이하가 19%,

11년~25년이 27%, 25년 이상이 52%로 조사되었다. 한 업종에서 25년 이상 사업을 운영해온 업소가 절반이 넘는다는 것은 시장이 안정화 단계에 있음을 보여주고 있으며, 아케이드게임에 대한 지속적인 수요가 있음을 알 수 있다.

향후, 5년 이내에 아케이드게임 업소들의 사업 지속여부에 대해 살펴본 결과, 계속 아케이드게임 사업을 하겠다고 응답한 비율이 2006년에 이어 2007년에도 90%가 넘는 것으로 나타났다. 이는 업소들의 평균 사업 연수가 30년으로 매우 길기 때문에 쉽게 다른 분야로 전환하기도 어려울 뿐 아니라, 게임장 운영을 통해 어느 정도 수익을 거두고 있기 때문으로 해석된다.

한편, 아케이드게임 업소의 협회 가입률은

〈그림 4-2-1-07〉 미국 아케이드게임 업소들의 5년 내 동일사업 지속에 대한 견해



※ 자료 : Playmeter 2007

〈표 4-2-1-03〉 미국 아케이드게임 업소의 협회 가입 여부

구분	2003	2004	2005	2006	2007
협회 회원 가입	74%	72%	66%	70%	75

※ 자료 : Playmeter 2007

2007년 현재 75% 수준이며, 협회를 통해 시장 및 정책 동향에 대한 정보를 획득하고 업소들 간에 네트워크를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같이, 미국 아케이드게임 서비스 업체는 협회나 단체에 가입하여 업계의 이익을 대변하고 시장 변화에 공동으로 대응하고 있음을 알 수 있다.

미국 아케이드게임 업소의 주요 대상 고객은 2007년 기준으로 18세 이상이 45%로 가장 많았고, 다음으로 모든 연령(가족대상)이 36%, 13~18세가 10%, 12세 이하가 9% 순으로 나타났다. 이를 2006년과 비교해 보면, 모든 연령을 대상으로 하는 업소는 14% 감소한 반면, 18세 이상을 고객으로 하는 업소는 13% 증가하였다. 따라서, 성인용 게임장은 증가하고, 모든

연령을 대상으로 서비스하는 가족용 게임 센터는 감소한 것을 알 수 있다. 결론적으로 미국 아케이드게임 시장은 성인용 게임장으로 재편되고 있는 것으로 보인다.

전반적으로 미국 아케이드게임 시장은 둔화 추세에 있음을 알 수 있다. 특히, 모든 연령이 즐길 수 있는 가족용 게임 센터가 전년대비 50% 감소하고, 업소들의 대상 고객 역시 성인층으로 빠르게 이동하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 미국 아케이드게임 시장이 가족 지향형 엔터테인먼트 시설에서 성인 중심의 게임장으로 변하고 있음을 보여준다.

2007년 미국 아케이드게임 시장은 전년에 비해 소폭 감소하였는데, 그 원인은 비디오게임 시장이 크게 증가하면서 아케이드게임 소비

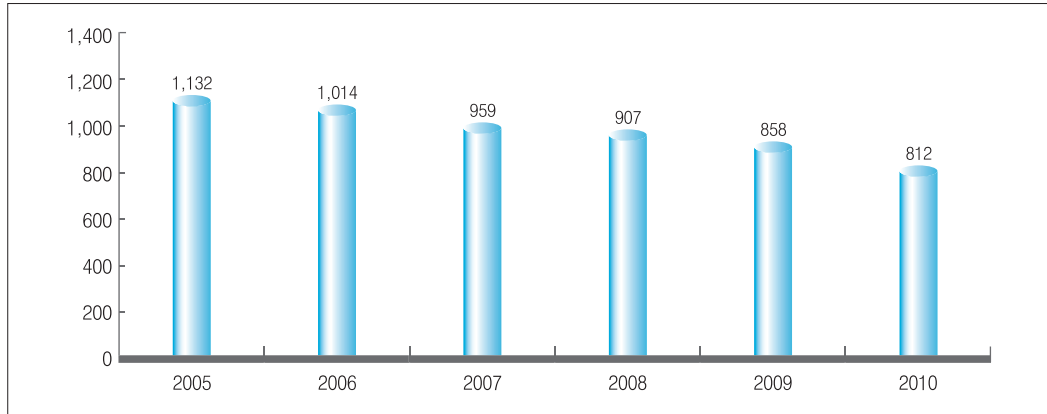
〈표 4-2-1-04〉 미국 아케이드게임 시설의 주요 대상 고객 : 2003~2007

구분	2003	2004	2005	2006	2007
12세 이하	5%	4%	8%	8%	9%
13~18세	10%	15%	17%	10%	10%
18세 이상	42%	37%	31%	32%	45%
모든 연령(가족대상)	43%	44%	44%	50%	36%

※ 자료 : Playmeter 2007

〈그림 4-2-1-08〉 미국 PC게임 시장 규모 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Informa 2005, DFC Intelligence 2007

가 상대적으로 줄어들었기 때문으로 보인다. 향후, 미국 아케이드게임 시장은 대형화를 통한 규모의 경제를 추구하면서, 점차 성인용 시장으로 전환을 통해 완만한 성장세를 보일 것으로 전망된다.

2) PC게임

세계적으로 시장 규모가 감소하고 있는 PC 게임 시장은 미국에서도 비슷한 양상을 나타내고 있다. PC게임 시장 규모 감소는 비디오게임의 급격한 성장, 불법복제 소프트웨어의 범람으로 인한 수익성 악화, 최신 게임을 즐기기 위한 지속적인 PC 업그레이드 비용의 발생 등이

주요한 원인이다.

미국 PC게임 시장 규모는 2007년 9억 6,000만달러에서 2010년 8억 1,000만달러 규모로 감소할 것으로 예상된다. 대부분의 PC게임이 온라인게임으로 전환하는 추세에 있기 때문에 당분간 하락세는 지속될 전망이다. 하지만, 기존 패키지 판매 방식이 아닌 인터넷을 통한 GOD(Game on Demand) 방식으로의 유통 구조 변화를 통해 불법복제 문제를 해결하려고 노력하고 있고, 에듀테인먼트, 유아용 게임 등 장르 다변화를 꾀하며 PC게임도 새로운 활로를 모색 중에 있다.



3) 비디오게임

미국의 비디오게임 시장은 전체 플랫폼에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 연도별 비디오 게임 시장 규모를 살펴보면, 2005년 이후 매우 높은 성장세를 기록하여 2009년에는 약 264억달러에 달할 것으로 전망된다. 그러나, 2010년에는 차세대 콘솔의 교체 주기와 맞물리면서 소폭 하락세로 돌아설 것으로 예상된다. 2006년과 2007년의 비디오게임의 높은 성장은 2005년 말에 발매된 MS의 Xbox360을 필두로, 2006년 말에 소니의 PS3, Nintendo의 Wii가 차례로 출시되면서 하드웨어 및 소프트웨어의 판매가 급증하였기 때문이다. 이러한 추세는 2009년까지 이어질 것으로 예상되며, 특히 Wii의 판매량이 눈에 띄게 증가할 것으로 예상된다.

현재 비디오게임 시장에서의 최대의 관심사는 차세대 게임기들이 기본적으로 장착한 온라인 네트워크 기능이라고 할 수 있다. 과거 PS2에서는 부가적인 서비스로서의 네트워크 기능

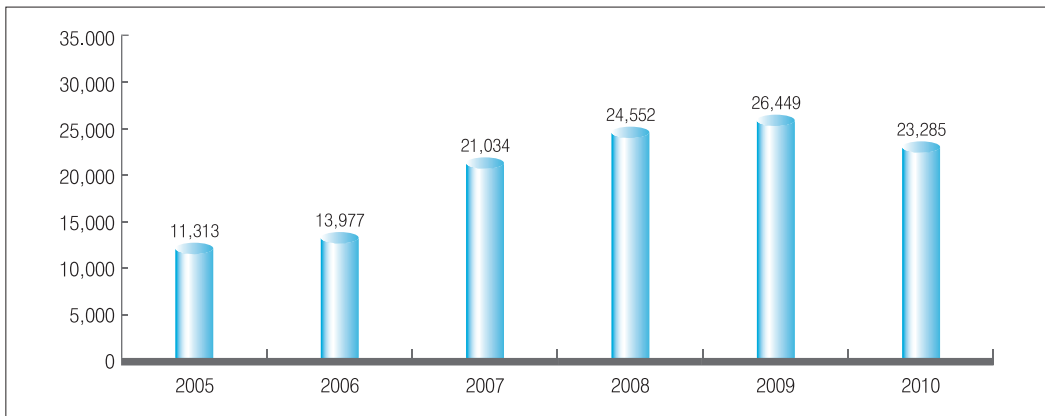
을 지원하였으나, 부분적인 지원에 그쳤다. 차세대 게임기는 네트워크 기능을 통하여 이용자 간 네트워크 플레이는 물론 출시 예정 게임데모 및 과거 유명게임 다운로드 서비스, 온라인 음악 판매, VOD(Video on Demand), MOD(Music on Demand), GOD(Game on Demand) 등의 기능이 추가되어 기존 단순 게임기에서 홈 엔터테인먼트 서버로 그 성격이 바뀌고 있다. PS3의 경우, 정품 게임을 다운로드받아 유료로 즐길 수 있는 서비스인 PSN을 선보였으며, Xbox360의 경우 Xbox Live를 통해 다양한 기능을 제공하고 있다.

미국 비디오게임 시장을 하드웨어와 소프트웨어로 나누어 살펴보면, 하드웨어 시장은 2007년을 정점으로 하락세에 접어드는 반면, 소프트웨어 시장은 2009년까지 꾸준히 성장하여 정점인 2009년에는 무려 200억달러의 시장규모를 형성할 것으로 예측된다.

한편, 미국에서 차세대 비디오 콘솔의 누적 보급대수를 살펴보면, 2007년을 기준으로

〈그림 4-2-1-09〉 미국 비디오게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

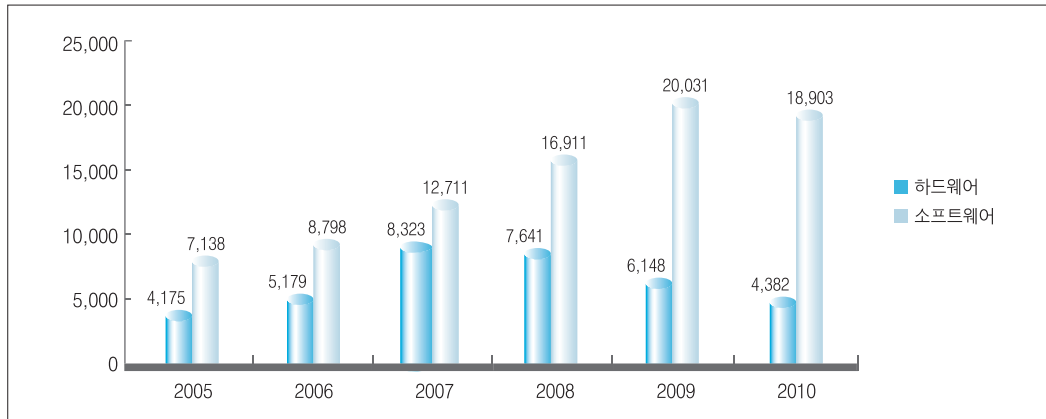
(단위 : 백만달러)



※ 자료 : IDC 2008

<그림 4-2-1-10> 미국 비디오게임 하드웨어/소프트웨어 시장 규모 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : IDC 2008

<표 4-2-1-05> 미국 비디오게임 소프트웨어 플랫폼별 출하량 : 2005~2010

(단위 : 천대)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
비디오게임 콘솔	Microsoft Xbox360	970	5,940	10,959	15,755	18,890	20,463
	소니 PS3	-	618	3,893	9,795	16,303	24,126
	Nintendo Wii	-	1,150	8,900	19,350	30,114	36,812
차세대 비디오게임콘솔	소니 PS2	34,081	44,900	49,942	51,224	51,609	51,692
	Microsoft Xbox	15,491	16,135	16,135	16,135	16,135	16,135
	Nintendo Game Cube	10,884	11,632	11,634	11,636	11,636	11,63
휴대용 게임 콘솔	Nintendo DS	4,294	8,905	18,405	26,208	31,639	34,536
	소니 PSP	4,799	8,455	12,509	18,232	23,409	25,290
	차세대 휴대용 게임 콘솔	-	-	-	-	1,020	3,424
	Nintendo Game Boy Advance	31,688	36,365	39,057	40,007	40,198	40,198

※ 자료 : IDC 2008

Xbox360이 1,000만대를 돌파하여 가장 많이 보급된 것으로 나타났고, 다음으로 Wii가 890만대로 뒤를 이었으며, PS3는 400만대에 조금 못 미치는 것으로 조사되었다. 하지만, 2008년에는 Wii가 돌풍을 일으키면서 보급 대수가 무려 2,000만대에 육박할 것으로 예상되며, 이런 추세는 2010년까지 지속되어 2010년에는 약 3,700만대에 근접할 전망이다. 또, 2010년에는 PS3의 보급대수가 Xbox360을 추월하여 약

2,400만대를 넘어설 것으로 보이며, Xbox360은 2,000만대를 조금 상회할 것으로 예측된다.

휴대용 게임기의 경우 2006년에는 Nintendo DS와 PSP가 각각 890만대와 850만대 가량으로 비슷한 보급률을 보였으나, 2007년에 접어들면서 NDS는 PSP와 약 600만대의 격차를 벌여 1,800만대 이상의 보급 대수를 기록하고 있다. 두 플랫폼간의 격차는 해를 거듭할수록 조금씩 더 벌어져, 2010년에는 NDS가 3,400



만대를 훌쩍 넘어서는데 비해, PSP는 2,500만대를 조금 넘는 수준에 그칠 전망이다.

미국 비디오게임의 소프트웨어 출하량을 플랫폼별로 조사한 결과, 2007년을 기준으로 PS2가 1억 700만개 이상으로 가장 많았고, 다음으로 Xbox360이 약 7,200만개, NDS가 약 6,900만개 순으로 나타났다. 하지만 2008년에는 Xbox360과 Wii가 각각 1억만개를 상회하는 소프트웨어 출하량을 기록하면서 각축을 벌일 것으로 예상된다. 그리고, 2009년부터는 Wii가 Xbox360와 격차를 벌이면서 가장 많은 타이틀을 출하할 것으로 예상된다.

4) 온라인게임

미국의 온라인게임 시장은 비디오게임이나 아케이드게임에 비해 상대적으로 작은 규모이지만, broadband 보급이 빠르게 확산되면서 젊은 층을 중심으로 온라인게임 이용 인구가 증가하고 있어 향후, 급격한 성장이 예상된다. 특히, WOW의 성공으로 PC 온라인게임에 대

해 관심이 높아지고 있으며, 대형 퍼블리셔들이 온라인게임 시장 진출을 위해 적극적으로 나서고 있어, 귀추가 주목된다.

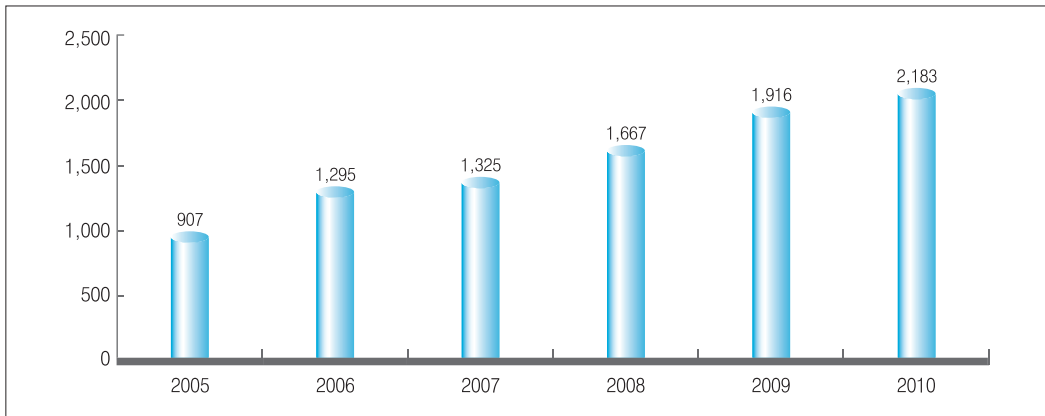
2007년 미국 온라인게임 시장은 13억달러를 약간 상회하는 수준의 매출액을 기록하였다. 향후 온라인게임 이용을 위한 인프라가 되는 broadband 보급률의 지속적인 증가로 2010년에는 약 22억달러 규모로 확대될 것으로 예상된다.

2006년 기준으로 미국의 broadband 가입자는 약 5,000만명이며, 이후 꾸준히 증가하여 2008년에는 약 7,600만명, 2010년에는 8,900만명에 달할 것으로 전망된다.

전 세계 MMOG 가입자 점유율 현황을 살펴보면 2008년 4월 현재 WOW가 62.2%로 가장 높은 점유율을 기록하고 있고, 다음으로 RuneScape 7.5%, 리니지 6.6%, 리니지2 6.3%의 순으로 나타났다. 또한, WOW의 전 세계 액티브 가입자는 2008년 1월 현재 약 1,000만명에 달하는 것으로 조사되었다. 이처럼 WOW의 급격한 점유율 확대

〈그림 4-2-1-11〉 미국 온라인게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

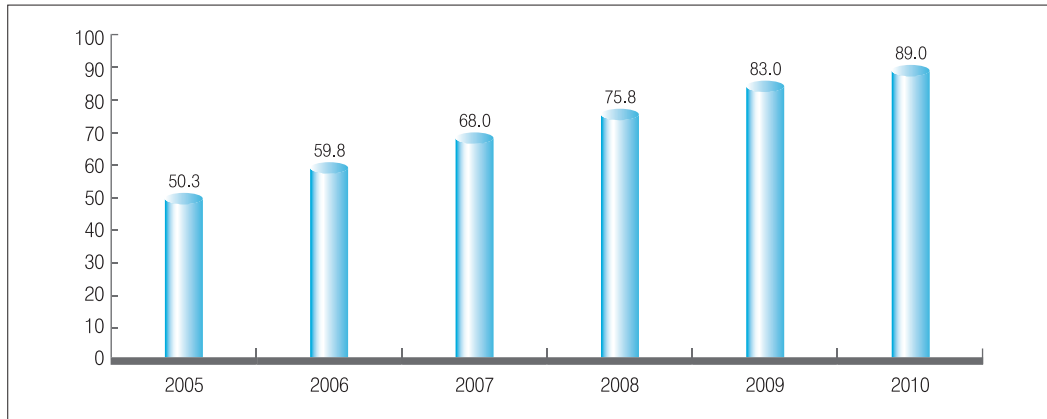
(단위 : 백만달러)



※ 자료 : DFC Intelligence 2007, Informa 2005

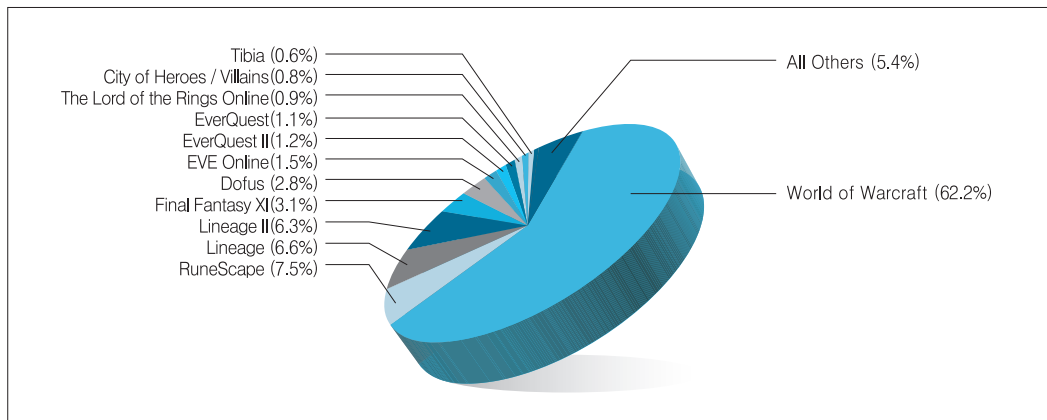
<그림 4-2-1-12> 미국의 브로드밴드 가입자 현황 : 2005~2010

(단위 : 백만명)



※ 자료 : PWC 2007

<그림 4-2-1-13> MMOG 가입자 점유율 현황 (2008년 4월 기준)



※ 자료 : Mmogchart.com

는 미국 게임 업계의 PC 온라인게임 시장에 대한 관심을 고조시키는 계기가 되었다.

게임의 온라인화는 PC뿐만 아니라, 다양한 플랫폼에서 진행되고 있다. 비디오게임의 온라인화가 빠르게 진행되고 있고, 멀티 플랫폼으로 출시되는 게임들의 이기종 간 통합 멀티플레이가 Windows Vista 출시와 함께 진행되고 있다.

이는 Windows Vista의 온라인 네트워크 서비스인 Windows Live 및 메신저 서비스와

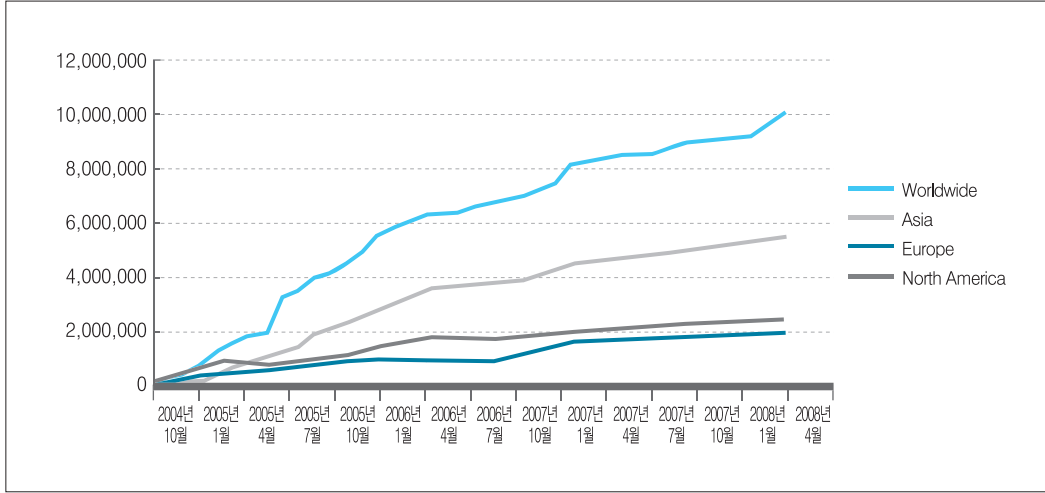
Xbox360의 Xbox Live를 통합하는 서비스로 콘솔 이용자와 PC 이용자 간 네트워크 서비스를 가능하게 하며, PC게임 시장의 부흥과 온라인게임 시장의 확산이라는 두 가지 측면에서 긍정적인 역할이 기대된다.

브로드밴드 보급 확산을 통해 게임의 유통방식도 빠르게 변하고 있다. 기존의 오프라인 유통에서 GOD(Game on Demand) 형태로 게임이 유통되면서 새로운 수익모델로 부상하고



〈그림 4-2-1-14〉 WOW의 액티브 가입자 현황 (2008년 4월 기준)

(단위 : 명)



※ 자료 : Mmogchart.com

있다. 이를 통해 물류 비용이 절감되어 실제 패키지보다 저렴한 가격으로 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 이용자가 원하는 시점에 가정에서 바로 게임을 다운받아 플레이할 수 있다는 장점이 있다.

PC와 콘솔은 물론, 아케이드와 모바일 등 모든 플랫폼에서 온라인화가 진행되고 있고, broadband의 보급이 지속적으로 확대되면서 미국 온라인게임 시장 또한 빠르게 성장할 것으로 전망된다.

5) 모바일게임

전 세계적으로 모바일게임 시장은 상대적으로 규모는 작지만, 급격하게 성장하고 있다. 미국 역시 모바일게임 시장의 성장 속도가 빠르며, 이동통신 사업자들의 게임에 대한 관심이 커지고 있어 향후 성장 가능성이 높다.

2005년에 2억 5,000만달러에 불과했던 미

국 모바일게임 시장은 2006년에는 5억 7,000만달러, 2007년에는 7억 2,000만달러를 기록하였다. 그리고, 앞으로도 지속적으로 성장하여 2010년에는 10억달러 규모를 넘어 설 것으로 예상된다.

2007년 1분기를 기준으로 미국 모바일 가입자들이 사용하고 있는 휴대폰의 기술방식은 CDMA가 48.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 다음으로 GSM 39.0%, iDEN 9.2% 등의 순으로 나타났다.

미국 이동통신 사업자별 가입자 규모를 살펴보면, 2007년 1분기를 기준으로 AT&T Mobility가 6,200만명, Verizon Wireless가 약 6,100만명, Sprint Nextel이 5,500만명, T-Mobile이 약 2,600만명의 가입자를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

한편, 미국 이동통신 사업자별 모바일게임의 서비스 가격을 살펴본 결과, 다운로드 방식의

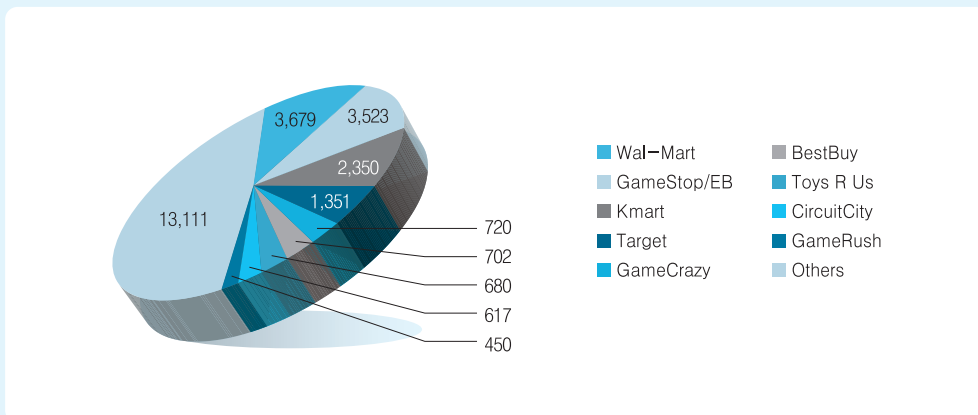
미국 온라인게임의 유통 구조

미국의 온라인게임은 대부분 기존 PC게임의 유통 단위인 패키지 형태의 판매가 주를 이루고 있으며, 유통 구조 역시 패키지를 판매하는 소매업체가 대부분을 차지하고 있다. 한국의 리니지 시리즈와 길드워 역시 미국에서는 패키지의 형태로 유통되고 있으며, 온라인 다운로드의 경우 인터넷 속도 문제로 캐주얼 게임 외에는 활성화되지 않은 상황이다.

또한, EA, Vivendi 등의 대형 퍼블리셔가 게임 개발사를 소유하고 있는 경우가 많아, 강력한 유통망을 기반으로 스스로 온라인게임을 서비스하는 경우가 많다.

〈그림 4-2-1-15〉 미국 게임 유통업체 점포 수

(단위 : 개)



※ 자료 : IDG 2006

게임 전문 소매업체인 GameStop 및 EB Games 그리고 온·오프라인 슈퍼스토어인 BestBuy와 일반 할인업체인 Wal-Mart와 Target 이 대부분의 게임을 유통하고 있다. 상위 5개 업체가 전체 게임 소프트웨어 판매량의 70% 가량을 차지하고 있다. 따라서 집중화된 소매시장을 형성하고 있으며, 가격으로 경쟁하는 Wal-Mart, 사전판매/중고게임 등의 서비스를 중심으로 경쟁하는 GameStop, BestBuy 등으로 특화되어 있다.

게임은 Verizon Wireless와 Alltel이 6달러대에서 11달러대에 달해 비교적 높게 나타났다. 월정액 게임도 Verizon Wireless가 타 사업자보다 상대적으로 비싼 것으로 조사되었다.

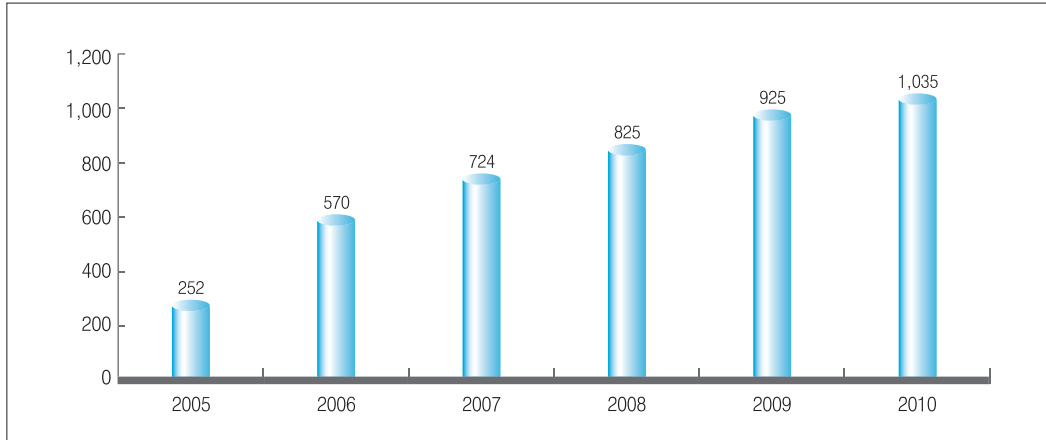
미국 3대 이동통신 사업자의 ARPU(Average Revenue Per User)는 Sprint Nextel이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Verizon Wireless와 AT&T Mobility의 순으로 나타났다. 2007년 1분기를 기준으로 했을 때, Sprint Nextel

이 9.3달러, Verizon Wireless가 9.0달러, AT&T Mobility가 7.9달러로 조사되었다.

모바일 단말기의 성능이 향상되면서 모바일 게임의 품질도 빠르게 개선되고 있다. 과거 단말기의 한계로 주로 단순한 캐주얼 게임이나 보드 게임이 주를 이루었지만, 요즘은 모바일 게임도 점차 대용량 게임으로 발전하여 유명한 PC나 콘솔 게임이 모바일 버전으로 출시되어 인기를 끌고 있다. 또한, 유명 게임개발사 및

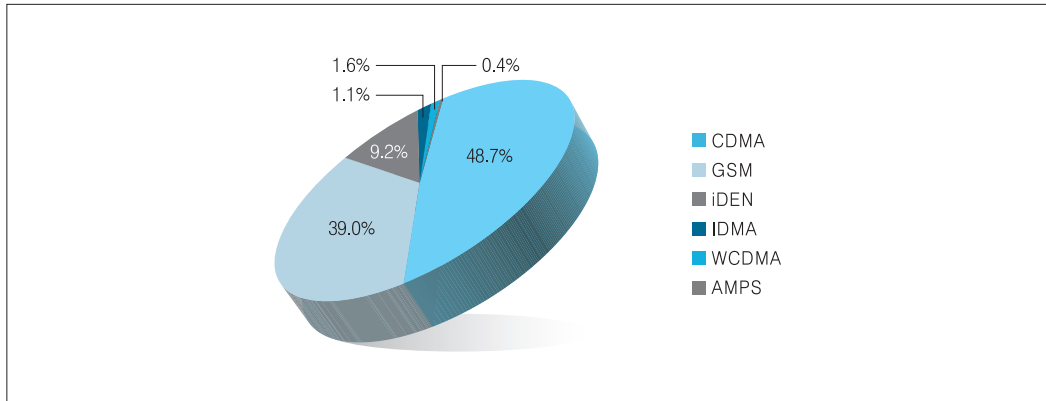
〈그림 4-2-1-16〉 미국 모바일게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Informa 2005~2007, Wireless world forum 2006

〈그림 4-2-1-17〉 기술 방식에 따른 미국 모바일 가입자 비중(2007년 1분기 기준)



※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

전통적인 비디오게임 퍼블리셔인 THQ, EA, 디즈니 등이 모바일게임으로 사업영역을 계속 확장시켜 자신들의 프랜차이즈 게임이나, 과거 유명 게임들을 모바일용으로 제작하고 있다.

미국 모바일게임 시장은 이동통신 가입자의

꾸준한 증가, 모바일 단말기의 기술 발전, 무선 인터넷 속도의 향상 등을 기반으로 세계 모바일게임 시장과 마찬가지로 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

〈표 4-2-1-06〉 미국 이동통신 사업자별 가입자 규모

(단위 : 백만명)

구분	2006년 1분기	2007년 1분기
AT&T Mobility	55,81	62,22
Verizon Wireless	53,02	60,72
Sprint Nextel	48,42	55,07
T-Mobile USA	22,73	25,93
Alltel	10,83	12,06
US Cellular	5,63	5,91
Metro PCS	2,17	3,40
Leap Wireless	1,78	2,36
Other	11,01	11,56
합계	211,40	239,23

※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

〈표 4-2-1-07〉 미국 이동통신 사업자별 모바일게임 가격

(단위 : USD)

구분	AT&T Mobility	Verizon Wireless	Sprint Nextel	Alltel	T-Mobile
다운로드 게임	4,99~7,99	6,49~11,49	3,99~6,99	7,99~10,99	2,99~6,99
월정액 게임	2,99	2,99~4,99	1,99~3,49	1,09~4,49	-

※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

〈그림 4-2-1-18〉 미국 3대 이동통신 사업자의 ARPU 추이

(단위 : USD)



※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

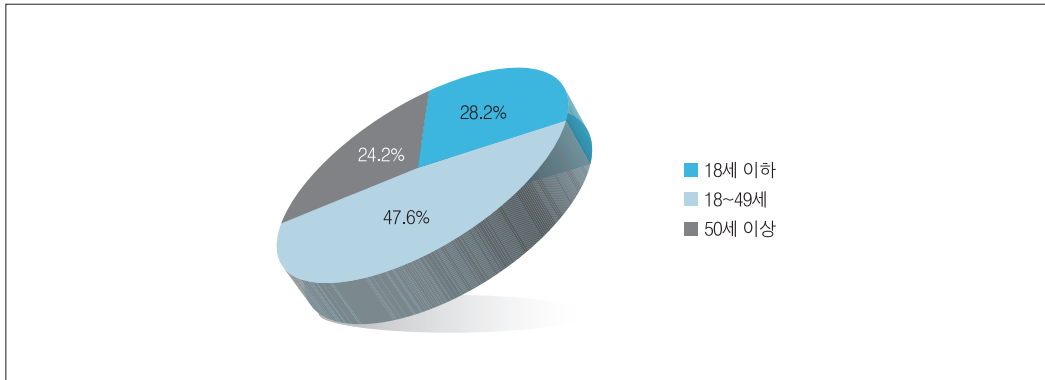


제2절 미국 게이미용자 동향

미국 엔터테인먼트소프트웨어협회(ESA)의 2006년 조사결과에 따르면 미국 가정의 67%가 PC 또는 비디오게임을 즐기고 있으며, 게임을 구매하는 연령대는 18세 이상의 성인이 약 71.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또 게이미용자를 성별로 나누어 보면, 남성이 62%로, 38%를 차지하고 있는 여성보다 많았

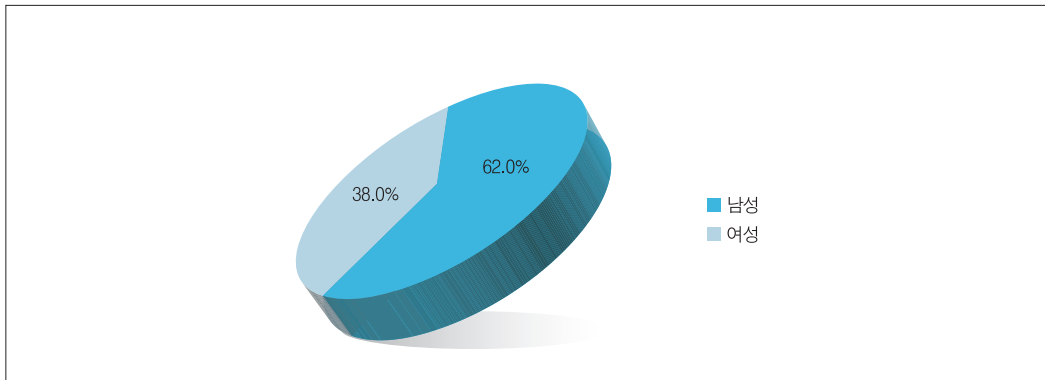
다. 부모들의 91%가 게임을 구매하거나 빌리고 있으며, 이 중 55%는 게임이 아이들에게 긍정적인 영향을 미친다고 생각하고 있었다. 또 93%의 부모들이 자녀와 함께 게임을 즐기는 것으로 나타났으며, 부모의 경우 한 달 평균 21시간 정도 게임을 하고, 그들 중 46%는 10년 이상 게임을 해온 것으로 조사되었다.

〈그림 4-2-2-01〉 미국 게이미용자의 연령별 현황 : 2006



※ 자료 : ESA 2007

〈그림 4-2-2-02〉 미국 게이미용자의 성별 현황 : 2006



※ 자료 : ESA 2007

따라서, 미국의 경우 성인들의 게임 이용 경향이 상대적으로 풍부한 것으로 보이며, 부모들이 게임을 하는 비율이 높아 게임에 대한 이해의 폭이 넓고, 긍정적으로 바라보는 경향이 있음을 알 수 있다.

1. 아케이드게임

미국의 경우 비디오게임 소비가 증가하면서, 아케이드게임 이용자가 점차 줄어들고 있는 것으로 보인다. 특히, 아케이드게임의 주요 고객으로 18세 이상 성인 비중이 증가한 반면, 가족 단위로 게임 센터를 찾는 고객들은 전년에 비해 비중이 많이 줄어들었다. 이런 추세는 신규 비디오게임기 출시에 따른 이용자 이동 현상과 함께 가족용 게임 센터의 대폭적인 구조조정에 기인하는 것으로, 2007년의 경우 게임 센터 업소 수가 전년대비 50%나 감소하였다.

게임 센터뿐만 아니라, 아케이드 전용 게임장과 싱글로케이션 업소 수도 감소하여 전반적으로 미국에서 아케이드게임 이용자가 감소하고 있다는 것을 간접적으로 보여준다. 하지만 18세 이상의 성인 이용층은 오히려 늘어나 미국의 경우 성인층을 중심으로 아케이드게임 시장이 형성될 것으로 예상된다.

그러나, 식당이나 놀이시설, 스포츠시설과

결합한 가족용 게임 센터에 대한 수요도 여전히 존재하기 때문에 급속하게 시장이 축소되기도는 점진적인 시장 재편 형태로 진행될 것으로 보인다. 특히, 가족용 게임 센터에서 주로 인기있는 슈트박스, 크레인 게임, 각종 시뮬레이션이나 체험형 게임 등이 앞으로도 꾸준히 인기를 끌 것으로 예상된다.

2. PC게임

미국 PC게임 이용자들은 평균 13세부터 게임을 시작하여, 현재 이용자의 평균 연령은 30대 중반인 것으로 나타났다. 상대적으로 이용자의 연령층이 높은 PC게임의 경우 조작이 어렵고, 많은 사고를 필요로 하는 전략시뮬레이션 장르가 인기를 끌고 있다.

한편, NPD 그룹의 조사에 따르면, 미국 내 PC게임 판매량은 2005년 3,880만개에서 2006년 3,940만개로 소폭 증가한 것으로 나타났다. 2006년 한 해 동안 미국에서 가장 많이 팔린 PC게임 타이틀은 WOW(World of Warcraft)였고, 다음은 심즈 2와 심즈 2 확장팩의 순으로 조사되었다.

미국 PC게임 이용자들이 선호하는 장르를 살펴보면, 전략 게임이 35.4%로 가장 비중이 높았으며, 다음으로 RPG가 13.9%, 가족용 계



〈표 4-2-2-01〉 미국 PC게임 판매량 : 2005/2006

(단위 : 백만개)

구분	2005	2006
판매량	38.8	39.4

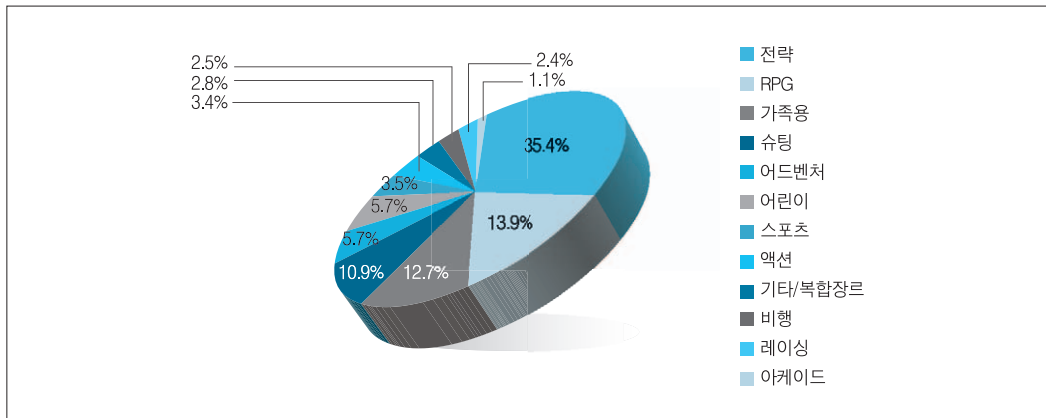
※ 자료 : NPD Group 2007

〈표 4-2-2-02〉 미국 PC게임 타이틀 판매 순위 (Top 20)

순위	게임 타이틀
1	WORLD OF WARCRAFT
2	THE SIMS 2
3	THE SIMS 2 : OPEN FOR BUSINESS EXPANSION PACK
4	ELDER SCROLLS : OBLIVION
5	STAR WARS : EMPIRE AT WAR
6	THE SIMS 2 PETS EXPANSION PACK
7	AGE OF EMPIRES III
8	THE SIMS 2 : FAMILY FUN STUFF EXPANSION PACK
9	CIVILIZATION IV
10	THE SIMS 2 NIGHTLIFE EXPANSION PACK
11	GUILD WARS FACTIONS
12	ZOO TYCOON : COMPLETE COLLECTION
13	ZOO TYCOON 2
14	THE SIMS 2 GLAMOUR LIFE STUFF EXPANSION PACK
15	CARS : RADIATOR SPRINGS ADVENTURES
16	CALL OF DUTY 2
17	THE SIMS COMPLETE COLLECTION
18	LORD OF THE RINGS : BATTLE FOR MIDDLE EARTH 2
19	THE SIMS 2 : UNIVERSITY EXPANSION PACK
20	WARCRAFT III BATTLE CHEST

※ 자료 : NPD Group 2007

〈그림 4-2-2-03〉 미국 PC게임 이용자의 선호 장르 : 2006



※ 자료 : ESA 2007

임이 12.7%, 슈팅이 10.9%의 순으로 나타났다.

3. 비디오게임

PC게임 이용자에 비해 상대적으로 연령층이 낮은 비디오게임 이용자들은 액션이나 스포츠, 레이싱 게임 등 플레이 시간이 비교적 짧고, 조작이 간편한 게임들을 많이 이용하고 있다.

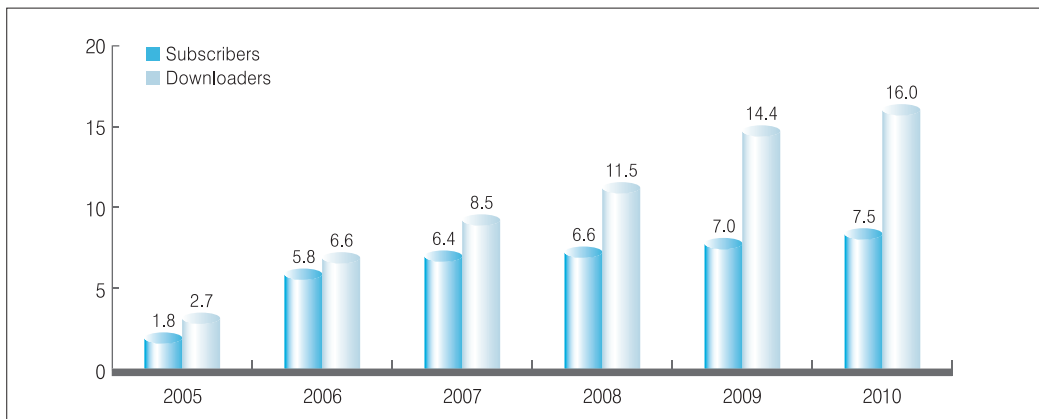
미국 비디오게임의 온라인 이용자들은 2007년 기준으로 할 때, 온라인 서비스에 가입한 이용자가 640만명이고, 다운로드 이용자는 850만명으로 나타났다. 2010년까지 온라인 가입자는 750만명으로 완만하게 증가할 것으로 예상되지만, 다운로드 이용자는 1,600만명으로 빠르게 증가할 것으로 전망된다.

한편, NPD 그룹에 따르면, 미국 내 비디오 게임 판매량은 2005년 약 1억 9,000만개에서 2006년 2억 100만개로 증가한 것으로 나타났다. 2006년 한 해 동안 미국에서 가장 많이 팔린 비디오게임 타이틀은 PS2로 발매된 '매든 NFL 2007' 이었으며, 다음으로는 NDS의 '뉴 슈퍼마리오브라더스', Xbox360의 '기어스오브워' 가 차지하였다.

2006년 한 해 동안 미국에서 가장 인기가 있었던 비디오게임 장르는 액션 게임이 27.5%로 가장 비중이 높았으며, 다음으로 스포츠가 17.0%, 레이싱과 슈팅이 각각 10.8%, 10.6%의 순으로 나타났다. 앞으로는 이기종 간 크로스 플랫폼이 발달하면서, PC게임에서 인기를 끌고 있는 전략시뮬레이션 게임들이 콘솔에서도

<그림 4-2-2-04> 미국 비디오게임 온라인 서비스 이용자 현황 : 2005~2010

(단위 : 백만명)



※ 자료 : Jupiter Research 2007

<표 4-2-2-03> 미국 비디오게임 판매량 : 2005/2006

(단위 : 백만개)

구분	2005	2006
판매량	190.5	201.3

※ 자료 : NPD Group 2007

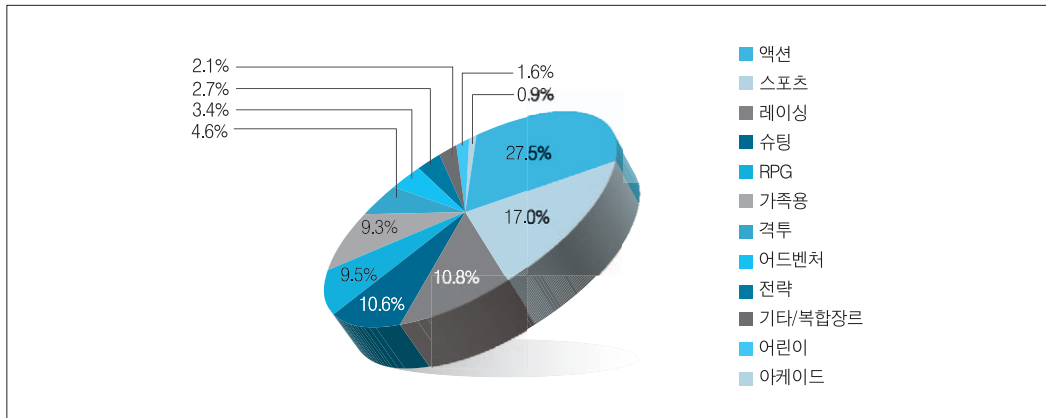


〈표 4-2-2-04〉 미국 비디오게임 타이틀 판매 순위 (Top 20)

순위	게임 타이틀	플랫폼
1	MADDEN NFL 07	PS2
2	NEW SUPER MARIOS BROTHERS	Nintendo DS
3	GEARS OF WAR	Xbox360
4	KINGDOM HEARTS 2	PS2
5	MADDEN NFL 07	Xbox360
6	FINAL FANTASY XII	PS2
7	BRAIN AGE	Nintendo DS
8	TOM CLANCY'S GHOST RECON : ADVANCED WARFIGHTER	Xbox360
9	NCAA FOOTBALL 07	PS2
10	GUITAR HERO II	PS2
11	GRAND THEFT AUTO : LIBERTY CITY STORIES	PS2
12	GRAND THEFT AUTO : SAN ANDREAS	PS2
13	LEGEND OF ZELDA : TWILIGHT PRINCESS	Wii
14	GOD OF WAR	PS2
15	MARIO KART	Nintendo DS
16	WWE SMACKDOWN VS. RAW 2007	PS2
17	MIDNIGHT CLUB 3 DUB EDITION REMIX	PS2
18	GUITAR HERO BUNDLE	PS2
19	LEGO STAR WARS II : THE ORIGINAL TRILOGY	PS2
20	MADDEN NFL 07	Xbox

※ 자료 : NPD Group 2007

〈그림 4-2-2-05〉 미국 비디오게임 이용자의 선호 장르 : 2006



※ 자료 : ESA 2007

주목받을 것으로 예상된다.

4. 온라인게임

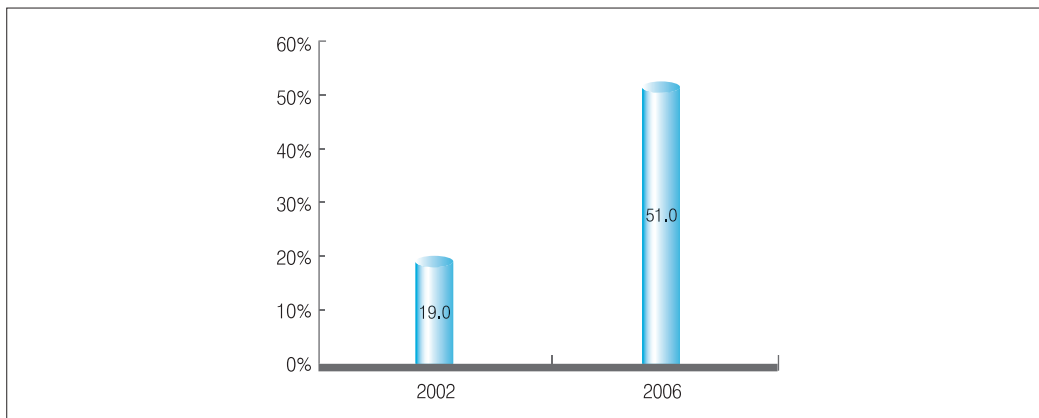
미국 ESA에서 1,200가구를 대상으로 조사한 결과, 2006년 주요 게이머 중 온라인게임 이용자의 온라인게임 이용자의 비율은 51%에 달하는 것으로 나타났다. 이는 2000년 19%에 비해 32% 증가한 수치로, 온라인게임 이용자

들이 빠르게 확산되고 있음을 보여준다.

온라인게임 이용자를 성별로 구분해 보면, 전체의 53%가 남성이고 나머지 47%가 여성으로 나타나, 남녀가 비슷한 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그리고, 주로 이용하는 온라인게임 장르는 퍼즐/보드게임 등으로 나타나 간단한 캐주얼 게임에 대한 선호도가 높은 것으로 조사되었다.

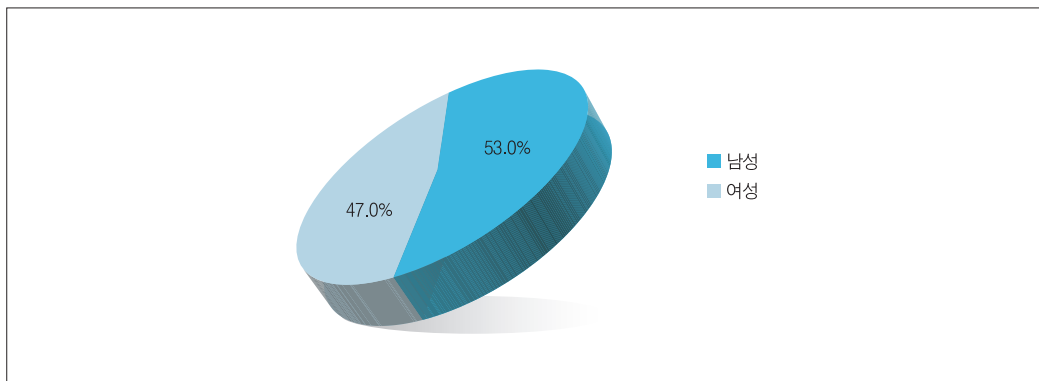
미국 온라인게임 이용자를 캐주얼 게이머와

<그림 4-2-2-06> 미국 온라인게임 이용 비율 : 2000/2006



※ 자료 : ESA 2007

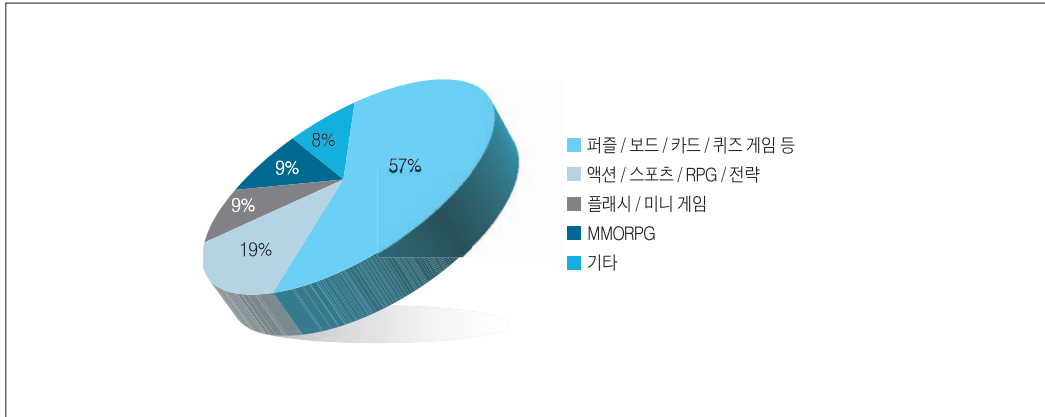
<그림 4-2-2-07> 미국 온라인게임 이용자의 성별 현황 : 2006



※ 자료 : ESA 2007



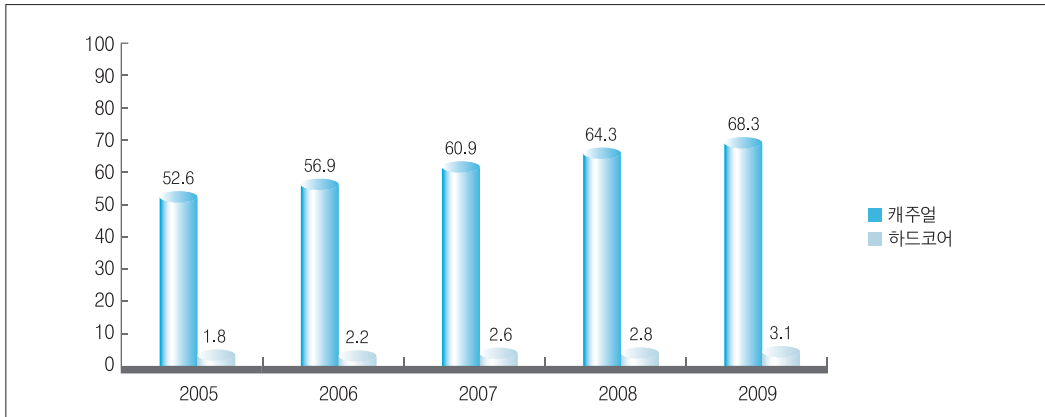
〈그림 4-2-2-08〉 미국 온라인게임 이용자의 선호 장르



※ 자료 : IDG analysis 2006

〈그림 4-2-2-09〉 미국 온라인게임 이용자 규모 및 전망

(단위 : 백만명)



※ 자료 : DFC 2006

하드코어 게이머로 구분해서 살펴보면, 2007년을 기준으로 캐주얼 게이머는 6,090만명, 하드코어 게이머는 260만명 정도인 것으로 추산된다. 2009년에는 캐주얼 게이머가 6,830만명, 하드코어 게이머는 310만명에 이를 것으로 예상된다.

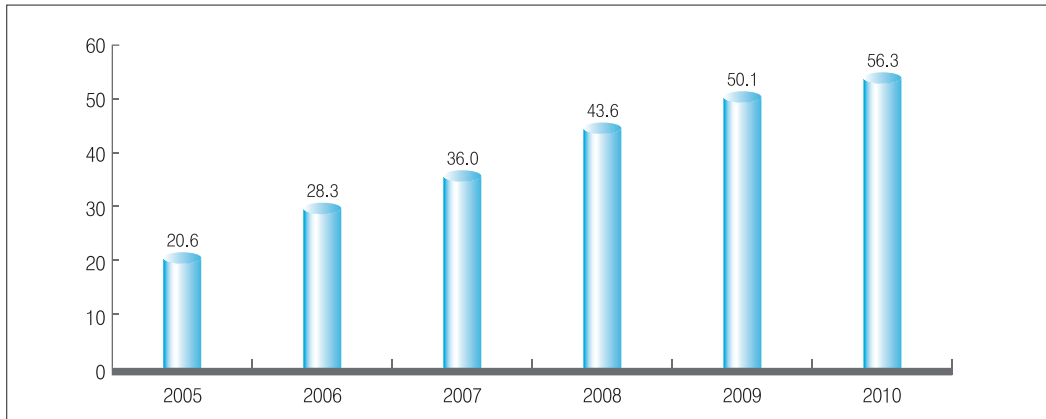
5. 모바일게임

미국의 모바일게임 이용자 수를 살펴보면, 2005년 2,060만명 규모에서 매년 지속적으로 증가하여 2010년에는 5,630만명에 달할 것으로 전망된다. 또 모바일게임 이용자의 비율은 2006년 전체의 34%로 조사되었는데, 이는 2002년의 20%에 비해 약 14% 증가한 것이다.

미국 모바일게임 이용자 중에서 과거 한 달

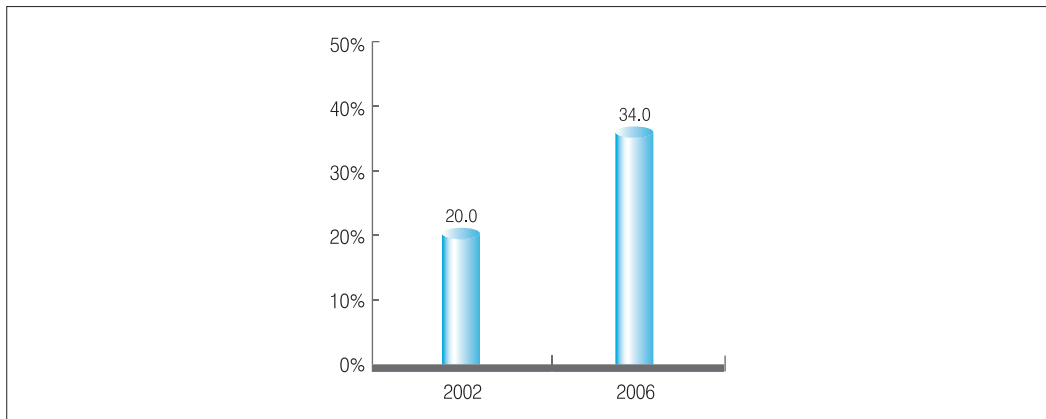
<그림 4-2-2-10> 미국 모바일게임 이용자 수 : 2005~2010

(단위 : 백만명)



※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2005

<그림 4-2-2-11> 미국 모바일게임(휴대폰 및 PDA) 이용 비율 : 2002/2006



※ 자료 : ESA 2007

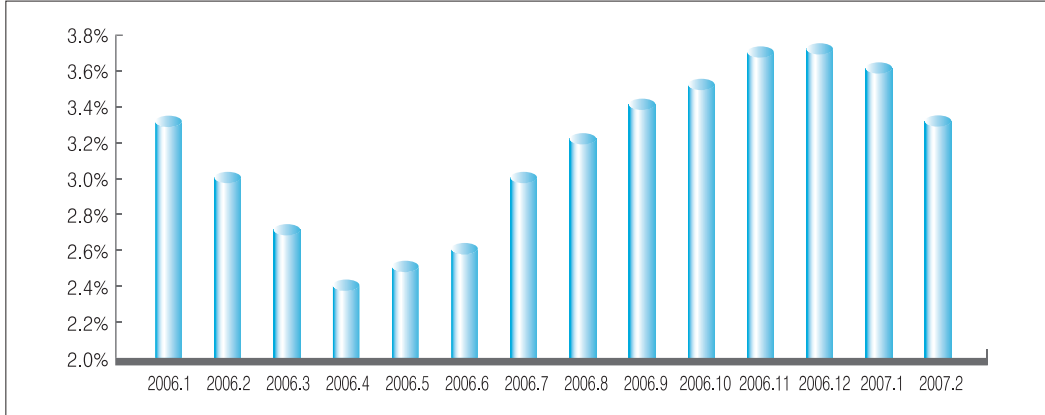
동안 1회 이상 모바일게임을 다운로드 받은 이용자의 비율을 보면, 2006년 4월의 경우 2.4%에 약간 못 미쳐 가장 낮은 수준을 보였고, 2006년 11월부터 2007년 1월까지의 3.5%가 넘는 것으로 나타나 상대적으로 크리스마스와 겨울방학 시즌에 모바일게임의 이용률이 높은 것을 알 수 있다.

미국에서 인기있는 모바일게임을 살펴보면,

4 Wheel Xtreme이나 Need For Speed Carbon, Project Gotham Racing Mobile 같은 레이싱 게임이 상위에 랭크되어 있는 것이 특징이다. 또 EA가 10위권 내 게임 중 3개를 유통하고 있어 모바일게임에서도 EA가 강세를 보이고 있음을 알 수 있다.

한편, 미국 모바일게임의 인기 장르를 살펴보면, 액션(레이싱 포함)이 46%로 가장 높은

〈그림 4-2-2-12〉 미국 모바일 이용자 중 과거 한 달 동안 1회 이상 모바일게임을 다운로드 받은 이용자의 비율 : 2006년 1월 ~ 2007년 2월



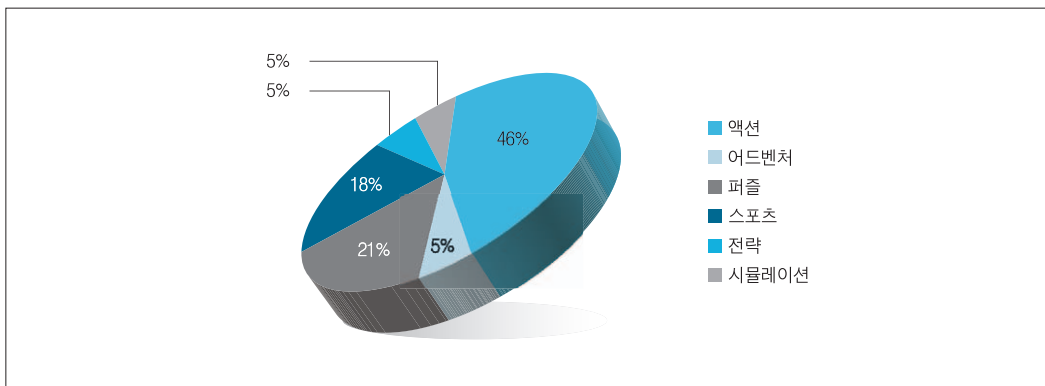
※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

〈표 4-2-2-05〉 미국 모바일게임 Top 10(2007년 10월 기준)

게임명	퍼블리셔	출시일
4 Wheel Xtreme	1-play	25/01/2007
Need For Speed Carbon	EA Game	01/11/2006
Project Gotham Racing Mobile	Glu Mobile	09/02/2007
Triple Scoop Twist	Sky Zone Mobile	18/09/2007
Gradius	Konami	08/01/2007
Orcs & Elves	EAGames	01/02/2007
Brian Lara International Cricket 2007	Glu Mobile	31/08/2007
Burnout	EA Game	31/08/2007
Cake Mania	Astraware	11/10/2006
Dig Dug	Namco Bandai	11/10/2006

※ 자료 : Juniper Research 2007

〈그림 4-2-2-13〉 미국 인기 모바일게임의 장르별 비중(2007년 10월 기준)



※ 자료 : Juniper Research 2007

미국의 게임 관련 주요 단체

ESA(Entertainment Software Association)

① 일반현황

구 분	내 용
주 소	Entertainment Software Association 575 7th Street, NW Suite 300 Washington, DC 20004
홈페이지	http://www.theesa.com
전자우편	esa@theesa.com

② 단체 개요

Entertainment Software Association(ESA)은 비디오게임 콘솔, 개인용 PC, 인터넷 기반으로 구동되는 비디오/컴퓨터 게임 퍼블리싱 업체들이 요구하는 기업 활동과 관련된 이슈 및 공공부문 이슈를 전문적으로 지원하는 미국의 협회이다. ESA는 전 세계에 걸친 저작권 침해 방지 문제, 기업 활동 및 소비자에 관한 조사연구, 정부 관련부처 대응활동, 지적재산권 보호에 대한 노력 등 엔터테인먼트 소프트웨어 퍼블리셔와 관련한 다양한 서비스를 제공하고 있다. 또한, E3 Media & Business Summit을 주관하고 있다.

③ 업무 내용

Worldwide Anti-Piracy Program 운영

본 프로그램은 미국 및 전 세계의 시장에서 발생하는 저작권 침해의 방지를 최우선 목표로 삼고 있으며, 교육 및 단속 프로그램을 통해서 시행되고 있다. ESA의 반 저작권 침해 활동은 인터넷, 미국, 그리고 몇몇 특정 해외 시장에서 시행되고 있으며 단속, 현장 급습, 민·형사 고소를 통해서 회원사의 지적재산권을 보호하고 있다. ESA의 Training Program을 통해서 단속 공무원에게 엔터테인먼트 소프트웨어와 구체적인 상품에 대한 정보를 제공하고 저작권보호의 중요성을 강조한다. 또한 IP Education(지적재산권 교육)을 통해서 게임 소프트웨어 개발자의 지적 재산권의 존중에 대한 일반 대중의 인식을 제고시킨다.

Anti-Piracy Training

불법 저작물의 제조, 유통을 막기 위하여 전 세계의 단속 공무원을 상대로 하는 세미나를 개최하며 비용은 회원사들이 전적으로 책임진다. 교육 목적은 단속 공무원이 불법 저작물임을 인식하게 하고, 제조, 유통을 수사하고, 단속 및 고소를 시행할 수 있게 하는 지식과 역량을 전달하기 위함이다.

인터넷 저작권 침해 지원(Internet Piracy)

ESA 온라인 감시 및 단속 프로그램을 통한 인터넷 감시(웹사이트, FTP사이트, 뉴스그룹, IRC채널, 옥션사이트, 채팅방, 포럼 등)를 위해 1998년부터 시행되고 있으며 15만건을 적발, 온라인 불법 저작물의 제조, 유통하는 사람에 대하여 형사소송 및 민사소송을 제기하고 있다.

저작권 침해 방지 교육(Anti-Piracy Education)

「Join the © Team」이라는 교육 프로그램을 개발하여 초등학생(Grades K-5)을 상대로 저작권의 존중에 대한 인식을 제고하며, 중·고등학교 학생들을 위하여 고안된 저작권 교육 워크샵 프로그램으로 「Intellectual Property (IP) Education Workshop program」이 있다.

정부의 STOP Program 지원

Strategy Targeting Organized Piracy (STOP)란 미국 상무부 국제무역 행정청에서 시행하는 부시 행정부의 조직적인 저작권 침해 행위에 대항하기 위한 전략 프로그램으로 이를 지원한다.

산업 및 소비자에 대한 연구 보고서 발행(Business and Consumer Research)

ESA는 아래의 연구보고서를 발행하였다.

- ESA' S 2006 컴퓨터 및 비디오게임 산업에 대한 연구 보고서
- 산업 통계 데이터 제공(게임플레이어, 판매 및 장르 등)
- 게임관련 법원 판결 및 법률 해석문 제공
- 게임과 폭력에 대한 연구보고서
- 게임 관련 제3자 단체 연구 보고서

정부부문 역할 조율(Government Affairs)

ESA는 관련 정부 부처와 협력을 통하여 지적재산권 보호, 콘텐츠 규정, 인터넷단속 등 중요 입법 및 공공정책 이슈에서 정부정책에 회원사의 목소리가 반영될 수 있도록 협력하고 있다.

지적재산권 보호

ESA는 지적재산권 정책부(ESA' s Intellectual Property Policy Department)를 두고 비디오 및 컴퓨터 게임사의 국내외 지적재산권과 관련 요구사항이 충족될 수 있도록 지원하고 있다.

미국 내 저작권 보호노력

ESA 지적재산권 정책 담당은 상품 정보, 유통 형태, 산업요구 핵심정책 등 산업에 대한 정보를 제공하여 중앙정부부처 및 기관과 협력한다. ESA의 국회교섭 위원회는 국회와 긴밀한 관계를 유지하며 입법 제안 및 트렌드를 분석하고 의회증언 및 증거서류제출을 준비하며, 산업의 입장과 요구정책안을 보고한다.

지적재산권 이슈는 산업 뿐 아니라 산업과 협력관계를 유지하는 다양한 이익단체와 관련되어 있기 때문에 ESA는 학술 심포지엄 등 지적재산권 이슈와 관련된 다양한 그룹과의 회의를 개최하여 지적재산권과 관련된 최근의 정책을 홍보하는 등 민간분야 협력체계를 구축하고 있다.

ESA는 회원사와 협력하여 통상정책 및 저작권침해 방지 활동의 관점에서 산업에 대한 이해관계의 크기에 따라 국가를 선별하는 「ESA 우선순위 국가 선별 프로그램(ESA Priority Country Program)」을 운영한다. 이는 2가지 방법으로 선별되는데 첫째, 저작권 침해율은 매우 높은 수준에 이르고 있지만 향후 유망한 시장, 둘째 불법 저작물을 대량생산하여 수출하는 나라이다. 현재 표적국가로 선정된 나라는 Brazil, Canada, China, Hong Kong, India, Malaysia, Mexico, Russia, South Korea, Taiwan, Thailand, Ukraine, United States and Vietnam이다.

그리고 국제 지적재산권 연맹(IPA: International Intellectual Property Alliance) 회원사로서 저작권 침해와 관련된 국제적 공조를 지원하며, 국제 사회가 미국의 “Special 301” 운용에 참여할 수 있게 독려한다. 또한, WIPO(World Intellectual Property Organization), APEC(Asia-Pacific Economic Cooperation) 등 국제단체의 저작권 보호에 대한 노력을 지원한다. 미국이 FTA 협정 체결시 지적재산권 분야에서 양국에 호혜적인 협정이 체결될 수 있도록 지원한다.

E3 Media & Business Summit 주관

ESA는 매년 E3(The Electronic Entertainment Expo or E³)라는 컴퓨터 및 비디오게임 박람회를 주관하여 오고 있다. 본 박람회는 게임 산업저널리스트, 기자, 초청 전시업체, 명사에게만 참여를 허용한다.

2007년부터 보다 친밀감 있는 박람회 분위기 조성과 행사의 비즈니스적 성격을 강조하기 위하여 초대장을 가진 업체 및 관계자만이 참여가 가능하기 때문에 기존 6만명의 행사에서 5,000명 정도로 규모가 축소될 전망이다 명칭 또한 E3 Media & Business Summit로 변경되었다.

엔터테인먼트 소프트웨어 등급 위원회(Entertainment Software Rating Board, ESRB) 및 광고 심의 위원회(Advertising Review Council, ARC) 운영 ESRB는 ESA에 의하여 1984년에 설립된 비영리, 자발적 등급심의 위원회로 현재까지 550여 업체로부터 1만여건 이상의 타이틀에 대해 등급을 부여하였다. 또한, ARC를 통해 인터랙티브 소프트웨어산업이 채택한 광고 및 마케팅에 대한 지침(Advertising and marketing guidelines)의 감독, 이행여부, 단속을 책임지고 있다.

④ 회원사(ESA Members)

Activision, Inc.	Konami Digital Entertainment America	소니 Online Entertainment, Inc.
Atari, Inc.	LucasArts	Take-Two Interactive Software, Inc.
Buena Vista Games, Inc.	Mad Catz, Inc.	The American Game Factory, Inc.
Capcom USA, Inc.	Microsoft Corporation	THQ, Inc.
Crave Entertainment	Midway Games, Inc.	Ubisoft Entertainment, Inc.
Eidos Interactive	Namco Hometek, Inc.	Vivendi Games, Inc.
Electronic Arts	Nintendo of America Inc.	Warner Bros. Interactive Entertainment
Her Interactive, Inc.	SEGA of America, Inc.	
id Software	소니 Computer Entertainment America	

IGDA(International Game Developer's Association)

① 일반현황

구 분	내 용
주 소	IGDA 19 Mantua Road Mt. Royal, New Jersey USA 08061
전 화	+1-(856)-423-2990
홈페이지	http://www.igda.org
전자우편	contact@igda.org
FAX	+1-(856)-423-3420

② 단체 개요

IGDA(International Game Developer's Association)는 1995년 Compter Game Developers Association이란 이름으로 처음 설립되었으며, 1999년 글로벌 영역으로 확대되는 게임산업 관련 이슈와 플랫폼의 다양성을 반영하기 위하여 IGDA라는 이름으로 변경하였다. IGDA가 가진 비전은 게임 개발자들이 서로 교류할 수 있는 장을 제공함으로써 개발자의 삶의 질의 개선과 전문성을 발전시키며 개발자에게 영향을 미치는 이슈를 개발자에게 호의적인 방향으로 지원하는 것이다. 구체적인 목표는 "게임 개발자에게 전문성 및 발전의 기회를 제공하고, 게임 개발자의 글로벌 커뮤니티를 구축하며, 게임 개발자를 대변하는 공통의 목소리를 통해 개발자 단체에 영향을 미치는 이슈를 개발자에게 호의적인 방향으로 지원하며, 게임 개발자와 하나의 예술 형태로서의 게임에 대한 인식의 제고를 위해 노력하며, 다음 세대의 개발자를 위한 지원과 지침을 제공하는 것"이다.



③ 업무 내용

- 게임 개발자의 글로벌 커뮤니티 구축

Local Charter(지역 커뮤니티)

지역별 커뮤니티는 전 세계의 도시에서 정기적인 모임을 갖고 있으며 이를 통해 각 지원 차원에서의 게임 개발자들이 서로 교류할 수 있는 단체이다. 현재 Americans, Asia-Pacific, Europe의 3개의 그룹으로 나뉘어 있으며 많은 숫자의 주요 도시별 Local charter가 활동을 하고 있다. 어느 지역이든 지역 커뮤니티를 구축하고자 하는 지역은 IGDA에 제안할 수 있으며, IGDA는 웹사이트 설치 및 공간 지원, 다른 커뮤니티와의 교류기회, 미팅을 위한 사회자등의 인력지원, 홍보, 첫 미팅시의 보조금 지원 등의 서비스를 제공한다. 웹상에서 게시판(Forum)을 이용하여 상호 간의 질의 응답 등을 통해 정보를 구할 수 있다.

Special Interest Group(SIG)

IGDA는 특정한 게임 제작과 관련한 특정한 주제나 훈련에 관심을 가지는 회원들이 서로 벤치마킹하고, 전문성을 배양하고, 새롭게 떠오르는 이슈를 인식하고 대응할 수 있는 특정 관심분야 그룹을 구축하고 지원한다.

On-line Discussion Forums 운영

전 세계 게임 개발자들이 어디서든지 액세스 할 수 있는 포럼을 홈페이지 상에 운영함으로써 게임 관련 특정 주제, 산업이슈, SIG와 Local Charter에 대한 서로 간의 토의와 대화의 장을 제공한다.

Community Gatherings(커뮤니티모임)

IGDA는 연중 개최되는 다양한 이벤트를 통해 많은 커뮤니티들이 서로 모여 네트워크를 구축할 수 있는 기회를 제공한다. 다음은 IGDA가 2007년에 개최한 이벤트들로, 회원에 한정되는 모임 또는 회원 할인이 주어지는 모임들이다.

- Game Developers Conference
- GO3 Electronic Entertainment Expo
- Guildhall Series : Mastering the Craft of Online Gaming Infrastructure
- Game Developers Exchange
- Online Game Developers Conference

Game Developers Choice Awards 시상

IGDA는 게임산업에서 혁신적인 업적을 일궈낸 개인 또는 팀에 대하여 게임 개발자들이 선정하고 영예를 수여하는 Game Developers Choice Awards를 시상한다.

게임 개발자에 대한 봉사기회 제공 및 협력사 프로그램 실행

IGDA는 비영리 기구로서 많은 부분을 자원봉사자에게 의존하고 있다. 현재 497명의 게임 개발자, 학계 및 산업 종사자들이 자원봉사자로 등록되어 있다. 구체적으로 필요한 인력을 홍보함으로써 역량있는 자원봉사자가 단체들에 도움을 줄 수 있도록 지원하고 있다. 또한, Partner Program을 시행함으로써 게임산업과 관련된 기업 및 조직들의 도움을 이끌어 내고 있다. 파트너사는 많은 재정 지원을 할 뿐만 아니라 가용 자원을 IGDA에 지원하고 있다.

게임 개발자의 복지 향상을 위한 노력(Quality of Life)

게임 개발자는 많은 스트레스에 노출되고 있으며 이직률 또한 높게 나타난다. 이러한 현상은 게임산업 전반에 걸친 생산성에 악영향을 미칠 뿐 아니라 역량있는 인재가 이탈하는 결과를 초래하기도 한다. 따라서 IGDA는 매년 복지와 관련한 이벤트 및 강연회를 개최하고 있으며, Quality of Life White Paper(삶의 질에 대한 백서) 및 참고자료를 발행함으로써 개발자의 복지를 위해 노력하고 있다. 또한, 이를 주제로 한 디스커션 포럼을 운영하고 있으며, 인적자원관리를 주제로 한 SIG의 활동을 지원하고 있다.

● **개발업체 지원 및 법률 서비스**

다음과 같은 업체 지원 및 법률 서비스를 제공하고 있다.

- "Developer Business Summit" 개최(스튜디오 대표, 퍼블리싱 업체, 산업 리더가 참여하는 "Think Tank" 이벤트)
- Contract Walk-Trough(계약실행 지침) 발행
- 지적재산권 백서 발행
- 게임 서미션 가이드 제공
- Best Practice 보고서
- 국가별 감세, 보조금, 투자기금, 증여, 대출 등 정부지원 목록 및 가이드에 대한 정보제공

직무 표준 설정(Credit Standards)

직무표준위원회(Credit Standards Committee)를 통해서 게임 개발과 관련한 애매한 직무에 대한 표준을 설정함으로써 직업으로서 전문성을 강화한다.

게임 검열 반대를 위한 노력

게임은 영화, 문학, 기타 엔터테인먼트 예술과 동일한 보호를 받는 저작물로서 이와 다르게 차별하는 행위를 반대하고 있다. IGDA는 검열을 주관하는 정부 기구에 대한 로비를 지원하고 있으며 이와 관련된 칼럼 · 기사, 참고자료 등을 제공하고 있다.

기타

학술단체 및 학생과의 연계 활동을 진행하고 있으며 각종 연구보고서를 발행한다.

