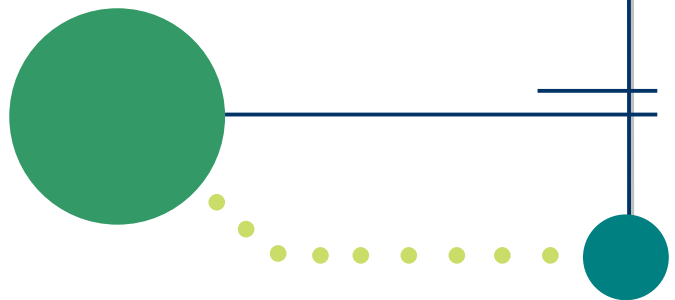




북미 게임 시장 동향

- Blizzard, 4년간 WoW 누적 운영비...年 매출액의 1/7 수준에 불과
- 美 학원, 'SAT 대비용 게임' 개발...기능성 게임 증가세 반영
- EA, 신작 'Spore'로 게임매출과 관련 콘텐츠 매출 동시 겨냥
- **M&A** EA, Take-Two 인수 공식 포기
- **M&A** Paramount 영화사, DVD 기반 게임 개발사 Screenlife 인수
- **STAT** 美 게이머 상당수, 5만원 넘는 高價게임에 대한 구매 유보
- **STAT** 게임이 대인관계 및 시민성 함양에 도움 돼...Pew Internet
- **STAT** 美 콘솔 HW 판매량 (9월 둘째 주)
- **STAT** 美 콘솔 SW 판매량 (9월 둘째 주)



Blizzard, 4년간 WoW 누적 운영비...年 매출액의 1/7 수준에 불과

● WoW, 연매출 13.5억, 4년간 누적 운영비는 2억 달러 수준

- ◆ 2004년 말 출시된 'World of Warcraft'의 누적 운영비가 연간 매출액의 1/7 수준인 2억 달러에 불과한 것으로 공식 확인되며 유료 MMO 게임의 고수익성을 입증
 - Blizzard 측에 따르면 현재 WoW는 대다수 유료 가입자를 포함해 전세계적으로 1,000만 명 이상의 실질 사용자를 거느리고 있음
 - 1,000만 명의 실질 플레이어 가운데 월정액 사용자 규모를 750만 명으로만 잡더라도 연간 13억 5,000만 달러(미국 월정액 요금 15달러 기준)의 이용료 매출을 추정할 수 있음
 - 운영비 2억 달러는 관련 인건비를 비롯해 각종 고객센터/하드웨어 비용 등 게임 유지 전반의 지출을 합산한 수치
 - 운영비에 잡히지 않는 기타 비용과 사용자 정액요금 이외의 부가 매출은 미포함
- ◆ 11월 출시될 두 번째 확장팩 'Wrath of the Lich King'에 힘입어 사용자 기반을 한층 넓힐 가능성도 배제할 수 없음
- ◆ Blizzard Entertainment을 보유한 Vivendi Universal Games(Activision과 합병)의 연간 매출은 2004년 4억 7,500만 유로, 2005년 6억 4,100만 유로, 2006년 7억 3,700만 유로로 추산되며(3년간 누적 매출 약 26억 2,663만 달러), WoW는 이 가운데 70~80%를 차지한 것으로 파악됨

美 학원, 'SAT 대비용 게임' 개발...기능성 게임 증가세 반영

● 美 대입(大入)학원들, 최초로 'SAT 대비용 게임' 개발에 나서...기능성 게임 증가세 반영

- ◆ 교육용 타이틀을 중심으로 기능성 게임이 속속 출시되고 있는 가운데, 최근 미국의 유명 사설 교육기관인 Kaplan과 Princeton Review가 SAT 시험 대비용 게임 개발에 나섬
- ◆ Kaplan은 Aspyr Media와 공동으로 수리/읽기/쓰기 등 SAT의 평가영역 각각을 퀴즈 형식으로 학습하도록 하는 게임 'future U' 를 개발함
 - PC용 게임은 이미 40달러에 출시(다운로드 버전은 현재 준비 중)됐으며 10월 중순

Nintendo DS용 버전도 30달러에 발매될 예정

- ◆ Princeton Review, 프랑스의 Ubisoft와 공동으로 2,000여 개의 연습문제와 실전 모의고사 2회분 등을 수록한 'My SAT Coach' 개발 중
 - 이달 중 Nintendo DS용으로 30 달러에 발매 예정
- ◆ 두 학원 모두 '여러 학습방안 가운데 하나일 뿐'이라는 입장이지만, SNS/게임기 등의 사용자 저변이 급속히 확대되는 최근 추세와 무관하다고 볼 수 없음
 - PC용 학습 타이틀은 이미 시중에 다수 출시되었음

EA, 신작 'Spore' 로 게임매출과 관련 콘텐츠 매출 동시 겨냥

● EA의 기대작인 'Spore', 5년의 예고 끝에 마침내 정식 출시.

- ◆ 'Sims' 시리즈로 세계적인 명성을 얻은 Will Wright의 최신작인 만큼 게임 자체만으로도 상당한 매출이 예상되며 관련 콘텐츠 판매도 병행될 예정
 - PC와 각종 게임기를 아우르는 크로스플랫폼 전략 채택
- ◆ 온라인게임의 커뮤니티와 부문유료 모델을 싱글게임에 접목해 패키지 게임의 새로운 가능성 타진
 - 가상 아이템 등 유료 콘텐츠의 개입 여지가 커 온라인게임처럼 지속적인 수입을 담보하는 하이브리드형 패키지 게임의 선례가 탄생할 것으로 예상
 - 관련 데이터베이스를 통해 사용자 제작 콘텐츠의 상호교류 지원
 - 싱글플레이에서 발현된 게이머 각자의 상상력과 창의력으로 게임 자체의 진화와 수명 연장을 유도
 - 사용자 제작 콘텐츠(지도, 미니게임, 각종 아이템 등)를 통한 게임 수명 연장 및 인기 확대 가능성은 'StarCraft'와 'Sims' 등의 선례에서 이미 확인된 바 있음
- ◆ EA는 신작 'Spore'로 'Sims' 이상의 판매고를 겨냥
 - Will Wright 전작인 'Sims' 시리즈는 전세계적으로 1억 장 이상의 판매고를 올린 바 있음
 - 사실상의 후신인 'Spore'도 프로젝트 발표 당시부터 상당한 관심을 끌며 지난 6월 출시된 유료 데모버전 'Spore Creature Creator'(10 달러)가 330만 건의 사용자 업로드(자체 제작 생물 등)를 유발해 게이머들의 높은 기대를 반영
- ◆ EA 특유의 연작 출시와 크로스플랫폼 전략을 통한 시장 확대 시 'Spore' 및 후속

시리즈의 판매량은 'Sims'의 종전 기록을 넘어설 수도 있음

- Nintendo DS용 'Spore Creatures'와 휴대단말용 'Spore Origins' 등을 비롯해 향후 콘솔게임기용 버전도 출시될 예정

EA, Take-Two 인수 공식 포기

● EA, Take-Two 인수 '완전히 포기'...이유는 불확실한 개발인력 유지와 라인업

- ◆ EA는 7개월간 끌어왔던 Take-Two 인수시도를 지난 14일 중단한다고 공식 선언
 - 7개월 동안 EA는 Take-Two를 인수하기 위해 총 20억 달러(약 2조2,200억 원) 수준의 인수제안을 했고, 받아들여지지 않자 '공개매수'를 수 차례 진행하는 등 적극적인 의지를 보인바 있음
- ◆ EA의 Take-Two 인수를 포기한 주요 원인은 핵심 개발인력 유지와 향후 라인업
 - Take-Two와 'GTA'의 개발사인 Rockstar Games의 핵심 개발진과 Take-Two 사이의 계약이 내년 2월 종료
 - 'GTA'의 비중이 너무 높은 향후 라인업에 대한 우려도 Take-Two 인수포기에 큰 영향을 준 것으로 분석됨
- ◆ Take-Two는 EA의 포기 발표 이후 다른 회사들과 적극적으로 논의를 진행하고 있다며 EA의 '인수 포기'에 상관없이 미래를 위한 행보를 계속하겠다는 입장을 밝힘

Paramount 영화사, DVD 기반 게임 개발사 Screenlife 인수

● Paramount, "Scene It?" 개발사 Screenlife 인수

- ◆ Viacom의 Paramount Pictures가 DVD 기반 트리비아게임(trivia game, 단순한 퀴즈 형식의 게임) 'Scene It?'의 개발사인 Screenlife를 인수했다고 발표함
 - 구체적인 인수 가격 및 조건을 밝히지 않음
- ◆ Screenlife는 모든 메이저급 스튜디오와 방송사로부터 게임에 쓰이는 각종 영화 및 TV쇼 장면에 대한 사용 허가를 받았으며, 이를 토대로 'Scene It?'을 개발함
 - Screenlife는 2002년 'Scene IT?' 런칭 후 20개 이상의 다양한 게임을 26개 국가, 5만여

점포에서 제공하고 있음

- ‘Scene IT?’은 지금까지 DVD를 포함한 각종 게임 콘솔과 모바일에 이르는 다양한 플랫폼에서 1,500만 개의 판매고를 기록
- ‘Scene IT?’은 아동용, 성인용, 가족용으로 상품이 세분화되어 있으며, 아동용의 경우 디즈니 1-2, 해리포터 1-2 등으로 시리즈가 있으며, 가족용의 경우 영화 관련 퀴즈, 음악 관련 퀴즈, 스포츠 관련 퀴즈 등의 시리즈가 있음
- ◆ Paramount는 Screenlife 인수를 통해 Paramount Digital Entertainment의 멀티플랫폼 전략 실행과 새로운 인터랙티브 디지털 콘텐츠 생산에 적극적으로 나설 것으로 전망됨
- Screenlife는 인수 후, Paramount의 디지털콘텐츠 및 게임을 개발, 유통하는 Paramount Digital Entertainment 사업부에 편입될 예정

 php.screenlifegames.com/scene_it.php

美 게이머 상당수, 5만원 넘는 高價게임에 대한 구매 유보

현재 신규 타이틀 가격은 게이머들에게 너무 비싸게 느껴져

- ◆ 미국 전문 리서치 기관 Frank N. Magid Associates가 북미 게이머를 대상으로 '차세대 게임기 신작 타이틀의 가격을 어떻게 생각하십니까?'라는 주제로 설문을 진행한 결과 상당수의 응답자가 현재 타이틀 기본 가격인 55.99 달러가 많이 비싸다고 느껴진다고 응답
- 게임 타이틀 가격이 떨어질 때까지 기다리거나 (43%), 중고 타이틀 구매 (30%), 가격이 비싸 선뜻 구매하지 못하는 (23%) 경우가 대부분으로 나타나, 신작 타이틀을 출시와 함께 바로 구매하는 층은 생각보다 적다고 분석됨
- 10 대부터 20대 사이는 정품 구매보다는 중고나 가격이 다운된 타이틀을 주로 구매하고 20대에서 30~40대 층이 주로 신작 출시와 함께 정품을 구매하는 것으로 알려졌다.
- ◆ 게임 자체의 출시도 상당히 많을 뿐만 아니라, 다각화된 플랫폼 때문에 한 개의 플랫폼에 주력한 게임을 구매하기 어렵기 때문인 것으로 분석됨

업체와 게이머 간 게임 타이틀 적정가 차이 심해

- ◆ 한국 게이머들은 3만5천원 수준을 가장 이상적인 가격으로 생각하고 있으며, 4만 5천원 대 정도면 어느 정도 구매할 수 있다는 입장

글로벌 게임산업 Trend

- ◆ 업체가 선호하는 이상적 가격은 4만9천원에서 5만9천원 수준, 한글화를 할 경우 5천원 이상의 추가 금액을 필요로 함

Chart 차세대 게임기 신작 타이틀 가격 설문조사 결과

타이틀 가격이 \$59.99일 때 게이머의 반응



\$59.99인 타이틀에 대한 연령별 구매 의도

		가격이 떨어질 때까지 기다릴 것이다	중고 타이틀을 구매할 것이다	게임을 전보다 덜 구매할 것이다	구매하기보다는 대여할 것이다	좋은 게임이라면 가격은 중요하지 않는다
응답자		194	137	105	75	75
차세대 콘솔 소유비율		43%	30%	23%	17%	17%
남성	12-17	45	35	13	15	22
	18-24	46	34	29	14	21
	25-34	44	30	39	15	30
	35-44	46	31	27	23	19
	45-54	61	39	17	13	9
	55-64	33	22	11	22	0
여성	12-17	43	39	15	30	13
	18-24	44	21	32	6	12
	25-34	32	43	23	25	18
	35-44	39	18	20	16	12
	45-54	43	21	19	11	9
	55-64	22	11	22	0	0

*주: 차세대 콘솔게임기 소유자 대상 (N=452)

[출처] Frank N. Magid Associates

STAT 게임이 대인관계 및 시민성 함양에 도움 돼...Pew Internet

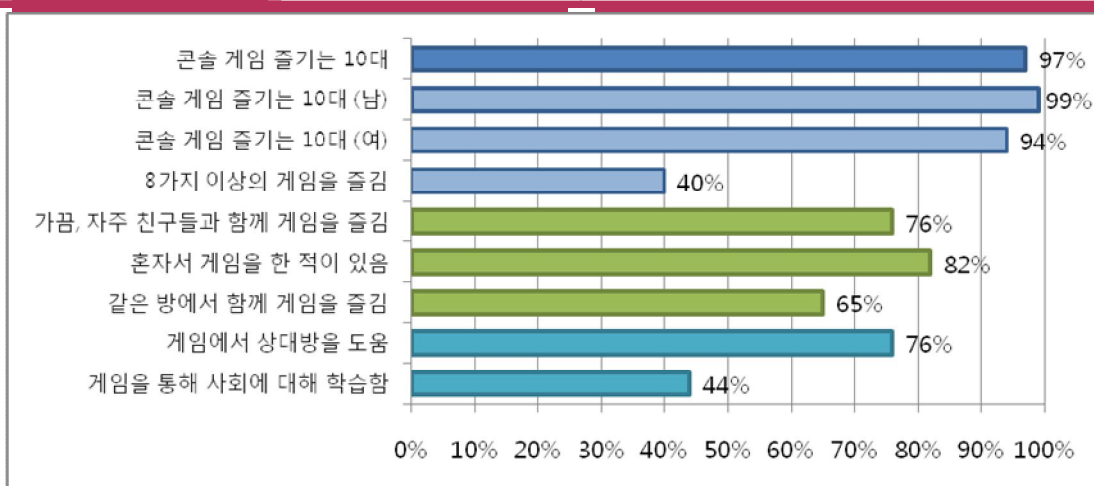
● 어린이의 대부분이 콘솔게임을 즐기며, 사회성 발달에 영향을 미침

- ◆ 미국 전문 리서치 기관 Pew Internet & American Life Project는 콘솔게임이 어린이의 사회성 발달에 오히려 유익할 수 있다는 최근 연구 결과를 발표함
 - 미국 전역의 12~17세 어린이 1,102명을 대상으로 실시한 설문 조사 결과, 응답자 중 97%가 콘솔게임을 즐기는 것으로 나타나고, 특히 8종류 이상의 게임을 즐기는 어린이가 40%에 달하는 것으로 나타남
 - 응답자 중 76%는 게임 중 친구들을 도와주고, 44%는 현실 사회에서 일어날 수 있는 문제에 대해 배우는 등 현실을 반영하는 가상 현실 게임이 증가함에 따라 게임이 사회성 발달에 긍정적 영향을 미치는 것이 밝혀짐

● 폭력성 증가, 사회성 발달 저해 등 선입견은 사실과 다른 것으로 나타나

- ◆ 게임은 10대들에게 더 이상 때 놓을 수 없는 부분이 되었으며, 생활과 밀접한 관련을 맺음에 따라 게임이 폭력성을 부추기고 사회성 발달을 저해할 것이라는 선입견은 사실과 다른 것으로 나타남
 - 주로 혼자서 게임 플레이를 즐기는 어린이는 전체 응답자의 24%에 불과한 반면 65%에 달하는 응답자는 친구들과 같은 방에서 함께 게임을 즐기는 것으로 나타남

Chart 미국 10대의 콘솔게임 이용 설문 결과



*주: 12~17 세 미국 어린이 대상 (N=1,102)
 [출처] Pew Internet & American Life Project, 스트라베이스 재구성

STAT 美 콘솔 HW 판매량 (9월 둘째 주)

Table 美 콘솔 HW 판매량 (9.7~9.13)

순위	HW	9.7~9.13 판매량	전주 대비 증감	누적판매량
1	Wii	156,418	+18%	14,243,796
2	DS	129,673	-7%	25,634,964
3	Xbox360	90,486	-1%	12,502,038
4	PSP	54,696	-11%	13,735,824
5	PS3	48,924	-13%	5,867,147
6	PS2	32,727	-6%	48,631,913

[출처] VGChartz

STAT 美 콘솔 SW 판매량 (9월 둘째 주)

Table 美 콘솔 SW 판매량 (9.7~9.13)

순위	플랫폼	게임명	퍼블리셔	주수	주간 판매량	누적 판매량
1	Wii	Wii Sports	Nintendo	95	156,418	14,243,796
2	Wii	Wii Fit	Nintendo	17	100,158	2,105,415
3	X360	Mercenaries 2: World in Flames	Electronic Arts	2	79,658	294,951
4	Wii	Wii Play	Nintendo	83	69,447	7,191,905
5	X360	NHL 09	Electronic Arts	1	67,119	67,119
6	Wii	Mario Kart Wii	Nintendo	20	61,375	3,139,261
7	X360	Madden NFL 09	Electronic Arts	5	47,469	1,079,268
8	DS	Spore Creatures	Electronic Arts	1	38,845	38,845
9	PS3	NHL 09	Electronic Arts	1	35,256	35,256
10	PS3	Mercenaries 2: World in Flames	Electronic Arts	2	29,903	117,853

[출처] VGChartz