

글로벌 게임산업 트렌드

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2011년 10월 제1호



한국콘텐츠진흥원



KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

목 차

2011년 10월 제1호

2011. 10. 14

1 글로벌 게임시장 동향..... 4

- 비디오게임, 종합 예술로서 위상 획득
- 유료아이템, 소셜 게임시장의 주요 수입원으로 부상
- 게임업체 THQ, 클라우드 게임시장의 전망과 전략 발표
- PopCap 인수한 EA, Facebook 기반 소셜 게임업체 2위로 부상
- Adobe, 3D게임 지원하는 'Flash Player 11' 10월 출시

2 북미 게임시장 동향..... 11

- 미국 정부, 온라인 청소년 개인정보 보호 강화 방침
- 미국 오레곤시, 중고게임 매매 시 신상 확인 법령 제안
- Zynga, 매출 증가폭과 순이익 모두 감소세 보여
- Apple, iPhone 제조 과정에 비판적 내용 담은 게임 삭제
- 고전영화 <대부>, 소셜게임으로 재탄생
- **통계** 미국 콘솔 HW&SW 판매량
- **통계** 미국 MMO게임 이용 순위
- **통계** 미국 App Store 인기게임 순위
- **통계** 미국 Android Market 인기게임 순위

3 아시아 게임시장 동향..... 20

▶ 중국 게임시장 동향 21

- 중국 정부, 아케이드게임 오락실 규제 완화
- 기린 게임과 ChangYou의 진실공방, ChangYou 승리로 결정
- Tencent, 스마트폰 제조업체 HTC에 소셜네트워크 플랫폼 제공
- 중국 게임업체 Perfect World, 중국 및 해외 시장 집중 공략
- 호주 모바일게임 <Fruit Ninza>, 중국 게임시장 공략
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ **일본 게임시장 동향** 27

- 일본 게임업계, 새로운 성장 동력으로 여성 게이머에 주목
- Sony, PS Vita 데이터 요금제 발표
- Nintendo, <Monster Hunter> 등 대작 게임 발표로 부활 도모
- 일본의 유명 RPG 게임 <Dragon Quest>, 온라인게임으로 제작
- **통계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ **기타 게임시장 동향** 32

- 아시아 게임시장, "기간 당 이용자 수로 성공 짐작 못해"
- MS, 호주에서 Xbox360 Kinect 버전 가격 인하 단행
- <AIKA:SEA>, 싱가포르에서 가장 인기 있는 온라인게임으로 선정
- 인도 게임업체, 미국 프로레슬링 콘텐츠 모바일게임으로 제작

4 **유럽 게임시장 동향**..... 36

- 글로벌 종합 미디어그룹 Vivendi, 2011년 상반기 게임 부문 실적
- 영국 게임시장, 게임업체간 치열한 가격 인하 경쟁
- 클라우드 게임업체 OnLive, PC 모드게임과 인디게임 부문 강화
- 소셜 게임업체 BigPoint가 말하는 소셜게임과 BigPoint의 미래
- 프랑스 게임업체 Ubisoft, ASP.net 개발자 경진대회 개최
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

5 **중남미 게임시장 동향**..... 46

- 게임 수출국으로 변신한 아르헨티나, '제작된 게임 중 95%가 수출'
- 브라질 정부, IT 산업 부흥 일환으로 Xbox360 제조업체 유치
- 멕시코 게임업계, 'EGS'를 통해 멕시코 게임시장 활성화 도모
- Fox Networks, 중남미 시장에 Facebook용 레이싱게임 출시

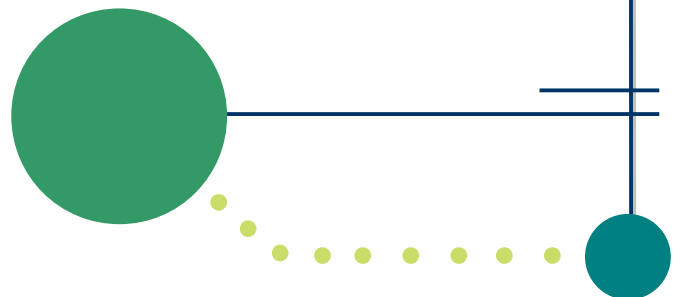
6 **국내 게임시장 동향**..... 51

- 한국 온라인게임, 해외 시장에서 인기몰이
- 국산 소셜게임, PC와 스마트폰을 통해 글로벌시장 진출
- 웹게임, 바쁜 현대인들에게 새로운 활력소로 작용
- 국내 게임업계, M&A 구설수에 몸살앓이
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 온라인게임 포털 순위



글로벌 게임시장 동향

- 비디오게임, 종합 예술로서 위상 획득
- 유료아이템, 소셜 게임시장의 주요 수입원으로 부상
- 게임업체 THQ, 클라우드 게임시장의 전망과 전략 발표
- PopCap 인수한 EA, Facebook 기반 소셜 게임업체 2위로 부상
- Adobe, 3D게임 지원하는 'Flash Player 11' 10월 출시



비디오게임, 종합 예술로서 위상 획득

● 비디오게임, 새로운 종합 예술적 표현 장르로서 인정

- ◆ 유명 PC게임 <Civilization 4>가 올해 2월 미국에서 열린 제 53회 Grammy Awards에서 게임 역사상 최초로 '최고 보컬 연주 어레인지 음악상'을 수상한 가운데, 게임 또한 새로운 예술 표현 형식 중 하나로 인정받게 될 것이라는 주장이 제기됨
 - 과거 정부와 부모들로부터 과격하고 저속한 것으로 치부되어 왔던 재즈, 블루스, 랩 등이 점차 하나의 문화이자 예술로서 사회에 받아들여진 것과 마찬가지로, 게임도 충분히 예술적 가치를 인정받을 수 있을 것이라는 주장
- ◆ 게임은 더욱 풍부해진 표현력으로 현실성을 띠기 시작했으며, 게임의 스토리나 게임 내 캐릭터 역시 과거 평면적 묘사에서 점차 입체적이고 복잡한 설정으로 발전
 - 상호작용의 관점을 고려한다면 게임 내 캐릭터들이 Tom Sawyer나 Sherlock Holmes와 같은 문학 속 캐릭터들처럼 간주되지 말리란 법은 없음
 - 게임의 스토리 구성과 플롯 역시 미묘한 감정 전개와 도덕적 딜레마를 표현하고 있음
- ◆ 게임산업은 전 세계적으로 450억 달러라는 거대한 규모로 성장했지만, 정작 영화나 음악의 각 장르들과는 달리 그 예술적 위상은 매우 낮음
 - 유명 게임 시리즈 <Civilization>의 개발자 Sid Meier나 건설/운영 시뮬레이션 게임 <SimCity> 및 <Sims>의 개발자 Will Wright 등 극히 일부만이 예술적 표현력을 인정받고 있음

● 게임산업 참여자들의 경험과 개발이 예술성 향상의 동인으로 작용

- ◆ 게임 참여자들 연령대가 과거보다 높아지면서, 게임을 통한 다양한 표현 욕구가 증대한 것도 비디오 게임의 예술성 향상에 지대한 영향을 미친 것으로 분석
 - 작가와 작화가들이 다양한 경험과 연륜을 쌓아가고 독자들도 보다 의미 있는 콘텐츠를 원하면서, 만화책 및 공상과학소설 시장이 예술성을 인정받게 된 것도 같은 맥락
- ◆ 게임 개발에 사용되는 기술이 날로 발전하는 데다 게임 개발 자체가 갈수록 쉬워지고 있는 것도 게임의 예술성 향상을 이끌고 있음
 - 아마추어 영화 제작자들이 다양한 실험적 영화를 통해 미래 감독의 꿈을 키워나갔듯이, 오픈 소스 및 저비용 플랫폼 게임 개발 툴이 보급되면서 한정된 예산에서 자신만의 게임을 개발할 수 있도록 지원

 www.internetevolution.com

유료아이템, 소셜 게임시장의 주요 수입원으로 부상

소셜게임 내 유료아이템 판매수익, 2010년 73억 달러 수준으로 성장

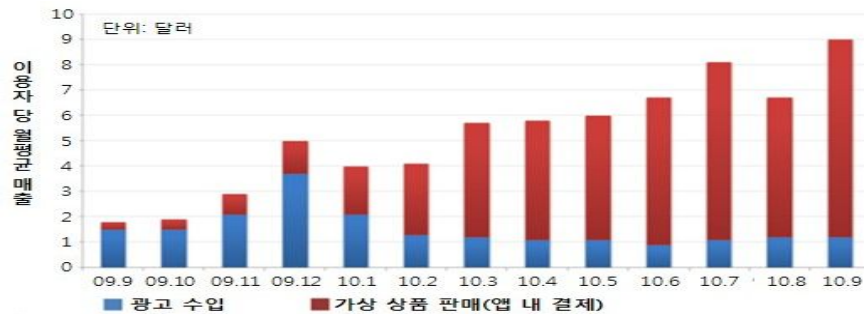
- ◆ 시장조사기관 DFC Intelligence의 9월 보고서 "Advertising and Video Games"에 따르면, 글로벌 게임시장의 광고수익이 2010년 31억 달러에서 2016년 72억 달러로 성장
 - DFC Intelligence의 Michael Goodman 애널리스트는 "게임 플랫폼이 온라인으로 진화하면서 혼자 즐기는 솔로 게임보다 여러 명이 동시에 즐기는 MMO게임이 대중화됨에 따라 게임 광고시장은 더욱 커질 것"이라고 언급
- ◆ 그러나 시장조사기관 In-Stat의 보고서 "Virtual Goods in Social Networking and Online Gaming"에 따르면, 소셜게임 내 유료아이템 판매수익은 2007년 21억 달러에서 2010년 73억 달러로 245% 증가
 - 소셜게임 시장에서 부분유료화 비즈니스 모델에 기반을 둔 유료아이템 판매가 게임업체에게 보다 주요한 수입원으로 부상

소셜게임의 주요 수입원, 광고에서 유료아이템 판매로 지각변동

- ◆ 시장조사기관 Flurry의 보고서 "Madison Avenue and the Land of Make Believe"에 따르면, 2009년 소셜게임 수익의 대부분을 광고가 차지한 것에 비해 2010년의 경우 전체 수익의 80% 이상이 유료아이템 판매수익에 해당
 - 소셜게임의 월평균 유료아이템 판매수익은 1인당 7.8달러로, 광고노출로 인한 수익 1.2달러를 웃도는 수준

www.tmcnet.com

그림 1 소셜게임내 유료아이템과 광고수익 변동 추이



[출처] Flurry, 2011

게임업체 THQ, 클라우드 게임시장의 전망과 전략 발표

● 디스크-Free 콘솔 시대를 열어줄 클라우드 게임

◆ 미국 산 호세(San Jose)에서 9월 7일과 8일 양일간 열렸던 'Cloud Gaming USA*'의 기조연설을 맡았던 게임업체 THQ의 Brian Farrell CEO는 클라우드 게임이 게임산업에 가져올 다양한 기회에 대해 설명하며 THQ의 미래 사업 전략에 대해서도 함께 밝혔

- Farrell CEO는 "미래에는 게임기들이 더 이상 디스크 입력장치를 필요로 하지 않게 될 것"이라며, "이는 게임기 하드웨어의 원가 절감으로 이어질 수 있을 것"이라고 전망
- 또, 그는 이어 "원가 절감은 곧 가격 경쟁력 확보로 이어질 수 있을 것"이라 부연하면서, "이는 높은 하드웨어 가격으로 게임을 즐기지 못했던 소비자들의 부담을 줄일 수 있기 때문에 비디오게임이 보다 대중적인 시장으로 거듭날 수 있도록 할 것"이라고 전망

*주 : 클라우드 게임만을 다루는 게임 컨퍼런스인 'Cloud Gaming USA'는 클라우드 기술이 비디오 게임산업에 가져올 변화는 물론 기회와 위험에 대해 다양한 업계 종사자들이 모여 의견을 나눌 수 있는 자리로서 기획되었음

● 소비자의 요구가 능동적으로 반영된 콘텐츠 제작과 공급이 용이해질 것

◆ 클라우드 게임은 일방향적 게임사업 모델을 소비자 요구가 능동적으로 반영되는 양방향적 사업 모델로 바뀌어나가게 될 것임

- Farrell은 "클라우드 게임을 통해 게임들이 실행되고 게이머들도 항상 그 게임에 접속할 수 있게 되므로, 게임 개발업체들은 게이머들과 보다 새로운 방식으로 교류할 수 있는 기회를 얻게 될 것"이라며, "이를 통해 소비자들의 요구, 게임, 구매 습관 등에 대한 정보를 보다 쉽게 얻을 수 있게 될 것"이라고 언급

◆ 클라우드 게임 시대에는 후속 콘텐츠 개발이 보다 중요하게 될 것임

- 단 한 번의 개발과 판매로 끝나던 게임사업 모델은 이제 다운로드 콘텐츠(Downloadable Contents, DLC)를 통해 보다 인터랙티브한 사업 모델로 진화
- Farrell은 "우리는 게이머들이 (특정 게임에 대해) 거의 1년 혹은 그 이상 계속 관심을 유지할 수 있는 온라인 디지털 생태계를 구축하려 하고 있다"며, "그리고 이는 온라인을 통한 게임 내 (아이템) 저장 서비스나 가상 소비재 아이템 등 출시 1년 후 혹은 그 이후에 계속 추가로 이어질 다운로드 콘텐츠를 통해 달성 가능하다"고 언급

🌐 게임사업 모델, 게임 장르와 플랫폼에 따라 다양하게 존재

◆ Farrell은 "(기존 게임 패키지 판매 방식 외에) 정기 결제, 에피소드별 콘텐츠 판매, Freemium* 사업 모델 등에 큰 관심이 있다"면서도, "각 사업모델은 결국 시장에 선보이는 콘텐츠가 어떤 것이냐에 따라 달라질 것"이라고 확신

- Farrell은 "(Freemium 사업 모델이 주로 대상으로 하는) 캐주얼 게이머들은 비교적 작은 규모의 지출을 하는 반면, 하드코어 게이머들은 (만족할 만한) 게임 경험을 얻기 위해 보다 큰 투자를 하는 편"이라고 말함

◆ THQ 또한 기존의 게임 패키지 판매 방식 외에 새로운 게임사업 모델을 시험하고 있으나 성공요부는 아직까지 미지수

- 액션게임 <MX vs. ATV Alive>의 경우 일반적 가격인 59.99달러에 판매하는 대신 39.99달러에 판매되었으나, 상당히 많은 유료 부가 콘텐츠를 소비자들에게 제시함
- 이에 대해 Farrell은 "기대했던 것 만큼 성공적이지는 않았다"며, "39.99달러는 DLC 판매로 인한 이익을 충분히 창출할 만큼의 판매량을 만들기에는 좀 비쌌던 것으로 밝혀졌다"고 언급

◆ 미래 게임 플랫폼 전망에서도 Farrell은 PC와 비디오게임 등의 전통적인 게임 플랫폼과 휴대전화 등의 모바일 단말기라는 새로운 게임 플랫폼 중 어느 한쪽의 우위를 점하지 않았음

- Farrell은 "소비자들은 주로 PC를 통해 게임을 즐기다가도 휴대전화를 통해 자신의 능력치를 확인하고 주요 게임 진행을 휴대전화를 통해서도 보조할 수 있을 것"이라고 말함

*주 : 무료로 게임을 제공하고 대신 게임 내 가상 아이템 판매나 광고 등을 통해 수익을 창출하는 비즈니스 모델로서 상당 수의 소셜게임들과 모바일게임들이 채택하고 있음

 www.gameindustry.biz

PopCap 인수한 EA, Facebook 기반 소셜 게임업체 2위로 부상

● PC게임업체 EA, Zynga 이어 소셜 게임업체 2위 사업자로 우뚝

- ◆ 콘솔 및 PC 비디오 게임 시장의 전통적 강자였던 EA가 소셜게임 업체 PopCap의 인수와 최근 서비스를 시작한 소셜게임 <Sims Social>의 인기를 바탕으로 Facebook 기반 소셜게임 시장에서 2인자로 부상함
 - EA는 2011년 8월 <Bejeweled Blitz>와 <Zuma Blitz> 등으로 유명한 캐주얼 게임업체 PopCap을 약 10억 달러에 인수
 - 애플리케이션 통계 업체 AppData가 9월 13일 발표한 애플리케이션별 월간 액티브 이용자 수 통계에 따르면 EA는 약 8,360만 명의 월간 액티브 이용자를 확보해 Zynga에 이어 소셜 게임업체 중 2위를 기록
 - AppData는 이번 통계부터 EA와 PopCap의 게임을 통계에 포함시켰으며, 첫 통계 발표부터 업계 2위라는 성적을 거둔 셈
 - 3위는 약 4,000만 명의 월간 액티브 이용자 수를 기록한 독일 소셜 게임업체 Wooga가 차지
- ◆ AppData의 조사에 따르면 최근 서비스를 시작한 EA의 <Sims Social>이 9월 초 이미 780만 명 이상의 일일 액티브 이용자 수를 기록했으며, 이는 Zynga의 게임 중 네 번째로 이용자가 많은 <FarmVille>의 일일 액티브 이용자 수 800만 명에 가까운 수치
 - <Sims Social>은 일일 액티브 이용자 수가 일주일 만에 200만 명 이상 늘어난 셈이며, <FarmVille>보다 300만 명 많은 액티브 이용자를 기록

● 소셜 게임업체 꾸준한 성장세, 소셜게임 시장 연 35% 성장률 전망

- ◆ 약 10억 달러 규모의 기업공개(IPO)를 앞두고 있는 Zynga는 소셜게임 시장 1인자의 위치를 지키며 순조롭게 IPO 준비에 임하고 있음
 - Zynga는 2억 7,000만 명 이상의 액티브 이용자 수를 달성해 2위인 EA를 3배 이상 압도하고 있음
 - 또 다른 소셜게임 업체 Kabam 역시 신작게임 <The Godfather>를 통해 점유율 확대를 도모하고 있음
 - 시장조사기관인 SuperData에 따르면, 북미 소셜게임 시장은 2011년 35%의 성장률을 구가하며 약 130억 달러 규모로 성장할 것으로 전망

 www.allthingsd.com

Adobe, 3D게임 지원하는 'Flash Player 11' 10월 출시

● 멀티미디어 플레이어 Flash Player, 3D지원 엔진 'Stage 3D' 탑재

- ◆ Adobe가 지난 7월 베타 버전을 공개한 바 있는 멀티미디어 플레이어 Flash Player 11과 웹 플러그 Air 3의 정식 버전을 오는 10월 초에 출시할 계획으로 전해짐
 - Flash 11은 Stage 3D라는 새 하드웨어 가속 3D 렌더링 엔진을 탑재하여, 3D 게임 지원과 함께 Flash 10에 비해 1,000배 빠른 그래픽 렌더링 속도를 구현
 - 이는 향후 온라인과 PC에서부터 모바일 기기에 이르는 다양한 플랫폼에서 Adobe의 Flash 및 Air를 이용해 보다 강력하고 세련된 게임을 즐길 수 있게 됨을 의미
 - Adobe는 Flash Player 11를 이용할 경우 PC와 Mac, 커넥티드 TV에서 초당 60 프레임의 렌더링을 지원하여 콘솔 수준의 화질로 게임을 즐길 수 있다고 밝힘
- ◆ Flash 11과 Air 3은 H.264 디코딩을 지원하며, iOS 기반 애플리케이션에서 HD 품질의 동영상 시청이 가능

● Flash Player의 생존에 대한 Adobe의 강력한 인지 표명

- ◆ Adobe의 Flash Player는 iOS 상에서 이를 차단해 온 Apple에 이어 최근 MS도 Windows 8 OS에 탑재될 웹 브라우저 Internet Explorer 10 메트로 버전에서 Active X 플러그인을 지원하지 않기로 발표함에 따라, 차세대 웹 표준 HTML 5 기반의 개발자들로부터 외면을 받을 위기에 처해 있음
 - 업계 측은 Adobe가 Flash Player와 Air의 기능 강화에 나선 것은 향후 게임 영역을 통해 메이저 동영상 표준 기술 업체로서 살아남으려는 의지를 표명한 것으로 보고 있음

 www.pcmag.com

그림 2

Adobe의 Flash Player 11에서 실행중인 게임 화면

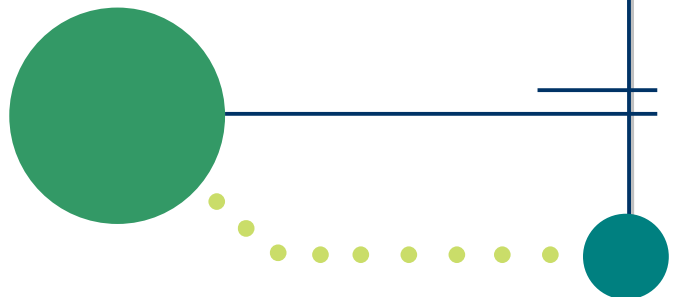


[출처] Adobe, 2011



북미 게임시장 동향

- 미국 정부, 온라인 청소년 개인정보 보호 강화 방침
- 미국 오레곤시, 중고게임 매매 시 신상 확인 법령 제안
- Zynga, 매출 증가폭과 순이익 모두 감소세 보여
- Apple, iPhone 제조 과정에 비판적 내용 담은 게임 삭제
- 고전영화 <대부>, 소셜게임으로 재탄생
- **통계** 미국 콘솔 HW&SW 판매량
- **통계** 미국 MMO게임 이용 순위
- **통계** 미국 App Store 인기게임 순위
- **통계** 미국 Android Market 인기게임 순위



미국 정부, 온라인 청소년 개인정보 보호 강화 방침

● 온라인 청소년 개인정보 보호 조치 강화에 따라 게임업계의 준비 필요

- ◆ 최근 미국 FTC(Federal Trade Commission)가 온라인 상의 청소년 개인정보 보호 법인 COPPA(Children's Online Privacy Protection Act)의 개정안을 제안함에 따라 변경될 법안에 맞춘 게임업계의 준비가 필요해진 상황
 - FTC는 빠르게 변화하는 기술 변화와 청소년들의 휴대폰, 소셜 네트워크 서비스, 온라인게임 등의 사용 증가에 대응하는 차원에서 이번 법안 개정을 진행한다고 밝힘
 - 이번 COPPA 법안 개정이 통과할 경우 이미 청소년 개인정보 보호와 관련해 이미 문제가 불거지고 있는 모바일게임과 소셜 게임업계에 큰 영향을 미칠 것으로 예상
 - 지난 5월 Disney가 소유하고 있는 모바일&소셜네트워크 게임 개발 및 운영사인 Playdom이 부모 동의 없이 13세 이하 청소년의 개인정보 무단 수집 및 노출로 COPPA 조항을 위반함에 따라 300만 달러의 합의금을 지불한 것으로 알려졌으며, 또한 지난 9월 Broken Thumbs Apps 역시 청소년을 타겟팅한 <Emily's Dress Up and Shop>으로 게이머 부모 동의 없이 청소년의 개인 정보 수집 및 노출로 COPPA 조항을 위반해 5만 달러의 합의금을 낸 것으로 알려짐

● 청소년 보호와 기업 부담 간의 균형을 맞추는 것을 목표로 개정 진행

- ◆ FTC의 이번 COPPA 개정안은 13세 이하 청소년들의 '개인정보'에 대한 추가적인 정의 및 발전된 기술 환경 등을 반영하는 데에 초점을 맞추고 있으며 특히 '부모의 인지 및 동의'에 대한 조항을 포함되어 있어 개정안 통과 시 게임시장 등에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 분석됨
 - 이번 COPPA 개정안의 주요 골자는 '개인정보'의 범위 확장과 '부모의 개인정보 수집에 대한 인지 및 동의'로 '개인정보'의 경우 위치 정보, 얼굴 인지 정보 등이 추가된 것으로 알려졌으며, 부모들이 청소년들의 온라인 활동에 대한 적절한 정보를 서비스 운영자로부터 고지 받을 수 있는 내용 등이 포함된 것으로 알려짐
 - 또한 FTC에 따르면 이번 COPPA 개정안의 목적은 온라인 상에서 청소년들의 안정적인 보호와 급변하는 기술 환경에서 기업들이 균형점을 찾는 데 있는 것으로 알려졌으나, 실제 이번 개정안에 영향을 받을 업체들의 서비스 운영 부담은 증가할 수밖에 없을 것으로 평가 받고 있음

 business.ftc.gov

미국 오레곤시, 중고게임 매매 시 신상 확인 법령 제안

● 오레곤시, 중고게임 매매 관련해 개인 신상 확인하는 법령 제안

- ◆ 최근 미국 오레곤시 의회에서 오레곤시 내에서 행해지는 중고게임 매매 시 중고게임 판매자의 개인 신상을 수집하고 수집된 데이터를 경찰에 제공하는 것을 주요 골자로 한 법령이 제안된 것으로 알려짐
 - 오레곤시에 제안된 법령에 따르면 중고게임, 중고전자 기기 등 중고물품 거래를 행하는 소매상에서 중고물품을 판매하는 판매자의 개인 신상 정보를 수집하도록 강제하고 있으며 개인 신상 정보 중에는 중고물품 판매자의 상반신 사진까지 포함되어 있는 것으로 알려짐
 - 수집된 개인 신상 정보 및 중고물품 거래 정보는 오레곤시 경찰들이 관리하게 되는 것으로 알려졌으며 수집된 데이터는 최초 수집일로부터 6개월 간 보관되는 것으로 알려짐
 - City Public Safety Review committee를 통과한 이번 법령은 10월 중 시 의회에 정식 상정될 것으로 알려짐

● 개인 정보 보호 측면과 장물 거래 방지 관련 범죄 방지 측면 간의 충돌

- ◆ 중고물품 거래 시 개인 정보를 수집하도록 한 이번 법령은 강도, 절도 등 범죄 행위로 탈취된 장물의 거래를 막고 관련 범죄자들의 검거에 목적을 두고 제안된 것으로 알려짐
- ◆ 개인 정보가 과도하게 수집될 수 있다는 점, 수집된 개인 정보를 시 당국이 활용함에 있어 제약이 없다는 점, 중고 물품 거래 시장에 악영향을 미칠 수 있다는 점 등 법령 실행 시 문제에 대한 우려가 확대되고 있음
 - 제안된 법령의 경우 중고물품 거래자들을 잠재적 범죄자로 보고 있다는 점과 수집된 개인 정보의 활용 범위가 불명확하다는 점 등이 개인의 인권을 침해한다고 보고 일부 시민단체 등에서는 해당 법령에 반대 의견을 표명함
 - 또한 중고게임 등을 거래하는 소매점주들 역시 제안된 법령이 통과될 경우 중고거래 시장 자체를 위축시킬 수 있다고 보고 법령 제정에 부정적임
 - 반면에 시 경찰 당국은 현재 시범 운영 중인 중고 거래 소매점을 통해 입수된 데이터를 통해서 강도, 절도 등의 범죄 용의자를 찾는 등의 효과를 얻고 있다고 밝혔으며 이에 따라 이번 제안 법령이 제정되면 범법 방지 및 범법자 조기 검거 등의 효과가 있을 것으로 기대하고 있음

 www.orcity.org

Zynga, 매출 증가폭과 순이익 모두 감소세 보여

소셜게임 개발업체 Zynga, 재무 보고서에서 매출과 순이익 공개

- ◆ 미국 증권시장에 10억 달러 규모 이상의 IPO를 진행 중인 소셜게임 개발업체 Zynga가 최근 매출 증가폭과 순이익 규모가 감소한 실적 보고서를 공개함
 - Zynga가 미국 증권거래위원회에 제출한 재무 보고서에 따르면 Zynga의 수익 규모가 전년 2,720만 달러 대비 95% 가량 감소한 130만 달러를 기록
 - Zynga의 분기별 매출 증가폭도 2011년 2분기 매출액이 2억 7,910만 달러를 기록하며 2011년 1분기 대비 15% 증가한 것으로 나타나 이전 분기의 매출 증가폭인 24%에 크게 못 미친 것으로 나타남
- ◆ Zynga의 매출 증가폭 감소는 Zynga의 대부분의 매출이 발생하고 있는 Facebook의 내부 결제 시스템 변경에 가장 큰 영향을 받은 것으로 알려졌으며, 이에 더해 Facebook 내 소셜 게임 간의 경쟁 증가 역시 매출에 영향을 준 것으로 분석됨
 - Facebook의 Facebook Credit 정책 시행으로 facebook.com에서 서비스되는 모든 소셜 게임들의 결제 금액 중 30%가 Facebook으로 귀속됨에 따라 Zynga 역시 전체 매출에 큰 영향을 받게 된 것으로 분석
 - Facebook 내에서 서비스되고 있는 소셜게임 수가 크게 증가하면서 게임 간 경쟁도 치열해지고 있어 Zynga가 서비스 중인 소셜게임의 사용자 수도 일부 감소한 것으로 분석

한풀 꺾인 성장세에도 불구하고, 기업 공개에 미칠 영향은 제한적으로 평가

- ◆ 매출 및 수익 부분에서 하향세를 보였음에도 불구하고 Zynga에 대한 시장 내 기대감은 여전히 높은 것으로 알려졌으며 Zynga의 기업 가치 역시 기업 공개를 선언한 초기보다 더 높은 평가를 받고 있음
 - Zynga의 수익 규모가 크게 감소한 주요 원인은 게임 자체의 수익성 악화가 아닌 Zynga의 글로벌 시장 공략을 위한 추가 고용, 기업 인수 등 외부 요소에 의한 것으로 분석되고 있어 Zynga의 기업 가치에는 큰 영향을 주지 못한 것으로 분석
 - Zynga의 매출 역시 2011년 3월 <Empire and Allies> 출시 이후 이렇다 할 신작 없이 거둔 성적으로 이후 신규게임 출시가 이루어지면 매출 성장폭은 빠르게 회복될 것으로 전망

 www.zynga.com

Apple, iPhone 제조 과정에 비판적 내용 담은 게임 삭제

Apple, 게임 제작업체 Molleindustria의 신규게임 <Phone Story> 삭제

- ◆ 최근 Apple이 자사에서 운영 중인 AppStore에서 판매를 개시한 게임 앱인 <Phone Story>를 AppStore의 리뷰 가이드를 지키지 않은 점을 문제 삼아 AppStore에서 삭제
 - Apple이 AppStore에서 삭제한 <Phone Story>는 Molleindustria에서 개발된 게임 앱으로 Apple에서 제조하고 있는 iPhone이 만들어지는 과정을 다룬 4개의 미니 게임으로 구성되어 있으며, 각 구성 게임의 주요 내용은 콩고 지역의 금속 물질 추출을 위한 억압, 중국으로의 노동 인력 아웃소싱, 파키스탄 내 전자 제품 폐기물 처리 등으로 구성
 - Molleindustria에 따르면 Apple은 <Phone Story>가 총 4개의 AppStore 리뷰 가이드라인을 지키지 않은 것으로 알려졌으며, <Phone Story>가 위반한 4가지 리뷰 가이드라인은 '심한 폭력과 아동 착취 묘사', '불쾌하고 정제되지 않은 콘텐츠', '사실을 오도할 수 있는 내용 표현', '모든 법적 요구사항 승낙' 부분인 것으로 알려짐

Apple의 AppStore 콘텐츠 단속 허용 범위에 대한 논란 지속

- ◆ AppStore를 통해 서비스되는 앱에 대해서 리뷰 가이드라인을 통해 콘텐츠 내용 등 많은 부분에 제약을 가하고 있는 Apple은 iTunes를 통해 서비스하고 있는 다른 콘텐츠에는 앱처럼 많은 제약을 가하고 있지 않아 형평성 등에서 논란이 발생
 - Apple은 iTunes를 통해 서비스는 도서, TV 프로그램, 영화 등에는 콘텐츠 내용에 따른 검수나 가이드라인 준수를 요구하지 않고 있으나, 유독 AppStore를 통해 서비스되는 앱에 대해서는 성인 콘텐츠 포함 여부, 종교 비방 내용 포함 여부 등에 따라 앱 등록을 거절하거나 등록된 앱을 삭제하는 등의 강력한 조치를 취하고 있음
 - 이러한 Apple의 이중 잣대에 대해서 일부 앱 개발 업체들은 다른 콘텐츠와의 형평성 등을 문제 삼으며 지속적으로 불만을 표하고 있으나 AppStore 서비스 초기부터 이어져 온 Apple의 앱 리뷰 가이드라인의 변경 가능성은 매우 낮은 것으로 보임

 www.phonestory.org  www.molleindustria.org

고전영화 <대부>, 소셜게임으로 재탄생

● 하드코어 소셜게임 전문 업체 Kabam, Facebook용 소셜게임 공개

- ◆ 2007년 설립된 이래 하드코어 소셜게임으로 명성을 쌓아온 소셜게임 업체 Kabam이 Facebook 기반 하드코어 소셜게임 <The Godfather : Five Families>의 클로즈 베타 서비스 준비에 착수
 - <The Godfather : Five Families>는 부분 유료화(free-to-play) 방식의 게임으로서 누구나 게임을 즐길 수 있는 대신 게임 내 가상 아이템과 서비스를 추가적으로 이용하기 위해서는 일정액의 비용을 지불해야 함
 - 특히 Kabam은 <The Godfather : Five Families>의 가을 공개를 앞두고 영화업체 Paramount Digital Entertainment(이하 Paramount)로부터 영화 <Godfather (국내 개봉명 : 대부)>의 공식 라이선스를 받음

● <The Godfather : Five Families>, Zynga의 <Mafia Wars>와 진검승부

- ◆ Kabam이 Paramount로부터 영화 <대부>의 라이선스를 획득한 데에는 먼저 영화 자체의 큰 인기를 그 이유로 들 수 있음
 - 유명 감독 Francis Ford Coppola의 1972년 작 영화 <대부>는 총 3부작의 시리즈로 제작되어있으며 영화가 상영된 이래 이미 두 차례에 걸쳐 EA가 비디오게임을 출시했지만, Facebook 기반 소셜게임으로 만들어지기는 처음
 - 영화 <대부>는 여전히 큰 인기를 누리고 있는데 미국영화연구소(American Film Institute)는 미국 100년 역사상 100대 영화를 꼽으면서 영화 <대부>를 2위에 올렸으며 Facebook의 '대부' 페이지의 경우 약 480만 명이 팬으로 등록되어 있기도 함
- ◆ Paramount 측에서도 소셜 네트워크를 통해 보다 젊은 세대에게 영화를 소개하기를 원했다는 측면도 이번 라이선스 획득 성사에 도움이 된 것으로 알려져 있음
- ◆ 하지만 무엇보다 경쟁 업체이자 최대 소셜 게임업체인 Zynga가 이미 운영 중인 유사게임 <Mafia Wars>와의 차별성을 부각시키기 위한 것으로도 보임
 - Zynga의 <Mafia Wars>의 경우 이미 2,000만 명에 달하는 월간 방문 이용자들을 보유하고 있음

● 게임 배경 및 진행 방식

- ◆ 1930년대 뉴욕을 배경으로 하는 <The Godfather : Five Families>에서 게이머들은

5개의 마피아 가문 중 하나에 속해 비용과 권력 그리고 다른 이들의 존경을 얻기 위한 싸움을 해 나가야 함

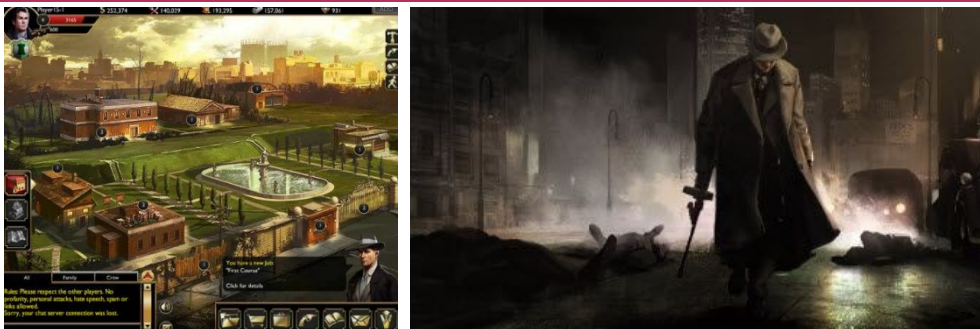
- 가문 내에서 게이머들은 마피아 단원(Crew)로 시작해 최종적으로는 가문의 수장인 대부(Don)의 위치에 오르는 것을 목표로 친구들을 고용하고 자원을 모으며 뉴욕의 지역들을 차지하기 위해 다른 가문의 일원들과 전투를 벌여야 함
- ◆ 게임은 열린 결말로서 게이머들은 자신들의 운명을 스스로 개척해 나갈 수 있음
 - 6개월에서 최대 9개월 간에 걸쳐 이번 게임의 개발을 이끌어온 Kabam의 책임 프로듀서인 Larry Koh는 "우리는 진정한 MMO Game의 가능성을 찾게 되었다고 느꼈다"고 말함

◆ 다양한 소셜게임 요소와 진보된 그래픽이 적용

- ◆ <The Godfather : Five Families>는 개인과 개인 간의 전투(PVP) 뿐만 아니라 가문과 가문간의 전투(Family-Versus-Family, FVF)도 지원함
 - Koh는 "이 게임을 위해 Kabam이 새로운 게임 엔진을 개발했다"고 밝힘
- ◆ 게이머들은 게임을 즐기면서 도시 상공을 떠다니는 구름이나 도시 사이를 가로지르는 기차 등 다양한 애니메이션 효과를 즐길 수 도 있을 예정임
 - Kabam은 특히 Facebook 기반 하드코어 게임에서 강점을 보여 왔으며, 이번 <The Godfather : Five Families> 또한 과거 <Glory of Rome>, <Global Warfare>, <Dragons of Atlantis>, <Edgeworld>와 같은 게임을 운영하며 얻은 시스템 노하우가 적용

 www.venturebeat.com/

그림 3 영화 '대부'를 기반으로 한 소셜게임 <The Godfather : Five Families>의 화면



[출처] Kabam, 2011

통계 미국 콘솔 HW&SW 판매량

표 1 미국 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 9. 25 ~ 10. 1) (단위 : 대)

구분	항목	제작사 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	Xbox360	MS	109,589	-17%	33,298,609
	3DS	Nintendo	84,132	-2%	1,912,542
	PlayStation3	Sony	55,814	-2%	20,833,078
	DS	Nintendo	42,705	-7%	56,042,875
	Wii	Nintendo	40,428	-5%	41,959,086
	PSP	Sony	18,601	-6%	22,476,826
	PlayStation2	Sony	13,540	-4%	56,161,459
SW	Gears of War 3 (Xbox360)	MS	430,155	-80%	2,579,897
	FIFA Soccer 12 (Xbox360)	EA	246,277	신규	246,277
	FIFA Soccer 12 (PlayStation3)	EA	233,322	신규	233,322
	TheICO&ShadowoftheColossusCollection(PlayStation3)	Sony	106,761	신규	106,761
	X-Men : Destiny (Xbox360)	Activision Blizzard	65,512	신규	65,512
	Dead Island (Xbox360)	Deep Silver	48,130	-26%	500,900
	X-Men : Destiny (PlayStation3)	Activision Blizzard	47,948	신규	47,948
	Madden NFL 12 (Xbox360)	EA	41,369	-23%	1,021,319
	Madden NFL 12 (PlayStation3)	EA	35,861	-25%	856,970
Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3)	Konami	33,855	신규	33,855	

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMO게임 이용 순위

표 2 미국 MMO게임 일일 총 이용시간 (2011. 10. 4 기준) (단위 : 시간)

순위	게임명	퍼블리셔	이용시간
1	World of Warcraft	Blizzard Entertainment	99,471
2	Aion	NCsoft	8,197
3	The Lord of the Rings Online	Turbine Inc.	6,847
4	RIFT	Trion Worlds	5,558
5	Silkroad Online	Joymax Co.,Ltd.	5,062
6	Vindictus	Nexon	5,050
7	Eve Online	CCP	5,017
8	MapleStory	Nexon	3,639
9	Guild Wars	NCsoft	3,295
10	Atlantica Online	Ndoors	2,933

[출처] Xfire.com

통계 미국 App Store 인기게임 순위

표 3 App Store 인기게임 순위* (2011. 10. 4 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	2	Angry Birds	Clickgamer	Arcade	0.99
	3	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Action	0.99
	4	Angry Birds Seasons	Rovio Mobile. Ltd	Arcade	0.99
	5	Angry Birds Rio	Rovio Mobile. Ltd	Arcade	0.99
	6	FIFA SOCCER 12 by EA Sports	EA	Sports	4.99
	7	Tiny Wings	Andreas Illiger	Action	0.99
	8	Cut the Rope	Chillingo Ltd	Puzzle	0.99
	9	THE GAME OF LIFE Classic	EA	Board	0.99
	10	Zombie Highway	Renderpaz	Action	0.99
무료	1	Cross Fingers	Mobigame	Board	-
	2	High Caliber Hunting	EA	Action	-
	3	Rubber Knife Throw	NANEV Ltd	Action	-
	4	Card Ace : Casino	Self Aware Games	Card	-
	5	Jet Ball	codefreeze	Action	-
	6	Texas Poker	KAMAGAMES LTD	Card	-
	7	Mouse Maze Free Game	Top Free Games	Action	-
	8	Tiny Pets	TinyCo. Inc	Family	-
	9	PES 2012	Konami	Sports	-
	10	Traffic Rush	Donut Games	Action	-

*주 : Apple의 게임장르는 'Action, Adventure, Arcade, Board, Card, Casino, Dice, Educational, Family, Kids, Music, Puzzle, Racing, Role Playing, Simulation, Sports, Strategy, Trivia,, Word'로 구성
 [출처] Apple.com

통계 미국 Android Market 인기게임 순위

표 4 Android Market 인기게임 순위* (2011. 10. 4 Popularity 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Robo Defense	Lupis Labs Software	Arcade&Action	2.99
	2	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.19
	3	Doodle Jump	GameHouse	Arcade&Action	0.99
	4	Armored Strike Online	Requiem SoftwareLabs, Inc	Arcade&Action	3.99
	5	Game Dev Story	Kairosoft Co.,Ltd	Casual	1.49
	6	The Moron Test	DistinctDev, Inc.	Brain&Puzzle	0.99
	7	X Construction	CrossConstruct	Brain&Puzzle	1.44
	8	HOMERUN BATTLE 3D	Com2uS	Arcade&Action	4.99
	9	Cup the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	1.02
	10	Jewellust	Smartpix Games	Brain&Puzzle	2.95
무료	1	Angry Birds	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	2	Bubble Blast 2	Magma Mobile	Brain&Puzzle	-
	3	Paradise Island	Cooper Media Corp.	Arcade&Action	-
	4	Mouse Trap	Magma Mobile	Brain&Puzzle	-
	5	Live Holdem Poker Pro	Dragonplay	Card&Casino	-
	6	Angry Birds Rio	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	7	Angry Birds Seasons	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	8	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	9	Blast Monkeys	Yobonja	Arcade&Action	-
	10	Slice It!	Com2uS	Brain&Puzzle	-

*주 : Google의 게임장르는 'Arcade & Action, Brain & Puzzle, Cards & Casino, Casual, Racing, Sports'로 구성
 [출처] Androidzoom.com



아시아 게임시장 동향

▶ 중국 게임시장 동향

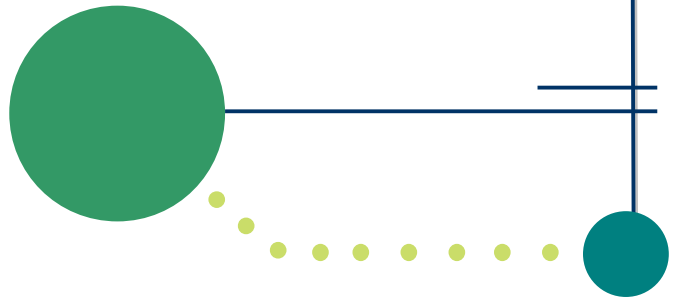
- 중국 정부, 아케이드게임 오락실 규제 완화
- 기린 게임과 ChangYou의 진실공방, ChangYou 승리로 결정
- Tencent, 스마트폰 제조업체 HTC에 소셜네트워크 플랫폼 제공
- 중국 게임업체 Perfect World, 중국 및 해외 시장 집중 공략
- 호주 모바일게임 <Fruit Ninza>, 중국 게임시장 공략
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ 일본 게임시장 동향

- 일본 게임업계, 새로운 성장 동력으로 여성 게이머에 주목
- Sony, PS Vita 데이터 요금제 발표
- Nintendo, <Monster Hunter> 등 대작 게임 발표로 부활 도모
- 일본의 유명 RPG 게임 <Dragon Quest>, 온라인게임으로 제작
- **통계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ 기타 게임시장 동향

- 아시아 게임시장, "기간 당 이용자 수로 성공 짐작 못해"
- MS, 호주에서 Xbox360 Kinect 버전 가격 인하 단행
- <AIKA:SEA>, 싱가포르에서 가장 인기 있는 온라인게임으로 선정
- 인도 게임업체, 미국 프로레슬링 콘텐츠 모바일게임으로 제작





중국 게임시장 동향

중국 정부, 아케이드게임 오락실 규제 완화

● 베이징 시 등 일부 지방 정부, 아케이드게임 오락실 규제 완화

- ◆ 2000년 6월 이후 아케이드게임 오락실의 추가적인 허가 및 기존 오락실 증축을 금지했던 중국 정부가 최근 아케이드게임 오락실에 대한 규제를 완화해 중국 내 아케이드게임 오락실이 빠르게 증가
 - 중국 정부는 2000년 6월 이후 사행성 조장 및 화재 위험 등으로 국민 보안에 직간접적인 영향을 미칠 수 있다는 이유로 아케이드게임 오락실에 대한 규제를 신설했으며, 이에 따라 최근까지 아케이드게임 오락실의 추가 허가나 기존 오락실 증축, 신규 게임기 설치를 금지해왔음
 - 그러나 최근 베이징 시 정부가 올해 초부터 아케이드게임 오락실에 신설을 허용함에 따라 베이징 시 내 아케이드게임 오락실 수가 작년 말 98개 점에서 최근 838개 점까지 증가함

● 정확한 시장 규모 추산이 어려운 상황임에도 불구하고 성장 잠재력 충분해

- ◆ 아케이드게임 오락실에 대한 정확한 시장 규모는 추산이 어려운 상황이나 중국 내 온라인 게임시장 규모 및 인구 규모를 고려했을 때 향후 중국 내 아케이드게임 오락실의 성장 잠재력은 높은 것으로 분석됨
 - 아케이드게임 오락실에 대한 규제가 실시된 2000년 이후 중국 내 아케이드게임 오락실은 일부 허가 오락실 외에는 무허가 상태로 오락실을 운영하는 것으로 알려졌으며, 유동 인구가 많은 지역 내 아케이드게임 오락실의 경우 주말 기준 일일 매출이 약 10,000달러(한화 약 1,200 만원)에 달하는 것으로 알려짐
 - 아케이드게임은 온라인게임 이용 시 추가적으로 드는 인터넷 통신비 등 부대 비용이 필요치 않다는 점과 온라인게임 대비 이용 비용이 상대적으로 저렴해 일반 사용자들의 취미 생활 및 여가용도로 충분히 매력적으로 분석됨
 - 최근 유명 아케이드게임을 이용한 콘테스트 등 기업들의 마케팅 용도로도 주목 받고 있어 향후 성장 가능성이 높은 것으로 분석

 www.chinadaily.com.cn

기린 게임과 ChangYou의 진실공방, ChangYou 승리로 결정

기린 게임, ChangYou 콘텐츠 무단 도용 인정

- ◆ 게임 내 콘텐츠 무단도용으로 시작된 기린 게임과 ChangYou 양사간 법정공방이 기린 게임의 사과로 2년 만에 일단락
 - 기린 게임은 9월 21일 중국 매체인 法制日报를 통해 자사 게임 <成吉思汗>이 ChangYou의 <天龙八部> 콘텐츠 중 일부를 도용했음을 공식 인정
 - 또, 기린 게임은 재발 방지 노력도 거듭 기울이겠다는 뜻도 나타냄

기린 게임과 ChangYou 양사간 법정공방의 발단은 2년 전부터 시작

- ◆ 기린 게임의 尚进 CEO는 ChangYou 재직 시절, <天龙八部> 제작에 핵심적으로 관여하던 인물이지만, 尚进 CEO가 ChangYou를 퇴사한 후 기린 게임을 설립하면서 부터 사태가 촉발
 - 기린 게임이 제작한 <成吉思汗>이 ChangYou <天龙八部>의 일부 콘텐츠가 흡사했기 때문
 - ChangYou는 지난 2009년 7월 <成吉思汗>의 배경화면과 일부 콘텐츠가 <天龙八部>와 유사하다면서 기린 게임에게 <成吉思汗> 서비스를 중단하고 공개 사과를 요구
 - 하지만 당시 기린 게임의 尚进 CEO는 "두 게임 모두 동일한 OGRE 엔진을 사용했다"고 언급하면서, <成吉思汗>이 <天龙八部>를 도용했다는 증거가 없으면서 ChangYou의 주장을 묵살
 - 더구나 尚进 CEO는 "<成吉思汗>이 다방면에서 <天龙八部>보다 고퀄리티를 갖추고 있다"는 자신감까지 나타냄
- ◆ 중국 법원은 <成吉思汗>이 <天龙八部>를 도용했다는 결정적 증거를 포착함에 따라 사태는 급반전함
 - 사태가 급진전됐지만 여전히 기린 게임은 <成吉思汗> 서비스를 진행 중
 - <成吉思汗> 서비스 중지를 요구했던 ChangYou의 태도가 누그러진 이유는 양사 대표가 회동한 사석에서 기린 게임이 도용 사실을 인정하고 공식적으로 사과할 경우, 추가적인 법적 책임은 물지 않겠다는 협상이 오갔기 때문

 www.mud4u.com

Tencent, 스마트폰 제조업체 HTC에 소셜네트워크 플랫폼 제공

Tencent, 소셜네트워크 서비스로 사업 다각화

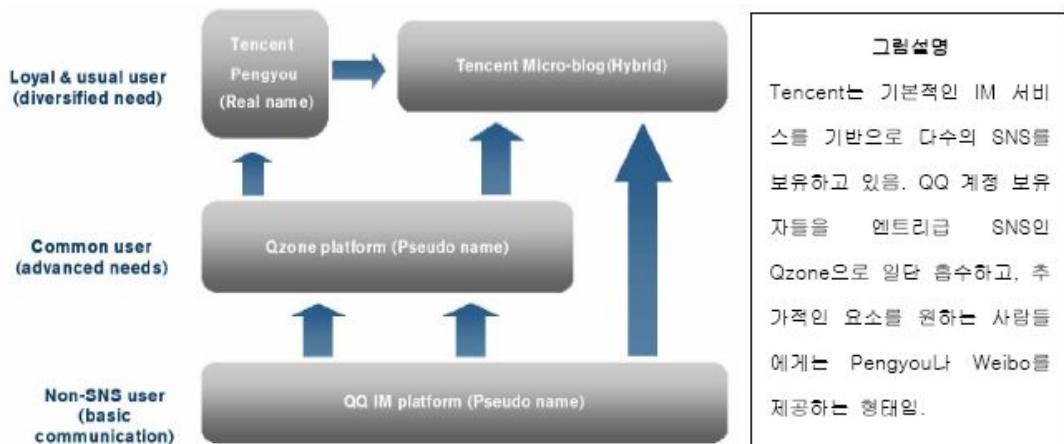
- ◆ Tencent와 HTC는 9월 21일 합동 기자회견담회를 통해 "양사간 협의를 거쳐 Tencent의 각종 서비스를 HTC의 스마트폰 'Cha Cha'에 접목할 것"이라고 밝힘
 - 중국 IT업계는 Facebook 등 소셜네트워크 서비스에 특화된 HTC의 스마트폰 'Cha Cha'에 Tencent의 다양한 어플리케이션이 탑재되는 만큼 이후 발생할 시너지 효과에 주목
 - HTC는 중국에서 가장 많은 유저를 확보하고 있는 Tencent의 핸드폰 서비스 'Mobile QQ'와 중국판 Facebook 'Tencent Weibo'를 'Cha Cha'에 접목할 방침이라고 밝힘

Tencent, 다수의 SNS 보유 : 플랫폼에 따라 다르게 적용

- ◆ Tencent는 자사의 IM서비스 'QQ'를 주축으로 4억 명 이상의 실질 이용자를 확보하고 있으며, SNS 플랫폼으로는 Qzone, Pengyou, Weibo 등을 보유
 - Zynga와의 첫 제휴 게임인 <Zynga City>는 Pengyou에 우선 들어온 뒤 Qzone으로도 서비스가 확대될 예정

 www.tencent.com

그림 4 중국 게임업체 Tencent의 소셜네트워크 서비스 플랫폼 구조



[출처] Tencent, 2011 ; 스트라베이스 재구성

중국 게임업체 Perfect World, 중국 및 해외 시장 집중 공략

● 'Perfect World' 등 온라인 게임 신규 확장팩 대거 선보여

- ◆ 중국 온라인 게임업체 Perfect World는 최근 한 달 사이 자사에서 서비스하고 있는 <Dragon Excalibur>, <Battle of the Immortals>, <Perfect World> 등 5종의 주요 온라인 게임들의 신규 확장팩을 발표
 - Perfect World는 자사 온라인 게임들의 이번 확장팩에 신규 직업과 새로운 이야기, 신규 공격 무기 및 방어구 시스템, 소셜 네트워크 요소 등 새로운 게임 요소를 포함시켜 기존 게임 사용자 유지 및 신규 게임 사용자 확보 두 가지 목적 달성에 적절하게 구성된 것으로 알려짐.
 - 주요 온라인 게임 확장팩 발표 일정 :
 - 2011년 8월 25일 Dragon Excalibur 확장팩 -Divine Pearl- 발표
 - 2011년 8월 30일 Battle of the Immortals 확장팩 -Legend of the Orient- 발표
 - 2011년 9월 15일 Perfect World 확장팩 -Glory Renaissance- 발표
 - 2011년 9월 22일 Zhu Xian 확장팩 -The Search for Nirvana- 발표
 - 2011년 9월 23일 Hot Dance Party 확장팩 -The Pursuit of the Happiness- 발표

● 해외 퍼블리싱 계약 및 해외 직접 서비스 등으로 해외 시장 공략

- ◆ Perfect World는 지난 8~9월 동안 자사에서 서비스 중인 온라인게임의 해외진출에도 가시적인 성과를 거뒀으며, 아시아 지역이 아닌 중남미, 유럽 등 비 아시아권 지역 진출로 향후 글로벌 온라인게임 업체로서의 위상도 한 단계 높인 것으로 평가 받음
 - Perfect World는 지난 8월 자사에서 서비스 중인 MMORPG <Forsaken World>의 남미 지역 서비스 라이선스를 브라질 소재 온라인 게임 퍼블리셔인 Level Up! Interactive에 제공하기로 합의한 것으로 알려짐. 이에 따라 <Forsaken World>는 브라질 및 남미 내 스페인어를 사용하는 여러 국가에 서비스될 것으로 전망
 - 또한 Perfect World는 지난 9월 자사 MMORPG <Perfect World 2>의 호주 및 뉴질랜드 지역 서비스 라이선스 계약을 해외 파트너와 체결
 - Stairway Games와 WindySoft가 개발하고 Perfect World가 전세계 서비스 판권을 가지고 있는 MORPG <Rusty Hearts>의 경우 지난 9월부터 Perfect World가 자회사 Perfect World Entertainment Inc.와 Perfect World Europe B.V 통해 직접 북미와 유럽지역 서비스를 시작

 www.perfectworld.com  www.pwrd.com

호주 모바일게임 <Fruit Ninza>, 중국 게임시장 공략

● 호주 모바일 게임업체 Halfbrick, <Fruit Ninza> 성공 토대로 중국 시장 공략

- ◆ 인기 모바일게임 <Fruit Ninza>의 개발업체 Halfbrick Studio가 <Fruit Ninza>의 다운로드 수 7,000만 회를 목표로 중국시장 공략에 더욱 박차를 가하고 있음
 - 호주의 모바일게임 개발업체 Halfbrick은 대표작 <Fruit Ninza>를 2010년 Apple의 App Store에 출시한 이래 큰 인기를 끌며 Android 등 타 모바일 OS와 MS의 Xbox360 등 콘솔 플랫폼까지 진출한 상태
 - <Fruit Ninza>는 매일 60만 회의 신규 다운로드를 기록 중
- ◆ <Fruit Ninza>가 현재 7,000만 다운로드를 앞두고 있는 가운데, Halfbrick은 최근 모바일 게임시장이 크게 성장하고 있는 중국에 주목하고 있음
 - 중국 내 <Fruit Ninza> 다운로드 수는 약 2,000만 회로 북미시장에 이어 두 번째를 기록해 전체 다운로드 수의 30%를 차지함
 - Halfbrick의 Shainiel Deo CEO는 "중국은 우리의 최우선 시장"이라며 중국 내에서의 사업을 더욱 확대할 뜻을 분명히 함
- ◆ Halfbrick은 향후 <Fruit Ninza>를 통해 <Angry Birds>와 같은 프랜차이즈 사업을 목표로 하고 있으며, 부가 상품 판매 및 짧은 단편 영화 등을 구상 중

● Halfbrick, 중국에 팽배한 불법복제 근절 위해 노력 중

- ◆ Deo CEO는 그러나 중국에서 <Fruit Ninza>의 다운로드 수가 훨씬 많을 수도 있었다며, 중국 내에 확산되어 있는 불법복제에 대한 우려를 표함
 - Halfbrick은 중국 내 불법복제를 근절시키기 위해 중국 모바일 게임업체 iDreamSky와 파트너십을 체결하고, Halfbrick의 공식 버전 모바일게임을 웹사이트 및 앱스토어 등 유통 채널을 통해 제공하고 있음
 - 또, iDreamSky를 통해 중국 현지화 버전 개발에 나서는 등 중국 게이머들에게 합법적으로 양질의 모바일 게임 서비스를 위해 노력 중



www.halfbrick.com

통계 중국 MMO게임 순위

표 5 중국 MMO게임 순위 (2011. 9. 19 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-	13.00%
2	문도(問道)	Guang Yu Hua Xia	-	9.64%
3	천룡팔부2(天龍八部2)	Changyou	-	7.06%
4	대화서유(大話西遊)	NetEase	-	6.32%
5	드레곤네스트(龍之谷)	Shengda	+1	6.05%
6	마역(魔域)	91.com	-1	5.13%
7	천녀유혼(倩女幽魂)	NetEase	-	5.02%
8	주선(誅仙)	Perfect World	+2	3.05%
9	녹정기(鹿鼎記)	Changyou	+4	2.42%
10	정도2(征途2)	巨人网络	+2	1.94%

[출처] Barchina.net

통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위 (2011. 9. 19 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	32.73%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	24.89%
3	QQ 스피드(QQ飞车)	Tencent	-	9.16%
4	QQ 댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.89%
5	오디션(劲舞团)	Nineyou	-	1.86%
6	World of Warcraft(穿越火线体验版)	NetEase	+2	1.74%
7	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-1	1.73%
8	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	+3	1.56%
9	카운터 스트라이크(反恐精英)	TianCity	-2	1.55%
10	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.34%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

일본 게임업계, 새로운 성장 동력으로 여성 게이머에 주목

● 여성 게이머, 모바일·소셜게임에서 두각 드러내며 일본 게임업계 변화 주도

- ◆ 최근 일본에서 여성 게이머들의 수가 증가하고 이들이 게임에 투자하는 비용도 크게 늘면서 106억 달러 규모에 달하는 일본 게임업계에 변화의 분위기가 감지되고 있음
 - 소위 여성향(向) 게임으로 불리는 'Otome(乙女, 아가씨)' 장르를 즐기는 일본의 한 여성 게이머는 "아침에 일어나면 완전히 정신을 차릴 때까지 게임을 즐긴다"고 밝히는 등, 게임 플레이에 상당한 시간을 투자하는 여성 게이머가 점차 증가하고 있음
- ◆ 시장조사업체 BNP Paribas는 여성 게이머가 소셜네트워크 기반의 게임 매출을 5년 내 3배 이상 증가시킬 것이란 전망을 내놓기도 함
 - BNP Paribas의 Hiroshi Yamashina 애널리스트는 일본 내 여성향 게임시장 규모가 2010년 7,860만 달러를 기록해 전체 일본 게임산업의 6%를 차지했으며, 5년 후에는 2억 6,100만 달러로 3배 이상 증가할 것으로 추정함
 - 시장조사업체 dai-iChi Life Research Institute의 Toshihiro Nagahama 최고경제전문가는 "이제 개발사들은 시장 확대를 위해 남성보다는 여성 게이머를 타깃으로 잡아야 한다"며, "특히 여성 게이머의 폭발적인 호응을 얻고 있는 연애게임 장르는 여성이 현실 세계에서 남자들에게 원하는 것을 대리 충족시켜준다는 점에서 큰 가능성이 엿보인다"고 전망

● 일본 특유의 '만화(Manga)' 문화가 여성 타깃 소셜게임의 성장동력

- ◆ Yamashina 애널리스트는 일본의 대표적인 문화 산업인 '만화(Manga)'가 여성향 게임의 성장세에 긍정적 영향을 미칠 것으로 분석함
 - 여성에 특화된 장르의 만화 작품의 e-북 매출은 8억 5,150만 달러로 전체 e-북 시장의 70%에 이를 정도로 압도적 규모를 이루고 있으며, 이들 여성향 만화 작품을 원작으로 제작되는 게임이 여성 게이머에게 큰 인기를 끌 것으로 전망됨
- ◆ 모바일 기반 소셜게임 플랫폼 서비스를 운영 중인 GREE와 DeNA는 이미 전체 이용자 중 40% 이상이 여성 게이머라고 밝히는 등 모바일과 소셜게임에서 여성 게이머의 영향력이 점차 강해지고 있음

 www.jp.bnpparibas.com  gree.jp  dena.jp

Sony, PS Vita 데이터 요금제 발표

● Sony, 차세대 휴대용 게임기 PS Vita용 2가지 데이터 요금제 발표

- ◆ Sony는 일본 이동통신사업자 NTT도코모와 협력해 2011년 12월 17일 일본에 발매되는 휴대용 게임기 PS Vita(3G/Wi-Fi모델) 전용 3G 데이터 요금제 'Pre-Paid'를 발표
 - NTT도코모는 Sony 휴대용 게임기 Vita를 위해 데이터 통신 'Pre-paid Data Plan 20h'와 'Pre-paid Data Plan 100h'의 두 가지 요금제를 제공
 - 요금제의 갱신은 일정 기간 내에 NTT도코모 전용 WEB사이트에 접속해 처리할 수 있음
 - 'Pre-paid Data Plan 20h'는 미리 980엔(세금 포함)을 지불함으로써 30일간에 20시간의 3G통신(수신 시 최대 128Kbps / 송신 시 최대 64Kbps 속도)를 이용할 수 있는 요금제
 - 'Pre-paid Data Plan 100h'은 4,980엔(세금 포함)으로 180일간에 103시간의 3G 통신을 이용할 수 있는 요금제이며, 특히 103시간 중 3시간은 빠른 3G 통신(수신 시 최대 14Mbps / 송신 시 최대 5.7Mbps)을 이용할 수 있음
- ◆ PS Vita(3G/Wi-Fi모델)에 포함된 3G 통신이 가능한 NTT도코모 UIM카드를 통해 데이터 요금제를 이용할 수 있음

● PS Vita에서 직접 전용 데이터 요금제를 갱신

- ◆ 요금제의 갱신에 대해서는 PS Vita(3G/Wi-Fi모델)에서 NTT도코모 전용 WEB 사이트에 3G통신으로 접속함으로써 갱신을 시도할 수 있음
 - 요금제 갱신이 이루어지지 않을 경우에는 계약이 자동적으로 해약
 - 재차 본 요금제의 신규 계약을 희망하는 경우에는 PC, 스마트폰, PS Vita(3G/Wi-Fi모델) Wi-Fi접속으로 NTT도코모 전용 WEB사이트에 접속하여 신규 계약을 해야 함
 - 이번에 발표된 요금제 이외에 고속/정액 통신의 이용을 원하는 경우에는 앞서 시판된 '정액 데이터 플랜'을 신규로 접수해야 함

 www.scei.co.jp

Nintendo, <Monster Hunter> 등大作 게임 발표로 부활 도모

● Nintendo,大作 발표 이벤트 개최 : 최근의 부진 씻기 위한 몸부림

- ◆ Nintendo가 일본 도쿄에서 대규모 발표회를 개최하고 서드파티 업체가 개발한 다수의大作 타이틀의 출시 일정을 발표하며 부활을 도모함
- ◆ Nintendo는 Wii용 타이틀 <Zelda : Skyward Sword>를 시작으로 <Pokepark 2>, <Kirby> 등 다수의 자체 개발 타이틀의 출시 일정을 공개했으며, 이어서 <Super Mario 3D Land>, <Mario Kart 7>, <Mario Tennis>, <Luigi's Mansion 2> 등 3DS용 타이틀도 다수 공개함
 - 다수의 게임들이 2011년 내 일본과 미국시장에 출시될 것으로 알려졌으며, 일부는 2012년 초 출시를 앞두고 있음
- ◆ 이번 이벤트에서 특히 주목 받은 것은 다수의 서드파티 개발사들의 신작들이 공식 발표된 것이며, 일부 게임은 구체적인 출시 일정까지 공개됨
 - Bandai Namco의 <SD Gundam>, <Ace Combat>, Capcom의 <Resident Evil : Revelations>, Square Enix의 <Theatrhythm Final Fantasy>, Konami의 <Metal Gear Solid> 등 개발 중인 것으로 알려진 다수의 서드파티 게임들이 공개됨
 - 가장 많은 게이머들의 기대를 모았던 Capcom의 <Monster Hunter 3GS>도 출시 일정이 공개되어 2011년 12월 출시를 예고했으며, 최신작 <Monster Hunter 4>도 깜짝 공개되었음
- ◆ Nintendo는 추가로 일부 복잡한 조작이 요구되는 서드파티 게임을 지원하기 위한 3DS용 악세서리 '슬라이드 패드(Slide-Pad)' 컨트롤러에 대한 추가 정보를 공개함
 - 슬라이드 패드는 3DS에 한 개뿐인 아날로그 스틱의 한계를 보완하기 위해 추가 스틱과 버튼을 제공하는 부착형 컨트롤러임
 - 슬라이드 패드의 가격은 1,500엔(20달러) 선이며 오는 12월 10일 <Monster Hunter 3GS>와 함께 출시될 예정임

 www.nintendo.com

일본의 유명 RPG 게임 <Dragon Quest>, 온라인게임으로 제작

● Square Enix의 <Dragon Quest>, Nintendo Wii용 온라인게임으로 제작

- ◆ Square Enix는 지난 9월 5일 일본 현지에서 개최한 간담회를 통해 블록버스터 게임 <Dragon Quest X>을 Nintendo의 콘솔게임기 Wii용 온라인게임으로 제작한다고 발표
 - <Dragon Quest> 시리즈는 시리즈 1편이 출시된 지 25년을 맞는 스테디셀러 게임으로, 현재 제작중인 10편의 제목은 <Dragon Quest X : The Five Awakening Races Online>으로 결정
 - <Dragon Quest X>은 지난 작품의 전통적인 프론트뷰 형태의 전투가 아니라, MMO에 가까운 필드뷰 형태의 전투를 채택하고 텍스트만으로 구성되었던 무기와 방어구 등의 아이콘과 착용 모습을 제작하는 등 기존 시리즈와 확연히 구별되는 변화를 보임
 - <Dragon Quest X>은 5개의 대륙이 연결된 '아스토르티아'라는 세계를 무대로 힘과 용기의 '오우거', 사랑의 노래를 부르는 '웨디', 자연을 지키는 '엘프', 부와 기술의 '드워프', 웃음과 꿈에 사는 '푸크리포'의 5개 종족이 등장
 - <Dragon Quest> 시리즈의 아버지이자 최신작의 제작자인 Yūji Horii(堀井雄二)는 "안심하고 즐길 수 있는 신뢰감을 테마로 온라인게임 스타일을 갖추었지만 혼자서도 100% 즐길 수 있는 게임 내용으로 구성될 것"이라고 밝힘

● 일본 게이머, <Dragon Quest>를 일본 최고의 RPG로 인정

- ◆ 전세계적으로는 <Final Fantasy> 시리즈의 판매고가 앞서지만, 일본 국내에선 <Dragon Quest> 시리즈가 더 높은 인지도와 관심을 받고 있음
 - <Dragon Quest 8>은 일본 내에서 600만장 팔릴 정도로 인기를 누렸으며, 일본 게임의 자존심으로 꼽히는 인기 타이틀로 각광 받음

 www.nintendoworldreport.com

그림 5 중국 게임업체 Tencent의 소셜네트워크 서비스 플랫폼 구조



[출처] Square Enix, 2011

통계 일본 콘솔 HW&SW 판매량

표 7 일본 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 9. 19 ~ 9. 25) (단위 : 대)

구분	항목	제작사및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	3DS	Nintendo	70,791	+17%	1,919,702
	PlayStation3	Sony	40,123	+8%	7,111,881
	PSP	Sony	28,276	+14%	18,033,666
	Wii	Nintendo	14,059	-8%	11,842,341
	DS	Nintendo	4,500	+7%	32,914,296
	Xbox360	MS	3,634	+245%	1,528,202
	PlayStation2	Sony	1,284	+17%	23,167,873
SW	Dark Souls (PlayStation3)	Namco Bandai	282,357	신규	282,357
	TheICO&ShadowoftheColossusCollection(PlayStation3)	Sony	89,112	신규	89,112
	Yu-Gi-Oh! 5D's Tag Force 6 (PSP)	Konami	63,328	신규	63,328
	Dragon Quest 25 Shuunen Kinin (Wii)	Square Enix	55,550	-79%	321,064
	Gears of War 3 (Xbox360)	MS	54,291	신규	54,291
	Senran Kagura : Shoujotachi no Shinei (3DS)	Marcus Entertainment	50,925	신규	50,925
	Busou Shinki : Battle Masters Mk. 2 (PSP)	Konami	33,369	신규	33,369
	To Heart 2 DX Plus (PS3)	Aquaplus	23,664	신규	23,664
	Tales of Xillia (PS3)	Namco Bandai	22,407	-58%	584,479
	Champion Jockey : Gallop Racer & G1 Jockey (PS3)	Tecmo Koei	18,883	신규	18,883

[출처] VG Chartz



기타 게임시장 동향

아시아 게임시장, "기간 당 이용자 수로 성공 짐작 못해"

● 아시아 게이머 수는 많지만 이용자 기반 대비 수익성은 저조

- ◆ 아시아 게임시장이 크게 성장하고 게이머 수가 급증하면서 해외 업체들이 잇따라 아시아에 진출하고 있으나, 빠른 속도로 증가하는 이용자 기반에 비해 수익성이 뒤따르지 않아 사업에 난항을 겪고 있다는 의견이 제기됨
- ◆ 독일 게임업체 InnoGames의 Gerhard Florin 회장은 아시아 게임시장이 다른 시장에 비해 이용자 기반 대비 수익성이 매우 낮다는 특징이 있다며, 아시아 시장에 진출하는 업체들이 이를 간과하고 월간 이용자 수(Monthly Active User, 이하 : MAU)와 일간 이용자 수(Daily Activity User, 이하: DAU)를 성공의 척도로 삼는 착오를 범하고 있음
 - Florin 회장은 "과거 필리핀에서 게임 서비스를 제공할 당시 급증하는 MAU와 DAU에서 성공을 확신하는 우를 범한 바 있다"며, "그러나 필리핀은 거대한 시장 규모를 형성하고 있음에도 불구하고 달성 가능한 매출은 극히 적은 시장"이라고 언급

● "아시아보다 이용자 충성도와 수익성 견실한 북미·유럽 시장이 더 유리"

- ◆ Florin 회장은 매우 많은 수의 게이머가 Facebook 기반의 무료 게임을 즐기고 있다는 소식이 비중있게 다뤄지고 있지만, 이들이 정작 게임에 비용을 지불하지 않는다면 이는 그저 홍보 마케팅용 수치에 불과하다고 지적
 - Florin 회장은 "이제 수백만 명의 게이머를 확보했다는 수치보다 게임이 실제로 얼마나 매출을 올렸는가에 더 관심이 많다"며, "이용자 확보와 매출 간 균형을 유지하는 것이 관건"이라고 밝힘
- ◆ Florin 회장은 인도네시아, 말레이시아, 인도 등 대다수의 동남아시아 시장은 특히 이용자 수 불리기에 일조하는 지역으로 꼽히며, 이들 지역의 게이머들은 수익 창출에는 아무런 도움도 되지 않고 게임 서비스의 질을 저하시키는 요인으로 작용한다고 주장
 - Florin 회장은 "동남아 지역에서는 하루 사이에 2만 명 이상의 이용자가 추가로 유입되었다 해도 이들은 다음 날 다시 돌아오지 않는다"며, "보다 오래 게임을 즐기고 수익 창출 면에서도 유리한 북미와 유럽 시장이 오히려 환경이 낫다"고 덧붙임

 www.gamesindustry.biz

MS, 호주에서 Xbox360 Kinect 버전 가격 인하 단행

● 호주에서 Xbox360 Kinect 버전의 가격이 약 50 호주달러 인하

- ◆ MS는 9월 15일부터 호주시장의 Xbox360의 Kinect 버전의 소매가격을 50 호주 달러(50 AUD, 약 5만 6,000원) 인하하여 판매하기 시작
 - 동작인식게임기 Kinect가 포함된 Xbox360 4GB의 경우 소매가격 기준 399 호주 달러(44만 9,000원)에 판매되며, Kinect가 포함된 Xbox360 250GB 버전의 경우 499 호주 달러(56만 원)에 판매됨
 - MS의 호주 법인의 유통 부문을 이끌고 있는 Andy Coughlin은 "우리는 Xbox360과 Kinect 일체형 패키지를 보다 낮은 가격에 제공할 수 있게 된 것을 매우 기쁘게 생각한다"며, "그 어느 때보다 Xbox와 Kinect를 마련할 수 있는 최상의 기회이다"라고 언급

● 콘솔 게임 입문자를 위한 입문용 저가 콘솔 또한 시장에 소개

- ◆ MS는 호주 시장에 콘솔게임 입문자를 위한 입문용 저가 Xbox360 콘솔을 공개
 - 249 호주 달러(약 28만 원)에 판매될 이 Xbox360 4GB 버전은 10월 출시될 예정
 - 10월에 출시될 입문용 Xbox360 4GB 버전은 Wi-Fi 기능이 내장되어 있으며 무선 게임 컨트롤러와 1개월의 무료 Xbox Live Gold 멤버십 이용권이 함께 제공
 - 입문용 저가 콘솔에 대해 Coughlin은 "학교 휴일에 가족들을 한자리에 불러 모아 아이들과 함께 즐길 수 있는 방법을 (이 콘솔을 통해) 찾을 수 있을 것"이라며, "(동작인식 게임기인) Kinect는 부모와 아이들이 함께 게임에 참여할 수 있는 방법을 제시할 것"이라고 언급

● MS, 음성 인식을 포함한 다양한 게임으로 호주시장 공략

- ◆ Coughlin은 "Kinect와 함께 다양한 경험을 할 수 있는 멋진 게임들이 앞으로 빠른 시일 내에 출시될 예정이며 여기에는 음성 인식을 통한 게임 조작이 가능한 게임들이 포함될 예정"이라고 언급
 - Coughlin이 언급한 게임으로는 <Kinect Disneyland Adventures>, <Kinect Sports Season 2>, <Dance Central2>등이 포함
- ◆ 이 외에도 MS는 Xbox360 및 Kinect를 선보이는 쇼케이스 및 신작 게임을 호주 전역에서 선보이는 등의 다양한 홍보 활동을 진행

 www.ausgamers.com

<AIKA:SEA>, 싱가포르에서 가장 인기 있는 온라인게임으로 선정

🌐 <AIKA:SEA>, '아시아 온라인 게임어워드'에서 최고 인기게임으로 선정

- ◆ 한빛소프트에서 개발하고 Asiasoft Online에서 서비스 중인 <AIKA:SEA>가 지난 8월 홍콩에서 개최된 'Asia Online Game Awards(이하 AOGA)'에서 싱가포르에서 서비스 중인 온라인게임 중 가장 인기 있는 게임으로 선정됨
 - 지난 4월 싱가포르 내 서비스를 시작한 <AIKA:SEA>는 MMORPG인 <AIKA>를 아시아 지역에 맞게 커스터마이징한 게임으로 올해 3월 실시한 클로즈 베타테스트에서 플레이어 간 전투 모드인 'Castle Sieges'와 'Nation Wars'가 테스트 참여자들에게 큰 호평을 받으며 인기몰이를 시작함
 - 중국 게임출판위원회(Game Publication Committee of the Publishers Association of China)와 홍콩 디지털엔터테인먼트 산업지원국(Hong Kong Digital Entertainment Industry Support Centre)이 주관한 AOGA는 아시아 지역 간 온라인게임 산업 진흥이 주 목적인 것으로 알려졌다으며 지난 8월 홍콩에서 처음으로 개최됨

🌐 게임대회 개최 통해 게임 흥행 유지 전망

- ◆ Asiasoft Online는 <AIKA:SEA>의 인기 여세를 몰아 <AIKA:SEA>의 특징을 가장 많이 보여줄 수 있는 게임 대회 'AIKA Pro Gamers Tour'를 개최한다고 밝혔으며 이에 더해 게임 내 캐릭터의 최대 레벨을 70으로 상향하며 새로운 콘텐츠를 선보임
 - Asiasoft Online은 <AIKA:SEA>의 흥행을 유지하고 더 많은 사용자를 확보하기 위해 <AIKA:SEA> 기반의 게임대회인 'AIKA Pro Gamers Tour'를 개최한다고 AOGA에서 공표
 - 'AIKA Pro Gamers Tour' 첫 시즌은 2011년 9월 25일 시작되었으며 총 25개의 참가팀 중 <AIKA:SEA> 게임 내 국가별로 2개 팀을 최종 선정하고 'AIKA Champions League'와 'AIKA All stars Championship Grand Finals'를 통해 최종 우승자를 가릴 계획
 - 또한 Asiasoft Online은 <AIKA:SEA> 게임 대회 발표와 함께 신규 지역 공개, 레벨 상향 등의 내용을 담은 <AIKA:SEA>의 업데이트 내용을 공개

 aika.asiasoftsea.com

인도 게임업체, 미국 프로레슬링 콘텐츠 모바일게임으로 제작

미국 프로레슬링 관련 모바일 콘텐츠가 인도 시장에 공급될 예정

- ◆ 인도의 모바일 및 온라인게임 업체인 UTV Indiagames와 미국의 프로레슬링 단체인 세계레슬링엔터테인먼트협회(World Wrestling Entertainment, 이하 WWE)가 파트너십을 맺고 인도 모바일 시장에 WWE의 모바일 콘텐츠를 공급하기로 결정
 - WWE와 UTV Indiagames가 맺은 이번 파트너십은 1년을 기한으로 하여 최소 개런티 방식을 기본으로 향후 발생하는 수익을 나누는 형태의 수익 분배 내용을 함께 담고 있음
 - WWE의 국제 수석 부사장급 상무이사(MD)인 Dominic Hayes는 "인도 시장에 WWE의 모바일 콘텐츠를 새로이 제공하게 된 것을 통해, (인도 시장의) 소비자들이 WWE의 대표적인 (경기) 브랜드인 'Raw'와 'SmackDown'이 포함되는 환상적인 WWE의 콘텐츠들을 휴대전화를 통해 즐길 수 있게 되었다"고 말함
 - Hayes는 이어 "인도의 이동통신 가입자 수가 매우 빠르게 증가하고 있기 때문에, 새롭고 혁신적인 콘텐츠에 대한 수요 또한 폭증할 것으로 예상하고 있으며 이에 UTV Indiagames와 함께 이러한 수요에 응할 수 있게 되어 매우 만족한다"고 말함
 - UTV Indiagames의 COO인 Samir Bangara는 "WWE는 매우 열성적인 팬 층을 인도에서도 확보하고 있다"며, "이미 인도의 3G 서비스가 전 인도에서 가능하기 때문에 우리는 다양하고 독점적인 (WWE의) 모바일 콘텐츠와 HD 영상을 WWE 팬들에게 전달할 수 있을 것"이라고 밝힘
- ◆ 이번 파트너십을 통해 인도 시장에 공급될 WWE 관련 모바일 콘텐츠로는 벨소리, 모바일게임, 비디오 동영상, 음성 안내음 등 다양함
 - UTV Indiagames는 WWE 모바일 콘텐츠의 개발과 유통을 맡게 되며 여기에는 모바일게임, 비디오 동영상, 음성 안내음 등이 포함

인도의 거의 모든 주요 이동통신 사업자들을 통해 제공될 예정

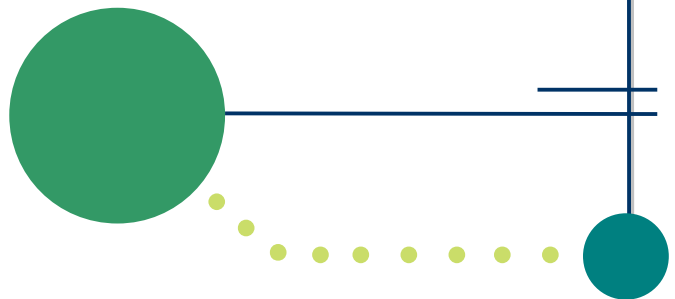
- ◆ 10월 1일부터 인도 소비자들은 WWE의 모바일 콘텐츠를 이용할 수 있을 예정이며 여기에는 Airtel, Vodafone, idea Cellular, Tata Docomo, Aircel 등 거의 모든 주요 이동통신 사업자들이 포함됨

 www.indiatelevision.com/



유럽 게임시장 동향

- 글로벌 종합 미디어그룹 Vivendi, 2011년 상반기 게임 부문 실적
- 영국 게임시장, 게임업체간 치열한 가격 인하 경쟁
- 클라우드 게임업체 OnLive, PC 모드게임과 인디게임 부문 강화
- 소셜 게임업체 BigPoint가 말하는 소셜게임과 BigPoint의 미래
- 프랑스 게임업체 Ubisoft, ASP.net 개발자 경진대회 개최
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위



글로벌 종합 미디어그룹 Vivendi, 2011년 상반기 게임 부문 실적

● Vivendi, 2011년 상반기 매출 전년 대비 1.9% 증가한 143억 유로 기록

- ◆ 메이저 음반사 Universal Music Group, 게임 퍼블리셔 Activision Blizzard, 프랑스 이동통신사 SFR, 유료TV 사업자 Canal+ 등을 소유한 프랑스 종합 미디어 그룹 Vivendi의 2011년 상반기(1-2분기) 전체 매출이 전년 대비 1.9% 증가한 143억 유로를 기록
 - Vivendi의 이자, 세금, 감가상각비 이전 이익(EBITA)은 전년 대비 3.7% 증가한 33억 유로

● Activision Blizzard 실적 호조로 Universal Music Group의 부진 상쇄

- ◆ 그룹 산하 음반사 Universal Music Group의 상반기 실적이 크게 부진했음에도 불구하고 Vivendi의 전체 매출이 증가한 이유는 게임 퍼블리셔 Activision Blizzard의 실적 호조로 이를 상쇄했기 때문
 - 전세계적으로 크게 히트한 게임 타이틀 <Call of Duty>와 <World of Warcraft>로 유명한 Activision Blizzard의 2011년 상반기 매출은 전년 대비 9% 증가한 18억 6,000만 유로, EBITA는 34.4% 증가한 8억 3,300만 유로로 집계됨
 - <War Inc. Battlezone>은 부분정액제를 적용해 무료로 게임 이용이 가능하며, 게임 내에서 이용할 수 있는 총기류 등 게임 아이템은 유료로 구매할 수 있음
 - Vivendi의 Jean-Bernard Levy CEO는 "Vivendi가 네트워크, 플랫폼, 콘텐츠에 대한 투자를 계속 늘려가고 있다면서 2011년 조정 순이익이 30억 유로를 넘어설 것"이라고 언급

 www.vivendi.com

표 8 Vivendi 2011년 상반기 비 일반회계기준 게임 부문 실적 (단위 : 백만 달러)

		2011년 상반기	2010년 상반기	변화율
매출액	Activision	646	670	-3.6%
	Blizzard	671	605	+10.9%
	유통	137	122	+12.3%
	총계	1,454	1,397	+4.1%
영업이익	Activision	78	-46	
	Blizzard	306	313	-2.2%
	유통	-	-1	
	총계	384	266	+44.4%
영업이익률		26.4%	19.0%	+7.4 포인트

[출처] Agate Games, 2011

영국 게임시장, 게임업체간 치열한 가격 인하 경쟁

● 과열양상 보이고 있는 영국 게임 유통가의 가격 인하 전쟁

- ◆ 게임업체 Square Enix의 RPG게임 <Deus Ex>의 비디오게임 버전이 최근 온라인 게임판매 사이트 GameStop에서 21파운드에 팔리기 시작한 가운데, 할인점 Tesco 또한 이에 맞서 30파운드에 팔기 시작하는 등 영국 게임 유통가의 가격 전쟁이 매우 치열하게 벌어지고 있음

- <Deus EX>의 최초 정가는 Amazon 표시 기준으로 59.99달러

● 게임 유통업체 과열 경쟁, 게임산업 전체에 피해 예상 주장 제기됨

- ◆ 게임제작 및 퍼블리싱 업체 Konami의 유럽 지사장인 Kunio Neo는 최근 이러한 영국 시장의 과열된 경쟁에 우려를 표하며 이러한 경쟁은 게임 유통사들에게 전혀 도움이 되지 않는다고 주장

- Neo는 "영국에서 매겨지는 게임 가격 수준은 매우 형편없다"고 말하면서, "게임 소매점들은 항상 가격을 낮출 뿐 그로 인한 부담은 결국 게임 퍼블리싱 업체들이 지고 있다"고 지적

- ◆ 특히 이러한 과열된 유통 가격 전쟁은 결국 영국을 주력 시장으로 하는 미국 게임 업체들에게 큰 부담을 주고 있음

- Neo는 "영국 게임시장은 매우 고통스러운 수준"이라면서도 "독일에 근거를 두고 있는 Konami로서는 독일이 상당히 좋은 상황을 유지하고 있기 때문에 그리 심각한 타격을 입고 있는 것은 아니다"라고 언급

- Neo는 "하지만 영국을 근거로 하고 있는 미국 게임업체들은 큰 영향을 받을 수 밖에 없다"면서, "그들은 영국 내 판매에 크게 의존할 수 밖에 없기 때문"이라고 주장

- Konami의 유럽 지역 판매와 마케팅 총괄 매니저를 맡고 있는 Martin Schneider 또한 "영국 소매 업체들은 당장 가격 (인하) 전쟁을 멈춰야 한다"라고 밝힘

● 출혈 경쟁이라도 해서 살아남아야 한다는 주장도 있어

- ◆ 한 글로벌 게임 퍼블리싱 업체의 영국 지사장은 "우리 게임의 가격이 인하되었다는 소식을 들을 때마다 답답한 것은 사실"이라면서도 "사실상 우리가 법적으로 대처할 수단이 전혀 없다"고 언급

- 출혈 경쟁을 통해 시장 점유율을 높이거나 유지하는 것이 더욱 절실한 상황

- 그는 이어 "분명 상황은 절망스러울 수 있지만 그래도 결과적으로 보다 많은 게임을 팔 수

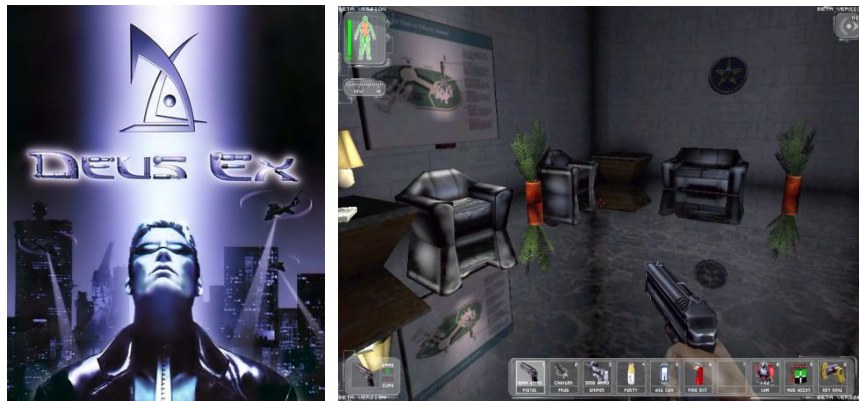
있게 되는 것"이라며, "다른 업체들은 게임시장의 가치를 떨어뜨리는 것이라고 말할지 모르지만 결국 그들도 시장 점유율을 높일 수만 있다면 똑같이 하는 것을 전혀 꺼리지 않을 것"이라고 언급

- ◆ 이러한 가격 전쟁이 결국 다른 국가들에 비해 너무 많은 시장 참여자들을 두고 있는 영국의 게임시장 상황 때문이라는 분석도 나옴
 - 게임 유통업체 Bee.com의 Gian Luzio 상무이사는 "영국 게임시장의 경쟁이 극도로 치열하다"면서, "해외 다른 국가들의 경우 1~2개의 주요 시장 참여자(게임 유통사 등)가 존재하는 반면 영국은 (다른 국가들에 비해) 고작 5% 정도 큰 시장에 10개의 게임 유통사들이 서로 경쟁을 벌이고 있는 상황"이라고 지적

 www.mcvuk.com

그림 6

Square Enix의 RPG게임 <DEUS EX> 실행 화면



[출처] Square Enix, 2011

클라우드 게임업체 OnLive, PC 모드게임과 인디게임 부문 강화

OnLive의 CEO Steve Perlman, PC 모드게임에 대한 관심 밝혀

- ◆ 9월 중순 스트리밍 클라우드 게임업체 OnLive가 영국시장에 진출한 가운데, OnLive의 CEO Steve Perlman이 PC 모드게임*에 대한 관심을 피력하였음
 - Perlman은 "OnLive는 지속적으로 PC 모드게임 커뮤니티의 다양한 시도들을 실제로 OnLive를 통해 현실화하는 데 관심을 가져왔다"며, "이들 모드게임 커뮤니티의 게임 중 하나를 위한 서버가 10월 중 준비될 것"이라고 밝힘
 - 어떤 게임이 될 것인지는 밝히지 않았지만, Perlman은 대신 "OnLive는 앞으로도 지속적으로 훌륭한 PC 모드게임들에 대한 지원을 해나갈 것"이라고 언급

* 주 : 최초 발표된 PC게임을 바탕으로 게임 제작자가 아닌 게이머들이 게임 내용에 수정을 가한 것을 의미하며, 인물들의 외형이나 옷 혹은 능력치 등을 게이머들이 임의로 제작/선택할 수 있게 하는 소극적인 형태부터 게임의 스토리 라인이나 새로운 등장 인물들 혹은 아예 별개로 여겨질 수 있는 게임을 제작하는 형식의 적극적 형태까지 다양한 방식이 존재함. 특히 최근에는 모드 제작에 필수적인 개발자 도구를 아예 제작사 측에서 무상으로 제공하는 경우도 크게 늘고 있으며 여기에는 게임업체 Valve의 <Half-Life>가 대표적인

앞으로 OnLive는 인디게임의 주요 유통 채널로서도 기능할 것임

- ◆ Perlman은 "OnLive가 인디 개발자들의 일종의 조력 플랫폼(Go-To Platform)이 되고자 한다"고 밝힘
 - Perlman은 "OnLive가 인디 개발자들의 주요 유통 채널로서 기능하기를 원한다"고 언급
 - 실제로 과거 OnLive는 다양한 인디게임을 한데 묶어 저렴한 가격에 이용할 수 있도록 하는 'Humble Indie Bundle' 패키지 이벤트를 지원해왔었으며, 이를 통해 유명 인디게임 <Braid>나 <Osmos>등을 OnLive의 채널에서 즐길 수 있는 무료 바우처를 제공하기도 하였음
- ◆ OnLive의 채널을 통한 게임 유통에 관심있는 인디게임 개발자들을 위한 개발자 도구(SDK) 또한 인디게임 개발자들에게 제공되고 있음
 - Perlman은 "(이 개발자 도구를 통한다면) 한 팀이 단 3일 만에 OnLive의 채널을 통해 그들의 게임을 업로드해서 실행시킬 수 있다"고 언급

OnLive, 영국 비디오게임 소매업체 Game와 제휴

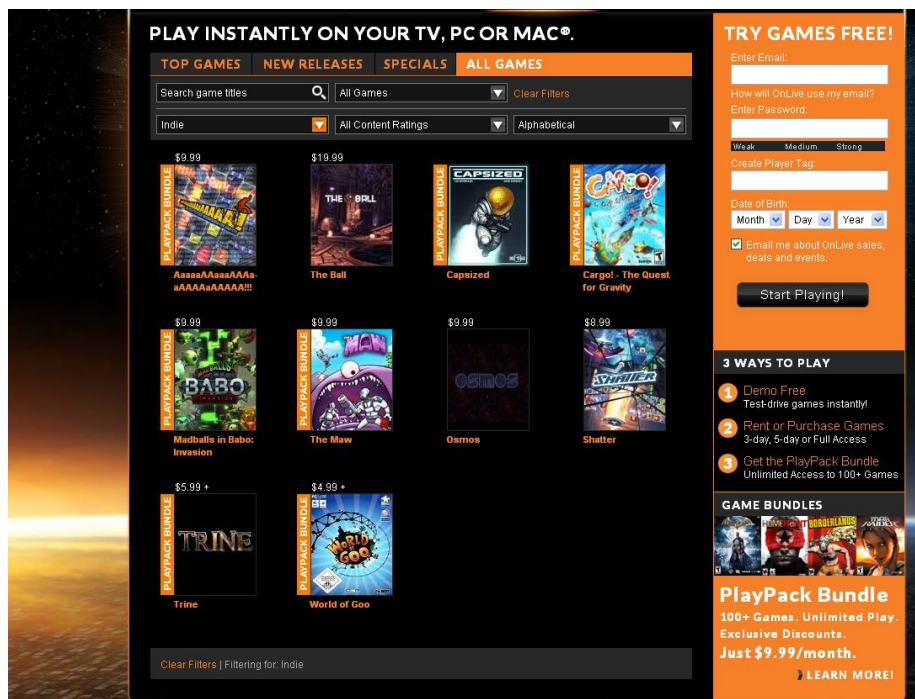
- ◆ 9월 중순 OnLive가 영국에서 클라우드 스트리밍 게임 서비스를 시작한 가운데 OnLive의 협력사로 영국 비디오게임 소매업체 Game가 발표되었음
- ◆ Game는 OnLive의 서비스 이용에 필요한 플러그앤플레이 콘솔과 무선게임 컨트롤러

등의 여러 장비들과 OnLive의 실물 상품들을 판매할 예정

- Game는 영국 전역에 615개의 소매 상점을 운영
- Game의 온라인 사이트에서도 파트너십이 유효하며 Game의 소비자들은 OnLive의 다양한 서비스를 이용할 수 있게 될 전망
- ◆ Game의 파트너십 체결은 미국시장 제1위의 게임 소매업체 GameStop과의 경쟁 구도를 더욱 심화시킬 것으로 전망
- 실제로 GameStop는 8월 자사 상점에 비치된 Square Enix의 <Deux Ex : Human Revolution>에서 OnLive의 프로모션 쿠폰을 아예 제거해버리기도 하였으며 이는 실질적으로 OnLive를 경쟁 상대로 인식하고 있는 것을 보여준 사례로 평가
- 이에 대해 GameStop는 성명서를 통해 "이 쿠폰들은 우리에게 사전에 고지되지 않은 채로 부착되어 왔다"면서도, "우리가 쿠폰을 제거한 것은 당연히 우리의 경쟁자들과 그들의 서비스 제안을 우리의 상점에서 홍보하지 않기 위해서이며 이는 당연히 어떤 판매점에서도 그럴 것"이라 언급

www.pcgamer.com www.gamasutra.com

그림 7 클라우드 게임업체 OnLive에서 제공하는 인디게임 타이틀 (2011.10. 5)



[출처] OnLive, 2011

소셜 게임업체 BigPoint가 말하는 소셜게임과 BigPoint의 미래

Facebook과 Zynga가 주도하는 소셜 열풍을 이겨낸 BigPoint

- ◆ 미국에서는 소셜 게임업체 Zynga와 소셜 게임 플랫폼 Facebook이 캐주얼 온라인 게임과 관련하여 언론의 주목을 받고 있지만, 글로벌 시장에서는 독일 또한 온라인 게임 개발을 주도하는 국가로서 한몫을 맡고 있음
 - 독일을 기반으로 하고 있는 게임 개발업체 BigPoint의 경우 이미 2억 명 이상의 등록 사용자를 보유하고 있으며 이는 단 18개월 만에 두 배로 불어난 수치이기도 함
 - 특히 BigPoint는 PC, 태블릿 PC, 스마트폰 등을 통해 즐길 수 있는 브라우저 기반 3D 게임을 통해 Facebook과 Zynga가 주도하고 있는 소셜열풍을 이겨내고 있기도 함
- ◆ 또한 BigPoint는 다른 소셜 게임업체들과는 달리 글로벌 유통망을 구축하고 1,000여 개를 넘어서는 미디어 파트너들과 함께 자사 게임을 홍보하고 있는 것도 특징
 - 이미 BigPoint의 게임은 25개 언어로 현지화되어 서비스되고 있으며 전 세계에서 180여 개에 달하는 결제 방법도 함께 제공함
 - 이러한 다양한 결제 수단을 통해 매일 10억 회 이상의 결제가 이루어지고 있음

독일 또한 미국 못지 않은 소셜게임 열풍의 중심지로 성장

- ◆ 시뮬레이션 게임에 집중해왔던 독일 게임 개발업체들은 Zynga 등의 미국의 소셜게임 업체들과 충분히 겨룰 수 있는 능력을 보유하고 있음
 - Hubertz는 "1년 전만 해도 독일에서 우리가 개발하고 있던 게임의 대부분은 PC 기반의 시뮬레이션 게임들이었으며 실제로 독일과 유럽 게이머들은 시뮬레이션 게임들을 다른 국가에 비해 즐겨 하는 편이었다"면서, "하지만 오늘날 Flash, Unity, Java 등과 같은 새로운 기술들은 보다 다양하고 나은 게임들을 개발할 수 있도록 하게 되었다"고 언급
 - Hubertz는 "특히 미국 및 미국의 개발사들이 매우 높은 수준의 게임 개발을 훌륭히 해내고 있다"면서, "소셜게임 시장 또한 계속 커지면서도 경쟁 또한 매우 치열해지고 있다"고 언급
 - Hubertz는 "Gameforge나 BigPoint 또한 충분히 미국이나 다른 유럽 소셜 게임업체들과 훌륭히 경쟁할 수 있다고 생각한다"고 밝힘

Facebook에 의존하지 않는 사업모델이야말로 최대 강점

- ◆ Facebook의 정책 변화에 민감할 수 밖에 없는 대부분의 소셜 게임업체들과는 달리 BigPoint는 자체 게임 생태계를 완벽하게 구축하고 있는 장점을 보유하고 있음

- Hubertz는 Facebook과 Zynga가 소셜게임을 대표하고 있는 현실에서 Facebook에 의존하지 않는다는 것이 어떤 장점을 갖느냐는 질문에 대해 "Facebook에 의존하지 않는 것이야말로 최대의 장점"이라면서, "만약 Facebook이 그들의 정책을 바꾸기로 한다면 Facebook 기반 소셜게임을 개발 운영하는 업체들은 난관에 봉착하게 될 것이다"라고 언급
- Hubertz는 "하지만 BigPoint는 8년 동안 쌓아온 1,000여 개의 파트너사들과의 협력관계 및 자체 게임 생태계와 가상 화폐 운영 경험이 있다"고 밝힘
- Hubertz는 이어 "Google과 Facebook이 분명 매우 큰 사이트이긴 하지만, 여전히 그들 외에도 엄청난 인터넷 트래픽을 보유한 사업자들이 세계에는 많다"고 주장
- ◆ 미래에는 오히려 다른 소셜 게임업체들이 BigPoint의 유통 채널을 활용하려 BigPoint와 파트너십을 맺게 될 수도 있음
 - 실제로 BigPoint는 EA와 협력관계를 이끌어 냈음
 - Hubertz는 이어 "아직 밝힐 수는 없지만 EA 외에도 2~3개의 업체와의 협력 또한 진행되고 있다"고 언급

부분유료화 모델의 전망을 밝게 보고 있는 Hubertz

- ◆ 부분유료화 사업모델(Free-to-Play Business Model)의 전망에 대해 Hubertz는 매우 밝게 보고 있다고 답하며 "핵심은 게임 내 결제를 해보지 않는 게이머를 어떻게 결제 경험으로 이끄는가에 있다"고 언급
 - Hubertz는 "이미 BigPoint의 부분유료화 게임들을 통해 소비자들은 콘솔게임보다 많은 금액을 지출하고 있다"면서, "실제로 콘솔게임의 평균 가격인 50~60달러보다 훨씬 높은 100달러 이상(게임당 총 지출액 기준)을 BigPoint의 게임들을 이용하는 소비자들은 매 게임당 지출하고 있다"고 밝힘
- ◆ 특히 부분유료화 사업모델의 핵심은 비 지불 게이머들을 어떻게 게임 내 결제를 이용하도록 만들 수 있는가에 달려있음
 - 이를 위해 게임은 반드시 높은 게임 퀄리티를 지켜야 함은 물론이며 소비자들이 실제로 비용을 내고 싶도록 만들어야 함
 - 또한 장기적인 콘텐츠 제공 또한 게이머들이 지속적으로 비용을 지불하며 게임을 이용하도록 하는 데 있어 핵심 사항임

 www.forbes.com

프랑스 게임업체 Ubisoft, ASP.net 개발자 경진대회 개최

● Ubisoft, 루마니아에서 ASP.net 개발자를 찾는 경진대회 개최

- ◆ EA와 Activision Blizzard 등 쟁쟁한 게임업체들과 경쟁을 벌이고 있는 Ubisoft가 'Ubi Challenge'라는 이름으로 ASP.net 개발자를 찾는 경진대회를 루마니아에서 개최
 - 이번 경진대회에서 뽑힌 개발자들은 Ubisoft의 Webstudio 팀에 합류할 수 있게 될 예정
 - 루마니아는 프랑스에 뿌리를 둔 Ubisoft가 해외게임 개발 스튜디오를 세운(1991년) 첫 국가
 - 이번 경진대회에는 오직 루마니아의 젊은 개발자들만이 참여할 수 있음
- ◆ 10월 20일까지 진행될 경진대회의 첫 무대에서 Ubisoft는 세 가지 주어진 프로젝트 테마 중 하나를 완성함으로써 자신의 기술과 상상력을 증명할 것을 ASP.net 개발자들에게 요구
 - 세 가지 프로젝트 테마는 각각 서양 3목 게임 <Tic-Tac-Toe> 멀티플레이어 게임 웹 애플리케이션이나 스크래치 카드 및 Facebook 사용자들이 자신의 친구가 로그인했을 때 인터랙티브 지도에서 그들이 어디에 있는지를 알 수 있게 하는 MyFriends 애플리케이션들임
- ◆ 1등 상 수상자는 곧바로 Ubisoft의 Webstudio 부문에 어떤 인턴십 기간도 거치지 않은 채로 바로 채용될 예정
 - 채용 특전 외에 다양한 부상들도 함께 마련되어 있는데 여기에는 Kinect가 포함된 Xbox360이나 HTC HD7 모바일 단말기 등이 포함되어 있음
 - 그 외에도 매 경진대회마다 입상자 중 10위권 안에 들어간 수상자들은 Ubisoft와 MS가 마련한 깜짝 선물을 받게 될 예정
- ◆ 만약 이번 경진대회가 성공적인 결과를 가져오게 된다면 Ubisoft는 앞으로 다른 형태의 경진대회들을 통해서 보다 다양한 프로그래밍 언어 개발자들을 뽑을 예정이며 개최국 또한 더 늘릴 예정

 news.softpedia.com

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 9 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (9. 26 ~ 10. 2)	노르웨이 (9. 26 ~ 10. 2)	프랑스* (9. 19 ~ 9. 25)
1	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Gears Of War 3 (Xbox360, MS)	Gears Of War 3 (Xbox360, MS)
2	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Gears Of War 3 : Limited Edition (Xbox360, MS)	Gears Of War 3 : Edition collector (Xbox360, MS)
3	Gears Of War 3 (Xbox360, MS)	NHL 12 (PlayStation3, EA)	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)
4	F1 2011 (Xbox360, Codemasters)	SIMS 3 (PC, EA)	Gears Of War 3: Edition épique (Xbox360, MS)
5	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	F1 2011 (Xbox360, Codemasters)
6	Zumba Fitness (Wii, 505 Games)	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	
7	Dead Island (Xbox360, Koch Media)	Gran Turismo5 (PlayStation3, Sony)	
8	ICO & Shadow Of The Colossus Collection (PlayStation3, Sony)	Driver San Francisco (PlayStation3, Ubisoft)	
9	FIFA 12 (Wii, EA)	Skate3 (PlayStation3, EA)	
10	Deus Ex : Human Revolution (Xbox360, Square Enix)	Red Dead Redemption (PlayStation3, Take2)	
순위	스웨덴 (9. 26 ~ 10. 2)	이탈리아 (9. 19 ~ 9. 25)	네덜란드 (9. 26 ~ 10. 2)
1	Gears Of War 3 (Xbox360, MS)	Gears of War 3 (Xbox360, MS)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
2	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	Gears of War 3 Limited Edition (Xbox360, MS)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
3	NHL 12 (PlayStation3, EA)	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	Gears Of War 3 (Xbox360, MS)
4	Gears Of War 3 : Limited Edition (Xbox360, MS)	F1 2011 (Xbox360, Codemasters)	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)
5	NHL 12 (Xbox360, EA)	Resistance 3 (PlayStation3, Sony)	F1 2011 (Xbox360, Codemasters)
6	REA PC SPEL (PC, Nordic Softsale)	Gran Turismo 5 (PlayStation3, Sony)	FIFA 12 (PC, EA)
7	LIVE 3 MONTH CARD (Xbox360, MS)	Driver : San Francisco (PlayStation3, Ubisoft)	Wii Party (Wii, Nintendo)
8	PlayStation Network Voucher 200 SEK (PlayStation3, Sony)	Dead Island (PlayStation3, Deep Silver)	F1 2011 (PC, Codemasters)
9	F1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	Wii Fit Plus + Balance Board (Wii, Nintendo)	Call do Duty : Black Ops (PlayStation3, Activision Blizzard)
10	FIFA 12 (Xbox360, EA)	God of War Collection 2 (PlayStation3, Sony)	New Super Mario Bros (Wii, Nintendo)

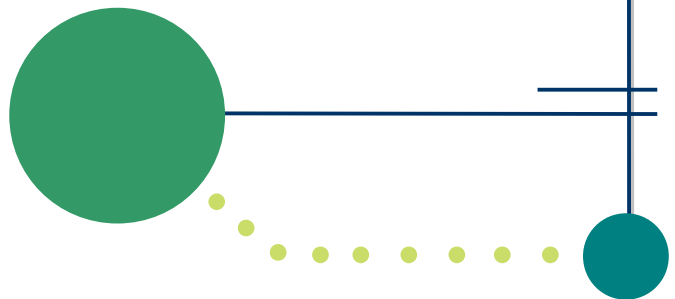
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 5위까지만 발표

[출처] Media Control Gfk International, NEOGAF PAL Charts, Chart-Track, Dataspeilsbranschen



중남미 게임시장 동향

- 게임 수출국으로 변신한 아르헨티나, '제작된 게임 중 95%가 수출'
- 브라질 정부, IT 산업 부흥 일환으로 Xbox360 제조업체 유치
- 멕시코 게임업계, 'EGS'를 통해 멕시코 게임시장 활성화 도모
- Fox Networks, 중남미 시장에 Facebook용 레이싱게임 출시



게임 수출국으로 변신한 아르헨티나, '제작된 게임 중 95%가 수출'

● 아르헨티나에서 제작된 게임의 95%는 유럽, 북미, 일본, 중남미 등으로 수출

- ◆ 2002년 아르헨티나 폐소화 평가절하 조치 이후 소셜게임과 스마트폰 기반의 모바일 게임의 붐이 일어났으며, 제작된 게임 중 대부분이 해외로 수출됨
 - 아르헨티나 게임업체가 제작한 <Bola>는 Facebook 기반의 간단한 소셜 축구게임으로 2010년 출시 이후 전세계적으로 하루 평균 게이머가 150만 명에 달할 정도로 선풍적인 인기를 끌고 있음
 - 아르헨티나 10대 게임업체 중 하나인 QB9에서 제작한 유아용 게임 <Mundo Gatro>는 인터넷을 통한 상호작용 기능을 탑재하여 중남미 지역에서 250만 이용자를 확보하며 큰 인기를 유지하고 있음

● 아르헨티나 게임시장, 브라질 다음으로 중남미 지역 2위 기록

- ◆ 아르헨티나 게임개발자 협회(ADVA)에 따르면, <Bola>와 <Mundo Gatro>을 선두로 한 아르헨티나 게임시장 규모는 중남미 지역에서 브라질 다음으로 2위를 기록하고 있으며, 멕시코와 칠레가 각각 3,4위를 차지하고 있음
 - 아르헨티나 게임개발 종사자 수는 2,000명 이상으로 추산되고 있고, 여기에는 디자이너, 아티스트, 일러스트레이터, 프로그래머, 엔지니어, 시나리오 작가, 테스터, 음악감독 등의 직업 군이 포함되어 있음
 - 현재 아르헨티나에 게임개발 관련 회사의 수는 65개로 집계되고 있으며, 이중 85%는 2000년 이후 설립됨
 - 게임산업과 연관된 직업군과 관련 분야 전문 인력 양성을 위한 학술 과정이 속속 개시되고 있으며, 여기에는 현직 개발자들이 강의를 담당하는 수업 과정이 주를 이루고 있음
- ◆ 아르헨티나 게임시장, 지속적인 성장을 위해서는 정부의 적극적인 협조가 필요
 - 아르헨티나 게임업체 Globant의 Diego Tártara 이사는 "아르헨티나 게임산업이 그 동안 성장가도를 달려왔지만, 정부 차원에서도 현재의 아르헨티나 폐소-달러 환율 등 거시적인 성장 저해 요인을 최소화하는데 협조해 주어야 한다"고 강조
 - QB9의 Hernán Rozenwasser CEO는 "게임산업 분야도 TV 방송 부문처럼 수출 가능한 지적재산권을 획득하는 일이 가장 중요하고 시급한 과제"라고 강조

 www.clarin.com

브라질 정부, IT 산업 부흥 일환으로 Xbox360 제조업체 유치

● MS, 브라질 내 Xbox360 가격 인하를 위해 양산 체제 도입

- ◆ 브라질 정부는 IT 산업 진작을 위한 해외 제조업체 감세정책을 예전부터 시행해왔으며, 그 결과 MS의 Xbox360이 브라질에서 생산됨
 - EMS(전자제품 전문 생산업체) 사업자인 미국의 Electronics가 브라질에서 MS의 Xbox360 생산
 - Electronics의 주당 생산량은 약 1만 7,000대로 예상되며, 이에 따라 브라질 시장에서의 Xbox360 대당 가격은 기존의 40% 정도가 인하될 것으로 전망됨
 - 이미 제조된 Xbox360은 제조 지역 Manaus 자유무역 지대에서 출고를 기다리고 있으며, 10월 5일부터 시장에 출시
 - 브라질에서 생산된 Xbox360 가격은 4GB(800헤알)/250GB(1,100헤알)로 현재 판매되고 있는 4GB(1,300헤알)/250GB(1,600 헤알) 대비 매우 저렴하다는 장점을 가지고 있음

● 브라질에서 생산된 Xbox360, 중남미 지역으로 수출

- ◆ 브라질에서 생산되는 Xbox360은 브라질 내수 물량만 공급하는 것이 목적이었으나, 생산량 증가를 통해 아르헨티나, 파라과이, 우루과이 등 남미 공동시장 회원국에 수출하는 방안도 고려하고 있음
 - 브라질 과학기술혁신부(Ministerio de Ciencia)에 따르면, 이번과 같은 세계적으로 유명한 게임 플랫폼 제조업체 유치는 브라질 정부의 해외 IT 제조업체 유치를 위한 인센티브 정책의 일환으로 결정된 것
 - 제조업체들은 파격적인 감세혜택을 누릴 수 있으나, 생산하는 물량의 상당 부분을 브라질 내수시장에 제공해야 하고 일정 수준의 기술을 브라질에 이전해야 한다는 조건이 있음
 - 브라질 정부는 브라질 IT 산업 진작을 위한 해외 제조업체 감세정책을 예전부터 시행해왔고, 이와는 별도로 브라질 내에 집적회로(IC), 디지털 액정 등 고도의 기술을 필요로 하는 전자 제품 생산 공장을 설립하는 업체에 대해서는 추가적인 인센티브를 제공해오고 있음

 www.laestrella.com.pr

멕시코 게임업계, 'EGS'를 통해 멕시코 게임시장 활성화 도모

● 멕시코 게임 박람회 'Electronic Game Show', 신규타이틀 대거 출시

- ◆ 멕시코 최대 게임 박람회인 'Electronic Game Show(이하 EGS)'의 개최가 10월로 결정되면서, 멕시코 게임업체는 이번 박람회를 기점으로 게임시장이 다시 활성화 되기를 희망하고 있음
 - 올해로 10번째를 맞는 'Electronic Game Show'는 멕시코 산타페에 있는 Expo Bancomer에서 10월 8일부터 9일까지 개최됨
 - 게임 박람회의 제작 이사인 Tabatta Moret는 "이번 박람회에는 올 연말에 출시될 주요 게임 타이틀이 모두 공개되는 대규모 박람회가 될 것이다"라고 밝힘
 - MS, Nintendo, Sony 등이 참석하는 'EGS'는 콘솔게임 중심의 박람회이나, 올해는 다양한 멕시코 모바일 게임업체들이 참여할 것으로 전망

● 멕시코 게임시장, 글로벌 경기침체에도 불구하고 성장세 유지

- ◆ 멕시코 게임시장은 글로벌 경기침체에도 불구하고 여성 게이머들의 콘솔게임 수요가 계속적으로 증가하고 있어 성장세를 유지
 - Tabatta Moret는 "멕시코 게임시장은 세계 경기침체에도 불구하고, 중남미 지역 국가 중 유일하게 계속적으로 성장하고 있다"라고 밝힘
 - MS XBox 멕시코 지사 마케팅 이사 Jaime Limón는 최근 "2011년 9월 현재 멕시코의 총 게이머 수는 3,800만 명으로 게임 소비 부문에서 미국, 일본, 한국에 이어 4위를 차지했으며, 스페인과 포르투갈을 포함한 스페인어권 국가 중에서는 스페인을 누르고 1위를 차지했다"라고 밝힘
 - 멕시코 게이머 중 여성 게이머 비율이 6%에 불과했지만, Kinect, Wii 등 가족용 콘솔게임기 판매 증가로 여성 게이머 비율이 20% 이상 증가
- ◆ 멕시코 모바일 게임시장 또한 스마트폰과 태블릿 PC 확산으로 점차 커지고 있음
 - 스마트폰과 태블릿 PC의 확산 등으로 인한 모바일 게이머의 증가로 멕시코는 게이머 수가 꾸준한 증가세를 유지하고 있는 세계적으로 몇 안 되는 국가 중 하나로 밝혀짐

 www.redusers.com/

Fox Networks, 중남미 시장에 Facebook용 레이싱게임 출시

● Fox Networks, 인터랙티브 3D 게임 <Speed City> 출시

- ◆ Fox International Channels(FIC) 산하 국제 온라인 광고 네트워크인 Fox Networks가 Facebook 플랫폼을 기반으로 한 인터랙티브 3D 레이싱게임 <Speed City>를 10월 1일부터 출시
 - <Speed City>는 자동차 매니아들이 게임 안에서 유명 자동차 수집가가 될 수도 있고 다른 참여자들과 자동차 레이싱을 할 수도 있는 소셜 인터랙티브 3D 게임
 - 각각의 게이머들은 각기 다른 미션을 완수하면 포인트를 획득하게 되고, 일정 포인트가 쌓이면 원하는 자동차 및 부품을 구입할 수 있음
 - Fox International Channels의 라틴 아메리카 지사 수석 부사장 Héctor Costa는 "소셜게임의 특징은 참여자들이 게임을 전개하는 양상에 따라 새로운 도구와 가능성을 획득할 수 있다는 것인데, 이것은 비단 게임에 대한 충성도뿐만 아니라, 기업 브랜드에 대한 충성도 제고에도 큰 효과를 거둘 수 있다"라고 밝힘
 - Costa 부사장은 "<Speed City>의 그래픽과 세부 게임 전개 내용은 각 국가별 게임 출시 요구 조건 및 개별 게이머들의 요구를 충실히 반영하여 각 국의 상황에 최적화된 게임으로 출시할 것"이라고 밝힘

● 중남미 인터넷 이용자, 88%가 소셜네트워크 이용

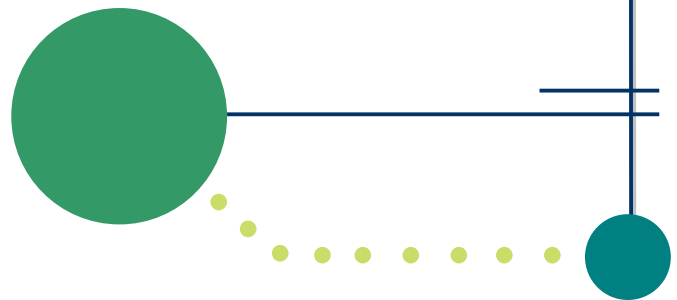
- ◆ Fox Networks에 따르면, 중남미 인터넷 이용자의 88%가 소셜 미디어를 이용하고 있음
 - 브라질, 베네수엘라, 아르헨티나, 멕시코, 콜롬비아 등은 인터넷 이용 상위 15개국에 포함됨
 - 도시 중에서는 멕시코 시티, 부에노스 아이레스, 보고타 등이 Facebook 이용자 수 기준 상위 10위 도시 안에 포함됨
 - Costa 부사장은 "Fox Networks는 Disney를 온라인으로 유통시킬 수 있는 능력을 갖춘 거의 유일한 온라인 광고매체로, <Speed City>에 Fox의 TV 장악력과 웹 홍보 능력을 결합한 다중 플랫폼 방식으로 중남미 지역의 각 소비자에게 양질의 게임을 보다 효율적이고 직접적으로 공급할 것"이라고 강조
 - Fox Networks는 2010년 <BOLA>라는 축구게임을 중남미 지역에 출시하여 전세계 참여 게이머 수 기준 탑 30위 안에 드는 쾌거를 이룬 바 있음

 www.cioal.com/



국내 게임시장 동향

- 국산 소셜게임, PC와 스마트폰을 통해 글로벌시장 진출
- 웹게임, 바쁜 현대인들에게 새로운 활력소로 작용
- 국내 게임업계, M&A 구설수에 몸살앓이
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 온라인게임 포털 순위



한국 온라인게임, 해외 시장에서 인기몰이

북미 게임시장, 한국 온라인게임 <길드워2>와 <아키에이지> 기대 순위 1위

- ◆ 북미 RPG 온라인게임 전문 사이트 MMORPG.com에서 NC소프트가 개발하고 있는 <길드워2>는 수 개월간 기대작 순위 1위를 차지하고 있으며, 엑스엘게임즈가 개발 중인 온라인게임 <아키에이지> 역시 기대순위 1위와 2위를 번갈아가며 차지
 - 액션게임을 방불케 하는 <길드워2>의 강렬한 타격감은 RPG 게이머들은 물론 액션게임 게이머들에게도 좋은 점수를 받고 있음
 - 단순히 사냥과 전투를 반복하지 않고 캐릭터간의 커뮤니티를 강조하는 <아키에이지>의 특성이 최고레벨 달성 이후에도 게임에 지속적인 생명력을 부여할 것으로 기대 받음

한국 온라인게임, 중국·동남아시아 지역에서 가장 높은 인지도 차지

- ◆ 중국 게임시장에서 네오위즈의 <크로스파이어>와 넥슨의 <던전앤파이터>가 인기몰이를 하면서, 한국 온라인게임의 위상을 높이고 있음
 - <크로스파이어>는 이달 초에 중국 시장에서 동시접속자 300만 명을 돌파하며, FPS게임이 큰 인기를 얻고 있는 중국 시장에서도 적수가 없다는 평가를 받음
 - 이는 중국 내 역대 최고 기록인 것은 물론이며, 전세계 온라인게임 시장을 통틀어서도 최다 동시접속자 기록
 - <던전앤파이터>를 모방한 중국산 온라인게임에 대한 표절 논란이 꾸준히 나오고 있음에도 <던전앤파이터>의 중국 시장 내 인기는 상당히 굳건한 편
 - <던전앤파이터>의 동시접속자 기록은 게임 내 업데이트가 진행될 때마다 경신되고 있어 일부 관계자들 사이에서는 <던전앤파이터>의 다음 번 중국 내 업데이트가 실시되면 이번에 수립된 260만 명의 동시접속자 기록이 갱신될 것이라는 주장도 제기됨
- ◆ 동남아 게임시장에서도 한국 온라인게임은 꾸준한 상승세를 보이며 국내시장 못지 않은 성과를 거두고 있음
 - 제페토가 개발한 FPS 온라인게임 <포인트블랭크>는 인도네시아에서 <국민 게임>에 버금가는 인기를 누리고 있음
 - 인도네시아의 퍼블리셔 크레온을 통해 인도네시아에서 서비스를 진행 중인 조이맥스의 액션 온라인게임 <로스트사가>도 인도네시아 현지에서 총 가입자 수 150만 명, 최고 동시접속자 수 3만 명, 일일 가입자 1만 명 등의 기록을 돌파

국산 소셜게임, PC와 스마트폰을 통해 글로벌시장 진출

● 국산 소셜게임, Facebook용으로 전세계 게이머들에게 제공

- ◆ 최근 메이저 게임업체 넥슨이 다양한 Facebook용 소셜게임을 출시해 해외시장에서 눈에 띄는 성과를 보이고 있음
 - 넥슨은 Facebook 플랫폼에서 <메이플스토리 어드벤처>로 월간 이용자 300만 명을 기록했으며, 이는 현재 MAU 3,000만 명 수준을 유지하고 있는 Zynga의 <FarmVille> 등과 비교할 수 없는 수준이지만 빠르게 사용자가 증가하고 있다는 점에 이목이 쏠리고 있음
 - <메이플스토리 어드벤처>는 지난 7월 정식 서비스를 시작한 후 2주 만에 MAU 100만 명을 돌파했으며 서비스 50일 만에 국내에서 개발된 Facebook용 게임으로는 최초로 MAU 300만 명을 기록
 - 넥슨은 향후 지속적인 업데이트를 진행하고 중국어, 프랑스어, 독일어 등 전 세계 사용자들을 위한 다국어 지원도 실시할 예정
 - 넥슨은 소셜게임 분야에서 글로벌 비즈니스를 확대하기 위해 Facebook 등에 게임을 퍼블리싱하는 Sixwave에 투자를 단행

● 국내 모바일 소셜게임, 스마트폰으로 해외시장 공략

- ◆ 스마트폰, 태블릿 PC 등을 통해 즐기는 모바일 소셜게임 분야에서도 토종 게임의 해외 시장 공략이 시작됨
 - 국내 대표 모바일게임 개발사인 컴투스(Com2uS)는 최근 자사가 개발한 소셜게임 <Tiny Farm by Com2uS>을 Apple의 AppStore에 선보임
 - <Tiny Farm by Com2uS>는 컴투스가 개발한 첫 소셜게임으로 적극적인 해외시장 공략을 위해 한글, 영어, 독일어, 프랑스어 등 6개의 다양한 언어를 지원
 - JCE의 모바일 소셜게임 <Rule the Sky>도 전 세계 주요 오픈마켓에 모두 출시되면서, 글로벌 시장 공략을 본격적으로 시작
 - <Rule the Sky>는 AppStore와 Android Market에서 최고 매출을 올리는 애플리케이션으로 꼽히는 등 인기몰이를 하고 있음

웹게임, 바쁜 현대인들에게 새로운 활력소로 작용

● 웹게임의 인기요인, '가벼움·간편성·소셜네트워크'

- ◆ 큰 용량의 게임 프로그램을 설치하지 않고, 인터넷 익스플로러, 모질라, 파이어폭스, 크롬, 인터넷 브라우저에서 바로 구동되는 웹게임이 국내에서 큰 인기를 끌고 있음
 - 웹게임은 대부분 마우스만을 이용해 진행할 수 있으며, 게임에 오랜 시간을 투자하지 않아도 돼 직장인들에게 큰 인기를 끌고 있음
 - 노트북과 넷북이 최근 직장인들의 업무용으로 많이 사용되면서 웹게임에 대한 관심도가 높아짐
 - CJ E&M 넷마블 관계자는 "사용자들이 쉽고 간편하게 접속해서 즐길 수 있기 때문에 다른 장르의 게임에 비해 접근성이 높다"라며, "집에 설치돼 있는 데스크톱 컴퓨터에선 MMORPG를, 직장에선 웹game을 '세컨 게임'으로 즐기는 게이머들이 많아지고 있다"고 밝힘
 - 웹게임은 소셜네트워크 기능이 강화돼 친구들과 함께 게임을 즐길 수 있는 것도 큰 강점

● 국내 메이저 게임업체, 다양한 웹게임 출시

- ◆ 그 동안 중견 게임업체 중심의 웹게임 시장이 NC소프트, 넥슨, 네오위즈, CJ E&M 같은 메이저 업체들이 다양한 웹game을 출시하면서 경쟁이 치열해짐
 - NC소프트는 지난 2009년부터 <무림제국>, <MMHK>, <골든랜드> 등을 출시하면서 웹game 사업영역을 강화하고 있으며, 지난달에는 <MMHK>에 대한 시즌2를 업데이트함
 - CJ E&M 넷마블은 지난 6월부터 국내에서는 처음인 웹game 전문포털 '마블박스'를 운영하면서 <풍운구검>, <SD삼국지>, <칠웅온라인>, <미스터CEO> 등의 웹game을 서비스
 - 엠게임은 지난 7월부터 <대제국>에 대한 채널링 서비스를 시작했고, <무역왕> 3차 비공개 테스트를 완료

● 웹게임의 한계, '짧은 게임 수명'

- ◆ 웹게임은 MMORPG에 비해 개발비가 적게 드는 반면, 게임 수명이 대부분 6개월이라는 한계를 지니고 있음
 - 게임 출시 이후부터 즐길 수 있는 콘텐츠가 모두 소진되는 평균적인 게임 기간은 6개월이며, 실제로도 70%가량의 웹game 매출은 출시 이후 6개월 이내에 발생하는 것으로 알려짐

국내 게임업계, M&A 구설수에 몸살앓이

● 확인되지 않은 게임업체들의 M&A설, 중견 게임업체를 중심으로 확산

- ◆ 최근 게임업계가 각종 인수·합병(M&A)설로 뒤숭숭한 가운데, 인수 기업과 피인수 기업의 실명도 거론되고 있음
 - 게임업계에 따르면 동부그룹은 최근 엠게임을 인수하기 위한 사전조사 작업에 착수한 것으로 알려져 엠게임의 주가가 크게 상승했으나, 동부그룹은 엠게임 인수설에 대해 "사실이 아니다"고 밝힘
 - 엠게임은 지난해부터 꾸준히 인수·합병설이 나돌았고, 올해 초 실시한 대규모 구조조정으로 다시 한 번 인수·합병설에 휩싸이고 있음
 - 최근에는 동부그룹이 SK커뮤니케이션즈의 자회사 SK아이미디어를 인수할 가능성이 있다는 전망도 제기됨
 - SK그룹이 게임 사업을 잇달아 정리하면서 마지막 남은 SK아이미디어도 곧 매각되지 않겠느냐는 관측에 동부그룹이 매입할 게임업체 타진에 들어갔다는 소문이 겹쳐 동부그룹의 SK아이미디어 인수 가능성이 제기되는 것으로 분석
- ◆ <프리스타일 풋볼>을 개발한 JCE와 <오디션>개발업체 와이디온라인이 피인수 대상 기업에 올랐다는 관측도 나왔으며, 최근에는 이 명단에 웹젠과 액토즈소프트까지 이름을 올렸음

● 모바일 게임업체의 M&A설도 계속적으로 등장

- ◆ NC소프트가 올해 초 모바일 게임사업 진출을 선언했고, NHN 한게임도 지난해 10월 모바일 게임사업 진출을 선언하면서 다양한 M&A설이 나타남
 - 매물로 나왔다는 소문이 돌고 있는 모바일 게임업체는 게임빌과 컴투스이지만, 해당업체는 사실이 아니라고 부인하고 있음
 - 컴투스 관계자는 "피인수설은 전혀 사실이 아니다. 스마트폰 시대를 맞아 컴투스가 NC소프트 정도의 기업으로 성장할 수 있다고 본다"고 언급
 - 모바일 게임업체들의 피인수설이 제기되는 것은 덩치가 작기 때문으로 2011년 9월 기준 컴투스의 시가총액은 2100억 원, 게임빌은 3400억 원이며, 엔씨소프트는 7조원이 넘음
 - NC소프트 등 온라인 게임업체 입장에서선 새 사업 진출에 따른 위험 부담을 낮추고, 안정적인 개발인력도 확보할 수 있다는 장점이 있기에 꾸준히 인수설이 흘러나오고 있음

통계 국내 온라인게임 순위

표 10 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (2011.10. 3 기준)	게임메카 (2011. 9. 28 ~ 2011. 10. 4)	인벤 (2011. 9. 26 ~ 2011. 10. 2)
1	아이온	피파온라인2	아이온
2	서든어택	아이온	피파온라인2
3	워크래프트3	리니지	리니지
4	피파온라인2	서든어택	서든어택
5	스타크래프트	던전앤파이터	던전앤파이터
6	리니지	스페셜포스2	메이플스토리
7	월드오브워크래프트	카트라이더	사이퍼즈
8	던전앤파이터	메이플스토리	월드오브워크래프트
9	리니지2	프리스타일풋볼	카트라이더
10	테라	테라	스페셜포스2
순위	게임노트 (2011. 10. 2 기준)	게임조선 (2011. 9. 25 ~ 2011. 10. 1)	게임리포트 (2011. 10. 3 기준)
1	아이온	아이온	아이온
2	서든어택	피파온라인2	서든어택
3	피파온라인2	서든어택	워크래프트3
4	리니지	리니지	스타크래프트
5	던전앤파이터	던전앤파이터	피파온라인2
6	월드오브워크래프트	리니지2	메이플스토리
7	테라	테라	월드오브워크래프트
8	메이플스토리	스페셜포스2	던전앤파이터
9	리니지2	사이퍼즈	테라
10	사이퍼즈온라인	스타크래프트2	리니지2

*주: 게임메카, 인벤, 게임노트 등은 '워크래프트, 스타크래프트' 등을 PC게임으로 분류해 게임 순위에 반영하지 않음

[출처] 각 사 홈페이지

통계 국내 온라인게임 포털 순위

표 11 국내 온라인게임 포털 순위 (2011. 9)

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.nexon.com	5,165	16.00
2	www.pmang.com	3,920	12.14
3	www.hangame.com	3,409	10.56
4	www.netmarle.net	2,800	9.68
5	www.gameangel.com	1,725	5.34

[출처] KoreanClick

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2011년 10월 14일
- ▶ 발 행 처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀장
 권오태 한국콘텐츠진흥원 선임연구원

▶ 문의

한국콘텐츠진흥원 전화 02-3153-1114 홈페이지 www.kocca.kr
서울특별시 마포구 월드컵 북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-270)

※ 본 보고서 내용의 무단 전재를 금하며, 가공·인용할 때에는 출처를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.