

글로벌 게임산업 트렌드

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2011년 11월 제1호



한국콘텐츠진흥원



목 차

2011년 11월 제1호
2011. 11. 15

1 글로벌 게임시장 동향..... 4

- 2011년 글로벌 소셜게임 매출 49억 달러 전망
- '스마트 TV', 새로운 게임 플랫폼으로 부상
- 게임산업의 새로운 수익원 '광고', 2016년 72억 달러 돌파 예상
- Activision과 EA, 연말 블록버스터 게임 마케팅에 1억 달러 투자
- 모션 센싱 컨트롤러 Kinect, 게임 넘어 활용 영역 확장

2 북미 게임시장 동향..... 12

- 미국 5~8세 아동 중 17% 매일 비디오게임 즐겨
- 미국 콘솔게임 보유자, DLC 구매 비율 증가
- Rovio, <Angry Birds> 기반 전방위 엔터테인먼트 사업 전개 예고
- 소셜 게임업체 Zynga, 소셜게임의 장르 다변화 추구
- Cartoon Network, 게임 중심 웹사이트 운영으로 광고 매출 확보
- **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 온라인 게임시장 6조 2,000억 원 돌파
- Tencent 게임포털 'QQ게임', 글로벌 게임포털로 성장
- Shanda Games, UN 공식게임 <Freerice> 서비스
- Giant Interactive, 2011년 3분기 실적 발표
- Rovio, 중국 내 불법 <Angry Birds> 제품 유통에도 희색
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ **일본 게임시장 동향** 29

- Nintendo, 6개월간 손실액 10억 달러 육박하며 "추락"
- Disney, 일본서 소셜게임 <My Disney Store> 출시
- 인기 게임 <Monster Hunter> 시리즈, 소셜게임으로 재탄생
- 日 모바일 게임업체 DeNA, 사업 호조로 실적 성장세 지속
- **분계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ **기타 게임시장 동향** 35

- 호주 정부, 성인게임 등급 'R18+' 도입 지원
- 싱가포르, Game Solution Centre 오픈
- 인도 UTV Indiagames, 영화 <Ra.One> 기반 소셜게임 개발
- 다국적 소비용품 기업 Reckitt Benckiser, 온라인게임 출시

4 **유럽 게임시장 동향**..... 39

- 스페인 게임시장, 콘솔과 PC게임에서 소셜게임으로 변화
- EA, Origin 서비스의 독일 개인정보 보호법 침해 여부 부정
- Ubisoft, 신작게임 <Ghost Recon>을 통해 멀티플랫폼 전략 공개
- 러시아 소셜 게임업체 Pixonic, 미국 지사 개설
- 'PlayStation Store', Sony 태블릿 PC 'Table S' 지원 시작
- **분계** 유럽 게임 SW 판매 순위

5 **중남미 게임시장 동향**..... 50

- 중남미 소셜 게임시장 선도 기업 소개
- 아르헨티나 이통사 Movistar, HD 화질의 모바일게임 출시
- 멕시코 엔터테인먼트 업체 Kaxan, 온라인 게임사업 확대

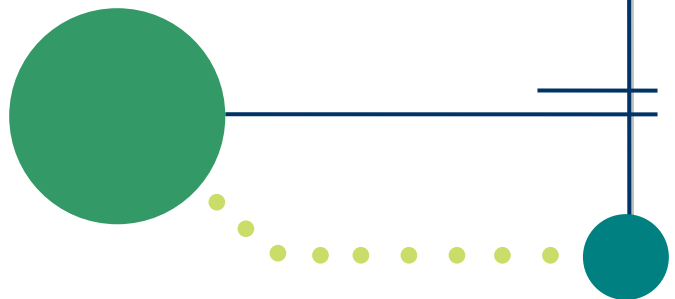
6 **국내 게임시장 동향**..... 55

- 셋다운제, 모바일은 제외... PC 패키지는 미지수
- Apple, 국내 앱스토어 게임 카테고리 오픈
- 제주, 세계 최초 장애인 e스포츠 대회 개최
- <테라>, 대통령상 포함 게임대상 4관왕 달성
- **분계** 국내 온라인게임 순위
- **분계** 국내 온라인게임 포털 순위



글로벌 게임시장 동향

- 2011년 글로벌 소셜게임 매출 49억 달러 전망
- '스마트 TV', 새로운 게임 플랫폼으로 부상
- 게임산업의 새로운 수익원 '광고', 2016년 72억 달러 돌파 예상
- Activision과 EA, 연말 블록버스터 게임 마케팅에 1억 달러 투자
- 모션 센싱 컨트롤러 Kinect, 게임 넘어 활용 영역 확장



2011년 글로벌 소셜게임 매출 49억 달러 전망

● 글로벌 소셜 게임시장, 2014년까지 86억 달러 규모로 성장할 것

- ◆ 시장조사기관 SuperData의 보고서 "Social Game Market 2011"에 따르면, 전세계 소셜 게임시장의 2011년 매출은 2010년 37억 달러에서 약 32% 성장한 49억 달러에 달할 것이며, 2014년에는 86억 달러까지 성장할 것으로 전망
 - 지역별로는 2011년 글로벌 소셜 게임시장의 매출액 중 40%가 아시아 지역에 의존하고 있는 것으로 분석되며, 북미, 유럽, 중남미 지역의 매출 비중은 각각 28%, 23%, 5%를 기록할 것으로 예상
- ◆ 대부분의 소셜게임은 무료로 게임을 즐길 수 있게 하는 대신 게임 내 결제 등을 통해 다양한 게임 옵션을 게이머가 선택하여 즐기게 하고 있으며, 이 같은 서비스 모델이 소셜 게임산업 성장의 원동력이 되고 있는 것으로 분석
- ◆ 소셜게임 플랫폼 개발업체 Viximo의 CEO인 Dale Strang은 "소셜게임 개발자라면 당연히 글로벌 게임시장 진출 및 유통 전략을 가지고 있어야 한다"며, "특히 해외시장 진출은 멀티플랫폼 전략을 통해 이루어져야 한다"고 주장
 - 시장조사기관 DFC Intelligence의 David Cole 애널리스트 역시 "온라인게임 매출은 앞으로도 계속 상승세에 있다"며, "다양한 단말기 상에서 게임을 즐길 수 있게 된 덕분"이라고 언급

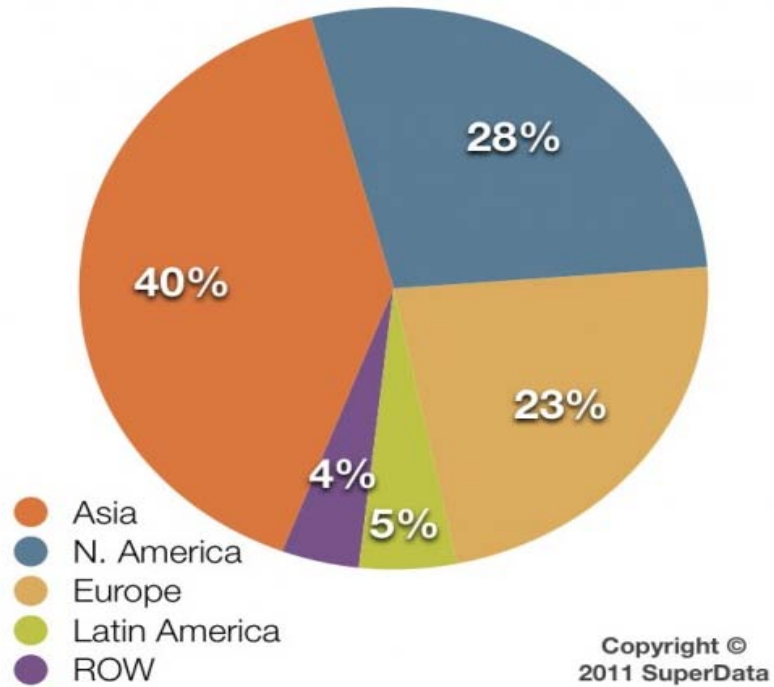
● Facebook이 2011년 글로벌 소셜 게임시장 매출의 1/3 장악할 것

- ◆ Facebook은 2011년 글로벌 소셜 게임시장 매출의 1/3을 차지하게 될 것으로 예상되며, 이는 <FarmVille> 등으로 유명한 소셜 게임업체 Zynga 덕분인 것으로 분석
 - Zynga의 게임들은 총 2억 7,000만 명에 달하는 월간 이용자 수를 기록했으며, 올해에만 약 15억 달러에 달하는 매출을 올릴 것으로 예상
- ◆ Facebook은 새로운 경쟁자로 부상한 Google+와의 대결을 앞두고 있으며, 특히 러시아 및 아시아 지역에서의 경쟁이 주목 받고 있음
 - 이에 대해 SuperData의 Janelle Benjamin 수석 애널리스트는 "두 소셜 네트워크 라이벌이 아시아와 러시아 소셜 게임시장의 성장에 주목하고 있다"며 "이미 8억 명의 이용자를 보유하고 있는 Facebook은 아시아와 러시아 시장에서 성장 발판을 확보하기 위해 노력 중"이라고 언급
 - Strang CEO 역시 "Facebook이 이미 너무 많은 가입자를 보유하고 있기 때문에 성장 동력을 확보하기 어려운 반면, 최근 공개 서비스를 시작한 Google+는 이미 가입자 5,000만 명을

달성하는 등 세력을 키우고 있다"며, "Facebook을 이용하지 않는 이들도 많다는 점에 주목해야 한다"고 언급

 www.usatoday.com

그림 1 2011년 전세계 소셜게임 시장의 지역별 매출 분포 예상



[출처] SuperData, 2011

'스마트 TV', 새로운 게임 플랫폼으로 부상

● 클라우드 게임업체 OnLive, 고사양 게임과 스마트TV의 결합 시도

- ◆ 2009년 최초로 고사양 게임의 스트리밍 서비스를 선언한 이래 성공적인 사업을 펼치고 있는 OnLive가 Intel 및 LCD TV 제조업체 Vizio와 협력 하에 OnLive 기능이 내장된 스마트 TV와 블루레이(Blu-ray) 플레이어 출시를 계획
 - OnLive는 만 2년 간 미국 내에서 성공적인 서비스를 제공하며 올해 말 이용자 수가 7,500만 명에 달할 것으로 전망되며, 9월 22일에는 영국 시장 진출을 앞두고 있음
 - Steve Perlman CEO는 "OnLive의 클라우드 게임 스트리밍 서비스는 TV를 통해 게임하는데 콘솔 게임기가 더 이상 필요하지 않게 하는 것이 목적"이라며, "콘솔게임 이용자들이 점차 OnLive의 서비스로 넘어오게 될 것"이라고 포부를 밝힘
- ◆ OnLive는 동영상 스트리밍 서비스의 강자 Netflix와 같이 게임 스트리밍 서비스도 장소에 관계없이 제공 가능한 유비쿼터스 요소를 갖출 경우 크게 성장할 수 있을 것으로 전망
 - OnLive의 클라우드 스트리밍 서비스가 어떤 TV에서나 서비스 가능하다는 것은 곧 어떤 TV에서도 스마트 TV 애플리케이션이 작동될 수 있다는 의미
 - 데모 게임의 스트리밍 서비스에 주력하고 있는 또 다른 클라우드 게임 스트리밍 업체 Gaikai의 David Perry 역시 "스마트 TV는 보다 넓은 소비자 층으로의 접근을 의미하며 이는 게임 개발사들도 바라는 바"라며, "앞으로 기술 발전에 따라 보다 적은 비용으로 효율적인 스트리밍 서비스가 가능해 질 것으로 보인다"고 언급

● 고사양 게임보다 다양한 소비자 층의 캐주얼게임이 스마트 TV에 적합

- ◆ TV가 콘솔과 DVD 및 오디오를 대신해 콘텐츠 소비의 중심이 될 것이라는 전망이 업계 내에서 합의를 찾은 가운데, 스마트 TV 플랫폼에서 제공되는 게임은 고사양 게임보다 캐주얼 가족게임이 주를 이룰 것으로 전망
 - 스마트 TV용 게임 앱을 공급 중인 PlayJam의 Sturat Walsh COO는 "스마트 TV용 고사양 게임 개발에 집중하는 것은 스마트 TV를 어떤 사람들이 사용하는지 무시하는 처사"라며, "혼자서만 즐기는 고사양 게임보다는 다수의 사람들이 TV 앞에서 함께 어울릴 수 있는 게임이 적합하다"고 주장

 www.gamesindustry.biz

게임산업의 새로운 수익원 '광고', 2016년 72억 달러 돌파 예상

● 광고, 게이머의 부정적 인식 해소와 지속적 성장이 관건

- ◆ 시장조사기관 DFC Intelligence의 "Advertising and Video Games" 보고서에 따르면, 게임산업이 광고 매체로서 거두게 될 매출이 2016년에 72억 달러에 도달하며, 게임산업에서 광고 관련 매출이 차지하는 비중이 점차 증가할 전망
 - 그러나 현재 게임산업의 광고 기반 매출은 10억 달러에 그치고 있으며, 광고가 게임산업의 주요 수익 모델로 자리잡기 위해서는 극복해야 할 문제점이 많다는 지적이 제기됨
 - 실제로 광고가 어떤 방식으로 게임산업에 자리잡게 될지는 업계 내에서도 이견이 있음
- ◆ '게임 내 광고', 게이머의 부정적 인식이 해소되어야 성장 가능
 - 광고가 게임산업의 주요 수익 모델로 자리잡기 위해 가장 우선적으로 고려되어야 할 것은 '게임 내 광고'에 대한 소비자들의 거부감을 불식시키는 것
 - 게임 중 혹은 게임 시작 전/후에 배치되는 광고로 인해 게이머가 불편을 느끼는 등 거부감이 들만한 광고 게재가 이어질 경우 광고 효과 자체가 감소하는 부작용도 발생할 수 있음
 - 게임 퍼블리셔는 '게임 내 광고'를 도입하는 것에 보다 신중해질 필요가 있으며, 광고를 통한 매출 확보를 고려하기 전, 많은 사람들이 게임을 즐기는 환경을 구축하는 데 집중해야 함

● '게임 내 광고', 콘솔과 PC게임보다 모바일과 부분유료화 게임에 적합

- ◆ 모바일게임과 부분유료화(Freemium) 게임 모델에서는 게임과 광고의 결합이 비교적 성공적으로 이뤄지고 있는 반면, 콘솔과 PC 게임시장에서는 아직까지 광고가 수익 모델로 활용되기 힘든 상황
 - 모바일게임은 광고가 탑재된 부분유료화 버전과 광고없는 유료 버전으로 구분하여 서비스가 가능해 이미 광고가 주요 수익 모델로 활용되고 있으며, 부분유료화 게임 역시 가상 아이템 판매와 광고를 주 수익원으로 삼고 있음
 - 그러나 패키지 형태의 유료 판매가 기본인 PC와 콘솔게임은 광고를 무제한적으로 삽입하는 것이 부담으로 작용할 수 있으며, '게임 내 광고' 삽입 시 광고가 없는 버전보다 판매 가격을 낮추는 방식 등 모바일게임과는 다른 접근방식이 요구됨

 www.dfcint.com

Activision과 EA, 연말 블록버스터 게임 마케팅에 1억 달러 투자

● 대작게임 출시 앞두고 뜨거워진 연말 비디오 게임시장

- ◆ Activision Blizzard의 <Call of Duty>와 EA의 <Battlefield> 등 연말 블록버스터 게임들이 출시를 앞두고 있는 가운데, 게임업계의 판매 각축전이 그 어느 때보다 치열하게 벌어질 전망
 - 지난 몇 년간 블록버스터급 게임 출시가 드물었던 것과 달리, 2011년 연말에는 <Call of Duty> 시리즈의 8번째 최신작 <Call of Duty : Modern Warfare3>를 비롯해 다른 게임업체들의 대형 게임 출시가 잇따르고 있음
 - MS는 프랜차이즈 게임 <Gears of War>와 <Halo>의 신작을 이미 하반기에 발표했으며, <Doom>과 <Quake> 등을 개발해 FPS 게임의 아버지라 불리는 John Carmack이 설립한 게임 스튜디오 id Software 역시 신작 <Rage>를 최근 출시
- ◆ 특히 수 년간 FPS 장르 게임의 주도권은 물론 최대 게임 유통업체 타이틀까지 Activision에게 내준 상태인 EA는 직접적으로 <Call of Duty>를 경쟁 상대로 지목하며 설욕을 준비 중인 것으로 알려짐
 - EA의 John Riccitiello CEO는 "우리는 <Call of Duty>를 끌어내리는 것을 목표로 <Battlefield 3>를 출시할 것"이라고 언급함
- ◆ 이 같은 게임업체들의 출시 경쟁과 함께, 연말 대목을 준비 중인 게임 유통업체 GameStop은 임직원 5,000여 명이 참석한 자리에서 관련 사업홍보와 설명회 개최
 - 이번 설명회에서는 게임 판매의 일선에 서있는 임직원들의 도움을 받아 게이머들에게 게임 구매에 도움이 되는 게임 정보 교육을 실시

● 1억 달러에 달하는 비용을 마케팅에 쏟아 붓고 있는 EA와 Activision

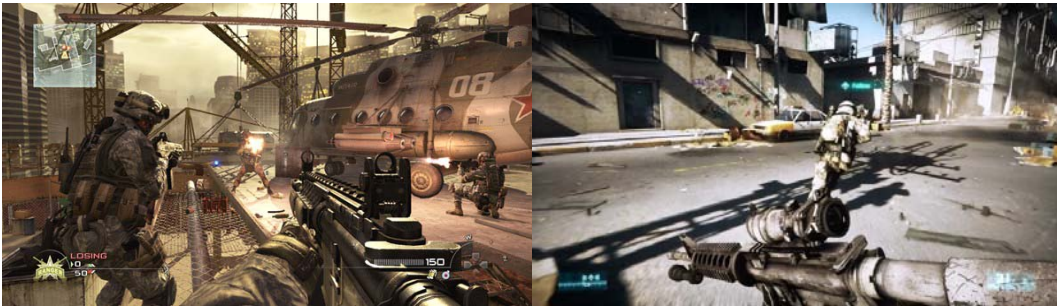
- ◆ <Battlefield3>와 <Call of Duty> 등 신작 출시가 목전에 다가온 가운데, Riccitiello CEO는 "EA와 Activision은 FPS 밀리터리 게임 마케팅에만 약 1억 달러를 사용했을 것"이라고 추산
 - 금융 자문업체 Wedbush Securities의 Michael Pachter 게임 전문 애널리스트는 "1억 달러는 지금까지 이들 게임업체가 마케팅에 지출해온 통상 비용의 2~5배에 달하는 규모"라고 분석
- ◆ 한편 현재까지 GameStop이 집계한 예약판매 현황에 따르면, <Call of Duty>의 신작이 <Battlefield 3>보다 2배 이상 많은 예약 주문을 받고 있는 것으로 나타났으며, 지금까지 판매 실적에서도 <Call of Duty> 시리즈는 40억 달러 이상의 매출과 6,000만 장 이상의

판매량을 기록하는 등 FPS 게임 시장을 주도하고 있음

- ◆ 두 게임의 경쟁은 팬들 사이에서도 격화되어, 실제로 한 <Battlefield> 게임 팬은 'modernwarfare3.com' 이라는 도메인 주소를 <Battlefield3> 웹사이트와 연동시켜, Activision이 법원에 소송을 제기해 9월에서야 도메인 소유권을 확보함

 www.bussinessweek.com

그림 2 <Call of Duty: Modern Warfare3>와 <Battlefield 3> 게임 이미지



[출처] 각 사 홈페이지

모션 센싱 컨트롤러 Kinect, 게임 넘어 활용 영역 확장

● MS, Kinect의 활용 영역 확장을 위해 에코시스템 구축 노력

- ◆ 최근 MS는 자사 콘솔 게임기 Xbox360의 모션 센싱 컨트롤러로 개발한 Kinect를 게임 영역을 넘어 교육, 의료 등 다양한 산업 영역에 활용하기 위한 기반 작업을 진행 중
 - MS는 모션 센싱 컨트롤러인 Kinect의 발매 후 Kinect를 게임 외에 다방면에 활용하는 사례가 등장함에 따라 Kinect를 게임을 포함해 모션 센싱 컨트롤러를 활용할 수 있는 산업 영역에 보급하기 위한 작업을 진행하고 있음
 - MS에 따르면 현재 산업 영역에 Kinect를 활용하기 위한 파일럿 프로그램을 자동차 메이커인 Toyota, 출판사인 Houghton Mifflin Harcourt, 디자인 전문 업체인 Razorfish에 제공해 운영 중에 있는 것으로 알려졌으며, 또한 전세계 25개국 200여 기업 이상이 Kinect를 이용한 파일럿 프로그램에 참여 의사를 밝힘
 - MS는 2012년 상반기에 Kinect를 다양한 산업에 활용하기 위한 상업용 프로그램을 출시할 계획이며, 산업에 활용할 수 있는 Kinect 기반 플랫폼과 에코시스템 구축에 초점을 맞추고 사업을 진행할 전망

● Kinect의 특성을 활용한 다양한 실사용 사례 증가

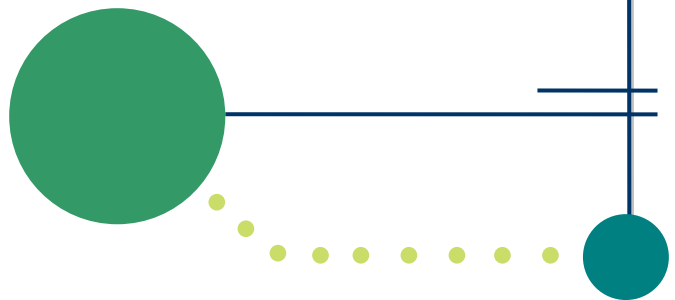
- ◆ Xbox360 기반 모션 센싱 컨트롤러인 Kinect를 활용해 애플리케이션을 개발할 수 있는 SDK가 발표된 이후 Kinect를 게임이 아닌 다른 방식으로 사용하는 사례가 지속적으로 증가하고 있으며, 실제 의료 등 일부 산업 영역에 Kinect를 활용함
 - Kinect의 경우 모션 센싱, 음성 인식, 얼굴 인식 등 다양한 기능들이 제공되고 있어 다양한 산업 영역에서 관심을 보여오고 있으며 일부 연구기관 및 기업 등에서는 자체적으로 Kinect용 애플리케이션을 구축해 산업 영역에서 활용
 - 의료 산업 및 교육 산업의 경우 이미 특정 업체 및 기관에서 Kinect용 게임이나 애플리케이션을 직접 활용하고 있는 것으로 알려졌으며, 이외 보안 업계, 헬스케어 업계 등에서도 Kinect를 직간접적으로 활용

 www.ms.com



북미 게임시장 동향

- 미국 5~8세 아동 중 17% 매일 비디오게임 즐겨
- 미국 콘솔게임 보유자, DLC 구매 비율 증가
- Rovio, <Angry Birds> 기반 전방위 엔터테인먼트 사업 전개 예고
- 소셜 게임업체 Zynga, 소셜게임의 장르 다변화 추구
- Cartoon Network, 게임 중심 웹사이트 운영으로 광고 매출 확보
- **통계** 미국 콘솔 HW&SW 판매량
- **통계** 미국 MMO게임 이용 순위
- **통계** 미국 App Store 인기게임 순위
- **통계** 미국 Android Market 인기게임 순위



미국 5~8세 아동 중 17% 매일 비디오게임 즐겨

미국 어린이, 과반수 이상이 게임 이용

- ◆ Knowledge Networks for Common Sense Media에서 미국 내 1,384 가정을 대상으로 2011년 중 총 2회에 걸쳐 실시된 조사 결과 "Zero to Eight : Children's Media Use in America" 따르면, 미국 5~8세 아동 중 17%가 매일 비디오게임을 이용하고 있음
 - 이번 조사결과에 따르면 8세 이하 아동의 51%가 콘솔 게임기를 통한 게임을 이용해본 적이 있는 것으로 나타났으며 2~4세는 44%, 5~8세는 81%가 게임을 이용한 것으로 나타나 미국 내 아동들이 게임을 접하는 최초 연령이 매우 낮은 것으로 분석됨
 - 특히 5~8세 아동 중 17%는 매일 게임을 이용하는 것으로 나타났으며 36%는 일주일에 한번 이상 게임을 이용하는 것으로 조사
- ◆ 아동들의 일일 총 미디어 이용 시간 중 여전히 TV가 74%로 가장 비중이 높은 것으로 나타났으며 콘솔게임과 컴퓨터는 각각 10%, 13%로 나타났음
 - 이번 조사 결과에 따르면 8세 이하 아동의 경우 TV 시청(비디오, DVD 시청 포함)에 평균 1시간 44분을 사용하며 비디오 게임 이용에는 평균 25분을 사용
 - 8세 이하 아동이 있는 미국 가정 중 67%는 가정 내 콘솔 게임기를 보유하고 있으며 휴대용 게임기 보유 비율은 24%, 교육용 게임기 보유 비율을 29%로 나타남

아동 성별에 따른 게임 이용 행태에 차이 보여

- ◆ 8세 이하 남아와 여아의 게임 이용 경험 여부는 각각 56%와 46%를 기록해 큰 차이를 나타내지는 않았으나 개별 콘솔 게임기 보유 여부와 게임 이용 빈도에서는 큰 차이가 발생
 - 이번 조사 결과에 따르면 8세 이하 남아와 여아의 경우 각각 54%, 46%가 콘솔 게임기를 통한 게임을 이용해본 적이 있는 것으로 나타났으나, 아동의 방에 콘솔 게임기가 보유된 비율은 남아가 14%, 여아가 7%로 약 2배의 차이가 나타남
 - 남아의 경우 매일 비디오게임을 이용하는 비율이 14%인데 비해 여아는 5%로 나타나 성별에 따른 비디오게임 이용 행태가 차이를 보이는 것으로 조사

 www.common sense media.org

미국 콘솔게임 보유자, DLC 구매 비율 증가

미국 콘솔게임 보유자의 DLC 구매 비율 50% 넘어

- ◆ 시장조사전문업체 EEDAR의 "Deconstructing Downloadable Content"에 따르면, 북미 콘솔게임 보유자 중 51%가 최근 1년 내 한번 이상 DLC(Downloadable Content)를 구매한 적이 있는 것으로 나타남
 - EEDAR에 따르면 2009년 조사 시 34%에 머물렀던 DLC 이용자 비율이 2010년 40%로 6%가 증가했고, 2011년에는 전년도보다 11% 증가한 51%로 나타나 북미 콘솔게임 보유자 중 2,000 만 명 이상이 DLC를 이용한 것으로 나타남
 - DLC 이용자 증가는 바로 이용 가능한 게임 콘텐츠와 DLC에 대한 마케팅, broadband 속도 향상 등으로 분석됨
 - DLC에는 일반 게임 전체 콘텐츠와 게임 확장팩, 인디 게임 등의 콘텐츠가 포함되어 있음
- ◆ 북미 지역 2011년 DLC의 시장 규모는 8억 7,500만 달러에 달할 것으로 나타났으며 2012년에는 10억 달러를 돌파할 것으로 전망
 - EEDAR은 올해 북미 지역의 DLC 시장 규모가 8억 7,500만 달러 이상을 기록할 것으로 전망했으며, 2012년에는 전년 대비 약 14% 증가한 10억 달러를 넘을 것으로 예상

비구매 고객 확보 시 16억 달러 규모의 시장 형성 가능

- ◆ EEDAR의 조사 결과에 따르면 개인정보 문제, 느린 인터넷 속도 등으로 인해 디지털 다운로드 콘텐츠를 이용하지 않는 비구매 고객을 DLC 이용자로 확보할 경우 6억 달러 규모의 추가 매출이 발생할 것으로 전망
 - 북미 콘솔 게임기 보유자 중 49%가 1년 중 한번도 DLC를 구매하지 않은 것으로 나타났으며, 개인정보 유출에 대한 우려, 환불의 어려움, 가격 문제 등이 DLC를 구매하지 않은 주요 요인인 것으로 분석
 - EEDAR은 DLC 비구매 고객 비율을 줄이기 위해서는 DLC와 관련한 제반 문제에 대해 게임 퍼블리셔, 게임 개발사, 콘솔게임 제조사가 협업을 통해 해결해야 하며 이를 통해 북미 시장에만 매년 6억 달러에 달하는 추가 매출을 이끌어 낼 수 있을 것으로 분석

 www.eedar.com

Rovio, <Angry Birds> 기반 전방위 엔터테인먼트 사업 전개 예고

● 애니메이션 <Rio>, <Angry Birds> 기반 프로모션으로 매출 증대효과 달성

- ◆ Rovio의 임원 David Maisel은 20th Century Fox와의 애니메이션 <Rio> 공동 프로모션 결과에 대해 "<Angry Birds>를 영화 혹은 엔터테인먼트 콘텐츠를 홍보하는 수단으로 활용할 수 있다는 사실을 확인한 것이 고무적이었다"고 밝힘
 - Fox는 <Angry Birds>를 통해 <Rio>의 인지도를 높임으로써 관객동원은 물론 DVD 판매에서도 큰 성과를 거둔 것으로 확인됨

● <Angry Birds> 영화화 예정, 캐주얼게임 기반으로 폭넓은 관객 동원 기대

- ◆ Maisel은 수 년 후 영화 <Angry Birds> 제작을 예고하면서, <Angry Birds> 게임 플랫폼을 통한 직접적인 마케팅 전략을 구사할 예정이라고 밝힘
 - Maisel은 <Angry Birds>가 전 연령층이 부담 없이 즐기는 캐주얼게임이라는 점에 주목하면서, <Angry Birds>가 영화화될 경우 게임을 바탕으로 제작되었던 기존 영화들보다 폭넓은 관객층을 확보할 수 있을 것이라고 자신감을 포함
- ◆ 지난 20년 간 <Super Mario>, <Prince of Persia : The Sands of Time> 등 게임을 바탕으로 제작된 영화들은 미국 내에서 평균 3,500만 달러의 박스오피스 매출을 올림
 - 지난 20년간 할리우드에서 게임을 바탕으로 제작된 영화는 총 23편으로 미국 내 총 박스오피스 매출은 8억 달러 수준이며, 이들 영화의 주요 관객층은 해당 게임을 좋아하는 헤비 게이머인 것으로 파악되고 있음

 www.hollywoodreporter.com

그림 3 Rio the Movie 애니메이션 포스터



[출처] Rio the Movie 홈페이지, 2011

소셜 게임업체 Zynga, 소셜게임의 장르 다변화 추구

● Zynga, 소셜 어드벤처 게임 <Adventure World> 공개

- ◆ Zynga가 새롭게 선보인 <Adventure World>는 지금까지 선보여왔던 소셜게임과는 장르가 완전히 다른 어드벤처 장르로 게임업계에 큰 반향을 일으키고 있음
 - <FarmVille>이나 <CityVille> 등 현재 Zynga가 운영 중인 대부분의 게임들은 일종의 시간과 자원의 투자와 그에 기인한 지형·건물의 표현 게임으로서 농장이나 도시를 건설해서 다양하게 표현해 내는 것을 그 목적으로 하고 있지만 <Adventure World>는 탐험이 목표
 - <Adventure World>는 Zynga가 2010년 인수한 게임 제작업체 'Conduit Labs'를 기반으로 Zynga Boston 스튜디오에서 개발
 - 이번 <Adventure World>의 공개는 Zynga의 기업공개를 앞두고 이뤄진 것으로 이 외에도 Zynga는 <Pioneer Trail>, <Empires & Allies>, <Hanging with Friends> 등 다양한 신작 게임들의 공개를 준비 중

● <Adventure World>, 그래픽 구현에서도 기존 소셜게임의 진화 예고

- ◆ Zynga가 소셜 어드벤처 장르로 이름 붙인 <Adventure World>는 5개의 지역으로 이루어져 있는데 이는 각각 정글, 산, 동굴, 화산, 잃어버린 도시로 구성되어 있으며, 이는 다시 총 35개의 지도로 이루어져 있음
 - <Adventure World>에서 게이머들은 잃어버린 도시의 황금을 찾아 떠난다는 모험 세계관을 바탕으로 다양한 도구를 활용하여 괴물들과 싸우고 퍼즐을 풀어가며 게임을 즐기는 것은 물론 친구들이 가지고 있는 도구를 함께 사용하여 문제를 해결할 수도 있음
 - <Adventure World>는 현재 Zynga가 운영 중인 그 어느 게임들 보다 가장 방대한 세계관과 게임 요소를 지니고 있는데, <Adventure World>의 각 게임 레벨에 따라 존재하는 지도는 <FarmVille>에서 가장 큰 지도의 최대 40배에 달하는 크기
- ◆ 그래픽 또한 과거 Zynga의 게임들과 달리 3D 그래픽에 보다 가까워진 표현을 보여주고 있으며 이를 위해 최신 그래픽 처리 기술을 사용
 - 그래픽 엔진은 기존의 Flash로는 불가능한 그래픽의 구현을 가능케 해주고 있으며, 여기에는 과거에 불가능했던 전체 화면에서의 높은 수준의 그래픽 구현과 부드러운 화면 스크롤이 포함

 www.zynga.com

Cartoon Network, 게임 중심 웹사이트 운영으로 광고 매출 확보

● Cartoon Network 웹사이트, 2011년 광고 노출횟수 20억 건

- ◆ Turner 산하 인터랙티브 미디어 사업부 아시아 태평양 시장 담당자 Benjamin Brubbs가 발표한 자료에 따르면, 애니메이션 채널 Cartoon Network 웹사이트가 올해에만 20억 건의 광고 노출을 기록하며 상당한 광고 매출을 올린 것으로 확인됨
 - Cartoon Network의 웹사이트 트래픽은 주로 남아시아 지역 이용자들을 통해 유발된 것으로 알려졌다으며, 방문자 당 평균 체류 시간은 20~25분 가량임

● Turner, 신규 캐주얼게임과 멀티플레이어 게임 출시에 박차

- ◆ Turner의 인터랙티브 미디어 사업부는 Turner 산하 방송 채널의 웹사이트를 통해 매주 새로운 캐주얼게임을 선보이는 한편, 2~3주 간격으로 멀티플레이어 게임을 출시
 - 9~12개월 내로 소셜게임과 모바일게임 출시도 본격화할 방침
- ◆ 현재 Cartoon Network의 웹사이트에서 제공되는 게임은 광고주의 브랜드와 게임 내용을 연계하는 방식을 통해 광고 매체로도 적극 활용
 - Cartoon Network 웹사이트는 최근 보험 사업자 Prudential과 손잡고 기업정신 및 저축 습관을 고취시키는 내용을 담은 에듀테인먼트(edutainment) 게임을 제공 중
 - 해당 게임은 뮤지컬 애니메이션 시리즈 <Cha-Ching>을 기반으로 제작되었으며, <Cha-Ching>은 홍콩, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 등 아시아 지역 7개 시장에서 Cartoon Network 채널을 통해 방영되고 있음

 www.clickz.com

그림 4 Cartoon Network 애니메이션 <Cha-Ching> 홈페이지 화면



[출처] Cartoon Network

통계 미국 콘솔 HW&SW 판매량

표 1 미국 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 10. 23 ~ 10. 29) (단위 : 대)

구분	항목	제작사 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	Xbox360	MS	150,237	+30%	33,831,426
	PlayStation3	Sony	110,540	+32%	21,233,296
	Wii	Nintendo	105,643	+21%	42,303,353
	3DS	Nintendo	90,698	+21%	2,130,735
	DS	Nintendo	39,670	+20%	56,152,563
	PSP	Sony	20,249	+16%	22,549,111
	PlayStation2	Sony	16,221	+7%	56,221,047
SW	Battlefield 3 (Xbox360)	EA	1,746,856	신규	1,746,856
	Battlefield 3 (PlayStation3)	EA	959,951	신규	959,951
	Battlefield 3 (PC)	EA	294,661	신규	294,661
	Batman: Arkham City (Xbox360)	Warner Bros.	201,992	-66.3%	800,753
	Batman: Arkham City (PlayStation3)	Warner Bros.	178,470	-66.7%	714,929
	Dance Central 2 (Xbox360)	MS	109,489	신규	109,489
	Just Dance 3 (Wii)	Ubisoft	99,152	65.2%	357,567
	Kinect Sports: Season Two (Xbox360)	MS	81,666	신규	81,666
	Pokémon Rumble Blast (3DS)	Nintendo	65,538	신규	65,538
Mario Kart Wii (Wii)	Nintendo	63,948	65.2%	12,822,558	

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMO게임 이용 순위

표 2 미국 MMO게임 일일 총 이용시간 (2011. 11. 7 기준) (단위 : 시간)

순위	게임명	퍼블리셔	이용시간
1	World of Warcraft	Blizzard Entertainment	106,999
2	DC Universe Online	Sony	8,584
3	Aion	NCsoft	7,509
4	The Lord of the Rings Online	Turbine Inc.	6,011
5	Eve Online	CCP	5,206
6	Vindictus	Nexon	4,996
7	RIFT	Trion Worlds	3,815
8	APB: Reloaded	GamersFirst	3,713
9	Silkroad Online	Joymax Co.,Ltd.	3,657
10	Guild Wars	NCsoft	3,507

[출처] Xfire.com

통계 미국 App Store 인기게임 순위

표 3 App Store 인기게임 순위* (2011. 11. 7 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry Birds	Clickgamer	Arcade	0.99
	2	Zombierville USA 2	Mika Mobile, Inc.	Action	0.99
	3	Flick Home Run !	Infinity pocket	Action	0.99
	4	Crafted	domp	Adventure	0.99
	5	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Action	0.99
	6	Angry Birds Seasons	Rovio Mobile. Ltd	Arcade	0.99
	7	Cut the Rope	Chillingo Ltd	Puzzle	0.99
	8	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	9	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
	10	Angry Birds Rio	Rovio Mobile. Ltd	Arcade	0.99
무료	1	Hardest Game Ever - 0.02s	Ming Liang Chien	Action	-
	2	Stickman Cliff Diving	Heiko Hufnagl	Action	-
	3	GlassPong	SiGMA Communications Inc	Arcade	-
	4	101-in-1 Games !	Nordcurrent	Arcade	-
	5	Pick-Up Sticks	Speedy Winner Holdings Limited	Board	-
	6	Family Feud & Friends	Ludia	Family	-
	7	Bubble Birds HD 2.0	ArtM	Adventure	-
	8	Angry Birds Free	Rovio Mobile. Ltd	Arcade	-
	9	TapTap Alone	RoCWorks	Board	-
	10	Tap Fish Seasons	Gameview Studios	Adventure	-

*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. 11. 7, 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	Wordfeud	Bertheussen IT	Brain&Puzzle	0.99
	6	The Moron Test	DistinctDev, Inc.	Brain&Puzzle	0.99
	7	X Construction	CrossConstruct	Brain&Puzzle	1.44
	8	Game Dev Story	Kairosoft Co.,Ltd	Casual	1.49
	9	HOMERUN BATTLE 3D	Com2uS	Arcade&Action	4.99
	10	Cup the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	1.02
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	Angry Birds Rio	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	6	Live Holdem Poker Pro	Dragonplay	Card&Casino	-
	7	Angry Birds Seasons	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	8	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	9	Bunny Shooter – Best Free Game	Best, Cool & Fun Games	Brain&Puzzle	-
	10	Blast Monkeys	Yobonja	Arcade&Action	-

*주 : Google의 게임장르는 'Arcade & Action, Brain & Puzzle, Cards & Casino, Casual, Racing, Sports'로 구성

[출처] Androidzoom.com



아시아 게임시장 동향

▶ 중국 게임시장 동향

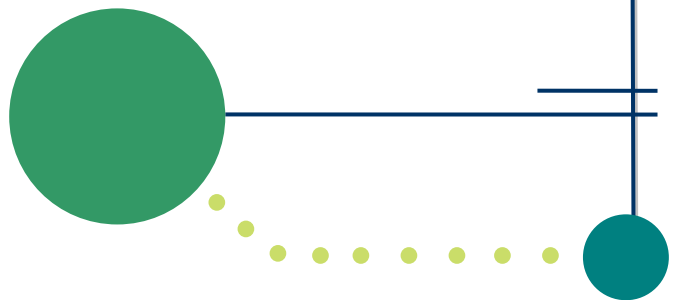
- 중국 온라인 게임시장 규모 6조 2,000억 원 돌파
- Tencent 게임포털 'QQ게임', 글로벌 게임포털로 성장
- Shanda Games, UN 공식게임 <Freerice> 서비스
- Giant Interactive, 2011년 3분기 실적 발표
- Rovio, 중국 내 불법 <Angry Birds> 제품 유통에도 희색
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ 일본 게임시장 동향

- Nintendo, 6개월간 손실액 10억 달러 육박하며 "추락"
- Disney, 일본서 소셜게임 <My Disney Store> 출시
- 인기 게임 <Monster Hunter> 시리즈, 소셜게임으로 재탄생
- 日 모바일 게임업체 DeNA, 사업 호조로 실적 성장세 지속
- **통계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ 기타 게임시장 동향

- 호주 정부, 성인게임 등급 'R18+' 도입 지연
- 싱가포르, Game Solution Centre 오픈
- 인도 UTV Indiagames, 영화 <Ra.One> 기반 소셜게임 개발
- 다국적 소비용품 기업 Reckitt Benckiser, 온라인게임 출시





중국 게임시장 동향

중국 온라인 게임시장 규모 6조 2,000억 원 돌파

● 중국 온라인 게임업체, 2011년 9월 말 12,000개로 조사

- ◆ 지난 10월 중국에서 열린 '2011 애니메이션·게임 발전 국제 포럼'에서 중국 문화부(文化部) 튀주하이(庠祖海) 부국장은 "중국 12,000개의 온라인 게임업체가 서비스한 게임시장 규모 합계가 349억 위안(6조 2,000억 원)에 달한다"라고 밝힘
 - 인터넷 상에서 즐기는 게임의 매출액은 323억 위안을 차지해 전년 대비 25.2% 성장
 - 이동 단말기에서 이용하는 모바일게임은 26억 위안을 차지해 전년 대비 40.7% 성장
 - 전체 온라인게임 매출액 가운데 한국·미국·일본·유럽을 포함한 외국산 온라인게임 수입액은 2억 3,000만 달러를 차지하면서 전년에 비해 116% 급증했으며, 외국에 수출된 중국산 온라인 게임은 지난해 100개를 넘어섬
 - 2010년 중국내 온라인게임 이용자 수는 1억 2,000만 명을 돌파
 - 게임 운영을 위주로 하는 인터넷 PC방 수는 전국적으로 14만 4,000개로 집계됐으며, 인터넷 PC방 시장 규모는 지난해 771억 위안에 달함
- ◆ PC기반의 온라인 게임시장이 중국 게임시장의 주도적 지위를 차지하면서 80% 이상의 점유율을 유지하고 있지만, 모바일기기 기반의 게임 비중은 지난해 처음으로 상승해 7.3%에 도달
- ◆ 전국적으로 오락·게임 장소는 2010년 기준 3,100여 곳이고, 오락·게임장내 게임 설비는 102만 대, 종사자는 10만 여명, 영업매출액은 52억 위안으로 각각 집계

● 게임 핵심 기술이 부족한 중국 게임업체, 핵심 기술 확보에 전력투구

- ◆ 튀주하이(庠祖海) 부국장은 "중국의 게임기 생산 관련 핵심 기술은 여전히 선진국에 뒤떨어져 있어 투자확대와 연구개발팀 양성이 시급하며 민족문화를 담은 제품을 더 많이 개발하는 데 힘써야 한다"고 강조
 - 2010년 중국내 대형 게임기 생산업체는 1,400여 개이고 생산액은 108억 위안으로 조사
 - TV게임기와 가정용 게임기 생산업체는 320개, 생산·영업액은 33억 위안이었으며, 휴대용 게임기 생산업체는 130여 개, 생산·영업액은 20억 위안을 기록



www.256g.com

Tencent 게임포털 'QQ게임', 글로벌 게임포털로 성장

● Tencent QQ게임(QQ游戏) 포털, 최고 동시접속자 수 800만 명 돌파

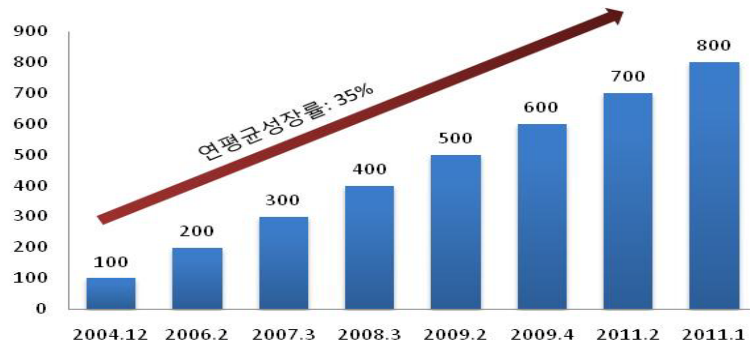
- ◆ Tencent의 QQ게임 포털이 연평균성장률(2004~2011) 35%를 기록하며 중국 최대 게임 포털로 성장
 - Tencent가 2003년에 선보인 QQ게임은 2004년 동시접속자 수 100만 명을 달성한 것을 시작으로 2009년 2월까지 매년 100만 명씩 증가
 - 특히 2009년 4월에는 2개월 만에 동시접속자수가 100만 명이 증가하는 등 폭발적인 성장세를 보임

● QQ게임 포털, 편의성과 다양한 게임 라인업이 특징

- ◆ Tencent는 QQ게임을 통해 MMORPG, 웹게임, 레저 스포츠 게임 등 다양한 장르의 게임을 서비스하고 있음
 - 어린이부터 중년 이용자까지 전 연령층을 아우르는 대중적 인기를 얻고 있으며, 특히 편의기능이 특징임
 - 음성 인식도 지원해 이용자가 특정 명령어를 말하면 관련 기능이 수행됨
 - Tencent는 "지난 8년간 우수한 게임 서비스 제공에 주력한 결과 이같은 성과를 낸 것 같다"면서 "QQ게임은 '어디서나 행복을 추구하자'는 모토하에 포털 다양화와 카테고리 증설을 시도하고 있다"고 밝힘

 www.qqgames.qq.com

그림 5 QQ게임 포털의 동시접속자 수 현황 (2004.12 ~ 2011.10, 단위 : 백만 명)



[출처] QQgames, 2011

Shanda Games, UN 공식게임 <Freerice> 서비스

🌐 단어 문제를 맞출 때마다 쌀을 기부할 수 있는 게임 <Freerice>

- ◆ 이용자가 단어 문제를 맞출 때마다 쌀을 기부할 수 있는 온라인게임 <Freerice>가 최근 중국에서 서비스를 시작
- ◆ 유엔세계식량계획(United Nations World Food Program, WFP)이 운영하는 <Freerice>를 통해 게이머들은 하나의 영어 단어 문제를 맞출 때마다 10톨의 쌀을 세계식량계획 프로그램에 기부하게 됨
 - 2007년 최초로 영어 서비스가 시작된 <Freerice>는 현재 전 세계에서 매일 4만 명의 게이머들이 매일 800만~1,000만 톨에 달하는 쌀을 기부하고 있으며, 이를 통해 2007년부터 지금까지 약 1,000억 톨의 쌀(480만 명의 사람들이 하루 동안 먹을 수 있는 양)을 축적
 - 전 세계에서 매 6초마다 한 명의 어린이가 기아와 영양실조로 숨지고 있는 상황에서, 이러한 성과는 매우 값진 것이라 할 수 있음
 - 이렇게 모아진 쌀들은 아이티나 우간다 및 파키스탄 지역 국민들을 지원하기 위해 전달
- ◆ <Freerice>의 중국 버전인 <Freerice China>의 경우 중국의 유명 게임 개발/유통 업체인 Shanda Games가 개발 및 운영에 참여
 - 다만 <Freerice China>의 경우 기존 <Freerice> 웹사이트(Freerice.com)와는 별개로 운영되며, 회원 관리나 기부된 쌀 또한 별도로 관리되므로, <Freerice>을 원래 사용하던 게이머라 할지라도 <Freerice China>를 이용하기 위해서는 새롭게 회원 가입을 해야 함
 - Shanda Games의 CEO 및 이사회 의장인 Alan Tan은 "우리는 항상 인터넷이 좋은 일에 사용될 수 있다고 믿어왔다"고 언급
 - Tan은 이어 "특히 게임을 즐기는 젊은 사람들은 교육적인 측면과 재미를 동시에 원한다"고 말하면서, "<Freerice>는 이 두 가지 측면을 동시에 만족시킬 뿐만 아니라 게이머들이 기아와 싸울 수 있도록 기회를 제공한다"고 밝힘
 - <Freerice>는 Shanda Games社의 수천만에 달하는 등록 이용자들을 대상으로 홍보 진행

🌐 중국판 <Freerice>는 중국 및 아시아 지역을 후원 목표

- ◆ 중국에서 서비스되는 <Freerice>를 통해 모아진 쌀은 중국 내 빈곤 비역 및 아시아 지역에 전달될 예정
 - 중국 빈곤 퇴치 재단(China Foundation for Poverty Alleviation, CFPA)의 재난 구호 프로그램

부서의 담당자인 Qin Wei는 "<Freerice>를 통해 모아지는 쌀들은 중국 내 빈곤 지역 및 아시아 지역에 거주하고 있는 학생들에게 주어질 예정"이라고 언급

- Wei는 이어 "우리는 WFP와 파트너십을 맺고 중국 남서부 연안(Yunnan) 지역에 식량을 지원하고 있으며 동남아시아 지역의 학교 급식 프로그램에도 이 쌀들이 지원될 예정"이라고 밝힘

🌐 게임 방법 및 후원 원리

- ◆ 게임을 기부 문화에 접목한 <Freerice>는 '게임을 즐기는 것이 바로 기아를 퇴치하는 것'이라는 모토를 기본으로 영어 단어 문제를 맞추는 것을 통해 영어 실력 향상까지 꾀할 수 있도록 디자인 된 서비스를 통해 이용자들의 참여를 유도하고 있음
 - 실제로 WFP의 공공 정책 및 민간 부문 협력 및 커뮤니케이션 담당관인 Nancy Roman은 "이미 영어권은 물론 프랑스나 이탈리아, 스페인에서 인기를 끌고 있는 <Freerice>가 드디어 세계 인구 면에서 중요한 위상을 차지하고 있는 중국에서 서비스를 시작하였다"면서, "중국은 세계 다른 어떤 나라보다도 인터넷 이용자가 많으면서 동시에 영어 실력을 향상시킬 수 있는 방법을 찾는 데에도 열심"이라고 밝힘
- ◆ <Freerice> 사이트는 매일 가장 많이 기부를 한 게이머를 사이트에 공지할 뿐만 아니라, 게이머들끼리 그룹을 지어 기부를 할 수도 있게 하여 게이머들의 경쟁 심리가 기부로 이어질 수 있음
 - 또한 세계 각지에서의 기아 및 재난 뉴스를 <Freerice> 웹페이지에 노출시키는 것을 통해 실제 자신의 기부가 누구에게 도움이 될 수 있을지를 명확히 함으로써 게이머들의 게임 참여도를 높임
- ◆ <Freerice> 로고를 상품화한 티셔츠나 머그컵 등의 관련 제품을 판매하는 온라인 쇼핑몰 또한 함께 운영

 www.chinadaily.com.cn

Giant Interactive, 2011년 3분기 실적 발표

● 온라인 게임업체 Giant Interactive, <ZT Online2>로 지속적인 성장

- ◆ 중국 온라인 게임업체를 주도하고 있는 Giant Interactive가 2011년 10월 2011년 3분기 실적을 발표
 - 실적 발표에 대해 Giant Interactive의 CEO인 Yuzhu Shi는 "모든 부분에서 성장을 기록한 분기 실적을 발표하게 되어 기쁘다"면서, "9월 베타 테스트를 시작한 신규 온라인 게임 <ZT Online 2>로 대표되는 주력 온라인 게임들에서 높은 성과를 얻어낼 수 있었다"고 언급
 - Shi는 이어 "중국 온라인 게임산업은 계속 성장하고 있으며 우리의 최고 강점인 하드코어 다중접속 온라인게임 분야 또한 여전히 최고의 수익을 가져다 주는 게임 장르로 자리잡고 있다"고 말하면서, "이러한 산업 성장 트렌드를 실제 수익으로 현실화시켜 나가는 동시에 게임 라인업의 다변화 또한 꾀하고 있다"고 강조
 - Shi는 게임 다변화 노력의 예로서 한국의 1인칭 슈팅 캐주얼게임 <Elsword>를 강조

● 순 매출과 총 수익은 분기대비 약 5% 성장

- ◆ 2011년 3분기 Giant Interactive의 순 매출은 2011년 2분기 대비 5% 증가한 4억 5,790만 위안을 기록
 - 작년동기 대비로는 35.2% 성장한 수치
- ◆ 2011년 3분기 Giant Interactive의 총 수익은 3억 9,460만 위안을 기록
 - 이는 직전분기 대비 5.8% 성장한 수치이며, 전년동기 대비로는 36.8% 성장한 수치
- ◆ 2011년 3분기 Giant Interactive의 순이익은 3억 6,130만 위안을 기록하여 2분기 대비 3,452.1%의 높은 상승률을 기록

● 유료로 콘텐츠를 이용하고 있는 결제 계정 수가 2,00만 돌파

- ◆ Giant Interactive의 온라인게임을 이용하기 위해 유료 결제를 이용하고 있는 회원의 결제 계정(Active Paying Accounts, APA) 수가 2011년 3분기에 200만개를 넘어서는 208만 7,000개로 조사
 - 이는 2분기 대비 4.7% 상승한 수치이며, 전년동기 대비 39.4%의 성장률을 기록
- ◆ 가입자당 평균 매출인 APRU(Average Revenue Per User)는 217위안을 기록하여 2011년 2분기에 비해 2.5% 증가

- ◆ 평균 동시 접속 게이머 수인 ACU(Average Concurrent User)는 66만 1,000명을 기록하였으며, 이는 2011년 2분기와 비교할 경우 1.1% 늘어난 것이지만 2010년 3분기와 비교할 경우 22.9% 늘어난 수치

R&D 분야의 핵심 연구 인력 보호 노력을 계속할 것

- ◆ Shi는 결산 보고서에서 R&D 분야에 대한 인력 확보에 최선을 다할 것이라고도 밝히면서 이들에 대한 금전적인 보상 노력도 함께하고 있다고 밝힘
 - Shi는 "인재야말로 우리 기업을 계속 성장할 수 있도록 하는 원동력이며, 이를 위해 우리는 핵심 인력을 계속 기업에 남아 있도록 하기 위한 노력에 최선을 다하고 있다"고 말하면서, "이를 위해 핵심 R&D 연구 인력에 대한 주식 지급 또한 승인했다"고 강조

 www.marketwatch.com

그림 6

Giant Interactive의 대표 MMORPG <ZT Online 2>



[출처] Giant Interactive, 2011

Rovio, 중국 내 불법 <Angry Birds> 제품 유통에도 희색

● Rovio CEO, 중국 내 불법 <Angry Birds> 제품 유통은 시장 수요 반영

- ◆ 전세계에서 큰 인기를 얻어온 모바일게임 <Angry Birds> 개발사 Rovio Entertainment CEO Peter Vesterbacka는 TechCrunch 주관으로 베이징에서 열린 'Disrupt Conference'에서 중국 내 불법 <Angry Birds> 제품 유통이 현재 시장 내 제품에 대한 수요를 반영한 것으로 보고 있다고 밝힘
 - Rovio Entertainment CEO는 중국 내 불법으로 유통되고 있는 <Angry Birds> 제품을 통해서 향후 자사의 공식 제품 개발에 참고할 계획이며, 향후 <Angry Birds> 공식 제품의 판매 전략에 중국의 <Angry Birds> 제품에 대한 수요 상황을 적극 반영할 예정
 - 전세계 약 5억 건의 다운로드 수를 달성한 <Angry Birds>는 중국 내에서도 최근까지 약 5,000만 건이 다운로드 된 것으로 알려졌으며, 2011년 말까지 1억 건의 다운로드 수를 기록할 것으로 전망될 정도로 중국에서 큰 인기를 얻고 있음

● 게임개발 업체 이미지 탈피하기 위한 전진 기지로 중국 낙점

- ◆ Rovio Entertainment는 게임 개발업체가 아닌 Disney와 같은 글로벌 엔터테인먼트 업체로 성장하기 위해 만화, 영화 등 다양한 영역의 사업을 준비 중인 것으로 알려졌으며, 이를 위한 전진 기지로 중국을 염두에 두고 있음
 - Rovio CEO는 'Disrupt Conference'를 통해 향후 2012년 내 Rovio Entertainment의 첫 오프라인 상점을 중국에 열 계획이라고 밝히고 중국시장 진출 계획을 알렸으며, Rovio Entertainment는 향후 만들어질 다양한 서비스와 제품을 중국 시장에 먼저 선보이는 방식으로 전체 사업을 중국 시장에 초점을 맞추고 진행할 것이라고 밝힘
 - 현재 Rovio Entertainment는 자사 인기 게임 <Angry Birds> 기반의 장난감, 요리책, 만화, 영화 등 다양한 콘텐츠를 준비하고 있는 것으로 알려졌으며, 이를 통해 게임 개발업체에서 글로벌 엔터테인먼트 업체로 성장하기 위한 기반을 마련 중에 있음

 www.rovio.com

통계 중국 MMO게임 순위

표 5 중국 MMO게임 순위 (2011. 11. 7 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-	12.77%
2	문도(問道)	Guang Yu Hua Xia	-	9.35%
3	천룡팔부2(天龍八部2)	Changyou	-	8.48%
4	대화서유(大話西遊)	NetEase	-	6.10%
5	마역(魔域)	91.com	+1	5.61%
6	천녀유혼(倩女幽魂)	NetEase	-1	5.36%
7	드레곤네스트(龍之谷)	Shengda	-	5.27%
8	천하2(天下貳)	NetEase	-	3.65%
9	주선(誅仙)	Perfect World	-	2.49%
10	정도2(征途2)	巨人网络	+1	1.97%

[출처] Barchina.net

통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위 (2011. 11. 7 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	33.31%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	26.98%
3	QQ 스피드(QQ飞车)	Tencent	-	7.64%
4	QQ 댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.66%
5	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	2.10%
6	오디션(勁舞團)	Nineyou	-	1.89%
7	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-	1.58%
8	World of Warcraft(穿越火线体验版)	NetEase	+2	1.42%
9	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-1	1.35%
10	카운터 스트라이크(反恐精英)	TianCity	-1	1.33%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

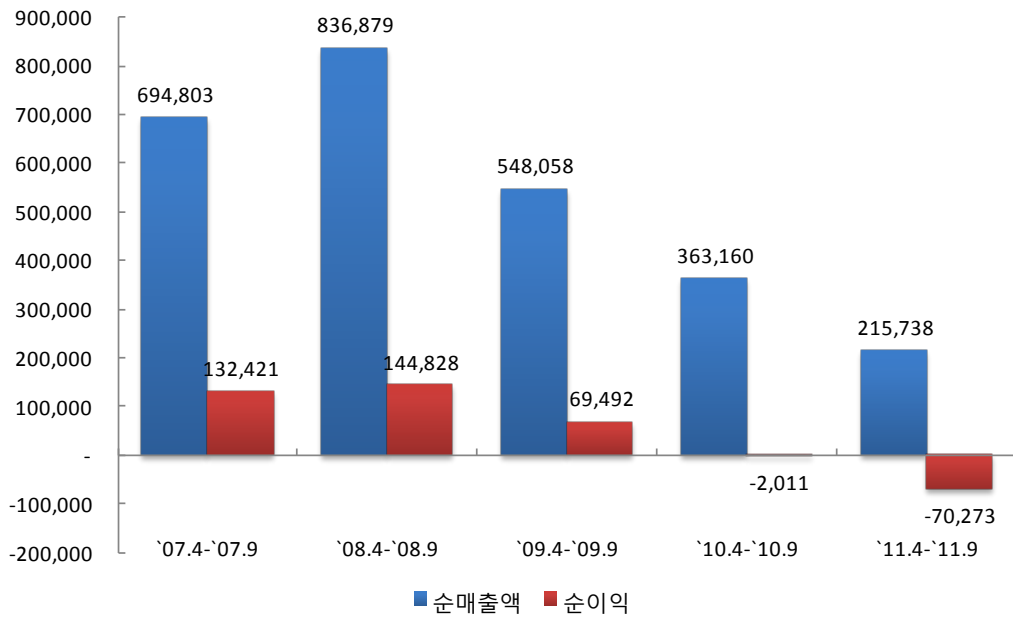
Nintendo, 6개월간 손실액 10억 달러 육박하며 "추락"

2012 회계연도 손실 9억 2,700만 달러... 향후 전망도 불투명

- ◆ Nintendo가 9월 30일까지였던 2012 회계연도 상반기 실적에서 지난 6개월 간 손실액이 702억 9,000만 엔(9억 2,700만 달러)를 기록하며 사업 부진이 심화되고 있는 것으로 나타남
 - Nintendo는 당초 매출 예상치였던 9,000억 엔(119억 달러)에 크게 못 미치는 7,900억 엔(104억 달러)을 달성했으며, 영업 이익은 예상치였던 350억 엔(4억 6,200만 달러)에 크게 못미치는 10억 엔(1,300만 달러)에 머무름
- ◆ Nintendo는 매출 부진의 원인이 HW와 SW 전반에 걸친 판매량 감소에 있으며, 3DS와 Wii의 판매 촉진을 위해 단행한 가격 인하도 매출 감소 요인이라고 설명
 - 달러화 대비 엔화의 강세도 제품 판매 수익에 악영향을 미친 것으로 분석
 - <Legend of Zelda : Ocarina of Time> 3DS 리메이크 타이틀 등 일부 게임이 좋은 판매량을 기록했음에도 불구하고, 전체 매출을 끌어올리기는 역부족이었던 것으로 보임
- ◆ Nintendo는 아직 공개되지 않은 인기 타이틀이 오는 연말 성수기 시즌에 출시되는 만큼 매출 반등이 가능할 것으로 전망
 - 전통적인 Nintendo의 인기 타이틀 <Super Mario>와 <Mario Kart>의 3DS판 신작이 올 연말 출시될 예정
 - Nintendo는 최근 가격 인화로 HW 보급률이 높아진 덕분에 게임 타이틀 판매도 호조세를 보일 것으로 자신

 www.nintendo.co.jp

그림 7 Nintendo 순매출과 순이익 변화량 추이 (2007 ~ 2011, 단위 : 백만 엔)



[출처] Nintendo IR, 2011

Disney, 일본서 소셜게임 <My Disney Store> 출시

● Disney 캐릭터 활용 소셜게임, 일본 GREE 통해 선보여

- ◆ 일본 모바일게임 플랫폼 사업자 GREE가 최근 자사 플랫폼에서 Disney의 대표 캐릭터들이 등장하는 소셜게임 <My Disney Store>를 출시했다고 발표
 - 피쳐폰용 게임으로 제공되는 <My Disney Store>는 게이머가 인기 Disney 애니메이션 캐릭터 상품을 제작해 판매하는 완구점을 경영하는 내용으로 Mickey Mouse, Lightning McQueen 등 인기 Disney 캐릭터가 대거 등장해 Disney 팬들에게 호응을 얻고 있음
- ◆ Disney는 이전에도 일본 모바일게임 사업자 DeNA와 협력하여 <My Disney Land>를 Mobage 모바일게임 플랫폼에서 제공한 바 있음

● Disney 팬심 자극하는 콘텐츠로 일본 소셜 게임시장 진출

- ◆ <My Disney Store>는 Disney 캐릭터가 게임 내에 직접 등장하지 않고 완구 상품으로 등장한다는 점이 특징적이며, 게이머가 자신의 취향에 따라 Disney 상품을 진열할 수 있다는 점이 좋은 평가를 받음
 - 친구에게 자신이 만든 완구를 판매할 수도 있고, 좋아하는 Disney 캐릭터 의상과 분장을 구매하여 아바타를 치장하는 것도 가능
- ◆ <My Disney Store>는 실제 Disney 완구 상품을 게임 내에서 홍보하는 창구 역할로도 활용될 것으로 전망되며, 향후 개봉될 Disney 신작 애니메이션 홍보도 게임을 통해 이뤄질 것으로 보임
- ◆ 한편, 미국에 본사를 둔 Disney Interactive는 한때 소셜게임으로 지나치게 수익을 추구한다는 혹평을 받았으나, 이번 일본의 <My Disney Store> 출시와 최근 좋은 평가를 받은 <Gnome Town>에 힘입어 소셜 게임시장에 본격 진출할 가능성이 점쳐지고 있음

 www.disney.co.jp  www.gree.jp

인기 게임 <Monster Hunter> 시리즈, 소셜게임으로 재탄생

● Capcom의 인기 게임 시리즈, 모바일 소셜게임으로 부활

- ◆ Capcom의 인기 게임 시리즈 <Monster Hunter>의 세계관을 바탕으로 제작된 모바일 소셜게임 <Monster Hunter Exploration Journal : Phantom Island(モンハン探検記:まぼろしの島)>이 모바일게임 플랫폼 GREE를 통해 출시될 예정
 - <Monster Hunter Frontier Online>의 설정을 바탕으로 제작된 이번 신규 모바일게임은 섬에서 발견하는 몬스터를 수집하고 육성하여 다른 몬스터와 결투를 벌이는 내용
 - 게이머는 미지의 섬 'Phantom Island'를 배경으로 한 야생의 환경에서 서로 자신이 육성한 몬스터를 대결시켜 승자를 가리며, 토너먼트 우승을 목표로 자신의 몬스터를 강화시켜야 함
- ◆ 현재 GREE는 <Monster Hunter> 모바일게임 예약 가입을 실시하고 있으며, 다양한 휴대전화 단말에서 게임이 제공될 예정
 - 일반적인 타 모바일게임과 마찬가지로 기본 게임플레이는 무료이며, 아이템 판매를 통해 수익을 창출할 계획
- ◆ Capcom은 <Monster Hunter> 모바일게임을 통해 히트 게임으로서의 <Monster Hunter>의 명성을 이어가겠다는 포부
 - <Monster Hunter> 시리즈는 지난 2004년 PlayStation2 전용으로 출시된 1편 이래 현재까지 총 1,700만 유닛의 판매고를 기록할 정도로 큰 성공을 거둠
 - 가장 최근 출시된 PSP판 <Monster Hunter Freedom 3>는 출시 첫 월에만 400만개가 출고되었으며, 아직 북미 등 서구 시장에는 출시조차 되지 않은 상태

www.capcom.com www.gree.jp

그림 8

<Monster Hunter Exploration Journal : Phantom Island> 초기 화면



[출처] Capcom

日 모바일 게임업체 DeNA, 사업 호조로 실적 성장세 지속

● DeNA, 스마트폰 기반 모바일게임 사업 꾸준히 성장 중

- ◆ 일본의 대표 모바일게임 사업자 DeNA가 9월 30일까지의 2012년 2분기 실적 발표에서 총 매출과 운영 수익이 각각 4억 5,700만 달러(전분기 대비 28% 증가), 2억 300만 달러(13% 증가)를 기록하는 등 성장세를 이어가고 있는 것으로 확인
- ◆ DeNA의 Isao Moriyasu 사장은 "지난 분기에 우리는 글로벌 시장 공략을 목적으로 Mobage Global 플랫폼 출시, 리더십 있는 해외 인사 영입, 게임 개발 스튜디오 인수 및 설립 등 각고의 노력을 기울여 왔다"고 언급
 - DeNA는 이번 2분기 동안 Android용 Mobage 베타 서비스를 중국 및 영어권 국가에 출시했으며, 독자 개발된 소셜 게임 개발 엔진 'ngCore'로 제작된 게임도 선보이기 시작
 - Moriyasu 사장은 특히 스마트폰 게임 확보에 역량을 쏟고 있으며, 향후 이용자 기반 확충과 수익 안정화를 위해 독자적인 가상 화폐도 도입할 것이라고 덧붙임

● 3분기 과제는 글로벌 시장 진출과 모바일게임 라인업 강화

- ◆ DeNA는 다음 사업 확장 목표를 글로벌 시장으로 설정하고, 해외 지사 설립 및 외국 개발사 인수 등 공격적인 행보를 보이고 있음
 - DeNA는 스웨덴에 고사양 앱 기반 스마트폰 게임 개발 스튜디오를 설립했으며, 베트남의 Punch Entertainment와 칠레의 Atakama Labs 등 지역 내 인지도 있는 게임 개발사를 인수 하며 자사 게임 라인업 확충에도 나섬
- ◆ DeNA의 모바일 기반 소셜게임 네트워크 Mobage는 일본 내에서만 3,200만 명의 이용자 기반을 확보해 전년 대비 50% 이상의 성장률을 보임
 - 독자 가상화폐 <Moba-coin>은 전분기 대비 11%, 전년 대비 2배 이상 이용량이 증가하는 등 수익성도 꾸준히 좋아지고 있음
- ◆ DeNA는 10월 1일부터 시작되는 3분기에 최우선 목표로 iOS용 Mobage 플랫폼을 출시할 계획이며, 편중되지 않는 모바일게임 라인업을 위해 독자 개발 및 써드파티 개발사 지원에도 더욱 주력할 예정

 dena.jp

통계 **일본 콘솔 HW&SW 판매량**

표 7 일본 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 10. 24 ~ 10. 30) (단위 : 대)

구분	항목	제작사및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	3DS	Nintendo	65,216	-13%	2,223,137
	PSP	Sony	30,575	+38%	18,165,265
	PlayStation3	Sony	25,107	+5%	7,247,532
	Wii	Nintendo	12,429	+4%	11,899,985
	DS	Nintendo	2,432	-6%	32,929,202
	Xbox360	MS	1,618	+4%	1,537,082
	PlayStation2	Sony	932	-8%	23,173,044
SW	Final Fantasy Type-0 (PSP)	Square Enix	486,289	신규	486,289
	Hoshi no Kirby Wii (Wii)	Nintendo	135,634	신규	135,634
	The Idolm@ster 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	64,188	신규	64,188
	Just Dance Wii (Wii)	Nintendo	27,972	-39.4%	165,533
	Go Vacation (Wii)	Namco Bandai	25,504	-46.3%	72,966
	Ro-Kyu-Bu! (PSP)	Kadakowa Shoten	18,969	신규	18,969
	Mr. Sanjō 4 Fuka & Desuhen Hime (PlayStation3)	Nippon Ichi Software	17,515	신규	17,515
	Gekidan Moosy Sayonara Tsubasa Judo Pack (PlayStation3)	Namco Bandai	15,653	-90.0%	157,602
	Senritsu no Stratus (PSP)	Konami	15,036	신규	15,036
	World Soccer Winning Eleven 2012 (PlayStation3)	Konami	14,976	-42.2%	371,253

[출처] VG Chartz



기타 게임시장 동향

호주 정부, 성인게임 등급 'R18+' 도입 지연

● 호주 정부, 성인게임 등급 'R18+' 도입과 실행에 최소 2년 걸려

- ◆ 호주 정부의 출판물 등급 분류 관계자에 따르면 호주 정부가 2009년부터 준비해온 성인용 게임 등급 'R18+' 등급의 도입과 실행에 향후 2년 이상이 걸릴 수 있다고 밝힘
 - 성인게임 등급 'R18+' 등급 도입과 관련된 논의를 진행해온 호주 정부는 지난 7월 게임 분류 내 성인 전용 등급 'R18+' 등급 도입과 관련해 각 주정부의 원칙적인 합의를 이끌어내 조만간 'R18+' 도입할 계획이라고 밝힌 상태이나, 최근 호주 정부 관계자가 'R18+' 등급 도입이 많이 늦어질 수 있다는 취지의 견해를 밝힘
 - 'R18+' 등급 도입이 늦어질 수 있다는 취지의 견해를 밝힌 정부 관계자에 따르면, 등급 도입을 위한 여러 절차와 법률 제정 상의 어려움, 각 주정부의 등급 도입을 위한 제반 작업 등으로 인해 'R18+' 등급 도입이 2년 이상 지연될 수 있는 것으로 알려짐
 - 'R18+' 등급은 게임과 영화에 사용되는 연령 등급 분류 중 하나로 18세 이상의 성인 남녀에게만 이용이 제한된 등급이며, 해당 등급의 영화와 게임은 18세 미만의 청소년, 아동에게는 판매, 대여, 노출이 금지되어 있음

● 호주 국민들 중 98%, 'R18+' 등급의 게임 도입 지지

- ◆ 2009년 하반기부터 호주 정부에서 공식적으로 논의해 온 'R18+' 비디오게임 등급 도입 여부에 관해서 호주 국민들 대다수가 'R18+' 등급 도입을 원하는 것으로 알려짐
 - 호주 내무부(Federal Home Affairs)*에 따르면 호주 국민 중 98.2%가 게임 내 'R18+' 등급 도입을 지지 한다고 밝힌 것으로 나타남
- ◆ 국민들의 호응에도 불구하고 호주 내 단체 및 기관별로 'R18+' 등급 도입에 관한 의견 차이가 크고 각 주정부 역시 등급 도입에 대한 의견이 달라 실제 'R18+' 등급의 전국적 도입에는 다소 시간이 걸릴 것으로 전망

* 주 : 호주 내무부는 2011년 1월 7일 호주 법률 개혁 위원회에 게임 성인물 관련 새로운 등급 도입 검토를 요청했으며, 이에 대해 내무부 장관은 "호주의 게임 등급 분류 체계가 현대화될 필요가 있다"고 밝힘

 www.ministerhomeaffairs.gov.au

싱가포르, Game Solution Centre 오픈

● 미래 싱가포르 게임산업의 중심지, GSC

- ◆ 싱가포르에서 미래 게임산업 증진을 목적으로 추진된 게임 개발 전문기관 Game Solution Centre(GSC)가 10월 28일 오픈
 - 싱가포르 미디어 개발부(Media Development Authority)의 주도 하에 설립된 GSC는 Nanyang Polytechnic 대학이 관리를 담당하며, 게임개발자들에게 다양한 게임개발 자원을 제공하는 데 주력할 것으로 알려짐
- ◆ 특히, GSC에는 동남아시아 지역에서는 최초로 PlayStation Incubation Studio가 입주했으며, Sony의 PlayStation3, PSP, PlayStation Vita 등 다양한 콘솔과 휴대용 게임 플랫폼 기반 개발 작업을 지원할 예정
- ◆ GSC에는 향후 3년 동안 500개 이상의 게임업체 및 개발단체가 들어설 것으로 예상

● 싱가포르 게임업계, GSC 설립에 잇따라 환영 인사

- ◆ 싱가포르 게임산업 관계자는 GSC의 설립에 잇따라 환영의 뜻을 표하며, 싱가포르가 아시아 게임산업의 중심지로 발돋움하는 계기가 될 것으로 기대
 - 게임업체 MDA Interactive Media의 Thomas Lim 게임 퍼블리싱 디렉터는 "향후 2~3년 내에 GSC에서 약 30개 이상의 게임이 개발될 것으로 기대한다"며, "각 게임 프로젝트에는 적어도 50명이 넘는 개발자들이 투입될 것이며, 총 500명의 개발자가 GSC의 혜택을 누릴 수 있을 것"이라고 밝힘
 - 만화 서비스 사업자 Manga Castle의 Wu Di CEO는 "GSC는 다양한 소프트웨어는 물론 수준 높은 인력 등 게임개발에 필요한 자원을 제공할 것"이라며, "입주 업체를 지원하기 위해 워크숍을 개최하거나 산업계와의 교류를 추진하는 등 다방면으로 게임산업에 큰 도움이 될 것"이라고 밝힘
 - Sony Computer Entertainment의 Tetsuhiko Yasuda 아시아 지사장은 GSC 설립 프로젝트에 Sony가 적극적으로 동참한 것이 바람직한 결정이었다며, "프로젝트에 동참한 모두가 매우 열정적이었으며, 전세계의 Sony Incubation Center 중에서도 싱가포르는 매우 중요한 거점이 될 것으로 기대한다"고 밝힘

 www.nyp.edu.sg  www.mda.gov.sg

인도 UTV Indiagames, 영화 <Ra.One> 기반 소셜게임 개발

● 인도 블록버스터 영화 <Ra.One>, 소셜게임으로 재탄생

- ◆ 인도 게임업체 UTV Indiagames가 인도의 블록버스터 영화 <Ra.One> 기반의 프랜차이즈 게임 개발 권리를 독점 계약했다고 발표
 - <Ra.One>은 최근 개봉된 슈퍼히어로 영화로 인도의 인기 배우 Shahrukh Khan이 출연해 큰 인기를 모은 바 있음
- ◆ UTV Indiagames는 향후 <Ra.One>을 테마로 한 소셜게임을 개발할 예정이며, 해당 게임은 Facebook 등 소셜네트워크 플랫폼은 물론 모바일, TV 등 다양한 플랫폼에서 모두 이용 가능한 크로스플랫폼 게임이 될 것으로 보임
 - 개발 예정인 프랜차이즈 게임은 <Ra.One>의 영화 내 에피소드를 중심으로 한 다양한 게임 콘텐츠가 마련되며, 색다른 게임 경험을 원하는 게이머를 위한 유료 가상 아이템 판매를 통해 수익을 올릴 계획
 - <Ra.One> 게임은 Facebook 등 소셜네트워크 플랫폼, Nokia Ovi, Android, iPhone 등 스마트폰 등에 출시되며, UTV의 DTH 서비스 가입자를 대상으로 TV 플랫폼용 특별 버전도 개발될 것으로 알려짐

● 세계 시장에 어필하기 위한 최선의 선택은 '소셜게임'

- ◆ UTV Indiagames는 <Ra.One> 프랜차이즈 게임을 통한 세계시장 진출을 적극 고려하고 있으며, 소셜게임을 개발하기로 결정한 것도 세계 시장을 염두에 둔 것이라고 밝힘
 - UTV Indiagames의 Vishal Gondal CEO는 "전세계 소셜네트워크 이용자 중 약 50%는 소셜게임을 즐기고 있다"며, "<Ra.One>을 소셜게임으로 결정한 것도 <Ra.One>이 세계 시장에 어필할 수 있는 잠재력을 갖고 있다는 판단 때문"이라고 설명
 - UTV Indiagames 산하 개발 스튜디오인 Red Chillies의 Shailja Gupta 디지털미디어 사업부장 역시 "<Ra.One>을 전세계 게이머에게 선보일 가장 효과적인 방법은 접근성이 높고 플레이하기 쉬운 소셜게임을 개발하는 것"이라며, "PC 웹사이트뿐 아니라 모바일, TV에서도 <Ra.One> 게임을 즐길 수 있게 될 것"이라고 언급

 www.indiagames.com

다국적 소비용품 기업 Reckitt Benckiser, 온라인게임 출시

● 다국적 소비용품 전문 생산업체, 온라인·모바일게임으로 자사 상품 홍보

- ◆ 다국적 소비용품 전문 생산업체 Reckitt Benckiser가 온라인과 모바일용 미니게임 콜렉션 <crazieRBrands>를 출시함
 - Reckitt Benckiser는 Clearasil, Durex, Dettol, Harpic, Lizol, Veet, Mortien 등 다수의 소비자 생활용품 브랜드를 보유한 다국적 기업
- ◆ <crazieRBrands>는 Reckitt Benckiser의 대표 상품 브랜드를 활용한 가벼운 캐주얼게임 8종으로 구성되어 있으며, 웹사이트(www.crazierbrands.com) 및 iPhone, Android용 애플리케이션으로 제공
 - 여성의 다리털을 Veet 왁스로 제거하거나, 요리사가 만드는 음식에 프랑스 겨자소스를 뿌리는 등 자사 제품을 게임에 적합한 형태로 유쾌하게 표현한 것이 특징
- ◆ <crazieRBrands>에서 게임을 즐긴 이용자는 자신의 점수를 등록할 수 있으며, 상위 점수를 획득한 이용자 중 추첨을 통해 2명에게 8,000파운드(13,000달러) 상당의 세계여행 상품의 기회도 부여
- ◆ <crazieRBrands>는 Reckitt Benckiser의 상품 홍보를 목적으로 출시된 것으로, 특히 대학을 갓 졸업한 사회 초년생에게 'RB 브랜드'의 우수성을 알림으로써 재능있는 인재의 관심을 유도하기 위한 것으로 보임
 - Reckitt Benckiser는 게임 서비스가 비교적 좋은 반응을 보이고 있어 향후 추가 게임을 개발하는 등 서비스 강화에 나설 계획
 - Reckitt Benckiser의 Chander Mohan Sethi 인도 지사장은 "RB는 젊은 인재들이 활약할 수 있는 독특한 기업 문화를 자랑한다"며, "사업의 지속적인 성장세를 위해 미래의 인재들이 RB를 좋은 회사로 인식할 수 있도록 창의적인 방법을 계속 강구해 나갈 것"이라고 밝힘

● 온라인·모바일게임, 기업 비즈니스 도구로 활용

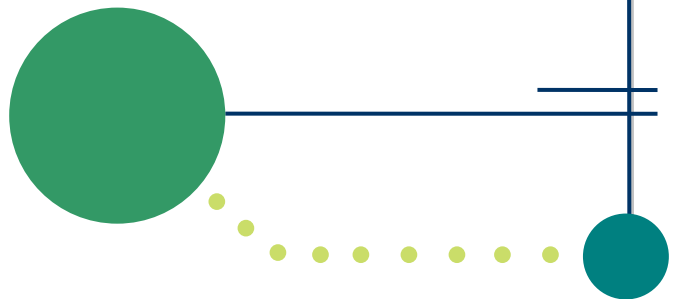
- ◆ 온라인·모바일게임은 단순히 재미를 추구하는 목적을 넘어 다양한 분야에서 비즈니스 목적으로 활용
 - 기존의 게임 내 광고 모델 외에도 기업 홍보성 게임 콘텐츠 도입, 정보 제공 목적의 게임 서비스, 업무용 작업 툴의 게임화 등 다양한 시도가 이뤄지고 있음

 www.rb.com  www.crazierbrands.com



유럽 게임시장 동향

- 스페인 게임시장, 콘솔과 PC게임에서 소셜게임으로 변화
- EA, Origin 서비스의 독일 개인정보 보호법 침해 여부 부정
- Ubisoft, 신작게임 <Ghost Recon>을 통해 멀티플랫폼 전략 공개
- 러시아 소셜 게임업체 Pixonic, 미국 지사 개설
- 'PlayStation Store', Sony 태블릿 PC 'Table S' 지원 시작
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위



스페인 게임시장, 콘솔과 PC게임에서 소셜게임으로 변화

● 스페인 게이머들의 2011년 게임 소비 지출, 22억 달러

- ◆ 네덜란드의 시장조사업체 Newzoo가 2011년 10월 공개한 "Newzoo National Gamers Surveys 2011"의 스페인 게이머 조사에 따르면, 2011년 스페인 게이머들이 게임에 16억 유로(약 22억 달러)를 지출할 것으로 전망
 - 스페인 전체 인구의 약 절반 가량(51%)인 2,400만 명이 게임을 즐기는 것으로 조사된 가운데, 이들 중 40%에 해당하는 1,500만 명이 실제로 게임을 즐기기 위해 돈을 지출하는 활동적인 게이머로 조사
 - 한편 스페인 전체 게이머의 46%는 여성인 것으로도 Newzoo의 보고서를 통해 조사됨

● 콘솔게임과 PC/Mac의 전통적 비디오 게임 플랫폼이 아직 강세 보여

- ◆ 소비 지출 규모로 판단했을 때 콘솔과 PC/Mac 플랫폼이 스페인에서는 아직 강세를 보이고 있는 것으로 조사
 - 2011년 스페인 게이머들은 콘솔게임에 5억 4,000만 유로를 지출할 것으로 예상되며, 전체 게임 지출의 약 33% 가량을 콘솔게임들이 차지할 것으로 전망
 - PC/Mac 패키지 게임(2억 9,000만 유로, 약 4억 달러)과 다운로드 게임(1억 9,000만 유로, 약 2억 6,200만 달러) 지출까지 합치면 전체 스페인 게임시장 지출의 약 63%를 콘솔과 PC게임이 차지하고 있는 것으로 나타남
 - 하지만 신작게임의 판매가 둔화되고 있는 것도 사실이며, 콘솔게임 부문 지출의 22%를 중고 게임시장이 차지하고 있음
- ◆ 소셜게임과 캐주얼게임 그리고 모바일게임은 각각 1억 3,000만 유로, 1억 7,500만 유로, 1억 4,500만 유로의 소비 지출 규모를 기록할 것으로 보여 세 부분의 지출 규모를 합산해도 아직 콘솔게임의 지출 규모를 따라잡지는 못한 것으로 조사
 - MMORPG에 대한 스페인 게이머들의 2011년 소비 지출 규모는 1억 3,000만 유로로 전망
 - 하지만 다른 서구권 게임시장과 달리 소셜과 모바일 게임시장에서 실제로 소비자들이 지갑을 열고 있다는 점은 고무적인 것으로 평가받음
 - Newzoo의 창립자이자 CEO인 Peter Warman은 이에 대해, "스페인에서는 실제로 사람들이 모바일과 온라인 게임에 돈을 쓰고 있다는 것"이라며, "이 점은 다른 서구권 국가들과 비교될 수 있는 지점"이라고 언급

● 스페인 게이머들, 소셜/캐주얼/모바일 게임에 많은 시간 투여

- ◆ 소비자의 지출 양상과는 달리 게임을 직접 하는 데 사용하는 시간을 분석한 결과에서는 소셜/캐주얼/모바일게임에 스페인 게이머들이 많은 시간을 사용하고 있는 것으로 조사
- ◆ 조사 결과에 따르면 스페인 게이머들은 매일 총 2,100만 시간을 게임을 하는 데 사용하는 것으로 조사
 - 플랫폼 별 조사 결과에서는 콘솔게임이 전체 게임 시간의 26%를 차지하여 1위를 기록하였으나, 소셜/캐주얼/모바일게임 시간 또한 상당히 높은 수준이었으며 이들 세 플랫폼의 총합은 41%로 콘솔 게임을 훌쩍 넘어서는 수치
 - PC/Mac 패키지과 다운로드 부문과 콘솔게임을 모두 더할 경우 총 게임 시간의 49%를 차지하는 것으로 나타난 가운데 MMORPG 게임을 소셜/캐주얼/모바일 플랫폼에서의 소비 시간과 합산한 51%에는 뒤지는 것으로 조사

● 스페인 게이머의 76%, 캐주얼과 소셜게임 즐기고 있어

- ◆ 스페인 게이머들의 76%가 캐주얼과 소셜게임을 즐기고 있는 것으로 조사된 가운데 플랫폼 별 게임 인구에서도 모바일게임과 소셜/캐주얼게임의 성장세가 높음
 - 콘솔게임을 즐기는 게이머가 스페인 전체 게이머의 81%에 달하는 1,220만 명으로 조사된 가운데 모바일게임 인구 또한 전체의 68%에 해당하는 1,020만 명으로 조사
 - 소셜과 캐주얼게임 또한 각각 전체의 59%와 57%에 해당하는 890만 명과 860만 명을 기록
 - 플랫폼 당 평균 게이머 수는 420만 명으로 조사되었으며, 7개의 게임 플랫폼(콘솔, 모바일, PC/Mac 박스 패키지, 소셜, 캐주얼, PC/Mac 다운로드, 다중접속온라인 게임)을 모두 즐긴다고 답한 게이머 또한 전체 게이머의 20%에 도달

● 스페인 게임시장, 부분유료화 게임 모델 확산 중

- ◆ 무료로 즐길 수 있는 부분유료화 방식의 게임 부문 지출이 성장을 거듭함에 따라 경기둔화와 이에 따른 신작게임의 판매 및 매출 감소를 감당할 수 있을 것으로 예상
 - Warman은 "현재의 세계 경기 침체가 분명히 신작 게임 판매에 큰 영향을 주고 있는 것은 사실이지만, 온라인 게임 인구가 증가하고 있고 부분유료화 방식의 게임에서의 지출이 전체 게임 시장의 성장을 견인하게 될 것"이라고 전망

 www.newzoo.com

EA, Origin 서비스의 독일 개인정보 보호법 침해 여부 부정

● 개인정보 침해에 대한 독일 게이머들의 항의 확산

- ◆ 최근 독일에서 EA의 블록버스터 게임 <Battlefield 3> 등의 게임을 사용하기 위해 필수적으로 가입해야 하는 EA의 Origin 서비스에서 Origin 서비스와 상관없는 게임 사용자의 개인 정보에 접근한다는 사진이 유출되어 독일 게임 사용자들의 반발이 확산
 - Origin의 독일 개인정보 보호법 침해에 대한 논란은 최근 Origin이 게임 사용자의 휴대폰에서 생성된 데이터를 수집하고 해당 프로그램과 관계가 없는 다른 프로그램에 접속하는 것을 보여주는 사진 유출로 시작되었으며, 독일 최대 신문사인 Del Spiegel이 자사 신문을 통해 Origin 서비스의 EULA(End User License Agreement)의 조항 중 일부가 독일 개인정보 보호법을 침해했을 수 있다고 밝혀 논란이 더욱 확산
 - EA의 Origin 서비스에 대한 개인정보 보호법 침해 논란 촉발 이후 독일 게이머들은 <Battlefield 3>를 판매하고 있는 독일 Amazon 웹사이트에 가장 적은 추천 점수를 주고 있는 것으로 알려졌으며 일부 독일 게이머 경우 구매한 <Battlefield 3>를 반품함
 - 이에 더해 게임소매 체인 Saturn and Media Markt에서 이미 사용한 <Battlefield 3>에 대해서도 100% 환불을 제공하고 있어 이번 EA의 독일 개인정보 보호법 침해 문제의 심각성이 높아지고 있음

● EA, Origin 서비스 개정으로 개인정보 침해 해결

- ◆ EA Germany는 독일에서 제기된 Origin 서비스의 개인정보 보호법 침해 논란에 대해 Origin 서비스에서 독일 개인정보 보호법을 침해할만한 요소는 없다는 취지의 의견을 공표
 - EA Germany는 Origin 서비스의 독일 개인정보 보호법 침해 논란에 대해 부정하며 Del Spiegel이 제기한 개인정보 보호법 침해 가능성이 있는 Origin 서비스의 EULA 조항 중 일부에 대해서도 사용자 측면에서 더욱 명확할 수 있도록 수정
 - 또한 EA Germany는 Origin 서비스의 개인정보 침해 논란을 촉발시킨 유출 사진에 대해서도 EA는 유출된 사진과 같은 사용자 개인정보에 접근하지 않는다고 발표하며 이번 개인정보 보호법 침해 논란 진화에 적극 대응하는 모습을 보이고 있음

 www.ea.com

Ubisoft, 신작게임 <Ghost Recon>을 통해 멀티플랫폼 전략 공개

● Ubisoft의 멀티플랫폼 전략을 수행하게 될 <Ghost Recon>

- ◆ Ubisoft의 인기 프랜차이즈 게임 <Ghost Recon>의 4번째 작품 <Ghost Recon : Future Soldier>가 콘솔과 PC 버전으로 출시될 예정인 가운데, <Ghost Recon : Future Soldier> 출시를 기점으로 Ubisoft가 선보일 멀티플랫폼 전략의 성공 여부가 관심을 받고 있음
 - Ubisoft는 <Ghost Recon : Future Soldier>를 Xbox360과 PlayStation3 등의 콘솔과 PC 판으로 출시할 예정일 뿐만 아니라 Facebook 기반 캐주얼 게임 <Ghost Recon : Commander>와 온라인게임 <Ghost Recon Online> 또한 함께 출시할 예정
 - 이러한 <Ghost Recon> 프랜차이즈의 멀티플랫폼 디지털 전략을 통해 Ubisoft는 <Ghost Recon> 시리즈의 게이머 저변 확대를 꾀하고 있음

● 멀티플랫폼 디지털 전략의 핵심 'Companion Gaming' 시스템

- ◆ Ubisoft의 멀티플랫폼 시스템 'Companion Gaming'은 하나의 게임 타이틀을 다양한 게임 플랫폼을 통해 즐길 수 있도록 함으로써 게이머들이 서로의 게임과 다른 플랫폼의 게임 진행 자체에 영향을 줄 수 있도록 하고, 이를 통해 신규 게이머의 유입은 물론 기존 게이머들의 게임 충성도를 높이려는 목적을 가지고 있음
 - Ubisoft의 디지털 게임 부문 부사장 Chris Early가 'Companion Gaming'이라고 명명한 이번 멀티플랫폼 디지털 전략은 2010년 캐주얼 MMO게임이었던 <Petz World>와 액션게임 <Assassin's Creed> 등을 통해 잠시 선보였던 개념으로, 이번 <Ghost Recon> 프랜차이즈의 신작 <Ghost Recon : Future Soldier>에서 본격적으로 적용될 것으로 전망
- ◆ 'Companion Gaming' 개념은 게이머 서로가 각자의 게임 진행을 통해 자신과 상대방의 게임 진행을 도울 수 있는 일종의 게임 서포터가 되는 것을 의미
 - 즉 하드코어 게이머의 게임 진행을 Facebook 게임을 즐기는 게이머들이 돕게 되는 것을 의미
 - 또한 캐주얼게임 <Ghost Recon : Commander>을 먼저 즐기므로써 콘솔 기반의 <Ghost Recon : Future Soldier>에서의 진행에 도움이 되는 자원을 미리 확보해놓을 수도 있음
 - 예를 들어 이러한 게임 시스템이 적용되었던 <Assassin's Creed Brotherhood>의 경우 Facebook 게임이었던 <Assassin's Creed : Project Legacy>와 연동되었으며, 이들을 통해 게이머들은 각 게임에서 얻은 아이템을 다른 플랫폼 게임에서 사용할 수 있었음

- <Assassin's Creed : Project Legacy>를 즐긴 게이머 중 80%는 콘솔게임 또한 함께 즐긴 것으로 나타났으며, 이에 대해 Ubisoft의 부사장 Early는 "열성적인 게이머들은 그들이 원하는 게임 타이틀이 연동된다면 Facebook 기반 게임 또한 즐기 마련"이라고 언급

● 멀티 플랫폼 전략의 한 축인 온라인 게임 <Ghost Recon Online>

- ◆ PC전용 <Ghost Recon Online>은 기본적으로 무료로 즐길 수 있는 부분 유료화 방식으로 제공되며, Nintendo의 신형 게임 콘솔인 Wii U로도 즐길 수 있을 것으로 발표되었지만, Wii U에서의 온라인 게임은 아직 무료화 여부가 불확실
 - 이에 대해 Ubisoft의 Early는 "Nintendo에 관한 일은 언급하지도 않을 것"이라고 밝힘
- ◆ 무료로 즐길 수 있는 온라인게임인 EA의 <Battlefield : Play4Free>나, Valve의 <Team Fortress 2> 등 강력한 경쟁자들과 맞붙게 될 <Ghost Recon Online>의 차별점은 높은 완성도를 지향하는 데 있음
 - Unbisoft의 Early는 이에 대해 "<Ghost Recon Online>에 대한 우리의 관심사는 무엇보다 AAA급의 높은 완성도를 가진 게임을 만드는 데 있으며, AAA급의 게임이 되어야만 한다는 데 있다"고 말하면서, "개발 투자적인 측면에서 소매점에서 60달러(일반적인 콘솔 게임 판매가)에 팔려도 충분치 않을 정도일 것"라고 자신

 www.gamasutra.com

그림 9

Ubisoft의 멀티플랫폼 게임 <Ghost Recon Online>



[출처] Ubisoft, 2011

러시아 소셜 게임업체 Pixonic, 미국 지사 개설

● 러시아 Zynga로 불리는 Pixonic, 미국 지사 통해 Zynga와 정면대결

- ◆ 러시아의 작은 'Zynga'로도 일컬어지는 Pixonic은 러시아의 모스크바를 기반으로 하고 있는 약 50여 명 규모의 업체로서 2009년 창립된 이래 40여 종의 게임을 8개국 21개 협력 업체와 함께 서비스
 - 서드파티 소셜게임의 모바일 플랫폼을 통한 유통과 서비스에 주력하고 있으나 자체 게임도 꾸준히 개발
 - 이번 미국 지사 개설에 대해 Pixonic의 CEO Elena Masolova는 "우리는 최고의 미국 소셜 게임 개발자들과 일하기를 고대하고 있으며, 그들을 도와 게임을 성공적으로 시장에 선보일 수 있기를 바라고 있다"고 포부를 밝힘
 - 이번 미국 지사 개설과 함께 샌프란시스코 지역에서 게임 개발 관리자의 채용 또한 함께 진행하고 있음

● iOS와 Android 기반 모바일 플랫폼은 물론 소셜 네트워크 진출도 진행

- ◆ Pixonic은 기존 소셜게임의 iOS와 Android 플랫폼으로의 이식 비용을 전액 부담하겠다고 발표하는 등 iOS와 Android 등의 모바일 플랫폼에서의 사업에 큰 관심을 가지고 있음
 - Masolova는 "우리는 특정 개발자들의 경우 그들의 소셜 게임을 iOS와 Android 기반 플랫폼으로 이식하는 데 필요한 비용을 모두 부담할 것"이라고 말하며, "게임 개발자들이 플랫폼 게임 이식에 어려움을 겪지 않도록 게임 이식 진행 또한 Pixonic의 내부 모바일 팀이 맡을 것"이라고 밝힘
- ◆ Pixonic의 대표적인 게임 <Little Helper>의 경우 8백 만 카피 이상이 설치되었으며, 월간 이용자 수가 600만, 일간 이용자 수는 60만 명에 달함
 - <Little Helper>는 집안을 청소해야 하는 캐릭터와 다양한 아이템 및 마법 생물들이 등장하는 캐주얼게임으로서 퍼즐적 요소도 갖추고 있음
- ◆ 그 외에도 공항 시뮬레이션 게임 <Airport>와 서부 금광 개척시대를 배경으로 하는 캐주얼게임 <Gold Rush> 등 다양한 게임을 서비스하고 있음
- ◆ 소셜게임 분석 플랫폼 PixAPI도 운영함
 - Pixonic의 게임 분석 플랫폼 PixAPI는 게임 개발업체와 광고업체들에게 가장 효율적인 마케팅

지점과 수익을 극대화 할 수 있는 방향으로의 게임 개선점을 알 수 있도록 도와주는 통계 및 분석 시스템으로 평가 받음

- 게임 개발업체들은 PixAPI를 통해 게이머가 게임의 어떤 레벨을 진행하다 게임을 중단했는지를 알 수 있음
 - PixAPI는 게임 중단과 관련된 일련의 이벤트 흐름을 기록 분석하여 게이머의 관심을 붙들어 둘 수 있도록 도울 수 있음
 - 마찬가지로 게이머가 어떤 게임 단계에서 첫 게임 내 결제를 진행했는지를 기록하여 알려줄 수 있으며, 마케팅 최적화를 위해 게이머의 유입 경로에 따른 지불 유형을 추적할 수도 있음
- ◆ Pixonic, Facebook과 다양한 지역 소셜 네트워크 플랫폼을 통해 게임 유통
- Pixonic은 전 세계 14개의 소셜 네트워크 플랫폼에 진출해 있음
 - 14개 소셜 네트워크 플랫폼은 Facebook을 비롯 러시아의 VKontakte, 라틴 아메리카 지역을 대상으로 하는 Sonico와 일본의 Mixi 등 소셜 네트워크들을 망라하고 있음
 - 특히 PixAPI를 적용한 게임은 Pixonic의 14개 소셜 네트워크 플랫폼의 결제 시스템에 자동적으로 연결될 수 있다는 장점이 있음
 - 또한 게임의 외국 언어 번역이 필요할 시 Pixonic이 비용을 전액 부담하여 진행

 www.gamasutra.com  www.pixonic.ru

그림 10

러시아 소셜 게임업체 Pixonic의 대표작 <Little Helper>



[출처] Pixonic, 2011

'PlayStation Store', Sony 태블릿 PC 'Table S' 지원 시작

● Sony의 'PlayStation Store', Android 기반 단말기 서비스 지원 시작

- ◆ Sony가 Apple의 iPad에 대항하기 위해 준비한 Android 기반 태블릿 PC 'Sony Tablet S'가 9월 미국 시장에 출시된 가운데, 유럽 Sony의 온라인 게임 스토어인 PlayStation Store 또한 Sony Tablet S를 통해 즐길 수 있게 되었음
 - 'Tablet S'는 9.4 인치 화면을 가진 Android Honeycomb 기반 태블릿 PC로써 1GB의 메모리와 Nvidia의 Tegra 2 중앙처리장치(CPU)를 장착하고 있으며 16GB 모델의 경우 499 달러로 출시 가격이 정해졌음
- ◆ 이번 조치는 PlayStation Store의 콘텐츠를 Sony의 PlayStation 인증을 받은 Android 기반 단말기(PlayStation Certified devices)에서도 이용할 수 있도록 하는 PlayStation Suite 프레임 업그레이드에 따른 것
 - PlayStation 인증 PlayStation 콘텐츠를 다운로드 받아 즐길 수 있도록 하는 소프트웨어 프레임 PlayStation Suite에 필요한 요구 조건 사항을 만족하는 단말기를 Sony가 인증해 주는 것을 의미하며, 기본적으로 Android 2.3 운영체제와 Sony가 요구하는 특정 하드웨어 사양을 필요로 함
 - PlayStation Suite는 스마트폰과 태블릿 PC를 포함한 다양한 단말기를 지원하는 크로스 플랫폼을 지향하며 기본적으로 하드웨어 중립성을 표방하고 있기도 함
 - 물론 Sony Table S는 Sony가 개발한 태블릿 PC이기 때문에 PlayStation 인증을 받은 상태

● Tablet S 이용자, 10 종의 PSone 게임을 즐길 수 있어

- ◆ 이번 PlayStation Store 연결로 PlayStation의 초기 소형 단말기 버전인 PSone의 게임 10종을 즐길 수 있게 된 Tablet S 이용자들은 게임 1개 당 4.99유로(6.9 달러) 혹은 3.99 파운드의 가격으로 이용할 수 있음
 - 다만 이번 서비스는 자신의 단말기가 Sony의 PlayStation 인증을 받았다 할지라도 현재까지 영국과 프랑스, 이탈리아, 독일, 스페인 및 호주에서만 이용할 수 있는 한계가 있음
- ◆ Tablet S 이용자들은 PlayStation Store를 이용하기 위해 관련 소프트웨어를 설치해야 하지만 설치 방법은 매우 간단하며, 서비스 관련 안내를 자동적으로 받게 될 예정

 blog.eu.playstation.com

표 8 유럽 PlayStation Store에서 제공되는 Tablet S 용 게임

게임명	내용
Everybody's Golf 2	Sony가 개발하고 유통하고 있는 골프게임 시리즈 중 1999년에 출시된 두 번째 작품으로써 미국 시장에서는 <Hot Shots Golf>라는 이름으로 출시되고 있으며 2007년 시리즈 5 번째 작품까지 출시
Twisted Metal	Single Trac가 처음 개발하기 시작한 자동차 액션게임으로써 1995년 PC와 PlayStation 버전으로 출시된 이래 이후 다양한 개발사를 통해 2008년까지 PlayStation 기반 게임으로 지속적으로 출시되고 있는 인기 프랜차이즈 게임
Jet Rider	레이싱 게임 <Jet Moto>의 유럽 출시명으로서 Single Trac가 1996년 처음 북미에 출시하여 1997년 유럽과 일본에 출시된 레이싱 프랜차이즈 게임
Jet Rider 2	게임 <Jet Moto 2>의 유럽 출시명으로서 <Jet Moto>의 후속작
Jumping Flash	:1995년 출시된 PlayStation 게임으로써 3D 1인칭 슈팅게임
기 타	그 외에도 <Destruction Derby>, <Kula World>, <Kurushi Final> 및 <Cool Boarders> 등이 PlayStation Store를 통해 PlayStation 인증을 받은 단말기들에 서비스 될 예정

[출처] 유럽 PlayStation Store

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 9 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (10. 25 ~ 10. 31)	독일 (10. 25 ~ 10. 31)	프랑스* (10. 18 ~ 10. 24)
1	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Battlefield 3 (PC, EA)	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)
2	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Batman : Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)
3	Batman : Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
4	Battlefield 3 (PC, EA)	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
5	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	Die Sims 3: Einfach tierisch (PC, EA)	Forza Motorsport 4 (Xbox360, MS)
6	Football Manager 2012 (PC, Sega)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	
7	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Fußball Manager 12 (PC, Sega)	
8	Forza Motorsport 4 (Xbox360, MS)	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	
9	FIFA 12 (Xbox360, EA)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	
10	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	
순위	스웨덴 (10. 25 ~ 10. 31)	이탈리아 (10. 17 ~ 10. 23)	네덜란드 (10. 25 ~ 10. 31)
1	Battlefield 3 (PC, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
2	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Battlefield 3 (Xbox360, EA)
3	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	Battlefield 3 (PC, EA)
4	The Sims 3: Pets (PC, EA)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Football Manager 2012 (PC, Sega)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Batman : Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
6	Football Manager 2012 (PC, Sega)	Forza Motorsport 4 (Xbox360, MS)	The Sims 3: Pets (PC, EA)
7	Batman : Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)
8	FIFA 12 (Xbox360, EA)	FIFA 12 (PlayStation2, EA)	Forza Motorsport 4 (Xbox360, MS)
9	Batman : Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	Batman:ArkhamCityCollector'sEdition (PlayStation3, Warner Bros.)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
10	Forza Motorsport 4 (Xbox360, MS)	Batman:ArkhamCityCollector'sEdition (Xbox360, Warner Bros.)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)

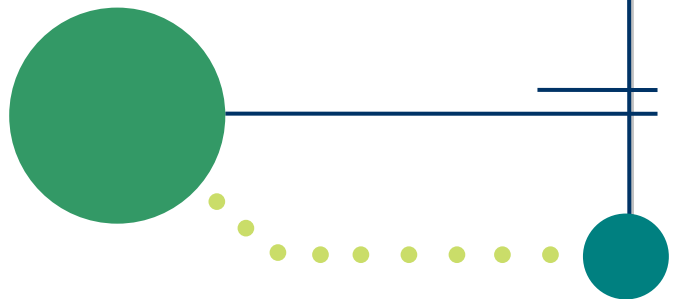
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 5위까지만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 중남미 소셜 게임시장 선도 기업 소개
- 아르헨티나 이통사 Movistar, HD 화질의 모바일게임 출시
- 멕시코 엔터테인먼트 업체 Kaxan, 온라인 게임사업 확대



중남미 소셜 게임시장 선도 기업 소개

● 성장세에 가속도 붙은 중남미 소셜 게임시장

- ◆ 중남미 소셜 게임시장의 전망이 다른 지역에 비해 매우 긍정적으로 평가되고 있음
 - 중남미 대부분 국가에서 인터넷 보급이 빠른 속도로 확산됨에 따라 인터넷 인구도 크게 늘어났으며, 이는 다시 게이머 인구의 증가로 이어지고 있음
- ◆ 소셜 게임업체 Vostu의 CEO이자 창립자인 Daniel Kafie에 따르면, "2012년 글로벌 소셜 게임시장에서 광고시장이 약 16억 달러 규모로 성장될 것으로 전망"되고 있는 등 글로벌 소셜 게임시장 전망 또한 매우 밝음
 - 중남미 시장의 소셜게임 광고시장은 3,500만 달러에 달할 것으로 전망

● 중남미 소셜 게임시장에서 주목 받는 게임업체 'Vostu'와 'Mentez'

- ◆ 소셜 게임업체 Vostu는 미국 뉴욕에 본부를 두고 있으며, 브라질과 아르헨티나의 상파울로와 부에노스아이레스에 각각 지사를 두고 중남미 소셜 게임시장에 주력하고 있는 게임 개발업체이자 프로듀싱 업체
 - Vostu는 현재 소셜 네트워크를 통해 2,000만 명에 달하는 주간 이용자 수를 자랑하고 있음
 - Vostu의 게임으로는 멀티플레이가 가능한 실시간 축구게임 <Go!Mania>, 도시건설 운영 게임 <Megacity>, 요리와 식당 운영 게임 <CafeMania>, 범죄 게임 <Rede do Crime> 등이 있음
 - 미국 Harvard 대학을 졸업한 친구들이 모여 창업한 Vostu는 최근 Facebook의 이사회 일원인 Jim Breyer를 새롭게 영입
 - Kafie는 최근 한 인터뷰를 통해 "Vostu는 브라질의 커다란 소셜 게임시장에 계속 주력할 것"이라며 소셜 게임사업에서의 확장의지를 나타냄
 - 최근 Vostu는 3,000만 달러에 달하는 투자 공모를 벤처 투자업체 Accel Partner와 Tiger Global를 통해 마쳤으며, 중남미 지역을 거점으로 하는 소셜과 모바일게임 개발업체 MP Game Studio를 인수
 - 특히 MP Game Studio는 만화 방송사 Cartoon Network, 다큐멘터리 방송사 National Geographic, Unilever, MS와 같은 각종 미디어 업체들과의 제휴를 통해 해당 업체의 지적 재산을 바탕으로 게임을 만드는 데 특화되어 있음
- ◆ Mentez는 게임 퍼블리싱에 주력하고 있는 업체로서 중남미 지역에 다양한 게임을 현지화하여 유통하는 데 강점을 지닌 것으로 평가

- Mentez는 Google이 운영하고 있는 브라질의 최고 소셜 네트워크 Orkut에 게임을 서비스하고 있으며, 현재 Orkut의 상위 5개 게임 중 4개의 게임이 Mentez가 서비스 중인 게임
- 현재 총 21개의 게임을 서비스 중인 Mentez는 약 2,000만 명의 주간 이용자들을 보유하고 있으며, 이중 Zynga의 <FarmVille>과 유사한 것으로 평가되는 <Happy Harvest>가 중남미 지역에서 높은 인기를 구사하고 있음
- 현재 미국 소셜게임 개발업체 Playdom와 유통 계약을 맺은 가운데 중국 게임 개발사들과도 유통 계약을 맺고 있음
- 뉴욕을 기반으로 하고 있는 벤처투자 업체인 Insight Venture Partners가 최근 Mentez에 금액이 밝혀지지 않은 투자를 집행한 가운데, Mentez는 작년에도 엔젤 투자자인 Mauricio Bejarano로부터 20만 달러의 투자를 유치하기도 하였음

중남미 소셜 게임시장, 신규 게임업체들 다수 등장

- ◆ 세계 최고의 모바일 게임업체이자 삼성과 LG 등의 인터넷TV를 위한 게임을 만드는 것으로도 유명한 PlayJam 또한 최근 약 500만 달러 투자금을 유치하는 데 성공
 - 이번 투자금은 스마트TV용 게임 개발에 사용될 것으로 예상됨
 - 이번 투자에 참여한 투자자들로는 GameStop Digital Ventures, Adobe Ventures, Endeavour Ventures, London Venture Partners 등이 있음
- ◆ 아르헨티나의 게임 개발 업체인 Three Melons의 경우 올해 초 Disney의 자회사인 소셜 게임업체 Playdom에 인수
- ◆ 콜롬비아의 애니메이션 및 게임 제작 스튜디오 업체인 Zio Studios는 올해초 130만 달러에 달하는 투자금을 유치하는 데 성공

 www.portada-online.com/

아르헨티나 이동사 Movistar, HD 화질의 모바일게임 출시

● 아르헨티나 이동사, HD 모바일게임 유통을 위해 자체 단말 개발

- ◆ 아르헨티나 1위 이동사 Movistar가 글로벌 모바일 게임업체 Gameloft와 제휴해 콘솔 게임기에 가까운 뛰어난 화질의 모바일 HD Plus 게임을 출시
 - HD Plus 게임들의 평균 용량은 100MB로 3G를 통해 게임을 구입만 할 수 있으며, 다운로드를 위해서는 Wi-Fi를 이용해야 함
 - HD Plus 게임들로는 <Real Football 2012>, <Asphalt 6>, <GT Racing>, <Fishing Kings>, <Dungeon Hunter>, <Eternal Legacy>, <Backstab>, <Hero of Sparta>, <Gangstar>, <Let's Golf 2> 등이 있음
- ◆ Movistar는 HD Plus급 게임들을 이용할 수 있는 자체 단말기인 Personal Touch를 최초로 선보임
 - Personal Touch는 3G폰으로, 아르헨티나 남부에 위치한 Tierra del Fuego 지역의 ZTE 공장에서 생산
 - Personal Touch는 Android 2.2 버전 OS, Qualcomm Snapdragon S1 프로세서, Wi-Fi, GPS, MP3, 3.2 메가픽셀 카메라 및 터치스크린 액정을 탑재
 - Personal Touch의 가격은 'Plan Abono Fijo' 요금제로 약정하면 월 89페소(6.59달러)요금에 130페소(9.63달러)의 크레딧을 포함한 399페소(29.55달러)에 구입 가능
 - 'Plan Abono Fijo 69' 요금제를 선택한다면 499페소(37.97)에 구입 가능

 www.noticias.terra.com.ar

그림 11 Movistar에서 출시한 HD Plus 게임 전용 단말기 Personal Touch



[출처] Movistatr

멕시코 엔터테인먼트 업체 Kaxan, 온라인 게임사업 확대

● 멕시코 Dreamworks라 불리는 Kaxan, 온라인게임과 애니메이션 시장 진출

- ◆ 멕시코 종합 엔터테인먼트 회사 Kaxan Media Group이 수익다각화를 위해 자사 엔터테인먼트 IP를 활용한 온라인게임과 애니메이션 사업을 추진하고 있음
 - Kaxan Media Group은 자체적으로 개발한 iPhone과 iPad 게임 <Taco Master>을 통해 이미 한 차례 큰 성공을 거둔 바 있으며, 현재 차기작으로 유명 TV 캐릭터 'el Chavo del Ocho'를 이용한 Nintendo Wii용 게임을 2012년초 출시 목표로 개발 중
- ◆ Kaxan Media Group은 <Taco Master> 이전 멕시코 IT 및 전자통신 상공회의소(Canieti)와 멕시코 영화진흥원이 주최한 디지털미디어 발전정책의 일환으로 진행했던 "Batallón 52" 프로젝트에 3년 전부터 참여
 - Kaxan Media의 CEO인 Gómez Quiñones는 "멕시코는 전통 수공예 직조 기술 등 대대로 전해내려오는 뛰어난 문화 창조능력이 있으며, 우리가 이를 디지털 창조에 접목하고자 해왔다"고 언급
 - 이 프로젝트를 통해 150여명의 젊은 인재가 지원을 받아 멕시코 독립 200주년 기념 52편의 단편영화를 찍어 2010년 금융권을 포함한 국내 주요 기관에서 상영

● Kaxan, 글로벌 IT/미디어 그룹과의 제휴를 통해 해외 시장 진출

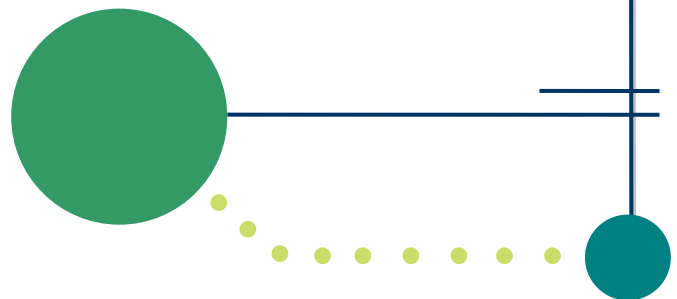
- ◆ 현재 Kaxan은 Chilingo, Televisa, EA, MS, Nokia, Slang 등 굴지의 글로벌 IT/미디어 기업들과 제휴를 맺고 15개의 게임을 개발 중이며 이 중 10개는 이용 가능
 - 115명의 직원을 보유한 Kaxan Media Group은 모바일게임 애플리케이션, 콘솔게임, 장편 애니메이션 영화 개발 등을 주 업무로 하는 Kaxan Studios, Kaxan Games, Kaxan Campus의 세 부문으로 이루어져 있음
 - 올 8월 처음 선보인 <Taco Master>는 멕시코 Apple, 일부 남미 국가, 인도 등 지역에서 가장 많이 팔린 게임의 상위 리스트에 올랐으며, 미국의 top 40위 게임 리스트에 등록
 - Gómez Quiñones는 "향후 3년 내 글로벌 기업들과 경쟁할 수 있는 기업으로 성장하는 것이 우리의 목표"라며 "이를 위한 최대의 난제는 바로 '우리들 자신', 즉 자신과의 싸움에서 이길 수 있어야 할 것"이라는 포부를 밝힘

 www.vanguardia.com



국내 게임시장 동향

- 섯다운제, 모바일은 제외... PC 패키지는 미지수
- Apple, 국내 앱스토어 게임 카테고리 오픈
- 제주, 세계 최초 장애인 e스포츠 대회 개최
- <테라>, 대통령상 포함 게임대상 4관왕 달성
- **분개** 국내 온라인게임 순위
- **분개** 국내 온라인게임 포털 순위



셋다운제, 모바일은 제외... PC 패키지는 미지수

● 모바일은 셋다운제 대상에서 제외, 개인정보 수집 PC 패키지 적용

- ◆ 여성가족부는 지난 5월 도입된 '셋다운제'의 본격 운영을 위한 청소년보호법 시행령 개정안이 11월 8일 국무회의를 통과했다고 밝힘
 - '셋다운제'는 PC 온라인게임 중심으로 우선 적용되며, 스마트폰과 태블릿PC는 16세 미만 청소년들의 보급률이 낮아 2년간 유예함
 - 비디오게임의 경우 아직까지는 주로 네트워크에 연결하지 않는 상태에서 게임을 하고 있지만 네트워크를 통해 유료로 게임이 제공되는 경우는 셋다운제를 적용
 - 개별 게임물에 대해서는 무료로 제공되면서 개인정보를 수집 또는 이용하지 않는 게임물에 대해서만 셋다운제 적용을 유예하기로 기준을 정하고 나머지에 대해서는 셋다운제를 적용
- ◆ 당초 여성가족부는 규제 적용 범주에 스마트폰 게임이 아닌 태블릿 PC로 즐기는 네트워크 게임을 셋다운제에 포함시켜야 한다고 문화부와 마찰을 빚어옴
 - 이번 합의안에는 스마트폰과 태블릿 PC 버전 모두 제외대상으로 명시
 - 다만 규제 사후조치를 위해 여성가족부가 평가자문위원회를 구성하고 2년마다 게임물 중독성과 타당성을 검토할 수 있어 규제 범주가 2년 뒤 다시 확대될 가능성은 남아있음
- ◆ 논란이 일었던 PC 패키지 게임에 대해서는 개인정보 수집에 의해 적용 결정
 - <스타크래프트>처럼 인터넷을 통해 이뤄지지만 개인정보를 수집하지 않고 추가 비용도 요구하지 않는 게임은 셋다운제 적용을 유예하지만, <스타크래프트2>처럼 개인정보를 수집하는 PC패키지 게임의 경우 셋다운제를 적용

● 여성가족부, 셋다운제 실효성 확보를 위해 민원센터 운영

- ◆ 셋다운제의 실효성을 확보하기 위해 게임업계와 협의체를 운영하고 셋다운제 관련 민원을 처리하기 위한 민원센터도 운영할 계획
 - 여성가족부는 앞으로 3개월여간의 계도 기간을 거쳐 내년 2월 1일부터 단속을 시작하며, 법을 어겨 청소년을 대상으로 심야 서비스를 하다 적발되면, 2년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금에 처해짐

Apple, 국내 앱스토어 게임 카테고리 오픈

● Apple 앱스토어 게임 카테고리 개방으로 이용자 불편 해소

- ◆ 지난 11월 2일 iTunes에 탑재된 앱스토어에 iPhone과 iPad용 게임 카테고리 추가
 - 그동안 게임업체와 개발자들은 국내 앱스토어에 게임 카테고리가 없어 해외 마켓에만 iOS용 게임을 출시했으며, 국내 게이머는 미국 등 해외 계정을 만들어 게임을 이용
 - 이번 게임 카테고리 개방은 지난해 3월, 구글 Android Market의 게임 카테고리가 폐쇄된 지 1년 7개월 만의 일임

● 국내 게임업체, 게임 카테고리 개방에 환영인사 표명

- ◆ 컴투스, 게임빌, 넥슨 등 국내 게임업체, 게임 카테고리 개방에 일제히 긍정적 반응
 - 컴투스는 "늦은 감이 있지만 앱스토어에 게임 카테고리가 개설됨에 따라 글로벌 시장에서 인정받은 양질의 게임을 국내에 선보일 수 있어 기쁘다"며 "게임 카테고리 개설은 국내 모바일 게임시장의 성장 토대가 되고 이것이 다시 글로벌 오픈마켓을 공략하기 위한 든든한 발판이 되는 선순환 구조가 될 것으로 기대한다"고 밝힘
 - 게임빌은 "수많은 국내 소비자들이 모바일게임을 편리하게 이용할 수 있게 됐다는 점이 큰 의미"라며 "이번 카테고리 오픈으로 그간 해외에서 검증된 한국 모바일게임들이 국내에서도 새로운 활로를 찾을 것"이라고 언급
 - 넥슨은 "Apple의 게임 카테고리 개설은 모바일 게임업체의 경쟁력 향상을 돕는 반가운 소식"이라며 "해외에서 인정받은 게임의 한국어 버전을 국내 앱스토어에 출시하고 다양한 이벤트를 진행하는 한편, 고품질의 스마트폰용 게임 개발에 박차를 가할 것"이라고 밝힘

그림 12 게임 카테고리가 추가된 Apple의 앱스토어



[출처] iTunes

제주, 세계 최초 장애인 e스포츠 대회 개최

● 지난 11월 2일 '세계 장애인 e스포츠 대회 (leSMoD 2011)' 개최

- ◆ 2009년 장애인학생체전을 시작으로 매년 장애인들을 대상으로 한 국내대회를 열어온 대한장애인e스포츠연맹이 '세계 장애인 e스포츠 대회'를 개최
 - 이번 대회는 11월 2일부터 이틀 동안 제주 애월체육관에서 진행되었으며 전세계 20개국 200여명의 장애인들이 참석
 - 이번 대회는 <스타크래프트>, <카트라이더>, <피파온라인>, <워크래프트3>, <카운터 스트라이크> 등 5개 종목으로 나뉘 진행되었으며 경기 실황은 YouTube를 통해 생중계

● e스포츠, 신체 활동이 어려운 장애인에게 큰 인기몰이

- ◆ e스포츠는 컴퓨터 등 전자기기를 통해 승부를 겨루는 스포츠로 신체활동이 어려운 장애인도 쉽게 참여할 수 있어 국내에서도 많은 장애인들이 즐기고 있음
 - 이번 대회의 <피파온라인> 종목 주심인 지체장애 1급 김세윤씨는 "중학교 때부터 e스포츠에 관심이 많았는데 이번 대회를 통해 e스포츠 전문인력으로 활동하게 돼 기쁘다"며 "앞으로 열심히 세계 무대를 누비고 싶다"고 포부를 밝힘
- ◆ 대회 기간 중 세계 장애인e스포츠 활성화에 앞장서는 '세계장애인e스포츠연맹'이 설립
 - 임태윤 장애인e스포츠연맹 회장은 "e스포츠는 장애인들의 재활에도 적지 않은 도움이 된다"면서 "이번 대회가 국내뿐만 아니라 외국 장애인들과 활발히 교류하는 기회가 됐으면 좋겠다"고 언급

그림 13 세계 장애인 e스포츠 대회 경기 장면



[출처] 연합뉴스

<테라>, 대통령상 포함 게임대상 4관왕 달성

● 지난 7월 9일 '2011 한국 게임대상' 수상작 발표

- ◆ 지난 9일 부산 해운대그랜드호텔 컨벤션홀에서 개최된 '2011 한국 게임대상' 시상식에서 대통령상 <테라>, 국무총리상 <사이퍼즈> 등 12개 분야 21개의 게임이 수상
 - 시상식은 문화체육관광부 김종률 문화콘텐츠 산업실장, 한국콘텐츠진흥원 이재웅 원장 등 게임업계 관련인사 500여명이 참석한 가운데 성황리에 개최
 - 블루홀 스튜디오의 <테라>는 대통령상과 게임캐릭터, 게임그래픽, 게임사운드 부문에서 상을 받으며 4관왕을 달성
 - <테라>는 2011년 MMORPG의 수준을 한 단계 끌어올렸다는 평가를 받았으며, 높은 수준의 그래픽과 생동감 있는 캐릭터 등 기술적인 면에서 특히 좋은 평가를 받음
 - 최우수상은 네오플의 <사이퍼즈>가 수상했으며, 우수상 온라인 게임부문은 드래곤플라이의 FPS게임 <스페셜포스2>가 수상
 - 엔터플라이의 모바일게임 <에어펜귄>은 우수상 모바일게임 부문과 게임기획/시나리오 부문을 수상하며 2관왕에 오름

● 네티즌들의 온라인 투표 참여도 대폭 증가

- ◆ 게임업계 전문가와 네티즌을 대상으로 하는 온라인투표에 5만 5,000여 명이 참가하여 지난해 1만 3,000여 명이 참여했던 것에 비해 4배 가량 늘어남
- ◆ 게임대상 본상은 심사위원단 60%, 게임업계 전문가 투표 10%, 기자단투표 10%, 네티즌 투표 20%가 반영되어 선정

그림 14 2011 한국 게임대상의 대통령상 수상작 테라의 플레이 화면



[출처] 테라 홈페이지

통계 **국내 온라인게임 순위**

표 10 **국내 온라인게임 순위**

순위	게임트릭스 (2011.11. 6 기준)	게임메카 (2011. 11. 1 ~ 2011. 11. 8)	인벤 (2011. 10. 31~ 2011. 11. 6)
1	아이온	피파온라인2	아이온
2	서든어택	아이온	피파온라인2
3	워크래프트3	리니지	리니지
4	피파온라인2	서든어택	서든어택
5	스타크래프트	던전앤파이터	던전앤파이터
6	리니지	메이플스토리	사이퍼즈
7	던전앤파이터	스페셜포스2	메이플스토리
8	월드오브워크래프트	카트라이더	월드오브워크래프트
9	리니지2	테라	카트라이더
10	테라	사이퍼즈	스페셜포스2
순위	게임노트 (2011. 10. 31~ 2011. 11. 6)	게임조선 (2011. 11. 1 ~ 2011. 11. 8)	게임리포트 (2011. 11. 6 기준)
1	아이온	아이온	아이온
2	피파온라인2	피파온라인2	서든어택
3	서든어택	리니지	워크래프트3
4	리니지	던전앤파이터	피파온라인2
5	던전앤파이터	서든어택	스타크래프트
6	사이퍼즈온라인	리니지2	월드오브워크래프트
7	메이플스토리	테라	던전앤파이터
8	테라	사이퍼즈	리니지
9	리니지2	스타크래프트2	테라
10	카트라이더	스페셜포스2	리니지2

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

[출처] 각 사 홈페이지

통계 **국내 온라인게임 포털 순위**

표 11 **국내 온라인게임 포털 순위 (2011. 10)**

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.nexon.com	5,035	15.60
2	www.pmang.com	3,774	11.69
3	www.hangame.com	3,392	10.51
4	www.netmarle.net	2,865	8.88
5	www.gameangel.com	1,859	5.76

[출처] KoreanClick

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2011년 11월 15일
- ▶ 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 전제를 금하며, 가공·인용할 때에는 출처를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.