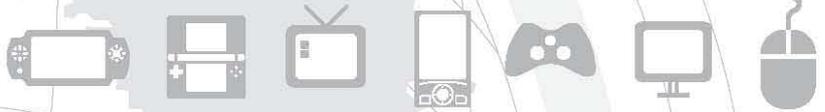


글로벌 게임산업 트렌드

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2011년 11월 제2호

GLOBAL Game Industry Trend



한국콘텐츠진흥원



KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

목 차

2011년 11월 제2호
2011. 11. 30

1 글로벌 게임시장 동향..... 4

- 게임 애플리케이션, 선택 가이드라인 요구 증대
- Epic의 CEO, 콘솔업계 가격 정책 비판
- 소셜게임, Facebook의 핵심 콘텐츠로 부상
- 인디게임, PC와 Mac 게임시장에서 기회 많아
- EA, <Battlefield3> 온라인 접속 문제 해결

2 북미 게임시장 동향..... 11

- North Carolina 주립대, 컴퓨터과학 교육 중심 게임 개발
- 미국 게임업계, 10월 소매 매출 반등 성공
- EA, 소셜게임 강자 Zynga에 도전
- 소셜 게임업체 Zynga, 고속성장 제동
- Xbox Live, 인디게임 돌파구로 급부상
- **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..... 23

▶ 중국 게임시장 동향 24

- 2011년 3/4분기 중국 모바일 게임시장 규모, "10억 위안 돌파"
- 중국, 한국보다 유료 결제 비중 높아
- DeNA, "중국 게임시장 최대 걸림돌은 불법복제"
- Tencent, 2011년 3분기 매출 74억 9,620만 위안 돌파
- 중국 콘솔기기 iSec, 동작인식 게임에 현지화 적용
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ **일본 게임시장 동향** 33

- Nintendo의 몰락, 일본 게임시장 혼전
- 일본 게이머, 차세대 게임기 구매 의사 저조
- Wii U, 컨트롤러 동시 활용..."꼭 구현되어야 할 기능"
- Sony, PSP 게임 데이터 이전 서비스 공개
- Konami, 콘솔용 부분유료화 게임 발표
- **통계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ **기타 게임시장 동향** 39

- 호주 연방정부, 게임등급 'R18+' 발표
- 인도 게임시장, 메이저 게임시장으로 성장
- 3D게임 <Wizard101>, 대만·홍콩·마카오 서비스
- 중국 게임업체 The9, 싱가포르 지사 설립

4 **유럽 게임시장 동향**..... 46

- 불법 다운로드, 영국 게임산업에 막대한 피해
- 2011년 3/4분기 Ubisoft 매출액, 3억 4,290만 달러 도달
- 2011년 유럽 게임시장 1위 콘솔기기, 'PlayStation3'
- MS, 스페인에서 소셜게임 <la Cura> 출시
- 스웨덴 게임쇼 'Gamex', Pirate Party 참여 거절
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

5 **중남미 게임시장 동향**..... 55

- 중남미 게임 개발자들이 각광받는 이유
- 멕시코 1위 이동사 Telcel, HD 모바일게임 유통
- 소셜 게임업체 KIXEYE, 중남미 진출
- Bally Technologies, 게임기기 박람회 'SAGSE Expo' 참여

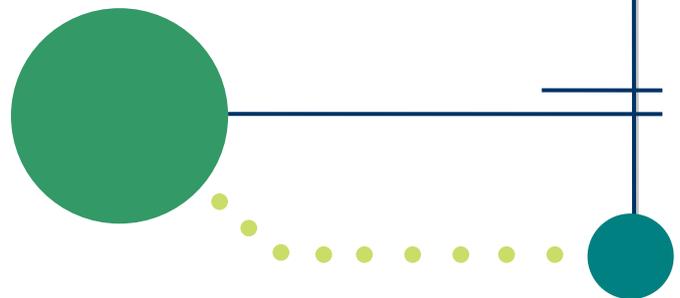
6 **국내 게임시장 동향**..... 62

- 'G-Star 2011', 게임 선진국의 위상 선보이며 성황리에 폐막
- 클라우드, 온라인게임 서버의 새로운 트렌드로 각광
- Apple 앱스토어의 게임카테고리 개방
- 제2회 소셜게임 & 스타트업 쇼케이스 성황리 개최
- **통계** 국내 온라인게임 순위



글로벌 게임시장 동향

- 게임 애플리케이션, 선택 가이드라인 요구 증대
- Epic의 CEO, 콘솔업계 가격 정책 비판
- 소셜게임, Facebook의 핵심 콘텐츠로 부상
- 인디게임, PC와 Mac 게임시장에서 기회 많아
- EA, <Battlefield3> 온라인 접속 문제 해결



게임 애플리케이션, 선택 가이드라인 요구 증대

● 게임 애플리케이션 설명 등 게임 선택을 위한 가이드라인 제공 시급

- ◆ 현재 서비스 중인 애플리케이션 마켓에는 5만 개가 넘는 방대한 양의 게임이 제공되고 있으며, 게임 앱 수가 계속 증가함에 따라 이용자가 다수의 게임 중 자신에게 적합한 콘텐츠를 선택할 수 있도록 돕는 가이드라인에 대한 요구가 증대되고 있음
 - Apple의 <App Store>와 Google의 <Android Market>은 장르별로 카테고리를 구분하고 있을 뿐, 게임에 대한 자세한 설명은 제시하지 않아 이용자들이 수만 개의 게임 중 원하는 것을 선택하는 데 어려움을 겪고 있음
 - Apple은 게이머들이 좀 더 편하게 게임을 선택할 수 있도록 Game Starter Kit 서비스를 제공하고 있으나, 해당 서비스에서 제공되는 37개의 애플리케이션은 이용자의 빠른 콘텐츠 선택을 지원하는 하위 카테고리 기능을 미제공

● 업계 전문가의 추천 모바일게임

- ◆ New York Times의 Bob Tedeschi는 게이머와 개발자의 추천 모바일게임을 조사하여, 게임의 특징과 적정 연령대에 대한 통찰을 제시함
 - 테크 컨설턴트 Mark Hurst가 추천한 게임은 <Osmos>로, 추상적인 물체형태를 보다 큰 덩어리로 만들어가는 아케이드 퍼즐 게임임
 - <Osmos>는 우주를 연상케 하는 그래픽과 사운드가 인상적이며, 10대 청소년과 성인, 아동에게 두루 적합한 것으로 평가됨
 - <Osmos>의 개발자 Eddy Boxerman이 추천한 게임은 <Eliss>로, <Osmos>에 비해 난이도가 높아 성인들과 청소년에게 적합한 게임임
 - 게임 커뮤니티 Major League Gaming의 디렉터 Tom Samiljan이 추천한 일인칭 슈팅게임 <N.O.V.A.2>는 높은 수준의 조작능력을 요구함
 - Major League Gaming의 Tom Taylor가 추천한 <Minecraft>는 가상공간에서 건축물을 만드는 자유도 높은 게임으로, 현재 Android 버전이 서비스 중이며 연말에 iOS 버전이 출시될 예정
 - <World Explorer - Made for Minecraft>의 개발자 Michael Sikorsky는 <Scribblenauts Remix>와 <Whale Trail>을 추천했으며, 이들은 교육적 콘텐츠를 포함하고 있어 아동들에게 적합한 것으로 평가됨

 www.nytimes.com

Epic의 CEO, 콘솔업계 가격 정책 비판

● 콘솔업계의 게임 가격 통제는 게임 개발자들의 이탈 유발

- ◆ 게임 개발업체이자 자체 게임개발 엔진인 'Unreal Engine'으로 유명한 Epic의 CEO Mike Capps는 2011년 10월 게임개발 관련 전문미디어 Develop과의 인터뷰를 통해 콘솔업계의 게임 가격 통제가 게임산업 발전에 도움이 되지 않는다고 하며 이러한 통제 정책이 시정되어야 한다는 의견을 피력
 - Capps는 "현재 게임 개발자들은 게임 판매가는 물론 가상 아이템의 가격마저 맘대로 정하지도 바꾸지도 못하고 있다"며, "고작 20센트의 가상 아이템을 판매하고 판매가를 바꾸는 데에도 긴 인증 절차와 가격 승인 과정이 필요한 것은 문제다"라고 언급
- ◆ 현재 게임시장의 수익 모델은 게임 타이틀의 판매가 아닌 서비스와 소액 결제 모델에 있다는 분석을 제시하며 콘솔업계의 가격 정책 변화를 요구
 - Capps는 "이제 콘솔업계는 지금까지의 엄격한 가격 통제 정책을 포기하고 게임업계에 붙고 있는 변화를 받아들여야 한다"고 말하며, "게임 수익 모델은 이제 서비스와 소액 결제에 달려있다"고 밝힘
 - Capps는 이어 "콘솔업계의 가격 통제 방식의 접근은 가상 아이템의 가격이 시시각각 변화하는 지금의 상황에는 어울리지 않다"고 강조

● 60달러 선으로 고정되어 있는 콘솔게임 판매가격이 문제

- ◆ 일반적으로 신규 출시되는 거의 모든 콘솔게임의 소비자 판매가격이 60달러 선으로 고정되어 있는 상황에서 이러한 가격 통제가 결국 중급 게임 출시 자체를 어렵게 할 것이라는 주장도 제기
 - Capps는 "만약 콘솔업체들이 게임 판매가를 60달러 내외로 고정한 현 가격 정책을 포기하거나 완화시키지 않는다면, 중급 규모의 콘솔게임들은 더 이상 콘솔 게임시장에 설 자리가 없을 것"이라고 경고
 - Capps는 또한 "이러한 콘솔업체들의 가격 통제는 결국 게임 개발자들로 하여금 콘솔을 떠나 PC를 개발 플랫폼으로 삼도록 만들게 될 것"이라고 주장

● 어긋난 콘솔게임 가격정책, 많은 게임 개발자들이 동조

- ◆ 이번 Mike Capps의 발언 외에도 많은 게임 개발자들이 콘솔업계의 가격 통제 정책에 문제를 제기

- ◆ 특히 60달러 내외로 고정되어 있는 높은 권장소비자(MSRP, Manufacturer Suggested Retail Price) 가격이 문제라는 지적
 - 이에 대해 <Fallout3>의 제작사 Bethesda의 게임개발 책임 프로듀서인 Todd Howard는 "평균 게임 가격은 19달러 내외가 적당하다"고 언급
 - 자동차 액션 게임 <Twisted Metal>의 개발자인 David Jaffe 또한 "게임에 대한 판매가로 60달러를 요구하는 일은 사실 무리가 있다고 생각한다"고 말함
- ◆ 게임업계 수익 저하의 주범으로 몰리고 있는 중고 게임시장과의 경쟁력 확보를 위해서도 현재의 높은 수준의 게임 가격 정책은 시정되어야 한다는 지적
 - 공식 유통망을 통해 판매되는 게임을 살 여유가 없는 소비자들 상당수가 중고 게임시장을 이용하고 있음

● 게임 개발자들의 가격하락 주장, 현실화 되기는 어려울 듯

- ◆ 이러한 개발자들의 발언이 실제 게임 판매 가격의 하락으로 이어져 소비자들과 게임업계의 모두의 이익으로 귀결될 수 있을지는 미지수
- ◆ 개발자들의 게임 가격 관련 발언이 실제 가격 하락 의지를 반영하고 있지 않음
 - 높은 게임 가격 문제에 대해 목소리를 높이는 게임 개발자들이 늘고 있지만 실제 게임 가격을 위해 앞장서는 경우는 드문 실정임
 - 오히려 이들 개발자들의 발언이 실제 가격 하락 노력으로 이어지고 있기 보다는 단순한 대외적 수사에 그치고 있다는 비판도 제기되고 있는 상황
 - 실제로 Jaffe의 경우 자신의 게임이자 2012년 신작 출시를 앞둔 <Twisted Metal> 시리즈의 경우 그만한 값어치(60달러에 달하는)를 한다고 부연하기도 하였음
 - EA의 CEO인 John Riccitiello 또한 게임 판매가가 지나치게 높다는 발언을 했었으나, 해당 발언은 2007년에 있었던 것으로 이것이 사실상 게임 개발업계의 가격 인하 의지가 없다는 것을 의미한다는 주장도 있음

 www.develop-online.net  www.gamefront.com  www.buttoncombo.com

소셜게임, Facebook의 핵심 콘텐츠로 부상

🌐 Facebook, 소셜게임 소식 범람 우려, 밸런스 유지에 초점

- ◆ 10월 25일 런던에서 개최된 'f8 Facebook developer conference'에서 Facebook의 Ethan Beard 플랫폼 마케팅 담당자는 Facebook과 소셜게임의 관계에 대해 설명
 - Beard는 "Facebook은 게임 플랫폼을 위해서 제작된 것이 아니라, 소셜 애플리케이션을 위한 범용 플랫폼으로 제작된 것"이라며, "소셜게임이 이처럼 인기를 끄는 것이 놀랍다"고 평가
- ◆ 한편, Beard는 "게임이 광범위 네트워크를 통해 서비스되면서 게임관련 글의 업데이트와 실생활에 관련된 업데이트의 자연적인 빈도 차이가 발생한다"며, Facebook이 소셜게임의 바이럴 마케팅과 소셜 뉴스간의 밸런스 유지를 위해 노력하고 있다고 언급
 - Beard는 소셜게임 <FarmVille>의 사례를 제시, "사용자의 누나는 일생 동안 한두 번 결혼하는 반면, 농작물의 수확은 매일 발생하게 된다"며, "사용자에게 노출되는 정보에서 소셜게임 뉴스들이 소셜뉴스를 압도하고 있다"고 설명
 - Beard는 "우리는 결국 게임관련 소식에 가려져서 일상적인 소셜뉴스를 접하지 못하게 되는 경우에 다다르게 될 것"이라고 덧붙임
- ◆ Facebook은 이 같은 게임관련 글의 범람을 막아 일상생활 관련 글과의 밸런스 유지를 위해 개발사의 사용자 담벼락(Wallpaper) 접근권한을 제한하는 방침을 세움
 - Beard는 "이번 결정은 중요한 시점에 놓여 있는 Facebook 에코시스템의 유지에 도전이 될 것"이라며, "게임과 일상생활 양쪽 정보를 모두 포함할 수 있는 API와 플랫폼을 개발하는 데에도 도움이 될 것"이라고 언급

🌐 Facebook과 소셜게임의 공생관계, 사업 정책에도 영향력 행사

- ◆ Facebook의 Simon Cross 파트너 엔지니어는 게임과 관련된 사업 정책 결정이 다른 분야에도 부가적인 이익을 가져왔다고 설명
 - Cross는 "Facebook이 게임 개발사를 위해 만든 레이아웃인 Fluid Width Canvas는 Washington Post Social Reader와 같은 뉴스 애플리케이션에도 사용되고 있다"고 덧붙임
- ◆ 소셜게임이 Facebook의 수익에서 차지하는 비중이 증가함에 따라, 사용자 확보를 위한 소셜게임의 중요성 뿐만 아니라 소셜게임 자체의 발전을 위한 접근도 요구되고 있음

 www.next-gen.biz

인디게임, PC와 Mac 게임시장에서 기회 많아

● 게임개발 환경의 개선, 게임 유통 혁신으로 인디게임 성공 기회 많아

◆ 최근 중국 상하이에서 개최된 'Game Developers Conference(이하 GDC) China 2011'에서 <Canabalt>, <Flixe!> 개발자로 유명한 Adam Saltsman은 현 시점이 인디게임* 개발에 기회가 많은 시점이라고 언급함

- Adam Saltsman은 "PC와 Mac 기반 게임 개발에 있어서 인디게임 개발로 성공할 수 있는 기회가 많다"라고 주장
- PC와 Mac 기반 게임시장에서 기회가 많은 이유로는 인디게임 개발에 적합한 개발툴과 개발 플랫폼이 최근 많이 등장했다는 점과 전세계 게이머들에게 쉽게 인디게임을 배포할 수 있는 복수의 유통플랫폼들이 게임 시장에 안착했다는 점을 언급
- 특히 Adam Saltsman은 현재 PC와 Mac 기반 인디게임 개발과 판매에 기존 게임에 필수 요소였던 값비싼 게임개발 키트와 퍼블리셔 없이도 진행이 가능하다는 점을 강조했으며, 이러한 게임시장 환경이 인디게임 개발에 좋은 기회를 만들고 있다고 자신의 견해를 밝힘

* 주 : 인디게임의 가장 큰 특징은 그 형제라 할 수 있는 인디 영화처럼 적은 개발비임. 인디 게임들은 개발비 회수를 위해 상업성에 타협하는 메이저 게임들과 달리 창조적인 면을 살릴 수 있는 장점을 가지고 있으며, 인디게임은 소규모 팀으로 이루어지기 때문에 디자이너가 게임을 통해 전하고자 하는 메시지가 쉽게 게임 제작에 반영될 수 있다는 특징이 있음. 그 결과 인디게임들은 작가주의적 색채가 묻어나는 게임들이 늘어나고 있음

● 온라인 유통 플랫폼 운영 업체의 인디게임 대우 달라져야

◆ Adam Saltsman에 따르면 주요 인디게임 개발업체들은 PC와 Mac 시장에서 타 유통플랫폼보다 Valve가 운영하고 있는 온라인 유통 플랫폼 'Steam'을 통해서 많은 수익을 얻고 있다고 밝혔으며, 이러한 상황에서 게임 유통 플랫폼 운영 업체들의 적극적인 인디게임 프로모션이 필요한 시점이라고 언급

- Adam Saltsman은 주요 인디게임 개발 업체들이 Valve의 'Steam', MS의 'Xbox Live Arcade' 등 복수의 게임 유통 플랫폼을 통해 인디게임을 유통하고 있으나, Steam을 통해서 50% 이상의 매출을 얻고 있다고 밝히며 인디게임에 있어서 온라인 유통 플랫폼의 중요성을 강조
- 또한 Adam Saltsman은 많은 인디게임들이 'Steam' 등 온라인 유통 플랫폼을 통해 판매되고 있으나 게임 유통 플랫폼 운영사들이 여전히 인디게임 홍보에 소극적이라는 점을 지적하면서, 게임 유통 플랫폼 운영사에서 인디게임 홍보에 적극적으로 참여해야 한다고 주장

 www.gdcchina.com

EA, <Battlefield3> 온라인 접속 문제 해결

● EA의 <Battlefield3>, Xbox360에서 온라인 접속 문제 발생

- ◆ 지난 10월 28일 출시되어 큰 인기를 얻고 있는 FPS게임 <Battlefield3>는 출시 후 Xbox360과 PC에서 온라인 이용이 제대로 되지 않는 문제가 발생해 이용자들이 불편함을 호소해온 것으로 알려졌으며, <Battlefield3>를 개발한 EA 산하 게임개발 스튜디오 DICE는 보고된 문제들을 10월 마지막 주말 동안 대부분 해결
 - DICE가 개발해 지난 10월 28일 출시한 인기 FPS게임 <Battlefield3>가 출시 후 많은 인기를 얻고 있는 가운데 Xbox360에서 온라인 접속이 되지 않는 문제와 PC에서 게임 인증 과정 중 문제가 다수 발생해 DICE가 10월 마지막 주 주말 동안 대부분의 문제들을 해결
 - DICE에 따르면 PlayStation3와 PC에서 발생한 문제는 모두 해결되었으며, Xbox360의 경우에도 간헐적으로 발생하는 문제 외에는 대부분 문제가 해결
 - DICE는 이번 <Battlefield3>에서 발생한 온라인 접속 문제 해결이 늦어지는 데에 대해서 Xbox360의 게임서버 구조가 복잡해 이에 따라 문제 해결에 시간이 좀 더 걸리고 있다고 밝혔으며, 현재 Xbox360 개발사 MS와 협력해 문제 해결을 위해 노력하고 있음

● Battlefield3, 500만 타이틀 판매 기록하며 흥행 성공

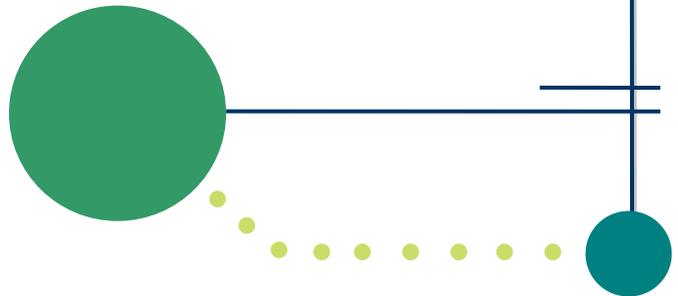
- ◆ 지난 10월 28일 출시된 <Battlefield3>는 출시 수일 만에 500만 타이틀을 판매하며 EA 역사상 가장 빠르게 500만 타이틀을 판매한 게임에 올랐으며, 최근 EA는 <Battlefield3>의 빠른 판매에 따라 출시 첫 주만에 1,000만 타이틀을 전세계 게임 판매점에 선적한 것으로 알려짐
 - Xbox360, PlayStation3, PC 버전으로 지난 10월 28일 출시된 인기 FPS 게임 시리즈 <Battlefield3>는 게임 퍼블리셔인 EA의 역사상 가장 빠르게 500만 장을 판매한 게임에 오를 정도로 전세계적인 흥행에 성공한 것으로 평가 받음
 - <Battlefield3>의 이전 작 <Battlefield : Bad company2>의 경우 2011년 3월 출시 이후 최근까지 총 1,100만 장이 판매된 것으로 알려져 출시 후 첫 주만에 1,000만 장을 선적한 <Battlefield3>의 판매 기록이 전작을 크게 상회할 것으로 나타남

 www.ea.com  www.dice.se



북미 게임시장 동향

- North Carolina 주립대, 컴퓨터과학 교육 중심 게임 개발
- 미국 게임업계, 10월 소매 매출 반등 성공
- EA, 소셜게임 강자 Zynga에 도전
- 소셜 게임업체 Zynga, 고속성장 제동
- Xbox Live, 인디게임 돌파구로 급부상
- **통계** 미국 콘솔 HW&SW 판매량
- **통계** 미국 MMO게임 이용 순위
- **통계** 미국 App Store 인기게임 순위
- **통계** 미국 Android Market 인기게임 순위



North Carolina 주립대, 컴퓨터과학 교육 중심 게임 개발

● 미국 국립과학재단, 교육용 게임 개발 위해 100만 달러 지원

- ◆ North Carolina 주립대학의 연구진들이 중학생들의 컴퓨터과학 지식을 향상시키기는 데 도움이 될 수 있는 게임 개발에 나섬
 - North Carolina 주립대학의 이번 연구는 미국 국립과학재단으로부터 100만 달러의 보조금을 지원받아 진행하게 될 예정
 - 연구 보조금은 2012년 1월부터 2014년 12월까지 지원될 예정이며, 이 개발 프로그램에는 North Carolina 대학의 컴퓨터과학과 수학 교수들이 참여
 - 특히 연구진들을 이끌게 될 이번 프로젝트의 수행 책임자 역할을 맡고 있는 컴퓨터과학 학과의 James Lester 교수는 과거 5학년 학생들에게 과학 개념을 가르치는 데 사용되는 게임을 포함한 여러 교육용 게임들을 개발해온 경험이 있음
 - Lester 교수의 해당 게임 또한 2008년 미국 국립과학재단으로부터 250만 달러의 자금을 지원받은 전례가 있음
- ◆ 교육용 게임 개발 프로젝트의 목표는 학생들로 하여금 컴퓨터과학 분야에서 커리어를 찾는 데 필요한 기본적인 지식을 습득하게 하고, 이를 통해 보다 많은 학생들이 컴퓨터과학 분야에 진출할 수 있도록 돕는 데 있음
 - 컴퓨터과학 분야에서 자신의 경력을 쌓는 데 있어 주 걸림돌 중에 하나인 기본 배경 지식을 학생들이 게임을 통해 보다 쉽게 습득하게 하는 것을 목표로 함

● 교육용 게임, 학생들에게 전공 분야 관심 유발

- ◆ 과학, 기술, 엔지니어링, 수학 분야 등에서 인재 부족 현상이 심해질 것으로 예상되고 있는 가운데, 이러한 문제를 근본적으로 해결하기 위해서는 무엇보다 학생들에게 해당 분야에 관심을 가질 수 있도록 유도해야 함
- ◆ 이번 게임은 특히 인재 부족 현상이 심각할 것으로 예상되고 있는 컴퓨터과학 분야에 초점을 맞추고 있는 것임
 - James Lester 교수는 “컴퓨터과학 분야에서 인재 부족 현상이 심각하다”며, “많은 전망들이 앞으로 컴퓨터과학 분야에서 일하기를 원하는 사람들보다 그들을 필요로 하는 자리가 훨씬 더 많아질 것으로 예상하고 있다”고 주장
 - Lester는 이어 “우리의 목표는 중학생들에게 기본적인 컴퓨터과학의 개념과 관련 기술을

이해하도록 도울 수 있는 게임을 개발하는 데 있다”고 언급

- 또한 Lester는 “게임을 통해 학생들이 고등학교는 물론 그 이후에도 계속 컴퓨터과학 분야에 계속 관심을 가지도록 하길 원한다”며, “이와 함께 학생들에게 컴퓨터과학 분야에서 성공할 수 있는 기반 또한 제공하기를 원한다”고 언급

교육용 게임, 미국 전지역으로 확대

- ◆ 중등교사들과 주 행정가들이 연구진들과 함께 협력하여 게임 개발은 물론 게임의 효과 테스트에 이르는 개발 전반에 참여할 예정이며, 여기에는 실제 교실에서의 적용 프로그램 또한 포함됨
- ◆ 게임을 통해 학생들이 컴퓨터과학에 관심을 갖고 컴퓨터과학 분야에서 커리어를 지속하는 데 있어 필요한 지식을 얻을 수 있는 것으로 확인될 경우 North Carolina 주 뿐만 아니라 전국적인 시행 또한 가능할 것으로 보임
 - 이에 대해 Lester는 “게임이 효과가 있다는 실제 결과물을 만들어 내는 것이 필요하다”며, “만약 실제 효과가 있는 것으로 판명된다면 우리는 이 프로그램을 전국적으로 시행할 수도 있을 것”이라고 언급
- ◆ 이용자의 성별을 구분하고 있지는 않지만 컴퓨터과학에 보다 어려움을 느끼는 것으로 알려져 있는 여학생들에게 쉽게 다가설 수 있도록 개발될 예정
 - 연구진들은 “특히 여학생들이 중학교 시절에 수학과 컴퓨터과학으로부터 멀어지기 쉽다”며, 이번 게임 개발이 컴퓨터과학 분야에 여학생들이 진출하는 데 있어 큰 도움이 될 수 있을 것으로 기대하고 있음
 - 예를 들어, 게임 내에 구현될 내용들은 여학생들이 보다 많은 관심을 가질 수 있는 공공 보건이나 환경 위험등과 같은 실제 현실 세계의 문제들과 직접적으로 연관되어 표현될 예정임

 www.bizjournals.com

미국 게임업계, 10월 소매 매출 반등 성공

● 미국 게임업계, 10월 소매 매출 전년 대비 1% 성장

- ◆ 시장조사기관 NPD Group이 지난 11월 11일에 발표한 "October Retail Game Sales Fall Far Below Expectations"에 따르면, 미국 게임업계가 수개월간 이어진 소매 매출 감소에서 벗어나, 10월 소매 매출이 2010년 같은 기간 대비 1% 성장을 기록
 - 미국 게임업계의 소매 매출은 전년동월 매출을 기준으로 6월에는 -10%, 7월에는 -26% 성장을 기록했으며 8월과 9월에도 각각 -23%와 -6% 성장하는 등 부진을 이어왔음
 - 이러한 상황에서 하드웨어와 소프트웨어 및 기타 주변기기 등의 액세서리를 모두 합한 10월 총 소매 매출이 10억 800만 달러를 기록 전년의 10억 700만 달러에서 1% 상승
 - PC를 제외한 콘솔게임 판매는 10억 500만 달러를 기록, 전년도 동월 10억 300만 달러에서 3% 성장
- ◆ 이 같은 성장세는 Xbox360의 강한 판매 신장세와 <Battlefield3> 등 대형 프랜차이즈 기대작들이 출시된 영향이 큰 것으로 분석
 - 10월 소프트웨어 최고 판매를 기록한 EA의 <Battlefield3>는 200만 장이 넘게 팔려나갔으며, Warner Bros.의 <Batman Arkham City> 또한 150만 장 이상이 판매
 - MS가 밝힌 바에 따르면 Xbox360은 10월에만 39만 3,000대가 팔려나가 전년대비 21%의 판매 신장세를 기록하였으며, 전체 콘솔시장에서 44%의 점유율을 기록
 - Xbox360 제품군에는 총 4억 9,000만 달러가 지출된 것으로 집계되었으며, 10월 미국 콘솔 게임 순위에서도 Xbox360 게임들이 상위 10개 게임들 중 6개를 차지
 - NPD Group의 애널리스트 Anita Frazier는 "Xbox360가 하드웨어는 물론 소프트웨어와 액세서리 전 분야에 걸쳐 큰 매출 신장을 보여줬다"고 언급
- ◆ 하드웨어 부문은 6% 대의 높은 소매 매출 성장을 기록
 - 하드웨어 부문의 판매는 29억 5,600만 달러를 기록하여, 27억 9,900만 달러의 소매 매출을 기록했던 2010년 10월에 비해 6% 성장
 - 소프트웨어 판매 부문은 6억 2130만 달러를 기록하여, 6억 480만 달러를 기록한 전년도 10월 매출과 비교하여 3% 성장
 - MS의 동작인식 시스템 Kinect의 판매 호조로 인해 지난 달 강한 성장세를 기록했던 주변장치 등 액세서리 부문은 전년 동월 대비 5% 하락한 1억 3,590만 달러의 소매 매출을 기록

2011년 미국 게임시장 매출 규모, 전년대비 2% 감소

- ◆ 10월 소매 매출 상승에도 불구하고 미국 게임업계의 2011년 연간 총 소매 매출은 전년대비 2% 하락할 것으로 전망
 - MS의 대변인 David Dennis는 “수치가 게임산업의 급격한 반등을 보여줄 정도는 아닐지 몰라도, 경제 위기와 주식 시장의 불확실성의 어려움 속에서도 게임산업 생태계에 청신호를 보여주고 있는 것은 확실하다”고 언급

지속적인 신작 게임 출시, 매출 상승에 큰 요인으로 작용

- ◆ 10월에는 최고 판매량을 기록하고 있는 <Battlefield3>외에도 게임 팬들의 기대를 한 몸에 받은 기대작들이 줄줄이 출시됨
 - 게임 개발업체 Take-Two Interactive가 내놓은 인기 농구 시리즈 게임 <NBA2K 12>가 PC와 3대 콘솔로 10월 출시되었으며, 특히 시리즈 최초로 iPad와 iPhone 등 iOS 기반 모바일 게임으로도 함께 출시
 - 2008년 각종 게임잡지와 웹사이트 등에서 최고의 게임으로 가장 많이 꼽혔던 <Fallout3>의 제작사인 Bethesda가 내놓은 또 다른 FPS게임 <RAGE>도 출시되었으며, Ubisoft의 댄스 게임 <Just Dance3>와 MS의 <Gears of War3> 또한 소비자들의 관심과 사랑을 한 몸에 받고 있음
- ◆ 이러한 게임 신작 풍년은 실제 매출 증대로도 이어진 것으로 보임
 - Frazier는 “판매 순위 상위 10개 작품들 중 7개 게임들이 새로 출시된 것들”이라며, “특히 상위 10개 게임들의 2011년 10월 매출은 작년 같은 달에 비해 23% 증가한 것”이라고 언급
 - 댄스게임 부문의 10월 매출은 전년 대비 135% 상승했는데 이 또한 <Just Dance3>와 Harmonix Music Systems의 <Dance Central2>의 출시가 주 이유인 것으로 분석
- ◆ 11월에도 블록버스터 게임들의 출시 행진은 계속 이어지고 있음
 - Bethesda의 또 다른 인기 1인칭 RPG게임이자 높은 자유도로 이름이 알려진 <Elder Scrolls> 시리즈의 최신작 <Elder Scrolls V : Skyrim>이 높은 기대와 관심을 받으며 출시
 - 또한 EA의 <Battlefield> 시리즈와 경쟁하고 있는 Activision의 <Call of Duty> 시리즈의 최신작 <Call of Duty : Modern Warfare3> 또한 11월 8일 북미와 유럽 지역에서 3대 콘솔과 PC 버전으로 출시
- ◆ MS는 연말 연휴 시즌에 맞춰 75종의 Kinect 지원 게임 타이틀을 출시할 것이라고 밝히기도 하였음

 www.venturebeat.com

EA, 소셜게임 강자 Zynga에 도전

● EA, Facebook 기반 소셜게임에서 Zynga의 라이벌로 급부상

- ◆ EA가 지난 8월 출시된 <The Sims Social>을 앞세워 Facebook 내 최대 소셜게임 사업자인 Zynga를 위협하고 있음
 - Facebook 공식 애플리케이션 통계 사이트인 AppData에 따르면, Zynga <CityVille>의 월 이용자 수(Monthly Active User, MAU)가 5,400만 명으로 1위를 기록하고 있으며, EA의 <The Sims Social>이 3,800만 명으로 이를 추격함
 - 게임전문 소셜네트워크 Raptr의 John Lee 부사장은 "EA는 Zynga가 지배하고 있는 소셜 게임시장을 공유할 수 있는 역량을 갖추고 있다"며, "특히, EA는 Zynga 게이머를 자사의 게임에 유입시키면서 성장하고 있다"고 언급

● Zynga의 성공에 자극 받은 EA, 소셜 게임시장 진입에 박차

- ◆ AppData에 따르면, Facebook 상위 10개 게임 중 7개가 Zynga의 게임이며, 누적 MAU도 2억 명에 달해 EA의 누적 MAU 6,700만 명의 3배에 달함
 - Zynga는 유료아이템 판매를 통해 지난 2/4분기 기준 2억 7,000만 달러의 매출을 올렸으며, 이러한 Zynga의 성공은 지난 몇 년간 매출의 침체를 겪어오던 EA 등 전통 게임 퍼블리셔를 소셜 게임시장에 뛰어들게 함
- ◆ EA의 소셜게임 책임자인 Barry Cottle은 "EA는 Playfish의 소셜게임 개발 역량을 기반으로 EA 타이틀의 소셜게임화를 진행할 계획"이라며, "Zynga와 많은 업체들이 양질의 소셜게임을 개발하고 있으며, 이러한 경쟁구도가 EA 소셜게임의 질을 향상시키는데 일조할 것"이라고 언급
 - <The Sims>는 전세계 1억 2,000만 카피의 판매고를 올린 EA의 대표 타이틀로, EA는 <Sims>시리즈를 월정액 기반의 온라인 게임으로 전환하려는 시도를 해왔으나 번번이 실패한 바 있음
 - Facebook을 통해 무료로 제공되는 <The Sims Social>은 유료아이템을 판매하는 부분유료화 방식으로 가입자의 50% 이상이 Zynga 게임을 같이 즐기는 것으로 나타남
 - 소셜 게임업계의 전문가들은 "EA가 <The Sims3>나 <Bejeweled Blitz> 게이머를 대상으로 <The Sims Social> 마케팅을 성공적으로 진행하고 있다"고 평가

● Zynga의 성공에 자극 받은 EA, 소셜 게임시장 진입에 박차

- ◆ Cottle은 "EA의 목표는 Facebook에서의 성공 뿐 아니라 모바일을 포함한 모든 디지털 플랫폼에서 성공적인 게임을 서비스 하는 것"이라고 밝힘
 - 시장조사기관 Wedbush Securities의 Michael Pachter 애널리스트는 "EA는 이미 모바일에서 상당한 영향력을 지니고 있어 다양한 플랫폼에서 게임을 출시하는데 큰 무리가 없을 것"이라고 언급

 www.online.wsj.com

그림 1 Zynga <FarmVille>과 EA <The Sims Social>의 플레이 화면



[출처] 각 사 홈페이지

소셜 게임업체 Zynga, 고속성장 제동

● Zynga의 Facebook 게임, 이용자 하락세

- ◆ 100억 달러 규모의 기업 공개를 준비해온 Facebook 기반 소셜 게임업체 Zynga가 최근 전체 게임 이용자 수가 하락하며 지속적인 성장에 제동이 걸림
 - 지난 10월 한달 동안 Zynga의 소셜게임 일일 이용자 규모는 4,690만 명으로 9월 대비 1.5%인 70만 명이 감소한 것으로 나타나, Zynga의 게임 이용자 규모 성장세가 더 이상 유지되기 어려울 수 있다는 의견들이 제기됨
 - 투자관련 전문업체인 Cowen and Company의 애널리스트인 Doug Creutz에 따르면 최근 Zynga가 선보인 5개의 소셜게임 중 성공적으로 안착한 소셜게임 <Empires & Allies>, <Pioneer Trail>, <Adventure World>의 일일 이용자 규모가 출시 후 최대 일일 이용자 규모 대비 40% 이상 감소한 것으로 알려졌으며, 10월 중에 출시한 <Mafia Wars2>는 출시 후 8일 만에 일일 이용자 규모가 감소세를 보이고 있어 흥행에 어려움을 겪고 있음
- ◆ Zynga의 소셜게임 이용자 수 감소세가 이어지고 있어 Zynga의 지속적인 성장에 의문을 표하는 평가가 제기되고 있으며, 이에 따라 Zynga가 준비 중인 100억 달러 규모의 기업 공개 역시 악영향을 피할 수 없을 것으로 전망
 - 애널리스트인 Doug Creutz는 Zynga의 신규 소셜게임들이 시장에서 인기를 얻고 있지 못하고 있고 기존 게임들의 이용자를 흡수하는 양상을 보이고 있다는 점을 향후 Zynga의 지속 성장에 의문을 제기하게 만드는 요소로 분석하고 있으며, <Mafia War2>의 경우 매우 빠른 속도로 이용자 규모가 하락세를 보이고 있다는 점도 소셜 게임시장에 대한 높은 평가를 재고하게 만드는 요소로 분석

● 소셜 게임업계 경쟁 심화로 수위 업체의 경쟁력 약화 예상

- ◆ Facebook 기반의 소셜 게임업체 간 경쟁이 심화되고 있고 신규 업체 참여 역시 증가하면서 Zynga, EA 등 업계 수위 업체들의 경쟁력 약화가 이어질 수도 있다는 전망들이 제시됨
 - Zynga의 <Mafia War2>가 출시 후 8일만에 일일 이용자 수 최대치를 기록한 후 감소세를 보이고 있고, EA에서 게임 이용자들의 많은 관심을 받으며 출시했던 <The Sims Social> 역시 9월 대비 일일 이용자 규모가 19.5% 감소한 1,460만 명을 기록해 Zynga의 소셜게임들과 유사하게 이용자 규모가 크게 지속적으로 감소하고 있음

 www.zynga.com  www.ea.com

Xbox Live, 인디게임 돌파구로 급부상

● 인디게임 개발자들이 말하는 Xbox Live Indie Games의 기회와 한계

- ◆ Xbox Live Indie Games(이하 XBLIG)는 Xbox Live를 통해 인디게임 개발자들이 개발한 Xbox 360 게임을 게이머들에게 제공할 수 있도록 하는 오픈 플랫폼임
- ◆ 방대한 Xbox 게이머에 기반을 둔 XBLIG 플랫폼은 인디게임 개발자들에게 부와 성공의 기회를 선사할 수 있는 매력적인 플랫폼으로 평가되고 있음
 - Microsoft의 게임 개발 플랫폼 XNA를 통해 개발된 <Fortresscraft>로 XBLIG에서 130만 카피의 판매량을 기록하며 큰 성공을 거둔 인디게임 개발자 Adam Sawkins는 "XNA는 사용자 친화적이며, 개발 중 문제가 생겨도 검색을 통해 쉽게 문제를 해결할 수 있다"며 극찬
 - 최초로 제작된 XBLIG 게임으로 약 2만 5,000달러의 수익을 거둔 <Digital DNA>의 개발자 Tom Steinke 역시 "XBLIG는 인디게임뿐 아니라 현존하는 모든 게임 플랫폼 중 최고"라며, "낮은 진입장벽과 방대한 Xbox 이용자 기반, 사용하기 쉬운 XNA 개발 플랫폼을 고려하면 XBLIG에서 게임을 내놓지 않는 것이 오히려 이상한 일"이라고 주장
 - <Avatar Golf>를 개발한 Matt Davis는 "돈 때문에 XNA 개발자가 된 것은 아니며, 오히려 XBLIG를 통해 전세계 수많은 게이머들에게 자신의 작품을 선보인다는 점이 최고의 이점"이라며, "XBLIG는 인디게임 개발자들이 콘솔게임을 만들어 유통시킬 수 있는 유일한 채널"이라고 언급
- ◆ 한편, XBLIG의 온라인 상점 메뉴 전면에 노출되는 게임이 플랫폼 내 게임 매출의 대부분을 차지하는 문제가 불거지면서, 게임 노출과 관련해 인디게임 개발자 사이에서도 의견이 엇갈리고 있음
 - Sawkins는 다른 게임이 메인 메뉴에 수 개월 동안 노출될 동안 <Fortresscraft>는 단 한번도 노출되지 않았으며, XBLIG의 게임 노출 방식에 문제가 있다고 지적
 - Sawkins는 "내가 개발한 게임의 출시 첫날 일일 판매량은 40~50카피지만, 이미 출시 여부를 사람들이 알고 있었던 <Fortresscraft>의 경우 첫날에만 1만 6,000카피를 팔았다"며, "결국 게임이 출시되었을 때 사람들이 그 사실을 아는지 여부가 중요하다"고 주장
 - Steinke 역시 "2010년 10월 Xbox Live의 메뉴가 개편된 이후 XBLIG에 올라온 인디게임의 노출도는 절반 가까이 감소했다"며, "이 같은 상황에서 인디게임 개발자들이 가장 바라는 것은 XBLIG의 메인 메뉴 및 프로모션에 포함되는 것뿐"이라고 언급
- ◆ XBLIG의 메인 메뉴와 프로모션 등 특별혜택은 결국 노력해서 얻어야 하는 것이라는 의견도 있음

- 총 4개의 개발작 중 3개의 작품이 메인 메뉴에 노출된 경험이 있는 Davis는 "<Avatar Legends>는 8월 가장 인기 있는 게임으로 선정되어 프로모션 행사에 뽑힌 것"이라며, "결국 우리가 게임을 재미있고 경쟁력 있게 만든 덕분에 메인 메뉴에 오를 수 있었던 것"이라고 주장

 www.gameindustry.biz

그림 2 Xbox Live Indie Games에서 제공되는 게임의 플레이 화면



[출처] 각 사 홈페이지

통계 미국 콘솔 HW&SW 판매량

표 1 미국 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 11. 7 ~ 11. 12) (단위 : 대)

구분	항목	제작사 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	Xbox360	MS	324,046	+91%	34,324,821
	PlayStation3	Sony	142,937	+18%	21,496,921
	Wii	Nintendo	140,201	+22%	42,553,905
	3DS	Nintendo	138,278	+23%	2,387,216
	DS	Nintendo	63,025	+24%	56,266,620
	PSP	Sony	27,781	+20%	22,600,065
	PlayStation2	Sony	21,253	+17%	56,260,415
SW	Call of Duty : Modern Warfare 3 (Xbox360)	Activision Blizzard	4,554,165	신규	4,554,165
	Call of Duty : Modern Warfare 3 (PlayStation3)	Activision Blizzard	2,566,084	신규	2,566,084
	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360)	Bethesda Softworks	1,516,807	신규	1,516,807
	The Elder Scrolls V : Skyrim (PlayStation3)	Bethesda Softworks	581,751	신규	581,751
	The Elder Scrolls V : Skyrim (PC)	Bethesda Softworks	301,024	신규	301,024
	Call of Duty : Modern Warfare 3 (PC)	Activision Blizzard	189,309	신규	189,309
	Battlefield3 (Xbox360)	EA	165,481	-71%	2,485,599
	Just Dance 3 (Wii)	Ubisoft	156,738	16%	649,014
	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3)	Sony	142,352	-76%	723,421
	Metal Gear Solid HD Collection (PlayStation3)	Konami	130,347	신규	130,347

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMO게임 이용 순위

표 2 미국 MMO게임 일일 총 이용시간 (2011. 11. 21 기준) (단위 : 시간)

순위	게임명	퍼블리셔	이용시간
1	World of Warcraft	Activision Blizzard	88,349
2	Aion	NCsoft	6,920
3	DC Universe Online	Sony Online Entertainme	5,007
4	The Lord of the Rings Online	Turbine Inc.	4,293
5	Eve Online	CCP	4,230
6	Silkroad Online	Joymax Co.,Ltd.	3,261
7	RIFT	Trion Worlds	3,026
8	MapleStory	Nexon	2,977
9	Guild Wars	NCsoft	2,945
10	Vindictus	Nexon	2,856

[출처] Xfire.com

통계 미국 App Store 인기게임 순위

표 3 App Store 인기게임 순위* (2011. 11. 21 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Amazing Breaker	Dekovir, Inc	Arcade	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	Superman	Chillingo Ltd	Adventure	0.99
	6	Cut the Rope	Chillingo Ltd	Puzzle	0.99
	7	Flick Home Run !	Infinity pocket	Action	0.99
	8	Words With Friends	Zynga	Board	0.99
	9	Minecraft – Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	10	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
무료	1	Amazing Breaker Free	Dekovir, Inc	Arcade	
	2	Line Runner	Robert Szeleney	Action	
	3	Office Jerk	Fluik	Action	
	4	Blood & Glory	Glu Games Inc.	Action	
	5	Tap Tap Muppets	Disney	Family	
	6	Cinderella Café	Dream Cortex	Action	
	7	Always Up !	AlphaWeb Plus LLP	Arcade	
	8	Duck Hunt Crazy	Team Xtreme	Action	
	9	Pixel Mall	Animoca	Action	
	10	Burn the Rope Worlds	Big Blue Bubble	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. 11. 21, 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	Wordfeud	Bertheussen IT	Brain&Puzzle	0.99
	5	X Construction	CrossConstruct	Brain&Puzzle	1.44
	6	Armored Strike Online	Requiem Software Labs, Inc	Arcade&Action	3.99
	7	The Moron Test	DistinctDev, Inc.	Brain&Puzzle	0.99
	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	Angry Birds Rio	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	5	Live Holdem Poker Pro	Dragonplay	Card&Casino	-
	6	Angry Birds Seasons	Rovio Mobile Ltd.	Arcade&Action	-
	7	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	8	Blast Monkeys	Yobonja	Arcade&Action	-
	9	Bunny Shooter – Best Free Game	Best, Cool & Fun Games	Brain&Puzzle	-
	10	Wordfeud Free	Bertheussen IT	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

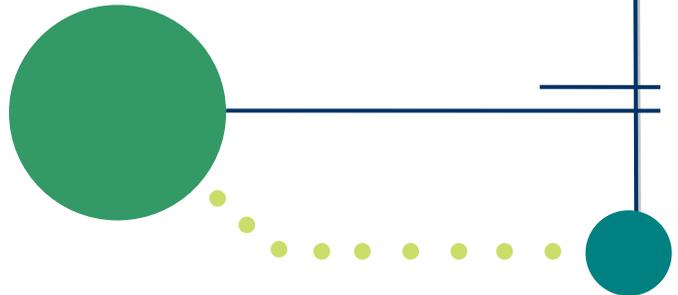
- 2011년 3/4분기 중국 모바일 게임시장 규모, "10억 위안 돌파"
- 중국, 한국보다 유료 결제 비중 높아
- DeNA, "중국 게임시장 최대 걸림돌은 불법복제"
- Tencent, 2011년 3분기 매출 74억 9,620만 위안 돌파
- 중국 콘솔기기 iSec, 동작인식 게임에 현지화 적용
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 온라인게임 순위

▶ 일본 게임시장 동향

- Nintendo의 몰락, 일본 게임시장 혼전
- 일본 게이머, 차세대 게임기 구매 의사 저조
- Wii U, 컨트롤러 동시 활용..."꼭 구현되어야 할 기능"
- Sony, PSP 게임 데이터 이전 서비스 공개
- Konami, 콘솔용 부분유료화 게임 발표
- **통계** 일본 콘솔 HW&SW 판매량

▶ 기타 게임시장 동향

- 호주 연방정부, 18세 이상 게임등급 'R18+' 최종안 발표
- 인도 게임시장, 메이저 게임시장으로 성장
- 3D MMORPG <Wizard101>, 대만·홍콩·마카오 서비스
- 중국 게임업체 The9, 싱가포르에 지사 설립





중국 게임시장 동향

2011년 3/4분기 중국 모바일 게임시장 규모, "10억 위안 돌파"

● 중국 모바일게임 이용자, 1억 5,600만명 돌파

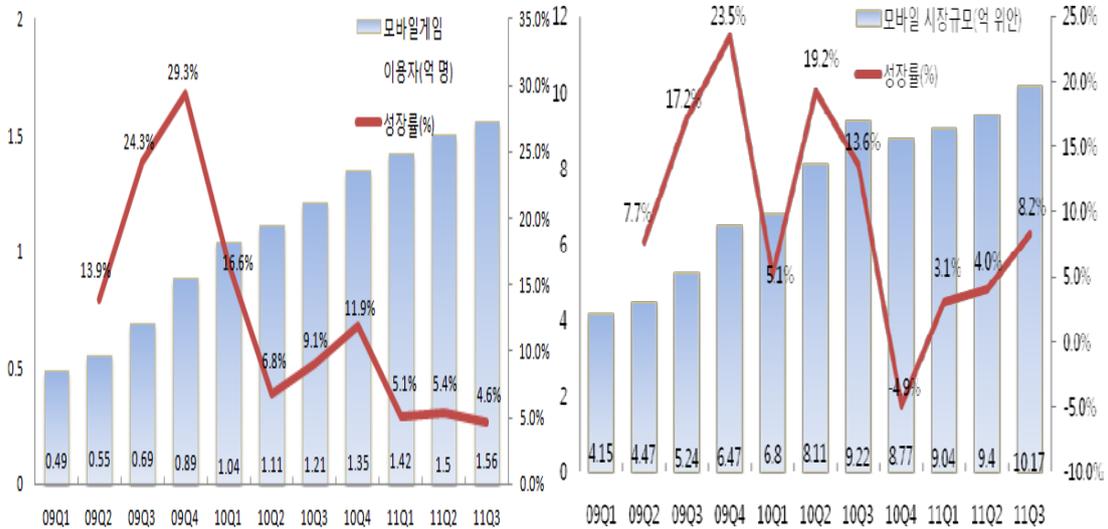
- ◆ 중국 시장조사기관 Analysys International의 11월 보고서 "2011年Q3手机游戏市场规模突破10亿元"에 따르면, 2011년 3/4분기 모바일게임 이용자는 1억 5,600만 명을 돌파하였으며, 시장 규모는 10억 1,700만 위안을 기록
 - 2011년 3/4분기 중국 모바일게임 이용자는 전년동기 대비 15.6% 성장, 시장 규모는 전년동기 대비 10.3% 성장
- ◆ 2011년 3/4분기 모바일 온라인게임 이용자는 2,702만 명, 시장 규모는 3억 500만 위안으로 조사
 - 모바일 온라인게임은 일반 모바일게임보다 가입자와 시장규모에서 더 높은 성장률을 보이고 있음
 - 2011년 3/4분기 중국 모바일 온라인게임 이용자는 전년동기 대비 64.1% 성장, 시장 규모는 전년동기 대비 83.7% 성장

● 중국 메이저 게임업체, 모바일 게임시장으로 사업 확장

- ◆ 중국 모바일 게임시장 성장 요인에 대해 Analysys는 "Tencent와 Shanda Games 등 메이저 게임업체들이 이번 분기 다양한 모바일게임을 선보였다"면서 "중국 스마트폰 가격 하락과 WiFi 지역 확대로 모바일게임을 즐기려는 유저가 늘고 있다"고 분석
 - 모바일게임의 성장세가 예전 온라인게임이 거둔 폭발적인 성장세에 비해 더딘 이유에 대해 "모바일게임은 복제가 힘들고 대부분의 중소 게임업체들이 하나의 모바일게임에만 주력하기 때문"이라고 언급

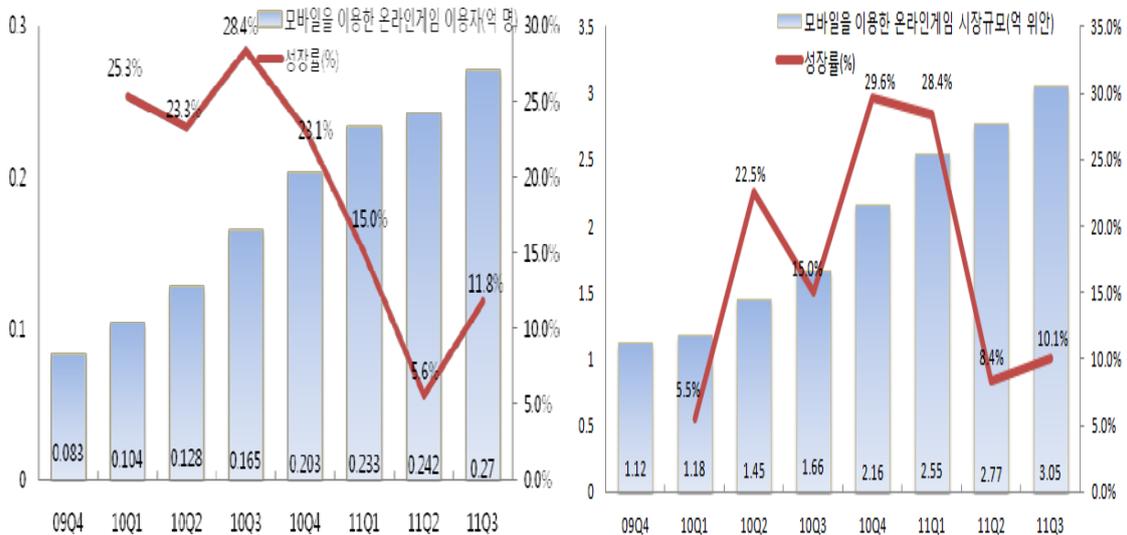
 www.eguan.cn

그림 3 중국 모바일 게임시장 이용자 및 규모 변화 추이(2009.Q1 ~2011.Q3)



[출처] Analysys International, 2011

그림 4 중국 모바일 온라인게임 이용자 및 규모 변화 추이(2009.Q4 ~2011.Q3)



[출처] Analysys International, 2011

중국, 한국보다 유료 결제 비중 높아

● 아시아 최대 게임시장 중국과 한국의 시장 현황 조사 보고서

- ◆ 시장조사업체 Newzoo가 글로벌 전자결제 사업자 GlobalCollect의 스폰서 지원을 통해 중국과 한국의 게임시장에 대한 심층분석 보고서 "Total Consumer Spend 2010"를 발표
 - 중국과 한국은 각각 1억 5,000만 명과 1,500만 명의 게이머 인구를 보유하고 있으며, 양국 모두 다수의 열정적인 게이머가 분포해 있는 대표적인 아시아 게임 시장으로 꼽힘
 - 특히, 양국 모두 MMO 장르의 게임에 대한 관심이 매우 높은 것으로 알려져 있으며, 중국은 1억 명 이상, 한국도 800만 명이 넘는 게이머가 MMO게임을 즐기고 있음
- ◆ 중국과 한국 게임시장의 가장 큰 차이점은 모바일과 소셜게임에 대한 선호도 차이로 드러남
 - 한국 게이머 중 약 80%가 모바일 단말을 통해 게임을 이용 중인 것으로 나타나는 등 모바일 게임시장은 한국이 더 크게 형성된 것으로 보이며, 이는 한국의 모바일 네트워크가 매우 발달한 덕분으로 분석됨
 - 반면, 중국은 소셜네트워크 기반의 캐주얼게임과 웹게임 이용자 비중이 85%에 육박함

● 중국 게이머의 유료 결제 선호도, 한국보다 높아

- ◆ 한편, 게이머의 비용 지출 면에서는 중국 게이머가 한국에 비해 유료 결제에 보다 관대한 것으로 나타남
 - 한국에서는 52%가 한 번도 유료 결제를 한 적이 없다고 답한 반면, 중국의 유료 결제 경험이 없는 게이머 비중은 36%에 불과함
 - 한편, 북미시장에서는 53%의 게이머가 유료 결제 경험이 없는 것으로 조사됨
 - 한국 게이머는 주로 요금 결제 시 모바일과 신용카드를 활용하지만, 중국에서는 온라인 뱅킹 및 선불 결제를 선호
- ◆ 양국의 비용 지출에 대한 태도 차이는 해외 게임업체의 시장 진입에 있어 중요한 고려사항으로 작용할 수 있음
 - 게이머 인구 면에서나 실제 유료 결제를 통한 수익 창출 면에서나 중국이 한국을 앞서는 것으로 조사됨에 따라, 한국 게임시장이 중국에 밀려 위축될 것이라는 우려가 제기됨

 www.newzoo.com

DeNA, "중국 게임시장 최대 걸림돌은 불법복제"

● 무료플레이 게임, 중국 내 확산세 : 일본과 다른 게이머 성향에 주안해야

- ◆ 중국 내에서 iPhone, Android 등 스마트폰 보급이 활성화되면서, 모바일게임과 같은 부분유료화 방식의 무료플레이(freemium) 게임이 확산되고 있음
 - 중국에서 개최된 게임 개발자 이벤트 'GDC China 2011'에서 일본의 대표 모바일게임 사업자 DeNA는 중국 내 무료플레이(freemium) 게임의 가능성과 한계에 대한 의견을 전달함
- ◆ DeNA의 모바일게임 플랫폼 <Mobage> 부문 프로젝트 매니저인 Sun Kang은 중국 게이머의 성향이 일본과는 크게 다르며, 선호하는 게임 스타일도 차이를 보인다고 밝힘
 - Kang 매니저는 "일본 게이머는 중국인보다 참을성이 많은 편"이라며, "중국 게이머는 비주얼이나 게임플레이 면에서 빠르게 재미를 느끼지 못하면 바로 게임을 포기하는 반면, 일본에서는 게임의 스토리에 중시해 보다 꾸준하게 게임을 즐기는 편"이라고 설명
 - DeNA의 인기 게임 중 하나인 <Kaito Royale>의 경우, 일본에서는 완성도가 높은 게임의 스토리에 매료된 다수의 게이머 덕에 <Kaito Royale>이 좋은 성적을 거둔 반면, 중국에서는 대부분의 유저가 게임 초반의 지루함을 견디지 못해 좋은 평가를 받지 못함

● 중국 내 불법 콘텐츠 이용 확산, 무료플레이 게임 시장의 최대 걸림돌

- ◆ 중국 내 무료플레이 게임 확산의 최대 걸림돌로 꼽히는 것은 중국 시장 내에 팽배해 있는 불법 콘텐츠 이용 행태임
 - Kang 매니저는 중국 게이머들이 게임을 무료로 즐기기 위해 해킹도 서슴지 않는 것이 가장 큰 문제라며, 중국에서는 스마트폰 '탈옥(jailbreak)'을 통한 불법 콘텐츠 이용이나 게임 해킹 등이 일상적으로 이뤄지고 있다고 지적
 - 게임 프로그램 해킹을 통한 유료 아이템 무단 이용 시도는 DeNA의 시스템 내에서 어느 정도 방지가 가능함
- ◆ 일부 중국 게이머는 유료 콘텐츠 구매를 위해 불법 위조 신용카드까지 사용하고 있는 것으로 알려졌으며, 이 같이 중국 내 팽배해 있는 불법 문제가 무료플레이 게임 확산에 악영향을 미칠 것으로 우려됨

 www.gdcchina.com  www.gamasutra.com

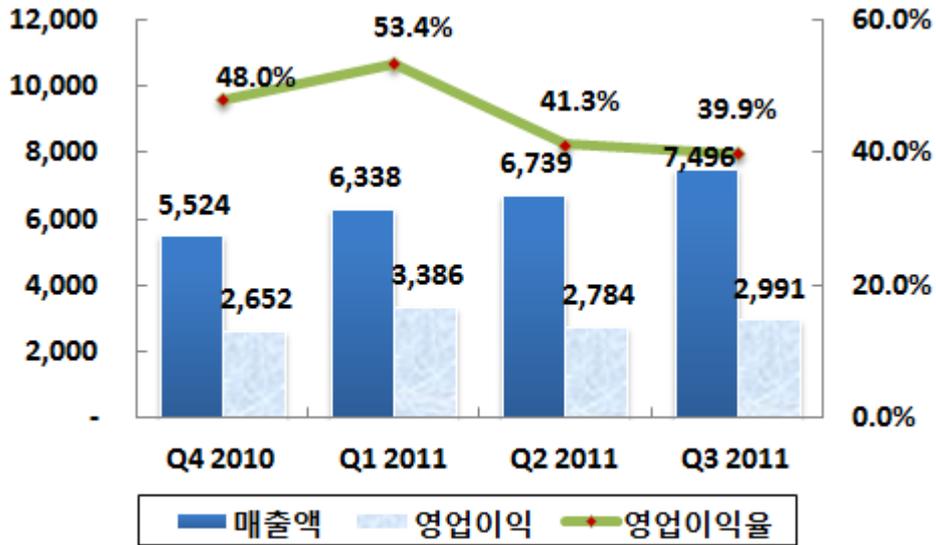
Tencent, 2011년 3분기 매출 74억 9,620만 위안 돌파

● Tencent, 2011년 3분기 게임매출 41억 4,900만 위안 기록

- ◆ 지난 11월 9일에 발표된 Tencent의 실적발표에 따르면, 게임부문 매출은 전분기 대비 14% 성장한 41억 4,900만 위안(7,306억 원)을 달성
 - Tencent의 게임 매출이 상승한 요인은 계절적 성수기 영향을 받은 데다 주력게임인 <Cross Fire>, <QQ Dance>, <Dungeon and Fighter>, <QQ Speed> 등의 지속적인 매출 호조 때문으로 조사
 - 이번 3분기 Tencent 게임 플랫폼인 'QQ Game'의 최고 동시접속자수는 전년동기 대비 25.0% 성장한 800만 명을 기록
 - Tencent의 자회사 Riot Games의 <League of Legends>의 폭발적인 인기로 4분기 게임부문 매출은 더욱 높을 것으로 전망
- ◆ 인터넷 부가가치 서비스 부문(Internet Value Add Service, 이하 IVAS), 모바일 서비스 부문(Mobile Value Add Service, 이하 MVAS), 온라인 광고부문 매출을 포함한 총 매출은 전분기 대비 11.2%, 전년동기 대비 43.4% 성장한 74억 9,620만 위안(1조 3,201억 원)을 기록
 - 게임 매출이 포함된 3분기 IVAS 매출은 60억 310만 위안(1조 572억 원)을 기록했으며, 이는 전분기 대비 11.4%, 전년동기 대비 45.4% 증가
 - MVAS 매출은 8억 4,490만 위안(1,487억 9,533만 원)을 달성해 전분기 대비 6.4%, 전년동기 대비 21.6% 증가
 - 온라인 광고부문 매출은 6억 60만 위안(1,057억 7,166만 원)을 돌파해 전분기 대비 17.2%, 전년동기 대비 57.0% 늘어남
- ◆ 영업이익은 전분기 대비 7.5%, 전년동기 대비 12.2% 성장한 29억 9,160만 위안(5,268억 5,067만 원)으로 집계됐으며, 영업이익율은 39.9%로 나타남

 www.tencent.com

그림 5 Tencent의 매출액과 영업이익 변화량 추이 (단위 : 백만 위안)



[출처] Tencent IR, 2011

중국 콘솔기기 iSec, 동작인식 게임에 현지화 적용

● 중국의 문화적 특수성을 게임 개발에 반영한 Side-Kick

◆ 컴퓨터 업체 Lenovo의 자회사인 Eedoo이 개발 중이며 12월 출시를 앞둔 동작인식 콘솔 게임기 iSec*을 기반으로 하는 동작인식 게임 2종을 개발 중인 이스라엘의 게임 개발사 Side-Kick는 11월 게임전문 사이트 Gamasutra와의 인터뷰에서 동작인식 게임 개발 과정에서 중국의 문화/기술적 특수성을 반영해야만 했다고 밝힘

- Side-Kick는 iSec 개발 초기부터 Eedoo와 협력해 왔으며, iSec에 사용되는 동작인식 카메라를 제작하는 이스라엘의 3D 동작인식 전문 기술 업체 PrimeSense**와도 해당 카메라가 공개되기 전부터 협력관계를 맺고 관련 동작인식 소프트웨어를 개발해온 동작 게임 제작업체
- Side-Kick의 CEO인 Guy Bendov는 Gamasutra와의 인터뷰에서 “중국인들은 우리가 알고 있는 동작인식 게임시장에 대해 알지 못한다”며, 중국에서는 동작인식 게임시장에 대한 이해가 부족하다고 주장
- Bendov는 이어 “중국인들은 콘솔게임이 널리 보급되어 있지 못하다”며, “대신 중국에서는 오히려 PC와 온라인게임이 더 보급되어 있으며 시장 또한 보다 거대하다”고 언급

* 주 : iSec은 12월 중국 내 일부 시장에서 처음 출시하여 2012년 초 중국 전역으로 출시 범위를 넓힐 예정이며, 출시 예정가는 3,000위안으로 예상되고 있음. 기술적인 문제로 출시 예정일이 몇 차례 미뤄진 상황이며 중국 외의 시장 출시 여부 또한 아직 결정되지 않은 상황

**주 : 2006년 설립된 3D동작인식과 안면 인식 관련 하드웨어 개발업체로서 이스라엘의 텔아비브에 위치해 있으며, MS의 Kinect 성공에 일익을 담당했으며 중국의 Lenovo와 Haiel 등 새로운 시장 개척에도 힘쓰고 있음

● iSec, 게임 개발 과정에서 중국의 문화적 특수성 고려

◆ 중국시장을 목표로 하는 iSec은 중국 현지화가 필수적

- 개발 초기 수개월간 중국시장에서 어떤 게임이 통할 수 있을지에 대해 Eedoo와 함께 고민해온 Side-Kick는 iSec의 출시와 함께 두 종의 게임을 출시하기로 결정
- 특히 iSec은 현재 중국시장에서만 출시 계획이 잡혀있고 중국에는 동작인식 게임시장이 거의 형성되어 있지 않기 때문에 해당 시장을 직접 창출해야 한다는 어려움이 있음
- 동작인식 게임의 개념을 잘 표현할 것으로 기대되고 있는 이들 게임은 각각 캐주얼 게이머를 목표로 하는 스포츠 게임과 좀더 하드코어 게이머를 목표로 하는 3D비행 게임

◆ 컨셉 아트 고안 단계부터 현지화 작업에 큰 노력을 쏟아 부은 Side-Kick

- Side-Kick의 연구실에서 이스라엘에 거주중인 중국인들을 대상으로 게임의 컨셉 아트

테스트를 진행했음은 물론, 베이징 현지에서도 중국인들을 대상으로 한 게임 컨셉 테스트를 여러 차례 진행

- 이에 대해 Bendov는 “실제로 이들 게임이 중국인들에게 시각적으로 어필할 수 있도록 하는 것이 중요했다”고 주장
- Bendov는 이어 “중국에 게임개발을 위해 여러차례 갔었다”며, “Lenovo와 함께 어떤 콘텐츠와 시각 효과를 갖춘 게임이 iSec의 출시에 있어 필요할지 고민했다”고 밝힘

◆ 게임 개발 과정에서 중국의 문화적 특수성과 차이가 큰 영향을 줌

- Bendov는 “우리가 알고 있는 은유적 농담이나 상징이 중국에서는 잘 알려지지 않은 경우도 있었고 혹은 별다른 중요성을 가지지 못하기도 했다”며, “때문에 우리가 초기에 생각했던 게임 아이디어가 문화적 이유로 개발 과정에서 배제된 경우도 있다”고 설명

◆ 게임 프로세스와 컨트롤에 있어서도 문화적 특수성이 큰 영향을 줌

- 이에 대해 Bendov는 “Side-kick의 자체 게임 테스트에서는 아무런 문제가 없었던 부문이 다수의 중국인 테스트 참여자들에서는 심각한 문제로 떠오른 것들이 많았으며 특히 여성들의 경우 심각했다”고 언급
- 마치 탁구와 테니스의 차이처럼 중국에서는 사람들의 동작이 이스라엘의 경우보다 상당히 작다는 것을 알지 못했기 때문에 발생한 문제
- Bendov는 “큰 동작을 기본으로 한 게임을 보다 작고 미세한 움직임에 반응하도록 수정해야 했다”고 언급

● 동작인식 게임에도 현지화(Localization)은 필수라는 것을 보여준 사례

◆ 문화권에 따라 게임개발의 현지화 작업은 필수이며 동작인식 게임도 예외일 수는 없음

- Bendov는 “동작에 관한 부분도 현지화 작업에 속한다”며, “이번 중국시장을 위해 개발을 진행하면서 완벽히 새로운 언어를 배워야 했다”고 밝힘

 www.gameindustry.biz/

통계 중국 MMO게임 순위

표 5 중국 MMO게임 순위 (2011. 11. 21 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-	12.56%
2	문도(問道)	Guang Yu Hua Xia	-	9.36%
3	천룡팔부2(天龍八部2)	Changyou	-	7.67%
4	대화서유(大話西遊)	NetEase	+1	6.04%
5	마역(魔域)	91.com	-1	5.45%
6	천하2(天下貳)	NetEase	-	4.93%
7	드레곤네스트(龍之谷)	Shengda	-	4.67%
8	천녀유혼(倩女幽魂)	NetEase	-	4.47%
9	엘소드(艾爾之光)	巨人	+100	3.19%
10	주선(誅仙)	Perfect World	-1	2.06%

[출처] Barchina.net

통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위 (2011. 11. 21 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火線)	Tencent	-	32.76%
2	던전앤파이터(地下城與勇士)	Tencent	-	26.75%
3	QQ 스피드(QQ飛車)	Tencent	-	7.76%
4	QQ 댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.78%
5	League of Legend(英雄聯盟)	Tencent	-	2.25%
6	오디션(勁舞團)	Nineyou	-	1.76%
7	World of Warcraft(穿越火線體驗版)	NetEase	+1	1.61%
8	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-1	1.56%
9	카운터 스트라이크(反恐精英)	TianCity	+1	1.47%
10	몽삼국(夢三國)	Dianhun	-1	1.40%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

Nintendo의 몰락, 일본 게임시장 혼전

● Nintendo, 30년 만에 대규모 적자 기록

- ◆ Nintendo의 Satoru Iwata 대표가 최근 실적 발표에서 Nintendo가 30년 만에 처음으로 200억 엔(2억 4,600만 달러) 규모의 적자를 기록한 것에 대해 사죄의사를 밝힘
 - Nintendo는 적자를 만회하기 위해 무안경 3D 방식을 도입한 Nintendo 3DS를 출시했지만, 낮은 3D영상 구현수준과 비싼 가격 때문에 저조한 실적을 기록
 - Iwata 대표는 Nintendo 3DS의 무안경 3D 방식이 아직 안정적이지 않다는 점을 인정하며, <Super Mario 3D Land> 등 신규 타이틀의 출시 연기를 시사함

● 글로벌 게임시장, 모바일/소셜게임을 중심으로 변화

- ◆ 시장조사기관 Screen Digest의 게임 전문 애널리스트 Piers Harding-Rolls는 “물리적 미디어(physical-based media)에서 뉴 디지털 미디어(new digital media)로의 패러다임 전환이 게임을 포함한 미디어 산업 전반에 동시다발적으로 일어나고 있다”고 언급
 - Harding-Rolls는 “일본에서는 여전히 휴대용 게임기가 게임시장을 지배하고 있지만, 유럽과 북미시장은 iPad와 iPhone을 중심으로 변화하고 있다”며, “아동들이 Apple의 제품을 선호하기 때문에 부모들은 별도의 게임기를 구매할 이유가 없다”고 덧붙임
- ◆ <Wii Fit> 등 독특한 게임으로 시장을 장악해 온 Nintendo의 아성은 Facebook에서 <FarmVille>과 <CityVille>을 서비스 중인 소셜게임 사업자 Zynga와 인기 모바일게임 <Angry Bird>의 제작사 Rovio 등에 밀려 위축되고 있음
 - Nintendo의 매출은 Wii가 전세계적으로 큰 인기를 끌던 2009년 1조 8,000억 엔에서 2011년 7,900억 엔으로 감소될 전망
 - 주식공개(IPO)를 앞둔 Zynga의 매출은 2008년 1,900만 달러에서 2010년 5억 9,700만 달러로 급증했으며, 2011년에는 8억 2,900만 달러에 이를 전망
 - Rovio의 대표작 <Angry Birds>는 현재까지 5억 건 이상의 다운로드를 기록했으며, 지난 10월 Rovio의 CMO Vesterbacka는 내년 10억 달러 규모의 IPO를 진행할 것이라고 밝힌 상태

 www.smh.com

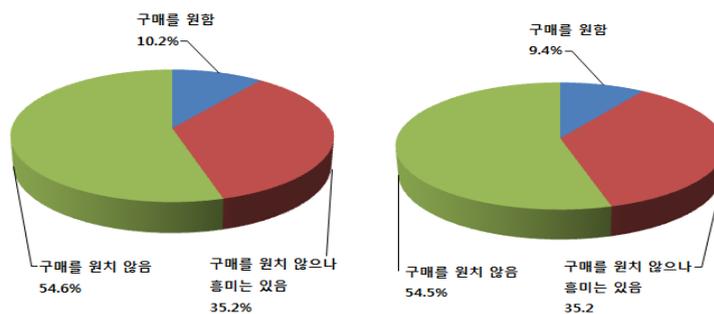
일본 게이머, 차세대 게임기 구매 의사 저조

● PSP 게임 데이터 이전 서비스 내용 공식 발표...구버전 단말 계승 인지

- ◆ 일본 시장조사업체 Internet.com과 Goo Research가 10월 발표한 인터넷 연결 단말기 활용관련 정기조사 보고서에 따르면, 곧 출시가 임박한 차세대 게임기 PlayStation Vita와 Wii U에 대한 구매 의사가 각각 10.2%, 9.4%로 저조하게 나타난 것으로 조사
 - 구매는 원치 않으나 흥미가 있다는 응답도 각각 35.2%, 36.1%에 불과해 구매를 원치 않는 이용자가 과반수를 넘는 것으로 나타남
- ◆ 이용자의 신규 게임기 구매 의사가 저조한 것으로 나타나면서 차세대 게임기 출시를 통해 반전을 기대했던 Sony와 Nintendo의 전망도 부정적인 상황
 - 최근 사상 최고의 영업 적자를 기록한 Nintendo는 주주들의 지속적인 항의에 시달리고 있으며, Satoru Iwata 사장이 직접 사업 실패에 대한 사과를 하기도 했음
- ◆ 한편, 전체 게임기 보유 현황은 여전히 DS류(DS Lite, DSi, DSi LL, 3DS 등)가 62.2%로 1위를 차지했으며, PlayStation 2 53.0%, Wii 51.7%, PSP 34.3%, PlayStation3 27.8% 순으로 집계됨
 - 게임기 보유 현황이 큰 차이를 보이지 않는 것은 일본 게이머가 게임기 플랫폼 변화에 소극적이라는 의미로 해석될 수 있음

japan.internet.com research.google.ne.jp

그림 6 인터넷 이용자의 PlayStation Vita(좌) 및 Wii U(우) 구매 의사 비율



[출처] Internet.com 2011

Wii U, 컨트롤러 동시 활용..."꼭 구현되어야 할 기능"

● Wii U의 실제 활용 방식에 대한 끊임없는 루머

- ◆ 지난 E3 2011 게임쇼에서 독특한 태블릿 형태의 컨트롤러를 선보이며 관심을 모은 Nintendo의 Wii U에 대한 실체가 여전히 업계 내에서 수많은 루머를 양산해 내고 있음
- ◆ 최근 가장 신빙성 있는 루머로는 Wii U의 태블릿형 컨트롤러가 실제로는 동시에 2개 이상 활용될 수 있다는 소식임
 - 실제 게임 개발을 맡고 있다는 한 전문가에 따르면, Wii U 개발자에게 배포된 소스코드의 최신 업데이트에서 두 개의 컨트롤러를 동시에 사용하기 위한 기술적 문제를 해결한 듯한 정황이 포착된 것으로 알려짐
 - 다만 그 이상의 컨트롤러가 동시에 활용될 가능성은 매우 희박하며, 현재 Wii에서 최대 4개 컨트롤러를 동시에 이용하는 것과 같은 게임플레이는 불가능할 것으로 보임

● 컨트롤러 동시 활용, Wii U의 차별성 극대화 할 핵심 기능

- ◆ 최초로 Wii U가 공개될 당시에는 스크린이 탑재된 컨트롤러를 한 명만 사용할 수 있는 것으로 알려졌으나, 동시에 여러 대의 태블릿 컨트롤러 활용이 가능해진다면 Wii 특유의 멀티플레이 기능이 더욱 활성화될 것으로 전망됨
 - 특히, 파티형 가족게임 활용이 돋보이는 Wii에서 두 대 이상의 태블릿 컨트롤러는 새로운 형태의 게임 경험이 등장할 수 있는 기회를 제공할 것으로 기대를 모으고 있음
 - 관련 루머를 전한 익명의 전문가 역시 "게이머는 물론 개발자 입장에서도 태블릿 컨트롤러 두 개의 동시 활용이 실현되는 것 자체는 반드시 구현되어야 하는 부분이며, 디스플레이의 프레임 속도 저하는 나중에 해결해도 괜찮다"고 주장
 - 그는 또 "Nintendo 역시 두 개의 컨트롤러를 동시에 운용하는 것이 기술적으로 얼마나 중요한 일인지 알고 있을 것"이라고 덧붙임



www.nintendo.com

Sony, PSP 게임 데이터 이전 서비스 공개

● PSP 게임 데이터 '패스포트 프로그램' 서비스 내용 공식 발표

- ◆ Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita의 출시가 임박한 가운데, 기존 PSP 게임 데이터를 PlayStation Vita에 이전해 이용할 수 있는 '패스포트 프로그램(Passport Program)'의 구체적인 내용이 공개됨
 - '패스포트 프로그램'은 기존 PSP 게임 데이터를 PlayStation Vita에서도 이용할 수 있도록 허용하는 데이터 이전 서비스로, PlayStation Vita가 구버전 게임기를 온전히 계승함으로써 초반 이용자 확보에 유리하게 작용할 것으로 예상됨
- ◆ 이용자는 PSP 게임을 PlayStation Vita에서 플레이하기 위해서는 PlayStation Store에서 게임을 재구매해야 하며, 기존 게임 소유자는 확인을 거쳐 할인된 가격에 구매가 가능함
 - 추가로 게임 세이브 등 관련 데이터를 모두 이전 가능해 게임을 이어서 즐길 수 있음
 - 재구매 가격은 <Dirt2>, <Gran Turismo>, <Dead or Alive Paradise>, <Patapon3> 등 인기 게임이 1,000엔(약 13달러) 수준으로 책정되었으며, 최대 2,400엔(약 31달러)까지 가격이 책정된 게임도 있음
- ◆ Sony는 아직 '패스포트 프로그램'이 허용된 게임 타이틀이 많지 않지만, 향후 200개 까지 지원 타이틀을 확대할 방침이며, 특히 써드파티 게임 타이틀을 중심으로 작업을 진행할 것이라고 밝힘
 - 대표 써드파티 업체로는 Square Enix, Capcom, Konami 등이 거론됨

● PlayStation Vita 출시 임박...Sony의 회생 가능성에 업계 주목

- ◆ 한편, Sony의 회생 여부가 판가름 날 PlayStation Vita의 출시일이 12월 17일로 알려지면서, 업계의 이목이 집중되고 있음
 - PlayStation Vita는 일본 12월 17일 출시를 시작으로 아시아 지역 12월 23일, 유럽 및 북미 2012년 2월 22일 순차적으로 출시되며, Wi-Fi 모델 2만 4,980엔(북미 249달러), 3G 모델 2만 9,980엔(북미 299달러)에 판매될 예정임

 us.playstation.com/psvita

Konami, 콘솔용 부분유료화 게임 발표

● Konami의 신규 휴대용 게임 <AR Combat Digi Q> 출시

- ◆ Konami는 Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita 전용 게임<AR Combat Digi Q>를 공개
 - Konami의 시뮬레이션 게임 <AR Combat Digi Q>는 PlayStation Vita가 발매되는 12월 17일에 Sony의 온라인 유통 플랫폼 PSN(PlayStation Network)를 통해 판매될 예정
 - 별도의 소프트웨어를 판매하는 방식이 아닌 다운로드 타이틀로만 제공

● <AR Combat Digi Q>, 부분유료화 모델 적용

- ◆ <AR Combat Digi Q>는 PlayStation Vita 게임 중 최초로 무료로 제공되는 게임으로, 게이머들은 PSN을 통해 무료로 게임을 다운로드 받아 실행할 수 있음
 - 기존 콘솔게임들은 게임 타이틀을 판매해 수익을 얻었으며, 다운로드 수익은 콘솔 기기업체의 온라인 유통 플랫폼을 통해 판매되는 DLC가 전부였음
 - Konami는 부분유료화 기반의 무료 모바일게임에서 큰 성공을 거두자, 부분유료화 모델을 콘솔게임에도 도입함
 - <AR Combat Digi Q>게이머들은 5레벨까지 무료로 게임을 즐길 수 있지만 6 ~ 30레벨을 하기 위해서는 800엔을 별도로 지불해야 하며, 30레벨 이상에서는 5렙 추가시 200엔을 별도로 지불해야 함

 www.konami.com

그림 7

Konami의 콘솔게임 전용 부분유료화 게임 <AR Combat Digi Q>



[출처] Konami, 2011

통계 일본 콘솔 HW&SW 판매량

표 7 일본 콘솔 HW&SW 판매량 (2011. 11. 7 ~ 11. 13) (단위 : 대)

구분	항목	제작사및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	3DS	Nintendo	100,782	-27%	2,462,539
	PSP	Sony	22,941	-17%	18,216,858
	PlayStation3	Sony	22,785	-15%	7,296,860
	Wii	Nintendo	12,428	+8%	11,923,770
	DS	Nintendo	2,157	-13%	32,933,892
	Xbox360	MS	1,430	-12%	1,540,159
	PlayStation2	Sony	966	-16%	23,175,198
SW	Hatsune Miku : Project Diva Extend (PSP)	SEGA	185,862	신규	185,862
	Sengoku Basara 3 Utage (PlayStation3)	Capcom	127,329	신규	127,329
	Ore no Shikabane o Koete Yuke (PSP)	Sony	93,652	신규	93,652
	Super Mario 3D Land (3DS)	Nintendo	91,052	-73%	432,956
	Final Fantasy Type-0 (PSP)	Square Enix	52,829	-55%	657,406
	Sengoku Basara 3 Utage (Wii)	Capcom	49,377	신규	49,377
	Metal Gear Solid: Peace Walker HD Edition (PlayStation3)	Konami	39,900	신규	39,900
	PokéPark 2 : Beyond the World (Wii)	Nintendo	36,141	신규	36,141
	Hoshi no Kirby Wii (Wii)	Nintendo	24,332	-56%	215,752
	Battlefield3 (PlayStation3)	EA	19,805	-84%	140,379

[출처] VG Chantz



기타 게임시장 동향

호주 연방정부, 게임등급 'R18+' 발표

● R18+의 최종안, 폭력과 언어 규제에 집중

- ◆ 폭력 묘사와 행위 부문에 보다 규제를 강화한 18세 이상 게임등급 R18+의 최종안이 호주 연방정부의 내무부 장관 Brendan O'Connor에 의해 11월 3일자로 발표
 - 호주 게임시장에 출시되는 게임들은 호주 등급위원회(Australian Classification Board)의 분류 심사를 거쳐 등급을 부여 받아야 했음
 - 그런데 호주 영화의 경우 R18+ 등급이 있어 성인영화의 등급 부여가 가능했던 반면 지금까지 과한 폭력이나 성행위 묘사 등이 포함되어 있는 성인물 게임들은 MA15+ 등급을 부여받지 못하면 분류 심사 자체를 거부 당해왔음
 - R18+ 등급의 게임 도입은 2002년부터 논의되어 왔지만 작년 12월에 이르러서야 연방 정부의 노력이 입법 노력이 가시화되었으며, 최근까지도 각 주 및 지역 정부간의 이견으로 논란이 잦았음
 - 이번 최종안은 올 6월 호주 연방정부와 각 지역 및 주 검열 당국이 도출한 게임 분야의 R18+ 등급 도입 합의안을 바탕으로 한 것
- ◆ 게임 내 폭력적 내용 및 거친 언어 사용에 대한 규제에 초점을 맞춰
 - O'Connor 장관은 인터뷰를 통해 “이번 최종안에서 가장 큰 변화는 폭력적 내용과 거친 언어에 대해 보다 노력을 기울인 점”이라고 말하며, “강한 폭력 수위와 과도한 수준의 거친 언어가 포함되어 있는 게임들의 경우 더 이상 MA15+ 등급에서 허용되지 않을 것”이라고 언급
- ◆ 성폭력 관련 내용이 포함되어 있는 게임은 등급 심사에서 자동적으로 제외
 - O'Connor 장관은 또한 “성폭력 내용이 포함되어 있는 게임은 모두 자동적으로 등급 심사에서 제외될 것”이라고 밝힘
 - O'Connor 장관은 이어 “성폭력 내용이 포함된 게임은 지금도 등급 분류에서 제외되고 있으며 R18+ 등급이 새롭게 도입된 이후에도 마찬가지로 등급 분류가 거부될 것”이라고 확인

● R18+ 등급 도입의 향후 일정

- ◆ R18+ 등급은 2012년 2월이 되어서야 실제로 입법이 가능할 것으로 보임
 - O'Connor 장관은 “내년 초 몇 달 내에 R18+ 등급이 입법 과정을 통과할 것으로 자신하고 있다”면서, “입법 과정이 지체될 것으로 우려하는 목소리들에 대해서도 알고 있지만 이미 R18+ 등급 도입 논의가 10여 년 간 이어져 온 만큼 이제는 다음 단계로 넘어갈 시기가 생각한다고 현재 모든 사람들이 입법 활동에 매진하고 있다고”밝힘
- ◆ 호주 의회를 통한 입법이 완료되는 즉시 호주 등급위원회에 R18+ 등급 부여 권한이 주어지게 되며, 특히 MA15+ 등급을 이미 부여 받았던 게임들에 대한 R18+ 등급으로의 재심사 및 R18+ 등급 재부여 권한 또한 함께 가지게 됨

 www.ministerhomeaffairs.gov.au

표 8 호주 게임등급 R18+과 MA15+의 주요 내용		
항목	R18+	MA15+
게임 주제	✓ 특정 게임 주제나 테마에 대한 제한 없음	✓ 게임상 내용 전개 및 맥락 상 납득할 수 있는 주제일 경우에만 폭력적 내용이 허용
폭력성과 내용	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 폭력적 내용은 일반적으로 허용 ✓ 일방적인 폭력, 혹은 보통의 성인들에게 거부감을 줄 수 있을 정도로 불쾌한 폭력이나 전개는 허용되지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 게임상 내용 전개 및 맥락 상 납득할 수 있는 경우에만 폭력적 내용이나 묘사/표현이 허용 ✓ 높은 수위의 폭력이나 현실감 있는 폭력 묘사는 지나치게 반복되어서는 안됨 ✓ 게이머의 게임 동작을 통해 성폭력 수행이 수반되어서는 절대로 안됨
성행위	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 성행위는 현실감있게 묘사될 수 있음 ✓ 다만 '흉내는 허용되지만 실제 성행위는 안된다'는 기본 규칙을 따라야 함 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 성행위가 암시될 수는 있음 ✓ 성행위가 게임 진행과 내용 전개에 있어 인센티브나 혜택과 관련되어서는 안됨
언어사용	✓ 언어 사용에 관해 어떤 제한도 없음	✓ 거친 언어가 반복되어서는 안되며 불쾌감을 줄 정도로 모욕적이어서는 안됨
약물과 마약 관련 내용	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 약물 및 마약 관련 내용 표현과 묘사가 허용 ✓ 다만 마약이나 약물이 인센티브나 혜택과 관련되어서는 안됨 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 약물 및 마약 관련 내용은 반드시 게임 내용 진행 및 맥락상 납득할 수 있어야 함 ✓ 게임 내 불법 약물이나 처방 약물의 사용에 있어 게이머의 게임 동작이나 입력이 수반되어서는 안됨
알몸 노출	✓ 알몸 노출은 허용됨	✓ 알몸 노출은 게임 전개 및 맥락 상 납득되어야 함

[출처] Minister for Home Affairs

인도 게임시장, 메이저 게임시장으로 성장

● 인도 게임시장, 모바일/소셜게임 분야를 중심으로 빠르게 성장

- ◆ 인도 게임시장은 많은 인구와 빠른 스마트폰 보급, Facebook 등 소셜네트워크 서비스 인기 등에 힘입어 모바일/소셜게임 중심으로 높은 성장세를 이어 가고 있음
 - 인도 게임시장은 2007년 40억 루피(한화 약 880억 원) 규모에서 2011년 140억 루피(한화 약 3,081억 원)로 약 350% 성장할 것으로 예상되는 가운데 이러한 성장세는 향후 수년 간은 지속될 것으로 전망
 - 시장조사전문기관 IMS Research에 따르면 2011년 인도 내 스마트폰 판매 규모는 전세계 스마트폰 판매 규모의 28%에 달하는 4억 2,000만 대 이상이 판매될 것으로 예상되며, 2016년에는 연간 스마트폰 판매 대수가 10억 대를 넘어설 것으로 분석되고 있어 이러한 스마트폰 보급 규모에 힘입어 인도의 모바일 게임시장도 빠르게 성장할 것으로 전망
 - 또한 인도 내 소셜네트워크 서비스인 Facebook 사용자도 월간 3,000만 명이 넘는 것으로 알려져 향후 소셜네트워크 서비스에 기반한 소셜 게임시장도 빠르게 성장할 것으로 전망
- ◆ 인터넷 이용 연령층의 중심이 지속적으로 저연령층으로 이동해감에 따라 인도 게임시장의 성장과 함께 저연령층이 게임 이용을 주도할 것으로 전망
 - 시장조사전문기관 comScore에 따르면, 2010년 인터넷 사용자 중 75%가 35세 이하인 것으로 조사되었으며, 특히 이중 15~24세가 가장 많이 인터넷을 이용하는 것으로 나타나 이후 게임시장의 중심축도 점차 저연령층에 맞추어지는 형태로 성장해나갈 것으로 전망

● 결제 방식의 다양화, 높은 게임 개발 역량 등을 통해 성장 가속화

- ◆ 게임개발 아웃소싱을 통한 게임 개발 역량 강화와 인도 내 모바일/소셜 게임시장의 성장으로 인도게임 개발업체들의 사업 기회가 크게 증가하고 있으며, 또한 게임의 수익성을 강화해주는 선불카드 등의 다양한 결제 방식들이 시장에 등장하고 있다는 점도 인도 게임시장의 성장을 이끄는 주요 요인으로 작용할 전망

 www.indianexpress.com

3D게임 <Wizard101>, 대만·홍콩·마카오 서비스

● <Wizard101>, 2012년부터 동남아시아 지역 진출

◆ KingsIsle Entertainment는 Taiwan Taomee Technology Co. Ltd와 협약을 맺고 2008년 서비스가 시작된 이래 미국 서버에서만 2,000만 명 이상의 등록 사용자를 보유하고 있는 자사의 3D MMORPG 게임 <Wizard101>*을 대만, 홍콩, 마카오 등에서 2012년부터 서비스하기로 결정

- 이번 발표에 관련하여 KingsIsle Entertainment**의 CEO Elie Akilan은 “<Wizard101>은 미국 지역에서 확보한 명성을 바탕으로 꾸준히 글로벌 엔터테인먼트 콘텐츠로 탈바꿈 해나가고 있다”면서, “2012년은 <Wizard101>의 마법 세계를 아시아시장에 공식적으로 소개하는 매우 흥분되는 한 해가 될 것이 확실하다”고 언급

* 주 : <Wizard101>은 10대 청소년을 대상으로 하는 MMORPG으로서 부분유료화 수익 모델을 택하고 있음. 미국에서만 총 2,000만 명 이상의 가입자를 보유한 가운데 월간 방문자 수만 1,300만 명에 달하는 것으로 KingsIsle Entertainment가 밝히고 있음

**주 : 2005년 설립되어 미국 텍사스 주 오스틴과 델러스 시에 기반을 두고 있는 게임 개발업체로서 <Wizard101>이 주력 게임

● KingsIsle Entertainment의 최종 정착지, 중국

◆ KingsIsle Entertainment는 이번 발표에 앞서 2011년 여름 Taomee Holdings Limited와 2012년부터 중국에서 서비스를 개시하는 것을 골자로 하는 협약을 맺기도 하였음

- 이번 마카오와 대만의 진출 계획과 중국시장 진출은 아시아 시장 공략을 본격화 하려는 KingsIsle Entertainment의 목표를 잘 보여주고 있음

● <Wizard101>, Gameforge를 통해 유럽 시장 진출

◆ KingsIsle Entertainment는 유럽의 대형 퍼블리셔 Gameforge와의 협력을 통해 <Wizard101>의 서비스를 진행하고 있음

- 2010년 12월부터 베타서비스를 시작하여 1년 가까이 영국, 독일, 이탈리아, 프랑스, 스페인 등에서 각각 현지 버전으로 서비스를 제공하고 있는 상황
- 12월부터는 다른 유럽 국가들에도 진출할 계획

● 미국 학부모들이 인정한 게임 <Wizard101>, 가족게임으로 각광

◆ <Wizard101>은 마법학교를 배경으로 마법세계를 구하기 위해 해당 학교의 학생으로 분한 게이머들이 턴제(Turn based) 방식의 전투를 통해 경험을 쌓고 아이템을 모으며

게임을 진행

- 게이머들은 게임 내 주어지는 임무를 수행하는 것을 통해 새로운 마법이나 장비를 얻을 수 있으며 재화를 모을 수도 있음
 - 게임 내 결제와 밀접하게 관련이 있는 'worlds(세계)'란 개념이 존재하며 게이머들은 자신이 무료로 생성한 게임 캐릭터로는 제한된 'worlds'에서만 게임을 즐길 수 있음
 - 게임을 진행해 나감에 따라 더 많은 'worlds'를 즐길 수 있게 되지만 특정 'worlds'는 가상화폐를 통한 결제를 하거나 정기 결제 방식을 통해야지만 접근할 수 있음
- ◆ 게임들을 10대 전후의 청소년을 대상으로 하는 <Wizard 101>은 특히 학부모들로부터의 인정을 주요 강점으로 내세우고 있음
- 게임과 영화 리뷰 전문사이트 IGN.com의 게임 점수 평점에서 8.32를 기록하며 게이머들에게 좋은 평가를 받고 있으며, 미국 학부모들의 온라인 투표를 통해 학부모들이 인정한 안전하고 아이들에게 도움이 될 수 있는 제품을 뜻하는 PTPA(Parent Tested, Parent Approved)의 인증을 2009년 받기도 하였음
 - 또한 2009년에는 MMORPG.com에서 수여하는 최고의 가족게임 상을 수상

 www.sacbee.com/

그림 8

KingsIsle Entertainment의 MMORPG게임 <Wizard 1010>



[출처] KingsIsle Entertainment, 2011

중국 게임업체 The9, 싱가포르 지사 설립

● The9의 싱가포르 지사, 온라인게임 <Firefall>의 운영 담당

- ◆ 중국의 온라인 게임업체 The9은 자회사 Red 5 Studios가 현재 개발 중인 온라인 액션 슈팅게임 <Firefall>의 운영 및 R&D 활동을 맡게 될 'Red 5 Singapore'를 설립
 - Red 5 Studios는 <Starcraft>와 <Diablo>의 개발사 Activision Blizzard의 전 임원과 개발진들이 시작한 게임 개발 스튜디오로서 현재 <Firefall>의 개발을 진행
 - Red 5 Studios의 CEO는 과거 MMORPG 게임 <World of Warcraft> 개발팀의 팀장이었던 Mark Kern이며 The9가 2010년 초 2,000만 달러를 투자하며 최대 주주로 참여
- ◆ 싱가포르에 설립될 Red 5 Singapore는 북미와 유럽을 제외한 다른 지역들에서의 <Firefall> 운영을 맡게 될 전망
 - 이번 발표에서 The9는 "Red 5 Singapore는 아시아 지역에서 <Firefall>의 현지화 작업을 담당할 것이며, 이를 위해 The9와 'Red 5 Studios'는 인적/물적 지원을 할 것"이라고 밝힘

● 아시아 지역에 대한 공략 거점이 될 'Red 5 Singapore'

- ◆ 이번 The9의 싱가포르 지사 설립은 아시아 게임시장에 대한 공략의지를 나타낸 대표적인 사례
 - The9의 CEO이자 공동 창립자인 Zhu Jun은 "아시아 시장의 크기와 매출은 <Firefall>의 글로벌 운영에 있어 매우 중요하다"며, "<Firefall>을 위한 아시아 지역 본부를 설치하기로 한 것도 이 때문이라 할 수 있다"고 언급
 - Jun은 이어 "특히 싱가포르를 아시아 지역 본부의 설치 국가로 선택한 것은 아시아와 싱가포르 지역에 대한 심사숙고 끝에 결정된 것"이라며, "싱가포르는 그 전략적 위치나 글로벌 인재를 충당하기 쉬운 점 그리고 정부의 전폭적인 지지와 등을 얻을 수 있다는 점에서 우리를 매료시켰다"고 강조
- ◆ 싱가포르 정부 또한 이번 The9의 싱가포르 진출에 환영의 뜻을 나타냄
 - 싱가포르 경제발전위원회의 Infocomms & Media Division(정보커뮤니케이션 및 미디어 부서)의 대표인 Jayson Goh는 "싱가포르에서 Red 5의 아시아 지역 활동이야말로 지역 인재들에겐 게임 업계의 최고 전문가들과 함께 일할 수 있게 된 기회라 할 수 있다"고 언급

● Red 5 Singapore, The9과 Webzen의 문제 해결로 설립

- ◆ Red 5 Studios는 최근 한국의 게임업체 Webzen과의 게임 퍼블리싱 관련 분쟁을

끝내고 Webzen이 가지고 있던 <Firefall>의 퍼블리싱 권리를 Red 5 Singapore를 통해 이전 받음

- Red 5 Studios와 The9은 이를 통해 Webzen과 벌였던 미국과 한국에서의 법적 분쟁을 모두 취소하기로 합의
 - 이번 합의를 통해 Red 5 Studios는 <Firefall>의 미국과 캐나다 그리고 유럽에서의 유통을 맡게 되며, Red 5 Singapore가 Webzen이 기존에 가지고 있던 그 외 지역에서의 유통권을 확보하게 되었으며 <Firefall>과 관련된 지적재산권도 모두 Red 5 Singapore에서 확보
 - 대신 Webzen은 <Firefall>의 개발 투자에 대한 보상을 받게되며, The9는 이에 대한 지급 보증은 물론 향후 <Firefall>의 서비스를 통해 발생할 이익의 일정 부분을 정해진 기간 동안 Webzen에 지급해야 함
 - 이번 분쟁은 The9에 인수되기 전에 2006년부터 Webzen과의 협력을 통해 <Firefall>의 개발 투자금을 지원받아 4년 반 동안 개발을 진행하던 Red 5 Studios가 The9에 인수되고 The9이 <FireFall>의 글로벌 유통을 원하는 것에서 초래
- ◆ 법적 분쟁 이전에 협력관계이었던 The9와 Webzen
- 2007년 Webzen의 MMORPG 게임 <Soul of the Ultimate Nation>의 중국 내 운영을 The9이 맡았었음
 - 그러나 2009년에는 Webzen이 The9을 MMORPG 게임 <MU>의 저작권을 침해한 혐의로 고소한적이 있음

www.sgentrepreneurs.com www.the9.com www.178.com

그림 9

Red 5 Studios의 환타지 FPS게임 <FireFall>

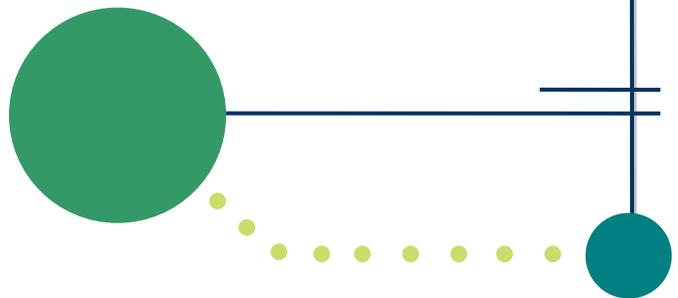


[출처] Red 5 Studios, 2011



유럽 게임시장 동향

- 불법 다운로드, 영국 게임산업에 막대한 피해
- 2011년 3/4분기 Ubisoft 매출액, 3억 4,290만 달러 도달
- 2011년 유럽 게임시장 1위 콘솔기기, 'PlayStation3'
- MS, 스페인에서 소셜게임 <la Cura> 출시
- 스웨덴 게임쇼 'Gamex', Pirate Party 참여 거절
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위



불법 다운로드, 영국 게임산업에 막대한 피해

2006년 이후 5년 간 영국 내 게임 불법 다운로드 20% 증가

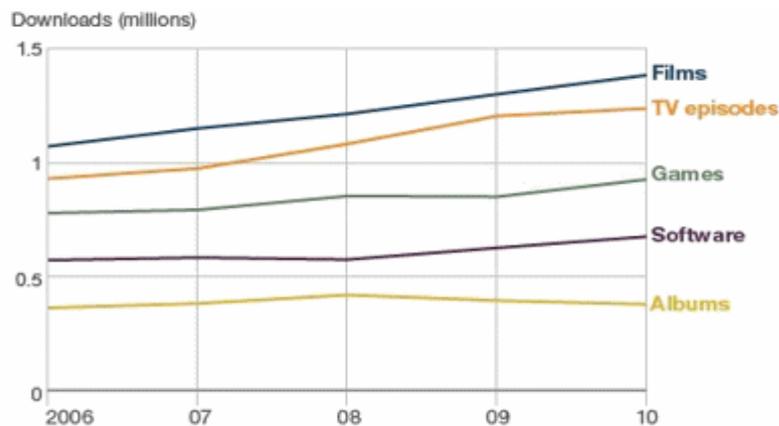
- ◆ 리서치전문업체 Envisional이 2011년 11월 발표한 "Priacy Insider intelligence"에 따르면, 영국 내 게임 불법 다운로드 수는 2006년 이후 5년간 20%가 증가한 것으로 나타나 게임의 불법 다운로드로 인한 게임업계의 피해가 적지 않은 것으로 나타남
 - Envisional은 디지털 콘텐츠의 불법 다운로드가 빈번히 발생하는 'Bittorrent'에서 연간 불법 다운로드 수가 가장 많은 5개의 콘텐츠에 대한 불법 다운로드 수를 집계해 영화, TV콘텐츠, 게임, 소프트웨어, 음악 5분야에 대한 불법 다운로드 현황을 2006년에서 2010년까지 조사
 - Envisional의 조사 결과에 따르면 게임 불법 다운로드 수는 영화와 TV콘텐츠에 이어 3번째로 많이 발생하는 것으로 나타났으며, 또한 최근 5년 사이 20%가 증가해 약 100만 건에 가까운 불법 다운로드가 발생한 것으로 나타나 불법 다운로드 발생 횟수가 빠르게 증가하고 있음

비디오 게임 불법 다운로드로 인한 피해 규모 매우 커 대책 마련 시급

- ◆ 영국 엔터테인먼트 산업계를 대표하는 The Association for UK Interactive Entertainment (이하 UKIE)에 따르면, 게임 불법 다운로드로 인한 피해액이 연간 10억 파운드(한화 약 1조 8000억 원)에 해당할 정도로 규모가 매우 큰 것으로 나타나 대책 마련이 시급함
 - UKIE는 올해 초 한 개의 게임이 영국 시장에서 판매될 때 불법 다운로드는 4번이 발생할 정도로 영국 내 게임 불법 다운로드가 광범위하게 발생하고 있다고 밝힘

www.ukie.info www.envisional.com

그림 10 영국에서 Bittorrent로 다운받는 불법 콘텐츠의 증가량 추이(2006 ~2010)



[출처] Envisional, 2011

2011년 3/4분기 Ubisoft 매출액, 3억 4,290만 달러 도달

● Ubisoft, 상당한 수준의 실적 개선을 달성한 것으로 보여

- ◆ Ubisoft가 2011년 4월부터 9월까지의 2011/12 회계연도 전반기 실적을 발표
 - 2011/12 회계연도 전반기 Ubisoft의 매출은 2억 4,850만 유로(3억 4,290만 달러)였으며 3,710만 유로(5,120만 달러)에 달하는 손실을 기록
 - 다만 프랑스 법령에 따라 Ubisoft가 분기 별 손실을 공개할 필요가 없기 때문에, 6월 분기(4~6월)와 9월 분기(7~9월)의 실적 추이가 어떻게 변화되었는지는 확인할 수 없음
- ◆ 하지만 상당한 수준의 실적 개선을 보인 것은 사실
 - 전 회계연도(2010/11)의 4월부터 9월까지의 전반기 실적의 경우 Ubisoft는 2억 6,010만 유로(3억 5,890만 달러)의 매출을 올렸으나, 8,980만 유로(1억 2,390만 달러)에 달하는 손실을 기록
 - 즉, 전 회계연도와 비교했을 경우 상당한 수준이라고 부를 수 있을 정도의 실적 개선을 보인 것은 사실

● 주력 게임들이 순조로운 반응, 실적 개선의 원인

- ◆ 이번 실적 개선은 주력 게임들에 대한 시장 반응이 예상을 뛰어넘는 데 기인하고 있다는 분석
 - Ubisoft는 “9월 분기에 있어 예상했던 것보다 강한 실적 개선이 있었다”며, “이는 레이싱게임 <Driver>의 신작과 미국시장에서 9월 초 출시가 시작된 댄스게임 <Just Dance3>의 인기에 힘입은 결과이기도 하다”고 언급
- ◆ 전통적인 콘솔과 PC 게임시장에서 Ubisoft의 2011/12년 회계연도 성적은 상당히 괜찮았던 것으로 평가
 - 시장조사기관 NPD Group에 따르면 <Just Dance3>의 전작인 <Just Dance2>의 경우 미국 시장에서 2010년 1월부터 2011년 9월 사이 출시된 게임들 중 524만 5,480만 장이 판매되어 두 번째로 높은 판매고를 올리고 있는 것으로 조사
 - Wii 기반의 <Just Dance3>는 <Just Dance2>와 비교하여 두 자리 수 이상의 판매 성장률을 보이고 있는 것으로 Ubisoft측의 자료는 밝히고 있으며, Kinect 기반의 <Just Dance>와 일본 지역에서의 <Just Dance>에 대한 인기 또한 기대를 충족하고 있는 것으로 나타남
 - 액션게임 <Assassin's Creed : Brotherhood>의 경우 314만 1,187장이 판매

- Ubisoft측은 “지금 전망으로는 <Assassin’s Creed> 시리즈의 최신작 <Assassin’s Creed : Revelations> 또한 전작과 비슷한 판매고를 올릴 수 있을 것으로 예상한다”고 밝힘
- ◆ Facebook 기반 소셜게임 <Smurf> 시리즈가 월간 사용자 수에서 1,036만 명을 기록하는 등 Ubisoft는 Facebook 등의 소셜게임 시장에서도 지속적인 성장을 기록
- ◆ 온라인게임 부문의 실적 또한 양호한 편으로 평가되고 있음
 - 2012년 3월까지의 2011/12년 회계연도의 온라인게임 매출 전망치는 10억 4,000만 유로에서 10억 8,000만 유로에 달할 것으로 예상되고 있으며, 이는 기존의 전망치와 같은 수준
 - 12월 분기(10월~12월) 실적 또한 5억 8,000만 유로에서 6억 2,000만 유로(8억 달러~8억 5,600만 달러)에 달할 것으로 전망
 - 회계연도 마지막 분기인 3월 분기(1월~3월)의 실적은 대략 1억 6,000만 유로에서 2억 1,000만 유로에 달할 것으로 전망

● Wii 게임 소프트웨어 매출 비중이 더 커져

- ◆ Ubisoft 실적보고에 따르면 2011년 9월 분기 기준으로 Ubisoft 매출의 31%가 Wii 콘솔 기반 게임 소프트웨어에서 발생된 것으로 조사
 - 그 뒤를 이어 PlayStation3 기반 게임 소프트웨어 매출이 26%, Xbox360 23%, 기타 11%, DS와 3DS 매출이 합계 7%, PC와 PSP 기반 게임 매출이 각각 1%의 분포를 보인 것으로 조사
 - 이는 2010년 9월 분기의 결과와는 사뭇 다른 것으로, 당시에는 PlayStation3 기반 게임 소프트웨어 매출 비중이 30%에 달했으며 Wii는 그에 뒤진 29%였었음
- ◆ 거의 모든 게임 플랫폼에서 전년동기 대비 매출이 상승하였으나, PC, PSP, DS 게임들은 큰 하락 폭을 보였음
 - PlayStation3 기반 게임 소프트웨어 매출의 경우 지난해 9월 분기 4,140만 달러였던 매출이 이번 회계연도에는 5,200만 달러로 상승했으며, Wii의 경우에도 3,950만 달러에서 6,250만 달러의 큰 매출 신장을 기록
 - Xbox360 또한 2,730만 달러에서 4,630만 달러로 매출 신장을 기록하였으며, 기타 매출 부문 또한 270만 달러에서 2,220만 달러로 매출이 수직 상승
 - 반면 PC 부문의 매출 실적은 410만 달러에서 200만 달러로 떨어졌으며 PSP 부문의 경우 820만 달러에서 200만 달러로 추락에 가까운 매출 하락세를 기록

 www.vgchartz.com/

2011년 유럽 게임시장 1위 콘솔기기, 'PlayStation3'

● 유럽 시장에서 PlayStation 3의 판매량, 10월까지 300만 대 초과

- ◆ Nintendo의 10월 결산보고서 "Semi-Annual Financial Results Briefing"에 따르면, 경쟁업체 PlayStation3가 Wii와 Xbox360 또한 제치고 유럽 콘솔게임 판매량 1위를 차지
 - 판매 가격의 인하로 Wii가 5월 상당한 판매고를 올렸으며, Xbox360 또한 7월에 격차를 상당히 좁혔음에도 불구하고 PlayStation3가 연초부터 가졌던 판매우위를 지금까지 계속 지켜 나가고 있는 것으로 보임
- ◆ Nintendo의 자료에 따르면 10월 초 현재 PlayStation3의 유럽 내 판매량은 300만 대를 넘어선 것으로 보임
 - 반면 Wii와 Xbox 360의 판매량은 각각 약 200만 대에 그침
 - 이번 발표에 사용된 Nintendo의 자료는 유럽 각국의 시장조사업체들로부터 수집된 것임
- ◆ Wii의 판매량 감소 추세가 강화되고 있는 반면, PlayStation3는 오히려 판매량이 계속 늘어나고 있는 것으로 분석
 - Nintendo의 사장인 Satoru Iwata는 “연초부터의 판매량 추이를 분석해보면 PlayStation3의 판매량이 계속 증가 추세에 있는 것으로 보인다”고 분석하며, “반면 Wii의 판매는 연간 대비 감소하고 있다”고 언급

● 일본에서도 PlayStation3의 Wii에 대한 상대 우위는 여전

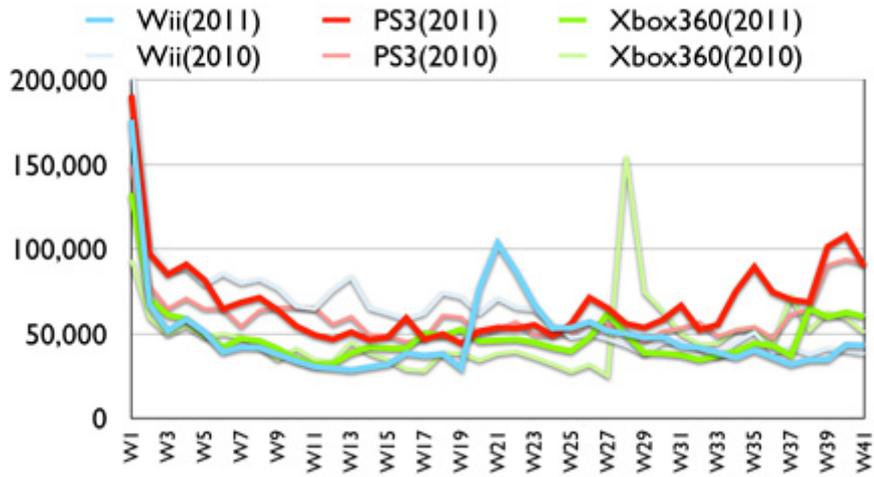
- ◆ 2011년 PlayStation3의 일본 내 성적이 Wii의 일본 내 판매량을 압도한 것으로 분석
 - 다만 2011년 8월의 경우 Wii와 PlayStation3의 판매량이 거의 비슷한 수준까지 좁혀졌던 적도 있는 것으로 나타남

● 미국시장을 지배하고 있는 Xbox360

- ◆ 반면 미국시장의 경우 Xbox360이 시장을 압도하고 있는 것으로 조사
 - MS의 자체 발표에 따르면 Xbox360은 미국 콘솔시장에서 10월 기준으로 44% 대의 점유율을 기록하고 있음

 www.eurogamer.net

그림 11 유럽 게임시장 콘솔기기 판매 대수 추이



[출처] Nintendo, 2011

MS, 스페인에서 소셜게임 <la Cura> 출시

● MS의 소셜게임 <la Cura>, 이메일 서비스 Hotmail 시스템 기반으로 작동

- ◆ MS의 소셜게임 <la Cura>의 게이머들은 다른 소셜게임에서와 마찬가지로 캐릭터를 창조하여 진화시킬 수 있는데, 게임의 스토리 전개에 따라 게임 진행을 위한 옵션을 MS 이메일 서비스 Hotmail을 통해 전달받음
 - <la Cura>는 MS가 2011년 창립한 스페인의 게임 개발업체 Weekend Game Studio가 개발한 게임으로 'email gaming' 개념을 접목시킴
 - 'email gaming'이란 게임의 전개에 이메일 시스템을 결부시키는 것으로, 게이머들이 게임 진행을 위해 해결해야 할 미션을 이메일로 받음
- ◆ <la Cura>의 미션과 보상은 모두 게임이 게이머들에게 보내는 이메일을 통해 이루어짐
 - <La Cura>의 미션들은 게이머의 캐릭터가 매 순간 처해있는 상황에 맞춰 이메일을 통해 전달되며, 게이머가 어떤 옵션을 선택하고 행동하느냐에 따라 성공 확률과 보상 정도는 달라짐
 - Hotmail 시스템의 이용은 게임 홈페이지를 통해서 완성되는데, 홈페이지를 통해 게이머들은 게임의 이야기 흐름을 따라갈 수도 있고, 자신의 캐릭터가 처한 상황을 확인해볼 수도 있음

● 소셜게임과 이메일의 결합, 게임산업의 새로운 혁신

- ◆ 현재 <la Cura> 게임 참여는 이메일을 통한 초대만 가능하며, 초대는 게임 홈페이지를 통해 요청 가능
 - 초대장을 통해 고유의 코드번호를 획득하게 되면 게이머들은 자신의 Windows Live나 Facebook을 통해 게임에 접속할 수 있음
 - Weekend Game Studio의 Pablo Pelaez CEO는 "<la Cura>는 글로벌 소셜 게임시장으로의 성공적 진입을 위한 중요한 첫 걸음"이라며 "MS의 지원으로 수백만 명에 달하는 <la Cura>의 이용자 기반을 확보할 수 있을 것으로 확신한다"고 밝힘
 - Widows Live의 Rafael Ríos 부장은 "이번 프로젝트를 통해 Hotmail이 소셜게임과의 접목이라는 또 한 번의 혁신을 통해 스페인 내 1,400만 명 이용자에게 특이하고 놀라운 경험을 제공하게 되었다"고 언급

 www.europapress.es

스웨덴 게임쇼 'Gamex', Pirate Party 참여 거절

● 'Gamex' 주최측, 정치적 문제로 Pirate Party 참여 거절

- ◆ 2011년 11월 3일에서 6일까지 개최된 스웨덴 최대 게임쇼 'Gamex'에서 특허 및 저작권 법의 개혁, 개인정보 보호 강화 등을 목표로 하는 정치단체 Pirate Party의 참여를 허용했다가 게임쇼 개최를 앞두고 돌연 참여를 거절
 - Activision Blizzard, EA, MS 등 대형 퍼블리셔들이 참여하는 스웨덴 최대 게임쇼 'Gamex' 주최측에서 참여 예약과 부스 사용을 확정된 정치 단체 Pirate Party의 참여를 돌연 취소해 논란이 일고 있으며 'Gamex' 주최측의 Pirate Party의 참여 취소를 한 이유에 대해서도 찬반 의견이 갈리고 있음
 - Pirate Party 당대표인 Anna Troberg에 따르면 Pirate Party는 'Gamex' 게임쇼 참여 예약 후 수개월 동안 게임쇼 참여를 위한 준비를 해왔으나 게임쇼 개최 직전에 주최측으로부터 게임쇼에 참여하지 말 것을 통보 받았다고 주장
 - 'Gamex' 주최측의 Pirate Party의 게임쇼 참여 취소 이유로 게임쇼에서 정치적인 의견 개진에 따른 논란을 방지와 Pirate Party의 정치적인 주장과 행동들이 범죄 행위로 인식되어 게임쇼에 지장을 줄 수 있다는 점을 들어 Pirate Party의 게임쇼 참여를 취소한 것으로 알려짐
 - 'Gamex' 주최측의 Pirate Party 참여 취소에 대해 Pirate Party 측은 자신들의 정치적인 활동은 민주적인 방법으로 이루어지고 있으며 범죄행위로 취급 받지 않는다며 반대 의견을 냈으나 Gamex 주최측으로부터 받아들여지지 않음

● Pirate Party, 개인정보 권리 강화를 위한 정치단체

- ◆ Pirate Party는 2006년 스웨덴에서 결성된 정치단체로 저작권 및 특허권 관련 법안 개혁, 인터넷 상의 개인정보 권리 강화를 목표로 정치 활동을 진행
 - Pirate Party의 현재 당대표는 Anna Troberg이며 스웨덴 의회 내에는 의석을 확보하고 있지 못하나 유럽 의회에서는 두 자리의 의석을 확보
 - 스웨덴에 Pirate Party 결성 이후 유럽을 포함한 전세계에서 동일한 이름 및 목적으로 정당이 결성되고 있으며, 2010년 Pirate Party의 전세계적인 활동을 지원하기 위한 Pirate Parties International이 결성되어 전세계적인 정치 활동으로 확대되고 있음

 www.gamex.se  www.piratpartiet.se

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 9 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (11. 8 ~ 11. 14)	독일 (11. 8 ~ 11. 14)	프랑스* (11. 7 ~ 11. 13)
1	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)
2	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PX, Activision Blizzard)	Uncharted 3 : Drake's Deception - Edition Special (PlayStation3, Sony)
3	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	The Elder Scrolls V : Skyrim (PC, Bethesda Softworks)	Battlefield3 (PlayStation3, EA)
4	The Elder Scrolls V : Skyrim (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
5	The Elder Scrolls V : Skyrim (PC, Bethesda Softworks)	The Elder Scrolls V : Skyrim (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Battlefield3 : Edition limitée (PlayStation3, EA)
6	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	
7	Battlefield3 (Xbox360, EA)	Battlefield3 (PlayStation3, EA)	
8	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	
9	Battlefield3 (PlayStation3, EA)	Battlefield3 (PC, EA)	
10	Moshi Monsters : Moshling Zoo (NDS, Mind Candy)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	
순위	스웨덴 (11. 8 ~ 11. 14)	이탈리아 (11. 7 ~ 11. 13)	네덜란드 (11. 8 ~ 11. 14)
1	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
2	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Battlefield3 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)
3	The Elder Scrolls V : Skyrim (PC, Bethesda Softworks)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PC, Activision Blizzard)
4	Call Of Duty : Modern Warfare 3 (PC, Activision Blizzard)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation2, Konami)	Battlefield3 (PlayStation3, EA)
5	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	Battlefield3 (Xbox360, EA)	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)
6	The Elder Scrolls V : Skyrim (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Battlefield3 (Xbox360, EA)
7	Battlefield3 (PC, EA)	Uncharted 3 : Drake's Deception - Edition Special (PlayStation3, Sony)	Battlefield3 (PC, EA)
8	Battlefield3 (PlayStation3, EA)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
9	Uncharted 3 : Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
10	Battlefield3 (Xbox360, EA)	FIFA 12 (PlayStation2, EA)	The Sims 3 : Pets (PC, EA)

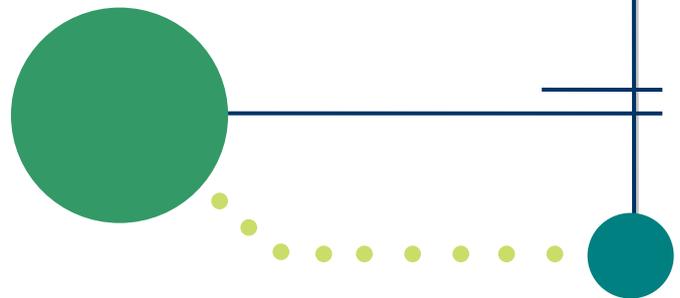
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 5위까지만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 중남미 게임 개발자들이 각광받는 이유
- 멕시코 1위 이동사 Telcel, HD 모바일게임 유통
- 소셜 게임업체 KIXEYE, 중남미 진출
- Bally Technologies, 게임기기 박람회 'SAGSE Expo' 참여



중남미 게임 개발자들이 각광받는 이유

● 글로벌 게임업체, 중남미 게임 개발자들 영입 위해 중남미 게임업체 인수

- ◆ 얼마 전까지만 해도 게임 개발자들은 미국, 유럽, 아시아 등지에만 집중되어 있었으나, 최근 중남미 지역의 게임 개발자들의 수도 증가 추세에 있으며, 글로벌 게임업체들이 중남미 게임업체에 많은 투자를 하고 있음
 - 2011년 10월 칠레 게임업체 Atakama Labs가 일본 모바일 게임업체 DeNA에 인수되었으며, 2010년에는 아르헨티나의 게임업체 Three Melons가 Disney의 자회사 Playdom에 인수
 - 아르헨티나 게임 개발자 연합 회장인 Alfredo Cattan는 “중남미 지역의 게임산업 수준은 과거처럼 비용 대비 효율성만 높을 뿐 아니라, 개발 수준도 국제적 기준에도 걸맞을 만큼 성장했다”며 “여기에 장기간 영화, TV 프로그램, 음악 등을 제작해온 중남미 문화적 전통이 다른 지역 개발자들과 차별화시켜준 핵심”이라고 언급
 - 다만, Facebook이나 MTV 납품용 게임 위주로 생산하고 있다는 점이 한계로 지적

● 중남미 국가, 다양한 게임 컨퍼런스를 개최하여 게임 개발 능력 홍보

- ◆ 중남미 게임산업의 핵심 인물들은 자국내에서 게임관련 컨퍼런스를 정기적으로 주최하는 한편, 세계적으로 중요한 행사에도 반드시 참석하고 있음
 - 게임업체 Rainmaker Games의 CEO인 James Portnow 는 11월 11일 아르헨티나 부에노스 아이레스에서 개최된 게임박람회에서 “5년전 처음 중남미를 바라보기 시작했을 때에는 게임산업이 막연한 열정만 가진 채 꿈틀대기만 할 뿐, 제대로 된 틀을 갖추고 있지 못했으나, 지금은 게임시장이 만개하고 있다”고 언급
 - 그는 또한, “중남미 게임 커뮤니티는 아직은 상대적으로 작지만, 무한한 가능성이 있으니 내수 시장의 건실한 성장에 집중할 것을 독려할 것”이라고 주장
- ◆ 중남미의 게임산업 종사자들은 스스로의 잠재력과 능력에 대해 인정하고 있으며, 최근 자신들의 능력을 브랜드화하는 작업에 매우 적극적으로 나서고 있음

● 모바일/소셜게임, 중남미 게임시장의 신성장동력으로 작용

- ◆ 중남미 게임업체는 모바일/소셜게임을 신성장동력으로 파악하여, 게임 개발에 점점 더 박차를 가하고 있으며, 이 같은 추세가 계속되길 바라고 있음

 www.maxico.cnn.com

멕시코 1위 이동사 Telcel, HD 모바일게임 유통

● Telcel, Symbian3와 Android 폰 전용 HD 게임 유통

- ◆ 글로벌 모바일 게임업체 Gameloft는 Android와 Symbian3 스마트폰용 HD+ 영상의 신규게임을 Telcel의 모바일 포털을 통해 출시
 - 현재 다운로드 가능한 타이틀은 <Adrenaline>, <Let's Golf!2>, <Near Orbit Vanguard Alliance>, <N.O.V.A. 2> 등이며, 12월에 <Real Football 2012>도 업데이트할 예정
 - Gameloft 멕시코 지사의 Jean Saltarin 부사장은 "멕시코에 차세대 HD 영상의 게임을 소개할 수 있어 매우 뿌듯하게 생각하고 있으며, 이번에 출시된 게임을 통해 이용자들은 모두 흥미진진하고 박진감 넘치는 모바일게임을 즐길 수 있을 것으로 기대한다"고 언급
 - Telcel의 부가 서비스 마케팅 부장인 Sergio Solórzano는 "이번에 출시된 Gameloft의 HD+ 영상 게임을 통해, Telcel은 모바일 엔터테인먼트의 기술 혁신을 지속적으로 추진할 것"이라며 "Telcel의 스마트폰 이용자들은 모바일 포털을 통해, 보다 수준 높은 게임을 보다 현실적인 영상으로 즐길 수 있게 되었다"고 평가
- ◆ Telcel, 모바일 포털에 게임전용 카테고리 'iHD'를 개설하여 30개 이상의 HD 게임 유통
 - 이번에 출시된 Gameloft 게임들은 3D 그래픽 등 스마트폰의 성능을 최대한 활용한 게임들로, 게임의 영상을 최대한 현실에 가깝게 구사하며 게임으로의 몰입도를 높여줌
 - 각 게임의 구매 가격은 40.34MXN(2.85달러)이며, 별도의 다운로드 가격 5.04MXN(0.36달러)를 추가로 지불
 - 최종 이용료는 이동통신 요금 고지서에 합산되거나, 선불 카드에서 차감

 www.eluniversal.com.mx

그림 12 Telcel이 유통하는 Gameloft의 4개 HD 게임



[출처] Telcel, 2011

소셜 게임업체 KIXEYE, 중남미 진출

● 소셜 게임업체 KIXEYE, 중남미 Yahoo!에 소셜게임 출시

- ◆ 소셜게임과 애플리케이션 퍼블리셔 Viximo가 하드코어 소셜게임 개발업체 KIXEYE의 전략 소셜게임 <Backyard Monsters>를 포털 Yahoo!에 론칭
 - <Backyard Monsters>는 게이머들이 자신만의 마을을 디자인하여 자신이 거느리고 있는 괴물과 함께 자신이 원하는 대로 건설할 수 있게 하고 이에 필요한 세가지 종류의 자원을 생산해 내는 것을 골자로 하고 있음
 - 이번 론칭은 Yahoo! Games는 물론 Yahoo! Messenger 서비스에서도 함께 이루어졌으며 이를 통해 매 월 7억 명에 달하는 Yahoo!의 순 방문자들이 <Backyard Monsters> 게임은 물론 Viximo의 새로운 소셜게임 서비스를 만날 수 있게 되었음
- ◆ 이미 Facebook에서 높은 인기를 누리고 있는 <Backyard Monsters>가 Yahoo!에 진출한다는 것은 Yahoo! 측으로도 상당한 이점을 누릴 수 있다는 것을 의미
 - Viximo의 CEO인 Dale Strang은 “Viximo의 소셜네트워크 파트너들은 Viximo가 가장 몰입도 있고 수익성이 높은 소셜게임 타이틀들을 제시한다는 점을 알고 있다”며, “<Backyard Monsters>는 최고의 소셜게임으로서 이는 Yahoo!의 이용자들에게도 안성맞춤의 선택이 될 것이다”라고 언급
 - 실제로 <Backyard Monsters>는 Facebook에서도 월간 사용자가 280만 명에 달하는 인기 게임 중 하나

● <Backyard Monsters>의 성공적인 시장 확장을 이끌어낸 Viximo

- ◆ 이미 Facebook에서 상당한 인기를 모으고 있던 <Backyard Monsters>가 새로운 게이머들을 확보할 수 있었던 데에는 Viximo의 소셜게임 플랫폼과 네트워크가 주효했던 것으로 보임
- ◆ Viximo의 홈페이지 자료에 따르면 Kixeye가 개발한 <Backyard Monsters>는 Viximo가 유통을 맡게 된 이후로 기존 Facebook의 수치에 비해 일일 이용자 수가 30% 이상 증가했으며, 월간 이용자 수로 나눈 게이머의 게임 몰입도 또한 50% 이상 증가한 것으로 조사
 - Viximo의 시스템을 통해 Google의 중남미 지역 소셜네트워크 플랫폼 Orkut과 스페인의 소셜네트워크 플랫폼 Tuenti 등의 글로벌 소셜네트워크 등의 진출에 필요한 기술적 난관을 쉽게 이겨냈을 뿐만 아니라, 현지화에 필수적인 번역과 마케팅 또한 Viximo가 처리해 주었음

- 이를 통해 현재 <Backyard Monsters>는 총 6개의 소셜네트워크 플랫폼에 진출해 있을 수 있게 되었음

● 소셜게임의 유통 플랫폼 구축 및 운영에 강한 자신감을 보이는 Viximo

- ◆ 글로벌 소셜네트워크 파트너십을 통해 유통 다변화가 필요한 소셜게임들에 최적의 솔루션을 제공할 수 있는 Viximo
 - Strang은 “Viximo의 파트너인 개발업체들은 Viximo와의 파트너십을 통해 새로운 소비자층을 만날 수 있게 됨은 물론 그들의 다변화 유통 전략을 보다 매끄럽게 다듬을 수 있게 된다”고 주장
 - <Backyard Monsters>의 사례처럼 Viximo는 게임 플레이의 최적화는 물론 마케팅에 있어 게임 노출도와 수익성에 이르기까지 개발자들이 자신들의 게임을 글로벌 무대에 빠르고 쉽게 선보일 수 있도록 하는 유통 전략을 제시할 수 있는 능력을 갖추고 있음
- ◆ 20여 개 이상의 소셜네트워크 플랫폼들과 파트너십을 맺고 있는 Viximo
 - 이들 소셜네트워크 플랫폼들 중에는 스페인의 Tuenti와 Google가 운영하고 있으며 브라질 최대의 소셜네트워크 플랫폼이기도 한 Orkut는 물론 중남미 히스패닉 계열 소셜네트워크 플랫폼인 Quepasa, 소셜네트워크 사이트인 Gaia Online, 3D 아바타를 이용하는 가상 세계 기반 온라인 소셜네트워크 IMVU등이 포함

 www.marketwatch.com

그림 13 KIXEYE의 소셜게임 <Backyard Monsters>



[출처] KIXEYE, 2011

Bally Technologies, 게임기기 박람회 'SAGSE Expo' 참여

● 아케이드 게임업체 Bally Technologies, 40여 개의 게임 출시

- ◆ 1932년 창립되어 미국 라스베이거스를 기반으로 카지노 게임기 개발과 카지노 객장 운영 솔루션 등 카지노산업에 특화된 사업 역량을 보유하고 있는 Bally Technologies가 아르헨티나 부에노스아이레스에서 11월 9일부터 11일까지 양일간 개최된 카지노와 게임기기 박람회 'SAGSE EXPO'에 40여 개의 게임 타이틀과 카지노 게임 솔루션 등을 들고 두 개의 운영 부스를 통해 참여
 - Bally Technologies의 사장이자 업무최고책임자(COO) Ramesh Srinivasan은 박람회가 열리기 전에 밝힌 성명에서 “SAGSE 박람회에서 선보이는 전시를 통해 Ball Technologies가 보이고자 하는 바는 카지노 플레이어들에게 매우 높은 수준의 엔터테인먼트 경험을 제공할 수 있는 솔루션에 초점이 맞춰져 있다”며, “Bally Technologies의 세계 최고 수준의 새로운 브랜드들과 매우 높은 경쟁력을 갖춘 게임 콘텐츠 그리고 몇몇 선구적인 새로운 기기들을 소개할 것”이라고 언급
 - Srinivasan은 이어 “어떤 제조사들의 게임들로 구성되어 있는 카지노 객장에서라도 차별화된 게임 경험을 고객들에게 선사할 수 있는 카지노 객장의 새로운 애플리케이션 또한 소개할 예정”이라고 언급
- ◆ 특히 이번 'SAGSE Expo' 참여자들은 Bally Technologies의 새로운 카지노 게임기 <Michael Jackson King of POP>과 <Grease> 게임들을 즐길 수 있는데 이는 미국 외의 지역에서는 처음으로 선을 보이는 자리였음
 - Bally Technologies의 남미지사장 Ricardo Regner가 박람회가 열리기 전에 밝힌 바에 따르면 Regner는 “Bally Technologies의 놀라운 카지노 게임 타이틀들과 카지노 시스템 솔루션들은 이번 'SAGSE Expo'의 최고의 화제거리가 될 것이라고 확신한다”고 말함
 - 미국의 1978년 뮤지컬 영화 <Grease>를 배경으로 하는 카지노 게임 <Grease>는 해당 게임기를 사용하는 카지노 플레이어가 한 번에 두 개의 게임을 동시에 진행할 수 있도록 하는 더블플레이(Double-Play) 방식을 Bally Technologies가 처음으로 채택한 게임
 - 미국 그리고 세계에서 가장 유명한 팝 가수 중에 한 명인 Michael Jackson을 주제로 하고 있는 <Michael Jackson King of Pop> 게임기는 Bally Technologies의 최신 게임 시스템인 Pro Series V22/32으로 제작되어 있으며 여기에는 서라운드 음향 기술이 적용된 의자가 포함
- ◆ 이들 외에도 최근의 'Global Gaming Expo'에서 최고의 슬롯머신(Best Slot Product)이란 영예를 거머쥔 <Fish'n for Loot>이 포함되어 있는데, <Fish'n for Loot>는 iDeck이란

Bally Technologies의 인터랙티브 게임 시스템을 설치하여 카지노 플레이어로 하여금 슬롯머신 게임 중에 동시에 게임기 하단 터치 스크린을 통해 인터랙티브한 콘텐츠와 서비스를 즐길 수 있도록 하였음

인터랙티브 기술을 첨가한 솔루션 공개

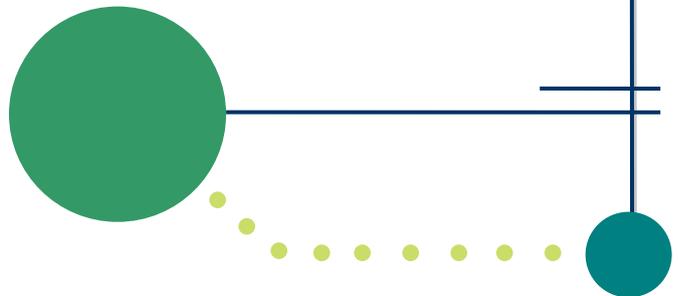
- ◆ Bally Technologies는 'SAGSE Expo'를 통해 자체 게임 시스템과 콘텐츠들 뿐만 아니라 카지노 객장 운영에 다각도로 사용될 수 있는 인터랙티브 커뮤니케이션 솔루션 또한 함께 선보임
 - iVIEW Display Manager라 불리는 인터랙티브 디스플레이 매니저가 바로 그것인데, iVIEW는 사용자와 카지노 게임 운영자간의 상호 의사소통을 각 게임 단말기에 부가적으로 설치될 수 있는 터치 스크린을 통해 가능케 함
 - 이 시스템 솔루션을 통해 카지노 운영자들은 카지노 플레이어들에게 은행계좌 셀프 서비스나 마케팅 메시지 혹은 추가 보너스 게임 등의 혜택 등을 제공할 수 있게 됨
 - 무엇보다 플레이어의 진행 중인 게임을 방해하는 일 없이 이들 운영 요소들이 제공될 수 있다는 점이 장점
- ◆ 또한 Elite Bonusing Suite라는 시스템이 iVIEW Display Manager 솔루션과 결합될 경우 카지노 운영자들은 보다 자유롭고 새로운 차원의 카지노 객장 운영이 가능해짐
 - 카지노 플레이어들이 개별 카지노 게임만을 즐기는 것이 아니라 다른 카지노 플레이어들과 함께 즉석 카지노 슬롯머신 토너먼트 대회에 참여할 수도 있음
 - 운영자들 또한 카지노 플레이어들의 개인 정보에 기초한 생일 보너스 등의 다양한 이벤트 또한 함께 진행할 수 있게 되어 보다 자동화된 고객 서비스를 가능케 해줌

 www.marketwatch.com



국내 게임시장 동향

- 'G-Star 2011', 게임 선진국의 위상 선보이며 성황리에 폐막
- 클라우드, 온라인게임 서버의 새로운 트렌드로 각광
- Apple 앱스토어의 게임카테고리 개방
- 제2회 소셜게임 & 스타트업 쇼케이스 성황리 개최
- **통계** 국내 온라인게임 순위



'G-Star 2011', 게임 선진국의 위상 선보이며 성황리에 폐막

● 'G-Star 2011', 세계적인 온라인 게임 전시회로 자리매김

- ◆ 지난 11월 10일 부산 벡스코에서 개최된 국제게임전시회 'G-Star 2011'이 나흘간의 일정을 마치고 13일 폐막함
 - 올해로 7회째를 맞은 'G-Star 2011'은 Microsoft와 Sony의 불참에도 불구하고 국내 게임 업체들이 한국형 모바일게임을 대거 선보이며 성황리에 진행됨
- ◆ 작년 콘솔게임이 대거 선보였던 것에 비해 올해는 온라인게임이 주를 이룸
 - NC소프트, 넥슨, 네오위즈게임즈 등 국내 유명 게임업체들은 전시관 대부분을 자사의 최신 온라인게임을 직접 체험해볼 수 있는 시연대로 구성함
- ◆ 세계 게임업체들의 비즈니스 통로로서 가능성도 내비쳐
 - B2B관에 참가한 해외기업은 지난해 100개사에서 올해 266개사로 2배 이상 증가했음

● 29만 명이 방문한 'G-Star 2011', 운영 미숙이 해결과제로 남아

- ◆ 'G-Star 2011'의 관람객은 작년 28만 명보다 1만명 증가한 29만 명으로 조사
 - 'G-Star' 사무국은 "방문객의 증가 폭이 그 전년도에 비해 크지는 않았지만 이전보다 행사장 동선을 넓힌 결과 체류 시간이 길었던 것으로 분석된다"고 밝힘
 - 'G-Star 2011'은 여성과 가족 단위 관람객이 크게 증가해 게임이 더이상 일부 청소년이나 성인들만의 전유물이 아닌 전 세대를 아우르는 하나의 문화로 자리잡았음 보여줌
- ◆ 'G-Star'의 B2B관은 1, 2, 3층으로 나뉘져 운영됐지만 1층을 제외하고는 접근성이 떨어지는 문제가 발생
 - 일부 게임업체 관계자는 "마지막날까지도 3층에 B2B관이 있는 걸 모르는 업체 사람들도 많았다"고 불만제기
 - 정확한 수치는 나오지 않았지만 게임업체들의 체감 정도는 2, 3층에 있는 B2B관 방문율이 1층의 1/3 수준도 안됐다는 분석
 - 결국 2, 3층을 배정 받은 업체들은 동일한 비용을 지불하고도 손해를 본 것으로 조사

클라우드, 온라인게임 서버의 새로운 트렌드로 각광

● 국내 온라인게임, 클라우드 서버에 대한 관심 고조

- ◆ 넥슨 아메리카는 "국내 온라인 게임시장에선 아직 클라우드 서버 구축이 시작단계지만, 넥슨 아메리카에서는 클라우드가 굉장히 중요한 주제"라면서 "소셜게임의 대명사인 Zynga는 대부분의 게임 서버를 클라우드로 구현하고 있다"고 언급함
 - 온라인게임의 경우 시간대에 따라 동시접속자수의 변동이 심해 서버의 효율적 운영이 화두로 떠오름
 - 넥슨의 경우 퍼블릭 클라우드(Public Cloud)와 프라이빗 클라우드(Private Cloud)의 혼합형인 하이브리드 클라우드(Hybrid Cloud)를 이용하는데, <메이플스토리>의 평균 동시접속자수가 2,000만 명 수준인 점을 감안하여 기본 이용자 1,000만 명에 대해서는 프라이빗 클라우드 서버를 구축하고, 나머지는 퍼블릭 클라우드를 도입하여 쓴 만큼만 비용을 지불함
- ◆ 네오위즈게임즈는 "클라우드를 활용한 서버 구축은 시스템 준비시간 단축과 유연한 서비스 지원을 가능케 한다"면서, "글로벌시장을 공략하는 게임사들은 대부분 클라우드 도입을 고려하고 있다"고 언급함
 - 네오위즈게임즈는 새롭게 론칭하는 MMORPG의 서버 구축을 위해 지난 10월 클라우드 서버 구축을 완료함

● 서버 안정성과 비용절감 효과 측면에서 각광받는 클라우드 서버

- ◆ 넥슨은 "게임의 동시접속자 추이 그래프에서 최고점과 최저점 사이의 격차가 문제가 된다"면서 "서버를 수 백대 준비하고도 최저점일 때는 고작 몇 십대의 서버가 가동되며, 투자는 많이 하고 활용을 못하는 상황이 발생한다"고 설명
 - 넥슨은 "아마존에서 가상의 서버를 만들면 순식간에 서버를 원하는 만큼 구축할 수 있다"면서 "물리적 장비와 네트워크 관리 비용 등을 계산해보면 클라우드로 서버를 구축한 만큼만 비용을 낼 뿐 아니라, 이를 관리하는 직원도 소수라 비용 절감 효과를 볼 수 있다"고 언급함
- ◆ 게임서버는 365일 24시간 구동돼야 하고 게임 플랫폼과 서비스의 분리도 반드시 필요하며, 보안 등의 문제로 서버 운영체제 업데이트가 필수적이거나 이 과정에서 자칫 서버가 꺼져 버리는 문제가 발생
 - 클라우드 서버를 활용할 경우 플랫폼과 서비스가 분리돼 업데이트 시에도 지속적인 게임 서비스가 가능함

Apple 앱스토어, 국내 게임카테고리 개방

● 벤처 개발사를 중심으로 대두되었던 해외 대형게임의 역습이 현실로 나타나

- ◆ 지난 11월 2일 Apple 앱스토어의 국내 게임카테고리 개방 이후 유료게임 상위 10개 게임 가운데 국산게임은 게임빌의 <2011프로야구>가 유일함
 - 유료게임 상위 20위권 안에 이름을 올린 국산게임은 총 4개이며, 무료게임 20위권 안에는 총 7개의 국산게임이 포함
 - 이들 게임을 개발한 기업은 NHN, 넥슨모바일, 게임빌, 컴투스 등 대형 업체로 게임 카테고리 개방 이후 해외 대형 게임과 일부 국내 대기업들의 게임이 상위권을 점령하고 있음
- ◆ 게임 카테고리 개방으로 인해 벤처게임 개발사의 진입장벽 더욱 높아질 전망
 - 퍼즐게임 <볼리>를 개발한 넥스트앱스는 "Apple과 Google이 게임카테고리를 폐쇄한 1년 7개월은 중소 게임사들에게 일종의 보호막 역할을 했다"며 "개방이 이뤄지면서 자금력과 인지도를 갖춘 해외 게임들의 공세가 이어지고 있다"고 설명
 - 스마트폰 이용자 급증과 더불어 모바일 게임시장에 대한 기대감이 높아지면서 벤처들의 도전이 이어지고 있으나 해외 대작게임과 초반부터 힘겨루기를 해야 하는 상황에 처함

● 국내 대형 게임사, 해외게임들과 본격적인 승부 준비

- ◆ 넥슨, 위메이드, 엠게임 같은 온라인 게임업체들이 스마트폰용 게임을 출시할 계획이며 NHN은 국내외에서 140개의 모바일게임을 서비스 하고 있으며, 연내에 한국과 일본에 각각 15개, 50개의 게임을 추가적으로 출시할 계획
 - NHN은 "당장 스마트폰을 통한 수익창출 보다는 시장지배력 강화를 목표로 할 것"이라고 밝혔으며, 자금력이 부족한 국내 벤처들은 대형 온라인 게임업체의 물량공세를 온 몸으로 받아내야 하는 상황임
 - 스마트폰 게임업체 게임데이는 "피쳐폰 시절부터 모바일게임 서비스를 진행해온 대형 기업들은 해외업체와 경쟁할 수 있는 여건이 충분하지만 중소 개발사들은 아직 역력이 없다"고 우려함
- ◆ 중소 벤처기업, 뛰어난 아이디어와 기획력이 생존의 관건
 - 넥슨모바일은 "모바일게임은 온라인과 달리 적은 인원이 짧은 시간 안에 결과물을 내놓을 수 있다"며 "뛰어난 아이디어와 기획이 있으면 국내 중소기업들도 해외 인기게임과 경쟁을 펼칠 수 있는 기회가 될 것"이라고 설명

제2회 소셜게임 & 스타트업 쇼케이스 성황리 개최

● 소셜게임 & 스타트업 쇼케이스, SNS관련 업계의 소풍의 장

- ◆ 11월 19일 서울 을지로 SKT-Tower에서 제2회 소셜게임 & 스타트업 쇼케이스 개최
 - 1인 기업 와일드카드 컨설팅이 주최한 이번 행사는 자원봉사자들이 진행한 비상업적 행사로 투자자와 바이어를 대상으로 하는 젊은 기업의 오디션 같은 행사로 업계의 주목을 받고 있음
 - 이번 행사는 SK커뮤니케이션즈, NHN 한게임, 네오위즈 등 한국의 대표적인 플랫폼사업자와 게임회사가 후원했으며, 게임빌, 컴투스, 넥슨모바일 등 모바일 게임업계에서도 행사를 지원함
 - 또한 GREE, Humanity Japan, Kontagent 등 해외기업도 이번 행사에 참여함
- ◆ SK커뮤니케이션즈와 한게임 등 메이저 업체 SNS 사업 분야에 대한 입장 밝혀
 - SK커뮤니케이션즈는 "더 넓어진 시장, 더 다양해진 플랫폼과 함께 경쟁 역시 치열해지고 있으며, 여러 개발사와 플랫폼의 적극적인 연계와 협력이 요구된다"면서 "싸이월드 앱스토어의 당면 과제가 벤처의 성장기반 마련이며 사업적, 기술적인 지원에 적극 나서겠다"고 언급함
 - 한게임은 "한게임의 스마트폰 게임시장 진출 선언 이후, 적극적인 개발과 출시, 일본 시장공략 등을 통해 의미 있는 성과를 내고 있다"며 "최근 모바일게임 사용자와 PC 온라인게임 사용자의 패턴이 유사해지고 있으며, 다양한 게임 서비스 경험이 있는 한게임이 스마트 디바이스, 모바일게임 분야에서도 앞설 수 있을 것이다"라고 포부를 밝힘
- ◆ 로드컴플릿과 핫독스튜디오 등 주목받는 스타트업 벤처들의 프로젝트 관련 발표 이어져
 - 삼성전자 게임사업부의 PF 투자로 최근 스마트폰 소셜게임 <범핑베어>를 출시한 로드컴플릿과 NC소프트에 인수된 핫독스튜디오의 모바일게임 동영상에 행사 참가자들의 주목을 받음
 - 인기 소셜게임 <쉽팜 인 슈가랜드>를 개발한 NoosLab은 사원 평균 연령이 23.8세라는 점을 어필하며 게임 뿐 아니라 캐릭터, 콘텐츠 비즈니스로 사업을 확장시켜 나가겠다는 비전을 밝힘
 - 소셜게임 뿐 아니라 최근 위메이크프라이스에 인수된 와플스토어, 독특한 카메라 앱으로 해외의 평가가 높은 젤리버스, 스마트폰으로 사용하는 소셜 노래방을 출시한 와이소프트 미디어 등의 다채로운 발표가 이어짐

통계 **국내 온라인게임 순위**

표 10 **국내 온라인게임 순위**

순위	게임트릭스 (2011.11. 20 기준)	게임메카 (2011. 11. 16 ~ 2011. 11. 22)	인벤 (2011. 11. 14~ 2011. 11. 20)
1	아이온	피파온라인2	피파온라인2
2	서든어택	아이온	아이온
3	워크래프트3	리니지	서든어택
4	피파온라인2	던전앤파이터	리니지
5	스타크래프트	서든어택	던전앤파이터
6	리니지	메이플스토리	메이플스토리
7	월드오브워크래프트	테라	사이퍼즈
8	던전앤파이터	카트라이더	월드오브워크래프트
9	리니지2	스페셜포스2	카트라이더
10	테라	리니지2	스타크래프트2
순위	게임노트 (2011. 11. 14~ 2011. 11. 20)	게임조선 (2011. 11. 16 ~ 2011. 11. 22)	게임리포트 (2011. 11. 20 기준)
1	아이온	피파온라인2	아이온
2	피파온라인2	아이온	서든어택
3	서든어택	리니지	워크래프트3
4	리니지	던전앤파이터	스타크래프트
5	던전앤파이터	리니지2	피파온라인2
6	메이플스토리	서든어택	메이플스토리
7	사이퍼즈온라인	테라	월드오브워크래프트
8	테라	사이퍼즈	던전앤파이터
9	스타크래프트2	스타크래프트2	테라
10	리니지2	프리스타일풋볼	리니지

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

[출처] 각 사 홈페이지

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2011년 11월 30일
- ▶ 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.