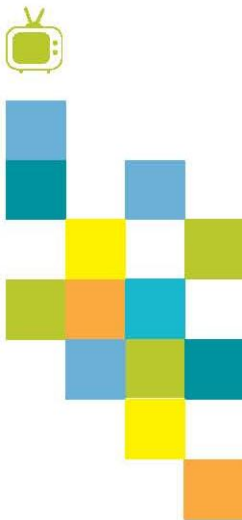
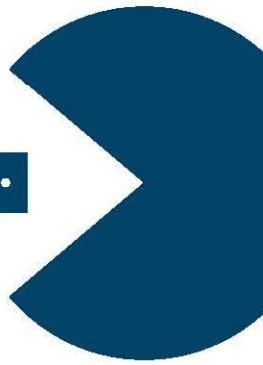
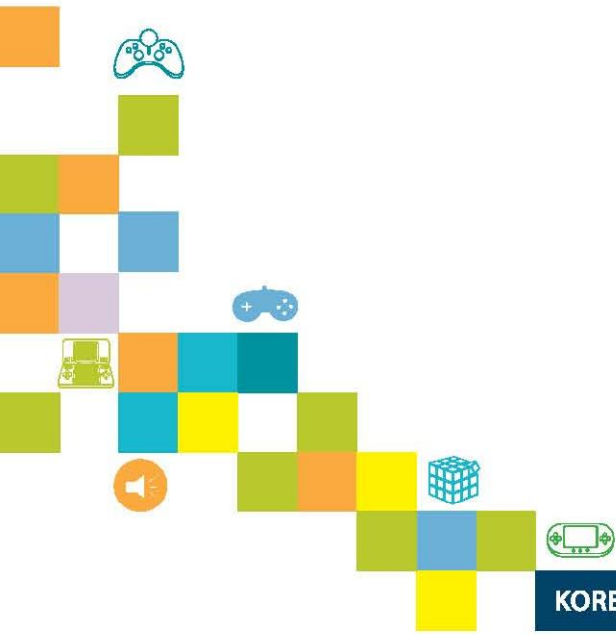


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 5월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 디지털게임, 독립형에서 네트워크 모델로 진화
- GameHouse, 기혼 여성들의 게임 실태보고서 발표
- MS의 부분유료화 모델 도입을 둘러싼 업계 전망
- 범죄와의 전쟁을 선포한 게임
- 콘솔게임 전력 소비의 주범은 유휴 전력(Idle Power)
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 13

- 2012년 미국 비디오게임 판매 매출, 42% 감소
- 부분유료화, 미국 모바일게임의 주요 수익원으로 작용
- 미국 소셜 게임시장, 여성 게이머 이탈로 성장을 감소
- 자회사를 매각하는 ATARI, 모바일 게임업체로 변신 중
- Valve의 승리로 결정된 <DOTA> 상표권 분쟁
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위

3. 아시아 게임시장 동향..... 23

중국 게임시장 동향..... 24

- 2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 규모, 18억 달러
- 2016년 중국 게임시장, 200억 달러 규모로 성장
- 중국 30개 업체 참여한 '모바일게임발전연맹' 발족
- 게임업체 Tencent, 점유율 확대로 경쟁업체들 압박
- Changyou 1/4분기 실적 발표, SNS와 모바일 투자 강화
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 32

- 일본 소셜 게임업체, 확률형 아이템 '콤포가차' 전면 폐지
- GREE와 Mobage, MAU 및 과금률 가장 높아
- Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U, 성공의 열쇠는 가격
- 메이저 콘솔 게임 업체 Konami, 소셜게임으로 매출 상승
- DeNA, 미국 소셜 게임업체와 제휴 확대
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 40

- 온라인게임 규제 강화에 나선 베트남 호치민 인민위원회
- 인도네시아 Qeon Interactive, 소셜 게임사업 진출
- 인도 모바일게임 개발업체, 영화티켓 프로모션 진행
- 대만 Media Tek, Gameloft와 제휴해 모바일게임 강화

5. 유럽 게임시장 동향..... 45

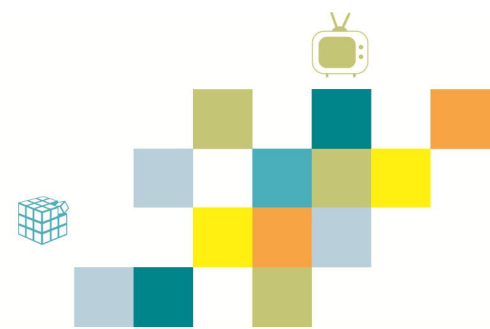
- 영국 정부, 게임 연령등급제 VSC 방식으로 통합
- 러시아 게임시장, 2016년 15억 달러로 성장
- 독일, 유럽 게임시장의 다크호스로 부상
- Rovio, 2011년도 매출 전년 대비 963% 증가
- Gameloft, 2012년 1/4분기 매출 4,480만 유로 달성
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 54

- 2012년 멕시코 게임시장, 10억 달러 규모로 성장
- ADVA, "아르헨티나, 중남미 제2의 게임시장으로 성장"
- 아르헨티나, 게임관련 간담회 'GameTalk 2012'개최
- 게임업체 Square Enix, 중남미 게임축제 개최

7. 국내 게임시장 동향..... 59

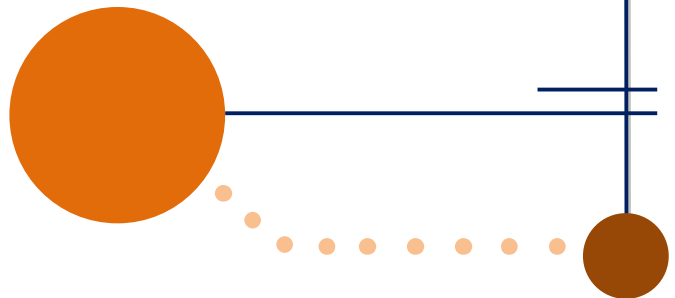
- 메이저 온라인 게임업체의 해외 진출 현황
- 포털 3사의 소셜게임 사업 전략
- PC기반 온라인게임, 모바일게임으로 등장
- 국내 게임업체, '사회적 책임'에 대한 공감대 확산
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 디지털게임, 독립형에서 네트워크 모델로 진화
- GameHouse, 기혼 여성들의 게임 실태보고서 발표
- MS의 부분유료화 모델 도입을 둘러싼 업계 전망
- 범죄와의 전쟁을 선포한 게임
- 콘솔게임 전력 소비의 주범은 유틸 전력(Idle Power)
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



디지털게임, 독립형에서 네트워크 모델로 진화

EA 디지털 사업부문의 임원 Kristian Segerstrale에 따르면, 디지털게임 개발은 독립형이 아닌 크로스플랫폼을 통한 네트워크 모델로 개발되어야 함. 특히 게임간 상호 연결과 플랫폼 연계를 통한 게임 생태계 구축이 향후 게임산업의 주요 이슈로 작용

■ 디지털게임은 독립형(Standalone) 제품이 아닌 네트워크 모델을 추구해야

- ▶ 메이저 게임업체 EA가 주력 사업이었던 전통적인 패키지 형태의 게임에서 디지털 방식 게임으로의 사업 방향 전환을 성공리에 진행하고* 있는 가운데, EA의 자회사인 소셜 게임업체 Playfish의 공동 창립자이자 EA의 디지털 사업부문 임원 Kristian Segerstrale이 디지털게임 개발에 있어 네트워크적 가치의 중요성을 강조
 - Segerstrale은 "EA가 여전히 가야 할 길이 멀다"며, "EA와 다른 메이저 게임업체들은 게임들을 독립형 제품보다 큰 네트워크에 속해 있는 게임으로서 재인식해야 할 필요가 있다"라고 주장
 - 또한 "게임은 이제 독립된 하나의 소프트웨어가 아닌 온라인 상호교류의 수단으로 이해되고 있다"고 말하며 게임의 네트워크적 성격을 이해하는 것이 디지털 시장에서 성공할 수 있는 열쇠임을 강조
- ▶ 게임업체들은 게임간 상호 연결 및 플랫폼 연계를 통한 생태계 구축을 마련해야 함
 - EA는 "기존 패키지형 게임들과는 달리 디지털게임은 다른 게임이나 플랫폼과 일종의 연결을 제공할 때 가장 큰 효과를 보일 수 있다고 믿는다"며, "온라인 연결이 가능한 게임들은 게이머들과의 보다 긴밀한 관계형성을 위한 네트워크적 생태계를 형성할 수 있도록 서로 연결되어야 한다"고 언급

*주 : EA가 발표한 2012 회계년도 실적에 따르면 EA의 디지털 매출은 전년 대비 47% 증가한 12억 달러에 달했으며, 2012년 1/4분기 디지털 매출 또한 전년동기 2억 6,800만 달러를 훌쩍 뛰어넘는 4억 2,500만 달러를 기록. 특히 1/4분기 디지털게임(Full Game) 다운로드는 전년동기 대비 76% 늘어났으며 여기에는 인기 프랜차이즈 게임인 <Mass Effect 3> 와 <Star Wars: The Old Republic> 등의 인기가 큰 힘을 발휘한 것으로 분석

■ 크로스플랫폼 전략을 디지털 게임시장 공략의 지렛대로 삼은 EA

- ▶ EA의 핵심역량으로 성장했다는 평가를 받고 있는 EA의 디지털 사업부문은 실제로 크로스플랫폼 전략을 이미 채택하고 있음
 - Apple의 iOS 기반 게임으로 출시된 모바일게임 <Mass Effect Infiltrator>는 동명의 콘솔 및 PC게임 <Mass Effect 3>와 연계된 콘텐츠를 게이머들에게 제공할 뿐만 아니라, 실제 <Mass Effect 3> 캠페인 진행과도 연동되어 <Mass Effect 3> 캐릭터와의 상호 작용이 가능한 게임 플레이를 할 수 있도록 하여 큰 인기

- 이외에도 2011년 3월 서비스를 시작한 Facebook 게임 <Dragon Age Legends>** 또한 콘솔게임과 연동된 게임 내 보상을 제공
- EA는 모바일게임, 소셜게임, PC게임, 콘솔게임 등을 연계시키는 크로스플랫폼 전략을 야심차게 진행
- 이에 대해 Segerstrale은 "EA는 게이머들이 단말기 종류에 관계없이 EA의 프랜차이즈 게임들을 어디서나 즐길 수 있도록 만들 것이다"라고 언급

▶ 크로스플랫폼은 기존 게임을 다른 플랫폼에 이식하는 것이 아니라, 각 플랫폼에 최적화된 게임을 개발하는 것이 핵심

- Segerstrale은 "EA의 유명 프랜차이즈 게임들을 가능한 많은 플랫폼에 이식하기 위해 노력하고 있다"면서도, "개발자들은 단순히 게임을 다른 플랫폼에 이식하는 대신 각 단말기에 최적화된 게임을 개발하기 위해 할 수 있는 일을 해야만 한다"고 언급
- 또한 그는 "모든 것이 계획대로 이뤄진다면 EA의 많은 커넥티드 게임들은 소비자들이 어떤 게임 플랫폼을 사용하던지 그들의 관심을 사로잡을 수 있을 것이라 믿는다"고 말하면서, "게이머들이 이들 크로스플랫폼 브랜드와 게임 타이틀들을 지속적으로 즐기게 된다면 이는 언젠가 EA에 있어 수익 모델로 자리잡게 될 것"이라고 주장

**주 : Gamasutra가 2012년 5월 18일 보도한 바에 따르면 <Dragon Age Legends>의 경우 EA가 6월 중으로 서비스를 중단 하겠다는 발표를 한 상황이며, 서비스 중단에 대한 명확한 이유는 공개되지 않은 상황

 www.gamasutra.com

GameHouse, 기혼 여성들의 게임 실태보고서 발표

기혼 여성 직장인들이 전업주부들에 비해 게임을 더 많이 즐긴다고 게임포털 GameHouse가 발표. 또한 미국 주부들은 Facebook 게임 등의 소셜게임을 선호하며 가사 활동 등의 스트레스에서 벗어나고자 게임을 즐기는 것으로 나타남

■ 미국 기혼 여성들의 게임 실태 조사 보고서가 발표

- ▶ 미국의 기혼 여성 직장인들이 전업주부들에 비해 게임을 더 많이 즐긴다는 연구 결과가 발표
 - 시장조사업체 Harris Interactive가 온라인 게임포털 GameHouse의 의뢰로 2012년 3~4월까지 미국 여성 2,000명을 대상으로 게임 실태에 대해 조사한 "Study show's that facebook gamers are a mother load"에 따르면, 전업 주부들 중 30%만이 게임을 즐긴 적이 있다고 답한 반면, 게임을 즐긴 적이 있다고 답한 기혼 여성 직장인들은 68%로 집계
 - 주부들은 매주 4~6번은 게임을 하는 것으로 조사
- ▶ 미국 주부 중 68%가 가사 및 직장 스트레스 해소를 위해 게임을 즐기고 있는 것으로 조사
 - 주부들이 게임을 하는 다른 이유로 심적 휴식(58%), 여가시간을 갖기 위해(55%), 사람들과의 관계를 위해(17%) 등이 있음
 - 실제로 캐주얼게임을 즐긴다고 응답한 주부들 중 절반 가까이(47%)가 캐주얼게임을 통해 더 행복해졌다고 응답
 - 또한 46%에 달하는 주부들은 캐주얼게임을 통해 더 똑똑해진 것처럼 느낄 수 있었다고 응답
- ▶ 미국 가정주부들의 절반 가까이(47%)가 소셜게임을 주로 즐긴다고 답한 가운데, 컴퓨터 다운로드 게임을 즐긴다고 답한 주부들은 26%로 조사
 - 반면 스마트폰이나 태블릿 PC를 통한 게임을 즐긴다고 답한 주부들은 각각 19%와 4%에 그쳤음
 - 게임을 즐기는 이들 주부들에 대한 지역별 게임 선호도 조사에서는 미국 남부에 거주하는 주부들이 북부에 거주하는 주부들보다 캐주얼게임을 더 선호하는 것으로 나타남
 - 한편 어린이들과 여성들 사이에서 특히 Facebook 게임들이 인기가 있는 것으로 나타난 가운데, 주부 게이머들의 평균 연령은 약 38.2세인 것으로 조사
 - 반면, 주부 게이머들의 자녀들의 평균연령에 대한 조사에서는, 전체 응답자의 절반에 조금 못 미치는 45%의 응답자가 자녀의 나이가 13~17세 사이라고 응답

- 하지만 자녀의 나이가 3~5세 사이라고 답한 주부 게이머의 비율은 29%, 6~9세 사이라고 답한 주부 게이머의 비율은 33%로 가사 부담이 실제 게임을 즐기는 데 있어 어느 정도 영향을 주는 것으로 조사

▶ **미국 주부들의 대부분은 가사활동을 마친 오후 8시 이후부터 게임을 즐길 여유를 가질 수 있는 것으로 나타남**

- '하루 중 언제 게임을 즐기는가?'라는 질문에 대해 응답자의 60%가 일반적인 자녀들의 취침시간 이후인 오후 8~12시 사이에 게임을 즐긴다고 응답
- 이는 대부분의 가정주부들이 가사활동을 마친 이후에나 게임 등을 즐길 여유시간을 가질 수 있다는 것을 의미
- 또한 응답자의 46%는 오후 4~8시 사이에 게임을 즐긴다고 답하였으며, 오전 5~12 사이에 게임을 즐긴다고 답한 주부들은 32%로 조사

▶ **주부 게이머라고 해서 반 사회적 성향을 가지거나 인간관계에 소극적이지는 않다는 조사 결과도 함께 발표**

- 보고서에 따르면, 80% 이상의 주부 여성 게이머들은 온라인과 오프라인을 통해 친구들과의 인간관계를 형성하고 있다고 응답
- 온라인게임을 즐기는 여성 게이머들이 그렇지 않은 주부들보다 더 사교적인 것으로도 조사되었는데, 여성 온라인 여성 게이머들의 82%가 주 1회 이상 사람들과 직접 만나는 인간관계를 유지하는 반면, 그렇지 않은 여성들은 74%만이 주 1회 이상 사람들과 직접 만나는 인간관계를 유지한다고 응답
- 또한 주 1회 이상 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 것에 있어서도 여성 온라인 게이머들의 81%가 그렇다고 답한 반면, 그렇지 않은 여성들은 63%만이 주 1회 이상 소셜 네트워크 서비스를 사용한다고 응답
- 또한 보고서는 온라인 게임을 하는 여성들이 그렇지 않은 여성들 보다 부부관계는 물론 운동 및 스포츠 활동에도 더욱 적극적이라는 조사 결과를 제시

 www.gamesindustryblog.com

MS의 부분 유료화 모델 도입을 둘러싼 업계 전망

부분 유료화 모델이 게임산업의 성장동력으로 주목 받으면서 MS 등 콘솔 게임업체가 부분 유료화 모델을 도입. 그러나 일부 게임전문가들은 콘솔게임에서 부분 유료화는 수익을 감소시킬 수 있는 위험 요소로 작동할 수 있다고 경고

■ MS의 Xbox360용 부분 유료화 모델 도입에 관한 찬반 논란

- ▶ MS Xbox360용 부분 유료화(free-to-play, F2P) 모델 도입을 두고 업계의 찬반 논란 제기
 - 부분 유료화 모델은 게임 타이틀을 무료로 제공하는 대신 게임 내 광고와 소액 결제를 통해 이윤을 창출하는 비즈니스 모델로 현재 대규모 멀티플레이를 이용한 온라인 게임과 소셜 게임에서 널리 활용
- ▶ 온라인 멀티플레이 게임 <Tribes: Ascend>의 개발업체 Hi-Rez Studios의 Todd Harris COO는 "콘솔 게임에는 아직 부분 유료화 모델이 도입되지 않았지만, 현재 MS와 Sony 등이 부분 유료화 게임 제작을 위해 개발업체들과 협의 중인 것으로 알려졌다"고 언급
 - Todd Harris는 2011년 Eurogamer를 통해 "Xbox360에서의 부분 유료화 게임 지원은 당연하며, 부분 유료화 모델은 초기 실물 게임 구입을 꺼리는 게이머의 가격 저항을 줄이고, 이론적으로 수익의 한계가 없어 개발자들의 인센티브 확보에 유리할 것"으로 전망


■ 반대 입장, "콘솔 게임과 부분 유료화는 서로 결합될 수 없다"

- ▶ 시장조사 업체 Wedbush Securities의 애널리스트 Michael Pachter는 "MS는 콘솔 게임의 부분 유료화 모델 도입에 관심이 없을 뿐더러, 넘쳐나는 무료 이용자들로 서버 공간만 가득 찰 것"이라고 경고
 - 실제 MS가 콘솔 게임에 부분 유료화 모델을 도입한다면, 현재 서버 운영 수익의 30%만 가져올 수 있을 것으로 예상돼 수익성이 전혀 없을 것으로 전망
 - Pachter는 전세계 8억 명 이상의 이용자를 확보하고 있는 Facebook의 경우 Zynga의 FarmVille과 같은 부분 유료화 게임 모델로부터 전체 수익의 1/3 이상을 벌어들이는 반면, 1,700만 명의 이용자를 확보하고 있는 MS의 유료 서비스 Xbox Live Gold는 연간 1,000만 달러 정도의 수익을 올리고 있다고 설명

■ 찬성 입장, "부분 유료화, 콘솔 게임의 지속적인 수익 창출의 중요 요인으로 작용"

- ▶ 시장조사 업체 R.W. Baird & Co의 애널리스트 Colin Sebastian는 "게임 퍼블리셔의 최종 목표는 60달러에 게임을 구매하는 등 일회성 지출이 아닌 게이머들로부터 지속적 수익을 창출하는 것"이라고 강조

- 그는 "Zynga가 부분유료화 게임 모델을 채택하는 이유는 "코어 게이머들이 계속해서 비용을 지불하기 때문"이라며, "만약 MS에서도 가입비나 로열티를 지불하게 한다면 게임 가격을 얼마나 높게 책정하는지 여부는 문제시 되지 않을 것"이라고 언급

 www.venturebeat.com

범죄와의 전쟁을 선포한 게임

범죄와의 전쟁에 첨단기술을 활용해온 미국 버지니아주가 이번엔 인터랙티브 게임과 모바일게임을 통해 갱단의 신규 단원 모집을 근절하겠다고 발표. 법무부와 George Mason 대학은 이를 위해 파트너십을 맺고 관련 게임 3편을 공개

■ 미국 버지니아주, 갱단의 위험성을 알리는 인터랙티브 게임과 모바일게임 개발 계획 발표

- ▶ 미국 버지니아주는 인터랙티브 게임, 교육용 PC게임, 모바일게임 등을 통해 청소년들에게 갱단 가입 위험성을 경고하는 내용을 전달할 계획
 - 5월 3일 미국 버지니아주 법무부 장관인 Ken Cuccinelli와 George Mason 대학 총장 Alan Merten은 지역 갱단의 신규 단원 모집 활동을 근절하기 위해 갱단 가입에 대한 위험성을 청소년들에 알려줄 수 있는 인터랙티브 게임, 교육용 PC게임, 모바일게임을 개발하기로 결정
 - 이번 게임 개발 협약에 대해 법무부장관 Cuccinelli는 "갱단은 죽거나 감옥에 간 단원들을 대신하기 위해 어린 청소년들을 신규 단원으로 모집하려 끊임없이 노력한다"며, "신규 단원을 모집하기 위해 온라인게임이나 다른 첨단 기술들을 사용하는 등 갱단의 단원 모집 기술은 날이 갈수록 진화하고 있다"고 언급
 - Cuccinelli는 "George Mason 대학과의 협력을 통한 최종 목표는 갱단이 활용해온 방식인 온라인게임과 모바일 게임을 통해 갱단을 패배시키는 것에 있다"고 역설
 - Cuccinelli는 이어 "이들 모바일게임은 교육 도구로서 갱단에 가입하게 된 순간 승자 대신 감옥이나 죽음이라는 이름의 패배만이 있을 것이란 사실을 청소년들에게 알리게 될 것이다"라고 말하며 개발될 게임의 효과에 대해 자신
 - George Mason 대학의 총장 Merten은 "이번 파트너십은 George Mason 대학의 학생들이 자신들의 기술과 지식을 사용해 자신들이 자라난 지역 공동체에 보답하는 좋은 사례"라며, "만약 이들 게임이 청소년들로 하여금 지역 갱단에 가입하는 것을 막게 된다면 학생들의 노력은 충분히 보상받을 수 있다고 생각한다"고 언급
- ▶ 학생들이 개발하게 될 <Choose Your Own Adventure>은 중고등 학생을 대상으로 하고 있으며, 게이머가 각 상황에 대해 판단을 내리고 이를 통해 게임 진행과 결말이 달라지는 일종의 역할 수행게임
 - George Mason 대학 학생들은 이번 2012년 봄학기부터 게임 개발에 착수하기 시작하였으며, 법무부 장관실은 해당 게임 개발에 필요한 갱단 관련 지식을 제공
 - 학생들은 게임 개발에 필요한 스토리보드와 지문 작성은 물론 관련 음향 디자인이나 미술 작업 그리고 프로그래밍과 코딩에 이르는 게임 개발 전반을 책임

- 게임은 2012년 여름 모바일 플랫폼을 통해 무료로 다운로드 할 수 있게 될 예정이며, 이 외에도 법무부 장관실의 홈페이지와 George Mason 대학 홈페이지에서도 다운로드 할 수 있도록 할 예정
- ▶ George Mason 대학과 버지니아주 법무부는 갱단의 위험성을 알리는 게임 개발 외에도 청소년들과 깊은 관계가 있는 학교 폭력이나 인터넷 보안 및 다른 공공 안전 문제들을 다루는 게임 개발에도 함께 참여할 예정
- ▶ 이 외에도 게임 애플리케이션을 통한 갱단과의 전쟁을 알리는 이번 기사 회견장에는 총 3편의 게임이 추가로 소개
 - <A Second Family>는 Michael Katz 등 3인이 개발한 게임으로서 새로운 학교에 적응하기 위해 노력하는 한 소년(Justin)의 이야기를 게임의 줄거리로 삼고 있음
 - <A Second Family>를 통해 게이머들은 정체가 의심스러운 사람들과 얽히게 되는데 게이머들은 친구들과 선생님들을 의지해 이를 극복
 - <Influenced>는 Tiffany Nguyen 등 4인이 개발한 게임으로서, 게이머는 일련의 다양한 시나리오 속에서 지역 공동체의 일원들을 배반하거나 도움을 제공해 지역 공동체를 지배하고 있는 갱단에 영향을 미치게 됨
 - <New Kid on the Block>은 Stephen Berrigan 등 5인이 개발한 게임으로서 게이머들은 새로운 마을로 이사온 게임 캐릭터를 통해 새로운 학교에서 믿음만한 친구를 찾기 위해 옳은 결정을 내려야 함
- ▶ 이번 게임 개발 협약은 지역 공동체에서 갱단의 활동을 위축시키는데 도움이 될 뿐만 아니라, 게임 개발에 참여하는 학생들에게도 다양한 전문적 게임 개발 지식과 경험을 얻을 수 있다는 점에서 큰 도움이 될 전망
 - George Mason 대학의 컴퓨터 게임 디자인 프로그램을 담당하고 있는 Scott Martin은 "법무부 장관실과의 파트너십을 통해 학생들은 매우 큰 학습경험을 얻고 있다"며, "특히 실제 전문적인 팀(법무부 장관실)들과는 어떻게 일해야 하는지를 알게 되었다는 점이 매우 귀중한 경험"이라고 언급
 - Martin은 이어 "이번 파트너십 과정을 통해 학생들이 게임 개발을 의뢰할 실제 고객들과 일한다는 것이 어떤 것인지 알게 되기를 바란다"며, "최종 사용자를 고려한 게임 개발뿐만 아니라 완성된 게임을 대중에게 프리젠테이션 하는 방법들 또한 학생들이 배울 수 있게 되기를 바란다"고 밝힘

 www.fairfaxnews.com

콘솔게임 전력 소비의 주범은 유휴 전력(Idle Power)

미국 카네기멜론 대학 연구진들은 미국 가정에 설치된 콘솔의 소비 전력이 2007년 11TWh에서 2010년 16TWh로 약 50% 늘었으며 이렇게 늘어난 전력 소비의 상당량 (70% 이상)을 유휴 상태의 소비 전력(약 10TWh)이 차지하고 있다고 주장

■ 미국 가정에 설치된 콘솔게임의 소비 전력 급증

- ▶ 카네기멜론(Carnegie Mellon) 대학에 따르면, 미국 가정에 설치되어 있는 콘솔게임의 소비 전력이 2007~2010년 사이의 3년 동안 50% 가까이 증가
 - 카네기멜론 대학 Eric Hittinger 교수가 2012년 4월에 발표한 "Electricity consumption and energy savings potential of video game consoles in the Unites States" 보고서에 따르면, 미국 가정에 설치된 3대 콘솔게임 (Xbox360, PlayStation3, Wii)의 소비 전력이 2007년 11TWh에서 2010년 16TWh으로 약 50% 증가
 - 16TWh에 달하는 전력 소비량은 전체 가정 부문 소비량의 1%에 달하는 수치로, 미국 가정들이 미국 전체 전력 소비의 37%(2008년 기준)와 미국 전체 온실 가스 생산의 22%(2008년 기준)을 차지하고 있는 상황에서 무시할 수 없는 수치

■ 유휴 상태의 콘솔게임에서만 연간 10TWh의 전력이 낭비

- ▶ 보고서에 따르면 이와 같은 소비 전력의 급증은 하드웨어적인 측면보다는 절전습관 등 소비자들의 이용형태에 원인이 있음
 - 미국 전력연구센터(Electric Power Research Institute, 이하 EPRI)에 따르면 PlayStation3의 초기 모델은 180W의 구동 전력을 소비했으나, 최신 버전의 경우 단 85W만 소비
 - 반면 Xbox360을 항상 켜두는 소비자들의 경우 사용 후 Xbox360의 전원을 끄는 소비자들보다 약 10배 이상 많은 전력을 소비하고 있으며, Wii 또한 같은 경우 약 5배 이상 많은 전력을 소비
- ▶ 콘솔게임 전체 소비 전력의 68%는 콘솔을 사용하지 않은 채 켜두는 유휴 상태에서 소비되고 있는 것으로 파악
 - 보고서는 콘솔게임 구동 시 전력(Active Power), 유휴 상태 시 전력(Idle Power), 대기 전력(Stand-by), 지금까지의 판매량 등을 바탕으로 연간 유휴 상태의 게임 콘솔이 약 10TWh의 전력을 소비하고 있다고 분석
 - 2010년 기준으로 약 350만 대가 팔린 Xbox360의 2010년 모델의 경우 대기 전력은 1W에 불과한 반면 유휴 전력은 구동 전력(62~94W)와 별반 다르지 않는 75W에 달하고 있음

- Sony의 PlayStation3 또한 2010년 모델의 경우 대기 전력이 1W인 반면 유휴 전력은 75W이며 구동 전력은 이와 비슷한 81~100W에 달함
- Nintendo Wii의 경우 WiiConnect24 기능을 사용할 때 유휴 전력과 구동 전력은 각각 11W와 16W(평균)인 반면 대기 전력은 9W이며, WiiConnect24 기능까지 켜 경우 대기 전력은 2W로 하락
- 보고서에 따르면 2010년 기준으로 미국 가정에 설치된 콘솔게임들의 총 구동 전력은 2,600GWh(1.6TWh)에 불과한 반면 이들 게임 콘솔들이 유휴 상태에서 소비하는 총 전력량은 11,800GWh(11.8TWh)에 달함
- 또한 전기흡혈귀라 불리며 전기 낭비의 주범으로 주목되고 있는 대기 전력의 경우 1,600GWh를 소비

▶ 절전 상태 기능을 사용하거나, 콘솔게임 이용 후 전원을 내리는 것만으로도 연간 약 10TWh의 소비 전력 혹은 약 13억 달러의 전기 요금을 아낄 수 있음

- Xbox360과 PlayStation3의 연간 총 소비 전력의 75%가 유휴 상태에서 소비되고 있기 때문에 결국 총 소비 전력의 추이는 콘솔게임의 유휴 상태 여부에 달려 있음
- 콘솔게임의 절전 기능이 가장 효율적인 에너지 소비 절약 방법이며, 또한 유휴 상태에서의 소비 전력 자체를 하드웨어적으로 줄이는 노력 또한 필요
- 일반적으로 Xbox360이나 PlayStation3에서 자동 절전 기능을 사용하는 것만으로도 연간 30달러의 전기 요금을 아낄 수 있으며, 콘솔 게임기를 끄지 않았던 소비자들의 경우에는 연간 100달러 이상의 전기 요금이 절약 가능
- 콘솔게임이 1시간 이상 사용되지 않을 경우 자동적으로 전원이 꺼지는 자동 절전 기능을 사용한다면 총 전력 소비량을 70% 가까이 줄일 수 있으며 이를 통해 미국 소비자들은 연간 13억 달러에 달하는 전력 요금을 절약
- 한편 콘솔게임 사용 후 전원을 끄지 않는 소비자들이 90%에 달할 경우 연간 콘솔게임의 총 소비 전력은 40TWh까지 높아질 수 있음

 www.cnet.com

통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 5. 13 ~ 2012. 5. 19) (단위 : 대)

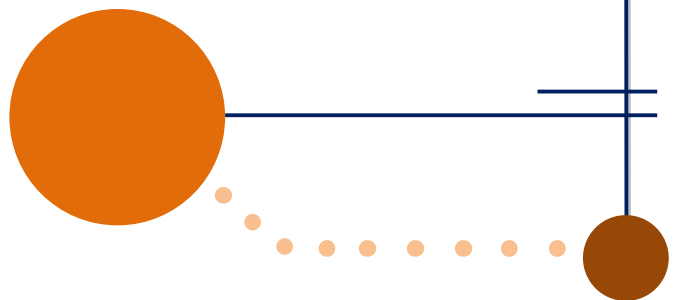
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	PlayStation3	Sony	137,034	5.6%	64,528,860
	2	3DS	Nintendo	130,945	-0.9%	17,310,997
	3	Xbox360	MS	119,057	10.5%	66,788,763
	4	Wii	Nintendo	63,413	2.2%	95,779,331
	5	PlayStation Vita	Sony	50,380	3.6%	2,076,175
	6	PSP	Sony	49,488	-7.7%	74,467,675
	7	DS	Nintendo	35,633	1.6%	151,326,018
SW	1	Diablo III (PC)	Activision Blizzard	1,778,762	신규	1,778,762
	2	Max Payne 3 (Xbox360)	Take-Two	470,990	신규	470,990
	3	Max Payne 3 (PlayStation3)	Take-Two	397,788	신규	397,788
	4	Mario Party 9 (Wii)	Nintendo	60,421	-12.8%	1,152,092
	5	My Little Sister Can't Be This Cute Portable (PSP)	Namco Bandai	53,050	신규	53,050
	6	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3)	Activision Blizzard	43,308	4.5%	11,853,962
	7	Battlefield 3 (PlayStation3)	EA	38,774	40.6%	5,332,886
	8	Super Mario 3D Land (3DS)	Nintendo	37,561	0.4%	6,067,433
	9	Mario Kart 7 (3DS)	Nintendo	36,094	-0.1%	5,602,915
	10	Prototype 2 (Xbox360)	Activision Blizzard	35,638	-33.7%	445,767

[출처] VG Chartz



미국 게임시장 동향

- 2012년 미국 비디오게임 판매 매출, 42% 감소
- 부분유료화, 미국 모바일게임의 주요 수익원으로 작용
- 미국 소셜 게임시장, 여성 게이머 이탈로 성장률 감소
- 자회사를 매각하는 ATARI, 모바일 게임업체로 변신 중
- Valve의 승리로 결정된 <DOTA> 상표권 분쟁
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



2012년 미국 비디오게임 판매 매출, 42% 감소

시장조사업체 NPD Group에 따르면, 2012년 4월 미국 게임 소프트웨어 매출(콘솔 게임과 PC게임 기준)은 전년동월 대비 42% 하락한 3억 720만 달러를 기록. 이는 2월과 3월의 전년동월 하락폭 24%와 26%와 비교해도 매우 저조한 성적

■ 전년동월 대비 42% 폭락한 미국 콘솔게임과 PC게임의 4월 실적

- ▶ 지난 수개월간 미국 콘솔게임과 PC게임 매출이 지속적으로 하락하고 있는 상황에서 2012년 4월에도 전년동월 대비 42% 매출 하락세가 나타남
 - 시장조사업체 NPD Group이 2012년 5월 10일에 발표한 "2012년 4월 미국 게임시장 보고서"에 따르면, 2012년 4월 미국 PC게임과 콘솔게임 매출은 전년동월 대비 42% 하락한 3억 720만 달러를 기록
 - 이는 시장조사업체 PiperJaffray가 5월초 전망한 4월 게임 소프트웨어 매출 성적인 3억 7,500만 달러에도 미치지 못하는 성적
 - 2012년 4월 미국 콘솔게임과 PC게임의 총매출이 6억 3,400만 달러로 감소한 이유는 게임 소프트웨어 판매가 부진했기 때문
 - 미국 게임 소프트웨어 매출은 2월과 3월에도 각각 전년동월 대비 24%와 26% 하락한 바 있음
- ▶ 4월 신작 게임의 출시가 적었던 것이 게임 소프트웨어 부문의 급격한 매출 추락의 가장 큰 원인으로 지목
 - NPD Group의 애널리스트인 Anita Frazier는 4월 매출 추락의 원인으로 신작 게임의 출시가 적었던 것을 꼽으며, "경쟁력있는 신작 게임 출시 스케줄이 거의 없는 것이 이와 같은 매출 부진으로 이어진 것이라 생각한다"며, "작년 4월 매출 상위 7개 게임들의 매출이 현재 게임 매출 1위 소프트웨어의 매출보다 높은 상황이다"라고 언급

■ 디지털 부문과 하드웨어 부문에서는 일정 수준 희망 엿보여

- ▶ NPD Group의 애널리스트 Frazier는 "게임 소프트웨어 부문의 급격한 매출 추락에도 불구하고 디지털 부문의 매출은 긍정적이라 볼 수 있다"고 말하면서, "가상 통화 및 선결제 이용 카드 항목의 매출이 매년 꾸준히 상승하고 있다"고 지적
 - Frazier는 이어 "디지털 콘텐츠 부문을 들여다보면 정기 결제 부문의 성적이 지난 4월 동안 약 75% 이상 상승한 것을 볼 수 있다"고 밝힘

- ▶ 하드웨어 부문 또한 매출 부진에 시달리고 있는 것은 사실이지만 매출 반등을 가능케 할 긍정적 신호 또한 나타나고 있는 상황
 - 게임 하드웨어 부문 또한 전년동월 대비 32% 하락한 1억 8,970만 달러를 기록하는 등 실물 게임 부문은 극심한 침체에 시달리고 있는 상황
 - 4월 한달 동안 가장 많이 팔린 게임 하드웨어는 MS의 Xbox360으로 조사
 - MS는 4월 하드웨어 판매 1위를 통해 16개월 연속 하드웨어 판매 1위 자리를 유지
 - 하지만 이런 상황에도 불구하고 Frazier는 "추락하고 있는 하드웨어 부문에서 어느 정도 희망의 빛이 보인다"며, "399달러에 팔린 <Kinect Star Wars> 전용 Xbox360 패키지 등으로 전년동월과 비교했을 때 평균 하드웨어 판매가격은 상승 했다"라고 언급
 - 또한 NPD Group 측은 Nintendo의 3DS의 판매에 대해서도 낙관적인 입장을 취하고 있는데, 이에 대해 Frazier는 "초반 부진에도 불구하고 3DS는 판매 시작 후 14개월 동안 DS의 판매량을 약 100만 대 가량 앞섰다는 점을 주시해야 한다"며, "DS는 게이밍 하드웨어 역사상 가장 잘 팔린 게임 콘솔이었다"고 주장

- ▶ 소프트웨어 부문 또한 5월에는 어느 정도 회복의 조짐이 점쳐지고 있는데, Activision Blizzard의 <Diablo3>와 Rockstar의 <Max Payne 3> 등의 유명 프랜차이즈 게임들이 출시되기 때문

 www.gamasutra.com

표 2 2012년 4월 미국 게임 소프트웨어 판매 순위

순위	게임명	퍼블리셔	게임 단말
1	Prototype2	Activision Blizzard	Xbox360, PlayStation3
2	Kinect Star Wars	MS	Xbox360
3	Call of Duty: Modern Warfare 3	Activision Blizzard	Xbox360, PlayStation3, PC
4	Tiger Woods PGA Tour 13	EA	Xbox360, PlayStation3
5	NBA 2K12	Take-Two	Xbox360, PlayStation3, Wii, PSP, PC, PlayStation2
6	The Witcher 2: Assassins of Kings: Enhanced Edition	Warner Bros	Xbox360, PC
7	Mario Party 9	Nintendo	Wii
8	Mass Effect 3	EA	Xbox360, PlayStation3, PC
9	Just Dance 3	Ubisoft	Xbox360, PlayStation3, Wii
10	MLB 12: The Show	Sony	PlayStation3, PlayStation Vita

[출처] NPD

미국 소셜 게임시장, 여성 게이머 이탈로 성장률 감소

엔터테인먼트 컨설팅업체 Frank Magid Associates에 따르면, 미국 SNS 이용자의 38%가 소셜게임을 이용하는 것으로 집계. 주 이용자층인 12~44세 여성 게이머의 이탈 현상이 높아짐에 따라 소셜게임의 성장률이 둔화되고 있음

■ Frank Magid Associates, 미국 소셜게임 시장 성장률 둔화 전망

- ▶ 시장조사업체 Frank Magid Associates의 2012년 3월 설문조사 결과, 미국 SNS 이용자 5명 중 2명(38%)이 소셜게임을 이용한 것으로 나타나, 2011년 36% 대비 이용률이 소폭 증가한 것으로 집계
 - 소셜게임 주 이용자층이었던 12~44세 여성 게이머의 비율이 크게 감소했으며, 12~17세 이용자가 전체의 43%를 차지해 2011년 54% 대비 감소
 - 25~44세 이용자 또한 전체의 36%를 차지해, 2011년 40% 대비 감소
 - 반면, 장년층의 경우 소셜게임 이용이 증가했는데, 45~54세 남성 게이머는 2011년에 비해 15% 증가했으며, 55~64세 남성 게이머는 2011년에 비해 9% 증가
- ▶ 한편 Frank Magid Associates에 따르면, 소셜게임 이용자들은 향후 1년 이내 소셜게임 내에서 소비하는 지출 규모를 줄일 것이라고 응답
 - 소셜게임 이용자들은 연간 평균 51달러를 소셜게임에 지출하고 있는 것으로 나타났으며, 이는 2011년 평균 76달러를 소비한다고 응답했던 것과 비교해 감소
 - 2011년 조사대상 게이머의 22%가 향후 소셜게임 관련 지출규모를 줄일 것이라고 응답한 반면, 2012년 3월 조사결과에서는 게이머의 34%가 내년부터 소셜게임 관련 지출규모를 줄일 것이라고 응답
- ▶ 반면 콘솔게임 이용자들은 콘솔게임 관련 지출 규모를 더욱 확대할 것이라고 답해, 소셜게임 이용자들과는 대조적인 결과를 보임
 - 특히 DLC(Downloadable Content) 부문에서의 지출이 증가할 것으로 예상되며, 콘솔게이머의 1/3(33%) 가량이 DLC 구매에 연평균 50달러 이상을 지출하는 것으로 집계
 - 콘솔게이머의 45%가 2013년 이후 게임 관련 지출 규모를 더욱 확대할 것으로 전망

 www.pnewswire.com

부분 유료화, 미국 모바일 게임의 주요 수익원으로 작용

미국 모바일 게임시장의 수입 모델이 앱 내 결제(In-App Purchases, IAP)를 기반으로 한 부분 유료화로 빠르게 전환. Apple, Google에 이어 Amazon도 자사 오픈마켓에 IAP를 도입하면서 부분 유료화 게임 확산은 더욱 빨라질 것으로 전망

■ 미국 모바일 게임 게이머 중 37%가 부분 유료화 게임 이용

- ▶ 시장조사업체 NPD가 2012년 4월 발표한 조사 보고서 'Freemium Game Study'에 따르면, 미국 성별 게이머의 모바일 게임 앱 내 결제(In-app Purchase, IAP)를 통해 유료 아이템 구매 비율이 차이를 보인 것으로 나타남
 - NPD가 모바일 애플리케이션 이용자 총 6,400명 이상을 대상으로 실시한 조사 결과, 모바일 게임 이용자의 85%가 IAP 방식을 알고 있음
 - 또한, 미국 인구의 38%가 현재 부분 유료화 게임을 이용 중에 있음
- ▶ IAP를 통해 유료 비용을 지출한 게이머는 전체의 40%이고, 대부분 남성이 유료 콘텐츠를 구매하고 여성은 무료로 게임을 즐기고 있음
 - IAP로 인한 판매 수익은 게이머가 한 달 이상 게임을 한 후 큰 폭으로 하락하는 경향을 보였으며, 이는 주류 게이머 연령층인 18세~34세 남성들이 콘솔 게임이나 PC 게임에 익숙하기 때문에 유사한 게임 경험을 얻을 수 없는 게임 애플리케이션에는 지속적으로 지출하지 않기 때문으로 추측

■ 메이저 오픈마켓의 IAP 채택으로 부분 유료화 기반 모바일 게임 확산

- ▶ Apple과 Google이 자사 앱스토어 App Store와 Google Play에서 IAP를 도입하고 있는 가운데, Amazon도 Amazon AppStore에서 IAP 시스템을 도입하면서 부분 유료화 확산이 더욱 빨라질 것으로 전망
 - Amazon은 2012년 4월 10일부터 자사 전용 애플리케이션 판매 및 배포 서비스 웹사이트인 'Amazon Appstore for Android'에서 IAP 서비스를 개시, Kindle Fire 외 모든 Android OS 대응 단말기에서 이용 가능한 앱 내 콘텐츠 판매 기능을 도입
 - IAP는 앞으로도 애플리케이션 업체의 가장 주요한 수익 창출 방식이 될 전망이며, 게임 업체들은 수익성 확보를 위해 게이머가 게임 다운로드 후 빠르게 유료 콘텐츠를 구매하도록 유도해야 할 것으로 보임

 www.cnet.com

Valve의 승리로 결정된 <DOTA> 상표권 분쟁

지난 2010년부터 지속된 Valve와 Activision Blizzard의 <DOTA> 상표권 분쟁이 극적으로 타결. Valve가 <DOTA>를 상업적으로 이용할 수 있게 되어, Activision Blizzard는 <Blizzard DOTA>를 <Blizzard All-Stars> 변경

■ Valve와 Activision Blizzard의 <DOTA> 상표권 분쟁

- ▶ 지난 2010년 8월 Valve가 미국특허청(United States Patents and Trademark Office)에 <DOTA> 상표권 등록을 신청함에 따라, Activision Blizzard는 2011년 12월 <DOTA> 상표권 등록 반대 신청을 제기
 - <DOTA>는 2003년 Activision Blizzard가 출시한 <WarCraft 3>의 유즈맵 <Defense of the Ancients>의 약자
 - Valve는 <WarCraft 3>의 모드게임* <DOTA>의 개발자 IceForg를 영입해 <DOTA2> 개발 및 미국특허청에 상표권을 등록
 - 이에 대해 Activision Blizzard는 "<WarCraft>를 기반으로 작동되는 <DOTA>를 만들기 위해서는 유저와 Activision Blizzard의 라이선스 합의가 필수인 'World Editor'가 필요하다"며, "Valve는 <DOTA> 상표권을 사용할 수 있는 어떠한 권리도 없다"며 반대
 - Valve는 "Activision Blizzard는 <DOTA> 상표권 분쟁을 일으킬 명분이 부족하다"며 반발
 - <DOTA> 상표권을 두고 두 업체는 약 2년 동안 분쟁을 지속해 왔음
- ▶ <DOTA>의 상표권 분쟁은 미국특허청의 판결에 의해 결정되는 상황이었으나, Valve와 Activision Blizzard가 합의하면서 <DOTA> 상표권 문제가 해결
 - Valve의 Gabe Newell CEO는 "양사 모두가 아무 이익이 없는 <DOTA> 상표권 분쟁에 대해 합의했다"라며, "게이머를 위해 좋은 게임을 만들겠다"라고 발표
 - Activision Blizzard의 Rob Pardo 부사장은 "Activision Blizzard와 Valve는 게이머들이 좋은 게임을 기다리고 있다는 것을 깨달았다"라며, "이번 합의를 통해 게임에 집중할 수 있게 되었다"라고 언급

*주 : 모드게임은(Modification Game, Mod Game)은 이미 완성된 게임의 일부를 수정해 새로운 게임을 만드는 것을 의미, 그러나 수정되는 범위가 단순히 아이템이나 캐릭터에 멈추는 것이 아닌 게임의 규칙까지 변경해 원본게임과 완전히 다른 게임이 제작되기도 함. Valve의 <Half Life>시리즈는 모드게임을 공식적으로 지원하는 대표게임으로 FPS <Counter Strike>도 <Half Life>의 모드게임 중 하나

■ <DOTA>의 상업적 상표권을 획득한 Valve, 비상업적 상표권을 획득한 Activision Blizzard

- ▶ 이번 합의를 통해 Valve는 <DOTA>의 상업적 상표권을 획득해 <DOTA 2>를 출시할 수 있으며, Activision Blizzard는 개발중인 <Blizzard DOTA>를 <Blizzard All-Stars>로 변경하기로 결정
 - Activision Blizzard는 <DOTA> 상표를 <WarCraft3>, <StarCraft2> 유즈맵에 한해서 비영리 사용이 가능

 www.videogaemer.com

그림 1 Valve가 개발중인 AOS 게임 <DOTA 2> 이미지



[출처] Valve

자회사 매각하는 ATARI, 모바일 게임업체로 변신 중

콘솔게임의 원조업체인 ATARI가 지속적인 적자로 인해 자회사를 매각하기 시작. ATARI는 자회사를 매각한 비용을 기반으로 콘솔게임에서 모바일게임으로 사업을 변경해 제 2의 도약을 꿈꾸고 있음

■ 적자행진을 기록 중인 ATARI, 자회사 매각

- ▶ 지난 2010년부터 적자 행진을 기록해온 ATARI가 지난 5월 10일에 2011 회계년도(2011. 4~2012. 3) 결산을 발표해 콘솔게임과 PC게임의 판매 부진이 실적 악화로 이어져 연간 적자 480억 달러를 기록했다고 발표
 - ATARI는 콘솔게임 및 PC게임 판매 부진으로 매출이 전년대비 65.9% 감소한 5,130만 달러를 기록했으며, 연간 적자는 전년도 800만 달러에서 480만 달러로 감소
- ▶ ATARI는 계속되는 적자를 해결하기 위해 프랑스에 있는 자회사 Eden Games을 매각하기로 결정
 - ATARI는 2011년부터 적자를 해소하기 위해 레이싱 게임 <Test Drive Unlimited 2>를 개발한 Eden Games의 인원을 감축했지만, 좀처럼 수익이 증가하지 않아 매각하기로 결정
 - 또한, ATARI는 자회사인 프랑스 게임채널 GamesOne도 구매자가 나타날 경우 판매할 수 있다고 밝힘
 - ATARI는 2011년에 <Champions Online> 개발업체 Cryptic Studios를 중국 게임업체 Perfect World에 5,030만 달러에 판매

■ ATARI, 자회사 매각 비용으로 모바일게임 준비

- ▶ ATARI는 이번 자회사 매각을 통해 발생한 비용을 모바일게임 개발 및 유통에 사용하기로 결정
 - ATARI는 "2011 회계년도 적자는 모바일게임으로 사업을 전환하면서 발생된 필연적인 결과이다"라며, "현재 ATARI는 <Breakout: Boost>, <Atari's Greatest Hits> 등의 모바일게임으로 새로운 수익을 발생시키고 있으며, 자회사 매각을 통해 모바일게임 분야를 더욱 더 강화할 것"이라고 밝힘
 - ATARI는 콘솔게임과 PC게임 대신 모바일게임과 온라인게임에 집중할 계획이고, 특히 부분유료화 게임을 지속적으로 개발할 예정

 www.gamasutra.com

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 5. 13 ~ 2012. 5. 19) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조사 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	63,856	9.7%	34,442,901
	2	PlayStation3	Sony	45,583	7.8%	21,364,094
	3	3DS	Nintendo	41,111	6.8%	5,166,914
	4	Wii	Nintendo	24,396	4.5%	39,376,373
	5	PlayStation Vita	Sony	18,700	1.8%	585,695
	6	DS	Nintendo	14,570	6.8%	50,748,677
	7	PSP	Sony	4,413	1.8%	19,533,60
SW	1	Diablo III (PC)	Activision Blizzard	906,989	신규	906,989
	2	Max Payne 3 (Xbox360)	Take-Two	270,862	신규	270,862
	3	Max Payne 3 (PlayStation3)	Take-Two	177,313	신규	177,313
	4	Game of Thrones (Xbox360)	Atlus	29,527	신규	29,527
	5	Game of Thrones (PlayStation3)	Atlus	26,490	신규	26,490
	6	MLB 12: The Show (PlayStation3)	Sony	22,333	-8.3%	22,333
	7	Starhawk (PlayStation3)	Sony	20,612	-70.5%	20,612
	8	Prototype 2 (Xbox360)	Activision Blizzard	20,583	-36.5%	20,583
	9	Sniper Elite V2 (Xbox360)	505 Games	17,117	-35.8%	17,117
	10	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation 3)	Activision Blizzard	16,742	-8.1%	16,742

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 4 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 5. 15 ~ 2012. 5. 21) (단위 : 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Diablo 3	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	277,708
2	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	184,229
3	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	134,318
4	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	81,185
5	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	80,812
6	Torchlight 2	Perfect World	Fantasy	다운로드/CD판매	31,550
7	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	25,803
8	Aion	NCSOFT	Fantasy	다운로드	22,586
9	EVE Online	CCP Games	Sci-Fi	다운로드/CD판매	17,519
10	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	16,162

[출처] MMORPG

통계 미국 App Store 게임 순위

표 5 App Store 인기게임 순위*(2012. 5. 21 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry Birds Space	Rovio Mobile	Arcade	0.99
	2	Flick Home Run!	Infinity Pocket	Action	0.99
	3	Cut the Rope	Chillingo Ltd	Family	0.99
	4	Clear Vision(17+)	FDG Entertainment	Adventure	0.99
	5	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	6	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	7	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Puzzle	0.99
	8	Minecraft-Pocket Edition	Mojang AB	Adventure	6.99
	9	Angry Birds	Clickgamer Technologies	Arcade	0.99
	10	Wingsuit Stickman	Robert Szeleneý	Action	0.99
무료	1	100 Floors	Tobi Apps Limited	Adventure	-
	2	PipeRoll	Navigation0Info Kft	Puzzle	-
	3	Are You Smarter Than a 5 th Grader?	Ludia	Family	-
	4	Logos Quiz Game	Jinfra	Educational	-
	5	Feed Me Oil	Chillingo Ltd	Family	-
	6	Line Surfer	Robert Szeleneý	Action	-
	7	MotoHeroz	Ubisoft	Arcade	-
	8	Highway Rider	Battery Acid Games	Action	-
	9	Dragon Story	TeamLava	Adventure	-
	10	BATTLESHIP FREE	EA	Card	-

*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 Google Play 게임 순위

표 6 Google Play 인기게임 순위*(2012. 5. 21 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Where's My Water?	Walt Disney	Brain&Puzzle	0.99
	2	Scramble With Friends	Zynga	Brain&Puzzle	0.99
	3	Osmos HD	Hemisphere Games	Arcade&Action	2.99
	4	Great Little War Game	Rubicon Development	Arcade&Action	2.99
	5	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	0.99
	6	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	7	Shark Dash	Gameloft	Arcade&Action	0.99
	8	Cut the Rope : Experiments	ZdptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	9	Angry Birds Space Premium	Rovio Mobile	Arcade&Action	0.99
	10	Minecraft-Pocket Edition	Mojang AB	Arcade&Action	3.99
무료	1	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	2	Angry Birds Space	Rovio Mobile	Arcade&Action	-
	3	Scramble With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	4	Airport City	Game Insight International	Arcade&Action	-
	5	Ice Age Village	Gameloft	Casual	-
	6	Basketball Shoot	RUNNERGAMES	Sports	-
	7	SAMURAI vs ZOMBIES DEFENSE	Glu Mobile	Arcade&Action	-
	8	Cartoon Wars	GAMEVIL	Arcade&Action	-
	9	Angry Birds	Rovio Moile	Arcade&Action	-
	10	Ceramic Destroyer	RUNNERGAMES	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

- 2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 규모, 18억 달러
- 2016년 중국 게임시장, 200억 달러 규모로 성장
- 중국 30개 업체 참여한 '모바일게임 발전연맹' 발족
- 게임업체 Tencent, 점유율 확대로 경쟁업체들 압박
- Changyou 1/4분기 실적 발표, SNS와 모바일 투자 강화
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 소셜 게임업체, 확률형 아이템 '콤푸가차' 전면 폐지
- GREE와 Mobage, MAU 및 과금률 가장 높아
- Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U, 성공의 열쇠는 가격
- 메이저 콘솔 게임 업체 Konami, 소셜게임으로 매출 상승
- DeNA, 미국 소셜 게임업체와 제휴 확대
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

◆ 기타 게임시장 동향

- 온라인게임 규제 강화에 나선 베트남 호치민 인민위원회
- 인도네시아 Qeon Interactive, 소셜 게임사업 진출
- 인도 모바일게임 개발업체, 영화티켓 프로모션 진행
- 대만 Media Tek, Gameloft와 제휴해 모바일게임 강화



중국 게임시장 동향

2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 규모, 18억 달러

중국 시장조사업체 **Analysys International**에 따르면 2012년 1/4분기 중국 온라인게임 시장 규모는 112억 6,800만 위안(17억 7,690만 달러)으로 전년동기 대비 33.0% 성장. 게임업체들이 적극적으로 마케팅을 펼치면서 시장 확대 효과가 나타난 것으로 분석

■ **Analysys International, 2012년 1/4분기 중국 클라이언트 기반 온라인 게임시장 분석**

- ▶ **Analysys International**이 2012년 4월 28일 발표한 '2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 분석' 보고에 따르면, 2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 규모는 112억 6,800만 위안(17억 7,690만 달러)으로 나타남
 - 이는 직전동기 대비 9.5%, 전년동기 대비 33.0% 증가한 수치이며, 1/4분기는 춘절로 인한 전통적인 성수기로 각 게임업체들이 적극적인 마케팅을 펼치면서 전체 시장확대 효과가 나타남
- ▶ **Analysys International**에 따르면 1/4분기 중국 온라인 게임시장의 주요 특징으로는 Tencent의 1위 독주와 새로운 게임의 부재 등이 있음
 - Tencent는 <크로스피어>로 독보적 1위를 고수하고 있으며, 다수의 게임업체들이 과거 출시된 대형 게임으로 안정적인 수익을 유지하면서 새로운 게임들이 부각되지 않는 경향을 보임

www.equan.com

그림 2 중국 클라이언트기반 온라인 게임시장 규모(단위: 억 위안)



[출처] **Analysys International**

2016년 중국 게임시장, 200억 달러 규모로 성장

중국 게임시장이 2016년에는 200억 달러 규모로 성장할 것이라는 전망이 아시아 지역 게임시장 컨설팅 전문가로부터 제기. 그는 높은 규제 장벽에도 불구하고 해외 게임업체들에 대한 중국 게임시장의 매력에 계속 커지고 있다고 주장

■ 중국 게임시장, 온라인게임의 독주 속에 소셜게임 또한 빠르게 성장

- ▶ 게임 전문 컨설팅업체 Niko Partners의 임원 Lisa Cosmas Hanson이 중국 게임시장에 대한 자신의 분석과 미래 전망을 IT 미디어인 VentureBeat과의 인터뷰를 통해 제시
 - 중국에서 어떤 게임이 인기가 있느냐는 질문에 Hanson은, "국제적으로 Activision Blizzard의 <World of Warcraft>에 대한 게이머들의 관심이 변화하고 있는 것처럼 중국에서도 그 인기가 전성기를 지난 것은 맞다"면서도, "여전히 중국 PC방에서는 <World of Warcraft>는 인기있는 게임"이라고 언급
 - Hanson은 특히 "Riot Games가 개발하고 Tencent가 퍼블리싱하는 <League of Legends>가 엄청난 성공을 거두고 있다"면서, "게이머들은 <League of Legends>에 매력을 느끼고 돈과 시간을 쓰고 있다"고 주장
- ▶ 중국 소셜게임들이 충분한 매출을 발생시키지 못하고 있지만, 모바일 단말기의 보급이 빠른 만큼 큰 폭의 성장을 기대할 수 있음
 - Hanson은 "중국 소셜 게임시장이 2009년 약 8,000만 달러 규모에서 2011년에는 약 10배 가까이 성장한 것이 사실"이라면서도, "실제 중국에 모바일 단말기들이 뿌리 내리기 시작한 것이 아직 1년이 채 되지 않은 것 또한 사실"이라고 강조
 - Hanson은 이어 "중국 소셜 게임시장이 다른 글로벌 소셜 게임시장 만큼 성장하기 위해서는 스마트폰과 태블릿 PC의 보급이 충분히 이루어질 수 있는 시간이 필요하다"고 주장

■ 2016년 중국 게임시장, 매출은 200억 달러를 넘어서지만 성장세는 감소

- ▶ 소셜게임의 성장세가 눈부시지만, 여전히 MMORPG가 중국 게임 시장을 지배하고 있음
 - Hanson은 "소셜게임 부문의 연간 매출 성장이 31.2%에 달하고 MMORPG 부문의 성장률은 22% 그치고 있지만, 여전히 MMORPG의 매출 규모가 소셜게임 매출 규모를 압도하고 있다"고 설명
- ▶ Hanson의 설명에 따르면, 2011년 중국 소셜게임 매출은 7억 5,300만 달러였으며 MMORPG 매출은 소셜게임 부문의 7배에 달하는 약 45억 달러

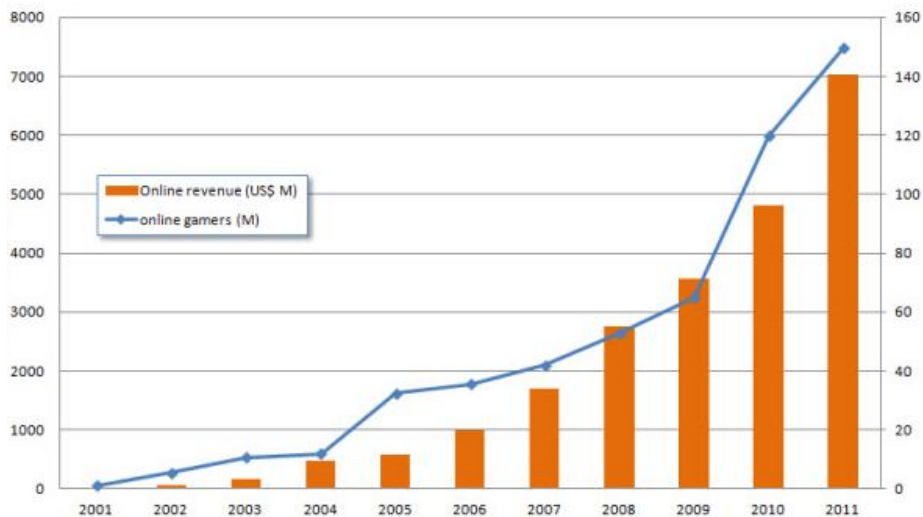
- ▶ 현재 70억 달러 규모인 중국 게임시장 규모는 2016년까지 200억 달러 규모로 성장하게 되지만, 성장의 정점을 지난 상황에서 높은 성장률을 계속 유지할 수는 없을 것
 - Hanson은 "하지만 200억 달러 규모의 성장 전망과 함께 명심해야 할 것은 중국 게임시장이 이전까지와 같은 높은 성장률을 계속 유지할 수는 없을 것이라는 점"이라고 설명하면서, "이미 중국시장의 성장률은 그 정점을 지났다고 본다"고 주장

■ 중국 게임시장, 높은 규제 장벽에도 불구하고 매력적인 시장으로 각광

- ▶ 중국 게임시장에 대한 정부 규제와 행정 절차가 복잡하고 과도한 편이지만, 이러한 규제를 뚫고 시장에 진입할 가치가 있을 만큼 중국 시장은 이미 글로벌 시장에서 매우 중요
 - Hanson은 "중국 시장은 사람들이 생각하는 것 이상으로 글로벌 게임시장에 매우 중요한 위치를 점하고 있다"면서, "물론 미국과 유럽 게임 업체들은 파트너 방식으로만 중국 게임시장에 진출할 수 있는데다, 콘텐츠에 대한 중국 정부 검열까지 받아야 하기 때문에 어려움을 느낄 수 있다"고 언급
 - Hanson은 "중국 게이머가 무엇을 원하며 중국 정부가 어떤 콘텐츠를 허용할지 그리고 파트너로 삼을 업체에 이르기까지 고려할 것이 많고 이를 위해 개발팀은 최고의 노력을 기울여야 할 것"이라면서, "하지만 중국 시장은 그럴만한 가치가 있다"고 주장

 www.venturebeat.com

그림 3 중국 온라인 게임시장의 매출 및 이용자 성장 추이(단위: 백만 달러, 백만 명)



[출처] Niko Partners, 2012

중국, 30개 업체 참여한 '모바일게임발전연맹' 발족

문화부 문화시장사를 중심으로 비영리조직 '모바일게임발전연맹'이 중국에서 발족. 창립 회원으로 모바일게임 개발업체, 서비스 사업자, 통신사업자, 단말제조사, 언론사 등 30개 업체가 참여

■ 중국, 모바일 게임산업 발전을 위해 '모바일게임발전연맹' 발족

- ▶ 중국 문화부가 2012년 3월에 발표한 "2011 중국 온라인 게임시장 연간보고"에 따르면 2011년 중국 모바일게임 이용자 수는 6,230만 명, 모바일게임 시장규모는 38억 7,000만 위안으로 중국 게임시장에서 가장 빠른 성장세를 보이고 있음
 - 향후 수년간 스마트폰과 태블릿PC, 기타 모바일 기기를 위한 광범위한 애플리케이션과 함께 모바일 이용자가 계속 늘어나면서 모바일 게임시장도 지속 성장할 전망
- ▶ 그러나 비즈니스 모델이 불확실하고 산업생태계가 취약하며, 지적재산권 문제와 제품간 차별화가 되지 않는 등의 문제가 산업발전의 저해 요소가 되고 있어, 장기적인 발전을 위한 산업계 전반의 노력이 요구
- ▶ 이를 위해 중국 문화부 문화시장사를 중심으로 모바일게임 개발업체, 서비스 운영사, 통신사업자, 단말제조사, 산업연구기관, 언론사 등이 다각적으로 참여하는 비영리조직 '모바일게임발전연맹'이 4월말 발족
 - 人民网, China Telecom, China Mobile, Sohu, Changyou 등 30여 개 업체가 최초로 연맹에 가입해 공동으로 '모바일게임발전연맹 선언'에 서명하고, 모바일 게임산업 발전을 적극 추진하기로 결정
 - 연맹은 집행위원회와 조정위원회로 나뉘며, 모바일 게임산업 관련 법률과 법규의 준수, 사회윤리와 사회책임 준수, 정부와 기업간 소통을 위한 플랫폼 구축, 구성원의 합법적 권익 보호, 모바일게임 산업의 지속 발전 추진, 상호 간 교류와 협력 강화 등을 설립 목표로 하고 있음

 news.17173.com

게임업체 Tencent, 점유율 확대로 경쟁업체들 압박

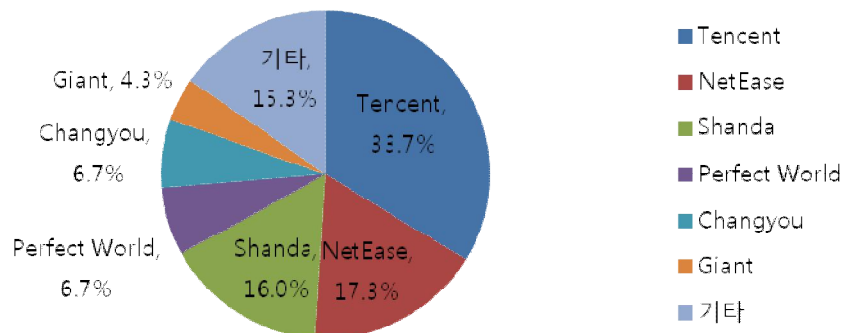
2012년 1/4분기 Tencent의 점유율은 직전동기 대비 2.7% 증가한 33.7%를 기록하면서 경쟁업체들과의 격차를 더욱 벌였으며, <Crossfire>와 <Dungeon & Fighter>, <League of Legend>등의 게임으로 안정적인 수익을 내고 있음

■ Tencent, 2012년 1/4분기 온라인 게임시장 점유율 33.7%로 독보적 1위

- ▶ Analysys International이 2012년 4월에 발표한 '2012년 1/4분기 중국 온라인 게임시장 분석'에 따르면 Tencent, NetEase, Shanda Games 등 3개 업체 점유율이 중국 온라인게임 전체 시장의 67%를 차지
- ▶ 1위 사업자 Tencent의 점유율은 직전동기 대비 2.7% 증가한 33.7%이며, 상위 15개 업체 중 점유율이 늘어난 업체는 Tencent와 Netdragon뿐이며, 기타 업체들은 모두 점유율이 하락
 - 조사 결과 주요 업체들의 순위에는 변화가 없었으며, NetEase와 Shanda Games는 각각 17.3%와 16.0%의 점유율로 2위와 3위, Perfect World(6.7%)와 Changyou(6.7%)가 그 뒤를 이었음
- ▶ 1/4분기 Tencent의 주력 게임은 <Crossfire>와 <Dungeon & Fighter>였으며, 이 중 <Crossfire>는 온라인게임 중 압도적 1위로 1/4분기에 약 13억 2,000만 위안(2억 816만 달러)의 수익을 낸 것으로 예상
 - <Dugeon & Fighter>의 수익은 6억 7,000만 위안 이상으로 예상되며, <League of Legend>도 빠른 속도로 매출이 늘어나면서 금년 중 <Crossfire>, <Dugeon & Fighter>와 함께 Tencent의 3대 주력 게임으로 자리잡을 전망

www.bbtnews.com.cn

그림 4 중국 클라이언트기반 온라인 게임시장 규모(단위: 억 위안)



[출처] Analysys International

Changyou 1/4분기 실적 발표, SNS와 모바일 투자 강화

2012년 1/4분기 Changyou의 실적발표에 따르면 총수익은 1억 3,680만 달러, 순이익은 6,530만 달러를 기록, Changyou는 향후 웹게임, 모바일게임, 소셜게임 등 신규 영역에 대한 투자 강화할 계획

■ Changyou의 1/4분기 총수익, 전년동기 대비 30% 증가한 1억 3,680만 달러 기록

- ▶ 4월 30일 발표된 Changyou의 2012년 1/4분기 실적보고에 따르면, Changyou의 총수익은 1억 3,680만 달러로 전년동기 대비 30% 증가했으며, 순이익은 6,530만 달러로 전년동기 대비 12% 증가
 - 온라인게임 수익은 1억 2,740만 달러로 직전동기 대비 3%, 전년동기 대비 34% 성장
 - Changyou에 등록된 게이머 수는 총 1억 8,850만 명으로 직전동기 대비 7%, 전년동기 대비 62% 증가했으며, 최고 동시접속자수는 전년동기 대비 8% 증가한 108만 명으로 나타남
 - Changyou 게이머의 분기 평균 ARPU는 225위안으로 직전동기 대비 2%, 전년동기 대비 7% 증가

■ 모바일과 소셜게임 등 신규 영역에 대한 투자 강화

- ▶ Changyou는 1/4분기 실적발표 컨퍼런스 콜에서 2012년에는 웹게임, 모바일게임, 소셜게임, 게임 플랫폼 사업 등 신규영역에 대한 투자를 강화할 것이라고 밝힘
 - 동사는 모바일게임과 소셜게임에 각각 100여명의 개발 인원을 할당하고 내년까지 모바일게임에 대한 투자를 더욱 강화할 계획이며, 모바일 플랫폼과 관련해서는 해외시장을 타깃으로 자체 개발을 고려하되 휴대폰과 태블릿PC에 각각 다른 전략을 적용할 수 있다고 밝힘
 - 동사는 3/4분기와 4/4분기에 다수의 모바일게임과 소셜게임을 출시할 계획이나, 이번 출시가 최초 시도인 만큼 시장 상황에 따라 유연하게 대처하겠다는 입장
 - 이중 소셜게임은 해외시장을 목표로 개발을 진행 중이며, Facebook과 Google+를 1차 목표로 하되 기타 소규모 소셜플랫폼도 물색 중에 있음
 - 웹게임에 관해서는 웹게임 영업부를 설립하고 게임 개발뿐 아니라 운영까지 자체적으로 진행하기 위한 사업방안을 모색 중이며, 현재 4~6종의 게임을 개발 중으로 적당한 시기에 이후의 계획을 발표하겠다고 밝힘
- ▶ 최근 인수한 17173 게임플랫폼과 관련해서는 현재 17173 발전전략을 수립하는 단계로 내부 구조 조정을 진행하고 있다고 밝힘

- Changyou는 17173 게임플랫폼의 성격에 판매 지향에서 제품 지향으로 전환하는 한편, 데이터 분석팀을 구축하여 이용자 데이터를 새롭게 분석하고 이용자들의 새로운 요구를 찾아내어 이용자 시장에 한층 깊게 파고들겠다는 계획
- 또한 해외게임 사업에도 중점을 두고 해외에 게이미용자를 보유한 기업을 적극적으로 찾아 인수합병을 진행할 계획

 news.17173.com

그림 5 중국 메이저 게임업체 Changyou의 총수익 변화 추이(단위: 만 달러)



[출처] Changyou

통계 중국 온라인게임 순위

표 7 중국 온라인게임 순위(2012. 5. 21 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	28.91%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	23.70%
3	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	10.63%
4	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	7.96%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	6.53%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.96%
7	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.38%
8	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.28%
9	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-	1.23%
10	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	1.02%

[출처] Barchina.net

통계 중국 MMO게임 순위

표 8 중국 MMO게임 순위(2012. 5. 21 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	12.51%
2	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	9.91%
3	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	7.23%
4	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	7.05%
5	대화서유(大话西游)	NetEase	-	6.16%
6	마역(魔域)	91.com	-	5.26%
7	천녀유혼 온라인(倩女幽魂On)	NetEase	-	4.77%
8	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	+1	3.40%
9	C9(第九大陆)	Tencent	-1	3.02%
10	심선(寻仙)	Tencent	+2	1.92%

[출처] Barchina.net

통계 중국 캐주얼게임 순위

표 9 중국 캐주얼게임 순위(2012. 5. 21 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	33.34%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	27.34%
3	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	12.25%
4	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	9.18%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	7.53%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	2.26%
7	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.59%
8	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-	1.42%
9	오디션(劲乐团)	NineYou	-	1.16%
10	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	0.81%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

일본 소셜 게임업체, 확률형 아이템 '컴푸가차' 전면 폐지

GREE, DeNA, CyberAgent 등 6개 소셜업체로 구성된 '소셜게임플랫폼연락협의회'가 2012년 5월 9일, 소셜게임 내 '컴플리트가차(이하 컴푸가차)' 전면폐지를 골자로 한 공동 성명을 발표한 데 이어 5월 18일에 소비자청이 '컴푸가차'에 대해 불법이라고 공표

■ 소셜게임 내 '컴푸가차' 시스템 5월 31일까지 전면 폐지 및 향후 도입 차단

- ▶ 사행성으로 논란이 된 소셜게임 내 '컴푸가차*' 시스템이 5월 31일까지 전면 폐지되고 향후에도 도입되지 않을 전망이며, 일본 소비자청이 7월 1일부터 '컴푸가차'에 대한 법적 제재에 돌입
 - GREE, DeNA, CyberAgent, NHN 한게임, Dwango, mixi 등이 참여하는 '소셜게임플랫폼연락협의회'가 공동성명을 통해 기존 소셜게임의 '컴푸가차'를 폐지하고 향후 신규 소셜게임에도 도입하지 않겠다는 방침을 발표
 - 일본 소비자청(消費者庁)**은 5월 18일, 소셜게임 내 '컴푸가차'가 제공하는 아이템들이 경품표지법(景品表示法)에서 불법으로 규정한 '카드 조합'에 해당된다는 내용의 '경품표지법 운용기준개정안'을 공표, 7월 1일부터 적용
- ▶ '컴푸가차' 외에도 사행성 야기하는 소셜게임에 대한 논란이 계속 확산되는 가운데 일부 업체들은 새로운 '가차' 시스템 공개
 - 소셜게임 업체 KLab은 자사의 소셜게임 <진·전국 BUSTER(真·戦国BUSTER)>에 기존의 '컴푸가차'와 달리 10번 랜덤으로 카드를 뽑을 때 무조건 1회 이상 목표의 카드가 당첨되는 새로운 '가차' 시스템을 선보였으며 향후에도 업체들이 경품표지법에 위배되지 않는 선에서 새로운 '가차' 혹은 과금 모델이 등장할 것으로 전망

*주 : 게임 내 랜덤 아이템 뽑기 시스템인 '가차'의 일종인 '컴플리트 가차(컴푸가차)'는 특정 카드 혹은 아이템을 최종적으로 얻기 위해 전제가 되는 복수의 카드 혹은 아이템을 모으는 시스템으로서, 게이머의 과도한 지출을 유도한다는 비판을 받아왔으며, 6개 주요 업체들 외에 Konami, Bandai 등도 폐지

**주 : 일본 소비자청에서는 정보를 일원적으로 집약하고, 조사/분석을 행하는 외에 중앙관청에 대하여 적절한 조치를 취하도록 권고를 행하고, 사업자에 대하여도 조치, 지도를 행하거나 현장입회검사나 권고, 명령을 실시하고, 소비자보호를 위한 새로운 법률의 창설을 위한 입안, 전국 지자체가 설치하고 있는 소비생활센터의 지원을 도모하는 등의 활동을 행함

 www.4gamer.net

GREE와 Mobage, MAU와 과금률 가장 높아

게임 조사업체 Gameage가 일본 게이머들이 주로 이용하는 SNS의 MAU와 과금률을 조사한 결과에 따르면 2011년 11월~2012년 3월 GREE와 Mobage가 높은 MAU 및 과금률을 기록했고 Facebook과 Google+가 가장 낮은 것으로 나타남

■ 일본 SNS GREE와 Mobage, MAU와 과금률 가장 높은 것으로 조사

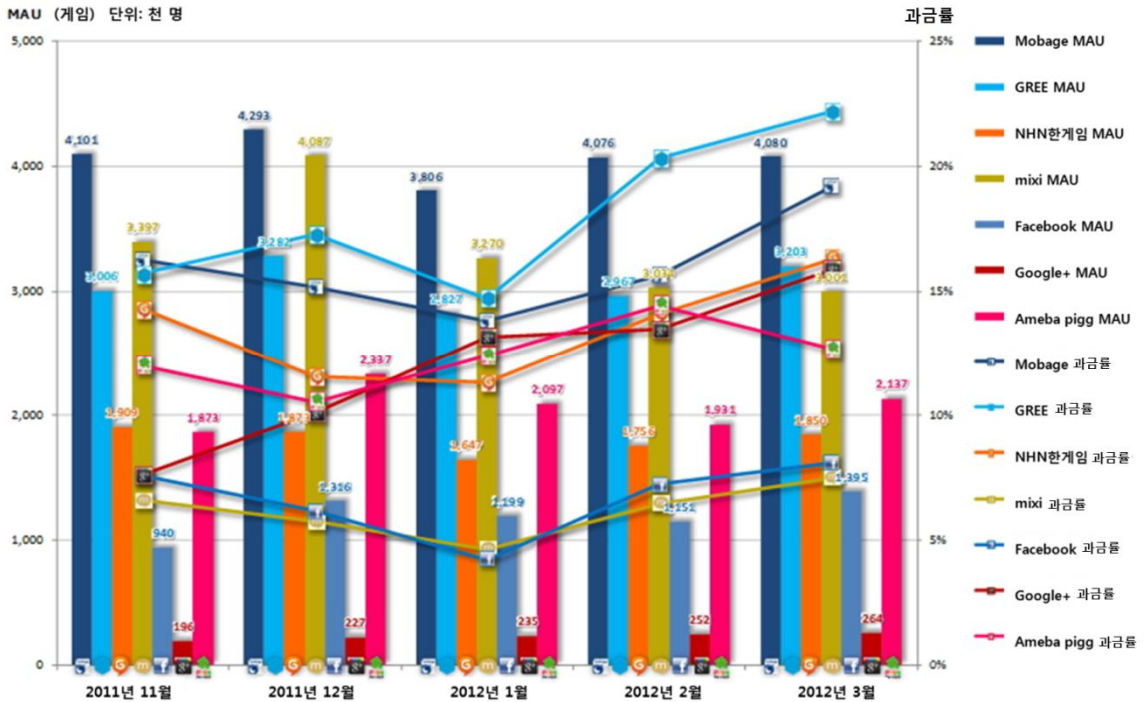
- ▶ 게임 조사업체 Gameage의 2012년 5월 13일 보고서 "Monthly 게임마켓트·트렌드レポート(월간 게임시장 동향 보고서)"에 따르면, 일본 모바일게임 플랫폼인 GREE와 Mobage가 최근 5개월 동안 커뮤니티 중심 SNS에 비해 높은 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하MAU)와 과금률을 기록
 - 일본에서 주로 사용되는 SNS는 MAU에 따라 300~400만 명인 Mobage, GREE, mixi 등 대규모 SNS와 NHN 한게임 및 Ameba pigg, Facebook 등 100~200만 명인 중간 규모의 SNS로 분류
 - 2011년 12월에는 소셜게임 게이머 수가 다소 증가해, Mobage, GREE 등의 게임형 SNS가 mixi, Facebook, Ameba pigg 등 커뮤니티 중심 SNS보다 MAU 증가폭이 두드러졌으며, 2012년 1월부터 mixi의 게이머 수가 다소 감소해 그 전까지 mixi에 이어 3위였던 GREE가 3월에 2위로 올라섬
 - SNS 양대 산맥인 GREE와 Mobage의 과금률이 각각 최근 5개월 간 5% 이상 증가

■ Facebook과 Google+, 일본에서 가장 적은 MAU와 과금률로 SNS 하위권에 머물러

- ▶ Facebook 및 Google+는 게임 라인업 부족과 단순 현지화 버전 게임 타이틀의 비인기 등으로 일본에서는 커뮤니티 중심 SNS에도 밀려남
 - 2012년 3월 기준 과금률 및 MAU가 가장 높은 그룹A는 GREE, Mobage이며, 다음으로 높은 그룹B에 mixi, Ameba pigg, NHN 한게임으로 나타남
 - Google+는 아직 적은 회원 수와 과금률로 Facebook과 함께 그룹C에 포함
 - 전체 SNS 시장이 아닌 게임 플랫폼으로서 접근할 경우 게이머 수 및 과금률 면에서 GREE, Mobage가 가장 비중이 크며 Facebook, Google+는 게임 라인업 부족, 해외 게임의 단순 현지화 버전이 인기를 끌지 못한 점 등이 요인으로 작용해 하위권인 그룹C에 들어감

 www.gamebusiness.jp

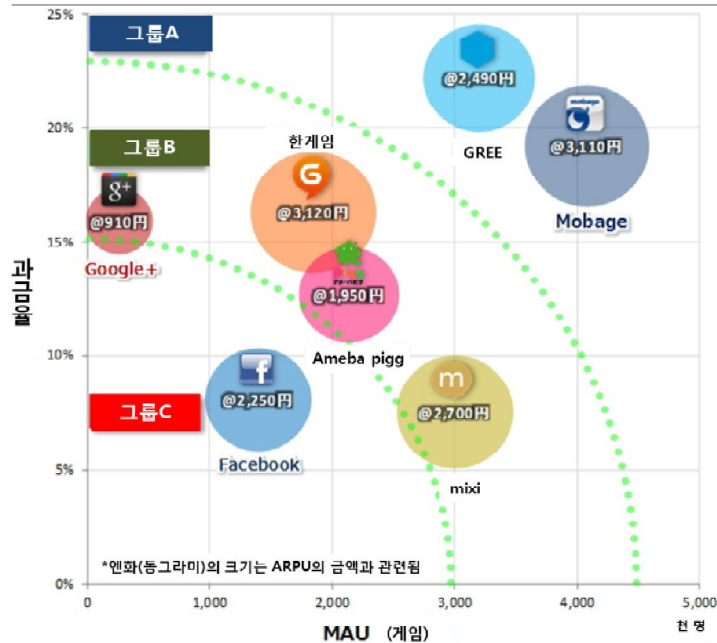
그림 6 일본 내 주요 SNS의 각종 지표 추이



*주 : 조사기간: 2011. 11.~2012. 3., 유효샘플 매월 2만 명 (5개월 간 집계)

[출처] Gameage

그림 7 일본 내 주요 SNS의 2012년 3월 과금률 데이터



*주 : 조사기간: 2012. 4. 6~2012. 4. 8, 유효샘플 매월 21,940 명

[출처] GameBusiness

Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U, 성공의 열쇠는 가격

Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U의 공개가 약 1개월 앞으로 다가온 가운데, Wii U의 성공 여부에 대한 시장 전망은 엇갈리고 있음. 게임전문 미디어 GamesIndustry는 Nintendo의 신규 게임기가 성공하려면 가격 경쟁력 확보가 중요하다고 조언

■ Nintendo의 마지막 기회 'Wii U'

- ▶ Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U가 올 6월 공개될 것으로 예상되는 상황에서, 사상 최대의 위기를 맞은 Nintendo가 Wii U를 통해 위기를 극복할 수 있을지 관심 증대
 - 콘솔 게임산업 자체가 2008년 이래 내리막길을 걷고 있는 가운데, Nintendo는 기존 주력 콘솔 게임기 Wii의 판매가 북미 시장에서만 2010년 700만 대에서 2011년 450만 대로 급감했으며 Wii의 게임 타이틀 출시도 매년 50%씩 감소하는 등 이중의 어려움을 겪고 있음

■ 'Wii U' 성공, 높은 현금 보유량을 바탕으로 확보한 가격 경쟁력을 앞세워야 가능

- ▶ 게임전문 미디어 GamesIndustry는 Nintendo가 Wii U를 통해 다시한번 콘솔 게임산업의 트렌드를 이끌 수 있을 것이라는 전망을 제시
 - 그 이유로 Nintendo의 막대한 현금 보유량 및 유동자산을 지목
 - 2012년 3월 기준 Nintendo는 약 100억 달러의 현금과 50억 달러 가량의 가처분 유동자산을 보유
- ▶ Nintendo가 뼈아픈 실패를 겪은 3D 휴대용 게임기 Nintendo 3DS의 최대 실패 요인은 250달러에 달하는 높은 판매 가격으로 알려져 있음
 - Nintendo는 킬러 게임 타이틀이 제대로 갖춰지지도 않은 상황에서 높은 판매가만을 고수하고 마케팅에도 힘을 쏟지 않은 탓에 3DS의 몰락을 부추김
- ▶ 차세대 게임콘솔 Wii U의 가격 경쟁력을 통한 시장 점유율 확보가 중요 성공요인이 될 것으로 전망
 - Wii U의 제조 원가가 180달러에 불과해 300달러 수준의 판매가가 책정돼야만 이익을 낼 수 있을 것이라는 시장 관측이 등장했지만, 콘솔 당 50달러에서 최대 100달러 이상의 손해를 감수하더라도 249달러 및 199달러의 저렴한 판매가를 제시해 가격 경쟁력을 확보한 것이라고 주장
 - 콘솔 1대를 판매할 때마다 50달러씩 손해를 보더라도 가격 경쟁력을 앞세울 경우 500만 대의 Wii U를 더 판매할 수 있을 것이며, 이 과정에서 생기는 손해 예상치 7억 5,000만 달러는 Nintendo의 현금 보유량 100억 달러의 10%에도 못 미침

- Nintendo는 높은 시장 점유율을 다시 소프트웨어 판매에 대한 수수료 수입으로 연결시킬수 있으며, 높은 개발 비용으로 상당히 높은 수준의 판매가를 유지해야 하는 Sony와 MS의 차세대 게임 콘솔과의 시장 점유율 싸움에서도 우위를 점할 수 있음

▶ 이와 함께 태블릿 형태의 컨트롤러를 통해 아동용 콘텐츠 및 e-Book, 영화 등을 제공할 수 있으며, 게임 캐릭터를 활용한 부가 사업으로의 확장 노력이 함께 이뤄진다면 소비자의 구매 욕구 향상에 큰 도움이 될 수 있을 것으로 전망

 www.gamesindustry.com

표 10 Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U의 주요 특징(예정)

기능	특징
본체	
컨트롤러	
미디어	12cm Nintendo Optical Disc
CPU	IBM Power Architecture
저장공간	내장형 : Flash Memory 외장형 : SD card, SDHC card, USB
GPU	AMD Radeon HD
온라인 서비스	Nintendo Network

[출처] GamesIndustry

메이저 콘솔 게임 업체 Konami, 소셜게임으로 매출 상승

게임업체 Konami가 5월 11일에 발표한 2012 회계년도(2011. 4. 1~2012. 3. 31) 실적 결과 따르면, 소셜게임 타이틀의 인기에 힘입어 순이익이 전년동기 대비 77.9% 상승한 230억 1,200만 엔을 기록했다고 밝힘

■ Konami, 인기 소셜게임으로 순수익 큰 폭 증가한 반면 콘솔·PC게임 부문 매출 소폭 감소

- ▶ Konami가 발표한 2012 회계년도 결산에 따르면 매출, 영업이익, 순이익 등이 전년동기 대비 증가
 - 2012년 3월 결산 발표 결과, 매출은 전년동기 대비 3% 오른 2,657억 5,800만 엔, 영업이익은 전년동기 대비 97%가 증가한 409억 5,000만 엔, 순이익은 77.9% 상승한 230억 1,200만 엔을 기록
 - Konami는 GREE와 DeNA의 Mobage를 통해 퍼블리싱한 자사의 소셜게임 <드래곤컬렉션>, <전국컬렉션>이 각각 2012년 5월 기준 등록회원 수 600만 명, 300만 명을 확보하는 등 인기를 얻으면서 수익 증가에 크게 기여
 - Konami의 소셜게임, 콘솔게임, 아케이드게임 등 디지털 엔터테인먼트 사업 매출은 전년동기 대비 5% 증가한 1,404억 엔을 기록, 영업이익은 2배 증가한 330억 엔을 기록해 영업이익률이 12.8%에서 23.5%로 대폭 상승
- ▶ 콘솔게임 매출액이 감소한 Konami, 소셜게임 개발에 집중할 예정
 - 휴대용 콘솔을 비롯한 콘솔게임 및 PC게임 등 게임 부문 매출은 657억 엔에서 504억 엔으로 감소했지만, 소셜 게임 매출은 158억 엔에서 367억 엔으로 크게 증가
 - Konami는 '컴퓨터차' 시스템을 다수 도입했던 자사의 소셜게임 타이틀에도 불구하고 앞으로도 주요 성장 동력인 소셜게임 사업에 주력해 자사의 IP를 이용한 소셜게임 개발에 힘쓸 예정
 - 아울러 2013년 3월 결산 실적 전망치는 매출 2,700억 엔, 영업이익이 411억 엔, 당기순이익이 231억 엔 등을 기록할 것으로 예상

 www.gamesindustry.biz

그림 8 Konami의 대표 타이틀 <드래곤컬렉션> 과 <전국컬렉션> 이미지



[출처] Konami

DeNA, 미국 소셜 게임업체와 제휴 확대

일본의 모바일 게임업체 DeNa는 최근 자회사 Ngmoco를 통해 Kabam, NimbleBit 등 미국의 소셜 게임업체와 제휴를 체결하고, 자사의 모바일 소셜게임 플랫폼 Mobage의 해외 이용자 기반을 더욱 확대하고 있음

■ 일본 소셜 게임업체 DeNA, 미국 하드코어 소셜 게임업체 Kabam과 제휴

- ▶ 2012년 4월 DeNa의 자회사 Ngmoco와 하드코어 소셜 게임업체 Kabam*은 제휴를 통해 모바일 소셜게임 플랫폼 Mobage에서 Android OS 기반의 게임 타이틀을 지원하기로 결정
 - DeNa는 2012년 4월 일본 도쿄에서 개최된, 1,000여명의 게임 개발자가 참석한 'Mobage 포럼'에서 미국 샌프란시스코 소재의 Kabam이 최초로 개발한 모바일게임 타이틀 <Kingdoms of Camelot: Battle for the North>를 올해 여름 Mobage에서 서비스할 예정이라고 발표
 - Kabam의 iPhone용 모바일게임 <Kingdoms of Camelot: Battle for the North>는 100만 명 이상의 유저를 확보
 - Ngmoco의 부사장 Clive Downie은 게임전문 웹진 GamesBeat과의 인터뷰를 통해 "Kabam은 하드코어 소셜게임 업계의 선두주자 중 하나로, 모바일 플랫폼으로 기존의 게임 타이틀을 이식하기 위해 많은 노력들을 전개 해왔다"며, "iOS와 Android OS에서 사용할 수 있는 Mobage 전용 게임 개발이 드디어 결실을 맺게 되었다"고 언급

*주 : Kabam은 다중 플레이어 소셜게임(Massive Multiplayer Social Game, MMSG)업체로서, 플레이어 간 대규모 전쟁 콘텐츠를 도입하는 등 기존 PC 온라인게임이나 콘솔게임의 요소를 소셜게임에 적극 반영하고 있으며, 2011년 6월에는 Google, Intel 등으로부터 약 1억 2,000만 달러의 투자금을 유치

■ DeNA, 미국 캐주얼 소셜 게임업체 NimbleBit와도 제휴

- ▶ iPhone용 게임 <Tiny Tower and Pocket Frogs>의 개발업체로 미국 샌프란시스코에 기반을 두고 있는 NimbleBit 또한 Ngmoco와 제휴를 체결해 Android OS 기반의 Mobage 게임을 개발
 - NimbleBit는 DeNA와의 제휴를 통해 Android용 비행 시뮬레이션 게임 <Pocket Planes>와 유사한 게임을 Mobage용으로 개발할 예정

 www.venturebeat.com

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 11 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 5. 14 ~ 2012. 5. 20) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	43,235	-7.7%	6,025,077
	2	PlayStation3	Sony	12,847	-5.2%	8,197,055
	3	PSP	Sony	10,030	-14.4%	18,980,404
	4	Wii	Nintendo	5,879	-1.3%	12,424,259
	5	PlayStation Vita	Sony	5,836	-7.7%	694,853
	6	DS	Nintendo	1,033	-7.6%	32,951,618
	7	Xbox360	MS	920	-5.9%	1,584,377
SW	1	My Little Sister Can't Be This Cute Portable (PSP)	Namco Bandai	53,050	신규	53,050
	2	Mario Party 9 (Wii)	Nintendo	25,300	-34.4%	364,670
	3	Persona 2: Eternal Punishment (PSP)	Atlus	24,679	신규	24,679
	4	Fire Emblem: Kakusei (3DS)	Nintendo	14,990	-12.4%	381,221
	5	Brothers Conflict: Passion Pink (PSP)	Idea Factory	10,984	신규	10,984
	6	Super Mario 3D Land (3DS)	Nintendo	10,495	-0.6%	1,596,595
	7	Mario Kart 7 (3DS)	Nintendo	8,557	0.2%	1,751,769
	8	Monster Hunter 3G (3DS)	Capcom	8,344	-9.7%	1,459,614
	9	Resident Evil Operation Raccoon City (PlayStation3)	Capcom	6,631	-55.5%	330,939
	10	Kid Icarus: Uprising (3DS)	Nintendo	6,222	-20.9%	282,371

[출처] VG Chartz

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 12 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 5. 18 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
2	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco	크로즈워즈 (クロスワーズ)	Konami	신마계승라그나브레이크 (新魔界継承ラグナブレイク)	Crooz
3	괴도 로얄 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	FIFA 월드컵 클래스 축구 (FIFA 월드컵 클래스サッカー)	EA/gumi	대열광! 프로야구카드 (大熱狂! プロ野球カード)	gloops
4	세토루린 (セトルリン)	DeNA	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	도라몬마스터 (ドラモンマスター)	Grenge
5	건담 로얄 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	왕자님의프로포즈for GREE (王子様のプロポーズfor GREE)	Voltage	SHIBUYA109 - StyleCollection	Butterfly-TMD
6	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	임협도 (任侠道)	gumi	전국사가 (戦国サーガ)	Grenge
7	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブレイク)	SQUARE ENIX DeNA	바하무트브레이크 (バハムトブレイク)	Alt Plus	캡틴 날개 (キャプテン翼)	KLab
8	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	몬헌 탐험기 신비의섬 (モンハン探検記 ぼろしの島)	CAPCOM-gumi	초코토폰 (ちょこっとファーム)	Drecom
9	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	나의레스토랑2 (ぼくのレストラン2)	Symphonic	백 개의 신 (百神ヒャクカミ)	GCREST
10	대열광! 프로야구카드 (大熱狂! プロ野球カード)	gloops	빚꾸리맨 (ビツクリマン)	Drecom	소드소드 (ソード×ソード)	Drecom

[출처] Mobage, GREE, mixi



기타 게임시장 동향

온라인게임 규제 강화에 나선 베트남 호치민 인민위원회

베트남의 호치민 인민위원회가 온라인게임에 대한 규제 강화에 나섰다. 특히 청소년에게 영향을 줄 수 있는 폭력적인 게임 콘텐츠에 대한 규제가 주 목적으로 당국은 온라인게임 허가 관련 규제를 대폭 강화할 것으로 전망

■ 온라인게임 규제 강화에 나선 베트남 호치민 당국

- ▶ 베트남 호치민에서 2012년 4월에 열린 온라인게임 관련 회의에서, 호치민 인민위원회(People's Committee)의 부의장 Le Manh Ha가 온라인게임에 대한 인허가에 대한 규제를 강화해야 한다고 주장
 - Le Manh Ha는 온라인게임 인허가 업무를 담당하고 있는 정보통신국(Department of Information and Communication)에 최근 온라인게임에 대한 허가가 느슨하게 관리되고 있다며 관련 규제를 강화해 달라고 요청
 - 실제로 2011년 9월부터 2012년 2월까지 총 69개의 온라인게임이 관련 라이선스를 취득하였으며 이 중 10개는 정보통신국을 통해 라이선스를 취득
- ▶ 온라인게임에 대한 규제 강화의 목소리를 높여온 호치민 당국은 게임업체들과 PC방에 대한 강도 높은 조사와 처벌 또한 지속
 - 호치민 당국은 온라인게임에 대한 규제 목소리를 수년 전부터 높여오고 있었는데, 2010년 이미 베트남 정부 당국에 온라인게임의 수입 금지와 전국적인 광고 방송 금지를 요청
 - 2010년과 2011년 사이 호치민 당국은 폭력적인 콘텐츠를 가지고 있다고 판단된 43개의 게임들 중 18개를 이용 금지했으며 29개의 격투게임에 대해서는 전투 기능을 제외하도록 행정 조치를 명령
 - 수천 곳에 달하는 PC방들과 온라인게임 유통업체들이 당국으로부터의 조사와 함께 벌금을 부과받았으며, 온라인 게임 운영업체들은 오후 10시~오전 8시 사이의 게임 서비스를 금지당함
 - 폭력적인 콘텐츠를 가지고 있는 게임이나 불건전한 콘텐츠를 제공하는 웹사이트에 대한 접속을 원천적으로 차단 하는 소프트웨어를 설치하는 계획도 당국에 의해 추진되고 있는 상황
- ▶ 베트남 온라인 게임시장이 급격히 성장함에 따라, 폭력적인 콘텐츠가 청소년들에게 악영향을 줄 수 있다는 우려의 목소리가 사회 전반으로 커지고 있음

- 2006년부터 2010년 동안 베트남에서 온라인게임의 수는 약 30배 이상 폭증하였으며, 게임을 이용하는 500만의 게이머 대부분이 청소년인 것으로 조사
- 정부 당국의 게임 규제 노력에도 불구하고 이미 수많은 게임들이 해외 서버 및 SNS 웹사이트들을 통해 베트남어로 제공되고 있으며, 여전히 다운로드나 관련 사이트로의 접속 또한 쉬운 상황
- ▶ 2010년 관련 당국의 조사에 따르면 약 66개에 달하는 온라인게임이 폭력적인 게임 콘텐츠를 포함하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 전체 게임의 8%는 도박 콘텐츠를 포함하고 있음
- ▶ 정부 당국은 방학이 시작되기 전엔 6월 초까지 학교 지역을 대상으로 폭력적 게임 콘텐츠를 포함한 유해한 웹사이트를 자동적으로 차단하는 소프트웨어를 PC방에 설치할 계획
 - 현재 시장에서 출시되어 있는 모든 온라인게임에 대한 지방 행정 당국의 점검 또한 요구되고 있는 상황

 english.vietnamnet.vn

인도네시아 Qeon Interactive, 소셜 게임사업 진출

인도네시아 대기업 Midplaza 그룹의 자회사인 Qeon Interactive가 한국 Doobic Game Studio와 온라인 FPS게임을 퍼블리싱한데 이어 향후 소셜게임 사업에의 진출 가능성을 내비쳐, 인도네시아 최초의 소셜게임 플랫폼 등장 가능성이 주목 받고 있음

■ Qeon Interactive, 온라인 게임사업 진출에 이어 소셜게임 플랫폼 사업에도 진출할 예정

- ▶ Qeon Interactive가 지난 2012년 3월 한국 FPS 게임을 퍼블리싱한 것을 시작으로 중국, 대만 업체 게임 퍼블리싱 및 소셜게임 플랫폼 사업에도 관심을 보여 인도네시아 최초의 소셜게임 플랫폼이 탄생할 것으로 기대
 - 최근 Doobic Game Studio*가 개발한 FPS 게임 <Shadow Company>를 퍼블리싱한 Qeon Interactive는 앞으로 한국, 일본, 중국, 대만의 게임들을 인도네시아 시장에 서비스할 계획이라고 밝힘
 - Qeon Interactive의 마케팅 디렉터 Andrian Pauline은 "향후 편리하고 만족스러운 소셜게임 플랫폼을 통해 글로벌 수준의 고객 서비스와 게임 경험을 제공할 예정"이라고 언급
 - <Shadow Company>는 게임엔진 언리얼3에 기반한 그래픽과 차별화된 대규모 전투모드와 헬리콥터 및 총기 옵션 등을 전략적으로 사용할 수 있는 스킬 모드 등으로 일반적인 FPS게임과 차별화된 게임으로 Qeon Interactive의 SNS인 Qeon SNS에서도 관련 정보 공유가 이루어지고 있음
- ▶ Qeon Interactive, 일본 소셜게임 업체와의 제휴를 통해 인도네시아 최대 게임 퍼블리셔로 성장
 - Qeon Interactive의 Riki Suliawan CEO는 "일본 소셜업체 DeNA와 GREE와의 제휴에도 관심이 있고 장기적으로 관련 사업을 추진해 나가겠다"고 밝힘
 - 한편 인도네시아는 풍부한 IT 및 게임 인구로 인해 향후 몇 년간 관련 시장이 지속적으로 성장할 것으로 전망

*주 : 한국의 대표적인 온라인 FPS게임 전문 개발업체인 Doobic Games Studio는 지난 3년 동안 80여명의 인력을 투입해 <Shadow Company>를 개발, 북미, 유럽, 일본, 필리핀에 이어 2012년 3월 29일에 인도네시아에도 퍼블리싱 계약을 체결한 바 있음

 www.techinasia.com

인도 모바일게임 개발업체, 영화티켓 프로모션 진행

인도의 모바일게임 개발업체 Mango Games가 신규 모바일게임 2종의 출시를 앞두고 이용자들이 일정 레벨을 통과할 경우 Nokia의 Lumia폰 사용자 대상으로 가상상품을 제공, 일반 이용자들에게는 무료 영화티켓을 제공할 계획

■ 인도 모바일게임 개발업체, 신규 게임 프로모션 위해 무료 영화티켓 제공

- ▶ 인도 모바일게임 개발업체 Mango Games가 내달 신규 모바일게임 출시를 앞두고, 일정 게임 레벨을 통과한 이용자들을 대상으로 무료 영화티켓 및 애플리케이션과 같은 가상상품을 제공할 계획
 - Mango Games는 인도 모바일 게임업체로, Facebook에서도 플레이할 수 있는 자사의 첫 번째 모바일게임 2종을 내달 출시할 예정
- ▶ Mango Games는 Facebook에서 구동되는 카드게임 <Rummy>를 출시할 계획이며, 몇 달 내로 Android 버전도 출시할 예정
 - 향후 두 달 이내에 영화 <Don II>에 기반한 Android 버전 모바일게임 <Don: Social Mobster>를 소개할 계획
 - <Don: Social Mobster>는 이미 Facebook 내에서 베타버전으로 제공
- ▶ Mango Games는 모바일 단말벤더 Nokia와 인도의 티켓판매사이트 Bookmyshow의 후원을 받고 있는데, Nokia는 Mango Games의 신규 모바일게임을 플레이하는 자사의 Windows Phone 7 OS 기반 스마트폰 'Lumia' 이용자들을 대상으로 애플리케이션이나 가상상품을 제공, Bookmyshow는 무료 영화 티켓을 제공할 예정
 - Mango Games의 설립자이자 운영 책임자인 D Richard De Silva는 "우리는 인도 및 인도네시아 시장에 초점을 맞추고 있으며, 지역 관련성이 있는 모바일게임 및 소셜게임 런칭에 주력할 것"이라고 언급
 - 또한 그는 "인도인들은 매우 가치지향적이기 때문에, Mango Games는 가상현실에서 뿐만 아니라 물리적 환경에서도 보상기재를 제공하기 위해 Nokia, Bookmyshow와 돈독한 제휴관계를 유지하고 있다"고 설명
 - Mango Games의 신규 모바일게임 2종은 iOS와 안드로이드 단말에서 모두 무료로 다운로드 받을 수 있을 전망이지만, 다음 레벨로 빠르게 통과하기 위한 가상 아이템들은 이용자가 별도로 구매해야 할 것으로 예상

 www.themobileindian.com

대만 Media Tek, Gameloft와 제휴해 모바일게임 강화

대만의 반도체업체 Media Tek은 2012년 5월 11일에 프랑스 모바일 게임업체 Gameloft와의 전략적 제휴를 맺었다고 발표. Media Tek은 자사의 피쳐폰과 스마트폰에 Gameloft의 모바일게임을 탑재해 게임사업을 강화할 예정

■ 대만 반도체 기업 Media Tek, Gameloft와의 전략적 제휴 통해 모바일게임 역량 강화

- ▶ 이번 제휴를 통해 Media Tek의 모바일 플랫폼 및 솔루션과 Gameloft의 게임 개발 능력이 시너지 효과를 창출할 것으로 전망
 - Gameloft는 Media Tek의 피쳐폰과 스마트폰 플랫폼에 다양한 게임 애플리케이션들을 포함시킬 예정
 - Media Tek가 최근 발표한 자사의 최신 싱글 칩인 MT6255에는 별도의 비용 없이 Gameloft의 인기게임<Asphalt 6: Adrenaline>과 <Block Breaker 3>, <Assassin's Creed Revelations>, <Brain Challenge 3: Think Again!> 등의 데모 버전이 탑재되어 있음
 - Media Tek의 Ching-Jiang Hsieh 대표는 Media Tek의 고성능 모바일 플랫폼은 Gameloft의 최첨단 게임들을 지원해 글로벌 게이머들의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있다고 강조하면서 "이번 제휴를 통해 모바일폰 산업에서 고객들에게 보다 경쟁력 있는 서비스를 제공할 것"이라고 기대

*주 : 1997년에 설립되어 대만 증권거래소에 상장된 Media Tek은 무선 통신 및 디지털 미디어 솔루션을 제공하는 반도체 업체로서 무선 통신 및 고품질 TV, 저장매체 및 DVD, 블루레이 제품을 위한 SOC 시스템 솔루션 등도 다루고 있음. 2011년에 BK Modi 회장이 이끄는 모바일 부가서비스 제공업체인 Spice Digital Ltd.에 2,000만 달러를 투자한 바 있음

 techcircle.vccircle.com

그림 9 Gameloft의 인기 레이싱게임 <Asphalt 6: Adrenaline>의 이미지

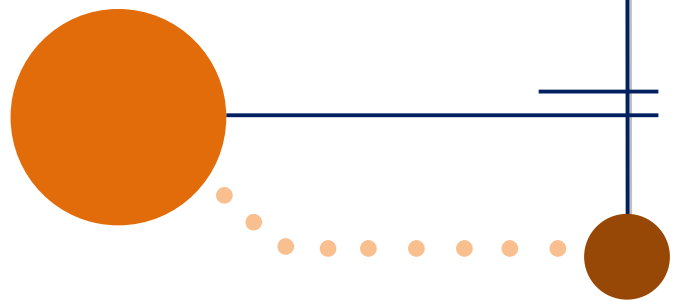


[출처] Gameloft



유럽 게임시장 동향

- 영국 정부, 게임 연령등급제 VSC 방식으로 통합
- 러시아 게임시장, 2016년 15억 달러로 성장
- 독일, 유럽 게임시장의 다크호스로 부상
- Rovio, 2011년도 매출 전년 대비 963% 증가
- Gameloft, 2012년 1/4분기 매출 4,480만 유로 달성
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



영국 정부, 게임 연령등급제 VSC 방식으로 통합

영국 정부는 유럽게임등급분류협회와 영국영상물등급위원회로부터 이중 규제를 받아 왔던 게임 연령등급제를 폐지하고, 유럽게임등급분류협회 산하의 영국비디오표준위원회의 게임 연령등급제를 도입

■ 영국비디오표준위원회의 게임 연령등급제, 의회 상정

- ▶ 2012년 5월 10일 게임에 관한 보다 간단하고도 강력한 연령등급제가 영국 의회에 상정됨에 따라 영국 아동들에게 부적절한 게임의 무분별한 구매가 줄어들 것으로 전망
 - 현재 영국에서 판매되는 모든 게임은 유럽 30여 개 국가에서 채택하고 있는 유럽게임등급분류협회(Pan Europe Game Information, 이하 PEGI)의 심의 규정에 따르고 있으며, 몇몇 게임의 경우 영국영상물등급위원회(British Board of Film Classification, 이하 BBFC)로부터 추가 규제를 받음
 - 하지만 이번 법 개정을 통해 이중 규제 시스템이 폐지되고, PEGI 산하의 영국비디오표준위원회(Video Standards Council, 이하 VSC)가 분류한 게임 연령등급제에 따라 영국의 모든 게임이 법적 제재를 받을 것으로 전망
- ▶ VSC는 게임 내 유해한 콘텐츠가 포함될 경우 게임 판매를 금지할 수는 없지만, 연령별 등급 제한을 통해 게임 구매에 제재를 가할 수 있을 것으로 기대
 - 이는 영국 정부가 최초로 12세 미만 아동의 게임 구매를 법적으로 규제한 것으로, 만약 12세 미만 아동에게 게임을 판매할 경우 판매자를 구속하는 등 법적 제재를 가하기로 함
 - 영국 문화부 장관 Ed Vaizey는 "새로운 규제시스템이 부모들 뿐만 아니라 업계 전반에 이익을 가져다 줄 것"이라며, "어린이들을 위한 게임 규제 시스템은 부모들로 하여금 자신의 자녀가 건전한 게임만 이용할 것이라는 확신을 가져다 줄 것"이라고 언급
 - 영국 인터랙티브엔터테인먼트산업연맹(The Association UK Interactive Entertainment, 이하 UKIE)의 CEO Jo Twist는 "PEGI 심의시스템은 소비자들이 정말 필요로 하는 명확성을 제공하면서 영국의 독자적인 게임 연령등급제에 한 발짝 더 가까이 다가서는 계기가 될 것"이라고 언급
 - VSC의 회장 Baroness Shephard는 "이 같은 법 개정은 마침내 우리에게 영국 내 법적 게임규제 권한을 주는 것으로, 우리는 현재 연령별 게임 등급제를 올바르게 시행하기 위한 만반의 준비를 다하고 있다"고 강조

 www.culture.gov.uk

러시아 게임시장, 2016년 15억 달러로 성장

시장조사업체 DFC에 따르면, 러시아 게임시장은 2011년 5억 달러에서 2016년 15억 달러로 성장할 것으로 전망. 러시아 게임시장의 빠른 성장은 콘솔게임에서 온라인과 모바일게임으로 시장이 재편되면서 부분유료화가 주요 사업모델로 채택된 결과

■ 러시아 게임시장, 부분유료화의 활성화로 2016년 15억 달러로 성장

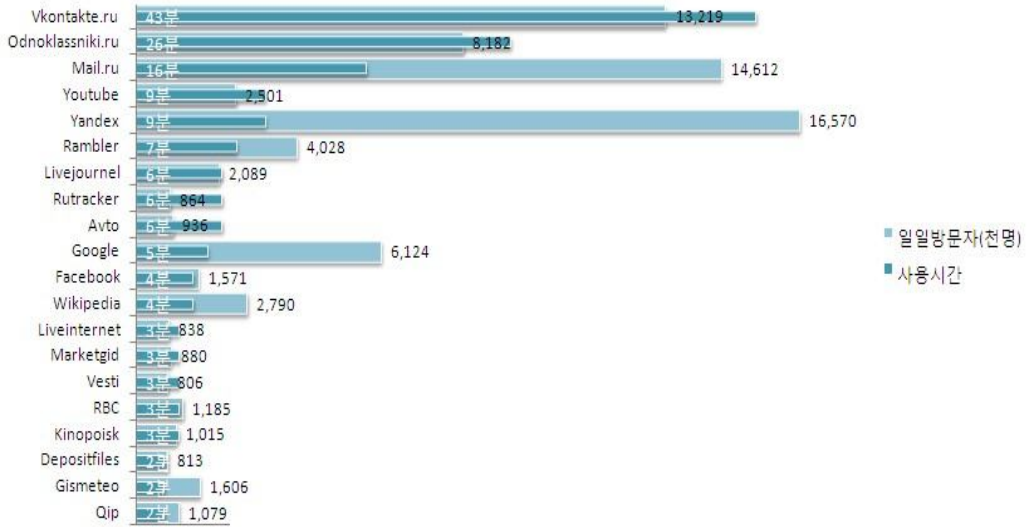
- ▶ 시장조사업체 DFC Intelligence의 2012년 5월 보고서 "Russia, which is one of the fastest growing PC online market"에 따르면, 2011년 5억 달러 규모의 러시아 게임시장은 2016년 15억 달러로 성장
 - 러시아 게임시장에서 가상아이템 판매 방식인 부분유료화가 주요 사업모델로 정착되면서 연평균성장률 (2011~2016년)은 15%를 기록할 것으로 예상
 - DFC는 "역사적으로 러시아 게임시장은 높은 불법 복제율로 인해 합법적인 시장이 매우 제한되어 있었다"라며 "그러나 부분유료화가 주요 사업모델로 자리잡은 온라인게임과 모바일게임이 성장하면서 러시아 게임시장의 성장은 빠르게 높아질 것"이라고 밝힘
- ▶ 러시아와 구 소련 독립국가 연합(Commonwealth of Independent States, 이하 CIS)의 게임시장은 한국 게임의 영향을 크게 받을 것으로 전망
 - DFC의 애널리스트 Insun Yoon은 "한국 게임 퍼블리셔들은 러시아에서 큰 인기를 끌고 있다"라며 "러시아의 게임시장은 한국 게임 산업모델을 채택하고 있다"라고 밝힘
 - 또한 그녀는 "그러나 독립국가 연합의 일부 지역에서는 로컬 게임업체들이 게임시장을 지배하고 있다"라고 밝힘

■ 러시아 소셜게임, Facebook이 아닌 러시아 고유 SNS로 출시

- ▶ 현재 러시아 소셜게임은 Facebook이 아닌 러시아 현지 SNS인 Vkontatke, Odnoklassniki 등으로 출시
 - 러시아에서 가장 큰 인기를 끌고 있는 i-Jet Media의 소셜게임 <Happy Harvest>는 Facebook 뿐만 아니라, 러시아 현지 SNS로도 출시
 - 러시아 현지 SNS는 Facebook과 유사한 모습을 가지고 있지만 러시아인들에 최적화된 UI를 가지고 있어, Facebook보다 높은 인기를 가지고 있음

 www.sfgate.com

그림 11 2010년 러시아 인기 사이트 20(방문자수 기준)



[출처] Rumetrika, Kortra 재인용

그림 12 러시아 인기 소셜게임 <Happy Harvest> 화면



[출처] i-Jet Media

독일, 유럽 게임시장의 다크호스로 부상

독일무역투자진흥청이 2012년 2월 발표한 보고서에 따르면, 독일이 영국과 프랑스를 제치고 유럽 최대의 게임시장으로 등극한 가운데, 발전된 IT 인프라 및 우수 인력을 기반으로 온라인게임 부문에서 크게 성장하며 유럽 게임시장의 다크호스로 부상

■ 독일 게임시장, 온라인 게임시장 성장에 힘입어 유럽 최대 게임시장으로 등극

- ▶ 독일무역투자진흥청(Germany Trade & Invest, 이하 GTI)*이 2012년 2월 발표한 보고서 "The German Gaming Industry"에 따르면, 독일의 게임 활동이용자(Active User, 이하 AU) 수가 총 2,300만 명을 돌파해 유럽 최대의 게임시장으로 부상
 - 2010년 기준 독일의 게임시장 매출은 총 18억 유로 규모로 성장했으며, 특히 온라인 게임시장은 지난 10년간 두 자릿수 성장률을 나타내 약 1,450만 명의 게이머들이 인터넷을 주요 게임 플랫폼으로 이용하고 있는 것으로 집계
 - 일반적으로 게임 매출은 데이터 유통과 다운로드로부터 발생하는데, 독일은 앱 내 결제(in-game purchase) 분야에서 유럽시장을 선도하고 있으며, 2014년까지 게임아이템 거래액만 3억 4,000만 유로를 돌파할 것으로 전망
- ▶ 독일은 캐주얼게임, 디지털 다운로드, 부분유료화(Free-to-play) 온라인게임 등의 인기에 힘입어 다른 유럽 국가 대비 매우 큰 규모의 온라인 게임시장을 형성하고 있음
 - 네덜란드 시장조사업체 Newzoo의 CEO Peter Warman은 "독일의 게임업계는 새롭고도 현지화된, 양질의 게임을 지속적으로 생산하고 있다"고 언급

*주 : 독일 연방 공화국의 해외 무역 및 투자 유치 진흥 기관으로서, 독일시장에서 사업 활동을 확장하고자 하는 해외 기업들에게 자문을 제공하고, 해외 시장에 진출하고자 하는 독일 기업들에 해외 무역에 관한 정보를 제공

■ 독일의 IT 인프라 및 우수 인력, 게임시장 성장 촉진

- ▶ 미국 샌프란시스코에서 3월 5일부터 9일까지 개최된 게임 개발자회의(Game Developers Conference, 이하 GDC) 2012에서 독일무역투자진흥청은 독일 게임산업의 향후 성장 가능성을 강조
 - 독일무역투자진흥청의 게임산업 전문가 Julia Oentrich는 "독일의 시장 성장과 베를린과 같은 핫스팟은 콘텐츠 개발업체 및 신생기업들에게 매력적으로 어필"하고 있으며, "브로드밴드 커버리지 확대와 전년 대비 50% 증가한 스마트폰 가입자 기반이 독일의 게임시장 성장을 촉진할 것"으로 전망
 - 독일의 IT 인프라와 우수한 인력은 게임 개발업체의 혁신을 주도하고 있는데, 일례로 베를린 소재의 게임 개발업체 Wooga**는 2011년에만 가입자 수가 전년 대비 185% 성장하며 현재 세계에서 세 번째로 큰 규모의 소셜

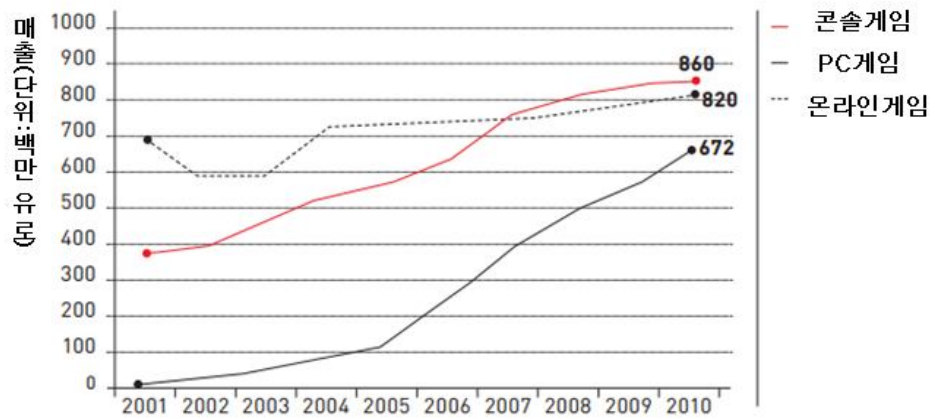
게임 개발업체로 자리매김

- Wooga는 현재 전세계 28개국에서 인재를 채용, 총 7개 언어를 지원하며 해외 진출 시 현지화 전략에 박차를 가하고 있음

**주 : 2009년 1월 독일 베를린에서 설립된 소셜 게임업체로, 하드코어 게임이 아닌 남녀노소 모두 즐길 수 있는 게임을 개발하는 것을 비전으로 삼고 있으며, 7개의 소셜게임(Brain Buddies, Bubble Island, Diamond Dash 등)으로 Facebook 3위 게임업체로 등극

 www.wbvtv.com

그림 10 독일 게임시장 플랫폼별 매출변화 추이(2001-2010)



[출처] BITKOM, BIU, PWC

Rovio, 2011년도 매출 전년 대비 963% 증가

<Angry Birds>시리즈로 큰 성공을 거둔 Rovio의 2011년도 매출이 2010년 대비 963% 증가한 1억 630만 달러를 기록. 2012년 1/4분기에 출시한 <Angry Birds Space>와 Facebook용 <Angry Birds>로 인해 이용자 또한 증가할 것으로 전망

■ Rovio, <Angry Birds> 관련 소비재 사업 성장에 힘입어 2011년 매출 1억 630만 달러 기록

- ▶ <Angry Birds>의 개발업체 Rovio의 2011년도 매출이 소비재 사업(consumer products business) 부문의 성장에 힘입어 2010년 1,000만 달러 대비 963% 증가한 1억 630만 달러를 기록
 - Rovio는 모바일게임 <Angry Birds>의 성공 이후 장난감, 캔디, 의류 등 게임 관련 소비재 사업을 빠른 속도로 확장, 2011년의 경우 전체 매출의 약 30%를 차지하고 있는 것으로 집계
- ▶ 2011년 전체 게임 다운로드 건수는 6억 4,800만 건으로 집계된 가운데, 웹과 모바일 플랫폼 합산 월간활동사용자(Monthly Active User, MAU) 수는 2억 명에 이르는 것으로 조사
- ▶ 2012년 1/4분기 새롭게 출시된 <Angry Birds Space>와 Facebook용 <Angry Birds> 출시로 최근 MAU와 게임 다운로드 건수는 더욱 증가세에 있음
 - 애플리케이션 통계사이트 AppData에 따르면, Facebook 내 Angry Birds의 MAU 수는 2012년 5월 기준 총 2,340만 명, 일일활동사용자(Daily Active User, 이하 DAU)는 290만 명으로 나타남
 - Zynga의 경우 인기 소셜게임 및 모바일게임의 MAU 수는 2012년 1/4분기 기준 1억 8,200만 명에 달함
- ▶ 한편, Rovio의 투자담당 총책임자 Ander Lindeberg는 "현재 Rovio는 주식시장 상장을 위해 IPO를 준비하고 있다"고도 언급
 - Rovio의 CEO Mikael Hed는 Reuter 통신과의 인터뷰를 통해 "이미 4,200만 달러에 달하는 자금을 지원받았으며, 향후 2~3년 안에 기업공개를 할 예정"이라고 밝힘

 www.insidemobileapps.com

Gameloft, 2012년 1/4분기 매출 4,480만 유로 달성

Gameloft가 2012년 5월 9일에 발표한 2012년 1/4분기 실적에 따르면, 매출은 전년동기 대비 14% 성장한 4,480만 유로를 기록. Gameloft의 매출 성장은 스마트폰 게임의 해외 판매량 증가에 기반한 것으로 조사

■ Gameloft의 매출 성장의 주요 동인 '부분 유료화'

- ▶ Gameloft가 발표한 2012년 1/4분기 실적에 따르면 매출이 전년동기 대비 14% 상승한 4,480만 유로이며, 이 중 아태 지역 및 라틴아메리카가 44%, 북미 30%, 유럽 및 중동, 아프리카 지역이 각각 25%를 차지
 - Gameloft의 1/4분기 성장은 신흥국을 비롯한 전 세계에서 서비스 중인 스마트폰 및 태블릿 PC 등 모바일게임의 성공에 따른 것으로, 전체 매출의 40%를 차지한 모바일게임 매출은 전년동기 대비 59% 증가
 - 모바일게임 부문의 가파른 성장세는 2011년 도입된 부분유료화에 의한 것으로, Gameloft의 월 평균 이용자는 2012년 5월 기준 4,500만 명이며 스마트폰게임 수익의 절반 이상이 앱 내 결제와 광고 수익에서 발생
 - Gameloft는 스마트폰과 태블릿 PC 판매량 증가에 따라 실적 호조가 이어질 것으로 예상되며, 최근 놀라운 성과를 기록 중인 게임 <Ice Age Village>와 <Shark Dash>에 이어 신작 게임을 신속하게 선보일 계획
 - 2012년 7월 26일 발표 예정인 2분기도 실적 또한 긍정적인 것으로 예상

 www.gamesindustryblog.com

그림 13 Gameloft의 인기 모바일게임 <Ice Age Village>와 <Shark Dash>의 이미지



[출처] Gameloft

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 13 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (5. 13 ~ 5.19)	독일 (5. 13 ~ 5.19)	프랑스* (5. 13 ~ 5.19)
1	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take-Two)
2	Max Payne 3 (Xbox360, Take-Two)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take-Two)	Max Payne 3 (Xbox360, Take-Two)
3	Max Payne 3 (PlayStation3, Take-Two)	Max Payne 3 (Xbox360, Take-Two)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
4	FIFA Street (Xbox360, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Sniper Elite V2 (PlayStation3, 505 Games)
5	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Uncharted 3 - Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
6	Sniper Elite V2 (Xbox360, 505 Games)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	
7	FIFA 12 (Xbox360, EA)	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	
8	Sniper Elite V2 (PlayStation3, 505 Games)	Risen 2 - Dark Waters (PC, Koch Media)	
9	Prototype 2 (Xbox360, Activision Blizzard)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	
10	Kinect Star Wars (Xbox360, Microsoft)	Zumba Fitness 2 inkl. Fitness-Gürtel (Wii, NBG 505 Games)	
순위	스웨덴 (5. 13 ~ 5.19)	이탈리아 (5. 7 ~ 5.13)	네덜란드 (5. 13 ~ 5.19)
1	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)
2	Max Payne 3 (PlayStation3, Take-Two)	JUST DANCE 3 (Wii, Ubisoft)	Udraw Studio Instant Artist (Wii, THQ)
3	Max Payne 3 (Xbox360, Take-Two)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take-Two)
4	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Max Payne 3 (Xbox360, Take-Two)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
6	NHL 12 (PlayStation3, EA)	Kirby's Adventure (Wii, Nintendo)	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
7	Battlefield 3 (PC, EA)	Pokepark 2 Il Mondo dei Desideri (Wii, Nintendo)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
8	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Assassin's Cree Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	JUST DANCE 3 (Wii, Ubisoft)
9	NHL 12 (Xbox360, EA)	Wii Play Omtion + Wii Remote Plus (Wii, Nintendo)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
10	Kinect Star Wars (Xbox360, Microsoft)	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Sniper Elite V2 (PlayStation3, 505 Games)

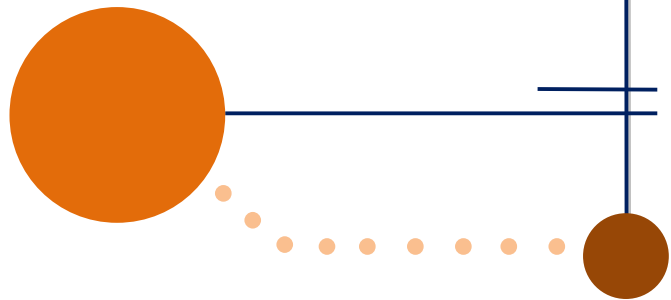
*주 : 프랑스와 이탈리아의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 2012년 멕시코 게임시장, 10억 달러 규모로 성장
- ADVA, "아르헨티나, 중남미 제2의 게임시장으로 성장"
- 아르헨티나, 게임관련 간담회 'GameTalk 2012' 개최
- 게임업체 Square Enix, 중남미 게임축제 개최



2012년 멕시코 게임시장, 10억 달러 규모로 성장

2012년 멕시코의 게임시장 규모는 전년대비 14% 성장한 145.92억 MXN(10억 6,500만 달러)의 매출을 기록. 특히 콘솔게임 게이머가 1,300만 명을 돌파하면서 MS, Nintendo, Sony 등 글로벌 콘솔 게임업체의 주요시장으로 성장

■ 2011년 멕시코 게임시장 규모 전년대비 14% 성장

- ▶ 시장조사업체 Competitive Intelligence Unit(이하 CIU)가 2012년 1월에 발표한 "La industria de videojuegos en América Latina"에 따르면, 2011년 중남미 게임시장의 규모는 16억 달러이며, 이 중 멕시코 게임시장의 비중이 66%를 차지
 - 2010년에 출시된 Kinect와 같은 새로운 콘솔 게임기기 출시로 인해 콘솔 게임시장이 급성장하기 시작
 - MS, Nintendo, Sony 등 글로벌 콘솔 게임업체는 멕시코 게임시장을 새로운 수익원으로 평가해, 지속적인 투자 및 신규 게임 타이틀을 출시하고 있음

■ 멕시코 게임시장, 정부의 블랙마켓 규제로 인해 꾸준히 성장

- ▶ 멕시코 게임시장은 블랙마켓에 대한 정부의 강력한 규제로 인해 제작자 보호, 보안기술 강화, 설비 및 소프트웨어 강화 등이 나타나고 있으며, 이로 인해 지속적인 성장률을 보임
 - 운동 및 음악관련 게임이 큰 인기를 끌고 있으며, 그 결과 게임시장은 경기침체에 큰 영향을 받지 않음
 - 또한 콘솔게임 이용자층이 남성 중심의 10~20대에서 여성 및 30~40대로 확대
 - 멕시코 경제부(Secretaria de Economía)에 따르면 다른 산업보다 게임산업에서 일자리 창출이 높음

 www.reload.mx

표 14 온라인게임 플랫폼 'Friendster'의 주요 특징

콘솔 게임기기	인기 게임(점유율)
Xbox360	Gears of War(14%), FIFA(9%), Call of Duty(5%), Halo(5%), Battlefield(5%)
PlayStation3	Resident Evil(7%), Guitar Hero(5%), God of War(5%), FIFA(5%)
Nintendo DS	Vidojuegos de Aventura(33%), Otros Juegos(27%), Acion(21%)
Nintendo Wii	The Legend of Zelda(9%), Guitar Hero(8%), Super Mario Bros(5%)
Sony PSP	Grand Theft Auto(9%), God of War(7%), Assassi's Greed(6%), PES(6%)

[출처] WebAdictos

ADVA, "아르헨티나, 중남미 제2의 게임시장으로 성장"

ADVA에 따르면, 중남미 게임시장에서 2위로 성장한 아르헨티나는 65개의 자국 게임 제작회사를 보유하고 있음. 자국에서 생산하는 게임 타이틀 중 95%가 유럽, 북미, 일본, 그 밖의 중남미 국가로 수출되면서 게임제작 국가로 명성을 높이고 있음

■ 아르헨티나, 수출 중심의 게임 생산 국가로 변신

- ▶ 아르헨티나 게임산업은 멕시코와 칠레를 넘어 수출 기반 생산체제로 변신하고 있음
 - 아르헨티나는 2010년 이후 Facebook과 스마트폰 붐에 의해 자국 게임의 판매가 감소하자, 게임을 소비하기 보다는 수출하는 게임 수출 국가로 전환하기 시작
 - 아르헨티나 비디오게임개발협회(Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina, 이하 ADVA)는 "아르헨티나는 Facebook 같은 글로벌 SNS와 Apple의 AppStore 같은 글로벌 오픈마켓을 통해 자국의 게임을 해외로 수출하면서 기존 중남미 게임산업 강국이었던 멕시코와 칠레를 넘어 명실상부한 중남미 게임 선두국으로 자리매김 했다"라고 언급

■ 아르헨티나 게임산업 성장 원동력, "게임에 대한 인식 변화와 적극적인 정부 지원"

- ▶ 게임 개발에 큰 관심을 보이고 있는 아르헨티나 국민
 - 아르헨티나 국민 대다수가 게임에 흥미를 갖고 있으며, 특히 젊은이들이 게임 개발에 높은 관심을 보이고 있음
 - 아르헨티나에서는 이미 2,000명이 넘는 평균 연령 27세 이하의 젊은 인재들이 디지털게임 제작관련 업무를 담당하고 있으며, 디자이너, 일러스트레이터, 프로그래머, 엔지니어, 시나리오 작가 등 그 분야가 다양함
 - 아르헨티나에는 65개의 게임관련 회사가 있으며, 이들 중 85%에 달하는 대다수의 업체가 2000년 대 이후 두각을 나타냈으며 연 매출 5,000만 달러를 기록하고 있음
- ▶ 아르헨티나 정부는 게임산업을 활성화시키기 위해 대학교에 게임관련 학과를 만들고 있음
 - 아르헨티나 게임업체 Globant의 기술부서 관리책임자 Diego Tártara는 "아르헨티나 게임시장은 정부와 국민들의 적극적인 성원에 힘입어 빠르게 성장하고 있다"라며 "그러나 인플레이션 및 달러와의 환율차이가 게임산업 성장의 큰 장애요소이며, 러시아와 같은 새로운 경쟁업체의 출현에 대한 대비가 시급하다"라고 밝힘

 www.taringa.net

아르헨티나, 게임관련 간담회 'GameTalk 2012' 개최

2012년 5월 22일 아르헨티나 게임산업에 대한 전문적 지식을 나누고 관련 산업의 과거, 현재 그리고 미래를 논의하기 위한 목적으로 구성된 해당 산업 간담회인 'GameTalk 2012'가 아르헨티나 Palermo 대학에서 개최

■ 'GameTalk 2012', 아르헨티나 게임발전 관련 간담회

- ▶ 아르헨티나의 게임관련 주요 간담회인 'GameTalk 2012'가 아르헨티나의 Palermo 대학에서 개최됨
 - 아르헨티나 게임업체 대표들을 중심으로 중남미 게임관련 관계자, 게임 교육자, 게임 개발자, 학생 등이 참여하는 'GameTalk 2012'는 아르헨티나의 게임산업에 대한 공개 토론 방식으로 진행
 - 'GameTalk 2012' 상호작용 게임 설계 전공 학생과 그 관련 전공생들에게 어떻게 게임산업에서 일을 할 것인지 심도 있는 토론이 진행
 - 또한 아르헨티나 게임산업 수준이 과연 글로벌 수준으로 성장할 수 있는지에 대해 게임관계자들과 학생들은 향후 몇 년 안에 아르헨티나에서 글로벌 게임업체가 나타날 것이라고 전망
 - 아르헨티나 게임업체 Gameshock 전무이사 Nicolás Chiari는 기조연설을 통해 아르헨티나 게임산업의 현 상황과 향후 비전을 제시
 - 소셜 게임업체 Vostu의 Gino Cingolani 연구원은 소셜게임 관련 토론에서 "아르헨티나의 소셜게임은 성장 가능성이 무척 높다"라며, "그러나 낙후된 브로드밴드 서비스와 부분유료화에 대한 게이머들의 저항심리를 우선적으로 해결해야 한다"라고 강조

 www.fido.palermo.edu

그림 15 아르헨티나 게임 간담회 'GameTalk 2012 포스터'



[출처] GameTalk 2012

게임업체 Square Enix, 중남미 게임축제 개최

메이저 게임업체 Square Enix는 중남미 게임시장을 활성화 시키기 게임축제 'Square Enix Latin America Game Contest 2012'를 2012년 말에 개최할 계획. 이 게임축제는 Square Enix의 중남미 시장 진출의 교두보로 작용할 것으로 전망

■ 중남미의 새로운 게임축제 'Square Enix Latin America Game Contest 2012'

- ▶ 메이저 게임업체 Square Enix의 CEO Yasuhiro Fukushima는 중남미 게임시장의 부흥 위해 새로운 게임행사 'Square Enix Latin America Game Contest 2012'를 2012년 말에 개최할 것이라고 발표
 - 중남미 게임축제 'Square Enix Latin America Game Contest 2012'는 소비가 아닌 개발에 초점을 두고 있음
- ▶ 최근 몇 년 동안 중남미 게임시장에서는 게임 소비가 큰 폭으로 성장했지만, 게임 개발 분야는 성장하지 못하고 있음
 - Square Enix의 게임행사는 여러 가지 불필요한 절차 및 형식을 없애고, iOS, Window Phone, Android 등 어떠한 운영체제에 관계없이 모바일과 PC플랫폼에 해당하는 게임에 대하여 전문가 혹은 아마추어에게 기회를 제공
- ▶ 창의력을 바탕으로 한 독창성, 게임의 흥행여부, 우수한 작품성을 그 선발기준으로 정함
 - 최우수상 1명에게는 20,000 달러, 우수상 1명에게는 10,000 달러, 장려상 5명에게는 각각 5,000 달러를 수여
 - 이와 더불어 수상자들은 Square Enix 산하 게임제작부서에서 상호합의를 거쳐 IP 제작관련 업무의 기회가 주어짐
 - 결승 진출자 발표는 10월 31일에 이루어지며, 12월에 최종 수상자를 발표할 계획

 www.videojuegos.univision.com

그림 14 Square Enix의 중남미 게임행사 <Latin America game contest 2012>

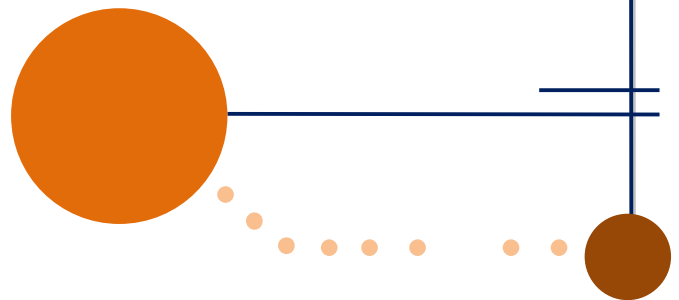


[출처] Square Enix



국내 게임시장 동향

- 메이저 온라인 게임업체의 해외 진출 현황
- 포털 3사의 소셜게임 사업 전략
- PC기반 온라인게임, 모바일게임으로 등장
- 국내 게임업체, '사회적 책임'에 대한 공감대 확산
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



메이저 온라인 게임업체의 해외 진출 현황

국내 메이저 온라인 게임업체들이 현지법인 설립 또는 해외 퍼블리셔들과 제휴를 통해 해외 진출을 적극적으로 진행하고 있음. 이러한 현상은 포화 상태에 이른 국내 온라인 게임시장에 비해 해외 온라인 게임시장은 계속 성장하고 있기 때문

■ 넥슨, 현지법인 설립을 통한 해외 시장 개척

- ▶ 넥슨은 2002년 일본, 2005년 미국, 2007년 유럽에 현지법인을 설립하며 일찌감치 해외 시장에 진출
 - 넥슨은 일본, 중국, 대만 등의 동아시아 3국을 비롯해 미국, 캐나다 등 북미지역과 유럽, 남미 등 전 세계 104개국에 진출
 - 특히 <던전앤파이터>, <메이플스토리>, <카트라이더>, <마비노기> 등 50여개 이상의 게임을 서비스 중이며 현재 13억 명이 넘는 사용자를 확보
 - 넥슨은 이 같은 해외 진출을 바탕으로, 2011년 전체 매출의 67%인 약 8,000억 원을 해외 시장에서 벌어들임

■ 네오위즈게임즈, '게임온'을 중심으로 해외 진출

- ▶ 네오위즈게임즈는 일본 법인 게임온을 필두로 중국, 미국 등 해외 법인을 잇따라 설립
 - 네오위즈게임즈의 해외 시장 개척의 전초기지를 담당하고 있는 게임온은 아바, C9 등의 타이틀이 호조를 보이고 있으며 신작 및 모바일 사업 진출 등을 통해 매출 상승을 꾀하고 있음
 - 네오위즈게임즈는 향후 풍부한 게임 라인업을 통해 앞으로도 해외 신흥 시장을 적극 개척하고 글로벌 성공을 이어 나간다는 계획

■ NC소프트, 블록버스터 게임으로 글로벌 메이저 게임업체로 도약

- ▶ NC소프트의 해외 진출 전략, 북미와 유럽 시장은 <길드워2>, 중국 시장은 <블레이드앤소울>로 공략
 - <길드워2>는 2012년 4월 10일부터 유럽과 북미 시장에서 사전예약 판매를 하고 있으며, 특히 게이머와 게임 전문가들에서 높은 호평을 받아 글로벌 블록버스터 게임의 가능성을 보이고 있음
 - <블레이드앤소울>은 Tencent를 통해 중국에서 퍼블리싱될 예정이며, 현지화 과정을 거쳐 2012년 8월에 중국에서 첫 테스트를 진행할 계획

■ CJ E&M 넷마블, 자체 개발 신작 게임으로 해외 시장 개척

- ▶ 자체개발 게임이 적어 다른 업체에 비해 해외진출이 더딘 것으로 평가받았던 CJ E&M 넷마블은 2012년 부터는 다수의 자체 개발 게임과 함께 스마트폰 및 소셜게임 등 다양한 게임을 해외에 출시할 계획
 - CJ E&M 넷마블은 적극적인 현지화 전략을 통해 이미 활발한 사업을 진행 중인 일본법인 외에 북미, 태국, 인도네시아, 대만 등 4개국에 현지법인을 설립할 계획
 - 이미 지난해 게임 개발주회사인 CJ게임즈를 설립하며 자체 콘텐츠의 경쟁력을 확보한 CJ E&M 넷마블은 <마계촌 온라인>, <마구더리얼>, <하운즈>, <킹덤즈> 등 자체 게임IP도 확대
 - <카오스베인> 등 다수의 스마트폰 게임도 글로벌 출시를 예정

■ NHN 한게임, 모바일게임을 통한 해외 진출

- ▶ NHN 한게임은 온라인게임 사업에 속해 있던 스마트폰 게임 관련 부문을 S게임본부로 독립시키면서, 모바일게임에 적극적인 투자를 진행
 - 스마트폰 게임은 NHN 내부에서 한국과 일본 모바일 포털 사업의 경쟁력이 될 것으로 기대 받고 있음
 - S게임본부에서 개발을 담당하고 있는 자회사 오렌지크루는 현재 150여명의 개발자가 있으며, 이러한 규모는 국내 모바일 게임업체들 개발인력만으로는 다섯 손가락안에 꼽히는 규모

포털 3사의 소셜게임 사업 전략

NHN, Daum, SK컴즈 등 국내 포털 3사는 침체에 빠진 소셜게임 활성화를 위해 다양한 사업 전략을 구축. 국내 포털 3사의 소셜게임 사업전략으로는 게임 플랫폼 통합, 모바일 소셜게임, 유무선 연동, 글로벌 진출 등이 있음

■ NHN, 게임 통합 브랜드 '네이버 게임' 출시

- ▶ NHN은 온라인게임을 채널링 방식으로 서비스하는 '네이버 온라인게임'과 블로그, 카페, 미투데이 등에서 제공하는 소셜게임을 하나로 통합한 '네이버 게임'을 출시
 - NHN은 "네이버 온라인게임과 네이버 소셜게임은 각각 별도의 플랫폼으로 운영되고 있었으나 한 공간에서 원하는 게임을 간편하게 즐길 수 있도록 통합 서비스를 지원, 사용자 만족도를 극대화한다는 전략"이라고 언급
 - '네이버 게임'은 56종의 온라인게임과 204종의 소셜게임뿐만 아니라, 향후 모바일게임을 추가하는 등 사용자 관심도가 높은 게임을 지속적으로 확대해 게임 통합 브랜드로서의 기능을 강화해 나갈 예정
 - 그러나, 게임포털 '한게임'은 '네이버 게임'과 별도로 운영

■ Daum, 모바일게임 플랫폼 'Daum Mobage'로 소셜게임 강화

- ▶ Daum은 2012년 3월 모바일게임 플랫폼 'Daum Mobage'를 출시하면서, 2012년 1/4분기 동안 일본 모바일 소셜 게임업체 DeNA의 주요 게임 20여종 출시
 - Daum은 온라인게임 및 웹게임을 각각 3개, 10개 이내 정도를 신작으로 추가할 예정이며, 여기에 20여개의 채널링 게임과, 같은 수의 소셜게임을 추가함으로써 총 100여개의 라인업을 올해 구축할 예정

■ SK컴즈, 소셜게임 플랫폼 모바일로 확대

- ▶ SK컴즈는 소셜게임의 마케팅 지원과 고연령층 대상 콘텐츠 및 서비스 강화, 모바일 서비스 사업을 주력 과제로 설정
 - SK컴즈는 2012년 5월 싸이월드 앱스토어 서비스를 개편하여, 신규 게임의 프로모션을 강화하고 이용자를 세분화해 게임을 추천할 계획
 - 6월부터는 Viral Channel(퍼나르기, 입소문)의 외부 노출을 강화하고 신규 기능을 하나씩 적용할 방침

PC기반 온라인게임, 모바일게임으로 등장

고사양의 스마트폰이 대중화됨에 따라 PC기반 온라인게임이 모바일게임으로 등장. 특히 국내 온라인 게임업체들이 모바일게임으로 사업영역을 확장함에 따라 기존 유명 온라인게임의 모바일게임 버전은 더욱 많아질 것으로 전망

■ 그라비티, 온라인게임 <라그나로크> 모바일용 <라그나로크 온라인 발키리의 반란> 출시

- ▶ 그라비티의 모바일게임 <라그나로크 온라인 발키리의 반란>은 PC기반 온라인게임 <라그나로크>의 방대한 콘텐츠를 그대로 가져왔으며, 모바일 환경에 맞는 UX와 UI를 위한 최적화 작업을 거침
 - <라그나로크 온라인 발키리의 반란>은 Apple의 iOS와 Google의 Android용 모바일게임으로 출시되어 다른 운영체제(OS)의 이용자들이 한 공간에서 실시간 플레이를 즐길 수 있는 것이 특징
 - 이처럼 인기종 단말기 이용자가 한 서버에 동시접속해 게임을 즐길 수 있는 부분은 업계에 따르면 현재로서는 고급 기술에 속함

■ 넥슨, 모바일용 MMORPG 출시

- ▶ 넥슨의 모바일 MMORPG <제국온라인>은 iOS와 Android를 모두 지원하고 있으며, iOS가 달라도 같은 서버에서 게임을 실행할 수 있는 특징을 가지고 있음
 - 모바일게임 <제국온라인>은 PC기반의 MMORPG와 유사한 환경을 제공하고 있으며, 향후 모바일 플랫폼에서의 서버 운영 노하우가 축적되면 온라인게임의 모바일버전도 출시할 계획

■ 위메이드, 유무선 연동 게임 제작

- ▶ 위메이드는 올 하반기에 온라인게임 <고블린 온라인>의 모바일 버전 <고블린 모바일>을 출시
 - <고블린 모바일>은 PC기반 온라인게임의 액션성은 그대로 모바일 플랫폼으로 옮겨와 사용자환경(UI) 최적화 등의 작업을 진행
 - 향후 온라인과 모바일게임 간의 연동도 제공

국내 게임업체, '사회적 책임'에 대한 공감대 확산

국내 게임업계가 사회적 기업 설립에 동참. 그동안 사회적 기업은 대기업들의 전유물이라는 인식이 강했지만 게임업체의 위상이 높아지면서 '기업의 사회적 책임'에 대한 공감대가 업계 전반으로 확산

■ 국내 게임업체의 '사회적 책임' 참여 현황

- ▶ 넥슨은 '사회적 책임' 참여를 위해 부산에 자회사형 표준사업장¹⁾인 넥슨커뮤니케이션즈를 설립
 - 부산 문화콘텐츠컴플렉스 내에 설립된 넥슨커뮤니케이션즈는 넥슨이 운영하는 게임의 서비스 및 관리감독 업무를 담당하며 전체 직원 40여명 중 3분의 2 이상이 장애인
 - 넥슨커뮤니케이션즈는 부산 최초이자 게임업계 첫 자회사형 표준사업장이라는 상징성에 걸맞게 장애인 인력을 향후 지속적으로 충원하고 직원들의 업무 영역도 확대할 방침
- ▶ 웹젠도 2012년 4월 사회적 기업인 더사랑을 설립한데 이어 최근 한국장애인고용공단과 자회사형 표준사업장 설립을 위한 업무협력을 체결
 - 베데스다북재단 산하의 사업장으로 운영되던 더사랑은 웹젠이 지분을 전액 출자해 주식회사로 전환
 - 웹젠은 이르면 올해 안으로 자회사형 표준사업장까지 설립하고 장애인을 위한 일자리 마련에 동참할 계획
- ▶ 네오위즈게임즈와 네오위즈인터넷의 지주회사인 네오위즈는 지난 2008년 요양서비스 전문업체인 그린케어²⁾를 인수한 뒤 사회적 기업으로 전환
 - 그린케어는 노인들을 대상으로 방문 요양 서비스와 복지 용품 판매, 대여, 요양시설 운영 등이 주요 사업

*주 : 장애인 의무고용 기업인 모회사가 장애인을 고용할 목적으로 자회사를 설립하면 모회사가 장애인을 고용한 것으로 정부가 인정하고 지원하는 제도

■ 게임업체 '사회적 책임' 참여를 통해 사회적 전반적인 문제에 관심을 가지기 시작

- ▶ 게임업체가 잇따라 사회적 기업 설립에 나서는 것은 외형 위주의 성장전략이 성공을 거두면서 사회 전반적인 문제에 관심을 돌려야 하는 단계에 접어들었기 때문으로 풀이
 - 게임 업체들의 참여가 부쩍 늘어남에 따라 게임산업 규제와 게임에 대한 부정적 인식을 사회적 기업 설립을 통해 상당 부분 해소하려는 노력의 일환

통계 국내 온라인게임 순위

표 15 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (5. 14 ~ 5. 20)	게임메카 (5. 16 ~ 5. 22)	인벤 (5. 14 ~ 5. 20)
1	디아블로3 (블리자드코리아)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
4	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)
5	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	메이플스토리 (넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
6	스타크래프트 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
7	워크래프트3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
8	리니지 (NC소프트)	카트라이더 (넥슨)	사이퍼즈온라인 (네오플)
9	메이플스토리 (넥슨)	테라 (NHN)	디아블로3 (블리자드코리아)
10	리니지2 (NC소프트)	리니지2 (NC소프트)	카트라이더 (넥슨)
순위	게임노트 (5. 14 ~ 5. 20)	게임조선 (5. 16 ~ 5. 22)	게임리포트 (5. 14 ~ 5. 20)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)
2	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)
5	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	메이플스토리 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)	스타크래프트 (블리자드코리아)
7	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)	워크래프트3 (블리자드코리아)
8	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
9	카트라이더 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
10	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	카트라이더 (넥슨)	리니지2 (NC소프트)

*주: 게임메카, 게임노트 등은 '워크래프트, 스타크래프트, 디아블로' 등을 PC게임으로 분류해 게임 순위에 반영하지 않음
[출처] 각 사 홈페이지

통계 국내 모바일게임 순위

표 16 국내 모바일게임 순위(2012. 5. 21 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	카트라이더러쉬 (넥슨)	앵그리버드 (Rovio)	클레이버스터 (스펀지모바일)	위니더위치Free (BlueMobile)	팔라독 (리얼네트웍스)	포트리스2 레드 (CCR)
2	아이라 (엔타즈)	앵그리버드 리오 (Rovio)	타이거우즈PGA투어 (EA)	초코히어로 (컴투스)	SBS포트리스4 (소프트젠)	Angry Birds Seasons (LG CNS)
3	SBS포트리스4 (소프트젠)	앵그리버드 시즌스 (Rovio)	라디언트 사가 (엔소니)	사각사각레볼루션 (엠앤엠게임즈)	스타일리시스프린트 (픽토소프트)	Angry Birds (LG CNS)
4	절묘한타이밍3 (게임빌)	틀링그림찾기 (피엔제이)	미소녀맛고3 (모리소프트)	퍼블로만나는고흐 (BatStudio)	미니게임천국5 (컴투스)	2012프로야구 (게임빌)
5	팔라독 (리얼네트웍스)	Bubble Buster (유비누리)	파이프 (HWADO)	ZombieSnow Life (데브가이즈)	리듬액션 CrazyRian (블루페퍼)	제노니아4 (게임빌)
6	제네시스 (디팻7)	대결오목 (인사이트미디어)	섯다복볼복 (JB Entertainment)	ShitDodge Lite (데브가이즈)	액션퍼즐패밀리4 (컴투스)	레이디버그 (문동수)
7	무한신맛고HD (조이모아)	가로세로날말맞추기 (블루윈드)	참참참 (Magi soft)	Shaolin Master LTE (Appzil1)	테라2-운명의회랑 (피엔제이)	크아비엔비2011 (넥슨모바일)
8	틀링그림찾기 (피엔제이)	Trial Xtreme Life (인크로스)	박스이동 (이모티콘)	Word Caf´ (Appzil1)	2011프로야구 (게임빌)	2011슈퍼사커 (게임빌)
9	원조냥시광3 (피엔제이)	크레이지아케이드 (넥슨)	비스트틀링그림찾기 (파스텔)	Pairs Memory Game (유비누리)	네아카드강오리지널 (엑트온)	에르엘 워저 (게임빌)
10	스타일리시스프린트 (픽토소프트)	카트레이싱피버 (픽토소프트)	드래곤레어 (피엔제이)	Feed the Bunny (유비누리)	틀링그림찾기[HDI] (피엔제이)	카트레이싱피버 (픽토소프트)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	오더엔카오스온라인 (Gameloft)	슈퍼마리오 (jacklrb)	팔라독 (FAZECAT)	Temple Run (Imagi)
2	Angry Birds Space (Rovio)	아스트로윙2 (PLAYBEAN)	아스팔트6아드레날린 (Gameloft)	Temple Run Patcher (MRxBIGxSTUFF)
3	팔라독 (FAZECAT)	Feed Mi Oil (Chillingo Ltd)	Where's My Water? (Disney)	물용량맞추기 (Chuslab)
4	Sonic The Hedgehog 4 (SEGA)	Fighter 2 The Pacific 1942 (EpicForce)	Minecraft Pocket Edition (Mojang)	컴투스프로야구2012 (Com2us)
5	Monster Shoote (Gamelion)	스마일플랜츠 (NHN)	룬마스터퍼즐 (ATTOMEDIA)	메이플스토리Live (Nexson)
6	스왐피 (Disney)	펀치히어로 (Gamevil)	Angry Birds Space (Rovio)	한붓그리기 (Ecapyc)
7	THE KING OF FIGHTERS 2012 (SNK PLAYMORE)	DeDak The Film Kingdom (Triniti Interactive)	메이플스토리Live (Nexson)	오븐브레이크 (Com2us)
8	아스팔트6아드레날린 (Gameloft)	Temple Run (Imangi Studios)	NEED FOR SPEED (EA)	Running Fred (Dedalord)
9	삼국지 천하제패3 (KnetP)	MotoHeroz (Ubisoft)	FIFA12 by EA Sports (EA)	타이니팜 (Com2us)
10	장기도사 (Kepler Tech)	월드사천성 (NEXTEAM)	C.H.A.O.S (SKY.ETINTERNATIONAL)	에어펜권 (Gamevil)

[출처] 각 사 앱스토어, 다운로드 순

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2012년 5월 31일
- ▶ 발 행 처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
 권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

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

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