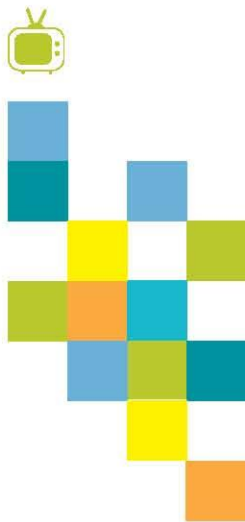
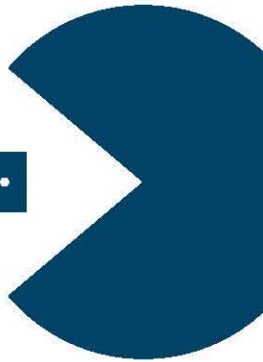
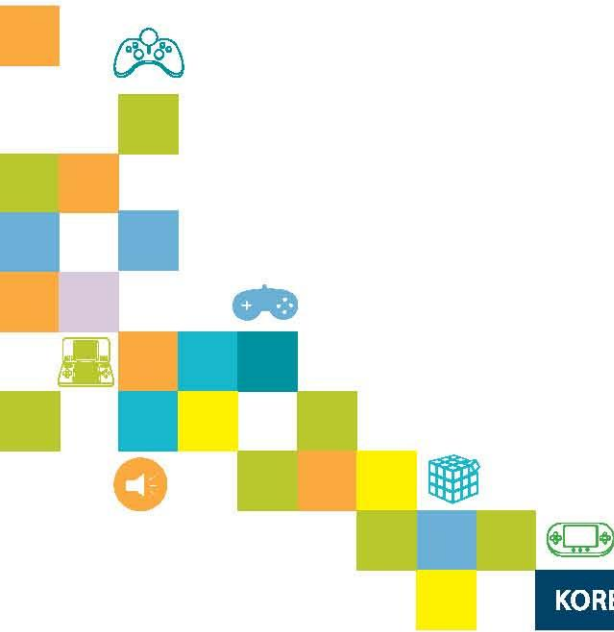
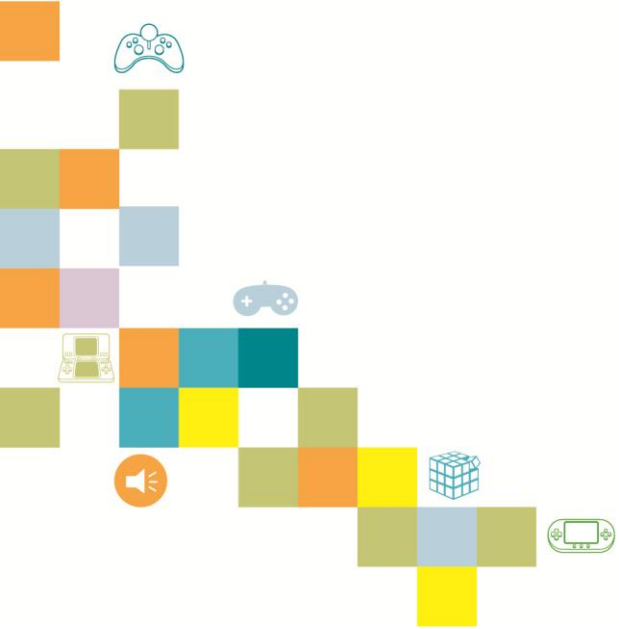


# 글로벌 게임산업 트렌드

2012년 7월 제1호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY .....





# CONTENTS

## 1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 글로벌 게임업체, 소매 및 디지털 매출 비중 변화
- 휴대용 콘솔 게임기, 스마트폰 게임 직격탄에 '비틀'
- 글로벌 게임시장, 하드코어 게이머의 지속 소비 예상
- Google+, 메이저 소셜 게임업체들로부터 외면
- 클라우드 게임업체 Gaikai, 삼성 스마트TV 게임 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

## 2. 북미 게임시장 동향..... 11

- 미국 게임 SW 판매액 16% 감소, 전체 게임산업은 성장세
- 캐나다, 무료 게임 이용 폭증으로 게임 소비량 46% 증가
- F.B.I 심문 기법을 활용한 기능성 의료 게임이 개발
- 게임과 드라마가 결합된 새로운 온라인게임 <Defiance>
- 게임 렌탈업체 Redbox, 게임 렌탈 통계 자료 발표
- **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..... 21

### 중국 게임시장 동향..... 22

- 중국, 엔터테인먼트·미디어 시장 규모 세계 3위
- 중국 게임시장, MMO게임과 캐주얼게임에 주목해야
- 상반기 중국 신규 게임 100종 넘어, 미래·판타지 소재 각광
- Tencent, Epic Games의 지분 일부 인수
- 웹게임에 진출한 Sina.com, 성공 가능성은 미지수
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

**일본 게임시장 동향..... 31**

- Bandai Namco, 게임화 컨설팅 서비스 출시
- 일본 소셜게임 게이머의 여가생활 1위는 콘솔게임
- 일본, e스포츠 활성화 조짐
- 가시밭길을 걷고 있는 Sony의 PlayStation Vita
- Nintendo 3DS, 유명 8-Bit 고전게임 제공
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

**기타 게임시장 동향..... 40**

- 호주 연방 의회, R18+ 성인게임 등급 법안 통과
- 태국 게임업체 Sandbox Global, 아시아 시장 본격 진출
- TransGaming, 아태지역 IPTV 사업자와 제휴
- 게임전문 사이트 IGN, 아태지역 런칭

**5. 유럽 게임시장 동향..... 46**

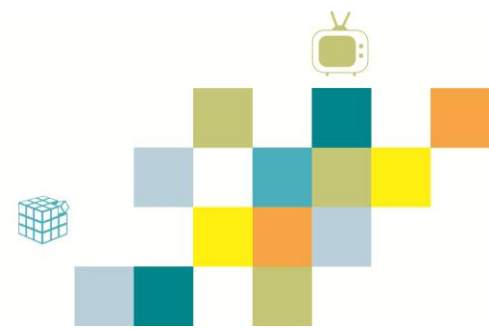
- 영국, 범유럽 게임등급 시스템 PEGI 법제화 임박
- 영국 게이머, 2011년 한 해 동안 평균 334파운드 지출
- 프랑스 모바일게임 지출규모, 영국과 독일 대비 저조
- Activision Blizzard, 모바일게임 분야 진출
- 온라인게임 <League of Legends>, 유럽 서버 해킹
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

**6. 중남미 게임시장 동향..... 56**

- 게임산업의 성장, 중남미 게임시장에 미치는 부작용
- 칠레의 게임행사 'Video Games Extreme Workshop 2'
- Fox Network, 중남미 시장 확대를 위해 Zynga와 제휴
- 중남미 소셜 게임업체 Quepasa Games 폐쇄

**7. 국내 게임시장 동향..... 61**

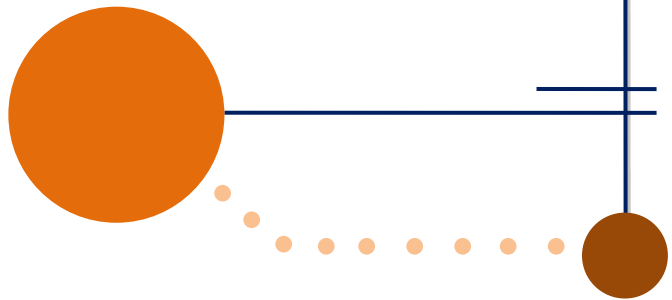
- 자녀의 게임시간을 결정하는 '게임시간선택제', 7월 1일 시행
- 국내 온라인게임 경쟁구도, 새로운 3강 체제로 개편
- 국내 모바일게임, 오픈마켓 게임랭킹 점령
- 4세대 통신 LTE 전용 모바일게임 등장
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





## 글로벌 게임시장 동향

- 글로벌 게임업체, 소매 및 디지털 매출 비중 변화
- 휴대용 콘솔 게임기, 스마트폰 게임 직격탄에 '비틀'
- 글로벌 게임시장, 하드코어 게이머의 지속 소비 예상
- Google+, 메이저 소셜 게임업체들로부터 외면
- 클라우드 게임업체 Gaikai, 삼성 스마트TV 게임 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



## 글로벌 게임업체, 소매 및 디지털 매출 비중 변화

게임전문 미디어 Gamasutra는 5개 글로벌 게임업체의 소매 및 디지털 매출을 2011 회계년도와 2012 회계년도로 나누어 이들 매출의 비중 변화를 조사. 조사에 따르면 대부분의 업체들에서 디지털 매출 비중이 커지고 있는 것으로 파악

### ■ 메이저 게임업체의 매출 구조, 디지털 게임판매로 전환 시도

- ▶ Gamasutra는 2011 회계년도(2010년 4월 1일~2011년 3월 31일)와 2012 회계년도(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일)에 해당하는 주요 게임업체 5개(THQ, Take-Two, Ubisoft, EA, Activision Blizzard)의 실적 자료를 중심으로 소매(오프라인 판매) 게임과 디지털(온라인 판매) 게임 매출 변화 추이를 조사
- ▶ 5개 게임업체의 총 합계 매출은 2011 회계년도 기준으로 114억 달러였으며, 2012 회계년도의 경우 2011년과 비교 3.8% 하락한 110억 달러를 기록
  - 디지털 부문과 배급 매출을 제외한 5개 업체의 소매 매출은 2011 회계년도 기준으로 87억 달러였으며, 2012 회계년도에는 7.8% 하락한 81억 달러를 기록
  - 같은 기간 미국 총 게임 SW 매출은 91억 달러에서 83억 달러로 약 9.4% 하락
  - 배급과 소매 매출을 제외한 디지털 부문 매출의 경우 2011 회계년도에 27억 달러, 2012 회계년도에 29억 달러 기록
  - 한편 소매 매출과 디지털 매출의 회계연도별 비중은, 2011 회계년도의 경우 소매(77%), 디지털(23%)였으며, 2012 회계년도에는 소매(73%), 디지털(27%)로 조사
- ▶ 특히 5개 업체 디지털 총 매출에서 EA와 Activision Blizzard가 차지하는 디지털 매출 비중이 상당히 높은 것으로 나타남
  - 두 업체는 2011 회계년도의 디지털 총 매출 27억 달러 중 25억 달러를 담당했으며, 2012 회계년도 경우에도 29억 달러의 총 매출 중 26억 달러를 차지

### ■ Activision Blizzard와 EA, 경쟁업체보다 디지털 매출 비중이 높은 것으로 조사

- ▶ Activision Blizzard의 경우 소매 및 디지털 부문 모두 2012 회계년도 실적이 2011 회계년도에 비해 하락한 가운데, 소매 및 디지털 부문의 총 매출 대비 비율은 안정되어 있는 것으로 나타남
  - 2011 회계년도의 경우 Activision Blizzard의 소매 부문 매출 실적은 28억 1,600만 달러였으며 디지털 부문 매출은 16억 4,600만 달러

- 2012 회계년도의 경우 Activision Blizzard의 소매 부문 매출 실적은 24억 9,600만 달러였으며, 디지털 부문 매출은 14억 1,700만 달러

▶ 멀티플랫폼 전략을 가속화하고 있는 EA의 경우 디지털 부문의 성장세가 강하게 나타남

- 2011 회계년도에 8억 3,300만 달러로 총 매출의 23%를 차지했던 디지털 부문이 2012 회계년도에는 12억 2,700만 달러 매출로 총 매출의 31%를 차지할 정도로 성장
- 전년 대비 디지털 매출이 47% 성장한 것으로, EA의 2012 회계년도 총 매출이 전년 대비 2% 이상 하락한 가운데 발생
- 반면 EA의 소매 매출은 2011 회계년도의 27억 8,100만 달러에서 2012 회계연도의 27억 3,600만 달러로 감소

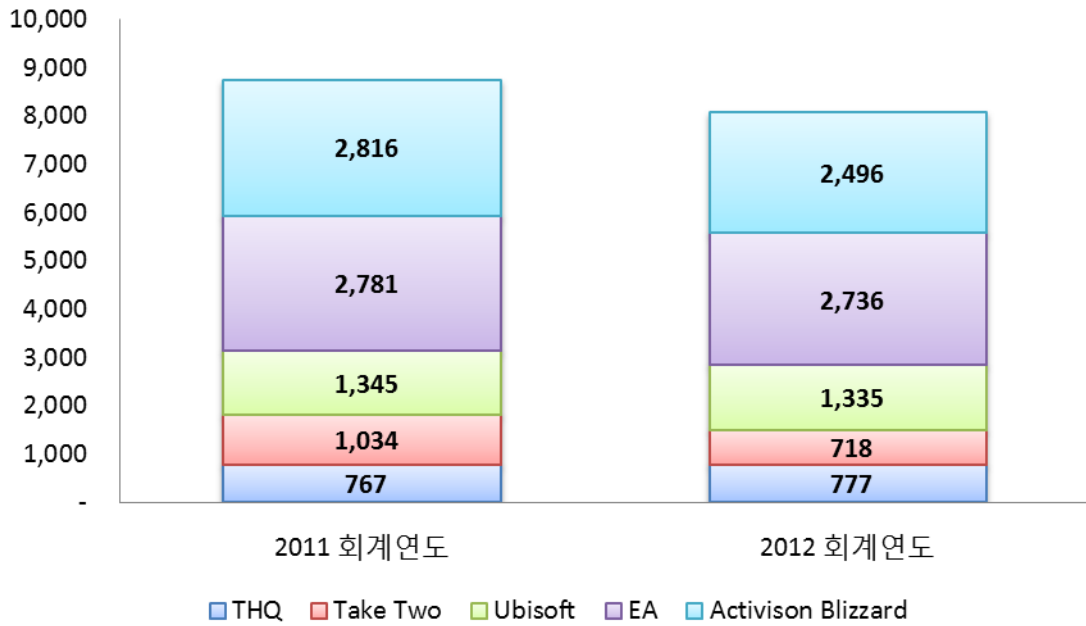
▶ Ubisoft와 Take-Two 또한 디지털 매출 부문 비중이 커진 가운데, 소매 매출은 비중 뿐만 아니라 실제 매출 규모도 축소된 상황

- Ubisoft의 경우 2011 회계년도에 13억 4,500만 달러였던 소매 매출이 2012 회계년도에는 13억 3,500만 달러로 감소, Take-Two의 소매 매출 또한 10억 3,400만 달러에서 7억 1,800만 달러로 감소
- Unisoft와 Take-Two의 디지털 매출은 각각 2011 회계년도의 5,100만 달러(총 매출 대비 3.7%)와 1억 100만 달러(8.9%)에서, 2012 회계년도에는 1억 900만 달러(7.5%)와 1억 500만 달러(2.8%)로 성장

▶ THQ 또한 2012 회계년도의 디지털 매출이 2011 회계년도 대비 68% 상승한 5,900만 달러를 기록, 이는 총 매출 대비 7.1% 해당하는 비중

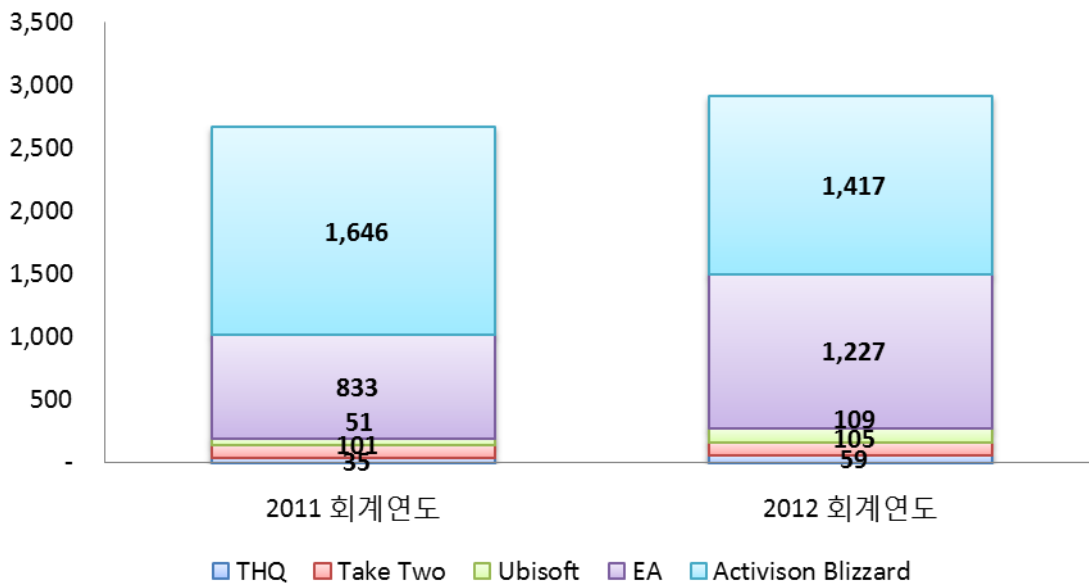
 [www.gamasutra.com](http://www.gamasutra.com)

그림 1 글로벌 게임업체들의 소매 매출 변화 추이(단위: 백만 달러)



[출처] Gamasutra

그림 2 글로벌 게임업체들의 디지털 매출 변화 추이(단위: 백만 달러)



[출처] Gamasutra

## 휴대용 콘솔 게임기, 스마트폰 게임 직격탄에 '비틀'

iOS와 Android 기반 모바일 단말이 속속 게임 기능을 갖춰감에 따라 휴대용 콘솔 게임기의 입지가 점차 좁아지고 있음. 향후 휴대용 게임 콘솔시장은 하드코어 게이머나 모바일 단말이 없는 게이머를 겨냥한 틈새시장으로 돌파 전망

### ■ 휴대용 콘솔 게임기, 게임 기능 갖춘 스마트폰과 태블릿 PC에 밀려 고전

- ▶ 과거 모바일 게임시장을 지배했던 휴대용 콘솔 게임기들이 iOS 및 Android 기반 스마트폰과 태블릿 PC에 밀려 틈새시장 상품화
  - 시장조사업체 ABI Research의 Michael Inouye 수석 애널리스트는 "스마트폰과 태블릿 PC 같은 모바일 단말들이 결국 휴대용 콘솔 게임기와 직접 경쟁하게 될 것"이라며, "다만 하드코어 게이머나 모바일 단말이 없는 이용자를 노린 틈새 수요는 존재할 것"이라고 언급
- ▶ ABI Research는 Sony와 Nintendo의 2013년 휴대용 게임기 출고량을 3,800만 대로 예상, 출고량이 정점을 기록했던 2008년의 4,700만 대와 비교하면 1,000만 대 가량 대폭 하락한 수치
  - ABI Research는 향후 5년 동안 휴대용 게임기 출고량이 반등없이 지속적인 하락세를 기록할 것이라고 전망
- ▶ Sony와 Nintendo의 최신 휴대용 게임기인 PlayStation Vita와 3DS가 시장의 냉담한 반응으로 고전을 면치 못하고 있는 가운데, 스마트폰과 태블릿 PC는 게임은 물론 이메일과 SNS 등 다양한 기능을 무기로 소비자에게 어필
  - PlayStation Vita와 3DS가 게임 외에 소비자에게 추가로 제공할 수 있는 기능은 매우 제한적이며, 스마트폰이나 태블릿 PC와 비교해도 기능 수준이 매우 낮은 실정

### ■ 휴대용 콘솔 게임기, 틈새시장으로 유지 전망

- ▶ 그러나 휴대용 게임 콘솔시장이 아예 사라지지는 않을 것이며, 스마트폰 등과 함께 모바일 게임시장에서 공존은 가능할 전망
  - Inouye는 "짧은 업그레이드 주기를 가진 모바일 단말을 긴 개발 시간이 요구되는 휴대용 게임기가 대응하는 것은 무리"라며, "대신 게임을 통해 휴대용 게임 콘솔만의 매력을 제공할 수 있는 게임 소프트웨어의 역할이 매우 중요해질 것"이라고 언급

 [news.cnet.com](http://news.cnet.com)



## 글로벌 게임시장, 하드코어 게이머의 지속 소비 예상

시장조사업체 DFC Intelligence에 따르면 2017년 글로벌 게임 SW 시장규모는 700억 달러에 달할 것으로 전망되며, 게임산업의 지속적인 성장세는 주로 12~30세 남성 PC 게이머로 구성된 하드코어 게이머층의 소비 덕분인 것으로 확인

### ■ 2017년 전세계 게임 SW 시장규모 700억 달러 도달

- ▶ 시장조사업체 DFC Intelligence가 2012년 6월에 발표한 "Game Revenue Set To Hit \$70 Billion by 2017" 보고서에 따르면, 게임 SW 시장이 지속적인 성장을 거듭해 2017년 시장규모 700억 달러를 달성, 2011년 520억 달러 대비 70% 이상 증가
  - DFC Intelligence의 David Cole CEO는 "12~30세 남성 하드코어 PC 게이머층이 여전히 게임 SW 시장 매출을 견인하고 있다"며, "콘솔게임의 온라인 다운로드 콘텐츠(Downloadable Content, DLC)와 같은 디지털 판매 방식도 시장 성장에 기여하고 있다"고 언급

### ■ 하드코어 게이머, 부분유료화 게임에 많은 비용 지출

- ▶ DFC Intelligence에 따르면, 부분유료화 모델이 적용된 디지털 게임 콘텐츠가 게임 SW 시장의 매출 확대에 큰 비중을 차지하는 한편, 소셜게임은 하드코어 게이머층의 관심을 끌지 못하고 있는 것으로 나타남
  - David Cole CEO는 "하드코어 게이머들은 연평균 20~50달러를 소비하고 게임 구매도 여러 번 하는 편인데, 부분유료화 게임도 콘솔게임과 유사한 패턴으로 구입하는 경향이 있다"며, "인기 게임으로 성공하기 위해서는 연 평균 75달러를 소비하는 게이머층을 2년 간 확보해야 한다"고 언급
  - 게임 시장조사업체 New Zoo의 최근 설문조사\*에서도 PC게임을 이용하는 하드코어 게이머들이 유료 게임보다 부분유료화 게임을 선호하는 것으로 나타난 바 있음
  - 한편, DFC는 하드코어 게이머의 모바일 단말 이용이 증가하고는 있지만 Facebook 기반의 소셜게임은 취약한 게임성 탓에 게이머의 주목을 받지 못하고 있다고 주장

\*주 : 시장조사업체 NewZoo는 2012년 5월 미국을 포함한 서구 8개 국가의 MMO 게임 사용형태를 조사한 보고서 "2012 MMO Games Market Report"를 발표

 [www.cinemablend.com](http://www.cinemablend.com)

## Google+, 메이저 소셜 게임업체들로부터 외면

2012년 6월 소셜 게임업체 Wooga에 이어 EA 산하의 게임 개발사 PopCap까지 Google+에서 제공하던 인기 게임 서비스를 중단하면서 Facebook대비 소셜게임 플랫폼으로서 Google+의 경쟁력에 의문이 제기

### ■ Wooga, PopCap 등 주요 소셜 게임업체, Google+에서 게임 서비스 중단

- ▶ Wooga, PopCap 등의 소셜 게임업체들이 Google의 SNS Google+기반의 소셜게임을 공개한지 10달도 지나지 않아 게임 개발을 포기
  - 소셜 게임업체 Wooga가 이미 Google+에서 <Monster World>를 포함한 몇몇 게임의 제공을 중단한 데 이어, EA의 자회사로 <Bejeweled Blitz>를 제공해온 PopCap 역시 6월 16일부로 Google+에서의 게임 제공을 중단
  - EA와 Wooga는 Facebook에서도 3,4위를 차지할 만큼 큰 규모의 소셜 게임업체라는 점에서 Google측에는 좋지 않은 징조
  - 당초 게임 개발자들은 Facebook을 벗어나 Google+를 통해 플랫폼을 보다 다양화시키고자 했으나 Google은 지난 10개월 동안 충분한 이용자를 확보하지 못함
  - Wooga의 고객 담당 대표는 “Facebook이 훨씬 더 많은 유저수를 확보하고 있기 때문에 우리는 Google+에서의 게임 제공을 중단하기로 결정했다”고 발표
  - PopCap의 대변인은 “다른 <Bejeweled>시리즈 제작에 자원 재배치를 위해 Google+에서 <Bejeweled Blitz>를 중단하지만, Google은 여전히 PopCap과 EA의 게임 파트너로, Google 플랫폼을 위한 게임 개발을 계속할 것이다”라며 다소 외교적인 발언으로 일관
  - 또한, 게임전문 인터넷매체 Social Games Observer에 따르면, Wooga는 7월 1일부로 Google+에서 <Diamond Dash>와 <Bubble Island>의 중단도 추가로 계획하고 있는 것으로 전해짐

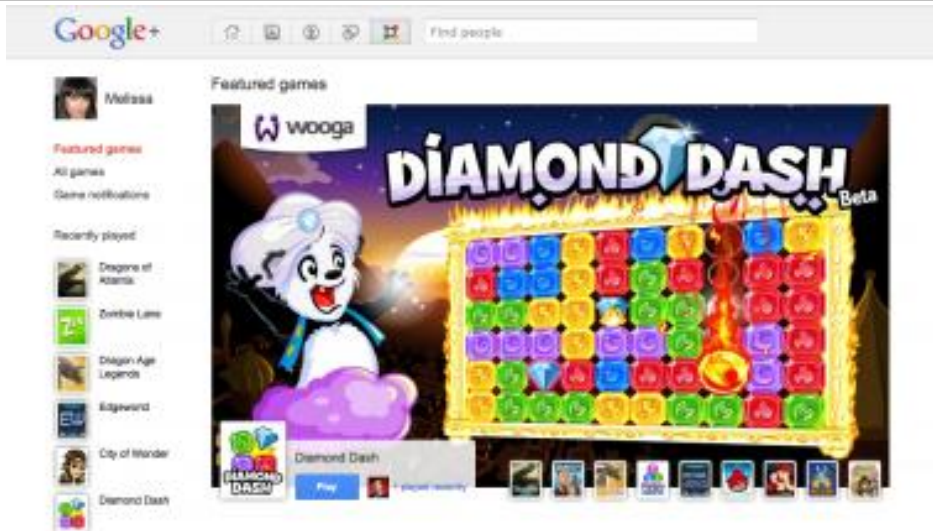
### ■ Google+, 적은 가입자가 가장 큰 문제

- ▶ 한편, Wooga와 EA의 결정에도 불구하고, Google+에서는 여전히 40여 개의 인기 게임 타이틀이 서비스되고 있으며 지난 2월 기준 서비스 게임 수는 36개에서 증가세에 있는 것으로 나타남
  - Google+에서는 Rovio의 <Angry Birds>를 포함해 Disney의 <Garden's of Time>, Zynga의 <CityVille>, <Mafia Wars 2> 등의 인기 게임이 서비스

- Google+는 런칭 당시 게임 내 가상 상품 수익의 95%를 게임 개발자와 공유, 5%를 결제 수수료로 가져 간다는 점에서 30%를 가져가는 Facebook에 비해 상당한 주목을 받았지만, 런칭 초기 일부 게임에만 플랫폼을 공개했다는 점이 아직까지 한계로 작용해 Facebook 대비 유저 수가 현저히 적은 것으로 집계

 [althingsd.com](http://althingsd.com)

그림 3 Google+ 기반 소셜게임 화면



[출처] Google+

## 클라우드 게임업체 Gaikai, 삼성 스마트TV 게임 출시

클라우드 게임업체 Gaikai가 삼성과의 제휴로 게임을 삼성 스마트 TV로 스트리밍하는 클라우드게임 서비스 <Samsung Cloud Gaming>의 베타 테스트를 2012년 7월부터 실시. Nintedo, MS, Sony 등은 삼성이라는 거대한 경쟁업체를 가지게 됨

### ■ 삼성, 클라우드 게임업체 Gaikai와의 제휴로 클라우드 게임 서비스 베타 테스트 실시

- ▶ 삼성이 2012년 7월부터 게임 타이틀을 TV로 스트리밍해주는 클라우드게임 서비스 'Samsung Cloud Gaming'의 베타 테스트를 시작으로 게임산업에 진출
  - 삼성은 클라우드 게임업체 Gaikai의 기술을 채택, 대형 퍼블리싱 업체로부터 게임을 공급받을 예정
  - 양사의 협상 작업은 비밀리에 진행된 가운데, 세계 최대 게임행사인 '2012 E3'에서 파트너십을 발표
  - 게임 전문 매거진 GameIndustry International과의 인터뷰를 통해 Gaikai의 대표 David Perry는 "사람들은 이제부터 Sony, MS, Nintendo를 얘기할 때 삼성도 함께 언급해야 한다"며, "콘솔 게임업체들이 타깃을 재설정하는 바로 지금이 삼성의 게임시장 진출에 최적기"라고 평가
- ▶ 삼성 스마트 TV 보유자들은 이번 달부터 스크린 상에서 베타게임 서비스를 받아볼 수 있으며, 현재 서비스는 TV에서만 가능하지만 향후 스마트폰, 태블릿 PC로 확대될 전망
  - Perry 대표는 "이미 2개의 콘솔을 보유한 사람들에게 게임을 팔려고 하는 것은 아니다"라며, "단지 사람들이 원하는 때 어떤 장치든지 추가할 수 있는 새로운 시장을 개척하기 위한 것"이라고 언급
  - 또한 그는 "전자제품 제조사들은 게임산업에서 흔히 성공을 놓치고 있다"며, "전자제품 제조사들이 태블릿, TV, 스마트폰 등을 개발했음에도 불구하고, <Call of Duty> 제작 등 엔터테인먼트 사업에는 참여하지 않았다는 점"이 그 이유라고 주장
- ▶ 삼성 스마트 TV의 가격은 저렴하지 않지만, 현재의 콘솔게임에서 다른 플랫폼으로 옮겨갈 준비가 되어있는 얼리어답터들과 Sony 및 MS의 이용자로 분류되지 않은 소비자를 타깃으로 함
  - 일각에서는 "2013년에는 태블릿 PC의 그래픽이 Xbox360만큼이나 향상될 것"이라고 주장하지만, David Peggy 는 "Xbox360은 이미 출시된 지 6년이 지난 하드웨어로, 소비자들은 오늘날 하드웨어에서도 최고의 환경에서 가장 최신의 MMO, FPS 게임을 즐기기를 원한다"고 언급

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## 통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 6. 24 ~ 2012. 6. 30) (단위 : 대)

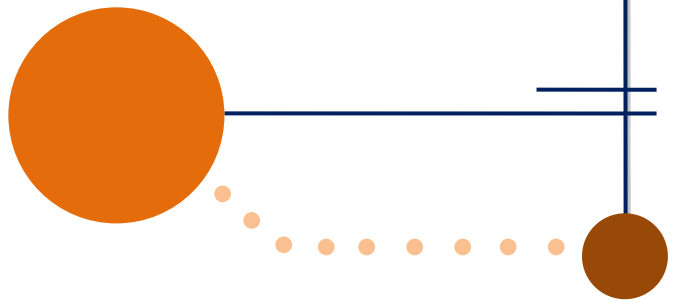
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	159,868	-2.1%	18,026,683
	2	PlayStation3	Sony	121,494	1.4%	65,133,562
	3	Xbox360	MS	88,872	-1.9%	67,165,080
	4	PlayStation Vita	Sony	63,975	25.8%	2,405,721
	5	PSP	Sony	46,370	1.7%	74,721,965
	6	Wii	Nintendo	43,568	-3.2%	95,976,938
	7	DS	Nintendo	37,331	-2.3%	151,601,771
SW	1	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	423,075	-73.2%	2,001,183
	2	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360)	Warner Bros.	184,645	175.4%	251,685
	3	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Wii)	Warner Bros.	142,179	518.9%	165,152
	4	Spec Ops: The Line (Xbox360)	Take Two	113,633	신규	113,633
	5	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (PlayStation3)	Warner Bros.	111,320	108.3%	164,761
	6	Spec Ops: The Line (PlayStation3)	Take Two	97,550	신규	97,550
	7	The Amazing Spider-Man (Xbox360)	Activision Blizzard	93,933	신규	93,933
	8	Diablo III (PC)	Activision Blizzard	83,987	-12.5%	2,417,442
	9	The Amazing Spider-Man (PlayStation3)	Activision Blizzard	76,315	신규	76,315
	10	Pokemon + Nobunaga no Yabou (DS)	Nintendo	71,049	-58.1%	572,068

[출처] VG Chartz



## 미국 게임시장 동향

- 미국 게임 SW 판매액 16% 감소, 전체 게임산업은 성장세
- 캐나다, 무료 게임 이용 폭증으로 게임 소비량 46% 증가
- FBI 심문 기법을 활용한 기능성 의료 게임이 개발
- 게임과 드라마가 결합된 새로운 온라인게임 <Defiance>
- 게임 렌탈업체 Redbox, 게임 렌탈 통계 자료 발표
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



## 미국 게임 SW 판매액 16% 감소, 전체 게임산업은 성장세

시장조사업체 NPD에 따르면 2012년 5월, 한 달 동안 미국 게임 판매액이 전년 동기 대비 16% 감소한 3억 3,520만 달러로 나타났으나, 게임 대여 및 모바일·소셜게임 시장이 급성장하고 있어 전체 게임산업에 대한 새로운 평가가 필요

### ■ 미국 게임산업, 디지털 다운로드와 모바일게임으로 전환

- ▶ 시장조사업체 NPD의 데이터에 따르면 2012년 5월 한 달 동안 미국 게임 판매액이 전년 동기대비 16% 감소한 3억 3,520만 달러를 기록했으나 전체 게임산업은 성장세를 지속
  - 2012년 5월 내 미국 HW 및 게임 SW의 전체 판매액은 전년 동기대비 19.7% 감소한 5억 9,640만 달러를 기록
  - 게임 SW 판매액은 전년 동기대비 16% 감소한 3억 3,520만 달러였으며, HW 및 주변기기 판매액은 23% 감소한 2억 6,120만 달러를 기록
  - 게임 액세서리 부문은 Activision Blizzard의 <Skylanders> 관련 장난감과 온라인게임 카드 등의 매출 호조세로 인해 유일하게 판매량이 증가
  - 그러나 NPD의 게임 애널리스트 Anita Frazier는 "판매액 수치만으로 게임산업이 부진을 겪고 있다고 생각하는 것은 디지털 음악 서비스인 iTunes나 Spotify\*는 고려하지 않은 채 음반 판매량만으로 음악산업을 판단하는 것과 같다"고 지적하면서 "게임산업의 큰 부분을 간과해서는 안 된다"고 언급
- ▶ 미국 게임산업에서 DLC, 게임렌탈, 모바일게임, 소셜게임 등이 핫이슈로 부각
  - 최근 폭발적인 성장세를 이룬 모바일 단말기와 SNS 관련 판매로 인해 게이머들은 이전보다 더욱 많은 돈을 게임 콘솔 및 PC의 온라인 다운로드 콘텐츠(Downloadable Content, 이하 DLC) 구입에 사용하고 있으며, 중고게임 및 게임렌탈 관련 시장도 지속적으로 성장
  - NPD는 게임 및 영화 DVD 등을 다루는 미국의 유명 렌탈업체 Redbox 및 게임렌탈 서비스 Gamefly 등을 통한 게임렌탈에 게이머들이 지출한 금액이 2012년 5월 한 달 동안 1억 5,500만 달러였으며, DLC와 모바일 및 소셜 게임, 그리고 부분유료화 게임 관련 총 판매액은 4억 2,000만 달러를 기록했다고 밝힘
  - 최근에서야 DLC, 모바일, 소셜게임 등의 데이터를 집계하기 시작한 NPD는 "Apple이 첫 iPhone을 출시한 해이자 Zynga가 설립된 2007년 이후 관련 시장이 성장해, 2012년 6월 현재 모바일과 소셜 게임시장이 미국 게임시장에서 큰 비중을 차지하고 있다고 지적"하며 "전체 게임산업에 대한 평가를 새로이 해야 한다"고 주장

\*주 : Spotify는 2006년 스웨덴에 있는 Spotify AB에서 개발된 스트리밍 음악 소프트웨어로 이용자가 한달에 9.99유료를 서비스를 사용료를 지불하면 무제한 음악 스트리밍 서비스를 사용할 수 있으며, 광고 기반의 무료 음악 스트리밍 서비스도 제공

 [www.latimes.com](http://www.latimes.com)

**표 2** 2012년 5월 미국 게임타이틀 판매량 순위

순위	게임명	게임 플랫폼	퍼블리셔
1	Diablo 3	PC	Activision Blizzard
2	Max Payne3	Xbox360, PS3, PC	Take Two
3	Tom Clancy's Chost Recon	Xbox360, PS3	Ubisoft
4	Prototype2	Xbox360, PS3	Activision Blizzard
5	NBA 2K12	Xbox360, PS3, Wii, PSP, PS2, PC	Take Two
6	Call of Duty: Modern Warfare3	Xbox360, PS3, Wii, PC	Activision Blizzard
7	Sniper Elite V2	Xbox360, PS3	505 Games
8	Battlefield3	Xbox360, PS3, PC	EA
9	Dragon's Dogma	Xbox360, PS3	Capcom
10	Just Dance 3	Xbox360, PS3, Wii	Ubisoft

[출처] NPD

**그림 4** 2012년 5월 가장 많이 팔린 Activision Blizzard의 <Diablo III> 이미지



[출처] Activision Blizzard



## 캐나다, 무료 게임 이용 폭증으로 게임 소비량 46% 증가

시장조사업체 NPD Group이 2012년 6월 발표한 보고서에 따르면, 캐나다 게이머들은 2011년 9월부터 2012년 2월까지 다양한 게임 플랫폼을 통해 총 7,760만 개의 게임을 이용했지만, 캐나다 게임업체 매출은 전년 동기 대비 4%만 성장

### ■ 캐나다 게임시장, 게임 소비량 급증에도 불구하고 게임업체 매출 성장은 제자리 걸음

- ▶ 시장조사업체 NPD Group이 2012년 6월 발표한 보고서 "Video Games Acquisition in Canada"에 따르면, 캐나다 게이머들은 2011년 9월부터 2012년 2월까지 다양한 게임 플랫폼을 통해 총 7,760만 개 이상 게임을 이용한 것으로 조사
  - NPD Group은 지난 2012년 2월 14일부터 19일까지 적어도 1개 이상의 게임 단말을 통해 게임을 이용한 13~54세 캐나다 게이머 4,000명을 대상으로 온라인 서베이를 실시
  - NPD Group의 테크놀로지 엔터테인먼트 총괄 Darrel Ryce는 "2011년 상반기 총 5,330만 개의 게임 타이틀을 이용한 것과 비교해 46% 가까이 소비량이 증가했다"고 언급
  - NPD Group측은 게임 소비량이 증가한 것은 무료 게임 이용률 급증과 데모버전 다운로드 수가 증가했기 때문이라고 분석
- ▶ 한편, 최근 몇 달 동안 게임 소비량은 꾸준히 증가해온 반면 게임업체 매출은 단지 4% 증가하는 데 그친 것으로 나타남
  - Ryce 총괄은 "캐나다 게임시장이 소비량에 있어 놀라운 성장세를 보이고 있음에도 불구하고, 실제 매출에 있어 그만큼의 성장세를 보이지 않고 있다는 것에 주목해야 한다"며, "캐나다 게임시장이 성장하고 있는 것은 분명하지만, 대부분이 무료 게임에서 비롯된 것이라는 것을 명심해야 한다"고 언급
  - 올해 들어 디스크 게임과 카트리지 게임의 신규 판매량은 전년대비 오히려 4% 감소한 것으로 나타난 반면, 2011년 9월부터 2012년 2월까지 집계된 전체 게임 이용 건수 중 무료 게임 다운 건수는 전체의 58%를 차지
  - 2011년 상반기 전체 게임 이용 건수 중 무료 게임 다운 건수가 전체의 45%를 차지했던 것과 비교해 6개월간 이용률이 더욱 증가한 것으로 나타남

 [www.cba.ca](http://www.cba.ca)

## F.B.I 심문 기법을 활용한 기능성 의료 게임이 개발

처방약을 통한 약물 오남용 및 사망 사례가 급증하고 있는 미국 의료계가 진찰 및 처방단계에서 환자 통증의 진위 여부를 확인하는 데 도움이 되는 의사소통 능력을 기를 수 있는 기능성 의료 게임이 F.B.I의 심문기법 및 임상사례들을 기반으로 개발

### ■ 미국 연방수사국(F.B.I)의 심문 기법을 활용한 기능성 의료 게임 개발

- ▶ 환자들의 약물 중독 징후나 가정 학대 문제 및 심리 불안 상태 등을 진료 시간의 대화 과정에서 알아차릴 수 있도록 돕는 의사 대상 교육용 인터랙티브 게임이 개발
  - Northwestern University Feinberg School 약대 Michael F. Fleming 박사의 연구에 기반을 두고 연방수사국 F.B.I.의 요원 대상 심문 기법 훈련 기술을 응용하여 개발된 기능성게임은 의사들이 환자들의 불안 심리나 약물 중독 징후 등을 쉽게 알아차릴 수 있도록 교육하는 데 목표를 두고 있음
  - 실제 게임 개발은 Johns Hopkins University의 엔지니어링 교수이자 시뮬레이션 훈련 게임 개발업체 Simmersion의 대표인 Dale E. Olsen이 담당했으며, 국립약물남용연구소(National Institute on Drug Abuse) 및 중소기업청(Small Business Administration)으로부터 100만 달러를 지원 받음
  - 실제 병원 응급실 등에서 자주 발생하는 약물 중독 환자들의 진통제 처방 시도 등과 같은 실제 사례를 바탕으로 하는 기능성게임을 통해 의사들의 상황 대처 능력을 개선할 수 있음
  - 이 게임은 현재 최종 테스트 과정에 있으며 통제되지 않은 상황에서 환자들과의 접촉이 빈번한 1차 의료 기관 및 가정의들이 사용하게 될 것으로 기대
  - 이에 대해 Fleming 박사는 "게임을 통해 얻을 수 있는 경험은 의대생들이 전통적인 교육 과정에서는 얻지 못하던 것"이라고 언급

### ■ 게임의 필요성과 의의: 약물 오남용을 진료/처방 단계에서 예방하는 기능

- ▶ 처방약을 통한 약물 오남용, 이미 미국에서는 사회 문제로 부각
  - 약물 중독이 의심되면서 동시에 진통제를 요구하는 환자들을 만나는 Northwestern Memorial Hospital의 응급실 의사 Danielle McCarthy는 "환자들이 고통에 시달리는 것을 원하지는 않는다"면서도, "동시에 약물 남용이 일어나게 해서도 안된다"고 언급
  - 실제 미국 질병관리본부(Centers for Disease Control and Prevention, 이하 CDC)의 대변인 Gail Hayes에 따르면, 2009년 미국에서 최초로 약물 과용으로 인한 사망이 고속도로 교통사고 사망자 수를 넘어서는 등 약물

중독으로 인한 사회적 문제가 계속 커지고 있는 상황

- Hayes에 따르면 병원 처방을 통한 약물의 오남용이 이러한 문제의 큰 원인 중의 하나로, 약물 남용 사례의 75%가 처방약과 관련되어 있는 것으로 조사
- CDC에 따르면 처방 약물 남용은 가장 빠른 속도로 문제화되고 있는 약물 문제로, 미국의 경우 마약성 진통제 OxyContin(옥시콘틴)과 같은 Opioid(오피오이드, 아편 계열의 합성 진통/마취제) 계열의 문제가 가장 심각한 것으로 알려져 있음

▶ 치료 과정에서 약물중독 환자에 대한 처방 문제를 판단하고 관련 응급상황에 대처하는 데 큰 도움이 될 것으로 기대

- 보건 의료 전문가들은 처방약을 처방 받은 대로 적절하게 사용할 것으로 믿을 수 있는 환자와 그렇지 못한 환자를 구분할 방법을 찾고 있는 상황
- 극심한 통증에 시달리는 환자의 목적과 의도 그리고 그 진위를 판별하는 데 있어 기존의 X-Ray 기술이나 혈액 테스트는 사실상 무용지물이며, 통증의 진위를 판별하지 않은 채 중독성이 높은 오피오이드 계열 진통제를 주는 것은 위험한 일
- 이 게임은 의사가 환자를 추궁하기 보다는 보다 협조적이고 친밀한 관계 속에서 약물 오남용을 방지할 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있음

## ■ 게임 구성 및 교육 내용

▶ 개발되고 있는 게임은 웹기반의 인터랙티브 게임으로서 온라인을 통해 의대와 의료기관들에 유료로 제공될 예정

- 게임은 약 2,000여 개의 다양한 환자 진술을 다루고 있으며, 의사들은 이에 대해 1,500여 개의 질문 및 답변 사항을 5지 선다형 답지에서 선택할 수 있도록 되어 있음
- 이들 대화문은 Fleming 박사가 약 1,000명 이상의 진통제 처방 환자를 대상으로 인터뷰한 것을 바탕으로 개발
- Fleming 박사는 이에 대해 "우리는 환자와 의사가 실제로 나누는 대화의 약 95% 이상을 이 게임에 포함시켰다"고 언급

▶ 게임은 사용자가 15분에서 20분 단위의 교육 세션을 10회 이수할 수 있도록 하는 것을 목표로 개발되었으며, 이용자는 시간 당 50달러 정도의 게임 이용료를 지불하게 될 것으로 예상

- 개발을 담당한 Olsen 박사는 "의과대학은 물론 민간 및 정부 보건 기관 관계자들 또한 이 게임의 고객이 될 수 있다"고 언급

 [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

## 게임과 드라마가 결합된 새로운 온라인게임 <Defiance>

온라인게임 <Defiance>가 게임과 방송 드라마를 결합하는 새로운 시도로 주목받고 있음. <Defiance>는 기존 게임과 달리 게임 진행에 따라 드라마의 스토리와 플롯이 변화하게 되며, 게이머가 실제 드라마의 주요 장면을 연출하는 것도 가능

### ■ 온라인게임 <Defiance>, 방송과 게임간의 상호작용 완성

- ▶ 게임 내에서 일어난 사건이 드라마의 스토리라인과 플롯에 영향을 주고, 드라마 역시 게임 내 환경 변화에 영향을 주는 온라인게임 <Defiance>가 2013년 4월 런칭을 앞두고 신규 트레일러 영상과 상세 서비스 내용을 공개
  - '2012 E3'에서 게임 개발 현황이 공개된 바 있는 <Defiance>는 일종의 플랫폼 간 인터랙티브 게임으로, SF 전문 케이블 채널 Syfy(www.syfy.com)와 MMO 게임 전문 개발업체 Trion Worlds의 합작을 통해 4년 이상의 준비 기간을 거쳐 추진되고 있는 대형 프로젝트
  - 게임과 동명의 드라마 <Defiance>의 세계관은 지구에 불시착한 외계인들이 지구를 자신들이 원하는 형태로 변화시키면서 지구인의 생존이 위협받는다라는 배경을 중심으로 스토리가 전개
  - 이미 2011년 4월 말부터 첫 파일럿 에피소드 촬영에 들어간 드라마는 사람들의 생존과 삶을 위한 투쟁을 다루고 있으며, 게임은 보다 슈팅과 액션에 초점을 맞춰 다양한 탈 것과 게이머 간 협력 기능을 구현하는 데 주력
- ▶ 게이머들은 드라마에서 알 수 없었던 배후의 진실이나 숨겨진 이야기들을 게임 내에서 풀어 나갈 수 있으며, 실제 드라마에서 묘사된 지구 위기에 대한 해결책을 찾은 게이머가 드라마 속에서 출연진을 통해 언급
  - Trion Worlds의 개발자인 Nick Beliaeff는 "해결책을 제시한 해당 게이머를 모델로 하는 배역이 드라마의 차기 시즌에 등장할 수도 있다"며, "게이머들이 드라마의 첫 시즌 진행 기간 동안 해결책을 찾지 못할 경우 그것도 드라마에 반영된다"고 설명
  - Beliaeff는 "처음부터 이런 게임을 제작하려고 한 것은 아니었으며, 오히려 초기에는 전통적인 게임과 할리우드 영화 간의 단순 세계관 공유 관계에 가까웠다"며, "게임과 드라마의 제작 방식을 서로 이해하게 되면서 무엇을 해야 할 지 깨닫게 된 셈"이라고 덧붙임

 [www.arstechnica.com](http://www.arstechnica.com)

## 게임 렌탈업체 Redbox, 게임 렌탈 통계 자료 발표

미국의 DVD 및 게임 전문 렌탈업체 Redbox가 자체 자료를 바탕으로, 인기 렌탈 게임 순위 및 게임 대여자 현황 조사 등이 포함된 게임 렌탈 통계 자료를 발표. Redbox는 지금까지 180만 회에 달하는 게임 렌탈 기록을 보유

### ■ 게임 렌탈업체 Redbox, 미국 게임 렌탈 현황 자료 발표

- ▶ 3만 6,800여 개의 렌탈 시스템(kiosk)들을 운영하고 있는 미국의 DVD 및 게임 렌탈업체 Redbox가 게임 렌탈사업을 통해 얻은 통계 "Redbox, Video Games Rental Stats" 발표
  - 매년 두 배 이상의 연 매출 신장을 기록하고 있는 Redbox는 동전교환기 등을 주력 사업으로 삼고 있는 Coinstar의 자회사로서, 동영상 스트리밍 업체 Netflix와 함께 미국 엔터테인먼트 산업(특히 영화 엔터테인먼트 산업)에 큰 변화를 가져오고 있는 기업 중 하나로 꼽히고 있음
- ▶ Microsoft의 Xbox계열 게임들이 가장 많이 렌탈되는 것으로 조사
  - Redbox는 3만 6,800여 개의 렌탈 시스템을 통해 지금까지 1,800만 건의 게임 렌탈 건수를 기록
  - Redbox를 통해 렌탈된 게임들 중 Xbox 게임이 42%를 차지한 것으로 조사된 가운데, Nintendo의 Wii 게임이 33%, 그리고 Sony의 PlayStation3 게임이 25%를 차지
- ▶ Redbox의 최고 인기 렌탈 게임은 Xbox360의 <Call of Duty: Modern Warfare 3>
  - <Call of Duty: Modern Warfare 3>는 렌탈 순위에서 Xbox360 버전으로 1위를 차지했을 뿐만 아니라, PlayStation3 버전과 Wii 버전에서도 각각 5위와 6위를 차지하는 등 큰 인기를 끌었음
  - 그 뒤를 이어 인기 렌탈 게임 순위 2위와 3위를 차지한 게임들은 모두 Wii 게임으로 <Just Dance 3>와 <Mario and Sonic at the London Olympics>임
  - 4위는 Xbox360용 게임 <Elder Scrolls V: Skyrim>이었으며, 7위는 Wii용 게임 <Wipeout 2> 등으로 조사
- ▶ Redbox의 게임들을 렌탈하는 게이머들의 평균적인 모습은 31살의 남자 고객으로서, 집에서 매주 평균 7시간 정도 게임을 즐기는 것으로 조사
  - 또한 Redbox의 게임을 렌탈하는 부모들은 주로 3명 이상의 자녀를 가지고 있으며, Redbox의 고객들은 대부분 대학 학력을 보유하고 있는 것으로도 조사

 [venturebeat.com](http://venturebeat.com)

## 통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 6. 24 ~ 2012. 6. 30) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	44,578	-1.6%	34,596,603
	2	3DS	Nintendo	37,995	-2.6%	5,223,564
	3	PlayStation3	Sony	34,193	-1.6%	21,493,354
	4	DS	Nintendo	18,294	-1.0%	50,910,402
	5	PlayStation Vita	Sony	15,610	8.3%	650,612
	6	Wii	Nintendo	12,461	-10.7%	39,402,905
	7	PSP	Sony	2,811	-7.1%	19,544,612
SW	1	LEGO Batman 2 DC Super Heroes (Xbox360)	Warner Bros.	118,061	신규	118,061
	2	LEGO Batman 2 DC Super Heroes (Wii)	Warner Bros.	102,000	신규	102,000
	3	Spec Ops: The Line (Xbox360)	Take-Two	69,309	신규	69,309
	4	LEGO Batman 2 DC Super Heroes (PlayStation3)	Warner Bros	65,033	신규	65,033
	5	Pokemon + Nobunaga no Yabou (DS)	Nintendo	59,463	-58.5%	202,842
	6	The Amazing Spider-Man (Xbox360)	Activision Blizzard	58,746	신규	58,746
	7	Spec Ops: The Line (PlayStation3)	Take-Two	53,834	신규	53,834
	8	The Amazing Spider-Man (PlayStation3)	Activision Blizzard	45,633	신규	45,633
	9	Diablo III (PC)	Activision Blizzard	35,944	-20.1%	1,208,846
	10	Heroes of Ruin (3DS)	Square Enix	26,675	신규	26,675

[출처] VG Chartz

## 통계 미국 MMORPG게임 순위

표 4 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 6. 26 ~ 2012. 7. 2) (단위 : 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	198,247
2	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	114,365
3	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	49,997
4	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	35,339
5	SMITE	Hi-Rex Studios	Fantasy	다운로드	34,014
6	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	26,382
7	Diablo 3	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	25,880
8	The Repopulation	Above and Beyond	Sci-Fi	다운로드	19,311
9	Continent of the Ninth Seal	Webzein	Fantasy	다운로드	17,908
10	Final Fantasy XIV	Square Enix	Fantasy	CD판매	13,770

[출처] MMORPG

## 통계 미국 App Store 게임 순위

표 5 App Store 인기게임 순위\*(2012. 7. 2 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Where's My Perry?	Disney	Puzzle	0.99
	2	Temple Run: Brave	Disney	Action	0.99
	3	Angry Birds Space	Rovio Mobile	Arcade	0.99
	4	DEAD TRIGGER	MADFINGER Games	Action	0.99
	5	Kingdom Rush	Amor Games	Strategy	0.99
	6	MEGA MAN X	Capcom	Action	0.99
	7	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	8	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	9	The Amazing Spider-Man	Gameloft	Action	6.99
	10	Cut the Rope	Chillingo Ltd	Family	0.99
무료	1	CSR Racing	NaturalMotion	Arcade	-
	2	Flow Free	Big Duck Games LLC	Family	-
	3	Escape Bear	Humble Gaming	Arcade	-
	4	Big Win Baseball	Hothead Games	Sports	-
	5	Angry Birds Space Free	Rovio Mobile	Arcade	-
	6	100 Exits	Apperleft	Action	-
	7	Madcoaster	Chillingo Ltd	Action	-
	8	Save the Titanic	Scary Robot Productions	Action	-
	9	Bubble Mania	TeamLava	Arcade	-
	10	Toy Defense	Melesta	Arcade	-

\*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. 7. 2 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Temple Run: Brave	Diseny	Arcade&Action	0.99
	2	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	3	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	4	Where's My Water	Diseny	Brain&Puzzle	0.99
	5	Angry birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	6	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	7	Scramble With Friends	Zynga	Brain&Puzzle	0.99
	8	Grand Theft Auto III	Rockstar Games	Arcade&Action	4.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
	10	Sprinkle	Mediocre	Brain&Puzzle	0.99
무료	1	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	2	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	3	Duck Hunting	Jackandr Game	Sports Games	-
	4	100 Floors	Tobi Apps	Brain&Puzzle	-
	5	Logo Quiz	Mateusz Klaczak	Brain&Puzzle	-
	6	Jewels Legend	Itree Gamer	Casual	-
	7	Angry Birds Space	Rovio	Arcade&Action	-
	8	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	9	Golf 3D	Words Mobile	Sports Games	-
	10	Angry Birds Seasons	Rovio	Arcade&Action	-

\*주: Google의 게임장르는 'Arcade & Action, Brain & Puzzle, Cards & Casino, Casual, Live Wallpaper, Racing, Sports Games, Widgets'로 구성

[출처] Google Play.com



## 아시아 게임시장 동향

### ◆ 중국 게임시장 동향

- 중국, 엔터테인먼트·미디어 시장 규모 세계 3위
- 중국 게임시장, MMO게임과 캐주얼게임에 주목해야
- 상반기 중국 신규 게임 100종 넘어, 미래·판타지 소재 각광
- Tencent, Epic Games의 지분 일부 인수
- 웹게임에 진출한 Sina.com, 성공 가능성은 미지수
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

### ◆ 일본 게임시장 동향

- Bandai Namco, 게임화 컨설팅 서비스 출시
- 일본 소셜게임 게이머의 여가생활 1위는 콘솔게임
- 일본, e스포츠 활성화 조짐
- 가시밭길을 걷고 있는 Sony의 PlayStation Vita
- Nintendo 3DS, 유명 8-Bit 고전게임 제공
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

### ◆ 기타 게임시장 동향

- 호주 연방 의회, R18+ 성인게임 등급 법안 통과
- 태국 게임업체 Sandbox Global, 아시아 시장 본격 진출
- TransGaming, 아태지역 IPTV 사업자와 제휴
- 게임전문 사이트 IGN, 아태지역 런칭





## 중국 게임시장 동향

### 중국, 엔터테인먼트·미디어 시장 규모 세계 3위

시장조사기관 PWC에 따르면 2011년 중국, 엔터테인먼트·미디어 시장 규모는 1,090억 달러로 독일을 제치고 세계 3위에 올랐으며, 향후 연평균 성장률 12%를 기록하며 2016년 1,925억 달러로 성장할 전망

#### ■ 2011년 중국, 엔터테인먼트·미디어 시장 규모, 독일 제치고 세계 3위로 부상

- ▶ 2012년 6월 PWC가 발표한 "2012~2016 세계 엔터테인먼트·미디어 산업전망" 보고서에 따르면 중국의 2011년 엔터테인먼트·미디어 지출이 1,090억 달러로 독일을 제치고 세계 3위로 등극
  - 보고서에 따르면 2011년 13개 국가의 엔터테인먼트·미디어 지출은 250억 달러를 넘었으며, 이중 미국이 4,640억 달러, 일본 1,930억 달러, 중국 1,090억 달러, 독일이 990억 달러 순
  - PWC 중국 엔터테인먼트·미디어 산업 파트너 탕후이(唐徽)에 따르면, 향후 중국 엔터테인먼트·미디어 산업의 연평균 성장률(Compound Annual Growth Rate, 이하 CAGR)은 12%에 달하며 2016년 시장규모는 1,925억 달러에 이를 전망
- ▶ 보고서는 또한 중국의 광고지출이 CAGR 14.6%를 기록하며 2016년 716억 달러에 달하고 소비자와 최종 사용자의 지출은 CAGR 9.9%로 728억 달러를 기록할 것으로 예상
  - 특히 인터넷 광고는 향후 5년간 가장 빠르게 성장하는 부문으로 CAGR 32.1%를 기록할 것으로 전망
- ▶ 한편 중국의 영화 엔터테인먼트 매출규모는 2011년 27억 달러로 아태 지역에서 일본과 호주에 이어 3위 시장으로 부상
  - 중국의 영화 흥행수입은 2011년 호주를 제치고 아태 지역 내 2위 시장(20억 달러)이 되었으며, 새로운 멀티플렉스 영화관의 등장으로 관람객 수가 확대되면서 이러한 추세는 향후 5년간 이어질 전망
  - 중국의 영화 엔터테인먼트 분야는 CAGR 22.1%로 빠르게 성장해 2016년 74억 달러의 규모를 형성할 전망이며, 2013년에는 호주를 추월해 일본에 이어 2위 시장이 될 전망
  - 2016년 중국의 스크린 수는 2011년보다 6배 이상 늘어나 6만 개가 될 전망이며, 이는 향후 5년간 중국의 흥행 수입이 연평균 20%이상 증가하는데 있어 밑거름이 될 전망

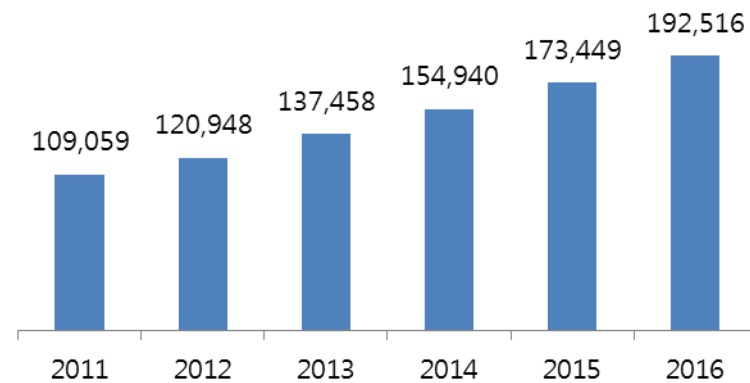
- ▶ 보고서는 중국이 가장 높은 게임산업 성장률을 기록한 국가 중 하나가 될 것이라고 전망했으며, 2011년 중국 인터넷접속 소비지출은 241억 달러로 아태 지역에서 2위로 나타났음

### ■ 집중적인 자본 투자가 중국 엔터테인먼트·미디어 산업 발전 견인

- ▶ 중국의 엔터테인먼트·미디어 산업 발전을 이끈 주요한 요인으로는 강력한 경제 성장과 정부의 정책 지원 외 2011년 문화산업에 대한 자본의 집중 투자
  - 2011년부터 현재까지 15개 문화산업 투자펀드가 설립되었으며, 전체 자금조달 규모는 381억 5,000만 위안으로 평균 펀드 규모는 25억 4,300만 위안에 달함
  - 차이나벤처그룹은 정부정책의 적극적 지원에 힘입어 문화산업 중 투자가치가 높은 영화와 음악, 애니메이션, 미디어출판 및 문화산업과 긴밀히 연관된 인터넷분야의 투자 가치가 두드러질 것으로 전망

 [www.nbd.com.cn](http://www.nbd.com.cn)

그림 5 2011~2016년 중국 엔터테인먼트·미디어 시장 규모 전망 (단위: 백만 달러)



[출처] PWC

## 중국 게임시장, MMO게임과 캐주얼게임에 주목해야

중국 게임시장을 다중접속온라인(MMO)게임과 캐주얼게임에 초점을 맞춰 분석한 보고서가 시장조사기관 Niko Partners를 통해 발표. 보고서에 따르면 중국 게이머들의 니즈(Needs)를 파악하는 것이 중국 게임시장 성공의 지름길

### ■ 중국 게임시장의 현재와 미래, MMO게임와 캐주얼게임에 주목해야

- ▶ 시장조사기관 Niko Partners가 중국 MMO게임과 캐주얼게임을 중심으로 중국 게임시장의 현재와 미래를 다룬 보고서 "China's MMOGs and Payment Methods"를 2012년 6월에 공개
  - Niko Partners는 자체 설문 조사와 인터뷰를 통해 내놓은 보고서에서 MMO게임이 중국 게임시장을 아직 석권하고 있는 가운데 캐주얼게임과 소셜/웹게임의 인기가 급상승하고 있다는 점을 중점적으로 다루고 있음
  - 보고서와 관련하여 Niko Partners의 임원인 Lisa Cosmas Hanson은 "중국은 약 1억 5,000만 명에 달하는 게이머들의 나라이자, 글로벌 온라인게임 매출의 약 절반을 담당하고 있다"며, "몇몇 대형 온라인 게임업체의 경우 해외 시장에 진출하기 시작했다"고 설명
  - Hanson은 "다른 게임시장들과 비교했을 때, 중국은 온라인게임 운영에 있어 몇 년 이상을 앞서 있다"고 평가
  - Hanson은 이어 "중국 게임시장에 대한 분석을 통해 중국 게이머들이 캐주얼과 소셜게임에 관심을 가지기 시작했다는 점을 알게 되었으며, MMO게임을 즐기는 게이머들의 경우 보다 간단한 게임을 즐기는 게이머들보다 더 많은 지출을 한다는 점 또한 알 수 있었다"고 언급
  - 보고서에 따르면 MMORPG를 즐기는 게이머들의 85%는 게임 진행을 위해 지출한 적이 있으며, 나이가 중국 온라인 게임시장의 매출 60% 이상이 MMO게임에서 발생
- ▶ Niko Partners는 중국 게임시장의 향방에 대해서도 의견을 제시했으며, 특히 최근 매출이 하락세인 MMORPG의 게임시장 중요성은 진화형 캐주얼게임과 함께 상당 기간 지속될 것이라 예상
  - FPS게임이나 실시간 전략 및 댄싱, 스포츠 게임 등의 진화형 캐주얼게임(Advanced Casual Games, 퍼즐 및 육성 방식의 캐주얼 게임과 대비)과 함께 MMORPG가 향후 5년 동안 중국 게임시장의 성장을 주도
  - 이와 더불어, 게임 등의 엔터테인먼트 콘텐츠에 대한 해적행위가 여전한 중국에서 게임을 무료로 제공하는 대신 게임 내 소액 결제 시스템을 통해 매출을 창출하는 부분 유료화 게임 또한 점차 성장
  - 이에 대해 Hanson은 "부분 유료화 게임은 중국 게임시장에서 성공할 수 있는 모델"이라면서, "역사적으로 중국의 MMO게임은 모두 온라인 RPG였으며, 이제는 이것이 보다 많은 게이머들을 끌어들이 수 있는 진화형 캐주얼

게임들로 변화하고 있다"고 언급

- Hanson는 이어 "많은 관심이 SNS를 통한 웹게임과 소셜게임에 몰려 있는 동안, 이들 진화형 캐주얼게임이 클라이언트 기반 게임의 부표가 될 것"이라고 주장

▶ 중국 게임시장 성장에 중요한 역할을 해왔던 PC방은 앞으로 중국 내 주요 도시들에서 쇠퇴하게 될 것이라는 예상도 함께 제기

- Hanson에 따르면, "PC를 보유하고 있지 않은 중국인들은 PC방을 계속 찾을 것"이라면서도, "자체 예측 결과에 따르면, 과거 50%에 달하던 PC방을 통한 게임 매출이 1/3까지 축소될 것이며, 가정 내 PC 등을 통한 매출이 2/3에 달할 것으로 예상된다"고 언급

- 다만 신작 게임의 마케팅 및 프로모션에 있어 PC방의 중요성은 계속 유지될 것으로도 예상

**■ 글로벌 게임업체들이 공략할 중국 게이머들의 특징과 요구사항**

▶ 정부 규제와 같은 진입 장벽으로 중국 게임시장에 진출하는 것이 글로벌 게임업체들에게 어렵게 느껴질 수 있으나, 충분한 시간을 들여 시장상황과 법규 그리고 무엇보다 게이머들이 원하는 것이 무엇인지를 이해하면 중국 게임시장에서도 성공할 수 있음

- Hanson은 "미국과 한국 게임업체들이 중국 시장에서 성공했을 경우 게임 타이틀이 매우 훌륭했기 때문만은 아니다"며, "오히려 이들 업체들이 성공할 수 있었던 것은 중국 시장 진출에 반드시 필요한 중국 내 파트너를 잘 선택한 것과 믿음만한 시장 조사가 선행되었기 때문"이라고 언급

- 한편, 유명 인기 게임들의 경우 중국 내 정식 유통이 이뤄지지 않은 상황에서도 중국에서 게임을 즐기는 게이머들이 많다는 점도 이해해야 함

▶ MMO 게임시장의 경우 서구권 게이머들에 비해 중국 게이머들이 게임에 높은 충성도를 보임

- Hanson은 이에 대해 "예를 들어 미국의 많은 게이머들은 신작 MMO게임이 출시될 때마다 기존 게임에서 옮겨가는 경향이 강하지만, 중국의 경우 5년 넘게 게이머들의 사랑을 받는 경우가 흔하다"고 말하면서, "MMORPG <Fantasy Westward Journey>의 경우 5년 넘게 MMORPG 부문에서 최고 자리를 차지하고 있다"고 언급

- 반면 중국 시장에서 캐주얼게임과 웹게임은 매우 짧은 수명을 가지고 있다는 점도 명심해야 함

 [www.forbes.com](http://www.forbes.com)

## 상반기 중국 신규 게임 100종 넘어, 미래·판타지 소재 각광

2012년 상반기 중국에서 출시된 신규 게임은 100종 이상으로 무협 게임이 주류를 차지하고 있으나 천편일률적인 게임 소재에 이용자들의 흥미가 반감되면서 미래·판타지 소재의 게임이 새롭게 주목을 받고 있음

### ■ 상반기 중국에서 발표된 신규 게임 수 100종 이상, 무협 소재 위주

- ▶ 2012년 상반기 중국에서 발표된 신규 게임 수가 이미 100종을 넘어섰으며, 게임 소재는 무협과 선협(仙俠: 무협 가운데 도술을 포함하는 장르)이 주류를 차지
- ▶ 중국 온라인게임의 소재 편중 현상은 갈수록 심각해지고 있으며, 삼국지와 서유기 등 중국 고전을 주제로 한 게임만 100종에 육박
  - 2012년 상반기 베타테스트 단계의 대작 게임 중 70%가 무협과 선협 소재를 배경으로 함
  - 획일적인 게임 소재와 내용으로 게이머들의 흥미가 떨어지면서 게임의 수명이 짧아지는 문제가 발생

### ■ 2012년 세계 멸망 등 미래·판타지 소재 게임 각광

- ▶ 이러한 상황에서 일부 신흥 기업들은 새로운 소재 발굴에 나서고 있으며, 일례로 6월 15일 최종 테스트를 시작한 <诺亚传说(노아의 전설)>은 미래·판타지 소재를 선택
  - 4년 간의 연구개발을 거친 이 게임은 2012년 세계 멸망 이후 새로운 세계를 배경으로 하고 있으며 중국 이용자들로부터 빠르게 관심을 받고 있음
- ▶ 미래·판타지는 현재 전세계적으로 가장 주목 받는 게임 소재이며, 미래·판타지 소재가 중국에서 인기를 얻을 지 여부에 관해 Tencent가 조사한 바에 따르면 조사에 응한 1,766명의 게임 이용자 중 71%가 긍정적으로 응답
  - 미래·판타지 소재 가운데서도 금년에는 특히 2012년 세계 종말론이 주목을 받고 있으며, 북미 시장에서도 재난영화 '2012' 이후 <The Secret World>, <Xsydon> 등 세계 멸망을 주제로 한 게임들이 등장
  - 중국에서 개발된 <诺亚传说(노아의 전설)>도 세계 멸망을 배경으로 한 게임으로, 종말론이라는 주제가 단순한 공포를 넘어 사람들의 흥미와 호기심을 자극하면서 더욱 인기를 끌 전망

 [chanye.178.com](http://chanye.178.com)

## Tencent, Epic Games의 지분 일부 인수

Tencent는 2012년 6월 19일 게임엔진 개발업체 Epic Games의 일부 지분을 인수. Epic Games는 이후에도 독립적으로 사업을 운영할 계획이며, 양사는 이번 인수를 계기로 제휴 관계를 강화함으로써 해외 시장 공략에 나설 전망

### ■ Tencent, Epic Games 지분 일부 인수로 전략적 제휴 관계 강화

- ▶ 2012년 6월 19일 Tencent는 모바일게임 <Infinity Blade>와 게임엔진 'Unreal Engine'의 개발사 Epic Games의 지분을 일부 인수
  - Tencent가 매입한 지분의 규모는 공개되지 않았으나, Epic Games의 대표 Mike Capps에 따르면 지분 인수 이후에도 사업은 독립적으로 운영될 계획
  - 그는 Tencent의 투자를 통해 자사가 더욱 향상된 게임 및 게임 기술 개발에 나서게 될 것이라고 밝히며, 글로벌 온라인 게임시장에서 풍부한 경험을 갖고 있는 Tencent의 전문성에 힘입어 전 세계 플레이어들에게 더욱 풍부한 경험을 제공하게 될 것이라고 덧붙임
- ▶ Tencent는 인스턴트 메신저인 'QQ메신저'와 포털사이트 'QQ닷컴'을 통해 웹과 모바일 서비스를 제공하고 있으며, 중국 최대의 온라인 커뮤니티인 'Q존'도 운영 중
- ▶ Tencent의 부사장 David Wallerstein은 Epic Games의 기술력에 깊은 신뢰를 표하면서 기존 플랫폼과 신규 플랫폼 양쪽에서 Epic Games의 새로운 혁신을 지원할 것이라고 밝힘
- ▶ 20년 이상 안정적인 수익 구조를 유지해온 Epic Games가 Tencent의 투자를 받은 이유가 사업 확장을 위해서라고 보기는 어려우며, 양사는 각각 중국 및 서구 시장에서의 새로운 사업 기회를 포착하기 위해 긴밀한 협력을 할 것으로 전망
  - Epic Games는 이미 중국에 개발팀을 갖고 있으며, Tencent도 서구 시장을 목표로 모바일게임 출시를 준비 중

 [www.pocketgamer.co.uk](http://www.pocketgamer.co.uk)

## 웹게임에 진출한 Sina.com, 성공 가능성은 미지수

Sina.com은 최근 2종의 웹게임 독점 라이선스를 확보하며 게임시장에 본격적으로 진출하면서 새로운 수익모델 발굴을 통한 매출구조 다변화를 꾀하고 있으나, 이미 웹 게임시장 경쟁이 치열한 상황에서 성공 가능성은 미지수

### ■ Sina.com, 금년 들어 2종의 웹게임 독점 라이선스 확보 등 웹게임에 주력

- ▶ Sina.com은 2012년 4월 쑤저우의 게임개발사 Bojoy와 3D 웹게임 <狩魂之神(수호지신)>의 독점 라이선스 계약을 체결한 데 이어 5월에는 <杀破狼(살파랑)>에 대한 독점 라이선스 계약을 체결
- ▶ 이는 Sina.com이 게임업계에 전면적으로 진출한다는 의미로, 시장조사기관 Analysys International에 따르면 Sina.com이 게임산업에 참여하는 가장 큰 이유는 새로운 수익모델 발굴을 위한 것
  - 2012년 1/4분기 Sina.com의 매출액은 1억 620만 달러이며 이 중 브랜드 광고수입이 7,850만 달러로 전체의 73.9%를 차지
  - 광고수익이 총 매출의 대부분을 차지하는 상황에서 경기 불황으로 광고주들이 광고 예산을 줄일 경우 Sina.com의 매출에 지대한 영향을 미치게 되므로 새로운 수익모델 발굴을 통해 경영 위험을 분산
- ▶ 두 번째 이유는 중국판 트위터인 Sina Weibo의 인기를 이용한 수익모델을 발굴하기 위함으로, 현재 Sina Weibo의 회원 수는 3억 명 이상이나 이제껏 명확한 수익모델이 없는 상황
  - Sina.com은 웹게임의 특성상 Sina Weibo의 인기를 업고 웹 게임시장에 진출할 경우 Sina Weibo의 막대한 이용자 기반을 웹게임 이용자로 전환함으로써 합리적인 수익 모델로 이어지리라는 기대를 품고 있음
- ▶ 마지막으로 Sina.com이 웹게임의 라이선스를 진행하는 주요 목적은 이용자 기반을 확보하고 시장 상황을 탐색하며 운영경험을 쌓음으로써 자체 게임 개발을 위한 기초를 닦으려는 것
  - Sina Weibo 오픈플랫폼에 개발자들을 끌어들이는 동시에, 라이선스 게임을 통해 게임 이용자들을 확보하여 게임 플랫폼을 구축함으로써, 향후 자체 개발한 게임과 라이선스 게임을 모두 아우르는 제품라인을 형성하겠다는 의도

### ■ Sina.com의 웹게임 시장 진출, 성공가능성은 미지수

- ▶ 그러나 Analysys International의 분석에 따르면 Sina.com의 게임산업 진출의 결과를 예측하기에는 많은 변수가 존재
- ▶ 미디어 플랫폼으로서의 Sina Weibo를 이용자들의 인정을 받아 웹게임을 위한 커뮤니티 플랫폼으로



성공적으로 전환 가능할 지 여부는 불확실하며, 치열한 게임업계의 미래 전망도 미지수

- 웹게임에도 최근 수 년간 다수의 게임업체가 등장해 경쟁이 치열한 상황에서 뒤늦게 시장에 진출한 Sina.com은 다소 불리한 면이 있음

▶ Sina.com의 전략은 플랫폼과 R&D 양쪽을 모두 노리고 있으나, 플랫폼 방면에는 Tencent, 360, 4399 등의 업체들이 일정한 시장점유율을 보유하고 있으며, 연구개발 방면에도 Kalends, XD.com 등의 업체들이 포진해 있음

- Sina.com이 이러한 다수의 경쟁업체들에 맞서 예상 수익을 달성할 수 있을 지는 시장의 검증이 필요한 상황

 [chanye.178.com](http://chanye.178.com)

그림 6 Sina.com의 마이크로블로깅 서비스 Sina Weibo 주요 특징



[출처] Sina.com



## 통계 중국 온라인게임 순위

표 7 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 2 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	+1	40.20%
2	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-1	22.86%
3	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.49%
4	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	6.64%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.80%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.43%
7	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	+1	1.13%
8	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-1	1.02%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	0.88%
10	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	+7	0.85%

[출처] Barchina.net

## 통계 중국 MMO게임 순위

표 8 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 2 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.71%
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	+4	11.34%
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-1	8.96%
4	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-1	6.20%
5	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.79%
6	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-2	5.78%
7	마역(魔域)	91.com	-	4.60%
8	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	3.51%
9	천녀유혼 온라인(倩女幽魂On)	NetEase	-	3.12%
10	주선(诛仙)	Perfect World	+1	1.73%

[출처] Barchina.net

## 통계 중국 캐주얼게임 순위

표 9 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 2 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	+1	44.71%
2	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-1	25.43%
3	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	9.45%
4	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	7.39%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.34%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.59%
7	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	+1	1.25%
8	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-1	1.14%
9	오디션(劲舞团)	NineYou	-	0.75%
10	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	0.57%

[출처] Barchina.net



## 일본 게임시장 동향

### Bandai Namco, 게임화 컨설팅 서비스 출시

게임업체 Bandai Namco가 일본의 대표적 광고업체 Dentsu와의 협력을 통해 2011년 10월에 개시한 컨설팅 서비스 '게임메소드컨설팅'이 게임 요소를 게임 외 영역에서 활용하는 게임화(gamification) 컨설팅으로서 주목 받고 있음

#### ■ Bandai Namco, 이종산업에 게임 제작 노하우 적용하는 컨설팅 서비스 전개

- ▶ Bandai Namco가 Dentsu와 제휴를 통해 2011년 10월에 개시한 '게임메소드컨설팅(Game Method Consulting, ゲームメソッドコンサルティング)\*'은 게임 등 엔터테인먼트 콘텐츠 제작 노하우와 Dentsu의 광고, 마케팅 노하우를 활용해 타 업종의 제품 및 서비스에 활용할 수 있도록 지원하는 컨설팅 서비스
  - Bandai Namco의 'Special Flag' 부서가 가전제품, 통신, 인테리어, 식품 등 타 업종의 개발 및 서비스에 적용되는 '게임 메소드 컨설팅'을 담당
  - 모든 제작 공정을 자체 해결하려는 경향이 강한 일본 기업들은 타 업계와의 협력이 약하나, 게임업계는 뛰어난 식견이 많으므로 가전제품에 새로운 가치를 부여할 수 있어, 앞으로도 가전 제품업계를 비롯해 다양한 영역에서 게임 노하우 활용이 활성화될 것으로 기대
- ▶ 가전제품 개발의 경우 게임 제작 노하우를 적용해 보다 명확한 컨셉으로 소비자들에게 어필 가능
  - 가전제품은 신제품 개발에 있어서 다양한 사내 부서의 의견을 종합하고, 경합 제품과 비교해 단점을 보완하는 방식으로 개발되는 경향이 있으며, 새로운 특징을 소비자층에게 한꺼번에 피력하는 과정에서 제품 컨셉이 불명확해지는 경우가 많음
  - 반면 게임 제작은 단점 보완이 아니라 장점 강화를 추구하기 때문에, 뚜렷한 컨셉을 철저히 관찰시켜 나가며, 제한된 기능으로 다양한 상황 구현이 가능토록 개발

\*주 : '게임메소드컨설팅'의 서비스 항목은 다음과 같음. 1. 누구나 쉽게 이용 가능한 쉬운 UI(가전제품, 리모트컨트롤러, ATM, 휴대전화, 화면 디자인 및 메뉴 등의 UI 설계), 2. 매뉴얼을 읽지 않아도 이해 가능한 조작법(매뉴얼 없이 사용 가능한 가전제품, 디지털 리터러시(literacy)가 낮은 이용자도 이용 가능한 웹 서비스), 3. 재미 있는 제품 및 서비스(리허빌리티이션, 학습 등 '반복'이 필요한 분야, 은행 및 자동서비스기 등 일상적인 고객 서비스 분야, e커머스의 고객평생가치 및 단골 고객 확대 등에 도입), 4. 몰입도가 높은 제품 및 서비스(실증나지 않는 교재 및 수업 방법, 포인트 제도 및 아바

타, 랭킹 등의 고객 서비스 도입), 5. 게임화(각종 기능성게임과 같이 의인화 또는 가상 세계 구축을 통해 효과적인 목표 달성)

 [itpro.nikkeibp.co.jp](http://itpro.nikkeibp.co.jp)

그림 7 '게임메소드컨설팅'을 통해 개발된 의료용 게임기 '리허빌리테이션 머신'의 이미지



[출처] Special Flag

## 일본 소셜게임 게이머의 여가생활 1위는 콘솔게임

시장조사업체 Gameage가 최근 게임과 여가생활의 상관관계를 조사한 결과에 따르면, 일본 소셜게이머가 가장 많이 참여하는 여가생활은 콘솔게임, TV, 음악감상 순으로 조사. 10대 소셜게이머는 콘솔게임을 제외한 분야에 비교적 무관심한 것으로 나타남

### ■ 일본 소셜게임, 콘솔 게임시장 침투가 아닌 신규 시장 개척

- ▶ 최근 시장조사업체 Gameage가 2012년 6월에 발표한 보고서 "ソーシャルゲームユーザーがどれくらいその他のエンターテインメントと接触しているか(소셜게임 유저가 사용하고 있는 엔터테인먼트)"\*에 따르면 소셜게임 게이머가 가장 많이 즐기는 여가생활은 콘솔게임인 것으로 나타남
  - 소셜게임 게이머가 많이 즐기는 여가생활 1위는 PalyStation3, Wii, PSP, 3DS 등 콘솔게임(34%)이었고, 이하 TV(33%), 음악감상(26%), 독서(소설)(24%), 독서(만화)(22%), 여행(19%) 순으로 나타남
- ▶ 콘솔게임 게이머가 즐기는 여가생활에는 소셜게임이 9위에 그쳐, 소셜 게임시장이 콘솔게임과는 별도의 신규 시장을 형성한 것으로 평가
  - 콘솔게임 게이머가 소셜게임을 동시에 하는 비율은 12%에 불과해 소셜게임이 여가생활 순위 9위를 차지, 소셜게임이 기존의 콘솔 게임시장의 일부를 빼앗은 것이 아니라 신규 시장을 형성
  - 여가생활 순위 2~4위를 차지한 TV, 음악감상, 독서(소설)는 콘솔게임 게이머에게 있어서도 동일하나, 소셜게임 게이머의 여가생활 5위인 독서(만화)는 콘솔게임 게이머의 여가생활 1위를 차지했으며 6위인 여행은 콘솔게임 게이머의 여가생활에서는 순위권에 나타나지 않는 등 차이가 있음

\*주 : 2012년 5월 24일부터 27일 3일간 진행된 연구조사로 16~69세 남녀 22,307명을 조사

### ■ 10대 소셜게임 게이머, 콘솔게임 외 TV, 음악, 독서 등에는 무관심

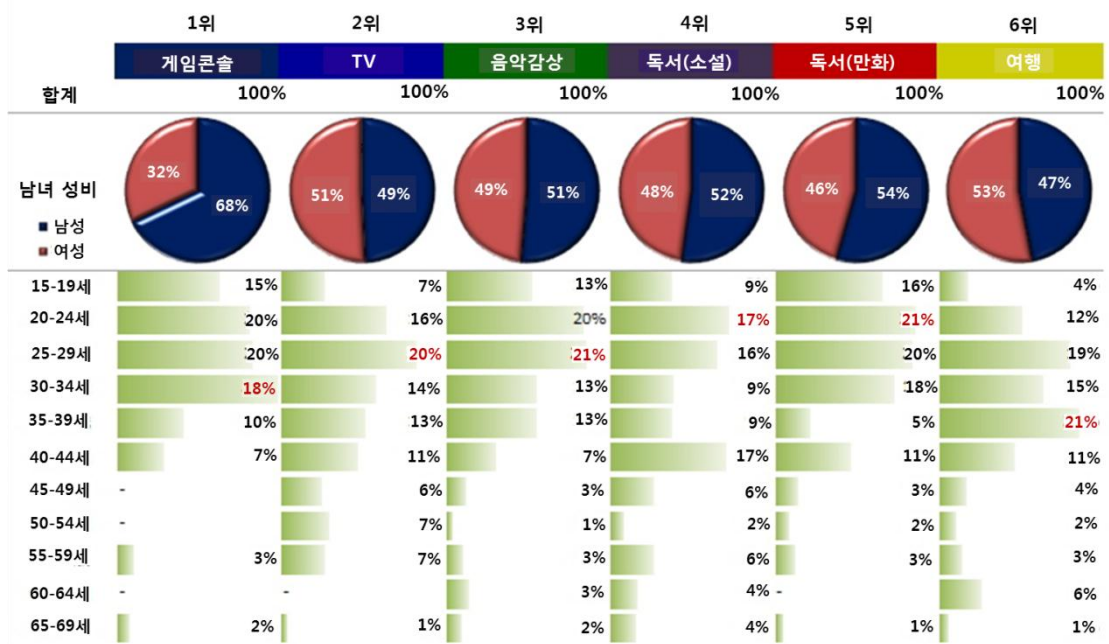
- ▶ 소셜게임 게이머의 여가생활을 성별, 연령별로 살펴보면 소셜게이머의 전체 여가생활에 있어서 남녀 성비가 균등하며, 연령별 분포에서는 10대가 콘솔게임을 제외한 영역에는 무관심한 것으로 조사
  - 콘솔게임 게이머의 여가생활은 모든 유형에 있어서 전체적으로 남성 비중이 높았던 반면, 소셜게이머의 경우 1위인 콘솔게임을 제외한 모든 여가생활에서 남녀 성비가 균형을 이루고 있어, 콘솔게이머와 소셜게이머의 기본적 속성이 다른 것을 알 수 있음
  - 연령별 구분에서는 15~19세 게이머가 콘솔게임 및 독서(만화)를 제외한 모든 여가생활 유형에서 극단적으로 낮은 분포를 나타냈으며, 특히 TV, 음악감상, 독서 등 콘텐츠 비즈니스의 근간인 미디어에 대한 10대의 무관심이 앞으로

도 관련 시장에 영향을 미칠 것으로 전망

- 10대의 대부분이 게임콘솔을 1대 이상 보유하고 있는 점에 미루어 10대 소셜게임 게이머는 전체의 소수에 불과하나, 콘솔게임과 달리 무형의 콘텐츠라 할 수 있는 소셜게임을 하는 게이머층임에도 디지털화되고 있는 음악, 독서 등에 대해서는 비용과 시간을 적게 할애하고 있는 점은 관련 업계의 예의주시가 필요한 사항

 [www.gamebusiness.jp](http://www.gamebusiness.jp)

그림 8 일본 소셜게임 게이머가 즐기는 다른 엔터테인먼트 활동



[출처] GameBusiness

## 일본, e스포츠 활성화 조짐

2012년 6월 일본 동경에서 2회 째를 맞이한 'e스포츠 JAPAN CUP'이 개최되어, 일부 마니아를 위한 게임 문화가 아닌 다수의 여성층과 일반 팬들도 함께 참여하는 게임 문화를 보여줌으로써 e스포츠의 발전 가능성을 확인

### ■ 일본 e스포츠, 마니아 중심에서 일반인으로 게임의 저변 확대에 기여

▶ 2012년 6월 23일~6월 24일, 일본 e스포츠 에이전시(JAPAN e-SPORTS AGENCY, 이하 JeSA)\*의 주최로 제2회 'e스포츠 JAPAN CUP(에스포츠타JAPAN CUP)'이 동경 하라주쿠에서 개최

- 일본은 e스포츠에 대한 인지도가 낮으나, 전국 각지의 프랜차이즈 팀들이 <FIFA12 World Class Soccer>, <Starcraft2>, <Tekken6> 등 3종목으로 일본 대표팀 자리를 놓고 경쟁
- 팀당 4명의 게이머가 소속되어 1인 1개 종목에 참여하는 방식으로 진행, <Tekken6> 종목에서는 별도의 여성 부문이 마련되어 주목
- 게임은 마니아를 위한 문화라는 기존의 사회적 인식과는 달리, 여성 프로게이머들이 많아졌으며 인기 있는 남성 프로게이머들이 일반 여성 팬들의 강력한 지지를 받는 등, 게임 자체에 대한 인식 변화를 보여주는 행사로서 의미가 큼

▶ JeSA는 <Starcraft2> 등 인기 e스포츠의 일본 대표 선수 선발을 계기로 앞으로 프로리그 발족 및 e스포츠 활성화를 위한 준비를 계속할 예정

- 이번 대회에서는 해외에서 이미 유명한 실시간 전략시뮬레이션 게임 <Starcraft2> 최종 결승전이 긴박감 넘치게 전개
- 차기 e스포츠 대회는 2012년 9월 및 12월에 개최될 예정이며, 앞으로 일본 e스포츠 프로리그가 발족되면 일본 내 e스포츠가 활성화될 전망

\*주 : JeSA는 2011년 9월 설립되어, e스포츠 경기 주최 및 홍보, 경기 방영, 프로 e스포츠 팀 및 관련 시설 운영, e스포츠 영상 콘텐츠 기획·제작·서비스 등을 맡고 있음

 [news.mynavi.jp](http://news.mynavi.jp)

## 가시밭길을 걷고 있는 Sony의 PlayStation Vita

Sony가 휴대용 콘솔 게임기 PlayStation Vita의 초반 부진에서 회복하기 위한 노력을 기울이고 있지만, 경쟁사인 Nintendo 역시 3DS를 앞세워 휴대용 콘솔 게임사업에 박차를 가하고 있어 경쟁력 확보에 비상이 걸린 상황

### ■ Sony, 휴대용 콘솔 게임 부문에서 경쟁력 상실

- ▶ Sony가 시장에서 고전하고 있는 휴대용 게임기 PlayStation Vita의 반등을 위해 최근 개최된 '2012 E3' 게임쇼에서 강력한 게임 타이틀을 공개했지만, 오히려 경쟁업체 Nintendo의 휴대용 게임기 3DS에게 게임 타이틀 라인업 면에서 밀린 것으로 평가받고 있음
- ▶ PlayStation Vita는 2011년 12월 출시 이후 주간 콘솔 하드웨어 판매량이 6,300대까지 떨어졌으며, 게임 타이틀도 주간 판매량이 3,000개가 넘는 작품을 찾기 힘든 실정
  - 미국의 PlayStation Vita 판매량은 2012년 4월 기준 전년동월 대비 30% 이상 추락했으며, 일본 내 PlayStation Vita 판매량도 회복의 기미를 보이지 못함
  - 가장 최신 게임기인 PlayStation Vita는 구형 기종인 PSP나 Nintendo의 3DS 등과의 경쟁에서 밀려 시장 점유율이 7%에 머물러 있음

### ■ Nintendo의 휴대용 게임 주력 전략에 PlayStation Vita는 고전 면치 못할 것

- ▶ Nintendo의 휴대용 게임기 3DS의 공세는 PlayStation Vita가 더욱 고전하게 하는 직접적인 원인으로 작용하고 있음
- ▶ Sony는 최근 PlayStation Vita의 최신 컬러인 '크리스탈 화이트'를 인기 프랜차이즈 게임 타이틀 <Metal Gear Solid HD Collection>과 함께 공개하며 반전을 꾀했으나, 현재까지 공개된 3DS의 게임 타이틀 라인업에 비하면 역부족인 상황
  - Nintendo 3DS는 작년 매우 암울했던 초기 판매량을 극복하고 큰 폭의 가격 인하를 통해 가격 경쟁력을 확보, <Zelda>, <Mario> 등 인기 게임 프랜차이즈를 적극 활용해 게이머의 관심을 유도
  - 특히, Nintendo가 개발 중인 차세대 게임 콘솔 'Wii U'에 대한 시장의 기대감이 그다지 높지 않고 당초 발표됐던 연내 제품 출시도 불안한 상황에서 Nintendo는 현재 주력 기종인 3DS 사업에 더욱 박차를 가할 가능성이 높음
- ▶ Nintendo가 휴대용 게임사업에 총력을 기울일 경우 Sony로서는 큰 타격을 입을 수 밖에 없으며, Sony의 현재 PlayStation Vita의 게임 라인업만으로는 Nintendo의 막강한 3DS 게임 라인업에 쉽게

맞서지 못할 것으로 보임

- 2012년 10월 말 출시 예정인 PlayStation Vita 게임 <Assassin's Creed III Liberation>과 <Call of Duty> 시리즈도 게이머의 관심을 PlayStation Vita로 돌리기엔 역부족이라는 평가

 [www.forbes.com](http://www.forbes.com)

표 10 Sony의 차세대 게임기 PlayStation Vita의 하드웨어 특징 및 이미지

하드웨어 특징		이미지
전면	① 터치스크린	
	② 전면카메라	
	③ 듀얼 아날로그 스틱	
	④ 마이크	
	⑤ 메모리 카드 슬롯	
후면	⑥ Vita 카드 슬롯	
	⑦ 후면카메라	
	⑧ 뒷면 터치패드	
내부	⑨ GPS	
	⑩ 3G 및 WiFi 통신	
	⑪ 모션 센서 전자 나침반	

[출처] 스트라베이스



## Nintendo 3DS, 유명 8-Bit 고전게임 제공

Nintendo가 휴대용 콘솔 게임기 3DS에서 운영하고 있는 가상 콘솔 시스템 'Virtual Console'을 통해 과거 게이머들의 큰 사랑을 받았던 8-Bit 고전게임들을 즐길 수 있도록 하는 여름 프로모션 캠페인 '8-Bit Summer'를 개최

### ■ Nintendo, 3DS에 탑재된 Virtual Console 시스템을 통해 8-Bit 고전게임 제공

- ▶ Nintendo가 휴대용 콘솔 게임기 3DS의 다운로드 콘텐츠 스토어 'Nintendo eShop'을 통해 2012년 여름 8종의 8-bit 고전게임을 3DS에서 즐길 수 있도록 하는 여름 캠페인 '8-Bit Summer'를 개최
  - 7월 5일 <The Legend of Zelda>를 시작으로, 7월 12일 <Kirby's Pinball Land> 및 <The Sword of Hope II>, 7월 19일 <Kid Icarus: Of Myths and Monsters> 및 <Tumblepop>, 7월 26일 <Wario Land: Super Mario Land 3>를 차례대로 내놓을 예정이며, 유명 어드벤처 게임 시리즈 'Sonic' 관련 타이틀인 <Sonic Labyrinth>와 <Sonic Blast> 또한 게이머들을 만나기 위해 대기 중
  - 출시 게임들 중 <The Legend of Zelda>는 과거 NES 콘솔로 출시되었으며 <Kirby's Pinball Land>, <The Sword of Hope II>, <Kid Icarus: OF Myths and Monsters>, <Tumblepop>, <Wario Land: Super Mariod Land 3> 등은 'Game Boy' 그리고 'Sonic' 시리즈 두 편은 'Game Gear'로 출시된 적이 있음
  - 이들 게임 외에도 추가로 '8-Bit Summer' 이벤트 일환으로 고전게임들이 출시될 가능성도 열려있는 상황
  - 이번 캠페인의 게임들은 3DS의 가상 콘솔(Virtual Console) 시스템을 통해 즐길 수 있음
- ▶ 이번 여름 캠페인은 Nintendo 과거 게임 콘솔 Wii에서 고전게임을 즐길 수 있도록 내놓았던 가상 콘솔 시스템과 유사
  - Nintendo는 유명 게임 콘솔 플랫폼들이었던 'Game Boy'나 'Commondore 64'와 같은 게임 콘솔들의 유명 게임들을 변환하여 게이머들이 새롭게 즐길 수 있도록 하는 가상 콘솔 시스템과 관련 디지털 시장을 운영한 적이 있었음
- ▶ 고전게임들을 가상 플랫폼을 통해 즐기는 데에는 3DS가 적당하기 때문에, 이번 '8-Bit Summer'가 성공할 수 있을 것이며 나아가 3DS만의 콘솔 우위를 유지하는 데 큰 도움이 될 것으로 전망
  - IT 전문미디어 Venturebeat는 3DS가 가상 콘솔 시스템의 운용에 적당하다고 주장하며, 특히 가상 콘솔 시스템과 관련 이벤트들은 소비자들이 고전게임들을 즐기기 위해 다른 콘솔게임을 사려는 필요성을 줄일 수 있다고 지적

 [venturebeat.com](http://venturebeat.com)

## 통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 11 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 6. 25 ~ 2012. 7. 1) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	68,914	-3.5%	6,444,561
	2	PlayStation Vita	Sony	24,727	84.0%	794,891
	3	PlayStation3	Sony	16,987	12.2%	8,289,116
	4	PSP	Sony	10,542	13.9%	19,041,875
	5	Wii	Nintendo	6,755	5.3%	12,460,856
	6	DS	Nintendo	1,310	-18.1%	32,958,592
	7	Xbox360	MS	1,029	-35.7%	1,594,307
SW	1	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	423,075	-73.2%	2,001,183
	2	Archaic Hearts (PlayStation3)	Gust	65,497	신규	65,497
	3	Culdcept (3DS)	Nintendo	53,898	신규	53,898
	4	Robotics;Notes (PlayStation3)	5pb	51,145	신규	51,145
	5	Dragon Quest Monsters: Treasures of Legend (3DS)	Square Enix	41,584	-30.7%	777,861
	6	Resident Evil Chronicles HD (PlayStation3)	Capcom	30,330	신규	30,330
	7	Fatal Frame 2: Wii Edition (Wii)	Nintendo	24,312	신규	24,312
	8	Metal Gear Solid HD Edition (PlayStation Vita)	Konami	22,213	신규	22,213
	9	Inack Sekaino Mukuri + Versus (PlayStation3)	Namco Bandai	17,917	신규	17,917
	10	The Elder Scrolls: Gaue For You (PlayStation3)	Namco Bandai	15,375	신규	15,375

[출처] VG Chartz

## 통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 12 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 6. 30 기준)

순위	Mobage		GREE		Mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	GREE·Bandai Namco	가면라이더레전드 (仮面ライダーレジェンド)	Bandai Namco
2	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	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	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	도라몬마스터 (ドラモンマスター)	Grenge
4	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	AKB48스테이지파이터 (AKB48 ステージファイター)	GREE·Ateam	의인 그이 (擬人カレシ)	Ambition
5	건담 로얄 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	FIFA월드클래스축구 (FIFA ワールドクラスサッカー)	EA-gumi	소드X소드 (ソード×ソード)	Drecom
6	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	크로우즈WORST최종전설 (クロウズWORST 最終伝説)	Konami	초코토팜 (ちょこっとファーム)	Drecom
7	세토루린 (セトルリン)	DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	전국사가 (戦国サーガ)	Grenge
8	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロンブス)	GREE	달링은 연예인 for mixi (ダーリンは芸能人 for mixi)	Voltage
9	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	성전케르베로스 (聖戦ケルベロス)	GREE	빚꾸리맨 (ビックリマン)	Drecom
10	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	비록 요괴대전쟁 (秘録妖怪大戦争)	Drecom KablavaAppa

\*주 : Mobage와 mixi는 일본 3대 이동사(NTT DoCoMo, KDDI, Soft Bank)의 피쳐폰 게임 순위 이며, Gree는 Andorid 게임 순위

[출처] Mobage, GREE, mixi



## 기타 게임시장 동향

### 호주 연방 의회, R18+ 성인게임 등급 법안 통과

호주 연방 의회가 R18+ 성인게임 등급을 포함한 통합 미디어 등급 법안을 통과. 약 10여 년간의 법제화 과정이 마무리됨에 따라, R18+ 등급을 포함한 새로운 출판물, 영화 및 게임 등급 시스템은 2013년 1월부터 효력을 갖게 됨

#### ■ 호주 의회, R18+ 성인 등급이 포함된 새로운 출판, 영화 및 게임 등급 법안 통과

- ▶ 호주 의회가 R18+ 등급을 포함한 새로운 통합 미디어 등급 시스템 법안을 통과
  - 호주에 출시되는 게임들에 부여되는 등급에는 최대 MA15+(15세 이상 게임 가능) 등급만 존재했기 때문에, 해외에서 개발 및 출시된 성인게임들은 호주 시장에 출시가 아예 불가능하거나 혹은 MA15+ 게임 등급 출시를 위해 게임 내용의 수정이 불가피했었음
  - MA15+ 등급을 받아 호주에 출시된 성인게임들을 청소년들이 제한없이 즐길 수 있다는 문제점 또한 제기
  - 하지만 이번에 RA18+ 성인게임 등급을 포함한 새로운 통합 등급 시스템 법안이 호주 연방 의회에서 양당 합의를 통해 통과함에 따라, 앞으로는 해외에서 개발된 성인게임들을 호주 성인들이 합법적으로 즐길 수 있는 길이 열렸을 뿐만 아니라, RA18+ 게임 등급의 도입을 통해 보다 엄격한 등급제 관리와 청소년 게이머들의 보호가 가능
  - 실제로 이에 대해 호주 내무부(Home Affairs)의 장관 Jason Clare는 "RA18+ 등급은 소비자들과 소매업체들은 물론 부모들로 하여금 어떤 게임들이 청소년들에게 부적합한 게임인지를 알려줄 것"이라며, "이를 통해 청소년들이 부적합한 게임을 구매하는 것을 예방할 수 있게 되었다고" 발표
  - 호주의 지역 및 주정부들은 이번 법안의 원활한 시행을 위해 관련 부속법안들을 입법 조치할 예정
- ▶ RA18+ 성인게임 등급의 도입은 게임산업이 영화와 다른 문화 콘텐츠 등급 시스템과 동일한 등급 시스템을 가지게 되었다는 것을 의미
  - 이번 게임성인 등급 관련 법안은 광범위한 지지를 받아왔는데, 예를 들어 한 성인 등급 관련 연구 보고서에 대해서는 약 5만 8,000여 건의 의견이 개진되었는데 이들 대부분이 이번 통합 등급 시스템에 대해 찬성 입장

 [www.theaustralian.com.au](http://www.theaustralian.com.au)

## 태국 게임업체 Sandbox Global, 아시아 시장 본격 진출

태국 최초로 Facebook에 인기 소셜게임을 선보이며 화제를 모은 방콕 거점 게임업체 Sandbox Global은 자체 개발 소셜게임 <Stylista>을 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 중국 등 아시아 지역으로 확대 서비스해 동남아의 대표적 소셜게임 기업으로 도약

### ■ Sandbox Global, 자체 개발 소셜게임 <Stylista>로 동남아 대표 소셜 게임업체로 성장

- ▶ Sandbox Global은 Facebook에서 큰 인기를 얻고 있는 소셜게임 <Stylista>의 서비스를 동아시아 각지로 확대하는 등 태국 최초의 소셜 게임업체이자 동남아를 대표하는 소셜 게임업체로 주목
  - 태국 게임업체 Sandbox Global은 Facebook에서 태국어로 서비스 중인 소셜게임 <Stylista>의 영어 버전을 싱가포르, 말레이시아, 필리핀에 서비스하고, 중국어 버전을 대만, 홍콩, 중국에서 Facebook 및 기타 플랫폼을 통해 서비스하기 위해 대만업체와 협의 진행
  - <Stylista>는 게이머들이 아바타를 다양한 패션 스타일로 꾸미고 뉴욕 소호, 베버리힐스 로데오거리, 런던 등을 배경으로 열리는 게임 내 파티에 참여하는 게임으로서, 2012년 5월 기준 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 5만 6,000 명을 기록했으며, 향후 방콕의 시암 광장, 일본 동경의 오모테산도, 파리의 샹젤리제 거리 등이 추가 업데이트될 예정
- ▶ Sandbox Global, 2012년 3/4분기 게이머 수 100만 명을 확보하고 베트남 시장에 신규 게임을 출시해 기반 확대
  - Sandbox Global의 Ferdinand Gutierrez 대표\*는 "게임운영팀은 동남아에서 실무 경력을 쌓은 지역 전문가들로 구성되어 있어 동남아 각지의 다양한 시장에 대응할 수 있다"고 강조하면서 "Sandbox Global은 북미, 유럽에서 훈련된 인재들을 흡수해 동남아의 대표적 소셜게임 기업으로 도약할 것"이라고 밝힘
  - Sandbox Global은 Atari의 전 CEO이자 콘솔게임 <Grand Theft Auto>의 개발사 Take Two의 전 CEO였던 Jeff Lapin과 IDM 벤처캐피탈 등으로부터 투자금을 확보, 2012년 3/4분기에 말레이시아, 베트남 시장에 신규 게임을 출시할 계획

\*주 : Sandbox Global을 설립한 Ferdinand Gutierrez는 뉴욕 태생의 필리핀계 미국인이며, 디지털 광고 대행 선두기업 New Media 및 싱가포르 거점 글로벌 디지털미디어 기업 Neo@Ogilvy 등에서 이사직을 역임하며 10년 이상 동남아 지역 디지털 산업 발전에 기여해왔으며, 현재 기술 및 게임 개발 부문을 총괄하는 Peter Theisen, 동남아 지역에서 IBM, Yahoo 등 고객을 관리해온 Jonathan Lor와 함께 Sandbox Global을 이끌고 있음

 [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)

## TransGaming, 아태지역 IPTV 사업자와 제휴

멀티플랫폼 게임 개발업체 TransGaming이 아태지역 메이저 IPTV 사업자와 제휴를 통해 자사의 스마트TV용 게임플랫폼 GameTree TV 서비스 제공에 합의. 2012년 가을 경 IPTV 제휴 사업자와 공동으로 시험방송을 시행할 계획

### ■ TransGaming, 아태지역 IPTV 사업자에게 게임플랫폼 GameTree TV 제공

- ▶ 멀티플랫폼 게임 개발업체 TransGaming이 GameTree TV 서비스를 아시아 소재의 메이저 IPTV 서비스 제공 사업자에게 제공하는데 합의
  - GameTree TV는 스마트TV용 주문형 비디오게임 플랫폼으로, 급성장 중인 아태지역에서 약 800만 가구를 가입자로 확보해 시장 지배력을 확대
  - 자세한 합의 내용은 90일 이내에 공개될 예정이며, GameTree TV는 2012년 가을까지 IPTV 서비스 사업자와 공동으로 시험 방송을 시행할 계획
- ▶ TransGaming은 현재 아시아 지역에서 성장 기회를 찾기 위해 다양한 방법들을 시도
  - TransGaming의 CEO Vikas Gupta는 "TransGaming은 전세계적으로 새로운 서비스 제공사업자들과 끊임없이 제휴를 체결하고 있다"며, "GameTree TV 개발을 통해 고품질 게임 솔루션을 증명할 수 있게 되었다"고 언급
  - GameTree TV는 현재 북미 지역의 Dish Network와 DirecTV, 유럽의 FREE, 아시아의 Air Tel, Reliance와 제휴를 맺고 있으며, 미국 애니메이션 업체 Hasbro, 캐주얼 게임업체 PopCap 등으로부터 스마트TV 및 커넥티드TV용 독점 콘텐츠 방영권을 확보, <TETRIS>, <World Poker Tour>, <Taito> 등을 제공
  - 또한 Vikas Gupta 대표는 "아태지역의 IPTV 보급률은 세계 최고 수준으로, 이 중에서도 TransGaming이 시장의 최전선에 서 있다"고 강조하며, 자사의 게임 솔루션을 아태지역으로 가져와 다른 업계 리더들과 제휴, 콘텐츠 제공 사업자로써의 독보적 지위를 유지할 수 있을 것이라고 기대
  - 실제 시장조사업체 Global Industry Analysts가 2012년 4월 발표한 조사보고서 "Internet Protocol Television (IPTV)"\*에 따르면, 아태지역의 전세계 IPTV 확산을 주도하고 있는 가운데 2017년까지 가입자 수가 5억 5,000만 명으로 확대될 전망

\*주 : Global Industry Analysts가 IPTV 서비스를 제공하는 전세계 통신사업자 134개를 2011년 1월부터 12월까지 조사한 IPTV 보고서

 [indiantelevison.com](http://indiantelevison.com)

그림 9 GameTree TV가 제휴를 맺은 세계 각국 방송사 현황



[출처] TransGaming

## 게임전문 사이트 IGN, 아태지역 런칭

게임전문 뉴스 및 리뷰 사이트 IGN이 독일, 스웨덴, 중동에 이어 전세계 9번째로 아태 지역 사이트 'ap.ign.com'을 런칭. Blah! Asia와의 제휴를 통해 아태지역 판매 라이선스를 획득한 IGN은 중국어, 말레이어, 영어가 가능한 20명의 전문인력을 채용

### ■ 게임전문 뉴스 사이트 IGN, 아태지역 사이트 'ap.ign.com' 런칭

- ▶ 글로벌 미디어그룹 News Corp 산하의 게임전문 뉴스 및 리뷰 사이트 IGN(Imagine Games Network)이 중국, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 홍콩 등에서도 이용 가능한 아태지역 사이트 'ap.ign.com'을 런칭
  - IGN은 아태지역 판매 네트워크 Spiral Media 산하 Blah! Asia와의 파트너십을 통해 라이선스를 획득, 'ap.ign.com'에 만다린어, 말레이어, 영어가 가능한 20명의 작가, 기자, 번역가를 채용
  - IGN은 호주, 캐나다, 아일랜드, 영국, 미국, 독일, 스웨덴, 중동에 이어 9번째로 아태지역에 로컬 사이트를 런칭, 독일, 스웨덴, 중동의 경우 라이선스 아웃(licensed out) 계약을 체결한 상태
  - 아태지역 사이트 운영은 말레이시아에서 영국 게임 개발업체 Codemasters를 설립한 이력이 있는 말레이시아 쿠알라룸푸르 출신의 편집장 Maxime Villandre가 주도할 예정
  
- ▶ IGN Entertainment International의 비즈니스 개발 총괄 Adam Doree는 IT전문 매거진 paidContent와의 인터뷰를 통해 "IGN의 미션은 브랜드 가치를 세계적으로 알리는 것으로, 중국어를 사용하는 아시아 지역의 성장 잠재력에 주목하고 있다"고 언급
  - "중국 게임시장은 급격히 진화하고 있으며, 서구 게임시장은 아시아의 부분 유료화 게임 및 모바일게임 성장에 주목해야 할 것"이라고 강조하며, "IGN이 이와 같은 글로벌 게임시장 변화에 앞장설 것"이라고 언급
  - 실제 아시아에서는 MMORPG 시장이 매우 크게 형성되어 있는 만큼 IGN 런칭시 긍정적 성장 전망
  - 뿐만 아니라 최근 게임 및 IT뉴스 퍼블리셔들의 해외 사업 확장이 고수익을 가져다 줄 것으로 기대되고 있다는 점도 IGN의 아태지역 사이트 런칭에 희망적으로 작용
  - 지난해 IT전문 매거진 Wired가 대만에서 웹사이트 런칭에 성공한 데 이어 영국의 잡지 퍼블리셔 Future 산하의 TechRadar 포털사이트는 지난 5월 미국에서 런칭에 성공
  - IGN의 독일 현지 로컬라이제이션은 지난 12개월 동안 2배 이상의 트래픽을 유발한 것으로 집계

 [paidcontent.org](http://paidcontent.org)



그림 10 ING의 아태지역 사이트 메인화면



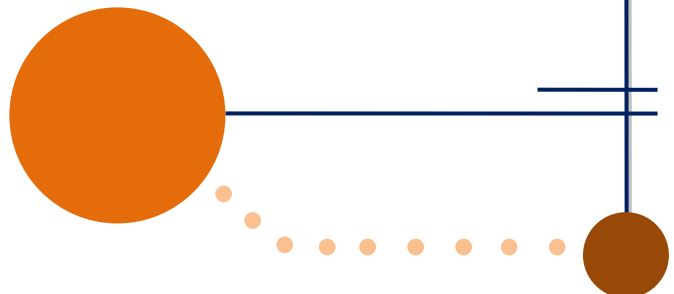
[출처] ap.ign.com





## 유럽 게임시장 동향

- 영국, 범유럽 게임등급 시스템 PEGI 법제화 임박
- 영국 게이머, 2011년 한 해 동안 평균 334파운드 지출
- 프랑스 모바일게임 지출규모, 영국과 독일 대비 저조
- Activision Blizzard, 모바일게임 분야 진출
- 온라인게임 <League of Legends>, 유럽 서버 해킹
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



## 영국, 범유럽 게임등급 시스템 PEGI 법제화 임박

유럽권 30여 국가들이 단일 시스템으로 사용하고 있는 유럽 게임등급 시스템 PEGI가 영국에서도 최종 법제화 절차만을 남겨두고 있음. 7월 중순으로 예정된 PEGI 법제화를 통해 영국은 PEGI를 영국의 단일 게임등급 시스템으로 사용할 예정

### ■ 영국, 유럽 게임등급 시스템 PEGI 법제화를 통한 단일 게임등급 시스템 구축

- ▶ 영국에서 유럽 게임등급 시스템 PEGI(Pan European Game Information)\*의 법제화가 임박
  - 영국의 인터랙티브엔터테인먼트산업협회(The Association for UK Interactive Entertainment, 이하 UKIE)는 7월 23일을 기해 지금까지 자율 규제 방식을 취했었던 PEGI가 법제화를 통해 영국의 단일 게임등급 시스템의 지위를 가지게 될 예정이라고 발표
  - PEGI의 법제화 이전 영국 게임업계는 PEGI와 영국 영화등급위원회(British Board of Film Classification, 이하 BBFC)가 부여해오던 게임등급의 이중 시스템이라는 부담을 지고 있었음
  - 영국의 문화미디어및스포츠부(Department of Culture, Media and Sport)는 5월 10일 "영국에서 게임 연령등급의 단일 시스템으로 PEGI를 택하기 위해 필요한 의회 과정을 시작했다"고 발표
  - 또한 PEGI의 법제화 이후 영국의 게임 소매업체들은 PEGI 규정을 위반하여 게임을 판매할 경우 형사 고소 및 벌금 부과 대상이 될 수 있음
  - 다만 UKIE의 CEO인 Jo Twist는 또 다른 성명서를 통해 "7월 23일 PEGI의 법제화를 위해 노력하고 있으며 예정 대로 법제화에 성공할 것으로 생각하고 있지만, 법제화 과정에서 기술적인 문제가 발생할 수 있다"며, PEGI의 최종 법제화까지 거쳐야 할 행정적/법적 절차에 대한 어려움을 토로

\*주 : PEGI(Pan European Game Information)은 유럽 단일 게임등급 시스템으로 유럽 인터랙티브소프트웨어연합(Interactive Software Federation of Europe, ISFE)에 의해 개발. 2003년 시장에 소개된 이후 지금까지 30여 개 국가 이상의 유럽권 국가들이 이를 단일 시스템으로 도입

### ■ PEGI 등급 시스템의 분류 및 내용

- ▶ PEGI 시스템은 총 5개의 연령 분류 및 8개의 콘텐츠 내용 구분으로 구성되어 있으며, 이를 통해 해당 게임이 갖는 연령 적합도를 소비자들에게 제안
  - 다만 PEGI에 의한 게임 등급은 게임의 난이도나 게임 플레이에 필요한 특정 기술을 다루고 있지는 않음
- ▶ PEGI 등급의 연령 분류는 'PEGI 3', 'PEGI 7', 'PEGI 12', 'PEGI 16', 'PEGI 18' 등으로 구성

- 'PEGI 3'은 3세 이상의 모든 연령 대의 사람들이 즐길 수 있는 게임으로서 만화적 맥락에서 등장할 수 있는 (경미한) 폭력 묘사가 허용되고, 게임을 하는 어린이들이 게임 내용이나 캐릭터를 실제 현실과 연관시킬 수 있는 어떤 콘텐츠나 게임 구성도 허용되지 않음
- 'PEGI 7'은 'PEGI 3' 등급 게임에 해당될 수 있는 게임들 중 어린이들을 겁먹게 할 수 있는 장면이나 소리를 포함한 게임에 부여되는 등급
- 'PEGI 12'는 'PEGI 3' 및 'PEGI 7' 게임들에 비해 보다 강한 수위지만 동시에 현실 세계와는 동떨어진 폭력적 묘사나 알몸 표현이 존재하는 게임들에 부여되는 등급으로, 경미한 욕설 등이 허용
- 'PEGI 16' 실사 수준의 상당한 폭력 및 성 관련 행위 표현이 가능하며, 욕설 및 흡연 그리고 약물 및 범죄 행위 또한 게임에서 다룰 수 있음
- 'PEGI 18'는 성인 등급으로서 매우 과도한 폭력이나 특정 범주의 폭력 행위를 다루는 게임에 부여되는 등급이며, 일반적으로 해당 행위 및 표현에 거부감이 느껴질 수 있다고 판단되는 콘텐츠가 존재할 경우 부여

 [www.mcvuk.com](http://www.mcvuk.com)

그림 11 영국에서 법제화 예정인 PEGI 등급 시스템의 등급 분류 기호



[출처] PEGI

## 영국 게이머, 2011년 한 해 동안 평균 334파운드 지출

영국의 온라인 콘솔게임 스토어인 ShopTo.net이 2012년 6월 15일~6월 17일 실시한 조사 결과에 따르면, 영국 게이머들은 2011년 취미생활에 평균 334파운드(약 60만원)를 지출했으며, 캐주얼 게임시장 성장에 의해 콘솔게임 판매량이 감소

### ■ 영국 게이머의 80% 이상이 4개의 게임 단말기 보유

- ▶ 영국 콘솔게임 온라인 쇼핑몰 ShopTo.net이 2012년 6월 15일~17일 이틀간 9,000명의 영국인을 대상으로 조사를 실시한 결과(오차 범위 7%), 2011년 영국 게이머들의 취미생활 관련 지출은 평균 334파운드(약 60만 원)로 조사
  - 2011년 한 해 동안 영국 게이머는 평균 334파운드(약 60만 원)를 취미생활을 위해 소비했으며, 평균 16개의 게임 타이틀을 구매
  - 응답자의 대다수가 4개의 게임 단말기를 이용, 전체의 80% 이상이 PC, 스마트폰, 콘솔 등의 게임 단말 2대를 보유하고 있는 것으로 조사
  - 한편 응답자의 35%가 콘솔게임보다 스마트폰 게임에 더 많은 시간을 할애
  - ShopTo.net의 Igor Cipolletta CEO는 "게이머들이 Android 및 iOS 단말기 등을 통해 캐주얼게임을 더 많이 하는 등 게임 단말기 선택에서도 변화가 일어나고 있다"고 지적하면서 "Nintendo의 판매량이 휴대용 게임기의 캐주얼 게임시장 성장에 밀려 감소하고 있다"고 언급

### ■ 모바일게임 성장세에 밀려 콘솔게임 판매량 감소

- ▶ 모바일게임의 인기에 가장 큰 타격을 입은 것은 Nintendo 콘솔게임으로 나타났으나, Wii U를 비롯한 차세대 콘솔게임의 출시가 상황을 역전시킬 것으로 기대
  - 응답자의 65%가 Wii를 보유하고 있는 반면 2011년에 Wii 게임을 구입했다고 답한 사람은 4%에 그치는 등 Nintendo가 모바일 게임시장 성장의 영향을 받음
  - Igor Cipolletta CEO는 "과거와는 달리 다양한 게임기가 있고 매주 수 천 개의 게임 타이틀이 퍼블리싱되고 있는 상황에서 Sony와 MS 등이 신규 하드웨어 출시를 하지 않아, 게이머들이 모바일게임을 선택하고 있다"며, "그러나 2012년 크리스마스에 출시 예정인 Wii U를 비롯해 차세대 게임콘솔이 등장하면 상황이 역전될 것"이라고 전망

 [www.develop-online.net](http://www.develop-online.net)

## 프랑스 모바일게임 지출규모, 영국과 독일 대비 저조

시장조사업체 Lightspeed Research에 따르면, 프랑스 스마트폰, 태블릿 PC 보유자의 21%만이 모바일게임에 대한 비용 지불 의사를 나타내 영국(34%)과 독일(23%) 대비 모바일게임에 대한 소비자들의 지출규모가 저조한 것으로 나타남

### ■ 프랑스, 영국과 독일 대비 모바일게임에 대한 비용 지불 의사 낮아

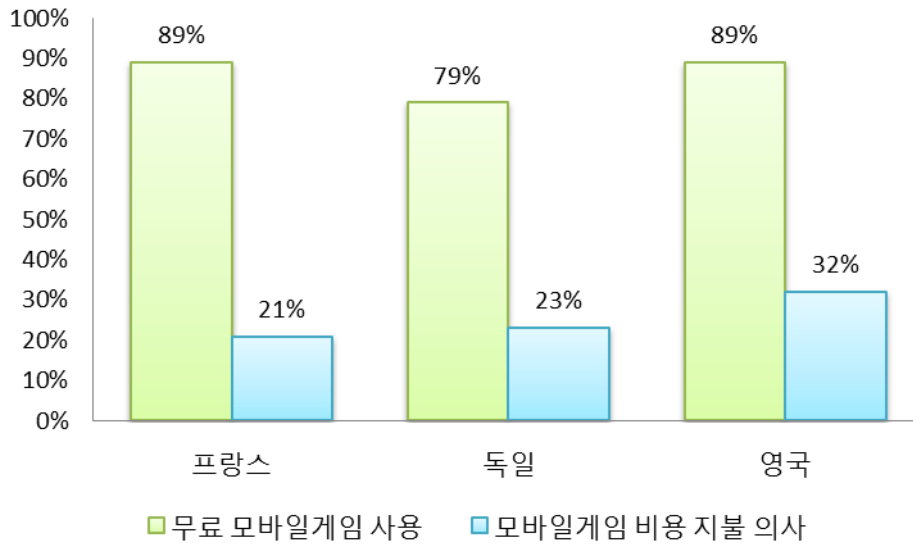
- ▶ 시장조사업체 Lightspeed Research\*가 2012년 5월에 발표한 보고서 "Les Français aiment les jeux sur smartphone et tablette mais sont très réticents à payer pour(프랑스 스마트폰 및 태블릿 PC 이용자들의 게임 지출)"\*\*에 따르면, 전체 응답자의 21%가 모바일게임 이용을 위한 비용 지불 의사를 나타냄
  - 영국과 독일의 경우 각각 전체의 32%, 23%가 모바일게임에 대한 비용 지불 의사를 나타냄
  - 프랑스 스마트폰, 태블릿 PC 보유자의 10%는 한번도 게임을 다운받아본 경험이 없는 것으로 드러남
- ▶ 실제 프랑스 스마트폰, 태블릿 PC 보유자들은 영국과 독일 대비 게임 애플리케이션 구매 비율도 저조한 것으로 나타남
  - 프랑스 스마트폰, 태블릿 PC 보유자의 89%가 무료 게임 애플리케이션을 이용
  - 여성의 경우 전체의 18%, 남성의 경우 전체의 24%가 유료 애플리케이션을 이용
  - 25~34세 연령층의 25%가 유료 애플리케이션을 이용하는 것으로 나타나, 전 연령층을 아울러 애플리케이션 구매 비율이 가장 높은 것으로 집계
  - 18~24세 연령층의 24%, 35~44세 연령층의 22%, 45~54세 연령층의 15%가 유료 애플리케이션을 이용하는 것으로 파악
- ▶ 한편, 프랑스 스마트폰, 태블릿 PC 보유자의 37%가 지난 6개월 동안 게임 앱 구매에 10유로 이상 소비한 것으로 집계, 독일과 영국은 각각 스마트폰, 태블릿 PC 보유자의 51%, 45%가 10유로 이상 소비한 것으로 파악
- ▶ Lightspeed의 마케팅 총괄 Ralph Risk는 "다른 유럽 국가 대비 프랑스 소비자들이 게임 관련 비용 지불에 다소 인색하다"며, "영국의 뒤를 이어 유럽 최대의 게임시장으로 부상하기 위해서는 소비자들의 지출규모가 보다 확대되어야 할 것"으로 전망

\*주 : 2000년에 설립된 시장조사업체로 전문분야는 온라인시장 분석, 온라인 패널분석, 모바일시장 분석 등임

\*\*주 : 2012년 3월 프랑스 스마트폰과 태블릿PC 보유자 1,000명을 대상으로 조사

[www.telcompaper.com](http://www.telcompaper.com)

그림 12 유럽 3개국 스마트폰 및 태블릿PC 사용자 모바일게임 비용 지불 의사



[출처] Lightspeed

## Activision Blizzard, 모바일게임 분야 진출

메이저 게임업체 Activision Blizzard가 모바일 앱 로그 분석 업체 Flurry와 제휴를 체결하고 인디 모바일게임 개발사에 대한 지원 계획을 발표. Activision Blizzard는 이번 제휴를 통해 부분유료화 모바일게임 개발에 박차를 가할 전망

### ■ Activision Blizzard, 콘솔게임 일변도에서 탈피해 모바일게임 개발 사업 확대

- ▶ Activision Blizzard는 2012년 6월 13일에 모바일 써드파티들의 모바일게임 시장 진출을 위한 퍼블리싱 부문을 신설했다고 발표, 인디 게임 개발업체들을 대상으로 iOS 기반 게임 출시를 위한 자금, 개발, 퍼블리싱, 프로모션 등을 지원할 예정
  - 모바일 게임업체들은 Activision Blizzard의 지원 프로그램을 통해 Activision의 브랜드로 자사 게임을 출시할 수 있는 한편 해당 게임의 IP를 계속 소유할 수 있음
  - 2012년 6월 현재까지 Activision Blizzard는 <Crash Bandicoot Nitro Kart 2>, <Call of Duty: Black Ops Zombies> 등 콘솔게임의 모바일 버전, 그리고 <Skylanders Cloud Patrol> 등 몇 가지의 자체 모바일게임을 개발, 각각 iPhone 전용 앱으로 6.99달러, 2.99달러, 99센트로 판매
  - Greg Canessa 부사장은 "모바일 단말기의 시장 침투와 기기 성능 확대에 따라 모바일 기기의 가능성을 재검토하게 됐다"며, "앞으로도 부분유료화 게임 출시를 계속해 나갈 예정"이라고 언급

### ■ Activision Blizzard, Flurry의 모바일 앱 로그 분석 자료 활용

- ▶ Activision Blizzard는 모바일 앱 로그 분석 업체 Flurry와 파트너십을 체결, Flurry가 확보한 모바일 게임업체들과의 네트워크 및 광고 플랫폼을 활용할 예정
  - Flurry의 Simon Khalaf CEO는 "Flurry는 Activision의 지원을 받는 인디 게임개발자들을 활용하는 한편, Activision의 개발자들이 모바일게임 제작 및 서비스에 대해 이해할 수 있도록 지원하고 적합한 개발사와 연결시킬 수 있다"며, "Activision 혹은 관련 써드파티의 모바일게임 타이틀을 자사의 광고 플랫폼에 탑재하는 크로스프로모션을 진행해 매일 2억 5,000만 명의 유저들에게 선보일 예정"이라고 밝힘
- ▶ Activision Blizzard의 경쟁사인 EA는 모바일게임 개발에 있어서 주요 업체로 부상
  - EA는 2012년 6월 둘째 주에 자사의 모바일 게임 다수를 2012년 말까지 무료 제공하겠다고 발표

 [allthingsd.com](http://allthingsd.com)

## 온라인게임 <League of Legends>, 유럽 서버 해킹

인기 온라인게임 <League of Legends>의 서유럽과 동유럽 게임 서버가 2012년 6월 7일 이메일 주소, 비밀번호 등의 이용자 정보를 해킹 당한 가운데, 해킹된 비밀번호를 공개하고 이메일을 통해 자사 이용자들에게 비밀번호 변경을 촉구

### ■ 인기 온라인게임 <League of Legends>, 서버 해킹 발생

- ▶ 2012년 6월 7일 게임업체 Riot Games가 개발한 인기 온라인게임 <League of Legends>의 유럽 서버가 해킹 당한 사실을 공식 홈페이지를 통해 공개
  - 2011년 11월 Riot이 발표한 수치에 따르면, 약 3,200만 명이 넘는 게이머들이 북미, 서유럽, 동유럽 <League of Legends> 서버에 등록된 것으로 집계
  - Riot Games의 설립자 Marc Merrill과 Brandon Beck은 블로그를 통해 "해커들이 서유럽 및 동유럽 <League of Legends> 서버에 접속해 이용자들의 개인 정보를 해킹했다"고 발표
  - 해킹된 정보는 이메일 주소를 포함해 비밀번호, 게이머 이름, 생년월일 등으로 결제 관련 정보는 유출되지 않은 것으로 전해짐
  - 일부 유저들은 이름뿐만 아니라 계정 복구를 위해 사용된 보안 질문과 답변 정보까지 유출된 것으로 알려졌지만, Riot 공동 설립자들에 따르면 보안 질문과 답변 정보는 <League of Legends> 계정 복구 과정에서 더 이상 유효하지 않은 것으로 알려짐

### ■ Riot Games, 발빠른 대응으로 서버 해킹 피해 최소화

- ▶ Riot Games는 모든 서유럽과 동유럽 계정이 해킹에 영향을 받은 것은 아니지만, 자사 서버를 이용하는 모든 게이머들에게 이메일을 통해 주의를 요함
  - Riot Games는 해킹 발생 시기와 경로 등 세부사항을 공개하지는 않았지만, 보안 전문가와 사법당국을 통해 수사를 계속해서 진행하고 있다고 밝힘
- ▶ 과거 데이터 해킹으로 피해를 입은 다른 기업들과 달리 Riot Games는 해킹된 비밀번호들을 공개하고, <League of Legends> 뿐만 아니라 다른 웹사이트의 비밀번호도 변경할 것을 권고, 적어도 8글자 이상의 숫자나 글자 혹은 부호 등을 섞어 비밀번호를 새로 설정할 것으로 권유
  - Merrill과 Beck은 "비밀번호를 암호화된 형식에서 다시 복구한다 할지라도, 절반 이상의 비밀번호들이 너무나 쉽게 해킹에 노출될 정도로 단순하다"고 언급



- 더욱이 두 자릿수 점유율을 차지하고 있는 이용자들이 다른 이용자와 같은 비밀번호를 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 11개 비밀번호를 1만 명이 넘는 유저들이 공유하고 있는 것으로 집계

 [www.pcworld.com](http://www.pcworld.com)

그림 13 <League of Legends> 홈페이지에 게재된 서버 해킹 관련 경고문



[출처] League of Legends 홈페이지

## 통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 13 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (6. 24 ~ 6. 30)	독일 (6. 24 ~ 6. 30)	프랑스* (6. 24 ~ 6. 30)
1	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Xbox360, Warner Bros)	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)
2	The Amazing Spider-Man (Xbox360, Activision Blizzard)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	The Amazing Spider-Man (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	Spec Ops: The Line (Xbox360, Take Two)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
4	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PC, Ubisoft)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
5	The Amazing Spider-Man (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
6	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Wii, Warner Bros)	Spec Ops: The Line (Xbox360, Take Two)	
7	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, SEGA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	
8	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	
9	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)	Sorcery (PlayStation3 Sony)	
10	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	Civilization V: Gods And Kings (PC, 2K Games)	
순위	스웨덴 (6. 24 ~ 6. 30)	이탈리아 (6. 17 ~ 6. 23)	네덜란드 (6. 24 ~ 6. 30)
1	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
2	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Kirby's Adventure (Wii, Nintendo)	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)
3	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
4	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Xbox360, Warner Bros)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)
5	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Wii, Warner Bros)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
6	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)
7	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Pokepark 2 Il Mondo dei Desideri (Wii, Nintendo)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
8	Battlefield 3 (PC, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
9	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Inazuma Eleven 2 Firestorm (DS, Nintendo)	Pro Cycling Manager 2012 (PC, Ubisoft)
10	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)

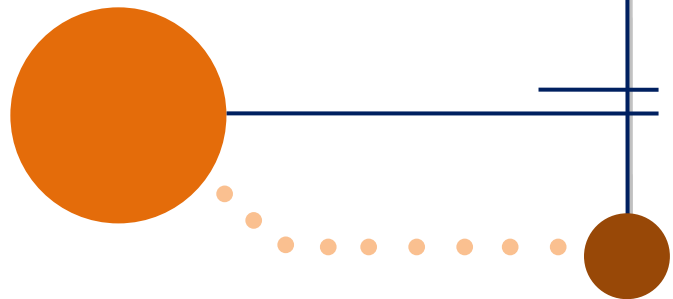
\*주 : 프랑스와 이탈리아의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



## 중남미 게임시장 동향

- 게임산업의 성장, 중남미 게임시장에 미치는 부작용
- 칠레의 게임행사 'Video Games Extreme Workshop 2'
- Fox Network, 중남미 시장 확대를 위해 Zynga와 제휴
- 중남미 소셜 게임업체 Quepasa Games 폐쇄



## 게임산업의 성장, 중남미 게임시장에 미치는 부작용

현재 중남미의 게임산업은 꾸준한 성장을 지속하고 있지만, 게임의 무분별한 팽창에서 발생한 다양한 부정적 효과에 대해서는 어떤 연구와 대안이 마련되어 있지 않음. 그 결과 아르헨티나와 페루에서 게임관련 부작용에 대한 고민이 시작됨

### ■ 중남미 게임산업, 게임 부작용에 대한 해결책 마련에 고심

- ▶ 중남미 게임업계는 산업발전에 따른 부작용 증가와 해결책 미비로 언론으로부터 비난을 받음
  - 현재 중남미 언론들은 중남미 게임산업이 발달하면서 중독성, 공격성, 사회적 고립, 범죄 및 반사회적 행동, 불안정 상태 등이 게임 중독자들에게 나타나고 있다고 보도
  - 글로벌 시장조사업체 PWC가 2011년 7월에 발표한 글로벌 엔터테인먼트 보고서 "2009-2013 엔터테인먼트와 미디어 관련 트렌드"에 따르면, 중남미 게임시장은 2013년에 20억 달러까지 상승하는 블루오션이지만 이에 따른 부작용 해결책은 미비한 상태

### ■ 중남미 게임 선진국 아르헨티나와 페루의 게임 부작용 현황

- ▶ 중남미 게임산업 선두국 아르헨티나, 온라인 도박으로 골머리
  - 아르헨티나 게임개발협회장인 Alfredo Cattan에 따르면, 아르헨티나는 65개의 게임회사가 존재하며, 3,000여 명 이상의 직원을 보유하고 있으며 매년 5,500만 달러의 매출을 발생시키고 있음
  - 하지만, 이러한 성장에도 불구하고 게임 부작용에 대한 해결책은 미비한게 사실
  - 아르헨티나의 게임중독방지협회의 Isabel Sánchez Sosa 대표는 "게임에서도 특히 도박과 관련된 게임이 큰 문제"라며, "아르헨티나에서 브로드밴드가 대중화되면서 온라인 도박이 성행하고 있으며, 이로 인해 많은 사람들이 피해를 받고 있다"라고 언급
- ▶ 중남미 게임시장 신흥강국 페루, 게임 부작용 부각
  - 중남미 게임시장에서 높은 성장세를 보이고 있는 페루에서도 게임 부작용에 관한 문제들이 제기되고 있음
  - 페루의 게임 전문가 Jason Della Rocca는 "현재 게임에 대한 부정적인 효과에 대한 연구없이 산업이 진행되고 있었다"라며, "그 결과 게임산업은 높은 성장세를 유지했지만, 게임 부작용에 대한 체계적인 연구와 제도가 없어 어린이와 청소년들에게 게임과 관련된 여러 문제가 나타날 것"이라고 주장

## 칠레의 게임행사 'Video Games Extreme Workshop 2'

칠레 게임발전협회 VG Games가 주관하고 칠레 게임업체 USM Games와 전문가들이 참여하는 칠레의 게임행사 'Video Games Extreme Workshop 2'가 2011년 6월 29일부터 7월 1일까지 3일간 개최 Valparaíso에서 개최

### ■ 칠레 게임산업을 한눈에 볼수 있는 게임 행사 'Video Games Extreme Workshop 2' 개최

- ▶ 'Video Games Extreme Workshop 2', 칠레 게임산업 발전의 시발점으로 작용
  - 'Video Games Extreme Workshop 2'는 2012년 6월 29일부터 7월 1일까지 3일간 Santa Maria Federico 기술 공과대학이 위치한 Valparaiso에서 개최
  - 6월 29일에는 참가자들을 위해 게임 제작과 관련한 HW 사용법, 전략, 방법론에 대한 회의 및 기술 강연이 진행
  - 6월 30일과 7월 1일에는 게임 제작에 초점을 맞춰 칠레 게임업체 USM Games의 개발 인력과 칠레 게임 전문가가 칠레 게임산업에 대해 공개 토론을 개최
  - 'Video Games Extreme Workshop 2' 기간 동안 참여자들은 게임산업 전문 멘토들과 함께 조를 편성하여 인터넷 또는 모바일 기기를 이용하여 그들의 창의성에 기반한 게임을 개발
  - 이번 행사는 칠레 게임발전협회 VG Chile와 USM Games 이외에도 ProChile, 칠레 문화부, Unity 3D, Scirra, LG, Iberoamericana Radio, Glitch 등이 후원

### ■ 'Video Games Extreme Workshop 2' 개최로 인해 칠레 게임산업 활성화

- ▶ 2011년에 개최된 'Video Games Extreme Workshop 1'에서는 200명 이상의 인원이 참가하였고, 참가 작품 중 20여개가 새로운 게임으로 출시
  - 또한, 참가자중 5명이 칠레의 메이저 게임업체에 취업을 했으며, 참가팀 중 한팀은 단독 게임 개발업체를 설립
- ▶ 'Video Games Extreme Workshop 2'에서는 400명 이상의 인원이 참가
  - 작년보다 더욱 많은 칠레 게임업체에서 직원 채용이 나타날 것이며, 다양한 게임 개발업체가 등장할 것으로 전망

 [videogameschile.com](http://videogameschile.com)

## Fox Network, 중남미 시장 확대를 위해 Zynga와 제휴

글로벌 미디어 그룹 Fox International Channels(FIC) 산하 국제 온라인광고 네트워크인 Fox Networks가 소셜 게임업체 Zynga와의 협의를 통해 브라질을 포함한 중남미에서 Zynga 게임의 온라인 광고를 독점할 것이라고 발표

### ■ Fox Networks, Zynga와의 제휴로 중남미 게임 광고시장 진출

- ▶ Fox Networks는 2012년 6월 소셜 게임업체 Zynga와 제휴를 맺고, 중남미에서 출시되는 Zynga 게임의 온라인 광고를 독점
  - Fox Network는 중남미 온라인 광고시장을 선점하기 위해 Linked In, Slideshare, Grooveshark 등과 계약을 맺음
  - Fox Network는 Zynga와의 전략적 제휴를 기반으로 중남미 광고주가 효과적으로 온라인광고를 진행할 수 있도록 칠레를 포함한 중남미 전역에 200명 이상의 전문 인력과 8개의 사무실을 설치할 계획
  - 이번 제휴는 Fox Networks의 온라인 광고 기획력과 Zynga의 강력한 소셜게임 브랜드가 결합된 것으로 시너지 효과가 매우 클 것으로 전망
  - Fox Networks의 Héctor Costa 수석 부사장은 "중남미 온라인게임은 지속적인 성장이 이뤄지는 분야이다"라며, "이러한 시장환경에서 글로벌 소셜 게임업체 Zynga와 제휴는 큰 시너지를 발휘할 것"이라고 밝힘
  - 그러나 중남미 게임관계자들은 중남미 게임시장은 북미와 아시아에 비해 아직 그 규모가 매우 작으며, 게임광고의 경우 아직 초기 시장이어서 Fox Network와 Zynga의 제휴는 큰 시너지를 발휘하지 못할 것으로 전망

### ■ Fox Networks, 온라인광고 뿐만 아니라 소셜게임도 제공

- ▶ Fox Networks는 2011년 9월 Facebook 플랫폼을 기반으로한 인터랙티브 3D 레이싱게임 <Speed City>를 중남미 시장에 공개
  - <Speed City>는 자동차 마니아들이 게임 안에서 유명 자동차 수집가가 될 수도 있고 다른 참여자들과 자동차 레이싱을 할 수도 있는 소셜 인터랙티브 3D 게임
  - 각각의 게이머들은 각기 다른 미션을 완수하면 포인트를 획득하게 되고, 일정 포인트가 쌓이면 원하는 자동차 및 부품을 구입할 수 있음

 [www.transmedia.cl](http://www.transmedia.cl)

## 중남미 소셜 게임업체 Quepasa Games 폐쇄

중남미 소셜네트워크 업체 MeetMe는 차세대 서비스 소셜 디스커버리에 주력하기 위해 자회사 소셜 게임업체 Quepasa Games를 폐쇄. 중남미 소셜게임 부흥을 이끈 Quepasa Games의 폐쇄로 중남미 소셜 게임시장의 지각변동이 일어날 것으로 전망

### ■ MeetMe, 소셜 게임업체 Quepasa Games 폐쇄를 선택한 이유

- ▶ 2011년 11월 중남미 소셜네트워크 서비스 myYearbook과 Quepasa.com이 합병해서 만들어진 중남미 소셜네트워크 업체 MeetMe는 소셜 디스커버리\* 사업에 주력하기 위해 소셜 게임업체 Quepasa Games를 2012년 7월에 폐쇄
  - MeetME의 전신 Quepasa.com은 중남미 소셜 게임시장의 부흥을 이끈 선두 기업으로 2011년 5월 브라질 소셜 게임업체 XiFi Games를 인수하면서, 소셜 게임업체 Quepasa.com를 설립해 <Wonderful City-Rio>와 <Amazon Alive> 등의 소셜게임을 개발
  - 또한, 중남미 1위 소셜 게임업체 Mentez와 제휴관계를 맺어 Mentez의 다양한 소셜게임을 자사 소셜네트워크 서비스인 Quepasa.com으로 퍼블리싱하고 있음
- ▶ 그러나, Zynga와 PopCap 등 글로벌 소셜 게임업체들이 중남미 소셜 게임시장을 공략하자, MeetME는 브라질에 위치한 자회사이자 소셜 게임업체인 Quepasa Games를 폐쇄하기로 결정
  - 2012년 중남미 소셜 게임시장은 Zynga와 Mentez의 양강 체계를 형성하고 있으며, PopCap 등 해외 유명 소셜게임 업체들이 진출이 가시화되면서 Quepasa Games와 같은 중남미 중견 소셜 게임업체들의 경쟁력이 약화되고 있음
  - 그 결과 MeetME는 Quepas Games를 폐쇄하고 차세대 서비스인 소셜 디스커버리에 주력하기로 결정
  - 그러나, MeetMe는 소셜게임 퍼블리싱 사업을 계속 유지해 Facebook, Orkut, Quepasa.com 등의 중남미 소셜 네트워크 서비스에 다양한 해외 소셜게임을 제공할 계획

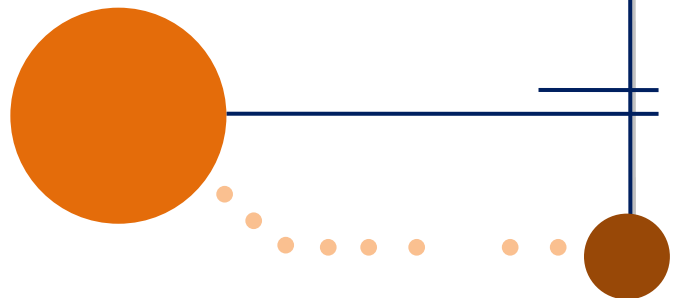
\*주 : 소셜 디스커버리(Social Discovery) 서비스는 사람을 검색해주는 서비스로, 사용자들은 소셜 디스커버리 서비스를 통해 새로운 사람을 찾아 관심사, 열정, 취미 등을 공유함. 미국 유명 소셜 디스커버리 서비스인 Tagged의 체류시간은 12.1분으로 Facebook의 체류시간인 10.9분 보다 긴 시간을 기록해 차세대 서비스로 각광받고 있음

 [www.marketwatch.com](http://www.marketwatch.com)



## 국내 게임시장 동향

- 자녀의 게임시간을 결정하는 '게임시간선택제', 7월 1일 시행
- 국내 온라인게임 경쟁구도, 새로운 3강 체제로 개편
- 국내 모바일게임, 오픈마켓 게임랭킹 점령
- 4세대 통신 LTE 전용 모바일게임 등장
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





## 자녀의 게임시간을 결정하는 '게임시간선택제', 7월 1일 시행

게임시간선택제가 시행되는 2012년 7월 1일부터 만 18세 미만의 청소년들은 게임 회원가입 시 본인인증 절차를 거쳐야 하며, 본인인증이 완료되면 부모에게 자녀의 회원가입 신청사실을 통보해 승인을 받아야 함

### ■ 게임시간선택제 시행을 둘러싼 관계자들의 움직임

- ▶ 온라인게임의 이용시간을 만 18세 미만 청소년 본인 및 법정대리인(부모)이 선택할 수 있는 게임시간선택제가 2012년 7월 1일부터 시행
  - 게임산업진흥에 관한 법률시행령에 따르면 대상 게임의 숫자는 101개로, 중소기업(매출액 50억 원 이하, 고용인 50인 이하)이 직접 서비스하는 게임이나 교육목적으로 제작된 게임 또는 개인정보를 수집하는 게임 등을 제외한 전체 온라인게임의 84%에 적용
- ▶ 대상업체인 온라인 게임업체는 게임 서비스 시간을 제한할 수 있도록 시스템을 개편해 운영
  - 청소년 회원가입 및 탈퇴 시 부모의 동의를 받아야하는 제도
  - 이용중인 게임의 특성, 등급, 유료화 정책 등에 관한 기본적인 사항과 게임 이용시간 및 결제 정보를 청소년 본인 및 법정대리인(부모)의 SMS 및 e-mail을 통해 공지
- ▶ 법정대리인(부모)는 게임문화재단이 제공하는 게임이용확인서비스(www.gamecheck.org) 사이트를 방문해 청소년이 이용하는 게임을 확인한 다음 해당 게임업체 사이트에서 제한을 희망하는 시간을 신청
  - 청소년의 부모 명의 도움 우려가 있기 때문에 부모 관리 서비스의 수시 확인 요구
- ▶ 문화체육관광부는 제도정착을 위해 민원안내 및 이행상황 모니터링 전담반을 운영
  - 이행상황 점검은 7월부터 수시로 이어질 예정이며, 점검결과는 매월 시정명령과 함께 해당 업체에 통보
  - 제대로 이행치 않은 업체에 대해서는 2년 이하의 징역 또는 2,000만 원 이하의 벌금 부과
- ▶ 온라인게임이 주요 적용 대상인 만큼 웹브라우저상에서 작동되는 웹게임, 모바일게임, 콘솔게임 등에는 해당 규제가 적용되지 않음
  - <스타크래프트1>, <디아블로2> 등 개인인증 절차가 필요없는 게임들은 게임시간선택제의 적용을 받지 않음
  - 연 매출 300억 원 이상의 게임업체를 대상으로 함에 따라 중소 업체가 서비스하는 게임들은 규제 대상에서 제외

표 14 국내 게임관련 규제 현황

구분	게임시간선택제	셋다운제	쿨링오프제
내용	부모가 요청하는 특정 시간대 게임 차단	밤 12시부터 새벽 6시까지 게임 차단	게임을 연속 2시간 초과해 하거나 하루 4시간 초과시 차단
대상	만 18세 미만	만 18세 미만	초·중·고교생
주무부처	문화체육관광부	여성가족부	교육과학기술부
시행시기	2012년 7월 1일	2011년 11월 1일	미정

[출처] 스트라베이스

## 국내 온라인게임 경쟁구도, 새로운 3강 체제로 개편

2011년 한 해 동안 국내 온라인게임 1, 2, 3위를 번갈아 가며 지켜왔던 <아이온>, <서든어택>, <피파온라인2>의 3강 체제가 무너지고, 2012년 7월부터 <블레이드앤소울>, <디아블로3>, <리그오브레전드>의 신 3강 체제 구축

### ■ 2012년 블록버스터 게임 3종의 치열한 경쟁구도

- ▶ 대작 게임 가뭄을 겪었던 2011년과 달리 2012년은 연초부터 돌풍의 핵 <리그오브레전드>가 서비스를 시작했고 6월과 7월에 <디아블로3>와 <블레이드앤소울>의 서비스가 시작
  - 2011년 말 <리그오브레전드>는 정식 서비스 돌입 이후 꾸준히 순위가 오르며 12세 이용가라는 낮은 연령대를 이점으로 청소년층은 물론 유저들에게 큰 인기를 끌었으며 서비스 3개월만인 2012년 3월말 PC방 점유율 1위를 기록하며 철저히 유저 중심의 순탄한 서비스를 이어감
  - 5월 15일 국내에 선보인 <디아블로3>는 등장하자마자 무서운 기세를 이어가며 모든 차트에서 1위를 기록했고, PC방 이용률에서도 그 동안 1위를 지켜왔던 <리그오브레전드>를 제치며 40%에 육박하는 점유율을 기록
  - 엔씨소프트의 <블레이드앤소울>은 6월 21일 오픈베타를 시작하면서 MMORPG 유저들을 끌어모았고, 서비스 시작 3일만인 6월 24일 <디아블로3>를 넘어서 PC방 점유율 1위를 달성하는데 성공

### ■ 2012년 국내 온라인 게임시장의 새로운 3강 체제

- ▶ <블레이드앤소울>의 가세로 2012년 7월부터 <디아블로3>와 <리그오브레전드>의 신작 게임들로 구성된 신 3강 구도가 형성
  - <리그오브레전드>는 청소년층에게, <디아블로3>는 20대부터 장년층까지 아우르는 넓은 유저층, <블레이드앤소울>은 20~30대 RPG족에게 인기를 끌며 각기 고유 유저를 확보하는데 성공해 새로운 3강 체제를 구축
- ▶ 2012년 하반기에는 3종의 게임이 시장 점유율을 크게 가져가는 한편, <월드오브워크래프트: 판다리아의 안개>, <길드워2>, <아키에이지>, <열호강호2> 등 블록버스터급 MMORPG가 등장하면서 경쟁이 치열해 질 것으로 전망
  - 넷마블과 네오위즈게임즈가 후속 야구게임 공개를 앞두고 있으며 한게임이 축구게임 <위닝일레븐 온라인>을 준비하면서 신규 스포츠 게임 간의 경쟁도 예상

## 국내 모바일게임, 오픈마켓 게임랭킹 점령

국내 오픈마켓에서 국산 모바일게임 애플리케이션이 강세를 띄고 있음. 오픈마켓 개방 초기 외국 게임에 안방을 내줬던 국내 게임이 반년 만에 압도적 우위를 보이고 있으며, 향후 높은 브랜드 파워를 구축하여 성장세를 유지할 것으로 전망

### ■ Apple의 한국 App Store, 국내 모바일게임이 점령

- ▶ 2012년 7월 2일 기준 Apple의 한국 App Store에 따르면, 최고 매출 순위 톱10에 5개의 국내 모바일 게임이 랭크
  - 최고 매출 순위는 <롤더 스카이(JCE)>, <타이니팜(컴투스)>, <컴투스 프로야구2012(컴투스)>, <컴투스 프로야구 2012Plus(컴투스)>, <라그나로크 발키리의 반란(네오싸이언)> 등 국내 게임 5개가 톱10에 포함됨
  - 특히 <롤더스카이>, <타이니팜> 은 1~2위에 나란히 랭크
- ▶ Google의 한국 Google Play의 경우, 최고 매출 순위 톱10에 국내 게임이 1~5위까지 모두 석권
  - 최고 매출 순위는 <롤더 스카이>, <타이니팜>, <컴투스 프로야구2012>, <피싱 마스터(게임빌)>, <카툰워즈2(게임빌)> 순으로 나타남
  - 이 밖에도 <아이모(컴투스)>, <던전 앤 파이터(넥슨)>, <카툰워즈(게임빌)>, <에어펜권(게임빌)> 등이 20위 권에 포함되어 있음
- ▶ 이는 2011년 11월 오픈마켓 개방 직후 <Angry Birds>, <Fruit Ninja>, <Cut the Rope> 등 해외 유명 게임이 유료로 인기항목과 매출 상위권을 휩쓸던 것과는 대조적인 모습

### ■ 국내 모바일게임의 인기 비결, 빠른 패치와 고객 관리

- ▶ 게임업계는 개방 직후 북미나 홍콩 등 해외 계정을 만들어야만 즐길 수 있었던 해외 게임이 국내 오픈마켓에 대거 진입하면서 국내 소비자들의 흥미를 자극했으나 게임 플레이에 지속적인 동기를 유발하지는 못한 것으로 풀이
  - 실제 App Store와 Google Play에서 장기 흥행 중인 <롤더스카이>나 <타이니팜>은 발빠른 콘텐츠 패치와 이벤트 정책으로 이용자들의 호감을 사고 있는 국산 게임의 대표적 사례
  - 업계 관계자는 "국내 게임이 홈그라운드인 국내 오픈마켓에서 더 유리한 이점을 갖고 있는 것이 사실"이라며 "이미 외산 게임과 비교했을 때에도 높은 브랜드 파워를 구축하고 있어 앞으로도 시장을 주도해나갈 것"이라고 전망

## 4세대 통신 LTE 전용 모바일게임 등장

4세대 통신 LTE 가입자가 최근 700만 명을 넘어서면서, LTE를 활용한 모바일게임들이 등장. 특히 3G 통신에서는 스마트폰 이용자가 PC 이용자와 실시간으로 게임하는 것이 어려웠지만 LTE에서는 이러한 문제의 해소 기대

### ■ LTE 전용 모바일게임, PC게임과 멀티플레이 환경 지원

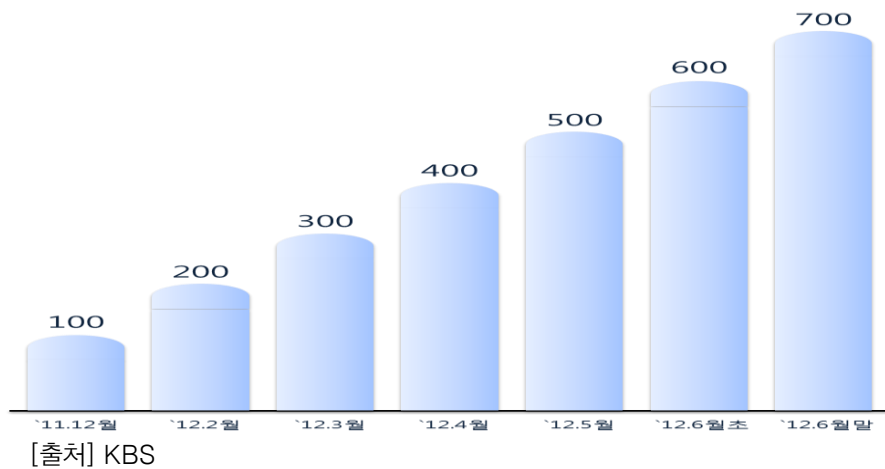
- ▶ 기존 3G를 기반으로 하는 모바일게임은 다수가 동시접속해 대용량 트래픽을 발생시키는 MMORPG, FPS, 실시간 전략시뮬레이션 등과 같은 멀티플레이 장르 실행이 불가능
- ▶ 반면 LTE의 경우 기존 3G에 비해 하향 5배(최대 75Mbps), 상향 7배(최대 37.5Mbps)의 데이터 전송 속도를 지원해 이같은 서비스들이 가능
  - 가령 <프리스트아일2 애니웨어>와 <포트리스2 레드>와 같은 멀티플레이 게임의 경우 스마트폰 이용자도 PC 이용자와 함께 대전을 즐길 수 있음
  - 게임업계 관계자는 "LTE 환경에서는 스마트폰 사용자 간은 물론, 스마트폰과 PC 사용자 간 네트워크 게임이 가능하고 이는 게임업계에서는 장점이 되는 만큼 앞으로 다양한 게임이 출시될 것"이라고 언급
  - 이어 "이통사들도 LTE 게임의 시장성에 주목해 정책적 지원에 나설 예정인 만큼 시장은 성장할 것"이라고 전망
  - SKT는 넥슨과 제휴를 통해 LTE 기반 실시간 네트워크 게임 <카트라이더 러쉬플러스>의 제휴 상품을 2012년 6월 28일 출시한 데 이어 네오위즈, NHN과의 전략적 제휴를 통해 게임 콘텐츠 공급에 나서고 있음
  - KT와 LG유플러스 역시 게임콘텐츠 확보를 통해 적극 대응한다는 방침

### ■ LTE 전용 모바일게임, 시장성과 UI 문제 해결이 시급

- ▶ 이러한 장점에도 불구하고 현재까지는 LTE 전용 모바일게임은 시장성의 문제 때문에 활성화되지 못하고 있음
  - 현재 출시된 LTE 전용 모바일게임은 일부 LTE 단말기에 기본 탑재되거나 특정 통신사의 마켓에서만 서비스 되고 있음
  - 해당 단말기를 구입하지 않거나 해당 게임을 서비스하지 않는 통신사 이용자는 LTE 서비스를 이용해도 LTE 전용 게임을 할 수 없음

- ▶ 스마트폰이 조작면에서 PC에 비해 제약이 많은 것도 활성화의 발목을 잡고 있음
  - 네트워크 환경은 PC와 실시간 대전이 가능한 수준이지만, 스마트폰의 터치를 이용한 조작은 PC 키보드를 통한 조작에 못 미치고 있음
  - 결국 새로운 사용자환경(UI)에 대한 연구가 불가피하다는 지적
  
- ▶ 그럼에도 불구하고 게임업계는 LTE 이용자가 더 늘어나면 유무선의 경계가 사라진 네트워크 게임이 더욱 확산될 것으로 전망

그림 14 국내 LTE 가입자 수 추이 (단위: 만 명)



## 통계 국내 온라인게임 순위

표 15 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (7. 8)	게임메카 (7. 4 ~ 7. 10)	인벤 (7. 2 ~ 7. 8)
1	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
2	디아블로3 (블리자드코리아)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
3	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	아이온 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리니지 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)
6	아이온 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
8	워크래프트3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
9	메이플스토리 (넥슨)	카트라이더2.0 (넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
10	리니지 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)
순위	게임노트 (7. 2 ~ 7. 8)	게임조선 (7. 2 ~ 7. 8)	게임리포트 (7. 8)
1	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
2	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)
3	디아블로3 (블리자드코리아)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
6	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)
7	리니지 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)	스타크래프트 (블리자드코리아)
8	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)	워크래프트3 (블리자드코리아)
9	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
10	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)	던전앤파이터 (넥슨)

\*주: 게임메카는 '워크래프트, 스타크래프트, 디아블로' 등을, 게임노트는 '워크래프트, 스타크래프트' 등을 PC게임으로 분류해 순위에 반영하지 않음

[출처] 각 사 홈페이지

## 통계 국내 모바일게임 순위

표 16 국내 모바일게임 순위(2012. 7. 9 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	카트라이더 러쉬+ (넥슨)	FIFA12 by EA Sports (EA)	리그 오브 레전드 마스터3 (네오싸이언)	팔라독 (리얼네트웍스)	포트리스2 레드 (CCR)
2	짱구는못말려 (미스터게임즈)	레전더리히어로즈 (옵니텔)	팔라독 (리얼네트웍스)	짱구는못말려 (미스터게임즈)	SBS포트리스4 (소프트젠)	Angry Birds Seasons (LG CNC)
3	메이플스토리 Live (넥슨)	짱구는못말려 (미스터게임즈)	아스팔트6플러스 (Gameloft)	레전드오브마스터3 (케이넷피)	스타일리스프린트 (픽토소프트)	Angry Birds (LG CNC)
4	FIFA12 by EA Sports (EA)	터치팝 (우진네트웍스)	메이플스토리 Live (넥슨)	더비데이즈 (컴투스)	미니게임천국5 (컴투스)	2012프로야구 (게임빌)
5	드래곤나이트4 Plus (피엔제이)	드림걸 (컴투스)	마이시크릿러브 (소프트젠)	프리킥배틀 (게임빌)	리듬액션 CrazyRian (블루페퍼)	제노니아4 (게임빌)
6	2012런던올림픽 (네오위즈인터넷)	레전드오브마스터3 (케이넷피)	이노티아4Plus (컴투스)	카툰워즈2 (게임빌)	액션퍼즐패밀리4 (컴투스)	레이디버그 (문동수)
7	팔라독 (리얼네트웍스)	롤러코스터그리퍼2 (개인)	엘티믹스파이더맨 (Gameloft)	메이플스토리Live (넥슨)	테라2-운명의회랑 (피엔제이)	크아비엔비2011 (넥슨모바일)
8	강철손의늑시여행4 (모리소프트)	간썰비헬게이트 (피닉스게임즈)	프릭스자랑하든고양이 (스트라스타)	카트라이더러쉬 (넥슨)	2011프로야구 (게임빌)	Freestyle2 Anywhere (제이씨엔터테인먼트)
9	Winning Eleven 2012 (모이조아)	괴도클럽 (모비클)	삼국지무쌍전 (플레이빈)	스시참 초밥마스터 (엔타즈)	네이키드킹오리지널 (엑트온)	2011슈퍼사커 (게임빌)
10	던전앤파이터여거너 (넥슨)	메이플스토리Live (넥슨)	두돌오렌지 (개인)	괴도클럽 (모비클)	틀링그림찾기[HDI] (피엔제이)	에르엘 워저 (게임빌)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	아스팔트7히트 (Gameloft)	Angry Birds Seasons (Rovio)	팔라독 (FAZECAT)	번식전쟁 (애플러스)
2	FIFA12 by EA Sports (EA)	심슨가족Springfield (EA)	Temple Run: Banu (Disney)	Temple Run (Imagi)
3	쿠키요미 (Embedded Arts)	TinyLegends (Triniti Interactive)	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	벗기기 가위바위보 (MSoft)
4	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	CSR Racing (NaturalMotion)	Where's My Water? (Disney)	New Bomberman (Bing Entertainment)
5	Angry Birds Space (Rovio)	Bubble Mania (TeamLava)	아스팔트6:드레날린 (Gameloft)	리얼사커2012 (Gameloft)
6	Kingdom Rush (Armor Games)	Spellword (Everplay)	Minecraft Pocket Edition (Mojang)	메이플스토리Live (넥슨)
7	Infinity Blade (Chair Entertainment)	파리바게뜨타이쿤 (Horang)	던전앤파이터여거너 (넥슨)	타이니팝 (컴투스)
8	Game Dev Story (Kairosoft)	스페이스탱크 (넥슨)	메이플스토리Live	Sonic CD Lite (SEGA)
9	워너벳 (Vitusoft)	Gods Wars (GameToWin)	Where's My Pary	2012슈퍼사커 (게임빌)
10	팔라독 (FAZECAT)	TheEndApp (Goroic)	FIFA12 by EA Sports (EA)	Coin Dozer (Game Circus)

\*주: T 스토어와 Olleh 마켓은 다운로드 Best 순위이며, U+ 앱마켓은 게임 카테고리 인기순 순위 [출처] 각 사 앱스토어, 다운로드 순



## 글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일            2012년 7월 16일
- ▶ 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](http://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.