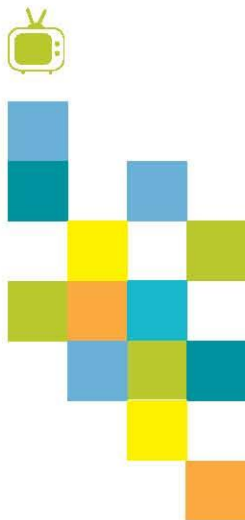
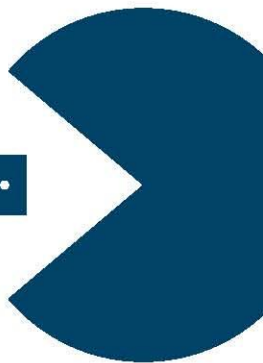
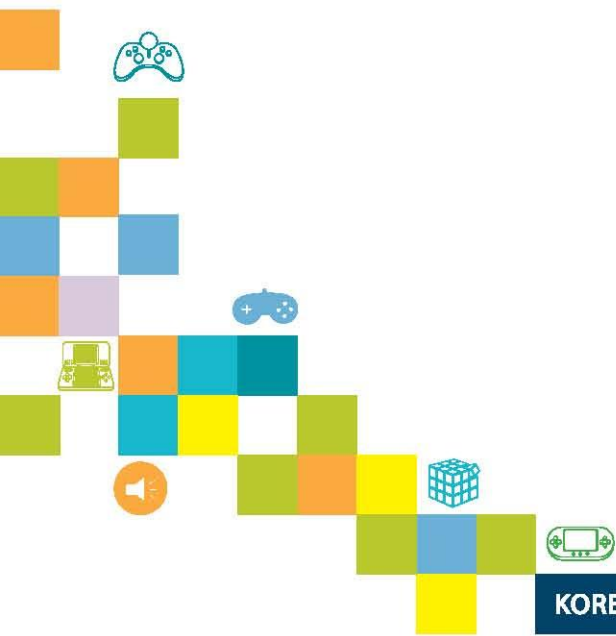
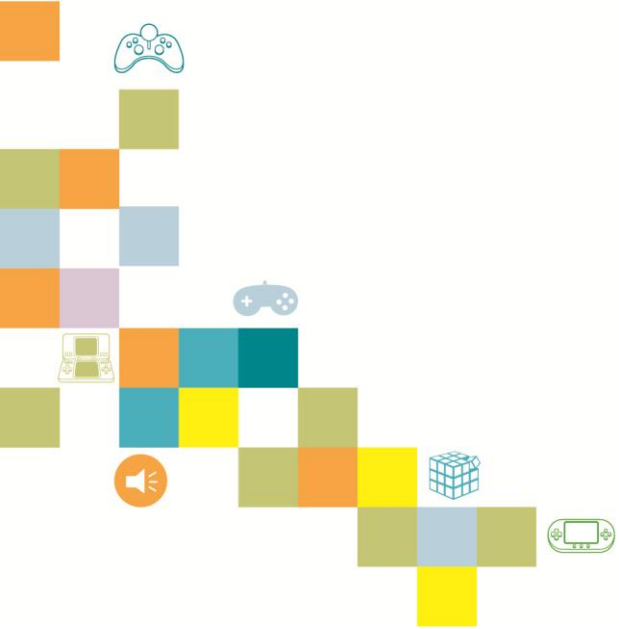


# 글로벌 게임산업 트렌드

2012년 7월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY .....





2012년 7월 제2호

2012. 7. 31

## CONTENTS

### 1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 콘솔게임의 영광, 향후 10년 내 모바일게임이 재현
- 모바일 게이머, 스마트폰보다 태블릿 PC 선호
- 저렴한 가격과 뛰어난 게임성으로 무장한 모바일게임
- 게임 관련 산학협동 프로그램 각광
- 스마트폰을 모션 컨트롤러로 사용하는 웹게임 등장
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

### 2. 북미 게임시장 동향..... 13

- 2012년 1/4분기 미국 게임시장, 중고 렌탈 시장 성장
- Facebook의 주가 폭락, 소셜게임에도 악영향
- EA Games가 밝힌 EA의 전망과 변화
- MS의 신규 태블릿 PC 'Surface'에 대한 게임업계 시각
- Kabam, 게임 개발업체 Wild Shadow Studios 인수
- **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..... 24

#### 중국 게임시장 동향..... 25

- 2012년 중국 온라인 게임시장, 장수 브랜드게임이 지배
- Activision Blizzard, Tencent 통해 중국 시장 진출
- Shanda Games, 하반기 해외에 다수 게임 출시
- Kingsoft, MMO에서 모바일로 주력 사업 전환
- Rovio, 중국 복제품 업체와 제휴 정책
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

**일본 게임시장 동향..... 33**

- 일본 소셜게임 내 '컴퓨터차, 미성년자 보호가 가장 중요
- Sony, 클라우드 게임업체 Gaikai 인수
- Nintendo, Wii U 온라인 서비스 무료 제공
- Bandai, 전기자동차와 태블릿 PC 연동 관광 콘텐츠 개발
- PC게임을 Android 앱으로 자동 변환하는 시스템 등장
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

**기타 게임시장 동향..... 44**

- 인도네시아 게임시장, PC가격 하락으로 PC방 급증
- 베트남 게임시장, 소규모 게임업체 부상
- Mango Games, 인도에 Facebook 게임 런칭
- 대만 게임업체, iOS 플랫폼에서도 RPG 액션게임 구현

**5. 유럽 게임시장 동향..... 51**

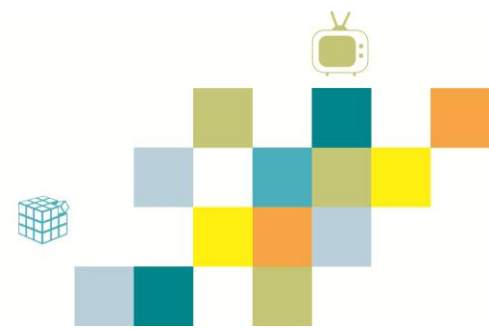
- Activision Blizzard, 인수 대상자 물색에 난관
- 터키, 2012년 게임시장 4.5억 달러 전망
- 유럽사법재판소, 다운로드 게임 재판매 허용
- 영국 광고기준청, <Mass Effect 3> 광고 무혐의 판정
- 소셜게임의 새로운 수익원, 배팅 기능 플랫폼
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

**6. 중남미 게임시장 동향..... 61**

- 하드코어 소셜게임에 열광하는 브라질 게이머
- 우루과이의 모바일게임, 가능성 무궁무진
- 중남미의 유일한 멕시코 게임 박물관, 일시적 폐쇄
- 칠레 게임산업, 게이머가 게임 개발업자로 성장

**7. 국내 게임시장 동향..... 67**

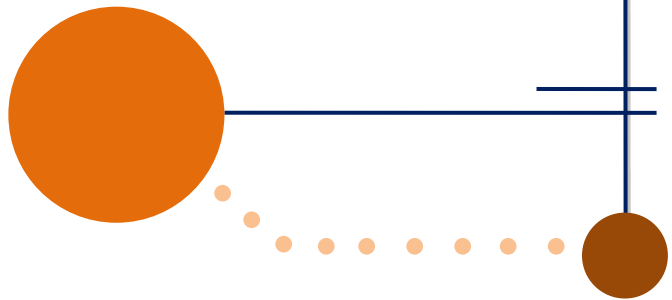
- 모바일게임과 네트워크의 결합, "실시간 네트워크 게임"
- 국내 소셜 게임업체, 한국을 넘어 일본 진출
- 게임업계에 불고 있는 조직개편 바람
- 장애학생을 위한 e스포츠 대회, '전국장애학생 e스포츠대회'
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





## 글로벌 게임시장 동향

- 콘솔게임의 영광, 향후 10년 내 모바일게임이 재현
- 모바일 게이머, 스마트폰보다 태블릿 PC 선호
- 저렴한 가격과 뛰어난 게임성으로 무장한 모바일게임
- 게임 관련 산학협동 프로그램 각광
- 스마트폰을 모션 컨트롤러로 사용하는 웹게임 등장
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



## 콘솔게임의 영광, 향후 10년 내 모바일게임이 재현

모바일 게임업체 Ngmoco의 총괄매니저 Ben Cousins가 지난 6월 대만에서 개최된 'GDC Taipei' 기초연설에서 모바일게임의 성장으로 향후 5~10년 내 콘솔게임이 몰락할 것으로 전망한 가운데 미래 게임시장의 5가지 빅트렌드를 제시

### ■ Ngmoco의 Cousins 총괄매니저, 향후 5~10년 내 콘솔 게임시장 몰락 전망

- ▶ 모바일 게임업체 Ngmoco의 총괄매니저이자 EA DICE, Sony, Lionhead\*에서 근무한 바 있는 Ben Cousins는 향후 5~10년 내에 콘솔게임이 누리던 영광을 모바일게임과 부분유료화 게임이 가져 갈 것이라고 전망
  - Ben Cousins는 EA의 부분유료화 게임 <Battlefield Heroes> 개발에 견인차 역할을 수행한 인물로, 현재 Ngmoco의 스웨덴 소재 스튜디오에서 iOS용 모바일게임 타이틀을 개발 중
  - 지난 6월 26일부터 27일까지 양일간 대만에서 개최된 'GDC Taipei'의 기초연설을 통해 Ben Cousins는 모바일 게임과 부분유료화 게임이 콘솔게임 플랫폼을 밀어낼 것이라고 언급하며, 향후 5~10년에 걸쳐 게임업계를 지배할 빅 트렌드 5가지를 예측
  - 또한 Cousins는 모바일을 하나의 운영체제(OS)로 주목하며, "운영체제는 단지 모바일폰이나 태블릿 PC 뿐만 아니라 다른 종류의 단말에서도 구동될 수 있다"라며, "미래의 모바일게임에 대한 새로운 정의가 필요하다"고 언급

\*주 : 세계 3대 게임 개발자 중 하나로 꼽히는 피터 몰리뉴(Peter Molyneux)가 설립한 영국 게임 개발사로, 2006년 MS가 인수한 뒤 Xbox360용 <Fable> 시리즈를 출시하며 유명세를 유지하고 있음

### ■ 글로벌 게임산업 5대 트렌드

- ▶ 트렌드 1: 콘솔 게임시장 쇠퇴와 모바일 게임시장의 부흥
  - Ben Cousins는 모바일게임이 콘솔게임을 압도할 만큼의 잠재력을 가졌으며, 콘솔 게임시장은 점점 더 축소돼 회복하기 힘든 상황까지 이르게 될 것이라고 예측
  - 실제 새로운 단말이 등장할 경우 기존 단말에서 이용되던 콘텐츠 매출 또한 상대적으로 줄어들게 되는데, 현재 iOS와 Android OS 기반 스마트폰이 널리 보급되며 Xbox360 등 기존 인기 콘솔게임기의 SW 매출은 점점 감소하고 있는 반면, 모바일 앱스토어의 월평균 매출은 급격히 증가
  - Ben Cousins는 "전세계적으로 모바일은 게임 매출과 시장점유율에서 콘솔보다 우위를 점하고 있다"며, "MS, Sony, Nintendo 등의 콘솔 게임업계의 전통 강호들은 많은 어려움에 직면할 것 것"으로 전망

▶ **트렌드 2: 모바일은 웹 게임시장을 축소**

- Ben Cousins는 "Facebook은 이미 웹게임 플랫폼으로서의 기능을 상실"했다며, "오히려 모바일 플랫폼으로 기능하고 있으며, 인도의 경우 Facebook 이용자의 30%가 모바일로만 Facebook을 이용하고 있다"고 설명
- 한편, Cousins는 Facebook과 Zynga의 관계에 대해 "자체 게임 플랫폼 사업을 시작하기 전까지 Facebook의 연간 수익은 5억 5,000만 달러로, 이 중 3억 7,500만 달러가 Zynga로부터 발생한 것"이라고 언급했으며, 실제 Zynga는 Facebook 매출의 약 12%를 차지, 연간 7,000달러를 Facebook 내 광고에 소비하는 것으로 나타남
- Cousins는 이와 같이 Zynga와 Facebook간의 특별한 관계가 웹 게임시장 경쟁 환경을 저해함에 따라 그간 웹게임 매출에 의존해왔던 게임사들은 웹게임 서비스를 중단하거나 모바일 게임시장으로 이동할 것으로 전망

▶ **트렌드 3: 부분유료화 모델이 시장을 지배**

- 콘솔이 게임 플랫폼을 지배했던 일본시장은 최근 GREE와 DeNA의 시장점유율 확대에 힘입어 모바일게임들이 위력을 발휘하고 있는 가운데, 특히 모바일게임의 대다수가 무료로 앱을 제공하고 앱 내 콘텐츠의 판매를 통해 수익을 창출하는 부분유료화 모델을 채택
- EA에서도 최근 부분유료화 모델의 도입이 불가피하다는 것을 인정했으며, 가까운 시일 내에 서구 게임시장에서도 부분유료화 모델을 채택한 게임이 강세를 보일 것으로 전망

▶ **트렌드 4: 3D 그래픽이 상품화**

- 미들웨어가 없던 시기에는 Renderware와 같은 툴의 라이선스 비용을 지불할 능력이 없는 소규모 스튜디오의 대다수가 자사의 기술을 사용함에 따라 비용이 저마다 다르고 그만큼 위험부담도 컸던 것과 달리, 최근에는 3D 그래픽이 보다 상품화되고 있음
- Ben Cousins는 "요즘 들어서는 Epic의 UDK, Unity 등의 제품을 통해 3D 그래픽을 매우 손쉽게 만들 수 있으며, 향후 5~10년 이내에 매출 순위 상위권에 포진한 게임들의 대다수가 3D로 개발될 것"으로 예측

▶ **트렌드 5: 아시아 게임시장이 다시 한번 부상**

- 2000년대 들어 전세계 게임시장은 서구 브랜드가 지배하게 되면서, 하드웨어 및 소프트웨어 개발 또한 미국, 유럽 등 서구에서 주로 담당하게 되었지만, 최근 Tencent가 Riot, Epic 등 서구 메이저 게임업체에 거대 자본을 투자하는 등 현재 시점에서 시가총액 기준으로 Nexon, GREE, DeNA 보다 우위를 점한 서구 게임개발사는 Activision Blizzard뿐임
- Ben Cousins는 "향후 시가총액 기준으로 전세계 5대 게임업체 중 4개사가 아시아 소재 게임개발사가 될 것"으로 전망한 가운데, 아시아 회사가 Activision Blizzard, EA, Take-Two 중 하나 이상을 인수할 것으로 예측

## 모바일 게이머, 스마트폰보다 태블릿 PC 선호

시장조사업체 Frank Magid Associates에 따르면, 2011년도 태블릿 PC 이용자들이 게임 플레이에 평균 62달러를 소비한 것으로 집계돼 모바일게임 단말로 스마트폰보다 태블릿 PC를 선호하는 것으로 나타남

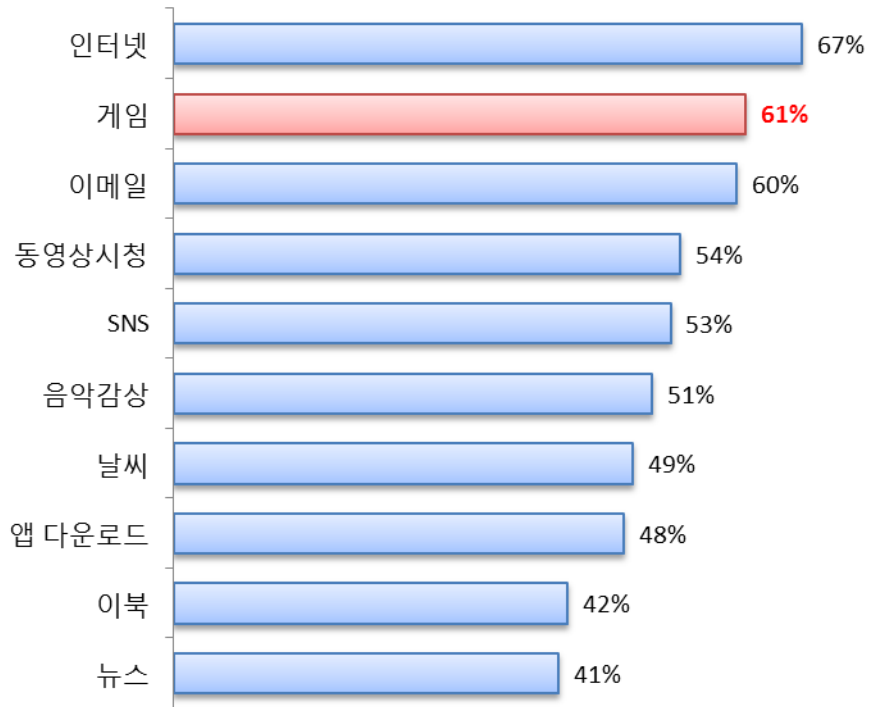
### ■ 2011년 태블릿 PC 게이머의 게임 관련 평균 지출 규모 62달러

- ▶ 시장조사업체 Frank Magid Associates가 2012년 6월에 발표한 "Tablet And Smartphone Gaming Trends"에 따르면, 2011년도 태블릿 PC 이용자 4명 중 1명이 게임 플레이에 평균 62달러를 소비, 약 20개 게임타이틀을 다운받은 것으로 집계
  - 스마트폰 이용자의 경우, 약 10개 게임타이틀을 다운로드 받아 플레이하는데 평균 25달러를 소비
- ▶ Frank Magid Associates가 미국 8~64세 게이머 2,540명을 대상으로 2012년 3월 19일부터 26일까지 일주일간 온라인 조사를 실시한 결과, 미국 소비자들은 게임 플레이에 있어 스마트폰보다 태블릿 PC를 선호하는 것으로 나타남
  - 태블릿 PC 이용에 있어 게임은 인터넷 서핑 다음으로 가장 인기 있는 콘텐츠로 집계된 반면, 스마트폰에서 게임은 이용자 선호도 6위를 차지
- ▶ 한편, 태블릿 PC에서 다운로드 받는 게임의 2/3정도가 무료로 제공되지만, 대다수가 일부 레벨만 무료로 공개되거나 매우 초보적인 수준
  - 비공개 콘텐츠를 보기 위해 이용자들은 최소 99센트에서 19.99달러의 요금을 추가로 지불해야 함
  - 조사 응답자의 24%는 태블릿 PC에서의 게임 이용을 위해 지난해 50달러 이상을 소비한 것으로 나타났으며, 응답자의 8%는 150달러 이상을 지출한 것으로 집계
- ▶ 모바일게임 <Diner Dash> 개발사 PlayFirst의 후원을 받아 진행된 Frank Magid Associates의 조사는 PlayFirst의 모바일 게임시장 진출에 장밋빛 전망을 제시해주는 결과로, 이는 2007년 6월 Apple의 iPhone 런칭 이후 모바일게임에 대한 소비가 기하급수적으로 증가하고 있다는 여타 시장조사기관들의 조사 결과와도 일맥상통
  - 시장조사업체 Information Solutions Group이 2012년 4월 25일부터 5월 1일까지 1,004명(미국 602명, 영국 402명)을 대상으로 조사한 "2012 PopCap Games Mobile Gaming Research"에 따르면, 조사대상 성인 44%가 2012년 4월 태블릿 PC나 모바일폰을 통해 1번 이상 게임을 이용한 경험이 있다고 대답했으며 이는 2011년 동기대비 29% 증가

- 뿐만 아니라 전체 게임 이용시간의 46%를 모바일게임에 할애, 단지 18%를 콘솔게임에 할애하는 것으로 집계

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

그림 1 미국 태블릿 PC 이용자의 콘텐츠 사용 비중



[출처] Frank Magid Associates



## 저렴한 가격과 뛰어난 게임성으로 무장한 모바일게임

시장조사업체 Information Solution Group이 발표한 모바일게임 보고서에 따르면, 2012년 5월 기준 미국과 영국 성인의 모바일게임 이용률은 44%로 스마트폰 및 태블릿 PC의 보급 확산에 힘입어 전년 대비 29% 증가

### ■ 스마트폰과 태블릿 PC 확산으로 모바일 게이머 급증

- ▶ 글로벌 게임업체 EA의 자회사 PopCap이 시장조사업체 Information Solution Group에 의뢰한 미국과 영국의 모바일게임 이용자 조사 보고서 "2012 PopCap Games Mobile Gaming Research"\*에 따르면, 2012년 5월 기준 미국과 영국 국민의 44%가 모바일게임을 이용한 것으로 집계되었으며, 이는 전년 대비 29% 증가한 수치
  - 전체 게임 이용시간의 46%를 모바일게임이 차지했으며, 이들 중 12%가 태블릿 PC를 통해 게임을 이용
  - PopCap의 해외 퍼블리싱 담당 부사장 Dennis Ryan은 "스마트폰 및 태블릿 PC 보급률이 증가하면서 모바일게임 이용률도 급증한 것으로 판단된다"고 분석

\*주 : 총 34개의 질문으로 구성된 설문지를 게이머 1,004명(미국 602명, 영국 402명)을 대상으로 2012년 4월 25일부터 5월 1일까지 일주일간 진행

### ■ 모바일 게임시장, 부분 유료화와 저렴한 가격 그리고 게임성으로 성장세 지속

- ▶ 모바일 게임시장은 부분 유료화 모델과 저렴하고도 게임성이 뛰어난 게임 타이틀을 중심으로 소셜 게임시장과 더불어 지속적으로 성장할 것으로 전망
  - Dennis Ryan 부사장은 "모바일게임은 성장세에서 소셜게임과 어깨를 나란히 하고 있으며, 게이머들이 부분 유료화 모델을 채택하고 광고를 탑재한 게임 내 구매를 받아들이는 쪽으로 이용행태가 변화하고 있다"며, 이 같은 변화가 개발사 및 퍼블리싱 업체의 수익 구조에도 극적인 변화를 야기하고 있다고 주장
  - 스마트폰, 태블릿 PC 등 모바일 단말의 확산으로 모바일게임 이용자가 급증함에 따라, 향후 대규모 개발비와 자원이 투입되는 콘솔게임 타이틀뿐만 아니라 수준 높은 게임성을 보여주면서도 저렴한 비용으로 간편하게 즐길 수 있는 모바일게임 타이틀이 게임시장을 견인할 것으로 예상

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

표 1 미국과 영국 모바일게임 게이머 연간 평균 지출액

금액	전체		모바일게임 이용 단말					
			모바일(피쳐폰, 스마트폰)		태블릿 PC		모바일/태블릿 PC	
	2010년	2011년	2010년	2011년	2010년	2011년	2010년	2011년
평균	29.21\$	21.24\$	23.15\$	16.68\$	20.37\$	25.47\$	42.77\$	34.59\$
1~5\$	14%	14%	14%	13%	10%	18%	14%	13%
6~10\$	9%	10%	10%	12%	3%	14%	6%	5%
11~15\$	5%	5%	5%	6%	6%	4%	3%	5%
16~25\$	8%	11%	6%	8%	19%	10%	11%	18%
26~50\$	7%	6%	6%	5%	6%	14%	11%	9%
51~75\$	4%	4%	3%	3%	3%	2%	9%	8%
76~100\$	2%	3%	1%	2%	0%	4%	7%	7%
100 이상	4%	4%	2%	2%	0%	4%	8%	9%
없음	48%	42%	53%	49%	52%	30%	30%	26%

[출처] Information Solutions Group

## 게임 관련 산학협동 프로그램 각광

글로벌 게임시장이 급성장하고 있는 가운데, 유럽 소재 대학에서는 로컬 게임 개발 스튜디오와의 연계를 통한 산학협동 프로그램을 운영. 게임업계의 니즈에 부합하는 인재 양성으로 각광

### ■ 게임업계와 학생의 니즈 동시에 충족시키는 산학협동 프로그램 인기

- ▶ 최근 대학은 산업계의 니즈를 충족시킬 수 있는 인재 배출을 위해 전문기업들과 장기간 지속적인 관계를 유지할 수 있는 네트워크 구축에 주력하고 있는데, 특히 게임산업과 연계되어 보다 발전적인 방향으로 투자를 확대
  - 영국 정부는 최근 고등교육을 받는 모든 학생들이 컴퓨터과학 수업을 수강하도록 국가교육과정을 개편
  - 또한 'Get Into Games' 프로그램을 통해 게임업계와 학교간의 연결고리를 강화하고, 게임업계 취업을 원하는 학생과 인재를 원하는 게임업계의 니즈를 동시에 충족시키고자 함
- ▶ 2012년 'Get Into Games' 프로그램은 게임 개발 스튜디오와 학교간의 관계 형성을 강조
  - 대표적인 예가 Teesside대학과 Ubisoft의 게임 개발 스튜디오 Reflections간의 산학협동 프로그램
  - Teesside대학은 지난 12년 동안 Reflections스튜디오와 밀접한 관계를 유지하고 있는데, 이는 학교에서 교육과 현장실습을 주기적으로 번갈아 하면서 실전 감각을 익힐 수 있는 인턴기간 동안 Reflections스튜디오가 스폰서십을 제공해왔기 때문
  - Reflections스튜디오는 대학의 게임관련 수업에서 두각을 나타낸 학생들에게 'Teesside's VIS Awards' 장학금을 지원, 6개월간의 유급 인턴십 기회를 제공
- ▶ Gothenburg, DICE, Criterion 등 EA 산하 개발 스튜디오 관계자들은 급변하는 게임업계에서 이들이 인재를 채용하는 기준과 업계가 바라는 인재상 등을 제시
  - EA Gothenburg의 현 수석개발자 Marcus Nilsson은 "대학교 수업을 통해 학생들은 게임을 함께 개발하고, 나아가 퍼블리싱하기도 한다"며, 이는 과거 대비 훨씬 용이해졌다고 언급, 그 역시 이력서를 검토할 때 대학교 재학 당시 활동을 가장 유심히 살펴본다고 말함
  - 또한 Marcus Nilsson은 TV나 콘솔을 통해 플레이하는 것은 게임으로 생각하지 않으며, 웹이나 iPhone 등 모바일을 통해 이용하는 것만이 진정한 게임이라고 언급하며 플랫폼의 진화에 대처할 수 있는 인재상을 강조
  - 한편, 영국 길포드에 위치한 EA 산하 게임개발사 Criterion의 수석 개발자 Alan McDaimant는 현재 대부분의

BSc 컴퓨터 강의가 C++대신에 Java를 가르치고 있는데 이는 프로그래머 취업에 있어 불이익을 주고 있으며, 만약 C++를 습득한 학생이라면 대부분의 언어에서 프로그래밍이 가능해 취업에도 유리할 것으로 전망

- ▶ Teesside대학에서 게임 프로그래밍 강사로 활동하고 있는 Anne Gwenn Bosser는 "게임업계는 상당히 빠르게 변하고 있지만, 일자리 수는 점점 줄어들고 있다"며 강의 구성에 있어 학생들의 기대는 개발자들의 의견만큼이나 중요한 요소라고 언급
  - 또한 Bosser는 "학생들은 수업에 참여해 트리플 A급 게임 타이틀을 개발하길 원하다"며, "그렇기 때문에 현재 소셜게임 및 모바일게임을 개발 중인 수많은 소형 게임사들은 향후 어떤 인재가 자신들의 회사에 입사해 게임을 개발하고, 회사 전체에 어떤 영향을 미칠 것인지에 대해 고려해야 한다"고 언급
  
- ▶ 다른 플랫폼에서도 구현 가능한 기술에 초점을 맞추으로써 지속적인 경쟁력을 유지할 수 있는 학생들을 배출하는 곳이 최상의 대학이라는 점은 의심의 여지가 없으며, 개발자들도 이를 인식
  - EA 산하 스웨덴 게임개발사 DICE의 부사장 Karl Magnus Troedsson은 "대학교를 갓 졸업한 사회 초년생들을 곧바로 게임 개발 라인에 투입할 수는 없다"며, "일정기간 회사의 특성에 맞게 트레이닝하는 과정이 필요하며, 학교와 실전의 갭을 최대한 줄여가는 것이 우리가 학교와 연계 프로그램을 통해 지속적 관계를 유지하는 이유"라고 언급

 [www.edge-online.com](http://www.edge-online.com)

## 스마트폰을 모션 컨트롤러로 사용하는 웹게임 등장

미국 경제지 Wall Street Journal은 게이머들이 스마트폰이나 태블릿 PC를 콘솔의 컨트롤러처럼 사용하여 게임을 즐길 수 있도록 하는 웹게임 등장으로 스마트폰과 웹게임의 융합이 빨라질 것이라고 전망

### ■ 스마트폰 및 태블릿 PC를 컨트롤러로 사용하여 즐길 수 있는 웹게임 <Frisbee Rush>

▶ 스마트폰 및 태블릿 PC를 게임 콘솔 Wii의 컨트롤러처럼 사용하는 웹게임 <Frisbee Rush> 등장

- 영국 런던에 위치한 게임 개발업체 Unit9이 개발한 웹게임 <Frisbee Rush>는 동작인식 게임기인 Wii와 같은 콘솔 장비가 없이도 모션 인터랙티브 게임을 웹 브라우저 상에서 즐길 수 있도록 구현
- 스마트폰 및 태블릿 PC 등 Android 및 Apple iOS 단말기를 가지고 있는 게이머라면 누구나 애플리케이션 및 웹 브라우저 Unity 플랫폼의 설치만으로, 모션 인터랙티브 콘솔 게임 경험을 즐길 수 있음

▶ <Frisbee Rush> 애플리케이션은 Adobe AIR와 Flash를 기반으로 개발되었으며, 동시에 HTML5 웹 소켓(WebSocket)\*을 통한 Unity Game 플랫폼에 접속하는 방식을 취함

\*주 : 웹 브라우저와 모바일 단말기 상의 인터랙티브 게이밍 입력과 출력을 실시간으로 가능케 하는 일종의 양방향 동시 통신 API임

### ■ <Frisbee Rush>의 구성 원리 및 게임 방법

▶ <Frisbee Rush>를 즐기기 위해서는 먼저 Android나 iOS 기반의 모바일 단말기에 컨트롤러 기능을 부여해주는 애플리케이션을 설치해야 함

- <Frisbee Rush>라는 동명의 이름을 가진 이 애플리케이션을 설치한 후, <Frisbee Rush>게임 웹사이트 (www.frisbeerush.com)에 접속하여 게임 실행에 필요한 Unity 플레이어를 해당 웹 브라우저에 설치
- 모바일 단말기에 설치된 애플리케이션을 실행시킨 후 모바일 단말기에 표시된 연결코드를 웹 브라우저 상의 해당 칸에 입력한 후 게임을 즐기면 됨

▶ 최대 3명까지 같은 게임을 즐길 수 있으며, Wifi 연결 또는 3G 연결을 통해 게임 조작이 가능

- 게임 진행은 단말기 창에 나타난 원반(프리스비, Frisbee)를 웹 브라우저 상의 괴물에게 맞추는 것을 목표
- 이를 위해 게이머는 게임 단말기를 위-아래로 흔들거나 혹은 손가락으로 원반을 끌어 던지는 제스처 방식을 선택

- Unit9의 개발자는 인터뷰를 통해 "Unity를 통해 게임 내 모든 3D 빌딩을 제작하여 게이머들로 하여금 원하는 어떤 빌딩도 어떤 시점이나 각도에서도 조각 낼 수 있도록 했다"고 설명

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

그림 2 <Frisbee Rush>의 웹 브라우저 게임 창 및 애플리케이션 연결 방법



[출처] Frisbeerush

## 통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 9 ~ 2012. 7. 14) (단위 : 대)

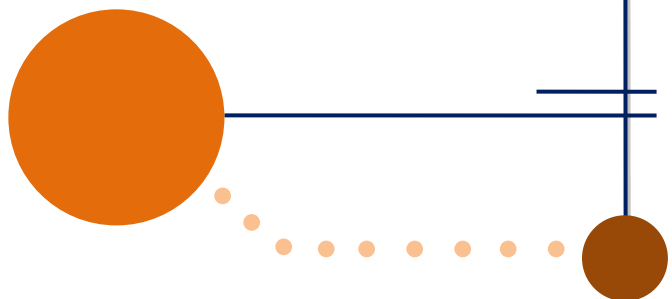
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	129,037	-8.2%	18,287,613
	2	PlayStation3	Sony	122,547	-3.3%	65,399,067
	3	Xbox360	MS	91,483	-2.0%	67,364,862
	4	Wii	Nintendo	48,468	0.8%	96,078,089
	5	PlayStation Vita	Sony	46,390	-4.2%	2,500,542
	6	PSP	Sony	42,746	-7.5%	74,810,923
	7	DS	Nintendo	35,979	-7.2%	74,810,923
SW	1	NCAA Football 13 (Xbox360)	EA	229,851	신규	229,851
	2	NCAA Football 13 (PlayStation3)	EA	184,709	신규	184,709
	3	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	120,255	-34.9%	2,306,119
	4	Takao Tatsuji Chibi Dragon to Fushigi na Orb (3DS)	Namco Bandai	64,666	신규	64,666
	5	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360)	Warner Bros.	49,397	-31.2%	372,854
	6	Diablo III (PC)	Activision Blizzard	46,347	-28.1%	2,528,293
	7	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Wii)	Warner Bros.	39,809	-37.7%	268,841
	8	Mario Party 9 (Wii)	Nintendo	36,816	-1.2%	1,493,207
	9	The Amazing Spider-Man (PlayStation3)	Activision Blizzard	36,230	-31.5%	165,444
	10	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3)	Activision Blizzard	35,236	11.2%	181,793

[출처] VG Chartz



## 미국 게임시장 동향

- 2012년 1/4분기 미국 게임시장, 중고 렌탈 시장 성장
- Facebook의 주가 폭락, 소셜게임에도 악영향
- EA Games가 밝힌 EA의 전망과 변화
- MS의 신규 태블릿 PC 'Surface'에 대한 게임업계 시각
- Kabam, 게임 개발업체 Wild Shadow Studios 인수
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위





## 2012년 1/4분기 미국 게임시장, 중고 렌탈 시장 성장

시장조사업체 NPD Group이 2012년 7월에 발표한 보고서에 따르면, 2012년 1/4분기 미국 콘솔 및 PC게임 소프트웨어 판매 수익은 15억 달러에 그쳤으나, 중고게임과 게임 렌탈을 포함한 전체 오프라인 게임 판매 수익은 5억 2,500만 달러를 기록

### ■ 미국 게임시장, 중고·렌탈 시장 성장세에 주목

- ▶ 시장조사업체 NPD Group은 2012년 7월 2일에 발표한 콘솔게임 산업 및 게임 이용 행태 관련 보고서 "Q1 2012 Games Market Dynamics: U.S."를 통해 2012년 1/4분기 미국 게임시장을 조망
  - 2012년 1분기 미국 내 전체 게임 판매 수익은 전년도 59억 달러에서 34억 달러로 급감했으며 앞으로 더욱 악화될 수 있는 것으로 나타남
  - 2012년 1분기에 게이머들이 오프라인 매장에서의 콘솔 및 PC게임 소프트웨어 구입에 지출한 금액은 전년대비 감소한 15억 달러를 기록
  - 반면 중고게임과 게임 렌탈 관련 지출을 포함한 전체 오프라인 게임 소비는 총 5억 2,500만 달러에 달했으며 온라인게임, 모바일·소셜게임, 콘솔게임의 DLC(Downloadable Content)\* 등 디지털 콘텐츠 관련 판매 수익은 13억 8,000만 달러를 기록
  - NPD의 Anita Frazier 애널리스트는 "오프라인 게임 판매 감소세가 두드러지고 있으나, 중고게임 및 게임 렌탈 관련 소비가 증가하고 있고, 디지털게임 판매량은 2011년 1분기에 비해 10%가 늘었다"고 말하면서, "디지털게임 판매량 증가가 아직 오프라인 판매량 감소를 상쇄시키지는 못하고 있으나 게임산업의 구조가 본질적으로 변화하고 있는 것은 확실하다"고 강조

\*주 : DLC는 온라인을 통해 콘솔게임의 공식 콘텐츠를 배포하는 것으로, 게임 내의 아이템 추가에서 확장팩처럼 새로운 스토리의 확장에 이르기까지 여러 종류가 있음

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

## Facebook의 주가 폭락, 소셜게임에도 악영향

IPO 이후 Facebook의 성장 잠재력에 대한 의문이 증가하며 주가폭락이 이어지고 있는 가운데, Facebook은 총 매출의 12% 가량을 의존하고 있는 소셜게임 사업에 적신호가 켜지면서, Zynga 위주의 게임 생태계 정책을 대폭 수정할 것으로 전망

### ■ 주가폭락에 시달리는 Facebook, 소셜게임 플랫폼 위상까지 "취침"

- ▶ Facebook이 IPO 이후 불확실한 수익 모델과 각종 루머 등으로 주가가 폭락하고 있는 가운데, 최대 소셜게임 플랫폼이라는 Facebook의 위상도 최근 크게 흔들리고 있음
  - Facebook의 전체 매출 중 약 12% 가까이를 의존하고 있는 소셜게임 분야의 일원인 게임 개발업체들이 Facebook에 대한 불만을 품으면서 점차 이들의 이탈이 현실화되는 추세
- ▶ 이 같은 게임업계의 Facebook 이탈 분위기는 Google 및 Apple의 모바일 플랫폼뿐만 아니라 게임 업체의 독립 게임 플랫폼들이 소셜게임 플랫폼으로서의 경쟁력을 갖춰감에 따라 더욱 가속화
  - Apple과 Google은 물론 태블릿 PC 시장에 본격 진출한 Amazon과 MS 등 대형 IT업체들이 매력적인 수익 배분은 물론 마케팅 및 콘텐츠 개발 지원을 제공함으로써, 게임 개발업체들이 Facebook을 떠나는데 동기 부여
  - 게임 개발업체의 이탈은 Facebook의 직접 매출 및 관련 광고 매출 감소로 이어질 수 있으며, 나아가 최대 소셜 게임 협력사인 Zynga에 대한 의존도가 더욱 높아진다는 것을 의미

### ■ 게임업체의 Facebook 관련 최대 불만, "Zynga 위주의 Facebook 게임 생태계"

- ▶ Facebook 기반 소셜 게임업체들의 가장 큰 불만은 Zynga 위주의 Facebook 마케팅 정책
  - Facebook과 Zynga는 사업 협력 계약을 통해 2015년까지 Facebook 플랫폼 상에서의 게임 서비스 협력을 약속
  - Facebook 회원이 Zynga 게임을 할 경우 해당 회원의 Facebook 친구로 등록되어 있는 회원들은 자동적으로 해당 회원이 어떤 Zynga 게임을 즐기고 있는지에 대한 알림을 받게 되지만, 다른 게임업체의 소셜게임인 경우 바이럴 마케팅 시스템에 포함되지 못함
- ▶ 추가로 마케팅 관련 비용을 지출해야 하는 게임업체 입장에서는 Facebook에 대한 매출 의존도뿐만 아니라 Facebook에 지출하는 광고비를 줄이기 위해서라도 다른 소셜게임 플랫폼으로의 이동을 서둘러야 하는 상황
  - 소셜 게임업체 CrowdStar를 포함한 다수의 업체들이 지난 6개월 사이에 Facebook을 이탈한 것으로 확인

- ▶ Facebook은 사태 방지를 위해 다른 게임업체의 소셜게임에 대해서도 바이럴 마케팅 시스템을 허용해야 하지만, 이로 인해 Facebook 매출에 큰 기여를 하고 있는 Zynga 게임이 타 게임과의 경쟁에 더 많이 노출되는 부작용도 우려

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

그림 3 Facebook 주가 변동 추이 (2012년 5월 18일 ~ 7월 6일)



[출처] Google Finance

## EA Games가 밝힌 EA의 전망과 변화

EA의 게임 레이블 EA Games의 수장 Patrick Soderlund가 EA의 비전에 대한 의견을 피력해 눈길. Soderlund 수장은 EA의 강점이 기술에 기반한 극한의 게임성과 자유로운 아이디어 연구 풍토를 통한 끊임없는 혁신이라고 주장

### ■ EA Games의 수장 Patrick Soderlund가 밝히는 EA Games의 사업 전망과 핵심 전략

- ▶ EA의 게임 사업 부문 EA Games 레이블의 수장 Patrick Soderlund가 2012년 6월 게임 전문미디어 Gamasutra와의 인터뷰를 통해 변화에 직면한 코어 게임시장과 빠른 성장세를 구가하고 있는 새로운 게임시장에서 EA의 미래 사업 전망과 핵심 전략을 공개
  - EA Games는 <Battlefield>, <Dead Space> 등 유명 프랜차이즈 게임뿐만 아니라 <Battlefield Heroes>, <Lord of Ultima> 등 무료플레이 게임도 다수 출시
  - Soderlund는 EA Games의 비전이 무엇보다 극한의 게임성과 끊임없는 혁신에 있다며, "<Battlefield 3>의 Frostbite 2 게임 엔진이 보여준 것처럼 EA는 하드웨어 기술로 구현 가능한 최대치를 달성하고자 한다"고 언급
- ▶ Soderlund는 EA Games가 일궈내는 혁신의 근원은 새로운 아이디어에 대한 자유로운 연구 풍토에 있다고 언급
  - Soderlund는 "10~20명의 직원이 정해진 목표 없이 연구를 할 수 있는 아이디어 팀(labs)을 약 1년 전부터 운영 중이며, 동시에 5~6개의 서로 다른 아이디어 실험이 한꺼번에 진행되고 있다"며, "연구진들은 아이디어의 상품화 여부에 관계없이 자유롭게 연구할 수 있고 EA도 이를 전폭적으로 지원한다"고 설명
  - 실제 게임 개발 및 출시에서도 EA는 대기업으로서의 이점은 살리면서 동시에 혁신성도 유지하려 노력하고 있음
- ▶ Soderlund는 EA의 게임 IP전략은 규모와 집중이라며, "소수의 성공적인 프랜차이즈 게임 IP에 집중하는 것은 향후 더 많은 신규 IP의 개발을 가능케 한다"고 덧붙임
  - 실제로 EA는 과거에 비해 신규 IP 게임의 출시를 절반 가까이 축소했지만 오히려 더 큰 성공을 보이고 있음
- ▶ EA가 추구하는 게임성의 핵심 요소는 애니메이션이며, EA가 애니메이션의 표현 기법에서 비약적인 도약을 추구하고 있음
  - 또, Soderlund는 "오디오는 보통 게임에서 중요한 부분으로 인식되지 않지만, 오디오야말로 Frostbite 게임 엔진의 특징이 가장 잘 드러나는 부분"이라고 주장

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

## MS의 신규 태블릿 PC 'Surface'에 대한 게임업계 시각

MS가 'Surface'라는 이름의 새로운 태블릿 PC를 선보인 가운데, 'Surface'가 단순히 PC 기능을 태블릿 PC에 더한 것으로 매력이 없다는 게임 개발자들이 있는 반면, 'Surface'의 모바일 게임시장 진출을 환영하는 게임 개발자들도 있는 상황

### ■ MS의 신규 태블릿 PC 'Surface' 출시

- ▶ MS가 새로운 태블릿 PC 'Surface'를 공개한 후, 'Surface'에 대한 게임업계의 전망이 엇갈리고 있음
  - 모바일 단말기로서의 모습에 랩탑의 기능까지 갖추어 새로운 복합 태블릿 PC 시장을 열 것이라는 평가를 받고 있는 MS의 'Surface'는 새로운 운영체제 Windows 8 및 Windows RT 시스템과 랩탑 형식의 키보드 덮개 등을 갖추고 소비자들을 공략할 것으로 전망

### ■ 부정적인 시각, "기존 PC와 동일한 게임 환경으로 참신함이 부족"

- ▶ 게임 개발자들, "PC 기능을 도입한 'Surface', 진정으로 참신하다 볼 수 없다"고 지적
  - 게임 <BitPilot> 및 <SpellTower>의 개발자 Zach Gage는 "분명 누군가는 'Surface'에 관심을 보이겠지만, 'Surface'가 특별히 뛰어나다고는 생각하지 않는다"면서, "대부분의 기능과 요소들은 이미 기존 랩탑에서 갖추고 있는 것들이며, 이들은 소비자 영역에서 그다지 새로운 기술들이 아니다"고 지적
  - iOS 기반 게임 개발자인 Adam Rippon 또한 인터뷰를 통해 "다른 태블릿 PC가 하지 못하는 것은 'Surface'에서도 불가능하다"면서, "물론 키보드 등을 사용할 수 있다는 것에 관심이 가긴 하지만 이걸 진정한 의미의 새로운 기술이 아니며, 단지 태블릿 PC에서만 새로운 뿐"이라고 언급
  - <Beat Sneak Bandit>의 개발자 Simon Flesser 또한 "'Surface'의 하드웨어가 기존 태블릿 PC들과의 차별성을 분명히 보여주지 못한다면, 'Surface'에 열광할 이유를 찾기 힘들다"라고 말함

### ■ 긍정적인 시각, "매력적인 게임 단말"

- ▶ 'Surface'만의 다기능성이 게임 개발 등에 있어 충분한 매력 포인트가 될 수 있다는 주장
  - <Zen Pinball>의 개발자 Neil Sorens는 "'Surface'는 단순한 태블릿 PC가 아니다"라면서, "이는 오히려 스위스 군용칼의 컴퓨터 단말기 버전"이라 볼 수 있다고 주장
  - Sorens는 "'Surface'는 Xbox의 컨트롤러에서 HDMI 출력 단자 및 스마트 안경(Smart Glasses)와 같은 다양한 목적으로 사용될 수 있다"고 설명

- <Dark Void Zero>의 개발자인 Mike Mika 또한 "이러한 다양성을 바탕으로 'Surface'는 게임 개발에 매우 유용한 플랫폼이 될 수 있을 것"이라고 전망하면서, "'Surface'는 혁명적"이라고 언급
- Mika는 "나는 'Surface'를 통해 다른 단말기의 도움 없이 게임을 만들고 유통시킬 수 있을 뿐만 아니라 게임을 즐길 수도 있다"면서, "Surface'는 게임 개발 하드웨어이자 목표로 하는 게임 플랫폼이고 게임 유통의 창구이기도 하다"고 주장

▶ 태블릿 PC로서의 'Surface' 본연의 매력 또한 충분하며, PC 플랫폼과 동일한 시각으로 보서는 안돼

- 인기 인디 게임 <Waking Mars>의 개발자인 Randy Smith는 "'Surface'가 훌륭히 기능하는 태블릿 PC라는 점을 망각하는 사람들이 있다"면서, "일부 개발자들은 'Surface'의 키보드나 USB와 같은 인터페이스 때문에, 기존 PC 게임을 단순히 'Surface' 플랫폼으로 이식하려는 생각을 할 수 있다"고 언급
- Smith는 이어 "하지만 'Surface'는 오히려 매우 훌륭한 태블릿 PC로서 게임에 훌륭히 사용될 수 있는 터치스크린 기능 등을 잘 갖추고 있다"면서, "'Surface'는 <Gears of War>와 같은 하드코어 게임보다는 캐주얼게임에 보다 높은 가능성을 가지고 있다"고 분석

■ **MS의 전폭적인 지원으로 <Surface>가 제공하는 게임 생태계는 매우 뛰어날 것**

▶ 'Surface'가 Apple의 iOS 생태계와 마찬가지로 게임 개발자들에게 매우 훌륭한 수익 생태계를 제공해 줄 수 있을 것이라는 분석도 있음

- 태블릿 PC 시장이 이미 iPad 및 Android 기반 단말기들로 포화 상태에 이른 상황에서, 'Surface' 생태계가 정착할 수 있을 것인지에 대한 의문이 있는 것이 사실
- 이러한 의문에 대해 <Dark Void Zero>의 개발자 Mika는 "MS의 전폭적인 지원 하에 'Surface'는 성장에 필요한 충분한 자원과 소비자의 관심을 얻게 될 것"이라면서, "시장에 이미 나와있는 경쟁자들 또한 추월할 수 있을 것"이라고 주장
- Mica는 이어 "MS는 우리와 같은 개발자들을 위해 모든 것을 제공한다"면서, "또한 MS는 'Surface' 생존에 필요한 시장 점유율 확대를 위해 위협을 감수할 것"이라고 전망

▶ 신생 게임 개발업체들에게는 초기 'Surface' 플랫폼이 제공할 다양한 혜택이 매우 유용할 것이며, 'Surface' 생태계를 통해 입지를 구축할 수 있을 것임

- <Waking Mars>의 Smith는 "'Surface' 생태계를 위해 MS가 내놓은 지원책들은 신생 게임 개발업체들에게 유용할 것"이라고 지적하며, "이를 통해 신생 게임 개발업체들은 입지를 구축할 수 있을 것"이라고 분석

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

## Kabam, 게임 개발업체 Wild Shadow Studios 인수

하드코어 소셜 게임업체 Kabam이 인디게임 <Realm of the Mad God>의 제작사로 유명한 Wild Shadow Studios를 인수. 향후 게임 개발 관련 인적 자원은 물론 전세계 게이머들을 대상으로 멀티플랫폼에서의 유통 영향력을 확대할 전망

### ■ Kabam, 멀티플랫폼 강화를 위해 게임 개발업체 인수

- ▶ 하드코어 소셜게임업체 Kabam이 인디게임 <Realm of the Mad God>의 개발사로 유명한 Wild Shadow Studios를 인수
  - <Realm of the Mad God>은 액션 전투 형태의 RPG게임을 실시간 협업 게임플레이와 통합한 게임으로, Kabam.com에서 무료로 다운받아 이용할 수 있음
  - 인수 금액에 대한 정확한 정보는 아직 공개되지 않음
- ▶ Kabam의 Andrew Sheppard CEO는 "Kabam은 게임 포트폴리오를 빠르게 확장시키고 있으며, 게임 플랫폼과 장르를 넘나드는 고품질의 멀티플레이 게임 유통에 집중하고 있다"고 언급
  - Sheppard CEO는 이에 덧붙여 "Wild Shadow는 열정적인 멤버들로 구성, 믿기 어려운 정도로 놀라운 게임들을 개발하고 있다"며, "Kabam은 이같이 재능 있는 인디 팀의 게임 개발 및 유통에 있어 활기를 불어다 줄 수 있을 것"이라고 설명
- ▶ 게임 개발 관련 인적 자원과 더불어, Kabam은 <Realm of the Mad God>을 통해 전세계 게이머들을 대상으로 멀티플랫폼에서의 유통 영향력을 확대하고자 함
  - Kabam은 현재 자사의 콘텐츠를 총 15개 플랫폼에서 17개국 언어로 전세계 게이머들에게 제공
- ▶ <Realm of the Mad God>은 최대 85명의 게이머들이 그룹을 형성해 NPC와 맞서 싸우는 게임
  - 레트로 8비트 아트 스타일, 에픽보스(epic boss) 배틀, 전투 능력 등은 액션 팬들에게 스릴감을 제공하는 반면, RPG 게이머들은 12계급의 캐릭터, 끝없는 모험, 수백 개의 마법, 무기, 아이템 등과 함께 몰입감을 제공
- ▶ Wild Shadow Studios의 설립자 Ales Carobus는 "Kabam과의 인수합병은 <Realm of the Mad God> 팬들에게 정말 멋진 소식"이라며 "우리의 인적자원은 Kabam과의 합병을 통해 기하급수적으로 성장할 것이며, 몇 달 내로 꽤 멋진 신규 콘텐츠를 선보일 수 있을 것이다"라고 기대

 [gadget.tmcnet.com](http://gadget.tmcnet.com)

그림 4 Wild Shadow Studios의 인디게임 <Realm of the Mad God>



[출처] Wild Shadow Studios



## 통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 4 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 9 ~ 2012. 7. 14) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	48,140	1.7%	34,707,070
	2	PlayStation3	Sony	35,782	-3.3%	21,577,657
	3	3DS	Nintendo	32,040	-7.3%	5,281,435
	4	DS	Nintendo	20,206	-3.1%	50,978,415
	5	Wii	Nintendo	15,780	2.5%	39,437,033
	6	PlayStation Vita	Sony	13,782	-4.9%	678,885
	7	PSP	Sony	2,384	-6.6%	19,549,549
SW	1	NCAA Football 13 (Xbox360)	EA	195,373	신규	195,373
	2	NCAA Football 13 (PlayStation3)	EA	157,003	신규	157,003
	3	Pokemon + Nobunaga no Yabou (DS)	Nintendo	25,923	-37.6%	270,318
	4	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Wii)	Warner Bros.	24,989	-41.1%	169,412
	5	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360)	Warner Bros.	20,610	-41.0%	173,594
	6	MLB 12: The Show (PlayStation3)	Sony	19,465	-26.8%	534,723
	7	Wii Sports (Wii)	Nintendo	17,864	6.2%	35,881,389
	8	Just Dance 3 (Wii)	Ubisoft	16,967	29.4%	4,835,287
	9	NBA 2K12 (Xbox360)	Take Two	16,113	-16.3%	1,904,769
	10	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360)	Activision Blizzard	15,915	-10.6%	8,156,378

[출처] VG Chartz

## 통계 미국 MMORPG게임 순위

표 5 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 7. 10 ~ 2012. 7. 16) (단위 : 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	173,600
2	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	170,094
3	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	50,497
4	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	40,380
5	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	24,518
6	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	20,031
7	SMITE	Hi-Rex Studios	Fantasy	다운로드	15,953
8	Aion	NCSOFT	Fantasy	다운로드	15,535
9	EVE Online	CCP Games	Sci-Fi	다운로드/CD판매	14,733
10	Diablo 3	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	14,252

[출처] MMORPG

## 통계 미국 App Store 게임 순위

**표 6 App Store 인기게임 순위\*(2012. 7. 16 기준)**

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Amazing Alex	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	2	Where's My Perry?	Disney	Puzzle	0.99
	3	Temple Run: Brave	Disney	Action	0.99
	4	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	5	Angry Birds Space	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	6	Tiny War	Noumena	Simulation	0.99
	7	Tiny Wings	Andreas Illiger	Action	0.99
	8	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	9	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	10	Bejeweled	PopCap	Family	0.99
무료	1	Tap Tap Revenge Tour	Tapulous	Music	-
	2	Pyramid Run	MagicBone	Action	-
	3	Matching With Friends Free	Zynga	Board	-
	4	Guess the Character	JanduSoft	Board	-
	5	Hit Tennis 3	Focused Apps	Action	-
	6	Jewels with Buddies	Stofle Designs	Puzzle	-
	7	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	8	CSR Racing	NaturalMotion	Arcade	-
	9	Infinite Sky	TouchTen.com	Action	-
	10	Tower Bloxx Deluxe 3D	Digital Chocolate	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 7 Google Play 인기게임 순위\*(2012. 7. 16 기준)**

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Where's My Perry?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	2	Where's My Water	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	3	Amazing Alex	Rovio	Arcade&Action	0.99
	4	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	5	Temple Run: Brave	Diseny	Arcade&Action	0.99
	6	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	7	DEAD Trigger	Madfinger Games	Arcade&Action	0.99
	8	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	9	Angry birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	10	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
무료	1	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	2	Plumber	Magma Mobile	Brain&Puzzle	-
	3	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	4	Bubble Shoot	Runner Games	Casual	-
	5	Angry Birds Space	Rovio	Arcade&Action	-
	6	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	7	Sonic CD Lite	Sega	Arcade&Action	-
	8	Logo Quiz	Mateusz Klaczak	Brain&Puzzle	-
	9	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	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

- 2012년 중국 온라인 게임시장, 장수 브랜드게임이 지배
- Activision Blizzard, Tencent 통해 중국 시장 진출
- Shanda Games, 하반기 해외에 다수 게임 출시
- Kingsoft, MMO에서 모바일로 주력 사업 전환
- Rovio, 중국 복제품 업체와 제휴 정책
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

### ◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 소셜게임 내 '콤푸가차', 미성년자 보호가 가장 중요
- Sony, 클라우드 게임업체 Gaikai 인수
- Nintendo, Wii U 온라인 서비스 무료 제공
- Bandai, 전기자동차와 태블릿 PC 연동 관광 콘텐츠 개발
- PC게임을 Android 앱으로 자동 변환하는 시스템 등장
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

### ◆ 기타 게임시장 동향

- 인도네시아 게임시장, PC가격 하락으로 PC방 급증
- 베트남 게임시장, 소규모 게임업체 부상
- Mango Games, 인도에 Facebook 게임 런칭
- 대만 게임업체, iOS 플랫폼에서도 RPG 액션게임 구현



## 중국 게임시장 동향

### 2012년 중국 온라인 게임시장, 장수 브랜드게임이 지배

중국 온라인 게임시장은 <주선(诛仙)>, <크로스파이어(穿越火线)> 등 장수 브랜드 게임들이 지배하면서 매년 출시되는 신작 게임 수의 증가에도 불구하고 전체 게임 시장의 성장은 둔화되고 있음

#### ■ 중국 온라인 게임시장, <주선(诛仙)>, <크로스파이어(穿越火线)> 등 장수 게임이 지배

- ▶ Sina.com에서 2012년 7월에 보도한 기사 "2012网游品牌效应凸显 老牌作品写市场格局(2012년 온라인 게임을 지배하고 있는 장수 게임)"에 따르면, 2012년 1분기 중국 게임시장은 상위 10위 게임사들의 점유율이 갈수록 확대되고 있으며, 전체의 10%에 해당하는 기업들이 시장점유율 90%을 차지
- ▶ 이 중 1위 기업 Tencent의 점유율이 33.7%로 업계 분석가에 따르면 Tencent의 1분기 수입은 여전히 <크로스파이어(穿越火线)>와 <던전앤파이터(地下城与勇士)>의 2개 게임에 크게 의존하고 있으며, Perfect World가 서비스하는 <주선(诛仙)>의 경우, 출시된 지 5년이 지났음에도 여전히 꾸준한 인기를 이어가고 있음
- ▶ Sina.com의 중국 온라인게임 순위에 따르면 상위 25개 중 22개가 운영된 지 2년이 넘는 게임이며, 3개의 게임만이 금년 새로 출시된 게임으로 나타남
  - <World of Warcraft(魔兽世界)>, <주선(诛仙)>을 포함해 7개 게임은 5년 이상 장수한 게임으로, 온라인 게임산업의 부익부 빈익빈 현상은 갈수록 심화되고 있음
  - Perfect World의 <주선(诛仙)>, Shanda의 <미르의 전설(傳奇)>이 게임업체의 트레이드마크처럼 인식되고 있으며, 이에 주요 게임사들은 장수 브랜드 시리즈를 통해 이용자 충성도를 유지하는 동시에 수익을 지속적으로 창출

#### ■ 장수 게임에 신작 게임들이 밀리면서 시장 성장속도 둔화

- ▶ 중국 온라인 게임시장 구도는 장수 브랜드 게임의 영업수입에 따라 정해진다고 볼 수 있으며, 신규 출시되는 게임 수는 2010년 35종에서 2011년 69종, 2012년 상반기에만 100종 이상으로 꾸준히 증가했음에도 불구하고 이것이 전체 게임시장 규모의 증가로 이어지지 않고 있음
  - 최근 2년간 중국 온라인 게임시장의 성장속도는 상당 부분 둔화되었으며, 이는 신작 게임들이 장수 브랜드를 능가하지 못하면서 나타나는 현상

- 장수 게임이 지속적으로 인기를 끌면서, 관련 통계에 따르면 근래 매년 출시되는 신작 중 단명하는 비율이 50%를 넘어서고 있음

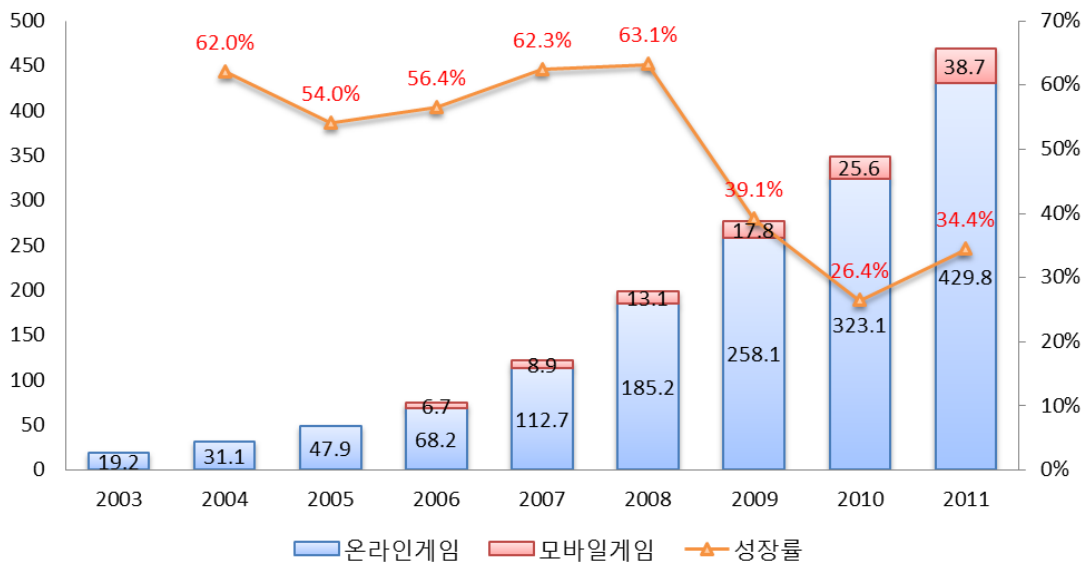
▶ 이처럼 장수 브랜드가 지배하는 상황은 최근 중국 온라인 게임시장에 유사한 게임들이 난립하는 '동질화' 현상이 심각해지면서 이용자들이 실력 있는 운영업체가 제공하는 검증된 브랜드를 선택하는 경향에 따른 것으로 분석

- Perfect World의 대표 주치(竺琦)는 이에 관해 "중국 온라인 게임시장이 브랜드화 추세를 형성하면서 시장 구도가 고착화되는 동시에 산업이 성숙기에 들어섰다"고 언급

- 주치 대표는 또한, "게임은 공장화된 생산양식을 통해 나올 수 있는 것이 아니며, 시장 수익만을 좇는 것이 아니라 이용자에게 즐거움을 준다는 게임의 본질로 돌아갈 필요가 있다"고 말하며, "Perfect World는 최고의 게임만을 만들어내는 '명품화' 노선을 취할 것"이라고 밝힘

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

그림 5 2003~2011년 중국 온라인게임과 모바일게임 규모 및 성장률(단위: 억 위안)



[출처] Chinanews

## Activision Blizzard, Tencent 통해 중국 시장 진출

Activision Blizzard가 2012년 7월 3일, 자사의 대표적 콘솔게임 <Call of Duty>의 온라인 FPS게임 <Call of Duty Online>를 Tencent와 공동 개발하고 중국 현지 서비스 계약을 체결했다고 발표. 부분유료화 게임으로 신규 시장 개척에 나설 계획

### ■ Activision Blizzard, 온라인 FPS게임 <Call of Duty Online>으로 중국 시장 공략

- ▶ Activision Blizzard가 2012년 7월 3일, Tencent와 제휴해 인기 FPS게임 <Call of Duty>를 중국 시장에 특화된 온라인게임으로 재탄생시킨 FPS게임 <Call of Duty Online>의 중국 서비스를 개시할 예정
  - Sony, MS 등 글로벌 게임업체들이 중국에서 별다른 성과를 얻지 못하고 있는 가운데, Activision Blizzard는 현지화 전략에 따라 콘솔게임 <Call of Duty>를 부분유료화 온라인게임 버전 <Call of Duty online>로 재개발했으며 중국 내 14만 개 이상의 PC방에서 이용할 수 있도록 할 계획
  - Activision Blizzard의 Bobby Kotick CEO는 "대부분의 게이머들이 게임콘솔로 게임을 하는 것과 달리 중국에서는 PC방에서 게임을 하는 등 보다 사회적 성격이 강하다"고 말하면서 "<Call of Duty Online>은 중국 외 다른 국가에서 서비스되는 버전과는 전혀 다른 중국 시장만을 위한 새로운 게임"이라고 강조

### ■ 중국 시장 진출 위해 현지화 전략과 더불어 현지 기업과의 협력이 필수

- ▶ <Call of Duty Online>은 Activision Blizzard와 Tencent가 상하이 소재 스튜디오에서 2년 간 공동 개발했으며 Tencent는 게임의 라이선스를 독자적으로 소유하고 중국 내 서비스를 전담할 예정
  - Tencent는 <Call of Duty online>의 기술적 지원과 더불어 문자 및 이메일, 마이크로블로깅 서비스 등을 제공해 중국 시장 내 입지를 강화시킬 계획이며 게임의 구체적 서비스 일정은 미정
  - Tencent의 Martin Lau 대표는 "<Call of Duty Online>이 중국 내 수많은 팬을 확보할 것이라 믿으며, Tencent의 게임 플랫폼과 전문적 운영진들이 게이머들에게 흥미롭고 매력적인 게임 경험을 제공할 수 있을 것"이라고 기대
  - Activision Blizzard의 Bobby Kotick CEO는 "현지 사정에 능통한 중국 기업과 협력하지 않았더라면 상황이 훨씬 복잡했을 것"이라고 말하면서 "중국은 비즈니스 확장과 혁신적인 신규 게임 개발에 있어서 가장 훌륭한 시장 중 하나"라고 언급

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

## Shanda Games, 하반기 해외에 다수 게임 출시

Shanda Games는 베트남과 태국, 싱가포르 등 해외 시장 공략을 위해 <Legend of Immortal>, <Dragon Nest> 등의 인기게임을 다수 출시할 계획이며, 해외사업 부문은 1분기 수입이 전년 대비 49.8% 증가하는 등 가장 빠른 성장세를 보이고 있음

### ■ Shanda Games, 2012년 하반기 해외에 게임 다수 출시 계획

- ▶ Shanda Games는 2012년 하반기 다수의 게임을 해외에 출시할 계획이라고 밝힘
  - Shanda Games는 베트남에 인기 MMORPG <Legend of Immortal>을 출시하는 한편, 2012년 3월 태국에 한국의 아이덴티티게임즈가 개발한 <Dragon Nest>를 성공리에 출시한 데 힘입어 3분기에는 러시아와 인도네시아에도 해당 게임을 출시할 계획
- ▶ Shanda Games의 탄첸자오(譚群钊) CEO에 따르면 지난 몇 분기 동안 Shanda Games의 해외사업 부문은 이미 조직 내에서 가장 빠른 성장을 보였으며, 1분기 해외 매출규모는 전년동기 대비 49.8%, 직전분기 대비 7.8% 성장
- ▶ Shanda Games는 싱가포르에서 <Dragon Nest>를 성공적으로 출시한 이후, 최근에는 대전게임 <SD Gundam Capsule Fighter>를 출시
  - 탄첸자오 CEO는 아이덴티티 게임스의 두 번째 게임인 <Dungeon Striker>도 2012년 5월에 한국에서 1차 클로즈 베타 서비스를 실시했으며, <Dragon Nest>의 전세계적 성공과 <Dungeon Striker>의 뛰어난 품질로 볼 때 향후 전망도 낙관적이라고 밝힘
- ▶ 탄첸자오 CEO에 따르면 Shanda Games는 게임 스튜디오에 투자하는 한국 합작펀드에도 일부 참여 하고 있으며, 투자 대상에는 MMO, 웹게임, 모바일 게임업체 등이 포함
  - 그는 이것이 단지 첫 번째 단계에 불과하며 지속적인 성장 기회를 계속해서 찾아나갈 것이라고 밝힘

 [it.sohu.com](http://it.sohu.com)

## Kingsoft, MMO에서 모바일로 주력 사업 전환

<JX Online> 등 검객 MMORPG로 유명한 Kingsoft는 2012년에 6종의 온라인게임과 1종의 웹게임을 출시할 것이며, 향후 MMO게임에 대한 투자를 축소하고 모바일과 웹게임에 주력할 계획

### ■ Kingsoft, 2012년 이후 웹게임과 모바일게임으로 사업모델 전환 계획

- ▶ 2012년 6월 28일 Kingsoft 산하 Qichenzhai 사업부가 주최한 <봉신방3(封神榜3)> 오픈 베타테스트 발표회 자리에서 Kingsoft의 CEO 장홍장(张宏江)은 2012년에 Kingsoft가 6종의 온라인게임과 1종의 웹게임을 출시할 계획이라고 밝힘
- ▶ 장홍장에 따르면 2012년은 Kingsoft가 MMORPG 영역에서 대규모 투자를 진행하는 마지막 해로, 향후에는 MMORPG 개발을 포기하고 웹게임과 모바일게임에 주력할 계획
  - 그는 기존의 작품을 모바일게임으로 전환하는 것과 동시에 게임에 있어서도 이와 동일한 변화가 나타날 것이라고 말하며, 자사의 여타 서비스 이용자들을 자사 게임의 이용자로 끌어들이는 데도 집중할 계획이라고 밝힘
  - 한편 자사의 인기작 <JX Online> 시리즈에서 탈피해 새로운 브랜드를 창조해내겠다는 뜻도 밝힘
- ▶ Kingsoft는 또한 모바일게임 플랫폼 구축에 착수하는 동시에, 해당 플랫폼을 통해 Kingsoft의 게임 및 기타 서비스를 통합할 계획임을 밝혔으며, 금년 하반기 중에 구체적인 계획이 공개될 전망

 [news.pcgames.com.cn](http://news.pcgames.com.cn)

그림 6 Kingsoft의 MMORPG <JX Oline> 실행화면



[출처] Kingsoft



## Rovio, 중국 복제품 업체와 제휴 정책

<Angry Birds> 제작사 Rovio는 미국에 이어 2대 시장인 중국을 공략하기 위해 중국 복제품 업체들을 협력사로 인정하고 이들의 아이디어를 채용하는 등 제휴 정책을 실시하는 한편, 7월부터 중국에 대대적으로 소매점과 테마파크를 런칭

### ■ Rovio, 중국의 <Angry Birds> 복제품 업체와 제휴 정책 실시

- ▶ <Angry Birds> 제작사 Rovio의 마케팅 책임자 Peter Vesterbacka는 중국에서 만연한 <Angry Birds> 복제품을 두고 중국의 거대한 수요를 보여주는 현상이라며 긍정적으로 평가
- ▶ 중국은 여러 글로벌 브랜드와 지적재산권 침해 문제로 갈등을 빚어왔으며, 미국 및 기타 국가들과의 관계에서도 문제가 되어왔음
- ▶ 여러 기업들이 복제품에 대응해 소송을 통한 공격적인 방식을 취해온 반면, Rovio는 라이선스를 침해한 일부 기업들에 법적 조치를 취하는 동시에, 좋은 아이디어를 보유한 복제품 업체와 제휴하는 새로운 대응 방법을 제시
  - 일부에서는 Rovio의 정책이 복제품 업체를 양산할 것이라며 우려를 표하는 반면, 세계 최대의 복제품 생산국인 중국에서 법적 소송만으로 문제가 해결되기 어려운 상황을 감안하면 좀더 현실적인 정책이라고 평가
  - Rovio의 중국 책임자 Poul Chan은 일부 복제품 업체들을 협력사로 모집하고 <Angry Birds> 앱에 무료 광고 공간을 제공하는 한편 이들의 아이디어를 실제로 채용하고 있다며, 금년 베이징에서 판매되는 복제품 <Angry Birds> 풍선을 본 뒤 공식 라이선스의 풍선을 판매하는 등의 사례를 소개

### ■ 7월부터 중국에서 <Angry Birds> 소매점 및 테마파크 개장 예정

- ▶ Rovio는 2009년 말 출시한 <Angry Birds>로 전세계적으로 10억 다운로드를 기록했으며, 중국은 1억 4,000만 건의 다운로드를 기록하며 미국에 이어 <Angry Birds>의 2대 시장으로 부상
- ▶ Rovio는 7월부터 중국에서 대대적으로 소매점을 여는 한편 공식 <Angry Birds> 테마파크를 선보일 계획으로, 상하이에서 시작해 내년까지 100개 이상의 소매점을 열 계획
  - Peter Vesterbacka 책임자는 2011년 후난성 창사에서 개장된 <Angry Birds>를 도용한 테마파크에 대해서도 라이선스를 체결할 가능성을 긍정적으로 평가

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

그림 7 중국 후난성 창사에 설립된 불법 <Angry Birds> 테마파크



[출처] CNGO

## 통계 중국 온라인게임 순위

표 8 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 16 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	28.38%
2	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	28.07%
3	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	9.46%
4	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	8.34%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.30%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.70%
7	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	+1	1.52%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-1	1.28%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	+1	1.11%
10	옥용제춘(御龙在天)	Tencent	-1	0.99%

[출처] Barchina.net

## 통계 중국 MMO게임 순위

표 9 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 16 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	+1	11.97%
2	옥용제춘(御龙在天)	Tencent	-1	10.70%
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	8.58%
4	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	5.57%
5	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	5.49%
6	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.25%
7	마역(魔域)	91.com	-	4.03%
8	구음진경(九阴真经)	Snail Games	-	3.33%
9	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	3.17%
10	천녀유혼 온라인(倩女幽魂On)	NetEase	-	2.84%

[출처] Barchina.net

## 통계 중국 캐주얼게임 순위

표 10 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 16 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	61.24%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	20.41%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	11.43%
4	오디션(劲乐团)	NineYou	-	1.72%
5	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	1.18%
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	0.91%
7	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	0.89%
8	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.53%
9	51신현무(51新炫舞)	51.com	-	0.25%
10	메이플스토리(冒险岛)	Shanda Games	+1	0.19%

[출처] Barchina.net



## 일본 게임시장 동향

### 일본 소셜게임 내 '컴푸가차', 미성년자 보호가 가장 중요

게임업체 Gameage가 2012년 7월 일본 콘솔게임 게이머를 대상으로 소셜게임 내 확률형 아이템 조합 시스템인 '컴푸가차' 규제 관련 인식을 조사한 결과, 다수의 콘솔 게이머들이 전면 규제보다는 미성년자 보호와 과금 방식 재검토가 중요하다고 결정

#### ■ '컴푸가차' 규제는 미성년 보호 차원에서 접근

- ▶ 게임시장 조사업체 Gameage가 콘솔게임 게이머 5,000명을 대상으로 2012년 7월 1일부터 운용되고 있는 '컴푸가차' 규제 관련 조사를 실시해 7월 8일에 공개한 보고서 "コンプガチャ規制問題(컴푸가차의 규제 문제)"에 따르면, 콘솔게임 보유자의 60%가 소셜게임을 한번도 이용한 적이 없음
  - Gameage가 10~59세의 콘솔게임 게이머 약 3,900명의 소셜게임 이용 행태 및 게이머 유형별 '컴푸가차' 규제 관련 인식을 살펴본 결과, 전체의 32%인 868명이 소셜게임을 이용 중이며, 123명(3%)이 소셜게임에 돈을 지출하고 있다고 응답
  - 또한 현재 소셜게임을 하고 있지 않으나 과거에 이용한 적이 있다고 답한 사람은 전체의 19%인 722명이며 돈을 지출한 경험이 있는 응답자는 106명(3%)인 것으로 조사
  - '컴푸가차' 규제에 대한 인식 조사 결과, 전체의 과반수인 54%가 '컴푸가차' 문제를 어느 정도 이해하고 있었으며 그 중 12%가 상세히 파악하고 있고, 나머지 응답자들 중 22%는 '컴푸가차'라는 용어를 들어본 적이 있는 정도이며 24%는 용어조차 들어본 적이 없다고 응답
- ▶ '컴푸가차'에 대한 성별, 세대별 인식 조사 결과, 미성년자 보호 차원에서 우려하는 응답자가 다수, 게임 내 과금 시스템 자체에 대한 비판은 적게 나타남
  - 성별, 세대별 '컴푸가차' 규제에 대한 인식 조사에서는, '미성년자가 간단하게 결제해버릴 수 있는 시스템은 좋지 않다'는 응답이 전체적으로 가장 많이 나타나, 과금 시스템 자체보다 미성년자 보호 차원에서 문제시 되고 있음
  - 반면 '컴푸가차'가 규제를 당하면 카드나 게임 아이템 수집 욕구가 사라지므로 게임이 재미없어질 것이라고 답한 응답자가 가장 낮은 비율을 차지해, 게임업체들이 향후 지금까지와는 다른 새로운 가치를 제시하는 것이 중요할 것으로 전망
  - 성별 차이를 살펴보면, 여성이 남성보다 '컴푸가차' 혹은 게임 내 과금 시스템에 대해 엄격한 경향이 있으며, 세대별로는 20~24세 남성층이 소셜게임에 대해 가장 긍정적이고 부분 유료화에 대해 수용적 입장을 보임

- 특히 20대 초반의 남성층은 정보습득이 빠르고 소셜게임 및 과금 모델의 장단점을 잘 이해하고 있으나, 가격에 대해서도 민감해서 게임 관련 지출에 대해 매우 신중한 태도를 고수하는 성향이 있어 소셜게임은 지출을 스스로 판단 및 선택할 수 있다는 점에서 오히려 그들의 가치 기준에 부합한다고 볼 수 있음

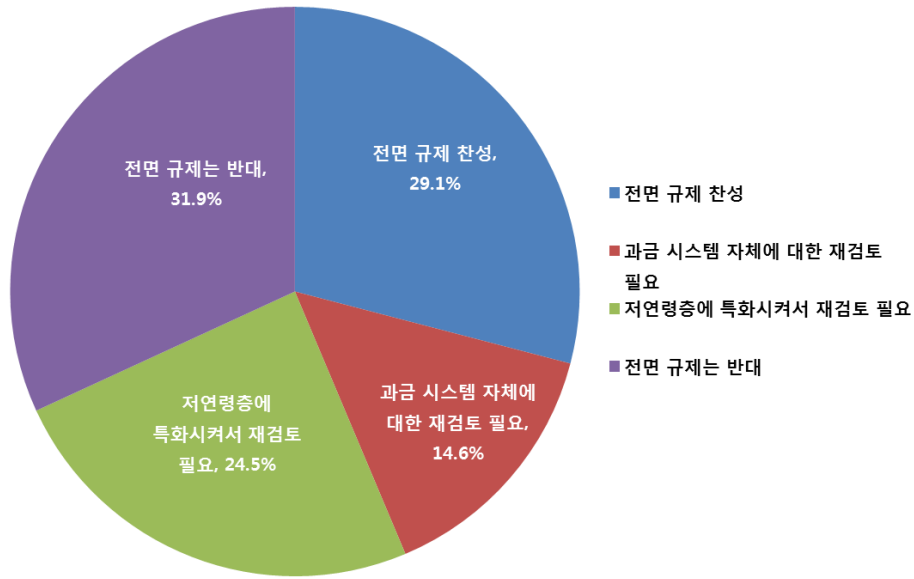
\*주 : '컴플리트 가차(complete gacha)'의 준말로, 게임 내 유·무료 확률형 아이템을 조합시켜서 보다 상위의 아이템을 획득하는 시스템. 다수의 인기 소셜게임에 도입되어 있어서 사행성 논란을 유발하며, 2012년 7월 1일부터 모든 소셜게임 내 '콤푸가차' 시스템이 일본 소비자청의 규제 대상이 됨

## ■ '콤푸가차' 규제, 전면 규제보다는 과금 방식에 대한 재검토가 필요하다는 응답이 다수

- ▶ '콤푸가차' 규제관련 인식 조사에서는, 전면 규제를 반대한 응답자는 31.9%로 나타났고, 29.1%가 전면 규제 찬성, 24.5%가 규제에 대해 미성년자에 특화시켜서 재검토를 해야 한다고 답하고 14.6%가 과금 시스템 자체에 대한 재검토가 필요하다고 답함
  - 전면 규제를 반대하는 사람이 적잖은 수를 차지하고, 과금 시스템 자체를 재검토해야 한다고 답한 사람이 가장 적게 나타나, 다수가 소셜게임과 부분유료화 모델이 불가분의 관계라는 것을 어느 정도 이해
  - '미성년자에 특화시켜서 재검토해야 한다'고 답한 응답자 중 다수의 20세 이상 응답자들이 미성년자가 아니라면 스스로 인식하고 자제할 수 있을 것이라고 응답
  - 아울러 '전면 규제 찬성'은 10대 유저로부터도 많은 지지를 얻고 있다는 의외의 결과가 나타나, 이는 규제를 하려면 미성년자 뿐 아니라 전체 연령에 대한 일률적 규제로 형평성을 지켜야 한다'는 심리가 깔려 있기 때문인 것으로 추정
  - 이번 조사를 통해, 콘솔게임 보유자들은 소셜게임에 부분유료화 모델이 불가피하고 과금 시스템 자체가 아니라 과금하는 방식이 문제라고 인식하는 것으로 나타났으며, 향후 '콤푸가차' 규제가 소셜 게임시장 및 유저들의 마인드에 어떤 영향을 미칠지는 더 지켜봐야 할 것으로 보임

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

그림 8 '컴퓨터가차' 규제 관련 인식 조사 관련 응답 비중



[출처] GameBusiness

그림 9 '컴퓨터가차' 규제 조사 응답자들의 성별·연령별 태도 입장

(단위: %)

세그먼트	그룹	합계	규제 찬성 그룹	과금 시스템 전반적 검토 그룹	저연령층 특화 재검토 그룹	규제 반대 그룹	
전체	전체	100	29.1	14.6	24.5	31.9	
	남자	10-14세	7.1	2.1	1.3	1.0	2.7
		15-19세	7.2	2.1	1.4	1.2	2.4
		20-24세	6.4	1.5	0.7	2.2	2.1
		25-29세	6.8	1.7	1.0	1.9	2.3
		30-34세	6.6	1.9	0.7	1.5	2.4
		35-39세	8.2	2.3	1.0	2.2	2.8
		40-44세	5.8	1.8	0.8	1.3	1.9
		45-49세	3.9	1.5	0.6	0.8	1.0
		50-54세	2.3	0.9	0.4	0.5	0.5
		55-59세	1.4	0.6	0.2	0.3	0.4
여성	10-14세	6.2	2.2	1.2	1.0	1.7	
	15-19세	5.6	1.8	0.9	1.1	1.7	
	20-24세	4.5	0.7	0.5	1.7	1.5	
	25-29세	5.4	1.1	0.6	1.8	1.9	
	30-34세	5.4	1.6	0.7	1.5	1.7	
	35-39세	5.8	1.6	0.7	1.5	1.9	
	40-44세	5	1.3	0.7	1.4	1.6	
	45-49세	2.8	1.0	0.4	0.7	0.7	
	50-54세	2.1	0.8	0.4	0.4	0.5	
	55-59세	1.4	0.6	0.2	0.3	0.3	

[출처] GameBusiness

## Sony, 클라우드 게임업체 Gaikai 인수

Sony가 2012년 6월 30일에 클라우드 게임업체 Gaikai를 전격 인수한다고 발표. 콘솔 게임 등 총체적인 사업 부진을 겪고 있는 현 상황을 타파하고 새로운 게임 경험을 제공하는 신규 엔터테인먼트 사업에 착수해 귀추가 주목

### ■ SCE, 클라우드 게임으로 하드코어 게임부터 캐주얼 게임까지 서비스

- ▶ SEC(Sony Computer Entertainment)는 2012년 6월 30일, 클라우드 게임업체 Gaikai를 3억 8,000만 달러에 인수한다고 발표, 새로운 클라우드 서비스로 유저들에게 혁신적이고 실감나는 인터랙티브 엔터테인먼트 경험을 제공할 예정
  - Sony는 클라우드 기반 서비스를 전개하는 한편, Gaikai가 지닌 혁신적 기술과 수십 개 주요 파트너사들에게 제공해온 서비스 관련 데이터 센터 등 인프라를 토대로 자사의 네트워크 관련 비즈니스를 확대할 계획
  - SCE의 대표이자 그룹 CEO인 Andrew House는 "Gaikai의 기술적 자원 및 탁월한 엔지니어 등 인적자원과 Sony의 방대한 게임 플랫폼 관련 경험을 결합시켜서 유저들에게 독보적인 클라우드 엔터테인먼트 경험을 제공할 계획"이라 강조하면서, "하드코어 게임에서부터 캐주얼게임까지 다양한 콘텐츠를 각종 단말기로 언제 어디서나 이용할 수 있다"고 언급
  - 또한 Gaikai의 David Perry CEO는 "Sony와 협력해 인터랙티브 클라우드의 강점을 강화하고, Sony가 구축한 게임 생태계를 계속 발전시켜서 개발자들이 새로운 콘텐츠를 만들 수 있도록 지원하겠다"고 다짐
- ▶ Sony의 경쟁사, 삼성과 LG로 확대
  - Gaikai는 최근 삼성과 LG와 같은 메이저 제조사들과도 계약을 체결, 스마트 TV를 비롯한 각종 단말기에서 할 수 있는 클라우드 게이밍 서비스를 제공할 예정
  - Sony는 블록버스터급(AAA급)의 콘솔게임을 향후 클라우드 서버를 통해 서비스할 계획이며 MS, Nintendo 등 콘솔게임 업체 외에 게임사업에 진출하는 삼성과도 경쟁하게 될 전망
  - 업계에서는 Sony와 Gaikai의 계약을 통해 Sony 및 써드파티들에 의한 PlayStation, PlayStation2, PlayStation3 게임들이 클라우드 서버에서 스트리밍될 것으로 기대하고 있으며, 특히 PlayStation3 게임들이 이전 기종들과 호환이 가능해질 것으로 보고 있음

\*주 : Gaikai는 2008년 미국 캘리포니아주에 설립된 이래 전 세계에서 최고 수준을 자랑하는 클라우드 기반 인터랙티브 스트리밍플랫폼으로 서비스를 전개해, 대규모 게이머들이 인터넷 접속만으로 고사양 게임을 이용할 수 있게 함

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

그림 10 스마트 TV에서 실행되는 Gaikai의 클라우드 게임 이미지



[출처] Forbes



## Nintendo, Wii U 온라인 서비스 무료 제공

2012년 6월 28일 개최된 Nintendo의 주주총회에서 Satoru Iwat CEO는 향후 3DS와 Wii U의 온라인 서비스를 무료로 제공하겠다고 밝혀, 향후 Nintendo는 개방적인 서비스로 신규 유저층 확보 및 게임 매출 증대에 주력할 것으로 전망

### ■ Nintendo, 무료 온라인 서비스로 Wii U 영향력 확대

- ▶ Nintendo는 2012년 6월 28일 개최한 연간 주주총회에서 자사의 3DS와 차세대 게임콘솔 Wii U 관련 온라인 서비스를 무료로 할 방침이라고 발표
  - Nintendo의 Satoru Iwata CEO는 주주총회에서 MS의 Xbox Live와 같은 유료 온라인 서비스와 유사한 서비스를 검토했었으나 결국 추가 유입될 수 있는 온라인 이용자 수의 감소를 유발할 수 있어, 하지 않는 쪽으로 결정
  - Satoru Iwata CEO는 온라인 서비스를 오픈된 방식으로 무료 제공하는 것은 "모든 유저들이 'Miiverse'\*를 사용해 활발한 커뮤니케이션이 일어난다면 신규 유저 유입도 더 많아져서 하드웨어 및 소프트웨어 판매량 증대로 이어질 것"이라고 언급
- ▶ Nintendo, 써드파티들의 지원 통해 Wii U 콘텐츠 확보에 주력, Wii U의 가격이 주요 변수가 될 전망
  - Nintendo는 2012년 휴가 시즌에 출시될 예정인 Wii U에 대해 써드파티들이 지난 Wii 출시 때보다 더욱 적극적으로 지원해줄 것으로 기대하고 있으며, Satoru Iwata CEO는 "인터넷셔널 팀과 협의하는 시점에서 이미 써드파티들과도 정보를 공유하고 있으며 세미나 개최, 직원 파견에도 힘쓰고 있다"고 언급
  - 일각에서는 탄탄한 온라인 서비스 및 써드파티들의 지원으로 Wii U의 전망이 긍정적인 것으로 기대되고 있으나, 게임업계에서는 Wii U의 가격이 Nintendo의 성공을 좌우하는 핵심 요인이 될 것으로 예상하고 있음

\*주 : 'Miiverse'는 2012년 6월 5일부터 7일까지 미국 로스앤젤러스에서 개최된 'E3 2012'에서 공개되었으며 기존 Nintendo 게임기 보유자를 연결해주는 독자적 소셜 네트워크 서비스로서, 게임 중에 언제든지 접속 가능하며 온라인게임이 아니어도 같은 게임을 즐기는 게이머들끼리 교류할 수 있음

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

## Bandai, 전기자동차와 태블릿 PC 연동 관광 콘텐츠 개발

게임업체 Bandai Namco가 2012년 7월, Nissan과 공동 개발한 오키나와 관광 정보 콘텐츠를 발표. 전기자동차와 태블릿 PC를 연결해 즐기는 새로운 가족형 관광 엔터테인먼트로 퀴즈, 미니게임, 투어 프로그램, 여행 기록 저장 기능 등을 제공

### ■ 전기자동차와 태블릿 PC를 융합한 새로운 오키나와 관광 콘텐츠가 화제

- ▶ Bandai Namco는 2012년 7월 6일에 Nissan의 전기자동차와 태블릿 PC를 연동시킨 오키나와 관광 정보 콘텐츠를 Nissan과 공동 개발했다고 발표
  - Bandai Namco가 전기자동차와 태블릿 PC를 연계한 플랫폼을 통해 관광객들에게 실시간 관광 정보와 관광지 관련 학습 톨인 퀴즈 형식의 '미라클 퀴즈(ミラクルクイズ)' 등을 제공할 예정
  - 또한 관광 콘텐츠에는 'Yanbaru숲 트래킹(やんばるの森トレッキング)', '아름다운 별 관찰(美ら星ウォッチング)' 등 투어 프로그램 10 종류와 관련된 '미라클 체험(ミラクル体験)' 콘텐츠, 그리고 단말기에 탑재된 카메라로 촬영한 사진 및 투어 기록, 퀴즈 성적 등을 저장하는 미라클 일기장(ミラクル日記帳)' 등이 포함
  - 아울러 Bandai Namco는 오키나와 내 약 210개에 달하는 패밀리마트 점포와도 연계해 전기자동차가 점포 부근을 지나가는 순간 자동적으로 위치정보 기반 야구게임 <패밀리마트 스타디움(ファミリーマートスタジアム)>이 자동 구동되도록 하고, EV 보급 톨인 'Nissan LEAF 가이드(日産リーフガイド)'도 이용토록 함
- ▶ 오키나와 관광 콘텐츠, 위치 정보 및 클라우드 서버 활용한 관광 콘텐츠로 이용자 편의성 증대
  - Bandai Namco는 이 콘텐츠를 2012년 7월 1일~10월 5일 동안, JTB가 판매하는 관광 상품 '오키나와 미라클 드라이브 렌터카(おきなわ ミラクルドライブレンタカー)'로서 무료로 서비스하며, 클라우드 서버에 위치정보 기반 여행 정보 및 유저들의 일정을 저장할 수 있도록 함
  - 한편 오키나와는 지역 내 약 25km 구간마다 전기자동차 전용 충전 지점이 설치되어 있어, 안전 운전의 기틀을 마련, 세계 최고 수준으로 정비된 전기자동차 주행 환경을 만끽할 수 있는 것으로 전해짐

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

그림 11 '미라클 퀴즈(ミラクルクイズ)'의 이미지



[출처] GameBusiness

그림 12 '패밀리마트 스타디움(ファミリーマートスタジアム)'의 이미지



[출처] GameBusiness

## PC게임을 Android 앱으로 자동 변환하는 시스템 등장

일본 벤처기업 REGOLITH가 PC게임을 Android 스마트폰용 게임 애플리케이션으로 자동 변환하는 새로운 시스템 'M.O.E'를 개발. REGOLITH는 PC게임 개발업체들에게 제공해 미소녀 게임들을 우선적으로 이식해 판매할 예정

### ■ PC게임을 Android용 게임 애플리케이션으로 변환해 이식하는 시스템 'M.O.E'

- ▶ 일본의 게임 벤처기업 REGOLITH INNOVATION\*이 2012년 7월 5일, PC게임을 Android 기반 게임 애플리케이션으로 자동 변환해 이식하는 독자적인 시스템 'M.O.E'를 개발, 미소녀게임\*\*을 중심으로 상용화한다고 발표
  - REGOLITH INNOVATION은 'M.O.E'를 이용해 자사의 PC게임 <드롭스!(どろっぶす!)>를 Android용 게임 애플리케이션으로 변환해 Google Play에 출시, 향후 iOS 버전으로도 출시할 예정
  - 'M.O.E'는 PC 소프트웨어의 데이터를 독자적인 시뮬레이터로 조합해 Android 기반 단말기에서 작동하도록 하는 시스템으로서, 키보드와 마우스 조작을 스마트폰의 터치 조작에 맞게 조절하며, 화면 해상도는 시뮬레이터가 단말기에 적합하도록 자동 조정해 정품 PC게임 패키지 등의 소프트웨어 이식 및 디버깅 작업 등을 최단 시간 1주일 이내에 완료 가능
  - 'M.O.E'는 Pentium II/300MHz 이하에서 작동하는 소프트웨어의 경우 PC버전과 동일한 퀄리티로 구현 가능하며, 향후 Android 단말기 CPU 성능이 향상되면 보다 복잡한 소프트웨어의 이식도 가능할 것으로 기대

\*주 : 2011년 7월 8일에 일본 동경에 설립된 모바일 애플리케이션 분야 벤처기업으로서, 미소녀게임 및 PC 패키지 게임의 스마트폰 이식 사업을 전개하고, 자사의 Android OS 앱스토어 '드롭스! 마켓(どろっぶす!マーケット)'를 운영하고 있음

\*\*주 : 미소녀게임이란 미소녀 캐릭터들을 내세운 연애 시뮬레이션 게임 등을 총칭하며 성인용 게임을 일컫는 경우가 많음

### ■ M.O.E, 미소녀게임 외에 다양한 소프트웨어 이식으로 활용도 높아질 전망

- ▶ REGOLITH INNOVATION은 2012년 내에 M.O.E를 통한 게임 애플리케이션을 300개까지 늘리고 향후 다양한 소프트웨어 이식을 통해 콘텐츠 서비스를 강화할 계획
  - REGOLITH INNOVATION은 Android 단말기 스펙의 문제로 2012년 7월 현재 2002년까지 판매된 미소녀게임을 중심으로 이식하고 있으며 게임 개발사들은 'M.O.E'를 무료로 이용 가능하고, 이식된 미소녀게임 애플리케이션을 REGOLITH INNOVATION의 '드롭스! 마켓(どろっぶす!マーケット)'에 980엔으로 출시해 판매가격의 50%를 차지
  - REGOLITH INNOVATION은 2012년 7월 현재 '드롭스! 마켓(どろっぶす!マーケット)'에서 서비스하는 9개의 미소녀게임 타이틀 수를 2012년 내에 300개까지 늘리고, 게임 이외의 소프트웨어도 M.O.E를 통한 이식을 검토

- 소프트웨어 개발사들로부터의 의뢰를 받을 경우 Android 단말기에서의 조작 방식을 검토해 이식을 진행할 예정

 [www.itmedia.co.jp](http://www.itmedia.co.jp)

그림 13 스마트폰으로 이식된 PC게임 <ONE-빛나는 계절로-(ONE~輝<季節へ~)> 이미지



[출처] IT Media

## 통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 11 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 9 ~ 2012. 7. 15) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	48,397	-8.9%	6,546,086
	2	PlayStation3	Sony	14,629	-3.3%	8,318,879
	3	PlayStation Vita	Sony	12,530	-3.6%	820,418
	4	PSP	Sony	11,218	-0.3%	19,064,349
	5	Wii	Nintendo	6,891	-1.9%	12,474,772
	6	DS	Nintendo	1,028	-8.1%	32,960,739
	7	Xbox360	MS	782	-16.6%	1,596,027
SW	1	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	120,255	-34.9%	2,306,119
	2	Ikono Eiji Chibi Dragon Fushijina Obi (3DS)	Namco Bandai	64,666	신규	64,666
	3	Pocket Soccer League: Calciobit (3DS)	Nintendo	26,328	신규	26,328
	4	Little Battles Experience Explosive Boost (3DS)	Level 5	18,688	-65.8%	73,355
	5	Dragon Quest Monsters: The World of Mana (3DS)	Square Enix	17,375	-35.6%	822,195
	6	Toriko: Gourmet Survival! (PSP)	Namco Bandai	15,319	-62.2%	263,351
	7	Etrian Odyssey IV (3DS)	Atlus	14,460	-84.9%	110,325
	8	Time Travelers (PlayStation Vita)	Level 5	9,516	신규	9,516
	9	Time Travelers (3DS)	Level 5	9,352	신규	9,352
	10	Mario Party 9 (Wii)	Nintendo	9,021	-17.2%	488,690

[출처] VG Chartz

## 통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 12 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 7. 12 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	Boo-shuka for mixi (ブーシュカ for mixi)	CyberAgent
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	가면라이더레전드 (仮面ライダーレジェンド)	Bandai Namco
3	괴도 로얄 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	일본식회장실 탈출 (和式トイレからの脱出)	Ateam
4	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	도라몬마스터 (ドラモンマスター)	Grenge
5	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	GREE, Bandai Namco	의인 그이 (擬人カレシ)	Ambition
6	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	AKB48스테이지파이터 (AKB48ステージファイター)	GREE, Ateam	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
7	세토루린 (セトルリン)	DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロロンブス)	GREE	신마계승리간트브레이크 (新魔界継承リガンティアブレイク)	Crooz
8	파이널판타지브리케이드 (ファイナルファンタジーブリケイド)	SQUARE ENIX DeNA	크로즈WORST~최종전설 (クロスWORST~最終伝説)	Konami	나의 레스토랑2 (ぼくのレストラン2)	Symphonie
9	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	몬플라 (モンプラ)	GREE	전국사가 (戦国サーガ)	Grenge
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	메이플스토리 브레이크 몬스터즈 (メイプルストーリー ブレイクモンスターズ)	NEXON, Drecom

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

[출처] Mobage, GREE, mixi



## 기타 게임시장 동향

### 인도네시아 게임시장, PC가격 하락으로 PC방 급증

인도네시아에서 PC가격 하락과 브로드밴드 활성화로 PC방이 급증하자 인도네시아 온라인 게임시장이 급격히 성장. 인도네시아 게임 퍼블리셔 PT Asiasoft는 급격히 성장하고 있는 인도네시아 게임 시장을 점령하기 위해 FPS게임 <A.VA> 출시

#### ■ Asiasoft, 인도네시아 온라인 게임시장 성장에 힘입어 신규 FPS게임 <A.VA> 출시

- ▶ 인도네시아 온라인 게임시장은 전국 인터넷망 확대에 힘입어 지난 5년간 급격히 성장
  - 인도네시아 온라인 게임시장은 PC 가격 하락\*과 브로드밴드가 확산되자 게이머들이 온라인게임을 즐길 수 있는 PC방이 급증하고 있으며, 그 결과 온라인상에서 게이머 커뮤니티 또한 급속히 증가하고 있음
- ▶ 게임 소프트웨어 개발사 PT Asiasoft의 상무이사 Suyudi Koeswanto는 인도네시아 게이머 커뮤니티의 급속한 증가는 온라인게임 퍼블리셔들의 해외시장 진출을 촉진시켰을 뿐만 아니라 자국 시장에 보다 많은 게임이 공급되는 효과를 가져왔다고 언급
  - Suyudi 상무이사는 기존 로컬 게임 퍼블리셔뿐만 아니라 해외 게임 퍼블리셔들까지 인도네시아 시장에 진입함에 따라 인도네시아 게임시장 경쟁은 향후 더 치열해 질 것이라고 전망
  - Suyudi 상무이사는 Antara 뉴스를 통해 "인도네시아 게이머들에게 경쟁적인 시장환경은 다양한 종류의 게임을 즐길 수 있는 기회를 제공할 것"이라고 언급
  - 한편, Suyudi 상무이사는 "인도네시아 게임시장에 대한 해외 게임 퍼블리셔들의 관심은 국가 전체의 경제 발전에도 기여한다"며, "실제 글로벌 경제 위기 상황에서도 인도네시아의 경제는 상승세에 있다"고 언급
- ▶ PT Asiasoft는 최근 MMOFPS 장르의 인기가 하락세에 접어들어 따라 한국 게임업체 레드덕이 개발한 온라인 FPS게임 <Alliance of Valiant Arms, A.VA>를 출시해 FPS 장르를 재부흥시킬 계획
  - PT Asiasoft는 동남아시아 최대 온라인게임 퍼블리셔 중 하나로, 베트남, 말레이시아, 필리핀, 인도네시아, 싱가포르에 지사를 두고 있음

\*주 : 인도네시아 루피아 환율의 강세로 인한 현지 시장에서의 컴퓨터 가격 하락이 발생

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

## 베트남 게임시장, 소규모 게임업체 부상

베트남 게임시장에 SGame, SSGroup, Vivoo, CMN Game 등 수준 높은 프로그래머를 보유한 소규모 웹게임 업체들이 부상하며 VNG, VTC, FPT Online 등 기존 3대 메이저 게임사 중심의 시장구도가 재편될 것으로 전망

### ■ 웹게임 통해 소규모 게임업체 부상하는 베트남 게임시장, 3대 메이저 게임사 주춤

- ▶ 베트남 게임업체 SGame, SSGroup, Vivoo, CMN Game 등은 시장에 진입한 지 불과 몇 년 밖에 되지 않았지만, 수많은 종류의 인기게임들을 런칭하며 시장 입지를 견고히 하고 있음
  - 이들 업체의 공통점은 작은 규모지만 수준 높은 게임 프로그래머들을 보유하고 있다는 점으로, 대부분 VNG, FPT Online, VTC Game 등 메이저 게임사들로부터 역량 있는 프로그래머들을 스카우트해 유명 게임에 필적할만한 게임타이틀 개발에 주력
- ▶ SGame은 매년 소량의 게임타이틀을 발매하는 소형 게임업체임에도 불구하고, 수천억 동(dong) 상당의 연간 매출을 기록하고 있으며, 공동 설립자 Nguyen Anh Dung과 Nguyen Manh Linh은 회사를 성공으로 이끌었다는 점에서 신임을 얻고 있음
  - <CrossFire>와 <Audition>을 베트남으로 수입하는데 결정적 역할을 수행한 Nguyen Anh Dung은 베트남 최대 게임회사 VTC Game의 전 고위직 간부였으며, 베트남 최고 인기 웹게임 <Linh Vuong>을 성공리에 개발한 Nguyen Manh Linh 역시 VTC Game의 임원으로 활동한 이력이 있음
  - <Tam Quoc Truyen Ky> 게임 개발을 성공리에 이끈 프로그래머 Le Huu Thanh(닉네임 Teddy Thanh) 역시 FPT Online의 임원이었던 것으로 전해짐
- ▶ SSGroup은 갓 설립된 신생 게임업체임에도 불구하고, 게임개발사의 시스템 개발을 위한 소규모 업체간 제휴에 있어 베트남 게임시장에 큰 영향을 미치고 있음
  - SSGroup의 수장 Le Hoang Son은 베트남 최초의 온라인게임 퍼블리싱 업체 VNG의 창립멤버로 잘 알려져 있음
- ▶ Vivoo, CMG Game, SunSoft의 CEO 역시 디지털 콘텐츠 및 온라인게임 분야에서 잘 알려진 인사로, FPT Online의 전 CEO Luong Cong Hieu, FPT Online의 전 부총괄 Pham Quoc Thang, VTCzOne의 PR 담당 총괄 Le Thanh Minh이 각각 현재 Vivoo, CMG Game, SunSoft의 최고 경영자직을 수행하고 있는 것으로 전해짐
- ▶ 베트남 게임시장 내 소규모 게임사들의 출현은 지난 몇 년간 VNG, VTC Game, FPT Online 등 3개 사업자가 지배해왔던 베트남 게임시장의 삼각편대를 흔들고 있음



- 업계 전문가들은 베트남 온라인 게임시장에 치열한 경쟁이 시작될 것으로 전망
- 매니지먼트 메커니즘의 부족은 오랫동안 베트남 게임시장에서 MMORPG 게임의 출현을 지연시켰지만, 이는 웹게임이라는 새로운 장르를 탄생시켰고, 2011년 말부터 지속적으로 성장세를 보이고 있는 웹게임은 지난 8개월간 베트남 시장에서 출시된 20개 게임의 90%를 차지한 것으로 집계
- 소규모 게임업체들이 단기간에 많은 이익을 가져다 줄 수 있는 웹게임을 발매하며 성장세를 나타내고 있는 반면, 대형 게임업체들은 기존 MMORPG 게임들이 더 이상 게이머들에게 어필하지 못하면서 성장이 둔화되고 있음

 [vietnamnet.vn](http://vietnamnet.vn)

## Mango Games, 인도에 Facebook 게임 런칭

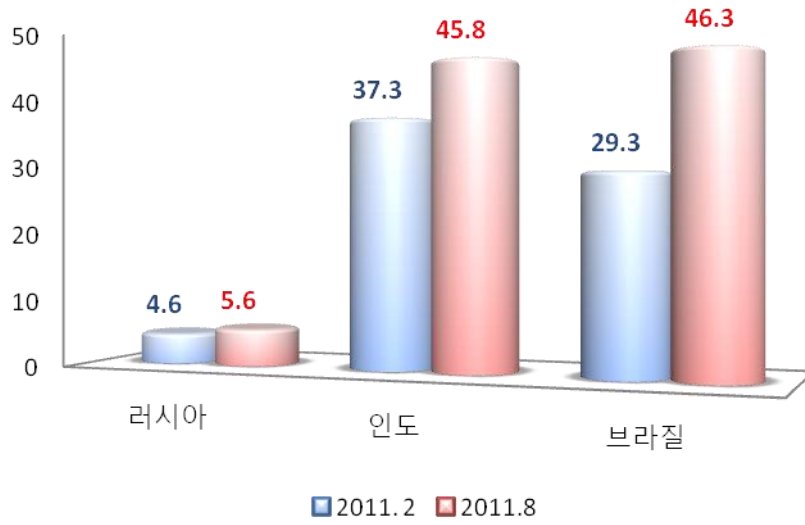
소셜게임 개발사 Mango Games가 전세계에서 Facebook 이용자 수가 두 번째로 많은 인도 소셜 게임시장의 성장성에 주목해 인도 게이머들을 타겟으로 개발한 소셜게임 2종 <Rummy>, <Don>을 출시

### ■ Mango Games, 인도 시장에 Facebook용 소셜게임 2종 <Rummy>, <Don> 출시

- ▶ 소셜게임 개발사 Mango Games가 2012년 7월 소셜게임 2종 <Rummy>, <Don>을 인도 최대 소셜 게임 플랫폼 Facebook에 런칭
  - Mango Games의 설립자이자 CEO인 D. Richard De Silva는 "인도는 Facebook이 가장 빠르게 성장하고 있는 시장이지만, 인도 게이머들을 타겟으로 특별히 개발된 게임은 없다"며, "<Rummy>, <Don>은 인도 시장 Facebook 게임 이용자들을 위해 최초로 개발된 게임 타이틀"이라고 언급
- ▶ 50억 달러 가치의 중국 게임시장에 초점을 맞춰 글로벌 게임업체들이 중국 게임을 개발하고 있지만, 비슷한 규모를 형성하고 있는 인도 시장은 간과하고 있음
  - Richard De Silva CEO는 "인도는 미국, 중국에 이어 세 번째로 큰 게임시장이지만, 인도 시장에 맞춤형 게임을 개발할만한 추진력이 결여되어 있다"고 언급
- ▶ 시장조사업체 Dreamgrow가 2011년 8월에 발표한 "Facebook Growth in Large Markets"에 따르면, 인도 Facebook 이용자 수는 2012년 말까지 전체 인도 인터넷 이용자의 2/3를 돌파해 전세계 두 번째로 큰 시장으로 성장
  - 2011년 8월 20일 Facebook은 인도 시장에서 월간활동이용자(Daily Active User, 이하 DAU) 수가 2011년 2월 20일 대비 23% 증가한 4,580만 명을 돌파
  - Richard De Silva CEO는 "우리는 인도의 성장 가능성에 주목해 지사를 설립했다"며, "<Don>에서는 인도의 느낌을 주기 위해 Bollywood 영화배우의 이미지를 도입, 인도 뭄바이(Mumbai)의 3D 지도를 제공한다"고 언급
  - 또한 <Rummy>에서는 갬블링과 관련된 이미지들을 제거, 인도 게이머들에게 최적화

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

그림 14 신흥시장의 Facebook 가입자 추이 (단위: 백만 명)



[출처] Dreamgrow

## 대만 게임업체, iOS 플랫폼에서도 RPG 액션게임 구현

대만 소재의 게임업체 InterServ International이 2012년 6월 자사의 RPG 액션 전투 게임 <Apocalypse Knights>를 iPhone, iPad, iPod Touch 등에서도 호환되는 iOS용 모바일 액션게임으로 출시

### ■ InterServ International, RPG 액션게임 <Apocalypse Knights> iOS용 버전 출시

- ▶ 대만 게임업체 InterServ International\*이 지난 6월 23일 자사의 RPG 액션게임 <Apocalypse Knights>를 iPhone, iPad, iPod Touch 등에서도 호환되는 iOS용 모바일 액션게임으로 공개
  - <Apocalypse Knights>는 현재 Apple의 App Store 게임 카테고리에서 무료로 다운로드 받아 이용할 수 있으며, App Store 인기 순위 상위권에 랭크

\*주 : MMORPG, PC기반 캐주얼게임, 모바일게임 등을 개발하는 아시아 독립 게임개발사로, 2004년 세계 최대 게임 박람회 E3에서는 온라인 대전 액션게임 최초로 16명을 지원하는 게임 타이틀 <Iron Phoenix>를 발표해 'Most Innovative Game of E3'을 수상

- ▶ <Apocalypse Knights>는 공포 판타지 액션 전쟁 게임으로, 생생한 렌더링, 정교한 그래픽과 더불어 게이머들에게 보다 차별화된 모바일 어드벤처 경험을 제공하기 위해 RPG 형식의 전투 액션을 제공
  - <Apocalypse Knights>는 2050년 용해된 북극과 남극의 빙하에서 방출된 악마와 게이머들이 맞대결을 펼치는 구도로, 게이머들은 적색 지표를 통해 악마의 다음 이동 경로를 예측해 공격하는 스토리
  - 총 난이도 10개 레벨로 구성되어 있으며, 6개 씬(scene)마다 각기 다른 종류의 괴물들이 등장해 게이머들로 하여금 긴장감 넘치고 아드레날린 샘솟는 게임 경험을 제공
- ▶ 한편, 개발자들은 게이머들이 보다 강력한 게이밍 경험을 즐기기 위해서는 iPad 2 혹은 그 이상의 해상도를 구현하는 태블릿 PC(New iPad 등)에서의 <Apocalypse Knights> 이용을 추천
  - 하지만 게임 구현 단말에 관계 없이 <Apocalypse Knights>는 영상뿐만 아니라 음향에 있어서도 게이머들에게 상당히 어필하고 있는 것으로 알려짐
- ▶ <Apocalypse Knights>는 현재 iOS 4.2 버전 이상의 iPhone 4, iPhone 4S, iPod Touch(3세대, 4세대), iPad 등에서 제공

 [world.einnews.com](http://world.einnews.com)

그림 15 <Apocalypse Knights> 스크린샷

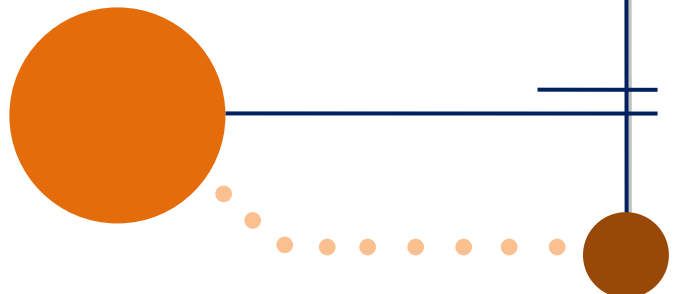


[출처] App Store



## 유럽 게임시장 동향

- Activision Blizzard, 인수 대상자 물색에 난관
- 터키, 2012년 게임시장 4.5억 달러 전망
- 유럽사법재판소, 다운로드 게임 재판매 허용
- 영국 광고기준청, <Mass Effect 3> 광고 무혐의 판정
- 소셜게임의 새로운 수익원, 배팅 기능 플랫폼
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



## Activision Blizzard, 인수 대상자 물색에 난관

프랑스 미디어 그룹 Vivendi가 미국 최대 게임 퍼블리셔 Activision Blizzard의 지분 61%를 매각기로 결정한 가운데 아직 인수 대상자가 나타나지 않은 것으로 전해져 리스크가 높은 반면 수익률이 상대적으로 적은 게임산업에 대한 거품론이 제기

### ■ Vivendi, Activision Blizzard의 지분 61% 매각 결정, 다음 인수 대상자 놓고 업계 논란

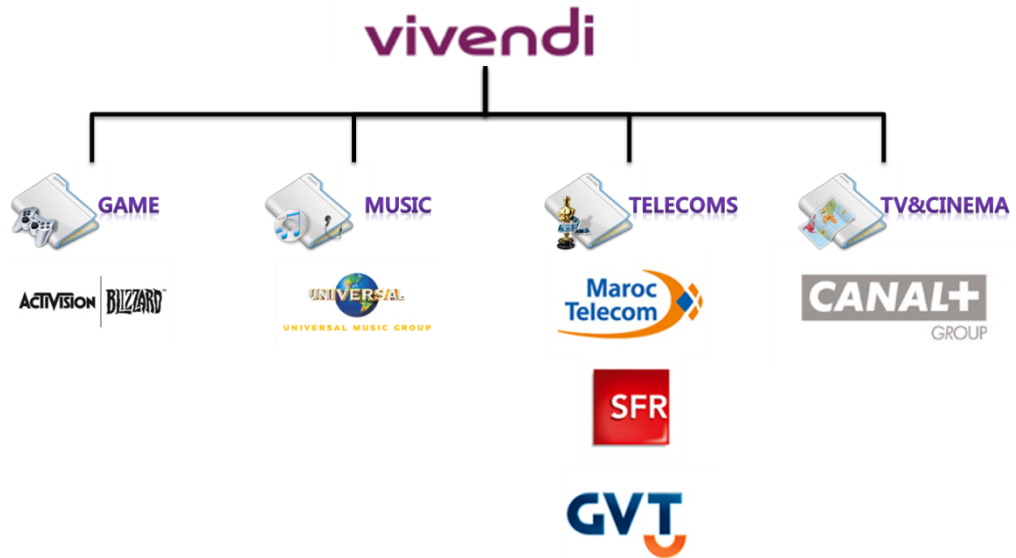
- ▶ 프랑스 종합 미디어 그룹 Vivendi가 게임업체 Activision Blizzard의 지분 61%를 매각기로 결정
  - Vivendi는 자사가 소유한 Activision Blizzard의 지분 전량을 81억 달러에 매각할 계획이며, 지분 인수 대상이 나타나지 않을 경우 주식시장을 통한 공개입찰 방식으로 지분 매각 절차를 진행할 전망
  - Bloomberg 통신에 따르면, Vivendi의 Jean-Rene Fourtou 회장은 최근 투자자들로부터 9년간 최저치로 하락한 주가를 반등시키고 회사를 재건하라는 압박을 받아왔으며, 이사회는 이달 초부터 <World of Warcraft>, <Call of Duty> 등의 개발사로 유명한 Activision Blizzard의 지분 매각을 논의해온 것으로 알려짐
  - 이에 대해 Vivendi와 Activision Blizzard측 대변인은 아직 공식적인 입장을 표명하지 않음
- ▶ 국제신용평가사 Moody's Investors Service 및 Fitch Ratings는 지난 몇 주 동안 Vivendi가 부채를 줄이지 않는다면 신용등급을 하락시킬 것이라고 경고
- ▶ 급변하는 게임시장에서 Activision Blizzard의 인수 대상자를 찾는 데는 제약이 따를 것으로 전망
  - Matt Sainsbury 애널리스트는 "세계 최대 퍼블리셔가 부채 더미가 되었다는 사실에 혹자들은 흔히 Activision Blizzard측의 부실경영 등을 이유로 지적하지만, 실제 게임산업이 리스크가 높은 반면 수익률은 적은 비즈니스로 점점 더 사업자들의 관여도가 낮아지고 있다"는 점에서 버블 가능성을 지적
  - 한편, 실제 게임산업은 전통적인 가정 내 거실의 콘솔(MS, Sony, Nintendo)에서 현재 Facebook 등 소셜미디어 웹사이트로 전이되어 성장하고 있는데, 실제 시장조사업체 NPD Group에 따르면 Xbox 또는 PlayStation 등을 통해 이용 가능한 패키지 게임의 미국 내 판매량이 전년 대비 6% 떨어진 88억 3,000만 달러로 집계
  - 시장조사업체 Wedbush Securities의 Pachter 애널리스트는 "Activision Blizzard을 쉽사리 인수할만한 후보군이 없다는 점이 문제"라며 "Vivendi에게 남겨진 유일한 옵션은 Activision Blizzard의 재무상태를 개선하고, 보유 현찰을 모두 배당금으로 지불한 후 자회사로 분리하는 것"이라고 언급
- ▶ 하지만 Forbes의 기고가 Erik Kain은 "모든 분야의 산업이 해마다 변화와 성장을 거듭하는데, Activision Blizzard 역시 다른 기업들과 마찬가지로 비즈니스 모델을 재정립하기 위한 충전의 시간을

갖는 것 뿐"이라고 언급

- 급변하는 시장보다 두려운 것은 정체된 시장이라고 언급하며 Activision Blizzard의 지분 인수 대상자가 나타나지 않고 있는 것과 관련해 업계 전문가들 사이에 제기되고 있는 게임시장 버블, 붕괴 논란 등을 잠재우고자 함

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

그림 16 글로벌 엔터테인먼트 업체 Vivendi 콘텐츠별 자회사 구조



[출처] Vivendi



## 터키, 2012년 게임시장 4.5억 달러 전망

시장조사업체 Newzoo의 보고서에 따르면, 2012년 터키 게임시장은 4억 5,000만 달러에 도달할 것으로 전망. 터키는 3,000만 명의 인터넷 이용자를 보유하고 있으며, 그 중에서 72%인 2,180만 명이 게임을 즐기고 있는 것으로 나타남

### ■ 터키 게임시장, 유럽 게임시장을 넘어 글로벌 게임시장으로 확대

- ▶ 시장조사업체 Newzoo가 2012년 6월에 발표한 "Infographic Turkey"에 따르면, 15~50세 터키 인구 중에서 3,000만 명 이상이 인터넷을 이용하고 있으며, 이 중에서 72%인 2,180만 명이 게이머
  - 터키는 인구 대비 게이머 비율이 다른 유럽 국가보다 높은 편이나, 게이머가 게임에 지출하는 비용은 미국과 다른 유럽 국가에 비해 낮은 것으로 나타남
- ▶ MMO 기반의 온라인게임과 소셜게임은 터키 게이머들이 가장 많이 이용하는 게임 플랫폼으로, 터키 게임시장 30% 이상을 차지하고 있음
  - 게임 소비시간도 온라인게임과 소셜게임이 다른 플랫폼 게임보다 높음
- ▶ Newzoo의 Peter Warman CEO는 "터키 게임시장은 유럽 게임시장과 다른 모습을 보이고 있다"며, "소셜과 온라인게임이 터키 게임시장에서 강세를 보이고 있지만, 향후 모바일 게임시장이 가장 큰 폭으로 성장할 것으로 전망된다"고 밝힘

### ■ 소셜게임, 터키 게임시장에서 가장 인기 있는 게임 플랫폼

- ▶ 터키에서는 Facebook 기반의 소셜게임이 높은 인기를 끌고 있으며, 약 1,710만 명의 게이머가 소셜 게임을 이용하고 있어, 독일과 비슷한 규모를 보이고 있음
  - 터키 소셜게임 게이머중 27%가 유료 결제를 하고 있으며, 2012년 터키 소셜 게임시장 규모는 4,000만 달러를 초과할 것으로 전망

### ■ 터키 청소년들로부터 큰 인기를 끌고 있는 MMO 게임

- ▶ 터키 MMO게임 이용자는 980만 명이며, 그중 35세 이하 청소년 및 젊은층이 80%를 차지
  - 터키 MMO게임 이용자 중 96%가 부분유료화 게임을 이용하고 있으며, 27%가 정액제 게임을 이용하고 있음

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

## 유럽사법재판소, 다운로드 게임 재판매 허용

유럽사법재판소는 2012년 7월 Oracle이 자사의 제품 라이선스를 매입해 재판매한 UsedSoft의 행위를 금지하기 위해 제기한 소송 결과를 발표. 향후 EU 소속 국가 게이머들은 온라인에서 다운로드 받은 게임의 재판매가 가능

### ■ 유럽사법재판소, 온라인 다운로드 게임 재판매 허가 판결

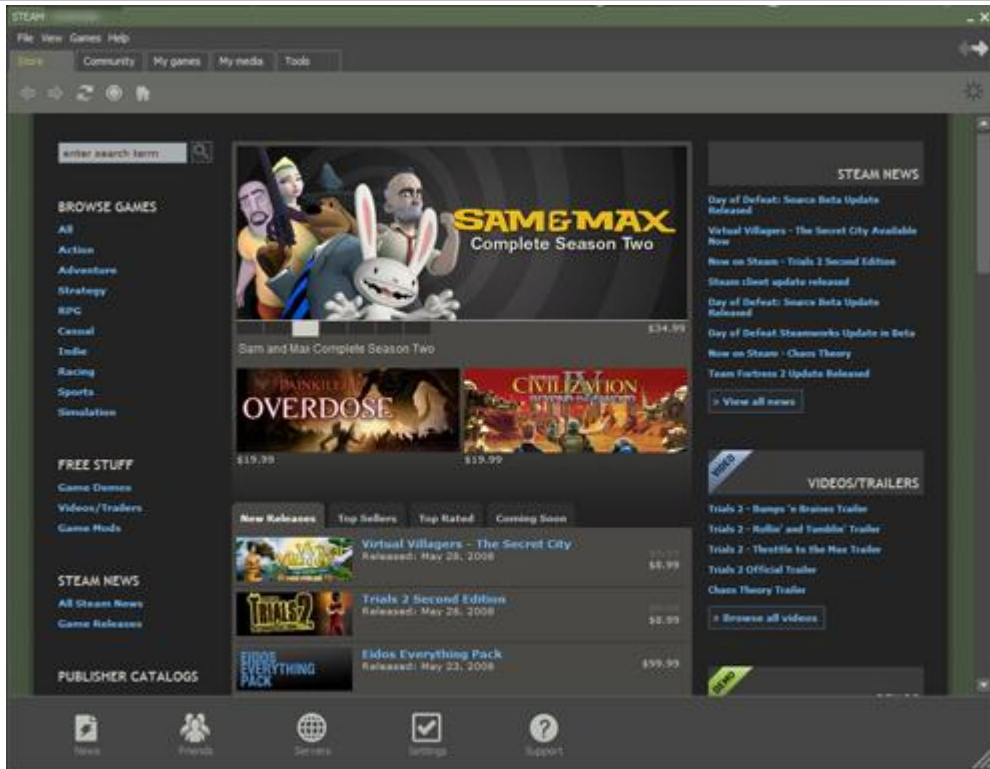
- ▶ 유럽사법재판소(Court of Justice of the European Union)는 2012년 7월 3일 퍼블리셔가 소비자들의 온라인 다운로드 게임 재판매를 금지할 수 없다는 내용의 판결을 발표
  - 향후 유럽 내 게임을 포함한 소프트웨어 저작권자는 이미 온라인 다운로드를 통해 게임 소프트웨어를 사용할 수 있도록 허가한 라이선스의 재판매를 금지할 수 없을 전망
  - 유럽사법재판소는 라이선스를 통해 보장받을 수 있는 게임 소프트웨어 복사본 배포 및 유통에 대한 독점권은 오직 최초 판매에만 적용된다고 발표
  - 하지만 독점적인 배포권과 달리 독점적인 복제권은 최초 판매에 소멸되지 않기 때문에 최초 구입자가 재판매 이후에도 게임 소프트웨어를 계속 사용할 경우 저작권자의 복제권을 침해하게 됨
- ▶ 유럽사법재판소의 판결은 EU 소속 국가의 게이머들이 Steam\*, Origin\*\* 등 어떤 디지털 플랫폼에서건 다운받은 게임을 무료로 판매할 수 있으며, 심지어 최종 사용자 라이선스 계약(End User License Agreement, 이하 EULA)에 동의한 경우에도 재판매가 가능하다는 점에서 적지 않은 파장을 미침
  - 다시 말해 재판매 행위가 금지된 라이선스 계약에 동의했다 할지라도 저작권자가 강제적으로 게이머의 재판매를 막거나 권리를 박탈할 수 없음
- ▶ 유럽사법재판소의 판결은 Oracle이 제품 라이선스를 매입해 재판매한 UsedSoft의 행위를 금지하기 위해 제기한 소송에서 비롯된 것으로, 유럽사법재판소는 판결문을 통해 "Oracle이 UsedSoft측에 소프트웨어를 판매했다면 이미 해당 제품에 대한 독점적 배포 권리는 소멸된 것"이라고 밝힘
  - 이에 덧붙여 사법재판소측은 "UsedSoft는 재판매를 금지하는 라이선스 규정에 구속되지 않기 때문에 저작권자는 재판매를 반대할 수 없다"고 판결
- ▶ EA와 Valve 등 디지털게임 유통 플랫폼을 운영하고 있는 유럽 주요 게임 퍼블리셔들은 유럽 사법재판소의 판결 내용을 반영해 자사 웹사이트를 개편할 전망

\*주 : 1,800여 개의 게임타이틀과 전세계 4,000만 명의 가입자를 보유한 Valve의 디지털게임 유통 플랫폼으로, 2011년 6월 부터 부분 유료화 게임을 지원하기 시작한 이래 총 29종의 부분 유료화 타이틀을 서비스 중(2012년 6월 기준)에 있음

\*\*주 : EA가 Valve의 Steam에 대해 출시한 디지털게임 유통 플랫폼으로, 2011년 6월부터 서비스를 시작했으며, PC 패키지 게임만 지원되는 Steam과 달리 타 기종 플레이어와의 커뮤니티를 지원한다는 점이 특징

 [www.eurogamer.net](http://www.eurogamer.net)

그림 17 디지털게임 판매 플랫폼 Steam



[출처] Valve

## 영국 광고기준청, <Mass Effect 3> 광고 무혐의 판정

영국 광고 규제기관 ASA가 게이머들이 플레이 중에 내린 결정이 게임 엔딩에 제대로 영향을 미치지 못함에도 불구하고, 허위 광고를 통해 소비자를 현혹시켰다는 이유로 고소를 당한 <Mass Effect 3>의 개발사 EA에 대해 무혐의 판정을 내림

### ■ 영국 광고 심의기관, <Mass Effect 3> 게임 엔딩에 관한 허위 광고 소송 기각

- ▶ 영국 광고 심의기관인 광고기준청(Advertising Standards Authority, 이하 ASA)은 EA가 지난 3월 자사 게임 타이틀 <Mass Effect 3>\* 출시 당시 엔딩을 임의로 바꿀 수 있다며 허위 광고를 유포한 것에 대해 이의를 제기한 게이머들의 소송을 기각
  - <Mass Effect 3> 광고의 3부작 엔딩은 모두 "당신이 결정하는 대로 결말은 바뀐다"고 강조했지만, 정작 게임 발매 후 게임 엔딩은 게이머가 플레이 중 내린 결정들을 반영하지 않는 것으로 나타났으며, 결국 마지막 플레이 당시 최종 군사력인 EMS(Effective Military Strength)에 의해 결정됨에 따라 팬들의 격렬한 항의가 빗발치게 됨
  - ASA는 <Mass Effect 3> 게임 엔딩의 다양성과 차별화에 대한 EA측의 과대 광고 관련 3건의 고소장을 접수

\*주 : EA 산하 게임개발사 BioWare의 인기 RPG 시리즈 <Mass Effect>의 완결편으로, EA측은 유저들의 선택과 오랜 플레이 시간이 시리즈 최종장에 반영될 것이라고 홍보한 것과 달리 일괄된 엔딩을 제공, 일부 팬들은 엔딩에 불만을 나타내며 청원 운동까지 벌인 결과, 지난 6월 말 EA측은 확장판 DLC(다운로드 콘텐츠) 출시를 통해 엔딩의 일부를 변경

- ▶ EA측은 <Mass Effect 3>의 엔딩과 관련해 "게임의 엔딩이 단지 파이널 컷에만 제한되어 있다고는 생각하지 않는다"며, "게이머의 엔딩 선택에 대한 결과 및 영향은 게임 엔딩 전 3~5시간 동안 꾸준히 반영되었다"고 언급
  - EA 관계자는 "실제 게임 내에서 게이머들이 선택하는 대부분의 결정들은 최종 군사력이자 최종 스코어인 EMS에 어떤 방식으로든 영향을 미치기 때문에, 게이머들은 게임 종료 직전까지 자신의 선택이 게임 결과에 영향을 미친다는 사실을 명심해야 한다"고 강조
- ▶ 한편, <Mass Effect 3>의 게임 엔딩에 관한 허위 광고 소송을 기각한 ASA측은 "게임의 3가지 엔딩을 검토해 본 결과 각 엔딩은 테마별로 상당히 다른 것으로 간주되며, 선택의 유용성과 영향력 또한 게이머의 EMS 스코어에 의해 직접적으로 결정되는 것으로 나타났다"고 발표
  - ASA측은 "<Mass Effect 3>의 엔딩 스테이지에서 눈에 띄지는 않지만 작은 변화들이 다수 발생했으며, 이 또한 게임 내 플레이어의 선택에 따라 직접적으로 변경됨을 확인할 수 있었다"고 언급

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

그림 18 <MassEffect 3> 광고 속 게임 엔딩 이미지



[출처] BioWare

## 소셜게임의 새로운 수익원, 배팅 기능 플랫폼

영국의 소셜 게임업체 Betable이 최근 특정 게임의 결과에 배팅해 돈을 딸 수 있는 배팅 기능을 추가하도록 지원하는 개발자 프로그램을 출시. Betable은 자사의 배팅 플랫폼이 수익이 미미한 소셜 게임업체의 매출 증대에 보탬이 될 것이라고 전망

### ■ 영국 소셜 게임업체 Betable, 게임에 배팅 기능 추가하는 개발 플랫폼 공개

- ▶ 영국의 신생 소셜 게임업체 Betable이 특정 게임 내에 배팅 기능을 추가할 수 있는 비공개 베타 버전의 개발자 프로그램을 출시
  - Betable의 기능이 도입된 게임은 이용자가 게임의 승패에 배팅하고 돈을 딸 수 있는 기능을 제공하며, Betable은 주로 카지노 게임을 제공하는 업체들이 Betable 플랫폼을 우선 도입해 활용할 것으로 관측
  - Betable은 자사 플랫폼을 통해 유발된 매출의 일정 부분을 수수료로 부과할 방침
  - Betable은 올해 말까지 모든 개발자를 대상으로 개발자 프로그램을 공개할 계획이지만, 도박 면허(gambling license) 취득 문제로 인해 미국, 터키, 중국, 네덜란드, 한국 등 일부 국가에서는 한동안 Betable을 사용할 수 없을 것으로 예상

### ■ 소셜 게임업체 매출 증대에 기여, 사행성 조장 논란 해소가 관건

- ▶ Betable의 개발자 프로그램은 이용자 당 월평균 매출이 1달러 수준에 불과한 소셜 게임업체의 매출을 크게 증대시키는 데 보탬이 될 것으로 전망
  - Betable은 자사 플랫폼을 이용하는 게임 업체의 이용자 당 월평균 매출이 300달러까지 증가할 것으로 전망
  - Betable의 Christopher Griffin CEO는 "소셜 게임업체들은 단순히 막대한 이용자 기반만으로는 장기적인 수익을 건인할 수 없다는 사실을 인지하고 있다"며, "현재 소셜 게임업체는 막대한 이용자 기반을 활용한 새로운 수익 모색에 나서고 있는 실정"이라고 강조
- ▶ 그러나 Betable의 플랫폼은 일종의 도박 기능을 게임에 도입하는 것이므로, 판단력이 미숙한 어린 게임 이용자들의 사행성을 부추길 것이라는 우려가 확산되며 논란이 일고 있음
  - Betable은 다수의 인력 배치를 통해 특정 연령대 이하의 이용자들이 Betable 플랫폼과 연계된 게임을 이용할 수 없도록 감시할 것이라고 해명

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

## 통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 13 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (7. 8 ~ 7. 14)	독일 (7. 8 ~ 7. 14)	프랑스* (7. 8 ~ 7. 14)
1	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, SEGA)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
2	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)	Max Payne 3 (PC, Rockstar Games)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
4	The Amazing Spider Man (Xbox360, Activision Blizzard)	Die Sims 3: Diesel-Accessoires (PC, EA)	Skylanders – Pack de demarrage (Wii, Activision Blizzard)
5	Tom Clancy's Ghost Recon Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
6	Dead Island Goty Edition (Xbox360, Koch Media)	Assassin's Creed Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	
7	The Amazing Spider Man (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	
8	Lego Batman 2: DC Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros.)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	
9	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Wii, Warner Bros.)	Battlefield 3 (PC, EA)	
10	Call of Duty: Modern Warfare3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	
순위	스웨덴 (7. 8 ~ 7. 14)	이탈리아 (7. 8 ~ 7. 14)	네덜란드 (7. 8 ~ 7. 14)
1	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)
2	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Kirby's Adventure (Wii, Nintendo)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)
3	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
4	Lego Batman 2: DC Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros.)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Just Dance (Wii, Ubisoft)
5	FIFA 12 (Xbox360, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PC, EA)
6	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Wii, Warner Bros.)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
7	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Pokepark 2 Il Mondo dei Desideri (Wii, Nintendo)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
8	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
9	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Inazuma Eleven 2 Firestorm (DS, Nintendo)	Pro Cycling Manager 2012 (PC, Ubisoft)
10	Secret World The (PC, EA)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)

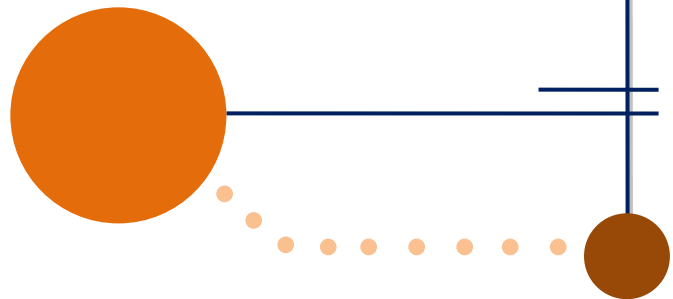
\*주 : 프랑스와 이탈리아의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



## 중남미 게임시장 동향

- 하드코어 소셜게임에 열광하는 브라질 게이머
- 우루과이의 모바일게임, 가능성 무궁무진
- 중남미의 유일한 멕시코 게임 박물관, 일시적 폐쇄
- 칠레 게임산업, 게이머가 게임 개발업자로 성장





## 하드코어 소셜게임에 열광하는 브라질 게이머

브라질에서 헤비 게이머를 타겟으로 한 하드코어 소셜게임 장르가 본격 확산되고 있는 가운데, 여성 게이머들을 중심으로 건설 시뮬레이션 장르의 인기도 동시에 증가하고 있는 것으로 조사

### ■ 브라질 하드코어 소셜 게임시장 ARPPU 급상승

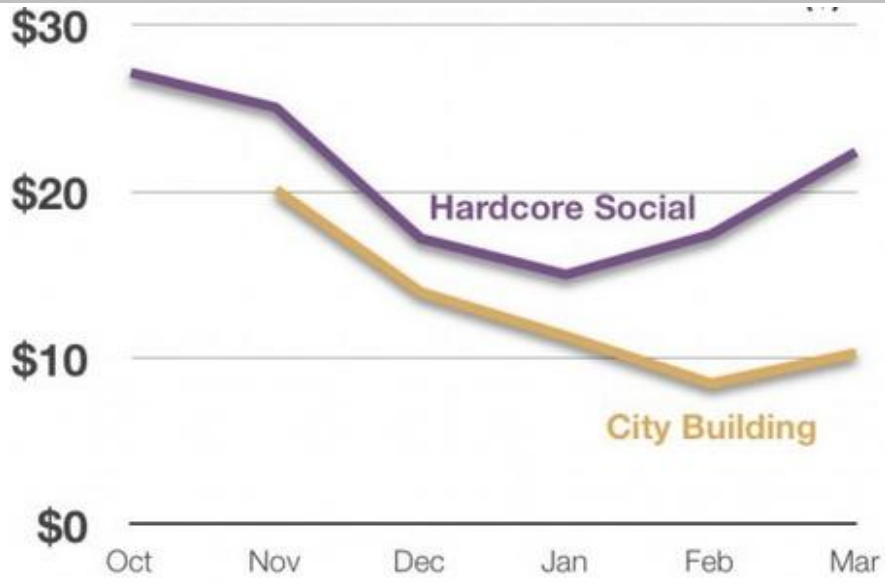
- ▶ 소셜게임 장르가 인기를 더해감에 따라 일반적인 캐주얼 소셜게임과 차별화된 콘텐츠로 무장한 하드코어 소셜게임이 소셜 게임시장 성장을 유지할 중요한 지표로 부상
  - 소셜게임 게이머 수가 폭발적으로 증가하면서, 게임업체들은 단순히 게이머 규모에 초점을 둔 게임 개발 보다는 특정 이용 집단, 즉 전통 게임시장의 주류 소비자인 헤비 게이머를 타겟으로 한 게임 개발에 주력
- ▶ 최근 <Kingdoms of Camelot>을 런칭한 게임 퍼블리셔 Kabam과 <Backyard Monsters>로 유명세를 떨치고 있는 퍼블리셔 Kixeye는 하드코어 소셜게임으로 선전하며 사업영역을 확장
  - 특히 브라질에서 하드코어 소셜게임이 인기를 얻고 있는데, 시장조사업체 Superdata가 2012년 5월에 발표한 "Hardcore Social Gamers Now Outspend Mainstream Gamers 2 to 1"\* 따르면, 지난 2월에서 3월 사이 하드코어 소셜 게임시장의 월간 유료게이머 평균매출(Average Revenue Per Paying User, 이하 ARPPU)은 17.41달러에서 22.36달러까지 상승한 것으로 집계
  - 하드코어 소셜 게임시장 월간 ARPPU는 향후 25~30달러 선까지 상승할 전망

\*주 : 2011년 10월부터 2012년 3월까지 100만 명 이상의 브라질 온라인게임 패널들을 대상으로 하드코어 소셜게임 지출 규모

- ▶ 한편, 브라질 소셜게이머들 사이에서는 건설 시뮬레이션 장르에 대한 지출 규모도 증가하고 있는데, 2월 기준 ARPPU가 8.47달러를 기록하며 하락세를 보였으나 이후 회복세를 나타내며 3월 기준 월간 ARPPU 10.29달러를 기록
  - 브라질 하드코어 소셜게이머의 평균 나이는 27세로, 86%가 남성, 14%가 여성으로 집계된 반면, 건설 시뮬레이션 장르 게이머의 평균 나이는 35세로, 80%가 여성, 20%는 남성으로 집계

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

그림 19 브라질 소셜게임 월간 ARPPU 현황 (단위: 달러)



[출처] Superdata

## 우루과이의 모바일게임, 가능성 무궁무진

우루과이 게임업체 Ironhide Games에서 제작한 <Kingdom Rush>가 Apple의 미국 App Store에서 최고 순위 판매 베스트 10을 기록. 이는 우루과이 모바일게임이 중남미 시장뿐만 아니라 전세계 시장에서도 성공할 수 있다는 가능성을 보여줌

### ■ 우루과이 게임업체, 모바일 게임시장에서 가능성 확인

- ▶ 우루과이 게임업체 Ironhide Games는 2011년 12월 모바일게임 <Kingdom Rush>를 최초로 출시한 이후, 2012년 2월 미국 App Store(iPhone 용) 유료게임 카테고리에서 2위를 기록
  - Ironhide Games에 따르면, <Kingdom Rush>는 모바일게임으로 출시되기 전 PC용 무료 웹게임으로 제작되어 전세계적으로 약 1억 2,500만 명이 이용
  - <Kingdom Rush>는 모바일게임으로 출시된 후, 미국 App Store에서 다운로드 10위, 캐나다 App Store에서 6위 기록하며, 높은 인기를 유지하고 있음
- ▶ Ironhide Games의 성공은 우루과이 게임업체도 글로벌 게임업체들과 경쟁할 수 있다는 것을 증명
  - 제작자 Alvaro Azofra는 CNN Español의 인터뷰를 통해 "우루과이 게임이 미국 모바일 게임시장에서 성공했다는 사실은 우루과이 뿐만 아니라 중남미 게임업체들에게 희망을 주고 있다"라고 밝힘
  - <Kingdom Rush>의 성공에 힘입어 콜롬비아의 게임업체 Brainz도 고퀄질 영상의 3D게임 <Vampire Season>을 미국 App Store에 출시

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

그림 20 우루과이 게임업체 Ironhide Games의 모바일게임 <Kingdom Rush>



[출처] Ironhide Games

## 중남미의 유일한 멕시코 게임 박물관, 일시적 폐쇄

게임산업의 중요한 유물로 여겨져 왔던 콘솔게임 120가지 이상을 수집해 놓은 중남미의 유일한 멕시코 게임 박물관 'Museo del Videojuego'가 운영비용 부족과 멕시코 정부의 무관심으로 인해 일시적으로 폐쇄

### ■ 중남미 유일한 게임 박물관, 'Museo del Videojuego' 일시 폐쇄

- ▶ 멕시코의 게임 박물관 'Museo del Videojuego'가 폐쇄됨에 따라, 멕시코 게임관련 업계들은 게임에 대한 부정적 시각이 만연한 멕시코 정부를 비판
  - 게임 박물관 'Museo del Videojuego'는 매달 10만 명 이상의 방문자가 이용하고 있으나, 멕시코 정부가 운영방침에 대해 비협조적인 입장을 취함에 따라 자금 부족으로 폐쇄
  - 이에 게임 박물관을 창안한 Fernando Castro가 정부 당국에 항소하였지만, 멕시코 정부는 박물관 관련 개발안에 대해 무관심으로 대처
  - Fernando Castro 는 "우리 목표 중 하나는 전세계 각지에서 인간 역사 중 가치 있는 한 문화영역으로 자리 잡은 게임세계에 대한 사회적 인식을 이루는 것이다"라며 "그러나 유감스럽게도 멕시코 정부는 이러한 게임 역사에 관심이 없는 듯 보인다"라고 멕시코 정부를 비판
- ▶ 'Museo del Videojuego', 게임산업의 발전을 위해서 꼭 필요한 박물관
  - 콘솔게임 제작자인 미야모토 시게루에 의해 창안된 '닌텐도64'를 포함한 수십 개의 콘솔과 천여 개 이상의 게임 관련 기사들은 보관되고 있음.
  - Fernando Castro는 멕시코 게임산업을 위해서는 'Museo del Videojuego'가 계속 운영되어야 한다고 주장

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

그림 21 멕시코 게임 박물관 'Museo del Videojuego' 폐쇄 전 내부 모습



[출처] HoyEstado

## 칠레 게임산업, 게이머가 게임 개발업자로 성장

칠레 Coquimbo 대학교 컴퓨터 전공자 Carlos와 Jorge Araya가 게임업체 Tucotuk Studio를 설립. 이와 같은 현상은 칠레 1세대 게이머들이 게임 개발자로 성장함에 따라 칠레 게임산업에서 세대교체가 발생하고 있다는 사실을 의미

### ■ 게임 1세대의 영향을 받으며 성장한 칠레 게이머, 게임업체를 직접 설립

- ▶ 최근 들어 칠레 게임산업에서는 2000년대 게임을 즐긴 게이머들이 대학에서 게임관련 전공을 졸업해 게임업체를 설립하는 사례가 많아지고 있음
  - 26세, 21세의 Carlos와 Jorge Araya 형제는 칠레 Coquimbo 대학 컴퓨터 공학을 졸업해 모바일 게임업체 Tucotuk Studio를 설립
  - 형제는 어렸을 때 즐겨했던 Atari와 슈퍼 닌텐도의 영향을 받아 모바일 게임업체를 설립
- ▶ Tucotuk Studio, PC게임 <Happy Herd: Pirate Adventure>의 성공으로 후속작 출시
  - Tucotuk Studio는 초기 PC게임을 개발했지만, 중남미에서 모바일 게임시장이 성장하자 후속작으로 모바일게임 <Happy Herd: Balloons>를 개발
  - Tucotuk Studio의 Jorge Araya CEO는 "<Angry Birds>를 제작한 Rovio를 벤치마킹하고 있지만, 아직은 그 성공에 다가가기에 많은 것이 부족한 현실이다"라며, "Tucotuk Studio는 칠레 게임시장을 넘어 글로벌 게임시장으로 진출할 것"이라고 언급

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

그림 22 칠레 대학생이 설립한 Tucotuk Studio의 <Happy Herd> 시리즈

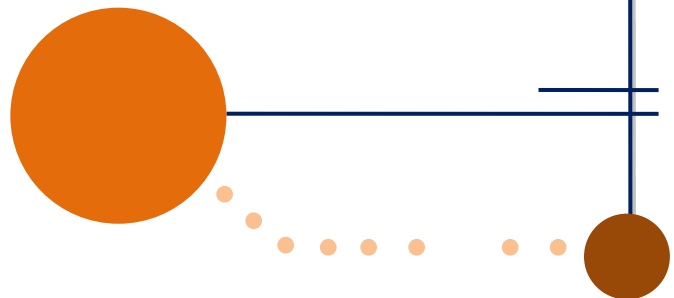


[출처] Tucotuk Studio



## 국내 게임시장 동향

- 모바일게임과 네트워크의 결합, "실시간 네트워크 게임"
- 국내 소셜 게임업체, 한국을 넘어 일본 진출
- 게임업계에 불고 있는 조직개편 바람
- 장애학생을 위한 e스포츠 대회, '전국장애학생 e스포츠대회'
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



## 모바일게임과 네트워크의 결합, "실시간 네트워크 게임"

모바일게임이 네트워크와 결합하여 실시간 네트워크 게임으로 진화. 모바일게임 개발 업체들이 네트워크 게임을 출시하면서 싱글플레이 위주의 모바일게임이 경쟁, 협동 등 커뮤니티 중심의 실시간 게임으로 탈바꿈

### ■ 모바일게임, 네트워크와 결합하여 폭발적인 성장

- ▶ 모바일 게임업체들은 스마트폰이 대중화됨에 따라 싱글플레이 위주의 패키지성 모바일게임에서, 네트워크를 적극적으로 활용한 모바일 네트워크 게임을 출시하고 있음
  - 새로운 게임플랫폼으로 각광받으며 가파른 성장세를 보이고 있는 스마트폰 게임시장에 실시간 네트워크 게임이 등장함에 따라 모바일 게임시장은 더욱 폭발적으로 성장
  - 특히 소셜게임의 유행을 필두로 유저들은 패키지 게임에서 눈을 돌리기 시작했고, 그 결과 최근 스마트폰 게임 시장에서는 모바일과 네트워크가 결합된 모바일 소셜게임이 다수 등장
  - 현재 인기를 모으고 있는 모바일용 턴제 전략게임, TCG, 스포츠, 대전 액션게임 등도 네트워크를 사용하여 실시간 네트워크 게임으로 진화

### ■ 모바일 네트워크 게임, 다양한 장르로 출시

- ▶ 모바일 네트워크 게임은 FPS, RTS 등 PC 못지않은 다양한 장르로 출시되고 있지만 대세를 이루고 있는 장르는 모바일 소셜게임, 대전게임, 전략게임 등이 있음
  - 해당 장르는 간단한 조작방식으로 즐길 수 있어 PC에 비해 조작이 한정적인 스마트폰에 알맞으며 기기 성능 향상과 함께 화려한 그래픽 효과가 더해져 유저들에게 큰 인기
  - 특히 대전 액션게임과 TCG는 최근 새롭게 각광받고 있는 장르로, 대전게임과 TCG는 짧은 플레이타임으로 무선 통신 환경에서도 안정적인 점과 대전을 통한 긴장감 있는 플레이를 즐길 수 있는 것이 인기 요인
- ▶ PC용 온라인게임과는 차별화된 재미요소가 첨가된 것도 모바일 네트워크 게임의 매력
  - 게임업체들은 모바일 네트워크 게임에 캐릭터 성장 요소를 탑재하고 유저들이 어디서나 자신의 캐릭터를 키우고 싶도록 시스템을 조정하고 있으며 불안정한 네트워크 환경을 감안해 싱글플레이 공간에서 성장시킨 캐릭터를 실시간 네트워크 존에서 대전할 수 있게 하는 등 다양한 아이디어로 제작
  - 또 터치스크린과 중력 센서를 활용한 디테일한 조작을 가능토록 해 슬라이드, 스와이프 등 조작법으로 그리기, 연속 잇기, 굽기 등 보다 체감적이고 새로운 방식을 잇따라 접목시키며 PC와는 다른 재미를 느끼도록 하고 있음

표 14 컴투스와 게임빌의 모바일 네트워크 게임 현황

퍼블리셔	게임명	장르
컴투스	아이모:월드오브매직	MMORPG
	던전판타지온라인	MMORPG
	홈런배틀	액션
	몽키배틀	액션
	타이니팜	소셜게임
	더비데이즈	소셜게임
	리틀위자드	소셜게임(RPG, 시뮬레이션 조합)
	코스믹킹덤	시뮬레이션
게임빌	2012슈퍼사커	스포츠
	피싱마스터	스포츠
	파이터시티	액션
	프리킥배틀	스포츠
	라스트워	아케이드
	판타지워	MMORPG
	듀얼오브페이트	TCG

[출처] 언론 보도자료



## 국내 소셜 게임업체, 한국을 넘어 일본 진출

국내 소셜 게임업체들이 일본 시장 진출을 적극적으로 진행. 국내 소셜 게임시장의 매출 하락과 이용자 감소가 나타나자 국내 게임업체들은 이 같은 현상을 타개하기 위한 돌파구로 일본 시장 진출을 선택

### ■ 국내 소셜 게임업체들이 일본 시장으로 진출한 이유

- ▶ 국내 소셜 게임업체들이 국내 소셜 게임시장의 불황을 극복하기 위해 일본 게임시장 진출을 시도
  - 2011년 이후 국내 PC 기반 소셜게임의 매출 하락과 이용자 감소가 지속적으로 나타나고 있으며, 그 결과 지금까지 국내 PC 기반 소셜게임을 이끌던 네이트 앱스토어는 매출과 이용률이 눈에 띄게 감소
  - 하루 이용자 20만명을 기록하기도 했던 인기 소셜게임들은 이제는 10만명을 넘기기가 쉽지않게 됐으며, 매출은 절반 이상 감소
  - 소셜 게임업체들이 일본 시장의 문을 두드리는 것은 어찌보면 이같은 현상을 타개하기 위한 돌파구이자 자구책
  - 국내 소셜게임 관계자는 "대부분의 소셜 게임업체들이 일본 진출을 서두르고 있는 것은 그만큼 국내 시장 상황이 좋지 않고 절박하다는 것을 의미하는 것"이라고 언급

### ■ 일본 모바일 소셜 게임시장, 성공할 수 있는 최적의 환경

- ▶ 일본 모바일 소셜게임은 성공할 수 있는 최적의 환경을 갖추고 있다는 평을 듣고 있으며, 국내 업체들이 일본으로 눈을 돌리고 있는 것은 바로 이 때문
  - 일본 게임시장에 진출한 모야소프트는 "일본은 원래 피쳐폰 시장이 중심이 이뤘지만 최근 들어 스마트폰의 가입률이 급격하게 늘어나고 있다"며 "일본에서 인기를 모으는 게임 중에서 카드를 가지고 게임을 하는 작품들이 많은 것 같다"고 언급
- ▶ 그러나 국내에서 인기를 모은 소셜게임 중 일본 시장에서 성공한 게임은 극히 드물어, 성공적인 일본 시장 진출을 위해서는 사전 준비작업 등 현지화에 신경을 써야 함
  - JCE는 2012년 6월 19일 넥슨 일본 법인과 손잡고 <롤더스카이>를 일본 이름으로 각색하는 현지화 과정을 거친 후 일본에서 서비스를 시작
  - 모야소프트도 현지화를 위해 신중한 접근을 타진 중에 있으며, 파티스튜디오도 여름방학 전 시스템을 완료하여 서비스에 들어간다는 방침

## 게임업계에 불고 있는 조직개편 바람

국내 상위 게임업체 대부분이 인력 운영의 효율화, 주요 주주변경, 해외 사업 등의 이유를 내세워 체질개선에 나섬. 수익성 위주의 조직 개편을 통해 정부 규제와 내수 시장 포화 등의 부정적 기류를 정면으로 돌파하겠다는 국내 게임업계의 의지가 반영

### ■ 조직개편과 구조조정을 선택한 NC소프트와 NHN

- ▶ NHN 한게임은 온라인게임본부와 S게임본부(스마트폰게임 사업본부) 통합을 골자로 하는 조직 개편을 7월 2일 단행
  - 이번 조직개편은 수익성 위주의 시장 공략 및 해외시장 개척이라는 사업전략에 맞춰 이뤄짐
  - 이에 따라 온라인게임본부와 S게임본부는 '게임본부'로 합쳐졌고, 신임 이은상 대표가 게임본부와 소셜게임 등을 직접 관리
- ▶ NC소프트는 김택진 대표의 지분매각과 동시에 모바일, 음악 서비스, 캐주얼 부문 등을 축소하는 구조조정을 진행 중
  - 핵심 부서에 역량을 집중하면서 '작고 강하고 알찬 조직'을 구성하기 위해 구조조정을 실시
  - NC소프트는 최근 세계 경제 위축 파고가 게임과 인터넷 분야에도 미치고 있다고 보고 선택과 집중을 통해 조직 운영상의 비효율을 과감하게 제거

### ■ 실무책임자를 대표이사로 선임한 웹젠

- ▶ 웹젠은 6월 21일 이사회를 거쳐 신임 대표이사로 김태영 전임 COO를 선임하면서, 조직개편을 단행
  - 김태영 신임 대표이사는 NHN과 NHN게임스 전략기획업무, 웹젠에서는 해외사업총괄, COO를 거쳐 CEO에 선임된 실무형 임원
  - 웹젠은 이번 대표이사 변경과 함께 개발부서를 제외한 사업부문을 국내사업실과 해외사업실로 양분하는 조직 개편도 진행
  - 웹젠은 두 개 실의 권한을 강화하고 전문 인력을 배치해 하반기 첫 테스트를 시작하는 <아크로드2>와 개발중인 <듀2> 준비에 집중할 계획이며, 게임 타이틀의 해외 진출 시장 확대를 위한 B2B 활동을 전개해 갈 계획

## 장애학생을 위한 e스포츠 대회, '전국장애학생 e스포츠대회'

한국콘텐츠진흥원은 국립특수교육원, CJ E&M 넷마블과 공동 주최하고, 문화체육관광부와 교육과학기술부가 후원하는 '제8회 전국장애학생 e스포츠대회' 특수학급부문 예선전을 진행

### ■ '제8회 전국장애학생 e스포츠대회', 온라인 예선전 진행

- ▶ 2012년 6월 18일부터 10일간에 걸쳐 온라인으로 진행된 '제8회 전국장애학생 e스포츠대회' 특수학급 부문 예선전에는 전국 16개 시도교육청 산하 특수학급에서 장애학생 277명과 비장애 학생 65명이 온라인 예선에 참가
  - 온라인 예선종목은 온라인 야구게임 <마구마구>와 퍼즐 두뇌게임 <사천성>, <오목>, <카트라이더> 4종목이며, 게임 특성에 따라 개인전과 팀전으로 나뉘 펼쳐짐
  - <마구마구>와 <카트라이더>는 장애학생과 비장애 학생이 함께 팀을 이뤄 진행되는 종목이며, <사천성>은 장애학생과 학부모가 함께하는 종목으로 게임을 통해 서로에 대한 공감대를 형성
  - 이번 대회의 본선전은 서울교육문화회관에서 9월 4일부터 5일까지 양일간 진행 될 예정이며, 지역 온라인 예선을 통과한 특수학급학생 120명과 지역별 자체 예선전을 통과한 특수학교 대표 150여개 팀 250여명이 출전

### ■ '전국장애학생 e스포츠대회', 장애 학생들과 비장애 학생들 간의 소통의 장

- ▶ 한국콘텐츠진흥원은 "장애 학생들이 e스포츠를 통해 친구, 부모, 교사 등과 친밀해지고 사회성을 함양할 수 있었다"며, "게임 과몰입 문제가 사회적 문제로 대두되고 있는 상황에서 게임의 순기능에 대한 사회적 관심을 제고할 수 있는 좋은 사례를 만들어준 점에 매우 감사하며 올해 본선 대회도 성공적으로 개최될 수 있도록 적극 노력하겠다"고 언급
  - CJ E&M 넷마블 담당자는 "이번 대회가 장애 학생들과 비장애 학생들이 게임을 통해 서로에 대한 이해를 도모하고 소통 할 수 있는 계기가 될 수 있도록 노력하겠다"며, "앞으로 이러한 다양한 기능을 갖춘 양질의 게임을 개발해 장애에 대한 사회적 인식이 개선될 수 있도록 적극 지원하겠다"고 언급
  - '전국장애학생 e스포츠대회'는 온라인게임의 순기능을 제대로 보여주는 행사로서 장애 학생의 정보화 능력 신장을 통한 정보격차 해소와 건전한 여가문화 개발을 통한 삶의 질을 높이는 목적으로 2005년부터 매년 실시

## 통계 국내 온라인게임 순위

표 15 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (7. 16 ~ 7. 22)	게임메카 (7. 18 ~ 7. 24)	인벤 (7. 16 ~ 7. 22)
1	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
2	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
3	디아블로3 (블리자드코리아)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
4	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
5	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
6	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
7	메이플스토리 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
8	스타크래프트 (블리자드코리아)	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	카트라이더 2.0 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
10	던전앤파이터 (넥슨)	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)
순위	게임노트 (7. 16 ~ 7. 22)	게임조선 (7. 17 ~ 7. 23)	게임리포트 (7. 22)
1	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
2	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
3	디아블로3 (블리자드코리아)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	디아블로3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	메이플스토리 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
7	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	스타크래프트 (블리자드코리아)
8	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)
9	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)	워크래프트3 (블리자드코리아)
10	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)	던전앤파이터 (넥슨)

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

## 통계 국내 모바일게임 순위

표 16 국내 모바일게임 순위(2012. 7. 23 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	다크나이트라이즈 (Gameloft)	몬스터워로드 (게임빌)	FIFA12 by EA Sports (EA)	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	팔라독 (리얼네트웍스)	포트리스2 레드 (CCR)
2	Generation of Chaos (조이모아)	앵그리닌자 (모바일엔터테인먼트)	팔라독 (리얼네트웍스)	2012프로야구KBO (게임빌)	SBS포트리스4 (소프트젠)	Angry Birds Seasons (LG CNC)
3	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	카트라이더 러쉬+ (넥슨)	아스팔트6플러스 (Gameloft)	플레이베이스볼2012 (플레이빈)	스타일리스프린트 (픽토소프트)	Angry Birds (LG CNC)
4	강철손의늑사냥행4 (모리소프트)	가자 신대륙 (크레이지피쉬)	러브메모리즈 (레더빌소프트)	카트라이더러쉬 (넥슨)	미니게임천국5 (컴투스)	2012프로야구 (게임빌)
5	드래곤나이트4 Plus (피엔제이)	틀린그림찾기HD (디지털프로그)	메이플스토리 Live (넥슨)	나가는길찾기4 (바라웍스소프트)	리듬액션 CrazyRian (블루페퍼)	제노니아4 (게임빌)
6	팔라독 (리얼네트웍스)	섹시AV포커 (디지털프로그)	와쳐IF3 (나오엔터테인먼트)	벽돌깨기 (페일블루닷스튜디오)	액션퍼즐패밀리4 (컴투스)	Freestyle2 Anywhere (제이씨엔터테인먼트)
7	Winning Eleven 2012 (조이모아)	두근두근 파티걸즈 (엔타즈)	이노티아4Plus (컴투스)	드래곤킹덤 (Vivagame)	테라2-운명의회랑 (피엔제이)	레이디버그 (문동수)
8	몬스터워로드 PLUS (게임빌)	피망 맞고 (네오위즈인터넷)	삼국지무쌍전 (플레이빈)	버블비행기 (이모티콘)	2011프로야구 (게임빌)	크아비엔비2011 (넥슨모바일)
9	메이플스토리 Live (넥슨)	레전드오브마스터3 (케이넷피)	닌하어로드펜스 (리얼네트웍스)	탐걸 (게임빌)	네아키드강오리지널 (엑트온)	2011슈퍼사커 (게임빌)
10	FIFA12 by EA Sports (EA)	짱구는못말려 (미스터게임즈)	엘티미스파이더맨 (Gameloft)	짱구는못말려 (미스터게임즈)	틀린그림찾기HD (피엔제이)	에르엘 워저 (게임빌)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	Fieldrunners 2 (Subatomic Studios)	2012프로야구KBO (게임빌)	아스팔트6:드레날린 (Gameloft)	카트라이더 러쉬+ (넥슨)
2	The King of Fighters 1008 (SNK Playmore)	패션시티 (NHN)	팔라독 (FAZECAT)	짱구는못말려 (미스터게임즈)
3	다크나이트라이즈 (Gameloft)	손맛남시랑 (Nowgames)	Where's My Water? (Disney)	스타일리스프린트 (픽토소프트)
4	아스팔트7:히트 (Gameloft)	루미퍼즐 Lite (Sciencix)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Temple Run (Imag)
5	마스터오브던전 (플레이빈)	카툰디펜스퍼펙트우즈 (KTH)	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	몽키배틀 (컴투스)
6	팔라독 (FAZECAT)	좀비드라이브 (Glu Mobile)	Amazing Alex (Rovio)	100 Floors (Tobi Apps)
7	Babel Rising 3D (Ubisoft)	미쉬를 잡아라! (Devisters)	Temple Run: Brave (Disney)	바보 테스트 (BBM)
8	Angry Birds Space (Rovio)	Flick Kick Football (Prodigy Design)	Winning Eleven 2012 (조이모아)	타이니팜 (컴투스)
9	쿠키요미 (aSolution)	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	Where's My Perry? (Disney)	Coin Dozer (Game Circus)
10	리디치펜스 (Jellycasis)	보글보글 (TeamLava)	FIFA12 by EA Sports (EA)	사무라이 vs 좀비 (Glu Mobile)

\*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 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](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.