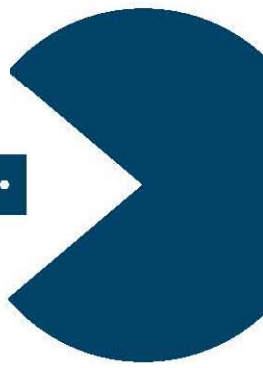
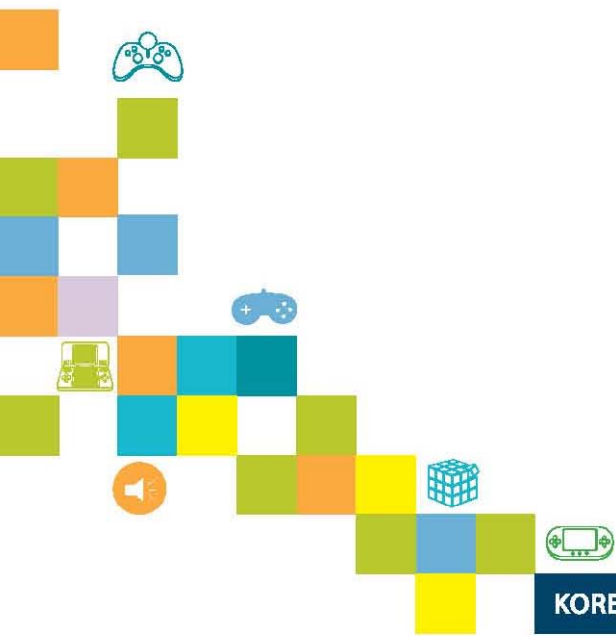
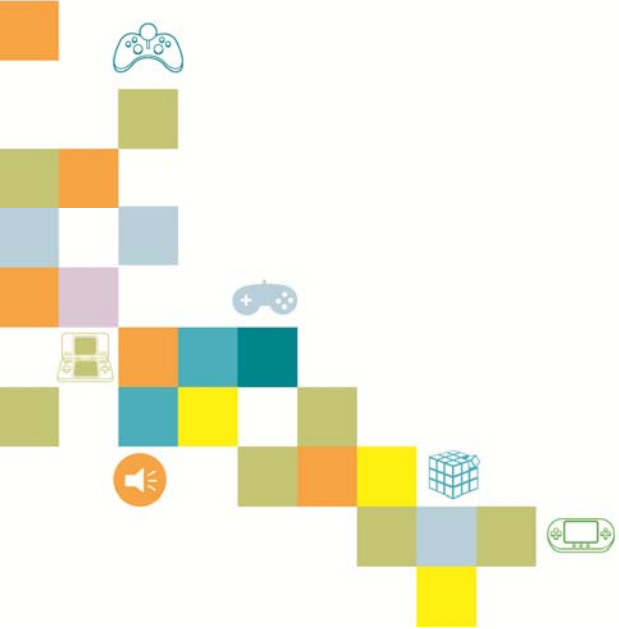


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 8월 제1호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 2012년 글로벌 게임시장 규모 820억 달러 전망
- 멀티플랫폼, 게임산업의 새로운 트렌드로 부상
- 디지털 모바일 게임 시대, '미드코어 게임'에 주목
- <League of Legends>, 최다 게임 플레이시간 기록
- Android 기반 콘솔 게임기 Ouya, 2013년 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 11

- 2012년 6월 미국 게임시장 기상도 '흐림'
- 미국 게이머, 디지털 방식의 게임 구매 선호
- Amazon, 모바일게임 플랫폼 'GameCircle' 공개
- 게임과 영화가 융합된 멀티플랫폼 IP 'Brave'
- Zynga, 사회 공헌 소셜게임 제작
- **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

- 2012년 중국 모바일게임 이용자 1억 9,200만 명
- CNNIC: 중국 온라인게임 이용자 3억 3,100만 명
- 급성장세의 중국 웹게임 시장, 향후 경쟁의 초점은 명품화
- 단명하는 소셜게임, 개발사의 돌파구는 고객 세분화
- China Telecom, 10월에 클라우드 게임 서비스 실시
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼 게임 순위

일본 게임시장 동향..... 30

- 2011년 일본 모바일 콘텐츠 시장규모 1조 9,061억 엔
- 일본 게임시장, 스마트폰 게이머 큰 폭으로 증가
- 일본 미성년자, 스마트폰 콘텐츠 중 게임 가장 선호
- GREE, 캐나다 자회사 설립 통해 게임 개발 운영 강화
- 게임화의 핵심, '측정하기'와 '경쟁적 요소'의 완급 조절
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 39

- 호주 모바일 게임업계, 동남아시아 시장 진출 모색
- 게임 <Soul Captor> 오픈 베타 게임 서비스 개시
- 인도네시아 Qeon Interactive, Bouncity 인수

5. 유럽 게임시장 동향..... 45

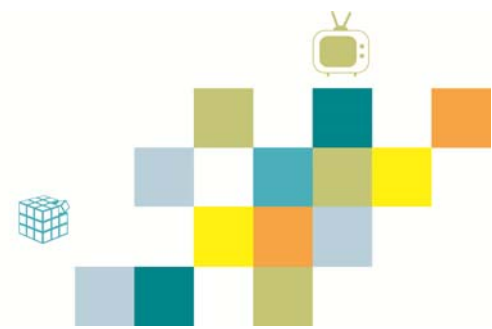
- UKIE, 신생 게임업체 육성 위한 3가지 신규전략 발표
- 2012 폴란드 게임시장, 약 4억 달러 규모에 이를 듯
- 클라우드 게임 업체 OnLive, 벨기에 진출
- 유럽 선두 게임업체 Bigpoint, 모바일게임 사업 철수
- 스페인 소셜 게임업체 Social Point, 모바일로 플랫폼 확장
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 55

- 우루과이, 글로벌 게임산업을 향한 도약 시도
- 브라질 모바일 게임시장이 성장할 수 있는 4가지 이유
- 아르헨티나 게임업체, "게임은 문화적 표현이다"
- 브라질 게임행사 'Brasil Game Show 2012'

7. 국내 게임시장 동향..... 61

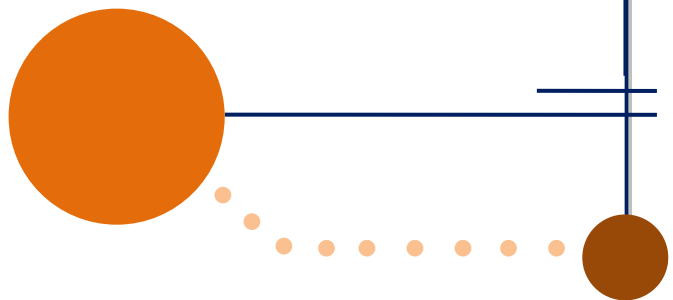
- 국내 모바일 게임시장, 플랫폼 경쟁 가속화
- '한국형 캐릭터', 게임 성공의 새로운 공식
- 국내 통신사업자, 클라우드 게임으로 게임시장 진출
- 국제 e스포츠 행사 'IEF 2012' 출범
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 2017년 글로벌 게임시장 규모 820억 달러 전망
- 멀티플랫폼, 게임산업의 새로운 트렌드로 부상
- 디지털 모바일 게임 시대, '미드코어 게임'에 주목
- <League of Legends>, 최다 게임 플레이시간 기록
- Android 기반 콘솔 게임기 Ouya, 2013년 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



2017년 글로벌 게임시장 규모 820억 달러 전망

시장조사기관 DFC Intelligence는 글로벌 게임시장 규모가 2012년 670억 달러에서 2017년 820억 달러 수준까지 성장할 것으로 전망. 플랫폼별로는 콘솔게임은 하락세, 온라인게임은 상승세를 유지하며 2017년까지 350억 달러 규모로 성장

■ 글로벌 게임시장, 2012년 670억 달러에서 2017년 820억 달러로 성장

- ▶ 시장조사기관 DFC Intelligence가 2012년 7월 발간한 보고서 "Worldwide Market Forecasts for the Video Game and Interactive Entertainment Industry"에 따르면, 글로벌 게임시장 규모는 2012년 670억 달러에서 2017년 820억 달러 수준으로 성장
 - DFC Intelligence는 콘솔게임, PC게임, 온라인게임, 모바일게임 등 모든 게임 플랫폼의 HW 매출액과 SW 매출액을 합한 글로벌 게임시장 규모를 산출
- ▶ 향후 콘솔게임 부문의 매출은 큰 폭의 감소세를 나타낼 것으로 예상되지만, PC게임과 모바일게임은 지속적 성장 전망
 - DFC Intelligence의 David Cole 애널리스트는 "Nintendo, MS, Sony의 신규 콘솔게임이 2014년에서 2015년 사이 콘솔 게임시장 성장에 새로운 모멘텀을 제공할 것으로 기대되지만, 2012년 이후 콘솔게임 판매량은 큰 폭으로 감소할 것"으로 전망
 - PC게임 매출은 지속적으로 증가해 2012년 200억 달러에서 2017년 250억 달러를 넘어설 것으로 전망되는 한편, 모바일게임이 휴대용 게임부문 매출 성장을 견인할 것으로 관측
 - David Cole은 "미국에서는 온라인게임과 모바일게임이 상대적으로 약세를 나타내고 있지만, 글로벌 게임시장 전반에서 유일하게 성장세를 보이고 있는 부문은 온라인게임과 모바일게임 뿐"이라고 언급
- ▶ 한편, DFC Intelligence의 2012년 7월 발표한 글로벌 온라인게임 시장조사보고서 "Online Game Market Forecast"에 따르면, 전세계 온라인 게임시장 규모는 2011년 190억 달러에서 2017년 350억 달러 수준으로 성장
 - DFC Intelligence는 온라인게임의 가장 큰 성장동인으로 온라인 유통 및 이용 비즈니스 모델에 주목하며, 점점 과거 오프라인 소매점에서의 콘솔게임 하드웨어 및 소프트웨어 구입 행태들이 사라지게 될 것이라고 예측
 - David Cole은 "2017년까지 콘솔게임 매출의 39%가 온라인 유통과 온라인 판매수익을 통해 발생할 것"이라고 언급

 www.forbes.com

멀티플랫폼, 게임산업의 새로운 트렌드로 부상

소셜 게임업체 Zynga가 HTML5 기반의 멀티 OS 전략을 발표하며 Facebook 의존적 사업 구조에서 벗어나려는 시도를 더욱 구체화함. EA도 HTML5 기반 게임 <Strike Force>를 출시하면서, 게임산업에서 '멀티플랫폼'이 새로운 트렌드를 형성

■ Zynga, HTML5 기반 멀티플랫폼 전략 통한 '탈 Facebook' 전략 구체화

- ▶ 소셜 게임업체 Zynga가 다양한 운영체제와 게임포털에서 Zynga의 게임을 이용할 수 있도록 HTML5 기반의 멀티 OS 전략을 발표
 - 게이머들은 기존 Facebook뿐만 아니라 Android 및 iOS 기반 모바일 단말을 비롯해 Google+ 등 타 SNS, 웹사이트 등에서 Zynga의 게임을 즐길 수 있게 됨
- ▶ Zynga의 멀티플랫폼 전략은 Facebook에 크게 의존하고 있는 현재의 매출 구조를 다변화하고자 하는 의도가 담겨 있으며, 특히 Google의 소셜 네트워크 서비스에서의 입지 강화에 초점이 맞춰져 있음
 - Zynga는 게임 개발자들에게 Zynga의 멀티플랫폼 상에서 제공될 게임 개발을 지원하는 신규 API를 공개
- ▶ Zynga가 2012년 1/4분기 총 매출의 15%를 담당하고 있는 Facebook으로서는 이 같은 Zynga의 '탈 Facebook' 전략이 위기 요소로 작용
 - 그러나 Facebook도 HTML5 기반 게임 확산에 따른 모바일 게임시장에서의 가능성에 주목하고 있으며, 이를 통해 특정 모바일 OS 운영체제에 사업 구조가 종속되는 취약성을 해소시킬 수 있을 전망

■ EA, HTML5 기반 3D 멀티플레이 게임 <Strike Force>로 멀티플랫폼 역량 강화

- ▶ 모바일 게임시장에서 호조를 보이고 있는 EA 역시 HTML5 기반 멀티플레이 게임 <Strike Force>를 통해 멀티플랫폼 시장 공략에 나서고 있음
 - 소셜 게임업체 Ngmoco의 Ben Cousins CEO는 모바일게임이 콘솔게임을 압도할 만큼의 잠재력을 가졌으며, 콘솔 게임시장은 점점 더 축소되는 상황까지 이르게 될 것이라고 예측
 - <Strike Force>는 스마트폰은 물론 태블릿 PC와 휴대용 게임콘솔 등 다양한 게임 단말을 보유한 게이머들이 게임 플랫폼에 관계없이 서로 멀티플레이 게임을 즐길 수 있으며, 신규 웹 표준 HTML5를 채택함으로써 개발 비용 절감 효과도 꾀함
 - EA의 Richard Hilleman 크리에이티브 디렉터는 언론과의 인터뷰를 통해 "HTML5 게임은 콘솔게임 제품과 비슷한 수준의 콘텐츠를 제작하는데 요구되는 비용이 콘솔게임에 비해 매우 저렴하다"며, "특히 클라우드 기반 콘텐츠로

구성된 <Strike Force>는 기존 HTML5 게임과는 비교할 수 없을 정도로 매우 정교하고 복잡하다"고 설명

- ▶ <Strike Force>는 현재 Google의 Chrome 브라우저 및 Android 4.0 운영체제 기반의 단말기에서만 서비스되고 있지만, EA는 지원 게임 플랫폼을 지속적으로 확대해 나갈 계획
 - EA의 멀티플랫폼 전략은 부분유료화 게임 확산 트렌드와 연계될 경우 더욱 강화될 전망

 www.rethink-wireless.com

그림 1 EA의 HTML5 기반 멀티플랫폼 게임 <Strike Force>



[출처] EA

디지털 모바일게임 시대, '미드코어' 게임에 주목

하드코어 게임의 몰입적 게임 경험과 캐주얼 게임들의 친밀감과 간편함을 함께 갖춘 '미드코어(Mid-Core) 게임'이 모바일 게임시장에서 성장의 기회를 맞았으며, 미국과 유럽의 미드코어 게임시장 또한 260억 달러 규모로 성장

■ 디지털 모바일게임 시대, '미드코어(Mid-Core)게임'에 주목해야

- ▶ 시장조사기관 Newzoo의 Peter Warman CEO는 게임 마케팅 뉴스 미디어 [a]listdaily에 실린 기고문을 통해 고사 직전이었던 '미드코어(Mid-Core) 게임'이 디지털 모바일게임 플랫폼에서 새로운 기회를 맞이하고 있다고 주장
 - Warman에 따르면, 과거 '미드코어(Mid-Core)'게임들은 하드코어 게임 위주의 블록버스터 게임만큼의 개발 비용도 투입되지 않는데다, 인지도 또한 매우 낮았던 대신 틈새시장 공략을 통해 일정 수준의 수익이 발생
 - 하지만 모바일-캐주얼 게임시장이 확대되고 PC 및 콘솔 플랫폼 기반 게임시장이 흥행을 보장하는 일부 장르의 몇몇 블록버스터 게임으로 축소되면서, 많은 게임 개발업체들은 상대적으로 성공이 보장되지 않는 미드코어 게임 개발을 중단
- ▶ 디지털 모바일게임 플랫폼에서 주류를 이루고 있는 모바일-캐주얼 게임들이 하드코어와 미드코어 게임 수요를 흡수한 것은 사실이나, 동시에 미드코어 게임이 성장할 수 있는 토양을 제공
 - Warman은 "모바일게임 플랫폼에서의 미드코어 게임은 모바일-소셜 플랫폼을 기반으로 하는 캐주얼 게임들과 PC 및 콘솔 기반의 하드코어 MMO 및 패키지 게임들의 중간에 위치하고 있다"며, "과거와 달리 미드코어 게임만의 수요층이 분명히 존재한다"고 주장
 - Warman은 이어 "이는 직관적인 조작과 터치 스크린 기반의 게임 환경에 적합한 게임 경험을 요구하는 모바일 게임 플랫폼의 특성 때문"이라며, "과거 콘솔과 PC 플랫폼에서 하드코어 게임으로 인식되던 게임이라 할지라도 모바일게임으로 이식될 경우, 캐주얼 게임 플레이 특성을 갖춰야만 한다"고 지적
 - 이와 관련 Warman은 "콘솔과 PC 환경에서 하드코어 게임 타이틀로 여겨졌던 <Grand Theft Auto III>가 iPad로 이식되면서 일종의 미드코어 게임으로 간주될 수 있다"고 주장
- ▶ 디지털 모바일게임 플랫폼에서 미드코어 게임은 캐주얼 게임보다 더 많은 몰입감을 제공
 - 미드코어 게임은 하드코어 게임과는 달리 게임을 즐기기 위해 필요한 기술이나 게임 방법 등을 익히는데 많은 시간을 필요로 하지 않으며, 게임 스토리 진행에 필요한 시간 또한 길지 않음
 - 즉 모바일 미드코어 게이머들은 느린 게임 진행 속도나 어려운 게임 난이도를 원치 않는데, 이는 설사 MMO

게임이라 할지라도 만족할만한 게임 경험을 위해 캐릭터 육성에 많은 시간을 요구해서는 안됨

*주 : 시장조사기관 Newzoo가 언급한 미드코어 게임은 캐주얼 게임처럼 간편한 UI를 기반으로 하고 있으나, 하드코어 게임과 같은 난이도와 플레이 시간을 가진 게임. RPG장르의 모바일게임이 대표적인 경우

■ iPhone 및 iPad 게임의 과반수가 미드코어 게임

- ▶ Newzoo가 2012년 4월과 5월의 매출 순위 20위까지 iOS 게임들을 대상으로 조사한 바에 따르면, iPad 게임들 중 45%, iPhone 게임들 중 50%가 미드코어 게임으로 분류될 수 있는 것으로 조사
 - 또한 이들 게임의 매출 또한 각각 총 매출 대비 40%와 45%를 차지해 iOS 플랫폼에서 미드코어 게임의 위상이 매우 큰 것으로 나타남
 - 특히 유럽의 경우 매출 20위까지의 iPad 게임들 중 미드코어 게임으로 분류된 게임들(55%)이 매출 20위까지의 iPad 게임들의 총 매출 중 47%를 차지하고 있는 것으로 조사

- ▶ 미국과 유럽에서 총 260억 달러 규모로 성장한 미드코어 게임시장, 앞으로 수년 간 두자리 수의 성장을 기록
 - Newzoo가 추산한 미드코어 게임시장은 미국의 경우 연간 120억 달러, 주요 유럽국의 경우 총 140억 달러에 달함
 - 나이가 만약 현재 54%에 달하는 핵심 게이머 이탈률(30세 이전 핵심 게이머들 중 31세 이후 게임을 중단하는 비율)이 전체 게이머 이탈률인 30%까지 낮춰질 수만 있다면, 미드코어 게임시장은 추가적으로 6억 달러의 수익을 더 기대할 수 있다는 것이 Warman의 주장
 - Warman은 이와 같은 자료를 바탕으로 "미드코어 게임시장은 앞으로도 수년 간 두자리 수의 성장을 기록할 것"이라고 언급

 www.thealistedaily.com

<League of Legends>, 최다 게임 플레이시간 기록

시장조사기관 DFC Intelligence는 지난 1년간 북미, 유럽지역 2,100만 명에 달하는 온라인게임 커뮤니티 Xfire 회원들을 대상으로 조사 결과, 약 13억 시간을 Riot Games의 <League of Legends> 플레이에 사용한 것으로 기록

■ <League of Legends>, 가장 많이 플레이한 PC게임으로 선정

- ▶ 시장조사기관 DFC Intelligence는 지난 1년간(2011년 7월~2012년 6월) 북미 및 유럽 지역 2,100만 명에 달하는 온라인게임 커뮤니티 Xfire 회원들을 대상으로 가장 인기 있는 PC게임 타이틀을 조사한 결과, 약 13억 시간을 Riot Games의 <League of Legends>* 플레이에 소비한 것으로 집계
 - 2위는 Activision Blizzard의 <World of Warcraft>로, 이용자 수 감소에도 불구하고 총 사용시간 6억 2,000만 시간(아시아 지역 제외)을 기록
 - DFC Intelligence의 David Cole CEO는 "<League of Legends>와 같은 온라인게임이 게임당 1년에 10억 이상의 플레이시간을 기록했다는 것은 실로 놀라운 사실"이라면서, "이는 게임산업 전반에 근본적인 변화의 바람이 불어 닥치고 있음을 보여주는 것"이라고 언급
 - 또한 David Cole CEO는 모든 온라인게임이 단시간에 성공궤도에 오르는 것은 아니며, "Bungie의 <Halo> 시리즈는 20시간의 온라인 플레이 시간을 달성하는데 7년이라는 시간이 걸렸다"고 언급
- ▶ DFC Intelligence는 Activision Blizzard의 새로운 게임타이틀 <Diablo III>의 인기에도 주목했는데, 지난 5월 중순 출시된 <Diablo III>는 출시 45일 만에 1억 7,200만 게임 플레이 시간을 기록한 것으로 집계
 - Cole CEO는 게임 런칭 이후 이용 시간은 감소했지만, 내년이면 이용시간에 있어 <World of Warcraft>를 넘어설 것으로 전망

*주 : 2009년 10월 런칭한 Riot Games의 AOS(Aeon of Strife: 영웅캐릭터를 조작해 상대방 진영을 함락시키는 온라인게임) 게임으로, 전세계 3,200만 명의 이용자를 확보, 동시접속자수만 130만 명에 이르는 글로벌 게임대작

 www.sfgate.com

표 1 북미/유럽 PC게임 이용시간 Top 10(2011년 7월~2012년 6월)		
순위	게임명	이용시간
1	League of Legends	1,292,502,456
2	World of Warcraft	622,378,909
3	Minecraft	371,635,651
4	Heros of Newerth	184,520,156
5	Diablo III	172,907,605
6	Battlefield 3	171,852,550
7	MapleStory	165,503,651
8	StarCraft II	163,980,293
9	World of Tanks	145,702,931
10	Call of Duty: Modern Warfare 3	126,754,082

[출처] DFC Intelligence

그림 2 <League of Legends> 게임 화면



[출처] League of Legends

Android 기반 콘솔 게임기 Ouya, 2013년 출시

구글 모바일OS Android를 이용한 콘솔 게임기 Ouya가 2013년부터 99달러에 판매될 예정. Ouya를 개발하고 있는 One Laptop Per Child(이하 OLPC)는 최근 클라우드 펀딩 'KickStarter'를 통해 모금 10일만에 520만 달러를 확보

■ 게임전문가들이 모여 만든 Android 기반 콘솔 게임기 Ouya


- ▶ 차세대 콘솔 게임기 Ouya는 개발도상국 아이들을 위한 PC 보급을 주도하고 있는 One Laptop Per Child(이하 OLPC)와 세계적인 디자이너 Yves Beher가 공동 개발
 - 또한, 제품 개발에는 MS의 Xbox 개발을 담당했던 Ed Fries 전 부사장, 애플리케이션 개발업체 Peek의 Amol Sava, 실시간 동영상 애플리케이션 개발업체 Color의 Peter Pham, IGN의 Julie Uhrman CEO 등이 참여
- ▶ Ouya는 OLPC가 개발한 만큼 개발도상국 아이들을 위해 99달러로 판매될 예정
 - Yves Beher는 "어떤 개발자가 만든 게임도 유통할 수 있다"며, "모든 게임은 무료로 제공될 것"이라고 언급
 - Ouya는 Android 기반의 스마트폰과 태블릿 PC용 게임 앱을 실행할 수 있으며, 전용 소프트웨어 개발도구도 제공

■ Ouya의 전용 게임 타이틀 <Human Element> 공개

- ▶ Ouya 개발진은 2012년 7월 19일 클라우드 펀딩 사이트 'KickStarter'를 통해 Ouya의 전용 게임 타이틀 <Human Element>을 공개
 - 게임업체 Robotoki의 액션게임인 <Human Element>는 다양한 게임 플랫폼을 지원할 예정이었지만, Ouya 전용 게임으로 게임 플랫폼을 제한기로 결정
 - Robotoki의 Robert Bowling CEO는 Ouya 프로젝트에 1만 달러를 기부하기도 함

 www.rethink-wireless.com

표 2 차세대 콘솔게임 Ouya의 특징

하드웨어	스펙	이미지
CPU	Tegra 3 quad-core 프로세서	
저장공간	8GB 내장 플래쉬 메모리	
메모리	1GB	
디스플레이 규격	HDMI(1920x1080p)	
연결장치	Wi-Fi 80.211 b/g/n, Bluetooth, Ethernet	
OS	Android 4.0 ICS	

[출처] 스트라베이스

통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 22 ~ 2012. 7. 28) (단위 : 대)

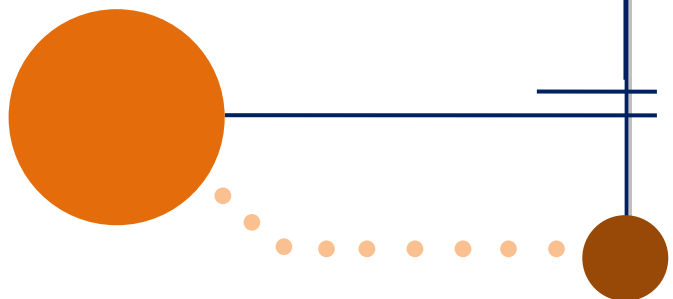
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	351,109	215.7%	18,732,238
	2	PlayStation3	Sony	124,319	5.5%	65,641,228
	3	Xbox360	MS	89,744	3.2%	67,541,554
	4	Wii	Nintendo	56,044	9.3%	96,185,397
	5	PSP	Sony	43,844	-1.7%	74,899,349
	6	PlayStation Vita	Sony	40,067	-7.8%	2,584,068
	7	DS	Nintendo	31,772	-5.6%	151,772,597
SW	1	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	423,075	신규	423,075
	2	Persona 4: Arena (PlayStation3)	Atlus	125,000	신규	125,000
	3	Nayuta no Kiseki (PSP)	Nihon Falcom	76,844	신규	76,844
	4	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	69,554	-21.7%	2,464,526
	5	Super Dangan Ronpa 2 Sayonara Zetsubou Gakuen (PSP)	Spike	64,378	신규	64,378
	6	Just Dance Wii 2 (Wii)	Nintendo	60,402	신규	60,402
	7	NCAA Football 13 (Xbox360)	EA	51,641	-52.5%	390,181
	8	Tohoku Daigaku Kaei Gaku Kenkyusho (3DS)	Nintendo	41,729	신규	41,729
	9	NCAA Football 13 (PlayStation3)	EA	40,967	-47.3%	303,444
	10	Mario Kart 7 (3DS)	Nintendo	37,626	9.8%	5,916,518

[출처] VG Chartz



미국 게임시장 동향

- 2012년 6월 미국 게임시장 기상도 '흐림'
- 미국 게이머, 디지털 방식의 게임 구매 선호
- Amazon, 모바일게임 플랫폼 'GameCircle' 공개
- 게임과 영화가 융합된 멀티플랫폼 IP 'Brave'
- Zynga, 사회 공헌 소셜게임 제작
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



2012년 6월 미국 게임시장 기상도 '흐림'

시장조사업체 NPD Group에 따르면, 2012년 6월 미국 게임업계 매출이 전년 대비 29% 감소한 6억 9,980만 달러를 기록한 가운데, MS의 Xbox360은 여전히 콘솔게임 HW 판매량에 있어 1위를 유지하고 있는 것으로 나타남

■ 2012년 6월 미국 게임업계 매출 전년동기 대비 29% 감소

- ▶ 시장조사업체 NPD Group에 따르면, 지난 6월 미국 게임업계 전체매출이 전년동기 9억 8,500만 달러에서 29% 감소한 6억 9,980만 달러를 기록한 것으로 집계*
 - 이 같은 수치는 게임이 비즈니스로서 성장하고 있음에도 불구하고, 실제 오프라인 게임스토어에서 판매되는 게임의 비중은 감소하고 있기 때문으로 분석
 - 오프라인 스토어를 통한 게임판매량은 전체의 50~60%를 차지하고 있으며, NPD Group의 애널리스트 Anita Frazier는 신규 게임타이틀의 급감이 판매량 감소의 원인 중 하나라고 분석
- ▶ NPD Group에 따르면, 2012년 5월 하드웨어 매출은 2억 130만 달러로, 전년동기 2억 2,880만 달러 대비 45% 감소, 소프트웨어 매출은 3억 2,870만 달러로 전년동기 4억 6,160만 달러 대비 29% 감소
 - 반면 액세서리 판매량은 전년동기 1억 6,300만 달러 대비 4% 증가한 1억 6,980만 달러를 기록했는데, 이는 Xbox Live 이용자들을 위한 카드 등 게임카드 판매량이 급증했기 때문으로 분석
- ▶ 한편, 콘솔게임 부문에서는 MS의 Xbox360이 2012년 6월 매출 2억 7,200만 달러로 지난 5월 매출 2억 900만 달러 대비 증가한 것으로 집계
 - MS는 2012년 6월 미국에서 Xbox360을 25만 7,000대 이상 판매해 전체 콘솔 시장의 47%를 차지
 - Xbox360은 콘솔 판매량에 있어 16개월 연속 40% 이상의 점유율을 유지
- ▶ 시장조사업체 Wedbush Securities의 애널리스트 Michael Pachter는 2012년 6월 게임 소프트웨어 매출은 전년 대비 34% 감소한 것으로 추정
 - 6월 최대 판매량을 기록한 게임 소프트웨어는 Warner Bros.의 <Lego Batman 2: DC Super Heroes>로, 2위는 Tom Clancy의 <Ghost Recon: Future Soldier>가 차지

*주 : NPD Group은 전세계 실물게임 및 디지털 게임 매출에 대한 보다 정교한 데이터를 얻기 위해 게임전문 시장조사업체 EEDAR과 공동으로 서베이를 진행

www.venturebeat.com

표 4 2012년 6월 미국 게임타이틀 판매량 순위

순위	게임명	게임 플랫폼	퍼블리셔
1	Lego Batman 2: DC Super Heroes	Xbox360, PlayStation3, Wii, DS, 3DS, PlayStation Vita, PC	Warner Bros.
2	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier	Xbox360, PlayStation3	Ubisoft
3	Diablo III	PC	Activision Blizzard
4	Max Payne 3	Xbox360, PlayStation3, PC	Take Two
5	NBA 2K12	Xbox360, PlayStation3, Wii, PSP, PlayStation2, PC	Take Two
6	Batman Arkham City	Xbox360, PlayStation3, PC	Warner Bros.
7	Pokemon Conquest	DS	Nintendo
8	Call of Duty: Modern Warfare 3	Xbox360, PlayStation3, Wii, PC	Activision Blizzard
9	Battlefield 3	Xbox360, PlayStation3, PC	EA
10	The Amazing Spider-Man	Xbox360, PlayStation3, Wii, DS, 3DS	Activision Blizzard

[출처] NPD

그림 3 2012년 6월 가장 많이 팔린 Warner Bros.의 <Lego Batman 2: DC Super Heroes>



[출처] Warner Bros.

미국 게이머, 디지털 방식의 게임 구매 선호

미국 게이머들이 디지털 방식의 게임 구매에 익숙해지고 있음. 시장조사기관 NPD Group에 따르면, 2012년 1월~3월 중 온라인을 통해 최소 1편 이상의 게임을 다운로드한 미국 게이머의 비율이 75%를 초과

■ 미국 게이머의 75%, 온라인을 통한 게임 다운로드 및 구매

- ▶ 시장조사기관 NPD Group이 2012년 6월에 발표한 온라인 게임시장 보고서 "Online Gaming 2012"에 따르면, 미국 게이머들이 온라인게임 생태계에 익숙해지고 있음
 - "Online Gaming 2012"에 따르면, 온라인게임을 즐기는 미국 게이머들 중 75%가 2012년 1분기에 온라인을 통해 최소 1편 이상의 게임을 다운로드 하거나 구매
 - 또한, 온라인을 통해 게임을 다운로드하거나 구매하는 것을 선호하는 게이머의 비율 또한 2011년 25%에서 10% 상승한 35%에 달하는 것으로 조사
- ▶ 온라인게임 환경에 대한 미국 게이머들의 긍정적 인식은 기존 실물 게임 소매시장이 수 개월 이상 지속적인 하락세를 면치 못하고 있는 상황에서 더 큰 의미를 가짐
 - 게임시장 애널리스트들 또한 콘솔 및 휴대용 콘솔게임 소프트웨어의 매출이 근 6년 중 최저를 기록할 것으로 예상하고 있으며, 이는 2011년과 비교해도 최대 25% 이상 하락한 수준이 될 것으로 전망
 - Gamasutra의 애널리스트 Matt Matthews는 "2011년 이후 계속되고 있는 게임시장 위축에서 벗어나지 못한다면, 2012년 연간 미국 게임 소매 매출이 2006년의 기록인 1,260억 달러도 넘지 못할 것"이라고 언급
- ▶ 반면 부분유료화와 다운로드 게임들을 통한 매출은 기존 실물 게임 소매시장의 손실분을 어느정도 상쇄하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 예상
 - 온라인게임만을 즐기는 게이머들은 평균 6편의 게임을 다운로드하여 즐기는 것으로 나타났으며, 실물과 디지털 게임을 동시에 즐기는 게이머들은 평균 15편의 게임을 다운로드하거나 실물 구매하여 즐기는 것으로 조사
- ▶ 한편 게임콘솔에서 비게임 요소가 점차 강화되고 있는 가운데, 일부 게이머들은 콘솔업체들이 강조하기 시작한 엔터테인먼트 요소들이 게임에 방해가 된다고 생각
 - 실제로 NPD Group의 조사에 따르면, 게이머들 5명 중 1명은 자신의 가족들이 게임이 아닌 다른 엔터테인먼트 활동을 위해 게임 콘솔을 사용하고 있다고 응답

 www.gamasutra.com

Amazon, 모바일게임 플랫폼 'GameCircle' 공개

Amazon이 자사의 Android기반 e-Book 리더 KindleFire를 위한 모바일게임 플랫폼 'GameCircle'을 공개. 'GameCircle'에 적용된 게임이 많아질 경우 KindleFire 뿐만 아니라 Amazon이 준비하고 있는 스마트폰 또한 경쟁력이 강화될 것으로 전망

■ Amzon, 게임 플랫폼 'GameCircle'의 특징

- ▶ Amazon이 2012년 7월 11일 자사의 Android 기반 e-Book 리더 KindleFire 전용 게임 플랫폼 'GameCircle'을 공개
 - Amzon의 게임 플랫폼 'GameCircle'은 Apple의 iOS용 게임 플랫폼 'Game Center'와 마찬가지로 업적 달성, 리더보드(순위화면) 시스템을 지원
 - 또한, 기존에 즐겨 이용하던 게임을 Amazon 클라우드 시스템에 저장해 언제 어디서든지 자동으로 연결해 주는 동기화 기능을 추가해, 게이머들은 Amazon 클라우드에 게임 플레이를 저장했다가 KindleFire 또는 Amazon이 준비하고 있는 차세대 스마트폰에서 게임을 연속적으로 즐길 수 있음
 - IT 정보잡지 Cnet의 Don Reisinger 애널리시스트는 "Amazon의 'GameCircle'은 Apple의 'Game Center'를 겨냥한 게임 플랫폼이다"라며, "그동안 e-Book 리더 쪽에 좀 더 가까웠던 KindleFire가 자체 게임 생태계 구축으로 게이머들과 게임 개발자들에게 한층 가까워졌다"고 언급
- ▶ Amazon의 'GameCircle'은 <Temple Run>과 <Doodle Jump> 등 인기 모바일게임 15개를 지원

■ 'GameCircle', Amzon 자체 앱스토어 'Amazon AppStore' 활성화에 기여

- ▶ Amazon의 자체 앱스토어인 'Amazon AppStore'는 애플리케이션 수가 출시 당시 4,000개에서 4만 개 이상으로 급증했고, 원클릭 구매 기능 및 앱 내 결제 기능을 지원하며 최근에는 미국 외 지역으로 애플리케이션 판매가 가능한 글로벌 앱 유통 포털도 출시
 - Amazon은 7월1일부터 개발업체들이 유료 애플리케이션 판매당 공시 가격의 70%를 취하도록 수익분배 조건을 단순화했으며, 애플리케이션 제출 시간의 유연성을 부여해 개발자들이 언제 어떤 애플리케이션을 Amazon의 소비자에게 제공할 지 결정할 수 있도록 지원

 www.csmonitor.com

게임과 영화가 융합된 멀티플랫폼 IP 'Brave'

Pixar의 3D 애니메이션 'Brave'는 Disney의 동명 게임 <Brave: The Video Game>과 기획 단계부터 함께 개발되어 스토리와 배경은 물론 캐릭터까지 공유해 영화의 감동을 그대로 게임의 재미로 연결시켰다는 호평을 받음

■ Disney-Pixar의 멀티플랫폼 IP 'Brave', 영화와 게임 동시 출시로 시장 공략

- ▶ Disney가 최근 개봉한 Pixar의 애니메이션 영화 'Brave'와 동명의 게임 <Brave: The Video Game>을 출시하며, Pixar와의 협력 관계를 더욱 강화
 - Pixar 작품으로는 최초로 여자를 주인공으로 내세운 영화이자 과거 시대를 다룬 영화로 관심을 끈 'Brave'는 영국 스코틀랜드 지방의 설화를 배경으로 하는 3D 애니메이션으로 6월 22일 미국 개봉과 동시에 박스오피스 1위를 기록
 - 게임 개발업체 Behavior Interactive와 Disney가 PC, Xbox360, PlayStation3 등의 버전으로 영화 제작 초기부터 동시에 개발을 진행한 동명의 3인칭 액션 어드벤처 게임 <Brave: The Video Game>은 영화와 스토리라인을 공유
 - 'Brave'는 영화 여자 주인공의 목소리 연기자 Kelly MacDonald가 게임 캐릭터 목소리도 연기하는 등 기획 단계에서 부터 Pixar와 Disney의 협력관계를 바탕으로 멀티플랫폼 콘텐츠를 표방
- ▶ 멀티플랫폼 콘텐츠로서 영화/게임 각각의 'Brave'는 영화 배경과 스토리라인의 공유 이상으로 실시간 애니메이션과 게임 간의 영상미도 거의 근접해 있다는 평가를 받음
 - 영화의 공동 감독이자 작가인 Steve Purcell은 "게임(Brave)을 통해 거의 영화 화면에 가까운 영상미를 즐길 수 있을 것"이라며, "게임은 앞으로 더욱 영화와 비슷해질 것"이라고 전망

■ <Brave: The Video Game>, 동작 인식 컨트롤러로 영화의 감동 재현

- ▶ <Brave: The Video Game>에서 게이머들은 영화의 주인공인 'Merida'를 조작해 게임을 진행하게 되는데, Xbox 360과 PlayStation의 동작 인식 컨트롤러인 Kinect와 Move를 보유한 경우 이를 활용해 궁수인 'Merida'가 실제로 활을 쏘는 동작을 취하며 게임을 즐길 수 있음
 - 영화에서 주인공 'Merida'와 함께 모험을 해나가는 정령이 게임 내에서도 구현되어, 2인이 함께 게임을 진행하는 협력 플레이도 돋보임

 www.forbes.com

그림 4 멀티플랫폼 IP 'Brave'를 사용한 <Brave: The Video Game> 실행화면



[출처] Disney

Zynga, 사회 공헌 소셜게임 제작

글로벌 소셜 게임업체 Zynga가 2012년 7월 16일, 여성 인권 도서인 'Half the sky'를 원작으로 한 사회 공헌 소셜게임 제작을 발표한 가운데, 수익 기부가 아닌 새로운 방식의 사회적 공헌 활동으로 주목 받음

■ Zynga, 베스트셀러 'Half the Sky'를 소재로 한 소셜 액션게임 제작

- ▶ Zynga는 New York Times의 칼럼니스트이자 풀리처상 수상자인 Nicholas Kristof와 Sheryl WuDunn의 2009년 작품으로 베스트셀러 소설인 'Half the sky'를 원작으로 한 소셜게임 개발에 착수
 - 'Half the Sky' 원작 게임은 2012년 11월 13일 런칭 예정으로, Zynga는 여성 인권문제와 관련된 소설을 게임으로 제작함으로써 게임으로 발생한 매출을 사회에 직접 환원하는 것이 아니라 여성 인권문제에 대한 메시지를 전달
 - 이번 Zynga의 프로젝트에는 약 30개의 비영리 기구가 참여했으며, 인도와 아프리카의 모바일 게임업체, 웹사이트, 교육용 서비스 업체 등이 참여
 - 또한 Facebook 게임은 Ford Foundation, U.N Foundation, Rockefeller Foundation 그리고 National Endowment for the Arts의 후원을 받고 있음
 - Kristof와 WuDunn는 "Zynga가 'Half the sky'를 게임화한 것은 우리에게도 매우 특별한 일"이라고 언급하며, "게임을 활용해 많은 사람들에게 도움이 되는 메시지를 전하고 특히 여성들이 세상을 살아가는데 있어 직면하게 되는 다양한 위기 상황에서 강한 정신력과 도전정신을 심어줄 수 있을 것으로 기대된다"고 언급
 - Zynga.org의 이사인 Ken Weber는 "Zynga.org의 사명은 게임을 통해 세상을 좀 더 풍요롭게 만드는 것"이라며, "Zynga의 직원들은 소셜게임이 좋은 영향력을 가질 수 있기를 열망하고 이 프로젝트에 참여하는 것을 명예롭게 생각하고 있다"고 언급

 www.venturebeat.com

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 5 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 22 ~ 2012. 7. 28) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	46,740	1.5%	34,799,848
	2	PlayStation3	Sony	34,779	1.8%	21,646,602
	3	3DS	Nintendo	26,611	-6.3%	5,336,451
	4	DS	Nintendo	16,789	-8.7%	51,013,594
	5	Wii	Nintendo	16,326	-0.3%	39,469,729
	6	PlayStation Vita	Sony	11,804	-8.4%	703,571
	7	PSP	Sony	2,157	-3.8%	19,553,948
SW	1	NCAA Football 13 (Xbox360)	EA	43,895	-52.5%	331,654
	2	NCAA Football 13 (PlayStation3)	EA	34,822	-47.3%	257,928
	3	MLB 12: The Show (PlayStation3)	Sony	20,436	-9.0%	579,004
	4	Wii Sports (Wii)	Nintendo	17,545	-10.3%	35,919,540
	5	LEGO Batman 2 DC Super Heroes (Wii)	Warner Bros.	16,535	-29.2%	210,067
	6	Just Dance 3 (Wii)	Ubisoft	15,526	-4.7%	4,868,005
	7	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360)	Activision Blizzard	15,125	-9.8%	8,189,281
	8	LEGO Batman 2 DC Super Heroes (Xbox360)	Nintendo	14,752	-28.9%	209,703
	9	Mario Party 9 (Wii)	EA	14,378	-0.4%	437,588
	10	Battlefield 3 (Xbox360)	EA	13,850	-0.3%	3,392,671

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 6 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 7. 24 ~ 2012. 7. 30) (단위 : 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	232,312
2	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	100,195
3	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	90,444
4	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	40,184
5	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	26,554
6	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	24,180
7	Lord of the Rings Online	Midway Games	Fantasy	다운로드/CD판매	20,867
8	PlanetSide 2	Sony	Sci-Fi	다운로드/CD판매	20,293
9	EVE Online	CCP Games	Sci-Fi	다운로드/CD판매	19,883
10	DayZ	Dean Rocket Hall	Horror	다운로드	17,293

[출처] MMORPG

통계 미국 App Store 게임 순위

표 7 App Store 인기게임 순위*(2012. 7. 30 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Spy vs Spy	Robots and Pencils	Action	0.99
	2	Where's My Perry?	Disney	Puzzle	0.99
	3	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	4	Angry Birds Space	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	5	Temple Run: Brave	Disney	Action	0.99
	6	Shellrazer	Slick Entertainment	Action	0.99
	7	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	8	Amazing Alex	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	10	Mini Empires	Midverse Studios	Role Playing	0.99
무료	1	Where's My Perry? Free	Disney	Puzzle	-
	2	Catapult King	Chilingo	Action	-
	3	9 Innings: Pro Baseball 2013	Com2us	Sports	-
	4	SongPop Free	FreshPlanet	Music	-
	5	Offroad Legends Warmup	Dogbyte Games	Racing	-
	6	Jurassic Park Builder	Ludia	Family	-
	7	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	8	Matching With Friends Free	Zynga	Board	-
	9	Zombie Run HD	RetroStyle Games	Arcade	-
	10	Spider Solitaire	Finger Arts	Card	-

*주: Apple의 게임장르는 'Action, Adventure, Arcade, Board, Card, Casino, Dice, Educational, Family, Kids, Music, Puzzle, Racing, Role Playing, Simulation, Sports, Strategy, Trivia,, Word'로 구성
 [출처] Apple.com

통계 미국 Google Play 게임 순위

표 8 Google Play 인기게임 순위*(2012. 7. 30 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	2	Where's My Water	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	3	World of Goo	2D Boy	Brain&Puzzle	4.99
	4	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	5	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	6	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	7	Dead Space	EA	Arcade&Action	6.99
	8	Amazing Alex	Rovio	Arcade&Action	0.99
	9	Where's My Perry?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	10	Doodle Jump	Game House	Arcade&Action	0.99
무료	1	Angry Birds Space	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	3	Logo Quiz	Mateusz Klaczak	Brain&Puzzle	-
	4	Ant Smasher Free	Best Cool & Fun Games	Arcade&Action	-
	5	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	6	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	7	Music Hero	Words Mobile	Arcade&Action	-
	8	SongPop Free	FrshPlanet	Casual	-
	9	Angry Birds Seasons	Rovio	Arcade&Action	-
	10	Draw Something Free	OMGPOP	Brain&Puzzle	-

*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

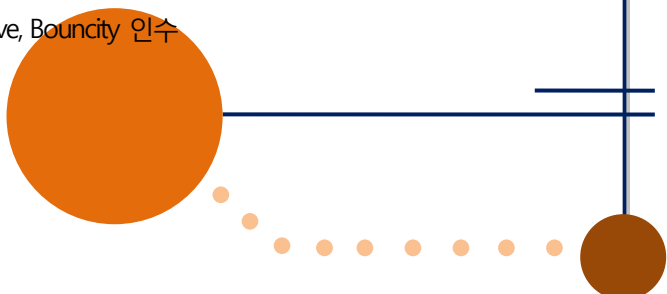
- 2012년 중국 모바일게임 이용자 1억 9,200만 명
- CNNIC: 중국 온라인게임 이용자 3억 3,100만 명
- 급성장세의 중국 웹게임 시장, 향후 경쟁의 초점은 명품화
- 단명하는 소셜게임, 개발사의 돌파구는 고객 세분화
- China Telecom, 10월에 클라우드 게임 서비스 실시
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼 게임 순위

일본 게임시장 동향

- 2011년 일본 모바일 콘텐츠 시장규모 1조 9,061억 엔
- 일본 게임시장, 스마트폰 게이머 큰 폭으로 증가
- 일본 미성년자, 스마트폰 콘텐츠 중 게임 가장 선호
- GREE, 캐나다 자회사 설립 통해 게임 개발 운영 강화
- 게임화의 핵심, '측정하기'와 '경쟁적 요소'의 완급 조절
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향

- 호주 모바일 게임업계, 동남아시아 시장 진출 모색
- 게임 <Soul Captor> 오픈 베타 게임 서비스 개시
- 인도네시아 Qeon Interactive, Bouncity 인수





중국 게임시장 동향

2012년 중국 모바일게임 이용자 1억 9,200만 명

2012년 7월 Niko Partners가 발표한 보고서에 따르면, 2012년 말 중국의 모바일게임 이용자 수는 1억 9,200만 명으로 PC게임 이용자를 넘어설 전망이며, 3G의 보급과 스마트폰의 판매량 증가가 모바일게임의 성장세를 뒷받침하고 있음

■ 2012년 중국 모바일게임 이용자가 PC게임 이용자 추월

- ▶ 2012년 7월 시장조사기관 Niko Partners가 발표한 "China's Mobile Games Market 2012"에 따르면 2012년 말 중국의 모바일게임 이용자 수는 1억 9,200만 명으로 PC게임 이용자(1억 8,000만 명)를 추월할 전망
 - Niko Partners는 향후 5년 간 중국의 모바일 게임시장이 폭발적인 성장세를 보이면서 연간 게임 매출액이 2011년 6억 달러에서 2017년 말에는 36억 달러에 달할 것으로 전망
- ▶ Niko Partners의 총괄파트너 Lisa Cosmas Hanson에 따르면, 3G의 보급 및 스마트폰 판매량 급증과 더불어 스마트 모바일 기기에서 저렴하고 재미있는 게임을 즐기고 싶어하는 이용자 니즈가 이러한 성장세를 이끈 것으로 분석
 - 금년 중국의 게임시장에서 가장 주목 받는 분야는 모바일게임과 웹게임으로, 중국 게임업체들은 가능한 모든 수단을 동원해 중국 게이머들의 수요에 부응하기 위해 다양한 플랫폼으로 게임을 선보이고 있음
- ▶ 보고서에 따르면 현재 중국 모바일 게임시장은 지배적인 점유율을 보유한 시장 리더가 없는 가운데 중소 업체들이 난립하는 상태
- ▶ 세계 다른 지역과 마찬가지로 중국에서도 모바일 소셜게임의 인기가 높은 가운데, 모바일 하드코어 게임은 이제 시작 단계이나 성공 가능성은 높음
 - 중국게이머의 대부분은 한 개 이상의 휴대전화를 보유하고 있으나, 대다수의 게임 실행은 한 대의 휴대전화에서만 하는 것으로 나타남

 www.sina.com.cn

CNNIC: 중국 온라인게임 이용자 3억 3,100만 명

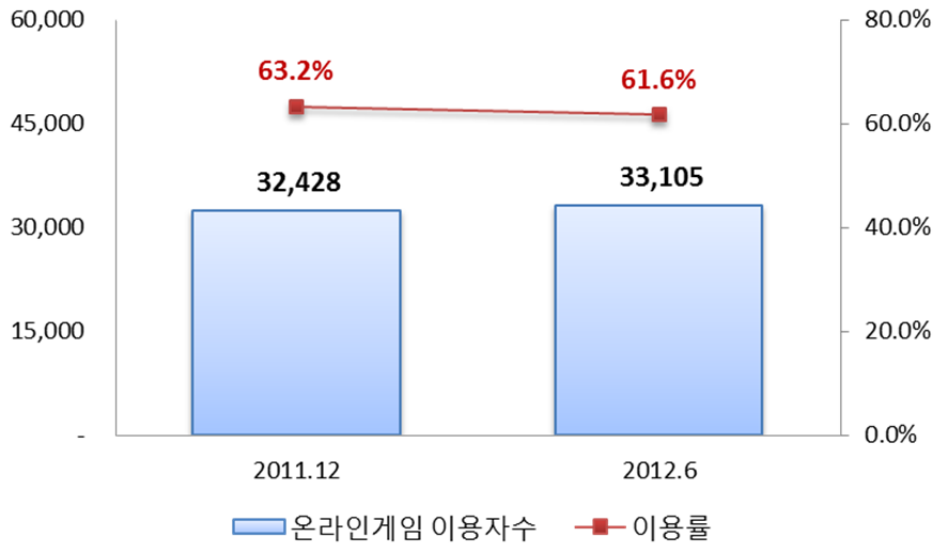
중국 시장조사기관 CNNIC의 발표에 따르면 2012년 6월 현재 중국 온라인게임 이용자 수는 3억 3,100만명으로 최근 몇 년 사이 최저 성장률을 기록한 가운데, 신규 이용자 확보를 위한 혁신적 요소 미비가 주 원인

■ 중국 온라인게임 이용자 3억 3,100만 명으로 이용자 증가율 수년 내 최저 기록

- ▶ 2012년 7월 중국 시장조사기관 CNNIC가 발표한 "중국 인터넷 발전현황 통계조사"에 따르면 중국 온라인게임 이용자수는 2012년 6월 현재 3억 3,100만 명으로 2011년 12월과 비교해 성장률이 2.1%에 불과, 최근 몇 년간 가장 낮은 성장률을 기록
- ▶ CNNIC에 따르면 현재 중국 온라인게임 이용자수는 뚜렷한 성장이 힘든 상황으로, 그 주요 원인은 온라인게임의 혁신이 갈수록 어려워지면서 새로운 이용자가 유입되지 않고 있기 때문
 - 중국에서 온라인게임은 10년 이상 발전했으나, 내용 면에서는 여전히 카드게임, 캐주얼 게임, MMORPG 등이 주류를 차지하면서 사용자들의 흥미가 갈수록 떨어지고 있음
 - 그 결과 기존 이용자들은 비슷한 유형들의 게임을 바꿔가며 이용하는 경우가 늘어나는 반면, 신규 이용자들을 끌어들이기는 어려움
- ▶ 둘째로 웹게임의 출현으로 온라인게임의 기반이 탄탄해지기는 했으나 이 역시도 신규 이용자들의 유입 요인이 되지 못함
 - 그 원인은 웹게임의 콘텐츠나 플레이방식이 기존 클라이언트기반 게임과 기본적으로 동일하기 때문에 웹게임 이용자는 신규 이용자가 아닌 기존 클라이언트기반 게임의 이용자가 주류를 차지
 - 모바일 온라인게임은 이러한 국면을 다소 완화하고 있으나, 아직까지 핵심 경쟁력을 이루지 못함
- ▶ 전통적인 형태의 온라인게임이 새로운 이용자에 대한 흡인력을 잃어버린 동시에, 웹게임과 모바일 게임의 출현이 아직까지 충분한 자극제가 되지 못하는 상황에서, 온라인게임은 보다 효과적인 혁신을 통해 이용자 증가를 이끌 필요가 있음
 - 인터넷 및 게임 단말로 TV를 활용하거나 게임의 소셜 기능을 한층 강화하는 등, 게임기구나 단말의 혁신 등이 특히 요구

 www.178.com

그림 5 2011년 12월~ 2012년 6월 중국 온라인게임 이용자수 및 이용률(단위: 만 명, %)



[출처] CNNIC

급성장세의 중국 웹게임 시장, 향후 경쟁의 초점은 명품화

중국 웹게임 시장은 최근 2년간 폭발적 성장세를 이어가고 있으나 게임의 품질 저하로 이용자 이탈이 늘어나는 등 성장 이면의 문제점이 부각. Shanda Games, Kungun 등 대형 게임업체들의 진출로 향후 명품화와 고급화가 경쟁의 초점이 될 전망

■ 중국 웹게임 시장의 폭발적 성장 이면에 숨겨진 문제점들

- ▶ 최근 2년간 중국 웹게임 시장은 폭발적인 성장세를 이어가고 있으며, Analysys International이 2012년 6월 발표한 "2012년 1/4분기 중국 웹게임 시장 모니터링" 보고서에 따르면 2012년 1/4분기 중국 웹게임 시장은 직전분기 대비 21.1% 성장
- ▶ 이러한 성장의 이면에 존재하는 문제점들도 점차 드러나면서 시장의 성숙을 저해하고 있음
 - 게임 측면에서는 텍스트나 전략 게임 위주로 화면이나 특수효과에 대한 요구사항이 높지 않고 제작비용이 낮은 초기의 웹게임이 조악한 품질로 단명하는 경우가 잦고 이용자 충성도도 매우 낮아 시장 발전을 저해하고 있으며, 게임 인력 면에서도 충분한 인재 양성이 이루어지지 못해 게임 품질의 저하를 가져옴
- ▶ 업계 인사들은 웹게임 기업이 도산한 사례는 아직 드물지만, 저품질 게임의 난립 현상이 뚜렷해지고 있으며, 시장 성숙을 위해 명품화와 고급화가 향후 경쟁의 초점이 되어야 한다고 강조

■ Shanda Games, 클라이언트 게임의 웹게임화로 웹게임의 명품화·고급화 이끌어

- ▶ 2010년 이후 다수의 클라이언트 기반 게임업체들이 웹게임 시장에 진출하고 있으며, 2012년 7월에는 Shanda Games의 산하 게임 스튜디오 전세공작실(传世工作室)의 웹게임 <한장전세(悍将传世)>가 첫번째 비공개 테스트를 시작
 - 이 게임은 Shanda Games의 대표작 <미르의 전설>을 토대로 한 게임으로 플래쉬 기술의 채용 및 새로운 CPG 가속 기능 등으로 뛰어난 그래픽을 선보임으로써 웹게임의 명품화 및 고급화에 불을 붙일 것으로 전망
 - Shanda Games은 웹게임 시장에 진출하면서 <미르의 전설 1, 2>, <드래곤네스트> 등 자사가 라이선스를 보유한 클라이언트 기반 게임을 웹게임화함으로써 브랜드 인지도를 적극 활용할 계획
- ▶ Shanda Games의 CEO 탄쥘자오(谭群钊) 향후 MMORPG의 요소를 결합한 웹게임을 선보임으로써 웹게임의 고품질화와 유명 온라인게임의 웹게임화를 이끄는 한편, 숙련된 게임 인력을 웹게임 개발에 투입함으로써 소규모 웹게임사에 비해 상당한 우위를 확보할 것이라고 밝힘

 www178.com

단명하는 소셜게임, 개발사의 돌파구는 고객 세분화

소셜게임의 수명주기는 약 6개월에 불과하며 인기게임 <Happy Farm>의 경우처럼 일부 양호한 게임들도 1~2년을 넘지 못하는 등 단명하는 경우가 많아, 고객 세분화를 통한 깊이있는 교류관계의 형성으로 장기적인 이용자 확보가 요구

■ 인기 게임 <Happy Farm>의 몰락에서 드러난 소셜게임의 짧은 수명주기

- ▶ 게임업계 관측에 따르면 중국에서 소셜게임의 수명주기는 약 6개월이며, 일부 양호한 게임들은 콘텐츠와 아이템의 지속적인 업데이트, 이용자 경험의 개선 등을 통해 1~2년간 유지
 - 소셜게임의 인기를 좌우하는 것은 플랫폼으로, 소셜게임의 근본 특징상 플랫폼에 대한 의존도가 높아 플랫폼에 대한 이용자 충성도가 상당 부분 소셜게임의 수명주기를 결정
 - 또한 게임업체는 기존 게임을 서비스하는 동시에 이용자를 유인할 수 있는 새로운 게임을 개발할 필요가 있으며, 그렇지 않을 경우 이용자의 이탈은 더욱 늘어나게 됨
- ▶ 중국 게임업체 5 Minutes의 <Happy Farm>은 소셜게임의 짧은 수명주기를 보여주는 대표적인 사례로 2008년 11월 출시 이후 1주일 만에 플래그인 기반 애플리케이션 10위 내에 진입하는 등 성공을 거두었으나 최근 인기가 급속히 줄어들
 - <Happy Farm>은 카이신왕(开心网), 런런왕(人人网), 텐센트 QQ 등에서 하루 이용자 수 2,300만 명을 기록할 정도로 폭발적인 인기를 끌었으며 2009년 말에는 미국의 유명 벤처캐피탈 DFJ(Draper Fisher Jurvetson)로부터 350만 달러의 투자를 유치
 - 그러나 이후 유사 게임의 난립과 함께 모바일게임의 인기가 늘어나면서 <Happy Farm>은 급속히 이용자 수가 줄어들어 전성기에 300명에 달했던 5 Minutes의 직원 수는 현재 20여 명으로 감소

■ 고객세분화를 통한 깊이 있는 교류 관계 유도해야

- ▶ 그러나 게임업계 전문가들은 짧은 수명주기가 소셜게임의 미래가 불투명하다는 의미는 아니며, 시장의 성숙과 함께 성장속도는 둔화되고 있지만 안정적인 성장세를 유지하고 있다고 밝힘
- ▶ 소셜게임은 플랫폼과 불가분의 관계로, 플랫폼들이 소셜게임을 통해 이용자를 끌어들이기 위해서는 농작물을 흠치기 위해 이웃을 맺는 <Happy Farm>의 사례처럼 표피적인 교류에만 의지해서는 안되며, 고객세분화를 통해 이용자 간의 깊이있는 교류를 유도할 필요가 있음
 - 업계 분석가에 따르면 중국의 소셜게임은 점차 세분화되고 있으며 개발사들은 이용자를 확보하기 위해 고품질

게임 제작에 노력을 기울이는 한편, 플랫폼 사업자들은 양질의 게임 애플리케이션 확보를 위해 개발사들에게 최선의 서비스를 제공해야 할 것이라고 언급

- 한편 최근 텐센트의 웨이보, 런런왕 등 대형 인터넷 기업들이 개방 플랫폼을 표방하면서 향후 개방 플랫폼 간의 경쟁도 한층 치열해질 전망이다, 이에 따라 소셜게임 개발자들의 입지도 강화될 것으로 전망

 www.cyou.net

그림 6 중국 게임업체 5 Minutes의 소셜게임 <Happy Farm> 실행 화면



[출처] 5 Minutes

China Telecom, 10월에 클라우드 게임 서비스 실시

중국 통신사업자 China Telecom은 대만의 클라우드 게임 솔루션기업 Ubitus와 제휴해 금년 10월 1일부터 스마트TV를 통해 자사의 홈 브로드밴드 가입자들에게 클라우드 게임 서비스를 제공할 예정

■ China Telecom, Ubitus와 제휴해 클라우드 게임 선보여

- ▶ 중국 3대 통신사업자인 China Telecom은 대만의 클라우드 게임 솔루션기업 Ubitus와 제휴해 스마트 TV를 통해 클라우드 게임 서비스를 제공할 계획
 - 인터넷이 연결되는 스마트TV나 셋톱박스를 보유한 China Telecom 인터넷 가입자는 콘솔게임 없이도 HD 게임을 즐길 수 있음
 - Ubitus는 클라우드에서 집중적인 그래픽 처리를 필요로 하는 자동차 경주, RPG, 스포츠, 버츄얼 파이터, 퍼즐 등 다양한 게임을 스트리밍으로 제공할 예정
 - China Telecom의 게임 클라우드 서비스는 10월 1일부터 China Telecom의 홈 브로드밴드 가입자들을 대상으로 제공될 예정
- ▶ China Telecom은 6월 15일~17일까지 이틀간 광저우에서 열린 'Tianyi(E-Surfing) 3G Handset Fair'에서 스마트TV 제조업체 Skyworth, Konka 및 LG와 협력해 클라우드 게임 서비스를 시연
- ▶ 현재 Xbox360과 같은 콘솔게임은 중국에서 규제되고 있어 암시장에서만 구입이 가능하며, 최근 중국에서 자체 개발로 출시된 CT510 'eedoo motion' 기기가 스마트TV를 통한 클라우드 게임의 유일한 경쟁 상대
 - 게임 클라우드 서비스는 중국의 콘솔게임 규제로 인해 중국 진출에 어려움을 겪고 있던 해외 퍼블리셔들에게도 자사 게임을 유통할 수 있는 새로운 기회가 될 전망
- ▶ 한편 NPD DisplaySearch가 2012년 6월 발표한 보고서 "Quarterly Smart TV Shipment and Forecast Report"에 따르면 2012년 1분기 현재 중국은 세계에서 일본에 이어 두 번째로 큰 스마트TV 시장으로 전세계 출하량의 약 30%를 차지

 www.techinasia.com

통계 중국 온라인게임 순위

표 9 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 30 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	+1	28.69%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-1	25.21%
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	+1	8.82%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-1	8.79%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.48%
6	역전(逆战)	Tencent	+7	2.08%
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-1	1.85%
8	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-1	1.50%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.26%
10	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-2	1.24%

[출처] Barchina.net

통계 중국 MMO게임 순위

표 10 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 30 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	12.52%
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-	10.27%
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	8.07%
4	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	6.02%
5	대화서유(大话西游)	NetEase	+1	5.27%
6	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-1	5.24%
7	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	+2	4.16%
8	마역(魔域)	91.com	-1	3.72%
9	천녀유혼 온라인(倩女幽魂On)	NetEase	+1	3.07%
10	구음진경(九阴真经)	Snail Games	-2	2.78%

[출처] Barchina.net

통계 중국 캐주얼 게임 순위

표 11 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 30 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	58.72%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	20.46%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	12.75%
4	오디션(劲乐团)	NineYou	-	1.95%
5	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	1.64%
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	1.20%
7	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	1.01%
8	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.48%
9	51신현무(51新炫舞)	51.com	-	0.26%
10	메이플스토리(冒险岛)	Shanda Games	-	0.19%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

2011년 일본 모바일 콘텐츠 시장규모 1조 9,061억 엔

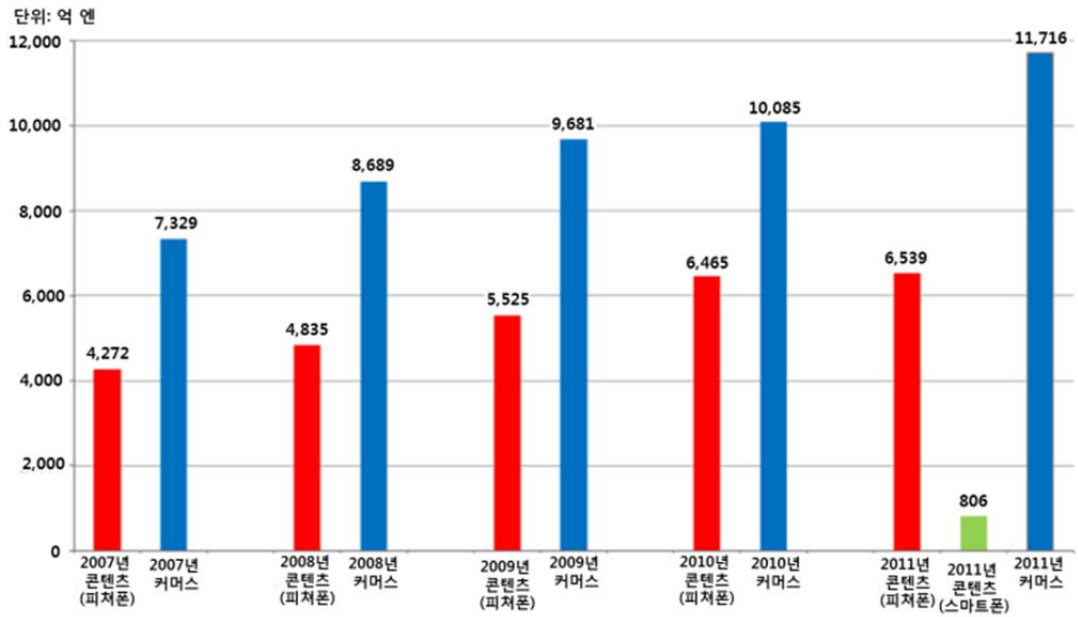
일본 정부가 최근 발표한 모바일 콘텐츠 산업 관련 조사 결과, 2011년 피쳐폰 콘텐츠 시장규모는 전년대비 1.1% 증가한 6,539억 엔이었으며 스마트폰 콘텐츠 시장규모는 806억엔, 모바일 커머스 시장규모는 1조 1,716억 엔을 기록

■ 2011년 피쳐폰 콘텐츠 시장규모 6,539억 엔, 스마트폰 콘텐츠는 806억 엔 기록

- ▶ 일본 총무성이 2012년 7월 20일에 발표한 "모바일 콘텐츠 산업 구조 실태 관련 조사결과(モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果)"에 따르면, 2011년 피쳐폰 콘텐츠 시장규모가 전년대비 소폭 증가했고 피쳐폰 및 스마트폰에서 소셜게임 콘텐츠가 강세로 나타남
 - 2011년 일본 피쳐폰 콘텐츠 시장규모는 전년대비 1.1% 증가한 6,539억 엔을 기록했으며 2011년부터 조사가 이루어진 스마트폰 콘텐츠 시장규모는 806억 엔을 기록
 - 피쳐폰 콘텐츠 시장에서는 소셜게임 등 게임 시장규모가 전년대비 49.6% 증가한 2,078억 엔으로 압도적인 증가세를 나타냈으며, 동영상은 8.6% 증가한 176억 엔으로 규모는 작으나 증가세를 이어가고 있는 반면, 휴대전화 벨소리 등 나머지 분야에서는 시장규모가 감소
 - 스마트폰 콘텐츠 시장의 60%가 소셜게임이 차지
- ▶ 모바일 커머스 시장은 물류판매 증가에 힘입어 전년대비 16.2% 증가한 1조 1,716억엔 기록
 - 모바일 커머스 시장은 통신판매 등 물류판매 관련 시장이 전년대비 32.9% 증가한 5,839억 엔, 티켓 판매 등 서비스 관련 시장이 3.4% 증가한 4,249억 엔, 거래수수료 등 Transaction 관련 시장이 2.8% 증가한 1,628억 엔에 달해, 전년대비 큰 폭 증가

 itpro.nikkeibp.co.jp

그림 7 일본 모바일 콘텐츠 및 모바일 커머스 시장규모 추이 (단위: 억 엔)



[출처] Ministry of Internal Affairs and Communications

일본 게임시장, 스마트폰 게이머 큰 폭으로 증가

시장조사업체 Gameage가 2011년 11월 이후 게임 하드웨어의 MAU를 조사한 월간 보고서에 따르면, 비게임 단말의 경우 PC는 감소세, 스마트폰은 증가세를 나타냈으며, 게임콘솔은 Wii, 3DS, PlayStation3이 증가세를 기록

■ 2011년 하반기 이후 PC 게이머 감소세, 스마트폰 게이머는 큰증세

- ▶ 게임 시장조사업체 Gameage가 2012년 7월 15일에 발표한 보고서 "월간 게임시장 동향 보고서 (Monthly ゲームマーケット・トレンドレポート)"에 따르면, 2011년 11월부터 3개월마다 게임 전용 단말 및 스마트폰 등 비게임 단말의 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 추이를 집계한 결과, 전체 단말 중 PC가 가장 큰 규모이나 감소세를 나타내고 있는 반면 스마트폰이 큰 폭으로 증가
 - 2011년 11월, 2012년 2월, 2012년 5월, 3개월마다 게이머들이 이용하는 게임 전용 단말 및 비게임 단말 등 전체 하드웨어의 MAU를 조사한 결과, PC가 전체 하드웨어 중 1위를 차지했으나 큰 폭으로 감소
 - 스마트폰의 MAU 또한 지속적인 증가세로 2012년 5월 기준 게이머 수가 총 900만 명에 달해 조만간 1,000명을 돌파할 것으로 전망되는 가운데, Android OS 기반 스마트폰 게이머 수가 iPhone 게이머 수를 돌파
 - 피쳐폰 또한 PC와 같이 게이머 수가 급감하고 있어 스마트폰이 소셜게임 등 비게임 단말을 중심으로 한 게임 시장의 주역임을 알 수 있음

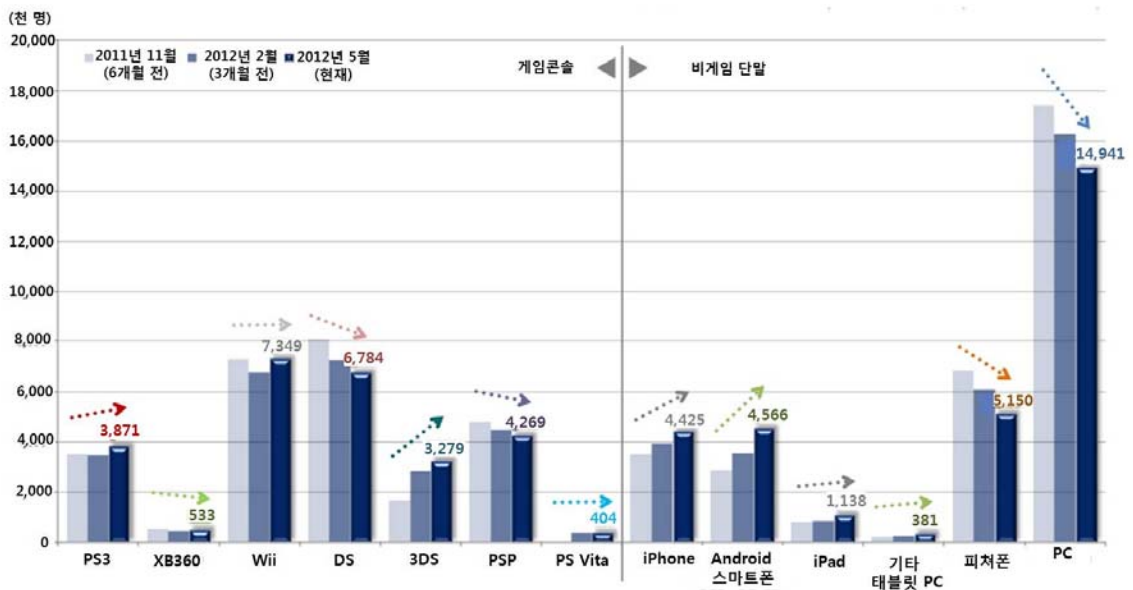
■ 전체 게임콘솔 중 Wii, 3DS, PlayStation3가 강세, PlayStation Vita는 지지부진

- ▶ Nintendo의 Wii가 가장 큰 MAU를 나타냈으며, Sony의 PlayStation3는 성숙기에 접어든 반면, PlayStation Vita는 고전
 - 게임 전용 단말 중 MAU가 가장 큰 Nintendo의 Wii는 8월 출시 예정인 신규 타이틀 <드래곤퀘스트 X 각성하는 5개의 종족 온라인(ドラゴンクエストX 目覚めし五つの種族オンライン)>으로 MAU가 더욱 증가할 것으로 보이나, 2012년 말에 출시될 차세대 하드웨어 'Wii U'의 영향을 받아 감소할 것으로 전망
 - 3DS는 절대적 수치로는 DS의 MAU보다 적으나 DS 게이머 수가 최근 반년 간 현저한 감소세를 보이는 데 비해 3DS의 게이머 수가 급증하고 있어, 2012년 내에 3DS의 게이머 수가 DS를 상회할 것으로 전망
 - Sony 게임 콘솔에서는 PlayStation3가 증가세이며, 최근 반년 간 판매량 80만 장을 기록한 게임 타이틀 <원피스 해적무쌍(ワンピース海賊無双)>를 시작으로 인기 타이틀을 연달아 출시해 하드웨어로서 성숙기에 접어든 한편, PlayStation Vita는 대작 타이틀 발매에도 불구하고, 유저 수, 단말 판매 대수, MAU가 모두 큰 변동이 없어 근본적인 대책이 시급

- ▶ 각 하드웨어는 2012년 2월, 5월 기준 MAU 증감율과 MAU 규모, 그리고 월간 추정 매출액을 토대로 그룹 A, 그룹 B, 그룹 C로 분류할 수 있으며, 그룹 A는 Wii, 3DS, PlayStation3가 속하고 그룹 B는 PlayStation Vita, Xbox360, 스마트폰 및 태블릿 PC가 속하며 그룹 C는 피쳐폰, PC, PSP가 들어감
 - 그룹 A는 급성장 시기는 지났으나, 여전히 매출규모가 커서 하드웨어로서 안정적인 입지를 유지하고 있으며 그룹 B는 성장률이 100% 이상이나 매출규모가 크지 않고, 그룹 C는 유저규모 및 매출규모 모두 크나, 하드웨어로서는 성숙기 또는 쇠퇴기를 맞이함
 - Android 기반 스마트폰 및 iPhone은 대규모의 게이머층을 보유하게 됐으나 매출규모는 여전히 게임 전용 단말에 현저히 못 미치는 상황으로, 부분유료화 모델에 기반하고 있어 게임 전용 단말에 비해 수익 단가가 낮아질 수 밖에 없으므로 과금을 향상과 유료게이머 게임당 평균 이용액(Average Revenue Per Paid User, 이하 ARPPU) 강화가 매출 증가에 필수적
 - 일본 내 가정용 게임콘솔 탄생 후 약 30년이 지난 지금, 일부 플랫폼이 게임시장 성장을 견인하는 구조가 변화해, 비슷한 규모를 지닌 플랫폼들이 각축전을 벌이는 양상을 보이고 있음

www.gamebusiness.jp

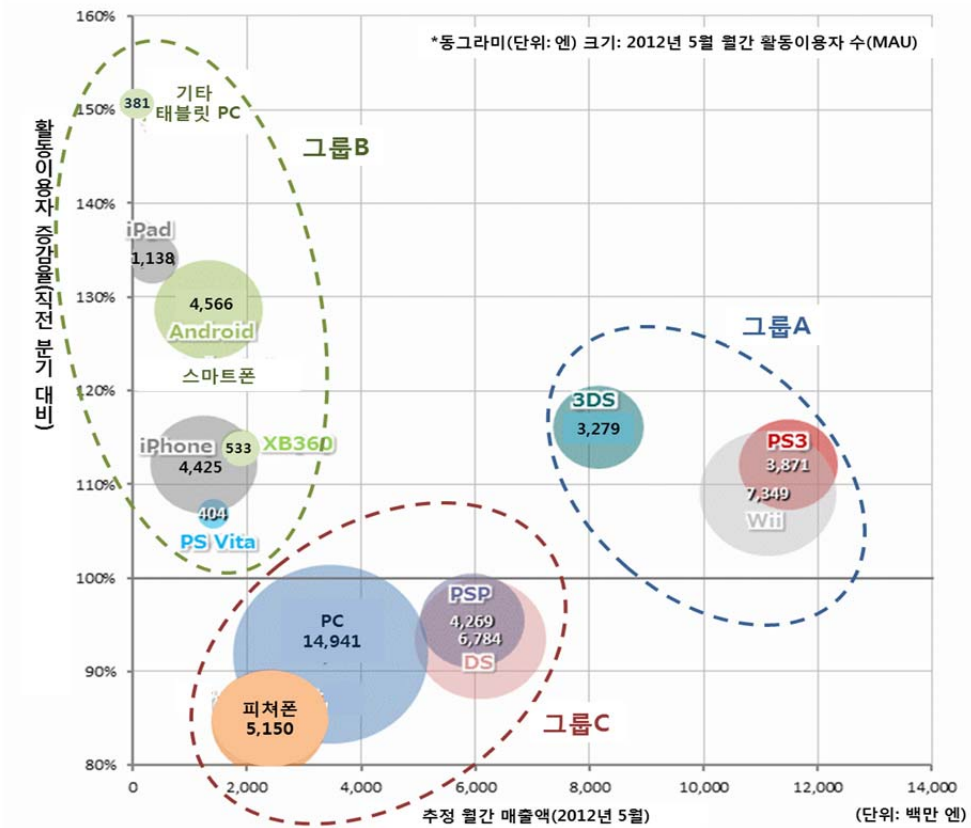
그림 8 일본 하드웨어별(게임 단말 및 비게임 단말)의 MAU 추이



[출처] GameBusiness

*주 : 유효샘플: 2011년 11월 22,298명, 2012년 2월 21,297명, 2012년 5월 21,911명

그림 9 일본 하드웨어별(게임 단말 및 비게임 단말) 활동이용자 증감을 및 월간 매출액



[출처] GameBusiness

일본 미성년자, 스마트폰 콘텐츠 중 게임 가장 선호

정보보안업체 Digital Arts가 최근 일본 미성년자(10~18세)를 대상으로 조사한 결과에 따르면, 응답자의 30% 이상이 스마트폰을 사용 중이고 가장 많이 이용하는 모바일 콘텐츠는 게임, YouTube, 그리고 NHN Japan의 'LINE'인 것으로 나타남

■ 일본 미성년자의 30% 이상이 스마트폰 사용, 게임, YouTube, LINE이 가장 인기

- ▶ 일본 정보보안 분야 메이저업체인 Digital Arts가 2012년 7월 12일에 발표한 보고서 "미성년자의 휴대전화 및 스마트폰 이용실태조사(未成年の携帯電話・スマートフォン使用実態調査)"에 따르면, 미성년자의 스마트폰 이용률이 급증
 - 스마트폰을 보유한 응답자의 비중은 학부모의 경우 전체의 36.1%, 미성년자가 30.6%로 나타남
 - 미성년자의 경우 어린이용 휴대전화**다음으로 스마트폰을 가장 많이 이용하고 있는 것으로 나타남
 - 피쳐폰을 이용 중인 응답자들 또한 휴대전화 단말 변경 시기가 오면 스마트폰으로 이동할 것으로 보이며, 2012년 여름을 기점으로 이러한 움직임이 활발해질 것으로 전망
- ▶ 일본 미성년자가 가장 많이 이용하는 모바일 애플리케이션은 게임이며, YouTube, LINE 순으로 조사
 - 미성년자가 가장 많이 이용하는 애플리케이션은 게임이며, 다음으로 대부분의 스마트폰에 인스톨되어 있는 YouTube가 이용률이 높아, 일반적인 미디어 채널로 자리 잡은 것으로 나타남
 - 게임과 YouTube 다음으로 이용률이 높은 앱은 NHN Japan이 제공하는 'LINE'으로서, 메시지 전송 뿐 아니라 무료통화가 가능한 점이 어필해 Twitter보다 높게 나타남
 - LINE은 이용자의 승인을 얻은 후에 스마트폰에 등록된 연락처와 동기화되어 친구 목록이 업데이트되는 서비스 방식을 취하고 있어, 승인 없이 업데이트되는 기타 유사 앱보다는 일본 현지 사정을 고려한 것으로 평가

*주 : 정보 보안 업체의 Digital Arts는 히로사키 대학 교육 학부 감수 아래, 전국의 초·중·고등 학생 남녀 및 그 보호자 계층 1,236명을 대상으로 2012년 5월부터 6월까지 한달간 휴대 전화·스마트폰의 이용실태를 조사

**주 : 어린이용 휴대전화는 'kids keitai'로 불리는 NTT docomo의 3G 휴대전화 'FOMA' 시리즈의 어린이용 브랜드로서, 방수 및 GPS 기능, 호신용 방법 부저 등이 탑재돼 있음

 plusd.itmedia.co.jp

GREE, 캐나다 자회사 설립 통해 게임 개발·운영 강화

GREE가 2012년 7월 20일, 캐나다 Vancouver에 100% 출자 자회사 'GREE Canada'를 설립한다고 발표, 향후 미국 자회사 GREE International과의 시너지 효과를 통해 소셜 게임 기획·개발 및 운영에 주력할 계획

■ GREE, 글로벌 게임기업이 밀집된 캐나다에 자회사 설립

- ▶ GREE는 캐나다 자회사와 미국 자회사의 시너지를 통해 북미지역 소셜게임 대표주자로 도약할 계획
 - GREE는 이미 캐나다 Vancouver에 기반을 두고 게임 라이브러리 등을 개발하는 업체인 IUGO Mobile Entertainment에 출자한 바 있으며, 이번 자회사 설립을 통해 미국 자회사 GREE International, Inc.와의 협업을 강화하고 소셜게임 기획·개발에 박차를 가하는 한편 운영체제를 안정화할 예정*
 - 캐나다 Vancouver는 세계적으로 유력한 게임산업이 집적돼 있으며 GREE의 경쟁업체인 DeNA를 비롯해 글로벌 콘솔게임 업체 EA의 EA Canada, THQ의 Relic Entertainment, Activision의 Radical Entertainment, Capcom의 Capcom Game Studio Vancouver 등 다수의 기업들이 자회사 및 스튜디오를 운영
 - 또한 캐나다는 인구규모가 작은 반면 게이머들의 성향이 미국과 비슷해 특히 모바일 게임시장의 테스트베드 역할을 하는 경우가 많으며, Vancouver에 이어 British Columbia 또한 적극적인 게임기업 유치 활동을 전개

*주 : GREE는 이미 미국 자회사인 GREE International, Inc. 등 전 세계 7개 지역에 거점을 두고 각국 시장조사, 게임 개발 및 운영, 현지 파트너와의 제휴 등을 적극적으로 추진 중임

 www.gamebusiness.jp

그림 10 2012년 상반기 소셜게임 플랫폼 업체 GREE의 해외 지사 현황



[출처] GREE

게임화의 핵심, '측정하기'와 '경쟁적 요소'의 완급 조절

시장조사업체 Gartner가 2012년 7월에 주최한 비즈니스 정보 관련 세미나에서 정보통신 분야 연구기관 GLOCOM은 게임화의 본질로서 '측정하기'를 강조. 한편, 빅데이터 취급 등 게임화의 다양한 활용 가능성과 부적절한 사용 예시를 전달

■ 게임화의 핵심은 GPS와 가속도 센서 등 '측정하기'를 통한 게임의 재미와 규모 증대

- ▶ 국제대학 GLOCOM*이 시장조사업체 Gartner의 주최로 2012년 7월 12일~13일에 일본 동경에서 열린 "Gartner Business Intelligence & Information Management Summit 2012(가트너 비즈니스·인텔리전스 & 정보활용사밋2012)"에서 게임화의 핵심을 강연
 - Akito Inoue 객원연구원은 게임화를 비즈니스에 활용하기 위해 중요한 점으로 '측정하기'를 꼽으면서, 그 예시로써 고대 올림픽의 육상경기에서는 없었던 스톱워치나 센서 등이 발달해 스타트 시간과 순위 판별이 가능해져 게임으로서의 재미가 배가되고 규모가 거대해진 현재의 올림픽으로 발전했다고 설명
 - '측정하기'는 특수 장치 없이도 GPS, 가속도센서 등이 탑재된 모바일 단말기와 인터넷 보급으로 인해 빅데이터까지 취급할 수 있게 됐으며, 사람들의 일상적 행동을 저렴한 비용으로 가시화할 수 있는 환경이 정비됐다는 점에서, 과거와는 다른 게임화의 물결이 일어나고 있음

■ 게임화, 경쟁 요소의 적절한 조절이 관건

- ▶ 게임화 요소 중 중요한 것은 레벨업이나 랭킹 등 경쟁 요소이며, 비의식적 행동에 보다 효과적
 - Akito Inoue 연구원은 "게임화는 '의식적으로 할 수 없는 행동'에는 긍정적 효과를 발휘하나 '의식적으로 선택해야 하는 행동'에는 그렇지 못하다"고 말하면서, "게임화를 통해 이용자의 지나친 금전적 지출, 시간 낭비, 가치관에 부합하지 않는 행동' 등을 유도하는 것은 부정적인 결과를 초래한다"고 경고
 - 또한 그는 게임화의 사례로, 2008년 미국 대통령 선거에서 Obama 대통령 후보 진영이 운영한 'barackobama.com' 경우, Obama 후보를 지지한 유권자들에게는 구체적인 응원 방법을 제시해 효과적이었으나 다른 후보를 지지하는 유권자들의 생각을 바꿀 수는 없었으며, 사회적으로도 좋지 않은 방법이라고 강조

*주 : 국제대학 GLOCOM(Global Communication Center for Global Communications, International University of Japan)은 1991년에 설립된 일본 동경 소재 정보통신 분야 연구기관으로서, 기업과의 공동연구 등을 수행

 itpro.nikkeibp.co.jp

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 12 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 7. 23 ~ 2012. 7. 29) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	239,273	452.7%	6,828,650
	2	PlayStation3	Sony	17,532	13.6%	8,351,842
	3	PSP	Sony	13,366	-0.2%	19,091,109
	4	Wii	Nintendo	10,641	19.0%	12,494,352
	5	PlayStation Vita	Sony	9,874	-12.1%	841,531
	6	DS	Nintendo	1,169	-10.2%	32,963,210
	7	Xbox360	MS	824	10.3%	1,597,598
SW	1	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	423,075	신규	423,075
	2	Persona 4: Arena (PlayStation3)	Atlus	125,000	신규	125,000
	3	Nayuta no Kiseki (PSP)	Nihon Falcom	76,844	신규	76,844
	4	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	69,554	-21.7%	2,464,526
	5	Super Dangan Ronpa 2: Goodbye Despair (PSP)	Spike	64,378	신규	64,378
	6	Just Dance Wii 2 (Wii)	Nintendo	60,402	신규	60,402
	7	Tchoku Daigaku Kaei Gaku Kenkyusho (3DS)	Nintendo	41,729	신규	41,729
	8	Digimon World Re:Digitize (PSP)	Namco Bandai	30,729	-62.4%	112,432
	9	Kirby's Dream Collection: Special Edition (Wii)	Nintendo	30,000	-70.0%	130,153
	10	Chokyo no Masou Dojo Renbutsu (PSP)	Namco Bandai	24,669	신규	24,669

[출처] VG Chartz

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 13 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 7. 27 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	300만명 대난투! UTOPIA (300万人大乱闘! UTOPIA)	SOCIAL GAME FACTORY
2	괴도 로얄 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	GREE·Bandai Namco	Boo-shuka for mixi (ブーシュカ for mixi)	CyberAgent
3	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	FIFA월드클래스축구 (FIFAワールドクラスサッカー)	EA-gumi	비밀기록 요괴대전쟁 (秘録 妖怪大戦争)	DecomAppica ENTERBRAIN
4	건담 로얄 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	AKB48스테이지파이터 (AKB48 ステージファイター)	GREE·Ateam	메이플스토리 브레이브 몬스터즈 (メイプルストーリー ブレイブモンスターズ)	NEXON, Docom
5	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	전국사가 (戦国サーガ)	Grenge
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	도라몬마스터 (ドラモンマスター)	Grenge
7	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロム布斯)	GREE	일본식화장실 탈출 (和式トイレからの脱出)	Ateam
8	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	크로우즈WORST~최후의전설 (クローズWORST~最終伝説)	Konami	신마계승라그나브레이크 (神魔界継承ラグナブレイク)	Crooz
9	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	전국 킹덤 (戦国キングダム)	GREE	의인 그이 (擬人カレシ)	Ambition
10	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	몬헌 탐험기 신비의 섬 (モンハン探検ぼろしの島)	CAPCOM-gumi	아이돌고지대비밀스튜디오 (秘蔵アイドルひみつスタジオ)	arithmetic

*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

호주 모바일 게임업계, 동남아시아 시장 진출 모색

호주 모바일 게임시장의 신생기업 Broccol-E-Games, Weekend Melbourne 등이 중국, 베트남, 캄보디아 등 팡창 일로에 있는 동남아시아 모바일 게임시장의 성장 가능성에 주목해 진출 기회 모색

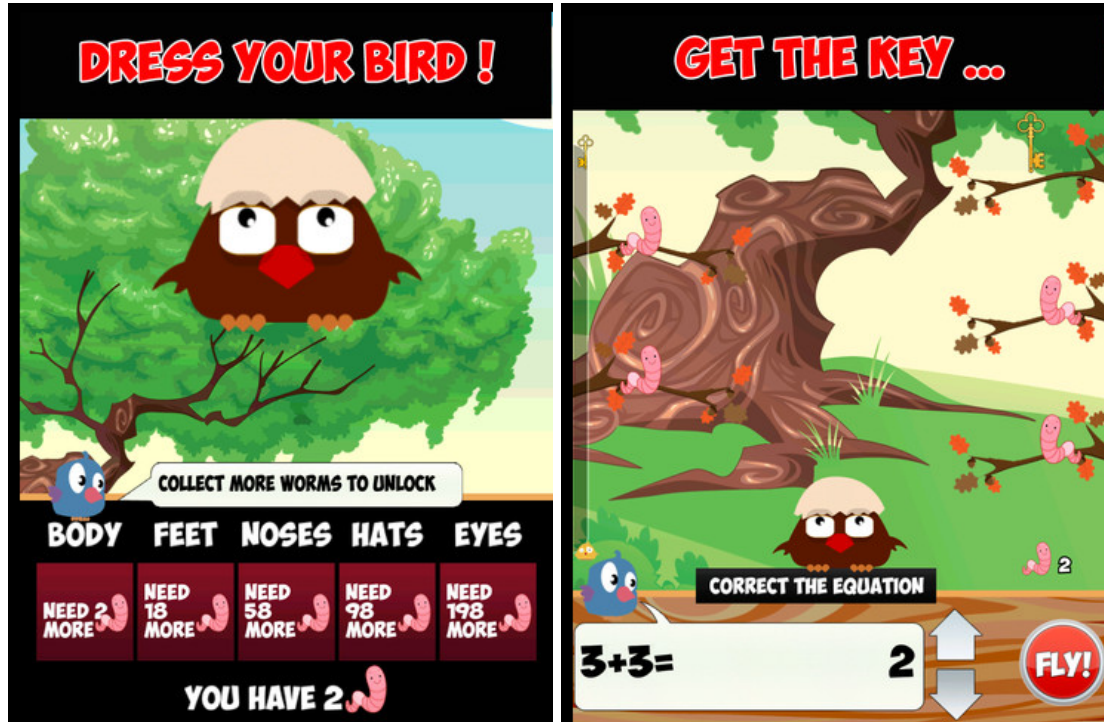
■ 호주 모바일게임 신생업체, 동남아시아 게임시장 성장 가능성에 주목

- ▶ 호주 멜버른(Melbourne) 소재의 모바일게임 개발업체 Broccol-E-Games는 모바일게임 타이틀 <Math with Springbird>를 개발
 - <Math with Springbird>의 개발 목적은 어린이들의 기본적인 수학문제 해결을 돕기 위함
- ▶ 2011년 11월 베트남계 호주인 David Truong에 의해 설립된 신생기업 Weekend Melbourne은 모바일 게임 <AngleCube>를 개발
 - 6년 넘게 교육업계에 종사해온 David Truong은 "학교 재직 중 교육과 테크놀로지간 통합에 대해 연구해 왔으며 탈선 학생들을 학교 시스템으로 재복귀시키는 일을 돕기도 했다"며, "이 같은 경험으로부터 학습 도구로서 강력한 하드웨어의 필요성을 느꼈으며, 가장 효율적인 방법이 모바일 단말에서 게임을 통한 언제 어디서나 배우고 즐길 수 있는 교육 환경의 구축이라는 것을 깨달았다"고 언급
- ▶ David는 아시아 게임시장의 성장 가능성에 주목, 현재 많은 아시아 신생 IT기업들이 성장 전략을 추진하고 있으며, 보다 많은 정부 지원이 뒷받침될 경우 아시아 게임산업이 언젠가는 실리콘밸리를 앞설 것으로 전망
 - David는 베트남과 캄보디아 여행 당시 입이 딱 벌어질 만큼 놀라운 동남아시아 모바일 게임시장 성장을 목격
 - "호주보다 뛰어난 베트남의 모바일 접근성에 놀라움을 금치 못했다"고 언급하며, 바로 이것이 자신이 "웹게임이 아닌 모바일 교육게임에 주목하는 이유"라고 주장
 - 실제 베트남은 모든 장소에 모바일 기지국을 갖추고 있어 모바일 인터넷 접속속도가 매우 빠르며, 모바일게임을 개발 중인 수많은 베트남 업체들이 중국 게임시장 공략을 가속화하고 있는 것으로 알려짐
- ▶ 마지막으로 아시아 IT전문 미디어 Tech In Asia는 팡창 일로에 있는 중국 게임시장 진출을 위한 게임 관련 신생업체의 상하이(Shanghai) 게임시장 공략을 권유

- Tech In Asia에서 최근 발표한 시장 전망치에 따르면 상하이 게임시장 가치는 2011년에만 약 23억만 달러로 집계돼 중국 전체 게임시장의 30%를 차지

 www.techasia.com

그림 11 모바일게임 <Math with Springbird> 스크린샷



[출처] Broccol-E-Games 홈페이지

인도네시아 Qeon Interactive, Bouncity 인수

인도네시아 게임 퍼블리셔 Qeon Interactive가 인도네시아 3대 신생기업 중 하나로 선정된 위치기반 게임 플랫폼 업체 Bouncity를 인수. Qeon Interactive는 이번 인수를 통해 향후 위치기반 온라인게임을 선보일 예정

■ 인도네시아 게임 퍼블리셔 Qeon Interactive, 위치기반 플랫폼 업체 Bouncity 인수

- ▶ 인도네시아 소재의 게임 퍼블리셔 Qeon Interactive*가 위치기반 게임 플랫폼 업체 Bouncity를 인수
 - Qeon Interactive와 Bouncity간 인수는 2012년 6월 마무리된 것으로 알려진 가운데, 인수 관련 소식은 Bouncity의 COO Kevin Osmond에 의해 최근 전격 공개
 - 인수 과정에서 최근 Qeon Interactive에 합류한 Jeffrey Anthony를 제외한 모든 주주들이 빠져나간 것으로 전해짐
 - 인수가 정확히 공개되지 않은 가운데, 앞으로 Qeon Interactive는 모바일 애플리케이션, 데이터베이스 등 Bouncity의 플랫폼 운영 권리 및 개발팀 등 인적자원을 넘겨받은 것으로 알려짐

*주 : 인터넷 부가가치 서비스 제공사업자(Internet Value Added Service Provider)로 소셜네트워크 서비스 Qeon SNS를 운영하고 있으며, 인도네시아 최초의 온라인게임 <Shadow Company>를 런칭한 온라인게임 퍼블리셔

- ▶ Bouncity는 2011년 7월 런칭 후 지금까지 지역기반 게임으로 매출의 상당부분을 견인하며 아시아 최대의 테크 스타트업 행사 "Echelon 2011"에서는 인도네시아 3대 신생기업 중 하나로 선정
 - "Echelon 2011" 수상 당시 Bouncity는 런칭한 지 겨우 한 달 남짓한 초신생기업으로, 지난 1년 동안 총 30만 명의 이용자를 확보, 7,000개 이상의 Alfamart(인도네시아 편의점체인) 아울렛에서 프로모션 중인 Mizone과 함께 전국 규모의 캠페인을 추진
- ▶ Qeon Interactive는 온라인게임 퍼블리셔로 한국, 일본, 중국, 대만 게임을 인도네시아 시장에서 유통하기 위해 2개월 전 공식 런칭
 - 런칭 당시 Qeon Interactive는 <Shadow Company>라고 불리는 FPS 온라인게임을 소개
 - Qeon Interactive는 MidPlaza 그룹에 속해 있으며, Biznet으로부터 자금 지원을 받아 향후 전자결제시스템도 구축할 전망
- ▶ Qeon Interactive의 Bouncity 인수로 Yahoo!는 KoproI 서비스를 중단, 현재 인도네시아에서는 Foursquare를 제외한 다른 지역기반 신생업체들이 모두 서비스를 중단한 상태

- Bouncity의 COO Kevin Osmond는 2012년 8월경 신생업체들에게 개발 및 컨설팅 서비스를 제공하는 디자인 및 테크놀로지 관련 공동 스튜디오 Weekend Inc.를 설립할 예정

 www.techinasia.com

그림 12 Qeon Interactivity의 온라인게임 <Shadow Company> 스틸샷



[출처] Qeon Interactivity 홈페이지

게임 <Soul Captor> 오픈 베타 게임 서비스 개시

대만 게임업체 Gamania가 퍼블리싱하는 부분유료화 방식의 MMORPG 게임 <Soul Captor>가 클로즈드 베타 게임 서비스에 이어 오픈 베타 게임 서비스를 7월 12일부터 시작. <Soul Captor>의 정식 서비스는 올 여름으로 예정

■ 7월 3일부터 <Soul Captor>의 오픈 베타 게임 서비스 시작

- ▶ 대만 게임업체 Gamania가 MMORPG 게임 <Soul Captor>의 클로즈드 베타 게임 서비스를 공식 홈페이지 'www.soulcaptoronline.com'을 통해 7월 3일부터 시작한다 이어 7월 12일부터는 누구나 참여할 수 있는 오픈 베타 게임 서비스가 시작
 - 멀티플레이어 게임 전문 미디어 MPOGD.com이 보도한 바에 따르면 <Soul Captor>는 무료로 게임을 즐길 수 있는 F2P(Free-to-Play)방식의 MMORPG 게임으로 어드벤처 탐험 게임을 표방
 - 공식 서비스는 올 여름 내에 시작될 것으로 예상되고 있으며 12세 이상 게이머를 대상으로 하고 있음
- ▶ <Soul Captor> 홈페이지 제공 내용에 따르면, <Soul Captor>는 몬스터 사냥 요소 등의 PvE 요소 뿐만 아니라 게이머 간 대전도 지원하는 PVP 또한 지원
 - 게이머들은 게임 내에서 지속적으로 추가되는 임무(퀘스트, Quest)들을 수행하고 적들을 무찌르며 경험치를 쌓아나 가게 되며, 이를 통해 레벨을 향상시킬 수 있음
 - 퀘스트 중심의 게임을 표방하고 있기 때문에 적들을 사냥하는 것은 퀘스트 수행 시 보다 적은 경험치를 얻음
 - 또한 <Soul Captor>는 길드라는 이름으로 게이머 간 연합 시스템(길드 내 최대 인원은 현재 30명)을 지원하며 이에 따라 길드끼리의 전쟁 또한 가능
 - 퀘스트 수행 시 최대 파티 인원은 6명으로 제한되지만, 파티와 관계없이 친구 등록은 최대 60명 까지 가능
- ▶ 부분유료화 방식으로서 퀘스트들 뿐만 모든 게임 요소가 제한 없이 게이머들에게 제공되지만, 게임 캐릭터를 게이머 취향에 맞게 꾸밀 수 있는 아이템들은 유료 방식으로 제공될 예정

■ <Soul Captor>가 표방하고 있는 Soul Spirit(영혼) 수집 시스템, 'soulpedia'

- ▶ 게이머들은 Anima라 불리는 일종의 보조 캐릭터를 통해 게임 진행 과정에서 물리친 적들의 Soul Spirit(영혼)을 수집할 수 있음
 - 수집된 영혼들은 'soulpedia'라 불리는 책에 기록/보관되며, 이들 영혼들을 다 모으는 것 또한 게임의 주 목표

- 수집한 영혼을 통해 게이머들은 특수 보조 효과를 얻거나, 게이머의 캐릭터와 Anima를 강화하는데 사용
- 특정 보스급의 영혼들은 게이머 캐릭터의 탈 것으로도 활용할 수 있음

 www.mpogd.com

그림 13 대만 게임업체 Gamania의 차세대 MMORPG <Soul Captor> 실행화면

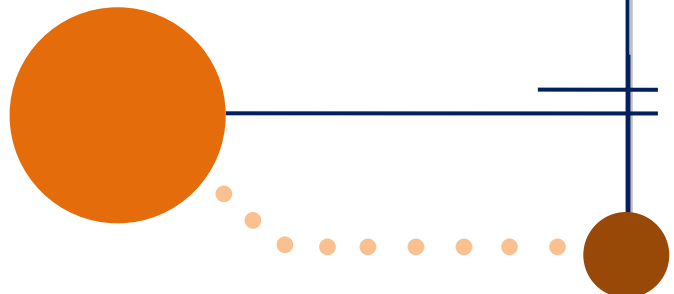


[출처] Gamania



유럽 게임시장 동향

- UKIE, 신생 게임업체 육성 위한 3가지 신규전략 발표
- 2012 폴란드 게임시장, 약 4억 달러 규모에 이를 듯
- 클라우드 게임 업체 OnLive, 벨기에 진출
- 유럽 선두 게임업체 Bigpoint, 모바일게임 사업 철수
- 스페인 소셜 게임업체 Social Point, 모바일로 플랫폼 확장
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



UKIE, 신생 게임업체 육성 위한 3가지 신규전략 발표

영국 게임산업 무역단체는 자국 내 게임 스튜디오와 신규 게임업체들의 입지구축을 돕기 위해 퍼블리셔와 개발자간 장벽 붕괴, Next-Gen Skills 캠페인 지원, Developer Manifesto 등 3가지 신규 전략을 발표

■ UKIE, 자국 게임 개발 관련 신생업체 육성 위한 3가지 신규 전략 공개

- ▶ 영국 게임산업무역단체(The Association for UK Interactive Entertainment, 이하 UKIE)는 게임 개발자들을 위한 새로운 전략을 발표
 - UKIE의 새로운 CEO인 Jo Twist에 의해 제시된 3가지 신규 전략은 UKIE로 하여금 정치적 로비 및 지속적인 시장조사 활동 뿐만 아니라 게임 개발스튜디오 및 신규 게임업체들이 시장 내에서 입지를 구축하는데 있어 무엇을 제공해야 하는지에 초점을 두고 있음
- ▶ UKIE의 Jo Twist CEO는 "출범 당시 UKIE는 게임산업 전체 육성을 목표로 밝혔으며, 2년이 지난 지금 구성원의 절반 이상이 퍼블리셔가 아닌 것으로 나타나 모든 것이 계획된 대로 진행되고 있다"고 밝힘
 - Twist CEO는 "개발자와 퍼블리셔간 장벽이 점차 붕괴되고 있는 가운데, UKIE가 이를 더욱 앞당길 것으로 전망
 - 뿐만 아니라 흔히 "왜 굳이 퍼블리셔 또는 개발자들에게만 포커스를 맞추나?"며 반문하는 사람들에게 게임업계는 유통업체, 라이선스업체, 게임업체, 음악업체 등 매우 다양한 플레이어로 구성되어 있다는 것을 확인시켜 줄 것이라고 언급
- ▶ 또 다른 신규 전략은 게임 개발에 관한 세금 감면, 실제 등급시스템으로서 PEGI의 도입, Next-Gen Skills 캠페인에 대한 UKIE의 지원 등이 있음
 - Next-Gen Skills는 총 3가지 프로그램으로 구성되어 있는데, 먼저 'Industry Transition'은 새로운 시장 및 비즈니스 모델로의 변화를 모색하는 퍼블리셔 및 미디어 엔터테인먼트업체를 대상으로 한 교육 프로그램으로 보다 많은 시장조사 자료 및 분석 데이터를 제공하고 시장 트렌드, 마켓플레이스, 소비자 행동에 대한 통찰력을 제공
 - 스타트업 및 신규 게임업체를 위한 교육 프로그램 'Growth Ready'는 게임 개발업체 및 인디 게임업체, 신규 엔터테인먼트 업체 등을 대상으로 성장 중인 사업영역에 대한 정보를 제공하며 네트워킹과 지식 공유 등을 강조
 - 'Talent Development' 프로그램은 대학생, 대학원생, 졸업예정자 등 게임산업에 종사하길 원하는 역량 있는 젊은 인재들을 대상으로 한 맞춤 교육에 초점을 둠

- ▶ 한편, UKIE는 영국 퍼블리셔 Eidos Interactive의 Ian Livingstone 회장과 개발자 그룹의 자문을 받아 'Developers Manifesto'를 제정
 - UKIE는 개발자들이 이메일을 통해 지원에 관해 요청할 수 있도록 핫라인을 개설하고 있음
 - Jo Twist CEO는 "영국 게임개발 부문의 발전을 촉진시키기 위한 지원을 지속적으로 확대하고 있다"고 언급

 www.mcvuk.com

2012 폴란드 게임시장, 약 4억 달러 규모에 이를 듯

시장조사기관 Newzoo가 새롭게 펴낸 보고서에 따르면, 630만 명에 달하는 폴란드 유료 게임 이용자들이 2012년에만 3억 5,000만 달러에서 4억 5,000만 달러를 게임에 지출할 것으로 전망

■ 폴란드의 2012년 게임시장 지출 규모, 3억 5,000만 달러~4억 5,000만 달러 전망

- ▶ 시장조사기관 Newzoo가 6월에 발표한 보고서 "Infographic Poland"에 따르면, 폴란드의 게임시장 지출 규모가 2012년 3억 5,000만 달러에서 4억 5,000만 달러 사이를 기록
 - 이번 조사는 시장조사기관 Newzoo가 폴란드 지역 시장조사기관 Gry-Online과 공동으로 진행
- ▶ 1,180만 명에 달하는 폴란드 게이머의 53%, 즉 630만 명의 게이머들이 게임 콘텐츠에 지갑을 열고 있는 것으로 조사
 - Newzoo의 조사에 따르면, 3,840만 명의 총 인구를 보유하고 있는 폴란드에서 10세에서 65세 사이의 인터넷 사용 인구는 1,810만 명에 달하며 이 중 실제로 게임을 즐기는 게이머들의 수는 1,180만 명
 - 이들 게이머 중 실제로 게임에 돈을 지출하는 게이머들은 전체 게이머의 53%인 630만 명에 달하며, 여성 게이머의 비율은 44%
- ▶ 게임 플랫폼 별 지출 규모는 여전히 콘솔게임에 대한 게이머들의 지출 비중이 가장 높음
 - 콘솔게임은 전체 게임 지출 중 25%를 차지할 것으로 예상되었으며, 그 뒤를 이어 PC 패키지 게임과 MMO 게임이 18%의 지출 규모 비중을 기록할 것으로 예상
 - PC 다운로드 방식의 게임에 대한 게이머 지출은 총 지출 중 12%를 기록할 것으로 예상되었으며, 모바일게임은 11%, 캐주얼 및 소셜게임은 각각 8%의 지출 비중을 기록할 것으로 전망
 - 특히 폴란드는 매우 강한 PC게임 전통을 가지고 있는 것으로 알려져 있는데, 이는 2012년 이 분야에서 1억 2,000만 달러의 연간 지출이 발생할 것으로 예상되는 이유이기도 함
 - 하지만 모바일/캐주얼/소셜게임의 합산 지출 비중이 27%를 기록, 콘솔게임의 지출 비중을 앞서게 될 것으로 전망

■ 캐주얼/소셜/모바일게임 사용시간, 기존 PC/콘솔/MMO게임 사용시간을 넘어

- ▶ 폴란드 게이머들이 캐주얼/소셜/모바일게임을 하는데 사용하는 시간이 PC게임, 콘솔, MMO게임 등을 하는데 들이는 시간 보다 약간 많은 것으로 조사

- 조사에 따르면 폴란드 게이머들은 매일 총 2,000만 시간을 게임을 하는 데 사용하고 있는 것으로 조사
- 이중 캐주얼/소셜/모바일의 게임 시간 비중은 각각 21%, 17%, 13%로 합계 51%를 기록
- 기존 PC 게임의 이용 시간 비중은 23%, 콘솔 및 MMO 게임 시간 비중은 각각 11%, 15%로 총 합계 49%를 기록

▶ 플랫폼별 게이머 비중(중복 가능)은 캐주얼 게임이 가장 높은 것으로 나타났는데, 캐주얼 게임을 즐기는 폴란드 게이머들은 950만 명에 달했으며 이는 전체 폴란드 게이머들 중 81%가 캐주얼 게임을 즐기고 있다는 것을 의미

- 그 뒤를 이어 모바일 및 소셜게임이 각각 780만 명 및 700만 명이 즐기고 있는 것으로 조사
- PC게임의 경우 패키지 게임을 즐기는 게이머의 비율이 절반을 넘는 680만 명(58%)를 기록하면서, 폴란드의 강한 PC게임 전통을 보여줌
- 다운로드 방식의 PC게임을 즐기는 게이머 비율 또한 44%를 기록하였으며, MMO 게임을 즐기는 게이머들은 550만 명(47%)인 것으로 조사
- 반면 콘솔게임을 즐기는 게이머의 수는 500만 명으로 전체의 43%에 불과한 것으로 조사

 www.gameindustryblog.com

클라우드 게임 업체 OnLive, 벨기에 진출

클라우드 게임업체 OnLive의 벨기에 홈페이지 및 네덜란드어/프랑스어 페이지가 잇따라 개설된 가운데, OnLive의 클라우드 게임 서비스가 벨기에에서 시작되었다고 다수의 게임 전문 외신들이 보도

■ 클라우드 게임업체 OnLive, 벨기에 진출을 통해 유럽 거점 마련

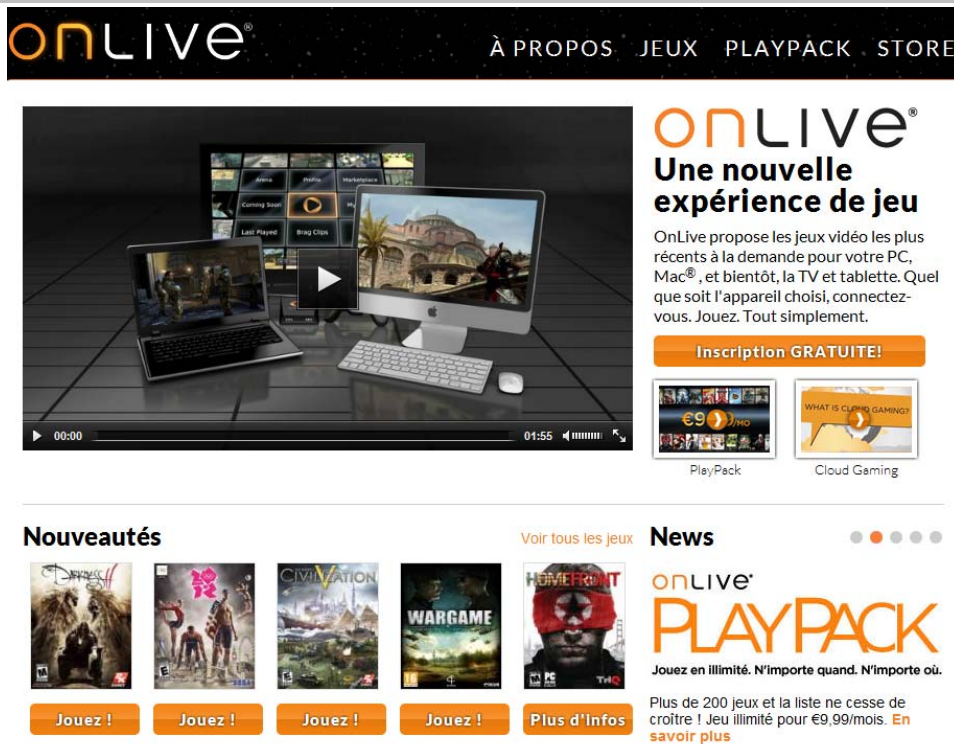
- ▶ 클라우드 게임업체 OnLive*의 벨기에 홈페이지(www.onlive.be) 및 하위 페이지인 네덜란드어(nl.onlive.be)/프랑스어(fr.onlive.be) 페이지가 개설된 가운데, OnLive가 벨기에에서 클라우드 게임 서비스를 시작
 - OnLive는 2012년 7월 19일(현지 시각)에 벨기에 홈페이지를 개설했으며, 현재 영어/프랑스어/네덜란드어의 3개 언어로 현지 홈페이지 서비스를 제공
 - 이번 OnLive의 벨기에 시장 진출은 OnLive의 벨기에 진출 선언 후 2년 만에 구체화된 것
 - OnLive는 2010년 5월 발표를 통해 벨기에 시장에 진출할 것으로 공언했었으며, 이와 관련 벨기에 최대 초고속 인터넷업체 Belgacom이 OnLive에 투자를 단행
 - Belgacom은 투자와 함께 OnLive의 클라우드 게임 서비스에 파트너로 참여해 왔으며, OnLive의 클라우드 게임 서비스를 벨기에 및 룩셈부르크에서 자사 초고속인터넷 서비스를 통해 제공할 독점권을 획득
 - IT 전문 미디어 VentureBeat의 보도에 따르면, Belgacom의 고객들은 한달 동안 OnLive의 벨기에 홈페이지를 통해 클라우드 게임 서비스를 무료로 즐길 수 있음
- ▶ 현재 클라우드 게임업체 OnLive의 서비스 게임은 약 200개 이상에 달하며, 게이머들은 해당 게임을 구매/대여 방식으로 즐기거나 OnLive의 정기 결제 서비스인 'OnLive PlayPack'을 통해 제한없이 즐길 수 있음
 - 또한 유료 결제없이 게이머들은 OnLive의 게임들 중 원하는 게임을 30분간 제한없이 미리 즐길 수도 있음
 - 다만 OnLive는 미국 홈페이지에서 PlayPack을 9.99달러에 제공하고 있는 반면, 벨기에 홈페이지에서 PlayPack 서비스 이용 요금은 9.99유로(약 12.29달러)로 소개되고 있어 국가별 서비스 요금에 차이가 존재
 - 한편 영국에서는 6.99파운드(약 10.95달러)에 월 정액 서비스인 PlayPack이 제공
 - OnLive 측은 PlayPack 가입자들을 대상으로 OnLive 게임이나 관련 하드웨어 제품을 30% 할인

- 현재 OnLive가 보유한 유명 게임들로는 <Batman: Arkham Asylum>, <BioShock>, <Borderlands>, <F.E.A.R. 3 PlayPack Multiplayer>, <Just Cause 2>, <The Witcher> 등이 있으며 유명 인디 게임인 <World of Goo> 등도 서비스되고 있음

*주 : OnLive의 클라우드 게임 서비스는 중앙 데이터 센터를 통한 게임 데이터 스트리밍을 통해 다양한 단말기에서 게임을 원격으로 즐길 수 있도록 하는 것으로 게이머들은 거의 대부분의 PC 및 Mac 단말기에서 게임을 즐길 수 있음. 또한 Google의 OS Android를 기반으로 하는 일부 태블릿 PC와 스마트폰에서도 OnLive의 스트리밍 서비스를 통해 게임을 즐길 수 있는데, OnLive는 게임에 필요한 통합 무선 컨트롤러인 OnLive Wireless Controller를 통해 콘솔급 게임 경험을 모바일 단말기 게이머들에게 제공

www.onivespot.net www.venturebeat.com

그림 14 OnLive 벨기에의 프랑스어 페이지 화면



[출처] fr.onlive.be

유럽 선두 게임업체 Bigpoint, 모바일 게임사업 철수

독일에 거점을 둔 유럽의 대표적 게임업체 Bigpoint가 수익성이 악화된 모바일게임 개발 사업에서 철수한다고 발표. 향후 유럽 및 미국, 브라질에 사무실을 추가 신설해 현지 사업에 주력할 계획

■ Bigpoint, 수익 창출이 어려운 모바일 게임시장에서 완전히 철수

- ▶ 부분 유료화 게임 전문 퍼블리셔 Bigpoint가 모바일게임 개발 사업을 철수하기로 결정해, 개발 중인 프로젝트의 다수가 이미 중단됐으며 직원 29명이 해고될 예정
 - Bigpoint의 Heiko Hubertz CEO는 "모바일게임이 게임산업을 크게 변화시킬 것이라고 믿어 의심치 않으나, 현재로서는 수익을 내기가 극도로 어려운 상황"이라고 말하면서 "시기적으로 적절치 않아, 모바일게임 사업을 접기로 결정했다"고 밝힘
 - Bigpoint가 개발 중인 모바일게임 타이틀은 10개이며 일부는 몇 주 후 출시되고 나머지는 완전히 중단될 예정
 - Bigpoint는 모바일 게임사업에서 철수한 후 파리, 런던, 로마, 샌프란시스코, 상파울로 등에 이미 마련된 사무실을 확장해 현지 사업에 전념할 계획

- ▶ Bigpoint 성장을 견인한 Reisberger 형제, Bigpoint 퇴사 후에도 모바일게임 분야에 주력할 예정
 - 한편 Bigpoint의 이사직과 최고 게임 담당자(Chief Games Officer) 등을 역임하며 Bigpoint를 글로벌 게임업체로 발전시킨 주역인 Philip Reisberger, Tobias Reisberger 형제는 Bigpoint를 관둔 이후에도, 부분 유료화 게임시장 분석 관련 사업 및 새로운 개발 팀 'AppFlag'을 통해 계속해서 모바일게임 분야에 남을 계획
 - Reisberger 형제는 "우리는 아직 모바일 게임시장을 이해하고 있는 단계"라고 말하면서 "태블릿 PC가 향후 게임 콘솔의 강력한 라이벌이 될 것"이라고 강조

 www.pocketgamer.biz

스페인 소셜 게임업체 Social Point, 모바일로 플랫폼 확장

2012년 7월, 740만 달러의 투자금을 확보한 스페인 소셜 게임업체 Social Point는 모바일 기반의 소셜게임으로 게임 플랫폼을 확장하기로 결정. Social Point는 2013년 까지 PC와 모바일이 연동되는 멀티플랫폼 소셜게임을 개발할 계획

■ 스페인 소셜 게임업체 Social Point, 740만 달러의 투자 유지

- ▶ 2012년 7월 11일, 스페인 1위 소셜 게임업체 Social Point는 740만 달러의 Series B 투자*를 받음
 - Social Point의 Series B 투자유치에는 벤처 캐피탈 투자업체 Indivest Partners**와 Nauta Capital***이 참여
 - Social Point의 Andrés Bou CEO는 "전세계적으로 소셜 게임시장이 급격하고 성장하고 있지만, PC 기반의 소셜 게임은 가입자와 수익성이 감소하고 있다"면서, "Social Point는 이번 투자금을 통해 PC 기반의 소셜게임에서 모바일 기반의 소셜게임으로 게임 플랫폼을 확장할 것"이라고 언급

■ Social Point, Facebook 게임 순위 Top 10에 진입

- ▶ 2008년 게임개발자 Andrés Bou, Horacio Martos, Marc Canalet 등이 공동으로 설립한 Social Point는 스페인 게임업체 중 유일하게 Facebook 게임 순위 Top 10에 게임을 등록시킨 스페인 1위 소셜 게임업체로 유명세를 얻고 있음
 - Social Point는 2011년 1월 Facebook용 소셜게임 <Social Empire>를 출시해 스페인 게임업체 중 처음으로 Facebook 게임 순위 Top 10에 포함되었으며, 그후 RPG와 건설 시뮬레이션을 조합한 소셜게임 <Dragon City>를 출시해 큰 인기를 끌고 있음
- ▶ 현재, 1,300만 명의 누적가입자를 확보하고 있는 Social Point는 향후 PC와 모바일이 연동되는 멀티 플랫폼 소셜게임을 개발해 스페인 1위 소셜 게임업체에서 글로벌 소셜 게임업체로 성장할 계획

*주 : 'Series A 투자'는 벤처 캐피탈 회사들의 투자방식으로 사업 초기 단계의 기업을 대상으로 비즈니스 아이템의 독창성과 신뢰도, 경영자의 리더쉽, 시장 가능성등 비전과 성장성만으로 평가하여 투자하는 것을 의미. 기업의 매출이 시작된 후 투자하는 것은 'Series B'나 'Series C'로 불림

**주 : Indivest Partners는 2010년까지 Allianz의 산하 투자업체였으나 2011년부터는 독립적으로 활동하고 있으며, 1999년부터 총 100개의 신규업체에게 벤처 투자를 진행

***주 : 스페인과 미국에 지사를 두고 있는 Nauta Capital은 주로 모바일, B2B 소프트웨어, 보안, eCommerce 등 IT업체에게 전문적으로 투자를 하고 있는 유럽 벤처 캐피탈 투자업체

 www.gigaom.com

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 14 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (7. 22 ~ 7. 28)	독일 (7. 22 ~ 7. 28)	프랑스* (7. 22 ~ 7. 28)
1	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, SEGA)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)
2	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)	Max Payne 3 (PlayStation3, Rockstar Games)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
3	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)
4	Tom Clancy's Ghost Recon Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Londres 2012 (PlayStation3, SEGA)
5	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
6	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	
7	Batman: Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	Die Sims 3 (PC, EA)	
8	Call of Duty: Modern Warfare3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	
9	The Amazing Spider Man (Xbox360, Activision Blizzard)	Assassin's Creed: Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	
10	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	
순위	스웨덴 (7. 22 ~ 7. 28)	이탈리아 (7. 22 ~ 7. 28)	네덜란드 (7. 22 ~ 7. 28)
1	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)
2	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)
3	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
4	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PC, EA)
6	Xbox Live Gold Card (Xbox360, MS)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
7	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Wii, Warner Bros.)	Inazuma Eleven 2 Firestorm (DS, Nintendo)	Max Payne 3 (PlayStation3, Rockstar Games)
8	Lego Batman 2: DC Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros.)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
9	Battlefield 3 (PC, EA)	Inazuma Eleven 2 Blizzard (DS, Nintendo)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)
10	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)

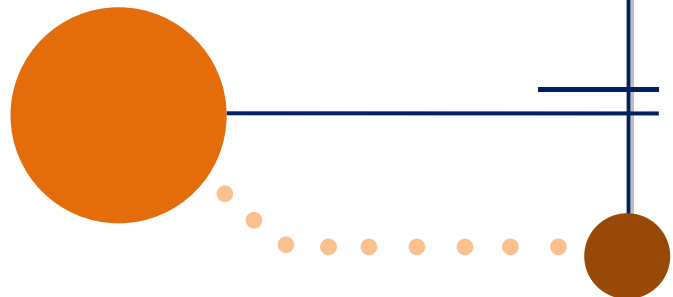
*주 : 프랑스와 이탈리아의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 우루과이, 글로벌 게임산업을 향한 도약 시도
- 브라질 모바일 게임시장이 성장할 수 있는 4가지 이유
- 아르헨티나 게임업체, "게임은 문화적 표현이다"
- 브라질 게임행사 'Brasil Game Show 2012'



우루과이, 글로벌 게임산업을 향한 도약 시도

우루과이는 게임 소프트웨어 주요 수출국으로 규모가 중남미 국가 중 3위를 차지하는 것으로 평가. 최근 자국 게임의 대외적 성과로 인해 우루과이의 게임산업 당국은 고품질의 게임으로 중남미뿐만 아니라 국제시장에서의 성공을 확신

■ 우루과이 게임, 해외 주요 게임시장에서 게임판매순위 상위권 차지

▶ 우루과이 게임업체, 기술력 확보로 글로벌 게임시장에서 선전

- 우루과이 게임업체 Ironhide Games에서 제작된 <Kingdom Rush>는 2012년 2월 미국 App Store(iPhone용)에서 유료 다운로드 2위 기록
- 2012년 7월 우루과이 게임업체 Powerful Rebot는 Cartoon Network TV채널의 애니메이션 시리즈 "La hora de la aventura(모험의 시간)"의 IP를 이용한 모바일게임 <Leyendas de Ooo: La reina del vacío(Ooo의 전설 : 공허함의 여신)>을 출시해 미국 App Store(iPhone용)에서 최고 판매순위 애플리케이션 5개중 하나로 선정
- 2010년 설립된 Ironhide Games의 Álvaro Azofra CEO는 "가장 친숙하고, 가장 단순하고, 복잡한 계정과 숫자를 사용하지 않는 게임을 창조하는 것이 글로벌 게임시장 성공의 주요 요인이다"라며, 중남미 게임업체들의 기술력 중시 문화를 비판

■ 우루과이, 광물 수출국에서 소프트웨어 수출국으로 변신

▶ 우루과이는 매년 세계 52개 이상 국가에 2억 5,000만 달러의 소프트웨어 수출을 하고 있으며, 수입의 일부분은 게임 관련 소프트웨어 분야에서 발생

- 우루과이의 게임시장은 규모 면에서 "거의 존재하지 않는다" 라고 표현할 정도 미약하나, 가능성은 매우 높은 것으로 평가
- 우루과이 게임업체 Powerful Robot 창립자이자 대학 교수인 Gonzalo Frasca 에 따르면, 우루과이 게임업체들은 규모가 작은 자국 게임시장보다는 규모가 큰 글로벌 게임시장 진출에 초점을 맞추고 있음
- 우루과이 게임의 해외 시장 진출의 성공은 우루과이 정부의 적극적인 지원과 함께 유무선 인터넷 망의 빠른 보급으로 게임업체의 경쟁력이 강화되었기 때문

 www.elmundo.com.ve

브라질 모바일 게임시장이 성장할 수 있는 4가지 이유

2억 5,600만 명의 모바일 가입자를 확보하고 있는 브라질 모바일 게임시장의 성공 요인은 △ 소셜네트워크의 빠른 확산, △ 오픈마켓의 성장, △ 저렴한 데이터 요금제, △ 빠른 4G 네트워크 보급 등이 있음

■ 브라질 모바일 게임시장, 중국을 위협하는 게임시장으로 성장 가능

▶ EA와 Gameloft 등 글로벌 모바일 게임업체들과 GREE와 DeNA 등 모바일 게임플랫폼 업체들이 브라질 모바일 게임시장에 큰 관심을 나타내고 있음

- 시장조사업체 Deloitte*가 2012년 7월에 발표한 "Global Venture Capital Confidence Survey 2012"에 따르면, 중남미 모바일 이용자는 6억 2,000만 명을 돌파했으며, 이 중 브라질 모바일 이용자는 2억 5,600만 명을 돌파
- 또한 유럽 금융문제로 글로벌 경기전망이 악화되고 있는 가운데, 중남미 모바일시장은 지속적으로 성장
- 중남미 모바일시장의 성장은 모바일 게임시장과도 연결되어, 현재 다수의 글로벌 게임업체들이 중남미, 특히 브라질에 지사를 설립하면서 적극적으로 진출

*주 : Deloitte는 다양한 산업영역에 걸쳐 회계감사, 세무자문, 컨설팅 및 재무 자문 서비스를 제공하고 있는 전문서비스조직으로 글로벌 기업을 필두로 각국 정부와 공공기관, 다국적 기업의 대다수가 서비스를 받고 있음

■ 중남미 모바일 게임시장의 성장요인 4가지

▶ 모바일 소셜 네트워크 서비스의 확산

- 현재 브라질의 Facebook 가입자는 미국 다음으로 많은 5,000만 명으로 매년 144%의 성장률을 기록
- 현재 Facebook은 PC에서 모바일로 플랫폼을 확장하고 있어, 브라질 모바일 이용자들의 모바일 소셜 네트워크 이용은 확대될 것으로 전망

▶ 브라질 App Store 매출 성장률, 세계 6위로 급성장

- Apple의 브라질 App Store 매출 규모는 미국, 일본, 유럽에 비해 매우 적으나, 성장률은 전세계 6위를 기록
- 애널리스트들은 브라질의 오픈마켓 시장이 향후 몇 년안에 일본과 러시아를 추월해 매출 규모에서 전세계 Top 5에 진입할 것으로 전망

▶ 브라질 이통사, 저렴한 데이터 요금제로 스마트폰 활성화

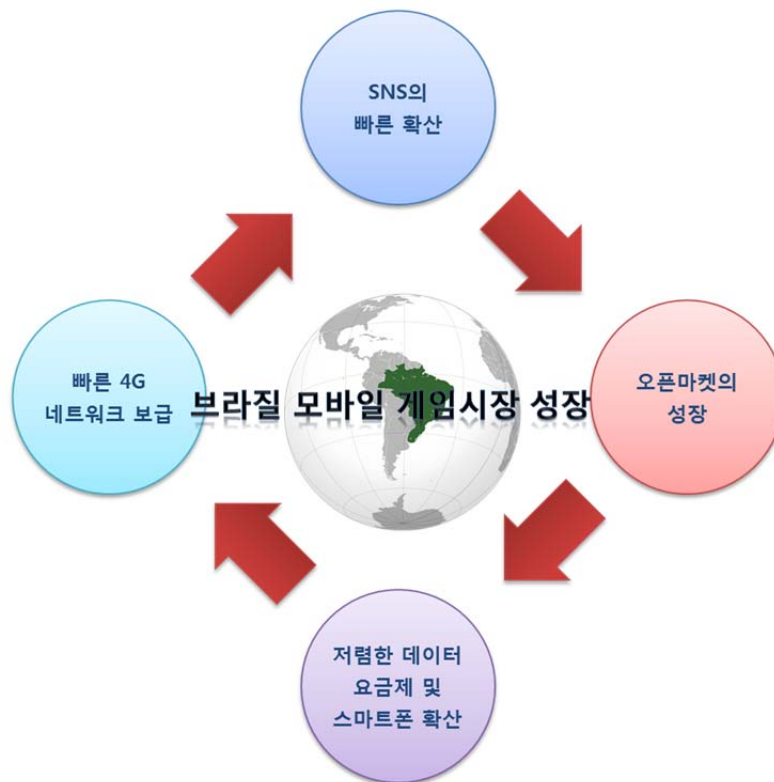
- 브라질 이통사들은 많은 가입자를 확보하기 위해 저렴한 데이터 요금제를 출시해 스마트폰 보급률이 빠르게 증가
- 브라질의 일부 이통사는 요금제 뿐만 아니라 스마트폰 가격을 높게 할인해 판매하고 있어, 향후 1년동안 2,000만대 이상의 스마트폰을 판매할 것으로 전망

▶ 브라질 이통사, 4G 네트워크 구축 돌입

- 2012년 6월 브라질 정부가 추진할 4G 주파수 경매에 Claro, TIM, Vivo, Oi, Sky, Americel, Intelig 등이 참여
- 브라질의 4대 메이저 이통사들은 이미 4G 주파수를 확보했으며, 2013년 '브라질 월드컵' 전에 4G 네트워크를 구축할 계획
- 통신관계자들은 2016년 말까지 10만 명 이상의 인구를 가진 모든 브라질 도시에 4G가 제공될 것으로 전망

 www.forbes.com

그림 15 브라질 모바일 게임시장 성장 4대 요인



[출처] 스트라베이스

아르헨티나 게임업체, "게임은 문화적 표현이다"

아르헨티나 게임업체들은 미국 문화 사대주의를 극복하기 위해 자체적으로 개발한 게임을 단순한 오락 매체가 아닌 문화로 표현하기 시작. 특히 게임디자인과 규칙을 강화함으로써 아르헨티나 게임만의 특징을 강조하기 시작

■ 아르헨티나 게임산업, 미국의 문화 사대주의로부터 벗어나야

- ▶ 현재 아르헨티나 게임산업은 미국 게임산업에 종속되어 있어, 이를 벗어나야 아르헨티나 게임산업이 발전할 수 있음
 - 아르헨티나 게임산업은 2000년 이후 계속적으로 성장세를 유지하고 있으나 게임산업의 대부분이 미국 게임 업체에게 의존하고 있다는 한계를 지님
 - 이런 한계를 극복하기 위해 아르헨티나 게임업체들은 아르헨티나만의 고유한 게임을 만들어야 된다고 강조
 - Gameloft, Timegate 등 다양한 게임업체에서 프리랜서로 작업한 Ignacio Bazán 디자이너는 미국 게임산업에 종속된 아르헨티나 게임산업을 비판하면서, 아르헨티나 게임산업의 핵심역량을 키워나가야 된다고 주장
 - Ignacio Bazán이 주장하는 아르헨티나 게임산업의 핵심 역량은 게임에 아르헨티나 문화를 표현할 수 있는 기술력

■ 아르헨티나 게임 디자이너, 게임 속 문화적 속성 강화

- ▶ 일부 아르헨티나 게임 프로젝트의 개발 과정에서 디자이너는 게임 안에 비전과 정신을 포함시켜 문화적 표현을 강화하고 있음
 - NGD Game Studio 의 대표이자 아르헨티나 비디오게임개발협회(Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina, 이하 ADVA) CEO인 Andrés Chilkowski는 "게임 디자인은 콘텐츠와 게임 규칙 그리고 게이머의 문화적 동질감을 연결시키는 설계 과정이다"라며, 아르헨티나 게임만의 고유한 이미지 구축을 강조
 - 또한 Andrés Chilkowski는 "아르헨티나 게임만의 고유한 이미지 구축을 위해서는 게임을 단순한 오락거리가 아닌 문화로 발전시켜야 된다"라며, "이를 위해서 게임 디자이너는 게임과 관련된 기술 습득 뿐만 아니라 게임이 가진 비전과 정신을 게임 안에 포함시켜야 된다"라고 강조

 www.elmundo.com.ve

브라질 게임행사 'Brasil Game Show 2012'

브라질 게임행사 'Brasil Game Show 2012'가 2012년 10월 11일~14일까지 상파울로에서 개최. 'Brasil Game Show 2012'는 Sony, MS, Riot Games 등 전세계 유명 게임업체가 참가하여 브라질 게임행사가 아닌 범세계적 게임행사로 발전

■ 'Brasil Game Show 2012', 중남미 게임산업의 발전 가능성 시사

- ▶ 올해로 5번째를 맞는 'Brasil Game Show 2012'는 기존 행사와 달리 중남미 게임업체뿐만 아니라 다수의 글로벌 게임업체가 참여해, 중남미 게임행사가 아닌 범세계적 게임행사로 성장
 - Brasil Game Show 창시자이자 현 총책임자인 Marcelo Tavares는 "브라질 상파울로에서 2012년 10월 11일~14일까지 개최될 'Brasil Game Show 2012'에 8만명 이상의 참가자가 방문할 것으로 전망된다"면서, "이 중 20%는 외국인이 될 것이며, 글로벌 게임업체들의 신제품 출시의 장으로 활용되어 질 것"이라고 언급
 - MS와 Sony는 'Brasil Game Show'에 참가할 것이라고 발표했으며, 1,200만 명의 가입자를 확보한 <League of Legends>의 제작사 Riot Games도 참가할 예정
 - 글로벌 게임업체의 참석으로 'Brasil Game Show 2012'는 작년 대비 2배 이상의 게임 회사들이 참석할 것으로 전망

■ 중남미 게임시장, 교육게임 중심의 새로운 게임시장으로 각광

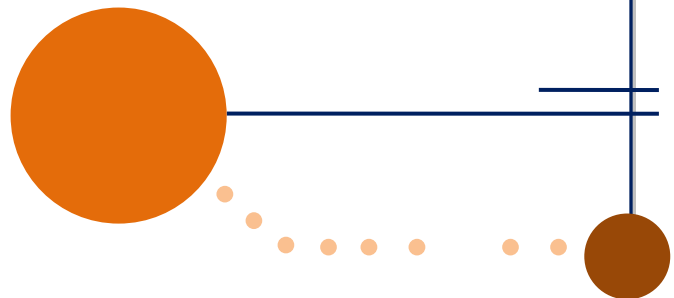
- ▶ 4,500만 명의 게이머들을 보유하고 있는 브라질을 비롯하여 파라과이, 칠레, 페루, 콜롬비아, 멕시코 등의 중남미 지역 여러 국가들은 게임시장의 거대한 성장 잠재력을 지니고 있음
 - Marcelo Tavares는 중남미 IT 전문미디어 LANACION과의 인터뷰를 통해 "중남미 지역은 창의적인 인적자원이 많이 있으며, 아시아와 유럽, 북미 등과 비교해 저렴한 노동력을 보유하고 있다"고 강조
- ▶ 중남미 게임시장에서는 멀티플레이어를 이용한 교육게임들이 많이 제작되고 있어, 청소년뿐만 아니라 학부모까지 게임을 즐겨 게임 이용 연령층 확대
 - 중남미에서 교육게임을 개발하는 게임업체가 급증하고 있으며, 이런 게임업체에서 제작된 교육게임은 추론 및 분석력, 영어학습, 논리, 인내력 등을 길러주는 순기능을 가지고 있음
 - 중남미 교육게임들은 여러 교육기관 및 회사에서 활용되고 있으며, 이러한 점은 세계 게임시장에서 성장 잠재력을 가진 요소로 평가

 www.lanacion.com.py



국내 게임시장 동향

- 국내 모바일 게임시장, 플랫폼 경쟁 가속화
- '한국형 캐릭터', 게임 성공의 새로운 공식
- 국내 통신사업자, 클라우드 게임으로 게임시장 진출
- 국제 e스포츠 행사 'IEF 2012' 출범
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



국내 모바일 게임시장, 플랫폼 경쟁 가속화

게임업체와 메신저 업체들이 제휴를 통해 모바일 메신저를 모바일게임 플랫폼으로 전환하는 작업이 본격적으로 진행. 이는 게임업체와 메신저 업체들이 모바일게임 플랫폼을 통해 이용자와 시장을 선점하기 위한 전략

■ 컴투스의 모바일게임 플랫폼 '컴투스 허브', 가입자 3,000만 명 확보

- ▶ 피쳐폰 시절부터 모바일게임 시장의 강자로 불리던 컴투스는 스마트폰게임 시장이 열리면서 자체 게임 플랫폼 '컴투스 허브'를 론칭하며 플랫폼 시장을 선도
 - '컴투스 허브' 가입자 수는 전세계적으로 3,000만 명을 넘어섰으며, 컴투스는 신작 게임이 출시될 때마다 이 허브 가입자인 3,000만 명에게 다양한 마케팅을 통해 신작을 공개
 - 컴투스는 "컴투스 허브' 가입자는 모바일게임을 좋아하는 타깃 이용자 층"이라며 "컴투스 허브' 가입자 수가 컴투스의 미래 경쟁력"이라고 강조

■ 카카오와 위메이드의 제휴, 모바일게임의 새로운 강자로 등극

- ▶ 카카오는 위메이드와 손을 잡고 '카카오톡' 이용자들에게 모바일게임을 서비스할 예정
 - 카카오는 2012년 4월 카카오톡에 게임센터(가칭)를 오픈하고 모바일게임 서비스를 시작할 예정이었지만 게임 연동에 시간을 많이 빼앗겨 아직 게임센터를 오픈하지 못함
 - 게임센터만 오픈되면 단숨에 4천만 이용자를 확보하고 있는 모바일게임 플랫폼이 탄생

■ NHN, 다수의 모바일 게임업체와 제휴를 통해 모바일게임 플랫폼 사업 강화

- ▶ 게임빌은 모바일 메신저 '라인'을 서비스하는 NHN과 제휴를 맺어, 일본을 비롯한 글로벌 시장으로 진출할 계획
 - 게임빌은 이미 모바일게임 플랫폼 '게임빌 라이브'를 출시해 큰 인기몰이를 하고 있지만, 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해 NHN과 제휴를 맺어 모바일 메신저 '라인'을 통해 게임을 제공할 예정
- ▶ NHN은 게임빌 외에도 자체적으로 배급하는 게임들과 자회사인 오렌지크루에서 개발한 모바일 게임들을 '라인'을 통해 일본을 비롯한 전세계에 공급할 계획

'한국형 캐릭터', 게임 성공의 새로운 공식

국내 게임시장에 한국의 문화와 전통을 담은 '한국형 캐릭터'들이 지속적으로 등장. 서구 캐릭터와 달리 친숙한 이미지를 가진 '한국형 캐릭터'는 소속감이나 동질감을 중요시 여기는 국내 정서에 부합해 국내 게이머들에게 큰 인기를 끌고 있음

■ 국내 게임업체, 한국형 캐릭터 출시로 해외 게임과 차별화 강조

- ▶ JCE의 온라인 농구게임 <프리스타일>은 최근 3종의 스페셜 캐릭터로 구성된 한국팀 '일장춘몽'을 새롭게 선보임
 - <프리스타일>은 그간 국내에서 활동 중인 걸그룹과 연예인을 비롯해 미국, 일본 등 각 국가별 특색을 살린 스페셜 캐릭터를 추가
 - <프리스타일>에서 공개된 한국팀 '일장춘몽'은 SARU(수호)와 BigSlam(환웅), DJ 봉투맨(강마루) 3인으로 구성
 - 이들은 한국형 캐릭터와 거리감이 느껴지는 외형을 하고 있지만 단군 신화에 등장하는 '환웅'과 하늘을 뜻하는 순 우리말 '마루'라는 캐릭터 이름으로 친근함
- ▶ 네오플의 AOS 게임 <사이퍼즈>는 2011년 11월 첫 한국인 여성 캐릭터 '신비의 린'을 공개
 - '신비의 린'은 한복을 개량한 듯 보이는 파란색 드레스와 양 갈래로 묶은 땃기머리 헤어스타일로 동양적인 아름다움을 표현

■ 해외 게임업체, 한국형 캐릭터로 현지화 강화

- ▶ 미국 게임업체 S2 Games는 한국 퍼블리셔 엔트리브와 협력해 AOS게임 <Heroes of Newerth, 이하 HON>에 한국형 캐릭터를 추가해 경쟁작들과 차별성을 강조할 계획
 - 퍼블리셔인 엔트리브는 "<HON>의 느낌을 살리는 동시에 경쟁작과도 차별성을 두기 위해 다소 어두운 느낌의 영웅(캐릭터)을 고려 중"이라며 "현재 암행어사, 저승사자 등 3개를 놓고 고심하고 있다"고 언급
 - 이는 <League of Legends>와 <사이퍼즈>가 한복을 곁게 차려 입은 여성을 한국형 캐릭터로 내세우며 전통적인 미를 강조한 것과 차별화
- ▶ Riot Games는 2011년 12월 <League of Legends> 국내 정식서비스에 맞춰 한국 구전 동화에 등장하는 괴리 9개의 구미호를 형상화한 한국형 챔피언 '아리'를 출시
 - 구미호 전설을 바탕으로 탄생한 한국형 챔피언 '아리'는 한국 고유의 미를 살리는 데 초점을 두고 디자인

국내 통신사업자, 클라우드 게임으로 게임시장 진출

통신사업자 LG U+와 CJ헬로비전이 클라우드 게임에 주목하고 있음. 클라우드 게임은 실제 게임이 클라우드 서버에서 실행되어, 유무선 인터넷 인프라가 구축된 곳이면 PC는 물론 스마트폰, IPTV 등 기기에 구매받지 않고 게임을 즐길 수 있음

■ LG U+, 클라우드 게임서비스 'C-games' 공개

- ▶ LG U+는 클라우드게임 서비스를 위해 고성능 서버 클러스터와 서비스 제공 플랫폼을 구축하여, 누구나 게임을 등록·판매할 수 있는 클라우드게임 전용 오픈마켓 'C-games'를 공개
 - LG U+는 'C-games' 출시에 맞춰 액션, 어드벤처, 롤플레이 등 다양한 분야에 걸쳐 30여 종의 게임을 우선 제공하며 연말까지 100여 종 이상의 클라우드게임을 확보할 계획
 - LTE 전용 'C-games' 애플리케이션은 유플러스 앱마켓을 통해 제공하며, PC 웹 형태의 'C-games'는 LG U+ 고객뿐 아니라 타 통신사 이용자도 이용할 수 있음
 - 2014년까지 모든 통신사의 LTE 스마트폰·패드·스마트TV용 오픈 플랫폼에서 동작할 수 있는 앱·클라이언트도 차례로 출시할 방침

■ CJ헬로비전, 클라우드 기술 기반의 주문형 게임서비스 출시

- ▶ CJ헬로비전은 이스라엘 클라우드 게임업체인 Playcast Media Systems와 전략적인 제휴를 통해 클라우드 기술 기반의 주문형 게임 서비스를 2012년 8월 1일부터 제공할 계획
 - CJ헬로비전의 클라우드 게임은 주로 Warner Bros., Disney, Capcom 등이 제작한 캐주얼, 액션, 스포츠, 레이싱 등 다양한 게임분야에서 24개의 콘솔게임을 서비스할 계획
 - 2012년 8월 1일부터 한달 동안 '디지털 헬로TV' 가입자에게 무료로 제공되며, 9월 부터는 유료로 제공될 예정

표 15 LG U+의 클라우드 게임 'C-games'의 요금제

구분	내용	특징
Try 무료 데모	• 5~30분 제공	• 횟수 제한 없이 데모 기회 제공
Buy Full Price	• 타이틀, 장르, 출시시기에 따라 가격이 다름 • 4,000원~5만원	• 가격은 CP 자율 결정
기간제 이용권	• 1일권 : 100~300원 • 3일권 : 500~1,000원 • 5일권 : 700~2,000원 • 7일권 : 1,000~3,000원 • 15일권 : 2,000~5,000원 • 30일권 : 3,000~1만 원	• 가격 및 기간 설정은 CP 자율 결정 • 기간제 이용으로 비용부담 없이 다양한 게임 이용 가능

[출처] LG U+

국제 e스포츠 행사 'IEF 2012' 출범

한중 e스포츠 교류전인 '국제 e스포츠 페스티벌 2012(이하 IEF 2012)'가 2012년 7월 국가대표 선발전을 시작으로 본격적인 대회 개최 준비에 돌입. 8년째 진행되고 있는 'IEF 2012'는 2012년 11월 2일~4일까지 사흘간 중국 무한시에서 펼쳐질 예정

■ 한·중 e스포츠 행사 'IEF 2012', 일본 참여

- ▶ 2005년부터 중국과 한국이 주체가 되어 e스포츠 활성화를 통한 청소년들의 문화 행사 일환으로 추진된 '국제 e스포츠 페스티벌(이하 IEF)'가 2012년부터 일본이 참여하면서 글로벌 e스포츠로 발전
 - 한국과 중국의 e스포츠 게이머만 참여했던 IEF가 해가 거듭될수록 각 나라에서 참여해, 현재는 해외 20개국 100여명의 선수가 경합을 펼치는 글로벌 e스포츠 행사로 규모가 확대
 - 2012년에는 일본에서도 참여 의사를 보내와 일본 IEF조직위원회를 개설하고 아시아를 대표하는 3국이 e스포츠 문화를 교류한다는 방침
 - 이와 관련해 IEF 조직위원회 남경필 위원장은 "8년째 맞이하는 'IEF 2012' 행사가 한국과 중국 청소년의 축제의 장을 넘어 전세계 청소년들의 축제의 장으로 커져가고 있다"면서 "올해는 양국 모두 정권이 교체되는 시기지만 이같은 문화는 지속돼야 하며 이를 위해 노력할 것"이라고 언급

■ 'IEF 2012', 중국 무한시서 본선 개최

- ▶ 'IEF 2012'는 2012년 11월 2일~4일까지 사흘간 중국 무한시 체육관에서 개최되며 예년과 마찬가지로 프로와 아마추어가 모두 참가하는 예선전을 거쳐 국가대표를 선발할 예정
 - e스포츠 종목으로는 <Starcraft2>, <Warcraft3>, <League of Legends> 등 3개 종목이 선정됐으며 총 20개국의 국가대표 100여 명이 경합을 벌여 우승자를 가리게 됨
 - 국내 예선전의 경우 2012년 7월부터 8월 31일까지 온라인과 오프라인 방식을 통해 예선전이 진행되고 9월 국가대표 선발전을 거쳐 본선에서 국가대항전을 펼칠 예정
 - 이 가운데 <League of Legends>는 '2012 대통령배 아마추어 e스포츠 대회' 우승자에게 국가대표 자격을 부여
- ▶ e스포츠 업계 관계자는 "프로와 아마추어가 함께 진출할 수 있는 특권이 주어지고, 정부가 대회를 후원하는 구조가 지속된다면 'IEF'가 최고 e스포츠 대회로 성장할 수 있는 기회는 열려있다"면서 "개최 명분과 지원 규모를 고려해 타 대회와 차별화된 색깔을 지향할 필요가 있다"고 언급

통계 국내 온라인게임 순위

표 16 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (8. 6)	게임메카 (8. 1 ~ 8. 7)	인벤 (7. 30 ~ 8. 5)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
4	디아블로3 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
5	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
6	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
8	워크래프트3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)
9	메이플스토리 (넥슨)	카트라이더 2.0 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
10	리니지 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)
순위	게임노트 (7. 30 ~ 8. 5)	게임조선 (7. 30 ~ 8. 5)	게임리포트 (8. 6)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	메이플스토리 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
5	메이플스토리 (넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	스타크래프트 (블리자드코리아)
7	리니지 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
8	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)	워크래프트3 (블리자드코리아)
9	사이퍼즈온라인 (네오플)	디아블로3 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)
10	카트라이더 2.0 (넥슨)	카트라이더 2.0 (넥슨)	리니지 (NC소프트)

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

통계 국내 모바일게임 순위

표 17 국내 모바일게임 순위(2012. 8. 7 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	아스팔트 7: 히트 (Gameloft)	트리오버어비스 (케이넷피)	스노우레인 (게임데이)	몬스터워로드 (게임빌)	킹덤로얄 Plus (게임빌)	포켓런 (모바일엔터테인먼트)
2	다크나이트라이즈 (Gameloft)	컴온베이비 (컴투스)	벗기는BAR룸맛고 (다에리스프트)	짱구디펜스 (미스터게임즈)	삼국지TD-촉의전설 (선오릭엔터테인먼트)	플레이베이스볼2012 (플레이빈)
3	LifeLeagueOC슈퍼히어로 (넷마블)	데빌워 (픽토소프트)	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	카툰디펜스패시워즈 (KTH)	좀비헌터 Plus (스펀지모바일)	나는 야구감독이다 (엔타즈)
4	늑시여행4 (모리소프트)	매직트리 (컴투스)	팔라독 (리얼네트웍스아시아)	부루마블2013 (엠엔엠게임즈)	Pacific Ocean Air War (편컴)	카툰디펜스패시워즈 (KTH)
5	피파12 (EA코리아)	대해적시대 (엔타즈)	사이닝어스 (조이모아)	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	몬스터 워로드 Plus (게임빌)	킹덤로얄 (게임빌)
6	Generation of Chaos (조이모아)	블리2-Booooly (네오위즈인터넷)	피파12 (EA코리아)	피그미스 (맥스모바일)	추측 (허원-개인)	헬로크로스워드 (KTH)
7	치킨타이쿤리믹스 (마이너랙시스)	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	아스팔트 6 Plus (Gameloft)	데빌워 (픽토소프트)	삼국지무쌍전 (플레이빈)	데빌워 (픽토소프트)
8	드래곤나이트4 Plus (피엔제이)	레던드오브디펜스 (모바일엔터테인먼트)	2012프로야구KBO Plus (게임빌)	카트라이더 러쉬Plus (넥스코리아)	Astroboy Tap Tap Rush (와이드포스)	Day in Ocean (와이즈게임즈)
9	어메이징스피어터맨 (Gameloft)	드래곤나이트 (피엔제이)	와쳐 IF3 (나노엔터테인먼트)	레던드오브디펜스 (모바일엔터테인먼트)	미친433Plus (네시삼십삼분)	스워드앤좀비 (미디어로그)
10	Winning Eleven 2012 (조이모아)	신기생전맛고 (모바일엔터테인먼트)	컷더로프 (게임빌)	도전양궁 (옵니텔)	프리스비포에버 (엠투엠엔터테인먼트)	짱구디펜스 (미스터게임즈)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	인피니티블레이드2 (Chair Entertainment)	양궁월드컵2 (LitQoo)	Where's My Water? (Disney)	가로세로 낱말맞추기 (Blue Wind)
2	아스팔트 7: 히트 (Gameloft)	겍없는 녀석들 (JLS)	아스팔트 7: 히트 (Gameloft)	한게임 사천성 (NHN)
3	Fieldrunners 2 (Subatomic Studios)	Metal Slug Deluxe 2012 (OverAction)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	카트라이더 러쉬+ (넥슨)
4	런던2012공식모바일게임 (네오위즈게임즈)	플레이독스 (PlayBean)	Pocket Seven (GameBoys)	Running Fred (Declarlord)
5	팔라독 (FAZECAT)	킹스앰파이어 (Tap4Fun)	아스팔트6아드레날린 (Gameloft)	리듬스캔들 (Wemade)
6	The King of Fighters 1003 (SNK Playmore)	Super Tank Battle (Waterpower Technology)	Where's My Perry? (Disney)	타이니팜 (컴투스)
7	스왑피 (Disney)	Riptide GP (Vector Unit)	팔라독 (FAZECAT)	내가그린 기린그림 (Awesomepiece)
8	빌런디펜스 (Samg Game)	The Heist (tap tap tap)	피파12 (EA코리아)	Coin Dozer (Game Circus)
9	LifeLeagueOC슈퍼히어로 (넷마블)	에어팩권 FREE (게임빌)	Need for Speed: Hot Pursuit (EA)	Temple Run (Imagi)
10	틀린말찾기 데자뷰 (Digitalfrog)	점따라 그리기 (AppSea Soft)	Angry Birds Premium (Rovio)	카오스앤디펜스 (Wemade)

*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 8월 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
 서울특별시 마포구 월드컵 북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-270)

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