

글로벌 게임산업 트렌드

2012년 상반기
통권13호

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

글로벌 게임산업 트렌드

2012년 상반기
통권13호

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

C O N T E N T S

Part1 / 심층 분석

03	중국 게임, 국내 시장 진출의 현황과 배경
18	중국 게임업계, 국내 시장 직접 진출의 이유
28	중국 모바일 게임업체, 네트워크 게임으로 해외 시장 개척

Part2 / 이슈 분석

43	유럽 게임시장의 위기 극복 전략, 정부의 게임 세금 감면 정책 추진
54	국내외 메이저 게임업체의 M&A 현황 및 목적
74	일본 소셜 게임시장, 사행성 문제로 얼룩진 '가차 시스템'

Part3 / 트렌드 분석

90	게임 등급 시스템의 글로벌 단일화 움직임
97	Activision Blizzard의 모바일 게임시장 재도전 의미와 성공 가능성
104	'E3 2012'에서 공개된 콘솔 3사의 전략, "멀티스크린"으로 수렴

Part4 / 주식시장 동향 분석

112	국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석
134	권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

중국 게임, 국내 시장 진출의 현황과 배경

|| Key Message ||

- 웹게임은 고유의 접근성과 대중성으로 중국은 물론 국내에서도 인기를 끌고 있음
- 국내 개발사의 웹게임 신작 수는 감소 일로인 반면 중국의 웹게임 생산은 수 년째 증가
- 양국간 신작 수 불균형에 국내 퍼블리셔들의 게임 유치 경쟁이 겹쳐 중국산 웹게임의 수입 증가
- 현재 국내에 서비스되고 있는 웹게임의 80%는 중국산이 차지
- 중국산 웹게임의 국내 선전은 '생활인 니즈에 맞는 게임'이 부족한 국내 현실의 반영
- 중국산 게임의 위협은 플랫폼의 종류가 아니라 '게임의 성격'에서 원인을 도출

1. Introduction: 중국 게임, 웹게임을 중심으로 급속 유입

중국 게임의 '국내 역습'을 보도하는 기사가 끊이지 않고 있다. 매체들의 논조도 갈수록 진지해지면서 '국내 개발사의 위기'가 종종 거론될 정도다. 불과 2~3년 전만 해도 중국산 게임을 '3류 짝퐁' 짬으로 치부했던 것과는 온도차가 확연하다.

물론 그렇다고 중국산 게임이 국내 게임시장 전반을 이미 장악했다거나 조만간 장악할 수 있는 수준은 아니다. 적어도 현재까지는 양쪽의 퀄리티 차이가 엄연히 존재하며, 그 격차는 그래픽의 색감부터 게임 밸런스에 이르기까지 여러 측면에서 확인된다. 때문에 온라인게임의 대표 카테고리인 MMORPG 부문에서는 중국산 게임의 존재감이 여전히 크지 않다. 2000년대 후반부터 다수의 타이틀이 국내에 소개됐지만, 대부분은 소비자 기억 속에 이름조차 남기지 못한 채 서비스를 접어야 했다. 그나마 선전사례로 꼽을 만한 것은 Perfect World가 개발한 <完美世界(완미세계)>와 <不滅 Online(불멸온라인)> 정도다.

〈표 1-1〉 국내 온라인게임 인기 순위 (2012. 7. 2 ~ 8)

순위	게임명	장르	개발사	퍼블리셔	개발국
1	블레이드&소울	MMORPG	NC소프트	NC소프트	한국
2	League of Legends	RPG	Riot Games	Riot Games	미국
3	Diablo III	RPG	Activision Blizzard	Activision Blizzard	미국
4	FIFA Online2	스포츠	EA, 네오위즈	네오위즈	미국
5	서든어택	FPS	게임하이	CJ E&M, Nexon	한국
6	아이온	MMORPG	NC소프트	NC소프트	한국
7	리니지	MMORPG	NC소프트	NC소프트	한국
8	메이플스토리	MMORPG	Nexon	Nexon	한국
9	던전앤파이터	MORPG	네오플	Nexon	한국
10	사이퍼즈온라인	액션	네오플	네오플	한국

출처 : 게임노트(2012)

그러나 비교적 신생 카테고리라 할 수 있는 '웹게임' 부문은 최근 1년여 사이에 중국산 게임에 상당 부분 장악된 형국이다. 언론 보도에 따르면 현재 국내에 서비스되는 웹게임의 80% 이상이 중국산¹⁾이고, 이 같은 비율 불균형은 인기순위 상위에 랭크된 주요 타이틀 사이에서도 그대로 확인된다. 게다가 최근에는 Tencent를 포함한 중국 게임업체들이 속속 국내 지사를 설립하여 웹게임 서비스에 직접 나서고 있다. 이들 사업자에게 웹게임은 단순한 틈새 시장이 아니라 한국 시장 본격 공략을 위한 일종의 교두보인 셈이다.

이에, 중국산 게임의 '역습'과 관련해 상당 부분 웹게임을 중심으로 이야기를 진행코자 한다. 막연한 미래 예측보다는 지금까지 실제로 진행된 부분에 집중해 한중 양국 게임시장의 구조적 변화를 살펴보는 편이 더 유익하다고 믿기 때문이다. 게다가 중국 웹 게임시장이 팽창 일로인 이유와 그 게임들의 국내 수입이 잇따르는 이유 사이에는 상당한 겹침이 있는 것도 사실이다.

1) '중국, 국내 웹 게임시장 장악', 전자신문(2012.01.10)

〈표 1-2〉 국내 웹게임 인기 순위 (2012. 6. 19 ~ 25)

순위	게임명	장르	개발사	퍼블리셔	개발국
1	컨커X2	우주전략	나노인터랙티브	나노인터랙티브	한국
2	야구9단	스포츠	NHN	NHN	한국
3	신선도	RPG	광한중	엔터메이트	중국
4	웹춘추	RTS	Tencent	Tencent	중국
5	그랜드나이트	RTD(3D)	네티모	네티모	한국
6	폭풍성장	MMORPG	Jiubo Wangluo	더파이버인터랙티브	중국
7	무사도	RPG	위버인터랙티브	위버인터랙티브	한국
8	와룡전설	RTS	엔터메이트	엔터메이트	한국
9	쾌걸삼국지	RPG	상해유주공사	엔틱게임월드	중국
10	용장	RPG	Kunlun	Kunlun코리아	중국

출처 : 게임노트(2012)

2. 중국 웹게임의 대량 생산 배경

일반적으로 웹게임²⁾이란 별도의 클라이언트없이 웹브라우저에서 바로 플레이할 수 있는 게임을 지칭한다. 따라서 사양이 높지 않은 업무용 PC로도 원활한 플레이가 가능하며, 일부는 Android 스마트폰 같은 모바일 단말로도 이용할 수 있다³⁾. 비록 클라이언트 게임만큼의 화려한 그래픽을 구현하기는 어렵지만, 그만큼 PC 요구사양과 시스템 부하도 낮은 편이다. 또 역동적인 실시간 대전보다는 장기처럼 느긋하게 즐기는 턴 방식이 주류라 굳이 회선이 빠를 필요도 없고, 대다수 타이틀이 부분유료 게임이라 처음부터 지출을 각오해야 할 이유도 없다. 이처럼 물리적으로든 심리적으로든 플레이의 진입장벽이 낮은 덕분에 웹게임은 '누구나 짬짬이 즐길 수 있는 대안형 게임'으로 소비자에게 소구할 수 있는 것이다.

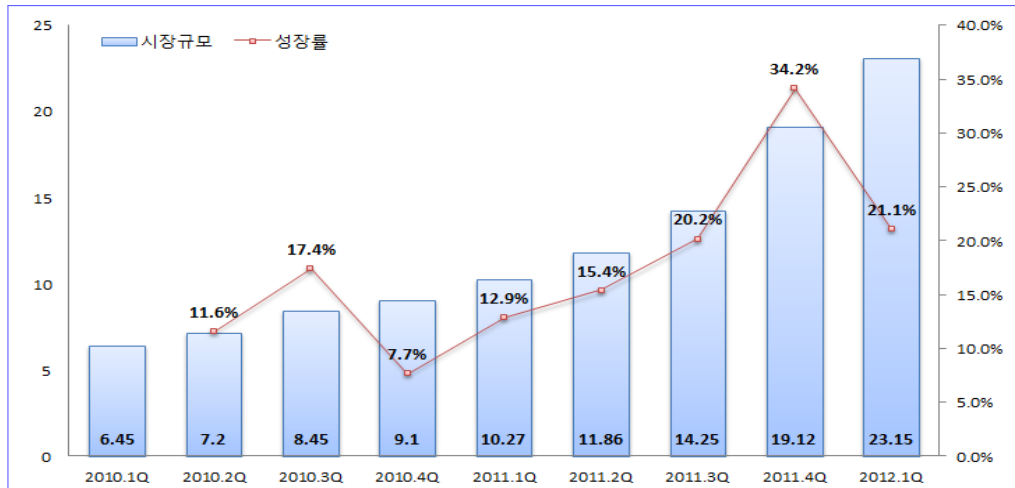
이 같은 웹게임의 특성은 게임 개발업체 입장에서 시장 진입장벽이 낮다는 의미이기도 하다. 어차피 웹브라우저라는 플랫폼 자체의 한계가 있는 만큼, 많은 자본이나 고도의 기술 없이도 수개월이면 범작 수준의 게임 한 편을 출시할 수 있다는 얘기다. 정확한 집계는 어렵지만, 현재 중국에는 웹game을 전문으로 개발하는 회사만 수천 개⁴⁾에 이르는 것으로 전해진다.

물론 이처럼 많은 개발사가 몰린다는 것은 중국 웹 게임시장의 성장세가 실제로 매우 빠르다는 방증이다. 현지 시장조사기관인 Analysys International가 2012년 6월에 발표한 "2012년 1/4분기 중국 웹 게임시장 분기 모니터링"에 따르면, 2012년 1/4분기 중국 웹 게임시장 구

- 2) 웹 브라우저로 즐기는 게임을 통칭하는 용어로 웹기반(Web-based) 게임, 혹은 웹 브라우저 기반(Web Browser-based) 게임이라고 불림
- 3) Apple iOS 단말의 경우, 최신 웹게임에 종종 동원되는 Adobe Flash 기술을 지원하지 않기 때문에 브라우저만으로 돌릴 수 있는 게임이 비교적 적음
- 4) '중국산 파상공세에 '독'이 무너진다', 더게임스(2012.04.26)

모는 23억 위안(약 4,200억 원)을 돌파해 전분기 대비 21.1%, 전년 동기대비 100% 이상 성장했다. 그리고 이 같은 성장세는 웹게임의 생산과 소비를 촉진하는 여러 요인이 중국 게임시장에 골고루 얽혀 있다는 점에서 향후 한동안 지속될 전망이다. 국내 게임시장의 관점에서는 중국산 웹게임의 공세가 앞으로 더욱 거세질 것이라는 의미이기도 하다.

[그림 1-1] 중국 웹 게임시장 분기별 성장 추이 (단위 : 억 위안)

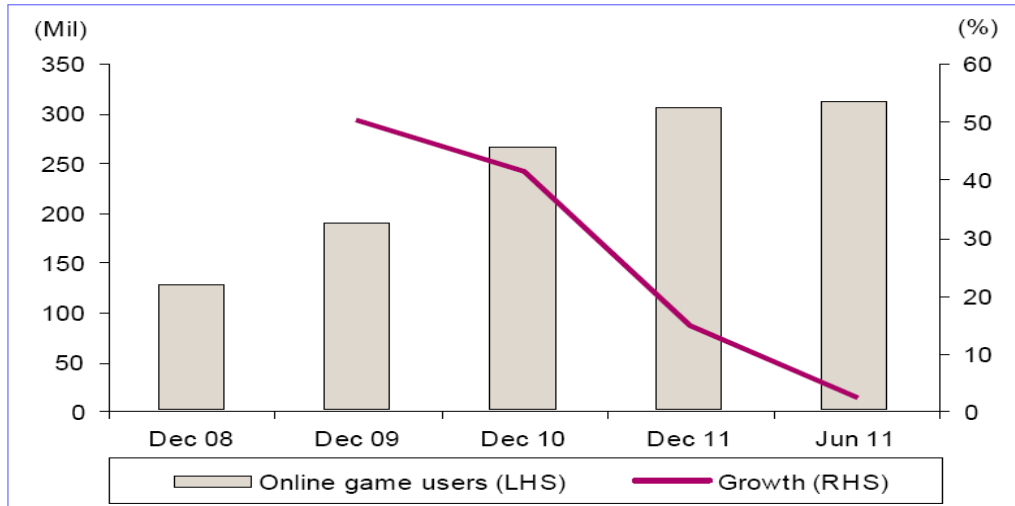


출처 : Analysys.com(2012)

2.1 기존 온라인 게임시장의 포화

우선 공급자 측면의 요인부터 살펴보자. 중국 온라인 게임시장과 관련해 최근 1년 넘게 가장 자주 거론되는 용어가 바로 '시장 포화'다. 온라인게임을 할 만한 사람은 이미 다 하고 있기 때문에 게이머 확대의 여지가 소진됐다는 의미이고, 이는 실제 데이터와도 상당 부분 부합한다. 중국 인터넷정보센터(China Internet Network Information Center, 이하 CNNIC)가 2012년 3월 발표한 <중국인터넷발전상황통계보고>에 따르면, 중국의 온라인게임 이용자는 2011년 말 3억 명 돌파를 기점으로 거의 평행선을 그리기 시작했다. 연간 50% 이상을 구가하던 게이머 증가율이 불과 최근 3년 사이에 한 자릿수로 급감한 것이다.

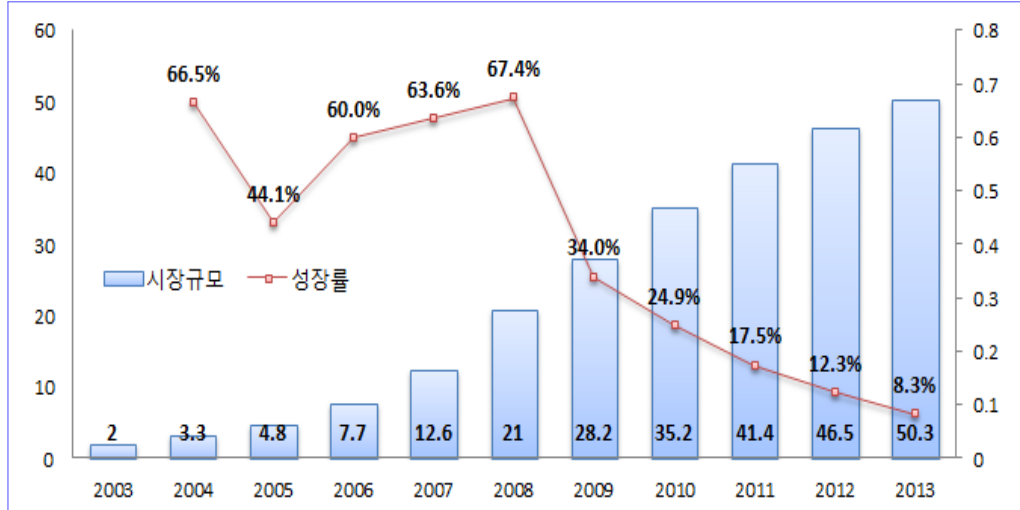
[그림 1-2] 중국 온라인게임 이용자 증가 추이 (단위 : 백만 명)



출처 : CNNIC(2012)

게이머 증가세의 둔화는 게임 매출 추이에도 그대로 반영되고 있다. 시장조사기관 iResearch가 2012년 4월 발표한 'China Online Game Research Report'에 따르면, 중국 온라인 게임시장의 연간 성장률은 2007년 77%를 정점으로 한 자릿수를 향해 하락 일로다. 그리고 이처럼 기존 온라인게임의 성장 한계가 명확해지면서 관련 업계의 관심은 '게이머 저변확대'로 옮겨갈 수밖에 없었다. 개별 게이머의 지출 확대를 유도하기는 어렵지만, 게임과 거리가 멀었던 소비자를 새로 유치하거나 게임에서 멀어진 소비자를 다시 끌어안을 수 있다면 새로운 성장 동력을 확보할 수 있기 때문이다. 대중성과 접근성이 특징적인 웹게임은 바로 이런 맥락에서 새로운 대안으로 주목 받을 수 있었다. 물론 경우에 따라서는 웹게임에 유입된 게이머가 하드코어 게이머로 전환되는 일종의 '징검다리 효과'도 기대해 볼 수 있다.

[그림 1-3] 중국 온라인 게임시장 연도별 성장 추이 (단위 : 십억 위안)



출처 : iResearch(2012)

2.2 인프라 한계와 게이머 인구구조 변화

다음으로 수요자 측면의 니즈를 생각해보자. 전술한 바와 같이 웹게임은 인터넷에 연결된 PC만 있으면 플레이에 별 무리가 없다. 바꿔 말하면, 중국처럼 저사양 PC 사용자와 저속 회선 이용자가 많은 나라일수록 웹게임이 선전하기에는 더 유리하다고 볼 수 있는 것이다.

실제로 중국의 평균 인터넷 속도는 작년 4분기 기준 1.4Mbps로 한국의 16.7Mbps와는 차이가 크고 전 세계적으로도 90위에 불과⁵⁾하다. 일반 소비자 입장에서는 대용량 게임을 즐기기에 앞서 다운 받는 일부부터 버거운 셈이다. 게다가 중국 인터넷 회선의 평균 월요금은 1Mbps 기준 13.13달러로 한국 대비 29배⁶⁾에 달한다. 일반 가정에서는 빠른 회선으로 갈아타기도 쉽지 않다는 의미다.

PC 사양 역시 중국의 평균치는 결코 높은 편이 아니다. 때문에 중국의 온라인 게임시장은 클라이언트 부문에서조차 <던전앤파이터>, <诛仙(주선)>, <梦幻西游(몽환서유)> 등 2D 게임이 여전히 강세를 유지하고 있을 정도다. 농촌이나 중소도시 등 인터넷 보급이 늦었던 시장의 경우는 대도시보다 평균 사양이 더 낮다는 점에서 고사양게임의 확산이 더욱 더딜 수밖에 없다.

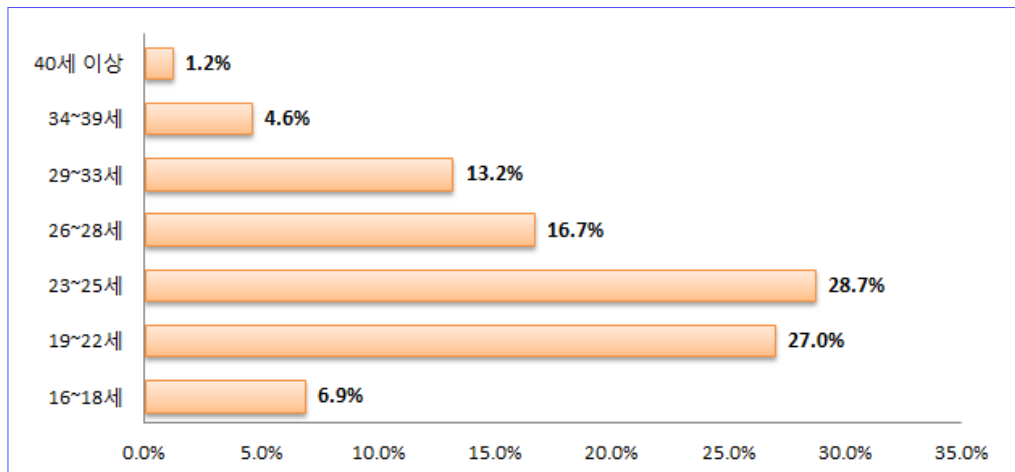
5) '중국 네트워크 평균 속도, 전 세계 90위(数据称大陆平均网速全球排名第90位)', sina(2012.02.04)

6) 중국 시장조사업체 DCCI 인터넷데이터센터의 2011년 12월 발표 인용

한편, 기존 온라인게임 유저층 내에서는 인프라 문제와 별개로 또 다른 요인이 나타나고 있다. 당연한 얘기지만, 한때 하드코어 게이머였던 소비자라도 나이가 들면서 가족을 부양하게 되면 중전처럼 무거운 플레이를 지속하기 어렵다. 동료 플레이어들과의 약속에 묶여 한번에 몇 시간씩 게임을 즐기기에 시간과 체력의 부담이 크기 때문이다. 이렇게 하드코어 게임에서 멀어진 소비자들은 '그저 짬짬이 즐길 수 있는 대안형 게임'으로 눈을 돌리게 되며, 웹게임은 그 후보들 중에서도 가장 손쉬운 대안에 속한다.

이처럼 날로 두터워질 수밖에 없는 '미들코어' 게이머 층은 중국 게임업계 입장에서도 소홀히 할 수 없는 부분이다. 중국처럼 강력한 산아제한 국가에서는 기존 게이머의 이탈을 상쇄할 만큼 신규 수요를 담보하기가 어렵다. 나이를 먹어가는 사람은 많아도 젊은 연령대에 새로 진입하는 사람은 적기 때문이다. 이 같은 인구 구조적 변화는 실질적인 통계자료에서 이미 확인되고 있다. CNNIC이 2012년 3월 발표한 '중국인터넷발전상황통계보고'에 따르면 중국 인터넷 인구의 평균 연령은 2008년 하반기 이후 3년 새 매년 1살씩 높아졌다. 30대 이용자 수가 갈수록 늘면서 10대 이용자 비율이 상대적으로 계속 낮아진 결과다. 연령 분류를 게이머 대상으로 한정했을 때도 양상은 비슷하다. Analysys International이 2011년 11월 발표한 '중국 온라인게임 이용자 분석'에 따르면, 중국의 온라인게임 이용자 중 25세 이하 유저의 비율은 2011년 말 기준 62.9%로 전년의 77.5% 대비 크게 하락했다.

[그림 1-4] 2011년 중국 온라인게임 이용자 연령 분포



출처 : Analysys International(2012)

2.3 포털사업자 등의 참여로 시장 확대 가속화

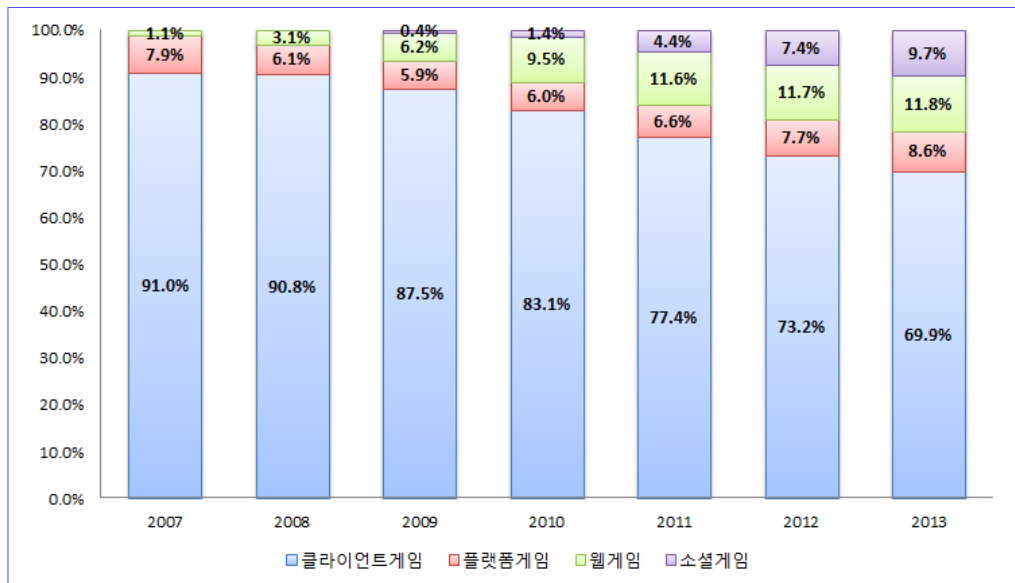
전술한 바와 같이 웹게임은 중국 게임업계와 소비자 양쪽의 니즈에 일정 부분 부합하면서

초기 시장을 형성해냈다. 그리고 이제는 게임업계 외 분야의 사업자들도 잇따라 웹게임 유통에 나서고 있는 형국이다. 최근에는 Baidu 등 인터넷 포털 사업자는 물론이고 정보보안 업체인 Qihoo360까지 그 대열에 가세했다.

이들 사업자가 게임 유치에 적극적인 이유는 매출원 확대와 더불어 가입자 체류시간 증가 등 부가적인 이익도 기대할 수 있어서다. 이는 Facebook과 소셜게임⁷⁾의 동반 성장을 통해 이미 전 세계적으로 실증된 부분이다. 현재 Facebook 전체 사용자 가운데 2/3 가량은 매주 한 번 이상 소셜게임을 플레이하고 있으며, Facebook의 이용자 체류시간에서 게임이 차지하는 비중은 40~50%에 달하는 것으로 추정⁸⁾된다. 광고를 주 수입원으로 삼는 커뮤니티 서비스 입장에서, 이용자의 지속 방문과 체류시간 증가는 그 자체로 매출 확대를 의미한다.

결론적으로, 많게는 수억 명의 이용자를 보유한 온라인 서비스들마저 게임 플랫폼을 자처하기 시작하면서 웹게임의 수요와 공급은 더욱 늘어날 전망이다. 여기에 웹게임 자체의 콘텐츠 고급화와 다양화까지 진행되고 있기 때문에 중국 온라인 게임시장에서 웹게임이 차지하는 비중은 지속적으로 늘어날 것이라는 게 전문가 일반의 관측이다.

[그림 1-5] 중국 온라인 게임시장의 연도별 매출구조 변화 추이



출처 : iResearch(2012)

7) 엄밀히 따지자면 웹기반 소셜게임 역시 웹게임의 일종이지만, 그 대부분은 농작물을 심고 수확하는 식의 가벼운 내용이라 일반적인 웹게임과는 별개 범주로 구분

8) 'China Internet Insights', Deutsche Bank(2011,12,01)

3. 중국 웹게임의 확대 배경

중국 웹 게임시장의 성장 요인은 일정 부분 국내 웹 게임시장의 성장 요인이기도 하다. 기존 온라인게임 부문의 레드오션화와 더불어 게이머 연령대가 높아지고 있기는 국내 시장 역시 마찬가지고, 비교적 가볍게 즐길 수 있는 게임들의 수요가 늘고 있는 추세 역시 크게 다르지 않기 때문이다.

이런 변화를 기회 삼아 게임업체, 메이저 포털, 아이템거래 사이트에 이르기까지 다양한 사업자들이 웹게임 부문에서 격돌하고 있는 양상 또한 닮은꼴이다. 그리고 이들 업체 대부분은 퍼블리싱이든 채널링⁹⁾이든, 어떤 형태로건 중국산 웹게임을 끼고 있다. 사실, 언론 보도나 웹사이트 안내를 통해 중국산임이 명시되는 게임은 전체 물량 중 소수에 불과하다.

그렇다면 실제로 얼마나 많은 중국산 웹게임이 수입되고 있을까. 국내 게임매체의 보도에 따르면 최근에는 한 달에만 50여 편이 새로 들어오는 것으로 추산된다¹⁰⁾. 게임물등급위원회의 공식 자료에 비춰도 타당성이 있는 관측이다. 게임물등급위원회의 심의를 통과한 중국산 온라인게임 수는 2010년 249 건에서 2011년 431 건으로 급증했고, 이들 중 상당수를 웹게임이 차지하고 있기 때문이다. 반면, 토종 온라인게임 수는 2009년 1,396건, 2010년 1,244건, 2011년 1,024건으로 지속 감소 중이다.

3.1 중국 웹게임, 국내 퍼블리셔에 '저렴하고 무난한 게임'으로 인식 개선

때문에 중국산 게임 수입업체들, 특히 메이저급 사업자들에게 대해서는 비난 섞인 목소리가 작지 않다. 개발비 상승으로 어려움에 처한 국내 개발사들을 지원하고 육성해야 옳지 않느냐는 사회적 책임과 연계되어 있다. 그러나 국내 시장은 한정된 소비자를 대상으로 이미 다수의 게임포털이 난립해 가입자 쟁탈전을 벌이고 있는 힘겨운 상황이다. 개별 사업자 입장에서는 가급적 많은 게임을 싼 값에 확보해야 하고, 경쟁 사이트에서 특정 게임이 인기를 끌면 그와 유사한 타이틀을 재빨리 내놓아서 유저 이탈을 막아야 한다. 사업적으로만 보면, 이런 상황에서 중국산 게임이야말로 가장 손쉬운 대안이다.

9) 채널링이란 이미 서비스되고 있는 게임을 써드파티 사이트에 얹어 이용 채널을 늘리는 방식으로, 대표적인 사례가 포털사이트와 퍼블리셔간의 제휴, 포털 사업자들은 기존 퍼블리싱의 위험부담을 우회해 부가 수익을 노릴 수 있고, 제휴 퍼블리셔 입장에서는 포털의 가입자 기반과 홍보채널을 기반으로 게이머 추가 확보가 가능

10) '국내 웹게임 시장, 물량 넘쳐 '방 빼기 급급'', 더게임스(2012.04.10)

우선은 들어오는 비용이 싸다. 중국산 게임은 개발 원가가 낮은 만큼 판권료도 저렴한 편이라 MMORPG 기준으로도 편당 2~10억 원이면 수입 유통이 가능¹¹⁾하다. 낮은 판권료는 사업적 리스크가 낮다는 의미로도 통한다. 단적으로 CJ E&M이 2007년 국내 출시한 <完美世界(완미세계)>의 경우, 최대 동접자 수가 2만 명 수준에 불과했음에도 중국산 MMO 게임으로는 성공작이라는 평가를 받으며 5년째 생존에 성공했다. 이런 게임보다 수입 부담이 더 적은 웹게임이라면 출시 초기 몇 주간만 호응을 얻어도 손해는 면할 수 있다는 계산이 나온다.

물론 지금까지 들어온 중국산 웹게임 중에는 완성도가 떨어지는 것도 많았고, 이런 졸작을 들여와 이익을 거둔 후 돌연 서비스를 중단하는 일부 업체의 행태로 인해 소비자 피해가 발생하기도 했다. 그러나 최근에는 중국산 게임들의 퀄리티도 전반적으로 높아졌고, 게임성 측면에서 국산 타이틀과 견줘도 손색없는 수작들이 많다는 평가가 일반적이다. 매년 수백 편의 웹게임이 생산돼 고작 수십 편만 생존하는 중국 본토의 시장 여건을 고려하면 당연한 결과이기도 하다.

요컨대, 국내 퍼블리셔들에게 이제 중국산 웹게임은 '저렴하면서도 무난한 대안'으로 평가 절상되고 있는 셈이다. 또 그럴수록 자체 개발보다는 중국산 게임 수입 쪽을 택하는 사업자도 많아질 수밖에 없다. 퍼블리셔라기보다는 국내 굴지의 개발사로 더 유명한 NC소프트조차 이 같은 '현실판단'에서는 예외가 아니다. NC소프트 측은 한때 자체 캐주얼게임으로 장르 다각화를 시도했지만 큰 성과를 거두지 못했고, 결국 중국 개발업체 LongTu의 <武林帝國(무림제국)>을 2009년 말 국내 출시하며 웹게임 경쟁에 가세했다. 이와 관련해 당시 시행된 이벤트 내용을 보면, 비교적 가벼운 게임으로 유저 기반을 넓히는 동시에 주력 하드코어 게임으로의 이용자 복귀나 신규 유입을 유도하겠다는 속내도 읽힌다(그림 1-6 참조). 현재 NC소프트는 <武林帝國(무림제국)> 서비스를 종료하고 Giant Interactive에서 개발한 새 중국산 게임 <Golden Land>를 1년째 운영하고 있다.

11) '온라인게임의 양극화, 한국산과 중국산', 게임샷(2012.01.05)

[그림 1-6] 중국산 웹게임과 자체 하드코어 게임의 시너지를 모색한 고객 이벤트



출처 : NC소프트(2012)

3.2 이용자 요구에 부합하는 콘텐츠로 국산 웹게임의 부재를 공략

소비자 입장에서 중국산 웹게임은 일면 매력적이다. 대표적 장르인 전략 웹게임을 예로 들어보자. 이들 게임은 대개 영지를 발전시키고 자원을 모아 전투를 수행하는 내용을 담고 있다. 일견 단순해 보이지만, 실제 플레이하면서 느끼는 몰입감과 긴박감은 매우 높은 것이 특징이다. 게임의 성격으로 보자면 실시간 게임보다는 느긋하게 즐기면서도 소셜게임처럼 단순하지는 않은 준 하드코어, 혹은 미들코어에 가깝다.

게다가 국내 웹게임의 주요 소비층인 30대와 40대 직장인들은 이런 턴게임¹²⁾의 모태격 작품인 Tecmo Koei <三國志>나 3DO의 <HOMM>¹³⁾를 즐겼던 세대라는 점에서 콘텐츠 적용에 별다른 무리도 없었다. 플랫폼이 웹브라우저로 바뀌고 유료 아이템이 들어갔더라도, 게임의 룰과 진행방식 자체는 똑같기 때문이다.

12) 턴게임의 경우 각각의 게이머에게 자신의 명령 혹은 행동을 위한 시간이 주어지는데 다른 게이머는 이를 기다리게 됨. 게임에 참여한 게이머가 많아질수록 게이머의 기다리는 시간이 길어지는 단점이 있음

13) Heroes of Might & Magic: New World Computing이 개발하고 3DO가 발매했던 판타지 기반 전략게임. 후일 Ubisoft가 IP를 인수해 5, 6번째 시리즈와 웹게임 버전을 출시

[그림 1-7] 턱방식 전략게임의 원조 <HOMM> 시리즈



출처 : 3DO(2012)

물론 국내 개발사들 역시 턱방식 게임 개발에는 일가견이 있다. 하지만 문제는 근래 들어 거의 만들지를 않았다는 점이다. 스마트폰 급속 확산과 맞물려 국내 개발사 상당수는 오픈마켓이라는 새 시장으로 관심을 옮겼고, 그나마 웹게임 분야에 잔류한 개발사들도 개발비 상승으로 인해 많은 신작을 내지 못했다. 한 마디로 잠재 수요는 있는데 토종 게임의 공급량은 부족했던 것이다.

4. 국내 게임업계의 대응 양상과 향후 경쟁의 관건

우선 전제할 것은 중국산 웹게임의 국내 진출에 대해 '업계 차원'의 대응책이라 불릴 만한 것이 당장 존재하지 않는다는 점이다. 지금까지 중국 게임의 수입을 주도해 온 퍼블리셔들이 국내 개발사와의 상생을 위해 돌연 거액의 투자를 단행할 가능성은 높지 않다. 게다가 이제는 다수의 중국 업체가 국내에 지사를 설립하고 직접 서비스를 진행하고 있다는 점에서 시장의 빛장 자체가 이미 사라졌다고 봐도 무방하다.

그러나 개별 프로젝트나 개발사 차원의 지구 노력은 이어지고 있다. 우선 웹게임 분야 업

체들의 전략 방점은 크게 두 가지로 나뉜다. 첫째는 압도적인 기술력으로 퀄리티의 우위를 과시하는 것이고, 둘째는 독특한 소재나 게임성으로 차별화를 꾀하는 것이다. 어차피 신작 출시량이나 콘텐츠 확충 속도에서는 중국 업체들을 이기기 어려운 일이기도 하다.

기술력에 승부를 거는 국산 웹게임으로는 엔도어즈에서 제작한 <삼국지를 품다>를 꼽을 수 있다. 이 게임은 삼국지라는 다소 진부한 세계관을 차용했음에도 클라이언트 게임에 버금가는 3D 그래픽으로 차세대 웹게임의 방향성을 제시하고 있다. 생동감 있는 스토리 전개와 <HOMM5>를 연상시키는 화려한 전투는 웹게임에 대한 고정관념을 깨기에 충분해 보인다.

[그림 1-8] <삼국지를 품다>의 도원결의 장면



출처 : 엔도어즈(2012)

반면 미지수라는 이름의 국내 소규모 개발사가 선보인 <행성복원 프로젝트>는 환경을 테마로 세워 소재의 참신성을 담보했다. 개발진이라고는 사장 포함 4명이 고작이라 외형적인 화려함은 없지만, 폭력이나 파괴와 거리가 먼 건전한 내용으로 전 연령대에 어필할 수 있다는 게 회사 측의 설명이다.

[그림 1-9] <행성복원 프로젝트>의 실행 화면



출처 : 미지수(2012)

하지만 분명한 것은 중국산 웹게임의 공세가 향후 더욱 거세질 것이라는 사실이다. 기술적 간극은 시간이 갈수록 좁아지게 마련이며, 소재 다양화 역시 중국 개발사들 스스로도 필요성을 절감해 이미 시도하고 있는 부분이기 때문이다. <킹덤즈> 등 국산 웹게임 일부는 스마트폰과 PC를 아우르는 멀티플랫폼 전략으로 이용자 확대를 꾀할 예정이지만, 중국산 게임인 <Golden Land> 등도 이미 같은 방향을 택했다는 점에서 궁극적인 해법은 아니다. 결론적으로 국산 웹게임의 프리미엄은 개별 신작의 성공 여부와 관계없이 점차 사라져갈 수밖에 없는 것이다.

이와 더불어 또 하나 확실한 것은 클라이언트 게임이나 모바일게임 같은 여타 카테고리 역시 언제까지나 안전할 수만은 없다는 점이다¹⁴⁾. 사실, 중국산 웹게임의 선전이 궁극적으로 시사하는 것은 '미들코어 게임' 자체가 부족한 국내 게임업계의 현주소다. 바쁜 생활인들이 웹게임을 소비하는 이유는 '진지하지만 부담스럽지 않은 게임'을 원하기 때문이지 웹브라우저라는 플랫폼이 특별히 좋아서가 아니다.

14) 단적으로 Kunlun 한국지사는 전략 시뮬레이션 <풍운삼국>과 판타지 전략 RPG <멀린의 연대기>를 지난 5 월 말 국내 앱스토어에 출시, 하루 평균 6,000건 이상의 다운로드를 기록하며 호응을 얻음. 이들 게임을 개발한 Koramgames는 Kunlun의 홍콩 자회사이며, <풍운삼국>의 경우 최근까지 iPhone과 iPad 양 쪽에서 매출 순위 Top5 이내로 선전을 이어가고 있음

바꿔 말해, 이들 소비자의 니즈에 맞는 콘텐츠와 자유로운 이용 행태만 담보해줄 수 있다면 카테고리나 플랫폼의 종류 여하는 큰 문제가 아닐 수 있다는 것이다. 중국 업체들의 다음 공격 경로와 국내 업체들의 수성 거점은 바로 이 지점에서 서로 겹친다.

참고자료

1. '2012年第1季度中国网页游戏市场规模为23亿', Analysis International, 2012.06
2. 'iResearch Released Data of China Online Game Market in 2011', iResearch Views, 2012.01
3. 'China Internet Insights', Deutsche Bank, 2011.12
4. 'China Online Game Research Report', iResearch View, 2012.4
5. 'China Online Games, ChinaJoy 2011 – Richer Game Portfolios on the Way', Morgan Stanley, 2011.08
6. 'Effect of slowing growth in China's online game market', Samsung Securities, 2012.01
7. 'Booming Chinese MMO Games Market Forecast To Generate \$6.1 Billion In 2012', Forbes, 2012.06
8. 'China Tour Shows Enthusiasm for Adobe Gaming', Digital Media Blog, 2012.05
9. '中国互联网用户调查', DCCI, 2011.12
10. '第29次中国互联网络发展状况统计报告', CNNIC, 2012.03
11. '第30次中国互联网络发展状况统计报告', CNNIC, 2012.07
12. '中国网络游戏用户研究报告', Analysis International, 2012.02
13. '数据称大陆平均网速全球排名第90位', Sina.com, 2012.02
14. '온라인게임의 양극화, 한국산과 중국산', 게임샷, 2012.01
15. '웹게임 성장세 끝이 안 보여', 경향게임스, 2012.06
16. '중국, 국내 웹 게임시장 장악', 전자신문, 2012.01
17. '중국 게이머들 "화려한 3D 그래픽 게임 보다는 ..."', 경향게임스, 2012.06
18. '중국 게임 이용자 소비 성향과 연령 분포는?', MUD4U, 2012.03
19. '국산 전쟁 웹게임 킹덤즈, 진짜 땅을 건 이벤트 화제', OSEN, 2012.06
20. '국내 웹게임 시장 물량 넘쳐 '방빼기 급급'', 더게임스, 2012.04

중국 게임업계, 국내 시장 직접 진출의 이유

|| Key Message ||

- 중국 게임 사업자들이 작년부터 잇따라 국내 지사를 설립하고 직접 서비스를 시작
- 국내 시장은 수준 높은 테스트베드이자 우수 개발사/게임의 소싱채널
- 중국 최대 사업자 Tencent는 게임 관련 투자와 더불어 카카오톡 등 기타 기술에도 거액 투자
- Kunlun 같은 신생업체들은 시장으로서의 한국에도 주목, 공격적인 서비스와 동시에 소싱 병행
- 중국 업체들의 국내 개발사 인수나 우수 게임 선점은 국내 퍼블리셔의 존립 근거를 위협

1. Introduction: 한국 게임시장에 중국 기업 입성 가시화

중국 게임업체들의 국내 시장 진출이 가시화되고 있다. Tencent, The9, Kunlun, Gamewave(구 Quyou) 등 다수 사업자가 작년부터 잇따라 국내 지사를 설립했고, 가장 최근에는 신생업체인 우션베이징과 중국 게임포털 4399가 각각 우션코리아와 YJ네트웍스코리아라는 한국 법인을 세우며 대열에 가세했다. 중국 3위 사업자 Shanda Games 역시 국내 개발사인 액토즈소프트와 아이덴티티게임즈를 각각 2004년과 2010년에 인수, 물밑으로나마 국내에 발을 들였다고 볼 수 있다. 심지어 작년에 한국 지사를 설립한 미국의 Riot Games조차 따지고 보면 Tencent의 자회사라는 점에서 중국 게임업계의 국내 진출과 무관할 수 없다.

표면상으로만 보자면 다소 무모한 도전일 수도 있다. 중국의 게임 관련 기술은 국내와 비교해 몇 년쯤 격차가 있는 데다, 아직은 중국 브랜드에 대한 소비자 이미지 자체도 좋은 편이 아니다. 실제로 국내에 진출한 중국 사업자 대부분은 지사 설립 이후 별다른 이슈를 만들어 내지 못하고 있다. 지금으로서는 블록버스터급 히트작도 없고, <Diablo III>처럼 소비자 이목을 집중시킬 만한 신작도 찾아보기 어렵다.

그러나 당장의 흥행 실적만으로 중국 게임업체들을 평가 절하할 수는 없다는 것이 국내의

중론이다. 설령 중국산 게임들이 크게 위협적이지는 않더라도, 퍼블리셔로서 중국 업체들은 국내 게임시장 질서를 뒤흔들 만한 자금력을 보유하고 있으며 실제로도 그럴 생각이기 때문이다.

2. 중국 퍼블리셔들의 노림수

중국 게임업체 입장에서 우리나라는 몇 가지 복합적인 의미를 갖고 있다. 첫째가 바로 테스트베드로서의 역할이다. 국내 시장은 중국 게임업체들 스스로도 '온라인게임의 프리미어 리그'로 칭할 만큼 수준이 높은 무대다. 실제로 한국 게이머들은 웬만한 게임에 관심조차 두지 않을 만큼 눈높이가 높고, 일단 선택한 게임에 대해서도 콘텐츠와 운영 어느 쪽으로든 좀처럼 후한 평가를 내리지 않는다. 게다가 콘텐츠 소모 속도도 매우 빠른 편이라 어느 게임에든 출시 몇 주만 지나면 '더 이상 즐길 것이 없다'는 불평을 내기 시작한다. 운영사로서는 게임의 완성도와 서비스 안정성을 지켜가면서 수준 높은 업데이트까지 수시로 제공해야 하는 까다로운 소비자다.

때문에 국내에 진출한 중국 업체들이 하나같이 '많이 배우겠다'고 밝히는 것은 단순한 겸손의 표현이 아니다. 그들에게 한국은 여기서 통하면 세계 어느 선진국에서도 통하는 레퍼런스이고, 따라서 이 시장에서의 안착은 직접적인 수익 확대 이상의 '질적 도약'을 의미한다. 중국 게임업체들의 서비스 초기 라인업이 대부분 웹게임으로 채워져 있는 것도 '일단 위험부담이 적고 그나마 통할만한 게임으로 시장 분위기부터 파악'하려는 조심스러운 행보라 볼 수 있다. 처음부터 블록버스터급 야심작을 들이밀기에는 사업적으로나 이미지상으로나 위험부담이 너무 큰 것이다.

한국 시장이 지니는 두 번째 의미는 유망 신작이나 개발사의 소싱채널로서다. 한국산 게임은 중국 본토 온라인 게임시장의 발생 초기부터 중추적인 성장 동력으로 기능해 왔고, 지금도 MMORPG부터 캐주얼게임에 이르기까지 다양한 장르에 걸쳐 인기 리스트를 점하고 있다. 중국 사업자 관점에서는 유망 게임에 대한 선점 욕구가 들지 않을 수 없는 일이고, 이를 위해서는 국내에 직접 진출해 투자 대상을 폭넓게 물색하는 편이 여러모로 유리하다.

세 번째 의미는 시장 자체로서의 한국이다. 물론 국내 게임은 중국보다 규모가 작고 개별 사업자가 얻어낼 수 있는 파이 조각도 한정적이다. 그러나 중국 게임시장의 레드오션화가 진행될수록 한국 게임시장이 지니는 매력도는 높아질 수밖에 없다. 주력 분야가 웹게임인 업체에게는 이미 그렇다. 현재 국내 웹게임 시장은 중국산 타이틀이 전체 게임의 80%에 달할 만큼 강세를 보이고 있기 때문이다¹⁾.

2.1 Tencent로 대표되는 중국 메이저, 1차 목표는 '신무기 확보'

한국 시장의 복합적인 의미는 중국 사업자들 스스로도 공공연하게 밝히는 내용이다. 그러나 전술한 세 가지 측면 중에서 당장 어느 것에 더 주목하느냐는 개별 사업자의 중국 내 상황에 따라 달라진다. 가령, 이미 메이저 반열에 올라 매분기 수십억 위안의 게임 매출을 올리는 대형 사업자에게는 입지 방어 차원에서 한국산 게임 선점이 더 중요한 과제일 수 있는 것이다.

이를 극명하게 보여주는 업체가 바로 중국 1위 사업자 Tencent다. Tencent는 국내 지사 설립 5년 전인 2007년부터 서울 주재 연락사무소를 통해 우수 한국게임 발굴과 유치에 힘을 쏟기 시작했다. 또 2010년에는 국내 벤처캐피털인 캡스톤파트너스와 공동으로 500억 원 규모의 펀드를 구성해 중소 개발사 7개사에 자금을 수혈했고, 작년과 올해에는 국내 대형 신작 게임²⁾의 중국 내 판권을 다수 확보하는 데도 성공했다. 그 게임들 중 <아키에이지>의 경우는 Tencent로부터 5,000만 달러 이상을 받아 국내 게임으로는 역대 수출액 최고가를 경신했고, <수라온라인>의 경우는 아예 글로벌 판권이 통째로 Tencent 한 회사에 넘어갔다.

〈표 1-3〉 2010년 Tencent(캡스톤벤처펀드)의 한국 게임업체 투자 내용

회사명	투자 금액	개발 게임
스튜디오 혼	14억 5,000만 원	횡스크롤 액션 RPG
리로드 스튜디오	54억 9,500만 원	MMORPG <더데이>
탑픽	20억 2,000만 원	캐주얼게임 <포포조이>
넥스트플레이	15억 원	캐주얼게임 <펀치몬스터>
레드덕	15억 원	FPS게임 <메트로컨플릭트>
아이덴티티	39억 9,900만 원	MMORPG <드래곤네스트>
GH 호프아일랜드	25억 원	TPS게임
총계	184억 6,400만 원	

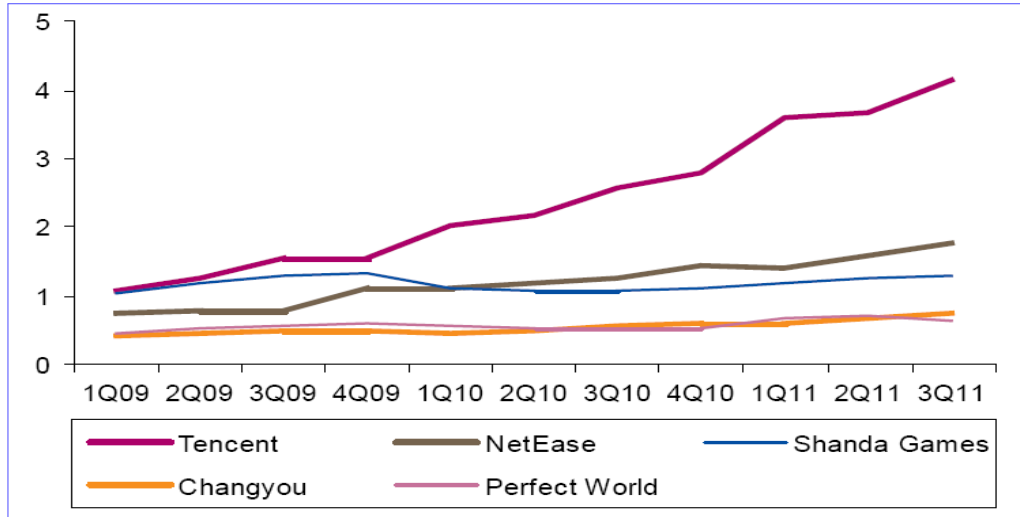
출처 : 캡스톤벤처펀드 연차보고서(2010)

한국 게임에 대한 Tencent의 구애는 막강한 자금력을 기반으로 향후 한동안 지속될 전망이다. 애초에 Tencent가 Shanda Games를 제치고 중국 1위 사업자로 부상할 수 있었던 배경에는 한국산 게임의 성공이 큰 몫을 차지했고, 대표작인 <크로스파이어>와 <던전앤파이터>는 출시 수 년이 지난 지금까지도 중국 온라인게임 인기순위에서 1~2위를 지키고 있다. 그만큼 한국산 게임에 대한 Tencent의 신뢰는 클 수밖에 없는 것이다.

1) '중국, 국내 웹게임 시장 장악!!', 전자신문(2012.01.10)

2) NC소프트의 <블레이드앤소울>, XL게임즈의 <아키에이지>, JCE의 <프리스타일풋볼>, 웹젠의 <C9>과 <배터리온라인>, 엔에스이엔터테인먼트의 <수라온라인> 등

[그림 1-10] 중국 주요 게임업체 분기별 게임 매출 추이 (단위 : 10억 위안)



출처 : 각사 자료(2012), 삼성증권 재인용(2012)

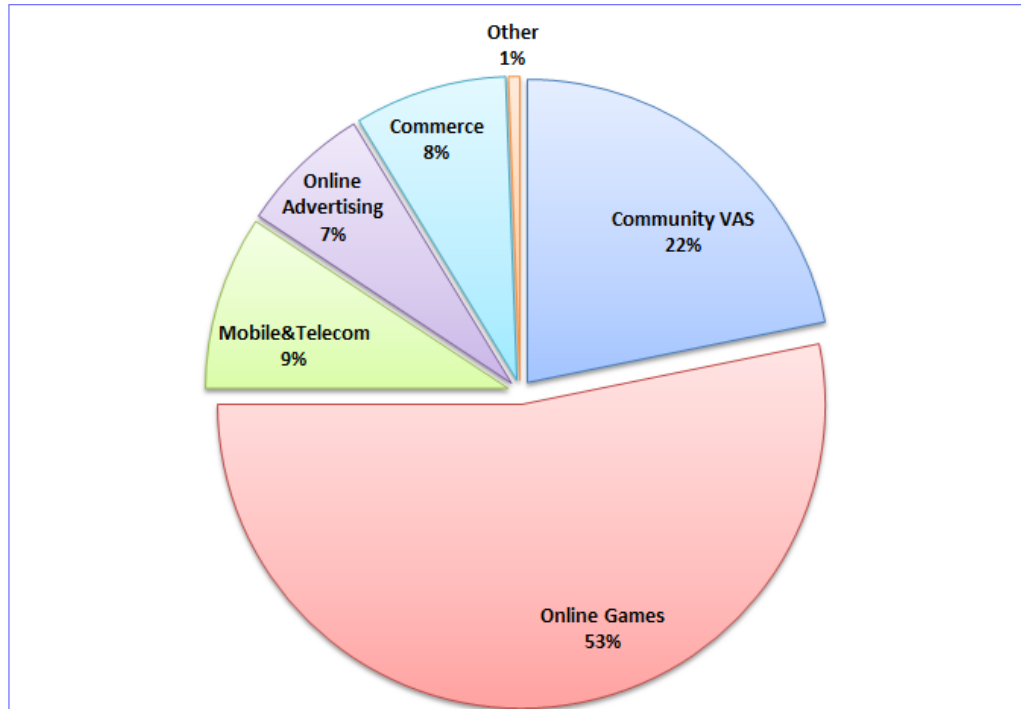
<표 1-4> 중국 온라인게임 순위(2012. 7. 2)

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

출처 : Barchina.net(2012)

또 하나 언급할 것은 중국 1위 사업자의 자금 공세가 비단 게임 분야에만 국한되지는 않는다는 점이다. Tencent는 모바일광고 플랫폼 '카울리'로 유명한 국내 신생업체 FSN에 두 차례에 걸쳐 42억 원을 수혈했고, 모바일 메신저 개발사 카카오에는 720억 원의 거액을 투자하기도 했다. 그 의도를 정확히 가늠하기는 어렵지만, 일단 해당 업체들의 주요 기술을 중국 내 자사 서비스에 접목할 계획인 것만은 확실해 보인다. Tencent는 전자상거래와 모바일 VAS에 이르기까지 온라인 서비스 전방위로 사업 영역을 확장한 상태이며, 작년 초 출시한 모바일 메신저 'Weixin(웨이신)'으로 벌써 5,000만 명 이상의 가입자를 확보하고 있다.

[그림 1-11] 2012년 Tencent 부문별 매출 비중 예상



출처 : J.P.Morgan(2012)

그러나 국내 게임 서비스 측면에서 Tencent가 보여온 행보는 다소 소극적이다. 새로 출범한 한국 지사는 원래의 사명 대신 아스텔리스라는 생소한 이름으로 소개됐고³⁾, 그 첫 타이틀로 작년 말 출시된 <춘추전국시대>는 인기 작가 이외수 씨를 광고모델로 기용해 잠깐 화제가 됐을 뿐 실제 흥행에는 성공하지 못했다. 그리고 반년이 지난 지금까지 Tencent 코리아의 차기작은 나오지 않고 있다. '일단 하나의 작품에 집중할 것'이라던 당초 설명이 이유가 될 수도 있겠지만, Tencent만큼 퍼블리싱 경험이 풍부한 업체가 서비스 3개월이 지나도록 서버 2대 운영이 고작인 웹게임에 '집중'하는 것은 그리 어울리는 그림이 아니다.

단, 여타 메이저들에 비하면 Tencent는 국내 시장 공략에 오히려 적극적인 편이라고 하겠다. 한때 중국 1위 게임사업자로 군림했고 지금도 여전히 Big3에 들어가는 Shanda Games의 경우를 보자. Shanda Games는 국내 개발사 액토즈소프트와 아이덴티티게임즈⁴⁾를 2004년

3) 아스텔리스는 중국산을 배척하는 국내 정서를 고려해 Tencent 측이 내세운 운영팀 이름
 4) 액토즈소프트의 <미르의 전설> 시리즈는 과거 Shanda Games의 중국 1위 부상에 결정적인 기여를 했던 게임이고, 아이덴티티게임즈의 <드래곤네스트>는 현재 Shanda Games의 주매출원으로 자리 잡음

과 2010년에 각각 9,000만 달러 이상의 거액으로 인수했고, 작년과 올해에는 이들 두 업체를 통해 국내 벤처펀드에 총 120억 원을 출자⁵⁾하기도 했다. 이미 개발력을 인정받은 중견 업체들을 과감히 인수하면서 신생업체의 유망 신작들도 벤처펀드를 통해 저인망식으로 쓸어 담겠다는 의도다. 국내 신규 대작들의 중국 내 판권을 놓고 Tencent와의 경쟁에 적극적인 것은 물론이다. 그러나 이런 Shanda Games에게서 국내 직접 서비스 계획은 거의 들려오지 않는다. 액토즈와 아이텐티티의 합병설만 끊이지 않고 있을 뿐이고, 설령 그렇게 되더라도 새 합병회사가 Shanda Games의 서비스 거점으로 기능할지는 의문이다. Shanda Games가 개발한 게임의 한국 판권은 최근에도 위메이드, 네오위즈 등 국내 퍼블리셔에게 할당됐다.

2.2 Kunlun 등 신생기업, '시장으로서의 한국도 중요'

반면, 신흥 기업군에 속하는 업체들은 국내 게임시장 공략에 비교적 공격적인 모습을 보여 준다. 대표적인 업체로는 최근 국내 미디어에 자주 노출되는 Kunlun을 꼽을 수 있다. 북경에 본사를 둔 Kunlun은 2008년 출범해 본격적으로 사업을 진행한 기간이 3년 남짓에 불과한 신생업체다. 그러나 본사 개발인력만 1,500여 명에 달하고, 웹게임을 주력으로 세계 90여 개국에 진출해 이미 연매출 2,000억 원을 돌파했다. 기존 중국 메이저 게임업체들이 대작 게임과 대수 시장을 중심으로 성장해온 것과 비교하면 노선 자체가 반대인 셈이다.

Kunlun의 7번째 해외 지사인 Kunlun코리아 역시 작년 6월 출범 이후 8개월 동안에만 6개 게임을 선보이며 공격적인 입지 확대를 꾀하고 있다. 회사 측은 <K3온라인>, <강호>, <케인랜드> 등이 국내 소비자들에게 호응을 얻고 있어 연내 연매출 50억 원 달성이 무난할 것으로 내다보고 있다. 웹게임 라인업만으로도 MMORPG, 슈팅, 전략 등 다양한 장르를 아우를 예정이고, 추후 3D 슈팅 등 클라이언트 게임으로도 서비스 영역을 넓힐 계획이다.

Kunlun의 직접적인 경쟁사이자 선배 업체⁶⁾라 할 수 있는 Gamewave의 행보 역시 크게 다르지 않을 전망이다. Gamewave는 중국 내에서 다수의 웹게임 플랫폼⁷⁾을 운영하고 있는 웹게임 전문기업으로 50여 타이틀과 1억 명 이상의 회원을 보유하고 있으며, 국내에는 웹 MMORPG <비천> 등 연내에만 7종의 타이틀을 출시할 예정이다. 또 최근에는 중국 내 3억 이용자를 보유한 웹게임포털 사업자 4399가 국내 법인 YJ네트워크코리아 설립을 마치고 3분기 중 2~3 종의 타이틀 출시를 예고하고 있다. 한편, 우선베이징의 경우는 신생기업임에도 불

5) 아이텐티티게임즈를 통해 원익투자파트너스의 IT 펀드에 80억 출자. 액토즈를 통해 에이케이이인베스트의 청년창업육성투자조합에 40억 출자

6) Gamewave는 웹기반 RPG <선역>으로 서버 800대 돌파의 기록을 세우며 중국 웹게임 시장의 본격 성장을 촉진했던 회사

7) Game2.cn, Game5.com, 5ding.com, niua.com

구하고 독자 3D 엔진 기반 게임으로 기존 대작들과의 경쟁에 곧장 합류할 전망이다.

물론 정도의 차이만 있을 뿐, 이들 사업자 역시 국내 유망 게임 선점이나 개발사 투자에 뜻을 두고 있기는 마찬가지다. Kunlun의 경우는 대성창업투자가 조성한 200억 규모의 문화 콘텐츠 관련 펀드에 참여해 이미 30억 원을 투입했고, 세시소프트 AOS 게임인 <카오스온라인>의 해외 판권을 확보하는 등 실제 소싱도 병행하고 있다. 나머지 회사들도 거의 예외 없이 '한국의 우수 게임 발굴'을 언급하고 있어 향후 비슷한 움직임이 예상된다.

2.3 The9, 반전의 가능성을 '한국에서 검증'받을 것

끝으로 The9의 경우는 테스트베드로서의 한국 시장에 상대적으로 더 의미를 싣고 있는 모습이다. Kunlun처럼 짧은 기간 내에 다작을 쏟아내는 것도 아니고, Tencent나 Shanda Games 처럼 한국산 게임 확보를 위해 물량공세를 벌이는 것도 아니라는 점에서 일면 어중간하게 보일 수도 있지만, 실상 The9 측의 한국행은 다른 어느 업체 못지않게 진지하다. 그리고 이를 위해 깎아놓은 포석들은 '어떻게든 한국 게이머들에게 인정을 받겠다'는 의지로 풀이된다.

우선 눈에 띄는 것은 The9코리아 대표다. 그는 The9 입사 전 국내 주요 퍼블리셔인 한빛소프트에 근무하면서 사업개발, 전략계획, 마케팅, 브랜드관리, 협력사 관리, 현지화, 기업 투자 등 다양한 분야에서 주요 직책을 역임했고, <그라나도 에스파다> 등 다수 게임의 해외 수출을 성공시킨 공로로 2006년 국무총리상을 수상했다. 이런 경력을 바탕으로 현재 The9 본사에서 온라인게임 부문 CEO로 재직 중이며, 최근에는 미국 게임업체인 Red 5 Studios의 신작게임 <Firefall>과 관련해 2,300만 달러의 동남아 수출계약을 따내기도 했다.

이런 경력의 소유자가 한국지사 CEO를 직접 맡는다는 것은 The9의 국내 안착 의지가 어느 정도인지 보여주는 가늠자라 하겠다. 단순히 수익 측면으로만 보자면 본사 게임 총책이 한국지사장을 굳이 겸임할 만큼 국내에서의 수익 기회가 크다고는 생각하기 어렵다. 특히 The9의 경우는 <Firefall> 관련 상표권 침해 의혹으로 웹젠과 갈등을 겪었고, 이후 발생한 Red 5와 웹젠의 <Firefall>관련 분쟁에서도 배후로 지목⁸⁾ 받는 등 국내 이미지가 결코 좋은 편이 아니다. 즉, The9 입장에서는 '누가 가더라도 일단 깨질 수밖에 없는 전장'에 가장 강한 장수를 선발로 내보낸 셈이다.

그만큼 The9 한국지사는 자율성도 크다. 여타 경쟁사들이 중국산 게임을 중심으로 국내

8) Activision Blizzard 출신 개발진을 주축으로 설립된 Red 5는 MMO 슈팅게임 <FireFall>의 글로벌 판권을 조건으로 웹젠으로부터 250억 원의 개발비를 지원 받음. 그러나 Red 5는 2010년 초 The9에 인수된 뒤 돌연 국내 지사를 설립해 독자적인 홍보 활동을 벌이다 웹젠과 법적 공방을 벌였고, 현재는 웹젠에 대한 별도의 수익분배를 조건으로 아시아 판권을 반환 받은 상태

서비스를 전개하는 것과 달리, The9코리아의 연내 출시 리스트는 5편 가운데 4편이 북미 게임으로 채워져 있다. 본사의 퍼블리싱 방향에 굳이 맞추기보다는 한국 유저의 니즈를 우선하여 게임을 선정했고, 각각의 장르가 달라서 카니벌라이징(cannibalizing) 우려도 거의 없다는 것이 회사 측 설명이다. 선발대격 타이틀이 웹게임이기는 여느 중국 업체와 마찬가지로, 추후 출시될 <FreeRealms>와 <Planetside2>의 경우는 소니온라인엔터테인먼트(Sony Online Entertainment, 이하 SOE) 간판급 게임으로 상당한 스케일을 자랑한다.

[그림 1-12] The9이 국내 출시 예정인 SOE의 대표 성공작 <FreeRealms>



출처 : SOE(2012)

하지만 The9 입장에서도 국내 개발사와의 협력은 빼놓을 수 없는 희망사항이다. 궁극적으로는 <World of Warcraft> 빈자리를 메워줄 신규 성장엔진을 확보하여 중국 내 위상을 회복⁹⁾하는 것이 회사 측의 목표일 수밖에 없어서다. 이에 관해 The9 코리아 대표는 '한국산 게임을 확보하기에는 자금 리스크가 크지만, 퍼블리셔로서 국내 시장에 안착한 이후에는 협력 여지가 넓어질 것'이라고 피력했다.

3. 국내 퍼블리셔의 위기, 이제 한 발 앞의 현실

9) The9는 원래 게임 서비스가 주력이 아니었지만 Activision Blizzard의 <World of Warcraft>를 2005년 6월 중국에 출시하며 일약 메이저 게임업체로 부상. 그러나 2009년 중반 해당 판권이 NetEase에 넘어가면서 매출의 80% 이상을 상실했고, 현재까지 이를 상쇄할 새 대안을 확보하지 못하고 있음

중국 업체들의 잇따른 국내 진출과 관련해 또 하나 주목해볼 것은 그들의 자본 공세에 갈수록 취약해지고 있는 국내의 개발 현실이다. 특히 중소 개발사들의 경우는 <블레이드앤소울> 같은 대작게임과 <神仙道(신선도)> 같은 중국산 게임 사이에서 점차 설 자리를 잃어가고 있다. 자금 지원을 받을 수 있다면 그것이 중국 자본이든 한국 자본이든 가릴 상황은 아니라는 얘기다.

게다가 중국 퍼블리셔들의 국내 지사들은 개발사 입장에서 일면 차별적인 이점도 담보해 줄 수 있다. 한 번만의 계약만으로 국내 유통과 중국 수출이 모두 가능해질 경우, 국내 퍼블리셔를 미들맨으로 낄 때보다 행정적 복잡성이 덜하면서도 수익은 더 많아질 수 있기 때문이다. 또 경우에 따라서는 한중 양국 시장의 게임 수명 차이로 인한 갈등도 원천적으로 없앨 수 있다. Tencent의 효자 타이틀인 <크로스파이어>를 예로 들어보자. 스마일게이트가 개발한 이 게임은 지금까지 네오위즈게임을 통해 국내 서비스가 진행됐고 Tencent와의 계약 역시 네오위즈를 통해 체결됐다. 그러나 최근 스마일게이트는 "네오위즈와의 계약을 더 이상 연장하지 않고 앞으로 Tencent와 직접 거래할 것"이라며 불편한 심기를 내비쳤다. 상대측이 <크로스파이어>의 국내 인기 하락을 구실로 서비스 연장을 거부했다는 이유에서다. 양사간 갈등이 어떤 식으로 결론 날지는 아직 알 수 없지만, 이런 마찰은 국내 이용자가 떨어진 게임이 중국에선 여전히 큰 인기를 얻고 있을 경우 언제든 재현될 수 있는 성격이다.

결론적으로 중국 업체들의 공세 속에서 국내 게임업체가 시험대에 선 것만은 분명해 보인다. 그러나 정작 위력적인 것은 새로 들어오는 중국산 게임 몇 편이 아니라 그들의 자금이 국내 개발사를 향하는 타이밍이다. 또한 그 결과로 우선 허물어질 것은 한국산 게임의 위상이 아니라 국내 퍼블리셔의 '존립 근거'다. 지금까지 개발사 간 '양극화'를 조장하거나 방관해 온 국내 퍼블리셔들이 이제부터라도 중소 업체와의 상생 방안을 모색해야 하는 이유가 여기에 있다.

참고자료

1. 'Effect of slowing growth in China's online game market', Samsung Securities, 2012.01
2. 'Tencent - Making a Grand Entry into eCommerce', J.P.Morgan, 2012.05
3. 'Tencent Holdings - New Opportunities, New Complexities in Transformation' Jefferies, 2012.05
4. '중 게임사, 한국 시장 진출 2라운드', ZDNet Korea, 2012.06
5. '[기업리포트] Tencent의 한국 투자 스토리', DUDU China, 2012.01

6. '국내 진출 중국 업체들 최근 동향은', 더게임스, 2012.02
7. '공룡 Tencent, 카카오의 잠재력에 베팅?', 머니투데이, 2012.06
8. '글로벌 웹게임 시장 중국이 주도할 것', 경향게임스, 2012.07
9. '스마일게이트, 크로스파이어 중국 서비스 직접하겠다', 이데일리, 2012.06
10. '중국, 국내 웹게임 시장 장악!!', 전자신문, 2012.01
11. '중국게임사 Kunlun, 국내 벤처조합에 출자', 머니투데이, 2011.09
12. '한국 모바일게임 중국 대박 노림수', 경향게임스, 2012.07

중국 모바일 게임업체, 네트워크 게임으로 해외 시장 개척

|| Key Message ||

- 중국 모바일게임은 스마트폰의 보급 확대와 3G통신망의 확산을 배경으로 이용자 수와 시장 규모 나란히 급증
- 중국 모바일 게임시장은 2011년 39억 위안으로 성장, 2012년에는 65억 위안에 달할 것으로 전망
- 앱스토어의 등장은 중국 모바일 게임시장의 활성화 요인으로 작용했지만, 불법 앱스토어 난립으로 불법 모바일게임 유통이 확산
- 중국 모바일 게임업체들은 불법 모바일게임 유통을 막기 위해 패키지 형식이 아닌 PC기반의 온라인게임처럼 네트워크를 활용한 모바일 네트워크게임을 제작
- 중국 모바일 게임시장은 온라인 게임업체와 중소 모바일 게임업체간의 경쟁이 심화되고 있음

1. Introduction: 모바일게임, 중국 게임산업의 중심으로 부상

중국에서 모바일게임이 부흥기를 구가하고 있다. 스마트폰의 보급 확대와 3G 통신망의 확산을 배경으로 이용자 수와 시장 규모가 나란히 급증하고 있는 것이다. 모바일 플랫폼을 중소 개발사의 틈새시장쯤으로 여기던 중국 게임업계 내부 시각에도 변화가 뚜렷하다. Tencent, Shanda Games, Wistone, NetEase, Giant Network 등 다수의 온라인 게임업체가 이미 어떤 식으로든 모바일 게임시장에 진출, 신생 모바일 게임업체들과의 경쟁 혹은 협업에 돌입한 상태다.

초기 중국 모바일 게임시장은 휴대전화에서 구동되는 다운로드 방식의 게임을 지칭하는 용어였다. 그러나 최근에는 스마트폰과 네트워크의 발달로 모바일 네트워크게임이 다수 등장하면서 기존 PC기반의 온라인게임과 구분이 갈수록 희미해지고 있다. 단적으로 중국에서 개발된 모바일게임 중 성공한 게임의 대다수가 부분유료화 및 네트워크 기능을 강화한 모바

일 네트워크게임이다. 이런 상황에서 중국 모바일 게임시장을 다운로드 방식의 모바일게임으로 한정하는 것은 넌센스다. 단 네트워크 모바일게임의 경우 PC기반의 온라인게임과 별개 범주로 구분하는 것이 보통이다. 요컨대, 이제 중국 모바일게임은 '다운로드 방식뿐만 아니라 모바일 네트워크를 주 용도로 하는 다양한 종류의 휴대용 단말기'를 포괄하는 개념으로 플랫폼의 범위를 넓혔다고 볼 수 있다.

기기 종류만이 아니라 시장 규모 역시 빠르게 늘고 있다. 시장조사업체 iResearch가 2012년 6월에 발표한 "2011-2012년 중국 모바일 게임시장(2011-2012年中国手机游戏市场规模)"에 따르면, 여가시간 활용과 조작의 편의성 등을 발판으로 중국 모바일 게임시장이 2011년 39억 위안(약 6억 1,300만 달러) 규모로 성장했으며, 2012년에는 시장 규모가 65억 위안(약 10억 2,200만 달러)에 달할 전망이다. 중국 게임시장에서 모바일게임 부문이 차지하는 비중은 같은 기간 9.5%에서 13.7%로 1.5배 이상 커질 것으로 보인다.

〈표 1-5〉 중국의 플랫폼별 게임시장 규모 추이(2008~2012)

(단위 : 백만 달러)

구분		2008	2009	2010	2011	2012
아케이드게임	매출액	153	169	187	205	223
	성장률	-	10.5%	10.7%	9.6%	8.8%
PC게임	매출액	5	5	5	5	5
	성장률	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
콘솔게임	매출액	114	136	160	197	228
	성장률	-	19.3%	17.6%	23.1%	15.7%
온라인게임	매출액	2,550	3,962	4,839	5,457	5,986
	성장률	-	55.4%	22.1%	12.8%	9.7%
모바일게임	매출액	204	283	409	613	1,022
	성장률	-	38.7%	44.5%	49.9%	66.7%
전체	매출액	3,026	4,555	5,600	6,477	7,464
	성장률	-	50.5%	22.9%	15.7%	15.2%

출처 : KOCCA(2011), PWC(2011), iResearch(2012)

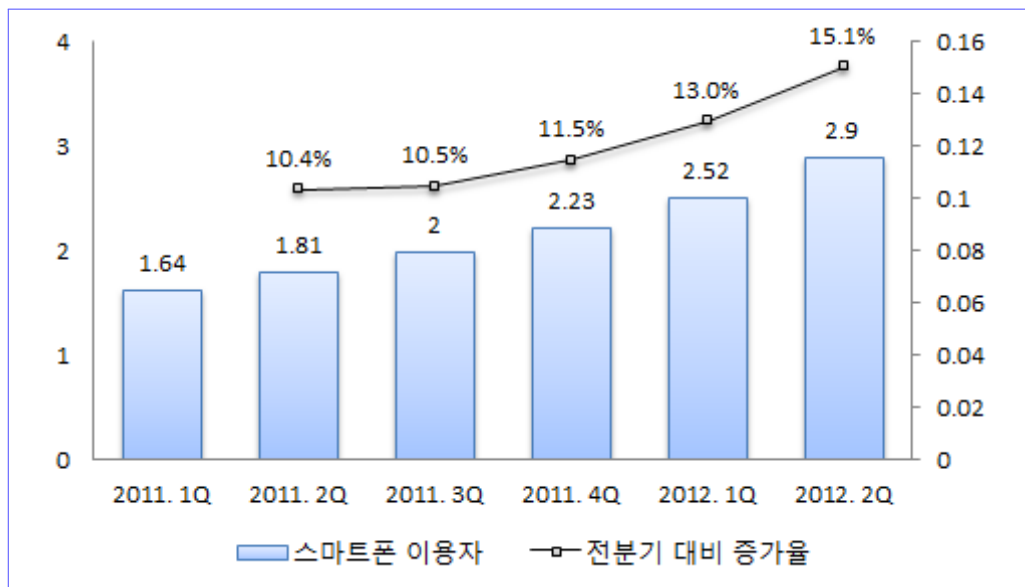
시장조사업체마다 예상치에 조금씩 차이는 있지만, 이런 낙관 기조에 반하는 게임 플랫폼 분석은 좀처럼 찾기 어렵다. 중국 게임업계 일각에서는 모바일게임을 아예 온라인게임을 능가하는 차세대 게임 플랫폼으로 분류하는 목소리까지 나오고 있다. 그렇다면 중국 모바일게임은 어떻게 발전하고 있기에 이처럼 주목을 받고 있는 것일까. 중국 모바일게임이 어떠한 양상으로 진화하고 있는지 살펴보고자 한다.

2. 중국 앱스토어 시장, 모바일게임의 '활성화 vs. 걸림돌'

시장조사업체 iiMedia Research가 2012년 8월 발표한 "2012년 2분기 중국 스마트폰 모니터링" 보고서에 따르면, 2012년 1사분기 중국 스마트폰 이용자는 2억 5,200만 명으로 집계되었고, 신규 스마트폰 가입자의 45.8%에 이르는 소비자가 중저가(1,000~2,000위안) 스마트폰을 선호하는 것으로 나타났다. 그 결과 모바일 인터넷 이용자 수와 애플리케이션 및 서비스가 큰 폭으로 성장하고 있다. 전통적인 모바일 인터넷 콘텐츠 및 서비스인 컬러링, 음악, 웹페이지 등의 성장이 예상되며, 특히 모바일 애플리케이션, 모바일게임, 소셜네트워크 서비스가 크게 성장할 것으로 전망된다.

[그림 1-13] 중국 스마트폰 시장규모(2011.1Q~2012.2Q)

(단위 : 억명, %)



출처 : iiMedia Research(2012)

시장조사업체 App Annie에 따르면, 2012년 5월 기준, 중국의 Apple App Store의 다운로드 규모는 2011년 대비 3배 가까이 증가한 것으로 나타났다. App Annie의 6월 발표 자료에 의하면 중국은 미국에 이어 글로벌 iOS 애플리케이션 다운로드 규모 2위를 차지했다. Apple의 iOS가 중국 전체 스마트폰 시장에서 차지하는 비율이 약 17%에 불과하다는 점을 고려하면 이는 더욱 놀라운 성과라고 할 수 있다.

〈표 1-6〉 iOS 및 Android 다운로드 국가별 비중

구분		미국	중국	일본	기타 국가
iOS	전체 다운로드 대비 비중	28%	18%	7%	47%
Android	전체 다운로드 대비 비중	35%	10%	6%	49%

출처 : App Annie(2012)

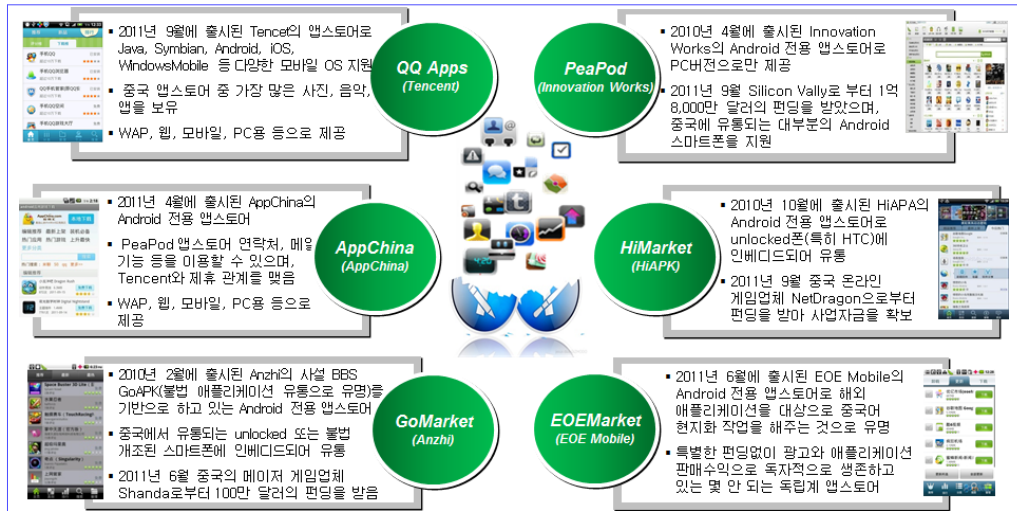
다운로드 증가에 힘입어 중국 Apple App Store의 매출 규모 역시 지속적으로 증가하고 있으나, 실질적인 수익성은 기대 이하인 것으로 나타났다. 중국 시장에서 iOS 애플리케이션을 통해 발생하는 총 매출 규모는 지난 5월 기준 전년 동기대비 213%나 성장했음에도 불구하고, 국가별 매출 규모에서는 미국, 일본, 영국 등에 이어 8위를 차지하는데 그쳤다. 또한 애플리케이션 다운로드 1회당 발생 수익에서도 미국의 경우 0.28달러를 기록한 반면 중국은 0.03달러를 기록했다. App Annie는 중국의 휴대 전화 사용자가 10억 명에 육박하고 있지만, 여전히 저작권 침해 문제가 심각할 뿐만 아니라 다운로드 되는 애플리케이션 대부분이 무료이기 때문에 수익이 발생하기 어렵다고 지적했다.

이런 App Annie의 주장은 불법 애플리케이션이 활성화된 중국 앱스토어 시장의 모습을 단적으로 나타내는 사례라고 할 수 있다. 현재 중국의 앱스토어는 100여 개가 존재하고 있어 치열한 경쟁과 합종연횡으로 매우 혼란스러운 상황이다. 더욱이 Google의 앱스토어인 Google Play는 Google과 중국 정부의 호환성 인증(Compatibility Test Suite, 이하 CTS)¹⁾ 문제로 인해 Android 스마트폰에 공식적으로 임베디드하여 출시할 수 없다.

Google의 Google Play가 중국에 들어 올 수 없는 특수한 환경으로 인해 앱스토어 시장 진입장벽은 매우 낮아 독립계 앱스토어들이 진입을 할 수 있는 기회를 제공했다. 독립계 앱스토어는 절반 이상이 불법 복제된 애플리케이션이며, 거의 대부분은 무료 애플리케이션이므로 수익모델이 부재한 상태이다. 그 결과 해외 유명 모바일게임들이 독립계 앱스토어에서 불법으로 유통되거나 무료로 유통되고 있으며, 중국 내 팽배해 있는 불법 문제가 모바일게임 확산에 악영향을 미칠 것으로 우려되고 있다. 일본 모바일게임 플랫폼 업체 DeNA의 Sun Kang 매니저는 "중국 게이머들이 모바일게임을 무료로 즐기기 위해 해킹도 서슴치 않는 것이 가장 큰 문제"라며, "중국에서는 스마트폰 '탈옥(Jailbreak)'을 통한 불법 모바일게임 이용이나 게임 해킹 등이 일상적으로 이뤄지고 있다"고 지적했다.

1) CTS는 Android 단말의 호환성을 테스트하는 도구를 의미. 일반적으로 Android 표준 SDK에서 요구하는 API들이 존재하는지, 그리고 정상적으로 동작하는지 확인하는 테스트를 총칭

[그림 1-14] 중국 대표 독립계 모바일 앱스토어의 서비스 개요 및 특징



출처 : 스트라베이스(2011)

3. 진화하고 있는 중국 모바일 게임시장

2.1 중국 모바일게임, Android와 네트워크의 결합

중국 모바일 게임시장의 성장은 사실상 스마트폰 확산을 기점으로 시작됐다 해도 과언이 아니다. 중국에서 스마트폰은 술한 화제를 양산하며 모바일게임 확산을 촉발했는데, 게임업계 입장에서 무엇보다 중요한 것은 스마트폰 확산으로 모바일게임에 네트워크 요소를 첨가할 수 있게 되었다는 점이다.

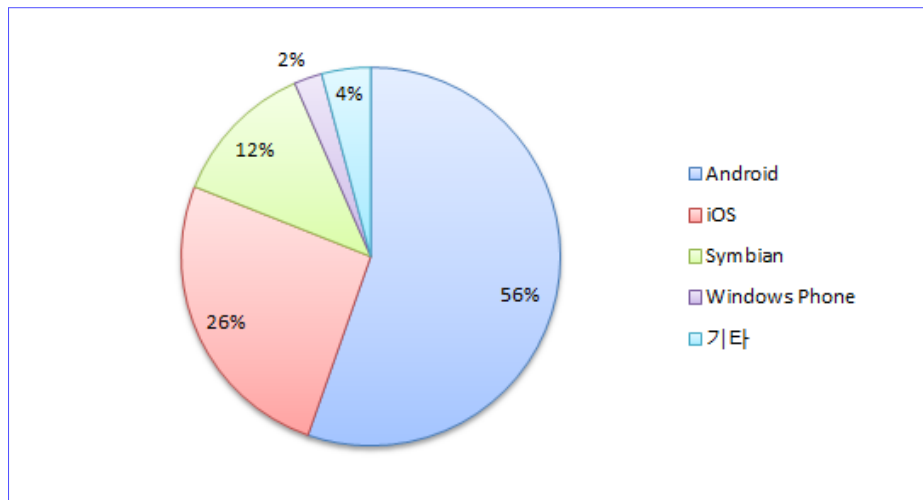
스마트폰이 등장하기 전 중국 모바일게임은 다양한 게임 플랫폼을 이용한 피쳐폰 게임이 대부분이었다. 그 결과 중국에는 수십 개에 달하는 휴대폰 브랜드가 존재하며 각 브랜드별로 적게는 수십 종에서 많게는 백 여종에 달하는 모델들을 내놓고 있어서 모바일게임 개발자들의 업무를 가중시키고 있을 뿐만 아니라, 개발비의 상승과 개발 기간의 장기화로 이어지고 있었다. 또한 게이머들도 자신이 소유한 피쳐폰 모델에 맞는 게임을 찾기 위해 혼란을 겪고 있어서 이러한 요소들이 종합적으로 모바일 게임시장의 성장을 저해하는 요인으로 작용했다. 또한 많은 수의 개발자들이 맹목적으로 적은 개발 비용과 단기 이익에만 관심을 가지고 있어 저품질의 게임이 난립하는 상황이 벌어지기도 했다.

그러나 스마트폰의 등장으로 중국 모바일 게임업체들은 다양한 게임 플랫폼이 아닌 단일

중국 모바일 게임업체, 네트워크 게임으로 해외 시장 개척

게임 플랫폼으로 사업전략을 변경하게 된다. 특히 중국 스마트폰 시장에서 Android가 50% 이상의 점유율을 기록하자, 중국 모바일 게임업체들도 Android에 집중하는 모습을 보이게 된다. 시장조사업체 iResearch에 따르면 현재 Android와 iOS개발자 비율은 6:4로 Android 개발자 인원이 iOS을 뛰어 넘었으며, 애플리케이션 개발자들의 관심과 시장 확대로 중국 모바일 게임시장은 Android로 집중되고 있는 형태이다.

[그림 1-15] 2012년 1/4분기 모바일 OS별 제품 판매 비중



출처 : iiMedia(2012)

<표 1-7> 2012년 5월 중국산 스마트폰 판매 상위 10)

순위	상품명	탑재 OS
1	魅族 MX(16GB)	Android OS
2	小米 MI(MIUI)	MIUI + Android
3	华为 U8860 Honor(荣耀)	Android OS
4	联想 乐Phone A750	Android OS
5	天语 W806	OS 2012
6	中兴 U880	Android OS
7	华为 C8812	Android OS
8	联想 乐Phone A520	Android OS
9	小米 青春版	MIUI Android
10	酷派 8150	Android OS

출처 : ZDC(2012)

Android 기기의 점유율이 증가한 이유는 Hauwei(华为), ZTH(中兴) 등 중국 현지 모바일 기기 제조사가 중국 통신사와 계약을 맺고 Android 단말기를 싼 가격에 제공했기 때문이다. 또한, 중국 온라인게임 시장 Top3를 형성하고 있는 Tencent, Shanda Games, NetEase 모두

스마트폰을 발표하며 출시를 앞두고 있다. 이 게임회사들은 거대한 자본력과 애플리케이션 개발력을 바탕으로 자사의 스마트폰에 모바일 플랫폼을 최적화해 유저풀을 확보한다는 계획이다. 특히 Tencent는 자사와 중국 메신저 애플리케이션 시장을 양분하는 Xiaomi(小米)와 협력관계를 구축하며 다른 업체들을 견제할 것으로 보인다.

그러나 Android의 경우 Apple과 달리 다양한 불법 앱스토어가 활성화되어 있어, 수익률이 낮다는 한계를 가지고 있다. 2011년 9월 불법 앱스토어와 '탈옥' 때문에 유료 애플리케이션 수익의 80% 이상을 회수할 수 없다는 것이 알려지면서 Android용 모바일게임의 수익 문제가 심화되고 있다. 특히 중국 스마트폰 개발사 62%가 적자를 내고 있는 상황이다.

실제로 중국 검색사이트에 애플리케이션을 검색하고 몇 번만 클릭하면 해킹된 모바일게임 다운로드에 성공할 수 있고, 모바일 웹진이라고 불리는 사이트에서도 해킹 애플리케이션 다운로드 링크가 버젓이 공개되며 불법행위를 부추기고 있다. 심지어 중국 핸드폰 판매점에선 "스마트폰을 구매하면 해킹은 물론, 인기 유료 애플리케이션을 무료로 드려요"라는 광고 문구를 통해 불법 모바일게임을 권장하고 있다.

이러한 문제를 해결하기 위해 중국 모바일 게임업체는 다운로드 방식의 패키지 모바일게임이 아닌, 네트워크를 활용한 모바일 네트워크 게임을 개발하고 있다. Tencent는 "중국 모바일 게임시장에서 다운로드 방식의 패키지 모바일게임이 선호되고 있지만, 중국 게임업체들은 불법 게임유통을 막기 위해 PC기반의 온라인게임처럼 네트워크를 이용한 모바일 네트워크게임에 대한 지속적인 라인업을 확대하고 있다"라고 밝혔다. 이와 더불어 중국 메이저 이동사인 China Mobile은 불법 복제 모바일게임을 차단하고, 무선 네트워크 수익을 극대화시키기 위해 다양한 해외 게임업체들과 제휴관계를 맺어 자사의 앱스토어 Mobile Market을 통해 모바일 네트워크게임을 유통시키고 있다.

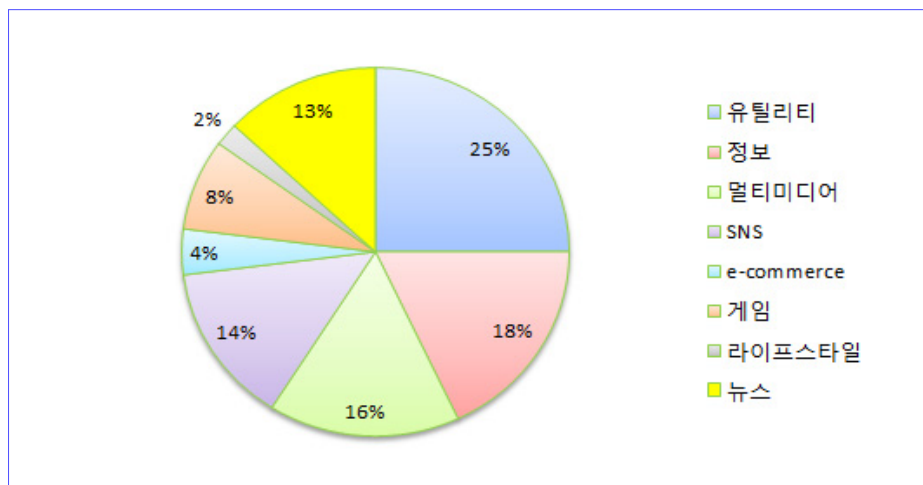
[그림 1-16] 중국 이동사 China Mobile의 앱스토어 'Mobile Market' 이미지



출처 : Tech,163.com(2011)

중국 모바일 게임시장이 Android 기반의 모바일 네트워크 게임으로 이동하면서 중국 스마트폰 이용자의 게임 플레이가 무선 네트워크에서 큰 트래픽을 차지하고 있다는 것이 여러 연구보고서에서 공통적으로 나타나고 있다. 시장조사업체 Mirae Asset이 2012년 7월 발표한 “An early glimpse of mobile Internet usage patterns iResearch Released Data of China Online Game Market in 2011”에 따르면, 2011년 3/4분기 모바일 네트워크 트래픽 사용량에서 모바일게임이 8%로 6위를 차지했다.

[그림 1-17] 2011년 3/4분기 모바일 네트워크 트래픽 사용량 점유율 현황



출처 : Mirae Asset(2012)

중국 모바일 네트워크게임의 주요 특징은 이용자에 비해 트래픽량이 많다는 것이다. 모바일게임 이용자는 유틸리티, 정보, 멀티미디어 등에 비해 압도적으로 적으나 사용 시간과 트래픽이 월등히 높다는 특징을 가지고 있다. 이런 측면에서 중국 모바일시장에서 모바일 네트워크게임이 활성화될 경우 모바일게임이 가장 높은 트래픽과 사용시간을 점유할 것으로 추정된다.

〈표 1-8〉 2011년 3/4분기 중국 애플리케이션 MAU²⁾ 및 트래픽 점유율

순위	애플리케이션	회사	카테고리	MAU (단위: 백만명)	월간사용시간 (단위: 백만 시간)	트래픽 점유율 (단위: %)
1	Sina Weibo	Sina	SNS	40.9	39	10
2	UC Mobile	UCweb	유틸리티	52.3	38	10
3	QQ IM	Tencent	SNS	66.5	38	10
4	QQ Weixin	Tencent	SNS	50.2	20	5.5
5	Zhangyue	Zhangyue	정보	9.1	12	3.3
6	QQ Mobile	Tencent	유틸리티	12.8	10	2.6
7	Panda Desktop	Netdragon	멀티미디어	1.8	8.4	2.3
8	Panda Reader	Netdragon	정보	4.7	7.1	1.9
9	Diaxin Desktop	Dianxin	멀티미디어	2.3	6.9	1.9
10	330 Mobile Guard	QIHU	유틸리티	35.8	6.4	1.7
11	360 Mobile Desktop	QIHU	멀티미디어	2.1	6.1	1.7
12	King Reader	King	정보	2.1	5.5	1.5
13	Qzon	Tencent	SNS	24.1	5.2	1.4
14	QQ Game	Tencent	게임	6.2	5.0	1.4
15	Taobao	Alibaba	E-commerce	26.4	4.8	1.3

출처 : Mirae Asset(2012)

그러나 중국 모바일 게임시장이 모바일 네트워크게임으로 전환되면서 불법 모바일게임 유통이 모두 사라진 것은 아니다. 현재 중국에서는 PC기반 온라인게임처럼 사설서버를 운영 중인 불법 모바일게임이 등장하고 있다. 이와 관련 중국 게임 관계자는 "중국 모바일게임 시장은 가파르게 성장하는 스마트폰 보급률 탓에 높은 기대감을 가지고 있다"면서, "하지만 PC 기반 온라인게임과 같은 사설서버 문제가 모바일 네트워크게임에서도 등장하고 있어 수익성을 담보하기 어려운 측면도 있다"라고 밝혔다.

2.2 중국 메이저 온라인 게임업체, 모바일 게임시장 진출

최근 중국 메이저 온라인 게임업체들이 공시한 2012년 2/4분기 실적에 의하면, Tencent, NetEase, Shanda Games, Kingsoft 등 대부분 메이저 게임업체들이 모바일게임 산업에 진출했으며, 향후에도 적극적인 투자를 진행할 계획이다.

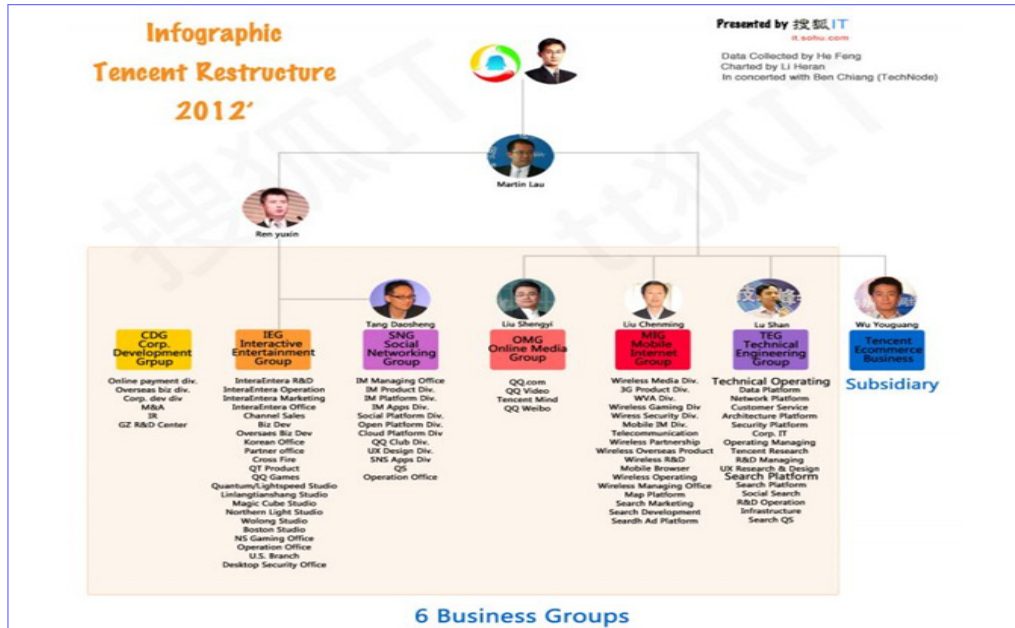
Tencent는 지난 2012년 5월 18일, 기존 사업부를 TEG, SNG, CDG, IEG, OMG의 6개 그룹³⁾으로 재편하는 구조조정을 실시하면서, 기존에 인터랙티브 엔터테인먼트 서비스 부문을

2) 월간활동이용자(Monthly Active User)

3) TEG(Technology & Engineering Group)은 연구 및 운영업무, SNG(Social Networking Group)은 소셜네트워킹 업무를 담당, CDG(Corp. Development Group)은 광동 R&D 센터와 이곳의 경영개발부문 담당, IEG(Interactive Entertainment Group)은 기존 인터랙티브 엔터테인먼트 서비스 부문을 계승,

책임지던 Ren Yuxin을 COO 겸 IEG와 SNG 부문 총괄로 임명하면서 모바일게임 서비스 분야의 강화를 대내외적으로 표명한 것으로 보인다. 특히 IEG는 Tencent의 모바일게임을 담당하는 부서로 Tencent의 6개 그룹 중 가장 영향력이 커질 그룹으로 평가받고 있다.

[그림 1-17] Tencent의 사업 재편 구성도



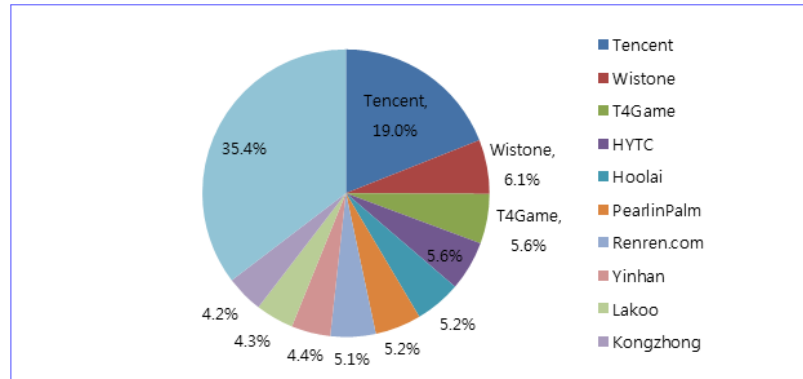
출처 : Sohu IT(2012)

현재 Tencent는 중국 모바일게임 1위 업체로 2012년 1/4분기 중국 모바일 게임시장 점유율 19.09%를 기록했다. Tencent는 앱스토어 <큐큐모바일게임성(QQ手机游戏城)>을 통해 자사의 모바일게임을 소개하고 있으며, 안드로이드와 iOS기반 모바일게임을 연이어 출시하고 있다. 이외에도 Tencent는 자사의 인기 카드게임을 포함한 다양한 게임을 모은 iOS버전 게임 패키지 <큐큐게임대청(QQ游戏大厅)> 애플리케이션을 선보이고 있다.

Tencent는 부족한 모바일게임을 확보하기 위해 다양한 해외 게임업체들과 제휴를 맺고 있다. 2012년 8월에는 국내 모바일 게임업체인 게임빌과 모바일게임 공급계약을 맺어 다수의 모바일게임을 확보하게 되었다. 이번 계약으로 Tencent는 게임빌이 개발한 다수의 모바일게임을 자사의 모바일게임 서비스 채널인 'Tencent Wireless Gaming Platform'을 통해 서비스할 예정이다.

MIG(Mobile Internet Group)는 포털 업무를 담당

[그림 1-18] 2012년 1/4분기 중국 모바일게임 시장 점유율



출처 : Ananlysis International(2012)

국내 게임업체 액토즈소프트의 모회사인 Shanda Games는 2011년부터 모바일 게임시장에 본격적으로 진출할 준비를 하고 있었으며, 2012년 2/4분기 실적공시를 통해 2012년에 단일 모바일게임 플랫폼을 선보일 것이라고 강조했다. 아울러 Shanda Games는 2011년 8월 거액의 자본금을 들여 액토즈소프트에 모바일게임 자회사 플레이파이게임즈를 설립하고 본격적으로 스마트폰 시장에 진출한다고 발표한바 있다.

Shanda 그룹 내에서 개발된 모바일게임과 Shanda Games의 국내 자회사 아이덴티티게임즈가 개발하는 모바일게임도 액토즈소프트가 퍼블리싱을 맡아 진행한다. 앞으로 액토즈소프트는 중국 Shanda Games의 인지도와 파트너십을 통해 해외 유명 게임IP를 적극 확보하는 한편, 우수 게임 개발자를 두루 갖춘 액토즈소프트의 자회사인 플레이파이게임즈 및 협력 개발사들을 통해 유명 IP를 활용한 게임을 계속해서 개발해 나갈 예정이다.

2012년 6월 28일 Kingsoft 산하 Qichenzhai 사업부가 주최한 <봉신榜3(封神榜3)> 오픈 베타테스트 발표회 자리에서 Kingsoft의 CEO 장홍장(张宏江)은 2012년에 Kingsoft가 6종의 온라인게임과 1종의 웹게임을 출시할 계획이라고 밝혔다. 장홍장에 따르면 2012년은 Kingsoft가 MMORPG 영역에서 대규모 투자를 진행하는 마지막 해로, 향후에는 MMORPG 개발을 포기하고 웹게임과 모바일게임에 주력할 계획이라고 언급하였다.

중국 게임업계 한 관계자는 "중국 모바일게임 시장은 향후 발전 가능성이 무궁무진한 매력적인 게임시장 중 하나"라며, "중국 스마트폰 이용자의 대폭적인 증가 등 모바일 게임시장의 변화를 감지한 중국 게임업체들이 적극적으로 진출하고 있어 시장은 급속도로 성장할 것"이라고 언급하였다.

2.2 모바일게임 퍼블리셔 Yodo1 등장, 해외 모바일게임 유통의 새로운 창구

중국 신생 게임업체 Yodo1이 표방하는 비즈니스 모델은 '중국 시장에 특화된 토털 퍼블리싱 서비스'로 요약된다. 개별 게임에 대한 현지화 작업은 물론이고 각종 마케팅과 빌링, 저작권 보호에 이르기까지 사실상 모든 부분의 기술적 보완과 사업적 활동을 전담하겠다는 것이다. 우수한 게임만 가져오면 중국 내에서의 수익화는 자사가 책임진다는 의미이기도 하다.

국내 게임시장의 관점으로 보자면 Yodo1의 주장은 다소 어색한 측면이 있다. 스마트폰 게임의 경우, 앱스토어 형태의 오픈마켓을 통해 개발사가 직접 세계 여러 나라에 게임을 내놓을 수 있기 때문에 굳이 퍼블리셔를 낄 필요가 없다. 어차피 중국 역시 오픈마켓들이 열려 있기는 마찬가지고, 이를 통해 유통되는 게임 대부분은 까다롭기로 유명한 중국 정부의 콘텐츠 심의에서도 비교적 자유롭다⁴⁾.

그러나 중국 시장의 실상은 결코 만만하지 않다는 게 Yodo1의 주장이다. 첫째 이유는 선진국과 중국의 '온라인 인프라' 차이에 있다. 가령 어느 게임을 미국이나 한국 시장에 출시할 경우, 개발사는 대개 Facebook, Twitter, YouTube 같은 '표준 채널'을 통해 신작 홍보와 이용자 확대를 유도한다. 구체적인 방법론은 게임의 성격에 따라 달라지지만, 최근 나온 게임 중에서 어떤 형태로든 SNS와 접목되지 않은 것은 찾아보기 어렵다.

이런 '소셜라이징'은 중국에 게임을 내더라도 마찬가지로 중요하다. 그런데 문제는 중국에 Facebook이나 YouTube가 없다는 점이다. 중국 SNS 시장은 Tencent, Sina, RenRen 등 로컬 사업자들이 장악⁵⁾하고 있고, 그들 각각의 시장 입지는 어느 누구의 압도적인 우세 없이 비교적 고른 편이라고 볼 수 있다. 이를 해외 개발사 입장에서 해석하면, 길게는 몇 주의 시간을 추가로 투입해 낯선 SNS 플랫폼 다수를 게임에 새로 적용해야 한다는 의미가 된다.

다른 것은 SNS 환경만이 아니다. 선진국 시장의 온라인결제에는 PayPal, Visa, MasterCard 같은 글로벌 플랫폼을 통해 주로 이루어지지만, 중국에서는 위안화 지원에 충실한 토착 플랫폼들이 확고한 위상을 지키고 있다. 또 선진국에서는 Android 대표 장터인 Google Play가 Apple App Store와 나란히 모바일 생태계의 한 축을 이루고 있지만, Google의 입지가 미약

-
- 4) 게임메카의 2012년 3월 21일 기사 '중국 신문출판총서 판호 발급에 한국게임과 차별없다'에 따르면, 중국에서 유통되는 모든 게임물은 원칙적으로 신문출판총서의 심의를 거쳐 판호를 받아야 함. 그러나 모바일 게임과 소셜게임의 경우, 심사 인력 한계로 인해 특별히 유명한 작품이 아닌 한 무판호 서비스를 허용한다는 것이 신문출판총서의 설명. 신문출판총서는 3명의 내부 공무원과 50명의 심의위원을 두고 있음
 - 5) Facebook이 중국 진출에 뜻을 두고 있음은 이미 자명한 사실이며, 작년 12월에는 Mark Zuckerberg CEO가 중국을 직접 방문해 Sina 본사를 방문하기도 했다. 그러나 Facebook처럼 복합적인 서비스가 중국에 들어가기 위해서는 다수 정부기관으로부터 수십 종의 라이선스를 얻어내야 함

한 중국에서는 이통사 등 로컬 업체들의 써드파티 장터가 사실상 그 자리를 대신하고 있다. 현재 중국 내에서 모바일 앱 유통을 시작한 업체 수는 안드로이드 부문에서만 이통 3사 포함 13개 이상인 것으로 전해진다. 비교적 규모가 큰 사업자들의 공식 유통채널만 이 정도니, 기타 군소 장터까지 합하면 안드로이드와 iOS에 걸쳐 훨씬 더 많은 배포 경로가 존재한다.

이 같은 중국 시장의 특성을 감안하면 Yodo1의 퍼블리싱 서비스는 해외 개발사들에게 일정 부분 소구하는 측면이 있다. 로컬 SNS 탑재용 API, 다양한 유통채널과의 연계, 중국 내 인기 결제방식 포괄 지원, 게임 언어 및 콘텐츠 현지화 등 Yodo1의 서비스 요소 하나하나가 해외 업체들 입장에서선 요긴한 것들이다. 중국 게이머들이 자주 찾는 커뮤니티 사이트나 미디어를 통한 게임 홍보 역시 현지 사정에 밝지 않고는 제대로 수행할 수 없는 부분이다.

〈표 1-9〉 Yodo1의 서비스 내용

항목	서비스 내용
소셜라이징	미리 준비된 API로 중국 내 다수 SNS와 광고 네트워크를 즉각 게임에 탑재
수익화	Alipay, Unionpay 등 로컬 결제 플랫폼, 온라인 बैं킹, 이통사 통합과금 등 포괄 지원
게임노출	자체 게임추천 사이트와 기타 커뮤니티 사이트를 통해 게임 홍보
콘텐츠 현지화	언어번역과 더불어 그래픽, 사운드 등 게임 내 요소도 중국 소비자 기호에 맞춰 변경 ⁶⁾
저작권 보호	해킹된 버전의 게임이나 모방작을 탐지해 유통을 차단시키고 적법 버전으로 대체

출처 : Yodo 1(2012)

또 하나 눈에 띄는 것은 Yodo1의 '저작권 보호' 선언이다. 퍼블리싱 사업자로서 당연한 언급이라고 볼 수도 있지만, 저작권 침해의 천국으로 불리는 중국에서는 이조차도 중의적으로 해석될 수 있다. 첫째는 소비자의 불법 콘텐츠 소비를 가능한 한 막아보겠다는 액면 그대로의 의미이고, 둘째는 인기 게임을 해당 퍼블리셔 스스로 모방하는 식의 '관행적 배신행위'와는 거리를 두겠다는 의미다. Yodo1 측은 '지금까지 60여 개 서구업체의 아시아 진출을 성공적으로 지원했던 베테랑들이 우리 경영진을 이루고 있다'며 태생적 차별성도 강조하고 있다.

6) 일례로 Robot Entertainment의 〈Hero Academy〉는 원래 기사와 궁수가 등장하는 유럽풍 판타지 게임이지만 Yodo1이 수정한 버전에서는 소림사 승려와 경공술을 쓰는 무사가 등장

[그림 1-19] Yodo1의 콘텐츠 현지화 전후의 〈Hero Academy〉



출처 : Robot Entertainment, Yodo 1(2012)

3. 중국 모바일 게임업체, 국내 모바일 게임업체 투자 단행

중국이 수 억 명의 유저를 보유한 모바일게임의 거대 시장임은 새삼 강조할 필요가 없는 사실이다. 그리고 이제 그 소비자들은 게임업체의 고수익 고객인 스마트폰 유저로 급속히 전환되기 시작했으며, 모바일 네트워크게임의 등장으로 중국 모바일 게임시장은 향후 더욱 커질 것으로 전망된다. 그러나 동네 휴대폰 가게에서 '탈옥' 서비스가 공공연하게 제공되는 나라가 중국이기 때문에 스마트폰 보급량의 증가분만큼 당장 '적법 게임' 매출이 늘어날지는 미지수이며, 모바일 네트워크게임 또한 불법 게임유통에서 벗어나기 힘들다.

이에 따라 많은 중국의 모바일 개발자들은 이미 해외 시장을 목표로 하고 있는 것으로 보인다. 현재 중국의 상위 10대 모바일 애플리케이션 퍼블리셔들은 최소 29%에서 최대 99%의 매출을 중국 밖에서 거둬들이고 있다. 모바일 게임시장에서도 중국 게임업체들의 해외 진출이 더욱 빨라질 것으로 전망된다.

물론 중국 모바일 게임업체가 국내 모바일 게임시장에 진출할 시기는 좀 더 지켜봐야 할 것이다. 그러나 Shanda Games와 Tencent처럼 중국 메이저 게임업체는 중국 모바일게임을 국내에 유통시키는 것이 아닌 국내 모바일 게임업체 투자를 통해 다수의 국내 모바일게임을 확보한 후 모바일게임 퍼블리셔로 국내에 진출할 가능성이 높다. 이미 Shanda Games의 경우 국내 게임업체 액토즈소프트를 통해 국내 시장은 물론 중국, 일본, 동남아시아 지역 등을 아우르는 글로벌 모바일 게임시장에 주력할 예정이다.

결론적으로 중국 업체들은 국내 모바일 게임시장 진출을 위해 다수의 국내 게임업체에게 지속적인 투자를 할 것으로 전망된다. 스마트폰 열풍 속에서 국내 개발사 상당수가 앱스토어

로 대변되는 오픈마켓으로 영역을 옮겼지만, 이 시장은 게임 출시 초기에 흥행을 못하면 영
 영 기회가 없다는 점에서 위험 부담이 오히려 더 큰 곳이기도 하다. 자금난에 빠지는 개발사
 가 많을 수밖에 없고, 그럴수록 중국 업체들의 구매가 통할 여지도 커진다. 실제로 Tencent,
 Kuntun, Gamewave 등은 국내 모바일게임 확보를 위해 이미 개발사들과 교섭을 시작한 상
 태다.

참고자료

1. 'An early glimpse of mobile Internet usage patterns iResearch Released Data of
 China Online Game Market in 2011', Mirae Asset, 2012.07
2. 'China TMT Daily: Cross Platform Comparison: Android and iOS', Deutsche Bank,
 2012.08
3. 'Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015', PWC, 2011.06
4. 'Hello, Hero Academy: \$2M deal helps mobile-platform Yodo1 bring Western games
 to China', Gamesbeat, 2012.06
5. 'iOS and Google Play locked in a Game of Phones', App Annie, 2012.06
6. 'Niko estimates Chinese mobile gamers to reach 192 million in 2012', Gamasutra,
 2012.07
7. 'Shanda Games Limited: Downgrading to Hold on weakening earnings visibility',
 Deutsche Bank, 2012.06
8. 'Yodo1 Raises \$2M Seed Round to Help Bring Mobile Games to China', PEHUB,
 2012.06
9. '2011-2012年中国手机游戏市场规模', iResearch, 2012.06
10. '2012年5月中国国产手机市场分析报告(简版)', ZDC, 2012.06
11. '2012Q1中国手机网游市场', Analysys International, 2012.05
12. '2012年中国的智能手机市场监测', iiMedia Research, 2012.08
13. '盛大游戏欲扩大投资领域:覆盖第三方游戏商', 178.com, 2012.07
14. '手机游戏市场现拐点: Q3安卓或超iOS', Games Sina, 2012.08
15. '2011 대한민국 게임백서', 한국콘텐츠진흥원, 2011.09
16. '대륙에선 안드로이드가 '제일 잘 나가'', 경향게임스, 2012.05
17. '액토즈소프트, 산다의 모바일 게임 사업 지휘', 게임샷, 2012.08
18. '중국 신문출판총서 '관호 발급에 한국게임 차별 없다'', 게임메카, 2012.03
19. '중국을 대표하는 독립계 모바일 앱스토어 6箇社の 서비스 개요 및 특징', 스트라베이
 스, 2011.11

유럽 게임시장의 위기 극복 전략, 정부의 게임 세금 감면 정책 추진

|| Key Message ||

- 2008년 이후 콘솔과 PC 게임산업의 침체로 유럽 게임시장 성장률 둔화
- 유럽 메이저 게임업체들은 세금 감면과 보조금 지급 등을 시행하는 국가로 제작 기반을 이전하거나 제작비용 절감을 위해 신흥국에서 아웃소싱하는 사례 급증
- 프랑스, 영국, 이탈리아 등 유럽 주요국은 게임산업 보호를 위해 공격적 세금 감면 정책 발표
- 유럽연합은 공정경쟁 침해 논란에도 불구하고 문화적 예외규정을 두면서까지 유럽 각국 정부의 게임산업 육성을 적극 지원
- 글로벌 게임업체 Activision Blizzard가 영국의 게임 세제 혜택안 도입을 계기로 영국 내 게임 개발 스튜디오 설립을 발표하는 등 향후 유럽 게임시장의 재도약 기대

1. 위기에 직면한 유럽 게임시장

1.1 각국 정부의 지원 부족으로 글로벌 경쟁력 상실

지난 몇 년간 유럽 게임산업은 콘솔과 PC 게임시장¹⁾의 침체로 성장률이 둔화되고 있는 가운데, 세금 감면과 보조금 지급 등을 시행하는 국가로 제작 기반을 이전하거나 제작비용 절감을 위해 신흥국에서 아웃소싱하는 사례가 증가하면서 글로벌 경쟁력을 상실하고 있다.

시장조사기관 PWC가 2012년 6월 발표한 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016' 보고서에 따르면, 2008년 이후 지속적으로 성장률이 감소하고 있는 유럽 게임시장은 2016년까지 4.8%의 연평균성장률(CAGR)을 기록해 전 세계 게임산업의 평균성장률

1) 유럽은 전통적으로 PC게임 개발에 경쟁력을 갖추고 있기 때문에, PC 게임시장이 다른 나라에 비해 발달했는데, 최근 세계 시장에서 온라인게임과 모바일게임에 대한 수요가 증가하며 글로벌 게임시장 내 영향력이 감소하고 있음

(7.2%)을 밑돌 것으로 전망된다. 반면 아시아 지역은 평균 성장속도 10%를 상회하며 글로벌 게임시장 파이를 확대하고 있다.

〈표 2-1〉 전 세계 권역별 게임시장 규모 추이 (2006~2015)

(단위 : 백만 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2011-16 CAGR
북미	13,181	16,404	15,584	15,382	15,057	15,349	15,754	16,576	17,551	18,569	4.3%
유럽	15,087	17,796	17,445	17,736	18,008	18,586	19,261	20,275	21,460	22,760	4.8%
아시아	15,215	18,624	20,942	23,059	24,313	26,982	29,664	32,751	36,099	39,739	10.3%
남미	966	1,198	1,230	1,282	1,345	1,432	1,527	1,641	1,768	1,908	7.2%
합계	44,449	54,022	55,201	57,459	58,723	62,349	66,206	71,243	76,878	82,976	7.2%

출처 : PWC(2012)

국가별로는 중국과 인도의 약진이 두드러지는데, 중국의 경우 2011년 이후 연평균 20.6%의 성장률을 기록해 일본 시장을 앞서며 전 세계 게임시장 점유율 2위를 차지할 것으로 전망된다. 중국의 이 같은 성장은 정부 차원의 자국 게임산업 육성책에 힘입은 것으로, 현재 중국 정부는 외국 자본의 게임사업자들에게 ICP(Internet Content Provider)²⁾, 문화경영허가증 등 까다로운 사업 조건을 제시하고 있다. 뿐만 아니라 자국 운영업체가 수입하는 외국 게임 타이틀의 수도 업체별 1년에 1개로 제한하고 있다.

영국 국립과학기술예술재단(The National Endowment for Science Technology and the Arts, 이하 NESTA)이 시장조사업체 Games Investor Consulting에 의뢰해 2008년 발표한 영국 게임산업 경쟁력 분석 보고서 'Raise the Game'에 따르면, 영국의 게임산업 경쟁력은 캐나다, 한국 보다 낮은 세계 5위까지 추락한 것으로 나타났다³⁾.

이에 대해 영국 게임개발자협회(The Independent Games Developers Association, 이하 TIGA)는 캐나다의 정책 입안자들이 세금 우대 정책을 통해 게임산업 환경 육성에 기여하겠다는 장기적 안목의 결정을 반론 없이 통과시켰다는 점은 영국도 되새겨 볼 필요가 있다고 지적했다. 또한 업계 전문가들은 영국을 포함한 기타 유럽 국가들도 게임산업 진흥을 위한 정책적인 움직임이 필요하다고 당부하면서, 영국 경제가 제균형을 이루려면 게임과 같은 창조적 산업 영역의 성장에 투자해야 한다고 주장했다.

2) 외국 자본 회사가 중국에서 온라인 게임사업을 진행할 경우, ICP와 문화경영허가증을 발급 받아야 하는데, 중국 정부는 법인 대표가 외국인일 경우 허가증을 발급하지 않고 있음
3) 프랑스의 게임산업 경쟁력은 중국보다도 뒤쳐져 세계 7위를 기록

〈표 2-2〉 캐나다 각 주의 게임 관련 세금 감면 정책 현황

주	정책명	도입연도	주요 내용
퀘벡 (Quebec)	Quebec Multimedia tax credit	1996년	· 퀘벡 주민 채용 시 인건비 37.5%까지 세액 공제 · 프랑스 게임 타이틀에 한해 프리미엄 제공
노바 스코샤 (Nova Scotia)	Digital Media tax credit	2007년	· 노바 스코샤 주민을 게임 업체에 채용할 경우 인건비의 35% 세액 공제하거나 현지에서 사용된 사업 비용의 17.5% 세액 공제
온타리오 (Ontario)	Ontario Interactive Digital Media tax credit	2008년	· 온타리오 주민 채용 시 인건비의 35~40% 세액 공제
브리티시 콜롬비아 (British Columbia)	B.C. Interactive Digital Media tax credit	2010년	· 브리티시 콜롬비아 주민 채용 시 인건비의 17.5% 세액 공제 · 디지털 미디어 회사에 투자한 벤처캐피탈회사에 대해서 30% 투자 세액공제 적용

출처 : Entertainment Software Association of Canada(2012)

지난 10년간 유럽은 캐나다, 중국과 같이 정부 차원에서 게임산업을 육성하는 국가들에게 시장 주도권을 빼앗겼다. 더구나 2008년 이후에는 영국과 프랑스를 주축으로 유럽 게임시장을 이끌었던 PC와 콘솔 게임시장까지 하향세로 접어들면서 정부 차원의 개입이 불가피하게 되었다.

1.2 유럽 소재 메이저 게임 스튜디오의 잇단 폐쇄

2011년에는 세계 최대의 비디오 게임업체 Activision Blizzard를 포함해 EA, Ubisoft, THQ 등이 잇따라 유럽 소재 게임 개발 스튜디오를 폐쇄한 것으로 전해졌다.

〈Project Gotham Racing〉, 〈Geometry Wars〉 개발로 유명한 Activision Blizzard 산하의 개발사 Bizarre Creations는 거액을 투자해 개발한 신규 레이싱 게임 〈Blur〉의 실적 부진으로 2011년 1월 폐쇄를 결정했다. 폐쇄 후 약 200명의 게임 관련 종사자들이 실직하는 등 영국 게임산업이 급격히 후퇴하고 있는 가운데, Activision Blizzard는 최근 Learnington Spa에 위치한 또 하나의 게임 개발 스튜디오 FreeStyleGames 또한 규모를 축소하고 있는 것으로 알려졌다.

영국 게임시장 내 Activision Blizzard의 철수는 연합 정부가 영국 내 게임관련 세제 혜택안 도입을 반대하는 노동당 플랜을 금지한 뒤 6개월 만에 행해진 것으로, Activision Blizzard의 CEO Bobby Kotick은 Bizarre Creation 스튜디오 폐쇄 전 영국 정부가 게임관련 세제 혜택안

도입을 금지한 것은 '심각한 실수'라고 언급하기도 했다.

2011년 7월 Disney가 레이싱 게임 <Split Second>의 영국 개발사 Black Rock을 폐쇄한 데 이어 2012년 1월에는 EA가 영국 Guilford에 위치한 스튜디오 Bright Light의 간판을 내리는 등 영국에서는 최대 5,000만 달러까지 소모되는 개발비를 줄이기 위해 해외로 근거지를 옮기는 퍼블리셔들이 증가하고 있다.

프랑스의 대표 게임 퍼블리셔 Ubisoft의 경우 자국에 위치한 게임 개발 스튜디오가 10년째 적자를 기록하고 있는 것과 비교해 2005년과 2009년 캐나다 Montreal과 Toronto에 설립한 스튜디오는 캐나다 정부보조금으로 500만 캐나다 달러(한화 41억 원)를 지원받아 현재 고용 인력만 3,500명에 달하는 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 지난 2년간 폐쇄된 유럽 소재 게임 개발 스튜디오(2011~2012)

국가	소재지	폐쇄연도	개발사	스튜디오명
영국	리버풀	2011년	Activision Blizzard	Blizzard Creation
영국	워링턴	2011년	THQ	Digital Warrington
영국	던디	2011년	Cohort Studios	Cohort Studios
영국	브링턴	2011년	Disney	Black Rock
영국	캠브리지	2012년	Sony	BigBig
영국	길포드	2012년	EA	EA Bright Light
영국	맨체스터	2012년	Monumental Games	Monumental Games

출처 : NeoGAF(2012)

2. 유럽 주요국의 게임 세금 감면 정책 조치

지난 몇 년간 유럽 게임산업의 성장률이 둔화되고 있는 가운데, 최근 유럽위원회(European Commission, 이하 EC)가 프랑스의 게임산업 육성을 위한 세금 인센티브 법안 갱신을 승인한 데 이어, 유럽 최대 규모의 게임시장을 형성하고 있는 영국까지 세금 감면 정책을 발표하는 등 유럽 주요 국가들의 자국 게임산업 보호를 위한 정책적 조치들이 잇따르고 있다.

2.1 프랑스, 게임산업 육성 위한 세금 인센티브 법안 갱신

2012년 4월 EC는 프랑스 게임업계에 현행 최대 20%까지 적용되고 있는 세금 혜택을 2017년까지 연장하는 법안을 승인했다. 프랑스 정부는 2007년 12월 자국 게임산업 육성을 위해 게임 개발 및 유통에 대한 세금 감면 정책을 발표했으며, 지난 3년간 프랑스 게임 개발사들은 15만 유로 이상을 개발비로 투자했거나 자사의 게임 콘텐츠가 프랑스 및 유럽의 문화적

창조성 향상에 기여한 경우 국립영화센터(Center Nationale de la Cinematographie, 이하 CNC)의 승인을 거쳐 최대 20%까지 세금 감면 혜택을 받아왔다. CNC가 주최하는 심사위원회는 1년에 3회 열리며, 2008년에는 약 37%의 게임 관련 업체가 세금 감면 혜택을 받았고, 공제된 세금은 총 17만 유로에 달하는 것으로 집계되었다.

그러나 지난 2011년 12월 31일부로 3년 간의 시범 시행 기간이 완료되면서 종전의 세금 인센티브를 유지하려는 프랑스 게임 개발업체 측과 타 국가 대비 높은 세제 혜택 적용으로 유럽 게임시장의 경쟁 환경 저해를 우려하는 유럽연합(European Union, 이하 EU)의 신경전이 계속되어 왔다.

EU는 지금까지 원칙적으로 국가 간 공정 경쟁을 위해 국가보조금(state aid) 지급을 금지해왔지만, 최근 유럽발 경제위기와 프랑스, 이탈리아 등 주요국의 신용등급 하락에 직면해 자국 문화산업을 보호하기 위한 프랑스 게임업계의 세금 인센티브 법안 갱신을 승인한 것으로 전해졌다.

〈표 2-4〉 프랑스의 게임 세금 감면 정책 추진 정보

시기	세부 내용
2007년 12월	· 2008년부터 2011년까지 개발비 15만 유로 이상을 투자, 프랑스/유럽의 문화적 창조성 향상에 기여한 게임 개발자에 대해 최대 20%까지 세금 감면 혜택을 적용하는 정책 발표
2010년 4월	· 프랑스 문화부 장관 Frederic Mitterrand, 프랑스 게임시장 발전을 위한 6가지 대책 발표(①게임을 문화자산 영역으로 등록시켜 문화부 보호 아래 관할 ②게임의 창조적, 교육적 측면을 장려하기 위한 '게임페스티벌' 개최, 프랑스 문화부 장관이 직접 상을 수여 ③국립영화센터(CNC) 내 게임업계 감시기구 설치 ④총리 직속 디지털경제발전 담당부와 협력, 게임업계의 법적 지위를 규정 ⑤온라인 게임업체를 위한 세제 혜택안 논의 ⑥게임업계 지원금 혜택 확대)
2012년 4월	· 게임산업 세금 감면 법안 갱신, 2017년까지 혜택 연장

출처 : 스트라베이스(2012)

PS3 전용 어드벤처 게임 〈Heavy Rain〉의 개발사 Quantic Dream의 CEO Guillaume de Fondaumiere는 "프랑스 게임산업 세금 감면 정책의 최대 지지자이자 유럽 게임개발사연합(European Games Developer Federation, 이하 EGDF⁴)의 의장으로서 EC의 결정을 크게 환영하며, 이 같은 정부의 정책 결정이 유럽 게임산업 발전에 중대한 영향을 미칠 것"이라고 밝혔다.

4) 오스트리아, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 이탈리아, 노르웨이, 스페인, 영국에 위치한 게임 개발 스튜디오 600개 가량의 회사와 이에 소속된 약 1만 7,000여명의 업계 종사자들을 대표하는 산업 연맹

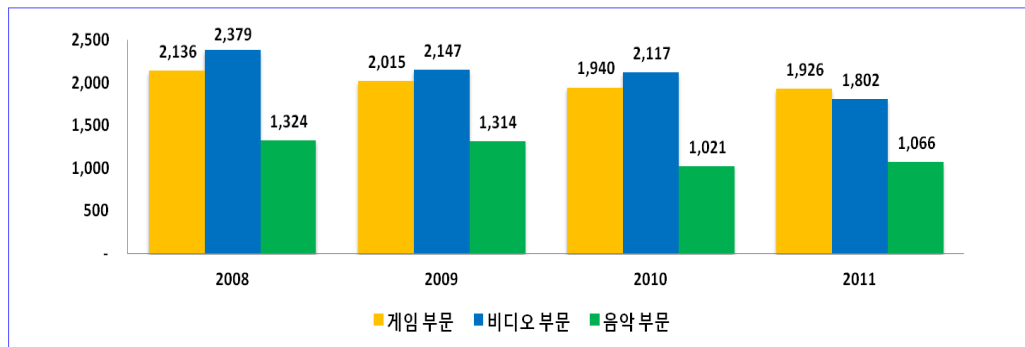
2.2 영국, 게임을 포함 자국 창조산업의 경쟁력 강화 위해 세제 혜택안 공개

프랑스에 이어 지난 2012년 3월 영국 정부도 2012 회계년도 예산안 발표 현장에서 자국 게임산업에 대한 세제 혜택안을 발표했다. 재무 장관 George Osborne은 국가전략 산업이자 영국 전체 GDP의 7%를 차지하고 있는 '창조산업(creative industry)⁵⁾'의 3대 핵심영역인 애니메이션, TV 프로그램, 게임 제작에 대한 세제 혜택안을 공개했다. 영국 정부는 세금 감면을 통한 활발한 산업 발전으로 인해 향후 5년간 영국 경제에 2억 8,000만 파운드(한화 약 5,000억 원)의 경제적 기여를 할 것으로 전망했다.

영국 엔터테인먼트소매상인협회(Entertainment Retailers Association, 이하 ERA)가 2012년 3월 발표한 'ERA Yearbook'에 따르면, 2011년 영국에서 판매된 게임 매출액은 총 19억 2,600만 파운드로, 영국 엔터테인먼트 시장 1위를 기록한 것으로 나타났다. 2008년 이후 영국의 게임시장 규모는 감소했지만, 전체 엔터테인먼트 시장에서 차지하는 비중이 증가하면서 자국 문화산업 경쟁력 강화를 위해 육성시켜야만 할 핵심 사업으로 자리 잡은 것이다.

[그림 2-1] 영국 엔터테인먼트 시장 부문별 매출 변화 추이(2008~2011)

(단위 : 백만 파운드)



출처 : Entertainment Retailers Association(2012)

영국 게임개발자협회(TIGA)에 따르면, 개발비로 5만~300만 파운드를 투자한 개발사의 경우 최대 25%까지 세제 혜택을 제공받으며 300만 파운드를 투자한 개발사는 20%의 세금 감면을 받을 수 있을 것으로 전망된다.

5) 영국 정부는 1998년과 2001년 문화미디어체육부(Department for Culture, Media, and Sport)를 통해 창조산업을 개인의 창조성, 기술, 재능 등을 이용해 지적재산권을 설정하고 이를 활용함으로써 부와 고용을 창출할 수 있는 잠재력을 지닌 사업으로 정의하고, 광고, 건축, 예술, 공예, 디자인, 패션, 영화&비디오, 레저, 음악, 공연예술, 출판, SW&IT, TV&라디오 등 13가지 분야로 분류함

구체적인 방법과 수치가 결정된 것은 아니지만, 영국 정부의 발표에 따라 게임산업 세금 완화 정책은 2013년 4월부터 적용된다. 영국 인터랙티브엔터테인먼트산업연맹(The Association for UK Interactive Entertainment, 이하 UKIE)⁶⁾는 "정부의 세금 감면 정책이 4,700명의 일자리 창출과 1억 8,800만 파운드의 투자금 유치에 기여할 것"으로 관측했다.

〈표 2-5〉 영국의 게임 세금 감면 관련 행보

시기	세부 내용
2010년 3월	· 영국 노동당 정부, 게임산업 육성을 위한 세금 감면 정책 발표(세금 부과율을 종전 28%에서 2014년까지 24%로 낮추는 방안 논의)
2010년 6월	· 정권교체(보수당 및 자민당 연립정부 성립)후 세금 감면 정책 취소
2011년 1월	· 영국게임개발자협회(TIGA), 2015년까지 영국에서 2,000명의 게임 개발자들이 빠져나갈 것이라고 경고
2011년 2월	· Activision, Liverpool 소재의 게임 스튜디오 Blizarre Creation 폐쇄
2011년 7월	· Disney, 레이스 게임 〈Split Second〉 개발사 Black Rock 폐쇄
2012년 1월	· EA, Guildford 소재의 게임 스튜디오 Bright Light 폐쇄
2012년 3월	· 영국 재무부, 게임, TV 프로그램, 애니메이션 등 3대 핵심 창조산업에 대한 세제 혜택안 발표

출처 : 스트라베이스(2012)

영국 정부는 이번 세제 혜택안이 자국 기업뿐만 아니라 해외 기업들의 영국 내 게임 개발을 독려하기 위한 것으로, 해외 대형 자본 유입에 따른 영국 태생 소규모 독립 개발사들의 존립을 우려해 해당 법안을 two-tier(대형사업자와 소형사업자)로 분리해 적용할 전망이다.

TIGA의 CEO Richard Wilson은 "게임업계의 조세 감면 혜택으로 총 4,661명의 일자리 창출과 2억 9,790만 달러의 투자 확대는 물론 영국 GDP에 4억 4,840만 달러의 기여가 예상된다"고 언급했다.

2.3 이탈리아, 게임 개발에 대한 세금 경감 계획 발표

이탈리아에서는 2012년 4월 집권 여당이자 중도 우파 정당인 자유국민당(People Della Liberta, 이하 PDL)이 EC가 추진하고 있는 'Digital Agenda Initiative⁷⁾'의 일환으로 자국 게임산업에 대한 세금 경감을 주 내용으로 하는 입법 계획을 발표했다.

6) 영국 게임산업 관련 연구기관 및 개발사, 퍼블리셔들의 연합으로, 콘솔게임 3社(Nintendo, Microsoft, Sony)가 소속되어 있음
 7) Digital Agenda는 EC가 디지털 경제 활성화를 위해 2020년까지 진행하는 성장전략으로, 초고속 인터넷과 관련 애플리케이션 및 장비를 사용하는 유럽 단일 디지털 시장을 통해 지속 가능한 경제발전과 사회적 이익 추구를 목표로 함

이번 법안은 이탈리아 게임업체에 대한 벤처 투자의 활성화를 목표로 하며 대학 및 공공 연구 단체들과 게임업체들 간의 연구 개발 프로젝트 협력의 활성화에도 기여할 것으로 전망된다. 이러한 이탈리아 의회의 움직임은 최근 영국 정부가 자국 게임산업에 대해 세금 경감 혜택을 주려는 움직임과 함께 유럽 게임업계의 주목을 받고 있다.

이탈리아 게임업계에서도 게임 세금 감면 법안의 입법에 대해 크게 환영하고 있다. 이탈리아 게임유통협회(Association Editori Software Videoludico Italiani, 이하 AESVI)의 사무총장 Thalita Malago는 "EC의 Digital Agenda에 기초한 이번 자유국민당의 법안 입법 계획은 이탈리아 게임산업 발전에 있어 역사적인 발걸음을 의미한다"고 평가하며, "이 법안이 통과 된다면, 이탈리아는 대형 게임업체 뿐만 아니라 새롭게 시작하는 소규모 게임업체들이 인터랙티브 엔터테인먼트 사업을 시작하기에 최적의 국가가 될 것"이라고 전망했다.

또한 AESVI 이사회 소속이자 게임 개발업체 Digital Tales의 CEO인 Giovanni Bazzoni는 "이번 법안은 이탈리아 게임 개발 경쟁력에 매우 중요한 영향을 미칠 뿐만 아니라 외국 자본의 투자 선호도 또한 높일 수 있을 것"이라고 언급했다.

3. 세금 감면 정책의 긍정적 영향

3.1 글로벌 게임업체의 게임 개발 스튜디오 유치

지난해 실적 부진을 이유로 영국 Liverpool 소재의 게임업체 Bizarre Creations를 폐쇄한 게임업체 Activision Blizzard는 2012년 5월 영국 정부의 게임관련 세제 혜택안 도입을 계기로 영국 내 신규 게임 개발 스튜디오 설립을 추진하고 있는 것으로 전해졌다.

Activision Blizzard는 영국 게임업계의 베테랑 Martyn Brown을 영입함으로써 영국 내 새로운 게임 개발 스튜디오를 오픈할 것으로 관측된다. 영국 내 신규 스튜디오를 오픈하려는 Activision Blizzard의 사업 계획에는 영국 재무부가 지난 3월 발표한 게임 관련 세제 혜택안 도입에 관한 입장 변화 때문인 것으로 판단된다.

특히 Activision이 영국 게임시장 내 부활의 기회를 노리는 또 다른 이유는 모바일 게임시장의 급격한 성장세에서 찾을 수 있는데⁸⁾, 향후 영국에 설립될 게임 스튜디오도 모바일게임을 주력으로 개발할 전망이다.

8) Capcom, Sega, Konami와 같은 일본 주요 게임업체들이 모바일게임으로 빠르게 사업 영역을 확장하고 있는 반면, Activision Blizzard는 겨우 몇 종의 모바일게임 타이틀을 선보이며 모바일 게임시장에 진입한 상태

영국 게임개발자협회(TIGA)와 영국 인터랙티브엔터테인먼트산업연맹(UKIE)은 새로운 게임 개발 스튜디오 설립을 통해 브랜드 이미지를 회복하고 영국에 재투자하려는 Activision Blizzard의 계획을 환영했다.

TIGA의 CEO Richard Wilson은 "게임 세계 혜택안 도입에 관한 TIGA의 노력이 마침내 결실을 거뒀다"며, "영국 게임산업은 세계 혜택을 통해 투자를 성공적으로 이끌 수 있을 것으로 기대된다"고 언급했다. UKIE의 회장 Andy Payne 또한 "Activision Blizzard의 결정은 영국 게임산업 전반에 활력을 불어넣을 것으로 예상되며, 영국이 현재 급변하고 있는 전 세계 모바일게임과 소셜게임에서 유리한 위치를 점할 것"이라고 주장했다.

3.2 자국 게임시장에 대한 각국 정부 지원 확대 전망

프랑스, 영국, 이탈리아 등 유럽 내 게임 강국들의 게임 세금 감면 정책 추진이 본격화됨에 따라 기타 유럽 국가들에서도 자국 게임시장에 대한 지원이 한층 강화될 것으로 기대된다.

유럽 인터랙티브소프트웨어협회(Interactive Software Federation of Europe, 이하 ISFE)가 2012년 5월 30일 시장조사업체 Ipsos Media에 의뢰해 발표한 유럽 게임시장 조사보고서 'Game Track⁹⁾'에 따르면, 영국인의 37%(약 2,100만 명), 프랑스인의 50%(약 2,900만 명)가 지난 1년간 게임을 이용한 것으로 나타나 이들 두 국가의 게임 정책 추진이 전 유럽에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망된다.

실제 최근 각국 정부 차원에서 프로토타입(prototype) 게임 개발을 장려하거나 지적재산권(IP)을 창출하기 위한 정부 펀드를 조성하는 등 투자 활성화 정책이 전개되고 있는 것으로 나타났다.

영국 정부는 자국 게임산업 육성을 위한 게임개발 대회를 개최하고, 우승자를 대상으로 프로토타입의 게임 개발에 필요한 자금 10만 파운드(약 15만 달러)를 지원하고 있다. 최대 2만 5,000 파운드(약 3만 7,000달러)에 달하는 게임 개발비를 지원하며, 6개월간 무료 영국 게임개발자협회(TIGA) 멤버십 등록 및 회원들의 멘토링 기회도 제공하고 있다.

독일에서도 주요 지방정부가 '독일게임개발자상(German Game Developer Award) 시상식'을 개최해 게임 개발을 지원하고 있다. 지난 2012년 2월에는 독일무역투자진흥청(Germany Trade & Invest, 이하 GTI)¹⁰⁾가 'The German Gaming Industry' 보고서를 발표하는 자리에서

9) 영국, 프랑스, 독일 등 유럽 주요국 6세 이상 성인 6,700명을 대상으로 분기별 게임 이용 데이터를 수집함

10) 독일 연방 공화국의 해외 무역 및 투자 유치 진흥 기관으로서, 독일시장에서 사업 활동을 확장하고자

베를린 소재의 게임 개발업체 Wooga¹¹⁾의 성장을 강조하며, 향후 독일의 IT 인프라와 우수한 인력을 활용한 정책적 지원 포부를 밝히기도 했다.

덴마크 문화부는 'Danish Film Agreement 2011-2014¹²⁾'에 의거해 덴마크영화연구소(Danish Film Institute, 이하 DFI)를 통해 향후 4년간 덴마크 게임산업 발전을 위한 프로젝트 지원에 총 270만 유로(약 350만 달러)를 투자한다는 계획을 발표했다. 덴마크영화연구소 측은 외부고문 Thomas Vigild, Chris Mottes와 공동으로 펀딩 지원 프로젝트를 신청하며, 지원 프로젝트 범위는 소형 iOS 게임부터 대형 콘솔 타이틀까지 모두 해당돼 펀딩 규모 또한 상당할 것으로 전망된다.

4. 마치며

프랑스, 영국, 이탈리아 등 유럽 주요국의 이번 세제 혜택안 발표는 최근 경제 악화 속에 사업 위협성과 불분명한 수익흐름으로 투자자들의 외면을 받고 있는 '게임산업'의 부흥을 돕기 위한 다양한 조치들을 담고 있다. 특히 높은 세금부담으로 영국 내 제작 스튜디오를 폐쇄하고 세금 감면과 보조금 지급 등을 시행하는 해외로 기반을 이전하고 있는 개발자 층을 다시 자국에 유치할 수 있다는 측면에서 업계의 귀추가 주목되고 있다.

영국 창조산업위원회(Creative Industries Council, 이하 CIC)의 의장이자 게임 퍼블리셔 Square Enix의 회장 Ian Livingston은 "마침내 유럽이 전 세계 게임 개발의 최적지로 부상할 수 있는 교두보가 마련되었다"고 언급했다.

그러나 유럽 주요국의 세제 혜택안은 자국 기업뿐만 아니라 해외 기업들의 영국 내 게임 제작을 독려하기 위한 것으로, 일각에서는 해외 대형 자본 유입에 따른 유럽 고유의 콘텐츠 제작 에코시스템 붕괴에 대한 우려도 제기되고 있다. 게임산업 컨설팅업체 Gamify의 CEO Lol Scragg는 "글로벌 대형 사업자들의 유럽 내 메가 스튜디오 진출이 활발해질 경우, 유럽 태생의 소규모 독립 개발사들은 대형 자본에 흡수될 가능성이 크다"고 말했다.

2008년 이후 마이너스 성장세를 유지하고 있는 유럽의 게임시장이 각국 정부의 세제 혜택

하는 해외 기업들에게는 자문을 제공하고, 해외 시장에 진출하고자 하는 독일 기업들에게는 해외 무역에 관한 정보를 제공

- 11) 2009년 1월 독일 베를린에 설립된 소셜 게임업체로, 2011년에만 가입자 수가 전년 대비 185% 성장하며 현재 세계에서 세 번째로 큰 규모의 소셜게임 개발업체로 자리매김
- 12) 2010년 10월 덴마크 정부는 자국 영상산업의 발전을 돕기 위해 2014년까지 디지털 시네마 확충 및 다큐멘터리 영화 보급, 게임 제작 지원 등에 총 21억 덴마크 크로네(약 3억 6,700만 달러)를 투자하겠다는 내용의 합의안을 발표

에 힘입어 현재의 위기를 타계하고, 다시 한 번 '황금알을 낳는 거위'로 재조명 받을 수 있을 지에 전 세계의 이목이 집중되고 있다.

I 참고자료

1. 'Activision plans UK revival with new games development studio', Develop, 2012.5
2. 'Budget 2012: tax breaks extended to animation and games industries', Guardian, 2012.3
3. 'Canada's Entertainment Software Industry in 2011', 2011.03
4. 'ERA Yearbook', ESA, 2012.03
5. 'European Games Developer Federation claims UK games tax relief a 'game changer for Europe'', Pocketgamer, 2012.3
6. 'French game development tax break extended by EU', Gamasutra, 2012.4
7. 'Games overtakes video as UK's biggest entertainment category in 2011, But video is fighting back', ERA, 2012.3
8. 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016', PWC, 2012.06
9. 'List of studios closed since 2006', NeoGAF, 2012.1
10. 'Report: EU to ban game tax relief', EDGE, 2012.2
11. 'Rush of applicants for Danish government videogame funding', MCV, 2012.3
12. 'Tax relief for Italian video game industry proposed', Gamasutra, 2012.4
13. 'The German Gaming Industry', GTI, 2012.02
14. 'TIGA proposes Games Tax Relief criteria', EDGE, 2012.4
15. 'UK Government reveals tax breaks for video game industry', Gamasutra, 2012.3
16. 'Videogame industry hopes Budget will bring tax break boost', Independent, 2012.3
17. 'Videogame tax breaks: what does it mean and what happens now?', Guardian, 2012.3
18. 'Viewpoint: Video games tax breaks level the playing field', BBC, 2012.3
19. '게임시장의 위기에 대응하는 유럽 각국 정부의 생존전략...공정경쟁 침해 논란 불구하고 공격적 세금 감면 정책 감행 中', 스트라베이스, 2012.5

국내외 메이저 게임업체의 M&A 현황 및 목적

|| Key Message ||

- 지난 10여년간 글로벌 게임시장에서는 대형 업체들간 M&A가 끊임없이 이루어지고 있음
- 다양한 애니메이션 IP를 보유한 Bandai와 전 세계적으로 가장 유명한 게임 중 하나인 <PAC-MAN>을 개발한 Namco는 지난 2005년 5월 2일 공동 지주회사 설립안을 발표
- 프랑스 Vivendi Group과 게임 퍼블리셔인 Activision은 2007년 12월 2일 체결한 합병계약을 2007년 7월 9일 완료하고, 세계 최대의 게임업체 Activision Blizzard를 출범
- EA의 M&A 추진 내역을 살펴보면 단지 많은 수의 기업을 인수한 것이 아니라, EA가 보유하지 못하고 있던 게임 플랫폼 또는 게임IP 확보에 집중
- '게임 플랫폼 확대'와 '해외시장 진출 강화'는 게임업체 간 M&A의 중요한 계기로 나타나고 있음
- Nexon이 NC소프트의 지분을 인수한 것도 '게임 플랫폼' 확대를 위한 것이고, 향후 Nexon은 해외 시장 진출을 위해 다수의 해외 게임 퍼블리셔를 인수할 가능성이 높음

1. 'M&A', 글로벌 게임업체들의 새로운 전략 트렌드로 부상

지난 10여년간 글로벌 게임시장에서는 대형 업체들간 M&A(Merger & Acquisition)¹⁾가 끊임없이 이루어지고 있다. 게임산업이 일찍 발달한 일본의 경우 지난 2003년 <Dragon Quest> 시리즈를 제작한 Enix와 <Final Fantasy> 시리즈를 개발한 Square가 합병하면서, 게임업체간 M&A와 제휴는 일본 게임산업에서 하나의 트렌드로 자리잡게 된다.

그 후 2004년에 콘솔 게임업체 SEGA와 빠징코 업체 SAMI가 SEGA SAMI Holdings로 합병을 선언했으며, 2005년에는 콘솔 게임업체 Bandai와 Namco가 Bandai Namco Holdings로 합병하게 된다.

1) 이 보고서에서는 매수·인수, 매입·합병, 합병·매수, 합병·주식취득 등을 모두 총괄하는 용어로 사용

M&A로 규모의 경제를 완성시킨 일본 게임업체는 자국 시장에서 벗어나 글로벌 시장으로 영향력 확대에 나섰고, 서구 게임업체 또한 이에 대적하기 위해 다양한 M&A와 제휴를 통해 글로벌 게임업체로 성장하게 된다.

Blizzard와 Sierra를 자회사로 가진 Vivendi는 미국 최대 퍼블리셔 중 하나인 Activision을 2008년 7월에 인수해 글로벌 1위 게임업체로 성장했으며, 경쟁업체인 EA의 경우 메이저 게임업체와의 M&A보다는 게임 개발력이 뛰어난 중견 게임업체들의 대거 인수라는 차별화된 M&A 전략을 취하고 있다.

이처럼 게임산업에서 M&A가 활발하게 일어나고 있는 이유는 크게 두 가지로 요약할 수 있다. 첫 번째로 게임 비즈니스가 '게임성' 중심에서 '마케팅' 중심으로 전환되고 있기 때문이다. 즉 M&A를 통해 규모의 경제를 실현하고 게이머 풀의 공유를 통해 시너지를 창출하는 것이 글로벌 경쟁체제에서 시장지배력을 강화할 수 있는 유효한 수단이라는 판단 때문이다.

두 번째로 게임 플랫폼 확장이다. 전통적으로 게임시장의 강자로 불리던 콘솔 게임업체들이 소셜게임과 모바일게임의 활성화로 입지가 약화되자, 이 분야의 업체를 인수하여 수직적, 수평적 계열화에 나선 것이다.

2. Bandai와 Namco와의 합병, "IP와 게임 기술력의 결합"

전담, 드래곤볼 등 다양한 애니메이션 IP를 보유한 Bandai와 전 세계적으로 가장 유명한 게임 중 하나인 <PAC-MAN>을 개발한 Namco는 지난 2005년 5월 2일 공동 지주회사 설립 안을 발표했다. 그 결과 2005년 9월 29일 설립된 Bandai Namco Holdings는 일본 최대 게임업체로 성장했다.

자본금 100억 엔인 Bandai Namco Holdings의 탄생은 2003년 Square와 Enix가 합병한 Square Enix, 2004년 게임업체 SEGA와 빠징코 업체 SAMI가 합병한 SEGA SAMI가 일본 메이저 게임업체로 성장하자 이들과 경쟁하기 위해서는 규모의 경제가 필요하다는 문제 의식에 그 배경을 두고 있다.

실제로 Bandai Namco Holdings, Square Enix, SEGA SAMI와 같은 거대 게임업체가 등장하면서, 일본 중견 게임업체들은 게임시장에서 생존하기 위한 다양한 M&A를 진행했으며, 2009년에는 일본 게임업체 10위 권에 들어가는 Koei와 Techmo가 합병해 Koei Techmo Holdings라는 게임업체까지 등장하게 됐다.

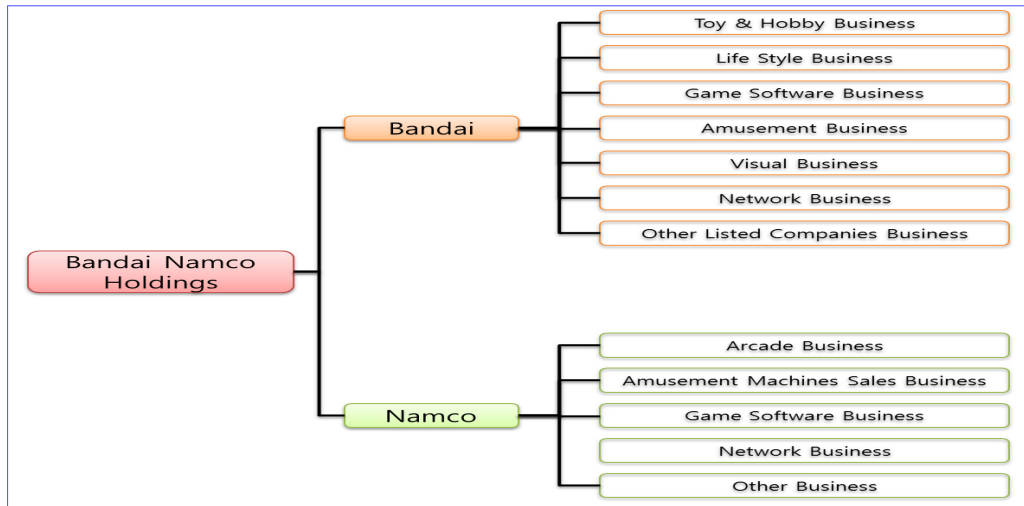
2.1. 인수 합병 단계별 핵심 요약

2005년 5월에 열린 Bandai와 Namco 주주총회에서 주주의 대부분이 Bandai와 Namco의 합병 계약에 대해 찬성의사를 밝힘으로써, 2005년 9월 29일 지주회사 Bandai Namco Holdings²⁾가 공식 출범하게 됐다.

Bandai와 Namco의 합병은 기존 일본 게임업체들의 M&A와 다른 방식을 취하고 있다. Square와 Enix는 반반의 비율로 회사를 통합했고, SEGA는 SAMI를 지주회사로 두고 자회사로 들어가는 방식을 취한 반면, Bandai Namco Holdings는 각각 Bandai와 Namco를 자회사로 두는 형태로 이루어진 M&A이다.

합병 후 Bandai Namco Holdings의 초기 조직은 Bandai와 Namco를 별개의 사업부로 존속시켜 기존의 사업을 계속 유지하게 된다. Bandai Namco Holdings의 Takeo Takaus CEO는 "Bandai와 Namco는 사업 형태를 유지하면서 장래의 사업 전략을 지주회사인 Bandai Namco Holdings가 검토할 것"이라며, "브랜드를 제대로 유지하기 위해 Bandai와 Namco의 브랜드를 별도로 사용할 것"이라고 밝혔다.

[그림 2-2] Bandai Namco Holdings의 1차 개편 조직도



출처 : Bandai Namco Holdings(2012)

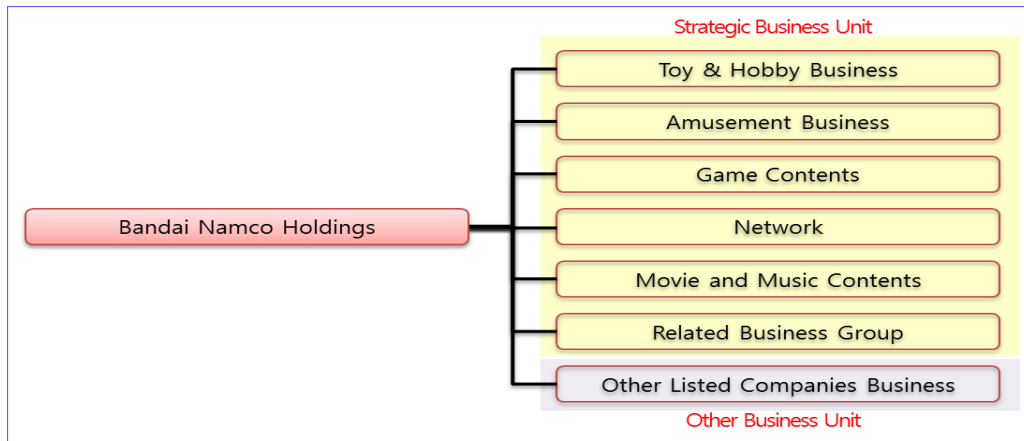
그러나 2개의 자회사가 별도로 운영되는 구조에서는 시너지 효과가 발생하지 않는다는 결

2) Bandai Namco Holdings의 주식 이전 비율은 Namco 보통주식 1주가 신규 지주회사 1주로 책정되었으며, Bandai 보통주식 1주는 신규 지주회사 1.5주로 책정

론에 도달한 Bandai Namco Holdings는 장기적인 성장을 위해 Bandai와 Namco라는 자회사를 폐지하고, Bandai Namco Holdings가 모든 사업부서를 관리하는 조직체계로 바뀐다.

사업조직 통합을 위해 Bandai Namco Holdings는 2005년 12월 Bandai 산하 게임업체 Banpresto와 미디어 업체 Bandai Visual을 흡수 합병하고, 그 이후 2006년 1월 미국 현지 법인 Namco Bandai Holdings(USA) 설립, 2006년 3월 Bandai와 Namco 흡수 합병, 2006년 4월 Bandai Namco Games를 설립하면서 약 1년 간의 합병과정을 마무리 짓는다. Bandai와 Namco 그리고 다양한 자회사를 모두 흡수 합병한 Bandai Namco Holdings는 6개의 전략 부서와 1개의 기타 부서로 구성된 7개의 사업부서를 기반으로 새로운 사업 조직을 형성했다.

[그림 2-3] Bandai Namco Holdings의 2차 개편 조직도



출처 : Bandai Namco Holdings(2012)

특기할 점은 7개의 사업부서가 Bandai와 Namco가 결합된 모습이라기보다는, 각각의 사업 부서에 따라 Bandai와 Namco의 모습이 그대로 남아 있다는 것이다. 장난감 산업에 큰 영향력을 행사하고 있던 Bandai의 자회사 인력은 Toy & Hobby 부서에 대거 포함되었으며, 반대로 아케이드 게임산업에 큰 영향력을 행사하고 있던 Namco의 자회사 인력은 Amusement 부서에 대거 포함되었다.

〈표 2-6〉 Bandai Namco Holdings의 6개 사업부서와 관련 자회사

사업부서	관련 자회사
Toy & Hobby	Bandai, Mega House, Bobby, Seika, Seas, Blex, San link, Tohato, People, Bandai America, Bandai S.A., Badai U.K., Badai Espana S.A., Bandai H.K, BHK Trading, Bandai Industrial, Badai Korea
Amusement	Namco, Pleasure cast, Hanayashiki, St. Tropez, Namco Cybertainment, Namco Enterprises Asia, Shanghai Namco
Game	Bandai, Namco, Banprest, Beck, Banpressoft, Banprestsales, Nonorissoft, Namco tail studio, Bandai Games, Banpresto H. K., Namco America, Namco Homtek, Namco Europe
Network	Bandai Networks, VIBE
Movie & Music	Bandai Visual, Sunrise Bandai Channel, Bandai Entertainment
Related Business	Bandai logibal, Hanarex, ArtBrest, Hapinet, Sotsu Egeency, Namco Ecolotecth, Namco Supoorters, Namco Trading, Italian Tomato

출처 : Bandai Namco Holdings(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

2.2. 인수 합병 시너지 효과와 전략

Bandai Namco Holdings가 합병에 따른 게임사업부문의 시너지 효과를 최대화 하기 위해 추진한 사항 중 성공한 전략은 다음과 같은 세 가지 유형으로 구분된다.

첫째, Bandai의 다양한 엔터테인먼트 IP와 Namco가 보유한 기술력의 결합이다. 합병 전 Bandai는 일본 게임업체 중 가장 많은 게임 IP를 보유했음에도 불구하고 기술력의 부재로 이를 제대로 활용하지 못해 큰 인기를 끌지 못했다³⁾. 이러한 IP와 기술력의 결합은 Bandai Namco Holdings 게임 플랫폼의 확장이라는 결과물을 안겨줬다. Bandai의 다양한 게임 IP는 콘솔, 모바일, 온라인, 아케이드, PC 등으로 확장되었으며, Namco의 기술력 또한 콘솔과 아케이드에서 벗어나 다양한 게임 플랫폼에서 사용하게 된 것이다.

둘째, 타겟 게이머 층의 연령대 확장이다. Bandai의 10~20대 고객층과 Namco의 20~30대 고객층이 결합되어 Bandai Namco Holdings는 일본 게임업체 중 가장 폭넓은 연령대를 타겟 층으로 삼을 수 있게 된 것이다. Bandai의 다양한 애니메이션 IP의 경우 30대 층에서는 적극적인 지지를 받고 있었지만, 게임에서는 이들 계층의 지지를 받지 못하고 있었다⁴⁾. 이와 반

3) Bandai는 〈Dragon Ball〉, 〈Gundam〉, 〈OnePiece〉 등의 유명 엔터테인먼트 IP를 이용한 다양한 게임을 출시했지만 게임 기술력의 부재로 Nintendo의 〈Super Mario〉, SEGA SAMI의 〈Sonic〉, Square Enix의 〈Final Fantasy〉와 〈Dragon Quest〉, Konami의 〈삼국지〉와 〈BioHarzard〉 등과 같은 킬러 타이틀을 확보하지 못함

4) Bandai는 2004년부터 "Revival toy"라는 프로젝트 아래 30대 이상의 타겟층을 위해 80년대 애니메이션 IP를 이용한 장난감을 출시해 일본 장난감 시장에서 큰 돌풍을 일으켰으나, 게임의 경우 30대는 물론 10~20대들에게도 큰 인기를 끌지 못했음

대로 Namco는 1980년 <PAC-MAN>을 통해 10대들에게 큰 인기를 끌었지만, 2000년대부터는 블록버스터 게임 <Tekken> 시리즈를 통해 20~30대에서 큰 인기를 얻으면서 주요 타깃층에서 10대들이 사라졌다.

합병 이후 Bandai의 애니메이션 IP들은 Namco의 게임 기술력을 기반으로 다양한 게임으로 출시되어 애니메이션을 그리워하는 30대는 물론, 게임에 관심이 많은 10~20대에게도 큰 인기를 얻게 된다.

〈표 2-7〉 일본 2004 회계년도(2003.4~2004.3) 게임 타이틀 판매 순위

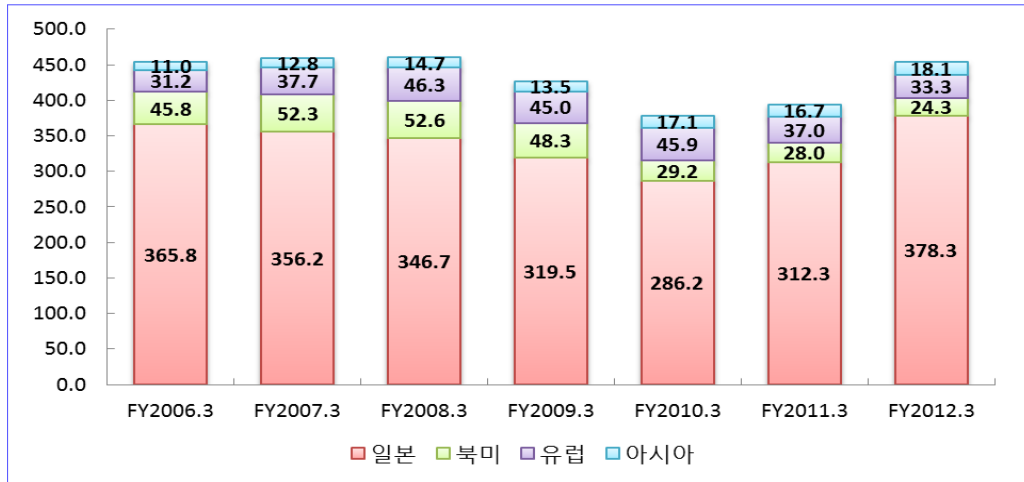
순위	게임업체	판매량	출시 타이틀 수	타이틀 평균 판매량
1	Nintendo	10,764,999	89	120,955
2	Bandai+Namco+Banpresto	9,302,964	141	65,978
3	Square Enix+Taito	6,120,499	52	117,702
4	Konami	5,472,479	127	43,090
5	Sony	3,252,922	55	59,144
6	Capcom	2,903,315	55	52,788
7	Pokemon	2,713,750	7	387,679
8	Koei	2,386,885	66	36,165
9	SEGA SAMI Holdings	2,709,370	71	38,160
10	Tommy	943,351	12	78,613

출처 : Bandai Namco Holdings(2004), 스트라베이스 재구성(2012)

셋째, 글로벌 성장 전략이다. Namco의 아케이드게임 퍼블리싱, 유통 네트워크, 북미지역에서의 강력한 브랜드 파워와 Bandai의 모바일, 음악 콘텐츠 유통 네트워크, 아시아지역에서의 강력한 브랜드 파워는 글로벌 시장 진출에 큰 자산으로 활용되고 있다.

과거 Bandai는 다양한 해외시장에 진출했지만, 애니메이션 사업을 제외한 대부분의 사업은 성공적이지 못했다. 이와 반대로 Namco의 경우 아케이드게임으로 북미와 유럽 시장에서 큰 성공을 거두지만 콘솔게임의 경우 해외시장은 물론 일본 시장에서도 경쟁 업체에게 뒤처지는 모습을 보이고 있었다. Bandai Namco Holdings는 일본 시장에서 강세를 보이고 있는 Bandai와 해외 시장에서 강세를 보이고 있는 Namco의 장점을 활용해 각 지역별로 강력한 성장세를 이끌어 냈다.

[그림 2-4] Bandai Namco Holdings의 지역별 게임 매출 구성 (단위 : 십억 엔)



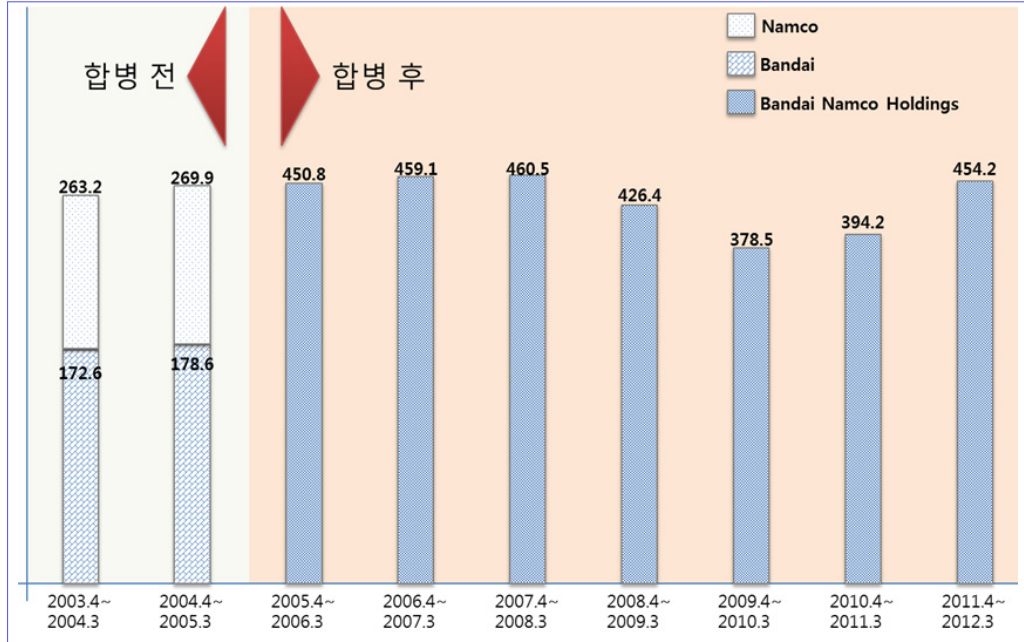
출처 : Bandai Namco Holdings(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

Bandai Namco Holdings는 글로벌 기업으로 성장하기 위해 Bandai 브랜드 파워가 더 강력한 아시아 지역에서는 Bandai Namco Holdings로 서비스를 제공하고 있으며, Namco 브랜드 파워가 더 강력한 북미와 유럽 지역에서는 Namco Bandai Holdings로 서비스를 제공하고 있다.

그러나 Bandai Namco Holdings는 무리한 사업 다각화로 합병 후 영업이익이 감소하는 모습을 보이게 된다. 특히 Bandai의 주요 매출원이었던 장난감 판매가 감소하고 Visual & Music 사업부문이 계속된 적자를 기록하게 되었을 뿐 아니라, Namco의 아케이드 게임 또한 전 세계적으로 판매량이 감소하면서 수익이 감소하게 된다.

Bandai Namco Holdings는 합병에 대한 후유증을 극복하기 위해 2008년 3/4분기에 대규모 조직 개편안을 발표하게 된다. 기존 6개의 전략 부서와 1개의 기타부서로 구성된 7개의 사업부서를 'Toy & Hobby Business', 'Contents Business', 'Amusement Facility Business' 등의 3개의 사업부서로 통합하게 된다. 또한 2008년 12월에 전체 인력의 10%인 700여 명을 감축한다.

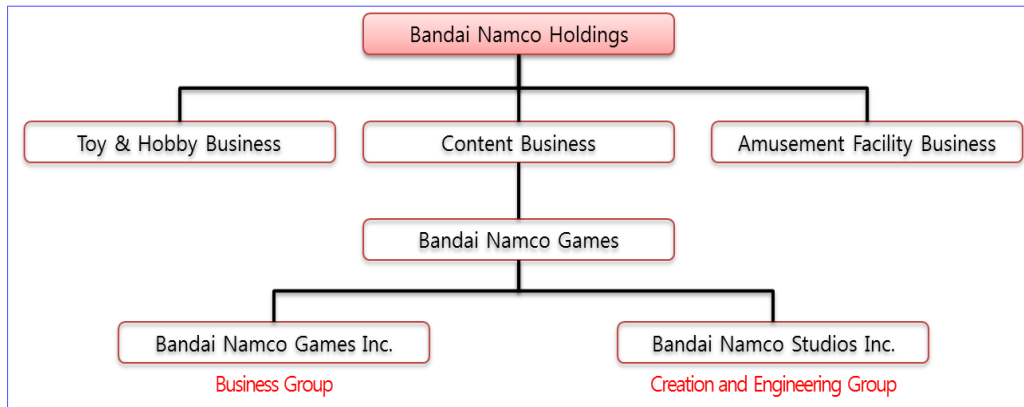
[그림 2-5] Bandai Namco Holdings의 사업 부문별 영업이익의 변화 추이 (단위 : 십억 엔)



출처 : Bandai Namco Holdings(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

이 당시 Bandai Namco Holdings는 "Bandai와 Namco 합병 후 어려운 상황에 직면했다"며, "인원 감축뿐만 아니라 조직 차원에서도 완구, 취미, 엔터테인먼트 등 분야의 축소와 개편을 거칠 것"이라고 발표했다.

[그림 2-6] Bandai Namco Holdings의 조직도 (2008)



출처 : Bandai Namco Holdings(2012)

3. Activision과 Blizzard의 합병, "한 지붕 아래 두 가족"

프랑스 Vivendi Group과 미국 최대 게임 퍼블리셔인 Activision은 2007년 12월 2일 체결한 합병 계약을 92% 주주들의 압도적인 지지 속에서 2008년 7월 9일 완료했고, 세계 최대의 게임업체 Activision Blizzard를 출범시켰다.

98억 달러에 달하는 천문학적인 합병을 통한 Activision Blizzard의 탄생은 막대한 개발비로 인한 리스크 관리를 위해서는 규모의 경제가 불가피하다는 게임업체의 문제의식에 그 배경을 두고 있다. 실제로 PlayStation3, Xbox360, Wii와 같은 차세대 콘솔 게임기가 등장하면서 이를 반영한 게임 타이틀 개발비가 수백억 원을 넘었고, 온라인게임 또한 대작을 중심으로 시장이 커져 가면서 게임업체 전반에 걸쳐 규모의 경제에 대한 필요성이 증대되고 있다.

3.1. 인수 합병 단계별 핵심 요약

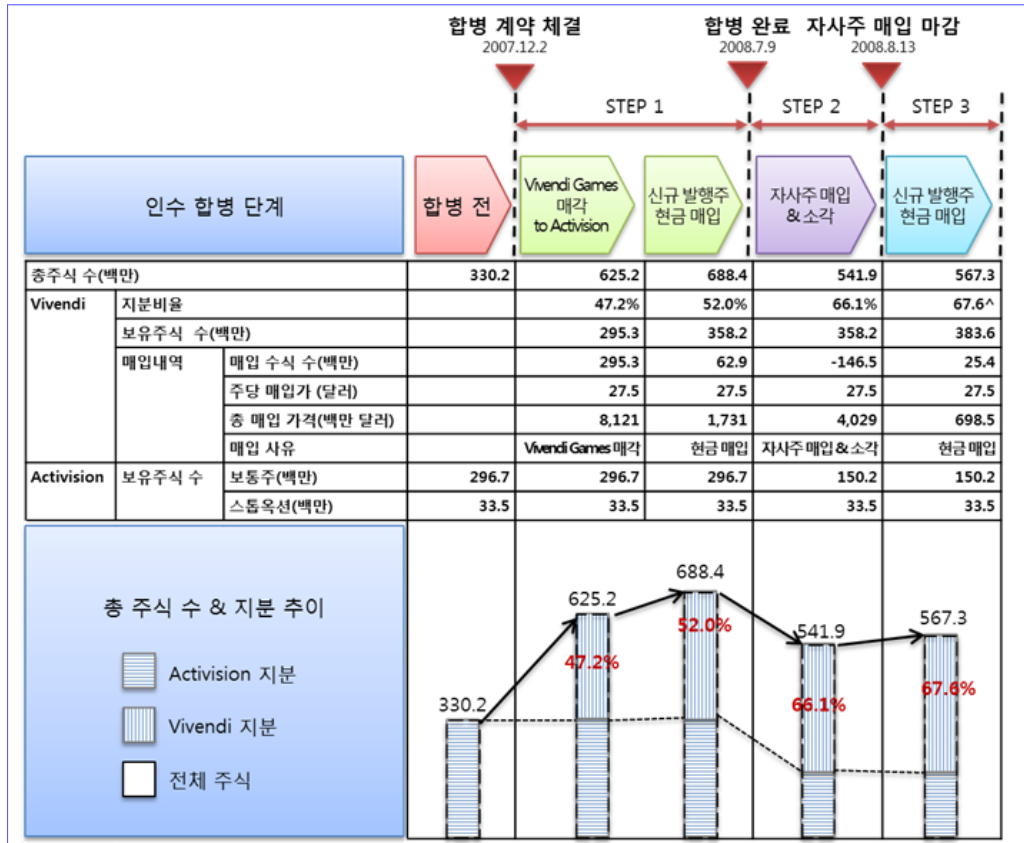
Blizzard의 모회사 Vivendi Group은 2007년 12월 2일 Activision과의 계약이 체결된 후 Activision로부터 신규 발행주식 2억 9,530만 주를 받고⁵⁾ Vivendi Games를 Activision에 매각했으며, 이와 동시에 Activision의 신규 발행주식 6,290만 주를 약 17억 달러에 현금 매입했다. 이 거래로 인해 Vivendi는 Activision의 총 발행 주식의 52%⁶⁾를 보유한 대주주가 되었으며, 사실상 Activision을 자회사 형태로 확보하게 됐다.

합병 후 Vivendi Group의 조직은 Vivendi Games를 폐쇄하고 Activision Publishing을 설립하게 된다. Vivendi Games에 속해 있던 Sierra, Sierra Online, Vivendi Mobile Game은 새로 신설된 Activision 사업부와 함께 Activision Publishing으로 귀속되었고, Blizzard는 별개의 사업부로 존속되었다.

5) 이는 Vivendi Games의 가치를 81억 달러 규모(=2억 9,530만 주*27.5달러)로 평가하고, Activision 주가를 27.5달러로 산정한 결과. 2007년 11월 30일 Activision의 주가가 22.15달러였음을 감안할 때, 약 25%의 프리미엄이 붙은 것임

6) 전체 주식은 스톡옵션을 포함한 기준이며(Fully Diluted Basis), 스톡옵션을 제외한 시장에 거래되는 발행주식(S/O, Shares Outstanding)을 기준으로 하는 경우 Vivendi의 지분은 54%에 달함

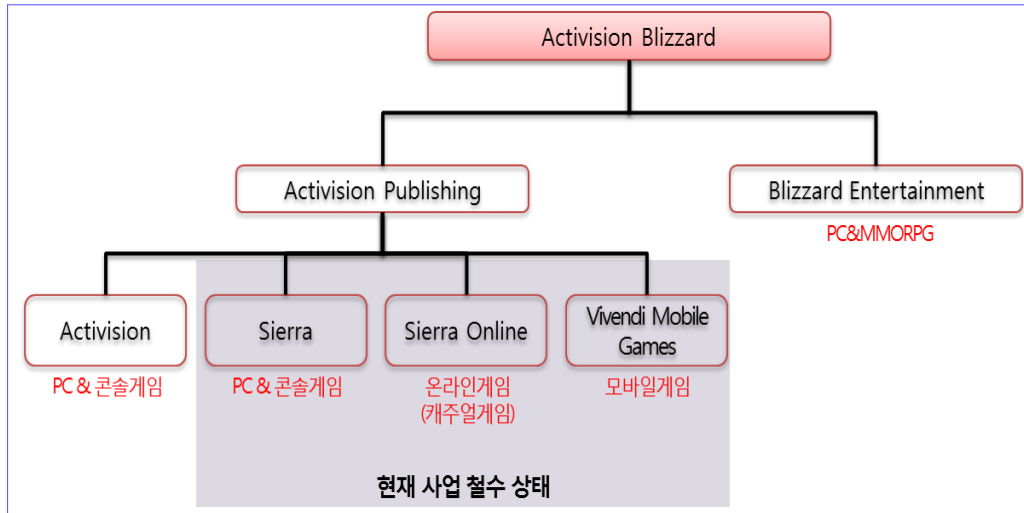
[그림 2-7] Activision Blizzard 합병 단계별 거래 요약



출처 : 스트라베이스(2012)

Activision과 Blizzard는 Activision Blizzard라는 사업부에 귀속되어 있지만 각자의 영역에서 독자적인 사업을 펼치고 있으며, 게임 IP(지적재산권)도 서로 다르게 운영하고 있다. 그러나 2008년 이후 Activision Publishing안에 포함된 Sierra는 게임 사업을 포기해 더 이상의 게임을 만들지 않고 있으며, 과거 발매된 Sierra의 게임들 역시 Activision의 이름으로 발매되고 있다. Vivendi Mobile Games 또한 2009년에 사업을 철수했다.

[그림 2-8] Activision Blizzard 조직도



출처 : Activision Blizzard(2012)

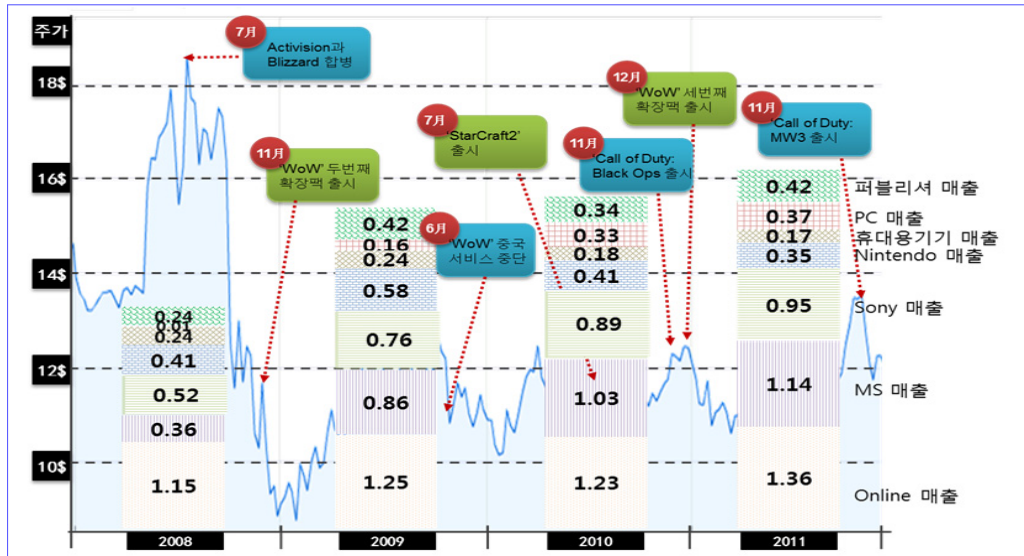
3.2. 인수 합병 시너지 효과와 전략

Activision Blizzard가 합병에 따른 시너지 효과를 최대로 하기 위해 추진한 사항 중에서 성공한 전략은 두 가지 유형으로 구분된다.

첫째, 수익원 및 수익모델 확장 전략이다. 콘솔과 온라인의 강자가 결합한 것인 만큼 콘솔 게임을 온라인으로 출시하고, 온라인게임을 콘솔, 모바일로 출시하는 등 멀티플랫폼 전략을 구사할 수 있게 되었다. Activision은 콘솔게임 <Call of Duty>에 Blizzard의 온라인게임 제작 기술을 첨가한 온라인게임 <Call of Duty: Elite>를 출시해 큰 성공을 거뒀다. <Call of Duty: Elite>는 2012년 3월 말 기준 월간활동이용자 (Monthly Active User, 이하 MAU)가 4,000만 명을 돌파했으며, 프리미엄 가입자 수는 200만 명을 돌파했다.

매출액 측면에서도 Activision Blizzard는 합병에 따른 시너지 효과를 거두어 냈다. Activision Blizzard의 2011년 매출액은 합병이 완료된 2008년 매출액 29억 3,000만 달러에 비해 62.29% 성장한 47억 5,500만 달러를 기록했다.

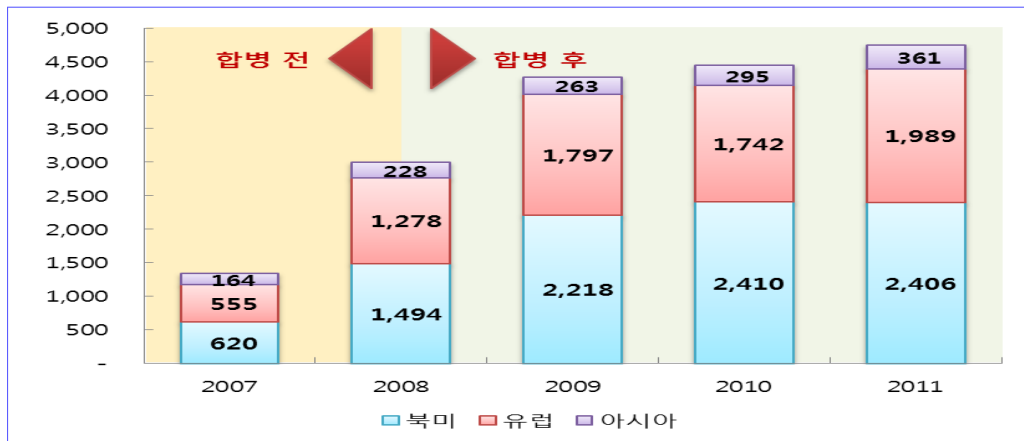
[그림 2-9] Activision Blizzard의 연도별 매출, 주가, 주요 이정표 추이 (단위 : 십억 달러)



출처 : 스트라베이스(2012)

둘째, 글로벌 성장 전략이다. Activision의 콘솔게임 퍼블리싱, 유통 네트워크와 Vivendi의 모바일, 음악 콘텐츠 유통 네트워크, Blizzard의 아시아 지역에서의 강력한 브랜드 파워는 글로벌 시장 진출에 큰 자산으로 활용되고 있다. 대부분의 시장에서 한 자리수 시장 점유율에 그치고 있던 Activision Blizzard는 이러한 유통 역량과 브랜드 파워를 활용해 각 지역 별로 뚜렷한 성장세를 이끌어 내고 있다.

[그림 2-10] Activision Blizzard의 지역별 게임 매출 구성(단위 : 백만 달러)

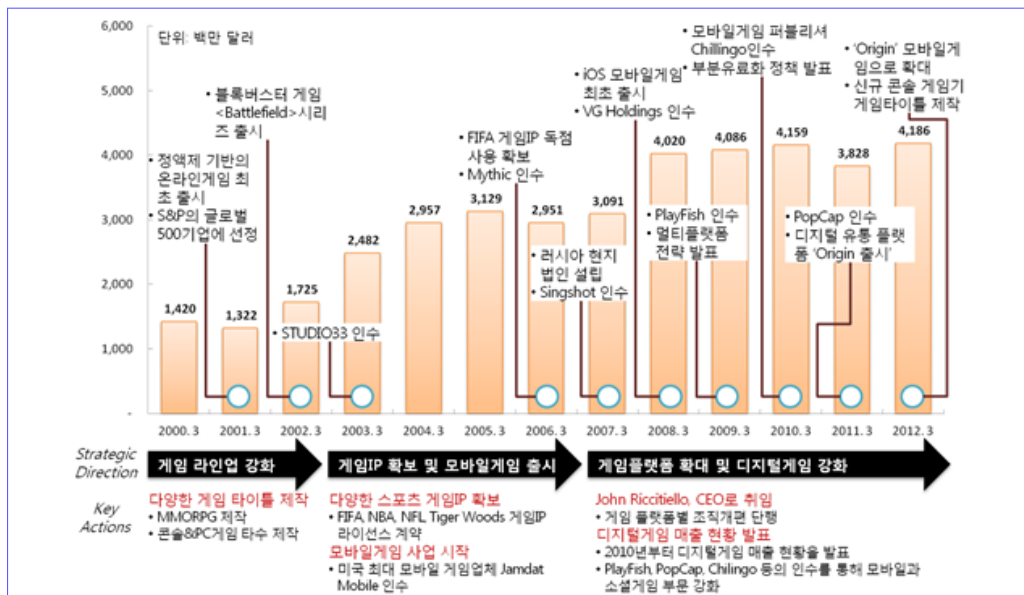


출처 : Trefis(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

4. 가장 많은 게임업체 인수한 EA, "멀티플랫폼 환경 구축"

최근 게임업계에서는 동일한 게임 플랫폼 업체 간의 합병보다는 서로 다른 게임 플랫폼 업체 간의 합병이 활발히 이루어지고 있다. 글로벌 게임업체 EA의 M&A 추진 활동이 대표적인 사례라 할 수 있다.

[그림 2-11] EA의 연도별 세부 연혁 및 인수 과정



출처 : 스트라베이스(2012)

4.1. 인수 합병 단계별 핵심 요약

1982년 설립된 EA는 90년대 중반부터 적극적인 게임업체 인수를 통해 자신들의 세를 넓혀 왔으며, 그 결과 Activision Blizzard가 탄생되기 전까지 전 세계 1위 게임업체 자리를 유지했다. EA의 M&A 추진 내역을 살펴보면 단지 많은 수의 기업을 인수한 것이 아니라, EA가 보유하지 못하고 있던 게임 플랫폼 또는 게임IP 확보에 집중되어 있다.

EA는 온라인게임 영역을 강화하기 위해서 2006년 온라인 게임업체 Mythic Entertainment, 2007년 캐주얼 게임업체 Singshot Media, 2008년 온라인 게임업체 J2M, 2009년 소셜 게임업체 PlayFish, 2010년 모바일 게임업체 Chilingo 및 Mobile Post Production, 2011년 글로벌 소셜 게임업체 PopCap 등을 인수하면서 콘솔과 PC 게임시장

에만 국한하지 않고 온라인, 모바일, 소셜 등 새로운 게임 플랫폼에서도 자신들의 영향력을 넓히기 위한 노력을 기울이고 있다.

〈표 2-8〉 EA의 주요 M&A 현황

연도	인수 업체
1999	게임업체 PlayNastion 인수
2000	Deramworks SKG의 'Dreamworks Interactive' 개발팀 인수
2002	게임 개발업체 Black Box Games 인수
2003	영국 게임업체 STUDIO33 인수
2004	PC게임 업체 NuFX 인수
2006	온라인 게임업체 Mythic Entertainment 인수
2007	온라인 음악업체 Nettwerk On Music과 함께 조인트 벤처 Artwerk 창립
2007	캐주얼 게임업체 Singshot Media 인수
2008	게임업체 VG Holding 인수
2008	한국 온라인 게임업체 J2M 인수
2008	소셜 게임업체 ThreeSF 인수
2009	소셜 게임업체 PlayFish 인수
2010	장난감 업체 Mega Brand와 제휴
2010	모바일게임 퍼블리셔 Chilingo 인수
2011	모바일 게임업체 Mobile Post Production 인수
2011	게임 개발업체 Firemint 인수
2011	글로벌 소셜 게임업체 PopCap 인수
2011	캐나다 게임업체 Bight Games 인수

출처 : EA(2012), Morgan Stanley(2012), Trefis, Market Line(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

하지만 EA의 수많은 M&A는 게임업계에서 좋지 않은 평가를 받고 있다. 왜냐하면 EA에 인수된 게임업체들의 대표자들이 EA에 합병된 이후 출시되지 않거나 급격한 질적 하락을 겪었기 때문이다.

대표적인 예로 EA는 콘솔게임에서 PC게임으로 사업 영역을 확장하기 위해 PC게임 〈Command & Conquer〉 시리즈를 개발한 Westwood를 1998년에 인수했지만 2002년에 출시한 〈Command & Conquer: Renegade〉의 실패 이후 2003년 Westwood를 곧바로 해체해 버렸으며, 핵심 개발자가 사라진 상황에서도 〈Command & Conquer〉 시리즈를 계속 출시했다. 이후 출시된 〈Command & Conquer〉 시리즈는 급격한 품질 하락으로 더 이상 새로운 타이틀을 출시하지 않고 있다.

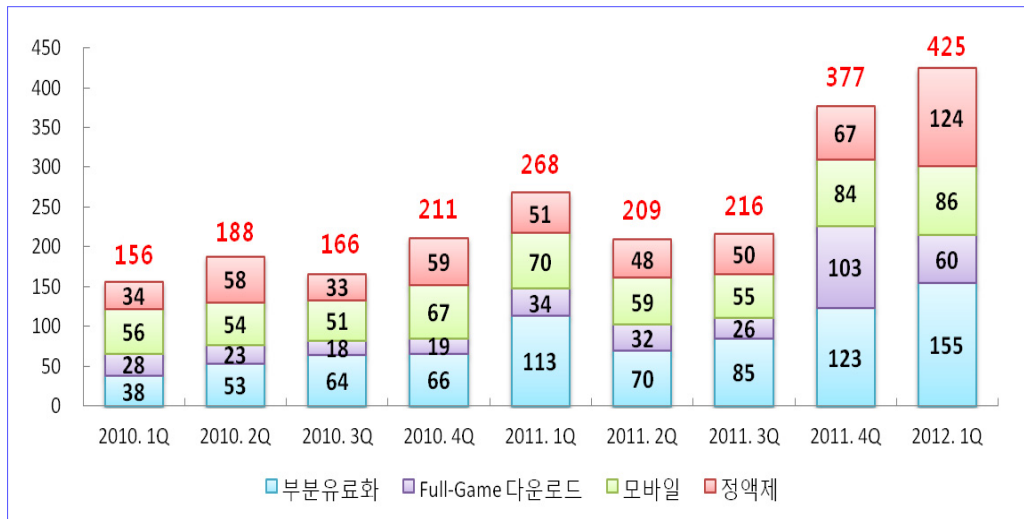
4.2. 인수 합병 시너지 효과와 전략

EA가 M&A를 통한 시너지 효과 극대화를 위해 추진한 사항 중 성공한 전략은 다음과 같이 두 가지 유형으로 구분된다.

첫째, 게임 플랫폼 확대를 통한 디지털게임 강화 전략이다. 2000년도 중반까지 EA는 PC와 콘솔 게임만 출시하는 전형적인 오프라인 게임 타이틀 판매 업체였다. 그러나 2000년도 중반 이후 다양한 게임 플랫폼 업체를 인수하면서 디지털게임 사업부문을 강화하게 된다.

그 결과 EA의 디지털게임 사업부문은 2012년 1/4분기에 4억 2,500만 달러의 매출을 기록하면서 총 매출액의 43%를 차지하게 된다. 이같은 디지털게임 사업부문 성장의 주요 요인은 그 동안 인수해 온 업체들의 소셜게임과 MMORPG 등 온라인게임의 매출이 큰 폭으로 성장했기 때문이며, 또한 다양한 게임 퍼블리셔 업체를 인수해 부분유료화와 정액제 수익모델에 대한 노하우를 습득했기 때문이다.

[그림 2-12] EA의 디지털게임 사업부문 매출 추이 (단위 : 백만 달러)



출처 : EA(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

둘째, 공격적인 멀티플랫폼 환경 구축 전략이다. EA는 다양한 게임 플랫폼 업체를 인수해서 다른 게임 플랫폼을 연결하는 멀티플랫폼 환경 구축에 적극적인 행보를 보였다.

EA는 2012년 6월 미국 LA에서 열린 '2012 E3'에서, 하나의 게임 타이틀을 다양한 하드웨어 및 플랫폼에서 동일하게 플레이할 수 있는 멀티플랫폼 기술을 공개하면서⁷⁾, 부진을 면치 못하고 있는 콘솔 게임업계의 새로운 변화를 예고했다. EA의 John Riccitiello CEO는 "게이머

7) EA는 자사의 인기 축구게임 시리즈 타이틀 <FIFA 12>를 예로 들며, 현재는 Xbox360, iPhone OS, Facebook 등 다양한 플랫폼 간 연동이 되지 않으나, 향후 출시 예정인 <FIFA 13>, <Madden 13> 등은 게이머가 태블릿 PC로 플레이하던 게임을 TV 스크린에서 이어서 할 수 있는 등 하나의 게임을 다수의 플랫폼에서 하는 멀티플랫폼 기술을 적용할 계획이라고 발표

들에게 모든 플랫폼을 아우르는 하나의 아이디어를 제시하는 것이 목표"라고 말하면서 "기존 사업보다 훨씬 더 궁극적이고 가치 있는 사업을 준비하고 있다"고 언급했다.

EA는 멀티플랫폼 기술 개발을 위해 지금까지 2억 5,000만 달러 이상을 투자했으며 2012년 6월 기준 전사 직원의 16%에 달하는 1,500명의 엔지니어들이 기술팀 프로젝트에 투입했다. 그러나 예상보다 많은 노력을 요하는 작업 특성상 향후 10년 동안 총 5,000명의 인력과 수십 억 달러를 투입할 예정이다.

EA는 멀티플랫폼 기술이 게이머를 만족시킴과 동시에 향후 매출 향상, 마케팅 비용 절약, 그리고 게이머의 행동 및 선호에 대한 데이터 구축을 가능케 해, 보다 뛰어난 게임 서비스와 적합한 광고를 제공할 수 있게 되는 등 게임산업 발전에도 중대한 역할을 할 것으로 기대하고 있다.

[그림 2-13] EA의 디지털게임 기반 멀티플랫폼 전략



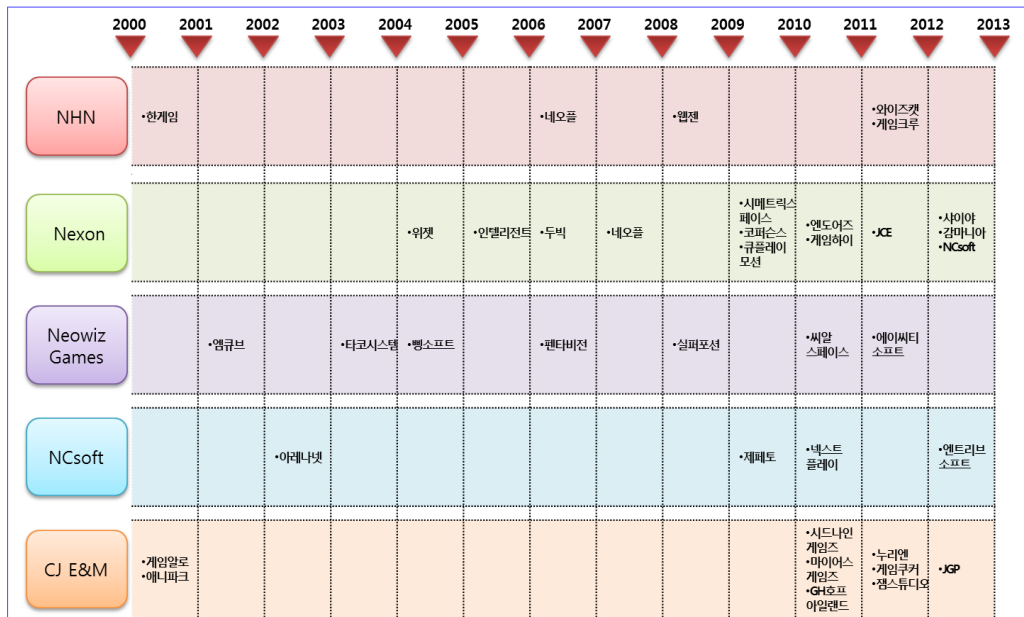
출처 : 스트라베이스(2012)

5. NC소프트를 인수해 게임 기술력을 확보한 Nexon의 다음 행보는?

그동안 Activision과 Blizzard의 합병이 성공적으로 이루어진 이후, 장미빛 청사진 속에서 출발했던 게임업체 간의 많은 M&A는 기대만큼 효과를 거두지 못한 사례가 많다. 특히 Bandai Namco Holdings가 2008년 이후 큰 어려움에 직면하자 게임업계에서는 합병 후 관리(Post-Merger Integration)에 대한 중요성이 한층 강조되었다. Activision Blizzard가 현재 합병 당시 기대했던 만큼의 매출과 수익이 발생하지 않은 것도 Activision과 사업 영역이 중복되는 Sierra와의 조직적, 기술적 융화에서 실패했기 때문이라는 분석이다.

이런 측면에서 동일한 게임 플랫폼에서 게임을 제공하는 게임업체 간의 합병은 서로의 수익을 감소시키는 자기시장잡식(Cannibalization)이 발생할 가능성이 높다. 실제로 2008년 9월 합병한 Koei와 Tecmo의 경우 동일한 게임 플랫폼에서 사업을 진행하고 있어, 시너지 발생보다는 수익 감소라는 불이익을 겪기도 했다.

[그림 2-14] 국내 메이저 온라인 게임업체들의 인수 합병 추이



출처 : 스트라베이스(2012)

최근 국내에서 발생하고 있는 게임업체의 M&A는 실패한 해외 M&A 사례를 교훈삼아 과거와 다른 방식으로 추진되고 있다. 2011년 이전의 M&A가 회사의 덩치를 키우는 것에 치중됐

다면, 2011년의 M&A 추세는 자사의 부족한 핵심역량을 채우기 위한 형태로 진행되고 있다. 특히 '게임 플랫폼 확대'와 '해외시장 진출 강화'는 게임업체 간 M&A의 중요한 계기로 나타나고 있다.

국내 메이저 온라인 게임업체의 경우 2010년에는 경쟁업체와의 M&A가 활발히 진행된 반면, 2011년에는 소셜게임과 모바일게임 부문 역량 강화를 위해 온라인게임이 아닌 신규 게임 플랫폼 업체 인수를 통한 수직적, 수평적 계열화에 나서고 있다.

Nexon의 경우 2004년 위젯을 인수한 이후 2012년 6월 NC소프트를 인수⁸⁾하기까지 국내 게임업체 중 가장 많은 M&A를 성사시켰으며, 인수 대상 대부분이 다른 게임 플랫폼 또는 다른 장르의 온라인 게임기업이었다.

일각에서는 이번 Nexon의 NC소프트 인수를 경쟁업체의 인수로 바라보고 규모의 경제 측면에서만 평가하고 있기도 하다. 그러나 Nexon과 NC소프트는 게임 플랫폼 상으로는 동일한 온라인게임을 서비스하고 있지만, 게임 장르와 주요 타겟 시장이 완전히 구분된 업체이다. Nexon의 경우 <바람의 나라>를 제외하고는 대부분의 MMORPG가 실패했으며, 성공한 대부분의 게임은 <던전앤파이터>와 <카트라이더> 같은 캐주얼게임이다. 이와 반대로 NC의 경우 성공한 게임이 대부분 <리니지> 시리즈, <아이온> 등의 MMORPG이며, 캐주얼게임에서는 계속 실패를 경험했다.

이런 측면에서 보자면 향후 Nexon은 이번 인수를 통해 기존 캐주얼게임에 더욱 집중함과 동시에 NC소프트를 통한 MMORPG 강화에도 나설 것으로 전망된다. NC소프트 역시 그 동안 투자하던 모바일과 소셜게임 부문을 과감히 정리하고 MMORPG에만 역량을 집중할 것으로 전망된다. 특히 글로벌 유통망을 보유하고 있는 Nexon이 NC소프트의 해외 진출을 지원하면 그 동안 국내 시장에 간혀 있던 NC소프트는 글로벌 게임업체로 도약할 수 있다. 더불어 Nexon은 NC소프트를 인수함으로써 종합 게임업체라는 전략을 완성해 나갈 수 있다.

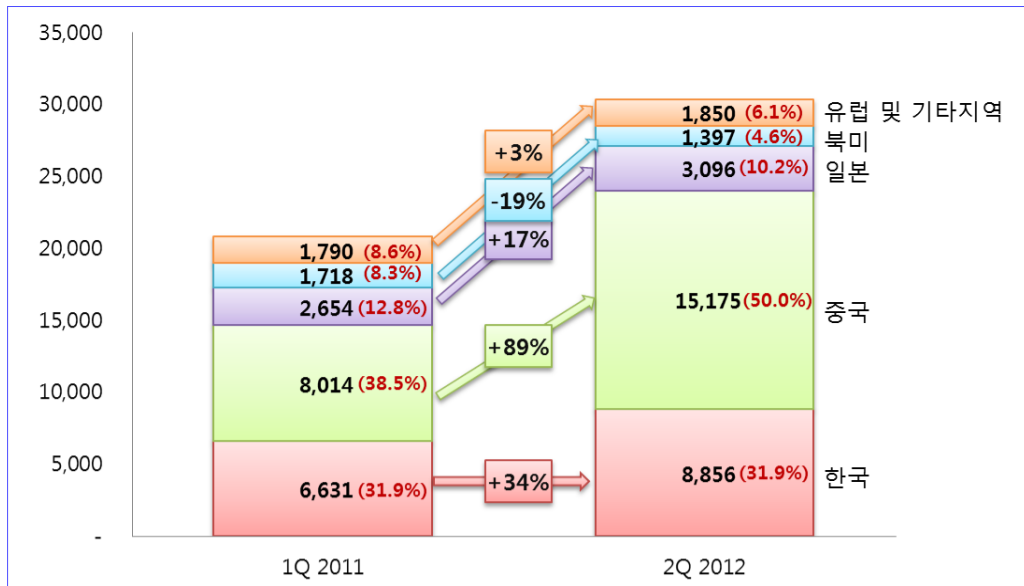
그러나 Nexon은 NC소프트의 지분을 인수한 것에 대해 투자를 위한 것이지 경영 참여를 위한 수순은 아니라고 강조하고 있다. NC소프트 역시 "NC는 NC의 색깔이 있고 Nexon은 Nexon의 색깔이 있다"며, "서로의 장점이 어우러져 두 회사가 협력해 글로벌 파도를 넘어가는 모험을 떠나고자 한다"라며 NC와 Nexon은 서로 각자의 길을 갈 것임을 강조했다.

8) 2012년 6월 10일 Nexon이 NC소프트 김택진 대표 지분 14.7%(321만 8,8091주)를 8,045억 원(주당 25만 원)에 인수해, 1대주주로 등극했으며, 김택진 대표는 지분 9.9%를 보유해 2대주주가 됨

이런 측면에서 보자면 Nexon의 NC소프트 인수는 Activision Blizzard의 합병 모습과 유사한 형태를 보이고 있다. 그러나 Nexon의 향후 움직임에서 주목해야 될 부분은 Nexon이 지난 2011년 2월 14일 일본 도쿄거래소에 상장되면서 얻은 1조 3,500억 원에 달하는 자금의 향후 행보이다.

Nexon은 그 동안 네오플을 비롯해 엔도어즈, 게임하이, JCE 등의 게임 개발업체를 성공적으로 인수하면서 몸집을 부풀려 왔으며, 글로벌 게임업체와 대등한 게임 기술을 확보했다. 그러나 해외 진출과 같은 퍼블리싱 역할에 있어서는 Activision Blizzard, Bandai Namco Holdings, EA 등과 같은 글로벌 게임업체와 비교했을 경우 그리 신통치 않은 성적을 거두고 있다. Nexon의 2012년 1/4분기 지역별 매출액을 전년동기와 비교하면 중국이 +89%로 가장 많이 성장했으며, 한국과 일본 역시 각각 +34%, +17%로 비교적 높은 성장을 보였다. 그러나 유럽 및 기타 지역의 경우 +3%로 낮은 성장을 보였으며, 북미의 경우 -19%라는 마이너스 성장세를 나타냈다. 매출액 규모에서도 중국의 경우 151억 7,500만 엔인 반면, 북미와 유럽 및 기타 지역은 각각 13억 9,700만 엔, 18억 5,000만 엔으로 큰 격차를 나타내고 있다.

[그림 2-15] Nexon의 2012년 1/4분기 해외 지역 매출 비중 성장 추이(단위 : 백만 엔)



출처 : Nexon, 스트라베이스 재구성(2012)

이런 측면에서 보자면, 북미와 유럽 시장에서의 기반 구축은 현재 Nexon에게 있어 가장 긴급한 사안일 수 있다. Nexon의 향후 인수 전략이 게임 개발업체가 아닌 게임 퍼블리셔 업체 중심으로 나타날 것으로 전망하는 시각들이 존재하는 이유도 여기에 있다. 2012년 5월

Nexon의 대만 1위 게임 퍼블리셔 Gamania의 지분 추가 확보 움직임을 이러한 해외 게임 퍼블리셔 인수 전략의 시발점으로 평가할 여지도 있다.

Nexon이 NC소프트를 위시로 한 국내 유명 게임 개발업체들의 잇따른 인수를 통해 높은 게임 기술력을 확보하고, 일본 상장을 통해 풍부한 자금까지 갖춘 상황에서 과연 어떻게 해외 진출을 시도할 것이며, 어떤 퍼블리싱 업체를 인수할 것인지에 귀추가 주목된다. 이전의 해외 메이저 게임업체들의 M&A 사례들과 견주어 볼 때, 글로벌 게임시장에서 Nexon의 NC소프트 인수가 주목되는 이유이다.

참고자료

1. 'Activision Blizzard', Trefis, 2012.04
2. 'Activision Blizzard Annual Report', Activision Blizzard, 2012.03
3. 'Bandai and Namco Finalize Merger Details', IUP, 2006.01
4. 'Bandai Namco Holdings Annual Report', Bandai Namco Holdings, 2012.03
5. 'Electronics Arts Annual Report', EA, 2012.03
6. 'Electronic Arts Fiscal 4Q12 Review', EA, 2012.05
7. 'Electronic Arts Ups Its Game', WSJ, 2012.05
8. 'Futher Views on the Activision-Vivendi Games Merger', Bear Stearns, 2007.12
9. 'Initiating coverage: Merger synergies will take time', Deutsche Bank, 2005.10
10. 'Namco Bandai Holdings Inc', Wright, 2012.01
11. 'Namco Bandai Holdings: Earnings to continue trending higher', Deutsche Bank, 2012.05
12. 'Pro-Forma analysis of Bandai-Namco Merger', Credit Suisse, 2005.08
13. '게임 업계의 인수 합병, 해외 사례는?', 게임동아, 2010.05
14. 'Nexon, 엔씨 인수... 게임시장 지각변동', 디지털타임스, 2012.06
15. 'Nexon과의 Deal, 한 발 물러서서 큰 그림으로 보자', 하나대투증권, 2012.06
16. 'Nexon-NC 지분 거래, 게임산업 구조 개편 신호탄?', 조선일보, 2012.06
17. '실적 부진을 겪고 있는 Activision Blizzard와 EA... 신규 게임 플랫폼 사업 확장을 위한 성장 통', 2012.05
18. 'NC소프트 - Fact만 바라봐야 할 때', 신한금융투자, 2012.06
19. '합병 완료된 Activision Blizzard의 시너지 효과를 활용한 핵심 전략과 리스크 분석', 스트라베이스, 2008.07

일본 소셜 게임시장, 사행성 문제로 얼룩진 '가차 시스템'

|| Key Message ||

- 최근 3년 간 일본 소셜게임 시장이 게임 내 확률형 아이템 시스템을 토대로 급성장
- 일본 현지 소셜게임 시장 규모는 2011년 기준 2,658억 엔으로 추정되고 지속적인 성장세를 유지해 2012년 4,643억 엔, 2013년 5,766억 엔 규모에 달할 것으로 전망
- 소셜게임 시장 성장을 견인해온 확률형 아이템 시스템과 아이템 현금거래가 사행성 논란 유발
- '소셜게임 플랫폼 연합협회', 자율규제 강화를 통해 사행성 이슈 대응
- 주요 게임업체들은 '컴퓨터가차'를 대신할 게임 시스템과 OSMU 콘텐츠로 수익구조 다각화 모색

1. 일본 소셜게임 시장의 현황과 전망

일본 소셜게임 시장은 소셜게임 업체들이 확률형 아이템 시스템인 '가차(gacha)¹⁾'를 토대로 높은 영업이익률을 기록하면서 급성장했다. 일본 콘솔게임 시장규모가 최근 수년 간 3,000억 엔 대 초반으로 제자리걸음인 것을 감안하면 2013년에는 소셜게임 시장이 콘솔게임 시장을 규모면에서 능가할 것으로 예측된다. 그러나 확률형 아이템 시스템과 아이템 현금거래(Real Money Trade, 이하 RMT)가 게이머의 과도한 지출을 유도한다는 논란이 거세지면서 소셜게임의 사행성이 도마 위에 올랐다.

일본의 소셜게임 업체 양대산맥인 DeNA(Mobage 운영)와 GREE(GREE Platform 운영)는 각각 인기 소셜게임 타이틀 <괴도 로얄(怪盜ロワイヤル)>, <탐험도리랜드(探検ドリランド)>

1) '가차(gacha)'는 '가차퐁'이라고 일컬어지는 캡슐형 완구 뽑기 기계에서 유래한 말로서, 무작위 추첨을 통해 유료 혹은 무료 아이템을 지급하는 전자식 복권 형태로 소셜게임 뿐 아니라 2006년경부터 이미 PC게임에도 도입

등으로 매출 및 영업이익률 면에서 업계 1, 2위를 다했다. SNS 사업체로 출발한 기업인 mixi, CyberAgent 또한 소셜게임 서비스로 매출이 지속적인 증가세를 기록하고 있다. 한편 메이저 콘솔게임 업체인 Konami, Bandai Namco 등도 초기 투자비용이 저렴한 소셜게임의 수익성에 주목해 2011년에 각각 <Dragon Collection>, <Gundam Card Collection> 등 소셜게임을 히트시키며 매출액 344억 엔, 166억 엔이라는 성과를 거두기도 했다.

1.1 소셜게임 시장 규모 및 성장 추이

Mitsubishi UFJ Morgan Stanley의 보고서²⁾에 따르면, 일본 소셜게임 시장규모는 2011년 2,658억 엔으로 추정되고 있으며 2012년 4,643억 엔, 2013년 5,766억 엔으로 성장할 것으로 전망된다. DeNA와 GREE는 각각 게임 플랫폼을 오픈한 2009년, 2010년 이후부터 매출이 증가세를 기록했다. DeNA는 2010년 4분기에 Mobage를 통한 매출 및 영업이익률이 GREE보다 2배 가량 높았으나, 2011년 이후부터는 GREE가 다수의 트레이딩 카드 게임(Trading Card Game, 이하 TCG)을 출시해, 2011년 3분기부터 DeNA를 앞질렀다. 비록 2012년 1분기 시점에서 양사 모두 성장폭이 다소 둔화되고는 있으나, 여전히 성장을 지속하고 있다는 점에서, 일본 소셜게임 시장규모는 앞으로도 당분간 성장세를 지속할 것으로 전망된다.

각 업체들의 2012년 1분기 매출과 영업이익률을 살펴보면, GREE의 경우 전기대비 증가율이 매출 111%, 영업이익률은 110%를 기록했다. SNS 중심 사업체인 mixi 또한 소셜게임 유료 아이템 매출이 전기대비 155% 증가해 전체 매출에서 차지하는 비중이 34%에서 48%로 상승했다. DeNA의 Mobage 또한 소셜게임 유료 아이템 매출이 128% 증가해 전체 매출의 96%를 차지했으며, CyberAgent 또한 2012년 1분기 매출과 영업이익률이 증가했다.

콘솔 게임업체들의 소셜게임 진출 성과도 눈에 띄는 가운데, 특히 메이저 콘솔 게임업체인 Konami는 2011년 회계 연도(2011년 4월~2012년 3월) 실적 발표에서, 매출 및 영업이익이 각각 전년대비 3.0% 증가한 2,657억 5,800만 엔, 영업이익은 97% 증가한 409억 5,000만 엔을 기록³⁾했다.

한편 Mitsubishi UFJ Morgan Stanley는 지난 2012년 3월 9일, 사행성 문제가 심화되고 있는 소셜게임을 사실상 빠징코와 같은 범주로 규정했다. 이에 따라 DeNA, GREE 등의 목표주

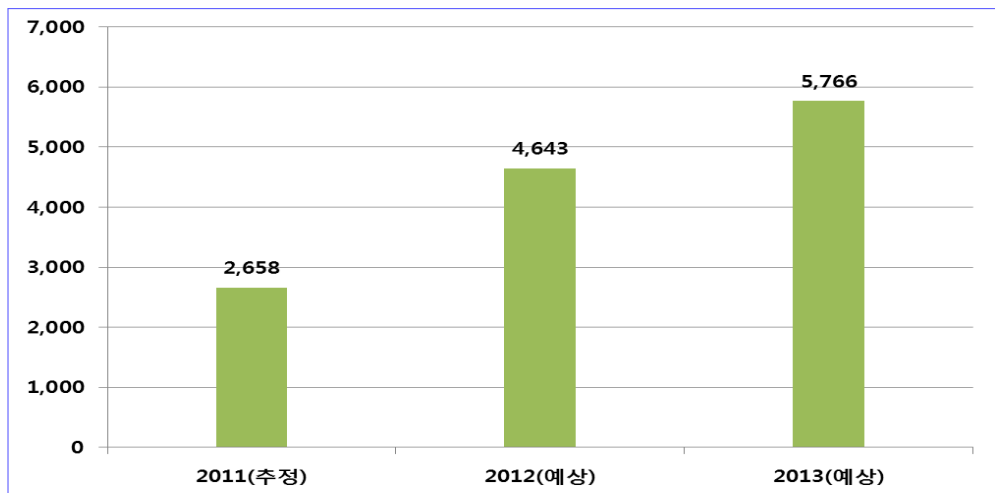
2) 2012년 3월 9일에 발간한 보고서 '소셜게임의 정체를 파헤치다(V)(ソーシャルゲームの正体を探る(V))'
 3) Konami는 <드래곤콜렉션>, <전국콜렉션(戦国コレクション)> 등 다양한 TCG를 출시해 소셜게임 분야에서도 주요 업체로 성장. Konami의 첫 소셜게임인 <드래곤콜렉션>은 2012년 3월 말 기준 회원 수 600만 명을 확보했으며 Konami가 2012년 6월 현재 서비스 중인 총 10여 개 소셜게임의 등록 회원 수는 2,000만 명을 돌파

가 및 평가는 SEGA SAMMY, SANKYO 등 빠징코 업체들과 비슷한 수준으로 낮춰야 한다고 보고했다⁴⁾.

그러나 소셜게임의 주요 장르인 트레이딩 카드 게임(Trading Card Game, 이하 TCG)의 시장규모는 매해 증가세를 기록하고 있다. 시장조사업체 Media Create는 '콤포가챠' 시스템을 탑재한 TCG의 2011년 시장규모가 전년대비 19.7% 증가한 1,006억 1,341만 엔을 기록했다고 밝힌 바 있다. 주요 소셜게임 상장업체들의 주가 하락이 이어지고 있는 것이 사실이지만 '콤포가챠'를 제외한 기타 확률형 아이템 시스템 등이 유지되고 주요 업체들이 다양한 OSMU 사업을 추진하고 있어 각 업체의 매출 및 시장규모 추이는 더 지켜봐야 한다는 것이 전문가들의 관측이다.

[그림 2-16] 일본 소셜 게임시장 규모 전망 (2011-2013)

(단위: 억 엔)



출처 : Mitsubishi UFJ Morgan Stanley(2011)

1.2 일본 소셜게임 시장 성장 요인

'콤포가챠'는 '컴플리트 가챠(complete gacha)'의 약어로서 특정 아이템을 2개 이상 모두 수집(complete)하거나 조합해서 보다 희귀한 아이템을 획득하는 시스템이다⁵⁾. 무료로 이용 가능한 일부 '가챠' 시스템과는 달리 '콤포가챠'는 대다수가 유료이며, '가챠' 시스템 이용을

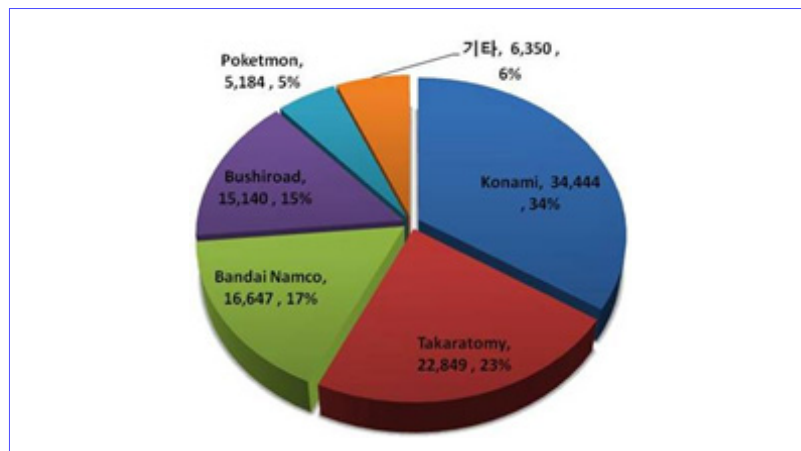
4) 2012년 5월 18일, 일본 행정기관 중 하나인 소비자청이 2012년 7월 1일부터 소셜게임 내 확률형 아이템 시스템 중 하나인 '콤포가챠' 시스템에 대해 법적 제재를 가할 방침을 공표해, 한동안 매출 감소 등 여파가 있을 것으로 전망

5) 콤포가챠는 모두 수집(complete)하기까지의 과정이나 상황을 알기 쉽다는 점 때문에 인기를 얻기 시작

전제로 하기 때문에 게이머들이 반복적으로 결제를 하게 되는 특성이 있다. 또한 아이템 당첨률이 비공개인 상태에서 게이머들 사이에서 입소문을 통해 확산되는 당첨률에 관한 다양한 추측은 게이머들의 소비를 더욱 자극한다. 예를 들면 '레벨업 가챠'는 '가챠'에서 레어카드를 얻으면 다음 회 '가챠'를 이용할 때 당첨률이 더 올라가는 유형이다. 비록 당첨률은 명시되어 있지 않으나, 게이머들은 '가챠'를 하면 할수록 유리해질 수 있기 때문에 반복 지출을 감행한다.

'콤팩트가챠'의 아이템은 모두 카드 형태를 띠는 것이 특징이다. 이는 어린이에서 성인에 이르기까지 오프라인에서 유통되는 종이 카드를 구입, 수집하는 것을 자연스럽게 여기는 일본 문화에 기인하는 것으로서, '카드' 라는 소재가 자연스럽게 소셜게임 아이템으로 도입되게 되었다. 1970년 대 후반 일본 Lotte가 판매하기 시작해 일본 전국 초등학교생들의 대표적 놀이로 된 다양한 스티커 내지 카드 모으기는 2012년 현재까지도 여전히 오프라인에서도 이어지고 있다. 이러한 연유로 일본에서는 농장, 경영, 패션 등 다양하고 친숙한 소재들이 많은 소셜게임들이 있음에도 불구하고 유독 카드 아이템을 수집하고 전략적으로 사용해 게이머들끼리 경쟁하는 TCG가 대표적인 소셜게임으로 자리 잡았다.

[그림 2-17] 회계연도 2011(2011. 5 ~ 2011. 4) 일본 주요 업체별 TCG 매출 규모 (단위: 억 엔)



출처 : Media Create(2012)

시장조사업체 Eneterbrain의 'SNS 앱 유저 행동심리 보고서(SNSアプリユーザー行動心理レポート)'⁶⁾ 보고서에 따르면, 소셜게임을 계속 진행하는 원인 중 카드 아이템 수집 욕구가 1위를 차지했다. 또한 다른 게이머들과 관계를 맺고 함께 게임을 하거나 경쟁에서 이기고 싶은 욕구, 위안을 받고 싶은 욕구 등이 그 뒤를 이어서 수집 욕구와 소셜네트워크의 요소가

6) 2012년 2월 15~59세 일본인 1,600명을 조사

소셜게임의 인기 요인인 것으로 나타났다.

이 외에도 TCG를 비롯한 소셜게임의 확산 요인으로는 대중교통을 이용할 때나 자투리 시간이 날 때 틈틈이 참여해 신속하게 승부를 낼 수 있는 점, 그리고 다양한 카드 조합으로 전략적 플레이가 가능한 점 등을 들 수 있다. 또한 업체들의 관점에서는 '가챠' 시스템을 도입 함으로써 낮은 게임 개발비로 일정 수준 이상의 게임성을 확보할 수 있으며 높은 과금 단가 및 유료 게이머 월 매출액(Average Revenue Per Payed Users, 이하 ARPPU)로 기대 이상의 매출을 올릴 수 있다.

일본 소셜게임의 대표적 형태라 할 수 있는 TCG 장르는 확률형 아이템 시스템 중 하나인 '컴퓨터가챠' 시스템으로 사행성 이슈의 핵심으로 인식되고 있음에도 불구하고, 2012년 5월 기준 인기 소셜게임 상위 10위의 70% 가량을 차지하는 등 여전히 높은 인기를 누리고 있다.

〈표 2-9〉 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 5. 18 기준)⁷⁾

순위	Mobage		GREE	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami
2	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco	크로우즈XWORST 최강전설 (クローズ×WORST~最強伝説~)	Konami
3	괴도 로얄 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	FIFA월드클래스축구 (FIFAワールドクラスサッカー)	EA/gumi
4	세토루린 (セトルリン)	DeNA	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
5	건담 로얄 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco×DeNA	왕자님의 프로포즈 for GREE (王子様のプロポーズfor GREE)	Voltage
6	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco×DeNA	임협도 (任侠道)	gumi
7	파이널판타지 브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX×DeNA	바하무트브레이브 (バハムートブレイブ)	Alt Plus
8	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	몬헌 탐험기 신비의 섬 (モンハン探検記 まぼろしの島)	CAPCOM×× gumi
9	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	나의 레스토랑 2 (ぼくのレストラン2)	Symphonie
10	대열광!!프로야구카드 (大熱狂!!プロ野球カード)	gloops	빗쿠리맨 (ビックリマン)	Drecom

출처 : Mobage, GREE(2012)

7) 음영으로 표시된 게임이 TCG

2. 소셜게임의 사행성 분석

2.1 RMT와 확률형 아이템 시스템

일본 소셜게임의 사행성 문제는 지난 2012년 2월, GREE가 서비스하는 인기 소셜게임 <탐험도리랜드(探検ドリランド)>의 한 게이머가 게임 내 버그로 고급 레어카드를 불법 증식시켜 옥션 등을 이용, 아이템 현금 거래를 통해 3개월 만에 3,000만 엔 이상을 벌어들인 사건이 발생하면서 가시화됐다. 일본 내 RMT 관련 법 제도가 없는 상황에서 GREE를 비롯한 소셜게임 업체들이 묵인해왔던 게이머들의 과도한 RMT 행태가 사행성을 조장한다는 사회적 비판이 일어났다. 아울러 게이머들이 유료 아이템을 무작위 추첨을 통해 얻기 위해 지나치게 많은 금액을 지출하게 되는 확률형 아이템 시스템 중 하나인 '콤포가챠'에 대한 논란도 심화됐다.

GREE는 기업 차원에서 자율규제를 강화하겠다는 방침을 전면에 내걸고 2012년 3월 23일부터 <탐험도리랜드(探検ドリランド)> 관련 거래 기능 이용시 휴대폰 번호 인증 절차를 거치도록 하는 'IVR인증'을 도입했다⁸⁾. 아울러 3월 31일에는 RMT에 관여한 것으로 의심되는 게이머들의 계정을 정지시켰다. 평균적으로 하루 3,000 건에 달했던 출품 건수가 절반가량인 하루 1,400건으로 줄었고, 낙찰 가격은 하루 약 300만 엔에서 100만 엔 이하로 감소하였다. GREE를 비롯한 소셜게임 업체들은 계속해서 RMT 방지 대책을 강화하는 한편, '콤포가챠'를 폐지하고 유사한 확률형 아이템 시스템을 보완하며 상황을 예의주시하고 있다.

통상적으로 소셜게임의 '가챠'의 1회 이용료는 100~300엔이다. 그러나 '10회 연속 가챠'와 같이 3,000엔을 써서 10번 연속으로 '가챠'를 이용할 경우, 덤으로 아이템을 추가 지급하는 등 혜택이 있어, 게이머들의 보다 많은 지출을 유도하고 있다. 일본 행정기관 중 하나인 소비자청(消費者庁)에는 '콤포가챠'로 인해 수십 만 엔 이상을 결제하게 된 소비자의 '피해' 상담 요청이 2011년 한 해 동안 50건 정도 접수된 바 있다.

8) RMT 방지 대책으로 인해 4월 16일 시점에서는 전월대비 게임 아이템 RMT 출품 건수가 56% 감소했고 낙찰 가격은 76% 감소

[그림 2-18] 인기 소셜게임의 '콤푸가차' 시트 이미지



출처 : GameBusiness(2012)

Bandai Namco와 Cygames가 Mobage에서 서비스 중인 <Idol Master Cinderella Girls(아이돌마스터 신데렐라걸즈)>⁹⁾의 '콤푸가차'는 '가차'로 복수의 고급 레어카드를 모두 모으면 보다 희소성 있는 카드를 얻을 수 있는 기본적인 형식이다. <탐험도리랜드(探検ドリランド)>와 <프로야구드림나인(プロ野球ドリームナイン)> 또한 '가차'를 통해 특정 카드를 뽑을 때마다 시트(게임 내 스킬창)를 채워나가는 형식으로 이루어진다.

한편 온라인 커뮤니티 사이트 및 모바일 SNS 등에서는 '콤푸가차'에서 특정 아이템을 얻기 위해 게이머가 지출하는 금액을 대략적으로 알려주는 '콤푸가차 시뮬레이터'가 화제를 모았다. Apple의 App Store에 출시된 한 '콤푸가차 시뮬레이터' 애플리케이션은 우선 유료 '가차'를 수 회 반복 이용해 5장의 레어카드를 수집한 뒤 최상위 아이템을 획득하는 '콤푸가차' 시스템을 보여주고 있다. 게이머는 실제로는 무료인 게임 머니를 앱 내에서 계속 소비하면서 '콤푸가차' 체험을 할 수 있다.

이 애플리케이션의 시뮬레이션 결과 2012년 6월 6일 시점에서 게이머가 최상위 아이템을 얻기 위해 지출하는 금액은 4,200엔 정도이다. 실제로 소셜게임을 진행할 때 이와 유사한 종류의 '콤푸가차'를 20회 이상 이용하면 약 10만 엔에 달하는 비용이 발생하고 있다.

9) 2011년 11월 28일 서비스 개시 이후 180일 만에 등록 회원 수가 200만 명을 돌파

[그림 2-19] Apple의 App Store에 출시된 '컴퓨터가챠 시뮬레이터' 앱 이미지



출처 : Weekly ASCII(2012)

2.2 일본 소비자청의 법적 제재와 소셜게임 업체들의 자율규제 시도

일본 소비자청은 소비자의 피해 사례를 접수, 상담하는 기본적인 역할에서부터 제반 정책을 감시하는 역할까지 담당하는 일본의 행정기관으로서 2009년에 '소비자안전법' 등 관련 법에 의거해 발족됐다. 소비자청은 2012년 5월 18일에 '컴퓨터가챠'가 불법임을 공식발표했고 7월 1일부터 '경품표지법 운용기준법안'을 개정해 모든 소셜게임의 '컴퓨터가챠'에 대한 법적 제재를 가할 예정이다. 이 외에도 '유사 컴퓨터가챠' 등 사행성을 조장하는 게임 시스템에 대한 처벌 가능성을 검토 중인 것으로 전해졌다.

소비자청이 '컴퓨터가챠'를 위법으로 규정하게 된 근거는 경품표지법(景品表示法)이다. 경품표지법의 '카드 조합 전면 금지' 항목은 '2개 이상의 상이한 문자 혹은 그림 등이 표시된 부표(당첨권) 중 상이한 종류의 부표를 특정 방식으로 모으는 것을 조건으로 한 경품류 제공'을 금하고 있다. 즉 '컴퓨터가챠'는 불법 경품류에 해당되는 것이다.

그러나 일각에서는 '컴퓨터가챠'가 경품표지법 위반에 해당되는가 여부에 대해 아직도 논란의 여지가 있다는 주장이 제기되고 있다. 경품표지법에서 정의하는 경품류는 경제적 이익이 발생하는 경우에 한하며, 상장이나 트로피와 같이 개인의 명예에 관련된 것은 포함하지 않는다. 그러나 게임 아이템의 경우 경제적 이익보다는 개인의 명예욕을 만족시키는 트로피 등에 더 가깝기 때문에, 현행법을 온라인상의 가상 아이템에 그대로 적용하는 것은 무리가 있다는

것이 일부 전문가들의 견해이다. 따라서 일본 정부가 신성장산업인 소셜게임 산업을 규제하기보다는, 업체들의 자발적인 자율규제 강화로 사행성 문제를 해결해나가는 것이 더욱 바람직하다는 목소리가 높다.

소셜게임 업체들의 자율규제 노력은 지난 2012년 3월 21일 설립된 '소셜게임플랫폼 연락협의회(이하 협의회)'에서 구체화되기 시작했다. 협의회는 주요 소셜게임 6개 업체(DeNA, Dwango, GREE, mixi, NHN Japan, CyberAgent)가 모여서 미성년자 게이머 보호와 RMT 방지 대책을 강화하기 위한 구성된 협의체이다.

[그림 2-20] 일본 소셜게임 플랫폼 연락협의회 구성도



출처 : 스트라베이스(2012)

협의회 소속 업체들은 소비자청이 '컴푸가차'의 위법성을 검토하겠다는 의사를 밝힌 지난 2012년 5월에 신속하게 자율규제 강화 방안을 발표하며 게임산업에 대한 정부의 규제 가능성을 최소화하기 위해 노력했다. 협의회는 2012년 4월 23일 공동 보도자료를 배포해, 18세 미만 미성년 게이머의 월 이용 금액 한도를 10,000엔 이하로 제한한다는 방침을 발표했다. 특히 GREE는 4월 29일부터 15세 이하 게이머의 월 이용 금액을 5,000엔, 16~19세 게이머는 10,000엔 이하로 제한하는 방침을 시행 중이다. DeNA 또한 Mobage 이용자 중 15세 이하는 5,000엔, 16~18세 이하는 10,000엔으로 제한해 6월 중에 시행에 돌입할 예정이다. 아울러 SNS인 Ameba Pigg를 운영하는 CyberAgent는 2012년 4월 26일부터 15세 이하 청소년에 대

해 일부 기능 이용을 제한하는 등 청소년 보호 대책을 강화하고 있다.

협의회는 아울러 소비자청의 '컴푸가챠'의 위법성 관련 공식 발표에 앞서 2012년 5월 9일에 이미 자체 개발 게임과 퍼블리싱 게임들의 '컴푸가챠'를 6월 말까지 전면 삭제하겠다고 발표한 바 있다. 5월 25일에는 소비자청의 경고를 반영한 '컴푸가챠 가이드라인'을 책정했다. 6월 1일부터 운용에 들어간 '컴푸가챠 가이드라인'은 지속적인 보완 작업을 거쳐서, 향후 '컴푸가챠'와 유사한 사례 및 게이머에 대한 명확한 안내 방법 등이 포함될 예정이다.

3. 주요 소셜게임 업체들의 사업 전략

3.1 다양한 '가챠' 시스템

주요 업체들은 '컴푸가챠' 전면 삭제 결정에 따라 '컴푸가챠'를 대체할 다양한 방식을 선보였다. 모바일게임 개발사 KLab은 '컴푸가챠' 폐지 자체 결정 후 5월 16일에 자사 게임 〈진X 전국BUSTER(真·戦国BUSTER)〉에서 새로운 '가챠'를 도입해 주목을 받았다. 새로운 '가챠'는 1회 당 이용료 1,000엔으로, 10장의 상이한 레어카드를 무작위로 지급하되, 당첨 카드가 중복되지 않게 했다. 즉, 게이머들은 10,000엔을 써서 정해진 횟수인 10회만 '가챠'를 이용하면 무조건 최상위 한정 카드 획득이 보장된다.

[그림 2-21] 새로운 '가챠' 시스템이 도입된 Klab의 〈真·戦国BUSTER〉



출처 : Klab(2012)

Bandai Namco는 〈진담카드컬렉션〉에서 기존에는 '컴푸가챠'를 통해 지급했던 고급 카드인 '울트라레어카드'를 '컴푸가챠' 폐지 결정 후 유료 '가챠'의 아이템으로 변경했다. 그러나 '

울트라레이카드'의 당첨률이 지나치게 낮게 설정되어 이전보다 획득하기가 더 어려워졌다는 평이 확산되면서, 진행 상황을 알 수 있는 '콤포가챗'가 오히려 낮다는 게이머들의 불만이 속출했다. 한 게이머는 유료 '가챗'에 75,000엔을 써도 '울트라레이카드'가 당첨되지 않는 상황을 찍은 동영상을 공개했다. '가챗'의 당첨률 명시 또한 앞으로 소셜게임 업체들이 풀어 나가야 할 과제로 꼽히고 있다.

두 번째로 당첨률이 비공개이거나 지나치게 낮게 설정되어 있다고 비판을 받고 있는 유료 '가챗'를 들 수 있다. 이러한 '가챗'은 대부분 게이머가 '가챗'을 반복 이용할 때 당첨률이 자동으로 변경되는 시스템에 기반하고 있는 경우가 많다. Square Enix의 <전국IXA(戦国IXA)>의 유료 '가챗' 관련 안내문에는 '전자식 복권(가챗)은 게임 시스템 변경, 게임 밸런스, 게이머 수의 증감, 신규 캐릭터 추가 업데이트 등을 고려해 별도의 공지 없이 변동될 수 있다'는 문구가 있다.

[그림 2-22] 당첨률이 비공개인 Square Enix의 < 戦国IXA>



출처 : Square Enix(2012)

한 게임개발 업체 관계자는 고급 레어카드 당첨률은 애초에 정해진 것이 없으며, 다양한 요소를 고려해 업체별로 상이한 방식으로 조작된다고 전했다. 게이머들이 비교적 발견하기 쉬운 방식인 지출 금액 상한선, 당첨의 전제 조건이 되는 기타 아이템의 조합 등은 게이머들의 머리 속에서 '콤포가챗'와 유사한 개념으로 정립되어 지출을 유도한다. 그러나 '가챗' 이용 횟수, 특정 기념일 혹은 특정 시기, 날씨, 게임 내 이벤트 상황, 게이머의 남녀 비율과 연령, 게이머의 성향 등 보다 복잡한 데이터를 근거로 조작되는 경우가 더 많다는 것이 업계의 중론이다. 남성보다 쉽게 질리는 성향이 있는 여성 게이머나 신규 가입 회원들에게는 일시적으로 레어카드 당첨률을 높여서 좋은 아이템을 지급하는 경우가 많다.

세 번째로는 랭킹 이벤트와 연계된 유료 '가챠'가 있다. 랭킹 이벤트란 게이머 혼자 혹은 여럿이서 카드 배틀을 통해 점수를 올려서 상위권에 진입하면 고급 아이템을 지급하는 시스템이다. 이는 GREE의 <성전케르베로스(聖戰ケルベロス)>, Square Enix의 <Final Fantasy Brigade> 등 많은 소셜게임에 도입됐다. 게이머는 레어카드 등을 얻기 위해 이벤트 최종일까지 상위권을 유지해야 한다. 이 과정에서 요구되는 강력한 카드를 획득하기 위해 반복적으로 '가챠'를 이용하게 된다. 특히 실시간 랭킹을 확인하면서 게임을 진행하기 때문에 상위 순위에서 밀려나면 그 때까지 투자한 돈이 아까워서라도 계속 지출을 하게 된다는 특징이 있다.

인기 아이돌 그룹의 카드를 수집하는 GREE의 게임 <AKB48스테이지 파이터>에서는 2012년 5월 10일~5월 23일 동안 열린 랭킹 이벤트 '환상의 극락조(幻の極楽鳥)'에 수만 엔을 소비했다는 게이머가 속출했다. 이 이벤트에는 게이머들이 팀을 구성해 대결하는 과정에서 얻는 '눈물포인트¹⁰⁾'를 이벤트 마지막 날 집계해 상위 50위에 든 팀들에게 한정 아이템인 'god카드'를 지급했다.

[그림 2-23] 3만~5만 엔대로 거래되고 있는 GREE의 <AKB48스테이지 파이터> 카드



출처 : Square Enix(2012)

이와 같이 최상위 아이템 지급이 보장되는 유료 '가챠' 및 당첨률이 비공개인 '가챠', 그리고 랭킹 이벤트와 연계된 유료 '가챠' 등은 경품표지법상 '카드의 조합'에는 해당되지 않기 때문에 규제 대상은 아니나, '가챠'를 반복 이용하게 만드는 방식이 '콤푸가챠'와 유사하고 지출

10) '눈물포인트'는 유료 '가챠'를 통해서만 얻을 수 있는 '대책레어카드'가 있어야 많이 수집할 수 있으며, 목표 아이템인 인기 아이돌 멤버의 'god카드'는 옥션 등에서 장당 30,000~50,000엔대로 거래

금액이 지나치게 많다는 불만을 피하기가 어렵다는 점에서 향후 보완책이 마련되어야 것으로 보인다.

3.2 소셜게임의 OSMU 콘텐츠와 콜라보레이션 마케팅

일부 소셜게임 업체들은 인기 소셜게임을 애니메이션, 드라마, 연재만화 등으로 재생산하는 OSMU 사업을 전개하면서 소셜게임과의 콜라보레이션 마케팅을 진행해 신규 게이머 확보와 소셜게임의 수익 증대를 꾀하고 있다. 특히 스토리텔링이 약한 전략 대전 형식의 소셜게임이 OSMU 콘텐츠로 확대되어 왔다.

GREE는 2012년 5월 10일, <탐험도리랜드>를 일본 메이저 애니메이션 기업 Toei Animation과의 협력을 통해 애니메이션으로 제작하기로 발표해 논란을 야기했다. 일부 언론에서는 애니메이션으로 인해 미성년 시청자들이 사행성 문제의 중심에 있는 소셜게임을 더 많이 하게 될 것이라는 우려를 표했다. 애니메이션 <탐험도리랜드>는 2012년 7월 7일부터 매주 토요일 저녁 11시 반에 TV Tokyo에서 방영될 예정으로, 방학을 맞이한 미성년자들이 다수 시청할 것으로 예상된다. 애니메이션은 소셜게임에 등장하는 배경스토리과 캐릭터를 차용해, 주인공이 '도리랜드' 각지에 숨겨진 보물을 찾는 헌터가 되어 동료들과 함께 모험을 하며 성장하는 내용을 담고 있다¹¹⁾.

[그림 2-24] 애니메이션 <탐험도리랜드>의 이미지



출처 : MyNavi(2012)

GREE와 같이 소셜게임을 OSMU 콘텐츠로 확대시킨 업체로는 DeNA와 Konami를 들 수 있

11) <탐험도리랜드>는 만화로도 각색되어 일본의 대표적 출판업체 중 하나인 Shueisha의 '점프SQ'에 연재되고 Bandai Namco 등 완구 관련 업체와의 협력을 통해 관련 제품이 출시될 예정

다. DeNA는 TBS와 협력해 소셜게임 <괴도로얄(怪盗ロワイヤル)>을 드라마로 제작해 2011년 10월 28일~12월 23일 매주 금요일 심야 시간에 방영한 바 있다. 드라마는 게임 내 캐릭터와 유사한 인물들을 앞세워 소셜게임과 동일한 소재인 보물찾기, 대전 형식을 도입해 매회 다양한 보물을 찾아내는 에피소드로 구성됐다.

DeNA는 드라마 중간 삽입광고에 패스워드를 내보내서 게이머들이 소셜게임 내 드라마 캠페인 페이지에 입력하면 드라마에 실제로 등장한 게임 아이템을 지급해 주목을 받았다. 또한 <괴도로얄(怪盗ロワイヤル)>은 만화로도 만들어져 Shueisha의 주간 만화잡지인 '영점프'와 'Cookie'에 연재된 바 있다.

Konami의 <전국컬렉션(戦国コレクション)>은 TV Tokyo에서 2012년 4월 5일부터 매주 목요일 심야 시간대에 방영되고 있다. 애니메이션은 전국시대 무사들이 현대 세계로 흘러 들어와 모험을 하는 내용으로서 매회 타 영상물의 패러디 요소와 캐릭터의 개성이 화제가 되었다. Konami는 애니메이션 방영 중에 공지되는 키워드를 소셜게임 내 캠페인 페이지에 입력하면 게임 아이템을 지급하는 이벤트를 진행했다. 또한 라디오 프로그램인 '전콜레라디오(戦コレラジオ)'는 2012년 3월 23일부터 매주 금요일 방송되고 있으며 애니메이션 캐릭터의 성우가 매회 애니메이션 캐릭터를 게스트로 등장시켜 진행하고 있다. 아울러 관련 만화가 유명 출판사인 Shogakukan의 만화잡지 '주간 소년선데이'에도 4월 11일부터 연재 중이다. 만화 구독자들은 연재만화의 QR코드를 통해서도 게임 아이템을 획득할 수 있다¹²⁾.

소셜게임 업체들은 앞으로도 소셜게임을 활용한 다양한 OSMU 콘텐츠 사업과 콜라보레이션 마케팅을 전개해, 미성년자를 포함하는 애니메이션, 드라마 등의 시청자를 신규 게이머로 확보하고 수익을 극대화시킴으로써 사행성 논란의 부정적 효과를 최소화할 것으로 보인다. 앞으로 자율규제 강화를 통해 RMT 및 '컴퓨터가차'를 비롯한 다양한 '가차'에 대한 사행성 논란에 대응하는 한편, OSMU 전략을 통해서도 게이머들의 아이템 구매를 유도해, '컴퓨터가차' 폐지의 후폭풍에서 벗어날 수 있을지 귀추가 주목된다.

참고자료

1. '2011年度のトレーディングカードゲームの販売金額の累計', Media Create, 2012.04
2. 'SNSアプリユーザー行動心理レポート', Enterbrain, 2012.03
3. '探検ドリランド,人気ソーシャルゲームのアニメテレ東系6局で7月7日から放送',

12) 소셜게임 <전국컬렉션(戦国コレクション)>은 애니메이션과 라디오 방송 등에 힘입어, 2012년 6월까지 인기 소셜게임 순위 10위권을 지키며 그 인기를 유지

- MyNavi, 2012.06
4. '컴프가챠はなぜ駄目か? ソーシャルゲーム今後の争点', GameBusiness, 2012.05
 5. '週アス×iPhoneゲームアプリ 『コンプガチャ』 :いわゆるシミュレーターでございます、ええ、淡々と', Weekly ASCII, 2012.06
 6. '「ガチャの確率操作やサクラを使うのは当たり前」 開発者が運営は相当エグいことをしているとタレコミ', getnews, 2012.05
 7. 'ソーシャルゲームの正体を探る(V)', Mitsubishi UFJ Morgan Stanley, 2012.03
 8. '消費者庁、「コンプガチャ」を正式に禁止へ — 景品表示法に抵触', GameBusiness, 2012.05
 9. 'ソーシャルゲーム継続ユーザーの心理、1位は「モノを集めたい」、3位「つながりたい」 4位「癒されたい」', MarkeZine, 2012.04
 10. 'カードバトルのソーシャルゲームが強い理由', Business Media Makoto, 2011.12
 11. 'ソーシャルゲーム事業6社、消費者庁の見解を受け対応を発表', GameBusiness, 2012.05
 12. 'コンプガチャを失った、ソーシャルゲームの「次の一手」は', nlab.itmedia, 2012.05

▶ 게임 등급 시스템의 글로벌 단일화 움직임

- ESRB, PEGI, 게임 등급분류 시스템의 단일화 주장
- 국가별 상이한 등급 시스템은 글로벌 게임 유통에 혼선 초래
- 게임 등급 단일화 추진에 대한 실효성 여부는 의문
- 플랫폼별 게임 등급 표준화로 초점 이동 중

▶ Activision Blizzard의 모바일 게임시장 재도전 의미와 성공 가능성

- 모바일게임 퍼블리싱 서비스 Activision Mobile Publishing 등장
- Activision Blizzard가 모바일 게임시장에 재도전하는 이유
- Activision Mobile Publishing의 강점, '브랜드'와 '분석 도구'

▶ 'E3 2012'에서 공개된 콘솔 3사의 전략, "멀티스크린"으로 수렴

- Nintendo, 콘솔게임과 소셜의 만남 'Miiverse' 공개
- Sony의 'Cross Controller', 멀티플랫폼 환경에 최적화된 컨트롤러
- MS의 'Xbox SmartGlass', Xbox360과 Windows 8 연동
- 콘솔게임 3사의 미래비전, "멀티플랫폼 구축"

게임 등급 시스템의 글로벌 단일화 움직임

Key Trend

현재 국가별로 상이하게 적용되고 있는 게임 등급분류 시스템을 단일화하려는 움직임이 미국 소프트웨어등급위원회(ESRB), 유럽게임 등급분류협회(PEGI) 등 주요국 등급 심의체들을 중심으로 본격화되고 있다. 그러나 국가 간 국민정서나 게임문화가 상이해 글로벌 등급분류 기준을 표준화하려는 추세가 실효성을 이뤄내 글로벌 게임산업 성장에 긍정적인 영향을 미칠지는 의문이다. 최근에는 물리적 국경에 구애되지 않는 디지털 방식의 유통채널과 모바일 플랫폼이 활성화됨에 따라 각 플랫폼별 게임 등급화로 논의의 초점이 이동하고 있다.

ESRB, PEGI, 게임 등급분류 시스템의 단일화 주장

2012년 4월 미국 소프트웨어등급위원회(Entertainment Software Rating Board, 이하 ESRB)는 현재 제각각인 국가별 게임 등급분류 시스템의 단일화 필요성을 주장했다. ESRB의 위원장 Patrica Vance는 게임 전문 미디어 Gamasutra와의 인터뷰를 통해 "ESRB는 유럽의 게임 등급분류협회(Pan Europe Game Information, 이하 PEGI), 일본의 컴퓨터엔터테인먼트등급기구(Computer Entertainment Rating Organization, 이하 CERO) 등 주요 국가별 등급 심의체들과 함께 등급 판정에 필요한 글로벌 게임 등급 시스템 구축을 위한 노력들을 전개하고 있으며, 이러한 단일 판정 체계를 통해 부여되는 등급과 그 표시방법은 실제로 각 지역과 국가 특성을 고려하게 될 것"이라고 언급했다.

만약 유럽 게임 유통업체로부터 게임 콘텐츠나 앱을 다운로드 받을 경우, 유럽에서는 PEGI의 게임 등급이 적용되고, 일본 게임 유통업체의 게임 콘텐츠나 앱을 다운로드 받을 경우 일본에서는 CERO의 게임 등급이 적용된다는 것이다.

〈표 3-1〉 주요 국가별 게임 등급 심의체

심의체	국가	설립연도	특징
ESRB	미국 (캐나다, 멕시코에 서도 준용)	1994년	<ul style="list-style-type: none"> · 미국엔터테인먼트소프트웨어협회(Entertainment Software Association, 이하 ESA)에 의해 설립된 자율 규제 기관 · 컴퓨터게임과 비디오게임에 적용되고 있는 6개 등급분류에 관한 규칙 제정 및 집행, 광고 가이드라인 및 온라인 프라이버시 관련 원칙, 기준 제공 · 강력한 통제권한, 등급분류 규정을 어길 시 벌점이나 벌금을 부과할 수 있으며, 등급 부여가 끝난 게임에 관해서는 등급 설정 자체를 취소할 수도 있음
PEGI	유럽 30개국 ¹⁾	2003년	<ul style="list-style-type: none"> · 유럽 인터랙티브소프트웨어협회(Interactive Software Federation of Europe, 이하 ISFE)가 18세 미만의 청소년들을 보호하기 위해 설립한 심의체 · PEGI는 일종의 창구 역할을 수행하며, 실질적으로 게임 등급을 분류하는 기관은 NICAM(Netherlands Institute for the Classification of Audio-visual Media)²⁾과 VSC로 총 5개 등급으로 분류 · ESRB와 달리 게임에 판매금지 조치를 내리거나 게임업체를 직접 규제할 수 있는 권한은 없음
CERO	일본	2002년	<ul style="list-style-type: none"> · 일본 컴퓨터게임회사협회(Computer Entertainment Software Association, 이하 CESA)가 보다 강도 높은 자율 규제를 원하는 시민단체와 행정권의 요구에 부응하기 위해 설립한 독립 기구 · 게임 등급은 초기 전체, 12세, 15세, 18세의 학년을 중심으로 구분했으나, 최근 17세와 18세를 구분해 보다 세분화함 · 기구 구성면이나 심의 체계에 있어 ESRB를 벤치마킹

출처 : 각사 홈페이지(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

한편, 유럽에서도 급변하는 게임 시장에 대응하기 위한 게임 등급 시스템의 단일화 노력이 가속화되고 있다. 영국에서는 2012년 5월 현재까지 영국 영상물등급위원회(British Board of Film Classification, 이하 BBFC)와 PEGI로 이원화되어 있던 자국 게임물 등급을 PEGI 산하의 영국 비디오표준위원회(Video Standard Council, 이하 VSC)³⁾ 시스템으로 단일화하겠다고 발표했다.

- 1) 오스트리아, 덴마크, 헝가리, 라트비아, 노르웨이, 슬로베니아, 벨기에, 에스토니아, 아이슬란드, 리투아니아, 폴란드, 스페인, 불가리아, 핀란드, 아일랜드, 룩셈부르크, 포르투갈, 스웨덴, 키프로스, 프랑스, 이스라엘, 몰타, 루마니아, 스위스, 체코, 그리스, 이탈리아, 네덜란드, 슬로바키아, 영국
- 2) PEGI 운영을 위해 ISFE가 계약한 기관으로 시청각 자료에 대한 오랜 기간의 등급분류 경험을 보유하고 있으며, 주로 3, 7 연령 등급을 검토함
- 3) VSC는 NICAM과 함께 PEGI 산하에 실질적으로 게임 등급을 분류하는 기관으로, 주로 12, 16, 18 연령 등급을 검토함

BBFC는 영국 내 영화, 게임 등 영상물 등급을 심의하는 기관으로, PEGI 설립 이후 PEGI의 등급을 준용하면서 게임 관련 심의 기능은 크게 축소된 상태다. 몇몇 게임의 경우 BBFC로부터 추가 규제를 받아왔지만, 이번 법 개정을 통해 이중 규제 시스템이 폐지되고, PEGI 산하에서 실질적으로 게임 등급을 분류해온 VSC가 분류한 게임 연령등급제에 따라 영국 내 모든 게임이 법적 제재를 받을 것으로 전망된다.

향후 영국 내 판매되는 모든 비디오게임은 3, 7, 12, 16, 18세의 5개 등급으로 심의, PEGI가 금지하는 폭력, 섹스, 마약, 공포, 도박, 폭력적 언어, 알코올이나 담배 사용 등의 내용을 담고 있는 8개의 로고를 부착할 방침이다. 또한 유해성이 있다고 판정된 게임을 계속해서 판매하는 업자에 한해 법적으로 처벌하고, 해당 게임의 영국 발매를 금지하는 등 보다 강력한 조치가 가능할 것으로 전망된다.

[그림 3-1] PEGI의 게임 등급분류 및 로고



출처 : PEGI(2012)

국가별 상이한 등급 시스템은 글로벌 게임 유통에 혼선 초래

실제 메이저 게임개발사 Blizzard의 2012년 최대 기대작으로 지난 5월 15일 출시된 지 일주일 만에 전 세계적으로 639만 카피의 판매고를 돌파하며 흥행가도를 달리고 있는 <Diablo 3>는 영국과 북미에서 각각 15세, 17세 등급 판정을 받은 반면, 국내에서는 아이템 현금 거래 기능을 이유로 청소년 이용불가 판정을 받았다. 이 같은 사례에서 알 수 있듯이 국가별로 상이한 등급 시스템이 글로벌 게임 유통에 혼선을 초래하고 있다.

〈표 3-2〉 〈Diablo 3〉의 국가별 이용등급분류 현황

국가	이용등급
북미	17세 이상
영국	15세 이상
호주	15세 이상
독일	16세 이상
뉴질랜드	13세 이상
한국	18세 이상

출처 : 스트라베이스(2012)

뿐만 아니라 국내 게임물등급위원회에서 폭력성을 이유로 등급분류 자체를 거부한 〈Mortal Kombat〉, 〈Manhunt 2〉 등은 성인용으로 정식 발매된 미국 등지에서 수입, 유통된 뒤 국내 오픈마켓에서 청소년들에게 무분별하게 판매돼 사회적 문제를 야기하고 있다. 〈Mortal Kombat〉은 1990년대부터 논란이 됐던 대전 격투 게임 〈Mortal Kombat〉 시리즈를 리메이크한 콘솔용 게임으로, 참혹하고 잔인한 신체 훼손 장면을 지나치게 사실적으로 묘사해 게임 이용자층에도 많은 논란을 일으키고 있다. 〈Manhunt 2〉도 2003년 미국 RockstarNorth社에서 개발한 게임으로, 정신병원에 수용 중인 환자가 병원을 탈출하면서 갖가지 도구를 이용해 등장인물을 잔혹하게 살해하는 내용을 담고 있다.

〔그림 3-2〕 국내 유통이 금지된 〈Mortal Kombat〉과 〈Manhunt 2〉



출처 : 각 사 홈페이지(2011)

이렇듯 그간 각국의 여러 게임 등급 심의를 반복해서 받아야만 했던 게임 개발업체 및 유통업체 관계자와 성인용 게임에 무분별하게 노출되어있는 자녀들을 보호하려는 부모세대 모두에게 '글로벌 게임 등급 단일화'의 움직임은 크게 환영받고 있다.

실제 미국 Iowa 주립대학 Media Research Lab의 Douglas Gentle 교수는 Pediatrics 매거진을 통해 대부분의 부모들이 국가별, 플랫폼별로 상이한 연령 등급 시스템이 혼란을 초래함에 따라 단일화된 시스템 도입을 요구하고 있다고 밝혔다.

게임 등급 단일화 추진에 대한 실효성 여부는 의문

게임 등급에 관한 업계 내부의 단일화 움직임에도 불구하고, 이 같은 추세가 실효성을 이뤄내 글로벌 게임 산업 성장에 긍정적 영향을 미칠 수 있을지는 의문이다. 국가간 국민 정서나 게임문화가 상이해 글로벌 등급분류 기준을 표준화할 경우 반발을 야기할 가능성이 높으며, 특히 비디오게임의 경우 폭력성 및 선정성 수위가 높아 등급분류에 있어 여러 가지 문제를 발생시킬 것으로 판단되기 때문이다.

문화콘텐츠의 핵심이라 할 수 있는 영화산업에서조차 각 국가 및 문화적 다양성을 존중해 전 세계적으로 다른 등급분류 시스템을 적용하고 있다는 점에서 ESRB, PEGI가 주장하는 글로벌 게임 등급 시스템 단일화는 관념적 수준에 머무를 가능성이 크다.

실제 독일에서는 PEGI 등급을 준용하는 다른 유럽국가들과 달리 자국의 게임물 등급심의 기구인 USK(Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle)를 통해 독자적인 게임 등급체계를 적용하고 있다. USK의 게임 등급거부 기준에는 '전쟁을 옹호하는 내용', '자정단의 폭력이 정의를 실현하는 유용한 방법이라고 제안하는 내용' 등이 포함되어 있는데 이는 2차 세계대전과 관련한 독일의 역사적 특수성에 기인하고 있다. 대표적인 예로, 대부분의 국가에서 17세 이상 이용등급 판정을 받은 <Gear of War 2>는 독일에서 과도한 폭력성을 이유로 발매가 금지되었다.

이슬람 국가들의 경우에도 미국 군대에 포로로 잡혀 이라크와 이스라엘에 있는 과학자를 구출하는 내용의 게임 개발 및 이용을 장려하려는 등 이슬람 문화적 정체성 중심의 게임 등급 체계를 지정하고 있다. 이란의 게임 등급 심의기구 ESRA(Entertainment Software Rating Association)⁴⁾의 경우에도 이슬람의 종교적 원칙과 부합하지 않는 게임콘텐츠⁵⁾에 대해 법적으로 제재를 가하고 있다.

4) 이란의 컴퓨터게임협회인 IRCG(Iran National Foundation of Computer Games)가 2007년에 설립한 비디오게임 연령등급분류시스템으로, 현재 자국에서 제작한 게임에 대해서는 등급분류를 하지 않고 있으며 외국에서 수입된 게임들만 등급분류를 하고 있음

5) 기본적 원칙이나 종교적 신념에 대한 침해, 신성한 장소(모스크, 교회)에 대한 모독을 담고 있는 게임 콘텐츠

〈표 3-3〉 독일의 자체 게임물 등급심의기구 USK의 등급분류체계 및 등급거부 기준

구분	세부 내용
개요	· 1990년대 중반 설립된 독일의 독자적인 게임물 등급심의기구로, 엄격한 게임 등급 심의 및 판매규제체도를 적용
등급분류 체계	· 청소년 보호법에 의해 컴퓨터게임에 대한 연령등급체계 법제화 · 전체 이용가, 6세 이용가, 12세 이용가, 16세 이용가, 18세 이용가 5가지 등급으로 분류 · 18세 이용가 등급을 받은 게임은 우리나라의 청소년 유해매체와 비슷한 것으로 취급되어 일체의 광고 금지
등급거부 기준	· 일상생활에서의 폭력을 합리화하고 현실에 응용할 것을 제안하는 내용 · 자경단의 폭력이 정의를 실현하는 유용한 방법이라고 제안하는 내용 · 인간형 캐릭터에 대한 무차별한 폭력이 표현되어 있는 내용 · 폭력적인 요소만이 게임 전반을 이루고 있는 내용 · 적대적이지 않은 캐릭터도 모두 제거해야만 하는 내용 · 전쟁을 옹호하는 내용

출처 : USK(2012)

일본의 경우 다른 국가에 비해 사행성에 대한 규제가 덜해 사행성 게임물의 경우 심의기관인 CERO가 아닌 경찰에서 직접 관리, 감독하고 있다. 중국의 경우 자국 게임에 대한 보호정책의 일환으로 등급 심의보다는 서비스 인·허가의 개념이 강하다.

플랫폼별 게임 등급 표준화로 초점 이동 중

최근에는 물리적 국경에 구애되지 않는 디지털 방식의 유통채널과 스마트폰, 태블릿 PC 등 모바일 게임 플랫폼이 활성화됨에 따라 플랫폼별 게임 등급 단일화에 대한 요구가 지속적으로 증가하고 있다.

지난해 12월 ESRB는 미국 이동통신산업협회(The Wireless Association, 이하 CTIA)와 협력 하에 전 세계 모바일게임에 대한 표준화된 등급 재정⁶⁾ 계획을 발표했다. AT&T를 포함한 5개 주요 이통사 및 Microsoft의 동참에도 불구하고 자체 등급 시스템을 도입하고 있는 Google, Apple 등이 불참하면서 ESRB의 표준화 계획은 무산되었지만, 글로벌 게임업계에 엄청난 파장을 불러일으켰다.

2012년 2월 ESRB는 '국제애플리케이션등급심의위원회(International Application Rating Committee, 이하 IARC)' 설립을 공표했다. IARC를 통해 각국의 게임 등급분류기관 대표들로

6) 6세 이상 '전체이용가(E: Everyone)', 10세 이상(E10+: Everyone 10+), 13세 이상(T:Teens), 17세 이상(M: Mature), 18세 이상(AO: Adults Only) 등 총 5단계로 분류함

구성된 '국제위원회'를 구성하고, 국가별 모바일게임 등급분류 표준 질의 양식을 도출, 각국 개발자들과 등급 불만사항에 대한 협의를 진행할 예정이다. 이를 위해 ESRB는 전통적인 게임 등급 심의구조를 개선해 모바일 플랫폼의 경우 게임 개발사 스스로 게임 등급을 결정하는 자율등급제를 도입하고, 심의기준 준수 여부를 지속적으로 모니터링할 계획이다.

PEGI의 전무이사 Simon Little에 따르면, 유럽 역시 게임업체가 자율적으로 게임 등급을 예상하고 PEGI가 이를 재확인하고 있는 것으로 나타났다. 2012년 2월 기준 총 720개의 게임 퍼블리셔가 PEGI의 행동강령을 준수한다는 내용의 계약을 체결한 것으로 집계됐다.

국내에서도 '게임물 및 게임산업에 관한 법률 개정안'이 국회를 통과해 2011년 7월부터 일반 휴대전화, 스마트폰, 태블릿 PC 등 오픈마켓 유통 게임물에 한해 자율등급제를 도입하고 있다. 2011년 8월부터 2012년 5월까지 오픈마켓 사업자가 자율적으로 등급을 분류한 게임은 총 13만 4,000개로, 하나의 게임이 여러 오픈마켓에 중복 등록되는 현실을 감안하더라도 스마트폰 게임시장의 폭발적 성장에 기여할 것으로 평가된다.

급변하고 있는 게임시장에서 등급 부여 과정과 그 방식 또한 당연히 변화의 필요성이 대두되고 있다. 하지만 국가별로 각기 다른 심의체계와 심의기준 문제를 차치하더라도 업계의 자발적인 정화 노력이 전제되지 않는 이상 게임 등급에 관한 글로벌 표준화는 요원할 것으로 전망된다.

참고자료

1. 'Can Mobile App Ratings Help You Protect Your Kids?', LapTop, 2012.02
2. 'ESRB president Patrica Vance's plan for a world ratings solution', Gamasutra, 2012.04
3. 'ESRB's Patrica Vance Talks About a Universal Ratings System', Game Politics, 2012.04
4. 'Government to end dual ratings system for game', Guardian, 2012.05
5. 'Parents Rate the Media Rating System', WebMD, 2011.06
6. 'PEGI ratings now set for July', MCV, 2012.04
7. 'PEGI To Become Universal Age Rating System In The UK', Manatank, 2012.05
8. 'VSC Clarifies New PEGI Ratings Guidelines, Penalties for UK', Game Politics, 2012.05
8. 'Diablo3의 기록적 흥행 가도가 국내 게임 업계에 미치는 영향 분석', 스트라베이스, 2012.05

Activision Blizzard의 모바일 게임시장 재도전 의미와 성공 가능성

Key Trend

PC 게임업체로 출발한 후 <StarCraft>, <Call of Duty>, <World of Warcraft> 등과 같은 블록버스터 게임의 성공을 통해 PC, 콘솔, 온라인을 아우르며 게임 생태계를 확장해 온 Activision Blizzard가 모바일 애플리케이션 로그 분석업체 Flurry와 제휴를 맺고 모바일게임 퍼블리싱 서비스 Activision Mobile Publishing을 출시해 관련 업계의 이목이 집중되고 있다.

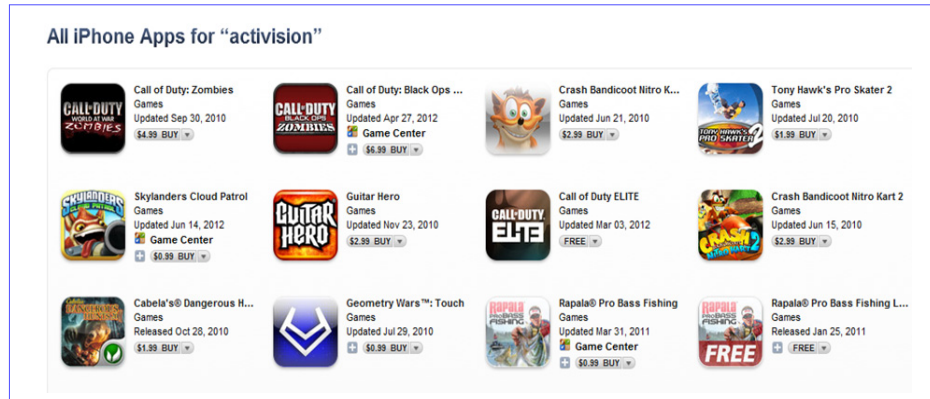
모바일게임 퍼블리싱 서비스 Activision Mobile Publishing 등장

Activision Blizzard가 Flurry¹⁾와 제휴를 맺어 다수의 서드파티들의 모바일게임을 제공하는 퍼블리싱 서비스 Activision Mobile Publishing을 준비하고 있다고 글로벌 게임 미디어 Gamesindustry가 지난 6월 13일 보도했다.

사실 Activision Blizzard는 지금도 Apple의 App Store에서 모바일게임을 제공하고 있다. 그러나 Activision Blizzard는 그동안 모바일게임보다는 콘솔게임과 MMORPG가 더욱 수익성이 높다고 판단하여 모바일게임에 대한 적극적인 투자를 하지 않고 있었다²⁾. 출시된 모바일게임 또한 자사의 콘솔게임과 MMORPG보다 게임성 및 완성도가 떨어지는데도 불구하고 타 모바일게임의 가격(0.99달러)보다 높게 책정하고 있어 게이머들에게 많은 원성을 사고 있다.

- 1) Flurry는 2005년 미국 샌프란시스코에서 설립된 모바일 애플리케이션 로그 분석 업체로 iOS, Android, BlackBerry, Windows Phone, JavaME, HTML5 등의 모바일 OS 및 플랫폼을 이용하는 19만 개의 애플리케이션을 분석하고 있음
- 2) 컨설턴트 업체 Panoptic의 Asif Khan 애널리스트는 "PopCap 인수로 모바일게임에서 EA의 영향력은 더욱 강해졌다. EA가 성장을 위해 지속적으로 자금을 투자하는 모습이 좋아 보인다"라며, "이는 주주들에게 배당금을 통해 현금을 돌려주고 다시 주식을 사들이는 Activision Blizzard의 정책과 큰 차이를 보인다. Activision Blizzard은 근래에 모바일과 소셜이란 새 트렌드의 장기적 관점에서의 수익성에 확신을 갖고 있지 못함을 밝혔고, 해당 분야를 매우 근시안적으로 보고 있다"고 비판함

[그림 3-3] Apple App Store에서 판매되고 있는 Activision Blizzard의 모바일게임



출처 : App Store(2012)

Gamesindustry에 따르면 Activision Blizzard는 Flurry와의 제휴를 기점으로 모바일게임 개발 및 퍼블리셔 강화 작업에 박차를 가하고 있으며, 현재 Activision Mobile의 부사장인 Greg Canessa를 필두로 하는 Activision Mobile Publishing 전담 팀을 가동 중인 것으로 알려졌다.

Activision Mobile Publishing은 기존 모바일게임 퍼블리셔와 달리, 서드파티에게 자금, 기술력, 마케팅, 프로모션을 지원할 뿐만 아니라, 모바일게임에 대한 구체적인 데이터도 제공할 예정이다. 특히 Flurry가 자체적으로 분석한 모바일게임들의 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU)와 일일활동이용자(Daily Active User, 이하 DAU) 분석 자료뿐만 아니라, 모바일게임 이용자에 대한 실태조사 결과도 서드파티에게 무료로 제공할 예정이다.

Activision Blizzard의 모바일 게임사업 강화와 관련된 소식은 이번이 처음은 아니다. 지난 5월 Activision Blizzard는 영국 모바일 게임업계의 베테랑 Martyn Brown을 영입해 영국 내 새로운 게임 개발 스튜디오 설립을 추진하고 있다³⁾. 이를 두고 일각에서는 Activision Blizzard가 조만간 새로운 모바일게임을 출시할 것이라는 추측을 내놓기도 했다.

결국 이번 보도로 모바일게임을 위한 별도 조직이 Activision Blizzard 내부에 존재하고 있다는 사실이 밝혀지면서 Activision Blizzard의 모바일 게임시장 진출은 시간 문제라는 것이 업계의 중론이다.

3) 2010년 실적부진을 이유로 영국 Liverpool 소재의 게임업체 Bizarre Creations를 폐쇄한 Activision Blizzard는 2012년 5월 영국 정부의 게임관련 세제 혜택안 도입을 계기로 영국 내 신규 게임 개발 스튜디오 설립을 추진하고 있음

Activision Blizzard가 모바일 게임시장에 재도전하는 이유

Activision Blizzard는 이미 모바일 게임시장 입성에 한 차례 실패한 경험이 있다. 지난 2008년 Blizzard의 모회사 Vivendi는 퍼블리셔 업체 Activision을 인수하면서 Vivendi Mobile Games 사업부를 Activision Publisher에 귀속시켜, 모바일게임을 계속적으로 출시했지만 사업성 악화로 Vivendi Mobile Games를 폐쇄한 적이 있다⁴⁾.

[그림 3-4] Activision Blizzard의 조직도

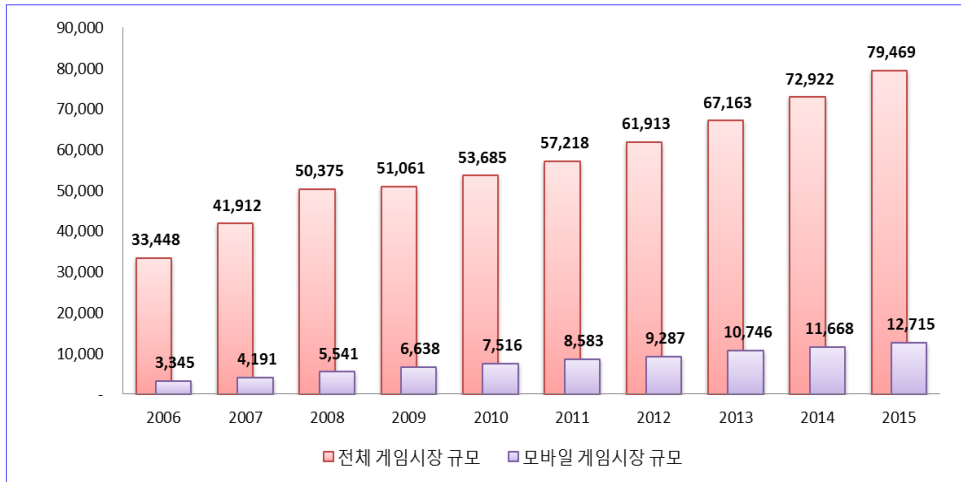


출처 : Activision Blizzard(2012)

그럼에도 불구하고 Activision Blizzard가 Flurry와 제휴를 맺어 모바일 게임시장에 재도전을 하는 이유는 콘솔게임과 PC게임에 의존하고 있는 사업모델에서 벗어나 다양한 게임 플랫폼으로 게임을 출시하는 사업다각화가 절실하기 때문으로 풀이된다. 특히 2011년 기준 85억 달러에 달하는 모바일 게임시장 규모는 Activision Blizzard에게 충분히 매력적이었을 것이며, 전체 게임시장에서 모바일게임이 차지하는 비중이 15%를 육박하는 만큼 Activision Blizzard가 더 이상 모바일게임을 외면할 수는 없던 것으로 보인다.

4) Activision과 Blizzard는 Activision Blizzard라는 사업부에 귀속되어 있지만, 각자의 영역에서 독자적인 사업을 펼치고 있으며, 게임 IP(지적재산권)도 서로 다르게 운영하고 있음. 2008년 이후 Activision Publishing안에 포함된 Sierra는 게임 사업을 포기해 더 이상의 게임을 만들지 않고 있으며, Vivendi Mobile Games 또한 2009년에 사업을 철수

[그림 3-5] '2006~2015' 글로벌 게임시장 및 모바일 게임시장 규모 (단위: 백만 달러)



출처 : PWC(2011)

이와 관련해 EA의 John Riccitiello CEO는 "Apple App Store의 총 매출 중 67%가 게임에서 발생하고 있으며, 이미 모바일 단말기는 현존하는 콘솔게임기보다 약 10배 이상 많이 보급되었다"며, "게임은 모바일산업의 엄청난 성장을 이끌고 있는 원동력이며, 모바일은 명실상부한 게임 플랫폼으로 자리잡았다"고 분석하기도 했다.

Activision Mobile Publishing의 강점, '브랜드'와 '분석 도구'

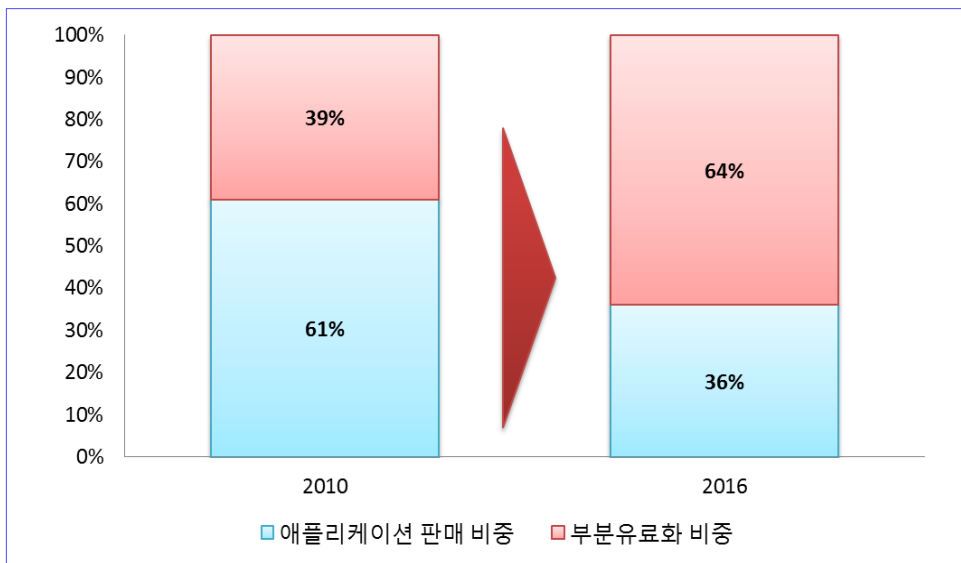
한편 Activision Blizzard와 Flurry와의 제휴를 통해 등장한 Activision Mobile Publishing은 EA, Rovio, Gameloft 등과 같은 메이저 모바일 게임업체에게 큰 위협요인으로 작용할 것으로 보인다. Activision Blizzard라는 브랜드와 Flurry의 모바일게임 분석 자료를 제공하는 Activision Mobile Publishing은 서드파티의 요구에 보다 부합하는 개발 및 퍼블리싱 환경을 제공할 수 있게 될 것이고, 그만큼 경쟁업체의 모바일게임은 위축될 수밖에 없을 것이다.

실제로 스마트폰 게임의 등장으로 이통사의 영향력이 약화된 현 모바일 게임시장에서 퍼블리셔의 브랜드가 갖는 중요성은 더욱 높아지고 있다. 물론 <Angry Birds>를 개발한 Rovio와 같은 독립 브랜드가 성공할 여지는 항상 있지만, 게이머는 게임의 완성도를 보고 게임을 구매하고 싶어하는 만큼, 결국 글로벌 게임 브랜드가 유리한 위치에 서게 되는 것이다.

또한 모바일 게임산업 BM이 게임 타이틀 판매 방식인 'Premium'에서 광고와 부분유료화를 이용한 'Freemium'으로 전환되면서, 게이머 분석자료는 모바일 게임업체에게 가장 중요

한 자료로 활용되고 있다. 즉 모바일 게임업체는 게이머들의 소비 형태를 알아야 이에 맞춰 부분유료화 방식을 조절할 수 있기 때문이다. 이런 측면에서 Activision Mobile Publishing이 제공하는 Flurry의 모바일게임 분석 자료는 서드파티들을 유인하는 효과적인 수단이 될 수 있다.

[그림 3-6] 모바일 애플리케이션 시장에서 부분유료화가 차지하는 비중



출처 : Flurry(2011)

여기에 서드파티들에게 게임 IP를 보장해 주는 Activision Mobile Publishing의 정책과 기존 Activision Blizzard의 충성도 높은 고객 기반도 다수의 서드파티 확보에 도움이 될 것으로 보인다.

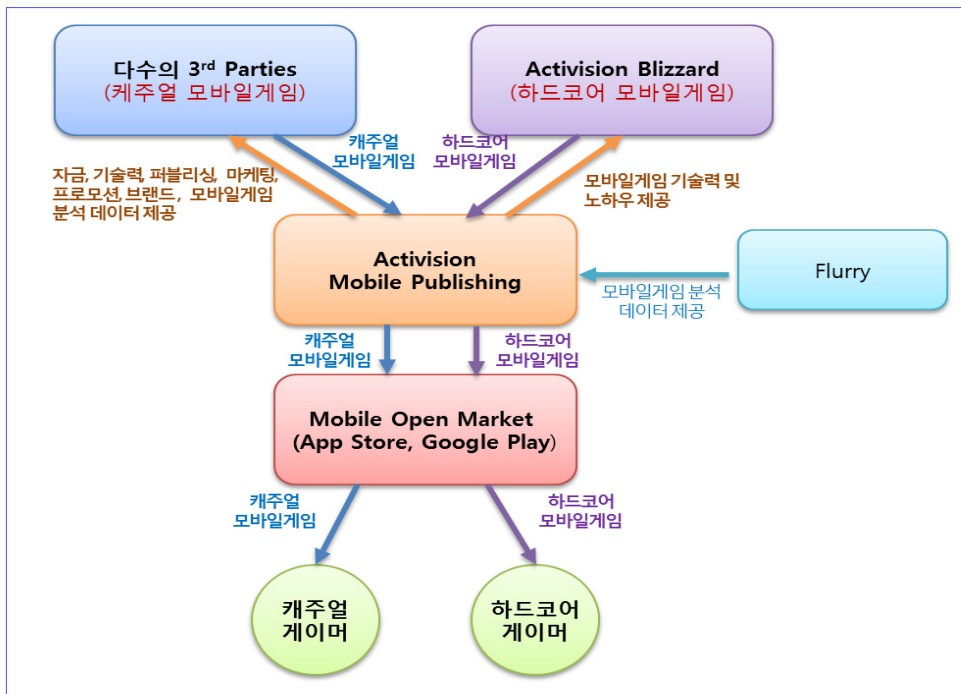
한편 일부 게임관계자들은 Activision Blizzard의 모바일 사업전략이 캐주얼과 하드코어로 분리되어 있음을 지적하며 "Activision Mobile Publishing을 통한 서드파티 확보가 Activision Blizzard의 모바일 게임전략의 전부가 아니다"라며, "Activision Blizzard는 서드파티를 통해 모바일게임 기술력 및 노하우를 확보해 직접 모바일게임을 개발할 것"이라고 지적하기도 했다.

미국 IT 전문사이트 Allthings D는 "Activision Mobile Publishing의 궁극적인 목표는 Activision Blizzard가 개발한 블록버스터 모바일게임의 유통이다"라고 주장하기도 했다. 수많은 서드파티를 통해서 게임 기술력 및 노하우를 확보한 후, 이를 기반으로 직접 다양한 모

바일게임을 출시하고 있는 Gameloft가 대표적인 사례이다.

결론적으로 Activision Blizzard가 Flurry와 제휴를 맺어 구축한 Activision Mobile Publishing을 통해 유통될 모바일게임은 크게 캐주얼게임과 하드코어 게이머를 위한 블록버스터 게임으로 구분될 것으로 전망된다. 즉 캐주얼 모바일게임의 경우 Activision Mobile Publishing에 참여한 서드파티 게임업체들이 담당하며, 블록버스터 모바일게임의 경우 Activision Blizzard가 직접 제공하는 구도가 될 것으로 보인다.

[그림 3-7] Activision Blizzard의 모바일게임 전략 개요도



출처 : 스트라베이스(2012)

서드파티를 통해 캐주얼 모바일게임을 확보한 Activision Blizzard가 자사의 게임 IP를 이용한 블록버스터급 모바일게임을 직접 개발하여 출시함에 따라, 글로벌 모바일게임 생태계에 큰 변화가 나타날 것이다.

물론 EA를 비롯한 모바일게임 퍼블리셔와 Rovio 등 신규 모바일 게임업체 진영이 Activision Mobile Publishing을 견제하며 Activision Blizzard의 모바일게임 생태계 장악에 제동을 걸 가능성도 없지 않다.

그러나 글로벌 1위 게임업체로서의 게임시장 내 Activision Blizzard의 영향력과 모바일게임에 대한 방대한 분석 정보를 가지고 있는 Flurry의 정보력을 감안할 때 Activision Blizzard와 Flurry의 제휴는 여타 모바일 게임업체의 제휴보다 더 큰 시너지 효과를 유발하여 Activision Blizzard의 모바일 게임사업에 날개를 달아줄 것으로 평가된다.

참고자료

1. 'Activision Blizzard Locks Next Target; Tablets and Smartphones', eStocksDaily, 2012.06.13
2. 'Activision launches Mobile Publishing brand in partnership with Flurry', Gamesindustry, 2012.06.13
3. 'Activision Publishing Announces Strategic Relationship With Flurry To Establish Third-Party Mobile Publishing Initiative', Gamasutra, 2012.06.13
4. 'Activision Publishing teams up with Flurry to release third-party mobile games', Venturebeat, 2012.06.13
5. 'Activision Starting to Take the Plastic Wrap off Its Mobile Strategy', Allthingsd, 2012.06.13
6. 'Activision to Work with independent developers on mobile games', LA Times, 2012.06.12
7. 'Building a sustainable UK games industry', Badily, 2012.05.28.
8. 'Free-to-play Revenue Overtakes Premium Revenue in the App Store', Flurry, 2011.7
9. 'Global entertainment and media outlook: 2011-2015', PWC, 2011.06
10. 'Have a Great Mobile Game? Talk to Activision', PCMagazine, 2012.06.13
11. 'iPad games pact signed', NewYorkPost, 2012.06.13
12. 'Market Insight: Mobile Gaming Expectations Boosted on Application Store and Smartphone Popularity', Gartner, 2010.05.26
13. 'Report: In-App Purchases to Hit \$5.6 B by 2015', Wireless, 2012.01.17

'E3 2012'에서 공개된 콘솔 3사의 전략, "멀티스크린"으로 수렴

Key Trend

미국 LA에서 6월 5일부터 7일까지 3일 간 개최된 전 세계 게이머의 축전 'E3 2012'가 성황리에 막을 내렸다. 특히, 콘솔게임 진영의 대표주자 Nintendo, Sony, MS가 모바일과 소셜이라는 현 게임시장의 트렌드에 맞서 어떤 대응책을 마련할 지에는 행사 전부터 업계의 관심이 집중되었다. 지난 해 행사에서 Nintendo가 차세대 게임기 'Wii U' 개발을 발표하고 만 1년이 흐른 터라, Sony와 MS도 새로운 콘솔 게임기를 공개할 것이라는 루머가 확산되기도 했다. 아쉽게도 Wii U를 제외하면 차세대 게임기 소식은 없었으나, 콘솔 HW 활용과 관련된 새로운 기능 발표가 이를 대신했다.

Nintendo, 콘솔게임과 소셜의 만남 'Miiverse' 공개

예상했던 대로 Nintendo는 2012년 말 출시될 차세대 게임기 'Wii U'를 컨퍼런스 전면에서 소개했다. Nintendo는 Wii U를 중심으로 자사의 신작 타이틀 라인업을 소개하는 한편, Wii U에서 이용 가능한 다양한 부가기능을 알리는 데 주력했다.

특히, Wii U의 게임패드는 기존 콘솔게임의 패드에서는 시도되지 않았던 중앙 터치스크린 디스플레이를 도입해 큰 주목을 받은 바 있다. TV 화면과 패드 화면을 동시에 이용할 수 있어 휴대용 게임기 DS에서 시도됐던 듀얼스크린 활용 등 조작 혁신을 도모함과 동시에, 게임패드 자체가 하나의 독립적인 단말로도 기능할 수 있기 때문이다.

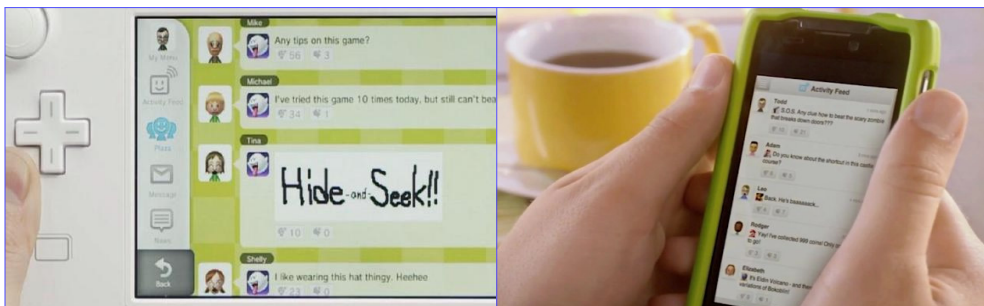
실제로 이번 E3 2012에서 Nintendo는 Wii U의 활용폭을 대폭 확대하는 데 많은 공을 들인 모습이다. Nintendo는 Wii U 게임패드가 게임 콘트롤러뿐 아니라 TV와 연결해 리모콘으로도 활용이 가능하며¹⁾, 인터넷 연결을 통해 웹 검색 기능도 지원한다고 밝혔다. Netflix,

Hulu Plus, Amazon Video, YouTube 등 대표적인 온라인 동영상 서비스도 'Wii U'에서 제공될 예정이다. Wii U가 일종의 스마트TV 기능을 제공하는 셋탑박스로도 활용될 수 있다는 의미이다.

나아가 Nintendo는 기존 Nintendo 게임기 보유자들을 연결해 주는 독자 소셜 네트워크 서비스 'Miiverse'도 공개했다. 게임플레이 중 언제든지 Wii U 게임패드를 통해 'Miiverse'에 접속이 가능하며, 온라인 기능이 없는 게임이라도 같은 게임을 즐기는 친구들과 교류할 수 있다. 게임 중 막히는 부분을 묻거나 관련 팁을 주고받을 수 있고, 게임 업적을 자랑하거나 게임에 대한 평가 및 토론을 할 수도 있다.

무엇보다 'Miiverse'는 Wii U, 3DS 등 Nintendo의 인터넷 연결 기능이 지원되는 게임기뿐 아니라 PC, 스마트폰 등 일반적인 커넥티드 단말에서도 웹 앱 형태로 제공될 예정이다. 모바일과 소셜에 보다 주목해야 한다는 업계의 지적을 어느 정도 수용한 결과물이자, 향후 Nintendo가 게임 특화 SNS를 중심으로 기존의 폐쇄적인 게임기 플랫폼에서 벗어나기 위한 포석인 셈이다.

[그림 3-8] Nintendo의 게임 특화 SNS 'Miiverse' 이용 화면(左: 게임패드, 右: 스마트폰)



출처 : Nintendo(2012)

Sony의 'Cross Controller', 멀티플랫폼 환경에 최적화된 컨트롤러

Sony가 'E3 2012'에서 공개한 'Cross Controller'는 자칫 2012년 초 출시된 'PlayStation Vita'에서 소개됐던 크로스플랫폼 게임플레이 기능인 'Cross Play'와 혼동을 줄 수 있다. 'Cross Play'가 PS Vita와 PS3 간의 온라인 멀티플레이 지원 기능이라면, 'Cross Controller'는 PS Vita를 PS3의 컨트롤러 대신 활용하는 단말 연동 기능이다. 사실상 PS Vita가 Wii U

1) Wii U 게임패드에는 NFC 기능이 탑재되어 TV 리모콘 외에도 향후 NFC 연동 기반의 다양한 서비스 확충이 가능할 전망이다

의 게임패드와 같은 PS3 전용 컨트롤러로 탈바꿈하는 것이다.

Sony는 컨퍼런스 발표에서 인기 게임 <Little Big Planet 2>에서 최초로 'Cross Controller' 기능을 지원하는 싱글플레이 콘텐츠를 DLC(Download Content) 방식으로 출시할 예정이라고 발표했다. <Little Big Planet> 시리즈 자체가 독창적이고 신선한 방식으로 게이머의 호응을 얻은 작품인 만큼, 새로운 스토리와 게임 방식이 수록될 이번 DLC 출시 예고는 기대된다.

PS Vita는 현존하는 게임기 중 가장 다양한 종류의 조작 방식이 탑재된 '컨트롤러계의 종합선물세트'로 꼽힌다. 기본적인 버튼 조작과 아날로그 스틱, 측면 트리거 버튼에, 디스플레이 화면은 터치스크린으로 구성되어 있어 스마트폰과 같은 터치 조작이 가능하다. 가속도센서 탑재로 물리적인 모션 조작도 허용되며, 기존의 어떤 단말에도 없었던 후면 터치센서까지 달려 있다. 마이크와 카메라도 있어 음성 및 이미지 인식 기능도 구현될 수 있다. 기본 단말의 성능도 현 세대 콘솔게임 수준으로 높기 때문에, 단순히 HW 상의 비교에서는 Wii U의 게임패드를 압도한다.

PS3를 통해 PS Vita에서 제공되는 게임 외 다양한 서비스를 이용할 수 있게 된다는 점도 'Cross Controller'의 가능성 중 하나이다. 인터넷 접속 기능을 강조한 PS Vita와 PS3를 연동함으로써, 대형 TV 화면에서 PS Vita의 SNS 기능이나 온라인 동영상 서비스 등을 보다 편리하게 이용할 수 있을 것이다. Sony는 'Cross Controller'와 더불어 기존 'Cross Paly', 게임 데이터 연동 기능 'Cross Save' 등을 묶어 통합 단말 연동 기능인 'Cross Platform'으로 홍보 중이기도 하다.

문제는 'Cross Platform'을 이용하기 위해서는 PS3와 PS Vita를 모두 보유하고 있어야 한다는 점이다. PS3의 보급 기반은 큰 문제가 안 되지만 PS Vita는 2011년 12월 출시되어 이제 갓 6개월이 지난 신제품이다²⁾. 게다가 다소 비싼 가격과 부족한 게임 라인업, 출시 초기 불거졌던 제품 오류 문제로 부정적인 평가를 받은 터라 보급 속도에도 적신호가 들어온 상황이다. PS3 보유자가 PS Vita 구매를 고려할 만큼 'Cross Platform'이 매력적인 기능인 것도 아니다. 최신 기능인 'Cross Controller'조차 현재로서는 PS3의 컨트롤러를 대체한다는 것 외에는 이렇다 할 사항이 공개되지 않은 탓이다.

2) 일본에서 12월 17일 출시, 북미, 유럽, 호주에서는 2012년 2월 22일 일괄출시

[그림 3-9] Sony의 'Cross Platform' 기능



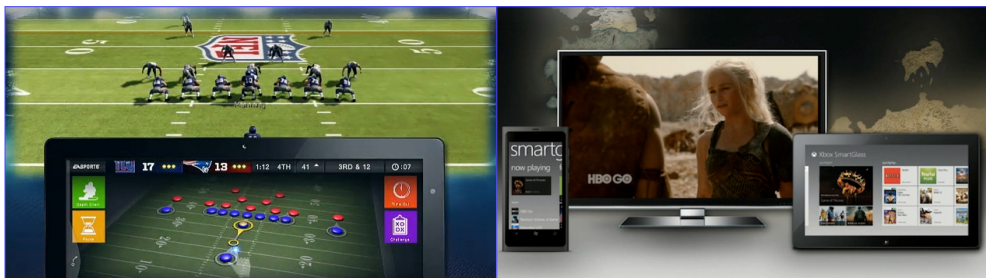
출처 : Sony(2012)

MS의 'Xbox SmartGlass', Xbox360과 Windows 8 연동

MS가 공개한 'Xbox SmartGlass'는 Xbox360과 Windows OS 기반 PC나 스마트폰, 태블릿 PC를 연동함으로써 TV 화면과 다른 단말 스크린을 동시에 활용할 수 있도록 지원한다. 기본적인 활용 형태는 Nintendo가 Wii U의 게임패드로 선보인 듀얼스크린 조작 환경과 유사하다. 게이머가 Xbox360에서 게임을 이용하는 중에 게임기에 연결된 스마트폰 스크린에서 다

른 게임 관련 정보를 확인할 수 있고, 스마트폰의 터치스크린으로 게임 조작도 가능한 식이다. Xbox360을 통해 영화를 시청 중이라면 태블릿 PC에서 자동으로 영화 관련 정보를 검색해 주기도 한다. Apple의 'AirPlay'와 같이 태블릿 PC에서 시청 중이던 영화를 끊김없이 (Seamless) TV 화면으로 전송해 이어 보는 기능도 제공된다.

[그림 3-10] MS의 'Xbox SmartGlass' 이용 화면 (左: 게임플레이, 右: 영화 시청)



출처 : Nintendo(2012)

'SmartGlass'는 최신 OS인 Windows 8이 공식적으로 Xbox360 연동 기능을 지원한 덕분에 등장할 수 있었다³⁾. 이미 Xbox360은 물론 Windows OS 기반 단말도 보급되고 있어 출시되 기만 하면 바로 확산될 수 있다는 점은 Nintendo보다 유리한 점으로 꼽힌다.

다만 'Wii U'가 기본적으로 게임패드의 듀얼스크린을 지원하는 반면 'SmartGalss'는 Xbox360과 Windows 기반 단말을 모두 보유한 이용자를 위한 부가 서비스 개념이므로, 'Wii U'와 같이 적극적으로 관련 기능을 활용한 게임이 등장하기는 어렵다. 때문에 'SmartGlass'는 게임보다는 영화 시청과 같은 TV 중심의 홈 엔터테인먼트에서 더욱 활용성이 돋보일 것으로 예상된다. MS가 지속적으로 추진 중인 콘솔 게임기의 TV 셋탑박스화 전략 중 하나인 셈이다.

콘솔게임 3사의 미래비전, "멀티플랫폼 구축"

이들 콘솔 플랫폼 홀더의 단말 연동 기능 강화 행보는 최근 모바일과 소셜 트렌드로 인한 콘솔 게임산업의 침체를 타개하고자 하는 전략적 의도가 내재된 것으로 해석된다. 깊고 넓어 갈 부분은 3사가 제시한 대응책이 공통적으로 '멀티스크린'을 표방하고 있다는 점이다. Apple, Google 등 모바일 플랫폼을 장악하고 있는 업체들도 '멀티스크린'에 초점을 두고 있음을 감안하면, 콘솔 업계가 충분히 시장 흐름을 파악하고 있는 것으로 볼 수 있다.

3) Windows 8의 Xbox360 지원 외에도 MS는 지난 5월 Xbox360용 Internet Explorer를 출시할 계획이라고 밝힌 바 있음

'멀티스크린'은 필연적으로 TV와 타 단말 간의 연동 기능이 우선시된다. 스마트폰이나 태블릿 PC가 휴대성과 이용 편의성 덕분에 널리 보급되었지만, 여전히 소비자들은 대형 TV 스크린의 이용 경험을 포기할 수 없는 탓이다. 콘솔 3사는 이 부분에서 Apple, Google 등과 충분히 경쟁할 만한 강점을 지니고 있다. 콘솔게임 자체가 TV에서 플레이되는 엔터테인먼트 콘텐츠이며, 콘솔 사업자들은 이미 TV 스크린 활용과 관련해 상당한 노하우를 축적해 놓고 있기 때문이다.

그럼에도 콘솔업계의 '멀티스크린' 전략을 부정적으로 바라보는 이가 적지 않은 이유는 이들의 행보가 시기적으로 너무 늦었기 때문이다. 성공적인 '멀티스크린' 전략 추진을 위해서는 단말 플랫폼의 보급이 선결되어야 하는데, 콘솔 플랫폼은 지난 몇 년 간의 만성적인 부진으로 하드코어 게이머를 제외한 일반 소비자의 관심에서 점차 멀어지고 있다. 과거 Nintendo가 DS와 Wii에서 성공을 거둔 '비 게이머 마케팅' 전략이 더는 통하지 않고 있는 것이다.

콘솔업계의 전통적인 타깃층이었던 아동층조차 최근에는 콘솔이나 휴대용 게임기보다 스마트폰, 태블릿 PC를 선호하는 추세라, Nintendo가 새로 선보이는 Wii U가 성공적으로 판매 목표를 달성할 지 여부는 불투명하다. 단말이 제대로 보급되지 못하면 사실상 의미가 없는 Sony의 경우는 더욱 상황이 나쁘다. 그나마 MS가 이미 Xbox Live 중심의 홈 엔터테인먼트 전략에서 성과를 거두고 있어 기대할 만하다.

우선 신작 타이틀을 통해 자신들의 건재함을 알린 콘솔 3사는 다소 장기적인 호흡으로 '멀티스크린' 전략을 추진해야 한다. 상황이 급박한 것은 사실이나, 지나친 서두름은 오히려 Nintendo의 3DS와 Sony의 PS Vita의 사례처럼 역효과를 낼 수 있다. 게이머들은 콘솔 3사의 저력을 여전히 믿고 있으며, 모두가 인정할 만한 부가기능과 서비스가 등장한다면 하드코어 게이머가 가장 먼저 이를 알아보고 확산시킬 것이다.

참고자료

1. 'Hands-on with Microsoft's SmartGlass', Beta News, 2012.06.06
2. 'LittleBigPlanet 2 with Vita cross-play is Sony's answer to Wii U and SmartGlass', Verge, 2012.06.05
3. 'Meet Miiverse, Nintendo's New In-Game Social Network', Mashable, 2012.06.03
4. 'Nintendo Announces 23 Wii U Titles, Netflix and Hulu Plus Support', Mashable, 2012.06.5

5. 'Sony Announces Cross Controller Play: PS Vita As PS3 Controller', Forbes, 2012.06.04
6. 'Sony at E3 2012', CDR Info, 2012.06.05
7. 'Xbox SmartGlass Could Save Windows Phone, Tablets', Information Week, 2012.06.06
8. 'Xbox SmartGlass: What We Know So Far', PCWorld, 2012.06.05

▶ 국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석


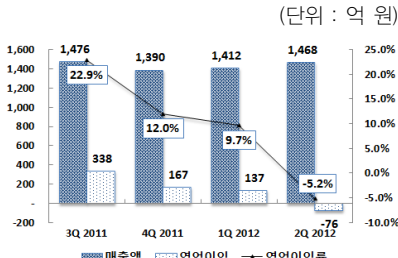
- 국내 – NC소프트, NHN, CJ E&M, 네오위즈게임즈, Nexon, 컴투스, 게임빌
- 북미 – Microsoft, Electronic Arts, Walt Disney
- 유럽 – Activision Blizzard, Ubisoft, Gameloft
- 중국 – Tencent, Shanda Games, NetEase
- 일본 – Sony, Nintendo, Konami, GREE, DeNA

▶ 권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량


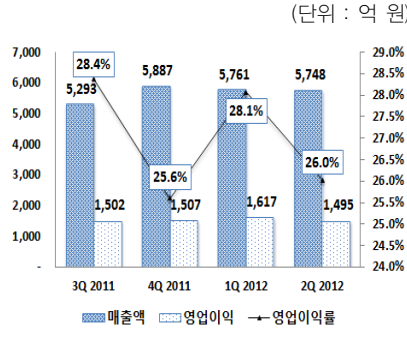

- 미국 게임 SW 월별 판매 순위
- 미국 게임 HW 판매량 추이
- 일본 게임 SW 월별 판매 순위
- 일본 게임 HW 판매량 추이
- 영국 게임 SW 월별 판매 순위
- 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위
- 프랑스 게임 SW 월별 판매 순위
- 스페인 게임 SW 월별 판매 순위
- 독일 게임 SW 월별 판매 순위
- 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위
- 중국 온라인게임 인기 순위

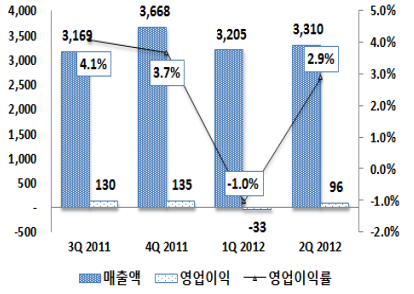

국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석

국내


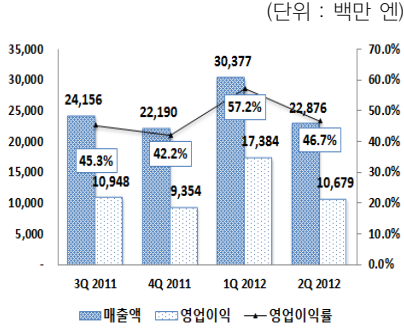

<p style="text-align: center;">NC소프트</p>	<p style="text-align: center;"> NCsoft®</p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ NC소프트, 2102 신년 키워드는 협업(1.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 김택진 NC소프트 대표는 '2012 시무식'에서 '협업 (Collaboration)'을 작년, 재작년에 이어 3년째 핵심 단어로 제시 · 김 대표는 이날 '현재는 위기'라며 현 상황을 아프리카 사막 한가운데에서 물을 찾아 한걸음 한걸음 나아가는 코끼리 떼에 비유하고, "새로운 시장을 개척하고 세계 시장에서 핵심 역량을 높여 나가는 데에는 지속적인 협업이 필수적"이라고 강조 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : NC소프트 · 설립연도 : 1997년 · 대표 : 김택진 · 직원수 : 2,670명(계약직 140명) · 사업지역 : 한국, 북미, 유럽, 일본, 중국, 대만, 태국 · 주력플랫폼 : 온라인, 모바일 · 주력상품 : <아이온>, <리니지> 등의 온라인게임 																				
<p>◆ NC소프트, 엔트리브소프트 인수(2.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 2월 5일 이사회를 열고 엔트리브소프트의 지분 76%를 인수하기로 결정 · NC소프트는 이번 인수와 관련하여 "캐주얼게임 전략에 변화를 주고 한 단계 더 도약할 수 있는 역량을 확보하고자 인수를 결정했다"며 "양사간 강점을 결합하여 캐주얼 및 스포츠 영역에서도 최고의 퍼블리셔로 성장해 갈 것이다"라고 밝힘 	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(억 원): 5,746('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(억 원) : 58,998 · 주가 : 269,500원 · 52주 최고가/최저가 : 386,000원/207,500원 <p>* 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
<p>◆ NC소프트, 2011년 연간 실적 발표(2.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 2011년 연간 실적(연결기준) 결산 결과, 매출 6,089억 원, 영업이익 1,347억 원, 당기순이익 1,198억 원을 달성 · 4/4분기 실적으로는 매출 1,390억 원, 영업이익 167억 원, 당기순이익 161억 원을 달성하였으며, 전 분기 대비 매출은 6% 감소했고, 영업이익과 당기순이익은 각각 51%, 42% 감소 	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 억 원)</p>  <table border="1"> <caption>NCsoft Performance Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Sales</th> <th>Operating Profit</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>1,476</td> <td>338</td> <td>22.9%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>1,390</td> <td>167</td> <td>12.0%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>1,412</td> <td>137</td> <td>9.7%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>1,468</td> <td>76</td> <td>-5.2%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Sales	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	1,476	338	22.9%	4Q 2011	1,390	167	12.0%	1Q 2012	1,412	137	9.7%	2Q 2012	1,468	76	-5.2%
Quarter	Sales	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	1,476	338	22.9%																		
4Q 2011	1,390	167	12.0%																		
1Q 2012	1,412	137	9.7%																		
2Q 2012	1,468	76	-5.2%																		
<p>◆ NC소프트, Sega와 <프로야구 매니저> 라이선스 계약(3.26)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 일본의 유명 게임회사 Sega와 야구 게임 <프로야구 매니저>의 한국 서비스에 대한 계약을 체결 · <프로야구 매니저>는 2010년 4월부터 엔트리브소프트를 통해 국내 서비스되었고, 이번 계약을 통해 향후 5년간 엔트리브소프트를 통해 계속 서비스될 예정 																					

<p>◆ NC소프트, <MVP 베이스볼 온라인> 서비스 계약 체결(4.9)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 EA의 야구게임 <MVP 베이스볼 온라인(MVP Baseball™ Online)>의 국내 서비스 계약을 체결 · EA코리아의 이병재 부사장은 "프로야구단을 보유한 NC소프트와 <MVP 베이스볼 온라인>의 만남은 시너지의 시작"이라며, "처음 선보이는 실사형 온라인 야구게임인 만큼 시장의 기대에 부응할 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 밝힘 <p>◆ NC소프트, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 2012년 1/4분기 실적 결산 결과, 매출 1,412억 원, 영업이익 137억 원, 당기순이익 124억 원을 달성했다고 발표 · 매출은 전 분기 대비 2% 증가하였고, 영업이익과 당기순이익은 각각 19%, 27% 감소 <p>◆ NC소프트, 모바일 FPS <르네상스 블러드 THD>글로벌 출시(6.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> · NC소프트는 Google Play Store를 통하여 모바일게임 <르네상스 블러드 THD(Renaissance Blood THD)>를 5월 31일 출시 <p>◆ NC소프트, 회사 지분 중 14.7%를 넥슨에 매각(6.8)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nexon 일본법인은 2012년 6월 8일 오후 엔씨소프트의 지분 14.7%를 인수해 최대주주가 됐다고 공시 · 지분 인수에 들어간 비용은 금액으로만 따지면 약 8,045억 원이며, 대주주 프리미엄을 적용할 경우 약 1조 원에 해당. 지분 매각 이후 김택진 대표의 엔씨소프트 지분율은 24.69%에서 9.99%로 감소 	
<p>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>	<p>Stock Price</p>
<ul style="list-style-type: none"> · NC소프트의 2012년 상반기 매출액은 2,880억 원, 영업이익은 61억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 10.6%, 92.8% 감소 · 2012년 상반기에는 리니지 및 캐주얼게임 해외 매출 증가로 호조세를 보였으나 <아이온>, <리니지>, <리니지2>의 매출액이 계속 감소 · 온라인게임 <블레이드앤소울> 출시에 따른 마케팅 활동 강화로 2012년 2/4분기 마케팅비는 68억 원으로 증가 · 2012년 2/4분기는 일회성 인건비가 반영되어 영업이익, 순이익 등이 적자로 전환 	<p>(단위 : 원)</p>  <p>* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>

<p>NHN</p>																					
<p>최근 이슈</p>	<p>Company Profile</p>																				
<p>◆ 네이버에서는 SNS 접속없이도 '소셜게임' 즐긴다(1.16) · NHN이 운영하는 네이버는 소셜앱스토어 '소셜앱스'에 '애플플레이어'를 추가하여 소셜앱 이용 편의를 대폭 강화하고, 서비스 명칭을 '소셜게임'으로 변경 · 이용자들은 그동안 블로그, 카페, 미투데이 등 각각의 서비스 내에서 따로따로 소셜앱을 관리하고, 실행할 수 있었으나, 앞으로는 이러한 개별 서비스에 접속하지 않고도, 내가 설치한 앱을 '애플플레이어' 내에서 관리하고 실행할 수 있음</p> <p>◆ NHN, 2011년 연간 실적 발표(2.9) · 2011년 실적은 전년 대비, 영업이익은 19.9%, 영업이익은 5.1% 증가했으며, 검색 광고 매출은 1조 818억 원, 디스플레이광고 매출은 2,987억 원, 게임매출은 6,407억 원, 기타 매출은 1,002억 원을 기록 · 4/4분기 게임매출은 일본 퍼블리싱 게임 매출 확대 등에 힘입어 전년 동기대비 16.6%, 전 분기 대비 5.1% 증가한 1,642억 원, 기타 매출은 287억 원을 기록</p> <p>◆ 한게임 <게임톡>, T스토어에서 간편하게 설치 이용(4.20) · 한게임이 게임과 통화를 동시에 즐길 수 있는 게임 전용 보이스메신저, <게임톡>을 T스토어에 출시 · 지난해 11월 앱스토어 출시에 이어 이번에 T스토어에 추가 출시함으로써 더 많은 게이머를 확보</p> <p>◆ NHN, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.15) · NHN은 2012년 1/4분기 영업이익 5,767억 원, 당기순이익 1,359억 원의 실적을 달성 · 매출원 별 비중은 ▲ 검색광고 매출 52% ▲ 게임매출 29% ▲ 디스플레이광고 13% ▲ 기타매출 6%로 구성</p> <p>◆ CBT 게임, '네이버 게임'에서 신청부터 참여까지 한번에 해결(5.30) · NHN이 운영하는 게임 통합 브랜드 '네이버 게임'은 게임 출시 전 진행하는 CBT에 대한 정보를 확인 후 신청, 당첨확인, 참여까지 원클릭으로 가능한 'CBT 게임' 플랫폼을 대폭 개편하고 이용자 및 개발사 모두를 위해 서비스 통로를 확대</p>	<p>· 업체명 : NHN · 설립연도 : 1999년 · 대표 : 김상헌 · 직원수 : 2,594명(계약직 21명) · 사업지역 : 한국, 중국, 일본, 미국 · 주력플랫폼 : 온라인, 모바일 · 주력상품 : <포카>, <고스톱> 등 보드게임, <테라> 등 RPG게임, <테일즈런너> 등 액션게임</p>																				
	<p>Financial Profile</p>																				
	<p>· 매출액(억 원): 22,427('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(억 원) : 117,431 · 주가 : 244,000원 · 52주 최고가/최저가 : 275,000원/168,500원 * 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<p>Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 억 원)</p>  <table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Profit</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>5,293</td> <td>1,502</td> <td>28.4%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>5,887</td> <td>1,507</td> <td>25.6%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>5,761</td> <td>1,617</td> <td>28.1%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>5,748</td> <td>1,495</td> <td>26.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	5,293	1,502	28.4%	4Q 2011	5,887	1,507	25.6%	1Q 2012	5,761	1,617	28.1%	2Q 2012	5,748	1,495	26.0%
Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	5,293	1,502	28.4%																		
4Q 2011	5,887	1,507	25.6%																		
1Q 2012	5,761	1,617	28.1%																		
2Q 2012	5,748	1,495	26.0%																		
<p>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>	<p>Stock Price</p>																				
<p>· NHN의 2012년 상반기 매출액은 1조 1,450억 원, 영업이익은 3,112억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 11.9% 증가, 2.6% 감소 · PPC와 클릭수가 고르게 성장한 검색광고와 총선 효과가 반영된 디스플레이 광고 호조 5.0% 감소 · 2012년 상반기 게임부문 매출액은 3,041억 원으로 2011년 상반기 대비 5% 감소 · 웹보드게임의 보수적 기초 유지와 경쟁사 대작게임 출시, 퍼블리싱 게임부진으로 게임 매출 비중이 감소</p>	<p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p>  <p>* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<p style="text-align: center;">CJ E&M</p>	<p style="text-align: center;"></p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ CJ E&M 게임부문 방준혁 고문 CJ게임즈의 2대 주주(1.4) · CJ E&M은 게임부문의 방준혁 고문이 자신이 보유하고 있던 E&M 주식 55만주 전량을 장외 매각하고 이를 게임개발 지주회사인 CJ게임즈에 투자</p> <p>◆ CJ E&M, 2011년 연간 실적 발표(2.15) · CJ E&M은 지난해 실적을 집계한 결과 매출 1조 1,431억 원, 영업이익 701억 원을 기록 · 게임부문은 <서든어택> 매출 감소로 전년 대비 매출 3% 감소</p> <p>◆ 넷마블, DeNA와의 제휴를 통해 일본 시장 진출(3.5) · CJ E&M 넷마블은 일본 모바일 소셜게임 플랫폼 운영업체 DeNA와 자사의 스마트폰 게임 5종 이상을 제공하는 것과 관련해 업무 제휴를 체결</p> <p>◆ 넷마블, 모바일 소셜 게임시장 진출(4.20) · 넷마블이 위치기반 소셜게임으로 모바일 소셜 게임시장 경쟁에 본격적으로 뛰어듦 · CJ E&M 넷마블이 <팻앤플랜츠>와 <아쿠아퓨진> 등 스마트폰용 위치기반 소셜게임 신작 2종을 티스토어와 Apple App Store에 각각 무료로 출시</p> <p>◆ CJ E&M, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.10) · CJ E&M은 1/4분기 실적을 집계한 결과 매출 3,205억 원과 영업손실 33억 원을 기록 · 사업 부문별 매출은 방송 1,623억 원, 게임 596억 원, 영화 617억 원, 음악공연 369억 원으로, 방송이 26% 성장했으며, 게임은 21% 감소</p> <p>◆ CJ E&M, 새로운 RPS 게임 <하운즈> 공개(5.31) · CJ E&M 넷마블은 CJ게임랩에서 개발 중인 <하운즈>의 기자회견을 열고 새로운 RPS 장르를 소개 · RPS 장르는 RPG에 슈팅을 결합한 새로운 장르로 시나리오에 따라 캐릭터를 성장시키며 자유로운 무기 선택이 특징</p>	<p>· 업체명 : 씨제이이엔엠 · 설립연도 : 2010년 · 대표 : 김성수 · 직원수 : 1,903명(계약직 46명) · 사업지역 : 한국, 중국, 대만, 일본, 유럽, 동남아 · 주력플랫폼 : 온라인, 모바일 · 주력상품 : <마구마구>, <서든어택> 등 온라인게임 퍼블리싱 및 넷마블</p>																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>																				
	<p>· 매출액(억 원): 13,352('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(억 원) : 10,089 · 주가 : 26,600원 · 52주 최고가/최저가 : 54,800원/25,850원 * 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 억 원)</p>  <table border="1"> <caption>Performance Data (3Q, 2011 ~ 2Q, 2012)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (억 원)</th> <th>Operating Profit (억 원)</th> <th>Operating Loss (억 원)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>3,169</td> <td>130</td> <td>4.1%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>3,668</td> <td>135</td> <td>3.7%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>3,205</td> <td>-33</td> <td>-1.0%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>3,310</td> <td>96</td> <td>2.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (억 원)	Operating Profit (억 원)	Operating Loss (억 원)	3Q 2011	3,169	130	4.1%	4Q 2011	3,668	135	3.7%	1Q 2012	3,205	-33	-1.0%	2Q 2012	3,310	96	2.9%
Quarter	Revenue (억 원)	Operating Profit (억 원)	Operating Loss (억 원)																		
3Q 2011	3,169	130	4.1%																		
4Q 2011	3,668	135	3.7%																		
1Q 2012	3,205	-33	-1.0%																		
2Q 2012	3,310	96	2.9%																		
	<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>																				
<p>· CJ E&M의 2012년 상반기 매출액은 6,515억 원, 영업이익은 63억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 9.4% 증가, 87.5% 감소</p> <p>· 2012년 1/4분기 영업이익은 33억 적자였으나, 2/4분기에 방송 사업 부문의 호조로 96억원의 흑자를 기록</p> <p>· 2012년 상반기 게임부문 매출액은 1,133억 원으로 2011년 상반기 대비 20.7% 감소</p> <p>· CJ E&M의 게임사업은 <카오스베인> 등 모바일게임의 약진에도 불구하고, 지난해 불거진 '서든어택' 계약변경에 따른 차질이 지속되면서 실적 감소가 발생</p>	<p style="text-align: center;">Stock Price</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p>  <p>* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<p style="text-align: center;">네오위즈게임즈</p>	<p style="text-align: center;">neowiz NEOWIZ GAMES</p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ 네오위즈게임즈, 2011 고용창출 100대 기업 선정(1.13) · 네오위즈게임즈가 일자리 창출과 우수한 고용환경을 구축한 공로를 인정받아 '2011 고용창출 100대 기업'에 선정</p> <p>◆ 네오위즈게임즈, 2011년 매출 6,678억원 달성(2.8) · 네오위즈게임즈는 2011년 연간 매출 6,678억 원, 영업이익과 당기순이익은 각각 1,081억 원, 753억 원을 기록</p> <p>· 2011년 4/4분기 실적은 매출액 1,768억 원, 영업이익 312억 원, 당기순이익 248억 원을 기록하며 각각 분기 최대 실적을 경신</p> <p>◆ 〈S4리그〉, 인도네시아 진출 계약 체결(3.5) · 네오위즈게임즈는 인도네시아 퍼블리셔 PT. Lyto Datarindo Fortuna와 슈팅게임 〈S4리그〉의 인도네시아 진출 계약을 체결</p> <p>· 네오위즈게임즈는 "〈S4리그〉를 인도네시아 이용자들에게 선보이게 돼 기쁘다"며 "양사의 풍부한 퍼블리싱 노하우를 결합해, 현지 이용자들에게 최상의 서비스를 제공할 것"이라고 밝힘</p> <p>◆ 〈크로스파이어〉, 중국 동시접속자 350만 명 돌파(3.22) · 네오위즈게임즈는 스마일게이트가 개발하고, Tencent를 통해 중국에서 서비스중인 FPS게임 〈크로스파이어〉가 동시접속자 350만 명을 돌파했다고 밝힘</p> <p>· 지난해 1월 동시접속자 230만 명을 기록한 후 불과 1년여 만에 동시접속자 350만 명을 달성하는 등 거침없는 성장 행진을 이어 나가고 있음</p> <p>◆ 네오위즈게임즈, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.15) · 네오위즈게임즈는 2012년 1/4분기 실적 결산 결과, 연결기준 매출 1,972억 원, 영업이익 358억 원, 당기순이익 281억 원을 달성</p> <p>· 이는 전년 동기대비 매출 33%, 영업이익 54%, 당기순이익 92% 증가한 수치로, 각각 분기 최고 실적</p> <p>◆ 네오위즈게임즈 〈크로스파이어〉 7월 11일 국내 서비스 종료(6.12) · 네오위즈게임즈와 개발사인 스마일게이트는 양사 합의하에 〈크로스파이어〉의 국내 서비스를 종료키로 결정</p>	<p>· 업체명 : 네오위즈게임즈</p> <p>· 설립연도 : 2007년</p> <p>· 대표 : 윤상규</p> <p>· 직원수 : 1,059명(계약직 28명)</p> <p>· 사업지역 : 한국, 일본, 중국, 베트남, 대만, 북미, 남미</p> <p>· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일</p> <p>· 주력상품 : 〈크로스파이어〉, 〈아바〉 등 온라인게임</p>																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <p>· 매출액(억 원) : 7,173('11년 7월-'12년 6월)</p> <p>· 시가총액(억 원) : 4,876</p> <p>· 주가 : 22,250원</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : 75,400원/21,100원</p> <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 억 원)</p> <table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Sales</th> <th>Operating Profit</th> <th>Operating Profit Margin</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>1,749</td> <td>250</td> <td>14.3%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>1,768</td> <td>299</td> <td>16.9%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>1,972</td> <td>357</td> <td>18.1%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>1,684</td> <td>257</td> <td>15.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Sales	Operating Profit	Operating Profit Margin	3Q 2011	1,749	250	14.3%	4Q 2011	1,768	299	16.9%	1Q 2012	1,972	357	18.1%	2Q 2012	1,684	257	15.3%
Quarter	Sales	Operating Profit	Operating Profit Margin																		
3Q 2011	1,749	250	14.3%																		
4Q 2011	1,768	299	16.9%																		
1Q 2012	1,972	357	18.1%																		
2Q 2012	1,684	257	15.3%																		
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p> <p>· 네오위즈게임즈의 2012년 상반기 매출액은 3,656억 원, 영업이익은 614억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 15.7%, 18.3% 증가</p> <p>· 중국에서 〈크로스파이어〉가 '국민게임'으로서 시장 지배력을 공고히 하고, 일본에서 자회사인 게임온(GameOn)을 통해 서비스 중인 〈아바(A.V.A)〉의 성공으로 매출이 지속적으로 증가</p> <p>· 네오위즈게임즈는 모바일게임 분야 역량 강화를 위해 게임온, 네오위즈씨알에스, 네오위즈모바일 등 계열사와 함께 국내 및 해외 시장에 20여 개의 모바일게임을 출시할 계획</p> <p>· 네오위즈게임즈는 스마일게이트의 〈크로스파이어〉의 중국 퍼블리싱 계약 문제와 EA의 〈FIFA Online 3〉의 계약 실패로 위기상황을 맞이함</p>	<p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p> <p>* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				


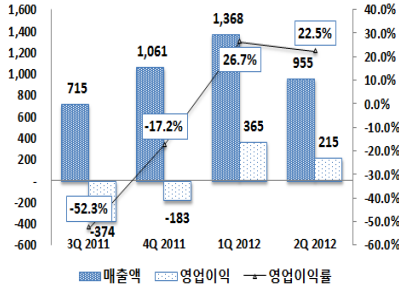

Nexon																					
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Nexon, 넥슨모바일 합병(1.26)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nexon은 모바일 사업을 강화하기 위해 자회사인 넥슨모바일과 합병을 결정 · Nexon은 "지적재산과 글로벌 비즈니스 역량, 인프라를 바탕으로 모바일 사업을 비약적으로 성장시키기 위한 결정"이라며 "모바일 조직을 일원화해 Nexon의 지적재산을 더욱 적극적으로 활용하고 해외사업을 강화하겠다"고 언급 <p>◆ Nexon 연매출 1조 돌파, 중국 매출 국내 뛰어넘었다(2.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nexon의 2011년 매출액은 약 1조 2100억대, 영업이익은 5500억 원 규모로 전년대비 26%, 27% 성장 · 2011년 중국 지역 매출액이 전년도에 비해 52% 증가한 약 327억 엔에 달하며, 일본 지역에서는 약 130억 엔에 달하는 매출을 기록하며 전년 대비 7%의 성장을 보였으며, 북미 지역 매출액은 약 5억엔 에서 약 6억 엔으로 24% 성장 <p>◆ Nexon, "주민번호 폐기" 발표(3.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nexon이 공개한 '2012 보안강화 로드맵'에 따르면 오는 6월 Nexon 게임 포털사이트를 전면 개편하면서 보안기능 강화를 핵심 과제로 삼음 · 글로벌 통합보안관제센터를 연내 구축하고 보안부문 추자를 연간 예산의 10%까지 확충하며 2013년 상반기에 주민등록번호를 모두 폐기한다는 것이 주된 내용 <p>◆ Nexon, 올해 매출 1조 5,000억 넘긴다(5.11)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nexon은 1/4분기에 4,413억 원의 매출을 기록했으며, 영업이익은 2,486억 원, 순이익은 1,779억 원으로 집계 · Nexon의 중국 매출은 작년 1/4분기 1,150억 원에서 올해 1/4분기 2,171억 원으로 1년 사이에 2배 가까이 상승 <p>◆ Nexon, NC소프트 최대주주 등극(6.08)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 1위 온라인게임업체인 Nexon이 2위 업체인 NC소프트 지분 14.7%를 확보해 최대주주로 등극 · Nexon은 일본법인을 통해 김택진 NC소프트 대표의 주식 321만 8,091주를 주당 25만 원에 취득했으며, 총 주식대금으로 8,045억 원을 사용 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Nexon · 설립연도 : 1994년 · 대표 : 최승우(일본법인 대표) · 직원수 : 3,200명 · 사업지역 : 한국, 북미, 중국, 일본, 대만 · 주력플랫폼 : 온라인, 모바일 · 주력상품 : <던전앤파이터>, <마비노기>, <메이플스토리>, <카트라이더>, <서든어택> 등 온라인게임 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 엔): ₩99,599('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 엔) : ₩679,670 · 주가 : 1,568₩ · 52주 최고가/최저가 : 1,616₩/1,020₩ <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	Performance(3Q,2011~2Q,2012)																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 백만 엔)</p>  <table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Profit</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>24,156</td> <td>10,948</td> <td>45.3%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>22,190</td> <td>9,354</td> <td>42.2%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>30,377</td> <td>17,384</td> <td>57.2%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>22,876</td> <td>10,679</td> <td>46.7%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	24,156	10,948	45.3%	4Q 2011	22,190	9,354	42.2%	1Q 2012	30,377	17,384	57.2%	2Q 2012	22,876	10,679	46.7%
Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	24,156	10,948	45.3%																		
4Q 2011	22,190	9,354	42.2%																		
1Q 2012	30,377	17,384	57.2%																		
2Q 2012	22,876	10,679	46.7%																		
2012년 상반기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> · Nexon의 2012년 상반기 매출액은 532억 5,300만 엔, 영업이익은 280억 6,300만 엔으로 2011년 상반기 대비 각각 29.1%, 56.4% 증가 · 중국 지역의 2012년 2/4분기 매출은 107억 370만 엔으로 지난해 동기에 비해 38% 증가했으며, 전체 매출의 46.8%를 차지 · Nexon은 2012년 2/4분기에 일본 모바일 게임업체 inBlue 인수, NC소프트에 대한 전략적 투자, <FIFA Online3> 퍼블리싱 계약 완료 등 투자와 전략 부문에서 적극적인 행보를 추진 · 2012년 하반기에는 다양한 온라인게임을 출시할 예정 	<p style="text-align: right;">(단위 : 엔)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				


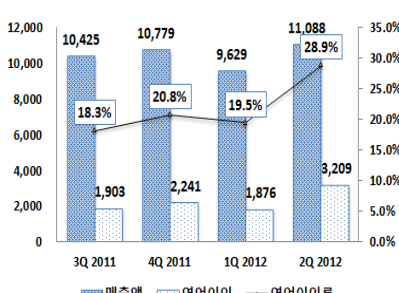

<p style="text-align: center;">컴투스</p>	<p style="text-align: center;">com2uS</p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ 컴투스, 2011년 실적 및 2012년 경영 계획 발표(1.25)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 2011년 연간 실적은 매출 362억 원, 영업이익의 30억 원, 당기순이익 41억 원으로 전년 대비 매출 17.2%, 영업이익의 14.3%, 당기순이익의 0.1% 증가했고, 특히 해외 매출이 176억 원으로 전체 매출의 49%를 차지 · 2011년 4/4분기 실적은 전년 동기대비 매출이 28.8% 증가한 매출 112억 원, 영업이익의 11억 원, 당기순이익 12억 원을 달성 <p>◆ 컴투스 <슬라이스 잇!>, 'Best Casual Game' 1위 선정(2.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 2011년 최고의 애플리케이션을 선정하는 [Best Ever App Awards]에 컴투스의 <슬라이스 잇!>이 'Best Casual Game' 부문 1위에 선정되는 등 총 4개의 컴투스 게임이 수상 <p>◆ '컴투스 허브', 가입자 1,000만 명, 월 400만 명 접속(3.29)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 컴투스의 모바일게임 플랫폼 '컴투스 허브'의 전 세계 회원 수가 1,000만 명을 돌파했고, MAU도 400만 명으로 최근 3개월 만에 2배 이상 증가하는 등 눈부신 성장세를 보이고 있음 · 20대 비중이 49%로 가장 높아 10대와 20대가 전체의 81%를 차지, 여성 유저의 가입 증가세가 높아 최근 2달 사이에 가입자 수가 2배 가량 증가해 전체 회원의 42%를 차지 <p>◆ 컴투스, '2012스마트&소셜게임 파티' 후원(4.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> · '2012 스마트&소셜게임 파티'는 게임 전문 컨퍼런스로, 국내외 유명 게임 퍼블리셔와 대형 플랫폼 회사는 물론 유망 중소 개발사들이 참여 <p>◆ 컴투스 2012년 1/4분기 매출, 전년 동기대비 54% 증가(5.4)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 컴투스가 2012년 1/4분기 실적을 공개하고, 전년 동기대비 매출 54%, 영업이익의 85%, 당기순이익 549% 증가한 매출 112억 원, 영업이익의 5억 원, 당기순이익 39억 원의 성과를 달성 · 스마트폰 게임 매출이 92억 원으로 전년 동기대비 183% 증가하며 오픈마켓을 통한 성과가 크게 확대된 것을 볼 수 있고, 해외 매출이 55억 원으로 전년 동기대비 118% 증가 <p>◆ 컴투스 '중국사업 불붙었다', MM 추천게임 2종 선정(6.11)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 스마트폰용 인기게임 <흡연배틀2>와 <삼국지디펜스>가 중국 차이나모바일 '모바일 마켓'(이하 'MM')의 추천게임으로 선정 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : 컴투스 · 설립연도 : 1998년 · 대표 : 박지영 · 직원수 : 373명(계약직 58명) · 사업지역 : 한국, 북미, 일본, 중국 · 주력플랫폼 : 모바일, 온라인 · 주력상품 : <미니게임천국>, <붕어빵 타이쿤>, <액션퍼즐패밀리> 등 모바일게임 																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>																				
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 컴투스의 2012년 상반기 매출액은 332억 원, 영업이익은 73억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 110.1%, 630.0% 증가 · <타이니팜>등 소셜게임의 안정적 매출 성장 및 신규게임 흥행으로 매출액과 영업이익이 대폭 증가 · 2012년 상반기 매출액 중 스마트폰 비중은 87.7%인 291억 원 · <타이니팜>, <더비데이즈>, <아쿠아스토리>등 모바일 소셜게임 라이업의 흥행 지속 · 2012년 상반기 매출액 중 해외 수출 비중은 39.2%인 130억 원 	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(억 원) : 535('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(억 원) : 4,130 · 주가 : 40,950원 · 52주 최고가/최저가 : 46,000원/10,500원 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 억 원)</p> <table border="1"> <caption>Performance Data (3Q 2011 ~ 2Q 2012)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (억 원)</th> <th>Operating Profit (억 원)</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>91</td> <td>10</td> <td>11.0%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>112</td> <td>11</td> <td>9.8%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>112</td> <td>5</td> <td>4.5%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>220</td> <td>68</td> <td>30.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (억 원)	Operating Profit (억 원)	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	91	10	11.0%	4Q 2011	112	11	9.8%	1Q 2012	112	5	4.5%	2Q 2012	220	68	30.9%
Quarter	Revenue (억 원)	Operating Profit (억 원)	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	91	10	11.0%																		
4Q 2011	112	11	9.8%																		
1Q 2012	112	5	4.5%																		
2Q 2012	220	68	30.9%																		
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p> <p>* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<p style="text-align: center;">게임빌</p>	<p style="text-align: center;">GAMEVIL</p>
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>
<p>◆ <2012프로야구>, 국내 오픈 마켓 3사 통합 밀리언셀러 기록(1.17)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 게임빌의 <2012프로야구>는 출시 후 T스토어, olleh 마켓, U+ 앱마켓에서 모두 1위를 차지한 바 있으며, 인기에 힘입어 유·무료 버전 통합 밀리언셀러를 기록 · 게임빌은 최근 <에르엘워즈>, <카툰워즈 거너> 등에 이어 밀리언셀러 타이틀을 하나 더 보유 <p>◆ 게임빌, 업계 최초 400억 매출 달성(2.13)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 2011년 실적 발표에 따르면, 게임빌은 연간 매출 426억 원, 영업이익 175억 원, 당기순이익 161억 원을 기록, 전년 대비 각각 39%, 12%, 9%가 성장하며 매출과 이익 모두 역대 최고의 실적을 거둠 · 4/4분기 실적도 매출 165억 원, 영업이익 63억 원, 당기순이익 58억 원으로 분기 사상 최대 수준을 달성 <p>◆ 게임빌, 스마트폰 게임 전 세계 누적 1억 다운로드 돌파(3.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 현재 전 세계 시장에서 누적 1억 200만 다운로드를 기록 중인 게임빌은 Apple의 App Store에서 4,400여 만 다운로드, Google의 Google Play에서 3,600여 만 다운로드를 기록 · 국내 이통 3사의 오픈마켓에서도 2,200만 다운로드를 기록 <p>◆ 게임빌, "LA 게임스 컨퍼런스" 참여(4.25)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 게임빌은 모바일게임의 최근 트렌드인 모바일 소셜게임, 가격 정책, 유저 유입 전략 등에 대해서 집중적으로 발표했으며, 게임빌의 사례를 중심으로 iOS와 Android 등 다양한 플랫폼에 대한 의견을 제시 <p>◆ 게임빌 1분기 실적 발표, 해외 분기 사상 최대(5.14)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 2012년 1/4분기 실적 발표를 통해 게임빌은 매출 166억 원, 영업이익 62억 원, 당기순이익 52억 원을 기록 · 해외 매출은 전년 동기대비 437% 성장한 65억 원을 기록 <p>◆ 게임빌, Amazon AppStore 공략(6.08)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 게임빌은 Amazon AppStore에서 <카툰워즈>와 <카툰워즈 거너> 2종의 서비스를 시작할 예정 · 해외 시장에서 Amazon AppStore가 높은 성장세를 보이고 있어 게임빌의 글로벌 시장 확대 가속화로 이어질 전망 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : 게임빌 · 설립연도 : 2000년 · 대표 : 송병준 · 직원수 : 135명(계약직 15명) · 사업지역 : 한국, 북미, 일본, 중국 · 주력플랫폼 : 모바일 · 주력상품 : <프로야구>, <제노니아>, <놈> 등 모바일게임
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(억 원) : 584('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(억 원) : 5,030 · 주가 : 90,700원 · 52주 최고가/최저가 : 98,000원/32,450원 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: center;">Performance(3Q, 2011~2Q, 2012)</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 게임빌의 2012년 상반기 매출액은 318억 원, 영업이익은 126억 원으로 2011년 상반기 대비 각각 96.3%, 85.3% 증가 · <피싱마스터>, <핀치히어로> 등의 신규 스포츠게임의 활약으로 스포츠 장르의 매출이 큰 폭으로 상승 · 2012년 상반기 장르별 게임 비중을 볼 때, 스포츠, RPG, 액션 등 주요 장르가 균형 잡힌 매출 구조를 이루며 전년대비 큰 폭의 성장을 견인 · 2012년 상반기 매출액 중 해외 수출 비중은 41%인 131억 원 	<p style="text-align: center;">Stock Price</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p> <p style="text-align: center;">* 출처 : 공시자료</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 원)</p> <p style="text-align: center;">* 출처 : Daum 증권(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>

북미


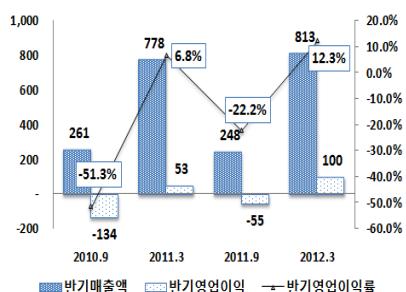

<p style="text-align: center;">Microsoft</p> <p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Microsoft®</p> <p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ MS, 인디 개발자를 위한 XBLIG 제한 사항 완화(1.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS는 MS 개발자 네트워크 블로그를 통해 XBLIG(XboxLive Indie Games)에 업로드할 수 있는 게임 용량 및 가격 등의 제한 사항을 완화한다고 발표 <p>◆ MS, WindowsOS용 키넥트 출시(2.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS가 WindowsOS 기반 PC에서 이용할 수 있는 동작인식 센서 키넥트를 정식 출시, 상업용 키넥트 Windows용 소프트웨어 개발 키트(SDK) 1.5 버전도 함께 공개 <p>◆ MS, Xbox360용 키넥트 스타워즈 한정판 패키지 출시(4.3)</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS는 루카스아츠(Lucas Arts)와 함께 Xbox360용 키넥트 타이틀 <키넥트 스타워즈>와 스타워즈 한정판 콘솔을 4월 3일 출시 <p>◆ MS, 2012년 1/4분기 실적 발표(4.19)</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS의 2012년 1/4분기 실적은 매출 170억 4,100만 달러, 영업이익 63억 7,000만 달러로 각각 전년 동기대비 6%, 12% 증가 <p>◆ MS의 Xbox360, 독일서 유통 금지 판결(5.3)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 독일 법원은 MS가 Xbox360 콘솔게임기와 Windows7 운영체제에 대해 모토로라가 보유한 2건의 특허를 침해했다며 독일 시장에서 철수할 것을 명령 <p>◆ MS, 학생이 PC 사면 Xbox360 주는 프로모션 시행(5.20)</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS는 미국 내 거주학생이 Windows7 기반의 PC를 구매하면 4GB의 Xbox 360 콘솔을 무료로 제공하는 프로모션을 5월 20일부터 시행, 캐나다의 경우 5월 18일부터 시행 <p>◆ Xbox360, 2012년에도 최다 판매 콘솔 등극(6.14)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 시장조사업체 NPD Group에 따르면, Xbox360은 15개월 연속 미국 콘솔 시장점유율 40% 이상을 유지하고 있는 가운데, 지난 17개월 동안 미국에서 최다 판매된 콘솔 지위를 유지하고 있는 것으로 나타남 	<p>· 업체명 : Microsoft</p> <p>· 설립연도 : 1975년</p> <p>· 대표 : Steve Ballmer</p> <p>· 직원수 : 92,000명</p> <p>· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미</p> <p>· 주력플랫폼 : PC, 콘솔</p> <p>· 주력상품 : Xbox360 콘솔게임기, XboxLive 및 각종 게임 타이틀</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <p>· 매출액(백만 달러) : \$73,723(11년 7월~12년 6월)</p> <p>· 시가총액(백만 달러) : \$256,980</p> <p>· 주가 : \$30.59</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : \$32.95/\$23.79</p> <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 달러)</p> <table border="1"> <caption>Microsoft Performance Data (3Q 2011 ~ 2Q 2012)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (Sales)</th> <th>Operating Income</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>17,372</td> <td>7,203</td> <td>41.5%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>20,885</td> <td>7,994</td> <td>38.3%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>17,407</td> <td>6,374</td> <td>36.6%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>18,059</td> <td>192</td> <td>1.1%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (Sales)	Operating Income	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	17,372	7,203	41.5%	4Q 2011	20,885	7,994	38.3%	1Q 2012	17,407	6,374	36.6%	2Q 2012	18,059	192	1.1%
Quarter	Revenue (Sales)	Operating Income	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	17,372	7,203	41.5%																		
4Q 2011	20,885	7,994	38.3%																		
1Q 2012	17,407	6,374	36.6%																		
2Q 2012	18,059	192	1.1%																		
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> · MS의 상반기 매출액은 354억 달러, 영업이익은 65억 달러로 2011년 상반기 대비 매출액은 4.9% 증가한 반면, 영업이익은 44.7% 감소 · 2007년 인수한 인터넷 광고 대행사 Aquantive의 상각 비용 처리 및 온라인 서비스 부문 매출 부진으로 전년 상반기 대비 영업이익이 대폭 감소 · 미국 전체 게임 콘솔시장 성장이 침체된 가운데, 2/4분기 기준 Xbox는 47%의 점유율을 유지, 전 세계 Xbox Live 가입자 수는 4,000만 명을 기록해 전년 대비 33% 증가 	<p style="text-align: center;">Stock Price</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 달러)</p> <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				


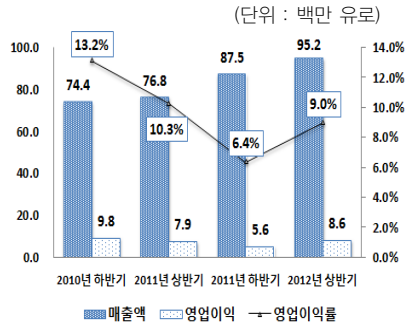

<h2>Electronic Arts</h2>																					
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ EA, 안드로이드 전용 'EA 게임마켓' 발표(1.12) <ul style="list-style-type: none"> · EA가 안드로이드 단말에서 독자적으로 운영하는 게임전문 마켓 플레이스 'EA 게임마켓'을 오픈하고, 자사의 인기 모바일게임 타이틀 <데드스페이스>, <피파 10> 등을 판매할 계획 ◆ EA오리진, 11개 서드파티 퍼블리셔 추가(1.24) <ul style="list-style-type: none"> · EA의 온라인 콘텐츠 판매 사이트 'EA 오리진'이 트라이온 월드, RED, 프리버드 게임즈 등 서드파티 퍼블리셔 11개를 추가 ◆ EA, 대규모 500명~1,000명 규모 임원 감축 예고(4.16) <ul style="list-style-type: none"> · EA가 지난해 출시된 <베틀필드3>와 <스타워즈>의 부진으로 전체 직원의 약 5~10%에 해당하는 인력을 감원할 것으로 전망 ◆ EA, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.7) <ul style="list-style-type: none"> · EA의 2012년도 1/4분기 매출은 9억 7,700만 달러, 영업이익은 7,700만 달러로 각각 전년 동기대비 2%, 31% 감소 · 차세대 콘솔게임 개발에 8,000만 달러 투자 결정, 2012년도 하반기 발매 예정인 신작 게임 타이틀 공개 ◆ EA의 <스타워즈:구공화국> 이용자 40만 명 이탈(5.9) <ul style="list-style-type: none"> · EA의 2012년 1/4분기 실적 발표 결과, <스타워즈:구공화국>의 액티브 사용자 수는 130만 명으로 초기 구매자들이 재연장을 하지 않아 지난 2월 대비 40만 명 감소한 것으로 집계 · <스타워즈:구공화국>은 EA의 30년 게임 역사상 가장 큰 금액을 투자한 MMO 타이틀로, 스타워즈 스토리를 기반으로 Bioware가 제작 ◆ EA, Activision Blizzard와 <Call of Duty> 관련 소송 마무리(5.18) <ul style="list-style-type: none"> · <Call of Duty> 개발업체 Infinity Ward를 둘러싼 Activision Blizzard와 EA 간의 로열티 문제가 Activision Blizzard가 EA 측에 4,200만 달러의 로열티를 지급하는데 합의하면서 일단락 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : EA · 설립연도 : 1982년 · 대표 : John S. Riccitiello · 직원수 : 7,645명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아 · 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일 · 주력상품 : PC 및 온라인게임개발 및 퍼블리싱 																				
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 달러) : \$4,099('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 달러) : \$3,930 · 주가 : \$12.35 · 52주 최고가/최저가 : \$26.13/\$11.67 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<h3>Performance(3Q, 2011~2Q, 2012)</h3> <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 달러)</p>																				
	 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>매출액</th> <th>영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>715</td> <td>374</td> <td>-52.3%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>1,061</td> <td>-183</td> <td>-17.2%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>1,368</td> <td>267</td> <td>26.7%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>955</td> <td>215</td> <td>22.5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	3Q 2011	715	374	-52.3%	4Q 2011	1,061	-183	-17.2%	1Q 2012	1,368	267	26.7%	2Q 2012	955	215	22.5%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
3Q 2011	715	374	-52.3%																		
4Q 2011	1,061	-183	-17.2%																		
1Q 2012	1,368	267	26.7%																		
2Q 2012	955	215	22.5%																		
<h3>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3>Stock Price</h3> <p style="text-align: right;">(단위 : 달러)</p>																				
<ul style="list-style-type: none"> · EA의 상반기 매출액은 23억 2,300만 달러, 영업이익은 5억 8,000만 달러로, 2011년 상반기 대비 각각 11.2%, 55.9% 증가 · 게임 패키지 부문 매출 부진과 <스타워즈:구공화국>의 가입자 40만 명 이탈로 2012년 2/4분기 실적은 직전분기 대비 크게 하락 · 전통적인 패키지 배급에서 디지털 사업으로 전환하려는 노력이 성과를 거두고 있는 가운데, 디지털 매출은 기업 전체 매출의 2/3 이상을 차지 	 <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<h2>Walt Disney</h2>																					
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Disney, 게임 사업 총괄자로 Bill Roper 선임(2.9) <ul style="list-style-type: none"> · 지난 1년간 디즈니인터랙티브미디어그룹(DIMG)의 게임 사업을 총괄해왔던 알렉스 세로피안(Alex Seropian) 수석 부사장겸 코어 게임 사업 본부장이 사임하면서 마블코믹스 프랜차이즈 담당 부사장 빌로퍼(Bill Roper)가 후임자로 선정 ◆ Disney, <Epic Mickey2> 3대 콘솔 발매 예고(3.21) <ul style="list-style-type: none"> · Disney가 2012년 11월 발매 예정인 개발사 Junction Point의 액션 어드벤처 게임 <Epic Mickey2>를 Wii뿐만 아니라 PS3, Xbox360 등 3대 콘솔 모두에서 발매하기로 결정 ◆ Disney, DeNA와 모바일 소셜게임 사업 제휴(3.30) <ul style="list-style-type: none"> · 양사는 게임 타이틀 <Disney Party>를 제작, 28일부터 모바일 소셜게임 플랫폼 모바게(Mobage)를 통해 서비스를 시작 · 4월 이후 순차적으로 <Disney Fantasy Quest>, <Marvel Comics card-collection game> 출시, 7월부터는 일본 외 국가에서도 서비스 개시 전망 ◆ Disney, 1/4분기 콘솔/소셜게임 실적 호조(3.31) <ul style="list-style-type: none"> · Disney의 1/4분기 실적발표에 따르면, 소셜게임 관련 업체 인수 비용 절감과 소셜/콘솔게임 실적 호조로 전년 동기대비 게임분야에서의 매출 손실액이 감소한 것으로 집계 ◆ Disney, 모바일게임 2종 공개(6.5) <ul style="list-style-type: none"> · Disney는 지난해 말 런칭해 80개국에서 히트한 모바일게임 <Where's My Water?>의 후속작 <Where's My Perry?>와 영화 <Brave>의 홍보용 모바일게임 <Temple Run: Brave>를 공개 ◆ Disney, Activision Blizzard와 <Wreck-It Ralph> 제작(6.25) <ul style="list-style-type: none"> · Disney가 Disney의 신작 애니메이션으로도 개봉을 앞두고 있는 <Wreck-It Ralph>를 닌텐도 Wii, 닌텐도 3DS, DS용 게임으로 제작하기 위해 Activision Blizzard와 제휴 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Walt Disney · 설립연도 : 1923년 · 대표 : Robert A. Iger · 직원수 : 156,000명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 · 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일 · 주력상품 : 자사 라이선스를 바탕으로 한 캐주얼 게임 																				
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 달러) : \$41,921('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(백만 달러) : \$86,690 · 주가 : \$48.50 · 52주 최고가/최저가 : \$48.95/\$28.19 <p>* 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	<h3>Performance(3Q,2011~2Q,2012)</h3> <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 달러)</p>  <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Income</th> <th>Operating Margin</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>10,425</td> <td>1,903</td> <td>18.3%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>10,779</td> <td>2,241</td> <td>20.8%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>9,629</td> <td>1,876</td> <td>19.5%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>11,088</td> <td>3,209</td> <td>28.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Margin	3Q 2011	10,425	1,903	18.3%	4Q 2011	10,779	2,241	20.8%	1Q 2012	9,629	1,876	19.5%	2Q 2012	11,088	3,209	28.9%
Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Margin																		
3Q 2011	10,425	1,903	18.3%																		
4Q 2011	10,779	2,241	20.8%																		
1Q 2012	9,629	1,876	19.5%																		
2Q 2012	11,088	3,209	28.9%																		
<h3>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3>Stock Price</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> · Disney의 상반기 매출액은 207억 달러, 영업이익은 50억 8,500만 달러로 각각 2011년 상반기 대비 9.8%, 24.8% 증가 · 테마파크와 리조트 부문 및 스튜디오 엔터테인먼트 부문의 매출 성장에 힘입어 영업이익이 대폭 증가 · 게임 부문이 속한 인터랙티브 미디어 분야의 전체 매출액은 감소했지만, 소셜게임을 포함한 온라인 게임부문의 선전에 힘입어 2011년 상반기 대비 영업 손실액은 줄어든 것으로 나타남 	<p style="text-align: right;">(단위 : 달러)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

유럽


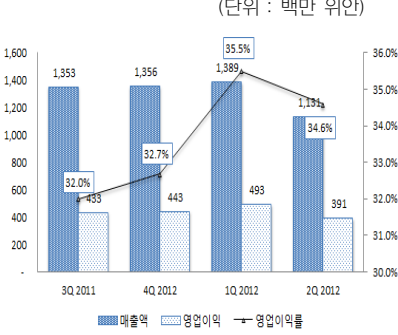

Activision Blizzard	ACTIVISION BLIZZARD™																				
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Activision Blizzard, 2011년 연간 실적 발표(2.9) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard는 2011년 전년 대비 약 1,000만 달러 증가한 총 44억 9,000만 달러의 연간 매출을 기록 · 실적 호조는 <Call of Duty>의 폭발적 흥행에 힘입은 것으로, 2011년 북미 선정 가장 많이 팔린 게임 1위에도 등극 ◆ Activision Blizzard, 전 세계 직원 600명 정리하고(2.29) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard가 전 세계 직원 중 600명을 정리하고 한다고 발표한 가운데, 해고 대상의 90%가 비개발 인력 ◆ Activision Blizzard, Dennis Durkin CFO로 선임(3.5) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard는 Microsoft의 Xbox 사업부 대표 테니스 더 킨(Dennis Durkin)을 새로운 CFO로 임명 ◆ Activision Blizzard, 2012년 1/4분기 실적발표(5.9) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard의 2012년 1/4분기 매출은 전년 동기대비 22% 감소한 5억 8,700만 달러로, 영업이익 또한 전년 동기대비 59% 9,000만 달러를 기록 ◆ Activision Blizzard의 <Diablo 3> 정식 출시(5.15) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard의 <Diablo 3>가 미국, 캐나다, 유럽, 한국, 동남아시아, 호주, 뉴질랜드, 대만, 홍콩, 마카오 등에서 5월 15일 패키지와 다운로드 버전으로 각각 출시 ◆ Activision Blizzard, NetEase의 <WOW> 中 판권 연장(5.20) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard가 <World of Warcraft>에 대한 NetEase의 중국 내 판권을 3년 더 연장하기로 합의 ◆ Activision Blizzard, 써드파티개발자 지원위해 Flurry와 제휴(6.13) <ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard는 써드파티 개발자들을 지원하기 위한 모바일 퍼블리싱 이니셔티브를 수립하기 위해 모바일 애플리케이션, 광고 분석업체 Flurry와 전략적 제휴를 체결 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Activision Blizzard · 설립연도 : 1979년 · 대표 : Robert A Kotick · 직원수 : 7,300명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 · 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일 · 주력상품 : Activision의 온라인 & 콘솔게임 퍼블리싱, Blizzard의 PC 패키지 게임 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 달러) : \$4,408('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 달러) : \$13,330 · 주가 : \$11.99 · 52주 최고가/최저가 : \$14.40/\$10.40 * 주가는 2012. 7. 2 종가 기준 																				
	Performance(3Q, 2011~2Q, 2012)																				
	(단위 : 백만 달러)																				
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>반기매출액 (백만 달러)</th> <th>반기영업이익 (백만 달러)</th> <th>반기영업이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010. 12</td> <td>74.4</td> <td>9.8</td> <td>13.2%</td> </tr> <tr> <td>2011. 6</td> <td>76.8</td> <td>7.9</td> <td>10.3%</td> </tr> <tr> <td>2011. 12</td> <td>87.5</td> <td>5.6</td> <td>6.4%</td> </tr> <tr> <td>2012. 6</td> <td>95.2</td> <td>8.6</td> <td>9.0%</td> </tr> </tbody> </table>	기간	반기매출액 (백만 달러)	반기영업이익 (백만 달러)	반기영업이익률 (%)	2010. 12	74.4	9.8	13.2%	2011. 6	76.8	7.9	10.3%	2011. 12	87.5	5.6	6.4%	2012. 6	95.2	8.6	9.0%
기간	반기매출액 (백만 달러)	반기영업이익 (백만 달러)	반기영업이익률 (%)																		
2010. 12	74.4	9.8	13.2%																		
2011. 6	76.8	7.9	10.3%																		
2011. 12	87.5	5.6	6.4%																		
2012. 6	95.2	8.6	9.0%																		
	* 출처 : 공시자료																				
2012년 상반기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> · Activision Blizzard의 상반기 매출액은 22억 4,700만 달러, 영업이익은 7억 4,000만 달러로 각각 2011년 상반기 대비 13.4%, 35.1% 감소 · 지난 5월 출시한 <Diablo III>가 1,000만 장의 판매고를 기록한 반면, <WOW>의 이용자 수가 2011년 3분기 이후 지속적인 감소세를 나타내며 매출액 및 영업이익이 대폭 감소 · <Skylanders Spyro's Adventures>, <Call of Duty: Modern Warfare 3>, <Diablo III>가 2012년 상반기 북미, 유럽지역 게임 판매순위 Top3에 랭크 · Tencent와의 제휴를 통해 2012년 하반기 이후 중국 시장 내 <Call of Duty> 등의 게임 유통 기대 	<div style="text-align: center;">(단위 : 달러)</div> <p style="text-align: center;">주가</p> <p style="text-align: center;">거래량</p> <p style="text-align: center;">* 출처 : Google Finance(2011,07,01 ~ 2012,06,30)</p>																				


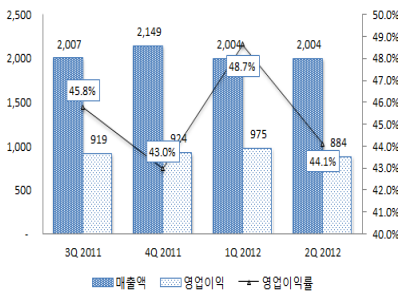

<h2>Ubisoft</h2>																					
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ubisoft, <Assassin's CreedIII> 10월 30일 정식 발매(2.15) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft는 출시 때마다 기대작으로 손꼽히는 <Assassin's Creed>시리즈의 완결판격인 <Assassin's CreedIII>를 2012년 10월 30일 정식 발매하기로 예정 · PC, Xbox360, PS3로 2013년 출시가 예정돼 있는 <Assassin's CreedIII>의 스피노프 작품은 PS VITA로 발매될 예정 ◆ Ubisoft, 모바일게임 제공 위해 日 GREE와 제휴(2.12) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft는 <Assassin's Creed>의 신작을 모바일 플랫폼에서 제공하기 위해 일본 모바일 게임업체 GREE와 제휴 ◆ Ubisoft의 <Assassin's Creed> 소송 휘말려(4.18) <ul style="list-style-type: none"> · 미국 소설가 John Beiswenger가 Ubisoft의 <Assassin's Creed> 시리즈가 자신의 2003년 작 <Link>의 저작권을 침해했다며 소송을 제기 ◆ Ubisoft, <Avengers: Battle for Earth> 올 가을경 출시(5.11) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft가 영화 'Avengers'를 토대로 한 마벨 영웅들의 액션 게임 <Avengers: Battle for Earth>를 2012년 가을경 Xbox360과 Wii U 버전으로 출시할 전망 ◆ Ubisoft, 2011년 연간 실적 발표(5.15) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft의 2011년 총 매출은 10억 6,100만 유로로, 전년대비 2.1% 증가했으며, 영업이익은 5,600만 유로로 전년의 2,940만 유로 대비 큰 폭으로 상승 ◆ Ubisoft, E3 2012에서 신작 게임 <Watch Dogs> 공개(6.5) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft가 E3 2012에서 오픈월드 액션 어드벤처 게임 <Watch Dogs>의 트레일러 영상과 플레이 영상을 공개 ◆ Ubisoft, 8개 Wii U 전용 타이틀 공개(6.5) <ul style="list-style-type: none"> · Ubisoft가 2013년 상반기까지 <Assassin's CreedIII>, <Just Dance4>, <Marvel Avengers>, <Rabbids Land> 등 8개 Wii U 전용 타이틀을 발매할 예정 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : UBISOFT · 설립연도 : 1986년 · 대표 : Yves Guillemot · 직원수 : 6,700명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 · 주력플랫폼 : PC, 콘솔 · 주력상품 : 콘솔 및 온라인게임개발 및 퍼블리싱 																				
	<h3>Financial Profile</h3>																				
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 유로) : €1,061('11년 3월-'12년 3월) · 시가총액(백만 유로) : €500,08 · 주가 : €5.27 · 52주 최고가/최저가 : €7.29/€3.57 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<h3>Performance(3Q,2011~2Q,2012)</h3>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 백만 유로)</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>반기매출액</th> <th>반기영업이익</th> <th>반기영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010.9</td> <td>261</td> <td>-134</td> <td>-51.3%</td> </tr> <tr> <td>2011.3</td> <td>778</td> <td>53</td> <td>6.8%</td> </tr> <tr> <td>2011.9</td> <td>248</td> <td>-55</td> <td>-22.2%</td> </tr> <tr> <td>2012.3</td> <td>813</td> <td>100</td> <td>12.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	반기매출액	반기영업이익	반기영업이익률	2010.9	261	-134	-51.3%	2011.3	778	53	6.8%	2011.9	248	-55	-22.2%	2012.3	813	100	12.3%
기간	반기매출액	반기영업이익	반기영업이익률																		
2010.9	261	-134	-51.3%																		
2011.3	778	53	6.8%																		
2011.9	248	-55	-22.2%																		
2012.3	813	100	12.3%																		
<h3>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3>Stock Price</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> · 2011년 9월 ~ 2012년 3월까지 반기 매출액은 8억 1,300만 유로, 영업이익은 1억 유로로 각각 전년대비 대비 4.5%, 88.7% 증가 · 콘솔게임 <Assassin's Creed: Revelations>와 <Just Dance3> 판매량 증가로 매출액과 영업이익이 급상승 · Wii 매출액이 전체 매출액의 33.6%를 차지하고 있으며, Xbox360(29.2%), PlayStation3(22.0%) 순으로 나타남 · 유럽 게임업체임에도 불구하고 북미 매출이 전체 매출의 48%를 차지하고 있음 · 2012년 6월 ~ 2012년 9월까지 반기 매출액은 블록버스터 게임 <Tom Crancy's Ghost Recon Future Soldier>와 <Just Dance 4>판매량 증가로 큰 폭으로 증가할 것으로 전망 · 온라인게임 분야에서는 <Trials Evolution>과 같은 부분 유료화 게임의 흥행으로 매출이 증가할 것으로 전망 	<p style="text-align: right;">(단위 : 유로)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

Gameloft																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gameloft와 Qualcomm, CES 2012서 모바일게임 환경 시연(1.11) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft는 CES 2012에서 자사의 모바일 FPS게임 <Modern Combat3>를 Qualcomm의 모바일 프로세서 스냅드래곤(Snapdragon S4)을 탑재한 LTE 태블릿 환경에서 시연 ◆ Gameloft, 모바일게임 <Ice Age Village> 출시(3.14) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft는 Fox Digital Entertainment와의 제휴를 통해 애니메이션 영화 'Ice Age'의 제작사인 Blue Sky와 공동으로 개발한 모바일게임 <Ice Age Village>를 출시 ◆ Gameloft, New iPad에 최적화된 게임 4종 발표(3.16) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft가 Apple社의 태블릿PC New iPad에 최적화된 게임타이틀 <Order & Chaos Online>, <Modern Combat3>, <Asphalt6>, <Gangstar Rio>를 출시 ◆ Gameloft, 2011년 연간 실적 발표(3.21) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft의 2011년 매출과 영업이익은 전년 대비 17%, 24%씩 증가해 각각 1억 6,440만 달러, 2,110만 달러를 기록 ◆ Gameloft, 2012년 1/4분기 실적 발표(5.3) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft는 2012년 1/4분기 전년 동기대비 14% 증가한 4,480만 유로의 매출 달성, 신흥국 스마트폰, 태블릿PC 게임 매출이 크게 상승한 가운데 Gameloft 전체 매출에서 모바일게임의 차지비율은 59%로 집계 ◆ Gameloft, MediaTek과 글로벌 파트너십 체결(5.11) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft는 빠른 속도와 멀티미디어 환경에 대한 게임이용자들의 요구에 부응하기 위해 대만의 반도체 기업 MediaTek과 파트너십을 체결 ◆ Gameloft, <Amazing Spider-Man> 모바일게임 출시(6.4) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft가 Marvel과 협력 하에 영화 개봉과 동시에 <Amazing Spider-Man>의 모바일게임을 출시 ◆ Gameloft, 유명 애니메이션 판권 소유한 Hasbro와 제휴(6.21) <ul style="list-style-type: none"> · Gameloft는 애니메이션 시리즈 <My Little Pony>, <Little Pet Shop> 등을 iOS, Android OS에서도 구현가능한 모바일 게임으로 개발하기 위해 작품의 라이선스를 소유하고 있는 Hasbro와 제휴 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Gameloft · 설립연도 : 2000년 · 대표 : Michel Guillemot · 직원수 : 4,000명 · 사업지역 : 유럽, 미국, 중국, 일본, 동남아, 남미, 아프리카 · 주력플랫폼 : 모바일 · 주력상품 : 모바일게임 개발 및 퍼블리싱 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 유로) : €182,8('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 유로) : €377,82 · 주가 : €4.90 · 52주 최고가/최저가 : €5.40/€3.14 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	Performance(3Q,2011~2Q,2012)																				
	<p style="text-align: center;">(단위 : 백만 유로)</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>매출액</th> <th>영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010년 하반기</td> <td>74.4</td> <td>9.8</td> <td>13.2%</td> </tr> <tr> <td>2011년 상반기</td> <td>76.8</td> <td>7.9</td> <td>10.3%</td> </tr> <tr> <td>2011년 하반기</td> <td>87.5</td> <td>5.6</td> <td>6.4%</td> </tr> <tr> <td>2012년 상반기</td> <td>95.2</td> <td>8.6</td> <td>9.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	2010년 하반기	74.4	9.8	13.2%	2011년 상반기	76.8	7.9	10.3%	2011년 하반기	87.5	5.6	6.4%	2012년 상반기	95.2	8.6	9.0%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
2010년 하반기	74.4	9.8	13.2%																		
2011년 상반기	76.8	7.9	10.3%																		
2011년 하반기	87.5	5.6	6.4%																		
2012년 상반기	95.2	8.6	9.0%																		
2012년 상반기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> · Gameloft의 상반기 매출액은 9,520만 유로로 2011년 상반기 대비 23.9% 증가 · 스마트폰 및 태블릿PC 게임 판매량의 급증과 부분유료화(freemium) 모델의 성공적 도입으로 매출액이 대폭 증가 · Gameloft 전체 매출액에서 스마트폰과 태블릿PC가 차지하는 비중은 50% 이상으로, 스마트폰 게임 매출의 60% 이상이 앱 내 결제(in-app purchase) 및 광고 수익에서 발생 · Gameloft의 월간활동이용자(MAU) 수는 5,500만 명으로 집계 	<p style="text-align: center;">(단위 : 유로)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

중국


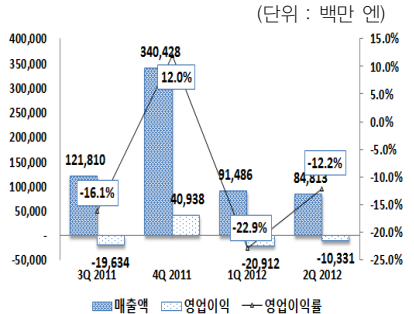

Tencent	Tencent 腾讯																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Tencent, 2011년 결산 실적 발표(3.14) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent가 2011년 실적발표를 통해 2011년 4분기에 SNS 수익 증대로 인해 순이익 25억 4,000만 위안, 매출은 전년 동기대비 43% 증가한 79억 2,000만 위안 기록했다고 밝힘 · Tencent의 2011년 총 수익은 전년대비 45% 증가한 284억 9,610만 위안, 총 이익은 전년대비 39.3% 증가한 185억 6,780만 위안 기록, 이 중 영업이익은 24.6% 증가한 122억 5,350만 위안 달성 ◆ Tencent, Walt Disney와 제휴 통해 신규 사업 강화(4.10) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent가 Walt Disney와 파트너십을 체결, Disney의 스토리텔링 노하우를 중국 현지 인력 훈련, TV 프로그램 및 영화 제작, 애니메이션 플랫폼 구축에 활용할 계획 ◆ Tencent, 2012년 1/4분기 순이익 전년 동기대비 2.8% 증가(5.16) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent, 온라인게임 매출 증가로 인해 2012년 1/4분기 총 이익은 전년 동기대비 5.2% 증가한 96억 4,000만 위안, 순이익은 전년 동기대비 2.8% 증가한 29억 6,000만 위안 기록 ◆ Tencent, QQ게임 포털, 최고 동시접속자 800만 돌파 (5.31) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent의 QQ게임 포털이 최고 동시접속자수 800만 명을 기록했으며, 이는 지난 2월 발표한 700만 명에 비해 100만 명 증가 ◆ Tencent, 휴대전화 단말기 'QPhone' 개발 추진(6.13) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent와 협력 중인 龍旗科技(용기과기)측은 Tencent가 인터넷과 통신의 결합을 넘어서서 완전히 새로운 개념을 추구하는 자체 브랜드 휴대전화 'QPhone'을 개발 중이며 가까운 시일 내에 공개할 예정이라고 밝힘 ◆ Tencent, 미국 Epic Games의 지분 일부 인수(6.20) <ul style="list-style-type: none"> · Tencent는 언리얼 엔진 및 다수의 PC, 콘솔게임 개발업체로 유명한 미국 Epic Games의 지분을 일부 인수했다고 발표 	<p style="text-align: center;">Company Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Tencent · 설립연도 : 1998년 · 대표 : MA, Huateng · 직원수 : 19,130명 · 사업지역 : 중국 · 주력플랫폼 : 온라인 · 주력상품 : 유명 게임업체와 파트너십 통해 온라인게임 공급, 인터넷 매신저 <p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 위안) : 元35,593('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 달러) : \$415,800 · 주가 : \$226.00 · 52주 최고가/최저가 : \$248.80/\$139.80 * 주가는 2012. 7. 2 증가 기준(홍콩 달러) <p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p> <p style="text-align: center;">(단위 : 백만 위안)</p> <table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million RMB)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Income</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>7,496</td> <td>2,992</td> <td>39.9%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>7,922</td> <td>3,092</td> <td>39.0%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>9,648</td> <td>3,691</td> <td>38.3%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>10,527</td> <td>3,938</td> <td>37.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	7,496	2,992	39.9%	4Q 2011	7,922	3,092	39.0%	1Q 2012	9,648	3,691	38.3%	2Q 2012	10,527	3,938	37.4%
Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	7,496	2,992	39.9%																		
4Q 2011	7,922	3,092	39.0%																		
1Q 2012	9,648	3,691	38.3%																		
2Q 2012	10,527	3,938	37.4%																		
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> · Tencent의 2012년 상반기 매출액은 201억 7,500만 위안, 영업이익은 76억 2,900만 위안으로 2011년 상반기 대비 각각 54.3%, 23.6% 증가 · 2012년 상반기 온라인게임부문 매출액은 151억 6,900만 위안으로 2011년 상반기 대비 42.6% 증가 · <크로스파이어>와 <던전앤파이터> 퍼블리싱으로 인한 수익 상승이 Tencent 게임 수익 상승을 이끈 원동력 역할을 하면서, 하반기 Tencent가 출시할 '블레이드 & 소울'이 2012년 Tencent 전체 성적표에 결정적인 역할을 할 전망 · Tencent의 영업이익률은 2011년 2/4분기 이후 5분기 연속 하락세를 보임에 따라, 성장성에 대한 회의적인 반응이 나타남 	<p style="text-align: center;">Stock Price</p> <p style="text-align: center;">(단위 : 홍콩 달러)</p> <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<h2 style="color: blue;">Shanda Games</h2>																					
<h3 style="color: blue;">최근 이슈</h3>	<h3 style="color: blue;">Company Profile</h3>																				
<p>◆ Shanda, 2011년 결산 실적 발표(2.21)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shanda, 2011년 4/4분기 순수익은 전년 동기대비 17.7% 증가한 13억 5,600만 위안, 이 중 중국 내 온라인게임 수익은 전년 동기 대비 14.4% 증가하고 직전 분기대비 1.5% 감소한 12억 6,200만 위안 기록 Shanda, 2011년 영업이익은 전년대비 10.6% 증가한 14억 7,400만 위안 기록, 순수익은 전년대비 17.3% 증가한 52억 8,190만 위안, 이 중 중국 내 온라인게임 수익은 전년대비 15.2% 증가한 49억 7,550만 위안 기록 <p>◆ Shanda가 개발한 <아스테르온라인> 2차 CBT 실시(3.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shanda가 개발하고 위메이드 엔터테인먼트가 서비스하는 캐주얼 MMORPG <아스테르온라인>의 2차 비공개테스트(CBT) 국내 실시, 4월 18일부터 정식 서비스 돌입 <p>◆ Shanda, 2012년 2/4분기에 스마트폰 출시 계획 공개(4.8)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shanda의 내부 관계자가 2012년 2/4분기 내로 Shanda 브랜드를 앞세운 Android 기반 스마트폰을 출시할 예정이라고 밝힘 Shanda의 스마트폰 가격은 1,199 위안(약 21만 6,143만 원), 듀얼코어 휴대폰 가격은 999 위안(약 18만 원)이 될 예정 <p>◆ Shanda, 한국 벤처조합에 40억 원 출자(5.24)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shanda는 자회사 액토즈소프트를 통해 에이케이지인베스트가 결성할 예정인 청년창업육성투자조합에 40억 원을 출자 에이케이지인베스트는 조합 약정액의 약 60%를 IT, 게임, 소프트웨어 관련 초기 기업에 투자할 계획 <p>◆ Shanda, 2012년 1/4분기 순이익 전년대비 10.9% 증가(6.11)</p> <ul style="list-style-type: none"> Shanda, 2012년 1/4분기 순수익은 전년 동기대비 10.9% 증가한 13억 8,940만 위안(직전 분기대비 2.5% 증가), 영업이익은 전년 동기대비 18.65% 증가하고 직전 분기대비 11.3% 증가한 4억 9,290만 위안 기록 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명 : Shanda Games 설립연도 : 1999년 대표 : Tiangiao Chen 직원수 : 2,518명 사업지역 : 중국 주력플랫폼 : 온라인 주력상품 : MMORPG 등 온라인게임, 모바일게임 등 																				
	<h3 style="color: blue;">Financial Profile</h3>																				
	<ul style="list-style-type: none"> 매출액(백만 위안) : 元5,419(11년 4월~12년 3월) 시가총액(백만 달러) : \$1,120 주가 : \$4.00 52주 최고가/최저가 : \$6.93/\$3.46 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>																				
	<h3 style="color: blue;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</h3>																				
	<p style="text-align: right;">(단위 : 백만 위안)</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>매출액</th> <th>영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q, 2011</td> <td>1,353</td> <td>453</td> <td>32.0%</td> </tr> <tr> <td>4Q, 2011</td> <td>1,356</td> <td>443</td> <td>32.7%</td> </tr> <tr> <td>1Q, 2012</td> <td>1,389</td> <td>493</td> <td>35.5%</td> </tr> <tr> <td>2Q, 2012</td> <td>1,195</td> <td>391</td> <td>34.6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	3Q, 2011	1,353	453	32.0%	4Q, 2011	1,356	443	32.7%	1Q, 2012	1,389	493	35.5%	2Q, 2012	1,195	391	34.6%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
3Q, 2011	1,353	453	32.0%																		
4Q, 2011	1,356	443	32.7%																		
1Q, 2012	1,389	493	35.5%																		
2Q, 2012	1,195	391	34.6%																		
<h3 style="color: blue;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3 style="color: blue;">Stock Price</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> Shanda Games의 2012년 상반기 매출액은 25억 2,000만 위안, 영업이익은 8억 8,400만 위안으로 전년 동기대비 각각 2.1% 감소, 3.6% 증가 2012년 2/4분기 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU)는 1,730만 명으로 전년 동기대비 27.9% 하락했으며, 월간 게이머지출액(Monthly Average Revenues Per Paying Use)도 90.3위안으로 전년 동기대비 4.5%로 감소해 매출액이 감소 <드레곤네트스>와 <미르2> 퍼블리싱으로 인한 수익 상승이 Shanda Games의 매출 상승을 이끈 원동력 역할을 하면서, 2012년 하반기에는 <RIFT>와 <Age of Wushu>가 Shanda Games의 매출액 상승에 결정적인 역할을 할 전망 하반기부터 웹게임과 모바일게임을 다수 출시하며, 다양한 게임 플랫폼을 이용할 수 있는 멀티플랫폼 게임도 출시할 예정 	<p style="text-align: right;">(단위 : 달러)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<h2>NetEase</h2>	 <p>www-163-com</p>																				
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ NetEase, 2011년 실적 공시, 게임 매출이 전체의 88% 차지(2.16) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase, 2011년 총 매출 75억 위안 중 게임사업 매출이 전년 대비 34.7% 증가한 66억 위안으로 88%를 차지, 2011년 당기순이익은 전년대비 45.5% 증가한 32억 위안 기록 ◆ NetEase, Blizzard의 <WoW> 중국 내 서비스 계약 연장 (3.20) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase가 Blizzard의 <World of Warcraft>의 중국 내 퍼블리싱 계약을 연장해 향후 3년 동안 계속 서비스할 예정이라고 발표 ◆ NetEase, 언리얼엔진3 기반 AOS 게임 <영웅삼국> 공개(4.3) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase는 언리얼엔진3에 기반해 자체 개발한 신작 AOS 게임 <영웅삼국>을 공개, 4월 6일부터 중국 내 CBT 개시 ◆ NetEase, '넷이즈자본' 벤처캐피탈 설립(4.6) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase는 20억 위안을 투자해 '넷이즈자본(网易资本)' 벤처캐피탈을 설립, 주로 신생 인터넷 기업에 투자할 계획 ◆ NetEase, 2012년 1/4분기 순이익 전분기 대비 6.7% 감소(5.16) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase, 2012년 1/4분기 총수익은 전분기 대비 6.7% 감소한 20억 400만 위안이며, 이 중 온라인게임 수익은 전분기대비 0.7% 감소한 18억 2,100만 위안 기록 · NetEase, 2012년 1/4분기 순수익은 전 분기 대비 4.8% 증가한 9억 4,200만 위안, 영업이익은 5.5% 증가한 5억 7,500만 위안 ◆ NetEase, CNTV와 전략적 제휴 체결(6.25) <ul style="list-style-type: none"> · NetEase가 중국 네트워크 TV 방송국 China Network Television과 전략적 제휴를 맺고, 2012년 7월 27일부터 8월 13일까지 자사 웹사이트에서 2012 런던 올림픽 개막식 및 폐막식을 비롯해 다양한 경기를 제공할 예정 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : NetEase · 설립연도 : 1997년 · 대표 : William Lei Ding · 직원수 : 6,160명 · 사업지역 : 중국 · 주력플랫폼 : 온라인 · 주력상품 : 중국 시장에 현지화한 MMORPG 제작 및 운영 																				
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 위안) : 元8,164(11년 7월~12년 6월) · 시가총액(백만 달러) : \$7,710 · 주가 : \$58.85 · 52주 최고가/최저가 : 65.54\$/35.74\$ <p>* 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	<h3>Performance(3Q,2011~2Q,2012)</h3> <p style="text-align: center;">(단위 : 백만 위안)</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (Revenue)</th> <th>Operating Profit (Operating Profit)</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>2,007</td> <td>919</td> <td>45.8%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>2,149</td> <td>924</td> <td>43.0%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>2,004</td> <td>975</td> <td>48.7%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>2,004</td> <td>884</td> <td>44.1%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	2,007	919	45.8%	4Q 2011	2,149	924	43.0%	1Q 2012	2,004	975	48.7%	2Q 2012	2,004	884	44.1%
Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	2,007	919	45.8%																		
4Q 2011	2,149	924	43.0%																		
1Q 2012	2,004	975	48.7%																		
2Q 2012	2,004	884	44.1%																		
<h3>2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3>Stock Price</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> · NetEase의 2012년 상반기 매출액은 40억 800만 위안, 영업이익은 18억 5,900만 위안으로 2011년 상반기 대비 각각 20.9% 증가, 13.0% 감소 · 2012년 상반기 온라인게임부문 매출액은 35억 7,000만 위안으로 2011년 상반기 대비 20.4% 증가 · Activision Blizzard의 <World of Warcraft>의 가입자가 감소해 매출액이 감소했지만, 자체 개발한 <Ghost>와 <Fantasy Westword Journety> 등이 큰 성공을 거둠 · 2012년 하반기에는 <World of Warcraft>의 확장팩 <Mists of Pandaria>와 <Tianxia III> 출시로 매출액이 상승할 전망 · 2012년 하반기에는 사업다각화를 위해 다수의 모바일게임을 출시해 예정이며, 광고 서비스를 강화해 게임 내 광고 매출을 확대시킬 계획 	<p style="text-align: center;">(단위 : 달러)</p>  <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				


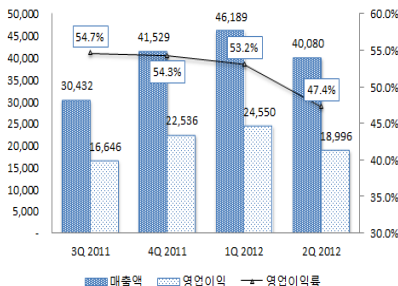
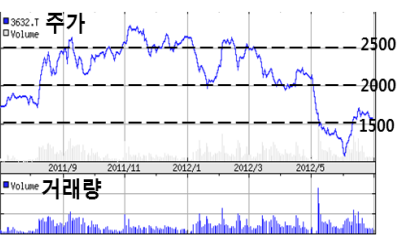
일본

Sony	SONY																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ Sony, 2011 콘솔 게임기 판매 대수 650만 대 달성(1.10) · Sony는 2011년 연말 시즌 동안 전 세계에서 PlayStation Vita, PlayStation3, PlayStation Portable, PlayStation2 등 하드웨어 판매 대수가 총 650만 대였다고 발표</p> <p>◆ Sony, 글로벌 PS Vita 120만 대 판매 (2.28) · Sony는 2012년 2월 26일 기준으로 전 세계 PlayStation Vita의 하드웨어 판매량이 120만 대, 그리고 게임 카드 및 온라인 PlayStation Store를 통한 소프트웨어 타이틀 판매량이 총 200만 대에 달했다고 발표</p> <p>· PS Vita는 2011년 12월 17일 일본 발매 개시 후 홍콩, 대만, 한국, 그리고 2012년 2월 22일부터 미주, 유럽, 싱가포르에서 판매</p> <p>◆ Sony, 미디어 스토리지 '나스네(nasne)' 일본 발매(4.17) · Sony, 2012년 7월 19일부터 500GB 하드디스크드라이브(HDD) 및 디지털 지상파와 위성방송 튜너를 탑재한 네트워크 레코더 겸 미디어 스토리지 '나스네(nasne)'의 일본 내 판매 개시</p> <p>◆ Sony, 2011 실적 발표, 매출이 전년대비 9.6% 감소(5.11) · Sony는 회계년도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 2012년 3월 결산 실적을 발표, 매출이 전년대비 9.6% 감소한 6조 4,932억 엔, 영업이익은 전년도 1,998억 엔에 비해 673억 엔 손실을 기록했다고 밝힘</p> <p>◆ Sony, <God of War> 전 세계 누적 판매량 2,100만 장 돌파(6.5) · Sony의 'God of War' 시리즈의 전 세계 누적 판매량이, PS 2 전용 소프트웨어였던 첫 번째 타이틀 발매 후 7년 2개월이 경과한 2012년 5월 30일 시점에서, 2,100만 장 돌파</p> <p>◆ Sony, 한국에서 플레이스테이션 네트워크 임시 중단(6.29) · 2012년 6월 29일 소니컴퓨터엔터테인먼트코리아는 게임시간선 택제에 맞춰 PSN기능을 임시중단</p>	<p>· 업체명 : Sony · 설립연도 : 1946년 · 대표 : Howard Stringer · 직원수 : 16만 8,200명 · 사업지역 : 북미, 유럽, 일본, 남미 · 주력플랫폼 : 콘솔 · 주력상품 : PlayStation 시리즈 및 게임 타이틀</p>																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <p>· 매출액(백만 엔) : ¥6,513,474('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(백만 엔) : ¥1,130,000 · 주가 : ¥1,126 · 52주 최고가/최저가 : ¥2,226/¥990 * 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</p> <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 엔)</p> <table border="1"> <caption>Performance Data (3Q, 2011 ~ 2Q, 2012)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Sales (Sales)</th> <th>Operating Income (Operating Income)</th> <th>Operating Profit (Operating Profit)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>1,574,989</td> <td>41,635</td> <td>-0.1%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>1,822,876</td> <td>39,998</td> <td>2.2%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>1,600,426</td> <td>1,412</td> <td>0.1%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>1,515,183</td> <td>5,275</td> <td>0.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Operating Income)	Operating Profit (Operating Profit)	3Q 2011	1,574,989	41,635	-0.1%	4Q 2011	1,822,876	39,998	2.2%	1Q 2012	1,600,426	1,412	0.1%	2Q 2012	1,515,183	5,275	0.4%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Operating Income)	Operating Profit (Operating Profit)																		
3Q 2011	1,574,989	41,635	-0.1%																		
4Q 2011	1,822,876	39,998	2.2%																		
1Q 2012	1,600,426	1,412	0.1%																		
2Q 2012	1,515,183	5,275	0.4%																		
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
<p>· Sony의 2012년 상반기 매출은 3조 1,156억 900만 엔, 영업이익은 76억 8,700만 엔을 기록해 2011년 상반기 (매출 3조 757억 9,400만 엔, 영업손실 458억 7,900만 엔)대비 매출은 17.1% 증가했지만 영업이익은 117% 감소</p> <p>· 또한 2012년 2/4분기 게임 부문 매출은 전년 동기대비 14.5% 감소한 1,180억 엔을 기록</p> <p>· 게임 부문 실적 부진은 PSP 하드웨어 및 게임 소프트웨어 판매 감소에 따른 것으로서, Sony는 2012년 휴대용 게임기 판매대수 전망치를 1,600만 대에서 1,200만 대로 하향 조정</p>	<p style="text-align: right;">(단위 : 엔)</p> <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

Nintendo	
최근 이슈	Company Profile
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Nintendo, 2012년 3월 결산 실적 전망치 하향 조정(1.26) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 회계년도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 2012년 3월 결산 실적 전망치를 하향 조정, 영업손익이 10억 엔 흑자에서 450억 엔 적자로 돌아설 것이라고 발표 ◆ Nintendo, 일본 내 3DS 판매량 500만 대 돌파(2.20) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 2011년 2월 26일부터 발매한 일본 내 3DS의 국내 판매량이 2012년 2월 19일 기준으로 500만 대를 돌파 ◆ Nintendo 3DS로 루브르미술관 가이드 서비스 개시(4.11) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 2012년 4월 11일부터 3DS에 탑재된 루브르미술관 멀티미디어 가이드 시스템 'Audioguide Louvre-Nintendo 3DS' 서비스 개시 ◆ Nintendo 2011 연결 실적 발표(4.26) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 회계년도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 연결 실적을 발표, 매출은 전년대비 36.2% 감소한 6,476억 5,200만 엔, 영업이익은 373억 2,000만 엔 적자, 당기순이익 432억 400만 엔 적자 기록 ◆ Nintendo, NTT, Square Enix와 협력해 Wii 사업 강화(5.16) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 Square Enix의 소셜게임 시리즈 중 최초의 온라인 게임 타이틀인<드래곤퀘스트 각성의 5개 종족 Online(가칭)>(ドラゴンクエストX目覚めし五つの種族オンライン)을 2012년 8월 2일 발매 예정 · 또한 Nintendo는 Wii의 인터넷 접속 서비스 추진을 위해 NTT 동일본 및 NTT 서일본과 협력할 계획 ◆ Nintendo, 신규 게임콘솔 'Wii U' 공개(6.6) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 '2012 E3 Expo'에서 신규 게임콘솔 'Wii U'를 공개, 하드코어 게이머를 비롯해 다양한 연령대의 게이머가 함께 즐기는 가족형 콘솔을 지향한다고 밝힘 ◆ Nintendo, <Mario Kart 7>와 <슈퍼 포켓몬 대격돌> 발매(6.18) <ul style="list-style-type: none"> · Nintendo는 3DS 전용 타이틀인 <Mario Kart 7>을 2012년 5월 31일에 한국에 발매한데 이어 <슈퍼 포켓몬 대격돌>을 7월 12일에 발매할 예정 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Nintendo · 설립연도 : 1947년 · 대표 : Satoru Iwata · 직원수 : 4,712명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 남미 · 주력플랫폼 : 콘솔 · 주력상품 : Wii, DS 등 게임기 하드웨어 및 전용 게임 타이틀
	Financial Profile
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 엔) : ¥638,537('11년 7월-'12년 6월) · 시가총액(백만 엔) : ¥1,200,000 · 주가 : ¥9,400 · 52주 최고가/최저가 : ¥16,520/¥8,580 * 주가는 2012. 7. 2 종가 기준
	Performance(3Q, 2011~2Q, 2012)
	 <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 엔)</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>
2012년 상반기 실적 및 주가 분석	Stock Price
<ul style="list-style-type: none"> · Nintendo 2012년 상반기 매출은 1,762억 9,900만 엔, 영업이익은 312억 4,300만 엔으로 2011년 상반기 (매출 3,002억 8,300만 엔, 영업이익 499억 9,300만 엔) 대비 각각 41.2%, 37.5% 감소 · 작년의 악몽은 많이 극복했지만, 아직 적자의 늪에서 벗어나지는 못하고 있음 · 매출의 상당수를 차지하는 3DS와 NDS, Wii의 하드웨어 판매량이 조금씩 감소함에 따라 총 매출은 감소했지만, 연이은大作 타이틀 출시로 인해 비교적 큰 영업이익률을 보이는 소프트웨어 판매량이 증가함에 따라 영업이익이 상승 	 <p style="text-align: right;">(단위 : 엔)</p> <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>

<p style="text-align: center;">Konami 최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">KONAMI Company Profile</p>																				
<p>◆ Konami, 소셜게임 <Star Wars Collection> 출시(1.26) · Konami, 영화 'Star Wars'의 소재를 활용한 소셜게임 <Star Wars Collection(스타·워즈 콜렉션)>를 2012년 2월부터 서비스 개시</p> <p>◆ Konami, 미국 회계 기준 2012년 3월 결산 실적 발표(2.2) · Konami는 회계년도 기준 2011년 2~4분기(4월~12월) 연결 실적을 발표, 세전이익이 전년 동기대비 97.2% 증가한 300억 엔을 기록</p> <p>◆ Konami, 'GREE Platform Award 2011'에서 수상(3.23) · Konami의 인기 소셜게임 <드래곤볼렉션>, <프로야구드림나인(プロ野球ドリームナイン)>, <Crows x WORST-최강전설(クロズ×WORST~最強伝説~)>, <J리그드림일레븐(Jリーグドリームイレブン)> 등 4개 타이틀이 GREE가 주최한 'GREE Platform Award 2011'에서 수상</p> <p>◆ Konami, 'Mobage Award 2011'의 'Platinum Prize' 수상(4.25) · Konami의 인기 소셜게임 <전국 콜렉션(戦国コレクション)>이 DeNA가 주최한 'Mobage Award 2011'에서 'Platinum Prize'를 수상</p> <p>◆ Konami, 2012년 3월 결산 실적, 영업이익 97% 증가(5.10) · Konami는 회계년도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 2012년 3월 결산 실적을 발표, 매출은 전년대비 3% 증가한 2,657억 엔, 영업이익은 97% 증가한 409억 엔, 그리고 당기순이익은 77.9% 증가한 230억 엔을 기록</p> <p>◆ Konami, 미국 유력 게임 미디어로부터 최우수상 수상(6.8) · Konami의 <METAL GEAR RISING REVENGEANCE>, <METAL GEAR SOLID HD COLLECTION>, <Pro Evolution Soccer 2013> 등 5개 타이틀이 '2012 E3 Expo'에서 미국의 유명 게임 미디어들로부터 다수의 상 수상</p>	<p>· 업체명 : Konami · 설립연도 : 1969년 · 대표 : Kagemasa Kozuki · 직원수 : 5,758명 · 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본 · 주력플랫폼 : 온라인, PC, 콘솔, 아케이드 · 주력상품 : 콘솔 및 PC, 아케이드게임 타이틀 및 관련 상품들</p>																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <p>· 매출액(백만 엔) : ¥259,971('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(백만 엔) : ¥252,980 · 주가 : ¥1,825 · 52주 최고가/최저가 : ¥2,906/¥1,535 * 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q,2011~2Q,2012) (단위 : 백만 엔)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Sales (Sales)</th> <th>Operating Income (Operating Income)</th> <th>Operating Income Margin (Operating Income Margin)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>68,181</td> <td>13,161</td> <td>19.3%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>71,426</td> <td>10,736</td> <td>15.0%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>71,236</td> <td>10,029</td> <td>14.1%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>49,128</td> <td>5,380</td> <td>11.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Operating Income)	Operating Income Margin (Operating Income Margin)	3Q 2011	68,181	13,161	19.3%	4Q 2011	71,426	10,736	15.0%	1Q 2012	71,236	10,029	14.1%	2Q 2012	49,128	5,380	11.0%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Operating Income)	Operating Income Margin (Operating Income Margin)																		
3Q 2011	68,181	13,161	19.3%																		
4Q 2011	71,426	10,736	15.0%																		
1Q 2012	71,236	10,029	14.1%																		
2Q 2012	49,128	5,380	11.0%																		
<p style="text-align: center;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: center;">Stock Price (단위 : 엔)</p>																				
<p>· Konami의 2012년 상반기 매출은 1,203억 6,400만 엔, 영업이익 154억 900만 엔을 기록, 2011년 상반기 (매출 1,245억 9,500만 엔, 영업이익 112억 7,400만 엔) 대비 매출은 3.4% 감소하고 영업이익은 36.7% 증가</p> <p>· 소셜게임의 성공이 Konami 성장을 견인하는 한편 피쳐폰 전용 콘텐츠 매출 감소가 전년대비 매출 하락에 영향을 미친 것으로 분석</p> <p>· Konami는 2012년 내에 소셜게임 라인업을 확대하고 콘솔게임 소프트웨어 또한 글로벌 시장을 겨냥한 대작 타이틀에 주력할 계획</p>	<p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

DeNA	DeNA®																				
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ DeNA, 중국 Net Dragon Websoft와 합병회사 설립 결정(1.17) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA는 중국판 Mobage 전용 스마트폰 게임 개발 및 서비스를 위해 중국 Net Dragon Websoft Inc.와 직원 30명 규모로 시작하는 합병회사를 설립하는데 합의 ◆ DeNA, 중국 앱스토어에 Mobage 전용 코너 출시(2.1) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA의 중국 자회사인 DeNA China는 세계 최대 규모 인터넷 검색엔진 업체인 Baidu(百度公司)와 제휴, Baidu의 소프트웨어 플랫폼을 탑재한 공식 앱스토어에 중국판 Mobage 코너 신설 ◆ DeNA, Walt Disney Japan과 소셜게임 사업 제휴 (3.30) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA가 Walt Disney Japan과 제휴해 2012년 7월부터 본격적으로 신규 소셜게임 타이틀을 출시할 예정 · DeNA는 Mobage에 <Disney Party>, <Disney Fantasy Quest>, 및 Marvel 카드게임(가칭) 등 3개 타이틀 출시를 시작으로 Disney의 영화, TV, 앱 관련 사업에서도 협력할 예정 ◆ DeNA, Mobage의 미성년 이용자 월 과금액 제한(4.23) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA는 미성년 이용자의 과도한 지출을 방지하기 위해 게임머니 및 유료 아이템 등을 구입하기 위해 지출하는 금액을 2012년 6월부터 15세 이하의 경우 월 5,000 엔, 15세~18세 미만은 월 1만 엔으로 제한 ◆ DeNA, 2012년 3월 결산 실적 발표(5.9) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA, 회계년도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 2012년 결산 실적 발표, 매출은 전년대비 29.3% 증가한 1,457억2,900만 엔, 영업이익은 13% 증가한 634억 1,500만 엔, 그리고 당기순이익은 9.1% 증가한 344억 8,500만 엔을 기록 · DeNA는 2015년 3월 결산 실적 영업이익 2,000억 엔을 달성하는 것을 목표로, 멀티플랫폼 전략 및 글로벌 사업을 추진할 계획 ◆ DeNA, 2013년 3월 결산 실적 전망치 발표(6.13) <ul style="list-style-type: none"> · DeNA, 국제재무보고기준(IFRS)으로 2013년 3월 결산(2012년 4월 1일~2012년 6월 30일) 실적 전망치를 발표, 연결매출 467억 엔, 연결영업이익 175억 엔이 될 것으로 예상 에서 미국의 유명 게임 미디어들로부터 다수의 상 수상 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : DeNA · 설립연도 : 1999년 · 대표 : Isao Moriyasu · 직원수 : 1,810명 · 사업지역 : 북미, 유럽, 아시아, 남미 · 주력플랫폼 : SNS · 주력상품 : Mobage 및 게임 타이틀 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만) : ¥158,670('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(백만) : ¥320,720 · 주가 : ¥2,237 · 52주 최고가/최저가 : ¥4,330/¥1,392 <p>* 주가는 2012. 7. 2 증가 기준</p>																				
	Performance(3Q.2011~2Q.2012)																				
	<p style="text-align: center;">(단위 : 백만 엔)</p> <table border="1"> <caption>DeNA Performance Data (Unit: 100 million Yen)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Profit</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3Q 2011</td> <td>34,690</td> <td>15,407</td> <td>44.4%</td> </tr> <tr> <td>4Q 2011</td> <td>34,154</td> <td>13,550</td> <td>39.7%</td> </tr> <tr> <td>1Q 2012</td> <td>42,236</td> <td>18,649</td> <td>44.2%</td> </tr> <tr> <td>2Q 2012</td> <td>47,590</td> <td>18,392</td> <td>38.6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)	3Q 2011	34,690	15,407	44.4%	4Q 2011	34,154	13,550	39.7%	1Q 2012	42,236	18,649	44.2%	2Q 2012	47,590	18,392	38.6%
Quarter	Revenue	Operating Profit	Operating Profit Margin (%)																		
3Q 2011	34,690	15,407	44.4%																		
4Q 2011	34,154	13,550	39.7%																		
1Q 2012	42,236	18,649	44.2%																		
2Q 2012	47,590	18,392	38.6%																		
2012년 상반기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> · DeNA의 2012년 상반기 매출액은 898억 2,600만 엔, 영업이익은 370억 4,100만 엔으로 2011년 상반기 대비 각각 34.9%, 17.4% 증가 · 2012년 상반기 게임부문 매출액은 750억 엔으로 2011년 상반기 대비 36.6% 증가 · 소셜게임의 확률형 아이템 조합 시스템인 '콤포가차'의 사행성 논란에도 불구하고, 'Mobage'의 가상통화인 'Moba Coin' 판매량이 지속적 증가세를 기록해 매출 확대에 기여 · 중국과 한국 모바일 게임시장 진출에 의해 2012년 하반기 매출에서 해외 수출 분야는 더욱 높아질 것으로 전망 	<p style="text-align: center;">(단위 : 엔)</p> <p>* 출처 : Google Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>																				

<h2 style="color: #0070C0;">GREE</h2>	
<h3 style="color: #0070C0;">최근 이슈</h3>	<h3 style="color: #0070C0;">Company Profile</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ◆ GREE, 스마트폰 게임개발사 Mobicle과 사업 제휴(1.16) <ul style="list-style-type: none"> · GREE는 한국 스마트폰 게임개발 업체 Mobicle과 제휴를 체결해 제3자 배정 방식으로 Mobicle의 지분 일부 취득하고, Mobicle과 게임을 공동제작해 자사 플랫폼에서 서비스할 계획 ◆ GREE, 2011년 7월~2011년 12월 누계 연결 실적 발표(2.2) <ul style="list-style-type: none"> · GREE는 2011년 7월 1일~2011년 12월 31일 기간의 누계 연결 실적을 발표, 매출 719억 6,100만 엔, 영업이익 391억 8,200만 엔, 순이익 221억 1,900만 엔 기록 ◆ GREE, 일본 오사카에 소셜게임 앱 개발 스튜디오 개설(2.14) <ul style="list-style-type: none"> · GREE, 2012년 3월에 동경에 이어 오사카에 소셜게임 앱 개발 스튜디오를 개설, 홋카이도와 오키나와에 있는 웹사이트 관리 센터와 더불어 콘텐츠 사업 강화에 활용할 예정 ◆ GREE, Dentsu와 포괄적인 글로벌 사업 제휴 체결(3.22) <ul style="list-style-type: none"> · GREE는 Dentsu와 자체 운영 SNS인 'GREE'의 프로모션 및 콘텐츠 확보, 벤처 투자 등에 관한 포괄적인 글로벌 사업 제휴 체결 ◆ GREE, 캐나다 IUGO Mobile과 사업 제휴(4.23) <ul style="list-style-type: none"> · GREE, 캐나다 벤쿠버 소재 모바일게임 개발업체 IUGO Mobile Entertainment와 사업 제휴를 체결해, IUGO의 독자적 기술인 Games Library™, IRender™3D Engine, IUGO Mesh™ 소셜게임 엔진에 기반한 소셜게임 공동개발에 합의 ◆ GREE, 2011년 7월~2012년 3월 누계 연결 실적 발표(5.8) <ul style="list-style-type: none"> · GREE는 2011년 7월~2012년 3월 누계 연결 실적을 발표, 매출이 전년 동기대비 2.7배 증가한 1,181억 엔, 영업이익은 2.9배 증가한 637억 엔을 기록했다고 밝힘 ◆ GREE, 글로벌 오픈플랫폼 'GREE Platform' 서비스 개시(5.24) <ul style="list-style-type: none"> · GREE, 2012년 5월 23일부터 일본에서 운영 중인 SNS 'GREE'와 2011년 4월 인수한 세계 최대 규모의 소셜게임 플랫폼인 'OpenFeint'를 통합한 'GREE Platform'을 오픈 ◆ GREE, 미국 샌프란시스코 국제공항에 광고 개시(6.14) <ul style="list-style-type: none"> · GREE는 글로벌 프로모션의 일환으로, 2012년 6월부터 샌프란시스코 공항 내 10개 장소에 GREE의 게임과 기업 브랜드 이미지를 홍보하는 광고물 게재 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : GREE · 설립연도 : 2004년 · 대표 : Yoshikazu Tanaka · 직원수 : 1,203명 · 사업지역 : 북미, 유럽, 중동, 아시아, 남미 · 주력플랫폼 : SNS · 주력상품 : GREE Platform 및 게임 타이틀
	<h3 style="color: #0070C0;">Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만) : ¥158,230('11년 7월~'12년 6월) · 시가총액(백만) : ¥381,818 · 주가 : ¥1,635 · 52주 최고가/최저가 : ¥2,840/¥1,050 <p>* 주가는 2012. 7. 2 종가 기준</p>
	<h3 style="color: #0070C0;">Performance(3Q,2011~2Q,2012)</h3> <p style="text-align: right;">(단위 : 백만 엔)</p>  <p>* 출처 : 공시자료</p>
<h3 style="color: #0070C0;">2012년 상반기 실적 및 주가 분석</h3>	<h3 style="color: #0070C0;">Stock Price</h3>
<ul style="list-style-type: none"> · GREE의 2012년 상반기 매출액은 862억 6,900만 엔, 영업이익은 435억 4,600만 엔으로 2011년 상반기 대비 각각 130.3%, 142.1% 증가 · 그러나 GREE의 2012년 2분기 실적은 매출이 직전 분기 대비 13% 감소한 400억 8,000만 엔, 영업이익은 23% 감소한 189억 9,600만 엔 기록 · GREE는 소셜게임의 사행성 이슈의 영향이라기보다, 해외사업 전개 및 게이머를 위한 이용자환경 개선 작업 등에 따라 신규 게임 타이틀 개발이 늦어지면서 매출이 감소 	<p style="text-align: right;">(단위 : 엔)</p>  <p>* 출처 : Yahoo! Finance(2011.07.01 ~ 2012.06.30)</p>

권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

미국

〈표 4-1〉 2012년 상반기 미국 게임 SW 월별 판매 순위 (1~3월)

순위	1월	2월	3월
1	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Mass Effect 3 (EA)
2	Just Dance 3 (Ubisoft)	Final Fantasy XIII-2 (Square Enix)	Resident Evil: Operation Raccoon City (Capcom)
3	Elder Scrolls V: Skyrim (Bethesda Softworks)	UFC Undisputed 3 (THQ)	MLB 12: The Show (Sony)
4	NBA 2K12 (Take Two)	Kingdoms of Amalur: Reckoning (EA)	NBA 2K12 (Take-Two)
5	Battlefield 3 (EA)	Just Dance 3 (Ubisoft)	SSX 2012 (EA)
6	Madden NFL 12 (EA)	NBA 2K12 (Take-Two)	Street Fighter X Tekken (Capcom)
7	Mario Kart 7 (Nintendo)	Soul Calibur V (Namco Bandai)	Mario Party 9 (Nintendo)
8	Skylanders: Spyro's Adventure (Activision Blizzard)	Elder Scrolls V: Skyrim (Bethesda Softworks)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)
9	Zumba Fitness 2: Party Yourself (Majesco)	Twisted Metal 2012 (Sony)	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Generations (Namco Bandai)
10	Saints Row: The Third (THQ)	Battlefield 3 (EA)	Major League Baseball 2K12 (Take-Two)

출처 : NPD(2012)

〈표 4-2〉 2012년 상반기 미국 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월	5월	6월
1	Prototype 2 (Activision Blizzard)	Diablo III (Activision Blizzard)	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Warner Bros.)
2	Kinect Star Wars (Lucas Arts)	Max Payne 3 (Take-Two)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Ubisoft)
3	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Ubisoft)	Diablo III (Activision Blizzard)
4	Tiger Woods PGA Tour 13 (EA)	Prototype 2 (Activision Blizzard)	Max Payne 3 (Take-Two)
5	NBA 2K12 (Take-Two)	NBA 2K12 (Take-Two)	NBA 2K12 (Take-Two)
6	The Witcher 2: Assassin of Kings (Warner Bros.)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Batman: Arkham City (Warner Bros.)
7	Mario Party 9 (Nintendo)	Sniper Elite V2 (505 Games)	Pokemon Conquest (Nintendo)
8	Mass Effect 3 (EA)	Battlefield 3 (EA)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)
9	Just Dance 3 (Ubisoft)	Dragon's Dogma (Capcom)	Battlefield 3 (EA)
10	MLB 12: The show (Sony)	Just Dance 3 (Ubisoft)	The Amazing Spider-Man (Activision Blizzard)

출처 : VG Chartz(2012)

분석

◆ 미국 게임 SW 판매 분석

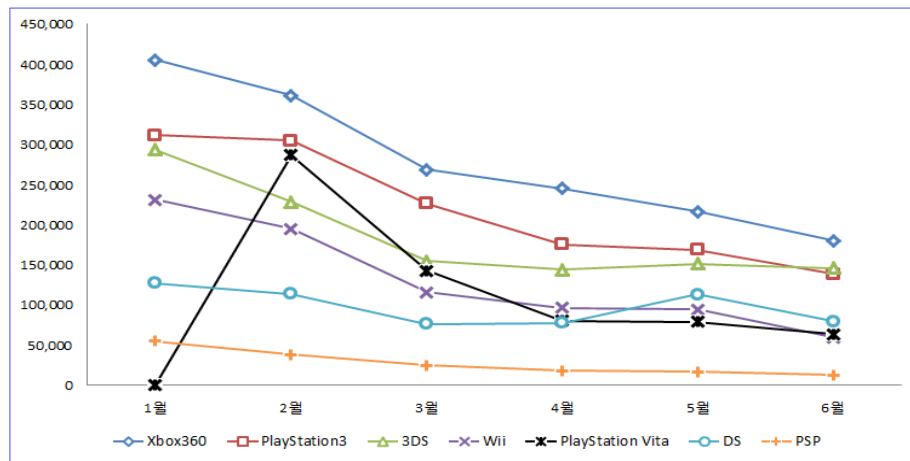
- 시장조사업체 NPD의 '월간 미국 게임시장 보고서'에 따르면, 2012년 상반기 미국 게임 SW 시장 규모는 24억 5,560만 달러로 전년 대비 29% 하락
- 시장조사업체 NPD는 "모바일, 소셜게임 판매량이 오름세를 띄고 있지만, 콘솔게임을 대체할 만큼의 영향력은 발휘하지 못하고 있다"며, "거시적인 관점으로 게임업체의 추세가 모바일게임이나 소셜게임으로 변화하고 있다는 것은 확인할 수 있었다"고 언급
- 2012년 상반기 내내 상위권에 랭크된 Activision Blizzard의 〈Call of Duty: Modern Warfare 3〉는 2012년 상반기 동안 176만개의 판매량을 기록하면서 전체 판매량 1,354만개를 돌파하면서 미국 게임 SW 판매량 1위를 기록
- 2012년 상반기 미국 게임 SW 시장은 2011년 상반기와 달리 Nintendo와 Sony 같은 일본 게임업체들의 게임들이 부진을 겪고 있으며, 이와 반대로 Activision Blizzard와 EA 같은 서구 게임업체들의 하드코어 게임들이 강세를 보임

〈표 4-3〉 2012년 상반기 미국 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)

플랫폼	1월	2월	3월	4월	5월	6월	누적
Xbox360	405,064	360,844	268,422	244,763	216,266	180,091	1,675,450
PlayStation3	311,242	304,429	226,143	174,912	168,480	138,267	1,323,473
3DS	293,065	228,184	154,252	143,729	151,031	145,950	1,116,211
Wii	230,910	194,772	115,571	96,068	94,101	59,374	790,796
PlayStation Vita	-	286,656	142,172	79,871	78,381	63,532	650,612
DS	126,590	113,594	75,808	77,598	113,085	79,059	585,734
PSP	54,658	37,732	24,397	17,464	16,405	12,562	163,218

출처 : VG Chartz(2012)

[그림 4-1] 2012년 상반기 미국 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)



출처 : VG Chartz(2012)

분석

◆ 북미 게임 HW 판매 분석

- 2012년 상반기 Xbox360의 판매량은 2011년 상반기 대비 34.5% 하락한 168만대를 기록, PlayStation3는 132만 대(-29.8%), 3DS는 112만 대(6.7%), Wii는 79만 대(-65.0%), DS는 59만 대(-73.3%), PSP는 16만 대(-77.8%)를 기록
- 2012년 2월 미국에서 판매되기 시작한 Sony의 차세대 휴대용 콘솔게임기 PlayStation Vita는 29만 대의 판매량을 보이면서 안정적으로 시장에 들어왔으나, 전용 게임 타이틀 부족으로 판매량은 매달 감소
- 미국 콘솔게임 HW 판매량 감소는 신규 게임 타이틀이 부족한 탓에 게임 매장에 가서 충동적으로 다른 콘솔게임 HW를 구입하는 게이머 수가 감소했기 때문

일본

〈표 4-4〉 2012년 상반기 일본 게임 SW 월별 판매 순위 (1~3월)

순위	1월	2월	3월
1	Monster Hunter 3G (Capcom)	Suikoden: Tsumugareshi Hyakunen no Toki (Konami)	One Piece: Pirate Warriors (Namco Bandai)
2	Mario Kart 7 (Nintendo)	Binary Domain (Sega)	Kingdom Hearts 3D - Dream Drop Distance (Square Enix)
3	Armored Core V (From Software)	Theatrhythm Final Fantasy (Square Enix)	Pokemon + Nobunaga's Ambition (Pokemon)
4	Resident Evil: Revelations (Capcom)	Naruto Shippuden: Narutimate Storm Generation (Namco Bandai)	Black Panther 2: Yakuza Ashura Chapter (Sega)
5	Super Mario 3D Land (Nintendo)	Harvest Moon: The Land of Origin (Marvelous AQL)	Kid Icarus: Uprising (Nintendo)
6	Warriors Orochi 2 (Tecom Koei)	Monster Hunter 3G (Capcom)	Shining Blade (Sega)
7	Final Fantasy XIII-2 (Square Enix)	Resident Evil: Revelations (Capcom)	Pro Baseball Spirits 2012 (Konami)
8	Just Dance Wii (Nintendo)	Tales of the Heroes: Twin Brave (Namco Bandai)	Mario & Sonic at the London 2012 Olympic Games (Nintendo)
9	Tales of Innocence R (Namco Bandai)	Mario Kart 7 (Nintendo)	Hatsune Miku and Future Stars: Project Mirai (Sega)
10	Inazuma Eleven Go: Shine /Dark (Level Five)	New Love Plus (Konami)	Street Fighter X Tekken (Capcom)

출처 : Tsutaya(2012)

〈표 4-5〉 2012년 상반기 일본 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월	5월	6월
1	2nd Super Robot Wars Z: Saisei-hen (Namco Bandai)	Dragon Quest Monsters: Terry's Wonderland 3D (Square Enix)	Pokemon Black 2 (Nintendo)
2	Resident Evil: Operation Raccoon City (Capcom)	Dragon's Dogma (Capcom)	Pokemon White 2 (Nintendo)
3	Fire Emblem: Awakening (Nintendo)	Mario Party 9 (Nintendo)	Dragon Quest Monsters: Terry's Wonderland 3D (Square Enix)
4	Mario Party 9 (Nintendo)	Mario Tennis Open (Nintendo)	Tokyo Junjgle (Sony)
5	Kingdom Hearts 3D - Dream Drop Distance (Square Enix)	Resident Evil: Operation Raccoon City (Capcom)	Persona 4: The Golden (Atlus)
6	Pro Baseball Spirits 2012 (Konami)	Fire Emblem: Awakening (Nintendo)	Dragon's Dogma (Capcom)
7	Kid Icarus: Uprising (Nintendo)	Monster Hunter 3G (Capcom)	Mario Tennis Open (Nintendo)

8	Pokemon + Nobunaga's Ambition (Pokemon)	Persona 2: Eternal Punishment (Atlus)	Mobile Suit Gundam Seed Battle Destiny (Bandai Namco)
9	Black Panther 2: Yakuza Ashura Chapter (Sega)	Kid Icarus: Uprising (Nintendo)	Mario Party 9 (Nintendo)
10	Monster Hunter 3G (Capcom)	Kingdom Hearts 3D - Dream Drop Distance (Square Enix)	Lollipop Chanisaw (Kadokawa Games)

출처 : Tsutaya(2012)

분석

◆ 일본 게임 SW 판매 분석

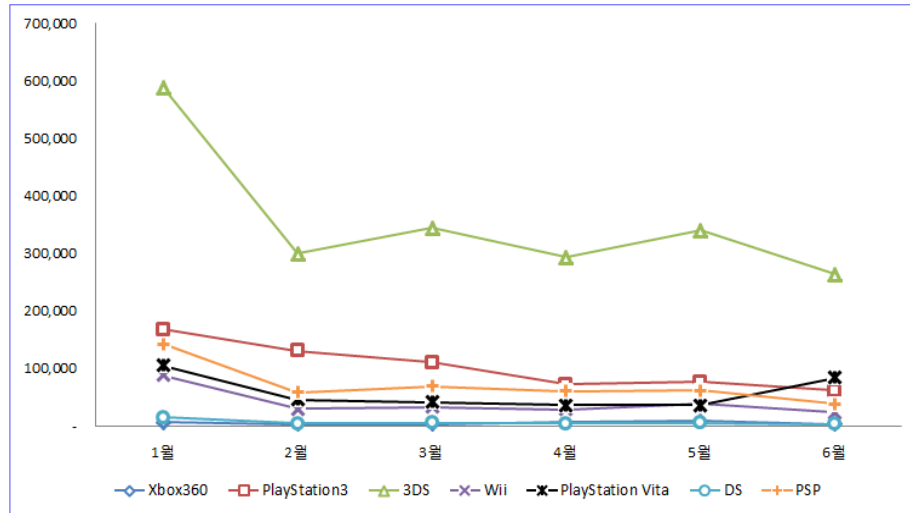
- 순위권 내 게임들 80% 이상이 매월 새로 교체되고 있는 모습을 보이고 있어, 꾸준한 판매고를 이어가는 게임 타이틀은 적은 상황
- Nintendo의 <Mario> 시리즈인 <Super Mario 3D Land>와 <Mario Party 9>가 모두 순위권에 오르며 장기간 인기를 끌고 있으나, 2011년처럼 블록버스터급 히트작이 출시되지 않고 있음
- 게임업체로는 Nintendo와 Bandai Namco가 계속 순위권을 유지하고 있는 가운데, Capcom과 Square Enix 그리고 Sega 게임들이 출시 초기에 높은 인기를 끌지만, 지속유지는 어려움
- Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita는 <Tales of Innocence R>, <Persona 4: The Golden>, <Mobile Suit Gundam Seed Battle Destiny>를 제외하고는 순위권에 신규 타이틀이 등재되지 않아, 기존 휴대용 게임기 3DS, DS, PSP 보다 인기 타이틀이 부족한 실정

〈표 4-6〉 2012년 상반기 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)

플랫폼	1월	2월	3월	4월	5월	6월	누적
3DS	588,278	300,180	345,032	293,794	341,029	263,922	2,132,235
PlayStation3	169,134	132,133	111,011	73,387	78,100	63,057	457,688
PSP	143,634	59,556	70,271	62,080	62,585	39,777	294,269
PlayStation Vita	106,561	47,152	42,566	37,512	37,320	85,548	250,098
Wii	89,373	30,551	34,373	30,161	39,066	24,737	158,888
Xbox360	7,865	3,898	4,159	7,276	9,238	4,225	28,796
DS	16,216	5,762	6,347	5,760	6,109	4,585	28,563

출처 : VG Chartz(2012)

[그림 4-2] 2012년 상반기 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)



출처 : VG Chartz(2012)

분석

◆ 일본 게임 HW 판매 분석

- 2012년 상반기 일본 게임시장에서 가장 많이 판매된 콘솔게임기는 Nintendo의 3DS이 나, 신규 타이틀 부족으로 판매량이 지속적으로 감소
- 2012년 상반기 3DS의 판매량은 2011년 상반기 대비 79.3% 성장한 213만대를 기록, PlayStation3는 46만 대(-24.3%), PSP는 29만 대(-73.0%), Wii는 16만 대(-51.7%), Xbox360은 3만 대(-56.5%), DS는 3만 대(-94.4%)를 기록
- 2012년 1월 일본에서 판매되기 시작한 Sony의 차세대 휴대용 콘솔게임기 PlayStation Vita는 14만 대의 판매량을 보이면서 안정적으로 시장에 들어왔으나, 전용 게임 타이틀 부족으로 판매량은 매달 감소하여 2012년 상반기 판매량이 Sony의 구형 휴대용 콘솔게임기 PSP보다 적은 25만 대를 기록
- 일본 콘솔게임 HW 판매량 감소는 신규 게임 타이틀의 부족과 경기 침체로 인해 게이머들의 HW 구매량이 감소, 더불어 차세대 콘솔게임기가 등장하지 않았기 때문

유럽(영국)

〈표 4-7〉 2012년 상반기 영국 게임 SW 월별 판매 순위¹⁾ (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3. 31)
1	Resident Evil : Revelations (3DS, Capcom)	Uncharted: Golden Abyss (PlayStation Vita, Sony)	FIFA Street (Xbox360, EA)
2	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	FIFA Football (PlayStation Vita, EA)	Mass Effect 3 (Xbox360, EA)
3	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	UFC Undisputed 3 (Xbox360, Thq)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
4	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	Wipeout 2048 (PlayStation Vita, Sony)	Tiger Woods Pga Tour 13 (Xbox360, EA)
5	FIFA 12 (Xbox360, EA)	UFC Undisputed 3 (PlayStation3, Thq)	Resident Evil: Operation Raccoon City (Xbox360, Capcom)
6	Zumba Fitness2 (Wii, 505 Games)	Rayman Origins (PlayStation Vita, Ubisoft)	Mass Effect 3 (PlayStation3, EA)
7	Zumba Fitness (Wii, 505 Games)	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
8	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Syndicate (Xbox360, EA)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
9	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Tiger Woods Pga Tour 13 (PlayStation3, EA)
10	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	The Last Story (Wii, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)

출처 : ChartTrack(2012)

〈표 4-8〉 2012년 상반기 영국 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)
1	Prototype 2 (Xbox360, Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Xbox360, Warner Bros)
2	Prototype 2 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (Xbox360, Take Two)	The Amazing Spider-Man (Xbox360, Activision Blizzard)
3	Kinect Star Wars (Xbox360, Microsoft)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	Spec Ops: The Line (Xbox360, Take Two)
4	The Witcher 2: Assassins (Xbox360, Namco Bandai)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PlayStation3, Ubisoft)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros)
5	FIFA Street (Xbox360, EA)	Dragon's Dogma (Xbox360, Capcom)	The Amazing Spider-Man (PlayStation3, Activision Blizzard)

1) 영국 자료는 ChartTrack이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Chart Track 사이트(<http://www.chart-track.co.uk>)에서 확인할 수 있음

6	Mass Effect 3 (Xbox360, EA)	Dragon's Dogma (PlayStation3, Capcom)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Wii, Warner Bros)
7	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, SEGA)
8	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Dirt Showdown (Xbox360, Codemasters)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
9	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Mario Tennis Open (3DS, Nintendo)	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)
10	Tiger Woods Pga Tour 13 (Xbox360, EA)	Prototype 2 (Xbox360, Activision Blizzard)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)

출처 : ChartTrack(2012)

분석

◆ 영국 게임 SW 판매 분석

- 영국 게임시장은 다양한 콘솔 기기와 게임업체들이 경쟁을 하고 있는 모습을 보이고 있으나, EA와 Activision Blizzard의 게임이 장기간 순위권을 유지
- 2011년에 출시된 EA의 <FIFA12>가 2012년 상반기 동안 Top 10을 기록
- 동일한 게임의 경우 유럽의 다른 국가와 다르게 Xbox360으로 출시된 게임이 높은 인기를 끌고 있으며, <Diablo III>를 제외한 PC게임은 Top10에 등재되지 못하고 있음
- Sony의 차세대 휴대용 게임 PlayStation Vita의 게임은 <FIFA Football>을 제외하고는 2012년 상반기 Top10에 등재된 것이 없어, 영국에서 PlayStation Vita의 판매량이 적다는 것을 간접적으로 보여주고 있음
- 또한 2011년과 달리 Nintedo의 휴대용 게임기의 게임 판매량이 매우 저조한 모습을 보이고 있음

유럽(네덜란드)

〈표 4-9〉 2012년 상반기 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위²⁾ (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3.31)
1	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
2	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Ssx/deadly Descents (PlayStation3, EA)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
3	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Kid Icarus: Uprising (3DS, Nintendo)
4	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Total War Shogun 2 (PC, Sega)
5	The Elder Scrolls V : Skyrim (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Ssx/deadly Descents (Xbox360, Electronic Arts)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
6	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	FIFA Street (Xbox360, EA)
7	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
8	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
9	The Elder Scrolls V : Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Resident Evil: Operation Raccoon City (Xbox360, Capcom)
10	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Skylanders/spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)

출처 : Dutchcharts.nl(2012)

〈표 4-10〉 2012년 상반기 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)
1	Prototype 2 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
2	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)
3	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
4	Prototype 2 (Xbox360, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (Xbox360, Take Two)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)
5	Skylanders/spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PlayStation3, Ubisoft)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)

2) 네덜란드 자료는 Dutchcharts이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Dutchcharts 사이트(http://www.dutchcharts.nl/game_charts.asp)에서 확인할 수 있음

6	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)
7	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Mario Tennis Open (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
8	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Dragon's Dogma (PlayStation3, Capcom)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
9	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Sniper Elite V2 (PlayStation3, 505 Gamestreet)	Pro Cycling Manager 2012 (PC, Ubisoft)
10	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)

출처 : Dutchcharts.nl(2012)

분석

◆ 네덜란드 게임 SW 판매 분석

- 네덜란드 게임시장은 PlayStation3 전용 게임이 강세를 보이고 있으며, 상대적으로 Xbox360 전용 게임은 약세를 보이고 있음
- 영국과 동일하게 2011년에 출시된 EA의 <FIFA12>가 2012년 상반기 동안 Top 10을 유지
- Activision Blizzard가 <Call of Duty: Modern Warfare 3>, <Prototype2>, <Diablo III>, <Skylanders: Spyro's Adventure> 등으로 상위권을 점령하고 있으며, EA는 <FIFA> 시리즈로 상위권을 유지하고 있음
- Nintendo는 휴대용 게임기 3D의 게임으로 상위권에 랭크되고 있으나, 2011년과 달리 Wii 전용 게임이 상위권에 적게 등재
- Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita의 게임은 2012년 상반기 동안 한 개의 게임도 Top10에 등재되지 못하고 있으며, PlayStation Vita 판매량 또한 매우 저조한 것으로 나타남

유럽(프랑스)

〈표 4-11〉 2012년 상반기 프랑스 게임 SW 월별 판매 순위³⁾ (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3.31)	
콘솔	1	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	SSX (PlayStation3, EA)	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Generations (PlayStation3, Namco Bandai)
	2	Resident Evil - Revelations (3DS, Capcom)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Generations (Xbox360, Namco Bandai)
	3	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	SSX (Xbox360, EA)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
	4	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Uncharted: Golden Abyss (PlayStation Vita, Sony)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
	5	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
PC	1	Les Sims 3 - Suites de reve (EA)	Star Wars: The Old Republic (PC, EA)	Les Sims 3 Showtime (EA)
	2	Star Wars: The Old Republic (PC, EA)	The Elder Scrolls V : Skyrim (Bethesda)	Star Wars: The Old Republic (EA)
	3	The Elder Scrolls V : Skyrim (Bethesda)	Les Sims 3 - Suites de reve (EA)	Les Sims 3 Deluxe (EA)
	4	Football Manager 2012 (Sega)	Les Sims 3 Deluxe (EA)	Mass Effect 3 (EA)
	5	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Battlefield 3 (EA)	Battlefield 3 (EA)

출처 : Syndicat Des Editeurs De Logiciels De Loisirs(2012)

〈표 4-12〉 2012년 상반기 프랑스 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)	
콘솔	1	Prototype 2 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)
	2	Prototype 2 (Xbox360, Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	The Amazing Spider-Man (PlayStation3, Activision Blizzard)
	3	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Max Payne 3 (Xbox360, Take Two)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
	4	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PlayStation3, Ubisoft)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
	5	FIFA Street	Dragon's Dogma	Call of Duty: Modern Warfare 3

3) 프랑스 자료는 Syndicat Des Editeurs De Logiciels De Loisirs가 제공한 것으로 PC와 콘솔을 분리하여 산출한 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Syndicat Des Editeurs De Logiciels De Loisirs 사이트 (<http://www.sell.fr/-Notre-action->)에서 확인할 수 있음

		(PlayStation3, EA)	(PlayStation3, Capcom)	(PlayStation3, Activision Blizzard)
PC	1	Les Sims 3 Deluxe (EA)	Diablo III (Activision Blizzard)	Diablo III (Activision Blizzard)
	2	Battlefield 3 (EA)	Diablo III - Edition Collector (Activision Blizzard)	Pro Cycling Manager 2012 (Focus Home Interactive)
	3	Les Sims 3 Showtime (EA)	Les Sims 3 Deluxe (EA)	Les Sims 3 Deluxe (EA)
	4	The Elder Scrolls V : Skyrim (Bethesda)	Battlefield 3 (EA)	Ghost Recon Future Soldier-Edition Signature (Ubisoft)
	5	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	The Elder Scrolls V : Skyrim (Bethesda)	Battlefield 3 (EA)

출처 : Syndicat Des Editeurs De Logiciels De Loisirs(2012)

분석

◆ 프랑스 게임 SW 판매 분석

- 프랑스 게임시장은 PlayStation3 전용 게임이 강세를 보이고 있으며, Nintendo 계열의 콘솔게임은 약세를 보이고 있음
- 유럽 다른 국가와 비슷하게 Sony의 차세대 콘솔 게임기 PlayStation Vita의 게임이 상위권에 랭크되지 못하고 있으며, HW 판매량 또한 매우 저조
- Activision Blizzard가 <Call of Duty: Modern Warfare 3> 등이 상위권을 점령하고 있으며, EA는 <FIFA 12>와 <Battlefield 3>으로 상위권을 유지
- PC 게임시장에서는 EA의 게임들이 다수를 차지하고 있으며, 3월에는 상위권 5개 게임 모두 EA 게임인 것으로 나타남
- EA의 <Sims> 시리즈는 2011년 이후 2012년 상반기까지 상위권에 랭크되면서 프랑스 국민게임으로 각광받고 있음

유럽(스페인)

〈표 4-13〉 2012년 상반기 스페인 게임 SW 월별 판매 순위⁴⁾ (1~3월)

순위	1월 (1. 1 ~ 1. 31)	2월 (2. 19 ~ 2. 29)	3월 (3. 1 ~ 3.31)
1	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Uncharted 3: El Abismo De Oro (PlayStation Vita, Sony)	Inazuma Eleven 2: Ventisca Eterna (DS, Nintendo)
2	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
3	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Uncharted 3: La Traicion De Drake (PlayStation3, Sony)	Inazuma Eleven 2: Tormenta De Fuego (DS, Nintendo)
4	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
5	Wii Party (3DS, Nintendo)	Gran Turismo 5 Platinum (PlayStation3, Sony)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
6	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Uncharted 3: La Traicion De Drake (PlayStation3, Sony)
7	Uncharted 3: La Traicion De Drake (PlayStation3, Sony)	FIFA Football (PlayStation Vita, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
8	Mario & Sonic En Los Juegos Olimpicos: London 2012 (Wii, SEGA)	Final Fantasy XIII-2 (PlayStation Vita, Square Enix)	Mass Effect (Xbox360, EA)
9	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Metal Gear Solid: HD Collection (PlayStation3, Konami)	Uncharted 3: El Abismo De Oro (PlayStation Vita, Sony)
10	Assassin's Creed: Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Gran Turismo 5 Platinum (PlayStation3, Sony)

출처 : ADESE(2012)

〈표 4-14〉 2012년 상반기 스페인 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 (4. 1 ~ 4. 30)	5월 넷째 주 (5. 1 ~ 5. 31)	6월 넷째 주 (6. 1 ~ 6. 30)
1	Inazuma Eleven 2: Ventisca Eterna (DS, Nintendo)	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)	Diablo 3 (PC, Activision Blizzard)
2	Inazuma Eleven 2: Tormenta De Fuego (DS, Nintendo)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Marion Party9 (Wii, Nintendo)	Inazuma Eleven 2: Ventisca Eterna (DS, Nintendo)
4	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
5	Marion Party 9 (Wii, Nintendo)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Inazuma Eleven 2: Tormenta De Fuego (DS, Nintendo)

4) 스페인 자료는 ADESE이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Dutchcharts 사이트(<http://www.adese.es/videojuegos-mas-vendidos>)에서 확인할 수 있음

6	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Inazuma Eleven 2: Tormenta De Fuego (DS, Nintendo)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)
7	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)
8	FIFA Street (PlayStation3, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Marion Party 9 (Wii, Nintendo)
9	Formula 2012 (PlayStation3, Codemasters)	Inazuma Eleven 2: Ventisca Eterna (DS, Nintendo)	Mario Tennis Open (3DS, Nintendo)
10	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Sniper Elite V2 (PlayStation3, Revellion)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)

출처 : ADESE(2012)

분석

◆ 스페인 게임 SW 판매 분석

- 스페인 게임시장은 Nintendo 게임 콘솔인 3DS, Wii, DS가 강세를 보이고 있으며, 다양한 게임업체들의 게임을 퍼블리싱하는 Sony의 PlayStation3이 추격하는 양상을 보이고 있음
- 유럽 다른 국가와 달리 휴대용 게임기인 3DS, DS, PlayStation Vita의 게임들이 상위권에 랭킹되어 있으며, 3DS의 경우 다양한 게임을 출시해 큰 인기를 끌고 있음
- 축구를 좋아하는 스페인 국민성이 게임에서도 반영되어 EA의 <FIFA> 시리즈, Nintendo의 <Inazuma Eleven 2>⁵⁾ 시리즈, Konami의 <Pro Evolution Soccer > 등이 2012년 상반기 동안 상위권에 랭크
- 게임업체로는 Nintendo와 EA 그리고 Activision Blizzard가 상위권에 랭킹되어 있으며, Activision Blizzard의 경우 스포츠게임(축구 장르)이 없이 <Call of Duty: Modern Warfare 3>와 <Diablo III>로 큰 인기를 끌고 있음
- 스페인 게임시장은 영국시장과 정반대로 Xbox360 전용 게임이 상위권에 랭킹되지 못하고 있음

5) 일본에서는 개발업체인 Level-5가 퍼블리싱하고 있음

유럽(독일)

〈표 4-15〉 2012년 상반기 독일 게임 SW 월별 판매 순위⁶⁾ (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3.31)
1	Die Sims 3: Traumsuite-Accessoires (PC, EA)	Uncharted: Golden Abyss (PlayStation Vita, Sony)	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Generations (PlayStation3, Namco Bandai)
2	Resident Evil: Revelations (3DS, Nintendo)	Uncharted 3 - Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
3	Star Wars: The Old Republic (PC, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
4	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	The Last Story (Wii, Nintendo)	Die Siedler Online - Premium Edition (PC, Ubisoft)
5	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
6	Zumba Fitness (Wii, NBG)	FIFA Football (PlayStation Vita, EA)	Uncharted 3 - Drake's Deception (PlayStation3, Sony)
7	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Battlefield 3 (PC, EA)	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Generations (Xbox360, Namco Bandai)
8	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Bau-Simulator 2012 (PC, astragon)	Silent Hill: Downpour (PlayStation3, Konami)
9	The Elder Scrolls V : Skyrim (PC, Bethesda Softworks)	Rayman Origins (PlayStation Vita, Ubisoft)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)
10	Battlefield 3 (PC, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)

출처 : Mediabiz(2012)

〈표 4-16〉 2012년 상반기 독일 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)
1	Risen 2 - Dark Waters (PC, Koch Media)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)
2	Prototype 2 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
3	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Spec Ops: The Line (PC, Take Two)
4	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Uncharted 3 - Drake's Deception (PlayStation3, Sony)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PC, Ubisoft)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Dragon's Dogma (PlayStation3, Capcom)	FIFA 12 (Xbox360, EA)

6) 독일 자료는 Mediabiz이 제공한 것으로, 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Mediabiz 사이트(<http://www.mediabiz.de/games/charts/>)에서 확인할 수 있음

6	FIFA Street (PlayStation3, EA)	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (PlayStation3, Ubisoft)	Spec Ops: The Line (Xbox360, Take Two)
7	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
8	Kinect Star Wars (Xbox360, MS)	Max Payne 3 (Xbox360, Take Two)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)
9	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Dragon's Dogma (Xbox360, Capcom)	Sorcery (PlayStation3 Sony)
10	Zumba Fitness 2 (Wii, NBG 505 Games)	Mario Tennis Open (3DS, Nintendo)	Civilization V: Gods And Kings (PC, Take Two)

출처 : Mediabiz(2012)

분석

◆ 독일 게임 SW 판매 분석

- 상위권을 지키던 게임들이 신규 게임 출시의 영향으로 대거 순위권 밖으로 탈락 또는 순위가 하락하는 모습을 보임
- EA의 <FIFA 12>는 꾸준한 판매량을 보이며 6개월 연속 상위 순위권에 랭크되고 있으며, 다른 게임과 달리 다양한 플랫폼에서 인기를 구사하고 있음
- 게임업체로는 Nintendo와 EA가 꾸준한 인기를 유지하고 있으며, Activision Blizzard는 <Call of Duty: Modern Warfare 3>와 <Diablo III>로 상위권을 유지
- Nintendo의 휴대용 게임기 3D는 <Mario> 시리즈로 상위권에 랭크되고 있으나, Sony의 휴대용 게임기 PlayStation Vita는 <Uncharted: Golden Abyss>로 2월에 1위를 차지했으나, 이후 킬러 타이틀이 없어 순위권에서 벗어나 있음
- 독일 게임시장은 PlayStation3, Wii, Xbox360, PC 등 다양한 콘솔기기가 인기를 끌고 있으며, 게임 타이틀에서도 Action, RPG, FPS 등 다양한 장르가 인기를 끌고 있음

유럽(스웨덴)

〈표 4-17〉 2012년 상반기 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위⁷⁾ (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3.31)
1	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)
2	Battlefield 3 (PC, EA)	UFC Undisputed 3 Limited Edition (PlayStation3, Namco Bandai)	Mass Effect 3 (Xbox360, EA)
3	Star Wars: The Old Republic (PC, EA)	UFC Undisputed 3 Limited Edition (Xbox360, Namco Bandai)	FIFA Street (PlayStation3, EA)
4	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	LIVE 12 Gold Month (Xbox360, MS)	Resident Evil: Operation Raccoon City (PlayStation3, Capcom)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PC, EA)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
6	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)
7	Call of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Battlefield 3 (PC, EA)
8	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Resident Evil: Operation Raccoon City (Xbox360, Capcom)
9	LIVE 3 Month Card (Xbox360, MS)	PlayStation Network Voucher 200 (PlayStation3, Sony)	Kid Icarus Uprising (3DS, Nintendo)
10	NHL 12 (PlayStation3, EA)	LIVE 3 Month Card (Xbox360, MS)	PlayStation Network Voucher 200 (PlayStation3, Sony)

출처 : Gfk Hitlist(2012)

〈표 4-18〉 2012년 상반기 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위 (4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)
1	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)
2	Wicher 2: Assassins of Kings (Xbox360, Namco Bandai)	Diablo III Collectors Edition (PC, Activision Blizzard)	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)
3	Kinect Star Wars (Xbox360, MS)	Max Payne 3 Nordic Edition (PlayStation3, Take Two)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (PlayStation3, Warner Bros)
4	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Xbox360, Warner Bros)
5	Singstar (PlayStation2, Sony)	Max Payne 3 Nordic Edition (Xbox360, Take Two)	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Wii, Warner Bros)

7) 스웨덴 자료는 Gfk Hitlist이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Gfk Hitlist사이트(<http://www.gfkhitlist.com/game.aspx>)에서 확인할 수 있음

6	PlayStation Network Voucher 200 (PlayStation3, Sony)	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)
7	Battlefield 3 (PC, EA)	Max Payne 3 (Xbox360, Take Two)	FIFA 12 (Xbox360, EA)
8	LIVE Points 800 (Xbox360, MS)	PlayStation Network Voucher 200 (PlayStation3, Sony)	Battlefield 3 (PC, EA)
9	Guild War 2 (PC, NC소프트)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Battlefield 3 (Xbox360, EA)
10	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	LIVE Points 2100 (Xbox360, MS)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)

출처 : GfK Hitlist(2012)

분석

◆ 스웨덴 게임 SW 판매 분석

- 스웨덴 게임시장은 Activision Blizzard의 독주가 지속되고 있으며, 온라인게임 <World of Warcraft>와 <Diablo III>가 2012년 상반기 1위를 유지
- 2005년 2월에 출시⁸⁾된 <World of Warcraft>는 출시된 이후 계속 Top5에 등재되며, 스웨덴 국민 게임으로 성장
- 동일한 게임의 경우 유럽 다른 국가와 다르게 PC게임으로 출시된 게임이 높은 인기를 끌고 있음. 대표적으로 EA가 2011년에 출시한 <Battlefield 3>의 경우 PC게임 전용이 가장 높은 판매량을 보이고 있음
- 브로드밴드의 높은 보급률로 인해 Sony와 MS의 콘솔기기 전용 네트워크 사용 카드 <LIVE Month Card>와 <PlayStation Network Voucher 200> 등이 높은 판매량을 보임
- 스웨덴 게임시장은 유럽 다른 국가와 다르게 MMORPG와 FPS 장르의 게임이 강세를 보인다는 것이 가장 큰 특징

8) 북미, 한국에서는 2004년 11월에 출시

중국

〈표 4-19〉 2012년 상반기 중국 온라인게임 인기 순위 (1~3월)

순위	1월 넷째 주 (1. 22 ~ 1. 28)	2월 넷째 주 (2. 19 ~ 2. 25)	3월 넷째 주 (3. 25 ~ 3.31)
1	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)
2	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)
3	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)
4	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)
5	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)
6	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)
7	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)
8	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)
9	Counter Strike(反恐精英) (TianCity)	Counter Strike(反恐精英) (TianCity)	미르(传奇) (Shanda Games)
10	카트라이더(跑跑卡丁车) (Shanda Games)	미르(传奇) (Shanda Games)	신선전(神仙传) (The9)

출처 : Baidu(2012), Barchina(2012), 17173.com(2012)

〈표 4-20〉 2012년 상반기 중국 온라인게임 인기 순위(4~6월)

순위	4월 넷째 주 (4. 22 ~ 4. 28)	5월 넷째 주 (5. 20 ~ 5. 26)	6월 넷째 주 (6. 24 ~ 6. 30)
1	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)
2	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)
3	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)
4	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)
5	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	옥룡제천(御龙在天) (Tencent)
6	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)
7	드레곤네스트(龙之谷)	QQ스피드(QQ飞车)	QQ댄서(QQ炫舞)

	(Shanda Games)	(Tencent)	(Tencent)
8	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	주신2(诛仙2) (Perfect World)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)
9	천룡팔부3(天龙八部3) (Chan You)	드래곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	구음진경(九阴真经) (Snail Gam)
10	문도(问道) (Guang Yu Hua Xia)	미르(传奇) (Shanda Games)	드래곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)

출처 : Baidu(2012), Barchina(2012), 17173.com(2012)

분석

◆ 중국 온라인게임 인기순위 분석

- <던전앤파이터(地下城与勇士)>가 꾸준한 인기를 얻으며 4월을 제외한 2012년 상반기 중국 온라인게임 인기순위에서 1위를 차지했으며, <크로스파이어(穿越火线)>는 4월에 1위를 고수 했지만, 나머지 기간 동안은 2위를 차지
- Tencent의 온라인게임이 10위 안에 6개가 포진하면서 중국 온라인 게임시장을 석권하고 있으며, Tencent 자회사 Riot Games가 2011년 9월에 출시한 AOS(Aeon of Strife)⁹⁾ 장르의 <League of Legend>는 3위를 유지하며, 중국 게임시장의 다크호스로 부상
- 전 세계적으로 가입자가 하락하고 있는 Activision Blizzard의 <World of Warcraft>는 중국에서 지속적인 인기를 유지하여, 퍼블리셔 NetEase의 주요 수익원으로 작용
- Nexon의 <던전앤파이터(地下城与勇士)>, 스마일게이트의 <크로스파이어(穿越火线)>, 아이덴티티게임즈의 <드래곤네스트(龙之谷)> 등이 상위권에 계속 랭크되면서, 한국 게임이 중국 시장에서 큰 인기를 끌고 있음을 입증

9) <Starcraft>의 멀티플레이모드 맵인 'Aeon of Strife'에서 유래한 이름으로 이용자가 한 명의 캐릭터를 조정해 상대방 진영의 중요 건물을 파괴하면 승리하는 방식의 게임을 지칭

글로벌 게임산업 트렌드 2012년 상반기(통권 13호)

- ▶ 발행일 2012년 8월 16일
- ▶ 발행처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

한국콘텐츠진흥원 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것, 1566-1114" 홈페이지 www.kocca.kr

서울특별시 마포구 월드컵북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-270)

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



121-270 서울시 마포구 월드컵북로 400 / www.kocca.kr
“콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”