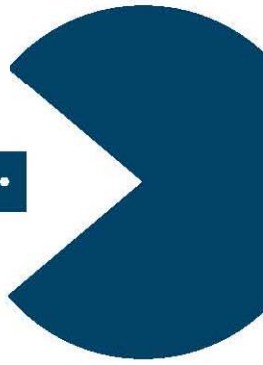
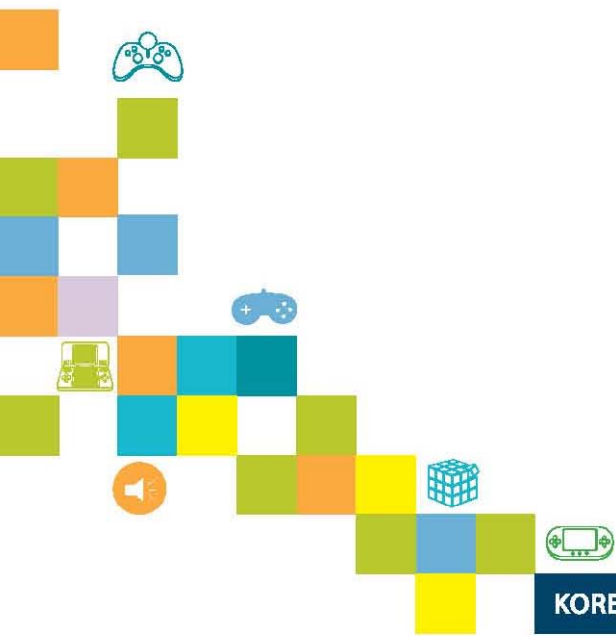
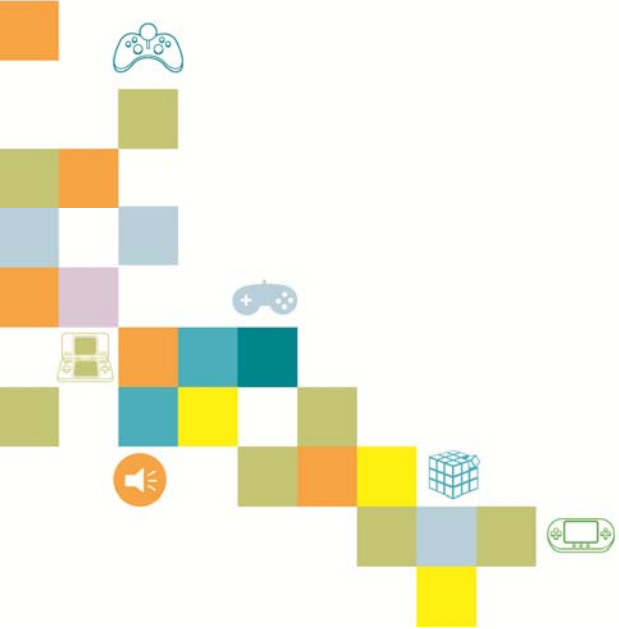


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 8월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 2012년 소셜게임 시장규모 62억 달러 전망
- MMORPG 정액제 서비스 성공여부 논란
- 모바일게임, 온라인게임의 성역인 '인방' 침범
- 클라우드펀딩, 게임 개발 지원 위한 개선책 필요
- 새로운 모바일게임 광고 플랫폼 'Kiip', 실물 쿠폰 제공
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 11

- 미국 게임시장, 지속적 매출 부진 속 모바일게임 성장
- 2012년 미국 대선 시뮬레이션 게임 등장
- Zynga 2/4분기 실적, 어닝쇼크 '2,280만 달러 손실'
- 디지털게임 유통 플랫폼 Steam, 비게임 소프트웨어 유통
- E3, 향후 3년 간 미국 LA서 개최
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위

3. 아시아 게임시장 동향..... 22

중국 게임시장 동향..... 23

- 중국 모바일 게임시장, 에코시스템 필요성 증대
- 2012년 상반기 중국 모바일 게임산업 발전현황
- 2012년 2분기 중국 웹 게임시장 규모 22억 4,000만 위안
- Shanda Games, 서드파티 게임사로 투자영역 확대
- 'ChinaJoy 2012' 폐막, 관람객 16만 2,000명 기록
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 32

- 일본 대표 SNS Mobage, GREE, mixi의 유저층 분석
- 2011년 일본 콘솔게임의 총 출하금액 1조 4,575억 엔
- 일본 JOGA, 확률형 아이템 관련 가이드라인 발표
- Konami, 2012년 2/4분기 수익 감소
- Capcom, 매출 호조로 2/4분기 순이익 급증
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 41

- 2012년 베트남 게임 시장규모 2억 2,090만 달러
- EA, 게임시장의 떠오르는 샛별 인도에 집중
- 싱가포르 모바일게임 <Kopi Tiam> 인기몰이
- MOL, 온라인게임 크레딧 결제서비스에 거액 투자

5. 유럽 게임시장 동향..... 46

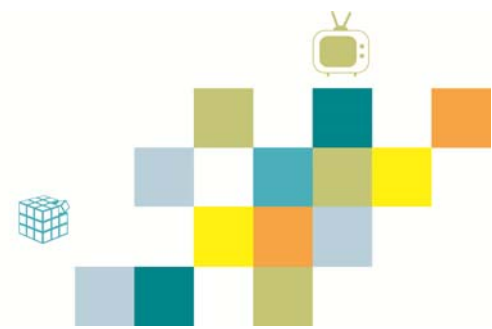
- 2011년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모, 3년 연속 감소
- 영국 모바일게임 이용시간 및 지출규모 급증
- 영국 게임업계, 게임 등급 시스템 무용론 제기
- 2012년 2/4분기 Activision Blizzard 실적 분석
- Gameloft 2/4분기 매출, 전년동기 대비 35% 증가
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 57

- 아르헨티나 게임업체 QB9, 부분유료화로 무장
- 콜롬비아, 제3회 'Anigames Expo' 개최
- 2012 멕시코 게임 개발자 회의 개최

7. 국내 게임시장 동향..... 63

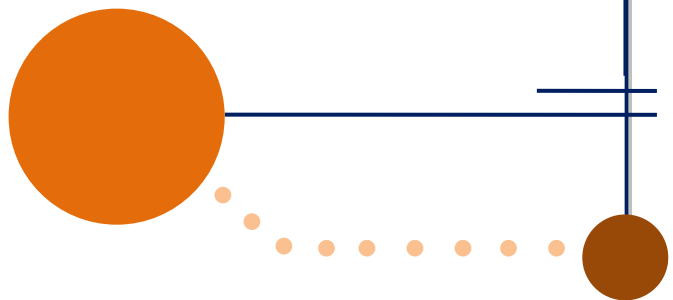
- 한류의 선두주자 '게임산업', 2012년 콘텐츠산업 수출 1위
- 온라인 게임업체, 온라인게임보다는 모바일게임 선호
- 소셜게임, 모바일 소셜게임으로 재탄생
- 문화체육관광부, 중국 내 불법 온라인게임 사이트 폐쇄
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 2012년 소셜게임 시장규모 62억 달러 전망
- MMORPG 정액제 서비스 성공여부 논란
- 모바일게임, 온라인게임의 성역인 '안방' 침범
- 크라우드펀딩, 게임 개발 지원 위한 개선책 필요
- 새로운 모바일게임 광고 플랫폼 'Kiip', 실물 쿠폰 제공
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



2012년 소셜게임 시장규모 62억 달러 전망

시장조사기관 Gartner에 따르면, 2012년 전 세계 소셜미디어 시장규모가 전년대비 43.1% 증가한 169억 달러를 기록할 것으로 전망되는 가운데, 소셜 게임시장 매출은 62억 달러를 돌파할 것으로 관측

■ 2012년 소셜미디어 시장 성장 속 소셜 게임시장 62억 달러 돌파 전망

- ▶ 시장조사기관 Gartner가 지난 6월 발표한 "Forecast: Social Media Revenue, Worldwide, 2011-2016" 보고서에 따르면, 2012년 전 세계 소셜미디어 시장규모가 2011년 118억 달러 대비 43.1% 성장한 169억 달러를 기록할 것으로 전망
 - 소셜미디어 매출액 중 가장 큰 비중을 차지한 부문은 광고로, 2012년 소셜광고 매출은 약 88억 달러를 기록
 - 소셜게임 시장 매출은 2010년과 2011년 사이 2배 이상 성장한 가운데, 2012년 62억 달러를 돌파, 가입자 기반 매출만 2,780만 달러에 이를 전망
 - Gartner의 수석 애널리스트 Neha Gupta는 "온라인 소셜미디어 사용이 포화상태에 이른 가운데, 올해에만 전 세계 10억 이상의 인구가 소셜네트워크를 이용할 것"이라고 예측하면서, "매출 관점에서는 여전히 새로운 수익모델의 창출 가능성이 존재한다"고 언급
- ▶ 한편, 소셜미디어 수익모델은 종전의 가입자기반 서비스 모델에서 광고 및 게임기반의 서비스모델로 전환될 것으로 전망
 - 실제 LinkedIn, Xing과 같은 소셜미디어 사이트 대다수가 가입자기반 매출이 감소하고 있는 것으로 나타남
- ▶ 소비자들의 소셜미디어 이용시간이 증가함에 따라 광고노출횟수당 클릭율(Click Through Rates, 이하 CTRs)도 함께 증가하면서, 마케터들도 소셜미디어 사이트에 높은 비중의 광고 예산을 할당
 - 이는 소셜미디어 사이트들이 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해 데이터 분석 기술의 효율성을 높여가고 있고, 소비자 타겟팅과 투자자본수익률(Return On Investment, 이하 ROI)을 지속적으로 개선해가고 있기 때문
- ▶ 특히 Gartner는 소셜미디어 사이트들이 수익 모델의 증대를 위해 소셜게임을 지속적으로 활용할 것으로 전망
 - 가상상품(virtual goods) 판매는 매출의 주요 부문을 차지할 것으로 예상되며, 메이저 콘솔게임 퍼블리셔들도 최근 소셜게임 영역으로 진입, 자사의 IP(Intellectual Property)를 활용해 소셜게임 분야에서 새로운 모멘텀을 찾고 있음
 - Zynga, GREE, DeNA 등 소셜게임 업체들은 오픈플랫폼 전략을 구사, 이용자 편의성과 선택폭을 넓힐 것으로 전망

- ▶ 한편, Gartner는 소셜미디어 이용자 수가 점점 더 증가할 것으로 예상하면서, 이용자들의 여가시간 및 주의를 끌기 위한 소셜미디어 사업자간 경쟁심화가 새로운 형태의 소셜미디어를 출현시킬 것으로 전망
 - 그러나 Gupta 애널리스트는 소셜미디어의 매출 증가세는 기존 소셜미디어 영역 내에서 발생할 것이며, 2016년까지 새로운 형태의 소셜미디어들은 수익에 영향을 미치지 않을 것으로 전망

 www.gartner.com

MMORPG 정액제 서비스 성공여부 논란

BioWare가 개발하고 EA가 유통한 유료 MMORPG <Star Wars: The Old Republic>이 시장 기대에 못 미치는 성적을 내고 있는 가운데, 정액제 기반의 유료 MMO 게임이 이제는 더 이상 성공하기 어렵다는 주장이 제기

■ 저물고 있는 정액제 MMO 게임의 시대

- ▶ 유명 게임 개발 업체 BioWare가 야심차게 선보였던 월 정액제 기반의 유료 MMORPG <Star Wars: The Old Republic>이 기대만큼의 성과를 올리지 못함에 따라, 정액제 기반의 유료 MMO 게임이 이제는 더 이상 성공하기 어렵다는 인식이 퍼지고 있음
 - 스타워즈 시리즈라는 막강한 게임IP를 바탕으로 가장 수익성이 높다는 SF 게임으로 만들어진 MMORPG <Star Wars: The Old Republic>은 유명 게임 개발업체 BioWare의 개발력과 EA 배급력이 만난 블록버스터 게임임에도 불구하고 출시 7개월 후 성적표는 실망스러운 수준
 - 2012년 3월부터 5월 사이 <Star Wars: The Old Republic>의 월 정액 가입자 수는 170만 명에서 40만 명 감소
- ▶ <Star Wars: The Old Republic>의 실패는 정액제 MMORPG의 한계를 보여줌
 - 게임 전문 애널리스트인 Michael Pachter는 EA의 CEO John Riccittello와의 만남 후 "만약 <Star Wars: The Old Republic>이 수익을 낼 수 없다면, 다른 어떤 정액제 MMORPG이라도 수익을 낼 수 없다"고 언급
 - Pachter는 이어 "<Star Wars: The Old Republic>이 큰 성공을 거둘 것으로 예상했었다"면서, "현재 월 15달러를 내면서 MMORPG를 즐길 게이머들은 단지 600~700만 명에 불과하기 때문에, BioWare의 <Star Wars: The Old Republic>이 할 수 없다면 다른 누구도 성공할 수 없다"고 주장
- ▶ 이러한 MMORPG의 실패와 더불어 차세대 게임 콘솔의 출시 일정이 늦어진 것 역시 게임 업체들의 실적 부진에 한 몫하고 있다는 주장 또한 제기
 - Pachter 애널리스트는 "EA의 주가가 떨어지고 있는 것은, 3년 주기의 게임시장에서 이미 5년 동안 제자리에 머물러 있기 때문"이라며, "EA 등의 게임 개발업체들이 신규 게임 IP를 개발/발굴하는 대신 차세대 게임 콘솔을 기다리며, 유명 프랜차이즈 게임IP들의 후속편에만 집중하는 것이 게임업계 몰락의 원인"이라고 주장
 - 나아가 EA나 Activision Blizzard 등의 게임업체들이 캐주얼 게임 개발·유통에 주력하고 있는 것 또한 콘솔 및 MMORPG에 대한 게이머들의 관심을 떨어뜨리고 있는 주요 원인이라는 주장도 함께 제기

 www.escapistmagazine.com

모바일게임, 온라인게임의 성역인 '안방' 침범

모바일 게임업체 PopCap이 모바일 게이머를 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 전체 조사 대상의 절반 이상이 가정에서 모바일게임을 즐기고 있음. 이는 모바일 플랫폼이 중요한 가정용 게임 플랫폼으로 부상할 수 있음을 보여줌

■ 모바일 게이머의 절반 이상이 집안 소파에서 모바일게임 이용

- ▶ 모바일게임 개발업체 PopCap이 미국과 영국의 모바일 게이머 1,004명을 대상으로 2012년 4월 25일부터 5월 1일까지 시행한 설문조사 보고서 "2012 PopCap Games Mobile Gaming Research-Where People Play Mobile Games"에 따르면, 전체 응답자 중 69%가 주로 집안 소파에서 모바일게임을 이용하는 것으로 나타남
 - 전체 조사 대상자 중 휴대전화만을 사용해 모바일게임을 즐기는 응답자는 675명으로 집계됐으며, 스마트폰과 태블릿 PC를 모두 게임 플레이에 이용한다는 응답자는 212명, 태블릿 PC만 게임에 이용한다는 응답자는 117명으로 집계
 - '대중교통 및 자가용' 등 이동 중에 게임을 이용한다고 대답한 응답자가 전체의 63%를 차지했으며, '집안 침대'에서 게임을 즐긴다고 응답한 사람은 전체의 57%로 그 뒤를 이음
- ▶ 순수 스마트폰만을 이용해 모바일게임을 즐기는 게이머보다 태블릿 PC 또는 태블릿 PC와 스마트폰 모두 사용하는 게이머의 모바일 게임 이용률이 높게 나타남
 - 태블릿 PC 게이머 중 78%가 '집안 소파'에서 게임을 한다고 답했으며 태블릿 PC와 스마트폰을 겸용하는 경우 75%가 '집안 소파'를 택해, 스마트폰만 사용하는 게이머 비중(65%)보다 높음
 - 스마트폰만 사용하는 게이머는 주로 젊은 남성층으로 태블릿 PC 게이머 및 태블릿 PC와 스마트폰을 겸용하는 게이머보다 상대적으로 훨씬 많은 시간을 게임에 할애하고 있으며, 게임에 지출하는 금액도 평균 37.51달러로 다른 응답자들(평균 21.24달러)에 비해 많은 것으로 나타남

■ 모바일 플랫폼, 모바일 게이머 수의 지속적 증가로 주요 가정용 게임 단말로 등극 전망

- ▶ PopCap의 전 세계 퍼블리싱 사업을 총괄하는 Dennis Ryan 부사장은 "사람들이 모바일게임을 언제 어디서나 할 수 있다는 것은 익히 알고 있으나, 모바일 게이머가 집에서 게임을 가장 많이 하고 있다는 점은 새로운 사실"이라고 강조하는 등, 가정용 게임 단말의 중심축이 PC, 게임 콘솔에서 모바일 플랫폼으로 이동하고 있는 것으로 보임
 - Ryan 부사장은 "신규 모바일 게이머가 급증하고 있다는 점을 감안할 때, 모바일게임이 콘솔게임의 요새이자 PC

게임의 성역인 가정을 장악하는 것은 시간 문제"라고 덧붙임

 www.gamesindustry.biz

표 1 모바일게임 이용 장소 및 이용 단말별 비중

장소	모바일게임 단말			
	All (1004)	Phone (675)	Tablet PC (117)	Phone/ Tablet PC (212)
집안 소파	69%	65%	78%	75%
대중교통(버스, 자가용, 기차) 안에서	63%	65%	43%	68%
집안 침대	57%	54%	51%	70%
약속을 기다리면서	55%	58%	32%	59%
TV를 시청하면서	41%	37%	52%	50%
휴가 중	28%	22%	35%	43%
점심식사 중	27%	28%	12%	30%
줄을 서서 기다리면서	27%	28%	4%	37%
비행기 안에서	22%	19%	22%	35%
레스토랑, 커피숍 등에서	20%	20%	7%	29%
해변가에서	16%	13%	11%	26%

[출처] PopCap

크라우드펀딩, 게임 개발 지원 위한 개선책 필요

크라우드펀딩(crowdfunding) 서비스 'Kickstarter' 등을 통해 인디 게임개발 업체들의 주요 비즈니스 모델로 주목받고 있는 크라우드펀딩이 게임 개발 과정 및 완성물에 대한 확인 장치가 없는 등 다양한 문제가 있는 것으로 나타남

■ 크라우드펀딩, 퍼블리셔를 대신할 인디 게임개발 업체들의 새로운 비즈니스 모델로 각광

- ▶ 미국의 소규모 게임 개발업체 Camouflaj와 영국에서 가장 오래된 인디 모바일게임 개발업체 Stainless Games가 Kickstarter를 통해 게임 프로젝트 자금 확보
 - 크라우드펀딩(crowdfunding)*은 퍼블리셔들이 개발업체를 지원할 경우 게임IP를 가져가는 것과는 달리, 개발업체가 게임IP를 계속 보유할 수 있다는 큰 장점이 있으며, 가능성 있는 프로젝트들이 고사되지 않고 새로운 게임들로 거듭날 수 있도록 지원하는 획기적인 시스템으로 평가받고 있음
 - Camouflaj는 <Metal Gear Solid>, <Halo>, <F.E.A.R.>, <inFamous> 등 유명大作 콘솔게임 타이틀 개발에 참여한 경력이 있는 팀으로 구성된 게임업체로, Kickstarter를 통해 펀드 프로젝트 런칭 후 7시간이 채 지나기 전에 목표 금액 50만 달러를 확보하고 이후 초과 달성, iOS 게임으로 개발 예정이었던 호러게임 <République>를 PC, Mac으로 확대 개발할 예정
 - Stainless Games의 Patrick Buckland CEO는 1990년대 자체 개발한 PC 전투 레이싱 게임 타이틀 <Carmageddon>의 IP를 되찾기 위해 노력하는 한편, Kickstarter를 통해 후속작이자 iOS, Android 기반 게임 타이틀 <Carmageddon: Reincarnation>의 자금을 확보

*주 : '대중으로부터 자금을 모은다'는 뜻으로 소셜미디어나 인터넷 등의 매체를 활용해 자금을 모으는 투자 방식

■ 크라우드펀딩, 투자자 보호장치 부재 및 게임 개발사에 대한 선입관 등이 단점

- ▶ Camouflaj를 설립한 Ryan Payton과 Stainless Games의 Patrick Buckland CEO는 개발에 대한 대중의 무지와 Kickstarter의 비현실적으로 낮은 펀드 프로젝트 목표 금액 설정, 그리고 게임의 완성도 보장이 안 되는 점 등이 크라우드펀딩의 존립을 위협할 수 있다고 지적
 - Ryan Payton는 인디 게임개발 업체들의 실상과 게임 개발 과정 및 실질적인 개발 비용, 게임의 퀄리티 등에 대한 대중의 무지와 선입관으로 인해, 게임 개발 비용이 100만 달러를 훨씬 상회한다는 점에 대해 이해를 구하기 어려웠으며, 펀드의 일부를 열악한 환경에서 근무하는 직원들의 인건비로 사용하겠다고 밝히자 투자 참여자들로부터 많은 비판을 받음

- Stainless Games의 Patrick Buckland CEO는 "크라우드펀딩은 완성된 게임의 퀄리티, 약속된 기한 지키기 등이 보장되지 않는다는 문제가 있다"면서, "경험이 부족한 인디 게임업체들은 사전에 비용 집행에 대해 철저한 계획이 있어야 한다"고 강조
- 또한 Ryan Payton와 Patrick Buckland는, "Kickstarter가 현재 가능성 없는 게임 개발 프로젝트에 대해 최소한의 필터링을 작동하고 있으나 완성된 게임의 퀄리티가 낮을 경우에 대한 대비가 없다"면서, "이는 Kickstarter에서 추진 되는 상당수의 펀드 프로젝트가 신규 게임 개발이 아닌 1980~1990년대 인기 게임의 리메이크 프로젝트 또는 유명 개발자들의 프로젝트라는 상황으로 연결되어, 진정한 인디 게임 개발 지원이라는 크라우드펀딩의 취지에 어긋난다"고 지적

■ 소규모 유럽 크라우드펀딩 서비스 Gambitious, Kickstarter의 대안적 서비스로 주목

- ▶ 네덜란드 크라우드펀딩 업체 Gambitious는 지속 가능한 펀드 프로젝트 체계를 표방해, Kickstarter가 비공식인 성격으로 인해 진입장벽이 낮은 반면, Gambitious는 공식적이고 법적 보호가 확실하다는 장점이 있어 거대한 규모의 투자와 보상을 안전하게 주도할 수 있는 플랫폼으로 주목 받음
 - Gambitious는 Kickstarter의 펀드 프로젝트 모델을 따라가면서도 완성된 게임이 수익을 낼 때 쿠퍼자들이 금전적 보상을 얻을 수 있는 크라우드펀딩을 추구
 - 펀드 프로젝트를 내건 게임 개발업체들이 세부적이고 정확한 게임 비즈니스 및 마케팅 계획 등을 제출
 - Gambitious의 크라우드펀딩 플랫폼 개발 및 서비스 담당자 Andy Payne은 "Gambitious의 서비스를 통해 글로벌 시장 진출을 노리는 개발업체들의 게임 관련 마케팅, 판매 및 배포, 홍보, 수익화 등을 체계적으로 지원하고 게임이 성공할 경우, 일정 부분의 수익을 배분하도록 준비하고 있다"고 언급
 - Gambitious 플랫폼은 현재 베타 버전으로 서비스되고 있으며 2012년 8월 16일~8월 19일 독일에서 개최될 예정인 '2012 Gamescom'에서 공식 런칭 예정**

**주 : 미국 게임업체의 경우, 중소기업육성 관련 법인 'JOBS Act'가 2013년부터 시행되기 전까지는 유럽 소재 파트너사를 통해서만 Gambitious의 플랫폼 사용 가능

 www.gamesindustry.biz

그림 1 Camouflaj의 펀드 프로젝트 게임 타이틀 <R epublique>



[출처] gamesindustry

새로운 모바일게임 광고 플랫폼 'Kiip', 실물 쿠폰 제공

게임 내 성과를 반영해 실제 상품으로 교환 가능한 쿠폰을 제공하는 새로운 형태의 모바일게임 속 광고 플랫폼 사업자 Kiip이 현재 400개 이상의 게임 및 애플리케이션을 통해 40개 광고주의 쿠폰을 제공하는 등 플랫폼 커버리지를 대폭 확대

■ 실물 상품 '보상 네트워크' Kiip, 게임플레이 방해 없는 광고 제공으로 성공가도

- ▶ 신생 모바일게임 전문 광고 업체 Kiip은 2011년 4월 모바일게임에서 높은 점수를 얻은 게이머에게 실제 화장품이나 과자로 교환 가능한 무료 쿠폰을 발송해 주는 독특한 방식의 게이머 보상 광고 플랫폼을 출시
 - Kiip은 게임과 실제 소비생활의 접목한다는 점에서 "광고 네트워크가 아닌 보상 네트워크(rewards network)"를 표방
- ▶ 9개 게임의 이용자를 대상으로 Popchips, Dr. Pepper, Carl's Jr, VitaminWater를 비롯한 10개 광고주의 쿠폰을 제공하면서 플랫폼을 출시한 Kiip은 현재 플랫폼 커버리지를 대폭 확대하는 데 성공
 - <Unblock Me>, <Zombie Farm>, <Mega Jump>, <Tank Attack> 등을 포함해 Kiip 플랫폼을 탑재한 게임 및 애플리케이션은 현재 400개를 상회
 - Kiip 플랫폼을 사용 중인 광고주도 1-800-Flowers.com, American Apparel, Best Buy, Disney, Procter & Gamble, Pepsi Co., Sony Music 등 40여 업체에 달함
- ▶ 업계 전문가들은 게이머의 게임플레이 경험을 방해하지 않는 광고 게재 방식이 Kiip 플랫폼 성공의 이유라고 분석
 - 무작위로 등장해 가뜩이나 작은 모바일 단말의 화면을 가리는 기존 모바일 배너 광고와 달리, Kiip 플랫폼을 통한 광고는 이용자가 게임 기록을 갱신하거나 특정 단계를 돌파한 시점에 무료 쿠폰 형태로 등장하므로 성취감을 유발해 이용자의 호감을 얻고 있는 것으로 파악

■ 디지털 지갑 "Kiipsake" 출시 · 광범위한 앱 포용 전략으로 영역 확대 박차

- ▶ Kiip은 최근 Kiip 플랫폼 이용자를 위한 Android용 디지털 지갑 애플리케이션 'Kiipsake'을 출시
 - 'Kiipsake'는 이용자들이 Kiip 플랫폼을 탑재한 애플리케이션을 검색할 수 있도록 지원하는 한편, Kiip 플랫폼을 통해 부여받은 무료 쿠폰을 저장할 수 있는 기능을 제공

 content.usatoday.com

통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 2 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 8. 5 ~ 2012. 8.11) (단위: 대)

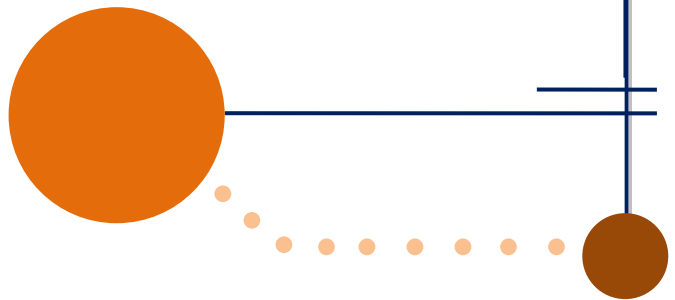
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	216,666	-18.7%	19,197,723
	2	PlayStation3	Sony	121,102	-2.6%	65,822,047
	3	Xbox360	MS	98,760	1.1%	67,838,011
	4	Wii	Nintendo	58,976	-35.5%	96,362,518
	5	PlayStation Vita	Sony	35,531	-3.2%	2,654,188
	6	PSP	Sony	34,916	0.8%	74,868,225
	7	DS	Nintendo	29,519	-9.5%	151,906,564
SW	1	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	144,396	-32.3%	780,700
	2	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS)	Square Enix	86,530	-66.5%	736,483
	3	Dragon Quest X (Wii)	Square Enix	72,876	-81.0%	456,937
	4	the Sims 3 (Xbox360)	Sega	69,419	2.2%	268,984
	5	the Sims 3 (PlayStation3)	Sega	65,430	-1.6%	274,684
	6	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	57,170	-7.6%	2,583,575
	7	Persona 4: Arena (PlayStation3)	Atlus	54,176	188.6%	197,949
	8	Mario Kart 7 (3DS)	Nintendo	39,553	0.7%	5,995,512
	9	Kuroko's Basketball: Miracle Game (PSP)	Bandai Namco	37,254	신규	37,254
	10	Mario & Sonic at the London 2012 Olympic Games (Wii)	Sega	37,058	-4.4%	3,034,044

[출처] VG Chartz



미국 게임시장 동향

- 미국 게임시장, 지속적 매출 부진 속 모바일게임 성장
- 2012년 미국 대선 시뮬레이션 게임 등장
- Zynga 2/4분기 실적, 어닝쇼크 '2,280만 달러 손실'
- 디지털게임 유통 플랫폼 Steam, 비게임 소프트웨어 유통
- E3, 향후 3년 간 미국 LA서 개최
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



미국 게임시장, 지속적 매출 부진 속 모바일게임 성장

시장조사업체 NPD Group은 경기침체로 인해 2012년 6월 기준 미국 게임산업 매출이 전년 대비 29%가 하락한 것으로 나타난 가운데, 모바일 게임시장은 지속적인 성장세를 보이고 있는 것으로 드러남

■ 경기침체로 인한 미국 게임업계 매출 부진, 모바일게임은 선전

- ▶ 2012년 6월 미국 게임산업 매출이 만성적인 경기침체로 인해 전년 대비 29% 하락한 것으로 나타남
 - 미국 시장조사기관 NPD가 2012년 6월에 발표한 "video game sales data for June 2012"에 따르면, 미국의 게임관련 하드웨어, 소프트웨어 및 액세서리의 판매액이 7억 달러로 전년 동월 9억 9,000만 달러 대비 크게 하락했다고 전함
 - 이번에 발표된 미국 게임시장 매출은 시장조사업체 Cowen and Company에서 예측한 매출 전망치 대비 41% 하락한 가운데, 업계 전문가들은 "미국의 패키지 게임 매출도 전년 대비 26% 감소한 것"으로 산출
- ▶ NPD Group에 따르면, 소매점(retail store)을 통한 판매매출은 현재 전체 시장의 50~60%를 차지하고 있는 가운데, 게임 렌탈을 포함한 다운로드, 소액결제 등 소비자의 게임 지출 규모는 약 14억 달러 규모에 달하는 것으로 집계
 - 이러한 시장 조사 결과는 Sony, MS 등 콘솔 제조업체들로 하여금 향후 18개월 내에 출시를 준비하고 있는 차세대 게임 시스템에 대한 당위성을 부여
- ▶ 한편, 휴대용 게임기 역시 판매량에 있어 꽤 선전했지만, 게임시장 전체 매출 부진을 상쇄할 만큼의 성장률을 기록하지는 못함
 - Nintendo 3DS는 지금까지의 판매실적만 비교했을 경우 Nintendo DS 대비 25% 상회하는 판매량을 달성했지만, 아직 판매매출에 있어서는 2,000만 달러로 총 1억 5,000만 달러를 기록한 DS시리즈에 훨씬 못 미침
 - 애널리스트들 사이에서 Sony의 PlayStation VITA는 언급조차 되지 않음
- ▶ NPD Group에 따르면, 스마트폰을 통한 모바일게임이 게임시장 전체 매출에 있어 두 번째로 큰 시장으로 부상
 - NPD측은 "매 분기마다 계속해서 성장하고 있는 스마트폰 게임시장을 주시하고 있으며, 새로운 조사결과에 따르면 스마트폰 유저의 57%가 매일 모바일게임을 이용하고 있는 것으로 나타났다"고 언급

 www.computerandvideogames.com

2012년 미국 대선 시뮬레이션 게임 등장

제 45대 미국 대통령을 뽑는 미국 대선이 2012년 11월 치러지는 가운데, 게임을 통해 게이머가 직접 미국 대선의 향방을 가늠해볼 수 있는 모바일게임 <Election Game 2012: Race for the White House>가 Android 및 iOS 플랫폼을 통해 출시

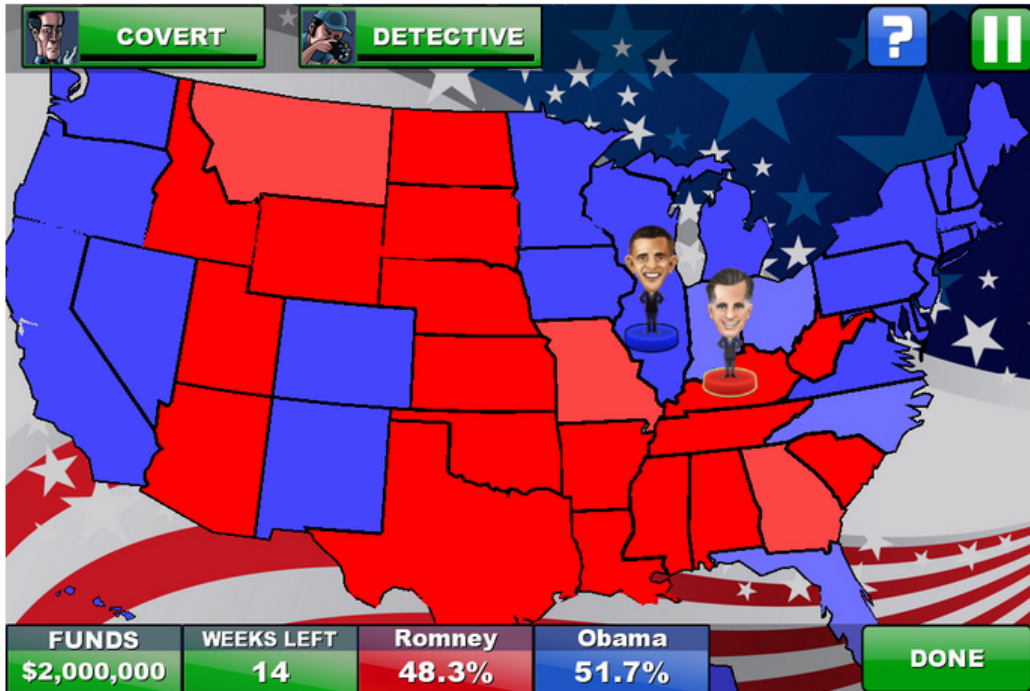
■ 미국 45대 대통령 선거 시뮬레이션 게임 <Election Game 2012> 출시

- ▶ 제 45대 미국 대통령을 뽑는 대선이 2012년 11월 치러지는 가운데, 민주당 대선 후보이며 연임에 도전하는 현 Barack Obama 대통령과 공화당 대선 후보 Mitt Romney로 변해 대선 과정을 경험해보고 대선의 향방을 가늠해볼 수 있는 대선 정치 시뮬레이션 게임 <Election Game 2012: Race for the White House(이하 Election Game 2012)>가 Android 및 iOS 플랫폼을 통해 출시
 - <Election Game 2012>는 Lunagames International*가 개발했으며, iOS 플랫폼의 경우 무료와 광고가 없는 0.99달러 유료의 두 가지 버전으로 출시
 - 게이머들은 자신이 선택한 대통령 후보를 다양한 캠페인 상황과 전략을 통해 백악관의 주인으로 만들어야 하며, 동시에 상대방 후보의 발을 묶기 위한 다양한 시도와 전략을 펼쳐야 함
 - 특히 정치적 사안 등이 관련된 게임이나 애플리케이션들의 등록을 거부해왔던 Apple의 기존 입장에 비춰봤을 때, 이번 <Election Game 2012>의 Apple App Store 등록은 세간의 관심을 모으고 있음
- ▶ 자신이 선택한 후보의 공약 결정은 물론 TV쇼 출연과 광고 캠페인 진행 그리고 후원금 모금에 이르기까지 실제 대선 캠페인의 전 과정을 게임을 통해 즐길 수 있음
 - 게이머들은 실제 50개 주가 반영된 게임 내 지도를 통해 자신이 선택한 후보의 대선 캠페인을 다양한 전략과 수단을 통해 진행
 - 여기에는 선거 공약을 정하는 것 외에도, 민감한 이슈에 대한 입장 설정과 광고 캠페인 진행 그리고 이들 캠페인에 필요한 후원금 모금 등 실제 선거 상황에서 벌어질 수 있는 거의 모든 일들이 포함
 - 또한 상대 후보를 비방하거나 상대 후보의 약점을 캐는 등의 네거티브 선거 캠페인 또한 원한다면 진행할 수 있으며, 동시에 출처가 불분명한 후원금을 받거나 거절함으로써 생기는 여러 스캔들이나 루머에도 대응하거나 공격할 수 있는 등 실제 선거 과정에 가까운 게임 경험을 할 수 있도록 디자인됨

*주 : Lunagmaes International社は <Election Game 2012> 외에도 <Gems XXL:Supersized Jewels & Diamonds>, <Bubble Popper XXL>, <Cube Touch XXL> 등의 모바일게임 제작

 www.pocketgamer.co.uk

그림 2 <Election Game 2012> 게임 화면



[출처] Lunagames International

Zynga 2/4분기 실적, 어닝쇼크 '2,280만 달러 손실'

Facebook 기반 최대 소셜 게임업체 Zynga의 2012년 2/4분기 실적이 발표. Zynga의 2/4분기 매출은 전년동기 대비 19% 증가한 3억 3,200만 달러를 기록하였으나 동시에 2,280만 달러, 주당 3 센트에 달하는 손실을 기록

■ 어닝쇼크를 기록한 Zynga의 2/4분기 실적, 손실만 2,280만 달러

- ▶ Facebook 기반 소셜 게임업체로 유명한 Zynga의 2012년 2/4분기 실적이 발표된 가운데, 손실 규모만 2,280만 달러에 달하는 등 Zynga의 2/4분기 실적이 기존 예상치에서 크게 벗어난 어닝쇼크*를 기록
 - Zynga 측이 발표한 자료에 따르면, Zynga는 2012년 2/4분기에 2,280만 달러의 손실을 기록하였으며, 주당(per share) 손실로는 3센트에 해당하는 수치
 - 이와 같은 실적은 1년 전 같은 기간 140만 달러의 수익을 기록했던 것과 비교했을 때 매우 악화된 것으로, 당시 주당 손익으로 손익분기점을 넘겼던 것과 비교해도 실망스러운 결과
- ▶ 수정 수익(Adjusted Earnings) 기준으로도 주당 5센트의 기존 전망치를 크게 밑도는 주당 1센트의 수익을 기록하는 등 전반적으로 시장의 기대에 크게 못 미치는 실적을 기록
 - 실제로 Zynga의 2/4분기 매출은 전년동기 대비 19% 증가한 3억 3,200만 달러를 기록하였는데, 이 또한 시장 전문가들의 기존 전망치 3억 4,280만 달러를 밑도는 수치

*주 : 어닝쇼크는 실적이 예상치보다 높거나 낮은 두 가지 경우 모두를 나타낼 수 있지만, 통상 쇼크의 의미가 나쁜 것을 나타내는 의미로 사용되기 때문에 어닝쇼크는 실적이 예상치보다 낮은 경우를 의미

■ 이용자 수는 증가하고 있으나, 실제 수익으로 연결되지 못하고 있어

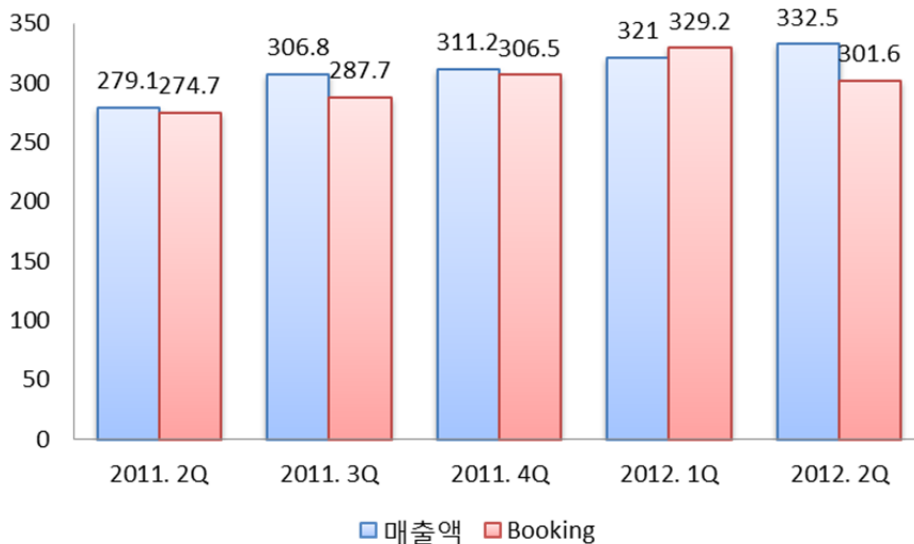
- ▶ Zynga 측의 발표에 따르면 2/4분기 Zynga 게임들의 총 일일활동이용자(Daily Active Users, DAU) 수는 7,200만 명 이었으며, 이는 전년동기 5,900만 명과 비교했을 때 약 1,300만 명 늘어난 수치
 - 월간활동이용자(Monthly Active Users, MAU) 수 또한 전년동기 대비 34% 증가한 3억 600만 명을 기록하여 이용자 수 규모 자체는 증가하는 추세
 - 이러한 이용자 수 증가에도 불구하고 Zynga는 올 상반기 내내 이용자 수 및 수익 감소 우려에 시달려왔음
- ▶ 특히 Zynga의 게임들의 수익 모델 특성 상 이용자 수 증가가 곧 실제 수익으로 연결되지는 않는다는

점이 더 큰 문제

- Zynga는 수익의 상당 부분을 게임 내 가상 아이템 및 서비스 판매로 올리고 있는데, 문제는 이용자 대부분이 이러한 유료 서비스를 이용하지 않고 있음
- 투자은행 Wedbush Securities의 게임 전문 애널리스트인 Michael Pachter는 "Zynga 게임의 이용자 수와 실제 Zynga가 올릴 수 있는 매출 규모 사이에 직접적인 연관관계는 없다"고 생각한대며, "이는 게임에 돈을 지출하는 사람들은 거의 없기 때문"이라고 주장
- Pachter는 "다만 극히 일부의 게이머들이 각 게임에 상당한 시간을 투자한 만큼 더 돈을 지출하고 있으며, Zynga 게임들을 더 이상 즐기지 않는 게이머들의 대부분은 유료 게이머가 아니다"라고 언급
- 즉 Zynga의 수익은 Zynga 게임에 높은 충성도를 갖고 있는 극소수의 게이머들에 의존
- 또 다른 애널리스트인 Doug Creutz 또한 "Zynga의 <Bread and Butter>와 같은 웹 기반 소셜게임의 전성기는 이제 지나갔다"고 본다며, "이제 사람들은 모바일게임으로 이동하고 있다"고 언급
- Creutz는 이어 "Zynga는 웹 기반 Facebook에 매출의 상당 부분을 의존하고 있었기 때문에, 이러한 웹 기반 소셜게임의 몰락은 Zynga에게 위기가 될 수 있다"고 주장

 www.postcrescent.com

그림 3 소셜 게임업체 Zynga의 매출액 및 Booking** 추이 (단위: 백만 달러)



[출처] Zynga

**주 : Booking은 해당 분기 동안 판매된 부분유료화 매출을 총합한 수치로 소셜 게임업체의 실적 평가의 기준으로 적용

디지털게임 유통 플랫폼 Steam, 비게임 소프트웨어 유통

Valve의 디지털게임 유통 플랫폼 Steam의 모바일 애플리케이션에서 일시적으로 비 게임 소프트웨어 메뉴가 노출되는 사건이 발생함에 따라, Valve가 Steam을 통해 비 게임 소프트웨어 유통과 같은 사업 다각화에 나설 것이라는 추측이 제기됨

■ 디지털게임 유통 플랫폼 Steam, 비게임 소프트웨어 유통 시장 진출 가능성 대두

- ▶ Valve의 디지털게임 유통 플랫폼 Steam의 모바일 애플리케이션에서 비게임 소프트웨어 메뉴가 잠시 노출된 것과 관련해, Valve가 곧 Steam을 통해 본격적으로 비게임 소프트웨어 유통에 나설 것이라는 주장이 확산
 - IT전문사이트 Venture Beat에 따르면 7월 16일 Steam의 모바일 애플리케이션에서 '회계(Accounting)', '사진 편집(Photo Editing)', '교육(Education)'과 같은 비게임 소프트웨어 메뉴가 잠시 노출
- ▶ 일부 전문가들은 Steam의 이용자층이 탄탄한 것은 사실이지만 비게임 소프트웨어 유통 시장에서 성공 가능성은 희박하다고 주장
 - 투자은행 Wedbush Securities의 게임 전문 애널리스트 Michael Pachter는 "Steam이 소프트웨어 유통 인프라를 이미 탄탄히 구축했으며 막대한 이용자 기반을 확보했기 때문에 비게임 소프트웨어 유통에 손을 대려 할 수도 있다"고 전망하면서도, "도서 유통에서 큰 성공을 거둔 Amazon이 게임 소프트웨어 유통에서는 성공하지 못한 것처럼, Steam 역시 같은 상황에 처할 수 있다"고 지적
 - 시장조사업체 IDC의 연구 책임자 Lewis Ward도 "Steam이 4,000만 명에 달하는 이용자를 확보했고 이들 대부분이 디지털 다운로드를 통한 소프트웨어 구매에 익숙한 젊은 층인 것은 사실이나, Steam은 차세대 Amazon이나 Apple App Store가 되기는 힘들 것"이라고 주장
 - 이어 Ward는 "물론 다른 디지털 유통 플랫폼들과 비교해서 수익 배분 조건이 유리하고 지속적인 매출을 개발자들에게 약속할 수 있다면 Steam도 성공 가능성이 있긴 하다"면서, "하지만 Steam이 비게임 소프트웨어 유통 부문에서 다른 디지털 유통업체들을 쉽게 따라잡진 못할 것이라 생각한다"고 언급
- ▶ 반면, Valve가 비게임 소프트웨어 유통 시장 진출을 통한 사업 다각화에 나서야 한다는 주장도 제기
 - 시장조사업체 Endpoint Technologies Associates의 Roger Kay 애널리스트는 "클라우드 게임업체 Gaikai와 OnLive가 Steam을 위협하고 있는 상황에서, Steam이 이에 효과적으로 대처하기 위해서는 비게임 소프트웨어 유통을 통한 사업 다각화만이 해답"이라고 언급

 www.venturebeat.com

E3, 향후 3년 간 미국 LA서 개최

미국 엔터테인먼트소프트웨어협회(Entertainment Software Association, 이하 ESA)가 세계 3대 게임 박람회 중 하나인 'E3'를 2013년부터 2015년까지 미국 LA 컨벤션센터에서 개최하기로 결정

■ ESA, 2013~2015년 'E3' 개최지를 미국 LA로 결정

- ▶ ESA가 세계 3대 게임 박람회 중 하나인 'E3(Electronic Entertainment Expo)'를 향후 3년 간 미국 LA 소재의 컨벤션센터에서 개최하기로 결정
 - LA 컨벤션센터 인근의 풋볼 경기장인 Farmer's Field의 신축 공사가 시작될 경우, 행사 진행 시 차질이 발생할 수 있다는 우려가 제기되며 라스베이거스 등으로 개최지 이전을 검토 중이라는 루머가 돌기도 했지만, 최종적으로 LA가 2013년부터 2015년까지 E3의 개최지로 결정
 - 'E3 2013'은 2013년 6월 11일부터 13일까지 미국 캘리포니아주 LA 컨벤션센터에서 주로 개최될 예정이며, LA Live 뿐만 아니라 LA 다운타운 곳곳에서 개최될 전망
- ▶ 'E3'는 매년 6월 LA 컨벤션센터에서 개최되는 세계적 규모의 게임 박람회로, 2012년 6월 개최된 'E3 2012'에는 총 4만 5,700명의 게임업계 종사자가 참석한 가운데 총 4,000만 달러의 경제 효과가 발생
 - LA 시장 Antonio Villaraigosa는 "LA시는 세계 최대 규모의 엑스포 행사가 향후 3년 간 LA시에서 개최되는 것을 매우 환영하며, 앞으로도 전폭적인 지원을 아끼지 않을 것"이라고 전함
- ▶ LA 컨벤션센터는 현재 AEG 그룹이 일부분을 허물고 재건축에 들어간 것으로 알려진 가운데, ESA의 Michael D. Gallagher 대표는 "ESA는 LA 컨벤션센터 신축 및 다운타운 관리에 대한 엔터테인먼트 그룹 AEG의 비전을 지원한다"고 밝힘
 - ESA측은 "이번 재건축이 E3 박람회 뿐만 아니라 나아가 LA가 업계 리더로 성장하는데 큰 역할을 수행할 것"으로 전망

*주 : 1995년 개최된 이래 'E3'는 지금까지 세 번을 제외한 15회가 LA 컨벤션센터에서 열렸는데, 'E3 1997'과 'E3 1998'은 조지아주 애틀랜타, 'E3 2007'은 캘리포니아주 산타모니카에서 개최

 www.eurogamer.net

그림 4 'E3'가 개최되는 LA 컨벤션센터 전경



[출처] ESA

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 8. 5 ~ 2012. 8. 11) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	51,947	4.4%	34,928,833
	2	PlayStation3	Sony	34,407	0.3%	21,715,323
	3	3DS	Nintendo	30,523	-29.5%	5,410,285
	4	Wii	Nintendo	18,073	-3.1%	39,525,117
	5	DS	Nintendo	16,367	-11.6%	51,119,705
	6	PlayStation Vita	Sony	10,597	-8.2%	725,709
	7	PSP	Sony	2,193	0.1%	19,558,331
SW	1	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS)	Square Enix	60,394	-70.0%	261,763
	2	Persona 4: Arena (PlayStation3)	Atlus	33,019	신규	33,019
	3	NCAA Football 13 (Xbox360)	EA	22,275	-1.2%	382,496
	4	Persona 4: Arena (Xbox360)	Atlus	17,303	신규	17,303
	5	MLB 12: The Show (PlayStation3)	Sony	16,514	-9.0%	613,674
	6	Wii Sports (Wii)	Nintendo	16,383	1.6%	35,952,051
	7	NCAA Football 13 (PlayStation3)	EA	15,031	-33.4%	295,512
	8	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360)	Activision Blizzard	14,435	1.9%	8,217,875
	9	Batman: Arkham City (Xbox360)	Warner Bros.	13,488	-18.9%	1,704,453
	10	Batman: Arkham City (PlayStation3)	Warner Bros.	12,557	-11.8%	1,554,946

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 4 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 8. 7 ~ 2012. 8. 13) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	398,580
2	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	113,390
3	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	92,018
4	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	48,289
5	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	41,114
6	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	34,043
7	RaiderZ	Perfect World	Fantasy	다운로드	30,582
8	Vanguard: Saga of Heroes	Sony	Fantasy	다운로드/CD판매	24,381
9	ArcheAge	XLGAMES	Fantasy	다운로드	23,811
10	Diablo III	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	21,645

[출처] MMORPG

통계 미국 App Store 게임 순위

표 5 App Store 인기게임 순위*(2012. 8. 13 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Where's My Perry?	Disney	Puzzle	0.99
	2	PITFALL	Activision Publishing	Adventure	0.99
	3	Angry Birds Space	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	4	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	5	Where's My Water?	Disney	Family	0.99
	6	Spy vs Spy	Robots and Pencils	Action	0.99
	7	Temple Run: Brave	Disney	Action	0.99
	8	Stickman Snowboarder	Traction Games	Action	0.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	10	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
무료	1	The Heist	Tap Tap Tap	Board	-
	2	Where's My Perry? Free	Disney	Puzzle	-
	3	Extreme Fishing 2 Free	PNJ Inc.	Sports	-
	4	SongPop Free	FreshPlanet	Music	-
	5	Finger Olympic	Fingerway	Sports	-
	6	Shooting Showdown	Naquatic	Action	-
	7	ArcherWorldCup	LitQoo Inc.	Arcade	-
	8	Stickman Snowboarder Free	Traction Games	Action	-
	9	Kick The Buddy: Like a Boss	Crustalli	Arcade	-
	10	Chasing Yello	Deramfab	Action	-

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

통계 미국 Google Play 게임 순위

표 6 Google Play 인기게임 순위*(2012. 8. 13 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	2	Where's My Water?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	3	Where's My Perry?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	4	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	5	Sprinkle	Mediocre	Brain&Puzzle	1.99
	6	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	7	X Construction	Crossconstruct	Brain&Puzzle	1.49
	8	Angry birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	9	Great Little War Game	Rubicon Development	Arcade&Action	0.99
	10	Plants vs. Zombies	EA	Arcade&Action	2.99
무료	1	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Logo Quiz	Mateusz Klaczak	Brain&Puzzle	-
	3	Coin Dozer	Game Circus	Cards&Casion	-
	4	Bubble Shoot	Runner Games	Casual	-
	5	Angry Birds Space	Rovio	Arcade&Action	-
	6	Solitaire	Mobility Ware	Cards&Casio	-
	7	Jewels Star	Itree Gamer	Casual	-
	8	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	9	Pool Master Pro	Terrandroid	Arcade&Action	-
	10	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-

*주: Google의 게임장르는 'Arcade & Action, Brain & Puzzle, Cards & Casino, Casual, Live Wallpaper, Racing, Sports Games, Widgets'로구성
 [출처] Google Play.com



아시아 게임시장 동향

중국 게임시장 동향

- 중국 모바일 게임시장, 에코시스템 필요성 증대
- 2012년 상반기 중국 모바일 게임산업 발전현황
- 2012년 2분기 중국 웹 게임시장 규모 22억 4,000만 위안
- Shanda Games, 서드파티 게임사로 투자영역 확대
- 'Chinaloy 2012' 폐막, 관람객 16만 2,000명 기록
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향

- 일본 대표 SNS Mobage, GREE, mixi의 유저층 분석
- 2011년 일본 콘솔게임의 총 출하금액 1조 4,575억 엔
- 일본 JOGA, 확률형 아이템 관련 가이드라인 발표
- Konami, 2012년 2/4분기 수익 감소
- Capcom, 매출 호조로 2/4분기 순이익 급증
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향

- 2012년 베트남 게임 시장규모 2억 2,090만 달러
- EA, 게임시장의 떠오르는 샛별 인도에 집중
- 싱가포르 모바일게임 <Kopi Tiam> 인기몰이
- MOL, 온라인게임 크레딧 결제서비스에 거액 투자



중국 게임시장 동향

중국 모바일 게임시장, 에코시스템 필요성 증대

중국 내에서 모바일게임에 대한 소비자의 관심이 증대됨에 따라 모바일 게임시장이 빠른 속도로 성장. 특히, 모바일게임 플랫폼 에코시스템 관련 주요 사업자의 전략 추진이 가시화되고 있음

■ 중국 모바일 게임시장, 소비자 인식 변화·이동통신 보급 등 성장 동력 확보

- ▶ 시장조사업체 iResearch가 2012년 6월에 발표한 "2011-2012 중국 모바일 게임시장 규모(2011-2012年中国手机游戏市场规模)"에 따르면, 여가 시간 활용과 조작의 편의성 등을 발판으로 중국 모바일 게임 시장이 2011년 39억 위안(약 6,975억 원) 규모로 성장했으며, 2014년에는 시장 규모가 100억 위안(약 1조 8,000억 원)에 달할 것으로 전망
 - 노트북이나 PC처럼 전력 요구량이 높지 않으면서도 게이머들에게 충분한 재미를 줄 수 있다는 점, 이동 중의 여유 시간을 즐길 수 있다는 점 등이 모바일 게임시장의 폭발적 성장세에 기여한 것으로 분석
- ▶ 과거 중국에서 간단한 퍼즐이나 캐주얼게임만 즐길 수 있는 것으로 간주되던 모바일 단말이 이제는 고사양 3D 그래픽 게임도 즐길 수 있는 휴대용 게임 단말기로 인식되고 있으며, 3G 이동통신 네트워크의 보급과 Wi-Fi 기술 개선에 따라 모바일 온라인게임도 크게 증가하는 추세

■ 소비자 니즈 반영 위한 중국 내 모바일게임 에코시스템 구축 필요성 대두

- ▶ 중국 내 게임 개발자들은 소비자의 적극적인 피드백 확보를 통해 소비자의 니즈(needs)를 정확히 파악하지 못할 경우 경쟁력 있는 콘텐츠를 내놓지 못할 것으로 지적
 - 모바일게임 플랫폼의 구축은 게임 개발자들과 소비자를 연결할 수 있는 에코시스템 체인을 완성하는 데 매우 중요한 요소로 꼽힘

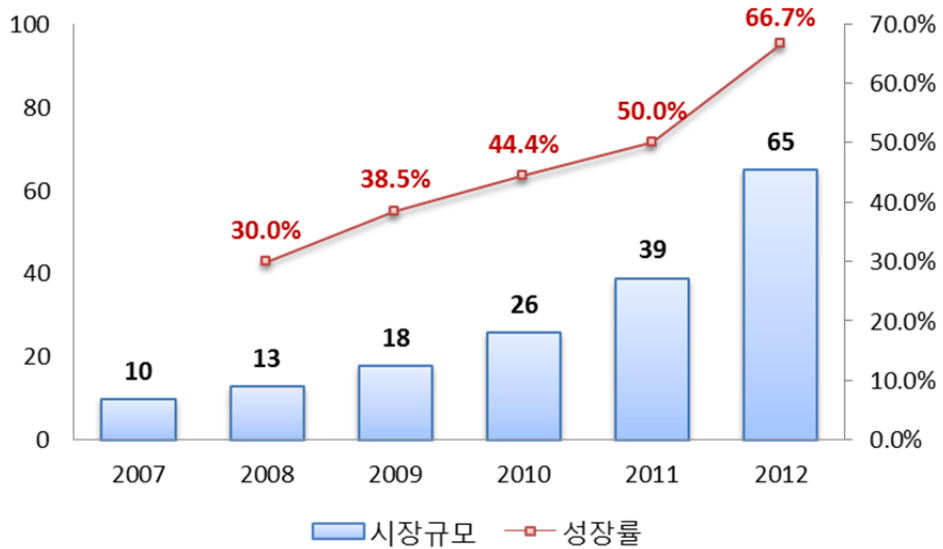
■ 모바일게임 플랫폼 사업자 UC, 5개년 미래 전략 발표

- ▶ 중국 모바일 인터넷 브라우저 시장에서 가장 높은 시장점유율을 기록하고 있는 모바일 인터넷 업체 UC는 모바일게임 플랫폼도 운영 중이며, 이는 애플리케이션 마켓의 역할을 수행하는 동시에 모바일 게임 포털로서 소비자 유도 효과도 거두고 있음

- ▶ UC는 급성장하고 있는 중국의 모바일 게임시장 환경 변화에 대처하기 위해 6월 26일 모바일 시장 관련 5개년 미래 전략을 발표
 - UC의 Yu Yongfu CEO는 "게임 사업은 UC의 지난 수 년 간 중요한 전략 사업 중 하나"라며, "모바일 게임시장 환경이 매우 좋기 때문에 앞으로도 UC는 게임 사업을 중시할 것"이라고 언급
- ▶ UC의 모바일게임 플랫폼은 3억 명에 달하는 UC 모바일 웹 브라우저 이용자를 바탕으로 중국에서 모바일게임 플랫폼 규모 면에서 2위를 기록하고 있으며, UC의 HTML5 기반 오픈 모바일게임 플랫폼은 5,000만 명에 달하는 월평균 이용자 수를 기록하며 중국 내 1위 플랫폼으로 부상

 en.ce.cn

그림 5 중국 모바일 게임시장 규모(단위: 억 위안)



[출처] iResearch

2012년 상반기 중국 모바일 게임산업 발전현황

2012년 상반기 중국 모바일 온라인게임 이용자 수는 전년 대비 70.9% 증가한 7,800만 명, 매출액은 54.4% 증가한 12억 6,000만 위안을 기록했으며, 중국 모바일 온라인게임 업체의 해외 진출도 확대되고 있음

■ 중국 모바일 게임시장, 네트워크 기능이 강화된 모바일 온라인게임 강세

- ▶ 2012년 7월 중국출판협회게임위원회(GPC)*가 발표한 "2012년 1~6월 중국 게임산업보고"에 따르면 2012년 상반기 중국 모바일 온라인게임** 이용자 수는 7,800만 명으로 전년 대비 70.9% 증가했으며, 2012년 말에는 9,800만 명에 달할 것으로 전망
- ▶ 2012년 상반기 중국 모바일 온라인 게임시장 매출액은 12억 6,000만 위안으로 전년동기 대비 54.4% 증가했으며, 게임시장 점유율은 5.1%로 2년 연속 빠른 증가세를 보였음
- ▶ 통계에 따르면 2012년 상반기 시장에서 서비스 되고 있는 모바일 온라인게임 가운데 다수의 제품이 월매출 1,000만 위안 이상을 기록했으며, 모바일 온라인 게임업체의 이윤율도 비교적 높은 30~50%로 나타남
 - 애플 앱스토어 4월분 통계자료에 따르면 iOS 플랫폼 매출 상위 100개 기업 가운데 중국 기업은 총 8개로, 총 매출은 339만 달러
 - 중국 시장에서 단일 게임의 월매출이 1,000만 위안 수준인 게임 매출구조를 감안하면, 해외 시장은 중국 모바일 온라인 게임업체들의 가장 중요한 매출원이 되고 있음
- ▶ 보고서에 따르면 방송통신망의 융합과 3G의 보급으로 스마트 기기와 모바일 애플리케이션의 수는 지속적으로 증가하고 있으며, 또한 중국 모바일 게임업체들의 글로벌 진출이 확대되면서 게임 소재나 종류 등에서도 해외 시장을 고려한 차별화가 이루어지고 있음
- ▶ 한편으로는 중국 모바일 온라인게임의 낮은 산업 투명성과 중국 이용자들의 유료 게임에 대한 거부감, 핵심기술과 통일된 표준의 부족, 유통 채널의 부족 등이 모바일 게임산업의 발전을 저해
- ▶ 향후 중국 모바일 게임시장에 클라이언트 게임업체들과 웹 게임업체들이 뛰어들면서 경쟁이 더욱 치열해질 전망이며, 고품질 게임의 비중이 늘어나면서 해외 시장 이용자 수도 지속적으로 증가할 것으로 예상

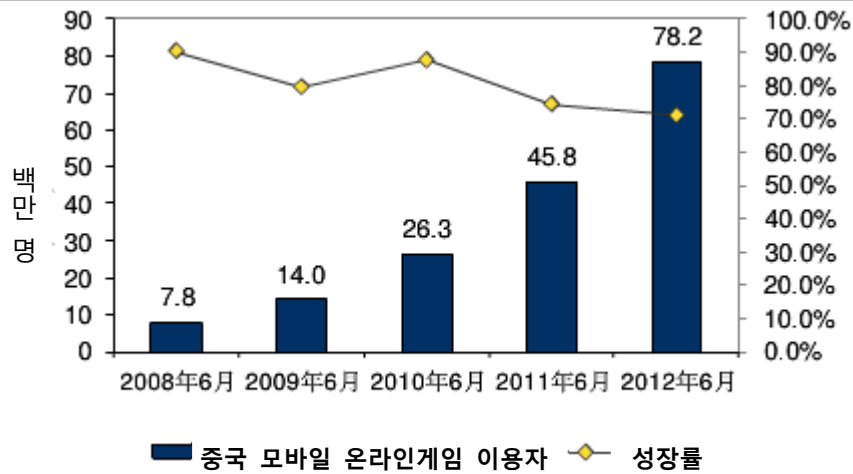
*주 : 중국출판협회게임위원회는 중국출판사업자협회 산하기구로서 신문출판총서가 주관하는 게임업계 협회 조직. 참여 회원은 게임 퍼블리셔, 게임 개발업체, 게임 운영업체, 게임 채널 유통업체, 네트워크 운영업체, 전문 매체 등 100여

개 회사가 참여

**주 : 모바일 온라인게임은 네트워크 기능이 탑재된 모바일게임으로 게임을 진행하기 위해서는 온라인게임처럼 서버와 클라이언트가 필요. 중국 모바일 게임업체들은 모바일게임의 불법 복제 및 유통을 막기위해 네트워크 기능을 첨가한 모바일 온라인게임을 선호

 www.sina.com.cn

그림 6 2008년 상반기~2012년 상반기 중국 모바일 온라인게임 이용자 수



[출처] GPC

2012년 2분기 중국 웹 게임시장 규모 22억 4,000만 위안

Analysys International에 따르면 2012년 2/4분기 중국 웹 게임시장 규모는 전 분기 대비 3.4% 감소한 22억 4,000만 위안으로 나타났으며, Tencent가 13.4%의 점유율로 웹 게임시장 1위를 기록

■ 2분기 중국 웹 게임시장 처음으로 마이너스 성장 기록

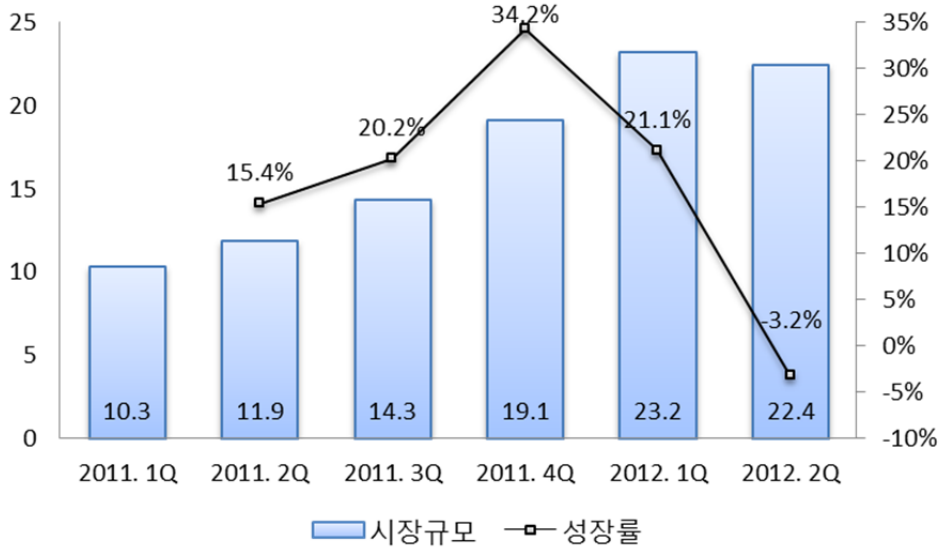
- ▶ 2012년 7월 중국 시장조사기관 Analysys International이 발표한 "2012년 2/4분기 중국 웹 게임시장 모니터링" 보고서에 따르면 2분기 중국 웹 게임시장 규모는 22억 4,000만 위안을 기록
 - 이는 1분기 대비 3.2% 감소한 것으로, 전통적인 온라인게임 대형업체들이 웹 게임시장에 뛰어들면서 시장 경쟁이 더욱 치열해졌기 때문으로 분석
- ▶ 웹 게임산업 전체의 영업수익은 역대 최고 수준을 기록했으며 개발자들과 서비스 사업자들이 시장 발전을 견인했으나, 수 년째 지속되던 성장세가 2분기 들어 한풀 꺾이면서 향후 시장 발전에는 상당한 변수가 존재할 것으로 전망
- ▶ 플랫폼에 대한 웹게임의 의존도는 여전히 뚜렷하게 나타나며, Tencent, 360, 4399, Baidu로 대표되는 자체 플랫폼을 가진 업체들은 웹 게임시장 경쟁에서 우위를 점하고 있음
 - 반면 자체 플랫폼이 없는 기업들은 이윤이 지속적으로 줄어들면서 생존을 위협받고 있음
- ▶ 웹 게임시장 경쟁은 갈수록 치열해지고 있으며, 웹게임간 동질화와 이용자의 높은 이탈율, 짧은 제품 수명주기 등의 문제점이 점차 부각되면서 웹게임 산업의 구조조정이 임박한 것으로 분석

■ Tencent, 2/4분기 웹 게임시장 점유율 13.4%로 1위

- ▶ 한편 웹게임 업체 중 상위 5개 기업의 점유율은 전체 시장의 약 40%를 차지하고 있으며, 이 중 Tencent는 13.4%의 점유율로 여전히 1위를 유지
- ▶ Tencent의 <칠웅쟁패(七雄争覇)>, <오검(傲劍)>, <신선도(神仙道)> 등이 여전히 과거의 인기를 이어가는 가운데, <성세삼국(盛世三国)>, <후래삼국(胡莱三国)> 등 삼국 소재의 게임이 새로 등장해 인기를 얻고 있음
- ▶ 수 년간 급속한 성장세를 이어가던 웹 게임시장은 2/4분기 들어 소폭 하락세를 보였으며, 플랫폼 의존도가 높고 하나의 웹게임이 다수의 플랫폼에서 동시에 서비스되는 경우가 많아 제품간 격차가 갈수록 줄어드는 추세

www.178.com

그림 7 2011년 1분기~2012년 2분기 중국 웹 게임시장 규모



[출처] Analysys International

Shanda Games, 서드파티 게임사로 투자영역 확대

Shanda Games의 CEO 탄첸자오(谭群钊)는 최근 언론과의 인터뷰에서 웹게임과 모바일 게임의 출시가 자사의 이용자 수 증가로 이어질 것이라며, 자사의 투자펀드 '18펀드'의 투자범위를 서드파티 게임사로 확대하는 방안을 고려 중이라고 밝힘

■ Shanda Games, 웹게임과 모바일게임 성장 위해 투자영역 확대 고려

- ▶ 2012년 7월 Shanda Games는 웹게임과 모바일게임의 수를 늘리기 위해 자사의 투자펀드인 '18펀드'의 투자 범위를 확대할 가능성이 있다고 밝힘
 - Shanda의 CEO 탄첸자오(谭群钊)는 최근 언론 인터뷰에서 서드파티 개발사에 18펀드를 지원하는 것을 고려하고 있다고 밝힘
 - 2007년 설립된 중국 최초의 게임 펀드인 18펀드는 자금력이 부족한 개발사들에게 개발자금에서 서비스 플랫폼까지 전면적인 지원을 제공하는 약 10억 위안 규모의 펀드로, 현재는 주로 웹게임과 모바일게임 개발자에 투자를 하고 있음
- ▶ 현재 Shanda Games는 <전기세계(传奇世界)>와 같은 인기 게임들을 축약해 웹게임으로 제작함으로써 캐주얼게임 이용자와 스마트폰 이용자들을 유인하겠다는 계획을 갖고 있음
 - Shanda Games는 또한 Baidu, Renren 등 인터넷 기업들과 제휴해 중국 내 게임 유통 채널을 확대
- ▶ 탄첸자오(谭群钊)는 중국 최대의 모바일 게임업체이자 개발사가 목표라고 밝혔으나, 아직까지 Shanda의 게임 매출에서 모바일게임의 비중은 미미한 수준으로 Shanda 측은 구체적인 수치는 공개하지 않음
- ▶ Shanda Games의 공식 웹사이트에 따르면 2011년 3/4분기 말까지 18펀드가 개발사에 투자한 금액은 총 7억 달러에 달하며, 탄첸자오(谭群钊)는 자사가 현재 4억 달러 이상의 현금을 보유
 - 그는 신규 웹게임과 모바일게임의 출시가 Shanda Games의 플레이어 숫자 증가에 도움이 될 것이라고 전망했으며, 1/4분기 기준 Shanda Games의 월평균 접속이용자수는 1,910만명으로 이 중 유료 이용자는 430만 명

 tech.sina.com.cn

'ChinaJoy 2012' 폐막, 관람객 16만 2,000명 기록

7월 26~29일 상하이에서 나흘간 열린 중국 최대의 게임박람회 'ChinaJoy 2012'에 총 16만 2,000명의 관람객이 다녀갔으며, 박람회 참가기업 중 66%가 중국 기업으로 중국 자체개발 게임의 강세가 뚜렷

■ 16만 2,000명이 다녀간 'ChinaJoy 2012', 중국 자체개발 게임이 강세

- ▶ 7월 29일 상하이에서 막을 내린 중국 최대의 게임박람회 'ChinaJoy 2012'는 나흘간 관람객, 관계자, 기자 등 총 19만 7,000명이 다녀간 것으로 나타났으며, 순수 관람객 수는 작년보다 1만 여명 증가한 16만 2,000명으로 조사
- ▶ 'ChinaJoy 2012'는 중국 게임시장의 급격한 발전을 확인할 수 있는 자리로서, 참가기업 중 66%가 중국 현지 기업으로 나타남
 - 2012년 7월 중국출판협회게임위원회(GPC)가 발표한 "2012년 1~6월 중국 게임산업 보고"에 따르면 상반기 중국 온라인 게임시장의 실제 매출규모는 235억 5,000만 위안으로, 이 중 중국에서 자체개발한 게임의 비중은 71.6%로 나타남
 - 동 기간 중 중국 자체개발 온라인게임의 해외수출액은 11억 3,000만 위안으로 나타남
- ▶ 이러한 통계수치에서 드러나는 중국게임의 강세는 'ChinaJoy 2012'가 열린 현장에서도 확인되었는데, 중국산 온라인게임과 디지털 엔터테인먼트 제품이 전시의 주를 이루었으며 관람객들이 찾는 부스나 게임에 있어서도 중국과 해외 참가기업이 동일한 수준을 보였음
 - 중국 온라인게임은 수 년 연속 현지 시장 점유율의 60% 이상을 차지했으며, 이 같은 중국 기업의 강세는 처음 'ChinaJoy'가 개최된 10년 전과 비교해 가장 뚜렷한 변화라고 할 수 있음
- ▶ 중국 기업들은 중국 시장의 점유율 확대를 바탕으로 해외 진출에 적극 나서고 있으며, 국무원 소속 신문출판총서가 '중국 자체개발 온라인게임 해외진출 계획'을 통해 이를 지원하고 있음
 - Shanda Games는 최근 인수한 독일 게임기업 eFusion을 통해 자회사 Eyedentity사가 개발한 <드래곤네스트>의 유럽 서비스에 나선다고 발표했으며, Giant Networks는 '해외운영센터'를 설립하고 해외 온라인게임 서비스를 운영하기로 했음
 - Perfect World의 경우 2011년 해외매출이 이미 전체 매출의 1/4를 넘어서는 등 해외 사업에 적극 나서고 있음

 www.sina.com.cn

통계 중국 온라인게임 순위

표 7 중국 온라인게임 순위(2012. 8. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	30.20%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	20.95%
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	10.58%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.76%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	6.03%
6	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.86%
7	역전(逆战)	Tencent	-	1.85%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	+2	1.42%
9	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-1	1.37%
10	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-1	1.16%

[출처] Barchina.net

통계 중국 MMO게임 순위

표 8 중국 온라인게임 순위(2012. 8. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.06%
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-	10.17%
3	헌원전기(轩辕传奇)	Tencent	+1	8.20%
4	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-1	8.12%
5	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	+1	5.58%
6	대화서유(大话西游)	NetEase	-1	5.13%
7	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	5.10%
8	마역(魔域)	91.com	+1	3.90%
9	드래곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-1	3.72%
10	천녀유혼 온라인(倩女幽魂On)	NetEase	-	2.66%

[출처] Barchina.net

통계 중국 캐주얼게임 순위

표 9 중국 온라인게임 순위(2012. 8. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	53.64%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	22.44%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	15.44%
4	오디션(劲乐团)	NineYou	-	2.07%
5	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	1.80%
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	1.03%
7	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	0.98%
8	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.51%
9	메이플스토리(冒险岛)	Shanda Games	-	0.29%
10	51신현무(51新炫舞)	51.com	-	0.27%

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

일본 대표 SNS Mobage, GREE, mixi의 유저층 분석

시장조사업체 Gameage가 2012년 8월 5일 발표한 자료에 따르면, 일본 대표 SNS Mobage, GREE, mixi 중 Mobage가 2012년 6월 기준 최다 활동유저를 보유하고 있음. 또한 각 SNS간 일부 유저층이 중복되고, 다양한 특징을 지닌 것으로 나타남

■ Mobage, 액티브유저 수 420만 명으로 1위

- ▶ 게임 시장조사업체 Gameage가 2012년 8월 5일에 공개한 "소셜게임에 대한 새로운 이용자 지표 SPS(ソーシャルゲーム向けの新しいユーザーセグメンテーション指標である SP(Social game Play-style Segment))"에 따르면, 일본의 대표적 SNS인 Mobage, GREE, mixi 중 2012년 6월 기준 최다 월간활동 이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 수를 보유한 SNS는 Mobage(420만 명)이며, GREE(308만 명), mixi(272만 명)가 그 뒤를 이음
 - SNS 간 중복 현상을 살펴보면 게임 중심 SNS인 Mobage와 GREE는 상호 중복되는 유저층을 보유, Mobage 유저의 34%가 GREE의 게임도 이용하며 GREE 게이머의 절반 가량인 47%가 Mobage의 게임도 이용
 - 한편 mixi의 게이머 중 Mobage 이용자는 24%, GREE는 20%로 중복률이 상대적으로 낮음

*주 : 일본 전국 10~59세 남녀 게이머 2만 1,979명을 대상으로 2012년 7월 6일부터 7월 8일간 조사

■ 3개 SNS를 모두 이용하는 게이머는 소셜게임의 아이템 과금에 가장 소극적

- ▶ Gameage가 자체 개발한 소셜게임 분석 지표인 SPS(Social game Play-style Segment)*를 통해 각 SNS를 분석한 결과, 하나의 SNS만 이용하는 유저 세그먼트(a, b, c)와 2개 이상을 이용하는 유저 세그먼트(d, e, f), 그리고 3개 모두 이용하는 유저 세그먼트(g)의 성향이 각기 상이하게 나타남
 - SPS는 기존 콘솔 게임시장 및 유저를 분석하기 위해 활용되어 온 IPS(Innovative Power Segment) 지표가 소셜 게임 게이머 분석에 적합하지 않아 새로이 개발된 소셜게임 전용 지표로, 아이템 과금에 대한 적합성(태도), 소셜게임 선택 및 관련 정보 획득에 대한 능동성 등 2가지를 기준으로 유저층을 분석
 - Gameage는 아이템 과금에 대해 거부감이 적어서 소셜게임에 적합한 유저의 성향을 '에반젤리스트(Evangelist)', '트렌드서퍼(Trend Surfer)' 등으로 정의하고, 2개의 SNS에서 게임을 이용하는 유저(d/e/f)의 소셜게임에 대한 적합도가 e>f>d 순으로 높다고 밝힘

- 3개 SNS를 모두 이용하는 유저(g)는 아이템 과금에 대해 소극적인 태도를 지닌 '프리플레이어(Free Player)'의 비중이 높으며 이는 '2개 이상의 SNS로 게임을 이용하는 유저의 과금률이 높다'는 선입관이 반대임을 증명

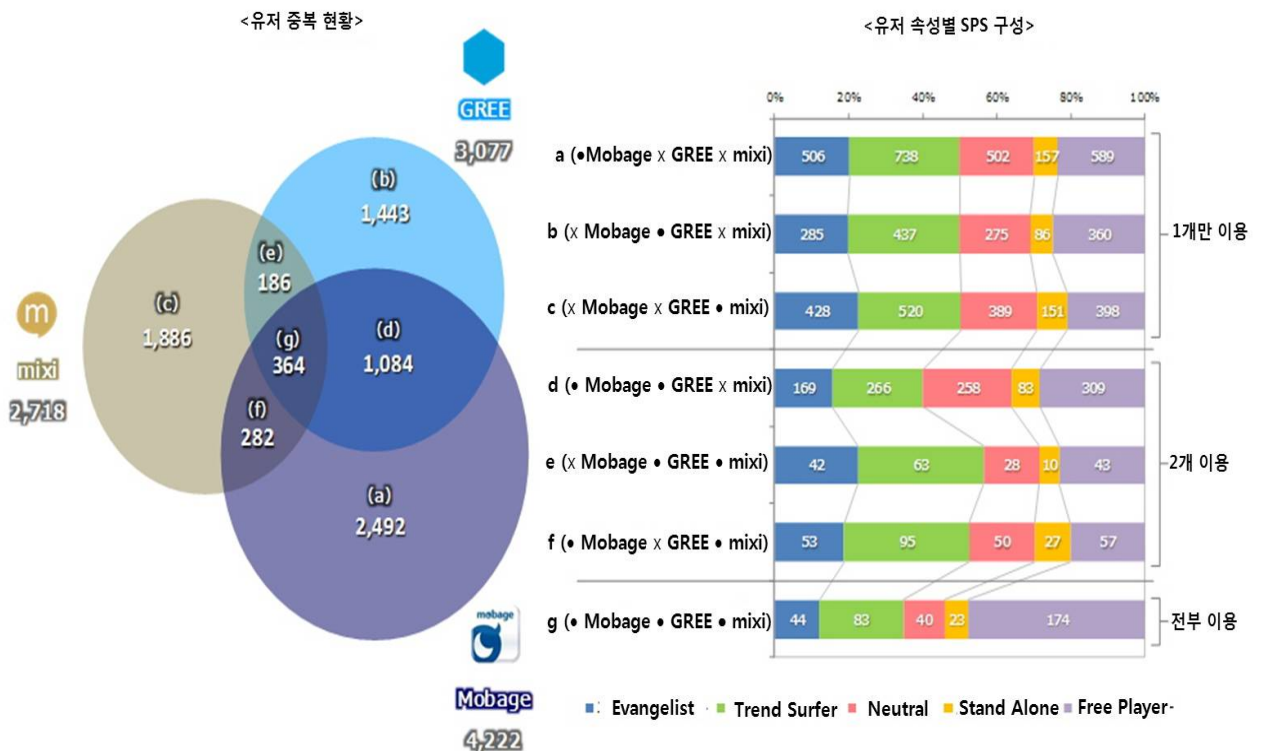
▶ 유저 분류 7개의 프로필을 분석한 결과, 하나의 SNS만 이용하는 유저 세그먼트는 여성 비율과 젊은 연령대의 비율이 높고, 3개 이상을 이용하는 유저 세그먼트의 경우 남성, 20대 중심이며 콘솔 게임에 보다 관심이 많음

- 하나의 SNS만 이용하는 유저 세그먼트 a, b, c의 경우 여성 비율이 높고 연령대 또한 보다 젊은 경향이 있으며, Mobage와 GREE를 이용하는 유저(d)는 15~19세를 기점으로, 연령대가 높아질수록 유저 수가 감소하고 IPS 지표와의 크로스 집계에서 각 클러스터가 거의 균등하게 분포하고 있는 것이 특징

- 3개 SNS를 모두 이용하는 유저(g)는 남성 및 20대 유저 비율이 높고 이노베이터 성향의 게이머 비중이 높다는 특징을 지니며, 소셜게임보다 콘솔게임에 투자하고 있어 아이템 과금에 대해 소극적

www.gamebusiness.jp

그림 8 2012년 6월 기준 Mobage, GREE, mixi의 MAU 현황*



[출처] Gameage

* 조사 기간: 2012년 7월 6일~7월 8일, 조사 대상: 일본 전국 10~59세 남녀 21,979명

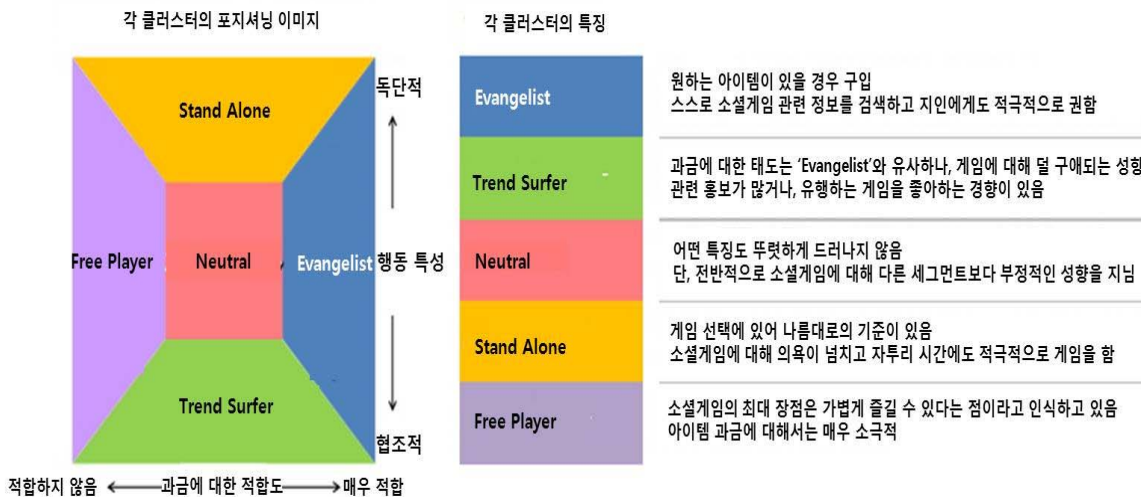
그림 9 남녀성비, 연령, SNS 사용 개수 및 성향에 따른 일본 소셜게임 유저 프로필

플레이어 현황	項目	1개만 이용			2개 이용			3개 전부 이용
		그룹 a	그룹 b	그룹 c	그룹 d	그룹 e	그룹 f	그룹 g
	Mobage	●			●		●	●
	GREE		●		●	●		●
	mixi			●		●	●	●
유저 분포	남녀 성비							
	10-14세	5%	6%	3%	6%	0%	2%	10%
	15-19세	10%	12%	8%	19%	8%	9%	9%
	20-24세	14%	13%	20%	17%	21%	32%	22%
	25-29세	12%	14%	18%	15%	16%	19%	26%
	30-34세	16%	14%	16%	13%	23%	17%	12%
	35-39세	12%	13%	13%	11%	11%	7%	11%
	40-44세	14%	13%	8%	9%	13%	5%	7%
	45-49세	8%	8%	8%	6%	5%	4%	2%
	50-54세	6%	4%	6%	3%	1%	1%	2%
55-59세	5%	4%	2%	2%	2%	4%	0%	
Innovator	10%	9%	9%	22%	10%	12%	37%	
Early adopter	15%	14%	15%	19%	13%	20%	19%	
Bridge people	15%	19%	18%	19%	18%	23%	10%	
Majority	32%	32%	30%	22%	32%	28%	16%	
게임콘솔 非보유자	28%	26%	29%	18%	27%	17%	19%	

* 조사 기간: 2012년 7월 6일~7월 8일, 조사 대상: 일본 전국 10~59세 남녀 21,979명

[출처] Gameage

그림 10 일본 SNS의 포지셔닝 이미지 및 각 클러스터의 특징




[출처] Gameage

2011년 일본 콘솔게임의 총 출하금액 1조 4,575억 엔

일본컴퓨터엔터테인먼트협회(CESA)가 최근 발간한 보고서에 따르면, 2011년 1월~12월, 한 해 동안 일본 콘솔게임 업체들이 출하한 게임 소프트웨어와 하드웨어의 총 출하 금액이 전년대비 18.8% 감소한 1조 4,575억 엔에 달함

■ 일본 콘솔게임 총 출하금액 전년대비 감소한 1조 4,575억 엔 기록

- ▶ 일본컴퓨터엔터테인먼트협회(Computer Entertainment Supplier's Association, 이하 CESA)가 2012년 7월 30일 발간한 콘솔 게임산업 관련 연간보고서 "2012 CESA 게임백서"에 따르면, 일본 콘솔게임 업체들의 2011년 일본 내수 및 해외 수출용 게임 소프트웨어, 하드웨어의 총 출하금액은 1조 4,575억 엔으로, 2010년 1조 7,975억 엔보다 감소
 - 게임 소프트웨어의 일본 내수 및 해외 수출용 총 출하금액은 5,310억 엔(2010년 6,705억 엔)으로 이 중 내수용은 2,379억 엔(2010년 2,591억 엔), 해외 수출용은 2,930억 엔(2010년 4,115억 엔)에 달함
 - 또한 게임 하드웨어의 총 출하금액은 9,265억 엔(2010년 1조 1,269억 엔)으로, 이 중 내수용 하드웨어의 총 출하금액은 1,649억 엔(2010년 1,667억 엔), 해외 수출용은 7,616억 엔(2010년 9,602억 엔)으로 집계
- ▶ 2011년 일본 내수 시장규모 5,019억 엔, 가장 많이 출하된 게임 타이틀은 <마리오카트7>
 - 일본 내수 시장규모는 5,019억 엔(2010년 5,321억 엔)으로 추산되며, 이 중 소프트웨어 내수 시장규모는 3,185억 엔(2010년 3,442억 엔), 하드웨어는 1,834억 엔(2010년 1,879억 엔)으로 추산
 - 2011년 일본 내에서 100만 장 이상 출하된 게임 타이틀은 총 3개이며, 3DS 전용 타이틀 <마리오카트7(マリオカート7)>가 총 147만 장 출하되어 1위를 차지

 www.gamebusiness.jp

일본 JOGA, 확률형 아이템 관련 가이드라인 발표

일본온라인게임협회가 2012년 8월 1일, 일본 정부 산하 소비자청의 경품표지법에 근거해 불법 확률형 아이템 시스템 등을 분별하기 위한 온라인게임 가이드라인을 발표. 효과적인 게임 비즈니스 모델 설계 및 운영에 기여할 것으로 기대

■ 일본온라인게임협회, 확률형 아이템 시스템 '가챠' 관련 가이드라인 발표

- ▶ 일본온라인게임협회(Japan Online Game Association, 이하 JOGA)가 2012년 8월 1일, 소비자청의 경품표지법 등에 기반한 '온라인게임에 관한 비즈니스모델 기획 설계 및 운용가이드라인'을 발표, 확률형 아이템 조합 시스템인 이른바 '콤푸가챠' 규제를 이해하기 위한 운용 기준을 제시
 - JOGA의 가이드라인은 온라인게임에서 다양하게 도입되어 온 확률형 아이템 시스템인 '가챠' 시스템을 이용한 비즈니스 모델 관련 기준을 다루고, 다양한 사례를 통해 이해를 돕고 있음
 - 앞서 2012년 5월, 메이저 소셜게임업체들의 협의체인 소셜게임플랫폼연락협의회가 발표했던 '콤푸가챠' 관련 가이드라인은 법적으로 합당한 확률형 아이템 시스템을 판별하기 위한 설명이 부족했으나, JOGA가 이번에 발표한 가이드라인은 구체적이고 명확
- ▶ JOGA, 상이한 종류의 아이템을 2개 이상 조합해 새로운 아이템 획득하는 시스템을 불법으로 명시
 - 이렇다면, 유료 '가챠'로 획득한 아이템 A와 아이템 B, 돈을 지불하고 구입한 아이템 C, 그리고 게임 중에 우연히 얻게 된 아이템 D를 조합해 새로운 아이템을 만들 경우, 결과적으로 '콤푸가챠'와 같다고 간주되어 불법
 - 반면 '가챠'로 얻은 아이템 A와 게임 중 우연히 얻은 아이템 '보석상자', 그리고 그 '보석상자'를 여는데 필요한 '열쇠' 아이템을 구입해서 '보석 상자'를 열고 아이템 B를 얻은 후, 이것들을 모두 조합하는 복잡한 시스템일 경우 합법
 - 즉, 불법과 합법의 차이는 세부적인 시스템의 차이가 아니라, '가챠'를 통해 획득하는 아이템의 종류에 따라 달라지며, 아이템 조합을 위해 필요한 아이템의 종류가 2개 이상일 경우 불법에 해당
- ▶ 랜덤 '가챠'를 2번 이상 연속 이용할 경우 불법에 해당되나 랜덤 시스템을 통해 얻은 다수의 아이템 중 어느 것으로나 조합해서 아이템을 얻을 수 있는 경우는 합법
 - '가챠'의 결과가 랜덤일 경우, 랜덤으로 획득한 특정 아이템 2개를 조합해 임의로 아이템을 만들어내는 과정은 랜덤 시스템이 세 번이나 작동한다는 점에서 불법이나, 예외적으로, '가챠'로 얻은 다수의 아이템 중 아무거나 2개를 조합해서 랜덤으로 아이템을 얻는 경우, 합법으로 인정
 - 그러나 랜덤 '가챠' 시스템 이용이 연속적이지 않을 경우 불법적 '조합' 행위에 해당되는 지 여부가 불확실하다는

점에서 여전히 이번 가이드라인에서조차 미해결인 부분이 남아 있음

- 이 밖에도 가이드라인에서는 '가챠'로 인해 얻을 수 있는 '경제적 이익'으로써 아이템 외적 요소인 '바로미터의 변화' 등을 정의하고, '가챠'로 얻을 수 있는 아이템의 '세트효과' 또한 규제 대상이라고 설명

 www.4gamer.net

Konami, 2012년 2/4분기 수익 감소

소셜게임으로 사업 영역을 확대해온 대표적 콘솔 게임업체 Konami가 2012년 8월 2일, 2012년 2/4분기(4월~6월) 실적을 발표. 매출과 영업이익이 전년동기 대비 모두 감소했으나 각 사업이 안정적으로 전개되고 있다고 밝힘

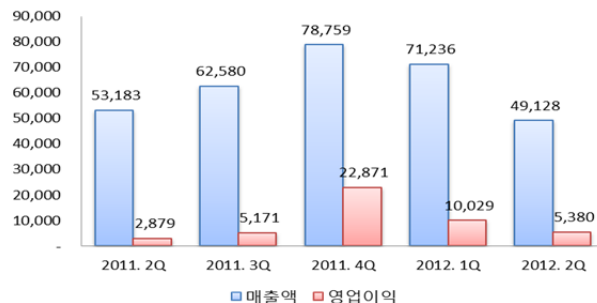
■ Konami, 수익 감소에도 불구하고 모든 사업이 순항, 소셜게임이 여전히 강세

- ▶ 콘솔게임 명가 Konami의 2012년 2분기 매출이 전년동기대비 10.5% 감소한 491억 2,800만 엔, 영업이익이 전년동기대비 23.4% 감소한 53억 8,000만 엔에 그침
 - Konami의 디지털 엔터테인먼트 사업 부문 매출은 전년동기대비 약 12.6% 감소한 228억 2,000만 엔, 영업이익은 전년동기대비 14.3% 감소한 51억 9,200만 엔을 기록했고, 매출을 견인하고 있는 것은 <드래곤콜렉션(ドラゴンコレクション)> 등 소셜게임이며, Konami가 퍼블리싱하는 모든 게임 타이틀의 누적 회원 수는 2,300만 명을 돌파
 - 어뮤즈먼트 시설 부문에서는 <마작격투구락부(麻雀格闘倶楽部)> 등 'e-AMUSEMENT Participation'*에 대응하는 타이틀이 지속적인 수익 증대에 기여하고 있으며, 스테디셀러 타이틀 <유희왕 트레이딩카드게임(遊戯王トレーディングカードゲーム)> 또한 매출 호조 기록
 - Konami는 수입 및 이익이 모두 감소세이나, 각 사업 부문이 계획대로 추진되고 있어, 2013 회계연도 기준(2012년 4월 1일~2013년 3월 31일) 목표 달성이 가능할 것으로 전망

*주 : 'e-AMUSEMENT Participation'은 2010년 11월에 도입된 비즈니스 모델로서 게이머의 니즈(needs) 및 상황에 즉각 반응해 게임기 내에서 온라인 콘텐츠를 업데이트하거나 새로이 제공함으로써 게임기의 가동률을 높이고, 시설운영자와 Konami가 게이머가 지불한 금액을 안정적으로 배분할 수 있도록 함

 www.famitsu.com

그림 11 일본 게임업체 Konami의 매출액 및 영업이익 추이(단위: 백만 엔)



[출처] Konami

Capcom, 매출 호조로 2/4 분기 순이익 급증

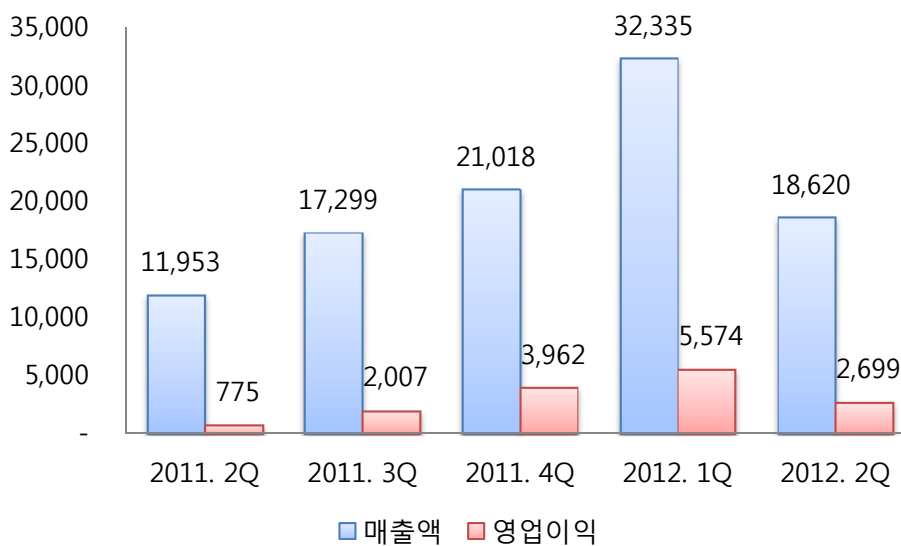
메이저 게임업체 Capcom이 2012년 7월 31일, 2012년 2/4분기(4월~6월) 실적을 발표. 디지털 콘텐츠 사업 부문 매출 증가에 힘입어 순이익이 전년 동기대비 300% 증가해 콘솔 게임시장이 회복 국면에 접어들었다고 밝힘

■ Capcom, 온라인게임 매출 호조로 2012년 2/4분기 순이익 300% 상승

- ▶ Capcom의 2012년 2/4분기 매출이 전년 동기대비 55.8% 증가한 186억 엔을 기록하고, 순이익은 2011년 2분기 3억 3,800만 엔에서 290.2% 급증한 13억 엔에 달한 것으로 나타남
 - Capcom의 콘솔게임, PC, 디지털 콘텐츠 등을 다루는 디지털 콘텐츠 사업 부문 매출이 전년동기대비 78.8% 증가한 137억 엔을 기록, 2분기 수입의 대부분을 차지하며 매출 확대에 기여
 - Capcom 측은 콘솔 게임시장이 회복세로 돌아섰다고 강조하면서, 해외 시장 부진에도 불구하고 콘솔게임 타이틀 <Dragon's Dogma>의 판매량이 100만 장을 돌파했다고 밝힘
 - 아울러 일본 소셜 게임시장이 확률형 아이템 조합 시스템인 '컴퓨터가챠'의 시행성 이슈 여파로 인해 성장이 둔화되고 있는 가운데, Capcom은 새로이 출시한 소셜게임 타이틀과 <Smurf's Village>와 같은 인기 소셜게임으로 인해 회원 200만 명을 새로이 확보한 것으로 나타남

 www.gamesindustry.biz

그림 12 일본 게임업체 Capcom의 매출액 및 영업이익 추이(단위: 백만 엔)



[출처] Capcom

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 10 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 8. 6 ~ 2012. 8. 12) (단위 : 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	104,376	-15.1%	7,055,960
	2	Wii	Nintendo	15,765	-63.0%	12,552,675
	3	PlayStation3	Sony	15,215	6.5%	8,381,345
	4	PSP	Sony	12,405	7.2%	19,115,087
	5	PlayStation Vita	Sony	8,986	6.5%	858,953
	6	Xbox360	MS	1,014	31.7%	1,599,382
	7	DS	Nintendo	965	11.4%	32,965,041
SW	1	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	144,396	-32.3%	780,700
	2	Dragon Quest X (Wii)	Square Enix	72,876	-81.0%	456,937
	3	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	57,170	-7.6%	2,583,575
	4	Kuroko's Basketball: Miracle Game (PSP)	Bandai Namco	37,254	신규	37,254
	5	Touhou Spooky Land (3DS)	Bandai Namco	25,973	298.8%	80,738
	6	Just Dance Wii 2 (Wii)	Nintendo	24,107	-17.9%	113,868
	7	Tchoku Daigaku Kari Igaku Kenkyusho (3DS)	Nintendo	23,086	-25.5%	95,813
	8	Tchoku Daigaku Kari Igaku Kenkyusho (3DS)	Bandai Namco	16,587	10.7%	148,877
	9	Persona 4: Arena (PlayStation3)	Atlus	15,330	신규	159,103
	10	Kirby's Dream Collection Special Edition (Wii)	Nintendo	14,957	-22.1%	164,318

[출처] VG Chartz

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 11 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 8. 11 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	Boo-shuka for mixi (ブーシュカ for mixi)	CyberAgent
2	괴도 로얄 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	드래곤콜렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	저국 프로티어 (戦国フロンティア)	Drecom
3	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	Fairv 스토리아 (フェアリーストーリア)	GCREST
4	건담 로얄 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	GREE-Bandai Namco	가면라이더레전드 (仮面ライダーレジェンド)	Bandai Namco
5	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	FIFA월드클래스축구 (FIFA ワールドクラスサッカー)	EA-gumi	MAJOKA 마조카 (マジカマジョルナ)	Happy Elements
6	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	AKB48스테이지파이터 (AKB48 ステージファイター)	GREE-Ateam	일본식 화장실 탈출 (和式トイレからの脱出)	Ateam
7	세토루린 (セトルリン)	DeNA	크로우즈WORST~최강전설 (クローズWORST~最強伝説)	Konami	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
8	전국 로얄 (戦国ロワイヤル)	DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロンブス)	GREE	비밀기록 요괴대전쟁 (秘録 妖怪大戦争)	DrecomAppica ENTERBRAIN
9	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	바하무트 브레이브 (バハムートブレイブ)	Alt Plus	의인 그이 (擬カレン)	Ambition
10	전국 콜렉션 (戦国コレクション)	Konami	성전케르베로스 (聖戦ケルベロス)	GREE	300만명 대난투! UTOPIA (300万人大闘闘! UTOPIA)	SOCIAL GAME FACTORY

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

[출처] Mobage, GREE, mixi



기타 게임시장 동향

2012년 베트남 게임 시장규모 2억 2,090만 달러

2012년 베트남 게임 시장규모가 2억 2,090만 달러에 이를 것으로 전망되는 가운데, 불과 4년 전만 해도 시장조차 형성되지 않았던 게임 개발 분야가 크게 성장하며 현지 게임 개발사들의 온라인게임 및 모바일게임 제작이 활성화

■ 베트남 게임시장, 2012년 2억 2,090만 달러 돌파 전망... 게임 개발 분야 급성장

- ▶ 베트남 게임업체 Vinagme에 따르면, 2012년 베트남 게임시장 규모는 4조 6,000억 동(2억 2,090만 달러)에 이를 전망
 - 호치민시에서 개최된 Vinagame Co의 사무총장 Le Hong Minh는 하루에 1번 이상 게임을 이용하는 베트남 게이머들이 1,500만 명에 이른다고 발표
- ▶ 베트남 게임시장은 지난 10년 간 눈부신 성장을 거듭한 가운데, 특히 게임 개발 분야가 급성장
 - Le Hong Minh는 "불과 4년 전만 해도 게임 개발 관련 시장은 형태조차 없었지만, 2012년 게임 개발 시장규모는 2,400억 동(1,152만 달러)을 넘어설 것으로 예상되는 가운데, 4조 동에 이르는 PC게임 시장의 6%를 차지
 - 현지 게임 개발사 또한 급성장한 가운데, 베트남 최대 규모를 자랑하는 게임업체 VNG와 VTC는 각각 200명 이상의 인력을 채용
 - 베트남 온라인 게임산업에서는 소셜네트워크게임, 모바일게임 등 특정 카테고리에서 다양한 장르의 게임들이 개발되었는데, 특히 VNG의 소셜네트워크게임 <Sky Garden>은 월간 매출 60억 동을 기록
 - 모바일게임 부문에서는 베트남어로 제작된 MeCorp의 <iWin>이 월간 매출 100억 동으로 최대 수익을 기록
 - 그러나 Minh 사무총장은 "베트남 게임시장의 성장 지수는 중국, 한국과 비교해서는 매우 미미하다"며, "한국에는 현재 15만 개의 게임 개발사가 존재, 2012년까지 20억 달러의 시장규모를 달성할 전망이며, 중국 역시 게임 개발업체만 50만개로 2012년까지 40억 달러의 시장규모를 달성할 전망"이라고 언급
- ▶ 한편, 시장조사업체 Niko Partners에 따르면 2011년 동남아시아 온라인게임 시장규모는 4,740만 달러로, 이 중 베트남이 가장 큰 비중을 차지
 - Game Spot Asia는 Niko Partners가 발표한 "Game market in Southeast Asia in 2011" 보고서를 인용해 2011년

인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 대만, 베트남 온라인 게임시장이 가장 큰 성장세를 나타냈다고 언급

- 특히 베트남은 동남아시아 국가 중 온라인게임의 지역별 판매량에 있어 최대치를 기록, 대만은 일인당 판매량에 있어 최대치를 기록
- 인도네시아는 Facebook을 통해 게임을 이용하는 사람이 많다는 점에서 매력적인 시장으로 부상
- Niko Partners는 동남아시아 게임시장이 소셜네트워크게임과 무료 온라인게임에서 성장세를 나타낼 것으로 예상한 가운데, 2015년 경 동남아시아 게임 시장규모가 10억 달러에 이를 것으로 전망

 www.tuotirenews.vn

EA, 게임시장의 떠오르는 섯별 인도에 집중

글로벌 게임업체 EA가 2년간 인도에서 적극적인 게임 인재 채용에 나설 것이라고 발표. 신규 인력을 통해 게임 개발 외에 현재 추진 중인 글로벌 디지털 플랫폼 구축에 박차를 가할 계획

■ EA, 인도시장 진출을 위해 인도에서 대규모 게임 인력 채용

- ▶ EA는 게임 소프트웨어 개발 뿐 아니라 다양한 단말에 대응하기 위한 디지털 멀티플랫폼 구축을 위해, 성장 잠재력이 큰 인도의 우수 인력을 대규모 채용할 예정
 - EA의 Rajat Taneja CTO는 "현재 인도 현지 스튜디오의 직원 수는 약 500명이며 대부분이 인도 남동부의 Hyderabad 지역에 집중돼 있다"고 말하면서 "향후 2년 내에 최소 두 배 이상으로 늘릴 예정이며, 적합한 인재가 있으면 채용 인력을 계속 확대할 수 있다"고 강조
 - 인도 IT전문잡지 Business Line의 "Videogame developer Electronic Arts on hiring mode"에 따르면, 전 세계 콘솔게임 시장규모가 2015년에 820억 달러에 이를 것으로 예상되는 가운데, 인도 게임시장 규모는 연평균성장률이 50%로 앞으로 2년 내에 9억 1,500만 달러에 달할 것으로 전망
 - 인도 게임시장은 미국 Silicon Valley 업체들에게 유망한 시장으로 부상
 - EA의 인도 Hyderabad 스튜디오는 신규 인력 채용을 통해 게임 관련 기술, 소프트웨어 보안, 데이터 엔지니어링 등에 주력할 계획
- ▶ EA, 다양한 단말에 대응하는 멀티플랫폼을 통해, 게임 운영비 절감 효과와 수익 증대 효과 고려
 - EA의 디지털 멀티플랫폼은 게이머들이 하나의 ID로 다양한 단말에서 동일한 게임을 할 수 있도록 지원하는 한편, EA의 게임 운영 비용을 줄이고 수익을 극대화할 것으로 기대되고 있음
 - Rajat Taneja CTO는 "현재 전 세계 EA의 직원 수는 총 9,000명이며, 멀티플랫폼 구축을 담당하는 인원은 1,500명으로 미국, 중국, 캐나다, 인도 등에서 각 플랫폼의 구성 요소를 개발 중"이라며 "앞으로 몇 년 내에 소프트웨어 엔지니어링 부문 인력 5,000명을 채용할 예정"이라고 언급

 www.thehindubusinessline.com

싱가포르 모바일게임 <Kopi Tiam> 인기몰이

싱가포르 현지인들에게 친숙한 커피숍을 모티브로 개발된 Afzanizam Zahari의 타임 매니지먼트 모바일게임 <Kopi Tiam>이 총 다운로드 횟수 20만 건 이상을 기록하며 자국 이용자들 사이에서 인기몰이를 하고 있음

■ 싱가포르 유명 커피숍을 모티브로 한 모바일게임 <Kopi Tiam> 흥행

- ▶ 싱가포르 게임개발자 Afzanizam Zahari가 자국의 유명 토스트카페를 모티브로 개발한 매니지먼트 게임 <Kopi Tiam>이 게이머들의 폭발적 호응을 얻으며 주목 받음
 - 일본의 삿쵸로 시립학교(Sapporo City Board of Education)의 수업조교였던 Azanizam은 특히 모바일게임 개발에 관심을 갖고 있던 중 2011년 12월 최초로 <Kopi Tiam> 게임을 개념화, 2012년 1월부터 개발에 착수
 - <Kopi Tiam>의 개발자 Afzanizam은 대부분의 타임 매니지먼트 게임이 서구중심이라는 것을 깨닫고, 아시아인들에게 친숙한 요소들을 게임에 주입하기 위한 노력들을 거듭한 것으로 전해짐
 - 이에 따라 Afzanizam은 싱가포르인이라면 누구나 아는 유명 카페를 게임의 모티브로 도입, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 고유의 아시아 음식을 준비하고, 요리, 서빙하는 최초의 타임 매니지먼트 게임을 개발하고, 이용자들이 하여금 다양한 요리 레시피도 습득할 수 있도록 함
- ▶ 2012년 3월 말 iOS, Android용으로 시장에 첫 선을 보인 모바일게임 <Kopi Tiam>은 런칭 3개월이 지난 6월 현재까지 싱가포르 iTunes App Store 내 유료 앱 순위 Top 25에 랭크
 - 지금까지 iTunes App Store에서는 총 게임 다운로드 건수 12만 5,300건 이상을 기록, Google Play Store에서도 8만 500건 이상을 기록
 - 유료 버전 다운건수는 정확히 발표되지 않았지만, Google Play Store의 경우 무료버전에서 유료버전으로의 전환 비율이 약 3%, iTunes App Store는 약 10%로 추산

 www.techinasia.com

그림 13 모바일게임 <Kopi Tiam> 실행화면



[출처] Afzane

MOL, 온라인게임 크레딧 결제서비스에 거액 투자

동남아시아 최대 온라인 결제서비스 제공업체 MOL Global이 아태지역 내 온라인게임 및 결제 플랫폼으로서의 시장 지위를 강화하기 위해 온라인게임 크레딧에 특화된 호주 결제서비스 제공업체 Ocash에 거액을 투자

■ MOL, 온라인게임 크레딧에 특화된 호주 결제서비스 제공사 Ocash에 투자

- ▶ 온라인 결제서비스 제공업체 MOL Global이 온라인게임 크레딧(credit)에 특화된 호주 결제서비스 제공사 Ocash Pty Ltd*에 거액을 투자
 - MOL Global은 동남아시아의 온라인 결제서비스 제공업체로, 전 세계 60만 개 이상의 오프라인, 온라인 결제 채널을 제공, Facebook, Zynga, Electronic Arts 등 150개 이상의 온라인 게임 퍼블리셔 및 소셜네트워크 서비스와 제휴
 - MOL Global의 이번 투자 결정은 아태지역 온라인게임 및 결제 플랫폼으로서의 시장 내 지위를 강화하기 위한 포석으로 풀이
 - 정확한 투자금액은 공개되지 않았지만, Ocash의 설립자 Budi Handoko는 MOL의 비전에 동의하며 "두 기업간의 시너지가 우리의 사업을 새로운 반열로 들어서게 할 것"이라고 언급

- ▶ 시장조사업체 PWC(Pricewaterhouse Coopers)가 2012년 6월에 발표한 "Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016"에 따르면, 2014년까지 호주 온라인게임 시장규모는 무려 10억 달러를 넘어설 전망
 - MOL의 Craig White 회장은 "MOL Australia의 설립과 함께 Ocash에 대한 전략적 투자는 비용, 보안, 편의에 있어 보다 효율적인 프리미엄 결제 시스템을 제공할 것"이라고 언급
 - 또한 "Ocash의 베테랑 팀과 함께 호주 및 뉴질랜드에 거주하는 우리 고객들에게 보다 고부가가치의 서비스와 제품을 제공할 것"으로 기대
 - 이와 동시에 MOL과 Ocash의 제휴는 로컬 게임개발사 및 퍼블리셔들에게 아시아 이외 지역으로도 사업 영역을 확장할 수 있도록 보다 많은 사업 기회를 제공할 전망

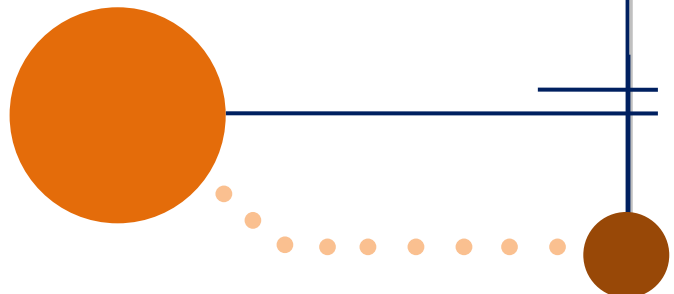
*주 : 온라인게임 크레딧에 특화된 시드니 소재 호주 및 뉴질랜드 지역 결제서비스 제공업체로, 최근 2006년 12월에 설립된 온라인게임 크레딧 유통업체 OnlineGamez Australiz를 인수

 www.startupsmart.com.au



유럽 게임시장 동향

- 2011년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모, 3년 연속 감소
- 영국 모바일게임 이용시간 및 지출규모 급증
- 영국 게임업계, 게임 등급 시스템 무용론 제기
- 2012년 2/4분기 Activision Blizzard 실적 분석
- Gameloft 2/4분기 매출, 전년동기 대비 35% 증가
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



2011년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모, 3년 연속 감소

이탈리아 비디오게임연합의 보고서에 따르면, 이탈리아 콘솔 게임시장 규모는 2009년 11억 2,890만 유로로 가장 높음. 그러나 경기침체로 인해 2010년 10억 675만 유로, 2011년 9억 9,310만 유로로 계속 감소

■ 2011년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모, 전년대비 7.1% 하락한 9억 9,310만 유로 기록

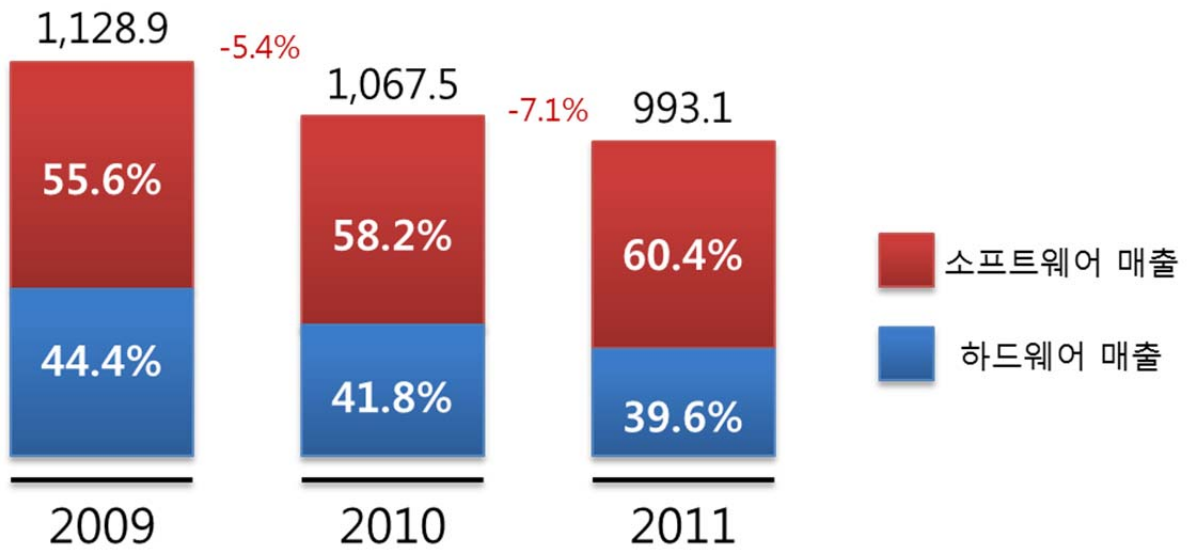
- ▶ 이탈리아 비디오게임연합(Association Editori Software Videoludico Italiana, 이하 AESVI)이 2012년 6월에 발표한 "2011년 이탈리아 게임산업의 연례 보고서(RAPPORTO ANNUALE SULLO STATO DELL'INDUSTRIA VIDEOLUDICA IN ITALIA 2011)"에 따르면, 2011년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모는 9억 9,310만 유로
 - 2009년 이탈리아 콘솔 게임시장 규모는 11억 2,890만 유로였지만, 2010년은 전년대비 5.4% 감소한 10억 675만 유로를 기록했으며, 2011년은 전년대비 7.1% 하락해 9억 9,310만 유로를 기록
 - 2011년 하드웨어 매출은 3억 9,360만 유로로 전년 4억 4,622만 유로 대비 11.7% 감소, 소프트웨어 매출은 5억 9,983만 유로로 전년 6억 2,129만 유로 대비 11.9% 감소
- ▶ 가정용 콘솔 기기의 판매량 감소가 하드웨어 매출 감소에 가장 큰 원인으로 작용
 - 2011년 콘솔 기기 판매 대수는 전년대비 6.4% 감소했으며 판매액은 14.6% 감소, 반면 2011년 휴대용 콘솔 기기의 판매 대수는 전년대비 5.7% 감소했으며, 판매액은 5% 감소

■ 이탈리아 게이머, 콘솔과 PC게임에서 선호하는 게임 장르가 다른 것으로 나타남

- ▶ 이탈리아 콘솔 게임시장에서 가장 많이 팔린 게임 장르는 액션게임(31%), 어드벤처(13%), 스포츠(17.4%), 레이싱(10.3%), 전략시뮬레이션(5.3%) 순으로 나타남
 - 이탈리아 PC 게임시장에서 가장 많이 팔린 게임 장르는 전략시뮬레이션(28%), 액션게임(24.9%), 어드벤처(19.3%), 스포츠(9%), 레이싱(7.2%) 순으로 나타남
- ▶ 가장 많이 팔린 게임은 EA의 <FIFA 12> 였으며, 가장 선호하는 게임업체는 Nintedo로 나타남
 - 게임 타이틀 판매에서 축구 게임 <FIFA 12>와 <Pro Evolution Soccer 201>가 1, 2위를 차지
 - 2011년에 가장 많이 팔린 게임 타이틀 Top 20에 Nintendo의 게임이 6개가 랭크되면서, 이탈리아 게이머들이 게임업체로 Nintendo를 선호하고 있다는 것을 나타냄

www.aesvi.it

그림 14 이탈리아 콘솔 게임시장 규모 추이 (단위: 백만 유로)



[출처] AESVI

표 12 2011년 이탈리아 콘솔게임 타이틀 판매량 순위(1월~12월)

순위	게임 명	퍼블리셔	게임등급(PEGI)
1	FIFA 12	EA	3
2	Pro Evolution Soccer 2012	Konami	3
3	Call Of Duty: Modern Warfare 3	Activion Blizzard	18
4	Assassin's Creed: Revelations	Ubisoft	18
5	Pokemon White	Nintendo	3
6	Pokemon Black	Nintendo	3
7	Just Dance 3	Ubisoft	3
8	Battlefield 3	EA	18
9	The Elder Scrolls V Skyrim	Bethesad	18
10	Uncharted 3: L'inganno Di Drake	Sony	16
11	Cars 2	Disney	7
12	Super Maro 3D Land	Nintendo	3
13	Mario Sports Mix	Nintendo	3
14	Mario Kart 7	Nintedo	3
15	Crysis 2	EA	16
16	Killzone 3	Sony	18
17	Wii Play Motion	Nintendo	7
18	Skylanders Spyro's Adventure	Activision Blizzard	7
19	L.A. Noire	Rock Stars	18
20	Gears of War 3	MS	18

[출처] AESVI

영국 모바일게임 이용시간 및 지출규모 급증

영국 마케팅 전문 매거진 Marketing Week에서 공개된 영국 게임시장 조사결과에 따르면, 스마트폰의 보급 확대로 2011년 영국 게이머들의 모바일게임 이용시간 및 지출규모가 급격히 증가함에 따라 광고플랫폼으로써 광고주들의 주목을 받음

■ 2011년 영국 모바일게임 지출규모 30% 증가, 이용시간 43% 이상 급증

- ▶ 영국 마케팅 전문 매거진 Marketing Week에서 2012년 7월에 독점 공개된 시장조사업체 Newzoo의 영국 게임시장 조사보고서 "National Gamers Survey"에 따르면, 2011년 모바일게임에 대한 영국 게이머들의 지출규모가 30% 이상 증가, 모바일게임 이용시간은 43% 이상 급증한 것으로 집계
 - 시장조사업체 Newzoo와 게임 웹사이트 GameHouse의 조사결과 모바일 게이머의 45%가 한 달에 적어도 3개 이상의 게임 타이틀을 이용하는 것으로 나타남
- ▶ 여가시간 활용 및 소비에 있어 모바일 단말을 통한 게임 플레이는 이미 소셜게임과 캐주얼게임의 인기를 넘어선 것으로 예상
 - GameHouse의 영국지사 매니저 Rumbi Pfende는 "모바일게임은 캐주얼게임 초기와 비슷한 상황에 처해있다"며, "많은 사람들이 모바일게임을 이용하고 있지만, 아직 광고주들에게 모바일게임 이용규모 및 모바일게임 플레이를 위한 이용자들의 지불규모 등을 정량적으로 제시하는 사람은 아무도 없다"고 언급
 - 스마트폰은 주요 모바일게임 단말로, 모바일 게이머의 3/4이상이 스마트폰을 통해 게임을 즐기고 있으며, 1/5 정도가 피쳐폰이나 태블릿 PC, iPod 등을 통해 모바일게임을 이용하는 것으로 집계
 - 한편, 영국 모바일 게이머들은 Apple의 App Store 보다 Google Play로부터 보다 많은 게임 애플리케이션을 다운받는 것으로 나타남
 - 하지만 Apple은 여전히 가장 가치 있는 영국 모바일게임 플랫폼 중 하나로, iPhone 이용자들은 다른 스마트폰 이용자 대비 모바일게임 이용에 더 많은 비용을 지출하고 있는 것으로 집계
 - 영국 모바일 게이머의 1/4이 iPhone 유저로, 이들 중 37%가 게임 이용에 비용을 지불
- ▶ 콘솔은 여전히 최고 인기 게임플랫폼으로, 10세~65세 인터넷 이용자의 51%가 콘솔게임을 이용하고 있으며, 콘솔 게이머의 61%가 게임 플레이를 위해 비용을 지불하고 있는 것으로 나타남
 - 영국에서는 MS의 Xbox360이 가장 많이 팔렸으며, 그 뒤로 Nintendo의 Wii과 Sony의 PlayStation3 순으로 나타남
 - 2012년 콘솔에 대한 소비 지출이 전년대비 1% 증가했으며 전체 게임시장 매출에서 차지하는 비중은 감소

- GameHouse의 Pfende 매니저는 "콘솔이 처음 시장에 등장했을 때, 사람들은 한 명당 하나씩 콘솔기기를 보유해야 한다고 생각했지만, 현재 이러한 생각은 무료로 제공되는 캐주얼게임에 비해 소비자들에게 경제적 부담을 줘 시장 진입을 가로막고 있다"고 주장

- ▶ 콘솔 게임업체들은 사업영역 다각화를 위해 Lovefilm, Netflix, BBC iPlayer 등 스트리밍 서비스를 운영하고 있는 콘텐츠 사업자들과의 제휴를 모색 중

- 게임 개발업체들이 다운로드 게임 및 애드온 게임에 대한 의존도를 높이고 있으며, 캐주얼게임과 소셜게임으로 사업영역을 확장하고 있기 때문

- Pfende 매니저는 "EA가 지난 7월 초 Popcap을 인수한 사례에서 알 수 있듯이, 현재 메이저 게임업체일수록 캐주얼 게임개발에 대한 투자를 확대하고 있다"고 언급

- ▶ 2012년 10세~65세 영국 인터넷 이용자를 대상으로 설문조사 결과, 전체의 2/3 이상이 게임을 이용한 것으로 나타났으며, 게임 플레이를 위해 주당 36억 파운드(전년대비 6% 증가)를 소비, 주당 총 3억 8,700만 시간(전년 대비 19% 증가)을 할애한 것으로 집계



www.marketingweek.co.uk

영국 게임업계, 게임 등급 시스템 무용론 제기

영국이 범유럽 게임정보시스템(PEGI)을 기반으로 하는 게임 등급 시스템을 도입하기로 한 가운데, 정작 이러한 게임 등급 시스템은 어린이들이 성인 등급의 게임을 하는 것을 방지할 수 없다는 비판이 제기되고 있음

■ 영국이 도입할 PEGI 게임 등급 시스템, 어린이들을 성인 게임으로부터 보호할 수 없어

- ▶ 영국이 영화등급위원회(British Board of Film Classification, 이하 BBFC) 및 게임 업계가 자율적으로 참여해 오던 범유럽게임정보시스템(Pan European Game Information, PEGI)의 이중 게임 등급 시스템에서 벗어나 PEGI로의 단일 게임 등급 시스템으로 통일하기로 결정한 가운데, 단일화된 PEGI 게임 등급 시스템이 어린이들을 성인 게임으로부터 보호한다는 주 목적에는 거의 쓸모가 없다는 비판이 제기
 - 영국 Leeds 대학의 정치 및 국제학(School of Politics and International Studies)의 Nick Robinson 교수는 "시스템은 정부가 어린이들을 성인 게임으로부터 보호한다는 의무를 방기하고 있는 데도 불구하고, PEGI 시스템은 정부가 의무를 수행하고 있는 것처럼 보여지게 만드는 일종의 연막 장치일 뿐"이라고 강도 높게 비판
- ▶ PEGI 시스템은 실제 문제를 해결하는 데에는 쓸모가 없는 정치적 방편에 불과하며, 오히려 어린이를 보호하기 위해서는 어린이들이 성인 게임을 하도록 방지하는 부모들을 처벌해야 한다는 주장
 - Robinson 교수는 "새로운 게임 등급 시스템은 어린이들에게 부적절한 게임들이 어린이들의 손에 들어가는 진짜 문제를 사실상 해결하지 못할 것"이라며, "PEGI 시스템은 부모들의 무책임한 육아 방식 문제를 피해나가기 위한 정치적 눈속임에 불과하다"고 비난
 - Robinson 교수는 "성인 게임을 어린이들이 접하는 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다 성인 게임을 구매해서 어린이들이 해당 게임을 즐길 수 있도록 만드는 부모들을 기소할 수 있는 여건을 조성해야 한다"고 주장
 - 특히 Robinson 교수는 "미국에서 부모들을 대상으로 게임 등급 시스템에 대한 교육을 진행했고 이에 따라 게임 등급에 대한 부모들의 이해가 매우 높아졌음에도 불구하고 여전히 어린이들에게 부적절한 게임을 구매하는 부모가 있다"며, "이런 상황에서 게임 등급 시스템이 영국에서는 효과가 있겠는가?"라고 반문
- ▶ 현행 등급 시스템은 폭력적인 게임을 만들어 내는 게임 개발 업체들에게 면죄부를 줄 뿐임
 - Robison 교수는 "역사적으로 폭력적이며 유해한 내용을 담은 게임들을 개발하는 게임업체들은 마땅히 저야 할 책임의 상당 부분을 국가와 규제 당국에 떠넘겨 왔다"며, "등급 시스템은 폭력적인 게임을 만드는 것을 합법화한 것이라 할 수 있다"고 주장

 www.healthcanal.com

2012년 2/4분기 Activision Blizzard 실적 분석

Activision Blizzard의 2012년 2/4분기 매출액은 전년대비 7% 하락한 10억 8,000만 달러를 기록. Activision Blizzard의 주요 수익원 <World of Warcraft>의 가입자가 100만 명 감소했지만, <Skylander> 판매량 증가로 예상보다 높은 매출을 기록

■ Activision Blizzard의 2012년 2/4분기 실적, 매출과 순이익 모두 감소

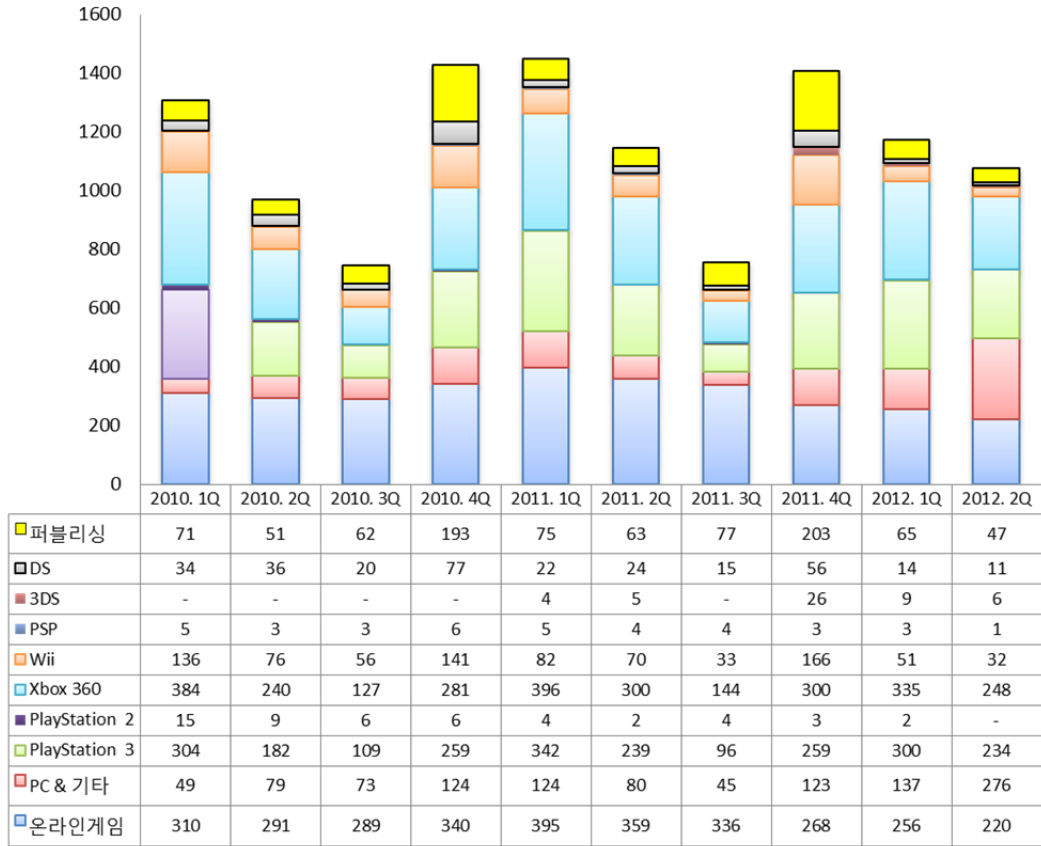
- ▶ Activision Blizzard는 2012년 8월 2일에 열린 컨퍼런스 콜을 통해 2012년 2/4분기 실적을 공개
 - Activision Blizzard는 2012년 2/4분기 10억 800만 달러의 매출을 올렸으며, 순이익은 1억 8,500만 달러를 기록
 - 이는 총 매출 11억 달러에 3억 3500만 달러의 순이익을 달성한 전년동기에 비해 감소한 수치
- ▶ Activision Blizzard가 2012년 2/4분기에 가장 많이 판매한 게임 타이틀은 <Skylanders> 시리즈
 - 2/4분기 주력 타이틀 <Call of Duty: Modern Warfare3>, <Diablo III> <Skylanders: Spyrd's Adventure>는 북미와 유럽에서 최고로 많이 팔린 게임 톱3에 랭크
 - 특히 <Skylanders> 시리즈는 콘솔과 휴대용게임기 타이틀 판매량을 합해 <Diablo III> 판매량을 추월
 - Activision Blizzard의 Bobby Kotick CEO는 "상반기에 <Skylanders>, <Call of Duty: Modern Warfare3>, <Diablo III>가 북미와 유럽에서 톱3에 들었다"라며, "대작들의 발표를 앞두고 2012년 매출 목표를 늘리긴 했지만, 경제상황의 불확실성과 연말 소비자들의 소비 위축 위험에 주의하고 있다"고 밝힘

■ Activision Blizzard의 2012년 하반기 게임 라인업

- ▶ Activision은 북미와 유럽에서 <Skylanders: Giant>와 <Call of Duty: Black Ops2>를 10월과 11월에 발매할 예정
 - 중국 게임 퍼블리셔 Tencent와 공동으로 개발한 온라인 FPS 게임 <Call of Duty Online>을 빠르면 하반기에 출시
- ▶ Blizzard는 대표 시리즈 3종 <Diablo III>, <World of Warcraft: Mists of Pandaria>, <Starcraft 2: Heart of Swarm> 제작에 집중하겠다고 발표
 - <World of Warcraft>의 전 세계 유료회원이 1,000만 명 밑으로 떨어졌지만, <Diablo III>는 1,000만 장 이상 판매된 것으로 발표

 www.activisionblizzard.com

그림 15 Activision Blizzard 게임 플랫폼별 매출액 추이 (단위: 백만 달러)



[출처] Activision Blizzard

Gameloft 2/4분기 매출, 전년동기 대비 35% 증가

모바일 게임업체 Gameloft의 2012년 2/4분기 매출이 전년동기 대비 35% 증가한 5,040만 유로(약 700억 원)를 기록, 이 같은 높은 매출 증가세는 스마트폰 및 태블릿 PC 부문에서 거둔 성공에 기인

■ Gameloft의 2/4분기 매출, 전년동기 대비 35% 증가한 5,040만 유로 기록

▶ 모바일 게임시장에서 큰 두각을 나타내고 있으며 현재 100여 개 국가에 게임을 출시하고 있는 모바일 게임업체 Gameloft*의 2012년 2/4분기 실적이 발표된 가운데, 2분기 매출이 전년동기 대비 35% 증가한 5,040만 유로(약 700억 원)를 기록

— 공개된 자료에 따르면, Gameloft의 1/4분기 매출 또한 전년동기 대비 14% 상승한 4,480만 유로를 기록했으며, 이에 따라 2012년 전반기 총 매출은 전년동기 대비 24% 상승한 9,520만 유로를 기록

▶ Gameloft의 2/4분기 지역별 매출 증가 추이는 북미 지역에서 32%, 유럽, 중동 및 아프리카 지역(EMEA) 26%, 아시아 태평양지역(APAC) 22%, 중남미지역(LATAM)에서 21%의 성장을 기록

— 전반기 매출 기준으로는 북미 지역에서 32%의 최대 매출 증가세를 보였으며, 유럽, 중동 및 아프리카 지역(EMEA)이 26%, 아시아 태평양지역(APAC) 22% 그리고 중남미지역(LATAM)이 21%로 그 뒤를 이었음

*주 : 5,000여 명의 임직원을 거느리고 있는 Gameloft는 현재 파리 증권시장에 상장되어 있으며 2000년 설립된 이래 디지털 모바일게임 및 소셜게임 부문에서 두각을 보여왔음. Gameloft는 스마트폰 게임 뿐만 아니라 일반 피쳐폰과 태블릿 PC 기반 게임들을 개발하고 있으며 여기에는 Apple의 iOS 단말기들과 Google의 Android 기반 단말기들이 포함됨. 이 외에도 셋톱박스 내장 게임들과 커넥티드 TV 게임 및 콘솔 게임들도 개발해오고 있음

■ Gameloft의 실적 호조, 스마트폰 및 태블릿 PC 게임 시장에서의 선전 덕분

▶ Gameloft의 2/4분기 실적 성장은 스마트폰 및 태블릿 PC 게임시장에서 거둔 놀랄만한 성공 때문

— Gameloft의 2/4분기 스마트폰 및 태블릿 PC 부문 게임 매출은 전년동기 대비 119%나 성장

— 특히 올 2분기 처음으로 스마트폰 및 태블릿 PC 부문 게임 매출은 Gameloft 총 매출의 50% 이상을 차지해, Gameloft에서 모바일 부문의 중요성이 매우 커지고 있는 상황

— 1/4분기에 스마트폰 및 태블릿 PC 부문 매출은 전년동기 대비 59% 성장했으며, 총 매출 중 40%을 차지

— 스마트폰 및 태블릿 PC 부문에서 Gameloft가 거둔 이러한 성공은 무엇보다 프리미엄(Freemium) 게임 및 게임 애플리케이션 판매 수익과 게임 내 아이템 판매 수익 모두를 노리는 페이미엄(Paymium) 게임 모델의 성공 덕분

이라는 분석

- 현재 Gameloft의 월간활동이용자(Monthly Active User) 수는 5,500만 명에 달하며, Gameloft의 스마트폰 부문 매출 중 60%는 인앱 결제 상품과 광고 수익을 통해 올리고 있는 상황
- ▶ 2012년 8월에 출시된 <Asphalt 7: Heat> 및 <The Dark Knight Rises> 등이 순조롭게 판매됨에 따라 올 하반기를 포함한 2012년 Gameloft의 매출 전망 또한 밝을 것으로 전망
- Gameloft는 2012년 총 매출 전망을 2억 유로(약 2,800억 원)로 전망하고 있는 데 이는 전년대비 22% 상승

 www.cwebnews.com

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 13 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (8. 7 ~ 8. 13)	독일 (8. 7 ~ 8. 13)	프랑스* (7. 31 ~ 8. 6)
1	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, SEGA)	The Elder Scrolls V: Skyrim: Dawnguard (PC, Bethesda Softworks)	Londres 2012 (PlayStation3, Sega)
2	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
3	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)
4	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Kingdom Hearts 3D Dream Drop Distance (3DS, Square Enix)
5	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (3DS, Sega)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	Londres 2012 (Xbox360, Sega)
6	Batman: Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	
7	The Amazing Spider Man (Xbox360, Activision Blizzard)	New Art Academy (DS, Nintendo)	
8	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros. (DS, Nintendo)	
9	The Elder Scrolls V: Skyrim (Xbox360, Bethesda Softworks)	Risen2: Dark Waters (PlayStation3, Koch Media)	
10	Batman: Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	The Sims 3 (PC, EA)	
순위	스웨덴 (8. 7 ~ 8. 13)	이탈리아 (7. 31 ~ 8. 6)	네덜란드 (8. 7 ~ 8. 13)
1	World of Warcraft (PC, Activision Blizzard)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)
2	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)	Super Mairo 3D Land (3DS, Nintendo)
3	Live Gold Card (Xbox360, MS)	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)
4	SOFIE KANINMAT OCH VÅXTMSOR (PC, Levnde)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Call of Duty: Modern Warfare3 (PlayStation3, Activision Blizzard)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Battlefield 3 (PC, EA)
6	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, SEGA)
7	The Sims 3 (PC, EA)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)
8	Battlefield 3 (PC, EA)	Inazuma Eleven 2 Firestorm (DS, Nintendo)	Skylanders: Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
9	Lego Batman 2: DC Super Heroes (PlayStaton3, Warner Bros.)	New Super Mario Bros. (DS, Nintendo)	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)
10	Battlefield 3 (Xbox360, EA)	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (3DS, Sega)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)

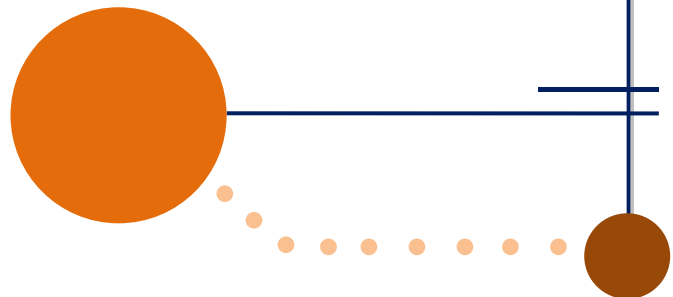
*주 : 프랑스와 이탈리아의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 아르헨티나 게임업체 QB9, 부분유료화로 무장
- 콜롬비아, 제3회 'Anigames Expo' 개최
- 2012 멕시코 게임 개발자 회의 개최



아르헨티나 게임업체 QB9, 부분유료화로 무장

아르헨티나 게임업체 QB9는 서드파티 게임업체에서 시작해 최근에는 자체적으로 게임을 퍼블리싱하면서 아르헨티나 게임업체의 성공사례로 평가받고 있는데, 자체 개발한 MMO게임 <Mundo Gaturrd>가 중남미에서 큰 성공을 거둠

■ 아르헨티나 게임업체의 대표적인 성공모델 QB9

- ▶ 2005년 아르헨티나에서 설립된 QB9는 47명의 직원으로 2010년 8월부터 2011년 7월까지 1년간 180만 달러의 매출액을 기록하면서 아르헨티나 메이저 게임업체로 성장
 - 초창기 QB9는 PSP, Wii, PlayStation3용 콘솔게임을 제작했으나, JAVA 기술자들을 영입해 PC용 캐주얼게임을 주력 사업모델로 전환
 - QB9 매출액의 대부분은 Lego, Mettel 등과 같은 메이저 게임업체에게 제공하는 서드파티 게임에서 발생

■ QB9의 새로운 성공신화 <Mundo Gaturrd>

- ▶ QB9의 MMO게임 <Mundo Graurrd>는 중남미 게이머 특성에 맞는 캐릭터와 낮은 사양의 PC 성능을 제공해 중남미에서 큰 성공을 거둠
 - <Mundo Graurrd>의 캐릭터는 아르헨티나 유명 애니메이션 작가 Cristian Dzwonik가 제작한 것으로, 중남미 게이머들에게 친숙한 캐릭터로 각광을 받음
- ▶ <Mundo Graurrd>는 MMO 게임에도 불구하고 부분유료화로 서비스를 제공
 - QB9의 Hernán Rozenwasser CEO는 "부분유료화 게임은 중남미 게임시장에서 아직 큰 인기를 끌지 못하고 있으나, 향후 가장 중요한 사업모델로 자리잡을 것이다"라고 밝힘
 - QB9는 <Mundo Graurrd>의 매출을 공개하지 않고 있지만, 아르헨티나 게임 전문가들은 <Mundo Graurrd>의 부분유료화 매출이 QB9의 전체 매출액 중 30% 이상이 될 것이라고 전망
- ▶ QB9는 PC용 MMO게임 <Mundo Graurrd>를 2012년 연말까지 스마트폰용 게임으로 출시할 계획
 - Rozenwasser CEO는 "향후 5년 안에 중남미 스마트폰 보급률이 전 세계 1위가 될 것"이라며, "중남미 게이머들은 지하철과 버스 등에서 스마트폰을 통해 QB9의 게임을 이용할 것이다"라고 언급

 www.infosurhoy.com

표 14 QB9에서 제작한 게임 타이틀 리스트

게임명	퍼블리셔	게임 플랫폼
Patito Feo: El juego más bonito	Tonika Games	PSP
Play English	Tonika Games	PSP
Doors of the Mind: Inner Mysteries	Big Fish	PC
Mundo Gaturro	QB9	PC
Jeff Dunham - The Game	Comedy Central	PC
Pandemic	Comedy Central	PC
Ancient Quest of Saqqarah	Codeminion	PC
Mahjong Panda	Shockwave	PC
Kung Pow	Shockwave	PC
Shoshiland	QB9	PC
South Park - Double Bunny	Southpark Studios	PC
Mencia Madness III	Comedy Central	PC
Elements	Mumbo Jumbo	PC
Rumble for Romance	VH1	PC
Zoombook The Temple of Sun	Mumbo Jumbo	PC
Line by Line	Shockwave	PC
Redneck Shotgun	Comedy Central	PC
The Who Pinball	VH1	PC
Mencia Madness II	Comedy Central	PC
The Doors	TNT	PC
Volcano!	Comedy Central	PC
Soundboard	Cartoon Network	PC
PC Under Attack	Cartoon Network LA	PC

[출처] QB9

콜롬비아, 제3회 'Anigames Expo' 개최

2012년 9월 27일부터 29일까지 중남미 게임 및 디지털 엔터테인먼트 관련 회의 'Anigames Expo'가 콜롬비아에서 개최될 것으로 전망되는 가운데, 올해로 3회째를 맞는 'Anigames Expo'는 중남미 게임산업에 새로운 비전을 제시해줄 것으로 기대

■ 9월 중남미 게임 & 디지털 엔터테인먼트 엑스포 개최

- ▶ 2012년 9월 27일부터 29일까지 3일간 콜롬비아 말로카(Maloka)에서 제3회 중남미 게임 및 디지털 엔터테인먼트 관련 회의 'Anigames Expo'가 개최
 - 중남미 게임산업에 새로운 비전을 제공하고, 마케팅, 비즈니스, 기술 등 분야에서 배움의 기회를 제공할 전망
 - 기술, 소프트웨어, 기능성게임의 애니메이션 작품, 작곡, 비디오 게임 대본, 마케팅 관련 테마를 바탕으로 한 학술 토론회가 개최될 예정
 - Schell Games, Perimeter Partners, ESA, E3 등에서 연설을 진행할 예정이며, Capcom, Konami, THQ, Warner Bro. 등의 퍼블리셔들이 전시회에 참여할 예정
 - 상업 전시회를 통해 기술과 교육관련 메인 기업들이 해당 산업과 관련한 서비스와 제품을 선보일 예정
 - 참여 기업과 조직구성원, 국내 및 국제 정부기관과의 상업 거래를 형성하기 위해 개인 및 정부 두 측면에서의 비즈니스 홀 운영 예정
- ▶ 'Anigames Expo'는 사업자별 역량 발굴, 프로젝트 및 연구 촉진 등을 통해 중남미 게임산업의 잠재력을 표출할 계획
 - 'Anigames Expo'는 "게임 분야는 지속적으로 변화하는 동적인 산업으로, 잠재력과 성장가능성을 집중해 시장에서 지속성 있는 프로젝트를 달성하며, 개발자의 능력에 부합하는 연구개발 등의 산업을 장려하고자 한다"고 언급
 - 또한 Facebook, Twitter 계정을 이용한 Virus Marketing(바이러스 마케팅)을 통하여 해당산업의 발전 가능성을 대외적으로 알리고 산업의 잠재력을 표출

 www.anigamesexpo.com

그림 16 'Anigames Expo' 홍보포스터



[출처] ANIGAMES EXPO

2012 멕시코 게임 개발자 회의 개최

2012년 10월 9일부터 11일까지 3일간 멕시코 시티 소재 대학들은 중남미 지역에서 브라질 다음으로 큰 비디오게임 시장으로 부상한 멕시코 게임시장의 발전 현황을 논의하고, 향후 게임 개발을 더욱 장려하기 위한 논의들을 진행할 계획

■ 2012년 10월 멕시코 게임 개발자 회의 개최

- ▶ 2012 멕시코 게임 개발자 회의를 통해 최근 비약적으로 발전하고 있는 멕시코 게임시장 전역에서 전문 코스를 밟은 게임 개발 전문가들이 한자리에 모일 것으로 전망
 - 멕시코시티 소재 메트로폴리탄 대학교의 전문그룹이 프로젝트에 직접 참여할 것으로 전망
 - 국내만큼이나 해외에서도 두각을 나타내고 있는 멕시코 게임 개발에 대한 강연이 주가 될 것이며, 전문가들과 참가자들간의 자연스러운 토론 형식이 가미될 예정
 - 이외에도 이벤트에 참여한 참가자들의 경험 육성을 위해 공공 친선 토론회를 개최, 전문가들과의 대화 공간을 별도로 마련할 예정
 - Héctor Barbone de Arcsite 교수는 게임의 성공적인 개발을 위한 현실의 작업 흐름과 새로운 도구를 선보일 것이며, 게임 개발에 있어서 사용자들의 경험과 디자인에 대한 명백하고 가치 있는 비전을 제시할 José Ángel Garfias가 참석할 예정
 - 2012 멕시코 게임 개발자 회의는 메트로폴리탄 대학교 아스카포살코 캠퍼스의 익스카우이코파 강연장에서 오는 10월 9~11일(3일간) 개최될 예정

 www.jeteran.com

그림 17 2012 멕시코 게임 개발자 회의 홍보 포스터

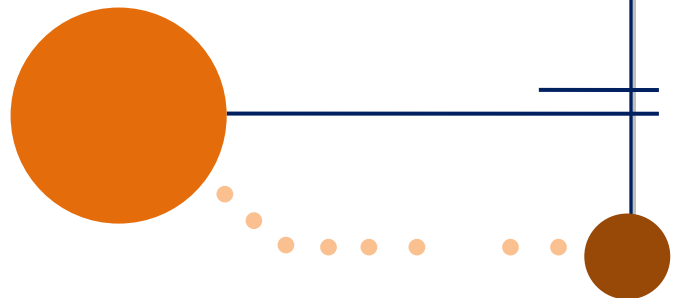


[출처] Motordejuegos



국내 게임시장 동향

- 한류의 선두주자 '게임산업', 2012년 콘텐츠산업 수출 1위
- 온라인 게임업체, 온라인게임보다는 모바일게임 선호
- 소셜게임, 모바일 소셜게임으로 재탄생
- 문화체육관광부, 중국 내 불법 온라인게임 사이트 폐쇄
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



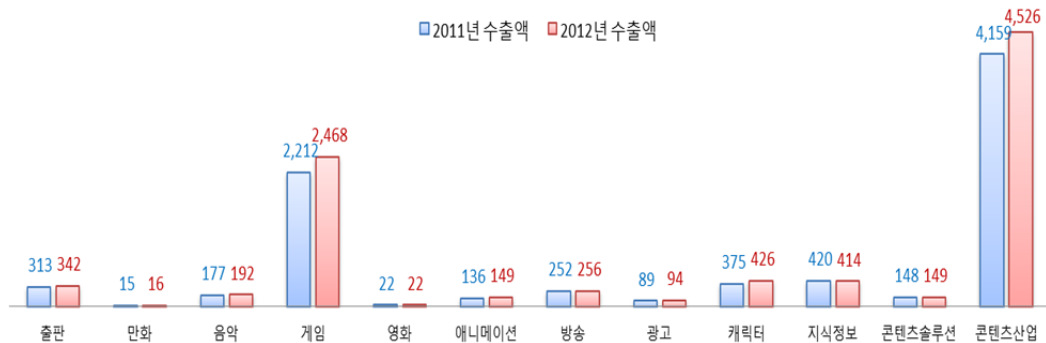
한류의 선두주자 '게임산업', 2012년 콘텐츠산업 수출 1위

한국콘텐츠진흥원이 발표한 '2012 콘텐츠산업 하반기 전망 보고서'에 따르면 2012년 게임 수출액은 24억 6,800만 달러로 전년대비 11.6% 성장. 게임산업 매출 성장을 또한 문화콘텐츠 평균(4.5%)에 비해 높은 수준인 5.9%를 기록할 것으로 전망

■ 국내 2012년 하반기 게임산업 매출 상반기 대비 5.9% 증가

- ▶ 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 2012년 8월 1일에 발표한 "2012년 콘텐츠산업 하반기 전망 보고서"에 따르면, 스마트 콘텐츠에 대한 수요 증가를 바탕으로 상반기 대비 4.5% 매출이 증가
 - 특히 지식정보와 게임산업은 각각 6.3%, 5.9%로 타 분야에 비해 높은 성장률을 기록할 전망이며, 광고산업과 음악 산업도 5.4%, 5.1% 성장해 전체 콘텐츠 산업의 성장을 이끌 것으로 전망
- ▶ 게임산업은 스마트기기 보급 및 온라인·모바일 멀티플랫폼 확대로 스마트게임, 증강현실, 위치기반(LBS) 등 모바일 기술을 기반으로 한 게임 장르를 중심으로 수요가 크게 증대될 전망
 - 2012년 게임산업 수출액은 전년 22억 1,200만 달러에서 11.6% 성장한 24억 6,800만 달러 전망
 - 전 세계적인 기기 보급률 증가와 오픈마켓 활성화를 바탕으로 움직임이 둔화된 온라인게임에 비해 비교적 시장 진입이 용이한 스마트폰 게임을 중심으로 한 수출 증대가 예상
- ▶ 다만 오랜 개발기간과 많은 인력, 막대한 비용이 투자된 자체 개발 게임의 출시 성과가 미비하다면 신작 온라인게임 제작에 대한 국내 개발사들의 부담감이 증가하리라는 우려가 제기
 - 이 외에도 섣달순제 실시 이후 성인게임 위주 신작게임 출시 증가와 이에 따른 시장구조 왜곡, 중국 등 해외 게임 제작사들의 점유율 상승의 영향으로 인한 국내 게임시장 경쟁 격화 등이 우려사항으로 지목

그림 18 2011년~2012년 콘텐츠산업 수출액 전망



[출처] 한국콘텐츠진흥원

온라인 게임업체, 온라인게임보다는 모바일게임 선호

국내 온라인 게임업체들이 보수적으로 사업을 전개하면서 신작 온라인게임에 대한 투자가 줄어들고 있음. 일부 온라인 게임업체들은 투자 비용에 비해 위험 부담이 큰 온라인게임 보다는 모바일게임 개발에 집중하거나 중국 게임을 퍼블리싱 하고 있음

■ 국내 메이저 온라인 게임업체, 보수적으로 사업 전개

- ▶ 국내 메이저 온라인 게임업체들이 보수적으로 사업을 전개하면서 신작게임에 대한 투자를 거의 중단하고 있으며, 일부 업체들은 퍼블리싱 사업 비중도 감소시키고 있음
 - NC소프트는 넥슨이 지분을 인수한 후 넥슨과 사업이 겹치는 게임에 대한 계약을 철회했으며 개발 중이던 신작 게임 프로젝트도 중단
 - 적극적으로 신작게임을 확보해 퍼블리싱에 나섰던 NHN도 보수적으로 사업을 전개하면서 일부 게임은 서비스 계약을 해지하기도 함
 - 네오위즈게임즈 역시 <크로스파이어>와 <피파온라인> 등 주요 게임의 재계약 문제를 두고 갈등을 겪으면서 신작 확보에 대한 투자를 줄이고 있음
- ▶ 이에 따라 대형 개발사를 통해 게임을 출시했던 중소 게임업체는 게임을 유통하고 운영할 여건을 갖추지 못해 개발한 게임을 아예 시장에 내놓지 못하고 있음

■ 중소 온라인 게임업체, 모바일 게임과 중국 게임으로 사업 방향 전환

- ▶ 온라인 게임산업의 허리를 담당했던 중견 게임업체들은 모바일게임 개발로 사업방향을 전환
 - 위메이드엔터테인먼트는 주요인력을 스마트폰 게임에 집중하며 스마트폰 게임 개발사로 체질 전환
 - 그라비티와 웹젠도 모바일게임에서 새로운 활로를 찾을 예정
- ▶ 일부 중견 게임업체들은 위험부담이 높은 온라인게임 개발보다는 중국 게임 수입에 집중
 - 드래곤플라이는 중국 게임 <반 온라인>을 퍼블리싱하고 있으며, 엠게임 역시 2012년 6월부터 중국의 무협게임 <용온라인>을 국내에서 퍼블리싱

소셜게임, 모바일 소셜게임으로 재탄생

국내 PC기반 소셜 게임시장이 정체현상을 보이자, 유명 소셜게임들이 모바일 소셜게임으로 재탄생하고 있음. PC기반의 소셜게임이 모바일 소셜게임으로 컨버전되면서 기존 모바일 소셜게임과의 경쟁이 치열해져 2012년 하반기 모바일 게임시장 격변예고

■ 국내 게임업체, PC기반의 소셜 게임을 스마트폰용으로 이식

- ▶ NHN, CJ E&M, 컴투스 등 게임업체들이 PC용 소셜 게임을 모바일 소셜게임으로 컨버전하고 있음
 - NHN은 퍼비스튜디오의 소셜게임 <에브리타운>을 스마트폰용 게임 <애프리팜>으로 컨버전하여 큰 성공을 거둠
 - 모바일 게임업체 컴투스도 2012년 3월 선데이토즈의 <아쿠아스토리>를 스마트폰 버전으로 출시
 - CJ E&M은 PC에서 큰 인기를 끌고 있는 <무림대전>을 스마트폰 버전인 <신무림대전>으로 서비스

■ 모바일 소셜 게임시장, 온라인 게임업체와 모바일 게임업체간의 경쟁 심화

- ▶ 국내 모바일 소셜 게임시장은 JCE <롤더스카이>, 컴투스 <타이니팜>, NHN <애프리팜>의 삼강체계를 구축하고 있었으나, 다양한 PC기반의 소셜게임이 모바일 소셜게임으로 출시되면서 춘추전국시대에 돌입
 - 노크노크가 개발하고 NHN이 퍼블리싱하는 <패션시티>는 현재 <롤더스카이>, <풍운삼국>, <타이니팜>와 함께 한국 Apple AppStore 최고 매출부문 톱5에 들며 돌풍을 일으키고 있으며, <신무림대전>과 <아이러브커피>도 좋은 성과를 거두고 있음
 - 게임업체들의 PC기반 소셜게임의 스마트폰 이식은 더욱 활성화될 것으로 보이며, PC에서 앞서 인지도를 쌓은 만큼 스마트폰 버전과 시너지 효과를 가질 수 있음
- ▶ 기존 모바일 게임업체들도 다수의 모바일 소셜 게임을 출시해, 모바일 소셜 게임시장의 경쟁은 치열해질 전망
 - 모바일 소셜게임 <타이니팜>, <더비데이즈>에 힘입어 2012년 2/4분기 매출 '어닝서프라이즈'를 기록한 컴투스는 연내 7여종의 모바일 소셜 게임을 선보여 상승세를 이어갈 계획
 - 게임빌도 다수의 모바일 소셜 게임을 선보일 예정
- ▶ 관련 업계에 따르면 연내 출시되는 모바일 소셜 게임은 200여종에 달할 것으로 추정

문화체육관광부, 중국 내 불법 온라인게임 사이트 폐쇄

문화체육관광부와 한국저작권위원회는 2012년 8월 30일 한국 온라인게임의 중국 내 불법서비스를 막기 위해 한국게임산업협회 및 중국온라인게임연맹과 협력해 <리니지>, <다크블러드> 등의 불법 사이트를 폐쇄조치 또는 중국 내 결제서비스를 차단

■ 중국 내 한국 온라인게임의 불법 서비스 차단

- ▶ 문화부와 저작권위가 중국 내 한국 온라인게임의 불법서비스 피해를 막기 위해 2012년 4월부터 한국게임산업협회 및 중국온라인게임연맹* 측과 지속적으로 협력 대응방안을 협의, 중국 내 사설서버 등으로 피해를 입고 있는 협회 회원사들의 신청을 받아 연맹에 침해대응을 위임
 - 중국온라인게임연맹은 NC소프트의 <블레이드앤소울>과 <리니지>, 액토즈소프트의 <다크블러드> 등 3개 게임을 위임받아 중국 공간 등과 연계해 <리니지>와 <다크블러드>의 접속 사이트를 폐쇄
 - 한국에 서버를 둔 <다크블러드>의 중국 내 결제서비스를 차단 조치
 - <블레이드앤소울>의 경우 중국 내 서버를 차단조치하자 미국으로 서버를 옮겨 서비스를 계속하는 상황이 발생해 권리자와 추가적인 대응을 검토 중
- ▶ 한국 온라인게임의 중국 내 불법사이트 폐쇄 조치는 지금까지 사설서버나 치트프로그램에 의한 피해에 적극적인 대응을 하지 못했던 한국 게임업계가 향후 중국 내 침해에 대한 효과적인 대응 방안을 마련했다는데 의미가 큼
 - 한국저작권위원회는 "게임산업은 한국 콘텐츠 수출액의 절반을 차지하는 가장 큰 한류상품인 만큼 효과적인 해외 보호 방안이 시급한 실정"이라며 "이번 조치를 계기로 한국게임산업협회 및 중국온라인게임연맹과 3자 양해각서(MOU) 체결 등을 통해 양국의 온라인게임이 상호 보호될 수 있는 시스템을 구축해 나갈 계획이다"고 언급

*주 : 중국온라인게임연맹은 2011년 1월 중국의 대표적 게임업체 및 중화판권대리중심 등 18개 기관이 국가신문출판총서 비준을 거쳐 설립되었으며, 온라인게임 판권을 보호하고 사설 서버 및 치트 프로그램, 아이디 해킹 등 온라인게임 불법행위를 단속하는 전문기구로 2011년에 약 500여개의 불법 서비스를 단속한 바 있음

통계 국내 온라인게임 순위

표 15 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (8. 20)	게임메카 (8. 15 ~ 8.21)	인벤 (8. 13 ~ 8.19)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	메이플스토리 (넥슨)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	아이온 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
5	디아블로3 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
6	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
8	워크래프트3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
9	메이플스토리 (넥슨)	카트라이더 2.0 (넥슨)	사이퍼즈온라인 (네오플)
10	리니지 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	아이온 (NC소프트)
순위	게임노트 (8. 13 ~ 8. 19)	게임조선 (8. 13 ~ 8.19)	게임리포트 (8. 20)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	디아블로3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
5	메이플스토리 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)	스타크래프트 (블리자드코리아)
6	리니지 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
7	던전앤파이터 (넥슨)	리니지 (NC소프트)	워크래프트3 (블리자드코리아)
8	아이온 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	리니지 (NC소프트)
9	사이퍼즈온라인 (네오플)	카운터스트라이크온라인 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
10	카트라이더 2.0 (넥슨)	리니지2 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)

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

통계 국내 모바일게임 순위

표 16 국내 모바일게임 순위(2012. 8. 21 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	R2B:리턴투베이스 (CJ E&M)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	컴온베이비 (컴투스)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	나는야구감독이다 (엔타즈)
2	부루마블2013 (엠앤엠게임즈)	나는야구감독이다 (엔타즈)	벗기는BAR룸맞고 (다에리스프트)	뱅크라이어워 (아이프리스튜디오)	팔라독 (리얼네트웍스아시아)	펀치히어로 (게임빌)
3	뉴시여행4 (모리소프트)	손바닥삼국지 (크레이지피쉬)	팔라독 (리얼네트웍스아시아)	카드캡쳐삼국지 (엔타즈)	스노우레인 (게임데이)	카드캡쳐삼국지 (엔타즈)
4	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	카드캡쳐삼국지 (엔타즈)	치킨타이쿤리믹스 (마이너랙시스)	가로세로날말맞추기 (Blue Wind)	이노티아4 Plus (컴투스)	스왑앤썬비 (미디어로그)
5	화이트아일랜드 (CJ E&M)	생과일타이쿤파이널 (마이너랙시스)	스노우레인 (게임데이)	킹덤로얄 (게임빌)	몬스터워로드 (게임빌)	몬스터워로드 (게임빌)
6	Generation of Chaos (조이모아)	로또맞고3 (모바일엔터테인먼트)	사이닝어스 (조이모아)	몬스터워로드 (게임빌)	메이플스토리 (넥슨)	드래곤나이트4 (피엔제이)
7	트리오브어비스 (케이넷피)	컴온베이비 (컴투스)	아스팔트6 Plus (Gameloft)	생과일타이쿤파이널 (마이너랙시스)	클럽포커온라인HD (펀그룹)	아이러브커피 (파티스튜디오)
8	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	신기생전맞고 (모바일엔터테인먼트)	란도모공식모바일게임 (네오위즈인터넷)	드래곤나이트4 (피엔제이)	러브메모리즈 (레더빌소프트)	격투무한대전 (엔타즈)
9	팔라독 (리얼네트웍스아시아)	언블록미 (게임빌)	젯빛의버터플라이 (게임보이즈)	손맛냥시광 (MOMO)	리얼당구PRO (Madsys)	신기생전맞고 (모바일엔터테인먼트)
10	WrighBen2012 (조이모아)	맞고100단 (데브웍스)	이노티아4 Plus (컴투스)	타이니팜 (컴투스)	제노니아4Plus (게임빌)	출조냥시광 (Enthree)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	미친433Plus (Four Thirty Three)	미친433 (Four Thirty Three)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	애니팡for카카오 (선데이토즈)
2	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	Sp33DActWave (Trinit Interactive)	TheKingofFightsAndroid (GMO GameCenter)	포르리스2레드 (CCR)
3	홈런슈퍼스타즈 (플레이빈)	RoomRack생탈출4 (Gameday)	스왑피 (Disney)	가로세로날말맞추기 (Blue Wind)
4	인피니티블레이드2 (Chair Entertainment)	슈퍼액션히어로 (컴투스)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	바탕화면맞고 (위메이드)
5	Horn (Zynga)	드래곤타워 (Wispssoft)	팔라독 (FAZECAT)	더비데이즈 (컴투스)
6	팔라독 (CGFORCE)	틀리다맞고 (Digitalfrog)	아스팔트6:드래날린 (Gameloft)	내셔널리그 (어썬피스)
7	Cafeteria Nipponica (Kairosoft)	열혈고치타이쿤 (@Data)	Where's My Perry? (Disney)	타이니팜 (컴투스)
8	슈퍼액션히어로Plus (컴투스)	뱅크디펜스 (엠앤엠게임즈)	다크나이트라이즈 (Gameloft)	코인도저 (Game Circus)
9	TheKingofFights1008 (SNK Playmore)	Axon Runners (Streamline Studios)	피파12 (EA코리아)	리듬스캔들 (위메이드)
10	호글렛 (Maxmobile)	양궁월드컵2 (LitQoo)	Temple Run: Brave (Disney)	백화점대매점 (Nifty)

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

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2012년 8월 31일
- ▶ 발 행 처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
 권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

한국콘텐츠진흥원 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든것! 1566-1114" 홈페이지 www.kocca.kr
 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-270)

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