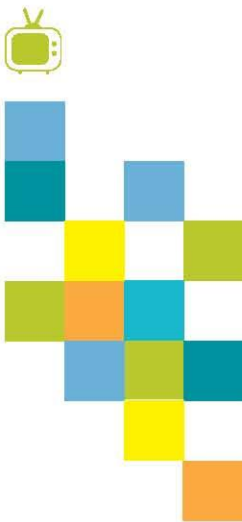
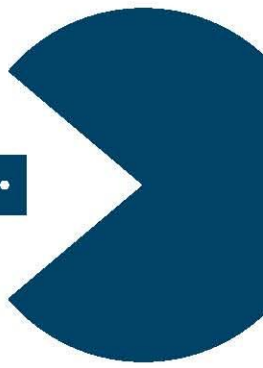
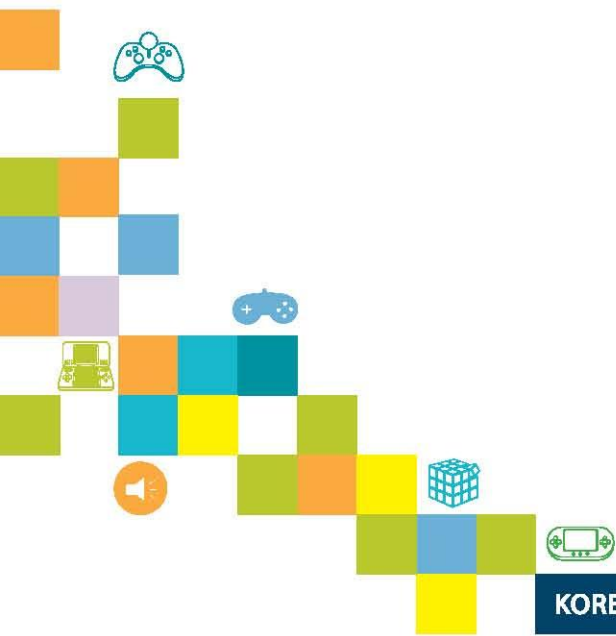
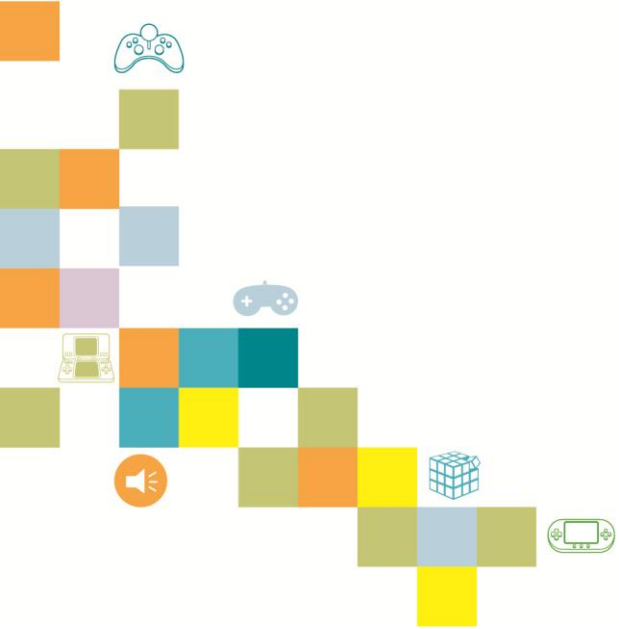


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 9월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





2012년 9월 제2호

2012. 9. 30

CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- F2P 게임, 이머징 마켓에서의 게임산업 성장 주도
- 게임 유통시장, 10년 내 오프라인 판매점 쇠퇴 전망
- 게임업계, 선정적 게임 개발 관행에 대한 반성
- 클라우드 게임업체 Onlive, 모든 자산 매각
- 차세대 게임기 'Sifteo', 2012년 11월 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 9

- 높은 영업 비용으로 Facebook을 떠나는 게임업체
- Activision Blizzard, 모바일게임 개발에 올인
- EA, Zynga에 저작권 위반 소송 제기
- PopCap, 미국 및 아일랜드 스튜디오 인력 대폭 감원
- Red Robot Labs, 위치기반 모바일게임 개발
- **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..... 19

중국 게임시장 동향..... 20

- 중국 온라인게임 6대 업체의 매출총액, 첫 마이너스 성장
- 중국 모바일 게임시장, 동질화 및 순위 조작 심각
- Tencent, 게임 매출과 장기 투자 계획을 통해 성장세 유지
- Perfect World, 2사분기 순이익 전년 대비 50% 감소
- 온라인 게임업체 Tencent, 'QQ 메신저'로 사업 다각화
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 29

- 일본 모바일 소셜게임, 여성 30~40대 이용자 확보가 중요
- Sony, 'PlayStation Mobile'을 통해 모바일게임 유통
- Konami, Zynga에 이어 세계 2위 소셜게임 업체로 도약
- DeNA, 2012년 2/4분기 매출 6억 달러 돌파
- 2012년 2/4분기 GREE 실적, '컴푸가차' 여파로 기대 이하
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 39

- 호주 주정부, 'R18+' 성인 게임등급 도입 법안 통과
- 베트남, 5년내 제2의 인터넷 붐 전망
- Blizzard, <World of Warcraft> 이란 이용자 접속 차단
- 인도, 환율변동으로 'Xbox360' 판매 가격 상승

5. 유럽 게임시장 동향..... 44

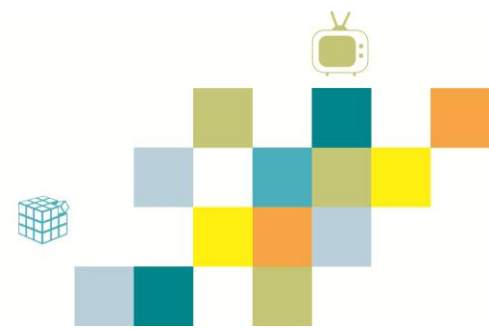
- 유럽 온라인 게임업체 Gameforge, 모바일게임 출시
- 유럽 게임업체 Wargaming, 호주 Big World 인수
- Sony, 영국 리버풀 소재 스튜디오 전격 폐쇄
- Gamorlive, HTML5 기반의 게임 포털 베타서비스
- 모바일 게임업체 Bob Mobile, 메이저 모바일업체로 성장
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 53

- 상승 가도를 달리는 멕시코 게임시장
- 아르헨티나 게임시장의 신성장동력, 광고게임
- 칠레 이통사 Entel, 3D 모바일게임 출시
- 페루 게임업체, 잉카 문명을 이용한 모바일게임 출시

7. 국내 게임시장 동향..... 59

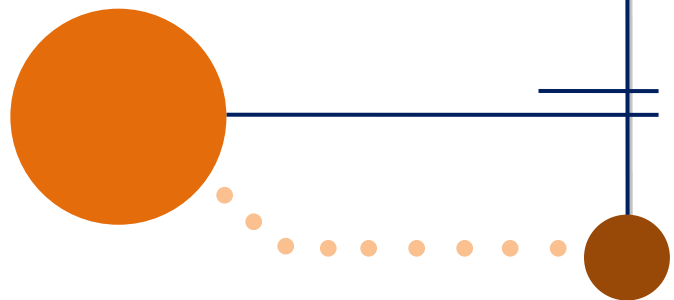
- 국내 웹게임, 기술 발전으로 제2의 전성기
- 온라인 게임업체, 게임 속 예의범절 강조
- 국내 게임업체의 마케팅 전략, 온라인에서 오프라인으로 확산
- 국내 게임업체, 경기 불황 여파로 공채 규모 축소
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- F2P 게임, 이머징 마켓에서의 게임산업 성장 주도
- 게임 유통시장, 10년 내 오프라인 판매점 쇠퇴 전망
- 게임업계, 선정적 게임 개발 관행에 대한 반성
- 클라우드 게임업체 Onlive, 모든 자산 매각
- 차세대 게임기 'Sifteo', 2012년 11월 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



F2P 게임, 이머징 마켓에서의 게임산업 성장 주도

불법 복제 등으로 인해 이머징 마켓에 진출을 꺼려했던 대형 게임업체들이 해적 행위를 차단할 수 있는 부분유료화, 즉 F2P(Free to Play) 게임들을 통해 이머징 마켓의 잠재적 게임 수요를 개발하고 이를 통한 수익 창출에 나선

■ 해적 행위를 차단할 수 있는 F2P 게임들을 통해 이머징 마켓 공략에 나선 게임업체

- ▶ 심각한 불법 복제와 낮은 저작권 인식 수준 등으로 이머징 마켓(신흥 시장) 진출을 꺼리던 게임업체들이 무료로 온라인게임을 즐기게 하는 대신 게임 내 아이템 판매나 부가서비스 이용료를 통해 수익을 거두는 부분유료화 모델, 즉 F2P(Free to Play) 게임들을 통해 이머징 마켓의 게이머들을 공략하기 시작
 - 1995년 출시된 이래 3,000만 개 이상 팔리며 5대 베스트셀러 PC게임 프랜차이즈 중 하나로 기록된 전략게임 <Command & Conquer>의 게임업체 EA는 이미 F2P 게임 전략을 본격화
 - EA의 Facebook 기반 소셜 게임 <Sims Social>의 경우 게임 내에서 무료로 제공되는 아이템들도 있지만 실물 화폐와 환전이 가능한 게임 내 가상 화폐로 구매가 가능한 유료 아이템들을 통해 수익을 올리고 있음
 - 또한 유명 액션 어드벤처 게임 <Assassin's Creed>와 <Tom Clancy> 시리즈로 유명한 Ubisoft Entertainment SA(이하 Ubisoft) 또한 브라우저 기반의 F2P 게임 7종을 올해 8월 독일에서 열린 유럽 게임박람회 'Gamescom 2012'에서 공개
 - 실제로 EA와 Ubisoft의 매출 중 온라인게임의 매출 비중은 이미 상당한 수준인데, Ubisoft의 경우 전 회계연도 매출 10억 6,000만 유로 중 온라인 매출이 8,000만 유로(1억 달러)에 달했으며, EA 또한 전 회계연도 매출 41억 달러 중 온라인 매출이 12억 달러에 달함
- ▶ 콘솔게임보다 온라인게임에 더 친숙한 아프리카, 중동, 중남미 및 동유럽 등의 이머징 마켓 국가들을 공략하는 데에는 F2P 게임들이 매우 유용
 - EA의 레이블 대표인 Frank Gibeau는 "모바일 단말기와 PC 보급이 크게 늘어나면서 잠재적인 게임 소비자층이 빠른 속도로 커지고 있는 가운데, 특히 이머징 마켓에서 이러한 추세가 두드러지고 있다"면서, "부분유료화 모델은 이들 이머징 마켓 소비자들을 공략할 수 있도록 한다"고 설명
 - 또한 MS의 Xbox나 Nintendo의 Wii와 같은 게임 콘솔들이 많이 보급되어 있는 미국과 달리, 이머징 마켓의 국가들의 콘솔 보급률은 상당히 낮기 때문에, 콘솔게임보다는 온라인 F2P 게임의 성공 가능성이 더 높음
 - 시장조사업체 Nielsen의 2012년 3월 보고서 "Cross-Platform Report: How We Watch From Screen to Screen"

에 따르면 콘솔게임기의 미국 가정 보급률은 절반을 넘어서는 상황이지만, 시장조사업체 Newzoo의 CEO인 Peter Warman은 "이머징 마켓에서의 콘솔 보급량은 서구권 국가들의 게임 콘솔 보급량의 25%에서 33%에 그치는 상황"이라고 언급

■ 불법 복제로 인한 피해를 최소화하는데도 F2P 게임이 효과적

- ▶ 불법 복제 등의 해적 행위를 방지하기 위해 게임업체들은 F2P 게임을 적극적으로 도입하고 있으며, 특히 디지털 유통 플랫폼을 중심으로 하는 소셜 요소와 인터랙티브 기능을 강화한 온라인게임들을 통해 불법 복제로 인한 손실 발생을 원천적으로 차단
 - 예를들어 웹게임들은 사용자가 해당 게임 서버에 접속되어 있을 경우에만 게임 진행이 가능하며, 그 외에도 멀티 플레이 요소만 지원하거나 사용자 간 대화 요소를 강화한 게임들도 등장
 - Ubisoft의 마케팅 및 판매 담당 임원 Geoffroy Sardin은 "온라인게임은 게이머들과의 연결을 지속적으로 유지하는 방법인 동시에 그들을 우리 제품에 결속시키는 방법이기도 하다"며, "온라인게임 서비스는 게이머들이 불법 채널을 통해 우리의 게임을 접하는 대신 합법적으로 게임을 즐기는 것을 더 선호하게 한다"고 설명
 - 실제로 시장조사업체 Pearl Research의 임원 Allison Luong은 "80, 90년대 이머징 마켓에 진출했던 많은 게임 업체들이 불법 복제로 인해 실패를 맛 보았다"면서, "온라인게임을 통해 게임업체들은 이머징 마켓에서의 게임 시장을 수십억 달러 규모로 성장시킬 수 있을 것"이라고 전망

■ 소셜 및 모바일 게임업체들과의 경쟁 또한 더욱 치열해질 것

- ▶ EA와 Ubisoft와 같은 게임업체들의 온라인 게임시장 진출이 반드시 성공할 수 있을 것으로 단정할 수는 없으며, 소셜 게임업체 Zynga와 FreshPlanet와 같은 온라인 기반 게임업체들과의 치열한 경쟁 또한 이겨내함
 - 과거 블록버스터 게임 위주의 게임시장에서는 극소수의 라이벌 게임업체들과의 경쟁만이 존재했다면, F2P 기반의 온라인 게임시장에서는 보다 작은 이익에도 만족하는 소형 게임업체들과 경쟁해야 함
 - 시장조사업체 Atlantic Equities LLP의 애널리스트 Christopher Hickey는 "EA와 Ubisoft는 분명 온라인시장 진출을 통해 유의미한 진전을 보일 것"이라면서도, "이미 온라인시장이 극심한 경쟁 상태에 있는 것을 고려한다면, 디지털 시장에는 기회 뿐만 아니라 위험 또한 도사리고 있다"고 설명
 - Hickey는 이어 "극심한 경쟁과 낮은 진입 장벽은 EA 등의 대형 게임업체들의 수익성에 타격을 줄 수 있다"고 주장

 www.businessweek.com

게임 유통시장, 10년 내 오프라인 판매점 쇠퇴 전망

EA의 부사장 Patrick Soderlund가 게임전문 매거진과의 인터뷰를 통해 디지털 유통의 모멘텀이 지속되는 가운데, 향후 10년 내 게임 소매유통 시장 내 오프라인 판매점이 사라질 것으로 전망

■ EA 부사장 Patrick Soderlund, 향후 10년 내 오프라인 게임 판매점 사라질 전망

- ▶ EA Games의 부사장 Patrick Soderlund는 향후 10년 내에 게임 소매유통 시장에서 오프라인 판매점이 사라질 것으로 전망
 - Patrick Soderlund 부사장은 게임전문 매거진 Computer and Video Games(이하 CVG)와의 인터뷰를 통해 디지털 유통의 모멘텀은 계속될 것이며, 패키지 게임은 추억 속의 제품이 될 것으로 전망
 - Soderlund 부사장은 "현재 패키지 게임은 게임 판매 매출의 대부분을 차지하고 있으며 여전히 유용한 비즈니스 모델이지만, 장기적인 시각에서 점점 더 많은 소비자들이 다운로드 콘텐츠에 대한 수요를 확대해갈 것"으로 예측
 - Soderlund 부사장은 "사람들이 예상하는 것보다 빨리, 10년 이내에 현재의 게임 유통구조가 붕괴될 것"으로 전망
 - Soderlund은 게임 소매유통 시장과 관련한 미래 전망은 자신의 의견이며, EA측 입장은 다를 수 있다는 점을 강조
- ▶ 한편, Soderlund 부사장은 게임 유통구조의 변화가 게임 판매 방식 자체를 변화시키지는 않을 것이며, 디지털 유통모델이 캐주얼 게이머들의 게임 플레이 자체를 중단시키지는 않을 것이라고 전망
 - Soderlund 부사장은 자신의 96세 할머니도 <Cut the Rope>, <World of Warcraft> 등의 게임을 즐긴다며, 캐주얼 게이머들에게도 더 이상의 디지털 장벽은 없다고 언급
- ▶ EA의 CEO John Riccitiello에 따르면, 지난 12개월 동안 EA의 디지털게임 부문 매출은 13억 달러를 돌파한 것으로 집계
 - EA의 2012년 1/4분기 보고서에 따르면, 패키지 게임 매출은 5억 9,200만 달러를 기록한 한편, 디지털게임 매출은 서서히 오름세를 나타내면서 3억 4,200만 달러를 기록
 - EA의 COO Peter Moore는 "향후 36개월 이내 디지털게임 매출이 패키지 게임 매출을 뛰어넘을 것"으로 전망
 - Moore는 "지금으로부터 2~3년 뒤 우리가 디지털 미디어 세상에 존재할 것인지, 아니면 물리적 미디어 시대에 서 살아갈 것이냐가 결정될 것"이라고 부연

 www.computerandvideogames.com

게임업계, 선정적 게임 개발 관행에 대한 반성

세계적으로 저명한 영국 게임잡지 EDGE가 최근 폭력적이고 성적 요소가 난무하는 게임 콘텐츠에 대해 매체 및 개발자 등이 책임감 있고 균형 잡힌 비판과 개선 노력을 해야한다며 게임업계의 자성을 촉구

■ 게임업계, 여성 차별적이고 무책임한 게임 개발 및 무분별한 언론 홍보 자제

- ▶ 영국 게임잡지 EDGE가 2012년 8월 21일 오피니언란을 통해, 1990년대부터 변함없이 지속되고 있는 게임업계의 폭력적, 선정적 콘텐츠 개발 관행과 이에 대해 안일한 태도를 유지하는 게임매체를 비판
 - 성인 남성 게이머 위주로 돌아가는 게임업계의 특성상 폭력 등을 아무렇지 않게 게임 내용에 포함시키는 등 폭력적이고 저급한 게임들이 범람하고 있으며, 지난 2012년 6월 미국 LA에서 개최된 세계 최대 규모의 게임 박람회 '2012 E3 Expo'에서도 여성 차별적인 콘텐츠가 많다고 분석
 - 균형적이지 않은 게임 콘텐츠와 소셜미디어의 부작용 등에 대해 여러 비판이 있었으나, 대부분의 게임매체들은 퍼블리셔들의 의도대로 수많은 게임 스크린샷, 트레일러 영상 등 홍보물을 전달하기 바쁨
 - 게임산업은 게임 홍보와 마케팅에 치중되어 있어 문화로서의 게임이라는 가치관을 바로 세우지 못하고 있는 심각한 상황이며 이러한 현상에는 매체 종사자들의 책임도 있다는 비판
- ▶ 게임산업의 미성숙함은 업계 종사자들의 의식에서 비롯된 것으로서, 성숙한 게임산업과 게임매체가 되기 위해서는 책임감이 요구되며, 게임매체들이 보다 신뢰감을 줄 수 있도록 많은 노력 필요
 - 게임매체에 종사하는 사람들은 누구보다도 게임에 몰입하거나 게임과 관련된 특별한 추억을 좇는 사람들로써 열정적으로 일하지만, 이는 게임산업이 혁신과 다양성을 거부하고 주로 익숙하거나 유년기, 청소년기에 이미 있었던 콘텐츠를 선호하게 되는 원인으로 작용
 - 성인 게이머층의 수요를 충족시키거나 현대적 영웅 캐릭터를 탄생시키기 위해 1990년대에서 별반 달라지지 않은 폭력적 요소 및 성적 요소를 고집하는 업계 종사자들이 많았으며 실제로 이러한 결과, 성공과 부를 거머쥔 경우가 많음
 - 그러나 앞으로 게임업계에서는 자기중심적인 가치관이 아닌 자아성찰이 필요

 www.edge-online.com

클라우드 게임업체 OnLive, 모든 자산 매각

클라우드 게임 서비스 OnLive가 경영 정상화를 위해 최근 전 직원을 해고하고 모든 자산을 매각하는 방식으로 회사를 재설립하는 전면적인 사업 구조 개편에 나섬. 그러나 게임업계는 OnLive의 향후 경영 정상화 가능성에 대해 의혹을 제기

■ 클라우드 게임업체 OnLive, 경영 악화 타개책으로 '회사 재설립' 단행

- ▶ 클라우드 게임 서비스 OnLive가 최근 자사 보유 기술 및 IP(Intellectual Property) 등 모든 자산이 새로운 회사에 의해 매각되었다고 밝힘
 - OnLive는 경영 정상화를 위해 200여 명의 전 직원을 해고하고, 사명 변화 없이 회사를 재설립해 해고한 직원 중 대다수를 재고용하는 절차를 밟을 방침이라고 밝힘
 - 업계 일각에서는 지난 6월 말 Sony가 OnLive의 경쟁사인 Gaikai를 약 3억 8,000만 달러에 인수한 것으로 알려진 후, 당초 18억 달러로 평가되었던 OnLive의 기업가치가 예상보다 낮을 것이라는 초기 투자자들의 우려가 제기됨에 따라 OnLive가 이 같은 조치를 단행한 것으로 풀이
- ▶ OnLive는 회사 재설립 절차로 인한 기존 서비스 이용 불편은 없을 것이며, 앞으로도 지속적으로 새로운 서비스를 제공할 계획이라고 밝힘
 - OnLive는 2011년 말 기준 150개 이상의 게임을 제공 중이며, 모바일에서도 Xbox360, PlayStation3 등 콘솔 게임기와 동일한 환경에서 플레이가 가능하도록 지원하는 무선 컨트롤러 및 최대 4개의 컨트롤러와 헤드폰을 연결할 수 있는 USB 어댑터 등 주변기기도 판매

■ 클라우드 게임에 대한 업계의 긍정적 전망에 '치명타'

- ▶ 그러나 실제로 재고용 기회를 얻은 직원이 70명 수준에 불과한 데다, 새로운 회사의 소유주와 경영진이 공개되지 않고 있어 OnLive의 경영 정상화 가능성에 대한 의혹이 불거지는 상황
- ▶ 업계 관계자들은 몇 주 전까지만 해도 OnLive를 위시한 클라우드 게임업계가 기존 콘솔 게임시장을 위협할 것이라는 전망이 제기되어 왔다는 점을 감안할 때, OnLive의 경영 악화에 대해 충격을 감추지 못하고 있음
 - 일각에서는 OnLive가 다양한 게임을 제공해 왔지만 막상 막대한 수익을 견인할 수 있는 히트 게임을 갖추지 못한 것이 경영 악화의 주 원인이라고 지적

 www.ecommercetimes.com

차세대 게임기 'Sifteo', 2012년 11월 출시

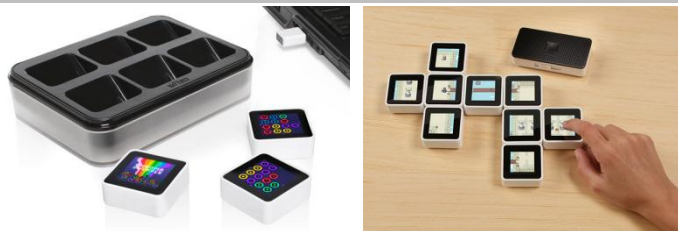
2010년 TED 컨퍼런스에서 처음 소개돼 화제가 된 차세대 'Sifteo'의 두 번째 버전이 2012년 11월에 출시. 근접 센서를 활용해 여러 블록을 붙여가면서 게임을 할 수 있는 'Sifteo'는 3D 모션 및 동작 인식 기능을 탑재한 다양한 게임 타이틀을 출시할 계획

■ MIT 연구소가 개발한 차세대 게임 'Sifteo'의 두 번째 버전

- ▶ MIT 연구소가 2010년 TED 컨퍼런스에서 처음 공개한 1.5인치 화면의 차세대 게임기 'Sifteo'의 두 번째 버전이 2012년 11월부터 판매될 예정
 - 1.5인치 화면을 가진 블록 모양의 게임 단말을 여러 대 연결해 게임을 즐길 수 있는 차세대 게임기 'Sifteo'는 2011년 크리스마스에 출시되었지만, 높은 가격과 게임 타이틀의 부족으로 큰 인기를 끌지 못함
 - 'Sifteo' 개발자 Dave Merrill은 높은 가격과 게임 타이틀 부족을 해결해 2012년 11월부터 'Sifteo'의 두 번째 버전을 판매할 것이라고 발표
 - 2012년 11월에 출시될 'Sifteo'의 두 번째 버전은 블록 게임기 하나당 35달러이며, 전용 충전기와 액세서리 그리고 블록 게임기가 포함됨 'Sifteo Package'는 130달러
 - 'Sifteo'의 두 번째 버전은 AAA 건전지로 작동되며, 이용자는 12개 블록 게임기를 연결해 게임을 즐길 수 있음
 - 미국 장난감 체인점 'Toy R'과 서점 'Barnes & Noble'에서 판매되며, 예약주문을 할 경우 2012년 11월에 배송
- ▶ 'Sifteo' 두 번째 버전은 인기 게임업체들의 참여로 다양한 게임 타이틀을 제공할 계획
 - 'Sifteo' 두 번째 버전에서는 <Teenage Mutant Ninja>를 제작한 Nickelodeon이 메인 게임 개발업체로 참여할 예정이며, 다수의 인디 게임업체들도 게임 타이틀을 제공할 계획

 www.gamasutra.com

그림 1 차세대 게임기 'Sifteo' 이용화면



[출처] Sifteo

통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 9. 9 ~ 2012. 9. 15) (단위 : 대)

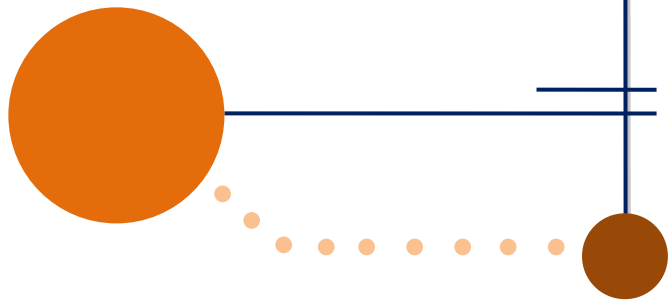
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	184,297	-7.6%	20,304,190
	2	PlayStation3	Sony	124,415	4.2%	66,436,971
	3	Xbox360	MS	98,997	-0.4%	68,335,267
	4	Wii	Nintendo	38,312	-5.2%	96,595,437
	5	PlayStation Vita	Sony	35,301	-11.9%	2,880,879
	6	PSP	Sony	24,273	-4.9%	75,009,364
	7	DS	Nintendo	23,546	-5.7%	152,037,773
SW	1	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	175,895	-25.8%	2,225,149
	2	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	161,042	신규	161,042
	3	Madden NFL 13 (Xbox360)	EA	102,046	-41.0%	994,060
	4	Guild Wars 2 (PC)	NCSOFT	92,618	-51.0%	1,169,824
	5	NHL 13 (Xbox360)	EA	81,712	신규	81,712
	6	Madden NFL 13 (PlayStation3)	EA	78,749	-48.1%	846,381
	7	Tekken Tag Tournament 2 (Xbox360)	Namco Bandai	74,695	신규	74,695
	8	NHL 13 (PlayStation3)	EA	60,382	신규	60,382
	9	Medalot 7 (3DS)	Rocket Company	53,449	신규	53,449
	10	Sleeping Dogs (PlayStation3)	Square Enix	39,316	-2.6%	343,841

[출처] VG Chartz



미국 게임시장 동향

- 높은 영업 비용으로 Facebook을 떠나는 게임업체
- Activision Blizzard, 모바일게임 개발에 올인
- EA, Zynga에 저작권 위반 소송 제기
- PopCap, 미국 및 아일랜드 스튜디오 인력 대폭 감원
- Red Robot Labs, 위치기반 모바일게임 개발
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



높은 영업 비용으로 Facebook을 떠나는 게임업체

Facebook의 사업 비용이 치솟음에 따라 점점 더 많은 게임업체들이 Apple의 iOS나 Google의 Android 등 타 플랫폼으로 떠나감. Facebook도 이러한 문제점을 인식하고 지속 가능한 게임 플랫폼 구축·유지를 위해 노력하고 있는 상황

■ 게임업체들의 이탈이 가속화되고 있는 Facebook 게임 생태계

- ▶ PC 대신 스마트폰과 태블릿PC 등의 스마트 단말기를 통해 게임을 즐기는 게이머들이 크게 늘어나고 있는 가운데, 게임업체들도 심화되는 경쟁과 영업비용 부담 등으로 Facebook을 떠나 iOS나 Android 등의 타 게임 플랫폼으로 떠나고 있음
 - Facebook 기반 소셜 게임업체로는 유명한 Zynga의 악화된 영업실적은 Facebook의 심화되고 있는 경쟁에서 비롯
 - 게임업체들을 주로 투자를 하고 있는 벤처 캐피털업체 Benchmark Capital의 Mitch Lasky CEO는 "Facebook은 여전히 게임을 통해 돈을 벌기 원하는 인디 게임 개발자들에게 있어 유망한 플랫폼"이라 전제한 후, "하지만 보다 큰 게임 퍼블리싱 업체로 성장하고자 하는 Kabam, Kixeye 및 Zynga와 같은 소셜 게임업체들은 Facebook 플랫폼에서 모바일 및 오픈 웹게임 플랫폼으로 빠르게 옮겨가고 있다"고 언급
- ▶ 과거 Facebook에 크게 의존했던 소셜 게임업체들의 Facebook 매출 의존도가 크게 감소하고 있으며, 일부 게임업체들의 경우 Facebook을 통해 올리는 매출이 전체 매출 대비 10%까지 감소한 경우도 있음
 - 실제로 <Happy Island>와 <Wasteland Empires>와 같은 Facebook 기반 게임으로 유명한 소셜 게임업체 CrowdStar의 경우, 2010년 Facebook 게임들의 매출 비중이 CrowdStar의 총 매출 중 90%를 차지했었지만 2011년에는 이 비중이 50%까지 추락
 - 또한 2012년 CrowdStar의 Facebook 매출 의존도는 단 10%에 불과할 것으로 예상되고 있으며, 나머지 90%에 달하는 매출은 모두 스마트폰 및 태블릿PC 사용자들로부터 올리게 될 것으로 전망
 - CrowdStar의 CEO인 Peter Relan 또한 "Facebook은 이제 더 이상 상업적으로 유망한 게임 플랫폼이라 할 수 없다"고 단언
- ▶ Facebook에서 신규 게이머를 모집하는 데 필요한 영업비용이 치솟음에 따라, Facebook 기반 게임을 통해 수익을 올리는 것이 매우 어려워진 것이 이러한 게임 업체들의 이탈 원인
 - Lasky는 "CrowdStar와 같은 업체들이 Facebook을 떠나고 있는 것은 Facebook 광고 등을 통해 신규 게이머를 모집하는 데에 필요한 비용이 너무 크기 때문"이라고 주장

- 게임업체는 별도의 마케팅 비용과 30%에 달하는 매출 수수료까지 Facebook에 제공하면 총 매출의 50%도 영업이익을 남기 어려움
- ▶ 사실상 Zynga의 독주 무대에 가까운 Facebook 게임 생태계에서 다른 게임업체들이 일정 수준 이상 성장하기 힘든 것 또한 이러한 이탈 가속화의 또 다른 원인
 - Facebook이 본격적으로 게임 플랫폼으로서의 위상을 확보해나가는 과정에서 중요한 역할을 한 Zynga는 2010년 여러 잡음에도 불구하고 Facebook과 다시 한번 2015년까지의 장기 계약을 통해 Facebook의 30% 수수료 정책이 안착되는데 큰 도움을 제공
 - Zynga는 여전히 총 매출의 90%를 Facebook을 통해 올리고 있는 상황이며, Facebook은 2011년에만 4억 4,400만 달러, 즉 Facebook의 연간 총 매출의 12%를 Zynga로부터 거두고 있는 상황
 - Zynga 게임들의 월간이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 수 또한 2011년 기준으로 약 2억 명에 달하고 있는데, 이는 2위권 업체의 이용자 수보다 약 4~5배 많은 수치
 - 하지만 이러한 Zynga와 Facebook 간의 끈끈한 관계에다 Zynga의 강력한 마케팅 능력 등으로 인해 다른 소형 게임업체들을 사실상 Zynga와 경쟁하는 것을 포기하고 있는 상황

■ 게임 생태계 경쟁력 강화에 나선 Facebook

- ▶ Facebook 또한 이러한 문제 상황을 인식하고 게임 업체들이 Facebook에서의 사업에 매력을 느낄 수 있게 하기 위해 자체 게임 생태계 경쟁력 강화에 나서고 있는 상황
 - Kixeye의 마케팅 담당 상무인 Brandon Barber는 "게임 개발업체에게 있어 Facebook은 여전히 사람들에게 게임을 알릴 수 있는 가장 효과적인 방법"이라며, "Facebook이아말로 사람들이 있는 곳으로 가장 훌륭한 게임 생태계라는 것을 확신한다"고 주장
- ▶ Facebook은 별도의 서비스 비용을 청구하지 않으면서도 게임 개발자들이 자신들의 게임을 쉽게 홍보할 수 있는 'App Center'서비스를 5월 시작하는 등 치솟고 있는 게임업체들의 마케팅 부담을 줄일 수 있는 방법을 고민 중
- ▶ 또한 Kabam나 Kixeye와 같은 게임업체들과 게임을 즐기는 Facebook 이용자들간의 의사소통을 더욱 쉽게 할 수 있는 새로운 게임 요소를 개발하기 위해 노력
 - 시장조사업체 Digital World Research의 컨설턴트 P.J. McNealy는 "Facebook이 게임 업체들의 의견을 경청함에 따라 지난 2개월 사이 게임업체들의 불만도 어느 정도 수그러들고 있다"면서, "누구도 대적할 수 없을 만큼 엄청난 이용자 기반을 보유한 Facebook은 소셜게임에 있어 최고의 게임 플랫폼이라는 위치를 유지할 기회를 아직까지 갖고 있다"고 분석

 www.chicagotribune.com

Activision Blizzard, 모바일게임 개발에 올인

Activision Blizzard의 모바일 사업부문 부사장 Greg Canessa에 따르면, 머지않은 미래에 모바일 단말이 차세대 게임콘솔의 성능을 구현할 것으로 전망되는 가운데, Activision은 자사 유명 IP를 이용한 모바일게임 개발에 주력하고 있음

■ Activision Blizzard, 자사 소유 350개 IP 기반의 모바일게임 개발에 총력

- ▶ Activision Blizzard의 모바일 사업부문 부사장 Greg Canessa는 게임전문 매거진 CVG와의 인터뷰를 통해 모바일 단말이 조만간 콘솔게임의 그래픽 충실도를 재현해낼 수 있을 것으로 전망
 - Canessa 부사장은 "모바일 단말의 CPU 및 GPU 성능은 다음 세대가 오기 전 콘솔게임의 그래픽 충실도와 프로세싱 파워를 구현할 것"이라고 언급
 - "Activision은 기존 캐주얼게임과 몰입적 게임경험을 혼합한 모바일게임을 개발 중"이며, "스마트폰은 몰입적 게임 플레이 환경을 보다 잘 구현할 수 있기 때문에 Activision Blizzard는 기존 콘솔이나 PC용으로 퍼블리싱한 게임을 태블릿PC 또는 스마트폰용으로도 발매할 계획"이라고 밝힘
- ▶ Activision Blizzard는 자사의 유명 IP를 모바일게임으로 개발하기 위해 올인
 - Canessa 부사장은 "Activision Blizzard는 350개 서로 다른 브랜드와 IP를 보유하고 있으며, 이는 모두 법적으로 유효한 메이저급 IP"라며, "우리는 Activision Blizzard의 포트폴리오로부터 모바일게임을 개발, 다양한 경험을 축적하길 원한다"고 언급
 - Activision Blizzard 모바일 사업부문의 최대 경쟁력은 브랜드 파워로, 새로운 IP 개발 및 마케팅을 위해서는 상당한 비용이 소모되지만, Activision Blizzard의 경우 자사가 보유한 풍부한 IP자원으로 후광효과를 누릴 수 있음
 - 실제 Activision Blizzard는 영국 내 모바일게임 개발에 상당 금액을 투자하고 있으며, 모바일게임 개발 인재를 채용

 www.gameindustry.biz

EA, Zynga에 저작권 위반 소송 제기

EA는 Zynga의 소셜게임 <The Ville>이 자사의 <The Sims Social>을 표절했다는 이유로 미국 법원에 소송을 제기했으며, 이는 모방행위를 일삼는 게임업체에 맞서 창작산업으로서의 게임산업 전체를 위한 것이라고 밝힘

■ EA, Zynga의 소셜게임 <The ville>에 <The Sims Social> 표절 혐의로 제소

- ▶ 2012년 8월 EA가 Zynga를 저작권법 위반 혐의로 미 법원에 제소하면서 게임업계의 주목을 받음
- ▶ EA는 Zynga의 페이스북 게임 <The Ville>이 자사의 2011년 출시작 <The Sims Social>을 표절했다고 주장하면서, 게임 내 애니메이션, 디자인, 캐릭터 행동 등에서 일반인들은 두 게임의 차이를 알아보기 어려울 정도라고 밝힘
 - <The Sims Social>은 EA 십즈 시리즈의 소셜게임으로 2011년 8월 출시되었으며, Zynga의 <The Ville>는 2012년 6월 페이스북에 출시되면서 인기를 끌고 있음
- ▶ EA의 COO Peter Moore는 유럽 게임전문 사이트 Eurogamer와의 인터뷰에서 <The Sims Social>은 오래 전에 만들어진 <The Sims>를 기반으로 자체적으로 창작한 것이며, <The Ville>는 이를 표절한 것이 분명하다고 주장
 - 그는 또한 이번 소송이 게임을 제작한 Maxis Studio뿐 아니라 산업전체를 위한 것으로서 오랜 기간에 걸쳐 스토리라인과 캐릭터를 구축하고 게임을 창작해내는 이들을 대표해 단 몇 달 만에 모방게임을 만들어내는 행위에 대응하기 위함이라고 밝힘
 - 그는 소규모 게임사 및 개발자들이 이번 EA의 소송에 지지를 표했다고 전하면서, 창작산업으로서의 게임은 모방의 대상이 되어서는 안 된다고 주장
- ▶ 한편 Zynga는 EA의 표절 의혹을 일축하면서 소송에 맞서 자사의 권리 보호를 위해 최선을 다할 것이라고 밝혔음

 www.eurogamer.net

PopCap, 미국 및 아일랜드 스튜디오 인력 대폭 감원

EA의 자회사이자 캐주얼 게임업체인 PopCap이 미국 시애틀 본사 및 아일랜드 더블린 스튜디오의 인력을 감원하는 등 조직개편에 착수한 것으로 전해졌으며, 향후 신규 플랫폼과 게임 타이틀 개발에 주력할 전망

■ PopCap, 조직 개편 통해 소셜 게임사업에 역량 집중

- ▶ 최근 캐주얼 게임업체 PopCap이 미국 시애틀의 본사 직원 50명 이상과 아일랜드 더블린에 위치한 자사 스튜디오 인력을 해고했다는 소식이 전해지면서 업계의 주목을 받음
 - PopCap의 공동 설립자인 John Vechey는 자사의 블로그를 통해 "직원들에게 본사를 포함한 북미 스튜디오의 인력 감축 계획을 전달하고, 아일랜드 더블린 스튜디오의 유럽 지역 성과에 대한 평가와 함께 스튜디오 폐쇄 여부를 검토 중이라고 말했다"고 언급
 - John Vechey 설립자는 이번 조직 개편 관련해 유감을 표하면서도 "본사 직원 50여명이 해고되는 것은 안타까운 일이지만 PopCap은 지난해 많은 인력을 신규 채용하며 급성장을 거듭해왔고, 여전히 성장세를 이어가고 있어, 연말 전체 직원 수는 연초와 비슷한 수준일 것"이라고 강조
 - 반면 한 PopCap 대변인은 한 매체와의 인터뷰에서 더블린 스튜디오의 폐쇄 또는 인력 감축 가능성에 대해 아직 아무것도 결정된 것이 없다고 일축
- ▶ PopCap은 급속도로 변화하는 모바일과 소셜 게임시장에 대응하기 위해 비즈니스 효율화 및 신규 사업 강화에 집중
 - 조직 개편에는 PopCap이 나날이 치솟는 부분유료화 기반 모바일 및 소셜게임의 인기에 즉각적으로 대응하지 못한 점이 원인으로 추정
 - John Vechey 설립자는 "부분유료화 기반 모바일 및 소셜 게임시장이 너무나 빠르게 성장하고 게이머의 기호와 니즈 또한 급격하게 변화하고 있어 조직 및 사업 개편이 불가피한 상황"이라며, "향후 새로운 플랫폼에 맞는 신규 게임 개발에 투자해 초창기 PopCap과는 전혀 다른 모습으로 변화할 것"이라고 강조
 - 또한 그는 이번 조직 개편 결정에는 비용 절감과 효율성 제고, 수익규모 유지 등 경제적 요인도 있다고 지적

 www.mcvuk.com

Red Robot Labs, 위치기반 모바일게임 개발

미국의 위치기반 모바일게임 개발 및 퍼블리싱 관련 스타트업체인 Red Robot Labs가 최근 자사의 모바일게임 플랫폼 'R2'를 서드파티에게 공개하고, 신규 위치기반 모바일 게임 개발에 주력해 최고의 위치기반 모바일 게임업체로 도약하겠다고 밝힘

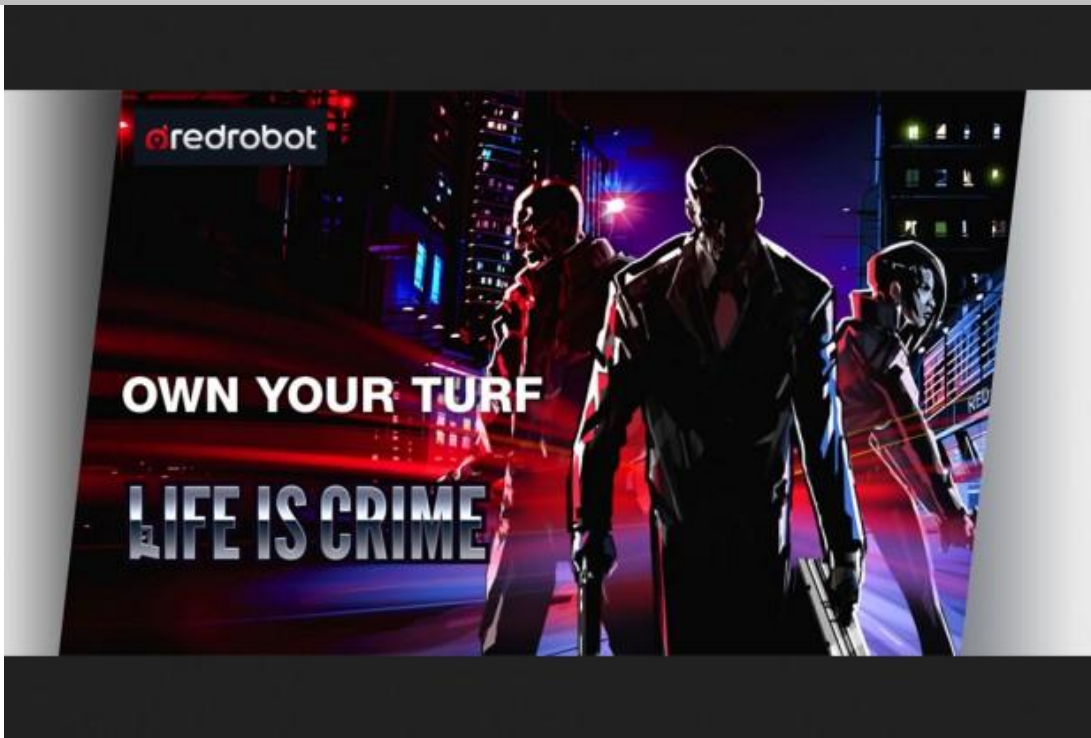
■ Red Robot Labs, 위치기반 모바일게임 분야의 1인자로 도약 다짐

- ▶ 미국 캘리포니아 소재 위치기반 모바일 게임업체 Red Robot Labs가 2012년 8월 22일, 3개의 외부 개발업체와 협력해 자사의 모바일게임 플랫폼 'R2'를 통한 위치기반 모바일게임 서비스를 강화
 - 서드파티들은 Red Robot Labs의 전문적인 위치기반 모바일게임 기술을 이용해 완성된 게임을 Red Robot Labs의 이름으로 'R2'에서 판매할 수 있으며, 자금 지원 또는 수익 분배 옵션에 대해 선택권이 있음
 - 특히 Red Robot Labs는 자체 개발한 iOS, Android OS 대응 위치기반 MMO게임 타이틀인 <Life Is Crime>를 통해 호평을 받은 3D 벡터 맵, 지역 정보, 각종 인덱스와 관련된 독자적인 모바일 테크놀로지를 서드파티들에게 제공할 예정
 - Red Robot Labs는 'R2'에서 판매할 수 있는 서드파티의 위치기반 모바일게임 개발 촉진을 위해 이미 200만 달러 이상을 투입했으며 이용자 기반 확대와 수익 극대화를 도모하고 있음
- ▶ Red Robot Labs는 'R2' 플랫폼에 참여하는 업체들과의 시너지 효과를 통해 위치기반 모바일게임 시장을 주도하고, 궁극적으로는 모바일업계에서 PC게임 1위 디지털 유통 플랫폼 'Steam'과 같이 되는 것이 목표
 - 이번에 'R2'에 참여하는 서드파티는, 독립 개발사인 Box of Robots와 ShortRound, 소셜게임 스튜디오인 50 Cubes 등 3개 업체
 - Red Robot Labs는 이미 지난 2012년 3월 파트너십을 체결한 대만의 애니메이션 업체 Next Media와 2011년에 인수한 영국 스튜디오 Supermono와 함께 모바일 'R2' 플랫폼 개발에 주력
 - Red Robot Labs는 자체 개발한 신규 위치기반 모바일게임 타이틀 일부를 지난 2012년 8월 31일~9월 2일 미국 시애틀에서 개최된 게임 페스티벌 'Penny Arcade Expo(PAX)'에서 최초 공개한 바 있으며, 2012년 내에 'R2'를 통해 ShortRound의 <Global Outbreak>, 50 Cubes의 <Fashion Match>, 그리고 Box of Robots, Next Media, Supermono의 타이틀 다수를 출시할 예정
 - Red Robot Labs의 Mike Ouye CEO는 "스마트폰, 태블릿PC가 급속도로 확산되고 있는 가운데, 콘솔게임 및 소셜게임 분야의 유능한 개발자들이 획기적인 위치기반 모바일게임 관련 아이디어를 제시해, 투자와 협력을

아끼지 않을 계획"이라며, "Red Robot Labs는 향후 위치기반 모바일 게임시장의 주역으로서 모바일 게임업계의 'Steam'과 같은 존재가 될 것"이라고 기대

 www.marketwire.com

그림 2 Red Robot Labs의 최신 모바일게임 <Life Is Crime>



[출처] Red Robot Labs

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 2 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 9. 9 ~ 2012. 9. 15) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	53,132	-0.9%	35,195,215
	2	3DS	Nintendo	50,917	-11.1%	5,690,988
	3	PlayStation3	Sony	36,845	-1.7%	21,903,336
	4	Wii	Nintendo	14,316	-4.5%	39,606,492
	5	DS	Nintendo	11,351	-8.4%	51,185,026
	6	PlayStation Vita	Sony	8,925	-3.6%	775,288
	7	PSP	Sony	1,720	-10.5%	19,567,901
SW	1	Madden NFL 13 (Xbox360)	EA	81,088	-42.0%	818,241
	2	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	80,589	-30.3%	522,920
	3	Madden NFL 13 (PlayStation3)	EA	59,317	-50.0%	682,058
	4	NHL 13 (Xbox360)	EA	58,158	신규	58,158
	5	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	52,565	신규	52,565
	6	Tekken Tag Tournament 2 (Xbox360)	Namco Bandai	43,745	신규	43,745
	7	Guild Wars 2 (PC)	NCSOFT	35,073	-58.9%	514,244
	8	NHL 13 (PlayStation3)	EA	33,574	신규	33,574
	9	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360)	Activision Blizzard	13,752	29.5%	8,278,980
	10	Wii Sports (Wii)	Nintendo	10,618	-5.9%	36,014,604

[출처] VG Chartz

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 3 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 9. 18 ~ 2012. 9. 24) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	580,385
2	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	67,720
3	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	62,098
4	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	38,072
5	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	29,419
6	EVE Online	CCP Games	Sci-Fi	다운로드/CD판매	27,693
7	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine SA	Fantasy	다운로드	27,581
8	Aion	NCSOFT	Fantasy	다운로드	21,824
9	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	21,061
10	Diablo III	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	20,691

[출처] MMORPG

통계 미국 App Store 게임 순위

표 4 App Store 인기게임 순위*(2012. 9. 24 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Wipeout	Activision Publishing	Family	1.99
	2	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	3	Words With Friends	Zynga	Board	0.99
	4	Rayman Jungle Run	Ubisoft	Action	2.99
	5	Angry Birds Space	Rovio Entertainment	Arcade	0.99
	6	MADDEN NFL 12 by EA Sports	EA	Sports	0.99
	7	Asphalt 7: Heat	Gameloft	Racing	0.99
	8	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
	9	NFL Kicker 13	Full Fat	Sports	0.99
	10	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
무료	1	Shopping Cart Hero 3	MonkeyWantBanana	Action	-
	2	Home Design Story	TeamLava	Adventure	-
	3	Indestructible	Glu Games	Action	-
	4	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	5	SongPop Free	FreshPlanet	Music	-
	6	Gems With Friends Free	Zynga	Arcade	-
	7	Bubbles Burst	Karmic Apps	Action	-
	8	Zombie Chasing	MagicBone	Action	-
	9	Flick Champions HD	Chillingo	Arcade	-
	10	The Simpsons: Tapped Out	EA	Adventure	-

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

통계 미국 Google Play 게임 순위

표 5 Google Play 인기게임 순위*(2012. 9. 24 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	Cut the Rope	ZeptoLab	Brain&Puzzle	0.99
	4	Angry Birds Space Premium	Zynga	Arcade&Action	0.99
	5	Granny Smith	Mediocre	Arcade&Action	0.99
	6	Grand Theft Auto III	RockStar Games	Arcade&Action	4.99
	7	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	8	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
	9	Where's My Perry?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	10	OSmos Hd	Editors' Choice	Arcade&Action	0.99
무료	1	Bubble Shooter	Cool Mango	Casual	-
	2	Burger	Magma Mobile	Casual	-
	3	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	4	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	5	Jail Escape	Mazjustin	Arcade&Action	-
	6	SongPop Free	Freshplanet	Casual	-
	7	Angry Birds Space	Rovio	Arcade&Action	-
	8	Words With Friends	Zynga	Brain&Puzzle	-
	9	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	10	Flow Free	Big Duck Games	Brain&Puzzle	-

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



아시아 게임시장 동향

◆ 중국 게임시장 동향

- 중국 온라인게임 6대 업체의 매출총액, 첫 마이너스 성장
- 중국 모바일 게임시장, 동질화 및 순위 조작 심각
- Tencent, 게임 매출과 장기 투자 계획을 통해 성장세 유지
- Perfect World, 2사분기 순이익 전년 대비 50% 감소
- 온라인 게임업체 Tencent, 'QQ 메신저'로 사업 다각화
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

◆ 일본 게임시장 동향

- 춘추전국시대에 돌입한 일본 소셜 게임시장, 성장세 지속
- 일본 주요 SNS, 계절적 요인 작용으로 MAU 감소
- Nintendo, 게임콘솔의 통신 기술 특허 1위 차지
- Square Enix, 클라우드 게임 플랫폼 'Core Online' 출시
- GREE, 소셜TV 'GREE TV' 개발
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

◆ 기타 게임시장 동향

- 호주 주정부, 'R18+' 성인 게임등급 도입 법안 통과
- 베트남, 5년내 제2의 인터넷 붐 전망
- Blizzard, <World of Warcraft> 이란 이용자 접속 차단
- 인도, 환율변동으로 'Xbox360' 판매 가격 상승



중국 게임시장 동향

중국 온라인게임 6대 업체의 매출총액, 첫 마이너스 성장

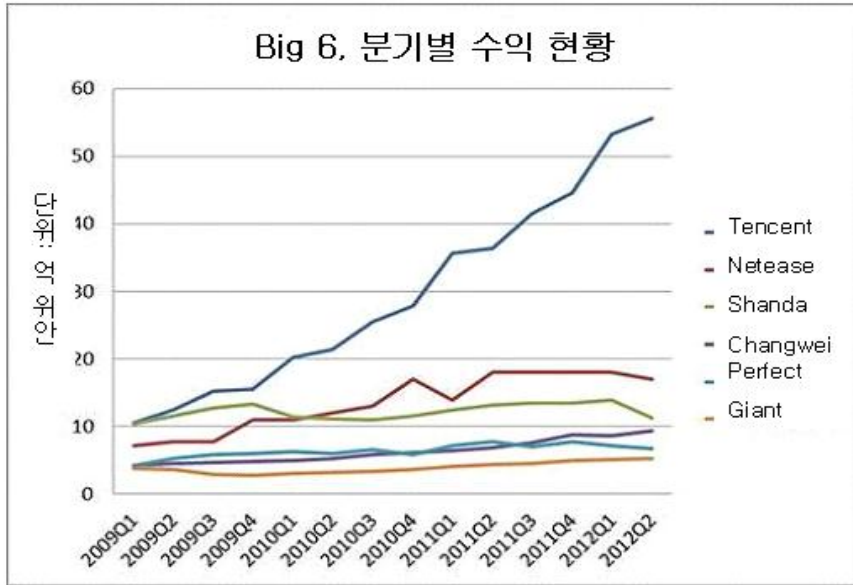
중국 온라인 게임시장의 80%를 장악하고 있는 6대 업체 Tencent, NetEase, Shanda Games, Changyou, Perfect World, Giant의 매출총액이 2012년 2월 전 분기대비 최초로 마이너스 성장을 기록했으며, Shanda, Perfect World, NetEase의 실적 하락이 원인

■ 중국 온라인게임 6대 업체의 매출 총액, 2009년 이후 첫 마이너스 성장 기록

- ▶ 중국 주요 온라인 게임업체가 2012년 2분기 실적을 발표한 가운데, 6대 기업인 Tencent, NetEase, Shanda Games, Changyou, Perfect World, Giant Networks의 매출총액이 2009년 이래 처음으로 전 분기대비 마이너스 성장을 기록
 - 6대 업체의 매출 총액은 2012년 1사분기 106억 위안에서 2사분기 105억 3,500만 위안으로 1%의 마이너스 성장을 기록했으며, Shanda와 Perfect World, NetEase의 실적 하락이 그 주요 원인
 - 매출규모의 경우 6대 업체의 순위는 지난 분기와 동일하지만 순이익에서는 Changyou가 Shanda Games를 추월했으며, 웹게임 부문에서 좋은 성적을 거둔 Changyou는 영업수익 면에서도 Shanda Games를 압박
 - Shanda의 매출 총액은 동기 대비 14% 감소했지만 순이익은 오히려 동기대비 1% 증가했으며 지난 분기 자본이 동기 대비 18.2% 감소했다는 점을 감안할 때, Shanda의 탁월한 자본 운용 수완이 입증
- ▶ 2분기에 신임 CEO를 영입한 Shanda Games와 Perfect World는 실적 하락에도 불구하고 상당수 투자은행으로부터 높은 평가를 받고 있음.
 - 글로벌 투자업체 Morgan Stanley는 Shanda Games의 후속작품과 자본 운용 및 자금 순환 등을 높이 평가하고 '비중확대' 의견을 제시했으나, 목표 주가는 주당 5.5위안으로 하향 조정
 - Citi Bank는 Perfect World의 실적 둔화가 한동안 유지되겠지만 현재 주가는 저평가되었다고 분석
 - 현 단계에서 홍콩에 상장된 Tencent의 수익률이 35배인데 반해, 미국에 상장된 NetEase의 수익률은 12배, Shanda는 4.85배, Changyou는 4.69배, Perfect World는 3.57배, Giant는 6.13배에 그침

www.17173.com

그림 3 중국 온라인게임 6대 기업의 분기별 수익 현황



[출처] 17173.com

중국 모바일 게임시장, 동질화 및 순위 조작 심각

중국 모바일 게임시장은 밝은 전망에도 불구하고 모방게임의 난립 및 앱스토어 순위 조작 등의 문제로 사용자는 물론 게임업체와 산업 전체의 장기적인 발전에 부정적인 영향을 미치고 있음

■ 중국 모바일 게임시장, 동질화 및 순위조작이 산업 발전 저해

- ▶ 2012년 9월 17일 Fobes가 발표한 중국 모바일 인터넷 Top30 중 게임관련 업체수는 11개로 모바일 인터넷 시대에 모바일 게임산업에 대한 낙관적인 전망을 반영
- ▶ 중국 모바일 게임산업은 밝은 전망에도 불구하고 업계를 대표할 만한 업체가 부재하여 전체 모바일 게임시장에서 한 달 영업수익이 500만 위안을 넘는 곳은 수십여 개에 불과하며, 한 달 영업수익이 1,000만 위안을 넘는 곳은 두 곳뿐
- ▶ Punch box(觸控科技) CEO 천우즈(陳吳芝)의 설명에 따르면 중국 모바일 게임시장의 높은 실패율과 저조한 영업수익은 모방게임의 난립으로 인한 심각한 동질화 현상과 수익만 좇는 일부 비양심적인 투자기관, 중국 특유의 무료 게임 문화 등이 그 주요 원인
 - Feiliu의 CEO 니쉬엔러(倪縣樂)는 앱스토어 순위 200위 안에 올라야 성공한 게임이라고 볼 수 있으나, 상당수 게임이 순위조작으로 상위권에 진입했다가 금세 사라지고 있다고 지적
 - 천우즈 CEO는 순위조작이 열심히 게임을 만드는 업체에 타격을 주는 것은 물론 사용자에 대한 기만행위라며 장기적인 모바일 게임산업 발전에 해를 끼친다고 설명

■ 순위조작 문제를 효과적으로 해결하기 위한 애플의 고민

- ▶ 순위조작으로 인한 피해를 인식한 Apple이 올해 3월 제재에 나선 끝에 순위조작 문제를 일부 억제 하는데 성공했으나, 순위조작 문제가 다시 불거지자 7월 검색어 계산법에 대한 조정에 나서며 순위 조작 문제 해결에 착수
 - 그러나 순위조작을 전문으로 취급하는 업자는 순위에 따라 가격은 천차만별(2,000~2만 5,000위안)로 이에 대한 조사를 받아 순위에서 내려간 경우는 없다고 밝혔으며, 보다 심층적인 조치 없이는 Apple이 순위조작 문제를 해결 하지 못할 것이라고 전망

 www.games.sina.com.cn

Tencent, 게임 매출과 장기 투자 계획을 통해 성장세 유지

홍콩 증시에 상장된 게임업체 Tencent의 시가총액이 Facebook을 넘어선 약 540억 달러를 기록하는 등 무서운 성장세를 보임. Tencent는 여기서 멈추지 않고 다양한 인터넷 서비스 개발을 위한 적극적인 투자로 현재의 성장세를 이어갈 것으로 전망

■ Tencent, 게임을 발판으로 SNS, e-commerce, 모바일채팅 등 사업 포트폴리오 구축

- ▶ IT 전문잡지 Total Telecom의 2012년 8월 14일 심층기사 "China's Tencent powers ahead of Western counterparts"에 따르면, 중국산 온라인게임은 지난 10년간 급속히 발전했으며 특히 2006년부터 본격적으로 해외 진출을 시작해 지금까지 해외 수출액이 18배 이상 증가한 것으로 나타남
- ▶ 중국의 인터넷 업체 Tencent의 시가총액이 대표 소셜 미디어 사업자 Facebook의 시가총액마저 크게 넘어선 540억 달러 규모를 기록하는 등 장기적 성장을 위한 서비스 포트폴리오 구축에 나서고 있는 Tencent의 성장 가능성이 매우 높은 평가를 받고 있음
 - 1998년 설립되어 인스턴트 메신저 서비스로 기반을 쌓아온 Tencent는 세계 최대의 온라인 시장임에도 불구하고 Google이나 Facebook 등 미국 인터넷 업체의 진입이 매우 제한적인 중국 시장을 발판 삼아 온라인게임, 검색 및 광고 서비스, 소셜 미디어 서비스에 이르기까지 인터넷을 통해 가능한 거의 모든 서비스를 제공 중
 - Tencent의 매출은 전년 동기의 10억 400만 달러에서 크게 상승한 15억 9,000만 달러를 기록할 것으로 예상
- ▶ Tencent 온라인게임 서비스의 경우 MMORPG부터 일인칭 슈팅, 캐주얼 게임에 이르는 거의 모든 장르에서 가장 인기 있는 게임들을 다수 서비스하고 있으며, 온라인게임 부문의 매출액이 Tencent의 전체 매출 중 절반 이상을 차지
- ▶ Tencent는 게임 영역의 안정적인 수입을 바탕으로 다양한 사업 포트폴리오를 갖추기 위한 투자를 진행 중이며, 단기적 수익보다는 장기적 성장 전망에 초점을 맞추고 있는 것으로 분석
 - 일례로, Tencent는 Alibaba나 360buy.com이 장악하고 있는 중국의 e-commerce 시장에 진출하기 위해 투자를 집중하고 있음
- ▶ 이 외에도 Tencent는 음성 통화와 문자 메시지를 비롯해 사진 공유, 위치기반 만남 서비스까지 통합 제공하는 모바일 채팅 서비스 'WeChat'의 성장세에도 큰 관심을 갖고 있음
 - 'WeChat'은 2011년 서비스를 시작한 이래 이미 1억 회 이상의 다운로드 수를 기록했으며, 이는 곧 'WeChat'이 중국 내 광고 시장의 주요 대상인 중산층 그룹에서 막대한 이용자 기반 구축에 성공했다는 것을 의미

Perfect World, 2사분기 순이익 전년 대비 50% 감소

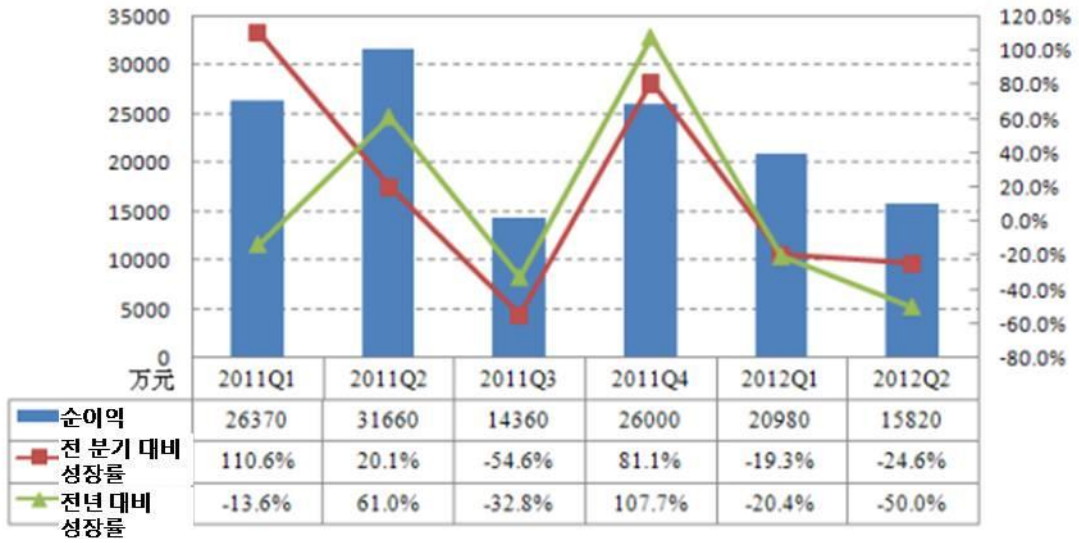
2012년 8월 발표한 Perfect World의 2분기 실적보고 결과, 2012년 2분기 매출은 전년 대비 13.2% 감소한 6억 7,640만 위안, 순이익은 50% 감소한 1억 5,820만 위안으로 저조한 실적을 기록

■ Perfect World, 2012년 2사분기 순이익 전년 대비 50% 감소한 1억 5,820만 위안 기록

- ▶ 2012년 8월 29일 Perfect World가 발표한 2사분기 실적발표에 따르면, Perfect World의 2사분기 매출 규모는 6억 7,640만 위안으로 전년대비 13.2% 감소했으며 순이익은 1억 5,820만 위안으로 전년대비 50% 감소
 - 이에 대해 Perfect World는 신규 작품의 출시와 함께 3,4사분기에는 성장세를 회복할 것이며 MMORPG 부문에서의 우위를 발휘하는 한편 웹게임 시장에 적극적으로 진입할 것이라고 밝힘
 - Perfect World는 2사분기 동사의 주력작인 <주선>의 기여가 줄어들면서 실적이 둔화되었으나, 3사분기 대규모 업데이트와 함께 다시금 성장을 회복할 것으로 전망
- ▶ Perfect World는 최근 루이스 차의 유명 동명소설을 기반으로 한 새로운 3D MMORPG <Legend of the Condor Heros>를 공개했으며, 이와 함께 <Return of the Condor Heroes>도 2012년 하반기에 출시할 계획
 - 그 외 <Swordsman Online>과 <Saint Seiya Online> 등 높은 기대를 받고 있는 MMORPG를 통해 전세계 게이머들을 공략하겠다는 계획
- ▶ 한편 Perfect World는 COO인 홍샤오(蕭泓)를 공동 CEO로 선임했으며, 기존 CEO 츠위핑(池宇峰)은 공동 CEO를 선임한 이유가 회사의 사업전략을 더욱 강력하게 실행하기 위함이라고 밝힘
 - 츠위핑은 회장 직위를 유지하며 회사의 전략적 방향 설정에 주력할 계획이며, 홍샤오는 회사 운영의 효율성을 향상시키는 역할을 맡게 됨
 - 새로 CEO에 선임된 홍샤오는 온라인 게임산업에서 글로벌 리더로 성장하기 위해 전 세계 임직원들과 긴밀하게 협력할 것이라고 말함
 - 2사분기 해외시장에서 Perfect World의 선전을 언급하며, 최근 일본 자회사가 2D 액션 MORPG인 <Dark Blood>의 운영 계약을 체결한 한편, 터키와 아제르바이잔 등 커버리지를 확장하며 새로운 라이선스 협약을 체결했다고 밝힘

 chinagame.178.com

그림 4 2011년 1분기~2012년 2분기 Perfect World의 순이익 추이 (단위: 만 위안, %)



[출처] Perfect World

온라인 게임업체 Tencent, 'QQ 메신저'로 사업 다각화

중국 온라인 게임업체 Tencent는 중국 인구의 절반에 달하는 7억 5,200만 명의 일반 회원 및 3,000만 명에 달하는 유료 서비스 회원을 자랑하는 'QQ 인스턴트 메신저'를 기반으로 온라인게임과 온라인 네트워크 서비스로 사업 다각화를 추진

■ Tencent, 'QQ 인스턴트 메신저'의 이용자 기반을 이용한 방대한 사업 영역 구축

- ▶ 중국의 메이저 온라인 게임업체 Tencent가 광고 사업 부문 강화에 나선 가운데, Tencent가 유료 서비스 사업 부문에서 안정적인 수익을 올릴 수 있는 것은 'QQ 인스턴트 메신저' 서비스 덕분인 것으로 파악
 - Tencent는 중국의 경기 침체 신호를 포착하고 이에 대비하기 위해 중소 규모의 기업이 광고를 쉽게 구매할 수 있도록 지원하는 자체 광고 구매 플랫폼을 준비 중이며, 중국의 위성 방송사들과 함께 P&G가 스폰서하고 있는 런던 올림픽 출전 선수 39명에 대한 생방송 인터뷰 등을 제작
 - Tencent의 중국 내 광고 기획 부문을 총괄하고 있는 Sophia Ong은 이에 대해 "경기 침체로 인한 압박을 느끼고 있긴 하지만 Tencent는 사업 성장에 자신감을 갖고 있다"며, "우리는 한 가지 전략을 고수하는 대신 멀티 플랫폼 전략을 구사하기 때문"이라고 언급

■ 온라인게임에서 모바일게임에 이르기까지 광범위하게 사용되는 'QQ 인스턴트 메신저'

- ▶ Qzone과 Pengyou로 대표되는 소셜 네트워크 서비스부터 모바일 채팅 Weixin, 마이크로 블로그 Weibo 및 온라인 게임 서비스에 이르기까지 광범위한 Tencent의 멀티 플랫폼 전략의 중추는 1998년 서비스를 시작한 QQ 인스턴트 메신저 서비스에 기반함
 - QQ 서비스는 현재 7억 5,200만 명의 활동 이용자 수를 보유하고 있는 것으로 알려져 있으며, 이는 중국 전체 인구의 절반에 가까운 수치이자 사실상 중국 온라인 인구의 90% 이상이 QQ 서비스를 비롯한 Tencent 서비스를 이용하고 있음을 의미
 - Tencent은 QQ 서비스를 중심으로 수많은 서비스의 이용자 계정을 통합
 - Ong은 "최대 라이벌 업체인 Sina는 물론 다른 온라인 미디어 업체들과 달리, Tencent는 대부분의 수익을 엔드 유저에 의존하고 있다"며, "이는 7억 명에 달하는 QQ 서비스 이용자 기반 덕분"이라고 주장
 - 대부분의 이용자들은 Tencent의 무료 기본 서비스만을 사용하지만 매월 10RMB(약 1,780원)의 QQ 유료 서비스 이용자도 3,000만 명에 달하며, 이를 통해 Tencent은 매월 4억 7,000만 달러(약 5,300억 원)에 달하는 수입을 안정적으로 올리고 있음

■ Tencent의 'QQ 인스턴트 메신저 이용자', 서드파티에게 매력적인 조건

- ▶ 현재 Tencent의 총 수입 중 80%가 QQ 유료 서비스에서 발생하고 있는데, 이는 Facebook의 매출 중 Facebook Payments 서비스의 매출 비중이 16%에 불과한 것을 고려하면 놀랄 만한 차이
 - Tencent은 막대한 QQ 이용자 층을 지렛대 삼아 빠르게 성장하고 있는 Weibo 시장에서도 Weibo 친구들 간 소셜광고 서비스를 통해 수익을 발생시키려 노력
- ▶ 한편, Tencent은 작년 미국의 게임 스튜디오 두 곳을 인수하며 MMO 게임에도 의욕을 보이고 있으며, 서드파티 서비스를 위한 플랫폼으로의 역할도 고려

 www.paidcontent.org

그림 5 글로벌 인스턴트 메신저 서비스로 성장한 'QQ 인스턴트 메신저'



[출처] Tencent

통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위(2012. 9. 24 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	27.39
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	19.65
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	12.43
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	9.03
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.74
6	역전(逆战)	Tencent	-	4.21
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.89
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.46
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.13
10	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-	1.13

[출처] Barchina.net

통계 중국 MMO게임 순위

표 7 중국 MMO게임 순위(2012. 9. 24 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.54
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-	9.10
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	8.03
4	헌원전기(轩辕传奇)	Tencent	+1	6.48
5	대화서유(大话西游)	NetEase	+1	6.39
6	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	+1	5.75
7	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-3	5.37
8	마역(魔域)	91.com	+1	4.36
9	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-1	4.12
10	구음진경(九阴真经)	Snail	-	2.82

[출처] Barchina.net

통계 중국 캐주얼 게임 순위

표 8 중국 캐주얼게임 순위(2012. 9. 24 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent		52.70
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent		24.22
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent		15.41
4	오디션(劲舞团)	NineYou		2.15
5	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games		1.28
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong		1.01
7	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment		0.87
8	알투비트(QQ音速)	Tencent		0.44
9	51신현무(51新炫舞)	51.com		0.28
10	NBA2KOnline(NBA2KOnlin2)	Tencent		0.26

[출처] Barchina.net



일본 게임시장 동향

춘추전국시대에 돌입한 일본 소셜 게임시장, 성장세 지속

일본 소셜 게임시장 규모가 2012년에도 높은 성장세를 기록할 것으로 기대되는 가운데, 미국과 달리 다수의 일본 소셜 게임업체들이 시장을 주도. 일본 소셜게임은 콘솔게임 이용자까지 끌어들이며 더욱 세력을 확대하고 있는 상황

■ 일본 소셜 게임시장, 다수의 플레이어가 저마다 성과 거두며 성장세 견인

- ▶ 시장조사업체 Enterbrain과 DFC Intelligence가 2012년 8월 발표한 일본 소셜 게이머 1,600명을 포함, 총 6만 9,000명의 게이머를 대상으로 실시한 설문조사 보고서 "The Secret of Gree & Mobage's Success-How to Succeed with in-App Purchase in the Mobile SNS Market"에 따르면, 일본 소셜게임 시장 규모가 급격한 성장세를 지속할 것으로 전망
 - 일본에서 소셜게임 인기가 계속되고 부분유료화 모델에 기반한 유료 콘텐츠 이용률이 높아, 소셜 게임시장 규모는 2011년 2,110억 7,000만 엔(약 26억 달러)에서 2012년 2,700억 엔(약 34억 달러)으로 큰 폭의 성장세가 기대
 - 일본은 메이저 소셜 게임업체 GREE, DeNA를 비롯해 다수의 멀티 플랫폼 SNS 사업자들이 모바일 SNS 시장을 형성하고 있어, Zynga로 대표되는 메이저 소셜 게임업체 외에 성공한 업체가 적은 미국 소셜 게임시장과는 대조적 양상을 보임
- ▶ 일본 소셜 게이머들이 가장 선호하는 SNS는 mixi, Mobage(DeNA), GREE이며, 15~59세 일본 게이머의 46%가 SNS를 이용 중이고 주요 SNS의 유료 콘텐츠 이용자 비중도 높게 나타남
 - Mobage와 GREE의 유료 이용자 비중은 각각 14%, 16%로 mixi와 Facebook이 5~6%대인 것에 비해 월등히 높게 나타났으며, 게이머들이 부담 없이 지출하는 금액은 월 1,500엔(약 18달러) 정도인 것으로 나타남
 - 일본 소셜 게이머가 처음으로 게임에 비용을 지출하기까지 걸리는 기간은 게임 시작 후 평균 140일로, 첫 지출 시 평균 1,293엔(약 16달러)을 소비하고 이후 80%의 게이머들이 추가 지출을 결정하고 50%는 상습 지출 이용자가 되는 것으로 나타남

■ 일본 소셜 게임시장, 하드코어 콘솔게임 이용자까지 포섭

- ▶ 일본 소셜 게임업체들은 콘솔게임 이용자까지 주요 타겟으로 보고 있어, 미국 소셜 게임업체들과는 접근방식에서 큰 차이를 보임

- DFC Intelligence의 David Cole 애널리스트는 "소셜게임의 유료 콘텐츠를 이용하는 일본 게이머들은 PlayStation3, PlayStation Vita, Nintendo 3DS와 같은 플랫폼도 함께 이용하는 것으로 확인됐다"며, "미국 소셜 게임업체들은 하드코어 게이머를 끌어들이는데보다 적극적으로 임해야 한다"고 지적
- DFC Intelligence는 2012년 3월에 발간한 글로벌 웹브라우저 및 소셜 게임시장 조사 보고서 "The Market for Browser and Social Network Games"를 통해, 미국 소셜 게임업체들이 아시아 소셜 게임업체들과 같이 확실한 수익화 구조를 갖지 못할 경우 시장 거품이 발생할 수 있다고 밝힌 바 있음

 www.prweb.com

일본 주요 SNS, 계절적 요인 작용으로 MAU 감소

시장조사업체 Gameage가 2012년 8월 26일 공개한 조사 결과에 따르면, 일본의 주요 SNS의 월간활동이용자 수가 7월 들어 전반적으로 감소하고 MAU와 아이템 과금율의 상관관계가 있는 것으로 파악

■ 2012년 7월 주요 SNS의 MAU가 계절 요인의 영향으로 일시적 감소

- ▶ 게임 시장조사업체 Gameage가 2012년 8월 26일, 최근 6개월 동안 주요 SNS인 Mobage(Mobage), GREE, Hangame, mixi, Facebook, Google+, Ameba Pigg의 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 수 추이를 분석한 "데이터로 보는 게임산업 현황(データでみるゲーム産業のいま)"을 발표
 - mixi는 올해 1월 시점에서는 Mobage 다음으로 큰 규모의 MAU를 자랑했으나 감소세가 이어져 3월에는 GREE에 이어 3위로 떨어지고 7월 MAU가 215만 명이 되는 등 6개월 만에 활동이용자 수가 100만 명 감소
 - 반면 Facebook은 1월 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 수가 120만 명이었으나 6월에 170만 명으로 늘어나는 등 반년 만에 50만 명이 증가했으며, 7월에는 다시 소폭 감소해 MAU 131만 명을 기록
- ▶ 게이머의 외부 활동량이 많아지는 7월에 주요 SNS의 MAU가 전반적으로 감소했으며, 소셜게임 규제 정책의 영향은 적은 것으로 추정
 - 7월에 Facebook, mixi 등 PC기반 SNS의 MAU가 감소한 반면, 피쳐폰 또는 스마트폰 중심인 Mobage와 GREE 등은 별다른 감소세를 기록하지 않은 점으로 미루어 여름 휴가 시즌 등 계절적 요인이 작용한 것으로 추측
 - 한편 GREE 등 주요 모바일 소셜 게임업체들은 7월부터 시행에 돌입한 소셜게임의 확률형 아이템 조합 시스템인 '콤포가차' 규제와 관련해 이미 5월부터 삭제 조치 및 가이드라인 준비에 착수하는 등 손실을 최소화해왔기 때문에, 7월 MAU 감소는 규제 정책의 영향으로 볼 수 없음
 - 전반적으로 모든 SNS의 MAU가 크게 증가하지는 않고 있어 SNS가 성숙기에 접어든 것으로 보이며, 7월의 MAU 감소가 일시적 현상에 그칠지는 좀 더 지켜볼 필요가 있음

*주 : 조사 기간: 2012년 2월~8월, 조사 대상: 매월 약 2만 여명

■ 각 SNS의 게임 이용률이 높을수록 과금율도 상승

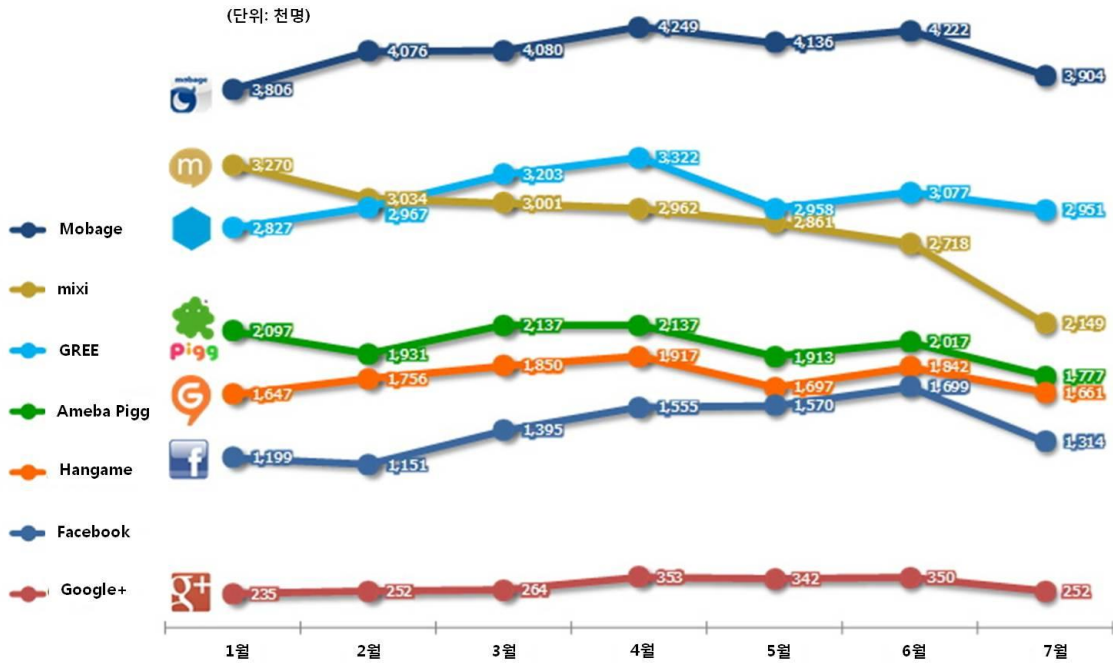
- ▶ Gameage가 각 SNS의 7월 과금율과 전체 회원 수 대비 MAU의 비중 및 규모를 기준으로 SNS를 분석한 결과, 아직 MAU 규모가 작은 Google+를 제외한 나머지 SNS를 (Mobage와 GREE), (Hangame

과 Ameba Pigg), (Facebook과 mixi) 등 3개의 그룹으로 분류 가능

- 이 중 (Mobage와 GREE), (Facebook과 mixi) 등 2개 그룹이 상호 공통점이 많으며, PC를 통한 이용률이 높은 (Hangame과 Ameba Pigg) 그룹은 각각 핵심 유저층이 남성, 여성이라는 차이점에도 불구하고 비교적 열성적인 게이머의 지지를 받고 있다는 공통점이 있음
- 각 SNS의 게임 이용률이 높을수록 아이템 과금율이 높은 경향이 있어 이용률과 과금율의 상관관계가 확인

www.gamebusiness.jp

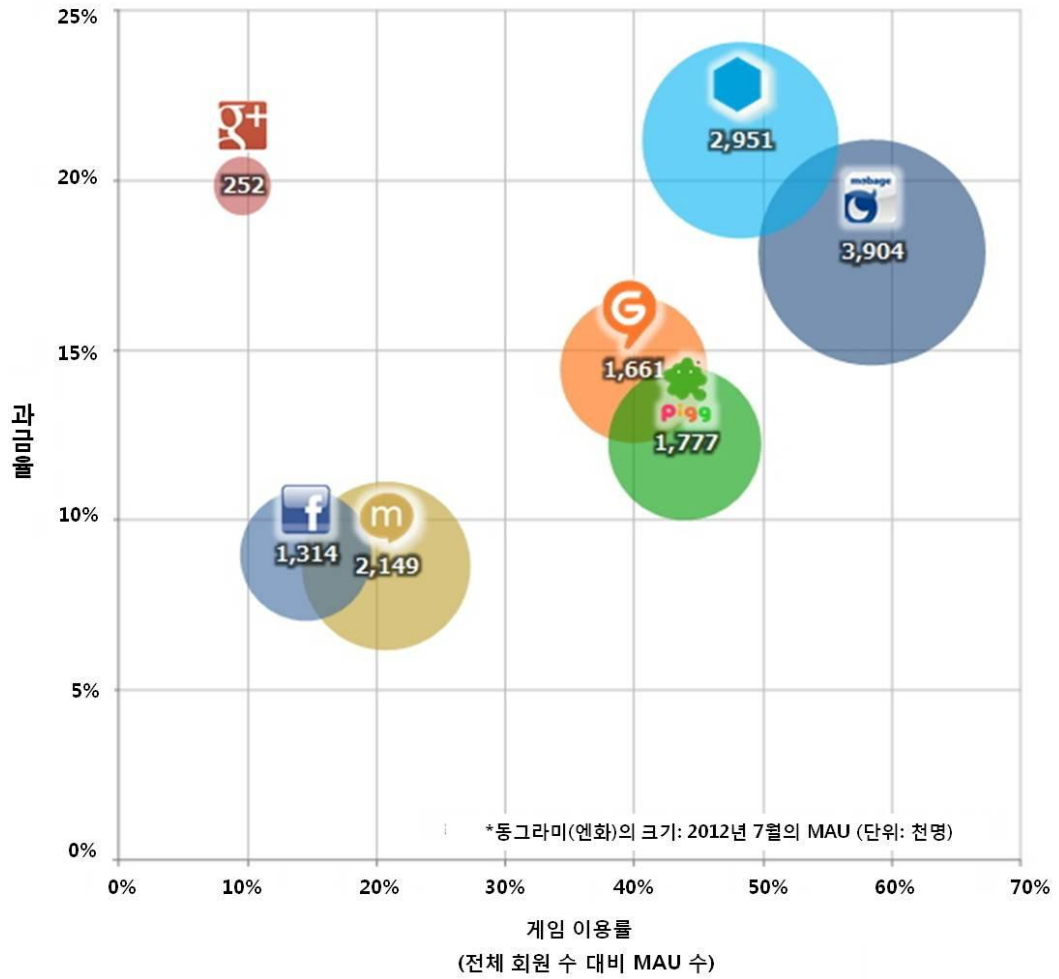
그림 6 각 SNS의 월간활동이용자(MAU) 수 추이(2012. 1월~7월)*



*주 : 조사 기간: 2012년 2월~8월, 조사 대상: 매월 약 2만 여명

[출처] GameBusiness

그림 7 2012년 7월 주요 SNS의 현황*



**주 : 조사 기간: 2012년 8월 3일~8월 5일, 조사 대상: 20,170명

[출처] GameBusiness

Nintendo, 게임콘솔의 통신 기술 특허 1위 차지

일본의 지적재산권 평가 업체 Patent Result가 2012년 8월 28일, 1993년 이후 콘솔 게임기의 통신기술 관련 특허의 질과 양을 기준으로 집계한 결과를 Nintendo, Bandai Namco, Konami, Sony 등이 상위권을 차지

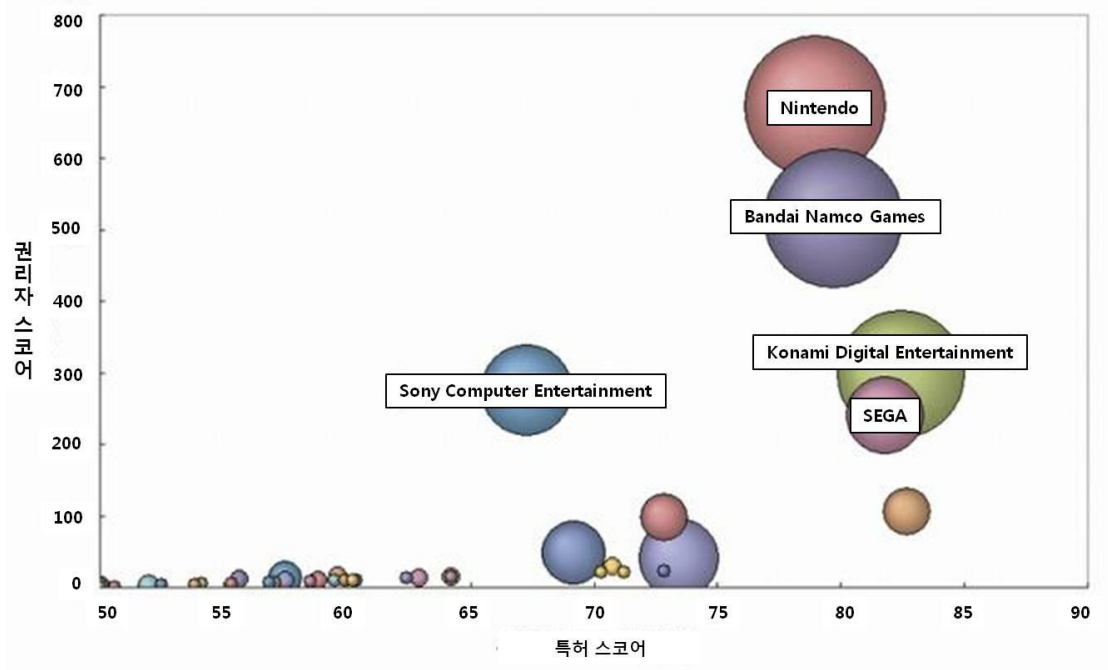
■ Nintendo, 게임콘솔 간 통신 기술 관련 종합특허 랭킹 1위

- ▶ 일본 지적재산권 평가업체 Patent Result가 2012년 8월 28일 발표한 "복수의 게임콘솔 간 통신 기술" 관련 자료에 따르면, Nintendo가 종합 특허 랭킹 1위를 차지
 - Patent Result는 1993년~2012년 6월 말까지 일본 특허청이 공개한 관련 특허 981건을 분석하고 특허의 질적 측면과 양을 기준으로 스코어를 매긴 종합특허 랭킹 등 자료를 집계한 결과, Nintendo가 1위를 차지하고 Bandai Namco, Konami, Sony, SEGA 순으로 나타남*
 - Nintendo는 최근 6년 동안 종합 특허 점수 및 출원 건수가 가장 크게 증가했고 특히 근거리 무선 네트워크에 기반한 콘솔 게임기의 통신 상황에 대응해 게임의 내용을 변경하는 시스템인 '게임 시스템 및 게임 프로그램' 등이 주목
 - 2위를 차지한 Bandai Namco의 주요 특허로는 신호의 송수신을 자동적으로 수행하고 인간과 같이 상호 커뮤니케이션을 하는 '휴대용 통신 완구 및 정보 기억 매체'를 꼽을 수 있음
- ▶ 종합특허 랭킹 4위~10위에는 게임업체, 완구업체, 파친코업체 등 다양한 엔터테인먼트 업체가 차지
 - Konami는 게임 센터에서 정보 식별 기능이 탑재된 단말에 접속해 관리하는 프로그램인 '게임용 서버 장치, 게임 관리 방법 및 게임 관리 프로그램'이 주요 특허로 꼽힘
 - 그 외 4위인 Sony는 무선 컨트롤러와 게임콘솔 간 무선 접속을 효율화하는 '통신장치, 게임 시스템 및 접속 강화 방법' 등이 주목을 받았으며, 5위인 SEGA는 자유로이 참여할 수 있는 다중접속 대전게임의 '게임 장치, 게임의 처리 방법 및 게임 실행 방법에 따른 게임 시스템'이 대표적인 기술로 꼽힘
 - 종합 특허 랭킹 6위 이하로는 일본 단말 벤더 Casio, 콘솔게임 업체 Capcom와 SQUARE ENIX, 완구업체 TAKARA TOMY, 파친고 대기업 Universal Entertainment 등이 랭크

*주 : 2006년 말 기준 순위는 1위 Bandai Namco, 2위 Nintendo, 3위 Konami, 4위 SEGA, 5위 SCE

 www.inside-games.jp

그림 8 콘솔 게임기의 통신 기술 관련 종합특허 ranking 상위권 업체들의 스코어 현황



[출처] Inside

Square Enix, 클라우드 게임 플랫폼 'Core Online' 출시

일본 콘솔 게임업체 Square Enix가 클라우드 게임 플랫폼 'Core Online'을 출시. 'Core Online'은 기존 클라우드 게임과 다르게 광고를 보면서 무료로 게임을 즐길 수 있으며, 향후 다양한 서드파티를 통해 다수의 게임을 출시할 계획

■ Square Enix의 새로운 게임 서비스 'Core Online', PC기반의 클라우드 게임 플랫폼

- ▶ 일본 콘솔 게임업체 Square Enix가 2012년 8월 29일, Google과 자사의 특허 기술을 결합한 클라우드 게임 플랫폼 'Core Online'을 발표
 - 'Core Online'은 Square-Enix의 게임 타이틀을 PC브라우저에서 플레이할 수 있는 기능으로, 현재 론칭된 타이틀로 <Hitman: Blood Money>와 <Mini Ninjas> 등이 있음
 - Chrome, Firefox, Internet Explorer 등과 같은 PC 브라우저에서 사용이 가능하며, 게이머가 원하는 부분에서 게임 실행이 가능
- ▶ 현재 'Core Online'을 통해 이용할 수 있는 게임은 두 가지만 공개되었으나, 향후 <Tomb Raider: Underworld>, <Gyromancer>, <Lala Croft and the Guardian of Light> 등도 서비스할 예정
 - Square Enix의 Yoichi Wada CEO는 "Square Enix는 게임산업의 새로운 비즈니스와 서비스 모델을 선두에서 시도하는 기업이다"며, "Core Online을 통해 게이머들은 손쉽게 브라우저를 통해 콘텐츠를 이용할 수 있다"라고 언급

■ 광고 기반의 'Core Online', 유료로 게임 구매 가능

- ▶ 'Core Online'은 해당 사이트에 가입 하면 게임을 10분간 무료로 즐길 수 있으며, 광고를 관람할 경우 무료플레이 시간을 최대 60분으로 연장
 - 광고에 불편함을 느낀 이용자는 0.49~4.99달러를 지불하면 풀버전 게임을 구매해 이용할 수 있음
 - 그 이외에도 클라우드에 세이브 데이터를 보존하거나 pdf 형식의 메뉴얼 제공, 타이틀별 실적 데이터 등 다양한 추가 기능을 제공
 - Google 가입자의 경우 별도의 가입 조건 없이, Google ID로 자동 가입

 beta.coreonline.com

GREE, 소셜TV 'GREE TV' 개발

일본 소셜게임 업체 GREE가 일본의 온라인미디어 업체인 VOYAGE GROUP과의 제휴를 통해 소셜TV 애플리케이션 'GREE TV'의 공동개발에 착수한다고 발표, 향후 유저들의 커뮤니케이션에 기반한 새로운 시청 경험을 제공할 것으로 기대

■ GREE, VOYAGE GROUP과 제휴 체결, 소셜TV 'GREE TV' 공동개발 착수

- ▶ GREE가 2012년 8월 29일 일본의 미디어 관련 업체 VOYAGE GROUP과의 제휴를 통해 소셜TV 애플리케이션 'GREE TV'를 공동개발하고 신규 인력 채용과 관련 콘텐츠 확보 등을 통해 소셜미디어 사업을 강화하겠다고 발표
 - GREE는 이번 제휴를 통해 VOYAGE GROUP의 자회사인 genesis, Inc**가 운영하는 소셜TV 앱 'tuneTV'***의 기능을 활용해, 새로운 TV 시청 경험을 제공하는 스마트폰 앱 'GREE TV'(가칭)를 VOYAGE GROUP과 공동 개발할 예정
 - 'GREE TV'는 유저들끼리 코멘트를 주고 받거나 방송 프로그램 로그인 기능을 통해 커뮤니케이션을 할 수 있는 SNS 기능이 탑재된 소셜TV 애플리케이션으로 많은 이용자들이 시청 경험을 공유하며 콘텐츠를 이용
 - GREE는 앞으로 다양한 콘텐츠 확보를 위해 소셜미디어 사업 역량 강화 및 인력 채용에도 힘쓸 예정

*주 : 일본 동경 소재 온라인미디어 업체로서 쇼핑 포털 사이트 'E클라비(ECナビ)'를 운영 중이며 온라인 리서치, 광고 기술, 스마트폰 관련 사업을 전개

**주 : VOYAGE GROUP의 관계사이며 iOS, Android 기반 스마트폰 애플리케이션을 개발

***주 : genesis, Inc.가 서비스 중인 iOS, Android 기반 소셜TV 애플리케이션으로서 각 방송국의 Twitter 타임라인 및 방송 프로그램의 상황 관련 정보 표시 기능, 유저들의 커뮤니케이션 기능이 탑재

 www.gamebusiness.jp

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 9 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 9. 10 ~ 2012. 9. 16) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	57,108	-5.8%	7,426,015
	2	PlayStation3	Sony	14,844	25.7%	8,451,207
	3	PlayStation Vita	Sony	9,945	-24.3%	953,430
	4	PSP	Sony	8,975	-1.9%	19,167,141
	5	Wii	Nintendo	5,840	-3.1%	12,596,901
	6	DS	Nintendo	916	-17.9%	32,971,610
	7	Xbox360	MS	603	-13.5%	1,602,928
SW	1	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	64,892	신규	64,892
	2	Medalot 7 (3DS)	Rocket Company	53,449	신규	53,449
	3	New Art Academy (3DS)	Nintendo	36,783	신규	36,783
	4	Samurai Warriors Chronides 2nd (3DS)	Tecmo Koei	34,768	신규	34,768
	5	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	34,615	-10.1%	1,129,905
	6	Accel World Ginyoku no Kakusei (PlayStation3)	Namco Bandai	17,923	신규	17,923
	7	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	17,902	-16.3%	2,745,672
	8	Accel World: Ginyoku no Kakusei (PSP)	Namco Bandai	15,566	신규	15,566
	9	Tousouchuu (3DS)	Namco Bandai	13,718	21.4%	139,807
	10	Dragon Quest X (Wii)	Square Enix	9,054	-18.6%	560,848

[출처] VG Chartz

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 10 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 9. 22 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훅코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	사카츠크스타드스타즈 (サカつく☆ワールドスターズ)	Grenge-SEGA
2	괴도 로열 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	Dragon Tactics (Dragon Tactics)	enish
3	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロム布斯)	GREE	저국 프론티어 (戦国フロンティア)	Drecom
4	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	Bandai Namco DeNA	100만명의 Winning Post (100万人のWinning Post)	TECMO KOEI	신마계승라그나브레이크 (神魔界継承ラグナブレイク)	Crooz
5	건담 로열 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	성전 케르베로스 (聖戦ケルベロス)	GREE	폭주영저호라이비이크 (暴走英傑豪車の虎)	Donuts
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	Monster Planet 몬플라 (モンブラ)	GREE	신의눈물BuryHurt제로스 (神の涙BuryHurtジェロス)	Fushikaden
7	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	Clinoppe (クリノッペ)	GREE	사나예이돌인의비밀 (サナエイドルのヒミツ)	Voltage
8	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	DRAGON ARK (ドラゴンアーク)	GREE	SOUL EXCEED 천마신 (ソウルエクシード 天魔人)	Greek & River
9	전국 로열 (戦国ロワイヤル)	DeNA	간츠/카오스 (GANTZ/XAOS)	Index	캡틴 츠바사 모바일 (キャプテン翼モバイル)	KLab
10	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	성검 듀란달 (聖剣デュランダル)	givery	신데렐라 Nine (シンデレラナイン)	Drecom-AKTK

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

[출처] Mobage, GREE, mixi



기타 게임시장 동향

호주 주정부, 'R18+' 성인 게임등급 도입 법안 통과

성인등급 게임의 유통 및 판매를 금지해왔던 호주 수도권 주정부(ACT)가 지난해 7월 연방정부의 승인을 얻어 입법된 성인용 게임등급 'R18+'의 도입 법안을 호주 최초로 통과. 2013년 1월 1일부터 적용할 계획

■ 호주 수도권 주정부, 호주 최초로 'R18+' 게임등급 도입 법안 통과

- ▶ 호주 수도권 주정부(Australian Capital Territory, ACT) 의회가 게임등급 심사에 있어 성인등급에 해당하는 'R18+' 도입 법안을 통과*
 - 호주 수도권 주정부의 Simon Corbell 법무장관은 연방정부 뿐만 아니라 주정부 단위의 법무장관들과도 'R18+' 게임등급 도입에 관한 논의를 거쳤다고 밝힘
 - Corbell 법무장관은 기자회견을 통해 "호주 수도권 주정부는 게임산업에 있어 성인등급 도입을 강력하게 지지해왔다"며, "성인등급을 부여받은 게임의 유통과 판매에 대한 적절한 보호장치를 마련함으로써 게임 커뮤니티 내 취약 계층을 보다 잘 보호할 수 있을 것"으로 전망
 - 또한 'R18+' 등급 도입은 소비자들로 하여금 성인용 게임에 대해 보다 정확한 정보를 제공할 것으로 전망
- ▶ 호주 연방정부는 2011년 6월 18일 의회를 통과해 'R18+' 게임등급을 공식 채용했으며, 2011년 7월 법무장관회의에서 승인을 얻어 입법
 - 호주 내무부 장관 Brendan O'Connor가 발표한 성인용 게임등급 'R18+'의 가이드라인에 따르면, 게임 테마 및 주제에 제한이 없고, 게임 흐름상 필요하다면 폭력적이거나 선정적인 표현이 허용되며, 언어적 제약이 없으며 시뮬레이션으로 성적 행위 묘사가 가능
 - 'R18+' 게임등급은 2013년 1월 1일부터 적용될 전망

*주 : 지금까지 호주의 최고 게임등급은 MA15+(15세 이상 이용가능)로, <Mortal Kombat>, <GTA>, <Left 4 Dead> 등 수많은 성인용 게임들이 폭력성과 선정성을 이유로 출시 금지 판정을 받음

 www.gamespot.com

베트남, 5년내 제2의 인터넷 붐 전망

향후 3년에서 5년 사이 인터넷 이용자 수가 5,000만 명까지 뛰어오를 것으로 예상되고 있는 베트남에서, 제2의 인터넷 물결이 가져다 줄 성장 기회를 잡기 위해서는 아이디어와 자본력을 바탕으로 지금부터 준비에 나서야 한다는 주장이 제기

■ 베트남에 불어올 제 2의 인터넷 물결, 아이디어와 자본력을 갖추고 대비해야

- ▶ 베트남 디지털 콘텐츠 업체들은 향후 3~5년간 지속될 인터넷 물결에 대비
 - 온라인 동영상 업체 VTC Online의 Phan Sao Nam CEO는 "제2의 인터넷 물결"이라 칭하며 "앞으로 3년에서 5년 동안 밀어 닥칠 인터넷 붐을 디지털 콘텐츠 업체들이 대비해야 한다"고 주장
 - 베트남의 제1차 인터넷 붐 시기라 할 수 있는 1997~2007년까지 베트남의 인터넷 인구는 1,000만 명으로 폭증했으며, 이 기간 동안 수많은 인터넷 업체들이 큰 성장을 이루어냄
- ▶ 3G 통신 기술과 스마트폰으로 대표되는 모바일 단말기의 등장으로 인해, 모바일 인터넷 이용자 수 또한 빠르게 증가하고 있는 상황
 - 지난 3년간 모바일 단말기를 통해 인터넷에 접속하는 베트남 국민의 숫자는 1,300만 명으로 증가
- ▶ 이러한 성장률이 지속된다면 향후 3~5년 사이 베트남의 인터넷 이용자 수가 5,000만 명에 달하게 되면서 제 2의 인터넷 붐이 일어날 것으로 전망
 - 베트남 신문 'Kinh Te Vietnam'에 따르면, 베트남 정부는 2020년까지 베트남 인구의 60%가 인터넷을 이용하게 될 것으로 전망
 - 이 기간 동안 인터넷 관련 시장은 그 성장세가 최고조에 달하게 될 것이지만, 점차 성장세가 완만하게 누그러지게 될 것이기 때문에 이 기간 동안의 성장 기회를 잘 이용해야 함
 - Nam은 "지금은 제1의 인터넷 물결과 제2의 인터넷 물결 간의 전환기"라면서, "머지않아 제2의 인터넷 물결이 시작될 것"이라 전망
 - 이어 Nam은 "베트남의 IT 업체들이 제2의 인터넷 물결에 대한 준비를 서둘러야 한다"면서, "제2의 인터넷 물결은 그리 오래 가지 않을 것이기 때문에 (준비 부족으로) 그 시기를 놓친다면 성장 기회를 잃게 될 것"
- ▶ 베트남의 인터넷 시장 순위로 3위 내의 업체들만이 제2의 인터넷 물결과 그 이후의 성장 둔화기에 살아남을 수 있을 것이라는 전망과 함께, 생존을 위해서는 아이디어를 현실화할 수 있는 자본력을 확보하는 것이 가장 중요한 문제로 부상

- Nam은 "시장 순위 3위 내의 업체들만이 살아남게 될 것"이라면서, "베트남 디지털 콘텐츠 업체들이 뛰어나나 학습자세는 형편없다"고 평가
- Nam은 이어 "베트남의 디지털 콘텐츠 업체들이 매우 뛰어난 아이디어들을 가지고는 있지만, 자본이 부족한 까닭에 성장을 할 수 없다"면서, "때문에 이러한 아이디어를 현실화할 수 있는 투자자들을 찾는 것이 필요하다"고 지적
- 실제로 VTC Online는 글로벌 금융 그룹인 Deutsche Bank로부터 1,000만 달러의 투자를 확보하기도 하는 등, 베트남의 인터넷 서비스 관련 업체들은 글로벌 투자자들의 큰 관심을 받고 있는 상황

 english.vietnamnet.vn

Blizzard, <World of Warcraft> 이란 이용자 접속 차단

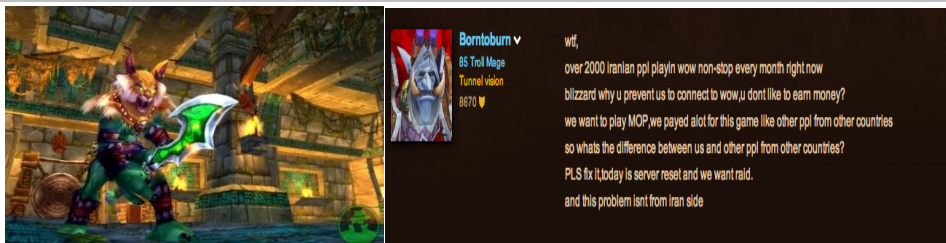
글로벌 게임업체 Activision Blizzard가 미국의 대 이란 무역 거래 및 경제 제재법 강화 조치로 <World of Warcraft>의 이란 이용자 접속을 차단하기로 발표. 환불 및 계정 이전 등의 시정 조치도 불가함을 전함

■ Activision Blizzard, 미국의 대 이란 거래 제재법 강화로 이란 유저의 <WOW> 접속 차단

- ▶ 글로벌 게임업체 Activision Blizzard가 지난 8월 23일 미국의 대 이란 무역거래 및 경제 제재법 준수를 위해 MMORPG <World of Warcraft>의 이란 이용자 접속을 차단
 - 뿐만 아니라 Activision Blizzard측은 이란 이용자들에게 환불이나 계정 이전 등의 조치도 불가
 - Activision Blizzard측의 공식 입장 발표 전부터 수백 명의 이란 게임 이용자들은 Blizzard의 유럽 Battle.net 포럼 게시판 등에 게임 접속이 되지 않는다는 글을 게재, 자국 IP가 아닌 다른 국가의 프록시 서버를 통한 우회 접속으로 게임을 이용
 - Blizzard측은 "이번 접속 차단으로 야기된 이용 불편에 대해 사과 드리며, 미국 법이 이란 제재를 해지하는 즉시 이란 이용자들의 <World of Warcraft> 접속을 허용하겠다"고 밝힘
- ▶ 한편, 일각에서는 Blizzard의 온라인게임 <World of Warcraft>의 접속 차단 외에 이란 정부 차원에서의 규제도 한층 강화될 것으로 전망
 - <World of Warcraft>외에도 <Guild Wars> 등을 이용하는 온라인 게이머들은 해당 게임이 '미신'과 '신화'를 부추긴다는 이유로 접속이 차단되고 있음
 - 이에 대해 Blizzard측은 온라인게임에 대한 이란 정부측의 제재조치에 관해서는 들은 바가 없다고 전함

 www.bbc.co.uk

그림 9 Blizzard의 <World of Warcraft> 스냅샷(좌)과 이란 이용자 접속차단 공지문(우)



[출처] Blizzard

인도, 환율변동으로 'Xbox360' 판매 가격 상승

MS 콘솔게임기 'Xbox360'의 인도 유통사업자 Redington이 인도 화폐 루피(Rupee)의 가치 하락으로 'Xbox360'의 판매 가격을 상승한 가운데, 주로 부유층으로 구성된 인도 콘솔 게임시장에는 큰 영향을 미치지 않는 것으로 관측

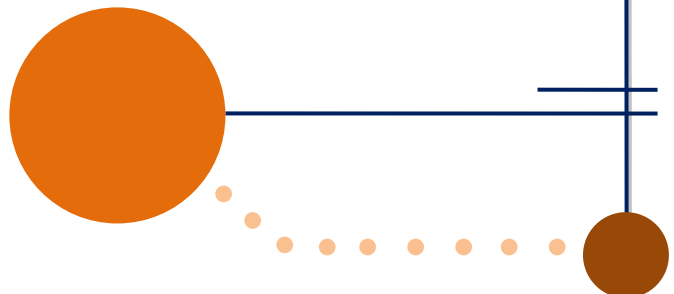
■ 'Xbox360', 환율 변동으로 인도서 판매가 인상

- ▶ 인도의 'Xbox360' 유통사업자 Redington이 'Xbox360 4GB' 모델의 판매가를 종전 269달러에서 388달러로, 'Xbox360 250GB' 모델의 경우 종전 395달러에서 449달러로 인상
 - 'Xbox360 4GB' 모델과 Kinect 번들 제품은 종전 449달러에서 485달러로 인상
 - Redington은 'Xbox360'의 가격 인상 이유에 대해 설명하지 않았지만, 인도의 게임 유통업계 전문가들은 인도 화폐 루피(Rupee)의 가치 하락이 촉매제로 작용한 것으로 분석
 - 250GB 'Xbox360'(449달러)의 경우 판매가 상승에도 불구하고, 2006년에 런칭한 Pro 모델(498달러) 대비 가격은 낮은 것으로 나타남
- ▶ MS는 제품 가격 변동 이유에 관해 직접적으로 설명하는 대신, 9월 한달 동안 인도에서 이용 가능한 새로운 패키지 상품 및 재고 상황에 관한 정보 제공
 - 4GB 'Xbox360'을 구매하는 소비자들은 <Halo 3>, <Need for Speed: Hot Pursuit and Street Fighter 4> 등을 이용할 수 있으며, Kinect와 4GB 'Xbox360' 번들 제품을 구매하는 소비자들은 <Kinect Sports>, <Forza 4>를 포함해 MS의 온라인 엔터테인먼트 서비스 Xbox Live의 유료서비스 'Xbox Live Gold'를 3개월간 무료로 이용
- ▶ 인도의 콘솔 게임시장이 매우 협소하며, 주로 콘솔 게이머 층은 콘솔게임기를 구매할 경제적 여유가 있는 부유층 소비자들로 구성
 - 기본적으로, 'Xbox360'과 같은 게임 콘솔은 인도 내에서도 500 가구당 한 가구 정도로 판매되며, 인도에서는 전체 가구의 50% 정도가 2,000달러 미만, 90%가 6,000달러 미만의 연소득을 벌어들이고 있음
 - 하지만 인도 게임 관계자들은, "인도 중산층의 소비 규모는 아일랜드 전체 국민 소비 규모에 맞먹으며, 향후 15년 동안 인도 전체 소비 시장점유율이 현재의 3배 가까이 증가할 것"으로 전망
 - 평균 소득 상위 0.5%의 소비자들이 콘솔을 구매하기 때문에, 인도 내에서 콘솔게임기에 대한 약간의 가격 상승은 판매량에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 관측



유럽 게임시장 동향

- 유럽 온라인 게임업체 Gameforge, 모바일게임 출시
- 유럽 게임업체 Wargaming, 호주 Big World 인수
- Sony, 영국 리버풀 소재 스튜디오 전격 폐쇄
- Gamorlive, HTML5 기반의 게임 포털 베타서비스
- 모바일 게임업체 Bob Mobile, 메이저 모바일업체로 성장
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



유럽 온라인 게임업체 Gameforge, 모바일게임 출시

독일에서 가장 큰 규모를 자랑하는 온라인 게임업체 Gameforge가 2012년 8월 독일에서 개최된 유럽 최대 게임 행사 'Gamescom 2012'에서 모바일게임 3종을 선보이며 모바일 게임시장에 진출

■ 독일 최대 온라인게임 개발업체 Gameforge, 모바일게임 시장 진출

- ▶ 지난 8월 독일 쾰른 메세(Koelnmesse)에서 개최된 'Gamescom 2012'에서 콘솔게임 및 PC게임 중심의 개발업체들이 모바일 게임시장으로 무게중심을 이동하고 있음이 포착
 - 독일 소재의 게임 개발업체 Karlsruhe는 모바일게임을 위한 게임엔진 개발에 집중하고 있으며, iOS, Android, Windows 7 기반의 롤플레이 게임 3종을 출시
 - 2003년 설립된 독일의 하드코어 멀티플레이 기반 온라인게임 개발업체인 Gameforge는 20여 개의 멀티플레이 온라인게임을 제작한 바 있으며, 3억 명의 이용자 기반을 바탕으로 지난 8월 모바일게임 3종을 발표
 - Gameforge의 모바일 게임시장 진출은 늦은 감이 있지만 기존 PC게임 이용자 기반을 통해 시장점유율을 빠르게 확대할 것으로 전망
 - Gameforge가 지난 8월 출시한 모바일게임 3종 <Mafia Game>, <Vampire Game>, <War Game>은 현재 200만 건 이상의 다운로드 수를 기록하고 있으며, Apple App Store 상위권에 랭크되는 등 좋은 성적을 거두고 있음
 - Gameforge는 2012년 말 출시를 목표로 현재 또다른 모바일게임을 제작 중에 있으며, 이외에도 웹게임 <lkariam>, <OGame>, <Gladius>를 포함해 다수의 태블릿PC용 게임을 준비
 - Gameforge의 모바일게임은 사용자가 모바일 단말 혹은 개인 PC와 연동해 게임을 즐길 수 있으며, 3D로도 제작
- ▶ Gameforge가 말하는 모바일 게임시장의 미래
 - Gameforge는 "모바일 단말을 통해 게임을 즐기는 이용자 수가 증가할수록, 게임 퍼블리셔들은 생존을 위한 전략적 결단이 필요하다"고 주장하며, "자사의 첫 번째 스마트폰용 모바일게임 개발을 통해 웹게임 영역에서의 게임 메커니즘을 모바일로 성공적으로 이식하는 방법을 터득했다"고 언급
 - Gameforge의 CEO Alexander Rösner는 "우리의 목표는 게임 이용자가 Gameforge의 게임을 자신이 보유한 단말에 관계없이 언제 어디서나 자유롭게 접속해 플레이하는 것"이라며, 자사가 이번에 보여준 단기간의 성공이 향후 모바일 게임시장의 미래를 시사하고 있다고 언급

유럽 게임업체 Wargaming, 호주 Big World 인수

유럽의 MMO 게임업체 Wargaming이 4,500만 달러를 들여 호주의 미들웨어 업체 Big World를 인수. 이번 인수를 통해 Wargaming은 자사의 게임들이 크게 의존하고 있던 핵심 서버 플랫폼 기술을 영구적으로 확보

■ MMO 게임 업체 Wargaming, 4,500만 달러에 호주의 미들웨어 업체 Big World 인수

- ▶ 2차 세계대전을 배경으로 하는 MMO 탱크 전쟁 게임 <World of Tanks>로 유명한 Wargaming이 호주의 온라인게임 미들웨어 업체 Big World를 4,500만 달러에 인수
 - 온라인 게임시장에 부분유료화(Free to Play, 이하 F2P) 게임 타이틀을 통해 진입하고 있는 Wargaming*의 이번 인수는 매우 중요한 결정
 - Wargaming의 CEO인 Victor Kislyi는 게임전문 사이트 GamesBeat과의 인터뷰에서 "이번 인수는 다른 퍼블리싱 업체들처럼 독자적인 생존력을 유지하기 위해 중요한 미들웨어 도구 공급 업체를 인수한 것"이라고 언급
 - 특히 가장 빠르게 성장하고 있는 게임업체 중 하나로 우뚝 선 Wargaming으로서 이번 BigWorld 인수는 자체 기술을 통한 플랫폼을 유지, 관리하는 데에 큰 도움이 될 것이라는 평가
- ▶ 이번 Big World의 인수를 통해 Wargaming은 MMO 게임 프랜차이즈 World 시리즈의 안정적인 플랫폼 운영이 가능함
 - 실제로 Kislyi는 "Big World의 기술은 현재 Wargaming의 게임들을 위한 핵심 플랫폼에 적용된다"면서, "앞으로 Wargaming이 2억 달러 매출을 달성하는 것도 그리 멀지 않았다"고 주장
 - 이어 Kislyi는 "이 플랫폼 기술은 우리에게 매우 중요했기 때문에, 우리는 이 기술을 제공하는 업체를 우리의 통제하에 두기 원했다"면서, "이제 보다 효율적인 개발이 이번 인수를 통해 가능하게 되었다"고 언급

*주 : Wargaming은 지중해 국가인 키프로스에 본사를 두고 벨라루스, 우크라이나 및 러시아에서 게임개발을 하고 있는 MMO(Massively Multi-player Online) 게임업체로서, 3,500만 명에 달하는 등록 사용자 수를 자랑하는 <World of Tanks>의 개발 업체. 현재 MMO 비행 전투 게임인 <World of Warplanes>의 클로스트 베타 서비스를 진행하고 있으며, 해양 MMO 전투 게임인 <World of Warships>를 2013년 출시를 목표로 개발 중임. 현재 직원은 1,000여 명에 달함

■ 핵심 보안 기술을 통해 안정적 게임 테스트를 가능케 하는 BigWorld의 기술

- ▶ BigWorld의 미들웨어 기술은 Wargaming이 전 세계 수 백만 명에 달하는 게이머들을 대상으로 온라인게임을 안전하게 출시하고 운영할 수 있도록 하는 데 사용

- 다른 MMO 게임업체들은 종종 보안 위협을 가져올 수 있는 P2P 기술을 게임 운영에 사용하는 반면, Big World의 기술을 통해 Wargaming은 보다 안전한 서버 인프라를 확보/운영할 수 있음
- 또한 Kislyi는 "Big World의 기술을 통해 확보한 안전한 서버 인프라를 통해 매우 빠른 게임 개발도 가능하다"며, "이를 통해 얻을 수 있는 이점은 다른 어떤 MMO 기술보다도 크다"고 주장
- 실제로 Wargaming은 Big World의 플랫폼 기술을 4년 전 <World of Tanks>를 개발할 때부터 사용했으며, 후속 게임들의 개발에도 적용

▶ Wargaming은 Big World 기술과 Wargaming 기술 통합을 바탕으로 한 기술 라이선스 사업도 고려

- 실제로 Kislyi는 Big World의 기술을 유명 게임 엔진업체 Epic Games의 'Unreal Enging'이나 Crytek의 'CryEnging'과 비교
- Kislyi는 "BigWorld는 자체 라이선스 사업을 운영 중인 상황이며, 우리는 앞으로도 이를 적극 지원할 것"이라면서, "모든 것이 순조롭다면, 미래에는 Big World와 Wargaming의 기술을 합쳐서 MMO 게임을 개발하기 원하는 사람들에게 제공할 수 있을 것"이라고 설명

 www.usatoday.com

그림 10 Wargaming의 게임 라인업



[출처] Wargaming, Venture Beat

Sony, 영국 리버풀 소재 스튜디오 전격 폐쇄

Sony가 다른 스튜디오에서 진행 중인 새로운 프로젝트에 투자를 집중하기 위해 PlayStation용 인기 레이싱게임 시리즈 <WipEout>의 개발사 'Sony Liverpool'을 폐쇄하기로 결정

■ Sony, PlayStation용 레이싱 게임시리즈 <WipEout> 개발사 'Sony Liverpool' 폐쇄

- ▶ Sony가 영국 리버풀 소재의 PlayStation용 공상과학 레이싱게임 시리즈 <WipEout* >의 개발 스튜디오 'Sony Liverpool**'을 폐쇄
 - 한 때 Psygnosis로 불리기도 했던 'Sony Liverpool' 스튜디오의 폐쇄 소식은 유럽 게임전문 사이트 GRCade 포럼 게시판의 한 이용자를 통해 최초로 공개
 - Sony Computer Entertainment Worldwide Studios의 부사장 Michael Denny는 지난 8월 22일 언론을 통해 스튜디오 폐쇄를 공식화
 - Sony는 <WipEout 2048>의 Facebook 팬페이지를 통해 'Sony Liverpool' 스튜디오 폐쇄 소식을 전하기도 함
 - Sony측은 "다른 스튜디오에서 진행 중인 새로운 프로젝트에 투자를 집중하기 위해 리버풀 스튜디오를 폐쇄하기로 결정했으며, 이 같은 조치를 통해 고객들에게 보다 고품질의 콘텐츠를 제공할 수 있을 것으로 기대된다"고 밝힘
 - 하지만 Sony측은 게임사업 부문을 철수하더라도 Liverpool 지사의 여타 사업부문은 그대로 유지하기로 결정

*주 : '반중력 배틀 레이싱'이라는 개념으로 전세계에서 200만 장 이상의 판매고를 올린 인기 레이싱 게임

**주 : 1984년 설립된 영국 최초의 비디오게임 개발사로 1993년 Sony에 인수, 1999년 기존 'Psygnosis'에서 'Sony Liverpool'로 스튜디오 명을 변경함. 1995년 <WipEout>, 1996년 <Colony Wars> 출시로 PlayStation 성공에 중요한 역할을 수행했으며, 최근에는 PS Vita용 게임 타이틀 <WipEout 2048>을 출시해 흥행몰이 중

 www.eurogamer.net

Gamorlive, HTML5 기반의 게임 포털 베타서비스

프랑스 게임업체 Gamorlive가 HTML5 기반의 멀티플레이 게임 포털의 베타서비스 시작. HTML5는 특정 OS에 제한되지 않는 웹표준으로 다양한 게임 단말을 보유한 게이머들이 게임 플랫폼에 관계없이 서로 멀티플레이 게임을 즐길 수 있음

■ 프랑스 게임업체, HTML5의 장점을 이용한 게임 포털 서비스 개시

▶ 프랑스 게임업체 Gamorlive가 HTML5* 기반의 게임 포털 베타서비스를 시작

- Gamorlive의 게임 포털 서비스는 HTML5를 기반으로 하기 때문에 Windows Phone, iOS, Android 등 OS에 관계 없이 멀티플레이 게임을 유통함으로써 크로스 플랫폼 시장을 공략할 전망
- HTML5은 지금까지 네이티브앱에 비해 다소 느린 기술 구현 속도가 문제점으로 지적되어 왔지만, Gamorlive는 2차원적인 클래식 게임만 구현함으로써 이러한 문제점을 해결
- Gamorlive의 최고 운영자인 Didier Roggeri는 "우리는 사람들이 클라우드 시스템 하에서 실시간으로 대전할 수 있기를 원한다"며, "이 때문에 우리는 1인칭 슈팅게임을 3D가 아닌 2D로만 제작한다" 고 언급
- Gamorlive의 포털 서비스는 게이머들을 위한 소셜네트워크와도 같은데, 포털을 통해 사용자는 가상화폐를 구매, 게임에서 사용하는 아이템을 구매해 다른 사용자들에게 전송할 수 있으며, 가상화폐를 게임에 배팅할 수도 있음
- 예를 들어, 2명의 게임 이용자가 각각 2개의 코인을 배팅할 경우, 승자가 3개의 코인을 가져가고 나머지 1개의 코인은 Gamorlive와 개발자가 나눠 갖는 구조

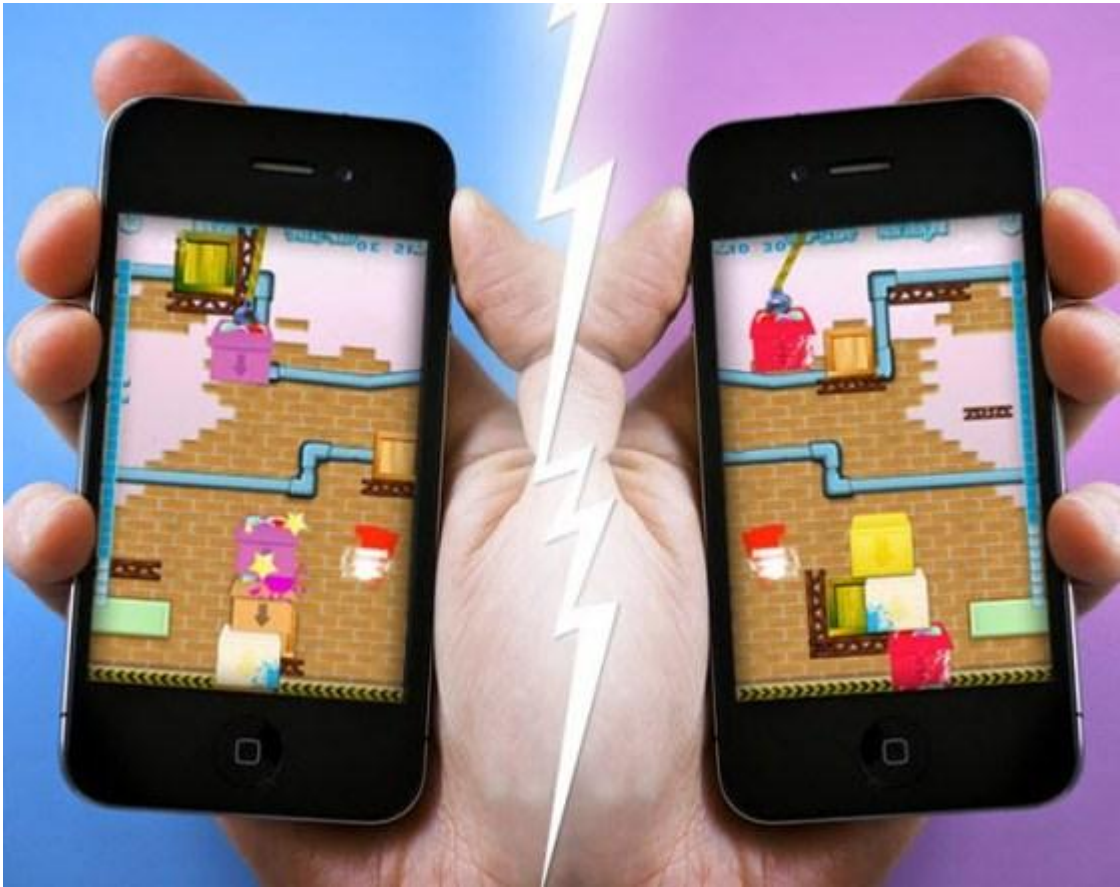
▶ Game Closure, Spaceport, Ludei와 같은 게임업체는 HTML5 게임을 위한 개발 툴과 플랫폼을 Javascript와 결합해 개발 중

- Gamorlive는 자체 게임 제작 툴을 개발하고 있지는 않지만 자사의 플랫폼 하에서 게임이 구동되게 하기 위한 API를 보유
- 이로 인해 현재 Gamorlive 웹과 Facebook 애플리케이션에서 게임을 즐길 수 있으며, 현재 서비스 중인 Android 단말을 포함해 조만간 Windows Phone, iOS 기반 제품에서도 서비스를 개시할 전망

*주 : HTML5는 특정 OS에 구속되지 않는 웹 표준 기술로, 느린 기술 구현 속도와 DRM 등 보안 기술 미지원이 문제점으로 지적되고 있지만, 크로스플랫폼 환경을 구현할 수 있다는 점에서 장기적인 관점에서 웹 표준으로서의 가치를 인정 받고 있음

 venturebeat.com

그림 11 Gamorlive의 게임 포털에서 제공하는 HTML5 기반 게임 플레이 화면



[출처] venturebeat

모바일 게임업체 Bob Mobile, 메이저 모바일업체로 성장

독일 게임 및 모바일 엔터테인먼트 서비스 제공사업자 Bob Mobile AG가 지난해 Cliq 인수에 성공한데 이어 Premium 및 Freemium 게임시장에서 포지셔닝 및 제품 개발에 역량을 집중하며 2012년 상반기 총 3,720만 유로의 매출을 달성

■ Bob Mobile, 2012년 상반기 매출 3,720만 유로, EBITDA 630만 유로 달성

- ▶ Bob Mobile AG는 2012년 상반기 상당한 규모의 매출 및 순이익 성장률을 기록
 - Bob Mobile은 2012년 상반기 총 3,720만 유로(전년동기 1,730만 유로)의 매출을 달성, 감가상각비 이전 영업이익만 630만 유로(전년동기 20만 유로)에 달한 것으로 집계
 - Bob Mobile의 2012년 1사분기, 2사분기 매출은 각각 1,940만 유로, 1,770만 유로로 집계된 가운데, 영업이익은 330만 유로, 300만 유로로 집계(인수 및 구조조정 비용을 포함할 경우 1, 2사분기 영업이익은 각각 300만 유로, 220만 유로로 집계)
- ▶ Bob Mobile은 지난 2011년 11월 Cliq과의 성공적 합병으로 Premium 및 Freemium 게임사업 영역에서 시장 포지셔닝과 제품 개발 역량을 집중
 - Bob Mobile AG의 CEO Remco Westermann에 따르면, 지난 몇 달새 일부 국가의 시장 환경이 상당히 악화되고 있는 반면, Bob Mobile은 현재 50개 이상의 국가에서 이 같은 시장 악재를 완화하고 포지셔닝에 성공
- ▶ Premium 사업영역의 경우 2012년 상반기 매출 3,490만 유로, EBITDA 910만 유로로 예상 실적치보다 약간 낮게 나타났는데, 이는 남부유럽의 경기 침체로 인한 소비심리 위축과 몇몇 국가들의 규제 환경 강화로 분석
 - Bob Mobile은 유럽 시장에서의 매출 압박을 상쇄하기 위해 아프리카, 남아프리카 지역으로의 진출을 확대하고 있으며, 2012년 2분기에는 케냐 및 콜롬비아에 Premium 서비스를 출시
- ▶ 전략적으로 중요한 Freemium 사업 영역의 경우, 2012년 상반기 총 150만 달러의 매출이 발생한 가운데 현재 게임 포트폴리오 확장 및 최적화에 집중

 www.gamesindustryblog.com

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 11 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (9. 11 ~ 9. 17)	독일 (9. 11 ~ 9. 17)	프랑스* (9. 4 ~ 9. 10)
1	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)	Guild Wars 2 (PC, Easy Interactive)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)
2	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	The Sims 3: Supernatural (PC, EA)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)
3	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)
4	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3, Namco Bandai)	NHL 13 (PlayStation3, EA)	Tales of Graces f (PlayStation3, Namco Bandai)
5	The Sims 3: Supernatural (PC, EA)	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3, Namco Bandai)	Darksiders 2 (PlayStation3, THQ)
6	Tekken Tag Tournament 2 (Xbox360, Namco Bandai)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	
7	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	
8	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, Sega)	Batman: Arkham City (PlayStation3, Warner Bros.)	
9	Lego Batman 2: DC Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	
10	Dead Island Goty Edition (Xbox360, Koch Media)	Darksiders 2 (PlayStation3, THQ)	
순위	스웨덴 (9. 11 ~ 9. 17)	이탈리아 (8. 21 ~ 8. 27)	네덜란드 (9. 11 ~ 9. 17)
1	Guild Wars 2 (PC, Easy Interactive)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	Guild Wars 2 (PC, Easy Interactive)
2	The Sims 3: Övernaturligt (PC, EA)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	The Sims 3: Supernatural (PC, EA)
3	NHL 13: Stanley Cup (Xbox360, EA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)
4	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros (Wii, Nintendo)	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)
5	World of WarCraft: Battlechest (PC, Activision Blizzard)	Wii Play Motion + Wii Remote Plus (Wii, Nintendo)	Tekken Tag Tournament 2 (PlayStation3, Namco Bandai)
6	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)
7	The Sims 3 (PC, EA)	Zumba Fitness 2 + Belt (Wii, 505 Games)	Darksiders 2 (PlayStation3, THQ)
8	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	Battlefield 3 (PC, EA)
9	World of WarCraft: Cataclysm (PC, Activision Blizzard)	Super Mario Galaxy Selects (Wii, Nintendo)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)
10	Battlefield 3 (PC, EA)	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)

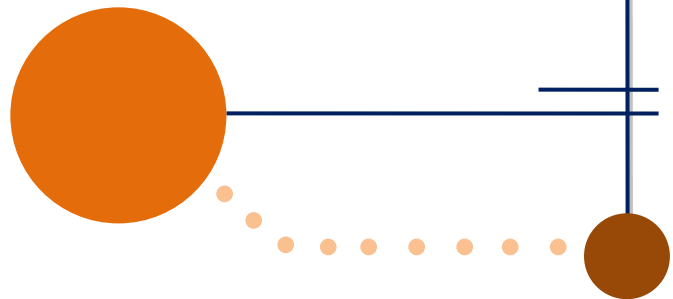
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 상승 가도를 달리는 멕시코 게임시장
- 아르헨티나 게임시장의 신성장동력, 광고게임
- 칠레 이통사 Entel, 3D 모바일게임 출시
- 페루 게임업체, 잉카 문명을 이용한 모바일게임 출시



상승 가도를 달리는 멕시코 게임시장

시장조사기관 CIU에 따르면, 2011년 멕시코 게임 시장의 매출은 141억 9,400만 페소, 게이머 수는 5,226만 명으로 나타남. 게이머들의 이용 행태가 모바일로 옮겨가고 있고, 기술 통합이 가속화됨에 따라 멕시코 게임시장은 높은 성장률을 보임.

■ 2011년 멕시코 게임시장 현황

- ▶ 시장조사기관 CIU(The Competitive Intelligence Unit, CIU)가 2012년 8월에 발표한 "멕시코 게임시장 (Mercado de Videojuegos en México)"에 따르면 2011년 멕시코 게이머 수는 5,226만 명으로 집계
 - 이는 콘솔, 컴퓨터, 휴대전화, 태블릿PC 등 모든 기기 사용자를 총 망라한 수치이며, 이 중 휴대전화, 태블릿PC 등 모바일 기기를 제외한 유무선 콘솔 게이머 수는 1,932만 명
 - 멕시코 게이머는 인터넷 이용자보다 1,200만 명 많은 것으로 조사
- ▶ 2011년 멕시코 게임시장 매출은 전년대비 10% 증가한 141억 9,400만 페소를 기록
 - 멕시코 게임시장의 성장 속도는 멕시코 국가 경제의 성장 속도보다 3배 정도 빠름

■ 멕시코 게이머들의 게임 이용 행태에 찾아온 변화

- ▶ CIU의 시장분석 담당 애널리스트인 Fernando Esquivel은 현재 멕시코 게임시장에 가장 큰 변화를 주는 요인으로 게이머들의 게임 이용 행태 변화를 지목
 - 멕시코 게임시장에서 PC 및 콘솔게임이 아닌 모바일과 태블릿PC 등의 모바일 기기 중심의 게임 이용 증가
 - 멕시코 모바일 게임업체는 게임 이용 편의성 확대를 위한 보다 많은 기술 통합을 추진
- ▶ 향후 몇 년 간 스마트폰과 태블릿PC를 기반으로 한 모바일 게임시장의 성장세가 높을 것으로 전망
 - 콘솔 게임이 주류를 이루던 몇 년 전과 달리 지금은 모바일게임 소프트웨어 개발 분야가 게임시장에서 독립적인 분야로 자리매김



www.elsiglodetorreon.com.mx

아르헨티나 게임시장의 신성장동력, 광고게임

아르헨티나 게임시장의 매출이 광고게임(advergame)의 성장으로 연간 3억 7,000만 페소를 기록. 콘솔게임이 지배하고 있는 아르헨티나 게임시장에서 광고게임은 신성장동력으로 주목

■ 광고게임, 아르헨티나 게임시장의 새로운 동력으로 부상

- ▶ 2012년 8월 4일 아르헨티나 부에노스 아이레스에서 개최된 '광고게임(advergaming) 엑스포'에서 아르헨티나 게임개발자연합(Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentín, 이하 ADVA)은 기조연설을 통해 아르헨티나 게임시장의 연간 매출이 3억 7,000만 페소를 기록했다고 밝힘
 - 아르헨티나 게임 개발자 연합에 등록된 70여 개의 로컬 게임개발 업체 중 37%는 광고시장 진출용 게임개발에 주력하고 있다는 것으로 파악
- ▶ 아르헨티나 게임 유통구조, 오프라인에서 온라인으로 이동
 - 고비용 문제 및 Xbox360, PlayStation, Nintendo 등 전통적인 콘솔 위주의 배급 방식으로 어려움을 겪고 있는 아르헨티나의 게임시장에서 Facebook 같은 SNS를 통해 배급되는 광고게임은 게임업체의 새로운 수익방식의 대안으로 주목
 - 아르헨티나 로컬 광고게임 개발자들은 Movistar(아르헨티나 최대 이통사), Lego, Cartoon Networks 등 다양한 분야의 로컬 혹은 다국적 대기업 출신이 많음

 www.diariovictoria.com.ar

그림 12 아르헨티나에서 개최된 'Advergaming Expo'



[출처] AdverGaming

칠레 이통사 Entel, 3D 모바일게임 출시

Gameloft와 칠레 최대 이통사인 Entel이 영화 배트맨을 소재로 한 3D 모바일게임을 출시. 중남미 IT전문잡지 Terra에 따르면 칠레는 중남미에서 이동통신 가입자 중 모바일게임 이용자 비중이 가장 높은 나라로 중남미 모바일 게임시장을 선도

■ Gameloft, 칠레 최대 이통사 Entel과 손잡고 3D 모바일게임 출시

- ▶ Gameloft와 칠레 최대 이통사인 Entel이 영화 <베트맨>을 모티브로 모바일게임 <El Caballero de la Noche Asciente>를 출시
 - 이번 프로젝트는 Gameloft 라틴 아메리카 지사가 가장 아심차게 준비한 프로젝트 중 하나로 베트맨이 고담의 도시로 돌아가 어둠과 악당들로부터 도시를 구하는 내용을 골자로 하는 영화의 세번째 에피소드를 기반으로 제작
 - <El Caballero de la Noche Asciente>는 3D로 제작되었으며, Android 및 iOS 기반 스마트 폰에서 이용 가능하며, Entel의 모바일 사이트에서 자세한 정보를 얻을 수 있음
 - Entel 가입자들은 번호 9090으로부터 BATMAN이라는 SMS를 수신한 후 다운로드할 수 있음

■ 칠레, 중남미 게임 시장의 선도 국가

- ▶ Gameloft의 중남미 지사 마케팅 및 홍보 수석 이사 Jorgelina Peciña는 "칠레는 Gameloft 중남미의 5대 핵심국가 중 하나일 뿐만 아니라, 스마트폰 사용자 기반의 질적인 수준으로 볼 때 모바일게임 개발 및 게임 시장 성장을 위한 가장 이상적인 생태계를 갖추고 있다"며 "칠레는 모바일게임 분야에서 중남미 국가들 중 가장 앞선 나라 중 하나"라고 강조
 - 중남미 IT 전문잡지 Terra의 2012년 8월 3일 기사 "Presentan en Chile juego para móviles inspirado en Batman"에 따르면, Entel은 가입자 중 모바일게임 이용자 비중이 가장 높은 이통사 중 하나로, 이미 2003년부터 모바일게임 다운로드 서비스를 제공

 noticiascl.terra.cl

그림 13

Gameloft와 Entel이 출시한 모바일게임 <El Caballero de la Noche Asciente>



[출처] Entel

페루 게임업체, 잉카 문명을 이용한 모바일게임 출시

페루 게임업체 **Proyectos de Magia Digital**이 개발한 잉카 문명을 기반으로 한 Windows Phone7용 모바일게임 <Inka Madness>가 출시한 이후 Windows Store에서 약 5,000 건의 다운로드 횟수를 기록

■ 페루 게임업체 **Proyectos de Magia Digital**, "가장 페루적인 게임이 가장 세계화된 게임"

- ▶ 페루 게임업체인 **Proyectos de Magia Digital**이 개발, 출시한 모바일게임 <Inka Madness>가 Windows Store에서 현재까지 약 5,000건의 다운로드 횟수를 기록
 - <Inka Madness>는 잉카인, 샤먼, 안데스 유목민, 마추픽추 등 페루의 대표적인 역사와 문화의 아이콘들이 함께 녹아든 모바일게임으로, 게이머들에게 재미있으면서도 페루의 가치를 재평가할 수 있는 게임으로 각광
 - **Proyectos de Magia Digital**의 **Juan José Miranda CEO**는 "우리의 주된 목표 중 하나는 '가장 페루적이면서 동시에 가장 세계화된 게임'을 만드는 것"이라며, "게임의 주제를 정하기 위해 페루 주변 환경을 둘러보고 이와 연관된 문화적 요소를 접목시키고, 다양한 아이디어를 구상 및 검토하며 일년 반의 제작 과정을 거쳐 <Inka Madness>를 개발했다"고 밝힘
- ▶ <Inka Madness>는 잉카 제국을 멸하려 하는 사악한 무리에 의해 혼돈에 빠진 왕국과 어둠의 주술로 인해 사라져버린 왕위 계승자를 구하는 사명을 띤 전사의 활약상을 골자로 하고 있음
- ▶ **Miranda CEO**는 iOS, Android, Windows Phone8 등의 버전을 개발해 모든 스마트폰에서 <Inka Madness>를 제공할 계획
 - 현재 <Inka Madness>의 무료 버전은 level 5까지 이용할 수 있으며, 그 이상의 level로 넘어가려면 Windows Store에서 유료 버전을 구입해야 함
 - 유료 버전은 level 12까지 구성되어 있으며 가격은 1.99 달러

 www.larepublica.pe

그림 14 페루 게임업체 Proyectos de Magia Digital가 제작한 모바일게임 <Inka Madness>

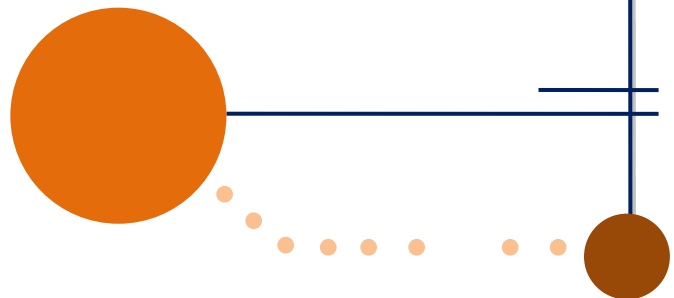


[출처] Proyectos de Magia Digital



국내 게임시장 동향

- 국내 웹게임, 기술 발전으로 제2의 전성기
- 온라인 게임업체, 게임 속 예의범절 강조
- 국내 게임업체의 마케팅 전략, 온라인에서 오프라인으로 확산
- 국내 게임업체, 경기 불황 여파로 공채 규모 축소
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



국내 웹게임, 기술 발전으로 제2의 전성기

국내 웹게임은 처음 선보여졌을 때만 하더라도 머드게임 또는 머그게임을 브라우저로 옮겨오던 수준이었지만, 몇 년 지나지 않아 급속도로 발전을 이뤘으며 어느샌가 클라이언트 게임을 위협하는 수준으로 성장

■ 웹게임, 가벼운 게임에서 고사양의 게임으로 변신

- ▶ 웹게임은 등장 초기만 해도 저사양 PC를 대상으로 별도의 클라이언트 없이 가볍게 즐길 수 있는 게임을 추구해 PC에 부담이 갈 기술이 그리 많이 사용되지 않았지만, 최근에는 이용자층의 PC 사양이 높아지면서 웹게임에서 높은 수준의 그래픽과 기술을 요구하기 시작
 - 이에 게임업체들은 저마다 웹 브라우저에 적용할 수 있는 높은 기술을 적용하기 시작했으며, 이런 추세가 본격적으로 진행된지 수년도 지나지 않은 지금은 플래시만해도 과거의 기술이 됐고 이제는 HTML5를 비롯해 유니티 엔진과 같은 브라우저만을 대상으로 한 고급 기술들도 다수 적용
- ▶ 다양한 기술이 적용되면서 웹게임의 장르 또한 다양화
 - 웹게임은 시간적인 부담이 없는 전략 시뮬레이션이 주로 선보여지며 삼국지 계열의 게임들이 넘쳐났었으나, 최근에는 슈팅게임은 물론 실시간 RPG으로까지 그 장르가 다양화
 - 신작 웹게임들 중에는 인터세이브의 <레전드 오브 히어로즈>나 엔터메이트의 <신곡 온라인>, 쿤룬코리아의 <천상의 세계>와 같은 RPG게임들이 게이머들의 인기를 누리고 있으며, 과거 플래시 게임처럼 가벼우면서도 보다 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있다는 점에서 이용자가 꾸준히 증가

■ 웹게임, PC에서 스마트폰으로 영역 확장

- ▶ 플래시 기반으로 선보여졌던 웹게임들이 태블릿PC나 스마트폰으로 즐기기 쉽지 않았던 것과는 달리 최근 기술들이 적용된 웹게임들은 굳이 PC가 아니어도 스마트폰 등 다양한 기기로 즐길 수 있음
 - 일부 인기작들은 아예 앱버전으로 따로 출시되며 사용자층을 넓혀가고 있음
- ▶ 이 외에도 한 게임이 인기를 누리면 비슷한 형태의 게임들이 우후죽순처럼 쏟아졌던 과거와 달리 게임성으로 본격 대결을 펼치도록 시장의 분위기가 바뀌고 있다는 점 역시 웹게임에 대한 호기심을 한층 높이며 과거의 나쁜 인식을 바꿔놓고 있음

온라인 게임업체, 게임 속 예의범절 강조

최근 넥슨, Riot Games 등은 쾌적한 온라인 환경을 구축하기 위해 비매너 게이머를 규제하는 것은 물론, 게임 밖을 뛰어넘어 아동 및 청소년들을 대상으로 한 네티즌 예절 수업을 광범위하게 시행

■ <리그오브레전드>, 비매너 게이머와 전쟁 선포

- ▶ <리그오브레전드>로 국내 온라인게임 순위 1위를 고수 중인 Riot Games는 '경우에 없는 행동'을 수치적으로 기록해 엄격한 규율을 적용하는 것으로 유명
 - 비매너 플레이로 인한 신고나 탈주 등의 행위를 기반으로 비매너 게이머를 관리
 - 상습적이고 정도가 심한 유저에게는 '즉시 영구 이용 제한'을 결정, 경우에 따라서는 동일 명의의 모든 계정에 대한 이용 제한 및 회원가입 제한까지 염두에 둔다고 밝혀 '비매너 플레이어'와의 전쟁을 선포
 - 사실상 기존까지 게임업계에서는 비매너 플레이와 관련해서는 욕설이나 폭언 등의 수준에서 제한적으로 대처
- ▶ Riot Games는 2012년 8월부터 '착한 플레이어'를 선별, 포상을 지급
 - 비매너 플레이로 인한 신고나 탈주 기록이 없는 플레이어 중 총 100명을 선발, 신규로 출시되는 챔피언 세트를 선물로 제공한 것

■ 넥슨, '네티켓 수업'으로 건전한 게임환경 육성

- ▶ 넥슨은 2012년 9월 5일부터 전국 25개 초·중학교에서 7,500명의 학생들을 대상으로 '건강한 네티켓 수업'을 진행
 - 넥슨과 사단법인 학부모정보감시단이 공동주최하는 '건강한 네티켓 수업'은 2007년부터 시작된 사회공헌 활동으로, 인터넷상의 예의범절과 올바른 언어 사용, 보안의 중요성 등을 알려주는데 그 목표를 두고 있음
 - 전문가들은 넥슨이 <카트라이더>, <메이플스토리> 등의 캐주얼게임으로 저 연령층 유저풀을 비중 있게 보유한 만큼 사회공헌의 일환으로 이러한 사업을 실시하는 것으로 평가
 - 지난해까지는 서울, 경기, 전라도, 경상도, 강원도, 충청도 등 전국 약 120개 초·중등학교에서 1만 5,000명의 학생들이 수업에 참가한데 이어, 금년 5월부터 7월에는 전국의 광역시와 시군구에 위치한 35개 중등학교 8,500명의 학생들이 수업을 받음

국내 게임업체의 마케팅 전략, 온라인에서 오프라인으로 확산

최근 일부 게임업체들을 중심으로 기존 온라인 경품 행사나 아이템 제공 등 일반적인 게임 이벤트 대신, 길거리 프로모션을 통한 오프라인 마케팅에 집중하고 있는 흐름이 뚜렷해지고 있음

■ 넥슨, 오프라인 행사 'Nexon Speical Day'

- ▶ 넥슨은 2012년 9월 1일 부산 사직구장에서 'Nexon Speical Day'를 열고 '넥슨' 로고가 적힌 응원용 막대 풍선 1만개를 관람객에 무료로 나눠줬으며, 경품 추첨을 통해 카메라 등 각종 선물도 증정
 - 야구장 입구는 넥슨의 자회사 JCE가 개발한 모바일 소셜게임 <롤 더 스카이>의 오프라인 부대 행사를 마련
 - 앞서 넥슨은 2012년 5월 19일 같은 장소에서 '2012 상반기 Nexon Speical Day'를 개최

■ 컴투스, 모바일게임 실사판 체험 이벤트 시설 마련

- ▶ 모바일 게임업체 컴투스는 용산 아이파크몰과 제휴, 2012년 8월 24일 부터 10일간 서울 한강로3가 용산 아이파크몰 1층 광장에 모바일게임 <몽키배틀>과 <타이니팜> 실사판 체험 이벤트 시설을 마련해 시민들에게 자사 모바일게임을 홍보
 - 시민들은 이 기간 동안 이벤트 장소에 설치된 원숭이 모양의 발사대를 이용해 허공에 매달려 있는 동물 인형을 맞추며 게임 내용을 실제 경험
 - 컴투스는 "많은 사람들이 게임에 참가했고, 게임 성적에 따라 사은품까지 수령하며 높은 호감을 보였다"고 언급

■ 해외 게임업체, 가전제품 업체와 공동 마케팅 진행

- ▶ EA와 같은 해외 메이저 게임업체는 작년부터 독일 쾰른에서 열리는 게임 박람회 'gamescom'에 참가한 삼성전자와 LG전자의 각종 전자기기를 통해 전 세계 관람객에게 게임을 홍보
 - LG전자의 3D 스크린 관에 EA의 <Battlefield3>와 Crystal Dynamics의 <Tomb Rader>의 게임 영상이 소개
 - 게임업계 관계자는 "아직까지도 게임시장은 인터넷에 익숙한 젊은이들이 주요 소비계층이기 때문에 온라인 이벤트가 보다 활성화 되어 있지만 반면 기업의 이미지를 알리기엔 오프라인에서 이벤트를 펼치는 게 훨씬 효과가 크다"며 "비록 온라인에 비해 오프라인 프로모션 비용이 많이 들지만 한편으론 시민들에게 즐거움을 줄 수 있어 사회공헌 일환으로 바라보려는 시각도 커지고 있다"고 언급

국내 게임업체, 경기 불황 여파로 공채 규모 축소

국내 주요 게임업체들은 경기 불황 여파로 공개 채용 규모를 대폭 축소. 반면, 온라인 게임에 주력했던 국내 게임업체들은 모바일게임으로 사업을 확장하기 위해 신규 채용보다는 모바일게임 경력자를 대상으로 한 인력 채용을 진행

■ 국내 온라인 게임업체, 인력 채용보다는 현상 유지

- ▶ 국내 메이저 게임업체들이 경기 불황으로 게임산업 전반이 위축되자 공개 채용 규모를 대폭 축소
 - 공채 계획이 미정인 일부 업체는 이미 수시 채용으로 방향을 틀었거나 경력직을 우대하는 것으로 나타나 신규 인력 모집 가능성이 낮은 것으로 나타남
 - 2012년 9월 공채를 진행하고 있는 기업은 넥슨, 스마일게이트 등 서너 기업 정도이며, NHN 한게임, 네오위즈게임즈, CJ E&M 넷마블 등 주요 메이저게임사들의 올 하반기 공채 계획은 미정인 것으로 나타남
- ▶ 전문가들은 불황이 지속되고 있지만 인재 발굴을 통해 새로운 성장 동력을 찾아야 시장 활성화를 불러올 수 있다고 조언
 - 무엇보다 최근 들어 메이저 게임업체들의 조직개편으로 시장에 고급 인력이 늘어난 만큼 중견 게임사들의 인재 확보 경쟁이 가열될 것으로 전망

■ 국내 게임업체, 모바일게임 전문가 확보에 올인

- ▶ 모바일 플랫폼으로 게임 콘텐츠 영역이 확장되면서 국내 온라인 게임업체들도 하나 둘 관련 시장 진출을 모색하고 있어, 이에 따른 모바일게임 관련 인력 채용 의지가 높은 것으로 나타남
 - 위메이드엔터테인먼트의 경우 아직까지 공채를 진행한 전례는 없지만 설립 이래 처음으로 대규모 경력직 채용
 - 지원 요강은 학력, 전공, 연령 등 제한이 없으며 3년 이상의 PC 온라인게임 및 스마트폰 온라인게임 플랫폼 경력이면 지원할 수 있음
 - 2010년도 공채를 통해 140여 명을 보강했던 컴투스도 올해 그 규모를 대폭 확대할 계획으로, 내달부터 실시하는 대학가 채용박람회를 통해 필요 인력을 적극적으로 확보할 예정

통계 국내 온라인게임 순위

표 12 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (10. 4)	게임메카 (9. 26~10. 3)	인벤 (9. 24~9.30)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
3	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
4	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
6	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
7	리니지 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
8	스타크래프트 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	사이퍼즈온라인 (네오플)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)
10	모두의마블 (CJ E&M)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	아이온 (NC소프트)
순위	게임노트 (9. 24~9.30)	게임조선 (9. 24~9.30)	게임리포트 (10. 4)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	디아블로3 (블리자드코리아)
4	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
5	리니지 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	디아블로3 (블리자드코리아)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리니지 (NC소프트)
7	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	스타크래프트 (블리자드코리아)
8	메이플스토리 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
9	던전앤파이터 (넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)	워크래프트3 (블리자드코리아)
10	모두의마블 (CJ E&M)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)

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

통계 국내 모바일게임 순위

표 13 국내 모바일게임 순위(2012. 10. 5 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		LG Smart World	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	배드피기즈 (Rovio)	이노티아4Plus (컴투스)	페이퍼워빅3 (다에리소프트)	내일은낚시왕 (Gameloft)	리듬앤블럭 (리더스게임즈)
2	메이플스토리리듬 (넥슨)	천사와악마 (모리소프트)	케이키드킹2 (액트온게임)	컴온베이비 (컴투스)	던전헌터2 (Gameloft)	열혈택시2 (마나스톤)
3	다크나이트라이즈 (Gameloft)	연애맞고2 (게임코리아)	히어로즈슈퍼히어로 (CJ E&M)	짱구디펜스Plus (미스터게임즈)	Zixby (인크로스)	Cut the Rope Free (ZeptoLab)
4	늑시여행4 (모리소프트)	블레이드z (디지털프로그)	레전더리히어로 (옴니텔)	그란트리아 (모비클)	드림오브페이퍼 (퍼플마루)	룬마스터듀얼 (아토미디어)
5	Wrigo Even 2012 (조이모아)	메이플스토리도적편 (넥슨)	Trial Xtreme2 (인크로스)	듀얼오브페이퍼 (게임빌)	핑고펑고 (인크로스)	AngryBirds Space (Rovio)
6	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	요리왕OrderUp (조이모아)	사이터스 (app21)	워너벳 (비투소프트)	GT 레이싱 (Gameloft)	졸라맨로봇건즈 (스트라스타)
7	피파12 (EA코리아)	엔젤런 (루노소프트)	듀얼오브페이퍼Plus (게임빌)	스매쉬빌딩 (개인)	리얼사커2011 (Gameloft)	D&A노말리우즈 (스타라이더)
8	무한의탐정 (크리에이티브팩토리)	피싱마스터 (게임빌)	문명: 레볼루션 (조이모아)	아이러브커피 (파티스튜디오)	슈렉카트 (Gameloft)	두더지잡기 (LG전자)
9	영웅사기7칠혹의계약 (EA코리아)	트리오브어비스 (케이넷피)	헝그리샤크 (스트라스타)	인피니티랜드 (아이프리스튜디오)	스타바탈리온 (Gameloft)	AngryBirds classic (Rovio)
10	부루마블Plus (엠앤엠게임즈)	버블파이터어드벤처 (넥슨)	리얼레이싱2 (EA코리아)	해적사격왕 (네오싸이언)	얼티밋스파이더맨 (Gameloft)	3D Darts (LG CNS)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	Bad Piggies (Rovio)	애니팡for카카오 (선데이토즈)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	캔디팡for카카오 (위메이드)
2	어메이징스파이더맨 (Gameloft)	보석팡for카카오 (바른손크리에이티브)	다크나이트라이즈 (Gameloft)	애니팡for카카오 (선데이토즈)
3	스펙트럴솔울즈 (조이모아)	내과판타지 (어썬피스)	피파12 (EA코리아)	틀린그림찾기 (디지털프로그)
4	피파12 (EA코리아)	아이러브커피 (파티스튜디오)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	바운스볼 (Raon Games)
5	Re-Volt Classic (WeGo Interactive)	킹덤로얄 (게임빌)	Granny Smith (Mediocre)	내과판타지 (어썬피스)
6	카툰워즈블레이드 (게임빌)	주차의달인 3D (AnSangha)	Where's My Perry (Disney)	드래곤플레이터 (NextFloor)
7	다크나이트라이즈 (Gameloft)	삼국지디펜스2 (컴투스)	AngryBirds Premium (Rovio)	스페이스팡for카카오 (비바게임)
8	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	가짜판타지 (블루윈드)	Ski Safari (Defiant)	아이러브커피 (파티스튜디오)
9	파이어버스터즈 (Hotdog)	Cytus (Rayark)	Cogs (Lazys Studios)	스페이스팡for카카오 (모비클)
10	Infecnator (Armor Games)	한게임골든클럽 (NHN)	Cut the Rope Experiment (ZeptoLab)	나와어울리는연예인 (ABO Lab)

*주: T 스토어와 Olleh 마켓은 다운로드 Best 순위이며, LG Smart World은 랭킹 카테고리 순위 [출처] 각 사 앱스토어, 다운로드 순

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2012년 9월 30일
- ▶ 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.