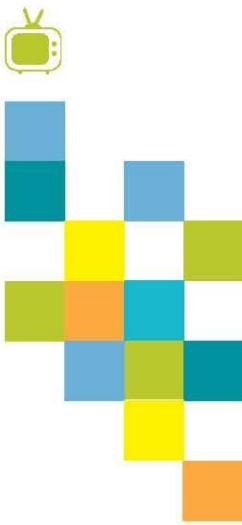
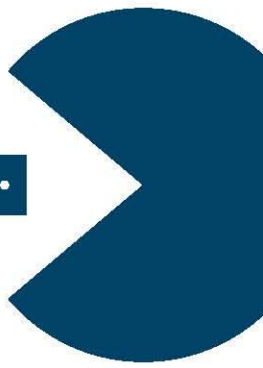
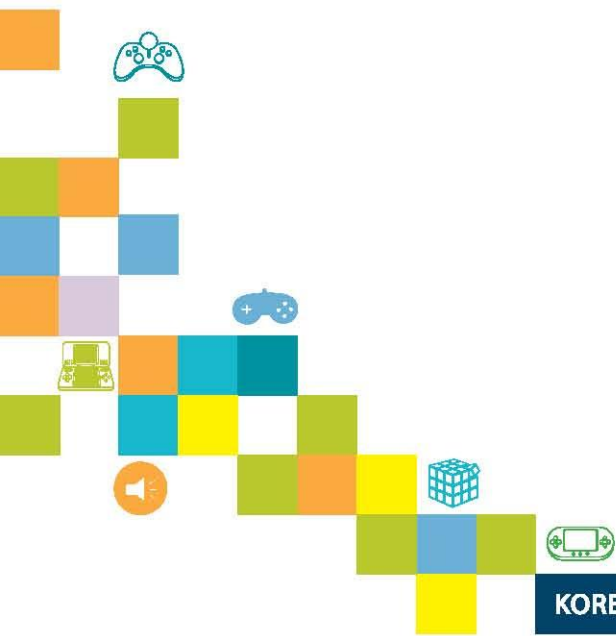
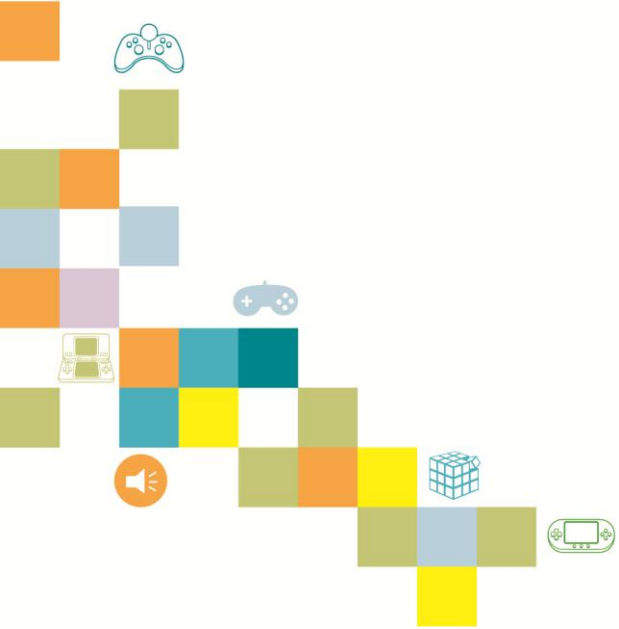


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 10월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 게임이 교육에 미치는 긍정적인 효과
- 2012년 글로벌 게임산업 M&A 총액, 36억 달러 돌파
- 모바일 소셜게임, 혁신성이 사라진 '셔블웨어'로 전략
- 클라우드 게임 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'
- 인디게임이 eSports로 발돋움하기 위한 조건
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 13

- 2012년, 신규 게임업체 상반된 실적
- 미국 유료TV 업체, 클라우드 게임 서비스 준비
- 클라우드 게임업체 OnLive, 멀티플랫폼 사업으로 회생
- 클라우드 게임업체 Agawi, MS와 제휴
- MS, 부분유료화 게임 <Happy Wars> 출시
- **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..... 23

중국 게임시장 동향..... 24

- 중국 온라인 게임시장, 상위 6개 업체들이 독점
- 중국 모바일게임 광고 급증세, 클릭율 1.87%
- Shanda Games 모바일게임 전략, '한-중-일 도원결의'
- Baidu, 게임부문 구조조정을 통해 사업전략 변화
- 중국 게임업체 Net Dragon, 모바일게임 매출 급성장
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 33

- 일본 게임시장의 패러다임 변화 주목
- 2012년 상반기 일본 콘솔게임 시장규모 1,753억 엔 돌파
- 일본 게이머, 소셜게임 이용 동기는 '자투리 시간 활용'
- Sony, 플랫폼 정책 변경과 새로운 BM 구축 필요
- 모바일 소셜게임 플랫폼 업체 GREE, 북미 시장 공략
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 44

- 호주, 게임 개발자 지원 프로그램 발표
- 2013년 'PAX 게임쇼', 호주서 개최
- 말레이시아 게임, 온라인 게임플랫폼 'Steam' 입점
- 대만 게임업체 GigaMedia, 온라인게임 전문가 영입

5. 유럽 게임시장 동향..... 49

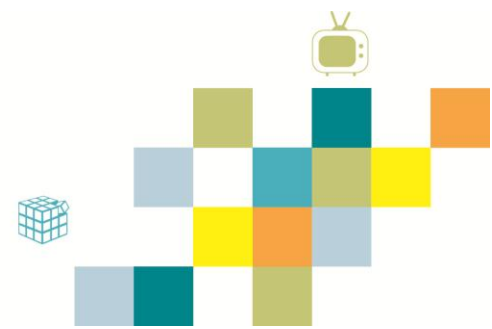
- Activision Blizzard, 싱글플레이어 게임 멸종 위기 전망
- Ubisoft, 멀티플랫폼 진출 전략 공개
- 모바일 게임업체 Mediatonic, 영국에 게임 스튜디오 오픈
- 모바일 게임업체 Gameloft, iOS 전용 컨트롤러 지원
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 57

- 새로운 '금맥'으로 떠오르는 멕시코 게임시장
- 신흥 게임 강국으로 떠오르는 우루과이
- 칠레, 일본에서 고유의 게임 독창성 과시
- Rovio를 꿈꾸는 칠레 모바일 게임업체 ePig Games

7. 국내 게임시장 동향..... 65

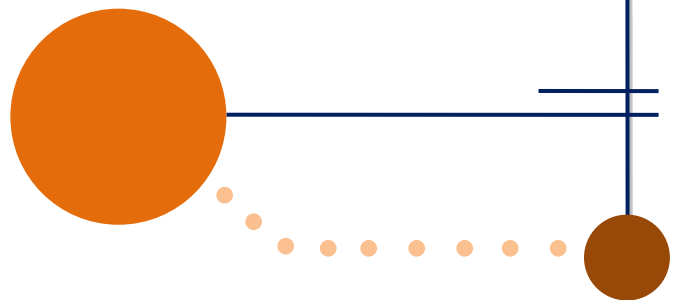
- '팡 류' 신드롬에 휩싸인 국내 모바일 게임시장
- 문화체육관광부, 고평류 게임의 게임머니 제한
- <스페셜포스2> eSports, 아마리그를 통해 해법 마련
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 게임이 교육에 미치는 긍정적인 효과
- 2012년 글로벌 게임산업 M&A 총액, 36억 달러 돌파
- 모바일 소셜게임, 혁신성이 사라진 '셔블웨어'로 전략
- 클라우드 게임 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'
- 인디게임이 eSports로 발돋움하기 위한 조건
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



게임이 교육에 미치는 긍정적인 효과

교육 현장 및 모바일 환경 등에서 게임의 긍정적 학습 효과와 영향력에 대해 조사한 보고서 "Gaming in the Classroom"이 발간. 이 보고서에 따르면, 교육과정에 직접 활용되는 게임이 늘고 있을 뿐만 아니라 그 효과 또한 수치로 증명

■ 게임의 긍정적 교육 효과를 수치로 증명한 보고서, "Gaming in the Classroom"

- ▶ 게임을 교육과정에 활용하는 것은 학생들의 능동적 학습 환경 조성에 도움
 - 과거 어린이들의 학습시간을 방해하고, 머리를 나쁘게 만드는데다 인간 관계까지 악화시킨다는 비난을 받아왔던 게임이 이제는 교육과정 등에서 활용되어 실제 어린이들의 '사고 발전'에 도움이 된다는 증거들이 나타나고 있다는 주장이 제기
 - 영국 Bristol 대학의 신경과학자 Paul Howard-Jones는 "게임이 뇌의 신경전달 물질이자 뇌의 활동에 있어 뉴런의 연결 촉진 등 여러 중요한 역할을 맡고 있는 도파민(Dopamine) 생산에 자극을 준다"며, "교육과정에서 효과적인 게임의 사용은 학생들로 하여금 학습과정에서 능동적인 자세를 유지하도록 돕는다"고 주장
- ▶ 이러한 게임의 긍정적 교육 효과를 뒷받침하는 보고서 "Gaming in the Classroom"이 인터넷 교육 포털 'OnlineSchools.com'을 통해 2012년 9월에 발표
 - 교육 현장에서 게임의 교육 효과와 그 영향력에 대해 조사한 OnlineSchools.com의 보고서 "Gaming in the Classroom"는 미국 교육협회재단(National Education Association Foundation, 이하 NEA)이나 미국 교육부(U.S. Department of Education) 등이 2010년에서 2012년 사이 작성한 교육과 게임의 상관 관계를 다룬 여러 건의 보고서들을 바탕으로 작성
 - 예를 들어, 디지털게임을 포함한 온라인 교육과정을 통해 영어를 배우는 3,500명의 학생들을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 조사대상 학생의 95%가 디지털 프로그램이 학생들의 동기 부여에 도움이 되었다고 응답
- ▶ 게임에 대한 인식 자체도 크게 개선되고 있는 것으로 나타났는데, 미국 정부의 조사에 따르면 70%에 달하는 청소년들이 게임을 즐기는 것이 어린이들에게 좋은 영향을 준다고 생각하고 있음
 - 또한 52%에 달하는 응답자가 교육용 게임을 접해본 경험이 있는 것으로 조사되는 등 교육과 게임의 관계에 대해 많은 청소년들이 매우 긍정적으로 생각할 수 있는 환경이 조성

■ 학습 몰입도는 물론 실제 성적 등의 수치로도 증명되는 게임의 긍정적 교육 효과

- ▶ 2~17세 사이의 미국 유아 및 청소년 10명 중 9명이 게임을 하고 있으며, 이들은 이미 디지털기술을

통해 학습과 창작 그리고 의사소통을 하는 데 매우 익숙한 상황

- 보고서에 따르면 교육 실무자들은 게임에 친숙해지는 학생들의 학습 몰입도를 향상시킬 수 있으며(응답자 중 74%) 수준별 지도를 가능케 한다(50%)는 이유로 디지털 콘텐츠를 교육과정에 활용하고 있는 상황

▶ 또한 비영리 연구재단인 SRI International의 자료를 인용, "Gaming in the Classroom"은 게임 기반의 온라인 교육 프로그램 <DreamBox Learning>을 사용한 학생들의 수학 성적이 그렇지 않은 학생들보다 5.5점 더 높다고 주장

▶ 다양한 게임들이 실제 학습 및 교육과정에서 활용되고 있는데, 예를 들어 3~9학년(미국 교육과정) 사이의 학생들을 대상으로 하는 게임 <Discover Babylon>은 교사들로 하여금 전략과 현실적 환경이 결부된 역사 교육을 가능케 함

- 미국 과학자연맹(Federation of American Scientists, 이하 FAS)이 개발한 게임 <Discover Babylon>은 글쓰기와 수학, 문학 및 법에 이르기까지 메소포타미아 문명이 기여한 내용들을 게임 형식을 통해 학생들이 쉽게 접근할 수 있도록 돕는 게임
- 9~12학년 사이의 학생들을 대상으로 한 게임 <Re-Mission>의 경우 암세포와의 싸움이라는 게임의 틀을 이용해 생물학 등의 과학 교육을 가능케 함
- 유명한 전략 대전 게임 <StarCraft> 또한 플로리다 대학의 2학점짜리 강의에서 학생들의 창의력이나 문제 해결 능력 및 의사 결정력을 양성하는데 활용
- 또한 1971년 초기 컴퓨터를 기반으로 개발된 역사 교육 목적의 게임 <The Oregon Trail>은 2011년 Nintendo의 게임 콘솔 Wii를 기반으로 재탄생

 mashable.com

그림 1 미국에서 교육 도구로 활용되고 있는 <Discover Babylon>



[출처] Museum and the Web 홈페이지(2012)

2012년 글로벌 게임산업 M&A 총액, 36억 달러 돌파

2012년 1~3분기 게임산업의 인수 합병 총액이 36억 달러를 돌파하며, 2011년 총액 34억 달러를 추월. 개별 M&A 규모 또한 평균 5,100만 달러를 기록하는 등 1998년 이래 역대 최대규모를 달성

■ 2012년 1~3분기 게임산업의 합병 및 인수 총액 36억 달러 기록

- ▶ 2012년 글로벌 게임산업의 합병 및 인수 활동이 1998년 이래 그 어느 때보다도 활발한 것으로 집계
 - 게임전문 투자은행 Digi-Capital이 2012년 9월 발표한 2012년 3분기 게임산업 투자 보고서 "Digi-Capital Global Investment Review 2012, Q3 Transaction"에 따르면, 2012년 1~3분기 게임산업 분야의 M&A 활동 규모가 전년대비 105% 증가
- ▶ 2012년 1~3분기까지 게임산업 분야에서 체결된 71건의 합병 및 인수로 인해, 2012년 3분기까지 M&A 총액이 36억 달러를 기록했으며, 개별 M&A 규모는 평균 5,100만 달러로 조사
 - 2011년의 1~4분기 전체로 113건의 M&A 거래가 있었지만, 이는 총액 34억 달러 규모였고 개별 M&A 규모 또한 3,000만 달러에 그쳤음
 - 이에 대해 Digi-Capital의 Tim Merel 애널리스트는 "2012년 게임산업 분야의 평균 M&A 금액은 2011년 개별 M&A 금액에 비해 40% 높았다"면서, "전체 M&A 총액 또한 2011년의 34억 달러를 단 3분기만에 추월했다"고 언급
- ▶ 한편 투자 기준으로는 2012년 1~3분기에 총 130여 건의 투자를 통해 5억 9,100만 달러가 게임 산업 부문에 투자된 것으로 조사되었으며, 개별 투자금액 평균은 4,500만 달러를 기록
 - 2011년에는 1~4분기 기준으로 총 152건의 투자를 통해 20억 달러가 게임산업 부문에 투자됐으며, 개별 평균 투자금액은 1,300만 달러로 조사

■ 한중일 게임업체, 2012년 게임업계의 인수 합병 열풍을 주도

- ▶ Merel은 "2012년 3분기까지의 M&A 상위 10건 중 6건이 중국, 일본, 한국 등의 동북아시아 게임 업체들에 의해 이루어졌다"고 언급
- ▶ 모바일 및 MMO(Massive Multiplayer Online) 그리고 게임 미들웨어(middleware) 업체들이 이와 같은 M&A 열풍의 진원지
 - 특히 한국 및 일본 그리고 중국 게임업체들이 모바일게임, 소셜게임, F2P(Free-to-Play) 게임, 미들웨어 업체 등에 대한 관심을 크게 높이고 있는 것이 이와 같은 M&A 열풍의 원인으로 지목

- 한국의 Nexon은 일본 모바일 게임업체 Inblues와 Gloops를 인수했으며, 지난 2012년 6월에는 한국 온라인 게임업체 NC소프트의 지분 14.7%를 인수
- 일본 모바일 소셜 게임업체 GREE는 2012년 5월에 미국 모바일 게임업체 Funzion를 2억 2,100만 달러에 인수했으며, 10월 25일에는 모바일 게임업체 Pokelabo를 138억 엔에 인수

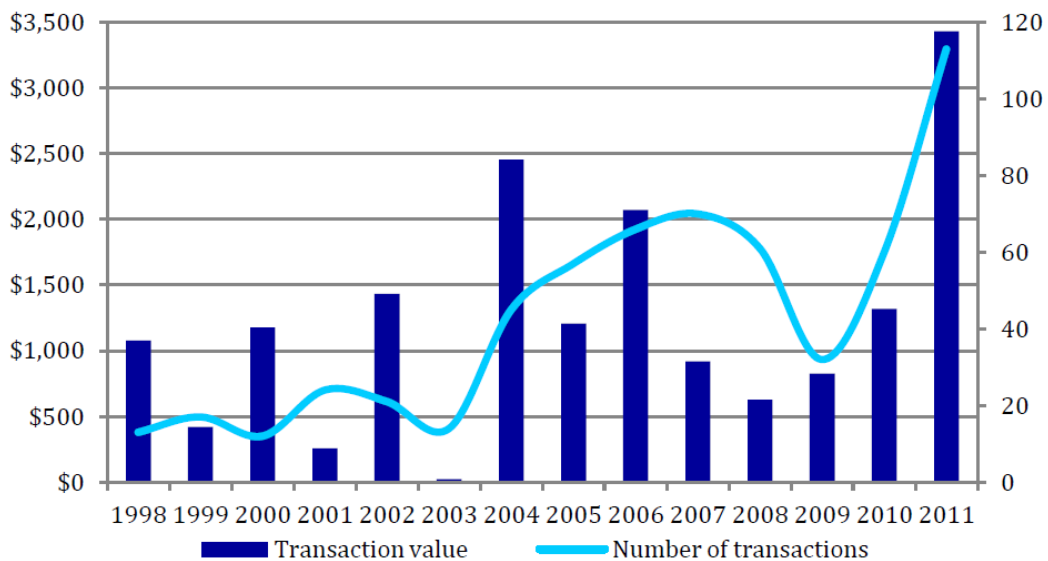
■ 게임업계의 M&A 열풍, 규모의 경제와 게임 플랫폼 확장이 최우선

▶ M&A가 활발하게 일어나고 있는 이유는 '규모의 경제'와 '게임 플랫폼' 확장으로 구분

- 첫번째로 게임 비즈니스가 '게임성' 중심에서 '마케팅' 중심으로 전환됨에 따라, 게임업체는 M&A를 통해 규모의 경제를 실현하고 게이머풀의 공유를 통해 시너지를 창출하는 것이 글로벌 경쟁체제에서 시장지배력을 강화할 수 있는 유효한 수단이라고 판단
- 두번째로 게임시장의 강자로 불리던 콘솔 게임업체들이 소셜게임과 모바일게임의 활성화로 입지가 약화되자, 이 분야의 업체를 인수하여 수직적, 수평적 계열화에 나서며 게임 플랫폼을 확장시킴

 www.gamesindustry.biz

그림 2 **글로벌 게임산업 M&A 추이 (단위: 백만 달러, 건)**



[출처] Digi-Capital 홈페이지(2012)

모바일 소셜게임, 혁신성이 사라진 '셔블웨어'로 전략

모바일 소셜게임들이 F2P 방식을 통해 다양한 오픈마켓에서 높은 매출을 올리고 있음. 그러나 대부분의 모바일 소셜게임들은 혁신적이지 않으며 낮은 소비자 기대 수준과 플랫폼 특성에 기대고 있는 잡동사니 게임인 '셔블웨어'에 불과하다는 주장이 제기

■ 게임 내용이 아닌 플랫폼 특성에만 기댄 모바일 소셜게임, 혁신성 부재

- ▶ 모바일 플랫폼이 침체된 웹기반 소셜 게임업체들의 새로운 희망으로 떠오르고 있으며, 실제 다수의 F2P(Free-to-Play) 게임들이 게임 내 결제(In-App 결제)를 통해 매우 높은 매출을 올리고 있지만, 모바일 소셜게임은 새롭지도, 혁신적이지도 않으며 무엇보다 웹기반 소셜 게임업체들이 걷고 있는 몰락의 길을 다시 반복할지도 모른다는 주장이 제기
 - 게임 디자이너 Tadhg Kelly에 따르면, "마을 방어, 도시 육성, 애완동물 보살피기 등으로 대표되는 Facebook 게임들과 동일한 게임 디자인을 택한 모바일 소셜게임들이 모바일 게임시장에서도 높은 수익을 올리고 있는 것은 사실"이라면서, "태블릿PC와 같은 일부 플랫폼에서는 Facebook 등 웹 기반 게임들보다도 더 상황이 좋아 보인다"고 언급
 - 실제로 <CSR Racing>, <Rae of Bahamut>, <Dragon Vale>, <The Simpsons Tapped Out and Clash of Clans> 등과 같은 모바일 소셜게임들은 F2P모델과 게임 내 결제 방식을 통해 높은 수익을 올리고 있음
 - 하지만 Kelly는 "이들 모바일 소셜게임의 새로운 게임 시대를 열지 못할 것이며, 이들 모바일 소셜게임들은 내용이나 형식 면에서 새롭지도 혁신적이지도 않다"고 주장

■ 일부 모바일 소셜게임은 플랫폼 특성에 의존하는 셔블웨어(Shovelware) 게임

- ▶ Kelly에 따르면, Facebook 게임으로 대표되는 소셜게임들은 참신한 아이디어 대신 소비자들의 '플랫폼 기억 상실증(platform amnesia)'에 의존한 게임에 불과
 - Kelly는 "콘솔 게임산업에서도 Nintendo가 게임 내용보다는 하드웨어 특성에 기댄 게임들을 통해 소비자들의 관심을 샀었다"면서, 참신하지 않거나 기존 게임들의 재탕에 불과하면서도 하드웨어나 플랫폼의 특성에 기댄 게임들을 '플랫폼 기억 상실증(platform amnesia)'이라 명명
- ▶ 모바일 소셜게임들 또한 일부 게임들을 제외하고는 대부분 게임 플랫폼의 특성에 참신함이나 새로움의 대부분을 의존
 - Kelly는 "휴대폰을 통해 공짜 혹은 저렴하게 게임을 즐길 수 있는 환경을 구축한 스마트폰과 태블릿PC 혁명은 수백만 명의 게이머들의 기대 수준을 제자리로 돌려 놔다"고 주장했는데, 이는 게이머들이 모바일 플랫폼을 기반으

로 하는 게임들의 '내용'이나 '질' 측면 보다는 게임 플랫폼의 새로움에만 초점을 맞추게 되었다는 것을 의미

- Kelly는 "모바일게임의 기준과 형식을 제시하는 일종의 전범(典範) 역할을 한 게임들이 있는 것도 사실"이라면서, 대표적인 예로 <Angry Birds>와 <Draw Something>을 꼽음
 - 하지만 Kelly는 이어 "새로운 게임 플랫폼은 질 낮은 수준의 게임들 또한 만들어지게 했다"면서, 이들 게임들을 '셔블웨어 게임(Shovelware Game, 잡동사니 게임)'이라 칭함
- ▶ 3~5년 사이의 짧은 수명을 가지고 있는 '셔블웨어 게임'들은 게임 자체의 경쟁력을 통해 수익을 올리려 하기보단, 플랫폼의 특성이나 매력을 빌려 수익을 극대화하려는 데에만 초점이 맞춰져 있음
- Kelly는 "낮은 기대 수준에 만족하는 '셔블웨어 게임'들은 매우 한정된 가능성만을 갖고 있기 때문에, 게이머들이 해당 게임을 지루하게 여기게 되면 플랫폼을 옮겨야 한다"고 지적하면서, '셔블웨어 게임'의 유통기한을 3년에서 5년으로 설명
 - Kelly는 "'셔블웨어 게임'들도 때로는 재미가 있으며 어느 정도 다양성도 존재하긴 하지만, 결국 '셔블웨어'의 핵심은 낮은 게임 경험 가치에 있다"면서, "게이머들의 기대 수준이 높아지고 다른 개발자들이 보다 높은 수준의 게임 경험을 제공하기 시작하면, 금새 '셔블웨어 게임'은 뒷전으로 밀려나게 된다"면서, "바로 이러한 점에서 모바일 플랫폼과 그 시장의 성격이 매우 중요하다"고 주장
- ▶ 게임 플랫폼 자체가 수년 주기로 계속 바뀌는 콘솔 플랫폼과 달리 그 생태계 특성이 매우 오랫동안 동일하게 유지되는 PC 및 모바일 플랫폼 환경에서는 이러한 '셔블웨어'가 설 자리가 없다는 주장
- Kelly는 "게임 콘솔 플랫폼 시장에서는 콘솔 하드웨어 교체 주기인 매 4~5년 마다 (게임 소프트웨어의 내용 면에서 별 다른 혁신 없이도) 새로운 그래픽과 새로운 경험을 줄 수 있다"면서, "반면, Facebook과 PC 그리고 모바일 플랫폼은 그 생태계 특성이 오래 지속된다"고 지적
 - 즉, 게이머들은 천천히 하지만 꾸준히 해당 플랫폼의 게임들에 대한 기대 수준을 높여가며 이에 따라 해당 게임 플랫폼 및 게임에 대한 이해도 또한 점차 높아짐
 - 따라서 그 생태계 특성이 오래 지속되는 이들 Facebook 및 모바일 플랫폼에서 게이머들은 마치 게임 전문가들 처럼 해당 게임들에 대한 이해도가 높아지게 되며, 이들에게 플랫폼 측면에서의 '새로움'은 단 한번만 존재한다고 주장

 news.taaza.com

클라우드 게임 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'

2012년 9월 미국 샌프란시스코에서 성황리에 개최된 미국 클라우드 게임 전문 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'에서 주요 게임업체 관계자들이 클라우드 게임의 최신 기술과 BM에 대해 논의하고 클라우드 게임시장이 크게 성장할 것으로 전망

■ 'Cloud Gaming USA 2012', 최신 기술 및 효과적 BM 통한 클라우드 게임시장 성장 낙관

- ▶ 미국 클라우드 게임 전문 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'가 2012년 9월 11일부터 12일까지 샌프란시스코에서 성황리에 개최되어 게임 및 미디어 업계 관계자들이 클라우드 게임 기술, 서비스, BM 등에 대한 다양한 의견을 개진하고, 게임산업에서 클라우드 게임의 위상이 나날이 높아질 것으로 전망
 - 'Cloud Gaming USA 2012'에는 Nintendo에서 3명, Amazon에서 3명, Activision Blizzard에서 4명, EA에서 6명, Ubisoft에서 8명, Gaikai를 인수한 Sony에서 8명, MS에서 11명 등 주요 게임업체 인사들이 참여해, 클라우드 게임의 중요성과 각 업체들의 클라우드 게임 전략 도입 가능성을 언급
 - 게임기업 Valve의 Jason Holtman 연구원은 클라우드 게임이 게이머, 커뮤니티, 개발자 등을 이어주는 새로운 관계망이라고 정의하면서 "클라우드에 기반한 프레임워크를 통해 최고의 아이디어들이 탄생할 수 있으며 개방적이고 연결된 시스템은 근본적으로 새로운 게임 개발을 가능케 한다"고 강조
 - 클라우드 게임업체 Agawi의 Peter Relan CEO는 클라우드 게임시장이 진정한 GPU 클라우드*와 멀티플랫폼에 대응 업체들의 증가, 게임콘솔과 같은 유용한 컨트롤러 개발 등 제반 여건이 조성되고, 적합한 BM이 구축되면 급격히 성장할 수 있는 변곡점에 임박했다고 설명
- ▶ 클라우드 게임, 최첨단 클라우드 기술 통한 효율적 BM 실현이 성공의 관건
 - GPU 분야의 선도적 업체인 3DLabs의 Osman Kent CEO는 클라우드 게임업체 OnLive가 도입했던 픽셀 스트리밍 기술이 대역폭뿐 아니라 네트워크 안정성 부족, 데이터 용량 제한, 시간 지연(latency) 등 문제가 산재해 고객 기반 감소, 막대한 운영, 관리 비용 등의 반복적 발생이라는 비효율적 BM을 유발했다고 지적
 - Osman Kent CEO는 자신이 새롭게 설립한 클라우드 소프트웨어 서비스업체 Numacent와 여기서 분사된 클라우드 게임업체인 Appoxy를 예로 들며 픽셀이 아닌 개인 PC에 있는 로컬 GPU 리소스를 활용해 프로세싱을 처리하는 '클라우드 페이징(cloud paging)' 방식이 픽셀 스트리밍보다 1,000배 이상 효율적이라고 제안
 - 클라우드 게임업체 CiiNOW의 Ron Haberman CEO 또한 게이머가 아닌 게임 퍼블리셔, 네트워크 사업자 등 기업 고객을 겨냥해 기업들의 게임 스트리밍 서비스를 지원하는 BM을 통해 CiiNOW가 방대한 하드웨어 운영을 가능케 하고 있다고 소개**

- 기술적 이슈에 관한 논의 외에도 일각에서는 클라우드 게임이 큰 인기를 얻고 수익성이 극대화될 경우 향후 1년 내로 IP 이슈가 일촉즉발의 위기 상황으로 치달을 수 있다는 우려가 제기

*주 : Nvidia의 독자적인 클라우드 게임 플랫폼 'GeForce Grid'와 같이 클라우드에서 게임을 인코딩하는 과정을 CPU가 아닌 GPU에서 서버의 속도 지연 문제를 완화하는 초고속 스트리밍 기술이 도입된 클라우드를 의미

**주 : CiiNOW의 클라우드 게임 솔루션은 자체 소프트웨어를 고객 기업의 하드웨어에 인스톨하는 방식을 취하고 있어 별도의 데이터 센터 구축 또는 서버 관리 비용을 최소화할 수 있음

 www.cgconfusa.com/

그림 3 클라우드 게임 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA' 로고



[출처] Cloud Gaming USA 홈페이지(2012)

인디게임이 eSports로 발돋움하기 위한 조건

인디게임이 eSports로 발돋움 하려면 무엇보다 게임을 관전하는 관객들의 호응을 얻을 수 있는 직관적 게임 디자인이 우선되어야 하며, 경쟁 요소와 미니멀리즘적 게임 디자인 그리고 쉬운 게임 조작 등이 개발 과정에서 고려되어야 함

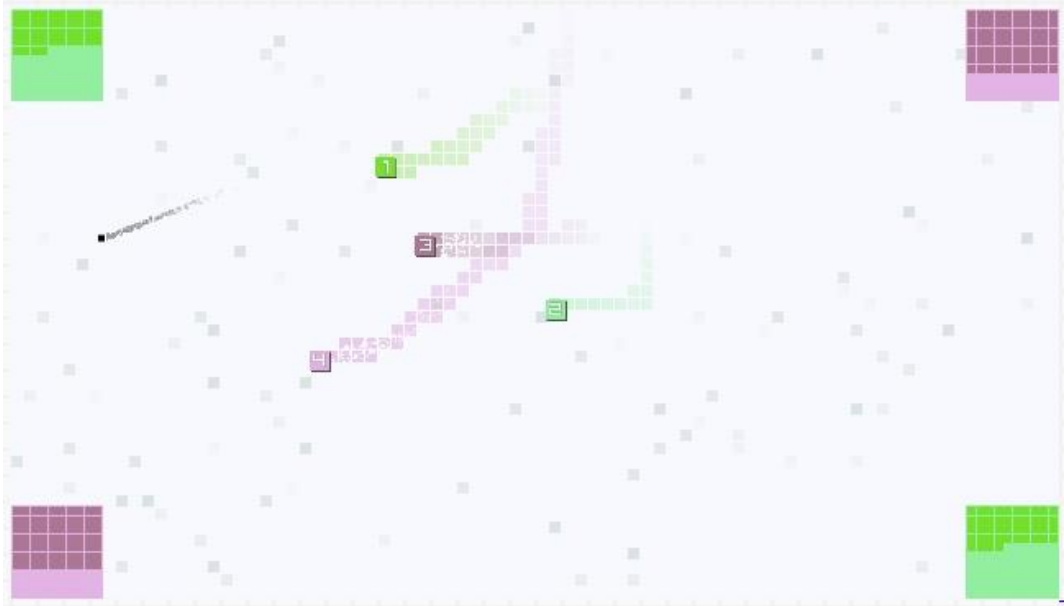
■ eSports로서의 인디게임, 대중성 이전에 직관성과 경쟁 요소를 중심으로 개발해야

- ▶ 대전게임 <Hokra>의 개발자 Ramiro Corbetta에 따르면, 인디게임이 eSports로 발돋움 하려면 무엇보다 게임을 관전하는 관객들의 '호응'을 얻을 수 있는 직관적 게임 디자인이 우선되어야 함
 - 1명 혹은 2~4명에서 게임을 즐기던 과거와는 달리 다중접속온라인(MMO, Massive Multiplayer Online)게임과 같이 수십, 수백 명이 동일 서버에서 게임을 즐기는 것이 일상화된 오늘날이지만, 여전히 게임을 직접 하는 것이 아닌 관객으로서 다수의 게이머들이 해당 게임을 관전하며 즐길 수 있는 eSports 게임의 숫자는 그리 많지 않은 상황
 - 일반적으로 스크린을 통해서만 해당 게임의 진행 상황을 확인할 수 있는 게임의 특성상, 축구나 야구와 같은 경기장 게임 문화가 발전하기 매우 어려운 데다, 인디게임의 경우에는 개발 예산과 유통망 등의 한계로 인해 eSports 게임으로 발돋움하기가 더욱 어려운 상황
 - 이러한 상황에서 이미 eSports로 자리잡아 전 세계 각국에서 인기를 끌고 있는 <StarCraft>나, <League of Legends>와 같은 메이저 게임업체들의 게임보다 인디게임이 본질적인 eSports 문화 관점에서는 더욱 관객들의 몰입도를 쉽게 높일 수 있다는 주장이 제기
- ▶ <League of Legends>나 <StarCraft>와 같은 기존 eSports 게임들, 흥미롭지만 실제 축구나 야구와 같은 스포츠 경기장에 경험할 수 있는 몰입도를 주진 못해
 - Corbetta는 "최대 500시간 이상의 게임 플레이 시간을 필요로 하는 이들 게임들은 최소 5시간에서 10시간 정도를 게임에 투자하지 않고는 게임 자체를 이해할 수 없다"며, "이는 관객들의 몰입도를 크게 방해한다"고 주장
- ▶ 반면 5분 내외의 게임 시간으로도 게임 이해도를 최대한 이끌어낼 수 있는 인디게임들은 관객들이 쉽게 게임의 진행 상황을 따라갈 수 있음
 - Corbetta는 "인디게임이 스포츠로서의 경기장 경험을 사람들에게 준다고 생각한다"며, "인디게임들은 분명 게임 디자인 측면에서 게임을 접한 순간 바로 즐길 수 있는 특징을 분명히 한다"고 주장
 - Corbetta는 이어 "설사 해당 게임을 해본 적이 없더라도, 인디게임의 진행 상황을 쉽게 따라갈 수 있다"면서, "이는 내가 <Horka>를 디자인할 때 중시했던 점"이라고 언급

- ▶ <StarCraft> 등의 대형 인기 eSports들의 대중성을 인디게임이 따라가는 것은 매우 힘든 일이기 때문에, 직관성과 경쟁 요소 및 미니멀리즘을 바탕으로 인디게임만의 eSports 영역을 개척해야 함

 www.gamasutra.com

그림 4 게임 <Horka>의 플레이 화면



[출처] Ramirocorbetta 홈페이지(2012)

통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 14 ~ 2012. 10. 20) (단위: 대)

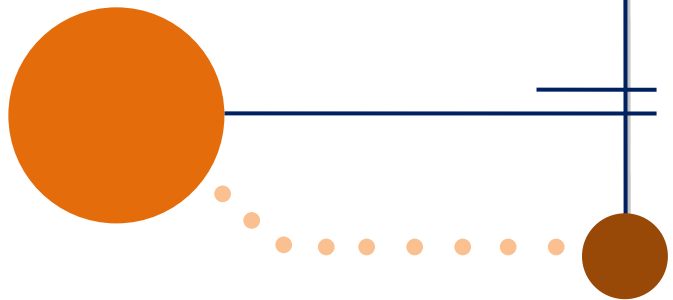
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	PlayStation3	Sony	216,318	-3.7%	67,444,546
	2	3DS	Nintendo	215,764	-3.2%	21,347,613
	3	Xbox360	MS	180,558	16.2%	69,093,278
	4	Wii	Nintendo	49,388	30.2%	96,795,340
	5	PlayStation Vita	Sony	38,076	1.0%	3,078,348
	6	PSP	Sony	35,187	5.9%	75,194,173
	7	DS	Nintendo	27,517	10.5%	152,225,175
SW	1	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	504,920	-64.7%	4,721,091
	2	FIFA 13 (PlayStation3)	EA	233,222	-17.6%	3,800,290
	3	Dishonored (Xbox360)	Dethesda Softworks	152,780	-67.9%	628,389
	4	FIFA 13 (Xbox360)	EA	145,320	-26.7%	2,853,379
	5	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	135,986	-8.4%	344,851
	6	Dishonored (PlayStation3)	Dethesda Softworks	113,228	-65.9%	444,835
	7	Resident Evil 6 (PlayStation3)	Capcom	112,357	-56.1%	1,809,287
	8	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	95,962	-2.6%	2,787,096
	9	Doom 3 BFG Edition (Xbox360)	Dethesda Softworks	84,544	신규	84,544
	10	Little Battlers eXperience W (PSP)	Level 5	80,132	신규	80,132

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)



미국 게임시장 동향

- 2012년, 신규 게임업체 상반된 실적
- 미국 유료TV 업체, 클라우드 게임 서비스 준비
- 클라우드 게임업체 OnLive, 멀티플랫폼 사업으로 회생
- 클라우드 게임업체 Agawi, MS와 제휴
- MS, 부분유료화 게임 <Happy Wars> 출시
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



2012년, 신규 게임업체 상반된 실적

2012년 9월까지 미국 게임 소매 실적이 전년 대비 20% 가까이 폭락하면서 2012년이 주류 게임업체들에게 최악의 해. 하지만 다운로드 게임 및 F2P 게임 등 인터넷을 중심으로 한 신규 게임업체들에게 있어 2012년은 약진의 한 해

■ 메이저 게임업체에게 가혹했던 2012년 게임시장

▶ 미국 일간지 New York Times의 2012년 10월 3일 기사 "Gaming Faces Its Archenemy: Financial Reality"에 따르면, 2012년 1월부터 9월까지 미국 게임 소매 실적은 20% 가까이 폭락했으며, 2012년 미국 게임 하드웨어 및 소매 실적은 2005년 이래 최악의 성적을 기록

- 최근 경기 침체가 게임의 주요 구매층인 청년층에 직접적인 타격을 준데다, 게이머들의 관심을 끌고 있는 디지털 다운로드게임 및 모바일게임을 통한 수익은 현재 게임업계의 매출 손실을 보완하기에는 턱없이 작은 규모
- 게임산업 비평가 Stephen Totilo는 "많은 대형 게임업체에게 있어 2012년은 매우 실망스러운 한 해"라며, "Zynga는 일평균 이용자 수 1,400만 명을 기록했던 올 4월 게임 개발업체 Omgpop를 1억 8,000만 달러에 인수했지만, 정작 4월말 일평균 이용자 수는 1,000만 명으로 추락했다"고 지적
- 이 외에도 Activision Blizzard는 11년 간의 개발기간을 투자한 RPG <Diablo III>를 통해 성공을 거두긴 커녕 끊임 없는 게임 결함으로 고역을 겪었으며, MS의 동작인식 게임 컨트롤러 Kinect도 과거 Wii 수준의 성공을 재현하는 데는 실패한 것으로 파악

▶ 게임업계의 부진이 게임업계 자체의 문제라기보다 전반적인 경기 침체, 엔터테인먼트 산업 전반에서 논픽션 및 리얼리티 콘텐츠가 인기를 끌고 있는 현상 때문이라는 지적도 제기

- Suellentrop은 "경기 침체 속에서 콘솔 하드웨어 및 소프트웨어의 높은 가격은 게이머에게 부담으로 작용한다"며, "영화나 책을 즐기는 것은 게임에 비해 부담이 적다"고 주장

■ 신규 게임업체에게 행복했던 2012년 게임시장

▶ 한편, 게임산업 비평가 Chris Suellentrop은 "인디게임 개발업체의 새로운 유통 채널로 기능하고 있는 디지털 다운로드게임 부문에게 있어 2012년은 훌륭한 해였다"고 주장

▶ 월 15달러 정도의 비용으로 게임을 무제한 즐길 수 있는 정기결제 방식의 온라인게임이나 F2P (부분유료화) 게임의 확산으로 게임도 경제적인 취미로 거듭나고 있다는 주장도 제기

- Totilo는 "F2P 게임은 시작할 때 전혀 돈을 지불할 필요가 없으며, 단 1달러를 지불하는 것만으로도 보다 수월한

게임 진행을 가능케 한다"며, "F2P 모델은 수백만 명의 게이머를 매일 게임에 빠져들게 하는 데 성공했으며, 이는 기존의 60달러짜리 패키지 게임은 불가능했던 일"이라고 언급

- ▶ Suellentrop은 이어 "크라우드 펀딩 웹사이트 Kickstarter를 통한 게임 개발부터, 에피소드별 다운로드 게임까지 인터넷을 기반으로 한 다양한 게임업계의 변화가 사실상 기존 콘솔 및 PC 게임산업을 몰락의 길로 이끈 셈이며, 동시에 게임업계의 진입 장벽을 낮춘 계기가 되고 있다"고 주장
 - Totilo는 이에 대해 "Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U가 콘솔 게임산업의 희망이 될 수는 있겠지만, 대형 게임업체들은 더 이상 게임산업을 지배하지 못할 것"이라고 전망

 www.nytimes.com

미국 유료TV 업체, 클라우드 게임 서비스 준비

Comcast, AT&T, Time Warner Cable, Verizon 등 미국 유료TV 업체들이 브로드밴드 망을 이용한 클라우드 게임 서비스를 통해 디지털 게임시장에 진출할 계획. 이와 같은 유료TV 업체들의 움직임은 위축되고 있는 미국 콘솔 게임시장에 위협이 될 전망

■ 미국 유료TV 업체, 클라우드 기술을 바탕으로 한 디지털 게임 스트리밍 서비스 준비

- ▶ Bloomberg 등 해외 주요 외신에 따르면, 미국 유료TV 업체인 Comcast, Time Warner Cable, AT&T, Verizon 등이 자사의 브로드밴드 망을 이용한 클라우드 게임 서비스를 준비
 - 미국의 케이블TV 사업자인 Comcast, Time Warner Cable(TWC), Cox 그리고 IPTV 사업자인 AT&T, Verizon도 CiiNOW*, Agawi**, Playcast Media*** 등과 같은 클라우드 게임업체 관계자를 만나 클라우드 게임을 준비하고 있는 것으로 나타남
 - 미국 유료TV 업체들은 2013년 초, 늦어도 2014년까지 클라우드 게임 서비스를 기존 방송 가입자에게 제공할 예정
 - 클라우드 게임은 <테트리스>처럼 간단한 캐주얼게임부터 <Batman> 처럼 콘솔게임에서 구현되는 하드코어게임 까지 제공
 - 게임 컨트롤러는 셋톱박스 리모컨과 같이 사업자별로 개별 기기를 활용할 것으로 전망되며, Comcast와 같은 일부업체는 스마트폰을 클라우드 게임 컨트롤러로 활용할 계획

*주 : 2010년에 설립된 CiiNOW는 클라우드 게임 솔루션 개발을 위한 미들웨어 구축 및 기술 공급 업체로 하드웨어와 서버 관리 기술의 특허 출원을 앞두고 있음. 최근 OnLive가 매각되고 Gaikai가 인수됨에 따라 업계에서 주목 받는 클라우드 게임업체로 부상

**주 : 2010년에 설립된 Agawi는 모바일게임 개발업체 YouWeb Incubator에서 출발한 클라우드 게임업체로, 전세계 최초로 오픈 클라우드 아키텍처에 기반한 클라우드 게임 플랫폼 'Agawi 2.0'을 개발

***주 : 2009년에 설립된 Playcast Media는 Nvidia의 GeForce Grid 플랫폼을 이용해 클라우드 게임 서비스를 운영하고 있으며, 다양한 종류의 TV 셋톱박스에 클라우드 게임을 제공할 예정

■ 클라우드 게임 서비스, 콘솔 게임시장을 위협할 차세대 디지털 게임

- ▶ 유료TV 업체들의 클라우드 게임 서비스는 미국 콘솔 게임시장에 큰 위협이 될 것으로 전망
 - 시장조사업체 NPD가 2012년 10월 발표한 "September U.S. Retail Video Game Sales Down 24%"에 따르면, 2011년까지 Sony, MS, Nintendo 등 콘솔 게임시장 규모는 241억 달러 수준이었지만, 스마트폰을 중심으로 한 모바일게임의 빠른 성장으로 2011년 9월 콘솔게임 하드웨어 판매량은 전년대비 39% 감소

- 투자업체 Lazard Capital Market의 Atul Bagga 애널리스트는 "미국 어느 가정이나 TV를 보유하고 있다"며, "유료TV 사업자들은 가입자들이 게임을 즐길 수 밖에 없는 환경을 조성해 수익을 창출할 것"이라고 언급
 - EA의 John Reseburg 수석 이사는 "TV용 클라우드 게임은 아직 기술적인 부분에서 개선의 여지가 있으나, 긴 안목으로 봤을 때 매우 좋은 기회가 될 것"이라는 견해를 밝혀 유료TV 업체들의 클라우드 게임 서비스를 기정 사실화 함
- ▶ 미국 유료TV 업체들의 클라우드 게임 서비스가 성공으로 귀결될 경우, 브로드밴드 서비스와 유료 방송 서비스를 병행해 온 다른 국가 유료TV 업체들 역시 잇따라 유사한 클라우드 게임 서비스를 제공할 것으로 전망

 www.bloomberg.com

클라우드 게임업체 OnLive, 멀티플랫폼 사업으로 회생

2012년 8월 파산한 클라우드 게임업체 OnLive가 동명의 새로운 회사로 설립되어 2013년 기업 회생 로드맵에 착수. OnLive는 서비스 플랫폼 업체들과의 협력을 통한 멀티플랫폼 대응으로 지속 가능한 클라우드 게임사업을 전개할 것으로 전망

■ 클라우드 게임업체 OnLive, 2013년 기업 회생 위한 로드맵 착수

- ▶ 클라우드 게임업체 OnLive의 Charles Jablonski 신임 CEO는 IT전문매체 MCV와의 인터뷰에서, OnLive 임직원들이 회사의 규모, 범위, 관리 등 모든 범주에서 큰 변화를 겪으며 기업 회생 의지를 다지고 있다고 밝힘
 - 업계에서는 2012년 8월 이후 OnLive 폐업을 둘러싼 추측과 루머가 나돌았으나, 결국 OnLive는 파산한 후 새로운 업체를 같은 이름으로 설립했으며 Steve Perlman 전임 CEO가 퇴임
 - OnLive UK의 Bruce Grove 디렉터는 OnLive가 2013년부터 확실한 전략에 입각해 복구될 예정이며 보다 많은 비즈니스 파트너십을 통해 발전할 계획이라고 밝힘
 - 그는 "내년 이맘때쯤에는 사업 성장으로 인해 몇 가지 변화와 전환점을 맞이할 것"이라고 말하면서, "향후 12개월에 걸친 구체적인 로드맵을 통해 지속 가능한 사업을 전개해 나갈 것"이라고 강조
- ▶ 새로운 OnLive는 PC는 물론 다양한 플랫폼에 대응하는 다각적인 사업을 추진할 것으로 전망
 - OnLive는 최근 미국에서 TV 제조업체 Vizio의 새로운 셋탑박스인 Co-Star에 자사 플랫폼을 런칭했으며 향후 다양한 장비 및 단말을 향한 서비스를 지속할 계획
 - Bruce Grove 디렉터는 "과거 우리에게 있어서 OnLive가 모든 것의 중심이었다면 이제는 파트너들과의 협력이 보다 중요하며, 이러한 방식을 통해 신규 고객을 확보해 나갈 것"이라고 강조
 - OnLive는 게임 제공을 통해 플랫폼 업체들과 직접 경쟁을 벌였던 과거의 방식을 버리고, Sony가 인수한 라이벌 클라우드 게임업체 Gaikai와 같이 다양한 스크린을 통한 게임 홍보 역할을 하는 등 '중간자적 역할'로 선회

 www.computerandvideogames.com

클라우드 게임업체 Agawi, MS와 제휴

클라우드 게임업체 Agawi가 2012년 9월 MS와의 제휴를 체결해 Windows 8 OS 단말에 클라우드 게임 서비스를 제공할 예정. 이번 제휴를 통해 콘솔게임 진영의 클라우드 기반 게임 서비스 제공이 지속적으로 증가할 것으로 기대

■ 클라우드 게임업체 Agawi, 콘솔 게임업체 MS와 제휴

- ▶ 클라우드 게임업체 Agawi가 2012년 9월 MS와의 제휴를 체결해 차세대 운영체제인 Windows 8에서 클라우드 게임을 구현하고 차기 게임콘솔인 Xbox720 전용 게임 개발을 추진 중
 - Agawi는 오는 10월 26일 런칭되는 Windows 8 OS 기반 게임 출시를 위해 웹 기반 MMO 및 소셜게임 개발 업체들과의 파트너십 체결을 적극적으로 추진 중이며, 이미 MS의 독자적 클라우드 컴퓨팅 플랫폼 'Windows Azure*'에 기반한 서비스 계획을 수립
 - Agawi는 또한 최근 새로운 Windows 8 플랫폼 게임 옵션 확충을 위한 'Agawi Game Partnership Cold' 프로그램을 가동하기 시작했으며, MS의 차세대 콘솔 게임기인 Xbox720이 Windows 8 OS에 기반할 것으로 예상됨에 따라 향후 Xbox 브랜드에서의 클라우드 게임 서비스를 통해 입지를 강화할 것으로 전망
 - Agawi가 구축한 멀티플랫폼 서비스 운영 노하우는 MS의 게임 서비스에 유용할 것으로 보이나, 향후 MS가 Agawi의 클라우드 게임 서비스를 Xbox720의 핵심 요소로 부각시킬지는 미지수
- ▶ 클라우드 기반 콘솔게임 스트리밍 서비스, 차세대 콘솔 게임사업의 주요 서비스로 부상
 - 지난 2012년 7월 클라우드 게임 업체 Gaikai를 인수한 Sony의 행보는 클라우드 게임산업의 비전을 보여줬으며 SCE의 Kazuo Hirai CEO는 이미 클라우드 게임이 미래의 PlayStation 브랜드에 포함될 것이라고 밝힌 바 있음
 - 콘솔게임 업체 Square Enix는 2012년 8월 독자적인 웹기반 클라우드 게임 서비스 'Core Online'를 개시했으며 Time Warner Cable, Comcast 등 미국 케이블 사업자들 또한 클라우드 게임 서비스를 런칭해 게임 콘솔과의 경쟁에 뛰어 들고 있음
 - MS는 2012년 8월 이후 OnLive의 전직 개발자를 비롯해 클라우드 게임 엔지니어를 적극적으로 채용 중으로, Xbox와 Kinect의 성공을 통해 가속화된 자사 사업의 성장세를 이어갈 획기적인 제품과 서비스를 개발하는 유능한 인재를 모집한다는 내용의 포스팅을 게재한 바 있음

*주 : MS가 2010년 7월에 출시한 클라우드 컴퓨팅 플랫폼으로서 다양한 애플리케이션 개발툴과 가상머신, 스토리지 등 제반 요소를 포괄적으로 지원해 출시 1년 만에 3만 1,000여개의 고객사를 확보, 성공적인 클라우드 서비스로 지목된 바 있음

 www.digitaltrends.com

MS, 부분 유료화 게임 <Happy Wars> 출시

Xbox360으로 콘솔 게임시장에서 메이저 게임업체로 등극한 MS가 부분 유료화 방식의 게임을 2012년 10월 출시. MS가 출시한 부분 유료화 게임 <Happy Wars>는 Xbox360의 온라인서비스 'Xbox Live Arcade'를 통해 다운로드 방식으로 제공

■ MS, 'Xbox Live Arcade'를 통해 부분 유료화 게임 <Happy Wars> 출시

- ▶ IT전문매체 VentureBeat를 비롯한 해외 외신들에 따르면, MS가 부분 유료화 기반의 무료게임 <Happy Wars>를 'Xbox Live Arcade'를 통해 출시
 - <Happy Wars>는 일본 게임업체 Toylogic이 개발하고 MS Studio가 배급
 - <Happy Wars>는 게이머들이 자신의 검색 아바타를 생성해 대전을 벌이는 액션게임으로 Xbox Live Gold 회원에 무료로 제공
 - 게임에 필요한 아이템은 게임을 진행하면서 습득할 수 있으며, Xbox Live Arcade에서 MS Point로도 구입 가능
- ▶ 싱글플레이와 멀티플레이를 모두 지원하는 <Happy Wars>는 'Happy Stars'와 'Happy Tickets'라는 이원화된 가상아이템을 특징으로 가지고 있음
 - 게이머들은 게임을 즐기면서 'Happy Stars'라는 게임머니를 수집할 수 있으며, 수집된 'Happy Stars'로 무기와 갑옷같은 장비 아이템을 업그레이드 할 수 있음
 - MS Point로 구입할 수 있는 'Happy Tickets'는 아바타의 외형을 꾸미거나, 특정 캐릭터를 구입하는데 사용
 - 게임 개발업체 Toylogic에 따르면 'Happy Tickets'으로 구입된 아이템은 게임 밸런스에 어떠한 영향도 주지 않으며, 단순히 게이머들이 캐릭터를 꾸미는데 한정되어 있다고 강조
 - 게임 관계자들은 <Happy Wars>의 부분 유료화 방식이 유료게이머와 무료게이머의 게임 밸런스에 영향을 주지 않는 Riot Games의 <League of Legends>와 비슷해 큰 성공을 거둘 것으로 전망

 www.gamasutra.com

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 2 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 14 ~ 2012. 10. 20) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	98,906	23.1%	35,598,729
	2	PlayStation3	Sony	62,726	15.3%	22,161,925
	3	3DS	Nintendo	58,094	14.8%	5,948,576
	4	Wii	Nintendo	22,581	46.5%	39,688,680
	5	DS	Nintendo	15,087	7.9%	51,306,286
	6	PlayStation Vita	Sony	9,567	1.4%	822,981
	7	PSP	Sony	1,385	6.0%	19,575,041
SW	1	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	281,155	-68.3%	1,167,457
	2	Dishonored (Xbox360)	Bethesda Softworks	80,676	-72.2%	371,322
	3	Kirby's Dream Collection Special Edition (Wii)	Nintendo	66,194	신규	66,194
	4	NBA 2K13 (Xbox360)	Take-Two	62,016	-31.7%	443,081
	5	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	53,338	-3.4%	108,572
	6	Doom 3 BFG Edition (Xbox360)	Dethesda Softworks	49,097	신규	49,097
	7	NBA 2K13 (PlayStation3)	Take-Two	46,761	-32.3%	350,844
	8	Dance Central 3 (Xbox360)	Harmonix Music	43,995	신규	43,995
	9	Dishonored (PlayStation3)	Bethesda Softworks	43,628	-73.7%	209,579
	10	Madden NFL 13 (Xbox360)	EA	32,596	-7.1%	1,038,705

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 3 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 10. 23 ~ 2012. 10. 29) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	179,206
2	The Elder	Bethesda Softworks	Fantasy	다운로드	65,776
3	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	43,127
4	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine	Fantasy	다운로드	29,481
5	Final Fantasy: A Realm Reborn	Square Enix	Fantasy	CD판매	25,209
6	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	23,459
7	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	22,735
8	Wizard101	Kingsisle Entertainment	Fantasy	다운로드	20,442
9	Mabinogi	Nexon	Fantasy	다운로드	19,524
10	RaiderZ	Perfect World	Fantasy	다운로드	18,765

[출처] MMORPG 홈페이지(2012)

통계 미국 App Store 게임 순위

표 4 App Store 인기게임 순위*(2012. 10. 30 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Bad Piggies	Rovio	Arcade	0.99
	2	Grand Theft Auto 3	Rockstar Games	Action	0.99
	3	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	4	Plague Inc.	Ndemic Creations	Simulation	0.99
	5	Plants vs. Zombies	PopCap	Strategy	0.99
	6	He-Man The Most Powerful Game in the Universe	Chillingo	Action	0.99
	7	Slender-Man	Rory Harvey	Action	0.99
	8	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	9	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
	10	Angry Birds Space	Rovio	Arcade	0.99
무료	1	Slendr-Slender man myth inspired horror survival game	Apprope	Action	-
	2	Bubble Galaxy with Buddies	Top Free Apps and Games	Arcade	-
	3	Contract Killer 2	Glu Games	Adventure	-
	4	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	5	Fix-it Felix Jr.	Disney	Arcade	-
	6	Zombiewood	Gameloft	Action	-
	7	Flick Home Run !	Infinity pocket	Action	-
	8	Subway Surfers	Kiloo	Action	-
	9	Bike Race Free by Top Free	Top Free Games	Racing	-
	10	Punch Quest	Rocketcat Games	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] App Store 홈페이지(2012)

통계 미국 Google Play 게임 순위

표 5 Google Play 인기게임 순위*(2012. 10. 30 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Grand Theft Auto III	Rocstar Games	Arcade&Action	0.99
	2	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	3	Angry Birds Space Pre	Rovio	Arcade&Action	0.99
	4	Where's My Water?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	5	The Bard's Tale	Inxile Entertainment	Arcade&Action	2.99
	6	Cut the Rope	ZepoLab	Brain&Puzzle	0.99
	7	Draw Something	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	8	Asphalt 7: Heat	Gameloft	Racing	0.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
	10	Where's My Perry?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
무료	1	Bad Piggies	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	3	Hill Climb Racing	Fingersoft	Racing	-
	4	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	5	Zombie Frontier	Feelingtouch	Arcade&Action	-
	6	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	7	Flow Free	Big Duck Games LLC	Brain&Puzzle	-
	8	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	9	Jetpack Joyride	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	10	Subway Surfers	Kiloo Games	Arcade&Action	-

*주: Google의 게임장르는 'Arcade & Action, Brain & Puzzle, Cards & Casino, Casual, Live Wallpaper, Racing, Sports Games, Widgets'로구성
 [출처] Google Play 홈페이지(2012)



아시아 게임시장 동향

◆ 중국 게임시장 동향

- 중국 온라인 게임시장, 상위 6개 업체들이 독점
- 중국 모바일게임 광고 급증세, 클릭율 187%
- Shanda Games 모바일게임 전략, '한·중·일 도원결의'
- Baidu, 게임부문 구조조정을 통해 사업전략 변화
- 중국 게임업체 Net Dragon, 모바일게임 매출 급성장
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 게임시장의 패러다임 변화 주목
- 2012년 상반기 일본 콘솔게임 시장규모 1,753억 엔 돌파
- 일본 게이머, 소셜게임 이용 동기는 '자투리 시간 활용'
- Sony, 플랫폼 정책 변경과 새로운 BM 구축 필요
- 모바일 소셜게임 플랫폼 업체 GREE, 북미 시장 공략
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

◆ 기타 게임시장 동향

- 호주, 게임 개발자 지원 프로그램 발표
- 2013년 'PAX 게임쇼', 호주서 개최
- 말레이시아 게임, 온라인 게임플랫폼 'Steam' 입점
- 대만 게임업체 GigaMedia, 온라인게임 전문가 영입



중국 게임시장 동향

중국 온라인 게임시장, 상위 6개 업체들이 독점

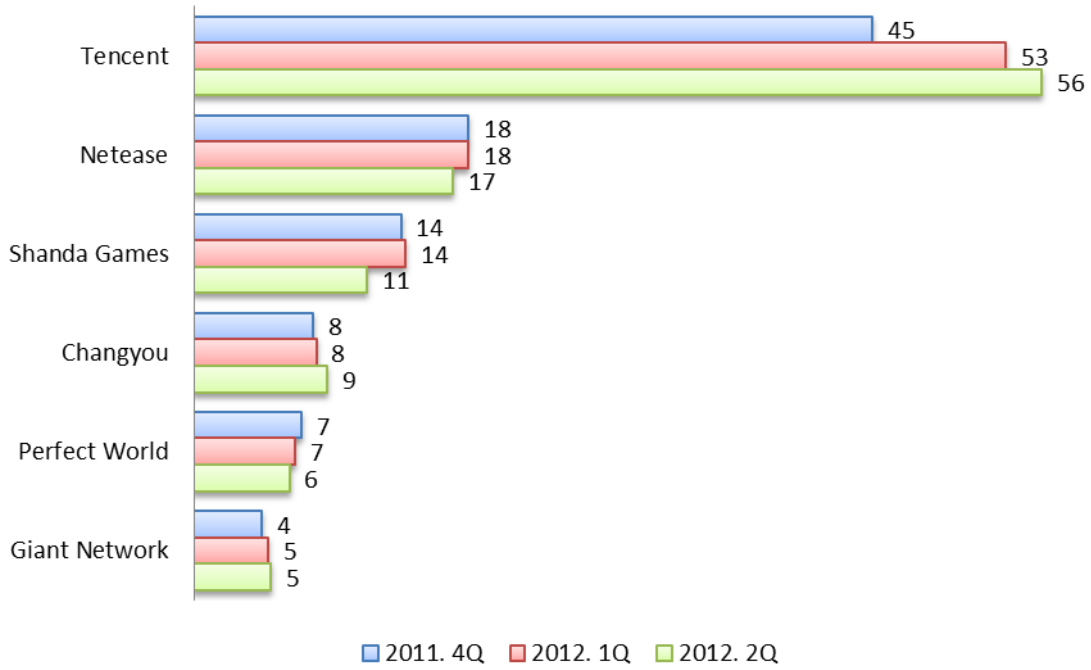
중국 온라인 게임시장에서 상위 기업들의 독점 추세가 강화되면서 NetEase, Tencent, Shanda Games, Giant Networks, Changyou, Perfect Games 등 6개 기업의 총수입은 353억 위안으로 전체 시장의 80%를 차지하며 총이익은 60% 이상을 기록

■ 중국 6개 온라인 게임업체, 전체 온라인 게임시장 점유율 80% 차지

- ▶ 게임전문포털 178.com의 2012년 10월 기사 "중국 6개 온라인 게임회사 총 수익, 중국 게임시장의 총 수익의 60% 차지(六大网游公司总收入达353亿元 毛利均达60%)"에 따르면, 중국 온라인 게임시장은 2010년 성장세가 둔화된 이후 2011년 들어 회복세를 되찾았으며, 2011년 중국 게임시장(온라인게임, 모바일게임, PC게임 포함)의 실질 매출액은 전년대비 34% 성장한 446억 1,000만 위안을 기록
 - 그러나 이는 평균 50% 이상의 성장률을 기록했던 2004년에서 2008년 사이의 기간과 비교하면 성장세가 대폭 줄어든 것
- ▶ 성장세의 둔화와 함께 온라인 게임시장에는 이미 일부 기업들의 독점 양상이 굳어지고 있으며, Netease, Tencent, Shanda Games, Giant Networks, Changyou와 Perfect Games 등 6개 기업의 총수입은 353억 위안으로 전체 온라인 게임시장 점유율의 80%를 차지
 - Tencent, Netease, Shanda의 상위 3대 기업의 시장 점유율은 64.64%에 이르며, 6대 온라인 게임업체의 총이익은 중국 온라인 게임시장 총이익의 60% 이상을 차지
- ▶ 한편 Netease 총괄디렉터 샤오윈(小云)은 플레이어들의 요구사항은 지속적으로 커지는 반면, 게임 제작사들은 구태를 답습하면서 모방과 표절이 끊이지 않아 중국 3D 온라인게임의 쇠퇴를 낳았다고 지적
 - 그에 따르면 최근 수 년간 중국에서 출시된 대부분의 3D 신작은 '혁신 부재'와 '과도한 디자인'이라는 양극단에 머무르면서 3D 온라인 게임시장의 둔화를 가져왔음
 - 2012년 3D 온라인 게임시장의 성장 둔화에 관해 Netease의 또 다른 인사는 시장 공급의 부족, 특히 고품질 3D 온라인게임이 적었기 때문으로 분석

 chanye.178.com

그림 5 중국 6대 온라인 게임업체의 분기별 매출 추이 (단위: 억 위안)



[출처] 178.com 홈페이지(2012)

중국 모바일게임 광고 급증세, 클릭율 1.87%

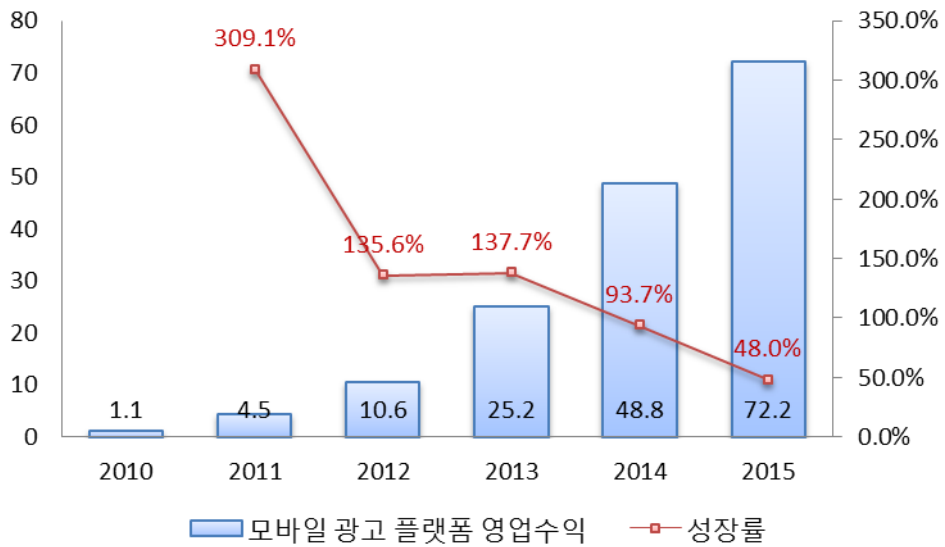
중국 최대 모바일광고 플랫폼 Domob가 발표한 "2012년 2분기 모바일광고 통계"에 따르면 중국의 모바일 광고시장은 안정적인 성장세를 유지하고 있으며, 특히 모바일게임 광고는 1.87%의 가장 높은 클릭율을 기록

■ Domob, 2분기 모바일 광고 통계 발표, 모바일게임 광고의 클릭율이 가장 높아

- ▶ 2012년 9월 중국 최대의 모바일광고 플랫폼인 Domob가 발표한 "2012년 2분기 모바일광고 통계 (2012年第二季度移动应用广告数据)"에 따르면, Domob의 모바일광고 일간 페이지뷰는 3억 6,000건에 달했으며 일간 순방문자 수는 1,800만 명으로 안정적인 성장세를 유지
- ▶ 2012년 1분기 대비 Android 계열의 광고 건수는 빠른 성장을 보였으며, Android와 iOS 계열의 광고 건수가 증가하면서 기타 OS 상의 광고 건수는 지속적으로 감소하는 추세
- ▶ 2012년 2분기 Domob 플랫폼 상의 모바일 광고주 유형별 분석 결과, 공구와 전자상거래, 소비자재 부문의 광고주가 55%로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남
 - 한편 광고 클릭율에서는 게임 광고의 클릭율이 1.87%로 기타 유형의 광고보다 훨씬 높게 나타남
 - 2012년 2분기에 전자상거래 부문의 광고주 비중은 대폭 하락했으며, 그 이유는 전자상거래 시장의 거래규모가 전년 동기대비 크게 감소하면서 해당 업계에서 스마트폰 광고를 줄였기 때문으로 분석
 - 반면 모바일게임 부문의 광고는 가장 빠르게 늘어났으며, 동시에 브랜드 광고주 가운데 소비자재, 자동차 광고도 전 분기보다 늘어난 것으로 집계
 - 미디어 부문에서는 전자책과 모바일게임, 온라인 동영상/음악의 광고 건수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 클릭률에서는 전자책과 모바일게임이 가장 높음
- ▶ 2012년 중국 모바일 광고플랫폼의 매출 규모는 10억 6,000만 위안으로 전년대비 135.6%의 성장률을 보였으며, 이는 광고주 숫자 및 광고 지출의 증가에 따른 것
 - Domob는 경기 둔화의 영향으로 모바일 광고시장의 폭발적 성장은 2013년 이후에 이루어질 것으로 전망

 games.sina.com.cn

그림 6 2010년~2015년 중국 모바일광고 플랫폼 매출 규모 (단위: 억 위안, %)



[출처] Domob 홈페이지(2012)

Shanda Games 모바일게임 전략, '한·중·일 도원결의'

중국 온라인 게임업체 Shanda Games는 2012년 10월 16일 국내 게임업체 액토즈 소프트와 일본 메이저 게임업체 Square Enix 등과 삼자 제휴를 체결. Shanda Games는 이번 제휴를 통해 아시아를 넘어 글로벌 모바일 게임시장을 공략할 계획

■ 모바일 게임시장 공략을 위해 삼자 도원결의를 선택한 Shanda Games

- ▶ 2012년 10월 16일, 서울 플라자호텔에서 중국 Shanda Games, 일본 Square Enix, 한국 액토즈 소프트 등의 관계자들이 참석해 글로벌 모바일게임 사업 전략을 발표하고 전략적 제휴를 체결
 - 이번 전략적 제휴를 통해 Shanda Games는 그동안의 온라인게임 사업부진을 털어내고 소프트웨어 개발능력이 검증된 액토즈 소프트와 <Final Fantasy> 시리즈로 유명한 Square Enix와 함께 모바일 게임사업에 역량을 집중
 - Shanda Games는 중국을 중심으로 14억명의 게이머를 보유하고 있어 모바일 게임사업의 활약 여부에 따라 현재 중국 게임시장에서 부동의 1위를 달리고 있는 Tencent의 유일한 대항마로 부상할 전망
- ▶ Shanda Games는 게임 개발, 서비스 및 마케팅 등 전분야에 걸쳐 Square Enix와의 전략 제휴를 맺게 됨으로써 한국, 중국, 일본, 동남아시아 등 아시아를 포함해 글로벌 모바일 게임시장에서의 확실한 입지를 구축한다는 전략
 - Shanda Games와 Square Enix는 정기적으로 양사가 보유한 개발 리소스를 공유하고 기획부터 게임 개발, 지역별 로컬라이징 서비스까지 전방위적인 협력관계를 구축
 - <Final Fantasy>, <Dragon Quest> 등 다수의 세계적인 게임 IP를 보유한 Square Enix가 Shanda Games와 힘을 합쳐 모바일게임에 집중한다면 게임업계에 미치는 영향이 매우 클 것으로 전망

■ 국내 게임업체 액토즈 소프트, '삼자 도원결의'의 중추적인 역할로 자리매김

- ▶ 특히 이번 제휴에서는 <미르의 전설> 시리즈로 중국 현지에서도 인정받는 액토즈소프트가 사업의 중추적인 역할을 맡는다는 점에서 이목을 끌고 있음
 - 이번 제휴를 통해 Square Enix가 인기 게임 IP를 제공하며, 액토즈소프트가 개발을 맡고, Shanda Games가 중화권 플랫폼으로 퍼블리싱하는 입체적이면서도 효율적인 시스템 구조를 갖추

 www.chinatechnews.com

Baidu, 게임부문 구조조정을 통해 사업전략 변화

중국 최대 검색업체 Baidu가 게임 사업부를 총괄했던 왕페이(王菲)를 검색사업부로 이동시키고, 그간 Baidu의 혁신을 주도했던 부사장 왕진(王湛)을 게임 부문의 총괄 책임자로 임명. 이러한 인사정책은 Baidu 게임의 사업전략의 변화를 의미

■ Baidu, 부사장 왕진(王湛)을 게임 부문 총책임자로 임명

- ▶ Baidu가 최근 내부 구조조정을 진행하면서 원래 게임 사업부 총괄을 맡았던 왕페이(王菲)가 검색포털 Hao123 사업부로 자리를 옮겼으며, Baidu 부사장 왕진(王湛)이 게임 부문의 업무를 직접 담당
 - 왕진(王湛)은 2009년 온라인검색 광고 프로그램 Phoenix Nest를 선보이는 등 Baidu의 비즈니스 모델 혁신을 적극적으로 추진한 인물로, Baidu 게임 사업부를 맡게 되면서 게임 부문에도 새로운 혁신을 가져올 것이라는 분석
 - 왕페이(王菲)가 검색 부문으로 옮겨간 이유는 해당 부문에서 중국 검색업체 奇虎360(치후360)*과의 경쟁을 고려한 결과이며, 향후에는 왕진(王湛) 부사장이 게임 부문의 미래 사업전략을 총괄할 것으로 알려졌으나 그가 직접 게임 업무를 책임질 것인지 관련 부문의 인재를 새로 영입할 것인지는 아직까지 불확실함
- ▶ 현재 Baidu 게임은 여러 사업자에게 게임을 제공하는 연합 운영부문과 단일 사업자에 게임을 제공하는 독점 서비스 부문으로 구성되어 있으며, 앞서 왕페이(王菲)는 2012년 자사의 플랫폼 자원을 독점 서비스 부문에 집중할 것으로 밝힌 바 있음
 - 업계에서는 현재 Baidu 게임이 변화의 기로에 서 있으며, 왕진(王湛)이 혁신에 성공할 경우 향후 게임이 Baidu의 미래 주요 수익원이 될 수도 있을 것으로 전망
- ▶ 2002년 Baidu에 합류한 왕페이(王菲)는 온라인 광고 플랫폼 Baidu Union의 전면적인 프로모션을 담당하면서, Baidu Union을 중국 최대의 온라인 광고 플랫폼으로 성장시켰으며, 2000년 Baidu에 합류한 왕진(王湛)은 2010년부터 부사장직을 수행하고 있음

*주 : 2005년 9월에 설립된 중국 보안업체 奇虎360은 산하 '360 안전 브라우저', '360 바이러스' 등 인터넷과 휴대폰의 안전 서비스를 제공하는 기업으로 2010년부터 웹게임 포털 '360게임중심'을 통해 80여개 웹게임을 채널링 서비스하고 있으며, 2012년 8월 부터는 자체 검색 엔진을 출시

 games.sina.com.cn

중국 게임업체 Net Dragon, 모바일게임 매출 급성장

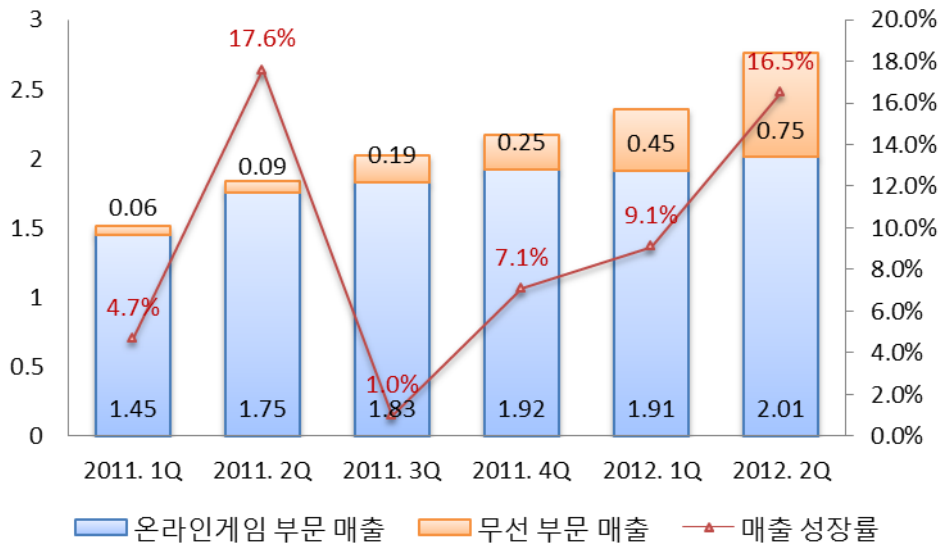
중국 게임업체 Net Dragon의 2012년 2분기 매출은 2억 7,600만 위안으로 전년대비 49.8% 증가. 이 중 온라인게임 부문과 무선 부문의 매출이 각각 2억 100만 위안과 7,500만 위안으로 무선 부문 매출은 전분기대비 65.5%의 높은 성장률을 기록

■ Net Dragon의 2012년 2분기 매출, 전 분기대비 65.5% 증가

- ▶ 중국 게임업체 Net Dragon Websoft(이하, Net Dragon)의 2012년 2분기 실적발표에 따르면, 매출은 2억 7,600만 위안으로 전 분기대비 16.5%, 전년 동기대비 49.8% 증가
 - 이 중 온라인게임 부문의 매출은 2억 100만 위안으로 전분기대비 4.9%, 전년 동기대비 14.9% 증가
 - Enfodesk Analysys에 따르면 Net Dragon은 온라인게임 부문에 대한 진출을 확대하는 동시에 무선 부문에 대한 투자가 성과를 거두면서 모바일 플랫폼, 모바일게임, 애플리케이션 등의 매출이 지속적으로 늘어남
- ▶ Enfodesk Analysys가 2012년 9월에 발표한 "게임업체 Net Dragon의 2012년 2분기 수익분석, 무선 사업의 폭발적인 성장(网龙2012年第2季度财报分析 无线业务爆发式增长 由渠道商向内容商转变)"에 따르면, Net Dragon의 주력 게임인 <마역(魔域)>과 <정복(征服)>은 잇달아 업데이트를 실시하면서 이용자들에게 대한 흡인력을 유지 중이며 해외 매출규모도 안정세를 보이고 있음
 - 온라인 게임시장의 성장이 둔화되면서 2012년 2분기 Net Dragon의 온라인게임 최고 동시접속자수는 58만 2,000명으로 전 분기대비 3% 감소, 이는 성장 둔화로 인해 신규 이용자를 확보하기가 매우 까다로워졌기 때문
 - Net Dragon의 최초 3D MMO 게임 <던전키퍼온라인(地下城守护者OL)>이 2012년 4월 공개 베타테스트 실시 이후 향후 수 분기에 걸쳐 상용화될 예정이나, 시장에서 어떤 반응을 얻을 지는 미지수
- ▶ Net Dragon의 무선 부문은 이용자수 및 유통 경로의 꾸준한 확대에 힘입어 2012년 2분기 매출이 7,500만 위안으로 전 분기대비 65.5%의 높은 성장세를 보임
 - 특히 iPhone 관리 프로그램인 '91 모바일 어시스턴트'의 이용자 수는 1억 명을 돌파했으며 Android의 이용자 수도 3,200만 명을 돌파
- ▶ 한편 Net Dragon은 온라인게임과 무선 부문에서 고속 성장을 유지하는 동시에 교육과 육아 등 새로운 영역으로 진출하고 있음

 game.zol.com.cn

그림 7 Net Dragon의 사업 부문별 매출액 및 성장률 추이 (단위: 억 위안, %)



[출처] Enfodesk 홈페이지(2012)

통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위(2012. 10. 29 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	25.44%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	23.21%
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	12.93%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.64%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.00%
6	역전(逆战)	Tencent	-	3.11%
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.84%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	+3	1.18%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	+1	1.08%
10	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-1	1.08%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 MMO게임 순위

표 7 중국 MMO게임 순위(2012. 10. 29 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	+1	10.70%
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	+1	10.27%
3	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-2	10.26%
4	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	8.23%
5	헌원전기(轩辕传奇)	Tencent	-	5.96%
6	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.79%
7	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	5.37%
8	마역(魔域)	91.com	-	4.56%
9	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	3.36%
10	천녀유혼(倩女幽魂On)	NetEase	-	2.54%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 캐주얼게임 순위

표 8 중국 캐주얼게임 순위(2012. 10. 29 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	58.35%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	21.71%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	12.57%
4	오디션(劲舞团)	NineYou	-	1.77%
5	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	1.11%
6	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	0.98%
7	NBA2KOnline(NBA2KOnline)	Tencent	+2	0.86%
8	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-1	0.66%
9	알투비트(QQ音速)	Tencent	-1	0.39%
10	QQ스피드화장팩(QQ飞车体验)	Tencent	-	0.23%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)



일본 게임시장 동향

일본 게임시장의 패러다임 변화 주목

일본 게임시장은 통신 인프라 발달과 단말 성능 고도화를 배경으로 한 온라인 물결을 타고 수익모델, 플랫폼, 게임 콘텐츠 변화라는 패러다임의 전환에 직면. 일본 게임업계는 달라진 게임사업 환경에 대처하는 전략이 요구

■ 일본 게임업계의 새로운 패러다임, '수익모델 · 플랫폼 · 게임 콘텐츠'의 변화에 주목

- ▶ 일본 게임시장은 초창기 아케이드게임을 시작으로 1980년대 게임 콘솔기를 이용한 콘솔게임의 출현, 1990년대 이후 PC로 인터넷에 접속해 플레이하는 온라인게임의 등장 이어 최근에는 SNS 기반의 소셜게임으로 패러다임 전환
 - 일반적으로 게임업계는 새로운 분야가 탄생할 때마다 기존 분야의 일정 규모를 새로운 분야에 넘기면서도, 업계 전체가 새로운 수요에 힘입어 성장세를 구가해 옴
 - 이처럼 게임업계에서 새로운 분야가 급성장하는 것은 통신 인프라의 발전과 스마트폰으로 대표되는 휴대전화의 고성능화에 따른 급속한 '온라인화' 덕분이며, 최근에는 이와 더불어 3가지 패러다임의 전환이 포착
- ▶ 첫 번째 패러다임의 전환은 '수익모델'의 변화로, 그 동안 게임시장의 주류였던 콘솔게임은 막대한 개발비와 수년 간의 개발기간을 투자한 게임 패키지를 통해 발매 이후 1개월 내에 개발비의 대부분을 회수하는 모델을 고수
 - 그러나 온라인게임이 등장한 후 게임업체가 지속적으로 고객과 접촉하면서 게임업계에서도 '게임의 서비스' 경향이 나타났으며, 최근에는 소셜게임과 같이 단기간에 소규모 예산으로 개발되는 게임이 크게 확산되는 추세
 - 이에 따라 게임 플레이는 무료로 제공되지만 게임 내 가상 아이템에 과금하는 Free to Play(F2P) 모델이 각광받고 있으며, 게임업계 측은 유저의 이용 행태를 감시·분석하고 지속적으로 아이템을 판매하는 전략을 모색 중
- ▶ 두 번째 패러다임의 전환은 게임 개발·제공 기반인 '플랫폼'의 변화로, 기존 PlayStation이나 Wii 같은 게임 전용 콘솔 HW 플랫폼 외에도 최근에는 GREE, Mobage 등 SNS 기반의 플랫폼을 사용하는 게임업체가 큰 존재감을 드러냄
- ▶ 세 번째 패러다임의 전환은 '게임 콘텐츠' 변화로, 소셜게임은 휴대전화를 한 손으로 들고 단시간에 플레이하는 특성과 휴대전화 HW 성능 제약으로 인해 대부분 기존 게임에 비해 단순한 것이 특징

- 온라인 상에서는 다른 유저들과 교류하면서 플레이할 수 있기 때문에 소셜 요소가 중요하지만, 최근에는 다른 게임과의 차별화를 위한 그래픽이나 로직을 중시하는 경향도 드러나는 분위기

■ 소셜게임에 눈 돌린 게임업계, 기존 역량과 노하우 녹여낸 독자적인 사업 전략 모색

- ▶ 이러한 패러다임의 전환과 소셜게임의 급속한 성장을 바탕으로, 최근 게임업체들은 기존 전략을 조금씩 수정하고 있는 상황
- ▶ 기존 대형 게임업체는 콘솔게임과 온라인게임에서 축적된 강력한 캐릭터 콘텐츠 IP와 개발력을 기반으로 서서히 소셜게임 영역에 진출할 방안을 모색
 - 이들은 특히 기존 게임 분야에서는 별로 필요하지 않았던 온라인게임의 운영 및 해석 노하우를 가진 인재 확보에 주목하고 있으며, 소셜 게임업체와의 업무 협력을 통해 사업기회를 포착하려는 행보에서 한 발 나아가 향후에는 자본 제휴 등의 방식도 추진할 가능성이 높음
- ▶ Nintendo나 Sony 등 게임 콘솔 사업자는 새로운 플랫폼의 출현, 휴대전화 단말의 성능 진화 및 기능성 확장 등으로 인해 자사 게임 플랫폼의 가치 하락에 직면한 상태
 - 2012년 12월 발매될 예정인 Nintendo의 차세대 게임 콘솔 Wii U가 콘솔 게임업계가 처한 상황을 확인하는 척도가 될 것으로 보이지만, 콘솔업계도 본격적으로 소셜 분야에 대한 대응방안을 고민해야 할 것으로 보임
- ▶ 그동안 소셜 게임업계는 급성장을 구가했지만 소위 'کمپ리트 가치(수집형 아이템 획득을 위해 거액의 비용 소비를 유발하는 현상)' 문제가 심각해지면서, 업계의 자발적 규제 도입 등 수익 확대에 찬물을 끼얹는 문제도 발생
 - 일본 내에서만 GREE, DeNA를 합해 소셜게임 이용자가 7,000만 명을 넘어서면서, 시장 포화를 우려하는 견해도 등장하고 있어 향후 소셜 게임업계의 관심은 해외 시장 진출에 집중될 것으로 전망
- ▶ 소셜 게임업체는 인기 게임을 지속적으로 발매하기 위한 개발인력 강화와 함께 서비스 운영 및 마케팅을 맡을 인력 보강에도 나서고 있음
 - 현재 주류 플랫폼인 GREE, DeNA 외에도 iOS, Android, Zynga, Amazon, LINE 등 다양한 플랫폼의 등장, 태블릿 PC 등 단말 다양화, 메이저 업체의 해외 사업 추진 등 시장 환경 변화에 대한 빠른 대응이 요구

 www.mizuhocbk.co.jp

2012년 상반기 일본 콘솔게임 시장규모 1,753억 엔 돌파

게임전문 미디어 Enterbrain이 일본 전국 콘솔게임 매장 매출을 집계한 결과, 2012년 상반기 콘솔게임 시장규모가 5년 만에 플러스 성장으로 돌아서서 1,753억 엔을 돌파하고 Nintendo의 인기에 힘입어 하드웨어, 소프트웨어 부문 모두 호조세를 나타냄

■ 2012년 상반기 일본 콘솔게임 시장규모, Nintendo가 매출 견인

- ▶ 대표적인 게임전문 미디어 Enterbrain이 일본 전국 3,600개 콘솔게임 매장의 매출을 집계해 2012년 10월 4일 공개한 유료컨설팅 서비스 "f-ism Piccolo"에 따르면, 2012년 상반기(3월 26일~9월 30일) 일본 콘솔게임 시장규모가 전년 동기대비 약 11% 증가한 약 1,753억 4,000만 엔을 기록, 2007년 이래 5년 만에 플러스 성장으로 돌아선 것으로 나타남
 - 일본 내 게임 소프트웨어 부문은 전년 동기대비 약 16% 증가한 1,142억 6,000만 엔을 기록
 - 게임 소프트웨어 판매 순위 1위는 6월 발매 이후 275만 5,000장이 판매된 Nintendo DS 전용 게임 <포켓몬스터 블랙2·화이트2(ポケットモンスターブラック2 ホワイト2)>가 차지
 - 2위는 7월 발매 이후 120만 3,000장 판매된 3DS 전용 게임 <New 슈퍼마리오 브라더스2(New 슈퍼マリオブラザーズ2)>가 차지
 - 8월 발매된 Wii 전용 게임 <드래곤퀘스트10 각성하는 다섯 종족 온라인(ドラゴンクエスト10目覚めし五つの種族オンライン)> 또한 59만 8,000장이 판매돼 4위를 기록하며 선전
- ▶ 일본 내 게임 하드웨어 부문은 휴대용 게임기 Nintendo 3DS와 7월 발매된 3DS LL을 합쳐서 총 207만 6,000대 가량이 판매되는 등 호조세를 나타내며 전년 동기대비 2% 증가해 610억 8,000만 엔 기록
 - Sony의 휴대용 게임기 PSP는 35만 6,000대 판매됐으며 PlayStation Vita는 32만 8,000만대를 돌파해 지속적인 인기를 과시
 - 10월 4일부터 Sony의 PlayStation3가 소형화, 경량화한 신규 모델로 판매 개시되고, 12월 8일에는 Nintendo의 신규 하드웨어인 'Wii U'가 출시될 예정이어서 연말 시즌을 겨냥한 판매 경쟁이 치열해질 것으로 전망

 mantan-web.jp

그림 8 Nintendo DS 전용 게임 타이틀 <포켓몬스터 블랙2> 및 <포켓몬스터 화이트2>



[출처] Nintendo 홈페이지(2012)

일본 게이머, 소셜게임 이용 동기는 '자투리 시간 활용'

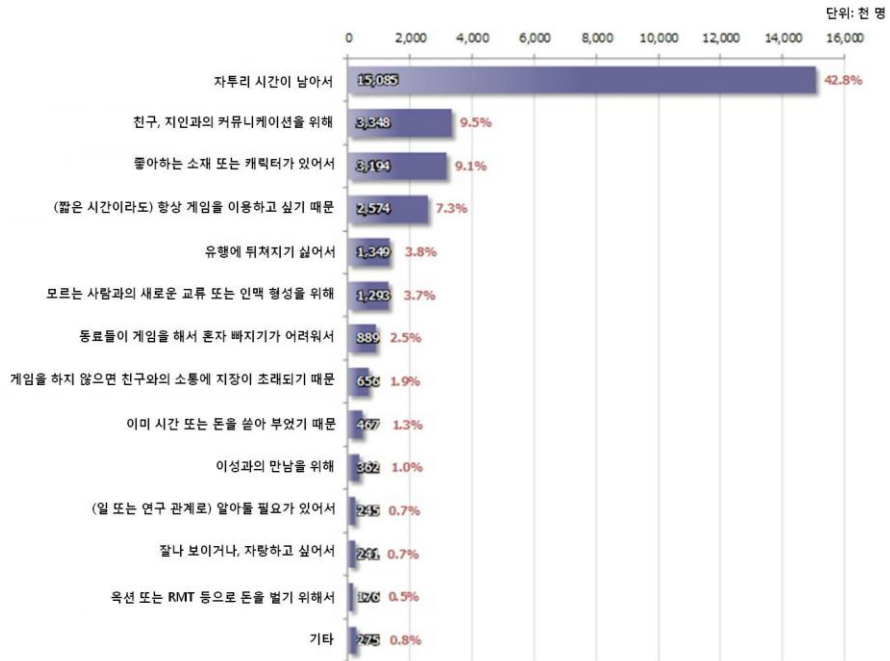
시장조사업체 Gameage가 최근 공개한 소셜게이머들의 게임 이용 동기 관련 조사 결과에 따르면, 소셜게이머의 40%가 '자투리 시간 활용'을 위해 소셜게임을 하고 남성이 여성보다 대인관계를 더 중요시하는 것으로 나타남

■ 일본 소셜게이머, 주요 소셜게임 이용 동기로 자투리 시간 활용과 커뮤니케이션 꼽아

- ▶ 시장조사업체 Gameage가 2012년 7월 6일부터 8일까지 이틀간 2만 979명의 일본 소셜게임 게이머를 대상으로 조사한 "データでみるゲーム産業のいま(데이터로 보는 게임산업의 지금)"에 따르면, 일본 소셜게임 게이머 중 40%가 소셜게임 이용 동기로 '자투리 시간 활용'을 꼽았으며 '인간관계'가 그 다음을 차지해 시간 활용성과 커뮤니케이션 기능이 일본 소셜게임의 특징으로 나타남
 - 소셜게임 이용 동기로 '자투리 시간이 남아서'라고 답한 응답자의 비율이 전체의 40%에 육박해, 콘솔게임에 비해 피쳐폰, 스마트폰 등 모바일 단말의 휴대성으로 인한 효율적인 게임 이용이 소셜게임의 최대 장점인 것으로 나타남
 - '친구, 지인과의 커뮤니케이션'이 소셜게임 이용 동기 2위를 차지하는 등 타인과의 만남, 동료 관계를 의식한 답변이 많은 것으로 나타나 소셜게임이 콘솔게임에 비해 탁월한 게이머 간 커뮤니케이션 기능을 발휘하는 것으로 확인
 - 향후 소셜게임 개발업체는 '자투리 시간 활용'이라는 가장 보편적이고 중요한 요소를 재인식하고 소셜게임의 지속적인 이용을 유도해야 할 것으로 보임
- ▶ 소셜게이머의 특징을 분석한 결과 남성은 대인관계, 여성은 게임 내 요소를 중요시하고 연령별로도 다소 차이를 보임
 - 조사 대상 소셜게이머들을 성별, 연령별, 게이머 성향별 세그먼트로 분류한 뒤 상위 1~3위권을 붉은색으로, 4~5위권을 청색으로 표시한 결과, '자투리 시간이 남아서'라는 항목이 모든 세그먼트에서 높은 비율을 차지한 한편, 20대~30대 비율이 게이머층에서 특히 높게 나타남
 - 남성 소셜게임 게이머층은 '동료들이 게임을 해서 혼자 빠지기가 어려워져서', '게임을 하지 않으면 친구와의 소통에 지장이 초래되기 때문에'라고 답한 비율이 높아 대인관계를 우선시하는 경향이 강했으며, '이성과의 만남을 위해', '잘나 보이거나 자랑하고 싶어서' 등의 비율도 높아 허영심이 강한 반면, 여성 소셜게이머층은 좋아하는 소재 또는 캐릭터를 중요시하고 있음
 - 연령별로는 10대 소셜게임 게이머층은 친구와의 소통, 유행 여부가 중요 동기로 작용하고 있으며 20대는 이성의 존재를 의식하는 경우가 많고 20대~30대는 금전적인 동기가 상대적으로 강하게 나타남

 www.gamebusiness.jp

그림 9 일본 게이머들의 소셜게임 이용 동기·목적*



*주: 조사기간: 2012.7.6~2012.7.8. 유효샘플: 20,979명
[출처] Gamebusiness 홈페이지(2012)

그림 10 성별, 연령별, 성향별로 분류한 일본 게이머들의 소셜게임 동기*

*3회까지 중복 응답 허용
단위: % (합계 100%)

세그먼트 표기: TOP3 TOP5

세그먼트	성별	연령별											성향별					
		전체	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-34세	35-39세	40-44세	45-49세	50-54세	55-59세	Innovator	Early Adopter	Bridge People	Majority	한국과/대만과/미국과/일본과/아시아	
소셜게임 이용 동기·목적																		
자투리 시간이 남아서	42.8	40.6	46.8	20.8	46.2	51.8	50.8	49.9	43.7	42.7	41.4	41.3	34.3	38.8	39.4	45.4	42.4	45.5
친구, 지인과의 커뮤니케이션을 위해	9.5	9.8	9.1	14.7	21.3	11.2	10.8	8.5	5.7	6.3	5.3	3.9	4.1	18.8	12.6	11.4	6.7	7.2
좋아하는 소재 또는 캐릭터가 있어서	9.1	7.8	10.8	6.8	10.1	12.6	11.0	10.3	9.2	8.6	6.5	6.8	5.1	13.6	10.9	10.0	7.5	8.0
(짧은 시간이라도) 항상 게임을 이용하고 싶기 때문	7.3	7.0	7.7	4.7	8.7	7.8	9.1	9.0	6.1	7.5	7.0	6.4	6.1	8.7	7.8	8.0	6.3	7.5
유행에 뒤처지지 싫어서	3.8	4.3	3.2	6.6	8.4	3.6	3.7	2.7	2.6	3.0	2.0	3.0	2.3	8.8	4.8	4.4	2.4	3.2
모르는 사람과의 새로운 교류 또는 인맥 형성을 위해	3.7	4.3	2.9	2.3	4.5	4.6	5.9	4.1	2.8	3.4	3.2	2.6	2.3	8.0	4.6	3.8	2.5	3.2
동료들이 게임을 해서 혼자 빠지기가 어려워서	2.5	2.8	2.2	3.8	5.3	2.4	2.7	2.5	1.9	2.2	1.6	1.2	0.4	5.7	3.7	2.8	1.6	1.8
게임을 하지 않으면 친구와의 소통에 지장이 초래되기 때문	1.9	2.2	1.4	4.6	4.2	1.8	1.7	1.2	0.9	1.1	1.2	0.8	0.2	6.2	3.0	1.8	0.8	1.3
이미 시간 또는 돈을 쏟아 부었기 때문	1.3	1.5	1.2	0.5	1.3	1.5	1.9	1.8	1.4	1.6	1.5	0.4	0.3	2.0	1.5	1.6	1.0	1.2
이성과의 만남을 위해	1.0	1.6	0.2	0.8	0.8	1.2	1.6	1.1	0.8	1.2	1.1	0.8	0.3	2.9	1.2	1.2	0.5	0.9
(일 또는 연구 관계로) 알아둘 필요가 있어서	0.7	0.9	0.4	1.2	1.2	0.7	1.3	0.5	0.4	0.4	0.3	0.2	0.3	2.4	1.3	0.7	0.3	0.3
잘나 보이거나, 자랑하고 싶어서	0.7	0.9	0.4	0.2	0.4	0.9	0.7	0.9	0.7	0.6	0.8	1.0	0.8	0.8	0.8	0.6	0.7	0.7
육선 또는 RMT 등으로 돈을 벌기 위해서	0.5	0.8	0.2	0.1	0.3	0.8	0.9	0.6	0.5	0.5	0.3	0.7	0.2	1.0	0.6	0.5	0.3	0.6
기타	0.8	0.7	0.9	0.3	0.5	0.6	0.6	0.8	1.0	0.8	1.6	1.0	0.7	0.7	0.5	0.6	0.8	1.0

*주: 조사기간: 2012.7.6~2012.7.8. 유효샘플: 20,979명
[출처] Gamebusiness 홈페이지(2012)

Sony, 플랫폼 정책 변경과 새로운 BM 구축 필요

게임전문 미디어 GamesIndustry는 최근 Sony가 시장 변화에 빠르게 대처하지 못해서 경쟁력이 약화되었다고 지적하고, PlayStation Vita의 가격 인하 정책보다 더 근본적인 대책으로서 새로운 플랫폼 정책과 BM이 요구된다고 주장

■ Sony, 과거의 플랫폼 정책과 BM에 대한 혁신 필요

- ▶ 글로벌 게임전문 미디어 GamesIndustry의 10월 기사 "Sony's steep learning process"에 따르면, 콘솔 게임 명가로 오랜 기간 입지를 구축해온 Sony가 2007년 이후 시장 변화에 대한 외면과 전통적인 가격 정책과 폐쇄성을 고집한 PlayStation3로 인해 경쟁력이 약화되고 있다고 분석
 - Sony는 PlayStation, PlayStation2, PlayStation3의 아버지이자 수 년에 걸쳐 Sony의 조직에 지대한 영향을 미친 전임 회장 Ken Kutaragi가 지난 2007년 퇴임한 이후 줄곧 재정난을 겪으며 기대 이하의 성과를 기록
 - PlayStation3 런칭은 게임시장 현실을 무시한 자만심의 산물로서 Ken Kutaragi 전임 회장과 측근들은 모두 PlayStation2가 시장을 지배했듯이 PlayStation3도 지나치게 비싼 가격과 폐쇄성에도 불구하고 계속 최고의 위치를 고수할 것으로 믿음
 - Ken Kutaragi 전임 회장 이후 Kazuo Hirai 회장이 취임하고부터는 Sony는 일본 내수 콘솔 게임시장에서조차 지속적인 부진을 겪었으며 Nintendo, MS와의 경쟁으로 게임시장에서 2위로 밀려나게 됨
- ▶ 장기간 지속되는 시장경쟁에서 깨달음을 얻고 변화를 시도하는 Sony는 가격 경쟁력 강화와 우수한 디지털 콘텐츠 서비스로 호평을 받았으나, PlayStation Vita의 실적 부진과 써드파티들의 지원 부족 등 아직도 풀어야 할 문제가 산재
 - Sony는 최근 축적된 역량에 힘입어 재투자 없이 신제품을 출시할 수 있어 낮은 가격을 내세울 수 있게 됐고 온라인 서비스와 디지털 콘텐츠 사업으로 MS를 따돌렸으며, 특히 PlayStation Plus*와 같이 탁월한 서비스와 써드파티들에 대한 투자로 높은 투자자본수익률(Return on Investment, 이하 ROI)을 거둠
 - Ken Kutaragi 회장 퇴임 후 처음으로 출시된 하드웨어 PlayStation Vita는 개발업체들에게 편리한 기술 패키지를 제공하고 유연하고 흥미로운 컨트롤 시스템, 모바일게임의 대두로 변화한 게임시장 상황에 맞는 저렴한 가격 책정 등이 우수하나 판매 기록은 매우 저조한 상태
 - SCE Worldwide Studios의 Shunhei Yoshida 사장은 최근 게임 전문 미디어 Gamasutra와의 인터뷰에서 "Sony의 시스템에 대한 써드파티들의 지원이 턱없이 부족한 현실이 놀랍고 실망스럽다"고 말하면서, "현재 너무나 다양한 옵션이 있어 예전처럼 Sony의 플랫폼이 써드파티들의 지원을 받을지 장담할 수 없는 상황"이라고 언급하며 Sony가 메이저 퍼블리셔와 개발업체를 좌지우지했던 상황이 끝났음을 인지

▶ Sony가 게임 퍼블리셔 및 게임업체들의 선택을 받기 위해서는 플랫폼 정책과 BM에 대한 획기적인 변화와 개선책을 강구해야 함

- 게임 퍼블리셔들은 이제 PlayStation Vita와 3DS를 각각 얼마큼 지원할 것인가가 아니라 다양한 모바일 단말이 시장을 분할하며 콘솔 게임업계를 위협하는 상황에 주목해, 콘솔 게임시장이 얼마나 지속될 것인가를 의문시하고 있으며, 과거 Sony, Nintendo, MS보다 현재 Google, Apple이 더 많은 것을 제공할 것으로 기대
- Sony는 Nintendo와 같이 퍼스트파티 및 세컨드파티를 통한 개발에 주력해 플랫폼의 완성도를 높임으로써 써드파티들의 참여를 유도하거나, 반대로 Apple과 같이 플랫폼을 개방해 기술적 품질과 안전성만 관리하는 최소한의 감독으로 모든 게임업체들이 게임을 저렴하게 개발·출시할 수 있게 해야 한다고 평가
- 플랫폼 개방 정책은 iOS가 아닌 PlayStation Vita 전용 게임을 개발해야 하는 것에 대한 동기부여가 관건이며, 이 외에도 완전히 새로운 BM을 구축하거나 몇 가지 방법을 섞는 중간적 방식도 가능
- 단기적으로는 가격 인하 정책이 효과를 발휘하겠으나 Sony는 PlayStation Vita의 단점이 단순히 높은 가격만이 아니라 점을 깨달아야 하며, 근본적으로 과거의 방식을 고수하는 BM을 바꾸는 혁신적인 변화가 요구된다고 주장

*주 : PlayStation Plus는 2010년 6월부터 전 세계 PlayStation Network(PSN) 이용자를 대상으로 운영 중인 월 정액제 콘텐츠 서비스로서, 온라인 스토어인 PlayStation Store에서 매달 게임 타이틀 1개 무제한 무료 이용, 매달 타이틀 1개씩 20~50% 할인 판매 등 혜택을 제공

 www.gamesindustry.biz

모바일 소셜게임 플랫폼 업체 GREE, 북미 시장 공략

모바일 소셜게임 플랫폼 업체 GREE가 다수의 북미 게임업체들을 인수 하거나 제휴관계를 구축하고 있음. 이와 같은 GREE의 움직임은 포화상태에 이른 일본 모바일 게임시장에서 벗어나 성장하고 있는 북미 시장을 공략하기 위한 것으로 분석

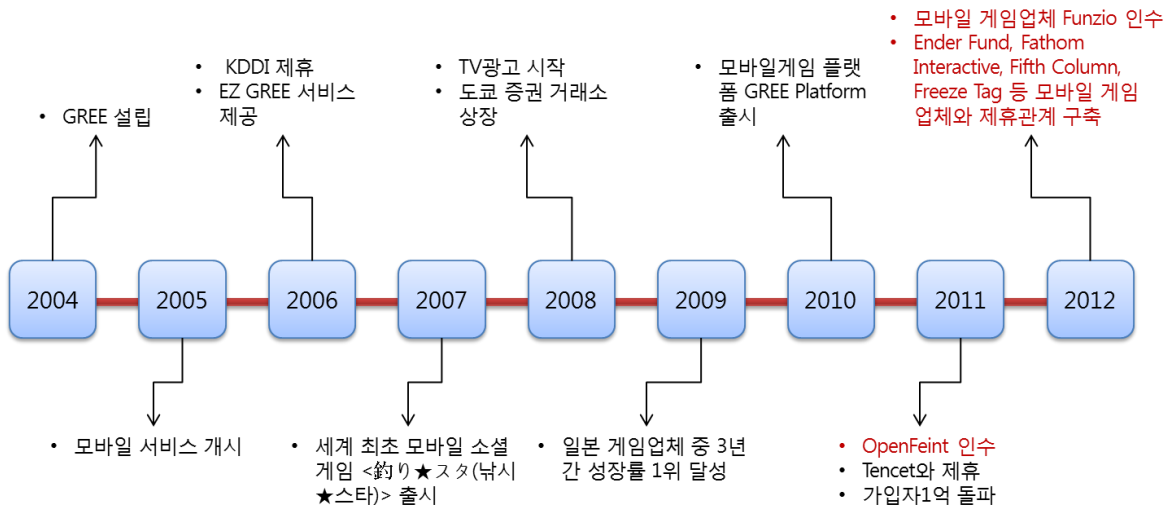
■ 북미 시장에서 빠른 성장세를 보이고 있는 모바일 소셜게임 플랫폼 업체 GREE

- ▶ GREE는 2012년 2분기에 북미 시장에서 전년 동기대비 38% 성장한 1,700만 달러의 매출을 기록
 - GREE는 경쟁업체인 DeNA의 북미 시장 진출을 견제하기 위해 북미 게임업체를 인수하거나, 제휴관계를 맺음
 - GREE는 아직 북미 시장에서 수익이 발생하는 것은 아니라고 밝혔지만, 현재 매출과 순이익을 늘리기 위해 적극적인 투자를 진행할 예정

■ GREE, 미국 모바일 게임업체 인수 및 제휴관계 현황

- ▶ GREE는 북미 시장을 공략하기 위해, 지난 2012년 5월 1일 미국 모바일 게임업체 Funzio를 2억 1,000만 달러에 인수
 - Funzio는 <Crime City>, <Modern War>, <Kingdom Age> 등 다수의 히트작을 보유한 전문 모바일 게임업체로, 이들 게임은 iOS, Android, Facebook 등에서 통합 다운로드 누적 2,000건 이상을 기록
 - 게임 전문가들은 "GREE의 Funzio 인수는 2012년 3월 Zynga가 OMGPOP 인수에 맞먹는 빅딜"이라며, "GREE가 이번 인수로 북미 모바일 게임시장 진출 기반을 더욱 탄탄히 다지게 되었다"라고 평가
 - GREE는 2011년에 북미 모바일 게임업체 OpenFeint를 1억 400만 달러에 인수해 북미 시장에 거점을 마련
- ▶ 또한, GREE는 2012년 10월에 북미 지역에 기반을 둔 Ender Fund, Fathom Interactive, Fifth Column, Freeze Tag 등 모바일 게임업체 4개사와 제휴관계를 구축
 - Ender Fund는 <Trivia This>, Fathom Interactive는 <Sky Pirate of Neo Tera>, Freeze Tag는 <Party Animals> 등의 모바일게임을 GREE의 모바일게임 플랫폼 'GREE Platform'을 통해 출시할 계획
 - Fifth Column의 Andrew Marsh CEO는 "우리같이 작은 게임업체들은 매우 치열해진 모바일 게임시장에서 큰 어려움을 겪고 있다"며 "GREE Platform을 통해 글로벌 시장 진출도 꿈꿀 수 있게 됐다"고 언급

그림 11 GREE의 연도별 주요 이정표



[출처] 스트라베이스 홈페이지(2012)

 www.gamingbus.com

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 9 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 15 ~ 2012. 10. 21) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	60,500	-26.2%	7,768,527
	2	PlayStation3	Sony	21,354	-20.6%	8,564,814
	3	PSP	Sony	15,960	7.3%	19,252,161
	4	PlayStation Vita	Sony	6,790	2.9%	997,361
	5	Wii	Nintendo	3,937	-9.1%	12,620,049
	6	Xbox360	MS	1,970	-13.6%	1,613,066
	7	DS	Nintendo	509	-14.6%	32,974,994
SW	1	Little Battlers eXperience W (PSP)	Level 5	80,132	신규	80,132
	2	Bravely Default: Flying Fairy (3DS)	Square Enix	40,540	-71.7%	
	3	Resident Evil 6 (PlayStation3)	Capcom	39,261	-58.5%	
	4	FIFA 13 (PlayStation3)	EA	35,526	신규	35,526
	5	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3)	Konami	30,650	-39.2%	
	6	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	24,689	-17.8%	
	7	Eiyuu Densetsu: Zero no Kiseki (PlayStation Vita)	Falcom	22,983	신규	22,983
	8	Little Battlers eXperience W (PlayStation Vita)	Level 5	16,706	신규	16,706
	9	Style Savvy: Trendsetters (3DS)	Nintendo	13,791	-36.2%	136,997
	10	Tsutetsugu Shikoro Hunter: Fūhikaku Nyūkyō (3DS)	Namco Bandai	13,534	-27.6%	207,154

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 10 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 10. 29 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	오키토이 포켓 던저 2 (おきといのポケットダンジョン2)	enish
2	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	DeNA	AKB48스테이지파이터 (AKB48ステージファイター)	GREE-Ateam	Dragon Tactics (Dragon Tactics)	enish
3	괴도 로열 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	타카츠크 S7월드스타즈 (たかつく S7ワールドスターズ)	Grenge-SEGA
4	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	Bandai Namco DeNA	가면라이더 레전드 (仮面ライダーレジェンド)	Bandai Namco
5	건담 로열 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	크로즈WORLD 최강전설 (クロスWORLD 最強伝説)	Konami	폭주열차호랑이비이크 (暴走列車の虎)	Donuts
7	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	Dragon x Dreighn (ドラゴン×ドライツェン)	Drecom
8	전국 로열 (戦国ロワイヤル)	DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロンブス)	GREE	신마계승리크 브레이크 (神魔継承ラグナブレイク)	CROOZ
9	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	NARUTO-인 마스터즈 (NARUTO 忍マスターズ)	Bandi Namco GREE	FATRY NOII (フェアリードール)	Ambition
10	신마계승리크 브레이크 (神魔継承ラグナブレイク)	CROOZ	FIFA 월드컵 클래스 축구 (FIFA 월드컵クラスサッカー)	GREE	천국마 천국마의 천국마 (戦国IXA 千万の覇者)	Square Enix

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

[출처] Mobage, GREE, mixi 홈페이지(2012)



기타 게임시장 동향

호주, 게임 개발자 지원 프로그램 발표

호주 빅토리아 주정부가 연방정부의 게임산업 육성정책의 일환으로 게임 개발자들을 대상으로 고품질의 게임개발 및 유통을 지원하기 위한 2가지 신규 프로그램 'Game Development', 'Games Release'를 발표

■ 호주 빅토리아주, 게임 개발자 대상 향후 2년간 총 50만 달러 지원

- ▶ 호주 혁신서비스중소기업청(Innovation, Services and Small Business)의 Louise Asher 장관은 빅토리아 주 게임 개발자들을 대상으로 고품질의 게임 개발 및 유통을 지원하기 위한 2가지 신규 프로그램을 발표
 - 신규 게임 프로그램은 빅토리아 주정부 영화진흥청(Film Victoria)이 관리와 감독할 예정이며, 민간 프로젝트로 기업으로부터 총 50만 달러를 투자지원받을 전망
 - Asher 장관은 "빅토리아 연립정부는 신규 이니셔티브를 통해 호주의 게임 육성정책을 지지하고 뒷받침하는데 총력을 다하고 있다"고 언급
- ▶ 호주 빅토리아주는 2가지 신규 프로그램 'Game Development', 'Games Release'를 통해 2012~2013년 2년 동안 게임산업에만 총 50만 달러를 지원할 예정
 - 'Game Development' 프로그램은 정부의 지속적인 투자 중요성을 강조하고 있지만, 이전 펀딩 모델과 달리 가장 짧은 인터뷰 기반의 평가 과정을 도입
 - 'Games Release' 프로그램은 게임이 시장에서 출시되는 가장 중요한 시점에 일회성의 대규모 자금을 지원하는 것으로 새로운 펀딩 스타일을 도입
 - 민간 프로젝트는 'Game Development' 프로그램을 통해 최소 3만 달러에서 최대 9만 달러까지 투자금을 지원 받을 수 있으며, 펀딩 규모는 게임 개발팀의 경험에 기반해 결정
 - 'Games Release' 프로그램은 게임 개발자들이 마케팅, 비즈니스 서비스 전문가들을 양성할 수 있도록 최대 25만 달러를 일회성으로 지원

 www.gamepolitics.com

2013년 'PAX 게임쇼', 호주서 개최

2004년 미국의 인기 웹툰 <Penny Arcade>의 제작자에 의해 창설된 이래 세계적인 게임축제로 성장하고 있는 'Penny Arcade Expo' 주최측이 2013년 게임쇼 개최지로 호주 멜버른을 선정, 개최 관련 세부사항을 공개

■ 게임쇼 'Penny Arcade Expo', 2013년 7월 호주 멜버른 개최 확정

- ▶ 세계적인 게임축제 "Penny Arcade Expo(이하 PAX)*"가 2013년 7월 19일부터 21일까지 호주 멜버른 Showgrounds에서 개최될 것으로 확정됨에 따라 축제 조직위원회는 관련 세부사항을 공개
 - 내년 호주에서 ReedPOP의 주최 하에 개최될 PAX 게임쇼는 3일 동안 총 3만 명 이상의 방문객을 유치할 전망
 - PAX 게임쇼 주최측은 많은 호주인들이 <Penny Arcade> 웹사이트를 자주 방문(전체 트래픽의 20% 차지), 다양한 종류의 콘텐츠를 이용하며, 수많은 <Penny Arcade> 관련 상품을 구매(전체 해외 주문의 40% 차지)하기 때문에 호주를 다음 개최지로 선정
 - PAX 게임쇼 주최측에 따르면, 호주 게이머들은 '최고의 페스티벌'을 개최할 만한 자격이 충분한 것으로 분석
- ▶ PAX 게임쇼 주최측에 따르면, 미국에서 개최된 역대 게임쇼와 마찬가지로 내년 PAX 게임쇼에 참가하는 호주 게이머들도 대부분 비슷한 형태의 프로그램 및 전시 활동들을 진행할 것으로 전망
 - 유명인사의 키노트 연설, Q&A 패널, 대규모 생중계 PC게임 및 콘솔게임, 태블릿PC게임, 휴대단말용 토너먼트 경기 등이 진행될 메인 공연장은 1,500석 규모를 자랑
 - 메인 공연장에서 진행될 콘서트는 호주 뿐만 아니라 전세계 뮤지션들이 참여해 공연을 펼칠 전망
 - 메인 공연장 이외에 4개의 서로 다른 공연장은 패널, 데모, 토너먼트, 영화 상영에 활용될 전망

*주 : PAX 게임쇼는 미국의 게임 웹툰 <Penny Arcade>의 제작자인 Mike Krahulik과 Jerry Holkins가 2004년 미국 시애틀에서 최초로 개최한 이후 지속적으로 행사 규모를 확대해 2011년에는 순수 유료 관람객만 6만 7,000명을 돌파함

 www.gamepolitics.com

말레이시아 게임, 온라인 게임플랫폼 'Steam' 입점

말레이시아 게임업체 Sherman 3D가 'RPG Maker' 게임 엔진을 도입해 최초로 상용화한 일본 RPG게임 타이틀 <Alpha Kimori>가 Valve의 온라인 게임플랫폼 Steam 입점을 위한 소비자 투표에서 높은 득표 수를 차지

■ 말레이시아산 일본 RPG, 온라인 게임플랫폼 Steam 입점 투표에서 높은 득표율

- ▶ 말레이시아 게임 개발업체 Sherman 3D의 주력게임 중 하나인 일본 RPG <Alpha Kimori>가 온라인 게임플랫폼 Steam 입점을 위한 투표시스템 'Steam Greenlight*'에서 높은 득표 수를 기록
 - Sherman 3D의 Sherman Chin은 2012년 10월 게임전문 매거진과의 인터뷰 당시 득표수 1,000건을 돌파했지만, 'Steam Greenlight'에 안정적으로 입점하기 위해서는 보다 많은 득표 수를 획득해야 한다고 언급
- ▶ Sherman 3D는 말레이시아 3대 게임 개발업체* 중 하나로, 2012년 9월 20일부터 23일 일본 동경 마쿠하리멧세에서 개최된 도쿄게임쇼 'Asia New Stars Area'에서 새롭게 떠오르는 게임업체로 소개
 - Sherman 3D의 Sherman CEO에 따르면, <Alpha Kimori>는 도쿄게임쇼에서 유일하게 출품된 전통 일본 RPG 타이틀로, 일본 매체들에 의해 일본 RPG 장르로 분류
 - 또한 <Alpha Kimori>는 엔진 유통업체 Degica가 도입한 'RPG Maker' 게임 엔진을 사용해 최초로 상용화한 게임 타이틀로, Sherman CEO는 <Alpha Kimori>는 RPG Maker의 이미 기성화된 그래픽 및 게임 리소스를 사용하는 대신 오직 소비자가 창작한 게임 그래픽 및 리소스만 도입했다고 설명
 - 이에 덧붙여 Sherman CEO는 "Sherman 3D는 보다 상용화된 전통 일본 RPG 개발을 위해 Degica 및 Enterbrain(RPG Maker 엔진의 개발업체)과 긴밀히 협력하고 있다"고 밝힘

*주 : Valve의 온라인 게임플랫폼 Steam에 입점될 인디게임을 소비자들이 직접 투표로 결정하는 시스템

**주 : 말레이시아를 대표하는 3대 게임 개발업체로는 Fun and Cool Ventures와 Terato Tech, Sherman 3D가 있음

 www.techinasia.com

그림 12 말레이시아 게임업체 Sherman 3D의 일본 RPG게임 <Alpha Kimori>



[출처] Sherman 3D 홈페이지(2012)

대만 게임업체 GigaMedia, 온라인게임 전문가 영입

대만의 온라인 게임업체 GigaMedia가 2012년 9월 Tahadi Games, IP E-Games 등을 설립해 주식 상장기업으로 성장시킴으로써 업계 전문가로 명성을 얻은 Steve Tsao를 자사의 캐주얼 게임포털 'FunTown'의 최고운영책임자 겸 대표이사로 임명

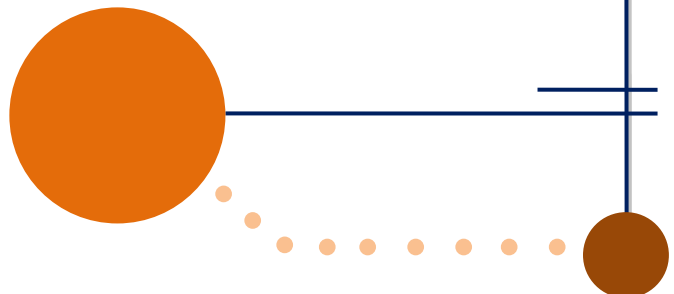
■ 대만 GigaMedia, 자사의 캐주얼 게임포털 'FunTown'의 COO로 Steve Tsao 영입

- ▶ 대만의 온라인 게임업체 GigaMedia는 2012년 9월 게임업계의 베테랑 Steve Tsao를 자사의 캐주얼 게임포털 'FunTown'의 COO 겸 CEO로 임명
 - Steve Tsao는 과거 UAE 소재의 Tahadi Games와 필리핀 소재의 IP E-Games 등을 설립해 일정 시장 궤도로 성숙시키는 등 온라인 게임산업에서 눈에 띄는 행적들을 나타내며 업계 전문가로서의 가치를 인정받음
 - Tsao는 2008년 11월부터 2011년 12월까지 Tahadi Games의 CEO로 근무할 당시 4개 국가로 사업 영역을 확장했으며, 기업 가치 또한 5배 이상 증가시킴
 - 앞서 Tsao는 필리핀에 게임업체 IP E-Games를 공동 설립하고, 회장으로 근무한 4년간 신생기업에서 동남아시아 지역의 공개 주식상장 기업으로 성장시킴
 - 또한 Tsao는 2004년부터 2008년까지 동남아시아 지역 내 테크놀로지, 미디어 기업의 투자 육성을 담당하는 IP Ventures Group의 최고운영책임자로도 근무
 - Tsao는 New Hampshire 대학에서 화학공학 학사학위를 취득했으며, Franklin W. Olin 공과대학에서 경영학 석사 학위를 취득
- ▶ GigaMedia의 John Stringer CEO는 "Steve Tsao는 뛰어난 기업 분석가로, 온라인 게임산업 분야에서 축적된 다년간의 노하우와 역량을 바탕으로 새로운 'FunTown'을 설립할 것"이라며 임명 이유를 밝힘
 - 이에 대해 Steve Tsao는 "FunTown은 새로운 비즈니스 모델의 개발 및 확산을 위한 엄청난 잠재력을 보유하고 있으며, 대만에서 FunTown의 마작(MahJong)이 유명세를 타고 있는 가운데, FunTown 내 캐주얼게임의 ARPU 또한 높아 향후 성장 가능성이 충분하다"고 언급
 - 한편 Steve Tsao는 "FunTown의 플랫폼을 웹/모바일게임으로 확장시킴으로써 GigaMedia의 브랜드 가치 및 역량을 현금화하는 데 주력할 것"이라고 밝힘



유럽 게임시장 동향

- Activision Blizzard, 싱글플레이어 게임 멸종 위기 전망
- Ubisoft, 멀티플랫폼 진출 전략 공개
- 모바일 게임업체 Mediatonic, 영국에 게임 스튜디오 오픈
- 모바일 게임업체 Gameloft, iOS 전용 컨트롤러 지원
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



Activision Blizzard, 싱글플레이어 게임 멸종 위기 전망

글로벌 게임업체 Activision Blizzard의 Rob Pardo CFO가 싱글플레이어 게임이 하향세에 접어들었다고 주장하는 한편, 부분유료화 비즈니스 모델의 성장 잠재력을 긍정적으로 전망하며 게임 디자인과의 유기적 연관성을 강조

■ Activision Blizzard의 Rob Pardo CFO, 싱글플레이어 게임 쇠퇴 전망

- ▶ Activision Blizzard의 Rob Pardo CFO는 전통적으로 매우 많은 예산을 투입한 싱글플레이어 게임 (single player game)이 하향세에 접어들었다고 평가
 - 소비자들이 게임을 대여하거나 불법 다운로드 하는 환경에서 퍼블리셔들은 싱글플레이어 게임에 수백만 달러를 투자할 수 없는 상황이며, 이에 대한 투자 성과도 거두기 힘든 상황
 - Rob Pardo는 "게임업계에 가장 크게 형성되고 있는 트렌드 중 하나는 투자 위험성 때문에 많은 수의 게임들이 더 작은 규모로 제작되고 있다는 점으로, 이 때문에 기존 AAA급 게임 타이틀 보다 많은 혁신을 보여주고 있다"고 언급
 - 따라서 "소비자들은 보다 혁신적인 인디게임, 모바일게임, 소셜게임 등을 접할 수 있을 것이며, 새롭고도 창의적인 아이디어를 테스트하고 게임에 적용할 수 있을 것"으로 전망
 - Pardo는 "결국 이들 아이디어의 일부는 AAA게임으로 이식될 것"이라 전망하며 "게임 디자인의 실험적 테스트 베드가 될 것"으로 관측
- ▶ 한편, Rob Pardo CFO는 기존 정액제 기반의 게임 비즈니스 모델을 지지하는 한편, 최근 주목 받고 있는 부분유료화 게임 비즈니스 모델의 중요성도 강조
 - 정액제 기반 비즈니스 모델의 경우, 퍼블리셔와 개발자들이 게이머들이 매일 일상적으로 게임을 즐길 수 있도록 디자인하는 것이 중요하다고 강조
 - 반면, 게이머들이 게임 도중 추가 아이템 이용에 있어 원하는 만큼 지불하는 부분유료화 모델의 경우 잠재력 있는 고객들이 아무런 리스크 없이 게임 타이틀을 이용할 수 있는 친숙하고도 강력한 비즈니스 모델이라 주장
 - 부분유료화 모델의 가장 큰 이슈 중 하나는 수많은 게임들이 게이머들로 하여금 보다 나은 게임성을 경험하고, 다음 레벨로 보다 빠르게 진입하기 위해서는 반드시 게임 내 지출이 필요하다는 감정을 느끼게 하는 것이며, 이 때문에 단순한 비즈니스 모델을 넘어서 게임 디자인의 중요성이 강조

 www.tomshardware.com

Ubisoft, 멀티플랫폼 진출 전략 공개

프랑스 게임업체 Ubisoft는 PC게임과 콘솔게임뿐만 아니라 Facebook, iOS, Android 등 모든 종류의 게임 플랫폼에서 구현 가능한 게임 타이틀을 발표하며 자사의 멀티플랫폼 진출 전략을 공개

■ Ubisoft, 디지털 게임 플랫폼에서 구현 가능한 게임 타이틀 발표

- ▶ Ubisoft의 디지털 사업부문 부사장 Chris Early는 Ubisoft의 멀티플랫폼 진출 전략을 공개하며 디지털 게임타이틀을 발표
 - Ubisoft는 PC와 콘솔게임용 게임타이틀 뿐만 아니라 Facebook, iOS, Android, Xbox Live, Playstation Network, Nintendo 등 가능한 모든 종류의 플랫폼에서 구현 가능한 게임 타이틀을 발표
 - 게임산업 지형이 급속도로 변화하고 있는 가운데, Ubisoft는 6개월 이후엔 "보다 많은 게임플랫폼에서 자사의 게임 이용자들이 보다 많은 게임을 즐길 수 있을 것"으로 전망
 - 콘솔 게임기의 출현에서부터 모바일 단말, 태블릿PC 등의 다양한 게임 플랫폼이 등장하며, 게이머들은 그 어느 때보다도 다양한 플랫폼에서 게임을 이용
 - Chris Early 부사장은 "콘텐츠 개발자로서 Ubisoft의 도전과제는 게임 플랫폼에 관계없이 게이머들이 열광하는 브랜드를 개발하는 것"이라고 강조하며, "모든 플랫폼에서 구현 가능한 게임 개발이 Ubisoft의 목표"라고 언급
- ▶ Ubisoft의 Early 부사장은 특히 게임 플랫폼으로써 태블릿PC와 스마트폰 시장의 빠른 성장에 주목
 - Early 부사장은 "최근 출시된 iPad의 스크린 사이즈가 기존 태블릿PC 보다 크기 때문에 PC와 유사한 게임 환경을 구현할 수 있어 개발업체들이 게임 디자인을 다시 할 필요가 없다는 점에서 새로운 게임플랫폼으로 각광받고 있다고 분석
 - 태블릿PC 제품 소형화로 인한 가격인하는 대중화를 앞당겨 게임 플랫폼으로서의 접근 가능성을 높일 것으로 전망
 - Early 부사장은 스마트폰의 등장을 1980년대 출시된 콘솔게임의 전성기를 연 게임 플랫폼 'Commodore 64'의 등장에 비유하며 게임플랫폼으로서 스마트폰의 중요성 강조
 - Early 부사장은 "Minecraft의 사례에서도 알 수 있듯이 요즘 게임 그래픽과 디자인 경쟁력만으로는 게임을 판매할 수 없다"고 언급
- ▶ 한편, Ubisoft의 Early 부사장은 부분유료화 모델에 대해서도 언급했는데, 부분유료화 모델 도입으로 소비자들의 선택폭은 다양해졌지만, 게임 개발업체들의 부담은 가중되었다고 분석

- Early 부사장은 "부분유료화 모델은 게임업체로 하여금 보다 질 높은 콘텐츠를 구매하도록 압박하고 있다"며, "소비자들이 유료로 구매할 만한 추가 콘텐츠를 개발하는 것이 매출 견인의 관건이 될 것"으로 전망
- Ubisoft는 MS의 Xbox Live에서 제공될 예정인 3개의 부분유료화 게임 라인업 중 유일한 서드파티 업체로 참여해 <Spartacus Legends>를 출시할 예정이며, PlayStation Network에서도 <Spartacus Legends>를 출시해 콘솔 게임 플랫폼에서 F2P 모델의 성공 가능성을 점검할 예정

 www.gamesindustry.biz

그림 13 Ubisoft의 멀티플랫폼 게임 <Spartacus Legends>



[출처] Ubisoft 홈페이지(2012)

모바일 게임업체 Mediatonic, 영국에 게임 스튜디오 오픈

모바일 소셜게임 개발업체 Mediatonic이 게임서비스 제공업체로서 주도적 위치를 유지하기 위해 영국 브라이턴에 신규 스튜디오를 오픈. 클라우드 인프라 개선 및 실시간 게임 콘텐츠 개발을 위한 'Live Operations' 전략을 강화할 계획

■ 영국 모바일 게임업체 Mediatonic, 모바일 소셜게임 성공으로 게임 스튜디오 확충

- ▶ 모바일 소셜게임 <Whos That Flying'으로 유명한 모바일 게임업체 Mediatonic*이 영국 브라이턴 지역에 신규 스튜디오를 오픈
 - 영국 브라이턴 소재 스튜디오는 기존 게임 타이틀 제작뿐만 아니라 Mediatonic의 'Live Operations' 전략들을 강화
 - Mediatonic의 Live Operations 전략은 실시간 게임을 위한 신규 콘텐츠 개발 및 클라우드 인프라 개선을 목적으로 하고 있으며, 수백만 명의 게임 플레이어들의 수요 파악을 위한 분석툴 사용 등이 포함
- ▶ Mediatonic의 스튜디오 확장은 모바일 소셜게임의 빠른 성장에 힘입은 것으로, Mediatonic은 올해 초 발표한 성장 목표를 이미 달성해 초과 성장 중
 - Mediatonic은 2012년 3월 영국 와두어에 있는 큰 부지로 이전했지만, 모바일 소셜게임의 성장으로 또 하나의 게임 스튜디오가 필요
 - Mediatonic은 1년 전 이미 모바일, 웹 기술을 강조하며 모든 부서에 걸쳐 50여명의 인력을 총원
 - 현재 JavaScript, PHP 엔지니어, 제품 개발 매니저, 2D 아티스트 및 애니메이터, UI 디자이너, Flash 개발자 및 데이터 분석가 등의 자리가 공석으로 남아있음
- ▶ Mediatonic의 CEO Dave Bailey는 "수십 년간 브라이턴에 살면서 바로 눈 앞에서 창의적이고도 테크 니컬한 역량들을 갖춘 인재들을 발견할 수 있었다"며, "영국의 브라이턴은 게임 제작에 있어 최고의 환경"이라 언급

*주 : Mediatonic은 디지털게임을 기획하고 운영하는 업체로 매일 수백만 명의 게이머들과 상호작용하고 있으며, 영국 London과 브라이턴에 위치한 지사는 부분유료화게임 및 모바일게임, 콘솔게임, 크로스플랫폼게임 타이틀 개발에 주력

 www.gamasutra.com

모바일 게임업체 Gameloft, iOS 전용 컨트롤러 지원

글로벌 모바일 게임업체 Gameloft가 iOS 기반의 모바일 게임시장을 공략하기 위해 iOS전용 게임 컨트롤러 'Duo Gamer'를 지원하기로 결정. 콘솔게임 중심의 게임 액세서리 시장이 이번 Gameloft의 움직임으로 모바일 게임시장으로도 확대될 것으로 전망

■ Gameloft, iOS 전용 컨트롤러 지원으로 경쟁업체와 차별화 강조

- ▶ Gameloft의 iOS 전용 모바일게임 다수가 게임 액세서리 전문업체 Discovery Bay Games가 제작한 게임 컨트롤러 'Duo Gamer'와 호환
 - Gameloft의 iOS기반 모바일게임 <Asphalt 7: Heat>, <N.O.V.A. 3>, <Morden Combat 3: Fallen Natin>, <Order & Chaos Online> 등이 게임 컨트롤러 'Duo Gamer'를 통해 조작 가능하며, 향후 Gameloft의 다른 모바일게임도 추가적으로 지원될 예정
 - 'Duo Gamer'의 포장 박스에는 Gameloft가 만든 게임만 독점적으로 사용할 수 있다는 문구가 적혀있음
- ▶ 'Duo Gamer'는 Gameloft가 전적으로 지원 의사를 밝혔으며, Apple과 협력관계를 갖춘 Discovery Bay Games가 제작 판매해 큰 인기를 끌 것으로 전망
 - 'Duo Gamer'는 Apple 심사를 거쳐야 하는 'MFI(made for ipad, iphone, ipod) 인증'을 받았을 뿐 아니라 온라인 Apple Store에서 판매를 시작

■ Bluetooth 방식의 'Duo Gamer', iPhone 뿐만 아니라 iPad도 지원

- ▶ Bluetooth 방식의 'Duo Gamer'는 모든 iPad와 iPhone 그리고 iPod Touch 4세대 이상을 지원
 - AA 사이즈 건전지를 통해 전원이 공급되며, 별도로 내장 배터리를 가지고 있어 USB 포트를 통해 충전 가능
 - 가격은 80달러이며, Apple Store 온라인과 Best Buy 그리고 Amazon.com에서 판매
- ▶ 그러나, 일부 게임관계자들은 터치 조작만으로 게임을 즐겨야 하는 모바일게임 UI를 이유로, 게임 컨트롤러의 성공 가능성이 낮다고 평가
 - 과거 모바일게임 관련 다양한 게임 컨트롤러가 출시되었지만, 모바일게임 UI에 최적화되지 못해 대부분 실패

 appadvice.com

그림 14 Gameloft가 지원하는 iOS 기반 모바일게임 전용 컨트롤러 'Duo Gamer'



[출처] Duo Gamer 홈페이지(2012)

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 11 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (10. 14 ~ 10. 20)	독일 (10. 14 ~ 10. 20)	프랑스* (10. 14 ~ 10. 20)
1	FIFA 13 (Xbox360, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
2	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Pokémon: Schwarze Edition 2 (DS, Nintendo)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
3	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)	Pokémon: Weiße Edition 2 (DS, Nintendo)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)
4	Dishonored (Xbox360, Bethesda Softworks)	Euro Truck Simulator 2 (PC, Rndomedia)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
5	Skylanders Giants (Xbox360, Activision Blizzard)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Resident Evil 6 (PlayStation3, Capcom)
6	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	New Super Mario Bros. 2 (DS, Nintendo)	
7	Pokemon Black Version 2 (DS, Nintendo)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	
8	Dishonored (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)	
9	Pokemon White Version 2 (DS, Nintendo)	Dishonored - Die Maske des Zorns" (PlayStation3, Bethesda Software)	
10	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)	Resident Evil 6 (PlayStation3, Capcom)	
순위	스웨덴 (10. 14 ~ 10. 20)	이탈리아 (10. 14 ~ 10. 20)	네덜란드 (10. 14 ~ 10. 20)
1	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
2	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Pokemon Black Version 2 (DS, Nintendo)
3	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)	Pokémon versione Nera 2 (DS, Nintendo)	Pokemon White Version 2 (DS, Nintendo)
4	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Just Dance 4 D1 Version (Wii, Ubisoft)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
5	World of Warcraft Mists of Pandaria (PC, Activision Blizzard)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)
6	Skylanders Giants (Xbox360, Activision Blizzard)	Pokémon versione Bianca 2 (DS, Nintendo)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
7	New Super Mario Bros. 2 (DS, Nintendo)	Pro Evolution Soccer 2013 (Xbox360, Konami)	Dishonored (PlayStation3, Bethesda Softworks)
8	Dishonored (Xbox360, Bethesda Softworks)	Resident Evil 6 (PlayStation3, Capcom)	Dishonored (Xbox360, Bethesda Softworks)
9	NHL 13 (PlayStation, EA)	Dishonored (PlayStation3, Bethesda Softworks)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)
10	Pokemon Black Version 2 (DS, Nintendo)	Inazuma Eleven Strikers (Wii, Nintendo)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)

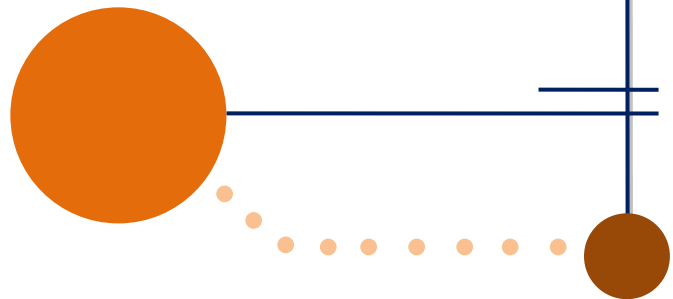
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

[출처] Media Control Gfk International, NEOGAF PAL Charts, Chart-Track, Gfkhitlist 홈페이지(2012)



중남미 게임시장 동향

- 새로운 '금맥'으로 떠오르는 멕시코 게임시장
- 신흥 게임 강국으로 떠오르는 우루과이
- 칠레, 일본에서 고유의 게임 독창성 과시
- Rovio를 꿈꾸는 칠레 모바일 게임업체 ePig Games



새로운 '금맥'으로 떠오르는 멕시코 게임시장

시장조사기관 De la Riva가 멕시코 주요 대도시의 게이머 1,000명을 대상으로 설문 조사를 실시한 결과 모바일게임 및 소셜게임 게이머의 비율이 꾸준히 증가. 또한 게임 관련 콘텐츠 및 광고 노출도에 따라 해당 상품 구매 비용도 상승

■ 멕시코 게이머들의 행태 변화 : 다변화, 온라인 그리고 모바일

- ▶ 최근 멕시코 게이머들의 게임 플랫폼이 콘솔, 스마트폰, 태블릿, 모바일기기 등으로 다변화되고 있으며, 특히 온라인 및 모바일 플랫폼의 이용이 꾸준히 증가하고 있음
 - 멕시코 시장조사기관 De la Riva가 2012년 10월에 발표한 "Los mexicanos están cada vez más expuestos a los juegos (다양한 게임에 노출되고 있는 멕시코 게이머)*"에 따르면, 멕시코 게이머들의 사용 빈도가 가장 높은 게임 플랫폼은 콘솔, 스마트폰, PC, SNS 순으로 나타났으며, 게이머의 50%가 온라인으로 게임을 한다고 응답
 - 한편, 시장조사기관 TNS Research가 2012년 7월에 발표한 "Radiografía del Consumidor Móvil(모바일 유저 현황)" 연구 보고서에 따르면, 멕시코 이동통신 가입자의 62%가 자신의 휴대전화로 게임을 이용하고 있다고 응답했는데, 이 비율은 전년동기 55%에 비해 7%p 성장

*주 : 멕시코 시티, 과달라하라, 몬테레이 등 멕시코 주요 대도시 1,000명의 게이머를 대상으로 2012년 9월 1일부터 9월 20일까지 조사

■ 높은 광고 효과를 보이는 게임

- ▶ 멕시코 IT전문잡지 El Economista의 2012년 10월 9일 기사 "Gamers, oportunidad de negocio para marcas(게이머, 브랜드 사업의 기회)"에 따르면, 스마트폰 보급율 증가와 인터넷 접속 증가에 힘입어 멕시코 게임시장 성장률이 연간 10~15%에 이르고 있으며, 이는 광고업체들에게 '새로운 기회'의 장을 마련해줌
 - EA의 Roberto Cánovas 중남미 지사장은 "일주일 동안 <FIFA>에 동시접속하는 멕시코 게이머의 수는 최소한 2,000만 명에 달한다"며 "이는 TV, 라디오, 영화, 신문 등과 같은 올드 미디어처럼 게임이 높은 광고효과를 가질 수 있다는 것을 의미한다"고 강조
 - Cánovas 지사장은 "EA의 대표적 게임 <FIFA> 시리즈의 멕시코 매출 규모가, <FIFA>의 중남미 시장 전체 매출 규모의 절반 이상을 차지한다는 점을 고려할 때 광고업체들의 사업 가능성이 매우 클 것"이라고 전망
- ▶ De la Riva 산하 신디케이트 연구소장인 Adelina Vaca는 "게임을 통한 '상품의 포지셔닝'은 TV나 영화 보다 더욱 효과적"이라고 강조

- Vaca 연구소장은 "청소년들 중 자신이 하는 게임에 나오는 브랜드를 모두 말할 줄 알고 그 중 일부를 구입하는 청소년들의 비중이 늘고 있다"고 언급
- De la Riva의 조사 결과에 따르면, 게임 속 브랜드 광고에 노출된 게이머들의 월 평균 약세서리 및 의류 구입 비용은 160페소인 반면, 그렇지 않은 게이머들의 월 지출 비용은 70페소인 것으로 나타남

 eleconomista.com.mx

종류	특징	비중
기회주의형	주로 모바일 콘솔을 이용, 대중 교통으로 이동하거나 약속 시간을 기다리는 등 빈 시간에 'killing time'용으로 게임을 이용	35%
사교클럽형	타인과의 공생을 위해 게임을 이용	28%
검객형	다른 게이머들과의 대결을 좋아하며, 대결에서 승리하기 위해 게임 연습에 고정된 시간 할당	16%
전문가형	게임에 많은 시간을 할애, 다양한 게임 플랫폼 소유, 관련 산업에 대한 해박한 지식 보유	8%
몰입형	한 게임에 몇 주간 몰입하다 지겨워지면 새로운 게임을 찾을 때까지 게임을 하지 않음	7%
로보트형	대부분 청소년. 게임이 일상생활의 일부분으로 자연스럽게 녹아있음	6%

[출처] El Economista 홈페이지(2012)

신흥 게임 강국으로 떠오르는 우루과이

농축산업 강국인 우루과이가 최근 글로벌 게임시장에서 두각을 드러내고 있음. 특히 우루과이의 IT업체 Genexus가 개최한 IT포럼 'Genexus Encounter'에 전세계 25개국 및 Google, Amazon, IBM, Microsoft, Oracle 등 IT기업 전문가 3,000여 명이 참석

■ 신흥 게임 강국으로 부상하고 있는 우루과이

- ▶ 남미의 전통적 농축산업 강국인 우루과이가 최근 글로벌 게임시장에서 두각을 드러내고 있음
 - 우루과이는 인구 300만 명의 작은 나라로 수출품의 70%가 농축산품인 농축산업 강국이나 최근 게임시장의 성장세가 두드러지고 있음
 - 일례로, 지난 2012년 10월 4일 우루과이 수도 몬테비데오에서 IT 기술 포럼인 'Genexus Encounter'가 개최
 - 또한, 2012년 6월에는 IT 및 SW부문 80개 기업이 우루과이 산업부 장관인 Roberto Kreimerman를 수장으로 한 대표단을 구성하여 미국 실리콘밸리를 방문, 전략적 제휴 가능성을 긴밀히 타협

■ IT포럼 'Genexus Encounter'-신흥 게임 강국으로서 우루과이의 이미지 제고

- ▶ 우루과이 IT업체 Genexus는 전 세계 약 8만 5,000명의 개발자와 미국, 멕시코, 브라질, 일본 등에 거점 사무소와 45개국에 공식 배급채널을 확보하고 있는 멀티플랫폼용 모바일 앱/게임/SW 개발업체로 글로벌 IT업체로 성장
- ▶ Genexus가 2012년 10월에 개최한 IT포럼 'Genexus Encounter'에는 전세계 25개국 및 Google, Amazon, IBM, Microsoft, Oracle 등 굴지의 IT기업의 3,000여 명의 전문가들이 대거 참석
- ▶ 이번 포럼에서 소개된 게임들은 신흥 게임강국으로서의 우루과이 이미지 제고에 큰 역할
 - <Kindom Rush>는 2011년 12월 Apple의 App Store를 통해 출시되었는데, 출시된 지 불과 몇 주만에 유료게임 다운로드 횟수 기준 2위를 차지했으며 이후에도 유럽 및 아시아 시장에서 줄곧 top 10 리스트에 등극
 - <Kindom Rush>는 우루과이 게임업체 IronHide Games가 개발한 중세 배경의 판타지 전략 게임으로, 이 게임의 개발자들은 "<Kindom Rush>가 큰 성공을 거둘 줄은 전혀 예상치 못했으며, 보다 진중한 향후 거취 결정을 위해 당분간 해외 개발사들의 협력 제의는 거절하고 단기 전략 수립에만 집중할 예정"이라고 밝힘
 - 우루과이 게임 산업계의 핵심인물 중 한 명인 Gonzalo Frasca는 이번 포럼에서 우주를 배경으로 한 퍼즐게임 <Space Holiday>를 공개

- Frasca가 2012년 6월에 출시한 <Leyendas de Ooo>는 동명의 TV 애니메이션을 모티브로 한 모바일게임으로, Apple App Store에서 50만 건의 다운로드 횟수를 기록하며 다운로드 최다 건수 앱 랭킹 4위에 오른 바 있음
- 올해 40살인 Frasca는 10년 전 자신의 스튜디오인 Powerful Robot을 설립, 그 동안 Disney, Warner Brothers, LucasFilms, NatGeo 등과 함께 일해오고 있으며, ORT 대학에서는 그의 성공을 이어가기 위해 2010년부터 애니메이션 및 게임 학사 과정을 개설하여 운영

 www.elobservador.com.uy

그림 15 우루과이 게임업체 IronHide Games가 개발한 모바일게임 <Kingdom Rush>



[출처] Nardio 홈페이지(2012)

칠레, 일본에서 고유의 게임 독창성 과시

지난 9월 20일 일본에서 개최된 'Tokyo Game Show 2012(이하, TGS 2012)'에 칠레의 21개 게임업체 연합체 Video Game Chile(이하, VG Chile)가 칠레 고유의 문화적 요소가 담긴 게임을 선보이기 위해 대표단을 정식 파견

■ TGS 2012'에 참가한 칠레 게임업체, 칠레 고유 문화를 게임에 접목

- ▶ 칠레의 21개 게임개발사 연합 Video Game Chile(이하, VG Chile)는 2012년 9월 20일 일본 도쿄에서 개최된 'Tokyo Game Show 2012(이하, TGS 2012)'에 2명의 개발자로 구성된 대표단을 파견, 칠레 고유의 문화적 요소와 기술력을 담은 로컬 게임을 공개
 - 칠레 게임업체 Trutruka의 아트디렉터로 대표단 중 한 명인 Efe Sebastián Franchini는 "칠레도 이전 다른 문화적 토양을 기반으로 한 박람회 독창적이고 고유한 칠레만의 콘텐츠를 선보일 수 있게 되었다"며 언급
 - 또 다른 대표단이자 Trutruka의 테크니컬 디렉터인 Vicente Conejeros는 Trutruka가 자체 개발한 스마트폰 및 태블릿PC용 캐주얼게임을 공개
 - Franchini는 "칠레에서 스마트폰과 태블릿PC가 확산됨에 따라, 캐주얼게임 중심의 모바일게임이 하드코어게임 중심의 콘솔게임에 강력한 라이벌로 성장하고 있다"라고 언급
 - 한편, 이번 'TGS 2012'에는 전세계 19개국, 209개의 게임 관련 기업과 기관들이 1,600개 이상의 게임 샘플을 가지고 참여했으며, 이는 전년대비 40% 이상 증가한 규모

 www.caracol.com.co

그림 16 'TGS 2012'에 참석한 VG Chile의 부스 모습



[출처] Trutruka Facebook(2012)

Rovio를 꿈꾸는 칠레 모바일 게임업체 ePig Games









Rovio의 <Angry Birds>의 인기를 넘어서며 칠레 국민게임으로 자리잡은 모바일게임 <ePig> 시리즈의 개발업체 ePig Games가 모바일게임 플랫폼 개발업체 Game Salad와 제휴를 맺어 게임 플랫폼 확장을 추진

■ 칠레의 국민 게임 <ePig> 시리즈, ePig Games 성장의 기폭제

- ▶ 칠레에서만 150만 건의 다운로드 건수를 기록하고 8개의 게임 관련 상을 수상한 칠레의 국민 게임 <ePig> 시리즈를 개발한 칠레 게임업체 ePig Games가 폭증하는 게임 수요를 소화하기 위해 게임 플랫폼 개발업체 Game Salad와 제휴를 맺음
 - ePig Games가 개발한 <ePig> 시리즈는 귀여운 아기돼지 캐릭터 'Eddie'에 의해 칠레 국민 모바일게임으로 성장했으며, 인기는 Rovio의 <Angry Birds>를 능가하고 있음
 - ePig Games의 CEO인 Nicolás Palacios는 "칠레에서 이룩한 성과를 바탕으로 칠레 게임산업의 아이콘을 창조하고 싶었고, 이번 제휴를 통해 여타 게임 선진국을 선망할 필요없이 우리도 해낼 수 있다는 사실을 보여주게 되어 매우 만족스럽다"며 "이번 제휴가 칠레의 게임산업 성장의 촉진제가 되길 바란다"고 언급
- ▶ Game Salad는 칠레 이동통신사업자 Movistar가 운영하는 기업 IT 혁신 프로그램 'Movistar Innova'의 성장 촉진 프로그램(Acceleration Program) 회원사로, 개발자들의 게임 개발, 출시, 배급 등 모바일 게임 Value Chain에서의 속도와 편의성을 높일 수 있는 플랫폼 제공에 주력
 - Game Salad는 이번 제휴를 통해 ePig Games에 프로그래밍, 자금조달 부분, 신규 타이틀 개발, 기존 게임의 플랫폼 전환 부분을 지원하는 댓가로 ePig Games의 향후 수익에 대해 일정 비율 로열티를 받게 됨
 - 특히 Game Salad는 ePig Games의 마케팅 부문 지원과 관련, iOS에서만 이용 가능했던 자사의 게임 결제 시스템을 Android 및 Windows 8 버전으로 확대 업그레이드할 예정
- ▶ 한편, ePig Games는 게임 캐릭터 'Eddie'의 폭발적인 인기로 힘입어, 2012년 10월 칠레 외교부 산하 대외무역 프로그램인 Prochile의 수출진작 기금 수혜 대상으로 선정된 바 있으며, 이를 바탕으로 샌프란시스코로 진출할 계획을 수립 중

 www.mundoenlinea.cl

표 13 칠레 게임업체 ePig Games의 <ePig> 시리즈

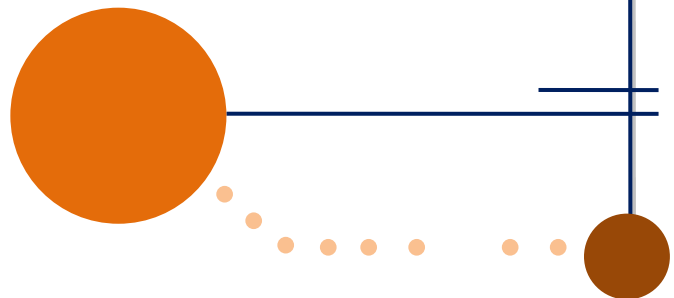
게임 타이틀	이미지	게임 플랫폼
ePig Monster Smasher		iOS
ePig Surf		iOS
ePig Dive Treasure Hunter		iOS
ePig Dash		iOS
ePig Rope		iOS
ePig Adventure		iOS
ePig Mind Control		iOS
ePig Prediction		iOS

[출처] ePig Games 홈페이지(2012)



국내 게임시장 동향

- "팡 류" 신드롬에 휩싸인 국내 모바일 게임시장
- 문화체육관광부, 고평류 게임의 게임머니 제한
- <스페셜포스2> eSports, 아마리그를 통해 해법 마련
- **통 계** 국내 온라인게임 순위
- **통 계** 국내 모바일게임 순위



'팡 류' 신드롬에 휩싸인 국내 모바일 게임시장

모바일 메신저 프로그램 카카오톡을 게임 플랫폼으로 활용하고 있는 선데이토즈의 <애니팡>이 큰 인기를 끌자, 다양한 모바일 게임업체들이 '팡 류' 게임을 제작. '팡 류' 게임들의 남녀노소 누구나 쉽게 할 수 있으며, 많은 시간이 들지 않는다는 특징이 있음

■ 국내 모바일게임의 신드롬, <애니팡>

- ▶ 선데이토즈가 개발한 모바일게임 <애니팡>이 출시 2달 만에 다운로드 수 2,000만 건에 도달하면서, 국내 모바일 게임시장에 <애니팡> 신드롬이 발생
 - <애니팡>의 하루 이용자 수는 1,000만 명 이상이며, 하루 평균 게임시간은 1시간을 넘어서고 있음
- ▶ <애니팡>의 성공의 비결은 △ 짧은 게임시간, △ 카카오톡을 활용한 하트 기능, △ 운칠기삼(運七技三)의 절묘한 조합으로 평가
 - 선데이토즈의 이정웅 CEO는 "게임 시간이 짧으면 게임을 하지 않는 층까지도 끌어들이 수 있는 장점이 있으며, 과감하게 1분으로 못 박은 게 주효했다"고 언급했으며, 여기에 덧붙여 짧은 시간 안에 점수를 내야 하는 조바심도 사람들을 유혹하는 매력이 있는 것으로 풀이
 - <애니팡>은 캐주얼게임에 소셜기능을 극대화 하기 위해, 돈을 주고 아이템(하트)을 구입할 수 있지만 카카오톡에 등록된 지인끼리 무상으로 주고받을 수 있도록 함
 - 실제 <애니팡>을 해보면 매번 점수가 좋게 나오는 게 아니며, 운에 의해 높은 점수를 얻을 수 있어, 게이머들은 '한번만 더 하면 더 잘할 수 있을 것 같은데'라는 마음으로 다시 게임을 진행

■ '팡 류' 게임, 쉬운 플레이와 짧은 게임시간으로 인기 몰이

- ▶ <애니팡>이 인기를 끌자 비슷한 유형의 '팡 류' 게임 <보석팡>, <캔디팡> 등이 등장
 - <보석팡>은 <애니팡>과 비슷한 시기에 <쥬얼 크래시>라는 타이틀로 출시되었지만, <애니팡>이 인기를 끌자 <보석팡>으로 이름을 변경했으며, 이후 다운로드 수가 급증하며 200만건을 넘어섬
 - 9월 25일 출시된 <캔디팡>은 출시 10일 만에 다운로드 수 800만건을 돌파하면서, 하루에 2억 원의 매출을 기록
- ▶ '팡 류' 게임의 공통점은 남녀노소 누구나 쉽게 즐길 수 있는 게임 방식으로, 스마트폰에 최적화된 터치감을 활용해 빠르고 박진감 넘치는 재미와 몰입감을 구현
 - 카카오톡과 연동돼 지인들과 미묘한 경쟁 심리를 부추기고, 다른 게임에 비해 많은 시간이 들지 않는 점 등이 특징

문화체육관광부, 고평류 게임의 게임머니 제한

문화체육관광부에 따르면, 2013년부터 온라인 고스톱, 포커류 등 고평류 게임을 할 때 1회 배팅규모는 1만 원으로 제한. 월간 게임머니 구입 역시 30일로 제한되며, 1일 10만원 이상 손실할 경우 48시간 이상 게임이용 금지

■ 문화체육관광부, '고스톱 및 포커류 게임의 사행적 운영 금지 지침' 발표

- ▶ 2012년 10월 25일, 문화체육관광부는 고스톱과 포커류 게임 같은 고평류 게임이 사행적으로 변질되고 있다는 지적에 따라 고평류 게임의 사행화 방지를 위한 대책을 발표
 - 이번 대책은 '게임산업진흥에 관한 법률' 제38조제8항의 규정에 근거한 것으로, 내달 중 행정예고 및 관계부처 협의를 거쳐 2013년 1월부터 시행될 예정
- ▶ 게임 이용자 보호 및 게임물 관련 사업자의 사행성 조장 방지를 위해 월간/일간, 회별로 게임 이용 금액을 제한
 - 1인이 게임물 관련 사업자로부터 1개월간 구입할 수 있는 게임머니는 현금 30만 원에 해당하는 규모를 넘지 않아야 하며, 아이템 선물하기 등 우회적 방법을 사용할 수 없음
 - 1인이 1회 게임에 사용할 수 있는 게임머니는 이용자가 월간 구입할 수 있는 게임머니의 1/30을 초과할 수 없음
 - 전일 같은 시각을 기준으로 게임 진행시각 현재, 월간 구입할 수 있는 게임머니 규모의 1/3을 초과하여 게임머니를 잃은 게이머에 대해서는 그로부터 48시간 동안 게임 이용을 제한
- ▶ 게임머니 환전상 등을 통한 불법 환전행위 방지를 위해 이른바 짜고 치는 고평류 게임 및 타인의 명의 도용을 금지하도록 게임을 구성
 - 첫째, 게이머가 게임의 상대방을 선택할 수 없도록 게임을 구성
 - 둘째, 게이머가 게임을 자동으로 진행시킬 수 없도록 게임을 구성
 - 셋째, 타인의 명의 도용 방지를 위해 게임을 접속할 때마다 '전자서명법' 제2조 제10호에 따른 공인인증기관, 그 밖에 본인확인서비스를 제공하는 제3자 또는 인터넷주민번호 대체수단을 통해 본인임을 확인하고 게임을 이용하도록 조치
- ▶ 문화체육관광부는 2011년 하반기 게임산업 진흥에 관한 법률 개정으로 게임의 사행적 운영 방식을 규제할 수 있는 근거 조항을 마련했으며, 이번 행정 지침은 여기에 근거한 것으로 그 어느 때보다 효과가 클 것으로 판단하고 있으며, 관계부처의 협의를 남겨둔 상태

<스페셜포스2> eSports, 아마리그를 통해 해법 마련

<스페셜포스2> 프로리그가 잠정 연기됨에 따라, 국내 e-Sports에 대한 비판의 목소리가 나오고 있음. <스페셜포스2> 제작업체 드래곤플라이는 아마추어 리그를 활성화함으로써 프로리그가 안정적으로 개최될 수 있는 기반을 다질 계획

■ 국산 게임 eSports <스페셜포스2>, 서비스 안정화와 저변 확대를 위해 프로리그 연기

- ▶ 2012년 9월 22일 열린 '4G LTE 스페셜포스2 프로리그 시즌2' 결승전을 끝으로, <스페셜포스2> 프로리그는 당분간 잠정 연기될 전망
 - 국내 게임전문잡지 경향게임스에 따르면, 1년여 간 <스페셜포스2> 프로리그를 진행하면서 eSports 영속성에 문제가 있다고 판단, 협회 및 게임단과 종목사인 드래곤플라이가 복업을 위한 재정비 기간이 필요하다는 결론에 도달
 - 드래곤플라이 한 관계자는 "<스페셜포스2> 프로리그가 잠정 연기되는 것은 맞지만 완전히 종료되는 것은 아니다" 라면서 "휴식기를 거치는 동안 eSports로서 게임성을 보강하고, 아마추어 리그를 활성화함으로써 프로리그가 안정적으로 개최될 수 있는 기반을 다질 계획"이라고 언급

■ <스페셜포스2> 프로리그, 아마추어 저변확대 부족으로 프로게이머 수급 문제

- ▶ 드래곤플라이는 넷마블과 협의해 <스페셜포스2>의 게임성을 좀 더 보완하고 정규 아마추어 리그를 개최할 계획
 - <스페셜포스2>의 아마추어 리그는 시즌별 개최는 물론이고 우승자에게 상금을 포함, 프로게이머 자격을 수여하는 방식으로 참여율을 높일 전망
 - 드래곤플라이는 현 소속팀에서 활동하고 있는 선수들의 진로 문제도 해결 방안을 강구 중
 - <스페셜포스2>의 일부 선수들의 경우 이미 지난 프로리그 정규시즌 동안 종목을 전환해 팀에 잔류하거나 군에 입대하는 등 개인적으로 진로를 결정한 것으로 알려졌으며, 또 다른 선수들은 추후 개최될 <스페셜포스2> 관련 리그에 출전할 계획
 - 드래곤플라이 관계자는 "협회사 게임단과 논의하여 선수들이 안정적인 방향으로 진로를 논의할 수 있도록 자사와 자리를 만들 예정"이라면서 "그간 프로게이머들이 없었다면 <스페셜포스>가 eSports로 자리 잡을 수 없었던 만큼 이들을 최대한 보호할 수 있는 방안을 찾고 있다"고 언급
- ▶ <스페셜포스2> 프로리그를 중단하는 것이 파격적인 선택이지만, 대다수의 eSports 관계자들은 개최를 미루는 대신 철저한 준비 기간을 거쳐 장기적으로 자생할 수 있는 환경을 갖추는 데에는 공감

통계 국내 온라인게임 순위

표 14 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (10. 29)	게임메카 (10. 24 ~ 10. 30)	인벤 (10. 22 ~ 10. 28)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
3	디아블로3 (블리자드코리아)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
6	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
7	리니지 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	메이플스토리 (넥슨)
8	스타크래프트 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	사이퍼즈온라인 (네오플)
10	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	카트라이더2.0 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
순위	게임노트 (10. 22 ~ 10. 28)	게임조선 (10. 22 ~ 10. 28)	게임리포트 (10. 29)
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	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리니지 (NC소프트)
7	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	스타크래프트 (블리자드코리아)
8	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
9	사이퍼즈온라인 (네오플)	던전앤파이터 (넥슨)	워크래프트3 (블리자드코리아)
10	메이플스토리 (넥슨)	사이퍼즈온라인 (네오플)	레전드오브소울즈 (네오위즈씨알에스)

*주: 게임메카, 게임노트 등은 '워크래프트, 스타크래프트, 디아블로' 등을 PC게임으로 분류해 게임 순위에 반영하지 않음
[출처] 각 사 홈페이지(2012)

통계 국내 모바일게임 순위

표 15 국내 모바일게임 순위(2012. 10. 30 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	파이널판타지 (액토즈소프트)	크레이즈아케이드Live (넥슨)	번식전쟁확장판 (애플러스)	메이플스토리 Live (넥슨)	메이플스토리LivePremium (넥슨)	에픽레이더스 (게임빌)
2	와이드블러드 (Gameloft)	블러드나이트2 (모비클)	메이플스토리LivePremium (넥슨)	타임오브히어로즈 (appzil1)	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	OL 스트립맛고 (Twom01)
3	메이플스토리LivePremium (넥슨)	나가야맛고 (모바일엔터테인먼트)	테트리스3D (제이텍)	나가는길찾기4 (바라웍스소프트)	팔라독 (엔터테인먼트)	메이플스토리 Live (넥슨)
4	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	런닝고 (엠투엠엔터테인먼트)	오더앤카코스 (Gameloft)	블러드나이트2 (모비클)	부루마블2013 (엠앤엠게임즈)	액션카트레이싱 (Pictosof)
5	부루마블2013 (엠앤엠게임즈)	연애맛고2 (게임코리아)	듀얼오브페이트Plus (게임빌)	팡팡테니스 (에이앤비소프트)	리버스 (CJ E&M)	블러드나이트2 (모비클)
6	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	맞고도사전 (모바일엔터테인먼트)	리버스 (CJ E&M)	에르엘워즈2 (게임빌)	좀비스쿨2 (게임뮤지엄)	듀얼오브페이트 (게임빌)
7	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	삼국군영전 (라이브플렉스)	팔라독 (엔터테인먼트)	FarmStay (나우콤)	이노티아4Plus (컴투스)	길드배틀 (제이더블유소프트)
8	위자드디펜스 (디지털프로그)	좀비거너 (게임빌)	피싱마스터Plus (게임빌)	버블슈터 (페일블루투스튜디오)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	아이러브커피 (파티스튜디오)
9	화성인Sexy맞고 (미스터게임즈)	출조냥시광 (모바일엔터테인먼트)	네이키드킹2 (액트온게임)	몽키점프 (컴투스)	LifeLegend (CJ E&M)	마이컨트리 (인크로스)
10	쿠키오미2 (iaSolution)	넥스프로야구마스터2013 (넥슨)	드라마틱슈팅블레이드 (디지털프로그)	컴온베이비 (컴투스)	무한의탐정 (Creative Factory)	컴온베이비 (컴투스)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	Bad Piggies (Rovio)	캔디팡for카카오 (위메이드)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	드래곤플라이트for카카오 (NextFloor)
2	MEGA MAN X (Capcom)	드래곤플라이트 (NextFloor)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	캔디팡for카카오 (위메이드)
3	Need for Speed Most Wanted (EA)	불리2for카카오 (넥스트앱스)	와이드블러드 (Gameloft)	애니팡for카카오 (선데이토즈)
4	Street Fighter Collection (Capcom)	컨트랙트칼라for카카오 (Glu Games)	Where's My Perry (Disney)	내가그린그림for카카오 (어썬피스)
5	The King of Fighters 2012 (SNK)	내가그린그림 (어썬피스)	팔라독 (Fazecat)	바운스볼 (Raon Games)
6	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	삼국지TD-위의운명 (ChoiRock Contents)	피파12 (EA코리아)	불리2for카카오 (넥스트앱스)
7	데드스페이스 (EA)	아이러브커피for카카오 (파티스튜디오)	아스팔트60드레블린 (Gameloft)	아이러브커피for카카오 (파티스튜디오)
8	LED Snake 700 (GoldTree)	애니팡for카카오 (선데이토즈)	스펙트럴소울즈 (조이모아)	Kick the Boss (Game Hive)
9	피파12 (EA코리아)	피랑 하이피 드래곤 (네오위즈인터넷)	다크나이트라이즈 (Gameloft)	Jetpack Joyride (Halfbrick Studios)
10	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	DrawRace2 (Chillingo)	The King of Fighters Android (SNK)	파즐주주for카카오 (넥슨)

*주: T 스토어와 Olleh 마켓은 게임 인기 순위, U+ 앱마켓은 종합 랭킹 카테고리 순위에서 참조 [출처] 각 사 앱스토어 홈페이지(2012)

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2012년 10월 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.