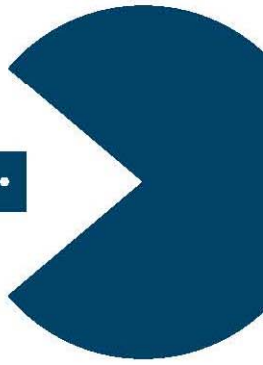
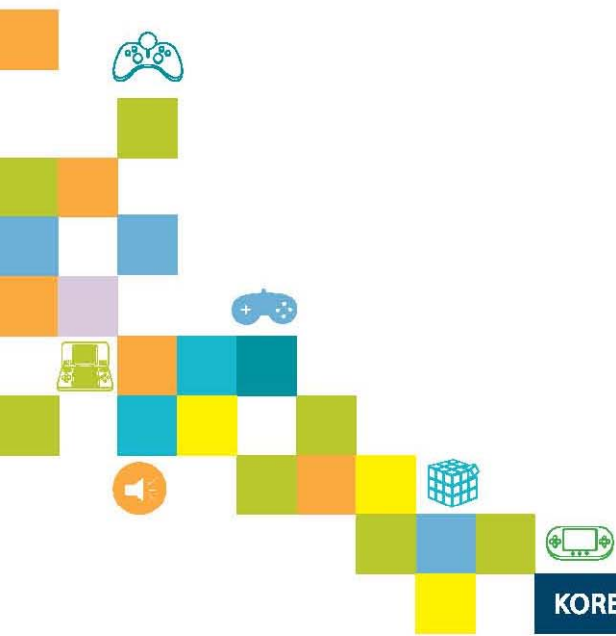
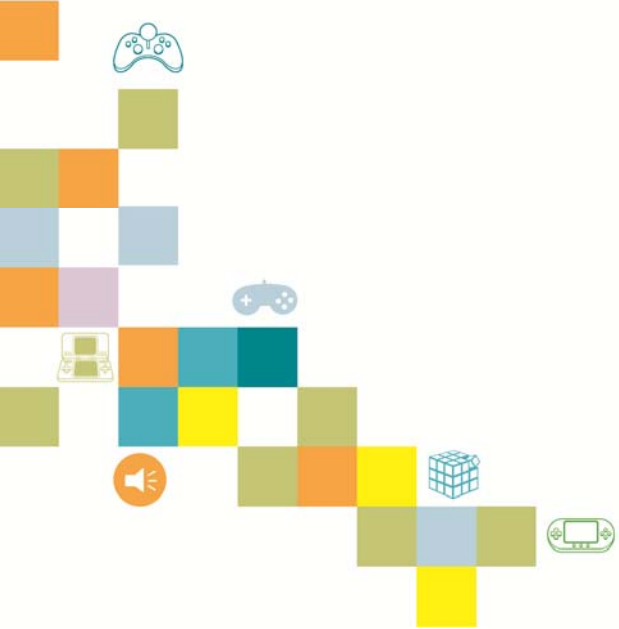


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 11월 제1호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 모바일 소셜게임, 짧은 생명력이 가장 큰 문제
- 모바일 패러다임에 적응하려는 콘솔 게임업계의 노력
- 모바일게임 수익모델, IAP와 광고 조합 고려
- iPad mini, 게임 플랫폼으로서의 다양한 의견
- Android 전용 모바일게임 컨트롤러 'MOGA' 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 13

- 게임 등급심의기관 ESRB, 다운로드 전용 게임 무료 심의
- ESAC, 캐나다 게이머들의 게임 현황 보고서 발표
- 비디오게임, 어린이들의 분노 조절 치료에 활용될 수 있어
- 아시아 게임업체, 부분유료화로 미국 시장 공략
- 소셜 게임업체 Zynga, 실적 부진으로 전체 인력 감축
- **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..... 24

중국 게임시장 동향..... 25

- 중국 온라인 게임시장, 성장률 정체
- 중국 웹게임, 낮은 품질로 이용자 이탈을 심각
- 중국 온라인 게임시장, 해외 게임 영향력 증대
- 중국 IT업체, 신규 수익원으로 온라인게임 선택
- Java 기반의 모바일게임, 지속 발전 여지 주목
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 35

- 일본 주요 SNS 게이머 프로필 비교
- 일본 모바일 게임산업, '리치콘텐츠' 필요성 제기
- Nintendo, 소프트웨어와 하드웨어 판매 부진으로 적자
- Techmo Koei, 2012년 2, 3분기 매출·순이익 증가
- Square Enix, Epic Games와 라이선스 계약 체결
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 46

- DeNA, YahooKimo와 제휴 통해 대만 시장 진출
- 아시아 온라인게임 결제 플랫폼 MOL, Rixty와 제휴
- 동남아 게임업체 Asiasoft, Radware 보안 솔루션 채택
- 'Indonesia Game Show 2012' 개최

5. 유럽 게임시장 동향..... 53

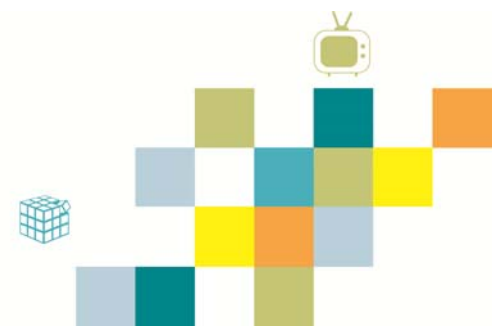
- 2018년 영국 게임시장 규모 '5억 4,550만 파운드'
- TIGA, 영국 게임 세금관련 '영국 문화 반영 규정' 수정 제안
- 프랑스, 게임에도 불법 복제 관련 삼진 아웃제 적용
- Activision Blizzard, 모바일 소셜게임 플랫폼 출시
- 유럽 Bigpoint, 대규모 구조조정 감행
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 61

- 콜롬비아, 제3회 "Anigames Expo 2012" 개최
- 아르헨티나, 가격 비교 게임 <Angry Indec> 논란
- IT 포럼 "Colombia 3.0", 콜롬비아 게임 산업 청사진 제시
- LG 칠레, 스마트 TV용 게임 개발

7. 국내 게임시장 동향..... 66

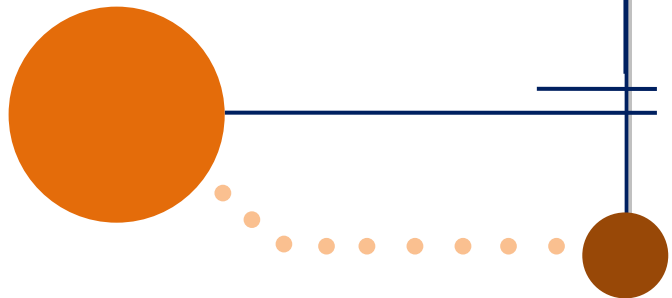
- 국내 온라인게임, 모바일게임으로 재탄생
- 모바일 메신저, 모바일게임으로 수익 창출
- 모바일게임, 1인 개발자 시대 예고
- 국내 게임업체, e러닝 사업 진출 러쉬
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 모바일 소셜게임, 짧은 생명력이 가장 큰 문제
- 모바일 패러다임에 적응하려는 콘솔 게임업계의 노력
- 모바일게임 수익모델, IAP와 광고 조합 고려
- iPad mini, 게임 플랫폼으로서의 다양한 의견
- Android 전용 모바일게임 컨트롤러 'MOGA' 출시
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



모바일 소셜게임, 짧은 생명력이 가장 큰 문제

모바일 애플리케이션 분석업체 Flurry의 최근 조사에 따르면, 모바일 소셜게임은 가장 이용량이 많지만, 동시에 시간에 따른 이용률 감소폭도 가장 큰 것으로 나타남. 이에 게임업체들은 모바일 소셜게임을 개발할 경우 짧은 이용주기를 감안해야 함

■ 모바일 소셜게임, 이용자의 70%가 3개월 후 이용 중단

- ▶ 모바일 애플리케이션 분석업체 Flurry가 2012년 10월 22일 발표한 보고서 "App Engagement: The Matrix Reloaded"에 따르면, 모바일 소셜게임이 모바일 애플리케이션 중에서 가장 이용률이 높은 반면 시간이 흐를수록 빠르게 앱 이용자가 감소하는 것으로 나타남
 - Flurry는 매주 17억회의 애플리케이션 이용횟수 샘플을 조사한 결과, 소셜게임이 매주 평균 7.9회 이용횟수를 기록해 평균 3.7회의 이용률을 기록한 낱씨 애플리케이션보다 이용률이 높게 나타남
 - 그러나 낱씨 애플리케이션은 이용 후 90일이 지나도 여전히 55%의 이용자가 동일한 애플리케이션으로 낱씨를 체크하는 반면, 모바일 소셜게임을 이용하는 게이머의 비중은 30일 경과 후 47%, 60일 경과 후 34%, 90일 경과 후 29%로 급감하는 경향을 보임
- ▶ Flurry는 모바일 소셜게임과 모바일 데이트 애플리케이션의 유사성을 언급하며, 타인과의 커뮤니케이션에 목적을 두고 있는 애플리케이션의 경우 소기의 목적을 달성하거나 목적 달성이 어렵다고 판단 될 경우 쉽게 앱 사용을 중단한다고 분석
 - Flurry는 "장기적인 인간관계를 맺을 수 있는 대상을 찾는 것이 모바일 데이트 애플리케이션의 궁극적인 목적이므로 이용자가 파트너를 발견하기 전까지는 활발히 애플리케이션을 사용하지만 발견 후에는 이용률이 제로가 된다"며, 모바일 소셜게임 역시 초반 이용률은 높지만 3개월 후부터는 이용률이 급감한다고 설명

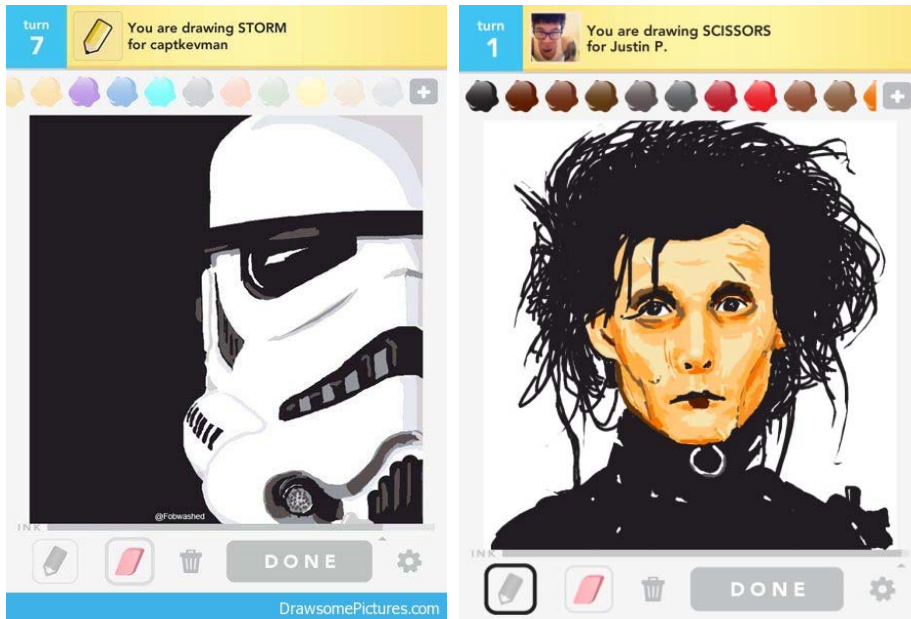
■ "Zynga의 실패는 모바일게임의 수명을 잘못 판단한 결과"

- ▶ Zynga가 모바일 게임업체 OMGPOP 인수 후 낮은 투자회수율(ROI)로 실패한 것은 단일 게임 애플리케이션에 대한 대규모 투자가 게임 타이틀의 인기와 관계없이 실패할 가능성이 높다는 사실을 보여주는 사례로 꼽힘
- ▶ Flurry는 OMGPOP의 인기 모바일게임 <Draw Something>이 일시적인 인기를 얻는 데 그친 것은 일반적인 모바일게임의 수명주기가 짧기 때문이라고 주장
 - <Draw Something>은 OMGPOP이 2012년 3월 Zynga에 인수되자마자 이용자가 급격히 감소하기 시작해, 1개월 만에 일일평균이용자(Daily Active User, 이하 DAU)가 500만 명 감소했고 10월 현재 DAU는 약 200만 명에 불과

- Zynga는 올해 OMGPOP 인수에 2억 달러를 투자했지만, 현재 OMGPOP의 투자 가치는 절반 이하까지 급감한 것으로 관측

 allthingsd.com

그림 1 게이머가 모바일게임 <Draw Something>을 이용해 만든 그림



[출처] Draw Something 홈페이지(2012)

모바일 패러다임에 적응하려는 콘솔 게임업계의 노력

모바일 단말기들이 기존의 게임 콘솔들만이 제공할 수 있었던 게임 경험까지도 구현할 수 있을 만큼의 하드웨어 성능을 갖추게 되자, 모바일 패러다임에 저항하기보다는 적응하려는 콘솔 게임업체들이 증가하고 있음

■ 점점 더 완전한 게임 단말기에 가까워져 가고 있는 모바일 단말기들의 변신

- ▶ 모바일게임 및 F2P(Free-to-Play) 게임시장의 급격한 성장으로 콘솔 게임업계가 극심한 부진을 겪고 있는 가운데, 이러한 거센 모바일 풍랑 속에서 살아남기 위한 콘솔 게임업계의 노력도 갈수록 다양화되고 있음
 - 투자은행 Wedbush Securities의 Michael Pachter 애널리스트는 "스마트폰과 태블릿PC가 점점 더 나은 디스플레이 환경과 빠른 중앙처리 능력을 갖춰감에 따라 모바일게임의 수준 또한 개선되고 있다"면서, "이는 기존의 콘솔 및 휴대용 게임기에서 모바일 단말기로의 게이머들의 이동을 부를 것"이라고 전망
 - 영국 시장조사업체 Ovum에 따르면 2011년 4억 5,000만 대를 기록했던 글로벌 스마트폰 출하량은 연평균 20%의 성장률을 바탕으로 2017년에는 17억 대의 연간 출하량을 달성할 것으로 전망
 - 투자은행 Credit Suisse 또한 온라인 게임산업에 대해 다룬 10월 보고서를 통해 "스마트폰과 태블릿PC의 시장 확대는 콘솔 및 게임 패키지 상품들로부터 소비자들의 돈을 뺏어오고 있음은 물론, 게임 유통업체들의 콘텐츠 유통 채널로서의 위치까지도 차지하기 시작했다"고 분석
- ▶ 게임 컨트롤러 제조업체 Bladepad의 Bladepad는 iPhone에 탈부착이 가능한 게임 컨트롤러로서 기존의 게임 콘솔들과 거의 다를 바 없는 조작 키 구성을 갖추고 있음
 - Bladepad는 iPhone과 Bluetooth 방식으로 무선 연결되며, 전화를 받을 경우 컨트롤러를 아예 전화기에서 분리할 수 있어 편의성 또한 갖추고 있음
 - 특히 단순 터치 기능만을 필요로 하는 캐주얼 방식의 게임들과 달리 복잡한 조작 방법을 요구하는 하드코어 게임을 iPhone에서 즐기기 원하는 게이머들이 상당한 관심을 가질 것으로 전망

■ 모바일 패러다임에 적응하기 위한 기존 콘솔 게임업체들의 노력

- ▶ Nintendo는 급속도로 성장하고 있는 태블릿PC 트렌드에 발맞추기 위한 노력을 가장 적극적으로 전개하고 있는 업체 중 하나로, 차세대 콘솔 게임기 Wii U의 컨트롤러를 터치 스크린 기반의 태블릿 PC 형태로 개발

- Wii U는 게이머들로 하여금 콘솔에 연결된 TV 화면은 물론, 컨트롤러에 있는 화면으로도 게임을 즐길 수 있도록 하여 3D 게임 환경을 구축
- ▶ **게임 소프트웨어 개발 및 유통업체로서 시장을 선도하고 있는 EA 또한 다수의 유명 프랜차이즈 게임 브랜드들을 모바일게임으로 소개**
 - <Madden Football>과 <FIFA> 시리즈와 같은 게임들은 게임 내 결제 요소를 결합한 모바일게임으로 약 5달러 내외의 가격으로 각종 스마트폰과 태블릿PC 플랫폼에 출시되어 있는 상황
 - 현재 이들 브랜드들의 콘솔게임 가격이 60달러 전후인 점을 고려하면, 모바일 플랫폼에서의 유통 가격은 매우 미미한 것이 사실이지만, 이들 모바일게임들을 통해 EA는 다양한 플랫폼들을 아우르는 유니쿼터스 브랜드 환경을 구축
 - 나아가 모바일게임으로 이들 유명 게임들을 접한 게이머들이 점차 고가의 게임 콘솔을 즐기는 데에도 익숙해질 것을 기대하는 것 또한 EA의 모바일 유니쿼터스 전략
- ▶ **다만 모바일 게임시장이 기존의 게임산업 전체를 지탱할 수 있는냐의 문제는 아직 답이 보이지 않는 상황으로, 오히려 제살 깎아먹기식의 출혈 경쟁만이 일어날 수 있다는 우려도 발생**
 - 특히 EA 등 대형 게임업체들이 자신들의 유력 게임 프랜차이즈 브랜드들을 속속 저가의 모바일게임으로 출시하고 있는 것이 이러한 우려를 뒷받침하고 있는 상황

 www.cnb.com

모바일게임 수익모델, IAP와 광고 조합 고려

효과적인 모바일게임 수익 모델로 '앱 내 결제(IAP)' 기능의 필요성이 대두되고 있는 가운데, 모바일게임의 수익 극대화를 위해서는 게임 플랫폼에 따라 유료 및 부분유료화 모델을 선택해야 하며, 게임 내 광고가 제공되어야 한다는 주장

■ 모바일게임 수익 모델의 3대 조건... '앱 내 결제(IAP)', '게임 플랫폼', '광고'

- ▶ 대다수 스마트폰 이용자들이 애플리케이션의 유료 구매에 부정적 인식을 갖고 있는 상황에서, 효과적인 수익 창출을 위해서는 게임 개발자들이 개발 단계에서부터 '앱 내 결제(IAP, In App Purchase)'를 고려해야 한다는 주장이 제기
- ▶ 2012년 10월 10일 영국 런던에서 개최된 'Apps World Europe'에서 업계 관계자들은 모바일게임 개발 시 개발자들은 무료, 유료(premium), 부분유료화(freemium) 모델 중 현재 개발 중인 게임에 가장 적합한 수익 모델을 파악하는 것이 중요하며, 수익 모델과 관계 없이 IAP 방식을 통한 아이템 및 서비스 제공 기능은 개발 과정 초기부터 포함되어야 한다는 주장이 큰 공감대를 얻음
 - 개발 초기부터 수익 모델을 통합적으로 고려한 대표적인 애플리케이션으로는 Fresh Planet의 <SongPop>이 꼽혔는데, <SongPop>은 광고를 기반으로 게임을 무료로 제공하면서 동시에 IAP를 통해 이용자에게 추가 노래 패키지를 제공함으로써 수익을 창출
- ▶ 특히 IAP는 콘텐츠(Content), 경쟁 이점(Competitive advantage), 맞춤 서비스(customization) 및 편의성(convenience) 등 4가지 게임 요소를 이용자가 원할 때 유료로 이용할 수 있도록 하는 것이므로, 이 4가지 요소의 장단점에 대해서도 분명히 인식해야 효과적인 서비스 개발이 가능할 전망
 - 콘텐츠를 통한 게임 내 결제 유도는 일회성에 그칠 가능성이 높으며, 경쟁 이점을 유료 구매자에게 제공하는 것은 자칫 게임 밸런스를 무너트릴 수 있다는 단점이 있음
 - 게임 내 캐릭터나 아바타를 이용자가 원하는 대로 꾸밀 수 있도록 하는 맞춤 서비스는 실제 이를 친구들과 공유하며 자랑할 수 있을 때 효과적이며, 편의성은 게임 진행 속도를 빠르게 하는 효과를 유발하므로 적절한 조절이 필요
- ▶ Apple의 iOS 플랫폼과 Google의 Android 기반 환경에서 성공할 수 있는 수익 모델이 각각 다르다는 점도 게임 플랫폼에 알맞은 수익 모델을 정하는 데 중요한 고려 대상
 - Will Luton 게임 산업 컨설턴트는 "iOS 게임 플랫폼이 수익 면에서 가장 확실하긴 하지만, Facebook이나 Android 기반 플랫폼도 나름의 장점은 있다"며, "다만 수익 모델을 결정하는 데 있어 플랫폼 특성을 고려하는 것이 현명하다"고 언급

- Luton은 "Android 플랫폼에 판매용 게임을 내놓는 것은 상업적으로 자살 행위에 가깝기 때문에 광고 기반의 게임 내 결제 모델을 택한 게임을 개발하는 것이 낫다"고 덧붙임

▶ IAP가 상위 5% 이용자가 매출의 95%를 차지하는 등의 기형적 매출 구조가 고착화되고 있는 상황에서, 광고나 IAP 모델 중 하나만을 이용하기보다 이 둘을 조합해 최대한 넓은 매출 기반을 확보해야 할 것으로 보임

- 한편, 광고는 게임 경험에 매우 부정적 영향을 줄 수 있기 때문에 광고를 애플리케이션에 어떻게 통합시킬지 신중하게 고려하는 것도 중요

 www.fiercedeveloper.com

그림 2 인기 모바일게임 <SongPop>의 '앱 내 결제(IAP)' 화면



[출처] App Data 홈페이지(2012)

iPad mini, 게임 플랫폼으로서의 다양한 의견

Apple이 새롭게 내놓은 7.9인치 태블릿PC iPad mini가 7인치 태블릿PC 시장의 게이머 저변을 크게 넓힐 것임은 물론 자체 게임 플랫폼으로서의 경쟁력도 충분하다고 관련 게임산업 관계자들이 평가

■ iPad mini, 7인치 태블릿PC 게임시장의 '게임의 법칙'을 바꿔 놓을 것

- ▶ Apple이 7.9인치 태블릿PC iPad mini를 11월 2일 출시한 가운데, 주요 게임업체 관계자들은 iPad mini가 신규 게이머 창출 역할을 충분히 해낼 수 있을 뿐만 아니라, 그 자체로도 경쟁력있는 게임 플랫폼이라 평가
 - 이번에 출시된 iPad mini는 7.9인치 화면에 해상도는 1,024x768 픽셀이며 A5 프로세서를 채택
 - VentureBeat은 이와 관련 iPad mini의 게임 플랫폼으로서의 경쟁력과 그 미래에 대해 게임업계 전문가들의 의견을 묻기 위한 2012년 10월 이메일 조사를 진행하여 그 결과를 발표
- ▶ 현재 게임 플랫폼으로서 입지를 굳혀가고 있는 기존의 iPad 시리즈와 함께 iPad mini 또한 높은 신규 게임 수요 창출력을 발휘할 수 있을 것이며, 이는 게임업체들에게도 매우 좋은 기회라는 평가
 - 모바일 광고 및 솔루션 업체인 Chartboost의 자료에 따르면, 현재 iPad 시리즈는 전체 iOS 단말기 트래픽의 27% 가량을 점유하고 있는 상황이며 iPhone 시리즈가 전체의 56%, iPod Touch 시리즈가 17% 가량을 점유
 - Chartboost 측은 "iOS 플랫폼 별 일간 게임 횟수의 평균치를 따졌을 때 iPad가 iPhone보다 약 10% 더 높은 게임 횟수를 기록한다"고 밝혔는데, 이는 iPad 플랫폼의 게임 플랫폼 가치가 상당히 높다는 것을 반영
 - 게임업체 Spooky Cool Labs의 CEO인 Joe Kaminkow는 "iOS는 매우 훌륭한 게이머 기반을 보유하고 있다"면서, "iPad mini와 같은 단말기는 게이머 기반을 확충하는 것은 물론 잠재적 게이머 층 또한 끌어들이게 될 것"이라면서, "iPad mini를 통해 더 많은 게이머들을 확보할 수 있게 되는 것은 게임업체들에게 더 많은 기회가 주어 진다는 것을 의미한다"고 밝힘
 - Kaminkow는 "iOS 단말기를 새로 접하는 게이머라면 누구라도 iPad mini를 구입한 것을 만족할 것"이라고 확신
- ▶ iPad mini 구매자들은 기존에 구입했던 iOS 게임들을 중복구매 없이 이용할 수 있을 뿐만 아니라, Apple이 7인치 태블릿PC 시장에 뛰어든 것만으로도 태블릿PC 게임시장에는 신규 게이머 유입이 상당할 것이라는 평가
 - 일본의 모바일 포털 및 e커머스 업체 DeNA 산하의 Ngmoco 게임 부문에서 마케팅 및 수익 담당 부사장을 맡고 있는 Doug Scott은 게임전문 미디어 GamesBeat과의 인터뷰를 통해 "iPad mini는 게이머들의 관심을 살 수

있는 요소를 매우 많이 갖고 있다"면서, "어떤 시장에 진출하든 항상 화제의 중심에 서는 Apple이 7인치 태블릿 PC 시장에 뛰어든 것만으로도 태블릿 PC에 관심을 두지 않던 게이머들까지 태블릿PC에 관심을 갖게 만들 만큼 '미니' 태블릿PC 시장엔 호재가 될 것"이라고 주장

▶ iPad mini가 출시됨으로써 지금까지 e-Book 등의 독서용으로만 한정되어왔던 7인치 태블릿PC의 정의 자체가 변화할 것이며, 휴대용 게임 플랫폼으로서 7인치 태블릿PC 시장의 위상 또한 높아질 것이라는 의견도 제기

- 게임 유통업체 Telltale Games의 Steve Allison 수석부사장은 "3D 게임을 제대로 즐길 수 있는 7인치 영역의 첫 번째 태블릿PC라 할 수 있다"고 평하며, "독서와 영화 감상이 이용자의 소비 양태 주류를 이루고 있던 7인치 태블릿PC 시장에서 처음으로 게임이 앞서게 될 것"이라고 주장
- Allison은 이어 "현재 3D 게임 단말기로는 그리 큰 두각을 보이고 있지 않은 Android 기반 7인치 태블릿PC들도 상당한 영향이 있을 것"이라면서, iPad mini 출시로 인해 경쟁력을 유지하기 위해 이들 Android 기반 7인치 태블릿PC 업체들은 게임에 초점을 맞춘 새로운 버전의 하드웨어 업그레이드를 내놓을 것"이라고 전망
- Zynga에서 근무했었으며 현재는 벤처투자 업체 Scale Venture Partners에서 예비창업자 과정에 있는 Eric Tilenius등은 "iPad mini가 기존 iPad 게임시장 규모를 2배 이상으로 확장시킬 것"이라고 언급
- iPad에 비해 작은 크기로 인해 확보할 수 있는 조작의 편의성과, iPad용 게임들을 별다른 수정 없이도 쉽게 이식할 수 있다는 점 또한 iPad mini가 약속하는 게임시장의 미래가 밝은 이유 중의 하나로 꼽히고 있음

▶ 이동성의 부족으로 게임시장 저변 확대에 어려움을 겪던 태블릿PC 시장이었기 때문에, iPad mini는 기존의 넓은 화면을 통한 높은 수준의 게임 경험을 유지하면서도 이동성을 보완할 수 있다는 점에서 높은 평가를 받고 있음

■ iOS 단말기들 간의 기반 잠식이 일어날 수도 있어

▶ iPad mini가 오히려 iOS 기반 태블릿PC 게임시장의 분화를 불러오고 이로 인해 게임업체들의 부담이 가중될 수 있다는 지적도 존재

- 시장조사업체 EEDAR의 Jesse Divnich 부사장은 "지금까지 iOS 단말기 시장이 많은 게임업체들을 끌어 모을 수 있었던 이유는 iPhone을 중심으로 하는 iOS 단말기 시장에서 게임에 적용되는 기술 사양이 명확했으며 게임이 어떤 방식으로 개발되어야 iOS 플랫폼 상에서 문제없이 운영될 수 있을지를 알 수 있었기 때문"이라며, "가장 큰 우려는 iPad mini의 출시가 iOS 태블릿PC 시장을 하이엔드 및 로우엔드 시장으로 양분할 수 있다는 것"이라고 설명
- Divnich는 이어 "이는 시장 규모를 예측하기 어렵게 만들어, 게임업체들이 가장 낮은 수준에서 두 시장(하이엔드 및 로우엔드)을 만족시키는 게임을 개발하는 상황으로 몰릴 수 있다"고 지적

 venturebeat.com

Android 전용 모바일게임 컨트롤러 'MOGA' 출시

게임 컨트롤러 제조업체 PowerA가 지난 10월 21일 Bluetooth 기반의 무선 모바일게임 컨트롤러 'MOGA'를 출시. Android 전용으로 출시된 'MOGA' 게임 컨트롤러는 Gameloft, Atari, Namco Bandai, SEGA 등으로부터 유명 게임 타이틀 지원 전망

■ 모바일게임 컨트롤러 'MOGA', 콘솔 수준의 게임 플레이 경험 제공

- ▶ 게임 컨트롤러 및 모바일 액세서리 제조업체 PowerA가 Android 전용(Android OS 2.3 버전 이상에서 구동) Bluetooth 기반의 무선 모바일게임 컨트롤러 'MOGA'를 출시
 - PowerA는 기존에 모바일 단말의 터치스크린을 손끝을 이용해 컨트롤하는 방식은 <Angry Birds>와 같이 단순 모바일게임 이용 시에는 불편함을 느낄 수 없지만, 슈팅게임이나 레이싱게임 등 고난이도 게임 플레이에 있어서 는 이용자들이 조작의 한계를 느낀다는 점에 주목해 모바일게임 컨트롤러를 개발
 - 스마트폰이나 태블릿PC 등 모바일 단말에 끼워서 간편하게 이용할 수 있는 'MOGA' 게임 컨트롤러는 지난 10월 21일 미국에서 정식 발매되었으며, 현재 49.99달러에 판매 중
- ▶ 모바일게임 컨트롤러 'MOGA'는 우측에 A, B, X, Y 기본 4개 버튼과 아날로그 스틱을 탑재, 좌측에는 아날로그 스틱과 '시작', '선택'버튼이 장착되어 있으며, 컨트롤러 위쪽 좌우 전원 버튼으로 구성
 - 주머니에 넣고 다니기에 충분한 사이즈의 MOGA 컨트롤러는 전원을 켜고 동시에 Bluetooth와 연결해 무선으로 이용할 수 있음
 - Gameloft, Atari, Namco Bandai, SEGA 등 메이저 퍼블리셔들의 게임 타이틀을 지원, 특히 고난이도 액션 RPG <Dungeon Hunter 3>와 1인칭 슈팅게임 <N.O.V.A 3>, 레이싱게임 <Riptide GP> 등 유명 게임들도 지원
 - MOGA 컨트롤러는 Google Play 스토어에서 무료로 이용 가능한 MOGA Pivot App을 통해 구동되며, 현재 <Pac-Man>과 <Sonic CD>를 무료로 제공
 - 한편 일각에서는 MOGA 게임 컨트롤러가 Google Play 앱스토어 게임순위 20위권 내 1개 게임 타이틀(Asphalt 7: Heat HD)만 지원하는 것으로 전해져 좀 더 다양하고도 인지도 높은 게임 타이틀 보유가 향후 판매의 관건이 될 것이라고 전망
 - MOGA 컨트롤러는 AAA 사이즈 건전지 2개로 약 18시간 동안 게임 플레이가 가능

 www.usatoday.com

그림 3 Android 전용 모바일게임 컨트롤러 'MOGA'



[출처] PowerA 홈페이지(2012)

통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 28 ~ 2012. 11. 3) (단위: 대)

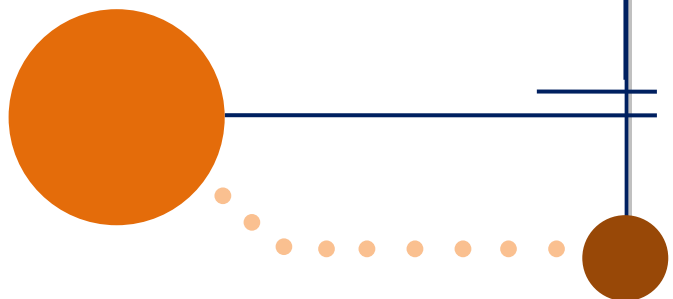
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	301,578	17.3%	21,906,236
	2	PlayStation3	Sony	298,399	17.5%	67,996,976
	3	Xbox360	MS	258,456	12.3%	69,581,910
	4	Wii	Nintendo	75,210	18.1%	96,934,248
	5	PlayStation Vita	Sony	59,326	36.3%	3,181,202
	6	DS	Nintendo	47,547	23.0%	152,344,396
	7	PSP	Sony	33,086	0.6%	75,260,138
SW	1	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	1,635,140	신규	1,635,140
	2	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	1,513,539	신규	1,513,539
	3	Tales of Xillia 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	353,747	신규	353,747
	4	Need for Speed: Most Wanted (PlayStation3)	EA	255,965	신규	255,965
	5	WWE '13 (PlayStation3)	THQ	248,852	신규	248,852
	6	WWE '13 (Xbox360)	THQ	240,556	신규	240,556
	7	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	221,772	-30.9%	5,263,687
	8	Need for Speed: Most Wanted (Xbox360)	EA	188,316	신규	188,316
	9	FIFA 13 (PlayStation3)	EA	181,341	17.6%	4,241,784
	10	Forza: Horizon (Xbox360)	MS	155,304	-53.1%	486,568

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)



미국 게임시장 동향

- 게임 등급심의기관 ESRB, 다운로드 전용 게임 무료 심의
- ESAC, 캐나다 게이머들의 게임 현황 보고서 발표
- 비디오게임, 어린이들의 분노 조절 치료에 활용될 수 있어
- 아시아 게임업체, 부분유료화로 미국 시장 공략
- 소셜 게임업체 Zynga, 실적 부진으로 전체 인력 감축
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



게임 등급심의기관 ESRB, 다운로드 전용 게임 무료 심의

미국 게임 등급심의기관 ESRB가 2012년 10월 24일부터 다운로드 전용 게임을 위한 무료 심의 시스템을 운영. 무료 심의 시스템에 적용된 게임 플랫폼에는 MS의 Xbox Live와 Windows 8, Sony의 PlayStation Networks, Nintendo의 eShop 등이 포함

■ ESRB, 다운로드 전용 게임의 등급 부여로 소비자들의 신뢰 확보

- ▶ 북미 게임업계가 설립한 게임 등급심의기관 ESRB(Entertainment Software Rating Board)가 지난 2012년 10월 24일 MS의 Xbox Live와 Windows 8, Sony의 PlayStation Networks, Nintendo의 eShop 등을 통해 출시되는 다운로드 전용 게임에 별도의 심의 비용 없이 등급심사를 받을 수 있는 시스템을 운영키로 결정
 - 그 동안 미국 게임시장에서는 다운로드 전용 게임이 심의를 받지 않고 발매되어, 게이머 및 학부모가 다운로드 전용 게임에 대한 사전 정보를 얻을 수 없었음
 - 그러나, 이번 ESRB의 이번 정책으로 인해 모든 다운로드 전용 게임은 온라인 상으로 등급심사를 받게 되었으며, 무료로 등급심의를 받을 수 있는 시스템이 운영되어 소비자로부터의 신뢰를 얻음
 - 실제로 MS는 Windows 8에 탑재되는 오픈마켓 'Windows Store'를 통해 ESRB의 심의규정을 준수하는 것을 기반으로, M등급(한국의 청소년이용불가 등급) 게임을 출시하겠다고 밝힘
- ▶ ESRB의 Patricia Vance 의장은 "미국의 게이머 및 그의 가족들은 ESRB의 등급을 참고해 게임을 구매하고 있다"라며, "따라서, 플랫폼이 점점 다변화되는 업계의 흐름에 맞춰, 모든 게임이 동일한 등급심의를 이용할 수 있는 도구를 제공하기로 결정했다"고 밝힘
 - 또한, Vance 의장은 "이제 ESRB는 상점과 네트워크를 넘어 디지털 플랫폼도 포용하게 되었다"라며, "이번 활동이 일관적이고, 믿을 수 있으며, 친숙하고 유용한 안내지침을 바탕으로 게임을 선택할 수 있는 소비자의 권한을 더욱 강화하는 기회가 되길 바란다"라고 언급

■ 게임업계, 다운로드 전용 게임에 대한 등급심의 시스템 환영

- ▶ 미국 게임업계는 다운로드 전용 게임에 대한 등급심의 시스템 도입에 대해 환영의 뜻을 나타냄
 - EA의 John Riccitiello CEO는 "ESRB의 디지털 등급 서비스는 다수의 플랫폼에 출시되는 게임이 연령등급심사를 받을 수 있는 가장 적합한 방법"이라며, "특히 일관성 있는 기준을 바탕으로 학부모들이 게임에 대한 정보를 바탕으로 게임을 고를 수 있는 권한을 부여하며, 게임 유통업자 및 소비자 양쪽에게 모두 이득을 제공하고 있다"고 언급

 www.forbes.com

ESAC, 캐나다 게이머들의 게임 현황 보고서 발표

캐나다 엔터테인먼트 소프트웨어 연합회(ESAC)가 캐나다 게이머들의 게임 현황을 성/연령별로 조사한 보고서 'Profiles of Canadian Gamers'를 발표. 보고서에 따르면 캐나다 여성 게이머들의 경우 모바일 단말기를 주 게임 플랫폼으로 활용하고 있는 상황

■ ESAC, 캐나다 게이머 현황 그래픽 보고서 'Profiles of Canadian Gamers'발표

- ▶ 캐나다 엔터테인먼트 소프트웨어 연합회(Entertainment Software Association of Canada, 이하 ESAC)가 2011년에서 2012년 사이 캐나다 게이머들에 대한 전반적인 통계 자료를 담은 현황 그래픽 보고서 "Profiles of Canadian Gamers"를 2012년 10월 23일 발표
 - 'Profiles of Canadian Gamers'는 시장조사업체 NPD의 2012년 캐나다 게이머 조사 자료를 근거로 했는데, NPD의 조사는 3,000명의 성인과 13~17세 사이의 청소년 527명 그리고 6~12세 사이의 어린이 687명을 대상으로 실시

■ 캐나다 청소년들은 슈팅게임, 성인들은 RPG와 액션/어드벤처게임을 선호

- ▶ 보고서에 따르면, 13~17세 사이의 캐나다 남자 청소년들 중 50% 이상은 매일 게임을 즐기고 있는 것으로 조사되었으며, 이들은 게임 시간의 절반 이상을 슈팅 장르에 소비
 - 반면, 18~34세의 성인 게이머들은 RPG 장르(42%) 및 액션/어드벤처 장르(41%)을 더 선호하는 것으로 조사
 - 50세 이상의 장년층 게이머들은 일반적으로 카드 장르이나 교육 및 퍼즐 장르를 더 즐겨 하는 것으로 조사
- ▶ 6~12세 사이의 캐나다 여성 어린이들은 어린이 RPG를 더 자주 하는 것으로 나타났는데, 45%가 RPG를 즐기는 것으로 나타났으며 28%의 여성 어린이들은 아케이드 장르*를 즐겨 하는 것으로 조사
 - 한편 6~12세 사이의 남성 어린이들의 경우 56%가 액션 및 어드벤처 장르를 즐기는 것으로 조사되었으며, 32%의 남성 어린이들이 레이싱 및 격투 장르 그리고 32%의 게이머들이 주로 온라인 슈팅 장르를 즐겨 하는 것으로 조사

■ 여성들의 경우 모바일 단말기를 게임 플랫폼으로 활용하는 비율이 상대적으로 높아

- ▶ 음악 게임들은 주로 13~17세 사이의 여성 청소년들 사이에서 인기를 끌었으며, 교육 및 퍼즐 요소가 강한 게임들을 가장 즐겨 하는 성/연령층은 18~34세 사이의 성인 여성
 - 이들 13~34세 사이의 여성들은 주로 이용하는 게임 플랫폼에서도 다른 연령층과 상당한 차이를 보였는데, 13~17세 사이의 여성 청소년들의 42%는 주로 태블릿PC 및 스마트폰 등의 모바일 단말기를 통해 게임을 즐기는 것으로 나타남

- 18~34세 사이의 성인 여성들 또한 모바일 단말기(38%)가 가장 자주 사용하는 게임 플랫폼으로 조사
- 반면 6~12세 사이 어린이들의 경우 가장 자주 사용하는 게임 플랫폼은 PC(여성, 35%) 및 콘솔 게임기(남성, 41%)였으며, 13~17세 사이의 남성 청소년들과 18~34세 사이의 성인 남성들은 모두 콘솔 게임기가 주 게임 플랫폼
- 한편 55세 이상의 장년층의 경우 여성과 남성 모두 주로 PC를 통해 게임을 즐기는 것으로 조사

*주: 아케이드 장르란 게임장에서 자주 볼 수 있는 게임장르 액션, 슈팅, 퍼즐, 퀴즈 등 컨트롤이 간단하고 단순한 기술로 이루어진 게임을 의미하며, 최근에는 캐주얼게임을 아케이드 장르에 포함시키기도 함

 www.newgamenetwork.com

표 2 캐나다 게이머의 연령대 및 성별 선호 게임 장르 (중복응답)

연령	성별	선호 게임장르 순위		
		1	2	3
6~12세	남	액션 및 어드벤처(56%)	레이싱 및 격투(32%)	슈팅(32%)
	여	어린이 RPG(45%)	아케이드(28%)	교육, 퍼즐 등 캐주얼(26%)
13~17세	남	슈팅(53%)	액션 및 어드벤처(44%)	스포츠(29%)
	여	아케이드(27%)	음악(26%)	교육, 퍼즐 등 캐주얼(26%)
18~34세	남	RPG(42%)	액션 및 어드벤처(41%)	슈팅(40%)
	여	교육, 퍼즐 등 캐주얼(40%)	RPG(33%)	전략(29%)
35~54세	남	슈팅(26%)	카드(26%)	RPG(24%)
	여	교육, 퍼즐 등 캐주얼(56%)	카드(34%)	아케이드(23%)
55세 이상	남	카드(41%)	교육, 퍼즐 등 캐주얼(23%)	-
	여	카드(56%)	교육, 퍼즐 등 캐주얼(53%)	-

[출처] ESAC 홈페이지(2012)

비디오게임, 어린이들의 분노 조절 치료에 활용될 수 있어

게임 보상심리와 심박수 측정을 바탕으로한 생체자기제어 요소를 결합한 치료 게임 기법(기법명: 'RAGE Control')이 실제 분노조절장애를 겪는 어린이들의 분노 조절 치료에 효과가 있다는 연구결과가 발표

■ 게임과 생체자기제어를 결합한 'RAGE Control' 게임, 분노 조절 치료에 효과 있어

- ▶ 자신의 분노를 통제 못하는 이른바 분노조절장애(anger problem)을 가진 어린이들의 분노 조절 치료에 간단한 게임이 상당한 효과를 보일 수 있다는 연구 결과가 10월 24일 의학저널 'Adolescent Psychiatry'의 온라인 판에 게재
 - 이는 하버드 의과대학의 소아과 교육 병원인 보스턴 어린이 병원에서 실시된 파일럿 연구 결과에 따른 것으로, 보스턴 어린이 병원에서 근무하고 있는 의학박사 Jason Kahn과 Joseph Gonzalez-Heydrich는 분노조절장애를 겪고 있는 어린이 환자들이 심리 치료에는 일반적으로 무관심한 반면 게임은 매우 열심히 즐기는 것에 착안하여 게임을 응용한 치료 방법을 고안
 - 이번 연구는 9~17세 사이의 어린이들 중 보스턴 어린이 병원 정신의학과에 입원 수속된 높은 수준의 분노조절 장애 환자들을 대상으로 수행되었으며, 실험의 정확도를 위해 어린이들은 일반적인 IQ 테스트를 받음
 - 또한 실험 기간 동안 실험에 참가한 어린이들에게 투여되는 약물 또한 변화 없이 통제
- ▶ 'RAGE Control'이라 이름 붙여진 게임 응용의 분노 조절 치료 방법은 어린이들로 하여금 이후의 삶에서 겪게 될 다양한 환경에서 감정 조절을 할 수 있도록 하는 기술을 연습하도록 도울 수 있음
 - 'RAGE Control'치료에 활용되는 게임은 매우 빠르게 진행되는 슈팅게임으로써 적 우주선은 쏘 맞춰야 하지만 동시에 아군은 맞춰서는 안 된다는 규칙을 담고 있음
 - 어린이들이 이 게임을 하는 동안 연구진들은 어린이들의 손가락이 달려 있는 심박수 측정기를 통해 어린이들의 심박수 변화를 측정 및 기록
 - 게임을 하고 있는 어린이들의 심박수가 일정 수 이상에 도달하게 되면, 분노조절장애를 겪고 있는 어린이들은 적 우주선을 쏘 맞출 수 있는 능력을 상실하게 되는데, 게임을 하기 원하는 어린이들은 자신들의 감정을 다스리고 침착해지는 방법을 배우게 된다는 것
 - 보스턴 어린이 병원의 정신 약리학 의국을 담당하고 있는 Gonzalez Heydrich는 "극심한 분노조절장애를 겪고 있는 사람들에게 있어 뇌의 실행 조절 센터와 감정 센터 간의 연결은 매우 약해져 있다"면서, "RAGE Control"방법의 성공을 통해 게이머들은 게임 점수를 올리면서 이들 행동의 실행 조절과 감정 센터들을 어떻게 사용하는지를

배울 수 있다"고 설명

- 즉 분노 표현 및 조절에 밀접한 관련이 있는 심박수를 측정, 치료에 활용하는 생체자기제어(Biofeedback) 요소를 게임 보상 심리와 결합하여 분노조절장애를 치료한다는 것

■ 'RAGE Control'의 효과

- ▶ 연구는 실제 실험 그룹과 비교 그룹의 2그룹으로 구성되었으며, 19명으로 구성된 비교 그룹은 5일간 통상적인 분노조절장애 치료를 받았으며, 여기에는 인지행동 교정 및 근육이완법 치료 그리고 사회적 교감 기술 연마 등이 포함
 - 반면 실제 실험 그룹의 경우 상기 치료법 외에도 매 치료시간의 마지막 15분 동안 'RAGE Control'이라 명명된 분노조절장애 치료 게임을 실시
 - 5번의 치료 이후 해당 게임을 즐긴 어린이들은 자신들의 심박수를 일정 기준 이하로 유지하는 데 있어 놀랄만한 능력 향상을 보였으며, 임상적으로도 분노조절장애의 심각성을 지수화한 State Trait Anger Expression Inventory-Child and Adolescent(STAXI-CA) 기준에 따른 어린이들의 분노 점수가 크게 하락한 것이 관측
 - 즉 'RAGE Control'이 분노조절장애를 겪는 어린이들의 치료에 있어 특정 시간 동안의 분노의 강도는 물론 분노를 느끼는 횟수와 그것을 표현하는 정도에 있어 유의미한 '개선' 효과를 보임
- ▶ 대상 어린이들도 'RAGE Control' 프로그램에 상당한 만족을 보이는 것으로 나타났는데, 이들은 7점 만점의 점수 척도에서 대부분 5점이나 6점을 'RAGE Control'이 얼마나 도움이 되었는지에 대한 만족도 점수로 주었음
- ▶ 연구진들은 향후 보스턴 어린이 병원의 외래 환자들을 대상으로 프로그램을 확대 적용할 연구 계획을 세우고 있으며, 부모와 어린이가 함께 팀을 구성해 10번의 게임 치료 프로그램에 참여할 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있음
 - 또한 어린이 환자들이 'RAGE Control' 게임을 집에서 부모나 형제들과 함께 즐길 수 있게 할 계획도 세우고 있는데, 이 또한 상당한 효과가 있을 것으로 전망

 scienceblog.com

아시아 게임업체, 부분 유료화로 미국 시장 공략

아시아 게임업체들이 빠른 속도로 성장하고 있는 미국 가상 아이템 시장 공략을 본격화하는 추세. 부분 유료화 모델을 태동시킨 아시아 게임업체의 미국 진출은 모바일 게임 시장으로의 매출 다변화를 꾀하고 있는 미국 소셜 게임업체에게 큰 부담으로 작용

■ 아시아 게임 업체, F2P 기반 모바일-소셜 게임 강점 앞세워 미국 시장 공략

- ▶ 150억 달러 규모로 성장한 가상 아이템 시장의 초석을 올린 한국의 Nexon을 비롯한 아시아 게임 업체들이 부분 유료화(F2P, Freemium) 게임을 무기로 세계 최대 소셜 게임업체 Zynga의 안방인 미국 시장 공략에 나서고 있음
 - New York Times는 2012년 10월 4일 기사 "Next Wave of Asian Exports to U.S. Virtual Goods"를 통해, 아시아 게임업체의 미국 시장 진출이 중국 내 PC 판매 저조와 Facebook 캐주얼게임의 더딘 성장세를 상쇄하기 위해 스마트폰과 태블릿 PC를 중심으로 빠르게 성장 중인 미국 모바일 게임시장 공략에 나설 것으로 전망
 - 시장조사업체 SuperData Research가 2012년 8월에 발표한 보고서 "Worldwide virtual goods market reaches \$15 billion. Monetization still a four letter word"에 따르면, 글로벌 가상 아이템 시장은 2015년까지 200억 달러 규모로 성장할 것으로 예상되며, 미국 가상 아이템 시장은 아직 매출 규모 면에서 아시아 시장에 뒤져 있지만 성장을 측면에서는 아시아 시장을 압도할 것으로 전망
 - 시장조사업체 Inside Network의 Bonnie Ho 수석 애널리스트는 미국 가상 아이템 매출이 2012년 36% 증가해 30억 달러 규모로 성장할 것이며, 2년 내에 60억 달러까지 급증할 것으로 전망
- ▶ 일본의 대표적인 모바일 소셜 게임업체 DeNA는 미국 시장에서 자체 모바일 소셜게임 플랫폼 'Mobage'와 인기 만화 업체 Marvel의 영웅 캐릭터 및 인기 만화 'Transformer' 배경의 게임을 출시하고 미국 시장을 공략 중
 - 또 다른 일본의 모바일 게임업체 GREE도 5월 이후 샌프란시스코에 위치한 모바일 게임업체 2곳을 인수하며 미국 시장 진출에 강한 의욕을 보이고 있으며, 한국의 넥슨도 모바일 및 PC 웹기반 MMO게임 <Epic of the Three Kingdoms(삼국지를 품다)>으로 미국 시장 공략을 본격화

■ Zynga, 아시아 업체의 공세로 위기감 고조...장르 다변화 절실

- ▶ 한편, Facebook에 집중되어 있는 매출 구조의 다변화를 위해 모바일 중심의 플랫폼 다변화를 꾀하고 있는 Zynga로서는 미국 모바일 게임시장 공략에 나선 아시아 업체의 행보가 위협적인 상황

- 현재 Zynga는 총 매출 20억 달러의 90% 이상을 <FarmVille>로 대표되는 Facebook 기반 F2P 게임의 가상 아이템 판매를 통해 올리고 있음
- ▶ Zynga가 미국의 가상 아이템 시장 점유율을 지키려면 모바일 플랫폼을 통해 기존의 캐주얼게임뿐만 아니라 전략, 액션 슈팅 등 보다 몰입도가 높은 장르의 미드코어(midcore) 게임 라인업 강화에 나서야 할 것으로 지적됨
 - 실제로 Zynga는 9월 미드코어 게임 개발업체 A Bit Lucky를 인수하며 미드코어 라인업 강화에 나선 상태

 www.nytimes.com

그림 3 미국 게임시장에서 F2P 매출과 정액제 매출 추이 (단위: 백만 달러)



[출처] Superdataresearch 홈페이지(2012)

소셜 게임업체 Zynga, 실적 부진으로 전체 인력 감축

글로벌 소셜 게임업체 Zynga가 당초 예상보다 양호한 2012년 3분기 매출을 기록했지만, 여전히 순손실을 기록해 전체 인력의 5%를 감축하기로 결정. 또한 신규 소셜게임 <The Ville>에 대한 투자도 삭감하고, 이용자가 적은 13개의 게임을 중단할 계획

■ Zynga의 2012년 3분기 매출, 전년 동기대비 3% 늘어난 3억 1,700만 달러

- ▶ 글로벌 소셜 게임업체 Zynga의 2012년 3분기 매출액이 시장 전망을 웃도는 수준인 3억 1,700만 달러를 기록했지만, 3분기 연속으로 적자를 기록
 - Zynga의 2012년 3분기 매출액은 전년 동기대비 3% 늘어난 3억 1,700만 달러로 집계되었으며, 이는 Zynga가 2012년 10월 초 전망했던 3억 달러 내지 3억 500만 달러보다 높은 수치
 - 3분기 순손실액은 4,270만 달러로, 2012년 1분기와 2분기에 이어 연속으로 적자를 기록
- ▶ Zynga의 일일활동이용자(Daily Active User, 이하 DAU)는 전년 동기대비 10% 늘어난 6,000만 명이며, 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU)는 전년 동기대비 37% 증가한 3억 1,100만 명을 돌파

■ Zynga, 수익성 문제로 인력 감축 및 일부 게임 서비스 중단

- ▶ Zynga의 Mark Pincus CEO는 <The Ville>을 개발한 보스턴 개발 스튜디오와 일본과 영국의 글로벌 스튜디오 등을 철수하고, 전체 인력의 5%를 감축하기로 결정
 - Pincus CEO는 "앞으로 <The Ville>에 대한 모든 투자 금액을 회수할 계획이다"며, "이와 함께 오스틴 스튜디오에서 진행하던 외부 프로젝트를 축소할 계획"이라고 밝힘
 - 데이터 호스팅, 광고, 외부 서비스 등에 대한 지출 역시 대폭 감소할 것으로 전망
 - Pincus CEO는 사내 공지 메일에 "지금까지 함께한 친구, 동료에 큰 영향을 미칠수 있기 때문에 이 같은 결정을 내리기 힘들었다"며 "그들의 노력을 잊지 않을 것"이라고 언급
- ▶ 또한, EA와 특허침해 소송 중인 <The Ville>에 대한 투자도 삭감하고, 이용자가 적은 13종의 게임은 서비스를 중단할 계획

 techcrunch.com

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 3 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 28 ~ 2012. 11. 3) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조사/퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	139,834	16.5%	35,858,577
	2	PlayStation3	Sony	85,642	13.3%	22,323,144
	3	3DS	Nintendo	81,772	15.3%	6,101,243
	4	Wii	Nintendo	39,388	26.4%	39,759,224
	5	DS	Nintendo	29,424	29.3%	51,391,513
	6	PlayStation Vita	Sony	19,113	55.7%	854,370
	7	PSP	Sony	1,834	14.4%	19,578,478
SW	1	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	928,463	신규	928,463
	2	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	631,593	신규	631,593
	3	WWE '13 (Xbox360)	THQ	141,388	신규	141,388
	4	Pokemon Black / White Version 2 (DS)	Nintendo	110,462	-36.9%	1,453,015
	5	WWE '13 (PlayStation3)	THQ	106,317	신규	106,317
	6	Need for Speed: Most Wanted (Xbox360)	EA	95,445	신규	95,445
	7	Need for Speed: Most Wanted (PlayStation3)	EA	83,916	신규	83,916
	8	Forza: Horizon (Xbox360)	MS	68,317	-56.6%	225,909
	9	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	64,660	-2.6%	239,636
	10	Assassin's Creed (PlayStation Vita)	Ubisoft	64,338	신규	64,338

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 4 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 11. 7 ~ 2012. 11. 13) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	170,709
2	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	62,001
3	The Elder Scrolls Online	Bethesda Softworks	Fantasy	다운로드	39,237
4	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine	Fantasy	다운로드	37,010
5	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	36,339
6	Final Fantasy: A Realm Reborn	Square Enix	Fantasy	CD판매	25,212
7	Salem	Paradox Interactive	Historical	다운로드	21,542
8	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	20,336
9	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	17,202
10	The War Z	Hammerpoint Interactive	Horror	다운로드	16,873

[출처] MMORPG 홈페이지(2012)

통계 미국 App Store 게임 순위

표 5 App Store 인기게임 순위*(2012. 11. 13 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade	0.99
	2	Wreck-it Ralph	Disney	Action	0.99
	3	Bad Piggies	Rovio	Arcade	0.99
	4	Flow Free: Bridges	Big Duck Games	Family	0.99
	5	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	6	Empires: World War	Midverse Studios	Adventure	0.99
	7	Plague Inc.	Ndemic Creations	Simulation	0.99
	8	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
	10	Arms Cartel Global	Pixel Addicts	Role Playing	0.99
무료	1	Aerox	Synoptical Studios	Adventure	-
	2	Gangnam Style Massacre	Carolina Patron	Music	-
	3	Hill Climb Racing	Fingersoft	Arcade	-
	4	Pocket Climber	PunchBox Studios	Arcade	-
	5	Extreme Road Trip 2	Roofdog Games	Action	-
	6	Fix-it Felix Jr.	Disney	Arcade	-
	7	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	8	Are You Quick Enough?	Phuong vo	Arcade	-
	9	Storm the Train	Chillingo	Adventure	-
	10	Guess!	TinyCo	Puzzle	-

*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 6 Google Play 인기게임 순위*(2012. 11. 13 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade&Action	2.99
	2	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	3	Need for Speed Most Wanted	EA	Racing	6.99
	4	Where's My Water?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	5	Angry Birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	6	Grand Theft Auto III	Rocstar Games	Arcade&Action	0.99
	7	Cut the Rope	ZepoLab	Brain&Puzzle	0.99
	8	Draw Something	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
	10	Asphalt 7: Heat	Gameloft	Racing	0.99
무료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Hill Climb Racing	Fingersoft	Racing	-
	3	Family Feud & Friends	Ludia Inc.	Casual	-
	4	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	5	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	6	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	7	Flow Free	Big Duck Games LLC	Brain&Puzzle	-
	8	Subway Surfers	Kiloo Games	Arcade&Action	-
	9	Drag Racing	Creative Mobile	Racing	-
	10	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	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, 성장률 정체
- 중국 웹게임, 낮은 품질로 이용자 이탈율 심각
- 중국 온라인 게임시장, 해외 게임 영향력 증대
- 중국 IT업체, 신규 수익원으로 온라인게임 선택
- Java 기반의 모바일게임, 지속 발전 여지 주목
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 주요 SNS 게이머 프로파일 비교
- 일본 모바일 게임산업, '리치콘텐츠' 필요성 제기
- Nintendo, 소프트웨어와 하드웨어 판매 부진으로 적자
- Techmo Koei, 2012년 2, 3분기 매출·순이익 증가
- Square Enix, Epic Games와 라이선스 계약 체결
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

◆ 기타 게임시장 동향

- DeNA, YahooKimo와 제휴 통해 대만 시장 진출
- 아시아 온라인게임 결제 플랫폼 MOL, Rixty와 제휴
- 동남아 게임업체 Asiasoft, Radware 보안 솔루션 채택
- 'Indonesia Game Show 2012' 개최



중국 게임시장 동향

중국 온라인 게임시장, 성장률 정체

Analysys International에 따르면 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장(클라이언트 기반의 온라인게임, 웹게임과 소셜게임 등은 제외) 규모는 전분기 대비 2.1% 성장한 116억 7,000만 위안으로 여러 분기째 정체 상태에 놓여 있음

■ 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 규모 '116억 7,000만 위안'

- ▶ 시장조사기관 Analysys International이 2012년 10월 발표한 "2012年第3季度中国客户端网络游戏市场季度监测(2012년 3분기 중국 클라이언트 온라인게임 시장 분기별 모니터링)"에 따르면, 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장(클라이언트 기반의 온라인게임, 웹게임과 소셜게임 등은 제외) 규모는 116억 7,000만 위안으로 전분기 대비 성장률은 2.1%에 불과
 - 2012년 3분기 온라인 게임시장의 전체 규모는 여전히 정체 상태로, 여러 분기에 걸쳐 성장률은 10% 이하에 머무르고 있음
 - Analysys International은 계절성 요인의 영향으로 이번 분기 시장규모는 전분기 대비 소폭 상승했으나, 조만간 중국 온라인 게임업체 간 통합이 일어날 것으로 전망
- ▶ 수년간 중국 온라인 게임시장이 낮은 성장률을 유지함에 따라 대형 제작사들은 각각 대응책 마련을 위해 고심하면서 출시제품 및 운영방식을 혁신하고 있으나, 단기적으로 보았을 때 클라이언트 방식의 온라인게임이 새로운 이용자들을 끌어들이기란 여전히 매우 어려운 것이 현실
 - 이번 분기에 발표된 신작들도 아직까지 제작사의 매출 진작에 별다른 기여를 하지 못하고 있으며, 수 년간 서비스를 지속해온 고전 작품들이 여전히 시장의 주력 게임을 형성하고 있음
 - 향후 어떻게 새로운 이용자들을 끌어들이고 기존 게임들의 이용자에 대한 영향력을 유지할 것인지가 다수 게임사들의 중요 과제가 될 것임


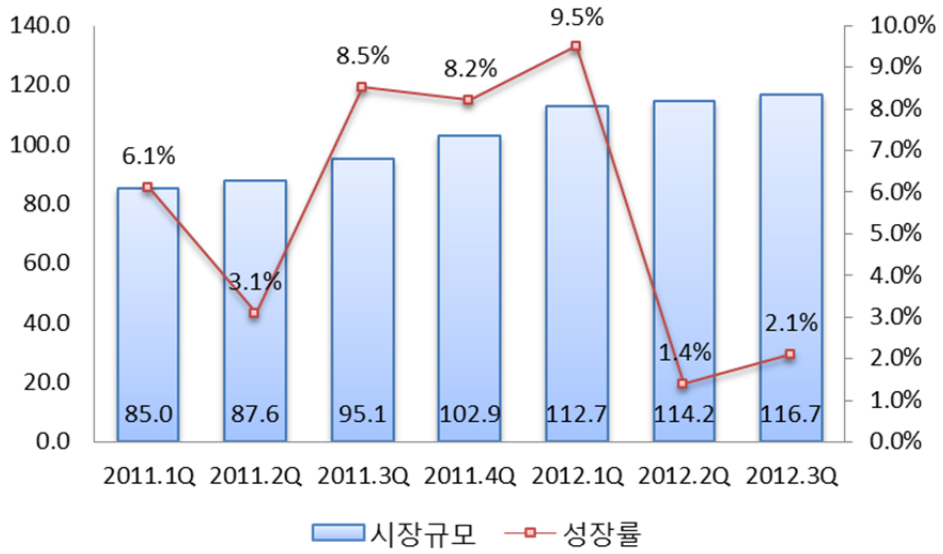
 chanye.178.com

그림 4 2011년 1분기~2012년 3분기 중국 클라이언트 온라인 게임시장 규모 (단위: 억 위안, %)



[출처] Analysys International(2012)

중국 웹게임, 낮은 품질로 이용자 이탈을 심각

중국 웹게임 이용자들은 70%가 3개월 이내에 해당 게임에 대한 흥미를 잃는 것으로 나타났으며 이는 게임의 품질 및 서비스 수준 저하가 주요 원인으로, 웹게임 산업의 장기적 발전을 위해서는 게임 품질과 서비스의 개선이 요구

■ 중국 웹게임 이용자 70%가 3개월 이내에 게임에 흥미를 잃어

- ▶ 중국 시장조사기관 ZDC가 2012년 10월에 발표한 보고서 "2011年中国网络游戏黏着度及游戏寿命调查报告(2011년 중국 웹게임 충성도 및 게임 수명 조사)"에 따르면, 중국 웹게임 이용자들의 충성도는 매우 낮은 편으로, 이용자 대부분은 3개월 이내에 게임에 대한 흥미를 잃음
 - 보고서에 의하면 42.9%의 이용자는 1개월 내에 게임을 중단했으며, 26.5%의 이용자는 3개월 이내에 게임을 중단한 것으로 나타나 3개월 이내에 게임에 흥미를 잃는 이용자가 70%에 달함
 - 온라인 게임업체 Kingsoft의 CEO 저우타오(邹涛)는 'ChinaJoy 2012' 포럼 상에서 웹게임 이용자들의 이탈율이 매우 심각한 수준이며, 아류작으로 인한 게임 동질화 현상이 웹게임 산업 전체에 만연해 있음을 지적
 - 웹게임 제작사들이 단기 이익에 치중해 게임 품질 및 이용자에 대한 서비스를 소홀히 한 것도 대다수 이용자들이 3개월 이내에 게임에 대한 흥미를 잃는 주요 원인이 되고 있음
- ▶ 웹게임 제작사들은 높은 이용자 이탈율에 맞서 게임의 혁신이나 서비스 개선으로 대응하는 것이 아니라 끊임없이 새로운 게임과 서비스를 출시하고 있으며, 업계 전문가들은 이러한 대응방식이 장기적으로 산업에 해를 가져올 것이라고 경고

■ 게임 품질 및 서비스의 제고로 이용자 신뢰도 확보 필요

- ▶ 'ChinaJoy 2012' 포럼에서는 웹게임의 이용자 이탈율을 낮추기 위한 방안과 관련한 토론이 이루어졌으며, 이 자리에서 웹 게임업체 37wan의 리이페이(李逸飞) CEO는 이용자 충성도를 높이기 위한 2대 요인으로 게임 품질과 서비스를 제시
 - 온라인 게임업체 Giant Networks의 류웨이(刘伟) CEO도 이에 동의를 표하면서 금년에 웹게임 사업을 중점적으로 추진하면서 클라이언트 게임시장에서 다년간 축적한 서비스 경험을 웹게임에서 발휘할 것이라고 밝힘
- ▶ 최근 급속한 성장세를 보이고 있는 웹게임 시장도 현재의 클라이언트 게임시장처럼 언젠가는 포화 상태에 이를 것이며, 장기적으로 건강한 산업 발전을 위해서는 혁신의 수준을 높이고 서비스 품질을 개선함으로써 이용자 충성도를 높여야 한다는 것이 업계 전문가들의 공통된 지적


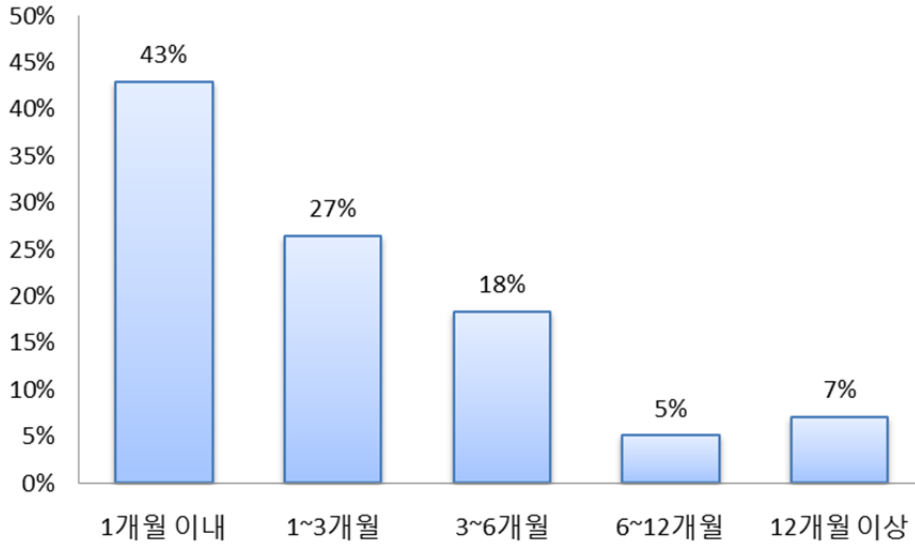
 chanye.178.com

그림 5 2011년 단일 게이머에 대한 중국 웹게임 수명



[출처] 178.com 홈페이지(2012)

중국 온라인 게임시장, 해외 게임 영향력 증대

중국 온라인게임 시장에서 자국 게임의 점유율은 70%에 달하나 실제로는 해외게임의 영향력이 심화되고 있으며, 비슷비슷한 소재와 게임 방식을 갖춘 저급 게임의 난립이 그 주요 요인으로 게임의 명품화를 통한 위기 극복이 요구됨

■ 중국 온라인 게임시장의 특징, "양에서는 중국 게임 질에서는 해외 게임"

- ▶ 2012년 7월 중국출판협회게임위원회(GPC)가 발표한 "2012년 1~6월 중국게임 보고"에 따르면, 2012년 상반기 중국 온라인 게임시장 매출액 235억 5,000만 위안 가운데 자국 게임의 매출액은 168억 6,000만 위안으로 전체 시장의 71.6%를 점유하는 등, 수치상으로는 중국산 온라인게임이 주도적인 위치를 차지하고 있으나 실제 업계에서는 중국산 게임에 대한 우려가 커지고 있음
 - 중국산 온라인게임은 7년 연속 시장점유율에서 해외 게임보다 높은 시장점유율을 기록하고 있으나, 업계 일부에서는 중국산 온라인게임이 해외 게임에 밀려 10년 내 최대 위기에 처해 있다고 분석
- ▶ Perfect World, Kongzhong 등 대표적인 온라인 게임업체들은 자체 게임제작뿐 아니라 독점 퍼블리싱 계약을 통해 해외 인기작들을 출시하면서 이용자들로부터 많은 기대를 받고 있음
 - 최근 Perfect World는 미국 Valve사의 <DOTA2>를 중국에서 독점 퍼블리싱하기로 했으며, <DOTA2>는 중국 이용자들 사이에서 높은 기대를 받고 있는 작품으로 전작인 <DOTA>는 동시 접속자수 100만명 이상을 기록한 바 있어 출시 후 뜨거운 반응이 예상
 - Kongzhong도 <길드워2>의 중국 내 퍼블리싱 권리를 확보했으며, 이 게임 또한 해외매체에서 높은 평가를 받으며 기대치가 높은 상황
 - 미국과 유럽산 게임뿐 아니라 잠시 인기가 시들했던 한국산 온라인게임들도 최근 Tencent가 <블레이드앤소울>, <아키에이지> 등 차세대 제작들의 퍼블리싱 계약을 맺으면서 회복세를 보이고 있음
- ▶ 중국 최대의 온라인게임 시상식인 2011년 '금翎상(金翎獎)'에서도 이용자들이 가장 선호하는 게임과 가장 기대하는 게임의 목록에서 해외 게임이 과반을 차지하는 등, 중국산 게임이 70%을 차지하는 시장점유율과는 상반되는 결과

■ 아류작들이 범람하는 중국산 온라인게임, 명품화로 위기 극복 필요

- ▶ 경쟁력 있는 해외게임의 지속적인 출시뿐 아니라 중국 게임시장 내부적인 위기도 갈수록 심각해지고 있으며, 특히 동질화 현상이 가장 큰 문제로 지적

- 현재 시장에 출시된 수많은 게임 가운데 상당수 게임이 동일한 소재와 비슷한 플레이방식을 채택하고 있어 차별성이 없으며 기술 수준 역시 낮은 편임
 - 중국산 온라인게임 가운데 핵심적인 가치나 고유한 특징, 첨단 기술력 등을 갖춘 소위 명품 게임은 매우 드문 실정
- ▶ 최근 온라인게임 산업계도 이러한 현상에 우려하는 시각이 커지면서, 금년 1월에 열린 게임산업연례 회의에서는 주요 기업들이 게임의 명품화를 통해 돌파구를 마련해야 한다는 데 의견을 같이했음
- 이미 Tencent와 NetEase, Changyou 등 주요 기업들은 최신 기술력을 결집한 작품들을 출시 중으로, Tencent는 서유기를 소재로 한 <북두신(斗战神)>을 내놓았고 중국에서 가장 뛰어난 R&D 실력을 보유한 것으로 평가되는 NetEase도 새로운 차원의 액션 무협게임 <무혼(武魂)>을 출시 계획
- ▶ 비록 중국산 온라인게임이 현재 내수 외환의 위기에 놓여있기는 하나 단기 이익에 매달리지 않고 장기적인 노력을 기울인다면 여전히 성장 잠재력은 충분한 것으로 평가

 news.17173.com

중국 IT업체, 신규 수익원으로 온라인게임 선택

시장조사업체 iResearch에 따르면 2016년 중국 온라인 게임시장 규모가 1,050억 위안으로 성장할 것으로 전망. 중국 온라인 게임시장이 빠르게 성장하는 이유는 중국 IT 업체를 선도하고 있는 대기업들이 온라인게임으로 사업을 확장하고 있기 때문

■ 2016년 중국 온라인 게임시장 규모, 1,050억 위안으로 빠르게 성장

- ▶ 시장조사업체 iResearch가 2012년 9월 14일에 발표한 " 2011-2012 China Online Game Sector Report"에 따르면, 중국 온라인 게임시장 규모는 2016년에 1,050억 위안을 돌파할 것으로 전망
 - 2011년 중국 온라인 게임시장 규모는 이미 476.2억 위안을 돌파했으며, 2012년에 583.2억 위안에 도달 할 것으로 전망
- ▶ iResearch 애널리스트는 중국 온라인 게임시장 내 웹게임, 소셜게임 등 다양한 게임의 등장으로 시장이 확대되고 성장 속도 또한 가속화되고 있다고 평가
 - 또한 장르의 다양화로 40~50대까지 게임 유저층으로 확보하게 되면서 소비 유저층이 확대됐다고 분석

■ 온라인게임에 빠진 중국 IT 업체

- ▶ 온라인 보안업체 Qihoo360은 2010년 이후 온라인게임 서비스를 제공하기 시작했으며, 인터넷 쇼핑 사이트 360buy.com 또한 2012년 11월부터 6개 웹게임의 채널링 서비스를 시작
 - 2011년 중국 온라인 게임시장 규모는 이미 476.2억 위안을 돌파했으며, 2012년에 583.2억 위안에 도달 할 것으로 전망
 - 가입 회원 4,000만 명을 보유하고 있는 360buy.com은 중국 최대 인터넷 쇼핑 사이트 Taobao, DangDang에 이어 3번째로 게임사업을 시작
- ▶ 중국 현지 IT업체들은 이미 확보돼 있는 자사 사이트 회원을 게임으로 유입하는 방식을 통해 게임 사업을 확대시키겠다는 계획
 - 중국 IT업체들은 턱없이 부족한 게임 인력을 확보하기 위해 대학 캠퍼스에서 채용 설명회를 개최하며 인재확보에 최선을 하다고 있음

 news.17173.com

그림 6 중국 Top 10 인터넷 업체들이 제공하는 IT 서비스

	Tencent	Sina	Baidu	Netease	Sohu	Renren	Alibaba	Shanda	Qihoo360	Kaixin001
오픈플랫폼	• open.qq.com	• open.weibo.com	• open.baidu.com	• open.t163.com	• ow.blog.sohu.com	• dev.renren.com	• open.taobao.com	• connectopensdo.com	• open.360.cn	• open.kaixin001.com
소셜커머스	• QQ Tuan • Gaopeng	• Sina Tuan	• Baidu Tuan • Youa.com	• Tuan.163.com	• Sohu Tuan	• Nuomi	• Taobao Ju	• Tuan You Hui	• 360 Tuan	• Kaixin Tuan
온라인게임	• QQ Game	• Sina Weibo Games	• Baidu Youxi	• Game.163.com	• ChangYou	• Renren Game	-	• Mland	• 360 Youxi Shequ	• Kaixin Xiaoyouxi
블로그	• T.qq.com	• Sina Weibo	• Baidu Shuoba	• T.163.com	• T.sohu.com	-	-	• T.sdo.com	• Tui.qihoo.com	• T.kx001.com
IM	• QQ • Weixin	• Weibo Air • Weibo Desktop	• Baidu Hi	• Popo	• Q.sohu.com	• Im.renren.com	• Taobao • Wangwang	• Youni	-	• Fei Dou
검색서비스	• Soso Wenwen	• iAsk	• Baidu Zhidao • Baidu Xinzhi	-	• Sohu Wenda	• Chewen.com	• Shengyijing • Taobao Dating	• Iq.sdo.com	• Qihoo.com	-
E-commerce	• Paypal • OkBuy	• Sina Mall • M18.com	• Youa.com • Rakuten	• Mall.163.com	-	• Aigo.renren.com	• Taobao.com • Taobal Mall • Alibaba.com	• shop.sdo.com • Pinju	-	-
동영상	• QQ Video	• Sina Video	• iQiyi.com	• V.163.com	• Tv.sohu.com	-	• Taohua	• Ku6.com	-	-
음악	• QQ Yue	• Sina Music • Weibo Radio	• Baidu Mp3 • Ting!	• Mp3.163.com	• Sohu Music	-	• Taohua	• Yaran • Xiami	-	-
소셜네트워크	• Qzone • Pengyou	• Sina Wibo	-	• Dream.163.com	• Bai.sohu.com	• Renren.com	• Wo de Taobao	-	-	• Kaixin001.com • HaiBei.com

[출처] 스트라베이스 홈페이지(2012)

Java 기반의 모바일게임, 지속 발전 여지 주목

최근 중국 모바일 게임시장은 Android와 iOS 기반 게임이 주류를 형성하면서 Java 기반의 게임은 침체기를 맞고 있으나 여전히 일정 비율의 점유율을 차지하고 있으며, <몽회대당> 등 신규 게임이 출시되는 등 발전 여지가 남아있는 것으로 평가

■ Java 플랫폼, 모바일게임 <몽회대당> 출시로 재기 노려

- ▶ 현재 치열한 경쟁 국면의 중국 모바일 게임시장에서 Android와 iOS 기반 게임이 점차 주류를 형성하면서 Java 모바일게임은 점차 쇠퇴하고 향후 개발자들은 Android와 iOS로 이동할 것이라는 추측이 제기되고 있음
- ▶ 그러나 시장조사업체 iResearch가 2012년 10월에 발표한 "中国手机游戏用户行为报告显示(중국 모바일 게임 이용자행동 보고서)"에 따르면 심비안과 Java는 여전히 모바일게임 이용자들의 주류 플랫폼을 형성하고 있는 것으로 나타남
 - 심비안 플랫폼 이용자의 점유율은 39.7%, Java의 점유율은 21.3%로 여전히 중국 모바일 게임시장에서 Java는 일정한 점유율을 차지
- ▶ 중국 모바일게임 서비스업체 당러왕(当乐网)의 현황을 봐도 Java의 상황은 그렇게 비관적이지 않은데, 하오요(浩游)가 자체 개발한 Java 게임 <몽회대당(梦回大唐)>의 경우 최근 베타테스트 결과 이용자들로부터 공통적으로 좋은 반응을 얻었음
 - 이용자들은 300개가 넘는 다양한 스킬과 독창적인 전투기능 및 높은 자유도 등을 게임의 장점으로 꼽았으며, Java 기반의 게임시장이 침체된 현재 시점에서 이 게임의 등장은 개발자들에게 Java 플랫폼에 여전히 발전의 여지가 남아있음을 시사함
- ▶ 당러왕의 관계자에 따르면 이 게임은 10월말에서 11월초까지 정식으로 공개 베타테스트를 실시할 예정이며, Android와 iOS가 주도하는 모바일게임 시장에 Java 기반의 <몽회대당>이 어느 정도 변화를 가져올 수 있을지는 지켜봐야 하는 상황

 www.techweb.com.cn

통계 중국 온라인게임 순위

표 7 중국 온라인게임 순위(2012. 11. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	26.40%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	23.97%
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	11.68%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.31%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.69%
6	역전(逆战)	Tencent	-	2.61%
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.87%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.40%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.12%
10	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	+1	1.02%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 MMO게임 순위

표 8 중국 MMO게임 순위(2012. 11. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.01%
2	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	10.04%
3	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-	8.78%
4	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-	7.95%
5	허원전기(轩辕传奇)	Tencent	+2	7.06%
6	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-1	6.40%
7	대화서유(大话西游)	NetEase	-1	5.81%
8	마역(魔域)	91.com	-	4.20%
9	드래곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	3.27%
10	천녀유혼(倩女幽魂On)	NetEase	-	2.53%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 캐주얼게임 순위

표 9 중국 캐주얼게임 순위(2012. 11. 13 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	59.63%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	20.68%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	11.66%
4	오디션(劲舞团)	NineYou	-	2.07%
5	NBA2KOnline(NBA2KOnline)	Tencent	-	1.49%
6	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	+1	1.02%
7	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-1	1.02%
8	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	0.66%
9	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.37%
10	51신현무(51新炫舞)	51.com	-	0.19%

[출처] Barchina 홈페이지(2012)



일본 게임시장 동향

일본 주요 SNS 게이머 프로필 비교

시장조사업체 Gameage가 최근 공개한 일본 주요 SNS의 MAU 규모 및 게이머 프로필 조사 결과에 따르면, 게임 계열 SNS와 커뮤니케이션 계열 SNS, 주요 게임 타이틀 간 게이머층의 연령 및 성별 구성과 성향이 다르게 나타남

■ 일본 주요 SNS, 게임과 커뮤니케이션으로 구분

- ▶ 시장조사업체 Gameage가 2012년 10월 28일 발표한 월간 보고서 "Monthly 게임·트렌드·레이팅(월간 게임 트렌드 등급)"에 따르면, 주요 SNS인 Mobage, GREE, Hangame, mixi, Facebook, Ameba pigg는 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 규모와 남녀 성비에 있어 명확한 특징을 드러내 게임 계열 또는 커뮤니케이션 계열로 분류
 - 2012년 9월 기준 MAU와 남녀성비를 비교한 결과, Mobage가 가장 큰 MAU 규모(413만 명)를 나타냈으며 2위는 299만 명을 기록한 GREE로, 지난 해 소셜게임 시장 성장을 견인한 양대산맥이 다른 4개 SNS를 크게 앞서고 있는 것으로 나타남
 - Mobage와 GREE, Hangame은 게임 계열 SNS로, 나머지 SNS는 커뮤니케이션 계열 SNS로 분류 가능하며, 게임 계열 SNS들은 MAU 규모의 차이는 있으나 게이머층의 남성 비율이 높고 캐주얼뿐 아니라 액션, 어드벤처, 슈팅, MMORPG 등 폭 넓은 장르의 타이틀을 제공한다는 공통점이 있음
 - 커뮤니케이션 계열 SNS는 액티브 유저 수가 게임 계열 SNS에 비해 적으며, 비즈니스 측면에서도 활용되는 Facebook을 제외한 mixi, Ameba pigg는 여성 게이머의 비율이 50~60%대로 높게 나타남

■ 남성은 스포츠, 여성은 인기 캐릭터 게임 선호

- ▶ 2012년 9월 전체 소셜게임 타이틀 중 남녀 게이머의 차이가 극명하게 드러난 인기 소셜게임 타이틀 6개를 비교한 결과, 남성 중심의 게임은 스포츠를 소재로 하고 여성 중심의 게임은 인기 캐릭터를 소재로 하는 등 콘텐츠와 더불어 주요 게이머층의 연령대와 성향이 명확한 차이를 나타냄
 - 남성 비율이 80~90%대로 높게 나타난 3개 타이틀은 모두 야구, 축구 등 스포츠를 소재로 한 게임으로, MAU 규모가 45만~60만 명에 달하며 게이머층의 성향도 하드코어 유저에 해당하는 'Innovator'의 비율이 가장 높게 나타남
 - 연령별 구성은 <FIFA 월드컵클래스축구>가 10대 후반 중심인 반면 <대열광!! 프로야구카드>와 <프로야구드림나인>

은 30대 중심이었으며, 이에 따라 매출규모 및 ARPU도 달라지는 것으로 추측

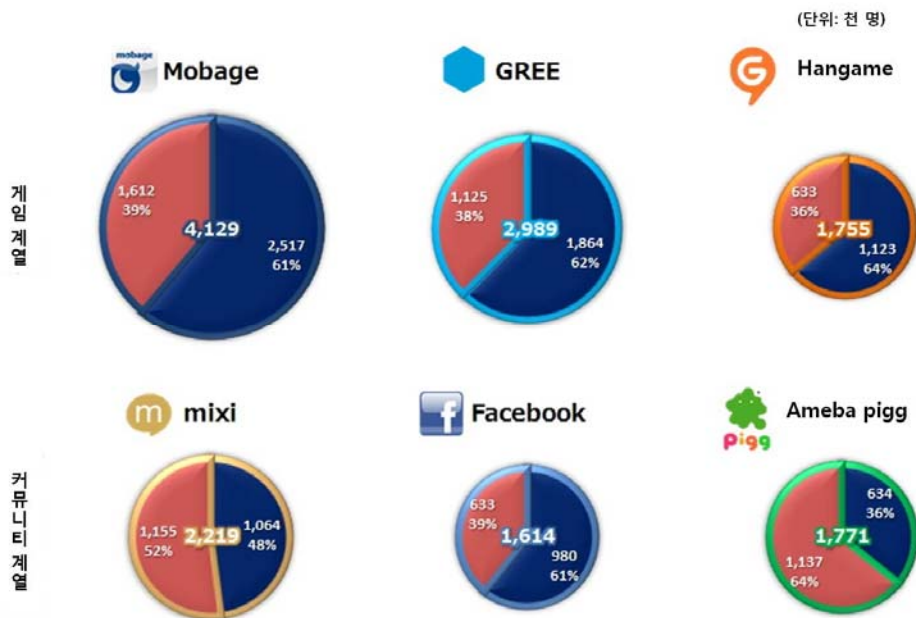
- 여성 비율이 높은 3개 타이틀의 경우, 모두 인기 캐릭터를 내세우면서도 의외로 10대 게이머 비율이 낮다는 공통점이 있어, 소셜게임 이용에 필요한 결제 수단과 스마트폰, PC 등 단말 소유 여부에 영향을 받기 때문인 것으로 추정되며, 게이머 성향은 대체로 게임콘솔 비보유자 및 게임에 크게 빠지지 않는 일반적인 'Majority'의 비율이 높음

▶ 여성 게이머층이 선호하는 3개 게임 타이틀 간에도 SNS 유형과 게임 소재 등에 따라 게이머 프로파일에 차이가 나타나, 동일한 장르와 비슷한 콘텐츠를 제공하는 게임들과의 차별화된 마케팅을 위해서는 기본적인 게이머의 프로파일을 우선 검토하는 것이 중요

- "Majority"보다 'Innovator'의 비율이 더 높게 나타난 <디즈니파티>의 경우 주요 게이머 연령대가 20대~30대 후반으로, 게임콘솔 보유 게이머의 핵심 세대와 겹친다는 점에서 게임 이용에 적극적인 성향의 게이머 비율이 높음으로 보임
- <스누피 스트리트>의 핵심적인 게이머 연령대는 <디즈니파티>와 비슷하나 중장년층의 비율이 상대적으로 높게 나타나, 오랫동안 사랑 받아온 캐릭터가 중장년층의 게임 이용을 유발한 것으로 보이며, <피그 라이프>는 30대 게이머층이 두텁게 형성되어 있고 커뮤니티 계열 SNS의 회원 기반을 보유하고 있어 SNS 이용시 적극적으로 텍스트를 작성하거나 콘텐츠를 제공하는 등 정보 발신 능력이 있는 'Bridge People'의 비율이 높음

 www.gamebusiness.jp

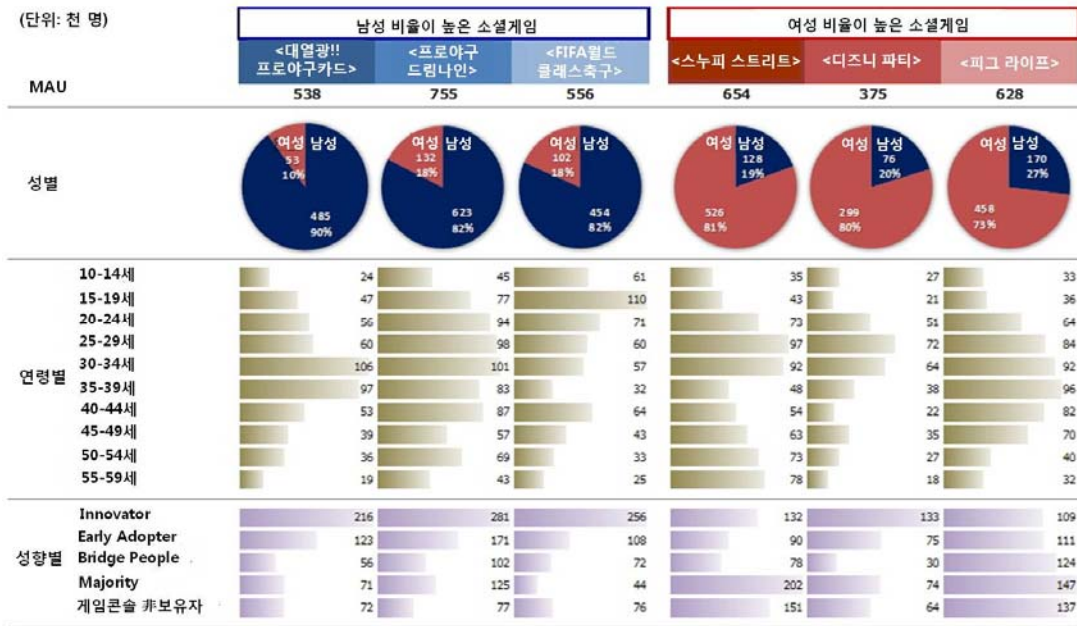
그림 7 일본 주요 SNS의 2012년 9월 MAU 및 남녀성비*



*주: 조사기간: 2012.10.5.~2012.10.7. 유효샘플: 20,699명

[출처] Gamebusiness 홈페이지(2012)

그림 8 성별 비중에 따른 일본의 주요 소셜게임 타이틀의 소셜게이머 프로필*



*주: 조사기간: 2012.10.5.~2012.10.7. 유효샘플: 20,699명

[출처] Gamebusiness 홈페이지(2012)

일본 모바일 게임산업, '리치콘텐츠' 필요성 제기

일본 엔터테인먼트업체 및 게임 엔진 개발업체, 소셜 게임업체 등이 최근 공동 개최한 모바일게임 개발 세미나에서 콘솔게임을 답습하는 모바일게임의 리치콘텐츠 개발에 있어, 혁신적 사고와 게이머의 니즈 파악이 선행돼야 한다는 의견이 제기

■ 일본 모바일 게임업체, 차세대 모바일게임 개발 방향 및 비전 제시

▶ 일본의 영화·TV·게임 소프트웨어 제작 업체 Autodesk·Media & Entertainment와 게임 엔진 'Unity*' 개발업체 Unity Technologies, 소셜 게임업체 GREE 등 3개 업체는 2012년 10월 18일 공동 세미나 "앞으로의 모바일게임은 이렇게 만들기! 신개념 게임 개발 세미나(これからのモバイルゲームはこう創る! 新次元ゲーム開発セミナー)"를 개최해, 모바일게임 개발 방향 및 비전을 제시

- Autodesk·Media & Entertainment의 Yoshizaki 본부장은 "여전히 콘솔게임기가 매출을 견인하지만 게임시장의 수요는 캐주얼게임으로 옮겨가고 있으며 콘솔게임 개발비는 폭발적으로 증가해 리스크가 커질 것"이라며, "모바일게임 시장 또한 2008년 등장 이후 경쟁이 심화되고 있다"고 언급
- 그는 모든 모바일게임이 3D가 될 필요는 없으나 3D CG, 사운드 등을 풍성하게 활용하는 '리치콘텐츠'를 원하는 모바일게이머 또한 많기 때문에 다양한 게이머의 니즈를 아우를 필요가 있으며, 향후 모바일 게임업체는 리치콘텐츠를 통한 차별화, 효율적인 개발 파이프라인 정비, 멀티플랫폼 및 글로벌 시장 대응이 중요해져 일정 부분 콘솔게임 산업을 답습하는 형태가 될 것으로 예상
- Autodesk·Media & Entertainment는 현재 무료 클라우드 서비스인 'Autodesk 123D Catch'를 제공 중으로, 'Autodesk 123D Catch'의 솔루션은 입체 사물을 디지털카메라로 촬영 후 자동적으로 텍스처가 있는 3D 모델링 데이터를 작성해, Maya 등 모델링 데이터로 이용토록 하고 모바일 전용 데이터로도 전환 가능해 작업 효율화에 기여하고 있음

▶ 콘솔게임을 닮아가는 모바일게임, '제로베이스 사고'를 통한 혁신적인 개발 노력 필요

- Unity Technologies의 Omae 담당자는 iPhone 4S부터 iPhone 5 출시에 걸쳐 CPU가 4배, 그래픽 성능은 14배 상승하는 등 모바일 단말 스펙이 게임콘솔을 따라잡았다고 평가하면서, 시장에서 경쟁하기 위해서는 풍성한 그래픽 뿐 아니라 모바일게임 고유의 문법으로 게임을 개발할 필요가 있다고 주장
- 그는 콘솔게임 <Metal Gear Solid> 시리즈 최초의 모바일 버전인 <Metal Gear Solid Social Ops>를 예로 들며 콘솔게임의 노하우를 살린 모바일 소셜게임이 본격 도래하기 시작했다고 설명하고 이러한 환경에서 개발자들은 기존의 사고방식에서 탈피해 '제로베이스에서 생각하기'가 중요하며, 기술적으로는 캐릭터 표현 방식(Facial, Motion capture, Behavior 제어 등)에 주목해야 한다고 강조

- Unity Technologies측은 세미나 현장에서 현재 개발 중인 Unity4로 'Unity'의 캐릭터 애니메이션 시스템인 'Mecanim'을 시연해, GUI 기반 캐릭터 애니메이션의 간단한 제작 및 다수의 애니메이션 캐릭터 제어, 자동적인 모션 수정 과정을 선보였으며 모바일에도 신속하게 이용 가능한 점을 어필

▶ **모바일게임 개발 착수 전에 명확한 타겟 게이머 및 게임 목표 설정 후 게임 그래픽, 콘텐츠 파이프라인의 세부 구성 요소 조절이 중요**

- GREE의 Haga 엔지니어는 그래픽 데이터의 3요소로 UI, 게임 공간, 시네마(컷신, 무비 등), 콘텐츠의 3요소로 배경, 사물, 효과(이펙트), 그리고 콘텐츠 파이프라인의 3요소로 이미지, 동영상, 재생 엔진(2D/3D)을 꼽으면서 '3X3X6' 공식을 소개
- 게임 그래픽 3요소는 각각 배경, 사물, 효과 등으로 분류 가능하므로 그래픽 콘텐츠는 9종류의 매트릭스로 분류
- 그래픽데이터를 만드는 파이프라인은 Photoshop, Illustrator, AfterEffect, Premiere, Flash, Maya, Unity 등 툴을 의미하며, '3X3X6'공식은 게이머 및 콘텐츠에 따라 변형되므로 타겟 게이머와 게임의 목표를 사전에 명확히 설정하는 것이 중요

*주: 통합적인 게임 개발환경으로서 iPhone, Android, Windows OS, Mac OS X, Web, Wii, PlayStation 3, Xbox 360 등 다양한 플랫폼에 대응하는 애플리케이션 개발에 활용 가능

 www.inside-games.jp

Nintendo, 소프트웨어와 하드웨어 판매 부진으로 적자

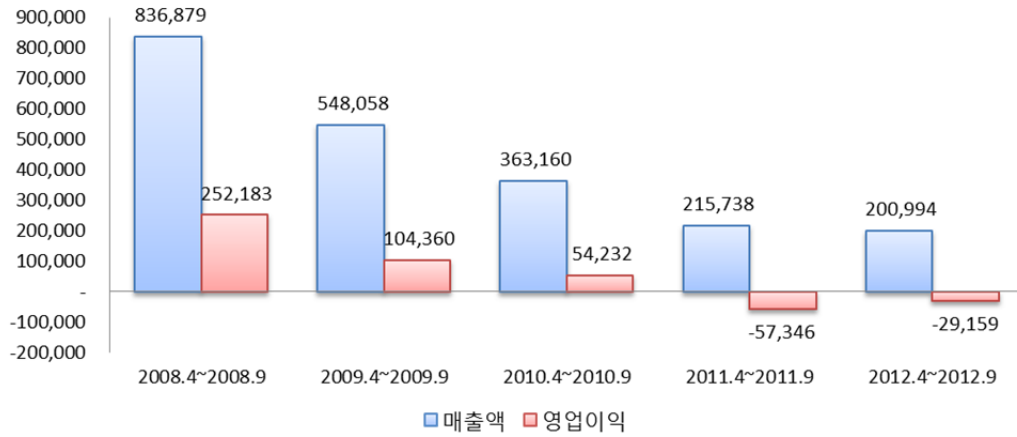
2012년 10월 24일 일본 게임업체 Nintendo가 발표한 2012년 2~3분기(4~9월) 실적 발표에 따르면, 총 매출은 전년 동기대비 6.8% 감소한 2,009억 9,400만 엔을 기록. Nintendo의 총 매출 감소는 소프트웨어와 하드웨어 판매 부진에 의해서 나타난 결과

■ 게임업계 예상을 밑도는 Nintendo의 2012년 2~3분기 실적

- ▶ Nintendo가 2012년 10월 24일 공시한 2~3분기 실적에 따르면 총 매출은 2,009억 9,400만 엔으로 2011년 2~3분기 대비 6.8% 감소했으며, 해외 매출이 차지하는 비중은 63.3%로 나타남
 - 영업손실은 291억 5,900만 엔을 기록했으며, 이는 2011년 2~3분기의 영업손실 573억 4,600만 엔에 비해 50.7% 줄어든 적자
 - 이는 Nintendo가 지난 2012년 4월에 공표한 예상 실적을 전반적으로 밑도는 수치
- ▶ Nintendo의 적자 원인은 휴대용 게임기 3DS가 예상 이하의 실적을 기록했기 때문
 - 300만 장 이상의 판매고를 거둔 <New Super Mario Brothers 2>를 비롯해 <Super Mario 3D Land>, <Mario Kart 7> 등의 게임 타이틀이 출시되었음에도 불구하고 소프트웨어 판매량은 전세계 1,903만 장에 그쳤음
 - 세대 교체 중인 DS의 판매량이 1,730만 장을 기록한 것과 비교하면 상당히 저조한 판매 실적
- ▶ Nintendo측은 "Nintendo는 게임 인구의 확대라는 기본 전략에 따라 연령과 성별, 게임 경험을 불문하고 누구나 매력적으로 느낄 수 있는 제품을 제공하기 위해 노력해 왔다"라며, "해외에서 3DS 하드웨어 및 소프트웨어의 판매가 예상을 밑돌았으며, 엔고 추이가 계속되어 232억엔의 환차손이 발생해 당초 예상 실적보다 낮은 실적을 기록했다"라고 밝힘
 - Nintendo는 엔고 현상으로 인해 환차손이 232억 엔 발생했으며, 경상이익 역시 472억 엔의 적자를 기록
- ▶ 한편 Nintendo는 이번 실적 발표와 함께 주요 기기 판매 수치를 공개
- ▶ Nintendo가 발표한 자료에 따르면 DS와 3DS 누적 판매량은 각각 1억 5,250만 대, 2,219만 대이며, Wii는 9,718만대 전세계 누적 판매고를 기록

 www.nintendo.co.jp

그림 9 Nintendo의 매출액 및 영업이익 추이 (단위: 백만 엔)



[출처] Nintendo 홈페이지(2012)

Techmo Koei, 2012년 2, 3분기 매출 · 순이익 증가

일본의 대표적 엔터테인먼트 지주회사 Techmo Kei Holdings(이하 Techmo Koei)가 최근 발표한 2012년 2, 3분기 실적에 따르면 매출 및 영업이익이 모두 증가하고 게임 관련 사업이 4분기에도 기업 성장을 견인할 전망

■ Techmo Koei, 콘솔게임 사업 강세

- ▶ 일본 메이저 게임업체 Techmo Koei가 2012년 10월 29일에 발표한 2012년 2, 3분기(2012년 4월1일~9월 30일) 결산에 따르면, 전사 매출은 전년 동기대비 0.7% 증가한 137억 2,400만 엔, 영업이익은 26% 증가한 8억 9,700만 엔을 기록하고 순이익은 34.5% 증가한 5억 5,400만 엔에 달함
 - Techmo Koei HD는 2012년 2분기에 대규모 게임 타이틀 개발 비용 및 유가증권평가 손액 등이 반영되어 적자를 나타냈으나 3분기에서 실적이 개선되어 매출 및 순이익 모두 상승
 - 게임 소프트웨어 부문 매출은 콘솔게임 타이틀 <진·삼국무쌍 6 Empires(真·三國無双 6 Empires)>의 발매 연기 등이 영향을 미쳐 전년 동기대비 2.1% 감소한 88억 2,000만 엔을 기록했으나, 국내외 구작 타이틀의 재출시 및 다운로드 콘텐츠 판매 증가에 힘입어 영업이익은 69.1% 증가한 8억 6,900만 엔을 기록
 - 주요 콘솔게임 타이틀로는 <DEAD OR ALIVE 5>가 2,3분기에 전 세계 판매량 58만 장을 기록하고 일본 내에서는 <무쌍 OROCHI 2 Special(無双OROCHI 2 Special)>, <전국무쌍 Chronicle 2nd(戦国無双 Chronicle 2nd)>, <노부나가의 야망천도 with 파워업 키트(信長の野望・天道 with パワーアップキット)> 등이 인기를 얻었으며 해외에서는 <원피스 해적무쌍(ワンピース 海賊無双)>, <포켓몬+노부나가의 야망(ポケモン+ノブナガの野望)> 등 자체 개발 게임 타이틀이 호평을 얻음
- ▶ 모바일·소셜게임 인기에도 불구하고 개발 비용 및 게임 업데이트 연기 등에 의해 온라인·모바일 사업 및 미디어·라이선스 사업 모두 영업손실 기록
 - 온라인·모바일 사업은 대만, 홍콩, 마카오에서 서비스 중인 모바일·소셜게임 타이틀 <노부나가의 야망(のぶな가의野望)>의 인기에도 불구하고 온라인게임의 대규모 업데이트가 예년에 비해 줄어들고 신규게임 개발 비용 등이 발생해 매출이 전년 동기대비 16.5% 감소한 23억 6,500만 엔, 영업이익은 52.9% 감소한 2억 4,700만 엔을 기록
 - 최근 신규 런칭된 스마트폰 전용 타이틀인 <100만 명의 NINJA GAIDEN(100万人のNINJA GAIDEN)>과 최근 서비스를 개시한 gumi와의 콜라보레이션 타이틀 <100만 명의 무쌍 OROCHI(100万人の無双OROCHI)>는 호조세
 - 미디어라이선스 부문에서는 Neo Romance 시리즈*의 신작 소셜게임 타이틀 <100만 명의 영원한 시공 속에서(100万人の遙かなる時空の中で)>가 서비스 개시됨에 따라, 매출이 전년 동기대비 21.4% 증가한 6억 1,800만 엔에 달했으나 4분기 출시 예정 타이틀의 개발 비용 등으로 인해 영업이익은 8,700만 엔 적자를 기록

▶ Techmo Koei는 빠칭코와 어뮤즈먼트 사업 부문에서 전년대비 호조세를 보임

- 어뮤즈먼트 시설 운영 사업 매출은 판촉 활동 강화, 적극적인 게임기 도입 추진 등에 힘입어 전년 동기대비 6.1% 증가한 10억 1,000만 엔, 영업이익은 29% 증가한 1억 2,000만 엔을 기록
- Techmo Koei HD는 향후 수익 극대화를 위해 게임 부문에서 넘버링 타이틀 출시 확대 및 신규 게임 런칭, 콜라보레이션 비즈니스 확충, 신규 하드웨어 사업 추진, 비용 절감 등을 내세우며, 2012년 실적 전망치에 대해 매출이 전년 대비 9.8% 증가한 390억 엔, 영업이익이 21.6% 증가한 70억 엔, 당기순이익이 7.7% 증가한 50억 엔에 이를 것으로 예상

*주: Neo Romance series는 Techmo Koei의 여성 인력만으로 구성된 게임 개발팀 '루비 파티'가 개발하는 여성을 위한 연애 시뮬레이션 게임을 총칭. 루비 파티는 1994년 업계 최초로 여성 전용 연애게임이라는 장르를 개척해 다수의 게임 타이틀을 런칭하고 있으며 매해 다양한 이벤트를 개최

 gamebiz.jp

그림 10 Techmo Koei의 주요 콘솔게임 타이틀 <DEAD OR ALIVE 5> 스크린샷



[출처] Techmo Koei

Square Enix, Epic Games와 라이선스 계약 체결

메이저 게임업체 Square Enix가 최근 미국 소재 게임 및 게임엔진 개발업체 Epic Games와 포괄적 라이선스 계약을 체결해 최신 게임 엔진인 'Unreal Engine 4' 등을 향후 게임 개발에 적극 활용할 예정

■ Square Enix, Epic Games의 'Unreal Engine 4' 등에 기반한 고품질 게임 개발에 박차

- ▶ Square Enix는 2012년 10월 24일 Epic Games와 최신 게임 엔진 'Unreal Engine 4'를 포함한 포괄적 라이선스 계약을 체결
 - 'Unreal Engine 4'는 이미 기술적 시연 버전인 <Samaritan>, <Elemental> 등으로 공개된 바 있는 Epic Games의 최신 게임 엔진으로서 2013년 초 출시 예정인 Epic Games 자체 개발 PC게임 타이틀 <Fortnite>가 최초의 상용화 작품이 될 전망
 - Epic Games는 최근 게임 엔진 대응 장르와 플랫폼, 비즈니스 모델을 다양화하며 확대되어 폭 넓은 지원을 제공 중이며 Square Enix는 이번 포괄적, 장기적인 라이선스 계약 체결을 통해 향후 다양한 게임 타이틀에 최고 품질의 그래픽을 도입할 예정
 - 라이선스 제공 상세 내역은 비공개이나, Square Enix는 iOS, Android OS 기반 리듬액션 게임 <DEMONS'SCORE>를 'Unreal Engine 3'에 기반해 개발한 바 있으며, Square Enix의 영국법인 Eidos Interactive는 PC 및 PlayStation3, Xbox360 전용 타이틀 <Deus Ex: Human Revolution>, <TOMB RAIDER> 등에 Unreal Engine을 이용

 www.4gamer.net

그림 11 'Unreal Engine 4'시연 버전 'Samaritan'스크린샷



[출처] Epic Games

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 10 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 10. 29 ~ 2012. 11. 4) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	87,466	39.0%	7,918,915
	2	PlayStation3	Sony	22,433	2.5%	8,609,137
	3	PSP	Sony	13,588	-3.3%	19,279,801
	4	PlayStation Vita	Sony	5,319	-13.7%	1,008,844
	5	Wii	Nintendo	3,728	-0.8%	12,627,535
	6	Xbox360	MS	1,269	-32.1%	1,616,203
	7	DS	Nintendo	512	25.5%	32,975,914
SW	1	Tales of Xillia 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	353,747	신규	353,747
	2	Okami (PlayStation3)	Capcom	63,421	신규	63,421
	3	Yakuza (PlayStation3)	SEGA	52,948	신규	52,948
	4	Pro Evolution Soccer 2013 (PSP)	Konami	37,210	신규	37,210
	5	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	22,999	-1.0%	1,332,902
	6	Bravely Default: Flying Fairy (3DS)	Square Enix	19,583	-36.6%	234,157
	7	The Idolm@ster: Shiny Festa (PSP)	Namco Bandai	14,163	-87.3%	125,998
	8	Dark Souls (PlayStation3)	From Software	13,444	-78.9%	473,662
	9	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3)	Konami	12,932	-27.2%	338,493
	10	Resident Evil 6 (PlayStation3)	Capcom	12,100	-44.0%	804,782

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 11 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 11. 9 기준)

순위	Mobage		GREE		mixi	
	게임명	개발업체	게임명	개발업체	게임명	개발업체
1	농장훗코리나 (農園ホッコリーナ)	DeNA	탐험도리랜드 (探検ドリランド)	GREE	사이가 (こびとつかん)	Q-max
2	괴도 로열 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	Bandai Namco Bandai	Dragon Tactics (Dragon Tactics)	enish
3	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	FATRY DOLL (フェアリードール)	Ambition
4	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECEグランドコレクション)	Bandai Namco Bandai	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	삼국지 Three Kingdom (三国志Three Kingdom)	tenjik
5	건담 로열 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco Bandai	AKB48스테이지 파이터 (AKB48ステージファイター)	GREE· Ateam	Dragon x Dreighn (ドラゴン×ドライツェン)	Drecom
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	크로노스 미래전기 (クロノス未来戦記)	f4samurai· Drecom
7	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	전국 킹덤 (戦国キングダム)	GREE· GeePlus	사내연애돌망치의비밀 (社内恋愛のヒミツ)	Voltage
8	전국 로열 (戦国ロワイヤル)	DeNA	성전 케르베로스 (聖戦ケルベロス)	GREE	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami
9	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX/DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロム布斯)	GREE	초코っと팜 (ちょこっとファーム)	Drecom
10	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	크로우즈WORST最強전설 (クローズWORST最強伝説)	Konami	폭주영저후라이버이크 (暴走英獣ライバーイック)	Donuts

*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

DeNA, YahooKimo와 제휴 통해 대만 시장 진출

일본 모바일 소셜 게임업체 DeNA가 대만 진출을 위해 대만에서 월 순 방문자수만 1,300만 명을 보유하고 있는 인기 웹 포털 YahooKimo와 제휴를 체결해 현지화된 모바일 소셜게임을 제공할 계획

■ DeNA, 대만 1위 웹 포털 YahooKimo와 제휴 통해 대만 모바일 소셜 게임시장 공략

- ▶ 일본 모바일 소셜 게임업체 DeNA가 대만 시장 진출을 위해 Yahoo 산하(2000년 Yahoo가 대만의 웹 사이트 Kimo를 인수)의 대만 인기 웹 포털 YahooKimo(월간 순 방문자수 1,300만 명)와 제휴를 맺고, 현지화된 버전의 게임 타이틀을 보급
 - YahooKimo는 DeNA의 Mobage 플랫폼에서 제공 중인 Android 및 iOS용 모바일게임을 서비스할 예정
 - 또한 YahooKimo는 스마트폰을 통해 자사의 모바일 포털을 이용하는 소비자들에게 DeNA의 부분유료화게임을 이용할 수 있는 다이렉트 링크를 제공
 - 이와 더불어 DeNA는 기존 게임 타이틀을 중국어 버전으로 제공해 대만, 홍콩, 마카오 등지로 저변을 확대할 예정이다, 이는 영어보다는 현지어로 게임을 즐기길 원하는 스마트폰 게임 유저들에게 크게 어필할 전망이다
 - 2011년 7월 Mobage 플랫폼이 Android 버전을 지원하기 시작한 이래 DeNA는 일부 게임 타이틀의 중국어 버전 작업을 진행
 - YahooKimo 방문자들은 중국어 버전의 Mobage 게임타이틀인 <Ninja Royale>과 <Rage of Bahmut>를 포함한 Android용 게임타이틀 12개와 iOS용 게임타이틀 7개를 이용할 수 있음
 - DeNA의 Isao Moriyasu CEO는 "운영 노하우와 마케팅 리소스를 보유한 YahooKimo는 DeNA가 전통 중국 시장에 입지를 구축하는데 있어 완벽한 파트너"라며, "대만 뿐만 아니라 홍콩, 마카오에서 급증하고 있는 스마트폰 유저들에게 세계 최고 수준의 모바일 소셜게임을 제공하는데 주력할 것"이라고 언급
- ▶ 아시아 IT전문미디어 The Next Web의 2012년 10월 24일 기사 "Japan's DeNA partners YahooKimo to bring its mobile social gaming platform to Taiwan"에 따르면, YahooKimo는 대만 인터넷 인구의 97%를 장악하고 있는 가운데, 향후 대만 이동통신사와 제휴를 체결한다면 그 영향력은 더욱 확대될 것으로 전망

- 대만 이동통신사업자들은 현재 모바일 콘텐츠 관련 제휴에 주력하고 있는데, 최근 Taiwan Mobile은 Evernote와 제휴를 체결, Chungwha는 Google산하 YouTube와 제휴를 체결
- DeNA의 경우 Baidu, 소셜네트워크 Sina Weibo, Renren, Kaixin 뿐만 아니라 중국 메이저 이동통신3사 China Mobile, China Unicom, China Telecom과 제휴를 체결해 중국 내 iOS용 게임을 보급 중
- ▶ 한편 DeNA는 자사 게임타이틀의 중국어 지원을 중국, 대만, 홍콩, 마카오를 넘어 전세계로 확대할 전망
 - DeNA는 2,000개의 모바일게임과 4,000만 명 이상의 이용자를 확보하고 있으나, 중국과 글로벌 시장에서의 이용자 데이터는 공개하지 않음

 thenextweb.com

그림 12 YahooKimo의 모바일게임 포털 이미지



[출처] YahooKimo 홈페이지(2012)

아시아 온라인게임 결제 플랫폼 MOL, Rixty와 제휴

아시아의 메이저 온라인게임 결제 플랫폼 MOL이 글로벌 게임시장 내 최대 통합 결제 플랫폼 구축을 위해 미국 실리콘밸리의 온라인 현금 결제 시스템 관련 신생업체 Rixty에 투자, 전략적 제휴를 체결

■ 아시아 온라인게임 결제 플랫폼 MOL, 미국 온라인 현금 결제 플랫폼 Rixty와 전략적 제휴

- ▶ 전세계 온라인 게임시장이 성장국면에 접어든 가운데, 특히 브라질, 인도, 중국, 러시아 등 신흥국 broadband 이용자 수 증가에 힘입어 온라인 게임시장이 급속도로 팽창
 - 중국의 경우 2016년까지 MMO 게임시장 규모가 120억 달러를 상회할 것으로 전망되며, 브라질 국민들은 자신의 총 인터넷 이용시간 중 68%를 온라인게임 및 모바일게임에 할애하는 것으로 집계, 전체 인터넷 소비 활동 중 게임에 대한 지출규모가 51%를 넘어선 것으로 나타남
 - 온라인 게임시장의 성장은 동시에 디지털 결제시스템의 보급도 확대시켰는데, 신용카드의 보급률 증가와 함께 보다 다양한 결제 시스템이 보급되면서 2012년 상반기 Facebook의 1,500만 이용자가 가상상품(virtual goods)을 구매하는데 지불한 비용은 총 12억 6,000만 달러에 이르는 것으로 집계
- ▶ 온라인 게임시장의 성장 트렌드에 대응해 MOL AccessPortal(이하 MOL)은 샌프란시스코 소재의 현금 결제 시스템 관련 신생업체 Rixty에 전략적으로 투자, 북미와 남미지역으로 글로벌 사업영역을 확장한다고 발표
 - MOL은 Rixty에 거액을 투자, 전략적 제휴관계를 형성함으로써 글로벌 게임시장 내 최대 통합 결제 플랫폼을 구축하고자 함
 - MOL그룹의 Ganesh Kumar Bangah CEO는 "이번 투자를 통해 MOL은 192억 달러에 달하는 전세계 가상상품 시장에서 글로벌 리더로 자리잡기 위한 첫 발을 내디뎠다"고 언급
- ▶ 말레이시아 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 소재의 MOL은 매년 5억 달러의 결제 시장규모를 나타내고 있는 아시아의 메이저 온라인게임 결제 플랫폼
 - MOL은 말레이시아, 싱가포르, 태국, 인도네시아, 필리핀, 인도, 호주, 뉴질랜드 등 8개 국가에 지사를 소유, 아태지역 내 36만 개 결제 채널을 구축하고 있으며, 전세계적으로 200개가 넘는 게임 퍼블리셔들과 협력
 - MOL은 3대 결제 시스템으로 콘텐츠와 서비스를 위한 결제 시스템 'MILePoints', 세븐일레븐 등 유통사와 연동한 결제 시스템 MOLeTopUp, 선불요금 카드 상품인 MOLFreedom을 제공

- ▶ 2007년 설립된 Rixty는 현재 미국 온라인 엔터테인먼트 산업 내 현금 결제 시스템을 장악하고 있는 업체로, 2010년에만 벤처캐피탈 Accelerator Ventures, First Round Capital, Freestyle Capital, Nueva Ventures, SoftTech VC를 포함한 엔젤투자자들(SGN의 설립자이자 전 CEO인 Shervin Pishevar, Mint.com의 초기 투자자 Mark Goines)로부터 총 124만 달러의 투자금을 유치
 - 미국에서는 게이머들이 Coinstar 자판기나 MoneyPak, Rixty 선불카드를 통해 Rixty Code를 구입해 멀티플레이 어게임이나 캐주얼게임 내에서 전자 화폐로 사용할 수 있음
 - Rixty는 현재 미국 내 7만 5,000개의 현금 결제처(payment locations)를 확보, 브라질에도 6만 6,000개 결제처를 보유하고 있으며, MOL의 투자를 받아 캐나다, 멕시코 시장으로도 사업영역을 확장할 전망
 - Rixty의 공동설립자이자 CEO인 Ted Sorom은 "MOL은 아시아의 메이저 전자결제 서비스 제공사로서 Rixty의 북미 및 남미 지역 결제 인프라 구축에 완벽한 파트너가 될 것"이라고 기대하는 한편, "글로벌 게임 퍼블리셔들의 글로벌 통합 결제 솔루션에 대한 니즈를 충족시키기 위해 양사는 전세계적으로 적용 가능한 결제 플랫폼 구축에 주력할 것"이라고 밝힘

 www.forbes.com

그림 13 온라인 현금 결제 시스템 Rixty 이용 방법



[출처] Rixty 홈페이지(2012)

동남아 게임업체 Asiasoft, Radware 보안 솔루션 채택

동남아 메이저 온라인 게임업체 Asiasoft가 날이 갈수록 진화되고 있는 사이버 공격들에 대응하기 위해 보안 솔루션 개발업체 Radware의 Attack Mitigation System(AMS)을 신규 보안 솔루션으로 채택

■ 동남아 최대 온라인 게임업체 Asiasoft, 사이버 보안 강화 위해 Radware의 솔루션 채택

- ▶ 애플리케이션 유통 및 가상, 클라우드 데이터센터 보안솔루션 제공업체 Radware는 2012년 10월 16일 태국의 게임 퍼블리셔 Asiasoft Online Pte*가 자사의 Attack Mitigation System(AMS) 보안 솔루션을 채택했다고 발표
 - Asiasoft의 정보시스템 지원 매니저 Darren Lim은 "우리는 종종 매우 다양하고도 복잡한 형태의 사이버 공격들을 견디고 있다"며, 이 같은 공격들에 대비해 실행 가능한 솔루션을 제공하는 사이버 공격 완화 서비스의 필요성을 언급
 - AMS 솔루션의 또 하나의 강점은 Emergency Response Team(ERT)로, Radware의 ERT는 해커들의 공격 하에서도 고객들을 지원할 수 있도록 훈련된 프로페셔널 보안 전문가들로 구성되어 있으며, 이 서비스는 유료 고객의 경우 24시간 언제든지 이용 가능
 - Darren Lim은 "Radware의 ERT는 매우 인상적이며, Asiasoft의 게임 네트워크가 언제 어떤 사이버 공격을 당할지라도, ERT가 공격에 최대한 빠르게 대응할 수 있는 솔루션을 제시해줄 것으로 기대한다"고 언급
- ▶ Radware의 ERT가 2011년 10월에 발표한 "2011 Global Application and Network Security Report"에 따르면, 사이버 공격은 5가지 방향으로 진화되고 있으며, 이 중에서도 DoS와 DDoS 공격은 해커들이 보다 다양한 경로로 침입해 방어하는데 점점 더 어려움을 겪고 있음
 - 이에 대해 싱가포르 Radware 지사의 Yong Chuk Ping 이사는 "날로 증가하고 있는 사이버 범죄에 대응해 Radware의 AMS는 DoS, DDoS 공격 방어 기능을 선보임으로써 다시 한번 효과적인 보안 솔루션임을 증명해 보였다"고 주장

*주 : Asiasoft Online Pte은 Asiasoft International Co. Ltd의 싱가포르 자회사로, 동남아시아 메이저 멀티플레이어 온라인게임(MM퍼블리셔로 싱가포르, 말레이시아, 태국, 베트남, 인도네시아, 필리핀 지역 내 4,950만 명의 게이머들을 확보

 www.sacbee.com

'Indonesia Game Show 2012' 개최

2012년 10월 12일부터 14일까지 인도네시아 자카르타에서 'Indonesia Game Show 2012'가 개최된 가운데, 3D PC게임, 2D PC게임, 플래시/非 플래시 기반 브라우저게임, 스마트폰게임, 피쳐폰게임 등 총 8개 부문에서 올해 최고의 게임을 선정

■ 'Indonesia Game Show 2012', 게임 플랫폼별 8개 섹션 최고 게임 시상

- ▶ 지난 10월 12일부터 14일까지 인도네시아 자카르타에서 'Indonesia Game Show 2012'가 개최, 수많은 게임 개발자 및 게이머들이 참석한 가운데 인도네시아 로컬 게임들이 대거 공개
 - 올해 '인도네시아 게임쇼'는 3D PC게임, 2D PC게임, 플래시기반 브라우저게임, 非 플래시기반 브라우저게임, 스마트폰게임, 피쳐폰게임, 혁신 모바일게임 특별 시상식(Special Award for Innovative Mobile Game), 올해의 로컬 게임 개발업체(Favorite Local Game Developer) 등 총 8개 섹션으로 구성, 게임 쇼케이스 및 시상식 등이 진행
 - 3D PC게임 섹션에서는 'Sparxup 2012(인도네시아에서 가장 유명한 테크 컨퍼런스로, IT산업체들의 경쟁무대)'의 우승업체 중 하나인 Garuda Games가 <Steampunk Deathmatch>로 1위, Agate Studio의 1인칭 로봇 슈팅게임 <Vindicta>가 2위를 차지
 - 2D PC게임 섹션에서는 좀비 바이러스 모바일게임 <Infectionator>를 개발한 Toge Productions가 여전히 인도네시아 PC게임 플랫폼을 장악하고 있으며, 1940년대 전쟁 배경의 전략게임 <Relic of War>가 1위를 차지, Divine Kids의 1인칭 격투게임 <Campus Fighter>가 2위로 선정
 - 한편 플래시 기반 브라우저 게임 섹션에서는 Agate Studio의 주력게임 <Football Saga 2>가 1위를 차지(Agate Studio의 대표는 최근 언론과의 인터뷰를 통해 인도네시아 국가대표팀을 응원하기 위해 게임을 개발했다고 밝힘), 2위는 Ulin GameWorks가 인도네시아 오랑우탄에 대한 인지도를 높이기 위해 개발한 <The Utans>가 차지
 - 플래시에 기반하지 않은 브라우저 게임 섹션에서는 Create Studio가 Komodo섬에 영감을 받아 개발한 <Save Komo>가 1위를 차지, Glass Finger의 <Groovy Grape>가 2위로 선정
- ▶ 모바일게임 섹션에서는 Touchten의 대전격투게임 <Infinite Sky>가 스마트폰게임 부문에서 1위를 차지했으며, 늑대로부터 친구를 구하는 새끼돼지의 스토리로 구성된 Maximize의 <Push the Box>가 2위로 선정
 - 피쳐폰게임 부문에서는 Mintsphere의 <Trigger Knight>가 1위, Tinker Games의 <Backyard Madness>가 2위를 기록했는데, 두 게임 모두 iOS, Android와 같은 스마트폰 게임 플랫폼에서도 이용 가능한 것으로 나타남
- ▶ <Tamagochi>와 비슷한 종류의 모바일게임인 Indosat의 <Planet Monster>가 'Innovative Mobile

Game'을 수상한 한편, Choco Arts가 '올해의 인도네시아 로컬 게임 개발업체'로 선정

www.techinasia.com

표 12 'Indonesia Game Show 2012' 색선별 수상작

게임 타이틀	이미지		게임 플랫폼	
	개발사	게임명	개발사	게임명
3D PC game	Garuda Games	Steampunk Death match	Agate Studio	Vindicta
2D PC game	Toge Productions	Relic of War	Divine Kids	Campus Fighter
Flash based browser game	Agate Studio	Football Saga 2	Ulin Gameworks	The Utans
Non-Flash based	Creade Studio	Save Komo	Glass Finger	Groovy Grape
Smartphone based	Touchten Games	Infinite Sky	Maximize	Push the Box
Featurephone based	Mintsphere	Trigger Knight	Tinker Games	Backyard Madness
Special Award for Innovative Mobile Game	Planet Monster(개발사: Indosat)			
Favorite Local Game Developer	ChonoArts		Dismal Hapiness	

[출처] Indonesia Game Show 2012 홈페이지(2012)

그림 14 'Indonesia Game Show 2012' 홍보 포스터

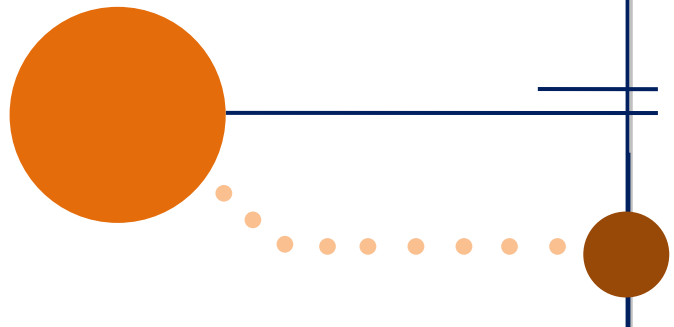


[출처] Indonesia Game Show 2012 홈페이지(2012)



유럽 게임시장 동향

- 2018년 영국 게임시장 규모 '5억 4,550만 파운드'
- TIGA, 영국 게임 세금관련 '영국 문화 반영 규정' 수정 제안
- 프랑스, 게임에도 불법 복제 관련 삼진 아웃제 적용
- Activision Blizzard, 모바일 소셜게임 플랫폼 출시
- 유럽 Bigpoint, 대규모 구조조정 감행
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



2018년 영국 게임시장 규모 '5억 4,550만 파운드'

시장조사업체 IBISWorld가 발간한 보고서 "Computer Game Publishing in the UK"에 따르면, 5년간 경기불황과 소비심리 위축으로 침체기를 나타냈던 영국 게임시장은 2018년 5억 4,550만 파운드를 기록할 전망

■ 영국 게임시장, 향후 5년간 연간 3.8%의 성장을 기록 전망

- ▶ 시장조사업체 IBISWorld는 2012년 10월 발간한 "Computer Game Publishing in the UK: Market Research Report" 보고서를 통해 게임은 청소년이나 사회적으로 부적응한 성인들만의 문화가 아니라고 주장
 - 현재 게임은 영국 인구의 45%가 이용하는 영국 엔터테인먼트산업 내 매우 보편적인 장르로, 국민의 대다수가 게임을 일상적으로 이용하고 있음에도 불구하고, 실제 게임 이용 인구의 1/3만이 '게이머'라고 불리는 것에 동의
 - 지난 5년간 게임 이용자 수는 비전통적인 분야에서 성장세를 나타냈는데, 현재 남성보다는 여성들의 게임 이용률이 그 어느 때보다 높으며, PC와 콘솔게임 시장은 쇠퇴하고 있는 반면, 모바일 게임시장은 기하급수적으로 성장
 - iPad와 같은 이용자 친화적인 단말의 대중화는 장년층 또는 노년층의 게임 이용률까지 증가
- ▶ 한편, 지난 5년간 전통 게임시장의 쇠퇴로 게임업계 매출은 연간 1.9%씩 감소했으며, 게임 소매 유통시장은 2009년과 2010년 사이 더욱 감소하여 퍼블리셔들의 매출에도 연쇄적으로 악영향을 미침
 - 경제적 침체는 필수재가 아닌 소모품에 대한 소비자들의 지출을 지연시켰으며, 게임에 대한 수요 또한 감소
 - 영국 게임업계의 침체는 경기 불황과 게임 타이틀 구매에 대한 소비 심리 위축으로 2010~2011년까지 지속되었으며, 전문가들은 2012년에서 2013년까지 업계 매출이 1.0% 증가한 4억 5,230만 파운드를 기록할 것으로 전망
- ▶ 게임업계 매출은 향후 5년간 성장세를 기록할 것으로 예상되며, 2017년~2018년까지 연간 3.8%의 성장률을 보이며 5억 4,550만 파운드를 나타낼 전망
 - 그간 억눌려있던 소비욕구는 게임 타이틀 판매를 가속화할 것으로 예상되며, 2012년 말부터 2013년 본격적으로 출시될 차세대 콘솔 게임기는 신규 게임 타이틀의 출시를 부추길 전망
 - 하지만 게임 퍼블리셔들은 몇몇 구조적 이슈들에 직면할 것으로 관측되는데, 스마트폰과 같은 포터블 단말을 통한 캐주얼게임이 시장점유율을 확대하는 동안 인터넷을 통해 게임콘솔로 콘텐츠를 직접 유통하는 디지털 게임유통 플랫폼이 대중화될 것으로 전망

 www.companiesandmarkets.com

TIGA, 영국 게임 세금관련 '영국 문화 반영 규정' 수정 제안

영국 게임개발산업협회(TIGA)가 2013년부터 시행 예정인 영국 내 게임업체에 대한 세금 경감 정책의 수혜 대상이 되기 위한 필요조건 중 하나인 '영국 문화 반영 규정 (cultural test)'의 일부 수정을 제안

■ TIGA, '영국 문화 반영 규정 수정'으로 게임업체의 세금혜택 확대 추진

- ▶ 영국 정부가 2013년부터 영국 내 게임업체에 대한 세금 경감 정책을 실시하기로 한 가운데, 영국 게임개발산업협회(The Independent Games Developers Association, 이하 TIGA)는 세금 혜택을 받기 위해 준수해야 할 조건 중 하나인 '영국 문화 반영 규정(cultural test)'을 조정함으로써 중대형 스튜디오뿐만 아니라 소형 스튜디오까지 세금 혜택을 받을 수 있기를 기대
 - 現 EU법은 게임 관련 세금 경감 정책의 수혜 대상이 되기 위해서는 '영국 문화와 관련된 콘텐츠를 포함하고 있어야 한다고 규정
 - 이에 대해 현재 관련 업계에서는 '영국 문화 반영 규정'이 특정 게임 장르나 게임에서는 불공정한 기준으로 작용할 수 있으며, 특히 소형 게임업체에는 세제 혜택이 적용되지 않는 등의 형평성 논란이 제기
 - TIGA의 Richard Wilson CEO는 "TIGA의 목표는 영국의 게임산업을 강화하고, 보다 효과적인 게임 세금 감면 정책을 시행하는 것"이라고 강조하며, 소규모 게임업체에서 다양한 역할을 수행하는 게임업계 종사자들에게 세금 감면 혜택을 다각도를 제공"하는 등의 조항을 포함해 '영국 문화 반영 규정'의 일부 수정이 필요함을 주장
- ▶ TIGA는 '영국 문화 반영 규정'관련 총 7가지 수정사항을 제안
 - 먼저 기존 영국 정부가 게임업체 예산의 50% 이상이 영국 문화예술 관련 예산으로 사용되었다면, '영국 문화 반영'기준을 통과한 것으로 간주한다는 조항에 대해 예산의 25% 이상으로 수정할 것으로 제안
 - 게임 코딩에 특화돼 있는 경우 '영국 문화 반영'기준을 통과한 것으로 간주
 - 공상과학, 판타지 등 가공의 이야기에 기반한 게임이라도 영국적 색채가 담겨있는 경우 '영국 문화 반영'기준을 통과한 것으로 분류
 - 모션캡처 제공사를 포함해 영국 소재 서비스 제공사가 게임 제작에 중요한 역할을 수행했을 경우 '영국 문화 반영'기준을 통과한 것으로 간주
 - 소규모 게임업체의 경우, 한 사람이 여러 역할을 수행해 '영국 문화 반영'이라는 조건까지 충족시키는데는 한계가 있으므로 조건을 충족시킬 경우 가산점을 부여하도록 제안

- 영어로 게임을 제작하거나 영국 특정 지역의 소수언어로 게임을 제작한 경우 '영국 문화 반영' 조항에 가산점을 부여하도록 제안
- TIGA의 회장 겸 CEO로 Rebellion의 크리에이티브 디렉터인 Jason Kingsley는 "TIGA는 지금까지 '영국 문화 반영 규정' 마련을 위해 영국 정부와 긴밀히 공조해 왔다"며, "특히 TIGA의 제안들이 받아들여진다면, 영국 내 더 많은 게임업체들이 세금 감면 혜택을 받을 것"으로 기대

*주 : 실제 게임업계 신생업체나 소형 스튜디오들에서 매니저, 프로그래머, 디자이너 직을 1명이 수행하는 것은 흔히 볼 수 있는 광경

 www.develop-online.net

프랑스, 게임에도 불법 복제 관련 삼진 아웃제 적용

인터넷 상의 영화, 음악 관련 불법 다운로드 등의 저작권 침해행위에 대해 총 3번의 경고를 통해 처벌하는 삼진 아웃제(three strikes)를 시행하고 있는 프랑스가 2013년부터 게임에도 동일 규제를 적용할 계획

■ 프랑스 규제기관, 게임 온라인 불법 다운로드 근절 위해 2013년부터 삼진 아웃제 시행

- ▶ 프랑스 불법 복제 규제기관 Hadopi(Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet)*는 2013년부터 개인이 게임을 인터넷에서 불법으로 다운받거나 공유할 경우 삼진 아웃제(three-strikes)**를 적용할 예정
 - 2012년 9월 프랑스 불법복제 규제기관 Hadopi는 지난 2년간 저작권의 보호를 받는 콘텐츠를 온라인으로 공유한 개인들에게 수많은 경고장을 보냈다고 발표
 - 2010년 이후로 프랑스 저작권 소유자는 총 300만개의 프랑스 IP 주소를 확인했으며, Hadopi는 이 중 115만개의 IP에 1차 경고를, 10만 2,854개의 IP에 2차 경고를, 340개의 IP에 3차 경고를 통지
- ▶ 지금까지 프랑스는 인터넷으로 영화나 음악을 무단으로 다운로드 받거나 공유하는 개인들을 적발해 왔으며, 미국의 경우 ISP들이 저작권 침해자들을 대상으로 지속적인 경고 메시지를 발송하고 이를 받아들이지 않는 경우 인터넷 속도를 느리게 하거나 사이트 이용을 차단하는 등의 규제를 가하는 6 Strikes 정책을 도입할 예정
 - Hadopi는 2013년에만 총 110만 건의 경고장을 발송할 것으로 예상되며, 이는 2010년 10월 이래 지금까지 총 150만 장의 경고장을 발송한 것과 비교하면 엄청나게 급증할 것으로 관측
 - 프랑스 문화부 장관 Aurelie Filipetti가 지난 8월 저작권 관련 Hadopi의 새로운 정보 시스템 설계에 관해 "너무 많은 자금이 투입된 거 같다"고 지적한 이후 종전 2012년까지 총 1,100만 유로를 투자하기로 했던 것에서 2013년까지 800만 유로를 투자하기로 계획을 변경 중

*주 : HADOPI는 인터넷상의 권리 보호와 작품을 위한 고등기관으로 인터넷 상에서 창작의 보호와 보급을 지원하는 2009년 6월 12일 법(Loi no 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet)에 의해 창설된 독립 공공기관으로 2008년 6월 결성된 프랑스의 삼진 아웃제를 관장

**주 : 인터넷에서 영화, 음악 등의 콘텐츠를 불법 다운로드한 사실이 적발되면 1차 이메일 경고, 2차 서면 경고를 주거나, 세 번째 적발될 경우 최대 1년간 인터넷 접속을 차단, 최대 30만 유로(약 5억 원)의 벌금 혹은 2년의 징역을 부과하게 되는 법안

 torrentfreak.com

Activision Blizzard, 모바일 소셜게임 플랫폼 출시

글로벌 게임 퍼블리셔 Activision Blizzard가 자체 모바일 소셜게임 플랫폼 'Activate'를 공개. Activision Blizzard는 자사가 보유하고 있는 다수의 게임 IP를 이용해 'Activate'를 기반으로 한 다양한 모바일 소셜게임을 선보일 예정

■ Activision Blizzard, 모바일게임 플랫폼으로 모바일 소셜 게임시장 진출

- ▶ 2012년 10월 29일, Activision Blizzard는 2012년 11월에 iOS 버전으로 출시할 모바일 소셜게임 <Skylanders> 2종을 자체 모바일 소셜게임 플랫폼 'Activate'를 통해 공개할 것이라고 발표
 - Activate를 통해 출시될 모바일 소셜게임은 콘솔게임인 <Skylanders>의 게임 IP를 이용한 <Skylanders: Lost Island>와 <Skylanders: Battle Ground>로 2012년 연말 이르면 11월에 출시될 예정
 - 모바일 소셜게임 플랫폼 'Activate'는 개발자가 게임 친구 목록, 게임 기록을 볼 수 있는 리더보드, 초대 기능, 클라우드 스토리지 등을 제공하며 게임 이용자는 다수의 모바일 기기를 통해서 접속할 수 있음
 - Facebook 계정 로그인을 통해 Activision Blizzard가 지원하는 게임을 온라인 모드로 등록할 수 있음
- ▶ 'Activate'는 모바일 소셜게임 전용 플랫폼으로, 출시 후 글로벌 모바일 소셜게임 플랫폼인 GREE나 DeNA와 경쟁이 유력해 보임
 - 게임업계 전문가들은 "Activision Blizzard가 늦게 플랫폼 사업에 뛰어들었지만, 게임 IP 경쟁에서 경쟁사들보다 훨씬 우세한 위치에 있다"고 평가
 - 향후 Activision이 보유한 <Call of Duty> 및 Blizzard가 보유한 <Diablo>, <WarCraft>, <StarCraft> 등의 게임 IP를 이용한 모바일게임도 출시될 가능성이 있음

■ Activision Blizzard, 350개의 게임 IP로 모바일 게임시장 진출

- ▶ 지난 2012년 8월 9일, Activision Blizzard의 Greg Canessa 모바일 부사장은 자사의 게임 IP를 활용해 모바일 게임시장에 진출할 것임을 밝힘
 - Greg Canessa 부사장은 Gamespot 등 해외 매체 인터뷰를 통해 "우리는 ATARI의 다양한 게임을 가지고 있으며 350개의 서로 다른 브랜드와 IP를 보유하고 있다"라며 "이것은 우리의 강력한 무기"라고 주장

 www.develop-online.net

유럽 Bigpoint, 대규모 구조조정 감행

유럽 온라인게임 업체 Bigpoint가 최근 미국 San Francisco의 온라인게임 개발 스튜디오를 폐쇄하고 본사 직원까지 해고하는 대규모 구조조정을 한 것으로 드러나, 모바일 게임에 이어 온라인게임 사업까지 축소, 경영 효율화에 주력할 것으로 전망

■ Bigpoint, 모바일게임에 이어 온라인게임 개발 스튜디오 폐쇄로 경영 효율화 도모

- ▶ 독일 소재 유럽 게임업체 Bigpoint*가 최근 미국에서의 온라인 게임사업을 접으면서 San Francisco 스튜디오를 폐쇄하고 자사 직원의 1/3에 해당하는 120여명을 해고
 - 최근 Bigpoint는 San Francisco 스튜디오의 인력 40여명과 독일 Hamburg 본사 직원 중 주로 행정 업무를 담당하는 인력 80여명을 해고했으며, 이는 Bigpoint가 지난 7월 모바일사업을 접으면서 관련 인력 29명을 해고하고 개발 중이었던 모바일게임 다수를 중단시킨 지 불과 3개월 만에 발생
 - Bigpoint의 설립자이자 CEO인 Heiko Hubertz는 San Francisco에 게임 개발 및 포털 운영 전담 지사를 설립한 지 3년도 채 되지 않아 "미국에서 게임을 개발하는 전략이 비효율적이라고 판단해 이 같은 구조조정을 하게 됐다"고 밝히면서, "지난 2년 동안 개발한 게임들은 그다지 성공적이지 못했고 San Francisco와 그 주변지역인 Bay Area는 경쟁이 극심하며, 미국에서 뉴욕 다음으로 물가가 비싸다"고 토로
 - 한편 지난 2011년 4월에도 퇴임을 위해 공동 CEO로 Discovery Networks EMEA**의 전직 이사 Arthur Bastings를 취임시켰으나 업무승계에 실패했던 Heiko Hubertz CEO는, 이번 구조조정을 기점으로 개인사정으로 CEO 자리에서 물러나 올 연말부터 Bigpoint 이사회 회장으로 취임할 예정이며 Bigpoint의 차기 CEO는 아직 미정
 - 이번 구조조정과는 별개로 현재 개발 중인 Bigpoint의 온라인게임들은 개발이 계속될 예정

*주 : 2002년 독일 Hamburg에 설립되어 매해 급성장을 거듭해 2010년 매출액이 대략 2억 유로를 돌파했으며 2012년 2월 기준 회원 수 2억 5,000만 명 기록

**주 : 글로벌 미디어 기업 Discovery Networks International의 유럽 지사

 www.gamasutra.com

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 13 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (11. 4 ~ 11. 10)	독일 (11. 4 ~ 11. 10)	프랑스* (10. 28 ~ 11. 3)
1	Halo 4 (Xbox360, MS)	Halo 4 (Xbox360, MS)	Assassin's Creed 3: Bonus Edition (PlayStation3, Ubisoft)
2	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)
3	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	[PC] Farming Simulator 2013 (Astragon)	Need For Speed Most Wanted (PlayStation3, EA)
4	Football Manager 2013 (PC, Sega)	NeedForSpeedMostWantedLimitedEditions (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed 3: Freedom Edition (PlayStation3, Ubisoft)
5	FIFA 13 (Xbox360, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
6	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	
7	Need For Speed Most Wanted (PlayStation3, EA)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	
8	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	
9	Need For Speed Most Wanted (Xbox360, EA)	Football Manager 13 (PC, EA)	
10	Forza Horizon (Xbox360, MS)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	
순위	스웨덴 (11. 4 ~ 11. 10)	이탈리아 (10. 28 ~ 11. 3)	네덜란드 (11. 4 ~ 11. 10)
1	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
2	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	Halo 4 (Xbox360, MS)
3	Football Manager 2013 (PC, Sega)	Assassin's Creed 3 Collector's Edition (PlayStation3, Ubisoft)	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)
4	Assassin's Creed 3: Collector Editions (PlayStation3, Ubisoft)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)
5	Assassin's Creed 3: Collector Editions (Xbox360, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 Collector's Edition (Xbox360, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)
6	World of WarCraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	FIFA 13 (Wii, EA)
7	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)	Football Manager 2013 (PC, Sega)
8	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Inazuma Eleven Strikers (Wii, Nintendo)
9	NeedForSpeedMostWantedLimitedEditions (PlayStation3, EA)	NeedForSpeedMostWantedLimitedEditions (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
10	World of WarCraft Mists of Pandaria (PC, Activision Blizzard)	Pokemon Versione Nera 2 (DS, Nintendo)	Need For Speed Most Wanted (PlayStation3, EA)

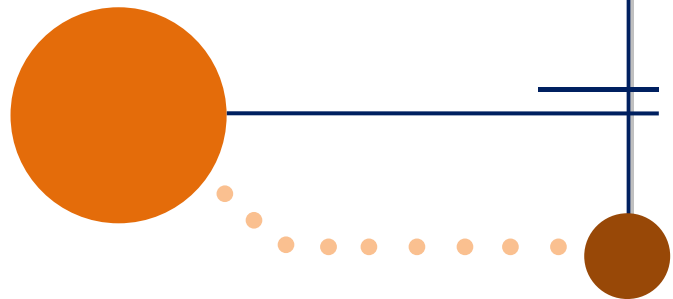
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 콜롬비아, 제3회 "Anigames Expo 2012" 개최
- 아르헨티나, 가격 비교 게임 <Angry Indec> 논란
- IT 포럼 "Colombia 3.0", 콜롬비아 게임 산업 청사진 제시
- LG 칠레, 스마트 TV용 게임 개발



콜롬비아, 제3회 "Anigames Expo 2012" 개최

콜롬비아의 수도 보고타에서 제3회 중남미 게임 엑스포 "Anigame Expo 2012"가 개최. 남미 지역 최대 게임 엑스포 중 하나인 "Anigames Expo 2012"에 국내외 게임 전문가들이 참석하여 중남미 지역 게임산업의 현황 분석 및 향후 전망을 제시

■ 중남미 게임행사 "Anigames Expo 2012", 콜롬비아 보고타에서 개최

- ▶ "Anigames Expo 2012"는 콜롬비아 최대 게임잡지 'Gamers On'이 주최한 중남미 지역 최대 게임 엑스포 중 하나로 10월 18~20일 콜롬비아의 수도 보고타에서 개최
 - "Anigames Expo 2012"에는 미국 백악관 교육 자문으로 게임 관련 국제 박람회 참시자이기도 한 Susan Gold를 비롯한 20여 명의 게임 산업계 전문가, 프로그래머, 엔지니어 등이 참석
 - 방문자 수는 7,500명을 기록하였고, 행사 기간 동안 다양한 대담, 쇼케이스, 게임 토너먼트 등이 진행
 - 특히 EA, Ubisoft, Activision Blizzard, Konami 등 중남미 게임시장에 진출했거나 준비 중인 업체들이 대거 참여
- ▶ "Anigams Expo 2012"는 콜롬비아 교육부 산하 국가직업교육서비스(Servicio Nacional de Aprendizaje)*의 지원을 받아 개최되었으며, 콜롬비아와 남미 지역의 게임 산업 성장 촉진을 목표로 하고 있음

*주 : 국가 직업 교육 서비스(SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje)는 1957년 콜롬비아 기업가들, 종교계 지도자 들 및 국제 노동기구의 협력으로 설립. 콜롬비아 사회복지부(Ministerio de la Protección Social de la República de Colombia) 산하 기구. 콜롬비아 노동자들의 사회 기술 교육 및 이를 위한 투자 정책 제안 및 수립을 주 업무로 하고 있음

 www.AP.com

그림 15 중남미 지역의 게임 엑스포 "Anigames Expo 2012" 로고



[출처] Anigames Expo 홈페이지(2012)

아르헨티나, 가격 비교 게임 <Angry Indec> 논란

아르헨티나 통계청의 인플레이션 지수를 기반으로 한 가격 비교 게임 <Angry Indec> 이 출시된 후 아르헨티나 국민들의 분노가 극에 달함. 아르헨티나 국민들은 <Angry Indec>에 나온 지수가 현실과 첨예하게 달라 통계청 인플레이션 지수에 의문을 제기

■ 통계청의 인플레이션 지수를 기반으로 한 가격 비교게임 <Angry Indec>

- ▶ 아르헨티나 국립기술대학 교수와 시스템 엔지니어링 학부의 학생 6명이 아르헨티나 통계청(Indec) 자료를 기반으로 소비자들이 측정한 해당 지역 인플레이션 정도를 알 수 있는 게임 <Angry Indec>을 공동 개발
 - <Angry Indec>의 최초 아이디어는 2012년 8월 부에노스 아이레스에서 개최된 IT 전문가 모임에서 비롯된 것으로, 한 기자가 게임의 형식으로 "총체적인 물가 지도"를 만들어 통계청 자료와 비교해보자는 데에서 시작
 - 게임의 원리는 물건 8개 중 하나를 선택할 때마다 일반 시중가를 기준으로 한 가격이 더해지며 막대 그래프가 올라가며, 쇼핑이 끝나면 물건들 사이에서 더해진 가격이 총 가격에서 차지하는 비율에 따른 길이가 표시되고, 통계청에서 발표한 인플레이션 지수가 가격의 기준치로 동시에 화면에 뜨게 됨
 - 게임을 이용하기 위해서는 게이머가 Twitter나 Facebook의 유효 계정을 보유하고 있어야 함
 - 세계적인 게임인 <Angry Birds>에서 작명의 모티브를 딴 <Angry Indec>은 한 달 전부터 무료로 공식 사이트 (<http://angryindec.appspot.com>)를 통해 배포되고 있으며 이미 1,200명의 이용자를 확보
- ▶ 게임 개발자인 Viera 교수는 <Angry Indec>은 즐기기 위한 것으로, 절대로 소비자의 분노를 유발하기 위한 목적이 아니라고 강조
 - 하지만, 게임 후 실제 물가와 통계청 기반의 인플레이션 지수와의 격차가 큰 결과를 보고 분노하는 소비자들도 일부 발생하고 있음
- ▶ 한편, 통계청 인플레이션 지수는 2007년 통계청이 인플레이션 지수 측정 방법을 바꾼 이후 경제 전문가 및 컨설턴트 등에 의해 그 신빙성을 계속 의심
 - 일례로, 통계청은 아르헨티나의 2012년 9월 소비자 물가는 전월대비 0.9퍼센트 상승, 전년동기 대비로는 10% 상승했다고 발표한 반면, 야당은 민간 시장조사기관의 자료를 바탕으로 2012년 9월 아르헨티나의 평균 인플레이션 지수는 1.93으로, 전년 동기 대비 24.3% 상승했다고 발표

그림 16 아르헨티나 통계청 자료를 기반으로 한 가격 비교 게임 <Angry Indec>



[출처] angryindec 홈페이지(2012)

IT 포럼 "Colombia 3.0", 콜롬비아 게임 산업 청사진 제시

10월 24~27일 4일간 콜롬비아 정보통신기술부의 주최로 게임산업, 애니메이션, 모바일 애플리케이션 등 핵심 디지털 콘텐츠 산업 진흥을 주제로 하는 포럼인 "Colombia 3.0"이 개최

■ "Colombia 3.0", 콜롬비아 정보통신기술부가 주도하는 디지털 콜롬비아의 청사진

- ▶ 콜롬비아 정보통신기술부가 주최하는 "Colombia 3.0"은 소프트웨어, 3D, 애니메이션, 게임, 모바일 앱 개발 등 디지털 콘텐츠 산업 진흥을 목표로 하고 있으며, 이들 산업의 진작, 수익 창출, 재정적 지원 및 국제화에 초점을 맞추고 있음
 - 게임 부문을 다룬 'Conference Game Zone'에서 게임 개발자들은 가용성(usability), 사용자 경험, SW 개발, 프로세스, 선진 디자인 시스템, 비즈니스 모델, 결제 수단, SNS 메트릭스, HTML5 기반 기술 개발 등에 관한 장시간 토론을 진행하였으며, 콜롬비아 게임산업 현황 분석 및 전망도 제시
 - 모바일 콘텐츠 부문을 다룬 'Mobile Monday Colombia'에서는 모바일 콘텐츠 개발 및 수익 창출(monetization) 방식에 대한 다양한 비즈니스 대담 및 테크니컬 세션이 진행되었고, 모바일게임, 모바일광고, 마케팅, 모바일 SNS 등의 주제 또한 심도있게 다뤄짐
 - 추가 활동으로는 모바일 산업계 전문가들 및 개발자들이 앱 관련 신기술 동향을 알려주고 기존의 문제를 해결할 수 있는 세미나인 AppCircus가 개최되었으며, 여기에서는 콜롬비아에서 개발된 가장 뛰어난 앱에 대한 시상식이 이루어짐
 - "Colombia 3.0"에는 실리콘밸리의 기업 혁신 프로그램 디렉터 Burton Lee 등 국내외 전문가들이 대거 참여
- ▶ 콜롬비아 정보통신기술부의 Diego Molano Vega 장관은 "'Colombia 3.0'은 콜롬비아 정부가 추진하는 디지털 콘텐츠 정책의 일부로 이 포럼의 목적은 콜롬비아가 해외의 해당 분야 기업들에게 투자 할만한 가치가 있고 그들의 프로젝트를 실현할만한 한 나라라고 여기게 하는 것"이라고 강조

 www.larepublica.com.co

LG 칠레, 스마트 TV용 게임 개발

LG 칠레 법인이 민관학계의 합작으로 2011년 설립해 운영해오던 "Corporative Technological Incubator"를 통해 스마트 TV용 게임 개발 자금을 골자로 하는 "Smart App Incubator Project"를 시작

■ LG 칠레, 민관학계와의 협력으로 스마트 TV용 게임 개발에 본격 착수

- ▶ LG 칠레 법인은 SOFOFA*(칠레 2,500여 기업의 비영리 조직)와 3IE Institute(산타마리아 주립대학 산하 비즈니스 인큐베이터)의 지원으로 2011년 칠레 최초의 'Corporative Technological Incubator' 설립
 - 설립 목적은 스마트 플랫폼 기반 콘텐츠 생산과 이를 통한 스마트 TV용 앱 개발 능력 함양
 - LG는 'Corporative Technological Incubator'를 통해 'Smart App Incubator Project'를 시작했고, 이 프로젝트의 최초 버전에서 3개의 앱을 개발했고, 두번째 버전에서는 스마트 TV용 게임 개발에 초점을 맞출 계획
- ▶ 개발 응모는 10월 17일~11월 5일까지며, 스마트 TV용 게임 개발에 관심있는 개인이나 회사이면 아무 제약없이 참여 가능
 - 당첨자는 칠레 LG 법인 공식 사이트(www.lgsmart.cl)에 스마트 TV용 게임 개발 컨테스트에 대한 제반 사항 공고와 함께 공개될 예정
 - 사이트에 올라온 모든 아이디어들 및 프로젝트들 중 총 20개가 선정되며, 선정된 20개의 팀(개인/회사)는 자신이 개발한 게임에 대한 아이디어를 발표할 수 있는 자리에 초대될 예정
 - 이벤트는 11월 17~18일 양일간 산타마리아 주립대학 산티아고 캠퍼스에서 진행될 것이며, 수상금은 1등 1만 5,000달러, 2등 1만 달러, 3등은 7,000달러

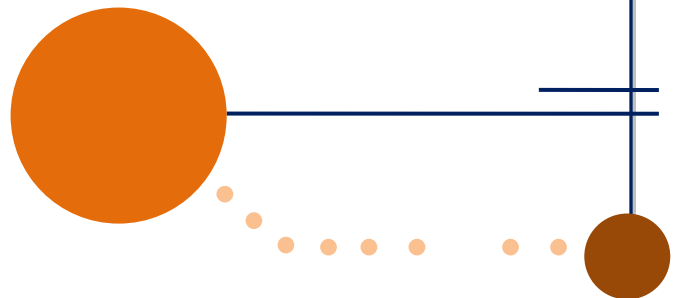
*주 : SOFOFA(Sociedad de Fomento Fabril)은 칠레 산업 발전 및 경제 성장을 도모하는 기업들의 비영리 조직으로, 칠레 내 2,500개의 기업, 39개의 산업 부문별 연합 및 칠레 8개 주의 지역 산업 길드로 구성되어 있으며, SOFOFA 회원의 산업 활동은 칠레 국내 산업의 100%, 칠레 국내총생산(PIB)의 30%를 차지. 이들의 주 업무는 국내외 투자 진흥, 평생 직업교육, 고용 창출, 시장 개방, 자유 무역, 대외 무역 등에 대한 민간 및 공공 정책 제안 및 추진등으로 다양

 www.publimetro.cl



국내 게임시장 동향

- 국내 온라인게임, 모바일게임으로 재탄생
- 모바일 메신저, 모바일게임으로 수익 창출
- 모바일게임, 1인 개발자 시대 예고
- 국내 게임업체, e러닝 사업 진출 러쉬
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



온라인게임 IP, 모바일게임으로 재탄생

최근 국내 온라인 게임업체들이 모바일게임으로 사업을 확장하면서, 기존 온라인게임 IP를 이용한 모바일게임을 출시. 이와 같은 현상이 발생하는 이유는 인지도 높은 온라인게임 IP가 노출도면에서 유리할 뿐만 아니라, 비용 관리 측면에서도 저렴하기 때문

■ 국내 온라인 게임업체, 온라인게임 IP로 모바일 게임시장 공략

- ▶ 웹젠, 액토즈소프트, 라이브플렉스 등 주요 온라인 게임업체들은 자사의 유명 온라인게임 IP를 이용한 모바일 게임사업 전략을 발표
 - 웹젠은 대표작 <무온라인>을 모바일게임으로 출시할 계획이며 <아크로드>, <C9>, <R2> 등의 IP를 활용한 모바일게임 개발을 검토
 - 액토즈소프트 역시 자사 게임 <라테일>을 활용한 모바일 소셜게임을 준비 중에 있으며, 계열사 아이덴티티게임즈의 성공작 <드래곤네스트>를 스마트폰에 맞게 재구성해 출시할 예정
 - 라이브플렉스도 최근 2011년 여름 출시해 인기를 모은 성인용 MMORPG <퀸스블레이드>를 활용한 2종의 모바일게임을 선보일 계획
- ▶ 이외에도 소프트맥스가 <창세기전> 시리즈를 활용한 모바일게임을 구상 중에 있으며, 드래곤플라이도 <스페셜포스2>를 모바일게임으로 선보일 예정

■ 온라인게임 IP를 이용한 모바일게임, 노출도면에서 유리

- ▶ 국내 온라인 게임업체들이 온라인게임 IP를 활용한 모바일게임을 선보이려는 것은 경쟁이 치열한 스마트폰 시장에서 유명 IP를 활용한 게임들이 갖는 이점 때문
 - 스마트폰 시장은 하루에도 수백종의 게임이 새롭게 출시될 정도로 경쟁이 심한 탓에 사용자들의 눈도장을 찍는 게임들의 숫자는 많지 않음
 - 그러나, 유명 온라인게임 IP를 활용할 경우 기존에 쌓은 인지도로 인해 노출도면에서 유리하며, 게이머 입장에서 도 동일한 형태의 게임일지라도 익숙한 온라인게임 IP에 눈길이 더 가기 마련
- ▶ 실제로 유명 IP를 활용한 모바일게임은 스마트폰 시장에서도 성과를 올리고 있는 상황
 - 넥슨의 스마트폰 레이싱게임 <카트라이더 러쉬>는 전세계적으로 1,000만 다운로드를 기록 할 정도로 인기를 끌었고 후속작 <카트라이더 러쉬 플러스>도 좋은 반응을 얻고 있음

국내 게임업체, e러닝 사업 진출 러쉬

게임기업의 종합적 사이버 콘텐츠 제작 기술이 교육 콘텐츠를 만드는데 적합해 국내 게임업체들의 e러닝 사업 진출이 적극적으로 나타남. 향후 전국 모든 교과서가 '디지털 교과서'로 개발될 것이라는 전망에 게임업계와 교육업계의 제휴는 더욱 많아질 전망

■ 국내 게임업체, 교육업체와 제휴를 맺어 교육사업 진출

- ▶ 드래곤플라이는 미국 최대 교육 출판그룹 맥그로힐 에듀케이션과 디지털 콘텐츠 제작과 관련된 계약을 체결
 - 이번 계약으로 드래곤플라이는 맥그로힐 에듀케이션의 초등학교 읽기 교과서 '리드21(LEAD21)'를 주력으로 개발하게 되었으며, 이번 콘텐츠 계약으로 해외 30여 개국에 대한 교육 콘텐츠의 온라인 판권도 함께 획득
 - 드래곤플라이는 판권을 통해 교과서 뿐만 아니라 스마트폰을 통해 AR북, E-북, 모바일 앱 등을 제작해 추가 수익을 확보하고, 글로벌 디지털 콘텐츠를 전세계 교육 시장에 출시하는 교두보로 삼는다는 계획
 - 드래곤플라이는 2년 전부터 자체 교육 콘텐츠 사업팀을 신설해 교육 전문성을 확보해 왔으며, 이번 계약으로 자사 내의 게임개발 전문 인력과 교육 콘텐츠 사업팀을 결합시켜 시너지 효과를 극대화

- ▶ 엔씨소프트는 교육 전문업체 청담러닝과 함께 공동으로 디지털 콘텐츠를 개발해 지난 9월에 체험형 인터랙티브 러닝센터 '클루빌'을 런칭
 - 클루빌은 3D로 구성된 공간에서의 인터랙티브한 학습을 통해 가상 영어세계 경험을 체험하게 해주는 서비스로 영어 의사소통능력을 향상시키고 표현력을 키워주는 초등학교 대상의 교육 센터
 - 클루빌의 학습 프로그램인 '호두잉글리시'는 엔씨소프트와 청담러닝이 4년간 공동 개발한 것으로 상용화를 시작
 - 클루빌은 서울 송파, 경기 고양, 부산 동래점이 오픈되었으며, 2012년까지 70개의 지점으로, 2014년까지 전국 500여 개 지점으로 확대할 예정
 - 또 엔씨소프트는 지난 해 유엔세계식량계획(WFP)의 협업을 통해 웹게임 <프리라이스>로 교육 산업에 진출

- ▶ 또한, 국내 온라인 게임업체 '게이밍'은 <playing>이라는 영어교육 전문 MMORPG를 개발하는 등 업계에서는 쉽게 교육과 게임의 협력체제를 찾을 수 있음
 - e러닝 시대가 훌쩍 다가옴에 따라 앞으로도 교육과 게임업체의 전방위 협력은 시대적 이슈로 자리잡을 전망

모바일 메신저, 모바일게임으로 수익 창출

국내 모바일 메신저 업체들은 모바일 게임시장의 주도권을 선점하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있음. 국내 모바일 메신저 업체들이 모바일게임에 주목하는 이유는 가입자와 수익성을 동시에 얻는 일거양득(一舉兩得)의 효과를 얻을 수 있기 때문

■ '카카오톡', 모바일게임으로 첫 흑자 기록

- ▶ 2010년 3월에 서비스를 시작한 '카카오톡'은 2012년 7월 모바일게임 서비스를 개시한지 두 달만에 월 매출 기준으로 첫 흑자를 기록
 - 카카오톡은 그동안 '국민 메신저'로 불리며 폭발적인 성장세를 기록해왔지만 가파르게 증가하는 가입자 규모와는 달리 실적에서는 부진을 면치 못함
 - 2009년과 2010년에 각각 17억 원과 40억 원의 적자를 기록, 2011년에도 매출 18억 원에 152억 원의 적자를 기록
 - 그러나 2011년부터 도입한 기업 광고 '플러스 친구'와 '이모티콘' 판매로 수익이 조금씩 나기 시작하다가, 2012년 7월 오픈한 '카카오톡'의 게임플랫폼 '게임하기'가 큰 성공을 거두면서 손익분기점을 넘어섬
 - 카카오는 정확한 흑자 규모는 공개하지 않고 "수익원 수준"이라고만 밝혔지만, 카카오는 지난 25일 흑자 전환 기념으로 전 직원에게 특별 보너스를 지급
 - 2012년 10월 29일 기준 카카오톡은 Google Play와 Apple AppStore에서 각각 21개와 11개의 모바일게임을 제공
 - 카카오는 게임 매출의 20%가량을 게임업체로부터 받지만, 입점비는 따로 받지 않고 있음

■ NHN과 다음, 모바일 메신저에 모바일게임 서비스 추가

- ▶ NHN은 모바일 메신저 '라인'에 캐주얼게임을 비롯한 10여종의 모바일게임 신작을 출시할 예정
 - 2012년 10월 기준 '라인' 가입자가 7,000만 명에 달하는 데다 연내에는 1억 명 까지도 예상하고 있어 파급력이 상당할 것으로 전망
- ▶ 다음커뮤니케이션도 2012년 10월 25일 모바일 메신저 '마이피플'에 모바일게임 서비스 '다음 모바게'를 개설하고 모바일 게임시장을 공략
 - 다음은 <삼국지 퀘스트>, <파이널 판타지 에어본 브리게이드> 등 9종의 게임을 먼저 출시했으며, 연내에는 기존 PC게임을 포함해 100여종의 게임을 선보인다는 계획

■ 모바일 메신저와 모바일게임의 만남, 선순환 효과 발생

- ▶ 모바일 메신저 업체가 모바일게임에 주목하는 이유는 가입자와 수익성이라는 '두 마리 토끼'를 잡을 수 있기 때문
 - 특정 게임이 인기를 모으면 해당 모바일 메신저를 이용하는 가입자가 늘어나고 수익성도 덩달아 높아지는 이른바 선순환 효과 발생
 - 이 때문에 기존에는 모바일 메신저 업체가 적극적으로 게임업체에 구매를 보냈지만, 최근에는 게임 개발사가 직접 모바일 메신저 업체를 상대로 게임 공급에 나서고 있음
 - 컴투스가 '카카오톡'에 모바일 소셜게임 <더비 데이즈>를 공급했고, 게임빌이 NHN재팬과 업무협력을 체결

그림 17 국내 모바일 메신저 서비스 '카카오톡(좌)', '마이피플(중)', '라인(우)' 초기 화면



[출처] Newsmon 홈페이지(2012)

모바일게임, 1인 개발자 시대 예고

최근 1인 개발자가 개발한 모바일 게임이 성공을 거두자, '나홀로' 회사를 설립하려는 개발자들이 늘어나고 있음. 1인 개발이 가능한 이유는 모바일게임이라는 특수성 때문이며, 스마트폰 시장이 본격적으로 커지면서 1인 개발 성공 가능성이 높아지고 있음

■ 모바일게임, 온라인게임과 달리 1인 개발 성공 가능성이 높음

- ▶ 모바일게임은 온라인게임에 비해 개발력은 물론 자본력 마케팅력 등이 현저하게 낮으며, 본인이 프로그래머일 경우, 혼자서도 충분히 감당해 낼 수 있을 정도의 자본금만 있으면 게임 개발이 가능하다는 특징이 있음
 - 모바일게임의 경우 그래픽이나 음향 등은 외주작업으로 처리하고 프로그램을 직접 만들면 게임 하나를 출시하는데 6개월 정도 소요
- ▶ 또한 온라인게임에 비해 서비스할 수 있는 공간이 많다는 특징도 있음
 - 모바일게임은 오픈마켓을 비롯해 퍼블리셔 업체들이 존재해 게임을 서비스하는데 큰 부담감이 적으며, 마케팅비가 온라인게임에 비해 거의 소요되지 않음
- ▶ 스마트폰 중심의 모바일 게임시장이 본격 열리면서 1인 개발자들이 출시한 게임들의 성공 확률도 점차 높아지고 있음
 - 일일 매출 20억원을 넘어서 '카카오톡'의 <드래곤플라이트>를 비롯해 최근 NHN과 퍼블리싱 계약을 체결한 <언데드 슬레이어>와 일본서 선풍적인 인기를 끌고 있는 <당신이 잠든 사이> 등이 모두 1인 개발자가 만든 작품

■ 1인 개발자, 철저한 시장조사와 게이머 트렌드 파악이 성공 요소

- ▶ 한편, 모바일게임 개발을 위해 '나홀로'개발사가 되려는 개발자가 늘어나면서 우려도 존재
 - 게임 전문가들에 따르면, 갑작스럽게 1인 개발사를 시작할 경우 어려움을 겪을 수 있기 때문에 철저한 준비를 거친 후 게임을 개발해야 함
 - 모바일 게임시장은 비록 기회가 많아지기는 하지만 그만큼 성공 기회도 줄어들 수 밖에 없으며, 온라인게임을 성공시키는 것보다 더 어려워질 수도 있음
 - 1인 개발자는 어떠한 게임을 개발할지 소요기간과 비용 등을 충분히 고려해야 할 뿐 아니라, 시장 트렌드를 꾸준히 읽고 철저히 대비

통계 국내 온라인게임 순위

표 14 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (11. 12)	게임메카 (11. 7 ~ 11. 13)	인벤 (11. 5 ~ 11. 11)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
3	피파온라인	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
4	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
5	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
6	아이온 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)	리니지 (NC소프트)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
8	리니지 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
10	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	카트라이더2.0 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
순위	게임노트 (11. 5 ~ 11. 11)	게임조선 (11. 5 ~ 11. 11)	게임리포트 (11. 12)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)	디아블로3 (블리자드코리아)
5	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	리니지 (NC소프트)
7	사이퍼즈온라인 (네오플)	아이온 (NC소프트)	스타크래프트 (블리자드코리아)
8	아이온 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
9	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	워크래프트3 (블리자드코리아)
10	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	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. 11. 13 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	2013프로야구Plus (게임빌)	핑거샷RPG (디지털프로그램)	하얀섬3 (CJ E&M)	드래곤나이트4 (피엔제이)	메이플스토리LiePenium (넥슨)	셀레스티얼리그 (엠엔엠게임즈)
2	와일드블러드 (Gameloft)	K리그2012슈퍼사커 (게임빌)	팔라독 (리얼네트웍스) (리얼네트웍스)	퀸스크라운2 (컴투스)	트리오브어비스 (케이넷피)	길드배틀 (제이더블유소프트)
3	세피라 (인프라웨어게임즈)	드래곤나이트4 (피엔제이)	메이플스토리LiePenium (넥슨)	좀비거너 (게임빌)	부루마블2013 (엠엔엠게임즈)	트리오브어비스 (케이넷피)
4	파이널판타지 (액토즈소프트)	앵글리버드스타워즈 (Rovio)	오던앤카오스 (Gameloft)	트리오브어비스 (케이넷피)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	티슈볼 (데브워커스)
5	위자드디펜스 (디지털프로그램)	크레이지아케이드 (넥슨)	부루마블2013 (엠엔엠게임즈)	셀레스티얼리그 (엠엔엠게임즈)	팔라독 (리얼네트웍스) (리얼네트웍스)	모울하트 (게임빌)
6	하얀섬3 (CJ E&M)	리얼피싱3D (피엔제이)	Fruit Ninja (스트라스타)	문명의시작더팜월드 (CJ E&M)	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	All New 방탈출 (게임데이)
7	메이플스토리LiePenium (넥슨)	피망 빅토리워즈 (네오위즈인터넷)	사이터스 (appz11)	일지매영웅전기3Plus (엠티데이터)	이노티아4 plus (컴투스)	피망 빅토리워즈 (네오위즈인터넷)
8	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	길드배틀 (제이더블유소프트)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	구미호맛고 (모바일엔터테인먼트)	스펙트럴소울즈 (조이모아)	삼국군영전 (라이브플렉스)
9	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	바이킹아일랜드 (위메이드)	Justice League DC 슈퍼히어로 (CJ E&M)	피싱마스터 (게임빌)	좀비스쿨2 (게임뮤지엄)	OL 스트립맛고 (Twom01)
10	무한의탐정 (크리에이티브팩토리)	구미호맛고 (모바일엔터테인먼트)	트리오브어비스 (케이넷피)	신틀링그림찾기2012 (모비릭스)	제노니아4 plus (게임빌)	로빈슨 (옴니텔)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	Angry Birds Star Wars (Rovio)	드래곤플라이트 (NextFloor)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	퀴즈킹for카카오 (블루윈드)
2	Roads of Rome 2 (Realore)	오목팡 (L.A.P. Tech)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	드래곤플라이트for카카오 (NextFloor)
3	피파12 (EA코리아)	몬스터워로드 (게임빌)	Need for Speed Most Wanted (EA)	애니팡for카카오 (선데이토즈)
4	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	카드캡처삼국지 (엔타즈)	스펙트럴소울즈 (조이모아)	바운스볼 (Raon Games)
5	Plague Inc. (Ndemic Creations)	1945-Air combat II (Guilin Chen)	Where's My Perry (Disney)	Angry Birds Star Wars (Rovio)
6	iSniper 3D Arctic Warfare	캔디팡for카카오 (위메이드)	팔라독 (Fazecat)	캔디팡for카카오 (위메이드)
7	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	아이러브커피for카카오 (파티스튜디오)	위닝일레븐2012 (조이모아)	완벽한피아노 (Revontulet)
8	Bad Piggies (Rovio)	한게임골든글러브 (한게임)	와일드블러드 (Gameloft)	아이러브커피for카카오 (파티스튜디오)
9	Knights of Pen&Paper (Behold Studios)	Justice League DC 슈퍼히어로 (CJ E&M)	피파12 (EA코리아)	매치스틱맨 감옥탈출 (Letsplay)
10	인피니티블레이드2 (Chair Entertainment)	블리2for카카오 (넥스트앱스)	메이플스토리LiePenium (넥슨)	내카리빙그림찾기 (어썬피스)

*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 11월 16일
- ▶ 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.