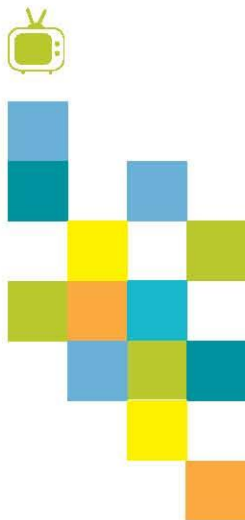
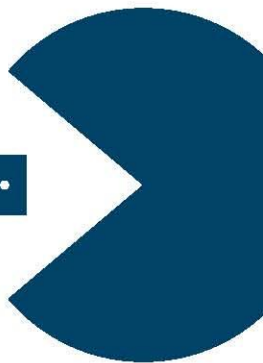
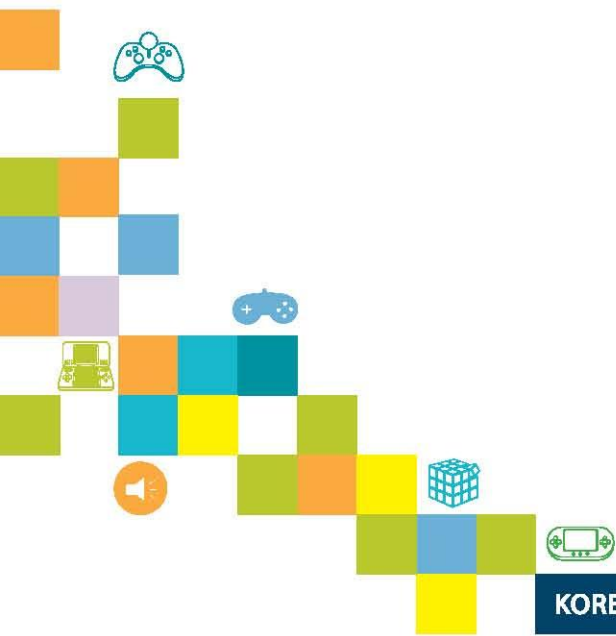
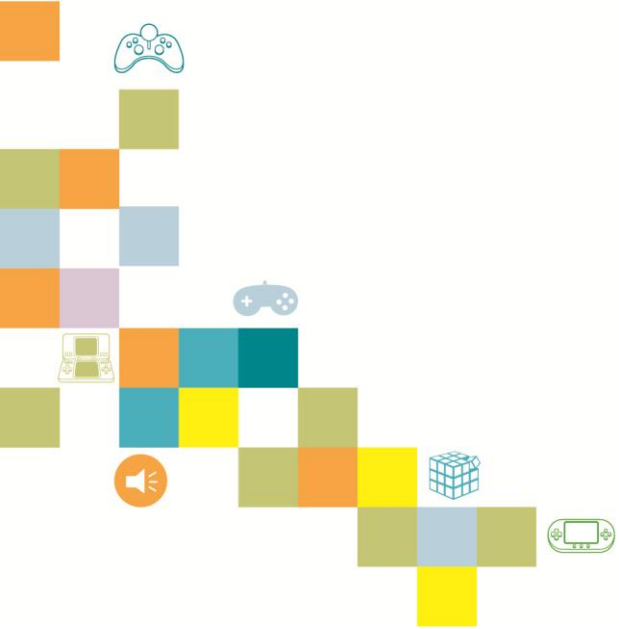


글로벌 게임산업 트렌드

2012년 11월 제2호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY





2012년 11월 제2호

2012. 11. 30

CONTENTS

1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 모바일게임을 활용한 박물관 등장
- 게임업계 새로운 트렌드, 원격 개발 스튜디오
- 모바일 게임업계, 수익 극대화 방안 필요
- 소셜·모바일게임에서 여성 게이머 공략 중요성 부각
- F2P 게임 열풍으로 수익 솔루션관련 업체 등장
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

2. 북미 게임시장 동향..... 12

- 미국 게임시장, 2016년까지 221억 달러 규모로 성장
- EA 게임전략, 디지털과 멀티플랫폼으로 승부
- 인디게임 양성소 'Execution Labs', 캐나다에 설립
- Disney, 'Star Wars' 모바일·소셜게임 개발
- Amazon, 모바일 게임시장 진입
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위

3. 아시아 게임시장 동향..... 22

중국 게임시장 동향..... 23

- 문화산업 정책지원에 힘입어 웹게임 시대 도래
- 중국 모바일게임, 높은 성장세에도 내실은 부족
- 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 현황
- Changyou, 2012년 3분기 매출 1억 6,580만 달러 달성
- Sony PlayStation3, 중국시장 진출 임박
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

일본 게임시장 동향..... 32

- 일본 후쿠오카市, 글로벌 게임산업 도시 육성 추진
- 일본 소셜게이머, 연령과 성향간 연관성 확인
- Nintendo 3DS, 최근 1년 간 견고한 성장세 과시
- GREE, Yahoo! Japan과 파트너십 체결
- DeNA, 모바일 소셜게임 업체 Cygames 지분 인수
- **통 계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통 계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

기타 게임시장 동향..... 42

- 게임, 학습능률 높이는 효과 발휘
- 인도네시아 불법 복제게임, AppStore에서 유통
- Tencent, 인도네시아 미디어기업과 제휴

5. 유럽 게임시장 동향..... 46

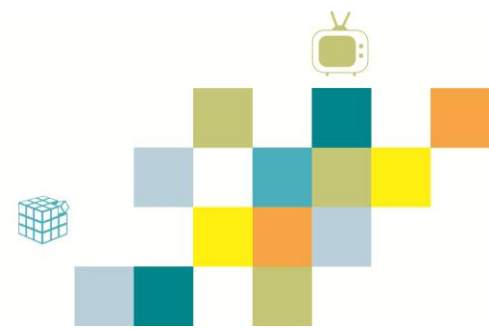
- 게임, 알츠하이머 환자 치료 활용 가능성 제기
- 영국 F2P 게임시장, 2016년 2억 6,600만 파운드로 성장
- Activision Blizzard 2012년 3분기 실적 '양호'
- Ubisoft, 차세대 콘솔게임 개발 향한 행보
- 독일 게임업체 Crytek, 향후 모든 게임은 F2P로 출시
- **통 계** 유럽 게임 SW 판매 순위

6. 중남미 게임시장 동향..... 54

- 성장세를 거듭하는 브라질 소셜 게임시장
- 멕시코, 스마트폰이 모바일 게임시장 견인
- 칠레, 미성년자 게임 판매 제재법 논의 시작
- 해외로 빠져나가는 베네수엘라의 게임 개발자

7. 국내 게임시장 동향..... 59

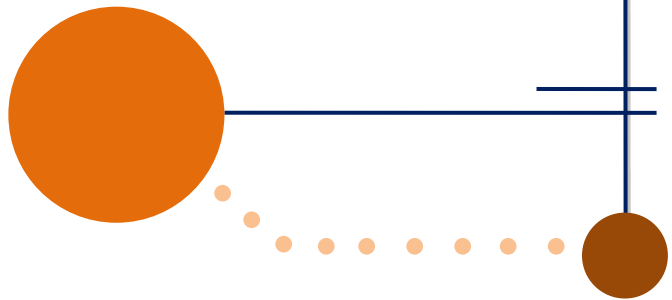
- 기능성게임, 게임산업 발전을 주도할 새로운 영역
- 해외 게임업체, 국내 시장 공략을 위해 한글화 선택
- Tencent, 한국에서 글로벌 퍼블리싱 세미나 개최
- 넥슨, 제주도에 테마파크 설립 추진
- **통 계** 국내 온라인게임 순위
- **통 계** 국내 모바일게임 순위





글로벌 게임시장 동향

- 모바일게임을 활용한 박물관 등장
- 게임업계 새로운 트렌드, 원격 개발 스튜디오
- 모바일 게임업계, 수익 극대화 방안 필요
- 소셜·모바일게임에서 여성 게이머 공략 중요성 부각
- F2P 게임 열풍으로 수익 솔루션관련 업체 등장
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



모바일게임을 활용한 박물관 등장

최근 미국의 유명 미술관 및 박물관에서 모바일게임을 활용한 다양한 교육 프로그램을 제공해 청소년 및 가족 관람객들의 호응을 얻음. 디지털에 익숙한 젊은 층을 포용하기 위한 모바일게임 활용 사례는 더욱 증가할 전망

■ 가상현실 기반 박물관 교육 프로그램 및 미술 관람을 돕는 스마트폰 게임 인기몰이

- ▶ 미국 자연사 박물관(American Museum of Natural History)에서는 매년 여름 노트북, 스마트폰 등을 활용하는 11~14세 대상 교육 프로그램 'Virtual World Institute: Cretaceous Seas'를 비롯한 다양한 디지털 미디어 프로젝트를 진행
 - 백악기 해양에 대해 학습하는 'Cretaceous Seas' 프로젝트는 학생들이 New Jersey주의 Big Brook에 가서 직접 발견한 화석을 가져와 가상현실 기술로 구현된 선사시대 세팅에서 고대 생물들을 재현시킴으로써, 해양 세계 역사를 생생하게 체험할 수 있도록 해 큰 인기를 끌고 있음
 - 미국 자연사 박물관의 Nathan Bellomy 청소년 이니셔티브 코디네이터는 "디지털 기술을 적극 활용함으로써 수 년 전에는 불가능했던 다양한 프로그램들이 탄생했다"고 언급
- ▶ 미국 LA 소재 게티 미술관(The J. Paul Getty Museum) 및 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum of Art)도 가족과 학생들의 관람을 돕는 혁신적인 솔루션을 적극 모색 중
 - 게티 미술관은 게임 내 악당이 박물관을 파괴해 훼손된 그림들을 게이머가 원본과 비교해 차이점을 찾아내는 모바일게임 <Switch>를 제공함으로써, 작품에 대한 청소년들의 이해를 돕고 있음
 - 게티 미술관의 가족 관람객 교육을 맡고 있는 Rebecca Edwards는 "모바일게임은 개발 비용이 결코 적지 않지만 투어 가이드 등 인력 동원을 줄이고 홍보용 종이 브로슈어를 대신해 관람객에게 방대한 박물관 정보를 보다 효율적으로 제공할 수 있다는 장점이 있다"고 강조
 - 메트로폴리탄 미술관의 경우, 모바일게임 <Murder at the Met>을 통해 전시 작품에 대한 흥미를 유발하고 있으며, 게임을 이용한 학생들은 실제로 관련 작품을 심도 있게 관찰하고 있는 것으로 나타나는 등 게임이 관람 경험을 극대화하는데 기여하는 것으로 확인

■ 실제 체험과 가상의 체험을 섞는 적절한 수준의 디지털 기술 활용이 관건

- ▶ 일각에서는 젊은 층의 과도한 스마트폰 사용이 질 높은 미술 관람에 방해가 된다는 우려도 제기되고 있으며, 이에 대해 필라델피아 미술관(Philadelphia Museum of Art)은 체험형 전시회를 중점적으로 기

획하는 등 관람객의 참여도를 높이는 방식을 도입

- 필라델피아 미술관은 2013년 여름에 가족 관람객을 위한 5개의 전시회를 동시에 개최할 예정이며, Jerry Pinkney, Candy Depew 등 유명 아티스트의 주도하에 인터랙티브 수채화 프로젝트 등을 진행할 계획
- 필라델피아 미술관의 가족 관람객 및 커뮤니티 교육을 담당하는 Emily Schreiner 큐레이터는 "아이들이 (관람 중) iPhone을 쓰는 것을 좋아하지 않는 학부모도 많아 디지털 기술 활용은 논란의 여지가 있다"며, "궁극적으로 바라는 것은 관람객들이 작품을 시간을 들여 주의 깊게 관찰하고 가족과 함께 유익한 시간을 보내는 것"이라고 설명

 www.nytimes.com

그림 1 매트ropolitan 미술관에서 제공하고 있는 모바일게임 <Murder at the Met>



[출처] 메트로폴리탄 미술관 홈페이지(2012)

게임업계 새로운 트렌드, 원격 개발 스튜디오

게임업체 Game Bakers의 공동 창립자인 Emeric Thoa가 독자적인 원격 게임 개발 스튜디오 전략에 대한 노하우를 공개. Game Bakers는 <Squids> 시리즈 개발 당시 세계 각지에 흩어져 있는 개발자 19명 간의 원격 개발 체제를 갖춘 것으로 유명

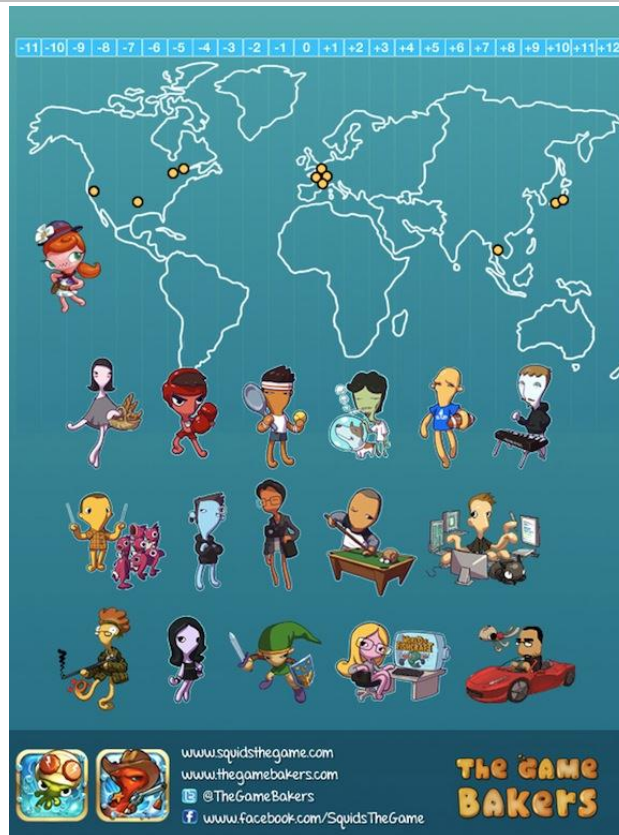
■ 원격 개발 스튜디오, 커뮤니케이션과 업무 효율성에 초점

- ▶ 소수 인원으로 작지만 콘솔게임급의 수준을 갖춘 게임 개발을 위해, 같은 사무실이나 개발 공간을 사용하지 않고 서로 다른 도시나 다른 나라에 있는 개발자들이 협력 체제를 구축하는 원격 개발 스튜디오에 대한 노하우가 공개
 - 인디 게임업체 Game Bakers의 공동 창립자인 Emeric Thoa는 자사의 대표작인 <Squids> 시리즈 개발 당시 전체 게임개발 인력 19명은 총 5개 국가에 흩어져 있는 원격 개발 체제를 구축했다고 언급
- ▶ Thoa는 이 같은 원격 개발 시스템을 성공적으로 이끌어 가기 위해서는 게임 개발 기간의 최소화과 팀원 간의 유기적인 커뮤니케이션 등이 필수적이며, 원격 체제가 자리매김할 경우 업무 효율성은 물론 비용 절감 효과도 기대할 수 있다고 설명
 - 핵심 개발 업무 외 UI 및 스토리라인, 모델링 및 홍보 업무는 대부분 프리랜서들이 시간제로 근무했는데, 프리랜서의 프로젝트 이탈이 개발 업무에 차질을 빚지 않도록 개발 기간은 1년 미만으로 최소화
 - Thoa는 "게임 개발에서 가장 중요한 것은 명확한 의사소통을 통해 자신의 게임 아이디어를 정확히 팀원들에게 전달하는 것"이라며, "같은 사무실에 있을 때에도 원활한 의사소통에는 상당한 노력이 필요한 만큼, 서로 얼굴을 맞대지 않는 원격 체제에서는 더 많은 노력이 요구된다"고 언급
- ▶ 원격 개발 업무에서는 이메일 및 채팅을 활용하기보다 Skype 등 인터넷 전화를 통한 직접 통화 비중을 늘려야 하며, 정기적인 직접 커뮤니케이션 기회도 늘려야 함
 - Thoa는 "매일 4시간 이상은 시차에 관계 없이 모든 개발 팀원이 동시에 온라인 상태에 있어야 하며, Skype 등을 통한 문자 채팅 시간이 2분 이상으로 길어질 경우 지체 없이 음성 통화를 해야 한다"며, 비용 면에서 저렴한 Gmail이나 Skype 등을 활용할 것을 추천
 - Thoa는 매 6개월 주기의 단합대회를 통해 직원 간 의사소통에 활력을 주는 것도 효과적이었다고 덧붙임
- ▶ Thoa는 업무 효율성 면에서는 사진이나 텍스트보다는 영상 전송이 아이디어를 전달하는 데 유용하다고 설명하며, "나는 'Word' 텍스트 대신 'Final Cut'이나 'Photoshop'으로 게임 디자인 아이디어를 설명한다"고 언급

- 보다 효율적인 업무 수행을 위해 게임 개발 목표 및 그 과정을 일목요연하게 정리할 수 있는 'Excel'이나 온라인 클라우드 개발 도구 'Assembla', 자료 파일 공유는 클라우드 인터넷 정보 저장 서비스 'Dropbox'를 활용할 수 있으며, 이 외에도 소프트웨어 공동 개발에 종종 사용되는 'Github'나 'Git'도 소스 컨트롤 도구로서 효과적임
- 베타 버전의 게임 테스트나 발생한 문제의 원활한 정보 취합을 위해서는 'HockeyApp(월 25달러)'나 'TestFlight(무료)' 등을 사용하는 것도 가능

 www.gamasutra.com

그림 2 Game Bakers의 게임 개발 인력 국가별 위치 현황



[출처] Gamasutra 홈페이지(2012)

모바일 게임업계, 수익 극대화 방안 필요

시장조사업체 NPD Group에 따르면, 게임 애플리케이션을 자주 이용하는 모바일 게이머의 23% 가량이 모바일 단말만을 이용해 게임을 즐기고 있음. 한편, 모바일 게임업체들은 게이머의 부분 유료화 지출을 유도하기 위한 다양한 방법을 강구하는 데 고민 중

■ 모바일 게이머 수 지속적인 증가세...23%는 스마트폰과 태블릿PC만 이용

- ▶ 시장조사업체 NPD Group이 2012년 10월 22일에 발표한 "Mobile Gaming 2012"*에 따르면, 전체 모바일 게이머의 23%가 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 단말에서만 게임을 이용하는 것으로 나타남
 - 전체 모바일 앱 게이머가 이용 중인 게임의 59%는 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 단말을 통해 서비스
 - 2012년 게임 이용 행태를 2011년과 비교한 결과, 절반에 가까운 게이머들이 전년대비 모바일게임을 더 많이 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 모바일게임 이용 빈도가 증가한 이유로는 응답자의 37%가 부분 유료화 게임의 라인업 증가로 답했으며, 34%가 휴대성과 편의성 때문이라고 응답

*주: 2012년 8월 7일부터 16일까지 NPD Group 온라인 패널 회원 5,923명을 대상으로 한 온라인 설문조사

■ 스마트폰 게이머가 태블릿PC 게이머보다 지출 빈도 낮아

- ▶ 모바일 게이머의 30% 가량이 '앱 내 결제(In-App Purchases)'를 하거나 무료게임을 유료 버전으로 업그레이드한 것으로 드러났으며, 게이머들이 적절하다고 느낀 유료 콘텐츠의 평균 가격은 3달러인 것으로 확인
 - 스마트폰을 주로 이용하는 모바일 게이머들은 태블릿PC를 이용하는 게이머에 비해 앱 내 결제 및 게임 업그레이드를 덜 하는 것으로 나타남
 - NPD Group의 Liam Callahan 애널리스트는 "많은 모바일 게이머들이 무료로 게임을 하는 것에 익숙해져 있다"며, "가능한 많은 게이머들의 지출을 유도할 수 있는 요소들을 포착하는 것이 필요하다"고 지적
- ▶ 모바일 게임업체 및 퍼블리셔들은 현재 약 30% 수준에 머물러 있는 '앱 내 결제' 및 유료 업그레이드 비중을 늘리는 방법을 모색함으로써 수익 극대화에 나서야 하는 상황
 - Liam Callahan 애널리스트는 "게임산업 전체적인 관점에서는 모바일게임만을 이용하는 게이머들을 일반적으로 더 많은 비용 지출이 유발되는 콘솔게임과 PC게임 등으로 유도하는 방안도 고려할 수 있다"고 언급

 www.cellular-news.com

소셜 · 모바일게임에서 여성 게이머 공략 중요성 부각

모바일게임을 즐기는 게이머들의 상당수가 여성이며, 미국에서 소셜게임을 즐기는 게이머들 중 55%가 여성인 것으로 나타남. 이에 따라 여성 게이머 시장을 공략하기 위한 맞춤 전략의 중요성 또한 커지고 있음

■ 소셜 및 모바일게임 플랫폼에서 여성 게이머들의 존재감이 커지고 있어

- ▶ 소셜·모바일 플랫폼을 통해 게임을 즐기는 여성들이 크게 늘면서, 캐주얼게임 등 일부 게임들의 경우에는 남성보다 여성 게이머들의 비율이 더 높은 것으로 나타나고 있음
 - 영국의 IT 및 정치 미디어 The Kernel의 2012년 10월 30일 기사 "Rise of the girl gamer"에 따르면, 과거 콘솔게임을 즐겨 하는 10대 남성으로 대표되던 게이머의 평균적 모습이 이제는 40대 초반의 여성으로 바뀌고 있음
 - EA의 자회사이자 캐주얼 게임업체인 PopCap이 2011년 11월에 발표한 보고서 "2011 PopCap Games Social Gaming Research"*에 따르면 2011년 기준 미·영국의 소셜게임 게이머들 중 55%가 여성인 것으로 나타남
- ▶ 여성들이 소셜 및 모바일게임을 즐기는 이유 중에 하나는, 가사나 육아 등의 반복 노동을 하면서도 게임 조작이 쉽고, 언제든지 중단했다가 다시 시작할 수 있기 때문
 - 즉, 모바일 및 소셜게임은 일반적인 주부들이 매일 처리해야 하는 가사 노동 시간을 방해하지 않으면서도, 가사 활동 틈틈이 남는 자투리 시간을 활용하여 게임을 할 수 있다는 장점이 있음
 - 게다가 많은 여성들이 모바일 단말기를 통해 Groupon이나 Etsy와 같은 쇼핑 애플리케이션 등 비게임 애플리케이션의 활용을 늘려가면서, 모바일 플랫폼에 대한 여성들의 친숙도가 크게 높아지고 있는 것 또한 모바일 게임 시장에서 여성 게이머들의 비중이 높아지고 있는 이유
- ▶ The Kernel에 따르면, 여성은 남성에 비해 인간 관계를 더 수월하게 맺고 유지할 수 있으며 이러한 사회적 인간관계에 여성이 갖는 강점이 소셜게임에 대한 여성들의 선호로 이어지고 있음

*주: 2011년 9월 15일부터 22일까지 미국 801명, 영국 400명을 대상으로 한 온라인 설문조사

■ 여성 게이머 시장을 공략하기 위한 맞춤 전략이 필요

- ▶ 자투리 시간을 활용하여 캐주얼게임을 즐기는 '주부 게이머'들을 포함한 여성 게이머 시장이 성장
 - 소셜 미디어 컨설팅 업체 Mon Central Consulting이 2012년 2월 발표한 "Moms and the Rise of Casual Gaming" 따르면, 약 70%의 주부들은 캐주얼 게이머로 분류

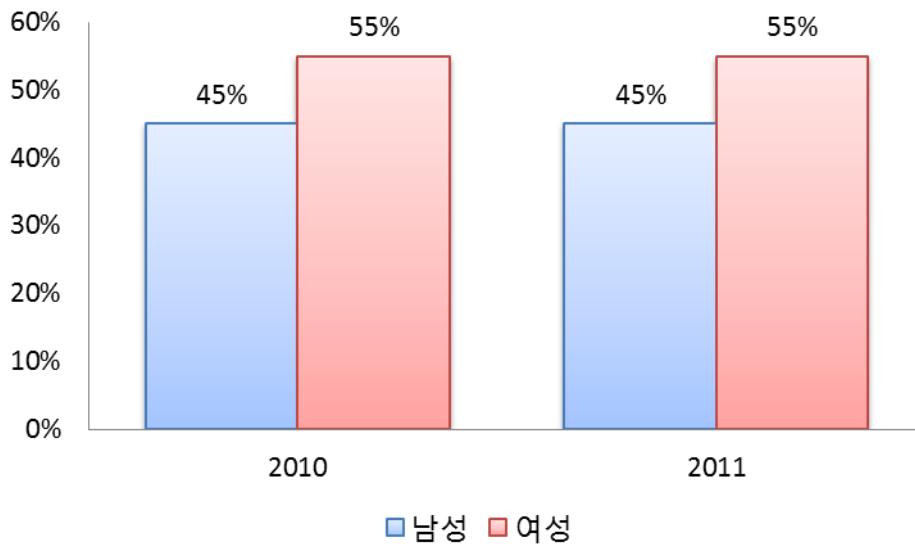
- 주부들은 일주일에 5시간 정도를 게임을 하는 데 사용하고 있으며, 절반 이상의 주부들(52%)이 집에서 게임을 하는 것으로 조사
- 또한 34%의 주부들은 모바일게임을 즐기고 있으며, 육아나 가사 활동 틈틈이 게임을 즐기는 주부들도 29%에 달하는 것으로 조사

▶ 이들 '주부 게이머'로 대표되는 여성 게이머들을 공략하기 위해서는 여성의 감성에 맞는 디자인과 인터페이스를 갖춰야 한다는 지적임

- 나아가, 여성 게이머들의 관심사를 파악하고 이를 반영한 콘텐츠를 제공해야 함

 www.kernelmag.com

그림 3 미국 소셜게임 게이머 남녀 성비 비율



[출처] PopCap(2012)

F2P 게임 열풍으로 수익 솔루션관련 업체 등장

게임 내 결제(IAP) 및 광고 등으로 수익 창출을 꾀하는 Free to Play(F2P) 게임이 소셜 및 모바일게임 열풍을 주도함에 따라, Playhaven과 같은 F2P 게임의 홍보 및 수익 솔루션을 제공하는 업체들이 등장

■ 1,200여 게임들에 홍보 및 수익 솔루션을 제공하고 있는 Playhaven

- ▶ 게임을 무료로 즐길 수 있도록 하는 대신 게임 내 결제(In-App Purchase, IAP) 및 광고 등으로 수익 창출을 꾀하는 Free to Play(이하, F2P) 게임이 소셜 및 모바일게임 열풍을 대표하게 된 가운데, Playhaven와 같이 F2P 게임업체들을 위해 다양한 수익 솔루션을 제공하는 업체들이 등장
 - F2P 게임모델이 소셜 및 모바일게임 열풍을 이끌었으며, 이제 게임에 들일 시간이 충분치 않는 캐주얼 게이머들은 보다 빠르고 다양한 게임 진행을 위해 소액결제 방식을 통해 유료로 게임을 즐기는 것에 익숙해짐
 - 또한 이미 DLC(Downloadable Content)로 추가 유료 콘텐츠 이용에 대한 거부감이 많이 사라진 콘솔 게임시장에서도 F2P 모델이 쉽게 정착할 수 있을 것으로 전망
 - 이렇듯 F2P 게임시장이 성장함에 따라 이들 F2P 게임을 통해 수익을 올릴 수 있는 솔루션을 게임 개발업체들에게 제공하는 업체들 또한 등장하기 시작했으며, 이들 업체들 중 Playhaven는 이미 1,200개가 넘는 게임들에 여러가지 수익 솔루션들을 제공하고 있는 상황
- ▶ 소셜 및 모바일 게임시장에서의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있는데다, 수익화 방법은 물론 이용자 분석 및 게이머 몰입도 향상과 이용자 수 유지 등 게임의 성공에 필요한 요소들을 모두 자체적으로 해결할 여력이 없는 게임업체들이 늘어나고 있는 상황에서 Playhaven와 같은 솔루션 업체들의 역할이 중요해지고 있음
 - 새로운 게임에 신규 게이머들을 많이 끌어들이고 상당한 지출을 하게 하는데 성공한다 하더라도, 여전히 게이머들이 게임을 계속하게 만들고 몰입도 또한 높은 수준으로 유지해야 한다는 문제가 존재
 - 즉 Playhaven이 제공하는 솔루션은 게임 개발 능력과는 별개의 문제이지만, 게임의 성공에는 직결되는 문제라 할 수 있음
- ▶ Playhaven는 게이머들을 대상으로 다른 게임을 홍보하는 게임 내 크로스-프로모션 광고 기능은 물론 게이머들의 게임 참여도를 높일 수 있는 보상 시스템까지 포함한 다양한 F2P 게임 솔루션들을 개발해 제공하고 있음
 - Playhaven는 가상 화폐는 물론 아이템과 게임 내 콘텐츠를 특정 조건을 충족한 게이머들에게 인센티브로 제공

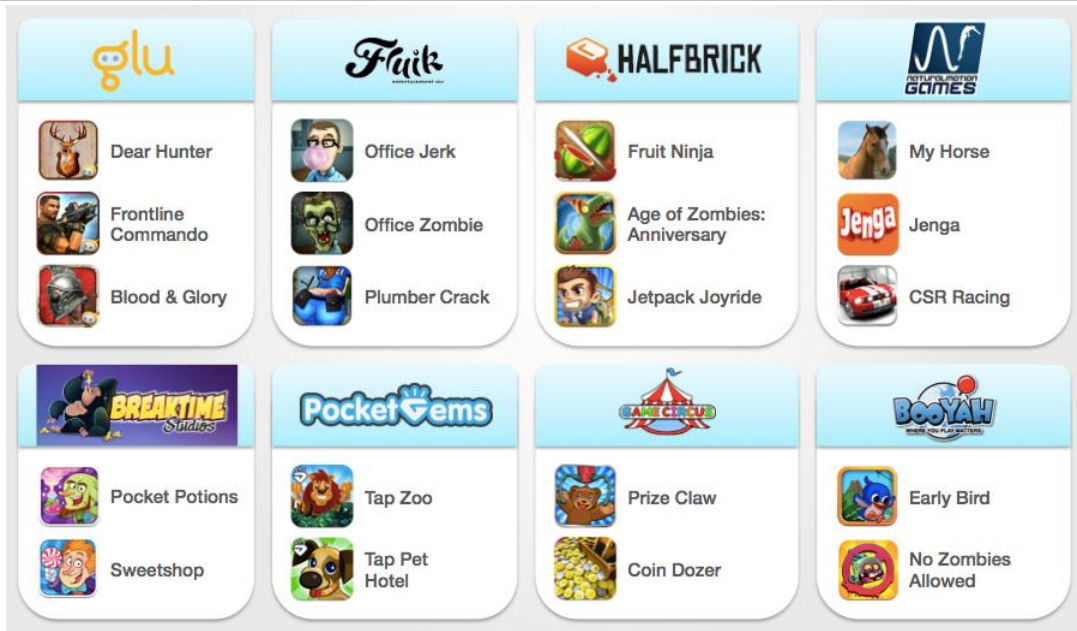
할 수 있는 보상 시스템을 해당 게임의 개발 코드를 수정하지 않고도 이용할 수 있는 솔루션 제공

- 또한 게이머들의 이용 및 개인 정보의 수집과 분석 솔루션을 제공하며, 이를 통해 게이머들의 게임 경험을 높일 수 있는 맞춤 솔루션을 제공
- 게임 내 결제(IAP)를 통한 가상 아이템 판매 솔루션과 다양한 홍보 솔루션 또한 Playhaven를 통해 이용 가능

▶ Playhaven의 Andy Yang CEO은 F2P 게임이 향후 게임시장을 어떻게 바꿀 것인가에 대해 "F2P 게임으로의 트렌드 전환은 앞으로도 이어질 것"이라면서, "향후 3~5년 내에 F2P 게임모델은 소셜 및 모바일 게임은 물론 콘솔 게임시장에서도 가장 유력한 모델이 될 것"이라고 전망

 www.forbes.com

그림 4 Playhaven의 홍보 및 수익 솔루션을 사용하고 있는 게임업체 및 게임 타이틀



[출처] Playhaven 홈페이지(2012)

통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 11 ~ 2012. 11. 17) (단위: 대)

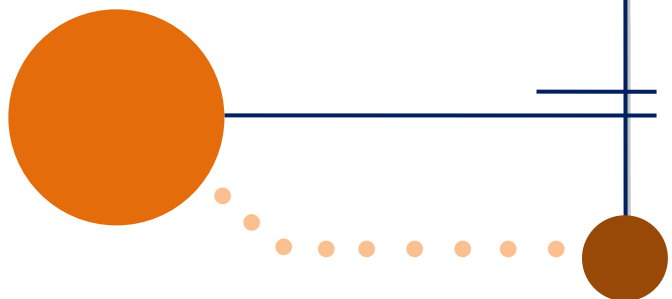
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	462,381	20.3%	22,571,441
	2	Xbox360	MS	354,206	7.6%	70,068,439
	3	PlayStation3	Sony	276,693	10.9%	68,311,035
	4	Wii	Nintendo	91,443	30.8%	97,055,100
	5	PlayStation Vita	Sony	89,653	51.2%	3,327,137
	6	DS	Nintendo	69,849	14.4%	152,507,783
	7	PSP	Sony	33,957	10.5%	75,324,838
SW	1	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360)	Activision Blizzard	6,210,135	신규	6,210,135
	2	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3)	Activision Blizzard	4,610,697	신규	4,610,697
	3	Halo 4 (Xbox360)	MS	752,500	-80.2%	4,550,709
	4	Call of Duty: Black Ops II (PC)	Activision Blizzard	400,859	신규	400,859
	5	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	383,887	-18.6%	2,369,051
	6	Animal Crossing: New Leaf (3DS)	Nintendo	297,859	-53.6%	939,300
	7	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	232,641	-44.5%	2,287,273
	8	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	227,917	32.5%	1,027,164
	9	Paper Mario: Sticker Star (3DS)	Nintendo	175,158	신규	175,158
	10	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	161,746	36.3%	3,280,632

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)



미국 게임시장 동향

- 미국 게임시장, 2016년까지 221억 달러 규모로 성장
- EA 게임전략, 디지털과 멀티플랫폼으로 승부
- 인디게임 양성소 'Execution Labs', 캐나다에 설립
- Disney, <Star Wars> 모바일 · 소셜게임 개발
- Amazon, 모바일 게임시장 진입
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



미국 게임시장, 2016년까지 221억 달러 규모로 성장

미국 게임시장의 연평균성장률(Compound annual growth rate, 이하 CAGR)이 2% 수준을 유지해 2016년에는 게임시장 규모가 221억 달러가 될 것이라는 전망이 제기. 또한 콘솔 게이머가 감소한 반면 모바일 게이머 수가 크게 증가할 것으로 전망

■ 미국 게임시장, 2%의 CAGR을 기록하며 2016년에는 221억 달러 규모로 성장

- ▶ 시장조사업체 Euromonitor가 2012년 10월 15일에 발표한 보고서 "Video Games in the USA"에 따르면, 미국 게임시장은 2016년까지 2%의 CAGR을 기록하면서 221억 달러 규모로 성장할 것으로 전망
 - "Video Games in USA"는 2007년부터 2011년까지의 미국 게임시장 매출 자료는 물론 향후 2016년까지의 미국 게임시장의 성장 전망을 담고 있음
 - 보고서에 따르면, 미국 게임시장은 CAGR 2%대의 성장률을 바탕으로 2016년에도 여전히 세계 최대의 게임시장으로 남을 것으로 전망
 - 미국 게임시장은 규모 면에서 2위 국가의 약 2배 정도이며 2016년까지 매출 성장이 순조로울 것으로 전망
- ▶ 반면 2012년 기준으로 미국 게이머의 수는 총 인구의 2/3 수준, 즉 2억 1,150만 명으로 추산되었는데, 이는 2011년 대비 5%(1,200만 명) 감소한 수치
 - 전통적인 콘솔게임을 즐기는 이른바 코어 게이머(Core Gamer)의 수가 2011년 대비 2% 감소
 - 반면 모바일 및 온라인게임을 즐기는 게이머의 수는 증가한 것으로 나타났으며, 특히 게이머들이 즐긴 전체 게임의 59%가 모바일 단말기를 통해 발생한 것으로 조사
 - 모바일게임을 즐기는 게이머들 중 25%는 콘솔게임을 전혀 하지 않은 채 모바일게임만을 이용한 것으로도 조사되는 등 모바일게임의 강세가 관측
 - 2012년 기준으로 모바일게임 게이머는 전년대비 9% 늘어나 전체 게임 인구의 22%를 차지하게 되었으며, 무료 혹은 유료 다운로드 온라인게임을 즐기는 디지털 게이머의 비율은 전체 게이머 중 16%에 달하고 있는 것으로 조사
 - 이와 같은 모바일 및 온라인게임 인구의 성장은 태블릿PC 및 스마트폰 열풍에 크게 힘입은 것으로, 2011년 미국에 서만 iPhone 2,150만 대와 iPad 2,000만 대가 판매

▶ **미국 게임시장 성장을 주도하고 있는 Nintendo**

- ▶ "Video Games in the USA"는 현재 미국 게임시장을 주도하고 있는 업체로 Nintendo, MS, Sony 등을 꼽았으며, 그 중 Nintendo가 2011년 미국 게임시장 매출의 19%에 해당하는 37억 달러의 매출을 바탕으로 미국 게임시장에서 가장 중요한 위치를 점하고 있다고 분석
 - 이들 세 업체의 매출은 2011년 기준으로 미국 게임시장 총 매출의 45%를 차지하고 있으며, 하드웨어 시장 기준으로는 총 매출의 93%를 이들 세 업체가 점유하고 있는 상황
 - 보고서는 이들 세 업체의 과점 상황이 이뤄지고 있다며, 후발 주자의 시장 진입이 매우 어려운 상황이라고 지적
 - 다만 Nintendo의 경우 2011년 매출이 전년대비 29% 가량 급락했는데, 이는 상당수의 미국 게이머들이 2012년 연말 시점에 출시될 것으로 예상되는 차세대 콘솔게임기 'Wii U'를 구입하기 위해 Nintendo의 기존 콘솔게임기의 구입을 미루고 있기 때문으로 분석

- ▶ 2011년 기준으로 가장 많이 팔린 게임은 <Call of Duty: Modern Warfare 3>였으며, <Just Dance 3>, <Elder Scrolls V: Skyrim>, <Battlefield 3> 및 <Madden NFL 12>가 5위권 포함

 news.woob.com

EA 게임전략, 디지털과 멀티플랫폼으로 승부

EA가 2012년 9월까지의 2013 회계연도 2분기 실적에서 비교적 무난한 수준의 성과를 거둔 것으로 확인. EA는 콘솔게임과 소셜게임에서 이렇다 할 성장 동력을 찾지 못해 다소 침체된 분위기이지만, 향후 디지털과 멀티플랫폼을 강화해 사업을 확장할 예정

■ 무난한 성적을 거둔 EA, "게임시장의 변동성을 주시하면서 사업모델 다변화 추구"

- ▶ EA가 2013 회계연도 2분기(2012년 7~9월)에 비일반회계기준(non-GAAP) 10억 800만 달러의 매출(일반회계기준 7억 1,100만 달러)을 기록
 - EA의 2013년 회계연도 2분기 실적 발표 보도자료에 따르면, EA의 매출 총이익률은 비일반회계기준 60.1%를 기록했으며, 12월까지의 2013년 회계연도 3분기 예상 매출은 10억 2,500만~10억 3,500만 달러, 매출 총이익률은 약 64%로 전망됨
 - EA는 인기 스포츠 게임 프랜차이즈 시리즈 최신작인 <FIFA 13>이 판매 첫 4주 간 740만 장이 판매되어 40여 국가에서 판매 1위를 기록했으며, <Madden 13>도 <Madden> 시리즈 역사상 최고의 판매 실적을 기록할 것으로 예상
- ▶ EA의 디지털 부문 매출은 3억 1,400만 달러로 전년 동기대비 45% 성장했으며, 향후 5년 간 40%대의 디지털 부문 매출 평균 성장률을 제시
 - John Riccitiello CEO는 "디지털게임 부문은 큰 성장을 기록하고 있으며, 모바일게임도 성적이 괜찮은데다 F2P(free-to-play) 모델은 수백만 명의 새로운 게이머를 견인하고 있다"고 언급
 - Riccitiello는 이어 "콘솔게임 실적이 하향세지만, 콘솔게임은 이번 HW 세대의 막바지에 달했음을 고려해야 한다"고 덧붙임
- ▶ 한편, Riccitiello는 소셜게임 부문의 성장세가 "둔화"되고 있다고 언급했지만, 게임 전문 미디어 Gamesindustry는 2012년 10월 31일 기사 "EA: We've reached an end of an era"를 통해 EA의 소셜게임 성과는 "둔화"가 아닌 "추락"으로 봐야 한다고 강하게 비판
 - EA의 소셜게임 이용자 수는 2011년 1억 명 수준에서 2012년 들어 4,000만 명까지 급감한 상태
- ▶ 향후 EA의 사업 행보에 대해 Riccitiello CEO는 "단일 플랫폼이나 사업 모델에 주력함으로써 발생할 수 있는 변동 취약성을 피하기 위해 지속적으로 플랫폼 파트너와 사업 모델의 다변화를 지속해 나가고 있다"고 밝힘
 - Gamesindustry는 EA가 이처럼 신중한 자세를 견지한 것은 차세대 게임 콘솔시장을 포함한 향후 게임시장 전망에 대해 크게 낙관하지 못하고 있기 때문이라고 분석

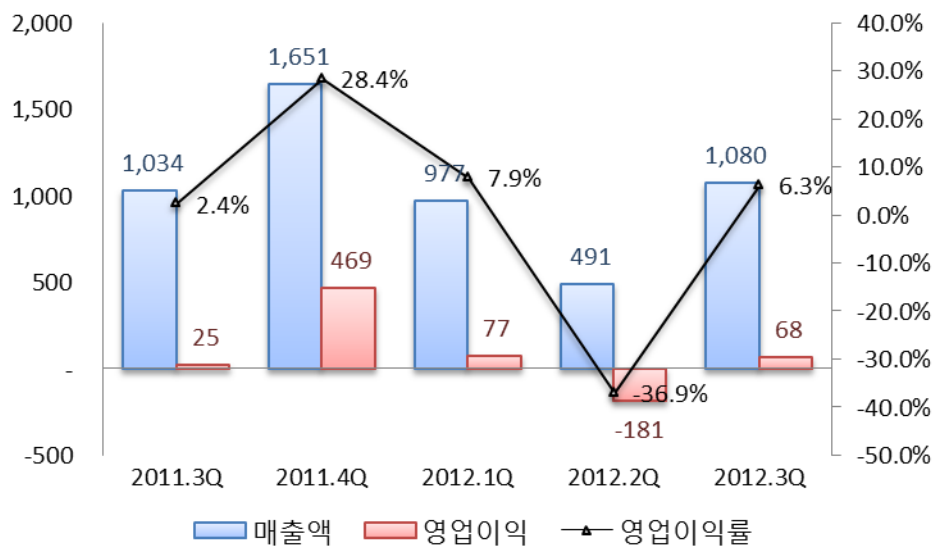
- 특히 이번 EA의 발표 회견에서 Nintendo의 차세대 콘솔 'Wii U'는 단 한 번도 언급되지 않았으며, 이로 인해 사실상 EA가 'Wii U'에 대한 기대를 접은 것이 아니냐는 의문이 확산되고 있음

▶ 한편, EA의 자체 디지털 다운로드 플랫폼인 'Origin'은 현재 3,000만 명의 등록 이용자와 440만 명의 실제 구매자를 기록했으며, 1인 당 평균 구매액은 64달러인 것으로 집계

- 현재 1,300만 명의 게이머가 모바일 단말기를 통해 접속하는 'Origin'은 EA의 멀티플랫폼 전략에 활용

 www.gamesindustry.biz

그림 5 EA 매출액, 영업이익, 영업이익률 추이(Non-GAAP 기준, 단위: 백만 달러)



[출처] EA IR(2012)

인디게임 양성소 'Execution Labs', 캐나다에 설립

게임업계 전문가 그룹이 인디게임 제작과 유통을 돕기 위해 벤처 캐피탈로부터 140만 달러를 유치해 캐나다 몬트리올에 인디게임 양성소 'Execution Labs'을 런칭. 전세계 인디게임 개발자들은 'Execution Labs'을 통해 제작과 비즈니스관련 조언을 받을 수 있음

■ 캐나다 몬트리올에 인디게임 제작 지원 인큐베이터 'Execution Labs' 런칭

- ▶ 게임업계 전문가 그룹이 소규모 게임 개발자들의 게임 제작 및 게임 타이틀 출시를 돕기 위해 인디게임 양성소 'Execution Labs'을 캐나다 몬트리올에 설립
 - 캐나다 몬트리올 소재의 'Execution Labs'은 세계게임개발자협회(International Game Developer Association, 이하 IGDA)의 전 디렉터 Jason Della Rocca가 대표를 맡았으며, 벤처 캐피탈로부터 사업자금 140만 달러를 받음
 - 또한 모바일 게임업체 Gameloft의 개발 총괄 Alexandre Pelletier-Normand와 모바일 소셜게임 플랫폼업체 OpenFeint의 파이낸싱 부문 VP Keith Katz도 공동 대표직을 수행
 - 'Execution Labs'은 최초의 하이브리드 게임 인큐베이터로 인디게임 개발팀에 맞춤형 게임 제작 및 펀딩하는 과정을 수행함으로써 인디게임의 시장 진출을 촉진
- ▶ 'Execution Labs'가 선정한 인디게임 개발팀은 초기 자본금(seed funding), 업무 공간, 개발 툴뿐만 아니라 수많은 멘토들로부터 제작 및 비즈니스 측면에서 조언을 받을 수 있음
 - 인디게임 출시가 막바지에 달하면, 'Execution Labs'은 소비자 확보를 위한 자금 운영 및 마케팅 지원을 제공
 - 이 모든 것의 대가로, 'Execution Labs'은 인디게임의 지분 및 매출을 일부 공유
 - 현재는 캐나다 소재 인디게임 개발팀만 지원하고 있지만, 'Execution Labs'은 향후 전세계로 지원폭을 확대할 전망

 www.gamasutra.com

Disney, 'Star Wars' 모바일 · 소셜게임 개발

Disney의 Bob Iger CEO는 Lucas Film 인수를 통해 확보한 인기 영화/게임 프랜차이즈 브랜드 'Star Wars'를 앞으로 콘솔게임 보다는 모바일 및 소셜 게임 플랫폼에 더 초점을 맞춰 발전시켜 나갈 것이라고 발표

■ Disney, 'Star Wars' 제작업체 Lucas Film 인수

- ▶ SF영화 역사상 최고의 영화로 꼽히는 'Star Wars' 시리즈를 보유한 'Lucas Film'이 Disney에 40억 5,000만 달러에 인수된 가운데, Disney는 'Star Wars' 브랜드의 게임 분야 활용에 있어 콘솔게임보다는 모바일 및 소셜게임 플랫폼에 더 초점을 맞출 것이라고 발표
 - 2012년 10월 30일, Disney는 George Lucas가 지분 100%를 보유하고 있는 Lucas Film을 40억 달러에 인수
 - 이러한 상황에서 Disney의 Bob Iger CEO는 "Disney의 인터랙티브 게임 전략의 초점이 콘솔게임보다는 모바일 및 소셜게임에 있다"고 밝힘
 - 다만 Disney가 콘솔게임들을 포기하는 것은 아니며 콘솔게임의 사업 가능성 또한 계속 열어둔다는 입장
 - 이에 따라 Disney가 직접 콘솔게임으로서의 'Star Wars' 게임 개발에 주력하지는 않겠지만, 'Star Wars' 브랜드의 라이선스 등을 통해 콘솔게임에서도 'Star Wars' 게임들을 계속 선보일 것으로 전망
- ▶ 이러한 Disney의 모바일 및 소셜게임에 대한 집중 전략 선언은 최근 모바일게임 <Where's My Water>의 대성공을 통해 얻은 자신감을 바탕으로 한 것이라는 분석이 제기
 - 특히 지금까지 'Star Wars' 브랜드를 바탕으로 한 게임들은 대부분 콘솔과 PC 플랫폼을 바탕으로 한 대작 형태로 개발되었다는 점을 고려할 때, 이번 Disney의 'Star Wars' 브랜드의 모바일 및 소셜게임 전략은 가장 최근의 'Star Wars' 게임 브랜드인 MMORPG 게임 <Star Wars: The Old Republic>의 부진과도 무관하지 않다는 분석이 제기
 - 유명 RPG 게임업체 BioWare가 개발하고 EA가 배급하고 있는 <Star Wars: The Old Republic>의 경우 정액 결제 기반 유료 온라인게임으로 최초 서비스되었으나, 서비스 기간을 채 1년도 채우지 못하고 2012년 11월부터 F2P 게임모델로 전환
- ▶ Lucas Film의 2011년 총 매출 중 게임부문의 매출 비중은 20%를 약간 못 미치는 수준이며, 영화 콘텐츠 매출은 25%, 그리고 관련 콘텐츠 부가 소비재 상품 매출이 25% 정도를 차지

 scottbriscoe.com

Amazon, 모바일 게임시장 진입

세계 최초 인터넷서점이자 태블릿PC Kindle Fire의 제조업체 Amazon이 Android와 iOS를 지원하는 모바일게임 <Air Patriots>를 출시. 주요 게임관련 외신들은 <Air Patriots> 출시를 두고 Amazon이 모바일 게임시장에 진출할 것이라고 평가

■ Amazon, 모바일게임 <Air Patriots> 출시

- ▶ 2012년 7월, Amazon은 모바일게임 플랫폼 'Game Circle'을 발표했으며, 다음달 모바일게임 개발을 담당하는 전담 팀 'Amazon Studio'를 공개
 - Amazon은 태블릿PC Kindle Fire의 애플리케이션 생태계를 구축하기 위해 직접 게임개발에 나섰으며, 그 결과물로 나타난 것이 'Amazon Studio'와 'Game Circle'임
 - Amazon은 'Amazon Studio'를 공개할 당시 Facebook 전용 소셜게임 <Living Classics>를 발표
- ▶ 'Amazon Studio'의 첫 모바일게임인 <Air Patriots>는 태블릿PC Kindle Fire 뿐만 아니라, Android와 iOS를 지원
 - <Air Patriots>는 Amazon App Store에서 다운받을 수 있으며, 태블릿PC Kindle Fire이용자는 모바일게임 플랫폼 'Game Circle'을 통해 다른 게이머와 경쟁할 수 있음
 - 또한, Google의 Google Play와 Apple의 AppStore에서 다운받을 수 있으며, iOS 이용자들은 Apple의 모바일게임 플랫폼인 'Game Center'와 연동해 이용할 수 있음

■ Amazon의 모바일게임 출시 이유는 애플리케이션 생태계 강화 전략

- ▶ Amazon의 애플리케이션 생태계는 경쟁사인 Apple이나 Google에 비하면 매우 취약한 편
 - 2012년 4월 기준 Apple의 App Store에는 약 59만 개, Google의 Google Play에는 약 40만 개의 애플리케이션이 등록되어 있는 반면, Amazon의 Amazon App Store에는 3만 5,000개가 등록
 - 이미 e-Book이나 음악, 영화 등의 콘텐츠 서비스를 통해 이용자들을 사로잡고 있는 Amazon의 입장에서 모바일 애플리케이션 생태계 강화 전략은 불필요할 수 있지만, 수익성 측면에서 모바일 애플리케이션이 가장 높음
- ▶ 따라서 Amazon은 애플리케이션 생태계 핵심 콘텐츠인 모바일게임을 확보하기 위해, 다양한 모바일게임관련 사업을 진행할 수밖에 없음

 www.engadget.com

통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 2 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 11 ~ 2012. 11. 17) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	196,921	9.5%	36,120,617
	2	3DS	Nintendo	127,268	35.2%	6,322,611
	3	PlayStation3	Sony	82,026	17.4%	22,391,844
	4	Wii	Nintendo	46,338	41.8%	39,807,223
	5	DS	Nintendo	45,300	12.0%	51,509,757
	6	PlayStation Vita	Sony	29,185	49.9%	900,001
	7	PSP	Sony	2,956	34.4%	19,583,633
SW	1	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360)	Activision Blizzard	3,406,592	신규	3,406,592
	2	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3)	Activision Blizzard	1,942,371	신규	1,942,371
	3	Halo 4 (X360)	MS	477,530	-80.3%	2,906,174
	4	Paper Mario: Sticker Star (3DS)	Nintendo	148,884	신규	148,884
	5	Call of Duty: Black Ops II (PC)	Activision Blizzard	134,426	신규	134,426
	6	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	126,774	-25.6%	928,690
	7	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	116,649	38.2%	440,699
	8	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	105,626	-47.9%	1,236,929
	9	Kinect Adventures! (Xbox360)	MS	85,508	49.9%	10,539,204
	10	Forza Motorsport 4 (Xbox360)	MS	74,994	179.8%	797,308

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 미국 MMORPG게임 순위

표 3 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 11. 22 ~ 2012. 11. 28) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	168,529
2	Diablo 3	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	108,319
3	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	98,508
4	PlanetSide 2	Sony	Sci-Fi	다운로드/CD판매	70,497
5	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	33,432
6	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine	Fantasy	다운로드	31,353
7	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	27,627
8	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	25,773
9	The Elder Scrolls Online	Bethesda Softworks	Fantasy	다운로드	25,607
10	TERA	En Masse Entertainment	Fantasy	다운로드	22,510

[출처] MMORPG 홈페이지(2012)

통계 미국 App Store 게임 순위

표 4 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	Bloons TD 5	Ninja Kiwe	Action	2.99
	5	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	6	Offroad Legends	Dogbyte Games Kft	Simulation	0.99
	7	Plague Inc.	Ndemic Creations	Simulation	0.99
	8	Flow Free: Bridges	Big Duck Games	Family	0.99
	9	TETRIS	EA	Puzzle	0.99
	10	Fruit Ninja	Halfbrick	Action	0.99
무료	1	Dental Surgery	Maura Thompson	Simulation	-
	2	Hill Climb Racing	Fingersoft	Arcade	-
	3	Doors&Rooms	Gameday Inc	Adventure	-
	4	Offroad Legends Sahara	Dogbyte Games Kft	Simulation	-
	5	NFL Kicker 13	Full Fat	Sports	-
	6	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	7	Are You Quick Enough?	Phuong vo	Arcade	-
	8	Candy Crush Saga	King.com	Arcade	-
	9	Bike Race Free by Top Free Games	Top free Games	Action	-
	10	Subway Surfers	Kiloo	Action	-

*주: Apple의 게임장르는 'Action, Adventure, Arcade, Board, Card, Casino, Dice, Educational, Family, Kids, Music, Puzzle, Racing, Role Playing, Simulation, Sports, Strategy, Trivia, Word'로 구성
 [출처] App Store 홈페이지(2012)

통계 미국 Google Play 게임 순위

표 5 Google Play 인기게임 순위*(2012. 11. 13 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	2	Wreck-it Ralph	Disney	Arcade&Action	0.99
	3	Where's My Water?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	4	Clear Vision(17+)	Dpflashes Studios	Arcade&Action	0.99
	5	Grand Theft Auto III	Rocstar Games	Arcade&Action	0.99
	6	MONOPOLY Millionaire	EA	Casual	0.99
	7	Cut the Rope	ZepoLab	Brain&Puzzle	0.99
	8	Angry Birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	9	The Amazing Spider Man	Gameloft	Arcade&Action	6.99
	10	Asphalt 7: Heat	Gameloft	Racing	0.99
무료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Hill Climb Racing	Fingersoft	Racing	-
	3	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	4	Flow Free	Big Duck Games LLC	Brain&Puzzle	-
	5	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	6	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	7	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	8	Subway Surfers	Kiloo Games	Arcade&Action	-
	9	Beach Buggy Blitz	Vector Unit	Racing	-
	10	Family Feud & Friends	Ludia Inc.	Casual	-

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



아시아 게임시장 동향

◆ 중국 게임시장 동향

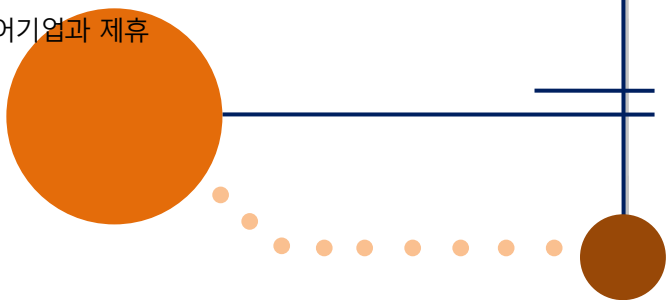
- 문화산업 정책지원에 힘입어 웹게임 시대 도래
- 중국 모바일게임, 높은 성장세에도 내실은 부족
- 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 현황
- Changyou, 2012년 3분기 매출 1억 6,580만 달러 달성
- Sony PlayStation3, 중국시장 진출 임박
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 후쿠오카市, 글로벌 게임산업 도시 육성 추진
- 일본 소셜게이머, 연령과 성향간 연관성 확인
- Nintendo 3DS, 최근 1년 간 견고한 성장세 과시
- GREE, Yahoo Japan!과 파트너십 체결
- DeNA, 모바일 소셜게임 업체 Cygames 지분 인수
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

◆ 기타 게임시장 동향

- 게임, 학습능률 높이는 효과 발휘
- 인도네시아 불법 복제게임, AppStore에서 유통
- Tencent, 인도네시아 미디어기업과 제휴





중국 게임시장 동향

문화산업 정책지원에 힘입어 웹게임 시대 도래

중국은 문화산업 발전을 미래 핵심 전략으로 삼고 있으며, 문화산업 가운데 높은 비중을 차지하는 온라인 게임산업에서도 특히 웹게임은 새로운 발전방향으로써 정부와 미디어로부터 주목을 받음

■ 중국 정부의 문화산업 발전 전략, 온라인게임 비중 강화

- ▶ 중국은 문화산업 발전을 가속화하여 중국의 문화영향력을 강화하는 것을 18대 전국대표회의 의제 중 하나로 삼는 등, 문화산업을 경제성장의 새로운 버팀목으로 중시하고 있으며 그 중에서도 온라인 게임산업은 중요 산업 중 하나로 꼽힘
 - 2012년 상반기 국가발전개혁위원회와 공업신식화부 등의 정부기관이 발표한 차세대 인터넷 '십이오' 발전건설제안에서 온라인게임 수출 촉진이 새로운 목표로 제시되었으며, 신문출판총서는 해외 수출기업에 대한 지원을 강화하여 온라인 게임업체들로부터 환영을 받음
 - 문화부 역시 <십이오' 기간 문화산업 확충계획>을 제시하고 건전한 내용과 풍부한 민족 특색을 담은 우수게임을 육성하여 매년 100여개의 온라인게임을 해외에 선보이겠다고 밝힘
- ▶ 웹게임은 미디어로부터도 특히 주목을 받고 있는데, CCTV의 대표적인 뉴스프로그램 신원즈보젠(新闻直播间)은 최근 중국 웹 게임산업의 발전 현황을 다루면서 대표적인 기업들을 집중 조명
 - 웹게임은 온라인게임이 다져놓은 기반 위에서 문화산업 발전의 새로운 방향으로 주목 받고 있으며, 정부의 지원과 R&D 가속화, 기술 혁신 및 주요 기업들의 시장 진입을 통해 성장이 가속화될 것으로 전망

■ 온라인게임의 주도권은 MMORPG에서 웹게임으로 이동

- ▶ 중국 문화산업의 발전을 이끈 대표적인 산업인 온라인게임 가운데 MMORPG 시장은 이미 포화 상태에 이르러 성장속도가 둔화되면서 점차 웹게임의 주도권을 잃어가고 있음
 - IT전문 미디어 17173.com의 2012년 11월 3일 기사 "문화산업 정책, 웹 게임 육성에 초점(政策扶持文化产业 推动网页游戏时代到来)"에 따르면 2012년 상반기 중국 웹 게임시장의 매출규모는 38억 2,000만 위안으로 전년 대비 46.7% 증가하는 등 높은 성장세를 유지

news.17173.com

중국 모바일게임, 높은 성장세에도 내실은 부족

중국 모바일 네트워크게임 이용자규모는 2012년 6월 기준 전년대비 34.3% 증가한 1억 1,648만 명을 기록하는 등 높은 성장세를 유지. 그러나 신규출시 게임의 다수가 기존 게임의 플랫폼 포팅이나 해외게임의 모방작으로 드러나 내실은 부족한 상황

■ 높은 성장세의 중국 모바일 게임시장, 실상은 "속 빈 강정"

- ▶ 중국 시장조사기관 CNNIC가 2012년 11월에 발표한 보고서 "제30차 중국 인터넷발전현황 통계보고 (第30次中国互联网络发展状况统计报告)"에 따르면, 2012년 6월 모바일 네트워크게임 게이머 규모는 전년 동기대비 34.3%, 2011년 말 대비 8.5% 증가하면서 전체 온라인 게임시장의 증가 속도를 추월
 - 스마트폰의 보급과 하드웨어 성능의 지속적인 개선으로 모바일게임은 갈수록 휴대폰 이용자들로부터 주목을 받으면서 길거리나 대중교통에서도 모바일게임을 하는 사람들을 쉽게 발견할 수 있음
- ▶ 이에 따라 게임업체들이 모바일게임을 새로운 수익원으로 삼고 있으며, 최근 문화부의 온라인게임 심사시스템 상에도 모바일게임이 상당 비중을 차지하고 있음
 - 일부 기업은 100여 개에 달하는 모바일게임을 동시에 승인 신청
- ▶ 그러나 문화부에 승인을 요청한 신규 게임 중에는 해당 기업들이 일전에 Java나 Symbian 등의 플랫폼에서 출시했던 예전 게임을 Android와 iOS 등 인기 있는 플랫폼으로 전환한 경우가 상당수 발견
 - 중국 게임업체들이 신규 게임 개발을 등한시키고 플랫폼 포팅에 주력하는 이유는 비용이 훨씬 저렴할 뿐 아니라 신규 개발 게임보다 실패에 따른 리스크가 적기 때문
 - 플랫폼 포팅은 신규 게임 개발보다 훨씬 빨리 이루어지기 때문에 단기간에 이윤을 내기 쉽다는 이유에서도 선호
- ▶ 그러나 이처럼 플랫폼 포팅을 통해 손쉽게 이윤을 챙기려는 게임업체의 의도가 소비자들에게 받아들여질 지는 미지수
 - 최근 모바일게임 이용자들은 게임화면이나 조작방식, 스토리 등 게임에 대한 종합적인 요구가 갈수록 높아지고 있으며, 해외의 <FIFA2013>이나 <Asphalt7>과 같은 수준 높은 게임뿐 아니라, 단순한 화면에도 창의적인 <Angry Birds>류의 게임이 인기를 누리는 상황에서 조잡한 품질의 중국 게임들은 외면당하기 쉬움

■ 사용자 요구를 고려한 양질의 게임으로 현상 극복 필요

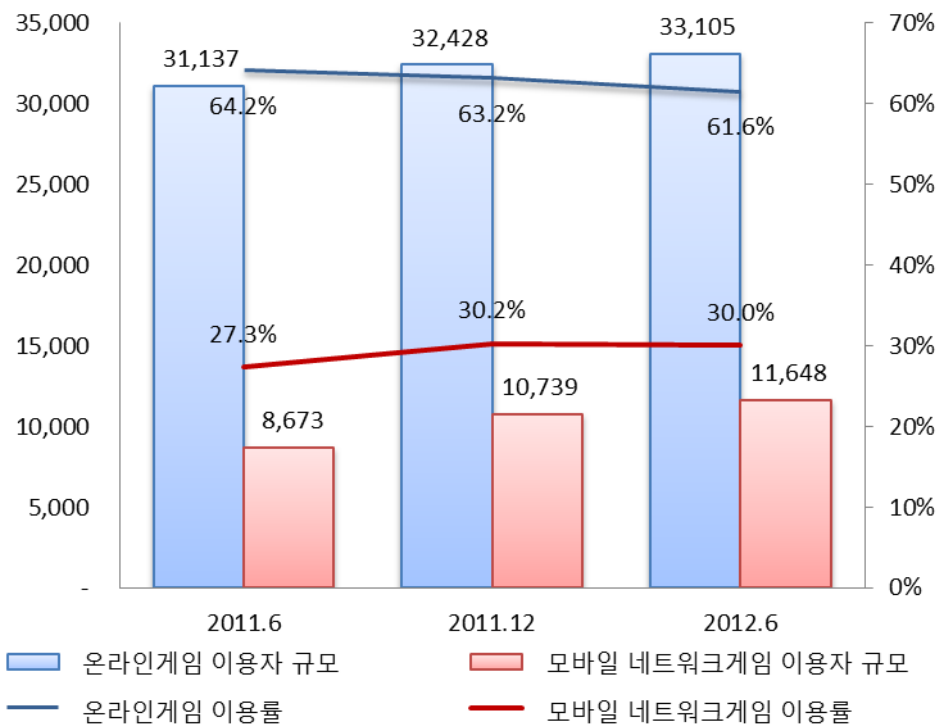
- ▶ 모바일게임 미디어 Shouyou.com은 저급한 품질의 플랫폼 포팅 게임이 주를 차지하는 중국 모바일

게임의 현황을 타개하기 위한 방안으로 우수한 품질의 게임 개발을 통한 브랜드 가치 제고, 소비자 수요를 반영한 게임 개발 등 몇 가지 해결책을 제시

- 해외의 경우 Gameloft, Halfbrick 등의 게임업체는 우수한 게임을 다수 출시해 이용자들에게 해당 기업의 게임은 믿을 수 있다는 인식을 심어줌으로써 성공적인 브랜드 가치를 창출
- 또한 사용자들의 요구에 부응하는 게임 개발이 요구되며, 일례로 중국의 우수게임 <Fishing Joy>의 경우 창의적이거나 게임성이 뛰어나지는 않지만 오락실에서 인기를 끄는 낚시 소재를 채택함으로써 33개국의 앱스토어에서 다운로드 1위를 기록하는 등 높은 인기를 누리고 있음
- 끝으로 해외게임의 모방이나 플랫폼 포팅 위주의 게임에서 벗어나 이용자들의 이목을 끌 수 있는 혁신적인 게임을 개발하는 동시에, 중국시장에 안주할 것이 아니라 해외시장에도 눈을 돌릴 필요가 있음

 news.17173.com

그림 6 중국 온라인게임과 모바일 네트워크게임 이용 현황(단위: 만 명, %)



[출처] CNNIC 홈페이지(2012)

2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 현황

중국 시장조사기관 iResearch의 발표에 따르면 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 규모는 전년대비 19.8% 성장한 133억 5,000만 위안으로 나타났으며, 모바일 게임시장 규모는 40.6% 증가한 13억 5,000만 위안을 기록

■ 2012년 3분기 중국 온라인 게임시장 규모 133억 5,000만 위안

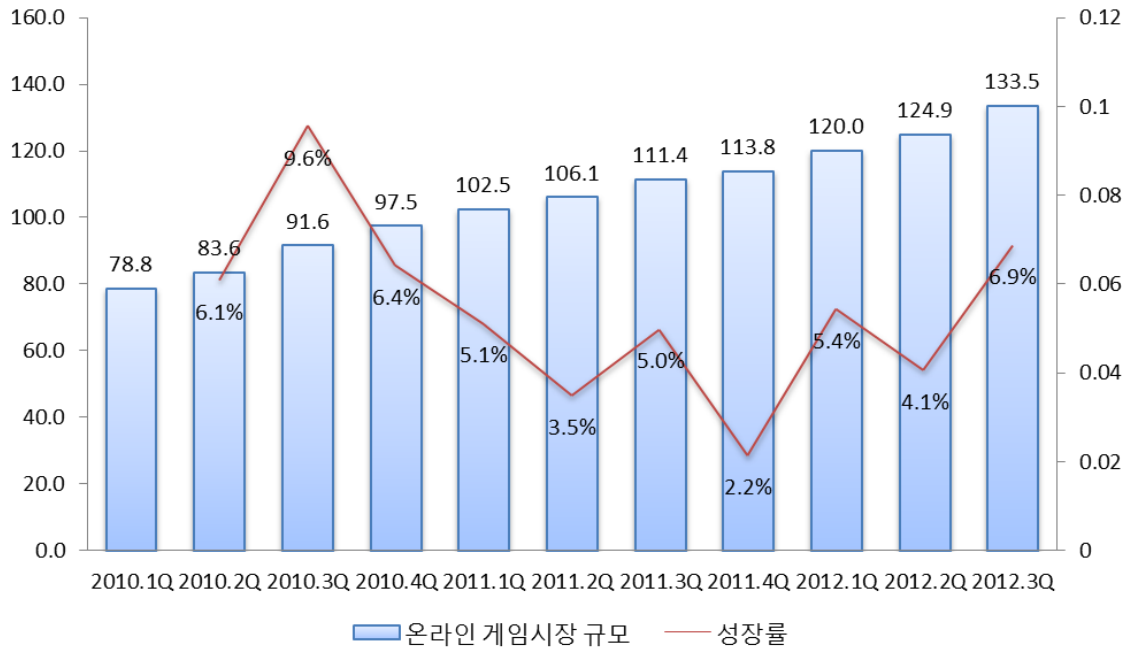
- ▶ 시장조사업체 iResearch가 2012년 11월에 발표한 보고서 "2012년 3분기 온라인게임 핵심데이터 (2012年第三季度网络游戏核心数据)"에 따르면 3분기 중국 온라인 게임시장 규모는 전년 동기대비 19.8% 성장한 133억 5,000만 위안을 기록했으며, 중국 온라인 게임업체 매출규모는 150억 위안으로 전년 동기대비 22.2% 증가
 - 2012년 3분기 중국 온라인 게임산업은 2012년 2분기 대비 뚜렷한 성장을 보였으며, 주요 원인은 방학을 맞은 많은 학생들로 인해 클라이언트 온라인게임 이용자 규모가 크게 늘어났기 때문
 - SNS게임과 모바일게임 등 자투리 시간을 이용해 플레이하는 게임들의 경우 계절성 요인의 영향이 크지 않았으며, 웹게임의 경우 하반기에 출시된 양질의 웹게임 수가 많지 않아 성장률이 소폭 감소

■ 2012년 3분기 모바일게임 게이머들의 지출규모는 13억 5,000만 위안

- ▶ 2012년 3분기 모바일 게임시장의 게이머 지출규모는 전년 동기대비 40.6% 증가한 13억 5,000만 위안으로 조사
 - 2012년 3분기에는 <Fishing Joy2>, <Bad Piggies> 등 일부 신작들이 출시되면서 큰 인기를 누린 동시에 기존 브랜드 게임들이 지속적으로 인기를 끌면서 모바일 게임시장의 매출 증대를 이끌었음
 - 그밖에 <QQ御剑>, <忘仙OL> 등의 중국 모바일게임들도 양호한 성적을 기록하면서 이용자가 증가하는 등, 전체적으로 2012년 3분기 스마트폰 모바일 게임시장의 고속성장이 전체 모바일 게임시장규모의 성장을 이끌었음
 - 또한 스마트폰 보급률이 지속적으로 높아지고 모바일게임의 품질이 향상되면서 모바일 게임시장의 중심은 이미 스마트폰으로 넘어간 상황

 chanye.178.com

그림 7 중국 온라인 게임시장 규모 및 성장률(단위: 억 위안, %)



[출처] iResearch 홈페이지(2012)

Changyou, 2012년 3분기 매출 1억 6,580만 달러 달성

중국 게임업체 Changyou의 2012년 3분기 실적발표에 따르면 동사의 매출액은 전년대비 29% 증가한 1억 6,580만 달러, 순이익은 18% 증가한 7,290만 달러로 예상을 넘어서는 높은 실적을 기록

■ Changyou의 2012년 3분기 매출, 전년대비 29% 성장한 1억 6,580만 달러

- ▶ 중국 온라인 게임업체 Changyou가 2012년 11월 5일 발표한 2012년 3분기 실적발표에 의하면, 매출은 전년 동기대비 29%, 직전 분기대비 13% 늘어난 1억 6,580만 달러로 예상을 뛰어넘는 높은 매출을 달성
 - 온라인게임 매출은 전년 동기대비 30% 증가한 1억 5,110만 달러를 기록했으며, 17173.com을 통한 온라인 광고 매출은 전년 동기대비 32% 증가한 1,280만 달러를 기록
 - 전체 순이익은 전년 동기대비 18%, 직전 분기대비 6% 증가한 7,290만 달러로 나타남
- ▶ 2012년 3분기 Changyou의 등록사용자 수는 전년 동기대비 41% 증가한 2억 2,350만 명이며, 최고 동시접속자수는 109만 명으로 전년 동기대비 5% 감소했으나 직전 분기대비 1% 증가
 - Changyou의 유료 실사용자(paying active user) 수는 241만 명으로 전년 동기대비 20%, 직전 분기대비 8% 감소했는데, 주요 원인은 Changyou가 2012년 2분기에 이어 아이템을 방출하는 전략을 유지함과 동시에 <天龙八部> 내 마케팅 활동을 줄이면서 실사용자들의 지출이 감소했기 때문
- ▶ Changyou의 Tao Wang CEO는 2012년 3분기의 양호한 실적에 관해 고객을 최우선으로 놓는 자사의 기업철학을 보여주는 증거라고 언급하며, 흥미진진하고 신선한 게임을 제공하기 위해 자원을 집중 투자함으로써 자사의 게임에 기꺼이 돈을 지불하는 굳건한 고객기반을 보유하고 되었다고 밝힘
 - 그는 자사가 MMORPG, 웹게임, 온라인게임 미디어 등 온라인 게임산업의 3개 핵심 시장에서 모두 선도적인 위치에 있는 몇 안 되는 온라인 게임업체라며, 확고한 고객기반과 각각의 영역에서 쌓은 마케팅 네트워크를 바탕으로 국내외에서 더욱 커다란 성공을 거둘 것이라고 자신

 www.mcvuk.com

Sony PlayStation3, 중국시장 진출 임박

중국 정부가 2000년부터 청소년들에게 유해한 영향을 끼친다는 이유로 콘솔게임을 수입을 금지한 가운데, 2012년 7월 20일 Sony가 중국내 PlayStation3 판매허가를 신청한 것으로 밝혀져 중국 게임시장에서 큰 논란이 발생

■ 글로벌 3대 콘솔게임인 PS3의 중국시장 판매 임박

- ▶ MS, Nintendo와 글로벌 콘솔 게임시장 성장을 주도하고 있는 Sony가 중국내 PlayStation3 판매 허가를 신청한 것으로 밝혀져, 잠재되어 있는 13억 신규 게임유저들을 끌어모을 수 있을지 귀추가 주목
- ▶ 중국질량인증센터(中国质量认证中心)의 인증조회 시스템 확인 결과, Sony가 판매허가를 신청한 제품명은 '전자오락시스템 (게임기)', 모델명은 CECH-3012A, CECH-3012B : 220-240VAC 50/60HZ 0.9A로 조회되었으며, 이는 PlayStation3의 중국시장 판매 모델명인 것으로 확인
- ▶ 인증시점은 2012년 7월 20일이며, 이는 Sony가 광둥에 SCE GD를 설립한 후 1개월이 지난 시점
 - 이를 통해 Sony가 SCE GD 설립 당시, 이미 PlayStation3의 중국 판매를 준비하고 있었다는 것을 알 수 있음
 - Sony 북경법인 관계자는 조만간 출시 가능성에 대해서 PlayStation3 출시작업 준비과정의 일환일 뿐이며 아직 중국 시장에 판매하기로 결정한 것은 아니라고 했지만 중국 콘솔 게임시장의 성장 가능성을 주목하고 있다고 언급

■ 중국 정부의 콘솔게임 금지 내용

- ▶ 중국 내 게임산업을 관장하고 있는 산업정보부는 2000년부터 청소년들에게 유해한 영향을 끼친다는 이유로 Sony, MS, Nintendo 콘솔게임들을 금지시켜왔음
 - 2000년 국무원(国务院)은 <전자오락 경영장소 전문관리에 관한 의견(关于开展电子游戏经营场所专项治理的意见)>을 발표하면서 6조에 '국내에 전자오락 설비와 판매를 금지하며, 어떠한 소비자도 그러한 설비를 구입하는 것을 금지한다고 명시
 - 이는 2004년 Sony의 PlayStation2가 중국 시장에 진출할 때 명칭이 '가정오락시스템'으로 변경되는데 영향을 끼침
 - 현재도 문서상으로는 불법이지만 엄격하게 적용되지는 않으며, 자국의 온라인 게임산업 보호를 위해 콘솔게임기 뿐만 아니라 게임 소프트웨어와 MS의 Windows같은 운영체제 프로그램 CD도 철저히 수입규제를 하고 있음
 - 하지만 2010년 초부터 중국 정부가 인터넷, 통신, 방송 분야의 기업들이 서로 다른 영역에 진출하는 것을 허락하면서 여러 기기에서 쓰이는 애플리케이션의 컨버전스 움직임이 활발해졌으며 이로 인해 콘솔게임기 시장에 대한 규제도 완화될 것으로 기대되고 있는 상황

tv.duowan.com

그림 8 중국질량인증센터 인증조회 시스템에 나타난 Sony의 PlayStation3 판매허가 신청 기록

CCC证书查询

搜索关键字: 证书编号 Certificate No. 点击查看

#	证书编号 Certificate No.	申请人 Applicant	制造商 Manufacturer	生产厂 Factory	产品名称 Product	型号/规格 Model Specification	标准 Standard	发证日期 Issue Date	证书截止日期 Issue Date	现状态 Status	证书状态变化时间 Status Changing Time	原因 Reason	附件 Attachment
1	201201090855664	索尼电脑娱乐公司 Sony Computer Entertainment Inc.	索尼电脑娱乐公司 Sony Computer Entertainment Inc.	鸿富锦精密电子(烟台)有限公司 Hongtujin Precision Electrons (Yantai) Co., Ltd.	电脑娱乐系统(游戏机) Computer Entertainment System	CECH-3012A, CECH-3012B : 220-240VAC 50/60Hz 0.9A	GB4943-2001	2012-07-20	2016-08-28	有效 Valid			

1 - 1 of 1 << >> [1] >>> 10



[网站导航](#) | [联系方式](#) | [招贤纳士](#) | [法律声明](#)

中国质量认证中心 CHINA QUALITY CERTIFICATION CENTER, Copyright © 2000-2010 CQC.COM.CN [京CP证030724](#)

[출처] 중국질량인증센터 홈페이지(2012)

그림 9 Sony PlayStation3, CECH-3012 모델



[출처] Sony 홈페이지(2012)

통계 중국 온라인게임 순위

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	30.54
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	21.88
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	10.95
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.10
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	4.71
6	역전(逆战)	Tencent	-	2.44
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.80
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.78
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.04
10	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	+1	0.94

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 MMO게임 순위

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.01
2	현원전기(轩辕传奇)	Tencent	-	8.81
3	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	8.69
4	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	+1	8.08
5	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-1	8.04
6	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	6.13
7	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.57
8	마역(魔域)	91.com	-	4.01
9	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	3.01
10	천녀유혼(倩女幽魂On)	NetEase	-	2.50

[출처] Barchina 홈페이지(2012)

통계 중국 캐주얼게임 순위

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	58.02
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	21.49
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	12.50
4	오디션(劲乐团)	NineYou	-	1.82
5	NBA2KOnline(NBA2KOnline)	Tencent	-	1.39
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	+1	1.24
7	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-1	1.11
8	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	0.63
9	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.38
10	메이플스토리(冒险岛)	Shanda Games	+5	0.20

[출처] Barchina 홈페이지(2012)



일본 게임시장 동향

일본 후쿠오카市, 글로벌 게임산업 도시 육성 추진

일본 후쿠오카市를 글로벌 크리에이티브 산업 도시로 만들기 위한 세미나가 최근 도쿄에서 개최. 이 세미나에서는 후쿠오카 지역의 독자적인 재미를 발굴해 스타트업과 창의적 인재를 확보하기 위한 다양한 방안이 논의됨

■ 후쿠오카, 도쿄와는 다른 매력으로 세계적인 크리에이티브 산업 도시로의 변신 희망

- ▶ 2012년 11월 7일 '후쿠오카 비즈니스 세미나 2012, 후쿠오카발! 크리에이티브산업의 미래를 향해(福岡市ビジネスセミナー2012"福岡発! クリエイティブ産業の未来に向けて")가 도쿄에서 개최되어, 후쿠오카 지역의 현황과 새로운 발전 가능성을 타진
 - 일본 후쿠오카는 2006년에 후쿠오카게임산업진흥기구(福岡ゲーム産業振興機構)*를 설립했으며 규슈와 후쿠오카를 글로벌 게임산업 도시로 육성하는 것을 목표로 정부, 기업 간 연계를 강화함과 동시에 '크리에이티브 엔터테인먼트 도시', '일본 최고의 스타트업 도시'로 나아가기 위한 사업을 추진 중
 - 후쿠오카를 거점으로 한 게임업체 Level-5**의 Akihiro Hino CEO, 도쿄 소재 소프트웨어 개발업체 Team Lab의 Toshiyuki Inoko CEO, 스타트업 지원업체 nomad의 Osamu Ogasahara CEO 등이 참여한 패널 디스커션에서 후쿠오카에서의 크리에이티브 산업의 가능성에 대한 다양한 논의가 진행
 - Level-5의 Akihiro Hino CEO는 후쿠오카를 거점으로 삼은 이유를 묻는 질문에 "살기 편하고 다니기에 즐거운 거리가 많다"고 답하면서 "콘텐츠를 앞세워 현재의 화려한 상점가로 발전한 아키하바라처럼 후쿠오카 또한 독자적인 즐길거리를 통해 도쿄와는 또 다른 도시로 성장할 수 있다"고 강조
- ▶ 후쿠오카의 쾌적한 환경과 다양한 지원 정책 등이 기업 육성에 적합한 것으로 평가
 - nomad의 Osamu Ogasahara CEO는 스타트업이라는 용어에 대해 매출액이나 유저 수 등을 주당 5~7% 가량 확대시키는 등 벤처기업보다 더 급격한 성장세를 보이는 업체군으로 정의하고, "후쿠오카는 스타트업을 지원하는 토양이 형성되어 있다"고 언급
 - 그는 "후쿠오카시는 임대료와 물가가 저렴해 실패해도 빠르게 회복해서 재도전하기 쉬운 환경이며, 도쿄에 비해 출퇴근 교통혼잡이나 음식점 앞에서 대기하는 시간이 적어 일상적인 스트레스가 적다는 장점이 있다"고 강조
 - Level-5의 Akihiro Hino CEO는 "아시아에서는 저작권 제도 정비 문제가 있어 특히 패키지게임 등의 게임사업을 추

진하기가 어렵다"고 말하면서, "후쿠오카가 아시아의 우수한 파트너 후보 업체들을 발굴하고 대만, 홍콩, 싱가포르 등에 판로를 개척하는 사업을 추진 중인데, 이러한 정책들이 아시아 시장 개척에 기여할 것"으로 기대

*주: '규슈와 후쿠오카 지역을 전 세계가 바라보는 게임산업 도시로 만들기' 위해 규슈대학, 후쿠오카시, 후쿠오카의 게임 개발업체 11개사가 속한 업계 단체 GFF 등의 주도 하에 2006년에 설립됨. 후쿠오카 지역 크리에이티브 인재육성 사업, 국내외 업체 간 교류를 증진시키는 시장 개척 사업, 게임 제작 거점지역으로서의 규슈 및 후쿠오카 지역 홍보 사업 등을 전개 중

**주: 1998년 10월 일본 후쿠오카현 후쿠오카시에 설립된 게임 개발업체로, Square Enix의 인기 RPG 타이틀 <드래곤퀘스트 VIII (ドラゴンクエストVIII 空と海と大地と呪われし姫君)>를 개발한 것으로 유명. 2011년 10월 15일, 도쿄국제전시장에서 최초의 단독 게임쇼인 'LEVEL5 WORLD 2011'을 개최한 바 있음

■ 크리에이티브 산업에 대한 지원 정책 및 홍보 확대와 시민들의 인식 강화가 관건

▶ 후쿠오카가 크리에이티브 산업 도시로 도약하기 위해서는 창의적 인재 확보를 위한 다양한 정책과 홍보가 보다 강화되어야하며 지역 시민 전체의 목표의식 공유가 절실

- Team Lab의 Toshiyuki Inoko CEO는 "크리에이티브 산업 도시가 되기 위해서는 창의력 있는 인재를 끌어들이기 위한 '관용'이 중요한데, 현재의 후쿠오카에서는 이러한 요소가 부족하다"고 지적하면서, "인재 확보를 위해 이공계 학생의 학비 면제나 유흥문화에 대한 규제 완화와 같은 파격적인 지원책이 필요하며 초기 실리콘밸리와 같이 후쿠오카 시민 전체가 강력한 의지를 가져야 한다"고 주장

 www.4gamer.net

일본 소셜게이머, 연령과 성향간 연관성 확인

시장조사업체 Gameage가 최근 자체 개발한 소셜게임 분석 지표인 SPS에 기반해 소셜 게이머층을 새로이 분석한 결과에 따르면, 소셜게이머층의 연령 구성과 성향 구성 간 깊은 상관관계가 있는 것으로 확인

■ 일본 소셜게이머, 젊을수록 게임에 대해 긍정적이고 적극적으로 게임 이용

- ▶ 시장조사업체 Gameage가 소셜게임 분석을 위해 자체 개발한 지표인 SPS(Social game Play-style Segment)를 보완해 2012년 11월 11일 공개한 새로운 소셜게이머 분석 결과*에 따르면, 소셜게임에 대한 태도에 따라 소셜게이머층이 5개 그룹으로 분류됨
 - Gameage는 소셜게임을 이용한 적 없는 피험자가 포함됐던 기존 SPS의 모집단을, 조사기간 동안 1회 이상 소셜게임을 한 적이 있는 모집단으로 재설정하고 각 그룹의 명칭 및 속성을 일부 수정한 새로운 SPS를 개발
 - 소셜게임의 과금 방식 및 이용 동기, 정보 획득 경로, 소셜게임에 대한 인식 등을 조사하는 설문 내용과 결론 도출 프로세스는 기존 SPS와 동일
 - 새로운 SPS를 통해 소셜게이머층을 분석한 결과, 소셜게임에 대해 전반적으로 긍정적인 적색 그룹, 부정적 입장인 보라색 그룹, 부정적이면서도 유일하게 부분유료화 모델에 대해서는 긍정적인 황색 그룹, 부분유료화 모델에 긍정적인 점은 공통적이거나 그 외 모든 요소들에 대해서는 상이한 반응을 보인 2개 그룹(청, 녹) 등 5개 그룹으로 분류
- ▶ 각 그룹을 분석한 결과 청색 그룹은 'Evangelist', 녹색 그룹은 'Social Adopter', 적색 그룹은 'Positive Gamer', 황색 그룹은 'Free Rider', 보라색 그룹은 'Negative Gamer'로 규정 가능하며 각각 상이한 특징을 나타냄
 - 'Evangelist'는 소셜게임에 대해 매우 능동적이고 콘솔게임보다 소셜게임을 우선시하며 TV 광고나 입소문 등 정보에도 민감해서 친구와 지인을 비롯해 잘 알지 못하는 사람들과도 적극적으로 커뮤니케이션을 시도하는 성향이 있음
 - 'Social Adopter'는 'Evangelist'만큼 적극적이지는 않으나 소셜게임에 대한 적합성이 높은 그룹으로, 지인보다는 온라인에서 타인과의 커뮤니케이션을 선호하는 점과 자투리 시간에 게임을 즐김
 - 'Positive Gamer'는 콘솔게임 보유 비율이 높으며 소셜게임과 그 외 게임들에 대해 전반적으로 긍정적
 - 'Negative Gamer'는 남성 게이머층의 비중이 높다는 점이 'Positive Gamer' 그룹과 동일하나 소셜게임에 대해 부정적이며, 연령대가 비교적 높아 소셜게임에 대한 포용성이 떨어지는 것으로 추정
 - 'Free Rider'는 소셜게임을 부정하면서도 부분유료화에 대해 긍정하고, 소셜게임을 단순한 킬링타임용으로 인지

▶ 새로운 SPS를 IPS와 교차 집계해 연령별, 성별로 살펴본 결과, 게이머층의 연령 구성과 IPS 구성 간 밀접한 상관관계가 있는 것으로 확인

- 'Evangelist'와 'Free Rider'는 모두 남녀 성비가 균등하고 'Evangelist' 게이머층의 연령대가 보다 젊은 경향이 있으며 'Free Rider'는 여성 게이머층의 연령대가 10대부터 40대까지 고루 분포되어 있다는 특징이 있음
- 'Positive Gamer'와 'Negative Gamer'는 모두 남성 비율이 높다는 공통점이 있으나 'Positive Gamer'이 남녀 모두 젊은층의 비율이 매우 높은 반면 'Negative Gamer'의 게이머층은 비교적 전 연령대에 걸쳐 분포되어 있음

*주: 일본 게이머 3,576만 명을 대상으로 2012년 8월 31일부터 9월 2일까지 온라인 서베이를 통해 조사


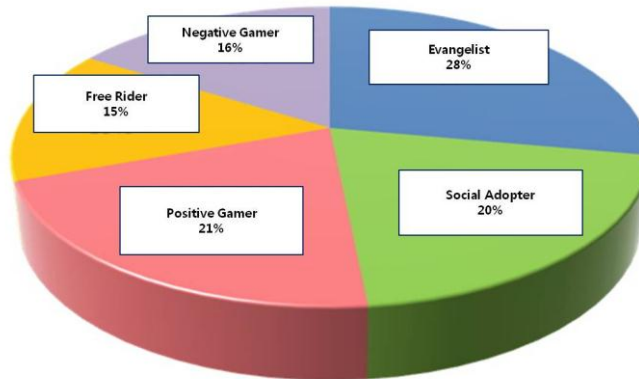
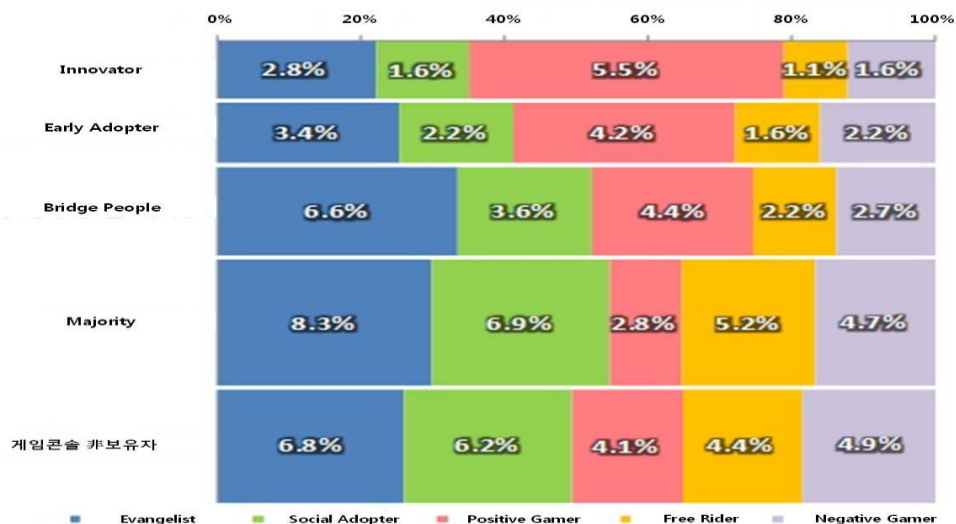
 www.gamebusiness.jp

그림 10 SPS를 통해 도출된 각 그룹의 구성 비율*



[출처] Gameage

그림 11 SPS와 IPS의 교차 집계 결과*



[출처] Gameage

*주: 조사기간: 2012.8.31.~2012.9.2. 유효샘플: 6,576명

Nintendo 3DS, 최근 1년 간 견고한 성장세 과시

시장조사업체 Gameage가 최근 공개한 월간 보고서에 따르면, Nintendo 3DS의 MAU 규모가 최근 1년 간 매월 증가세를 유지한 가운데, 캐주얼 게이머와 하드코어 게이머를 번갈아 겨냥하는 게임 타이틀 발매 전략이 유저 기반 확대에 이어진 것으로 나타남

■ Nintendo 3DS, 신규 게임 타이틀 판매 전략 통해 유저 기반이 지속적으로 확대

- ▶ 시장조사업체 Gameage가 2012년 11월 4일 발표한 월간 보고서 "월간게임트렌드(Monthly 게임·트렌드·레이팅)"에 따르면, 최근 1년 동안(2011년 10월~2012년 9월) Nintendo 3DS의 월간 활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU) 규모가 지속적으로 증가
 - Nintendo 3DS는 2011년 12월 이후 급격히 MAU가 증가했는데 이는 <Super Mario 3D Land>, <Mario Kart 7>, <Monster Hunter 3G> 등 밀리언셀러 타이틀 3개가 불과 한달 동안(2011년 11월 3일~12월 10일)에 동시 발매되었기 때문인 것으로 추정
 - 광범위한 게이머층을 겨냥한 강력한 브랜드파워를 지닌 밀리언셀러 타이틀의 동시 발매는, 카니발리제이션을 피하기 위해 판매 시기를 조절하는 업계에서는 이례적인 일이었으나, 결과적으로는 각 타이틀 모두 초기 판매량 100만 장을 빠르게 돌파하고 지속적으로 기록을 경신하고 있어 Nintendo 3DS의 확산에 크게 기여
- ▶ 콘솔 게임시장 분석에서 널리 활용되어 온 IPS기반*의 MAU 추이를 분석한 결과, 신규 게임 타이틀 판매 전략이 매월 유저 기반 확대에 기여한 한편 게이머층의 구성 또한 지속적으로 변화
 - 2011년 말 3개의 밀리언셀러 타이틀이 출시된 이후에도 <신 광신화 파르테나의 거울(新光神話パルテナの鏡)>, <킹덤하츠(キングダム ハーツ)>, <파이어엠블렘각성(ファイアーエムブレム覚醒)> 등 신규 게임 타이틀이 높은 판매량을 기록하면서 Nintendo 3DS의 판도에 힘을 실어줬으며, 2012년 7월 출시된 <New Super Mario Brothers 2>가 100만 장 이상 판매되면서 다시 한번 게이머 비율이 증가
 - Nintendo 3DS는 브랜드파워를 지닌 게임 타이틀로 캐주얼 게이머층을 끌어들이고 후 매니아층을 겨냥한 타이틀로 핵심 게이머층의 지지를 얻은 뒤, 다시 캐주얼 게이머층에게도 어필하는 이상적인 판매 사이클을 통해 시장 입지를 강화해온 것이 확인됨
- ▶ Nintendo는 신규 게임 타이틀 판매 전략을 통해 Nintendo 3DS의 유저 기반을 계속 확대할 전망
 - 최근에는 여성 및 캐주얼 게이머층을 겨냥한 게임 타이틀 <투어나와라동물의숲(とびだせ どうぶつの森)>이 2012년 11월 8일 발매됐으며, 2013년 상반기에 남성 게이머층을 겨냥한 <몬스터헌터4(モンスターハンター4)>와 Square Enix의 인기 RPG <드래곤퀘스트> 시리즈 최초의 리메이크 타이틀인 <드래곤퀘스트4: 에덴의전사(ドラゴンクエストVII エデンの戦士たち)>등이 발매될 예정으로 다시 한번 유저 기반이 확대될 전망

*주: 일본 Nintendo 이용자 2만 명을 대상으로 2012년 9월부터 10월까지 온라인 서버이를 통해 조사

**주: 미국 스탠포드 대학 사회학 교수인 Everett M. Rogers는 1962년에 신제품을 빨리 구매하는 순서대로 구매 태도를 정의한 이노베이터 이론. 이용자들을 혁신자(innovators), 얼리어답터(early adopters), 초기 다수 수용자(early majority, 또는 bridge people), 후기 다수 수용자(late majority), 지각 수용자(laggards)로 분류

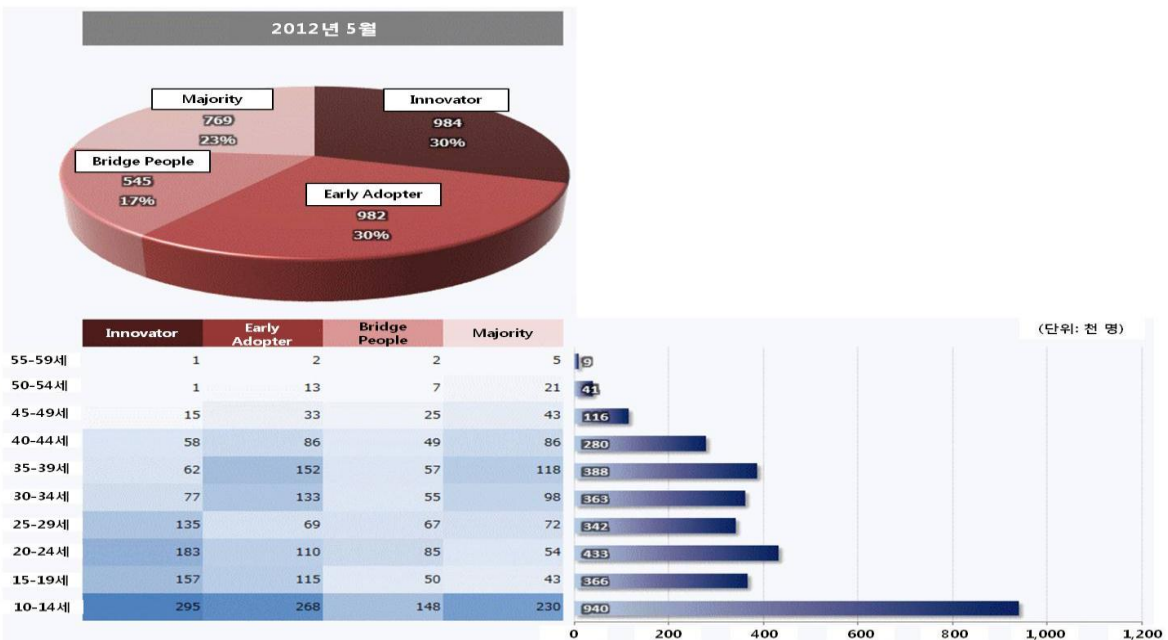
www.gamebusiness.jp

그림 12 최근 1년 간 Nintendo 3DS의 MAU 추이(단위: 천 명, %)



[출처] Gameage

그림 13 2012년 5월 기준 Nintendo 3DS의 연령별, 성향별 MAU 구성(단위: 천 명, %)



[출처] Gameage

GREE, Yahoo! Japan과 파트너십 체결

모바일 소셜게임 플랫폼 사업자 GREE가 일본 모바일 게임시장 강화를 위해 포털업체 Yahoo! Japan과 포괄적인 업무제휴를 맺음. 이번 제휴를 통해 양사는 소셜게임과 모바일 콘텐츠의 상호활용 및 모바일 콘텐츠 개발에서 협력하기로 결정

■ GREE, 일본 최대 포털업체 Yahoo! Japan과 비즈니스 파트너십 체결

- ▶ 2012년 11월 8일, 일본 모바일 소셜 게임업체 GREE가 일본 최대 포털업체 Yahoo! Japan과 포괄적인 비즈니스 파트너십을 체결
 - Yahoo! Japan은 일본 스마트폰 이용자 중 78%가 접속하는 일본 최대 규모의 모바일 포털을 운영하는 업체로, DeNA와 한국의 카카오와도 제휴를 맺고 있음
- ▶ GREE는 그동안 글로벌 시장에서 모바일 소셜게임 플랫폼 업체로 입지를 굳혔지만, 일본 시장에서는 DeNA에 비해 인지도 및 가입자 측면에서 뒤쳐지고 있음
 - 그러나 GREE는 이번 Yahoo! Japan과 제휴를 통해 일본 시장 확대의 발판을 마련

■ GREE와 Yahoo! Japan의 제휴 내용

- ▶ GREE와 Yahoo! Japan의 제휴 내용은 크게 '소셜게임 연계', '모바일 콘텐츠 상호 활용', '모바일 콘텐츠 공동 제작' 등으로 이루어짐
 - Yahoo! Japan은 스마트폰 버전 포털 화면 상단에 GREE의 소셜게임을 공개하며, GREE의 모바일 소셜게임 플랫폼 'GREE Platform'의 결제 수단 중 1가지로 'Yahoo! Wallet'을 사용하기로 결정
 - 또한 GREE와 Yahoo! Japan은 'GREE Platform'을 이용한 신규 게임을 개발하며, 소셜게임 개발을 목적으로 하는 합작 기업을 설립하기로 결정
 - 게임뿐만 아니라 GREE의 다른 콘텐츠와 IP를 Yahoo! Japan이 사용할 수 있으며, 향후 디지털 영화 콘텐츠와 관련된 합작 기업도 설립할 예정

■ 일본 최대 모바일 소셜게임 플랫폼을 모두 가지게된 Yahoo! Japan

- ▶ Yahoo! Japan은 GREE와의 제휴에 앞서, 2010년에 DeNA와의 공동서비스 Yahoo! Mobage로 PC 기반 소셜게임에서 큰 성공을 거둠
 - 일본 소셜게임 전문 사이트 Serkantoto의 2012년 11월 8일 기사 "GREE Announces Partnership With Yahoo

Japan"에 따르면, Yahoo! Japan은 2010년부터 GREE의 경쟁업체 DeNA와 함께 Yahoo! Mobage를 운영해 큰 성공을 거두고 있으며, 2012년 1월 기준 일본 소셜 게임시장 점유율 53%를 차지

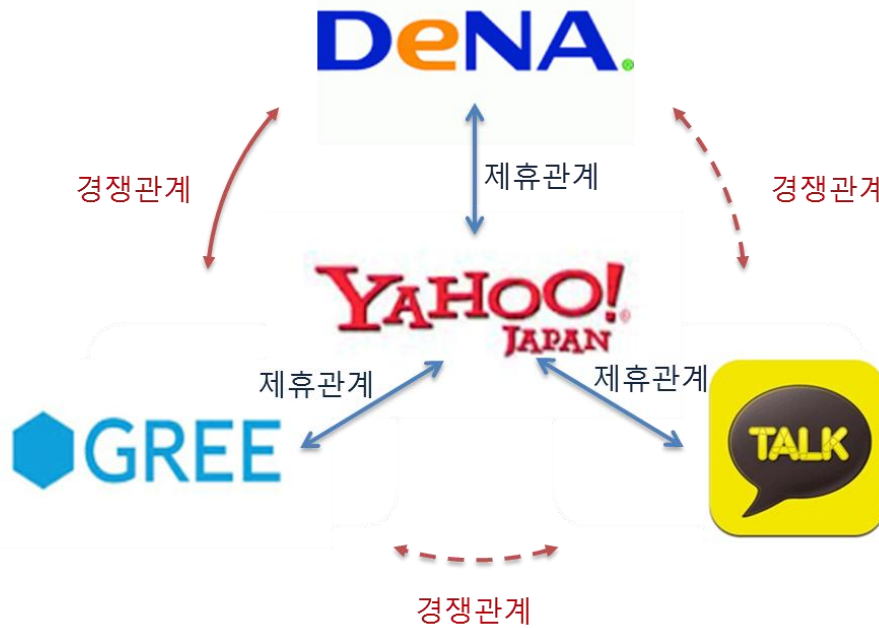
- 하지만, Yahoo! Mobage는 PC기반 소셜게임 플랫폼이기 때문에, 모바일 기반의 GREE와 Yahoo! Japan 제휴에 큰 영향을 끼치지 않을 것으로 전망*

▶ 일부 일본 게임관계자들은 GREE가 일본 시장을 확대하기 위해서는 Yahoo! Japan과의 제휴가 필수적이긴 하나, 이번 제휴는 Yahoo! Japan에 일방적으로 유리한 조건이었다고 분석

*주: Yahoo! Japan과 GREE의 제휴 발표 이틀 후인 2012년 11월 10일 DeNA는 Yahoo! Japan과 합작해 PC기반의 Yahoo! Mobage를 스마트폰과 태블릿PC 기반의 모바일 소셜게임 플랫폼으로 확대할 것이라고 발표

 www.serkantoto.com

그림 14 Yahoo! Japan을 중심으로 살펴본 일본 모바일 소셜 플랫폼 업체 관계도



*주: DeNA와 GREE의 경우 경쟁관계이지만, 카카오톡의 경우 아직 DeNA와 GREE와 직접 경쟁관계가 아닌 관계로 점선으로 표시

[출처] Strabase(2012)

DeNA, 모바일 소셜게임 업체 Cygames 지분 인수

일본 모바일 소셜 게임업체 DeNA는 모바일 소셜게임 <Rage of Bahmut>로 유명한 Cygames의 지분 24.03%를 9,200만 달러에 매입할 예정. DeNA는 이번 지분 인수를 통해 Cygames의 소셜게임 개발력을 확보해, 글로벌 모바일 게임업체로 성장할 예정

■ DeNA, 경쟁업체 CyberAgent의 자회사 Cygames 지분 24.03% 인수

- ▶ 모바일 소셜게임 플랫폼 Mobage로 유명한 DeNA가 경쟁업체인 CyberAgent의 자회사이자 모바일 소셜 게임업체 Cygames의 지분 24.03%를 2012년 12월에 9,200만 달러에 인수할 예정
 - DeNA가 Cygames 지분 24.03% 인수에 투입할 금액은 총 9,200만 달러로 지난 2012년 10월 넥슨이 모바일 게임 업체 gloops 지분 100% 인수에 투입한 4억 6,900만 달러보다 높은 수치
 - 2012년 7월에 Cygames의 전세계 이용자가 1,500만 명을 돌파한 점을 고려할때, Cygames의 가치는 gloops보다 높다는 것이 일본 게임업계의 일반적인 평가
 - 더욱 주목할 만한 것은 Cygames가 DeNA의 경쟁업체인 CyberAgent의 자회사라는 점
- ▶ CyberAgent는 모바일 소셜게임 플랫폼 'Ameba'를 가지고 있으며, 재무적인 입장에서도 특별한 재정적 지원이 필요없는 건실한 기업
 - 이런 측면에서 DeNA의 Cygames의 지분 인수는 단순 투자가 아닌 DeNA와 CyberAgent의 비즈니스 파트너쉽 구축의 시발점으로 평가되기도 함
 - 2012년 1월에 이미 DeNA는 Mobage를 통해 Cygames의 <Rage of Bahmut>를 서비스하면서 이미 비즈니스 파트너 관계를 구축

 app.famitsu.com

그림 15 Cygames의 모바일 소셜게임 <Rage of Bahmut> 실행 화면



[출처] Cygames 홈페이지(2012)

통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 9 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 12 ~ 2012. 11. 18) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	164,358	-8.0%	8,261,910
	2	PlayStation3	Sony	17,318	-9.3%	8,645,556
	3	PlayStation Vita	Sony	12,223	204.7%	1,025,078
	4	PSP	Sony	11,969	3.7%	19,303,307
	5	Wii	Nintendo	2,908	-1.9%	12,633,406
	6	Xbox360	MS	1,822	-30.8%	1,620,657
	7	DS	Nintendo	372	-11.4%	32,976,706
SW	1	Animal Crossing: New Leaf (3DS)	Nintendo	297,859	-53.6%	939,300
	2	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	77,420	신규	77,420
	3	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	40,404	85.8%	1,395,057
	4	Summon Night 4 (PSP)	Namco Bandai	37,600	신규	37,600
	5	Medal of Honor: Warfighter (PlayStation3)	EA	24,380	신규	24,380
	6	Assassin's Creed III Liberation (PlayStation Vita)	Ubisoft	23,675	신규	23,675
	7	Monster Hunter 3G (3DS)	Capcom	17,880	258.0%	1,602,812
	8	Dynasty Warriors 7: Empires (PlayStation3)	Tecmo Koei	15,336	-78.0%	84,924
	9	Need for Speed Most Wanted (PlayStation3)	EA	13,511	신규	13,511
	10	Tales of Xillia 2 (PlayStation3)	Namco Bandai	13,277	-63.7%	403,630

[출처] VG Chartz 홈페이지(2012)

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 10 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 11. 23 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	코비와츠키 (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 DeNA	알테일바틀RPG (アルティールバトルRPG)	CORE EDGE
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	煉獄의 쿠르세이드 (煉獄のクルセイード)	entersphere- Drecom
4	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECEグランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	AKB48스테이지파이터 (AKB48ステージファイター)	GREE- Ateam	전쟁IXA 100만명의 패왕 (戦国IXA 100万の覇王)	Square Enix
5	건담 로열 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	신데렐라나인 (シンデレラナイン)	Drecom- Akatsuki
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	Dragon Tactics (Dragon Tactics)	enish
7	전국 로열 (戦国ロワイヤル)	DeNA	크로우즈WORST최강전설 (クローズWORST最強伝説)	Konami	마조카+마조르나 (マジョカ+マジョルナ)	Happy Elements
8	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	전국 킹덤 (戦国キングダム)	GREE- GeePlus	フェア리드ール (フェアリードール)	Ambition
9	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENX DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロンブス)	GREE	Emblem of Falkuria (ファルクューレの紋章)	Mynet Japan
10	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	성전 케르베로스 (聖戦ケルベロス)	GREE	음악사 헤이안유에마키 (音楽師 平安好絵巻)	Drecom

*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

게임, 학습능를 높이는 효과 발휘

싱가포르에서 개최된 'Smartest Singapore 2012'에서 게임이 싱가포르 초등학생들의 학습효과를 상승시킨 것으로 나타나 드러나 화제를 모으고 있음. 특히 게임 횟수와 평균 정답률이 비례하는 것으로 나타나 게임을 이용한 교육 방법이 주목을 받음

■ 싱가포르 초등학생들의 축제 "Smartest Singapore 2012"

- ▶ 싱가포르 게임업체 Skoolbo는 싱가포르 초등학생들에게 올바른 게임문화를 정착시키기 위해 게임 이벤트 'Smartest Singapore 2012'를 2012년 10월 9일에 개최
 - 'Smartest Singapore 2012'에 참여한 싱가포르 초등학생들은 100초 안에 언어(영어, 중국어, 말레이어, 타밀어)와 수학 및 일반상식 문제를 맞추는 스피드게임을 통해 경쟁하게 됨
 - Skoolbo의 Shane Hill CEO는 "'Smartest Singapore 2012'는 초등학생들이 학습에 대한 즐거움을 느낄 수 있는 획기적인 행사"라며, "게임이 학습에 어떠한 영향을 미치는지 입증하는 중요한 자리가 될 것"이라고 밝힘
- ▶ 온라인 예선은 2012년 11월 4일부터 28일까지 진행되며, 최종 결승은 12월 3일에 진행
 - 온라인 예선을 통과한 각 연령대별 상위 100명의 참가자들은 12월 1일 Marina Barrage에서 열리는 본선에 초대되며, 본선을 통과한 연령대별 상위 2명의 참가자들은 12월 3일 NTUC 강당에서 열리는 Grand Final에 참가
 - 각 연령대별 우승자들은 3일동안 부모와 함께 홍콩 디즈니랜드에서 여행할 수 있는 여행권을 받으며, 상위 2~8등은 3일 동안 싱가포르의 주요 관광지인 Night Safari, Underwater World, Dolphin Lagoon, Singapore flyer 등을 여행할 수 있는 Super Explorer card를 받음

■ "Smartest Singapore 2012"에서 나타난 게임 학습효과

- ▶ "Smartest Singapore 2012"에 참가한 싱가포르 초등학교 학생들은 65만개 이상의 질문에 정확하게 대답한 것으로 나타났으며, 특히 60개 이상 학습게임을 이용한 학생들의 정답률은 22.3% 상승
 - Rivervale 초등학교 학생 Samuel Chua는 200개 이상의 학습게임을 한 후 정답률이 57.5%가 나온 것으로 확인

 www.equities.com

인도네시아 불법 복제게임, AppStore에서 유통

인도네시아 게임업체 Elventales Studio가 개발한 모바일게임 <Chase Burger>가 May Games라는 이름의 정체불명의 제작사에 의해 iOS용, Android용 게임으로 불법 복제돼 Apple AppStore에서 유통되고 있는 것으로 나타남

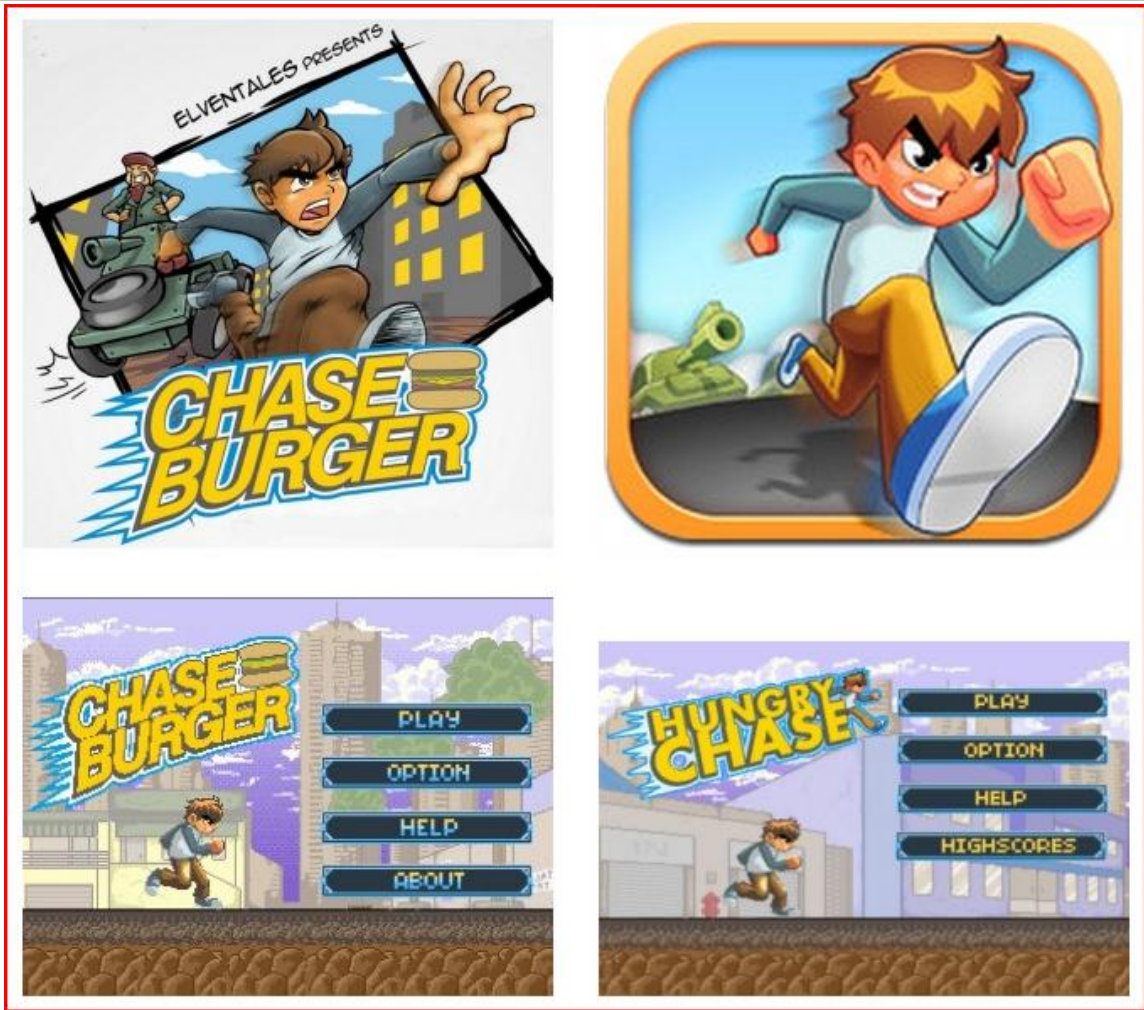
■ 인도네시아 게임업체 Elventales Studio, 불법 복제게임으로 곤혹

- ▶ 인도네시아 게임업체 Elventales Studio가 자사의 모바일게임 <Chase Burger>가 iOS, Android 플랫폼에서 <Hungry Chase>라는 이름으로 불법 복제돼 유통되고 있다고 밝힘
 - 불법 복제를 당한 게임업체 Elventales Studio는 Apple측에 문제를 제기했을 뿐만 아니라 게이머들이 불법 복제 게임을 쉽게 인지해 신고할 수 있도록 노력
 - 게임 개발자 동료들은 Apple AppStore에 등록된 복제게임에 대해 부정적 리뷰를 남김으로써 복제 행위를 비판
 - 심지어 iOS, Android용으로 복제돼 유통되고 있는 <Hungry Chase>는 Elventales Studio가 제작한 <Chase Burger>의 로고를 그대로 차용, 썸네일 그림이나 타이틀까지도 변경하지 않고 그대로 카피한 것으로 드러남
 - AppStore에서 유통되고 있는 복제게임은 Zhang Huimei라는 사람에 의해 업로드된 것으로 밝혀진 가운데, 실제 이름인지, 가명인지는 드러나지 않았으며, 현재 카피한 사람과 제작업체 May Games에 대해서도 뚜렷이 공개된 정보는 없음
 - May Games의 홈페이지로 추정되는 웹사이트는 대부분이 빈 공간인 무료 블로그에 불과하며, 이메일 주소는 maygame2012@gmail.com으로 알려짐
 - Elventales Studio의 Mahdi Basroni Rizal CEO는 지난 2012년 11월 1일 iOS용 복제게임을 발견했으며, 바로 하루 뒤인 11월 2일 복제게임이 유통되기 시작했으며, 문제 해결을 위해 현재 Elventales Studio는 Apple App Store측에 조사를 의뢰한 상태
- ▶ <Chase Burger> 이 전에도 인도네시아 게임업체가 개발한 게임이 불법 복제되거나 유통된 사례들이 간혹 있었음
 - Toge Productions에 의해 개발된 인기 모바일게임 <Infectorator 2>가 대표적 사례로, 지난 5월 Hasan Akruyek이라는 사람에 의해 Android용 게임으로 불법 복제됨
 - 또한 얼마 지나지 않아 <Infectorator>가 Google Play에도 등장, AndroidZoom과 같은 애플리케이션 디렉토리로 점차 확대됨에 따라 Toge Productions와 제휴사 ArmorGames.com이 불법복제에 대한 공식 성명을 발표

- Elventales Studio측은 "최근 중국 스튜디오들에 의해 불법 복제게임이 유통된 사례들이 몇몇 있었다"며, "이 경우 중국 스튜디오들은 결국 사과하고, 게임을 해당 플랫폼에서 삭제했다"고 언급

 www.techinasia.com

그림 16 오리지널 게임 <Chase Burger>(좌)와 복제게임 <Hungry Chase>(우)



[출처] Elventales Studio 홈페이지(2012)

Tencent, 인도네시아 미디어기업과 제휴

중국 최대 인터넷기업 Tencent가 인도네시아 시장에 최적화된 온라인 커뮤니케이션 및 게임 개발을 위해 인도네시아 미디어그룹 Global Mediacom과 제휴. Tencent는 이번 제휴를 통해 인도네시아에 게임을 비롯한 다양한 온라인 서비스를 제공할 예정

■ Tencent, 인도네시아 미디어그룹 Global Mediacom과 제휴

- ▶ Tencent가 인도네시아의 얼리어답터 이용자들을 타깃으로 한 온라인 커뮤니케이션 및 온라인게임 서비스를 공동 개발하기 위해 인도네시아 미디어그룹 Global Mediacom*과 제휴
 - Global Mediacom의 Arya Sinulingga 대변인은 The Jakarta Post를 통해 "Tencent가 인터넷 기반 서비스 운영에 충분한 경험을 보유하고 있으며, 양사 간 제휴가 TV를 넘어 Global Mediacom의 사업영역 확장에 유용할 것"이라고 언급
 - Global Mediacom은 TV, 라디오 방송, 인쇄 미디어, 뉴스 포털을 포함해 방대한 포트폴리오를 보유한 상장기업
 - Global Mediacom의 자회사 Media Nusantara Citra(MNC) Media의 Harry Tanoesoedibjo CEO는 "양사가 온라인 커뮤니케이션 및 게임 서비스를 인도네시아 온라인 지형에 맞게 개발하기 위해 제휴하기로 결심했다"고 밝힘
 - Sinulingga 대변인에 따르면, 인도네시아 내 테크놀로지 보급이 증가하고 소위 tech-savvy라 불리는 얼리어답터 시장이 붐을 형성하면서, 미디어, IT 기업들에게 새로운 기회를 제공하고 있음
 - 인도네시아는 소셜미디어 Facebook과 Twitter 이용률이 가장 높은 국가 중 하나이기도 함
 - Sinulingga 대변인은 양사에서 개발하는 온라인 서비스들이 인도네시아 시장 환경에 최적화될 것이라고 덧붙임
 - 또한 Global Mediacom의 CEO는 Tencent가 지난해 1월 출시한 메신저 애플리케이션 WeChat이 인도네시아에서 인기를 더해가고 있다고 설명함

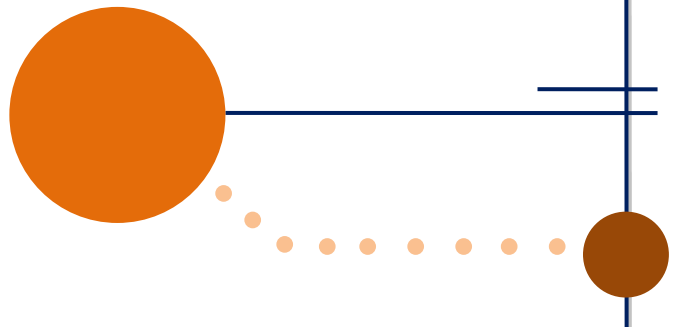
*주 : 인도네시아 최대의 종합 미디어그룹으로, 전국 지상파방송 3사를 포함해 라디오방송, 신문, 잡지, 연예기획사, 광고대행사, 영화사 등을 소유한 MNC(Media Nusantara Citra)와 유료 위성방송 플랫폼인 MNC Sky Vision, 통신 서비스 제공사 Infokom 등의 자회사를 보유

 www.zdnet.com



유럽 게임시장 동향

- 게임, 알츠하이머 환자 치료 활용 가능성 제기
- 영국 F2P 게임시장, 2016년 2억 6,600만 파운드로 성장
- Activision Blizzard 2012년 3분기 실적 '양호'
- Ubisoft, 차세대 콘솔게임 개발 향한 행보
- 독일 게임업체 Crytek, 향후 모든 게임은 F2P로 출시
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



게임, 알츠하이머 환자 치료 활용 가능성 제기

알츠하이머의 발병비율과 치료비용이 증가일로에 놓인 상황에서, 영국의 심리학자 John Harrison이 게임을 통한 알츠하이머 환자의 뇌기능 치료법을 시연. 아직 그 효과는 입증되지 않았으나 다른 치료법의 성과 측정에 유용할 것으로 전망

■ 게임, 알츠하이머 환자 치료의 새로운 수단이 될 수 있어

- ▶ 2012년 11월 5일, 암스테르담에서 개최된 'Games for Health Europe' 컨퍼런스에서 영국 Imperial College 의대에 재직중인 심리학자 John Harrison이 알츠하이머 환자 치료를 위한 게임 개발을 제의
 - 이미 두뇌훈련 게임의 경우는 알츠하이머 치료에 별다른 효과가 없는 것으로 밝혀졌으나, 알츠하이머 치료를 위해 특별히 고안된 게임의 경우는 다를 것이라고 전망
 - 알츠하이머 치료용 게임은 알츠하이머의 진행속도와 두뇌파괴율을 감소시킬 것으로 기대되며, 다른 치료법의 효과를 측정하는 수단으로서도 유용할 것으로 예측
- ▶ Harrison은 알츠하이머 치료용 게임이 알츠하이머 환자의 다섯가지 뇌기능을 치료하는 데 특히 효과적일 것이라고 주장함
 - 게임 치료를 통해 알츠하이머 환자의 △ 실행기능(executive functioning)인 전략 실행 능력, △ 작업기억 기능(working memory)인 저장된 정보와 기술의 사용 능력, △ 주의력과 집중력 기능(episodic memory)인 특정 사건의 상기 능력, △ 심리운동 기능(psychomotor skill)인 사건에 대한 반응속도 등에 차이를 보일 수 있을 것

■ 알츠하이머 치료용 게임 컨셉 시연...현재는 개발 전 단계

- ▶ Harrison은 컨퍼런스에서 알츠하이머 환자의 심리운동 기능을 시험하는 게임으로 플레이어가 괴물을 잡기 위한 함정을 세팅하고 발사하는 컨셉을 공개
 - 같은 방식으로 게임의 컨텍스트 내에 다양한 변수를 설정해 인지 기능과 같은 다른 두뇌 기능을 측정하고 치료하는 것 또한 가능하다고 설명
 - 알츠하이머의 발병비율과 그에 따른 비용이 증가하고 있는 상황에서, 치료 효과가 기대되는 치료 수단의 개발은 장려될 필요가 있음

 www.polygon.com

영국 F2P 게임시장, 2016년 2억 6,600만 파운드로 성장

시장조사업체 SuperData Research의 조사결과에 따르면, 영국 게임시장에서 F2P 게임 규모는 지속적으로 성장해 2015년에 2억 6,610만 파운드를 기록할 것으로 전망. 그러나 영국보다 독일과 프랑스의 F2P 시장이 더 빠르게 성장할 것이라는 주장이 제기됨

■ 영국 게임시장, 부분 유료화 게임 강세

- ▶ 시장조사업체 Superdata가 2012년 11월에 발표한 자료 "Case Study: Does it pay to switch to free-to-play"에 따르면, 영국 F2P 게임시장 규모는 2012년 10월 기준으로 2억 1,600만 파운드를 돌파
 - 특히 <Farmville>, <League of Legends>, <World of Tanks>와 같은 가상 아이템을 주요 수익원으로 하는 게임의 매출 비중이 높은 것으로 조사
 - 2012년 10월 기준 하드웨어를 제외한 영국 게임시장 규모는 8억 1,200만 파운드이며, 이중 26.6%가 F2P 게임에서 발생했으며, 향후 8주 동안 계속해서 빠르게 증가할 것으로 전망
 - 영국 게임시장에서 F2P 게임 매출 규모는 매년 지속적으로 증가해 2015년에는 2억 6,610만 파운드를 돌파할 것으로 전망
- ▶ 영국 게이머의 소셜게임 ARPU는 11.25파운드, 부분유료화 방식의 MMORPG는 11.64파운드를 기록

■ F2P기반의 온라인게임, 유럽 전역으로 확대

- ▶ 글로벌 F2P 게임시장 규모가 2012년 9조 3,000억 파운드에서 2015년 14조 2,300억 파운드로 증가할 것으로 전망되는 가운데, 독일과 프랑스의 F2P 게임시장은 영국보다 클 것이라는 주장이 제기됨
 - Ubisoft의 Ddile Limpach 개발자는 "유럽 F2P 게임시장 규모에서 독일이 가장 크며, 프랑스가 그 뒤를 쫓고 있다"라고 언급
 - 중국 게임업체 Perfect World 유럽지사의 Gabriel Hacker 매니저는 "영국 게임시장에 F2P가 빠르게 성장하고 있다는 사실을 부정할 게임 전문가는 아무도 없다"며, "그러나 독일과 프랑스보다는 뒤쳐질 것"이라고 강조
 - 또한, Hacker 매니저는 "유럽 국가마다 선호하는 게임 특성이 다르다"며, "프랑스는 중국 스타일의 게임을 좋아하기 때문에 F2P 게임시장이 빠르게 성장하고 있다"고 언급

 www.mcvuk.com

Activision Blizzard 2012년 3분기 실적 '양호'

글로벌 게임업체 Activision Blizzard의 2012년 3분기 매출이 비일반회계기준(non-GAAP) 7억 5,100만 달러를 기록. 콘솔/PC게임 <Skylanders> 시리즈와 온라인게임 <World of Warcraft: Mist of Pandaria>의 성공으로 매출이 전년 동기대비 19.8% 성장

■ Activision Blizzard, 2012년 3분기 실적발표

- ▶ Activision Blizzard가 2012년 11월 7일 발표한 2012년 3분기 실적발표에 따르면, 비일반회계기준 매출액은 전년 동기대비 19.8% 성장한 7억 5,100만 달러를 기록
 - 2013년 3분기 영업이익은 1억 5,400만 달러로 전년 동기대비 82.1% 성장
 - 전체 매출의 49.7%인 3억 4,500만 달러가 <World of Warcraft>의 온라인 정액제에서 발생했으며, 콘솔게임의 매출은 전체 매출의 24.3%인 1억 8,300만 달러로 나타남
 - 또한, 1월부터 지난 9월 30일까지 Activision Blizzard는 23억 9,200만 달러의 매출과 5억 4,400만 달러의 영업이익을 기록
 - Activision Blizzard는 2012년에 다수의 게임 타이틀을 출시했지만, 재정적인 성과는 평년 수준
- ▶ Activision Blizzard의 Bobby Kotik CEO는 2012년 3분기 성과에 긍정적인 영향을 미친 타이틀로 북미와 유럽 내 콘솔/휴대용 게임 판매 순위 1위에 오른 바 있는 <Skylanders> 시리즈와 2012년 9월 25일에 출시된 <World of Warcraft>의 4번째 확장팩 <World of Warcraft: Mist of Pandaria>를 꼽음
 - 특히 <World of Warcraft: Mist of Pandaria>의 경우 2012년 10월 2일 중국 서비스를 시작하며 탄력을 받은 것으로 나타남
 - Bobby Kotik CEO는 "높은 엔터테인먼트 경험 제공에 초점을 맞춘 직원들의 태도가 Activision Blizzard 측에 다시 한 번 이전보다 좋은 재정적인 결과를 불러왔다"라고 설명
 - 또한 그는 "Blizzard의 <World of Warcraft: Mist of Pandaria>와 <Diablo III> 그리고 Activision의 <Skylanders>와 <Call of Duty> 프랜차이즈를 바탕으로 지난 3년 간 매년 10억 달러 이상의 현금을 창출했다"라며 "2012년 3분기의 좋은 실적을 바탕으로, 4분기 역시 긍정적인 성과를 거둘 수 있으리라 전망한다"고 언급

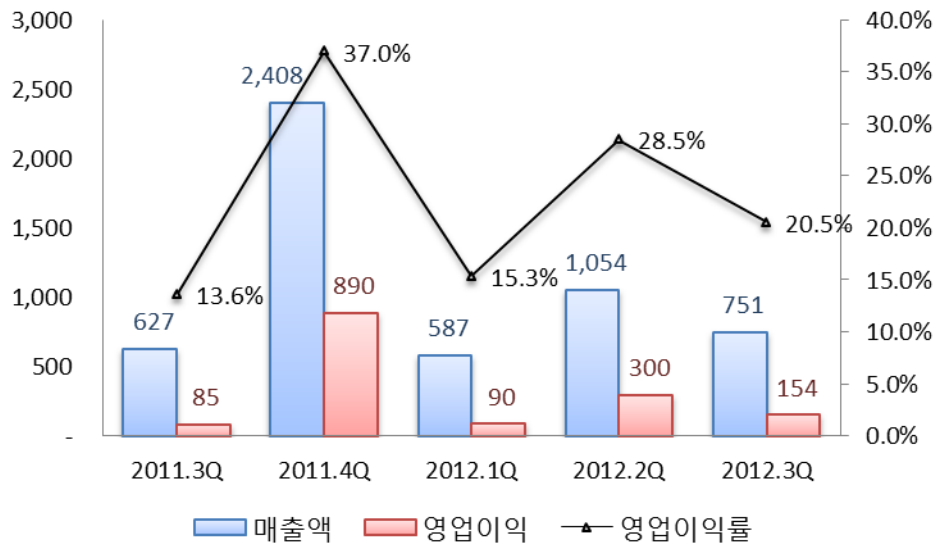
■ Activision Blizzard, 모바일게임으로 사업영역 확장

- ▶ Activision Blizzard는 콘솔게임과 온라인게임에서 벗어나 모바일게임으로 사업영역을 확장

- 2012년 10월 29일, Activision Blizzard는 모바일 소셜게임 플랫폼 'Activate'를 발표하고, <Skylanders: Lost Island>와 <Skylanders: Battle Ground> 등 2종의 모바일게임을 공개
- 여기에 <Skylanders> 시리즈와 연계된 피규어 상품 판매 등, 다양한 수익 창출 창구를 확보해 앞으로도 지속적인 매출 성장을 꾀하겠다는 것이 Activision Blizzard의 향후 전략
- Bobby Kotic CEO는 "전세계적인 불황과 콘솔 플랫폼 악화로 인해, 해가 지날 수록 <Diablo III> 만큼 높은 판매량을 기록한 게임이 등장하기 어려워질 것으로 보고 있다"라며 "따라서 Activision Blizzard는 세계를 선도하는 엔터테인먼트 회사로서의 리더십을 유지해 보다 훌륭한 게임을 바탕으로 주주들에게 보다 높은 이익을 제공할 것"이라고 언급

 venturebeat.com

그림 17 Activision Blizzard 매출액, 영업이익, 영업이익률 추이(Non-GAAP 기준, 단위: 백만 달러)



[출처] Activision Blizzard IR(2012)

Ubisoft, 차세대 콘솔게임 개발 향한 행보

Ubisoft는 최근 R&D 투자지출을 공격적으로 늘리면서 Xbox720과 PlayStation4등 아직 출시되지 않은 차세대 콘솔게임기 게임 개발에 대한 의욕을 다지고 있으며, 이를 통해 차세대 게임시장에서의 위치 선점을 기대하고 있음

■ Ubisoft, R&D 투자 늘리며 차세대 콘솔게임 개발 의도 본격화

- ▶ Ubisoft의 Yves Guillemot CEO는 2012년 11월 6일 프랑스 파리에서 개최된 "Ubisoft 2012년 4월~9월 실적발표회"에서 <Ghost Recon Future Soldier>, <Just Dance>의 판매와 디지털 분야의 호조로 3년 연속 총이익이 증가했으며, 3분기 출시예정인 주요 타이틀에 대한 마케팅 비용 증가가 영업손실 증가로 이어졌다고 발표
 - 향후 <Assassin's Creed 3>와 <Far Cry 3>에 대한 대규모 마케팅이 예정되어 있어 매출과 수익 모두 좋은 성과를 거둘 것으로 예상
- ▶ 또한, Guillemont CEO는 Xbox720과 PlayStation4 등 차세대 콘솔게임기 게임 개발 의지를 표명
 - Ubisoft의 2012년 4~9월 실적발표에 의하면 전년 동기대비 R&D 부서의 지출이 12% 증가했으며, 한 해동안 R&D 투자지출이 전년대비 1,730만 달러 증가
 - 게임전문 사이트 iTech Post는 Ubisoft의 R&D 투자 지출이 증가한 이유가 차세대 콘솔게임기 게임 타이틀 개발 때문이라고 분석

■ 차세대 콘솔 게임시장에서의 위치 선점을 노리는 Ubisoft의 행보

- ▶ Ubisoft는 이미 Nintendo의 차세대 콘솔게임기 Wii U 게임 타이틀 개발에 뛰어들면서 차세대 게임 시장에서의 입지를 굳히고자 했으며, 차세대 콘솔의 신속한 등장을 기대하고 있음
 - Guillemont CEO는 "장기적인 관점에서 Wii U, 차세대 콘솔게임기, F2P 등에 대한 모멘텀이 Ubisoft의 투자에 힘을 실어줄 것이며, 이러한 변화를 통해 Ubisoft는 새 온라인 모델과 서비스에 대한 전문성을 갖춘 성공적인 브랜드 창조자로서의 위치를 굳건히 할 것"이라고 밝힘
- ▶ 한편, Ubisoft는 Xbox720과 PlayStation4 게임 개발에 대해 함구하고 있으며, 차세대 콘솔게임기 PlayStation4와 Xbox720의 출시 시기 역시 구체화되지 않은 상태

 www.itechpost.com

독일 게임업체 Crytek, 향후 모든 게임은 F2P 로 출시

게임엔진 'Crytek Engine'으로 유명한 독일 게임업체 Crytek이 향후 출시될 모든 게임을 F2P(Free to Play, 부분유료화) 방식으로 출시할 것이라고 발표. 특히 FPS게임 <Crysis>의 시리즈를 종결하고, <Crysis> 게임 IP를 이용한 F2P 게임을 출시할 계획

■ 부분유료화에 올인한 독일 게임업체 Crytek

- ▶ 유럽 게임전문미디어 Eurogamer의 2012년 11월 12일 기사 "Ditching Far Cry, piracy, gameplay and just about breaking even: Crytek on the ups and downs of the Crysis Series"에 따르면, 독일 게임업체 Crytek은 2013년 2월에 출시할 <Crysis3>와 <Homefront2>이후에 출시될 모든 게임들을 F2P(Free to Play) 방식으로 전환시킬 계획
 - Crytek의 Cevat Yerli CEO는 "F2P 방식의 게임이 향후 게임산업을 주도할 것이며, 이에 맞춰 Crytek도 F2P 방식의 게임 개발에 최선을 다하겠다"고 밝힘
- ▶ Crytek은 F2P 방식의 게임을 개발하기 위해 FPS게임 <Crysis>시리즈를 <Crysis3>에서 마무리 지을 예정이며, 향후 <Crysis> 게임 IP를 이용한 F2P 게임을 제작할 예정
 - Yerli CEO는 "<Crysis3>에서 <Crysis>의 시리즈를 끝마칠 예정이지만, <Crysis>의 프랜차이즈가 종결되는 것을 의미하는 것은 아니다"라고 밝힘
 - 또한 그는 "F2P 게임은 피할 수 없는 현실이 되었으며, 이에 따라 Crytek은 다양한 게임업체들과 제휴해 새로운 F2P 게임을 개발할 것"이라고 언급

 www.eurogamer.net

그림 18 독일 게임업체 Crytek의 차세대 FPS게임 <Crysis 3>



[출처] Crytek 홈페이지(2012)

통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 11 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (11. 18 ~ 11. 24)	독일 (11. 18 ~ 11. 24)	프랑스* (11. 11 ~ 11. 17)
1	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
2	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Assassin's Creed 3 (PC, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
3	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	Call of Duty: Black Ops 2 - Hardened (PlayStation3, Activision Blizzard)
4	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	Hitman Absolution (PC, Square Enix)	Call Of Duty: Black Ops 2 (PC, Activision Blizzard)
5	Halo 4 (Xbox360, MS)	Call Of Duty: Black Ops 2 (PC, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
6	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	
7	FIFA 13 (Xbox360, EA)	The Sims 3: Seasons (PC, EA)	
8	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	
9	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	
10	Lego The Lord Of The Rings (Xbox360, Warner Bros.)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	
순위	스웨덴 (11. 18 ~ 11. 24)	이탈리아 (11. 11 ~ 11. 17)	네덜란드 (11. 18 ~ 11. 24)
1	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
2	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
3	Call of Duty: Black Ops 2 - Nuketown (PlayStation3, Activision Blizzard)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)
4	Sims 3 Årstider Limited (PC, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
5	Call of Duty: Black Ops 2 - Nuketown (Xbox360, Activision Blizzard)	Call of Duty: Black Ops 2 - Hardened (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
6	Call Of Duty: Black Ops 2 (PC, Activision Blizzard)	Halo 4 (Xbox360, MS)	Call Of Duty: Black Ops 2 (PC, Activision Blizzard)
7	Halo 4 (Xbox360, MS)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)
8	Call of Duty: Black Ops 2 - Nuketown (PC, Activision Blizzard)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)
9	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	The Sims 3: Seasons (PC, EA)
10	Call of Duty: Black Ops 2 - Hardened (Xbox360, Activision Blizzard)	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)

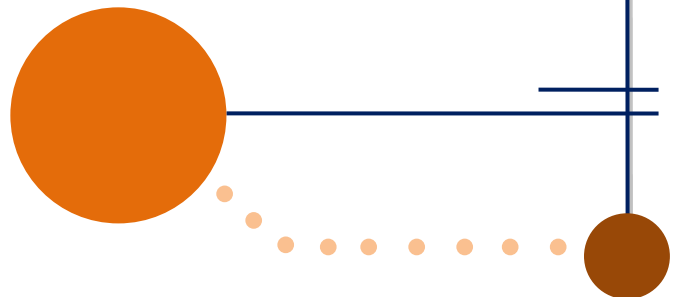
*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

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



중남미 게임시장 동향

- 성장세를 거듭하는 브라질 소셜 게임시장
- 멕시코, 스마트폰이 모바일 게임시장 견인
- 칠레, 미성년자 게임 판매 제재법 논의 시작
- 해외로 빠져나가는 베네수엘라의 게임 개발자



성장세를 거듭하는 브라질 소셜 게임시장

미국 소셜 게임시장의 성장률이 주춤하는 반면 브라질 소셜 게임시장은 꾸준한 성장세를 유지. 시장조사기관 Newzoo에 따르면, 2012년 11월 기준 브라질 소셜게임 게이머 수는 2,900만 명, 유료 게이머의 수는 810만 명으로 조사

■ 브라질 소셜 게임시장, 연평균성장률 20%를 기록하며 고공행진

- ▶ 시장조사업체 Newzoo가 2012년 11월에 발표한 보고서 "The Rise of Social Network Games in Brazil"에 따르면, 미국의 소셜 게임시장 성장세가 Zynga와 Facebook의 실적감소 이후 뚜렷한 보합세를 보이는 반면, 브라질 및 아시아 소셜 게임시장은 지속적인 성장세를 유지
 - 2012년 11월 브라질 인구 수는 약 2억 명이며, 이중에서 6,000만 명이 한달에 한번 이상 인터넷에 접속
 - 2012년 11월 브라질 소셜게임 게이머 수는 전년대비 20% 증가한 2,900만 명을 기록했으며, 미국은 17% 증가한 8,890만 명 기록
 - 유료 게이머의 수는 브라질이 전년대비 26% 증가한 810만 명을 기록한 반면, 미국은 1,890만 명으로 전년과 동일
 - 브라질 소셜게임 게이머의 28%가 게임 관련 지출을 하는 반면, 미국은 21%로 조사
 - 브라질 소셜게임 게이머의 비중이 다른 국가에 비해 높은 이유는 브라질 인터넷 사용자 중 대부분이 친구 또는 가족들과 연락을 주고 받기 위해 소셜네트워크를 사용하고 있기 때문
- ▶ 브라질 소셜 게임시장에서 여성 게이머의 비율이 51%로 남성보다 높으나, 유료 게이머의 경우 남성 게이머의 비율이 56%로 여성보다 높음
 - 21~35세 연령층이 가장 많이 소셜게임을 하고 있으며, 아이템 구매 비율도 가장 높은 것으로 조사
 - 브라질 소셜 게이머들이 가장 많이 이용하는 소셜 게임업체는 Zynga가 38%로 1위를 차지했으며, GameHouse가 19%로 2위, King.com이 17%로 3위를 차지
 - 브라질 소셜 게임시장에서 가장 인기있는 장르는 전략게임으로 나타남
- ▶ 브라질 게이머들이 소셜게임을 가장 많이 이용한 소셜네트워크는 Facebook이 86%로 1위를 차지했으며, Orkut이 31%로 2위, Windows Live Spaces가 10%로 3위를 차지

*주: 2012년 9월 전세계 3만 5,000명을 대상으로 조사한 온라인 서베이를 기반으로 작성

 www.gamesindustryblog.com

멕시코, 스마트폰이 모바일 게임시장 견인

멕시코 시장조사기관인 De la Riva 그룹에 따르면, 멕시코의 스마트폰 보급이 점차 대중화되면서 모바일 게임시장 또한 성장세가 두드러지고 있음. 그러나, 아직까지 가장 대중화된 게임 플랫폼은 콘솔게임인 것으로 나타남

■ 스마트폰 보급 확대가 멕시코 모바일 게임시장 성장 견인

- ▶ 멕시코 온라인저널 Vanguardia의 2012년 10월 22일 기사 "Uso de videojuegos en México crece gracias a smartphones"에 따르면, 멕시코의 스마트폰 보급 확대로 모바일게임이 점차 대중화되고 있는 것으로 나타남
 - 멕시코 시장조사기관 De la Riva의 Pamela Gutiérrez 애널리스트는 "스마트폰을 통해 게임 이용시 시공간의 제약이 줄어드는 점과 스트레스 해소라는 순기능적인 측면이 멕시코 모바일게임 증가의 기폭제로 작용하고 있다고 언급
 - 멕시코에서 가장 대중화된 게임은 콘솔게임으로 나타났으며, 모바일게임의 경우 PC게임보다 더 많이 이용되고 것으로 나타남

■ Player와 Gamer로 양분화된 멕시코 게이머

- ▶ De la Riva는 멕시코 게이머를 Player와 Gamer로 구분
 - Player는 다양한 게임 플랫폼을 이용하는 게이머로 주당 게임 시간은 14시간이며, 전체 게임 시간 중 60%를 집에서 소비하고 있으며, 대중교통 20%, 화장실 13%인 것으로 조사
 - Gamer는 콘솔게임 플랫폼을 주로 이용하는 게이머로 주당 게임 시간은 13시간이며, 전체 게임 시간 중 92%를 집에서 소비하고 있음
 - De la Riva의 Adelina Vaca 책임연구원은 "멕시코 게임시장에서 Player의 비중이 높아지고 있다"며, "멕시코에서 게임은 어린이 및 청소년만을 위한 것이 아니라 성인들이 즐겨하는 여가활동으로 변하고 있다"라고 언급

 www.vanguardia.com.mx

칠레, 미성년자 게임 판매 제재법 논의 시작

칠레 상원 경제 위원회가 18세 이상 이용가 등급의 게임 구매시 나이 증빙서류 지참 의무화와 시중에 판매되는 모든 게임의 등급 표시를 골자로 하는 미성년자 게임 판매 제재법을 검토

■ 칠레 상원, 미성년자 게임 판매 제재법 논의 시작

- ▶ 칠레 상원 경제 위원회는 상원의원 4명(Eugenio Tuma, Jovino Novoa, Juan Pablo Letelier, Jose Garcia Ruminot 등)이 발의한 미성년자 게임 판매 제재법 초안에 대해 게임 개발자들과 지적재산권 전문가들의 관찰 결과를 듣고 의견을 수렴하는 기간을 가짐
- ▶ 게임 판매 제재법 초안은 폭력적인 콘텐츠를 포함하고 있는 게임에 미성년자가 무분별하게 노출되는 것을 예방하기 위한 것으로 게임 등급 표시와 신분증 지참을 주 골자로 하고 있음
 - 현재 영화 심사분류에 적용되는 기준과 동일하게 게임의 폭력성에 따라 게임의 등급을 매겨 이에 해당하는 스티커를 게임 타이틀에 의무적으로 부착
 - 18세 이상 이용가/성인전용 게임 구매시 구매자의 나이 증빙 서류 혹은 신분증을 반드시 지참해야 함
 - 성인 전용 게임은 18세 미만 청소년에게는 판매와 대여를 모두 금지
- ▶ 제재법 초안에 따르면, 게임의 등급 표시는 색상으로 구분됨
 - 붉은 색은 가장 폭력적인 게임을 의미하며, 초록색은 미성년자 이용가능한 수준의 게임을 의미
- ▶ 법안 초안에 대한 논의를 위해 칠레 상원 경제위원회가 2012년 11월 10일 개최한 토론회에는 칠레 정보통신연합(ACTI) 대표를 비롯해 칠레 국립대학 지적재산권 센터 및 게임 개발업체 인사들이 참석하여 심도있는 논의 진행

 www.lanacion.cl

해외로 빠져나가는 베네수엘라의 게임 개발자

엄격한 법적 규제와 열악한 게임시장 환경으로 어려움을 겪고 있는 베네수엘라의 게임 개발자들이 해외 게임업체들의 적극적인 구매와 보다 다양해진 해외진출 기회 등으로 인해 해외로 빠져나가고 있음

■ 베네수엘라 게임 개발자, 자국보다는 해외를 선호

- ▶ 베네수엘라 게임산업의 발전 가능성이 보이지 않는 가운데, 인터넷 등 디지털 플랫폼을 통해 더 나은 해외 시장 진출 기회가 많아지자 베네수엘라의 게임 개발자들은 베네수엘라보다 해외로 진출
 - 베네수엘라 게임시장은 해외 메이저 게임업체들의 투자를 유치할만한 환경이 되지 못하고, 베네수엘라 게임 개발자들은 자국에서 게임 개발을 지속할 수 있는 안정적인 수입원을 확보하지 못하는 경우가 대부분
 - 실력이 뛰어난 게임 개발자가 해외 시장에 알려지면, 해외 게임업체는 베네수엘라 게임산업에 투자하기 보다는 해당 개발자를 개별적으로 스카우트해가는 경우가 많음
 - 따라서, 개발자의 일회성 성공 여부에 상관없이 보다 수익성 높은 게임을 지속적으로 개발할 수 있는 제도 및 재정 기반 마련이 급선무

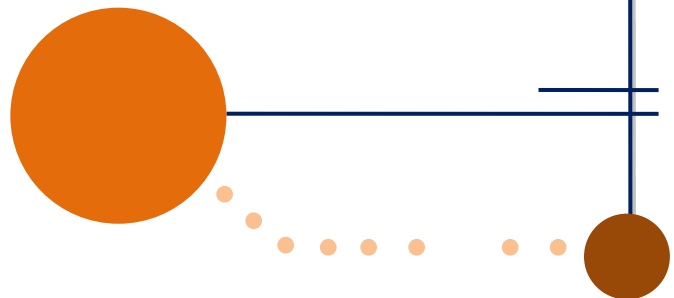
- ▶ 베네수엘라의 게임에 대한 엄격한 법적 제재도 게임시장 성장의 걸림돌로 작용
 - 2009년 베네수엘라 정부는 폭력적인 게임과 장난감에 대한 규제를 골자로 하는 법안을 발효했는데, 해당 법안 3조에 따르면 '폭력적인 게임'이란 '폭력 및 무기 사용에 대한 내용을 다루고 있거나 이를 조장하는 이미지 및 정보를 포함한' 모든 게임을 지칭하는 것으로서 제재받을 수 있는 게임의 범위가 광범위함
 - 게임 전문가들은 "이 법안이 발효된 이후 게임산업 발전과 관련된 많은 시도들이 좌절되거나 후퇴되었다"며 "현재 개발자들은 법을 어기는 것을 매우 두려워하고 있다"고 언급
 - 베네수엘라의 게임 개발자들이 원하는 것은 모든 게임에 대한 무조건적인 제재가 아닌 전 연령층 이용가, 청소년 이용가, 성인 전용 등 게임의 콘텐츠에 따라 게임을 분류하여 등급에 맞게 제재하는 것

 www.eluniversal.com



국내 게임시장 동향

- 기능성게임, 게임산업 발전을 주도할 새로운 영역
- 해외 게임업체, 국내 시장 공략을 위해 한글화 선택
- Tencent, 한국에서 글로벌 퍼블리싱 세미나 개최
- 넥슨, 제주도에 테마파크 설립 추진
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



기능성게임, 게임산업 발전을 주도할 새로운 영역

기능성게임이 교육 기업들의 진입으로 재조명 받기 시작. 교육과학기술부(이하 교과부)가 2014년 디지털교과서 상용화 방침을 발표하면서 전통적인 교육기업들이 대거 기능성게임 분야에 뛰어들면서 시장이 활기를 띠기 시작

■ 교육과학기술부, 디지털교과서 개발에 2조 원 이상 투입

- ▶ 교육과학기술부는 디지털교과서 개발에 2012년부터 매년 5,570억원씩 오는 2015년까지 총 2조 2,280억원을 투입
 - 교과부는 기존 교과 내용에 다양한 참고자료와 학습 지원 기능이 부가되고 PC, 스마트패드, 스마트TV 등 모든 단말기에서 사용할 수 있는 전자 매체로 디지털교과서를 정의
- ▶ 이 같은 정부의 정책에 업계 전문가들은 최근 멀티플랫폼 기술이 접목되고 있는 기능성게임이 부각되는 전기가 될 것으로 기대
 - 지금까지 기능성게임이 부각되지 못했던 것은 학부모의 게임에 대한 부정적인 인식, 노출 플랫폼이 전무해 학습자의 선택에 의존해야 하는 시장 구조 때문
 - 하지만, 정부의 적극적인 시장 참여로 PC, 태블릿PC, 스마트TV 등의 매체가 확립되고 표준안이 마련되면서 스마트폰의 오픈마켓과 유사한 개념의 플랫폼이 2014년 만들어질 것으로 기대되어, 부족했던 상업성이 대폭 보강
 - 교원그룹은 교육용 태블릿PC '마이패드'를 출시하고 콘텐츠로 학습지 <빨간펜>과 인터넷 강의 <하이퍼센트> 등을 제공하고 있으며, 잡지 콘텐츠인 <과학소년>과 <위즈키즈>를 제공

■ 교육 기업, 기능성게임 개발업체와 컨소시엄 구성

- ▶ 다양한 교육 효과를 재미라는 요소로 풀어낸 기능성게임을 다수 확보한다면 콘텐츠 경쟁력을 통해 시장을 주도할 수 있기 때문에 교육업체들은 기능성게임 개발업체를 인수하거나 컨소시엄을 구성
 - 그러나, 2000년 후반 기능성게임의 가능성을 보고 창업한 개발사들이 2010년 들어서면서 모바일게임으로 사업 방향을 돌려 기능성게임 개발사가 매우 부족한 상황
 - 기능성게임 전문 개발업체가 부족한 관계로 국내 중견 게임업체들도 속속 기능성게임 시장에 뛰어들고 있음
 - 드래곤플레이는 온라인 게임 사업과 더불어 새롭게 교육용 콘텐츠 사업에 진출, 영어와 수학 분야에 교육용 콘텐츠를 선보일 예정

해외 게임업체, 국내 시장 공략을 위해 한글화 선택

최근 국내 시장에 신작 모바일게임을 출시하는 해외 게임업체들이 늘어나면서, 게임 서비스 언어에 한글을 추가하는 사례가 많아지고 있음. 스마트폰 사용자가 급격히 늘면서 게이머의 구매력이 높아짐에 따라 해외 게임의 한글화는 필수 요소로 작용

■ 국내 모바일 게임시장, 해외 게임업체들의 한글화 게임 붐

- ▶ 스마트폰의 대중화와 함께 모바일게임 게이머가 폭발적으로 증가하고 구매력 또한 높아짐에 따라, 해외 게임업체들이 한국 서비스를 위해 게임 서비스 언어에 한글을 추가하기 시작
 - 특히 지난 '지스타2012'에서 선보여진 해외산 스마트폰 게임들 중에서도 한국어 서비스를 실시하겠다는 모바일게임들이 다수 출현
 - 프랑스 모바일 게임업체 Gameloft는 현재 국내 정식 출시되는 게임이라면 거의 100% 한글화를 진행
 - Gameloft는 "정식으로 서비스하려는 국가가 있다면 그 곳의 게이머들이 최고의 경험을 할 수 있도록 해야한다고 생각하기에 언어에 대해서도 많은 신경을 쓰고 있다"고 밝힘
 - 소셜 게임업체 Zynga 역시 최근 음양사를 주제로 한 모바일 소셜게임 <아아카시 음양록>을 iOS와 Android로 출시하며 정식 지원 언어로 한국어를 업데이트
- ▶ 한편 지난 '지스타2012'에서 신작 모바일게임들을 대거 선보인 일본 게임업체들 역시 Android 버전을 중심으로 한글화 타이틀을 출시
 - Capcom은 T스토어 부스를 통해 선보였던 격투게임 <스트리트파이터4>를 한글화해 얼마 전 출시했으며, <역전재판HD>의 한글 버전과 지원 기종을 늘린 <스트리트파이터4 HD> 역시 한글화 버전을 출시한다는 계획
 - SEGA도 SEGA Networks를 통해 <운명의 클랜베틀>을 비롯한 20여종의 모바일게임을 한국에 정식 출시하며, 이중 언어의 비중이 큰 작품들을 위주로 한글화를 진행할 예정
 - 액토즈소프트와 전략적 제휴를 발표한 Square Enix는 자사의 인기 모바일게임을 한국에 출시하면서 원활한 한글화를 약속했으며 그 첫 번째 작품인 <파이널 판타지>가 지난 10월 정식 출시 이후 하루만에 T스토어 1위를 달성

Tencent, 한국에서 글로벌 퍼블리싱 세미나 개최

중국 게임업체 Tencent가 세계 각국의 파트너사와 함께 해외 게임시장에 대한 현황 및 전략을 소개하는 '글로벌 퍼블리싱 세미나'를 2012년 11월 5일 서울 역삼동에서 개최. 이번 세미나에서는 Tencent, Level Up, Garena, VNG, Mail. Ru 등이 참여

■ Tencent, 한국 게임을 기반으로 아시아 최대 퍼블리셔 유지

- ▶ Tencent의 스티븐 마 부사장은 "Tencent는 세계에서 가장 뛰어난 온라인게임 퍼블리싱 시스템을 구축할 것"이라며, "한국의 우수 게임 개발사가 우리와 손잡고 새로운 미래를 개척하길 기대한다"라고 언급
 - 한국게임 <크로스파이어>와 <던전앤파이터>에 힘입어 급성장해온 Tencent는 2013년부터 다양한 고사양 게임을 출시, 시장 지배력을 공고히 해 나갈 계획
 - 특히 Tencent는 <블레이드앤소울>, <아키에이지> 등 한국 MMORPG를 기반으로 2013년에도 적극적으로 게임 사업을 확대시킬 예정
- ▶ Tencent의 '글로벌 퍼블리싱 세미나'는 한국 중소 게임업체들의 해외 진출을 Tencet가 직접 지원하겠다는 의도를 가지고 있음

■ 필리핀과 브라질을 공략하는 Level up

- ▶ Level Up의 벤 콜레이코 CEO는 필리핀과 브라질 게임시장에 대해서 발표
 - 필리핀은 인구 9,900만 명에 인터넷 유저 3,100만 명으로 인터넷 이용율이 높은 편이나, 초고속 인터넷 보급은 약 700만 가구 정도로 상대적으로 적으며, 많은 사람들이 집보다 PC방에서 온라인을 이용
 - 필리핀에는 약 5,000개의 PC방이 있으며 약 15만 개의 좌석이 존재
 - 브라질은 필리핀과 달리 PC방보다 집에서 게임을 더 많이 즐기고 있음
 - 브라질은 총 2억 명의 인구 중 인터넷을 사용하는 사람은 약 8,500만 명이며, 1,900만 가구에 초고속 인터넷이 설치되어 있으나, MMORPG를 즐기는 유저가 10%를 차지하며 8%가 캐주얼 게임을 즐기고 있어 상대적으로 온라인게임 시장이 동남아시아 보다 작은 것으로 평가
- ▶ 벤 콜레이코 대표는 "올해는 콜롬비아 게임시장에 진출하기 위해 준비하고 있다"며, "이 시장 역시 잠재력이 높다고 판단하고 있다"고 언급

■ Garena, 대만과 동남아시아를 동시에 공략하는 퍼블리셔

- ▶ Garena의 포레스트 리 CEO는 동남아시아와 대만 게임시장에 대해 소개
 - 동남아시아와 대만의 게임시장 규모는 약 11억 달러 규모로 대만과 동남아시아가 반반을 이루고 있으며, 그 중 동남아시아는 태국과 베트남, 인도네시아가 시장 점유율을 대부분 차지
 - 인도네시아의 인구는 2억 명 이상, 베트남은 1억 명 이상, 태국은 5,000만 명 인구를 가지고 있기 때문에, 앞으로 3년 안에 현지 게임시장이 2배 이상 성장할 것으로 전망
 - Garena는 하나의 아이디어로 모든 게임을 플레이할 수 있는 'Garena Plus'라는 플랫폼을 개발
- ▶ 포레스트 리 대표는 "Garena는 온라인게임 퍼블리셔 중 동남아시아와 대만을 동시에 아우르는 유일한 회사로 여러 지역에 서비스할 때 커뮤니케이션이 용이하며 하나의 시장에서 성과를 내면 빠르게 다른 시장에 적용할 수 있다"며, "이미 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU)는 740만 이상이며 앞으로 더 성장할 것이다"고 언급

■ 러시아 퍼블리셔 Mail.Ru, 포털 사이트에서 게임사업으로 사업영역 확대

- ▶ Mail.Ru의 디미트리 사브코프 COO는 러시아 게임시장에 대해서 언급
 - 러시아의 인구는 약 1억 4,300만 명으로 인터넷을 사용하는 사람은 약 5,400만 명으로 인터넷 보급률이 서서히 늘어나고 있고, 게임시장은 11억 달러 정도의 규모로 현지에서 25억 달러인 콘서트, 13억 달러인 영화에 이어 세 번째로 큰 엔터테인먼트 산업
 - Mail.Ru는 러시아 인터넷 포털시장에서 84%의 점유율을 보이고 있으며, 약 8,000만 개의 활성화된 이메일 계정을 보유하고 있음
 - 또한 러시아에서 가장 큰 SNS인 OK와 MW를 소유하고 있으며, MAU는 1,500만 명을 돌파
- ▶ 디미트리 사브코프 COO는 "<얼로즈>, <반지의 제왕 온라인>, <리그 오브 레전드> 등 다양한 파트너사의 게임과 함께하고 있다"라며, "향후 한국 게임업체와 함께 희망을 갖고 함께 가고 싶다"고 언급

넥슨, 제주도에 테마파크 설립 추진

2012년 11월 28일 국내 언론에 따르면, 게임업체 넥슨이 제주도에 테마파크 건설을 위해 최근 연구용역을 실시함. 제주도에 설립될 넥슨의 테마파크는 투자자금 200억 원에 부지 6만 6,000㎡(약 2만 평)인 것으로 나타남

■ 넥슨, 게임 IP기반의 테마파크 준비

- ▶ 넥슨의 지주회사인 NXC는 "테마파크 설립을 준비하고 있다"며, "현재 구체적인 규모와 사업 방향을 결정하는 단계"라며 제주도의 테마파크 설립을 공식적으로 인정
 - 넥슨은 테마파크에 적합한 제주도 부지를 모색하고 있으며, 조성 규모를 최소 33만㎡(약 10만 평)이상으로 계획하고 있는 것으로 나타남
 - 제주도에 설립될 넥슨 테마파크는 <카트라이더>, <메이플스토리> 등 넥슨의 유명 게임 IP를 바탕으로 꾸며질 전망
- ▶ 넥슨은 그동안 게임과 놀이시설 등을 접목한 체험공간을 만들며 테마파크 사업에 대한 노하우를 축적해 왔음
 - 2012년 4월 동탄신도시 키즈카페에는 게임 <카트라이더>를 오프라인에서 즐길 수 있는 놀이공간인 '카트라이더 레이스'를 마련
 - 또한 2012년 5월에는 대구 에코테마파크 '허브힐즈'에 게임 <엘소드>를 활용한 놀이공원 '엘소드 어드벤처'를 개장
- ▶ 제주도에 설립될 넥슨의 테마파크는 단순히 게임 캐릭터가 등장하고 놀이기구가 중심이 되는 다른 테마파크와는 차별화된 모습을 갖출 것으로 전망
 - 업계에 따르면 게임과 제주의 민속문화 등을 결합하는 등 다양한 방안이 논의되고 있음
 - 테마파크 설립은 테마파크 및 유원지 운영, 박물관 및 IT(게임업 포함) 관련 전시관 운영 등을 주요 사업목적하는 NXC의 자회사인 NXCL이 주도할 것으로 전망
 - NXCL은 제주에서 박물관 설립, 문화카페 운영 등 문화사업과 사회공헌 사업을 맡고 있음

통계 국내 온라인게임 순위

표 12 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (11. 27)	게임메카 (11. 21 ~ 11. 27)	인벤 (11. 19 ~ 11. 25)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
4	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
5	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
6	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	메이플스토리 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
8	리니지 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	사이퍼즈온라인 (네오플)	아이온 (NC소프트)
10	모두의 마블 (CJ E&M)	카발2 (이스트소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)
순위	게임노트 (11. 19 ~ 11. 25)	게임조선 (11. 19 ~ 11. 25)	게임리포트 (11. 27)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	디아블로3 (블리자드코리아)
5	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
6	아이온 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥슨)	스타크래프트 (블리자드코리아)
7	디아블로3 (블리자드코리아)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)
8	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)
9	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)
10	월드오브워크래프트 (블리자드코리아)	디아블로3 (블리자드코리아)	레전드오브소울즈 (네오위즈씨알에스)

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

통계 국내 모바일게임 순위

표 13 국내 모바일게임 순위(2012. 11. 28 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	파이널판타지 (액토즈소프트)	제노니아5 (게임빌)	파이널판타지 (액토즈소프트)	2013프로야구 (게임빌)	파이널판타지 (액토즈소프트)	2013프로야구 (게임빌)
2	어메이징 스파이더맨 (Gameloft)	대항해mini (라이브플렉스)	2013프로야구Plus (게임빌)	미카는애완녀 (CNJ Soft)	2013프로야구Plus (게임빌)	라스트워 (게임빌)
3	와이드블러드 (Gameloft)	크림슨하트NS (CJ E&M)	팔라독 (엔터테인먼트)	메이플스토리도적편 (넥슨)	제노니아4Plus (게임빌)	K리그2012슈퍼사커 (게임빌)
4	마계공주 에반젤린 (디지털프로그)	상고의전설 (Kongzhong)	Trial Xtreme 2 Winter Edition (Appzil1)	로디니아 (엠앤엠게임즈)	2012프로야구Plus (게임빌)	좀비거너 (게임빌)
5	2013프로야구Plus (게임빌)	헬로슈퍼마켓 (올스타모바일)	헝그리샤크3 (스트라스타)	극지고학원무림대전 (포플렛)	듀얼오브페이스Plus (게임빌)	몬스터워로드 (게임빌)
6	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	라스트워 (게임빌)	프로당구온라인 (모비릭스)	SBS포트리스 (소프트젠)	부루마볼2012 (엠앤엠게임즈)	모울하트 (게임빌)
7	S.O.D (피엔제이)	메이플스토리 빌리지 (제이씨엔터테인먼트)	리버스 (CJ E&M)	K리그2012슈퍼사커 (게임빌)	좀비거너Plus (게임빌)	셀레스티얼리그 (엠앤엠게임즈)
8	부루마볼2013 (엠앤엠게임즈)	3D리듬게임 R-Tap (SK플래닛)	하안섬 (CJ E&M)	헬로슈퍼마켓 (KTH)	클럽포커온라인HD (편그랩)	에픽레이더스 (게임빌)
9	스펙트럴소울즈 (조이모아)	극지고학원무림대전 (포플렛)	방탈출4 (게임데이)	크림슨하트NS (CJ E&M)	몬스터워로드Plus (게임빌)	듀얼오브페이스 (게임빌)
10	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	SBS포트리스 (소프트젠)	코미아란스 (나노엔터테인먼트)	리듬스퀘어 (CJ E&M)	팔라독 (엔터테인먼트)	킹덤로얄 (게임빌)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	갱스터리오성자의도시 (Gameloft)	하이로즈오브오디언카오스 (Gameloft)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	모두의게임for카카오 (Hotdog Studios)
2	어메이징 스파이더맨 (Gameloft)	틀린그림찾기for카카오 (디지털프로그)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	카모이더블러드 (넥슨)
3	백스텝 (Gameloft)	레전드오브마스터3 (게임빌)	어메이징 스파이더맨 (Gameloft)	드래곤플라이트for카카오 (NextFloor)
4	스트리트파이터삼천리 (Capcom)	극지고학원무림대전 (포플렛)	Where's My Perry (Disney)	퀴즈킹for카카오 (블루윈드)
5	Lili (BitMonster)	Hill Climb Racing (Fingersoft)	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	점핑스타for카카오 (CJ E&M)
6	Angry Birds Star Wars (Rovio)	아이러브커피for카카오 (파티스튜디오)	팔라독 (Fazecat)	애니팡for카카오 (선데이토즈)
7	툼블렉스의레전보우스 (Gameloft)	말랑말랑목장for카카오 (컴투스)	Need for Speed Most Wanted (EA)	완벽한피아노 (Revontulet)
8	Earn to Die (Not Doppler)	메이플스토리 빌리지 (제이씨엔터테인먼트)	갱스터리오성자의도시 (Gameloft)	바운스볼 (Raon Games)
9	피파13 (EA코리아)	바하무트 (Cygames)	스펙트럴소울즈 (조이모아)	크레이지케이드 (넥슨)
10	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Galaxy on Fire 2 (FishLabs)	와이드블러드 (Gameloft)	헬릭스스무스리변조기 (고웨이엔터테인먼트)

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

글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2012년 11월 30일
- ▶ 발 행 처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
 권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

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

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