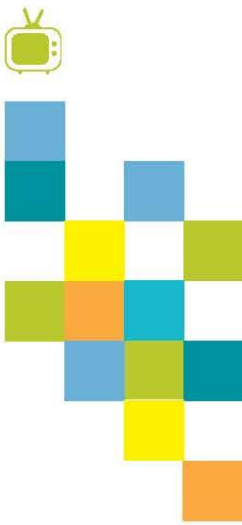
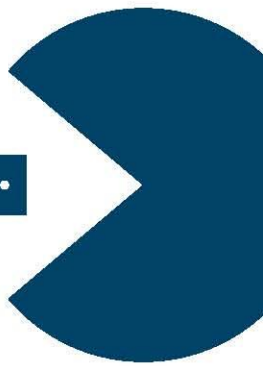
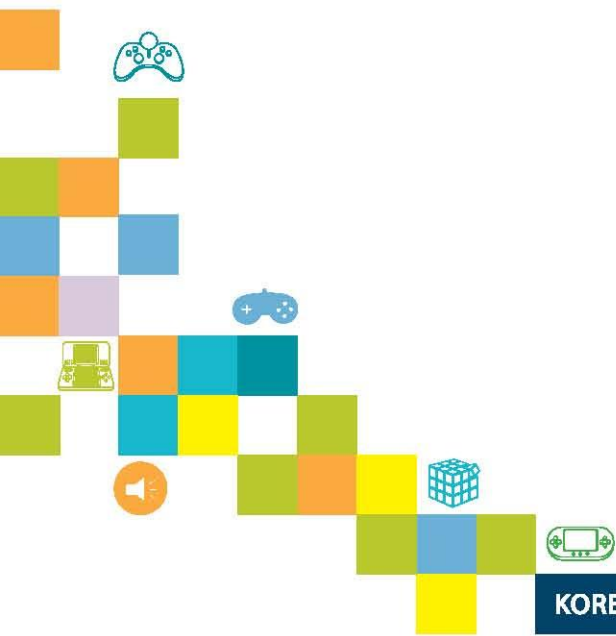
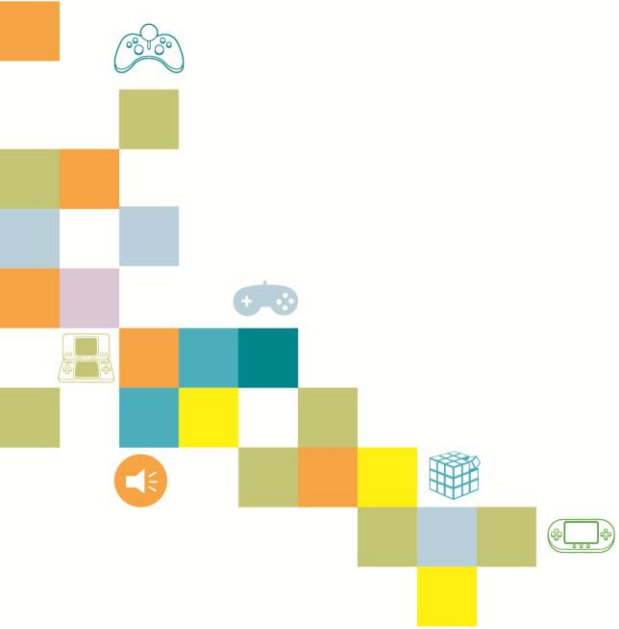


# 글로벌 게임산업 트렌드

2012년 12월 제1호

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY .....





## CONTENTS

### 1. 글로벌 게임시장 동향..... 1

- 게임 플랫폼으로서의 태블릿PC 미래 전망
- 콘솔게임의 불확실한 미래
- F2P 모델 딜레마, 수익성과 퀄리티 갈등
- '게임 내 광고', 다양한 광고 모델로 마케팅 효과 극대화
- Nintendo 희생의 마지막 희망 Wii U
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위

### 2. 북미 게임시장 동향..... 11

- 'Newzoo', 2012년 미국 게임시장 지표 발표
- MS의 신규 서비스 'SmartGlass'가 게임에 미치는 영향
- 2012년 12월, GREE OpenFeint 서버 지원 중단
- 게임 소매 유통업체 GameStop, 사업다각화는 성공적
- 미국의 현행 게임 평점 기준, 보다 단순화 필요
- **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

- 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모 13억 위안 돌파
- 중국 게임업체, 중남미 게임시장 진출 전략
- 중국 모바일 게임시장, 캐주얼게임이 압도적 인기
- Perfect World, 2012년 3분기 실적 발표
- 중국, 모바일게임 <Angry Birds> 이용자 수 세계 최대
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

**일본 게임시장 동향..... 32**

- 일본 스마트폰 게이머의 프로파일 비교
- 포화상태에 이른 일본 모바일 소셜 게임시장
- DeNA와 mixi, 2013년 소셜게임 공동 출시
- NTT docomo, 신규 스마트폰게임 서비스 런칭
- SCEJ, 'World Game Project Fes Vol.3' 개최
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

**기타 게임시장 동향..... 42**

- 호주, 게임산업 진흥 위해 2,000만 달러 투자
- 인도네시아 게임 개발자, Blackberry 기피
- 인도 DisneyUTV, EA Mobile과 제휴
- 싱가포르 게임업체, PlayStation3 게임 개발

**5. 유럽 게임시장 동향..... 48**

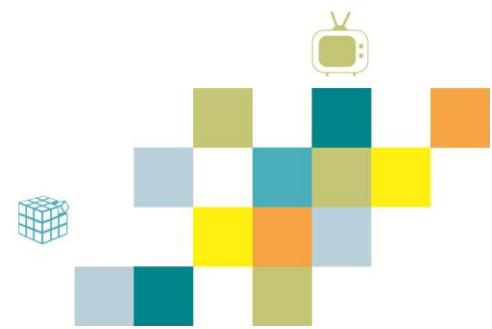
- 러시아 게임시장, 온라인게임 인기로 급성장
- 영국 게임 소매 유통체인 GAME, 2012년 실적 호조
- 영국, 여성 전용 게임 잭 개최
- Serious Games International, 고위직 인사 영입
- Ubisoft CEO, "Wii U 출시 가격은 부적절"
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위

**6. 중남미 게임시장 동향..... 56**

- 멕시코 게임시장, 노동과 게임이 결합된 게임화 시도
- 콜롬비아 정부, 모바일게임을 신성장동력으로 지목
- 해외 게임시장으로 진출하는 아르헨티나 게임업체
- 우루과이, 주식매매 게임 열풍

**7. 국내 게임시장 동향..... 63**

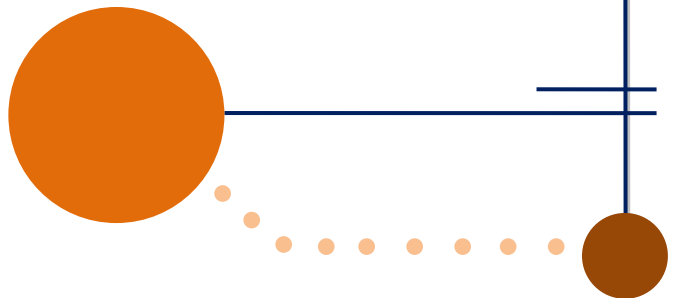
- 모바일 게임업체, 온라인 게임업체 기업가치 추월
- '적신희' 들어온 국내 온라인 게임산업
- 스포츠 게임, 추운 겨울에 뜨거운 인기
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위





## 글로벌 게임시장 동향

- 게임 플랫폼으로서의 태블릿PC 미래 전망
- 콘솔게임의 불확실한 미래
- F2P 모델 딜레마, 수익성과 퀄리티 갈등
- '게임 내 광고', 다양한 광고 모델로 마케팅 효과 극대화
- Nintendo 회생의 마지막 희망 Wii U
- **통계** 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위



## 게임 플랫폼으로서의 태블릿PC 미래 전망

미래 게임시장에서 태블릿PC가 게임 플랫폼으로서 게임 콘솔기를 완전히 대체하지는 못할 수 있지만, 게임시장의 규칙과 룰을 바꾸게 될 것이라는 주장이 제기됨. 특히 2013년 게임시장에서 iPad mini의 역할에 상당한 관심이 모아지고 있음

### ■ 태블릿PC, 게임 콘솔의 뒤를 이어 게임시장의 규칙을 바꿀 전망

- ▶ 게임전문 미디어 Gamesindustry International이 게임산업 관계자들과의 질의응답을 통해 태블릿PC에 대해 게임 플랫폼으로서의 미래를 점검하는 기획 기사를 11월 22일자 인터넷판을 통해 보도
  - 기획 기사는 '태블릿PC가 게임 콘솔을 대신할 것인가?', '이번 크리스마스 연휴 시장에서 가장 주목을 받을 태블릿PC는 무엇인가?' 그리고 '태블릿PC 게임 개발자들이 맞이하게 될 가장 큰 기회와 어려움은 무엇인가?' 등 크게 세 가지 주제를 다룸
  
- ▶ 게임시장에서 태블릿PC가 게임 콘솔기를 완전히 대체할 것인지 여부에 대해서는 전문가들의 의견이 엇갈리고 있지만, 대부분의 전문가들이 앞으로 게임시장에서 태블릿PC의 영향력이 매우 커지고 태블릿PC가 게임에 대한 게이머들의 관념 자체를 변화시키게 될 것이라는 데에 동의
  - 게임산업 컨설팅 업체인 TechSavvy Global의 Scott Steinberg CEO는 "앞으로 3~4년 안에 태블릿PC가 게임 생태계에서 매우 중요한 역할을 하게 될 것이며, 태블릿PC와 함께 지금 어린 시절을 보내고 있는 사람들이 어른이 되는 8년에서 10년 후에는 게임의 정의 자체가 근본적으로 변화하게 될 것"이라고 주장
  - 게임 개발업체 PlayFirst의 Marco Demiroz CEO는 "중국에는 태블릿PC가 콘솔게임 이용자 기반의 상당 부분을 잠식할 것"이라면서도, "태블릿PC와 결합을 통해 콘솔게임 경험 자체도 크게 확장될 것"이라고 전망했으며, "차세대 콘솔 기기를 포함해 근 미래에 태블릿PC가 콘솔을 대체하지는 못할 것"이라는 의견을 갖고 있는 게임 개발업체 Rumble Entertainment의 Greg Richardson CEO와 소셜/모바일 게임업체 Appy Entertainment의 CEO Chris Ulm 또한, "상당수의 콘솔 게이머들이 기존 게임 콘솔시장을 떠나 태블릿PC 게임시장에 흡수 될 것"이라고 전망
  - 모바일 게임업체 ngmoco의 마케팅 및 매출 담당 임원인 Doug Scott은 "태블릿PC가 매우 높은 수준의 게임 그래픽 요소를 갖추고 콘솔게임만이 가능했던 몰입적인 게임 경험을 게이머들에게 선사할 것이기 때문에, 태블릿PC는 차세대 콘솔 게임기가 될 것"이라고 주장
  
- ▶ 특히, 태블릿PC가 게임 콘솔기를 대신해 게임시장을 대표하는 게임 플랫폼이 되기 위해서는, 어떤 TV 단말기로도 원활한 동영상 스트리밍이 가능해져야 하며 주변 장치의 표준화가 선행되어야 한다는 주장이 시장조사업체 EEDAR의 애널리스트 Jesse Divnich를 통해 제기

- 이와 관련 PC와 게임 콘솔 간의 경계는 게임 장르 및 게임 경험의 차이에 따라 여전히 존재할 것(AppAbove Games의 Aaron Lsaksen CEO)이라는 주장 또한 존재했는데, Lsaksen은 "캐주얼게임과 퍼즐 및 어드벤처게임의 경우 태블릿PC에 어울리는 조합이지만, 반대로 큰 스크린과 컨트롤러의 유무가 매우 중요한 FPS게임들은 태블릿PC와는 어울리지 않는다"고 주장
- ▶ 상당수 전문가들이 올 연말 연휴 및 2013년 게임시장에서 가장 주목할만한 태블릿PC로 7인치대 태블릿PC들을 꼽았으며, 이는 Apple이 최근 출시한 iPad mini(7.9 인치)의 파괴력이 상당히 높게 평가되고 있기 때문
  - 모바일 게임업체 Bolt Creative의 공동 창립자 Dave Castelnovo와 캐주얼 게임업체 funktron의 사장인 Dave Walls 및 Apply Entertainment의 Chris Ulm은 iPad mini를 올 연말 게임시장에서 가장 주목할만한 게임 태블릿PC로 꼽음
  - 특히 Castelnovo를 비롯한 다수의 전문가들이 2013년 태블릿PC 게임시장에서 Apple이 하드웨어는 물론 게임 소프트웨어 콘텐츠 판매에서도 다른 경쟁 업체들을 압도할 것으로 예상
  - Chartboost의 임원인 Pepe Agell은 "iPad 이용자들의 일간 평균 게임 횟수가 Nexus 7 이용자들보다 20% 이상 높다"면서, "iPad mini 또한 Kindle Fire나 Nexus 7과 수월한 경쟁을 벌이게 될 것"이라고 전망
- ▶ 반면 일각에서는 iPad와 일부 유력 Android 제품군들이 현 경쟁 관계를 유지하거나, 오히려 iPad가 서서히 몰락할 것이라는 의견도 제기
  - EEDAR의 Jesse Divnich를 비롯한 여러 전문가들이 Amazon의 Kindle 및 삼성의 태블릿PC들 또한 iPad 제품군과 경쟁을 벌이게 될 것이라고 예상했으며, 특히 Divnich의 경우 "Apple은 더 이상 다른 경쟁 태블릿PC들과 차별화되는 경험을 제공하지 못하고 있기 때문에, 내년에는 Apple의 태블릿PC 점유율 중 상당 부분이 Android 기반 제품군들에 잠식당할 것"이라고 전망
  - Apply Entertainment의 Ulm은 "iOS를 보유한 Apple과 Android 제품군을 내놓고 있는 Amazon, 삼성 및 Google이 승자가 될 것"이지만, "Nokia와 Asus, HP, Dell 및 Microsoft는 상당히 힘들어질 것"이라 주장
- ▶ 한편 더 훌륭한 게임 그래픽 등 태블릿PC 게임에 대해 게이머들이 요구하는 게임 경험 수준이 점차 높아짐에 따라 발생 가능 매출 대비 개발 비용의 비중 또한 크게 늘어날 것으로 보이는 가운데, 여전히 무료 혹은 저가 게임만이 인기를 끌고 있는 시장 환경은 문제가 될 수 있다는 지적이 제기
  - 또한 태블릿PC 특유의 터치 방식 조작법으로 제공할 수 있는 게임 경험에는 한계가 있기 때문에, 이를 극복할 방법이 필요하다는 지적 또한 제기되고 있음

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## 콘솔게임의 불확실한 미래

스마트폰의 보급과 함께 빠르고 간편하게 즐길 수 있는 캐주얼게임과 소셜게임이 부상하면서 Nintendo, Sony, MS 등의 콘솔 게임시장은 위기를 맞고 있으며, 콘솔은 Netflix 등의 스트리밍 동영상 서비스를 통해 명맥을 유지하되 영향력은 감소할 것으로 전망

### ■ 콘솔게임, 소비자들의 외면으로 위기 직면

- ▶ 최근 Nintendo나 Sony 등의 콘솔시장은 스마트폰의 등장으로 최대 위기 상황에 직면해 있으며, 미국의 경우 게임 소프트웨어와 콘솔, 액세서리 등을 포함하는 게임 매출이 2012년 9월 기준 전년대비 24% 감소한 것으로 나타남
  - 업계 전문가들은 캐주얼게임과 소셜게임의 부상, 콘솔게임에 대한 소비자들의 흥미 감소 등이 Microsoft의 Xbox360, Sony의 PlayStation3, Nintendo Wii 등 3대 게임콘솔을 위협하고 있다고 평가
  - 게임설계 컨설턴트 Adrian Crook은 콘솔게임이 완전히 사라지지는 않을 것이며, <Call of Duty>, <Madden> 등 프랜차이즈 게임에 힘입어 명맥을 유지하되 과거와 같은 영향력을 유지하기는 어려울 것으로 전망
- ▶ 80년대 이래 콘솔 제조사들은 콘솔 게임기를 거실의 엔터테인먼트 허브로 삼으려는 전략을 추구해 왔으며, 최근 콘솔 게임기는 실제로 영화나 Youtube 영상을 플레이하는 미디어 허브 역할을 하면서 게임 외의 목적으로 활용되는 경우가 많아짐
  - Microsoft는 Xbox360을 사용하는 경우의 40%가 게임 외 목적을 위한 것이라고 밝혔으며, 동영상 스트리밍 서비스인 Netflix가 그 대부분을 차지
- ▶ 그러나 게임 외 목적을 위한 콘솔의 활용은 실제로 게임산업에는 크게 도움이 되지 않으며, 특히 소비자들이 스마트폰으로 가볍고 빠르게 플레이할 수 있는 게임을 선호하면서, 플레이 장소가 제한되고 플레이에 오랜 시간이 소요되는 콘솔게임은 점차 외면받고 있음
  - 콘솔게임이 과거와 같은 창의력을 상실했다는 지적도 제기되고 있는데, 한 업계 인사는 XBLA(Xbox Live Arcade), PSN(Playstation Network)와 무료게임들이 부상하면서 더 창의적인 소규모 게임들이 제공될 수 있는 여건이 갖추어졌음에도 실제로는 정식 제품의 맛보기 수준에 그치고 있다고 지적
  - 한편 Zynga의 기획자 Paul Neurath는 최근 게임이 기존 게임들의 그래픽 개선에 몰두하고 있으나, 현재의 이용자들은 예전처럼 최첨단 그래픽에 크게 영향을 받지 않는다고 언급

## ■ 캐주얼게임과 소셜게임의 부상에 대한 콘솔게임의 대응 방안

- ▶ 반면 <Angry Birds>, <Plants vs. Zombies>를 비롯한 저렴한 캐주얼게임은 다수의 새로운 이용자들을 확보하면서 인기를 끌고 있는데, 이는 게이머들의 관심이 콘솔게임에서 돌아섰다가보다는 새로운 이용자층이 유입된 것으로 평가
  - Adrian Crook은 이런 이용자들은 대개 한 번도 콘솔게임을 경험해보지 않은 사람들이라고 언급하며, 이들은 친목 목적에서 게임을 시작한다고 평가
  
- ▶ 콘솔게임 제조사들은 이러한 새로운 수요에 제대로 대응하지 못하면서 위기를 겪고 있으며, 2011년 상장 이후 처음으로 적자를 기록한 Nintendo는 2012년 11월 새로운 콘솔 게임기 Wii U를 출시하면서 실적 개선을 기대
  - Nintendo의 Wii U는 본체 외에 컨트롤러에도 별도의 터치스크린이 장착되어 TV와 액정 두 화면을 활용해 게임을 할 수 있게 한 것이 특징
  
- ▶ 그러나 전문가들은 콘솔게임에 대한 소비자들의 관심을 되돌리기 위해서는 무엇보다도 새로운 차원의 콘솔이 요구되며, 이미 출시된 지 7년이 지난 Xbox360과 6년이 된 Wii 및 PlayStation3에 보다 큰 폭의 개선이 필요하다고 지적



[www.gamesindustryblog.com](http://www.gamesindustryblog.com)



## F2P 모델 딜레마, 수익성과 퀄리티 갈등

부분유료화(F2P) 게임 모델에 회의적이던 콘솔 게임업체들까지 F2P 게임 개발에 적극적으로 나서는 등 F2P 방식이 게임업계의 필요불가결한 요소로 부상. 그러나, F2P 게임 콘텐츠의 질적 향상보다는 단기적인 수익에만 집착하는 업체들이 등장

### ■ 게임시장의 미래, F2P 모델...수익성과 퀄리티 모두 노릴 수 있을까

- ▶ 부분유료화(Free to Play, 이하 F2P) 게임 모델의 성공 가능성에 대한 회의론이 소액 결제 시스템을 도입한 온라인게임이나 소셜게임 등의 성공으로 줄어들고 있는 가운데, F2P 게임이 앞으로 어떤 방향으로 성장해 나가야 할 것인가에 대한 논의가 더욱 중요해짐
  - 현재 F2P 게임은 게이머들이 짧은 시간에 많은 비용을 소비하도록 압력을 넣는 데에만 초점이 맞춰져 있어 내 부적으로 비판의 목소리가 커지는 분위기
  - 다만 이 문제가 F2P 모델의 본질적 문제라기보다 F2P 모델이 게임시장에 정착해 나가는 과도기적 단계에서 발생하는 일종의 부작용으로 이해
- ▶ F2P 모델의 가능성을 확인한 다수의 게임업체들이 잇따라 F2P 요소를 게임에 접목해 수익 창출을 꾀하고 있지만, 게임업체들은 F2P라 해도 궁극적으로는 게임 콘텐츠의 질적 수준이 게임의 성패를 가르는 열쇠라는 사실을 인지해야 함
- ▶ 초기에는 F2P 모델을 통해 별다른 노력 없이도 큰 성공을 맛볼 수 있는 시절이 있었지만, 모든 업체들이 F2P 모델에 주목하고 있는 현재 시점에서는 콘텐츠에 대한 질적 기준이 매우 높아진 상태
  - <Fallout>이나 <Elder Scroll>과 같은 대작 게임들도 F2P 모델로 서비스된다면 큰 성공을 거둘 수 있을 것이라는 주장과 아직 블록버스터 게임이 F2P 모델로 서비스되기에는 부담해야 할 리스크가 너무 크다는 주장이 충돌
  - 눈에 보이는 수익을 좇아 F2P 모델을 게임업체들이 도입하는 것은 결국 대작 게임 개발 위축으로 이어질 것이라는 주장도 제기
- ▶ F2P 게임의 대표적인 성공 사례로 꼽히는 <League of Legends>를 개발한 Riot Games의 Brandon Beck 사장은 "많은 게임업체들이 F2P 방식으로 대작 게임을 개발하는 위험을 무릅쓰기보다, F2P 모델이 주로 적용되는 MMORPG게임이나 액션게임 개발을 선호할 것"이라고 주장
  - Beck 사장은 "F2P 시장으로의 쏠림 현상은 결국 소비자들의 게임 선택권을 제한하는 결과를 낳을 뿐"이라고 주장

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## '게임 내 광고', 다양한 광고 모델로 마케팅 효과 극대화

모바일 마케팅 전략 수립에 있어 '게임 내 광고(in-game ads)'가 새로운 기회의 장으로 부상. 모바일게임은 배너 및 팝업 광고의 주목도를 크게 높일 수 있으며, 위치기반 정보를 활용하거나 게임 내용을 고려한 맞춤형 광고도 마케팅 효과를 극대화

### ■ 다양한 '게임 내 광고(in-game ads)' 모델의 기회 요인

- ▶ 게임 내 광고의 가장 일반적인 형태인 배너(Banner) 광고는 웹 광고에 사용되는 배너에 비해 스크린의 상당 부분을 차지할 정도로 크고, 화면 어디에든 배치될 수 있다는 장점이 있음
  - 게이머들이 실수로 해당 배너를 클릭할 확률이 크기 때문에 웹사이트 등으로의 유입 트래픽도 크게 늘릴 수 있음
  - 실수로 유발되는 광고 트래픽이 실제 구매 전환률(conversion rate) 향상에는 큰 도움이 되지 않는다는 주장도 있지만, 이로 인한 트래픽 유입 역시 브랜드 인지도 향상 등 일부 마케팅 목적 달성에는 상당한 도움됨
- ▶ 모바일게임 진행 중 화면에 뜨는 팝업(Pop-up) 광고는 게이머들이 게임을 계속하려면 팝업 광고에 노출될 수 밖에 없기 때문에 효과적인 마케팅 수단으로 꼽힘
  - 많은 이용자들이 팝업 광고를 매우 귀찮게 여기고 있긴 하지만 계속 게임을 즐기자 하는 게이머들이 팝업 광고를 '주목'해야 한다는 사실은 변함없으며, 광고가 나오면 채널을 돌릴 수 있는 TV와 달리 모바일게임은 계속해서 팝업 광고에 노출될 수밖에 없고, 특히 광고의 노출 주기가 짧을수록 주목 효과는 더욱 증대
- ▶ 게이머가 광고를 선택하거나 광고에서 제시한 특정 행동(웹사이트 방문 등)을 수행할 때 게임에서 추가 보상을 하는, 모바일게임의 보상 시스템과 광고를 결합하는 모델도 효과적인 브랜드 노출 수단
  - 게임 보상과 결합된 모바일 광고는 소비자의 브랜드 충성도를 높이는 데 큰 도움이 되며, 이용자가 Facebook 등 소셜 미디어를 통해 스스로 광고 콘텐츠를 공유하도록 함으로써 SNS 마케팅 효과를 거두는 것도 가능
- ▶ 최근에는 NFC 기술이 탑재된 모바일 단말이 증가하면서 위치 정보를 활용한 타겟 광고도 가능해졌는데, 특히 특정 위치에서 게임을 즐기는 게이머들을 대상으로 타겟 팝업 광고를 제공하는 전략도 고려할 만함
- ▶ 해당 게임의 내용이나 이용자 기반에 근거한 맥락 광고(Contextual ads)는 특히 패션 게임류에서 의류 광고를 하는 등 특정 장르나 소재의 게임에 효과적인 광고 방식으로 주목받고 있음

 [www.imediaconnection.com](http://www.imediaconnection.com)

## Nintendo 회생의 마지막 희망 Wii U

Nintendo의 차세대 콘솔게임기 Wii U가 2012년 11월 18일 북미 시장에 출시되며 게임시장에 출사표를 던짐. Wii U의 성공 가능성에 대해 게임 업계 및 전문가들의 의견이 엇갈리고 있는 가운데, 미국에서만 판매 첫 주만에 40만 대 이상을 판매

### ■ 부진의 늪에 빠진 Nintendo, 마지막 희망 Wii U

- ▶ 지난 10월 말 2012년 수익 전망치를 기존 전망치보다 70%나 하향 조정하는 등 극심한 부진의 늪에 빠져 있는 Nintendo가 회생의 발판이 될 차세대 게임 콘솔 'Wii U'를 출시
  - Nintendo는 총 9,700만 대가 팔려나가며 엄청난 성공을 거둔 'Wii'의 후속작 'Wii U'를 북미에서 11월 18일, 유럽에서 11월 30일 출시(일본 12월 8일 출시 예정)했으며, 저장 용량 8GB인 기본형은 299달러, 32GB인 디럭스(Deluxe) 모델은 349달러에 판매 중
  - Nintendo 미국 지사의 Scott Moffitt 판매 및 마케팅 대표는 "Wii U의 미국 출시일에 맞춰 총 24개의 게임을 함께 선보일 예정"이라고 밝힌 상태
- ▶ 그러나 'Wii U'는 과거 Microsoft가 'Xbox 360'을 출시하며 게임시장에 지대한 영향을 미쳤던 시절과는 달리 훨씬 다양한 게임 플랫폼(스마트폰, 태블릿PC, 소셜 게이밍 플랫폼 등)들이 존재하는 시장에서 보다 치열한 경쟁에 직면해 있는 상황
  - Nintendo측은 모바일 트렌드에 초점을 맞춘 신개념 6.2인치 태블릿 게임 컨트롤러를 앞세워 시장 공략에 나설 방침이며, 게이머는 새로운 태블릿 컨트롤러로 콘솔과 연결된 TV 화면과 컨트롤러의 스크린을 동시에 이용하며 게임을 즐길 수 있음
  - Nintendo는 약점으로 꼽혀 온 하드코어게임 요소를 강화하기 위해 'Wii U'의 HD 그래픽 지원 성능과 온라인게임 기능을 대폭 개선

### ■ 'Wii' 시절과는 전혀 다른 시장 환경...경쟁 콘솔 대비 장점마저 '실종'

- ▶ 그러나 'Wii U'의 성능이 기존 'Xbox 360' 등 경쟁 콘솔에 비해 월등히 뛰어난 수준은 아닌 상황에서, 단말 성능 강화로 인한 제품 가격 인상과 게이머의 관심을 끌 만한 'Wii U'만의 오리지널 게임 타이틀 부족이 초반 보급의 발목을 잡을 것으로 우려됨
  - 투자은행 Cowen and Company의 Doug Creutz는 "Ubisoft가 'Wii U'를 통해 다양한 신규 게임을 선보이고 있지만, 다른 게임업체들은 단순히 기존 게임들을 'Wii U'용으로 수정해 내놓고 있을 뿐"이라고 지적

- 'Wii'의 엄청난 성공이 'PlayStation 3'의 높은 가격(600달러 수준)에 비해 상당히 저렴한 가격(250달러)에 크게 의존했다는 점을 감안하면, 'Wii U'의 출시 가격이 경쟁 게임콘솔 가격(Xbox 360 기본형 200 달러, PlayStation 3 기본형 250 달러)에 비해 비싸다는 점은 'Wii U'가 'Wii'만큼의 성공이 가능할 지에 대한 의구심을 유발하는 대목

▶ Nintendo는 'Wii U'의 보급을 통해 게임 타이틀 판매 기반 확보를 목표로 초기 'Wii U' 물량을 거의 마진 없이 판매하고 있는 상황이며, 내년 3월까지 약 550만 대의 'Wii U'가 판매될 것이라는 전망치도 달성 가능성이 낮은 것으로 분석

- Wii U는 미국 출시 첫 주에만 40만 대 이상 판매됐으며, 이는 Nintendo가 6년 전 출시했던 Wii의 첫 주 판매량인 47만5000대와 비슷한 수준
- Nintendo가 초기 판매 호조를 이어가기 위해선 공급이 충분해야 한다는 지적이 나오고 있으며, 초기 판매 대수만으론 앞으로 Wii U가 잘 팔릴 것으로 예상할 수는 없다는 의견도 존재

 [www.ft.com](http://www.ft.com)

그림 1 Nintendo 차세대 게임기 Wii U의 Gamepad 컨트롤러 특징

## Wii U GamePad 컨트롤러



[출처] Nintendo 홈페이지(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

## 통계 | 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

표 1 | 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 25 ~ 2012. 12. 1) (단위: 대)

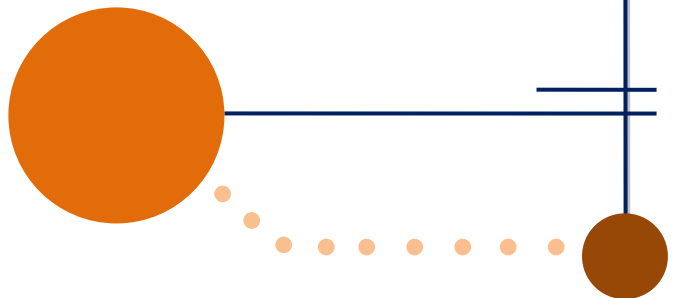
구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	534,911	-46.3%	71,695,298
	2	PlayStation3	Sony	515,016	-31.5%	69,722,437
	3	3DS	Nintendo	504,822	-17.9%	23,626,013
	4	Wii U	Nintendo	325,462	-29.6%	787,561
	5	Wii	Nintendo	215,349	-44.4%	97,705,937
	6	DS	Nintendo	151,331	-54.5%	153,030,411
	7	PlayStation Vita	Sony	137,853	-34.2%	3,700,621
	8	PSP	Sony	43,809	-16.5%	75,421,457
SW	1	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360)	Activision Blizzard	760,935	-41.2%	8,482,191
	2	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3)	Activision Blizzard	654,449	-47.7%	6,778,193
	3	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	518,154	-9.0%	2,114,620
	4	Halo 4 (Xbox360)	MS	358,373	-41.0%	5,516,899
	5	Kinect Adventures! (Xbox360)	MS	339,909	-44.8%	18,268,931
	6	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	326,239	-34.1%	3,190,165
	7	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	256,920	-36.1%	2,946,517
	8	Nintendo Land (WiiU)	Nintendo	235,797	-38.1%	616,631
	9	Dai-2-Ji Super Robot Taisen OG (PlayStation3)	Namco Bandai	215,426	신규	215,426
	10	Far Cry 3 (PlayStation3)	Ubisoft	213,105	신규	213,105

[출처] www.vgchartz.com



## 미국 게임시장 동향

- 'Newzoo', 2012년 미국 게임시장 지표 발표
- MS의 신규 서비스 'SmartGlass'가 게임에 미치는 영향
- 2012년 12월, GREE OpenFeint 서버 지원 중단
- 게임 소매 유통업체 GameStop, 사업다각화는 성공적
- 미국의 현행 게임 평점 기준, 보다 단순화 필요
- **통계** 미국 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMO게임 순위
- **통계** 미국 App Store 게임 순위
- **통계** 미국 Google Play 게임 순위



## 'Newzoo', 2012년 미국 게임시장 지표 발표

미국 게임시장 지출 규모가 전년대비 1% 성장에 그친 219억 달러를 기록한 것으로 나타남. 그러나 유료로 게임 콘텐츠를 이용하는 미국 게이머들의 비율이 전년대비 33%나 증가했으며, 일일 평균 게임 시간 또한 전년대비 26% 증가

### ■ 2012년 미국 게임시장 지출 규모 전년대비 1% 성장에 그친 219억 달러 기록

- ▶ 게임 전문 시장조사업체 Newzoo가 2012년 11월 미국 게임시장 관련 통계 및 지표를 담은 보고서 "2012 US Country Report"를 발표
  - 이 보고서에 따르면, 2012년 미국 게임시장의 소비자 지출은 전년대비 크게 늘지는 않았지만 대신 게이머들의 게임 양태는 크게 변화한 것으로 확인
  - 2012년 미국 게이머의 수는 전년대비 8% 증가한 1억 5,700만 명을 기록
- ▶ 특히 미국 게이머들이 게임을 하는데 소비한 시간과, 실제 게임에 돈을 지출하는 게이머의 수가 크게 증가한 것으로 조사
  - 총 1억 5,700만 명에 달하는 미국 게이머 중 8,600만 명(55%)이 실제 게임에 돈을 지출\*하고 있는 것으로 조사되었는데, 이는 전년대비 33% 증가한 규모
  - 하지만 총 지출 규모는 1% 성장에 그친 219억 달러를 기록
  - 미국 게이머들이 게임을 하는 데 소비한 시간 또한 전년대비 26% 증가했는데, 미국인들은 매일 평균 2억 7,100만 시간을 게임을 하는 데 사용하고 있는 것으로 조사
  - 유럽 게임시장과 비교해도 미국 시장의 성장세가 확연한데, 유럽에서 실제 게임을 즐기기 위해 지갑을 여는 게이머의 수는 전년대비 17% 증가하는데 그쳤으며, 이들이 2012년 동안 게임에 쏟은 시간은 전년대비 18% 증가
- ▶ 이미 1,000만 명 이상의 미국인들이 스마트폰은 물론 태블릿PC에서도 게임을 즐기고 있는 것으로 나타났으며, 이는 미국 전체 모바일 게이머의 12%에 해당하는 수치
  - 반면 유럽에서는 전체 모바일 게이머 중 단 7%만이 스마트폰과 태블릿PC 모두를 게임 플랫폼으로 활용하고 있는 것으로 조사
  - 특히 태블릿PC 및 휴대용 콘솔 게임기 제품군의 수익 모델이 가장 효과적인 매출 기반을 창출하고 있는 것으로 조사되었는데, 이들 제품군은 스마트폰으로 대표되는 모바일 제품군에 비해 게이머의 수가 절반 수준이었지만, 그 지출 규모는 반대로 거의 2배에 달함

- Newzoo측에 따르면 TV, PC, 모바일, 태블릿PC 등 4개의 게임 스크린을 통해 게임을 즐기는 미국인들의 비율은 22%에 달하는 상황이며, 유럽 게임시장의 경우 전체 게이머 중 21%가 4개의 게임 스크린 제품군을 모두 이용해 게임을 즐기는 것으로 나타남

▶ 게임 플랫폼별 게이머 비율 및 규모에 관한 조사 결과에 따르면, 웹사이트에서 캐주얼게임을 이용하는 게이머 수는 1억 1,300만 명(72%)에 달했으며, 콘솔게임을 이용하는 게이머 수는 1억 700만 명(68%)으로 집계됨

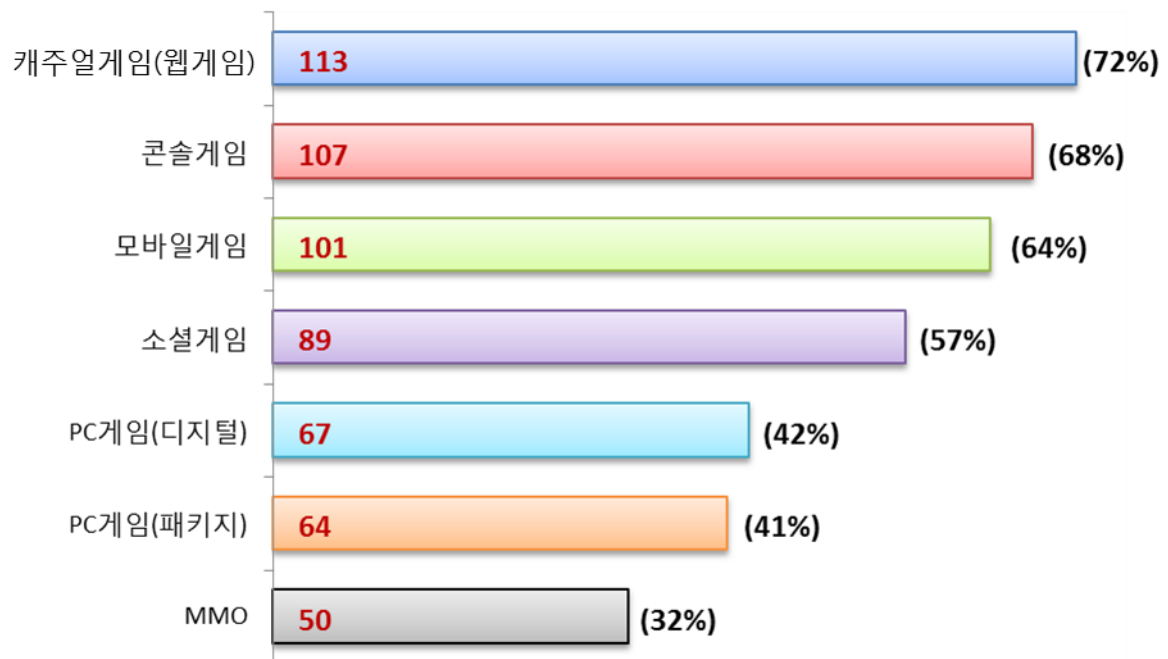
- 그 뒤를 이어 모바일 게이머 수와 소셜 게이머 수가 각각 1억 100만 명(64%), 8,900만 명(57%)으로 조사되었으며, 다운로드 및 패키지 타입의 PC게임을 이용하는 게이머 수는 각각 6,700만 명(42%), 6,400만 명(41%)으로 조사

- 한편 MMO게임을 이용하는 게이머 수는 5,000만 명으로 그 비율은 32%로 나타남

\*주 : 기존 패키지게임 구입은 물론 디지털 및 모바일게임, 콘솔게임의 DLC(Downloadable Contents), 수입게임에 대한 지출까지 포함한 내용임

 [www.newzoo.com](http://www.newzoo.com)

그림 2 2012년 미국 게임시장 플랫폼별 이용자 수 (단위: 백만 명, %)



[출처] newzoo



## MS의 신규 서비스 'SmartGlass'가 게임에 미치는 영향

MS의 세컨드스크린 전략의 중핵을 맡게 될 SmartGlass 기술은 Xbox에서 직접적인 게임 조작보다는, 게임 정보 제공 등의 게임 플레이 보조 및 Xbox의 멀티미디어 콘텐츠 이용의 편의성을 증진시키는 역할을 수행할 것이라는 분석이 제기

### ■ Microsoft 세컨드스크린 전략의 중핵을 맡게 될 SmartGlass 기술

- ▶ Microsoft가 Xbox360 및 향후 출시될 차세대 게임 콘솔기에서 보조 컨트롤러 역할을 맡게 될 것으로 예상되는 새로운 입력 기술인 SmartGlass를 공개한 가운데, 미래 게임시장에서 SmartGlass가 수행하게 될 역할과 그 기능에 대한 관심이 높아지고 있음
  - 2012년 6월 개최된 'E3 2012'에서 처음 공개된 SmartGlass의 가장 중요한 기능은 바로 게임콘솔 Xbox 360을 PC는 물론 스마트폰 및 태블릿 PC 등 모바일 단말로 조작할 수 있게 하는 것
  - Microsoft측의 발표에 따르면, Windows 계열의 태블릿PC 및 스마트폰은 물론 Apple의 iOS 기반 모바일 단말 (iPod, iPad, iPhone)과 Android OS 기반 모바일 단말에서 SmartGlass 기능을 사용할 수 있음
  - 다만 현재까지는 Windows 8 기반의 PC 및 모바일 단말에서만 SmartGlass 기능이 사용 가능한 상황
  - 특히 Nintendo가 최근 북미 시장을 시작으로 새롭게 출시한 차세대 게임콘솔 Wii U에 태블릿PC 형태의 컨트롤러를 통합시키면서 가열되고 있는 세컨드스크린 경쟁과 관련해서도, SmartGalss 기술이 Microsoft에 갖는 의미가 크다는 분석
- ▶ Xbox360 생태계에서 SmartGlass의 역할은 보다 쉬운 원격 조작 및 타이핑 경험 제공에 초점이 맞춰질 것이라는 분석
  - Xbox360에서 '세컨드 스크린' 전략을 통해 Microsoft가 추구하고 있는 것은 기본적으로 Xbox360의 메인 메뉴 격인 대쉬보드(dashboard)에서의 조작 편의성을 높이고, 부가적으로 ESPN과 HBO GO와 같은 멀티미디어 엔터테인먼트 애플리케이션들을 보다 쉽게 이용케 하기 위함
  - 때문에 SmartGlass를 통해 Xbox360과 연결된 태블릿PC와 스마트폰은 기본적으로 보다 편리한 원격 조작 및 타이핑 경험 제공에 그 초점이 맞춰져 있으며, 나아가 모바일 환경에 익숙해져 있는 사용자들과의 친밀성 향상에도 큰 도움이 된다는 지적

### ■ 게임 측면에서 SmartGlass의 역할은 제한적일 수 있지만 보조적 역할 가치는 뛰어날 것

- ▶ 다만 과거 Xbox360의 또 다른 추가적 기술 혹은 장치였던 동작인식게임기 Kinect와는 달리, 게임

측면에서 SmartGlass의 역할은 상당히 제한적일 수 있다는 지적

- 춤이나 피트니스 혹은 스포츠 및 파티 게임을 즐기는 데 적합했던 Kinect와 달리, SmartGlass는 게임 조작에 있어 그리 추천할만한 선택지가 아니라는 지적
- 오히려 RPG 등 일부 게임 장르에서 Kinect 사용이 거추장스러운 추가 기능으로 전락했던 것과 마찬가지로, SmartGlass 기술 또한 직접 게임 플레이를 즐기는 데 사용되지는 못할 것이라는 지적
- 실제로 Xbox 계열의 핵심 게임 타이틀 중 SmartGlass 기술을 게임 조작만을 위해 사용하겠다고 발표된 게임은 없는 상황

▶ 반면, SmartGlass가 게임 플레이에 있어 갖는 보조적 역할 가치는 뛰어날 수 있다는 지적이 제기

- 예를 들어, Microsoft가 제시한 영상 자료에 따르면, 미식축구게임 <Madden NFL>을 함께 즐기고 있는 게이머들이 태블릿PC를 작전 수립에 활용함으로써 상대방 게이머가 해당 작전 수립 내용을 확인할 수 없게 만들 수 있음
- 이는 과거 TV 화면을 공동으로 사용해야 하는 스포츠게임들이 공통적으로 안고 있던 작전 노출 등으로 인한 경쟁 요소 및 긴장감 악화 문제를 해결할 수 있는 방법으로 보임
- 하지만 이 또한 실제 게임 캐릭터를 조작하기 위해서는 다시 메인 컨트롤러를 집어야 하는 등, 게임 과정에서 모바일 단말과 게임 컨트롤러를 번갈아 사용해야 한다는 점에서 실제 게임 경험 만족도는 낮을 수 있다는 지적

▶ RPG, 슈팅게임, 어드벤처게임 등에서는 SmartGlass와 연결된 태블릿PC 등 모바일 단말이 게임 내 지도 화면이나 소지품 정보를 보여주는 부가 정보 창으로 활용될 수 있음

- 현재 <Madden 13>과 <FIFA 13>과 같은 스포츠게임은 물론 댄스게임 <Dance Central 3>와 레이싱게임 <Forza Horizon>, FPS게임 <Halo 4> 등이 SmartGlass 기술을 통해 보조적 게임 요소를 구현했거나 구현하겠다는 계획을 밝힌 상황

 [www.dfcint.com](http://www.dfcint.com)

## 2012년 12월, GREE OpenFeint 서버 지원 중단

일본 소셜 게임업체 GREE가 2012년 12월 14일부로 2011년 4월 인수한 미국의 소셜 게임 업체 OpenFeint의 서버 지원 중단 계획을 발표함에 따라 개발자들의 GREE 플랫폼 이탈 여부에 업계의 귀추가 주목

### ■ GREE, 2012년 12월 14일부터 OpenFeint 서버 지원 중단

- ▶ 일본 소셜 게임업체 GREE가 2011년 4월 인수한 미국 소셜게임 업체 OpenFeint 서비스를 2013년 3분기까지 오픈하되, 2012년 12월 14일부로 OpenFeint 서버 지원을 중단하겠다고 발표
  - 이 같은 소식은 서버 중단이 한 달도 채 남지 않은 시점에서 이용자들에게 업데이트를 공지해 모바일 소셜게임 플랫폼을 이용하는 게임 개발자들에게 불안감을 주고 있음
  - 게임 개발자 George Deglin은 "<Go Ninja>의 경우 이미 Android, iOS 플랫폼에서 다운로드 건수 150만 건을 돌파했다"며, "개발업체나 개발자들이 업데이트를 독려한다 할지라도 수천만 명의 이용자들이 업데이트 시기를 놓쳐 다운로드에 실패할 가능성이 크다는 점에서 우리를 좌절시키고 있다"고 언급
- ▶ OpenFeint는 Android, iOS용 게임 개발자들이 자사의 게임 타이틀에 소셜 기능을 추가할 수 있도록 연동(go-to) 솔루션을 제공하는 몇 안되는 업체 중 하나로, 이용자들은 친구 목록을 생성해 게임 랭킹을 추적할 수 있으며, 서로 맞춤형 도전 과제들을 수행해 볼 수 있음
  - GREE는 2011년 4월 인수 당시 전 세계 7,500만 명에 달했던 OpenFeint의 이용자 기반을 흡수하기 위해 1억 400만 달러의 금액을 지불
  - 인수 당시 GREE측은 OpenFeint의 서버 운영을 2013년까지 유지하겠다고 발표했지만, 현재 GREE는 서버 운영 관련 항목을 삭제한 상태
- ▶ George Deglin은 OpenFeint 서버 차단에 따른 업계 파장에 대해 "신규 이용자 및 이전에 옵트인(Opt-in) 방식으로 OpenFeint에 접속해 <Go Ninja>를 플레이했던 이용자의 대다수가 OpenFeint 섀다운 이후 게임을 실행할 수 없을 것"이라고 주장
  - 이에 따라 Deglin과 개발팀은 OpenFeint를 완전히 삭제하는 한편, OpenFeint를 대체할 어떤 유사 기능도 채택하지 않을 계획
  - 그 결과 Deglin은 크리스마스 연휴 전 출시할 신규 게임 개발에 박차를 가하고 있으며, "수 백 만대의 iOS, Android 단말을 선물로 주고받는 연휴기간 풍속도를 통해 애플리케이션 다운로드 건수에 있어서도 폭발적인 증가세를 나타낼 것"이라고 전망

- 향후 얼마나 많은 개발자들이 게임 이행을 위해 GREE를 선택하고, 또 이 같이 짧은 공지만으로 얼마나 많은 개발자들이 GREE 플랫폼을 이탈하지 않을 수 있을지에 귀추가 주목

 [venturebeat.com](http://venturebeat.com)

**그림 3** GREE의 OpenFeint 서버 지원 중단 공고문

**OpenFeint Service Shutdown and GREE Migration**

   
Rating: -18 (from 22 votes)

Last Updated: November 16, 2012

Please note that the OpenFeint service will be discontinued on December 14, 2012.

- When will OpenFeint service be discontinued?**  
OpenFeint servers will be maintained until December 14, 2012, or such later date as determined by OpenFeint. Although the actual date may be later, developers should be prepared for a December 14th shutdown.
- Once OpenFeint servers are shut down, what will happen to OpenFeint enabled games?**  
The impact to OpenFeint enabled games will vary depending on the level of integration. All OpenFeint network calls will be nonfunctional which may result in service disruptions to your game and a poor player experience. In addition all data stored on OpenFeint servers, including all unsecured player data, will be lost. We recommend [migrating your game to GREE Platform](#) to maintain your game information.
- If I move my game from OpenFeint to GREE what information will be migrated?**  
If you elect to migrate your game to GREE, achievement definitions, screenshots, and game descriptions will all be automatically migrated. Leaderboards (top 1000 High Scores) can also be migrated using an on demand button following your [registration as a GREE developer](#).
- How long will a basic GREE Platform SDK integration take?**  
GREE Platform is being provided as a flexible and configurable solution for our developer community. These features can be implemented in a number of ways, ranging from a very simple top-level integration, to a deep custom integration. Basic integration can take less than a week.
- Will I have to create a new developer account to access the GREE Developer Center?**  
Your login information for OpenFeint will transfer to the GREE Developer Center, however upon transfer, you will be required to accept the terms of the [GREE Developer Agreement](#).
- Will GREE Platform be offering a solution like OFX?**  
A virtual inventory management solution is on our roadmap, but is not part of the initial release of GREE Platform. OFX is only compatible with OFSDK, and is not compatible with GREE Platform. If you are a current OFX user and would like to learn more about your virtual goods management options, please reach out to GREE Developer Support at [devsupport-en@gree.net](mailto:devsupport-en@gree.net).
- Will OpenFeint analytics be available on the GREE Developer Center?**  
GREE Platform uses a new analytics system, and historical data from OpenFeint will not be transferred.
- Openfeint was a free SDK, will GREE Platform also be free?**  
Yes! Just like the OpenFeint SDK, the GREE SDK and features are free for the use of developers. Similarly, while OpenFeint charged a revenue share for the use of OFX, GREE will also share in revenue for hard currency use. For more information on GREE revenue share and billing process please [click here to login](#) to the GREE Developer Center.
- My game is an iPad only game, can I still migrate to GREE?**  
An iPad and tablet-optimized SDK is on our roadmap, but is not currently available.
- What is happening to Game Channel?**  
Game Channel will be deprecated and all new App promotions will go through the new GREE App Portal.
- Will Game Feed also be available on GREE?**  
GREE Platform's cross-promotional tool is currently in development. Developers are encouraged to use Chartboost or Burstly in the meantime. The GREE solution will become available to developers in the very near future.
- What user information will be migrated?**  
Users' login information including username and email address will be migrated along with their achievement points and friends if they chose to secure a new account with GREE.
- What other resources will be available to help with game migration?**  
The GREE Developer Center is home to guides, documentation and more. For migration specific support tools, follow the links below.
  - [OpenFeint Migration Guide](#)
  - [Getting Started with GREE](#)
  - [GREE SDKs](#)
  - [Video Tutorials](#)

If you have any questions, please contact [devsupport-en@gree.net](mailto:devsupport-en@gree.net)

[출처] [support.openfeint.com](http://support.openfeint.com)

## 게임 소매 유통업체 GameStop, 사업다각화는 성공적

게임 소매 유통업체 GameStop이 2012 회계연도 3분기에만 6억 2,430만 달러에 달하는 순손실을 기록했지만, 주가는 오히려 4% 상승하는 등 시장의 믿음은 여전히 높은 상황. 이는 게임시장 변화에 대응하기 위한 GameStop 측의 사업다각화 노력 때문

### ■ 적자 행진을 기록하고 있는 GameStop, 그러나 향후 전망은 '밝음'

- ▶ 세계 최대 소매 유통업체 GameStop이 2012 회계연도 3분기(8~10월)에만 6억 2,430만 달러에 달하는 분기 순손실을 기록했음에도 불구하고, 손실 대부분이 감가상각 때문이며 지속적인 사업다각화 노력으로 시장 점유율도 유지되고 있어 시장의 GameStop에 대한 믿음 역시 여전히 견고한 상황
- ▶ GameStop이 11월 15일 발표한 2012 회계연도 3분기 실적에 따르면, GameStop의 3분기 총 매출은 전년 동기대비 8.9% 하락한 17억 7,000만 달러를 기록
  - 그러나 6억 2,430만 달러에 달하는 분기 순손실액 대부분이 감가상각(impairment charges) 때문인 것으로 나타났는데, 감가상각분을 제외하면 GameStop은 3분기에 약 4,720만 달러의 수익을 올린 것으로 파악
- ▶ 게임 소매 유통 시장에서 GameStop의 시장점유율은 계속 증가 중이며, GameStop도 변동하는 게임 시장에 대처하기 위한 사업다각화 노력을 꾸준히 전개하고 있다는 점이 투자자들의 신뢰를 이끌어 내고 있다는 분석
  - GameStop은 디지털 게임 유통은 물론 온라인 및 모바일 게임시장으로의 진출 또한 게을리하지 않고 있는데다, 패키지게임 소프트웨어의 판매 감소를 벌충하기 위한 상품 라인업 확보에도 나서고 있음

### ■ GameStop의 사업다각화 노력, 디지털 유통에서 게임 내 결제로 확장

- ▶ GameStop의 사업다각화 노력은 디지털 부문에서도 상당한 성과를 거두고 있는데, GameStop측 자료에 따르면 GameStop의 디지털 부문은 올 연말까지 약 30~40%의 성장을 통해 총 6억 3,500만 달러의 매출을 올릴 것으로 기대
  - GameStop은 이미 2,000여 개의 게임을 디지털 다운로드 방식으로 GameStop.com에서 판매하고 있으며, PC 디지털 다운로드게임 부문 매출은 2012년 3분기에만 3배 가까이 성장한 것으로 파악됨
  - 이 외 GameStop은 게임 내 결제(In App Purchase, IAP) 방식을 적용한 240개 게임에서도 수익을 올리고 있으며, IAP 방식의 게임을 통한 매출액은 3분기에만 77%의 성장률을 기록

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## 미국의 현행 게임 평점 기준, 보다 단순화 필요

1~10점 혹은 1~100점 척도가 일반화되어 있는 미국 시장의 게임 평점 기준은 본질적으로 게임 평점과 리뷰의 버블 및 양극화 현상을 유발하기 때문에, 별 5개로 점수가 매겨지는 美 영화 산업의 평점 기준처럼 보다 단순화되어야 한다는 주장이 제기

### ■ 미국 게임 평점 기준, 유럽 방식으로 변경되어야

- ▶ 1~10점 혹은 1~100점 척도가 미국 게임시장에서 사용되고 있는 게임의 완성도와 흥행성을 평가하는 평점 척도로 사용되고 있는 가운데, 이러한 게임 평점 시스템은 본질적으로 게임 평점과 리뷰의 버블 및 양극화 현상을 부르기 때문에 오히려 별 5개로 점수가 매겨지는 美 영화산업의 평점 기준보다도 못한 결과를 낳는다는 주장이 게임업계에서 제기
  - 미국 게임업계에 적용되고 있는 1~10점 혹은 1~100점의 현행 평점 척도는 별 5개 혹은 5점 척도에 비해 해당 게임에 대한 심리적인 기대치를 매우 높게 만들기 때문에, 결과적으로 게임 평점과 리뷰의 버블 및 양극화 현상을 불러오고 있다는 주장
  - 즉, 5점 척도를 도입한 영화의 경우 '별 5개: 특정 장르에서 본 받을만한 최고의 영화', '별 4개: 몇몇 문제에도 불구하고 훌륭한 영화', '별 3개: 전체적인 흐름에서 실수가 있는 것은 사실이지만 여전히 즐길만한 영화', 그리고 '별 2개: 가능성을 갖고 있지만 길을 잘못 들어선 영화' 등으로 거의 모든 평점 척도에서 해당 영화 콘텐츠에 대해 우호적인 리뷰와 감상으로 이어질 수 있음
  - 반면 영화 평점 척도의 별 3개에 해당하는 게임시장의 평가 척도는 10점 만점의 6점 혹은 100점 만점의 60점에 해당하는데, 별 3개를 받은 영화가 상당히 긍정적인 경험을 줄 수 있는 것으로 평가되는 반면 60점을 받은 게임은 사실상 엄청난 실패를 기록한 것으로 간주되고 있다는 지적
  - 별 4개를 받은 영화는 상당히 괜찮은 혹은 꽤 훌륭한 영화로 평가되는 반면, 게임산업에서 별 4개와 비슷한 수준의 평가 점수라 할 수 있는 8점(10점 만점 기준) 혹은 80점(100점 만점 기준)을 받은 게임은 그저 그런 게임이라는 평가를 받는다는 지적
- ▶ 특정 게임의 완성도가 높게 평가되기 위해서는 8.5 이상을 무조건 받아야 하고, 평점을 매기는 측에서도 객관적인 점수를 매기는 데 있어 부담이 있음
  - 특히 대형 프랜차이즈 게임이 10점 만점 기준에서 8점을 받을 경우, 이는 사형 선고와 다름없기 때문에 현행 게임 평점 척도 시스템은 평점 및 리뷰의 버블로 이어질 수 있음

 [www.forbes.com](http://www.forbes.com)

## 통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

표 2 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 25 ~ 2012. 12. 1) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	Xbox360	MS	333,540	-58.7%	37,331,209
	2	PlayStation3	Sony	152,860	-64.4%	23,037,805
	3	3DS	Nintendo	132,293	-49.5%	6,675,004
	4	Wii U	Nintendo	130,733	-68.3%	542,583
	5	Wii	Nintendo	109,205	-63.2%	40,241,266
	6	DS	Nintendo	86,996	-67.6%	51,867,390
	7	PlayStation Vita	Sony	58,887	-57.5%	1,118,790
	8	PSP	Sony	5,693	-52.4%	19,601,575
SW	1	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360)	Activision Blizzard	420,491	-40.6%	4,705,193
	2	Just Dance 4 (Wii)	Ubisoft	275,841	-25.5%	1,086,668
	3	Kinect Adventures! (Xbox360)	MS	246,009	-49.1%	11,268,822
	4	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3)	Activision Blizzrd	216,093	-50.1%	2,688,203
	5	Halo 4 (Xbox360)	MS	199,873	-49.7%	3,503,802
	6	Kinect: Disneyland Adventures (Xbox360)	MS	145,705	-40.7%	856,914
	7	Assassin's Creed III (PlayStation3)	Ubisoft	141,466	-52.8%	1,370,012
	8	Assassin's Creed III (Xbox360)	Ubisoft	132,608	-50.1%	1,635,148
	9	Forza Motorsport 4 (Xbox360)	MS	121,352	-34.2%	1,103,025
	10	Madden NFL 13 (Xbox360)	EA	109,586	-16.0%	1,452,152

[출처] www.vgchartz.com

## 통계 미국 MMORPG게임 순위

표 3 미국 MMORPG게임 조회 순위(2012. 12. 6 ~ 2012. 12. 12) (단위: 조회수)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	123,127
2	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	63,736
3	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine	Fantasy	다운로드	63,609
4	The Secret World	Funcom	Real Life	다운로드	46,345
5	Rift	Tron Worlds	Fantasy	다운로드/CD판매	34,129
6	EVE Online	CCP Games	Sci-Fi	다운로드/CD판매	31,615
7	PlanetSide 2	Sony	Sci-Fi	다운로드/CD판매	29,069
8	Final Fantasy XIV: A Realm Reborn	Square Enix	Fantasy	다운로드	28,462
9	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	26,541
10	Neverwinter	Perfect World	Fantasy	다운로드/CD판매	25,212

[출처] www.mmorpg.com

## 통계 미국 App Store 게임 순위

**표 4** App Store 인기게임 순위\*(2012. 12. 12 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade	0.99
	2	Block Ops	Rory Harvey	Arcade	0.99
	3	Grand Theft Auto: Vice City	Rockstar Games	Action	4.99
	4	Bad Piggies	Rovio	Arcade	0.99
	5	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Adventure	6.99
	6	Ski Safari	Defiant Development	Arcade	0.99
	7	Scribblenauts Remix	Warner Bros.	Puzzle	0.99
	8	Arms Cartel Global	Pixel Addicts	Role Playing	0.99
	9	Earn to Die	Not Doppler	Action	0.99
	10	Plague Inc.	Ndemic Creations	Simulation	0.99
무료	1	Fun Run – Multiplayer Race	dirtyBit	Racing	-
	2	Interlocked	Armor Games	Puzzle	-
	3	Angry Birds Star Wars Free	Rovio	Arcade	-
	4	Smash Cops Heat	Hutch	Action	-
	5	Hill Climb Racing	Fingersoft	Arcade	-
	6	Into the Dead	PikPok	Action	-
	7	Bingo Seasons	TiniDream Studios	Board	-
	8	Disney Super Speedway	Disney	Racing	-
	9	Flow Free	Big Duck Games	Family	-
	10	Jewel Mania	TeamLava	Arcade	-

\*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] itunes.apple.com

## 통계 미국 Google Play 게임 순위

**표 5** Google Play 인기게임 순위\*(2012. 12. 12 기준)

구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	Minecraft-Pocket Edition	Mojang	Arcade&Action	6.99
	2	Where's My Water?	Disney	Brain&Puzzle	0.99
	3	Grand Theft Auto III	Rocstar Games	Arcade&Action	0.99
	4	Werck-it Ralph	Disney	Arcade&Action	0.99
	5	Clear Vision(17+)	Dpflashes Studios	Arcade&Action	0.99
	6	Cut the Rope	ZepoLab	Brain&Puzzle	0.99
	7	Angry Birds Space Premium	Rovio	Arcade&Action	0.99
	8	Draw Something by OMGPOP	OMGPOP	Brain&Puzzle	2.99
	9	Fruit Ninja	Halfbrick Studios	Arcade&Action	1.22
	10	Plants vs. Zombies	EA	Arcade&Action	2.99
무료	1	Angry Birds Star Wars	Rovio	Arcade&Action	-
	2	Hill Climb Racing	Fingersoft	Racing	-
	3	Temple Run	Imangi Studios	Arcade&Action	-
	4	Angry Birds	Rovio	Arcade&Action	-
	5	Flow Free	Big Duck Games LLC	Brain&Puzzle	-
	6	Words With Friends Free	Zynga	Brain&Puzzle	-
	7	Subway Surfers	Kiloo Games	Arcade&Action	-
	8	Fruit Ninja Free	Halfbrick Studios	Arcade&Action	-
	9	Fun Run – Multiplayer Race	dirtyBit	Arcade&Action	-
	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] play.google.com





## 아시아 게임시장 동향

### ◆ 중국 게임시장 동향

- 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모 13억 위안 돌파
- 중국 게임업체, 중남미 게임시장 진출 전략
- 중국 모바일 게임시장, 캐주얼게임이 압도적 인기
- Perfect World, 2012년 3분기 실적 발표
- 중국, 모바일게임 <Angry Birds> 이용자 수 세계 최대
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 웹게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위

### ◆ 일본 게임시장 동향

- 일본 스마트폰 게이머의 프로파일 비교
- 포화상태에 이른 일본 모바일 소셜 게임시장
- DeNA와 mixi, 2013년 소셜게임 공동 출시
- NTT docomo, 신규 스마트폰게임 서비스 런칭
- SCEJ, 'World Game Project Fes Vol.3' 개최
- **통계** 일본 게임 HW&SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

### ◆ 기타 게임시장 동향

- 호주, 게임산업 진흥 위해 2,000만 달러 투자
- 인도네시아 게임 개발자, Blackberry 기피
- 인도 DisneyUTV, EA Mobile과 제휴
- 싱가포르 게임업체, PlayStation3 게임 개발



## 중국 게임시장 동향

### 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모 13억 위안 돌파

최근 발표된 "2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 조사자료(2012年第3季度国内移动游戏市场季度监测)"에 따르면 중국 모바일 게임시장 규모는 직전 분기대비 11.8% 성장한 13억 4,200만 위안을 기록했으며, 이 같은 성장세는 지속될 전망

#### ■ 중국 모바일 게임시장, 성장세 유지 전망

- ▶ 중국 시장조사업체 Enfodesk가 2012년 11월 14일에 발표한 "2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 조사자료(2012年第3季度国内移动游戏市场季度监测)"에 따르면, 1,000위안 대 가격의 스마트폰 판매량 급증으로 중국의 스마트폰 보급률이 상승하고 태블릿PC 시장 또한 성장하면서 2012년 3분기 중국 모바일 게이머 수가 높은 증가율을 나타냄
  - 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모는 직전 분기대비 11.8% 성장한 13억 4,200만 위안을 기록
  - 2012년 4분기에 Windows 8 기반 태블릿PC가 판매 개시되고 모바일 게임시장이 높은 성장 잠재력을 보이고 있는 점을 감안할 때 중국 모바일 게임시장 규모는 가파른 성장세를 지속할 것으로 전망
- ▶ 모바일게임의 주요 매출원인 모바일 광고와 유료 아이템 판매액은 모바일 게임시장 규모와 게이머 수 확대의 영향으로 빠르게 증가
- ▶ 하지만 비슷한 게임들이 무분별하게 출시되고 있는 점과 대다수 게임의 퀄리티가 낮은 점은 중국 모바일 게임시장의 단점으로 지적
  - 또한 모바일 단말기 보급률이 아직 낮은 수준을 보이고 있는 가운데, 전국에 3G 네트워크망이 많이 구축되어 있지 않다는 점이 중국 모바일 게임산업 성장에 부정적으로 작용

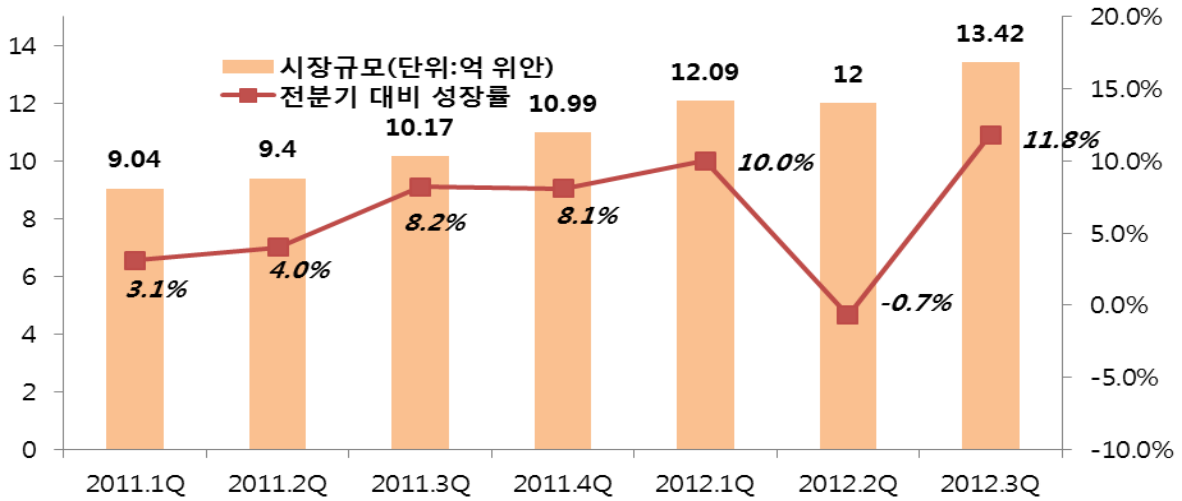
#### ■ 중국 모바일 소셜 게임시장 규모, 직전 분기대비 18.5% 성장한 5억 2,900만 위안 기록

- ▶ 2012년 3분기에 중국 모바일 소셜 게임시장 규모는 전반적으로 빠른 성장세를 나타냈으며 대다수 게임 매출이 1,000만 위안을 돌파한 것으로 나타남
  - 2012년 3분기 중국 모바일 소셜 게임시장 규모는 직전 분기대비 18.5% 성장한 5억 2,900만 위안을 기록
  - 중국 산업동향 전문 매체 178.com(178产业)은 2012년 11월 15일 기사 "2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규

모, 13억 위안으로 직전 동기대비 11% 성장(2012Q3移动游戏市场规模超13亿 环比增11%)"을 통해 중국 모바일 게임시장과 모바일 단말 사용자의 빠른 증가세는 모바일 소셜 게임시장 성장에 긍정적으로 작용할 것으로 전망

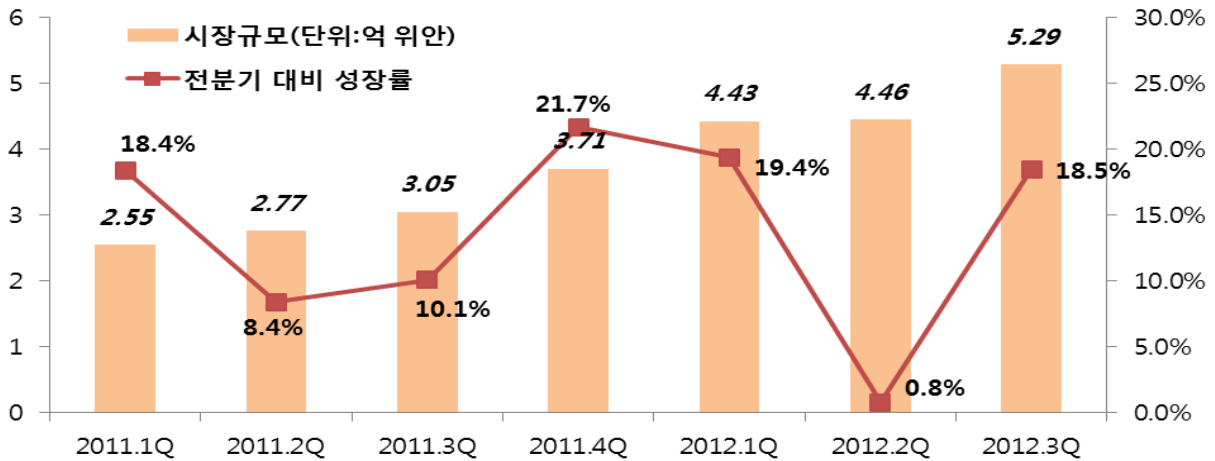
[chanye.178.com](http://chanye.178.com)

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



[출처] chanye.178.com

그림 5 2011년 1분기~2012년 3분기 중국 소셜 게임시장 규모(단위: 억 위안, %)



[출처] chanye.178.com

## 중국 게임업체, 중남미 게임시장 진출 전략

인구가 3억에 가까운 중남미 지역이 5년 안에 글로벌 최대 온라인 게임시장으로 성장할 것으로 전망됨에 따라 중국 게임업체들은 이미 남미 시장에 진출하거나 진출 준비 작업에 착수한 것으로 나타남

### ■ 남미 지역 온라인 게임시장의 성장 잠재력

- ▶ 중국 게임전문 웹진 Sina Games의 2012년 11월 13일 "가장 유망한 온라인 게임시장 중남미: 전년 대비 11.6% 성장(年增长11.6% : 南美成最具潜力网游市场)"에 따르면, 2012년 3분기 중남미 온라인 게임시장 규모는 전년 동기대비 11.6% 성장한 것으로 나타남
  - 글로벌 게임시장에서 남미 지역이 차지하는 비중은 4.3%에 불과하지만, 인구가 많기 때문에 온라인 게임시장의 잠재력이 높은 것으로 평가
  - 2011년 남미 지역 온라인 게임시장 규모는 3억 6,000만 달러를 기록했으며, 2014년에는 6억 2,400만 달러에 달할 것으로 전망

### ■ 중국 온라인 게임업체들의 남미 시장 진출 전략

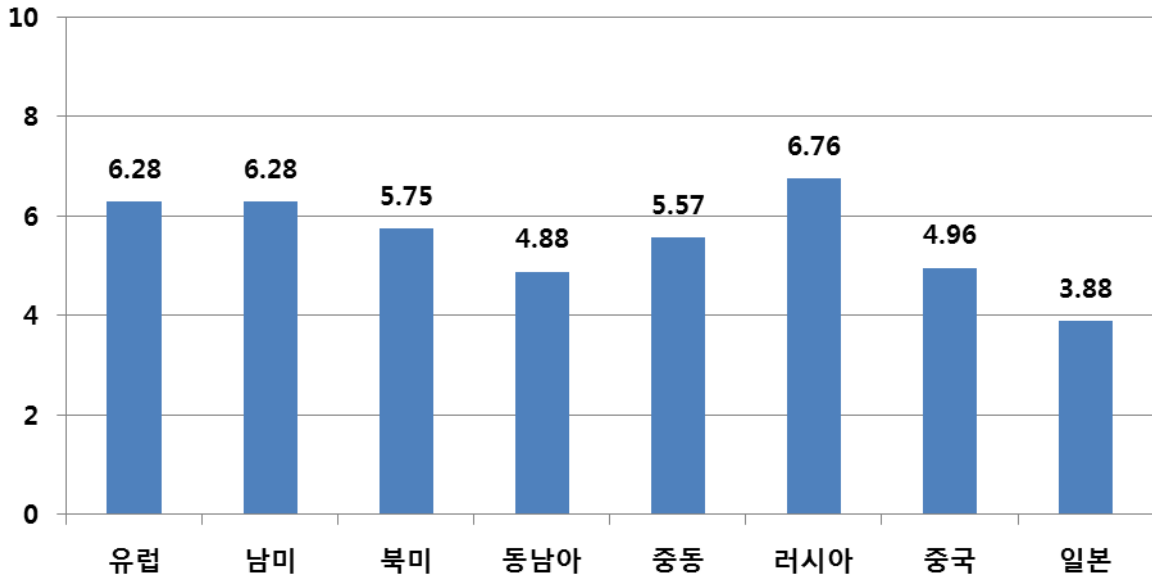
- ▶ 2010년부터 동남아 시장에 대한 중국 온라인 게임업체들의 대거 진출로 해당 국가들의 수입 제한 조치도 지속적으로 증가
  - 중국 게임업체 중 가장 먼저 해외에 진출한 금산(金山) 또한 베트남 시장에서 쓰러린 실패를 경험했으며, 이로 인해 중국 온라인 게임업체들은 신규 시장으로 주목 받고 있는 중남미 지역 진출 작업에 돌입한 것으로 풀이됨
- ▶ 메이저 온라인 게임업체 Perfect World는 브라질에서 사업성 테스트를 마친 후 중남미 시장에 대한 대규모 진출 사업을 추진
  - 2012년 5월 브라질에서 <Aeria Games>의 정식 서비스를 시작했으며, 아르헨티나, 칠레 등 스페인어권 40개 국가에서 <Perfect World> 글로벌 버전을 서비스하고 있음
  - 또한 2013년 8월에는 남미권 10여개 국가에서 <신마대륙(神魔大陆)> 정식 서비스를 개시할 예정
  - Perfect World의 주치지우정(竺琦就曾) 회장은 남미 지역이 향후 몇 년 동안 글로벌 온라인 게임시장에서 가장 빠르게 성장하는 지역으로 부각될 것이라고 전망
- ▶ 최근 Perfect World는 브라질 온라인 게임업체 Level up! Interactive SA와 함께 <신마대륙(神魔大陆,

Forsaken World)에 대한 남미 스페인어권 국가 퍼블리싱 계약을 체결

- <신마대륙(神魔大陆, Forsaken World)>은 브라질과 남미 지역 10여 개 스페인어권 국가에서 각각 포르투갈어 버전과 스페인어 버전으로 서비스될 예정이며, Perfect World의 남미 시장 진출로 중국 온라인 게임업체들의 해외 진출 속도가 빨라질 것으로 전망

 [games.sina.com.cn](http://games.sina.com.cn)

그림 6 전 세계 지역별 온라인 게임시장의 성장 잠재력 평점 (단위: 10점 만점)



[출처] games.sina.com.cn

## 중국 모바일 게임시장, 캐주얼게임이 압도적 인기

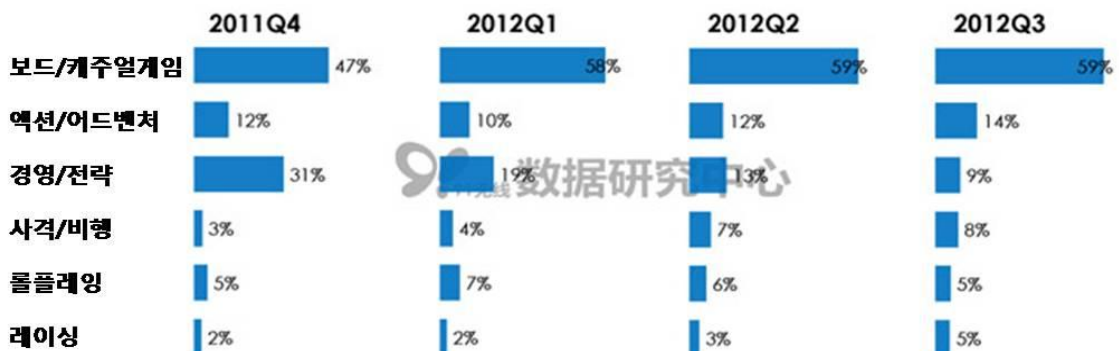
중국 시장조사업체 91무선이 발표한 Android 애플리케이션 관련 통계에 따르면, 캐주얼게임이 동영상 관련 앱에 이어 전체 애플리케이션 다운로드 순위에서 2위에 올랐으며, 게임 유형에서는 59%의 점유율로 압도적인 인기를 누리고 있음

### ■ 캐주얼게임, 중국 Android 모바일게임의 59% 차지

- ▶ 중국 시장조사업체 91무선이 2012년 11월에 발표한 보고서 “모바일 애플리케이션 발전추세보고 (Android판)”에 따르면, 2012년 3분기 모바일 애플리케이션 다운로드 순위 TOP 200 가운데 동영상 관련 애플리케이션에 이어 캐주얼게임의 다운로드 수가 두 번째로 많은 것으로 집계
  - 동영상 관련 애플리케이션의 다운로드 점유율이 13.1%로 1위를 차지한 가운데, 캐주얼게임의 다운로드 점유율은 9.1%로 전 분기 10.7%보다 소폭 감소했으며, 인스턴트 메신저, 라이프스타일, 음악방송, 위치안내 등이 뒤를 이음
- ▶ 모바일 게임시장의 양극화 현상이 명확해지고 있는 가운데, 특히 캐주얼게임이 압도적인 인기를 누리고 있음
  - 보드게임과 캐주얼게임은 이미 모바일 게임시장의 절반 이상을 점유하고 있으며, 출시 후 30일간 다운로드 순위에서도 캐주얼게임의 우위가 명확히 나타남
  - 익스트림 스포츠인 프리런닝(FreeRunning) 게임 장르의 인기도 높아지고 있는데, 생활 리듬이 빨라지면서 대다수 이용자들이 복잡한 게임에 파고들 시간과 여유가 부족해진 것과 함께 화면이나 하드웨어 성능 요구사항이 낮아 보편적으로 즐길 수 있다는 점도 캐주얼게임의 인기에 한몫을 하고 있음

[chanye.178.com](http://chanye.178.com)

그림 7 2011년 4분기~2012년 3분기 Android 게임 유형별 점유율 변화



[출처] chanye.178.com

## Perfect World, 2012년 3분기 실적 발표

중국 온라인 게임업체 Perfect World는 신규 게임 부족으로 2012년 3분기 매출과 순이익 모두 직전 분기대비 감소. 중국 내 동시접속자 수는 직전 분기보다 줄어든 60만 명을 기록했으며 이 추세는 당분간 지속될 전망

### ■ 2012년 3분기 Perfect World 실적 부진

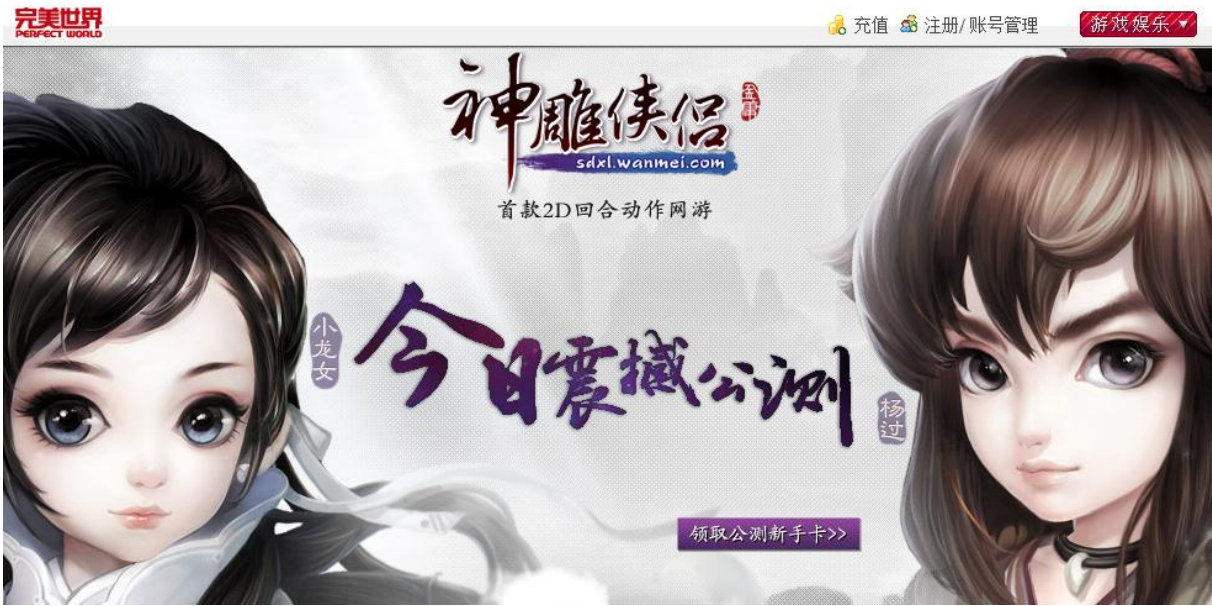
- ▶ 2012년 11월 20일 발표된 Perfect World의 2012년 3분기 실적 결과에 따르면, 2012년 3분기 매출은 전년 동기대비 1.8% 하락한 6억 9,580만 위안, 순이익은 40% 하락한 8,620만 위안을 기록
- ▶ 2012년 3분기 Perfect World의 중국 내 동시접속자 수는 직전분기 74만명보다 적은 60만명을 기록
  - 가입자 탈퇴율 상승과 계절적 요인의 영향을 감안하더라도 전년동기(83만명) 대비 큰 하락폭을 기록한 점은 충격적이라는 평가
  - Perfect World는 유저들에게 안전하고 재미있는 게임환경을 제공하기 위해 2012년 2분기 말부터 2012년 3분기 까지 진행한 서버 확충 작업과 계절적 요인이 동시접속자 수 감소에 영향을 끼쳤다고 언급
- ▶ 올해 신규 런칭한 온라인게임이 <신조협려(神雕俠侶)>뿐인 점과 2012년 3분기에 출시한 게임이 전무한 상황으로 당분간 동시접속자 수의 감소세가 지속될 전망

### ■ 신규 게임 <Dark Blood>, <Raider2> 출시 예정

- ▶ Perfect World는 미국 Valve에서 개발한 <Dota2>와 일본과 미국 자회사에서 각각 개발한 <Dark Blood>, <Raider2>를 출시해 이용자 감소세는 점차 완화될 것으로 전망
- ▶ 또한, 2012년 3분기 <신조협려(神雕俠侶)>, <주선(珠仙)>, <Perfect World 글로벌 버전(完美世界国际版)> 등의 확장팩을 출시해 이용자를 확대시킬 예정

 [news.17173.com](http://news.17173.com)

그림 8 Perfect World의 인기 MMORPG게임 <신조협려(神雕俠侶)>



[출처] www.perfectwold.com



## 중국, 모바일게임 <Angry Birds> 이용자 수 세계 최대

<Angry Birds>의 개발사 Rovio Entertainment는 2012년 11월을 기점으로 중국이 이용자 수에서 미국을 제치고 <Angry Birds>의 최대 소비 시장으로 부상, 게임 및 관련 상품의 판매를 통한 자사 매출 향상에 중국이 상당한 기여

### ■ <Angry Birds>의 일일 사용자 수에서 중국이 미국 제치고 세계 최대 시장으로 부상

- ▶ <Angry Birds> 개발업체 Rovio Entertainment의 Niklas Hed 창립자와 Peter Vesterbacka 최고 마케팅 책임자(CMO)는 2012년 11월을 기점으로 <Angry Birds>의 중국 이용자 수가 일간 사용량 기준으로 미국을 제침으로써 중국이 최대 소비 시장으로 부상했다고 밝힘
  - Niklas Hed에 따르면 Rovio Entertainment는 <Angry Birds> 개발 이전에 이미 51개의 게임을 개발해 Bandai Namco와 EA 등 써드파티 기업에 판매해왔으며, 자체적으로 게임을 발표하기로 결정한 이후 도산의 위험에 처했으나 <Angry Birds>의 성공으로 상황이 역전
- ▶ Rovio Entertainment는 향후 <Angry Birds>의 차기작을 개발하는 대신 기존 게임의 사용자 수 확대에 매진할 계획으로, <Angry Birds>라는 단일 브랜드에 회사의 운명을 걸겠다고 밝힘
  - <Angry Birds>의 다운로드 수는 이미 10억을 돌파했으며, Rovio Entertainment는 앞으로는 더 이상 다운로드 수를 발표하지 않고 일일 사용자 수의 확대에 총력을 기울이겠다는 계획
  - Rovio Entertainment는 앞서 <Angry Birds>의 일일 사용자 수가 3,000만 명이라고 발표한 바 있으며, 향후 2, 3년 내에 <Angry Birds>가 이용자 수가 10억 명을 넘는 최초의 엔터테인먼트 브랜드가 되기를 희망한다고 밝힘
- ▶ Rovio Entertainment는 수 년 내에 매출의 절반 이상을 캐릭터 상품에서 창출할 계획이며, 특히 중국 시장은 동사의 매출 증대에 상당한 기여를 할 것으로 전망
  - Vesterbacka에 따르면 중국은 세계 최대의 스마트폰 시장이자 <Angry Birds>의 최대 시장으로서, 그는 구체적인 수치를 공개하지는 않았으나 자사 매출의 상당 부분이 중국에서 발생하고 있다고 언급

 [chanye.178.com](http://chanye.178.com)

## 통계 중국 온라인게임 순위

표 6 중국 온라인게임 순위(2012. 12. 12 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	27.81%
2	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	22.84%
3	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	11.96%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.24%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	5.08%
6	역전(逆战)	Tencent	-	2.48%
7	몽삼국(梦三国)	Dianhun	-	1.90%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.72%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	1.05%
10	Counter Strike(反恐精英)	TianCity	-	1.01%

[출처] www.barchina.net

## 통계 중국 MMO게임 순위

표 7 중국 MMO게임 순위(2012. 12. 12 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.21%
2	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-	8.75%
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	+2	8.24%
4	헌원전기(轩辕传奇)	Tencent	-1	7.77%
5	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-1	7.56%
6	천룡팔부 온라인(天龙八部On)	Chang You	-	5.92%
7	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.83%
8	마역(魔域)	91.com	-	4.11%
9	드레곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	2.92%
10	천녀유혼(倩女幽魂On)	NetEase	+1	2.41%

[출처] www.barchina.net

## 통계 중국 캐주얼게임 순위

표 8 중국 캐주얼게임 순위(2012. 12. 12 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동	점유율
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	Tencent	-	58.37%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	21.05%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	12.98%
4	오디션(劲乐团)	NineYou	-	1.72%
5	NBA2KOnline(NBA2KOnline)	Tencent	-	1.32%
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	1.10%
7	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	1.02%
8	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	0.68%
9	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.39%
10	51신현무(51新炫舞)	51.com	+3	0.19%

[출처] www.barchina.net



## 일본 게임시장 동향

### 일본 스마트폰 게이머의 프로파일 비교

시장조사업체 Gameage가 최근 공개한 일본 iPhone, Android OS 스마트폰 이용자 수 및 게이머 프로파일에 따르면, iPhone 게이머가 Android OS 스마트폰 게이머보다 젊고 게임이용률이 높은 것으로 확인

#### ■ Android OS, 일본 스마트폰 보급률에서 여전히 우위, 게이머 규모는 iPhone과 비등

- ▶ 시장조사업체 Gameage가 2012년 11월 25일 발표한 월간 보고서 "월간 게임 트렌드 등급(Monthly 게임·트렌드·레이팅)"에 따르면, 최근 1년 간 Android OS 스마트폰 이용자 수가 iPhone 이용자 수를 추월하며 지속적으로 증가한 반면 각 단말을 이용하는 게이머 수는 차이가 적게 나타남
  - 2011년 10월부터 2012년 9월까지의 iPhone(iPod touch 포함) 및 Android OS 스마트폰 이용자와 월간 활동이용자 수(Monthly Active User, 이하 MAU) 추이를 살펴본 결과, Android OS 스마트폰 이용자 수는 2011년 10월 기준 iPhone과 비슷하게 약 700만 명 가량이었으나 2012년 초부터 iPhone과 격차가 벌어져 3월에 1,000만 명을 돌파한 후 9월 1,360만 명으로 확대되어, iPhone 이용자 수 970만 명과 400만 명 가량 차이가 나타남
  - 복수 단말이 있는 Android OS와 iPhone을 단순 비교하기에는 무리가 있으나 Android OS 스마트폰 이용자 증가세는 앞으로도 계속될 전망
  - 반면 게이머 수의 경우 iPhone과 Android 모두 증가세이나, 2011년 10월 기준 iPhone 게이머 수 382만 명에 비해 Android 스마트폰 게이머 수는 304만 명으로 약 80만 명 차이가 있었으며 2012년 9월에는 그 차이가 50만 명으로 줄어들어 점차 좁혀지고 있음

#### ■ iPhone 게이머, Android 게이머보다 젊은 층 비율 및 게임이용률 높아

- ▶ 게임을 잘 이용하지 않는 일반 소비자층으로까지 스마트폰이 확산되면서 iPhone, Android 스마트폰 게이머의 게임 이용률(스마트폰 이용자 수 대비 MAU 규모의 비율)이 전반적으로 하락세인 가운데 iPhone이 Android OS 스마트폰보다 게임 이용률이 높게 나타남
  - 2012년 9월 기준 iPhone이 51%, Android가 39%로 10%p 이상 차이가 나타나 기본적으로 iPhone이 게임 비즈니스 적합도가 높은 것으로 확인되었으나, 이는 각 게이머 특성뿐 아니라 게임 콘텐츠의 양과 질, Apple App Store와 Google Play의 차이 등 외적 요인이 복합적으로 작용한 결과

- 또한 iPhone, Android 스마트폰 모두 최근 1년 간 게임 이용률이 5% 가량 하락해 스마트폰 확산이 본격화됨에 따라 게임 관여도가 높지 않은 일반 이용자층(Majority)의 비율이 높아졌기 때문에 추정되며, 향후 이러한 일반 이용자층을 포섭할 수 있는 캐주얼게임 개발이 게임업체 및 퍼블리셔들의 주요 과제라 할 수 있음

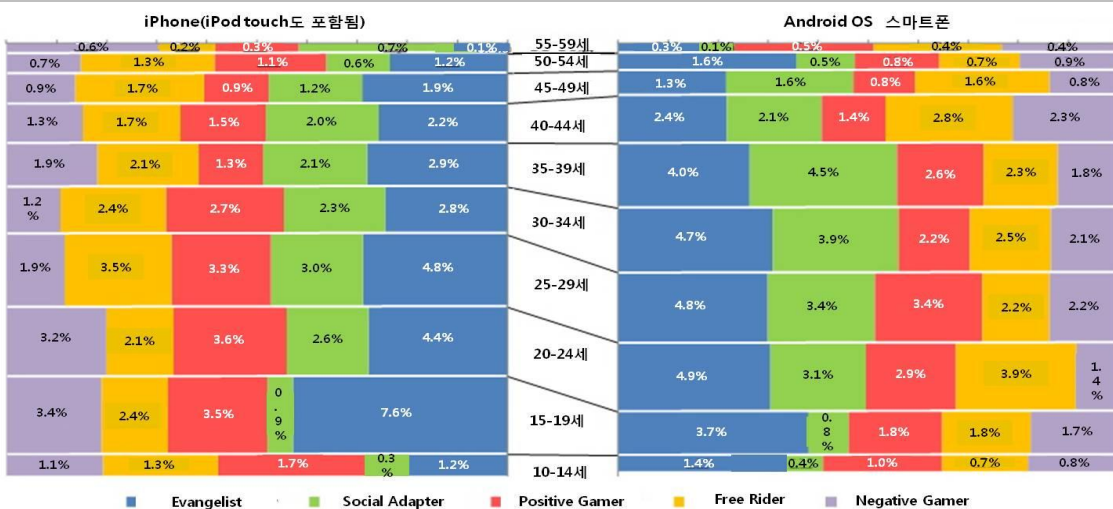
▶ 2012년 9월 기준 iPhone, Android 스마트폰의 MAU를 연령별로 분석하고 Gameage에서 자체 개발한 소셜게임 유저 전용 지표인 SPS(Social game Play-style Segment)\*와 교차 집계한 결과, iPhone과 Android 스마트폰에서 각 콘텐츠를 소비하는 주요 타깃이 다르게 나타남

- iPhone, Android 스마트폰 모두 젊은 층의 비율이 높다는 공통점이 있으나 iPhone이 10대 후반에서 20대 중심인 반면, Android 스마트폰은 20대부터 30대에 걸쳐 비슷한 규모의 유저가 분포되어 있다는 특징이 있음
- SPS별로 분석한 바에 따르면, iPhone은 10대 후반(15-19세) 게이머층에서 가장 소셜게임 적합도가 높은 'Evangelist'가 많은 반면, Android 스마트폰은 10대 후반에서 40대까지 거의 비슷한 비율로 'Evangelist'가 존재하고 'Social Adapter'까지 포함시킬 경우 Android 스마트폰은 오히려 20대보다는 30대 중심인 것으로 나타남
- iPhone 콘텐츠의 주요 타깃은 10대부터 20대까지의 젊은 층이며 Android 스마트폰의 주요 타깃은 20대부터 30대까지의 사회초년생, 직장인 등인 것으로 나타나 모바일 콘텐츠 제공업체들이 전략적으로 고려해야 함

\*주: SPS의 각 세그먼트는, 소셜게임에 매우 능동적이고 잘 알지 못하는 사람들과도 관련 정보를 적극적으로 공유하는 'Evangelist', 'Evangelist'만큼 적극적이지는 않으나 소셜게임에 대한 적합성이 높고 온라인에서 이와 관련된 커뮤니케이션을 즐기고 자투리 시간에도 소셜게임을 하는 'Social Adapter', 게임콘솔 보유 비율이 높고 소셜게임을 비롯한 모든 게임에 긍정적인 'Positive Gamer', 소셜게임을 부정하지만 부분유효화 모델의 이점을 긍정하고 킬링타임을 위해 소셜게임을 소비하는 'Free Rider', 소셜게임에 대해 부정적이고 연령대가 비교적 높은 'Negative Gamer'로 정의

 [www.gamebusiness.jp](http://www.gamebusiness.jp)

그림 9 일본 iPhone, Adroid OS 스마트폰 게이머의 연령별, SPS별 분포\*\*



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

[출처] www.gamebusiness.com

## 포화상태에 이른 일본 모바일 소셜 게임시장

일본 콘텐츠 전문 저널리스트는 최근 일본 모바일 소셜 게임시장이 포화상태에 이룸에 따라 게임업체들은 독자적인 노하우를 바탕으로 해외 시장을 신속하게 개척해야 한다고 주장한 한편, 신규 사업자들로 모바일 소셜게임 서비스가 다변화되고 있다고 관측

### ■ 일본 모바일 소셜 게임시장은 포화상태...해외 시장 공략 서둘러야

- ▶ 일본 모바일 소셜 게임시장 규모가 2011년 약 2,800억 엔에 달해 영화관 입장료 수입, DVD 및 Blu-ray, 온라인게임 등 다른 콘텐츠 시장규모를 상회하며 지속적인 성장세를 구가하고 있는 가운데, 일본 콘텐츠 전문 저널리스트 Atsushi Matsumoto가 일본 게임전문 웹진 INSIDE와의 인터뷰에서 일본 모바일 소셜 게임시장 현황 및 해외 시장 공략 필요성에 대해 설명
  - Atsushi Matsumoto 저널리스트는 "일본 모바일 소셜 게임시장은 흑자를 달성 중인 플랫폼 사업자 진영과 적자를 떠안고 있는 개발자 진영으로 양분되어 있다"며, "업체들이 올해 상반기에 불거진 확률형 아이템 조합 시스템 '쿠펜가차(컴플리트 가차)'로 인한 사행성 이슈의 여파에서 벗어나기 위해 새로운 확률형 아이템 시스템들을 고안해내고 있다"고 언급
  - 또한 그는 "일본 모바일 소셜 게임시장이 포화상태에 이르러 경쟁이 심화되고 있어 해외 시장 개척이 급선무"라며, "일본 게임업체들의 해외 시장 공략이 아직 초기 단계여서 다른 국가의 플랫폼 사업자들에게 선두자리를 빼앗길 우려가 있다"고 강조
  - 일본은 2000년대 피쳐폰 시절부터 모바일 콘텐츠를 소비하는 풍토가 자연스럽게 형성되어 현재의 GREE, DeNA와 같은 우수 기업이 탄생할 수 있었으나, 해외 모바일 게임시장 또한 스마트폰으로 빠르게 재편되고 있어 이에 대한 신속한 대응이 요구
  - Atsushi Matsumoto는 한편으로는 독자적인 진화 과정을 거쳐온 일본 모바일 소셜게임 진영이 게이머층을 끌어들이는 노하우와 게이머의 행동 이력을 분석해 데이터화하고 이를 토대로 매일같이 게임을 개선시켜나가는 체계를 구축해왔기 때문에 해외에서도 경쟁 우위를 확보할 수 있다고 전망

### ■ 일본 모바일 소셜 게임업계, 신규 사업자 진입으로 서비스 다변화 전망

- ▶ 한편 일본 최대 이동사 NTT docomo의 신규 게임 서비스 'd게임', 일본 카드게임 제작업체 Bushiroad의 신규 소셜게임 플랫폼 '부시모(ブシモ)'가 모두 2012년 12월 중에 런칭할 것으로 예상됨에 따라 일본 모바일 소셜게임 진영이 보다 다변화될 전망
  - Atsushi Matsumoto는 'd게임'이 NTT docomo의 자체 앱스토어의 서비스 강화에 초점을 맞추고 있으며 '부시모'

또한 독자적인 콘텐츠 라인업을 갖추고 있어 GREE, DeNA 등과 직접적 경쟁을 하지는 않을 것으로 예측

- 특히 Bushiroad는 본래 종이 카드게임 제작 능력이 우수하고, 카드게임을 중심으로 한 모바일 소셜게임 라인업을 개발하고 있으며, 모바일게임 플랫폼 '부시모'를 통해 캐주얼 게이머가 주요 타깃인 GREE나 DeNA와는 달리, 종이 카드게임의 핵심 소비자인 코어 게이머층을 겨냥할 전망이어서 다른 방식으로 시장 입지를 강화할 전망
- Atsushi Matsumoto는 "카드게임에 특화된 Bushiroad는 2D 이미지를 애니메이션으로 만드는 'Live2D' 관련 기술을 소셜게임에 적용하는 등 색다른 시도를 할 수 있기 때문에 재미있는 결과가 나올 것 같다"며 기대감을 표명

 [www.inside-games.jp](http://www.inside-games.jp)

## DeNA와 mixi, 2013년 소셜게임 공동 출시

일본의 모바일 소셜 게임업체 DeNA와 최대 소셜 네트워크 mixi가 사업 제휴를 맺고 동일 플랫폼을 공유하여 개발한 모바일게임을 2013년부터 서비스할 예정으로, DeNA는 게임 타겟층 다량 확보, mixi는 게임사업 성장이라는 상호이익을 얻을 것으로 전망

### ■ DeNA, mixi와 모바일게임 관련 사업 제휴

- ▶ 일본의 대표 모바일 소셜 게임업체 DeNA가 일본 최대 소셜 네트워크인 mixi와의 사업 제휴를 맺음에 따라 두 업체가 동일 플랫폼을 공유해 개발한 게임을 서비스할 수 있게 될 예정
  - DeNA 측에 발표에 의하면, 빠르면 2013년 1월부터 개발자들이 단일 개발 플랫폼 상에서 모바일게임을 개발한 후 리코딩 없이 DeNA의 Mobage와 mixi로 유통시키는 것이 가능해 질 것으로 전망
  - Mobage와 mixi는 사업 제휴 이전과 다름없이 분리된 독립 서비스로 운영될 계획
- ▶ 사업 제휴로 새롭게 재편되는 mixi 게임 서비스는 2013년 봄 오픈 예정이며, 이를 통해 스마트폰의 mixi 이용자들은 더욱 다양하고 매력적인 모바일 소셜게임을 즐길 수 있게 될 전망

### ■ 일본 모바일 소셜 게임시장, 제휴를 통한 추가적인 상호 이익 창출 시도 중

- ▶ DeNA와 mixi의 제휴 관계는 Mobage 사용자가 mixi의 '좋아요' 버튼을 사용해 특정 아이템들을 체크할 수 있는 형태로 예전부터 존재
  - 스마트폰으로 mixi에 접속하는 사용자는 약 900만 명으로, DeNA가 iOS와 Android 기반 애플리케이션을 통해 서비스하는 400가지 모바일 소셜게임의 타겟 그룹과 정확히 일치하여 DeNA가 사업 제휴를 통해 얻는 효과가 클 것으로 기대
  - mixi는 2012년 2분기 게임, 프리미엄 멤버십을 포함한 사용자 요금이 2,000만 달러에 불과해 수익모델로서의 모바일 소셜게임 플랫폼이 아직 초기 단계에 있으므로, 같은 기간 6억 2,700만 달러의 매출을 기록한 DeNA와의 제휴를 통해 성장의 발판을 다질 것으로 전망

 [www.serkantoto.com](http://www.serkantoto.com)

## NTT docomo, 신규 스마트폰게임 서비스 런칭

일본 최대 이동통신사 NTT docomo가 2012년 12월 중에 신규 스마트폰 소셜게임 서비스인 'd게임'을 런칭할 예정인 가운데, GREE, DeNA 등 주요 모바일게임 사업자들과의 경쟁보다는 자사 앱스토어 서비스 강화가 주 목적이라고 밝혀 이목이 쏠리고 있음

### ■ NTT docomo, 'd게임' 런칭으로 자사 앱스토어 서비스 강화

- ▶ 일본 이동통신사업자 NTT docomo가 자사 앱스토어 'd마켓(dマーケット)'에서 스마트폰게임을 제공하는 'd게임(dゲーム)' 서비스를 2012년 12월 중에 런칭해 스마트폰 소셜게임 15종을 선보일 예정
  - NTT docomo가 DeNA, GREE 등 이미 선두 사업자들이 장악하고 있는 모바일 소셜 게임시장에 진입한 이유는 'd마켓'이 주로 음악, 동영상, 애니메이션, 전자서적 등을 제공해 게임 콘텐츠 확충을 통한 서비스 강화를 하기 위한 것으로, 타 이동통신사의 Android 및 iOS 단말 유저들도 이용 가능케 할 예정
  - NTT docomo는 또한 대다수 일반 스마트폰 사용자들이 좋아하는 웹사이트 방문 시 애플리케이션이 아닌 웹브라우저를 구동해 이용하는 경우가 많다는 점에 착안해, 'd게임'의 모든 콘텐츠를 애플리케이션이 아닌 웹브라우저를 통해서 제공할 계획
  - NTT docomo의 스마트폰 커뮤니케이션 사업부의 인터넷서비스 기획 커머스 추진을 맡고 있는 Hideki Watanabe과장은 "'d마켓'의 기본 취지는 피쳐폰 인터넷접속 서비스인 'i-mode'를 바탕으로 구축해 온 플랫폼 비즈니스 모델에 기반한 새로운 서비스를 제공하는 것"이라며, 소셜게임 진영의 주요 사업자들과 직접적 경쟁을 하지는 않을 것"이라고 밝힘
  - NTT docomo의 'd게임' 서비스는 우선 Bandai Namco, Konami, SEGA, Square Enix, KLab, Taito, Voltage, CAVE, D2C 등 일본 내 9개 주요 게임업체들의 모바일 소셜게임 15종을 제공할 예정이며, 고사양 콘텐츠보다는 주로 캐주얼 소셜게임을 중심으로 유저의 니즈에 따라 점진적으로 타이틀 수가 확대될 예정
- ▶ NTT docomo의 'd게임', 라이트유저를 겨냥한 모바일 소셜게임 라인업으로 점진적 성장 기대, 향후 해외 시장 진출도 고려
  - 'd게임'에서 제공될 Konami의 <대부호 몬스터즈(大富豪モンスターズ)>는 그간 일본 소셜게임에서 보기 힘들었던 트럼프 카드게임으로 라이트유저들에게 적합하며, Bandai Namco의 <영웅스피릿(英雄スピリッツ)> 또한 게이머의 취향에 영향을 받는 특정 캐릭터가 아닌 모든 이들이 좋아하는 '영웅'이라는 포괄적 소재를 활용
  - 'd게임' 서비스는 향후 'd마켓'의 콘텐츠 추천 서비스와 가상통화 'd코인'을 통해 고객 기반이 보다 확대될 전망이며, 당장에 큰 수익을 내기보다는 'd게임' 서비스 개시 후 2년 안에 게이머 수 1,000만 명, 매출 150억 엔 달성이 목표



- NTT docomo는 'd게임' 서비스를 통해 일본 내 소셜 게임시장에서 입지를 굳힌 이후 2013년~2014년 경 NTT docomo의 이탈리아 자회사 Buongiorno, 독일 자회사 net mobile AG를 통해 해외 시장 공략에 나설 전망

 [japan.cnet.com](http://japan.cnet.com)

그림 10 'd게임' 서비스에서 제공 예정인 Bandai Namco의 <영웅스피릿(英雄スピリッツ)> 이미지



[출처] [www.bandainamcogames.co.jp](http://www.bandainamcogames.co.jp)

## SCEJ, 'World Game Project Fes Vol.3' 개최

SCEJ가 최근 동경 아키하바라에서 해외에서 제작된 콘솔게임들을 소개하는 이벤트를 개최. 헤드마운트디스플레이 착용 게임을 비롯한 다양한 하드코어게임들을 체험할 수 있도록 해 화제

### ■ SCEJ의 소규모 게임 이벤트, 하드코어 게이머층을 위한 알찬 내용으로 인기몰이

- ▶ 일본 메이저 콘솔 게임업체 Sony Computer Entertainment Japan(이하 SCEJ)가 2012년 11월 23일 일본 동경 아키하바라에 위치한 컨벤션 센터인 베르사르 아키하바라에서 해외에서 개발된 게임을 소개하는 소규모 이벤트 'World Game Project Fes Vol.3'를 개최
  - 올해로 3회째를 맞이한 'World Game Project Fes Vol.3'은 Ubisoft의 콘솔게임 타이틀 <Rocksmith>의 고수들의 게임 플레이 실황 중계를 총 5번에 걸쳐 진행하고 다양한 발매 예정 타이틀을 미리 체험하는 자리를 마련
  - 본 이벤트에서는 또한 지난 2012년 9월 열린 Tokyo Game Show 2012(이하 TGS 2012)에서도 일부 공개됐던 Sony의 헤드마운트디스플레이 'HMZ-T2'를 착용하고 이용하는 CERO Z(18세 이상) 등급\* 게임 타이틀 체험 기회를 제공해 인산인해를 이룸
  - 이번에 출전한 CERO Z 등급 타이틀은 Ubisoft의 <Assassin's Creed III>, Square Enix의 <Call of Duty: Black Ops II>\*\*와 <HITMAN ABSOLUTION>, SCEJ의 <God of War: Ascension(가칭)> 등 총 4종
- ▶ 'World Game Project Fes Vol.3'에서는 다양한 PlayStation3 및 PlayStation Vita 전용 고사양 콘솔게임 타이틀들을 체험할 수 있도록 지원해 하드코어 게이머층의 주목을 받음
  - PlayStation3 게임 타이틀로는 Ubisoft의 <Rocksmith> 외에 SCEJ의 <SPORTS CHAMPIONS 2>, <PLAYSTATION ALL-STARS BATTLE ROYALE>, <LittleBigPlanet KARTING>, EA의 <Need For Speed Most Wanted>, <FIFA13 World Class Soccer>, <MEDAL OF WARFIGHTER>, Capcom의 <DmC Devil May Cry> 등이 출전
  - PlayStation Vita 게임 타이틀의 경우, Ubisoft의 <Assassin's Creed 3 Lady Liberty>, Square Enix의 <Call of Duty: Black Ops: Declassified>, KONAMI의 <SILENT HILL : Book Of Memories>, EA의 <Need For Speed Most Wanted>와 <FIFA13 World Class Soccer>, SCEJ의 <PLAYSTATION ALL-STARS BATTLE ROYALE> 등이 공개

\*주: 일본 특정비영리활동법인 컴퓨터 엔터테인먼트 레이팅 기구(Computer Entertainment Rating Organization, CERO)가 시행하는 가정용게임 및 PC게임 관련 등급 제도에 의한 규정으로서, 전체 연령가(CERO A), 12세 이상(CERO B), 15세 이상(CERO C), 17세 이상(CERO D), 18세 이상(CERO Z) 등 총 5개 등급이 있음

\*\*주: <Call of Duty: Black Ops II>는 전 세계적으로 제작업체인 Activision Blizzard가 퍼블리싱하고 있지만, 일본의 경우

Square Enix가 퍼블리싱하고 있음

 [game.watch.impress.co.jp](http://game.watch.impress.co.jp)

그림 11 'HMZ-T2'를 착용하고 게임을 체험하는 관람객의 모습



[출처] www.4gamer.net

## 통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

표 9 일본 게임 HW&SW 판매 순위(2012. 11. 26 ~ 2012. 12. 2) (단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	제조업체 및 퍼블리셔	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	163,123		8,587,150
	2	PlayStation3	Sony	31,929		8,712,043
	3	PSP	Sony	14,946		19,334,976
	4	Playstation Vita	Sony	10,295		1,045,079
	5	Wii	Nintendo	5,005		12,642,210
	6	Xbox360	MS	1,351		1,623,655
	7	DS	Nintendo	443		32,977,582
SW	1	Dai-2-Ji Super Robot Taisen OG (PlayStation3)	Namco Bandai	215,426		215,426
	2	Professor Layton vs Ace Attorney (3DS)	Level 5	131,633		131,633
	3	Taiko no Tatsujin Wii Super Deluxe Edition (Wii)	Namco Bandai	111,445		111,445
	4	Animal Crossing: New Leaf (3DS)	Nintendo	110,126		1,271,035
	5	Remon Maro Dragon Maro Maro Maro (3DS)	Nintendo	46,326		169,455
	6	Hot Shots Golf World Invitational (PlayStation3)	Sony	36,450		133,191
	7	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3)	Square Enix	36,173		241,692
	8	New Super Mario Bros. 2 (3DS)	Nintendo	32,109		1,459,497
	9	Fate/stay night [Realta Nua] (PlayStation Vita)	Kadokawa	31,642		31,642
	10	Atelier Totori Plus The Alchemist of Ataria 2 (PlayStation Vita)	Gust	28,910		28,910

[출처] www.vgchartz.com

## 통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

표 10 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위(2012. 12. 08 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	오바서니움의 비밀 (秘蔵書106の106バトル)	KLab
2	건담카드컬렉션 (ガンダムカードコレクション)	DeNA	건담마스터즈 (ガンダムマスターズ)	Bandai Namco DeNA	비경탄하 크리닉 (秘蔵探検★クロニクル)	Drecom
3	괴도 로열 (怪盗ロワイヤル)	DeNA	드래곤컬렉션 (ドラゴンコレクション)	Konami	사이 더 갓 (こびとつかい)	Q-max
4	원피스그랜드컬렉션 (ONE PIECE グランドコレクション)	Bandai Namco DeNA	낚시★스타 (釣り★スタ)	GREE	저국무자고즈M RAMASA (戦国武蔵MURAMASA)	Silicon Studio
5	건담 로열 (ガンダムロワイヤル)	Bandai Namco DeNA	FINAL FANTASY ARTNIKS (FINAL FANTASY ARTNIKS)	GREE	TALES OF KIZNA (TALES OF KIZNA)	Bandai Namco-KLab
6	세토루린 (セトルリン)	DeNA	프로야구드림나인 (プロ野球ドリームナイン)	Konami	Dragon x Dreigehn (ドラゴン×ドライゼン)	Drecom
7	전국 컬렉션 (戦国コレクション)	Konami	전국 킹덤 (戦国キングダム)	GREE·GeePlus	폭주여제사리히히코 (暴走伝説の虎)	Donuts
8	신격의바하무트 (神撃のバハムート)	Cygames	AKB48스테이지파이터 (AKB48ステージファイター)	GREE·Ateam	저국 SAGA (戦国サーガ)	Grengé
9	전국 로열 (戦国ロワイヤル)	DeNA	해적왕국 콜롬부스 (海賊王国コロロンブス)	GREE	Dragon Tactics (Dragon Tactics)	enish
10	파이널판타지브리게이드 (ファイナルファンタジーブリゲイド)	SQUARE ENIX DeNA	크로우즈WORST최강전설 (クローズWORST最強伝説)	Konami	전국1000만명의패왕자 (戦国1000万の覇者)	Square Enix

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

[출처] www.mbga.jp, www.gree.net, www.mixi.jp



## 기타 게임시장 동향

### 호주, 게임산업 진흥 위해 2,000만 달러 투자

호주 Simon Crean 예술 장관이 호주 게임산업 발전을 위해 'Interactive Games Fund'를 조성하고 향후 3년간 2,000만 달러를 지원하겠다고 발표. 이와 관련 호주 영화제작자협회 Screen Australia가 게임 펀드를 관리하고 수행 보고서를 작성할 예정

#### ■ 호주 정부, 게임산업 발전을 위해 3년간 2,000만 달러 지원

- ▶ 호주 Commonwealth 은행이 지난 11월 15일 향후 3년 동안 'Interactive Games Fund'를 조성해 비디오 게임산업에 2,000만 달러를 투자하겠다고 발표
  - Simon Crean 예술 장관은 2012 호주영화제작자협회 컨퍼런스(2012 Screen Producers Association of Australia Conference)에서 "Interactive Games Fund가 호주의 게임산업 발전을 돕고, 게임산업 경쟁력을 유지하는데 기여함으로써 궁극적으로 호주의 창조산업이 국제적인 명성을 얻는데 결정적 역할을 수행할 것"이라고 언급
  - Screen Australia가 'Interactive Games Fund'를 관리할 예정이며, 향후 그 효과에 대한 보고서도 발표할 전망
  - 게임 관련 투자금 지원 방법은 내년에 결정될 것으로 전망되며, 첫 번째 투자금은 회계연도 말에 정산될 계획
- ▶ 호주에서는 주 단위 정부들도 게임산업 성장을 위한 지원들을 아끼지 않고 있는데, 일례로 지난 달 New South Wales주는 Screen NSW가 조성한 300만 달러의 'Interactive Media Fund'의 펀딩을 받아 4개의 디지털 미디어 프로젝트에 총 29만 1,000달러를 투자한다고 발표
  - Crean 장관은 New South Wales주의 투자 결정은 호주가 정부 차원에서 게임산업의 성장을 장려하고 있다는 사실을 보여주는 사례라고 언급
  - 또한 Crean 장관은 "게임 영역은 인터랙티브 차원에서 영화의 자연스러운 연장선상에 있다"며, "게임 영역은 일자리 창출의 중요한 역할을 수행하고 있으며, 멜버른 소재의 신생기업 Voxel Agents의 경우 <Train Conductor> 시리즈를 통해 500만 건 이상의 다운로드 건수를 기록
  - 뿐만 아니라 브리즈번 소재의 Halfbrick Studios는 현재 시드니와 미국 샌프란시스코에 지사를 소유하고 있으며, 자사 게임 <Fruit Ninja>로 3억 회 이상의 다운로드 건수를 기록

 [www.cio.com.au](http://www.cio.com.au)

## 인도네시아 게임 개발자, Blackberry 기피

2012년 11월 기준 Android의 애플리케이션 수가 70만개를 넘어선 반면 Blackberry는 작년과 같은 수준인 10만개에 그침. Blackberry 마켓에 대한 불신과 복잡한 개발과정은 인도네시아 게임 개발자들이 Blackberry 게임 개발을 꺼리는 요인으로 작용

### ■ Android 스마트폰 시장점유율, 인도네시아 최초로 Blackberry 추월

- ▶ 시장조사업체 IDC가 2012년 9월 12일에 발표한 보고서 "Android Overtakes BlackBerry as the Top Smartphone Operating System in Indonesia"에 따르면, 인도네시아 모바일시장에서 Android OS를 채용한 스마트폰의 2012년 2분기 시장점유율이 52%를 기록하면서 처음으로 Blackberry를 추월
  - 인도네시아는 Blackberry 사용자가 5,000만 명이 넘는 글로벌 최대 Blackberry 시장으로, 인도네시아 국민들이 Blackberry의 쿼터 자판의 문자메시지 이용을 선호
  - 하지만 최근 들어 터치스크린을 채용한 스마트폰의 판매량이 늘어나면서 이런 경향에도 변화가 나타나고 있으며 2012년 9월 최초로 시장점유율에서 Google의 Android OS를 채용한 스마트폰이 시장점유율 1위를 기록
  - IDC는 Android의 약진 요인으로 다양한 모델 출시로 인한 소비자들의 선택폭 확대, 유저들이 선호하는 터치스크린 기능에서 Blackberry와 차별성을 보이는 점을 강세 요인으로 꼽음
  - 또한 Play Store에 있는 다양한 게임과 엔터테인먼트 애플리케이션은 젊은 층의 Blackberry 유저가 Android 단말로 바꾸는 결정적인 요인으로 작용하고 있음
  - 2012년 11월 기준 Android 애플리케이션 개수는 70만개를 넘어선 반면 Blackberry는 작년과 같은 수준인 10만개에 그치고 있는 것으로 나타남

### ■ 뒤늦은 RIM의 행보, 하지만 Blackberry에 대한 게임 개발자들의 인식은 여전히 부정적

- ▶ RIM은 최근 들어 전 세계 게임 개발자들을 대상으로 Blackberry에 최적화된 애플리케이션 개발을 요청하기 시작한 것으로 전해짐
  - Blackberry는 게임 개발자들을 대상으로 상금 1만 달러를 내건 "JamHack 이벤트(Blackberry Got Game Port-a-Thon, #BB10Believe campaign으로 구성)"를 개최하여 Blackberry에 최적화된 게임 개발을 독려
- ▶ 하지만 인도네시아의 많은 게임 개발자들은 Blackberry 마켓에 대한 불신 등으로 인해 Blackberry 플랫폼에 최적화된 애플리케이션과 게임을 개발하지 않고 있음
  - 인도네시아 게임 개발자 Nightspade는 Blackberry OS 전용 게임 개발과 관련해 기술적인 문제는 없다고 했지만 다

른 개발자들은 Blackberry 플랫폼에 적합한 게임을 개발하는 과정이 복잡하다고 언급

- 인도네시아 게임 개발업체 E1 Studio와 개발자 TouchTen은 터치폰과 쿼티 자판 등 Blackberry의 다양한 단말에 최적화된 콘텐츠를 개발하는 것은 결코 쉽지 않다고 언급
- TouchTen은 대부분의 모바일게임이 iOS와 Android 플랫폼에 적합한 개발 엔진으로 만들어지고 있다고 설명
- 또한 그는 Blackberry에 게임을 포팅하기 위해서는 처음부터 다시 코드를 작성하는 과정을 거쳐야 하기 때문에 효율성이 떨어지는 단점이 있다고 지적
- 게임 개발자들의 의견을 종합해 볼 때, 2013년 1월 30일 출시 예정인 'Blackberry 10'의 인도네시아 판매는 어두운 것으로 전망

## ■ 애플리케이션 다양화를 위해 Blackberry가 참고해야 할 Mintsphere 행보와 개발자 의견

- ▶ 인도네시아 게임업체 Mintsphere가 개발한 액션게임 <Trigger Knight>는 Android, iOS, Symbian, Blackberry10 등 다양한 모바일 OS를 지원
  - Mintsphere는 RIM으로부터 Blackberry의 장비와 1만 달러에 상당한 개발자 프로그램을 지원받은 게임업체이며, 액션게임 <Trigger Knight>은 스마트폰과 피쳐폰에 적합한 게임으로 평가 받음
  - Blackberry OS에 최적화된 모바일게임이 적은 점은 상대적으로 중소 게임업체가 부각되는 계기로 작용
- ▶ 인도네시아 게임 개발자 Nightspade는 RIM으로부터 장치뿐만 아니라 라이선스와 프로모션 지원을 받는다면 Blackberry OS용 게임 개발을 고려해 보겠다고 밝힘
  - Nightspade는 Nokia가 다양한 지역에 있는 개발자를 대상으로 행사를 개최해 젊은 게임 개발자들을 육성하는 점을 벤치마킹한다면 Blackberry 모바일 게임시장은 커질 것이라고 언급

 [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)

## 인도 DisneyUTV, EA Mobile과 제휴

인도 DisneyUTV의 Digital 부문은 세계 최대의 모바일게임 퍼블리셔인 EA Mobile과 제휴해 현지 통신사 및 OEM을 통해 EA Mobile의 인기작들을 공급하기로 했으며, 게임 가격대는 50루피에서 99루피 사이로 책정

### ■ DisneyUTV의 Digital 부문, EA Mobile과 제휴해 인도에 모바일게임 공급

- ▶ 인도 Disney UTV의 Digital 부문은 세계 최대의 모바일게임 퍼블리셔인 EA Mobile과 제휴해 EA Mobile의 대표적인 게임들을 인도 통신사와 현지 OEM들을 통해 공급하기로 결정
  - EA Mobile의 게임들은 인도 통신사와 현지 OEM을 통해 스리랑카와 방글라데시에도 공급될 예정
  - DisneyUTV의 디지털 부문은 고품질 디지털콘텐츠와 인터랙티브 콘텐츠를 제공하는 콘텐츠 제작 및 유통 허브로서 다양한 디지털미디어 플랫폼을 통해 게임 및 영상, 오디오 콘텐츠를 제공하는 역할을 하고 있음
  - DisneyUTV Digital의 Vishal Gondal 상무이사는 인도 모바일시장에서 피쳐폰과 스마트폰이 보급되면서 양질의 콘텐츠에 대한 수요도 늘어나고 있으며, 이번 제휴를 계기로 가능한 모든 모바일 플랫폼 상에서 게임시장을 확대해나갈 것이라고 밝힘
  - EA Mobile의 아태 지역 담당 Franck Villet은 DisneyUTV와의 제휴가 성장하는 모바일 게임시장에서 더 광범위한 이 용자들에게 자사의 최고 콘텐츠를 제공할 수 있는 최상의 기회라고 평가
- ▶ 이번 제휴로 인도의 게이머들은 <Need for Speed>, <FIFA '11>, <Monopoly>, <Tetris> 등 EA Mobile의 인기작들을 접하게 되며, 또한 EA Mobile이 향후 글로벌 시장에 출시하는 최신 게임들을 동시간에 즐길 수 있게 됨
  - EA Mobile이 제공하는 게임들은 스포츠, 레이싱, 퍼즐, 단어게임, 아케이드, 액션 등의 다양한 장르를 아우르며, 가격대는 50루피에서 99루피 사이가 될 전망

 [insightvas.com](http://insightvas.com)



## 싱가포르 게임업체, PlayStation3 게임 개발

싱가포르 게임 개발사 Red Hare Studios가 지난 2012년 11월 싱가포르 최초의 PlayStation3용 게임 <Page Chronica>를 출시. <Scrabble>과 <Mario Bros.>가 믹스된 스타일의 게임환경을 구현해 초·중학교 학생들의 이용을 촉진할 전망

### ■ 싱가포르 게임업체 Red Hare Studios, 언어 학습용 게임 <Page Chronica> 출시

- ▶ 싱가포르 게임업체 Red Hare Studios가 2012년 11월 21일 Playstation3 게임 <Page Chronica>를 출시
  - 당초 <Page Chronica>는 2012년 11월 1일 출시될 예정이었으나 예기치 못한 Playstation Network(PSN)와의 기술적 연동 문제로 출시일이 연기
  - <Page Chronica>는 싱가포르에서 최초로 개발된 오리지널 컨셉 게임으로 싱가포르 언론사 Straits Times는 <Page Chronica>를 싱가포르에서 판매되는 최초의 Playstation3 전용 게임 타이틀이라고 소개
- ▶ Red Hare Studios의 프로듀서 Wee Lit Koh는 <Page Chronica>의 게임 플레이를 <Scrabble>과 <Mario Bros.>가 어우러진 스타일이라고 표현
  - Wee Lit Koh 프로듀서가 게임 플랏을 구성해 Topez라는 주인공이 'The Big Bad'라 불리는 악의 무리로부터 세상을 지켜내는 스토리를 담음
  - 흥미롭게도 <Page Chronica>의 사이드 스크롤링 게임 플레이는 플레이어들이 게임 공간에 흩어져 있는 글자들을 조합해 단어를 만들어냄으로써 다양한 공격을 진행할 수 있도록 하며, 좀 더 복잡한 단어를 만들수록 공격은 보다 강해지고, 플레이어들은 보다 많은 공격 기술들을 사용할 수 있음
  - Wee는 해당 게임이 영국이나 미국 영어에서 2~7글자를 조합해 하나의 단어를 구성하는 'word tree'를 활용한 것으로 게임 내에서 약 1만 개의 단어가 사용될 것으로 추산
- ▶ <Page Chronica>의 타겟은 코어 게이머, 플랫폼 게이머, 단어 퍼즐 게이머 등 총 세 그룹
  - <Page Chronica>의 주요 타겟은 초등학교 및 중학교 학생들로, 어린이들이 게임을 통해 영어 단어에 자연스럽게 노출됨으로써 언어 학습 능력을 강화시킬 것으로 기대
- ▶ 한편, Red Hare Studios측은 <Page Chronica>가 PSN 플랫폼에서 제공됨에 따라 향후 보다 많은 타이틀을 콘솔에서 제공할 수 있을 것으로 기대

 [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)

그림 12 싱가포르에서 최초로 제작된 PlayStation3 게임 <Page Chronica>

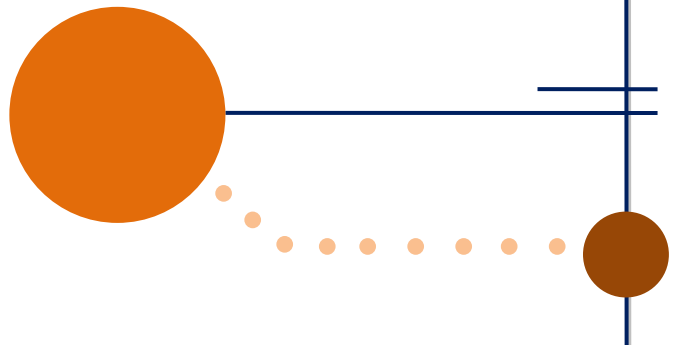


[출처] [www.redharegames.com](http://www.redharegames.com)



## 유럽 게임시장 동향

- 러시아 게임시장, 온라인게임 인기로 급성장
- 영국 게임 소매 유통체인 GAME, 2012년 실적 호조
- 영국, 여성 전용 게임 잼 개최
- Serious Games International, 고위직 인사 영입
- Ubisoft CEO, "Wii U 출시 가격은 부적절"
- **통계** 유럽 게임 SW 판매량



## 러시아 게임시장, 온라인게임 인기로 급성장

온라인게임의 인기에 힘입어 러시아 게임시장의 규모가 급격히 커지고 있는 가운데, 러시아 게임업체는 온라인게임 수요 증가와 PC 및 콘솔 게임시장의 정체에 동시 대응하기 위해 플랫폼 통합, 동기화, 콘솔의 용도 다양화 등 다양한 방안을 제시

### ■ 러시아 게임시장, 온라인게임 성황으로 규모 급성장

- ▶ 러시아 IT전문잡지 RBTH Network의 2012년 11월 기사 "Russia's Video Game Market to Top \$1.5 Billion by 2015"에 따르면, 러시아 게임시장이 향후 3년간 8억 500만 달러 규모에서 15억 달러로 거의 2배에 달하는 성장을 이룰 것으로 예측
  - 시장조사업체 PwC가 2011년 6월에 발표한 "Global entertainment and media outlook: 2011-2015"에 따르면, 2011년 러시아의 게임시장이 중부 및 동부 유럽 지역 최대 매출액인 11.5억 달러를 기록했다고 밝혔으며, PwC가 예상하는 2015년 러시아 게임시장 총 매출액은 17억 달러에 달함
  - PwC가 2011년 세계 게임시장의 총 매출액이 740억 달러라고 발표한 것에 따르면, 러시아 게임시장의 규모와 영향력은 아직 미미한 수준이나, 다른 지역의 시장들에 비해 고무적인 성장세를 보이고 있음
- ▶ 향후 러시아 게임시장은 부분유료화와 소셜게임 등 온라인게임이 주도
  - EA Russia 대표 Tony Watkins는 RBTH Network와의 인터뷰를 통해 향후 3년간 러시아 게임시장이 주로 부분유료화와 소셜게임을 통해 성장할 것이라고 전망
  - PC 및 콘솔게임 시장이 2억 5,000만 달러, 온라인게임 시장이 5,000만 달러의 매출을 기록한 2007년과 비교해 2011년 PC 및 콘솔게임 시장은 정체를 보인 반면 온라인게임 시장은 6억 달러 규모로 12배에 달하는 성장을 기록
  - 2015년 러시아 게임시장의 예상 총 매출액인 15억 달러 중 PC와 콘솔용 게임의 매출은 3억 5000만 달러에 불과할 것이며, 소셜게임, 부분유료화 게임, 모바일게임 등이 나머지 12억을 벌어들일 것으로 전망

### ■ 러시아 게임업체, 온라인게임 흥행에 따른 전략 마련 고심 중

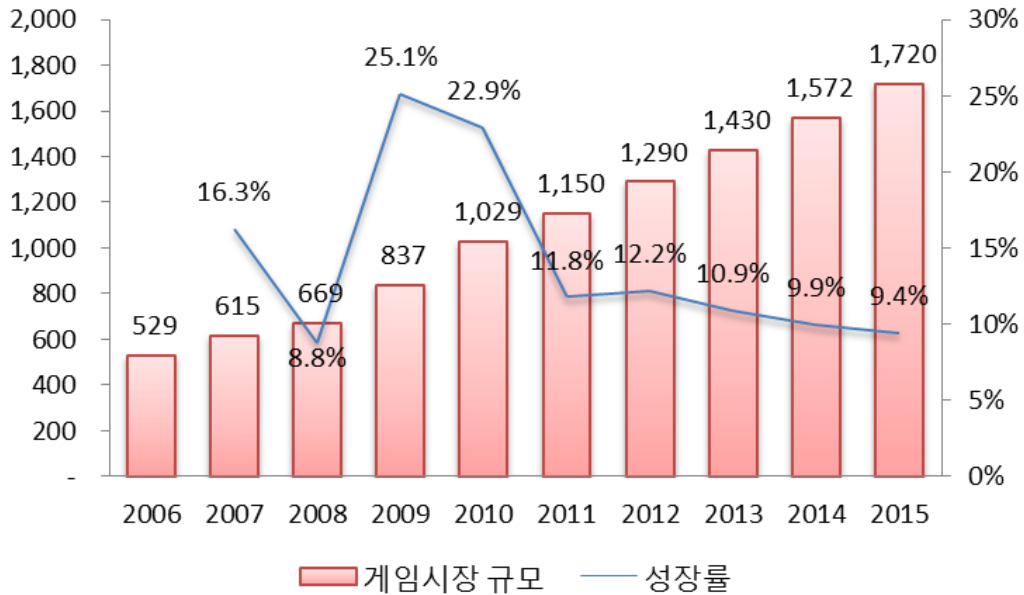
- ▶ 일부 러시아 게임업체는 PC 및 콘솔 게임시장과 온라인게임 시장의 통합으로 수익 다각화 겨냥
  - EA의 Tony Watkins는 러시아의 PC 및 콘솔게임 시장이 향후 신형 콘솔의 출시와 더불어 다소 성장할 것으로 기대되나, 주요 성장 동인인 온라인게임 시장이 PC 및 콘솔게임 시장을 견인할 수 있도록 하는 정책이 필요하다고 지적
  - EA 러시아는 상이한 게임 플랫폼을 동시에 활용할 수 있도록 스마트폰과 PC에서 모두 이용 가능한 게임을 출시할 예정이며, 단말간 동기화를 통해 한 단말에서 게임을 멈춘 지점부터 다른 단말에서 플레이 하는 것이 가능하도록

할 것이라고 발표

- ▶ 온라인 게임시장뿐만이 아닌 게임시장 전체의 규모를 키우기 위해 PC 및 콘솔게임에 대한 새로운 접근이 필요
  - 러시아 및 서구 국가에서 Playstation3와 Xbox360이 강세를 보이고 있으며 그 뒤를 Wii가 따르고 있다는 점에 주목하여, 기존에는 단순히 게임용으로만 사용되었던 콘솔이 동영상 스트리밍과 웹서핑 등 다양한 기능을 이용할 수 있는 멀티미디어 센터의 역할을 할 수 있도록 하는 전략 구사가 필요



그림 13 러시아 게임시장 매출 규모 추이(단위: 백만 달러, %)



[출처] www.pwc.com

## 영국 게임 소매 유통체인 GAME, 2012년 실적 호조

2012년 4월 민간 투자그룹 OpCapita에 매각된 영국 게임 소매 유통체인 GAME이 메이저 게임 타이틀 유치 실패에도 불구하고 기업 전체 비용 절감 및 그룹 전체 사업 안정화에 힘입어 2012년 매출 호조세를 유지할 것으로 전망

### ■ 영국 게임 소매 유통체인 GAME, 2012년 매출 2,000만 파운드 달성 전망

- ▶ 영국게임 소매 유통체인 GAME이 2012년 4월 가전 도매업체 Comet을 인수한 민간 투자그룹 OpCapita에 지분을 매각하는 등의 악재에도 불구하고 2012년 11월 발표한 실적에서 호조세를 기록
  - 올해 초 가전 도매업체 Comet이 민간 투자그룹 OpCapita에 2파운드라는 형편없는 가격에 매각된 이후 GAME 그룹 또한 Comet과 비슷한 전철을 밟게 될 것이라는 우려가 업계 전문가들 사이에서 제기
  - GAME 그룹의 대표 Martyn Gibbs에 따르면, 각 소매점들의 실적이 비교적 양호한 가운데, 현 회계년도 말까지 GAME 그룹 전체 매출이 총 2,000만 파운드를 넘어설 것으로 전망
  - 2012년 4월 OpCapita는 333개의 GAME 소매상과 게임스테이션을 포함해 GAME 그룹의 영국 지분을 인수
  - OpCapita의 GAME 그룹 지분 인수는 총 3,000명의 일자리 보존은 물론 2012년 <Mass Effect 3>, <EA games> 등 대작 게임 타이틀 확보에 실패하며 위기를 겪어온 GAME 그룹에 사업 안정화를 가져다 준 것으로 분석
  - Gibbs 대표에 따르면, GAME 그룹은 소매점의 절반 가까이를 폐쇄했음에도 불구하고, 1,700만 파운드의 비용 절감 및 3개의 신규 소매점 오픈으로 현재 약 35%의 시장 점유율을 유지
- ▶ <FIFA 13>, <Halo 4>, <Assassin' Creed 3> 등의 게임 타이틀 런칭이 GAME 그룹 매출 신장에 기여한 것으로 관측되는 가운데, 2012년 11월 12일에 출시한 <Call of Duty: Black Ops 2>도 매출 상승에 큰 기여
  - Gibbs 대표는 GAME 그룹이 게임 유통 사업자들과 매우 견고한 관계를 유지하고 있다고 강조했다지만, 여전히 신용 보험(credit insurance)을 제공하지 않고 있음
  - 신용보험사들은 OpCapital이 GAME 그룹의 지분을 매각한 이후 보험 지원을 거부한 것으로 알려짐
  - GAME 그룹은 현물 출자(payment in kind, PIK) 형태로 총 1억 600만 파운드의 부채를 떠안고 있으며, 이자율은 약 9%로 연간 총 1,000만 파운드의 이자를 지불해야 하는 것으로 집계

 [www.eurogamer.net](http://www.eurogamer.net)

## 영국, 여성 전용 게임 잼 개최

2012년 10월 영국 최초로 여성들만이 참여해 24시간 동안 제한된 공간에서 즉흥적으로 만난 사람들과 게임을 만드는 게임 잼 이벤트 'XX Game Jam'이 영국 게임 개발사 Mind Candy 사무실에서 개최

### ■ 영국 최초로 여성들만 참가하는 게임 잼(Game Jam) 이벤트 개최

▶ Debbie Rawlings와 Helen Kennedy가 주최하는 영국 최초의 여성 전용 게임 잼 'XX Game Jam'이 영국 게임 개발사 Mind Candy\* 사무실에서 개최

- 게임 잼은 제한된 공간에서 짧은 시간 안에 즉흥적으로 만난 사람들과 게임을 만드는 이벤트
- Debbie Rawlings는 "게임 잼 등록 기간 8일 동안 우리가 준비한 40여석이 모두 매진되었고, 대기 명단에만 40명이 추가로 이름을 올렸기 때문에 등록 기간을 일주일 연장, 40여석을 더 마련했으며, 이 또한 매진됐다"고 언급
- Debbie Rawlings는 디지털 미디어 및 게이밍 전략 컨설팅업체 Auroch Digital Ltd.의 운영 책임자로, 과거 영국 브리스톨(Bristol)에서도 게임 잼을 개최한 바 있음

▶ 2012년 10월 말 24시간 동안 진행된 'XX Game Jam'은 테크놀로지, 과학, 수학 영역에서 여성의 역할을 강조하기 위해 창설된 Ada Lovelace Day\*\*와 같은날 개최

- 남성들은 쇼케이스 현장에 참석할 수 있었지만, 실제 게임을 개발하는 게임 잼 행사에는 참가가 제한

▶ Helen Kennedy는 여성 전용 게임 잼과 관련한 아이디어를 꽤 오래전부터 논의해 왔다고 주장

- Kennedy는 "캐나다에서 관련 아이디어를 구상하고, 펀딩을 위해 고군 분투했는데, 이는 게임 잼의 모든 포맷이 여성들만이 참가하기에는 다소 남성스러운 면이 있기 때문에, 대부분의 투자자들이 실현 가능성이 없다며 투자를 외면했기 때문"이라고 언급
- 웨스트잉글랜드대학(University of the West of England), London Games Festival, Next Gen Skills, Auroch Digital이 'XX Game Jam'을 후원

\*주: 몬스터 육성게임 <Moshi Monsters> 등 다수의 모바일 콘텐츠를 보유하고 있는 회사로, 2012년 5월에는 일본 최대의 모바일게임 플랫폼 사업자 GREE와 파트너십을 체결하기도 함

\*\*주: 남녀를 통틀어 최초의 프로그래머이자 프로그래밍 언어 'Ada Programming Language'를 개발한 Ada Lovelace를 기념하는 날로, 2009년부터 매년 3월 기술과 과학 발전에 기여한 여성들에게 메달을 수여함

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## Serious Games International, 고위직 인사 영입

영국 기능성게임 전문 회사인 Serious Games International이 향후 기능성 게임시장의 성장에 대비하고 미리 우위를 확보하기 위해 관련 분야에서 오랜 경력을 자랑하는 고위직 인사들을 대대적으로 영입

### ■ Serious Games International, 기능성 게임시장 선두고지 선점 위해 고위 인력 보강

- ▶ 기능성 게임 분야의 재능 있는 개발자들과 연구자들이 모인 영국 게임업체 Serious Games International(이하 SGI)이 최근 고위직 인사를 대대적으로 영입하며 기능성 게임산업 내 강자로 자리 잡기 위한 조직 준비에 돌입
  - SEGA 임원 출신 Mike Hayes를 영입한 SGI의 이번 영입 대상은 Mark Stanger, Gary Knight, Paul Ranson, Felix Bradshaw, Mark Cottam으로, 각기 SEGA, Codemasters, Eidos 등의 게임업체에서 오랜 기간 경력을 쌓은 인물들
- ▶ SGI가 새로 구성중인 고위진은 기능성 게임시장에서 SGI가 선두로 서는 데 필수적인 역할을 담당할 것으로 기대
  - SGI 상무이사이며 Coventry 대학 도시지능 및 기능성게임 연구소 소장을 역임한 Tim Luft는 "새로 영입된 SGI의 인사는 학계의 연구 인력과 함께 기능성 소프트웨어 솔루션에 게임 테크닉을 적용하는 미래적 사업 분야에 참신하고도 확실히 입증된 견해를 제공해 줄 것"이라고 언급

### ■ 신규 영입된 고위직 인사들은 게임업계에서 다양한 경력을 쌓아온 인물들

- ▶ SGI에서 광고 업무를 총괄 지휘하게 될 Mark Stanger는 인터랙티브 엔터테인먼트 업계에서만 20년간 경력을 쌓아왔으며, Eidos와 Warner Bros.에서 광고 사업을 담당
  - 콘텐츠 및 브랜드 담당 컨설턴트로 임명된 Gery Knight는 SEGA의 마케팅 부사장 출신으로, 유럽과 북미 지역의 콘텐츠와 브랜드 전략을 담당해 왔음
  - 재무 이사로 영입된 Paul Ranson은 Slam Productions 상무 이사 출신이며, Aqua Pacific, Big Red의 창립자 겸 이사로 재직하다 최근 게임 퍼블리셔 Codemaster에서 근무
  - 사업 개발 담당 임원 Felix Bradshaw는 게임 퍼블리싱 업계에서 8년 경력을 쌓아옴
  - Mark Cottam은 SGI 미국 지사의 사업 개발 및 영업 담당 부사장으로 임명

 [www.develop-online.net](http://www.develop-online.net)



## Ubisoft CEO, "Wii U 출시 가격은 부적절"

2012년 11월 중순 발매된 Nintendo의 차세대 콘솔게임기 Wii U의 가격 적정성에 대해 게임업체 Ubisoft의 CEO Yves Guillemot가 의문을 제기하면서, 콘솔게임 시장에서 자리잡은 타 기업 유사 제품들의 가격 전략을 감안한 가격 조정이 필요하다고 주장

### ■ Ubisoft CEO Yves Guillemot, Nintendo의 신제품 콘솔 가격 정책에 우려 표시

- ▶ Ubisoft CEO Yves Guillemot는 최근 Games Industry International과 가진 인터뷰에서 "Ubisoft는 Wii U의 런칭을 가장 환영하고 있는 기업이지만, Wii U의 출시 가격이 적절한지에 대한 의문을 품고 있다"고 밝힘
  - Guillemot는 "Wii U가 iPad에 비해 저렴한 것은 물론 기능 대비 가격이 우수하지만 콘솔의 가격은 가능한 한 낮을수록 좋다는 생각을 가지고 있다"고 첨언

### ■ Nintendo, 경쟁 제품의 가격 전략과 시장 상황을 고려한 가격 조정 필요

- ▶ Wii U는 미국에서 2012년 11월 중순 발매되었으며, 디럭스 세트 상품은 소매가 349달러, 흰색 베이직 버전 299달러에 판매
  - 연말 홀리데이 쇼핑 시즌을 맞아 이 가격대에도 초반 물량은 충분히 소화될 것으로 예상되나, Xbox360과 PlayStation3의 가격이 지속적으로 하락하고 있어 내년에는 상황이 달라질 가능성 존재
  - 연말 홀리데이 시즌에도 Wii U는 상대적으로 더 저렴한 Xbox360과 PlayStation3와 경쟁해야 하는데다, MS와 Sony 모두 2013년 1분기 말 콘솔제품에 대한 추가 가격 인하를 예정하고 있어 가격 조정 단행 없이는 Wii U의 현 가격이 과도해 보일 우려가 제기

 [www.gamesindustry.biz](http://www.gamesindustry.biz)

## 통계 유럽 게임 SW 판매 순위

표 11 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (12. 4 ~ 12. 10)	독일 (12. 4 ~ 12. 10)	프랑스* (11. 27 ~ 12. 3)
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	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)
3	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Far Cry 3: limited Edition (PlayStation3, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
4	Far Cry 3 (Xbox360, Ubisoft)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	Far Cry 3 (Xbox360, Ubisoft)
5	Halo 4 (Xbox360, MS)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	New Super Mario Bros. U (Wii U, Nintendo)
6	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	
7	Assassin's Creed III (Xbox360, Ubisoft)	Need For Speed: Most Wanted (PlayStation3, Sony)	
8	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Far Cry 3: limited Edition (Xbox360, Ubisoft)	
9	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Farming Simulator 2013 (PC, Astragon)	
10	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	The Sims 3: Seasons (PC, EA)	
순위	스웨덴 (12. 4 ~ 12. 10)	이탈리아 (11. 27 ~ 12. 3)	네덜란드 (12. 4 ~ 12. 10)
1	New Super Mario Bros. U (Wii U, Nintendo)	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)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
3	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
4	Far Cry 3: The Lost Expeditions (PC, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)
5	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
6	Halo 4 (Xbox360, MS)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)
7	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)
8	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	Far Cry 3 (Xbox360, Ubisoft)
9	Skylanders Giants Starter Pack (Wii, Activision Blizzard)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
10	Far Cry 3: The Lost Expeditions (Xbox360, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)

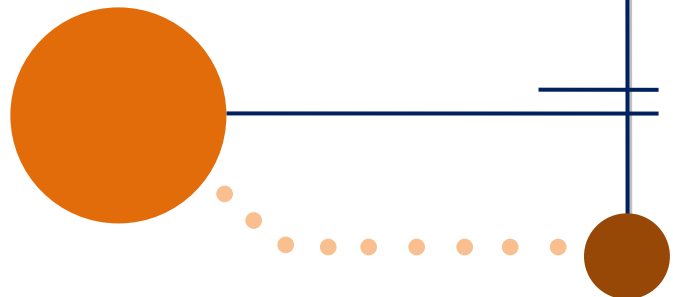
\*주 : 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

[출처] www.chart-track.co.uk, www.mediabiz.de, www.sell.fr, www.gfkhitlist.com, www.multiplayer.it, www.dutchcharts.nl



## 중남미 게임시장 동향

- 멕시코 게임시장, 노동과 게임이 결합된 게임화 시도
- 콜롬비아 정부, 모바일게임을 신성장동력으로 지목
- 해외 게임시장으로 진출하는 아르헨티나 게임업체
- 우루과이, 주식매매 게임 열풍



## 멕시코 게임시장, 노동과 게임이 결합된 게임화 시도

멕시코 게임시장에서는 노동과 게임이 결합하는 '게임화' 경향이 나타나고 있음. 멕시코 게임업계는 게임을 이용할 때 나타나는 집중력과 과제해결 능력 등을 노동에서도 그대로 접목하기 위한 게임화 연구에 주목

### ■ 멕시코 게임시장에서 나타난 '게임화', 노동과 게임의 결합

- ▶ 멕시코 언론매체 Pysnnoticias의 2012년 11월 1일 기사 "Juguificación", trabajar jugando?"에 따르면, 2012년 멕시코의 게임시장 규모는 8,200만 달러로 예상되며, 멕시코 인터넷 유저의 49%가 게임을 하기 위해 인터넷을 이용하는 것으로 나타남
  - 멕시코 게임시장 규모가 커짐에 따라, 멕시코 게임업계 일부는 게임의 긍정적인 효과를 노동에 결합시키려는 '게임화(Gamification)' 작업을 진행
  - 사실, '게임화'라는 개념이 최근에 나타난 것은 아니며, 학교에서 뛰어난 성적이나 모범적인 언행을 보인 학생들에게 수여하는 장학금 혹은 기업들이 뛰어난 결과를 거둔 상품/프로젝트에 대해 수여하는 보상의 개념에 그 뿌리를 두고 있음
- ▶ '게임화'가 노동의 영역에 적용되면 그 개념은 보다 정교해져서 노동자들은 자신의 노동과제 달성을 위한 일종의 전략 게임 시나리오를 구성할 수 있는 기술적 플랫폼의 지원 하에 업무를 수행
- ▶ 멕시코 게임업체가 주목하고 있는 게임과 노동이 결합한 '게임화'는 6가지 특징이 있음
  - 첫째, 직장에서의 목표과제 달성을 위한 자극제가 될 수 있는 전략 및 보상 체계 기획
  - 둘째, 게임에서의 아바타 작업과 같은 직장 내 과제의 형상화 등 시각적 형상화 노력을 통해 집중력과 생산성 향상
  - 셋째, 과제 설정, 과정 공유, 목표 달성 등을 지원하고 이에 대한 동기를 부여할 수 있는 가상의 가치 체계를 형성
  - 넷째, 노동자 스스로에 의한 노동 영역 설정 및 과제 수행과정을 용이하게 할 수 있는 정보 시스템 구축
  - 다섯째, 노동의 환경을 게임의 환경과 비슷하게 구축함으로써 잠재된 리더십 발견
  - 여섯째, 노동의 게임화로 노동 현장에서 노동이 아닌 게임에 몰입하는 부작용 방지

 [www.pysnnoticias.com](http://www.pysnnoticias.com)

## 콜롬비아 정부, 모바일게임을 신성장동력으로 지목

콜롬비아 정보통신기술부(MinTIC)는 모바일 애플리케이션 산업 강화를 위해 국가 프로젝트 'Apps.co'를 추진. 프로젝트의 Claudia Obando 수장은 모바일 애플리케이션 산업 강화를 위해선 모바일게임을 우선적으로 발전시켜야 된다고 주장

### ■ 콜롬비아 정부가 주도한 애플리케이션 시장 활성화 프로젝트 'Apps.co'

- ▶ 콜롬비아 IT전문언론 Elpais의 2012년 11월 10일 기사 "Aplicaciones para móviles, un mercado que se abre camino en Colombia"에 따르면, 2011년 기준 콜롬비아 모바일 애플리케이션 개발업체 수는 90개이며, 시장규모는 4억 2,500만 달러
  - 2011년 기준 콜롬비아 디지털 애니메이션 및 게임업체의 수는 105개이며, 시장 규모는 4,000만 달러로 집계
  - 삼성, LG, Nokia, MS 등 글로벌 제조업체들 또한 지속적으로 콜롬비아에서의 사업 확대 노력을 기울인 덕분에 콜롬비아 애플리케이션 시장에 등록된 앱의 수는 2010년 300개, 2011년 350개를 기록
- ▶ 콜롬비아 정보통신기술부(MinTIC)는 콜롬비아 모바일시장을 강화하기 위해 2011년 2월에 6,840만 달러의 대규모 프로젝트 'Apps.co'를 시작
- ▶ 'Apps.co'에서 제공하는 서비스는 이 프로젝트에 참여하는 기업가와 회사의 능력 및 진전도에 따라 4가지로 구분
  - 신생 기업에게는 프로그램 'bootcamps'를 통해 온라인으로 앱 개발과정을 교육
  - 아이디어를 가진 기업에게는 자문, 인프라 구축, 지식/기술 함양 등을 위한 이벤트 참여 기회를 제공
  - 중견 기업에게는 해당 기업의 시장 내 입지 강화를 위해, 지원 및 지속적인 고객 확보 목적의 다양한 이벤트 참여 기회를 제공
  - 투자금 유치를 원하는 기업들에게는 투자자들이 참여하는 프로젝트 및 이벤트에 함께 참여할 수 있는 기회 제공

### ■ 콜롬비아 애플리케이션 시장, 모바일게임에 주목

- ▶ 'Apps.co' 프로젝트의 Claudia Obando 수장은 "태동한 지 3년이 채 되지 않은 콜롬비아의 애플리케이션 시장에서는 현재 게임과 SNS가 가장 뜨거운 이슈로 떠오르고 있다"며 "시장 성장을 위해 새로운 영역을 탐구할 필요가 있다"고 언급
  - 또한 그는 "시장은 Twitter, Facebook, Instagram 등 SNS를 기반으로 한 게임 활성화에만 초점을 맞출 것이 아

나라, 보건, 복지, 교육 등과도 연관된 주제를 발굴해야 한다"며, "IT 기술을 최대한 활용해 최종 사용자와의 상호작용 진작을 통해 궁극적으로 이러한 애플리케이션이 보다 대중화될 수 있도록 해야 한다"고 주장

- ▶ Nokia 라틴 아메리카 지사의 Iván Gil 사장은 "콜롬비아가 중남미에서 모바일 애플리케이션의 질적인 면을 신경쓰기 시작한 첫 번째 나라"라며, "콜롬비아 애플리케이션들은 질적인 우수성 덕분에 이 사용자들에게 매우 유용한 앱들이 많다"고 평가
  - 일례로, 'Apps.co'의 회원사 중 하나인 Intergroup은 2년 전 'Quick Graph'라는 앱을 선보였는데, 현재까지 Appstore에서 350만 건의 다운로드 수를 기록하며 콜롬비아에서 가장 인기있는 계산기 앱으로 자리매김 함
  - 이 앱의 개발자는 "가장 큰 성공 요인은 출시 이후 다운로드 횟수 및 사용자들의 앱 개선 내용을 담은 코멘트들에 최대한 충실히 반응했다는 점"이라며 "이 앱은 현재 콜롬비아 교육 부문 앱에서 가장 인기있는 앱 top 10에 올라있다"고 언급

 [www.elpais.com.co](http://www.elpais.com.co)

## 해외 게임시장으로 진출하는 아르헨티나 게임업체

아르헨티나에서 스마트폰과 SNS의 대중화로 게임 수요가 크게 증가하면서 다양한 게임들이 등장. 아르헨티나 게임업체는 내수 시장은 물론 해외 시장 진출을 위해 모바일 게임과 소셜게임을 강화

### ■ 아르헨티나 게임산업, 내수 시장에서 해외 시장으로 확대

- ▶ 아르헨티나 IT전문 사이트 Diariobae의 2012년 11월 22일 기사 "Videojuegos argentinos ganan mercados en el exterior(아르헨티나 게임, 해외 시장으로 확장)"에 따르면, 중남미의 게임업체 수는 300여 개에 이르며, 이 중 아르헨티나 게임업체의 수는 70여 개로 대다수가 팔레르모에 위치
  - 아르헨티나의 게임 개발 부문 종사자 수는 디자이너, 아티스트, 일러스트레이터, 2D/3D 프로그래머, 엔지니어, 시나리오 작가, 테스터, 음악가 등의 직업군 7,000여 명에 달함
- ▶ 아르헨티나 게임개발자연합(Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina, 이하 ADVA)의 지원을 받아 사르미엔토 국립대학 산하 산업 연구기관이 작성한 보고서에 따르면, 아르헨티나 게임 개발자들의 수출국 중 가장 큰 비중을 차지하는 국가는 미국(65%)으로 나타났으며, 대체국가(alternative country)로는 멕시코(18%), 스페인(18%)이 동률을 차지
- ▶ 특히, 스마트폰과 SNS 이용 증가라는 최근 트렌드에 따라 아르헨티나 모바일게임의 해외 시장 점유율이 갈수록 높아지는 추세
  - 2012년 아르헨티나 게임시장 매출 규모는 전년 동기대비 28% 가량 증가한 9,000만 달러를 기록할 것으로 전망되며, 이 중 95%가 해외 게이머들의 다운로드에 의한 것으로 해외 수출이 시장 성장의 견인차 역할
  - 일례로, 아르헨티나의 유명 게임업체 중 하나인 NGD Studios가 개발한 게임 <Fly Kiwi>는 2011년 한 해 동안 미국에서는 가장 많이 다운로드된 게임 2위, 프랑스에서는 1위에 랭크
  - NGD Studios는 인기에 힘입어 기존의 iOS 전용 버전에서 BlackBerry용 최신 버전을 2012년 7월에 출시
  - 또한, NGD Studios의 온라인게임 <Regnum Online>은 아르헨티나의 게임산업에서 가장 성공적인 게임으로 평가받고 있으며, 현재 전 세계 150만 명이 이용
- ▶ 아르헨티나의 SNS 보급률이 높아짐에 따라, 아르헨티나 게임업체의 소셜게임도 큰 인기를 끌고 있음
  - 아르헨티나의 Facebook의 보급률은 50% 수준으로, 미국의 53%, 호주의 57%와 유사한 수준이며, Facebook 내에서 아르헨티나 1위의 게임업체 Vostu의 게임이 많이 대중화되어 게이머들 사이에서 높은 인지도를 형성

- ▶ 그러나, 부분 유료화 시장이 초기 상태여서 게임 매출이 다른 국가에 비해 높지 않음
  - 아르헨티나 게이머의 4%만이 유료 콘텐츠를 이용하고 있으며, 이들의 게임 관련 지출 비용은 월 평균 10달러
  - 다른 국가의 유료 게임 이용자의 비율은 미국은 5%, 아시아 15%로 조사

 [www.diariobae.com](http://www.diariobae.com)

그림 14 아르헨티나 게임 중 가장 성공한 온라인게임 <Regnum Online> 실행 화면



[출처] [www.regnumonlinegame.com](http://www.regnumonlinegame.com)



## 우루과이, 주식매매 게임 열풍

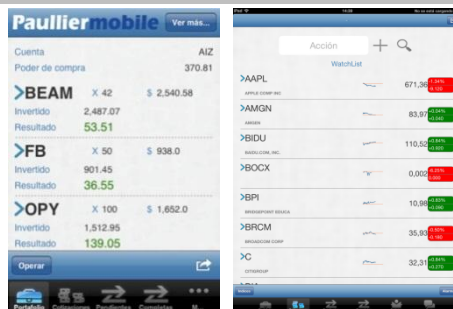
우루과이 게임업체 PaullierOnline이 개발한 모바일 주식매매 게임 <StockGame>이 우루과이를 비롯한 중남미에서 큰 인기를 끌고 있음. <StockGame>은 PC게임으로 개발되었으나, 우루과이에서 스마트폰이 확산되면서 모바일게임으로 재탄생

### ■ 모바일게임 <StockGame>, 우루과이에서 인기몰이

- ▶ 우루과이 게임업체 PaullierOnline이 개발한 모바일 주식매매 게임 <StockGame>이 2012년 10월 출시 이후 우루과이와 페루에서 1,600건 이상의 다운로드 횟수를 기록
  - <StockGame>은 2012년 10월 4일 우루과이의 수도 몬테비데오에서 개최된 게임 포럼 'Genexus'에서 최초로 공개되었으며, 출시 이후 Apple의 Appstore에서 877건, BlackBerry의 App World에서 624건, Google의 Google Play에서 110건의 다운로드를 기록
  - 미국 증시에서 주식을 매매하는 것을 기본 스토리로 하고 있는 <StockGame>은 게이머 간 경쟁심 유발로 중남미 게이머들에게 큰 인기를 끌고 있음
  - 최초 출시일인 10월 3일부터 11월 2일까지 790명의 게이머가 PaullierOnline이 주최한 <StockGame> 이벤트에 참여했으며, 최종 우승자는 iPhone 4S와 3만 4,848달러의 상금, 2위 수상자는 태블릿PC를 받음
- ▶ <StockGame>은 2000년 이후 이미 PC버전으로 두 번 출시된 적이 있으나, 모바일 플랫폼을 통해 출시된 것은 이번이 처음
  - 모바일게임으로 재탄생한 <StockGame>은 우루과이 모바일게임의 혁신을 보여준 사례로 평가받음

 [www.elobservador.com.uy](http://www.elobservador.com.uy)

그림 15 우루과이 게임업체 PaullierOnline이 제작한 모바일게임 <StockGame>

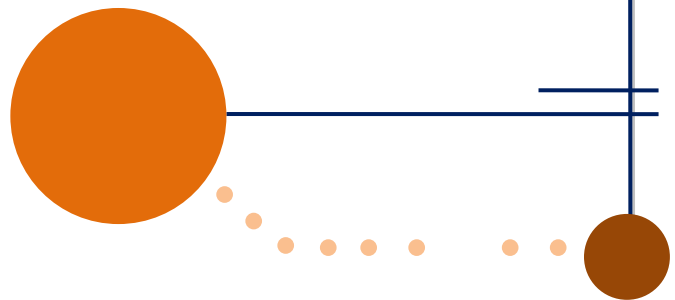


[출처] appshopper.com



## 국내 게임시장 동향

- 모바일 게임업체, 온라인 게임업체 기업가치 추월
- '적신타' 들어온 국내 온라인 게임산업
- 스포츠 게임, 추운 겨울에 뜨거운 인기
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 순위



## 모바일 게임업체, 온라인 게임업체 기업가치 추월

모바일이 국내 코스닥 상장 게임사들의 기업가치 순위를 변화시킴. 온라인 게임사업에 매진한 게임업체들은 전반적인 순위 하락을 기록한 반면, 모바일업체를 비롯해 신규 사업으로 모바일을 선택한 기업들은 매출 호조에 시가총액이 두 배 이상 증가

### ■ 모바일 게임업체, 기업가치 급상승

- ▶ 국내 코스닥 상장사 가운데 시가총액 상위 100위권 내에 속한 게임기업은 총 7곳으로 위메이드와 컴투스, 게임빌, 네오위즈게임즈 등이 상위 30위권 내에 이름을 올리며 존재함을 과시
  - 2011년에는 네오위즈게임즈가 시가총액 1조원을 돌파하면서 10위권 내 진입한 적이 있지만, 2012년 하반기에는 상위 10위권 내에 단 한 업체도 포함되지 않음
- ▶ 그러나, 컴투스와 게임빌 같은 모바일 게임업체들은 전년도와 대비해 기업 가치가 두배 이상 증가
  - 2012년 최고의 상승폭을 기록한 컴투스는 코스닥 상장 기업 중 시가총액 순위 22위에 올라섰으며, 작년과 비교하면 무려 54계단 순위가 상승
  - 기업가치도 6,728억 원으로 지난해 2,607억 원보다 2.5배 이상 증가
  - 게임빌 역시 지난해 48위에서 19위로 27계단 순위가 상승했으며, 이 기간 시가총액도 3,979억 원에서 6,728억 원으로 1.7배가량 상승
- ▶ 위메이드엔터테인먼트와 액토즈소프트 같이 모바일게임 비중을 높인 상장 게임업체들의 시가총액도 상승세를 유지
  - 사업구조를 모바일게임 중심으로 변화시킨 위메이드엔터테인먼트는 8,551억 원의 시가총액을 기록하며 14위를 기록했으며, 코스닥에 상장된 전체 게임사 가운데 가장 높은 기업 가치를 기록
  - 2011년 코스닥 시가총액 상위 100종목에 이름을 올리지 못했던 액토즈소프트도 2012년 10월에 49위를 기록하며 존재감을 과시
- ▶ 온라인게임 중심의 사업을 전개했거나 모바일에 뒤늦게 진출한 업체들은 시가총액이 감소
  - 2011년 시가총액 4,336억 원으로 코스닥 상장 게임업체 중 3위를 기록했던 웹젠은 게임빌, 컴투스, 액토즈소프트 등 모바일게임사들에 추월당하며 6위로 밀려났으며, 시가총액도 38%가량 감소
  - 드래곤플라이는 2011년에 2,986억 원의 시가총액을 기록해 69위를 기록했지만, 2012년에는 100위권 밖으로 하락

표 12 코스닥 시가총액 상위 100위에 포함된 게임업체(단위: 억 원)

코스닥 순위	2012년 11월 22일		코스닥 순위	2011년 12월 1일	
	게임업체	시가총액		게임업체	시가총액
14	위메이드	8,551	8	네오위즈게임즈	11,636
19	게임빌	7,633	27	위메이드	6,484
22	컴투스	6,728	42	웹젠	4,336
30	네오위즈게임즈	5,095	43	JCE	4,301
49	엑토즈소프트	3,596	46	게임하이	4,106
90	웹젠	2,645	48	게임빌	3,979
93	게임하이	2,431	69	드래곤플라이	2,896
			76	컴투스	2,607

[출처] 게임조선(2012)

## '적신포' 들어온 국내 온라인 게임산업

국내 게임산업을 주도하고 있는 온라인 게임산업이 '사면초가'에 빠짐. 해외 게임들이 국내 온라인게임 순위를 점령하고 있으며, 그나마 온라인게임을 개발하던 게임업체들도 모바일게임으로 사업방향을 전환함에 따라 신작 온라인게임 개발이 주춤

### ■ 해외 게임업체들이 점령한 국내 온라인 게임산업

- ▶ <리그오브레전드>, <피파온라인2>, <디아블로3>와 같은 해외 게임들이 국내 온라인게임 인기 순위에서 상위권을 유지
  - 온라인게임 시장조사사이트인 게임트릭스에 따르면 외국산 게임인 <리그오브레전드>는 2012년 11월 28일 기준 18주 연속 1위를 고수하고 있으며, 26.48%의 높은 점유율을 기록
  - 반면 올해 최고 기대작으로 꼽혔던 엔씨소프트의 <블레이드&소울>의 점유율은 11.1%로 <리그오브레전드>의 절반에도 못 미치고 있으며, 그동안 국산 게임의 자존심을 지켜왔던 <서든어택>과 <아이온> 등도 6% 점유율을 기록
- ▶ 국내 온라인게임 인기 순위를 발표하는 업체마다 약간의 차이는 있지만, 1~10위 게임 중 <리그오브레전드>, <디아블로3>, <스타크래프트>, <피파온라인>, <워크래프트3> 등 5개 외국 게임이 포진
  - 10위권 안에 있는 국내 게임은 대부분은 출시된 지 4년 이상 지났으며, 그나마 <모두의 마블>, <사이퍼즈 온라인>, <레전드오브소울즈> 등이 10위권 안에 랭크
- ▶ 한편, 카카오톡을 중심으로 한 모바일게임 열풍으로 인해 새로운 대작 온라인게임을 개발할 수 있는 환경도 조성되지 않음
  - 많은 국내 게임업체가 온라인게임 대신 모바일게임을 신성장동력으로 삼다보니 온라인게임 개발에 주력하지 못함
- ▶ 온라인게임 시장 위축은 장기적으로 게임 수출에도 악영향을 미칠 것으로 우려
  - 한국콘텐츠진흥원의 "2012 대한민국 게임백서"에 따르면, 2011년 온라인게임 매출은 6조 2,369억 원으로 전체 국내 게임시장의 88.9%를 차지했으며, 2011년 국내 게임 수출액 23억 7,807만 달러 중 96.2%(22억 8,875만 달러)가 온라인게임
  - 그 결과, 일부 게임관계자들은 해외 온라인게임에 밀리고, 신규 대작 게임을 찾아볼 수 없는 지금과 같은 상황에서 향후 국내 온라인 게임시장이 축소되어 현재와 같은 수출 규모를 유지할 수 있을지 우려

## 스포츠 게임, 추운 겨울에 뜨거운 인기

겨울방학 시즌이 임박하면서 온라인 야구게임과 축구게임大作들이 잇달아 공식 서비스를 시작. 넥슨, CJ E&M, NHN 등 국내 메이저 온라인 게임업체들은 대규모 마케팅 비용을 쏟아 부으며 시장 선두를 향한 자리다툼 열기가 최고조를 향해 달리고 있음

### ■ 국내 스포츠 게임, 야구와 축구로 치열한 경쟁 구도 형성

- ▶ CJ E&M의 야심작 <마구: 감독이 되자>가 공개 테스트를 시작한데 이어 2012년 12월 18일 넥슨이 <피파온라인3> 공개 테스트에 돌입, NHN의 <위닝일레븐 온라인>도 연내 공개 테스트를 시작할 예정이어서 연말 스포츠 게임 大作들이 진검 승부에 나섬
  - CJ E&M의 <마구: 감독이 되자>는 온라인 야구게임 <마구마구>를 만든 애니파크의 야심작으로, 대표가 직접 Facebook을 통해 게임 재미요소를 적극적으로 설명하는 등 성공에 대한 자신감과 애착을 드러냄
  - 엔트리브소프트도 EA 서울 스튜디오가 처음 개발한 온라인 야구게임 <MVP 베이스볼온라>의 국내 1위 자리 수성에 노력하고 있음
  - 2012년 12월 18일에는 넥슨이 <피파온라인3> 공개 테스트를 시작해 네오위즈게임즈의 <피파온라인2> 사용자를 일찌감치 흡수하고 최대 경쟁작인 <위닝일레븐 온라인>을 사전 제압하려는 포석
  - 넥슨은 온라인 스포츠게임 강화를 위해 EA 서울 스튜디오와 함께 24시간 전용 고객센터 운영, 게임 운영자가 직접 운영하는 일대일 문의 제공, 원격 지원 및 출장 서비스 도입 등 적극적인 고객 지원 태세를 갖추
- ▶ 2013년 1월에는 국내 프로야구 시즌과 월드베이스볼클래식(WBC)에 맞춰 온라인 실사형 및 캐주얼 야구게임 신작이 다수 선보일 예정이며, 캐주얼 축구게임도 다수 등장할 예정이어서 스포츠 게임 열기를 이어갈 전망

## 통계 국내 온라인게임 순위

표 13 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (12. 11)	게임메카 (12. 05 ~ 12. 11)	인벤 (12.2 ~ 12.9)
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	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	메이플스토리 (넥슨)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
5	아이온 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)
6	디아블로3 (블리자드코리아)	던전앤파이터 (넥슨)	메이플스토리 (넥슨)
7	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	디아블로3 (블리자드코리아)
8	스타크래프트 (블리자드코리아)	아이온 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
9	워크래프트3 (블리자드코리아)	사이퍼즈온라인 (네오플)	아이온 (NC소프트)
10	메이플스토리 (넥슨)	카발2 (이스트소프트)	사이퍼즈온라인 (네오플)
순위	게임노트 (12. 03 ~ 12. 09)	게임조선 (12. 03 ~ 12. 09)	게임리포트 (12. 11)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
3	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)
4	피파온라인2 (네오위즈게임즈)	서든어택 (CJ E&M, 넥슨)	피파온라인2 (네오위즈게임즈)
5	디아블로3 (블리자드코리아)	리니지 (NC소프트)	디아블로3 (블리자드코리아)
6	리니지 (NC소프트)	디아블로3 (블리자드코리아)	스타크래프트 (블리자드코리아)
7	아이온 (NC소프트)	메이플스토리 (넥슨)	리니지 (NC소프트)
8	던전앤파이터 (넥슨)	던전앤파이터 (넥슨)	레전드오브소울즈 (네오위즈씨알에스)
9	메이플스토리 (넥슨)	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)
10	사이퍼즈온라인 (네오플)	사이퍼즈온라인 (네오플)	워크래프트3 (블리자드코리아)

\*주: 게임메카, 게임노트 등은 '워크래프트, 스타크래프트, 디아블로' 등을 PC게임으로 분류해 게임 순위에 반영하지 않음  
 [출처] www.gametrics.com, www.gamemeca.com, www.inven.co.kr, www.gamenote.com,  
 www.gamechosun.co.kr, Gamereport.netimo.net

## 통계 국내 모바일게임 순위

표 14 국내 모바일게임 순위(2012. 12. 12 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	와이드블러드 (Gameloft)	AOS셀레스티얼리그 (엠앤엠게임즈)	파이널판타지 (액토즈소프트)	제노니아5 (게임빌)	천사와악마2 (모리소프트)	왔다헬 (엠앤엠게임즈)
2	위자드디펜스 (디지털프로그)	크림스베인 (케이넷피)	팔라독 (리얼타임스튜디오)	리버스SE (CJ E&M)	팔라독 (리얼타임스튜디오)	뱀파이어슬래셔 (케이티하이텔)
3	파이널판타지 (액토즈소프트)	보물탐정캐리 (엔타즈)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	몬스터크라이 (CJ E&M)	파이널판타지 (액토즈소프트)	2013프로야구 (게임빌)
4	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	SOD슬래쉬오버다이 (피엔제이)	클럽맛고온라인 (핀크랩)	데드시티 (컴투스)	2013프로야구Plus (게임빌)	레벨업 (모바일엔터테인먼트)
5	세피라 Sefirah (인프라웨어게임즈)	왔다헬 (엠앤엠게임즈)	2013프로야구Plus (게임빌)	레벨업 (모바일엔터테인먼트)	End of Darkness (Game Square)	킹덤로얄 (게임빌)
6	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	마계공주에반젤린 (디지털프로그)	피싱마스터Plus (게임빌)	왔다헬 (엠앤엠게임즈)	화이트아일랜드 (CJ E&M)	갤럭시엠포이어 (게임빌)
7	부루마블2013 (엠앤엠게임즈)	월드앳암즈 (게임로프트)	링커B (나노엔터테인먼트)	AOS셀레스티얼리그 (엠앤엠게임즈)	스노우레인 (게임데이)	AOS셀레스티얼리그 (엠앤엠게임즈)
8	핑커샷RPG (디지털프로그)	프렌즈파이터즈 (픽토소프트)	부루마블2013 (엠앤엠게임즈)	버블파이터어드벤처 (넥슨)	피파12 (EA코리아)	대항해mini (라이브플렉스)
9	팔라독 (리얼타임스튜디오)	제노니아5 (게임빌)	천사와악마2 (모리소프트)	2013프로야구 (게임빌)	제노니아4Plus (게임빌)	몬스터월드 (게임빌)
10	2013프로야구Plus (게임빌)	마구매니저 (CJ E&M)	사이터즈 (유비누리)	뱀파이어슬래셔 (케이티하이텔)	사이터스 (유비누리)	인형뽑기CatchShop (네오사이언)

순위	App Store		Google Play	
	유료	무료	유료	무료
1	스투피타일 (Capcom)	드래곤플라이트카카오 (NextFloor)	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	탭소닉for카카오 (네오위즈)
2	Angry Birds Star Wars (Rovio)	바운스볼 (Yong Ok Park)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	모두의게임for카카오 (Hotdog Studios)
3	피파13 (EA코리아)	나는야구감독이다 (엔타즈)	Predators (Fox Digital)	슈가팡for카카오 (위메이드)
4	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	Smash Cops Heat (Hutch)	팔라독 (Fazecat)	버드팡for카카오 (웹젠)
5	Earn to Die (Not Doppler)	탭소닉킹스타 (네오위즈)	Where's My Perry (Disney)	OS런닝맨for카카오 (모비클)
6	Ski Safari (Defiant Development)	TopStyle (OddEye)	Sleepwalker's Journey	드래곤플라이트카카오 (NextFloor)
7	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	일지매3plus (@Data)	피파12 (EA코리아)	컴투스홀런왕for카카오 (컴투스)
8	Bastion (Warner Bros.)	삼국지TD-위의운명 (ChoiRock Contents)	와이드블러드 (Gameloft)	제노니아5 (게임빌)
9	Stens; Gate Kr (Spb.Inc)	Jar on a Bar (Chillingo)	The King of Fighters (GM)	카모이더몬스터for카카오 (넥슨)
10	팔라독 (CGFORCE)	아러브브라운for카카오 (파티스튜디오)	어메이징 스파이더맨 (Gameloft)	Super Penguins (Supersolid)

\*주: T 스토어는 게임 인기 순위, Olleh 마켓과 U+ 앱마켓은 종합 랭킹 카테고리 순위

[출처] www.tstore.co.kr, market.olleh.com, ozstore.uplus.co.kr, itunes.apple.com/kr, play.google.com



## 글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일            2012년 12월 14일
- ▶ 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](http://www.kocca.kr)  
 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-904)

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