

글로벌 게임산업 트렌드

2012년 하반기
통권 14호

GLOBAL
GAME
INDUSTRY
TREND

글로벌 게임산업 트렌드

2012년 하반기
통권 14호

GLOBAL
GAME
INDUSTRY
TREND

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

C O N T E N T S

Part1 / 심층 분석

03	중국 모바일 게임시장, 온라인 게임시장 성장률 추월
27	일본 모바일 게임업체, 연합전선 구축으로 해외 시장 공략
40	게임의 주요 BM으로 부상한 F2P 모델, 메이저 게임업체로 확산

Part2 / 이슈 분석

58	일본 게임업계의 패러다임 전환에 따른 콘솔 게임진영의 대응전략
72	글로벌 업체 참여로 성장기रो에 선 클라우드 게임산업

Part3 / 트렌드 분석

86	‘Big Picture Mode’로 살펴본 Valve의 Cross-Screen 전략
95	글로벌 게임산업의 무게중심 이동으로 유럽발 게임 스튜디오 대거 폐쇄
102	복고 열풍으로 부활하는 미국 아케이드게임

Part4 / 주식시장 동향 분석

111	국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석
133	권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

중국 모바일 게임시장, 온라인 게임시장 성장률 추월

|| Key Message ||

- 중국 모바일 게임시장 규모는 2012년 52억 5,100만 위안으로 전년대비 32.6% 성장하면서, 온라인 게임시장 성장률보다 2배 이상 높음
- 중국 스마트폰 시장은 2012년 7월 기준 1억 2,800만 대가 보급돼 미국 다음으로 큰 시장으로 성장했으며, 3G 가입자 수는 1억 7,000만 명으로 빠르게 증가하면서, 이에 대한 영향으로 모바일 게임시장도 빠르게 성장
- 중국의 스마트폰 보급량이 늘어나면서 중국 모바일 게임시장은 기존의 피쳐폰 운영체제에 최적화된 신작 게임은 거의 볼 수 없게 되었으며, iOS와 Android에 최적화된 신작 게임이 증가
- 중국 모바일 게임산업의 구조는 개발업체, 유통업체, 플랫폼 운영업체, 대형 포털 사이트, 모바일 광고 플랫폼 운영업체, 애플리케이션 마켓, Wap/Web 시장, 스마트폰 생산업체, 모바일 결제담당 업체로 구분되어 있음
- Tencent는 자체 제작 게임 및 서드파티 게임으로 중국 모바일 게임시장 점유율 21.7%를 차지하고 있으며, Guangzhou Gude Games(5.7%), Wistone(5.3%), Magic Universe(3.9%), RenRen(3.9%), Hoolai Games(3.8%) 등이 그 뒤를 이음
- 중국 모바일 게임업체는 한국을 기반으로 해외 시장 공략에 적극적으로 나서고 있음
- 불분명한 비즈니스 모델, 취약한 산업 구조, 지적재산권 침해, 비슷한 게임의 난립 등의 문제가 중국 모바일 게임산업 발전에 부정적인 영향을 끼치고 있어, 장기적 발전을 위한 산업 전체의 노력이 요구되고 있음

1. Introduction: 중국 모바일 게임시장, 혼전의 핵으로 부상

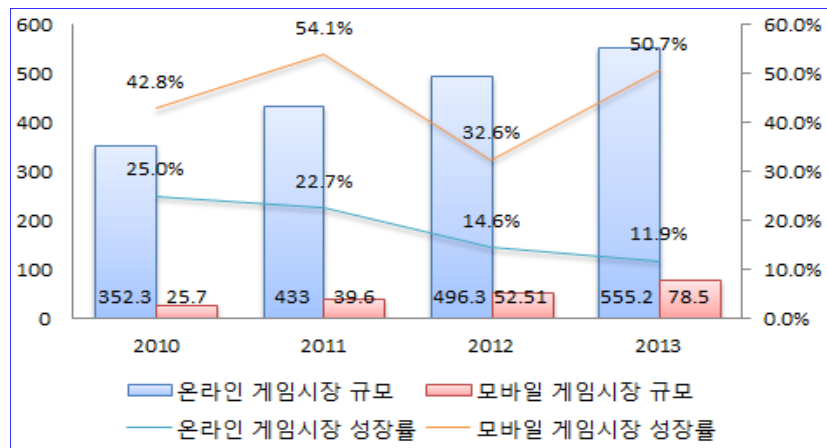
중국 모바일 게임시장과 온라인 게임시장은 같은 시기에 형성되었지만, 2011년 39억 6,000만 위안을 기록한 모바일 게임시장 규모는 433억 위안에 달하는 온라인 게임시장의 1/10 밖에 안 되는 중소 게임시장에 불과했다¹⁾. 하지만 과거에 중국에서 간단한 퍼즐이나 캐

1) 2012년 11월 중국시장조사업체 iResearch가 발간한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业

주얼게임만 즐길 수 있는 것으로 간주되던 모바일 단말기가 최근 몇 년 사이에 고사양 3D 그래픽게임도 즐길 수 있는 스마트폰으로 바뀌기 시작하고, 3G 이동통신 네트워크 구축망 확대 및 Wi-Fi 기술 개선의 영향으로 2010년 상반기부터 모바일 게임시장 성장률이 온라인 게임시장을 앞서게 된다.

[그림 1-1] 중국 온라인게임과 모바일 게임시장 규모 및 성장률

(단위: 억 위안)



출처 : iResearch, InfoDesk(2012)

이러한 성장률에 의해 중국 모바일 게임시장은 전 세계 모바일 게임업체의 많은 관심을 받게 된다. 특히 <Angry Birds> 시리즈로 유명한 Rovio Entertainment는 2012년 11월부터 중국이 이용자 수에서 미국을 제치고 <Angry Birds> 최대 소비 시장으로 부상했으며, 중국 시장이 게임 및 관련 상품의 판매를 통한 자사 매출 향상에 상당한 기여를 하고 있다고 밝혔다²⁾. 2011년 이후 중국 모바일 게임시장은 중국 게임업체뿐만 아니라 글로벌 게임업체들이 주목하는 시장으로 성장하고 있다.

중국 시장조사업체 iResearch가 2012년 9월에 발표한 '중국 모바일 게임산업 연구 보고서(中国移动游戏行业研究报告)'에 따르면, 중국 모바일 게임시장 규모는 2010~2015년 연평균 성장률(CAGR) 40.6%를 기록하면서 2015년에 141억 4,000만 위안을 기록할 것으로 전망된다. 또 다른 시장조사업체인 Niko Partners는 2012년 7월 발표한 'China's Mobile Games Market 2012' 보고서를 통해 2012년 말 중국의 모바일게임 게이머 수가 PC게임 게이머 수 1억 8,000만 명보다 많은 1억 9,200만 명을 기록할 것으로 전망했다.

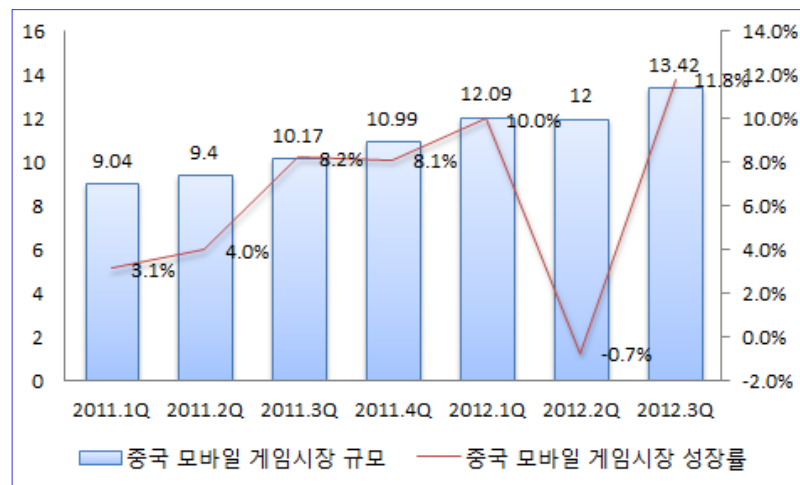
研究报告' 데이터 인용

- 2) 수년 내 매출의 절반 이상을 캐릭터 상품에서 창출할 계획이며, 특히 중국 시장은 향후에도 매출 증대에 큰 역할을 할 것이라고 전망

1.1 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모 : 13억 4,200만 위안

중국 시장조사업체 Enfodesk(易观国际)가 2012년 11월에 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 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 규모는 전년 분기대비 32.0%, 직전 분기대비 11.8% 성장한 13억 4,200만 위안을 기록했다.

[그림 1-2] 2011.1Q~2012.3Q 중국 모바일 게임시장 규모 및 성장률
(단위: 억 위안)



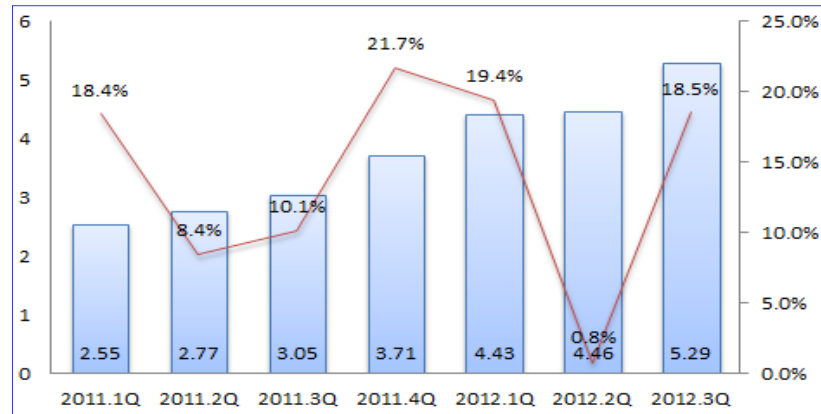
출처 : EnfoDesk(2012)

2012년 3분기 중국 모바일 게임시장의 빠른 성장은 1,000위안 대 스마트폰의 판매량 급증으로 중국의 스마트폰 보급률이 상승했기 때문이다. 모바일게임의 주요 매출원인 모바일 광고와 유료 아이템 판매 규모는 모바일 게임시장 규모와 게이머 수 증가의 영향으로 빠르게 확대되고 있다. 또한 4분기에 Windows8을 적용한 태블릿PC 판매가 시작될 예정이고 중국 모바일 게임시장이 여전히 높은 성장 잠재력을 보이고 있는 점을 감안할 때 중국 모바일 게임시장 규모는 계속해서 빠르게 성장할 것으로 전망된다.

전체 모바일 게임시장 중 소셜 게임시장의 2012년 3분기 규모는 직전 분기대비 18.5% 성장한 5억 2,900만 위안을 기록했으며 대다수 게임의 매출은 1,000만 위안을 돌파했다³⁾. 중국 모바일 게임시장과 모바일 단말 이용자의 빠른 증가는 모바일 소셜 게임시장 성장에도 긍정적으로 작용하고 있다.

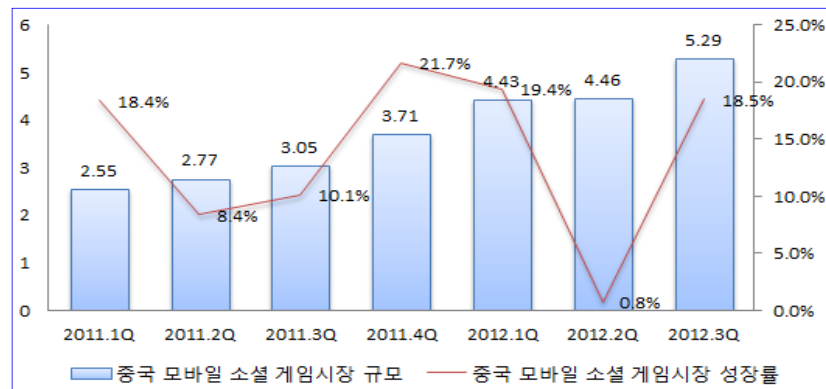
3) 중국 시장조사업체 Enfodesk(易观国际)가 2012년 11월에 발표한 '2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 조사자료(2012年第3季度国内移动游戏市场季度监测)' 데이터 인용

[그림 1-3] 2011.1Q~2012.3Q 중국 모바일 소셜게임 시장 규모 및 성장률
(단위: 억 위안)



출처 : EnfoDesk(2012)

[그림 1-4] 2011.1Q~2012.3Q 중국 모바일 소셜게임 시장 규모 및 성장률
(단위: 억 위안)



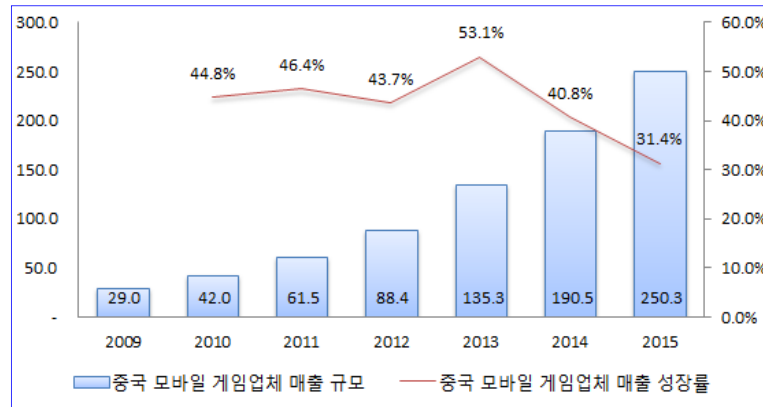
출처 : EnfoDesk(2012)

1.2 최근 4년 간 중국 모바일 게임업체들의 매출 규모와 전망

2012년 중국 모바일 게임업체들의 총 매출(해외 매출 포함)은 88억 4,000만 위안을 기록할 것이며, 특히 유료 아이템 매출이 대부분을 차지할 것으로 전망된다⁴⁾. 2012년 중국 모바일 게임시장 규모가 52억 5,100만 위안을 기록한 점을 볼 때, 중국 모바일 게임업체 매출 중 해외 비중이 높은 것을 알 수 있다.

4) 2012년 11월 중국시장조사업체 iResearch가 발간한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业研究报告)' 데이터 인용

[그림 1-5] 중국 모바일 게임업체들의 매출 규모와 전망
(단위: 억 위안)



출처 : iResearch(2012)

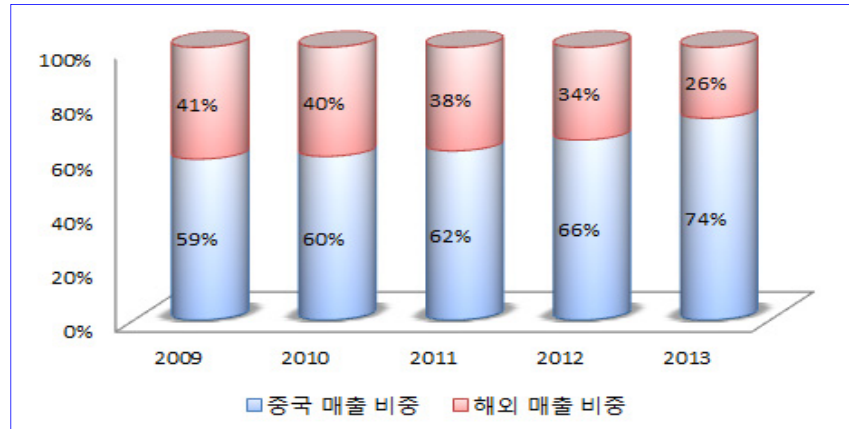
중국 모바일 게임업체들의 매출 규모가 중국 모바일 게임시장보다 큰 원인은 앱스토어 등 장으로 해외 수출이 자유로워졌기 때문이다. 전 세계적으로 모바일 게임시장 유통시장에서 앱스토어 의존도가 높아지고 있는 가운데, 중국 또한 앱스토어를 통한 게임 유통이 활발하게 나타나고 있다.

그러나 앱스토어의 수익 비중이 점차 앱스토어 업체에게 유리하게 진행될 경우 중국 모바일 게임업체들은 매출에 큰 영향을 받을 것으로 전망된다. 시장 조사업체 iResearch는 현재 App store에 비해 성장 초기 단계에 있는 Android market의 수익 배분율이 80%에 달하지만 시간이 지날수록 60%대로 떨어질 것이며, 최종적으로 5:5로 배분할 것으로 전망했다.

하지만 모바일 게임시장은 온라인게임과 달리 국가 간 국경이 없기 때문에 게임 개발업체들에게 유리한 구조로 바뀌고 있어 영상, 사운드, 스토리가 우수한 중국 모바일 게임업체들의 매출에서 해외 수출 비중은 더욱 커지고 있다.

실제로, 중국 모바일 게임업체들의 해외 시장 성공 사례는 Apple의 App Store에서 잘 나타나고 있다. 2012년 4월 Appel이 발표한 통계자료에 따르면 iOS를 기반으로 하는 매출 1~100위 게임 개발업체 중 중국 업체는 8곳이며 총 매출은 339억 위안을 기록한 것으로 나타났다. 중국 게임업체 중 월 매출이 1,000만 위안을 넘는 곳이 일부에 불과(10%: 1,000만 위안/20%: 500만 위안/70%: 100만 위안)한 점을 볼 때 해외 시장은 중요한 성장동력으로 주목받고 있다는 것을 알 수 있다. 특히 해외 모바일 게임시장은 결제 시스템이 안정적으로 갖춰져 있고 중국 본토에 비해 ARPU가 높기 때문에 중국 모바일 게임업체들의 성장동력으로 작용하고 있다.

[그림 1-6] 중국 모바일 게임업체들의 해외 매출 비중



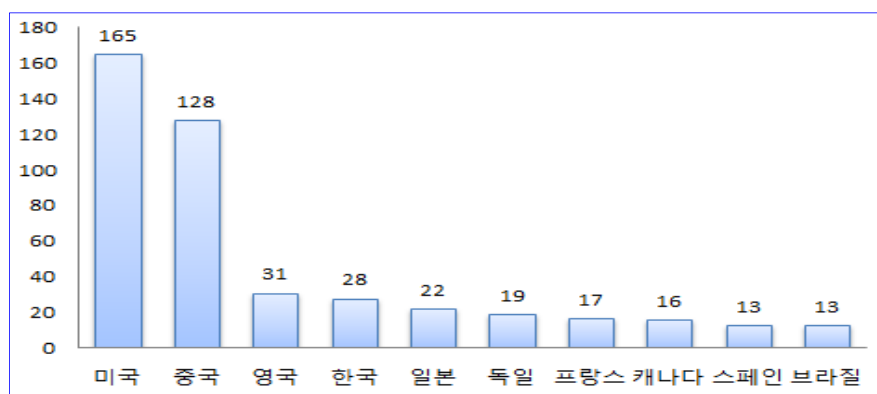
출처 : iResearch(2012)

2. 중국 모바일 게임시장의 성장 배경

2.1 중국 모바일 단말기 시장 규모의 성장

모바일 시장분석업체 Flurry가 2012년 8월 발표한 〈스마트폰 설비 보고서(智能设备报告)〉에 따르면 2012년 7월 기준 전 세계 iOS와 Android 운영체제 모바일 단말기 판매량이 가장 많은 국가는 미국(1억 6,500만 대), 중국(1억 2,800만 대), 영국(3,100만 대), 한국(2,800만 대), 일본(2,200만 대) 순으로 나타났다.

[그림 1-7] 국가별 iOS와 Android 스마트폰 단말기 판매 규모(2012년 7월 기준)
(단위: 백만 대)



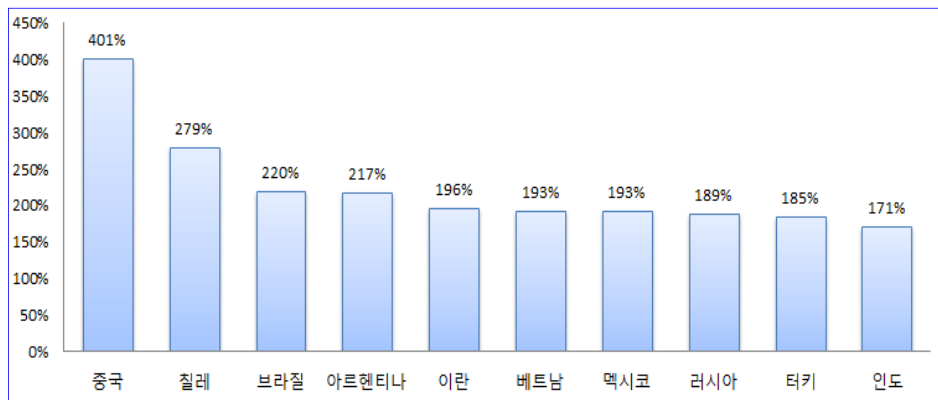
출처 : Flurry(2012)

2010년 이후 북미, 서유럽 지역 외에 여러 국가에서 스마트폰 시장이 형성되면서 모바일 단말기 보급 증가율은 전반적으로 1980년대와 1990년대 PC보급 증가율보다 각각 10배, 2배 높은 수준을 보였고, 최근 몇 년간 SNS 시장 성장률보다 3배 빠른 것으로 나타났다.

Flurry는 2012년 7월에 이미 iOS와 Android 모바일 단말기 판매량이 6억 4,000만 대를 넘어섰다고 추정했으며 2011년에 이어 2012년에도 미국과 중국이 전 세계 모바일 단말기 시장 성장을 주도하고 있다고 밝혔다. 또한 2012년 미국과 중국의 iOS와 Android 모바일 단말기 신규 판매량이 각각 3,000만 대, 1억 대를 기록할 것으로 추정했으며 2012년 연말 휴무기간에 중국 내 판매량이 미국을 앞지를 것으로 전망했다.

또한 2012년 7월 iOS와 Android 모바일 단말기의 전년대비 판매 증가율에서 중국이 401%로 전 세계 1위를 기록한 것으로 나타났다.

[그림 1-8] 국가별 iOS와 Android 스마트폰 단말기 판매 증가율(2011.7 ~ 2012.7)



출처 : Flurry(2012)

여기서 주목할 점은 BRICS(Brazil, Russia, India, China)지역이 상위권에 랭크된 것이며 이를 통해 스마트폰 시장 성장은 해당 국가 경제의 발전 속도와 비례하고 있다는 것이다. 중국 내 iOS와 Android 모바일 단말기 시장 성장률이 가장 높은 수준을 기록한 데는 13억 인구나 중국 중앙정부의 스마트폰 보급 확대 정책이 크게 작용한 것으로 파악된다.

〈표 1-1〉 중국 스마트폰 시장 관련 주요 지표

주요 항목	비교
중국 Android 단말기 이용자 증가율	2012년 2분기 : 87% (전 세계 시장 33% 대비 2.6배 빠름)
중국 이용자 1인당 애플리케이션 사용률	2012년 1분기: 145% 2012년 2분기: 223%
모바일 인터넷/데이터(3G/Wi-Fi) 사용률	2011년 2분기: 46% 2012년 2분기: 58%
휴대전화 시장 내 스마트폰 비중 확대	2011년 2분기: 45.4% 2012년 2분기: 60.6%

출처 : 각종 웹 자료(2012)

중국 스마트폰 시장은 Huawei(华为), Xiaomi(小米), Lenovo(联想), Meizu(魅族) 등 중국 로컬 업체들이 Android폰 시장에서 빠르게 성장하면서 긍정적인 영향을 끼쳤다. 특히 Google이 인터넷 서비스 검열 정책과 관련된 중국 중앙정부와의 마찰 리스크로 중국 시장에서 어려움을 겪고 있지만, 현재 중국 스마트폰 시장에서 나타나고 있는 Android폰의 인기몰이로 인해 최대 수혜기업으로 부각될 것으로 전망되고 있다. Apple 역시 지금까지의 부진에서 벗어나 iPhone5를 기점으로 판매량이 반등할 것으로 보인다.

2012년 2분기 중국 스마트폰 시장 점유율 현황을 보면 삼성 19%, Lenovo(联想) 11%, Zhongxing(中兴), Apple 10% 순인 것으로 나타났다⁵⁾. 이와 관련해 Wall Street Journal은 2012년 8월 24일 iPhone5 대기 수요자의 영향으로 2분기 중국 내 Apple의 시장점유율이 10%로 하락했다고 지적한 바 있다.

'무선 인터넷 연구연합연맹(AMIR)'이 2012년 11월 22일 발표한 '2012년 중국 모바일 게임 시장 규모 52억 1,000만 위안 기록 전망 보고서(预计2012年中国移动游戏行业市场规模达到52.1亿元)'에 따르면, 중국 내 스마트폰과 태블릿PC 이용자는 총 2억 명으로 파악되었지만 실제 스마트폰을 통해 인터넷을 검색하는 이용자는 이보다 많은 약 3억 8,800만 명 인 것으로 나타났다. 특히 Android 이용자 중 12%는 스마트폰을 무선 인터넷의 유일한 수단으로 생각하고 있는 반면 고가의 스마트폰 이용자 중 75%는 스마트폰 외에 태블릿PC 등 다양한 모바일 단말기를 사용하고 있는 것으로 조사되었다.

노트북이나 PC처럼 전력 요구량이 높지 않으면서도 이용자들에게 충분한 재미를 줄 수 있고 이동 중 여유 시간을 즐길 수 있는 스마트폰과 태블릿PC의 보급 증가로 이용자들이 모바일 게임을 할 수 있는 여건을 갖추게 되면서 편하게 즐길 수 있는 모바일 게임시장의 빠른 성장 추세가 지속되고 있는 것이다.

5) 2012년 11월 중국시장조사업체 EnfoDesk(易观国际)가 발표한 '중국 무선 인터넷 사용자(2억 명) 현황 보고서(中国移动互联网实际用户规模约2亿)' 데이터 인용

2.2 3G시장으로 이동하는 중국 네트워크 시장

Ovum의 중국 3대 통신사 실적 분석에 따르면, China Telecom의 2011년 매출은 전년 대비 11.7% 증가한 2,449억 위안을 기록했으며 이 중 모바일 매출이 827억 위안으로 사상 최초로 유선 인터넷 매출을 넘어서며 최대 매출원으로 부상했다.

China Mobile의 Xi Gouhua 회장은 2012년 6월에 개최된 Mobile Asia Expo에서 자사의 모바일 네트워크 트래픽이 2012년에 150% 이상 증가할 것이며 향후 몇 년간 성장 추세를 이어갈 것이라고 언급한 바 있다. 당시 Xi 회장은 데이터 트래픽 증가가 매출 증대로 이어지겠지만 동시에 네트워크 투자비용에 대한 부담이 증대될 것이며, 데이터 이용 확산에 따라 모바일 게임과 같은 애플리케이션 이용자 수가 증가할 것으로 보았다. 일례로 중국 인터넷 서비스 업체인 Tencent Holdings가 제공하는 무료 채팅 및 음성 메시지 서비스 'WeChat'은 2011년 출시 후 2012년 9월에 약 2억 명의 이용자를 확보했으며, 2013년 이후로 모바일게임 서비스도 첨가할 예정이다.

2012년 11월 중국 최대 이동사 China Mobile은 TD-LTE 단말 에코시스템 확대에 주력하면서 TD-LTE 시범 네트워크 전용 단말을 지원할 16개의 업체를 선정했다. 중국 IT 전문지 SinaTech에 따르면, China Mobile은 2012년 9월 13개 도시 내 TD-LTE 시범 네트워크를 지원할 단말기 선정 입찰을 진행했으며, 현재 총 16개의 협력업체를 선정해 이미 3만 4,700대의 단말을 구매한 것으로 알려졌다.

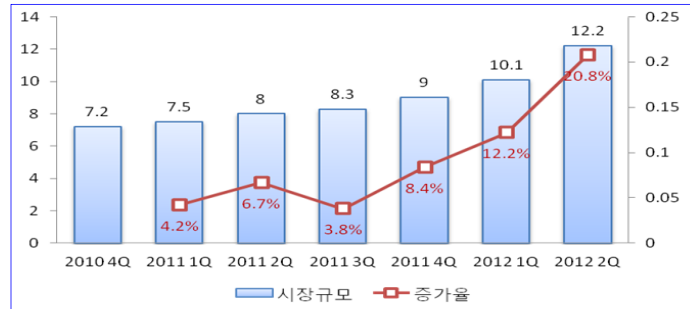
Huawei(华为), Shanghai Bell Alcatel, HiSense를 포함한 7개 업체가 2012년 10월부터 2013년 3월까지 1만 2,400대의 데이터 카드를 공급하고 Huawei, Alcatel-Lucent, ZTE 등 10개 업체는 1만 1,600대의 개인용 라우터 제품을 공급할 예정이다. 또한 삼성, ZTE, Huawei가 300대의 TD-LTE/TD-SCDMA 휴대전화들, ZTE와 Alcatel을 포함한 7개 업체가 CPE 제품 공급에 나설 계획이다. 당초 이번 입찰에는 태블릿PC도 포함되었지만 아직 TD-LTE 분야에서 태블릿PC 기술이 낮은 반면 가격이 너무 높아 제외되었다.

가입자 수 기준 세계 최대 이동사인 China Mobile은 2012년 연말 전까지 2차 TD-LTE 단말 공급에 나설 계획이며 2013년에는 100개 이상 도시에 제공될 20만 대 이상의 단말기를 주문할 계획이다.

3G 네트워크망과 Wifi의 구축 범위가 확대되면서 2012년 2분기 중국 모바일 네트워크 게임시장 규모와 이용자수는 지속적으로 성장했다. 향후에는 3G 기반의 Android폰 게임 종류가 지속적으로 늘어날 전망이며, 중국 모바일 게임산업에서 유무선 네트워크망의 중요성은 점점 더 커지고 있다. 중국 시장조사기관 iiMedia Research는 스마트폰의 보급과 3G 확산에 힘입어 모바일게임의 개발도 크게 늘어날 것이라고 전망하면서, 모바일 네트워크⁶⁾를 사용하

는 모바일 네트워크 게임시장이 2012년 2분기 4억 4,200만 위안으로 전분기 대비 13.9% 증가했으며, 향후 PC게임의 비즈니스 모델처럼 전망이 매우 밝을 것으로 추정했다.

[그림 1-9] 중국 모바일 네트워크 게임시장 규모 추이
(단위: 억 위안)

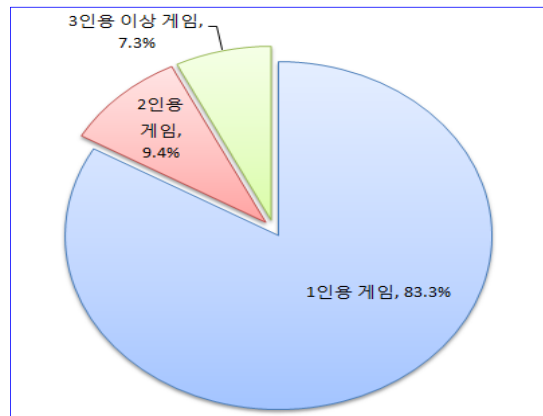


출처 : iiMedia(2012)

2.3 가볍게 즐길 수 있는 게임 선호하는 트렌드 형성

중국인터넷소비연구센터(互联消费研究中心, ZDC)가 2012년 11월 휴대전화 이용자를 상대로 설문조사를 실시한 결과, 중국 모바일게임 이용자 중 83.3%는 1인용 게임을 즐기는 것으로 나타난 반면, 2인용 게임과 3인 이상이 참가하는 게임 이용 비중은 각각 9.4%, 7.3%에 그친 것으로 나타났다.

[그림 1-10] 중국 모바일 게이머의 게임별 이용 비중

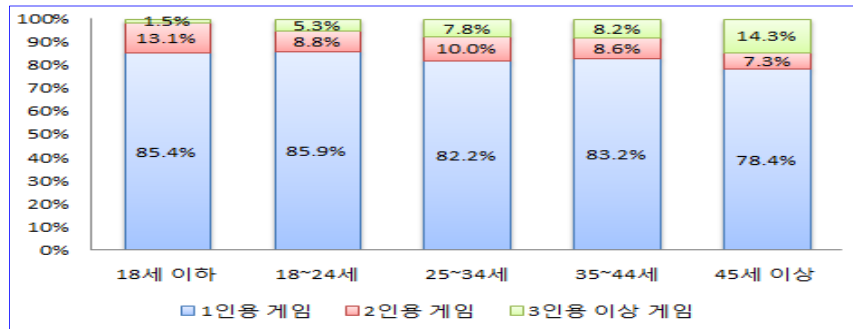


출처 : 중국인터넷소비연구센터(2012)

- 6) 모바일 네트워크게임은 PC기반의 온라인게임처럼 게임 서버를 기반으로 다수의 이용자가 동시에 접속하여 같이 게임을 즐기는 차세대 모바일게임

각 연령대 별로 실시한 개별 설문조사에서도 1인용 게임에 대한 이용 비중이 가장 높았으며 2인용, 3인용 이상 게임 순으로 나타났다.

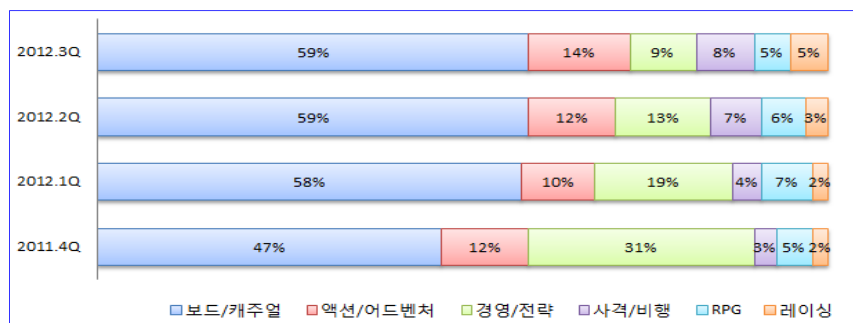
[그림 1-11] 중국 연령대별 모바일 게임별 이용 비중



출처 : 중국인터넷소비연구센터(2012)

중국 시장조사업체 91무선(91无限)이 2012년 11월에 발표한 보고서 'Android 버전 모바일 애플리케이션 발전 추세보고(移动应用发展趋势报告(Android版))'에 따르면 2012년 3분기 모바일 애플리케이션 다운로드 순위 TOP 200 가운데 동영상 관련 애플리케이션에 이어 캐주얼게임의 다운로드 수가 두 번째로 많은 것으로 집계되었다. 동영상 관련 애플리케이션 다운로드 점유율이 13.1%로 1위를 차지한 가운데, 캐주얼게임의 다운로드 점유율은 9.1%로 전 분기대비 10.7% 소폭 감소했으며 무료 메신저, 라이프스타일, 음악방송, 위치안내 등이 뒤를 이었다.

[그림 1-12] 중국 Android OS 모바일게임 장르별 점유율 변화



출처 : Chanye.178.com(2012)

중국 모바일 게임시장은 양극화 현상이 뚜렷해지고 있는 가운데, 캐주얼게임이 압도적인 인기를 누리고 있다. 보드게임과 캐주얼게임은 이미 모바일 게임시장의 절반 이상을 차지하고 있으며, 출시 후 30일 간 다운로드 순위에서도 캐주얼게임의 우위가 명확히 나타났다. 익스트림 스포츠인 프리런닝(FreeRunning) 게임 장르의 인기도 높아지고 있는데, 생활 리듬이

빨라지면서 대다수 이용자들이 복잡한 게임에 파고들 시간과 여유가 부족해지는 점과 화면이나 하드웨어 성능 요구사항이 낮아 보편적으로 즐길 수 있다는 점이 캐주얼게임 인기에 긍정적으로 작용하고 있다.

3. 중국 모바일 게임산업 구조 분석

3.1 중국 모바일 게임산업의 특징과 발전 현황

전체 게임시장 중 모바일 게임시장의 점유율은 5.1%를 기록하고 있다. 최근 5년 간 데이터를 분석한 결과 모바일 게임시장의 성장 주기는 2단계로 나뉘어져 있다는 것을 확인할 수 있다. iResearch가 2012년 11월에 발간한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业研究报告)'에 따르면 2008년 상반기와 2010년 상반기 시장점유율은 각각 2.7%, 2.8%를 기록한 것으로 나타났으며 이 당시에는 중국 온라인 게임시장의 전반적인 매출 상승 영향이 크게 작용했다. 하지만 스마트폰이 대중화된 2011년부터 시장점유율이 빠르게 늘어나면서, 2011년 상반기, 2012년 상반기에 각각 3.9%, 5.1%를 기록했다

3G 스마트폰 보급 확대에 따라 모바일 게임시장 규모가 급성장하고 있다. 모바일 게임시장 규모는 중국 중앙정부가 적극적으로 진행하고 있는 삼망융합(三网融合, 방송-통신-인터넷을 하나로 묶는 시스템)과 통신 사업자들의 3G 통신망 구축 확대에 따른 스마트폰 보급 확대 영향으로 지속적으로 성장하고 있다. 중국인터넷정보센터(中国互联网络信息中心, CNNIC) 통계자료에 따르면, 2012년 4월 중국의 스마트폰 이용자가 최초로 4억 명을 돌파했으며 3G 스마트폰과 광통신 이용자는 1억 6,000만 명에 근접한 것으로 파악되었다. 상반기 모바일게임 이용자는 PC 온라인게임 이용자보다 적은 7,820만 명을 기록했지만 2008년 이후 5년 연속 70% 이상 증가하고 있는 점과 3G 스마트폰, 광통신 이용자의 증가 추세가 지속되는 점을 감안할 때 모바일 게임시장의 성장성은 매우 높을 것으로 판단된다.

중국 모바일 게임시장은 클라이언트 기반의 온라인 게임업체와 웹 게임업체의 모바일게임 출시로 경쟁률이 심화되고 있다. 2012년 상반기 현황을 보면 상위 10개 업체의 시장점유율이 60%에 근접할 정도로 시장 경쟁률은 높지 않지만, 전체 게임시장 내 모바일 게임시장의 점유율이 빠르게 상승하면서 풍부한 자본을 보유한 기존 클라이언트 게임업체와 웹 게임업체들의 경쟁력이 강해지고 있다. 특히 Shanda Games의 탄첸자오(谭群钊) CEO는 향후 중국 최대 모바일게임 개발 운영업체가 목표라고 밝혔으며, Qihu360도 모바일게임 런칭을 준비하고 있는 것으로 나타났다.

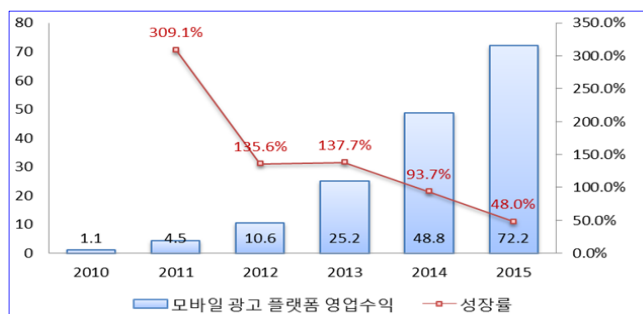
비교적 높은 리스크를 부담해야 하는 콘텐츠 개발업체보다는 트래픽과 이용자를 보유하고 있어 상대적으로 리스크가 적고 높은 이윤을 확보할 수 있는 모바일게임 플랫폼 운영업체간

의 경쟁이 치열한 양상을 보이고 있다. 기존 Tencent가 모바일게임 분야에서 최대 플랫폼 운영업체의 지위를 유지하는 사이 91, UC, 360 외에 Android 계열의 여러 서비스 업체들이 플랫폼 시장에 진출하고 있다.

2012년 3분기에 중국 모바일게임 OS 부문을 보면 Android의 점유율이 급증하면서 iOS를 위협하는 양상을 보이고 있다. 모바일게임 서비스업체 당리왕(当乐网)의 샤오용쥔(肖永泉) CEO는 최근 6개월 사이에 Android 게임의 매출이 빠른 속도로 늘어나면서 연초 대비 5~6배 증가했으며, 이는 Android 개발 환경의 개선과 밀접한 관련이 있다고 언급했다. 또한 이전에는 Android 제품에 탑재된 대다수 게임이 iOS 전용 게임이나 해외에서 개발된 게임을 단순히 Android 게임으로 변경한 것이었지만 2012년 2분기부터 <전혼(战魂)>, <신장전기(神将传奇)>, <한장전세(悍将传世)> 등 Android에 최적화된 게임들이 출시되면서 시장이 빠른 속도로 성장했다고 밝혔다.

2012년 9월 중국 최대 모바일광고 플랫폼 Domob가 발표한 '2012년 2분기 모바일광고 통계(2012年第二季度移动应用广告数据)'⁷⁾에 따르면 Domob의 모바일광고 일간 페이지뷰는 3억 6,000건에 달했으며 일간 순방문자 수는 1,800만 명으로 안정적인 성장 추세를 유지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 모바일게임 광고는 1.87%의 가장 높은 클릭률을 기록한 것으로 나타났다. Android, iOS 계열의 광고 건수가 2012년 1분기 대비 빠른 성장 추세를 보였고, Domob 플랫폼 상의 모바일 광고주 유형별 분석 결과 모바일게임 부문 광고가 가장 빠르게 늘어난 것으로 파악되었다. 미디어 부문에서는 모바일게임과 전자책, 온라인 동영상/음악의 광고 건수가 가장 많은 것으로 나타났으며 클릭률에서는 모바일게임과 전자책이 가장 높은 수준을 기록했다.

[그림 1-13] 중국 모바일광고 플랫폼 매출 규모
(단위: 억 위안)



출처 : Domob(2012)

7) 미디어 부문에서는 모바일게임과 전자책, 온라인 동영상/음악의 광고 건수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 클릭률에서는 모바일게임과 전자책이 가장 높은 수준을 기록

중국과 해외 모바일 게임시장의 성장성을 고려했을 때 중국 모바일 게임업체들의 전망은 밝다. 현재 중국 모바일 게임시장에서 이용자 1인당 발생하는 매출은 1~3위안이며, 해외 이용자로부터 발생하는 매출은 2~3달러 수준에서 지속적으로 상승하고 있는 것으로 나타났다. 또한 아직 본격적으로 모바일 게임시장이 형성되어 있지 않은 홍콩, 마카오, 대만, 동남아 시장에 대한 중국 모바일 게임업체들의 진출 준비 현황도 전망을 밝게 하는 요인으로 작용하고 있다.

3.2 2012년 중국 모바일 게임산업 구조

중국의 스마트폰 보급량이 늘어나면서 중국 모바일 게임시장은 기존의 피쳐폰 운영체제에 최적화된 신작 게임은 거의 볼 수 없게 되었으며 iOS와 Android에 최적화된 신작 게임이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이로 인해 중국 모바일 게임산업의 구조가 바뀌고 있으며 게임업체보다 Apple, Google과 같은 애플리케이션 플랫폼 운영업체의 위상이 높아지고 있다.

중국 모바일 게임산업의 구조는 크게 게임 개발업체, 게임 유통업체, 게임 플랫폼 운영업체, 대형 포털 사이트, 모바일 광고 플랫폼 운영업체, 애플리케이션 마켓, Wap/Web 시장, 스마트폰 생산업체, 모바일 결제담당 업체로 나뉘어져 있다.

[그림 1-14] 2012년 중국 모바일 게임산업 Architecture

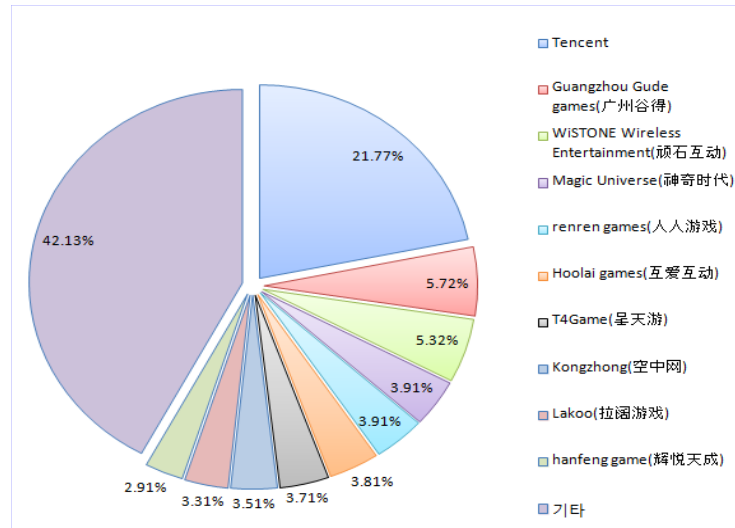


출처 : iResearch(2012), 스트라베이스 재구성

특히 많은 업체의 게임이 흥행 가도를 달리면서 시장 성장에 긍정적으로 작용했고 Tencent는 시장점유율 1위(21.7%)를 기록했다. Tencent 모바일게임인 <QQ게임>은 약 7억 명의 가입자를 보유하고 있는 QQ메신저와 높은 인지도를 자랑하는 Tencent 플랫폼을 기반

으로 개발되었으며 특히 <QQ御剑>와 <QQ降龙>는 다른 게임에 비해 높은 성과를 거둔 것으로 나타났다. Tencent는 QQ메신저 이용자를 기반으로 시장점유율이 계속해서 상승할 것으로 전망되며 중국 모바일 게임시장의 발전을 주도할 것으로 판단된다.

[그림 1-15] 2012년 3분기 중국 모바일 게임시장 업체별 점유율 현황



출처 : EntoDesk(2012)

일부 신규 모바일 게임업체의 강세도 중국 모바일 게임시장 규모 확대에 긍정적으로 작용했다. 특히 Guangzhou Gude Games(广州谷得)의 모바일게임 <The World OL(世界 OL)>는 Google의 Google Play와 Apple의 App Store에서 선풍적인 인기를 끈 것으로 나타났다. WISTONE Wireless Entertainment(顽石互动)는 자체 개발한 모바일게임 <二战风云>이 iOS를 기반으로 하는 중국 게임업체의 자체 게임 중 우수한 콘텐츠로 뽑히면서 시장점유율과 인지도가 상승했다⁸⁾. 그러나 시장이 편중되면서 상위 10개 업체의 시장점유율이 총 60% 이상을 기록하였는데, Tencent를 제외한 기타 중국 모바일 게임업체들의 시장점유율이 저조한 수준을 기록한 점은 중국 모바일 게임시장이 아직 성장초기 단계에 있다는 것을 나타내고 있다.

3.3 중국 1위 모바일 게임업체 Tencent의 전략

Tencent 모바일게임은 '게임 스토리, 마케팅, 게임 운영, 서비스의 명품화'를 추구하는 이른바 '명품화 전략'을 추구하고 있다.



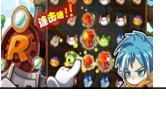
8) 2012년 12월 중국시장조사업체 iResearch가 발간한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业研究报告)' 내용 인용

우선 '게임 스토리의 명품화 전략'은 다음과 같다. Tencent는 선호하는 게임 장르가 다양
각색인 수많은 이용자들의 만족도를 높이기 위해 각 장르별로 우수한 평가를 받고 있는 게임
개발업체와 합작해 만든 다양한 장르의 모바일게임 라인업을 구성하고 있다. '게임 운영의
명품화 전략'은 온라인게임 서비스 운영을 통해 축적한 Tencent만의 노하우를 합작 개발 게
임 및 자체 개발 게임 운영에 활용하는 것을 의미한다.

'마케팅 명품화 전략'은 기본적으로 QQ메신저를 통해 이뤄지고 있다. Tencent 모바일게임
과 관련된 최근 출시 및 업데이트 동향 소식은 약 7억 명의 가입자를 보유한 QQ메신저를 통
해 홍보되고 있다. 또한 게임 콘텐츠의 영향력을 높이고 더욱 다양한 소비자가 접할 수 있게
끔 모바일 게임을 소규모 영화와 만화 및 도서 등으로 구성해 홍보하는 것이다.

'이용자에 대한 서비스 명품화 전략'은 다음과 같다. Tencent는 이용자들에게 더욱 다양한
양질의 오락 환경을 제공하기 위해 매번 신규 게임 발표 전에 이용자들의 소비 동향과 관련
된 자료를 수집하고 연구하는 작업을 거치고 있다. 특히 게임 출시 후에는 이용자들로부터
적극적으로 아이템, 스토리 등과 관련된 의견을 받아 업데이트 시 반영시키고 있다.

〈표 1-2〉 Tencent 자체 개발 모바일게임 라인업

모바일 OS	게임명	특징	이미지
iOS, Android	〈欢乐王国〉	Tencent의 첫 번째 모바일 전략 시뮬레이션 게임	
	QQ餐厅	Tencent가 최초로 자체 개발한 게임	
iOS	英雄杀	QQ메신저 이용자를 위해 최초로 개발된 온라인게임의 모바일게임 버전	
	怪物大作战	중국 최초의 3D 모바일게임	
	节奏大师	App store 중국 무료 게임 중 다운로드 횟수 1위를 기록한 음악 모바일게임	
	洛克通天塔	〈洛克王国〉의 모바일게임 버전	

출처 : Tencent(2012)

〈표 1-3〉 Tencent가 퍼블리싱하는 모바일게임 라인업

모바일 OS	게임명	개발업체	이미지	게임명	개발업체	이미지
iOS, Android	三国来了	RedAtoms, Inc.		圣火帕拉	hiapk	
iOS	乐斗派	Sixjoy Hong Kong Limited		三国塔防魏传	Sixjoy Hong Kong Limited	
	QQ爱之花园	Sixjoy Hong Kong Limited		钓鱼忍者	gpworks	

출처 : Tencent(2012)

3.4 해외 게임 수입 유통업체

중국 온라인 게임시장에서 무협 MMORPG 〈大唐无双〉으로 유명한 NetEase(网易)는 전 세계에서 인기를 끌고 있는 Rovio Entertainment의 〈Angry Birds〉를 중국으로 수입해 중국 App store에 유통하고 있다. 또한 중국의 Apple App Store의 매출 상위권에 다수의 게임이 등록된 모바일게임 퍼블리셔 CocoaChina 역시 매출 순위 10위 안에 드는 모바일게임들이 월간 수십만 달러의 매출을 기록하고 있다고 밝힌 바 있다.

〔그림 1-16〕 NetEase를 통해 중국에서 유통되고 있는 〈Angry Birds〉



출처 : NetEase(2012)

3.5 모바일게임 자체 개발업체

중국 게임업체 Net Dragon Websoft(이하, Net Dragon)은 온라인게임 부문에 대한 진출을 확대하는 동시에 무선 부문에 대한 투자가 성과를 거두면서 모바일 플랫폼, 모바일게임, 애플리케이션 등의 매출이 지속적으로 늘어나고 있다. 2012년 9월 중국 시장조사업체인 Enfodesk가 발표한 '게임업체 Net Dragon의 2012년 2분기 수익 분석, 무선 사업의 폭발적인 성장(网龙2012年第2季度财报分析 无线业务爆发式增长 由渠道商向内容商转变)'에 따르면 동사의 주력 게임인 <마역(魔域)>과 <정복(征服)>의 업데이트를 실시하면서 계속해서 이용자를 유치하고 있으며 해외 매출 규모도 안정 추세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

일본 모바일게임 플랫폼 사업업체 DeNA의 자회사인 DeNA China는 2012년 3월 China Mobile과 전략적 제휴를 체결해 China Mobile 모바일게임 플랫폼에 DeNA의 모바일 소셜게임 플랫폼인 Mobage와 15종의 인기 게임을 선보이기로 결정했다. 주로 소셜게임과 캐주얼게임이 제공될 예정이며 DeNA China와 China Mobile은 주요 게임에 대한 공동 마케팅을 실시하여 게임 이용자들에게 고품질 게임을 선보일 계획이다. 동사는 이미 2012년 2월 말과 2012년 3월 초부터 China Telecom과 China Unicom에 Mobage를 제공하고 있다.

2006년 설립된 중국 모바일게임 개발업체 顽石互动(WiSTONE Wireless Entertainment)은 품질주의를 중요시 여기는 경영 전략의 영향으로 중국 모바일 게임업계에서 영업이익과 순이익 모두 상위권에 랭크되어 있다. 특히 iOS 버전 모바일게임의 월 매출은 100만 달러를 넘어섰으며 <二战风云>의 iOS 버전은 2011년 중국 모바일게임 중 가장 높은 매출을 기록했다. <三国杀场>의 Android, iOS 버전도 판매하고 있으며 PC, WAP, K-JAVA, MTK, Android, Symbian 기반의 모바일게임도 지속적으로 개발 판매하고 있다.

중국 모바일 게임업체들이 스마트폰게임에 집중하고 있는 반면, 모바일 게임업체 당리왕(当乐网)은 피쳐폰 기반의 Java게임을 강화하고 있다. 게임 개발업체 하오요(浩游)가 개발하고 당리왕이 퍼블리싱하는 모바일 Java게임 <몽회대당(梦回大唐)⁹⁾>의 경우 최근 베타 테스트 결과 이용자들로부터 공통적으로 좋은 반응을 얻고 있다. Android와 iOS가 주도하는 모바일 게임시장에 Java기반의 <몽회대당>이 어느 정도 변화를 가져올 수 있을지는 지켜봐야 하는 상황이다.

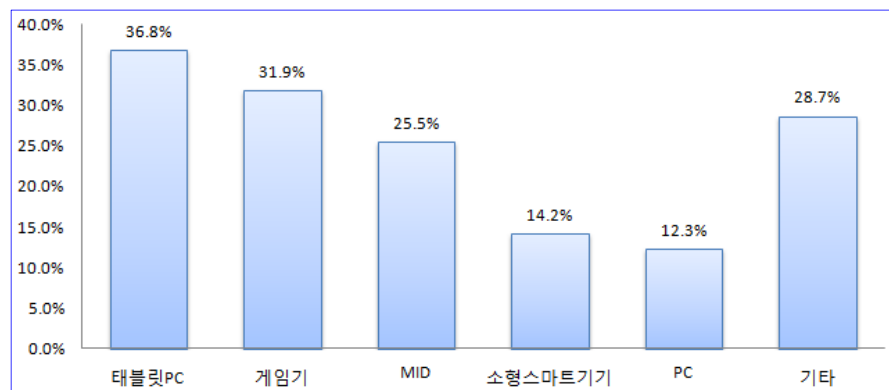
9) 300개가 넘는 다양한 스킬과 독창적인 전투 기능 및 높은 자유도 등이 <몽회대당>의 장점이며, Java 기반의 게임시장이 침체된 현재 시점에서 이 게임의 등장은 개발자들에게 Java 플랫폼에 여전히 발전의 여지가 남아있음을 시사

4. 중국 모바일 게임이용자의 특징

4.1 스마트폰 다음으로 태블릿PC 많이 사용

iResearch 조사결과에 따르면 2012년 중국 모바일 게임 이용자들의 사용률이 가장 높은 기모바일 단말기는 스마트폰, 태블릿PC 순인 것으로 나타났다¹⁰⁾. 콘솔게임 등 기존 게임기 이용자들이 대부분 태블릿PC와 소형 스마트 기기로 옮겨가면서 태블릿PC는 스마트폰 다음으로 사용 비중이 높은 모바일게임의 주요 단말기로 자리 잡았다. 또한 최근 몇 년간 특정 형식에 구애받지 않고 개방적 플랫폼을 활용하는 모바일게임이 부상하면서 폐쇄적인 구조로 구성되어 있던 콘솔게임과 CD패키지 게임기에 대한 활용 비중은 크게 낮아진 것으로 파악되었다.

[그림 1-17] 중국 모바일 게이머들의 주요 단말기



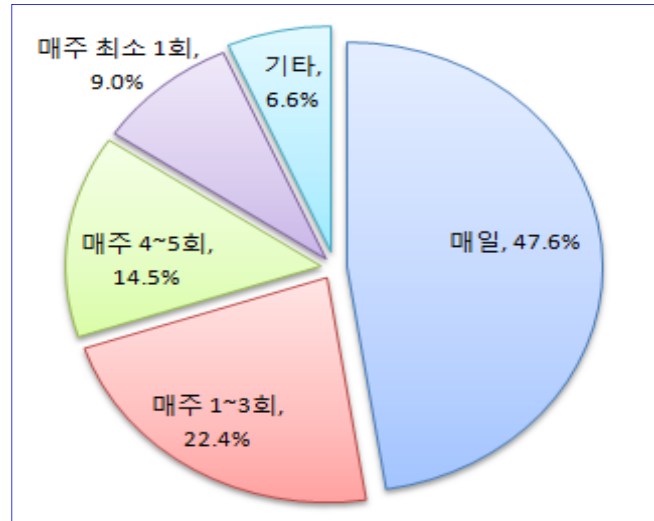
출처 : iResearch(2012)

4.2 짧은 여가시간에 모바일게임 즐기는 이용자 증가

iResearch 조사 결과에 따르면 중국 이용자의 모바일게임 접속률이 높다는 것을 확인할 수 있다. 최근 2년 간 중국 모바일게임 이용자 중 50%는 거의 매일 게임을 하고 있는 것으로 나타났으며 22.4%는 '매주 1~3회', 14.5%는 '매주 4~5회'인 것으로 파악되었다.

10) 2012년 11월 중국시장조사업체 iResearch가 발간한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业研究报告)' 데이터 인용

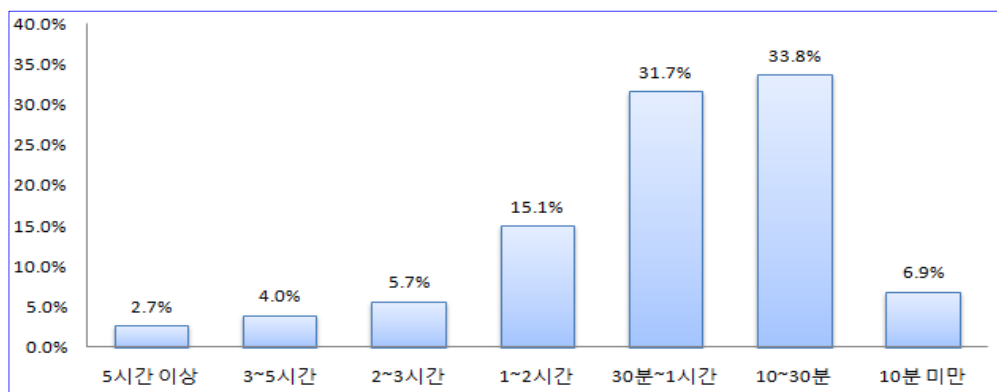
[그림 1-18] 중국 모바일 게이머들의 모바일게임 이용 빈도 수



출처 : iResearch(2012)

중국 모바일게임 이용자들의 접속 시간은 전반적으로 짧은 것으로 나타났으며 특히 '10~30분', '30분~1시간' 비중이 높은 것으로 나타났다.

[그림 1-19] 중국 모바일 게이머들의 모바일게임 이용 시간

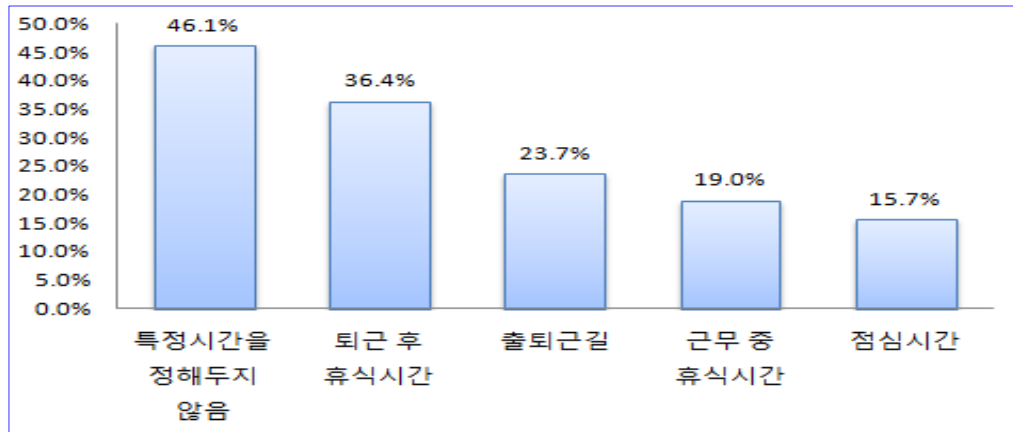


출처 : iResearch(2012)

iResearch가 2012년 11월에 발표한 '중국 모바일 게임산업 연구보고서(中国移动游戏产业研究报告)' 따르면 중국 모바일게임 이용자들은 대부분 '짧은 휴식시간'에 접속하며 퇴근 후 정해진 시간에 하는 이용자도 많은 것을 확인할 수 있다. 최근 2년 간 중국 모바일게임 이용자의 접속 시간은 다양한 양상을 보이고 있는 것으로 나타났다. 46.1%가 '특별한 시간을 정

해두고 하지 않는다', 36.4%가 '퇴근 후 휴식시간', 23.7%가 '출퇴근길 또는 외출 시'에 하는 것으로 파악되었다.

[그림 1-20] 중국 모바일 게이머들의 모바일게임 이용 시간대



출처 : iResearch(2012)

기존 온라인게임과 비교했을 때 모바일게임은 무선 네트워크를 기반으로 하기 때문에 특정 장소에 구애받지 않고 이동하면서 즐길 수 있는 장점이 있다. 또한 중국 내 인지도 높은 게임기가 부재한 상황과 장시간 게임을 할 필요가 없기 때문에 이용자가 편안하게 할 수 있는 점이 부각되면서 일반 게임기와 콘솔 게임기 이용자들도 모바일 게임으로 이동하고 있으며 이에 따라 중국 모바일 게임시장의 성장 잠재력은 높은 상황이다.

5. 중국 모바일 게임업체 및 게임시장의 발전 전망

5.1 중국 게임업체의 국내 시장 진출 : 한국 게임업체를 통한 진출

2012년 10월 16일 Shanda Games는 〈Final Fantasy〉, 〈Tomb Rader〉 등 탄탄한 게임 지적재산권(IP)을 자랑하는 일본의 Square Enix와 업무협력 협약을 체결하고 모바일 게임시장에 적극적으로 진출할 계획이다. 이번 협약 체결을 통해 Square Enix는 Shanda Games의 유통채널을 확보하고 Shanda Games와 액토즈소프트는 유력 지적재산권과 흥행게임 콘텐츠를 확보하게 된 것이다.

Shanda Games의 자회사인 한국의 액토즈소프트는 한국, 중국, 일본에 모바일게임을 공급할 예정이며 2012년 〈Kaku-San-Sei Million Arthur〉와 〈Final Fantasy〉 한글판을 국내에 출시했다. 특히 Shanda Games의 아시아 전 지역 서비스 플랫폼과 14억 명의 이용자를 기반으로 모바일게임을 서비스할 예정이며 Square Enix 게임과 또 다른 Shanda Games의 한국

자회사인 아이덴티티게임즈의 <Dragon Nest IP> 등 한국, 중국, 일본 게임 개발업체의 타이틀이 다양하게 포진된 25개 이상의 모바일게임을 2013년까지 런칭할 계획인 것으로 나타났다.

〈표 1-4〉 2012년 11월 28일 기준 국내 앱스토어별 모바일게임 인기 순위

순위	T 스토어		olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	파이널판타지 (엑토즈소프트)	제노니아5 (게임빌)	파이널판타지 (엑토즈소프트)	2013프로야구 (게임빌)	파이널판타지 (엑토즈소프트)	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 (리얼네트웍스아시아)	메이플스토리도적편 (넥슨)	제노니아4Plus (게임빌)	K리그2012슈퍼사커 (게임빌)
4	마계공주 에반젤린 (디지털프로그)	상고의전설 (Kongzhong)	Trial Xtreme 2 Winter (Appzill)	로디니아 (엠엔엠게임즈)	2012프로야구Plus (게임빌)	좀비거너 (게임빌)
5	2013프로야구Plus (게임빌)	헬로슈퍼마켓 (올스타모바일)	헝그리샤크3 (스트라스타)	극지고:학원무림대전 (포플렛)	듀얼오브에이트Plus (게임빌)	몬스터워로드 (게임빌)
6	Winnig Eleven 2012 (조이모아)	라스트워 (게임빌)	프로당구온라인 (모버릭스)	SBS포트리스 (소프트젠)	부루마블2012 (엠엔엠게임즈)	모올하트 (게임빌)
7	S.O.D (피엔제이)	메이플스토리 빌리지 (제이씨엔터테인먼트)	리버스 (CJ E&M)	K리그2012슈퍼사커 (게임빌)	좀비거너Plus (게임빌)	셀레스티얼리그 (엠엔엠게임즈)
8	부루마블2013 (엠엔엠게임즈)	3D리듬게임 R-Tap (SK플래닛)	하얀섬 (CJ E&M)	헬로슈퍼마켓 (KTH)	클럽포커온라인HD (편그랩)	에픽레이더스 (게임빌)
9	스펙트럴소울즈 (조이모아)	극지고:학원무림대전 (포플렛)	방탈출4 (게임데이)	크림슨하트NS (CJ E&M)	몬스터워로드Plus (게임빌)	듀얼오브에이트 (게임빌)
10	아스팔트7: 히트 (Gameloft)	SBS포트리스 (소프트젠)	코미아마란스 (나노엔터테인먼트)	리듬스퀘어 (CJ E&M)	팔라독 (리얼네트웍스아시아)	킹덤로얄 (게임빌)

출처 : www.tstore.co.kr(2012), market.olleh.com(2012), ozstore.uplus.co.kr(2012)¹¹⁾

2012년 8월 3일 한국의 인크로스는 중국의 인기 모바일게임 개발업체인 iFreeStudio, RedAtoms, Papaya와 전략적 업무 제휴 및 퍼블리싱 계약을 체결했다고 밝혔다. 자사는 iFreeStudio의 <삼국영웅전>과 RedAtoms의 <三国来了>, Papaya의 <Zombie OMG> 등 중국 Apple App Store 인기 게임의 국내 독점 판권을 갖고 유통하게 된다. 2012년 11월 9일 자사는 자체 글로벌 모바일게임 퍼블리싱 브랜드인 TheAppsGames를 통한 10여종의 프리미엄급 모바일게임 출시 계획을 발표했으며, 기존 인기 게임들의 후속작과 다양한 장르의 신규 게임들을 순차적으로 출시할 예정이다.

2012년 9월 4일 중국 게임업체 Perfect World는 한국의 라이브플렉스와 모바일게임 2종에 관한 한국 서비스 계약을 체결했다고 밝혔다. 대상 게임은 삼국지, 수호지, 초한지의 장수가 등장하는 전략시뮬레이션 게임인 <名将决>과 15~17세기 대항해 시대를 배경으로 한 경영 시뮬레이션 게임 <大航海 mini>이다.

11) T 스토어는 게임 인기 순위, olleh 마켓과 U+ 앱마켓은 종합 랭킹 카테고리 순위

5.2 중국 모바일 게임시장 운영 관련 법규 및 정책 출범 전망

중국 모바일 게임산업은 밝은 전망에도 불구하고 업계를 대표할 만한 업체가 부재하여 전체 모바일 게임시장에서 한 달 영업이익이 500만 위안을 넘는 곳은 수십여 개에 불과하며, 한 달 영업이익이 1,000만 위안을 넘는 곳은 Tencent를 포함해 두 곳뿐이다. Punch box(触控科技) 천우즈(陳吳芝) CEO의 설명에 따르면 중국 모바일 게임시장의 높은 실패율과 저조한 영업이익은 △모방게임의 난립으로 인한 심각한 동질화 현상, △수익만 추구하는 일부 비양심적인 투자기관, △중국 특유의 무료 게임 문화 등으로 더욱 악화되고 있다.

또한, 일부 부당한 요금을 과세하고 스팸 메일을 발송하는 모바일게임 솔루션 업체의 영향으로 모바일게임 이용자들의 불편함이 증가함에 따라, 중국 모바일 게임업체들은 모바일게임 관련 정책의 필요성을 주장하고 있다.

하지만 중국 모바일 게임시장 발전을 지원하는 관련 법규와 정책은 매우 협소한 상태이며 특히 해외 시장에 출시한 게임에 대한 심의 및 등록, 해외 모바일 게임의 플랫폼 관리 등과 관련된 정책과 법규는 거의 전무한 상황인 것으로 나타났다. 이로 인해 '불분명한 비즈니스 모델', '취약한 산업 구조', '지적재산권 침해', '비슷한 게임의 난립' 등의 문제가 모바일 게임 산업 발전에 부정적인 영향을 끼치고 있어 장기적 발전을 위한 산업 전체의 노력이 요구되고 있다.

이를 위해 2012년 4월, 중국 문화부 주도하에 모바일게임 개발업체, 모바일게임 운영업체, 통신 사업자, 휴대전화 단말기 제조업체, 산업연구기관, 언론 매체 등은 비영리 조직인 모바일게임발전연맹(移动游戏发展联盟)을 설립했다. 人民网, China Telecom, Soho, Changyou 등 30여 개의 기관 및 업체는 최초로 연맹에 가입해 공동으로 모바일게임발전선언(移动游戏联盟宣言)에 서명하고 불법 복제 프로그램 보급 금지 등 자발적으로 법규를 준수하여 모바일 게임산업 발전을 적극적으로 추진하기로 결정했다.

연맹은 집행위원회와 조정위원회로 나뉘며, 모바일 게임산업 관련 법률과 법률의 준수, 사회윤리와 사회책임 준수, 정부와 기업 간 소통을 위한 플랫폼 구축, 구성원의 합법적 권익 보호, 모바일 게임산업의 지속적인 발전 추진, 상호 간 교류 및 협력 강화 등을 설립 목표로 하고 있다.

참고자료

1. '中国和设备年增长率位居榜首', Peter Farago, 2012.09
2. 'FLURRY : 手机设备报告', FLURRY, 2012.08

3. '中国移动游戏行业研究报告', iResearch, 2012.11
4. '预计2012年中国移动游戏行业市场规模达到52.1亿元', 移动互联网研究联盟, 2012.11
5. '中国移动互联网实际用户规模约2亿', 易观国际, 2012.11
6. '2012年Q3中国移动游戏市场规模达13.42亿元', 易观国际, 2012.11
7. '移动游戏征服碎片时间', Newzoo, 2012.10
8. '快速发展的移动游戏产业', iResearch, 2012.10
9. '移动游戏服务企业发展策略研究', 北京邮电大学经济管理学院, 2012.09
10. '腾讯吕鹏：移动终端游戏市场仍将延续精品策略', DoNews游戏, 2012.07
11. '91专访腾讯游戏副总：坚持精品化战略', Game91, 2012.07
12. '腾讯发力手机游戏 精品化+社区化成制胜法宝', eastmoney, 2012.06
13. '愤怒的小鸟万圣节版 Angry Birds Seasons v3.0.1', 手机乐园, 2012.10
14. '盛大网络将收购一家中国手机游戏的开发商', SOHU, 2012.09
15. '2012年Q3中国移动游戏市场规模达13.42亿元', 易观国际, 2012.11
16. '2012年中国移动互联网用户调查报告(手机游戏篇)', ZDC, 2012.07
17. '2012年1-6月中国游戏产业报告', 178产业, 2012.08
18. '中国移动游戏用户年底将达近2亿', 178产业, 2012.07
19. '移动游戏市场分化 轻游戏更受追捧', 91无线, 2012.11
20. '2012年中国网络支付安全状况报告', CNNIC, 2012.11
21. '2012年第3季度中国移动游戏市场季度监测', 易观国际, 2012.11
22. '엑토즈소프트, 한중일 모바일 게임시장 진출', 서울경제, 2012.10
23. '산다게임즈-스퀘어에닉스, 글로벌 모바일 시장 진출 선언', 베타뉴스, 2012.10
24. '산다게임즈-스퀘어에닉스, 어떤 시너지 노리나?', 조선일보, 2012.10
25. '인크로스 디앱스게임즈, 모바일게임 10종 출시 계획 발표', 게임메카, 2012.11
26. '인크로스, 중국 모바일게임 3사와 MOU', ZDNet Korea, 2012.08
27. '라이브플렉스, 2013년 모바일게임사 초석 다질 전망', 파이낸셜뉴스, 2012.10
28. '외국 모바일게임, 한국시장 공습', 이데일리, 2012.08

일본 모바일 게임업체, 연합전선 구축으로 해외 시장 공략

|| Key Message ||

- 일본 모바일게임은 스마트폰의 보급 확대 및 소셜 게임시장의 급성장으로 시장 규모가 급증
- 모바일 게임시장이 스마트폰 중심으로 변화하면서 주요 업체들이 스마트폰에 최적화된 고품질 게임 개발에 주력
- 2012년 한 해 동안 GREE, DeNA 등 주요 SNG 플랫폼 사업자들은 해외 업체들과의 인수, 제휴 체결을 통해 글로벌 시장 공략을 가속화함
- 최근 일본 이동통신사 NTT docomo, 인터넷서비스 업체 Yahoo! Japan 또한 신규 모바일게임 서비스를 통해 모바일 게임시장에 진입
- 국내 업체들 또한 일본 모바일 게임시장 진출을 가속화하고 있어 향후 일본 모바일 게임시장의 다변화 및 글로벌 시장에서의 주요 업체 간 경쟁이 심화될 전망

1. Introduction: 모바일 소셜게임, 일본 게임산업의 중심으로 부상

일본 스마트폰 가입자 수가 지속적으로 확대되면서 2017년에 전체 휴대전화 가입자의 67.3%에 이를 것으로 전망되고 있는 가운데, 모바일 콘텐츠시장 또한 피쳐폰에서 스마트폰 중심으로 빠르게 재편되고 있다¹⁾. 특히 피쳐폰 및 스마트폰 부문 모두 소셜게임이 시장 성장을 견인하고 있어 2012년 하반기 들어 모바일 소셜게임 플랫폼 사업자인 GREE, DeNA를 비롯해 일본 모바일게임 진영에서 스마트폰 소셜게임 개발력 및 서비스 강화를 위한 인수, 제휴 행보가 이어졌다.

1) 일본 시장조사업체 MM총연이 2012년 3월 발표한 자료에 따르면 일본 스마트폰 가입자 수는 2012년 3월 기준 2,522만 명이며 2014년 3월 기준 5,659만 명에 이르고 2014년 말부터 전체 휴대전화 가입자의 과반 수에 달해 2017년에는 전체의 67.3%인 8,119만 명을 기록할 것으로 전망됨

1.1 일본 모바일 콘텐츠 시장규모 추이 및 일본 소셜게이머의 지출 행태

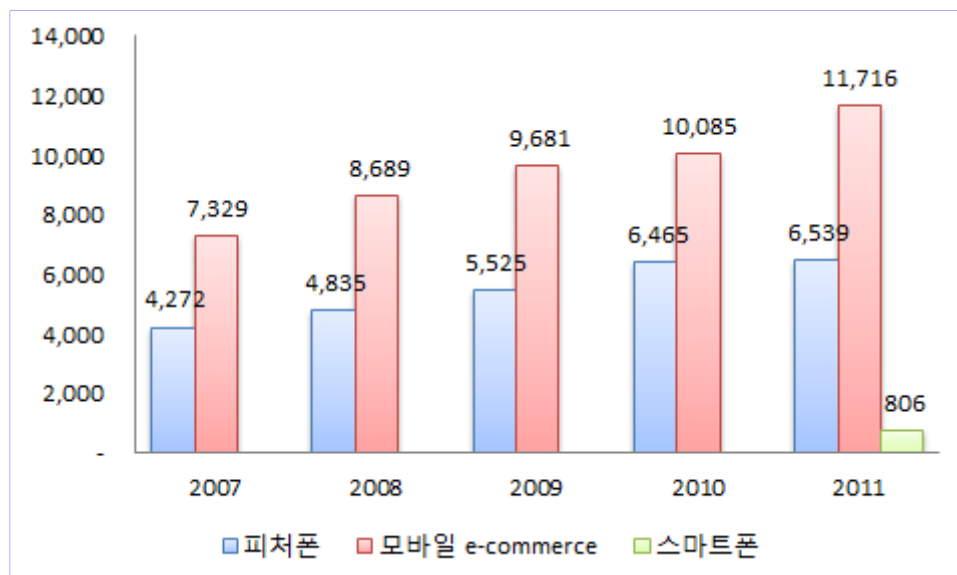
일본 모바일 콘텐츠 포럼(Mobile Content Forum, MCF)이 지난 2012년 7월 20일 발표한 자료에 따르면, 2011년 일본 모바일 콘텐츠 시장은 전년대비 109% 성장한 1조 9,061억 엔 규모에 달했다.

이 중 피쳐폰 시장규모는 전년대비 1% 증가한 6,539억 엔에 그치는 등 성장세가 둔화되어 포화상태에 다다른 것으로 나타났다. 소셜게임이 피쳐폰에서 유일하게 성장세를 구가한 콘텐츠로 전년대비 49.6% 증가한 2,078억 엔을 기록하며 피쳐폰 콘텐츠의 31.8%를 차지했다.

반면 스마트폰 소셜 게임시장은 피쳐폰에서 스마트폰으로의 휴대전화 가입자 이동이 가속화됨에 따라 급성장을 거듭해 전년도 약 124억 엔에서 555% 성장한 806억 엔을 기록했다. 스마트폰에서도 소셜게임 부문이 스마트폰 콘텐츠 시장의 59.7%를 차지하는 481억 엔에 달하며 시장 성장을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 1-21] 일본 모바일 콘텐츠 시장의 성장 추이

(단위: 억 엔)



출처 : Mobile Content Forum

스마트폰 콘텐츠 요금 결제 방식별 비중은 부분유료화가 전체의 58.3%인 470억 엔에 달했으며 월 정액제는 206억 엔(25.6%), 유료 다운로드는 130억 엔(16.1%)을 기록하는 등 소셜게임을 비롯한 부분유료화 콘텐츠가 스마트폰 콘텐츠의 과반수를 차지하는 것으로 나타났다.

아울러 시장조사업체 Enterbrain과 DFC Intelligence가 지난 2012년 8월 발표한 보고서 'The Secret of Gree & Mobage's Success-How to Succeed with in-App Purchase in the Mobile SNS Market²⁾'에 따르면, 일본 소셜 게임시장 규모는 2011년 2,110억 7,000만 엔에서 2012년 2,700억 엔으로 큰 폭의 성장세가 기대되고 있다. 이는 일본에서 소셜게임의 인기가 계속되고 부분 유료화 모델에 기반한 유료 콘텐츠 이용률이 높는데 기인한다.

DFC Intelligence는 일본 소셜 게이머들이 가장 선호하는 SNS는 mixi, Mobage, GREE이며, 15~59세 일본 게이머의 46%가 SNS를 이용 중이고 주요 SNS의 유료 콘텐츠 이용자 비중도 높게 나타났다고 밝혔다. 특히 DeNA의 Mobage와 GREE의 유료 이용자 비중은 각각 14%, 16%로 mixi와 Facebook이 5~6%대인 것에 비해 월등히 높고, 게이머들이 부담 없이 지출하는 금액은 월 1,500엔(약 18달러) 정도인 것으로 드러났다.

한편 일본 소셜 게이머가 처음으로 게임에 비용을 지출하기까지 걸리는 기간은 게임 시작 후 평균 140일로, 첫 지출 시 평균 1,293엔(약 16달러)을 소비하고 이후 80%의 게이머들이 추가 지출을 결정하고 50%는 상습 지출 이용자가 되는 것으로 나타났다.

1.2 일본 모바일게임 콘텐츠의 트렌드 변화

그간 일본 모바일 게임시장의 성장세는 카드배틀 장르인 트레이딩카드 게임(Trading Card Game, 이하 TCG)을 중심으로 한 소셜게임이 견인해왔다. 일본 모바일 소셜게임의 절반 이상을 차지³⁾하고 있는 TCG는 게임을 진행하면서 카드 아이템을 획득하고 이를 기반으로 다른 게이머들과 대결을 펼치는 내용으로, 수집형 확률형 아이템 시스템인 '콤포가차(complete gacha)'의 사행성으로 사회적 이슈가 되기도 했다.

2012년 하반기 들어 일본 모바일 소셜 게임업체에서는 TCG 일변도에서 벗어나 다양한 스마트폰 소셜게임을 개발, 운영하기 위한 주요 업체들의 노력이 가시화됐다. GREE와 DeNA는 높은 1인당 평균 매출(ARPU)을 기록하며 구축해온 소셜게임 개발 및 운영 노하우를 바탕으로 고화질 스마트폰 소셜게임을 앞세워 해외 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

지난 2012년 9월 20일부터 3일간 동경에서 개최된 Tokyo Game Show 2012(이하 TGS 2012)에서도 이와 같은 현상이 두드러졌다. GREE는 모든 출품 타이틀을 고사양 스마트폰에

2) Enterbrain과 DFC Intelligence는 일본 소셜게이머 1,600명을 포함, 총 6만 9,000명의 게이머를 대상으로 설문조사를 실시함

3) 시장조사업체 Media Create는 지난 2012년 4월 2011년 TCG 시장규모가 전년대비 19.7% 증가한 1,006억 1,341만 엔을 기록했다고 발표함. 또한 2012년 12월 8일 기준 GREE 및 DeNA의 인기 소셜게임 상위 10위권에 랭크된 게임 타이틀 중 70% 이상이 TCG 혹은 카드 아이템 등 TCG 요소가 있는 것으로 확인되어 여전히 TCG가 높은 인기를 누리고 있음

최적화된 고화질 모바일 게임으로 구성해 총 33개 타이틀을 선보였으며 장르 또한 전략 시뮬레이션에서 판타지 RPG, TPS, 액션 등으로 다양화를 꾀하며 GREE Platform 서비스를 강화해나가겠다고 발표했다. DeNA 또한 본 행사에서 고화질 소셜게임을 중심으로 Mobage의 글로벌 서비스를 전개할 계획임을 밝혀, 바야흐로 일본 모바일 소셜게임이 콘텐츠 및 장르 다변화를 통한 질적 도약을 하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 1-5〉 TGS 2012에 나타난 일본 게임업체들의 모바일 소셜게임 타이틀

이미지	상세설명	이미지	상세설명
	게임명: War Corps 개발사: GREE 퍼블리셔: GREE 장르: TPS 운영체제: iOS, Android		게임명: Monster Hunter: Massive Hunting 개발사: CAPCOM 퍼블리셔: GREE 장르: 액션 운영체제: iOS, Android
	게임명: Kingdom Conquest II 개발사: SEGA 퍼블리셔: SEGA 장르: 3D 액션RPG 운영체제: iOS		게임명: METAL GEAR SOLID SOCIAL OPS 개발사: Konami 퍼블리셔: GREE 장르: 액션 운영체제: iOS

출처 : 각종 웹 자료(2012)

2. 일본 모바일 게임업계의 잇따른 제휴·인수 행보

2012년 하반기에는 일본 모바일 소셜 게임시장 내 주요 업체들이 자국 시장에 국한됐던 퍼쳐폰 콘텐츠와는 달리 글로벌 서비스 전개가 가능한 스마트폰 콘텐츠에 눈을 돌리면서, 게임 플랫폼 및 개발업체는 물론 인터넷 포털업체, 이동통신사 등이 다양한 연합 전선을 형성하며 로컬 시장에서의 우위 확보 및 해외 시장 선점에 주력하고 있는 것으로 나타났다.

지난 2012년 9월 및 11월에 각각 일본 최대 이동통신사 NTT docomo와 1위 인터넷포털 사업자 Yahoo! Japan이 모바일 게임시장에 가세해 스마트폰 게임사업 계획을 발표했으며, NHN Japan의 LINE, Kakao Japan의 Kakao Talk 등이 견인하는 모바일 메신저 시장에서도 모바일게임 서비스가 화제가 되면서 일본 모바일 게임시장이 한층 다변화되고 있다.

2.1 GREE와 DeNA의 연합전선 구축 동향

GREE Platform 서비스를 통한 전방위적 해외 시장 공략을 위해 스마트폰 게임 개발력 강화에 주력해온 GREE는 지난 2012년 7월 일본의 주요 지상파 민영 방송사인 Fuji TV와 제휴를 체결했다. GREE는 이를 통해 Fuji TV가 기획, 제작하는 다양한 방송 콘텐츠를 소재로 한 모바일 소셜게임을 개발하고 TV 시청자 층의 모바일 소셜게임 이용을 적극 유도할 수 있게 됐다.

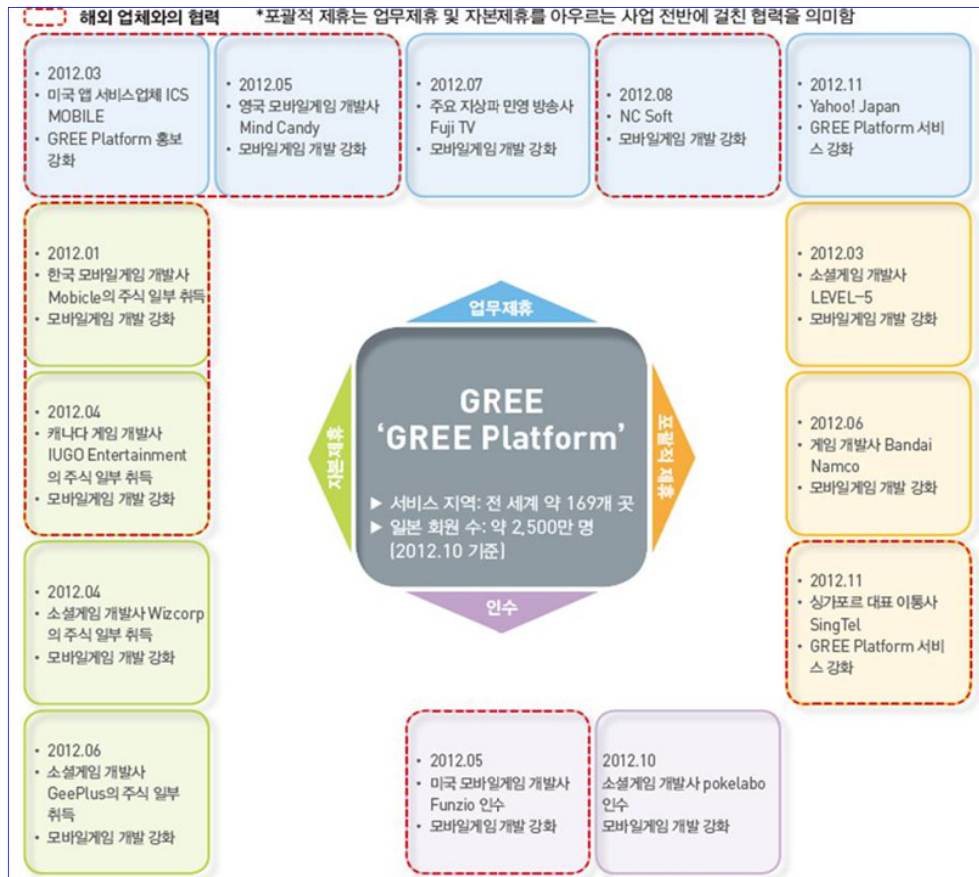
GREE는 이미 100명 이상의 아이돌이 등장하는 TCG인 <아이돌 잼(IDOL☆J@M)>을 2012년 8월 말부터 서비스 중이며 앞으로도 Fuji TV 방송 프로그램 관련 게임 타이틀을 개발하는 한편, 방송 출연 연예인과 함께하는 이벤트를 개최해 모바일 소셜게임의 외연을 확대함으로써 시장 우위를 지켜나갈 방침이다.

아울러 GREE는 8월 온라인게임 IP 확보를 위해 NC Soft와 제휴를 체결해 인기 온라인게임 <Lineage>의 스마트폰 버전을 글로벌 이용자들에게 제공기로 합의했으며, 이어서 10월에는 일본 소셜게임 개발업체 pokelabo⁴⁾를 138억 8,600만 엔에 인수했다. GREE의 인수 및 제휴 행보는 11월까지도 이어져 Yahoo! Japan과 제휴 체결을 통해 전반적인 GREE Platform 서비스 및 글로벌 스마트폰 고객 기반 확대를 도모하고 있으며, 싱가포르 최대 이동통신사인 SingTel과도 제휴를 맺고 아태지역 이용자들을 공략하고 있다.

GREE는 SingTel과의 협력을 통해 GREE Platform의 글로벌 프로모션을 강화하고 SingTel에게 휴대전화 결제 서비스를 제공함으로써 해외 스마트폰 이용자들의 GREE Platform 서비스 유입을 유도해나갈 계획이다.

4) 2007년 설립되어 2008년부터 소셜게임 개발에 본격 착수해 2011년 SEGA와 자본제휴를 맺고 스마트폰 전용 소셜게임 공동 개발을 추진해왔으며, 최초의 공동 개발 게임 타이틀인 '운명의 클랜배틀(The Clan Battle of Fate)'이 Apple App Store 매출 랭킹 2위를 차지해 화제가 됨

[그림 1-22] 2012년 GREE의 인수 및 제휴 정보



출처: GREE 홈페이지(2012)

DeNA 또한 GREE와 마찬가지로 2012년 한 해 동안 일본 내 업체는 물론 다수의 해외 업체들과 제휴를 체결하면서 역량을 강화하고 있다. DeNA는 TGS 2012에서 Cygames, gumi와 함께 일본 3대 대표 게임 개발업체로 꼽히는 gloops⁵⁾와 제휴를 맺고 2012년 말까지 Mobage West에 gloops의 신규 소셜게임 타이틀 5개를 출시하고 2013년에 이어서 5개를 선보인 후 Mobage China, Daum Mobage에도 각각 1개씩을 출시할 계획을 발표했다.

DeNA는 이어서 10월 Yahoo! Taiwan과의 업무제휴 체결을 통해 Mobage China의 서비스를 대만, 홍콩, 마카오 지역 이용자 대상으로 확대했으며 11월에는 Yahoo! Japan과 모바일 사업 강화를 위한 업무제휴를 체결했다. 이번 Yahoo! Japan과의 협력으로 2010년 10월 개설

5) 2005년 8월 설립되어 2012년 2분기 매출 68억 엔, 회원 수 1,800만 명을 돌파한 메이저 개발업체로서 미국 및 베트남에 자회사를 두고 있음

한 PC웹 기반 소셜게임 서비스 'Yahoo Mobage'가 스마트폰으로 확장될 예정이어서 일본 및 해외 각국의 이용자 기반이 빠르게 확대될 것으로 기대되고 있다.

아울러 DeNA는 11월 한 달 동안에만 남미, 아시아, 북미, 유럽 등 해외 각지의 10개 모바일게임 개발업체와 Mobage 해외 서비스 강화를 골자로 한 업무 제휴를 체결했으며, 일본 소셜게임 개발업체 Cygames⁶⁾의 지분 일부를 확보하는 자본 제휴를 체결했다. 또한 일본 주요 SNS 업체 mixi와도 스마트폰 게임사업 강화를 골자로 한 업무 제휴를 맺음으로써 장기적인 고품질 스마트폰게임 개발 기반을 다지는 데 주력했다.

특히 mixi와의 협력은 스마트폰게임 개발 기반 통합 및 mixi의 게임 카테고리인 'mixi게임 (mixiゲーム)'의 공동 서비스를 골자로 한 것으로서, 게임 개발업체들의 개발 및 운용 비용 절감에 기여하고 고품질 스마트폰게임 개발을 촉진하는 획기적인 방안으로 업계의 주목을 받았다.

DeNA는 mixi가 독자적으로 운영해온 스마트폰게임 개발 기반에 모바일게임 플랫폼 Mobage를 통합함으로써, 그간 각종 모바일 플랫폼의 상이한 개발 환경에 대응해야 했던 개발업체 진영이 Mobage와 mixi 등 양 플랫폼에서 동시 서비스 가능한 게임을 개발할 수 있는 환경을 구축할 예정이다.

DeNA의 Isao Moriyasu 대표는 "게임 중심 SNS인 Mobage와 커뮤니티 중심 SNS인 mixi 이용자 간 니즈의 차이가 있어 각 플랫폼이 추구하는 모바일게임이 다를 수 있으나, 게임 서비스를 공동으로 전개함으로써 향후 양 플랫폼 또는 특정 플랫폼에서 인기를 얻는 게임 개발 관련 노하우를 축적해 보다 성공적인 게임 서비스가 가능할 것"이라고 주장했다.

2013년 4월경 새로이 리뉴얼된 'mixi게임'의 공동 서비스가 개시되면 일본 SNS 시장에 안주해온 mixi에게도 새로운 기회가 될 것으로 기대되고 있다⁷⁾. mixi는 최근 일본 내 SNS 시장에서 Facebook에 추월당한 상황⁸⁾에서 스마트폰을 통한 국내외 이용자 유입을 통해 해외 시장 입지 마련에 나설 가능성이 점쳐지고 있다. 따라서 경쟁 관계에 있는 GREE, DeNA와 동시에 제휴를 맺은 Yahoo! Japan과 같이 mixi 또한 향후 GREE와도 협력 관계를 맺음으로

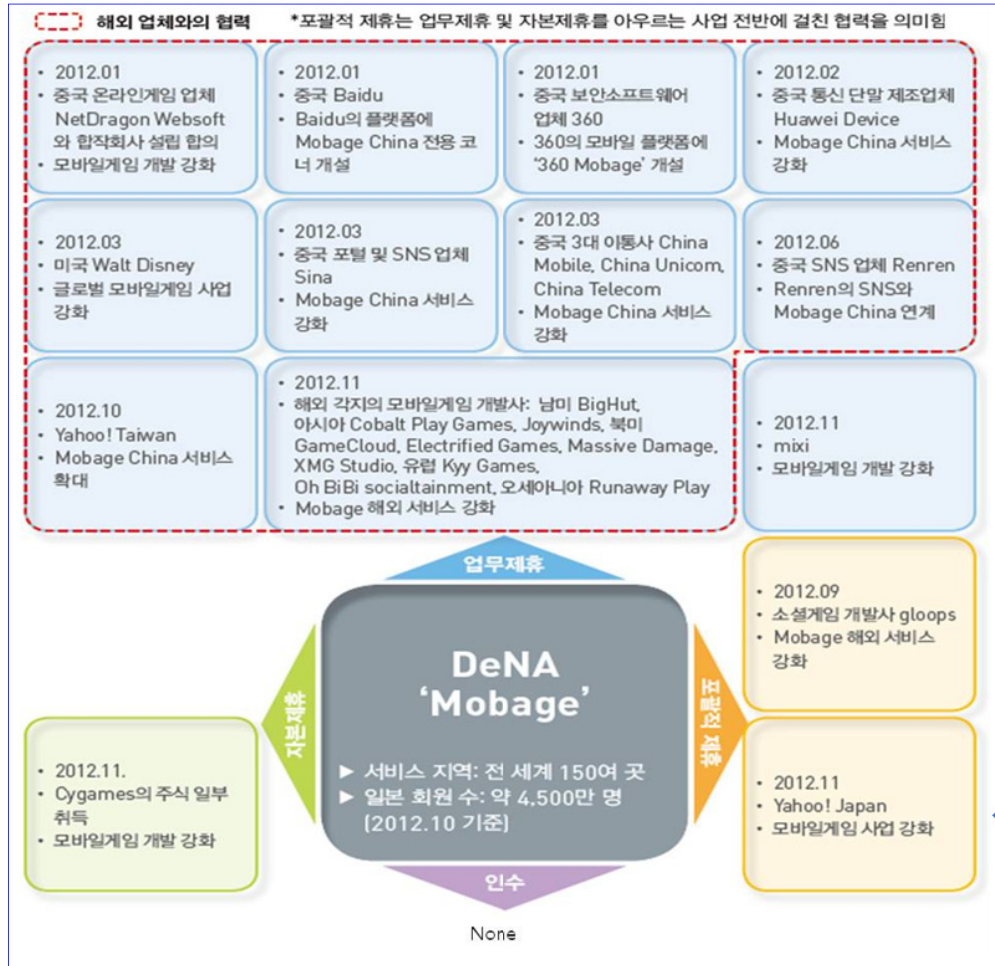
6) Cygames는 CyberAgent의 자회사이며 2012년 상반기 자체 제작 소셜게임 타이틀 〈Rage of Bahamut〉가 미국, 한국을 중심으로 해외 시장에서 대히트를 기록함

7) mixi의 스마트폰 게임들이 리뉴얼되면 mixi 이용자들은 기존 mixi의 ID와 가상통화인 'mixi포인트'를 유지한 채 Mobage의 게임들을 쉽게 이용할 수 있게 되며, mixi의 신규 스마트폰 이용자 유입 및 아이템 과금 수입이 증대될 것으로 기대됨

8) mixi는 PC 및 피쳐폰을 통한 월간 활동자(MAU) 규모가 2011년 5월 1,547만 명을 기록한 이래 매일 지속적인 감소세를 나타내 2012년 9월 1,402만 명으로 하락함. 반면 Facebook의 일본 내 MAU는 2012년 9월 기준 1,500만 명에 달했으며 Twitter의 일본 내 MAU 또한 2,000만 명을 돌파한 것으로 나타남

써 역량을 극대화할 가능성이 있다.

[그림 1-23] 2012년 DeNA의 인수 및 제휴 행보



출처 : DeNA 홈페이지(2012)

2.2 신규 사업자들의 일본 모바일 게임시장 진입 본격화

올 하반기에는 스마트폰 게임시장에 신규 진입하는 인터넷서비스 업체 Yahoo! Japan과 일본 최대 이동통신사 NTT docomo, 카드게임 개발업체 Bushiroad의 행보에도 업계 관심이 집중되었다.

NTT docomo는 지난 2012년 9월 모바일 소셜 게임시장 진출을 선언하고 12월부터 자사의 PC웹 기반 앱스토어인 'd마켓(d-마켓)'에서 Bandai Namco, Konami, SEGA, Square

Enix, Capcom, KLab, Voltage 등 9개 주요 일본 소셜게임 개발업체들의 스마트폰게임 15종을 선보일 예정이다.

NTT docomo는 스마트폰 이용자들이 애플리케이션 구동보다 웹 브라우저를 통해 좋아하는 웹사이트를 방문하는 경우가 많다는 점에 착안해 신규 스마트폰게임 서비스를 웹 브라우저에서만 제공할 계획이며, 기존 회원의 락인(Lock-in) 효과와 신규 수익 창출을 기대하고 있다.

NTT docomo의 신규 스마트폰게임 서비스는 게임 개발자 진영에 있어서도 소셜게임 유통 윈도우 확대는 물론, NTT docomo가 부과하는 수수료가 DeNA와 GREE의 절반 수준인 게임 수익의 20%에 불과해 매출 증가에 기여할 것으로 예상된다⁹⁾.

비록 NTT docomo 측은 자사 앱스토어의 서비스 강화에 주안점을 두고 있어 GREE, DeNA 등과의 직접적 경쟁에는 나서지 않겠다고 밝히고 있으나¹⁰⁾, 2013년 이후부터는 이탈리아 및 독일 자회사 등을 통해 해외 시장 공략에 나설 계획을 내비친 바 있다. 이는 포화상태에 이를 것으로 우려되고 있는 일본 모바일 게임시장에만 안주하지는 않겠다는 의지로 풀이된다.

일각에서는 'd마켓'의 스마트폰 게임 서비스가 NTT docomo의 휴대전화 가입자 6,000여만 명은 물론 타 이통사의 Android OS 및 iOS 기반 단말 이용자들도 이용 가능한 점을 들어 DeNA, GREE의 양대 플랫폼 회원 총 7,000여만 명에 필적하는 규모로 성장할 가능성도 점쳐지고 있다.

NTT docomo 외에 다년간 일본 검색시장 1위를 고수해온 Yahoo! Japan 또한 모바일 사업 강화를 위해 2012년 11월 8일과 9일, GREE, DeNA와 연달아 제휴를 체결해 모바일 게임업체에 큰 반향을 일으켰다.

Yahoo! Japan은 우선 GREE와 모바일 소셜게임 공동개발, 게임을 비롯한 엔터테인먼트 관련 조인트벤처 설립, 자사 결제 서비스 및 ID, 포인트 제도와 GREE Platform 서비스와의 연계 등을 골자로 한 포괄적 제휴를 체결했다. 이어서 9일에는 DeNA와 'Yahoo! Mobage'의 스마트폰 서비스 전개에 합의했다.

Yahoo! Japan은 이번 제휴 체결을 통해 GREE 및 DeNA의 회원 및 자사 ID 보유 활동자 약 2,600만 명의 연계를 통한 대규모 고객 기반을 확보하게 되었다. Yahoo! Japan은 스마트폰, 태블릿PC 전용 신규 모바일게임 서비스를 전개함으로써 신규 수익원 창출은 물론

9) DeNA와 GREE는 게임 수익의 30%(플랫폼 업체) 및 10%(이통사 결제) 등 총 40%의 수수료를 소셜게임 개발업체들에게 부과하고 있음

10) NTT docomo는 최근 스마트폰게임 서비스 개시 2년 안에 게이머 수 1,000만 명, 매출 150억 엔 달성이라는 비교적 소박한 목표를 밝힌 바 있음

Yahoo! Japan의 스마트폰 버전 트래픽 증가에 따른 광고수익이 극대화될 전망이다.

Yahoo! Japan의 Manabu Miyasaka 대표는 "일본 스마트폰 사용자의 78%가 매일 1회 이상 스마트폰으로 Yahoo! Japan 포털 사이트에 접속하고 있다"며, "현재 자사의 스마트폰 전용 포털에서는 게임 콘텐츠가 제공되고 있지 않아 '스마트 퍼스트(smartphone first)'를 기치로 모바일 사업에 전사적 노력을 기울이고 있다"고 강조했다.

Yahoo! Japan은 상호 경쟁 관계인 대표 SNG 플랫폼 양사를 모두 끌어들이는 데 이어 향후에도 모바일 소셜게임 개발, 운영, 플랫폼 등 각 진영의 대표 업체들과의 연합전선 구축을 계속할 전망이어서 일본 모바일 게임시장의 새로운 강자로 부상할 가능성이 점쳐지고 있다.

한편 통상적으로 DeNA, GREE 등 플랫폼 사업자와의 협력을 통해 해외 시장에 자체 개발 게임 타이틀을 출시해온 일본 모바일게임 개발업체 진영과는 달리, 카드게임 개발업체 Bushiroad가 최근 독자적인 모바일게임 플랫폼 런칭 계획을 발표해 눈길을 끌었다.

Bushiroad¹¹⁾는 2012년 12월 6일 스마트폰게임 플랫폼 '부시모(ブンモ)'의 전략발표회를 열어 자체 개발 TCG 라인업과 SNS 기능을 확충한 '부시모'의 상세내용을 소개했다. Bushiroad는 이미 12월 6일부터 연애 및 청춘을 소재로 한 소셜게임 <연애리플레이(恋愛リプレイ)>, <대질주! 밀키홈즈터보(大疾走! ミルキィホームズ ターボ)>의 서비스를 개시했으며 앞으로 도 다양한 모바일 TCG 및 RPG를 선보일 예정이다.

업계에서는 GREE와 DeNA, 그리고 NTT docomo가 모두 폭 넓은 스마트폰 이용자를 겨냥한 캐주얼게임 제공에 주력하고 있는 데 비해 Bushiroad는 종이 카드게임 개발 노하우를 활용한 TCG로 하드코어 게이머를 끌어들이는 것으로 예상하고 있다.

NTT docomo, Yahoo! Japan 등 신규 사업자 진입 및 새로운 SNG 플랫폼 사업에 뛰어든 Bushiroad 등으로 일본 모바일 게임시장의 플랫폼 및 콘텐츠 다변화가 앞으로도 더욱 가속화될 것으로 전망된다.

3. 일본 모바일 게임업계의 방향

3.1 해외 사업자 가세로 과열되는 일본 모바일 게임시장

2012년 하반기에는 국내 업체들의 일본 모바일 게임시장 공략도 활발히 전개되었다. 특히 온라인게임 명가 Nexon은 모바일 소셜게임이 대세인 일본 시장에서의 입지를 강화하기 위

11) 2007년 5월 설립된 동경 소재 게임 개발업체로서 온라인게임 및 모바일 TCG 외에 다수의 종이 카드게임을 제작한 것으로 유명

해 지난 10월 gloops를 365억 엔에 인수해 화제가 됐다. Nexon은 6월에 GREE의 소셜게임 제공업체로 유명한 중견 개발사 inBlue를 인수한 데 이어 이번에 Mobage에 주로 게임을 제공해온 gloops를 인수함으로써 향후 일본 모바일 게임시장 점유율이 확대될 것으로 기대하고 있다.

국내 굴지의 인터넷포털 사업자 NHN 또한 NHN Japan을 통해 모바일 메신저 'LINE'을 지난 2011년 8월 일본에 런칭한 이래 다양한 모바일 서비스를 전개하고 있다¹²⁾. 'LINE'은 2012년 10월 25일 기준 일본 회원 수 3,500만 명, 글로벌 회원 수 7,000만 명을 기록하며 일본 모바일 메신저 시장 1위를 고수하고 있다.

특히 지난 11월 19일 개시한 'LINE' 내 모바일게임 서비스 'LINE GAME'은 서비스 첫날 300만 다운로드를 기록했다. 'LINE GAME'에서 출시된 NHN의 자체 개발 모바일 퍼즐게임 <LINE POP>은 2012년 12월 3일 기준 전 세계 누적 다운로드 1,000만 건을 돌파해 모바일 메신저를 통한 모바일게임 서비스에 대한 업계의 관심이 집중되고 있다.

<LINE POP>은 일본을 포함해 태국, 대만, 홍콩, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르, 마카오, 라오스, 베트남 등 전 세계 11개 지역에서 서비스되고 있으며 NHN은 이 외에도 국내 모바일 게임업체 게임빌의 <카툰위즈>, 컴투스의 <홈런베틀>, 그리고 트리노드의 <파타포코 애니멀> 등을 제공해 인기몰이를 하고 있다.

한편 국내 1위 모바일 메신저 Kakao Talk을 운영하는 Kakao 또한 지난 2012년 10월 19일 Yahoo! Japan과 자본 제휴를 체결해 향후 Kakao Japan을 합작회사로 운영기로 합의하고 일본 내 Kakao Talk 서비스 강화에 나섰다¹³⁾.

2011년 7월 일본 서비스를 개시한 Kakao Talk은 그간 낮은 브랜드 인지도를 극복하지 못했었으나 Yahoo! Japan을 통해 대대적인 프로모션을 전개함으로써 경쟁력을 강화할 전망이다. 카카오톡은 올해 11월에 일본에서도 모바일 게임 서비스 '카카오게임(カカオゲーム)'을 런칭해 국내에서도 선풍적 인기를 끈 <애니팡(Anipang)> 등 모바일게임 3종을 선보였다. Kakao가 향후 일본 모바일 메신저 시장에서 국내에서와 같이 모바일게임 서비스를 토대로 영향력을 확보해나갈 수 있을지 귀추가 주목된다.

국내 대비 10배인 약 6조 원 규모에 달하는 일본 모바일 게임시장에 진출하는 국내 주요 업체들의 행보가 본격화되면서, 향후 일본 내 게이머 유치를 위한 일본 모바일 게임시장 경쟁이 한층 극심해질 것으로 전망된다. 일각에서는 일본 내 모바일게임 공급 과잉으로 인해, 향후 스마트폰 가입자를 대상으로 한 모바일 메신저 등 플랫폼 사업자들의 모바일게임 서비

12) 'LINE'의 주요 수익모델은 스탬프, 공식 계정, 모바일게임, 검색 광고 등으로 다양함

13) 합작회사 Kakao Japan의 지분비율은 Kakao(50%), Yahoo! Japan(50%)임

스가 경쟁 우위를 확보할 가능성이 높은 것으로 예상하고 있다.

3.2 일본 모바일 게임업체의 국내 진출 현황 및 향후 전망

일본 모바일 소셜게임 진영의 글로벌 시장 공략 움직임이 거세지면서 국내 모바일 게임 시장에 출시되는 일본 모바일게임 서비스도 확대되고 있다.

GREE는 2013년 상반기 국내 게이머를 대상으로 모바일게임을 출시할 예정이며, DeNA는 이미 Daum Mobage에서 30여개 게임 타이틀을 서비스 중이다. DeNA는 고화질 3D 모바일게임, RPG, 액션, 연애 시뮬레이션 등으로 TCG보다 보편적이고 다양한 콘텐츠를 선보이고 있으며 앞으로도 독자적인 게임엔진 'ngCore'에 기반한 고품질 게임으로 글로벌 시장 공략을 강화해나갈 방침이다.

그러나 당분간은 일본 모바일 소셜게임의 대세인 TCG의 국내 런칭도 이어질 전망이다. 일본 메이저 게임업체 Square Enix는 지난 10월 국내 게임사 액토즈소프트 및 중국 Shanda Games와의 전략적 제휴 소식을 발표한 바 있으며 향후 TCG <확산성 밀리언아서(拡散性ミリオンアーサー)> 등을 국내 게이머들에게 제공할 예정이다. 이 외에도 일본 게임업체 GunHo의 인기 TCG인 <Puzzle & Dragons>, Aiming의 <Lord of Knights>도 국내 서비스를 준비 중이다.

앞으로도 일본 모바일 게임진영의 연합전선 구축은 활발히 전개될 것으로 예상되며, 이를 통해 역량 확보 및 세 불리기로 국내 시장을 비롯한 글로벌 시장점유율을 높여갈 것으로 전망된다.

국내 모바일 게임업체들이 폭발적 성장세를 거듭하고 있는 일본 모바일 게임시장 진출을 서두르고 있는 가운데, 일본 주요 업체들의 고품질 스마트폰게임들이 국내 게이머를 비롯해 글로벌 모바일게임 이용자들의 호응을 얻을 수 있을지 귀추가 주목된다.

참고자료

1. '「カカオゲーム」日本でも運用開始、「カカとも」と対戦可能に', japan.internet.com, 2012.11
2. 'グリー、ポケラボを138億円で買収 — M&Aで競争力強化を目指す', INSIDE, 2012.10
3. '木谷社長「4度目の大勝負、スマホゲームも必ず成功させる」...ブシロード「ブシモ」戦略発表会' GameBusiness, 2012.12
4. 'ディー・エヌ・エー, Cygamesとの資本・業務提携の合意を発表', 4Gamer.net,

- 2012.11
5. '도코모가게임事業に参入する理由-グリー、DeNAは「競合ではない」', CNET JAPAN, 2012.11
 6. '믹시이가DeNAとソーシャルゲームで提携 - ゲーム開発基盤を共通化', Mynavi, 2012.11
 7. '믹시이、スマホ向けゲーム基盤をDeNAと統合', IT pro, 2012.11
 8. '猛烈な勢いで競争が激化するスマートフォン向けネットサービス', Nikkei Trendy net, 2012.11
 9. '悩める 믹시이、笠原社長の誤算と覚悟ユーザーファースト、ソーシャルゲームで復権なるか', Nikkei, 2012.11
 10. '「爆速」で今日からゲームを提供開始」 ヤフージャパンとグリーの提携記者会見', INSIDE, 2012.11
 11. '「爆速で決まった」 ヤフーとグリーの提携 アニメなどコンテンツ投資も', INSIDE, 2012.11
 12. 'DeNAと 믹시이가ソーシャルゲームで提携、両社の狙いは', IT media, 2012.11, 2012.08
 13. 'DeNAとCygamesが資本・業務提携を発表。ソーシャルゲームの利用者拡大を狙う。', IT media, 2012.11
 14. '「DeNAの内製タイトルも積極投入」、믹시이とディー・エヌ・エーが「mixiゲーム」を共同運営へ', GameBusiness, 2012.11
 15. 'DeNA、海外市場も順調に拡大し成長継続…第2四半期業績', INSIDE, 2012.11
 16. 'LINE のパズルゲーム「LINE POP」、公開12日で世界累計1,000万ダウンロード突破', japan.internet.com, 2012.12
 17. '「LINE」8000万ユーザー突破 台湾では人口の「ほぼ半数」が利用', IT media, 2012.11
 18. '[TGS 2012] 変化し続けるソーシャルゲームの未来像を探る。「ソーシャルゲーム第2幕 ~新時代の展望~ リレートーク&パネルディスカッション」をレポート', 4Gamer.net, 2012.11
 19. 'The Secret of Gree & Mobage's Success-How to Succeed with in-App Purchase in the Mobile SNS Market', Enterbrain, DFC Intelligence, 2012.08
 20. 'モバイルコンテンツ関連の市場規模を発表', Mobile Content Forum, 2012.07
 21. '일본 모바일게임 시장의 2대 트렌드...'사업자 간 연합전선 구축과 해외 시장 공략 가속화', 스트라베이스, 2012.11
 22. '모바일 소셜게임을 겨냥한 mixi의 당근과 채찍...'게임 전용 카테고리' 개설과 '아이템 수수료 인상', 스트라베이스, 2012.03

게임의 주요 BM으로 부상한 F2P 모델, 메이저 게임업체로 확산

|| Key Message ||

- EA, Activision Blizzard, Ubisoft 등 글로벌 게임업체들이 최근 잇따라 F2P로의 방향 전환을 시사
- F2P는 P2P보다 이용자 확보 및 저작권 방어에 유리하다는 장점을 가지고 있어, 중국과 한국 같은 온라인게임 중심 국가뿐만 아니라, 미국과 유럽 같은 콘솔게임과 PC게임이 강세인 지역으로 확산. 또한 최근에는 불법 복제가 많은 신흥 국가 공략의 주요 수단으로 작용
- 소셜게임과 모바일게임 같은 캐주얼 장르 위주의 게임 플랫폼에서 MMORPG, 콘솔게임, PC게임과 같은 하드코어 위주의 게임 플랫폼에서도 F2P 확산이 빠르게 진행
- 글로벌 콘솔 게임업체 MS가 F2P 기반의 콘솔게임을 출시한 것에 대해 게임업계에서는 콘솔게임에서도 F2P 기반의 게임이 큰 강세를 보일 것으로 전망
- F2P 모델은 게임산업에서 선택이 아닌 필수 BM으로 전환되고 있으며, 이에 맞춰 다양한 게임 장르와 게이머 분석이 등장
- 게임업체는 F2P게임에 대한 게이머의 기대치와 충성도가 낮을 수밖에 없다는 점을 고려해, 수익을 충분히 확보하면서도 어느 게이머에게도 박탈감을 주지 않는 '최적 절충안'의 정립이 필요

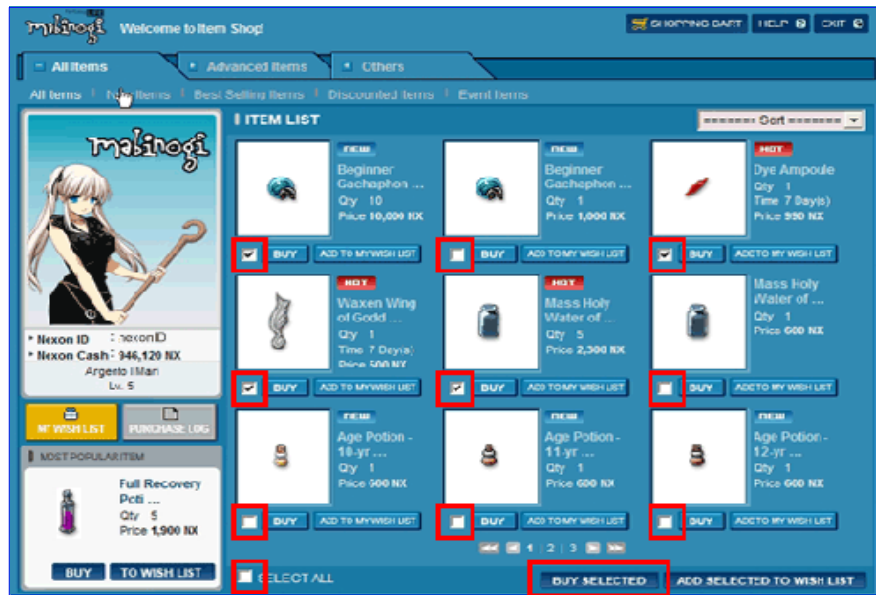
1. F2P 모델에 집중하는 게임산업

서구권 주요 게임업체 수장들이 최근 잇따라 Free-to-Play(부분유료화, 이하 F2P)로의 방향 전환을 시사하고 있다. 단순히 테스트 차원에서 시범 도입하는 수준을 넘어 아예 주력급 게임들의 표준 비즈니스 모델(이하 BM) 자체를 F2P로 바꾸고 있는 것이다.

흔히 부분유료화로 불리는 F2P는 게임을 무료로 개방하고 부수적인 유료 콘텐츠로 수익을 얻는 방식이다. 중국과 한국을 포함한 아시아권 시장에서는 일찌감치 보편화된 방식이지만, 서구권 메이저 게임업체들은 불과 몇 년 전만 해도 F2P를 '비주류 게임의 틈새형 BM'으로 치부하는 경향이 짙었다. 화려한 그래픽과 뛰어난 게임성으로 무장한 메이저급 게임이라면 패

키지 판매나 정액제 같은 Pay-to-Play(이하 P2P) 방식으로도 큰 호응을 얻을 수 있다는 게 그들의 오랜 믿음이었기 때문이다.

[그림 1-24] 유료 아이템을 판매하는 F2P게임 아이템샵



출처 : Nexon(2012)

그러나 이제 서구 메이저 게임업체들의 시각은 F2P 예찬론에 가까울 만큼 반전됐다. 우선 눈에 띄는 업체는 글로벌 게임업체 EA이다. EA의 Peter Moore COO는 게임전문 사이트 Games Industry와의 인터뷰에서 "결국에는 모든 종류의 게임이 소액결제 방식으로 운영될 것"이라며, "게임 자체를 팔아 돈을 벌던 시대는 지나가고 있다"고 단언했다. 한 마디로 F2P 방식이 온라인게임을 넘어 모바일게임과 콘솔게임을 포함한 모든 게임 플랫폼의 미래라는 것이다.

EA의 Peter Moore의 이 같은 언급은 그의 이력과 배경에 비춰 다소 상징적이다. 그는 MS 재직 당시 회사 부통령으로 불리며 Xbox360 사업을 지휘했고, 이제는 세계 2대 퍼블리셔 중 하나로 꼽히는 EA에서 운영 총책을 맡고 있는 인물이다. 즉, 서구 게임업계의 핵심부 인물이 '콘솔+패키지게임'으로 대표되는 종전의 시장 틀을 스스로 부정한 셈이다.

그리고 실제로 F2P 확산은 장르와 플랫폼 구분을 막론하고 진행 중이다. 소셜게임이나 모바일게임 쪽에서는 이미 F2P 방식이 주류를 차지한 양상이고, 정액제가 표준이었던 대작급 MMORPG 부문에서도 <Lord of the Rings Online> 등 다수 타이틀이 지난 2년 새 F2P로의 전환을 마친 상태다.

FPS 부문을 대표하는 회사들 역시 향후 전략과 관련해 비슷한 방향을 예고하고 있다. <Gear of Wars> 개발 업체 Epic Games의 Tim Sweeney CEO는 '수익화 측면에선 아시아의 F2P 방식이 우리보다 훨씬 앞서 있다'고 평가했고, 이런 인식은 <Crisys> 개발 업체인 Crytek의 Cevat Yerli CEO의 언급에서도 거의 똑같이 확인¹⁾된다. Cevat Yerli CEO는 "F2P 방식의 게임이 향후 게임산업을 주도할 것이며, 이에 맞춰 Crytek도 F2P 방식의 게임 개발에 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

게다가 최근에는 EA의 경쟁업체인 Activision Blizzard는 중국 게임업체 Tencent와 제휴를 맺어 자사 대표작인 <Call of Duty>²⁾ 시리즈를 중국 시장에 F2P 기반 온라인 버전 <Call of Duty: Online>으로 출시할 예정이다. Activision Blizzard의 Bobby Kotick CEO는 2012년 7월 3일, 중국 상하이에서 개최된 "Call of Duty Online's Chines"의 기조연설에서 Activision Blizzard와 Tencent가 협력 관계를 구축해 중국 게임시장에 <Call of Duty: Online>을 출시한다고 발표했다. 게임 수익모델의 '대세 변화'를 더욱 실감케 하고 있다.

[그림 1-25] Activision Blizzard의 F2P 방식의 FPS게임 <Call of Duty: Online>



출처 : Activision Blizzard(2012)

- 1) Crytek은 F2P 방식의 게임을 개발하기 위해 FPS게임 <Crysis>시리즈를 <Crysis3>에서 마무리 지을 예정이며, 향후 <Crysis> 게임 IP를 이용한 F2P 게임을 제작할 예정
- 2) <Call of Duty> 시리즈는 최근작인 <Modern Warfare 3>만으로도 2012년 2월 기준 2,000만 명의 월 실질 이용자를 보유한 콘솔 게임시장의 대표적 브랜드

2. F2P가 가지는 장점

2.1 이용자 확보와 저작권 방어에 유리

게임업체의 기존 P2P게임들은 본질적으로 '자유이용권만 판매하는 테마파크'에 가깝다. 다소 비싼 요금을 내더라도 일단 입장만 하면 공원(게임) 내부의 모든 시설(콘텐츠)을 무제한으로 이용 가능한 식이다. 반면 F2P는 입장권이 무료인 테마파크라 볼 수 있다. 누구나 들어갈 수는 있으나 롤러코스터 등 특정 시설을 이용하기 위해서는 돈을 내야 한다.

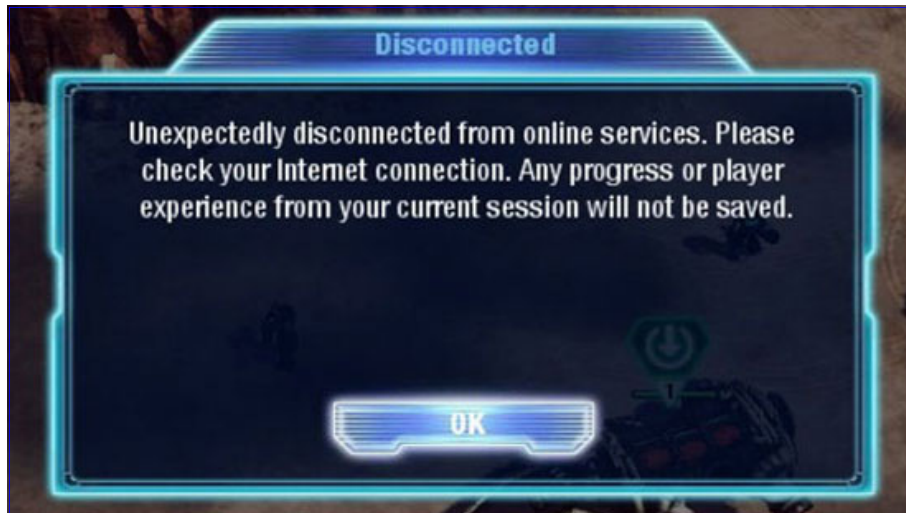
전자에 비해 후자가 지니는 가장 큰 이점은 집객력이다. 어떠한 게임에 대해서든, 당장 일정 액수를 지불하려는 사람보다는 일단 해보고 지불 여부를 결정하려는 사람이 훨씬 많을 수밖에 없기 때문이다. 물론 패키지나 정액제 게임 역시 데모버전이나 한시적인 무료 이용권 등으로 '보통 소비자' 유치를 시도해왔지만, 이런 방식은 게임의 기능이나 플레이 기간에 제한이 있다는 점에서 온전한 '체험'을 담보하기에는 한계가 있었다.

F2P 고유의 두 번째 이점은 저작권 방어가 쉽다는 데 있다. 기존 구매형 게임의 경우, 개발사들은 통상 '데모'나 '라이트'라는 명칭의 맛보기 버전을 따로 내면서 불법복제 방지를 위한 DRM 적용도 병행해왔다. 그러나 맛보기 버전은 그 자체로 추가적인 업무 부하를 수반하는 것이고, 갈수록 엄격해지는 DRM은 오히려 정품 사용자에게 일방적인 패널티³⁾로 작용하기 쉽다.

DRM을 가장 많이 강조한 프랑스 게임업체 Ubisoft도 2012년 9월에 '상시 온라인 접속 DRM'⁴⁾을 포기했다. Ubisoft의 Stephanie Perotti 온라인게임 사업부 책임자는 "소비자 불만 등의 피드백을 경청해 온 결과, 작년 6월부터 게임 설치 시 필요한 단 한 번의 온라인 정품 인증만으로 언제든 오프라인 상태에서 게임을 즐길 수 있게 되었다"고 밝혔다.

-
- 3) 일정 요건에 부합하는 사용자만 디지털 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하는 저작권 보호 기제의 총칭. 게임 업계 일각에서는 '불법복제 이용자는 어차피 게임을 구매할 의사가 없는 사람들'이라는 판단에 따라 DRM을 배제하는 경우도 없지 않았지만, EA 같은 메이저 업체들은 정품 게임의 설치 횟수까지 제한하는 극단적인 DRM으로 소비자 반발을 자초한 바 있음
 - 4) 판매한 게임 SW의 불법 변조를 통한 무단 사용을 방지하기 위해 Ubisoft가 채택한 DRM 정책은 PC 게임 실행 시 Ubisoft의 온라인 서버에 자동 연결되어 해당 게임 SW의 정품 여부를 확인하는 방식이며, 게임 실행 후에도 진행 과정에서 서버와 온라인 연결 상태를 계속 유지하도록 함으로써, 도중에 발생할 수 있는 불법 해킹 관련 서버 인증 우회 시도를 무력화하려 함

[그림 1-26] Ubisoft 게임에서 '상시 온라인 접속 DRM'이 작동하는 화면



출처 : Activision Blizzard(2012)

정액제 MMORPG들 역시 불법복제 위협에서 자유롭지 못하기는 마찬가지다. 〈리니지〉나 〈World of Warcraft〉 같은 인기작에는 오래 전부터 이른바 '프리샵'이라 불리는 불법 사설 서버가 기생해왔고, 그 운영자들 중에는 월 1,000만 원 이상의 고소득을 올리는 사람도 있었다. 반면 F2P는 아예 풀버전 정품 게임을 모든 사용자에게 푸는 성격이다. 맛보기 버전이 따로 있을 필요가 없고, 이용자 진입장벽이 없는 만큼 불법 복제의 동력도 현저히 떨어질 수밖에 없다.

F2P 모델의 이러한 장점으로 이머징 마켓(신흥 시장)에 진출하려는 글로벌 게임업체들은 F2P게임을 적극적으로 도입하고 있다. 즉 심각한 불법 복제와 낮은 저작권 인식 수준 등으로 이머징 마켓 진출을 꺼리던 게임업체들이 무료로 온라인게임을 즐기게 하는 대신 게임 내 아이템 판매나 부가서비스 이용료를 통해 수익을 거두는 부분 유료화 모델, 즉 F2P(Free to Play)게임들을 통해 이머징 마켓의 게이머들을 공략하기 시작한 것이다.

1995년 출시된 이래 3,000만 개 이상 팔리며 5대 베스트셀러 PC게임 프랜차이즈 중 하나로 기록된 전략게임 〈Command & Conquer〉의 게임업체 EA는 이미 F2P게임 전략을 본격화했다. EA의 Facebook 기반 소셜게임 〈Sims Social〉의 경우 게임 내에서 무료로 제공되는 아이템들도 있지만 실물 화폐와 환전이 가능한 게임 내 가상 화폐로 구매가 가능한 유료 아이템들을 통해 수익을 올리고 있다.

[그림 1-27] EA의 F2P 기반의 소셜게임 <Sims Social>



출처 : EA(2012)

또한 유명 액션 어드벤처게임 <Assassin's Creed>와 <Tom Clancy> 시리즈로 유명한 Ubisoft 또한 브라우저 기반의 F2P게임 7종을 올해 8월 독일에서 열린 유럽 게임박람회 'Gamescom 2012'에서 공개했다. 실제로 EA와 Ubisoft의 매출 중 온라인게임의 매출 비중은 이미 상당한 수준인데, Ubisoft의 경우 2011년 매출 10억 6,000만 유로 중 온라인 매출이 8,000만 유로(1억 달러)에 달했으며, EA 또한 2011년 매출 41억 달러 중 온라인 매출이 12억 달러를 돌파했다.

EA의 레이블 대표인 Frank Gibeau는 "모바일 단말기와 PC 보급이 크게 늘어나면서 잠재적인 게임 소비자층이 빠른 속도로 커지고 있는 가운데, 특히 이머징 마켓에서 이러한 추세가 두드러지고 있다"면서, "F2P모델은 이들 이머징 마켓 소비자들을 공략할 수 있도록 한다"고 언급했다.

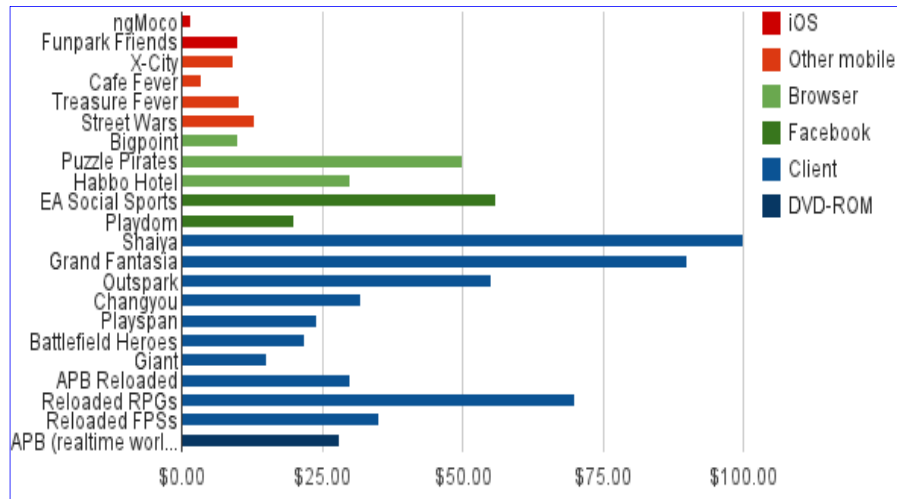
2.2 '스마트 BM'으로 평가받는 F2P

F2P가 물론 장점만 있는 것은 아니다. F2P게임들은 본질적으로 상품이 아니라 서비스이기 때문에 수익화 전략 측면에서 딱히 '정답'이랄 것이 있을 수 없다. 저가 아이템으로 다수 이용자의 결제를 유도하는 박리다매를 택할지, 아니면 극소수 고래(whale)급 이용자를 겨냥해 고액결제를 유도할지 여부는 전적으로 개발사 재량이다. 어느 쪽에 무게를 두느냐에 따라 게임의 ARPPU⁵⁾는 달라지게 마련이며, 이런 편차는 현재 출시된 F2P게임들 사이에서 실제

5) Average Revenue Per Paying User, 부분유료화 게임에서는 전체 이용자 중 소수만이 유료 결제자로 전환되기 때문에 '결제자 1인당 월평균 지출액'인 ARPPU 개념이 종종 사용됨

로 확연히 드러난다. 물론 전체 사용자 규모와 유료결제자 비율 등이 엇비슷한 조건이라면 ARPPU가 높은 쪽이 당장의 수익성 면에서는 낫다고 볼 수 있지만, 여기에 집착할 경우 게임의 밸런스나 수명에 악영향을 주기 쉽다.

[그림 1-28] 게임업체 및 게임별 ARPPU



출처 : Gamesbrief(2012)

같은 플랫폼의 동종 장르 게임들 사이에서도 F2P 전략에 따라 수익지표는 달라진다. 이에 관해서는 웹게임 포털 사업자 Kongregate가 지난 3월 <GDC 2012> 행사에서 공개한 내용을 살펴보자. 당시 예시로는 카드게임 장르인 <Tyrant>와 <Clash of the Dragon>이 제시됐는데, 아이템 가격을 낮게 책정한 <Tyrant>쪽은 유료 결제자 비율이 높은 대신 ARPPU가 낮았고 전체 결제자 중에서 월 500 달러 이상을 지출하는 고액 이용자 비율도 낮았다. 당연한 얘기지만, 유료 아이템의 대중성과 개별 결제자의 지출액은 서로 반비례할 수밖에 없기 때문이다. 반대로 고가 정책으로 아이템 구매 장벽을 높일 경우, ARPPU는 높아지지만 전체 매출의 상당 부분을 고액 결제자에 의존하는 양상이 나타난다⁶⁾.

6) Kongregate 플랫폼의 경우, ARPPU가 높은 게임들은 전체 매출의 40%를 월 1,000달러 이상 지출자에 의존하고 있다. 이들 게임에서 월 100달러 이상 지출자의 매출 비중은 90%에 달함

〈표 1-6〉 Kongregate 플랫폼의 동종 장르 웹게임 2종 수익지표 비교

	Tyrant	Clash of the Dragons
가입기반 대비 실질이용자 비용	59.4%	66.8%
월 ARPPU	33.08달러	59.65달러
유료 결제자 비중	2.26%	1.34%
월 500달러 이상 결제자 비중	1.34%	3.28%
월 ARPU	0.74달러	0.81달러

출처 : 각사 자료(2012)

하지만 어떤 방향을 택하건, 게이머간 상호작용을 수익확대로 귀결시켜야 하기는 마찬가지다. 본질적으로 모든 게임은 플레이 동료와 경쟁자가 많아질수록 재미가 커지고 게이머의 지갑을 열기도 쉬워진다. F2P게임 다수가 길드(Guild) 혹은 리그(League) 개념을 지원하여 게이머간 협력과 경쟁을 동시 유도하는 이유가 여기에 있다. 〈Tyrant〉와 〈Clash of the Dragons〉의 경우, 길드에 소속된 게이머들은 그렇지 않은 이용자보다 결제율이 월등히 높고 평균 결제액 역시 10배 이상 높은 것으로 전해진다. 자기 길드에 대한 소속감 내지 의무감과 타 길드에 대한 경쟁 심리 등이 복합적으로 작용해 지출 확대를 견인한다는 분석이 가능하다.

그리고 이는 F2P게임의 모든 이용자가 어떤 식으로든 수익 확대에 일조할 수 있다는 의미이기도 하다. 처음부터 끝까지 비용을 전혀 지불하지 않는 이용자조차 단순한 무임승차자가 아니라 타 이용자의 지출을 촉진하는 경쟁자 겸 동료로 기능한다. F2P 방식이 게임업체의 '스마트 BM'으로 불리는 이유도 여기에 있다. 기존 P2P게임으로 유인할 수 없는 사람들까지 폭넓게 수용해 일종의 자원으로 활용하면서, 전략 여하에 따라서는 기존 게임 이상의 수익을 창출할 여지도 있기 때문이다.

3. 메이저 게임업체의 F2P 수용 확산 배경

3.1 게이머들의 게임이용 행태 변화

그 간 서구 게임업계, 적어도 메이저 플레이어들 사이에서는 게임 자체를 하나의 상품으로 여기는 경향이 짙었다. 이들의 전통적인 시각에 따르면, 모든 게이머는 서로 평등한 조건 속에서 오직 시간과 노력만으로 남과의 차이를 만들어가야 한다. 그리고 이는 게임시장의 전통적 기반인 하드코어 이용자 사이에서도 상당 부분 공유되는 원칙이었기 때문에 개발사들은 유료 아이템 출시에 더욱 소극적일 수밖에 없었다. 캐릭터 의상 같이 게임 내 밸런스와 무관한 아이템조차 예외는 아니었다.

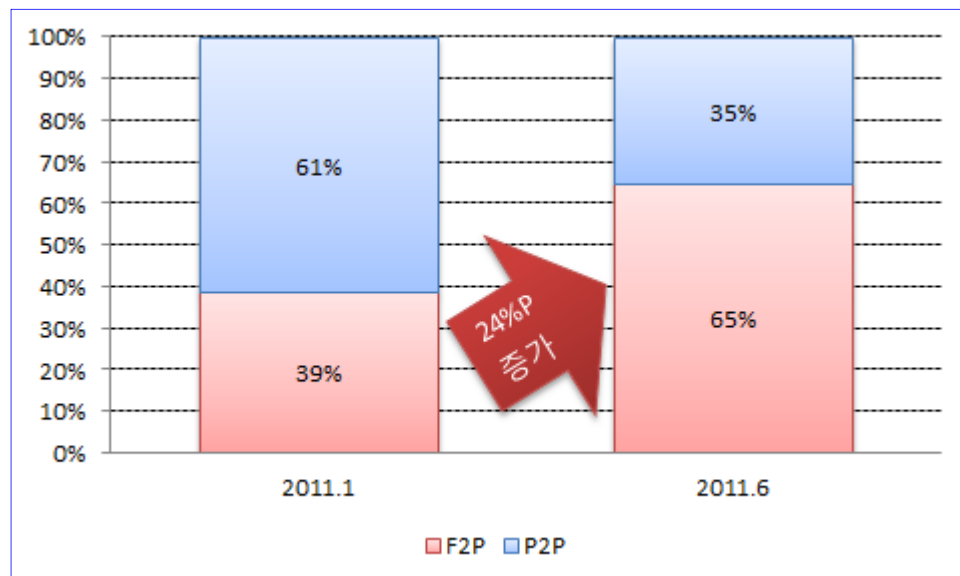
그러나 게임간 경쟁 가열과 게이머 저변 확대를 배경으로 상황은 달라지기 시작했다. 그 '대세 변화'의 선두를 이끈 것이 바로 Apple App Store다. 원래는 App Store 역시 개장 이후

한동안 기존 게임시장과 그리 다르지 않은 흐름을 보였다. 메이저 개발사들은 화려한 고가형 게임으로 세간의 관심을 거의 독점했고, 중소 개발사 게임 대부분은 1달러짜리 저가형 게임으로 박리다매를 노렸다.

하지만 수만 개의 게임이 하나의 장터에 몰리는 레드오션화가 진행되면서 기존의 판매형 모델은 한계에 봉착하게 된다. 1달러에 팔자니 수지가 안 맞고, 비싸게 팔자니 다운로드 수 자체가 적어 인기를 끌기도 전에 게임이 묻혀버리는 일종의 딜레마였다.

'Freemium'으로도 불리는 F2P 모델은 이런 상황에서 상당 부분 강요된 선택이었고, 결국 미국 App Store 게임 매출의 주축은 작년 상반기를 기점으로 P2P에서 F2P로 완전히 역전됐다. 그 과정에서 상당 수 소비자가 F2P 방식에 익숙해진 것은 물론이다.

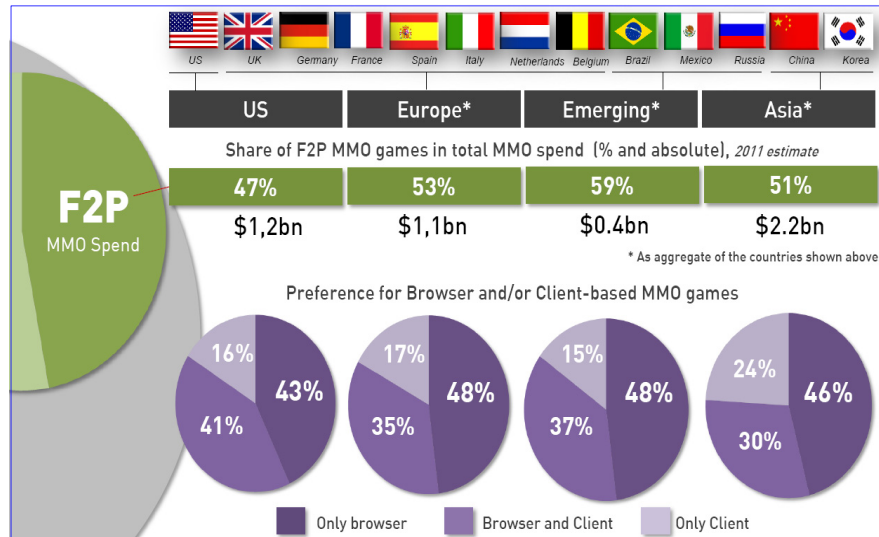
[그림 1-29] 미국 App Store 수익 100위권 게임의 BM별 매출 비중



출처 : Flurry(2011)

그리고 이와 나란히 MMO 게임시장에서도 장르와 플랫폼을 막론하고 비슷한 흐름이 나타나고 있다. 게임 관련 시장조사업체 Newzoo의 2011년 11월 보고서 'MMO Games, Massively Popular'에 따르면, F2P게임이 미국 시장 MMO 판매액에서 차지하는 비중은 2010년 39%에서 2011년 47%로 급성장했다. 해당 소비자의 85%가 35세 이하 젊은 층에 67%가 남성이었음을 감안하면, 시장의 기존 틀과 더불어 '하드코어 게이머 = P2P 선호'의 공식 역시 깨지기 시작한 셈이다. 아시아, 유럽, 신흥시장 등 나머지 지역에서는 F2P게임이 2011년 기준으로 이미 전체 MMO 매출의 과반을 차지한 양상이다.

[그림 1-30] 2011년 MMO 시장의 권역별 F2P 매출 비중



출처 : Newzoo(2012)

3.2 F2P모델의 성공

다음으로 살펴볼 것은 대작급 게임들이 F2P로 거듭 성공하다. 근래 들어 <Lord of the Rings Online>, <DC Universe Online>, <Age of Conan> 등 원래 정액제 기반으로 출시됐던 게임 다수가 F2P로의 전환을 완료했고, 그 중 일부는 단기간에 사용자 수와 매출 양쪽에서 일대고무적인 성과를 전하고 있다.

일례로 Turbine Entertainment의 <Lord of the Rings Online>은 2010년 9월 F2P로 전환 이후 불과 4개월 만에 월매출이 3배나 늘었고 가동 서버 수도 2배가량 증가했다. 시간이 갈수록 이용자 확대가 어려워지는 MMO게임의 특성을 감안하면, 2007년 출시돼 이미 구작 대열에 낀 게임이 이만한 반전을 이룬 것은 분명 이례적이다.

또 하나 대표적인 선전 사례는 SOE의 <DC Universe Online>이다. 만화 속 슈퍼 히어로들을 소재로 한 이 게임 역시 2011년 12월 F2P로 전환 이후 700% 가량의 매출 신장을 이뤘다. 또 전체 매출의 53%가 PS3 플랫폼에서 발생하고 있는 만큼, '콘솔에서도 F2P 방식의 유효성이 입증된 셈'이라는 게 SOE측의 설명이다.

한편, EA의 최근 발표에서는 지역적 실험의 성과가 눈에 띈다. EA는 수년 전 <FIFA> 시리즈의 온라인 버전 <FIFA Online>을 F2P 방식으로 한국 시장에 출시, 국내 매출규모를 1억 달러 수준까지 높이는 데 성공했다. 패키지 게임으로 해당 시리즈를 출시하던 시절에 비하면

4배 가량의 매출 신장이다.

[그림 1-31] F2P로 전환한 EA의 MMORPG <Star Wars: The Old Republic>

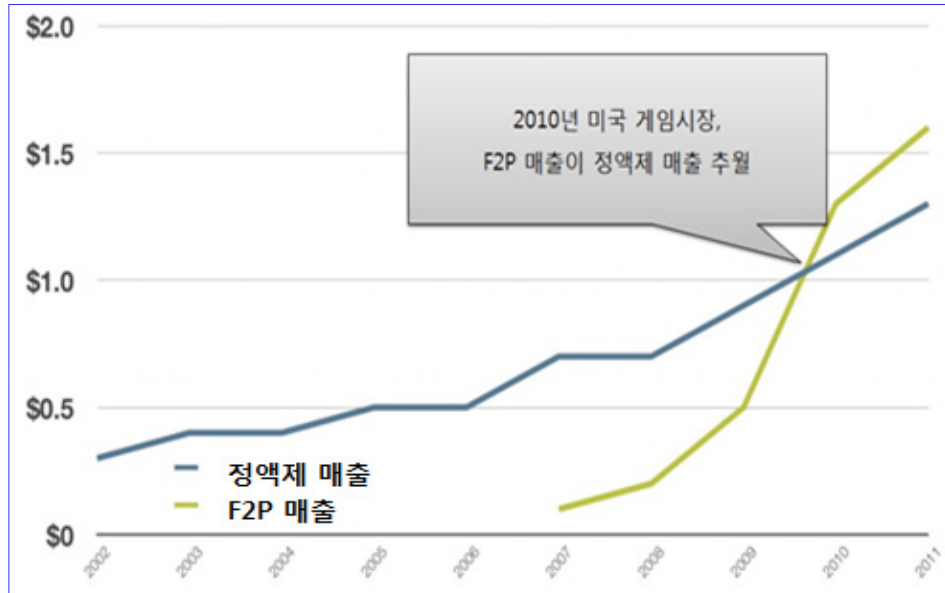


출처 : EA(2012)

아울러 EA와 관련해선 또 하나의 상징적인 소식이 들려오고 있다. 최신 MMO 대작 중에서도 대표급으로 꼽히는 <Star Wars: The Old Republic>의 부분유료화 전환이다. 이 게임은 EA 산하 RPG 명가인 BioWare의 첫 MMORPG라는 점에서 주목을 받았고, 출시 이후 게임 자체에 대한 평가도 그리 나쁜 편이 아니었다. 그러나 현재 <Star Wars: The Old Republic>의 실적은 당초 예상을 훨씬 밑도는 수준이며, 이에 EA는 2012년 가을에 콘텐츠 일부를 무료 개방해 매출을 높이고 있다. 여기서 읽히는 것은, 1억 달러 이상의 개발비가 투입된 역대 최대 규모의 게임⁷⁾조차 P2P로는 성공을 낙관키 어려운 MMO 시장의 현주소다.

7) 공식적인 발표는 아니지만, <Star Wars: The Old Republic>은 개발비로만 1.5~2억 달러가 투입된 것으로 추정

[그림 1-32] 미국 게임시장에서 F2P 매출과 정액제 매출 추이
(단위 : 십억 달러)



출처 : Superdata(2012)

3.3 콘솔게임의 F2P 도입

PC 및 콘솔게임으로 대표되는 기존의 서구 게임업체들은 이러한 변화에 대해 탐탁지 않아 했으며, F2P게임의 구조적인 문제 등으로 인해 성공 가능성에 대해서도 매우 회의적이었다. 먼저 대부분의 F2P게임들의 품질이 형편없었다는 것이 그 이유였으며, 실제로 대부분의 F2P 게임들은 게임의 역동성을 결여하고 있었음은 물론, 게이머들의 충성심을 얻기 위해 노력하기 보다는 게이머들을 속이는데 주력하는 것처럼 보인다는 것이다. 또한, 기존의 콘솔 게임 업체들은 하드웨어적 특성으로 인해 F2P 방식 자체를 도입할 수 없었다.

이러한 문제들로 인해 콘솔 게임업체들은 F2P게임이 사라지거나 일부 저가 게임산업에만 존속할 수 있을 것으로 전망했으며, 프리미엄 콘텐츠를 통해 이른바 소셜게임 및 F2P게임 열풍을 이겨낼 수 있을 것으로 기대했다.

하지만 F2P게임에 대한 오판으로 콘솔 게임업체는 휴대용 게임 콘솔시장의 위축 등 하드웨어 기술력 위주의 게임 수요 창출이 벽에 부딪혔다. TechCrunch에 따르면, 콘솔 게임업체들의 대작 게임 매출은 2011년에만 23% 이상 하락했으며, 이는 Xbox 360이나 PlayStation3의 노후화에 따른 하드웨어 교체주기 상의 시기적 문제가 아닌 것으로 판명됐다. 즉 Nintendo의 3DS나 Sony의 PlayStation Vita 등의 차세대 휴대용 게임콘솔이 시장에서 사실

상 엄청난 실패를 맞는데다가, PC게임 부문 또한 그 성장이 PC의 중저가 하드웨어에 맞춰져 있는 만큼 최신 기술력과 하드웨어가 곧 게임시장 수요를 창출하는 것은 아니라는 주장이 큰 힘을 얻게 된 것이다.

그 결과, 콘솔 게임시장의 선두업체 MS가 2012년 10월 F2P 모델을 도입한 부분유료화 게임 <Happy War>⁸⁾을 출시하면서, 게임업계에서는 콘솔게임의 F2P 적용에 대한 찬반 논란이 거세게 나타나게 된다. 온라인 멀티플레이게임 <Tribes: Ascend>의 개발업체 Hi-Rez Studios의 Todd Harris COO는 "Xbox360에서의 부분유료화 게임 지원은 당연하며, 부분유료화 모델은 초기 실물 게임 구입을 꺼리는 게이머의 가격 저항을 줄이고⁹⁾, 이론적으로 수익의 한계가 없어 개발자들의 인센티브 확보에 유리할 것"으로 전망했다.

[그림 1-33] Xbox360의 최초 F2P 방식의 게임 <Happy War>



출처 : MS(2012)

시장조사업체 R.W. Baird & Co의 Colin Sebastian 애널리스트 또한 "게임 퍼블리셔의 최종 목표는 60달러에 게임을 구매하는 등 일회성 지출이 아닌 게이머들로부터 지속적 수익을 창출하는 것"이라고 강조했다. Sebastian는 "Zynga가 부분유료화 게임 모델을 채택하는 이유는 "코어 게이머들이 계속해서 비용을 지불하기 때문"이라며, "만약 MS에서도 가입비나 로열티를 지불하게 한다면 게임 가격을 얼마나 높게 책정하는지 여부는 문제시 되지 않을 것"이라고 주장했다.

8) 일본 게임업체 Toylogic이 개발하고 MS Studio가 퍼블리싱한 <Happy Wars>는 게이머들이 자신의 검색 아바타를 생성해 대전을 벌이는 액션게임으로 Xbox Live Gold 회원에 무료로 제공

9) DFC Intelligence의 David Cole CEO에 따르면, F2P게임을 즐기는 하드코어 게이머들의 유료 아이템 및 서비스 구매 행태는 기존 패키지 유통 방식에서 나타났던 게이머들의 구매 행태와 상당히 유사

반면, 시장조사업체 Wedbush Securities의 애널리스트 Michael Pachter는 "MS는 콘솔게임의 부분유료화 모델 도입에 관심이 없을뿐더러, 넘쳐나는 무료 이용자로 서버 공간만 가득 찰 것"이라고 경고했다. Pachter는 전 세계 8억 명 이상의 이용자를 확보하고 있는 Facebook의 경우 Zynga의 <FarmVille>과 같은 부분유료화 게임 모델로부터 전체 수익의 1/3 이상을 벌어들이는 반면, 1,700만 명의 이용자를 확보하고 있는 MS의 유료 서비스 Xbox Live Gold는 연간 1,000만 달러 정도의 수익을 올리고 있다고 설명했다.

4. F2P 모델, 선택이 아닌 필수

4.1 F2P 모델, '수익성'과 '퀄리티'의 딜레마

F2P 모델의 성공 가능성에 대한 회의론이 소액 결제 시스템을 도입한 온라인게임이나 소셜게임 등의 성공으로 줄어들고 있는 가운데, F2P게임이 앞으로 어떤 방향으로 성장해 나가야 할 것인가에 대한 논의의 필요성은 더욱 중요해지고 있다.

현재 F2P게임은 게이머들이 짧은 시간에 많은 비용을 소비하도록 압력을 넣는 데에만 초점이 맞춰져 있어 내부적으로 비판의 목소리가 커지는 분위기이다. 다만 이 문제는 F2P 모델의 본질적 문제라기보다 F2P 모델이 게임시장에 정착해 나가는 과도기적 과정에서 발생하는 일종의 부작용이다.

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 한다. 초기에는 F2P 모델을 통해 별다른 노력 없이도 큰 성공을 맞볼 수 있는 시절이 있었지만, 모든 업체들이 F2P 모델에 주목하고 있는 현재 시점에서는 콘텐츠에 대한 질적 기준이 매우 높아진 상태이다.

그 결과, <Fallout>이나 <Elder Scroll>과 같은 대작 게임들도 F2P 모델로 서비스된다면 큰 성공을 거둘 수 있을 것이라는 주장과, 아직 대작 게임이 F2P 모델로 서비스하기에는 부담해야 할 리스크가 너무 크다는 주장이 충돌하고 있다. 일부 게임관계자들은 일부 게임업체들이 눈에 보이는 수익을 좇아 F2P 모델에 진출하는 것은 결국 대작 게임 개발 위축으로 이어질 것이라는 주장하고 있다.

F2P게임의 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 주장했다. 또한 그는 "F2P 시장으로의 쏠림 현상은 결국 소비자들의 게임 선택권을 제한하는 결과를 낳을 뿐"이라고 언급했다.

4.2 F2P, 이제 'Whether' 아닌 'How'의 문제

결론적으로 선진국 게임업계는 이제 F2P 중심으로의 게임시장 재편이 불가피하는 데 의견을 같이 하고 있다. 모바일과 온라인은 물론이고, 패키지 게임의 최후 보루였던 콘솔 플랫폼마저 F2P에 길을 내줄 만큼 시장의 흐름 자체가 바뀌고 있기 때문이다. PlayStation과 Xbox 플랫폼은 이미 대작급 F2P게임을 수용하기 시작했고, 연내 발매될 Nintendo의 차세대 콘솔 Wii U 역시 출시와 동시에 Ubisoft 등 주요 업체의 F2P 신작게임 다수를 디지털 유통 방식으로 공급받을 전망이다.

[그림 1-34] PlayStation3의 F2P 기반 MMOFPS <Defiance>



출처 : Trion Worlds(2012)

그리고 일부 업체는 F2P로의 전면 전환을 전제한 채 벌써부터 '콘솔 이후 시대'를 준비하고 있다. Crytek이 개발 중인 자체 SNS 플랫폼 'GFace'가 바로 그런 종류다. 현재 공개된 내용에 따르면 GFace는 향후 출시될 Crytek 게임들의 커뮤니티 허브로서 동영상 공유 등 기본적인 SNS 기능에 스트리밍 방식의 게임 플레이까지 지원할 전망이다.

게임 스트리밍이란 사용자 단말이 아닌 고성능 서버에서 게임을 구동해주는 일종의 클라우드 서비스로 인터넷 접속만 되면 어느 플랫폼에서든 게임을 즐길 수 있다는 게 특징이다. 이런 서비스를 굳이 게임 개발사 차원에서 구축하는 배경에는 '플랫폼의 종류가 어떻게 바뀌든 F2P의 수익기반인 이용자 커뮤니티만큼은 안고 가야 한다'는 판단이 깔려 있다.

물론 일부 게임은 여전히 P2P 방식으로 출시되고 있고, 그 가운데 대표작인 <Diablo 3>는 지난 5월 발매 이후 2개월 남짓 사이에만 전 세계적으로 1,000만 장이 판매돼 역대 가장 빨리 확산된 게임으로 기록¹⁰⁾되기도 했다.

그러나 엄밀히 따지자면 <Diablo 3>를 전통적인 패키지게임으로 분류하기에는 무리가 있어 보인다. 원래 패키지게임은 DVD를 일단 팔고 나면 추가 수익을 기대하기 어려운 성격이지만, <Diablo 3>는 이용자간 아이템 매매를 중개하고 거래액의 15%를 수수료로 가져가는 현금 경매장을 아예 게임 내에 직접 탑재하고 유럽과 북미에서 이미 실제 운영에 돌입했다.

이 게임이 현금 경매장을 지탱할 만큼의 콘텐츠를 갖추고 있는지는 의문이지만, 어쨌든 분명한 것은 기록적 히트가 예정된 패키지 시장의 대표 IP마저 게임 자체의 판매액에만 전적으로 의존하기는 어려워졌다는 사실이다¹¹⁾.

[그림 1-35] <Diablo3>에 도입된 아이템 현금 경매장



출처 : Activision Blizzard(2012)

단, F2P의 전 방위 확산을 기정사실로 인정하더라도 그것이 과연 게임 소비자에게 유익한 흐름인지는 논란의 소지가 있다. 본질적으로 모든 F2P게임은 유료 결제자에게 어떤 식으로든 차별적인 만족감을 제공하는 동시에 무료 이용자에 대해서도 어느 정도 공정한 경쟁 환경을 확보해줘야 하는 과제를 안고 있다. 그러나 지금까지 출시된 게임들 상당수는 이들 두 이용자 그룹 사이에 넘을 수 없는 벽을 놓아온 게 사실이고, 결국 양쪽 모두에게 피로감만 남

- 10) <World of Warcraft> 1년 이용권 구매자들에게 무료로 제공된 분량을 빼면 <Diablo 3>의 실제 판매량은 880만 장 수준인 것으로 추산
- 11) <Diablo 2>의 경우, 출시 이후 10년 넘게 무료 온라인 플레이를 지원하면서 서버 비용만으로도 수익의 상당 부분이 잠식된 것으로 전해짐. 이런 의미에서 Activision Blizzard 성장의 핵심 동력이자 패키지 게임 전반에 표준 요소로 자리 잡은 온라인 멀티플레이 서비스는 게임의 인기가 오래 갈수록 회수 불가능한 비용 역시 커지는 '양날의 칼'로 평가

기는 경우도 적지 않았다.

하지만 이런 폐해는 F2P 게임시장의 성숙과 더불어 일정 부분 개선될 전망이며, 이미 변화의 계기는 나타나고 있다. Riot Games의 대표작 <League of Legends>가 바로 그런 사례다. <League of Legends>는 유료 결제 여부에 관계없이 모든 이용자가 공정한 환경에서 전투를 즐길 수 있도록 지원¹²⁾, 전 세계 최고 인기 게임 반열에 오르는 데 성공했다. DFC Intelligence 집계에 따르면, <League of Legends>의 누적 플레이 시간은 2009년 10월 출시 이후 최근까지 무려 130억 시간에 달해 역대 출시된 모든 PC게임 중 최장이고, 2위인 <World of Warcraft>와 비교해도 20배 이상이다.

[그림 1-36] 게임 밸런스와 무관한 유료 아이템만을 판매하는 <League of Legends>



출처 : Riot Games(2012)

물론 <League of Legends>의 인기는 기존 온라인게임의 빈틈을 찢은 참신한 게임 방식과도 무관치 않다. 그리고 이 게임의 유료 과금 모델이 다른 모든 게임에 똑같이 적용될 수 있는 것도 아니다. 하지만 한 가지 확실한 것은 이처럼 '이용자 친화적'인 게임이 인기를 오래

12) <League of Legends>의 유료 아이템은 특정 캐릭터를 고정적으로 이용할 수 있는 소유권이나 캐릭터 의상 등 지엽적인 것으로 한정. 유료로 구매한 캐릭터라도 실제 성능은 일반 캐릭터와 아무 차이가 없기 때문에 게임 밸런스에는 전혀 영향이 없음

누릴수록 그와 유사한 방향을 택하는 게임도 많아질 수밖에 없다는 점이다. 이제 전 세계 게임업체는 게임 자체의 퀄리티 못지않게 BM 측면의 창의성 역시 중요한 시대로 접어들고 있다. 궁극적인 목표는 수익을 충분히 확보하면서도 어느 이용자에게도 박탈감을 주지 않는 '최적 절충안'의 정립이다.

참고자료

1. 'DC Universe Online revenue up 700% after free-to-play switch', Gamesradar, 2011.11
2. 'Ditching Far Cry, piracy, gameplay and just about breaking even: Crytek on the ups and downs of the Crysis series', Eurogamer, 2012.11
3. 'EA Disappointed with Star Wars: The Old Republic, Offering F2P Option this Fall', Gameranx, 2012.08
4. 'Free-to-Play Is Here To Stay', Forbes, 2012.10
5. 'Free-to-play Revenue Overtakes Premium Revenue in the App Store', Flurry, 2011.07
6. 'F2P FIFA Quadrupled EA's Money In Korea', Dealspwn, 2012.06
7. 'Is Free-to-Play the Future of All Games?', mmosite, 2012.07
8. 'MCV digital edition goes free-to-play', MCV, 2012.11
9. 'MMO Games, Massively Popular', Newzoo, 2011.11
9. 'Riot Games' League Of Legends Officially Becomes Most Played PC Game In The World', Forbes, 2012.07.
10. 'The Free-To-Play Storm and the Freecore Gamer', Gameindustry, 2012.09
11. 'The Rebirth of Consoles: The Age of F2P', mmohut, 2012.07
12. 'Turbine: LotRO Monthly Revenues Tripled Since F2P Switch, Rise of Isengard Explained', Blisteredthumbs, 2011.01
13. 'Ubisoft's Early: New business models like new platforms "on steroids"', Gameindustry, 2012.09
14. 'Why your game should be F2P', Superdata, 2012.04
15. 'F2P(Free-to-Play) 모델의 '수익성'과 '퀄리티'의 딜레마... 결국 게이머가 원하는 것은 재재있는 게임', 스트라베이스, 2012.11
16. '게임 콘솔 입김 약한 아시아 시장, 불법 복제와 모바일·온라인 게임 등 난관 해결 절실', 스트라베이스, 2012.09

일본 게임업계의 패러다임 전환에 따른 콘솔 게임진영의 대응전략

|| Key Message ||

- 현재 일본 게임업계는 플랫폼, 수익모델, 게임 콘텐츠의 변화라는 패러다임의 전환에 직면
- 특히 소셜 게임시장의 급속한 성장을 바탕으로, 최근 콘솔 게임업체들은 기존 전략을 급 수정
- Nintendo, Sony 등 하드웨어 중심의 콘솔 게임진영은 새로운 플랫폼의 출현과 모바일 단말의 성능 진화 및 기능성 확장 등으로 인해 자사 게임 플랫폼의 가치 하락에 직면
- Konami, Capcom 등 소프트웨어 중심의 콘솔 게임진영은 강력한 캐릭터 콘텐츠 IP 개발력을 기반으로 소셜·모바일게임 사업자로의 변신에 성공
- 소셜, 모바일게임 중심으로 재편되고 있는 일본 게임업계에 새로운 게임산업 지표 개발의 필요성 제기

1. 일본 게임업계의 패러다임 전환

지난 수십 년간 글로벌 콘솔 게임시장의 강자로 자리매김해온 일본 게임업계가 통신 인프라 발달과 단말 성능 고도화를 배경으로 한 게임의 온라인화 물결을 타고 △'콘솔'에서 'SNS'로의 게임 플랫폼 변화, △'F2P' 수익모델의 전방위적 확산, △게임 소비 방식 전환에 따른 '게임 콘텐츠' 변화라는 새로운 패러다임의 전환에 직면해 있다.

MS와 함께 세계 3대 콘솔 사업자로 군림하며 글로벌 게임업계에 막강한 영향력을 행사해 온 일본 콘솔 게임진영의 Nintendo와 Sony가 동반 추락한 반면, 모바일 소셜 게임업체 GREE와 DeNA 등은 일본 내수 시장뿐만 아니라 해외에서도 괄목할 만한 성장세를 구가하며 새로운 대표 주자로 부상하고 있다.

시장조사업체 Screen Digest의 게임전문 애널리스트 Piers Harding-Rolls는 "유럽과 북미 시장은 이미 모바일·소셜게임 중심으로 재편돼 Zynga, Rovio 등이 전 세계적으로 영향력을

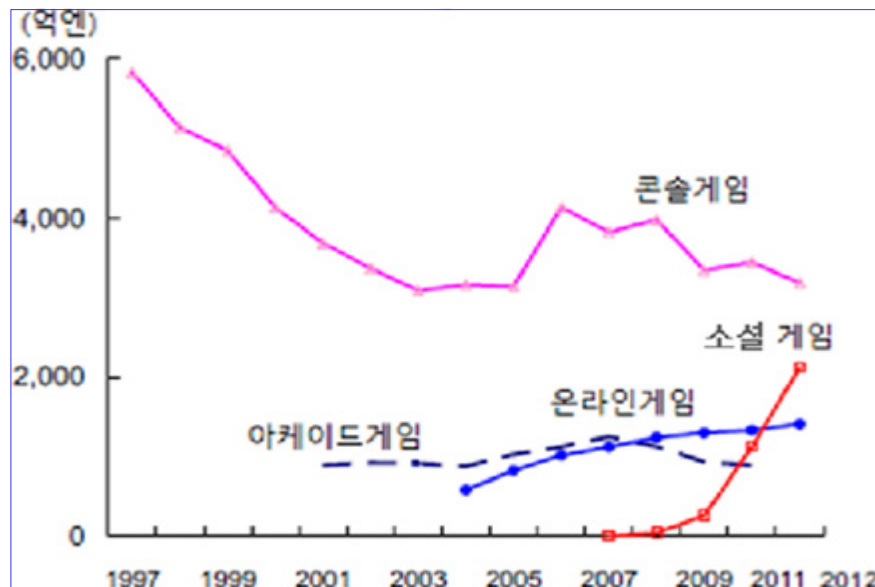
과시하고 있는 데 비해 일본 게임업계는 다소 늦은 출발로 이제야 본격적인 패러다임의 전환을 맞이하고 있다"고 언급했다.

그 결과 최근 일본 콘솔게임 사업자들은 기존 사업 전략을 조금하게 수정하고 있는데, Nintendo, Sony로 대표되는 하드웨어 중심의 콘솔 게임진영은 멀티 플랫폼 전략을 구사하고 있으며, Konami, Capcom 등 소프트웨어 중심의 콘솔 게임진영은 콘솔게임에서 축적된 강력한 캐릭터 콘텐츠 IP와 개발력을 기반으로 모바일 소셜 게임영역에 침투하고 있다.

1.1 '콘솔'에서 'SNS'로 게임 플랫폼의 변화

일본 게임업계에 불어 닥친 첫 번째 패러다임의 전환은 게임 개발 및 유통의 근간이 되는 '플랫폼'의 변화다. 기존 PlayStation, Wii 같은 게임전용 콘솔 HW 플랫폼의 시대가 지고, GREE, Mobage 등 SNS 기반 플랫폼을 활용한 게임업체의 성장세가 눈부시다.

[그림 2-1] 일본 게임업계 분야별 시장 규모 및 성장 추이(1997~2012)
(단위 : 억 엔)



출처 : 야노경제연구소(2012)

시장조사업체 Enterbrain과 DFC Intelligence가 발표한 보고서 'The Secret of GREE & Mobage's Success¹⁾'에 따르면, 일본의 야노경제연구소는 콘솔 게임시장의 경우 최고 매출을 기록해 호황을 누렸던 2007년²⁾ 대비 2012년 콘솔게임 하드웨어 매출은 46% 감소한 1,702억

1) 2012년 8월 일본 소셜 게이머 1,600명을 포함해 총 6만 9,000명의 게이머를 대상으로 설문조사 실시

엔, 소프트웨어 매출은 24% 감소한 2,722억 엔으로 나타났다고 밝혔다. 반면, 일본 소셜 게임시장 규모는 2011년 약 2,110억 엔에서 2012년 2,579억 엔으로 큰 폭의 성장세가 전망된다.

이와 같은 플랫폼의 변화는 지난 2012년 9월 20일 개최된 세계 3대 게임쇼 중 하나로 일본 게임산업을 한눈에 조망할 수 있는 'Toyko Game Show 2012(이하 TGS 2012)³⁾'에서도 극명히 드러났다. 'TGS 2012'에는 일본의 대표적인 콘솔 게임업체인 Nintendo가 불참한 가운데,GREE, DeNA, gloops 등 모바일 소셜게임 기업들이 다수 참여해 콘솔게임에 대항해 일본 게임산업 발전을 주도하는 모바일 소셜게임의 성장세를 가늠할 수 있었다.

특히 2012년 TGS에 최초로 참가한 일본 소셜게임 개발업체 gloops⁴⁾는 부스 이벤트에서 자사의 소셜게임 이용자 수가 1,800만 명을 돌파했으며, 매출액은 2012 회계연도(2011년 7월~2012년 6월) 기준 237억 5,500만 엔을 기록해 전년 동기대비 5배 증가하는 등 큰 폭의 상승세를 나타냈다고 발표했다.

1.2 'F2P 수익모델'의 전방위적 확산

일본 게임업계의 또 하나의 패러다임 전환은 '수익모델'의 변화다. 그간 일본 게임시장의 주류였던 콘솔게임은 막대한 개발비와 수년간의 개발 기간을 투자해 완성한 게임 패키지를 통해 발매 이후 한 달 내에 개발비의 대부분을 회수하는 수익모델을 고수해왔다. 그러나 온라인게임이 등장한 후 게임업체와 고객 간 접촉과 상호 간 커뮤니케이션이 증가하면서 게임 업계에서도 '게임의 서비스화' 경향이 나타났으며, 최근에는 소셜게임과 같이 단기간에 수백만 엔에서 수천만 엔의 소규모 예산으로 개발되는 게임이 크게 증가하고 있다.

따라서 게임 플레이는 무료로 제공되지만 게임 내 가상 아이템에 지급하는 Free-to-Play(이하 F2P) 모델이 각광받기 시작했으며, 실제 F2P 확산은 장르와 플랫폼 구분을 막론하고 진행 중이다.

소셜게임이나 모바일 게임영역에서는 이미 F2P 방식이 주류를 차지함에 따라 게임업체들은 이용자들의 이용행태를 분석해 지속적으로 아이템을 판매하는 전략을 모색하고 있으며, 최근에는 기존 대형 콘솔 게임업체들까지도 주력급 게임 타이틀의 표준 BM 자체를 F2P로

2) 2007년 일본 콘솔 게임업계의 하드웨어 매출은 3,179억 엔, 소프트웨어 매출은 3,598억 엔으로 최고 전성기를 구가함

3) 일본 CESA와 Nikkei Business Publications가 공동 주최하는 아시아 최대 규모의 게임 관련 종합 전시회로, 2012년에는 전년대비 1,000명 많은 총 22만 3,753명의 관람객을 동원해 역대 최다 규모를 기록함

4) 2012년 10월 1일 국내 게임사업자 Nexon이 365억 엔(약 5,230억 원)에 gloops를 인수한다고 발표해 화제를 모은바 있음

변경하고 있는 상황이다.

실제 시장조사업체 Enterbrain에 따르면, GREE와 Mobage의 부분유료화 아이템 이용자 비중은 각각 14%, 16%로 세계 최대 소셜게임 플랫폼인 Facebook이 5~6%대인 것에 비해 3배 가량 높은 것으로 나타났으며, 게이머들이 부담 없이 지출하는 금액은 월 1,500엔(약 18달러) 정도인 것으로 집계됐다.

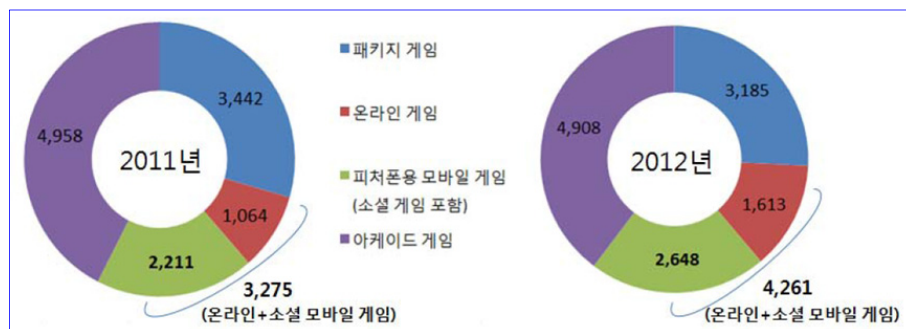
시장조사업체 Pearl Research의 Allison Luong은 "실물 게임 유통 방식의 전통 게임산업 BM은 게임 소매가 이상의 수익을 견인할 수 없으며, 60달러에 달하는 높은 가격으로 소비자들의 구매를 제한하고 있다"며, "장기적 안목에서 콘솔 게임업체들도 F2P 방식을 도입해야 한다"고 강조했다.

1.3 게임 소비 방식 전환에 따른 '게임 콘텐츠'의 변화

일본 게이머들의 게임 소비 방식이 오프라인에서 온라인으로, 게임 비용 지불도 패키지 판매에서 부분유료화로 전환됨에 따라 제공하는 '게임 콘텐츠' 자체의 내용과 형태도 변화하고 있다.

일본 디지털콘텐츠협회(Digital Content Association of Japan)가 지난 2012년 10월 발표한 '일본 콘텐츠 산업 시장규모 및 동향' 보고서에 따르면, 2011년 일본 디지털 시장규모는 전체의 63.5%를 차지해 총 7조 6,444억 엔을 기록한 가운데, 게임 콘텐츠 시장규모는 1조 2,354억 엔을 돌파한 것으로 나타났다.

[그림 2-2] 2011년~2012년 일본 게임 콘텐츠 시장규모 변화 추이
(단위 : 억 엔)



출처 : 일본 디지털콘텐츠협회(2012), 스트라베이스 재구성

일본 동북부 대지진 및 원전사고로 인한 메이저 타이틀 출시 지연, Nintendo 3DS의 게임 타이틀 판매 부진으로 패키지게임 콘텐츠 시장규모는 전년대비 7.5% 감소한 3,185억 엔을

기록했다. 반면, 온라인 게임시장 및 피쳐폰 전용 모바일게임 콘텐츠 시장규모는 각각 전년 대비 51.6%, 19.8% 증가한 1,613억 엔, 2,648억 엔을 기록해 사상 최초로 온라인, 모바일게임 콘텐츠 매출이 패키지게임 콘텐츠 매출을 넘어선 것으로 집계됐다. 특히 소셜게임 콘텐츠의 경우 2012년 매출이 전년대비 689억 엔 증가해 49.6%의 성장률을 기록했다.

콘솔게임과 달리 모바일게임 및 소셜게임은 짧은 플레이 시간과 게임 단말의 성능 제약 등으로 인해 기존 게임 콘텐츠보다 단순한 특징을 가지고 있다. 또한 온라인 상에서 다른 이용자와 교류하면서 플레이할 수 있기 때문에 소셜 요소를 중시하는 경향을 나타낸다.

특히 일본에서는 PC보다는 모바일 소셜게임이 주류⁵⁾를 이루고 있는데, 이로 인해 모바일 단말에 최적화된 카드 장르의 모바일 소셜게임 콘텐츠가 강세를 유지해왔다. 모바일 단말의 경우 PC보다 화면이 작아 Farm류의 경영 시뮬레이션 장르에서 중요시 여기는 연출 상의 제약이 있으므로, 이동 중에 한 손으로 조작할 수 있는 카드 배틀 장르가 모바일 소셜게임과 자연스럽게 융합된 것이다.

카드배틀 장르의 소셜게임은 주로 '트레이딩 카드게임(Trading Card Game, TCG)⁶⁾'로 통용되며, 2011년 시장 규모 1,000억 엔을 돌파해 일본 소셜게임의 주류로 시장 성장을 견인하고 있다. 또한 Farm류의 경영 시뮬레이션 장르보다 ARPPU(Average Revenue Per Paying User, 구매 게이머별 평균 매출)가 높은 것이 특징이다.

한편, 일본에서는 브라우저 기반이 아닌 애플리케이션 방식의 모바일 소셜게임의 경우 모든 게임 플랫폼의 게이머들이 즐기고 있어 기존 콘솔게임 이용자들의 눈높이까지 충족시켜 줄 수 있는 그래픽이나 로직을 중시하는 경향이 나타나고 있다.

그 결과 최근에는 RPG, 액션, MMO, FPS 등 하드코어 장르인 소셜게임 콘텐츠들이 연이어 출시되고 있다. 지난 'TGS 2012'에서도 일본 소셜게임 콘텐츠 장르의 다변화가 포착되었는데, GREE는 스마트폰 전용 판타지 RPG게임 타이틀인 〈Project Fantasm: A〉 등 다양한 장르의 고화질 모바일 소셜게임 라인업을 강화함으로써 질적 도약을 꾀하겠다고 밝힌 바 있다.

DeNA는 "게임 그래픽이 뛰어나고 난이도가 높은 하드코어 소셜게임의 경우 아이템 구매

5) 일본에서는 i-mode 및 2003년부터 도입된 모바일 인터넷 정액제 등으로 일찌감치 모바일 인터넷이 활성화됨에 따라 소셜게임에 접속하는 첫 번째 수단이 모바일 단말로, PC를 이용하지 않고 모바일을 통해서만 소셜게임에 접속하는 이용자들이 전체의 3/4에 해당함

6) 트레이딩 카드게임은, 유료 아이템인 카드를 게임 룰에 따라 수집하며 진행하는 게임으로, 카드 조합 방식에 의해 승부가 결정되며 주로 2인 대전 형식이 많음. 트레이딩 카드게임의 아이템은 '가챠폰' 방식(확률형 시스템)에 기반하고 있어, 게이머들의 지속적인 아이템 구매를 유도함

가 활발히 발생해 캐주얼 장르보다 ARPU가 높고 게임 수명이 길다는 장점이 있다"며, 향후 게임 개발력 강화를 통한 하드코어 소셜게임 개발 및 장르 다변화에 적극 나서겠다고 밝혔다.

2. 일본 게임업계 패러다임 전환에 따른 콘솔게임 HW진영의 대응전략

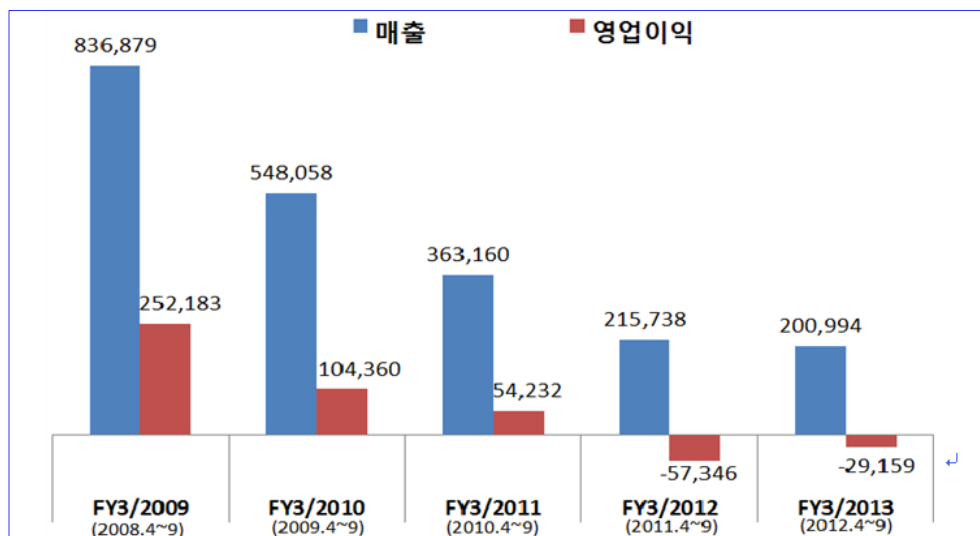
현재 일본 콘솔 게임업계의 하드웨어 진영은 새로운 플랫폼의 출현과 모바일 단말의 성능 진화 및 기능성 확장 등으로 인해 게임 플랫폼의 가치 하락에 직면한 상태이다. 이는 지난 10월 하순부터 11월 초까지 진행된 Nintendo, Sony 등 메이저 콘솔 게임업체의 분기 실적 발표를 통해서도 극명하게 드러났다.

2.1 Nintendo, 사상 최악의 실적 회복 위한 멀티 플랫폼 전략 가동

지난 2010년 10월 24일 Nintendo의 2013 회계연도 1, 2분기(2012년 4월~2012년 9월) 실적 발표에 따르면, 총 매출은 2,009억 9,400만 엔으로 전년 동기대비 6.8% 감소했으며, 영업 손실 또한 291억 5,900만 엔을 기록했다. 차세대 게임기 'Wii U' 생산에 따른 수익성 악화와 더불어 엔고 현상으로 인해 232억 엔 가량의 환차손이 더해지면서 2012년 4월 공표한 예상 매출 목표치(2,300억 엔)를 하회했다.

[그림 2-3] Nintendo의 2008~2012년 1, 2분기 실적 변화 추이

(단위 : 백만 엔)



출처 : Nintendo(2012), 스트라베이스 재구성(2012)

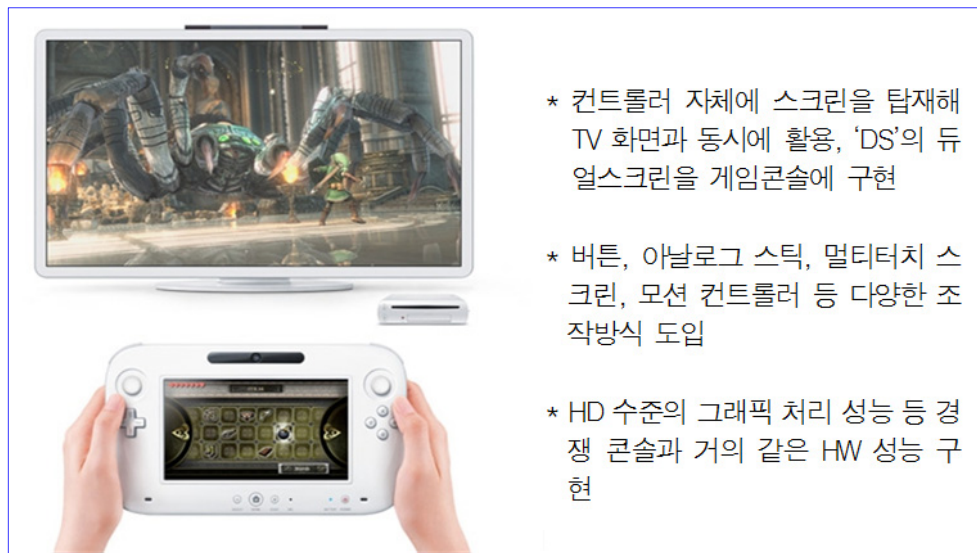
2012년 4월 오사카 증권거래소에 상장(1962년)된 이래 50년 만에 처음으로 회계연도 순손실을 기록한 Nintendo는 주력 플랫폼인 'DS'와 'Wii'의 판매량이 급감하는 등 이미 콘솔 플랫폼으로서 수명을 다한 가운데 차세대 플랫폼인 '3DS'까지 초반 불안한 출발로 예상 이하의 성적을 거두면서 전례 없는 실적 부진을 나타내고 있다.

Sony, MS와 함께 3대 게임 콘솔 플랫폼 홀더로 군림하며 글로벌 게임업계에 지대한 영향력을 행사해온 Nintendo의 실적이 계속 악화되면서 일본 게임업계에서는 Nintendo가 기존의 전통 콘솔 게임사업을 축소하고 스마트폰게임 등 새로운 영역에 진출해야 한다는 주장이 끊임없이 제기되어 왔다.

이에 따라 Nintendo는 2012년 12월 차세대 게임콘솔 'Wii U' 출시와 함께 모바일과 소셜에 보다 집중해야 한다는 업계의 지적을 수용해 기존 Wii의 모션 컨트롤러에 태블릿PC와 유사한 터치스크린을 결합한 'Wii U GamePad'를 선보일 예정이다. 북미에서 2012년 11월 18일, 일본에서 2012년 12월 8일 출시되는 'Wii U'의 기본형(Wii U Basic Set) 화이트 콘솔 판매가는 299.99 달러, 프리미엄 버전(Wii U Premium Set) 블랙 콘솔 판매가는 349.99 달러로 책정되었다.

Nintendo는 또한 지난 2012년 6월 6.2인치 터치스크린을 장착한 'Wii U GamePad' 공개를 통해 TV 화면과 연동 게임은 물론 TV 방송이나 영화, 스포츠 등 다양한 영상 콘텐츠를 게임 패드로 직접 수신해 시청할 수 있는 'TVii' 기능을 소개했다.

[그림 2-4] Nintendo의 차세대 게임기 'Wii U'의 차별화 포인트



출처 : 스트라베이스(2012)

업계 전문가들은 Nintendo의 'Wii U'가 다분히 스마트폰과 태블릿PC를 염두에 둔 제품이라는 의견을 제시하면서, 최근 TV와 태블릿PC 등 모바일 단말 간 연동 기능이 주목받고 있는 가운데, Nintendo도 게임 영역에서 만큼은 뒤처지지 않기 위해 시장 선점을 위한 행보를 본격화하고 있다고 평가했다.

나아가 Nintendo는 2012년 6월 개최된 'E3 2012'에서 기존 Nintendo 게임기 보유자들이 Facebook, Twitter와 같이 간단한 텍스트 메시지로 관계망을 형성할 수 있는 독자 소셜 네트워크 서비스 'Miiverse'도 공개했다. 게임 플레이 중 언제든지 'Wii U GamePad'를 통해 접속이 가능한 'Miiverse'는 온라인 기능이 없는 게임이라도 같은 게임을 즐기는 친구들과 교류할 수 있으며, 게임 중 막히는 부분을 묻거나 관련 팁을 주고받고, 게임 업적을 자랑하거나 게임에 대한 평가 및 토론을 가능케 한다.

무엇보다 'Miiverse'는 'Wii U', 'Nintendo 3DS' 등 Nintendo의 인터넷 연결 기능이 지원되는 게임기뿐만 아니라 PC, 스마트폰 등 일반적인 커넥티드 단말에서도 웹 앱 형태로 제공될 예정이다. 이는 Nintendo가 게임 특화 SNS를 중심으로 기존의 폐쇄적인 게임기 플랫폼에서 벗어나려는 전략의 일환으로 풀이된다.

2.2 Sony, 7분기 연속 적자 타개책으로 N스크린 전략 개시

콘솔게임 사업부를 포함해 총체적인 사업 부진⁷⁾을 겪고 있는 Sony 역시 2012년 8월 PlayStation 게임을 Android 단말에 제공하기 위한 개발자 지원 프로그램 'PlayStation Moblie'의 런칭 계획을 발표하며 콘솔게임에서 모바일 소셜게임으로 무게 중심을 이동하고 있다.

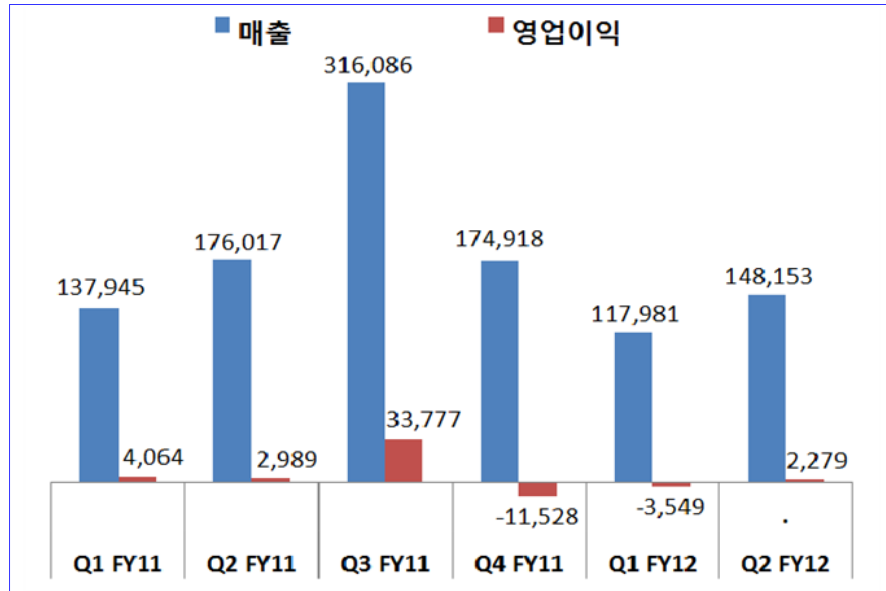
2013 회계연도 2분기(2012년 7개~2012년 9월) Sony의 실적 발표에 따르면, 7분기 연속 적자를 기록한 가운데, 게임 사업부문 매출은 전년 동기대비 15.8% 감소한 1,482억 엔, 영업이익은 23억 엔을 기록했다. 이는 지난 2011년 12월 출시한 PS Vita의 판매량 부진⁸⁾과 PlayStation3의 하드웨어 및 게임 타이틀의 매출 감소에 기인한 것으로 분석된다. 실제 Sony는 2012년 휴대용 게임기 판매 대수(PS Vita, PSP) 전망치를 당초 예상한 1,200만 대에서 1,000만 대로 하향 조정했다.

7) Sony는 2012년 들어 약 1만 여명의 감원 계획을 발표하며 강한 구조조정 의지를 드러낸바 있으며, 사업부 개편을 통한 비용 절감 및 역량 집중 압박에 시달리고 있음

8) PS Vita는 비싼 가격(PlayStation Portable, Nintendo 3DS 등 기타 휴대용 게임콘솔에 비해 1만 엔 이상 높은 가격인 2만 4,980엔~2만 9,980엔 대에 판매)과 초반 제품 오류 이슈 등으로 이전 버전인 PSP보다도 저조한 판매량을 기록하고 있음

[그림 2-5] Sony의 2011년~2012년 실적 추이

(단위 : 백만 엔)



출처 : Sony(2012)

PlayStation Mobile은 이 같은 위기 상황을 타파하기 위해 Sony가 제시한 새로운 모바일 게임 사업전략으로, 외부 개발자들에게 PlayStation 게임 제작에 필요한 개발 툴과 라이브러리 등을 무료로 제공하고, 완성된 게임들을 Sony Computer Entertainment(이하 SCE)와의 라이선스 계약 하에 PlayStation Store⁹⁾에서 판매하도록 지원하고 있다. Sony는 'PlayStation Mobile'을 통해 액션, 어드벤처, 퍼즐, 스포츠 등 다양한 장르의 게임 30여 개를 우선 제공, 게임콘솔 전용 게임 타이틀보다 저렴한 가격으로 판매하며, 부분 유료화 게임들도 판매하고 있다.

나아가 Sony는 'PlayStation Mobile'을 통해 자사의 게임 콘솔은 물론 스마트폰, 태블릿PC에서도 PlayStation 게임을 이용하는 일종의 N스크린 전략을 펼치고 있다. 'PlayStation Mobile'의 경우 대응 단말 확대와 더불어 모바일, 소셜 관련 개발업체가 다수 참여하고 있어, 향후 하드코어 게이머에서부터 캐주얼 게이머까지 다양한 게이머의 니즈를 충족시킬 것으로 기대되고 있다.

9) PlayStation Store는 PlayStation3, PS Vita에서 PlayStation Network(PSN)로 접속해서 이용하는 PlayStation의 온라인 스토어로, Game Store, Video Store, Comic Store 등 세 종류로 구성되어 있으며, 게임 등 각종 콘텐츠를 다운로드 받을 수 있음

단기적으로 Sony는 'PlayStation Mobile'을 통해 1억 명에 달하는 기존 PSN(PlayStation Network) 계정 보유 이용자 기반을 토대로 증가 일로에 있는 전 세계 모바일 게이머를 공략함으로써 자사의 전반적인 콘솔 게임사업의 실적 하락 개선에 주력할 전망이다.

단, 하드코어 게이머의 지지를 받으며 콘솔게임의 강자로 성장해온 Sony가 모바일, 소셜 게임 등 캐주얼게임을 서비스하게 됨에 따라 기존 하드코어 게이머와 신규 캐주얼 게이머를 모두 만족시킬 수 있는 완성도 높은 게임 라인업 제공이 'PlayStation Mobile' 성공의 관건이 될 전망이다.

3. 일본 게임업계 패러다임 전환에 따른 콘솔게임 SW진영의 대응전략

콘솔게임에서 소셜게임으로 일본 게임업계의 무게중심이 이동하고 있음에도 불구하고 고집스럽게 콘솔게임에 집중하며 다소 늦은 행보를 보이고 있는 하드웨어 진영과 달리 콘솔게임 타이틀 개발 및 퍼블리싱을 통해 명성을 쌓아온 Konami, Capcom 등의 소프트웨어 진영은 일찌감치 소셜, 모바일 게임사업으로 방향을 선회해 성공적 결과를 거두고 있다.

3.1 Konami, 소셜·모바일게임 사업자로의 변신 성공

〈Metal Gear Solid〉시리즈를 비롯해 다수의 콘솔 기반 게임 라인업을 갖춘 일본의 대표 게임 퍼블리셔 Konami는 Nintendo, Sony와 달리 2011년부터 다수의 모바일 기반 소셜게임을 출시하는 등 신규 영역으로의 사업 전환에 발 빠르게 대처함으로써 꾸준한 실적 향상을 보이고 있다.

지난 2012년 8월 독일 쾰른에서 개최된 'Gamescom 2012¹⁰⁾'에서 Konami는 소셜게임 퍼블리셔로 달성한 매출이 Zynga에 이어 전 세계 2위를 기록했다고 발표했다. 또한 2013 회계연도 1, 2분기(2012년 4월~2012년 9월) 실적 발표 결과에 따르면, Konami의 디지털 엔터테인먼트 사업부문 매출(527억 엔)에서 콘솔게임 매출이 152억 엔, 소셜게임 매출이 158억 엔으로 집계돼 소셜게임 타이틀 발매를 통해 벌어들이는 수익이 콘솔게임을 앞지른 것으로 나타났다.

뿐만 아니라 Konami의 콘솔게임 SW 판매량은 전년 동기대비 100만 장 이상 줄어든 데 비해 소셜게임 SW 이용자 수는 2,600만 명을 돌파한 것으로 집계되었다. 〈Dragon Collection〉, 〈Sengoku Collection〉¹¹⁾ 등 히트작을 비롯해 현재 18개의 소셜게임 타이틀을

10) 지난 2012년 8월 16일부터 19일까지 개최된 'Gamescom 2012'에서도 콘솔게임에서 모바일·소셜게임으로 무게중심이 이동하고 있는 가운데, 부분 유료화 게임이 강세를 나타내고 있는 글로벌 게임업계의 메가 트렌드를 확인할 수 있었음

11) GREE와 DeNA의 Mobage를 통해 퍼블리싱한 소셜게임 〈Dragon Collection〉, 〈전국콜렉션〉은 각각 2012

서비스 중인 Konami는 콘솔 게임분야에서 축적된 개발 및 운영, 마케팅 노하우를 토대로 소셜 게임영역에서도 메이저 기업으로 거듭나고 있다.

〈표 2-1〉 Konami가 출시한 모바일 기반 소셜게임 타이틀 현황(2012. 10 기준)

소셜게임 타이틀	출시일	플랫폼	특징
Dragon Collection	2010.9	GREE	GREE 인기 게임 순위 1위 iOS 앱 지원(2012년 10월 이후)
Sengoku Collection	2010.12	Mobage	Mobage 인기 게임 순위 10위
Professional Baseball Dream Nine	2011.4	GREE, Mobage, mixi, dgame	GREE 인기 게임 순위 2위 2011년 10월 Mobage 출시 2012년 3월 mixi 출시 2012년 11월 dgame 출시
CROWS*WORST -Saikyou Densetsu-	2011.5	GREE	GREE 인기 게임 순위 3위
Slotore! KPE	2011.6	GREE	피쳐폰만 지원
World Soccer Collection	2011.8	GREE, Mobage, dgame	GREE 인기 게임 순위 7위 2012년 6월 Mobage 출시 2012년 11월 dgame 출시
Hisho Collection	2011.8	GREE	스마트폰, 피쳐폰 지원
Dream Collection	2011.11	Mobage	스마트폰, 피쳐폰 지원
STAR WARS COLLECTION	2012.2	GREE	스마트폰, 피쳐폰 지원
Yu-Gi-Oh! BAM	2012.6	Facebook	해외 시장 타깃
PAWAFURU PUROYAKYU	2012.8	GREE, Mobage	스마트폰, 피쳐폰 지원
Professional Baseball Dream Nine	2012.8	T store	한국 시장 타깃
Yuru Veggie Farm	2012.9	mixi	스마트폰만 지원
Sokkuri Museum	2012.9	mixi	스마트폰만 지원
MLB DREAM NINE	2012.9	Facebook	미국 시장 타깃
The Prince of Tennis	2012.10	Mobage	스마트폰, 피쳐폰 지원
CROWS*WORST -Kenka Retsuden-	2012.10	Mobage	스마트폰, 피쳐폰 지원
J. LEAGUE Dream Legends	2012.10	Mobage	스마트폰, 피쳐폰 지원

출처 : Konami(2012)

Konami의 〈Dragon Collection〉 제작을 총괄하는 Kaneyoshi Sadaki 프로듀서는 "RPG나 카드게임, 배틀 등 하드코어 소셜게임 타이틀 출시로 Konami가 소셜게임의 장르 다변화에 적극 대응하고 있다"고 밝혔다.

Konami는 단기간 매출 견인이 아닌 콘솔게임과 같이 롱런하는 소셜게임 개발을 추구하고 있으며, 그 결과 〈Dragon Collection〉과 같은 대표 타이틀이 지난 2년간 GREE의 인기 게임

년 9월 기준 등록 회원 수 650만 명, 300만 명을 확보하는 등 기업 전체 매출 신장에 크게 기여함

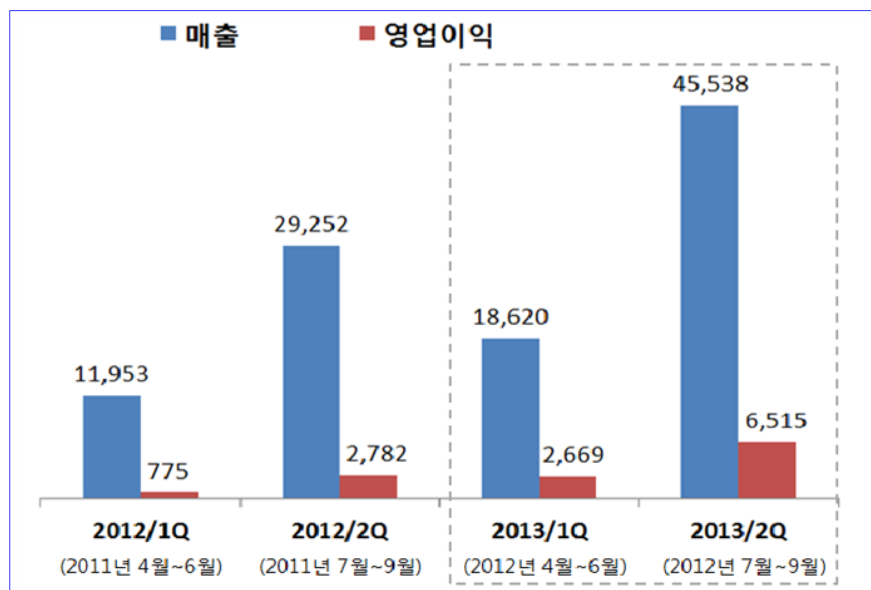
차트에서 상위권을 유지하고 있다.

또한 Konami는 소셜게임 운영에 있어서 콘솔 게임사업에서는 없었던 일일 활동 이용자 수(Daily Active User, 이하 DAU), 커뮤니티 활성화 정도 등 주요 평가지수(Key Performance Indicator, 이하 KPI)를 매일 체크하고 게이머의 의견을 즉각적으로 제작에 반영해 신속하게 개선함으로써 게이머들이 안심하고 즐길 수 있는 소셜게임이라는 인식 확산에 주력하고 있다.

3.2 Capcom, 소셜·모바일게임 역량 강화로 사상 최대 실적 기록

Capcom의 2013 회계연도 2분기(2012년 7월~2012년 9월) 매출은 455억 3,800만 엔으로 전년 동기대비 55.7% 상승했으며, 영업이익과 순이익은 65억 1,500만 엔, 41억 7,600만 엔으로, 각각 전년대비 134.2%, 355.1%의 증가세를 나타내며 사상 최대 실적을 기록했다.

[그림 2-6] Capcom의 2011년 상반기와 2012년 상반기 실적 비교
(단위 : 백만 엔)



출처 : Capcom(2012)

Capcom은 디지털 콘텐츠 사업부문에서만 349억 9,300만 엔의 매출을 기록했으며, 57억 7,700만 엔의 영업이익을 나타냈다. 이는 DeNA의 소셜·모바일게임 플랫폼 Mobage를 통해 출시한 〈Monster Hunter Card Master〉¹²⁾와 GREE를 통해 서비스 중인 〈Biohazard

12) RPG게임 시리즈 〈Monster Hunter〉 IP에 기반해 제작된 카드배틀 장르의 소셜게임으로, 2012년 2월

Outbreak Survivor》등이 지속해서 수익을 견인했기 때문으로 분석되는데, 특히 〈Biohazard Outbreak Survivor〉는 200만 명 이상의 회원을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

Capcom은 지난 9월 'TGS 2012'에서도 〈Biohazard VS〉, 〈Rockman Xover〉, 〈Street Fighter x Tekken〉, 〈Ninja Arms〉 등 신작 모바일게임 타이틀을 대거 공개해 앞으로도 新 사업분야의 역량 강화에 주력할 것으로 전망된다.

4. 마치며

일본 게임시장의 무게중심이 콘솔게임에서 소셜, 모바일게임으로 이동함에 따라 업계 일각에서는 디지털 게임시장 대응을 위한 새로운 게임산업 지표가 개발되어야 한다는 주장이 제기되고 있다. 일본 컴퓨터엔터테인먼트협회(Computer Entertainment Association, CESA)의 회장이자 Bandai Namco의 부사장인 Shin Unozawa는 "기존 일본 게임산업 지표인 게임 하드웨어 및 소프트웨어 매출 규모만으로는 현재 3,000억원 대로 추정되는 일본 소셜게임 시장규모나 콘솔게임의 다운로드 콘텐츠(DLC) 유통시장 현황을 정확하게 파악할 수 없다"며, 새로운 지표 개발을 위한 업계 차원의 협력을 강조했다.

또한 Shin Unozawa 회장은 "일본 콘솔 게임시장이 스마트폰의 확산에 의해 위축되고 있다는 것은 잘못된 인식"이라며, "게임산업이 콘솔 중심이 아닌 네트워크 기반 산업으로 변모함에 따라 최근 1~2년 동안 급속한 시장 구조의 변화가 일어난 것"이라고 분석했다. 소셜, 모바일 게임시장의 성장이 전통 콘솔 게임시장의 몰락을 대가로 삼고 있거나, 캐주얼게임이 인기를 끌수록 하드코어 게임시장이 위축될 것이라는 주장의 근거는 없다는 것이다.

하지만 일본 시장 내 SNS라는 新 플랫폼 기반 소셜게임 분야의 급격한 성장과 더불어 소셜, 모바일게임 관련 업체들의 영향력이 확대되고 있는 것은 분명한 사실이며, 따라서 기존 콘솔 게임진영은 소셜게임 사업자와의 업무 제휴 및 소셜게임 운영 노하우를 지닌 인재 확보 등 신사업전략 수립과 아울러 기존 역량과 노하우를 녹여낸 독자적인 대응전략을 모색해야 할 것으로 전망된다.

참고자료

1. 'Consolidated Financial Results for the 2nd Quarter of FY 2012', Capcom, 2012.10
2. 'FY2012 Q2 Consolidated Financial Results', Sony Corporation, 2012.11
3. 'FY2013 2nd Quarter Financial Results', Konami, 2012.11

Mobage에 출시됨

4. 'Gaming Faces Its Archenemy: Financial Reality', New York Times, 2012.10
5. 'Japan's mobile social game market will reach \$3.4 billion in 2012', Wireless Watch Japan, 2012.08
6. 'Mizuho Short Industry Focus', Mizuho, 2012.09
7. 'New Report from Enterbrain and DFC Intelligence Forecasts Japan Social Network Games to Pass \$3 Billion in Revenue for 2012', Virtual Strategy, 2012.08
8. 'Notice of Semi-Annual Financial Forecast Differences with its Results Full-Year Financial Forecast Modifications', Nintendo, 2012.10
9. '[TGS 2012]아시아·게임·비즈니스·самит 2012 「境界線なきソーシャル&モバイルゲームの時代到来?アジア圏で勝ち残るゲームビジネスとは」', 4Gamer.net, 2012.02
10. 'Tokyo Game Show 2012 폐막...일본 모바일·소셜게임의 글로벌 역량 과시하며脫갈라파고스 행보 가속화', 스트라베이스, 2012.10

글로벌 업체 참여로 성장기로에 선 클라우드 게임산업

|| Key Message ||

- 미국 최대 클라우드 게임 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'에서 기술 혁신 및 효율적 수익모델에 관한 전문가들의 논의가 진행되고 글로벌 기업들이 클라우드 게임 관련 제휴 체결 소식을 발표
- MS는 클라우드 게임업체 Agawia와 제휴를 맺고 멀티스크린 전략을 통한 Xbox 브랜드 강화에 주력할 예정
- AMD는 클라우드 게임 솔루션 업체 CiiNOW에 투자를 단행해 고품질 게임 스트리밍 관련 기술 혁신에 기여할 전망
- Nvidia는 자체 개발한 독자적인 플랫폼 'GeForce Grid'를 클라우드 게임 서비스 업체 Playcast Media에게 제공해 글로벌 미디어 진영의 클라우드 게임 서비스 확대를 촉진할 것으로 기대됨
- 효과적인 수익창출 방안 및 지속적인 기술 혁신을 통한 클라우드 게임 수요 증가가 클라우드게임 시장 성장의 선결 과제로 지목
- 향후 클라우드 게임업체 OnLive 및 SCE의 Gaikai가 스마트 TV를 통한 클라우드 게임 서비스를 제공할 예정으로, 2013년에 다양한 글로벌 기업의 참여 때문에 클라우드 게임 산업이 본격 성장할 전망

1. 클라우드 게임산업의 가능성을 타진한 'Cloud Gaming USA 2012'

2012년은 클라우드 게임업계의 한계와 가능성을 모두 확인할 수 있었던 한 해였다. 특히 지난 7월 Sony의 게임 사업부 Sony Computer Entertainment(SCE)가 Gaikai¹⁾를 인수해, 콘솔 게임기, PC, 스마트폰, 스마트 TV 등 다양한 단말에서 게임 콘텐츠 제공이 가능한 클라우드 게임 기술의 잠재력에 업계의 관심이 쏠아졌다.

- 1) 클라우드 게임 서비스 플랫폼 사업자로 전체 게임을 제공하는 대신 짧은 게임 데모 플레이만 무료 제공하는 '클라우드 기반 게임 홍보 플랫폼'을 서비스함으로써 인터넷 접속 단말에서 어디에서든 고사양 콘솔 게임을 미리 체험할 수 있도록 해 호응을 얻음

반면 8월에 불거진 메이저 클라우드 게임업체 OnLive²⁾의 매각 소식은 게임업계에 상당한 충격을 가져왔다. Gaikai의 경쟁업체였던 OnLive는 지난 2012년 8월 21일 모든 보유 기술 및 게임 IP 등 자산이 매각되었다고 발표했다. 게임업계에서는 OnLive의 실패 원인으로 네트워크 의존도가 심한 클라우드 게임 아키텍처와 비합리적인 수익모델(BM), 잘못된 고객 설정³⁾ 등을 지목했다. OnLive는 매각 직전까지 막대한 클라우드 서버 투자비용 및 스트리밍 비용⁴⁾을 상쇄할 유료 회원 기반 확대에 실패해 적자를 면치 못했었다.

그러나 OnLive의 실패에도 클라우드 게임은 '게이밍 온 디맨드(gaming on demand, 이하 주문형 게임)'로도 불리며 게임산업에서의 편리한 주문형 서비스로 자리매김하고 있다. 클라우드 게임 서비스는 별도의 장소에 있는 서버를 통해 저사양 PC, 모바일 단말 등 하드웨어에 구애받지 않고 고사양게임을 이용할 수 있도록 지원한다는 큰 장점이 있다. 게이머는 복수의 플랫폼과 단말을 연동해 클라우드 게임을 이용할 수도 있어, 게임 개발자들은 단말의 특성과 차이를 살린 차별화된 게임 경험이 가능한 혁신적인 게임을 개발할 수도 있다. 이 외에도 해적판 등 불법복제가 불가능한 점, 하드코어 콘솔게임과 같은 콘텐츠에도 부분유료화 모델이 적용 가능한 점 등이 클라우드 게임 서비스의 강점으로 꼽히고 있다.

이에 주요 글로벌 게임업체들은 물론 미디어 사업자, 단말 벤더 등 다양한 업체들은 뚜렷한 BM 및 최첨단 클라우드 게임 기술을 전제로 한 클라우드 게임 서비스의 가능성에 주목하고 있다.

지난 2012년 9월 11일부터 12일까지 미국 샌프란시스코에서 개최된 미국 최대 규모의 클라우드 게임 전문 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012' 또한 이러한 업계의 관심을 방증하며 클라우드 게임산업의 주요 이슈들을 집중 조명했다. 본 행사에는 MS, EA, Nintendo, Ubisoft, Valve, Activision Blizzard 등 글로벌 게임업체와 클라우드 게임분야의 스타트업⁵⁾, 통신 및 방송 진영 등의 전문가 200여 명이 참여해 미래의 클라우드 게임산업을 이끌 혁신적인 클라우드 기술 및 서비스, BM에 대한 다양한 논의를 진행했다⁶⁾.

- 2) 2003년 설립되어 한때 18억 달러 이상의 높은 가치를 지닌 업체로 평가되었으며 클라우드 게임뿐 아니라 MS Office를 Apple iPad에서 구동시키는 클라우드 애플리케이션을 제공하기도 함
- 3) 하드코어 게이머를 주요 고객으로 설정했던 OnLive는 정작 고사양 콘솔게임의 원활한 서비스에 실패해 무료 데모게임을 이용하는 일반 게이머가 회원의 대부분을 차지해 수익창출에 난항을 겪음
- 4) 특정 사이트에 순간접속이 집중되었을 때 이용자들이 서비스를 이용하는데 아무런 지장이 없도록 트래픽을 처리하는 서비스인 CDN(Contents Delivery Network), Bandwidth 등
- 5) 클라우드 게임 관련 기술 및 서비스를 제공하는 SCE의 Gaikai, OnLive, Happy Cloud 등을 포함한 22개 스타트업 업체들이 참여함
- 6) 본 행사에는 지난 8월 16일부터 19일까지 독일에서 개최된 세계 3대 게임쇼 중 하나인 'Gamescom 2012'에 불참했던 MS와 Nintendo까지 참여해, 클라우드 게임에 대한 게임업체의 높은 관심이 확인됨

특히 'Cloud Gaming USA 2012'에서는 MS, AMD, Nvidia 등의 제휴 체결 소식과 클라우드 게임 관련 사업 계획을 발표해 이목을 끌었다. MS는 클라우드 게임업체 Agawi와 파트너십을 체결해 자사의 차세대 운영체제(OS)인 Windows 8에서의 클라우드 게임 구현 계획을 공개했으며, AMD는 클라우드 게임 기술 및 소프트웨어 업체 CiiNOW에 투자를 단행기로 결정해 주목을 받았다.

본 행사에서 업계 전문가들은 클라우드 게임 서비스 성공의 전제조건으로, 고화질 그래픽 기반 하드코어 게임 제공을 위한 게임 서버 또는 네트워크 성능 향상을 꼽았다. 원활한 네트워크 환경을 바탕으로 한 게임 동작 대기시간(latency) 단축, 게임 스트리밍⁷⁾ 기술 혁신과 더불어 독창적인 게임 라인업 확충 또한 향후 클라우드 게임 서비스 성공의 필요충분조건이 될 것으로 예측되고 있다.

2. 'Cloud Gaming USA 2012'에서 나타난 주요 업체들의 제휴 행보

'Cloud Gaming USA 2012'에서는 업계 최대 화두인 클라우드 게임 스트리밍 기술과 클라우드 게임 라인업 강화를 위한 주요 업체들의 제휴 체결 발표가 이어졌다. MS와 클라우드 게임업체 Agawi는 B2B 서비스에 기반한 클라우드게임 서비스 계획을 공개했으며, AMD와 클라우드 게임업체 CiiNOW는 고화질 하드코어 게임 제공을 위한 클라우드 게임 플랫폼 솔루션 관련 계획을 밝혔다. Nvidia와 Playcast Media는 미디어 사업자들을 위한 클라우드 게임 서비스 관련 기술 협력을 맺어 미디어, 통신업계의 주목을 받았다.

2.1 MS와 Agawi, B2B 클라우드 게임 서비스 협력 체결

클라우드 게임 스타트업인 Agawi⁸⁾는 지난 2012년 9월 자사의 독자적인 클라우드 게임 플랫폼 'Agawi 2.0'을 런칭했으며 지속적인 성장세를 구가하고 있다. 'Agawi 2.0'은 세계 최초의 오픈 클라우드 아키텍처에 기반한 모바일 단말 및 커넥티드 TV 전용 클라우드 게임 플랫폼이다. Agawi는 최첨단 게임 스트리밍 기술 특허를 출원하고 이미 Facebook의 소셜게임 및 웹게임들을 iPad 애플리케이션으로 제공하는 스트리밍 서비스를 전개 중이다.

Agawi는 'Cloud Gaming USA 2012'에서 MS와 파트너십을 체결해, Windows 8 OS 기반 단말에 'Agawi 2.0'을 통한 하드코어 PC게임과 소셜게임 그리고 웹게임 서비스를 제공하게 되어 대응 단말 및 플랫폼, 게임 라인업이 한층 확대될 전망이다.

7) 게임 스트리밍 기술이란 대규모의 클라우드 노드를 구성하고 게임콘솔이나 고성능 PC에서 수행하는 게임들을 각 클라우드 노드 상에서 실행하는 기술을 뜻함

8) Agawi의 전신은 미국 캘리포니아에 위치한 모바일게임 개발업체 YouWeb Incubator에서 출발한 'iSwifter'이며, 클라우드 게임의 특징인 언제 어디서나 다양한 게임을 여러 단말에서 즉각적으로 이용할 수 있다는 점(any game, anywhere, instantly)을 특징으로 2010년 설립됨

특히 Agawi는 B2C가 아닌 B2B 서비스를 표방하며 OnLive와의 차별화를 시도하고 있다. Agawi의 주요 고객은 게이머가 아닌 게임 퍼블리셔이며, 퍼블리셔들은 'Agawi 2.0'을 이용해 Windows 8 OS 단말 전용 클라우드 게임을 개발하거나 관련 서비스를 제공할 수 있다. 이러한 B2B 서비스는 사업구조의 안정화 및 수익창출에 기여할 것으로 기대되고 있다.

Agawi는 게이머들을 위한 클라우드 게임 서버 및 데이터 센터 등을 직접 구축, 운영할 필요가 없어 막대한 비용 지출이 없다는 점을 'Agawi 2.0' 서비스의 최대 장점으로 꼽고 있다. Agawi는 'Agawi 2.0'을 통해 퍼블리셔들이 캐주얼 게임부터 3D FPS게임 등 하드코어 대작 게임에 이르기까지 다양한 장르의 게임들을 제공토록 할 방침이며, 고사양 게임 타이틀 수를 점진적으로 확대하는 안정적 서비스를 추구하고 있다.

Agawi는 이러한 탄탄한 사업 전략에 힘입어 '2012 Best in Biz Awards'에서 '올해 가장 빠르게 성장한 기업 부문'(소규모 기업 대상) 은상을 수상했다⁹⁾.

[그림 2-7] Agawi의 클라우드 게임 서비스 관련 성과



출처 : VentureBeat

한편, MS는 자사의 Windows Azure¹⁰⁾ 플랫폼이 제공하는 웹 연동 데이터 센터 인프라를

9) Best Biz Awards는 업계 전문가 및 언론매체가 선정하는 유일한 비즈니스 분야 어워드로서 2012년에 400개 이상의 후보업체들이 심사를 받음

10) Azure는 MS가 지난 2010년 7월에 출시한 클라우드 컴퓨팅 플랫폼으로서 다양한 애플리케이션 개발을

Agawi에게 제공해, 향후 Windows 8 기반 PC 및 태블릿 PC 등에서 AAA급 하드코어 콘솔게임이 별도의 대응 작업 없이도 구동 가능해질 것으로 기대하고 있다. 업계에서는 MS가 'Xbox SmartGlass¹¹⁾'와 Windows 8 OS 기반 단말을 Xbox 360의 세컨드스크린으로 제시하며 콘솔게임에 한정되어 있던 Xbox 브랜드를 확장시키고 있다는 점에 주목하면서 Agawi와의 협력 또한 이러한 멀티스크린 전략의 일환으로 보고 있다.

MS는 이미 Windows 8 운영체제에서 이용 가능한 PC 버전의 'Xbox Live Arcade(XBLA)'라 할 수 있는 'Xbox Games on Windows¹²⁾'를 통해 Xbox 콘솔게임 라인업과는 다른 캐주얼게임 라인업을 제공하면서도, XBLA와의 연계도 시도하고 있다. 'Xbox Games on Windows'는 일부의 XBLA 게임 타이틀을 PC로도 이용할 수 있다는 장점 외에 큰 특징은 없으나 크로스 플랫폼 기능을 지속해서 강화할 것으로 예상되고 있다.

MS와 Agawi와의 협력은 이러한 크로스플랫폼 전략의 일환으로서, 하나의 게임이 Windows와 Xbox 플랫폼에서 모두 실행될 수 있도록 지원하는 클라우드 서비스를 통해 MS의 게임 플랫폼 생태계 확산에 기여할 것으로 전망된다.

〈표 2-2〉 'Xbox Games on Windows'의 서비스 개요

구분	세부 내용
서비스 시기 및 개요	<ul style="list-style-type: none"> · 2012년 10월 26일 개시 · Windows 8 OS에서 작동하는 Xbox 브랜드의 게임을 Windows 8 전용 온라인 스토어 'Windows Store'의 게임 카테고리를 통해 제공하는 서비스
게임 라인업	<ul style="list-style-type: none"> · 마작, 퍼즐 등 캐주얼게임 중심의 신규 타이틀 40여 종 · MS 산하 스튜디오의 개발 게임 29종 및 메이저 모바일 게임업체 Gameloft, Rovio, Halfbrick 스튜디오 등의 신규 타이틀이 포함
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 게이머들은 XBLA에서 달성한 게임 업적, 캐릭터, 보상 아이템 등을 'Xbox Games on Windows' 서비스를 통해 PC 기반 게임에서도 이용할 수 가능

출처 : MS(2012)

과 가상머신, 스토리지 등 제반 요소를 포괄적으로 지원해 출시 1년 만에 3만 1,000여 개 고객사를 확보, 성공적인 클라우드 서비스로 지목된 바 있음

- 11) MS가 2012년 6월 미국 LA에서 개최된 'E3 2012'에서 최초 공개한 애플리케이션으로서 Windows Phone, Windows 8, iOS, Android 탑재 단말 등 여러 모바일 단말을 Xbox 360과 연동해 사용할 수 있음
- 12) 'Xbox Games on Windows'에서 제공되는 게임 상당수는 무료로 출시되는 대신 광고나 유료 콘텐츠 판매 등을 통해 수익을 올리는 부분유료화 모델을 채택할 것으로 예상됨

2.2 AMD와 CiiNOW, 클라우드 게임 플랫폼 솔루션 관련 제휴 체결

클라우드 게임업체 CiiNOW¹³⁾는 게임 퍼블리셔, 네트워크 운영업체를 비롯한 다양한 메이저 기업들을 주요 고객으로 두며 첨단 클라우드 게임 솔루션 기술을 구축해왔다.

미국 반도체 업체 AMD¹⁴⁾는 'Cloud Gaming USA 2012'에서 CiiNOW에 전격 투자해 클라우드 게임사업에 진출한다고 발표했다. 비록 투자금 규모는 공개되지 않았으나 CiiNOW는 이번 제휴를 통해 AMD의 Radeon 그래픽 칩을 자사의 클라우드 게임 플랫폼 솔루션에 도입해 자체 소프트웨어를 강화함으로써, 별도의 데이터 센터 구축 또는 서버 관리 비용을 최소화할 수 있게 됐다.

CiiNOW는 네트워크 의존형 아키텍처가 아닌 오픈 클라우드 아키텍처 기반 서비스를 전개해 비용 절감을 꾀하는 한편, 월 정액제, 부분유료화 등 적합한 BM 도입을 통한 안정적인 수익창출에 주력하고 있다¹⁵⁾. CiiNOW의 소프트웨어는 각 업체의 하드웨어에 인스톨하는 방식을 취하고 있어 SCE의 Gaikai가 클라우드 게임 서비스 구축을 위해 자사의 인프라를 이용하길 꺼려하고 있는 것보다 개방적이며 경제적인 것으로 평가받고 있다.

AMD와 CiiNOW의 파트너십 체결은 미국 게임업체들이 활용 가능한 대역폭의 한계를 해결하기 위한 적극적인 움직임으로도 풀이된다. 미국에서는 브로드밴드 사업자들이 구축한 인터넷 인프라에서 대역폭 대부분이 TV에 할당되어 있어 게임업체들이 활용할 수 있는 대역폭으로는 고화질 게임 영상을 신속하게 구현하는데 한계가 있다.

향후 CiiNOW는 전송속도 6Mbps 이상의 인터넷 연결에 기반을 둔 초고속 스트리밍 솔루션을 통해 고화질 HD급 해상도(720p)의 게임들을 제공할 예정이다¹⁶⁾. 또한 CiiNOW의 서비스는 라스트 마일 기술¹⁷⁾을 토대로 게임 영상의 해상도를 네트워크 환경에 따라 유연하게 변경할 수 있으며 SCE의 Gaikai나 OnLive보다 시간지연이 짧아 경쟁력이 있는 것으로 기대

13) 2010년 8월에 설립된 미국 캘리포니아 소재 CiiNOW는 클라우드 게임 솔루션 개발을 위한 미들웨어 구축 및 기술 공급 업체로 하드웨어와 서버 관리 기술의 특허 출원을 앞두고 있으며 Gaikai 인수 및 OnLive 매각 이후 업계에서 주목받는 클라우드 업체로 부상함

14) 오랫동안 데스크톱과 노트북 및 서버 컴퓨터용 x86 CPU 시장에서 Intel에 이어 2인자 자리를 차지해온 AMD는 자사의 그래픽 처리 장치(GPU)의 브랜드인 라데온(Radeon)의 기술을 활용하는 혁신적인 소프트웨어 업체들에 투자하고 있음

15) CiiNOW는 또한 제휴사의 필요에 따라 브랜드명을 변경해 게임을 제공할 수 있도록 하는 '화이트라벨(white-label)' 전략을 채택하고 있음

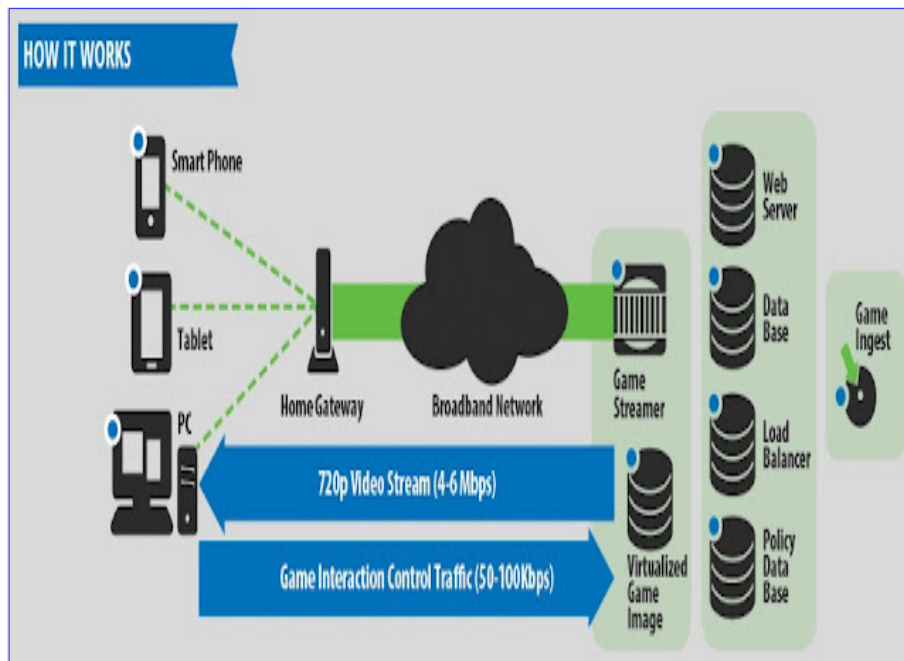
16) CiiNOW의 솔루션은 서버 블레이드당 최대 8개의 HD 스트림과 서버 랙당 최대 272개의 HD 스트림을 갖출 예정

17) 광대역 전송신호를 최종 이용자에게 전송하는 마지막 1마일 내외의 단거리 구간에 적용되는 가입자망 기술

되고 있다¹⁸⁾.

CiiNOW가 AMD와의 협력을 통해 동영상 스트리밍과 동급의 대역폭에 접근 가능하게 됨으로써 앞으로 저비용으로 클라우드 기반 AAA급 타이틀의 원활한 서비스가 가능해질 전망이다. 게이머들은 Android 기반 모든 단말에서 고품질 클라우드 게임을 이용할 수 있게 된다. CiiNOW의 소프트웨어는 2012년 말까지 런칭될 예정으로 미국, 호주, 한국 등의 고객사들로부터 클라우드 게임 서비스 주문을 접수한 뒤 실제 구동까지 6주에서 2달가량이 소요될 전망이다.

[그림 2-8] CiiNOW의 클라우드 게임 플랫폼 솔루션 개요도



출처 : CiiNOW

2.3 Nvidia와 Playcast Media의 미디어 전용 클라우드 게임 관련 제휴

Android OS 기반 모바일 단말은 물론 케이블, IPTV 등으로 클라우드 게임 서비스를 제공하는 이스라엘 업체 Playcast Media는 Nvidia와의 제휴를 통해 향후 Nvidia의 'GeForce Grid' 플랫폼을 이용해 다양한 종류의 TV 셋톱박스에 클라우드 게임 서비스를 전개할 계획

18) 유럽의 Digital Foundry라는 회사는 OnLive의 클라우드 게임에 대하여 이상적인 네트워크 상태에서 지연시간 테스트를 실시했고, 게임 타이틀에 따라 150~200ms의 지연시간이 있음을 발견하면서, 빠른 속도로 진행되는 MMORPG와 FPS게임의 경우 문제가 될 수 있음을 지적함

이다. 이는 전 세계 TV 및 통신업체들에 새로운 비즈니스 기회가 될 것으로 기대되고 있다.

Playcast Media는 이미 지난 2012년 7월 CJ헬로비전과도 제휴를 맺어 국내에서도 클라우드 게임 서비스를 위해 협력하고 있다. Playcast Media는 2012년 12월 현재 해외에서 패키지 요금제에 가입한 회원들을 대상으로 무제한 게임 스트리밍 서비스를 제공 중이며 특히 프랑스에서는 캐주얼 게이머와 하드코어 게이머를 겨냥한 별도의 요금제를 채택하고 있다.

Playcast Media의 서비스 이용자들은 특정 TV 채널을 키고 USB 게임 패드를 삽입 후 로그인해서 Playcast Media가 제공하는 게임들을 이용할 수 있으며 PC, 태블릿 PC, TV 간 연동 플레이도 가능해 태블릿 PC나 스마트폰을 컨트롤러로 이용할 수 있다.

Playcast Media는 주요 고객사로 삼성, Activision, SEGA, THQ, Atari 등 글로벌 게임 기업, 그리고 프랑스의 IT 솔루션 및 기기 전문업체인 Sagem, 프랑스의 대표적 휴대전화 사업자인 Bouygues Telecom¹⁹⁾, 인터넷 장비업체 Cisco, 글로벌 유료방송 사업 및 기술 개발업체 Pace, AirTires 등이 있다.

Playcast Media가 이번 제휴를 통해 이용하게 될 'GeForce Grid'는 Nvidia가 지난 2012년 5월 15일, 세계적인 GPU 기술 관련 컨퍼런스인 'GPU Technology Conference 2012'에서 공개한 독자적인 클라우드 게임 플랫폼으로서, 클라우드에서 게임들을 인코딩하는 과정을 CPU가 아닌 GPU에서 처리한다. 이는 서버의 속도 지연을 10ms²⁰⁾까지 줄이는 초고속 스트리밍 기술을 구현해 게임 스트리밍당 서버 소비 전력을 종래의 절반 이하로 감소시켜 데이터 센터의 효율성 제고에 기여한다²¹⁾.

이에 따라 'GeForce Grid'는 고화질 영상을 TV, 스마트폰 등 각 단말 성능에 맞게 압축할 수 있어 네트워크 비용을 절감시킬 것으로 기대되고 있다. 아울러 게임 시간지연 문제, 서버 설비 투자 및 관리 비용 문제를 해결해줄 것으로 예상된다.

Nvidia는 향후 'GeForce Grid'를 통해 자사의 신규 쿼드코어 프로세서인 Tegra 3 칩이 장착된 모바일 단말은 물론 Android 기반 TV 셋톱박스, 태블릿 PC, 스마트폰 등 모든 단말에서 클라우드 게임을 이용할 수 있도록 지원할 방침이다²²⁾.

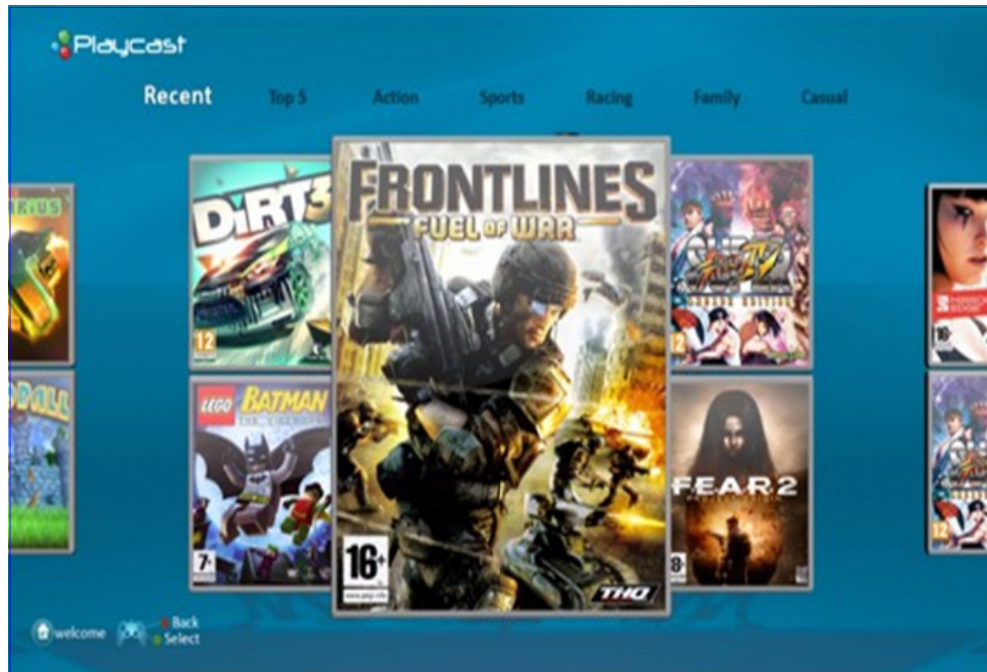
19) 프랑스 3위 휴대전화 사업자이며 2008년 10월부터 'Bbox'라는 브랜드명으로 인터넷 서비스를 전개 중으로 인터넷 셋톱박스의 명칭 또한 'Bbox'임. 인터넷 접속, IP 기반의 인터넷전화, 동영상 스트리밍 서비스 등을 제공

20) 눈을 깜박이는 속도의 1/10 이하

21) GeForce Grid는 최대 8개의 게임 스트리밍을 동시에 인코딩해 전력 소비를 최소화함

22) Nvidia는 SCE의 Gaikai와도 협력을 지속해 가상의 게임콘솔을 구현할 예정. 이미 GTC에서 데모 버전이 공개된 바 있는 가상의 게임콘솔은 16km 떨어진 곳에 위치한 서버의 GeForce Grid GPU에 무선 USB 게임 패드를 연결시키는 것만으로도 고성능 PC게임을 원활하게 이용할 수 있음

[그림 2-9] Playcast Media의 클라우드 게임 서비스 페이지



출처 : Playcast Media

Playcast Media는 이번 제휴를 통해 우선 1,300만 명에 달하는 Bouygues Telecom의 프랑스 가입자를 포함해 전 세계 1억 2,000만 명의 셋톱박스 사용자들에게 AAA급 게임들을 제공할 수 있게 된다. 이 외에도 주요 케이블 TV 사업자 및 통신사, 셋톱박스 제조업체 등이 자사 고객들에게 일정한 요금제에 기반해 클라우드 게임을 제공할 수 있도록 할 예정이다.

Playcast Media는 미국을 비롯한 세계 각지에 클라우드 게임 서비스 런칭을 준비 중이며 메이저 게임업체는 물론 인디게임 개발업체 및 영화사 Warner Bros. 등과 클라우드 게임 콘텐츠 및 서비스 관련 협의를 진행 중으로, 향후 계획은 2013년 1월 개최 예정인 세계 최대 가전쇼(Consumer Electronics Show, CES)²³⁾에서 보다 구체화될 전망이다.

23) 매해 1월 미국 Las Vegas에서 개최되는 국제 전자제품 박람회로서 메이저 TV, PC 벤더들이 최신 단말 및 콘텐츠를 선보이고 있음

3. 클라우드 게임 업계의 향후 과제 및 전망

3.1 클라우드 게임산업 발전을 위한 선결 과제

'Cloud Gaming USA 2012'에서는 성장 가능성이 큰 클라우드 게임시장의 선결 과제로 네트워크 환경 구축 및 게임 스트리밍 기술 향상 등 기술적 이슈와 더불어 효율적인 BM 수립을 지목했으며 이에 관한 다양한 대응책들이 논의됐다.

특히 투자은행 Wedbush Securities의 Michael Pachter 애널리스트는 기조연설에서 클라우드 게임 서비스 이용료를 골자로 한 BM에 대해 지속적인 수익창출을 위해서는 부분유료화 모델 외에도 다양한 방안을 고민해야 한다고 주장했다. 그는 궁극적으로는 모든 게이머들이 게임 이용을 위해 금액을 지불할 수 있도록 유도해야 한다고 강조했다.

업계 전문가들은 광고, 스폰서, 월 정액제, 게임 구매 비용 부과 등 다양한 방식의 BM을 논의하는 한편, 부분유료화 모델이 여전히 수익창출에 크게 기여한다는 점에 동의했다. 클라우드 게임 서비스의 비용 절감과 수익 극대화를 위해 각 업체들은 발 빠르게 월 정액제 모델 도입을 적극 검토 중이며, 월정액 요금의 수준에 따라 서비스 및 게임 콘텐츠에 차등을 두거나, 게임 레벨 또는 게임 이용 시간 등에 따라 추가 비용을 지불하는 방식 또한 도입될 것으로 관측된다.

기술적 측면에서는 Nvidia의 독자적인 'GeForce Grid'가 클라우드 게임 서비스를 방송산업에까지 확산시키는 촉매제 역할을 할 것으로 기대되고 있다. MS와 Agawi의 협력 및 AMD와 CiiNOW의 제휴 또한 전 세계 게이머를 대상으로 한 클라우드 게임 서비스를 지원함으로써 클라우드 게임산업 활성화에 기여할 것으로 전망된다.

마지막으로 클라우드 게임산업이 본격적인 성장 모멘텀을 확보하며 시장이 확대될 경우 클라우드 게임 IP 확보가 중요해질 것으로 예상됨에 따라, 일각에서는 게임 IP를 둘러싼 극심한 경쟁 및 소송이 잇따를 수 있다는 우려도 제기됐다.

클라우드 게임의 본격적 성장을 위해서는 우선 원활한 게임 스트리밍 등 혁신적인 클라우드 게임 기술에 기반한 고품질 게임 서비스 제공, 각 업체들의 합리적인 BM 확립을 통한 지속 성장이 게이머들의 수요 증가로 이어지는 선순환 구조가 형성되어야 할 것으로 보인다.

3.2 2013년 클라우드 게임시장, 스마트 TV에서 본격 개화 전망

주요 업체들의 참여로 본격적인 성장세가 기대되고 있는 클라우드 게임업계에서는 최근 SCE의 Gaikai가 광고 기반 클라우드 게임 서비스를 런칭할 것으로 추측되고 있는 가운데,

회생 조짐이 나타나기 시작한 OnLive의 신규 클라우드 게임 사업에 관심이 모아지고 있다.

우선 업계에서는 2012년 12월 공개된 Gaikai의 클라우드 게임 서비스 관련 인력채용 게시물을 근거로 향후 Gaikai가 광고 기반 클라우드 게임 서비스를 전개할 것으로 전망하고 있다. 광고 기반 서비스는 막대한 서버 및 네트워크 환경 관리 비용 등을 만회하기 위한 조치로 일정 부분 효과를 발휘할 것으로 예상되나, 클라우드 게임 서비스 화면에서 어떠한 형식으로 광고를 노출시킬지는 미정이다.

한편 OnLive는 지난 2012년 11월 15일 LG전자의 스마트 TV를 통해 클라우드 게임 서비스를 재개한다는 계획을 발표했다. LG전자는 지난 6월 'LG Google TV G2 Series(이하 LG Google TV)'을 미국시장에 출시한 바 있다. 이어서 11월에 업계 최초로 최신 SW인 'Google TV 3.0'을 업그레이드했으며 이를 통해 보다 향상된 서비스로 클라우드 게임을 제공할 수 있게 됐다.

LG Google TV는 OnLive의 클라우드 게임 애플리케이션 서비스를 TV 업계 최초로 공개해 소비자들이 별도의 게임콘솔 없이도 TV와 리모콘만으로 300여개의 고사양 게임을 이용할 수 있도록 할 예정이다. 게이머들은 게임 이용은 물론 SNS 기능을 통해 지인들과 게임 기록 또는 게임 플레이 상황을 공유할 수도 있다.

OnLive는 스마트 TV의 주문형 클라우드 게임 서비스를 통해 레이싱게임 <FIA World Rally Championship>, 액션게임 <Sleeping Dogs>와 <Assassin's Creed Revelations> 등 인기 콘솔게임 타이틀을 제공할 예정이다.

OnLive의 Gary Lauder 회장은 "LG와의 파트너십 체결은 최첨단 게임을 단말에 구애받지 않고 모든 이들에게 제공하게 되는 중요한 첫걸음이다"고 강조했다. 2012년 11월 기준 OnLive의 클라우드 게임 서비스를 이용할 수 있는 단말은 OnLive 시스템과 연동되는 TV 및 Android OS 기반 단말, PC, Mac 등이다. 게이머들은 복수의 단말을 이용해 게임을 이용할 수 있어 하나의 단말에서 이용하던 게임을 다른 단말에서 이어서 이용 가능하다.

Gaikai가 SCE에 인수되기 전에 체결한 삼성전자와의 제휴에 따라, 향후 Gaikai가 삼성전자의 스마트 TV를 통해서도 정식으로 클라우드 게임 서비스를 제공할 가능성도 있다. 2013년 이후 스마트 TV를 중심으로 한 원조 클라우드 게임 양대산맥 Gaikai와 OnLive의 신규 클라우드 게임 서비스를 통해 글로벌 클라우드 게임 시장이 본격적인 성장세를 나타낼 것으로 기대된다.

비록 삼성전자는 경쟁업체인 Sony 산하에 들어간 Gaikai로 인해 클라우드 게임 정식 서비스 일정을 아직 구체화하지 못하고 있는 실정이나, 서비스 여건이 조성 되는대로 스마트 TV

사업 강화를 위해 클라우드 게임 서비스를 적극 추진할 전망이다.

특히 LG전자와의 협력으로 새로운 클라우드 게임 사업에 탄력을 받은 OnLive는 향후 삼성전자 등 다른 TV 단말 벤더와의 제휴를 체결해 메이저 클라우드 게임 서비스 업체로서의 위상을 되찾을 가능성이 높다.

[그림 2-10] LG전자의 클라우드 게임 서비스 이미지



출처 : LG

SCE, MS, Nvidia, AMD 등 글로벌 기업들의 협력 및 스마트 TV 등 단말 벤더들의 참여로 본격적인 성장기를 맞이한 클라우드 게임업계가 보다 다양한 플랫폼에 대응하며 게임 콘텐츠를 제공하게 됨에 따라, 향후 클라우드 게임 수요도 점차 확대될 것으로 기대된다.

아울러 'Cloud Gaming USA 2012'에서 공개된 혁신적인 기술과 클라우드 게임 사업 전략에 힘입어 향후 물리적인 콘솔, PC게임에서 인터넷 네트워크를 통해 판매, 보급되는 디지털 게임으로의 이행이 보다 가속화될 전망이다. 전 세계 게이머들이 클라우드 서비스를 통해 각종 단말에서 고성능 게임들을 보다 쉽고 간편하게 이용하는 게임 이용 행태의 전면적 변화가 머지않아 보인다.

참고자료

1. 'Agawi Launches Windows 8 Cloud Gaming, Talks Avoiding OnLive's Pitfalls', TechCrunch, 2012.09
2. 'Agawi to use MS's Windows Azure to bring cloud-gaming services to Windows 8', VENTUREBEAT, 2012.09
3. 'Cloud Gaming 2012: The future is overcast', gamesindustry, 2012.09
4. 'CiiNOW CEO Ron Haberman On AMD Investment, Cloud Gaming E-Sports, and Infrastructure', Forbes, 2012.09
5. 'Cloud Gaming Startup Agawi Chosen as One of the Fastest-Growing Companies of the Year in 2012 Best in Biz Awards', SFGate, 2012.11
6. 'Gaikai: Will Serve Ads, Have a Recommendation Engine, Put "Console-Quality Video Games on any Device"', PlayStationLifeStyle.net, 2012.12
7. 'MS, Agawi Team Up For Cloud Gaming On Windows 8; Is Xbox 720 Next?', Forbes, 2012.09
8. 'MS announces first batch of Xbox LIVE games heading to Windows 8', neoseeker, 2012.08
9. 'MS, 'Windows store'への有料Metroアプリ登録受付スタート', IT media, 2012.08
10. 'OnLive Makes Good On Its Promise, Brings Its Cloud Gaming Service To LG's G2 Smart TVs', TechCrunch, 2012.11
11. 'Playcast aiming for Q1 2013 US launch of cloud-gaming service', joystiq, 2012.12
12. 'Playcast Media partners with Nvidia and cable TV set-top makers for cloud-gaming service', VENTUREBEAT, 2012.09
13. 'The DeanBeat: A stellar week for gamers', VENTUREBEAT, 2012.09
14. 'With AMD investment, CiiNow wants to push cloud gaming beyond where OnLive could take it', VENTUREBEAT, 2012.09
15. 'Xbox Games on Windows: What it is, and what it is most definitely not', TNW, 2012.09
16. 'ゲームの未来を示した2012年のトレンド・・・「ゲームウォーズ 海外VS日本」第27回', GameBusiness, 2012.12
17. 'ソニー傘下となったGaikaiのサイトがリデザイン、『Uncharted』や『Killzone』のイメージも', GameBusiness, 2012.10
18. 'NVIDIAが明かすクラウドゲームの限界と可能性とは?', Famitsu, 2012.07

▶ 'Big Picture Mode'로 살펴본 Valve의 Cross-Screen 전략

- Valve의 신규 게임서비스 'Big Picture Mode'
- 'Big Picture Mode', 게임과 SNS가 결합한 새로운 TV게임 플랫폼
- Valve, 'PC-TV-Mobile'을 통합한 Cross-Screen 구축

▶ 글로벌 게임산업의 무게중심 이동으로 유럽발 게임 스튜디오 대거 폐쇄

- 유럽 소재 게임 스튜디오 잇단 폐쇄
- 마이너스 성장 지속하고 있는 유럽 게임시장
- 글로벌 게임산업, 모바일 및 F2P 위주의 아시아 시장으로 무게중심 이동

▶ 복고 열풍으로 부활하는 미국 아케이드게임

- 미국 아케이드 게임시장의 새로운 활로, '복고 열풍'
- 아케이드게임 매장, 새로운 엔터테인먼트 발신지로 부상
- 아케이드게임 업계, 콘텐츠 다양화 및 예술성으로 승부수

'Big Picture Mode'로 살펴본 Valve의 Cross-Screen 전략

Key Trend

4,000만 명 이상의 이용자를 보유하고 있으며, 미국 PC게임의 70% 이상을 제공해 게임업계의 App Store로 평가받고 있는 디지털 게임 유통 플랫폼 'Steam'을 보유한 Valve가 PC게임을 TV 스크린에서 즐길 수 있는 융합형 게임서비스 'Big Picture Mode'를 공개했다. Valve는 'Big Picture Mode'를 시작으로 PC와 모바일 그리고 TV 등 다양한 스크린에서 게임을 즐길 수 있는 Cross-Screen¹⁾ 전략에 박차를 가할 것으로 전망된다.

Valve의 신규 게임서비스 'Big Picture Mode'

게임 제작업체이자 유통업체인 Valve는 2012년 1월 미국 라스베이거스에서 열린 '2012 국제 전자제품박람회(2013 Consumer Electronics Association, 이하 2013 CES)'를 통해 자체 개발한 프로토타입의 하드웨어 'Steam Box'를 통해 TV로 PC게임을 이용하는 'Big Picture Mode'를 최초로 공개했다. 'Big Picture Mode'는 거실의 대형 TV에서 Valve의 디지털 게임 유통플랫폼 Steam 서비스를 편리하게 이용하고, 컨트롤러를 지원하여 게임을 플레이할 수 있도록 돕는 새로운 TV용 게임 플랫폼이다.

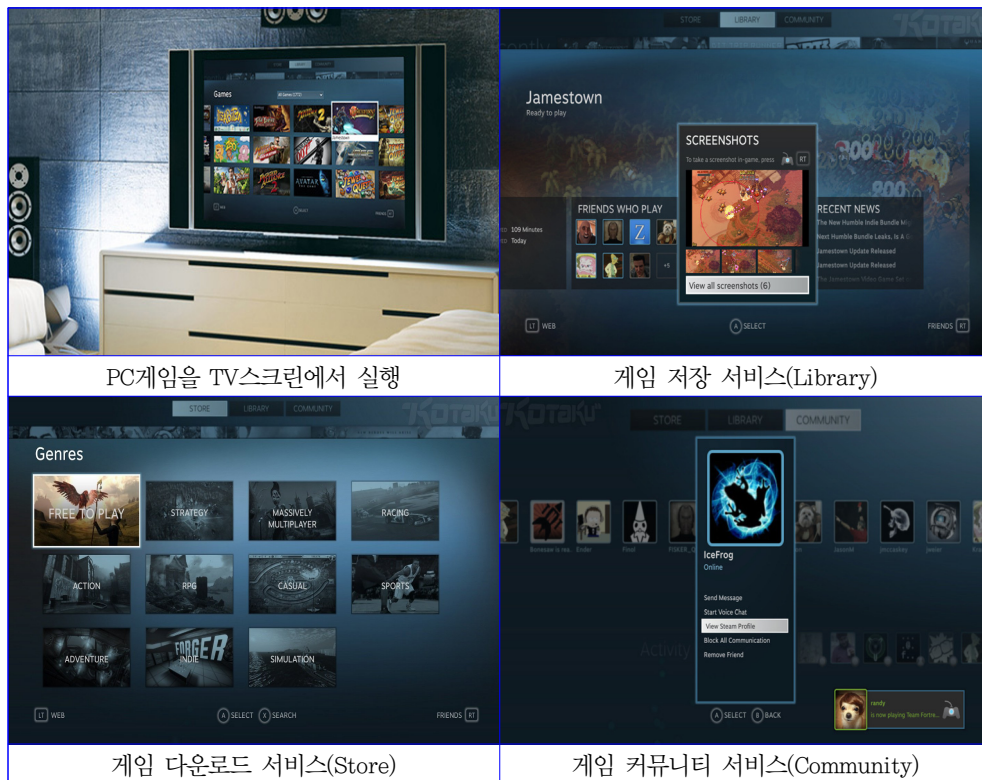
Valve는 'Big Picture Mode'를 공개하면서, PC에 제한되어 있는 PC게임을 TV로 이동시켰다는 큰 포부를 밝혔다. Valve의 Greg Coomer 디자이너는 "게이머들이 가장 원하는 게임 장소는 거실"이라며 "Valve는 이러한 게이머들의 수요를 충족시키기 위해 'Big Picture Mode'를 개발했다"고 밝혔다. 또한 그는 "게이머들은 대형 화면을 통한 게임 경험과 키보드와 마우스

1) Cross-Screen 게임은 다양한 화면에서 게임을 즐길 수 있는 서비스로 멀티플랫폼 게임과 비슷한 성격을 가지고 있음. 그러나 멀티플랫폼 게임은 하나의 게임으로 다양한 스크린에서 즐길 수 있는 반면, Cross-Screen 게임은 다른 단말에서 게임을 해야 할 경우 단말 스크린에 최적화된 게임을 별도로 설치해야 한다는 차이가 있음

스가 아닌 컨트롤러를 활용한 게임 경험을 원하고 있다"며, "'Big Picture Mode'는 이러한 게이머들의 수요를 기반으로 제작되었다"고 언급했다.

Valve의 'Big Picture Mode' 서비스를 전체적으로 조망할 때, 우선 눈에 띄는 특징은 'PC 스크린 중심의 PC게임을 TV 스크린으로 이동시키기 위해 여러 수단이 총 망라된' 일종의 융합형 게임 서비스라는 점이다. 'Big Picture Mode'는 Store, Library, Community로 구성되어 있으며, 기능적으로는 디지털게임 유통 플랫폼 Steam에서 제공되는 게임과 더불어 게이머의 클라우드 파일, Steam 워크샵 콘텐츠, 계좌 정보 및 즐겨찾기 등을 제공하고 있다. 별도의 섹션까지 포함하면 Steam 스토어는 물론 Steam 커뮤니티 접근 기능도 덧붙는다.

[그림 3-1] Valve의 'Big Picture Mode' 기능

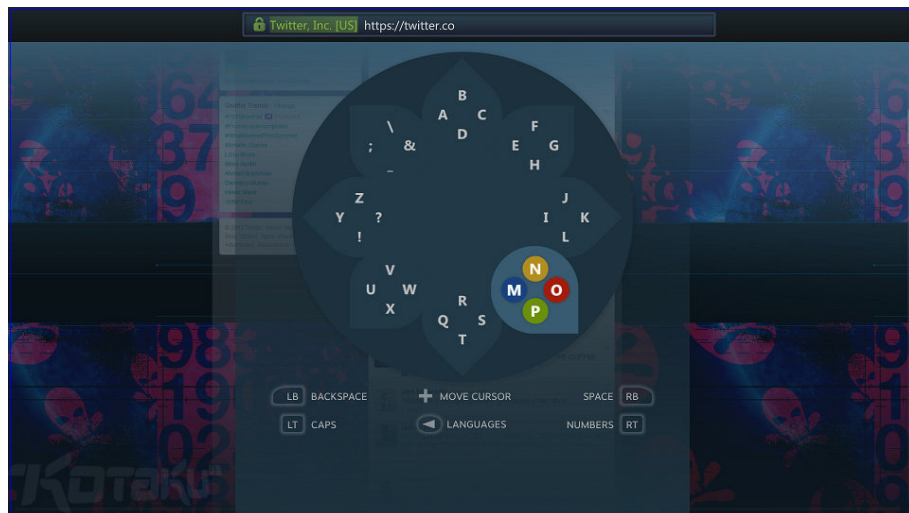


출처 : Valve(2012)

Valve의 Gabe Newell CEO는 "소셜게임, MMO, PC패키지 게임 등 어떠한 종류의 게임 플랫폼이건 PC 스크린을 중심으로 발전되어 왔다"며, "Valve는 'Big Picture Mode'를 통해 PC 스크린 중심의 게임 문화를 TV 스크린으로 이동시켜 PC와 TV가 융합된 새로운 엔터테인먼트 문화를 만들 것"이라고 강조했다.

이런 요소들 가운데 Valve가 가장 역점을 두어 홍보하고 있는 것은 다른 아닌 TV에 최적화된 게임 UI이다. 'Big Picture Mode' UI는 19~24인치 화면에 최적화된 PC게임 UI를 40인치 이상 TV에 최적화하기 위해 폰트, 아이콘, 메뉴 크기가 확대됐다. 또한 기존 콘솔게임에서 일반적으로 도입되어 온 QWERTY 자판 배열에서 벗어나, 꽃잎 한 장에 문자가 4개씩 배치되어 있는 연꽃 모양의 가상 키보드를 제공해 보다 직관적이고 빠른 입력이 가능하다.

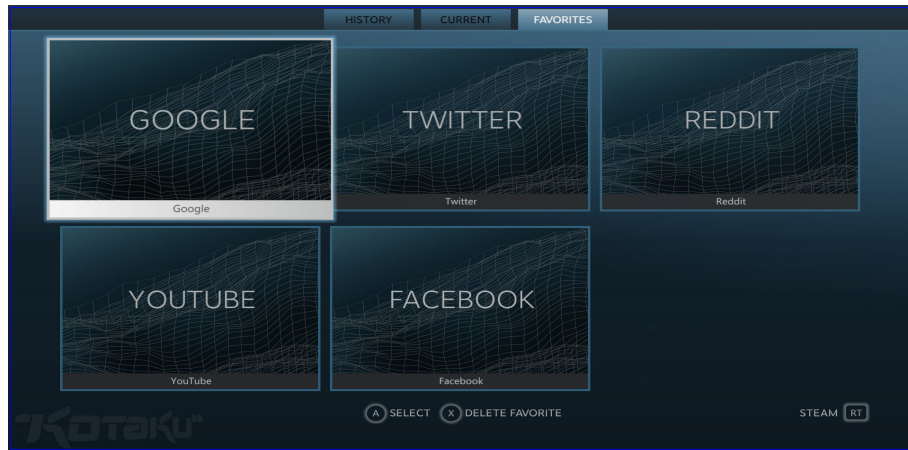
[그림 3-2] 'Big Picture Mode'의 연꽃 모양 가상 키보드



출처 : Kotaku(2012)

'Big Picture Mode'의 또 다른 차별성은 새로운 웹 브라우저이다. TV 환경에 최적화된 웹 브라우저는 'Big Picture Mode' UI 내 어디서든 접근이 가능하고, TV에서 Steam 게임을 즐기는 동안에도 이용할 수 있다. 특히 인터넷 검색 및 SNS 서비스 강화를 위해 Google, Twitter, YouTube, Facebook 등을 쉽게 사용할 수 있는 별도의 UI를 제공하고 있다. 이러한 웹 브라우저의 특성은 종전에 사설 웹사이트들이 담당하던 커뮤니티 형성/지원 기능의 상당 부분을 'Big Picture Mode' 자체에 흡수하려는 시도의 결과물이다.

[그림 3-3] SNS에 최적화된 'Big Picture Mode'의 웹 브라우저 화면



출처 : Kotaku(2012)

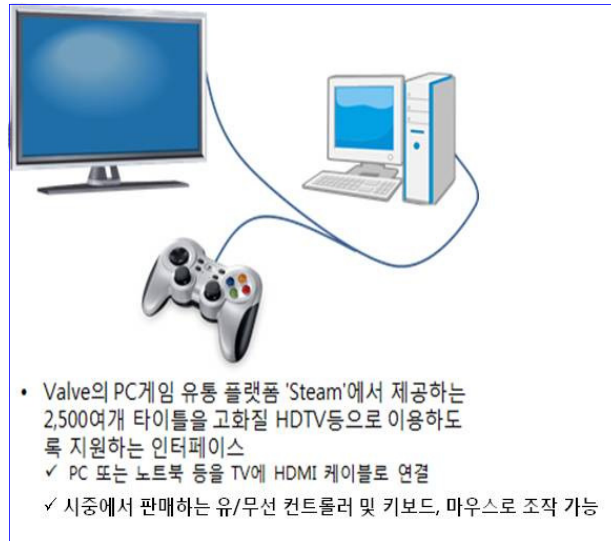
'Big Picture Mode'에 대한 게임업체의 반응도 긍정적이다. SEGA의 John Clark 부사장은 Big Picture Mode가 사양길로 접어든 PC게임의 구세주가 될 것이라고 확신했으며, PC 및 콘솔게임 전문업체 Take-Two Interactive Software의 Steve Glickstein는 "Steam 이용자들이 안락한 거실에서 대형 TV스크린을 통해 PC게임의 즐거움을 맛보는데 몰두하게 할 수 있을 것"이라며, "Big Picture Mode의 게임은 PC 스크린보다 큰 TV 스크린을 통해 큰 재미를 선사할 것이다"라고 언급했다.

'Big Picture Mode', 게임과 SNS가 결합한 새로운 TV게임 플랫폼

Valve의 'Big Picture Mode'는 여러 측면에서 게임업체의 종전 노선과는 거리가 있다. PC 게임을 PC 스크린이 아닌 TV 스크린으로 즐길 수 있는 자체도 새로운 시도이지만, SNS 중심의 웹 브라우저 서비스와 Steam 커뮤니티 서비스 등의 게이머 유인책 역시 매뉴얼 하나로 모든 PC게임의 지원 의무를 마치려 했던 게임업체들의 기존 형태와는 차이가 있기 때문이다. 이 같은 특성을 종합할 때, 'Big Picture Mode'는 단순히 PC게임을 TV 스크린에 전달하는 것이 아닌, 게임과 소셜기능을 결합한 새로운 TV게임 플랫폼이라 할 수 있다.

그러나 한편으로는 'Big Picture Mode'에 다양한 문제점이 있다는 것도 부정할 수 없는 부분이다. TV를 PC게임의 세컨드 스크린으로 사용하는 소수의 게이머를 제외하고, 대다수 PC 게임 게이머들은 키보드와 마우스 중심의 UI에 익숙해져 있어, 과연 'Big Picture Mode'를 활용할지 미지수이다. 또한 고성능 PC를 거실 TV와 HDMI 케이블로 연결하기 위해 PC를 거실로 이동시켜야 하는 번거로움을 일반 게이머들이 극복하기는 힘들 것으로 전망된다.

[그림 3-4] 'Big Picture Mode'의 사용방식



출처 : 스트라베이스(2012)

'Steam'에서 서비스 중인 PC게임의 화면 크기, 해상도, 게임 내 UI 등이 모두 대형 TV 스크린에 최적화되기 어렵다는 한계도 있다. 이 경우 콘솔게임의 폐쇄적 시스템이 보장하는 고품질 콘솔게임에 비해 개발자 및 게이머 모두 만족도가 떨어질 수 있다. 이러한 다양한 한계들 때문에 일부 게이머 및 애널리스트들은 'Big Picture Mode'가 베타 서비스에서 일반 서비스로 발전하지 못할 것이라는 부정적인 전망을 제시하고 있다.

MS의 Anshu Mor 인도지사 사장은 "게이머들이 PC게임과 콘솔게임에서 얻는 게임 경험은 동일하지 않다"며, "스크린 크기와 게임은 매우 밀접하게 연결되어 있기 때문에 20인치 모니터 기반의 PC게임을 40인치 TV에서 즐긴다고 콘솔게임에서 얻을 수 있는 게임 경험이 발생하지 않는다"며 'Big Picture Mode'의 한계를 언급했다.

Valve, 'PC-TV-Mobile'을 통합한 Cross-Screen 구축

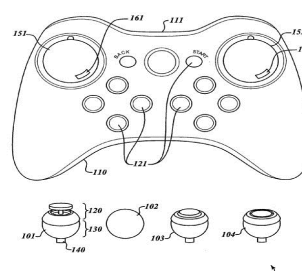
그러나 Valve의 'Big Picture Mode'의 가능성은 단순히 PC게임과 TV의 융합서비스가 아니라, 다양한 스크린으로 게임을 제공하려는 Valve의 Cross-Screen 전략을 위한 출발점으로 살펴봐야 할 것이다.

Valve는 지난 9월 4일 자사의 공식 홈페이지를 통해 "현재 컴퓨터 하드웨어 세상에 혁신이 결여돼 있다는 점에 매우 실망했다"며 PC와 Mac 등 기존 컴퓨터 외에 Valve가 다른 컴퓨터 하드웨어를 직접 만들겠다고 선언했다²⁾. 또한, Valve는 "지난 몇 년 동안 기본적인 키보드와

마우스를 이용한 입력 방식이 변화하지 못했으며 시장엔 공허함만이 쌓이고 획기적인 UX가 간과되고 있다"며, 새로운 게임 입력장치 개발 가능성을 언급했다³⁾. Valve의 Gabe Newell CEO에 따르면, Valve는 서로 다른 3가지 프로토타입의 컨트롤러에 대한 베타 테스트를 진행하고 있으며, 새로운 프로토타입의 하드웨어에 대한 베타테스터들을 모집하고 있다.

이와 더불어 Valve는 2012년 8월 28일 핵심 산업 디자이너 구인 게시물을 등록했는데, 해외 게임매체들은 이를 Valve가 하드웨어 시장으로의 진입을 선언한 것과 다름없다고 평가하고 있다. Valve가 제시한 조건은 6년 이상 경력의 기술자 또는 디자이너로 글로벌 시장을 대상으로 소비자용 전자제품을 출시한 경험이 있어야 한다. 전기, 기계, 소프트웨어 관련 지식을 바탕으로 하드웨어와 소프트웨어 양쪽에서 새로운 경험을 정의할 수 있어야 하며, 제품 디자인, 인체공학, 제조업, 이용도를 고려한 미적 감각 등은 우대 사항이다.

[그림 3-5] Valve의 하드웨어 개발 관련 자료들

<p>Industrial Designer</p> <p>As an Industrial Designer at Valve, you will join a world-class group of electrical, mechanical, software engineers and designers who are busily defining new entertainment experiences through both hardware and software. We're hoping to add your expertise in product design and manufacturing, ergonomics, usability, aesthetics, and surfacing to our team.</p> <p>Valve is an entertainment and technology company driven to design and deliver rewarding experiences to customers. We hire generalists who also exhibit deep expertise. Designers at Valve contribute in a wide variety of ways. We define and articulate goals, we design and ship products, we create and implement user studies, we write press releases and blog posts, we manage projects, and much more. We also recruit designers. People like you.</p> <p>Valve is traditionally a software company. Open platforms like the PC and Mac are important to us, as they enable us and our partners to have a robust and direct relationship with customers. We're frustrated by the lack of innovation in the computer hardware space though, so we're jumping in. Even basic input, the keyboard and mouse, haven't really changed in any meaningful way over the years. There's a real void in the marketplace, and opportunities to create compelling user experiences are being overlooked.</p> <p>At Valve, our design process really gets going once products are in customers' hands. Our best work is the result of an ongoing dialog with customers. Through years of shipping software as a service through Steam, our digital distribution platform, this has become fundamental to the way we create great products. With an engaged community of millions of users, what will you ship? What will you try, and what will you learn through doing so?</p> <p>Do you prefer to define the work that you pursue, rather than simply following a vision that's been set for you? If you're seeking an opportunity to steer product definition, functional exploration and design decision-making, consider joining Valve. We can't wait to see where you'll take us.</p> <p>Requirements:</p> <ul style="list-style-type: none"> BS/BA/DA degree (or equivalent) in industrial design (or equivalent) 6+ years of professional experience shipping world-class, high-tech hardware products A thorough understanding of product design principles Highly effective multidisciplinary collaboration skills Personal commitment to quality, attention to detail Confidence with 2D and 3D design visualization tools Effective, articulate design communication and decision-making skills <p style="text-align: center;">Valve의 하드웨어 개발자 채용란</p>	<p style="text-align: center;">(10) United States (12) Patent Application Publication (10) Pub. No.: US 2011/0195231 A1 (10) Pub. Date: May 5, 2011</p> <p>(54) VIDEO GAME CONTROLLER HAVING USER SWAPABLE CONTROL COMPONENTS</p> <p>(75) Inventors: Michael S. Ambinder, Bellevue, WA (US); Steven J. Reed, Seattle, WA (US); Scott Dalton, Seattle, WA (US)</p> <p>(73) Assignee: Valve Corporation, Bellevue, WA (US)</p> <p>(21) Appl. No.: 12/612,578</p> <p>(22) Filed: Nov. 4, 2009</p> <p style="text-align: right;">Publication Classification (51) Int. Cl.⁸: A63F 13/22 (2006.01) (52) U.S. Cl.: 463/36 (2009.01)</p> <p>ABSTRACT A game controller is provided. One or more main control input interfaces on the game controller control of game-related actions. A variety of modular input interfaces can be plugged into these main control input interfaces to the game controller and plugged in via an interface. This allows for that analog sticks, a combination of analog and touch, or further any combination of touchpad, directional pad, or additional components.</p>  <p style="text-align: center;">Valve가 특허 출원한 컨트롤러 컨셉</p>
---	--

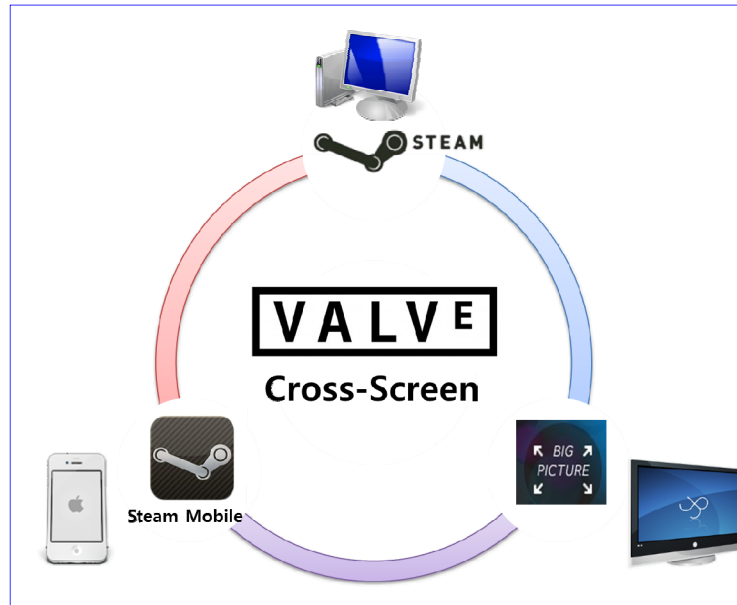
출처 : Valve(2012)

이러한 Valve의 하드웨어 시장 진출 및 새로운 게임입력 장치 개발 가능성을 고려하면, 'Big Picture Mode'는 현존하는 PC를 위한 서비스가 아니라, Valve가 준비하고 있는 차세대 TV 전용 게임기기 플랫폼이라는 것을 짐작할 수 있다.

- 2) 2012년 3월 Valve가 PC에 기반한 TV용 게임기기 'Steam Box'를 제작한다는 루머가 있었으나, 이에 대해 Valve 측은 공식적으로 부인했으나 개발 가능성까지는 완전히 부인하지 않음
- 3) Valve는 2009년에 게임 컨트롤러에 대한 특허를 신청, 특허는 2011년에 등록됨

Valve가 'Big Picture Mode'를 기반으로 한 차세대 TV 전용 게임기기를 제작할 경우, Valve는 PC와 TV 그리고 모바일⁴⁾ 등 다양한 게임 스크린에서 게임을 제공하는 Cross-Screen을 완성하게 되는 것이다.

[그림 3-6] Valve의 Cross-Screen 개요도



출처 : 스트라베이스(2012)

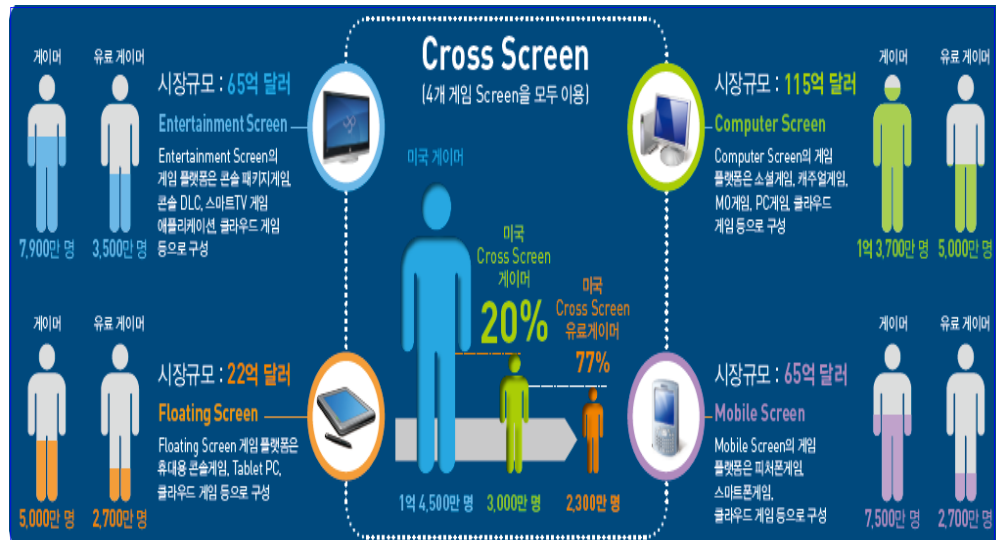
게임전문 조사업체 Newzoo의 최근 조사 결과 미국 게이머 중 20% 가량이 PC, 모바일, TV 등 다양한 스크린으로 게임을 즐기는 Cross-Screen 게이머인 것으로 나타났다는 사실⁵⁾은 Valve의 Cross-Screen 전략이 게임산업의 판도 변화를 일으킬 수도 있다는 근거를 제시하고 있다. Cross-Screen의 유료 게이머 비율이 다른 게임 스크린의 유료 게이머 비율보다 약 2 배 이상 높다는 점⁶⁾도 Valve의 Cross-Screen 전략이 높은 수익성을 가져올 것이라는 기대를 갖게 하는 요인이다.

4) 2012년 1월 30일, Valve는 iOS와 Android에서 사용 가능한 Steam 애플리케이션을 출시

5) 2012년 6월 개최된 'GDC San Francisco 2012'에서 Newzoo가 발표한 'Cross-Platform' Games Monetization'에 따르면, 2011년 미국 게이머 수는 1억 4,500만 명이며, 가장 많은 유료 게이머를 가진 스크린은 PC(5,000만 명)이지만, 유료게이머 비중이 가장 높은 스크린은 4개 스크린을 모두 이용하는 Cross-Screen 게이머로 3,000만 명 중 77%인 2,300만 명이 유료게이머로 나타남

6) 미국 게임 스크린별 유료 게이머 비율은 Cross-Screen 77%, TV 44%, 컴퓨터 36%, 모바일 36%로 조사

[그림 3-7] 2011년 미국 게임시장 및 Cross Screen 현황



출처 : Newzoo(2012), 스트라베이스 재가공(2012)

Steam 모바일 서비스 제공, 하드웨어 개발자 채용, 게임 컨트롤러 개발 등 일련의 움직임을 고려하면, 이번 'Big Picture Mode'가 단순한 PC게임 서비스가 아닌 Valve의 Cross-Screen 전략에 화룡점정(畫龍點睛)을 찍는 새로운 시도라는 데에는 이론의 여지가 없어 보인다.

참고자료

1. 'Beta Version of Steam Big Picture Mode Goes Live', PC Magazine, 2012.09
2. 'Cross-Platform Games Monetization', Newzoo, 2012.06
3. 'Details on Steam's Big Picture Mode before this afternoon's beta', Joystiq, 2012.09
4. 'Hands-on with Steam's Big Picture mode', PCWorld, 2012.09
5. 'Is Valve Really Getting into the Hardware Biz?', TIME, 2012.09
6. 'Today Valve Takes Over Your Living Room with Steam's Big Picture', Forbes, 2012.09
7. 'Steam big picture mode - we kick the tyres of Valve's TV-friendly refit', PC Gamer Magazine, 2012.09
8. 'Steam's Big Picture aims to revitalize computer gaming on TV', CNET, 2012.09
9. 'Steam Big Picture mode cannot be a threat to Xbox Live, explains Xbox India

- Boss', Gaming Bolt, 2012.11
10. 'Valve Marches Onward Toward Hardware Design', Forbes, 2012.09
 11. 'Why Steam might be a big part of the next PlayStation', Geek, 2012.09
 12. "PC게임을 TV에서 이용하다"...Valve가 출시한 "Big Picture Mode"의 특징과 한계, 스트라베이스, 2012.09
 13. '게임 Screen으로 살펴본 2011년 미국 게임시장 및 Cross Screen 현황', 스트라베이스, 2012.09

글로벌 게임산업의 무게중심 이동으로 유럽발 게임 스튜디오 대거 폐쇄

Key Trend

2012년 8월 이후 EA 산하의 캐주얼게임 개발사 PopCap과 노르웨이 게임업체 Funcom에 이어 Sony까지 영국 최초로 설립한 비디오게임 개발사를 폐쇄함에 따라 유럽 게임업계에 긴장감이 고조되고 있다. 최근 몇 년간 프랑스, 영국, 이탈리아를 주축으로 게임 세금 감면 정책을 추진하는 등 게임산업 부흥을 위한 다양한 조치들이 이행되고 있음에도 불구하고 콘솔게임 중심의 유럽 게임시장은 '높은 인건비'라는 고질적 문제로 마이너스 성장을 지속하고 있다. 뿐만 아니라 모바일게임 및 F2P 모델의 확산으로 글로벌 게임산업의 무게중심이 미국과 유럽에서 중국과 인도, 한국 등 아시아시장으로 이동함에 따라 향후 성장 가능성은 더욱 불분명한 상태다.

유럽 소재 게임 스튜디오 잇단 폐쇄

2012년 8월 22일 Sony가 지난 28년 동안 총 169개 게임 타이틀을 개발해온 자사 PlayStation(이하 PS)용 게임 개발의 성지이기도 같은 영국 Liverpool 소재 게임 스튜디오의 폐쇄 소식을 전했다.

온라인 게임 커뮤니티 GRCade Forum 게시판을 통해 최초로 공개된 Liverpool 스튜디오의 폐쇄 소식은 다음날 Sony Computer Entertainment(이하 SCE)의 부사장 Michael Denny에 의해 공식화되었다. Michael Denny는 "다른 스튜디오에서 진행 중인 새로운 프로젝트에 투자를 집중하기 위해 Liverpool 스튜디오를 폐쇄하기로 결정했으며, 이 같은 조치를 통해 고객들에게 보다 고품질의 콘텐츠를 제공할 수 있을 것으로 기대한다"고 밝혔다.

Sony의 Liverpool 스튜디오는 1984년 설립돼 영국에서 가장 오래된 역사를 자랑하는 비디오게임 개발사로, 1993년 Sony에 인수된 이후 1999년 스튜디오 명을 기존 'Psygnosis'에서 'Sony Liverpool'로 변경했다. 초기에는 〈Barbarian〉, 〈Shadow of the Beast for the Amiga

and Atari ST), <Lemmings> 등의 게임 타이틀 발매로 주목을 받았으며, 1995년 이후 PS용 레이싱게임 <WipEout>¹⁾ 시리즈의 흥행 성공으로 유명세를 타게 되었다.

Liverpool 스튜디오는 PS3의 성공에 힘입어 2008년 <WipEout HD>, <WipEout Fury>를 선보인 데 이어 2011년에는 PS Vita용 <WipEout 2048>을 출시했다. 게임전문매거진 Eurogamer에 따르면, Liverpool 스튜디오는 불과 얼마 전까지 PS4용 게임 타이틀 2개를 제작 중이었던 것으로 전해져 스튜디오 폐쇄 소식은 더더욱 업계에 충격을 주고 있다.

〈표 3-1〉 Sony Liverpool 스튜디오 주요 연혁

로고	연도	주요 연혁
	1984년	· 설립(스튜디오명: Psygnosis)
	1993년	· Sony Electronic Publishing(현 SCE)에 인수
	1995년	· Sony의 PlayStation용 게임 타이틀 <WipEout> 시리즈 발매
	1999년	· SCE Studio Liverpool로 스튜디오명 변경
	2001년	· PlayStation2용 게임 타이틀 <Formula One 2001> 발매
	2002년	· PlayStation2용 게임 타이틀 <WipEout Pure> 발매
	2007년	· PlayStation2용 게임 타이틀 <WipEout Pulse> 유럽 독점 발매
	2008년	· PlayStation3용 게임 타이틀 <WipEout HD> 발매
	2011년	· PlayStation Vita용 게임 타이틀 <WipEout 2048> 발매
	2012년	· 스튜디오 폐쇄

출처 : Sony Liverpool(2012)

한편, <Bejewelled>, <Plants vs. Zombies> 등의 캐주얼게임 개발사로, 2011년 11월 13억 달러에 EA에 인수된 PopCap²⁾도 지난 2012년 8월 아일랜드 더블린(Dublin) 소재의 스튜디오를 폐쇄했다. 아일랜드 고용법에 따라 PopCap측에 30일간의 심사기간이 주어졌지만, 직원 해고 및 스튜디오 폐쇄 관련 변동사항은 없었으며, 96명의 직원이 정리해고 조치를 받았다.

PopCap의 공동 설립자인 John Vechey는 "급속도로 변화하는 게임시장에서 모바일게임으로 조직 개편을 통한 비용 절감 및 효율성 제고는 불가피한 선택"이었으며, "EA측의 외압은 없었다"고 강조했다. 실제 2012년 6월 PopCap이 시장조사업체 Information Solution Group에 의뢰해 영국의 모바일게임 이용자를 조사³⁾한 결과, 2012년 5월 기준 영국 국민의 44%가

- 1) Sony의 대표적인 PlayStation용 반중력 배틀 레이싱게임으로, 전 세계 200만 장 이상의 판매고를 기록했으며, 2005년 후속작으로 발매된 <WipEout Pure>의 경우 Ad Hoc 모드를 이용해 최대 8명까지 동시 대전을 즐길 수 있는 멀티플레이 환경을 지원함
- 2) 2000년 설립된 PopCap은 주로 게임당 40~60유로 수준의 PC 및 콘솔용 캐주얼게임을 개발하고 있으며, 미국 시애틀(Seattle) 본사를 포함해 샌프란시스코(San Francisco), 시카고(Chicago), 밴쿠버(Vancouver), 상해(Shanghai), 서울 등에 지사를 운영, 총 400명 이상의 직원이 근무하고 있음
- 3) 2012년 4월 25일부터 5월 1일까지 모바일 단말을 소유한 미국 인터넷 이용자 총 602명, 영국 인터넷 이용자 총 402명을 대상으로 서베이를 실시함

모바일게임을 이용한 것으로 집계되었으며, 스마트폰 및 태블릿 PC 보급 확산에 힘입어 전년대비 29% 증가한 것으로 나타났다.

PopCap의 해외 퍼블리싱 담당 부사장 Dennis Ryan은 "모바일게임은 성장세 면에서 소셜게임과 어깨를 나란히 하고 있으며, 게이머들이 부분유료화 모델을 채택하고 광고를 탑재한 게임 내 구매(In App Purchase, IAP) 모델을 받아들이는 쪽으로 이용행태가 변화하고 있다"며, 이 같은 변화가 개발사 및 퍼블리싱 업체의 매출 구조에도 극적인 변화를 야기하고 있다고 언급했다.

이에 대해 업계 전문가들은 2012년 4월 EA가 PC게임 개발 인력을 대폭 정리하고 모바일게임으로 역량을 집중하는 등 체질 개선에 들어감에 따라 PopCap의 소셜게임 사업부문도 조정에 들어간 것으로 분석하고 있다⁴⁾.

[그림 3-8] PopCap의 대표 게임 타이틀(左: <Bejewelled>, 右: <Plants vs. Zombie>)



출처 : PopCap(2012)

<Age of Conan>⁵⁾의 제작사로 유명한 노르웨이 게임 개발사 Funcom 역시 지난 2012년 7월 출시한 MMO게임 <The Secret World>의 매출 부진으로 노르웨이 오슬로(Oslo) 본사를 포함한 영국 더럼(Durham) 소재 개발 스튜디오에서 대규모 인원 감축에 들어갔으며, 아일랜드 스튜디오도 조만간 폐쇄할 전망이다.

Funcom이 크로스 플랫폼 전략으로 야심차게 출시한 MMO게임 <The Secret World>는 게임전문 리뷰사이트 Metacritic에서 베타테스트 결과 100명 중 72명에게 악평을 받았으며, Polygon 리뷰에서도 10점 만점에 6.5점을 받아 독특하고 파워풀하지만 기대에는 미치지 못

4) 실제 PopCap의 아일랜드 스튜디오 폐쇄 발표일 EA의 주가는 2% 상승한 것으로 나타남

5) 2008년 출시와 동시에 120만 장 이상이 판매되며 화제를 불러 모았던 성인용 대작 MMORPG로, 꾸준한 확장팩 출시에도 불구하고 부족한 콘텐츠와 서버 불안정으로 인해 2011년 7월 정책제에서 부분유료화로 정책을 변경한 바 있으며, 국내에서도 2012년 6월 26일부로 서비스가 종료됨

한다는 평을 받았다.

〈표 3-2〉 2012년 유럽 게임 개발 스튜디오들의 인원 감축 및 폐쇄 현황

게임 개발 스튜디오	소재지	내용	시기
EA Bright Light	영국 런던	스튜디오 폐쇄	2012.01.06
Sony Bigbig	영국 캠브리지	스튜디오 폐쇄	2012.01.10
Monumental Games	영국 맨체스터	스튜디오 폐쇄	2012.02.16
Funcom	노르웨이 오슬로	인원 감축	2012.08.10
	영국 더럼	인원 감축	2012.08.10
PopCap	아일랜드 더블린	스튜디오 폐쇄	2012.08.21
Sony Studio Liverpool	영국 리버풀	스튜디오 폐쇄	2012.08.23

출처 : 스트라베이스(2012)

마이너스 성장 지속하고 있는 유럽 게임시장

2008년 이후 마이너스 성장을 지속하고 있는 유럽 게임시장에서는 최근 프랑스, 영국, 이탈리아를 주축으로 게임 세금 감면 정책이 본격 추진되는 등 게임산업 부흥을 위한 다양한 조치들이 이행되고 있다.

프랑스는 지난 2012년 4월 유럽위원회(EC)로부터 게임산업 육성을 위한 세금 인센티브 법안 갱신을 승인 받았으며, 유럽 최대 규모의 게임시장을 형성하고 있는 영국도 개발비로 5만~300만 파운드를 투자한 게임 개발사의 경우 최대 25%까지 세제 혜택을 제공하는 법안을 오는 2013년 4월부터 적용할 예정이다. European Games Developer Federation(EGDF)⁶⁾에서도 게임산업에 대한 세금 감면 및 보조금 지급 정책을 적극 지원하며 유럽연합 및 각국 정부를 상대로 다양한 로비 활동을 펼치고 있다.

이와 같이 범유럽적 차원에서 전개되고 있는 게임산업 육성책에도 불구하고 유럽발 대형 게임 스튜디오들이 잇달아 문을 닫고 있는 이유는 무엇일까?

우선, 유럽 게임시장의 고질적 문제인 '높은 인건비'로 인한 재정 압박에서 그 원인을 찾을 수 있다. 콘솔 및 PC게임이 주류를 이뤘던 시기의 유럽 내 게임 인력들은 높은 인건비에도 불구하고 원천기술 확보 및 개발력으로 고용 메리트를 충분히 갖고 있었지만, 현재는 중국을 포함한 아시아 시장의 게임 개발력이 상당히 발전한데다 인건비까지 저렴해 고임금의 유럽 인력들은 이미 설 자리를 잃은 상태다.

사실 지난 2011년 이후 유럽 게임업계에서는 개발 비용 절감을 위해 신흥국에서 인력을 아

6) 프랑스, 독일, 이탈리아, 영국, 노르웨이, 스페인, 덴마크, 오스트리아, 핀란드에 위치한 게임 개발 스튜디오 600개사량과 이에 소속된 약 1만 7,000여 명의 업계 종사자들을 대표하는 산업 연맹

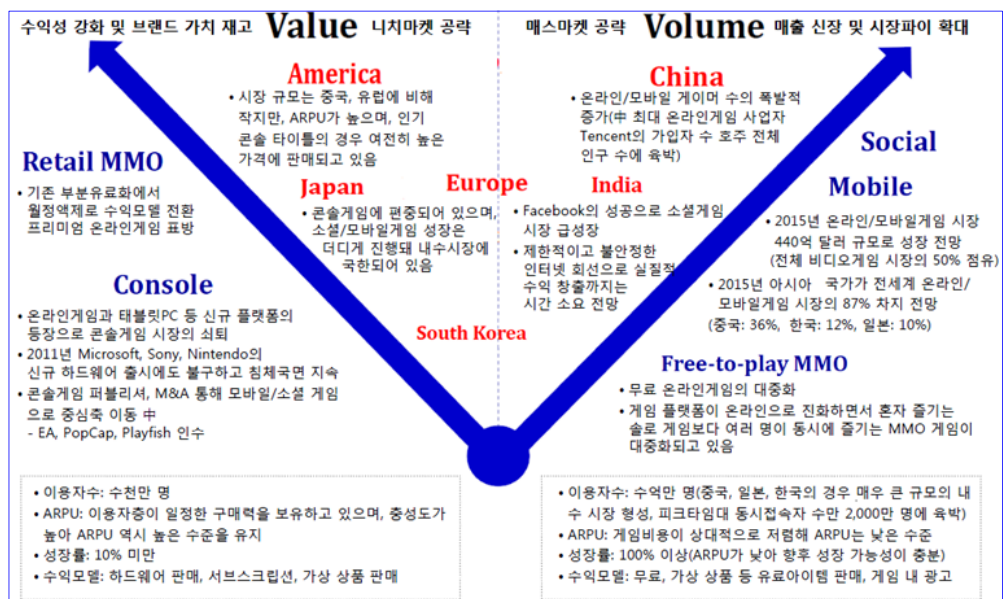
웃소싱하는 사례가 급증하고 있으며, 2012년 8월 말에는 Sony가 스웨덴 Lund 소재의 모바일 사업 본부를 일본 도쿄(Toyko)로 이전하겠다고 발표하는 등 최근에는 제작기반 자체를 이전하는 사례도 나타나고 있다.

글로벌 게임산업, 모바일 및 F2P 위주의 아시아 시장으로 무게중심 이동

한편, 업계 전문가들은 인건비 문제는 차치하고라도 유럽발 게임 스튜디오의 대거 폐쇄는 '콘솔'에서 '모바일'로 무게중심이 이동하고 있는 게임업계의 거스를 수 없는 트렌드가 반영된 것으로 분석하고 있다.

투자은행 Digi-Capital에 따르면, 미래 게임시장은 Value 마켓과 Volume 마켓으로 양분돼 Big V자 구조를 형성할 것으로 전망되는데, 게임 플랫폼별로 차별화된 전략 수립뿐만 아니라 국가별로도 상이한 접근 방식이 요구되고 있다.

[그림 3-9] 미래 게임시장 경쟁 지형도



출처 : Digi-Capital(2012), 스트라베이스 재가공(2012)

The Association for UK Interactive Entertainment(UKIE)⁷⁾의 의장이자 영국 게임 퍼블리셔 Mastertronic의 설립자 Andy Payne은 "유럽 소재 게임 스튜디오 폐쇄 및 인원 감축은

7) 영국 게임산업 관련 연구기관 및 개발사, 퍼블리셔들의 연합으로, 콘솔게임 3사(Nintendo, MS, Sony)가 소속되어 있음

현 게임시장 트렌드를 반영하는 지표"라며, "점점 더 많은 소비자들이 스마트폰, 태블릿 PC 등 개인 소유의 커넥티드 디바이스를 통해 게임을 즐기고 있으며, 이로 인해 게임업계의 비즈니스 모델 또한 변화하고 있다"고 강조했다.

독립 게임 개발사 Rebellion의 설립자 Jason Kingsley는 "영국 게임업계의 시초와도 같은 개발 스튜디오가 사라지게 된 것은 비극이지만, 시대의 흐름은 소매유통에서 디지털 다운로드로 변화하고 있다"고 언급했다.

실제 유럽 게임시장의 트렌드 변화는 지난 8월 15일부터 19일까지 독일 쾰른(Koeln)에서 개최된 유럽 최대의 게임 행사 'Gamescom 2012⁸⁾'에서 분명히 드러났다. 프랑스 게임업체 Ubisoft, 독일 게임업체 Crytek을 포함해 다수의 유럽 게임업체들이 모바일게임을 선보이며 사업 확장 의지를 내비쳤다.

Ubisoft는 2012년 10월 PC 및 콘솔 등 전통 게임 플랫폼은 물론 Xbox Live, PlayStation Network, Nintendo Network 등 콘솔 디지털 플랫폼, iOS 및 Android 기반 모바일 플랫폼, Facebook과 웹 기반 온라인 플랫폼에 이르기까지 다양한 영역에서 게임 타이틀 출시 의지를 밝혔다. 또한 FPS게임 <Crysis>로 유명한 Crytek은 2012년 9월 자사 최초의 모바일게임 <Fibble: Flick and Roll>을 개발, Amazon의 태블릿 PC Kindle Fire에서 출시할 계획이라고 발표했다.

유럽 게이머들의 게임 이용 행태에서도 이미 이러한 변화는 감지되고 있다. 지난 2012년 11월 21일 개최된 London Games Conference(이하 LGC)⁹⁾에서 공개된 시장조사업체 Screen Digest의 발표 자료에 따르면, 2012년 유럽 게이머의 게임 지출 규모 중 모바일게임 및 디지털 콘텐츠의 비중이 45%를 차지한 가운데, 2013년에는 53%까지 그 비중이 확대될 것으로 전망된다. Screen Digest의 수석 애널리스트 Piers Harding-Rolls는 2016년에는 유럽 내 모바일게임 및 디지털 콘텐츠 시장 규모가 80억 유로에 육박할 것으로 전망했다.

한편, 장르와 플랫폼 구분을 막론하고 진행 중인 부분유료화(Free-to-Play, 이하 F2P)모델의 확산도 유럽발 게임 스튜디오 폐쇄의 원인 중 하나로 분석된다. 정액제가 표준이었던 대작 MMORPG 부문에서도 다수 타이틀이 F2P모델로 전환되면서 대규모 인력풀과 개발 시설, 대형 자본 등을 강점으로 내세운 기존 유럽 소재 대형 스튜디오들의 존재 이유가 무색하게 된 것이다.

8) E3, Tokyo Game Show와 함께 글로벌 3대 게임쇼 중 하나로, 2012년에는 총 27만 5,000여명이 방문한 가운데, Nintendo와 MS 등의 대형 콘솔 게임업체는 참여하지 않음

9) 2009년 처음 창설된 게임산업 전문 컨퍼런스로, 게임 관련 마케팅, 판매, 미디어 분야를 아우르며, 약 100여개의 게임업체 전문가들이 참석해 업계 트렌드 및 향후 전망에 대해 논의함

게임전문 웹진 MCV의 편집장 Michael French는 "Funcom은 이미 F2P모델이 장악하고 있는 MMO시장에서 정액제 기반의 신규 게임을 런칭하는 등 지난 몇 달간 급변하는 게임시장에서 잘못된 포지셔닝 전략으로 위기를 맞이했다"고 지적했다.

높은 인건비와 모바일게임으로의 무게중심 이동, 부분유료화 모델의 확산은 분명 유럽 게임시장 성장에 위협이 되고 있다. 하지만 "큰 나무가 쓰러지면서 생긴 공간이 다른 나무들에게 성장할 기회를 제공해준다"는 영국 독립 게임 개발자 Jason Kingsley의 말처럼 유럽 게임 시장에는 메가 스튜디오 외에도 수많은 중소 개발업체들이 존재하고 있어 그간 글로벌 대형 사업자들에게 집중되어있던 게임산업에 이번 사태가 균형 발전의 계기가 될 여지도 있다.

하지만 공정경쟁 침해 논란에도 불구하고 문화적 예외 규정을 두면서까지 유럽 각국 정부의 게임산업 육성을 적극 지원하고 있는 유럽연합의 정책이 소기의 성과를 결과하기 위해서는 게임시장을 관통하는 변화의 흐름을 감지하고 현실적인 자구책을 강구하는 유럽 게임 개발사들의 노력이 우선되어야 할 것이다.

참고자료

1. 'A Brief History: Sony Studio Liverpool', Develop, 2012.08
2. 'Electronic Arts Betting on Cheaper Free-to-Play Titles', Bloomberg, 2012.08
3. 'Gamers play on mobile far more than consoles - survey', Gameindustry, 2012.06
4. 'Layoffs and Closure Hit Gaming Industry', Nvision, 2012.08
5. 'Layoffs come to 'The Secret World' developer Funcom', The Verge, 2012.08
6. 'PopCap Games to pull out of Ireland with the loss of 96 jobs', Independent.ie, 2012.08
7. 'Sony Mobile announces HQ move to Tokyo and 1,000 staff cuts', Inquirer, 2012.08
8. 'Sony shuts Wipeout video game studio in Liverpool', BBC, 2012.08
9. '2013: year of the digital/physical tipping point -Screen Digest', MCV, 2012.11

복고 열풍으로 부활하는 미국 아케이드게임

Key Trend

장기간 침체에서 벗어나지 못하고 있던 미국 아케이드 게임업계가 복고형 게임에 대한 향수를 바탕으로 한 아케이드 게임 매장의 부활로 새로운 중흥기를 맞이할 것으로 기대되고 있다. 미국 아케이드 게임 매장은 가족 단위 고객을 겨냥한 합리적인 요금제와 다양한 이벤트, Bar와의 결합 등 서비스 다각화를 추진해 고객을 끌어들이고 있으며 모바일 게임의 아케이드 버전 출시 등 온라인, 모바일게임 트렌드에 대한 대응도 놓치지 않고 있다. 아울러 최근 미국에서 아케이드 게임 관련 전시회가 기획 또는 개최되고 있어 바야흐로 미국 아케이드 게임산업이 차별화된 매력을 지닌 콘텐츠로서 지속 성장할 수 있을지 여부에 관심이 집중되고 있다.

미국 아케이드 게임시장의 새로운 활로, '복고 열풍'

미국 아케이드 게임시장은 1980년대에 전성기를 누린 이후 가정용 콘솔게임 보급 및 온라인·모바일 게임시장의 급성장 등으로 게임시장에서 설 자리를 잃어왔다. 그러나 2011년 한 해 동안 미국에서 개장한 12개 대형 독립 아케이드 게임 매장 중 10개 이상이 2012년 하반기에도 계속 영업 중이며 신규 오픈한 매장들이 인기를 끄는 등, 최근 들어 다시금 활기를 되찾고 있는 것으로 나타났다. 비록 아케이드 게임업계의 전성기 시절에 비하면 큰 수치가 아니지만, 최근 수 년 간 아케이드 게임업계의 저조한 실적을 감안하면 고무적인 현상으로 풀이된다.

어린 자녀와 함께 매장을 방문해 게임을 이용하는 부모 세대와 현란하고 복잡한 최신 게임 대신 단순한 게임을 찾는 젊은이들이 늘어나면서, 미국 아케이드 게임업계의 부활 가능성이 화제가 되고 있다.

아케이드게임 전문 웹사이트 'Arcade Heroes¹⁾'의 Adam Pratt 운영자는 "지난 2년간 미국

전역에서 아케이드게임 매장이 증가해, 아케이드 매장 개장 소식이 전달되는 횟수가 훨씬 더 많은 상황"이라고 말하며, 복고풍 아케이드게임이 모든 세대에 걸쳐 호응을 얻고 있다고 전했다.

아울러 2012년 11월 미국 Las Vegas에 문을 연 아케이드게임 매장 Insert Coin(s)의 설립자 Christopher LaPorte는 "아케이드게임은 죽은 것이 아니라 단지 성장하지 않았을 뿐이다"라고 주장했다. 업계 관계자들은 아케이드 게임업체들이 콘솔게임 및 아케이드게임을 위협하는 온라인·모바일 게임 트렌드에 대응함으로써 콘텐츠 다각화를 꾀할 경우, 복고 열풍을 넘어선 아케이드 게임시장의 새로운 중흥기를 맞이할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

특히 모바일게임의 아케이드 버전 출시, 아케이드 게임기의 터치스크린 탑재 등은 아케이드게임을 아직 경험하지 못한 세대까지 아우르며 아케이드게임의 저변 확대에 기여할 것으로 기대되고 있다.

시장조사업체 DFC Intelligence가 2012년 7월 발표한 조사 결과에 따르면 콘솔게임 및 휴대용 게임기, PC게임, 모바일게임 등을 포함한 비디오게임 시장규모가 2012년 670억 달러에 달했으며 2017년 820억 달러를 기록할 것으로 전망된다. DFC Intelligence의 David Cole 애널리스트는 "새로이 출시되는 게임콘솔들이 2014년부터 2016년까지 성장 모멘텀을 확보할 것으로 보이나 지속적인 성장세는 PC 및 모바일 플랫폼에서만 가능할 것"이라고 주장했다.

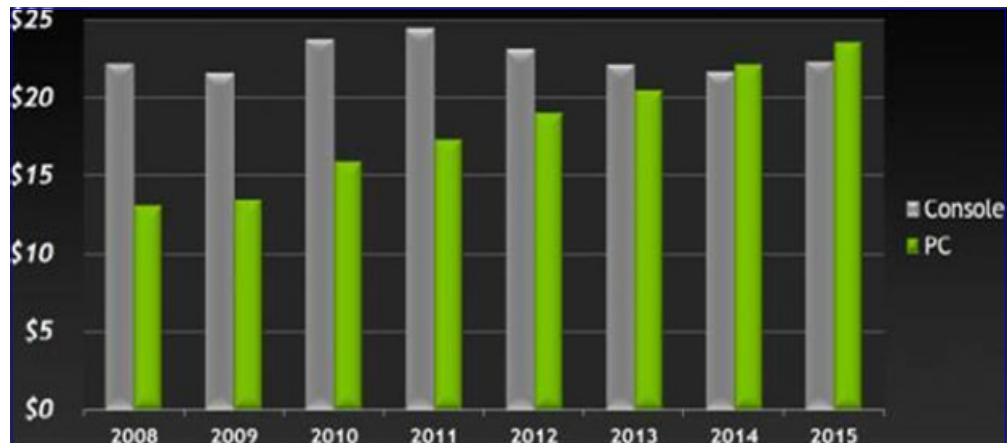
DFC Intelligence측은 2011년을 기점으로 콘솔 게임시장이 점진적인 하락세를 기록하며, 2014년 PC게임 소프트웨어 판매량이 콘솔게임 소프트웨어 판매량을 추월할 것으로 관측했으며, 향후 콘솔 게임시장이 DLC(Downloadable Content) 등 온라인 다운로드 콘텐츠의 비중을 지속적으로 확대시킬 것으로 전망했다. 특히 2011년 190억 달러였던 온라인 게임시장 규모는 2017년에 350억 달러에 달하고 DLC가 콘솔게임에서 차지하는 매출 비중이 39%에 이를 것으로 예상되고 있다.

아케이드게임 또한 PC와 같이 소셜게임, 부분유료화 등 최신 트렌드에 적절히 대응하지 못할 경우 콘솔게임의 전철을 밟아 온라인·모바일 게임에 계속해서 자리를 내줄 수밖에 없을 것으로 전망된다.

1) arcadeheroes.com

[그림 3-10] 콘솔 및 PC게임 SW 매출 추이

(단위 : 십억 달러)



출처 : DFC Intelligence

이에, 미국 아케이드게임 업계에서는 복고 열풍을 바탕으로 한 고전적인 아케이드게임 매장을 통해 고객 기반을 확보함과 동시에 모바일게임과 같은 전체 게임 산업의 주요 트렌드를 반영하며 경쟁력 강화에 나서고 있다.

아케이드게임 매장, 새로운 엔터테인먼트 발신지로 부상

2011년 Las Vegas에 아케이드게임과 나이트클럽, Bar를 결합한 새로운 엔터테인먼트의 장으로 개장한 Barcade²⁾의 일종인 Insert Coin(s)는 약 50종의 아케이드게임을 제공하고 있다. 아울러 풀서비스가 제공되는 Bar 테이블에서 HDTV 화면으로 Xbox360 등 게임콘솔을 대여해 이용할 수 있도록 해 호응을 얻고 있다.

Insert Coin(s)는 아케이드게임 매장에 대한 기존 통념을 깨는 접근법으로 DJ가 있는 댄스 플로어, 할로윈 의상 콘테스트, 뮤지션 초청 이벤트 등을 열어 화제를 모았으며, 온라인 쇼핑몰에서 초창기 아케이드게임 설계와 관련된 디자인 티셔츠를 판매하는 등 사업 다각화에도 주력하고 있다.

Insert Coin(s)의 Chris LaPorte 설립자는 이 같은 전략에 대해 "수익 측면에서 아케이드 게임기의 수익성을 보완해 줄 또 다른 형태의 엔터테인먼트 서비스가 필요하다"고 주장하면서, Las Vegas의 Insert Coin(s) 매장이 개장한 지 15개월 만에 매일 밤 최대 수용 인원 298

2) Bar와 아케이드게임 공간을 결합시킨 형태로 2004년 New York Brooklyn에 문을 연 388 Union Avenue 가 그 시초

명이 들어차고, 매장에 입장하기 위해 고객들이 오랜 시간 외부에서 대기하는 현상이 빚어지는 등 큰 성공을 거두고 있다고 밝혔다. Insert Coin(s)는 Minneapolis 지역에 프랜차이즈 매장을 추가한 데 이어 미국 각지에 매장 수를 확대해나갈 예정이다.

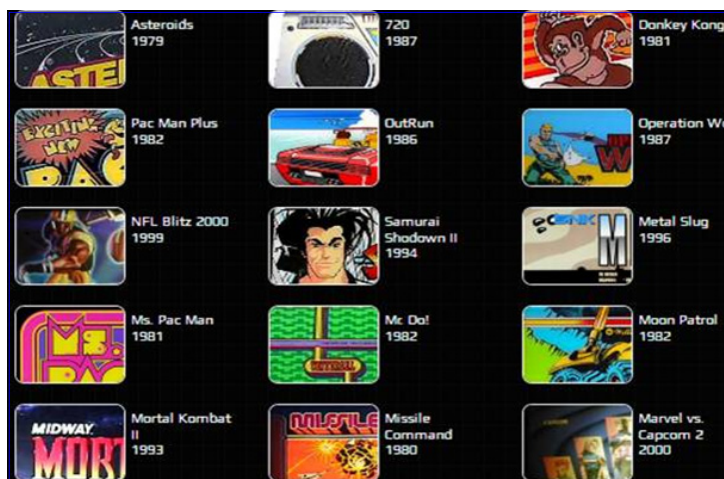
Chris LaPorte는 어린 시절 아케이드게임 매장에서 게임을 해본 세대들이 성인이 되어서도 여전히 어린 시절의 게임 습관을 지니고 있어, 약 10~15년 내로 미국 내 모든 도시에서 최소한 2~3개의 아케이드게임 매장이 문을 열게 될 것으로 전망했다.

[그림 3-11] Insert Coin(s) 매장 인테리어



출처 : Insert Coin(s)

[그림 3-12] Insert Coin(s) 매장에서 제공되는 아케이드게임 종류



출처 : Insert Coin(s)

한편, 지난 2012년 11월 15일 Kentucky 州에서 개장한 Barcade인 Arcadium 또한 개장 첫 날부터 〈Donkey Kong〉 콘테스트를 개최했다. Arcadium은 최고득점자에게 켄터키 대학 (University of Kentucky) 농구팀의 홈경기 티켓을 제공했으며 바로 다음 날 오프닝 파티를 여는 등 아케이드게임과 타 엔터테인먼트와의 연계 전략으로 화제를 모았다.

Arcadium은 1980년대 아케이드 게임기 이용료를 그대로 적용해 25센트라는 저렴한 가격으로 〈Pac-Man〉, 〈WWF Superstars〉 등 고전 아케이드게임 13종을 선보이고 있으며 향후 신형 아케이드 게임기도 확보해나갈 예정이다.

최근 Minneapolis 州 Jordan 지역에서 문을 연 아케이드게임 매장 ZAP Arcade의 경우에도 〈Ms Pac Man〉, 〈Space Invaders〉, 〈Street Fighter II〉 등 약 32종의 아케이드게임을 제공 중이며, 다양한 요금제로 눈길을 끌고 있다. ZAP Arcade 방문객들은 게임을 할 때마다 25센트 동전을 집어넣는 일반적인 방법 대신, 정액제 멤버십에 가입하거나 일일 입장료를 지불하고 자유롭게 게임을 이용할 수 있다.

ZAP Arcade의 요금제는 개인이 하루 종일 게임을 이용할 수 있는 5달러의 일일 요금제, 4명의 가족 구성원에게 적용되는 15달러의 일일 요금제, 월간 15달러 혹은 연간 165달러의 개인용 정액제 멤버십, 4명의 가족 구성원에게 적용되는 월간 30달러 혹은 연간 330달러의 정액제 멤버십 등으로 구분된다.

[그림 3-13] ZAP Arcade 매장에 배치된 아케이드 게임기



출처 : ZAP Arcade

ZAP Arcade를 설립한 Jeromy Darling은 "ZAP Arcade는 작은 호수나 계곡 밖에 없는 지역에서 저렴하고 안전한 엔터테인먼트 장소를 제공해, 지역 커뮤니티의 젊은 층을 위한 엔터테인먼트 장소로도 활용되고 있다"고 강조했다.

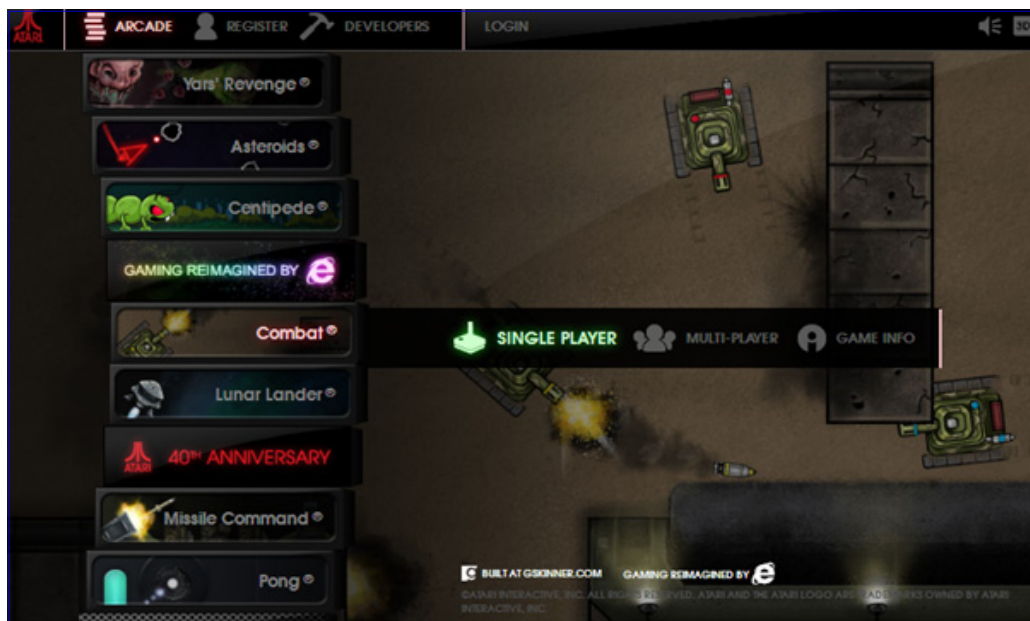
이러한 현상은 아케이드 게임시장이 장기적인 침체기에 접어들기 전부터 영업을 계속해온

Los Angeles의 아케이드게임 매장 The Family Arcade에서도 나타나고 있다. 1972년 개장한 The Family Arcade측은 당구 게임에 국한됐던 아케이드게임의 인기가 고전적인 아케이드게임 타이틀 수의 점진적 증가 및 복고 열풍에 힘입어 최근 나날이 치솟고 있다고 밝혔다. 세대를 막론하고 단골 고객들이 늘어나고 있는 것이다. The Family Arcade는 현재 학교나 일상에서는 접하기 힘든 오래된 게임기로 색다른 재미를 제공함은 물론 지인, 친구들의 모임 장소로 부상해 중·장년층, 20대 대학생들이 끊임없이 모여들고 있다.

한편, 게임콘솔 업계의 대표주자 MS도 복고 게임 향수에 주목하고, 지난 2012년 8월 31일 비디오 게임업체 Atari와 협력해 웹브라우저를 통해 온라인으로 이용할 수 있는 HTML5 기반 무료 아케이드게임 서비스 <Atari Arcade³⁾>를 런칭했다.

<Atari Arcade>는 Atari가 최초의 아케이드게임 <Pong>을 선보인 지 40주년을 기념해 현재 <Asteroids>, <Centipede>, <Combat>, <Lunar Lander>, <Missile Command>, <Pong>, <Yars' Revenge>, <Super Breakout> 등 8종의 고전 아케이드게임을 제공하고 있으며, 멀티플레이 기능도 지원하고 있다.

[그림 3-14] <Atari Arcade>의 서비스 화면



출처 : Atari

3) atari.com/arcade

아케이드게임 업계, 콘텐츠 다양화 및 예술성으로 승부수

업계에서는 아케이드게임에 향수를 간직한 세대가 현재 가용 소득이 상당한 30~40대 소비층으로 성장해 아케이드게임 매장의 인기는 당분간 계속될 것으로 전망하고 있다. 그러나 복고 열풍을 바탕으로 한 아케이드게임 부활 조짐이 장기적인 발전으로 연결되기 위해서는 온라인·모바일 트렌드 대응을 비롯한 콘텐츠 및 서비스 다양화 전략이 요구된다.

특히 업계에서는 매일같이 새로운 온라인·모바일 게임들이 출시되고 있는 상황에서 종류가 제한적인 아케이드게임에 소비자들이 쉽게 질릴 가능성이 높다고 지적하고 있다. 아케이드 게임업체들은 모바일게임 등을 아케이드게임 버전으로 재출시하는 방식 등을 통해 신규 아케이드게임 라인업을 빠르게 강화해나가야 할 전망이다.

실제로 <Fruit Ninja>, <Fight Control>, <Infinity Blade> 등 인기 모바일게임들이 터치스크린을 탑재한 아케이드 게임기 버전으로 출시돼 인기를 끌고 있으며 향후 모바일게임의 아케이드화가 가속화되면 슈팅, 레이싱 등에 국한됐던 아케이드게임 장르 또한 다양화될 수 있을 것으로 기대되고 있다.

아울러 일각에서는 아케이드게임의 고전적인 매력을 예술성으로 보고 이를 보전하려는 움직임도 일어나고 있다. 미국 Washington 소재 스미소니언 뮤지엄(Smithsonian American Art Museum)은 지난 2012년 3월부터 9월까지 비디오게임의 예술이라는 주제 하에 'The Art of Video Games' 전시회를 열어 콘솔게임<Earthworm Jim>, <Final Fantasy VII> 등과 함께 아케이드게임 <Pac-Man>을 선보인 바 있다.

이어서 뉴욕근대미술관(Museum of Modern Art, 이하 MoMA)은 2012년 11월 30일 비디오 게임 분야에서 최초로 <Pac-Man>을 'Permanent Collection'으로 지정해 2013년 봄부터 1년간 전시할 예정이라고 발표했다. 'Permanent Collection'은 매해 각종 제품군에서 기능성, 디자인 등이 우수한 제품을 선발해 MoMA에서 영구 보존하는 컬렉션이다.

비록 아케이드게임이 Warhol, Picasso 등의 예술작품들과 나란히 전시되는 것에 대해서는 아직 논란의 여지가 있는 실정이나, <Pac-Man>과 같이 단순하고 보편적인 게임 규칙으로 세대, 국경, 시대를 초월하는 아케이드게임 콘텐츠를 예술적 시각에서 조명하는 추세는 앞으로 계속될 전망이다. MoMA는 앞으로 <Asteroids>, <Donkey Kong>, <Pong> 등 고전 아케이드게임을 전시 목록에 추가할 예정이다.

독창적인 아케이드게임의 디자인과 세계관, 캐릭터의 가치를 인정하고 영구 소장, 전시하는 이러한 움직임들은 아케이드게임에 대한 대중적 관심을 제고하고 게이머 저변 확대에도 긍정적으로 작용할 것으로 기대된다.

미국 아케이드 게임업계가 복고풍 게임에 대한 향수, 새로운 엔터테인먼트 및 친교의 장으로 부상한 Barcade, 모바일 게임을 활용한 신규 아케이드게임 출시 전략, 아케이드게임의 예술성에 대한 관심 등 게임산업 안팎에서 일어나는 긍정적인 흐름을 토대로 새로운 중흥기를 맞이할 수 있을지 귀추가 주목된다.

참고자료

1. 'Arcade entrepreneurs hit "play again," find new growth', Business Journal, 2012.08
2. 'Atari Arcade brings classic games to the Web with HTML5', gizmag, 2012.08
3. 'Buy new Edge T-shirts from Insert Coin', EDGE, 2012.07
4. 'Classic arcade, pinball machines draw in fans from bygone gaming era', Orlando Sentinel, 2012.07
5. 'DFC Intelligence Forecasts Worldwide Video Game Market to Reach \$82 Billion by 2017', PRWeb, 2012.07
6. 'Las Vegas game bar Insert Coin(s) expands to Minneapolis, looks toward an e-sport future', VentureBeat, 2012.07
7. 'MS Appeals To Nostalgia, Shows Off Atari Arcade', redOrbit.com, 2012.09
8. 'The Family Arcade Holds On As The Arcade Industry Falters', USCAnnenberg, 2012.11
9. 'The surprising, stealth rebirth of the American arcade', Ars Technica, 2012.08
10. 'Video arcades make a comeback in Twin Cities', TwinCities.com, 2012.08
11. 'Video games in an art gallery? MoMA allows Pac-Man into its hallowed halls', The INDEPENDENT, 2012.11
12. 'Worldwide Market Forecasts for the Video Game and Interactive Entertainment Industry', DFC Intelligence, 2012.07
13. 'Who are the biggest players in the industry', GameSpot.com, 2012.07
14. '일본 아케이드 게임시장의 쇠퇴 배경과 日 게임社の 위기 극복 방안', 스트라베이스, 2009.05
15. 'Zynga의 새로운 라이벌 Wooga의 성공전략...아케이드와 소셜게임을 융합한 하이브리드 소셜게임', 스트라베이스, 2012.03
16. '2011년 시장결산 및 2012년 전망 시리즈(23)-콘솔게임', 스트라베이스, 2012.02

▶ 국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석


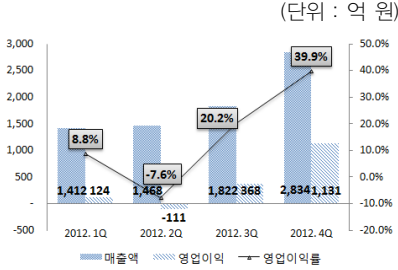
- 국내 – NC소프트, NHN, CJ E&M, 네오위즈게임즈, Nexon, 컴투스, 게임빌
- 북미 – MS, Electronic Arts, Walt Disney
- 유럽 – Activision Blizzard, Ubisoft, Gameloft
- 중국 – Tencent, Shanda Games, NetEase
- 일본 – Sony, Nintendo, Konami, GREE, DeNA

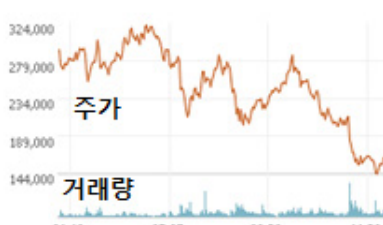
▶ 권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

- 미국 게임 SW 월별 판매 순위
- 미국 게임 HW 판매량 추이
- 일본 게임 SW 월별 판매 순위
- 일본 게임 HW 판매량 추이
- 영국 게임 SW 월별 판매 순위
- 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위
- 이탈리아 게임 SW 월별 판매 순위
- 스페인 게임 SW 월별 판매 순위
- 독일 게임 SW 월별 판매 순위
- 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위
- 중국 온라인게임 인기 순위


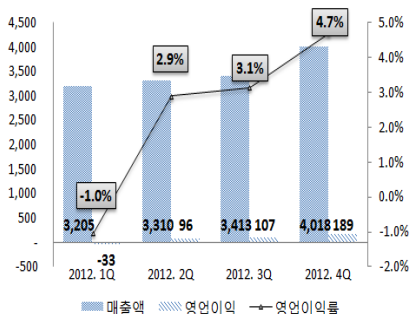

국내외 주요 게임업체 실적 및 동향 분석

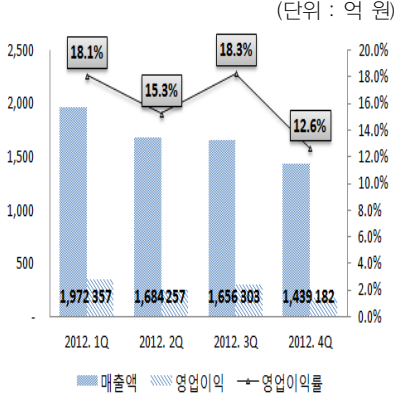

국내

NC소프트	 NCsoft®																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ 엔씨소프트 <블레이드&소울>, AMD와 그래픽 파트너십 제휴(7.16)</p> <p>· 엔씨소프트는 AMD와 신작 온라인 게임인 <블레이드&소울>에 대한 그래픽 파트너십을 체결</p> <p>· 금번 그래픽 파트너십의 체결로 <블레이드&소울>과 AMD는 향후 마케팅 파트너로서 기술 협력과 함께 PC방 프로모션 등 다양한 마케팅 활동을 펼침</p> <p>◆ 엔씨소프트, GREE 와 전략적 제휴(8.1)</p> <p>· 2012년 7월 31일 일본 GREE 본사에서 모바일게임 공동개발 및 일본 서비스에 대한 MOU 체결을 진행하고 엔씨소프트 대표 IP인 <리니지>를 활용한 모바일게임의 베타버전을 개발</p> <p>· 후 양사의 개발기술력과 시장 경험을 바탕으로 일본을 비롯한 글로벌 시장에서 다양한 협력을 모색해 나갈 예정</p> <p>◆ 엔씨소프트, 2012년 2분기 실적 발표(8.8)</p> <p>· 엔씨소프트는 2012년 2분기 실적(연결기준) 결산 결과 매출 1,468억 원, 영업손실 76억 원, 당기순손실 73억 원을 기록</p> <p>· 지역별 분기 매출로는 한국 1,032억 원, 북미 58억 원, 유럽 7억 원, 일본 169억 원, 대만 31억 원, 그리고 로열티 171억 원을 기록했고, 제품별 분기 매출은 <리니지> 584억 원, <리니지2> 169억 원, <아이온> 364억 원, <시티오브히어로즈>와 <빌런> 29억 원, <길드워> 13억 원, 기타 캐주얼 게임 등이 138억 원을 기록</p> <p>◆ <길드워2> 8월28일 북미·유럽 정식 서비스 돌입(8.29)</p> <p>· 엔씨소프트가 2012년 6월 30일 한국에서 <블레이드&소울>을 성공적으로 론칭한 데 이어, 북미현지시간 8월 28일 0시부터 북미·유럽 최고 기대작인 <길드워2>의 정식 서비스에 돌입</p> <p>· 북미·유럽에서 총 누적 700만장 이상 판매된 온라인게임 <길드워>의 후속작인 <길드워2>는 ▷강력한 액션 중심의 전투 ▷다이</p>	<p>· 업체명 : NC소프트</p> <p>· 설립연도 : 1997년</p> <p>· 대표 : 김택진</p> <p>· 직원수 : 2,335(계약직 110명)</p> <p>· 사업지역 : 한국, 북미, 유럽, 일본, 중국, 대만, 태국</p> <p>· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일</p> <p>· 주력상품 : <아이온>, <리니지> 등의 온라인게임</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(억 원): 7,536('12년 1월~'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(억 원) : 34,049</p> <p>· 주가 : 155,000원</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : 328,000원/141,500원</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q.2012~4Q.2012)																				
	<p>(단위 : 억 원)</p>  <table><thead><tr><th>구분</th><th>2012. 1Q</th><th>2012. 2Q</th><th>2012. 3Q</th><th>2012. 4Q</th></tr></thead><tbody><tr><td>매출액</td><td>1,412.124</td><td>1,468</td><td>1,822.368</td><td>2,834.131</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>-111</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>영업이익률</td><td>8.8%</td><td>-7.6%</td><td>20.2%</td><td>39.9%</td></tr></tbody></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q	매출액	1,412.124	1,468	1,822.368	2,834.131	영업이익	-111				영업이익률	8.8%	-7.6%	20.2%	39.9%
구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q																	
매출액	1,412.124	1,468	1,822.368	2,834.131																	
영업이익	-111																				
영업이익률	8.8%	-7.6%	20.2%	39.9%																	

<p>나막한 이벤트로 가득 찬 게임 월드 > 자신만의 고유한 스토리와 강렬한 PvP(Player vs Player, 플레이어간 대전) > 대규모 월드 전투(World vs World) 등 다양한 즐길 거리를 제공</p> <p>◆ 길드워2, 중국 퍼블리싱 계약 체결(8.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 엔씨소프트는 북미 스튜디오 아레나넷을 통해 중국 KongZhong과 <길드워2>의 퍼블리싱 계약을 체결 · 퍼블리싱 계약은 계약금, 개런티, 로열티 등을 고려한 계약 규모에서 단일 웨스턴 게임으로는 중국 내 가장 큰 거래 중 하나이며, <길드워2> 중국 상용화 후 1년 내에 나스닥에 상장된 KongZhong의 주식 1백만 주를 주당 7달러에 살 권리를 부여 받음 <p>◆ <길드워2> 판매, 2백만 장 돌파(9.14)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 엔씨소프트의 북미 스튜디오 아레나넷의 <길드워2> 누적 판매량이 2백만 장을 돌파했다고 13일 발표 · 이용자들에게 쾌적한 게임 환경을 제공하기 위해 온라인 직접 판매를 11일간(8/30~9/9) 중단했음에도 불구하고 판매 재개 3일 만에 2백만 장을 돌파 <p>◆ '블레이드&소울 TV' 10월 25일 첫 방송 실시(10.24)</p> <ul style="list-style-type: none"> · '블레이드&소울 TV'는 게임 관련 정보를 제공하고 이용자와 소통하기 위해 만들어진 인터넷 방송으로, 방송 기간 중 다음 TV팟과 <블레이드&소울>의 공식 홈페이지를 통해 생중계 <p>◆ 엔씨소프트 모바일 앱 'NC메신저', PC와 모바일 연동 확장(11.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 2012년 지난 4월 출시된 NC메신저는 <리니지>, <리니지2>, <아이온>, <블레이드&소울>의 게임 속 친구 목록을 모바일로 연동하여 게임을 하지 않는 동안에도 스마트폰으로 친구간 대화할 수 있도록 하는 어플리케이션 <p>◆ <길드워2>, 미국 Time 지 선정 '올해 최고의 게임'(12.12)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 미국 Time지는 게임 등 55개 분야에 걸쳐 선정하는 '올해의 TOP10' 중 비디오게임(Video Games)분야에서 <길드워2>를 1위로 선정비디오게임(Video Games)분야에서 <길드워2>를 1위로 선정 	
<p>2012년 4분기 실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 엔씨소프트의 2012년 4분기 매출액은 2,833억 5,300만원, 영업이익은 1,131억 9,400원으로 전년 동기대비 각각 104%, 654% 성장 · 2012년 4분기에는 <리니지>, <길드워2>, 모바일게임 호조로 역대 최대 분기 매출액 기록 · 매출액 증가에도 불구하고 제한적인 비용증가로 역대 최대 분기 영업이익 달성 · 한국에서는 리니지 호조로, 북미와 유럽지역에서는 유럽지역은 <길드워2> 출시로 매출이 증가했으며, 리니지는 아이템 판매 증가로, <길드워2>는 패키지 및 아이템 판매 효과로 매출 증가 · 국내외 연말 상여증가로 인건비가 일시 증가 했으며, R&D 확대 및 엔트리브 등 자회사 인건비 상승 	<p>Stock Price</p> <p>(단위 : 원)</p>  <p>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>

NHN	nhn.																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ NHN '라인'의 첫 게임 <라인 버즐>, 200만 다운로드 돌파(7.5)</p> <ul style="list-style-type: none">· NHN Japan은 글로벌 모바일 메신저 '라인(LINE)'을 통해 글로벌 게임시장에 첫 선을 보였던 스마트폰 게임 <라인 버즐>이 출시 1일만에 200만 다운로드를 돌파하고, 세계 8개국 앱스토어 무료 앱 부문 종합 랭킹 1위를 달성· <LINE BIRZZLE>은 7월 4일 Google Play와 AppStore에 공개된 이후 1일 만에 일본 AppStore 무료 앱 부문 종합 랭킹 1위를 차지한데 이어 대만, 태국, 베트남, 홍콩, 말레이시아 등의 국가에서도 1위를 기록하며 7월 5일 누적 다운로드 수 200만을 달성	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : NHN· 설립연도 : 1999년· 대표 : 김상현· 직원수 : 2,518명(계약직 20명)· 사업지역 : 한국, 중국, 일본, 미국· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일· 주력상품 : <포카>, <고스톱> 등 보드 게임, <테라> 등 RPG게임, <테일즈런너> 등 액션게임																				
<p>◆ NHN, 2012년 2분기 실적 발표(8.9)</p> <ul style="list-style-type: none">· NHN은 2012년 2분기 영업수익은 전년동기 대비 9.6% 상승한 5,748억 원, 순이익은 0.2% 상승한 1,142억 원의 실적을 달성· 매출원별 비중은 ▲ 검색광고 53%, ▲ 게임 24%, ▲ 디스플레이광고 15%, ▲ 기타 8%로 구성	Financial Profile																				
<p>◆ NHN의 게임전문가들, 스타 게임개발사 발굴 나선다(9.18)</p> <ul style="list-style-type: none">· NHN은 2012년 9월 18일 'NHN & Start 펀드'를 출범하고, 일반적인 자금 투자를 넘어 역량 있는 개발사가 스타 기업으로 발돋움할 수 있도록 초기 지원은 물론 기업운영에 필요한 모든 서비스를 지원하는 차별화 된 인큐베이팅 시스템을 가동	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(억 원): 23,894('12년 1월~'12년 12월)· 시가총액(억 원) : 109,731· 주가 : 228,000원· 52주 최고가/최저가 : 292,500원/198,500원 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
<p>◆ <네이버 게임>, 국내 최초 디지털 다운로드 서비스 실시(10.10)</p> <ul style="list-style-type: none">· 네이버는 게임콘텐츠 전용 플랫폼인 '네이버 게임'을 통해 국내 최초로 PC패키지 게임을 인터넷에서 다운로드 받을 수 있는 '디지털 다운로드 통합 플랫폼'인 '네이버 게임 플레이어'를 론칭	Performance(1Q,2012~4Q,2012)																				
<p>◆ NHN 한게임, 새로운 사업전략 및 핵심 라인업 공개(11.6)</p> <ul style="list-style-type: none">· NHN 한게임이 게임 시장에서 구축해 온 ① 캐주얼-스포츠게임 개발 역량 ② 게임운영, 유료화 노하우 ③ 다양한 플랫폼을 보유한 경쟁력을 바탕으로 새롭게 재정비한 비즈니스 전략을 공개	<p>(단위 : 억 원)</p> <table><tr><th>Quarter</th><th>Sales (Sales)</th><th>Operating Income (Income)</th><th>Operating Profit (Profit)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>5,729</td><td>1,734</td><td>30.3%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>5,721</td><td>1,633</td><td>28.5%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>5,925</td><td>1,655</td><td>27.9%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>6,519</td><td>2,002</td><td>30.7%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)	2012. 1Q	5,729	1,734	30.3%	2012. 2Q	5,721	1,633	28.5%	2012. 3Q	5,925	1,655	27.9%	2012. 4Q	6,519	2,002	30.7%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)																		
2012. 1Q	5,729	1,734	30.3%																		
2012. 2Q	5,721	1,633	28.5%																		
2012. 3Q	5,925	1,655	27.9%																		
2012. 4Q	6,519	2,002	30.7%																		
<p>◆ NHN, 스마트폰게임 경쟁력 강화...'오렌지크루' 더 키운다(12.31)</p> <ul style="list-style-type: none">· NHN은 스마트폰 게임 강화를 위해 자회사 '오렌지크루'에 100억원을 추가 출자하고, '오렌지크루'를 차세대 스마트폰게임 개발사로 육성	<p>* 출처 : 공시자료</p>																				
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· NHN의 2012년 4분기 매출액은 6,519억 원, 영업이익은 2,002억 원으로 전년 동기대비 각각 13.8%, 410.6% 증가· 경기 영향으로 검색광고가 전년 동기대비 2%p 감소했으며, 웹보드 보수적 기조 유지로 인해 온라인게임 비중 전년 동기대비 6%p 하락· 2012년 4분 게임부문 매출액은 웹보드게임 관련 보수적 기조 유지와 신규 퍼블리싱 게임 부제로 1,489억 원을 기록, 전년 동기대비 9.4% 감소, 직전 동기대비 4.2% 증가· 라인 매출 효과로 2013년 모바일게임 규모는 빠르게 성장할 것으로 전망	<p>(단위 : 원)</p> <p>주가 거래량</p> <p>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

CJ E&M																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none">◆ <스페셜포스2> 전국 PC방 루키 리그 대회 참가자모집(7.6)<ul style="list-style-type: none">· CJ E&M 넷마블은 드래곤플라이가 개발한 FPS게임 <스페셜포스2>의 전국 규모 PC방 대회인 'SF2 PC방 루키 리그'를 진행· 총 400여 만원의 상금이 걸린 이번 대회 우승팀에겐 상위 대회인 아마추어 리그의 시드 배정권과 다양한 특전이 제공되며, PC방 업주에게도 혜택이 돌아감◆ CJ E&M, 2012년 2분기 실적 발표(8.9)<ul style="list-style-type: none">· CJ E&M은 2012년 2분기 실적을 집계한 결과 매출 3,310억 원, 영업이익 96억 원, 당기순이익 328억 원을 기록· 각 사업부문별로는 방송부문 2,090억 원, 게임부문 537억 원, 영화부문 255억 원, 음악/공연/온라인 사업부문 428억 원의 2분기 매출을 각각 기록◆ 지피스튜디오·YJM, 디즈니·픽사 IP 글로벌 계약 체결(8.16)<ul style="list-style-type: none">· 지피스튜디오와 와이제이엔터테인먼트는 디즈니 인터랙티브와 디즈니·픽사의 인기 IP들을 게임에 활용해 개발할 수 있는 IP 글로벌 개발 계약을 맺음◆ 넷마블 <카오스베인SE> 카카오톡 입성(9.18)<ul style="list-style-type: none">· CJ E&M넷마블이 자사의 인기 스마트폰 RPG <카오스베인>의 특별버전 <카오스베인 SE for Kakao> 2012년 9월 18일 '카카오톡 게임하기'에 본격 출시◆ 넷마블 <브릭포스> 퍼블리싱 계약 체결(10.23)<ul style="list-style-type: none">· CJ E&M 넷마블은 EXE게임즈 에서 개발한 FPS게임 <브릭포스>의 퍼블리싱 계약을 체결◆ CJ E&M, CJ게임즈 새 대표에 김홍규 선임(11.30)<ul style="list-style-type: none">· 김홍규 대표는 2000년 애니파크를 설립, 온라인 야구게임 '마구마구'를 개발한 주인공◆ 넷마블, 카카오톡 레이스 게임 '다함께 차차차' 발표(12.31)<ul style="list-style-type: none">· <다함께 차차차>는 좌·우·점프 등 세가지 조작으로 플레이가 가능한 자동차 액션게임으로 게임 중에 등록된 친구의 경기 점수를 사진과 함께 볼 수 있어 이용자간 레이스 경쟁을 더함	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : 씨제이이엔엠· 설립연도 : 2010년· 대표 : 김성수· 직원수 : 1,925명(계약직 40명)· 사업지역 : 한국, 중국, 대만, 일본, 유럽, 동남아· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일· 주력상품 : <마구마구>, <서든어택> 등 온라인게임 퍼블리싱 및 넷마블																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(억 원): 13,946('12년 1월-'12년 12월)· 시가총액(억 원) : 9,845· 주가 : 26,000원· 52주 최고가/최저가 : 34,800원/22,000원 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q,2012~4Q,2012)																				
	<p>(단위 : 억 원)</p>  <table><tr><th>구분</th><th>2012. 1Q</th><th>2012. 2Q</th><th>2012. 3Q</th><th>2012. 4Q</th></tr><tr><td>매출액</td><td>3,205</td><td>3,310</td><td>3,413</td><td>4,018</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>-33</td><td>96</td><td>107</td><td>189</td></tr><tr><td>영업이익률</td><td>-1.0%</td><td>2.9%</td><td>3.1%</td><td>4.7%</td></tr></table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q	매출액	3,205	3,310	3,413	4,018	영업이익	-33	96	107	189	영업이익률	-1.0%	2.9%	3.1%	4.7%
구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q																	
매출액	3,205	3,310	3,413	4,018																	
영업이익	-33	96	107	189																	
영업이익률	-1.0%	2.9%	3.1%	4.7%																	
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· CJ E&M의 2012년 4분기 매출액은 4,018억 원, 영업이익은 189억 원으로 전년 동기대비 각각 8%, 2% 증가· 사업별 매출은 방송부문 2,055억 원, 게임부문 497억 원, 영화부문 836억 원, 음악·공연·온라인 사업부문 630억 원· 온라인 게임시장 경쟁 심화와 서든어택 계약 변경, 신규게임 완성도 강화를 위한 출시 연기로 매출 부진· 모바일게임 매출은 36억 원으로 전년 동기대비 140% 성장· 2013년에는 자체 게임 IP를 통한 수익극대화, 모바일 라인업 및 타 플랫폼 확대를 추진	<p>(단위 : 원)</p>  <p>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

네오위즈게임즈	<div>neowiz</div> <div>NEOWIZ GAMES</div>																				
최근 이슈	Company Profile																				
<div>◆ 네오위즈게임즈, MMORPG <퀸스블레이드> 채널링 서비스 계약(7.2)</div> <div>· 네오위즈게임즈는 라이브플렉스와 성인MMORPG <퀸스블레이드>의 채널링 서비스 계약을 체결</div> <div>· 이와 함께 양사는 퀸스블레이드 PC방 유통 사업 제휴를 맺음</div> <div>◆ <S4리그>, 일본 공개 서비스 시작(7.18)</div> <div>· 네오위즈게임즈는 게임온스튜디오가 개발한 3인칭 TPS 온라인 게임 <S4리그>가 일본에서 7월 18일부터 공개 서비스를 시작</div> <div>◆ 네오위즈게임즈, 2012년 2분기 실적 발표(8.14)</div> <div>· 네오위즈게임즈(대표 윤상규)는 2012년 2분기에 국제회계기준(K-IFRS) 연결 재무제표 기준으로 매출 1,684억 원, 영업이익 257억 원, 당기순이익 141억 원을 기록</div> <div>· 매출은 전년 동기 대비 0.3% 상승했으나, 영업이익과 당기순이익은 계절적 비수기 영향으로 인해 전년 동기 대비 각각 10%, 21% 감소</div> <div>◆ 네오위즈게임즈, <크로스파이어> 가처분금지 가처분 취득(9.18)</div> <div>· 네오위즈게임즈가 스마일게이트를 상대로 제기한 온라인게임 <크로스파이어>의 프로그램저작권 인도청구 및 저작권 이용금지 소송과 관련하여 <크로스파이어> 프로그램 중 DB 프로그램에 대한 처분 및 점유이전금지를 구하는 가처분 결정이 받아들여짐</div> <div>◆ 네오위즈게임즈-네오위즈인터넷 합병(10.12)</div> <div>· 합병회사의 사명은 가칭 '네오위즈 I'를 사용하게 되며, 합병법인의 대표이사는 네오위즈게임즈 윤상규 대표와 네오위즈인터넷 이기원 대표가 공동으로 맡을 예정</div> <div>◆ 타격 엔진 <디젤>, 태국 수출 계약 체결(11.15)</div> <div>· 네오위즈게임즈는 2012년 11월 15일 워너 온라인(Winner Online)과 3인칭 TPS <디젤(DIZZEL)>의 태국 수출 계약을 체결</div> <div>◆ 네오위즈게임즈, 월드사이버게임즈(WCG)와 MOU 체결(12.6)</div> <div>· 네오위즈게임즈와 월드사이버게임즈는 2012년 12월 1일 중국 쿤산 국제컨벤션센터에서 국산 게임의 국제 e스포츠 활성화를 위한 기술 및 업무 지원 확대를 내용으로 하는 양해각서를 체결</div>	<div>· 업체명 : 네오위즈게임즈</div> <div>· 설립연도 : 2007년</div> <div>· 대표 : 윤상규</div> <div>· 직원수 : 953명(계약직 23명)</div> <div>· 사업지역 : 한국, 일본, 중국, 베트남, 대만, 북미, 남미</div> <div>· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일</div> <div>· 주력상품 : <크로스파이어>, <아바> 등 온라인게임</div>																				
	<div>Financial Profile</div> <div>· 매출액(억 원): 6,751('12년 1월-'12년 12월)</div> <div>· 시가총액(억 원) : 5,271</div> <div>· 주가 : 24,050원</div> <div>· 52주 최고가/최저가 : 49,700원/17,600원</div> <div>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</div>																				
	<div>Performance(1Q,2012~4Q,2012)</div> <div>(단위 : 억 원)</div> <div><table><tr><th>구분</th><th>2012. 1Q</th><th>2012. 2Q</th><th>2012. 3Q</th><th>2012. 4Q</th></tr><tr><td>매출액</td><td>1,972.357</td><td>1,684.257</td><td>1,656.303</td><td>1,439.182</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>357</td><td>257</td><td>303</td><td>182</td></tr><tr><td>영업이익률</td><td>18.1%</td><td>15.3%</td><td>18.3%</td><td>12.6%</td></tr></table></div> <div>* 출처 : 공시자료</div>	구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q	매출액	1,972.357	1,684.257	1,656.303	1,439.182	영업이익	357	257	303	182	영업이익률	18.1%	15.3%	18.3%	12.6%
구분	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 4Q																	
매출액	1,972.357	1,684.257	1,656.303	1,439.182																	
영업이익	357	257	303	182																	
영업이익률	18.1%	15.3%	18.3%	12.6%																	
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<div>· 네오위즈게임즈의 2012년 4분기 매출액은 1,439억 원, 영업이익은 182억 원으로 전년 동기대비 각각 19%, 40% 감소</div> <div>· 부문별로는 해외 부문이 881억 원의 매출을 기록하며 전체 매출의 61%를 차지했고, 국내 부문은 558억 원의 매출을 기록</div> <div>· 해외 부문의 경우 환율하락과 중국 비수기 영향으로 매출이 전년 동기대비 11%p 하락했으며, 국내 부문의 경우 <피파온라인2> 서비스 종료 공식화에 따른 유저 구매 감소로 전년 동기대비 29% 하락</div> <div>· 인력 및 비용 감축효과로 인건비가 감소했으나, 국내외 퍼블리싱 매출감소에 따른 지급료 수수료 감소, 자회사 스튜디오의 신작 용역 개발비 지출에 따른 기타비용 증가로 영업비용이 증가</div>	<div>(단위 : 원)</div> <div><div>주가</div><div>거래량</div></div> <div>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</div>																				


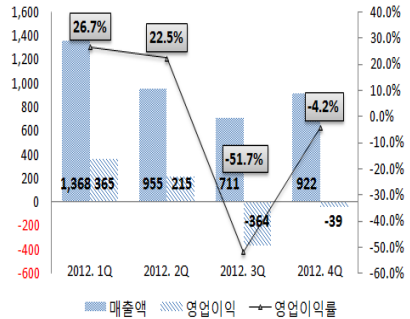

<div>Nexon</div>	<div><div><div></div><div>NEXON</div></div></div>
<div>최근 이슈</div> <div><div>◆ 넥슨, 아이폰용 소셜네트워크 게임 <아타푸> 출시(7.5)</div><div>· <아타푸>는 남태평양의 아름다운 섬을 배경으로 친구들과 도움을 주고 받으면서 자신의 섬을 꾸미고 발전시키는 소셜게임</div><div>· <아타푸>는 애플 국내 앱스토어에서 무료로 다운로드 받을 수 있으며, 올 하반기 중에 안드로이드OS 버전으로도 출시될 예정</div><div>◆ <던전파이터 라이브> Xbox360으로 전 세계 출시(7.13)</div><div>· 네오플과 소프트맥스가 공동개발하고 마이크로소프트가 서비스하는 '던전파이터 라이브'는 Xbox360의 네트워크망인 'Xbox LIVE Arcade(XBLA)'를 통해 마이크로소프트 800포인트로 서비스되며, 지원언어는 한국어를 포함해 영어, 중국어, 일본어, 프랑스어, 독일어, 스페인어, 이탈리아어 등 총 8개 언어</div><div>◆ EA SPORTS <FIFA 온라인 3> 국내 출시(7.26)</div><div>· 연내 공개를 앞두고 있는 <EA SPORTS FIFA 온라인 3>는 전 세계적으로 인기를 모은 글로벌 히트작 <FIFA> 프랜차이즈를 계승한 정통 온라인 축구 게임으로, EA 서울 스튜디오가 개발하고 넥슨이 서비스</div><div>◆ 넥슨, 2012년 2분기 매출 12% 성장(8.9)</div><div>· 넥슨의 2012년 2분기 매출은 228억 7천6백만엔(한화 약 3,280억원)으로 지난해 동기 대비 12% 성장했으며, 영업 이익은 전년 동기대비 24% 성장한 106억 7천8백만엔(약 1,532억원)을 기록</div><div>◆ 넥슨, T store에 넥슨 멤버십 오픈(9.21)</div><div>· '넥슨 멤버십'은 넥슨에서 서비스하는 모든 게임의 아이템을 스마트폰을 통해 언제 어디서든 구매할 수 있도록 개발된 애플리케이션으로, 과거 피쳐폰에서 각 게임별로 서비스 되던 아이템 샵들을 하나로 모은 스마트폰 버전의 넥슨 아이템 통합샵</div><div>◆ 넥슨, <카트라이더 러쉬> 삼성 스마트TV 앱 출시(12.12)</div><div>· 삼성 스마트TV 앱으로 출시된 <카트라이더 러쉬>는 삼성 스마트TV와 스마트폰으로 최대 4명까지 '멀티 플레이'가 가능한 근거리 네트워크 대전을 지원해 온 가족이 함께 즐길 수 있으며, 리모콘을 이용한 편리한 조작과 대형화면을 통해 긴장감 넘치는 레이싱을 보다 실감나게 즐길 수 있음</div></div>	<div>Company Profile</div> <div><div>· 업체명 : Nexon</div><div>· 설립연도 : 1994년</div><div>· 대표 : 최승우(일본법인 대표)</div><div>· 직원수 : 3,200명(해외 포함)</div><div>· 사업지역 : 한국, 북미, 중국, 일본, 대만</div><div>· 주력플랫폼 : 온라인, 모바일</div><div>· 주력상품 : <던전앤파이터>, <마비노기>, <메이플스토리>, <카트라이더>, <서든어택> 등 온라인게임</div></div>
	<div>Financial Profile</div> <div><div>· 매출액(백만 엔): 108,446(12년 1월~12년 12월)</div><div>· 시가총액(백만 엔) : 391,420</div><div>· 주가 : 901₩</div><div>· 52주 최고가/최저가 : 1,693₩/666₩</div><div>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</div></div>
	<div>Performance(1Q,2012~4Q,2012)</div> <div><div>(단위 : 백만 엔)</div><div><div><div><div><div>35,000</div><div>30,000</div><div>25,000</div><div>20,000</div><div>15,000</div><div>10,000</div><div>5,000</div><div>0</div></div><div><div>2012. 1Q</div><div>2012. 2Q</div><div>2012. 3Q</div><div>2012. 4Q</div></div><div><div>매출액</div><div>영업이익</div><div>영업이익률</div></div></div><div><div>57.2%</div><div>46.7%</div><div>41.4%</div><div>31.6%</div></div><div><div>30,377</div><div>22,876</div><div>24,256</div><div>30,937</div></div><div><div>17,384</div><div>10,678</div><div>10,032</div><div>9,778</div></div></div></div></div>
	<div>* 출처 : 공시자료</div>
<div>2012년 4분기 실적 및 주가 분석</div> <div><div>· Nexon의 2012년 4분 매출액은 309억 3,700만 엔, 영업이익은 97억 7,800만 엔으로 전년 분기대비 각각 39%, 5% 증가</div><div>· 지역별 매출은 중국이 110억 7,400만 엔으로 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 일본이 100억 3,700만 엔을 기록, 전년 분기대비 각각 34%, 172% 상승</div><div>· 한국은 70억 5,700만 엔, 북미는 11억 1,700만 엔을 기록하며 전년 분기대비 각각 2%, 21% 감소</div><div>· 일본은 Gloops 인수에 따른 매출 증가로 실적이 향상됐으며, 중국 역시 매출 감소가 있던 지역적 매출 분포의 변화로 인해 전체 실적이 늘어남</div></div>	<div>Stock Price</div> <div><div>(단위 : 엔)</div><div><div><div>주가</div><div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div></div></div></div>


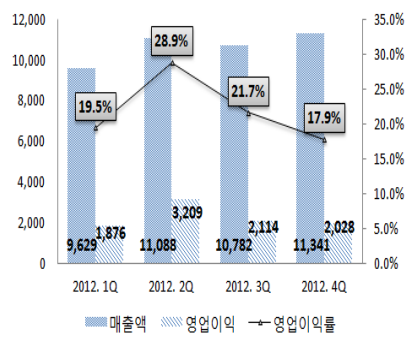

컴투스	com2uS																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ 컴투스 허브 3,000만 돌파, '글로벌 소셜 플랫폼 도약 선언'(7.4)</p> <p>· '컴투스 허브'는 컴투스의 모바일 소셜 플랫폼으로, 글로벌 서비스 기준 50 여 종 이상의 게임들을 서비스하고 전 세계 이용자들이 하나의 계정으로 게임 정보를 관리하고 모두 즐길 수 있도록해 이용자 편의 제공은 물론 이를 통한 강력한 이용자 네트워크를 구축</p> <p>◆ 〈몽키배틀〉, 2012년 2분기 이달의 우수게임 수상작 선정(7.19)</p> <p>· 컴투스는 자사가 개발한 캐주얼 대전게임 〈몽키배틀〉이 2012년 2분기 '이달의 우수게임'으로 선정되었다고 발표</p> <p>◆ 컴투스, 2012년 2분기 실적 발표(8.6)</p> <p>· 컴투스는 2012년 2분기 실적 발표를 통해 전년 동기대비 매출 158%, 영업이익 905%, 순이익 490% 증가한, 매출 220억 원, 영업이익 68억 원, 순이익 60억 원의 성과를 달성했다고 밝힘</p> <p>◆ 컴투스 〈타이니팜〉, 글로벌 1,000만 다운로드 달성(9.17)</p> <p>· 〈타이니팜〉은 2010년 9월 15일로 글로벌 서비스를 시작한지 1주년을 맞이했으며, 누적 다운로드 1,000만 건이라는 기록을 세움</p> <p>◆ 컴투스, 텐센트 'QQ 게임센터'에 첫 게임 〈타워디펜스〉 출시(10.5)</p> <p>· 텐센트의 'QQ 게임센터'는 7억 명 이상의 가입자를 가지고 있는 중국 최대의 메신저 서비스인 'QQ 메신저'를 기반으로 모바일 게임을 서비스하는 대규모 게임 마켓으로, 중국 내 모바일 이용자들을 공략할 수 있는 강력한 채널이 될 수 있을 것으로 기대를 모으고 있음</p> <p>◆ 컴투스-신한카드, 업계 최초 Mobile Collaboration 추진(11.21)</p> <p>· 컴투스와 신한카드가 이번 MOU 체결을 계기로 상호간 협력 가능한 모든 영역을 포괄하는 제휴모델을 다각도로 개발할 예정</p> <p>◆ 컴투스 〈홈런배틀2〉, '올해의 베스트 앱' 선정(12.31)</p> <p>· 'Best Android Apps of 2012'는 Google이 2012년 베스트 Android Apps 및 게임을 직접 선정하는 이벤트로서 컴투스의 〈홈런배틀2〉가 '베스트 게임' 부문 총8개 타이틀 가운데 하나로 선정</p>	<p>· 업체명 : 컴투스</p> <p>· 설립연도 : 1998년</p> <p>· 대표 : 박지영</p> <p>· 직원수 : 477명(계약직 99명)</p> <p>· 사업지역 : 한국, 북미, 일본, 중국</p> <p>· 주력플랫폼 : 모바일, 온라인</p> <p>· 주력상품 : 〈미니게임천국〉, 〈붕어빵 타이쿤〉, 〈엑선퍼즐패밀리〉 등 모바일 게임</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(억 원) : 768('12년 1월~'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(억 원) : 4,685</p> <p>· 주가 : 46,450원</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : 76,000원/17,750원</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q, 2012~4Q, 2012)																				
	<p>(단위 : 억 원)</p> <table><thead><tr><th>기간</th><th>매출액</th><th>영업이익</th><th>영업이익률</th></tr></thead><tbody><tr><td>2012. 1Q</td><td>112</td><td>5</td><td>4.5%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>220</td><td>68</td><td>30.9%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>224</td><td>55</td><td>24.6%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>212</td><td>37</td><td>17.5%</td></tr></tbody></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	2012. 1Q	112	5	4.5%	2012. 2Q	220	68	30.9%	2012. 3Q	224	55	24.6%	2012. 4Q	212	37	17.5%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
2012. 1Q	112	5	4.5%																		
2012. 2Q	220	68	30.9%																		
2012. 3Q	224	55	24.6%																		
2012. 4Q	212	37	17.5%																		
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· 컴투스의 2012년 4분기 매출액은 212억 원, 영업이익은 37억 원으로 전년 동기대비 각각 89%, 210% 증가</p> <p>· 스마트폰 게임 매출이 198억 원으로 전년 분기대비 138% 증가하고, 해외매출은 67억 원으로 전년 분기대비 21% 증가하는 등 글로벌 오픈 마켓을 통한 모바일 게임 시장의 변화에 성공적으로 대응하고 있는 모습을 보임</p> <p>· 4분기는 컴투스 신규게임 출시 지연으로 인해 직전 분기대비 매출이 소폭 감소했으나, 〈타이니팜〉 등 모바일 소셜게임 매출의 안정적 매출 기여</p> <p>· 2013년에는 신규게임 50개(자체 33개, 퍼블리싱 17개) 내외 출시가 목표이며, 카카오톡과 라인 같은 모바일 메신저 플랫폼에 대한 대응 확대</p>	<p>(단위 : 원)</p> <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

게임빌	GAMEVIL																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ 게임빌, NHN 재팬 '라인'과 전략적 제휴(7.4)</p> <p>· 일본 1위 스마트폰 플랫폼인 '라인'과 한국 1위 스마트폰 게임사인 게임빌이 만난 전략적 사업 제휴로, 상당한 파괴력을 보여줄 것으로 전망</p> <p>◆ 게임빌, 글로벌 Android 태블릿 PC 시장서도 두각(7.13)</p> <p>· 2012년 7월 기준 Amazon Appstore 전체 무료 앱 인기 순위에서는 게임빌의 <카툰위즈2>가 5위를 달리고 있으며, RPG 장르 인기 순위에서도 <카툰위즈> 시리즈가 1, 2, 3위를 모두 석권</p> <p>· 게임빌은 앞으로도 글로벌 히트작을 중심으로 iPad와 함께 다양한 태블릿PC 시장의 공략에 더욱 박차를 가할 계획</p> <p>◆ 게임빌, 中 텐센트와 게임 공급 계약 체결(8.9)</p> <p>· 게임빌은 텐센트 내의 모바일게임 서비스 채널인 'Tencent wireless gaming platform'을 통해 자사 게임들을 서비스</p> <p>· 게임빌은 올해 들어 주요 게임들을 중국어 버전으로 로컬라이제이션 하고 중국 현지의 다양한 파트너와 계약을 체결하는 등 본격적인 중국 대륙 공략을 추진</p> <p>◆ 게임빌, 2012년 2분기 실적 발표(8.13)</p> <p>· 게임빌은 2012년 2분기에 매출 152억 원, 영업이익 64억 원, 당기순이익 59억 원을 기록했으며, 이는 전 년 동기 대비 각각 55%, 57%, 56%가 성장한 수치</p> <p>◆ 게임빌 스포츠 게임, 한·미·일 등 전 세계 국가서 흥행몰이(10.9)</p> <p>· 최근 게임빌의 간판 스포츠 게임들이 한국을 포함하여 미국, 일본 등 각국 오픈 마켓 순위에서 상위권을 차지</p> <p>◆ 게임빌 최신작 2종, T스토어 유료, 무료 1위 석권(11.15)</p> <p>· <2013프로야구>와 <제노니아5>는 출시되자마자 단숨에 유료 다운로드 BEST 1위와 무료 다운로드 BEST 1위에 등극</p> <p>◆ <편치히어로>, 한국·일본 앱스토어 'BEST OF 2012' 선정(12.17)</p> <p>· 게임빌의 3D 복싱 게임 <편치히어로>가 한국과 일본 애플 앱스토어 'App Store BEST OF 2012(2012년을 빛낸 앱스토어 베스트)'에 선정</p>	<p>· 업체명 : 게임빌</p> <p>· 설립연도 : 2000년</p> <p>· 대표 : 송병준</p> <p>· 직원수 : 164명(계약직 19명)</p> <p>· 사업지역 : 한국, 북미, 일본, 중국</p> <p>· 주력플랫폼 : 모바일</p> <p>· 주력상품 : <프로야구>, <제노니아>, <늑> 등 모바일게임</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(억 원) : 703('12년 1월~'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(억 원) : 5,867</p> <p>· 주가 : 105,700원</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : 147,700원/57,350원</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q, 2012~4Q, 2012)																				
	<p>(단위 : 억 원)</p> <table><tr><th>기간</th><th>매출액</th><th>영업이익</th><th>영업이익률</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>166</td><td>62</td><td>37.3%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>152</td><td>64</td><td>42.1%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>166</td><td>56</td><td>33.7%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>219</td><td>67</td><td>30.6%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	2012. 1Q	166	62	37.3%	2012. 2Q	152	64	42.1%	2012. 3Q	166	56	33.7%	2012. 4Q	219	67	30.6%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
2012. 1Q	166	62	37.3%																		
2012. 2Q	152	64	42.1%																		
2012. 3Q	166	56	33.7%																		
2012. 4Q	219	67	30.6%																		
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· 게임빌의 2012년 4분기 매출액은 219억 원, 영업이익은 66억 원으로 전년 동기대비 각각 32.0%, 4.7% 증가</p> <p>· 게임빌의 4분기 실적은 <제노니아>, <프로야구> 등 대표 시리즈의 출시 효과와 모바일 소셜게임들의 매출 성장 등에 힘입어 분기 사상 최대 매출 달성</p> <p>· 해외 매출은 84억 원, 국내 매출은 135억 원으로 전년 동기대비 각각 153%, 34% 증가</p> <p>· 모바일 소셜게임 매출액은 96억 원으로 전체 매출의 44%를 차지하면서 게임빌의 주요 게임 장르로 자리 잡음</p> <p>· 퍼블리싱과 자체 제작 매출 비중은 44:56으로, 전년 대비 퍼블리싱 매출 비중이 증가</p>	<p>(단위 : 원)</p> <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Daum 증권(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

북미


MS	Microsoft®																				
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none">◆ MS, Xbox360의 모션 컨트롤러 'Kinect' 가격 인하(8.23)<ul style="list-style-type: none">· MS가 콘솔게임기 Xbox360에 대응하는 동작인식기기 'Kinect'의 본체 판매가를 150달러에서 110달러로 인하, 북미, 중남미, 아시아 지역을 중심으로 인하가를 확대 적용◆ MS, 클라우드 게임업체 Agawi와 파트너십 체결(9.10)<ul style="list-style-type: none">· MS는 세계 최대 규모의 클라우드게임 전문 컨퍼런스 'Cloud Gaming USA 2012'에서 클라우드게임 서비스업체 Agawi와 제휴 체결, 향후 Agawi 클라우드게임 플랫폼을 통해 Windows 8 기반 단말에 자사 게임을 공급할 예정◆ MS, Windows 8 전용 게임 개발 위해 런던 스튜디오 오픈(9.14)<ul style="list-style-type: none">· MS는 PC와 모바일을 아우르는 Windows 8 전용 게임 개발을 위해 영국 런던에 게임 개발 스튜디오를 오픈◆ MS, 3분기 영업이익의 전년대비 26% 감소(10.18)<ul style="list-style-type: none">· MS의 2012년 회계연도 3분기(7~9월) 매출은 160억 달러, 영업이익은 53억 1,000만 달러로, 전년대비 각각 8%, 26% 감소· 실적 하락의 원인은 태블릿PC의 인기로 인한 PC 수요 감소◆ MS, 차세대 운영체제 Windows 8 전 세계 출시(10.25)<ul style="list-style-type: none">· MS가 x86 프로세서 기반 PC 단말기에 탑재되는 Windows 8 시리즈와 함께 태블릿PC 등에 장착되는 ARM 프로세서를 지원하는 Windows RT를 함께 공개◆ MS, Windows Store에 성인용 게임 유통 허용(10.26)<ul style="list-style-type: none">· MS는 미국 ESRB와 유럽 PEGI의 게임 연령 등급 시스템 차이로 18세 이상 성인용 게임 유통을 차단해왔던 기존 Windows Store 정책을 변경해 10월 26일부터 성인용 게임의 유통을 허가◆ MS, 게임 전용 태블릿 'Xbox Surface' 개발 소식(11.6)<ul style="list-style-type: none">· MS가 Windows8에서 도입한 타일모양의 UI를 적용, 게임 전용 7인치 태블릿PC 'Xbox Surface'를 개발한다는 소식이 각종 외신을 통해 공개	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : Microsoft· 설립연도 : 1975년· 대표 : Steve Ballmer· 직원수 : 94,000명· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미· 주력플랫폼 : PC, 콘솔· 주력상품 : Xbox360 콘솔게임기, XboxLive 및 각종 게임 타이틀																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(백만 달러) : \$72,930('12년 1월~'12년 12월)· 시가총액(백만 달러) : \$228,040· 주가 : \$27.09· 52주 최고가/최저가 : \$32.95/\$25.44 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q,2012~4Q,2012)																				
	<p>(단위 : 백만 달러)</p> <table><thead><tr><th>Quarter</th><th>Revenue (Revenue)</th><th>Operating Profit (Operating Profit)</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>2012. 1Q</td><td>17,407</td><td>6,374</td><td>36.6%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>18,059</td><td>2192</td><td>1.0%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>16,008</td><td>5,218</td><td>33.2%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>21,456</td><td>7,731</td><td>36.0%</td></tr></tbody></table> <p>■ 매출액 ▨ 영업이익 ▲ 영업이익률</p>	Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)	2012. 1Q	17,407	6,374	36.6%	2012. 2Q	18,059	2192	1.0%	2012. 3Q	16,008	5,218	33.2%	2012. 4Q	21,456	7,731	36.0%
Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)																		
2012. 1Q	17,407	6,374	36.6%																		
2012. 2Q	18,059	2192	1.0%																		
2012. 3Q	16,008	5,218	33.2%																		
2012. 4Q	21,456	7,731	36.0%																		
	<p>* 출처 : 공시자료</p>																				
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· MS의 2012년 4분기 매출액은 214억 5,600만 달러, 영업이익은 83억 1,700만 달러로 전년 동기 대비 각각 3%, 4%씩 증가· MS의 4분기 순익 증가는 10월에 출시된 Windows 8의 판매 증가와 홀리데이 쇼핑 시즌을 맞이한 Xbox360 등 엔터테인먼트&단말 부문의 매출 증가에 기인· 엔터테인먼트&단말 부문은 직전 분기 대비 213%의 매출 증가를 이뤘으나, 전년 동기 대비해서는 2% 하락세를 보임· 지난 2012년 10월 말 출시된 MS의 태블릿 PC 'Surface'는 MS가 실적 발표를 하지 않고 있는 가운데 60~80만 대 판매 수준으로 추정되어 기대 이하의 실적을 거둔 것으로 예측	<p>(단위 : 달러)</p> <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				


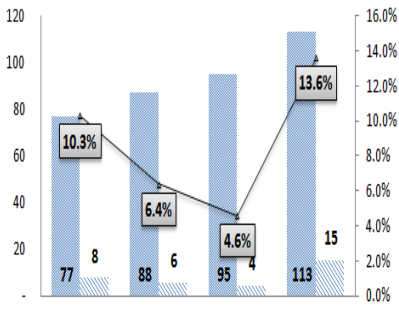

Electronic Arts																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none">◆ EA, <The Sims Social> 표절 혐의로 Zynga 고소(8.3)<ul style="list-style-type: none">· EA는 Zynga에서 서비스 중인 소셜게임 <The Ville>이 자사 게임 <The Sims Social>을 표절했다며 美 캘리포니아법원에 고소◆ EA, 아일랜드 더블린 소재 PopCap 스튜디오 폐쇄(9.24)<ul style="list-style-type: none">· EA가 모바일게임으로의 조직 개편을 통한 비용 절감 및 효율성 제고를 위해 2011년 11월 7억 5,000만 달러에 인수한 소셜 게임 업체 PopCap의 아일랜드 더블린 스튜디오를 전면 폐쇄◆ EA, 축구게임 <FIFA 13> 출시(9.25)<ul style="list-style-type: none">· EA가 사전 예약판매 100만장 돌파, 전 세계 123개국 460만 명이 데모버전 플레이에 참가해 기대를 모은 <FIFA 13>을 발매· 출시 한 달 만에 740만 장(모바일 다운로드 포함)이 판매돼 스포츠게임 역사상 가장 빠른 판매량 증가세를 나타냄◆ EA, 'Battlelog' 개발사 ESN 인수(9.28)<ul style="list-style-type: none">· EA가 <Battlefield 3> 전용 소셜네트워크 사이트 Battlelog의 개발사 ESN(스웨덴 소재, 직원 수 20명)을 인수◆ EA, 3분기 순손실 12% 증가(10.30)<ul style="list-style-type: none">· EA의 2012년 회계연도 3분기(7~9월) 매출은 7억 1,100만 달러로 순손실은 전년 대비 12% 늘어난 3억 8,100만 달러를 기록· 전체 매출의 61%를 차지하고 있는 콘솔게임의 성장률이 둔화된 반면, 스마트폰, 태블릿PC 기반의 모바일게임 매출이 전년 동기 대비 128% 성장한 6,600만 달러를 기록◆ EA, 스마트TV용 게임시장 진출(11.19)<ul style="list-style-type: none">· EA가 삼성전자 스마트TV용 게임 <Monopoly>와 <The Game of Life>를 출시, 미국과 한국 삼성 앱스토어에서 다운받을 수 있으며, 삼성 Galaxy S시리즈 스마트폰을 게임 컨트롤러로 활용할 수 있음◆ EA, 나스닥 100대 기업에서 제외(12.18)<ul style="list-style-type: none">· 미국 장외 주식시장인 나스닥은 게임퍼블리셔 EA가 나스닥 100대 기업 리스트에서 2012년 12월 24일부터 제외된다고 발표	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : EA· 설립연도 : 1982년· 대표 : John S. Riccitiello· 직원수 : 9,225명· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아· 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일· 주력상품 : PC 및 온라인게임개발 및 퍼블리싱																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(백만 달러) : \$3,956('12년 1월~'12년 12월)· 시가총액(백만 달러) : \$4,710· 주가 : \$15.42· 52주 최고가/최저가 : \$21.52/\$10.77 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q, 2012~4Q, 2012)																				
	<p>(단위 : 백만 달러)</p>  <table><tr><th>Quarter</th><th>Sales (Sales)</th><th>Operating Income (Income)</th><th>Operating Profit (Profit)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>1,368</td><td>365</td><td>26.7%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>955</td><td>215</td><td>22.5%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>711</td><td>-364</td><td>-51.7%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>922</td><td>-39</td><td>-36.4%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)	2012. 1Q	1,368	365	26.7%	2012. 2Q	955	215	22.5%	2012. 3Q	711	-364	-51.7%	2012. 4Q	922	-39	-36.4%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)																		
2012. 1Q	1,368	365	26.7%																		
2012. 2Q	955	215	22.5%																		
2012. 3Q	711	-364	-51.7%																		
2012. 4Q	922	-39	-36.4%																		
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· EA의 2012년 4분기 매출액은 9억 2,200만 달러, 영업적자는 3,900만 달러로, 전년 동기 대비 매출은 13.1% 하락, 영업적자는 1억 4,400만 달러 감소· EA의 디지털 부문 매출은 PC게임 1억 4,800만 달러, 콘솔게임 1억 5,800만 달러, 모바일게임 7,900만 달러, 기타 2,200만 달러를 기록. 모바일게임은 전년 동기 대비 36% 성장하면서 가장 높은 성장률을 기록· EA는 실적개선을 위해 캐주얼, 모바일게임으로 사업영역을 확대하고, 대규모 구조조정을 실시하는 등 다양한 위기대책 마련· EA는 실적 악화로 미국 나스닥 상위 100위 종목으로 구성된 나스닥 100지수(NASDAQ 100 INDEX)에서 제외됨에 따라, 게임업체로는 Activision Blizzard만 나스닥 100지수에 포함	<p>(단위 : 달러)</p>  <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

Walt Disney																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none">◆ Disney, 넷마블, 와이제이엠엔터테인먼트와 온라인게임 퍼블리싱 계약(8.22)<ul style="list-style-type: none">· Disney가 'Toy Story', 'Cars' 등 Pixar IP기반의 캐주얼 레이싱 게임 <ZIPI RACING>의 퍼블리싱 계약을 위해 국내 게임업체 넷마블, 와이제이엠엔터테인먼트와 제휴 체결◆ Disney, 모바일게임 <Avengers Initiative> 출시(9.5)<ul style="list-style-type: none">· Disney산하의 Marvel이 영화 'Avengers'의 인기에 힘입어 자사의 대표 애니메이션 캐릭터 중 하나인 헐크를 모티브로 한 모바일 전용 게임 타이틀 <Avengers Initiative>를 출시◆ Disney, 'Star Wars' 제작사 Lucasfilm 인수(10.30)<ul style="list-style-type: none">· Disney는 'Star Wars', 'Indiana Jones' 등 유명 영화콘텐츠의 판권을 확보하고 있는 Lucasfilm을 40억 5,000만 달러에 인수· 우수 IP를 활용한 Facebook기반의 소셜게임 출시 전망◆ Disney, 3분기 순이익 전년대비 14% 증가(11.8)<ul style="list-style-type: none">· Disney의 2012 회계연도 3분기(7~9월) 매출은 107억 8,000만 달러, 순이익은 12억 4,400만 달러(주당 68센트)로 각각 전년 동기대비 3%, 14% 증가한 것으로 집계◆ Disney, 한국 게임 개발사 '스튜디오 EX' 인수(12.10)<ul style="list-style-type: none">· Disney가 한국의 신생 게임 개발업체 '스튜디오 EX(대표: 고승용)'를 인수, 향후 아시아 시장을 타깃으로 온라인/모바일게임을 공격적으로 선보일 예정◆ Disney, <Epic Mickey 2: The Power of Two> 발매(12.12)<ul style="list-style-type: none">· Disney가 자사의 대표 캐릭터 미키마우스와 오스왈드가 협동플레이를 펼치는 어드벤처게임 <Epic Mickey 2: The Power of Two>를 PS3, Xbox360, Wii U용으로 출시	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : Walt Disney· 설립연도 : 1923년· 대표 : Robert A. Iger· 직원수 : 156,000명· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미· 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일· 주력상품 : 자사 라이선스를 바탕으로 한 캐주얼 게임 <div>Financial Profile<ul style="list-style-type: none">· 매출액(백만 달러) : \$42,840('12년 1월-'12년 12월)· 시가총액(백만 달러) : \$87,330· 주가 : \$49.28· 52주 최고가/최저가 : \$53.40/\$34.51* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</div> <div>Performance(1Q, 2012~4Q, 2012) (단위 : 백만 달러)<table><tr><th>Quarter</th><th>Revenue</th><th>Operating Income</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>9,629</td><td>1,876</td><td>19.5%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>11,088</td><td>3,209</td><td>28.9%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>10,782</td><td>2,114</td><td>21.7%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>11,341</td><td>2,028</td><td>17.9%</td></tr></table></div> <div>* 출처 : 공시자료</div>	Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Profit Margin (%)	2012. 1Q	9,629	1,876	19.5%	2012. 2Q	11,088	3,209	28.9%	2012. 3Q	10,782	2,114	21.7%	2012. 4Q	11,341	2,028	17.9%
Quarter	Revenue	Operating Income	Operating Profit Margin (%)																		
2012. 1Q	9,629	1,876	19.5%																		
2012. 2Q	11,088	3,209	28.9%																		
2012. 3Q	10,782	2,114	21.7%																		
2012. 4Q	11,341	2,028	17.9%																		
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· Disney의 2012년 4분기 매출액은 113억 4,100만 달러, 영업이익은 20억 2,800만 달러로 각각 전년 동기대비 각각 5.2%증가, 9.5% 감소· Disney의 게임을 담당하는 인터랙티브 사업부문은 2011년 4분기에 2억 8,000만 달러의 적자를 기록했지만, 2012년 4분기에 9,000만 달러의 영업이익을 기록해 흑자 전환에 성공· Disney는 "Star Wars 새 시리즈 제작에 착수했다"며, 앞으로 'Star Wars' IP를 이용한 영화, 방송, 게임 등을 출시할 예정· 다만 ESPN과 Disney Channel 등 케이블사업부는 프로그램 제작비용이 늘면서 지난 분기 영업이익이 전년보다 6%, Disney Studios는 영업이익이 43% 감소	<div>(단위 : 달러)<p>주가</p><p>거래량</p><div>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</div></div>																				

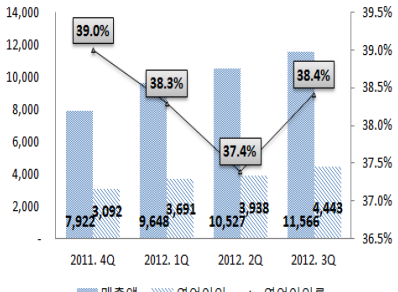
유럽


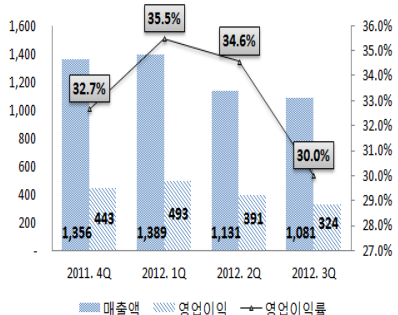

Activision Blizzard	ACTIVISION BLIZZARD™																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Vivendi의 Activision Blizzard 지분 매각설(7.1)</p> <ul style="list-style-type: none">· 블룸버그 통신은 프랑스 통신회사 Vivendi가 보유한 Activision Blizzard의 61% 지분 매각이 임박했다고 보도· Vivendi는 Blizzard의 인수 후보자로 MS, Disney, Take Two 등을 거론한 가운데, Tencent와 국내 게임업체 Nexon과도 접촉한 것으로 알려짐 <p>◆ Activision Blizzard, Tencent와 <Call of Duty Online> 출시(7.3)</p> <ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard가 Tencent와 제휴를 통해 유명 콘솔게임 <Call of Duty>시리즈의 IP를 이용한 온라인 FPS게임 <Call of Duty Online>을 중국에 출시 <p>◆ Activision Blizzard, <Diablo 3> 1,000만 장 판매(8.2)</p> <ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard가 2012년 2분기 컨퍼런스 콜을 통해 <Diablo 3>가 1,000만 장 이상 판매돼 역대 PC게임 판매량 4위를 달성했다고 발표 <p>◆ Activision Blizzard, 모바일 소셜게임 플랫폼 'Activate'공개(10.29)</p> <ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard는 자체 모바일게임 플랫폼 'Activate'를 발표하고, <Skylanders>게임 IP를 활용한 모바일게임 시리즈 2종 출시 <p>◆ Activision Blizzard, 3분기 매출 전년대비 12% 증가(11.7)</p> <ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard의 2012 회계연도 3분기(7~9월) 매출은 전년 동기대비 12% 상승한 8억 4,100만 달러, 순이익은 2억 2,600만 달러로 집계 <p>◆ <Call of Duty: Black Ops II>, 출시 보름 만에 매출 10억 달러 돌파(12.6)</p> <ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard의 FPS게임 <Call of Duty: Black Ops II>가 2012년 11월 13일 출시 첫 날 매출 5억 달러를 기록한 데 이어 보름 만에 10억 달러를 돌파	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : Activision Blizzard· 설립연도 : 1979년· 대표 : Robert A Kotick· 직원수 : 4,000명· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미· 주력플랫폼 : PC, 콘솔, 모바일· 주력상품 : Activision의 온라인 & 콘솔게임 퍼블리싱, Blizzard의 PC 패키지 게임																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(백만 달러) : \$4,495('11년 10월-'12년 9월)· 시가총액(백만 달러) : \$12,380· 주가 : \$11.12· 52주 최고가/최저가 : \$13.01/\$10.45 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q,2012~4Q,2012)																				
	<p>(단위 : 백만 달러)</p>  <table><tr><th>Quarter</th><th>Revenue (Million USD)</th><th>Operating Income (Million USD)</th><th>Operating Income Margin (%)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>1,172</td><td>513</td><td>43.8%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>1,075</td><td>227</td><td>21.1%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>841</td><td>227</td><td>27.0%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>1,768</td><td>484</td><td>27.4%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ← 영업이익률</p>	Quarter	Revenue (Million USD)	Operating Income (Million USD)	Operating Income Margin (%)	2012. 1Q	1,172	513	43.8%	2012. 2Q	1,075	227	21.1%	2012. 3Q	841	227	27.0%	2012. 4Q	1,768	484	27.4%
Quarter	Revenue (Million USD)	Operating Income (Million USD)	Operating Income Margin (%)																		
2012. 1Q	1,172	513	43.8%																		
2012. 2Q	1,075	227	21.1%																		
2012. 3Q	841	227	27.0%																		
2012. 4Q	1,768	484	27.4%																		
	<p>* 출처 : 공시자료</p>																				
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· Activision Blizzard의 2012년 4분기 매출액은 17억 6,800만 달러, 영업이익은 4억 8,400만 달러로 전년 동기대비 각각 25.7%, 1,836.0% 증가· Activision Blizzard는 이 같은 매출 성과의 주요 요인으로 <Diablo3>, <World of Warcraft>, <SkyLander>, <Call of Duty> 등 자사의 프랜차이즈 게임들의 성공적인 판매량을 지목· Activision Blizzard는 지난해 디지털 판매에서 전체매출의 32%를 기록, 15억 4,000만 달러의 성과를 올림· <Diablo3>는 2012년 기준 약 1,200만 장이 판매되었으며, <World of Warcraft>는 유료 결제자가 다소 감소했지만 현재까지 약 960만 명을 유지하면서 MMORPG 1위의 자리를 지킴	<p>(단위 : 달러)</p>  <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

Ubisoft											
최근 이슈	Company Profile										
<p>◆ Ubisoft, 부분유료화 게임 3종 공개(8.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft가 'Gamescom 2012' 행사에서 <Might & Magic Heroes> 시리즈와 <Anno Online>, <Ghost Recon> 등 부분유료화 게임 3종을 공개 <p>◆ Ubisoft, 유명 팝 그룹 Black Eyed Peas 고소(10.19)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft는 2012년 6월 Black Eyed Peas와 모바일게임 내 음원 사용과 관련한 계약을 맺었으나, Black Eyed Peas측이 최근 신규 게임 관련 음원 사용을 허가하지 않아 피해를 입고 있다며 100억 달러의 손해 배상을 청구 <p>◆ Ubisoft, <Assassin's Creed> 영화 제작 위해 New Regency와 제휴(10.22)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft가 자사의 대작 게임 <Assassin's Creed>의 영화 제작을 위해 'Fight Club', 'Heat', 'JFK' 등을 프로듀싱한 유명 영화 제작사 New Regency와 제휴 <p>◆ Ubisoft, Wii U용 게임 타이틀 6종 출시(11.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft가 Nintendo의 차세대 게임기 Wii U용 게임 타이틀 6종 <Assassin's Creed III>, <Sports Connection>, <Just Dance 4>, <Rabbids Land>, <Your Shape: Fitness Evolved 2013>, <ZombiU>를 출시 <p>◆ Ubisoft, 2012년 상반기 순손실폭 확대(11.6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft의 2012년 상반기 총 매출은 2억 7,900만 유로로, 전년 대비 12.1% 증가했지만, 순손실액은 전년대비 11.6% 증가한 3,230만 유로로 집계 <p>◆ Ubisoft, <Far Cry 3> 개발 위해 AMD와 협력(12.6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft는 프리미엄 PC게임 <Far Cry 3> 개발을 위해 AMD와 협력, AMD Radeon 그래픽의 성능을 활용해 멀티스크린과 고성능 게임을 구현할 전망 <p>◆ Ubisoft, <Assassin's Creed 3> 판매량 700만장 돌파(12.12)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ubisoft의 <Assassin's Creed 3>가 출시 한 달 만에 700만 장의 판매고를 기록하며 역대 Ubisoft 게임 중 가장 빠른 판매량 증가세를 나타내고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명 : UBISOFT 설립연도 : 1986년 대표 : Yves Gillemeot 직원수 : 6,927명 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 주력플랫폼 : PC, 콘솔 주력상품 : 콘솔 및 온라인게임개발 및 퍼블리싱 										
	Financial Profile <ul style="list-style-type: none"> 매출액(백만 유로) : €1,242('12년 1월-'12년 12월) 시가총액(백만 유로) : €749.85 주가 : €7.91 52주 최고가/최저가 : €8.08/€4.65 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>										
	Performance(1Q,2012~4Q,2012) <p>(단위 : 백만 유로)</p>  <table border="1"> <caption>2012년 4분기 실적 (단위: 백만 유로)</caption> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>매출액</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2012. 1Q</td> <td>161</td> </tr> <tr> <td>2012. 2Q</td> <td>131</td> </tr> <tr> <td>2012. 3Q</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td>2012. 4Q</td> <td>802</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 출처 : 공시자료(영업이익은 발표하지 않음)</p>	분기	매출액	2012. 1Q	161	2012. 2Q	131	2012. 3Q	148	2012. 4Q	802
분기	매출액										
2012. 1Q	161										
2012. 2Q	131										
2012. 3Q	148										
2012. 4Q	802										
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price										
<ul style="list-style-type: none"> Ubisoft의 2012년 4분기 매출은 8억 200만 유로로 전년 분기대비 23% 증가함 콘솔게임 <Assassin's Creed 3>가 전 세계에서 1,200만 장이 팔리면서 Ubisoft 매출 성장을 주도했으며, <Far Cry 3> 또한 450만 장이 판매됨 다운로드 콘텐츠(Downloadable content, 이하 DLC) 판매량 또한, 전년 분기대비 132% 성장한 5,520만 달러를 기록 iPhone용 모바일게임 <Rayman Jungle Run>과 <Trials Evolution>은 모바일게임 차트 1위를 기록하면서 Ubisoft의 모바일게임 매출을 주도 	<p>(단위 : 유로)</p>  <p>주가</p>  <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>										

Gameloft	
최근 이슈	Company Profile
<p>◆ Gameloft, 언리얼엔진으로 개발한 게임 <Wild Blood> 출시(9.6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft가 게임 속에서 3D와 물리현상 효과 등을 표현해주는 게임 제작 툴 언리얼엔진으로 개발한 3인칭 액션게임 <Wild Blood>를 Apple App Store에 출시 <p>◆ Gameloft, iOS 전용 게임 컨트롤러 지원(10.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft가 미국 소재 모바일 액세서리 제조업체 Discovery Bay Games가 개발한 블루투스 기반의 iOS 전용 게임 컨트롤러 Duo Gamer에 자사 인기 게임 타이틀을 지원하겠다고 밝힘 <p>◆ Gameloft, Windows Phone 8에 자사 인기게임 12종 지원(10.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft가 MS의 차세대 모바일 플랫폼 Windows Phone 8에서 <N.O.V.A.3: Near Orbit Vanguard Alliance>, <Asphalt 7: Heat>, <The Amazing Spider-Man> 등 자사의 인기게임 12종을 지원한다고 발표 <p>◆ Gameloft, 3분기 매출 전년대비 37% 증가(11.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft의 2012 회계연도 3분기(7~9월) 매출은 5,540만 유로로 전년대비 37% 증가한 가운데, 특히 스마트폰 및 태블릿PC 게임 관련 매출이 전년대비 124% 증가해 기업 전체 매출의 56%를 차지 <p>◆ Gameloft, 완구업체 IP기반 게임 <My Little Poly> 출시(11.8)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft는 세계적인 완구업체 Hasbro의 캐릭터 IP에 기반한 게임 애플리케이션 <My Little Poly>를 전 세계 App Store와 Google Play에 무료로 출시 <p>◆ Gameloft, 모바일 최초의 정통 AOS게임 <Heroes of Order & Chaos> 출시(11.21)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft가 모바일 최초의 정통 MOBA(Multiplaying Online Battle Area, AOS)게임 <Heroes of Order & Chaos>를 Google Play에 무료로 출시 <p>◆ Gameloft, 모바일 FPS게임 <Modern Combat 4> 출시(12.12)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gameloft가 모바일 FPS게임시리즈로 전작에서 볼 수 없었던 악당 캐릭터 시점 플레이와 8개의 신규 맵, 2개 게임 모드를 추가한 <Modern Combat 4: Zero Hour>를 Google Play에 출시 12월 13일에는 국내 T 스토어에도 출시를 완료 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체명 : Gameloft · 설립연도 : 2000년 · 대표 : Michel Guillemot · 직원수 : 5,000명 · 사업지역 : 유럽, 미국, 중국, 일본, 동남아, 남미, 아프리카 · 주력플랫폼 : 모바일 · 주력상품 : 모바일게임 개발 및 퍼블리싱
	<p>Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> · 매출액(백만 유로) : €373('11년 1월-'12년 12월) · 시가총액(백만 유로) : €462,24 · 주가 : €5.36 · 52주 최고가/최저가 : €5.74/€4.09 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>
	<p>Performance(1Q,2012~4Q,2012)</p> <p>(단위 : 백만 유로)</p>  <p>2011년 상반기 2011년 하반기 2012년 상반기 2012년 하반기</p> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price
<ul style="list-style-type: none"> · Gameloft의 2012년 하반기 매출액은 1억 1,300만 유로, 영업이익은 1,500만 유로로 전년 하반기 대비 각각 29.3%, 175% 증가 · Gameloft의 스마트폰과 태블릿 PC 게임 매출은 2011년 하반기 전체 매출의 41%였으나, 2012년 하반기에는 15%p 증가한 56%를 차지 · 스마트폰 게임 매출 중 부분 유료화가 차지하는 비중은 67%이며, 2013년에는 75%를 차지할 것으로 전망 · 전체 매출에서 북미 지역 매출이 31%를 차지하고 있으며, EMEA 29%, 아태지역 21%, 라틴아메리카 19% 순으로 나타남 	<p>(단위 : 유로)</p>  <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>

중국

Tencent	Tencent 腾讯																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Tencent, 〈크로스파이어〉 동시접속자 수 400만 명 돌파(9.25)</p> <p>· Tencent는 유저들의 의견을 최대한 반영하며 서비스에 전력을 다한 결과, 인기 FPS게임 〈크로스파이어〉의 동시접속자 수가 400만 명을 돌파했다고 발표</p> <p>◆ Tencent, 'QQ게임센터'에서 컴투스의 〈타워디펜스〉 출시(10.05)</p> <p>· Tencent는 국내 최대 모바일업체 컴투스의 〈타워디펜스〉를 자사의 모바일게임 플랫폼 'QQ게임센터'에 런칭함</p> <p>◆ Tencent, 서울에서 게임세미나 개최(11.06)</p> <p>· Tencent는 국내외 게임업체 관계자 200여 명이 참석한 가운데 '2012 텐센트 글로벌 퍼블리싱 세미나'를 개최해 4개 사업파트너와의 협력을 통한 글로벌 게임 퍼블리싱 네트워크 구축 계획을 발표</p> <p>· Tencent의 협력 업체는 아시아, 러시아어권 등에 위치한 게임업체인 가레나(Garena), 레벨업(Level Up), 메일닷루게임즈(Mail.Ru GAMES), 브이엔지(VNG) 등 4개로, Tencent가 직접 투자하거나 지분관계를 맺고 있음</p> <p>◆ Tencent, 2012년 3/4분기 매출 직전분기 대비 7.3% 증가(11.21)</p> <p>· Tencent, 〈크로스파이어〉, 〈QQ Dance(QQ炫舞)〉, 〈QQ Speed(QQ飞车)〉와 신작게임 〈어룡재천(御龙在天)〉의 매출 증가로 인해 2012년 3분기 매출이 직전분기 대비 7.3% 증가한 59억 7,290만 위안을 기록했다고 밝힘</p> <p>◆ Tencent, 'Tencent Games Carnival 2012' 개최(11.28)</p> <p>· Tencent가 단독 행사인 'Tencent Games Carnival 2012'를 2012년 11월 24일부터 25일까지 개최해 2013년 차기작들을 공개함</p> <p>· Tencen의 2013년 게임 라인업에는 NC Soft의 〈블레이드앤소울〉, 엑스엘게임즈의 〈아키에이지〉가 포함됨</p> <p>◆ Tencent, 〈던전앤파이터〉 대회 개최 예정(12.04)</p> <p>· Tencent는 전국 누구나 참가할 수 있는 '제5회 전국 던전앤파이터 대회'를 2012년 12월 15일부터 16일까지 개최한다고 발표함</p>	<p>· 업체명 : Tencent</p> <p>· 설립연도 : 1998년</p> <p>· 대표 : MA, Huateng</p> <p>· 직원수 : 19,130명</p> <p>· 사업지역 : 중국</p> <p>· 주력플랫폼 : 온라인</p> <p>· 주력상품 : 유명 게임업체와 파트너십 통해 온라인게임 공급, 인터넷 메신저</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(백만 위안) : 元39,663('11년 10월~'12년 9월)</p> <p>· 시가총액(백만 달러) : \$458,970</p> <p>· 주가 : \$248.60</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : \$281.00/\$149.40</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준(홍콩 달러)</p>																				
	Performance(4Q, 2011~3Q, 2012)																				
	<p>(단위 : 백만 위안)</p>  <table><thead><tr><th>Quarter</th><th>Revenue (百萬元)</th><th>Operating Income (百萬元)</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>2011. 4Q</td><td>7,922</td><td>3,092</td><td>39.0%</td></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>9,648</td><td>3,691</td><td>38.3%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>10,527</td><td>3,938</td><td>37.4%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>11,566</td><td>4,443</td><td>38.4%</td></tr></tbody></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (百萬元)	Operating Income (百萬元)	Operating Profit Margin (%)	2011. 4Q	7,922	3,092	39.0%	2012. 1Q	9,648	3,691	38.3%	2012. 2Q	10,527	3,938	37.4%	2012. 3Q	11,566	4,443	38.4%
Quarter	Revenue (百萬元)	Operating Income (百萬元)	Operating Profit Margin (%)																		
2011. 4Q	7,922	3,092	39.0%																		
2012. 1Q	9,648	3,691	38.3%																		
2012. 2Q	10,527	3,938	37.4%																		
2012. 3Q	11,566	4,443	38.4%																		
2012년 3분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· Tencent의 2012년 3분기 매출액은 115억 6,555만 위안, 영업이익은 41억 2,440만 위안으로 전년 동기대비 각각 54.3%, 37.9% 증가</p> <p>· 2012년 3분기 온라인게임이 포함된 IVAS 부문 매출액은 83억 7,100만 위안으로 전년 동기대비 39.4% 증가</p> <p>· 계절적 요인에 의해 〈크로스파이어〉, 〈던전앤파이터〉, 〈QQ Dancer〉, 〈QQ Speed〉 수익 상승이 Tencent 게임 수익 상승을 이끈 원동력 역할 했으며, 미국, 한국, 유럽 등의 해외 매출이 큰 폭으로 증가</p> <p>· Tencent의 소셜 플랫폼이 중국에서 큰 인기를 끌고 있으며, 이로 인해 Tencent의 소셜게임 아이템 판매도 큰 폭으로 증가</p>	<p>(단위 : 홍콩 달러)</p>  <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

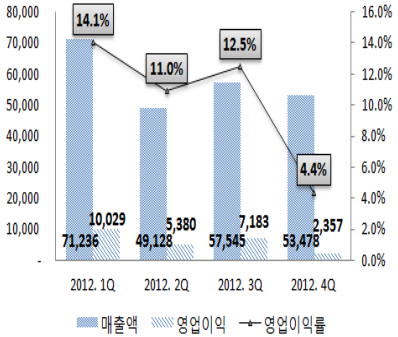


Shanda Games																					
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Shanda, 2012년 2분기 실적 발표(8.26)</p> <p>· Shanda, 2012년 2분기 실적 발표를 통해 매출이 전년 동기대비 18.65% 감소한 11억 3,050만 위안, 영업이익은 20.7% 감소한 3억 8,080만 위안을 기록했다고 밝힘</p> <p>◆ Shanda, Square Enix, 액토즈소프트와 협력(10.16)</p> <p>· Shanda는 일본 메이저 게임업체 Square Enix와 액토즈소프트와 글로벌 사업을 위한 전략적 제휴를 체결해, 한국, 중국, 일본 및 동남아 시장을 적극 공략할 계획</p> <p>· 특히 Square Enix와의 협력을 통해 유명 IP를 활용한 모바일 게임 개발, 지역별 로컬라이징을 강화할 전망</p> <p>◆ Shanda, 2012년 3분기 실적 발표(11.26)</p> <p>· Shanda가 2012년 3분기 실적을 발표, 매출이 전년 동기대비 4.4% 감소한 10억 8,050만 위안, 영업이익은 17% 감소한 3억 2,420만 위안을 기록한 것으로 나타남</p> <p>◆ Shanda, MMORPG <World Zero>에 핀란드 기술 도입(12.4)</p> <p>· Shanda는 자체 개발 중인 MMORPG <World Zero>에 핀란드의 렌더링 최적화 기술 개발업체인 Umbra Software의 기술인 'Umbra 3'를 도입할 예정</p> <p>· 'Umbra 3'는 차세대 콘솔게임에서 요구되는 방대한 데이터 렌더링 및 스트리밍을 최적화함으로써 프로세싱 비용 절감 및 다이내믹한 게임환경 구현에 기여할 전망</p> <p>◆ Shanda, 인기 MMORPG <뇌천기> 국내 CBT 성향(12.17)</p> <p>· Shanda는 2012년 12월 13일부터 3일간 자체 개발 MMORPG <뇌천기>의 CBT를 네오위즈게임즈의 게임포털 '피망'에서 진행해 성향리에 종료했다고 밝힘</p> <p>· <뇌천기>는 중국 독자 5,000만 명 이상이 구독한 인기 온라인 무협소설을 원작으로 한 게임으로, 2011년 5월 기준 중국 내 동시 접속자 수 50만 명을 기록한 바 있음</p>	<p>· 업체명 : Shanda Games</p> <p>· 설립연도 : 1999년</p> <p>· 대표 : Tiangiao Chen</p> <p>· 직원수 : 2,518명</p> <p>· 사업지역 : 중국</p> <p>· 주력플랫폼 : 온라인</p> <p>· 주력상품 : MMORPG 등 온라인게임, 모바일게임 등</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(백만 위안) : 元4,957(11년 10월~12년 9월)</p> <p>· 시가총액(백만 달러) : \$832</p> <p>· 주가 : \$2.97</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : \$5.92/\$2.71</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(4Q.2011~3Q.2012)																				
	<p>(단위 : 백만 위안)</p>  <table><tr><th>Quarter</th><th>Revenue (Revenue)</th><th>Operating Profit (Operating Profit)</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr><tr><td>2011. 4Q</td><td>1,356</td><td>443</td><td>32.7%</td></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>1,389</td><td>493</td><td>35.5%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>1,131</td><td>391</td><td>34.6%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>1,081</td><td>324</td><td>30.0%</td></tr></table> <p>* 출처 : 공시자료</p>	Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)	2011. 4Q	1,356	443	32.7%	2012. 1Q	1,389	493	35.5%	2012. 2Q	1,131	391	34.6%	2012. 3Q	1,081	324	30.0%
Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Profit (Operating Profit)	Operating Profit Margin (%)																		
2011. 4Q	1,356	443	32.7%																		
2012. 1Q	1,389	493	35.5%																		
2012. 2Q	1,131	391	34.6%																		
2012. 3Q	1,081	324	30.0%																		
2012년 3분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· Shanda Games의 2012년 3분기 매출액은 10억 8,100만 위안, 영업이익은 3억 2,400만 위안으로 전년 동기대비 각각 20.1% 감소, 25.1% 감소</p> <p>· 2012년 3분기 월간활동이용자(Monthly Active User, 이하 MAU)는 1,840만 명으로 전년 동기대비 12.8% 하락했으며, 월간게이머 지출액(Monthly Average Revenues Per Paying Use)는 95.7위안으로 전년 동기대비 3.8위안 증가</p> <p>· <드레곤네트스>와 <미르2>의 가입자 감소로 인해 매출이 감소했으나, Shanda Games는 2012년 하반기에는 <RIFT>, <World Zero>, <Final Fantasy XIV 2.0>, <Dungeon Striker>등이 출시되면 매출이 다시 상승할 것으로 전망</p> <p>· 중국 시장의 부진을 만회하기 위해 <드레곤네트스>등 다수의 게임을 유럽(특히 프랑스)에 출시할 계획</p>	<p>(단위 : 달러)</p>  <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

<div>NetEase</div>	<div>網易NETEASE www.163.com</div>
<div>최근 이슈</div> <div><div>◆ NetEase, 'Battle.net World Championship'개최 (11.17)</div><div>· NetEase가 중국 상해 엑스포 마트(EXPO-MART)에서 Blizzard Entertainment와 '배틀넷 월드 챔피언십(Battle.net World Championship, BWC)'을 개최함</div><div>· 'BWC'는 전 세계 30여 곳에서 토너먼트를 진행한 '스타크래프트 2 월드 챔피언십 시리즈(World ChampionShip Series)'와 '월드 오브 워크래프트 아레나 글로벌 파이널(World of Warcraft® Arena Global Finals)'의 마지막을 장식하는 대회임</div><div>◆ NetEase, 2012년 금영상(金翎獎) 중간 집계에서 선두권(12.7)</div><div>· NetEase는 2012년을 대표하는 온라인게임을 선정해 시상하는 '2012 금영상(12월26일 결과 발표)'의 중간 집계에서 선두권에 랭크된 것으로 나타남</div><div>◆ NetEase, 2012년 3분기 매출 직전분기 대비 2% 증가(11.20)</div><div>· NetEase가 2012년 3분기 실적을 발표, 3D MMORPG <천하3(天下3)>이 중국 대표 게임으로 인기를 끌면서 매출이 전년 동기대비 2% 증가한 20억 위안을 기록</div><div>◆ NetEase, 신작 게임 <장지전기(藏地传奇)> 공개 (11.23)</div><div>· NetEase는 신작 MMORPG <장지전기(藏地传奇)>를 공개, 2012년 12월 중 1차 CBT를 실시할 계획이라고 밝힘</div><div>◆ NetEase, 2012년 3분기 온라인게임 시장 점유율 2위(11.27)</div><div>· 중국 시장조사업체 EnfoDesk 2012년 11월 27일 발표한 "2012년 3분기 중국 온라인게임 시장조사 보고서(2012年第3季度中国客户端网络游戏市场季度监测)"에 따르면, NetEase는 2012년 3분기 중국 온라인게임 시장에서 Tencent(37.8%) 다음으로 높은 18.2%의 점유율을 기록</div><div>◆ NetEase, <大唐无双2>에 한국 가요 등록 (12.13)</div><div>· NetEase는 더욱 많은 유저를 유치하기 위해 <大唐无双2>에 최신 한국 인기가요를 등록했다고 밝힘</div></div>	<div>Company Profile</div> <div><div>· 업체명 : NetEase</div><div>· 설립연도 : 1997년</div><div>· 대표 : William Lei Ding</div><div>· 직원수 : 6,160명</div><div>· 사업지역 : 중국</div><div>· 주력플랫폼 : 온라인</div><div>· 주력상품 : 중국 시장에 현지화한 MMORPG 제작 및 운영</div></div>
	<div>Financial Profile</div> <div><div>· 매출액(백만 위안) : 元8,525('12년 1월-12년 12월)</div><div>· 시가총액(백만 달러) : \$5,130</div><div>· 주가 : \$39.19</div><div>· 52주 최고가/최저가 : 65.54\$/37.00\$</div></div> <div>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</div>
	<div>Performance(1Q.2012~4Q.2012)</div> <div>(단위 : 백만 위안)</div> <div><div><div><div><div>2,004</div><div>975</div><div>48.7%</div></div><div><div>2,149</div><div>924</div><div>44.1%</div></div><div><div>2,045</div><div>824</div><div>40.3%</div></div><div><div>2,327</div><div>1,028</div><div>44.2%</div></div></div><div><div>2012. 1Q</div><div>2012. 2Q</div><div>2012. 3Q</div><div>2012. 4Q</div></div><div><div>매출액</div><div>영업이익</div><div>영업이익률</div></div></div></div>
	<div>* 출처 : 공시자료</div>
<div>2012년 3분기 실적 및 주가 분석</div> <div><div>· NetEase의 2012년 4분기 매출액은 23억 2,700만 위안, 영업이익은 10억 2,800만 위안으로 전년 동기대비 각각 8.3%, 11.2% 증가</div><div>· 2012년 4분기 온라인게임은 매출액은 19억 7,700만 위안으로 전년 동기대비 7.9% 증가</div><div>· NetEase에서 개발한 MMORPG <Fantasy Westward Journey>는 2012년 9월에 12번째 확장팩을 출시하면서 270만 명의 동시접속자를 기록</div><div>· 2012년 9월에는 액션게임 <Soul of th Fighter>을 출시했으며, 10월에는 MMORPG <Kung Fu Master>를 출시</div><div>· NetEase는 다른 중국 온라인 게임업체와 달리 2012년 모바일 분야에서는 게임보다는 E-reader, 뉴스, 교육, 음악 등 교육과 엔터테인먼트 애플리케이션을 출시했으나, 2013년에는 다양한 모바일게임을 출시할 계획</div></div>	<div>Stock Price</div> <div>(단위 : 달러)</div> <div><div><div>주가</div><div>거래량</div></div></div> <div>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</div>


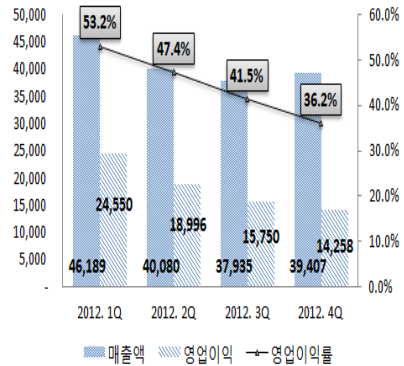
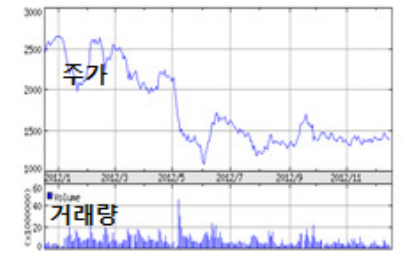
| 일본

Sony	SONY																									
최근 이슈	Company Profile																									
<p>◆ Sony, 신형 하드웨어 PS3 출시(9.19)</p> <p>· Sony는 기존 PS3보다 크기가 작고 무게가 경량화된 신형 PS3 하드웨어를 2012년 9월 25일부터 전 세계 발매할 예정임</p> <p>· 신형 PS3의 가격은 하드웨어 용량이 250GB인 버전은 269달러, 500GB 버전은 299달러에 책정됨</p> <p>◆ Sony, 'PlayStation Mobile' 서비스 개시 계획 발표(9.19)</p> <p>· PlayStation 브랜드의 모바일게임 서비스를 골자로 한 'PlayStation Mobile' 서비스를 10월 3일부터 전 세계 9개 국가에서 개시해 다양한 장르의 모바일게임 라인업을 제공할 것이라고 밝힘</p> <p>◆ Sony, 미국 회계 기준 실적 발표(11.1)</p> <p>· Sony는 미국 회계 기준 2012년 2, 3분기 실적 발표를 통해 총 매출이 전년 동기대비 1.6% 증가한 3조 1,198억 4,200만 엔, 영업이익 41.2% 증가한 365억 2,600만 엔, 당기순이익은 25.2% 증가한 290억 6,300만 엔을 기록했다고 밝힘</p> <p>◆ Sony, PS3 누적 판매 대수 7,000만 대 기록(11.21)</p> <p>· Sony는 2006년 11월 일본 발매 개시 후 약 6년 만인 2012년 11월 4일 시점에서 전 세계 PS3 누적 판매량이 7,000만 대를 돌파했다고 밝힘</p> <p>◆ Sony, 'PlayStation Awards 2012' 수상작 발표(12.3)</p> <p>· Sony는 일본 내 히트를 기록한 게임 타이틀을 시상하는 'PlayStation Awards 2012' 수상작을 발표</p> <p>· <WORLD SOCCER Winning Eleven 2012>, <FINAL FANTASY XIII-2>, <BIOHAZARD 6>, <원피스 해적무쌍(ワンピース 海賊無双)>, <기동전사건담 EXTREME VS.(機動戦士ガンダム EXTREME VS.)>가 'Gold Prize' 수상</p>	<p>· 업체명 : Sony</p> <p>· 설립연도 : 1946년</p> <p>· 대표 : Howard Stringer</p> <p>· 직원수 : 16만 8,200명</p> <p>· 사업지역 : 북미, 유럽, 일본, 남미</p> <p>· 주력플랫폼 : 콘솔</p> <p>· 주력상품 : PlayStation 시리즈 및 게임 타이틀</p> <p>Financial Profile</p> <p>· 매출액(백만 엔) : ¥6,668,248('12년 1월-'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(백만 엔) : ¥921,280</p> <p>· 주가 : ¥918.00</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : ¥1,832/¥772</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p> <p>Performance(1Q,2012~4Q,2012)</p> <p>(단위 : 백만 엔)</p> <table><tr><th>Quarter</th><th>Sales (Sales)</th><th>Operating Income (Income)</th><th>Operating Profit (Profit)</th><th>Sales Growth (%)</th></tr><tr><td>2012 1Q</td><td>1,600,426</td><td>1,515,183</td><td>-1,412</td><td>0.1%</td></tr><tr><td>2012 2Q</td><td>1,515,183</td><td>6,275</td><td></td><td>0.4%</td></tr><tr><td>2012 3Q</td><td>1,604,659</td><td>80,251</td><td></td><td>1.9%</td></tr><tr><td>2012 4Q</td><td>1,947,980</td><td>46,429</td><td></td><td>2.4%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p> <p>Stock Price</p> <p>(단위 : 엔)</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)	Sales Growth (%)	2012 1Q	1,600,426	1,515,183	-1,412	0.1%	2012 2Q	1,515,183	6,275		0.4%	2012 3Q	1,604,659	80,251		1.9%	2012 4Q	1,947,980	46,429		2.4%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit (Profit)	Sales Growth (%)																						
2012 1Q	1,600,426	1,515,183	-1,412	0.1%																						
2012 2Q	1,515,183	6,275		0.4%																						
2012 3Q	1,604,659	80,251		1.9%																						
2012 4Q	1,947,980	46,429		2.4%																						
2012년 4분기 실적 및 주가 분석																										
<p>· Sony의 2012년 4분기 매출은 1조 9,479억 8,000만 엔, 영업이익은 464억 2,900만 엔을 기록해 전년 동기대비 매출은 6.9% 증가, 영업이익은 흑자로 전환</p> <p>· 또한 2012년 2/4분기 게임 부문 매출은 전년 동기대비 15.1% 감소한 2,685억 엔, 영업이익은 86.4% 감소한 46억 엔을 기록</p> <p>· PlayStation2와 PlayStation3 판매 대수는 680만 대로, 전년 동기대비 60만 대 감소했으며, PSP와 PlayStation Vita와 같은 휴대용 콘솔 게임기 판매 대수는 270만 대로, 전년 동기대비 30만 대 증가</p> <p>· 소니는 "Vita가 기대만큼의 성적을 기록하지 못하고 있다"며 오는 3월까지 예상 판매 대수를 700만 대에서 300만 대로 추정</p>																										

Nintendo	<div>Nintendo</div>
최근 이슈	Company Profile
<div>◆ Nintendo 2012년 2분기 실적 발표(7.25)</div> <div>· Nintendo는 2012년 2분기 실적 발표를 통해 매출이 전년 동기 대비 9.7% 감소한 848억 1,300만 엔, 영업손실 103억 3,100만 엔을 기록했다고 밝힘</div> <div>◆ Nintendo, 신규 게임콘솔 'Wii U' 발매일 및 가격 공개(9.13)</div> <div>· Nintendo는 신규 게임콘솔 'Wii U'의 일본 발매일(2012년 12월 8일) 및 가격 정보를 공개</div> <div>· 'Wii U'는 태블릿 PC형 컨트롤러 'Wii U 게임패드' 전용 충전스탠드 및 플레이스탠드, 'Wii U' 본체스탠드 등이 포함된 블랙 색상의 'Wii U PREMIUM SET(3만엔)', 기본 제품으로 구성된 화이트 색상의 'Wii U BASIC SET(2만 5,000엔)'로 판매될 예정</div> <div>◆ Nintendo, 2012년 2, 3분기 실적 발표(10.24)</div> <div>· Nintendo는 2012년 2, 3분기 실적 공시를 통해 Nintendo 3DS의 판매 부진 및 엔고의 영향으로 총 매출 2,009억 9,400만 엔, 영업손실 291억 5,900만 엔을 기록했다고 밝힘</div> <div>· 아울러 DS와 3DS, Wii의 누적 판매량이 각각 1억 5,250만 대, 2,219만 대, 9,718만 대에 달했다고 발표함</div> <div>◆ Nintendo, Wii U 전용 TV 'Nintendo TVii' 개시 예정(11.27)</div> <div>· Nintendo는 2012년 12월 8일부터 신규 게임콘솔 'Wii U'의 컨트롤러인 'Wii U 게임패드'의 화면과 TV 디스플레이를 이용해 새로운 TV 프로그램 체험이 가능한 서비스 'Nintendo TVii'를 개시할 예정이라고 밝힘</div> <div>◆ Nintendo, 신규 게임콘솔 'Wii U' 발매 개시(12.8)</div> <div>· Nintendo는 2012년 12월 8일 차세대 게임콘솔 'Wii U' 발매를 개시, 태블릿 PC형 컨트롤러인 'Wii U 게임패드'로 전작 게임콘솔 Wii의 단점을 보완해 하반기 콘솔게임 시장의 최대 화제</div>	<div>· 업체명 : Nintendo</div> <div>· 설립연도 : 1947년</div> <div>· 대표 : Satoru Iwata</div> <div>· 직원수 : 4,712명</div> <div>· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본, 남미</div> <div>· 주력플랫폼 : 콘솔</div> <div>· 주력상품 : Wii, DS 등 게임기 하드웨어 및 전용 게임 타이틀</div> <div>Financial Profile</div> <div>· 매출액(백만 엔) : ¥634,518('12년 1월~'12년 12월)</div> <div>· 시가총액(백만 엔) : ¥1,150,000</div> <div>· 주가 : ¥8,960</div> <div>· 52주 최고가/최저가 : ¥13,120/¥8,070</div> <div>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</div> <div>Performance(1Q,2012~4Q,2012)</div> <div>(단위 : 백만 엔)</div> <div><div><div><div>400,000</div><div>350,000</div><div>300,000</div><div>250,000</div><div>200,000</div><div>150,000</div><div>100,000</div><div>50,000</div><div>-50,000</div></div><div><div>매출액</div><div>영업이익</div><div>영업이익률</div></div><div><div>2012. 1Q</div><div>2012. 2Q</div><div>2012. 3Q</div><div>2012. 4Q</div></div><div><div>91,486</div><div>84,813</div><div>116,181</div><div>342,038</div></div><div><div>-22.9%</div><div>-12.2%</div><div>-16.2%</div><div>6.8%</div></div><div><div>-20,912</div><div>-10,331</div><div>-18,827</div><div>23,302</div></div><div><div>-20.9%</div><div>-12.2%</div><div>-16.2%</div><div>6.8%</div></div></div></div> <div>* 출처 : 공시자료</div>
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price
<div>· Nintendo 2012년 4분기 매출은 3,420억 3,800만 엔, 영업이익은 233억 200만 엔으로 전년 동기대비 각각 0.5% 증가, 43.1% 감소</div> <div>· 2012년 말까지 전 세계에서 팔린 Wii U는 306만 대였고, 소프트웨어는 1,169만 장이 판매</div> <div>· 일본 정부의 '엔저 정책' 덕분에 순이익은 흑자를 보게 됐지만 Nintendo의 2013 회계연도는 스스로 '흑독하다'는 표현을 쓸 정도로 가시밭길</div> <div>· Iwata Satoru CEO는 실적발표에서 "가장 중요한 연말 판매경쟁에서 충분한 결과를 내지 못해 실적예상을 하향조정할 수밖에 없었다. 책임을 통감한다"고 밝힘</div>	<div>(단위 : 엔)</div> <div><div>주가</div><div>거래량</div></div> <div>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</div>

Konami	KONAMI																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Konami, 한국 프로야구 라이선스 기반 소셜게임 런칭(8.29)</p> <p>· Konami는 한국야구위원회(KBO)의 공식 라이선스를 활용한 소셜게임 타이틀 <프로야구드림나인(プロ野球ドリームナイン)> 서비스를 국내 T 스토어에서 8월 28일부터 제공 개시</p> <p>· <프로야구드림나인(プロ野球ドリームナイン)>은 KBO전8구단 선수를 실사로 등록해 이용해 게이머들끼리 대결하는 트레이딩 카드 게임임</p> <p>◆ Konami, <Metal Gear> 시리즈 25주년 프로젝트 공개(8.30)</p> <p>· Konami가 인기 콘솔게임 <Metal Gear> 시리즈 출시 25주년 기념 행사 'Metal Gear 25th Anniversary'에서, 시리즈 최초로 소셜게임 버전 <Metal Gear Solid Social Ops>을 출시할 예정이라고 발표</p> <p>◆ Konami, Tokyo Game Show 2012에서 모바일게임 공개(9.12)</p> <p>· Konami가 2012년 9월 동경에서 개최된 게임쇼 'Tokyo Game Show 2012'에서 콘솔게임 타이틀 외에 신작 <Metal Gear Solid Social Ops>, <Star Wars Collection> 및 <전국 콜렉션(戦国コレクション)>, <드래곤콜렉션(ドラゴンコレクション)> 등 다수의 인기 모바일 소셜게임 타이틀로 출전</p> <p>◆ Konami, NTT docomo의 'd게임' 서비스 계획 공개(10.11)</p> <p>· Konami는 자체 개발 인기 소셜게임 타이틀 <대부호몬스터즈(大富豪モンスターズ)>, <프로야구드림나인(プロ野球ドリームナイン)>, <월드 축구콜렉션(ワールドサッカーコレクション)> 등 3종이 NTT docomo의 신규 모바일게임 플랫폼인 'd게임(dゲーム)'에서 제공될 예정이라고 발표</p> <p>· 'd게임(dゲーム)'은 2012년 11월 하순부터 서비스에 돌입함</p> <p>◆ Konami, 2012년 2, 3분기 실적 발표(11.1)</p> <p>· Konami는 2012년 2, 3분기 실적을 발표, 매출이 전년 동기대비 13.3% 감소한 1,066억 7,300만 엔, 영업이익은 97% 37.8% 감소한 1125억 6,300만 엔, 당기순이익은 40.7% 감소한 114억 8,800만 엔을 기록</p>	<p>· 업체명 : Konami</p> <p>· 설립연도 : 1969년</p> <p>· 대표 : Kagemasa Kozuki</p> <p>· 직원수 : 5,758명</p> <p>· 사업지역 : 미국, 유럽, 중국, 일본</p> <p>· 주력플랫폼 : 온라인, PC, 콘솔, 아케이드</p> <p>· 주력상품 : 콘솔 및 PC, 아케이드게임 타이틀 및 관련 상품들</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(백만 엔) : ¥231,387('12년 1월~'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(백만 엔) : ¥286,800</p> <p>· 주가 : ¥2,069</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : ¥2,423/¥1,535</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q.2012~4Q.2012)																				
	<p>(단위 : 백만 엔)</p>  <table><tr><th>Quarter</th><th>Sales (Sales)</th><th>Operating Income (Income)</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>71,236</td><td>10,029</td><td>14.1%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>49,128</td><td>5,380</td><td>11.0%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>57,545</td><td>7,183</td><td>12.5%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>53,478</td><td>2,357</td><td>4.4%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit Margin (%)	2012. 1Q	71,236	10,029	14.1%	2012. 2Q	49,128	5,380	11.0%	2012. 3Q	57,545	7,183	12.5%	2012. 4Q	53,478	2,357	4.4%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit Margin (%)																		
2012. 1Q	71,236	10,029	14.1%																		
2012. 2Q	49,128	5,380	11.0%																		
2012. 3Q	57,545	7,183	12.5%																		
2012. 4Q	53,478	2,357	4.4%																		
	<p>* 출처 : 공시자료</p>																				
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· Konami의 2012년 4분기 매출은 534억 7,800만 엔, 영업이익 23억 5,700만 엔을 기록하면서, 전년 동기대비 각각 25.1%, 78.0% 감소</p> <p>· 콘솔게임의 매출이 하락하고 있는데, 유일하게 축구 장르의 <Winning> 시리즈만 판매량이 증가</p> <p>· 모바일게임 <Dragon Collection>은 2012년 12월 기준 전 세계 가입자가 3,400만 명을 돌파</p> <p>· 콘솔 게임기 별로는 PlayStation3의 비중이 큰 폭으로 증가하는 한편, Wii와 DS의 비중이 큰 폭으로 감소</p> <p>· 2013년 1사분기에 PlayStation3와 Xbox360으로 <Metal Gear Rising Revengeance>를 출시할 계획</p>	<p>(단위 : 엔)</p>  <p>주가</p>  <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

DeNA	:DeNA																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ DeNA, Disney의 Marvel 캐릭터 IP 기반 소셜게임 런칭(8.7)</p> <p>· DeNA는 지난 해 제휴를 체결한 Disney의 Marvel 캐릭터 IP를 활용한 스마트폰 전용 소셜게임 타이틀 <Marvel: War of Heroes>를 2012년 가을부터 해외 Mobage를 통해 제공할 예정이라고 발표</p> <p>◆ DeNA, 주요 소셜게임 개발업체 gloops와 해외사업 제휴 (9.20)</p> <p>· DeNA가 일본 메이저 소셜게임 개발업체 gloops와 해외사업 관련 포괄적 제휴를 체결해 Mobage West, Mobage China, Daum Mobage 등에서 gloops의 신규 게임 타이틀을 런칭할 예정</p> <p>◆ DeNA, Yahoo!대만과 협력해 Mobage 해외 서비스 강화(10.24)</p> <p>· DeNA, 대만 최대 인터넷포털 Yahoo!Kimo(Yahoo!奇摩)와 제휴 체결, Mobage China의 서비스를 대만, 홍콩, 마카오로 확장시킬 예정</p> <p>◆ DeNA, mixi와 제휴 체결해 모바일게임 개발 강화(11.22)</p> <p>· DeNA, 일본 메이저 SNS업체 mixi와 업무제휴를 체결, mixi의 게임 플랫폼 및 DeNA의 Mobage에서 서비스되는 모바일게임 개발기반을 공동화하기로 합의</p> <p>· DeNA는 개발자들이 양 플랫폼에서 동시에 제공 가능한 고품질 모바일게임 개발을 유도함으로써 모바일게임 라인업을 강화할 계획</p> <p>◆ DeNA, 2011 실적 및 2012년 2, 3분기 실적 발표(11.13)</p> <p>· DeNA는 회계연도 기준(2011년 4월 1일~2012년 3월 31일) 2012 3월 결산 실적을 발표, 매출이 1,465억 100만 엔, 영업이익이 602억 6,200만 엔을 기록했다고 밝힘</p> <p>· DeNA의 2012년 2, 3분기 매출은 전년 동기대비 41.2% 증가한 978억 8,600만 엔, 영업이익은 30.3% 증가한 387억 8,800만 엔을 기록함</p> <p>◆ DeNA, KT와 제휴 통한 한국 소셜게임 시장 진출 선언(12.14)</p> <p>· DeNA가 국내 이동사 KT와 한국 및 일본 소셜게임 서비스 상호 제공에 관한 기본 합의를 체결, 2013년부터 KT의 Android OS 기반 Olleh Market에서도 Daum Mobage 게임들을 제공할 예정</p>	<p>· 업체명 : DeNA</p> <p>· 설립연도 : 1999년</p> <p>· 대표 : Isao Moriyasu</p> <p>· 직원수 : 1,810명</p> <p>· 사업지역 : 북미, 유럽, 아시아, 남미</p> <p>· 주력플랫폼 : SNS</p> <p>· 주력상품 : Mobage 및 게임 타이틀</p>																				
	Financial Profile																				
	<p>· 매출액(백만) : ¥192,422('12년 1월~'12년 12월)</p> <p>· 시가총액(백만) : ¥388,980</p> <p>· 주가 : ¥2,901</p> <p>· 52주 최고가/최저가 : ¥3,090/¥1,392</p> <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q.2012~4Q.2012)																				
	<p>(단위 : 백만 엔)</p> <table><tr><th>기간</th><th>매출액</th><th>영업이익</th><th>영업이익률</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>42,236</td><td>18,649</td><td>44.2%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>47,590</td><td>18,392</td><td>38.6%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>50,296</td><td>20,396</td><td>40.6%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>52,300</td><td>19,900</td><td>38.0%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ▲ 영업이익률</p> <p>* 출처 : 공시자료</p>	기간	매출액	영업이익	영업이익률	2012. 1Q	42,236	18,649	44.2%	2012. 2Q	47,590	18,392	38.6%	2012. 3Q	50,296	20,396	40.6%	2012. 4Q	52,300	19,900	38.0%
기간	매출액	영업이익	영업이익률																		
2012. 1Q	42,236	18,649	44.2%																		
2012. 2Q	47,590	18,392	38.6%																		
2012. 3Q	50,296	20,396	40.6%																		
2012. 4Q	52,300	19,900	38.0%																		
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<p>· DeNA의 2012년 4분기 매출액은 523억 엔, 영업이익은 199억 엔으로 전년 동기대비 각각 52%, 54% 증가</p> <p>· 2012년 4분기 게임부문 매출액은 463억 엔으로 전년 동기 357억 엔에서 106억 엔 증가</p> <p>· Mobage의 가상통화인 'Moba Coin' 판매량은 모바일 소셜게임 이용자 급증으로 598억을 기록</p> <p>· DeNA는 mixi와 Yahoo! Japan 등과 제휴 관계를 구축해, PC 플랫폼으로 mixi와 Yahoo! Japan을 통해 진출할 계획</p> <p>· 모바일 게임업체 Cygames, Nexon 등과 제휴 관계를 구축해 일본 뿐만 아닌 해외 시장을 적극적으로 공략할 계획</p>	<p>(단위 : 엔)</p> <p>주가</p> <p>거래량</p> <p>* 출처 : Google Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

GREE	 GREE																				
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none">◆ GREE, 캐나다 자회사 GREE Canada 설립(7.20)<ul style="list-style-type: none">· GREE는 GREE Platform의 서비스 강화를 위한 소셜게임 개발 및 운영 확대를 위해 캐나다 벤쿠버에 자회사 GREE Canada를 설립해 미국 지사인 GREE International과 연계할 예정이라고 발표◆ GREE, 2011 실적 발표(8.14)<ul style="list-style-type: none">· GREE, 회계연도 기준(2011년 7월 1일~2012년 6월 30일) 2012 결산 실적을 발표, 매출이 전년대비 146.6% 증가한 1,582억 3,100만 엔, 영업이익은 165.7% 증가한 827억 2,900만 엔을 기록했다고 밝힘◆ GREE, Fuji TV와의 제휴 통한 소셜게임 런칭(8.31)<ul style="list-style-type: none">· GREE, 일본 주요 지상파 방송사 Fuji TV와의 제휴를 통해 피쳐폰 및 스마트폰 전용 소셜게임 타이틀 <아이돌@썸(IDOL☆J@M)>을 2012년 8월 31일부터 일본 내 서비스 플랫폼 'GREE'에서 제공한다고 밝힘◆ GREE, 일본 소셜게임 개발업체 Pokelabo 인수(10.24)<ul style="list-style-type: none">· GREE는 2012년 10월 24일 일본 메이저 소셜게임 개발사 Pokelabo를 138억 엔에 인수함으로써 고품질 스마트폰 소셜게임 라인업 강화 계획을 발표함◆ GREE, Yahoo! Japan과 제휴 통한 GREE Platform 강화(11.8)<ul style="list-style-type: none">· GREE, 일본 최대 인터넷포털 Yahoo! Japan과 제휴를 체결, GREE Platform의 서비스와 Yahoo! Japan의 연계 및 글로벌 홍보 강화를 도모할 계획◆ GREE, 싱가포르 최대 이동사 SingTel과 제휴 체결(11.14)<ul style="list-style-type: none">· GREE, 싱가포르 최대 이동사 SingTel Mobile Singapore과 제휴를 체결, SingTel의 휴대전화 결제 서비스에 대응함으로써 스마트폰 유저들의 GREE Platform 이용을 유도, 글로벌 고객 기반 확대를 도모할 계획	<ul style="list-style-type: none">· 업체명 : GREE· 설립연도 : 2004년· 대표 : Yoshikazu Tanaka· 직원수 : 1,203명· 사업지역 : 북미, 유럽, 중동, 아시아, 남미· 주력플랫폼 : SNS· 주력상품 : GREE Platform 및 게임 타이틀																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none">· 매출액(백만) : ¥163,611('12년 1월-'12년 12월)· 시가총액(백만) : ¥325,939· 주가 : ¥1,406· 52주 최고가/최저가 : ¥2,697/¥1,050 <p>* 주가는 2012. 12. 18 종가 기준</p>																				
	Performance(1Q.2012~4Q.2012)																				
	(단위 : 백만 엔)																				
	 <table><tr><th>Quarter</th><th>Sales (Sales)</th><th>Operating Income (Income)</th><th>Operating Profit Margin (%)</th></tr><tr><td>2012. 1Q</td><td>46,189</td><td>24,550</td><td>53.2%</td></tr><tr><td>2012. 2Q</td><td>40,080</td><td>18,996</td><td>47.4%</td></tr><tr><td>2012. 3Q</td><td>37,935</td><td>15,750</td><td>41.5%</td></tr><tr><td>2012. 4Q</td><td>39,407</td><td>14,258</td><td>36.2%</td></tr></table> <p>■ 매출액 ■ 영업이익 — 영업이익률</p>	Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit Margin (%)	2012. 1Q	46,189	24,550	53.2%	2012. 2Q	40,080	18,996	47.4%	2012. 3Q	37,935	15,750	41.5%	2012. 4Q	39,407	14,258	36.2%
Quarter	Sales (Sales)	Operating Income (Income)	Operating Profit Margin (%)																		
2012. 1Q	46,189	24,550	53.2%																		
2012. 2Q	40,080	18,996	47.4%																		
2012. 3Q	37,935	15,750	41.5%																		
2012. 4Q	39,407	14,258	36.2%																		
	* 출처 : 공시자료																				
2012년 4분기 실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none">· GREE의 2012년 4분기 매출액은 394억 700만 엔, 영업이익은 142억 5,800만 엔으로 전년 동기대비 각각 5%, 37% 감소· 유료 아이템 매출은 362억 7,800만 엔, 광고 매출은 31억 2,900만 엔을 기록· GREE는 육성 장르에서 벗어나 MMO, FPS 등 다양한 장르와 결합된 모바일 소셜게임을 출시했으나, 카드장르의 TCG가 가장 높은 매출액을 기록· GREE는 게임에서 벗어나 모바일 소셜, 사진 공유 등 다양한 모바일 애플리케이션을 출시하면서 사업 다각화를 진행	(단위 : 엔)  <p>주가 거래량</p> <p>* 출처 : Yahoo Finance(2012.01.01 ~ 2012.12.31)</p>																				

권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

미국

〈표 4-1〉 2012년 하반기 미국 게임 SW 월별 판매 순위 (7~9월)

순위	7월	8월	9월
1	NCAA Football 13 (EA)	Darksiders II (THQ)	Madden NFL 13 (EA)
2	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Warner Bros.)	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)	Borderlands 2 (Take Two)
3	The Amazing Spider-Man (Activision Blizzard)	Kingdom Hearts 3D (Square Enix)	FIFA Soccer 13 (EA)
4	Just Dance 3 (Ubisoft)	NCAA Football 13 (EA)	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)
5	Batman: Arkham City (Warner Bros.)	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Warner Bros.)	Guild Wars 2 (NCSoft)
6	Call of Duty: Black Ops (Activision Blizzard)	Sleeping Dogs (Square Enix)	NHL 13 (EA)
7	Assassin's Creed: Revelations (Ubisoft)	Transformers: Fall of Cybertron (Activision Blizzard)	World of Warcraft: Mists of Pandaria (Activision Blizzard)
8	NBA 2K12 (2K Sports)	Batman: Arkham City (Warner Bros.)	NCAA Football 13 (EA)
9	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	Call of Duty: Modern Warfare 3 (Activision Blizzard)	LEGO Batman 2: DC Super Heroes (Warner Bros.)
10	Dead Island (Deep Silver)	The Amazing Spider-Man (Activision Blizzard)	Battlefield3 (EA)

출처 : NPD(2012)

〈표 4-2〉 2012년 하반기 미국 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월	11월	12월
1	NBA 2K13 (Take Two)	Call of Duty: Black Ops II (Activision Blizzard)	Call of Duty: Black Ops II (Activision Blizzard)
2	Resident Evil 6 (Capcom)	Halo 4 (MS)	Just Dance 4 (Ubisoft)
3	Pokemon Black Version 2 (Nintendo)	Assassin's Creed III (Ubisoft)	Halo4 (MS)
4	Dishonored (Bethesda Softworks)	Just Dance 4 (Ubisoft)	Assassin's Creed III (Ubisoft)
5	Pokemon White Version 2 (Nintendo)	Madden NFL 14 (EA)	Madden 13 (EA)
6	Madden NFL 13 (EA)	Skylanders Giants (Activision Blizzard)	Far Cry 3 (Ubisoft)
7	FIFA 13 (EA)	Need for Speed: Most Wanted 2012 (EA)	NBA 2K13 (Take Two)
8	Medal of Honor: Warfighter (EA)	NBA 2K13 (Take Two)	Skylanders Giants (Activision Blizzard)
9	Borderlands 2 (Take Two)	WWE 13 (THQ)	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)
10	Skylanders Giants (Activision Blizzard)	FIFA 13 (EA)	FIFA 13 (EA)

출처 : NPD(2012)

분석

◆ 미국 게임 SW 판매 분석

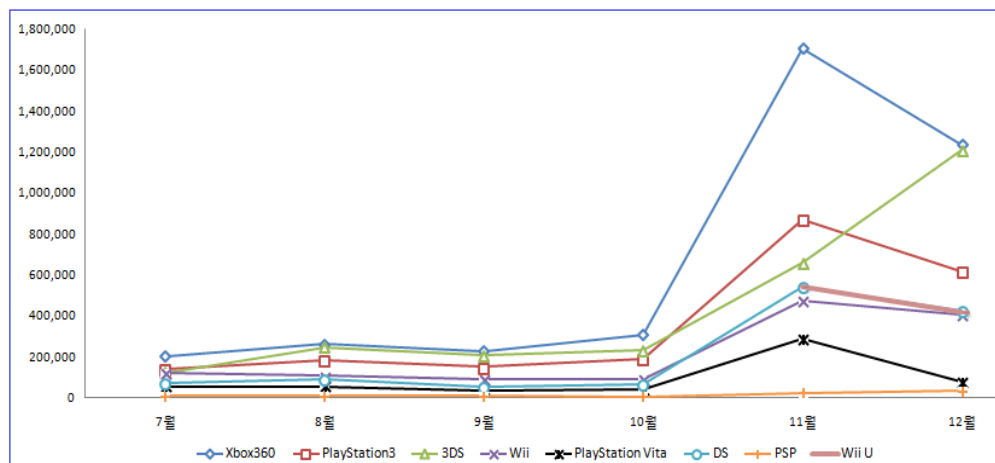
- 시장조사업체 NPD의 '월간 미국 게임시장 보고서'에 따르면, 2012년 하반기(2012.7월~2012.12월) 미국 게임 SW 시장 규모(PC게임 포함)는 45억 7,010만 달러로 전년 대비 19.7%(56억 8,897만 달러) 감소
- 시장조사업체 NPD는 "미국 게임시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 콘솔 게임시장 규모가 감소하고 있다"며, "Nintendo의 Wii U를 시작으로, Sony와 MS의 차세대 콘솔 게임기가 등장할 때까지, 미국 게임 SW 시장 규모는 계속 감소할 것"이라고 언급
- 2012년 하반기에는 다양한 게임업체들의 게임들이 상위권에 랭크되었으며, 특히 EA의 경우 〈FIFA13〉, 〈Madden NFL13〉, 〈Need for Speed: Most Wanted 2012〉와 같은 스포츠 및 레이스 장르로 큰 성공을 거둠
- 2012년 하반기 미국 게임 SW 시장은 2011년 상반기와 동일하게 Nintendo와 Sony 같은 일본 게임업체들의 게임들이 부진을 겪고 있으며, 이와 반대로 Activision Blizzard와 EA 같은 서구 게임업체들의 하드코어 게임들이 강세를 보임

〈표 4-3〉 2012년 하반기 미국 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)

플랫폼	7월	8월	9월	10월	11월	12월	누적
Xbox360	203,620	261,348	228,957	307,971	1,705,803	1,234,461	3,942,520
PlayStation3	141,737	182,412	149,547	188,871	870,373	615,318	2,148,261
3DS	121,617	246,327	205,150	231,543	655,533	1,205,682	2,665,855
Wii	118,605	105,584	89,374	91,215	475,736	403,064	1,283,578
PlayStation Vita	52,959	53,534	36,801	39,283	285,601	76,641	544,819
DS	73,925	88,791	55,778	67,307	541,000	422,793	1,249,594
PSP	9,336	10,312	6,661	5,723	24,931	33,136	90,099
Wii U	-	-	-	-	542,583	419,721	962,304

출처 : VG Chartz(2012)

〈그림 4-1〉 2012년 하반기 미국 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)



출처 : VG Chartz(2012)

분석

◆ 북미 게임 HW 판매 분석

- 시장조사업체 NPD의 '월간 미국 게임시장 보고서'에 따르면, 2012년 하반기(2012.7월~2012.12월) 미국 게임 HW 시장 규모(PC 제외)는 26억 840만 달러로 전년 대비 23.6%(34억 1,329만 달러) 감소
- 2012년 하반기(2012.7월~2012.12월) Xbox360의 판매량은 394만 대로 1위를 차지했으며, 3DS는 267만 대, PlayStation3는 215만 대, Wii는 128만 대, DS는 123만대, PlayStation Vita는 54만대, PSP는 9만 대를 기록
- 2012년 11월 미국에서 판매되기 시작한 Nintendo의 차세대 콘솔 게임기 Wii U는 출시된지 두 달 만에 96만 대 판매되면서 안정적으로 시장에 들어옴

일본

〈표 4-4〉 2012년 하반기 일본 게임 SW 월별 판매 순위 (7~9월)

순위	7월	8월	9월
1	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)	Dragon Quest X (Square Enix)	SD Gundam G Generation: Overworld (Namco Bandai)
2	Pokemon Black 2 (Pokemon)	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)	Tekken Tag Tournament 2 (Namco Bandai)
3	Pokemon White 2 (Pokemon)	Pokemon Black 2 (Pokemon)	Final Fantasy III (Square Enix)
4	Digimon World Re:Digitize (Namco Bandai)	Next Hatsune Miku: Project Diva (Sega)	New Super Mario Bros. 2 (Nintendo)
5	Jikkyou Powerful Pro Baseball 2012 (Konami)	Pokemon White 2 (Pokemon)	Art Academy: Lessons for Everyone (Nintendo)
6	Persona 4: Arena (Atlus)	Just Dance 2 (Nintendo)	Samurai Warriors Chronicles 2nd (Tecmo Koei)
7	Etrian Odyssey IV (Atlus)	Kuroko's Basketball: Miracle Game (Namco Bandai)	Style Savvy: Trendsetters (Nintendo)
8	Kirby's Dream Collection: Special Edition (Nintendo)	Persona 4: Arena (Atlus)	Dead or Alive 5 (Tecmo Koei)
9	Rune Factory 4: A Fantasy Harvest Moon (Marvelous Entertainment)	Toboku Daigaku Karei Igaku Kenkyusho: Mono Sugaku Nou o Kitaeru 5 (Nintendo)	Next Hatsune Miku: Project Diva (Sega)
10	Taiko no Tatsujin: Chibi Dragon to Pushigi na Orb (Namco Bandai)	Digimon World Re:Digitize (Namco Bandai)	Tousouchou: Shujou Saikyou no Hunter-Tachi Kara Nigekire! (Namco Bandai)

출처 : Tsutaya(2012)

〈표 4-5〉 2012년 하반기 일본 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월	11월	12월
1	Resident Evil 6 (Capcom)	Animal Crossing: New Leaf (Nintendo)	Yakuza 5 (SEGA)
2	Pro Evolution Soccer 2013 (Konami)	Tales of Xillia 2 (Namco Bandai)	Animal Crossing: New Leaf (Nintendo)
3	Bravely Default: Flying Fairy (Square Enix)	Call of Duty: Black OpsII (Square Enix)	One Piece: Romance Dawn - Bouken no Yoake (Namco Bandai)
4	Little Battlers eXperience W (Level 5)	Dai-2-Ji Super Robot Taisen OG (Namco Bandai)	Paper Mario: Sticker Star (Nintendo)
5	Project X Zone (Namco Bandai)	Hot Shots Golf: World Invitational (Sony)	Fist of the North Star: Ken's Rage 2 (Tecmo Koei)
6	SD Gundam G Generation: Overworld (Namco Bandai)	Dynasty Warriors 7: Empires (Tecmo Koei)	New Super Mario Bros. U (Nintendo)
7	Summon Night3 (Namco Bandai)	Pokemon Mystery Dungeon (Nintendo)	Inazuma Eleven Go 2: Chrono Stone (Level 5)

8	Sol Trigger (Image Epoch)	Assassin's Creed III (Ubisoft)	Nintendo Land (Nintendo)
9	Dark Souls (From Software)	Pro Evolution Soccer 2013 (Konami)	Professor Layton vs Ace Attorney (Level 5)
10	Art Academy: Lessons for Everyone (Nintendo)	Professor Layton vs Ace Attorney (Level 5)	Fantasy Life (Nintendo)

출처 : Tsutaya(2012)

분석

◆ 일본 게임 SW 판매 분석

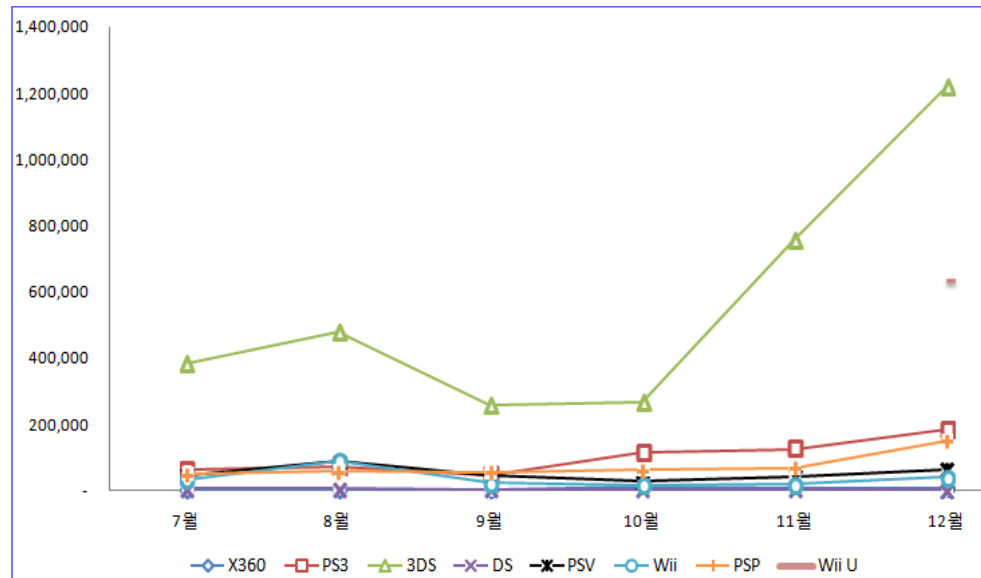
- 순위권 내 게임들 75% 이상이 매월 새로 교체되고 있는 모습을 보이고 있어, 꾸준한 판매고를 이어가는 게임 타이틀은 적은 상황
- Nintendo의 <Mario> 시리즈인 <New Super Mario Bros. 2>가 2012년 8월에 출시되어 꾸준한 인기를 얻고 있으며, Nintendo의 <Pokemon> 시리즈도 지속적인 인기를 끌고 있음. 2012년 8월에 출시한 <Animal Crossing: New Leaf>의 경우 게임 타이틀뿐만 아니라 디지털로 판매되는 디지털 패키지 또한 매진되면서 일본 게임시장에서 디지털 판매 가능성을 입증
- 게임업체로는 Nintendo가 부동의 1위를 고수하고 있으며, 기존 콘솔 게임업체인 Bandai Namco, Capcom, Square Enix도 신규 게임을 출시하면서 계속 순위권을 유지

〈표 4-6〉 2012년 하반기 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)

플랫폼	7월	8월	9월	10월	11월	12월	누적
Xbox360	3,291	4,030	2,614	10,692	8,721	6,296	36,004
PlayStation3	62,726	72,714	47,483	114,665	125,339	183,512	606,442
3DS	384,089	479,655	257,047	266,097	755,701	1,219,566	3,362,158
Wii	4,618	6,368	3,689	2,135	2,180	2,014	21,004
PlayStation Vita	46,640	88,821	45,225	27,948	41,554	63,925	314,113
DS	33,496	90,681	22,393	16,381	18,403	40,510	221,864
PSP	49,234	57,910	55,317	61,877	68,763	149,714	442,815
Wii U	-	-	-	-	-	633,377	633,377

출처 : VG Chartz(2012)

[그림 4-2] 2012년 하반기 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이 (단위 : 대)



출처 : VG Chartz(2012)

분석

◆ 일본 게임 HW 판매 분석

- 2012년 하반기 일본 게임시장에서 가장 많이 판매된 콘솔게임기는 Nintendo의 3DS이며, 2012년 11월 Nintendo의 〈Animal Crossing: New Leaf〉 출시로 판매량이 큰 폭으로 증가
- 2012년 하반기 3DS의 판매량 336만대를 기록하면서 1위를 차지했으며, PlayStation3는 61만 대, PSP는 44만 대, Wii은 22만 대, Xbox360와 DS는 각각 3만 6,442대, 2만 1,004대가 판매
- 2012년 1월 일본에서 판매되기 시작한 Sony의 차세대 휴대용 콘솔게임기 PlayStation Vita는 출시 한 달 만에 14만 대의 판매량을 보이면서 안정적으로 시장에 들어왔으나, 전용 게임 타이틀 부족으로 판매량은 매달 감소하여 2012년 하반기 판매량이 Sony의 구형 휴대용 콘솔게임기 PSP보다 적은 31만 대를 기록
- 신규 게임 타이틀의 부족과 경기 침체로 인해 일본 게임 HW 시장이 축소되고 있지만, Nintendo가 차세대 콘솔 게임기 Wii U를 2012년 12월에 출시해 63만 대가 판매되면서 상승세로 접어들 것으로 전망

I 유럽(영국)

〈표 4-7〉 2012년 하반기 영국 게임 SW 월별 판매 순위¹⁾ (7~9월)

순위	7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 넷째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
1	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, Sega)	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft Europe)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
2	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, Sega)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
3	Lego Batman 2: Dc Super Heroes (Xbox360, Warner Bros.)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	Borderlands 2 (Xbox360, Take Two)
4	Tom Clancy's Ghost Recon: Future Soldier (Xbox360, Ubisoft)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria (PC, Activision Blizzard)
5	Mario & Sonic London 2012 Olympic Games (Wii, Sega)	London 2012: The Official Video Game (Xbox360, Sega)	Borderlands 2 (PlayStation3, Take Two)
6	Kingdom Hearts 3d: Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Darksiders II (Xbox360, THQ)	F1 2012 (Xbox360, Codemasters)
7	Batman: Arkham City (Xbox360, Warner Bros.)	London 2012: The Official Video Game (PlayStation3, Sega)	F1 2012 (PlayStation3, Codemasters)
8	Call Of Duty: Modern Warfare 3 (Xbox360, Activision Blizzard)	Madden NFL 13 (Xbox360, EA)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)
9	The Amazing Spider-man (Xbox360, Activision Blizzard)	Transformers: Fall Of Cybertron (Xbox360, Activision Blizzard)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)
10	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Tales Of Graces F (PlayStation3, Namco Bandai)	Rocksmith (Xbox360, Ubisoft)

출처 : ChartTrack(2012)

〈표 4-8〉 2012년 하반기 영국 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월 넷째 주 (10. 21 ~ 10. 27)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
1	Forza Horizon (Xbox360, MS)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Far Cry3 (Xbox360, Ubsioft)
2	Medal Of Honor: Warfighter (Xbox360, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
3	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
4	Medal Of Honor: Warfighter (PlayStation3, EA)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	Halo 4 (Xbox360, MS)

1) 영국 자료는 ChartTrack이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Chart Track 사이트(<http://www.chart-track.co.uk>)에서 확인할 수 있음

5	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Halo 4 (Xbox360, MS)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)
6	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
7	Professor Layton And The Miracle Mask (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
8	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III (Xbox360, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
9	Skylanders Giants (Xbox360, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)
10	Dishonored (Xbox360, Activision Blizzard)	Lego The Lord Of The Rings (Xbox360, Warner Bros.)	Need For Speed: Most Wanted (PlayStation3, EA)

출처 : ChartTrack(2012)

분석

◆ 영국 게임 SW 판매 분석

- 영국 게임시장에서 콘솔 게임기의 경우 MS의 Xbox360이 가장 높은 인기를 끌고 있으며, 게임업체로는 EA와 Activision Blizzard의 게임이 장기간 순위권을 유지
- 2012년 11월에 출시된 Activision Blizzard의 <Call of Duty: Black Ops2>의 판매량이 12월까지 지속되며 2012년 영국에서 가장 많이 판매된 게임 타이틀로 등극
- 동일한 게임의 경우 유럽의 다른 국가와 다르게 Xbox360으로 출시된 게임이 높은 인기를 끌고 있으며, NC소프트의 <Guild Wars 2>를 제외한 PC게임은 Top10에 등재되지 못하고 있음
- 휴대용 게임기에서는 Nintendo의 DS와 3DS의 전용 게임이 큰 인기를 끌고 있는 반면, Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita의 전용 게임은 2012년 하반기에 Top 10에 하나도 랭크되지 못함

유럽(네덜란드)

〈표 4-9〉 2012년 하반기 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위²⁾ (7~9월)

순위	7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 넷째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
1	Kingdom Hearts 3d: Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Guild Wars 2 (PC, Easy Interactive)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
2	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
3	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Skylanders Spyro's Adventure (Wii, Activision Blizzard)	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria (PC, Activision Blizzard)
4	Call Of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)
5	Battlefield 3 (PC, EA)	Darksiders II (PlayStation3, THQ)	Borderlands 2 (Xbox360, Take Two)
6	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Darksiders II (Xbox360, THQ)	Borderlands 2 (PlayStation3, Take Two)
7	Max Payne 3 (PlayStation3, Rockstar Games)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)	F1 2012 (PlayStation3, Codemasters)
8	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (PC, EA)
9	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)	Guild Wars 2 (PC, Easy Interactive)
10	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Transformers: Fall Of Cybertron (Xbox360, Activision Blizzard)	F1 2012 (Xbox360, Codemasters)

출처 : Dutchcharts.nl(2012)

〈표 4-10〉 2012년 하반기 네덜란드 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월 넷째 주 (10. 21 ~ 10. 27)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
1	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
2	Medal Of Honor: Warfighter (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
4	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)

2) 네덜란드 자료는 Dutchcharts이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Dutchcharts 사이트(http://www.dutchcharts.nl/game_charts.asp)에서 확인할 수 있음

5	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)
6	Pokemon Black Version 2 (DS, Nintendo)	Call Of Duty: Black Ops II (PC, Activision Blizzard)	Far Cry 3 (PlayStation3, Ubisoft)
7	Pokemon White Version 2 (DS, Nintendo)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Far Cry3 (Xbox360, Ubsioft)
8	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
9	Dishonored (PlayStation3, Activision Blizzard)	The Sims: Seasons (PC, EA)	Skylanders Giants (Wii, Activison Blizzard)
10	Medal Of Honor: Warfighter (PC, EA)	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III (Xbox360, Ubisoft)

출처 : Dutchcharts.nl(2012)

분석

◆ 네덜란드 게임 SW 판매 분석

- 네덜란드 게임시장은 PlayStation3 전용 게임이 강세를 보이고 있으며, 상대적으로 Xbox360 전용 게임은 약세를 보이고 있음
- Activision Blizzard가 2011년 하반기에 출시한 <Call Of Duty: Modern Warfare 3>는 2012년 7월까지 Top10에 랭크되었으며, 후속 작품인 <Call of Duty: Black Ops II>는 2012년 11월에 출시되어 12월까지 1위 자리를 고수
- NC소프트의 MMORPG인 <Guild Wars 2>는 2012년 8월에 출시되어 9월까지 Top10에 랭크되어, 네덜란드 게임시장에서 MMORPG도 성공할 수 있다는 가능성을 보여줌
- Sony의 차세대 휴대용 게임기 PlayStation Vita의 전용 게임은 2012년 하반기 동안 한 개의 게임도 Top10에 등재되지 못하고 있으며, PlayStation Vita 판매량 또한 매우 저조한 것으로 나타남

유럽(이탈리아)

〈표 4-11〉 2012년 하반기 이탈리아 게임 SW 월별 판매 순위³⁾ (7~9월)

순위		7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 넷째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
콘솔	1	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	New Super Mario Bros.2 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
	2	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Sleeping Dogs Limited Edition (PlayStation3, Square Enix)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
	3	Super Mario 3D Land (3DS, Nintendo)	Sleeping Dogs Limited Edition (Xbox360, Square Enix)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)
	4	Just Dance 3 (Wii, Ubisoft)	Darksiders 2 Limited Edition (PlayStation3, THQ)	Pro Evolution Soccer 2013 (Xbox360, Konami)
	5	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Zumba Fitness (Wii, 505 Games)	Inazuma Eleven Strikers (Wii, Nintendo)
PC	1	Diablo III (Activision Blizzard)	Guild Wars 2 (NCSOFT)	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria (Activision Blizzard)
	2	The Sims 3 (EA)	World of Warcraft Pre Paid Card (Activision Blizzard)	FIFA 13 (EA)
	3	World of Warcraft Pre-Paid Card (Activision Blizzard)	Diablo III (Activision Blizzard)	World of Warcraft: Mists of Pandaria (Activision Blizzard)
	4	Battlefield 3 (EA)	The Sims 3 (EA)	Pro Evolution Soccer 2013 (Konami)
	5	FIFA 12 (EA)	Guild Wars 2 Collector's Edition (NCSOFT)	World of Warcraft Pre-Paid Card (Activision Blizzard)

출처 : Syndicat Des Editeurs De Logiciels De Loisirs(2012)

〈표 4-12〉 2012년 하반기 이탈리아 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위		10월 넷째 주 (10. 29 ~ 11. 4)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
콘솔	1	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
	2	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
	3	Assassin's Creed III Collector's	Call Of Duty: Black Ops II	FIFA 13

3) 이탈리아 자료는 Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani가 제공한 것으로 PC와 콘솔을 분리하여 산출한 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani 사이트(<http://www.aesvi.it/cms>)에서 확인할 수 있음

		(PlayStation3, Ubisoft)	(Xbox360, Activision Blizzard)	(PlayStation3, EA)
	4	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Assassin's Creed 3 DI Version (PlayStation3, Ubisoft)
	5	Assassin's Creed III Collector's (Xbox360, Ubisoft)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
PC	1	Football Manager 2013 (SEGA)	Assassins Creed III (Ubisoft)	Football Manager 2013 (SEGA)
	2	Farming Simulator 2013 (Focus Home)	Football Manager 2013 (SEGA)	Call of Duty: Black Ops II (Activision Blizzard)
	3	FIFA 13 (EA)	Assassins Creed III Collector's Edition (Ubisoft)	The Sims 3 (EA)
	4	World of Warcraft Pre-Paid Card (Activision Blizzard)	The Sims 3 Season Limited Edition (EA)	Assassins Creed III (Ubisoft)
	5	Pro Evolution Soccer 2013 (Konami)	Call of Duty: Black Ops II (Activision Blizzard)	World of Warcraft Pre Paid Card (Activision Blizzard)

출처 : Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani(2012)

분석

◆ 이탈리아 게임 SW 판매 분석

- 이탈리아 게임시장은 PlayStation3 전용 게임이 강세를 보이고 있으며, Xbox360 계열의 콘솔게임은 약세를 보이고 있음
- 유럽 다른 국가와 비슷하게 Sony의 차세대 콘솔 게임기 PlayStation Vita의 게임이 상위권에 랭크되지 못하고 있으며, HW 판매량 또한 매우 저조
- Nintendo의 3DS 게임인 <Mario Kart 7>과 <New Super Mario Bros.2>가 2012년 7월과 8월에 1위로 랭크되었지만, 이후 휴대용 게임기 타이틀은 Top5에 포함되지 못함
- Activision Blizzard의 <Call of Duty: Modern Warfare 3> 등이 상위권을 점령하고 있으며, EA는 <FIFA 13>과 <Sims 3>으로 상위권을 유지
- 이탈리아 게임시장은 스페인과 마찬가지로 <FIFA 13>, <Pro Evolution Soccer 2013>과 같은 축구 게임이 높은 인기를 구사하고 있음

유럽(스페인)

〈표 4-13〉 2012년 하반기 스페인 게임 SW 월별 판매 순위⁴⁾ (7~9월)

순위	7월	8월	9월
1	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
2	Max Payne 3 (PlayStation3, Rockstar Games)	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft Europe)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)
3	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)	Darksiders II (PlayStation3, THQ)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
4	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	New Art Academy (3DS, Nintendo)	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria (PC, Activision Blizzard)
5	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)	F1 2012 (PlayStation3, Codemasters)
6	Call Of Duty: Modern Warfare 3 (PlayStation3, Activision Blizzard)	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Pro Evolution Soccer 2013 (Xbox360, Konami)
7	Inazuma Eleven 2: Ventisca Eterna (D, Nintendo)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft Europe)
8	Pro Evolution Soccer 2012 (PlayStation3, Konami)	Max Payne 3 (PlayStation3, Rockstar Games)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)
9	Formula 1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	Assassin's Creed: Revelations Platinum (PlayStation3, Ubisoft)	FIFA 13 Edicion Real Madrid CF (PlayStation3, EA)
10	Inazuma Eleven 2: Tormenta De Fuego (DS, Nintendo)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	FIFA 13 Edicion Leo Messi (PlayStation3, EA)

출처 : ADESE(2012)

〈표 4-14〉 2012년 하반기 스페인 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월	11월	12월
1	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
2	Assassin's Creed 3 (PlayStation3, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	Pokemon Edicion Negra2 (DS, Nintendo)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
4	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	New Super Mario Bros.2 (3DS, Nintendo)
5	Resident Evil 6 (PlayStation3, Capcom)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II - Edicion Nuketown (PlayStation3, Activision Blizzard)

4) 스페인 자료는 ADESE이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 aDeSe 사이트(<http://www.adese.es/videojuegos-mas-vendidos>)에서 확인할 수 있음

6	Pokemon Edicion Blanca2 (DS, Nintendo)	Call Of Duty: Black Ops II (PC, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)
7	NBA2K13 (PlayStation3, Take Two)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Skylanders Giants + Starter Pack (PlayStation3, Activision Blizzard)
8	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	Inazuma Eleven: Strikers (Wii, Nintendo)
9	Assassin's Creed 3 (Xbox360, Ubisoft)	The Sims: Seasons (PC, EA)	Far Cry (PlayStation3, Ubisoft)
10	Formula 1 2011 (PlayStation3, Codemasters)	Skylanders Giants (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 13 (Wii, EA)

출처 : ADESE(2012)

분석

◆ 스페인 게임 SW 판매 분석

- 스페인 게임시장은 PlayStation3와 Xbox360이 강세를 보이고 있으며, Nintendo의 Wii의 경우 〈Just Dance 4〉와 〈Skylanders Giants〉를 제외하고는 큰 인기를 끌지 못하고 있음
- 스페인 게임시장에서 Nintendo는 Wii로는 큰 인기를 끌지 못하고 있지만, 〈Pokemon〉 시리즈로 휴대용 콘솔게임기 시장에서는 높은 판매량을 기록
- 축구를 좋아하는 스페인 국민성이 게임에서도 반영되어 EA의 〈FIFA〉 시리즈, Nintendo의 〈Inazuma Eleven: Tormenta De Fuego〉⁵⁾ 시리즈, Konami의 〈Pro Evolution Soccer 2013〉 등이 2012년 하반기 동안 상위권에 랭크
- 게임업체로는 EA가 〈FIFA 2013〉으로 상위권에 랭크되어 있으며, Activision Blizzard는 〈Call of Duty: Black Ops II〉로 2012년 11월부터 1위 자리를 고수

5) 일본에서는 개발업체인 Level-5가 퍼블리싱하고 있음

I 유럽(독일)

〈표 4-15〉 2012년 하반기 독일 게임 SW 월별 판매 순위⁶⁾ (7~9월)

순위	7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 넷째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
1	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft Europe)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
2	Max Payne 3 (PlayStation3, Take Two)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria (PC, Activision Blizzard)
3	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed: Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	FIFA 13 (Xbox360, EA)
4	Kingdom Hearts 3d: Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Tales of Graces F (PlayStation3, Namco Bandai)	FIFA 13 (PC, EA)
5	Mario Kart 7 (3DS, Nintendo)	Darksiders II (PlayStation3, THQ)	Borderlands 2 (PlayStation3, Take Two)
6	Super Mario 3d Land (3DS, Nintendo)	Call Of Duty: Modern Warfare 3 (PC, Activision Blizzard)	Guild Wars 2 (PC, Ncsoft Europe)
7	The Sims 3 (PC, EA)	Zumba Fitness 2 (Wii, 505 Games)	FIFA 13 (Wii, EA)
8	Mario Party 9 (Wii, Nintendo)	Secret Files 3 (PC, Koch Media)	F1 2012 (PlayStation3, Namco Bandai)
9	Assassin's Creed: Revelations (PlayStation3, Ubisoft)	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)
10	Spec Ops: The Line (PlayStation3, Take Two)	Need For Speed: The Run - Limited Edition (PlayStation3, EA)	Borderlands 2 (PC, Take 2)

출처 : Mediabiz(2012)

〈표 4-16〉 2012년 하반기 독일 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월 넷째 주 (10. 21 ~ 10. 27)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
1	Farming Simulator 2013 (PC, Astragon)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
2	Football Manager (PC, EA)	Assassin's Creed III (PC, Ubisoft)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
3	Medal Of Honor: Warfighter (PlayStation3, EA)	Hitman Absolution (PlayStation3, Square Enix)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
4	Forza Horizon (Xbox360, MS)	Hitman Absolution (PC, Square Enix)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)

6) 독일 자료는 Mediabiz이 제공한 것으로, 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Mediabiz 사이트(<http://www.mediabiz.de/games/charts/>)에서 확인할 수 있음

5	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PC, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)
6	Medal Of Honor: Warfighter (PC, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Far Cry 3 – Limited Edition (PlayStation3, Ubisoft)
7	Medal Of Honor: Warfighter (Xbox360, EA)	The Sims: Seasons (PC, EA)	Need For Speed: Most Wanted (PlayStation3, EA)
8	Professor Layton And The Miracle Mask (3DS, Nintendo)	Hitman Absolution (Xbox360, Square Enix)	Call of Duty: Black Ops II (PC, Activision Blizzard)
9	Pokemon: Schwarze Edition 2 (DS, Nintendo)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)
10	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	FIFA 13 (Xbox360, EA)

출처 : Mediabiz(2012)

분석

◆ 독일 게임 SW 판매 분석

- 독일 게임시장은 유럽 다른 국가에 비해 PC게임이 인기가 많으며, 다양한 플랫폼으로 게임이 출시될 경우 PlayStation 다음으로 PC 판매량이 높은 것으로 나타남
- EA의 〈FIFA 13〉는 꾸준한 판매량을 보이며 4개월 연속 상위 순위권에 랭크되고 있으며, 다른 게임과 달리 다양한 플랫폼에서 인기를 구사하고 있음
- 콘솔 게임업체로는 Activision Blizzard와 EA가 꾸준한 인기를 유지하고 있으며, PC 게임업체로는 NC소프트와 Astragon이 상위권을 유지
- Nintendo의 휴대용 게임기 3DS는 〈Mario〉 시리즈로 상위권에 랭크되고 있으나, Sony의 휴대용 게임기 PlayStation Vita는 순위권에서 벗어나 있음
- 독일 게임시장은 PlayStation3, Wii, Xbox360, PC 등 다양한 콘솔기기가 인기를 끌고 있으며, 게임 타이틀에서도 Action, RPG, FPS 등 다양한 장르가 인기를 끌고 있음

유럽(스웨덴)

〈표 4-17〉 2012년 하반기 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위⁷⁾ (7~9월)

순위	7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 넷째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
1	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	Borderlands 2 (PC, 2K Games)
2	Diablo III (PC, Activision Blizzard)	New Super Mario Bros.2 (3DS, Nintendo)	Borderlands 2 (Xbox360, 2K Games)
3	Battlefield 3 (PlayStation3, EA)	Darksider II (PlayStation3, Namco Bandai)	NHL 13 (PlayStation3, EA)
4	FIFA 12 (Xbox360, EA)	Darksider II (Xbox360, Namco Bandai)	Borderlands 2 (PlayStation3, 2K Games)
5	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	Sleeping Dogs (PlayStation3, Square Enix)	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)
6	Live Gold Card (Xbox360, MS)	Sleeping Dogs (Xbox360, Square Enix)	NHL 13 (Xbox360, EA)
7	Lego Batman 2 DC Superheroes (Wii, Warner Bros.)	Tera (PC, Ubisoft)	Live Gold Card (Xbox360, MS)
8	Lego Batman 2 DC Superheroes (PlayStation3, Warner Bros.)	Skylanders Spyro's Adventure Starter Pack (Wii, Activision Blizzard)	Guild Wars 2 (PC, NCSoft)
9	Battlefield 3 (PC, EA)	FIFA 12 (PlayStation3, EA)	New Super Mario Bros.2 (3DS, Nintendo)
10	Kingdom Hearts 3d: Dream Drop Distance (3DS, Nintendo)	Battlefield 3 (PC, EA)	Pro Evolution Soccer 2013 (PlayStation3, Konami)

출처 : Gfk Hitlist(2012)

〈표 4-18〉 2012년 하반기 스웨덴 게임 SW 월별 판매 순위 (10~12월)

순위	10월 넷째 주 (10. 21 ~ 10. 27)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
1	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Call Of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
2	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (Xbox360, Activision Blizzard)	Halo 4 (Xbox360, MS)
3	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Call Of Duty: Black Ops II Nuketown 2025 (PlayStation3, Activision Blizzard)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
4	Skylanders Giants Starter Pack (Wii, Activision Blizzard)	Sims 3 Arstider Limited Ed (PC, EA)	FIFA 13 (Xbox360, EA)

7) 스웨덴 자료는 Gfk Hitlist이 제공한 것으로 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 Gfk Hitlist사이트(<http://www.gfkhitlist.com/game.aspx>)에서 확인할 수 있음

5	World of Warcraft: Mist of Pandaria (PC, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II Nuketown 2025 (Xbox360, Activision Blizzard)	Gran Turismo 5: Arcademy Edition (PlayStation3, Sony)
6	Skylanders Giants Starter Pack Glow in the Dark (Wii, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II (PC, Activision Blizzard)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
7	Skylanders Giants Booster Pack (Wii, Activision Blizzard)	Halo 4 (Xbox360, MS)	New Super Mario Bros. 2 (3DS, Nintendo)
8	Skylanders Giants Starter Pack (PlayStation3, Activision Blizzard)	Call Of Duty: Black Ops II Nuketown 2025 (PC, Activision Blizzard)	NHL 13 (PlayStation3, EA)
9	Dishonored (Xbox360, Bethesda Softsale)	Assassins Creed III (PlayStation3, Ubisoft)	Sims 3 Seasons (PC, EA)
10	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Call Of Duty: Black Ops II Hardened ed (PC, Activision Blizzard)	Skylanders Giants: Starter Pack (Wii, Activision Blizzard)

출처 : Gik Hitlist(2012)

분석

◆ 스웨덴 게임 SW 판매 분석

- 스웨덴 게임시장은 Activision Blizzard의 독주가 지속되고 있으며, 온라인게임 <World of Warcraft>와 <Call Of Duty: Black Ops II>가 2012년 하반기 1위를 유지
- 2005년 2월에 출시⁸⁾된 <World of Warcraft>는 출시된 이후 계속 Top5에 등재되며, 스웨덴 국민 게임으로 성장했으며, 10월에 발표된 4번째 확장팩 <World of Warcraft: Mists of Pandaria>로 인해 인기가 계속 유지될 것으로 전망
- 동일한 게임의 경우 유럽 다른 국가와 다르게 PC게임으로 출시된 게임이 높은 인기를 끌고 있음. 대표적으로 2K Games가 2012년 9월에 출시한 <Borderlands 2>의 경우 PC 게임 전용이 가장 높은 판매량을 보이고 있음
- 스웨덴 게임시장은 유럽 다른 국가와 다르게 MMORPG와 FPS 장르의 게임이 강세를 보인다는 것이 가장 큰 특징

8) 북미, 한국에서는 2004년 11월에 출시

| 중국

〈표 4-19〉 2012년 하반기 중국 온라인게임 인기 순위 (7~9월)

순위	7월 넷째 주 (7. 22 ~ 7. 28)	8월 넷째 주 (8. 26 ~ 9. 1)	9월 셋째 주 (9. 23 ~ 9. 29)
1	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)
2	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)
3	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)
4	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)
5	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)
6	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)
7	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)
8	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	몽삼국(夢三國) (Dianhun)
9	현원전기(軒轅傳奇) (Tencent)	카운터스트라이크(反恐精英Online) (Tiancity)	드레곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)
10	카운터스트라이크(反恐精英Online) (Tiancity)	구음진경(九陰真經) (Snail Gam)	카운터스트라이크(反恐精英Online) (Tiancity)

출처 : Baidu(2012), Barchina(2012), 17173.com(2012)

〈표 4-20〉 2012년 하반기 중국 온라인게임 인기 순위(10~12월)

순위	10월 넷째 주 (10. 20 ~ 10. 26)	11월 넷째 주 (11. 20 ~ 11. 26)	12월 넷째 주 (12. 23 ~ 12. 29)
1	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)
2	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)
3	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	League of Legend(英雄联盟) (Tencent)
4	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	건망3(剑网3) (Kingsoft)	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)
5	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	World of Warcraft(魔兽世界) (NetEase)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)
6	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	역전(逆战) (Tencent)

7	드래곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	투신전(斗战神) (Tencent)	몽삼국(梦三国) (Tencent)
8	QQ스피드(QQ飞车) (Tencent)	블레이드앤소울(剑灵) (Tencent)	블레이드앤소울(剑灵) (Tencent)
9	참혼(斩魂) (NetEase)	QQ댄서(QQ炫舞) (Tencent)	몽환서유(梦幻西游) (Tencent)
10	미르(传奇) (Shanda Games)	드래곤네스트(龙之谷) (Shanda Games)	Counter Strike(反恐精英) (Tiancity)

출처 : Baidu(2012), Barchina(2012), 17173.com(2012)

분석

◆ 중국 온라인게임 인기순위 분석

- 〈던전앤파이터(地下城与勇士)〉가 꾸준한 인기를 얻으며 9월과 12월을 제외한 2012년 하반기 중국 온라인게임 인기순위에서 1위를 차지했으며, 〈크로스파이어(穿越火线)〉는 9월과 12월에 1위를 고수했지만, 나머지 기간 동안은 2위를 차지
- Tencent의 온라인게임이 10위 안에 7개가 포진하면서 중국 온라인 게임시장을 석권하고 있으며, Tencent 자회사 Riot Games가 2011년 9월에 출시한 AOS(Aeon of Strife)⁹⁾ 장르의 〈League of Legend〉는 3위를 유지하며, 중국 게임시장의 다크호스로 부상
- 전 세계적으로 가입자가 하락하고 있는 Activision Blizzard의 〈World of Warcraft〉는 중국에서 지속적인 인기를 유지하여, 퍼블리셔 NetEase의 주요 수익원으로 작용
- Nexon의 〈던전앤파이터(地下城与勇士)〉, 스마일게이트의 〈크로스파이어(穿越火线)〉, 아이덴티티게임즈의 〈드래곤네스트(龙之谷)〉 등이 상위권에 계속 랭크되면서, 한국 게임이 중국 시장에서 큰 인기를 끌고 있음을 입증

9) 〈Starcraft〉의 멀티플레이모드 맵인 'Aeon of Strife'에서 유래한 이름으로 이용자가 한 명의 캐릭터를 조정해 상대방 진영의 중요 건물을 파괴하면 승리하는 방식의 게임을 지칭

글로벌 게임산업 트렌드 2012년 하반기(통권 14호)

- ▶ 발행일 2013년 2월 16일
- ▶ 발행처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 박영일 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

한국콘텐츠진흥원 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것 1566-1114" 홈페이지 www.kocca.kr
서울특별시 마포구 월드컵북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-904)

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