

G L O B A L
**게임산업
TREND**

2009 4/4 분기



Table Contents

Quarterly
Trend

2009 4/4분기
2009. 12. 31

Issue Focus

- ▣ 게임업계의 총아로 부상하는 '소셜 게임'의 성장 가능성과 전망 — 3
- ▣ 게임 판매량과 평점이 엇갈리는 이유와 시사점 — 20

Regional Outlook

- ▣ 中 온라인게임 업체 'Perfect World'의 역량과 성장 가능성에 대한 분석 — 27
- ▣ 남아프리카 게임 시장 현황 — 36

Trend Brief

- ▣ 'IndieCade 2009'가 제시하는 저예산 게임의 가능성과 전망 — 46
- ▣ 웹게임 'RuneScape' 가입자 1억 돌파가 온라인게임 시장에 던지는 화두 — 49
- ▣ 글로벌 게임업체 EA, 종합 미디어 기업으로 진화 모색 — 53

Game Industry Briefing

- ▣ 국내외 주요 게임 업체 실적 및 동향 분석 — 57
- ▣ 권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량 — 76
- ▣ 전세계 게임 시장규모(권역별, 플랫폼별) — 86

게임업계의 총아로 부상하는 ‘소셜 게임’의 성장 가능성과 전망

|| Key Message ||

- 실적 부진을 타개하기 위해 감원 등 비용절감을 추진해온 글로벌 게임 업체 EA가 소셜게임 업체 Playfish를 전격 인수해, 소셜 게임 시장에 대한 관심이 쏠리고 있음
- 시장조사업체인 스트라베이스에 따르면, 2009년 북미 소셜게임 시장규모는 9억 4,400만 달러로 추정되며 이는 북미 온라인게임 시장의 36%에 달하는 것이어서 이미 상당한 규모에 달한 것으로 분석됨
- 주요한 SNS 업체로는 Facebook, MySpace, Twitter가 있고, 중국과 일본에는 로컬 업체들이 주도하고 있음
- 소셜게임은 기존 온라인게임과 달리 서로 알고 있는 지인들 사이의 커뮤니티를 활용한 성격이 두드러지나, 최근에는 게임 자체의 재미를 위해 낯선 사람과의 플레이도 증가하고 있음
- 주요 소셜게임 업체로는 Zynga, Playfish가 있으며, Zynga의 2009년 매출은 약 2억 5,000만 달러에 달할 것으로 전망됨
- 최근 소셜게임 시장에서는 결제 등의 관련 인프라 지원이 강화되고 있으며, 콘솔게임기 업체 뿐만 아니라, Ubisoft, PopCap과 같은 기존 게임 업체들의 진출이 증가하고 있음

1. Introduction: EA의 Playfish 인수로 소셜 게임 시장의 가능성 주목

글로벌 게임업체 Electronic Arts(EA)는 지난 11월 9일 1,500명(전체 직원의 17%) 가량의 감원을 동반하는 대대적인 구조조정 방침¹⁾과 더불어, SNS게임 시장의 'Big 3' 중 하나로 꼽히는 신생 개발사 Playfish를 3억 달러 이상²⁾에 인수키로 확정된 사실을 지난 11월 9일 공식 발

- 1) EA는 앞서 단행한 스튜디오 통폐합으로 올해 초 이미 1,100명 가량을 감원했으나 여전히 적자 경영을 면치 못하고 있는 상황. 이번 구조조정은 1.3~1.5억 달러의 일회성 비용을 수반할 전망이다. 그 이후로는 연간 1억 달러 가량의 비용 절감 효과를 기대할 수 있다는 것이 EA의 설명
- 2) 이번 기업인수 규모는 2억 7,500만 달러의 현금과 2,500만 달러 상당의 주식을 합해 총 3억 달러에 이르

표한 바 있다. 적자 상황³⁾이 계속되는 가운데, SNS게임 업체에 대한 대규모 인수를 단행한 것은 최근 SNS 게임 시장에 대한 낙관적인 시장 전망을 단적으로 드러내주는 사례라고 해석할 수 있다.

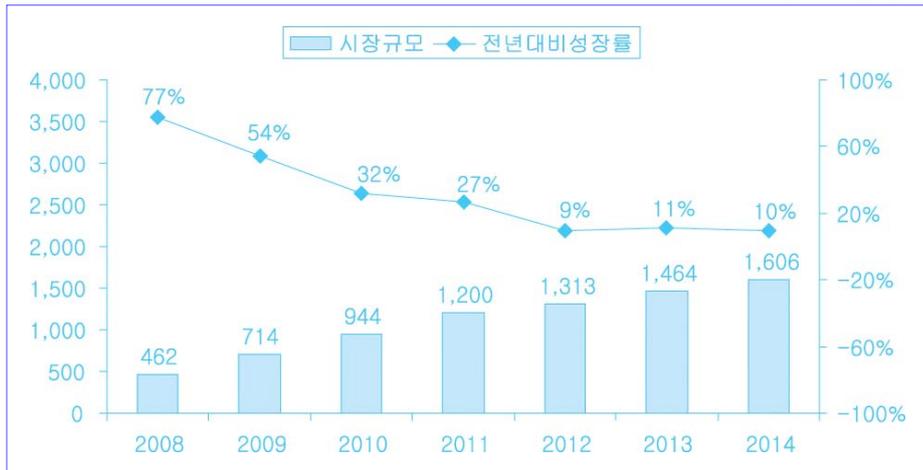
2. 소셜 게임의 시장규모 전망

2.1 소셜 게임 시장규모 추이

시장조사업체 스트라베이스에 따르면, 이처럼 주목 받고 있는 소셜 게임 시장규모는 2009년에는 북미만으로도 9억 4,400만 달러를 기록할 것으로 추정되며, 2014년에는 16억 6,000만 달러에 달할 것으로 전망된다.

(Figure 1) 북미 소셜 게임 시장규모 전망(2008~2014)

(단위: 백만 달러)



자료원: 스트라베이스, 2009

2.2 소셜 게임 시장규모 도출 방법론

이 같은 시장규모는 다음과 같은 방법론에 의해 산출되었다. 먼저, 소셜 게임의 아이템 구매비율과 1인당 연간 구입 총액에 관련한 북미 시장조사업체 VGMarket⁴⁾을 활용하면, 북미

며, Playfish 측이 계약상의 일정 요건을 2011년 내 달성할 경우 최대 1억 달러의 인센티브도 지급될 예정

3) 지난 2009년 9월 마감된 EA의 회계연도 2/4분기 매출은 7억 8,800만 달러로 전년동기대비 12% 급감했고 적자 규모는 3억 9,100만 달러로 전년동기대비 28% 가량 늘었음

4) 이는 VGMarket이 아이템거래업체 PlaySpan의 지원을 받아 2,425명의 북미 온라인게임 이용자를 대상

4 글로벌 게임산업 TREND

온라인게임 시장규모와 소셜 게임의 아이템 판매 부문의 시장규모의 비율을 도출할 수 있다. 이를 통해 도출된 시장규모는 3억 5,690만 달러인 것으로 추정된다.

그러나 소셜 게임의 매출원은 아이템 판매 뿐만 아니라, 광고나 설문조사와 회원가입을 명목으로 무료로 아이템을 구매하는 오피형 매출(Lead Gen & Offering)이 있다. 최대 소셜 게임 업체로 알려진 Zynga의 공동 창립자인 Andrew Trader는 지난 2009년 11월 2일 San Francisco Chronicle과의 인터뷰를 통해서 자사 매출원에 대해 아이템 판매가 1/3, 광고가 1/3, 오피형 매출이 1/3을 차지한다고 밝힌 바 있다. 이에 따르면, 아이템 부문 매출의 3배가 되어야 하지만, 인지도가 약한 다른 업체들의 경우 광고나 오피형 매출의 비중이 상대적으로 낮기 때문에 이를 감안해 2배 정도의 비중을 가정해 적용하였다. 이를 통해 도출된 2009년 북미 소셜 게임 시장규모는 7억 1,380만 달러⁵⁾인 것으로 추정된다.

이는 2009년 북미 온라인게임 시장규모의 36%에 달하는 것이며, 2014년에는 그 비중이 45%로 증가할 것으로 전망된다. 다시 말해 소셜 게임 시장은 MMO게임과 부분유료화게임을 포함한 온라인게임 시장만큼이나 매력적인 시장규모와 성장률을 보이고 있어, 관련 노하우를 지닌 온라인게임 업체들에게 새로운 기회를 창출할 것으로 기대된다.

〈Table 1〉 북미 소셜 게임 시장규모(2009년) 추산

수익모델	구분	구매 비율	1인당 연간 구입 총액	지수		시장규모 (백만 달러)
아이템판매	부분유료화 게임	58%	75달러	43.5	63.9	1,983
	MMO 게임	34%	60달러	20.4		
	소셜 게임	23%	50달러	11.5		356.9 =1,983*(11.5/63.9)
북미 전체 시장규모		소셜 게임의 수익 모델은 크게 광고, 아이템 판매, 오피형이 있음 전체 시장규모 = 아이템 매출 + 광고 + 오피형 가정: 아이템 매출의 비중은 전체의 50%로 가정 713.8(= 356.9 × 2)				

주: 구매비율 및 1인당 연간 구입 총액은 VGMarket(2009)의 조사결과이며, 온라인게임 시장규모는 DFC(2008)의 2009년 북미 온라인게임 시장규모 통계임
자료원: 스트라베이스, 2009

으로 실시한 설문조사 결과

5) Zynga의 2009년 매출은 약 2억 5,000만 달러이고, Playfish의 매출이 약 7,000만 달러

〈Table 2〉 북미 소셜 게임 시장규모 전망

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	'09~'14 CAGR
온라인게임 시장규모	1,712	1,983	2,331	2,667	2,918	3,253	3,569	12.5%
지수 비율	0.1799	0.1799	0.1799	0.1799	0.1799	0.1799	0.1799	-
가중치	1.50	2.00	2.25	2.50	2.50	2.50	2.50	-
시장규모	462	714	944	1,200	1,313	1,464	1,606	17.6%
방법론	- 2009년의 온라인게임에 대한 소셜 게임 시장규모 비중은 그대로 적용 - 아이템 매출의 가중치는 시간에 따라 증가하되 그 증가율이 감소하는 방식으로 적용 - 소셜 게임 시장규모 = 온라인게임 시장규모 × 지수 비율 × 가중치							

주: 온라인게임 시장규모는 DFC(2008) 통계 이용
 자료원: 스트라베이스, 2009

3. Social Networking Service의 현황

3.1 주요 SNS 업체 현황

소셜 게임의 서비스 플랫폼 역할을 하는 소셜 네트워킹 사이트(SNS: Social Networking Service)는 크게 Facebook, MySpace와 남미 중심의 hi5, 영국 중심의 Bebo가 있다.

〈Table 3〉 주요 SNS 서비스 비교

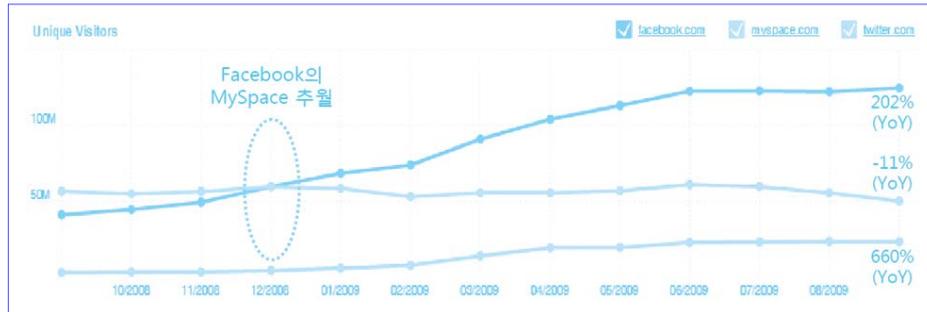
게임명	Facebook	MySpace	Twitter	Cyworld
서비스 개요	친구들을 등록하여 메시지를 보내거나 자신의 게시물을 월페이지에 등록	친구들을 추가하고 자신의 프로필이나 신변잡기, 게시물을 홈페이지에 등록	단문의 메시지를 자신의 홈페이지에 게시하거나 다른 사용자의 메시지를 구독	일촌을 맺거나 커뮤니티를 만들고 자신의 홈페이지에 게시물 등록
월간 순방문자 수	1억 2,500만 명	5,000만 명	2,400만 명	2,000만 명
게시물 형태	텍스트, 이미지, 동영상 등	텍스트, 이미지, 음악, 동영상 등	텍스트, 링크 이미지(외부 애플리케이션을 이용)	텍스트, 이미지, 그림, 동영상 등
게시물의 성격	중립	사적	공적	사적
인맥 기능	상호 친구 등록 기능	상호 친구 등록 기능	일방향 following 등록 기능	상호 일촌 등록 기능 및 커뮤니티 기능
개방성	중립	개방적	개방적	폐쇄적
API 지원	Yes	Yes	Yes	No
비고	Open API 지원으로 외부 애플리케이션 활성화	프로파일 구축이 주된 활동	실시간 검색 기능	포털 서비스와 결합

자료원: 스트라베이스, 2009

6 글로벌 게임산업 TREND

Facebook은 고도의 포털화 전략으로 지난 2008년 12월 처음으로 MySpace를 추월하였고, 이후 줄곧 SNS 분야 1위 자리를 지키고 있다. 전체 웹사이트 순위 면에서도 Google(1위, 1억 4,700만 명)과 Yahoo(2위, 1억 3,700만 명)의 뒤를 바짝 따르고 있는 상황이다.

(Figure 2) 세계 3대 SNS 사업자의 월별 순방문자 수 추이



자료원: Compete, 2009. 11

3.2 중국 SNS 업체 현황

이 같은 SNS 기반 게임의 인기는 중국에서도 확인되고 있다. 중국의 경우 Facebook이 중국어 버전을 늦게 출시했고, 中 캠퍼스 기반 SNS 사이트인 Xiaonei(校内网)도 최근까지 SNS 기반 게임을 지원할 수 있는 플랫폼을 제공하지 않았지만, 게임 중심의 SNS 사이트인 Kaixin001(开心网)가 2008년 4월 출시됐고, 'Friends for Sale', 'Parking Wars' 등의 미니 게임들을 제공하면서 SNS 기반 게임이 급속히 인기를 얻어가고 있는 상황이다.

Kaixin001과 같은 게임 중심 SNS 사이트가 인기를 얻으며 중국 포털, 게임 업체, 투자자들의 주목을 받기 시작하면서, 최근 중국의 SNS 사이트 및 Virtual World 서비스 관련 업체들은 SNS 게임 요소를 자사 서비스에 속속 추가하고 있다.⁶⁾

전세계 가입자가 2억 명을 돌파한 Facebook 조차도 고전하고 있는 중국 시장에서는 QQ.com, 51.com, Xiaonei, Kaixin001이 인기를 끌고 있다. Facebook 관련 조사업체 Inside Facebook은 중국 시장에서 로컬 업체들이 주도하고 있는 배경으로 ▲익명성을 강조하는 인터넷 문화, ▲오픈 플랫폼 구축의 실패, ▲중국 시장에 최적화된 수익모델 구축 실패, ▲中 이용자의 가상 현실 선호 경향, ▲인터넷을 주로 엔터테인먼트 용도로 이용하는 젊은 세대의 성향 등 5가지를 지목한 바 있다.

6) 온라인게임 'Zhengtutu(征途)'을 서비스하고 있는 Giant Interactive는 지난 7월 中 SNS 사이트인 51.com에 5,100만 달러를 투자, 25%의 지분을 인수했고, 日 Softbank는 Xiaonei의 모회사인 Oak Pacific Interactive에 4억 3,000만 달러를 투자, 35%의 지분을 확보한 것으로 알려졌다

(Figure 3) 중국의 주요 SNS 사업자

회사명	로고	사이트 특징 주이용층/ 중국 내 사용자수
QQ		인스턴트 메시지가 핵심 특징 18-34세/ 3억 7,500만 명
51		첫번째로 개발사에게 결제 시스템 개방 18-24세/ 1억 3,000만 명
Xiaonei		Facebook 복제판으로 알려짐 대학생/ 4,000만 명
Kaixin 001		엔터테인먼트에 초점을 맞춤 25-34세/ 3,000만 명

자료원: 스트라베이스, 2009

3.3 일본 SNS 업체 현황

모바일이 발달한 일본 또한 중국과 비슷하게 로컬 업체들이 SNS 시장을 주도하고 있다. 일본 SNS 시장에는 모바게타운, mixi, GREE의 3개 업체가 시장을 주도하고 있으며, 이들 3개 업체들의 시장 점유율은 40%대로 비슷한 상황이다.

(Table 4) 일본의 주요 SNS 게임 업체 현황(2009년 7월 기준)

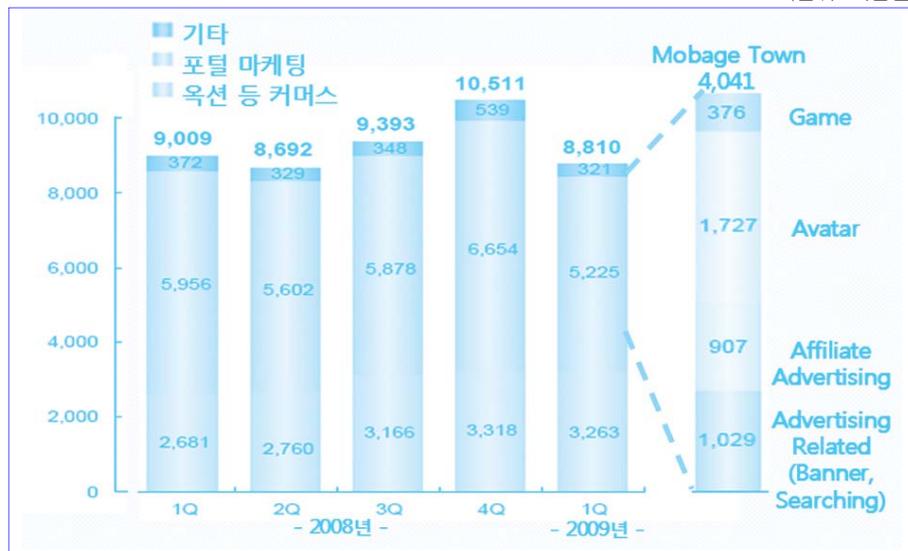
순위	서비스명	활동 유저 비율
1	모바게타운	48%
2	mixi	47%
3	GREE	42%
4	게이타이위멘즈파크	17%
5	로그토모	10%
6	StyleWalker	7%
7	ixen	5%
8	Disney원더데이즈	5%
9	다이슈고NEO	4%
10	Yahoo! Days	3%
11	푸치게후렌즈	2%
12	에키모바	1%
13	Any	1%

자료원: MobileMarketingJP, 2009. 7

특히 지난 2006년 2월 서비스를 개시해, 모바일게임을 기반으로 9개월만에 200만 명의 회원을 유치하는 등 급성장한 '모바게 타운'은 게임과 SNS 접목의 대표적인 사례로 꼽히고 있다. 휴대전화를 기반으로 하는 모바게 타운은 SNS 기능과 더불어 40종류 이상의 게임을 무료로 제공해 원하는 만큼 이용할 수 있도록 제공한다. 그러나 아바타 등의 관련 아이템을 구매를 원할 경우에는 이를 판매하는 모델을 취하고 있다. 이처럼 게임 콘텐츠와 직접 관련해서 발생하는 매출이 19억 300만 엔(21.6%)이며, 회원 가입이나, 광고를 통해 발생하는 매출은 19억 3,600만 엔(30.0%)인 것으로 나타났다. 즉 게임 부문에서 발생하는 매출이 전체 매출의 50%를 넘어서는 모델을 가지고 있다. 이는 SNS가 보유한 회원을 대상으로 게임 사업을 벌일 수도 있지만, 게임을 활용해 SNS 서비스를 성장시키는 방식의 사업 모델도 성공 가능성이 높음을 보여주고 있는 사례이다.

(Figure 4) 모바게 타운의 사업 부문별 매출 추이

(단위: 백만엔)



자료원: 스트라베이스, 2009

실제로 모바게 타운의 지난 2009년 11월 PV가 327억 5,200만 PV에 도달하여 지난 9월 PV(174억 8,300만 PV)대비 2개월 만에 약 1.9 배로 성장한 것으로 나타났다. 모바게 타운 운영사인 DeNA 홍보부는 지난 10월 하순 본격 도입한 소셜 게임이 이러한 성장을 견인하고 있다고 밝혔다. DeNA 홍보부에 따르면 10월 하순 본격적으로 도입한 소셜 게임 ▲해적 Treasure(海賊トレジャー) ▲호시즈쿠(ホシツク) ▲괴도 로얄(怪盗ロワイヤル) 등이 성장을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

아울러 DeNA는 지난 12월 1일부터는 mixi 애플리케이션 '괴도 로얄'을 제공하고 있는 등

(지난 4일 기준 35만 명 가입), 내년 1월 이후 모바일 타운에서 타사 개발 소셜 게임을 순차적으로 공개할 계획이라고 밝혔다. 한편 현재 일본 내 SNS의 월간 PV는 소셜 게임의 선구자 GREE가 9월 기준 234억 6,000만 PV, mixi가 10월 기준 117억 1,000만 PV로 나타났다.

미국 시장조사업체 Compass Partners가 미국 여성 2,821명을 대상으로 조사한 결과에 따르면, SNS를 이용하는 사람의 72%가 재미를 위해서(For Fun)라고 답변했으며, 56%가 즐거움을 위해서(For Entertainment)라고 답변했다. 이는 SNS가 게임 플랫폼으로서 왜 부상하고 있는지를 잘 보여주는 조사결과라고 할 수 있다.

(Figure 5) 블로그 및 SNS 서비스의 이용 목적



자료원: Compass Partners, 2009

4. 소셜 게임의 특징 및 사례

사실 소셜 게임이라는 신생 장르를 명확히 정의하기란 쉽지 않다. 기존의 PC/콘솔 게임이나 MMO 게임 역시 어떤 식으로든 게이머간 사교를 지원하는 경우가 많은 탓에, 단순히 'social'의 사전적 의미만으로 규정하자면 그 범위가 매우 넓을 수밖에 없는 것이다.

그러나 SNS 사이트를 주로 겨냥하는 통상적인 의미의 소셜 게임은 사용자들의 사교 행태 자체에서부터 기존의 여느 게임과는 뚜렷한 차이점을 내재하고 있다. 일례로 Facebook 같은 플랫폼에서는 '이미 형성된 현실 세계의 지인(知人) 관계'를 중심으로 친구 맺기가 이루어지

고 게임 메이트의 범주 역시 이를 크게 벗어나지 않는다. 일반적인 MMO 게임에서처럼 전혀 모르는 사람 사이의 새로운 관계가 끊임없이 형성되기는 사실상 어려운 셈이다.

실제 지인 사이에서 플레이가 주로 이루어지는 이러한 속성은 개별 소셜 게임의 사용자확대에 때로는 유리하게 작용한다. 설령 극단적인 제로섬(zero-sum) 쟁탈전을 강요하는 게임이라도 가까운 사람과 함께라면 비교적 유쾌하게 즐기는 것이 사용자의 일반적인 심리이기 때문이다. 상대의 카드를 뺏어오는 방식으로 진행되는 'PackRat'류의 게임이 폭넓은 호응을 얻은 것은 이런 이유에서다.

장기나 체스처럼 순서에 따라 진행되는 '턴 방식(turn-based)'이 널리 활용되는 것도 소셜 게임 장르의 특징 가운데 하나다. 해당 게임들의 경우 정작 플레이 시간보다 차례를 기다리는 시간이 더 길게 마련이고, 이는 게임 플레이 자체보다 채팅 등의 사용자간 커뮤니케이션에 무게가 실리는 장르 특성과도 어느 정도 맞닿는다. Facebook 게임 최초로 월 매출 100만 달러를 돌파했던 마피아 소재 RPG 게임 'Mob Wars'역시 구체적인 행동은 'Do Job'이라는 명령 버튼 하나로 모두 처리되고 사용자의 몫은 임무간 우선순위 등 일부 전략적 판단으로 국한되는 턴 방식의 전형을 보여준다.

하지만 소셜 게임 속에는 낱말 맞추기 형식의 'Word Challenge' 같은 싱글 플레이어 게임도 존재하며, 그 일부는 멀티플레이어 타이틀 못지 않은 성공을 거두기도 했다.⁷⁾ 물론 이러한 1인용 게임 역시 플레이어간 점수 비교를 지원하는 등 소셜 게임의 기본적인 틀은 어느 정도 갖추고 있다.

이처럼 게임이 SNS 사이트에서 인기를 얻고 있는 것은 게임이 커뮤니티나 광고 목적뿐만 아니라, 미디어 채널, SNS 도구로서 활용되고 있음을 시사하고 있다. 게임업체들은 이를 통해 비게이머들을 게임으로 유입시킬 수 있으며, SNS 사이트 및 포털 사이트들은 게임을 통해 추가적인 유저와 매출 확보가 가능하기 때문이다.

소셜 게임이 콘솔/PC 게임에 비해 그래픽이나 인터페이스가 단순한 것은 사실이지만 내용 측면에서 반드시 캐주얼 게임 일색인 것만은 아니라는 점도 주시할 필요가 있다. 일례로 소셜 게임 전문 개발업체인 SGN(Social Gaming Networks)의 전략게임 'Warbook'은 기존 하드코어 게이머 층을 대표하는 젊은 남성들로부터 호응을 얻은 반면, 동사의 가상 펫 게임 'Friends'는 오히려 24~40세 연령대의 여성들 사이에서 인기가 높다.

7) 일례로 Playfish의 첫 타이틀인 'Who Has the Biggest Brain?'은 2007년 12월 출시 이후 최근까지 Facebook 게임 인기 순위 Top 10 자리를 지키고 있음

〈Table 5〉 인기 소셜 게임 순위(2009년 12월 17일)

순위	게임명	개발사	월간 이용자 수
1	FarmVille	Zynga	73,028,810
2	Café World	Zynga	32,189,111
3	Happy Aquarium	CrowdStar	27,330,486
4	Mafia Wars	Zynga	26,532,045
5	Birthday Cards	RockYou!	26,523,668
6	FishVille	Zynga	26,161,284
7	Pet Society	Playfish	21,366,332
8	Texas HoldEm Poker	Zynga	20,561,167
9	YoVille	Zynga	18,560,941
10	Farm Town	Slashkey	18,391,770
11	Restaurant City	Playfish	16,153,359
12	MindJolt Games	MindJolt	14,140,699
13	Roller Coaster Kingdom	Zynga	14,110,343
14	PetVille	Zynga	11,433,336
15	Happy Pets	CrowdStar	10,829,787
16	Bejeweled Blitz	Popcap Games	10,166,058
17	Fish World	TallTree Games	8,824,378
18	Island Paradise	Meteor Games	7,330,879
19	Sorority Life	Playdom	7,275,587
20	Country Story	Playfish	7,085,955

주: 순위는 월간 이용자수(MAU: Monthly Active User)를 기반으로 산출됨
 자료원: Appdata, 2009. 12

또 근래 들어서는 소비자의 사회 의식에 호소해 매출 확대를 꾀하는 게임도 늘고 있다. 예컨대 Facebook용 게임 'Green Patch'는 해충을 퇴치해가며 정원을 가꾸는 내용을 담고 있으며 수익의 일부가 열대 우림 보호에 사용되는 것으로 전해진다. 이러한 종류의 게임들은 기아 문제에서부터 지구 온난화에 이르기까지 다양한 사회적 관심사를 망라, 재미와는 또 다른 측면의 심리적 가치를 제공하고 있다. 설령 전체 매출의 어느 정도가 명분상의 공익적 목표에 투입되는지 확실치 않더라도 무언가 중요한 일에 기여하고 있다는 만족감은 적지 않다는 게 일부 사용자의 전언이다.

시장조사업체 Rapleaf에 따르면 LinkedIn과 Flickr를 제외한 거의 모든 SNS 사이트에서 이미 여성 이용자 수가 남성을 넘어섰고, Facebook의 경우는 최근 기준으로 55세 이상 여성 가입자의 증가 속도가 전 연령대를 통틀어 가장 빠르다. 이 같은 사용자저변 확대는 관련 게임의 스펙트럼 확대로 이어지게 마련이다.

또 복수의 SNS에 가입한 사람이라도 주로 이용하는 서비스는 대개 하나뿐이고, 그마저도 때와 상황에 따라 사이트 체류 시간은 유동적이기 때문에 언제나 자투리 시간만큼만 이용할 수 있는 싱글플레이 게임의 존립 여지 또한 충분하다.

5. 주요 소셜 게임 업체 현황

5.1 Playfish

EA의 인수 대상이 된 Playfish는 지난 2007년 설립, 같은 해 12월 Facebook 플랫폼에 출시한 'Who has the Biggest Brain?'의 인기로 일찍부터 주목을 끌었고, 이듬해 10월에는 1,700만 달러의 벤처캐피탈 투자를 유치해 후속작 개발의 여력을 확보한 바 있다. 현재 Playfish의 월평균 실질 사용자 규모는 6,000만 명에 달하며, 대표 히트작인 'Pet Society'의 경우는 Facebook 최고 인기게임으로 등극해 여러 아류작의 출시를 촉발하기도 했다. 투자은행 ThinkEquity에 따르면 Playfish의 매출 규모는 가상아이템 판매를 주축으로 올해에만 7,000만 달러에 육박하고 내년에는 1억 5,000만 달러도 넘볼 수 있을 전망이다.

5.2 Zynga

'Texas Hold'Em Poker'이라는 게임으로 Facebook 게임 인기 순위 1위를 줄곧 차지해온 소셜 게임 개발사 Zynga는 2007년 6월 설립돼 2년이 지난 2009년 8월에 월간 실질이용자(monthly active user) 수가 1억 명을 돌파했다고 밝힌 바 있다.⁸⁾ 미국 정치인들의 소통수단으로까지 부상하며 술한 화제를 만들었던 마이크로 블로깅 서비스 Twitter조차 1월 실질이용자 규모는 4,500만 명에 불과해 Zynga의 절반에도 못 미친다는 점을 감안하면, 상당한 규모이다.

이 같은 Zynga의 이용자 폭증은 지난 여름 출시된 최신작 'FarmVille'의 인기에 크게 힘입은 결과이다. 홍보비로만 100만 달러 이상이 투입된 'FarmVille'의 1월 실질이용자 규모는 3,500만 명에 달하며 매일 이 게임을 즐기는 사람도 1,200만 명에 이르는 것으로 추산된다.

8) 1일 실질 이용자 수는 지난 2009년 5월 12일 기준으로 1,000만 명을 돌파한 것으로 알려졌다

‘FarmVille’은 작물을 재배하고 가축을 기르는 내용의 농장게임으로 ‘Farm Town’ 등 기존 경쟁작과 사실상 게임방식이 같다.

(Figure 6) ‘FarmVille’의 실질사용자 규모 추이



자료원: All Facebook, 2009

현재 Zynga는 ‘Texas Hold’Em Poker’, ‘Mafia Wars’, ‘Yoville’, ‘Scramble’ 등의 게임을 Facebook, MySpace, Bebo, Hi5, Friendster, Tagged, Yahoo 등의 SNS에 서비스하고 있을 뿐 아니라 iPhone 애플리케이션으로도 제공하고 있다. 또 Zynga는 Facebook과 MySpace 인기 게임 상위 10위에 자사 게임 타이틀을 각각 3개, 5개 올리며 인기를 누리고 있다.

이 같은 인기에 힘입어 Zynga의 2009년 매출은 약 2억 5,000만 달러에 육박할 것으로 알려졌다. Zynga의 공동 창업자인 Andrew Trader에 따르면, Zynga 매출의 1/3은 광고를 통해서, 다른 1/3은 아이템 판매나 프리미엄 게임 이용권을 통해서, 나머지 1/3은 회원 가입 및 설문 조사를 통한 마케팅 결제를 통해서 발생하고 있다.

5.3 Playdom

한편, 다른 SNS게임 개발사인 Playdom은 최근 유치한 4,300만 달러의 신규 자금으로 Facebook 애플리케이션 개발업체 Green Patch⁹⁾와 iPhone 게임 개발사 Trippert Labs¹⁰⁾를 지

9) ‘Green Patch’는 Facebook에서 월 150만 명 가량의 실질유저를 확보했고, 지난 8월 출시한 ‘Farm Life’으로도 월평균 600만 명, 매일 125만 명 이상의 유저들을 동원 중

난 11월 11일 인수한 바 있다.

10월 기준 MySpace 인기 순위 1위를 기록한 'Mobsters'로도 Facebook 플랫폼에서는 상위 25위에조차 오르지 못하는 등 Facebook에서 상대적으로 부진한 모습을 보여왔던 Playdom은 이번 Facebook 애플리케이션 개발업체 'Green Patch'의 인수를 통해 Facebook에서의 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 전망된다.

Playdom의 인수는 SNS게임 시장이 과거 중소기업들의 춘추 전국 시대를 넘어 규모의 경제를 바탕으로 한 대형 업체 중심으로 재편되고 있음을 시사하는 사례이다.

6. 소셜 게임 시장의 주요 이슈

6.1 소셜 게임의 결제 지원 강화

SNS 기반 게임에 대한 수요를 최대한 현금화시킬 수 있도록 결제 지원도 강화되고 있다. 美 유명 소액결제 업체 PlaySpan은 지난해 7월 16일 유수의 결제 업체 PayByCash를 인수한 데 이어, SNS 기반 소액결제서비스 회사인 Spare Change Payments¹¹⁾를 지난 4월 21일 인수해 SNS기반 애플리케이션의 소액결제가 활성화되고 있음을 간접적으로 시사했다.

PlaySpan 외에도 이미 PayPal과 같은 대형 결제업체와 Facebook, MySpace 등의 SNS 업체들이 자체적인 결제서비스 계획을 추진 중인 데다, Zuora(온라인 결제 서비스 업체)와 Zong(모바일 결제 시스템)에 이르는 여타 신생업체들도 결제 시스템 출시를 준비 중인 것으로 알려져 관련 인프라가 빠른 시일 내에 갖춰질 것으로 예상된다.

6.2 콘솔게임기 업체의 잇따른 SNS 접목 시도

Nintendo는 지난 8월 3일 DSi에서 찍은 사진을 Facebook에 직접 업로드 할 수 있도록 지원하는 무료 다운로드 프로그램을 북미 시장에 공개한 것으로 알려졌다.¹²⁾ 이 외에도 Nintendo

10) Trippert Labs(Menlo Park에 소재)은 iPhone용 애플리케이션 외에도 웹 애플리케이션과 Facebook 게임을 개발하는 업체로, 'MobAir: Pilot Training', 'Dr. Ito's Brain Training', 'The Beach', 'Blowfish', 'ZapTap', 'Splat!' 등의 타이틀을 App Store에 등재했음

11) Spare Change는 최근 Facebook, MySpace, Bebo 등 700여 개 SNS 사이트에 소액결제 솔루션을 제공해, 올 결제대금 총액이 3,000만 달러에 육박할 것으로 전망됨

12) Nintendo의 북미 영업/마케팅 부사장인 Cammei Dunaway는 '소비자들이 중시하는 개인화 경향에 초점을 맞춰 이 같은 기능을 추가하게 됐다'고 배경을 설명

는 지난 2009년 9월 일본의 SNS기반 패션 커뮤니티 사이트 Poupeegirl과 제휴해, 온라인으로 자신의 아바타와 패션아이템을 친구와 공유할 수 있는 DS용 게임 개발하기로 한 바 있다. 이처럼 참신한 아이디어에 기반한 다양한 게임 타이틀은 '기술' 보다는 '재미'를 중시하는 Nintendo의 개발철학을 잘 반영하고 있는 것으로 분석된다. 이는 SNS 사용자 기반이 전 연령층으로 확대되고 그 핵심 콘텐츠로 게임이 부상함에 따라 주요 콘솔플랫폼 벤더들의 SNS 지원 경쟁도 본격적으로 시작되고 있는 것으로 분석된다.

실제로 Microsoft는 지난 2009년 11월 Xbox Live를 통해 Twitter, Facebook 등 소셜미디어를 이용할 수 있도록 지원하고 게임 등 관련 애플리케이션도 출시한 바 있다. 소셜미디어 지원 서비스의 경우 지난 11월 24일 기준으로 총 2,000만 명을 넘는 Xbox Live 사용자 중 200만 명 이상이 Facebook이나 Twitter를 이용하고 있는 것으로 알려져 상당히 성공적인 것으로 평가받고 있다.

6.3 기존 게임업체들의 소셜 게임 시장 진출

콘솔 제조사 뿐만 아니라, 일선 게임업체들도 자사 게임과 SNS 접목을 잇따라 시도하고 있다. 일본 게임업체 Konami는 자사의 캐주얼게임과 소셜 게임을 모아놓은 게임포털인 'Konami Play'의 게임 관련 콘텐츠를 美 유명 SNS 사이트인 Facebook과 연동시키는 기능을 지난 8월 27일 제공하기 시작한 것으로 알려졌다. 이 서비스를 통해 Facebook 계정으로 접속한 게이머는 Konami의 고전 게임 및 최신 게임의 데모도 즐길 수 있으며, 게임 결과를 Facebook을 통해 공유할 수 있고 이를 위젯 형태로도 이용할 수 있게 된다.

이 외에도 佛 게임업체 Ubisoft는 Google 애플리케이션 엔진을 기반으로 제작된 Facebook용 게임포털 UbiFriends를 지난 7월 20일 출시하며, SNS 게임 부문으로도 자사의 사업 영역을 확대했으며, 최근 자사 최초의 Facebook용 게임인 'TickTock'을 해당 포털에 선보인 바 있다.

또 美 캐주얼게임 업체 PopCap은 자사의 인기게임 'Zuma'의 Facebook 버전인 'Zuma Web Connect'를 지난 7월 13일 베타 출시했으며, 이번에 출시된 'Zuma Web Connct'에는 Facebook의 웹사이트간 데이터 연동 기술인 Connect를 기반으로 득점 기록 등 각종 플레이 관련 정보의 Facebook 업로드를 지원하는 점을 특징으로 하고 있다.¹³⁾

PopCap의 David Robert CEO는 "캐주얼게임과 하드코어게임을 함께 즐기는 이른바 '크로스오버 게이머'가 전체 인터넷 인구 중 무려 1/5을 차지하고 있다"며, "캐주얼게임 업계가 굳

13) PopCap은 'Zuma Web Connect' 출시에 앞서 이미 6개월간 'Bejeweled Blitz'를 Facebook 사용자들에게 베타버전으로 제공해, 月 500만 명 이상의 사용자를 확보한 바 있음

이 특정 니치 세그먼트(40세 전후의 전형적인 가정주부 등)로 시야를 한정할 이유는 없다”며, SNS 기반 게임 출시 배경을 밝혔다.

7. 소셜 게임 시장에 대한 전망

소셜게임의 성장 잠재력에 대해 업계 전문가들은 대체로 긍정적인 전망을 내고 있다. 일각에서는 전세계 사용자규모가 작년의 5,000만 명에서 올해 2억 5,000만 명으로 5배 가량 급증할 것이라는 관측도 제기되고 있으며, 이 같은 기대감을 반영하듯 작년 한 해에만 9,800만 달러의 벤처캐피탈 자금이 소셜게임 분야에 투입된 것으로 전해진다. 메이저급 게임업체 Electronic Arts(EA)의 Facebook 게임 출시¹⁴⁾ 역시 같은 맥락을 이룬다.

소셜게임의 성장 가능성을 가장 단적으로 보여주는 것은 SNS 플랫폼 자체의 막대한 사용자 기반이다. 대표적 사례인 Facebook의 경우, 이미 전세계적으로 2억 명 이상의 가입자를 확보했고 실질 게이머만으로도 'World of Warcraft'와 'Xbox Live' 사용자 전체를 합한 것보다 훨씬 많은 수를 거느리고 있다.¹⁵⁾ 게임 콘텐츠 자체가 SNS의 가입자 유인 요소로 작용하며 상호 성장의 선순환을 이어왔다는 점도 긍정적인 전망에 힘을 보탠다. 불황의 장기화로 인해 상대적으로 저렴한¹⁶⁾ 소셜게임의 인기가 높아질 개연성 역시 전혀 배제할 수는 없어 보인다.

그러나 소셜게임이 지닌 여러 이점은 많은 경우 양날의 칼로 작용할 개연성이 짙다. 개발비 부담이 상대적으로 적고 진입 절차도 까다롭지 않다. Facebook의 경우, 애플리케이션 신청부터 승인까지 하루 남짓밖에 걸리지 않는 때가 많다는 것은 역으로 후발 주자와의 경쟁이 그만큼 치열할 수밖에 없음을 의미하며, 지속적인 업데이트를 통해 게임의 퀄리티를 높일 수 있다는 것은 선발 주자의 이점이 오래가지 못한다는 사실의 또 다른 표현이다. 사실, SNS 특유의 사용자 피드백 속도를 감안하면 지속적인 콘텐츠 확충의 부담은 오히려 MMO 게임 못지 않게 크다. 게다가 'Adobe Flash Player 10'의 3D 지원기능을 이용하는 고사양 게임을 중심으로 경쟁 구도가 개편되는 시점부터는 여타 게임에 비해 개발비 측면의 이점도 상당 부분 사라질 것이 유력하다.

짙은 업데이트로 인한 운영비 부담 역시 간과해서는 안 될 변수다. 미국 Large Animal Games의 경우, Facebook과 MySpace 사용자를 대상으로 고작 3종의 캐주얼 게임만을 서비

14) EA는 Hasbro와 제휴, 낱말 맞추기 형식의 Facebook용 게임 'Scrabble'을 작년 여름 출시

15) Facebook의 한 달 신규 가입자 규모는 역대 MMO 게임 중 최고의 히트작으로 꼽히는 'World of Warcraft'의 누적 사용자 수와 맞먹음

16) 소셜게임에 비교적 많은 돈을 쓰는 열성 게이머라도 매달 실제 지출은 50 달러를 넘지 않는 게 보통임

스하고 있음에도 연간 비용 규모가 수십만 달러에 달한다. 회사 측이 지난 16개월간 200명 이상의 일반인을 유료 테스터로 초청해 다각도의 의견을 수렴한 것도 이처럼 위험 부담이 큰 콘텐츠를 선불리 출시해선 안 된다는 절박함의 반영이다.

소비자와의 직접적인 관계를 기반으로 다양한 수익모델을 도입할 수 있는 장점 역시 경우에 따라서는 오히려 독으로 작용할 수 있다. 게임 내에서 사용되는 가상아이템이나 화폐를 유료로 판매하는 '부분유료화' 방식의 경우, 해당 특정 아이템으로 인해 게임 밸런스가 깨지지 않도록 세심한 주의가 필요하다. 사람이 적을수록 매력도가 떨어지는 소셜 게임의 특성상, 일단 무료 사용자 상당 수가 소외감이나 불공평성을 이유로 이탈하기 시작하면 유료 사용자의 연쇄적인 이탈 역시 불가피하기 때문이다. 이때 SNS의 입소문 마케팅 가능성은 오히려 신규 유저의 진입 가능성마저 차단하는 악평 확산의 위협으로 뒤바뀐다. 여타 제휴 사이트로의 가입을 전제로 일정한 보상을 제공하거나 별도의 프리미엄 버전을 통해 유료 사용자용 독점 콘텐츠를 선보일 경우에도 형평성이나 밸런스가 중요하기는 마찬가지다.¹⁷⁾ 소셜게임 시장의 전체적인 성장세에 개별 업체들이 쉽게 편승할 수만은 없는 이유도 이러한 여러 위험들 속에서 찾아볼 수 있을 것이다.

Reference

1. 2009 Women and Social Media Study, Compass Partners, 2009. 4
2. Did Facebook Eat The Casual Game Market Share, Eric von Coelln, 2009. 10. 27
3. Electronic Arts to Cut Workers, Buy Playfish, Wall Street Journal, 2009. 11. 10
4. Scamville: Zynga Says 1/3 Of Revenue Comes From Lead Gen And Other Offers, TechCrunch, 2009. 11. 2
5. Tapping into growing market for virtual goods, San Francisco Chronicle, 2009. 11. 2
6. The Sticky Factor: Creating a Benchmark for Social Gaming Success, Inside Social Games, 2009. 10. 27
7. 모바일 타운, 소셜 게임 도입으로 월간 페이지뷰 1.9배 성장...300억 PV 돌파, 스트라베이스, 2009. 12. 9
8. 모바일타운 성공의 핵심 요인과 향후 전망, 스트라베이스, 2008. 5. 29
9. 소셜게임 개발사 Zynga, 1억 이용자 수 돌파...Twitter 이용자 수보다 많아, 스트라베이스, 2009. 9. 14

17) 카드 쟁탈게임 'PackRat'의 프리미엄 모드는 해당 사용자들에게 실질적인 유리함을 제공한 탓에 게임의 흐름을 오히려 저해하는 부작용을 낳았음

10. 소셜게임 시장, 올해 매출 3~4억 달러로 급성장 예상...가상 아이템이 매출 견인, 스트라베이스, 2009. 7. 6
11. 일본 3大 SNS사업자의 실적 비교 및 시장내 포지셔닝 맵, 스트라베이스, 2009. 9. 1
12. 중국 시장에서 Facebook이 고전하는 5가지 이유, 스트라베이스, 2009. 6. 10

게임 판매량과 평점이 엇갈리는 이유와 시사점

|| Key Message ||

- 높은 평점으로 기대를 모았던 EA의 'Mirror's Edge'나 Sega의 'Mad World'가 저조한 판매실적을 기록하면서 게임평점에 대한 무용론이 제기되고 있음
- 이 같은 평점과 판매실적 간의 괴리가 발생하는 요인은 현행 평점 시스템이 하드코어 게임 중심으로 구축되어 있는 데다, 인지도가 낮은 타이틀의 경우 상대적으로 불리한 구조이기 때문임
- 그러므로 적절한 판매 실적 예측을 위해서는 평점 외에도 게임 콘텐츠에 맞는 플랫폼 선정, 콘텐츠 수급 상황을 고려한 수요 예측, 게이머들의 문화적 관성, 외부 경기 상황 등을 고려해야 함

1. 게임 평점에 대한 무용론 제기

최근까지 대부분의 게임개발 업체와 게임 퍼블리싱 업체 관계자들 간에는 Metacritic 등 온라인 평점 사이트, 게임 전문 매거진, 게임 뉴스 등에서 게이머들이 게임의 특성을 한 눈에 알아볼 수 있도록 매겨지는 '게임 평점'이 높을수록 게임 판매 실적이 좋을 것이라는 믿음이 일반적으로 통용되어 왔다.

그러나 올해 3월 Nintendo Wii용 타이틀로 발매된 Sega의 'Mad World'와 Xbox 360 및 PlayStation 3 용으로 2008년에 발매된 Electronic Arts(이하 EA)의 'Mirror's Edge'가 발매 전후로 게임 리뷰 등을 통해 높은 평점을 받으며 흥행에 대한 기대감을 높였던 것에 비해, 실제 발매 이후 판매 실적이 기대에 못 미치면서 게임 업계에서는 게임 평점에 대한 무용론까지 불거져 나오며 게임 평점의 실효성에 대한 논쟁이 가열되고 있다.

2. 높은 게임 평점과 달리 판매 실적이 낮은 사례

지난 3월 10일 Nintendo Wii용으로 발매된 Sega의 'Mad World'는 Wii 타이틀로 발매된 몇 안 되는¹⁾ 성인 등급(Mature-Rated)²⁾ 게임으로 Metacritic을 비롯해 많은 게임 매체와 게이머로부터 높은 평점³⁾을 받으며 성공에 대한 기대감을 높였으나, 실제 게임 발매 후 20여일 동안 소매점을 통해 약 66,000개 타이틀만이 판매되는 매우 저조한 판매 실적을 거두었다. Nintendo DS로 발매된 Rockstar의 'Grand Theft Auto: Chinatown'(이하 GTA: Chinatown) 역시 게임 리뷰에서는 높은 평점을 받았으나 발매 첫 달인 3월 한 달 동안 89,000개의 타이틀 판매에 그친 것으로 알려졌다.

Xbox 360과 PlayStation3으로 EA를 통해서 발매된 DICE사의 'Mirror's Edge'는 Yamakasi⁴⁾라는 독특한 소재와 1인칭 시점을 적용한 새로운 게임 장르로 평가받으며 발매 전부터 각종 매체와 게이머로부터 높은 평점을 받았다. 이러한 분위기에 힘입어 'Mirror's Edge'의 개발사인 DICE사는 'Mirror's Edge'가 전세계적으로 300만 장 이상 판매될 것으로 기대했으나, 현재까지 기대에 못 미치는 판매 실적⁵⁾을 기록하고 있다.

[Figure 1] Mad World/Mirror's Edge/GTA: Chinatown 게임 스크린샷



자료: 각 사 자료

- 1) Nintendo Wii 타이틀 총 2,000개 중 Mature-Rated 등급으로 발매된 게임 타이틀 수는 40개 미만임
- 2) 만 17세 이 상만 이용이 가능한 등급
- 3) Metacritic은 각 평가 영역 평균 82점을, 게이머들은 9.2점(10점 기준)을 줌. 참고로 지난 2007년 12월 출시돼, 전세계적으로 2,193만 장의 기록적인 판매량을 기록한 'Wii Fit'의 평점은 80점(게이머 평가 7.9)이며, 지난 2008년 4월 29일 출시돼, 전세계적으로 1,000만 장 이상 판매된 'Grand Theft Auto IV'의 평점은 98점(게이머 평가 7.9)였음. 9.2의 게이머 평가는 상당히 높은 수준이며, 82점의 평점 또한 'Wii Fit'보다도 높은 수준
- 4) 아프리카 자이르의 '강한 육체, 강한 영혼, 강한 인간'을 뜻하며, 최근 아무런 장비 없이 도심 속 건물 사이를 뛰어다니는 익스트림 스포츠의 일종인 '파쿠르(Parkur)'의 시초가 된 일종의 이동 기술. Yamakasi는 80년대 파쿠르를 창설한 데이비드 벨레가 속했던 클럽명임
- 5) 2008년 간 약 100만 개가 판매된 것으로 알려짐

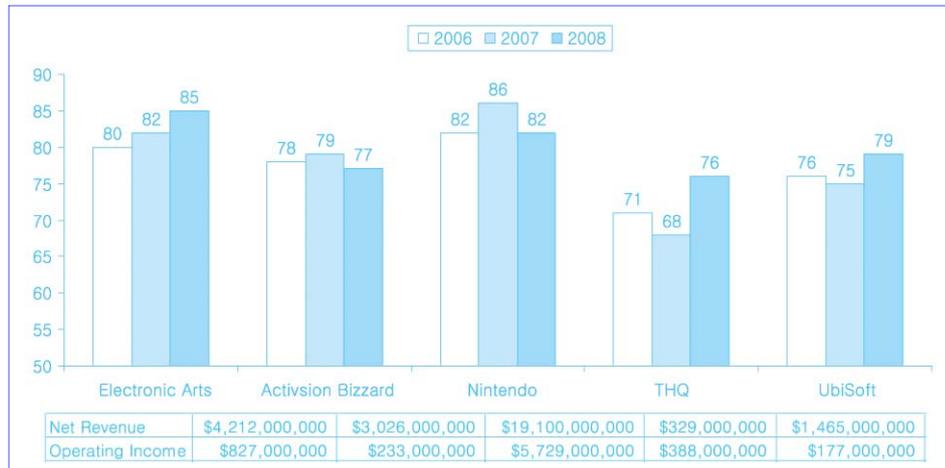
‘Mad World’, ‘Mirror’s Edge’ 등 일부 게임들이 높은 게임 평점을 얻었음에도 불구하고 저조한 판매 실적을 기록함에 따라, 게임 평점과 게임 판매 실적 간의 상관 관계에 대한 재평가가 필요하다는 주장이 제기되고 있다.

3. 글로벌 게임 업체들의 평균 평점 분석

이처럼 게임 평점에 대한 논쟁이 가열되는 가운데 지난 5월 시장조사업체 EEDAR은 전세계 주요 게임 퍼블리싱 업체인 EA, Activision Blizzard, Nintendo, THQ, Ubisoft에서 발매한 게임들 중 게임 평점 상위 10개 게임 타이틀의 연간 평균 평점⁶⁾과 실제 각 업체들이 게임 타이틀 판매를 통해 벌어들인 매출을 비교한 자료를 공개, 게임 평점과 게임 타이틀 판매 실적과의 상관 관계를 간접적으로 보여주어 논란을 한층 더 강화시켰다.

EEDAR이 제공한 자료에 따르면 EA와 THQ에서 지난 3년 동안 발매된 게임 타이틀의 게임 평점은 지난 3년간 타 퍼블리싱 업체보다 더욱 많이 개선되었으나, 동일한 기간의 EA의 영업이익은 -4억 2,700만 달러, THQ의 영업이익은 -3억 8,800만 달러로 두 업체 모두 큰 손실을 입은 것으로 나타났다. 반면에 지난 3년 간 게임 평점 부분에서 하락세를 보인 Activision Blizzard는 EA와 THQ에 비해 적은 영업 손실을 기록한 것으로 나타났고, Nintendo 역시 2008년 게임 평점이 하락했음에도 불구하고, 57억 달러 이상의 영업이익을 얻은 것으로 조사되었다.

(Figure 2) 주요 퍼블리싱 업체별 지난 3년간 게임 평점 평균 및 매출/영업이익 현황



자료: EEDAR

6) EEDAR의 리뷰를 통해 매겨진 평점에 기반함

특히 EA는 조사 대상 업체 중 게임 평점이 높은 측에 속했음에도 영업 손실이 가장 큰 것으로 드러나 게임 평점이 게임 타이틀 성공에 절대적인 기준이 아님을 직접적으로 보여주었다. EA에 비해 낮은 평점을 기록한 Ubisoft 역시 지난 3년 간 영업이익 1억 7,700만 달러를 달성하며 견실한 실적을 올려, 게임 평점과 실적 간 괴리가 존재함을 보여주었다.

4. 평점과 판매실적 간 괴리가 발생하는 요인 분석

4.1 하드코어 중심의 현행 게임 리뷰 시스템

이 같은 게임 평점과 영업이익 간의 괴리는 현행 게임 리뷰 시스템이 남성 게이머들이 주로 즐기는 하드코어 게임에 편중되어 있기 때문인 것으로 분석된다. Ubisoft의 경우, 약 32%에 달하는 매출을 여성 게이머를 대상으로 하는 캐주얼게임과 웹게임에서 얻고 있어 이들 게임에 대한 평점을 낮게 주는 현행 게임 평점 시스템하에서는 게임 평점이 Ubisoft의 게임 판매 실적에 영향을 미치지 못하는 것이다.

Ubisoft 외에 캐주얼게임 등 가벼운 게임을 많이 퍼블리싱하는 Disney 역시 현행 게임 평점 시스템이 실제 게임의 질적인 부분을 제대로 대변해주지 못한다고 판단하고 있다. Disney Interactive의 부사장인 Graham Hopper는 “현행 게임 평점 시스템의 중심에 있는 Metacritic의 게임 평점 시스템이 하드코어 게임 장르에만 편향되어 있어 캐주얼게임 등 가벼운 게임을 찾는 게이머들에게는 이러한 게임 평점이 전혀 유용하지 않다”며 공개적으로 현행 게임 평점 시스템에 대한 불만을 드러냈다.

4.2 인지도가 낮은 신작 타이틀의 경우 상대적으로 불리한 시스템

판매실적과 평점과의 상관도를 결정하는 또다른 요소로는 게임 IP의 성격인 것으로 분석된다. 인기 시리즈의 후속작이나 영화와 같은 유명 IP에 기반한 게임에 비해, 신작 타이틀의 경우 게임 평점 외에 게이머들의 구매 선택 기준이 없기 때문에 상대적으로 게임 평점이 판매량에 미치는 영향력이 큰 것으로 분석된다. 이 때문에 신규 게임 타이틀을 출시하는 게임 업체들은 좋은 평점이 판매량으로 직결된다는 점에 착안해, 게이머들 사이에 좋은 입소문을 만들어 내기 위해 게임 평점을 둘러싼 다양한 홍보마케팅을 진행하고 있는 상황이다.

4.3 일정의 오차 범위 이하는 의미 없어

마지막으로 게임 평점 간의 근소한 차이는 큰 의미가 없지만, 극단적인 값, 즉 90점 대와 60점 대와의 차이는 극명하다는 분석도 제기되고 있다. 美 투자은행 Wedbush Morgan

Securities의 애널리스트인 Michael Pachter는 일반적인 게임 평점보다는 매우 높거나, 매우 낮은 게임 평점이 게임 타이틀의 성공과 실패에 영향을 줄 수 있다는 분석을 내놓아 극단적인 게임 평점은 게임 판매에 직접적인 영향력을 가진다고 평가한 바 있다.

5. 게임 판매량 예측시 고려해야 할 요인

지금까지의 논의를 정리하면, 하드코어 게임과 신규 창작 IP에 매겨진 극명한 게임평점은 해당 게임의 판매량을 예측하는데 상대적으로 유효한 것으로 판단된다. 특히 신작 게임 타이틀의 경우 높은 게임 평점이 게이머들에게 게임에 대한 기대감을 고양시킬 수 있고, 나아가 기존의 높은 게임 평점을 받은 성공한 게임 타이틀과 동일시 될 수 있는 기회를 얻을 수 있어, 마케팅 수단으로 충분한 가치를 지니고 있다고 볼 수 있다.

그러나 하드코어 게임이며, 신규 창작 IP였던 Sega의 'Mad World'와 Rockstar의 'GTA: Chinatown'이 높은 평점에도 불구하고 저조한 판매 실적을 기록한 점은 이 외에도 판매량을 결정하는 또 다른 요인이 있음을 시사해주고 있다.

5.1 적절한 플랫폼 선정

먼저, 타겟층을 공략할 수 있는 적절한 플랫폼 선정의 문제다. Nintendo DS로 발매된 'GTA: Chinatown'은 DS를 소유한 하드코어 게이머의 시장성이 있다고 판단하고 게임을 출시했다. 그러나 Wii의 62.1%가 PS3와 Xbox 360을 보유하고 있다는 점을 감안하면, DS 소유자 중 하드코어 게이머들의 상당수는 이미 하드코어 게임을 즐기기엔 적합한 PS3, Xbox 360 등을 보유하고 있는 것으로 보인다.

5.2 콘텐츠 수급 상황을 고려한 수요 예측

콘텐츠 소비주기 상의 공백이 없다는 점도 실적 부진의 또 다른 요인으로 꼽히고 있다. 지난 2008년 4월 29일 'Grand Theft Auto IV'가 발매된 데 이어, 1차 확장팩 'Grand Theft Auto IV: The Lost and Damned'가 2009년 2월 17일 출시됐고, 2차 확장팩 'Grand Theft Auto: The Ballad of Gay Tony' 또한 올 10월에 출시될 예정이어서, 사실상 'Grand Theft Auto'를 즐겨하는 게이머들이 즐길만한 콘텐츠가 충분히 공급되고 있는 상황이다. 이러한 상황에서 'GTA: Chinatown'의 출시를 게이머 입장에서는 일종의 공급과잉으로, 일부 하드코어 게이머를 넘어선 상업적인 성공을 거두기 어렵다는 것은 이미 예견될 수 있는 것이었다.

5.3 게이머들의 문화적 관성

한편 게이머들이 오랫동안 반복하면서 쌓아온 문화적 관성 또한 변수가 될 수 있다. Sega의 'Mad World'의 경우, 뛰어난 IP로 Wii를 소유하면서 하드코어 성향을 지닌 게이머를 공략해, Wii를 통해 하드코어 게임을 즐기는 게이머들을 창출하려는 성공법을 시도했지만, 가족이나 친구들과 함께 Wii를 즐기고, 하드코어 게임은 Xbox 360이나 PS3를 통해 즐기는 일종의 문화적 관성을 뒤집기에는 시기상조였던 것으로 분석된다. 물론 이러한 시도가 반복된다 보면, 시장이 창출될 수 있지만 아직까지는 그 시장이 열려가는 과정이며, 그런 점에서 문화적 관성이 새로운 시장 창출에 장애요인으로 작용할 것인지는 면밀히 검토해볼 필요가 있다.

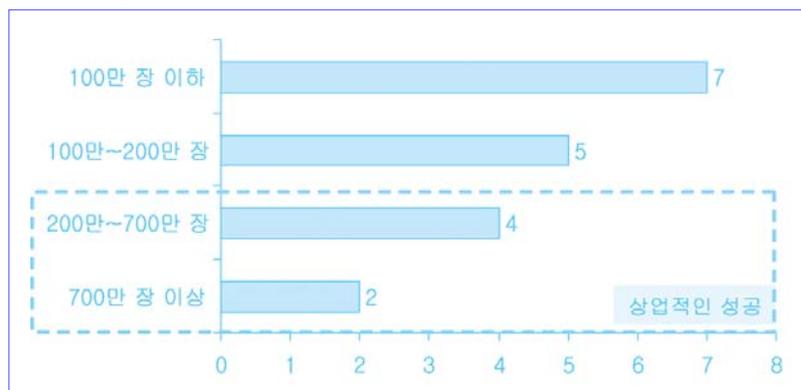
5.4 외부의 경기 상황

마지막으로 외부적인 경기상황 또한 판매 실적에 큰 영향을 미치는 요인이다. EA의 'Mirror's Edge'의 발매 당시 전세계를 강타한 경기 불황의 여파로 인해 게이머들의 게임 구매 패턴이 기존에 잘 알려진 인기 시리즈 IP를 중심으로 보수화되었고, 이로 인해 새로운 시도와 독특한 게임성을 기반으로 주목을 받은 'Mirror's Edge'에 대한 게이머들의 관심 역시 크게 줄어 'Mirror's Edge'의 판매 저조로 이어졌다는 평가다.

6. 적절한 평점 활용 전략 제안

Activision이 지난 2008년 2월에 개최된 2008 DICE Conference에서 발표한 자료에 따르면, 평균적으로 80점 이상의 게임 평점에서 5점이 오를 때마다 게임 타이틀 판매 역시 평균

[Figure 3] Activision의 90점 이상 평점 게임의 판매량 분포



자료: Activision, 2008; 스트라베이스 재구성

적으로 2배 증가하는 것으로 알려졌다. 그러나 2007년과 2008년 2년간 90점 이상 받은 18개의 타이틀 중 200만 장 이상 팔리며 실제로 상업적인 성공을 거둔 게임은 1/3(6개)에 불과한 것으로 나타났으며, 70점 대의 게임이 더 잘 팔리는 경우도 종종 있었다고 Activision은 밝혔다.

Activision의 퍼블리싱 사업부의 EVP인 Robin Kaminsky는 지난 2008년 열린 DICE Conference에서 Activision은 '뛰어난 게임'을 만드는 것이 아니라, '잘 팔리는 뛰어난 게임'을 만든다고 천명한 바 있다. 즉 게임개발 또한 수익을 창출하는 사업활동의 일부이기 때문에 어떻게 하면 많이 팔 수 있을까에 대한 관심은 높을 수밖에 없다. 게임평점은 이러한 판단을 내리는 일종의 바로미터 역할을 해온 것이 사실이다.

그러나 지금까지 살펴봤듯이 게임평점이 '뛰어난 게임'인지를 판단해 줄 수 있을지는 몰라도, '잘 팔릴 게임'인지를 판단하기에는 문제가 많다는 것을 알 수 있다. 이를 보완하기 위해서는 ▲ 게임 자체의 속성(하드코어 게임인지, 신규 IP인지), ▲ 게임 평점의 정도(극단적으로 높거나 낮은지) 뿐만 아니라, ▲ 적절한 플랫폼 선정, ▲ 콘텐츠 수급 상황을 고려한 수요 예측, ▲ 게이머들의 문화적 관성과 이용행태, ▲ 외부적인 경기상황에 따른 구매 패턴의 변화를 다각적으로 고려할 필요가 있다. 이러한 변수들을 상황에 맞게 잘 평가하고, 게임 개발 및 마케팅에 적절히 반영할 수 있는 역량이야말로 게임의 판매량을 결정하는 진정한 기준이라고 할 수 있다.

Reference

1. 'Does game quality translate into better financial performance?', venturebeeat.com, 2009. 5. 29
2. 'DICE '08: Activision, Xemu's Long-Winded Game Industry', [Ramblings](http://Ramblings.com), 2008. 2. 7
3. 'Is Metacritic Damaging the Games Industry?', edge-online.com, 2009. 2. 12
4. 'Initial GTA, MadWorld Sales Numbers Disappointing', gamasutra.com, 2009. 4. 19
5. 'In Depth: Inside Mirror's Edge, Dead Space Sales Weakness', gamasutra.com, 2008. 12. 17
6. 'MadWorld and GTA: Chinatown Wars Sales Disappoint', gamespy.com, 2009. 4. 17
7. 'Mirror's Edge, Dead Space Break 1 Million', shacknews.com, 2009. 2. 3
8. 'Wii's M-Rated Madworld Sells 66,000 in the U.S.', gamasutra.com, 2009. 4. 17
9. '성인용 하드코어 게임, Nintendo의 틈새 시장을 엿보다, 스트라베이스', 2009. 6. 3

중 온라인게임 업체 'Perfect World'의 역량과 성장 가능성에 대한 분석

|| Key Message ||

- MMO 게임 '완미세계'로 국내에도 잘 알려진 Perfect World(완미시공)가 외부 게임 퍼블리싱과 중국 내수시장에 집중하는 여타 경쟁사들과 달리 창사 당시부터 꾸준히 추진해온 자체 개발역량 강화와 적극적인 해외 시장 공략이 본격적인 성과를 보이기 시작하면서 중국 온라인업계의 차기 주인공으로 부상하고 있음
- 이미 Perfect World의 게임 개발역량은 한국의 카운터파트들을 위협할 수준에 이르렀고, 그 해외 매출은 중국 온라인게임 업계를 통틀어 단연 수위를 달리고 있음
- 지난 2004년 출범한 Perfect World는 출범 1년 만에 독자적인 MMO 타이틀 개발에 성공, 이듬해부터 해외 수출에 나섰고 2007년에는 중국 온라인게임 업계 세 번째로 NASDAQ 상장을 실현하며 글로벌 플레이어로서의 성장 여지를 넓혔음

1. Introduction

중국의 온라인게임 개발사 겸 퍼블리셔인 Perfect World가 세간의 주목을 끌고 있다. 전문가들 사이에서는 Shanda, Tencent, NetEase 3社를 중심으로 전개돼온 중국 온라인게임 시장의 새로운 거대 변수로 Perfect World를 지목하는 목소리도 드물지 않게 들려온다.

Perfect World에 대한 이 같은 낙관론은 특정 기간의 영업실적이나 연간 성장률 같은 산술적 성과 이상의 의미를 담고 있다. 급속한 사용자 확대를 배경으로 지난 수 년간 전체적인 급성장을 거듭해온 중국 온라인게임 시장에서 단순히 실적 호조만으로 특정 플레이어의 미래를 점치기는 무리가 있기 때문이다. 오히려 투자은행을 비롯한 업계 전문가 집단이 주목하는 것은 Perfect World가 지니고 있는 회사 자체의 차별성이며, 이는 다시 '탄탄한 자체 개발력에 기반한 지속적인 게임 라인업 확충'과 '글로벌 시장으로의 적극적인 영역 확대'로 세분된다.

2. Perfect World, 미래 성장의 핵심 기반은 ‘자체 개발력’

2.1 ‘완미세계로’ 기존 中 온라인게임에 대한 통념 수정

Perfect World가 출범한 2004년만 해도 중국 온라인게임 업계의 최대 화두는 자체 타이틀 개발이 아닌 외산 게임 퍼블리싱이었다. 브로드밴드 인프라 확산을 배경으로 온라인게임에 대한 수요가 급증 일로이던 당시로서는 ‘이미 완성된 타이틀’을 수입해 출시하는 편이 시장 선점에 유리했기 때문이다. 소비자 대다수가 온라인게임이라는 신종 상품에 목말라 있던 상황에서 굳이 ‘중국 정서에 맞는 게임’을 개발하기 위해 시간과 비용의 부담을 감수하려는 사업자는 많지 않았고, 설령 있다 해도 개발력의 한계로 인해 외산 게임과의 정면 경쟁에서 성과를 거두기란 매우 어려운 일이었다.

그러나 Perfect World는 업계 전반의 이 같은 분위기 속에서도 자체 기술 강화에 역점을 뒀고 결국 출범 2년이 채 지나기도 전에 자사 첫 MMO 타이틀인 ‘Perfect World’를 출시하는데 성공했다. 후일 국내에 ‘완미세계’라는 명칭으로 소개된 이 게임은 외산 게임의 조악한 짝퉁이라는 평가를 면치 못했던 당시의 일반적인 중국산 온라인게임과는 여러모로 차별적이었고, 캐릭터 외형설정의 자유도나 디테일 측면에서는 오히려 ‘World of Warcraft’ 같은 외국의 인기 게임을 능가하는 모습까지 보여줬다.

(Figure 1) ‘완미세계’의 캐릭터 외모설정 화면



자료원: 넷마블 ‘완미세계’ 공식 웹사이트

더욱 주목할 만한 부분은 '완미세계'의 섬세하면서도 방대한 3D 세상이 개발사의 자체 엔진인 'Angelica 3D'를 기반으로 제작됐다는 점이다.¹⁾ 캐릭터 치아까지 표현하는 정교한 그래픽을 이처럼 고유 기술로 구현할 수 있는 게임업체는 한국을 비롯한 온라인게임 선진국에서조차 매우 드물었고 지금도 여전히 극소수에 불과하다. 비록 '완미세계' 역시 독창성 측면에서는 'World of Warcraft'와 '리니지' 등을 섞은 짜집기 게임으로 비판을 받은 게 사실이나, 이런 식의 혹평으로부터 완전히 자유로울 수 없기는 역대 출시된 거의 모든 게임이 일정 부분 마찬가지다.

2.2 자체 개발 타이틀로 게임 라인업 확대

첫 MMO 타이틀로 단번에 중국 온라인게임 시장의 다크호스로 부상한 Perfect World는 이후에도 다양한 장르에 걸쳐 지속적으로 라인업을 확대해 2009년 9월 기준으로 자체 타이틀로만 8종의 게임을 서비스하고 있다. 특히 제작년 봄 출시된 'Zhu Xian'은 오픈베타 서비스 당시 최고 동시접속자 수가 무려 40만 명에 달했고 작년 3분기 평균 동시접속자 집계에서도 29만 5,000명을 기록하며 중국 내 온라인게임 인기 순위 6위에 오르는 등 높은 호응을 얻은 성공작으로 평가된다.²⁾

아울러 주목할 부분은 창사 이후 한동안 3D 그래픽 기반의 MMO 게임에 치중해온 Perfect World가 캐주얼게임과 기타 저사양 게임으로도 영역을 넓히고 있다는 점이다. 첫 캐주얼게임 타이틀 'Hot Dance Party'는 다양한 음악을 갖춘 댄스 게임에 일부 커뮤니티 요소(게임 내 가족 설정 등)를 접목하고 가상펫 키우기와 캐릭터 성형수술까지 지원해 아기자기한 게임을 선호하는 비 하드코어 게이머들을 겨냥하고 있다. 또 최근 출시된 'Battle of the Immortal'은 Perfect World의 자체 게임엔진인 'Cube'를 기반으로 제작된 2.5D 게임이라는 점에서 저사양 PC 사용자를 겨냥하기에 유리하고 실제로도 Perfect World의 역대 게임 가운데 'Zhu Xian' 다음으로 많은 사용자를 동원하고 있다.

2009년 9월 현재 Perfect World는 자체 타이틀 6종을 합해 총 7종의 신작을 준비하고 있으며 그 중에는 순수 2D 그래픽 기반의 무협게임도 포함된 것으로 전해진다. 아울러 회사 측은 작년 출시한 게임들의 저조한 성적을 거울 삼아 종전 6~9개월이었던 게임 개발기간을 9~12개월로 늘려 퀄리티 확보에 주력할 계획이다.

- 1) 전신격 회사인 '조롱스튜디오'까지 합하면 Perfect World의 게임 개발 역사는 '완미세계' 개발 당시에 이미 10년에 가까웠다. 전체 직원 600여 명 가운데 17%가 석사/박사 학위 소지자일 만큼 인력기반이 우수했던 점도 '완미세계'의 성공에 일조한 요소임
- 2) 'Zhu Xian'은 동명의 인기 인터넷 소설을 원작으로 제작된 판타지 무협 MMO 게임

〈Table 1〉 Perfect World의 게임 출시 연혁

출시 시점	게임명	장르	구분
2009년 4월	Battle of the Immortals	MMORPG	2.5D
2008년 10월	Pocketpet Journey West	MMORPG	3D
2008년 3월	Hot Dance Party	캐주얼	3D
2008년 1월	Chi Bi	MMORPG	3D
2007년 5월	Zhu Xian	MMORPG	3D
2006년 11월	Perfect World II	MMORPG	3D
2006년 9월	Legend of Martial Arts	MMORPG	3D
2006년 1월	Perfect World	MMORPG	3D

자료원: Perfect World, 스트라베이스 재구성

2.3 외산 게임에 매출 의존 않는 안정적 수익구조 가능

Perfect World가 자체 타이틀 개발에 주력함으로써 얻게 된 가장 큰 이점은 수익구조 측면에서의 상대적 안정성이다. 중국 온라인게임 시장의 기존 플레이어들은 성장 초기부터 외산 게임, 그것도 일부 인기 타이틀에 매출의 대부분을 의존하는 구조적 취약성을 안고 있었고 지금도 그런 양상에서 완전히 벗어나지는 못한 형편이다.

외산 게임에 대한 매출 의존도가 높을 경우의 위험성은 The9의 'WoW' 판권 상실 사례에서 여실히 드러난다. The9은 해당 개발사인 Blizzard와의 재계약 불발로 매출의 90% 이상을 차지해온 'WoW'를 지난 6월 돌연 잃게 됐고, 그 여파는 전년동기대비 37%, 전분기대비 32% 각각 급락한 2/4분기 실적에 고스란히 반영됐다. 현재 The9은 홍보직원 일부를 급료 체납 상태로 해고할 만큼 심각한 경영난에 처한 것으로 파악되며 향후에도 한동안 부진의 늪을 벗어나기 어려울 전망이다.

물론 판권 이동에 따른 위험부담이 큰 온라인게임의 속성을 감안하면 The9과 Blizzard 사이의 극단적 불화는 다소 예외적인 경우에 해당한다고도 볼 수 있다. 그러나 'WoW'처럼 사용자 동원력이 큰大作 게임의 경우에는 개발사와 퍼블리셔 사이에 사실상 '갑'과 '을'의 관계가 형성되게 마련이며, 이는 결국 퍼블리셔에게 상시적 불안요소로 작용하게 된다.

2.4 中 정부의 자국 게임 산업 보호정책으로 인한 반사이익 기대

Perfect World와 관련해 예상할 수 있는 또 하나의 낙관 근거는 외산 온라인게임에 대한

중국 정부의 규제 강화다. 경쟁사들의 해외 타이틀 수입에 제동이 걸릴수록 Perfect World 입장에서는 일종의 반사이익을 기대할 수 있는 것이다.

사실 중국은 해외 개발사의 현지 직접 서비스가 법으로 금지돼 있고 게임 관련 규제구조마저 복잡해 외산 게임의 입성이 종전부터 결코 쉽지 않은 시장이었다. 개별 게임의 판호 발급은 신문출판총서가, 운영 관련 라이선스는 문화부가 각각 담당하는 식의 심의 체계가 '문화적으로 이질적인 해외 게임'에 유리할 까닭은 단 하나도 없기 때문이다. 게다가 이미 정부 심의를 통과한 게임이라도 중국 현지 퍼블리셔가 바뀔 경우에는 처음부터 심의를 다시 받아야 하며, 그 과정에서 해당 개발사와 기존 로컬 퍼블리셔 사이에 법적 분쟁이 발생하게 되면 재판이 끝날 때까지 심의 판호 발급 자체가 불가능해진다. 中 온라인게임 시장 3위 사업자 NetEase가 'WoW' 판권을 지난 6월 취득하고도 9월에야 간신히 정식 서비스를 개시할 수 있었던 것은 바로 이런 이유에서다.

그럼에도 불구하고 해외 게임에 대한 中 정부의 경계심은 최근 들어 더욱 노골화되고 있다. 단적으로 지난 9월 초 보도된 신문출판총서의 신규 규제안에 따르면 앞으로 모든 외산 온라인게임은 당국의 판호를 받기 전까지 어떠한 형태의 사전 홍보도 동원할 수 없게 된다. 실질적인 광고는 물론이고 CBT(closed beta test) 형식의 제한적인 홍보기회마저 원천적으로 봉쇄된 셈이다.

3. 중국 내외에서의 선전 양상 뚜렷

3.1 게임 라인업 다각화에 힘입어 시점 점유율 상승

Perfect World의 차제개발 게임 확충은 실질적인 매출 상승과 시장 점유율 확대에 귀결되고 있다. NASDAQ 상장 첫해인 지난 2007년 한 해 동안 Perfect World는 6억 8,900만 위안의 매출을 올려 전년대비 600%에 가까운 성장세를 나타냈고 작년에는 다시 두 배 이상 증가한 14억 3,700만 달러의 매출을 거뒀다. 이 같은 성장세는 지난 2/4분기에도 이어져 해당 3개월 동안에만 전년동기대비 56%(전분기대비 23%) 증가한 5억 2,100만 위안의 매출을 올렸는데, 이런 추세라면 올해에도 40% 후반대의 성장세가 무난하다는 것이 전문가들의 관측이다. Perfect World의 연매출 기준 중국 온라인게임 시장 점유율은 2006년 1%에서 2008년 6%로 불과 2년 만에 5%p 올라 Changyou에 이어 두 번째로 큰 상승폭을 나타내고 있다.

〈Table 2〉 Perfect World의 연간 실적 추이

항목(단위: 백만 Rmb)	2007	2008	2009E	2010E	2011E
Online game operation	616	1,251	1,918	2,554	3,206
Overseas licensing	73	186	188	230	263
Total revenues	689	1,437	2,109	2,784	3,469
% change Y/Y(Q/Q for Quarterly)	593%	109%	47%	32%	25%
Gross profits	570	1,262	1,840	2,404	2,848
Gross margin(%)	83%	88%	87%	86%	82%
% change Y/Y(Q/Q for Quarterly)	662%	121%	46%	31%	18%
Sales and marketing	(130)	(254)	(293)	(397)	(505)
General and administrative	(36)	(102)	(152)	(193)	(262)
Research and development	(54)	(228)	(265)	(342)	(409)
Operating profits	350	677	1,130	1,473	1,670
Operating margin(%)	51%	47%	54%	53%	48%
% change Y/Y(Q/Q for Quarterly)		93%	67%	30%	13%
Interest income/(expense)	25	35	15	24	38
Others	(2)	(13)	(0)	0	0
Pretax profits	374	700	1,145	1,497	1,709
Income tax	(12)	(53)	(90)	(213)	(243)
Net profits	362	646	1,055	1,284	1,466
Net profit margin(%)	53%	45%	50%	46%	42%
% change Y/Y(Q/Q for Quarterly)		79%	63%	22%	14%

자료원: Perfect World 공식자료 및 Morgan Stanley 예상치

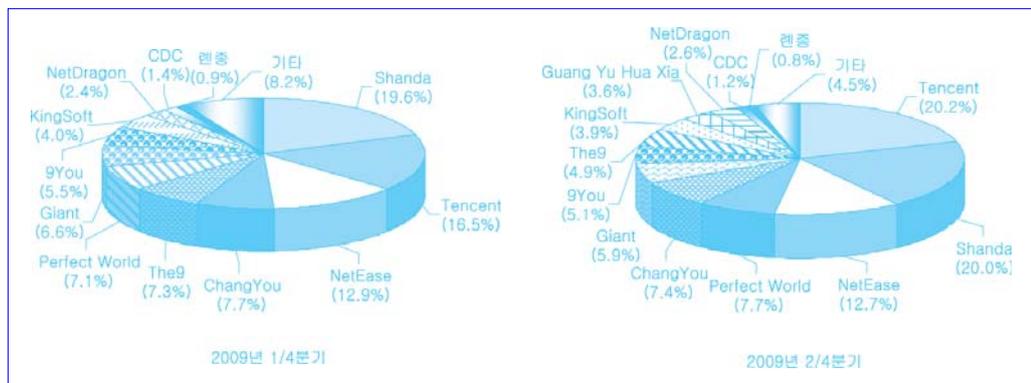
〈Table 3〉 연매출 기준 Perfect World의 중국 온라인게임 시장 점유율 추이

사업자	중국 온라인 게임 주요 사업자별 시장 점유율 추이			
	2006	2007	2008	'08 vs. '06
Changyou	1%	3%	7%	+6ppts
Perfect World	1%	5%	6%	+5ppts
Tencent	8%	6%	11%	+3ppts
Giant	5%	12%	8%	+3ppts
Shanda	20%	19%	17%	-3ppts
NetEase	24%	15%	13%	-11ppts

자료원: 각사 공식자료, Morgan Stanley에서 재인용

Perfect World 입장에서 매출 성장 이상으로 고무적인 것은 'Battle of Immortal'과 기타 확장팩 출시에 힘입어 2/4분기 실질유료사용자 수가 전분기 대비 28%(전년동기대비 23%) 가량 증가한 187만 7,000명에 달했다는 점이다. 이로써 Perfect World는 전분기 대비 5% 가량 유료사용자가 감소했던 지난 1/4분기의 부진³⁾을 완전히 상쇄하며 시장의 기대를 환기했고 분기별 중국 온라인게임 시장 점유율 순위에서도 The9과 ChangYou를 제치고 4위 탈환에 성공했다.

(Figure 2) Perfect World의 중국 온라인게임 시장 점유율 추이



자료원: Analysys International

단, 10개 분기 연속으로 증가 일로를 구가하던 실질유료사용자 1인당 평균매출(ARPU)⁴⁾이 지난 2/4분기에는 237위안으로 전분기대비 3% 가량 감소한 점은 투자자들의 우려를 살 만한 대목이다. 그러나 이 같은 소폭 감소에도 불구하고 Perfect World의 ARPU는 Giant의 290위안에 이어 중국 온라인게임 업계 2위 수준이며 Shnda에 비해서는 무려 두 배 가량 높은 수치다. 게다가 저지출 신규 게이머의 유입으로 인해 ARPU에 일시적인 희석효과가 발생한 것을 감안하면 장기적으로는 오히려 낙관의 여지도 없지 않은 셈이다.

3.2 해외로의 시장 확대, Perfect World의 또 다른 성장 동력

Perfect World가 중국 온라인게임 사업자로는 드물게 해외 진출에 적극적이라는 것은 이미 국내에도 잘 알려진 사실이다. 그 시작을 알린 'Perfect World II'는 전작의 인터네셔널 버전으로 기획돼 대만, 홍콩, 마카오, 일본, 베트남, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 태국, 브라

3) 지난 1/4분기의 유료 사용자 감소는 작년 10월 출시된 'PocketPet Journey West'의 부진 탓이 큰 것으로 분석됨

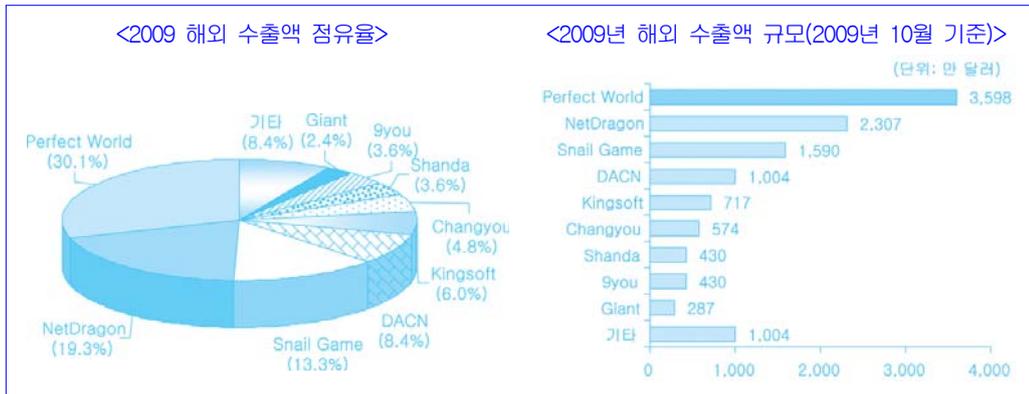
4) Perfect World의 ARPU는 지난 1/4분기에 244위안을 기록, 35위안이던 2006년 3/4분기에 비해 6~7배 가량 증가함

Regional Outlook

질, 인도네시아, 러시아, 유럽 등 세계각지에 출시됐고, 국내에도 CJ 인터넷을 통해 '완미세계'라는 이름으로 수입(2007년)돼 중국온라인게임에 대한 재평가를 촉발했다.

Perfect World의 적극적인 해외진출 기조는 'Legend of Martial Arts', 'Zhu Xian', 'Chi Bi' 등 후속작에도 그대로 적용돼 '중국 온라인게임의 해외 역습'을 하나의 트렌드로 굳히게 된다. 이처럼 공격적인 시장 확대에 힘입어 Perfect World는 중국 온라인게임 업계를 통틀어 가장 많은 해외 매출을 올리고 있으며 그 규모는 작년 한 해에만 1억 8,600만 위안을 상회해 10% 이상의 매출 기여도를 나타내고 있다. 전문가 일각에서는 작년 3/4분기 설립된 Perfect World의 미국법인만으로도 2015년경에는 회사 전체 매출의 10% 가량이 발생할 것이라는 전망까지 제기되고 있다.

[Figure 3] Perfect World의 해외 수출액 점유율 및 규모



자료원: iResearch, 2009, 11; 스트라베이스, 2009

4. 소재 부족 등 나름의 난제 극복이 관건

전체 시장의 절반을 기존 3대 사업자가 독식해온 중국 온라인게임 업계의 지형구조 속에서 Perfect World가 거둔 선전은 그 의미가 결코 적지 않다. 단순히 외산 게임 수입에만 의존하는 방식으로는 급속하게 성숙기로 접어들고 있는 현지 게임 시장의 변화와 날로 높아지는 소비자 눈높이에 대응하기가 사실상 불가능하기 때문이다. 기존 메이저 사업자인 Shanda 등이 자체 펀드를 통해 유망 중소 개발사를 적극 육성하기 시작한 것도 그러한 깨달음의 발로라 하겠다.

그러나 일각에서는 Perfect World가 명실상부한 글로벌 퍼블리셔로 거듭나기 위해서는 무협 판타지나 서유기 같은 소재로 한정된 중국 게임 특유의 전형성을 벗어나야 한다는 지적도

제기되고 있다. 전세계 시장에 고루 어필할 수 있는 세계관과 스토리를 확보하지 못한 상태에서 개발력만으로 승부하기에는 한계가 있는 것이 온라인게임 시장의 특성이기 때문이다.

기존의 매출 성장을 견인해온 부분유료화 BM의 잠재적 위험성 역시 Perfect World 입장에서는 유의해야 할 부분이다. 물론 중국 온라인게임 시장이 2005년 부분유료화 BM 도입 이후 괄목할 만한 성장세를 구가해온 것은 부정할 수 없는 사실이나, 끊임없이 유료 결제의 유혹을 받아야 하는 소비자 입장에서는 오히려 기존 정액제 BM으로의 회귀가 나올 수도 있는 탓이다. 더구나 최근에는 게임 내 화폐와 각종 사행성 아이템에 대한 중국 정부의 규제가 강화되는 양상이고 향후 그 범위가 더욱 넓어질 가능성도 배제할 수 없는 만큼, 수익모델 다각화는 Perfect World를 비롯한 중국 온라인게임 사업자 모두의 현실적인 과제로 이미 부상하고 있다.

Reference

1. 'Asian Daily(Perfect World)', Credit Suisse, 2009. 8. 28
2. 'China Online Game Sector-Game Compass 2009', Credit Suisse, 2009. 8. 28
3. 'Detailed Research Report-Perfect World CO LTD(PWRD)', ValuEngine, 2009. 9. 2
4. 'In-depth: China's Burgeoning Game Industry, Audiences', Gamasutra, 2009. 9. 11
5. 'Morgan Stanley Research-Perfect World', Morgan Stanley, 2009. 8. 11
6. 'Online game sector', KGI, 2009. 8. 26
7. 'Perfect World Announces Recent Business Development', PR Newswire, 2009. 9. 25
8. 'Perfect World Entertainment Opens New Server for Jade Dynasty', ign.com, 2009. 9. 18
9. 'Perfect World launches 'Pocketpet Journey West' in Taiwan', Antara News, 2009. 9. 3
10. '중국 온라인게임 시장, 부분유료화 BM의 입지 약화 조짐 나타나', 스트라베이스, 2009. 8. 28
11. '中 정부가 주도하는 온라인게임 가상화폐 규제안의 배경과 내용', 스트라베이스, 2009. 7. 29

남아프리카 게임 시장 현황

|| Key Message ||

- 아프리카 대륙 최남단의 남아프리카공화국이 게임업계의 또 다른 신흥시장이자 잠재적 생산기지로 주목을 받기 시작했다
- 남아공 게임시장 규모는 작년 기준 3,600만 달러로 4년 새 두 배 가량 성장했고, 게임과 밀접한 관계에 있는 broadband 보급률 역시 같은 기간 0.4%에서 7.3%로 급성장했음
- 플랫폼별로는 콘솔게임이 남아공 게임시장의 대부분을 차지하고 있으나, 그 비중은 모바일게임과 온라인게임의 성장을 배경으로 2013년경에는 50% 수준까지 떨어질 전망
- 남아공에는 주요 콘솔벤더 3사를 비롯해 EA, THQ, Codemasters 등 다수의 게임업체가 진출해 있으며, 올해 말과 내년을 기점으로 해외 온라인게임의 진입도 잇따를 전망
- 남아공은 영어를 공용어로 채택하고 있다는 점에서 게임 현지화 및 생산기지 구축에 이점을 갖고 있으나 소비자 대다수가 고사양 게임 플랫폼과는 거리가 멀고 인터넷을 자유롭게 이용할 수도 없는 등 나름의 특수성도 지니고 있음

1. 남아공 게임시장의 현황과 전망

남아프리카공화국이 게임업계의 잠재적 신흥시장이자 또 하나의 생산기지 후보로 거론되고 있다. 현지 소비자들의 수요 한계와 선진 시장으로부터의 지리적 격리성으로 인해 거의 주목을 받지 못했던 아프리카 최남단의 고립된 시장이 마침내 글로벌 게임산업의 새로운 대안으로 부상하기 시작한 것이다. 사실 남아공의 오늘은 아프리카 대륙에 대한 일반적인 통념과는 거리가 있고, 그 게임시장 역시 외부 세계의 짐작에 비해서는 발전 속도가 빠른 편이다.

1.1 시장 규모 및 플랫폼별 성장 추이

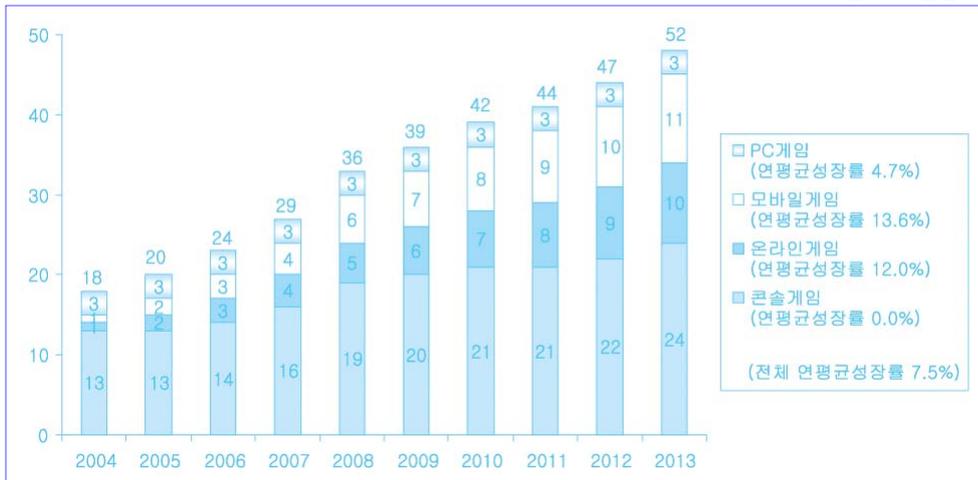
남아공 게임시장에서 우선 눈에 띄는 부분은 콘솔게임의 시장 비중이 매우 높다는 점이다.

시장조사업체 PWC에 따르면 남아공 현지 게임시장의 규모는 작년 기준 3,600만 달러로 불과 4년 새 두 배 가량 늘었고 그가운데 절반 이상인 1,900만 달러를 콘솔게임이 차지했다. 비록 그 시장점유율이 갈수록 떨어지고 있는 것은 사실이지만 남아공 게임시장의 콘솔 주도형 구도가 향후 수 년 내에 급속히 재편되기는 어렵다는 게 전문가들의 관측이다.

남아공 게임시장의 이 같은 양상은 중국 등 여느 개발도상국에서 콘솔게임기가 비주류를 면치 못하고 있는 것과는 대조적인 부분이자 아직 게임 인구가 많지 않은 현지 상황의 단적인 반영이기도 하다. 실상 남아공의 1인당 국민소득은 2008년 기준 5,820 달러로 멕시코나 러시아의 60%에 불과하다. Xbox 360 등의 현지 가격이 환율과 관세로 인해 북미나 유럽보다 오히려 높은 것을 감안하면 콘솔게임기의 대중화가 사실상 불가능한 조건이다.

[Figure 1] 남아공 게임시장의 성장 추이 및 플랫폼별 점유율

(단위: 백만달러)



자료원: PricewaterhouseCoopers

따라서 콘솔용 타이틀의 시장 비중이 절대적으로 높았던 2004년까지만 해도 남아공의 게이머 기반은 백인계와 아시아계 중심의 고소득층으로 상당 부분 한정돼 있었던 셈이다. 이 나라의 콘솔게임 시장이 남미나 아시아의 카운터파트에 비해 불법복제의 폐해로부터 비교적 안전했던 것도 게임기 사용자 층 자체가 경제적 여력이 있는 소수의 소비자를 중심으로 형성됐던 배경과 무관치 않다.

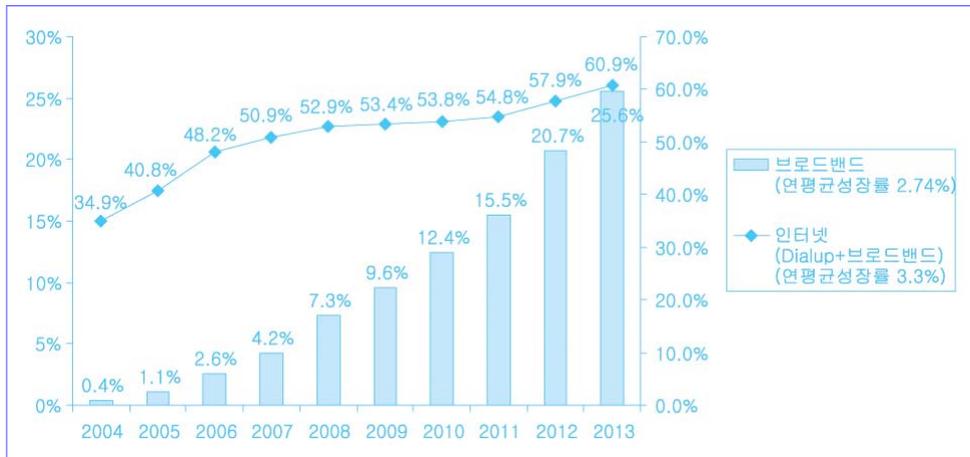
또 이런 맥락에서, 모바일게임과 온라인게임이 남아공 게임시장의 전체적 성장에 일조하기 시작한 최근 수 년의 변화는 단순한 '파이 확대' 이상의 의미를 갖게 된다. 휴대단말과 PC로 대표되는 해당 단말들의 낮은 접근장벽을 감안하면 이는 결국 남아공의 게이머 저변이 중

Regional Outlook

산층 이하로까지 넓어지고 있음을 시사하는 대목이기 때문이다. 특히 휴대단말의 경우, 전기 조차 들어오지 않는 남아공 오지의 주민들에게까지 이미 널리 보급¹⁾됐고 관련 네트워크의 커버리지도 유선 브로드밴드와는 비교도 안 될 만큼 넓은 편이어서 현지 모바일게임의 성장 전망을 더욱 밝히고 있다.

물론 온라인게임의 경우는 PC 보급 확대와 고속 인터넷망 확산이 동시에 전제돼야 한다는 점에서 요건이 다소 까다로운 편이며, 따라서 그 성장세도 향후 한동안 하야네스버그 등 일부 대도시에서 국한될 수밖에 없을 전망이다. 그러나 지역별 편중을 감안하더라도 2004년 0.4%에 불과하던 남아공의 브로드밴드 보급률이 불과 4년 만에 7.3%로 거의 20배 가량 급증한 것은 게임관련업계 입장에서 분명 고무적인 변화이고, 이런 추세가 인터넷 요금 하락과 함께 지속된다면 온라인게임에 대한 소비자 수요도 늘어날 것이 자명하다. 비록 휴대단말만큼 대중적이지는 않더라도 PC 역시 콘솔게임기에 비해서는 ‘구하기 쉬운 플랫폼²⁾’이기 때문이다.

(Figure 2) 남아공의 인터넷 보급률 추이



자료원: PricewaterhouseCoopers

- 1) 휴대단말은 남아공 국민들의 일상에 없어서는 안 될 필수품으로 이미 자리를 잡은 상태임. 비록 현재 보급된 단말의 대다수는 저사양 저가형 기종이지만 그 용도 범위는 각종 SMS 기반 서비스를 통해 선진국의 PDA에 필적할 정도로 확장돼 있음
- 2) PC는 중고부품으로 저렴하게 조립할 수 있고 부분적 업그레이드도 가능해 한 번에 큰 지출을 요하는 콘솔게임기에 비해서는 부담이 적고 상대적으로 남아공 내 보급률도 높은 편임

1.2 주요 게임업체의 남아공 진출 현황

남아공 게임시장에 진출한 해외 주요 업체로는 우선 Microsoft, Sony, Nintendo 같은 콘솔벤더들을 꼽을 수 있다. 콘솔게임을 중심으로 비교적 안정적인 게임시장이 형성된 현지의 분위기에 비춰 사실상 당연한 귀결이다.

우선 Nintendo의 경우는 기존 유통 파트너였던 Panasonic 산하 Futronic과의 계약갱신이 불발되면서 2007년 하반기까지 거의 일년 가량 신제품을 내지 못했다. 그러나 이후 현지 사업자 Core Group과의 제휴를 통해 시장 재진입에 성공했고, 2008년 2월 출시한 DSL로 발매 한 달 사이에만 2만 대의 판매고를 올리는 등 여성 등으로의 게임 소비층 확대에도 어느 정도 성과를 거두고 있다. 오는 연말 시즌을 겨냥해 블랙 케이스를 적용한 Wii 신상품을 준비 중이다.

한편 MS는 Toys R Us, Reggies 등 남아공 유명 유통업체들이 Xbox 360 게임 판매를 중단할 것이라는 루머에 휩싸여 작년 봄 한때 다소 불안한 모습을 비치기도 했으나 적어도 지금까지는 현지 시장 3대 콘솔 경쟁에서 선두를 점하고 있는 것으로 평가된다. 물론 MS 입장에서 Xbox 360은 남아공 공략 청사진의 일부일 뿐이고, 실제로 현지 공식 웹사이트에는 게임부터 기업용 솔루션에 이르기까지 다양한 상품이 남아공 공용어인 영어로 안내돼 있다.

끝으로 Sony 역시 남아공 게임시장의 Big3 중 하나를 차지하기에는 무리가 없는 모습이다. 그 나름의 우여곡절로는 2007년 PS3 출시 당시 '수량이 한정돼 있으니 서두르지 않으면 좋지 못한 일을 겪을 수도 있습니다'는 내용의 광고카피를 동원하려다 남아공 정부와 마찰을 빚은 일을 꼽을 수 있다. 그러나 콘솔 수요 자체가 적은 남아공에서 신규 모델 구매를 위해 소비자간의 물리적 쟁탈전이 벌어질 가능성은 거의 없다는 게 현지 소비자들의 반응이었고 실제로도 그 예상은 적중했다.

또 게임 SW 분야에서는 EA, Codemasters, THQ 등 다수의 업체가 이미 남아공 시장에 진출한 상태이며, 올해 말과내년 초를 기점으로 주요 온라인게임³⁾의 현지 입성도 속속 이어질 전망이다. 외산 온라인게임 수입을 검토하고 있거나 이미 확정된 현지 사업자로는 아프리카 대륙 유일의 게임박람회 'rAge Expo'를 주최하는 것으로 유명한 Tide Media와 남아공 ISP 사업자 Web Africa 등을 꼽을 수 있다.

3) 아직 남아공에 정식 진출한 온라인게임은 없는 실정이나 현지 게이머 일부는 이미 해외 서버나 사설서버를 통해 온라인게임을 즐기고 있음. Blizzard Entertainment에 따르면 지난 5월 기준으로 미국이나 유럽 서버에 접속해 'WoW'를 즐기는 남아공 이용자 수는 5,000~7,000명 가량인 것으로 파악되며 사설서버 이용자까지 포함하면 그 수는 2만 명에 이를 것으로 추정됨.

2. 남아공 게임개발의 역사와 현황

2.1 20년 남짓의 짧은 역사... 잠재력은 이미 입증

남아공의 게임 개발은 아직 규모나 성과 면에서 큰 주목을 받지 못하고 있는 형편이다. 그러나 상대적으로 열악한 제반 여건 속에서도 게임에 뜻을 둔 현지 개발자들의 자생적인 시도는 꾸준히 진행돼왔고, 그 결과물 중 일부는 어느 정도의 상업적 성공을 거두기도 했다.

게임 개발을 하나의 산업으로 남아공에 싹 틔운 주역은 1996년 출범한 현지 최초의 개발사 Celestial이다. 그 창업자인 Travis Bulford는 유년기에 PC를 접하면서 게임 개발을 꿈꾸기 시작했고 1994년에는 실제로 개발팀을 꾸리는 데 성공, 1년 반의 작업기간을 거쳐 Celestial의 첫 타이틀인 'Toxic Bunny'를 선보이게 된다. '어차피 돈 쓸 일도 많지 않은 젊은 시절이었기에 마지막 6개월간은 개발에만 거의 몰두할 수 있었다'는 것이 그의 회고다. 횡스크롤 방식으로 진행되는 'Toxic Bunny'는 당시로서는 기록적인 성공을 거뒀고 세계 각국 언어로 번역돼 총 15만 장 이상이 판매됐다.

(Figure 3) 남아공 첫 게임 타이틀인 Celestial의 'Toxic Bunny'



자료원: Gamasutra

'Toxic Bunny'는 남아공 젊은이들이 게임 개발을 하나의 실질적인 진로로 인식하기 시작한 계기로도 작용했다. 비록 Celestial의 역사는 2001년을 끝으로 막을 내렸지만,⁴⁾ 막연하기만

4) Celestial은 두 번째 타이틀인 'The Tainted'로(2000년) 판타지 RPG 장르에 도전했으나 'Toxic Bunny'만

했던 남아공의 상용 게임 개발에 초석을 놓은 것만으로도 그들의 시도가 평가 받을 여지는 충분하다.

90년대 후반부터는 또 다른 신생 개발사 I-Imagine이 Celestial의 바통을 이어 받았다. 그 창업을 주도한 Dan Wagner는 캐나다 유학 당시 학교에서 맺은 인맥을 바탕으로 Luke Lamothe 등 핵심 멤버를 규합해 투자 유치에 성공했고, 결국 모국 귀환 2년 뒤인 2001년에 첫 타이틀 'Chase: Hollywood Stunt Driver'를 출시하게 된다.

[Figure 4] I-Imagine의 첫 타이틀 'Chase: Hollywood Stunt Driver'



자료원: Gamasutra

I-Imagine은 창업 이후 한동안 활발한 활동을 계속하며 Celestial과 함께 남아공 게임업계의 쌍두마차로 기능했다. 현지 최초의 게임잡지 'New Age Gaming'이 창간되고 게임개발 커뮤니티 'SAGameDev'가 출범해 남아공 게임인력의 산실로 기능하기 시작한 것도 그 즈음의 일이다. I-Imagine의 'Chase'는 남아공 게임 최초로 E3에 출품돼 화제를 모았고 2002년에는 Xbox 플랫폼에 출시돼 다시 한 번 주목을 끌었다. Microsoft 영세개발사 지원 프로그램 (Xbox Incubator)의 첫 대상자로 선정돼 아프리카 업체 중 콘솔게임 개발사로는 첫 '공인'을

꿈의 호평을 얻지 못했고, 결국 Twilyt Productions로 사명을 개칭했다가 2001년 문을 닫았음. 세 번째 타이틀로 기획됐던 전략게임 'ZuluWar'는 남아공 원주민 부족의 저항과 투쟁을 다룬 참신한 소재로 관심을 끌었으나 개발 중단으로 빛을 보지 못했다.

Regional Outlook

받은 것도 바로 I-Imagine이다. 비록 2007년 'Final Armada' 출시 이후로는 뚜렷한 이슈를 만들어내지 못했고 한때 폐업설에까지 휩싸일 정도로 어려움을 겪기도 했으나 I-Imagine의 차기작 개발은 여전히 계속되고 있다는 게 현지 업계의 전언이다.

Celestial과 I-Imagine 이후로 남아공의 게임 개발사가 글로벌 무대에서 뚜렷이 두각을 나타낸 사례는 찾아보기 어렵다. 그러나 Luma Arcade를 비롯한 소수의 개발사들이 제2의 'Toxic Bunny'를 만들어내기 위해 매진하고 있는 것은 분명한 사실이며, SAGameDev 출신 프로그래머 Jacques Krige는 투자유치용 데모버전으로 서구권 유명업체에 필적하는 기술력을 선보여 남아공 커뮤니티의 잠재력을 대변하기도 했다.

끝으로 남아공 게임업계와 관련해 빼놓을 수 없는 부분은 아프리카의 E3 행사로 불리는 종합 게임박람회 'rAge Expo'의 존재다. 2003년 처음 개최돼 지난 10월 7회째 행사를 마친 rAge 박람회는 남아공 내외를 잇는 업계 교류의 장이자 현지 소비자들의 최신 게임 체험 기회로 기능하고 있으며, 올해 2만 명 가량의 참관객을 동원해 작년 대비 6% 가량 규모를 늘렸다.

(Figure 5) 남아공 게임박람회 rAge Expo



자료원: rAge Expo

2.2 인력난 등 고질적 난제도 존재

그러나 남아공 게임개발의 잠재력 이면에는 업계 자체의 영세성으로 인한 인력난 등 고질적인 난제도 존재한다. 한때 아프리카 대륙의 다크호스로 주목 받던 I-Imagine이 추진력 상실 끝에 '동면'에 들어간 것도 인력 문제로 인한 어려움이 크게 작용한 결과다.

I-Imagine의 창업멤버였던 Luke Lamothe에 따르면 당시의 인력난은 남아공의 현실에 비해 상당 부분 불가피한 것이었다. 아무리 게임 개발에 열의가 있더라도 월 1,000달러 남짓의 임금을 받으며 오래 머물 사람은 많지 않고, 전문인력의 체계적 육성을 위한 인프라가 전무한 상황에서는 인재를 '발굴'해 채우는 일도 결코 쉽지 않기 때문이다.

게다가 남아공의 지리적 격리성은 이 같은 영세성을 더욱 가중시킨다. 주요 개발사 상당수가 이른바 '제 1세계'에 존재하고 있는 상황에서 굳이 아프리카 최남단으로 눈을 돌릴 퍼블리셔는 사실상 소수에 불과하고, 그럴수록 벤처캐피탈 등으로부터 현지 개발사들이 자금을 확보할 가능성은 낮아질 수밖에 없는 것이다. SAGameDev의 원로격 멤버인 Jacques Krige가 게임개발사 설립에 필요한 자금을 확보하기 위해 아예 별도의 회사를 설립한 사례는 이런 구조적 문제상황의 단적인 반영이다.

3. 남아공 시장의 기회와 특수성

남아공의 게임시장은 소비와 생산의 두 측면 모두에서 사실상 이제 막 걸음마 단계를 지난 형국이고 그만큼 많은 가능성과 기회를 내재하고 있다. 그러나 현지 시장의 특수성이 충분히 반영되지 못한 전락으로는 게임 판매나 생산기지 구축 어느 쪽으로도 성공적인 결과를 내기 어려운 것이 사실이다.

최우선으로 감안해야 할 요소는 선진국 시장에 비해 매우 열악한 인터넷 인프라다. 사실 남아공의 일반적인 인터넷 회선은 간단한 웹서핑조차 어려울 만큼 데이터 전송속도가 느리면서도 요금이 비싸고 신뢰성도 부족한 형편이다. 지난 봄까지 6개월간 현지에 체류했던 프리렌서 게임기획자 Joshua Dallman의 전언을 인용하자면 '수 Mbyte짜리 첨부파일 하나 주고받는 것조차 어려웠고, 그마저도 전송 과정에서 문제가 발생하기 일쑤'라고 토로했다. 즉 중산층 이하 대다수 가정에서는 게임의 온라인 다운로드나 멀티플레이 자체가 사실상 불가능한 셈이다. 그리고 이런 환경에서 게임을 개발한다면 해외와의 원활한 프로젝트 연계에도 무리가 있게 마련이며, 경우에 따라서는 이로 인한 손실이 남아공의 낮은 인건비로 인한 비용 이점을 오히려 상회할 위험도 배제할 수 없다.

두 번째 문제는 남아공 소비자들이 보유하고 있는 게임 플랫폼과 소비 여력의 한계다. 앞서 언급한 바와 같이 최신 콘솔게임기는 현지 소비자 대다수에게 거의 사치품에 가까운 고가 상품이고, 그나마 보급률이 높은 PC의 경우도 중고 부품이 이용된 저사양 기종이 대부분이다. 물론 모바일게임 플랫폼 역시 크게 다르지 않다. 휴대전화 요금으로 고작 매월 1~2 달러를 충전하는 소비자가 여전히 적지 않은 상황에서 iPhone급의 고사양 단말 보급이 원활할

Regional Outlook

수는 없는 일이기 때문이다.

이상을 종합할 때, 남아공 시장의 일반적인 니즈는 ‘고사양화, 온라인화’로 요약되는 선진국 게임시장의 최근 흐름과는 상당한 거리를 두게 된다. 시장 확대 여지로만 보자면 ‘사양이 그리 높지 않은 단말로 혼자서도 재미있게 즐길 수 있는 게임’의 성공 가능성이 훨씬 클 수밖에 없는 것이다.

그러나 이런 특수성에 맞춰 효과적인 전략을 수립할 수 있는 경우라면 남아공 시장은 여느 개발도상국에 비해 오히려 공략이 쉬운 상대일 수도 있다. 무엇보다 영어가 공용어라는 점은 게임업계의 최대 난제 가운데 하나인 ‘현지화(localization)’ 측면에서 상당히 큰 메리트로 작용한다. 현지 인력을 활용한 게임 개발 시에도 커뮤니케이션 장벽이 거의 없음은 물론이다.

Reference

1. An official server for South Africa, WoW.com, 2009. 5. 22
2. Black Wii coming to SA this Christmas, EL33TONLINE, 2009. 10. 21
3. Drawn to Life: The Next Chapter available now in South Africa, EL33TONLINE, 2009. 10. 29
4. Game Design in South Africa, Gamasutra, 2009. 3. 21
5. Game Dev from the Dark Continent, Gamasutra, 2009. 5. 5
6. Nu Metro to distribute Codemasters in SA, EL33TONLINE, 2009. 3. 20
7. PS3 ads banned in South Africa for being “violent”, QJ.net, 2007. 6. 8
8. rAge 2009 attendance up, despite global trends, EL33TONLINE, 2009. 10. 13
9. South African Nintendo distributor confirmed?, EL33TONLINE, 2007. 8. 27
10. The South African Game Development Scene: Past, Present, and Future, Gamasutra, 2009. 8. 3

▶ 'IndieCade 2009'가 제시하는 저예산 게임의 가능성과 전망

- IndieCade 행사 개요 및 특징
- IndieCade 2009에 대한 평가
- IndiCade, 창의력 넘치는 저예산 게임에 새로운 기회 창출

▶ 웹게임 'RuneScape' 가입자 1억 돌파가 온라인게임 시장에 던지는 화두

- 'RuneScape'의 폭발적인 성장 추이
- 'RuneScape'을 통해서 본 웹게임의 성장 배경
- 'RuneScape'의 성공 사례가 주는 시사점

▶ 글로벌 게임업체 EA, 종합 미디어 기업으로 진화 모색

- EA의 미디어 사업 확대 현황
- EA의 미디어 사업 진출 전략 분석

‘IndieCade 2009’가 제시하는 저예산 게임의 가능성과 전망

Key Trend

전세계 독립게임의 축제를 표방하는 ‘IndieCade Festival 2009’ 행사가 지난 10월 1일부터 나흘간의 일정으로 미국 캘리포니아 쉐 컬버 시티(Culver City)에서 개최됐다. 이번 대회는 다양한 장르와 플랫폼을 망라한 258종의 출품작이 저마다의 창의성을 앞세워 치열한 경합을 벌인 콘테스트이자 세계 각국의 신진 개발자들이 모여 비전과 노하우를 나눈 교류의 장이기도 했다.

In-Depth Analysis

IndieCade 행사 개요 및 특징

IndieCade Festival은 메이저급 게임박람회인 E3 행사의 일환으로 2년 전 처음 개최됐고 작년엔 독립 행사로 분리돼 올해로 3회째를 맞았다. 발족 주체는 독립게임 관계자들을 중심으로 지난 2005년 결성된 Creative Media Collaborations이며, 행사 주관은 스테파니 바리시(Stephanie Barish) 대표와 일단의 자원봉사자들이 담당한다.

Tokyo Game Show 같은 기존 게임박람회에 비해 IndieCade가 지니는 가장 큰 차별성은 이른바 인디게임으로 총칭되는 저예산 게임만을 전문적으로 다루는 전세계 유일의 행사라는 점이다. 앞서 개최된 Game Developers Conference와 Penny Arcade Expo 박람회 역시 인디게임의 노출 창구로 일정 부분 기능한 측면이 없지 않지만 이들 행사에서 저예산 게임이 차지하는 비중은 그리 크지 못했던 게 사실이다.

IndieCade는 행사의 성격 측면에서도 여느 게임박람회와는 차이를 보인다. 인디게임 업계의 실질적인 수익 확보와 성장을 지원하기 위해서는 영세 개발사와 기존 게임업체 사이의 가

교 역할을 겸해야 하고, 비주류 게임에 대한 소비자 일반의 관심을 높이기 위해서는 가급적 세계 각국을 돌며 체험의 장을 마련해야 하기 때문이다. 또 메이저 게임시장과는 다소 거리가 있는 탓에 행사 비용 대부분을 일반인 후원에 의존하고 있는 것도 IndieCade의 특징 중 하나다.

IndieCade 2009에 대한 평가

이번 행사에 대한 참가자들의 반응은 전반적으로 호의적이다. 출품된 게임들은 게임방식에서 컨트롤러에 이르기까지 다양한 요소에서 저마다의 독창성을 과시했고, 이러한 다양성은 프로그래머, 학생, 화가 등을 망라한 출품자들의 스펙트럼에서도 그대로 드러났다. 방문객으로 참석한 Sony 등 대형 게임업체 관계자들은 ‘기존 게임시장에 새로운 창의성을 수혈할 기회’라며 높은 관심을 보였고, 기조연설자로 나선 유명 게임개발자 윌 라이트(Will Wright)¹⁾는 그 이름값만으로도 인디게임에 대한 업계의 관심 급증을 시사하기에 충분했다.

물론 IndieCade 같은 행사가 가장 반가운 사람들은 행사의 주역인 출품자들이다. 이들 대다수는 개인 개발자나 영세 개발사인 탓에 게임을 내놓더라도 세간의 주목을 끌기 어렵고, 설령 호평을 받더라도 판로 확보에서 또 다시 한계에 직면하게 된다. 따라서 기존 게임업체 관계자와 소비자 모두의 이목을 끌 수 있는 인디게임 전문행사는 일종의 등용문으로 기능할 여지가 충분한 것이다.

또한 이런 맥락에서, IndieCade를 게임업계의 ‘선댄스 영화제²⁾’로 자리매김하려는 주최측의 의도는 이미 실현되고 있는 양상이다. 이번에 ‘Osmos’로 2개 부문상을 차지한 Eddy Boxeman는 “인디게임 콘테스트에서 어떤 부문에서든 수상 후보에 오르게 되면 퍼블리셔를 확보하기가 대단히 수월해진다”며 자신의 경험을 전했다. 그는 지난 CDG 행사의 일환으로 개최된 Independent Games Festival과 최근 열린 Penny Arcade Expo에서도 같은 게임으로 호평을 받은 바 있다.

아울러 올해의 IndieCade는 개발도상국 개발자들의 역량과 잠재력을 직접 확인할 수 있었던 자리라는 점에서 의미를 더했다. 일례로 치열한 결선심사를 거쳐 우수게임 10선에 선정된 ‘Zeno Clash’는 칠레의 게임개발사 Ace Team이 개발해 이미 영국 출시가 확정된 FPS 장르의 다크호스다.

1) 베스트셀러 PC게임 시리즈 ‘The Sims’를 개발한 Maxis의 설립자
2) The Sundance Film Festival: ‘섹스, 거짓말, 그리고 비디오테이프’를 비롯한 다수의 걸작들을 소개해 온 독립영화 전문 영화제

| Implication

IndiCade, 창의력 넘치는 저예산 게임에 새로운 기회 창출

인디게임의 새로운 등용문인 IndieCade 행사는 수익성 부재에 시달려온 해당 개발사들은 물론이고 창의성 부족에 직면한 기존 게임업계에도 그 의미가 결코 적지 않다. 최신 3D 콘솔게임기 모두가 온라인 게임유통을 이미 지원하기 시작한 만큼, 영세 개발사들 입장에서는 이런 계기를 통해 대형 퍼블리셔의 낙점만 받으면 곧장 수익실현의 꿈을 이룰 수도 있는 일이다. 또 기존 게임업체들로서는 경기 불안으로 협소해진 게임 라인업의 한계를 넘어 새로운 틈새시장을 개척할 대안으로 인디게임을 활용할 여지도 충분하다.

물론 개발 예산과 역량의 제한으로 인해 상당 수 인디게임들이 그래픽, 스토리, 음악 등의 요소에서 상대적으로 부실한 모습을 보이고 있는 것은 사실이다. 편당 수백에서 수천만 달러의 자금이 투입되는 기존 블록버스터 게임과의 정면 경쟁은 아직 생각하기 이른 것이다. 영세 게임업체들의 새로운 희망으로 부상하고 있는 Apple App Store에서조차 독립게임이 아닌 기존 주류 게임들이 인기 상위 100위권을 대부분 점령하고 있음을 감안하면 더욱 그렇다.

그러나 한편으로는 전세계적인 게이머 저변확대를 배경으로 디지털 게임유통을 통한 롱테일 효과 실현의 가능성이 엿보이고 있는 것도 부정할 수 없는 사실이다. 그리고 이러한 가능성은 '창의성에 바탕을 둔 혁신보다 화려한 그래픽에 의존해온 기존 게임'들에 식상함을 느끼는 소비자가 많아질수록 더욱 커질 것이 유력하다.

| Reference

1. Indiecade 2009 Reveals Remaining 10 Finalist Games, CGW, 2009. 9. 29
2. IndieCade: Impressions Of The Award-Winners, Gamasutra, 2009. 10. 5
3. In-Depth: IndieCade and the Force of Frustration, Gamasutra, 2009. 10. 7
4. Indiecade, the video game industry's Sundance, LA Times, 2009. 10. 1
5. Indie Game Developers Take Off, alibaba.com, 2009. 10. 12

웹게임 'RuneScape' 가입자 1억 돌파가 온라인게임 시장에 던지는 화두

Key Trend

영국 게임개발사 Jagex의 웹기반 판타지 MMO 게임 'RuneScape'가 누적 가입자 수 1억 500만 명을 돌파해 기네스북 세계 기록을 세운 것으로 지난 8월 확인됐다. 기존 게임업계의 무관심 속에 소리 없이 등장했던 한 신생기업의 실험작이 출시 8년 만에 블록버스터급 경쟁작 수십 개를 합한 만큼의 가입자 기반을 확보한 것이다. 매출액 기준 전세계 온라인게임 시장 1위를 달리고 있는 Activision Blizzard의 'World of Warcraft'조차도 가입자 수 단순비교로는 'RuneScape'의 10%를 조금 웃도는 수준에 불과하다.

In-Depth Analysis

'RuneScape'의 폭발적인 성장 추이

지난 2001년 1월 첫 버전이 출시된 'RuneScape'는 '웹브라우저에서 직접 실행되는 MMO'로서의 차별적인 매력과 '모든 콘텐츠를 무료로 제공'하는 파격적인 조건을 앞세워 불과 1년 만에 누적 사용자 100만 명을 유치, 그 폭발적인 성장의 시작을 알렸다. 이어 2002년 2월 출시된 정액제(月 5.95 달러) 프리미엄 버전은 첫 주에만 5,000명을 시작으로 이듬해말까지 6만 5,000 명의 유료 가입자를 유치, 실질적인 수익원으로 정착하게 된다. 1999년 출범한 신생기업 Jagex가 직원 규모를 29명으로 늘리고 Java 기반 웹게임 전문회사로서의 모양새를 갖춘 것도 그 즈음의 일이다. 'RuneScape'의 가입자 기반은 이후에도 계속 늘어 2007년 5월경에는 월정액 가입자 100만 명을 합해 700만 명을 돌파했고, Jagex는 이 같은 성과에 힘입어 현재 400명의 직원을 거느린 중견기업으로 성장했다. 현재 'RuneScape'는 꾸준히 게임에 접속하는 이른바 실질 사용자만으로도 1,000만 명을 거느리고 있으며 그 가운데 20% 가량은 정액제 버전을 이용하고 있는 것으로 파악된다.

사실 'RuneScape'가 처음 출시됐을 때만 해도 그 가능성에 주목하는 퍼블리셔는 거의 없었다는 게 Jagex의 전언이다. CD 패키지 게임이 주류를 이루던 당시로서는 '웹 브라우저를 통해 게임을 서비스하고 오리지널 버전의 모든 콘텐츠를 무료로 개방해 사용자를 모으겠다'는 발상 자체가 매우 생소할 수밖에 없었던 탓이다. 결국 Jagex는 자체적으로 퍼블리셔의 역할을 겸해야 했고 'RuneScape' 출시 이후 4년 이상이 지난 2005년 10월에야 비로소 첫 투자를 유치할 수 있었다. 'RuneScape'가 단 한 차례의 대형 마케팅도 없이 사용자 입소문만으로 오늘에 이른 것은 분명 괄목할 만한 성과이지만, 초창기 당시의 Jagex로서는 마케팅에 돈을 쓸래야 쓸 수도 없었던 셈이다.

'RuneScape'을 통해서 본 웹게임의 성장 배경

그러나 결과적으로 Jagex의 모험은 성공을 거뒀고, 그들이 주목했던 웹게임의 이점은 이제 전세계 게임업계의 새로운 희망으로 주목을 끌고 있다. 그 첫째 이점은 기존 패키지게임에 비해 유통비용이 현저히 적다는 점이다. CD나 DVD 포맷으로 오프라인 매장을 통해 유통되는 일반적인 패키지게임의 판매 마진은 통상 20% 가량에 불과한 반면 온라인 전용으로 보급되는 게임에서는 그 비율이 50~60%까지 올라갈 수 있다.

또 웹브라우저에서 직접 실행되는 웹게임은 패키지 게임에 비해서는 물론이고 대용량 클라이언트를 수반하는 일반적인 온라인게임에 비해서도 콘텐츠 업데이트가 훨씬 자유로운 편이다. 실제로 'RuneScape'의 경우, 출시 초기부터 거의 격주 단위의 업데이트가 꾸준히 이어졌고 이제는 무료 버전조차 플레이타임(Play Time) 기준 1만 5,000시간 분량의 콘텐츠를¹⁾를 갖추게 됐다. 별도의 신규 대륙을 갖춘 정액제 버전의 플레이타임은 그 4~5배에 달한다.

소비자 입장에서도 웹게임은 나름의 매력을 갖는다. 번거로운 설치나 패치 다운로드 없이도 어느 PC로든 최신 버전의 게임을 지원하는 그 특유의 장점이 편의성, 즉각성, 이동성 등 여러 측면에서 소비자들의 니즈와 맞아 떨어지기 때문이다. 이는 해외 출장이 잦은 직장인이 라도 넷북 한 대만 소지하면 어느 나라에서든 'RuneScape'와 함께 자투리 시간을 보낼 수 있다²⁾는 뜻이기도 하다.

그러나 'RuneScape'의 성공은 무엇보다도 무료 가입자에게 상대적인 박탈감을 강요하지

-
- 1) 엔딩이 정해져 있는 일반적인 패키지게임은 시작부터 엔딩에 이르기까지의 플레이타임이 통상 12~20시간에 불과함
 - 2) 2009년 8월 기준으로 'RuneScape' 영문판은 세계 각국 171개 서버를 통해 제공되고 있음. 서버 한 대가 수용할 수 있는 최대 동시접속자 수는 2,000명 수준임

않는 Jagex의 게임 철학과도 무관하지 않은 결과다. 사실 'RuneScape'의 무료 버전은 게임 내에 제공되는 대륙이 상대적으로 좁을 뿐 각종 플레이 요소 측면에서는 프리미엄 정액제 버전과 거의 차이가 없다.³⁾ 매주 한두 시간 남짓 게임을 즐기는 플레이어라면 무료 버전만으로도 충분히 만족스러운 플레이를 경험할 수 있는 것이다.

(Figure 1) 'RuneScape'의 플레이 화면



자료원: Jagex

물론 당장의 수익 측면에서는 일반적인 부분유료화 BM을 따라 가상아이템 판매를 병행하는 것이 훨씬 나올 수 있다. 그러나 유료아이템 소비를 일상적으로 강제하는 성격의 게임을 내놓을 생각은 없다는 것이 Jagex의 일관된 입장이고, 그 원칙은 높은 수준의 고객충성도로 이어지고 있다. 비록 경쟁작 'World of Warcraft'의 최신 확장팩이 출시된 작년 말에는 전체 실질사용자의 10% 가량이 잠시 이탈하는 등 때때로 이용자 규모에 변동이 있는 것도 사실이나, 한 번 'RuneScape' 팬이 된 이용자가 영영 게임을 떠나는 경우는 많지 않다는 게 Jagex의 주장이다.

Jagex는 'RuneScape'의 플랫폼을 콘솔과 휴대전화로도 확대하고 다국어 지원 등 현지화를 통한 글로벌 시장 개척⁴⁾에도 적극 나설 계획이다. 아울러 회사 측은 젊은 성인을 겨냥한 웹 게임 포털 'FunOrb'⁵⁾를 2008년 2월 출시한 데 이어 조만간 SF 세계관 기반의 신규 MMO를 출시할 예정에 있는 등 수익 다각화에도 박차를 가하고 있다.

3) 저사양 PC에는 그래픽 부하를 줄인 버전이 제공되지만 이 경우에도 게임 내용에는 차이가 없음.
4) 'RuneScape'는 기존 영문판 외에 독어 버전과 불어 버전으로도 이미 출시됨
5) FunOrb 역시 月 3달러의 정액제 옵션을 두고 있음

| Implication

‘RuneScape’의 성공 사례가 주는 시사점

Jagex가 ‘RuneScape’를 통해 거둔 성과는 무료 플레이를 지원하는 웹게임으로도 상당한 수익을 올릴 수 있음을 증명하는 실증적 사례라는 점에서 주목을 끌고 있다. 물론 Jagex 역시 온라인게임 업계의 고질적인 불안요소(소수 타이틀에 대한 지나친 매출의존, 각국 정부의 규제 방침에 따른 시장 확대 제한 등)로부터 자유롭지 못한 형편이며, EA나 Activision 같은 대형 경쟁사의 막대한 자금여력을 감안하면 ‘RuneScape’를 앞세운 시장 확대나 차기 타이틀을 동원한 매출 다각화의 성공 가능성을 낙관하기 어려운 것도 사실이다.

그러나 이러한 모든 불확실성에도 불구하고, ‘RuneScape’의 성공은 유료 아이템 구매를 강제하는 것만이 매출 확대의 왕도가 아님을 전세계 게임업계에 일깨우는 경종으로서 그 가치가 적지 않다. 가상세계 내의 일상적인 모든 활동에 유료 아이템을 챙겨야 하는 게임, 돈을 쓰지 않고는 남과 대등한 플레이가 불가능한 게임, 그런 게임을 오랜 기간에 걸쳐 진정으로 ‘즐길 수 있는’ 플레이어는 극히 소수에 불과하기 때문이다.

| Reference

1. Eurogamer Interview: Jagex on RuneScape, MechScape, and FunOrb, Eurogamer, 2009. 8. 30
2. Jagex ranked 22nd fastest growing technology company in UK, gamesindustry.biz, 2009. 9. 21
3. Jagex reveals first MechScape details, eurogamer, 2009. 8. 30
4. Online Gaming: An Interview With The CEO of Jagex, ThinkEquity, 2009. 7. 6
5. RuneScape Has 105 Million User Accounts, The Escapist, 2009. 9. 1

글로벌 게임업체 EA, 종합 미디어 기업으로 진화 모색

Key Trend

글로벌 게임업체 Electronic Arts(EA)가 만화책, 영화, e-book 등 각종 미디어 사업으로의 영역 확대에 박차를 가하고 있다. 자사의 게임 IP(Intellectual Property)를 기반으로 다각도의 OSMU(one-source, multi-use)를 추진하는 것이 그 전략의 핵심이지만, 영국 출판사들과 최근 체결한 Nintendo DS용 동화책 출시 계약까지 감안하면 EA가 구상하는 장기적 청사진은 훨씬 넓은 것이 분명하다. 이는 곧 게임 분야에서 축적한 저작권과 기술을 모두 동원해 종합 미디어 기업으로의 체질 전환을 실현하겠다는 선언이기 때문이다.

In-Depth Analysis

EA의 미디어 사업 확대 현황

각종 非 게임 미디어로 시장을 넓히려는 EA의 구상은 그 자회사인 BioWare¹⁾가 SF 액션게임 'Mass Effect'의 만화 출판을 지난 여름 확정하면서 이미 표면화되기 시작했다. 지난 7월 발표된 바에 따르면 'Mass Effect' 소재 만화책은 BioWare의 수석작가가 직접 스토리라인을 맡아 제휴 출판사인 Dark Horse Comics를 통해 내년 1월 초 출간된다.

이어서 지난 10월 초, EA는 미국 4위의 만화책 출판사인 IDW Publishing과 두 건의 콘텐츠 제휴를 체결했다. 이번에 출판이 확정된 타이틀은 판타지 RPG 게임 'Dragon Age'와 3인칭 슈팅게임 'Army of Two'이며, 해당 만화책은 내년 1월부터 오프라인 서점과 Apple iTunes를 통해 월간으로 출시된다. 두 게임 모두가 사실상 EA의 자체 타이틀²⁾이라는 점에서 지속

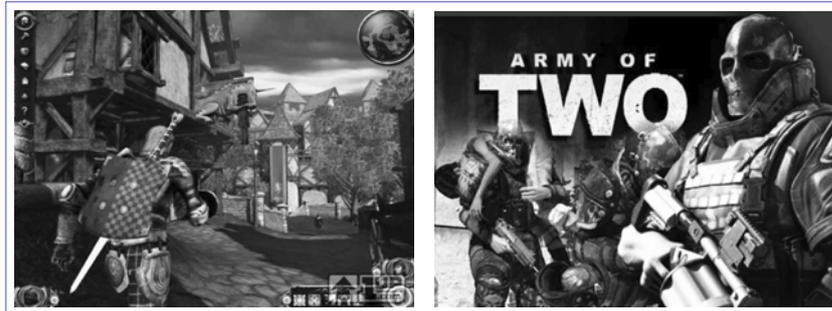
1) 1995년 설립된 BioWare Edmonton은 1998년 'Baldur's Gate' 출시를 계기로 RPG 게임의 명가로 부상, EA로 편입(2007년 10월)된 이후에도 자체 브랜드를 유지하고 있음

2) 이달(11월) 초 출시된 'Dragon Age: Origins'는 BioWare가, 작년 3월 출시된 'Army of Two'는 EA Montreal

적인 라이선스 수입이 예상되는 부분이다.

뿐만 아니라 'Dragon Age'와 'Army of Two'는 만화 외의 여타 미디어로도 이미 출시됐거나 조만간 출시될 전망이다. 전자의 경우는 게임 발매에 앞서 소설과 보드게임 형태로 이미 출시됐고, 후자는 EA가 Universal Pictures와 작년 체결한 계약을 통해 영화화를 앞두고 있다.

[Figure 1] 만화책 출간 등이 확정된 EA의 'Dragon Age'와 'Army of Two'



자료원: Electronic Arts

한편, EA는 영국의 유명 출판업체 2개社(Egmont Press, Penguin Books)와 제휴, 이번 연말을 겨냥해 Nintendo DS용 동화책 타이틀도 출시할 예정이어서 디지털 기술업체로서의 사업 다각화도 예고하고 있다. 지난 10월 발표된 관련 자료에 따르면 EA는 'The Enchanted Wood', 'Artemis Fowl', 'Too Ghoul For School' 등 6~8편의 동화에 NDS의 터치스크린 기능을 접목, 어린 자녀를 둔 부모들을 겨냥한 연말 판촉에 나설 계획이다.

Implication

EA의 미디어 사업 진출 전략 분석

Activision Blizzard와 함께 전세계 게임시장의 양대 산맥으로 꼽혀온 EA가 자사 IP와 디지털 콘텐츠 제작기술을 앞세워 적극적인 시장 확대에 나선 것은 비디오게임 시장의 최근 동향에 비춰 일정 부분 불가피한 선택이라는 게 전문가들의 진단이다. 기존 콘솔게임 시장에 대한 '불경기 면역론'은 여러 관련 개발사의 도산과 실질적인 시장 위축³⁾ 앞에 이미 설득력을

이 각각 개발함. 'Dragon Age'는 RPG 게임 명작 'Baldur's Gate'의 맥을 이을 타이틀로 호평을 받고 있으며 출시와 동시에 DLC(downloadable content) 형태의 부가 콘텐츠가 발매돼 게임시장의 최근 동향을 반영하고 있음. 정품 구매를 유도하기 위한 Flash 기반 웹버전이 함께 등장한 것도 'Dragon Age'의 특징임
3) 미국 콘솔게임 시장 규모는 올해 들어 9월까지 전년 동기 대비 12% 가량 위축됐고, 3월부터 8월까지를 비교하면 무려 21% 급감해 연말 판매량을 합하더라도 마이너스 성장이 불가피할 전망이다. 최근에는 게임

있었고, 이런 양상에 관해서는 EA 스스로도 '붕괴하고 있는 기존 시장(burning platform)'을 언급하며 전격적인 사업 다각화를 선언한 바 있기 때문이다.

아울러 이는 Activision에 비해 로열티 지출이 상대적으로 많았던 수익구조상의 불리함을 개선하는 측면에서도 의미 있는 실험이다. 지금까지 EA는 '반지의 제왕'이나 '해리포터' 같은 유명 원작을 게임에 차용한 사례가 많았던 탓에 같은 매출을 올리더라도 Activision에 비해 순익이 적을 수밖에 없었다. 해마다 시리즈로 출시하고 있는 각종 스포츠게임들 역시 해당 프로 리그들과의 판권 제휴가 얽혀 있어 로열티 부담이 크기는 마찬가지이며, 경우에 따라서는 개별 선수와의 초상권 분쟁 위험까지 안고 있다. 'Mass Effect' 등 자체 타이틀을 동원한 각종 판권계약의 성과가 주목되는 것은 바로 이런 맥락에서다.

물론 만화책 출시는 기존 인기게임과 그 후속작 사이의 시기적 공백을 메우는 틈새상품으로도 일정 부분 의의를 지닌다. 특히 'Mass Effect'나 'Army of Two'처럼 발매된 지 1년 이상 지난 게임들은 게이머들의 기대감을 자극하기 위해서라도 별도의 관련 콘텐츠가 절실한 게 사실이다.

마지막으로 주목할 것은 iPhone, NDS 등으로 대표되는 신형 플랫폼들이 각종 미디어의 콘텐츠를 흡수하면서 기존 게임업계에 새로운 활로로 기능할 가능성이 있다. 단적으로 디지털 포맷 기술에 정통한 EA 입장에서는 동화책 같은 여타 분야 콘텐츠를 DS 등에 맞춰 컨버전하기가 그리 어려운 일이 아니기 때문이다.

Reference

1. BioWare's Flash-based Dragon Age Journeys Available Now, PC World, 2009. 10. 23
2. Dragon Age, Army of Two get comics, GameSpot, 2009. 10. 6
3. EA Puts Children's Books On DS With Flips, Gamasutra, 2009. 10. 9
4. First Mass Effect Comic Due Early 2010, Spong, 2009. 10. 14
5. US game software sales to decline 5% in 2009, GameSpot, 2009. 10. 28
6. EA CEO, "게임 시장, 다운로드 판매까지 감안하면 여전히 성장 중", 스트라베이스, 2009. 11. 9
7. EA, 저가 저사양 게임으로 iPhone App 시장 공략, 스트라베이스, 2009. 7. 16
8. 가중되는 EA 위기설 속에 제기되는 실적 개선에 대한 낙관론의 근거는?, 스트라베이스, 2009. 5. 8

분야의 유명 애널리스트인 Michael Pachter 역시 '소비자의 지출 여력이 줄어들수록 게임 시장은 호황을 누릴 것'이라는 낙관론에서 완전히 물러섬

▶ **국내외 주요 게임 업체 실적 및 동향 분석**

- 국내 – NCsoft, NHN, CJ인터넷, 네오위즈게임즈, Nexon, 컴투스
- 북미 – MS, EA, Walt Disney
- 유럽 – Activision Blizzard, Ubisoft, Infogrames
- 중국 – NetEase, The9, Shanda
- 일본 – Sony, Nintendo, Konami

▶ **권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량**

- 북미 PC게임 SW 월별 판매 순위
- 북미 콘솔게임 SW 월별 판매 순위
- 북미 콘솔게임 HW 판매량 추이
- 일본 콘솔게임 SW 월별 판매 순위
- 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이
- 독일 게임 SW 월별 판매 순위
- 스페인 게임 SW 월별 판매 순위
- 영국 게임 SW 월별 판매 순위
- 유럽 콘솔게임 HW 판매량 추이
- 중국 온라인게임 인기 순위

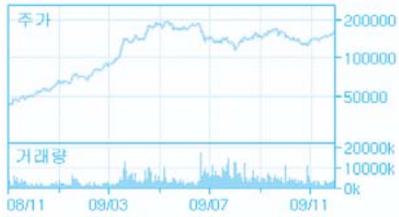
▶ **전세계 게임 시장규모(권역별, 플랫폼별)**

- 미국 게임 시장규모(2008. 7~2009. 7)
- 중국 온라인게임 시장규모(2009년 2/4분기)
- 중국 모바일게임 시장규모(2007년~2012년 예상)

국내외 주요 게임 업체 실적 및 동향 분석

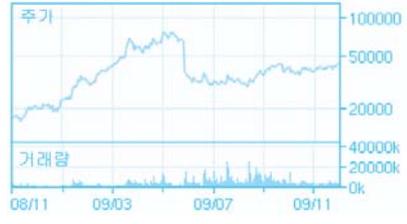
국내

NCsoft																					
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ '아이온' 사용자 겨냥한 iPhone 애플리케이션 출시(12. 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 지난 9월 30일 iPhone과 iPod Touch에서 '아이온' 관련 게임정보를 확인할 수 있는 '아이온 파워위키' 애플리케이션을 App Store에 등재했으며, 이는 다양한 플랫폼을 통해 자사 MMO 게임의 고객충성도를 제고하려는 시도로 분석됨 <p>◆ Ncsoft, 오토 사용자에게 대한 배상 불가 방침 밝힘(10. 12)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 오토 프로그램을 사용했다는 이유로 계정인 압류된 일부 '리니지' 이용자의 계정을 반환하고 위자료를 지급하라는 한국소비자원의 결정에 대해 수용불가 방침을 밝힘 • Ncsoft는 지금과 같은 계정 압류 조치를 이어나갈 것으로 알려져 법정 공방으로까지 확대될 가능성이 제기됨 <p>◆ Ncsoft, Intel과 글로벌 협력 위해 사업 연계(10. 14)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 Intel과 차세대 노트북 및 데스크톱에 게임을 연계해 세계 시장을 함께 공략하기 위해 공동 연구와 기술 협력 등을 포괄할 전략적 협력 체제를 구축하기로 제휴 • 이를 통해 노트북 등에서 '아이온'을 생생하게 즐길 수 있는 기술을 개발하고, '아이온'이 서비스되고 있는 대만, 일본, 북미, 유럽 등 해외에서도 공동 마케팅을 전개할 예정 <p>◆ Ncsoft, 대화채팅 '엔씨톡' 베타테스트 실시(10. 30)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft의 자사 게임 전용 보이스채팅 서비스로 깨끗한 음성 채팅을 즐길 수 있고, 최대 100명까지 동시 접속이 가능해 공성전과 같은 대규모 전투에도 효과적으로 이용이 가능한 '엔씨톡'의 베타테스트를 지난 11월 11일 실시 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: NCsoft(www.ncsoft.com) • 설립연도: 1997년 • 대표: 김택진 • 직원수: 1,755명 • 사업지역: 한국, 북미, 유럽, 일본, 중국, 태국 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: '리니지', '아이온' 등의 PC 온라인게임들 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(억): 3,370('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(억): 34,064 • 주가: 157,000 • 52주 최고가/최저가: 201,500/44,450 * 주가는 2009. 12. 7 종가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 억 원)</p>  <table border="1"> <caption>Performance(3Q09) Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>582</td> <td>127</td> <td>18.65%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>1,031</td> <td>433</td> <td>42.05%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>1,044</td> <td>475</td> <td>45.86%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>1,080</td> <td>399</td> <td>37.60%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률	08Q4	582	127	18.65%	09Q1	1,031	433	42.05%	09Q2	1,044	475	45.86%	09Q3	1,080	399	37.60%
Quarter	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률																		
08Q4	582	127	18.65%																		
09Q1	1,031	433	42.05%																		
09Q2	1,044	475	45.86%																		
09Q3	1,080	399	37.60%																		

최근 이슈	Company Profile
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ncsoft, 캐릭터 사업 진출 준비 중(11. 5) <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 올 11월 중으로 삼성동 사옥에 브랜드숍을 열기로 하고 현재 인테리어 작업을 진행 중인 것으로 알려짐 • Ncsoft는 미국에서 아이온 홍보를 위해 제작한 만화책이 높은 인기를 끈 데다 캐릭터 인형 등이 포함된 한정판에 대한 이용자 관심이 높다는 데 착안해 본격적으로 캐릭터 사업 진출을 타진하고 있는 것으로 분석됨 ◆ Ncsoft, '아이온' 북미·유럽지역 재결재율 70%(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 11월 6일 3분기 실적발표 컨퍼런스 콜에서 북미, 유럽 지역의 '아이온' 제품 재결재 비율이 약 70%에 달한다고 밝힘 • '아이온'은 북미 유럽지역에서 약 100만개의 타이틀이 소매점에 공급된 것으로 전해졌으며 이 중 80만개가 이미 판매된 것으로 알려짐 ◆ Ncsoft, 차기 신작게임 '블레이드앤소울' 2011년 상용화(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 3분기 실적 컨퍼런스 콜에서 현재 개발 중인 '블레이드앤소울'이 2011년에 상용화가 가능할 것이라고 밝힘 • '블레이드앤소울'의 테스트는 2010년부터 진행될 예정임 ◆ Ncsoft 해외 매출 비중, 국내 앞질러(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • '아이온'의 일본, 대만, 북미, 유럽 지역에서 상용 서비스가 성공적으로 진행됨에 따라 Ncsoft의 해외 매출 비중이 처음으로 국내 매출 비중을 넘어섬 ◆ Ncsoft, 12월 중 웹게임 2종 서비스 예정(11. 9) <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 게임포털 플레이엔씨를 통해 12월부터 '무림제국', '배틀히어로' 2종의 웹게임을 순차적으로 서비스한다고 밝혔으며, 앞으로도 신규 웹게임을 계속 선보일 예정 ◆ 미국 및 유럽 지역 내 CDN 서비스, Cdnetworks 이용(11. 17) <ul style="list-style-type: none"> • Ncsoft는 CDN 서비스 업체의 세계 3위 업체인 Cdnetworks를 통해 미국 및 유럽 지역의 자사 게임 사용자들에게 게임클라이언트 및 패치 다운로드 서비스를 제공한다고 밝힘 	
실적 및 주가 분석	Stock Price
<ul style="list-style-type: none"> • NCsoft의 3/4분기 매출액은 1,633억 원, 영업이익은 566억 원으로 전분기대비 각각 112%, 630% 상승함 • '리니지' 시리즈와 '아이온'의 국내 매출과 함께 아이온의 일본, 대만, 북미 지역 등 해외 매출 발생이 분기 최대 실적을 이끈 것으로 나타남 	 <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 7 기준)</p>

NHN																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ MMORPG '테라', NHN재팬 통해 일본 진출(10. 5) <ul style="list-style-type: none"> • 3년의 개발기간 동안 320억 원이 투입된 대작 게임 '테라'가 일 NHN재팬과의 퍼블리싱 계약을 맺고 해외시장으로는 처음으로 일본에 진출 ◆ NHN '한자마루', KGC 최우수게임 선정(10. 12) <ul style="list-style-type: none"> • NHN의 한자학습게임인 '한자마루'가 최근 열린 '한국국제게임 콘퍼런스 어워드' 비즈니스 부문에서 최우수게임으로 선정 ◆ NHN, 게임 채널링사업 강화(10. 19) <ul style="list-style-type: none"> • 한게임은 내년 상반기까지 국내에서 개발되는 모든 게임을 채널링하는 것을 목표로 최근 30여개 게임개발사와 접촉해 채널링 관련 제안서를 보낸 것으로 알려짐 • 또 네이버 검색서 해당 게임과 연결시켜 주는 '게임 쿼리' 상품을 개발하는 등 게임 채널링 관련 서비스를 강화 ◆ NHN 대작게임 테라 2차 테스트 진행(10. 20) <ul style="list-style-type: none"> • 한게임은 3,000명의 테스터를 대상으로 대작 온라인게임 '테라'의 2차 비공개테스트를 10월 30일부터 11월 2일까지 나흘간 진행해 게임 초반 지역을 집중 점검할 예정 ◆ NHN, 한국게임학회와 손잡고 학생들의 게임개발 지원(11. 3) <ul style="list-style-type: none"> • NHN과 한국게임학회는 온라인게임 오픈마켓 '아이두게임'의 게임개발 도구인 '게임오븐'을 통한 학생들의 게임 개발을 장려하기 위해 '게임오븐' 교육과 개발비를 지원하는 'GameOVEN in Academy2009' 사업을 공동 진행하기로 합의 ◆ NHN, 일본에 밀리터리 게임 서비스 개시(11. 5) <ul style="list-style-type: none"> • NHN재팬은 일본 한게임 사이트를 통해 일본 고전게임을 온라인에 맞게 변환시킨 '대전략 웹'을 공개하고 오는 11월 18일 일반인 대상 테스트 실시 ◆ NHN, 해외 게임 투자 늘릴 계획(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • NHN의 김상헌 대표는 최근 타 경쟁사 대비 성장세가 저조한 해외 게임 사업 부문을 강화하는 데 주력할 계획이라고 밝혔으나, 구체적인 투자 내용은 밝히지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: NHN(www.hangame.com) • 설립연도: 1999년 • 대표: 김상헌 • 직원수: 2,681명 • 사업지역: 한국, 중국, 일본 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: '포카', '고스톱' 등 보드게임, 'R2' 등 퍼블리싱 게임 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(억): 12,081(08년 1월~08년 12월) • 시가총액(억): 94,812 • 주가: 197,000 • 52주 최고가/최저가: 204,500/106,000 * 주가는 2009. 12. 7 증가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<div style="text-align: right;">(단위: 억 원)</div>  <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>분기이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>3,150</td> <td>1,296</td> <td>39.25%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>3,224</td> <td>1,282</td> <td>39.78%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>3,025</td> <td>1,298</td> <td>42.92%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>2,908</td> <td>1,260</td> <td>44.00%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	기간	분기별매출액	분기별영업이익	분기이익률	08Q4	3,150	1,296	39.25%	09Q1	3,224	1,282	39.78%	09Q2	3,025	1,298	42.92%	09Q3	2,908	1,260	44.00%
기간	분기별매출액	분기별영업이익	분기이익률																		
08Q4	3,150	1,296	39.25%																		
09Q1	3,224	1,282	39.78%																		
09Q2	3,025	1,298	42.92%																		
09Q3	2,908	1,260	44.00%																		
실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> • NHN의 3/4분기 매출액은 3,332억 원, 영업이익은 1,329억 원으로 전년대비 각각 13.7%, 19.3% 증가한 것으로 알려짐 • 3/4분기 게임 부문 매출은 1,110억 원으로 전분기대비 3.9% 하락했는데, 이는 웹보드게임 매출 부진과 해외게임자회사의 성장 정체가 주요인으로 지목되고 있음 • 향후 정부의 '간접충전금지'와 같은 규제 이슈가 리스크로 남아 있으나, 비카드게임인 'C9' 트래픽 증대와 '테라' 출시(4/4분기)로 인한 긍정적인 요인도 병존하고 있는 상황 	 <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 7 기준)</p>																				

<p style="text-align: center;">CJ인터넷</p>	<p style="text-align: center;"></p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ CJ인터넷, '슬러거' 개발사 인수 추진 사실 드러나(11. 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ인터넷이 라이벌 게임인 '슬러거'의 개발사 와이즈캣 인수를 추진한 것으로 알려졌으며, CJ인터넷 측은 이에 대해 인수합병을 위해 접촉한 여러 개발사 중 하나라고 확대 해석을 경계 <p>◆ 야구선수협, 'CJ인터넷 초상권 계약 해지 요구(11. 10)</p> <ul style="list-style-type: none"> 한국프로야구선수협회는 한국야구위원회측이 계약 관련 정보 제공 등의 의무를 위반했다고 밝히고, 지난 11월 9일 한국야구 위원회와 CJ인터넷이 맺은 초상권 독점계약 해지를 요구 CJ인터넷은 국내 프로야구 선수들의 이름과 얼굴 등을 자사 온라인 야구게임인 '마구마구'에 독점적으로 사용할 수 있는 독점 라이선스 계약 체결을 최종 합의만 남겨둔 것으로 알려짐 계약이 최종 체결될 경우 경쟁게임인 '슬러거' 등은 내년부터 국내 프로야구 선수들의 사진과 이름을 사용할 수 없음 <p>◆ CJ인터넷, '그랜드체이스 모바일' 이통 3사 출시(12. 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ인터넷은 '미니파이터', '서든어택', '마구마구'에 이어 넷마블의 네번째 유무선 연동형 모바일게임으로 모아지오가 개발한 액션 대전 RPG '그랜드체이스 모바일'을 이통3사에 출시 <p>◆ CJ인터넷, '드래곤볼 온라인' 3차 테스트 진행(12. 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ인터넷은 지난 12월 3일 '천하제일무도회' 콘텐츠를 공개해 '드래곤볼' 원작을 게임 속에서 체험할 수 있는 '드래곤볼 온라인'의 3차 프리미엄 테스터를 개최한다고 밝힘 한편 넷마블은 '드래곤볼'에 관한 정보를 한 눈에 볼 수 있는 '드래곤볼 사이버 박물관'을 12월 4일 오후 개장한다고 밝힘 <p>◆ CJ인터넷, 상명대와 산학협력 MOU 체결(12. 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ인터넷은 지난 12월 2일 우수한 게임개발 전문인력 양성과 산업기술 개발을 통해 상호 발전에 기여하기 위해 상명대학교와 전문인력 양성과 산업기술 및 정보 개발, 공유를 위한 산학협력 MOU를 체결 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명: CJ인터넷(www.netmarble.com) 설립연도: 2000년 대표: 정영중 직원수: 499명 사업지역: 한국, 중국, 대만, 일본, 유럽, 동남아 주력플랫폼: 온라인 주력상품: '마구마구', '서든어택' 등 PC 온라인게임 퍼블리싱 및 넷마블(포털) 																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>																				
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ인터넷의 3/4분기 매출액은 547억 원, 영업이익은 102억 원으로 전년동기대비 각각 16.7% 증가, 16.8% 감소한 것으로 나타남 영업이익 감소는 퍼블리싱 부문 확대에 따른 지급수수료 등 비용 상승의 영향을 받은 것으로 분석됨 퍼블리싱 부문은 '서든어택'과 '마구마구' 등 대표 타이틀이 여전히 성장세를 나타내고 있어 매출 신장에 기여했으며 해외 사업 부문 매출 역시 큰 증가세를 보임 	<ul style="list-style-type: none"> 매출액(억): 1,898('08년 1월~'08년 12월) 시가총액(억): 3,055 주가: 13,400 52주 최고가/최저가: 20,550/11,400 * 주가는 2009. 12. 7 기준 																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q09)</p>																				
	 <table border="1"> <caption>Performance(3Q09) (단위: 억 원)</caption> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기별 매출액</th> <th>분기별 영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>520</td> <td>144</td> <td>27.76%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>583</td> <td>149</td> <td>26.62%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>510</td> <td>82</td> <td>18.06%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>547</td> <td>102</td> <td>18.70%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	분기	분기별 매출액	분기별 영업이익	영업이익률	08Q4	520	144	27.76%	09Q1	583	149	26.62%	09Q2	510	82	18.06%	09Q3	547	102	18.70%
분기	분기별 매출액	분기별 영업이익	영업이익률																		
08Q4	520	144	27.76%																		
09Q1	583	149	26.62%																		
09Q2	510	82	18.06%																		
09Q3	547	102	18.70%																		
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
	 <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 7 기준)</p>																				

네오위즈게임즈	
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 네오위즈게임즈 ‘아바’ 미국 공개 서비스 시작(10. 15) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 일본에 이어 지난 10월 15일 NHN USA를 통해 FPS게임 ‘아바’의 미국 공개 서비스를 시작했다고 밝힘 ◆ 네오위즈게임즈 ‘슬러거’ 모바일게임 출시(10. 30) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 온라인게임과 아이템, 게임머니 등의 유무선 연동 기능을 지원하는 ‘슬러거’의 모바일 버전인 ‘진짜야구슬러거’를 모바일게임업체 지오인터랙티브를 통해 출시 ◆ 네오위즈게임즈, ‘워로드’ 12월 18일 서비스종료 예정(11. 13) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈의 온라인게임 ‘워로드’가 출시 이후 뚜렷한 성과를 보이지 못하고 12월 8일자로 서비스를 종료할 예정 ◆ 네오위즈게임즈, 밀리터리 온라인게임 ‘디젤’ 공개(11. 19) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 자체 개발 신작 밀리터리 3인칭 슈팅게임 ‘디젤’의 티저 사이트를 오픈해 3인칭 시점을 통해 기존 FPS 게임에서는 볼 수 없었던 은폐와 엄폐 등의 커버 플레이 등 근접 상황에서 벌어지는 전투 액션 경험을 제공할 계획 ◆ 네오위즈게임즈, 한국야구위원회 자회사 공정위 제소(11. 23) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 한국야구위원회의 마케팅 자회사 KBOP와 CJ인터넷이 맺은 프로야구 라이선스 독점 계약이 공정한 경쟁을 제한하고, 그동안 맺어온 계약을 부당하게 거절하는 행위라며 지난 11월 23일 공정거래위원회에 제소 ◆ 네오위즈게임즈, ‘에이지 오브 코난’ CBT 테스터 모집(12. 1) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 MMORPG ‘에이지 오브 코난’의 비공개 테스트에 참여할 테스터를 모집하며, 참가자는 게임 출발 지역을 중심으로 3개 종족, 4개 직업 계열 및 12개 직업의 캐릭터들의 성장 과정을 최고 20레벨까지 경험할 수 있는 것으로 알려짐 ◆ 네오위즈게임즈, ‘NBA스트리트온라인 2’ 정식서비스(12. 2) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 EA와 공동 개발한 온라인 농구 게임 ‘NBA스트리트온라인 2’의 정식서비스를 지난 12월 1일 시작했으며, 육성과 대전이라는 두 가지 요소의 묘미를 살리고 있음 ◆ 네오위즈게임즈, The9과 ‘명장삼국’ 퍼블리싱 계약 체결(12. 7) <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈는 The9이 개발하고 있는 액션RPG ‘명장삼국’의 국내 퍼블리싱 계약을 체결해, 액션 장르의 라인업 보강 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: 네오위즈게임즈(www.neowiz.com) • 설립연도: 2007년 • 대표: 이상엽 • 직원수: 664명 • 사업지역: 한국, 중국, 베트남 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: ‘피파온라인 2’, ‘아바’ 등 PC 온라인게임
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> • 매출액(억): 1,676(’08년 1월~’08년 12월) • 시가총액(억): 9,326 • 주가: 44,200 • 52주 최고가/최저가: 83,900/16,500 * 주가는 2009. 12. 7 증가 기준
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q09)</p> <div style="text-align: right;">(단위: 억 원)</div>  <p>* 자료원: 공시자료</p>
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 7 기준)</p>
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • 네오위즈게임즈의 3/4분기 매출액은 763억 원, 영업이익은 216억 원으로 전년동기대비 각각 72%, 142% 성장해 설립 이후 최대 분기 실적 기록을 이어감 • 계절적으로 게임 사업 성수기였고 프로야구 포스트 시즌 등 스포츠 시즌에 따라 네오위즈게임즈가 강한 스포츠게임이 게이머들의 관심을 받으면서 실적이 대폭 호전된 것으로 분석됨 	

<p style="text-align: center;">Nexon</p>													
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>												
<p>◆ 생활형 커뮤니티 게임 '넥슨별' 첫 선(10. 22)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨 자회사 넥슨노바가 개발중인 생활형 커뮤니티 SNS게임 '넥슨별'의 1차 비공개 시범 서비스를 실시해 향후 이용자 간의 관계 형성을 촉진할 수 있는 콘텐츠를 보완해 완성도를 올릴 계획 <p>◆ 넥슨 '카트라이더', 베트남서 공개 시범 테스트(11. 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 현지 퍼블리셔 VTC Game을 통해 서비스할 예정인 레이싱게임 '카트라이더(현지명: BoomSpeed)'의 OBT를 지난 11월 5일 실시 <p>◆ 넥슨, 유럽에 마비노기 진출(11. 19)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨은 아시아, 북미에 이어 넥슨 유럽 법인을 통한 '마비노기' 유럽 서비스를 결정하고, 지난 11월 18일 티저 사이트를 공개 <p>◆ 넥슨모바일, '메이플스토리' 신작 일본 진출(11. 20)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨모바일의 모바일 액션 RPG '메이플스토리 태그 파이터즈'가 지난 11월 18일부터 일본 소프트뱅크모바일을 통해 서비스 개시 • 이 게임은 일본 서비스 중인 원작 온라인게임 '메이플스토리'의 아이템을 모바일게임에서 구입할 수 있는 유무선 서비스 지원 <p>◆ 넥슨, '엘소드' 동시접속자수 2만 2,000명 돌파(11. 23)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨은 자사 캐주얼 던전 액션 게임 '엘소드'의 동시접속자수가 지난 주말 2만 2,000명을 돌파해, 지난 2005년 이후 처음으로 2만 명의 동점을 기록한 캐주얼게임이 됐다고 11월 23일 밝혔 <p>◆ 넥슨, 1년 전부터 '메이플스토리2' 개발 중(11. 26)</p> <ul style="list-style-type: none"> • '메이플스토리'를 개발한 넥슨 위젯 스튜디오가 지난해부터 '메이플스토리'의 속편을 개발하고 있는 것으로 알려짐 <p>◆ 넥슨, 코퍼슨스 등 게임개발사 자회사로 편입(12. 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨은 외부의 지적재산권과 개발력을 확보하기 위해 시메트릭스페이스(100% 인수), 코퍼슨스(100% 인수), 휴먼웍스(19.9% 인수) 등 총 3개 게임업체의 지분을 인수 • 특히 넥슨은 '열혈맞고', '세븐포커' 등 웹보드 게임을 전문적으로 서비스하는 게임포털 코게임을 운영하고 있는 코퍼슨스를 통해 일본 웹보드게임 시장 진출을 준비할 계획인 것으로 알려짐 <p>◆ 넥슨, 내부 개발 조직 대대적 개편 나서(12. 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨은 내부 개발 조직을 개편해 신규 게임 개발 부문과 서비스 게임 개발 부문으로 이원화하고, 신규 게임 개발 부문은 기존 데브캣, 로두마니 개발 본부와 함께 이번 개편에서 새로 설립된 개발 본부 1곳을 더해 3개 개발 본부로 구성 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: 넥슨(www.nexon.com) • 설립연도: 1994년 • 대표: 서민, 강신철 • 직원수: 1,850명 • 사업지역: 한국, 북미, 중국, 일본, 대만 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: '마비노기', '메이플스토리', '카트라이더' 등 PC 온라인게임 												
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p> <ul style="list-style-type: none"> • 매출액(억): 2,649(07년 3월~08년 2월) • 시가총액: 비상장업체 • 주가: 비상장업체 • 52주 최고가/최저가: 비상장업체 												
	<p style="text-align: center;">Performance</p>  <p style="text-align: right;">(단위: 억 원)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>연간매출액 (억 원)</th> <th>연간영업이익 (억 원)</th> <th>영업이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2007년</td> <td>2,112</td> <td>836</td> <td>39.58%</td> </tr> <tr> <td>2008년</td> <td>2,610</td> <td>968</td> <td>37.09%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 금융감독원 제출용 감사보고서</p>	연도	연간매출액 (억 원)	연간영업이익 (억 원)	영업이익률 (%)	2007년	2,112	836	39.58%	2008년	2,610	968	37.09%
연도	연간매출액 (억 원)	연간영업이익 (억 원)	영업이익률 (%)										
2007년	2,112	836	39.58%										
2008년	2,610	968	37.09%										
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>												
<ul style="list-style-type: none"> • '던전앤파이터', '메이플스토리', '마비노기' 등 기존 흥행작들에 더해 '에어라이더', '허스키 익스프레스' 등 신규작들의 서비스 개시에 따라 매출 개선이 이루어질 전망 • 또한 북미 및 유럽 지역 내 서비스 게임 확대에 따라 매출 역시 전년대비 2배 이상 증가할 것으로 전망됨 	<p>(* 비상장 업체로 주가 추이가 없음)</p>												

<p style="text-align: center;">컴투스</p>	<p style="text-align: center;">com2us</p>																				
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<p>◆ 컴투스, Appstore 게임 부분유료화 서비스 시작(10. 23)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스는 국내 개발사로는 최초로 Apple Appstore에 서비스 중인 자사의 스포츠 게임 'Homerun Battle 3D'의 부분유료화 서비스를 개시, 게임 캐릭터의 외관 및 능력치 업그레이드를 위한 아이템 세트 11종을 \$0.99부터 판매할 예정 <p>◆ 컴투스, iPhone 게임 'Sniper Vs Sniper' 발매 개시(10. 29)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스는 Apple Appstore를 통해 자사의 해외 서비스용 iPhone/iPod Touch 게임 'Sniper Vs Sniper'가 서비스를 시작했다고 지난 10월 28일 밝혔 컴투스의 'Sniper Vs Sniper'는 iPhone/iPod Touch의 가속도 기능과 터치 기능을 활용하여 스틸 넘치는 조준 시스템과 박진감 넘치는 스나이퍼의 느낌을 정교하게 재현한 것이 특징임 <p>◆ 컴투스, '미니게임천국4' 밀리언셀러 기록(11. 19)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스는 '미니게임천국4'가 100만 다운로드를 돌파해 밀리언셀러 반열에 올랐으며, '미니게임천국' 시리즈의 1,000만 누적 다운로드는 내년 1분기 중 1,000만 다운로드가 가능할 전망 <p>◆ 컴투스 'GrandPar Golf', 삼성 Appstore 영국 1위 달성(11. 23)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스가 자사 3D 골프 게임 '컴투스 포춘골프2'를 해외 환경에 맞게 재개발 한 삼성 앱스토어용 게임인 'GrandPar Golf'가 지난 11월 19일~22일 영국 유료 애플리케이션 부문 순위 1위 차지 'GrandPar Golf'는 지난 10월 출시 후 영국, 프랑스, 이탈리아의 유료 애플리케이션 순위 Top 10을 오르내리며 좋은 성과를 거둠 <p>◆ 컴투스, 올해 중 안드로이드 마켓 진출(11. 25)</p> <ul style="list-style-type: none"> 박지영 컴투스 대표는 인터뷰를 통해 올해 중 Google 안드로이드 마켓에서 서비스를 시작할 계획이며 내년 초에는 MS Windows 모바일 마켓에도 진출할 것이라고 밝혔 <p>◆ 컴투스, 온라인게임 '골프스타' 오픈베타테스트 돌입(12. 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스는 자사가 개발한 온라인 리얼 골프게임 '골프스타'의 오픈베타테스트를 12월 7일부터 실시한다고 밝혔 <p>◆ '이노티아연대기2' Apple Appstore RPG장르 1위 등극(12. 10)</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴투스는 지난 12월 4일부터 Apple Appstore 서비스를 시작한 모바일 액션RPG 'Inotia: A Wanderer of Luone'가 7.99 달러의 비교적 높은 가격에도 불구하고 RPG 장르 1위에 올라섰다고 밝혔 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: 컴투스(www.com2us.com) • 설립연도: 1998년 • 대표: 박지영 • 직원수: 237명 • 사업지역: 한국, 북미, 일본, 중국 • 주력플랫폼: 모바일 • 주력상품: '미니게임천국', '붕어빵 타이쿤', '액션퍼즐패밀리' 등 모바일게임 																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(억): 298('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(억): 1,140 • 주가: 11,300 • 52주 최고가/최저가: 13,900/5,130 * 주가는 2009. 12. 7 증가 기준 																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q09)</p>																				
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • 컴투스의 3/4분기 매출액은 88억 원, 영업이익은 22억 원으로 전년동기대비 각각 40%, 83% 증가함 • 대표적인 간판 게임 '미니게임천국 4'와 '이노티아 연대기2', '컴투스프로야구 2009' 등 2009년 주요 신작들이 성적이 좋았고 해외 매출 역시 3분기 11억 원을 기록하며 성장세를 지속한 것이 실적 향상을 이끈 것으로 분석됨 	<table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million KRW)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Profit</th> <th>Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>82</td> <td>6</td> <td>8.83%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>71</td> <td>6</td> <td>9.14%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>78</td> <td>8</td> <td>10.74%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>88</td> <td>21</td> <td>24.40%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Profit	Profit Margin (%)	08Q4	82	6	8.83%	09Q1	71	6	9.14%	09Q2	78	8	10.74%	09Q3	88	21	24.40%
Quarter	Revenue	Operating Profit	Profit Margin (%)																		
08Q4	82	6	8.83%																		
09Q1	71	6	9.14%																		
09Q2	78	8	10.74%																		
09Q3	88	21	24.40%																		
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
	<p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 7 기준)</p>																				

북미

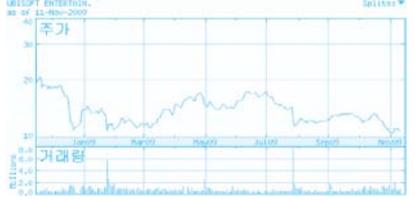
Microsoft	Microsoft																				
최근 이슈	Company Profile																				
<p>◆ Zune HD, 애플리케이션 마켓 미비로 비판론 제기(9. 16)</p> <ul style="list-style-type: none"> 지난 9월 15일 북미시장에 발매된 Microsoft의 Zune HD는 하드웨어 성능은 우수하나, 게임 등 써드파티 Application을 판매할 수 있는 개방형 장터의 부재로 Apple의 iPod Touch 추격 가능성은 낮을 것이라는 비판론이 제기됐으나, MS는 경쟁사와 같은 방식의 애플리케이션 판매에 진출할 수 없다고 입장을 밝힘 <p>◆ Massive, 게임 내 광고 계약 건수 1,000건 돌파(10. 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> MS의 게임 내 광고 자회사 Massive의 JJ Richards 이사에 따르면 Massive는 지난 2009 회계연도에 전년 대비 두 자릿수 성장을 실현했으며 최근에는 게임 내 광고캠페인 계약 건수가 1,000건을 돌파했다고 밝힘 JJ Richards는 구체적인 매출 내역을 밝히지는 않았으나 최근 Screen Digest가 전세계 게임 내 광고 시장이 2014년에는 10억 달러 규모로 성장할 것이라는 조사 결과를 인용하며 게임 내 광고 시장의 성장세가 두드러질 것으로 분석함 <p>◆ Xbox 360 모션컨트롤러 'Project Natal', 내년 11월 출시(11. 11)</p> <ul style="list-style-type: none"> MS는 게임 개발사 등 관련 업체를 대상으로 진행된 비공개 투어를 통해 Xbox 360 모션 컨트롤러 'Project Natal'이 2010년 11월 출시될 계획이라고 밝혔으며, 'Project Natal'은 출시된 지 5년이 지난 Xbox 360의 시장 수명 연장에 도움을 줄 것으로 기대됨 <p>◆ 첫 Microsoft 스토어 운영 개시(10. 22)</p> <ul style="list-style-type: none"> MS는 Windows 7, 노트북, 데스크탑, Zune HD, Xox 360 등 모든 Microsoft 제품들을 구매할 수 있는 소매점인 Microsoft 스토어 1호를 美 Arizona에서 개장 <p>◆ Microsoft, Xbox Live 통해 소셜미디어 서비스 제공(11. 12)</p> <ul style="list-style-type: none"> Microsoft는 11월 17일부터 Xbox Live를 통해 Twitter, Facebook 등 소셜미디어를 이용할 수 있도록 지원하고 게임 등 관련 애플리케이션도 출시할 예정 그러나 Xbox 360 사용자 중 18세 미만의 미국 외 지역 거주자의 경우 보호자의 제어 하에서만 사용가능하도록 제한 지난 11월 24일 기준으로 총 2,000만 명을 넘는 Xbox Live 사용자 중 200만 명 이상이 Facebook이나 Twitter를 이용하고 있는 것으로 알려짐 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명: Microsoft(MSFT:US) (www.microsoft.com) 설립연도: 1975년 대표: Steve Ballmer 직원수: 9만 3,000여 명 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 주력플랫폼: PC, 콘솔 주력상품: Xbox 360 콘솔게임기, XboxLive 및 각종 게임타이틀 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> 매출액(십억): \$62('08년 1월~'08년 12월) 시가총액(십억): \$266.20 주가: \$29.98 52주 최고가/최저가: \$30.37/\$14.87 * 주가는 2009. 12. 4 증가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<p>(단위: 백만 달러)</p> <table border="1"> <caption>Microsoft Performance (3Q09)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (Revenue)</th> <th>Operating Income (Operating Income)</th> <th>Operating Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>16,629</td> <td>5,939</td> <td>35.71%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>13,545</td> <td>4,438</td> <td>32.52%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>13,009</td> <td>3,987</td> <td>30.44%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>12,920</td> <td>4,482</td> <td>34.69%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Income (Operating Income)	Operating Margin (%)	08Q4	16,629	5,939	35.71%	09Q1	13,545	4,438	32.52%	09Q2	13,009	3,987	30.44%	09Q3	12,920	4,482	34.69%
Quarter	Revenue (Revenue)	Operating Income (Operating Income)	Operating Margin (%)																		
08Q4	16,629	5,939	35.71%																		
09Q1	13,545	4,438	32.52%																		
09Q2	13,009	3,987	30.44%																		
09Q3	12,920	4,482	34.69%																		
실적 및 주가 분석	Stock Price																				
<ul style="list-style-type: none"> MS의 3/4분기 매출액과 영업이익은 129억 달러와 45억 달러로 전분기대비 각각 2% 감소, 12% 증가함 경기불황 여파가 약화되면서 Xbox 360 등의 판매 역시 안정세를 보였고 Windows 7 등 신규 제품의 판매 역시 호조세를 보이고 있는 것으로 나타남 	<p>(단위: 달러)</p> <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				

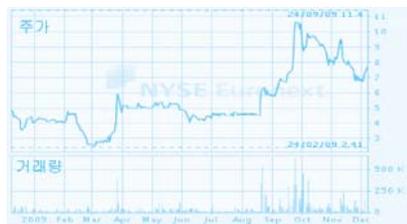
<h2>Electronic Arts</h2>																					
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ EA, 전직 운동선수 등으로부터 피소 잇따라(9. 30) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 각 스포츠 리그로부터 정식 라이선스를 확보했으나 해당 라이선스에 포함되지 않은 일부 선수들과 유사한 게임 캐릭터 사용으로 인해 최근 美 대학 및 프로 미식축구선수, 권투선수 등 스포츠 인사들로부터 초상권 침해 혐의로 피소 ◆ EA, Fox와 함께 'Spore' 영화화 선언(10. 1) <ul style="list-style-type: none"> • 20세기 폭스는 EA의 인기 시뮬레이션게임 '스포어'를 애니메이션 영화화하기로 결정한 것으로 알려짐 • EA는 지난해 헐리우드의 대형 에이전시 UT와 제휴를 맺고 자사 게임 '더 심즈', '단테즈 인페르노' 등을 영화 및 TV 시리즈 소재로 제공한 바 있음 ◆ EA, 만화, 소설, 동화책까지 포괄하는 사업다각화 추진(10. 9) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 기존 로열티 지출이 많았던 수익구조상의 불리함을 개선하는 동시에 신규 수익원을 찾기 위해 'Mass Effect' 등 자체 게임 타이틀 소재의 만화책, 소설, 보드게임 등 다방면으로 OSMu를 실험하고 있는 것으로 알려짐 ◆ EA, 구조조정에 이어 소셜 게임 개발사 Playfish 인수(11. 9) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 계속된 적자경영을 해소하기 위해 지난 11월 9일 전체 직원의 17%에 해당하는 1,500명 규모의 감원을 단행하는 한편, 소셜 게임 개발사인 Playfish를 3억 달러 이상에 인수함 ◆ EA, 최신 'Madden NFL' 다운로드 방식으로 제공(10. 15) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 최근 발매된 'Madden NFL'에서 일부 요소를 제외한 버전을 Xbox Live Arcade와 PlayStation Network을 통해 다운로드 방식으로 제공한다고 밝힘 ◆ EA, 2010년 발매 예정작 반으로 줄여(11. 10) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 최근 실적 저조 등으로 인해 2010년 발매 예정작들 중 50%를 줄이고 성공가능성이 높은 타이틀에 집중할 계획임 ◆ 'FIFA 10', 전세계 450만 타이틀 이상 판매(12. 1) <ul style="list-style-type: none"> • EA는 자사 축구게임인 'FIFA 10'이 전세계적으로 450만 타이틀 이상 판매되었으며, 매일 온라인 플레이 횟수가 300만 회에 이를 정도로 인기를 얻고 있다고 밝힘 ◆ EA, Wii 가격 인하 촉구(12. 10) <ul style="list-style-type: none"> • EA의 CEO인 Riccitiello는 Nintendo가 이대로 가면 MS의 모션 컨트롤러 Natal의 발매에 따라 어려움에 처할 수 있다면, PS2와 같은 가격인하가 필요하다고 역설 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: EA(ERTS:US)(www.ea.com) • 설립연도: 1982년 • 대표: John S.Riccitiello • 직원수: 9,100여 명 • 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아 • 주력플랫폼: 온라인, PC, 콘솔, 모바일 • 주력상품: PC 및 온라인게임 개발 및 퍼블리싱 																				
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 매출액(십억): \$4('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$5.27 • 주가: \$16.20 • 52주 최고가/최저가: \$23.76/\$14.24 * 주가는 2009. 12. 4. 종가 기준 																				
	<h3>Performance(3Q09)</h3> <p>(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1"> <caption>Performance Data (Unit: 100 million USD)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue</th> <th>Operating Income</th> <th>Net Income</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>1,654</td> <td>-304</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>860</td> <td>-62</td> <td>-7.21%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>644</td> <td>-245</td> <td>-38.04%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>788</td> <td>-417</td> <td>-52.92%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	Revenue	Operating Income	Net Income	08Q4	1,654	-304	-	09Q1	860	-62	-7.21%	09Q2	644	-245	-38.04%	09Q3	788	-417	-52.92%
Quarter	Revenue	Operating Income	Net Income																		
08Q4	1,654	-304	-																		
09Q1	860	-62	-7.21%																		
09Q2	644	-245	-38.04%																		
09Q3	788	-417	-52.92%																		
	<h3>Stock Price</h3> <p>(단위: 달러)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				
<h3>실적 및 주가 분석</h3>																					
<ul style="list-style-type: none"> • EA의 3/4분기 매출은 7억 8,800만 달러로 전분기대비 22% 증가했으나, 영업손실은 4억 1,700만 달러를 기록해 전분기대비 2배 가량 손실이 증가한 것으로 나타남 • 경기불황 여파가 악화되면서 매출은 증가했으나 전반적인 게임 타이틀 판매 성적이 악화되면서 손실은 증가한 것으로 분석됨 																					

Walt Disney																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Disney, 영화 'Tron legacy' 개봉에 맞춰 게임 출시 예정(9. 15) <ul style="list-style-type: none"> • Disney는 2010년 12월 개봉 예정인 영화 'Tron legacy'의 맞춰 영화와 동일한 내용의 게임을 자체 개발해 동시 출시할 예정 • Disney의 Buena Vista Interactive에서 지난 2003년 발매된 'Tron 2.0'이 PC, Xbox, Gameboy Advance에서 큰 인기를 얻어 이번 신규 게임에 대한 시장의 기대감도 높은 것으로 알려짐 ◆ Disney, Square Enix와 사업 제휴 맺은 것으로 알려져(9. 18) <ul style="list-style-type: none"> • Disney Interactive는 자사 캐릭터 등을 이용한 게임 개발을 위해 디 게임업체 Square Enix와 제휴를 맺었으며, 첫 번째 타이틀은 Disney의 인기 애니메이션 'Lilo and Stitch'를 기반으로 한 게임으로 알려졌으며 Nintendo DS로 발매될 예정 ◆ Disney, 라디오 이용 가능한 무료 iPhone App 선보여(10. 28) <ul style="list-style-type: none"> • Disney는 Disney 라디오 프로그램과 일부 비디오를 이용할 수 있는 무료 iPhone Application을 선보였으며, 이를 통해 자사 브랜드 고객층의 충성도를 제고하고자 하는 전략을 구사하고 있음 ◆ Disney, 자사 대표 캐릭터 'Mickey Mouse' 게임화(11. 10) <ul style="list-style-type: none"> • Disney는 자사 대표 캐릭터인 'Mickey Mouse'를 Nintendo의 대표 게임 캐릭터인 'Mario'에 버금갈 수 있도록 게임화에 적극 나설 계획이며, 이를 위해 2008년 인수한 Junction Point Studio를 통해 'Epic Mickey'를 개발하고 있는 것으로 알려짐 ◆ Marvel, Disney와 인수 합병 최종 결정 다가와(12. 2) <ul style="list-style-type: none"> • Marvel Entertainment Inc.의 주주들은 오는 12월 31일 Marvel의 Disney로의 총 40억 달러 규모의 피인수 승인과 관련한 투표를 진행할 예정 • 이번 인수 성사 시 Marvel의 주주들은 각 주식에 대해 30달러와 0.745의 Disney 주식을 받을 것으로 알려짐 ◆ Disney CEO, 게임업체 인수 고려하지 않고 있어(12. 9) <ul style="list-style-type: none"> • Disney CEO Bob Iger는 최근 경기 불황에 따라 주가가 크게 떨어진 게임 업체들에 대한 인수는 고려하지 않고 있으며, 그 보다는 자사 IP를 활용한 게임 출시에 주력할 것이라고 UBS Conference에서 밝힘 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Walt Disney(DIS: US) (www.disney.com) • 설립연도: 1923년 • 대표: Robert A Iger • 직원수: 14만 여 명 • 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 • 주력플랫폼: PC, 콘솔, 모바일 • 주력상품: 자사 라이선스를 바탕으로 한 캐주얼 게임 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(십억): \$37('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$56.08 • 주가: \$30.84 • 52주 최고가/최저가: \$31.10/\$15.14 * 주가는 2009. 12. 4. 증가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>9,599</td> <td>1,217</td> <td>12.68%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>8,090</td> <td>1,287</td> <td>15.91%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>8,596</td> <td>1,598</td> <td>18.59%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>9,867</td> <td>1,429</td> <td>14.48%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률	08Q4	9,599	1,217	12.68%	09Q1	8,090	1,287	15.91%	09Q2	8,596	1,598	18.59%	09Q3	9,867	1,429	14.48%
분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률																		
08Q4	9,599	1,217	12.68%																		
09Q1	8,090	1,287	15.91%																		
09Q2	8,596	1,598	18.59%																		
09Q3	9,867	1,429	14.48%																		
	Stock Price																				
실적 및 주가 분석	(단위: 달러)																				
<ul style="list-style-type: none"> • Disney의 3/4분기 매출은 98억 6,700만 달러로 전분기대비 14% 가량 증가했고, 영업이익은 14억 2,900만 달러를 기록해 전분기 대비 11% 감소함 • TV, 영화, 애니메이션 등에서의 매출은 작년 수준을 유지했으나 Interactive 부분의 손실이 커지며 전분기대비 수익이 감소한 것으로 분석됨 	 <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				

유럽

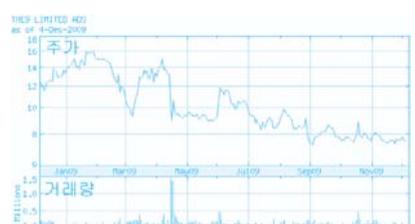
Activision Blizzard																					
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Blizzard, 'WoW' 관련 운영 규모 등 현황 공개(9. 17) <ul style="list-style-type: none"> • Blizzard는 지난 9월 17일 GDC Austin을 통해 현재 'World of Warcraft'의 개발 및 운영 부서에는 221개 직종, 4,600여 명이 일하고 있는 것으로 알려짐 ◆ 美 음악게임 판매량 저조로 Activision 실적 저조 전망(10. 26) <ul style="list-style-type: none"> • 미국 내 음악게임 판매량이 예상 외로 저조한 수준에 머물면서, Activision 등 관련 업체의 실적을 낙관하기 어려운 실정이라고 美 투자은행 Cowen Group의 Doug Creutz 애널리스트가 밝힘 • 'Guitar Hero 5', 'DJ Hero', 'Hand Hero'의 3개 신작 타이틀을 선보인 Activision은 당초 매출 예상치인 4억 800만 달러의 절반에도 못 미치는 1억 9,900만 달러에 불과할 전망 ◆ Nickelodeon의 'iCarly' Wii와 DS, DSi로 발매(10. 28) <ul style="list-style-type: none"> • Activision은 Nickelodeon의 인기TV 시리즈인 'iCarly'를 비디오 게임화해 Nintendo Wii, DS, DSi로 발매한다고 밝힘 • 'iCarly'는 마이크와 카메라를 이용하는 등 Nintendo DSi에 최적화 된 것으로 전해짐 ◆ 'Call of Duty', 온라인게임 개발설 제기(11. 19) <ul style="list-style-type: none"> • LA Times에 따르면, Activision은 지난 11월 말 총 5,500만 타이틀 판매와 30억 달러 판매액을 넘은 'Call of Duty'의 MMO 게임을 개발하고 있는 것으로 전해짐 • 지난 11월 13일 Activision의 CFO Tom Tippel 역시 자사 인기 게임들에 대한 신규 온라인 수익화를 계획하고 있다고 밝혀 'Call of Duty'의 MMO 게임화가 더욱 신빙성을 얻고 있음 • 한편, 'Call Of Duty'의 최신작인 'Modern Warfare 2' 역시 발매 5일만에 전세계에서 약 5억5,000만 달러의 판매액을 기록 ◆ Blizzard, 'Diablo III' 발매 지연 이유 밝혀(11. 24) <ul style="list-style-type: none"> • 'Diablo III'가 내년에도 발매되지 않을 것이라는 소식이 나온 가운데 Blizzard 게임개발 이사 Rob Pardo는 대작 게임의 지나치게 빠른 발매는 역효과를 가져올 수 있다며 출시 연기 배경을 밝힘 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Activision(ATVI:US) (www.activisionblizzard.com) • 설립연도: 1979년 • 대표: Robert A Kotick • 직원수: 7,000여 명 • 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본, 동남아, 남미 • 주력플랫폼: PC, 콘솔, 모바일 • 주력상품: Activision의 온라인 & 콘솔게임 퍼블리싱, Blizzard의 PC 패키지 게임 																				
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(백만): \$3588('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$13.99 • 주가: \$11.03 • 52주 최고가/최저가: \$13.14/\$8.14 * 주가는 2009. 12. 4. 종가 기준 																				
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q09)</p>																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>분기별이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>1,639</td> <td>147</td> <td>-8.97%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>981</td> <td>179</td> <td>18.25%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>1,038</td> <td>218</td> <td>21.00%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>703</td> <td>90</td> <td>12.80%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	분기	분기별매출액	분기별영업이익	분기별이익률	08Q4	1,639	147	-8.97%	09Q1	981	179	18.25%	09Q2	1,038	218	21.00%	09Q3	703	90	12.80%
분기	분기별매출액	분기별영업이익	분기별이익률																		
08Q4	1,639	147	-8.97%																		
09Q1	981	179	18.25%																		
09Q2	1,038	218	21.00%																		
09Q3	703	90	12.80%																		
	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>																				
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: right;">(단위: 달러)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				
<ul style="list-style-type: none"> • 3/4분기 매출액은 7억 300만 달러로 전분기대비 32% 감소했고, 영업이익 역시 9,000만 달러를 기록해 전분기대비 58% 감소했음 • Activision은 지난 분기까지 지속적인 성장을 보였으나, 최근 신작 타이틀과 음악 게임 타이틀의 실적 부진, 그리고 중국 내 'World of Warcraft' 서비스 차질 등이 겹치면서 실적이 크게 악화된 것으로 알려짐 																					

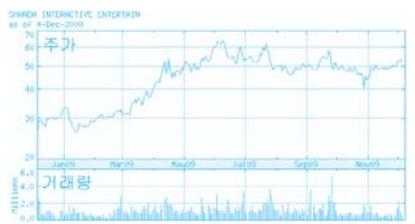
Ubisoft																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ubisoft, 주요 신작 발매 재연기 가능성 시사(9. 16) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 경쟁작 발매가 많은 연말을 피해 내년 상반기 신작을 출시하려는 업체가 늘면서 내년 상반기 출시 예정인 신작 타이틀의 발매 일정을 재차 연기하는 방안을 고려하고 있다고 밝힘 ◆ Ubisoft, PC게임 개발사 Nadeo인수(10. 5) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft가 월평균 70만명의 순방문자와 1,000만 명의 가입자를 보유하고 있는 온라인레이싱 게임 'TrackMania'로 유명한 프랑스 PC게임 개발사 Nadeo를 10월 5일 인수 ◆ Ubisoft, 여성 전용 게임포털 출시(10. 19) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 지난 10월 19일 여성 전용 게임포털인 'UbiWorld'를 출시하고, 포털을 통해 인기 Nintendo DS 게임인 'Imagine', 'Petz', 'Style Lab' 시리즈의 온라인 확장 콘텐츠를 무료 웹게임형태로 제공하고, SNS 기능을 지원할 계획 ◆ Ubisoft, 온라인 유통 위해 전자상거래 업체와 제휴(10. 30) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 자사 게임의 온라인 판매 및 디지털 다운로드 서비스를 위해 전자상거래 서비스 업체 Digital River와 제휴를 체결 • 이번 제휴를 통해 'Assassin's Creed', 'Tom Clancy's Splinter Cell' 등 자사 게임들을 온라인으로도 유통할 수 있게 됨 ◆ Ubisoft, 신작 타이틀에 '사용자 보상시스템' 적용 예정(11. 12) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 지난 11월 12일 게임플레이를 통해 게이머가 마일리지 를 얻고 이를 게임 아이템 구매나 신규 맵 다운로드 등에 사용할 수 있는 온라인 보상 시스템 'UPlay'를 최초 공개함 ◆ Ubisoft, 'Assassin's Creed' 기반 사업 다각화 진행(12. 1) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 게임 기반의 사업 영역 확대가 게임 자체 판매에 도움을 줄 뿐 아니라, 종합 엔터테인먼트 기업으로의 체제 구축에도 기여한다는 전략적 판단 아래 자사 인기 게임 타이틀인 'Assassin's Creed'의 사업 영역을 영화와 출판물로 넓힐 계획 ◆ Ubisoft, Natal 기반 게임 타이틀 10개 준비 중(12. 1) <ul style="list-style-type: none"> • Ubisoft는 Xbox 360 모션컨트롤러 Natal을 포함한 Microsoft와 Sony의 차세대 하드웨어에 맞춘 게임 타이틀 15개 정도를 개발 중인 것으로 전해졌으며, Natal용으로 개발되고 있는 게임의 대부분은 캐주얼게임일 것으로 알려짐 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: UBISOFT(UBI:FP)(www.ubisoft.com) • 설립연도: 1986년 • 대표: Yves Guillemot • 직원수: 4,350여 명 • 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) €1,228('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): €1.0 • 주가: €10.68 • 52주 최고가/최저가: €19.07/€9.66 * 주가는 2009. 12. 7. 증가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1"> <caption>Ubisoft Performance (3Q09)</caption> <thead> <tr> <th>기간</th> <th>반기매출 (백만 달러)</th> <th>반기영업이익 (백만 달러)</th> <th>영업이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008.3</td> <td>870</td> <td>137</td> <td>15.75%</td> </tr> <tr> <td>2008.9</td> <td>385</td> <td>28</td> <td>7.27%</td> </tr> <tr> <td>2009.3</td> <td>945</td> <td>102</td> <td>10.78%</td> </tr> <tr> <td>2009.9</td> <td>190</td> <td>-95</td> <td>-50.00%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	기간	반기매출 (백만 달러)	반기영업이익 (백만 달러)	영업이익률 (%)	2008.3	870	137	15.75%	2008.9	385	28	7.27%	2009.3	945	102	10.78%	2009.9	190	-95	-50.00%
기간	반기매출 (백만 달러)	반기영업이익 (백만 달러)	영업이익률 (%)																		
2008.3	870	137	15.75%																		
2008.9	385	28	7.27%																		
2009.3	945	102	10.78%																		
2009.9	190	-95	-50.00%																		
	Stock Price																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 유로)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				
실적 및 주가 분석																					
<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 4월~9월까지 반기 매출액은 1억9,000만 달러, 영업이익은 9,500만 달러 손실을 기록해 상반기대비 실적이 크게 악화됨 • 실적 악화의 주요 원인은 신규 타이틀 출시 연기인 것으로 분석되며, 2010년 상반기부터 신규 타이틀 출시에 따라 실적이 개선될 것으로 전망됨 																					

<h2>Infogrames</h2>																	
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Atari, 패션디자이너 소재 TV프로그램 Wii게임 제작(10. 9) <ul style="list-style-type: none"> • Atari는 패션디자이너 발굴 TV 프로그램인 'Project Runway'을 소재로 한 Wii 게임을 출시하기 위해 해당 제작사인 Weinstein Company와 지난 10월 9일 독점계약을 체결함 • Atari의 이번 프로젝트는 기존 인기 영상물의 게임화가 액션 게임 위주로 이루어진 것에서 확장된 것으로 여성 등 신규 게이머를 공략하기 위한 전략으로 분석됨 ◆ MMO게임 'Champions Online' 캐릭터 수 100만 개 넘어(10. 29) <ul style="list-style-type: none"> • Atari의 게임 개발 스튜디오인 Cryptic은 자사 MMORPG 'Champions Online' 내 캐릭터 수가 100만 개를 넘었다고 밝힘 • 사용자 당 복수 캐릭터를 생성할 수 있어 'Champions Online' 내 캐릭터 수로는 정확한 가입자 규모는 알 수 없는 것으로 알려짐 ◆ Atari, 'Star Trek Online' 내년 2월 발매 예정(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • Atari는 합선을 이용한 전투와 혹성 탐험 등의 요소를 포함하고 있으며, Cryptic 스튜디오에서 개발 중인 MMORPG 'Star Trek Online'이 내년 2월 경 선보일 예정 ◆ Atari, 자사 고전게임 온라인으로 선보여(11. 24) <ul style="list-style-type: none"> • Atari는 'Asteroids', 'Battlezone' 등 자사 고전게임 6종을 웹브라우저 기반의 무료 게임으로 공개함 • 제공할 게임은 'Asteroids', 'Battlezone', 'Crystal Castles', 'Lunar Lander', 'Atari 2600 duo Adventure', 'Yar's Revenge'으로 알려짐 ◆ Atari, 새 CEO로 Jeff Lapin 선임(12. 11) <ul style="list-style-type: none"> • Atari는 기업 운영 쇄신을 위해 CEO를 David Gardner에서 COO인 Jeff Lapin으로 교체한 것으로 알려짐 • 최근 Atari는 온라인게임 중심으로 변모를 꾀하고 있어 이에 따라 전략적으로 CEO를 교체한 것으로 분석되고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Infogrames(ATAR) (www.infogrames.com) • 설립연도: 1983년 • 대표: David Gardner • 직원수: 555명 • 사업지역: 미국, 유럽, 일본 • 주력플랫폼: PC, 콘솔 • 주력상품: 콘솔게임 개발 퍼블리싱 																
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 매출액(백만): € 417('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(백만): € 102.97 • 주가: € 7.76 • 52주 최고가/최저가: € 11.40/€ 2.41 * 주가는 2009. 12. 7. 종가 기준 																
	<h3>Performance(3Q09)</h3> <div style="text-align: center;"> <p>(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>09Q3</td> <td>40.2</td> <td>19.7</td> <td>-49.00%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>40</td> <td>19.6</td> <td>-49.00%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>50.3</td> <td>14.5</td> <td>-28.83%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p> </div>	분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률	09Q3	40.2	19.7	-49.00%	09Q2	40	19.6	-49.00%	09Q3	50.3	14.5	-28.83%
분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률														
09Q3	40.2	19.7	-49.00%														
09Q2	40	19.6	-49.00%														
09Q3	50.3	14.5	-28.83%														
	<h3>Stock Price</h3>																
<h3>실적 및 주가 분석</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Atari의 2009년 3분기 매출액은 5,030만 달러, 영업이익은 1,450만 달러 손실을 기록한 것으로 알려짐 • 기업 전환 및 개발사 인수 등으로 여전히 손실이 크게 발생하고 있으나, 경기불황의 약화와 2010년 이후 'Champions Online' 등 MMORPG 게임 서비스가 예정되어 있어 실적 개선이 기대됨 	<p style="text-align: right;">(단위: 유로)</p> <div style="text-align: center;">  <p>* 자료원: Euronext(2009. 12. 7 기준)</p> </div>																

중국

<p style="text-align: center;">NetEase</p>	
<p style="text-align: center;">최근 이슈</p>	<p style="text-align: center;">Company Profile</p>
<p>◆ NetEase, 'World of Warcraft' 서비스 재개(9. 19)</p> <ul style="list-style-type: none"> NetEase는 지난 9월 19일 'World of Warcraft'의 중국 내 서비스를 재개한다고 밝혔 NetEase측은 정식서비스 지연으로 큰 손실을 입은 것으로 전해졌으나, 향후 자사 게임 매출에서 'World of Warcraft'의 비중을 크게 늘린다는 방침을 세운 것으로 알려짐 <p>◆ 신문출판총서, 'WoW' 서비스 금지 명령한 적 없어(11. 24)</p> <ul style="list-style-type: none"> 지난 11월 23일 상하이 신문출판총서에 따르면 아직까지 신문출판총서에서 NetEase의 'World of Warcraft' 서비스에 대한 제재 조치는 없다고 밝혀, 기존 언론 보도 내용에 대해 정면 부인함 이를 두고 신문출판총서와 NetEase 간의 모종의 협약이 있는 것 아니냐는 관측이 나오는 가운데, 신문출판총서는 관련 언급을 피하고 있는 상황임 지난 11월 3일에 NetEase는 판호를 받지 않은 상황에서 'World of Warcraft: Burning Crusades'의 정식 서비스를 재개한 NetEase가 신문출판총서로부터 이용료 과금 행위 중단 등을 요구받은 것으로 알려진 바 있음 <p>◆ NetEase, 신규 게임 통해 4분기 실적 반등 기대(11. 21)</p> <ul style="list-style-type: none"> 3/4분기 기대치에 못 미치는 실적을 보인 NetEase는 4/4분기 이후 'New Fly for Fun' 등 신규 게임 출시를 기반으로 실적 향상에 나설 것으로 알려짐 아직까지 중국 내 'World of Warcraft' 서비스가 불확실한 가운데 신작 게임 및 기본 게임들의 성패 여부가 NetEase의 향후 실적에 큰 영향을 미칠 전망 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명: NetEase(NTES:US) (www.corp.163.com) 설립연도: 1997년 대표: William Lei Ding 직원수: 3,048명 사업지역: 중국 주력플랫폼: 온라인 주력상품: 중국 시장에 현지화한 MMORPG 제작 및 운영
	<p style="text-align: center;">Financial Profile</p>
	<ul style="list-style-type: none"> 매출액(백만): \$450('08년 1월~'08년 12월) 시가총액(십억): \$4.88 주가: \$37.72 52주 최고가/최저가: \$48.50/\$16.61 * 주가는 2009. 12. 4. 종가 기준
	<p style="text-align: center;">Performance(3Q09)</p>  <p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p> <p>* 자료원: 공시자료</p>
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p>	<p style="text-align: center;">Stock Price</p>
<ul style="list-style-type: none"> NetEase의 3/4분기 매출액은 'World of Warcraft' 서비스 지연에도 불구하고 1억 2,884만 달러를 기록해 전년동기대비 8.45%, 전분기대비 0.9% 증가했으나 영업이익은 전분기대비 20% 감소한 것으로 나타남 전체 매출 중 온라인게임 부문이 88.12%인 1억 1,355만 달러의 매출을 올렸으나 순이익은 5,769만 달러로 전분기대비 15.87% 하락세를 보여 'World of Warcraft' 서비스 개시가 지연됨에 따라 수익 폭이 감소하고 있는 것으로 분석됨 	<p style="text-align: right;">(단위: 달러)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>

<h2 style="color: blue;">The9</h2>																					
<h3 style="color: blue;">최근 이슈</h3>	<h3 style="color: blue;">Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ The9, 美 주주들로부터 집단소송 직면(10. 22) <ul style="list-style-type: none"> • 지난 4월 'World of Warcraft'의 중국 서비스 판권 상실로 극심한 매출 부진을 겪고 있는 The9는 허위 자료 공시 등에 대한 美 NASDAQ 주주들로부터 집단소송에 직면한 것으로 알려짐 • 이번 소송의 승패는 주가하락의 결정적 계기였던 'World of Warcraft' 판권 상실 이전에 The9 측이 Blizzard와의 관련 협상 내용을 주주들에게 사실대로 공개했는지에 따라 갈릴 전망 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: The9(NCTY:US)(www.the9.com) • 설립연도: 1999년 • 대표: Jun Zhu • 직원수: 1,626명 • 사업지역: 중국 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: 유명 게임 개발사와 파트너십 통해 온라인게임 공급 																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ The9, R&D팀 증설 발표(10. 27) <ul style="list-style-type: none"> • The9은 'WoW' 라이선스 재계약 실패에 따른 내부 역량 강화 조치의 일환으로 300여명 규모의 내부 개발인력을 연말까지 500명 규모로 확장할 계획 	<h3 style="color: blue;">Financial Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ The9, Tencent 통해 '명장삼국' 채널링 협의중(11. 17) <ul style="list-style-type: none"> • The9는 자사 액션 RPG게임 '명장삼국'의 채널링 서비스를 Tencent와 협의 중이며, 조만간 Tencent의 게임포털 'QQ'에서 '명장삼국'이 서비스될 가능성이 높은 것으로 전해짐 • 이 게임은 지난 12월 7일 네오위즈게임즈와 국내 퍼블리싱 계약을 체결한 것으로 알려짐 	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(백만): \$258('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$0.19 • 주가: \$7.50 • 52주 최고가/최저가: \$16.64/\$7.08 * 주가는 2009. 12. 4. 종가 기준 																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ The9, 신작게임 5종 '중국국제인터넷박람회' 통해 공개(12. 4) <ul style="list-style-type: none"> • The9은 북경에서 개최된 '제7회 중국국제인터넷 문화 박람회'를 통해 자체 개발한 신작 온라인게임 5종을 공개한다고 밝힘 • 공개되는 신작 온라인게임은 '삼국군영전온라인', '소소부락', '명장삼국', '9주전기', 'MuX'로 알려짐 	<h3 style="color: blue;">Performance(3Q09)</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 웹젠, The9에 'Mu' 상표권 이전 소송 제기(12. 7) <ul style="list-style-type: none"> • 웹젠은 자사가 개발한 MMORPG 'Mu Online'의 중국 서비스 파트너사인 The9을 상대로 상표권 이전등록 청구 소송을 제기 • 웹젠측은 자사가 이미 'Mu Online'의 후속작을 개발하고 있는 상황에서 The9이 지난 6월 China Joy 2009에서 'Mu Online'의 후속작 격인 'MuX'를 단독으로 발표한 것은 'Mu Online'의 브랜드 가치를 훼손하는 것이라며 강력하게 대응할 것이라고 밝힘 	<div style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</div>  <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기매출액</th> <th>분기영업이익</th> <th>분기이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>58.8</td> <td>11.2</td> <td>19.05%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>59.9</td> <td>-3</td> <td>-5.01%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>42.2</td> <td>-8.5</td> <td>-20.14%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>3.9</td> <td>-17.2</td> <td>-441.03%</td> </tr> </tbody> </table>	분기	분기매출액	분기영업이익	분기이익률	08Q4	58.8	11.2	19.05%	09Q1	59.9	-3	-5.01%	09Q2	42.2	-8.5	-20.14%	09Q3	3.9	-17.2	-441.03%
분기	분기매출액	분기영업이익	분기이익률																		
08Q4	58.8	11.2	19.05%																		
09Q1	59.9	-3	-5.01%																		
09Q2	42.2	-8.5	-20.14%																		
09Q3	3.9	-17.2	-441.03%																		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ The9, '라그나로크 온라인2' 내년 중국 서비스 개시(12. 9) <ul style="list-style-type: none"> • The9은 그라비티의 온라인게임 '라그나로크온라인2'의 현지화 작업을 완료하고 오는 2010년에 비공개테스트를 실시할 계획 	<h3 style="color: blue;">Stock Price</h3>																				
<h3 style="color: blue;">실적 및 주가 분석</h3>	<div style="text-align: right;">(단위: 달러)</div>  <ul style="list-style-type: none"> • 2009년 3/4분기 매출은 394만 달러로 전분기대비 90% 이상 하락했고, 1700만 달러 규모의 영업손실을 입은 것으로 알려짐 • The9 매출의 90% 이상을 차지하고 있는 'WoW'의 서비스 중단 영향이 본격적으로 실적에 반영되는 것으로 분석됨 • 'WoW'를 대체하기 위해 신규 게임 개발 및 퍼블리싱 부문 확대에 집중하고 있어 2010년 이후 소폭의 실적 개선이 가능할 전망 																				

Shanda																					
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ ShandaGames, 美 NASDAQ 상장(9. 25) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda는 게임부문 자회사인 Shanda Games를 지난 9월 25일 NASDAQ에 상장해, 10억 달러 규모의 신규 자금을 유치 • 이를 통해 Shanda는 종합 엔터테인먼트 사업자로의 입지 구축하고 게임부문의 해외 사업 강화 등의 효과를 얻을 것으로 분석됨 ◆ Shanda, 중소 웹게임 개발사 적극 지원 선언(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda는 지난 11월 6일 '제2회 웹게임 및 SNS 운영대회'에서 향후 웹게임 분야의 성장을 위해 관련 개발사 지원에 나설 것이라 공언한 것으로 알려짐 ◆ Shanda, 영화/드라마 제작 조인트벤처 설립(11. 13) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda는 중국 방송사 GBS(Golden Eagle Broadcasting System)과 전략적 제휴를 체결하고 영화 및 TV 제작 조인트벤처를 설립 • Shanda는 이 조인트벤처의 우선주를 보유하고, TV 드라마 'Princess Huanzhu'를 리메이크하고, Shanda Literature 포털의 소셜 'Xing Chen Bian'에 기반한 영화 제작도 하기로 함 ◆ Shanda, '18기금' 통해 신작 MMO '통령왕' 서비스(11. 18) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda는 '18기금 프로젝트'을 통해 유희수마의 3D MMORPG '통령왕'을 서비스한다고 지난 11월 18일 밝힘 ◆ 콘텐츠 강화 위해 영상서비스사 기업 'ku6.com' 인수(11. 30) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda의 게임부문 자회사인 ShandaGames는 콘텐츠 개발력 강화를 위해 영상서비스업체 'ku6.com'을 4,400만 달러에 인수 ◆ Kingsoft의 '검협정연3' 채널링 서비스(12. 3) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda가 Kingsoft의 게임 '검협세계'와 '검협정연 온라인2'를 채널링 서비스하는 내용의 전략적 제휴를 발표 • 2009년 11월 말에는 '검협세계 3'의 채널링 서비스도 결정됨 ◆ 온라인게임 외 사업분야에 2조 원 규모 투자 시사(12. 3) <ul style="list-style-type: none"> • Shanda는 온라인게임 외 타 사업 부문의 매출 증가에 따라 향후 온라인게임 외 다양한 사업 분야에 적극적으로 투자할 계획 • 온라인게임 외 가장 실적이 좋은 부문은 Shanda문학인 것으로 알려졌으며 이외 음악, 영화 등 다양한 분야의 사업을 확장할 전망 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Shanda(SNDA:US) (www.snda.com) • 설립연도: 1999년 • 대표: Tiangiao Chen • 직원수: 3,124명 • 사업지역: 중국 • 주력플랫폼: 온라인 • 주력상품: MMORPG 등 온라인게임, 모바일게임 등 																				
	Financial Profile																				
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액(백만): \$514('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$3.47 • 주가: \$51.83 • 52주 최고가/최저가: \$65.00/\$24.15 * 주가는 2009. 12. 4. 종가 기준 																				
	Performance(3Q09)																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1"> <caption>Performance (3Q09) Data</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>분기별 매출액</th> <th>분기별 영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>146</td> <td>59</td> <td>40.41%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>162</td> <td>67</td> <td>41.36%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>181</td> <td>75</td> <td>41.44%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>205</td> <td>75</td> <td>36.95%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	분기별 매출액	분기별 영업이익	영업이익률	08Q4	146	59	40.41%	09Q1	162	67	41.36%	09Q2	181	75	41.44%	09Q3	205	75	36.95%
Quarter	분기별 매출액	분기별 영업이익	영업이익률																		
08Q4	146	59	40.41%																		
09Q1	162	67	41.36%																		
09Q2	181	75	41.44%																		
09Q3	205	75	36.95%																		
	Stock Price																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 달러)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				
실적 및 주가 분석																					
<ul style="list-style-type: none"> • Shanda의 3/4분기 매출은 2억 300만 달러로 전분기대비 12% 성장했으며, 영업이익은 7,500만 달러로 전분기와 같은 수준을 기록함 • MMORPG 부문 매출이 전년대비 53%, 전분기대비 9% 증가해 여전히 성장세를 이어갔으며 온라인게임 외 분야에서도 지속적인 매출이 발생하고 있어 향후 안정적인 성장세를 보일 전망이다 																					

일본

Sony	SONY																				
최근 이슈	Company Profile																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Sony, 美서 약관 따른 PSN 사용자 계정 합류 적법 판결(9. 30) <ul style="list-style-type: none"> • Sony의 계정 압류 조치가 美 수정헌법에 위배된다며 게이머가 제기한 소송에 대해 법원은 기각 판결을 내린 것으로 알려짐 ◆ Sony, 신규 휴대용 게임기 'PSP GO' 출시(10. 1) <ul style="list-style-type: none"> • Sony는 지난 10월 1일 이전 모델에서 무게 증가 및 배터리 소모 축진의 주요 요인으로 지적되어 온 UMD 드라이브를 삭제하고 불법복제를 차단하기 위해 기존 교체형 배터리 대신 내장형 배터리를 채택한 신규 휴대용 게임기 'PSP GO'를 전세계 동시 발매 ◆ Netflix, PS3에서도 영화 스트리밍 서비스 제공(10. 26) <ul style="list-style-type: none"> • 온라인 DVD 대여 사업자인 Netflix가 Sony의 PS3 콘솔을 통해 영화 스트리밍 서비스를 제공할 것이라고 발표 ◆ PS3, 북미 콘솔게임 시장 주도권 확보 가능성 제기돼(11. 1) <ul style="list-style-type: none"> • PS3가 가격인하와 신모델 'Slim' 출시로 판매량이 증가하고 있고, Wii의 판매가 하락하고 Blu-ray에 대한 관심이 확대되고 있어 3파전에서 새로운 강자로 부상할 가능성이 짙다는 관측이 시장조사업체 DFC Intelligent 등 전문가 일각에서 제기되고 있음 ◆ Sony, Apple의 iTunes 대항마 2010년에 선보일 예정(11. 20) <ul style="list-style-type: none"> • Sony는 2010년 상반기 중 영화, 음악, 게임, 책 등을 Sony의 가전제품에서 이용할 수 있는 온라인콘텐츠포털을 선보일 예정 ◆ PSP 통한 만화책 및 온라인 커뮤니티 서비스 출시(11. 26) <ul style="list-style-type: none"> • Sony는 2000AD, Disney, IDW, Insomnia, iVerse, Marvel 등 유명 퍼블리셔의 500여 종의 만화책을 이용할 수 있는 PSP comic store 서비스를 지난 11월 30일 개시 • 일본 내 PSP 누적 판매량이 1,200만 대를 넘어섰으며 사용자들의 온라인서비스 이용률도 높아짐에 따라, Sony는 일본 내 PSP 전용 온라인 커뮤니티 서비스인 'Room'의 CBT 테스트 접수를 10월 5일 마감하고 연말 정식 출시할 예정 ◆ PSP용 게임, PS3에서도 이용 가능할 전망(12. 8) <ul style="list-style-type: none"> • Sony는 펌웨어 업데이트를 통해 PSP의 게임 구동을 위한 에뮬레이터를 PS3에 설치함으로써, PSP 게임을 PS3에서도 이용할 수 있도록 할 계획이라고 밝힘 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Sony(SNE:US)(www.sony.com) • 설립연도: 1993년 • 대표: Howard Stringer • 직원수: 17만 800명 • 사업지역: 북미, 유럽, 일본, 남미 • 주력플랫폼: 콘솔 • 주력상품: PlayStation 시리즈 및 게임 타이틀 																				
	Financial Profile																				
	Performance(3Q09)																				
	<p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p> <table border="1"> <caption>Sony Performance (3Q09)</caption> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기매출액</th> <th>분기영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>20,908</td> <td>41</td> <td>0.20%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>17,184</td> <td>-2,139</td> <td>-12.45%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>18,038</td> <td>-</td> <td>-0.89%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>18,765</td> <td>-</td> <td>-0.55%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	분기	분기매출액	분기영업이익	영업이익률	08Q4	20,908	41	0.20%	09Q1	17,184	-2,139	-12.45%	09Q2	18,038	-	-0.89%	09Q3	18,765	-	-0.55%
분기	분기매출액	분기영업이익	영업이익률																		
08Q4	20,908	41	0.20%																		
09Q1	17,184	-2,139	-12.45%																		
09Q2	18,038	-	-0.89%																		
09Q3	18,765	-	-0.55%																		
	Stock Price																				
<p style="text-align: center;">실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sony의 3/4분기 매출은 187억 달러를 기록해 전분기대비 4% 증가했으며, 영업손실은 전분기대비 35% 감소한 1억 달러를 기록함 • PS3의 판매가 지속적으로 증가하고 있으며, 신규 휴대용 콘솔인 PSP GO의 판매도 호조세를 보여 매출 증가에 기여한 것으로 분석됨 	<p style="text-align: right;">(단위: 달러)</p> <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				

<h2>Nintendo</h2>																					
<h3>최근 이슈</h3>	<h3>Company Profile</h3>																				
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 패션 커뮤니티 사이트와 제휴 통해 DS용 신규 게임 출시(9. 14) <ul style="list-style-type: none"> • Nintendo는 웹상에서 자신의 아바타와 패션아이템을 친구와 공유할 수 있는 SNS기반 패션 커뮤니티 사이트 Poupegirl과 제휴해 DS용 신규 게임을 출시할 예정 ◆ Nintendo, 불법복제 수입업체 4개사 고소(10. 3) <ul style="list-style-type: none"> • 지난해 Capcom, Square Enix 등과 공동으로 DS용 불법장치 수입업체를 고소해 승소한 바 있는 Nintendo는 협력 게임개발사 54개 업체와 공동으로 DS용 불법장치의 일본 내 수입업체 4개사에 대해 440만 달러 규모의 손해배상 소송제기 • 한편 프랑스 법원이 게임 개발에 대한 접근성을 높이기 위한 일환으로 불법복제 장치 이용을 허용한다고 판결하면서, Nintendo가 최근 프랑스 법원에 제기한 DS용 불법복제 장치에 대한 소송에서 패소했으나, 일본, 영국 등 DS 게임 복제 장치를 불법으로 규정한 판결을 뒤집지는 못할 전망 ◆ Wii게임 37%, 출시 이후 매체 등의 주목 받지 못해(10. 6) <ul style="list-style-type: none"> • 시장조사업체 EEDAR에 따르면 올해 1월에서 6월 사이 발매된 Wii 게임의 37% 가량이 출시 이후 단 한 차례도 평가를 받지 못했는데, 이는 차세대 3대 콘솔 중 가장 높은 비율 • 이는 캐주얼게임과 저가형 게임 비중이 크기 때문으로 분석됨 ◆ Nintendo, Wii로 'Pokemon' 출시 예정(10. 16) <ul style="list-style-type: none"> • Nintendo는 Wii를 이용해 게이머가 자신의 Pokemon과 사진을 찍을 수 있는 Screen Grab Mode 기능 등을 제공하는 새로운 'Pokemon' 타이틀 선보일 예정 ◆ 일본 Wii 사용자 중 35%만이 온라인 서비스 이용(11. 6) <ul style="list-style-type: none"> • Nintendo의 Satoru Iwata 사장에 따르면 일본의 Wii 및 DS 사용자의 온라인 서비스 이용률이 각각 35%, 20%에 불과하며, 여타 플랫폼의 하드코어 게이머들에 비해 콘텐츠 소비 행태의 변화 속도가 느린 Nintendo 플랫폼 이용자들의 온라인 서비스 이용률이 분궤도에 오르기까지는 적지 않은 시간이 걸릴 것으로 예상 ◆ 900만 여성게이머, Nintendo에 호감도 높아(11. 26) <ul style="list-style-type: none"> • 북미 Nintendo 사장인 Reggie Fils-Aime는 캐주얼게임 이용자나 DS 이용자를 제외한 전체 여성 게이머 중 89%가 정기적으로 Wii를 이용한다고 주장 	<ul style="list-style-type: none"> • 업체명: Nintendo(NTDOY:US) (www.nintendo.com) • 설립연도: 1947년 • 대표: Satoru Iwata • 직원수: 1,461명 • 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본, 남미 • 주력플랫폼: 콘솔 • 주력상품: Wii, DS 등 게임기 하드웨어 및 전용 게임 타이틀 																				
	<h3>Financial Profile</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 매출액(십억): \$19('08년 1월~'08년 12월) • 시가총액(십억): \$34.53 • 주가: \$29.80 • 52주 최고가/최저가: \$67.65/\$28.26 * 주가는 2009. 12. 7. 증가 기준 																				
	<h3>Performance(3Q09)</h3> <p style="text-align: right;">(단위: 백만 달러)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>분기</th> <th>분기별매출액</th> <th>분기별영업이익</th> <th>영업이익률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>6,788</td> <td>2,418</td> <td>35.62%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>3,408</td> <td>611</td> <td>17.93%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>2,858</td> <td>489</td> <td>16.41%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>3,321</td> <td>711</td> <td>21.41%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률	08Q4	6,788	2,418	35.62%	09Q1	3,408	611	17.93%	09Q2	2,858	489	16.41%	09Q3	3,321	711	21.41%
분기	분기별매출액	분기별영업이익	영업이익률																		
08Q4	6,788	2,418	35.62%																		
09Q1	3,408	611	17.93%																		
09Q2	2,858	489	16.41%																		
09Q3	3,321	711	21.41%																		
	<h3>Stock Price</h3> <p style="text-align: right;">(단위: 달러)</p>  <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				
<h3>실적 및 주가 분석</h3>																					
<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 3/4분기 매출 규모는 33억 2,100만 달러로 전분기대비 16%가량 증가했으며, 영업이익은 7억1,100만 달러로 51% 증가 • Nintendo는 Wii와 DS 판매 악화로 매출 및 영업이익 규모가 전년 대비 감소했으나 전분기 대비 소폭 상승하며 다음 분기에도 실적에는 큰 변동이 없을 전망이다 																					

Konami	KONAMI																				
<p>최근 이슈</p>	<p>Company Profile</p>																				
<p>◆ Konami, 구작 게임 13종 Wii 버전으로 재발매 예정(9. 19)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konami는 8비트 MSX 플랫폼용으로 선보였던 과거 인기 게임 타이틀 13종을 올 겨울 Wii 플랫폼으로 재발매할 예정으로 알려짐 Konami는 지난 2007년에도 고전게임 명작을 한데 모은 NDS용 타이틀 'Konami 아케이드 컬렉션'을 발매해 호평을 받은 바 있음 <p>◆ 'Silent Hill' 발매 2010년 2월로 연기(10. 15)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konami는 올 가을 중 발매한다고 발표했던 'Silent Hill:Shattered Memories'를 2010년 2월에 선보인다고 밝힘 'Silent Hill:Shattered Memories'는 Wii, PS2, PSP용으로 개발되고 있는 것으로 알려짐 <p>◆ iPhone용 'Pro Evolution Soccer 2010' 선보여(11. 25)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konami는 자사 인기 축구게임 'Pro Evolution Soccer 2010'의 iPhone용 Application 'iPro Evolution Soccer'의 서비스를 시작한 것으로 알려짐 <p>◆ Xbox Live Arcade에서 판매하던 고전게임 소매점 판매(12. 8)</p> <ul style="list-style-type: none"> Amazon에 따르면 Konami가 Xbox Live Arcade에서 판매하던 자사 고전게임 패키지 타이틀을 12월 중에 소매점에서도 판매할 예정이라고 전함 1번 패키지에는 'Castlevania: Symphony of the Night', 'Frogger', 'Super Contra'가, 2번 패키지에는 'Contra', 'Rush'n Attack', 'Track and Field'이 포함되어 있으며 두 패키지 각각 19.99 달러에 판매될 예정 <p>◆ 'Pro Evolution Soccer 2011' 관련 아이디어 수집(12. 10)</p> <ul style="list-style-type: none"> 'Pro Evolution Soccer 2011' 개발을 진행 중인 Konami는 그간 해당 게임을 즐겨온 게이머들을 통해 게임 개발을 위한 의견 및 아이디어를 수집하고 있음 <p>◆ Konami, 닌텐도 DS로 신규 음악 게임 출시 예정(12. 12)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konami는 닌텐도 DS로 신규 음악 게임인 'Utacchi'를 내년 2월 25일에 일본에서 발매한다고 밝힘 'Utacchi'는 노래부르기 기능과 4명의 사용자가 함께 게임을 즐길 수 있는 멀티플레이를 지원함 	<ul style="list-style-type: none"> 업체명: Konami(KNM:US) (www.konami.com) 설립연도: 1969년 대표: kagemasa Kozuki 직원수: 5,472명 사업지역: 미국, 유럽, 중국, 일본 주력플랫폼: 온라인, PC, 콘솔, 아케이드 주력상품: 콘솔 및 PC, 아케이드게임 타이틀 및 관련 상품들 																				
	<p>Financial Profile</p>																				
	<ul style="list-style-type: none"> 매출액(백만): \$3,087 (08년 1월~08년 12월) 시가총액(십억): \$2.26 주가: \$16.91 52주 최고가/최저가: \$26.48/\$12.77 * 주가는 2009. 12. 7. 종가 기준 																				
	<p>Performance(3Q09)</p>																				
<p>실적 및 주가 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> 2009년 3/4분기 매출액과 영업이익은 6억5,300만 달러와 4,100만 달러를 기록해 전분기비 각각 2%, 372% 증가함 'Metal Gear' 등 대표 타이틀의 매출 급감으로 타격을 받았던 영업이익이 'Pro Evolution Soccer 2010'의 선전에 따라 크게 향상된 것으로 분석됨 	<p>(단위: 백만 달러)</p> <table border="1"> <caption>Performance Data (3Q09)</caption> <thead> <tr> <th>Quarter</th> <th>Revenue (Million \$)</th> <th>Operating Profit (Million \$)</th> <th>Operating Profit Margin (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08Q4</td> <td>845</td> <td>115</td> <td>13.61%</td> </tr> <tr> <td>09Q1</td> <td>854</td> <td>43</td> <td>5.04%</td> </tr> <tr> <td>09Q2</td> <td>831</td> <td>11</td> <td>1.74%</td> </tr> <tr> <td>09Q3</td> <td>853</td> <td>41</td> <td>6.28%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 자료원: 공시자료</p>	Quarter	Revenue (Million \$)	Operating Profit (Million \$)	Operating Profit Margin (%)	08Q4	845	115	13.61%	09Q1	854	43	5.04%	09Q2	831	11	1.74%	09Q3	853	41	6.28%
Quarter	Revenue (Million \$)	Operating Profit (Million \$)	Operating Profit Margin (%)																		
08Q4	845	115	13.61%																		
09Q1	854	43	5.04%																		
09Q2	831	11	1.74%																		
09Q3	853	41	6.28%																		
	<p>Stock Price</p>																				
	<p>(단위: 달러)</p> <p>* 자료원: Yahoo Finance(2009. 12. 4 기준)</p>																				

권역별 주요 인기게임 순위 및 판매량

북미

〈Table 1〉 북미 PC게임 SW 월별 판매 순위

순위	8월 첫째 주	9월 첫째 주	10월 첫째 주
1	Warhammer 40K: Dawn of War(Relic Entertainment)	Aion Collector's Edition (NCsoft)	Left4Dead 2 pre-order (Valve)
2	Aion Collector's Edition (NCsoft)	Champions Online (Cryptic Studios/Atari)	Left4Dead(Valve)
3	Left4Dead(Valve)	Star Wars: Knights of the Old Republic(BioWare)	Aion Collector's Edition (NCsoft)
4	Hearts Of Iron III (Paradox Interactive)	Left4Dead(Valve)	Risen(Piranha Bytes)
5	Counter-Strike: Source(Valve)	Street Fighter IV(Capcom)	Aion Standard Edition pre-order(NCsoft)
6	The Witcher: Enhanced Edition-Director's Cut (CD Projekt RED)	Braid(Number None)	Batman: Arkham Asylum (Rocksteady Studios)
7	Red Faction: Guerrilla pre-order(Volition)	Counter-Strike: Source (Valve)	Counter-Strike: Source (Valve)
8	TrackMania United Forever (Nadeo)	Darkest of Days (8Monkey Labs)	Borderlands(pre-order)
9	Team Fortress 2(Valve)	Section 8(TimeGate)	Resident Evil 5(Capcom)
10	Prototype (Radical Entertainment)	Aion Standard Edition pre-order(NCsoft)	F.E.A.R.2: Project Origin(Monolith)

자료원: Steam, 2009

분석

◆ 북미 PC게임 SW 판매 분석

- ‘Aion’ 시리즈가 ‘Aion Collectors edition’과 ‘Aion standard edition’ 모두 순위권에 오르며 강세를 보였으며, ‘Left4Dead’ 시리즈도 ‘Left4Dead’와 ‘Left4Dead 2’가 함께 순위권에 오르며 인기를 이어감
- 순위권에 꾸준히 오른 게임은 ‘Aion’, ‘Left4Dead’, ‘Counterstrike’이고, 나머지 게임들은 순위가 계속 바뀌는 양상을 볼 수 있음

〈Table 2〉 북미 콘솔게임 SW 월별 판매 순위

순위	8월	9월	10월
1	Madden NFL 10(Xbox360)	Halo 3:ODST(Xbox360)	Uncharted 2:Among Thieves(PS3)
2	Wii Sports Resort(Wii)	Wii Sports Resort(Wii)	Wii Fit Plus(Wii)
3	Madden NFL 10(PS3)	Madden NFL 10(Xbox360)	Borderlands(Xbox360)
4	Batman:Arkham Asylum(Xbox360)	Mario&Luigi: Bowser's Inside Story(DS)	Wii Sports Resort(Wii)
5	Batman:Arkham Asylum(PS3)	The Beatles: Rock Band(Xbox360)	NBA 2K10(Xbox360)
6	Madden NFL 10(PS2)	Madden NFL 10(PS3)	Halo 3:ODST(Xbox360)
7	Dissidia: Final Fantasy(PSP)	Marvel: Ultimate Alliance 2(Xbox360)	NBA 2K10(PS3)
8	Wii Fit(Wii)	Batman:Arkham Asylum(PS3)	Forza Motorsport 3(Xbox360)
9	Mario Kart Wii(Wii)	Guitar Hero 5(Xbox360)	Kingdom Hearts 358/2(DS)
10	Fossil Fighters(DS)	The Beatles: Rock Band(Wii)	FIFA Soccer 10(Xbox360)

자료원: NPD Group, 2009

분석

◆ 북미 콘솔게임 SW 판매 분석

- 북미 콘솔게임 SW 매출은 8월 4억 7,032만 달러로, 7월 대비 15% 감소했으나, 9월에는 6억 4,932만 달러, 10월에는 5억 7,270만 달러의 매출을 보였음
- 8월~10월 차트에서는 10위권 안의 게임 퍼블리셔가 Sony, Nintendo, Take-two, Microsoft, Square Enix, EA 등으로 나타났으며, Activision Blizzard의 게임이 하나도 포함되지 않은 것이 인상적이지만, 준비중인 차기작 “Call of Duty: Modern Warfare 2”로 11월부터는 차트 상위권에 랭크될 것이라 기대됨

Game Sales

- 10위권 안에 Xbox360 게임 타이틀이 9월에 5종류, 10월에도 5종류로, Xbox360 타이틀이 강세를 보임

〈Table 3〉 북미 콘솔게임 HW 판매량 추이

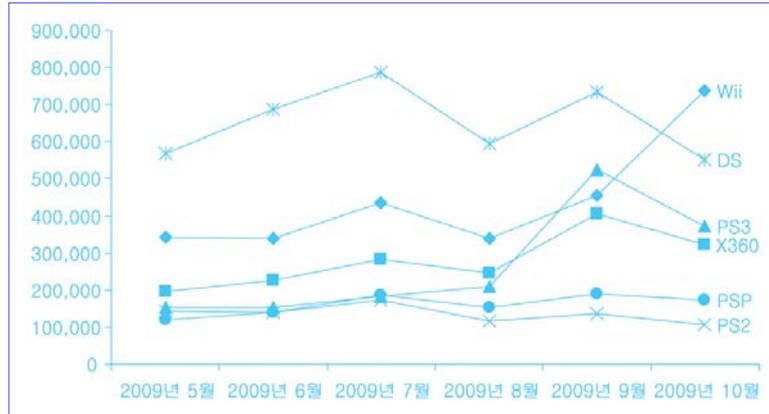
(단위: 대)

북미	5월	6월	7월	8월	9월	10월	누적
Wii	341,380	339,350	436,014	337,431	454,845	735,791	2,644,811
X360	195,841	226,252	282,138	245,645	404,721	322,527	1,677,484
PS3	151,158	153,265	181,892	210,352	523,825	371,729	1,592,224
PS2	141,366	138,436	172,809	115,689	136,021	104,955	809,278
DS	566,592	686,051	786,936	593,008	732,609	552,509	3,917,705
PSP	118,840	140,767	187,549	153,096	188,926	171,813	960,991

자료원: VG Chartz, 2009

〔Figure 1〕 북미 콘솔게임 HW 판매량 추이

(단위: 대)



자료원: VG Chartz, 2009

분석

◆ 북미 콘솔게임 HW 판매 분석

- 4월 북미 지역에서 판매되기 시작한 Nintendo DS의 차기 휴대용 콘솔게임기인 DSi의 영향으로 DS의 누적 판매량이 가장 높았으며, 누적 판매량 2위는 Wii로, Nintendo 게임기들이 강세를 이어감
- PlayStation 3는 8월 단행한 콘솔 게임기 가격 인하와 신모델 PlayStation3 Slim 출시에 힘입어 9월 판매량이 523,825대로, 8월 대비 70% 이상 증가하며 Xbox360과 Wii 보다 높은 판매량을 기록했으나 10월에는 곧 판매량이 떨어졌음

일본

〈Table 4〉 일본 콘솔게임 SW 월별 판매 순위

순위	8월	9월	10월
1	Dragon Quest IX: Hoshizora no Mamoribito(DS)	Pocket Monsters Heart Gold/Soul Silver(DS)	Pocket Monsters Heart Gold/Soul Silver(DS)
2	Tomodachi Collection(DS)	Tomodachi Collection(DS)	Wii Fit Plus(Wii)
3	Monster Hunter 3 tri-(Wii)	Wii Fit Plus(Wii)	Inazuma Eleven 2: Kyoui no Shinryokusha(DS)
4	SD Gundam G Generation Wars(PS2)	Tales of Vesperia(PS3)	Tomodachi Collection(DS)
5	Wii Sports Resort(Wii)	Inazuma Eleven 2: Kyoui no Shinryokusha(DS)	Bayonetta(PS3)
6	Tales of VS.(PSP)	Kidou Senshi Gundam Senki U.C. 0081(PS3)	Shin Megami Tensei: Strange Journey(DS)
7	Puyo Puyo 7(DS)	Dragon Quest IX: Hoshizora no Mamoribito(DS)	Hikari no 4 Senshi: Final Fantasy Gaiden(DS)
8	Monster Hunter Portable 2nd G(PSP)	Jikkyou Powerful Pro Yakyuu Portable 4(PSP)	Tekken 6(PS3)
9	Kamen Rider: Climax Heroes(PS2)	Wii Sports Resort(Wii)	Persona 3 Portable(PSP)
10	Irozuki Tingle no Koi no Balloon Trip(DS)	SaGa 2: Hihou Densetsu Goddess of Destiny(DS)	Wii Sports Resort(Wii)

자료원: VG Chartz, 2009

분석

◆ 일본 콘솔게임 SW 판매 분석

- 여전히 DS, PSP 휴대용 게임기의 SW 판매가 호조세를 이어가고 있으며, 콘솔게임 타이틀 부문에서는 Wii와 PS3가 선전하고 있음
- 순위권 내 게임들 50% 이상이 매월 새로 교체되고 있는 모습을 보이고 있어, 꾸준한 판매고를 이어가는 게임 타이틀은 적은 상황임
- 순위권 내의 DS 타이틀이 8월 4개, 9월 5개, 10월 5개로 DS 게임이 강세를 보였으며, Wii가 그 뒤를 바짝 쫓는 등 Nintendo 게임기가 강세를 보이고 있음

〈Table 5〉 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이

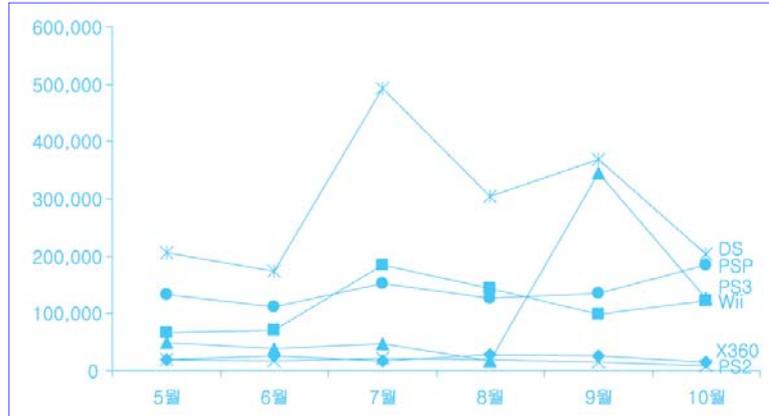
(단위: 대)

플랫폼	5월	6월	7월	8월	9월	10월	누적
Wii	67,481	71,182	183,867	144,516	98,130	122,229	687,405
X360	18,741	25,775	17,658	27,034	25,247	15,819	130,634
PS3	49,363	39,012	46,399	17,556	345,136	126,672	624,141
PS2	19,355	17,260	22,398	19,367	14,306	9,541	102,229
DS	205,178	172,570	492,260	303,670	368,893	203,266	1,745,837
PSP	132,926	110,813	151,855	127,156	136,066	183,497	842,313

자료원: VG Chartz, 2009

〔Figure 2〕 일본 콘솔게임 HW 판매량 추이

(단위: 대)



자료원: VG Chartz, 2009

분석

◆ 일본 콘솔게임 HW 판매 분석

- 지난해 출시된 Nintendo DS의 최신 모델 Nintendo DSi의 판매 호조에 힘입어 Nintendo DS의 판매가 여전히 높은 실적을 기록하며 수위를 지키고 있음
- 9월 출시한 신모델 PlayStation3 Slim의 판매 호조로 인해 PlayStation3 판매량이 급격하게 증가했으나, 10월에는 곧 떨어진 것으로 분석됨

유럽(독일)

〈Table 6〉 독일 게임 SW 월별 판매 순위

순위	8월 셋째 주 (8. 17 ~ 8. 23)	9월 둘째 주 (9. 7 ~ 9. 13)	10월 셋째 주 (10. 19 ~ 10. 26)
1	The Sims 3	The Sims 3	Pro Evolution Soccer 2010
2	Anno 1404	Anno 1404	Risen
3	Divinity 2-Ego Draconis	World of Warcraft: Wrath of the Lich King	FIFA 10
4	World of Warcraft: Wrath of the Lich King	Venetica	The Sims 3
5	Landwirtschafts-Simulator 2009	Counter-Strike: Source	Operation Flashpoint 2: Dragon Rising
6	World of Warcraft	Landwirtschafts-Simulator 2009	Need For Speed: Shift
7	Counter-Strike: Source	Divinity 2-Ego Draconis	World of Warcraft: Wrath of the Lich King
8	World of Warcraft: The Burning Crusade	Sacred 2: Ice & Blood	Aion Standard-Edition
9	Gothic 3	Fussball Manager 09	Das Schwarze Auge: Drakensang
10	Bus-Simulator 2009	World of Warcraft	Counter-Strike: Source

주: 통계 제공 사이트가 변경돼, 6, 7월 통계는 누락됐으며, 8월 통계는 PC게임 패키지 순위임.
 자료원: Media Control Gik International, 2009

분석

◆ 독일 게임 SW 판매 분석

- 8월과 9월 상위권을 지키던 게임들이 10월 스포츠 게임 출시의 영향으로 대거 순위권 밖으로 탈락 또는 순위가 하락한 모습을 보임
- 'World of Warcraft: Wrath of the Lich King', 'The Sims 3'은 꾸준히 순위권 내에 머무르며 인기를 누리는 모습을 보임
- 10월에는 'Pro Evolution Soccer 2010', 'FIFA 10', 'Need For Speed: Shift' 등 스포츠 장르의 신작들이 랭킹 상위권을 차지함

유럽(스페인)

〈Table 7〉 스페인 게임 SW 월별 판매 순위

순위	7월	8월	9월
1	Wii Sports Resort + Wii Motion Plus(Wii)	Wii Sports Resort + Wii Motion Plus(Wii)	Wii Sports Resort + Wii Motion Plus(Wii)
2	Los Sims 3(PC)	Los Sims 3(PC)	Need For Speed: Shift(PS3)
3	Wii Fit + Balance Board(Wii)	Wii Fit + Balance Board(Wii)	Fallout 3(PS3)
4	Mario Kart + Wii Wheel(Wii)	Wii Play(Wii)	Batman: Arkham Asylum (PS3)
5	Wii Play(Wii)	Killzone 2(PS3)	Los Sims 3(PC)
6	El Profesor Layton y La Villa Misteriosa(DS)	Mario Kart + Wii Wheel(Wii)	Wii Fit + Balance Board(Wii)
7	Pokemon Platino(DS)	UP(DS)	Wii Play(Wii)
8	Active Personal Trainer + Cintas(Wii)	Fallout 3(PS3)	WWE SmackDown! VS RAW 2009(PS3)
9	Pro Evolution Soccer 2009 Platinum(PS2)	El Profesor Layton y La Villa Misteriosa(DS)	Colin McRae Dirt 2(PS3)
10	Call Of Juarez: Bound In Blood(PS3)	WWE SmackDown! VS RAW 2009(PS3)	Halo 3: ODST(X360)

자료원: Media Control Gfk International, 2009

분석

◆ 스페인 게임 SW 판매 분석

- 부동의 1위를 기록하고 있는 'Wii Sports Resort'를 비롯하여 'Mario Kart', 'Wii Play' 등 Wii 게임이 순위권 내에 7월 4개, 8월 4개, 9월 3개 오르며 여전히 강세를 이어가고 있음
- 7월에는 순위권 진입이 하나에 그쳤던 PlayStation3 게임이 8월 3개, 9월에는 5개 순위권에 오르는 모습을 보여, PlayStation3 게임의 인기 상승세를 반영하고 있음

유럽(영국)

〈Table 8〉 영국 게임 SW 월별 판매 순위¹⁾

순위	8월 셋째 주 (8.9~8.15)	9월 셋째 주 (9.15~9.21)	10월 셋째 주 (10.11~10.17)
1	Ashes Cricket 2009 (Codemasters)	Need for Speed: shift(EA)	FIFA 10(EA)
2	Wii Sports Resort(Nintendo)	Guitar Hero 5(Activision)	Uncharted 2: Among Thieves(Sony)
3	Wii Fit(Nintendo)	Colin McRae: Dirt 2(Codemasters)	Operation Flashpoint: Dragon Rising(Codemasters)
4	Call Of Juarez: Bound In Blood(Ubisoft)	Batman: arkham asylum(EIDOS)	Wii Sports Resort(Nintendo)
5	Tiger Woods PGA Tour 10(EA)	Wii sports resort(Nintendo)	Mario & Sonic At The Olympic Winter Games(Seга)
6	Mario Kart Wii(Nintendo)	Wet(Bethesda)	Need For Speed: Shift(EA)
7	Call Of Duty: World At War (Ubisoft)	The Beatles: Rock Band(EA)	Brutal Legend(EA)
8	Madden NFL 10(EA)	Call Of Duty 4: Modern Warfare(Activision)	Professor Layton And Pandora's Box(Nintendo)
9	G-Force(Disney)	Wii Fit(Nintendo)	Halo 3: ODST(Microsoft)
10	Harry Potter & The Half-Blood Prince(EA)	Tiger Woods PGA Tour 10(EA)	Fallout 3: Game Of The Year Edition(Bethesda)

주: 영국 순위는 PC와 콘솔을 막론하여 모든 플랫폼의 판매량을 합산하여 순위를 산출함. 예를 들어 FIFA 09가 PS3, Xbox360으로 모두 출시된 경우, 두 플랫폼의 판매량을 합산하여 순위 산출
 자료원: ChartTrack, 2009

분석

◆ 영국 게임 SW 판매 분석

- EA와 Nintendo社의 게임들이 월 평균 2~3개씩 순위권에 들며 강세를 보였음
- (8월) Codemasters의 'Ashes Cricket 2009'가 모든 플랫폼에서 1위를 차지하며 통합 순위 1위를 차지했으며, Nintendo의 'Wii Sports Resort'와 'Wii Fit'은 꾸준히 상위권에 랭크되어 있음
- (9월) EA의 'Need for Speed: shift'가 출시하자마자 모든 플랫폼에서 1위를 차지하며 통합 순위 1위를 기록했으며, 2~4위도 갖 출시한 게임들이 랭킹을 차지함
- (10월) 가장 단기간 내에 판매되기로 유명한 EA의 'FIFA 10'이 출시 3주만에 100만 카피 이상 판매되며 1위를 차지함

1) 영국 자료는 ChartTrack이 제공한 것으로, 플랫폼에 상관없이 산출된 순위임. 플랫폼별 상세한 순위는 ELSPA 사이트(<http://www.elspa.com/?c=/charts/uk.jsp&ct=37>)에서 확인할 수 있음

유럽

〈Table 9〉 유럽 콘솔게임 HW 판매량 추이

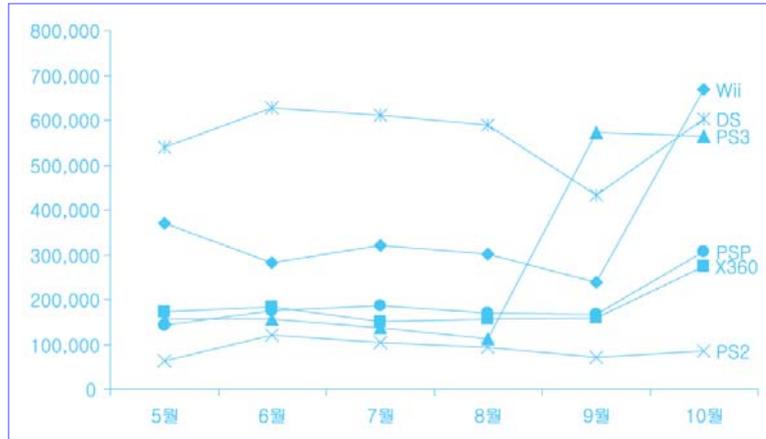
(단위: 대)

플랫폼	5월	6월	7월	8월	9월	10월	누적
Wii	369,247	283,354	320,789	300,361	239,423	667,272	2,180,446
X360	173,292	182,199	150,999	155,327	159,190	273,937	1,095,304
PS3	157,013	157,149	138,203	112,592	573,831	564,955	1,703,746
PS2	64,167	120,984	105,331	93,317	72,076	84,631	540,508
DS	539,775	626,272	611,667	590,392	431,765	603,700	3,403,571
PSP	141,354	176,583	187,352	171,060	166,083	306,688	1,149,120

자료원: VG Chartz, 2009

〔Figure 3〕 유럽 콘솔게임 HW 판매량 추이

(단위: 대)



주: 유럽 자료는 VG Chartz에 집계된 주요 5개국(영국, 독일, 이탈리아, 스페인, 프랑스), 스칸디나비아, 기타 유럽을 합하여 도출

자료원: VG Chartz

분석

◆ 유럽 콘솔게임 HW 판매 분석

- 여전히 Nintendo DS와 Wii의 판매 실적이 가장 높은 모습을 보이고 있으며, 특히 4월 유럽에서 새 모델, DSi를 내놓은 Nintendo DS의 판매 실적이 두드러짐
- 한편, 9월 출시한 PlayStation3 Slim의 영향으로 PlayStation3 판매량이 급증하여 9월에는 일시적으로 판매량 순위 1위를 차지하기도 했으나, 10월에는 Wii와 DS에 밀려 3위를 차지함

중국

〈Table 10〉 중국 온라인게임 인기 순위(PC방 기준)

순위	8월 둘째 주 (8월 14일 기준)	9월 넷째 주 (9월 27일 기준)	10월 첫째 주 (10월 17일 기준)
1	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)	던전앤파이터(地下城与勇士) (Tencent)
2	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)	크로스파이어(穿越火线) (Tencent)
3	QQ 현무(QQ炫舞) (Tencent)	QQ 현무(QQ炫舞) (Tencent)	QQ 현무(QQ炫舞) (Tencent)
4	오디션(劲舞团) (Nineyou)	오디션(劲舞团) (Nineyou)	오디션(劲舞团) (Nineyou)
5	QQ Speed(QQ飞车) (Tencent)	QQ Speed(QQ飞车) (Tencent)	QQ Speed(QQ飞车) (Tencent)
6	카운터 스트라이크 Online (TianCity)	문도(问道) (Guang Yu Hua Xia)	문도(问道) (Guang Yu Hua Xia)
7	문도(问道) (Guang Yu Hua Xia)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)
8	몽환서유(梦幻西游) (NetEase)	카운터 스트라이크 Online (TianCity)	카운터 스트라이크 Online (TianCity)
9	천룡팔부(天龍八部) (Sohu)	천룡팔부(天龍八部) (Sohu)	천룡팔부(天龍八部) (Sohu)
10	대화서유(大话西游) (NetEase)	대화서유(大话西游) (NetEase)	대화서유(大话西游) (NetEase)

자료원: ICM Data, 2009

분석

◆ 중국 온라인게임 인기순위(PC방 기준) 분석

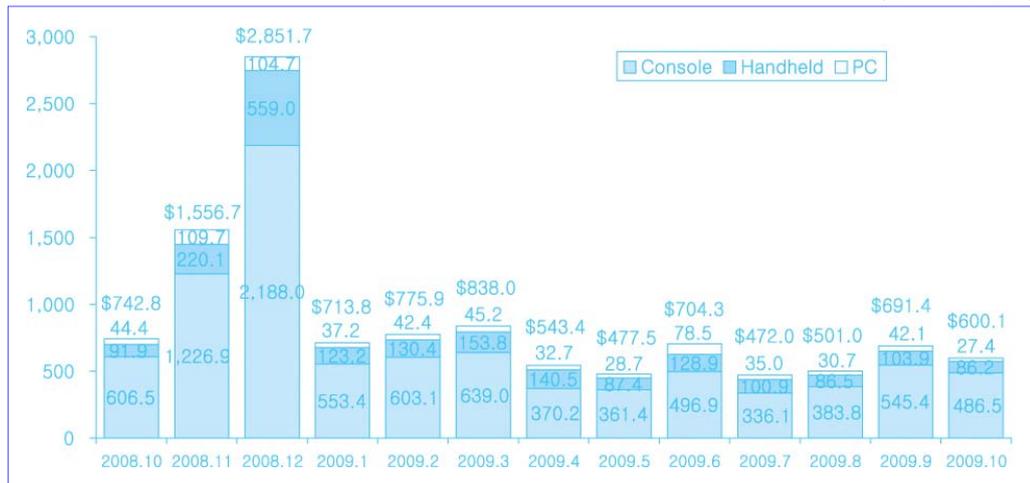
- ‘던전앤파이터’가 꾸준한 인기를 얻으며 중국 온라인게임 인기순위(PC방 기준, 2008년 12월~2009년 2월)에서 1위를 차지하고 있고, ‘던전앤파이터’에 이어 ‘크로스파이어’가 2위를 차지하고 있으며, 오디션 역시 꾸준히 3위를 차지하며 높은 인기를 얻고 있음
- 중국산 온라인게임의 경우, ‘QQ현무’, ‘QQ Speed’, ‘몽환서유’, ‘천룡팔부’ 등이 여전히 높은 인기를 끌며 중국 온라인게임 인기순위를 차지하고 있음
- 순위 변동이 거의 없으며, 일부 순위 변동도 10위권 내 한 두개 게임의 순위 변동에 그쳐 그만큼 현재 10위권 게임의 강력한 영향력을 보여줌

전세계 게임 시장규모(권역별, 플랫폼별)

미국

(Figure 1) 미국 게임 시장규모(2008. 10~2009. 10)

(단위: 백만 달러)



자료원: NPD Group, 2009. 11; 스트라베이스 재구성

분석

◆ 미국 게임 시장 분석

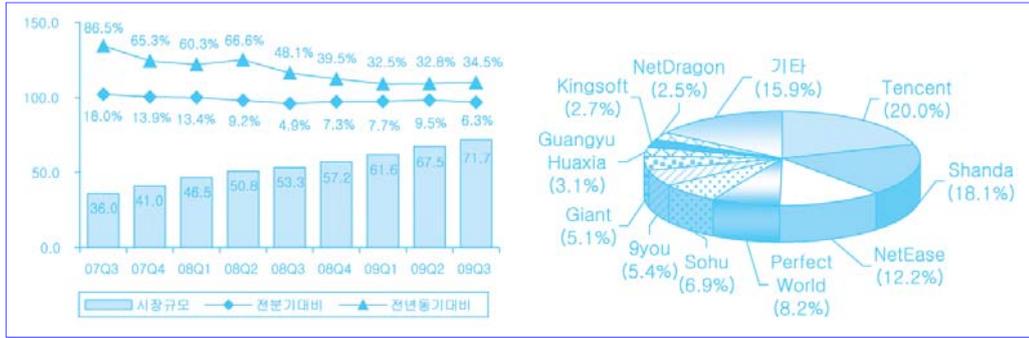
- 美 시장조사업체인 NPD Group에 따르면 2009년 10월 미국 내 콘솔게임 HW 판매가 전년대비 18% 감소했고, 전체 게임 타이틀 판매량은 전년대비 19% 감소한 것으로 나타남
 - Take-Two의 타이틀 판매량은 전년대비 70% 증가하였으나, 미국 내 주요 퍼블리셔들인 Activision Blizzard(40% 감소), EA(11% 감소), THQ(19% 감소) 등의 판매 실적

- 이 감소하여 전체 시장 규모도 줄어든 것으로 집계됨
- 11월 출시한 Activision Blizzard의 'Call of Duty: Modern Warfare 2'를 비롯하여 'Assassin's Creed 2', 'New Super Mario Bros. Wii' 등大作 타이틀의 판매 실적이 반영되는 시점부터는 전년 대비 판매량 증가가 예상됨

중국-온라인

[Figure 2] 중국 온라인게임 시장규모(2009년 3/4분기)

(단위: 억 위안)



자료원: iResearch, 2009, 10; 스트라베이스 재구성

분석

◆ 중국 게임 시장 분석

- 中 시장조사업체인 iResearch에 따르면, 2009년 중국 온라인게임 시장규모가 미국 온라인게임 시장규모를 추월해 세계 최대 시장으로 부상할 것으로 전망
 - 2009년 3/4분기 중국 온라인게임 시장규모는 71억 7,000만 위안으로 전년 동기 대비 34.5% 성장한 것으로 나타남
- 지난 2008년 전세계 온라인게임 시장에서 미국 시장의 점유율은 29%에 달했으며, 중국이 27%, 한국이 21%인 것으로 나타남(이 점유율은 통상적으로 사용하는 매출 발생 지역을 기준으로 한 시장규모가 아니라, 매출 발생 업체를 기준으로 한 것임)
 - 미국 시장의 경우 'World of Warcraft'의 개발사 Blizzard를 비롯한 수출 중심의 구조가 크고, 게이머 기반이 적은 데다, 신규 게임의 전망도 다른 시장에 비해 상대적으로 밝지 않아 제한적인 성장에 그칠 것으로 전망
 - 한국 시장의 경우, 주력 시장인 한국 시장과 동남아 시장이 포화에 달한 데다 중국 시장에서도 상대적인 선호도가 예전만큼 높지 않아 성장의 한계가 있을 것으로 전망

글로벌 게임산업 Quarterly

- ▶ 발행일 2009년 12월 31일
- ▶ 발행인 이 재 응
- ▶ 발행처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 문 의

한국콘텐츠진흥원 전화_02-3153-1114 홈페이지_www.kocca.kr
서울특별시 마포구 상암동길 250-15 문화콘텐츠센터(우 121-270)

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

