

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOSER
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『디지털 성장 시대와 유럽 게임개발 산업 정책 제안』

◎ 작성취지

- 유럽의 게임 산업 동향을 게임 개발 산업 내의 각 기업의 시각에 맞추어 정리함.
- 2011년 발행된 영국 인터랙티브 엔터테인먼트 산업 연맹 (UKIE) 의 정부 공개서한에 대한 응답과 유럽 게임개발사 연합 (EGDF)의 유럽연합에게의 정책 권고를 토대로 하여 작성함.

◎ 작성순서

1. 「영국 인터랙티브 엔터테인먼트 산업 연맹(UKIE)이 영국정부에게 제안하는 정책」
2. 「유럽 게임개발사 연합(EGDF)이 본 게임의 문화적, 경제적, 혁신적 원동력 역할」
3. 「유럽연합 게임개발사 연합(EGDF) 제안 정책」

◎ 용어 정리

- UKIE (The Association for UK Interactive Entertainment): 영국 비디오 게임 산업 기관과 회사들로 이루어진 연합으로 게임 출판사, 개발사, 그리고 게임 연구 기관과 대학들이 모여 영국 경제, 정치, 사회적 환경이 게임 산업의 발달에 적합하게 되도록 도모. 2010년 UKIE 멤버들이 영국 내에서 판매된 전체 (물리적) 게임의 97 퍼센트의 제작에 관련, 유일하게 콘솔(게임기기)회사 3 사 (Nintendo, Microsoft 와 Sony) 가 소속되어 있음.
- EGDF (European Games Developer Federation): 유럽 게임 개발사 연맹. 오스트리아, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 이태리, 노르웨이, 스페인과 영국에 위치한 게임개발 스튜디오 600개 가량의 멤버 회사와 이에 소속한 약 만7천여 명의 고용자를 대표하는 산업연맹.
- IP (Intellectual Property) : 지적 재산권.

1. 『UKIE 가 영국 정부에게 제안하는 정책』

■ 영국 비디오 산업 현황과 개요

○ 영국 창조산업에서 비디오게임이 차지하는 비율

- 비디오게임 산업은 영국 창조 산업 중 왕관의 보석이라 해도 될 만큼 중요한 자리를 차지하고 있음.
- 2009년 영국은 유럽, 중동, 아프리카 중 가장 게임 시장의 규모가 컸으며, 미국과 일본 다음으로 세계 제 3위로 큰 시장을 소유함. Price Waterhouse Coopers 가 2010년 과 2014년 사이 매년 **10.6 퍼센트**의 성장률을 예측하는데 이는 영화, 음악이나 TV 보다 더 빠른 성장률임. 영국 경제에 몇 조 파운드 가치를 부가시킬 수 있는 가능성을 지님.
- 2010년 기록을 갱신한 게임 **Call of Duty: BlackOps** 등의 출시에 힘입어 디지털 비디오 게임 시장의 가치가 3.3 billion 파운드에 다다랐음. 출시 5일 만에 무려 200 만 부가 1.9 million 파운드에 팔리는 기록을 세움.

○ 세계 비디오 게임 산업에서 영국의 위치

- 글로벌 소프트웨어 연간 수익이 50 billion 달러를 넘어섰고 2014년에는 87 billion 달러까지 다다를 수도 있다는 전망. 비디오 게임과 인터랙티브 엔터테인먼트 시장이 근래 몇 년 간 혁신에 따르는 도전과 기회를 잘 다스려 성장하여 여러 경로로 소비자에게 다가감. 기존의 'boxed' 게임 시장 뿐 아니라 특히 온라인 게임 마켓의 성장이 모든 예측을 깨고 급성장 함. 2010년과 2015년 사이 소셜 네트워크 세계 시장이 무려 5배 증가하여 3 billion 파운드의 소득이 예상됨.
- 세계 250 million 캐주얼 게임 플레이어 가운데 영국에만 28 million 명이 있음. 이 중 40 퍼센트가 넘는 숫자가 Facebook 의 소셜 게임자임. 2010년 캐주얼 게임 시장이 5 million 파운드의 가치를 지녔다고 추정됨.
- 인터랙티브 공간 상 기대가 큰 새로운 개념은 바로 **클라우드 게이밍**과 **Cross Media** **크로스 미디어 융합**임. 두 가지 다 엄청난 경제적 가능성을 잠재하고 있어 UKIE 가 이 두 분야의 미래 비즈니스 모델과 성장을 방해할 수 있는 장애 요소를 연구하여 발표할 계획임.

■ Cross-창조산업 IP(지적재산권)의 상업화, Cross-미디어 융합과 Cloud Gaming

○ IP의 상업화

- 비디오게임과 인터랙티브 산업이 소지하고 있는 IP를 비디오 게임 산업의 벽을 넘어 활용시켜 재정적으로 성공한 cross-창조산업을 이룩함.
- 예를 들어 **Tomb Raider** 는 액션-어드벤처 게임, 만화책, 소설, 유원지 놀이기구, 영화등을 포함한 미디어 프랜차이즈가 되었음. 또한 **Harry Potter** 나 **Lego** 같은 IP 가 cross-창조산업 상업화의 큰 성공임을 보여줌. 2003년 비디오 게임 **Prince of Persia, Sands of Time** 을 영화화한 2010년 액션 영화는 개봉 첫째 주 19개 유럽 국가에서 18 million 달러 흥행 성적으로 비디오 게임 영화로는 세계에서 가장 높은 수익률을 거두게 되었음.
- **Ubisoft** 는 최근에 자사의 최대 3개의 프랜차이즈를 영화로 제작할 계획을 발표했다. **Assasins Creed** 타이틀 약 29 million 부를 판매한 뒤, 이 IP는 현재까지 책, 만화책, Facebook 게임, 모델 인형, 단편 영화 등으로 이용되었음. **Moshi Monsters** 사이트에 현재 5000만명이 넘는 사용자를 보유하고 있는 **Mind Candy** 역시 2011년 **Moshi Magazine** 을 발간하기 시작한지 얼마 안되어 겨우 3 부 발간 후, 영국에서 가장 best-selling 어린이 잡지가 되었음. **Mind Candy** 는 ‘Moshi TV’ 쇼우를 Youtube에 올려 웹사이트를 지원하며, Hollywood 와 합작으로 영화와 Live Tour 까지 계획한다고 함.

○ Cross-미디어 융합

- 비디오 게임 산업이 ‘**cross-media convergence**’ 를 향해 나아가고 있음. 아직까지 단 하나의 명백한 정의가 내려지지 않은 이 용어는 ‘**gamification** (게임화)’와는 다른 명칭임이 인정됨.
- Cross 미디어 융합이란 여러 미디어를 하나의 플랫폼으로 집합하는 뜻으로 정의할 수 있음. 이는 단지 IP를 활용하여, 비디오 게임을 영화로 만든다던가, 또 그와 반대로 영화의 비디오 게임 출시가 아니라, 관객을 하나의 플랫폼이나 하나의 포털을 통해 여러 미디어에 노출시키는 것을 뜻함. 이미 휴대폰 하나로 유튜브 동영상을 보던가 최신 게임을 다운로드 하여 게임을 할 수 있는 것이 그 첫 번째 예라고 할 수 있음. Cross-미디어 융합은 여기에서 한 발자국 더 나아가 인터랙티브 엔터테인먼트를 TV 방송에 도입함.
- Trion World 게임사는 NBC 유니버설의 SyFy 채널과 합작으로 2012년 6월부터 방송되는 공상과학 TV 쇼와 가상 현실 (virtual world) 인터랙티브 엔터테인먼트 경험을 병행하는 프로젝트를 발표했다. TV 쇼의 등장인물들이 온라인 게임에 등장하여 게임머들이 TV 화면상에 보이는 세계와 동일한 세계에서 게임플레이를 할 수 있고 제작자들에 의하면 콘텐츠를 ‘화면이 있는 모든 기기’ 에 연결시켜 향시 게임에 연결 할 수 있게 할 예정이라고 함. 또한 Facebook, YouTube 와 라이브 Twitter 피드를 통해 TV 쇼의 작가들과 소통하여 온라인 게임플레이의 요소를 쇼에 반영시킬 기회도 주어질 것이라고 함.
- **IPTV(Internet Protocol TV)**의 등장은 다중 화면, 선형성과 인터랙티브 방송을 일반 가정에 일반 TV 를 통하여 전파하여 더 높은 가능성을 제시함. 이 역시 어느 정도는 이미 시행되고 있음. 예를 들어 The Million Pound Drop Live 라는 퀴즈쇼가 Channel 4 를 통해 방영되고 있는데 인터랙티브 엔터테인먼트를 쇼의 구성에 짜 넣어 Facebook 이나 Twitter 등의 소셜 네트워킹을 통해 퀴즈 참가자를 모색하고 방송을 선전함. 또한 생방송을 통해 시청자들이 집에서 온라인으로 같이 참가하여 결과를 스크린을 통해 동시에 볼 수 있고 쇼 진행자가 시청

자 질문 답의 통계를 읽음. 온라인 플레이어에게 상금은 없지만 쇼 참가자가 어느 스테이지에서 탈락할 것이며 얼마나 많은 상금이 걸릴 것인지 등에 관해 북메이커(베팅 업체)에게 돈을 걸 수 있음.

- YouView 는 BBC News 를 한 채널에서 보면서 다른 채널로 돌려 계속 비디오 게임을 할 수 있는 가능성을 줌. Split-screen (화면나누기) 를 통해 Formula 1 (F1) 그랑프리 경주를 왼쪽에서 시청하며 오른쪽에서는 같은 트랙에서 그랑프리 경주 게임을 플레이할 수 있는 경우를 상상할 수 있음. 그리고 X-Factor 의 참가자들을 보면서 동시에 노래를 부르거나 다른 스튜디오의 방청객이 집에 있는 시청자 (또는 시청자의 아바타)들의 공연을 감상하여 점수를 줄 수도 있을 것임. 무한한 가능성과 엄청난 시장 잠재력이 있음.
- 인터랙티브 엔터테인먼트가 이런 발달의 중심에 자리 잡아 콘솔 제작자들까지도 앞으로는 cross-미디어 융합을 차세대 콘솔 제작에 반영할 것이라고 함. Nintendo는 **Wii U** 라는 가정용 콘솔기 제작 발표에서 이 콘솔은 터치스크린 컨트롤, 모션 컨트롤과 HD 그래픽을 겸비해 콘솔로 부터 TV 스크린을 향해 가상/디지털 데이터를 ‘던져넣는’ 식으로 선형성 과 인터랙티브 콘텐츠를 융합시킬 계획이라고 함.

○ Cloud Gaming (클라우드 게이밍)

- 클라우드 게이밍 역시 인터랙티브 공간 상 다음 큰 유망주라 기대되는 아이디어 중 하나임.
- 클라우드를 이용하여 음악, 책, 사진 등을 공유할 뿐 아니라 클라우드 게이밍 (gaming-on-demand 라고도 불리움)은 인터넷에 연결된 기기에 바로 주문하면 게임을 스트리밍 할 수 있는 서비스를 제공함. 여기서 중요한 부분은 게임 자체는 게임 회사의 서버에 저장되어 있는 것임.
- OnLive 는 Cloud Gaming 공간에서 현재 활동 중인 회사이며 (2011년) 가을에 플랫폼 출시 예정임. BT(British Telecom)가 독점 계약으로 OnLive 의 게임서비스를 번들로 BT 브로드밴드 패키지에 포함시킬 수 있게 되었음. HDTV 와 태블릿, 스마트폰 기기와 거의 모든 PC 와 MAC 시스템에 호환성이 가능할 것임. 또한 소셜 네트워크에도 통합시키며 MicroConsole 을 통해 OnLive를 TV 에서 서버 스트리밍 게임을 할 수 있게 됨. 이미 OnLive 회사는 1.8 billion 달러의 가치가 측정됨.
- 앞으로도 UKIE 는 cross-미디어 융합을 연구/주시하여 가까운 기일 내에 정부와 연구 결과를 나눌 예정임.

■ 성장과 혁신 지원

○ 브로드밴드 인프라

- 최근 인터넷이 게임 산업의 주 개발 원동력의 역할을 하여 온라인 게임의 급 성장을 통해 게임 개발의 제조 증가, 따라서 직업의 창출을 도모함.
- 모든 시중에서 판매되는 인기 있는 게임 콘솔은 인터넷에 연결되며, 인터넷 관련 측면을 지니고 있음.
- 디지털 게임 시장이 오늘 UK 비디오 게임 산업의 12.5 퍼센트를 차지하고 있으며 앞으로 이 비율이 증가하리라는 것이 확실함.
- 디지털 세일의 성장률이 2009년에는 44 퍼센트까지 달한 적도 있으며 현재에는 건전한 수치인 23 퍼센트 로 안정되었음.

- 이 성장을 계속 지원하는 인프라가 절실히 요구됨. 특히 넓은 커버리지와 믿을만하고 빠른 브로드밴드 연결이 필요함.
- 다른 나라의 예를 보면 정부 지원의 장점이 명백히 나타나는데, 90년 중반에 한국 정부가 1.5 billion 달러를 차세대 통신기술 개발 지원과 브로드 밴드 개발에 투자하여 이 중 1 billion 달러를 '소프트' 대출로 사용함이 그 예임. 또한 국가의 전화 모노폴리를 규제 완화시켰음.
- 전문가들은 이와 같이 한국의 브로드밴드 인프라 구성의 앞섬이 바로 그들의 온라인 게임 시장의 부러운 시장점유율 (7 퍼센트) 로 이어졌다고 판단함. 따라서 한국 온라인 비즈니스 와 커뮤니케이션의 빠른 발달 역시 여기에서 비롯되었다고 봄.
- UKIE는 영국 정부가 2015년 까지 유럽에서 가장 빠른 초고속 브로드밴드 네트워크를 구축하는 데 헌신하는 것을 환영하지만, 2020년 까지 30Mbps 가 넘는 초고속 속도의 브로드밴드 연결이 필요하다고 함.
- 이미 비디오 게임 산업이 소비자들이 원하는 수많은 온라인 모델을 창출했지만 이를 전달하려면 그에 맞는, 그리고 온라인 게이밍의 급 성장을 보조할 수 있는 브로드밴드 인프라가 필요함.
- 다른 산업과 함께 Cloud 로 옮겨 갈 시 엔터테인먼트가 가정 내 여러 기기를 거쳐 스트리밍 될 때 속도와 아울러 커버리지도 필수적인 요소임.
- 현재 영국 내 2백만 가정이 웬만한 브로드밴드를 액세스 할 수 없다는 것은 용납할 수 없는 일임. 영국 정부는 브로드밴드 인프라 계획을 더 넓은 면적 커버리지에 적용하는 것에 우선순위를 두고 특히 외딴 시골 지방에 비용이 적게 드는 것을 이용하여 브로드밴드를 구축해야 함.
- 광범위한 브로드밴드 커버리지는 또한 투자 수익 가능성이 높은 테크놀로지를 개발해 혁신적인 투자를 통해 더 널리 제품이 소비자에게 전해질 수 있도록 비즈니스를 장려하는 역할을 함.
- 또한 더 확고한 정부의 온라인 서비스화가 필요함. 몇 개의 공공서비스가 온라인화 되는 예가 있긴 하였지만 (oplayer가 그 예임) 주류 애플리케이션이 사람들을 더 많이 온라인으로 소개시키는 예가 흔하지 않음.
- 광범위하고, 신뢰할 수 있고 빠른 브로드밴드 네트워크 구축만이 영국이 Cloud를 바탕으로 둔 서비스를 호스트 할 수 있는 기회를 가질 수 있게 하는 길임. 부족한 인프라와 부족한 이해로 인해 영국 소비자들이 사용하는 Cloud 서비스가 전부 외국에서 호스트 되게 된다면 이 때문에 빠져나가는 부가치세나 세금으로 인해 영국 재정부가 잃는 손실이 막대할 것이라고 예상함. 그리하여 미래의 온라인 서비스를 유치시킬 환경이 소비자 뿐 아니라 영국 모두에게 절실히 함.

○ 인터넷 관리

- 광범위하고 파괴적 영향을 끼치는 어느 불법 온라인 행위를 해결/통제 할 수 있다면 구독자의 브로드밴드 서비스 장기적 사용을 보호할 수 있으므로 영국의 온라인 게임 산업이 성장과 번영을 계속 할 것임.
- 이와 같은 이유에 UKIE 는 인터넷 서비스 제공회사들이 네트워크 매니지먼트 툴을 사용하여 불법 파일/컨텐츠 전송을 막는 것에 관한 지속적인 지원/장려하는 것에 찬성함.

○ 투자 인센티브

- 영국 IP의 독창성은 비디오게임 과 인터랙티브 산업에서 이미 유명함. <Football Manager> 는 PC 프랜차이즈 중 가장 많이 팔린 타이틀 중 하나이며, 영국 Sports Interactive 사에 의

해 개발되었음.

- 영국 Cambridge에 위치한 Jagex Games Studio 가 개발한 온라인 게임 <Runescape>은 세계에서 가장 인기높은 멀티플레이어 온라인 게임들의 서열에 올랐음.
- 영국 게임 크리에이터들이 모바일 앱의 세계로 눈을 돌려 <Rolando> 와 같은 게임을 개발하고 있음.
- 세계 top 20개의 게임 개발 스튜디오 중 4개가 영국에 근거를 두고 있으며 이 중에는 2009년 16.3 million 파운드의 수익을 올린 Rockstar North 도 포함되어 있음.
- 영국 개발 스튜디오들은 계속해서 기록을 갱신하는 IP를 창출하고 있음.
- 에딘버러에 위치한 Rockstar North (전명:DMA Design) 사가 개발하고 Rockstar Games 사가 출판한 <Grand Theft Auto (GTA) IV>, 는 판매 출시 첫 주에 6백만 부 이상이 팔리고 250 million 파운드의 판매량을 기록함. (첫째 날에만 150 million 파운드를 판매.) GTA 는 글로벌 프랜차이즈가 되어 영국 경제에 몇백만 파운드의 가치를 부가시킴.
- 올해 (2011년) British Academy 비디오 게임 수상식은 영국의 재능을 상기시켜 주는 또 다른 하나의 예 이었음.
- Codemasters Birmingham 이 <F1 2010> 로 Sports BAFTA 상을 수상함. <F1 2010>는 Formula One 월드 챔피언십을 초 현실적인 시뮬레이션으로 만든 게임임.
- 멀티플레이어 상을 수상한 게임 역시 레이싱 게임이었음 : <Need for Speed ; Hot Pursuit> 은 Guildford 에 위치한 Criterion 사의 크리에이터들에 의해 창작되었는데 이들은 이미 히트작 <Burnout> 시리즈를 개발했음.
- Leicestershire 에 위치한 Rare 사가 <Kinect Sports> 게임으로 Family BAFTA 상을 수상했음. <Kinect Sports> 는 새로운 기술을 사용해 컨트롤러를 쓰지 않고 게임을 플레이할 수 있는 새로운 기술을 적용시킨 게임임.
- 이 3가지 게임이 출시 후 현재까지 (2011년) 소프트웨어 세일즈로 59 million 파운드가 넘는 판매량을 기록함.
- 이런 성공적인 영국의 IP 개발을 어떻게 하면 계속 장려 할 수 있는 지가 다음 과제임.

1) 지원/자금 관리

- 자금 액세스가 결정적인 문제임. 영국 정부의 최근 리포트, “창조산업 비즈니스 자금 액세스” 에 의하면 자금 공급에 의한 시장 실패가 소프트웨어와 다른 창조 콘텐츠 산업에 더 명백한 증거로 드러남.
- 이 점이 바뀌려면 정부가 은행과 개인 투자 커뮤니티에게 강한 메시지를 보내 비디오 게임과 인터랙티브 엔터테인먼트 산업이 투자할 가치가 있는 산업이라는 것을 더 강하게 인식시켜야 함.
- 최근 개최되었던 NESTA 라운드테이블 (원탁) 과 같은 네트워킹 이벤트를 통해 개인 투자 커뮤니티와 개발자를 연결시켜 주는 것도 아주 중요함.
- 정부가 비디오 게임 산업이 이미 성공한 영국 산업이며 아주 큰 성장률을 잠재하고 있다는 것을 계속 상기 시켜 주어야 함.
- 은행이 게임 산업의 리스크를 더 현실적으로 평가 할 수 있는지 제안한 ‘Access to Finance’ 리포트의 정부 반응을 기대하고 있음.
- 정부는 또한 Patent Box (영국 재무성이 제안한 특허 관련 소득 세금 혜택 제도) 를 넓혀 R&D 세금 혜택 관련에 copyright box 도 포함시키는 제안을 검토해야 함.
- 현재 IP rights (copyrights) 를 통해 상업적 이득을 얻는 것이 산업의 큰 바탕임. 다시 말해서 산업의 전체 소득이 IP를 통한 소득과 밀접한 관계가 있는 것임.

- IP 세금 혜택 제도 도입 경우, 현재 많은 개발자들이 오리지널 게임 개발을 통해 혼란스러운 비즈니스 모델 (콘솔, 휴대, 온라인 등등)내에 이득을 얻을 수 있게 됨.
- 결국 IP 세금이 IP 창출에 큰 부스터 역할을 하여 영국이 강하고 다양한 글로벌 게임과 인터랙티브 엔터테인먼트 시장에서 큰 수익을 올릴 수 있음.
- 영국 정부가 그간 잃었던 산업 분야에의 책임 완수를 보여주어 비디오게임과 인터랙티브 산업의 신뢰를 얻고 이들이 다시 서기에 좋은 바탕여건을 만들어 주는 역할을 하여 정박 지식을 집중시키는 활동을 다시 영국에 확산 시킬 수 있음.
- IP 소유/라이선싱을 가지고 있는 글로벌 퍼블리셔가 장악하는 비디오 게임 산업은 IP소득에 관한 세금도 역시 영국 밖에서 지출되고 있음 (주로 출판사가 위치한 나라로 세금이 흘러감)
- IP 세금 혜택 제도가 도입된다면 더욱 IP 의 개발과 이에 따른 소득 자체를 영국 내 한정시키는 동기를 부여하게 됨.
- 세금 혜택 제도가 넓어지면서 재정부가 안고 있는 어려운 점을 UKIE 는 이해함. 또한 IP 와 같은 무형 자산에 관한 실행 가능한 제안을 구성하는 것이 까다스러운 점도 역시 인식하고 있지만, 분명히 R&D 세금 혜택자들이 IP 세금 혜택을 같이 받을 수 있는 현실적인 제안이 존재한다는 것을 믿음.
- 정부가 이미 말한 ‘관리, 실행, 식별’ 가능한 시스템, 특히 정부의 R&D 에 더 큰 투자와 테크놀로지 혁신적 활동을 장려하는 정책에 안정맞춤인 시스템이 될 것임.
- 주요 개발 경제국에 비해 영국의 R&D 활동 강도가 낮음. 2008년 과 2009년 사이 비즈니스 R&D 수치가 2.5 퍼센트나 떨어짐. R&D 세금 혜택을 추가되는 세금 혜택 제도와 연결시킴으로 R&D 제도 장려와 동시 투자와 혁신을 강화시키게 됨.

2) 투자 보호

- 창조산업에의 투자, 혁신, 성장을 장려하는 것은 투자의 수익이 따른다는 어느 정도의 전제에서 비롯됨. 그러나 당연히 히트작의 가능성이 있는 모든 게임이 히트작이 되라는 보장은 없음. 그래서 최소한 투자자나 크리에이터 모두 투자한 콘텐츠가 이에 대한 지불을 하지 않는 자에게 남용되지 않을 것이라는 보장이 필요함.
- 비디오 게임 산업은 투자자가 수익을 올릴 수 있는 동시에 소비자에게 온라인 게임과 콘텐츠를 액세스 할 수 있는 성공적이고 지속 가능한 비즈니스 모델을 제공하고 있음.
- 이 중 두 개의 인기 많고 점점 늘어나는 모델은 게임 내, microtransactions(마이크로트랜잭션) 제도를 사용하는 게임과 ad-supported (선전 지원) 게임 버전임.
- Microtransaction 이란 원하는 소비자들에게 (사거나 무료로 받은) 게임 내에서 작은 품목이나 추가 콘텐츠를 구매 할 수 있는 조건을 줌으로 소득을 올릴 수 있는 제도이고 ad-supported 게임이란 먼저 소비자에게 선전으로 된 게임의 기본적인 버전을 무료로 제공하여 게임을 경험하게 하는 모델임.
- 두 모델 다 소비자들에게 게임을 제공하고 게임 콘텐츠를 지불하는 데 있어서 편리함을 지닌 동시에 그 소득이 퍼블리셔를 통해 창의적인 작품을 만드는 데 쓰이게 함. 퍼블리셔는 또 여러가지 모델을 조합한 mix-and-match 모델을 제공하기도 함. 그 예로 Electronic Arts 사는 Scrabble 게임을 iPhone Appstore를 통해 한번 구매 다운로드와, 광고판 버전 두 가지 선택권을 주어서 판매함.
- 정기구독 모델 역시 소비자 반응이 좋아서 50 million 명의 사용자가 넘은 Moshi Monsters 사이트에 거의 매 1초에 1명 당 사용자 계정이 늘어나고 있다고 Mind Candy 사가 말함.
- 적극적 라이선싱 전망 (총 상품 판매액 100 million 달러) 에 부속된 정기구독료가 (매 달 5 파운드나 매 년 30 파운드) 주 수익 원천임. 이러한 온라인 모델들이 기존 boxed 제품 옆에 같이 판매됨. 물론 GetGames 와 같은 게임 포털을 통해 다운로드 할 수도 있고 X Box Live 와 같은 게임 콘솔기가 제공하는 네트워크를 통하여 다운로드 할 수도 있음.
- 이런 여러 가지 유통 모델 제공에도 불구하고 온라인 환경의 현실은 불법 콘텐츠를 더 쉽게 구하고 다운로드 할 수 있게 되었음. 그 뿐 아니라 불법 콘텐츠(게임을 비롯한) 를 다운로드 하는 것이 더 문화적으로 허용되는 추세임.
- 2010년 한 해에만 peer-to-peer 를 통해 비디오 게임을 교환하는 사람의 숫자가 2.6 million 이었음. 물론 불법 유통 경로 하나만을 봤을 때이

- 고 UKIE 멤버 중 하나는 거의 45 퍼센트의 영국 사용자들이 UKIE 의 게임 중 불법 복제 게임을 하고 있을 것이라고 예측했음.
- 만약 peer-to-peer 침해행위를 저지르는 소비자 가운데 낮은 비율이라도 불법 다운로드 하는 대신 게임을 샀다면 영국 비디오 게임 산업에 몇 백만이 넘는 소득과 이에 따른 세금 소득이 더 올랐으리라 봄.
 - 산업의 재투자에 보태어 새로운 제품 개발, 그리고 산업 내 일자리 (게임 개발 - 영국이 유럽에서 가장 큰 게임 개발자 베이스가 있음- 게임 마케팅, 게임 출판, 게임 판매 등) 창출에 크게 유용했으리라 생각됨.
 - UKIE 는 지금까지 지속적으로 정부가 지적 재산권 침해에 관한 강력한 단속과 Digital Economy Act (DEA) 에 명시한 불법적 file sharing 을 해결할 대책에 전적으로 동의함.
 - 정부와 법 집행 기관이 협력하여 불법 (pirate)이나 악성 사이트, 또는 온라인 침해행위, 물리적 위조 행위로 돈을 버는 자들로 부터 소비자와 합법적 비즈니스를 보호해야 할 의무가 있음. 특히 침해 사이트를 블록시키는 미래 구제책을 제안한 DEA 를 따름.
 - UKIE 는 Ofcom 의 사이트 블로킹 검토 결과를 기대함. 그 때 까지 UKIE는 저작권자와 ISP(Internet Service Provider) 와의 원탁토론을 계속할 것이며 정부의 지속적인 노력을 응원하겠음.
 - UKIE는 Professor Hargreaves 의 IP 구조 검토 결과에 관해 만족함. 그러나 약간의 우려되는 부분도 있었는데, 이에 관한 정부의 답을 기다리고 있음 - 특히 디지털 저작권 교환, copyright 의 예외 경우, 그리고 라이선싱에 관한 부문들임을 상기시킴.

■ 가능한 곳은 규제완화, 필요한 곳은 현명한 규제, 그리고 규제의 컨버전스 (반복/집합) 방지

○ 아동 보호

- 비디오 게임 산업은 소비자의 건강과 웰빙, 특히 어린이들을 우선시 하는 것에 대해 자부심을 가지고 있음.
- UKIE 는 영국 아동 인터넷 안전 협회 UK Council for Child Internet Safety (UKCCIS)의 집행 위원이며 최근 성공적인 UKCCIS 회담을 후원했음.
- UKIE는 UKCCIS 의 보호자의 자녀 규제 관련 프로젝트의 리더임. 산업이 소비자 안전에 최선을 다하는 것에 있어서 선두인 만큼 제품이 보호자 통제 규정에 맞추어 제공될 수 있도록 함.

- 모든 콘솔은 현재 보호자가 PEGI 연령 등급 나이에 따라 아동이 액세스 할 수 있는 콘텐츠 타입, 게임을 할 수 있는 시간, 온라인 활동의 관리와 모니터링 (누구와 얘기할 수 있고, 누구와 온라인 친구인 지) 등 의 보호자 규제 기능이 탑재되어 있음.
- Bailey Review 의 제안에 따른 'Active Choice' 의 원칙에 따라 보호자 아동 규제 기능을 사용할 수 있음. 이는 콘솔을 처음 세팅 할 때에 규제를 할 것인가 말 것인가의 선택을 할 수 있는 것임. 또한 콘솔 구매시 들어있는 팜플렛 뿐 아니라 UKIE 웹 사이트에서도 규제 관련 정보를 얻을 수 있음.
- PEGI (Pan European Game Information) 연령 등급 시스템은 이제까지 비디오 게임 산업이 노력하여 성공적으로 영국 법 채택이 된 안정적인 시스템임.
- 유럽 각 국에서 쓰여지는 PEGI 는 Age Descriptor (연령 별 설명)으로 보호자가 어떤 콘텐츠를 예상할 수 있는지 가르쳐 준 다음, 게임이 어느 연령대에 적당한 지 알려줌.
- Age Descriptor 외에도 콘텐츠 설명 아이콘으로 쉽게 게임 콘텐츠에 무엇이 포함되어 있는지 나타내 줌. (예: 나쁜 언어, 온라인 게임플레이 기능 등)
- 또한 PEGI 포장에 관한 규정은 레벨의 크기나 웹사이트에 PEGI 아이콘을 표시하는 것을 포함함. 이렇게 함으로 산업이 안전하고 현명한 게임밍을 장려하고 아동이 연령에 적합한 콘텐츠에 노출 될 수 있도록 보장함.
- PEGI 의 원칙은 광고/홍보에도 적용되어 적절하지 않은 상품 마케팅이 어린이를 대상으로 삼지 못하게 함. 이 원칙은 in-game 광고에도 적용됨, 예를 들어 PEGI 3 등급을 받은 게임은 '실제 상황' 재현을 위해 빌보드에 크게 음료수 광고 디스플레이를 내 걸 수 없음.
- UKIE 는 모든 회원에게 Advertising Standards Authority (광고 표준 심의위원회) 가 관리하는 British Code of Advertising and Sales Promotion (영국 광고와 판매 홍보 코드) 에 관한 정보를 제공하고 있음.
- 유통 업체를 위한 VSC code 역시 유통 업체가 소비자 연령에 맞추어 제품을 판매하도록 규제하여 PEGI 나 ASA 가 실시한 조사에 따르면 대개 이런 규칙이 널리 준수되고 있다는 결과가 나왔음.
- 유럽의 청소년과 어린이가 온라인과 모바일 테크놀로지의 중요한 사용자인 만큼 PEGI Online 을 만들어서 건전한 온라인 게임밍 환경과 보호자의 인지도를 높이는데 목표를 두었음.
- PEGI Online Safety Code (POSC) 를 준수하는 게임 제공자에게 PEGI 온라인 레이블을 라이선싱 해줌. POSC는 웹사이트에서 불법이나 모욕적인 사용자 업로드 콘텐츠나 안좋은 링크 기재를 금하고 프라이버시의 보호를 유지하는 규칙 등이 포함되어 있음.
- PEGI Online의 현재 형태로는 많은 기업들이 가입하기 어려움. 비디오 게임 산업이 이 어려움을 참작하여 PEGI 시스템을 총괄하는 PEGI SA 가 새로운 컨셉을 개발하고 있음. 특히 PEGI Online 을 PEGI 등급 절차에 포함시키는 방법을 연구하고 있음.
- UKIE 와 ISFE (Interactive Software Federation of Europe) 모두 UKCCIS 내의 산업 자가 규제에 관한 논의가 이루어지고 있다는 것을 알고 있음.
- 산업이 아동의 안전을 보호하기 위해 프레임워크를 구축하는 데 어느 정도 역할을 할 수 있지만, 인터넷의 본성 자체가 어느 한 산업이 완벽하게 콘텐츠와 인터랙션을 제어하기는 힘들음.
- UKIE 는 책임감 있는 산업이 제공하는 (교육과 인지도와 함께 하는) 책임감 있는 프레임워크를 선호함.
- PEGI 는 이미 신뢰할 수 있고 인정받은 시스템이기에 UKIE는 계속 PEGI 를 권장하고 이 시스템을 구현할 수 있는 확실한 날짜를 받아 완전한 캠페인을 진행시킬 수 있기를 기대함,

○ 규제 컨버전스

- 규제 컨버전스는 부적절, 불필요 그리고 시행불가임. 미디어는 소비자들에게 전달되는 방식이 나 여러 미디어가 같이 쓰여 더 널리 소비자에게 다가가는 컨버전스가 있지만, 미디어 자체는 서로 근본적으로 다름.
- 선형적 미디어와 인터랙티브 장면 간에 얼마나 많은 통합이 있을지 몰라도, 결국 하나는 선형적이고 다른 하나는 그렇지 않음.
- 소프트웨어로 분류되고 Software Directive 하에 속해 있는 비디오 게임은 분명히 오디오 비주얼 미디어 서비스와는 별개로 구분됨. 비디오 게임 관련 영국 법이 별도로 생긴 것도 이를 감안하여 내려진 결정임.
- 비디오게임과 non-interactive 오디오 비주얼 콘텐츠의 뚜렷한 차이점 때문에 cross-미디어 등급 시스템이 개발되어 이렇게 서로 다른 콘텐츠를 융통성 있게 규제할 수 있게 되지 못할 것이라고 전망함.
- 비디오 게임의 성향 자체가 어느 중앙 기관에서 등급을 매길 수 있기에 불가능하다고 판단함. 비디오 게임은 아주 복잡하여 끝이 없을 수도 있음. 대신에 자가 선언을 바탕으로 별도 검증을 거쳐서 구체적이고 객관적인 정의와 게임 콘텐츠에 관한 질문을 토대로 등급을 줄 수 있음. 이 것은 이미 현재 PEGI 시스템에서 이행되고 있음.
- 이 규정이 없이는, 또한 일방적으로 이 시스템을 변경시키려고 한다면 소비자들에게 리스크를 끼칠 수 있음.
- 콘솔과 게임 시스템 제조업체는 이미 여러 콘텐츠를 하나의 플랫폼으로 규제 하는 방법을 조치하여 보호자 규제 잠금 장치를 탑재시켰음. 더군다나 PEGI 는 유럽 여러 나라에서 이미 비디오게임 등급 시스템으로 자리 잡아서 거의 pan-European 위치 에 도달했음. 그러나 오디오 비주얼 미디어 등급 시스템은 이와 거리가 멀음. 현재 유럽에 많은 개별적인 시스템이 존재하기 때문에 cross-media 이면서 pan-European 적인 등급시스템을 개발하는 것은 어려운 주문임.W
- 인터랙티브와 non-인터랙티브 콘텐츠와의 다른 점을 해결하기도 어려울 뿐더러 각 정부가 유치한 영화 등급 제도를 일치시키는 것도 큰 일일 것임.
- 선형적이건 그렇지 않은 미디어이건 split-screen (나뉘진 화면) 에 서로 다른 콘텐츠를 볼 때에 소비자들에게 그 등급을 길잡이 식으로 보여 주는 것에 대해서 더 논의할 취지가 있음.

2. 『EGDF가 본 게임의 문화적, 경제적, 혁신적 원동력 역할』



















■ 개요

○ 유럽 비디오 게임 발달 주류 맥락과 일본/미국의 시장 장악

- 비디오게임 70년대 중반 처음 등장 시 개발 자본과 인력이 소규모였으며, 시장이 비주류라고 여겨졌으나, 점점 발달하면서 개발팀의 규모가 커짐과 동시에 조직화된 기관이 생겼으며 (개발스튜디오와 다국적 퍼블리셔 등) 이들이 Hollywood 규모 제작 스타일을 도입하면서 30 billion 유로 이상의 매출로 본격적 산업중 하나로 자리 잡음.

- 90년 초부터 유럽은 세계에서 독창적이며 성공적인 게임개발자들을 배출해 왔음, 그러나 점점 높아지는 제작비로 인하여 대규모 프로젝트 자금 마련이 필요하게 됨
- 보통 소비자 중심 유통 체인 제도 국제적 게임출판사가 개발사의 자금을 조달하거나 또한 창조품 자체 소유권을 가짐.
- Ubisoft 사 (프랑스)를 제외한 거의 모든 오늘날 게임퍼블리셔가 일본 (Nintendo, Sega, Sony, SquareEnix, Konami, Namco Bandai, Capcom) 아니면 미국 (Microsoft, Activision, Blizzard, EA, Take2, Disney, Warner Bros Games, THQ, 등) 회사임. (아래 도표 참조)

○ 비디오 게임 산업 가치사슬과 게임 개발사의 위치

2010 position	Name of Publisher
1	 Nintendo
2	 Electronic Arts
3	 Activision Blizzard*
4	 Ubisoft
5	 Take Two
6	 Sony
7	 ZeniMax Media
8	 THQ
9	 Square Enix
10	 Microsoft
11	 Konami
12	 Sega
13	 Capcom
14	 Nexon
15	 Namco Bandai Games
16	 Warner Bros. Interactive
17	 Namco
18	 Valve Corporation
19	 Atlus
20	 Zynga

* Although partially owned by Vivendi, Activision Blizzard is entirely run from the US and traded on the Nasdaq

도표 1. 세계 20위 게임 퍼블리셔와 소속 나라

*Activision Blizzard 의 경우 Vivendi 가 부분 소유하고 있으나 전부 미국에서 운영되며 Nasdaq 에서 거래됨.

- 비디오 게임은 아주 성공적인 비즈니스가 될 수 있으나 이익배분이 그 가치 사슬을 따라 공정하게 배분되어 있지 않음. 특히 세일즈와 마케팅을 포함한 비디오 게임 퍼블리셔 분야는 크게 확장 가능한 국제적 비즈니스인 반면, 막상 게임을 만드는 게임 개발은 필요한 자금을 쉽게 조달하기 매우 어려운 분야임.
- 주 이유는 기존의 소매 의존 가치사슬에서 게임 개발사가 받는 소득이 소비자 지불 가격의 겨우 8 퍼센트 정도에 머무름에 있음.

○ 온라인 유통 모델의 장점

- 온라인 유통 모델은 기존의 모델과 달리 게임 개발자에게 유리한 기회를 제공함. 온라인/모바일 게임 개발은 우선 수익 의존율이 더 낮아서 여러 게임이 개발 스튜디오 자체 내에서 자금 조달이 가능함.

The most common value chains of video game industry

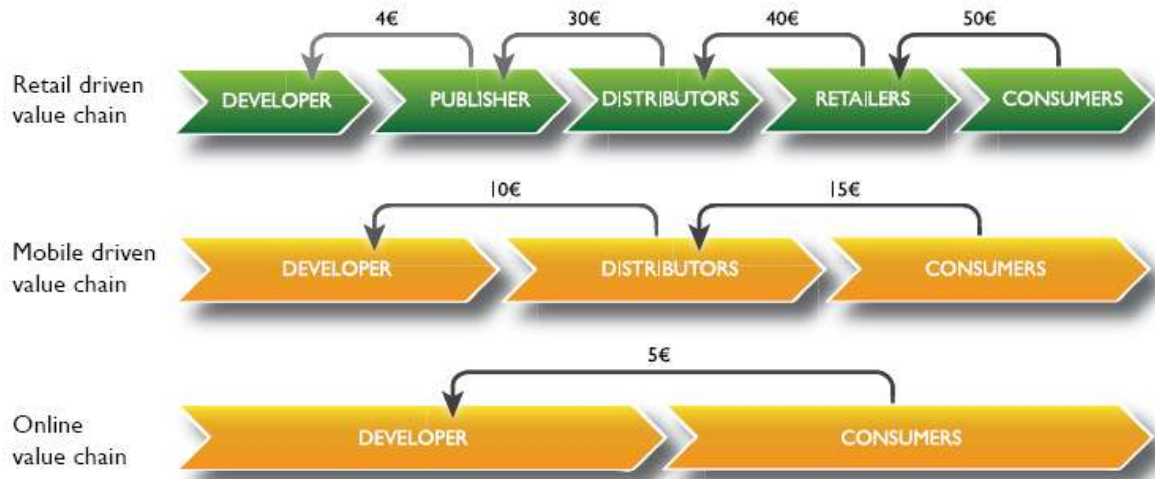


도표 2. 비디오 게임 산업의 일반적인 가치 사슬

위에서 부터: 소매 의존, 모바일 의존, 온라인 의존 가치 사슬

- 가치사슬의 단축으로 인해 개발사가 70 퍼센트 (App Store나 PSN, XBLA를 통해 판매할 경우) 에서 무려 100 퍼센트 (개발사 자체 내 온라인 스텝 직접 유통경로 시)까지의 소비자 지불 가격의 이윤이 가능함. 그리하여 온라인 비즈니스 모델이 개인 투자자에게 훨씬 유리한 조건을 제공.
- 현재까지 기존의 유럽 게임개발 스튜디오는 1990년서부터 영국, 프랑스와 북유럽에 위치하고 있으며 오늘날 제 7세대 가정 콘솔 게임과 휴대 콘솔 게임을 개발하여 소득을 올리고 있었음.
- 근래 상당한 비즈니스 노우-하우를 (복잡한 제작 파이프라인 터득, 국제적 지적소유권 창조, 고급 핵심기술 개발 등) 얻게 되어 high-definition 게임을 만들게 됨.
- 국제적 명성과 동시에 게임 산업 중 가장 유명한 브랜드와 지적 재산권 등을 소유하게 되었고, 주로 국제 출판사의 자금으로 소매 유통에서 온라인 유통 경로로 시프트를 준비하여 나중에 유통 경로가 바뀌게 될 티핑 포인트 시 잘 대처할 수 있을 것임. 아직까지는 95 퍼센트 이상의 가정 콘솔 게임과 휴대 콘솔 게임 타이틀이 소매 유통 경로를 거치고 있으나 시프트가 2015년, 다음 가정 게임 콘솔 사이클에 맞추어 일어날 것을 예상함.
- 새로 설립된 유럽개발스튜디오들은 당연히 온라인 패러다임 시프트에 일찍 바탕을 두고 운영하여 몇 년 사이에 온라인, 모바일, 브라우저 게임 산업에서 강한 플레이어들이 되었음. 유럽은 게임 산업의 온라인으로의 시프트를 잘 이용해 인터넷서널 미디어 그룹들로 부터 독립을 할 수 있는 좋은 위치에 있음. 특히 기존 적이거나 경험이 풍부한 게임 스튜디오 사들이 대세를 바꿀 수 있는 역사적인 기회를 제공함.

○ 높은 리스크 경제적 요소와 세금 혜택

- 게임 개발 산업은 온라인 오프라인 둘 다 리스크가 높은 벤처 산업임. 테크놀로지, 예술적, 비즈니스 모두 지속적으로 변하는 환경 내에서 높은 리스크를 지님. 여러 리스크를 감안했을 때 실패율이 낮지 않으며 새로운 벤처나 프로젝트 자금 조성이 까다로움.
- 히트 의존 비즈니스인 만큼 창안된 비디오 게임 프로젝트 전체의 겨우 5 퍼센트만이 기존 소매 유통 시장에서 수익 창출하는 성공을 이룸.

- 아직 온라인 시장에서 정확한 결과를 알기 어려우나 여러 출처의 차트 분석으로 미루어 제한된 몇 개의 주요 프랜차이즈 (예: Angry Birds)만을 중심으로 수요가 집중되어 결국 실패율이 높다는 것을 알려줌.
- 그리하여 게임 개발 리스크를 낮추는 것이 스튜디오의 중요한 과제로 부상하였음. 신흥국으로 아웃소싱을 하는 방법, 또한 제작 과정을 세금 인센티브를 제공하는 나라 내에서만 집중하는 방법이 주 추세가 됨.
- 세금 크레딧이나 프로토타입 개발/ 지적 재산권 창출 펀드가 분야 내 투자를 모으거나 지역 내 창조적 환경을 만들기에 성공적인 공공 개입의 예임.
- 캐나다 Montreal 이나 Quebec 지역에서 처음으로 게임 산업을 위한 강한 인센티브를 도입해 (1998년 과 2005년 사이 50 퍼센트의 세금 혜택, 오늘날 37.5 퍼센트) 세계에서 으뜸가는 게임 개발 허브로 자리 잡았음.
- 프랑스 출판사 Ubisoft 는 이 기회를 잘 이용한 예로 프랑스에 위치한 Ubisoft 스튜디오는 지난 10년 간 꾸준히 감소한 데 비해 Montreal 과 Toronto 에 위치한 Ubisoft 스튜디오는 넘쳐나게 급성장 하여 오늘날 게임 개발 관련 분야에서만 3500명이 넘게 고용함.
- 시장의 관점에서 비디오 게임의 대다수가 유럽을 제외한 외국 - 북미 대륙 (미국, 캐나다)나 아시아 (일본, 한국) 에서 수입되고 있음. 지난 10년간 유럽은 캐나다나 한국같이 비디오 산업 국가 지원이 강한 나라들에게 자리를 빼앗겼음. 비디오 게임 자체가 유럽에서 개발 되었다 하더라도 그 수입이 거의 유럽을 떠나고 있음.
- 유럽 게임 산업이 글로벌 수준에서 경쟁할 수 있으려면 공공 펀딩 대상에 포함시켜 문화적 다양성과 콘텐츠/테크놀로지 개발을 지속적으로 장려할 수 있게 해야 함.

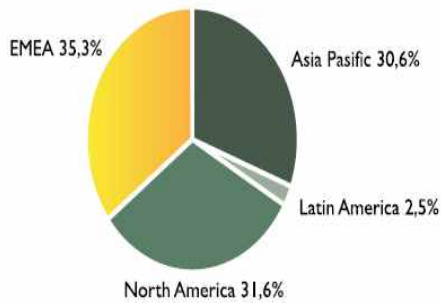
Size of leading online games studios in Europe

	Bigpoint (DE)	Gameforge (DE)	Ankama (FR)	Jagex (GB)	Sulake (FI)
Founded	2002	2003	2001	2001	2000
Employees	about 700	about 450	about 460	about 375	about 270
Turnover €	140 million (2010)	Over 100 million (2009)	40 million (2010)	40 million (2010)	56,2 million (2010)
Registered users	194 million	200 million	30 million	170 million	210 million

Source: ICO Partners 2011

도표 3. 유럽 최대 온라인 게임 스튜디오 크기

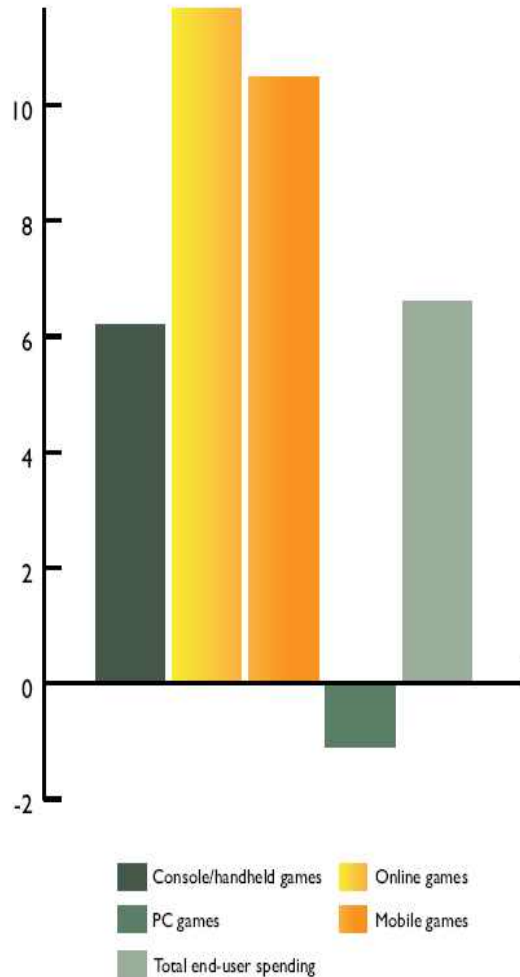
Global video game market by region



Source: PwC 2008

도표 4. 글로벌 비디오 게임 시장
(지역별, EMEA 는 Europe, Middle East, Africa)

Expected compound annual growth rate by component in Europe, Middle-East and Africa from 2009 to 2013 (%)



Source: PwC 2008

도표 5. 2009년부터 2013년 까지 유럽, 중동과 아프리카 지역 구성요소 별 예상 복합 성장률

■ 비디오 게임 산업의 문화적 구실

- 현재까지 알려진 모든 연구 자료에 의하면 비디오 게임이 유럽 내에 문화 중 중요한 자리를 차지하게 되었음.
- 제대로 인식이 자리 잡힐 때 까지 다소 시간이 걸렸지만, 오늘날 두 세대의 상상력과 미디어 습관의 중요 구성원 중 하나임.
- 7세부터 25세까지의 유럽인들이 (남 녀 동등) 거의 모두가 오늘날 비디오 게임을 즐기며 25세부터 50세의 나이연령층의 50 퍼센트가 주기적 비디오게임 플레이어임. 그러므로 지난 10년간 비디오게임이 유럽인들의 일상 생활의 한 중요한 부분이 되었으며, 뿐만 아니라 혁신적인 인터랙티브 디지털 콘텐츠와 서비스 제공으로 인해 주요 문화 미디어가 됨.

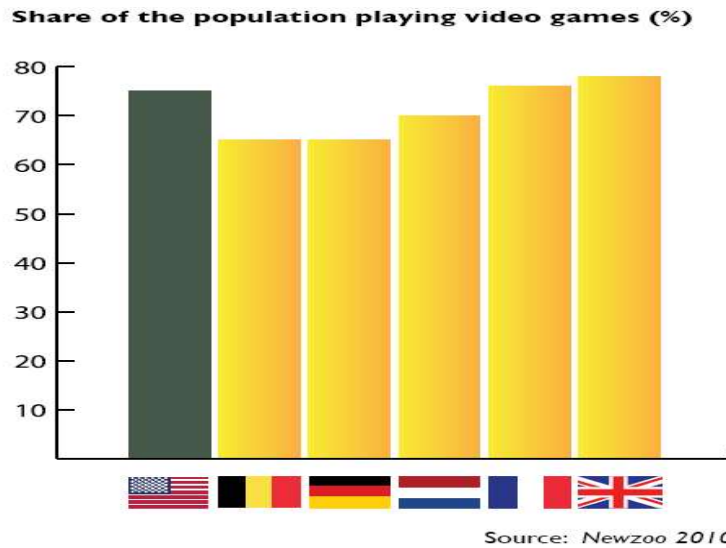
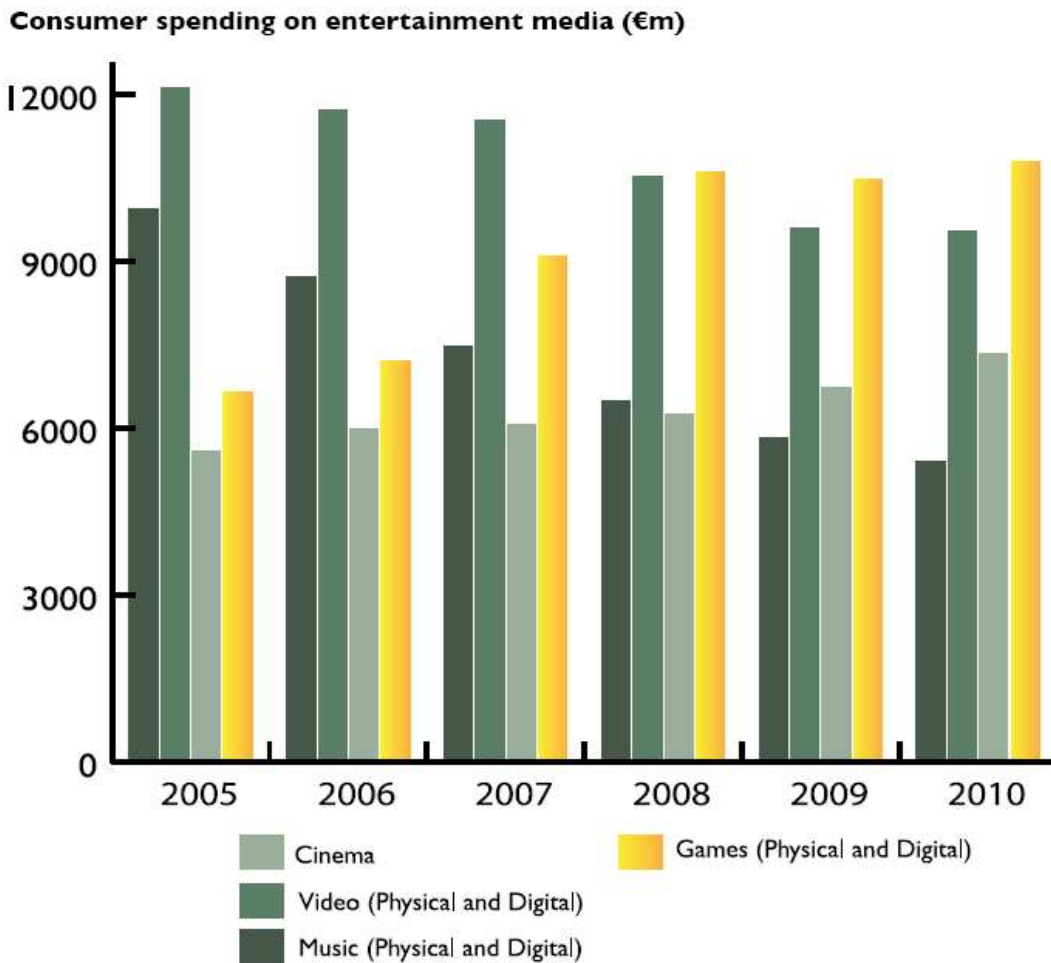


도표 6. 나라 별 비디오 게임 플레이어 인구 비율

- 오늘날 게임개발자는 게임 개발 산업이 고유하고 독자적인 하나의 창조업계라고 여김. 그래서 실로 새로운 언어가 생겨남 - **interactivity** (인터랙티비티) - 고유의 문법과 단어를 포함한 표현 중 하나, 모든 문화와 인종을 가로지르며 수 십 억의 인구가 경험하고 모든 스크린 (TV, PC, 휴대 콘솔과 핸드폰)을 할애했.
- 사람들의 가치관과 조직의 구조, 창의력 표현 모두가 게임 (특히 ‘심각한’ 게임)으로 영향과 가르침을 받음.
- 10, 15년 전에는 영화나 책에서 비롯되어 비디오 게임이 제작되었지만 오늘은 이와 상호되어 오리지널 비디오 게임에서 비롯된 영화나 책이 출판되고 있음.
- 또한 주요 모션 영화나 책 뿐 아닌 이 밖에 창조적 표현 도구(영화, 책, 그림, 만화, 음악, 광고 등) 에 큰 영향을 끼치고 있음. 이런 면에서 게임이 TV를 제치고 일반 미디어의 선두로 다가감.
- EGDF의 EU 의 정책 요구 사항의 첫 번째가 게임 개발 산업이 고유 창조산업 하나로 여겨질 수 있게 **EU Media 프로그램** 중 차별된 항목으로 포함시키는 것을 요구. 그렇지 않을 경우 게임개발 보조 프로그램을 따로 실행하기를 원함.



Source: © IHS Screen Digest, 2011

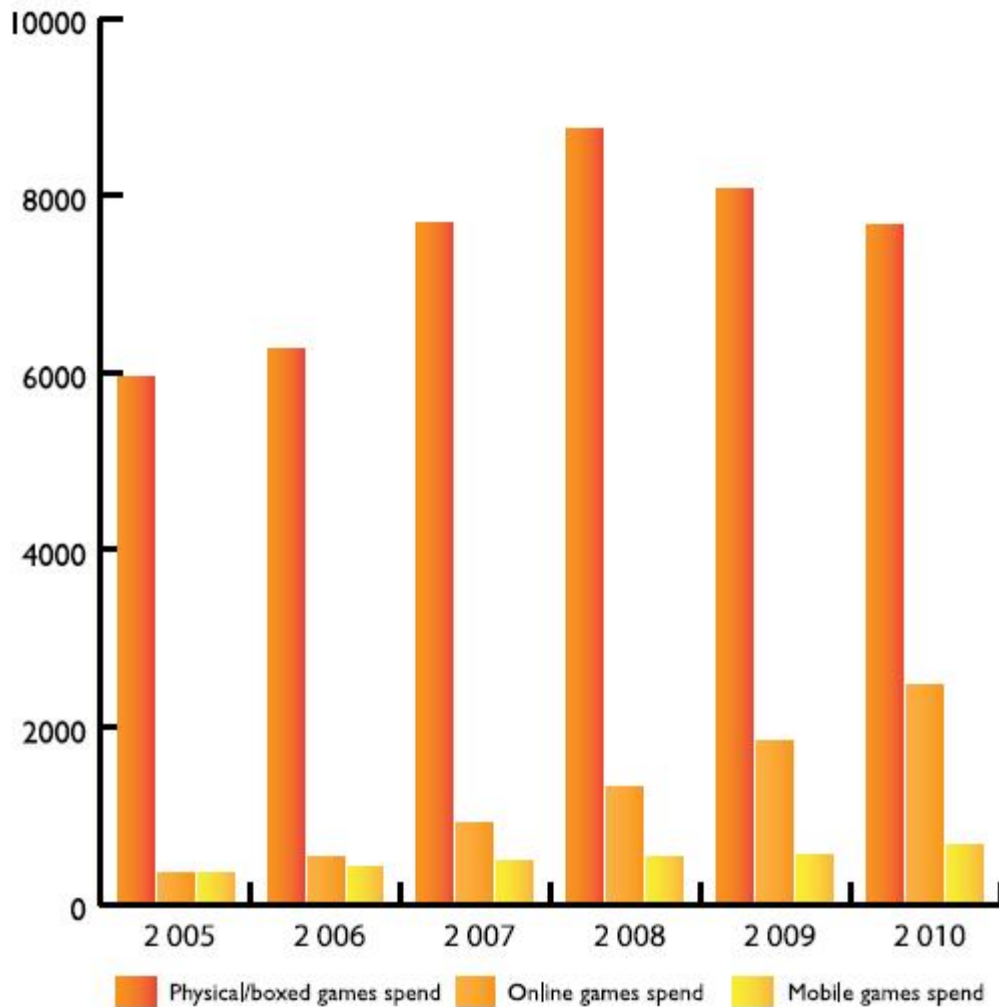
도표 7. 엔터테인먼트 미디어 소비자 지출 (단위: million 유로)

■ 비디오 게임 산업의 경제적 이윤

- 비디오 게임 산업은 지난 20년 동안 두자리 성장을 기록, 앞으로도 유럽에서 가장 역동성 있는 디지털 콘텐츠 산업이 되리라 예상됨.
- 이러한 역동성의 이유는 플랫폼의 다양화와 지속적인 새로운 콘텐츠의 개발과 주변 관련 개체의 개발, 그리하여 더 넓은 성별과 연령층의 관객에게 다가감에 있으며, 제품전달의 신속함과 거의 “불법복제”가 불가능한 온라인 게이밍의 발달에 있음.
- 이미 온라인 비즈니스 모델이 게임 산업에 일으키는 패러다임 시프트와 이를 이용하여 비디오 게임 개발자들이 유통경로의 변화의 가장 큰 이득자가 될 수 있음을 반복하여 강조함.
- 만약 유럽의 중소기업이 글로벌 무대에서 경쟁할 수 있게 된다면 EGDF는 게임 개발산업 내 중소기업이 급속한 성장을 거쳐 현재 2만5천명 정도의 고용자가 배로 증가, 5만명에서 6만명 사이로 늘어날 것을 예측함.
- 특히 게임의 창조가 점점 유럽 이외의 다국적 엔터테인먼트 대기업의 자금에서 벗어나면서 IP

- (저작권)이 유럽의 중소기업의 손안에 들어오게 되어 지적 재산을 이용한 이득이 유럽 내에 머무름.
- 2010년에 유럽 저작권을 이용해 영화를 만들게 된 상위 프로필 게임으로는 Rovio 의 **Angry Birds** 와 Dream 사의 **Heavy Rain** 이 있음.
 - 비디오 게임의 테크놀로지와 창조의 어울림 과 TV 와 영화가 만났을 때, 트랜스미디어 프로젝트가 게임 지적소유권을 바탕으로 진행될 뿐 아니라, 전적으로 유럽내의 스튜디오사들이 개발할 수 있게 될 것임.
 - Ankama 사 (Dofus 게임과 애니메이션, 만화책 시리즈 등의 개발사), 그리고 Ubisoft 의 최근 방향 제시 발표가 비디오 게임 스튜디오들의 트랜스미디어 회사로의 전환의 확고하게 뒷받침해주는 증거임, 그러므로 유럽의 경제에 더 많은 가치를 부여함.
 - 유럽에는 많은 장점, 즉 저명한 스튜디오, 활발한 학교와 유명한 대학들이 존재함. 그러나 이를 잘 활용하지 못하여 글로벌 시장의 겨우 5 퍼센트 비율을 차지함.
 - **콘텐츠 다양화, 소득의 더 높은 비율 확립, 그리고 소득의 출처를 다양화 시켜 글로벌 시장의 비율을 2배로 늘려서 앞으로 5년 후 2015년 까지 10 퍼센트로 증가시킬 수 있음.**
 - EGDF 는 유럽이 게임 개발 중소기업들을 부추기는 역할을 훨씬 더 능동적으로 하여 이들이 주 경쟁자와 같은 조건에서 경쟁 할 수 있는 여건을 만들기를 권고함.
 - 현재 캐나다에 이미 존재하는 게임 산업 내 무제한 세금 혜택 제도, 아니면 프로토타입 개발/ IP 창출 자금 등 지원만이 유럽의 게임 개발 산업이 지니고 있는 진정한 잠재력을 일깨우는 길임.

European consumer spending on games (€m)



Notes: Online games include all consumer spending on massively multiplayer online games, PC casual games, social network games, online console, on-demand, and PC digital retail

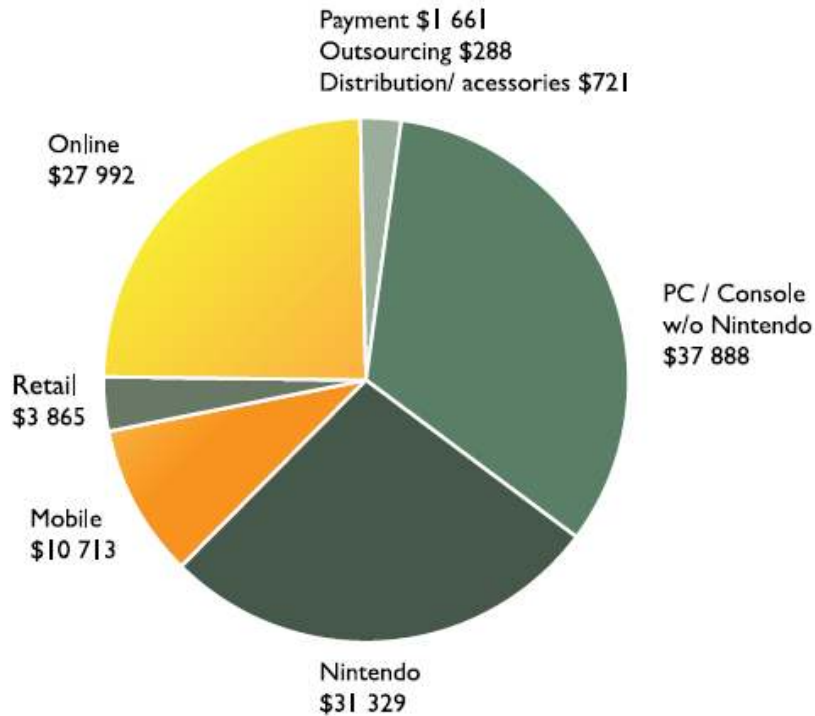
Mobile games include all consumer spending on games delivered by mobile network operators' services and leading mobile application stores.

Source: © IHS Screen Digest, 2011

도표 9. 유럽 게임 소비자 지출 (million euro)

온라인 게임은 대규모 멀티플레이어 온라인 게임, PC 캐주얼 게임, 소셜 네트워크 게임, 온라인 콘솔, on-demand, PC 디지털 소매 전부 포함. 모바일 게임은 모바일 네트워크 운영자와 모바일 앱 스토어를 통해 유통되는 소비자 지출 전부 포함

\$114 Billion: total public company market cap for global game sector



Note: USD\$ millions, as at 9th of May 2011

Source: © 2011 London Venture Partners LLP

도표 8. 114 billion. 글로벌 게임 산업 시가 총액 합계
(단위: 2011년 5월 9일 USD million)

■ 비디오 게임 산업이 혁신의 원동력 제공

- 비디오 게임만이 미디어 산업 중 최초부터 디지털이었던 분야임. 이는 바로 비디오 게임 산업이 오늘날 디지털 경제의 수많은 혁신적 콘텐츠와 서비스, 또 비즈니스 모델의 선두주자가 된 동기임.
- Digital Era (디지털 시대)의 최초 혁신 생태계라고 불리는 만큼 이를 인정하여 디지털 비즈니스, 또는 문화나 테크놀로지 관련 정책을 세울 때 비디오 게임 산업의 자문을 구해야 함.
- 더욱이 과거에 컴퓨터 하드웨어의 발달에 있어서 다른 어플리케이션에 비해 가장 중요한 구실을 했다는 사실은 이미 인정됨. 현재까지, 그리고 앞으로도 당분간은 계속 컴퓨터 하드웨어의 향상을 가장 필요로 하는 대규모 시장 어플리케이션일 것임.
- 마이크로칩의 개발이 컴퓨터 하드웨어의 주요 핵심이나, 이 밖에도 그래픽 카드나

- 또 이와 다른 요소, 즉 디스플레이 등도 현대 게임 산업의 새 구조에 맞추어 최적화, 최신화 되고 있음.
- 오늘 이러한 방식이 네트워크 자체에도 도입되어 네트워크를 사용한 게임이 기술적 도전을 제시함. 그리하여 비디오 게임은 컴퓨터를 바탕으로 한 시스템과 네트워크에게 혁신을 요구하는 원동력을 제공하는 산업이 되었음.
 - 이미 지난 20년 동안 산업의 핵심 기술(인공지능, 물리학 시뮬레이션, 생체역학 (biomechanics), 행동 모델 등)이 군사나 우주 항공에 응용/도입됨. 그러나 현재는 더 일반적인 (자동차, 의료) application 으로도 도입되고 있는 추세임. 더 “serious”(진지한/심각한) 게임 장르는 거의 모든 산업방면의 교육/트레이닝 프로그램에 사용되고 있음.
 - TV 나 핸드폰과 같이 게임과 기존 무관한 기기의 판매도 점점 비디오게임에 의존하게 됨. TV의 경우 HD나 3D 기능이 그 예이며 스마트폰의 예로는 최근 삼성 갤럭시폰이 Angry Birds를 사용한다는 점만을 전제로 광고한 예가 있음. 이렇게 비디오게임이 예술이나 미디어 부문을 혁신시킬 뿐 아니라, 비물질 품목의 콘텐츠와 서비스를 제공하는 비즈니스 모델로서 아직까지 디지털 시프트를 이행하지 못한 다른 분야의 길잡이의 역할을 함.
 - “Gamefication”(게임화) 이라는 절차를 통해 교육, 노인 병학, 트레이닝, 정책 책정 등에 있어서 게임을 이용하고, 새로운 비즈니스 모델을 소개시켜 새 시대에 필요한 도전에 준비시킴.

3. 『EGDF 의 제안 정책 정리』

■ EU 특정 게임 지원 프로그램 지정

- EGDF 가 유럽 게임 산업을 위해 제안하는 첫 번째 정책으로는 우선 특정 게임 지원 프로그램을 도입하는 것임.
- 현존하는 프로그램 중 MEDIA 프로그램이 상당한 게임 프로토타입 개발/ IP 창출을 위해 상당한 지원을 할애해야 한다고 지적함.
- 또한 CIP 프로그램을 대신해 새로 도입하는 프로그램이 펀딩 전체의 75 퍼센트가 중소기업에게로 향한 안정적인 제도를 갖추어야 함.

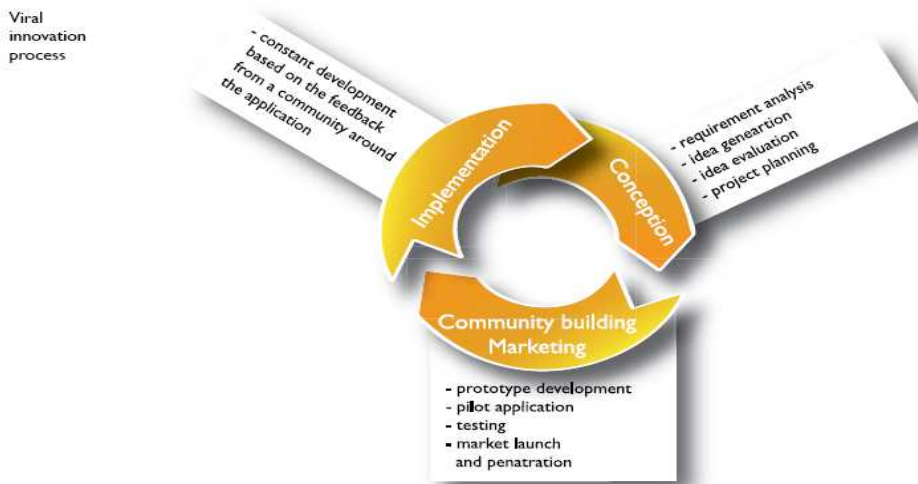
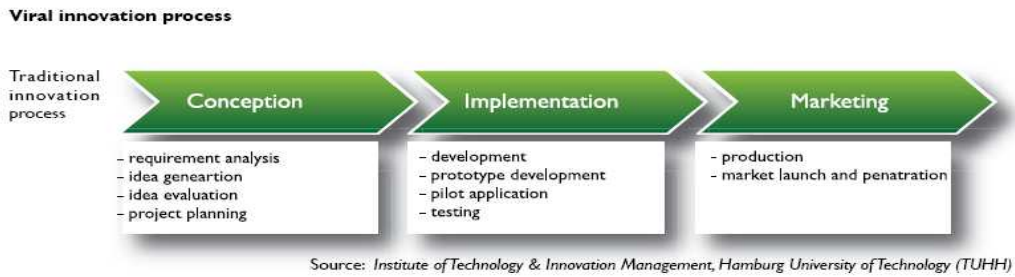


도표 10. 바이럴 혁신이 이루어지는 과정의 비교

위: 기존의 혁신이 이루어지는 과정, 구상, 구현, 마케팅의 세 단계로 이루어짐.

아래: 바이럴 혁신 과정. 더이상 선형이 아닌 단계가 서로 영향을 미치는 꼬리 문 사슬 꼴.

■ 새로운 프레임워크 프로그램이 도입해야 하는 사항

- 비디오 게임을 특정 ‘모델’ 카테고리에 포함시킴.
- 프로젝트 당 EU 지원 금액의 최고액을 500만 유로정도로 제한함.
- EU RTD (Research and Technical Development) 프로젝트 중소기업 쿼터 (할당량)를 정하여 적어도 50 퍼센트의 편당을 중소기업에 할당시킴.
- 소규모 프로젝트, 즉 약 4개의 컨소시엄 파트너 크기 (최소 2개, 최대 5개의 크기)의 프로젝트 지원을 증가.

■ 혁신 (innovation) 의 정의를 넓히는 정책 채용

- 혁신의 의미가 부여된 콘텐츠, 서비스 그리고 비즈니스 모델을 혁신 자체의 정의에 포함시켜 현명한 유럽의 혁신 전략을 펼쳐 나가야 함. 융통성 있으며 서로 다르지만 필요한 혁신 ecosystem 의 요소가 어우러진 계획을 채택하려면
 - 1) 콘텐츠의 다양함을 보존시키고 EU 멤버 나라의 문화적 가치와 전통을 나타내는 콘텐츠 장려
 - 2) 지원 메커니즘이 진정한 혁신을 구분해 낼 수 있는 능력을 지니고 펀딩 제도를 단순화시킴
 - 3) 혁신 자금 지원을 대출이나 보증 대출 제도에서 중소기업 프로젝트의 직접 지원 방식으로 옮김.
 - 4) 직접적이고 구체적인 지원을 위해 중소기업을 위한 컨설팅을 제공하는 Media Desk 포인트를 유럽 여러 곳에 설치하여 관련 프로그램에 연결시키는 고리 역할을 해 주며, 또한 혁신 프로그램이 모든 산업 이벤트에 참석할 수 있도록 함.
 - 5) 경쟁 디지털 산업 경제의 시장규제를 강화하거나 약화시켜 고의적으로 경쟁자에게 유리하게 하지 말아야 함.