

2011. 09. 15
제6호(통권6호)

콘텐츠산업 동향과 분석



GAME ANIMATION
PERFORMANCE MOVIE BROADCASTING GAME
CARTOON CHARACTER LOCAL
FASHION FASHION LOCAL
CARTOON
ANIMATION LOCAL
FASHION LOCAL



한국콘텐츠진흥원



2011. 09. 15.

I 개정 「게임산업진흥에 관한 법률」의 쟁점사항 검토

- 적용 대상의 구체화 필요 : 모바일게임사업자 포함시 기존 제도와 충돌
- 적용 가능 여부, 관련 절차 이행 가능성, 오픈마켓 게임 활성화, 자율심의제, 산업에의 영향 등과의 관련성에 대해 각계 의견수렴과 논의 필요
- '본인인증' 방법의 한계로 인해 청소년의 본인인증 확인의 현실적인 어려움
- 적용방법의 효과는 최대화하되 관련 비용 부담을 최소화하기 위해, 사회적으로 통용되는 본인 확인 서비스를 최대한 활용할 수 있도록 규정
- 회원 가입시 친권자 등 법정대리인의 동의를 요구하는 것과 관련, 타 법률과의 형평성 및 과잉 규제 논란
- 「게임법」, 「청소년보호법」 및 방통위의 '개인정보보호 방안' 간의 혼란 최소화 필요
- 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청시 게임물 이용방법, 이용시간 등 제한
- '선택적 섷다운제'로서, 「청소년보호법」 '강제적 섷다운제'와의 동시적 검토가 필요('강제적 섷다운제'의 위헌 가능성 제기되고 있는 상황)

II 분야별 동향 분석

- 게임 상장사 '11년 1분기에 전년동기 31.9% 성장한 약 7,372억원의 매출
- '11년 1분기 영업이익은 전년동기대비 3.4% 감소(약 2,756억 수준)
- 3월 「게임산업진흥에 관한 법률」 개정에 따라, 오픈마켓을 통해 공급되는 게임들은 게임등급위원회 사전 등급분류 대상에서 제외
- 4세대 통신망 LTE 도입으로, PC온라인 게임장르(MMORPG, 웹게임 등)가 스마트기기용 게임 시장에서도 활성화될 것으로 전망
- 금연구역 관련 「국민건강증진법」 개정, PC방 이용율 감소 우려
- '11년도 중국 온라인게임 시장규모는 약 85억 위안(전년동기대비 약 8.7%, 전분기대비 6.2% 상승)하여 '10년 3분기 이후 상승세 유지

I. 심층 이슈 분석



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

개정「게임산업진흥에 관한 법률」의 쟁점사항 검토¹⁾

1. 「게임산업진흥에 관한 법률」 개정 목적 및 주요 내용

- 개정법률안의 목적 : 게임과몰입 방지를 위한 규정 마련
 - 2011년 3월 15일 개정된 「게임산업진흥에 관한 법률」(이하 「게임법」)에서는 게임 과몰입 방지를 위한 규정이 불충분하여 적절한 대응에 한계가 있다는 의견
 - 2011년 6월, 게임 과몰입 예방을 위한 게임물 관련사업자와 정부의 의무를 명확하게 규정하고 게임의 올바른 이용 교육의 지원 근거를 마련하는 등 건전한 게임문화를 조성하기 위해 필요한 조치를 강구하기 위해 법률 개정
- 개정 「게임법」 주요 내용
 - 게임물 관련사업자의 예방조치 의무화 (제12조의3 신설)
 - 게임물 관련사업자가 청소년 회원가입시 친권자의 동의 확보, 청소년 게임이용시간 제한 등 게임 과몰입 예방조치를 취하도록 의무화
 - 문화체육관광부장관이 게임물 관련사업자에게 게임 과몰입 예방조치 관련 자료의 제출 및 보고를 요청할 수 있도록 함
 - 게임물 관련사업자의 게임 과몰입 예방조치가 충분치 않다고 인정될 경우 문화체육관광부장관이 시정을 명할 수 있도록 함
 - 올바른 게임이용 교육을 위한 지원 근거 마련 (제12조의4 신설)
 - 게임의 올바른 이용에 관한 교육을 지원할 수 있도록 근거를 마련
 - 초·중등학교 교육과정에서 올바른 게임이용에 관한 교육이 이루어지도록 문화체육관광부장관이 교육과학기술부장관에게 협력을 요청할 수 있도록 함
- 개인정보 보호 관련 조항 : 제12조의3 제1항(게임물 관련사업자의 예방조치 의무)
 - 게임물 관련사업자의 게임과몰입 예방조치 의무를 규정한 제12조의3 제1항에 대해 개인정보 보호 이슈와 관련하여 각계의 관심 집중

1) 본 장에서 검토하고자 하는 개정 「게임산업진흥에 관한 법률」은 한선교 의원이 대표 발의 하여 2011년 6월 29일 국회 본회의를 통과한 개정 법률이며, 법률 내용 중 최근 사회적인 관심을 받고 있는 '개인정보 보호' 및 '적용대상' 등과 관련된 문제점과 대안을 중점적으로 검토하고자 함



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

[표 1] 개정 「게임법」 제12조의3 제1항 (게임과몰입 예방조치 수단)

제12조의3 제1항의 각 조항 내용	게임이용시 적용 단계
1. 게임물 이용자의 회원가입시 실명·연령 확인 및 본인 인증 2. 청소년의 회원가입시 친권자 등 법정대리인의 동의 확보	게임이용 前단계 (회원 가입 등)
3. 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청시 게임물 이용방법, 게임물 이용시간 등 제한 4. 제공되는 게임물의 특성·등급·유료화정책 등에 관한 기본적인 사항과 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역의 청소년 본인 및 법정대리인에 대한 고지 5. 과도한 게임물 이용 방지를 위한 주의문구 게시 6. 게임물 이용화면에 이용시간 경과 내역 표시 7. 그 밖에 게임물 이용자의 과도한 이용 방지를 위하여 대통령령으로 정하는 사항	게임이용 단계

– 본 조항 중 제1호, 제2호, 제3호는 다른 법률과의 관계에서 뿐만 아니라 적용범위의 문제와 개인정보 보호 이슈 등과도 관련을 가지므로, 이에 대한 문제점을 검토하고 합리적인 하위법령 마련 및 현실적인 시행을 위한 방향을 제시하고자 함

2. '제12조의3 제1항'의 각 조항별 검토

1) 제1조 : 게임물 이용자의 회원가입시 실명·연령 확인 및 본인 인증

- 기존의 '본인인증' 방법의 한계로 인해 청소년의 본인인증 확인의 현실적인 어려움 예상
 - 현재 본인인증을 위한 방법으로 신용카드, 범용공증인증서, 휴대폰을 이용한 온라인 인증 방법과 주민등록증 진위확인 또는 신분증 사본 접수를 통한 오프라인 인증 방법이 주로 이용되고 있는 상황
 - 온라인상의 본인인증 방법 중 본인 명의의 신용카드와 유료의 범용공증인증서를 통한 본인인증 방법은 경제활동을 하지 않는 청소년들이 이용하기에는 한계
 - ※ 지금까지 게임업계는 14세 미만은 친권자의 동의를 받고 주민등록번호 유의성을 체크하는 수준에서 회원가입을 시켰고, 15~17세는 신용평가원 등을 통해 본인인증이 아닌 '실명인증' 정도만을 하는 상황임(데일리게임, 2011.06.30)
 - 오프라인상의 본인인증 방법 중 전자정부를 통한 주민등록증 진위 확인 방법은 주민등록증의 발급 신청 가능 연령이 만 17세임을 고려할 때, 게임물 이용자 중 청소년의 본인인증은 더욱 어려울 것으로 예상



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 기존의 '본인인증' 방법으로 청소년의 본인인증이 가능한 경우는 청소년 본인 명의의 휴대폰을 통한 본인인증 방법이나 신분증(학생증, 주민등록등본, 건강보험증, 청소년증 등) 사본을 게임물 사업자에 팩스나 이메일로 접수 하여 확인(2~3일 소요)받는 방법으로 매우 한정적이고 비효율적
- 법률과 현실의 괴리로 인해 청소년의 불법성을 조장할 우려
 - 청소년의 경우 기존의 '본인인증' 방법으로 본인인증을 하기에는 현실적인 어려움이 있으므로 가족이나 타인의 개인정보를 도용하여 제한 없이 온라인게임을 이용하는 편법을 이용할 우려
 - 청소년의 계정도용과 해킹을 통한 게임사이트 접속 등 더욱 심각한 불법적 문제를 야기할 가능성도 존재
- 본 조항 준수를 위한 서비스 인프라 구축에 따라 중소 게임업체의 부담 가중
 - 개인정보 수집 시스템 구축을 위한 비용을 고려할 때 자본력이 부족한 중소기업이나 1인 창조기업은 자금난의 지속 및 시장경쟁력 확보에 어려움이 있을 것으로 예상
 - 더 나아가 경제적 우위를 차지하고 있는 대기업 중심으로 산업 생태계가 재편될 것으로 예측
- 게임물 관련사업자에게 지나치게 엄격한 이용자 '인증' 기준을 요구한다는 업계의 의견
 - 게임물 이용 前단계에서부터 게임물 이용자의 실명·연령 확인뿐만 아니라, 법에 따른 '본인인증'까지 요구함으로써 규제의 목적과 필요성을 초과하여 지나치게 엄격한 인증의무를 게임물 관련사업자에게 부과하는 측면이 있다는 의견
- 청소년의 본인인증 등 법률을 시행하는 구체적인 방법·수준·대상은 업계의 의견을 모아 대통령령에서 보다 현실적이고 합리적으로 규정할 필요

2) 제2조 : 청소년의 회원가입시 친권자 등 법정대리인의 동의 확보

- 18세 미만의 청소년에게 게임물 이용을 위한 회원 가입시 친권자 등 법정대리인의 동의를 요구하는 것과 관련, 타 법률과의 형평성 및 과잉규제 논란
 - 정보통신망을 통하여 게임물을 이용하고자 하는 경우 현재의 만 14세 미만 청소년 적용 범위²⁾를 넘어 18세 미만의 청소년까지 게임 가입 단계에서부터 친권자 등 법정대리인의 동의를 받도록 함으로써 과잉규제 논란 존재

2) 현재 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에 의해 만 14세 미만 청소년들은 인터넷 사이트 회원가입시 법정대리인의 동의 필요



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- 청소년의 회원가입시 친권자 등 법정대리인의 동의는 ‘가족관계 정보’를 필요로 하며, 이에 대한 자기정보관리통제권 침해 여부 검토가 필요
 - ‘자기정보관리통제권’은 자기정보열람과 정정, 사용중지·삭제청구권을 내용으로 하는 기본권으로서 이를 침해하는 법률은 위헌
 - ※ 자기정보관리통제권이란 자신에 관한 정보를 보호받기 위하여 자신에 관한 정보를 자율적으로 결정·관리할 수 있는 권리를 의미³⁾
 - 청소년 본인과 친권자 등 법정대리인과의 ‘가족관계’에 대한 일련의 정보는 민감한 정보로서, 이러한 정보를 요구하는 본 법률은 자기정보관리통제권(기본권)을 침해할 우려
 - ※ 헌법재판소는 민감한 개인정보에 대한 허용성은 엄격히 입증되어야만 한다는 입장을 유지하고 있으므로 법률에서 요구하는 사항이 민감한 정보일 경우 그 허용성 여부는 헌법 제37조 제2항에 따라 엄격히 판단⁴⁾
- 청소년의 회원가입시 친권자 또는 법정대리인의 동의에 따른 가족관계 정보를 요하는 것은 개인정보 보호를 중시하는 통신정책상 흐름에 역행
 - 최근 개인정보 유출 사건이 다수 발생, 현재 해당 부처는 국내 인터넷 서비스의 개인정보 수집을 최소화하는 방안을 마련하는 한편 본인 확인을 명분으로 주민번호 등 개인정보 수집을 강제하는 제한적 본인 확인제⁵⁾ 폐지를 고려하고 있는 중
 - ※ 페이스북, 트위터 등은 국내 사업자가 아니라는 이유로 본인 확인을 하지 않고 있으며, 이에 대해 국내 기업을 역차별한다는 불만이 꾸준히 제기

3) 자기정보관리통제권의 헌법상 근거에 관하여 사생활의 비밀과 자유에서 찾는 견해와 인간의 존엄과 가치에서 찾는 견해가 대립하나, 헌법재판소는 헌법에 명시되지 아니한 기본권이라고 판시

4) 현재 2005.07.21, 2003헌마282 / 현재 2007.05.31, 2005헌마1139 / 현재 2008.04.24, 2006헌마402 / 현재 2008.10.30, 2006헌마1401

5) 제한적 본인확인제는 인터넷 이용자가 주민등록번호와 실명을 통해 본인 확인을 받은 뒤 사이트에 글을 올리도록 하는 제도로서 하루 평균 이용자 수가 30만 명을 넘는 인터넷포털(internet portal)과 20만 명을 넘는 인터넷 언론이 시행대상, 인터넷 실명제라고도 하며 이용자의 본인확인 후, 게시판 등에는 필명이나 ID를 사용할 수 있음. 정보통신부는 인터넷포털(internet portal) 네이버, 다음과 함께 2007년 6월 28일부터 제한적 본인확인제를 실시했음.



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

[표 2] 개인정보 유출사례

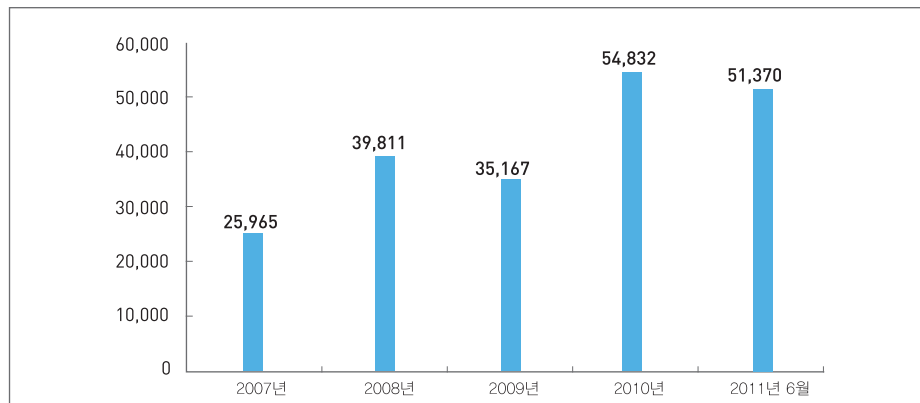
시기	업체명	피해 규모	원인
2008년	옥션	가입자 1,800만 명	외부 해킹
2008년	GS칼텍스	이용자 1,150만 명	내부 직원 소행
2011년 4월	농협	전산장애, 인터넷뱅킹 중단	해킹(북한발) 추정
2011년 4월	소니	PSN 7700만 명 개인정보 유출(국내외)	외부해킹
2011년 4월	현대캐피탈	고객 175만 명	외부해킹
2011년 7월	한국음악실연자연합회	연예인 4000명 정보 유출	업그레이드 과정에서 실수
2011년 7월	SK커뮤니케이션즈 (네이트)	네이트·싸이월드 가입자 3500만 명	중국발 IP해킹

출처: 파이낸셜뉴스(2011.07.31), 매일경제(2011.07.28) 자료 정리

- 개인정보 유출 사건이 반복되면서 인터넷 업체가 민감한 사용자 개인정보를 다수 보유하도록 되어있는 국내 인터넷 환경 자체가 지속적인 개인정보 유출 사고의 근본 원인이라는 주장도 제기
- 해킹 기술의 꾸준한 발전으로 인해 대량의 개인정보 보호 기술에 한계가 드러나고 있는 상황을 고려할 때, 가족관계 정보를 포함한 개인정보의 유출 가능성은 항상 존재
 - ※ SK커뮤니케이션즈의 개인정보 유출 사고는 그 규모가 사상 최대라는 점, 개인정보 보호 수위가 높은 대형 인터넷 포털사이트에서의 해킹에 의한 정보 유출이라는 점에서 개인정보 보호의 기술적, 현실적 한계를 시사
 - ※ 한국인터넷진흥원에 의하면 2011년 상반기까지 접수된 국내 개인정보 침해 상담 건수는 51,370건(2010년 한 해의 상담건수 54,832건에 육박)

[그림 1] 개인정보 유출사례

(단위: 건)



* 출처: 한국인터넷진흥원



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 개인정보 침해 건수가 급격히 증가하고 있는 현실에서 청소년 본인과 친권자 등 법정대리인의 가족관계에 대한 일련의 정보가 노출될 경우 가족관계를 노린 보이스피싱에 의한 재산상 피해 우려도 있음

3) 제3조 : 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청시 게임물 이용방법, 이용시간 등 제한

- 개정 「게임법」 제12조의3 제1항의 제3조는 '선택적 셧다운제(Selective Shut Down System)⁶⁾에 해당, 「청소년보호법」 제23조의3의 '강제적 셧다운제'와의 동시적 검토가 필요
- 「청소년보호법」 상에서 규정하고 있는 인터넷게임에 대한 '강제적 셧다운제'⁷⁾에 대해 학계 및 법조계에서 법체계상의 문제점 거론
 - 「청소년보호법」은 유해매체물과 유해업소 등을 규제하는 법으로, 유해매체물이 아닌 인터넷게임 전체를 규제하는 것은 모든 게임은 청소년에게 유해하다는 편견이 작용한 것이고 「청소년보호법」의 체계에 부합하지 않는다는 의견
 - 「청소년보호법」 상의 '강제적 셧다운제'의 위헌 가능성이 학계·법조계·시민단체를 중심으로 제기되고 있는 상황
 - ※ 「청소년보호법」 제23조의3은 16세 미만의 청소년에 대한 '강제적 셧다운제'를 규정하고 있는 것으로서 현재 이에 대해 업계와 청소년 단체, 학회 등을 중심으로 위헌소송 준비 중
 - '강제적 셧다운제'는 특정 시간 동안 게임 접속을 일률적으로 금지하고 있는데, '선택적 셧다운제'의 도입만으로도 입법목적을 달성할 수 있으므로 기본권 침해의 최소성 측면에도 부합하지 못하여 위헌이라는 의견 제기
 - ※ '선택적 셧다운제(Selective Shut Down System)'가 기본권 제한을 최소화할 수 있는 방법이므로 위헌적 요소가 다분한 「청소년보호법」 제23조의3 '강제적 셧다운제'의 대체안이 되어야 한다는 의견이 제기되고 있는 상황
 - 현재 제기되고 있는 강제적 셧다운제의 위헌 관련 쟁점사항은 행복추구권, 직업선택의 자유권, 평등권, 교육권 등의 침해에 관한 것임

6) 부모가 게임업체에 요청할 경우 자녀의 결제 내역과 이용시간 등을 공개하고 부모가 자녀의 게임접속을 제한할 수 있도록 하는 자녀 게임이용 관리 서비스 제도(지식경제용어사전, 2010)

7) '11년 4월 29일 국회 본회의에서 가결, 11월 시행을 앞두고 있는 「청소년보호법」 제23조의3은 '인터넷게임의 제공자는 16세 미만의 청소년에게 오전 0시부터 오전 6시까지 인터넷게임을 제공하여서는 아니 된다.'고 규정함으로써, 16세 미만의 청소년에 대한 '강제적 셧다운제'를 규정



2011. 09. 15.

3. 소결 : 전반적인 검토 및 향후 고려사항

1) '제12조의3 제1항' 관련 전반적인 검토

- 적용 대상의 구체화 필요 : 모바일게임사업자 포함시 기존 제도와 충돌
- 개정 「게임법」 제12조의3의 적용 대상을 확대 해석할 경우, 위헌 우려가 있을 수 있다는 의견이 제기
 - 본 조항의 적용 대상은 '정보통신망을 통해 공중이 게임물을 이용할 수 있도록 서비스하는 자'로 규정되어 있어, 본 법률의 적용을 받는 게임물 관련사업자에 온라인게임을 제공하는 사업자뿐만 아니라 모바일게임을 제공하는 사업자도 포함이 되는지 여부가 업계의 관심사로 부상
 - ※ 여기서 '정보통신망'은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 「정보통신망법」) 제2조제1항제1호의 정의 조항에 따름
 - 본 조항은 게임 과몰입 예방을 위해 게임물 관련사업자에게 '의무'를 부과하는 규정므로 본 법률의 적용 대상 확대 해석시 위헌 가능성이 있으므로 산·학·연·관이 모두 참여하여 본 법률의 적용 범위 구체화를 위한 논의가 필요
- 본 법률의 적용 대상에 모바일게임을 제공하는 사업자를 포함시킬 경우 국내의 오픈마켓 게임시장 활성화에 부정적인 영향을 미칠 것으로 예상
 - 본 개정 법률에 앞서 지난 3월 통과된 개정 「게임법」은 오픈마켓 게임물⁸⁾에 대해 게임물 등급위원회의 사전 등급분류에서 제외하는 조항을 마련, 모바일 플랫폼의 글로벌 오픈마켓을 개설할 수 있는 틀을 구축하였음
 - ※ 사전 등급분류제도는 오픈마켓과 같은 스마트환경의 게임물 제작·이용에 걸림돌로 작용(세계에서 유일하게 우리나라에만 글로벌 오픈마켓 내 게임 카테고리 없었음), 이에 오픈마켓 중개사업자로 하여금 자율적으로 등급을 분류하도록 하여 보다 용이하게 오픈마켓을 통한 게임물 유통을 가능하게 하는 제도를 마련
 - 그러나 본 법률의 적용 대상에 모바일게임 제공 사업자를 포함시킬 경우, 간단한 오픈마켓용 모바일게임 이용시에도 부모 확인 절차와 본인 인증 절차를 모두 거쳐야 하는 규제가 새로이 적용됨으로써, 오픈마켓 게임 활성화를 위한 자율심의의 실효성이 무의미하다는 업계의 비판
 - ※ 예를 들어, 청소년이 스마트폰에서 간단한 소셜게임을 이용하는 경우에도 부모확인 절차와 본인 인증 절차를 모두 거쳐야 하는 상황이 발생

8) 오픈마켓 게임물은 그 특성상 누구나 손쉽게 적은 용량의 간단한 게임을 제작하여 업로드하고 다운로드받아 이용 가능



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- 오픈마켓게임 중개사업자로서도 본 조항에 따른 이용자 수 확보의 불확실성 때문에, 관련 사업 진출에 소극적 입장을 보일 우려도 존재

□ 게임업계(특히 중소 게임업체)의 부담과 혼란 가중

- 규제 적용 대상의 세분화와 법률·정책의 혼재로 인해 국내 게임업체의 부담과 혼란 가중 및 중소기업의 경쟁력 약화 우려

- 개정 「게임법」 '제12조의3 제1항' 외에도 지난 4월 국회 본회의를 통과한 개정 「청소년보호법」에 따라, 국내에서 게임을 서비스하는 업체는 이중의 규제를 적용받게 됨

- ※ 「청소년보호법」에 따라 16세 미만의 청소년에게는 오전 0시부터 오전 6시까지 인터넷 게임 제공을 금지(「강제적 섯다운제」), 「게임법」 제12조의3 제1항에 따라 18세 미만 청소년 게임 이용자에게는 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청에 따라 게임이용방법·시간 등을 제한(「섯다운제」) 해야 하는 상황 발생

- 새로운 게임 이용자의 서비스 이용 가입 과정 뿐만 아니라 기존 게임 이용 가입자의 연령을 판별하고 이용자를 세분화해야 하는 시스템을 마련해야 하기 때문에 국내 게임업체의 부담은 불가피한 상황

- 특히 중소 게임업체의 경우 서비스 인프라 구축에 투자할 경제적·인적 자원이 부족한 상황으로, 중소 게임업체의 시장 경쟁력 약화 우려

- 포털과 게임 서비스를 하고 있는 인터넷 사업자의 경우 이미 14세 미만의 청소년 회원가입 시 친권자 동의를 받아왔으나, 「게임법」 개정안 시행에 따라 이를 18세 미만으로 확대하거나 아니면 게임사업을 분리시켜 회원가입을 별도로 받아야만 하기 때문에 비용과 부담이 가중될 우려

- ※ 「정보통신망법」 제31조에 따르면 정보통신서비스 제공자 등이 14세 미만 청소년의 회원가입시 친권자 동의를 받게 되어 있음⁹⁾

- 최근 방송통신위원회(이하 방통위)가 2011년 7월 SK컴즈 개인정보 대량 유출사고의 발생에 따라 발표한 대응책이 개정 「게임법」의 규정과 상충하여 게임업계의 혼란 가중

- ※ 방통위는 해킹공격의 증가와 이에 대한 대응기술의 한계를 고려, 과도한 개인정보 수집 제한 등 인터넷 기업의 개인정보 보호체계를 전면적으로 강화하는 '인터넷상 개인정보보호 강화 방안'을 발표(2011.08.08)

- 개인정보를 수집·관리해야하는 개정 「게임법」과 개정 「청소년보호법」, 이와 달리 개인정보

9) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제31조 ① 정보통신서비스 제공자등이 만 14세 미만의 아동으로부터 개인정보 수집·이용·제공 등의 동의를 받으려면 그 법정대리인의 동의를 받아야 한다. 이 경우 정보통신서비스 제공자는 그 아동에게 법정대리인의 동의를 받기 위하여 필요한 법정대리인의 성명 등 최소한의 정보를 요구할 수 있다.



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

유출을 막기 위한 보호 중심의 방통위의 '인터넷상 개인정보보호 강화 방안' 은 상호 충돌되는 정책으로서, 개인정보 관련 정책의 혼란으로 게임 업계로서는 부담이 가중되는 양상

[표 3] 개인정보 관련 「청소년보호법」, 「게임법」, 방통위의 보호방안

구분	개요
청소년보호법	16세 미만의 청소년에게는 오전 0시부터 오전 6시까지 인터넷 게임 제공을 금지(강제적 섷다운제), 이를 위한 게임이용자의 정보 확인을 위한 개인정보 수집 필요
게임산업진흥에 관한 법률	청소년 게임 이용자에게는 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청에 따라 게임이용방법·시간 등을 제한(선택적 섷다운제), 이를 위한 게임이용자의 정보 확인을 위한 개인정보 수집 필요
방송통신위원회 '인터넷상 개인정보 보호 강화 방안'	인터넷 기업 등이 주민번호, 연락처 등 중요 개인정보를 대량으로 보유하여 지속적으로 해킹 공격을 받고 있는 상황, 이에 대한 대응 기술의 한계를 고려하여 과도한 개인정보 수집 제한 방침 등 인터넷 기업의 개인정보 보호체계를 전면적으로 강화

- 게임을 서비스하는 서버의 위치에 따라 차별적 적용, 국내 업체에 대한 역차별로 작용할 우려
- 국가가 아닌 해외에 서버를 두고 있는 게임물 관련사업자에게는 게임 과몰입 예방을 위한 규제를 적용할 수 없기 때문에, 국내 게임업체와 국외 게임업체간 불공정한 경쟁 환경 조성 가능성이 제기되고 있는 상황
- 국내 게임물에 대한 규제 강화로 인해 청소년들이 해외에서 서비스 되고 있는 해외 온라인 게임을 이용할 경우, 이에 대한 관리가 불가능하며 국내 게임업체의 시장 경쟁력 약화 우려
- 국내 게임의 약 80%를 차지하는 온라인게임 분야에의 영향
- 본 법률이 게임 과몰입 예방을 위해 게임물 관련사업자에게 의무를 부과하는 규정이라는 점을 고려할 때, 본 법률의 적용을 받는 온라인게임 업체에 지속적인 부담 요소가 될 것이라는 의견이 지배적
- 온라인게임이 국내 게임시장 주요 플랫폼별 매출액 비중의 약 80%를 차지하는 것을 고려하면 사실상 국내 게임산업 전반에 다소간의 영향을 줄 것으로 예측

[표 4] 2009년 국내 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중

(단위: 억 원)

구분	온라인게임	비디오게임	모바일게임	아케이드게임	PC게임	전체
매출액	37,087	5,257	2,608	618	150	45,720
비중	81.1%	11.5%	5.7%	1.4%	0.3%	100.0%

* 출처: <2010 대한민국 게임백서>



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

2) 합리적인 시행방안 마련을 위한 고려사항

- 「게임법」, 「청소년보호법」 및 방통위의 ‘개인정보보호 방안’간의 혼란 최소화
 - 개인정보 수집 및 관리 차원에서 적용연령과 수집·확인 방법과 절차, 관리방안 등에 대해 중복되거나 상충되는 부분에 대한 부처간 협의 필요
 - 기본권을 직접적으로 제한하거나 침해할 소지에 대해서도 충분한 검토가 필요, 하위법령에의 위임 요건과 범위를 보다 엄격하게 제한적으로 규정하는 것을 고려
- ‘제12조3 제1항’의 ‘적용대상’에 대한 다각적이고 장기적인 시각에서의 충분한 검토
 - ‘정보통신망을 통해 공중이 게임물을 이용할 수 있도록 서비스하는 자’의 범위에 모바일 게임의 포함 여부에 대한 절차 및 관리 차원의 실질적인 검토가 필요
 - 적용 가능 여부, 관련 절차 이행 가능성, 오픈마켓 게임 활성화, 자율심의제, 산업에의 영향 등과의 관련성에 대해 학계 및 업계 전문가의 의견수렴과 논의
- ‘제12조3 제1항’의 ‘적용방법’에 대한 현실적이고 구체적인 논의 필요
 - 적용방법의 효과는 최대화하되 관련 비용 부담을 최소화하기 위해, 사회적으로 통용되는 본인 확인 서비스를 최대한 활용할 수 있도록 방법상 범위를 넓혀 규정하는 것을 고려
 - ※ 실명, 연령 확인 및 본인 인증을 위해, 공인인증기관, 본인확인서비스를 제공하는 제3자나 행정기관에 의뢰하거나 모사전송 및 대면확인 등 사회적으로 통용되는 본인 확인 서비스를 최대한 활용할 수 있도록 범위 확대
- 기 공포된 법률 「게임법」, 「청소년보호법」에 따른 이행은 게임산업 위축에 다소간의 영향을 미칠 것으로 예상, 별도의 적극적인 진흥방안도 병행 추진
 - 게임과몰입과 무관한 게임분야(기능성게임 등)에 대한 적극적인 활성화 방안을 추진하고, 국산게임의 해외진출 등을 통한 산업 성장 전략을 위한 지원 필요

II. 분야별 동향 분석



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

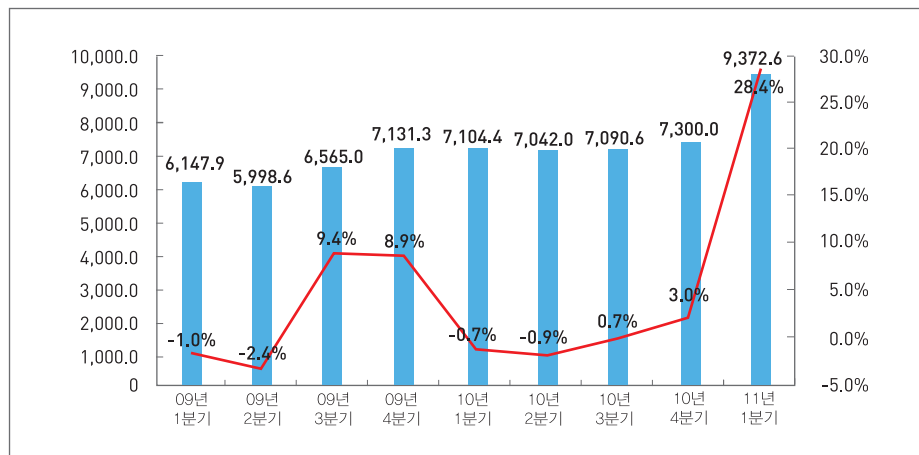
1. 국내 산업계 동향

1) 2011년 1분기 게임산업 상장사 분석

- 게임산업 상장사¹⁰⁾는 2011년 1분기에 전년동기 31.9% 성장한 약 7,372억원의 매출 실적¹¹⁾
- 2011년 1분기는 전분기대비 28.4% 상승했으며 '10년 3분기 이후 지속적인 상승세
 - 이는 NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트 등 대형 업체들을 중심으로 한 매출증가세가 주요 요인이며, 중소기업들은 다소 등락을 보이는 양상
 - '11년 1분기 게임산업 전체 시장규모는 약 2조 1,336억원으로 '10년 1분기대비 약 13.8% 증가
- 2011년 2분기 이후는 공급적인 측면에서 대형 게임개발사들을 중심으로 <블레이드앤소울>, <아키에이지> 등 MMORPG 대형작들의 본격 출시가 다소 정체되어 있는 수요측면의 확대를 야기할 것으로 예상되나, 오는 11월에 예정돼 있는 셋다운제 시행에 따른 일부 수요위축에 따라 기업들의 성장에는 다소 저해요인으로 작용할 것으로 전망

[그림 2] 2009년 1분기 ~ 2011년 1분기 게임산업 상장사 매출액 추이

(단위: 억 원)



* 출처: <2011년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서>

10) NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 드래곤플레이, 게임하이, 조이맥스, 웹젠, 엠게임, 컴투스, 와이디온라인, 한빛소프트, 이스트소프트, 제이씨엔터테인먼트, 바른손게임즈, 소프트맥스, 외앤케이코리아, 게임빌, 위메이드엔터테인먼트 등 19개사 (출처: 2011년 1분기 콘텐츠산업 동향분석 보고서, 한국콘텐츠진흥원)

11) 데일리게임에 따르면 '11년 2분기의 상장 게임업체(18개사, 아직 실적 미발표한 액토즈소프트와 웹젠 제외) 매출은 전년 동기 대비 26.55% 성장한 것으로 나타남(데일리게임, 2011.8.23.)



2011. 09. 15.

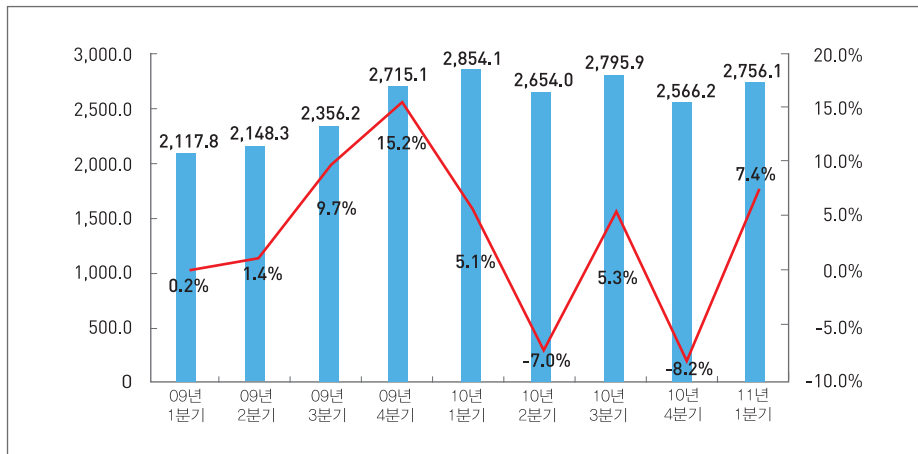
콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 넥슨 등 대형 온라인게임 업체들이 소셜게임 및 스마트폰게임 내수시장에 진출하고 이를 기반으로 하는 해외수출 확대에 따라 전체 매출액 증대에 기여할 것으로 예상
- 중소개발사들의 경우에도 MMORPG 등 신작출시가 다수 예상됨에 따라 매출액 등 전반적인 경영실적 상승에 긍정적인 것으로 전망¹²⁾

- 2011년 1분기 게임산업 상장사 영업이익은 전년동기대비 3.4% 감소한 약 2,756억 수준
- 2009년 1분기에서 2010년 1분기까지 상승세를 유지하다가 2010년 2분기 이후 다소 등락을 보이고 있으며, 2011년 1분기는 전분기대비 7.4% 상승
- 2011년도 2분기 이후 게임산업 영업이익은 매출액 상승세가 이어질 경우 동반 상승이 예상되는데, 특히 하반기에 출시되는 게임 대형작들의 해외진출 실적이 큰 영향을 미칠 것으로 전망

[그림 3] 2009년 1분기 ~ 2011년 1분기 게임산업 상장사 영업이익액 추이

(단위: 억 원)



* 출처 : <2011년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서>

- 게임산업 상장사의 종사자 수는 2011년 1분기 약 10,239명으로 전년동기대비 9.7% 성장했으며 전분기대비 약 1.8% 증가
- 2010년 1분기에서 4분기까지 전년동기대비 6.5%, 11.0%, 9.5%, 7.9% 지속적으로 성장했

12) 위메이드엔터테인먼트는 <창천2>, 웹젠은 <제노사이드>, 엠게임은 <열혈강호 온라인> 및 <워오브드래곤즈> 등 MMORPG 론칭을 통한 경영실적 실적확대 도모 예정



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

으며 이 중 네오위즈게임즈, 엔씨소프트 등 실적호조가 나타나는 대형업체들이 신규인력 성장세를 주도

- 전분기대비는 2010년 1분기 다소 정체된 0.1% 상승을 보이다가 2분기 및 3분기는 1.0%, 1.6% 상승, 4분기에 5.1%로 다소 높은 상승

- MMORPG 등 신규 대작게임 및 스마트폰 게임제작에 필요한 인력들이 이미 확보되어 있으므로 2011년 2분기 이후 개발부문 인력수요의 경우 약간 정체될 것으로 예상되며, 3분기부터 신규게임 론칭을 위한 마케팅 인력수요가 다소 증가할 것으로 전망

2) 국내 게임업계 동향

□ 온라인게임 분야

- 2011년 6월 22일 〈서든어택〉(제작사 : 게임하이)의 기존 퍼블리셔인 넷마블과 게임하이를 인수한 넥슨 사이의 협상이 마무리되었으며 향후 중국 서비스 재개를 앞두고 있음

- FPS 게임 중 국내 최대 동접자를 기록하고 있는 〈서든어택〉의 개발사 게임하이와 넥슨에 인수된 뒤 기존 퍼블리셔인 넷마블과 넥슨 사이에 퍼블리싱 계약 갱신을 둘러싼 논의가 진행되었으며 지난 6월 22일 협상이 타결됨

※ 인기게임의 퍼블리셔 변경과 관련한 업계간 분쟁의 우려가 있었으나 계약내용 및 절차 등에 대한 협상이 타결됨으로써, 향후 게임분야에서 퍼블리셔 계약 및 변경시 업체간 합의를 유도할 수 있는 사례가 될 것으로 판단

- 협상 결과 2011년 7월 11일부터 2013년 7월 10일까지 넷마블과 넥슨이 공동 퍼블리싱하기로 합의, 향후 넥슨으로 이전을 원하는 사용자는 게임정보를 넷마블에서 넥슨으로 옮길 수 있음

- 국내 개발사인 스마일게이트의 〈크로스파이어〉가 2010년도에 중국시장 매출 약 1조원을 달성한 것으로 알려진 가운데 〈서든어택〉, 〈스페셜포스2〉, 〈배터리〉 등 품질과 경쟁력을 갖춘 국내 FPS게임의 중국 진출이 확대

- 국내 개발사인 스마일게이트의 FPS 게임 〈크로스파이어〉가 중국 시장 동접 300만 명이상을 기록하는 등 국산 FPS게임의 약진이 두드러지는 가운데 〈서든어택〉 또한 지난해 4월 중국 산다게임즈와 퍼블리싱 계약을 체결했으며 올해 6월말 중국 정부의 서비스 허가를 얻었으며 현지화 작업을 마치고 오는 8월 공개시범 테스트를 실시할 예정

- 중국 퍼블리셔인 텐센트가 〈크로스파이어〉의 대히트 등 국산 게임에 힘입어 중국 온라인업계 1위로 올라서는데 성공한 결과 산다 게임즈 등 중국 게임 퍼블리셔들의 FPS게임 경쟁력 확보에 대한 관심이 높음



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

□ 모바일게임 분야

- 지난 3월 「게임법」 개정에 따라, 2011년 7월 6일부터 스마트폰과 스마트패드, 일반 휴대전화 등 오픈마켓을 통해 공급되는 게임들은 게임등급위원회의 사전 등급분류 대상에서 제외
 - 지난 4월 5일 공포된 「게임법」이 시행되면서 글로벌 오픈마켓의 게임 카테고리가 개설될 가능성이 높아졌고, 이에 따라 글로벌 모바일게임시장에서 꾸준한 성장세를 보이고 있는 국내 게임업체들의 국내 시장에 대한 접근성이 높아짐
 - ※ 그간 국내 모바일 게임시장은 사전 등급분류제도로 인해 세계에서 유일하게 글로벌 오픈마켓 내 게임 카테고리가 부재했음
 - 기존의 국내 게임업체들의 해외 오픈마켓에서의 활약이 두드러지고 있어, 향후 국내에도 본격적인 오픈마켓 게임시장이 활성화될 경우 더 높은 성장세를 기대
 - ※ '11년 5월 한달 동안 국내 게임개발사 엔필이 제작한 퍼즐 게임 <버즐>이 아시아지역 아이폰 게임부문에서 1위를 차지(총 2백만 다운로드)
 - ※ 최근 넥슨의 <카트라이더 러시>는 총 2백만 다운로드를 돌파, 게임빌의 <에어 팅컨>이 1백만 달러 이상의 매출 달성
 - ※ 컴투스의 <슬라이스 잇>은 국내 최초로 1천만 다운로드를 돌파했고 컴투스의 <퀸스크라운> 등이 6월 한달 동안 일본시장 1위를 차지
 - 이번 개정안 시행으로 경쟁력 있는 국내 게임업체의 국내 모바일게임시장 진출이 더욱 용이해지고 향후 매출·이익 등 실적 개선에 도움이 될 것으로 기대되며 스마트게임 시장의 경우 소비자 편익이 증진되어 외국 계정을 이용한 게임 다운로드가 줄어드는 등 국내 수요 또한 촉진될 전망
 - 스마트게임 시장을 주도하는 애플과 구글 양사의 행보가 아직 뚜렷하게 정해지지 않아 불확실성이 존재하나, 삼성의 "앱스"와 LG유플러스의 "OZ스토어" 등 국내 사업자는 오픈마켓 게임물 자율심의의를 도입했으며 KT 등 국내 이통사도 오픈마켓 자율심의의를 준비 중
 - ※ 7월말 현재 국내 애플 앱스토어와 안드로이드 앱스토어의 "게임" 카테고리가 폐쇄되어 있는 상태로, 오픈마켓 개설과 관련해 애플과 구글 한국지사는 미국 본사와 협의를 통해 최종적으로 개설 여부를 확정할 것으로 예상
 - 게임등급위원회는 향후 오픈마켓 게임의 자율 등급분류 결과에 문제가 있을 경우 해당 사업자에 대해 시정요청, 직권재분류 등 후속 조치를 취할 계획
 - ※ 문화체육관광부는 사행성 게임에 대한 시정을 명할 수 있으며 위반자에 대해서 1년 이하 징역 또는 1천만원 이하 벌금을 부과할 수 있는 등 법률적 관리방법이 마련됨
- 4세대 통신망 LTE(Long Term Evolution)가 본격적으로 도입되면서, MMORPG, 웹게임 등 PC온라인 게임시장에 국한되던 장르가 향후 스마트폰, 스마트패드 게임시장에서도 활성



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

화될 것으로 전망

- LTE는 초고속 데이터 서비스가 가능해 스마트폰, 스마트패드 등 무선 인터넷을 이용하는 모바일기기에서도 방대한 정보량을 처리할 수 있는 환경을 조성
- 기존 무선 통신망에서는 MMORPG, 웹게임 등 신속한 인터넷 정보전송이 필요한 장르의 이용에 한계가 많았으나 LTE 하에서는 웹게임, MMORPG 등 장르 확대가 기대
 - ※ 올해 하반기부터 LTE를 활용해 PC와 모바일(스마트폰, 스마트패드 등)에서 동시에 이용가능한 크로스플랫폼 게임이 점차 출시될 예정
- 미국 등 해외 시장에서도 점차 LTE가 도입되고 있어 향후 MMORPG, 웹게임 등에서 경쟁력을 갖춘 국내 게임업체의 해외진출에도 긍정적으로 작용할 것으로 전망
 - ※ 미국 주요 통신사인 AT&T와 버라이즌 등이 주요 도시를 중심으로 LTE 서비스를 빠르게 확대해 나갈 계획을 발표
- 한편, 국내외적으로 4세대 통신망 LTE가 본격적으로 도입되는 가운데 LTE 주파수 확보를 둘러싼 국내 이동통신사 간 경쟁이 치열
 - ※ 지난 6월 22일 LG유플러스는 2.1GHz 주파수를 사실상 확보해 LTE 서비스에서 타사에 비해 전송속도가 2배 이상 빨라 향후 4세대 통신망 경쟁에서 유리한 위치를 선점
 - ※ SK텔레콤과 KT가 1.8GHz 주파수를 놓고 경매에서 치열한 경쟁을 한 결과 8월 29일 SK텔레콤이 9,950억원에 1.8GHz 대역 주파수를 낙찰받는 것으로 마무리
 - ※ KT는 8월 29일 800MHz대역을 낙찰받아 기존에 보유하고 있는 900MHz대역 투자와 연계하여 LTE 서비스를 제공할 계획

□ 비디오게임 분야(콘솔게임 및 휴대용게임 포함)

- 2011년 1분기 이후 세계 콘솔게임시장이 비수기로, 국내 출시되는 콘솔 게임도 부진한 편
 - 지난 2월과 3월 <킬존3>와 <블렛스톰>, <크라이시스2> 등 대작이 출시되었으나 세계 콘솔게임 시장의 연말, 연초 성수기가 끝남에 따라 국내 콘솔 게임시장도 신작 출시가 부진
 - 락스타 게임즈의 <L.A. 노와르>, 베데스다의 <브링크> 등 대작이 출시됨. 올해 상반기까지 국내 게임업체의 콘솔 시장 진입은 여전히 부진한 상황이며 가정용 콘솔 소프트웨어의 절대 다수가 외국 개발사 제품
 - 향후 빅슨의 <던전앤파이터> XBOX360용 출시 등 국내 개발사 제품이 점차 콘솔 시장에 공급될 예정이나, 국산 콘솔게임의 증가세는 상당기간 정체될 전망

□ e스포츠 분야

- 2011년 5월 17일 블리자드엔터테인먼트와 온게임넷, MBC플러스미디어, 한국e스포츠협



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

회가 <스타크래프트 : 브루드워>에 기반한 국내 e스포츠 대회 개최 및 방송에 대한 라이선스 계약을 체결했다고 발표

- 이번 계약 체결로 지난해부터 <스타크래프트>와 <스타크래프트2>를 둘러싸고 지속된 블리자드와 국내 게임방송사, 한국e스포츠협회 사이에 지속된 법정분쟁이 마무리됨. 이에 따라 하반기 <스타크래프트>와 <스타크래프트2> 리그가 정상화될 것으로 전망

- 한국e스포츠협회에 따르면 프로리그 운영에 따른 수익이 적어 채산성 확보 등에 어려움이 있음. 이번 협상 타결로 고액의 라이선스 비용을 요구했던 블리자드의 입장이 철회되었음에도 불구하고 향후 한국e스포츠의 수익성 제고 등 개선이 쉽지는 않을 것으로 예상
- 지난해 8월 “대한항공 스타리그 시즌2” 결승전을 중국에서 개최한 데 이어 지난 6월 9일 “신한은행 프로리그 10~11시즌” 결승전을 오는 8월 6일 중국 상하이에서 개최하기로 발표하는 등 국내는 물론 해외관객 저변 확대 등 수익성 향상을 위해 노력하고 있으며 <스페셜포스2> 등 새로운 종목을 도입해 국내외적으로 e스포츠 활성화 진행 중

□ PC방 업계 동향

- 2001년부터 '05년까지 증가와 감소를 반복하던 PC방 수는 2006년 이후 사행성 게임에 대한 규제 영향으로 2007년까지 침체를 보였다가, 다시 2008년부터 상승세를 보이거나 2009년부터 다시 감소하는 경향

※ PC방 업계에 따르면 올해 들어서도 PC방 수는 2,500여개 감소하는 등 지속적인 감소 추세

[표 5] PC방 추이

연도	01년	02년	03년	04년	05년	06년	07년	08년	09년
업소 수	22,548	21,123	20,846	20,893	22,171	20,986	20,607	21,496	21,547

* 출처 : <2010 대한민국 게임백서>

- PC방 이용자 중 대부분은 게임을 즐기는 것이 주목적이나, 지난해부터 본격화된 스마트폰 등 스마트기기의 보급 확대에 따라 10대부터 30대까지 PC방 주이용자층의 게임 이용 트렌드가 모바일게임으로 변화함으로써 PC방 이용 감소에 영향

- 온라인게임 매출(내수)이 포화상태로 PC방 이용자 증가세도 정체되는 경향을 보이고 있으며, PC방 공급이 과잉되는 양상을 보여 경쟁 격화에 따른 요금 하락과 유지비용 상승 등으로 매출 등 채산성이 악화



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- 이에 따라 지난해부터 폐업이 증가하고 신규 점포 개설의 정체에 따라 전반적인 PC방 수는 감소세가 지속될 것으로 전망
- 한편, 청소년 이용자에 대해서는 이미 오후 10시 이후 출입을 금지시키고 있기 때문에 올해 4월 시행된 섯다운제에 따른 부정적 영향은 미미할 것으로 보임
- 4월 28일 국회 법제사법위원회에서 PC방과 당구장 등이 금연구역으로 포함되는 「국민건강증진법」 개정안 통과(6월 7일 공포), PC방 이용율은 더욱 감소할 것으로 예상
- ※ 「국민건강증진법」 개정에 따라 PC방은 2013년 6월 8일부터 전면 금연구역으로 지정

[표 6] 「국민건강증진법」 개정안 주요 경과

날짜		내용
2009년	5월	「국민건강증진법」 개정안 의원 발의(박대해 의원)
2011년	3월	「국민건강증진법」 개정안 위원장통합발의(안) 긴급발의 및 통과
	4월	「국민건강증진법」 개정안 국회법제사법위원회 통과
	6월	「국민건강증진법」 개정안 공포
2013년	6월(예정)	개정안 시행 예정

- 전반적인 시장 침체와 국민건강증진법 시행 등 따라 PC방 신규 창업에 대한 유인이 감소 중이며 요금 하락 등 경쟁압력은 지속되고 있어, 당분간 PC방 업계 규모는 감소 혹은 정체상태를 지속할 것으로 전망

2. 게임산업 관련 세미나 및 토론회, 보고서

- KT경제경영연구소
- ‘융복합으로 진화하는 게임의 미래’, 2011년 3월
 - 게임의 역사를 “재미의 구현을 위한 기술의 적용”과 ‘새로운 기술을 활용한 재미의 발견’이라는 두 가지 측면에서 조망하고 이를 현재와 미래 전망에 적용
 - 게임은 더 이상 단순한 소비재가 아니라 IT 산업에서 핵심콘텐츠이며 중간재로서 성격을 띠게 되었으며 게임산업은 콘텐츠 산업 전체에 큰 영향력을 지닌 ‘기간산업’으로 성장하고 있다고 분석



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

□ 한국게임학회

- ‘중국 온라인 게임 산업 발전 방향 모색’, 2011년 2월
 - 2004년부터 개최되고 있는 중국의 대표적인 게임쇼인 ‘China Joy’를 중심으로 E3, TGS(도쿄 게임쇼) 등 주요 게임쇼와 비교 분석
 - 참여 인원, 참가 기업수, 영향력 등 6가지 요소를 중심으로 중국 온라인게임 산업과 ‘China Joy’의 현재와 미래를 조망

□ 한국콘텐츠진흥원

- ‘2011 한-일 게임이용자 조사보고서’, 2011년 4월
 - 한국과 일본 각각 1,700명과 1,130명에 대한 설문조사를 바탕으로 양국의 게임이용현황에 관한 자료를 상세하게 비교 정리
 - 게임 이용행태, 게임에 대한 인식, 양국 게임산업 현황 등 주요 자료를 망라
- ‘2010 해외콘텐츠 시장조사(게임)’, 2011년 4월
 - 2010년 세계 게임시장 통계와 동향을 총망라한 보고서로 북미권, 유럽권, 아시아권, 오세아니아권, 중남미권, 중동/아프리카권 등 전세계 게임시장에 대해 분석
 - 주요 해외 시장조사 전문기관 자료를 수집·분석해 미국 등 주요 선진게임시장부터 중남미, 중동, 아프리카 등 신흥시장까지 시장규모와 동향을 도출했으며 메가트렌드와 주요 기업 동향도 포괄
- ‘스마트환경에서의 모바일게임 트렌드 및 지원방향’, 2011년 8월
 - 최근 급격히 도입·확산되고 있는 스마트환경에서 모바일게임의 변화양상을 개발, 기술, 유통, 마케팅, 소비의 측면에서 검토
 - 개발부터 소비까지의 일련의 과정에서 새롭게 변화하는 양상을 한 눈에 파악할 수 있으며 국내 관련 업체의 진흥과 산업 활성화를 위한 정부 지원방향을 제시

□ LG경제연구원, 정보통신정책연구원

- ‘N스크린 개념이 현실화되고 있다’ (2011년 5월, LG경제연구원)
 - 휴대용 콘솔 못지않은 게임플랫폼으로 올라선 스마트기기의 대중화와 최근 가속화되고 있는 N스크린 서비스의 확대에 대해 다룸
 - 게임과 관련해선 마이크로소프트가 XBOX360의 신개념 유저인터페이스로 내세운 ‘키넥트’와 윈도우폰7의 연계 전략을 내세워 일종의 N스크린 게임을 선보인 사례를 소개



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- '게임 콘솔 Xbox의 미디어 허브화' (2011년 6월, 정보통신정책연구원)
 - 마이크로소프트 XBOX360과 동작 및 음성인식 유저인터페이스인 '키넥트'를 기반으로 한 동영상 서비스를 중심으로 향후 마이크로소프트의 미디어 전략에 대해 다루고 있음 (게임 콘솔인 XBOX360과 동영상 서비스 등 타부문과 연계에 대해 분석)
- 우리나라 스마트폰 이용자들이 가장 자주 사용하는 애플리케이션으로 게임을(18.5%) 꼽음 (2011년 6월, KISDI STAT, 정보통신정책연구원)
 - 위와 같은 '사용 빈도' 외에 '사용 시간(점유율)'에서는 방송이 3.65%, 동영상 및 음악이 5.35%로 게임 1.65%보다 방송, 동영상 및 음악이 더 높음
 - 그 외, 통화, 문자 등 기본적인 소통 기능에 80.28%를 사용했고 인터넷검색, 소셜네트워크 서비스, 온라인 상거래에서 5.91%의 점유율을 기록

4. 해외산업계 동향

1) 플랫폼별 동향

□ 온라인게임 분야

- 2011년 6월 구글은 게임 서비스를 포함하는 소셜네트워크 서비스 '구글 플러스'를 공개하면서 소셜네트워크 서비스 시장에서 경쟁력을 강화하는 데에 집중
 - '구글 플러스'의 소셜 게임 아이템 판매 등 부분 유료화에 '구글 체크아웃' 서비스를 사용
 - ※ '구글 체크아웃'은 전자상거래 및 온라인 결제시스템으로 '구글 플러스' 등 구글 관련 서비스에서 판매되는 소셜, 온라인 게임 등 부분 유료화에 활용
- 2011년 5월 9일 액티비전 블리자드(Activision Blizzard)는 중국 시장을 목표로 자사의 대표적 온라인 FPS 게임 <콜 오브 듀티>를 중국 현지에서 개발중이라고 밝힘
 - ※ 액티비전 블리자드의 대표적인 FPS 게임 <콜 오브 듀티> 시리즈는 세계 FPS 게임 시장을 주도하고 있으며 <콜 오브 듀티 : 모던워페어>, <콜 오브 듀티 : 월드 앳 워>, <콜 오브 듀티 : 모던워페어2>, <콜 오브 듀티 : 블랙 옵스> 등 총 4편의 시리즈 각각 글로벌 1천만장 이상의 판매량을 연이어 달성한 대작
 - 액티비전 블리자드가 대표적인 게임 가운데 하나인 <콜 오브 듀티> 시리즈를 온라인게임화한다는 것은 그만큼 중국 등 신흥시장은 물론 온라인게임 시장의 성장과 미래를 긍정적으로 평가한다는 것을 의미
 - 90년대 후반 세계 FPS 시장을 주도했던 밸브의 <카운터 스트라이크> 이래로 중국 시장



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 에서 FPS 장르의 인기는 MMORPG 장르에 크게 뒤지지 않으며 최근 국산 게임 <크로스 파이어>의 성공에서 확인할 수 있듯이 온라인FPS의 시장성과 수익성이 높음
- 중국 FPS게임 시장에서 좋은 성과를 거두고 있는 국내 개발사에겐 높은 국제경쟁력을 지닌 해외 게임개발사의 진입의 증가로, 더욱 높은 경쟁압력에 직면할 것으로 전망
- 2011년 7월 1일 글로벌 소셜게임 시장을 주도하고 있는 징가(Zynga)가 미국 증권거래위원회에 10억 달러 규모의 기업공개(IPO) 신청
 - 지난 2007년 창립한 이후 <팜빌>, <시티빌>, <엠포이어 & 얼라이즈> 등 다양한 소셜게임을 지속적으로 출시하고 있는 징가는 최근 월 이용자가 1억 4,000만 명을 넘어서는 등 빠른 성장세를 지속
 - 지난 2010년 징가는 총 매출 5억 9,750만 달러를 기록했으며 올해 1분기 매출은 2억 3,540만 달러를 기록

□ 비디오게임 분야

- 2011년 하반기 들어 마이크로소프트의 가정용 콘솔인 XBOX360에 부분유료화(Free To Play) 게임이 도입될 전망
 - 넥슨이 XBOX360용 <던전앤파이터> 출시를 준비하고 있으며 MS(마이크로소프트) 또한 산하 개발사를 통해 부분유료화 게임을 개발하고 있는 것으로 알려짐
 - ※ 최근까지 마이크로소프트는 부분유료화 게임에 대해 미온적인 반응을 보인 것으로 알려졌으며 부분유료화 게임에 대한 과금 문제와 서버관리 등을 둘러싼 개발사와 MS 사이 입장 차로 인해 일부 국내 개발사의 XBOX360용 게임 개발이 취소된 사례도 있음
 - 스마트폰 등 스마트게임시장과 페이스북 등 소셜네트워크를 기반으로 한 소셜게임이 빠르게 성장하면서 기존 콘솔시장에 대한 대체시장이 확대되고 있는 등 경쟁이 심화
 - 또한 애플 아이오스(iOS)와 구글 안드로이드에 비해 MS의 윈도우폰7의 시장점유율은 상대적으로 낮은 상황으로 향후 윈도우폰7의 시장점유율 확대 측면에서 콘솔시장에서 확립한 우위를 활용하려면 온라인게임, 소셜게임 등 부분유료화를 기반으로 한 게임의 원활한 공급이 필요
 - ※ 애플 앱스토어 등 유료앱 판매의 상당수가 게임 콘텐츠와 관련되어 있는 등 스마트기기 시장에서 게임 콘텐츠의 중요도는 높은 편
 - 마이크로소프트는 물론 소니 또한 부분유료화 게임 확대에 긍정적인 움직임을 보이고 있으며, 이에 따라 향후 부분유료화 게임 개발과 서비스에서 경쟁력을 지닌 국내 개발사와 퍼블리셔에게 북미, 유럽 등 주요 콘솔시장으로 진출 확대에 긍정적인 환경이 조성될 것으로 전망



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- 2011년 4월 19일 해킹으로 인해 중단되었던 소니 PSN(플레이스테이션 네트워크) 서비스가 7월 6일 복구
 - 이번 사건으로 인해 피해당사자인 소니는 PS3 등 자사 게임기 매출 감소, 브랜드 이미지 훼손 등 유무형의 손실을 입었으며 일부 이용자로부터 소송도 발생하고 있는 상황
 - 이러한 유형은 콘솔게임 뿐만 아니라 PC온라인 등 네트워크를 활용하는 게임에도 발생 가능하므로 향후 국내외적으로 게임 관련 보안에 대한 관심이 증가할 것으로 전망
- 2011년 7월 6일 소니는 향후 멀티플레이를 지원하는 PS3 게임에 대해 'PSN패스'라 불리는 온라인 패스 시스템을 도입할 예정이라고 밝힘
 - ※ 온라인 패스 시스템은 패키지게임 사용자가 단 한번만 이용할 수 있는 온라인 이용권한 코드를 부여해 신제품 구매자에 한해 온라인을 이용가능토록 한 시스템
 - 북미, 영국, 일본 등 콘솔게임 시장이 발달한 나라에선 패키지게임의 중고 거래도 활발한 상황이나, 이번 조치로 중고거래에 제약요인이 생기게 되는 셈임
 - ※ 소니뿐만 아니라 EA, THQ 등 주요 퍼블리셔도 중고게임 이용자에 대해 온라인 권한을 별도로 구입해야하는 체계를 도입 중
 - 그간 콘솔 및 PC시장에서 패키지 게임의 중고거래에 따른 신제품 판매량 저하 등 전반적인 매출의 감소에 대한 업계의 비판이 꾸준히 제기되어왔음
 - 그러나, PC온라인시장에 뒤이어 세계적으로 콘솔시장도 부분유료화와 다운로드 판매가 점차 활성화되고 있는 등 중고거래 문제에 대한 대응이 다양해지고 있어 게임산업에 미치는 악영향은 점차 감소할 전망
- 2011년 2월 닌텐도는 <닌텐도 DS>의 최신 기종인 3DS를 일본에서 출시, 일본시장에서 상반기 동안 1백만 대 이상을 판매
 - ※ 3DS는 특별한 안경 없이 3D 입체영상을 통한 게임을 즐길 수 있다는 장점
 - 당초 닌텐도는 상반기 중으로 일본 내에서 150만대, 전세계 400만대 판매를 전망했으나 닌텐도의 회계연도 1분기(4월~6월) 실적 발표에 따르면 3DS판매량이 71만대로 저조해 발매 이후 급격히 판매추이가 둔화
 - ※ 북미시장에선 회계연도 1분기 판매가 11만대에 그쳐 올해 상반기 글로벌 판매량도 당초 예상만큼 달성하지 못한 것으로 나타남
 - ※ 북미 지역에선 높은 가격(249달러)과 함께 스마트기기에 의한 휴대용 콘솔 시장 잠식에 의해 부정적 영향을 받은 것으로 추정되며 일본 대지진 여파 등으로 일본내 판매량이 기대보다 저조
 - 닌텐도는 8월 11일부터 일본 시장에서 3DS 가격을 기존의 2만 5천엔에서 1만 5천엔으로 인하
 - 향후 일본 시장뿐만 아니라 미국 등 해외시장에서도 가격인하가 이루어질 전망이다. 이번 가격 인하에 따라 단기적으로 3DS의 판매량이 증가할 가능성이 있음



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 그러나 중장기적으로 볼 때 스마트기기 등으로 양질의 게임이 대량으로 공급되고 휴대용 콘솔의 주사용자인 캐주얼 게이머의 관심이 스마트기기로 향하는 등 3DS의 경쟁 플랫폼의 강세가 예상되어 향후 전망은 여전히 낙관적이지 않은 상황

□ 모바일게임 분야

- 2011년 4월 미국 영화사인 20세기폭스는 블루 스카이 스튜디오가 제작한 3D 애니메이션 <리오>를 배급·개봉했으며 동 영화에 대한 마케팅의 일환으로 게임개발사 로비오와 제휴하고 양사의 캐릭터를 크로스오버시킨 게임 <앵그리버드 리오>를 지난 3월에 출시
 - 블루 스카이 스튜디오는 대표작 <아이스 에이지> 등으로 널리 알려진 3D 애니메이션 업체로, 20세기폭스는 로비오와 제휴를 통해 세계적 인기를 누리고 있는 게임 <앵그리버드>에 애니메이션 <리오>의 캐릭터를 포함시켜 마케팅 효과를 거둠
 - <앵그리버드>의 누적 다운로드 건수는 2억 5천만 건을 넘어섰으며 현재도 앱스토어 인기 다운로드 순위권 포함
- 2011년 7월 6일 닌텐도가 자사의 대표적인 IP 중 하나인 <포켓몬>의 스마트폰용 게임을 개발하고 있는 것으로 알려짐
 - 닌텐도는 최근 매출과 이익이 감소하는 등 어려움을 겪고 있었으나 자사의 하드웨어 플랫폼에만 게임을 출시하는 정책에 변화가 없어 스마트시장 진출에 대해선 미온적이었으나, 스마트폰용 <포켓몬> 게임개발은 변화의 움직임으로도 볼 수 있을 것임

2) 지역별 동향

□ 미국

- 2011년 7월 12일 세계적인 게임업체인 EA가 <플랜츠 vs. 좀비>, <비주얼드>, <주마> 등으로 널리 알려진 미국 개발사 팝캡게임즈를 인수
 - ※ 팝캡 게임즈의 지난해 매출액은 약 1억 달러이며 EA의 인수대금은 총 7억 5,000만 달러
 - 지난 10여년 간 EA는 공격적인 인수합병을 통한 성장전략을 추구한 미국의 대표적인 게임업체로 <NFL>과 <FIFA> 시리즈 등 세계적인 인지도를 지닌 스포츠 게임과 <심즈> 등 유명 프랜차이즈를 다수 보유
- 미국 가정 중 72%가 게임기를 보유하고 있고 91%의 부모가 게임을 즐기므로 게임의 교육적 역할 및 가족관계 증진에 기여해 높은 게임 수용도를 보이는 것으로 나타남
 - 미국사회의 게임에 대한 수용도가 높아, 다양한 연령층에서 게임을 즐기(미국 ESA, 미국



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

게임시장 조사보고서)

- 세부적으로 보면 미국가정은 2011년도의 경우 72%가 게임기를 보유하고 있으며 이는 2010년도 67%에 비해 5%p 상승한 수치
- 어린이의 경우 86%가 부모의 허락하에 게임기를 구매하고 있으며, 특히 미국 부모의 68%는 게임이 교육적 기능을 하고 있다고 믿고 있고, 또한 57%의 부모는 가족관계 증진에 게임이 일정부분 역할을 하고 있다고 조사됨
- 게임을 즐기는 평균 연령은 37세이며 게임을 적극적으로 구매하는 평균 연령은 41세로 게임의 저변이 넓음(미국 ESA, 미국게임시장 조사보고서)
 - 게임구매에 있어 남성이 52% 여성이 48%이며, 게임구매 유발요인은 기본적으로 스토리 등 게임작품의 완성도가 최우선이며 이를 통한 게임사용자들의 구전이 중요
 - ※ 이는 이들 연령층이 1) 구매력 측면에서 소비를 주도하고 있을 뿐 아니라 게임에 대해 적극적으로 접촉을 하고 있으며 2) 대부분 자녀들이 있는 부모이기에 자녀들의 게임구매 욕구를 적극적으로 대처하고 있는 것으로 볼 수 있음
 - 향후 미국 게임시장 진출을 고려하는 국내 개발사는 게임의 직접사용자인 어린이 및 청소년 계층의 수요파악 뿐 아니라, 게임구매의 관여도가 높은 부모들에 대해서도 게임선호도 등 파악이 필요하고 이를 종합적으로 반영할 필요
- 2011년 6월 10일 세계 최대의 게임전시회인 'E3 2011'이 폐막, 참가업체는 총 200개이며 관람객은 4만 6,800명을 기록
 - 소니는 신제품 휴대용 게임기 <PS 비타>를 공개하였고 닌텐도는 <위(Wii) U>를 공개, <PS 비타>는 고성능에 250달러의 저렴한 가격으로 경쟁력을 갖추고 있으며 <위 U>는 컨트롤러에 6.2인치 터치스크린화면을 탑재해 이를 이용한 새로운 방식의 게임이 가능하며 그래픽 등 성능을 향상시켰음(2012년 출시 예정)
 - ※ 지난 5월까지 북미 시장에서 마이크로소프트의 XBOX360이 11개월에 걸쳐 닌텐도 위와 소니 PS3를 제치고 최다 판매량을 기록함
 - 다양한 게임 콘텐츠를 보유한 스마트기기 보급이 급팽창하는 여건 하에서 게임전용 휴대용 콘솔시장의 부진을 벗어날 수 있을지에 대한 업계의 관심이 높음
- 유럽
 - 터키 최대 소셜게임 회사인 Peak Games가 유럽의 유명 투자전문회사 Earlybird Venture로부터 500만 달러 외자 유치 달성
 - Peak Games사는 외자 유치를 통해 최근 급성장하고 있는 소셜게임 기획 및 제작 역량



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

제고를 도모하고 터키 현지에 부응하는 소셜게임 개발을 목표로 하고 있음

- 투자주체인 Earlybird의 Jason Whitmire는 “Peak Games는 Facebook 상에서 다양한 인문적 및 현지화에 역점을 둔 다양한 게임개발에 집중할 것”이라고 했으며 “이번 투자를 통해 Peak Games가 필요로 하는 게임개발 역량을 높일 것으로 기대된다”고 설명
- Peak Games사의 창업자인 Sidar Sahin은 SNS 서비스의 경우 현재 터키 등 중동지역은 시장규모가 급증이 예상되는 잠재력이 높은 시장이라고 밝힘

□ 일본

- 일본 엔터브레인(Enterbrain)에 따르면 2011년 상반기 일본 콘솔 시장이 지난해 상반기에 비해 16% 축소된 것으로 분석
 - 2011년 상반기 일본 콘솔 시장 규모는 1,919억 8,000만 엔으로 전년동기의 84% 수준
 - 닌텐도가 <NDS>의 후속작으로 내놓은 신제품 휴대용콘솔인 <3DS>의 판매가 예상보다 부진했고 소비자의 관심을 모을만한 신작 소프트웨어도 지난해 상반기에 비해 상대적으로 적어 하드웨어와 소프트웨어 양 측면 모두 저조했던 것에서 기인

□ 중국

- 중국 게임업체 중 완미세계가 2011년 6월 개최된 ‘E3 2011’에 참가
 - 중국 업체 가운데 완미세계만이 이번 E3에 참가하였으며 국내 개발사인 원디소프트의 <러스티 하츠>, 마이에트 엔터테인먼트의 <레이더즈> 등을 출품
 - 현재 품질과 그래픽 등에서 중국 개발사의 게임이 선진시장에 비해 뒤쳐져있기 때문에 이번 E3에선 자국산 게임이 아닌 한국 등 해외 개발사 게임의 퍼블리싱에 주력하는 양상
- Shanda, 完美世界 등 중국 게임개발사들은 자체역량 확보 등을 위해 해외시장 개발 및 진출을 적극적으로 추진 중
 - Shanda의 2011년 1분기 경영실적에 따르면 해외 부문 매출액이 1,020만 달러로 전년 동기대비 46% 성장했으며 전분기대비 35% 상승
 - 完美世界의 2010년 연간 및 2011년 1분기 경영실적에 따르면, 2010년 연간 매출액에서 해외비중이 약 25%인 1억달러에 육박하고 있으며 이는 중국내 온라인게임 전체 해외 수출액 중 40%를 차지
 - ※ 2011년 1분기는 전체 매출액 1억1천만달러 중 약 30%인 3,000만 달러가 해외부분에서 발생
 - 이러한 중국내 게임개발사들의 해외실적 호조 및 막대한 자금력을 바탕으로 해외 게임개



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

발사(스튜디오)들의 인수에 적극적

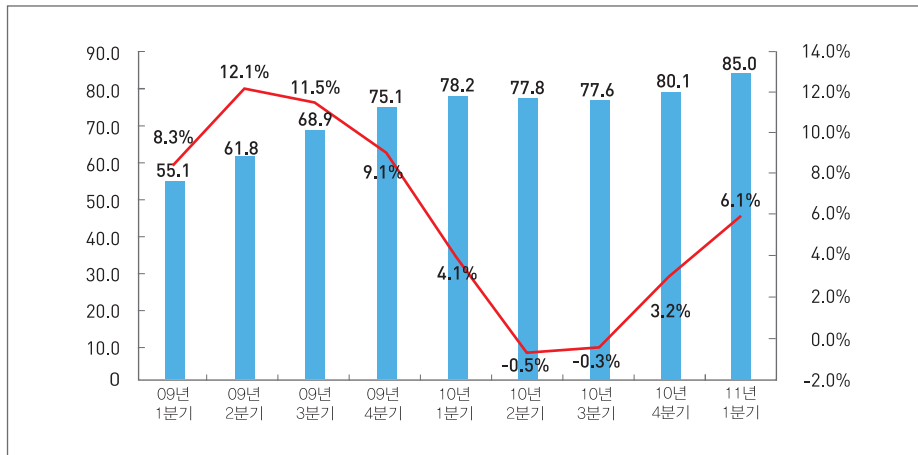
※ 完美世界는 지난 5월31일 공시를 통해 Atari 산하 스튜디오인 Cryptic Studios를 3,500만달러에 지분 100%를 인수

※ Shanda는 한국 게임개발사인 Eyedentity Games를 9500만 달러에 인수했으며 지난 2010년 기업인수에 2억 달러를 사용하는 등 잠재력 있는 해외 게임개발사에 대한 관심이 높음(Shanda는 해외시장 비중을 현재 5.4% 수준에서 향후 3년내에 20% 수준으로 확대 목표)

- 상기 중국 게임개발사 뿐 아니라 Tencent 등도 향후 막대한 자본력을 바탕으로 중국 자국내 내수시장과 해외시장 개발 및 기업인수에 적극적일 것으로 예상되므로, 국내 게임 개발사는 게임개발 및 해외시장 개척에 보다 선제적일 필요가 있음

○ 2011년도 중국 온라인게임 시장규모는 약 85억 위안이며 Tencent 등 메이저 게임업체들의 중국 게임내수시장 지배력 확대

[그림 4] 2009년 1분기 - 2011년 1분기 중국 온라인게임 시장규모 추이



출처 : 易观国际(Analysys International), 易观智库(Entodesk)

- 중국 온라인게임 시장규모는 2011년 1분기 약 85억 위안으로 전년동기대비 약 8.7%, 2009년 1분기대비 54.3% 성장했으며, 전분기대비는 6.2% 상승하여 2010년 3분기 이후 상승세를 유지

- 중국 온라인게임시장은 1분기의 경우 춘절 등 명절효과에 힘입어 RPG 게임서비스 업체 중심으로 전반적인 상승세, 2분기 이후는 중국내 자체 신작 및 한국 등 해외 신작들의 신규 서비스가 예정되어 공급증대 및 이에 따른 수요증대로 기업경영실적 호조 예상

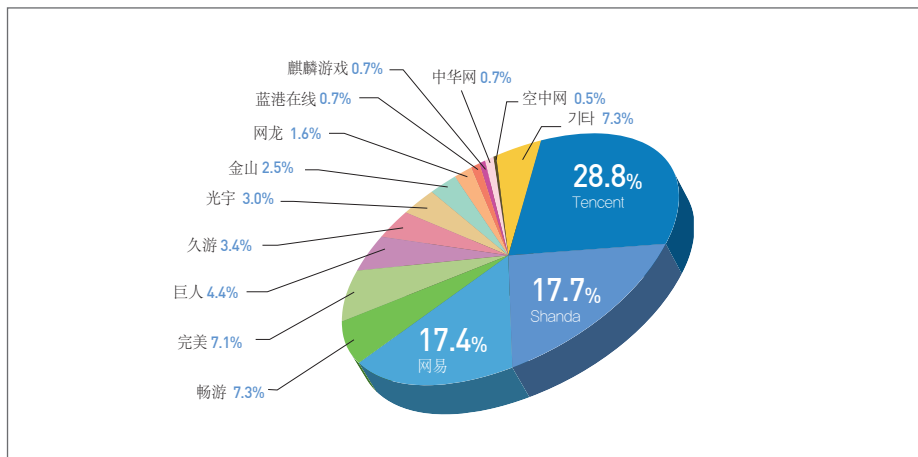


2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- ※ 다만, 중국내 인플레이션 압력 확대에 따른 중국 정부당국의 긴축기조는 게임시장 확대에 일부 영향이 있을 수 있으나, 이는 극히 제한적일 것으로 전망
- 향후 물가, 금리 등 중국내 거시지표 및 정책 등의 지속적인 모니터링을 통해 잠재리스크에 대한 선제적 조치 강구가 필요

[그림 5] 2011년 1분기 중국 온라인게임 시장 업체별 점유율 분포



출처 : 易观国际(Analysys International), 易观智库(Entodesk)

- 2011년 1분기 중국 온라인게임 시장규모는 전반적인 상승세인 가운데, Top5의 시장점유율이 약 77.9%로 시장집중이 심화되는 양상
- 2011년 1분기 타이완 网龙、心象、宇峻、智冠 등 4대 게임업체 경영실적 악화
 - 智冠은 2011년 1분기 영업이익이 2억 7,800만 대만달러로 전년동기대비 26.8% 감소했는데, 이는 智冠 산하의 자회사의 실적악화가 주요 원인
 - 网龙은 2011년 1분기에 신작 3D게임인 <Q群仙传> 출시에도 불구하고 주력 3D게임인 <天子传奇>의 부진이 주요 원인이며, 2011년 1분기 영업이익은 1억 5,800만 대만달러로 전년동기대비 42% 감소
 - 宇峻은 2010년 하반기 이후 신작출시가 없어 전반적인 실적 부진이 나타났으며, 2010년 1분기 주당 이익이 5.78 대만달러인데 반해 2011년 1분기 주당 이익은 0.92 대만달러로 대폭 하락

IV. 부록



2011. 09. 15.

1. 월별 국내외 게임순위

- 국내 온라인게임(PC패키지 포함) 순위를 장르별로 보면 MMORPG가 5종, FPS 1종, RTS 2종, 스포츠 1종, 액션RPG 1종으로 MMORPG 강세가 두드러짐. 한때 점유율 2위까지 올라갔던 신작 MMORPG <테라>가 6위를 차지

[표 7] 2011년 8월 한국 온라인게임 순위(PC방기준)

순위	게임명	장르	퍼블리셔
1	아이온	MMORPG	NC소프트
2	서든어택	FPS	넷마블
3	워크래프트3	RTS	블리자드 엔터테인먼트
4	스타크래프트	RTS	블리자드 엔터테인먼트
5	피파온라인2	스포츠	네오위즈 게임즈
6	테라	MMORPG	NHN
7	월드 오브 워크래프트	MMORPG	블리자드 엔터테인먼트
8	리니지	MMORPG	NC소프트
9	메이플 스토리	액션RPG	넥슨
10	리니지2	MMORPG	NC소프트

출처 : www.gametrics.com, PC방 기준

- 글로벌 PC게임 순위를 장르별로 보면 FPS 6종, MMORPG 1종, RTS 2종, Action 1종으로 FPS 장르의 비중이 큼
 - <콜 오브 듀티4 : 모던워페어> 등 대작 FPS 게임이 지속적으로 강세를 보이는 가운데 <월드 오브 워크래프트> 등 MMORPG 등 일부 타 장르 게임이 인기를 지속

[표 8] 글로벌 PC게임 순위(2011년 7월 10일자)

순위	게임명(이용시간, 단위 : 시간)	장르	퍼블리셔
1	월드 오브 워크래프트(147048)	MMORPG	Blizzard Entertainment
2	리그 오브 레전드(132942)	RTS	Riot Games
3	콜 오브 듀티4 : 모던워페어(124108)	FPS	Infinity Ward
4	콜 오브 듀티2(60211)	FPS	Infinity Ward
5	Team Fortress2(20962)	FPS	EA Games
6	스타크래프트2(17280)	RTS	Blizzard Entertainment
7	배틀필드 : 배드 컴퍼니2(17198)	FPS	Dice
8	콜 오브 듀티 : 모던워페어2(14846)	FPS	Infinity Ward
9	Grand Theft Auto : San Andreas(14419)	Action	Rockstar Games
10	콜 오브 듀티 : 블랙 오퍼스(10426)	FPS	Treyarch

출처 : xfire.com



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 – 게임

- 미국 콘솔게임 순위를 장르별로 보면 FPS 1종, RPG 1종, 캐주얼 2종, 액션 2종, 스포츠 2종, 레이싱 1종, 대전격투 1종으로 특정 장르의 우세가 나타나지 않음
- <레고 캐러비안의 해적>과 <카2>는 각각 인기 영화와 애니메이션을 바탕으로 한 원소스 멀티유스 게임(캐주얼게임으로 분류)

[표 9] 2011년 7월 미국 콘솔게임 순위

순위	게임명	장르	퍼블리셔
1	NCAA Football 12	스포츠	Electronic Arts
2	카2	레이싱	Disney Interactive
3	콜 오브 듀티 : 블랙옵스	FPS	Activision Blizzard
4	레고 캐러비안의 해적	액션	Disney Interactive
5	저스트댄스2	캐주얼	Ubisoft
6	메이저리그 베이스볼 2K11	스포츠	Take2 Interactive
7	줌바 피트니스 : 조인 더 파티	캐주얼	Majesco
8	폴아웃 : 뉴 베가스	RPG	Bethesda
9	뉴 슈퍼 마리오 브러스 DS	액션	닌텐도
10	모탈컴뱃 2011	대전격투	Warner Bros Interactive

출처 : www.npd.com

- 중국 온라인게임 순위를 장르별로 보면 MMORPG 7종, 레이싱 1종, 댄싱 2종으로 MMORPG와 댄싱, 레이싱 등이 강세
- 퍼블리셔 가운데 텐센트가 상위권 석권을 유지하고 있으며, 중국 게임개발사들의 신작 출시에 따라 중국 온라인 게임이 상대적으로 강세

[표 10] 2011년 7월 중국 온라인게임 다운로드 순위

순위	게임명	장르	퍼블리셔	제작국가
1	QQ飞车	레이싱	텐센트	중국
2	QQ炫舞	댄싱	텐센트	중국
3	苍茫世界	판타지(MMORPG)	悠乐网络	중국
4	월드 오브 워크래프트	판타지(MMORPG)	网易	미국
5	魔域	판타지(MMORPG)	网龙公司	중국
6	星辰变	판타지(MMORPG)	盛大游戏	중국
7	奇迹MU(무 온라인)	판타지(MMORPG)	The9	한국
8	大唐无双	무협(MMORPG)	网易	중국
9	劲舞团(오디션)	댄싱	久游	한국
10	凡人修仙传	판타지(MMORPG)	百游	중국

출처 : 17173.com



2011. 09. 15.

3. 해외 오픈마켓 게임 현황

- 유료 앱 인기순위 10위권까지 모두 게임으로, 앱스토어에서 게임 카테고리의 우위가 지속
 - 장르별로 보면 액션 6종, 퍼즐 2종, 전략 1종, 레이싱 1종으로 가볍게 즐길 수 있는 액션과 퍼즐이 주종

[표 11] 해외 오픈마켓 게임 현황

범주	순위(전체)	게임명	장르	퍼블리셔	가격
유료	1(1)	Angry Birds	액션	Clickgamer	0.99\$
	2(2)	Fruit Ninja	액션	Halfbrick Studio	0.99\$
	3(3)	Tiny Wings	액션	Andreas Illiger	0.99\$
	4(4)	Angry Birds Seasons	액션	Rovio Mobile	0.99\$
	5(5)	Cut the Rope	퍼즐	Chillingo Ltd	0.99\$
	6(6)	Cars2	레이싱	Disney	0.99\$
	7(7)	Angry Birds Rio	액션	Rovio Mobile Ltd	0.99\$
	8(8)	Words With Friends	퍼즐	Newtoy Inc	1.99\$
	9(9)	Tower Defense : Lost Earth	전략	Com2us Inc	0.99\$
	10(10)	Flick Golf	스포츠	Full Fat	0.99\$
무료	1(1)	Line Runner	액션	Robert Szeleney	-
	2(3)	ICEE Maker	액션	Sunstorm Interactive	-
	3(4)	Cave Bowling	액션	Donut Games	-
	4(5)	Racing Penguin	액션	Top Free Games	-
	5(6)	Angry Bulls	액션	ZhouYang	-
	6(7)	Gravity Guy	액션	Miniclip.com	-
	7(9)	Fireworks Arcade	액션	Mike Newman	-
	8(12)	Office Jerk	액션	Fluik	-
	9(13)	Puzzle Family	퍼즐	Com2us Inc	-
	10(14)	Hanging With Friends Free	퍼즐	Zynga	-

출처 : www.apple.com/itunes/charts

4. 월별 게임심의 현황

- 플랫폼별로 보면 PC게임 111종(온라인게임 82종/오픈마켓 29종), 콘솔 43종, 모바일게임 172종(오픈마켓 150종), 아케이드게임 107종으로 모바일(오픈마켓게임)게임과 아케이드 게임, PC온라인게임이 주를 이루고 있음



2011. 09. 15.

콘텐츠산업 동향과 분석 - 게임

- 연령별로는 전체이용가 262종이나 청소년 이용불가도 131종인 것을 고려하면, 게임의 이용연령 양극화 현상이 나타나는 것으로 보임

[표 12] 2011년 7월 게임심의 현황 (플랫폼별)

구분	PC게임 (온라인게임/오픈마켓)	콘솔게임	모바일게임 (오픈마켓)	아케이드 게임	합계
플랫폼별	111 (82/29)	43	172 (150)	107	433

출처 : 게임물등급위원회

[표 13] 2011년 7월 게임심의 현황 (연령별)

범주	청소년 이용불가	15세이용가	12세이용가	전체이용가	합계
연령별	131	15	25	262	433

출처 : 게임물등급위원회



2011. 09. 15.

〈참고자료〉

- 게임물등급위원회(2011.5). 〈대~한민국 게임We-2011년 5월호〉
- 정보통신정책연구원(2011.6). 〈게임 콘솔 Xbox의 미디어 허브화〉
- 한국게임학회(2011.2). 〈중국 온라인 게임 산업 발전 방향 모색〉
- KT경제경영연구소(2011.3). 〈융복합으로 진화하는 게임의 미래〉
- LG경제연구원(2011.5). 〈N스크린 개념이 현실화되고 있다〉
- 2011년 4월 25일 세계일보 〈대안으로 거론되는 '선택적 섯다운제'〉
- 2011년 4월 27일 게임조선 〈섯다운제가 가진 5가지 위험 요소〉
- 2011년 6월 9일 게임샷닷컴 〈넥슨 아메리카, 본격적인 현지화에 돌입〉
- 2011년 6월 20일 머니투데이 〈위기의 닌텐도 '위U'로 돌파구 마련?〉
- 2011년 6월 30일 데일리게임 〈게임법 개정안 본회의 통과...규제조항 정보법 보다 더 많아〉
- 2011년 6월 30일 아이뉴스24 〈섯다운제보다 강한 게임규제...국회 본회의 통과〉
- 2011년 7월 3일 스포츠서울 〈게임법 개정안 목적, '청소년 게임 이용자 없애자?〉
- 2011년 7월 4일 아이뉴스24 〈오픈마켓법 6일 시행, 애플-구글 '글썸'〉
- 2011년 7월 5일 inven 〈일본 콘솔 시장 작년대비 16% 감소〉
- 2011년 7월 6일 아시아경제 〈오픈마켓 자율등급제, 제대로 될까?〉
- 2011년 7월 7일 블로터닷컴 〈인권·산업 외면한 외고집 게임법 개정안〉
- 2011년 7월 7일 아이뉴스24 〈징가, 올해 페이스북에서 5억달러 번다〉
- 2011년 7월 13일 블로터닷컴 〈게임 섯다운제 헌법소원, 어디까지 왔나〉
- 2011년 7월 28일 매일경제 〈해킹 천국된 한국 "올것이 왔다"〉
- 2011년 7월 31일 파이낸셜뉴스 〈네이트 3500만명 개인정보 유출..개인정보 수집이 화 불렀다〉

2011년 콘텐츠산업 동향과 분석 제6호(통권6호) – 게임

책임집필 홍유진 한국콘텐츠진흥원 책임연구원 (yjhong@kocca.kr)
이대순 한국콘텐츠진흥원 연구원 (porcius@kocca.kr)

감 수 윤호진 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀장
이기현 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀 수석연구원
박영일 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀 수석연구원

발 행 일 2011년 9월 15일

외부자문 [현업]

(가나다순) 강민혁 넥슨 대외협력팀장
강희원 컴투스 전략홍보팀장
김종일 NHN 문화콘텐츠정책팀장
유인식 엔씨소프트 대외협력실 차장
이경일 게임빌 사업개발실 이사
정영일 CJ인터넷 대외협력팀장
조학룡 캡도비 소프트 대표
최종신 바른손크리에이티브 대표
황성섭 네오위즈게임즈 정책팀장

[협회]

김성곤 한국게임산업협회 사무국장
이승훈 한국게임개발자협회 회장
조영철 인터넷PC문화협회 정책국장

[학계]

권현호 성신여대 법학과 교수
김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수
박태순 게임물등급위원회 위원
한창희 한양대 경영학부 교수
황성기 한양대 법학과 교수
황승흠 국민대 법학과 교수