

- ◆ 2008년 1/4분기 중국 온라인게임시장 업체별 시장점유율은 Shanda Interactive가 18.7%로 가장 높았으며, NetEase 13.3%, The 9 11.5%로 집계
- ◆ 2007년 중국 온라인게임시장은 2006년 대비 67% 성장한 17억 달러 매출 규모로, 2003년부터 2007년까지 연평균 성장률 60%를 달성한 것으로 나타남
- ◆ 이는 온라인 검색 시장 규모의 약 5배, 인터넷 디스플레이 광고 시장의 약 2배에 달하는 것으로 인터넷 부문 중 최대 시장규모를 보임

### ● **브로드밴드 가입자 증가, 소득수준 상승 등이 온라인게임 시장의 성장동력**

- ◆ 인터넷 및 브로드밴드 가입자 비중 증가, 다른 엔터테인먼트 매체에 비해 저렴한 이용 비용, 중상층의 소득확대 등이 중국 온라인게임시장의 성장동력으로 해석되며, 2012년까지 연평균 30%의 성장세를 유지하며 68억 달러 규모까지 성장할 것으로 예상
- ◆ 2008년 1/4분기 중국 온라인게임시장에서 가장 높은 시장점유율을 보인 것은 Shanda Interactive (SNDA)로 전체 시장의 18.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났으며, NetEase (NTES)와 The 9 (NCTY)이 각각 13.3%와 11.5%를 차지하며 그 뒤를 잇고 있음
- ◆ 특히 2007년 각각 시장점유율 2%와 6%를 기록하던 Sohu와 Tencent의 약진이 두드러져 2008년 1/4분기 Sohu는 7.2%, Tencent는 8.0%의 시장점유율을 기록함



## 일본 게임 시장 동향

### 무너지는 '일본 아케이드게임 왕국'

#### ● **닌텐도 Wii의 급성장으로 위기에 몰린 일본 아케이드게임**

- ◆ 7조원 대 규모의 일본 아케이드게임 시장이 심각한 도전에 직면
  - '댄스댄스레볼루션(DDR)'부터 '비트매니아'·'철권'에 이르기까지 다양한 히트작으로 전세계인의 마음을 사로잡았던 일본 아케이드게임이 닌텐도 Wii를 필두로 한 새로운 '놀거리'에 밀려 존폐의 기로에 놓임
  - 로이터는 일본의 아케이드 업계가 게임장의 수를 줄이는 혹독한 구조조정 속에서도 옛 명성을 회복하기 위한 대안 마련에 적극 나섰다고 전함
- ◆ 90년대 초 Sony PlayStation의 득세로 아케이드게임이 심각한 타격을 입은 여타 국가들과 달리 일본 시장은 다채로운 아케이드게임이기와 끊임없는 대작의 출현으로 인기를 유지

- 일본 아케이드게임 시장 규모는 여전히 6조 9000억 원에 이릅니다
- ◆ 그러나 지난 2006년 닌텐도의 야심작 '위'의 등장을 계기로 시장은 내리막길을 걷고 있음
- 아케이드게임장을 가지 않고도 집에서 온몸으로 즐길 수 있는 닌텐도 위는 5월 현재 일본에서만 총 600만대가 팔려나가, 일본 인구의 4.71%가 위를 즐기는 것으로 나타남

### ● SEGA 등 주요 아케이드 업체들 경영 악화로 구조조정

- ◆ 이 같은 상황에서 최근 아케이드게임 업체는 뼈를 깎는 구조조정에 착수
- 이 시장의 대표 주자인 Sega Sammy Holdings는 전체 게임장의 무려 25%에 달하는 110개 아케이드 아울렛의 문을 닫는다는 계획을 발표
- Namco Bandai Holdings도 운영 중인 게임장의 20%에 해당하는 50~60개를 폐쇄한다고 밝힘

### ● 주요 업체들 대책 마련에 절치부심

- ◆ 이처럼 시장에 대한 어두운 전망에도 불구하고 일본의 주요 아케이드게임 업체들은 실현 가능한 모든 수단을 동원해 재기를 노리고 있음
- ◆ 대다수 대형 업체들은 완구·소프트웨어·아케이드게임기기 등 사업 다각화 시도
- ◆ 가족 단위로 찾는 게임장에서 라이브쇼를 펼치는 등 새로운 마케팅 전략도 눈에 띈
- ◆ Capcom은 격투 게임의 고전인 '스트리트파이터Ⅳ'를 새롭게 선보임으로써 옛 고객들의 향수를 자극하는 전략 구사
- ◆ Square Enix의 Taito는 브랜드 디자인과 점포 혁신에 집중
  - Square Enix의 Yoichi Wada 대표는 "아케이드 산업은 전환점에 놓였다"며 "업계가 "신선한 아이디어를 낼 수 있는 외부 업체들을 영입하고 연인이나 나이 많은 세대를 위한 게임을 개발하는 등 보다 많은 노력을 기울여야 할 때"라고 강조

[출처] 더게임스, 2008.5.20

## 日 Sony, 게임 내 광고(in-game ad) 플랫폼 공개 전격 발표

### ● Sony, PS3 기반 게임 내 광고 플랫폼 공개 결정

- ◆ 日 Sony는 최근 광고 대행사들을 대상으로 게임 내 광고 플랫폼을 공개하겠다고 전격 발표.
- ◆ 이 플랫폼을 통해 PlayStation 3에 최초로 광고를 게재하는 사업자는 IGA Worldwide가 될 것으로 예상되고 있으며, 경쟁사인 Double Fusion 또한 최근 Sony와 광고 관련 제휴를 체결함

### ● 게임 내 광고 시장 콘솔 플랫폼 사업자의 신규 수익원으로 주목 받고 있음

- ◆ 콘솔게임 시장에서는 게임 내 광고 사업이 새로운 수익 모델로 주목을 받아 왔으며 최근에는 실제 상품을 게임 내 가상의 전광판이나 등장 인물의 아이템으로 등장시키는 등 다양한 마케팅 전략을 시도 중임
  - IT관련 시장조사업체 Parks Association에 따르면 이제 가시적인 움직임을 보이고 있는 게임 내 광고 시장규모가 2006년 5,400만 달러에서 2012년 8억 달러에 이를 것으로 전망됨
- ◆ 아울러 이번 Sony의 플랫폼 공개는 지금까지 주로 MS의 Xbox360을 통해서 이루어져온 게임 내 광고 시장의 가파른 성장을 예고한다는 점에서 관심을 끌고 있음

### ● 이번 공개 결정은 비공개였던 기존 콘솔 게임 내 광고 시장을 활성화할 것으로 기대됨

- ◆ 현재 Xbox360에 광고를 실기 위해서는 MS 산하 광고회사 Massive와 독점 계약 체결이 필요하며, Play Station 3은 Sony와 계약을 체결해야만 하는 시스템임
  - 또한 IGA 및 Double Fusion 등 소수의 광고 대행사가 PC게임 및 특정 게임 퍼블리셔의 광고를 독점적으로 제공하는 방식이 일반적이었음
- ◆ 이와 관련해 Sony 측은 “플랫폼 공개를 계기로 보다 많은 광고주들이 관심을 가질 것”으로 내다보고 있으며 Parks Association는 이미 게임 플랫폼을 통한 광고에 여러 광고 대행사가 관심을 보이고 있다고 지적
  - Sony와 PlayStation 브랜드 파워에 비추어볼 때, Sony의 이러한 움직임으로 게임 내 광고 시장의 성장은 더욱 탄력을 받을 전망
- ◆ 한편 최근 별 다른 움직임을 보이지 않고 있는 Google의 행보에 궁금증이 더해가고 있음
  - Google은 2007년 2월 게임 내 광고 부문 강화를 위해 AdScope를 매수하였으나, 아직까지 관련 사업에 대한 구체적인 계획은 밝히지 않은 상태임

[출처] Forbes, 2008.6.24

**STAT** 日 콘솔 하드웨어 및 소프트웨어 판매량(7월 셋째주)

**Table** 日 콘솔 하드웨어 및 소프트웨어 판매량(2008.7.13~19)

구분	항목	Publisher	주간판매량	누적판매량
HW	Nintendo DS	Nintendo	n/a	-
	Wii	Nintendo	6,445,906	-
	PlayStation 3	Sony	2,280,796	-
	PSP	Sony	n/a	-
	Xbox360	MS	630,148	-
SW	Dragon Quest V	Square Enix	679,461	679,461
	Gundam Battle Universe	Namco Bandai	152,722	152,722
	Tears to Tiara: Kakan no Daichi	Aquaplus	38,398	38,398
	Persona 4	Atlus	35,946	238,284
	Wii Fit	Nintendo	27,748	2,370,626
	Daigasso! Band Brothers DX	Nintendo	25,998	210,469
	Derby Stallion DS	Enterbrain	20,540	249,220
	Densetsu no Stafy Taiketsu! Daiiru Kaizoku-Dan	Nintendo	18,299	47,074
	Mario Kart Wii	Nintendo	17,590	1,538,636
	Monster Hunter Freedom 2nd G	Capcom	15,089	2,387,045

[출처] Famitsu(ファミ通)

**Point**

- Nintendo Wii가 일본 콘솔게임 시장을 여전히 압도적으로 주도하고 있으며, PS3와 Xbox360이 그 뒤를 따르고 있음
- 소프트웨어로는 Square Enix가 개발한 Dragon Quest V가 발매 첫 주 67만 장을 팔아치우는 기염을 토하며 1위에 오름
- 누적 판매량으로는 Capcom의 Monster Hunter Freedom 2nd G가 238만 장으로 1위를 기록했고, 다음으로 Wii Fit이 237만장, Mario Kart Wii가 153만장으로 뒤를 이음