

The Biweekly

Taiwan Game News

2006. 6. 9. Vol.11

[CONTENTS]

기획특집

- 2005년 사사분기 인터넷 이용 인구

뉴스 & 화제

- 1 온라인 게임의 새로운 주역 : 무료게임과 캐주얼 게임
- 2 열세에 처한 콘솔게임, 진화를 모색하라!
- 3 대만 아이템 교역 시장의 가치가 NT\$ 7.4억 원에 달하다

게임 순위

2005년 사사분기 인터넷 이용 인구

경 제부는 대만 인터넷 보급 상황과 응용 현황을 알아보기 위해 자책회 IDEAS-FIND와 함께 ‘대만 인터넷 인구 조사’를 실시하여, 대만의 각종 인터넷 연결 서비스의 보급 현황을 관측하였다. 본 조사는 인터넷 케이블 업자, ISP업자, 교육부 전산센터(TANet)와 전신총국 등의 기관을 통해 실시되었으며, 수집된 자료는 각기 다른 Internet subscriber로 분류하여, 대만 인터넷 응용의 관건 지표 정보를 계산해 냈으며, 이를 토대로 대만 인터넷 인구의 성장 상황을 예측해보았다.

1, 고속 케이블 이용자가 413만에 달해, 그 중 xDSL사용자가 89%

2005년 12월 말까지 대만 고속 케이블 이용자수는 413만에 달했으며, 이전 분기에 비해 12만이 증가하여 3%의 성장률을 기록하였다. 이전 자료를 통해 알 수 있듯이 2001년과 2002년에는 고속 케이블 이용자 성장의 최고봉으로 새로 가입한 이용자만도 각각 83만과 96만을 기록하였다. 2003년과 2004년에는 고속 케이블 이용이 성숙기에 접어들어 새로 가입한 이용자는 각각 77만과 69만이었다. 그리고 2005년에는 53만이 새로 가입하여, 고속 케이블 이용자의 성장이 이미 취약해 지는 추세임을 알 수 있다. 만약 다운로드 속도로 구분하면 1.5메가 이상이 전체의 61%를 차지하며, 1.5메가 이하가 39%를 차지하는 것으로 나타났다. 2005년의 고속 케이블 변화 추세를 살펴보면 비록 1.5메가 이상의 이용자가 가장 많지만, 그러나 시장 점유율은 2005년 일사분기의 60%에 비해 1%밖에 성장하지 않았음을 알 수 있으며, 이는 대만 고속 케이블 성장이 거의 정지되었음을 보여준다. 디지털 가정의 쾌속적인 보급과 디지털 콘텐츠 산업의 왕성한 발전, 국가 경쟁력 향상을 촉진하기 위해서 고속 케이블의 제승(提升)은 미래에 늦추어서는 안 될 중요한 과제인 것이다.

[그림 1] 대만 케이블 인터넷 이용자 성장 상황



(자료출처 : 자책회 IDEAS-FIND/경제부 기술처 2005년 12월 31일)

다음은 고속 케이블 이용자의 유형별 성장 상황 분석이다.

▪ xDSL 이용자

2005년 12월 말까지 대만 xDSL이용자 수는 369만에 달했다. 이는 이전 분기와 비교하여 13만이 증가한 것으로 그 성장률은 3%이다. 2005년 xDSL 이용자는 52만이 증가하였고, 이전 자료에 비추어 볼 때 xDSL은 이미 가장 중요한 인터넷 연결 방식으로 자리 잡았으며, 그 이용자 수도 2001년부터 선두를 지키기 시작하여 2005년 사사분기의 xDSL이용자는 전체 고속 케이블 이용자의 89% 를 차지하게 되었다. 이용 장소에 따라 분류하면 xDSL 이용자중 가정 이용자가 90%를 차지하며 나머지 10%는 기업 이용자였다. 다운로드 속도로 구분하면 1.5메가 이상이 가장 많은 59%를 차지하고 있으며, 1.5메가 이하가 41%를 차지하고 있다. 이는 지난 분기와 별다른 차이가 없다.

[그림 2] xDSL 속도별 이용자 분포



(자료출처 : 자책회 IDEAS-FIND/경제부 기술처 2005년 12월 31일)

▪ Cable Modem이용자

케이블 모뎀(Cable Modem) 이용자는 2005년 사사분기에 40만에 달했으며, 지난 분기에 비교해 약6천정도 증가하였으며, 성장률은 2%이다. 이번 분기 케이블 모뎀이용자 중 양방향 이용자는 이미 점점 100%에 달해가는 추세로, 단방향 이용자는 0.3%밖에 되지 않는다. 만약 다운로드 속도로 분류하면 1.5메가 이상의 이용자가 가장 많아 전체의 77%에 달했으며, 그 다음으로 512키로 바이트 이상 1.5메가 이하의 이용자가 17%이며, 512키로 바이트 이하가 6%를 차지하고 있다.

▪ 기타 케이블 기술 이용자

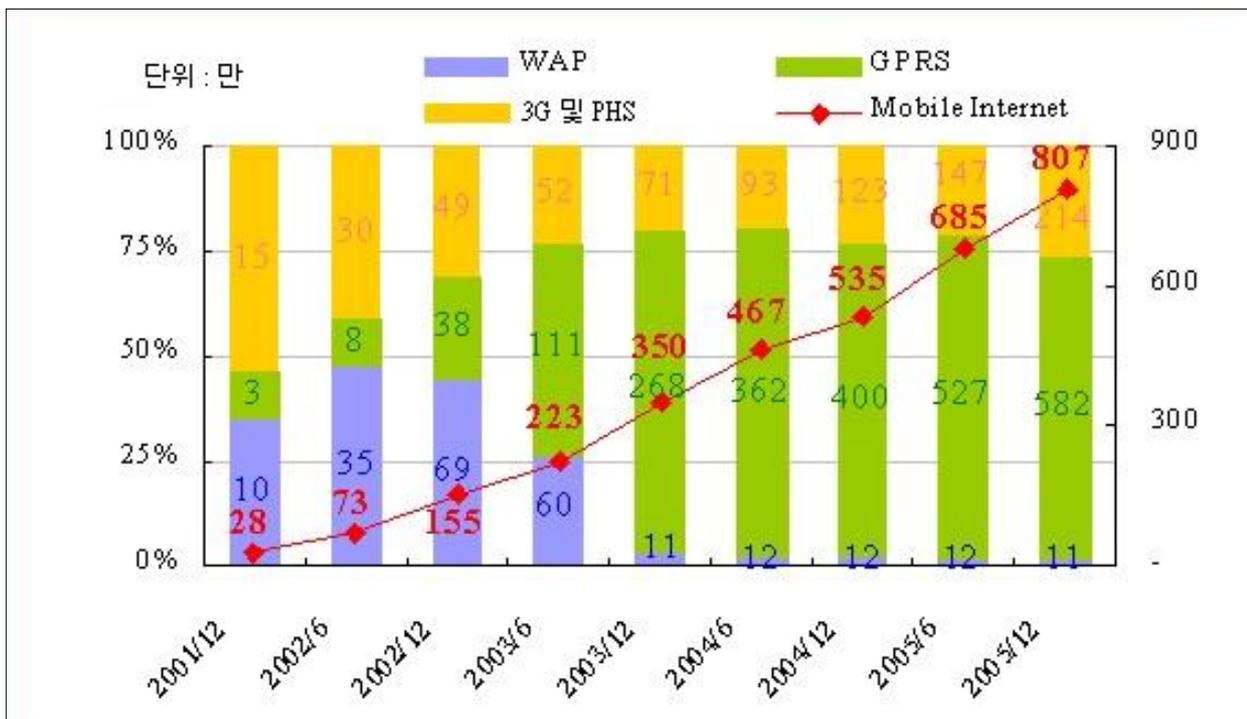
2005년 사사분기 대만 광섬유 이용자는 2.8만으로 저번 분기에 비해 약1천이 증가하여 3%의 성장률을 기록하였다. 이는 2004년 같은 분기에 비해 1만이 증가한 것으로, 그 성장률은 56%였다. 광섬유 케이블의 속도는 대폭 상승하여 1.5메가 이상의 이용자가 큰 폭으로 증가하였다. 2005년 일사분기의 15% 성장에서부터 삼사분기의 48%까지 성장하였다. 1.5메가 이하의 이용자는 52%로 나타났다.

전용선(leased line)이용자의 성장은 멈춘 상태로 2004년 사사분기부터 1.2만에서 감소하기 시작해 매 분기마다 ±1%이내의 성장을 보이고 있다. 1.5메가 이상의 이용자가 가장 많으며, 전체 전용선 이용자의 68%를 차지하고 있다. 1.5메가 이하의 이용자는 32%를 차지하고 있다.

2. 807만에 달한 대만 모바일 인터넷 이용자, 그중 GPRS이용자는 582만

교통부 전신총국의 자료에 의하면 2005년 사사분기 대만 모바일 인터넷 사용자는 807만에 달했으며, 지난 분기에 비해 37만이 증가하였으며, 삼사분기에 두 자릿수 성장을 거둔 것과 비교하여, 이번 분기는 5%의 성장을 거두었다. 모바일 인터넷 사용자 중 GPRS의 이용자가 528만에 달했으며, 전체 모바일 인터넷 사용자의 72%를 차지하는 것으로 나타났으며, 이전 분기와 비교하면 3% 감소하였다. 3G 서비스를 제공하는 GMS계통 업체들은 3G 서비스를 사용하도록 고객들을 격려하고 있어, 이번 분기 GPRS이용자 10만이 감소하였다. 이번 분기의 모바일 인터넷 이용자의 성장은 주로 PHS와 3G이용자들이 증가했기 때문이며, 그 이용자 수는 214만에 달해, 지난 분기에 비교해 47만이 증가하여 전체의 27%를 차지하였다. WAP이용자는 소폭으로 감소하여 이번 분기에는 11만을 기록했다.

[그림 3] 모바일 인터넷 이용자 성장 상황



(자료출처 : 자책회 IDEAS-FIND/경제부 기술처 2005년 12월 31일)

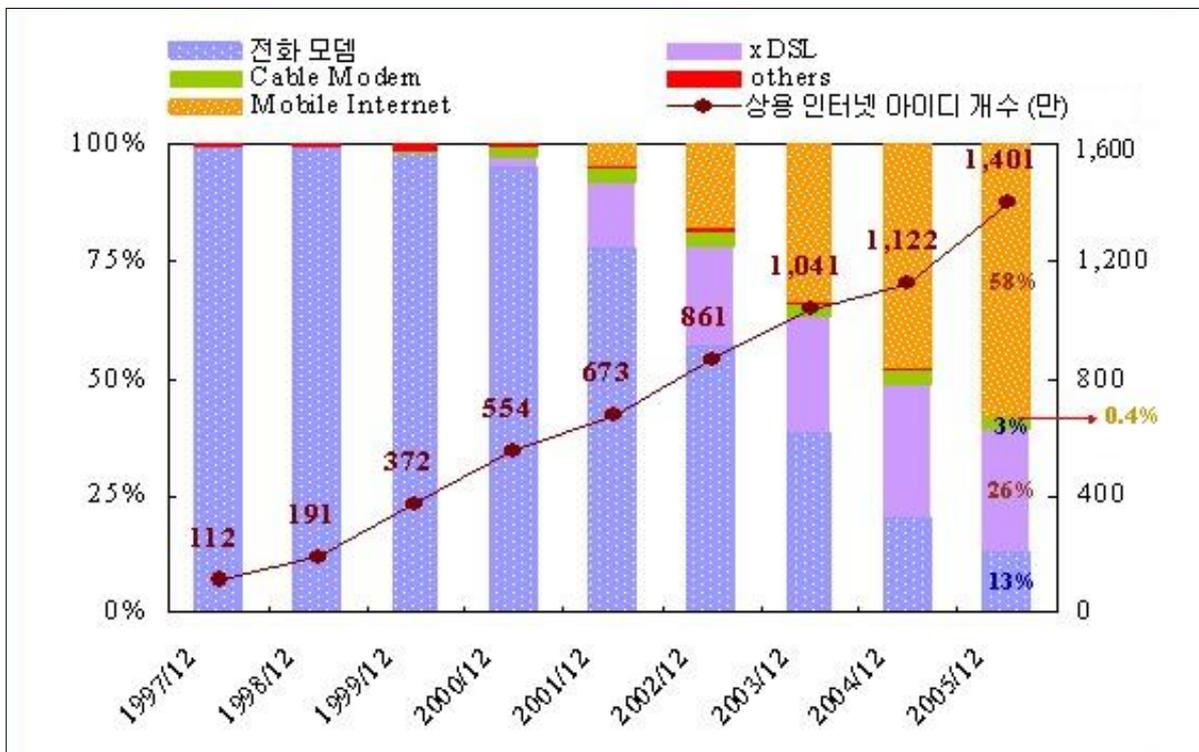
전신총국의 모바일 인터넷 이용자의 정의는 업체들의 WAP, GPRS, PHS 혹은 3G 휴대폰 서비스 사용 데이터에 근거하고 있으나, 이들이 실제로 인터넷을 사용하고 있다고는 볼 수 없다.

FIND에서 2005년 8월에 발표한 ‘2005년 대만 가정 인터넷, 모바일 인터넷 응용 상황 및 수요 조사 보고’에 의하면 대만 국민들이 모바일 인터넷을 사용하는 비율은 8%로, 약 191만의 대만 국민들이 휴대폰을 이용해 인터넷을 사용하는 것으로 나타났다. 이와 같은 수치는 WAP, GPRS, PHS, 3G 모바일 인터넷 서비스 신청자 수와 큰 차이를 보이고 있는데, 이를 통해 많은 사람들이 모바일 인터넷 설비와 아이디를 가지고 있지만 이를 이용하지 않고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 앞으로 모바일 인터넷의 잠재 시장을 더욱 개발해야 할 것이다.

3. 상용 인터넷 아이디는 1,401만개, 그 중 모바일 인터넷이 58% 차지

이번 조사에 따르면 대만 상용 인터넷 아이디는 2005년 12월말 현재 1,401만개로, 2004년 연말과 비교하여 280만개가 증가하였다. 이는 과거에 매년 200만개에 못 미치는 성장을 기록했던 것과 비교할 때 인터넷 시장이 십분 열기를 띠고 있음을 알 수 있으며, 전체 아이디 개수의 성장은 놀랄 만 한 것이다. 이러한 성장의 주요 원인은 모바일 인터넷 이용자가 급증했기 때문이며, 유선 인터넷 이용자 수는 2003년 이사분기에 최고봉(716만)을 기록한 후에 매 분기마다 감소하여 2005년 일사분기에는 모바일 인터넷 이용자 수가 유선 인터넷 이용자 수를 초과하였다.

[그림 4] 상용 인터넷 아이디 개수 및 분포 상황



(자료출처 : 자책회 IDEAS-FIND/경제부 기술처 2005년 12월 31일)

연결 방식으로 분류하면 2005년 12월말까지 모바일 인터넷 시장이 가장 활기차고, 이용자의 성장이 가장 많은 것으로 나타났고, 그 아이디 수가 전체 상용 인터넷 아이디의 58%를 차지하여, 2004년 연말에 비해 10%나 증가하였다. xDSL이용자는 26%를 차지해 2004년 연말에 비해 소폭으로 감소하였다. 전용선의 이용자 비율은 계속해서 감소하여 2004년 연말의 20%감소에서 이번 분기에는 13% 감소하였다. Cable Modem 이용자는 3%를 차지하고 있으며, 나머지 연결 방식 이용자의 비율은 1% 미만이다.

4. 인터넷을 자주 사용하는 인구는 959만 명, 인터넷 보급률은 42%

2005년 12월 말까지 대만 유선 케이블 인터넷 이용자는 418만이며, 전화 모뎀 이용자는 181만, ISDN 이용자는 1.2만, 학술 인터넷(TANet) 이용자는 405만, 모바일 인터넷 이용자는 807만이다. 여기서 인터넷 사용 빈도가 낮은 이용자와 중복된 아이디를 제외한 후 계산한 결과 2005년 12월말까지 인터넷을 자주 사용하는 인구는 959만 명에 달하는 것으로 집계되었다. 또 인터넷 보급률은 42%로 지난 분기와 비교해 12만 명이 증가하였고, 성장률은 1%이다.

[그림 5] 인터넷을 자주 사용하는 인구의 성장 상황



(자료출처 : 자책회 IDEAS-FIND/경제부 기술처 2005년 12월 31일)

[2006년 4월 20일 발표 내용]

온라인 게임의 새로운 주역 : 무료게임과 캐주얼 게임

자 책회 MIC는 2006년 현재 캐주얼 게임이 지속적으로 성숙해가고 있는 가운데 무료 게임 방식이 점점 자리를 잡아 감에 따라, 캐주얼 게임과 MMORPG 대작이 올해 게임 시장 성장의 동력이 될 것이라고 예측하였다. 자책회는 2006년의 게임시장의 성장률이 13%에 달할 것으로, 시장 규모는 약 NT\$84억 원에 달할 것으로 예상하였다. 국내 게임 업체들은 캐주얼 게임의 조류에 순응하고 있으며, 소프트월드(智冠)와 소프트스타 (大宇) 역시 올해에 캐주얼 게임을 선보일 계획으로, 2006년 온라인 게임 시장에는 이미 캐주얼 게임의 바람이 불기 시작하였다.

◎ 캐주얼 게임의 성행

캐주얼 게임이 점점 성행하고 있다. 감마니아는 야후 키모(타이완)와 합작하여 작년 여름 방학 때 <풍지곡(風之谷)>이라는 캐주얼 게임을 출시하였는데, 이는 가장 전형적인 성공 사례라 할 수 있다. <풍지곡>은 무료 마케팅 전략을 사용, 지명도가 높은 인터넷 포털 사이트 야후 키모를 통해 게임을 홍보하고 서비스함으로써 큰 인기를 끌었다. 올해 1월 11일 소프트월드(智冠)는 <신절대쌍교(新絶代雙驕) Online 명검산장 (名劍山莊)>을 유료와 무료의 두 가지 서비스 형태로 출시하였다. 무료 게임의 대세를 쫓아 유료와 무료의 두 가지 서비스를 동시에 제공하여, 유저들에게 선택의 폭을 넓혀주며, 많은 유저들의 인정을 받았다. 또한 이러한 이유로 동시 접속자 수가 배로 성장하여, 영업수익이 정액제때보다 3,4배 성장하였다.

2006년 현재 무료 캐주얼 게임이 성숙해 가고 있어, 아마도 올해 전체 온라인 게임 시장 규모의 동향에 영향을 미칠 것으로 예상되며, 이러한 무료 캐주얼 게임의 추세는 피할 수 없을 것으로 보인다. 임우성(林于勝) 분석사는 무료 게임이 게임의 문턱을 낮추어 많은 유저들이 게임을 즐길 수 있도록 하였으며, 이제 업자들은 월정액의 수입이나 선불 포인트 카드의 형식보다는 아이템 등의 관련 상품을 판매해서 수익을 얻고 있다고 설명하였다.

무료게임을 즐기는 유저들은 게임에 대한 공헌도가 낮아, 일단 무료라는 마음이 기본이 되므로, 그냥 짧게 한번 해보려는 태도를 가지게 되며, 게임 상품에 대한 열성도가 견고하지 못해, 쉽게 게임을 그만두게 된다. 임우성 분석사는 더욱 많은

유저들을 모으기 위해서는 무료 서비스를 제공하는 것이 가장 좋은 방법이며, 게임업자들이 무료 서비스를 제공할 때는 반드시 사고를 전환하여 우선 많은 유저들을 확보한 다음 아이템의 단가를 낮춰 낮은 이윤을 많이 취하는 것이 영업 수익을 최대화해야 한다고 설명했다. 게임업자들은 이러한 마케팅 수단이 유저들의 게임에 대한 충성도(열정도)를 높여줄 수 있다고 생각하고 있는데, 이는 이런 방법으로 얻은 이윤을 업자들이 다시 유저들에게 돌려주어, 결국 유저들의 게임에 대한 열정이 상대적으로 높아지기 때문이다.

◎ 소프트웨어(智冠) : 플랫폼을 초월, 다른 업계와의 합작으로 이윤 창출

유희신간선(遊戲新幹線) 기획실 이초양(李初陽) 실장은 2006년 게임 시장의 경쟁이 치열하므로 더욱 큰 이익을 얻기 위해서는 반드시 대작을 만들어야 한다고 말했다. 그 중<신절대쌍교(新絶代雙驕) Online명검산장 (名劍山莊)>은 두 가지 서비스 방식이 눈에 띄는 효과를 거두고 있어, 이 같은 변화(선택) 가능한 요금 제도가 유저들의 마음을 사로잡았다. 3월 25일 정식으로 오픈 베타 서비스를 시작한 <카바라섬(卡巴拉島) 온라인>은 소프트웨어의 자회사인 중화왕룡이 처음으로 서비스하는 게임으로 이 게임은 중국과 일본에서 좋은 성적을 거두었는데, 아이템을 판매하는 무료 게임 성공 사례 중의 하나이다.

지금까지 주로 게임 개발을 하던 중화왕룡(中華網龍)은 처음으로 게임을 대리하게 되었다. 소프트웨어의 왕준박 대표는 5년간의 게임 연구, 개발 능력을 가진 중화왕룡은 이번 기회를 통해 시장 개념, 창의성, 기술 등의 경험을 익히길 희망하고 있다고 설명하고, 이러한 이유로 한국 NTREEV SOFT와 이윤추구보다는 교류를 위한 합작을 하게 되었다고 전했다. 국외 온라인 게임을 대리함으로써 시장 마케팅과 경험을 배우게 되는 것이다. 그 밖에도 이초양 실장은 적극적으로 플랫폼을 개발하고 다른 업계와의 합작을 시도하는 것은 현재 게임 환경에 대응하기 위한 것이라고 전했다.

현재 소프트웨어는 적극적으로 온라인 학습 프로그램(e-Learning)과 캐주얼 게임 및 온라인 게임을 개발하고 있으며, 이와 동시에 XBOX, PSP, 3G휴대폰과 같은 플랫폼과 합작하여 영역을 넓히고 있으며, 이는 현재 일반적인 마케팅 추세이다. 이초영 실장은 콘솔게임 혹은 온라인 게임 모두 플랫폼을 초월하면 더욱 큰 이익이 발생하게 되며, 그 밖에 다른 업계와 결합하면 서로에게 이익이 되는 효과를 발생시킬 수 있다고 전했다.

◎ 자주권을 장악하여 상품간의 긴밀한 결합으로 새로운 추세에 대응

소프트스타(大宇)의 황문상(黃文相) 대표이사 겸 대변인은 캐주얼 게임이 소요 시간이 짧은 특성을 가지고 있어 오락성이 풍부한 내용의 게임을 제공할 수 있어 빠른 시간 안에 유저들을 만족시킬 수 있다고 설명하였다. 그는 또 <스타 3결1(明星3缺1)>이 이러한 전형적인 예로, 앞으로는 캐주얼 게임이 더욱 성장할 것이라 예상한다고 전했다. 작년 7월에 소프트스타는 캐주얼 게임을 개발할 준비를 하였고, 현재에는 대만과 중국에 개발팀을 두고 있으며, 올해 안에 6~8개의 캐주얼 게임을 출시할 계획이다.

황문상 대표이사는 자주권을 가지는 것이 새로운 추세이며, 이는 새로운 추세 변화에 대응하는 유리한 조건이 될 수 있으며, 영속적으로 경영할 수 있도록 해준다고 설명했다. <선검기협전(仙劍奇俠傳)>이란 게임은 TV드라마로 제작되어 중국 등의 지역에서 방송되어, 컴퓨터 게임의 효과가 TV시청자들에게까지 전해지게 되었다. 이러한 사업으로 소프트스타는 판권비를 벌어들인 것은 물론 회사의 지명도도 높이는 효과를 거두었다. 이러한 예에서 볼 수 있듯이 게임에 대한 자주권이 크면 클수록 발전 사업과 마케팅을 더욱 밀접히 결합시켜 그 효과를 극대화 시킬 수 있다.

올해 소프트스타는 자신의 게임 플랫폼 「Joy Park」를 통해서 캐주얼 게임을 선보일 계획이다. 이 게임들은 모두 소프트스타에서 개발한 것으로 게임에 필요한 모든 아이템은 「Joy Park」에서 구입할 수 있다. 황문상 대표이사는 이러한 긴밀한 협업을 할 수 있는 것은 소프트스타가 게임과 주변 상품에 대한 자주권을 가지고 있기 때문이라고 설명하고, 이러한 마케팅 방식을 앞으로도 고수해 나갈 것이라고 전했다.

◎ 2006년은 게임 산업의 새로운 시대

대만 본토 게임 산업의 발전 추세는 5년으로 끊어서 설명할 수 있다. 1995년 대만은 해외 콘솔 게임의 천하였다. 1995년부터 2000년까지 대만 게임 시장은 중국 게임 위주였다. 2000년부터 2005년은 온라인 게임이 발전하였고, 2005년부터 2010년은 이미 성숙한 무료 게임과 캐주얼 게임이 게임 산업의 전체적인 변화를 유도하고 있어 또 다른 춘추전국 시대가 오게 될 것이다.

자책회 임우성 분석사는 미래의 온라인 게임은 우선 서비스가 종합되어 각 게임 업자들은 반드시 플랫폼을 초월하여 서비스를 하게 될 것이며, PC에만 제한되지 않고 모바일, TV 등 다원화된 플랫폼을 사용하게 될 것이라고 설명하였다. 그 밖에도 서비스 종합은 게임의 구매 경로와 금전의 유통 제도를 포함하는 것으로 소프트 스타

의 「Joy Park」 및 소프트웨어의 「지유망(智遊網)」과 같은 디지털 플랫폼의 구조로 모두 포인트와 아이템을 판매하여, 유저들의 가상 통로에 대한 신용을 건립하게 될 것이라고 설명하였다.

임우성 분석사는 유저들의 세분화는 반드시 고려해야 할 세부 사항으로, 마니아들은 난이도가 있는 게임을 원하며, 일반 유저들은 빨리 완성할 수 있는 캐주얼 게임을 선호하고 있음을 주의해야 할 것이라고 전했다. 그 밖에도 커뮤니티의 경영, 더욱 세심한 서비스를 제공하는 것은 가장 큰 목표라고 설명했다. 예를 들어 업자들이 건설한 게임 플랫폼의 콘텐츠는 유저들의 필요에 부합해야지만 유저들의 구매 의욕을 일으킬 수 있으며, 비로소 업적을 달성할 수 있는 것이다. 무료게임은 아이템 판매를 중요하게 여기기 때문에 어떻게 하면 고가의 아이템을 판매할 수 있는 가를 고려하여, 더욱 많은 기회를 창출해내야 할 것이다.

MOL Media News online 신문 사이트 6. 8
<http://mol.mcu.edu.tw/show.php?nid=63814>

News & issue

열세에 처한 콘솔게임, 진화를 모색하라!

자 책회 MIC에서 작년에 발표한 「2005년 인터넷 소비와 오락시장 행위 분석」에 따르면 PC온라인 게임은 전체 게임 시장의 80%를 차지하고 있으며, 콘솔 게임은 나머지 20%를 차지하고 있다. 2006년 콘솔 게임은 온라인 게임과 불법 복제 및 플랫폼 초월 등의 다양한 공격으로, 이윤이 점점 감소하여 업자들의 제작 의욕도 그와 함께 하락해 전체 콘솔 게임 시장의 규모가 지속적으로 줄어들고 있다.

◎ 콘솔 게임의 열세

지금 대만이나 해외 모두 온라인 게임 중심으로 게임 시장이 흘러가고 있다. 2003년과 비교하면 대만의 콘솔 게임 시장의 규모는 10.6%나 감소하였다. 자책회의 임우성 분석사는 2006년 콘솔게임 시장이 계속해서 위축될 것이라고 전망했다. 콘솔 게임의 유저들이 증가하기 쉽지 않으므로 게임 업체들은 보수적인 태도로 ‘질과 양’을 선택해서 발행하고 있어, 신상품 수량 역시 감소하고 있다.

임우성 분석사는 콘솔게임이 계속해서 열세를 띄는 요인으로 다음의 3가지를 꼽았다. 첫째, 불법 복제물의 창궐. 온라인에서 범람하는 불법 복제품은 업자들의 자본 회수에 어려움을 주고 있다. 콘솔게임은 주로 CD의 형식으로 판매되고 있는데, 인터넷의 고도의 편리성이 불법 다운로드가 성행하도록 하여, 업자들은 이윤을 추구하지 못하는 상황에서 게임 제작에 자본을 투자하지 않게 되었다.

둘째, 소비자가 투자한 자본과 효익, PC의 자유도와 확충도가 비디오 게임에 미치지 못한 다는 것이다. PC 콘솔 게임은 반드시 컴퓨터 하드 설비에서 실행되고, 계속해서 진보하는 컴퓨터 기술은 소프트웨어와 하드용량이 지속적인 상승을 야기하였고, 다른 비디오 게임의 하여 하드웨어 수명이 3~5년 동안 유지되어 하드웨어의 진보에 맞출 필요가 없다.

세 번째는 온라인 게임과 비디오 게임이 대부분의 게임 시장을 장악했다는 것으로, 대부분의 유저들이 이 두부류로 나뉘어 있어 업자들은 적극적으로 온라인 게임과 비디오 게임 소프트웨어를 개발하여 시장을 주도하는 소비자들을 만족시키려 하고 있다. 이러한 경제 구조의 순환으로 인해 각 게임 업체들은 콘솔 게임을 개발하지

않아, 이는 콘솔 게임 상품의 시장 유동이 감소하여 콘솔 게임 시장 규모가 축소되는 결과를 초래하였다.

◎ '즐거움'이 게임의 가장 큰 가치

2006년 콘솔 게임 시장에 대해 소프트웨어의 이준현 매체부 부실장은 비관적이라고 표현하였다. 위에 나열한 3가지 이유 이외에도 이준현 부실장은 캐주얼 게임이 다크호스처럼 나타나 유행하는 게임 유형으로 떠오르면서, 유저들은 과거 콘솔 게임과 비슷한 흥미를 캐주얼 게임에서 느끼게 되어 콘솔 게임을 캐주얼 게임으로 개발하는 것이 미래의 추세라 설명하였다.

'콘솔게임'의 명사는 완전성의 게임 작품에 속하는 것으로 유저들이 프로그램 CD를 구입하여 실행하는 것이며, 온라인 게임은 서버가 필요하며, 자유도가 높고, 포용성이 크며, 스토리의 연장성이 강하며, 커뮤니티 발전 및 특유의 온라인 경제 방식이 있어 콘솔 게임과 구별된다. 이에 대해 이준현 부실장은 '콘솔게임'에 새로운 정의를 부여하였다. 그는 게임에서 가장 중요한 것은 '오락성'으로 유저들은 게임을 하면서 즐거움을 찾길 원하므로, '콘솔'과 '온라인'의 의미는 별로 크지 않다고 설명하고 가장 중요한 것은 게임 자체가 유저에게 가져다주는 '즐거움'일 것이라고 전했다.

이준현 부실장은 <WOW>는 사실상 콘솔 게임에서 출발한 것으로 게임 시장에서 확연한 자리를 차지하고 온라인 게임의 방향으로 발전하고 있으나 게임 작품의 품질과 흥미 모두 높은 수준으로 콘솔게임과 같이 전 세계에서 인기를 끌고 있다고 설명하였다. 이준현 부실장은 게임이 주는 즐거움이 모두 같다고 가정한다면 콘솔이나 온라인은 단지 일종의 사용 습관의 형식일 뿐이며, 결국에는 내용면에서 승리한 게임의 추세로 발전해 나갈 것이라고 설명하였다.

그는 콘솔게임이 사라지는 것이 아니라 다른 종류와 결합되는 추세로 진화되고 있으며, 계속해서 시장에 존재할 것이라고 말했다. 온 국민이 온라인을 사용하므로 인터넷은 게임의 수명과 가치를 더욱 연장시킬 것이며, 이처럼 인터넷과 결합시키는 것이 콘솔 게임을 판촉 하는 방법 중의 하나이다. 미래에 콘솔 게임의 존재 형식은 과거처럼 단순하지 않고 더욱 다양한 마케팅과 결합될 것이라고 설명하였다. 소프트웨어의 경영발전의 각도에서 보면 현재 콘솔게임의 개발에 투자하는 자본은 상대적으로 감소하였으나, 캐주얼 게임의 발전 추세로 인해 콘솔 게임이 강조되고 있다.

◎ 제작을 고수, 콘솔게임의 가치를 최대화

소프트스타의 황문상 대표이사는 소프트스타가 18년 동안 게임 개발을 경영의 핵심 가치로 삼고 있다고 설명하고, 소프트스타의 이영진 회장이 게임 산업의 의미는 상당히 광범하여 미술, 이야기 창작, 음악, 프로그램 설계 등 각 방면의 전문 분야에 관련되어 있어, 이를 통해 대만의 자립적인 문화를 형성할 수 있을 것이라고 한 말을 인용하였다. 처음 소프트스타를 설립했을 때부터 지금까지 자체 제작 콘솔 게임에 대해 ‘포기하지 않는다!’는 뜻을 고수해오고 있다.

황문상 대표이사는 소프트스타는 완성적인 스토리를 가진 콘솔 게임이 유저들에게 좋은 반응을 이끌어 낼 수 있을 것이라고 전하고, 이로 인해 게임에 대한 열정을 가진 유저들을 보유하게 되었으며, 이러한 유저들이 바로 게임 업자의 자산이라고 설명하였다. 상품 개발에 대해 소프트스타는 시리즈 제작 전략을 채택해, 끊임없이 신상품을 개발하고 있다.

<간원검(軒猿劍)>시리즈부터 <아묘아구(阿貓阿狗)>까지 소프트스타는 좋은 품질의 상품은 미래에까지 그 효력을 발휘 할 수 있다고 믿고 있다. 게임 상품의 지명도를 높이면 후속작은 단순하게 스토리만 이어가면 된다고 생각하는 것이 아니라 후속작도 독창성을 가지고 만들어야지만 성공을 거둘 수 있다고 그는 이야기 한다.

소프트스타에서 개발한 <명성지원(明星志願) 3>은 2005년 말에 출시되어 유저들이 인터넷을 통해 새로운 게임 정보를 갱신할 수 있도록 하여, 게임 홈페이지를 통해 다운로드 서비스를 제공하고 부가 서비스를 제공하여, 유저들의 권익을 보호하고 아울러 게임의 품질을 유지했다. 그 밖에도 정식으로 상품을 구매한 유저들은 온라인에 등록하여 새로운 캐릭터, 맵 및 더 발전된 스토리 전개 등의 부가 서비스를 누릴 수 있도록 하였다.

<명성지원(明星志願) 3>의 제작자 조지웅(卓志維)씨는 이 게임의 생명주기를 연장하기 위해서 더욱 풍부한 게임 요소를 지속적으로 개발하여 다운로드 서비스로 제공하고 있다. 정식으로 구매한 유저들은 고유 번호와 비밀 번호를 통해 등록을 하면 게임과 관련된 일체의 서비스를 제공 받을 수 있으며, 이러한 방법은 유저들의 권익을 보호하는 동시에 불법 복제를 막을 수 있다.

<명성지원(明星志願) 3>은 소프트스타의 콘솔 게임의 새로운 진화 방식으로 인터넷을 통해 유저들에게 부가 서비스를 제공하는 것이다. 황문상 대표이사는 지속적으로 이러한 콘솔 게임을 개발하는 것은 자체 개발 게임은 문화, 교육, 디지털 발전의 누적 이외에도 자주권(Copy Right)에서 생겨나는 주변 이익 문제를 해결할 수 있다고 설명

하였다. 또한 이러한 자체 개발 게임 콘텐츠의 누적은 소프트스타의 우수한 자산이라고 전했다.

그는 마지막으로 콘솔게임 시장 규모가 온라인 게임에 미치지 못하지만, 콘솔 게임 개발 업체가 줄어든 지금, 오히려 소프트스타에게 콘솔 게임이 또 다른 우세가 되어, 소프트스타의 콘솔 게임 시장 점유율이 상대적으로 높아졌다고 전했다.

MOL Media News online 신문 사이트 6.5
<http://mol.mcu.edu.tw/show.php?nid=63813>

News & issue

대만 아이템 교역 시장의 가치가 NT\$ 7.4억 원에 달하다

I tembay의 통계에 의하면 2005년 대만 아이템 교역 시장의 전체 가치는 NT\$ 7.4억 원으로 대만 온라인 게임 시장 전체 가치의 10%에 해당되는 것으로 나타났다. 2004년 대만 온라인 게임 시장의 전체 가치는 약 NT\$80억 원으로, 2005년에는 온라인 게임 시장의 총가치가 오히려 약 7% 하락하였다. 그러나 같은 시기의 아이템 교역 시장의 총 가치는 2004년에 비해 증가하였다. 또한 2005년부터 온라인 게임이 점차 무료화 추세가 되어, 앞으로는 아이템 교역량이 더욱 증가할 것으로 예상된다.

대만에서 가장 처음으로 설립된 아이템 교역 웹사이트 ‘Itembay’는 전 세계 온라인 부가 서비스 제공 업체인 IGE와 합작을 결정하였다. IGE의 CEO Brock Pierce는 「IGE는 미국 시장에서 좋은 신용도와 거대한 교역량을 가지고 있는 미국 아이템 교역의 대형 업체로 2004년 중국 상해에 정식으로 진출하였다. 대만의 아이템 교역 시장은 중국보다 한발 앞서 시작되어, 거대한 소비량을 가지고 있어, 앞으로 발전할 수 있는 가능성을 많이 가지고 있다. ‘Itembay’는 이미 한국에서 가장 큰 아이템 교역 플랫폼으로 많은 유저들의 신임을 받고 있는 인터넷 사이트로, 이번에 ‘Itembay’ 대만 자회사와 합작하여 아시아 지역 합작의 기점으로 삼고자 한다.」 고 말했다.

이는 전자 상거래가 이미 현실 세계에서부터 가상 세계에까지 확대된 것임을 보여주며, 또한 가상 세계에서 거래가 현재 온라인 게임 시장의 성장으로 인해 생겨나 자리매김하게 되었음을 알 수 있다. 온라인 게임은 세계적인 풍조로 이는 차세대 온라인 시대의 도래를 대표하고 있다.

EC Times 신문 사이트 5. 26
<http://www.ectimes.org.tw/readpaper.asp?id=8380>

게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Trickster	PC	NTREEV SOFT
2	AUDITION	PC	YEDANG-T3
3	THE LEGEND OF HEROS VI SORA NO KISEKI	PC	FALCOM
4	Heroes of Might and Magic V	PC	Nival Interactive
5	大神	PS2	Clover Studio
6	New Super Mario Bros.	NDS	任天堂
7	Ninety-Nine Nights	XB360	Q Entertainment / Phantagram
8	Rise of Nations: Rise of Legends	PC	Big Huge Games
9	Ninety-Nine Nights (중국어)	XB360	Q Entertainment / Phantagram
10	INNOCENT LIFE - 新牧場物語	PSP	Marvelous Interactive
11	KOF MAXIMUM IMPACT 2	PS2	SNK Playmore
12	Hitman: Blood Money	PC	IO Interactive / Eidos
13	Tomb Raider: Legend	PC	Crystal Dynamics
14	드레곤퀘스트 소년 양가스 불가사의의 미궁	PSS	SQUARE ENIX
15	Magna Carta Portable	PSP	SOFTMAX
16	Dragon Ball Z: Shin Budokai	PSP	Dimps
17	Tales Of Eternia Online	PC	DWANGO
18	SAMURAI 7	PS2	IDEA FACTORY
19	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urhgan	PC	SQUARE ENIX
20	Ace Combat Zero The Belkan War	PS2	NAMCO



▲ 열혈강호



▲封神2：仙界傳



▲ 信長の野望 Online

【 온라인 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Trickster	PC	NTREEV SOFT
2	AUDITION	PC	YEDANG-T3
3	Tales Of Eternia Online	PC	DWANGO
4	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urghan	PC	SQUARE ENIX
5	Guild Wars	PC	ArenaNet
6	劍俠情緣 2 Online	PC	西山居/ 金山
7	Corum Online	PC	eSofnet
8	Hansel & Gretel	PC	雷爵
9	熱血江湖Online 3.0 : 天降神石	PC	Mgame / KRGsoft
10	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urghan All in One Pack	XB360	SQUARE ENIX
11	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urghan	PS2	SQUARE ENIX
12	실크로드 온라인	PC	Joymax
13	W.Y.D 2	PC	JOYIMPACT
14	熱血江湖Online 2.5 : 極地探索南明洞	PC	Mgame / KRGsoft
15	新天上碑3.0版 : 風雲再起	PC	億泰利
16	Fairyland : Thumbelina	PC	雷爵
17	ASGARD	PC	NEXON
18	Bellelsle	PC	HEADLOCK / ORG
19	The evil's illusion	PC	Actoz / WEMADE
20	EverQuest: Dragons of Norrath	PC	Sony Online Entertainment Inc.



▲ 亂舞三國
Online



▲ 삼국영웅전
군웅쟁패



▲ 神武Online

출처 : 게임 전문 사이트 바하무트 <http://www.gamer.com.tw>