



■ Game News

CESA, 「도쿄 게임쇼 2007」 회장 레이아웃 공개
하이파이브, 새로운 서비스 『네토겟-NETOGET』 스타트
『Florensia』 유럽에서 운영 라이선스 계약 체결
익사이트, 『콘체류트 게이트』 북미 지역 운영 라이선스 취득
『메이플 스토리』, 매드하우스에서 애니메이션화

■ HOT GAME 소개

로봇 성기 C21

■ 게임회사 소개

주식회사 하이파이브 엔터테인먼트

★Game News 는 2007 년 8 월 23 일 ~ 9 월 6 일간의 기사를 제공하고 있습니다.

CESA, 「도쿄 게임쇼 2007」 회장 레이아웃 공개

(2007 年 9 月 4 日)

사단법인 컴퓨터엔터테인먼트협회 (Computer Entertainment Supplier's Association 이하 CESA)는 9월 20일부터 23일 4일간에 걸쳐 마쿠하리 멧세에서 개최하는 「도쿄 게임쇼 2007」 회장 레이아웃 및 주최자 기획 등의 추가 정보를 공개했다.

「도쿄 게임쇼 2007」에서는 마쿠하리 멧세 홀 1에서 홀 8을 사용. 홀 1에서 홀 6까지는 기업부스의 일반전시를 메인으로, 홀 4에 「모바일 콘텐츠 코너」, 홀 1 「텔레비전 게임 유지엄」이 설치되는 등 작년과 거의 동일한 부스 전개이다.

회장 레이아웃에서 눈길을 끄는 점은 홀 1에서 6에 걸쳐 출전되는 대기업 부스. 이번에도 소니컴퓨터엔터테인먼트 (Sony Computer Entertainment inc. 이하 SCE)를 시작하여, 주식회사 캡콤(CAPCOM Co.,Ltd.), 주식회사 코나미디지털엔터테인먼트(KONAMI Digital Entertainment Co.,Ltd), 주식회사 스퀘어에닉스(SQUARE ENIX CO., LTD.), 주식회사 세가(SEGA Co., Ltd.), 주식회사 반다이남코게임즈 (NAMCO BANDAI Games Inc.) , 마이크로소프트주식회사(Microsoft Co.,Ltd) 등 퍼블리셔가 큰 부스로 전시할 예정이다. 또 올해는 콘슈머 타이틀 『드래곤퀘스트Ⅷ』를 개발한 레벨파이브(LEVEL-5 Inc.)도 신작콘슈머 타이틀 『INAZUMA 11』 및 『레이튼교수와 악마 상자』로 단독 출전한다. 이 부스에서는 『INAZUMA 11』 체험판과 『레이튼교수와 악마 상자』 시리즈 1 작품과 2 작품을 붙잡을 작품 『레이튼교수와 런던휴일』이 수록된 NintendoDS 소프트 『LEVEL5 PREMIUM SILVER』가 배포된다. 이처럼 주목도가 높은 기업이 출전하는 것 만으로도 예년 이상으로 혼잡할 것으로 예상된다.

올해는 주최자 기획으로서 세가지 부스가 전개된다. 그 중 한가지가 작년 도쿄게임쇼에서 10주년 기획으로 실시된 「텔레비전 게임 유지엄」(홀 1)으로 이번에는 일본게임대상 10년 역사와 함께, 도쿄게임쇼 및 일본게임대상 변천을 소개. 일본 게임대상 역대 그랑프리 수상작품을 실제로 플레이할 수가 있다.

남은 두가지는 게임산업과 음악산업의 협업에 의해 탄생한 작품이 전시되는 「TGS MUSIC SQUARE」(홀 4)와, 하드웨어와 소프트웨어 2가지 관점으로부터, 일렉트로닉스 및 프로그래밍이라는 게임에 관한 기술을 소개하는 「게임 과학관」(홀 5)이다.

이 외에도 「JAPAN 국제 콘텐츠 페스티벌(코·패스타)」관련기획으로서“게임에서 탄생한 영상작품”을 테마로, 게임 원작이었던 영화 및 애니메이션 작품을 소개하는 「CoFesta Movie Square」가 설치(홀 1)되어, 또 GPS 휴대전화를 사용한 스탬프 릴리 서비스 「이텐미아-ITTMIAL」과의 연동기획을 실시하는 등, 다양한 기획이 연일

전개된다.

올해는 해외에서 출전사가 대폭 증가하여, 출전사 수가 217 사(이중 해외출전사 97 사), 총 출전부스는 1,735 부스, 과거 최대의 규모를 기록하고 있다.

하이파이브, 새로운 서비스 『네토겟-NETOGET』 스타트

(2007年8月28日)

하이파이브엔터테인먼트 (High Five Entertainment Inc.) 는 본일(8월 28일) 18시부터, 아フィリエイト 광고를 이용한 온라인게임 전용 포인트서비스 『네토겟-NETOGET』를 개시한다.

『네토겟-NETOGET』은 아フィリエイト 광고형 연동 포인트사이트. 사이트 내 광고에 대해 클릭 및 자료청구 등의 액션을 함으로서, 하이파이브 가상 통화 「솔트」 및 타사 가상 통화 등 변환할 수 있는 포인트 「네토 G」를 받을 수 있다.

또 하이파이브 이외의 퍼블리셔가 운영하는 온라인게임에서는 현재 큐엔터테인먼트가 운영하는 『Angel Love Online』이 대응하고 있다.



『Florensia』, 유럽에서 운영 라이선스 계약 체결

(2007年9月5日)

주식회사 NETTS(NETTS Co., Ltd.)와 Burda:ic Co., Ltd.는 MMORPG 『Florensia』 유럽 서비스에 관해 운영 라이선스 계약을 체결했다.

Burda:ic 는 독일 바이에른주 뮌헨에 본사를 둔 온라인게임 퍼블리셔이다. 온라인게임 포털사이트 『alaplaza』을 중심으로, 『라그나로크 온라인』을 시작으로 『Audition』 『Come ON Baby!』 『환타 테니스』 등 폭넓은 장르의 온라인게임을 운영하고 있다.

이번 계약에 의해 『Florensia』는 독일 및 영국, 이탈리아를 포함한 유럽 37 개국에서 서비스가 될 것이다. 또한 서비스 개시일은 2008년 상반기를 예정하고 있다.



익사이트, 『콘체류트 게이트』 북미 지역 운영 라이선스 취득

(2007年9月5日)

익사이트 주식회사(Excite Japan Co., Ltd.)와 주식회사 스퀘어엔릭스 (SQUARE ENIX CO., Ltd.)는 MMORPG 『콘체류트 게이트』 북미지역(미국 및 캐나다)서비스에 관한 운영 라이선스 계약을 체결했다.



이번 라이선스 계약에 의해 『 콘체류트 게이트 』는 익사이트가 출자하는 OnNet USA Co., Ltd.를 통해서 북미에서 서비스될 예정이다. OnNet USA 는 한국에 거점을 둔 OnNet 그룹의 미국현지법인이다. 동 그룹내에는 『샷 온라인』을 익사이트 공동으로 운영하는 일본법인 주식회사 온넷재팬(OnNet JAPAN Co., Ltd.)이 있다.

계약에 관해서는 익사이트는 「온라인게임 세계 유수 시장인 미국에 대해, 유망한 타이틀을당사에서 제공함으로써, 국내 온라인게임 사업에서 배운 노하우를 활용함과 동시에 현지의 유저에게 콘체루토게이트를 즐길수 있도록 품질 좋은 운영 서비스를 제공해 나갈 것입니다.」 라고 코멘트 했다.

『메이플 스토리』, 매드하우스에서 애니메이션화

(2007年8月23日)

넥슨재팬(Nexon Japan Co., Ltd.)MMORPG 『 메이플스토리 』를 원작으로 하는 TV 애니메이션 「메이플 스토리」방영이 텔레비전 도쿄계열에서 10월 10일부터 스타트 한다.



TV 애니메이션 「메이플 스토리」는 현재 일본에서 170 만 ID 를 가진 MMORPG 『메이플 스토리』 주요 유저층인 초중등학생을 메인 타겟으로 한 작품이다. 주식회사 매드하우스(MAD HOUSE Co., Ltd.)가 제작하여, 감독에는 「사쿠라대전 ~桜華絢爛」의 石山 夕 カ 明씨를 기용했다. 오리지널 『메이플 스토리』 세계감을 살린 영상과 스토리 전개가 기대된다.

게임팟, 『APPLESEED ONLINE CARD TACTICS』 운영 결정

(2007年8月24日)

게임팟(Gamepot Inc.) 은 주식회사 엠투(M2.CORP.,INC)가 개발한 온라인 카드게임 『APPLESEED ONLINE CARD TACTICS』 을 운영한다고 발표했다.

APPLESEED 은 士郎正宗씨의 SF 만화. 공개부터 20년 가깝게 지난 현재도 인기가 많아, 2004년 및 2007년에도 극장용 애니메이션을 제작하고 있다.

엠투는 1994년에 설립한 콘슈머게임 개발기업이다. 주로 PC 게임 이식타이틀을 개발하였으며, 온라인게임 개발은 『 APPLESEED ONLINE CARD TACTICS 』 가 사실 첫작품이다.

『APPLESEED ONLINE CARD TACTICS』 에 관해서는 구체적인 게임내용은 아직 밝히지 않고 있지만, 요금 시스템은 기본 플레이 무료 + 아이템과금제를 채택할 예정이다. 이번 가을 서비스 개시를 위해 양사 개발 작업을 진행하고 있다.

『진·삼국무쌍 BB』, ELEVEN-UP 에서 CJIJ 로 운영권을 양도

(2007年8月31日)

ELEVEN-UP 주식회사(ELEVEN-UP CO., Ltd.) 와 주식회사 코에이(Koei Co., Ltd.)는 9 월 1 일을 기준으로 온라인액션게임 『진·삼국무쌍 BB』 모든 작업을 CJ 인터넷 재팬주식회사(Cjinternet japan Co.,Ltd. 이하 CJIJ)에 양도할 것이라고 발표했다.



이번 운영권 양도에 대해서 CJIJ 는 「모회사인 Cjinternet Co.,Ltd.가 한국에서의 『진·삼국무쌍 BB』 사업 전개를 예정하고 있기 때문에 CJIJ 가 일본국내에서의 『진·삼국무쌍 BB』 운영권을 얻은 것으로, CJI 그룹내에서 시너지 효과를 최대한 높여 더욱 좋은 서비스 확대 및 향상을 도모할 수 있을 것으로 판단하여, 이번 운영 사업 양도에 대해서 합의를 했습니다.」 라고 한다.

더욱 이번 운영권 양도와 함께 캐릭터 데이터 등은 ELEVEN-UP 에서 CJIJ 에 그대로 인계되어, 게임 ID 및 과금방식 변경은 발생하지 않는다.

『DEKARON』, 게임하이에 운영권을 이관

(2007 年 9 月 6 日)

NeoWiz Japan 은 MMORPG 『DEKARON』 에 관한 전 사업을 게임하이에 이관한다고 발표했다. 게임하이에 의한 서비스 개시는 10 월 중순경 예정하고 있다.



NHN Japan, 세가의 온라인스포츠게임 2 타이틀 『Hangame』 에서 제공

(2007 年 9 月 6 日)

NHN Japan 은 세가와 마케팅제휴계약을 체결하여, 9 월 13 일부터 『프로사커 클럽을 만들자!ONLINE』 및 『프로야구팀을 만들자!ONLINE』 (사진)을 『한게임』 에서 제공한다.]

이 제휴에 의해 양 타이틀은 향후 서비스 운영 및 기획, 관리는 세가가 담당하고, 한게임을 통해서 집객 및 사이트 공지는 NHN JAPAN 이 실시할 예정이다. 서비스 형태는 종래대로 월정액을 채용할 것이다.



HOT GAME 소개

게임명 : 로봇성기 C21

게임타이틀	로봇성기 C21
게임서비스	사이버스텝주식회사 (CyberStep, Inc.)
게임개발회사	사이버스텝주식회사 (CyberStep, Inc.)
서비스개시	2006년 3월 10일
장르	MMORPG
요금시스템	아이템 과금제
회원수	비공개(추정 10만 ~ 20만 ID)

개요

『로봇성기 C21(이하 C21)』은 『갯앰프드』을 제작한 사이버스텝이 개발 및 서비스를 한 액션 RPG. 회원수는 비공개로, 대략 10만 ~ 20만 ID 정도로 예상된다. 로봇을 좋아하는 국내 남성 유저로부터 인기가 상당히 높으며, 아이템과금제로 안정된 수입을 유지하고 있다.



게임 특징

『C21』 특징인 최대 재미는 수십종류나 되는 파츠로 로봇을 제작하는 것이다. 파츠는 머리, 몸체, 오른팔, 왼팔, 다리, 오른쪽 무기, 왼쪽 무기, 7 가지로 나뉘져 있으며, 이름과 컬러도 자유롭게 바꿀 수 있다. 당연 고액의 파츠일수록 성능이 좋지만, 『C21』의 전투는 TPS 형식으로 플레이어 실력으로 성능차이를 커버할 수 있기 때문에 꼭 고성능 로봇이 강하다고 한정할 수 없다. 플레이어도 그것을 숙지하고 있으며, 퍼즐 및 블록을 쌓아가는 감각으로 순수하게 외견의 차이를 즐긴다. 또 자신에게 최고인 로봇을 다 완성하면 과금 파츠 및 레어 파츠를 찾는 콜렉션도 많다.



게임 시스템

기본적인 게임 흐름은 레어파츠 탐색 및 보스로봇 토벌을



하는 던전파트와 적세력과 대결하는 집단전투 파트로 나눈다. 또 통상 필드(사냥터) 에서 집단 습격 이벤트가 발생. 이 이벤트 덕분에 지금까지 타인끼리였던 플레이어가(돌연 궁지에)자연과 서로 협력하게 되어, 언제부터인가 “전우”로서 사이가 좋아지는 부분이 재있다. 또 현상황에서는 적세력은 NPC 이며, 정기적인 온라인 이벤트일 때만 플레이어가 적세력을 사용할 수 있다. 항상 플레이어끼리 세력전을 할 수 있게 되면 게임으로서 재미가 훨씬 증가할 것이다

그래픽

그래픽 퀄리티는 낮다. 캐릭터야말로 3 등신 로봇이기 때문에, 조잡한 디자인이라도 그다지 신경쓰지 않지만, 배경 및 오브젝트의 단순함은 처음부터 본 타이틀을 본 사람에게 마이너스 이미지를 준다. SOFTMAX 개발 『SD 건담 캡슐 파이터 온라인(이하 SD 건담)』(사진)은 배경도 세세하게 디자인되어 『C21』 외견의 조잡함이 더욱 두드러져 보인다. 『SD 건담』이 일본에 수입될 경우, (건담이 갖고 있는 브랜드 파워는 별도로 하고) 『C21』 유저의 대부분이 『SD 건담』으로 이동해 버릴 가능성도 있다.



캐릭터

『C21』에는 플레이어 오리지널 로봇 외에도 기존 애니메이션과 제휴한 특별한 로봇이 등장한다. 이벤트 참가 및 아이템 과금으로 입수할 수 있는 이 로봇은, 등장할 때마다 애니메이션 및 게임 정보지에서 주목을 받아, 신규회원 획득에 도움을 주고 있다.



운영 서비스

이전 소개한 『갯앰프드』와 동일하게 사이버스텝이 자사에서 개발 및 서비스를 완결시키고 있다. 추가로 『갯앰프드』도 『C21』도 기본적으로 같은 개발소스로 개발을 하고 있다. 이 개발 소스는 범용성이 높아 연내 서비스 예정인 액션 슈팅게임 『코즈믹브레이크』(사진)도 서비스시기 미정 『갯앰프드 2』도 같은 개발소스를 사용하였다고 한다.



유저의 인기

회원수는 적지만 고정팬이 많아, 동시접속자수 비율은 상당히 높다. 평일 낮에도 서버 허용수의 약 50%는 로그인하고 있다. 추가로 유저층은 10대 ~ 30대 전반의 남성이 90% 이상이다. 사람에 따라 기호가 확실히 구분되어



있는 게임이지만 『C21』과 비슷한 세계관 및 캐릭터를 사용한 『코즈믹브레이크』와의 상승효과에 의해 향후 어디까지 인기가 높아질 것인가 기대하고 있다.

■ 게임기업 소개

주식회사 하이파이브 엔터테인먼트

항상 일본 온라인게임업계에 새로운 기축을 제안하는 퍼블리셔 !!

이번에는 작년 창립 이후, 계속하여 온라인게임의 새로운 비즈니스 모델을 계속 제안하고 있는 하이파이브 엔터테인먼트를 소개한다.

기업 데이터

- 주식회사 하이파이브 엔터테인먼트
High Five Entertainment Inc.
- 대표이사 澤 紫臣 (SAWA SHION)
- 주소 : 도쿄도 치요다쿠
- 설립 : 2006년 2월
- 자본금 : 3억 2200만엔
- 서비스 타이틀

『브라이트 킹덤 온라인』 <http://brking.hi5games.jp/>

『천도온라인』 <http://ten-do.hi5games.jp/>

『알리아스 스토리』 <http://alias.hi5games.jp/>

『에드퀘스트』 <http://adquest.hi5games.jp/>

『테니쿠루』 <http://tenikuru.hi5games.jp/>

『모에챗토☆』 <http://hi5.moecha.jp/>



기업정보

하이파이브 엔터테인먼트 (High Five Entertainment Inc.)는 전 KESPI 대표이사 사와 시온대표에 의해서 작년 말 창립된 신규 회사이다. 그럼에도 불구하고 겨우 1년반 만에 6개의 타이틀을 서비스하고 있다. 이를 가능케 하는 것은 하이파이브 엔터테인먼트가 「일본이 갖고 있는 기획력, 퍼블리셔로서의 힘과 한국의 온라인게임 대국으로서의 실력, 중국이 갖고 있는 맨 파워」를 제휴하는 형태로 추진하였다. 해외



타이틀을 일본형으로 이식하는 것에 멈추지 않고, 거의 공동개발에 가까운 형태로 게임을 제작하는 등, 전혀 새로운 “제휴”의 형태를 제안했다. 또 「하나의 타이틀이라는 것은 장기적으로 보면 상당히 위험하다. 방향성이 다른 타이틀을 빨리 준비하여, 키워나가는 것이 중요하다.」 라는 사고로부터, 단기간에 라인업을 충실히 하는 등, 전략적인 사업 전개를 시작하였다.

하이파이브 엔터테인먼트 전략은 타이틀 라인업에 그치지 않는다. 온라인 게임내에서 광고 전개 및, 그 발전형태로서 아フィリエイト 광고를 이용한 온라인전용 포인트 서비스 “네토겟-NETOGET”를 시작했다. 네토겟에 획득한 포인트 “네토 G”는 각종 온라인 게임의



아이템 구입 등에 이용할 수 있다. 「다양한 이유로 아이템 구입을 시작한 유저는 많을 것이다.」 (사와대표) . 그런 잠재적인 과금 유저의 구제와 발굴을 향으로서, 온라인게임산업 전체에 대해서 다음 단계를 제안하고 싶다. 이 “네토겟” 서비스에는 하이파이브 엔터테인먼트 외, 큐엔터테인먼트, 곤조롯소온라인, 사미넷위크스, 지크레스트 등이 참가했다. 연내에 새롭게 10사가 참가할 예정이다.

사와대표는 또 현재 온라인게임업계 상황을 “각 회사가 온라인게임 유저를 서로 뺏기에 바쁘다”라고 한다. 업계 전체를 활성화하기 위해서는 신규유저 획득은 대명제이다. 그러나 기존 게임유저는 소위 「인기 많은 게임」을 지명하는 일이 많아, 시야를 넓히는 데에는 미치지 않는 경우가 많다. 역으로 일반인을 위한 광고는 반응이 크지만, 비용대비 효과라는 희미로 현실적이지는 않다. 그래서 하이파이브 엔터테인먼트에서는 게임의 스토리 및 세계관을 코믹하게 하는 등으로 해서, 만화/애니메이션 팬 확보를 위해 적극적으로 추진하고 있다. 요전에 개최한 『코믹마켓 27』에 출전한 목적도 그곳에 있다. 「온라인게임을 알지 못하지만, 만화를 좋아하는 유저를 개척해 나갈 것이다.」 (사와대표)

업계에게 항상 새로운 비즈니스 모델을 제안해 온 하이파이브 엔터테인먼트. 물론 그곳에 사업적인 리스크가 없는 것은 아니지만 「항상 앞을 보고 달리고 싶다. 우선 해보자, 라는 것이 우리회사의 정책이다.」 라고 사와대표는 웃는다. 그는 업계 전체가 활성화되길 간절히 원하고 있다.

지금까지는 퍼블리셔로서의 입장에서 “새로운 기축”을 만들어 온 하이파이브 엔터테인먼트였지만, 향후는 오리지널 콘텐츠에도 착수할 예정이다. 향후 게임개발사로서 사업전개도 예정하고 있다.