



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

새해 비디오 게임 업계를 분석한다!

Analyze This: New Year Resolutions for the Video Game Industry

호워드 벤(Howard Wen)  
가마수트라 등록일(2009. 1. 28)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/3914/analyze\\_this\\_new\\_year\\_resolutions\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3914/analyze_this_new_year_resolutions_.php)

이 기사에 나온 인물들은 모두 비디오 게임 업계의 추이를 살펴오고 연구하여 고객들에게 조언을 해주고, 뉴스 미디어에 의견을 제시하는 전문분석가들이다.

비디오 게임 업계를 분석하기 위해 본지는 이 업계의 사업적 측면에 관한 시의적절한 질문을 했으며, 이들 분석가 세 사람은 자신의 생각을 피력했다. 각 사람의 의견은 그들의 독자적인 생각인 것이다.

이 기사에 나온 분석가들은 일렉트로닉 엔터테인먼트 디자인 앤 리서치(Electronic Entertainment Design and Research) 사의 제시 디브니크(Jesse Divnich), 웨드부시 모건 시큐리티스(Wedbush Morgan Securities) 사의 마이클 팩크터(Michael Pachter), 스크린 다이제스트(Screen Digest) 사의 에드 바튼(Ed Barton)으로서. 본지는 이들에게 다음과 같은 질문을 했다.

닌텐도, 마이크로소프트, 소니에게 올해 콘솔 게임 사업에서 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?

또한 올해 게임 개발자들에게 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?

그리고 올해 게임 업계의 전반적인 상황은 어떻게 될 것인가? 예를 들자면, 현재 주시하기 시작한 재미있는 업계 추세 같은 것이 있는가?



마이클 팩크터, [Wedbush Morgan Securities](#):

닌텐도, 마이크로소프트, 소니에게 올해 콘솔 게임 사업에서 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?

우선 콘솔의 가격을 낮추는 데 주력하라고 권하고 싶다. 엔고가 지나치게 심하기 때문에 닌텐도와 소니에게는 상황이 안 좋을 것이다. 그러나 올해 같은 경우라도 Wii의 경우 200달러 이하, PS3의 경우 300달러 이하의 가격이라면 소비자들이 편안하게 지갑을 열 거라고

생각한다.

닌텐도는 가격 인하에 상당한 저항감을 갖고 있다. 그러나 이제는 그럴 때가 아니다. 이미 충분한 수의 Wii를 판매했기 때문이다.

소니의 문제는 정반대이다. PS3 수요는 현재 정체 상태이다. 소비자들은 왜 PS3에 Wi-Fi, 하드 드라이브, 블루레이 같은 게 있어야 되는지 이해하지 못한다. 그러나 소니는 그런 기능 때문에 PS3가 팔려나간다고 믿고 있다.

내가 볼 때 Wi-Fi를 원하는 사람은 일부분에 불과하다. 이들은 온라인으로 플레이는 하고 싶으나 인터넷에 연결하는 방법은 모르는 사람들이다. 또한 하드 드라이브를 원하는 사람도 일부분에 불과하다. 이들은 X박스 360 아케이드와 위의 성공에 고무되어 하드 드라이브가 필요하다고 생각한다. 역시 블루레이를 원하는 사람들도 일부분에 불과하다.

요컨대 소니의 PS3은 필요 이상의 기능을 가진 게임기이다. 그런데 소니는 소비자들이 그 불필요한 기능을 좋아할 거라고 굳게 믿고 있다.

그러나 소비자들은 뛰어난 기능을 가진 값비싼 게임 콘솔보다는 기능이 간결하더라도 싼 모델을 좋아한다는 것이 사실이다. 소니가 20Gb짜리 PS3을 절판시킨 것은 분명 실수이다. 오히려 그 모델을 주력 모델로 밀고 나갔어야 했다.

마이크로소프트의 경우라면 얘기가 다르다. 이들은 대중들 사이에 어느 정도 인기를 얻고 있으며 골수 콘솔 생산업체로 계속 자리매김하고 있다. 이들은 가정 및 사무실용 PC를 선전하는 에일리언웨어(Alienware)와도 비슷한 방식이다.

마이크로소프트가 X박스 라이브 아케이드를 계속 확장시키고 X박스 360 아케이드 버전을 틈틈이 보강해야 X박스가 PS3의 진정한 대체재가 될 것이다. 소니가 PS3의 가격을 100달러만 인하해도 마이크로소프트는 고전을 면치 못할 것이다.

*올해 게임 개발자들에게 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?*

게임 개발자들은 Wii 사용자가 원하는 게임을 만들 줄 알아야 한다. Wii 사용자는 <기타 히어로>나 <락 밴드> 같은 인기 게임을 구입할 것이다. 따라서 게임 개발자들이 시장에 적합한 게임을 만든다면 성공할 수 있다.

<카니발 게임스>나 <질리언 마이클의 피트니스 얼티메이텀> 같은 게임을 보면 Wii 사용자가 게임을 사갈 때 이미 게임의 품질은 따지지 않음을 알 수 있다. 따라서 이들 사용자에게 매력있게 보이는 게임을 만들어야 돈을 벌 수 있을 것이다.

*올해 게임 업계의 전반적인 상황은 어떻게 될 것인가?*

올해는 잘 되는 퍼블리셔도, 안 되는 퍼블리셔도 있을 것이다. 과거 플레이스테이션과 X박스 시절 경험에 의지해서는 안 될 것이다.

올해 퍼블리셔들은 Wii를 주목해야 한다. 그리고 관련 시장과 고객을 잡는데 총력을 기울여야 한다. 그게 가능하다면 게임 시장은 마치 10대 후반 청소년들처럼 쑥쑥 자랄 것이다.

그게 안 된다면 Wii는 장식품 신세로 전락할 것이며 소비자들은 Wii 스포츠와 Wii 피트만 플레이하고, 새로운 소프트웨어는 구입하지 않을 것이다.



제시 디브니크, [Electronic Entertainment Design and Research](#):

*닌텐도, 마이크로소프트, 소니에게 올해 콘솔 게임 사업에서 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?*

소니는 X박스 라이브에 대항할 플레이스테이션 네트워크 건설에 계속 주력해야 한다. 이 두 가지는 비슷하지만 완전히 똑같은 것은 아니다. 최근 소니의 <홈>의 내용, 즉 트로피 시스템이나 여러 동영상 옵션 등이 콘솔 판매에 영향을 미치려면 좀 시간이 걸릴 것이다. 그리고 소니는 생산비를 계속 낮춰야 할 필요가 있다. 그래야 플레이스테이션3이 가격경쟁력을 확보할 수 있다.

핵심 시장 장악에 확실히 성공한 마이크로소프트는 이제 다음 단계에 진입해야 한다. 주류 시장과 캐주얼 시장 공략에 주력해야 하는 것이다. 2008년 하반기 마이크로소프트는 하드웨어 가격을 인하하고 무료 아케이드, 아동, 가족 지향적 타이틀을 내놓아 큰 발전을 이루었다. 이들은 이 시장에 계속 주력해야 할 것이다.

닌텐도에게 조언을 해준다는 것은 타이거 우즈한테 퍼팅을 가르치는 거나 같다. Wii와 DS는 여러 방해물이 있었음에도 불구하고 시장에서 나무랄 데 없이 훌륭한 실적을 보여주었다.

현재 Wii와 DS는 가정용 및 휴대용 게임기 시장을 주도하는 독보적인 존재이며 이 여세를 몰아간다면 2009년에도 2008년과 다름없는 성공을 거둘 것이다. 지금 닌텐도에게 조언을 해줘봤자 귀담아 들지는 않을 것이다. 특히 지난 2년간 타사 퍼블리셔들이 닌텐도 시스템을 따라잡기 힘들었던 점을 생각한다면.

*올해 게임 개발자들에게 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?*

대부분의 퍼블리셔들은 결국 옳은 방향으로 갈 거라고 생각한다. 그리고 대부분의 대형 퍼블리셔들은 2009년에 큰 이익을 볼 것이다.

퍼블리셔들은 핵심 게임 시장에 고품질 게임을 계속 공급해야 한다. 그러나 한편으로 지난 2년간 유입된 캐주얼 게이머들을 무시해서는 안 된다. 캐주얼 게이머들과 가족형 게이머들, 13세 이하의 게이머들의 특징은 모두 같다. 이들은 유명 브랜드의 친숙한 게임, 조작하기 쉽고 즐거운 게임을 선호한다.

경제가 어려울 때는 위험부담이 적은 기존 브랜드에 의지하는 것이 최선이다. 그러나 2009년에는 위험을 피하려 하다가 더 큰 손해를 볼 수도 있다고 생각한다.

오늘의 새로운 지적재산권은 내일의 기존 게임 브랜드가 될 것이다. 아무리 경제 여건이 힘들더라도 퍼블리셔들이 이런 위험을 피하려고만 한다면, 앞으로 3년 동안 기존 게임 브랜드가 강해지는 상황에서 실패를 예약해 놓은 거나 다름없다.

*올해 게임 업계의 전반적인 상황은 어떻게 될 것인가?*

2006년 이래 판매량은 60% 이상 늘었다. 사상 유례가 없는 상승세이지만 2009년에도 이 추세가 이어지리라고는 보지 않는다. 그러나 2009년에도 업계는 성장할 것이라 생각한다. 가격이 안정되고 업계는 단위 성장에 더 크게 의존할 것이다.

현재 2009년의 성장률은 15% 이하라고 예측하고 있다. 경기 침체를 감안한다면 이 정도도 훌륭한 것이다.



EA/Criterion Games' *Burnout Paradise*

또 다른 추세는 다운로드 콘텐츠(DLC)이다. 다운로드 콘텐츠는 전년보다도 더욱 큰 영향을 끼칠 것이다. 게이머들은 저렴한 비용을 들여 구입한 다운로드 콘텐츠로 좋아하는 게임을 즐겁게 다시 할 수 있다는 점을 느끼고 있다. 다운로드 콘텐츠는 2009년 대형 AAA 타이틀의 필수 기능이 될 것이다.



에드 바튼, [Screen Digest](#):

닌텐도, 마이크로소프트, 소니에게 올해 콘솔 게임 사업에서 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?

닌텐도에게 사업에 대해 누가 뭐라고 말하겠는가? 닌텐도 DS가 출시되었을 때 많은 사람들은 닌텐도가 소니 PSP에게 밀려 하드웨어 사업을 접어야 할 것으로 예상했지만, 지금은 그런 예상을 기억하는 사람조차 드물다. 현재 닌텐도 DS는 업계의 성장 동력이며 수많은 사람들이 비디오게임을 중요한 오락수단으로 여기게 하고 있다.

그래도 굳이 말하자면, 2009년 닌텐도는 하드웨어 공급 문제를 해결하여 수급불균형 문제를 해결해야 하고 온라인에서의 시장지배력을 늘려야 할 것이다.

마이크로소프트의 X박스 사업부는 2008년에 이에 대해 매우 철저했다. 원칙을 넘어 야비해 보이기까지 할 지경으로 매달렸다. X박스 사업부 경영팀은 2008년 상반기에 유럽 시장을 최우선적으로 공략할 것이라고 발표하고 바로 행동에 옮겼다.

X박스 360은 오리지널 X박스가 고전을 면치 못하던 유럽공동체에서 잘 팔려나갔다. 마이크로소프트는 2008년에 유럽과 북미에서 우수한 판매실적을 보이며 선전했다.

2009년 마이크로소프트는 X박스 온라인으로 전달되는 디지털 미디어의 양과 수를 늘리는 것이 좋겠다. 이 디지털 미디어를 소비하는 사람들의 소비욕구는 매우 왕성하다. 마이크로소프트는 아직 초기단계인 디지털 배포식 미디어 시장에서 중요한 위치를 선점해왔다.

소니는 명예롭게도, 플랫폼 발전을 위해 뭘 해야 할지를 냉정하게 바라보아왔으며, <훔>의 출시와 함께 매우 적극적인 자세로 펌웨어 업데이트를 통한 플래그쉽 콘솔의 기술력 향상을 계속 시도했다. PS3 사용자들은 <메탈 기어 솔리드4>나 <리틀 빅 플래닛> 같이 PS3에서만 사용 가능한 게임들을 즐겨왔다.

2009년, <프리 헬름> 같은 MMORPG를 콘솔 시장에 소개할 기회를 가장 많이 누리는 제작사는 다름아닌 소니이다. 소비자들은 어째서 <훔>이 그들의 종착역이며, 이걸 가지고 계속 놀아야 하는지 분명히 알아야 한다. 소니는 기술과 콘텐츠를 가지고 있다. 이제 필요한 것은 시장 점유율이다. PS3의 가격을 낮추는 것 또한 시장 점유율을 높이는 주요 전술이 될 것이다.

*올해 게임 개발자들에게 어떤 부분에 주력하라고 조언하고 싶은가?*

Wii를 겨냥한 저가 소프트웨어들이 줄어들어도 나는 절대 슬퍼하지 않을 것이다. 이미 엄청난 압박에 시달리는 소매상들은 퍼블리싱 업계가 좀 더 집중된 Wii용 제품공급을 해준다면 기꺼이 따라올 것이다.

영국 시장에서는 소매상이 4/4분기에 나온 모든 Wii용 소프트웨어를 종류별로 다 쌓아놓고 판촉하며 신제품 홍보까지 해주기가 사실상 불가능하다. 소프트웨어 수가 너무 많기 때문이다.

저가 소프트웨어들은 시장에서 특정 게임 구입자들에게 매우 중요한 역할을 해왔다. 그러나 그 막대한 가짓수가 과연 시장에 건전한 영향을 끼치는지, 또 그 엄청난 가짓수를 언제까지나 유지가능한지는 의심스럽다. 특히 너무나 가짓수가 많은 탓에 소비자가 혼란과 환멸을 일으킨다면 더더욱.

전문적인 시각이라기보다는 다분히 감정적인 시각에서, 나는 EA의 4/4분기 판매실적이 기대에 못 미친다고 할지라도 신선하고 도전적인 자세로 계속 새로운 IP 게임에 투자하기를 바란다.



EA LA's *Boom Blox*

EA는 올해에도 뛰어난 IP게임을 여럿 출시했으며 여러 사람들의 예상을 뛰어넘는 용기를 보여주었다. 이 회사는 많은 사람들이 입을 모아 원하던, 새롭고 진취적인 콘텐츠 출시를 실행에 옮겼다.

<미러스 엣지>, <데드 스페이스>, <봄 블록스>, <스케이트> 등은 EA 입장에서 상당한 도박이었다. EA는 이들 게임이 오랫동안 수익을 내어 더욱 새롭고 진취적이며 흥미로운 콘텐츠 개발의 밑거름이 되기를 바라고 있다.

또한 크리테리온 게임즈 사의 <번아웃 파라다이스>용 무료 콘텐츠 대규모 출시는 긍정적인 반응을 얻을만하다. 이미 다른 회사들도 이러한 움직임을 모방하고 있다.

*올해 게임 업계의 전반적인 상황은 어떻게 될 것인가?*

온라인 콘솔에 게임과 기타 미디어를 디지털식으로 배포하는 것은 현재도 핫이슈가 되고 있다. 이러한 방식은 향후 시장 상황과 대차대조표의 내용에 큰 영향을 미칠 것이다.

*[본 코너에서 비디오 게임 업계의 사업에 관련, 토론을 제안하고 싶은 사항이 있거나, 본 코너에 칼럼 기고를 원하는 전문 분석가들은 [howardhwen@gmail.com](mailto:howardhwen@gmail.com)으로 이메일을 보내주시시오.]*