



『 2009 일본 온라인 게임 시장동향 』

○ 작성 취지

- 확대를 계속해 오던 온라인게임 시장의 신장이 결국 정지되고, 한편 타이틀 수는 증가를 계속해 오는 일본의 2009년 온라인게임 시장 전반에 대한 분석을 필두로,
- 온라인게임 타이틀 관련 다각적인 분석을 통해 향후 일본에서의 온라인게임 시장에 대한 전망 및 방향성 예측에 관한 정보를 제공하고자 함

※출처 : 「온라인게임백서 2009」 (주식회사 미디어크리에이트, 2009)

○ 작성 순서

1. 「2009 일본 온라인게임 시장동향」
2. 「온라인게임 타이틀 분석」
3. 「향후 전망 및 시사점」

1. 『2009 일본 온라인게임시장 동향』

□ 「2009 일본 온라인게임 시장동향 및 특징」

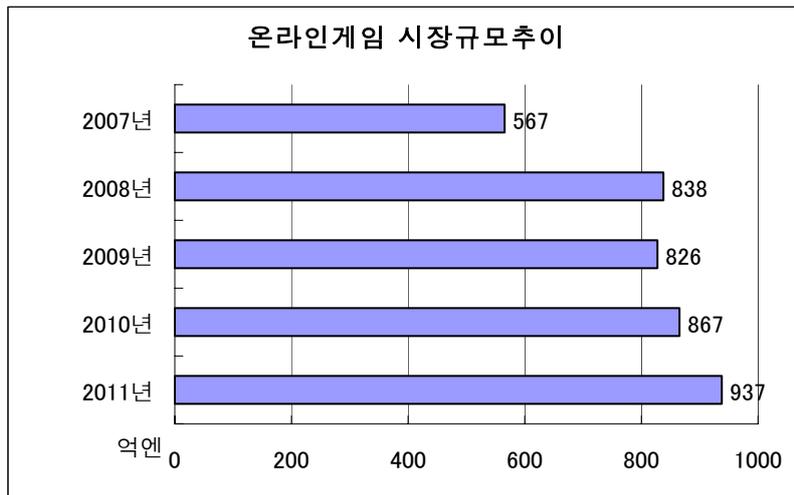
○ 동향전반 및 시장특징 : 「성장이 멈춘 온라인게임 시장」

- 2008년 4월~2009년 3월까지 일본국내의 온라인게임 시장규모는 약 826억엔으로 추산되는데, 이는 전년대비 98.57%로, 지금까지 계속되어 오던 성장이 주춤함
- 이는 대형 신규 타이틀이 등장하지 않은 것이 주 요인으로, 신규 플레이어의 획득에 실패하고 기존 플레이어에 의존한 결과

- 한편, 장기 서비스를 계속해온 타이틀을 중심으로 시장은 안정화되고 있으며, 대형 신규 타이틀의 등장 여부에 따라서는 향후의 성장을 전망할 수도 있을 것
- 브라우저 베이스의 캐주얼 게임, 휴대폰 콘텐츠 등으로 플레이어가 이동해 가고 있어 다수의 소형 콘텐츠로 플레이어 확보하기가 어려워질 것으로 예상
- 또한 캐주얼 게임에서 PC온라인게임으로 신규 가입한 플레이어 중에는 '게임은 무료로 즐기는 것'이라는 고정관념이 강한 경향이 있어 유료화에 난항을 겪고 있음

○ 향후 「시장규모 추이」

- 신규 타이틀의 등장 여하에 따라 시장이 확대될 가능성은 있으나, 컨슈머 게임의 온라인게임화도 일단락된 것으로 보여 강력한 IP에 의한 집객이 기대되는 타이틀의 등장은 기대하기 힘들
- 틈새시장을 노린 소형 타이틀이 증가함으로써 플레이어수의 증가 및 운영타이틀의 증가에 따른 수익의 효율화는 가능하나, 시장전체에 미치는 영향은 적을 것으로 예상됨
- 관련 상품 판매 및 로열티 수입 등에 따른 과금 이외의 수익획득도 검토되고 있으나 지금까지 큰 변화는 보이지 않고 있으며, 세계적 불황의 영향으로 게임 내 광고에 대한 투자도 줄어 수익확대를 기대하기는 어려움
- 2009년의 온라인게임 유료 플레이어수는 146만명으로 전체의 56.7%이며, 이 숫자는 복수 타이틀 플레이어를 제외한 월간 액티브 플레이어수로, 복수 타이틀 플레이어까지 더하면 약 404만명으로 추산됨
- 서비스 타이틀 각각의 플레이어수가 늘어나도 온라인게임 플레이어는 복수 타이틀을 즐기는 경향이 강해지고 있으며, 플레이 타이틀 수가 증가하고 있어 실 플레이어 수의 증가는 둔화되고 있다고 보임



○ 「해외전개 가능성」

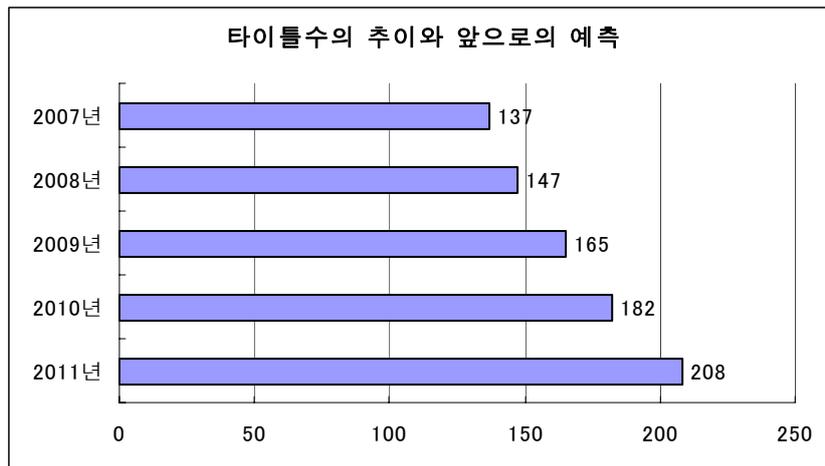
- JETRO(일본무역진흥기구)가 2009년 3월에 발표한 '동남아시아의 온라인게임관계자를 대상으로 한 히어링조사에 기초한 시장동향조사'에 따르면,
 - 온라인게임유저 : 싱가포르 150만명, 베트남 800만명, 태국은 불명확하나 인터넷 이용자의 약 65%
 - 액티브 유저 : 싱가포르 40만명, 베트남 25만~57만명, 태국 불명확
- 시장규모 : 싱가포르가 약 10%억엔, 베트남 40억엔, 태국 80억엔으로 성장 가능성은 엇보이나 현재로서는 시장규모가 작아 메리트가 적음

2. 『온라인게임 타이틀 분석』

□ 「온라인게임 타이틀 주요 동향」

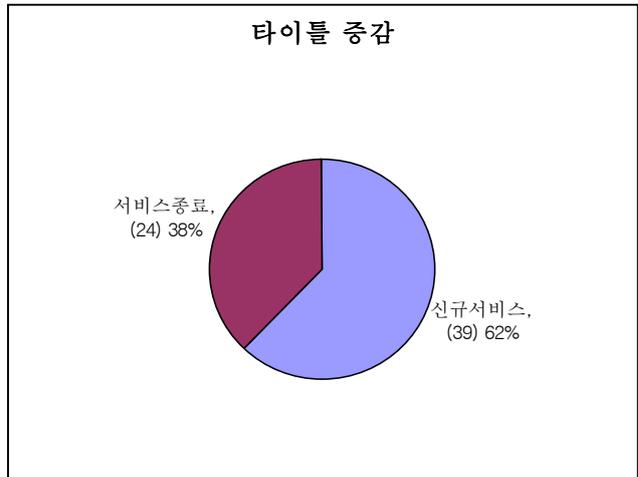
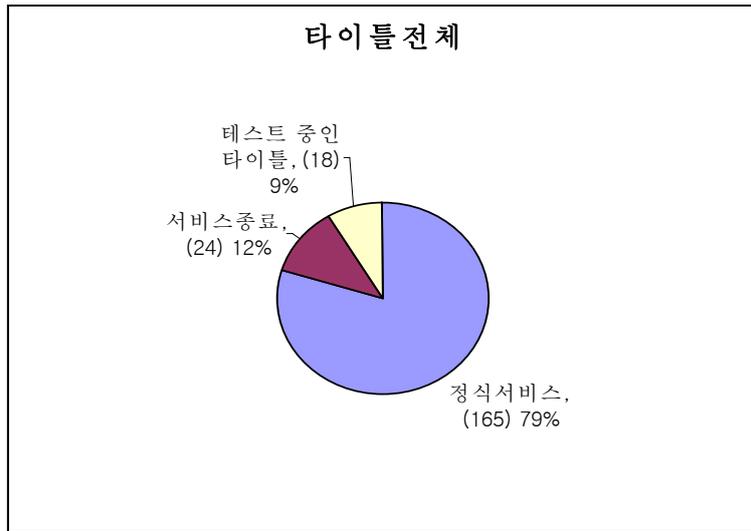
- 타이틀수 증가는 가속화하여 2011년에는 200타이틀 돌파
 - 2008년 4월 1일~2009년 3월 31일까지를 집계기간으로 서비스 타이틀의 동향을 살펴보면, 2009년 3월 31일 시점에서 정식 서비스를 하고 있는 타이틀은 165개에 달하며, 증가율은 작년보다 상승
 - 온라인게임 타이틀은 이미 포화상태에 이르렀다는 분석이 많으나 실제 타이틀 수는 증가일로에 있으며, 감소로 돌아설 조짐은 보이지 않는데, 이는 손쉽게 즐길 수 있는 타이틀의 증가나 각사가 낮은 러닝코스트로 수익을 올릴 수 있는 모델을 만들어낸 것에 따른 결과로 분석됨

- 이러한 증가 페이스를 유지한다고 가정하면, 향후에도 타이틀수는 계속 늘어나 2010년 3월에는 182개, 2011년 3월에는 208개가 될 것으로 예상됨
- 지금까지는 적은 플레이어로 수익을 올릴 수 있도록 유료 플레이어의 단가를 상승시켜왔으나, 앞으로는 다수의 타이틀에 소액을 부과하는 수익 모델이 지향될 것으로 보임



○ 「타이틀 수」

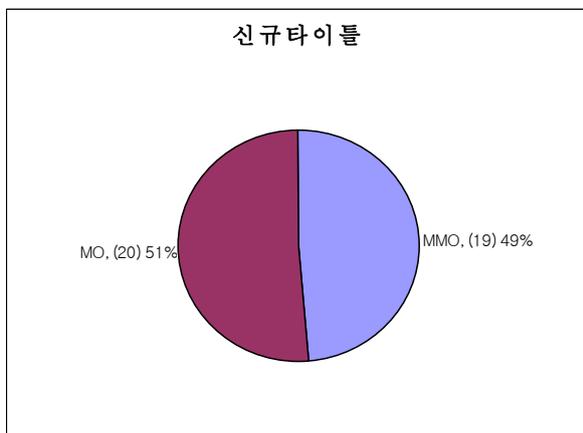
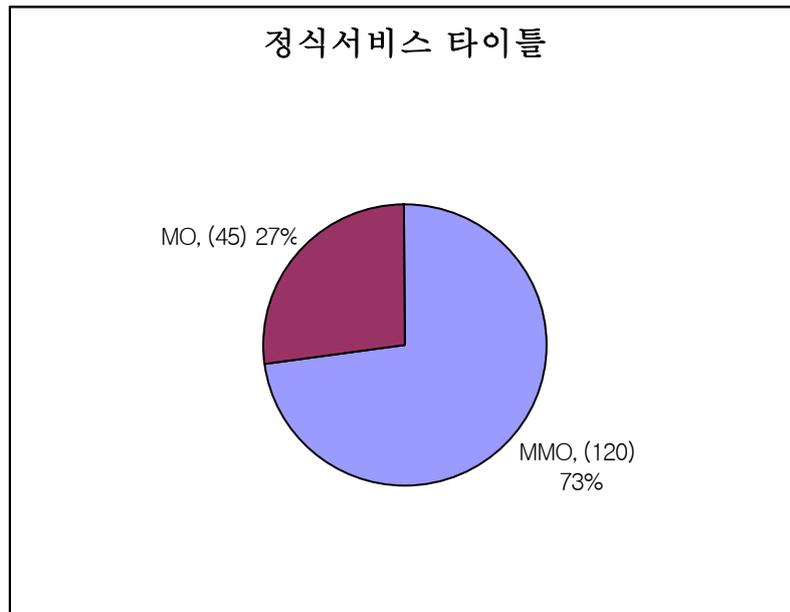
- 정식 서비스를 하고 있는 타이틀은 2008년부터 증가하여 165타이틀, 전년대비 111.56%로 그 수는 증가하고 있으나 과다경쟁인 면도 있어 앞으로는 감소로 돌아설 가능성도 있음
- 신규 타이틀수는 39개이나 테스트 중인 타이틀이 2008년 29개에서 18개로 감소하여 신규 타이틀의 감소로 이어질 것을 시사
- 종료 타이틀은 2008년 34개에서 24개로 크게 감소했는데, 내역을 보면 종료한 24타이틀 중 절반인 12타이틀이 기간 중에 정식 서비스를 개시하거나 테스트 서비스를 개시한 신규 타이틀
- 기존 서비스 타이틀은 안정기에 접어든 한편, 신규 서비스가 플레이어에게 쉽게 침투하지 못하는 상황이 이어지고 있음



○ 「타입」

- 타입별로 보면 MMO타입이 72.73%로 대부분을 차지했으나, 2008년의 74.83%에서 감소
- 신규 타이틀은 절반이 MO타입이며, 종료타이틀도 절반을 MO타입이 점하고 있어 2008년과 마찬가지로 MO타입은 서비스 기간이 짧은 경향이 이어지고 있음
- 정식 서비스로 이행하지 못한 타이틀을 제외하고 종료 타이틀의 서비스 기간을 보면, MMO타입이 평균 414.09일, MO타입이 평균 328.40일로, MO타입이 84.59일 짧아, MO타입이 수명이 짧은 것으로 보임

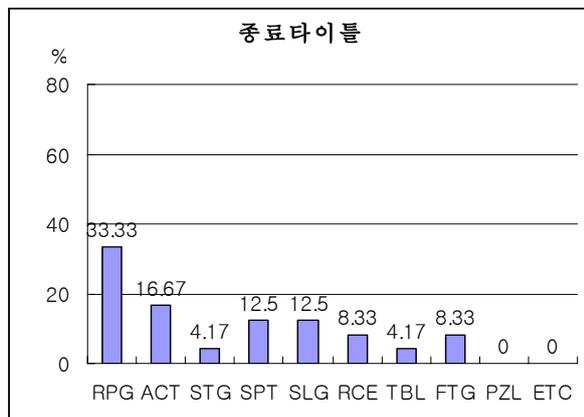
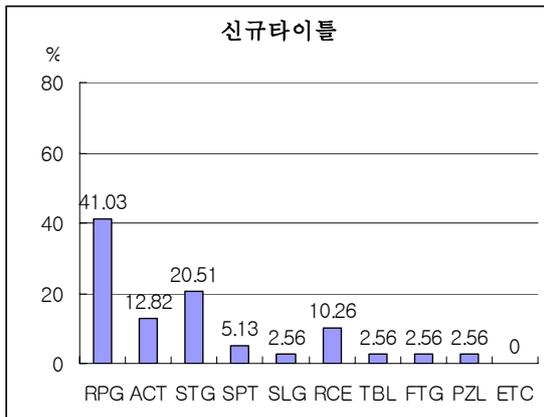
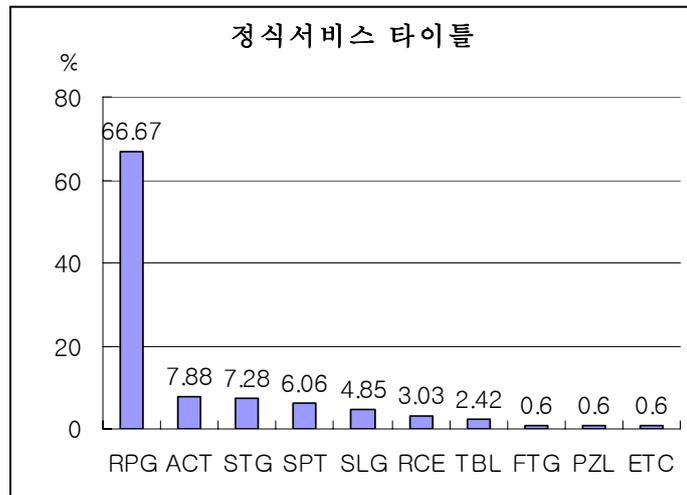
*MMO : Massive Multi Online / MO : Multi Online



○ 「장르」

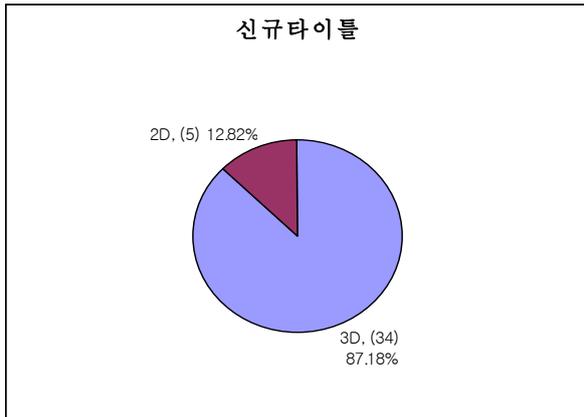
- RPG가 압도적이며, ACT나 FPS를 포함한 STG가 뒤를 잇고 있으나 비율은 상당히 낮음
- 신규 타이틀을 보면 **RPG타이틀이 절반 이하**로, 각사의 개발에 시간이 걸리는 RPG이외에서 방향성을 찾으려는 자세를 엿볼 수 있음
- 종료 타이틀을 보면 ACT나 SPT, SLG의 비율이 높고 TBL이나 PZL, ETC와 같은 장르는 **인스톨이 필요 없는 캐주얼 게임으로 이동**하고 있는 탓에 거의 모습을 감춤
- 온라인게임은 RPG라는 인상은 강하지만, 다른 장르에서 성공한 사례도 있으므로 앞으로도 새로운 가능성을 계속 찾을 수 있을 것으로 보임

* RPG : Roll Plying Game / ACT : Action Game / STG : Shooting Game /
 SPT : Sport Technology Game / SLG : Simulation Game / RCE : Race Game
 / TBL : Table Game / FTG : Fight Game / PZL : Puzzle



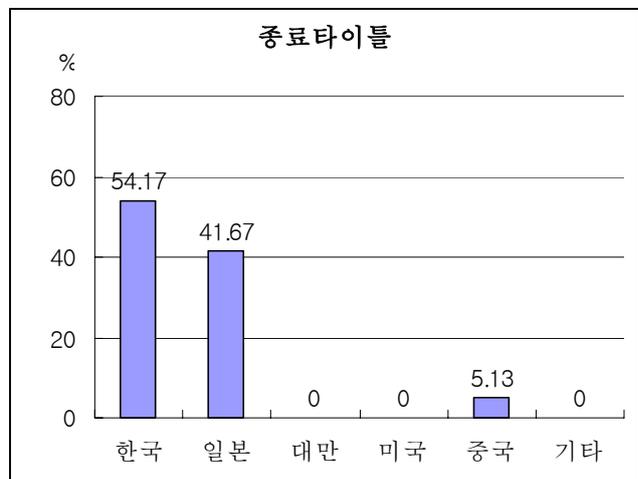
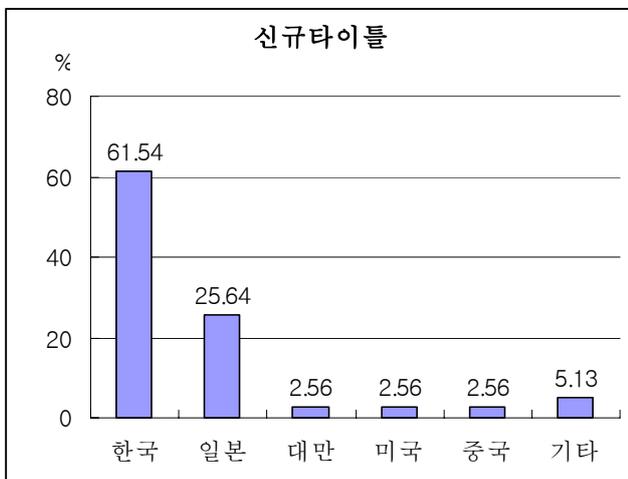
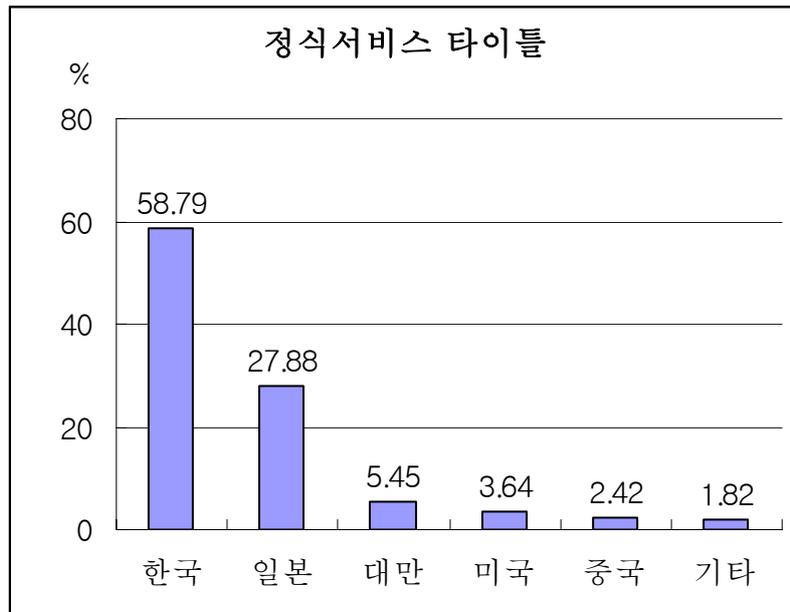
○ 「그래픽」

- 2D/3D별로 보면, 2008년의 69.39%에서 3D가 크게 성장하여 신규타이틀의 90%를 차지
- 그러나 종료 타이틀에서도 3D의 비율이 높아 3D타이틀이 점하는 비율이 상한에 달해 있음을 엿볼 수 있음
- 종료 타이틀의 서비스기간을 보면 2D타이틀이 196.33일, 3D타이틀이 389.11일로 큰 차를 보이는데, 2008년에는 거의 같은 일수였음을 감안하면 2D타이틀이 캐주얼 게임 등에 밀려 인기가 줄어들고 있음을 알 수 있음



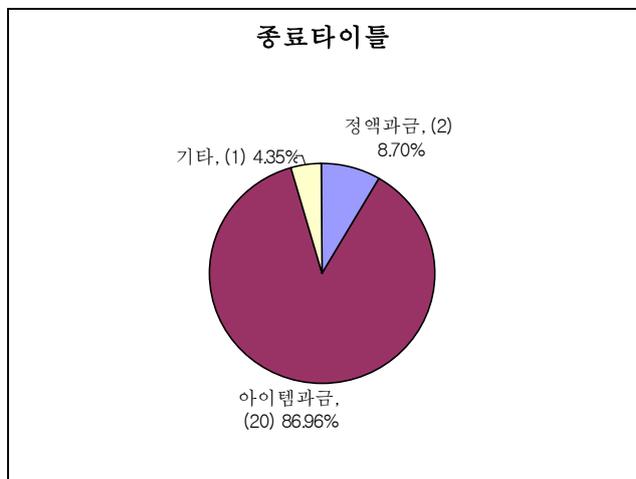
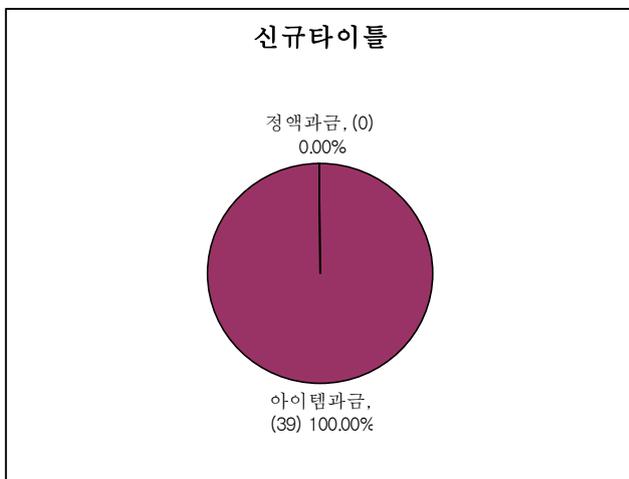
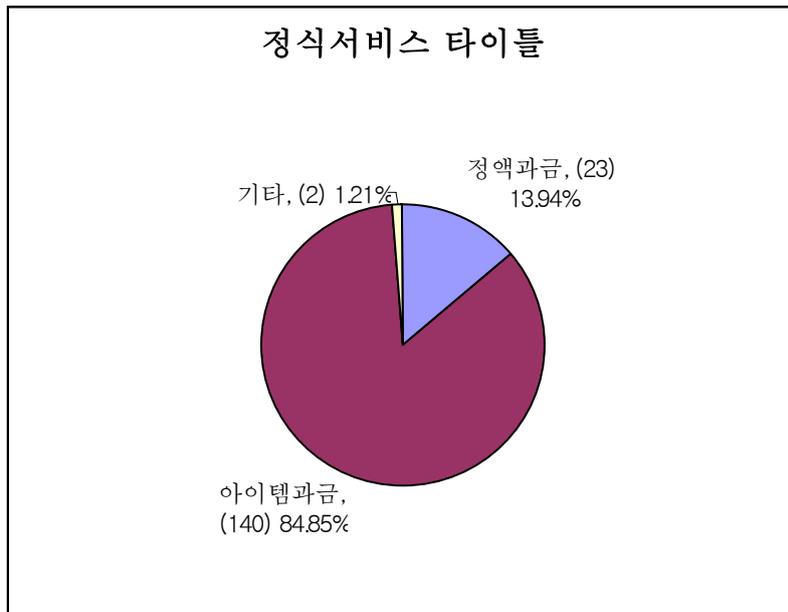
○ 「개발국」

- 한국이 2008년의 55.48%에서 증가하여 한국 중심의 흐름이 강해지고 있는 것이 특징
- 특히 종료 타이틀 중 일본 개발 타이틀의 비율이 높아지고 있으며, 2008년 79.41%를 차지한 한국의 종료 타이틀의 비율이 크게 감소
- 종료 타이틀의 서비스 기간을 보면, 한국개발 타이틀이 376.09일, 일본개발 타이틀이 370.20일로 거의 차가 없어 개발국에 따른 타이틀의 수명은 없는 것으로 보임
- 한국과 일본에서 개발한 타이틀이 대다수를 점하는 가운데 주목받기 시작한 대만 및 중국 등 아시아 지역의 타이틀도 성장이 완만해 전체 흐름에 영향을 미칠만한 수준은 아님



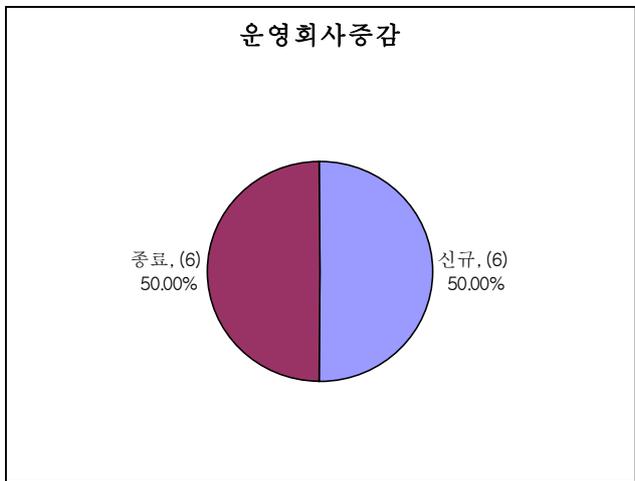
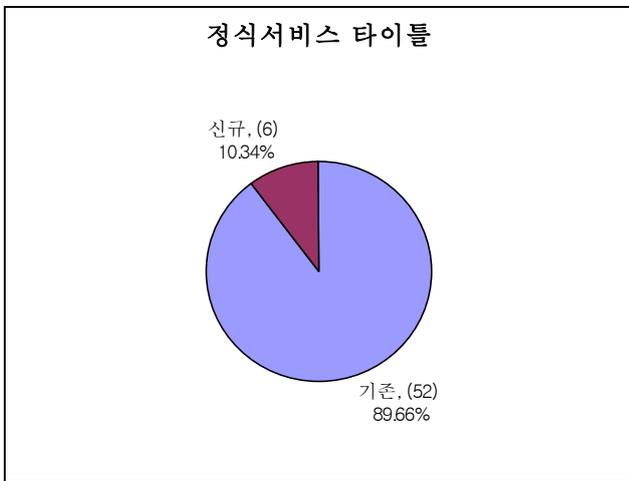
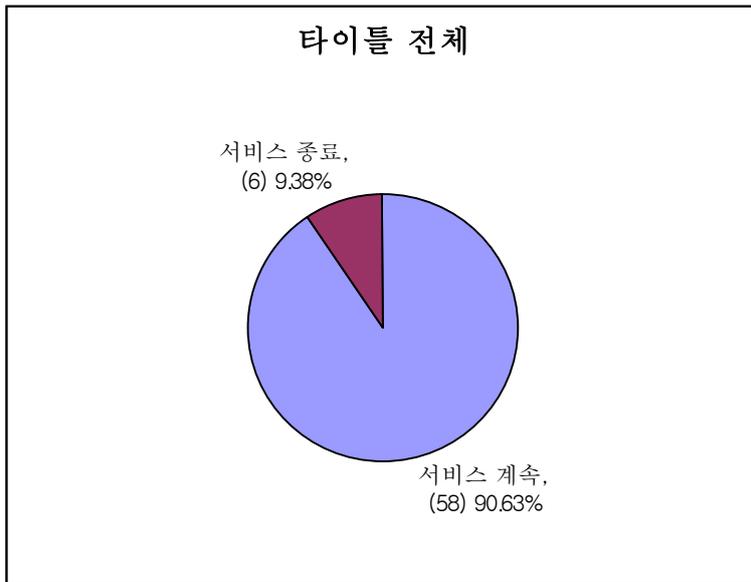
○ 「과금 형태」

- 아이템과금 타이틀이 2008년의 74.83%에서 더욱 증가했는데, 이는 신규 타이틀이 모두 아이템과금 타이틀이었다는 점이 큰 영향을 끼친 것
- 정액과금으로 신규서비스를 개시하는 경우, 플레이어를 모으기 어렵기 때문에 강력한 IP를 가진 타이틀 이외에는 정액과금을 채용하기 힘들어 이러한 경향은 매년 강해질 것
- 서비스 기간을 보면 정액과금은 743.00일, 아이템과금 타이틀이 347.89일로 큰 차를 보이는데, 짧은 기간에 다수의 타이틀을 개시하는 현상에서는 정액과금 타이틀 개시에 대한 리스크는 높아지고 타이틀의 사이클은 앞으로도 더욱 빨라질 것으로 보임



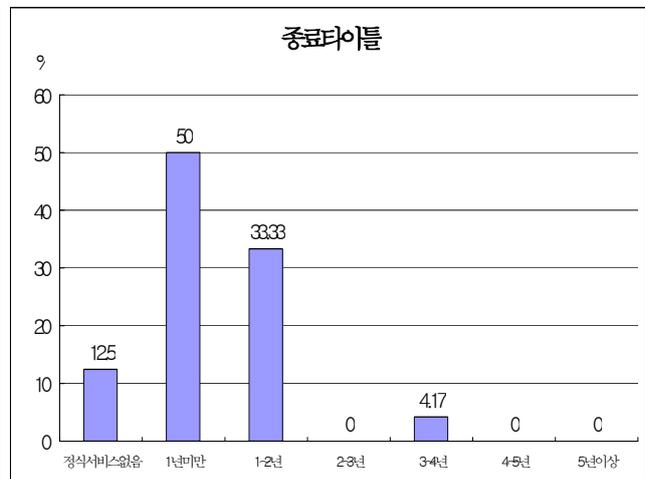
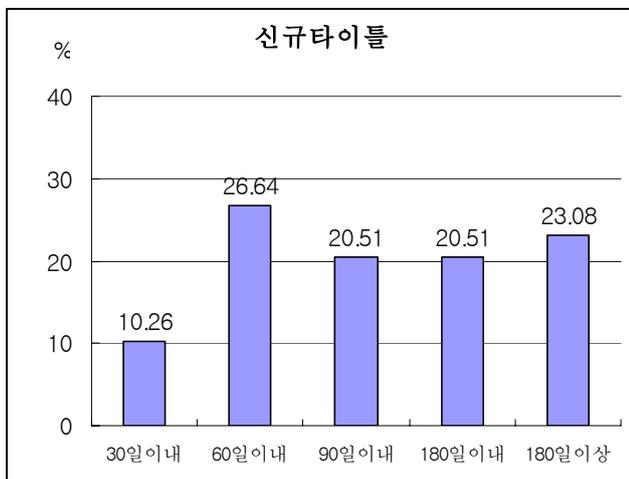
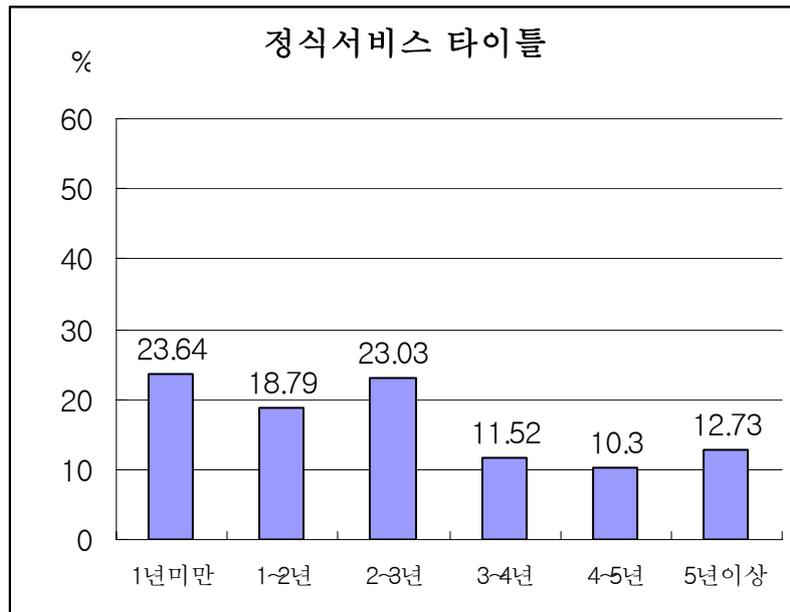
○ 「운영회사」

- 2009년 현재 일본 국내의 운영회사는 **58개사**로, 2008년의 62개사에서 93.54% 수준으로 감소
- 서비스가 종료된 온라인게임 운영타이틀을 갖고 있지 않은 회사는 6개사로 2008년과 같은 수치
- 운영이관에 따라 온라인게임 사업에서 철수하거나 통폐합 등에 따라 **운영회사 수의 감소경향이 강해짐**
- 58개사 중 **25개사가 운영 타이틀을 하나밖에** 가지고 있지 않는데, 정기적인 업데이트가 요구되는 온라인 게임에서는 인건비를 포함한 러닝코스트에 비해 그에 걸 맞는 수익을 올리기 힘들므로 코스트절감을 위해서는 **타이틀수를 늘려야 함**



○ 「서비스 기간」

- 2009년 4월 1일 현재까지의 평균 서비스 기간은 2008년과 비교할 때 **150일 이상 신장**
- 신규 타이틀로 β테스트 개시부터 정식서비스로 이행하기까지의 기간을 집계한 결과, 평균일수는 2008년의 **135.81일보다 약간 길어졌으나**, 60일 이내에 정식 서비스로 이행한 경우가 가장 많아 정식 서비스까지의 기간은 **점점 짧아질 것으로** 예상됨
- β서비스는 플레이어가 타이틀에 질리기 전에 정식 서비스로 이행하는 수단으로 바뀌어갈 가능성이 있으며, 본래의 '테스트'로서의 의미보다는 집객을 위한 기간으로서 테스트 서비스를 개시한다고 생각됨



3. 『향후 전망 및 시사점』

- 매우 어려운 경제 환경 속에서 일본의 온라인게임 업계는 스스로의 매력으로 안정된 수익성을 유지하고 있음
- 특히 오래 운영되어온 타이틀을 보유한 기업은 극히 안정되어 있는데, 온라인게임은 커뮤니케이션 부분이 가치의 원천이기 때문으로 분석되며 이것이 다시 안정된 수익으로 연결되는 부분일 것
- 서버나 데이터센터의 코스트도 더욱 절감할 수 있게 되었는데, 최근에는 가상화 기술의 보급으로 서버를 늘릴 필요가 있을 때에도 물리적으로 적은 대수로 가능하게 되기 시작
 - 이전에는 SQL서버와 월드서버, 챗서버, 인증서버를 분리시키면 물리적으로 4대를 두어야했으나, 가상서버를 사용하면 1대의 하드웨어에 이들 가상서버를 수용

가능

- 'Second Life'에도 사용된 아마존의 Elastic Computing Colud(EC2)라는 호스팅서비스는 1시간 단위의 과금으로 증설·정지도 자유자재로 가능하므로 일시적으로 확장시킬 필요가 있는 서비스에 매우 적합한 호스팅이므로 일본 국내에서 활용할 경우 온라인게임의 서버로서도 충분히 사용할 수 있을 것으로 보임
- 또한 통신 캐리어의 기준이 완화되어 커뮤니티 서비스를 공식 사이트로 운영하기 쉽게 되어 휴대폰용 서비스에도 매우 가능성이 넓어지고 있음
- 종합적으로 판단하면, 2009년 일본의 온라인 게임산업은 다양한 과제가 기다리고 있으나 기본적으로 전망은 밝다고 볼 수 있음
- 일본에서 한국산 온라인게임의 점유율은 예전 50%이상보다 다소 줄어든 40% 내외가 되며, 현재 일본진출 한국 투자나 지사 수가 13개사 정도로 강세를 보이고 있는 상황임
- 따라서 일본 시장에서의 향후 시장점유 확대를 위해서 위에서 언급한 추세와 방향성에 대한 정확한 이해와 이를 토대로 한 정책의 수립이 필요하다고 봄