



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

## Wii용 타이틀 판매 감소와 서드파티 퍼블리셔 (Third-Party Publishers React To Deflating Wii Bubble)

폴 히먼(Paul Hyman)

가마수트라 등록일(2010. 01. 08)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/4237/thirdparty\\_publishers\\_react\\_to\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/4237/thirdparty_publishers_react_to_.php)

떨어지는 Wii 하드웨어 판매량과 Wii의 거품이 꺼지고 있다는 분석가들의 언급은 몇몇 서드파티 퍼블리셔들이 그들의 전략을 재검토하게 만들고 있다.

NPD 그룹에 의하면, 2008년 1월부터 11월까지 Wii 콘솔의 미국 판매량은 27.5퍼센트 감소했고, 2009년의 같은 기간에는 8백만대에서 5백 8십만 대로 감소했다고 한다. NPD 그룹은 2009년 총 판매량은 아직 공개하지 않았지만, 미국에서 12월에 3백만 대가 팔린 것으로 예상한다면 Wii는 작년에 미국에서 8백 8십만 대가 팔린 것으로 보이며, 이는 2008년의 1천 2십만 대의 판매량에 비해 14퍼센트 감소한 것이다.

Wii의 판매량이 감소하고 있는 것은 시장에 너무 많은 Wii 게임이 나와 있거나, 게이머들이 Wii 캐주얼 또는 파티 게임을 이미 많이 가지고 있거나, 퍼블리셔들이 유동적인 Wii 게이머 인구 범위를 잘 파악하지 못하기 때문이라고 보여진다.

서드파티 퍼블리셔인 캡콤의 경우, Wii에 대한 지원 증가로



인해 2007년 9월에는 5년 이래 주가가 최고치를 기록했다고 한다. 이 당시 캡콤의 CFO는 Wii 포맷으로 제작한 게임들에 대해 열정적으로 얘기했으며(3가지에서 6가지로 늘어났다), ‘잭 & 위키 - 발바로스의 보물’을 다음 달에 발매할 예정이라고 했다.

그러나 캡콤의 커뮤니케이션 및 커뮤니티 수석 디렉터인 크리스 크래머(Chris Kramer)는 “이 타이틀은 가장 평가가 좋은 Wii 게임이었고 미디어의 평가도 좋았지만, 판매량은 26개월 동안 뚜렷한 이유 없이 12만 개에 불과했다”고 말했다.

마찬가지로 일본의 퍼블리셔인 마블러스 엔터테인먼트는 2009년 Wii와 PSP 판매에 집중했지만, 2가지 플랫폼의 상황이 많은 차이를 보인다는 것을 알게 되었다. 2009년 회계연도 첫 상반기에는 5개 중 4개의 PSP 게임이 이익을 냈지만, 4개 중 3개의 Wii 게임으로는 손해를 봤다.

크래머는 “닌텐도가 아니라면 PS3와 Xbox 360에 비해 Wii로 이익을 보기 어렵다. 현재 시장 상황은 타개하기가 매우 어려운 형세이다”라고 말했다.

Wii가 2006년 11월 처음으로 북미 시장에 진출했을 때는 간단한 캐주얼 게임과 파티 게임이 매우 잘 팔려서 시장을 휩쓸었다. 그는 “이제는 도대체 시장 상황을 모르겠다”고 덧붙였다.

한 가지 확실한 것은 상황이 바뀌었다는 것이다. 타깃(Target)이나 베이스 바이(Best Buy)와 같은 판매회사들은 게임 퍼블리셔들이 미니 게임 컬렉션을 들고 찾아오지도 않으며, 더 이상 그런 게임은 선택하지 않는다고 한다.

크래머는 “서드파티 퍼블리셔들은 누가 Wii의 소비자인지 파악하는 데 어려움을 겪고 있다. 더 이상 캐주얼 게임이나 E등급 게임 이용자들이라고 한정 짓기 어렵게 되었다. 플랫폼이나 게이머들의 성향에 대해 확실한 가닥을 잡고 싶어도 상황은 매우 불확실하다는 증거들이 충분히 널려 있다”고 말했다.

그러나 코언 그룹(Cowern Group)의 분석가인 더그 크루츠(Doug Creutz)는 Wii 거품이 꺼지는 데는 캐주얼 게이머들의 역할이 크다고 평가했다. 가을 연휴 기간 동안의 조사에 의하면 Wii 소유자들은 작년에 비해 구매한 게임 수가 적은 반면, Xbox 360과 PS3 소유자들은 더 많은 게임 타이틀 구매를 계획했다고 한다.

그는 핵심 게이머들은 예산이 넉넉하지 못해도 게임 구매 비용을 줄이지 않는 경향이 있으므로

이것은 부분적으로 경제의 한 기능이며, 따라서 Wii 하나만 소유한 소비자들은 소프트웨어 구매를 늘리지 않은 것이라고 판단했다.

결과적으로 캡콤은 M등급의 온라인 액션 RPG ‘레지던트 이블: 다크사이드 크로니클’과 ‘몬스터 헌터 트리’와 같은 하드코어 게임들을 도입했다. 또한 Wii에는 격투 게임 시장이 존재하지 않지만, ‘타츠노코 대 캡콤’으로 새로운 시장 개척을 진행 중이다.

크래머는 “Wii 콘솔 구매자의 대다수가 캐주얼 게이머라고 해서 그들이 ‘다이너 대시’나 파티 게임들만 하기를 원하는 것은 아니다. 이것은 그들이 새로운 컨트롤러 인터페이스를 지닌 적절한 가격의 게임기를 원한다는 것을 뜻한다. 그들은 새로운 경험을 원하며, 우리는 그러한 것을 내놓아야 한다”고 말했다.

반면 EA(닌텐도 다음으로 제2의 Wii 퍼블리셔이다)는 감소하는 Wii 콘솔 판매량과 약화된 서드 파티 소프트웨어 시장이 비디오 게임이라는 큰 시장에 큰 영향을 미치지 못할 것이라고 여기고 있다.

CEO인 존 리치티엘로(John Riccitiello)는 “Wii가 작년만큼은 팔리지 않을 것으로 보인다”고 말했다. 그러나 EA는 Xbox 360에서 20퍼센트 초반의 점유율, PS3에서 20퍼센트 후반의 점유율, Wii에서 19-20퍼센트의 점유율을 차지하고 있기 때문에, 그는 어떤 플랫폼이 잘 팔리는지에 무관심하다. 그는 “물론 다 잘 되기를 바라지만, 하나가 잘 되고 다른 플랫폼이 잘 안 팔려도 이익은 낼 수 있다”고 덧붙였다.

보다 긍정적인 견해를 지닌 마이클 패치터(Michael Pachter)는 현 상황을 “Wii 거품이 꺼지는 것”이 아니라 “Wii 소비자에 대한 새로운 세팅”이라고 보고 있다. 산업 분석가인 패치터는 웨드부시 증권사의 주식 조사 담당 이사로 근무하고 있다.



그는 “Wii 콘솔은 2007년과 2008년에 아무도 예상 못했던 판매고를 올렸는데, 이 게임기는 저렴하면서도 새로운 게임플레이를 보여줬기 때문이다. 이 때문에 너무 큰 기대를 불러일으켰다. 이때 이후로 Wii는 현실적인 지평으로 내려왔고, 이제는 300퍼센트가 아니

라 단지 30이나 40퍼센트 정도 다른 두 콘솔보다 많이 팔릴 뿐이다. 이것은 거품이 꺼진 것이라고 보기 어렵다”고 말했다.

패치터는 Wii를 구매한 사람들의 절반 정도는 “Wii Fit가 재미있어 보인다고 생각한 주부들, Wii 스포츠가 손주들과 즐거운 시간을 보낼 수 있는 도구라고 생각한 할머니들, ‘기타 히어로’나 ‘락 밴드’를 하려는 20대들로, 게이머라고 할 수 없는 사람들”이라고 말했다.



그는 “그들은 더 많은 소프트웨어를 원하지 않을 것이다. 그들은 원하던 게임을 구매했고, 더 이상의 게임은 필요로 하지 않는다. 또한 어떤 Wii 게임이 새로 나왔는지도 관심이 없다”고 덧붙였다.

패치터는 서드파티 개발자들은 Wii 구매자의 나머지 절반에 초점을 맞출 필요가 있다고 말했으며, 캡콤은 많은 사람들이 영화나 브랜드 인지도로 인해 알게 된 레지던트 이블과 같은 타이틀을 발매함으로써 이를 실행하고 있다. 불행히도 이러한 시도는 그리 효과적이지 않은 것으로 보인다.

그는 “Wii 퍼블리셔들은 품질이 우수한 소수의 게임에 집중해야 한다. Wii에는 타깃(Target)에서 판매하는 15달러 저가 게임과 같은 서블웨어가 너무 많다. 마제스코(Majesco)와 같은 회사들은 끊임없이 이러한 게임들을 만들어내고 있다. 이런 게임들은 긍정적인 역할을 전혀 하지 못한다”고 말했다.

사실 최근 게임플라이(GameFly)의 신작 타이틀 목록에는 PS3용 62개, Xbox 360용 72개, Wii용 145개가 올라와 있다.

마찬가지로 현재 ESRB 등급 목록을 보면 PS3용 696개, Xbox 360용 957개, Wii용 1415개의 타이틀이 나열돼 있다.

가마수트라외의 내부 게임 분석가인 매트 매튜스(Matt Matthews)는 “Wii용으로 발매된 게임 타이틀은 엄청나게 많다”고 말하면서 ESRB 목록에 있는 닌텐도 DS용 타이틀 1392개는 2004년 후반부터 발매되었고, PS2용 타이틀 1943개는 지난 10년간 발매된 것이라고 지적했다.

패치터는 “5백만 달러 이상 투자하는 Wii용 게임이 몇 개나 된다고 생각하는가? 아마 5개 정도일 것이다. 3백만 달러 이상은? 100개 정도다. 이 게임들은 너무 손쉽게 만들어낸다는 것이 문제다. 현재 시장에 나와 있는 게임들 중에 Wii에 힘이 되는 게임은 3가지 정도밖에 없다고 본다. 형편 없는 게임들이 너무 많다”고 말했다.

패치터는 Wii용 게임들 중 하나가 베스트셀러가 된다고 해도 PS3와 Xbox 360에 이익을 가져다 줄 일종의 프랜차이즈가 되기는 힘들다고 지적했다.

패치터는 “물론 ‘게임 파티’는 ‘게임 파티 2’를 낳고, ‘게임 파티 2’는 ‘게임 파티 3’를 낳았다. 하지만 왜 후속작들은 성과가 별로 좋지 못했을까? 미니 게임들은 더 이상 필요가 없다. ‘기타 히어로’와 같은 경우를 보면 된다. 이런 게임이 두세 개 있으면 수백 곡을 플레이할 수 있다. 더 필요한 게 있을까? Wii에서 성공한 게임들의 특성은 후속작을 내기 어렵다는 것이다. 후속작을 내려면 ‘매든’이나 ‘헤일로’와 같이 프랜차이즈가 중요하다”고 말했다.

패치터는 서드파티 퍼블리셔들이 Wii 게임에 돈을 적게 쓰고 큰 기대를 걸지 않거나 많은 투자를 통해 닌텐도의 ‘빅 브레인 아카데미’나 EA의 ‘EA 스포츠 액티브’와 같이 우수한 게임을 만들어야 한다고 충고했다.

캡콤의 크래머도 ‘양질의 소수’ 철학에 동의하면서 “캡콤에서는 2010년에 Wii용 게임을 예전처럼 많이 내놓지 않을 것이다. 하지만 발매되는 게임들은 대작들로 이루어질 것이다. 나는 EA나 액티비전, 유비소프트와 같은 주요 서드파티 회사들이 내놓는 닌텐도 게임들이 시장을 지배할 것으로 예상하고 있다”고 말했다.

크래머는 Wii용 타이틀 감소를 플랫폼의 포기라고 인식해서는 안 된다고 보고 있다. 그는 “이것은 서드파티 퍼블리셔들이 어떻게 투자 수익을 내고 이익을 유지하느냐를 궁리하기 때문이다”라고 말하면서 “이렇게 하려면 만드는 게임마다 세가 모델을 적용하고 슈퍼 마리오를 등장시키면 될 것”이라고 농담을 곁들였다.

그러나 패치터는 “진짜 문제는 닌텐도가 서드파티 소프트웨어가 만들어지지 않는다는 사실에 관해 대책을 마련하고 있느냐 하는 문제다. 서드파티 소프트웨어는 그들의 로열티 모델이고 이러한 게임들이 만들어지지 않으면 닌텐도에 손해이기 때문이다. 닌텐도는 서드파티 회사들이 보다 많

은 게임을 만들도록 해야 한다. 그렇지 않으면 서드파티 게임으로 인한 로열티에서 나오는 이익을 잃게 될 것이다”라고 지적했다.