

『2010년 33호 ‘주간 심층이슈’』



『日 게임업계의 스마트폰 및 태블릿PC 대응 전략』

○ 작성 취지

- 일본은 2008년 iPhone 출시이후 본격적인 스마트폰의 대중화가 실현된 가운데, 이에 따른 애플리케이션 시장이 급속히 확대되어 왔음
 - 올해부터 구글의 안드로이드 탑재 스마트폰이 본격 출시되면서, 이들 스마트폰 및 애플리케이션의 경쟁이 심화될 예정이며, iPad출시와 더불어 안드로이드 및 윈도우즈7 탑재의 태블릿PC도 소개되고 있는바 이들 대응 애플리케이션 또한 개발이 적극 진행되고 있는 상황임
 - 이러한 동향을 파악하고 시사점 도출을 통해 국내 게임업체의 일본 시장 진출시 참고자료로 활용하고자 함
- ※출처 : 닛케이트렌디 9월호(닛케이BP 발간), 닛케이신문(11.11), 각 게임사 홈페이지 등

○ 작성 순서

1. 「스마트폰 및 태블릿PC 동향」
2. 「인기 게임 애플리케이션 동향」
3. 「게임업계 대응 동향」
4. 「시사점」

1. 『스마트폰 및 태블릿PC 동향』

□ 스마트폰 동향

○ 출시 현황

- 일본의 스마트폰은 「iPhone 3G」가 발매된 지난 2년 동안 소프트뱅크모

바일의 독점 상태가 지속되어 왔으나 올해 새롭게 안드로이드OS를 탑재한 NTT도코모의 「Xperia」가 발매된 직후 「iPhone 3G」의 판매 대수를 증가하면서, `안드로이드폰`에 대한 일반인들의 관심도 증가하고 있는 상황임

- 이러한 상황에서 일본의 캐리어 3사(NTT도코모, au, 소프트뱅크)는 핸드폰에서 스마트폰으로 시프트를 가속화시키고 있음
- NTT도코모의 경우 '10년도 겨울 모델 7기종 투입, 시장 진입이 가장 늦은 KDDI도 6월에 안드로이드를 탑재한 「ISO1」을 발매하고 겨울시즌용으로 전자지갑 기능과 원세그(일본판 DMB) 등의 일본인들의 니즈에 맞는 애플리케이션을 갖춘 기종을 투입
- 애플의 App Store는 2008년부터 2010년 상반기까지 약 50억 개 이상의 애플리케이션이 다운로드 되었음(iPhone4 발표시 공식발표)
- 구글의 Android Market은 규모는 작지만, 최근 4개월 동안 다운로드 수를 2배로 늘리면서 급성장하고 있음

iPhone (소프트뱅크)	Android폰(소니에릭슨제) (NTT도코모)	Android폰(Sharp제) (au)
		

□ 태블릿PC 동향

○ 출시 현황

- 태블릿PC는 주로 의료종사자, 음식점 종업원 등 현장에서 일하는 업종에서는 이전부터 태블릿PC를 사용해 왔었음
- 대부분은 'Windows XP Tablet PC Edition' 등 데스크톱용 OS를 탑재하고 내구성을 높인 터치스크린식의 단말기였음
- 'iPad' 출시와 구글의 최신모바일OS '안드로이드2.2'를 탑재한 대형스크린 단말기, Windows7을 탑재한 고성능 태블릿PC 등이 발매되고서 올해 들어와 태블릿PC가 대중화되고 있음

- 오픈소스인 안드로이드의 경우는 많은 PC제조업체에서 다양한 모델 등이 출시되고 있으며, 삼성의 Galaxy Tab은 NTT도코모를 통해 출시 예정임(11월하순)

iPad	TW317A7(Windows7) (ONKYO)	LuvPad AD100(Android2.2) (Mouse Computer)
		

□ 애플리케이션 동향

○ 시장 현황

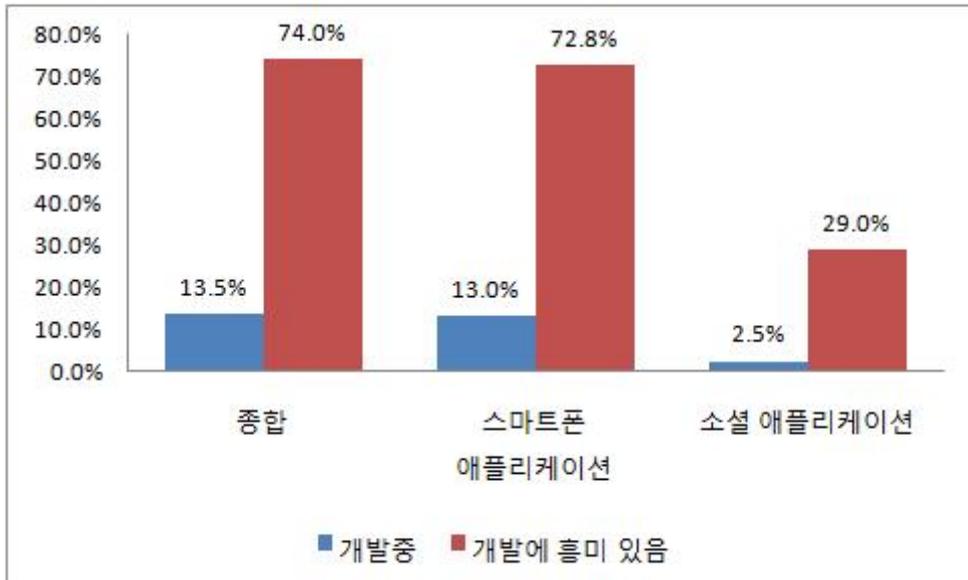
- iPhone용 애플리케이션은 공식 App Store에 등록된 것만 25만개가 넘음
- iPhone에서는 인기가 높은 애플리케이션이지만, 안드로이드판에서는 제공되지 않는 케이스가 의외로 많음
- iPhone과 안드로이드용으로 애플리케이션을 제공하는 경우는 전체의 3%에 지나지 않음
- 안드로이드는 OS버전 업이 빈번하게 이루어지고 있고 탑재 단말도 다양해서 애플리케이션 개발에 어려움이 많음
- iPhone과 안드로이드 모두 대응하는 애플리케이션 'Evernote'의 경우, 안드로이드의 엔지니어 수는 iPhone의 2배

○ 개발 현황

- 최근 IT엔지니어를 대상으로 한 실태 조사에 따르면, 응답자의 70% 이상이 iPhone과 Android, mixi 등에서 이용할 수 있는 스마트폰/소셜 애플리케이션 개발에 흥미를 가지고 있는 것으로 나타났음.
- IT엔지니어 Web미디어 「@IT(<http://www.atmarkit.co.jp>)」가 시스템 개발업무자를 대상으로 실시한 조사에 따르면, 스마트폰/소셜애플리케이션 개발에 '흥미가 있다'고 응답한 사람은 74.0%로 이 분야의 애플리케이션 개발에 흥미를 가지고 있는 엔지니어가 다수 있는 것으로 파악됨

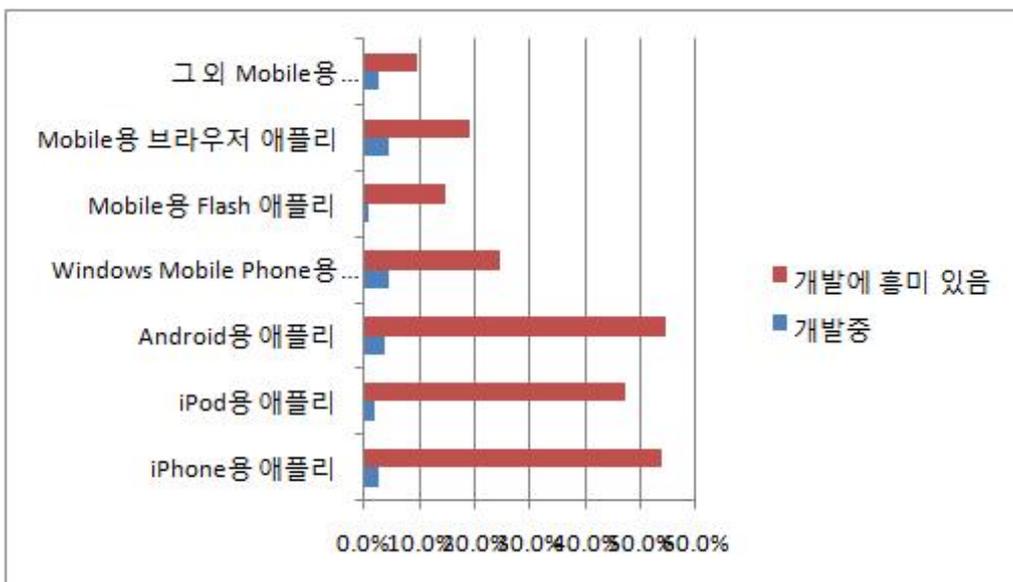
- 개발을 '현재 진행하고 있다'고 응답한 사람은 13.5%에 그쳐 아직 초기 개발이 본격적으로 이루어지고 있지 않다는 것을 알 수 있음

【그림 1】 스마트폰/소셜 애플리케이션 개발(종합 / 종류별)



- 종류별로는 iPhone과 Android 등의 스마트폰 애플리케이션 개발에 의욕을 보인 응답자가 72.8%, mixi와 Facebook 등의 소셜애플리케이션은 29.0%, 스마트폰 애플리케이션에 대한 기대감이 큰 것으로 보임

【그림 2】 스마트폰 애플리케이션의 개발(플랫폼 별)

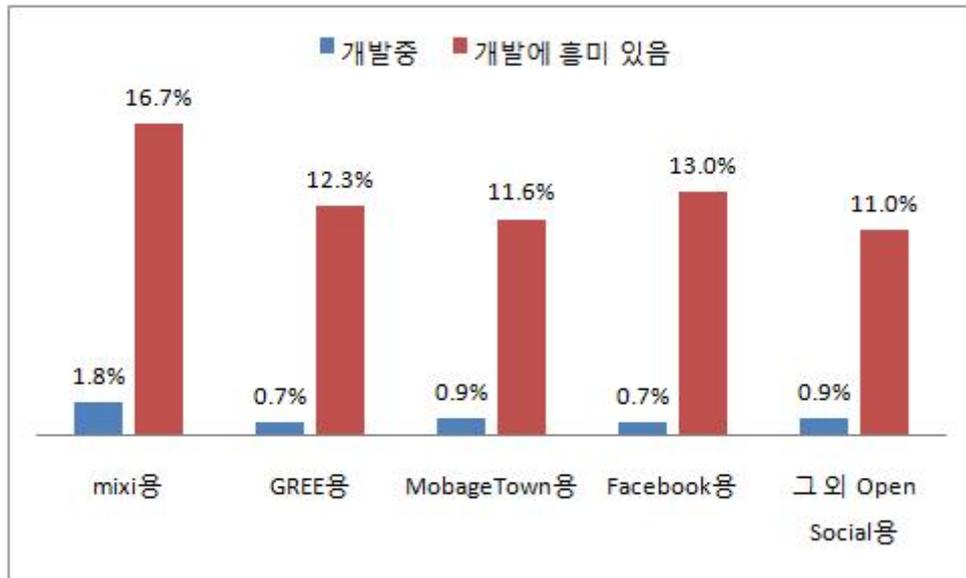


- 대응하는 OS와 서비스 등의 플랫폼별로 보면, 스마트폰 애플리케이션에서는 Android용 애플리케이션에 대한 관심이 가장 높은 54.6%, 다음으로 iPhone용 애플리케이션이 53.9%、iPad용 애플리케이션이 47.

3%임

- 소셜 애플리케이션에서는, mixi용 애플리케이션이 가장 높아 16.7%, 다음으로 Facebook용 애플리케이션이 13.0%, GREE용 애플리케이션이 12.3%이었음

【그림 3】 소셜 애플리케이션의 개발(서비스 별)



2. 『인기 게임 애플리케이션 동향』

☐ 최신 인기 게임 애플리케이션

○ 『킹파루사 for Xperia』 (월 525엔)



- 안드로이드에 적합한 게임성과 파치슬롯의 재미를 살린 게임으로 가장 오래된 게임
- Xperia(NTT도코모) 전용 애플리케이션
- Android 1.6, 2.1 모두에서 사용 가능
- GALAXY S(NTT 도코모) 유저는 '킹파루사 for GALAXY S' 이용
- 월 525엔으로 이용 가능

○ 『4명이 하는 마작』 (월 315엔)



- AndroidOS 1.6, 2.1, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX, GALAXY S 대응
- 가장 보편적인 4인용 마작 게임

- 터치 키 버튼으로 조작하고, 많은 단말에서 이용할 수 있는 것이 장점
- 상세한 룰 설명과 하우스 룰 설정 등 서포트 기능이 충실

○ **Cosmic Dragon Game Engine의 『마왕같은 것 쓰러트리겠어!』 (209엔)**



- Version 3.8, AndroidOS 1.6, 2.1, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX, GALAXY S 대응

- 안드로이드 게임에서 본격적인 RPG를 즐길 수 있는 게임으로 다인수 참가 가능
- 2D와 3D를 접목시킨 그래픽이 특징

○ **Genki Mobiled의 『있을 수 없는 배틀』 (무료)**



- Version 1.0.1, AndroidOS 1.6, 2.1, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX 대응

- 장애물을 점프해서 넘어가는 심플한 게임
- 예측할 수 없는 장애물이 나오는 것이 게임의 재미를 살림
- 진동 기능을 설정해서 게임을 하는 도중에 플레이어가 장애물에 부딪히면 단말기가 진동

○ **SOFTWARE INDUSTRIAL의 『대부호』 (무료)**



- Version 1.3.0, AndroidOS 1.6, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX, GALAXY S 대응

- 안드로이드에서 트럼프게임 「대부호」를 즐기는 애플리케이션
- 기본적인 게임 방식은 간단하지만, 지역에 따라서 독특한 게임 방식이 추가되어 있는 것이 특징

○ **COLOPL의 『코로니한 생활☆PLUS』 (무료)**



- Version 1.1.5, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX, GALAXY S 대응

- 핸드폰 게임에서 인기가 높은 GPS기능을 이용한 위치 정보게임
- 유저의 거리 이동에 따라서 획득할 수 있는 게임 안에서 사용할 수 있는 통화 `프라`를 사용해서 코로니를 키우는 게임으로 오프라인 점포와의 연동 전개

○ **SOFTWARE INDUSTRIAL의 『뫼싱2』 (180엔)**



- Version 1.1.5, AndroidOS 1.6/2.0/2.1, HT-03A, Xperia, Desire,

IS01-LYNX 대응

- 인기 탈출 게임 「Missing」의 속편
- 전편보다 그래픽이 향상되고 난이도도 높아짐

○ SOFTWARE INDUSTRIAL의 『홈런경쟁』 (무료)



- Version 1.0.3, AndroidOS 1.6, HT-03A, Xperia 대응

- 계속해서 홈런을 치는 게임
- 게임 방식도 조작도 간단해 야구를 좋아하는 사람뿐만 아니라, 야구를 잘 모르는 사람도 쉽게 이용할 수 있는 장점

○ Hudson Soft의 NECTARIS (450엔)



- Version 1.0, AndroidOS 1.6/2.1, HT-03A, Xperia, Desire, IS01-LYNX 대응

- PC엔진(NEC)으로 발매되어 인기를 모은 30대 이상에게 익숙한 추억의 게임
- 전략시뮬레이션 게임으로, 플랫폼의 변화에 맞추어 발매

3. 『게임 업계 대응 동향』

□ 콘솔게임 업계 대응 전략

○ 세가(SEGA)

- 세가는 지금까지 「체험」, 「통신」 등, 가정용 게임기에서 새로운 기능 등 장으로, 항상 적극적으로 타이틀 개발을 해왔음
- 닌텐도에서 발매될 예정인 [닌텐도3DS]는 스마트폰과 같은 터치패널에 WiFi통신기능, 나안식 3D까지 대응하고 있어 스마트폰을 가지고 있지 않은 저연령층뿐만아니라 기존의 게임유저들에게도 적극 어필
- 세가는 닌텐도3DS용 소프트웨어를 2011년도말까지 6개 타이틀을 발매할 예정으로 제1탄으로써는 [슈퍼몽키볼 3D(가제)]로 2011년 봄 일본과 구미 지역에서 발매할 예정

※ '슈퍼몽키볼'은 2001년 게임큐브용으로 출시된 이후 다양한 콘솔 플랫폼을 통해 전세계 누계 550만장 이상 발매하였으며, iPhone 용등으로 발매되고 있음

- 손쉽게 3D로 게임을 즐길 수 있는 「나안 3D기능」을 갖춘 「닌텐도-3DS」용으로 축적해온 높은 기술과 양질의 프로퍼티를 활용해 일본 국내를 비롯한 글로벌 시장을 향한 적극적인 타이틀 개발을 함으로써, 기존의 유저뿐만 아니라 새로운 고객 획득을 노림
- 3D기술이 영화나 대형 텔레비전 시장을 견인하며 커다란 화제를 모으고 있는 가운데 발 빠르게 3D기술을 도입함으로써 지금까지 없었던 새로운 즐거움과 놀이를 제공함으로써 시장의 활성화가 이루어질 것으로 기대하고 있음
- 한편, 일찍이 핸드폰 및 iPhone등의 스마트폰에도 게임 애플리케이션을 서비스해 왔는데 전용 페이지(<http://sega.jo/kt/>)를 통해 자사 서비스 게임 등도 적극 홍보중임
- 게임사업을 담당하는 어뮤즈먼트 및 가정용게임기, 휴대전화 등의 **개발 체제를 통합하는 '개발생산총괄본부'를 신설**했음. 스마트폰 등을 포함해 **통합적으로 개발계획을 수립할 수 있게 됨.**

※이전에는 동일한 타이틀이더라도 단말별로 별도 팀이 개발했음.

- 세가는 다양하게 더 많은 사람들에게 콘텐츠를 접할 수 있는 기회 확대를 도모하기 위해 다채로운 프로퍼티와 개발력을 토대로 가정용 게임기의 새로운 기능에 대한 대응을 이후에도 적극적으로 진행할 예정임

○ 캡콤(CAPCOM)

- 캡콤은 타 게임회사들보다 스마트폰 시장에서 선구자적 지위를 확립해성장 잠재력이 높은 스마트폰 용 콘텐츠시장에 적극적으로 전개
- 독자적인 개발 기술인 '비주얼패드'의 도입으로 새로운 놀이 방법을 제공하면서 '스트리트 파이터 4'가 히트, 이후 다수의 타이틀 투입할 예정
- 일본, 미국 외의 지역에서 발매 첫 날부터 매출랭킹 제1위를 차지하며, 자사·타사 콘텐츠의 양면 전개로 유저층의 확대를 도모
 - ⇒ 자사 콘텐츠:「바이오하자드4 iPad edition」(iPad와 동시 발매) 등
 - ⇒ 타사 라이선스:「Cash Cab After Dark: Las Vegas」(iPhone/iPad) 등
- 기존의 게임을 다양한 단말기용으로 멀티 플랫폼으로 추진하는 전략임.
 - ⇒ 과거 인기게임을 효율적으로 활용해 복수 기종에 전개

- ⇒ 가정용게임과의 연동을 통한 수익 확대(「스트리트 파이터 IV」등)
- 또한 최근 기존 콘텐츠와 커뮤니케이션 시스템을 융합해 캡콤의 강점을 살린 신규 서비스(SNG)의 가능성을 검토
- 핸드폰용 게임 콘텐츠의 개발 및 서비스를 통해 성장 잠재력이 높은 모바일 콘텐츠 시장에서 다양화되고 있는 단말기에 유연하게 대응하고, 캡콤의 브랜드 타이틀 및 타사 라이선스 게임을 적극적으로 투입함으로써, 가정용 게임과의 연동으로 수익 확대 도모
- 「원콘텐츠 멀티유즈」전개의 일환으로써 가정용 게임 소프트웨어에서 축적한 노하우와 콘텐츠를 적절하게 이용하고 자사가 보유하고 있는 풍부한 콘텐츠를 다원적으로 전개해 캡콤의 장점을 최대한 활용
- 2010년3월기에는 해외의 인기 텔레비전 프로그램과 연동한 캐주얼게임 『Who Wants To Be A Millionaire?』와 『Are You Smarter Than A 5th Grader?』시리즈 최신작을 투입함과 동시에 타사 판권을 활용한 『Cash Cab』과 『Where's Waldo?』도 전개함으로써 모든 캐리어에서 커다란 인기를 모았음. 라이트 유저용의 새로운 시리즈로써 수용되면서 매출 구조를 한 단계 안정시킴
- 그 결과, 2009년에 북미 모바일 시장에서의 점유율은 3.3%의 5위를 차지
- 일본 국내에서는 『역전재판4』가 꾸준히 좋은 반응을 얻어 iPhone용 『바이오하자드 디제네레이션』과 『스트리트 파이터 IV』도 신규 유저를 획득하고 있음
- 3D대응 스마트폰에 있어서도 소프트뱅크 모바일의 안드로이드 탑재 스마트폰 「GALAPAGOS SoftBank 003SH」(2010년 12월 발매 예정) 및 「GALAPAGOS SoftBank 005SH」(2011년 2월 이후 발매 예정)는 전용 안경 없이도 볼 수 있는 3D 대화면 액정을 탑재하고 있어 입체 화면으로 입체감 넘치는 영상과 게임 플레이를 즐길 수 있는 것이 특징임
- 가정용 게임기와 모바일 단말 등 하드의 틀을 뛰어넘는 「멀티 플랫폼」 전개를 바탕으로 복수의 핸드폰 캐리어에 대응 가능한 오픈 플랫폼인 안드로이드를 활용해, 캡콤의 유력 콘텐츠를 스마트폰에도 적극적으로 투입할 예정
- 새롭게 발매되는 3타이틀은 모두 캡콤을 대표하는 인기 작품으로 『록맨』은 1987년에 가정용 컴퓨터가 발매된 시리즈 첫 작품으로 개성이 풍부한 캐릭터와 강한 게임성이 인기 액션 게임

- 「마계촌」시리즈 최신 편의 『마계촌 기사열전』은 납치당한 젊은 소녀들의 혼을 다시 찾기 위해 2명의 용감한 기사가 마계의 비밀을 풀어간다는 액션 게임
- 영상미가 넘치는 『바이오하자드 디제네레이션』은 시리즈 첫 장편 CG영화를 원작으로 하고 좀비감염자로 넘치는 공항을 무대로 생존자를 구출해 탈출시키는 액션 호러 게임임
- 캡콧은 금년내에 약 1,100명의 개발인력 대부분이 속해있는 가정용 게임기용의 ‘컨슈머’, PC용의 ‘온라인’, 휴대전화용의 ‘모바일’을 통합하는 조직개편을 진행예정임
- 앞으로 기획단계부터 스마트폰 등의 폭넓은 단말에의 제공을 염두에 두고 신작 개발을 추진하겠다는 의도임

※ 인기 격투기 게임 ‘스트리프파이터’ 등은 iPhone 등에 제공되고 있지만, 지금까지 대부분 가정용 게임기용으로 발매한 소프트웨어를 어레인지해 제공하는 수준임

○ 코나미(KONAMI)

- KONAMI도 iPhone/iPod touch/iPad용 게임에 적극 개발참여중
- 「METAL GEAR SOLID TOUCH」 등 지금까지 17개의 애플리케이션을 서비스 해 오고 있음
- iPhone/iPod touch용 애플리케이션 소개 사이트 「Touch KONAMI」를 2008년부터 구축 소개중임
- iPhone/iPod touch용에서 서비스 되는 인기 게임은 「METAL GEAR SOLID TOUCH」, 「DanceDanceRevolution S」, 「러브플러스」 등으로 최근 위닝일레븐2011도 서비스중임
- 「METAL GEAR SOLID TOUCH」는 등장인물과 시대 배경 등의 각종 설정은, 「METAL GEAR SOLID 4 GUNS OF THE PATRIOTS」(MGS4)의 세계관을 살린 오리지널콘텐츠로 터치 기능을 살려, 조준을 움직이거나, 줌으로 바꾸는 등 직접적인 조작을 할 수 있음
- 각 스테이지의 로케이션과 등장 캐릭터 등은 「MGS4」의 스토리에 맞춘 구성으로 스테이지를 클리어하면 플레이어에게 포인트가 부여되고, 모인 포인트를 이용해 「메탈기어」시리즈의 동영상을 열람하거나 배경 화면으로 취득할 수 있음
- 「DanceDanceRevolution S」는 곡에 맞추어 화면 밑에서 흐르는 화살

- 형 아이콘을 타이밍 좋게 손으로 탭하는 음악 게임
- iPhone/iPod touch/iPad용 게임홍보를 위한 사이트 (www.touch.konami.jp)를 구축, 서비스에 대한 정보를 발신중임

○ 기타 게임업계 동향

- 반다이나무코게임스는 소프트 타이틀별로 제작, 판매, 전송기능을 통합하는 조직개편을 단행
- 코에테크노게임스는 휴대전화부분과 온라인 부분을 통합
- 게임업체가 조직개편을 서두르는 배경에는 가정용 게임기 수익이 매년 축소되고 스마트폰 및 소셜 사이트를 통한 게임의 수익이 급속도로 확대되고 있기 때문임. 수익확대를 위해서는 다양한 단말에 소프트를 공급할 수 있는 체제 구축이 필요하기 때문임.

□ SNS 업계 대응 전략

○ 그리(GREE)

- 소셜네트워크의 초기 서비스 기업으로, 2006년에 KDDI와 연계해 핸드폰용 서비스에 주력
- 2007년에 자사가 개발한 게임을 투입해 가입자가 급증, 현재 2200만 명을 넘는 회원 보유
- 남성이 52%, 여성 48%로, 연령별로 보면 20대 34%, 30대 26%의 구성
- 스마트폰용 서비스 전개와 글로벌 전개로 회원수를 1억 명으로 늘릴 계획
- 지금까지 `SNS+게임`을 전개해 왔으나, 앞으로는 `SNS+게임` 이외의 다른 부가가치를 제공할 계획
 - ※ IDC프론티어와 공동으로 GREE유저용으로 제공되는 소셜애플리케이션을 대상으로 서버와 네트워크의 기능을 대여하는 클라우드컴퓨팅서비스를 11월 17일부터 개시중임
- 새로운 유저를 획득하기 위해서 게임은 기본적으로 조작의 심플성을 중요시해 캐주얼 게임을 중심으로 전개
- 40대 이상 유저는 18%에 그치지만, 기존 게임을 적극적으로 광고하여 30대 이상의 유저가 늘어나고 있는 상황임

○ 믹시(mixi)

- 일본 최대 소셜네트워크 서비스 기업으로 2006년에 KDDI와 연계해 핸드폰용 서비스에 주력
- 소셜클럽은 인터넷과 같은 임팩트를 갖고 있는 혁명적인 인프라로 사람과 사람을 이어주는 것은 컴퓨터와 스마트폰뿐만 아니라, 가전 등 다양한 제품과도 연결하는 것
- mixi는 절반 이상이 초대받은 사람으로, 초대받은 사람들과 서로 일기를 볼 수 있음
- 「GREE」「모바게」 등 일본 국내 SNS사이트와 다른 점은, **실제로 알고 있는 유저끼리 이어져 있다는 것임**
- 믹시의 등록 유저는 약 2100만 명으로, 연령층은 20대가 가장 많고 40대 이상은 대단히 적음
- 믹시는 자사 이외의 사이트와의 연계 강화, DeNA가 운영하는 「모바게타운」과 「Yahoo! Japan」 외, **한국과 중국의 SNS 연계임**
- 30대와 40대 유저 확보 문제, 커뮤니케이션만으로는 보급의 한계가 있기 때문에, 사진이나 달력 등 정보를 공유할 수 있도록 함

○ 디엔에이(DeNA)

- 휴대폰용 게임 포털사이트 `모바게타운`을 운영
- 유저층은 10대가 26%, 20대가 42%, 30대가 32%임
- 유저층 변화가 심해 서비스 초기에는 10대 유저가 많았지만, 최근에는 **30대 유저가 늘어나고 있음**
- 소셜게임이 등장한 이후, 한 사람당 페이지뷰와 과금액을 보면, **30대와 40대의 비율이 높음**
- 믹시와 소셜게임분야에서 연계하고 있고 야후와 함께 컴퓨터용 게임 사이트 `Yahoo! 모바게`(<http://yahoo-mbga.jp>)를 10월 7일 정식 서비스 개시중임
- 올 10월 12일, 미국 소셜게임 개발회사인 **ngmoco**사를 매수, 북미지역으로의 글로벌 전개도 시야에 넣고 있음
- 소셜게임 `괴도로이열`을 이용한 기업 프로모션도 개시하는 등, 게임을 중심으로 한 사업 전개를 가속화하고 있음
- 컴퓨터용 `Yahoo!모바게`를 통해서, **고연령대 유저층을 늘리고 있음**

- 쉽고 간단한 게임 중심으로 전개하며, 믹시와 야후와의 연계를 통해서, 사업 기반 강화
- 최근 iPhone과 안드로이드폰 등의 스마트폰은 위치 정보와 전화번호부 기능 등을 활용할 수 있는 기술적인 특징을 살릴 수 있고, '터치', '진동' 등 실제로 단말기를 움직이는 기능도 사용할 수 있어, 스마트폰이 갖는 고유의 기능을 적극적으로 살려갈 방침임

3. 『시사점』

- 현재 일본의 핸드폰은 '스마트폰 전쟁'이라고 할 만큼, 과열경쟁에 있는데 SoftBank의 iPhone이 일반 여성층을 포함한 다양한 연령층에 스마트폰의 대중화를 이끌어왔음
- 한편 최다 가입자수를 보유한 일본 NTT도코모의 안드로이드 탑재 단말기 발표와 더불어, 애플과 구글의 스마트폰 경쟁은 본격화가 되었으며, 여기에 일본의 au도 올해 안드로이드 탑재 단말기 발표를 통해 스마트폰 시장에 뛰어드는 등 본격적인 스마트폰 시대를 맞이하고 있음
- 기존의 핸드폰용 콘텐츠를 개발해왔던 회사 이외에도 많은 회사들이 이들 스마트폰에 구현 가능한 애플리케이션 개발 등을 발표하고 있어, 애플리케이션 시장은 확대일로에 있으며, 초기 여성층을 겨냥한 심플한 애플리케이션이 인기였다고 하면, 현재는 보다 실용적이고 비즈니스에 강한 애플리케이션이 인기를 모으고 있음
- 그리고 눈여겨볼 만한 점은 기존의 콘솔게임 개발업체들이 이들 스마트폰과 태블릿PC용의 게임에 적극 참여하고 있고, 기존의 게임 플랫폼에서 인기를 모았던 게임들을 스마트폰 버전으로 출시하고 있는 바, 게임타이틀과 획기적인 애플리케이션 기능에 따라 인기가 좌우될 것으로 봄
 - 일본의 대형 게임업체들은 기존 개발부문을 통합하는 등 다양한 단말에 소프트웨어를 공급할 수 있는 조직개편을 진행중에 있음.
- 애플리케이션 마켓에 있어서 개발 오픈소스 등을 개방하고 있는데다, 한국에서도 삼성 등 많은 스마트폰 제조업체들이 이들 캐리어용으로 단말기를 납품하고 있어, 국산 애플리케이션 보급이 한층 두드러질 것으로 보임