

# GDC 2009 REPORT

위정현  
중앙대 교수/(사)콘텐츠경영연구소 소장

(사)콘텐츠경영연구소

## 1. Overview

- 전세계적인 경기침체와 함께 금년의 참가자 수는 예년보다 30% 감소
- Casual Game Section, 온라인게임 개발/운영 등의 강연, 한국보다 2년 정도 뒤쳐지는 논의가 진행
- 일본인 강사 증가
  - 일본인 세션은 작년비 1.5배의 16팀. 일본 메이커의 부활 경향이 선명
  - 기조 강연 이외의 일본인에 의한 강연은 14 세션

## 2. Game Trend

- 두 가지의 큰 흐름으로 정리 가능
- 두 가지의 다른 진화 경로
  - ① SONY, MS → Graphic, 3D 기술 향상에 집중
  - ② 닌텐도 → motion 형, idea 형



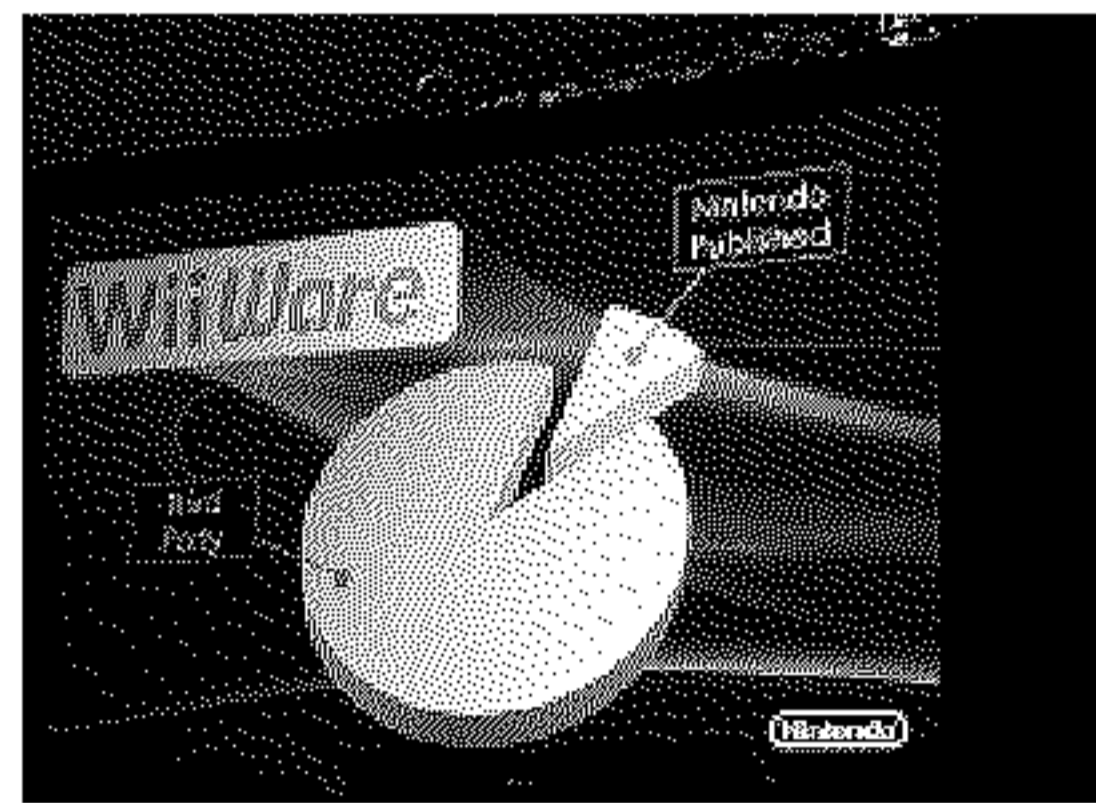
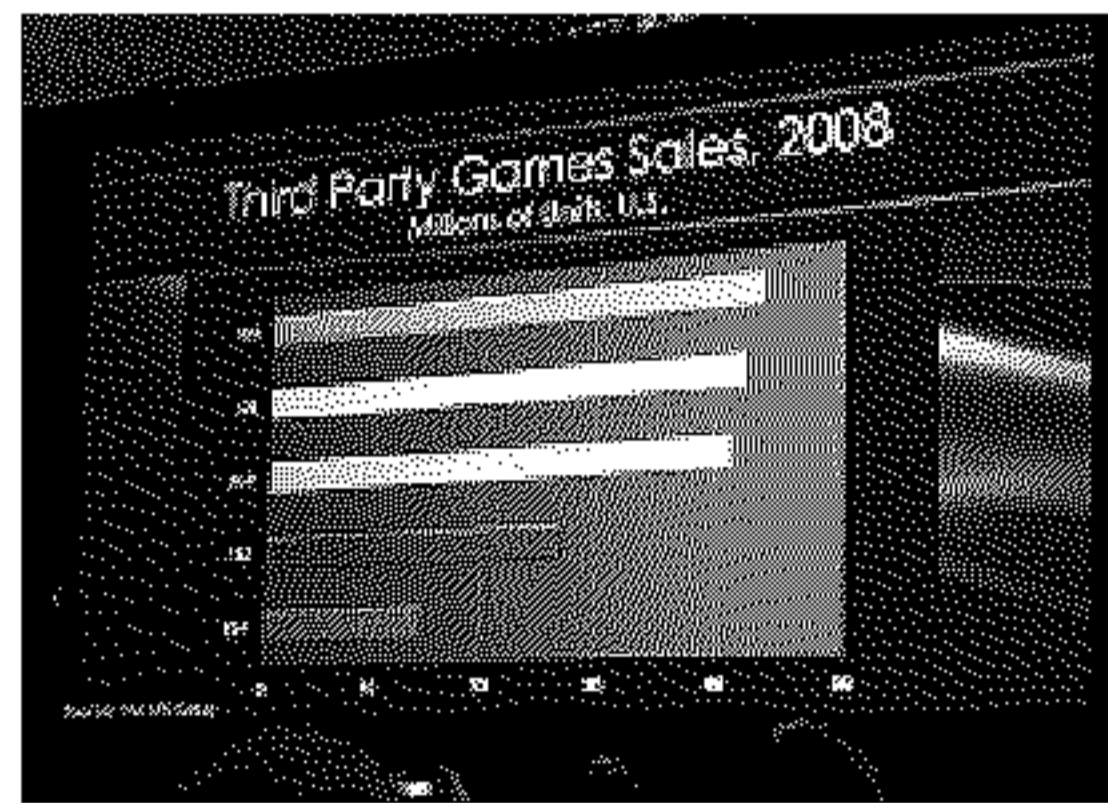
## 3. Platform

- Nintendo
- i-Phone

## 3-1. Nintendo

- Wii의 독무대 : 미국 시장에서도 독주
- 닌텐도 플랫폼에서의 서드파티의 우위성 어필

- 닌텐도의 플랫폼이 서드파티에 있어서도 참가하기 쉬운 것임을 강조

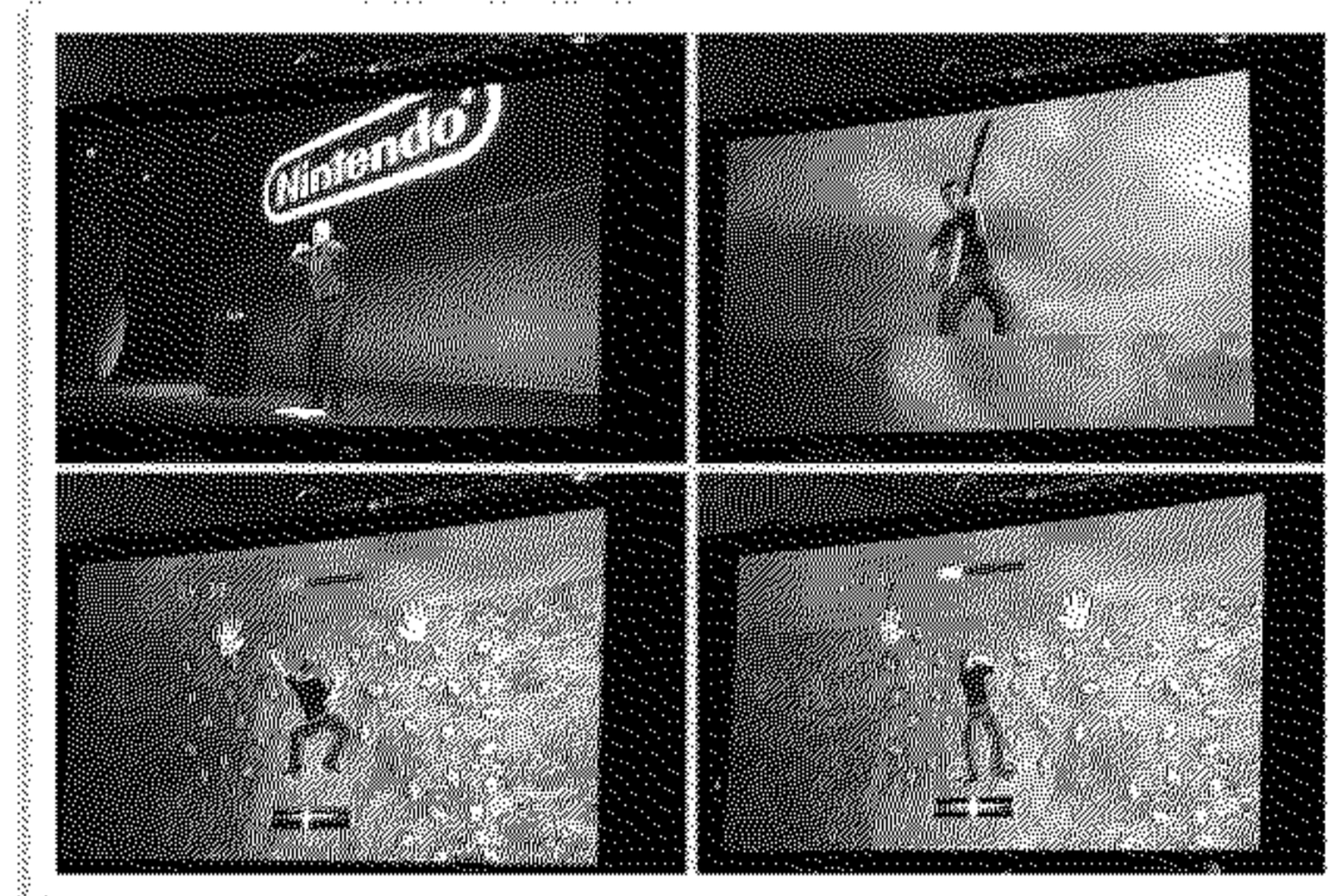


- 2008년 Wii의 서드파티제 타이틀이 가장 많이 팔림
- Wii웨어는 90%이상이 서드파티 타이틀
- 위 7사의 타이틀이 Wii 밀리언히트기록

## 3-1. Nintendo

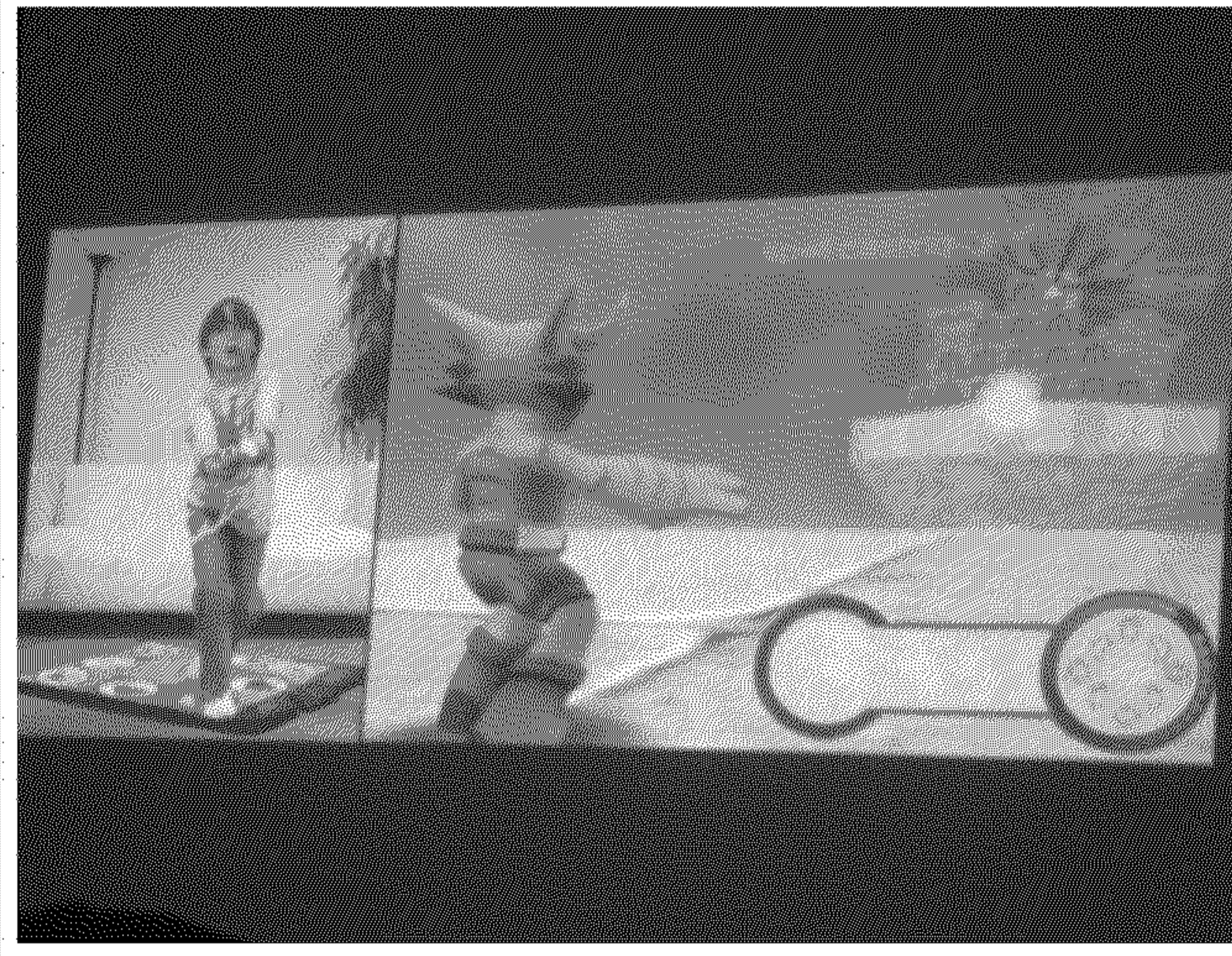
- Wii의 밸런스보드와 위모트를 결합한 체감형 게임

- 기존 Wii 아이스 클라이머 후속작 공개 'ROCK'N ROLL CLIMBER'  
: 유저의 움직임 = 캐릭터의 움직임



▪ Wii의 신작 'ROCK'N ROLL CLIMBER

## 3-2. Active Adventure Game



## 3-3. i-Phone

- i-Phone: 메이저 플랫폼으로서 기능 중, App store
  - Hardware → contents → platform 으로 진화
  - 한국은 NHN, SKT, 삼성 등이 App store 형성 노력 중이나 기본 Architecture에서 한계

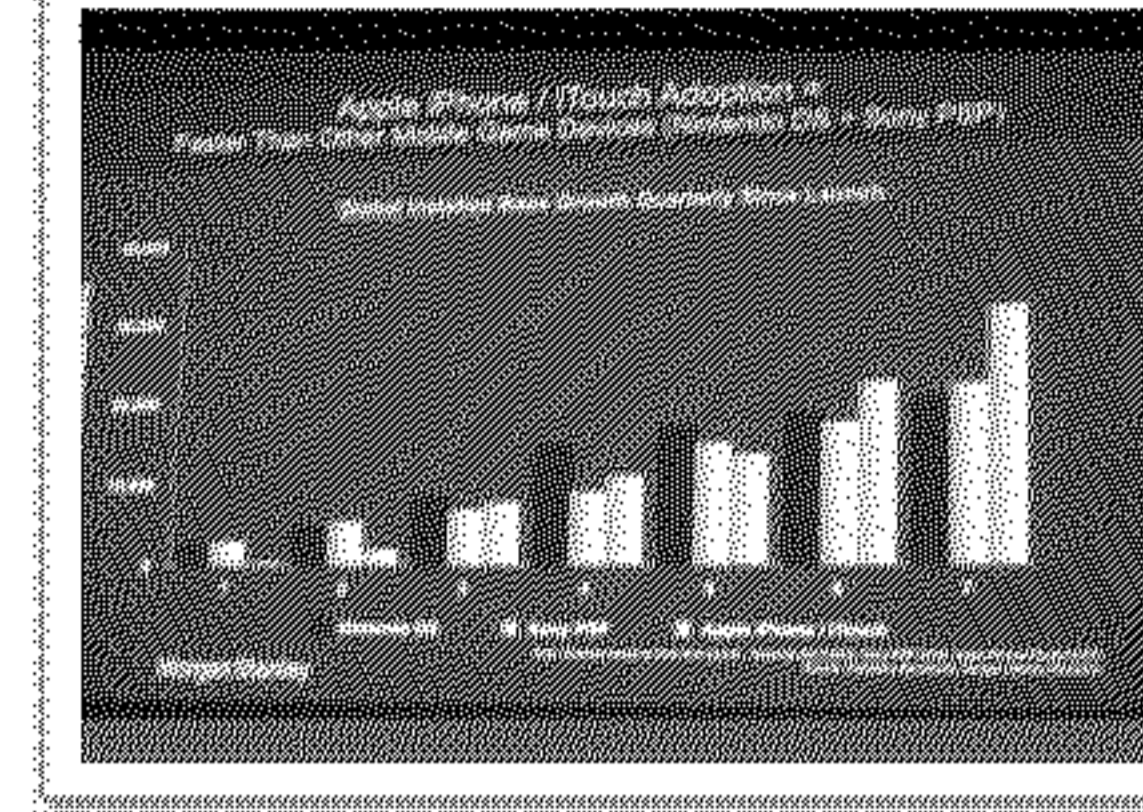
## 3-3. i-Phone

- iPhone 게임 플랫폼의 큰 잠재력

- 개발자를 위한 Market Place와 Tool 제작

- iPhone 의 재탄생과 새로운 가능성 제시

- iPhone 의 미래는 '사회적 상호작용을 위한 게임'을 설계하는 것



- iPhone/iTouch의 판매는 닌텐도DS와 SONY PSP보다 높음



## 4. Distribution

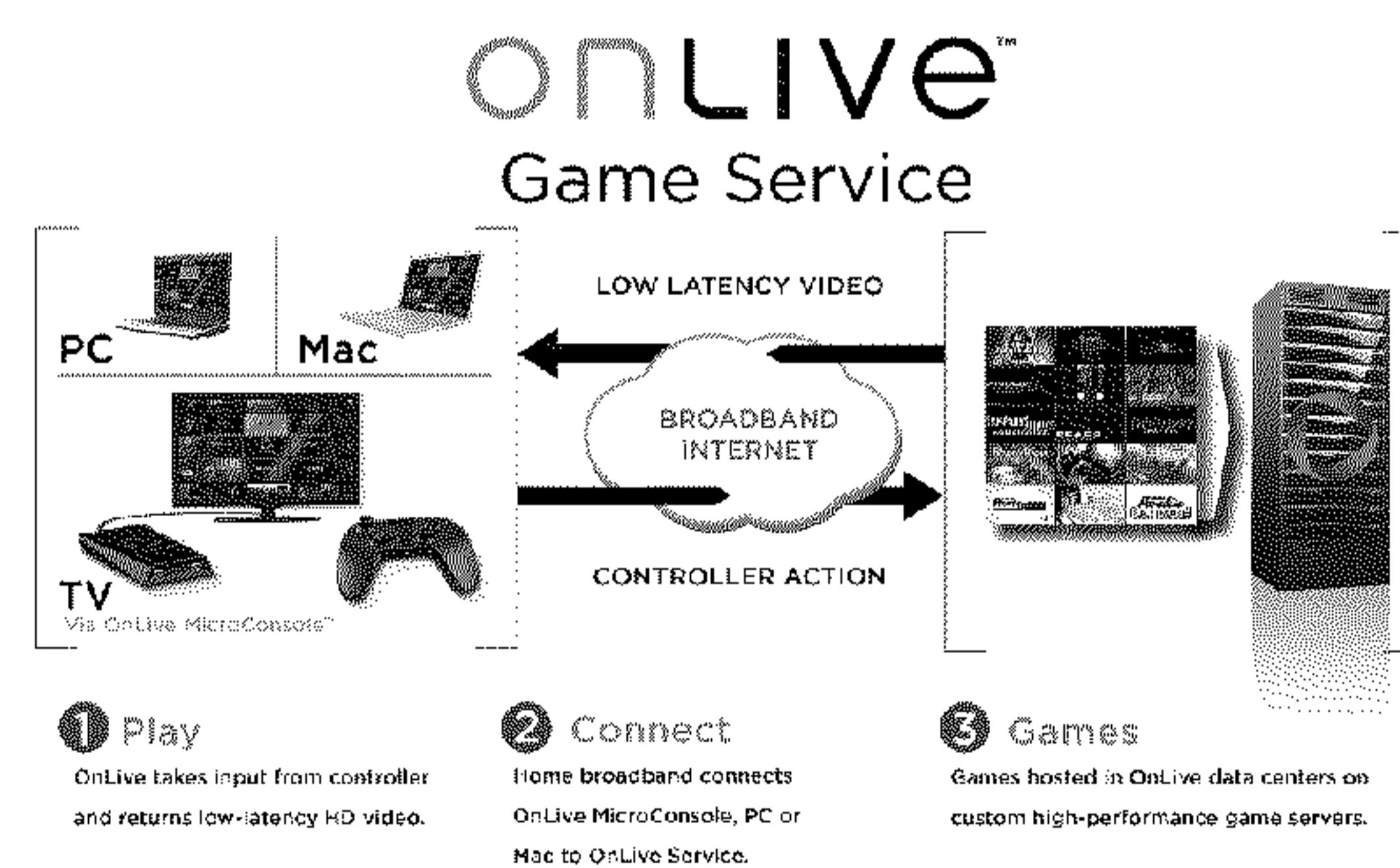
- Nintendo, Virtual console arcade

- Onlive

## 4-1. Nintendo, Virtual console arcade

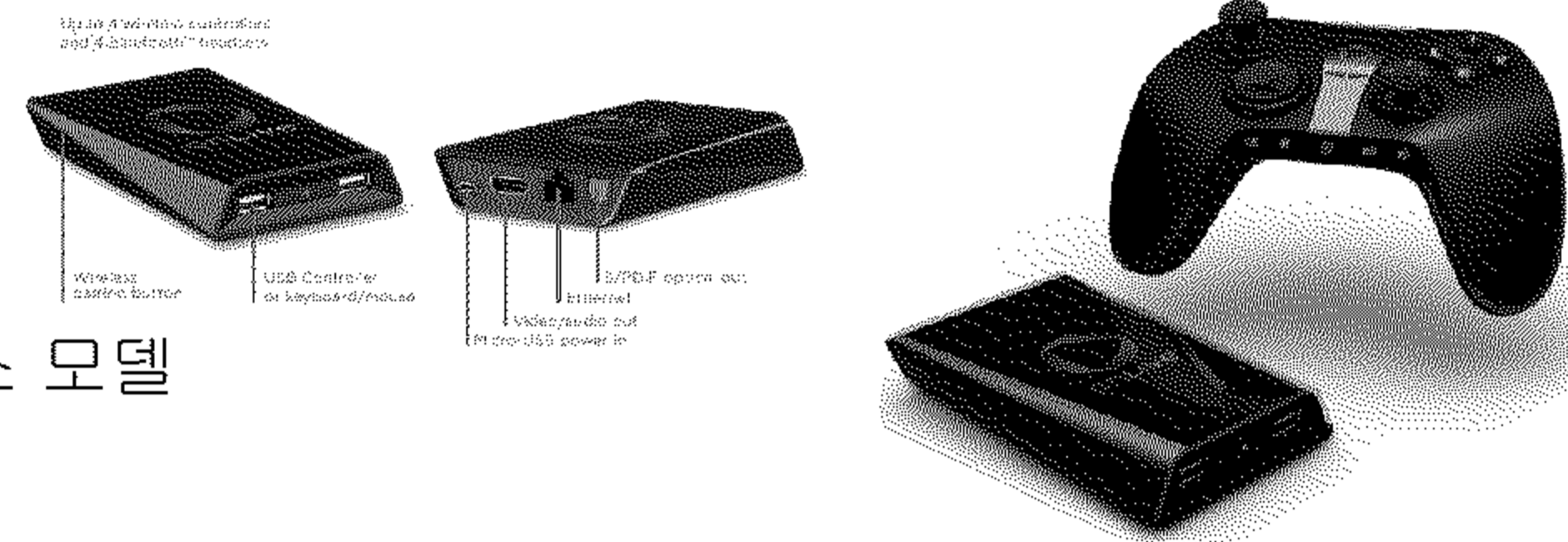
- 아케이드 게임 등을 버추얼 콘솔로 전달
  - 반다이남코게임즈에서 개발한 30 여개의 게임 타이틀을 추가 지원하여 서비스 시작
- 온라인게임의 portal 과 유사한 형태로 진화할 것으로 예측, 기존의 패키지 유통 구조의 붕괴 가능

## 4-2. On live



- 하드웨어 없이 게임을 하는 스트리밍 비디오 게임 서비스
  - 즉, 데스크톱 PC나 맥북, 넷북 등에 플러그인만 설치하면, TV와 연결해서 바로 게임을 할 수 있음

## 4-2. On live



### □ 온라인의 비즈니스 모델

- 사용자가 게임 타이틀을 즉석에서 구매, 대여할 수 있는 가입 서비스
- 게임사는 비디오 게임기라는 중간 단계를 없애고 사용자와 직접 거래  
: 향후 수익성 확보와 게임 타이틀의 폭도 그만큼 넓어질 것으로 관측
- 스트리밍 방식으로 서비스되는 게임은 복제가 불가능  
: 불법 게임을 일소하는데 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예상

## 5. Product

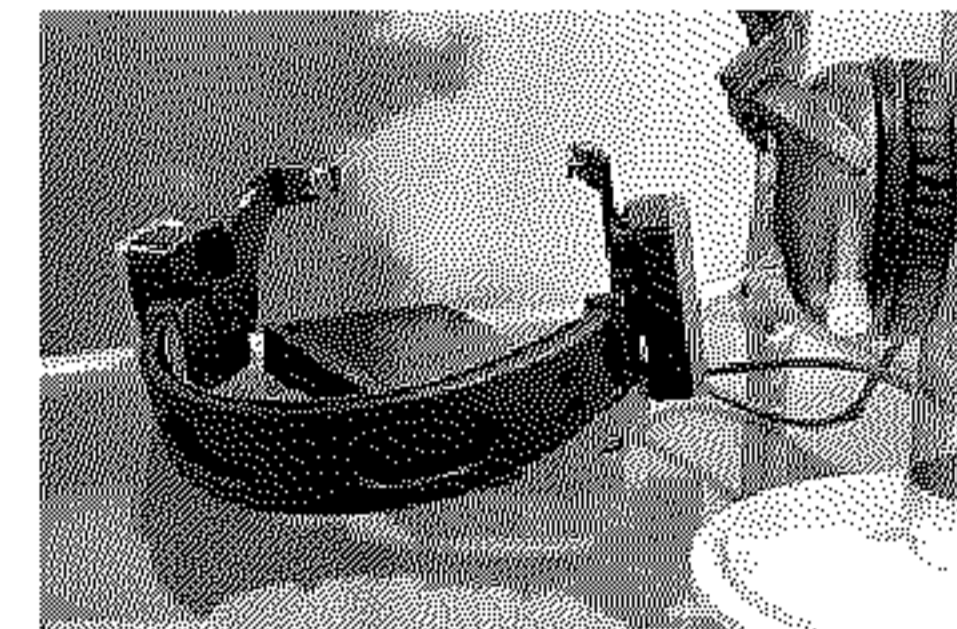
- BCI 형 게임: Neuro Sky사의 게임
- Augmented Reality 형 게임
- SNS + Entertaining

## 5-1. NeuroSky

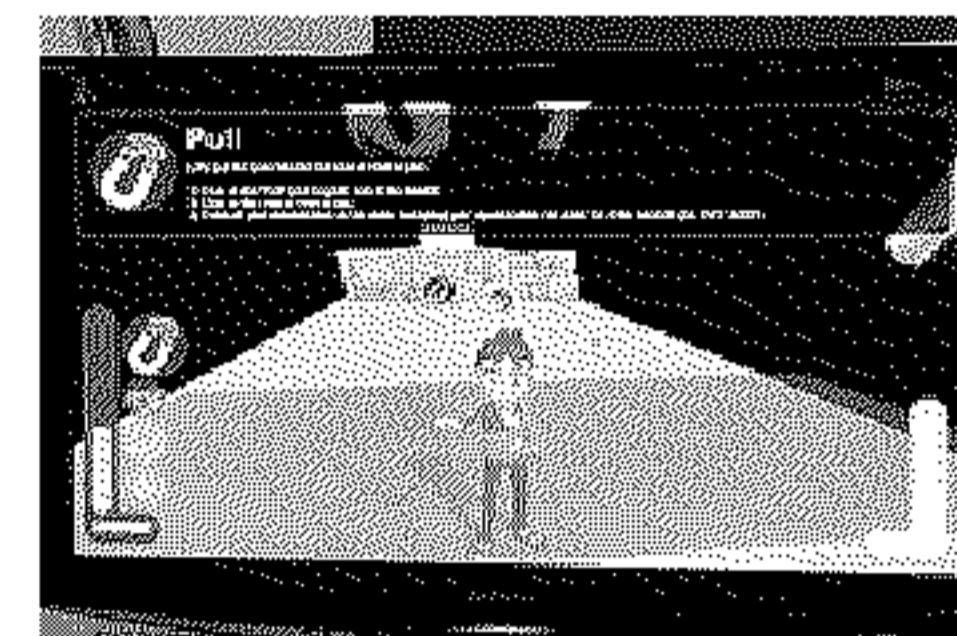
- 헤드폰에 센서가 부착, 4초간으로 뇌파를 측정
  - 뇌파에서 집중도와 명상도를 취득해 게임에 이용
  - 뇌파 컨트롤로 공간의 분리, 몬스터 공격, 화면의 전환이 가능
- PC용 디바이스 발매 예정
  - 미국에서 PC용 발매 예정
  - 닌텐도 DS용 개발 중



• 뇌파 측정 헤드폰



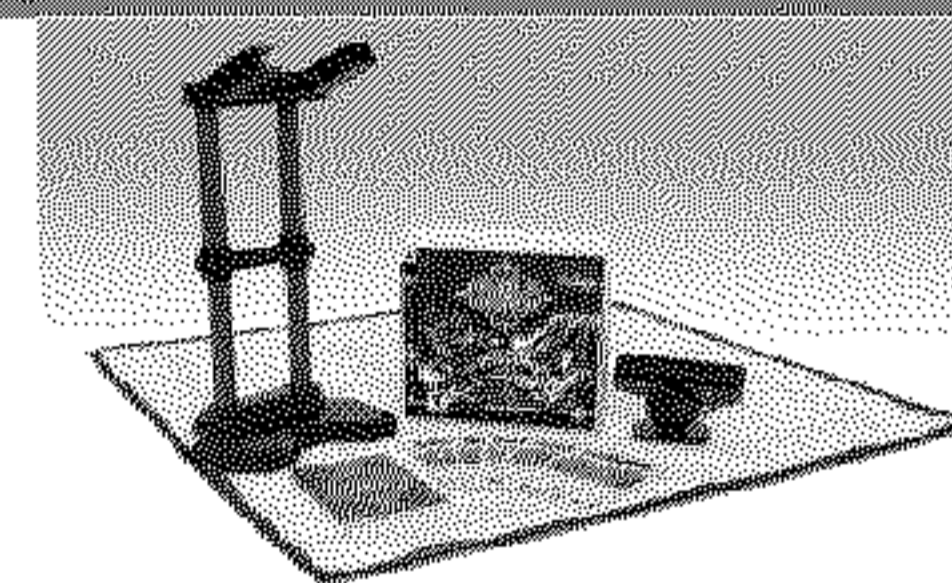
• 닌텐도 DS용 뇌파 측정 헤드폰



• Neuro Boy의 모험 - 마우스로 물체를 지정, 집중&명상을 통해 물체 이동

## 5-2. Augmented Reality Games

- 증강현실 (AR, Augmented Reality )
  - 가상세계와 실제 세계가 만나 새로운 상호작용을 일으키는 기술
  - : Mixed Reality(혼합현실)과는 조금 다른 개념으로 MR은 가상안에서 현실이 결합된 것, AR은 현실안에 가상이 결합 된 것으로 구분
- 증강현실 게임 - 보드게임과 콘솔게임의 결합
  - 플레이스테이션3 AR게임 'The eye of judgement'
  - : 말과 카드가 마커의 역할을 하며 보드게임의 인터페이스를 통해 TV화면에 가상현실이 구현



• PS3의 AR게임 'The eye of judgement'



## 5-2. Augmented Reality Games

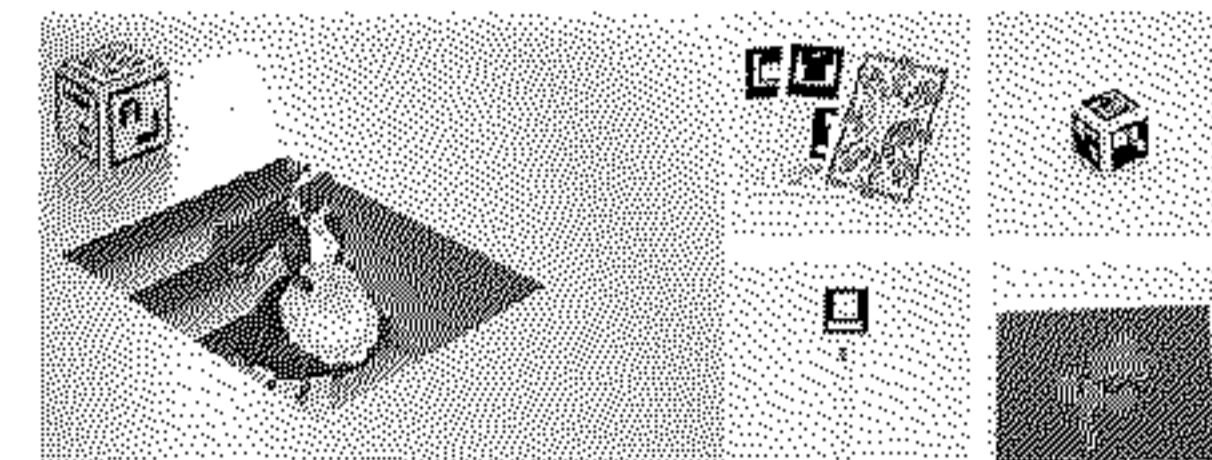
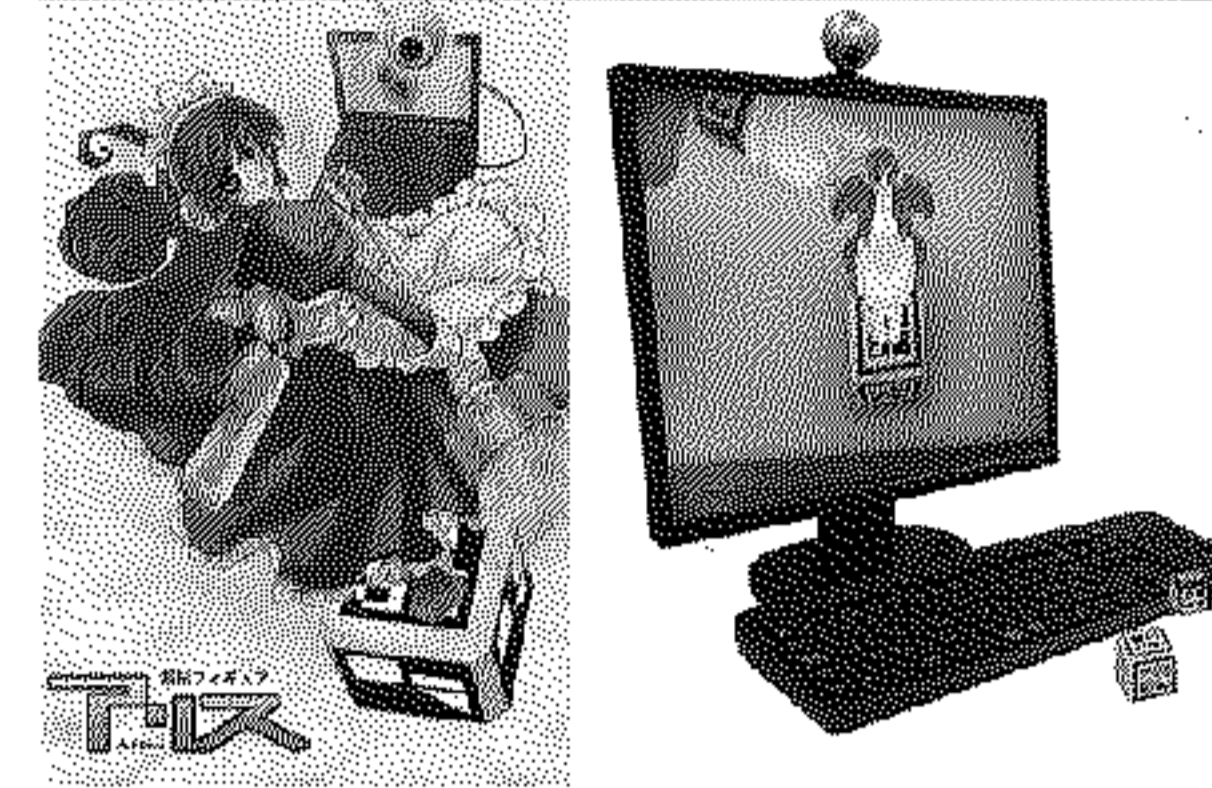
### □ 증강현실 게임 - 현실과 애니메이션의 결합

#### - 'Cyber Maid Alice'

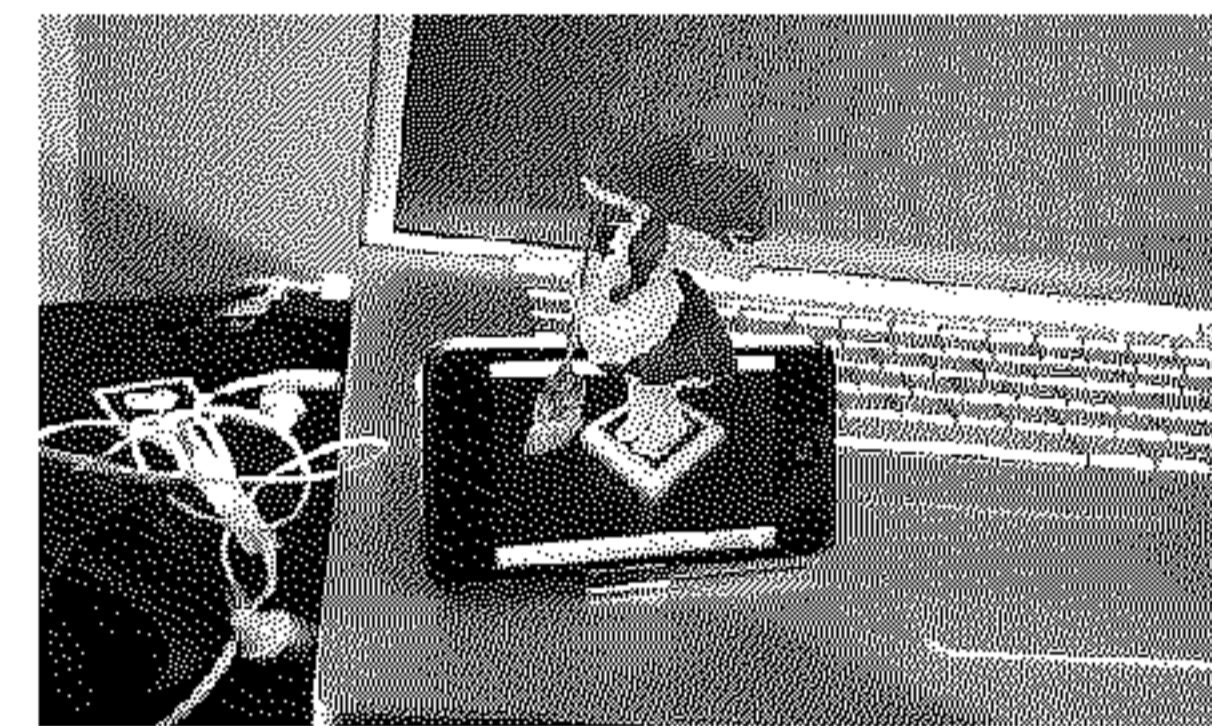
- ① 웹캠으로 실제 큐브를 비춤
- ② 사이버 피규어를 모니터에서 확인
- ③ 피규어는 옷을 갈아입거나 장난을 치는 등의 다양한 움직임 구현

#### - 아이팟 터치용 가상 피규어도 출시

- : 아이팟 터치에 큐브를 삽입
- 큐브를 실행하면 사이버 피규어를 모니터에서 확인



▪ 가상 피규어 'Cyber Maid Alice'



▪ 아이팟 터치용 'Cyber Maid Alice'

## 5-2. Augmented Reality Games

### □ 증강현실을 활용한 학습

#### - 증강현실 기술을 생활에 응용 → 새로운 편의성 및 학습 툴 제공

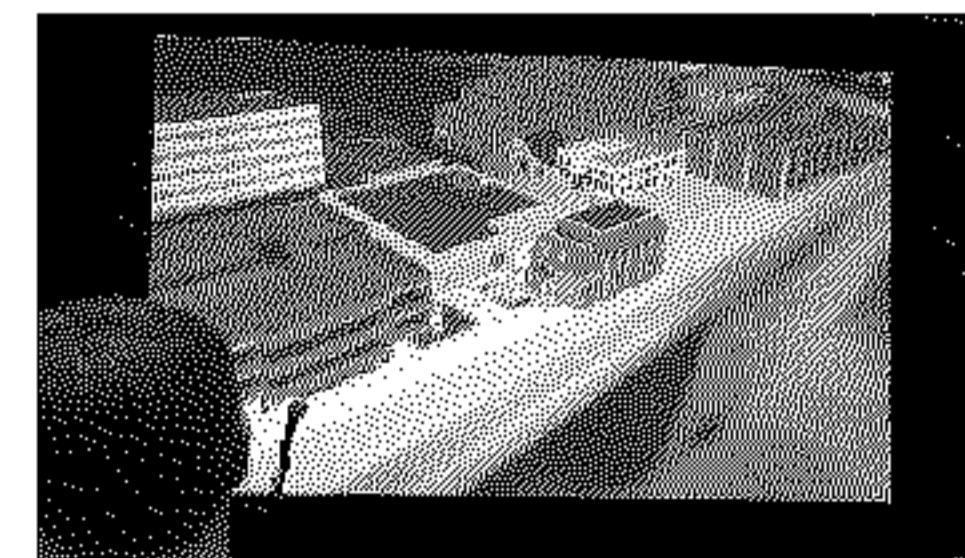
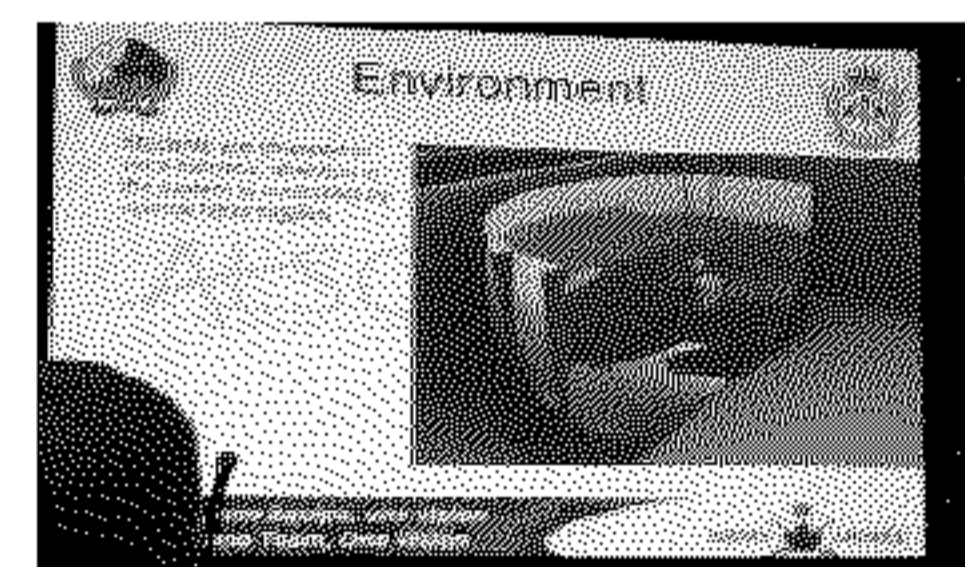
- : 핸드폰 웹캠으로 특정 지역의 랜드마크를 비추면 해당 시설물의 정보 제공
- : 지형의 특성에 맞게 차량의 올바른 운전방법 제공 등

#### - 증강현실 기술을 특정 기술이나 직업훈련에 활용

- : Serious Game summit 에서 MODs for Canadian Forces 발표
- 캐나다의 스페셜 포스들을 훈련시키는 부분에 있어 Serious 게임과 VR, AR 기술 등의 활용에 따른 비용 절감을 발표함
- : 낙하산 시뮬레이션/ AR맵을 활용한 전술 지도/ AR을 이용한 전투 시뮬레이션 등에 활용



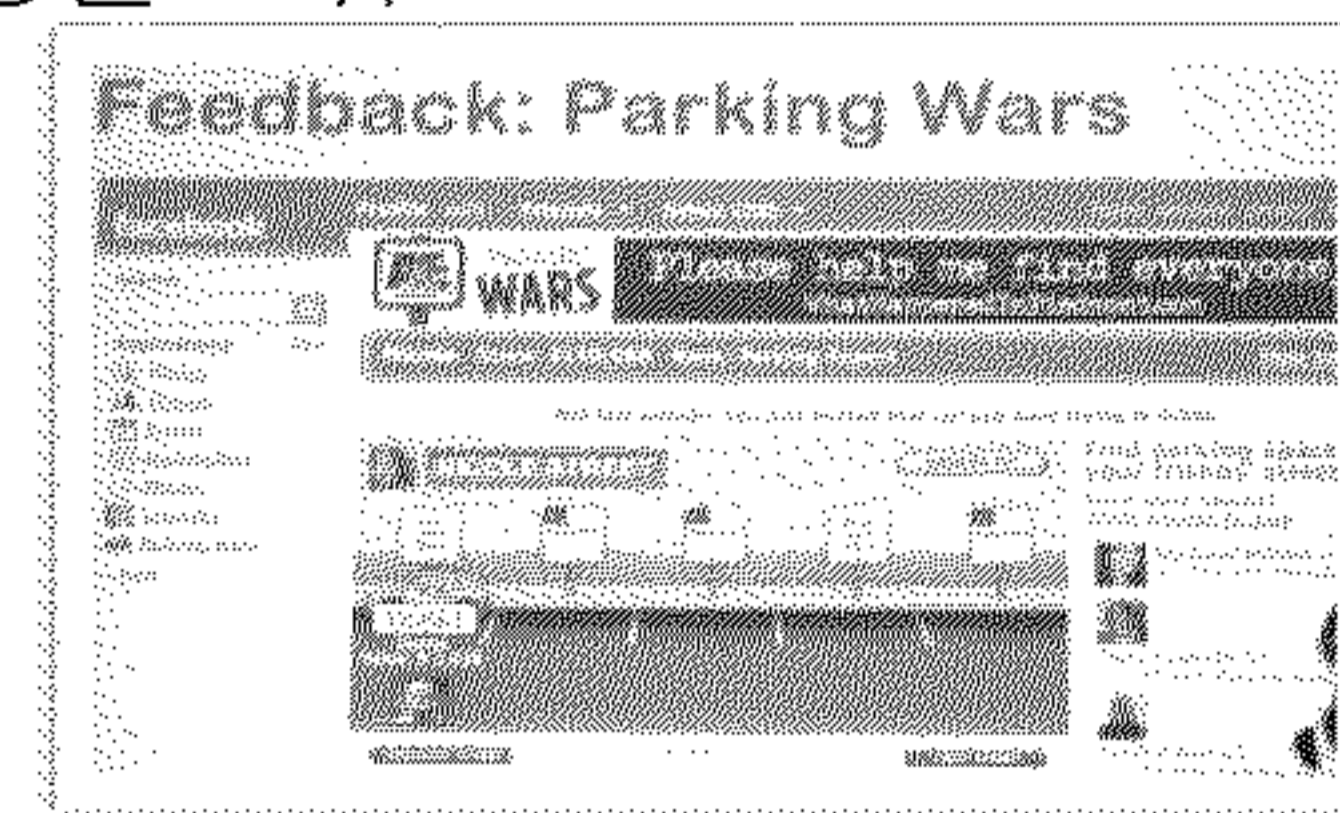
▪ AR을 통해 핸드폰을 통해 지리적 정보를 확인



▪ AR을 이용한 군사 훈련

## 5-3. SNS

- 소셜 네트워크 서비스가 캐주얼 게임과 유사한 재미 요소로 연결
  - 'Face Book' 에 마련된, 아주 간단한 플래시 컨텐츠인 <주차 전쟁>  
: 유저들이 자유롭게 즐기는 게임, 실익을 치밀하게 따져서 주차를 어떻게 할 것인지 결정
  - 주차장 게임의 경우, 누구나 자신만의 주차장을 소유  
: 꼭 게임을 만든다는 생각보다는, '무엇으로 커뮤니케이션을 더욱 이끌어 낼 수 있을 것인가?'라는 지점이 중요

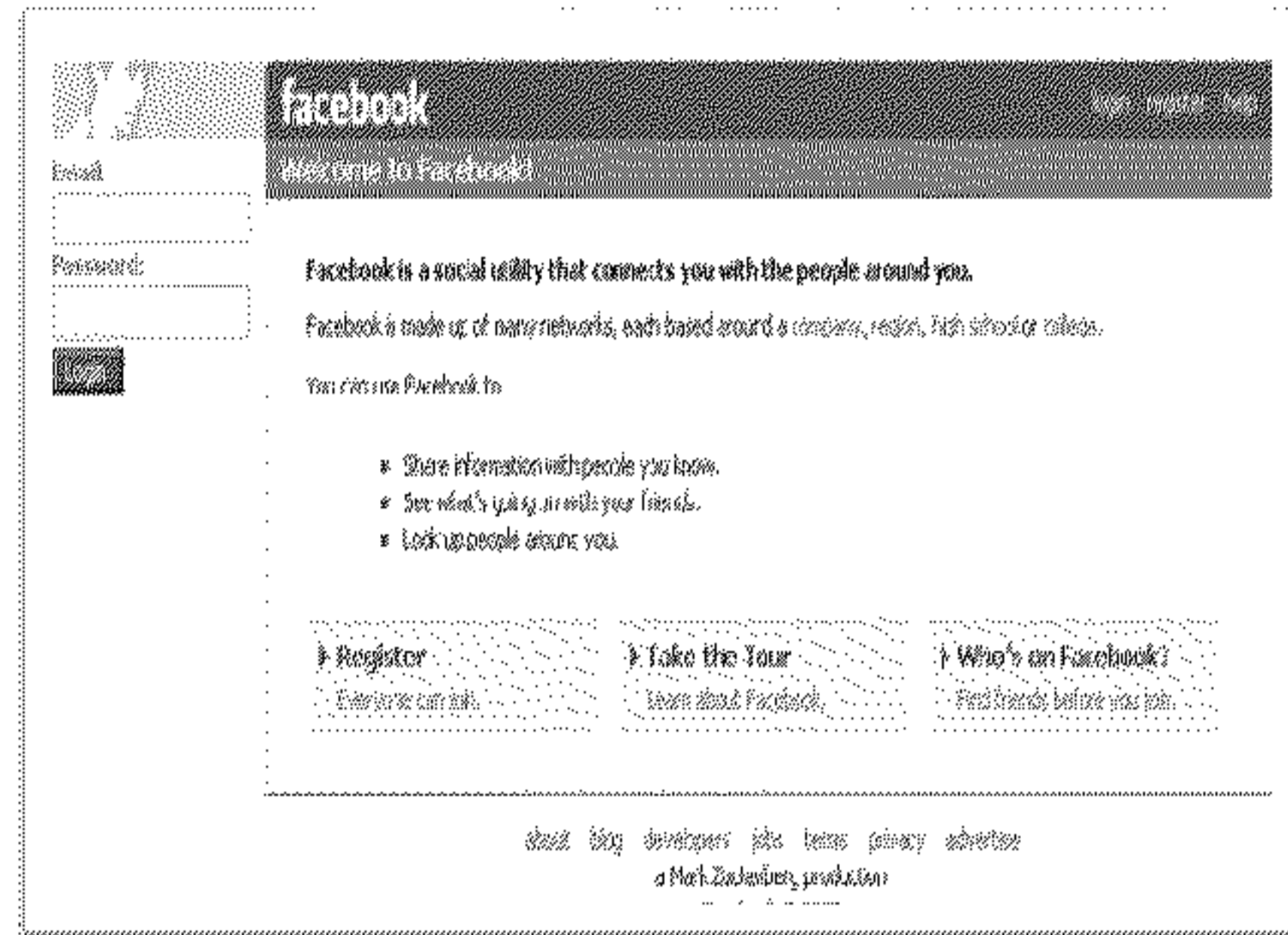


▪ 'Face Book'의 게임 <주차전쟁>

## 5-3. SNS

- 'Face Book' & 'My Space':
  - 'Face Book' 네트워크 서비스로 직장, 학교, 지역 단위로 정밀하게 구성된 커뮤니티 ( 일종의 친구 맺기 사이트, 다양한 커뮤니케이션 기능 보유)  
: 프라이버시 문제로 인해 친구로 등록이 되어야 상대방의 'Face Book' 열람
  - 'My Space' 역시 네트워크 서비스로 개인 블로그 형태  
: 국내의 '싸이월드'와 비슷한 기능 ( 사진, 동영상 등을 업로드 ) 보유  
→ 가입자가 수가 2억 정도로 집계된 전세계적으로 유명한 사이트
  - 'Face Book' & 'My Space'에는 유저가 가상의 자기 공간을 설계할 수 있는 기능과 사이트 내의 캐주얼 게임을 통해 유저간의 상호작용이 가능

## 5-3. SNS



▪ 'Face Book'



▪ MSN의 'My Space'

## 6. 기타: Flagship Studio, 한국게임사에 대한 교훈

### □ Flagship Studio

: 2005년 설립

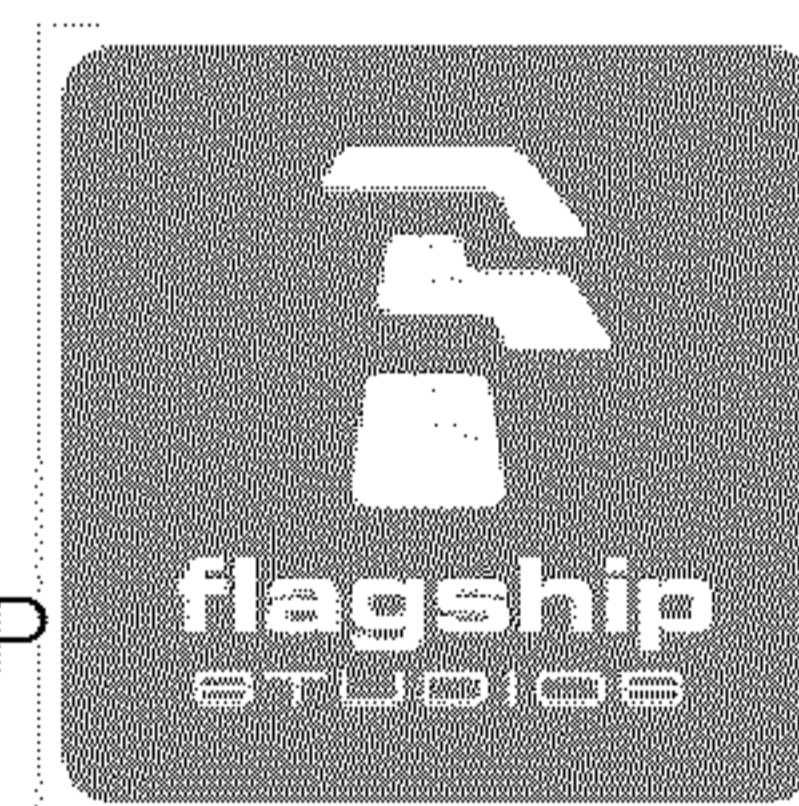
: <디아블로> 시리즈를 만든 유능한 개발진과 오리지널 IP

: (헬게이트: 런던, 미소스) 보유

: 2007년, 기대작 「Hellgate London」 출시를 준비

: 2008년 상반기, 대부분의 직원을 해고, 게임에 대한 권리(IP) 상실

: 2009년 1월, Flagship Studio 최종적으로 문을 닫음



## 6. 기타: Flagship Studio

- 비즈니스 개발 디렉터 'Stephan Goldstein'의  
「My Lessons Learned from Flagship Studios」



- ① “대안이 없었다. 플랜A만 있었다”
  - Flagship에는 'Plan A'뿐, 무언가 일이 벌어졌을 때 적용할 수 있는 'Plan B' 부재
  - '용의주도한 비즈니스 플랜', '재정 계획'이 부재
- ② “기회가 있을 때 투자를 받지 않았다”
  - <헬게이트: 런던> 발매 전, 투자제안이 많았으나 당시 Flagship은 이를 모두 거절
  - 게임의 완성도를 높이고, 비즈니스 모델을 좀더 고려할 시간이 부족
  - : 자금난으로 실행하지 못함

## 6. 기타: Flagship Studio

- ③ “애매한 과금체계에 문제가 있었다”
  - Plan A: Flagship의 비즈니스 모델은 온라인 게임의 방식을 활용해 월 정액  
요금을 받는 것
  - 'Plan A 과금체계'에 문제 발생 “일반 게이머들이 이해하기 복잡한 과금체계”  
→ <헬게이트: 런던>은 박스에 담긴 'PC 패키지 게임'  
싱글플레이와 기본적인 멀티플레이 모드는 Free, 유료 멀티플레이는 별도  
: <헬게이트: 런던>의 패키지는 약 50만장 팔렸으나, 월 정액 수익은 없었음
  - 월 정액 전용 게임이었다면, 25만 장이 팔렸어도 Flagship이 유지 가능  
: 외부 컨설턴트나 애널리스트를 초빙하여 Flagship의 계획에 대한 검토가 없었던 것  
이 실패의 이유

**Q & A**