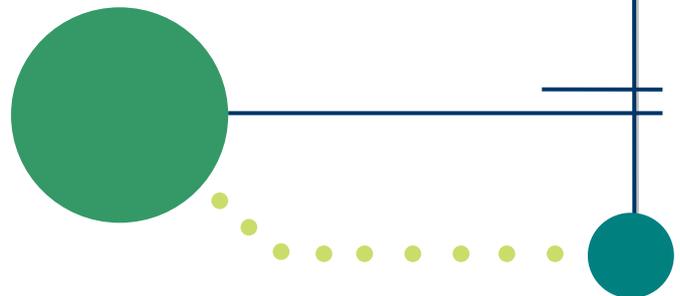




국내 게임 시장 동향

- IPTV, 새로운 게임 플랫폼으로 부상
- 게이머의 30%, 게임내 광고에 긍정적 인식
- 주요 온라인 게임업체, 사회공헌 활동 활발
- 컴투스, 온라인·IPTV·아이폰 등 멀티플랫폼 진출
- 온라인게임, '출시 전 수출' 급증
- **M&A** 누리텔레콤, 온라인 게임업체 나노플레이 인수
- **STAT** 국내 온라인게임 순위
- **STAT** 국내 게임 SW 판매량(9월 둘째 주)
- **STAT** 온라인게임 포털 순위(8월)



IPTV, 새로운 게임 플랫폼으로 부상

● IPTV, 차세대 게임 플랫폼이 될 것

- ◆ 15일 관련업계에 따르면, 새로운 게임유통 채널로서 IPTV 플랫폼의 가능성을 타진해 왔던 주요 게임업체들이 실시간 방송이 포함된 IPTV 상용화를 앞두고 최근 관망 자세에서 벗어나 IPTV용 게임 개발에 속속 뛰어들고 있음

● 배경

- ◆ 이는 IPTV 상용화를 기점으로 PC 중심의 게임 환경이 TV로 옮겨갈 가능성이 크다는 판단에 따른 것임
- ◆ 특히 콘솔게임이기 업체들과 IP셋톱박스 업체들이 각각 IPTV 시청 기능과 게임 기능을 탑재, 적극적으로 IPTV 시장을 공략하고 있어 자칫 게임 시장 주도권을 뺏길 수 있다는 위기감도 작용
- ◆ 이와 함께 국내 온라인게임업체가 장기 침체 조짐을 보이고 있는 것 역시 새로운 시장으로 눈을 돌릴 수밖에 없는 요인으로 꼽힘

● IPTV 사업 사례

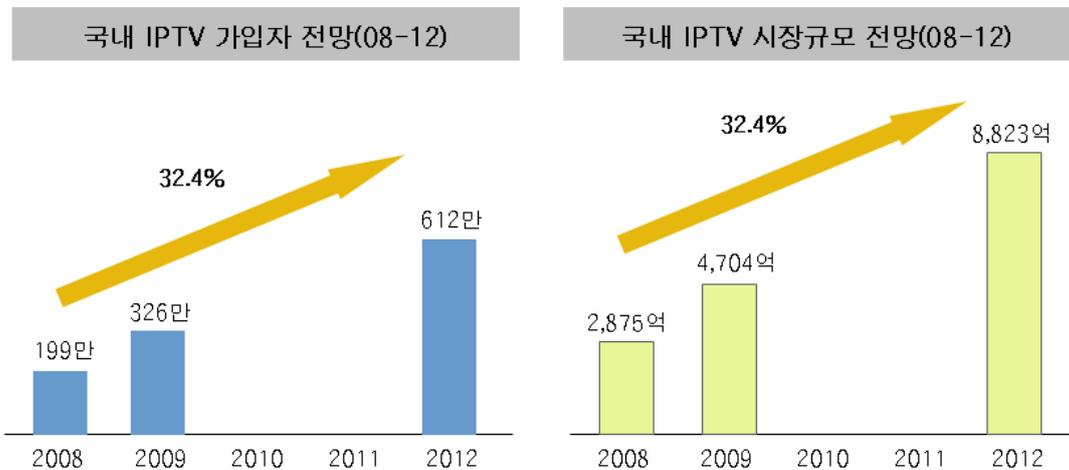
- ◆ NHN의 게임 포털 한게임은 IPTV의 주 이용자층이 여성과 어린이라는 점에 착안, 하반기 메가TV를 통해 '아기고래 쿠아', '뮤직 톡톡', '전설의 파이터', '열혈소녀' 등 4종의 단말게임과 네트워크게임인 '신윳놀이' 등 총 5종의 게임을 서비스할 예정
- ◆ 그라비티는 최근 하나로텔레콤과 '뽀롱뽀롱 뽀로로'를 IPTV용으로 개발해 하나TV를 통해 서비스할 계획
- ◆ 모바일게임 업체 컴투스도 온라인게임 개발 및 퍼블리싱 사업 확대와 함께 IPTV, iPhone 등 다양한 플랫폼용 게임 개발을 추진, 올 3분기에 IPTV용 게임을 개발, 하나TV를 통해 출시할 것으로 알려짐
- ◆ 게임하이는 일본 최대 IPTV 콘텐츠 제공업체인 네오와 제휴를 기반으로 국내와 일본에서 동시에 IPTV 기반의 게임을 개발, 서비스할 예정
- ◆ 네오위즈게임즈와 네오위즈인터넷은 최근 오픈IPTV의 IPTV사업을 위한 협약 체결
- ◆ 엔씨소프트, 넥슨 등 메이저 업체들도 내부적으로 IPTV용 게임 개발을 검토
 - 넥슨 관계자는 "이미 애니메이션 등을 통해 IPTV 시장에 진출"했지만, "아직 '카트라이더' 등 쌍방향 게임을 서비스하기는 IPTV에 기술적으로 한계가 있는 만큼, 향후 상황을 예의주시하고 있다"고 밝힘

- 엔씨소프트 관계자도 "현재 `아이온'에 주력하고 있으나, IPTV라는 새로운 플랫폼으로 게임 시장이 확장되고 있는 것은 분명하다"고 기대감을 나타냄

● **문제점**

- ◆ 그러나 IPTV용 게임을 제공 업체들조차 수익 창출 전략이 불분명한 상황
- ◆ 게다가 현재로서는 IPTV 가입자 수가 적어, 한동안 게임시장에서 PC의 대체제가 되기는 어려울 것으로 전망됨

Table **국내 IPTV 가입자 및 시장 규모 전망(2008-2012)**



[출처] 하나금융연구소

게이머의 30%, 게임내 광고에 긍정적 인식

● **조사개요**

- ◆ 게임광고 업체인 Massive의 최근 조사에 따르면, 게임 내 광고에 노출된 게이머가 그렇지 않은 게이머에 비해 30% 이상 높은 수치를 기록, 게임 내 광고가 게이머들의 브랜드 인식을 높이는 데 기여하는 것으로 알려짐
 - 이 조사는 시장조사업체인 KRG에 의뢰, '헬게이트: 런던'을 통해 게임 내 광고에 노출된 게이머 500명과 노출되지 않은 게이머 500명에게 브랜드 인지도, 선호도, 구매 의향, 추천 의향, 광고 인지도 등 5개 항목의 지표를 조사하는 방식으로 이루어짐
 - 조사 대상은 소비재 품목인 노트북, 아이스크림(메타콘), 영화(다크나이트), 스포츠 브랜드(아디다스) 4개 브랜드를 대상으로 실시됐으며, 응답자들은 브랜드별 평균 1백만 임프레션의 광고 노출 후에 서베이에 응함

● 조사결과-게임광고 효과 조사

- ◆ 게임 내 광고를 본 게이머가 대조군에 비해 브랜드 인지도는 33%, 광고 인지도는 60%, 브랜드 선호도는 29%, 구매의향은 38%, 추천의향은 32%가 높게 나타남
- ◆ 특히 영화 다크나이트의 게임 내 광고를 본 게이머의 경우, 광고를 보지 않은 게이머에 비해 브랜드 인지도가 180%, 브랜드 선호도는 116%, 구매 의향은 107%, 추천 의향은 95%가 높게 나타나는 등 모든 항목에서 2배가 넘는 높은 수치를 기록
 - 이는 영화가 일반적인 품목과는 달리 제품 수명 주기가 짧고, 기존 인지도가 없어, 광고효과 차이가 크게 나타나기 때문
- ◆ 이 외에도 게이머들의 라이프스타일 조사 역시 실시됐는데, 게이머들은 소비수준이 높고, 구매계획 또한 많아 매력적인 소비자 집단으로 나타남

● 시사점

- ◆ Massive 관계자는 이번 조사에 대해, “그간 해외의 사례에서만 증명되어왔던 동적 게임 내 광고의 효과를 국내의 사례를 통해 객관적으로 검증한 것으로, 광고주들이 동적 게임 내 광고에 대해 보다 확신을 가지고 광고를 집행할 수 있어 게임 내 광고 시장 확대에 기여할 것”이라며 의미를 부여함

주요 온라인 게임업체, 사회공헌 활동 활발

● 온라인 게임업체들의 사회공헌 활동 늘어나

- ◆ 엔씨소프트, CJ인터넷 등 국내 주요 온라인 업체들은 기존의 온라인게임에 대한 부정적인 인식을 씻고, 선두기업으로서 사회환원에 기여하기 위해 사회공헌 활동을 강화하고 있음

● 사례 #1 - 엔씨소프트

- ◆ 엔씨소프트는 국내 부모 없이 조부모와 함께 사는 저소득가정 어린이와 북한 어린이를 돕기 위해 사내바자회와 락 콘서트로 마련한 수익금 658만여 원을 지난 10일 기아대책에 전달함
- ◆ 또 여름 기간 동안 직원들이 하나 이상의 착한 일을 실천하자는 뜻을 담은 '여름하나 나눔하나' 사회봉사캠페인을 통해 헌혈 및 도서기증을 진행한바 있으며, 오는 9월 말에는 태안 살리기 임직원 자원봉사를 진행할 계획임

● 사례 #2 - CJ인터넷

- ◆ CJ인터넷은 초등학교 학생들에게 정보화 교육공간 리모델링을 비롯해 멀티미디어 기기 지원, 놀이문화 프로그램 지원 등을 중점적으로 지원한다는 계획
- ◆ 이번 사업을 통해 수도권을 시작으로 다수의 수혜대상자를 확보하고 공교육의 제도권 안에서 지원되지 않는 실질적인 학습과 놀이문화를 지원할 예정

컴투스, 온라인·IPTV·아이폰 등 멀티플랫폼 진출

● 모바일게임 탈피한 종합 게임업체로 도약

- ◆ 컴투스는 지난 8월 29일 창립 10주년을 맞아 기존의 모바일게임 일변도에서 벗어나 온라인, IPTV, iPhone 등 다양한 플랫폼용 게임 개발에 나서며 종합 게임업체로 도약을 선언함
 - 이를 위해 조만간 150명 규모의 인력을 총원, 현재 진행 중인 온라인게임 개발 및 퍼블리싱 사업 확대와 더불어 IPTV, iPhone 등 멀티플랫폼용 게임 개발에 나설 계획

● 성장전략 #1 -온라인게임 개발 & 퍼블리싱 사업 진출

- ◆ 컴투스는 현재 PC용 온라인게임 개발 프로젝트를 준비 중이며, 이르면 내년쯤 온라인게임을 선보일 수 있을 것으로 예상됨
 - 해외에서는 인기 있는 모바일게임이 콘솔게임이나 온라인 등 다른 플랫폼에서 재탄생한 경우가 많은데, 국내에서는 그런 시도가 없었음

● 성장전략 #2 -iPhone용 게임 개발

- ◆ 컴투스는 최근 협약을 체결할 Disney 브랜드를 활용, 자사의 유명 게임인 '미니게임천국' 등을 Apple AppStore에 공급할 계획

● 성장전략 #3 -IPTV용 게임 개발

- ◆ IPTV용 게임도 3분기 중으로 개발 완료, 하나TV를 통해 본격 출시할 계획

● 성장전략 #4 -해외 시장 공략 강화

- ◆ 현재 중국과 일본 법인을 통해 공격적인 확장전략을 펴, 전체 매출에서 해외부분이 차지하는 비중이 5%에 달하며, 중국에서는 3위권 주요 SP로 자리잡아 성과가 가시화되고 있는 상황

- ◆ 여기에 지난 9월 11일 Disney의 모바일사업부인 mDisney와 공동개발 및 서비스를 위한 계약을 체결해, 올 가을부터는 컴투스 게임이 Disney를 통해 미국과 캐나다에 출시될 예정

온라인게임, '출시 전 수출' 급증

● 출시 전 계약 증가

- ◆ 내수부진과 글로벌 업체들의 압박을 극복하기 위해 CJ인터넷, 한빛소프트, JCE 등 국내 온라인게임 업체들이 개발단계에서 해외 판권계약을 맺는 사례가 증가

● 사례

- ◆ 오는 9월 25일 최종 테스트를 앞둔 CJ인터넷의 '프리우스 온라인'은 지난 달 일본 업체와 전세계 판권 계약을 마침
- ◆ 한빛소프트의 '그루브파티'도 정식 서비스 이전인 지난 1월 대만으로 수출
- ◆ JCE의 '프리스타일2nd스트리트', 엠게임의 '열혈강호2' 등도 국내에 앞서 중국, 대만, 태국 등지로 진출
- ◆ 엔씨소프트는 아예 신작 '아이온' 이후大作 게임은 모두 국·내외 시장에 동시 출시하겠다는 '글로벌 론칭' 전략을 선언

● 배경

- ◆ 이는 국내에서 검증 받은 후 해외 시장 진출을 타진했던 지금까지의 관례에서 벗어난 것으로, 글로벌 시장에서 현지 게임과 경쟁해야 하는 상황에서 개발 단계부터 글로벌 시장을 염두에 두지 않으면 살아남을 수 없다는 위기감이 반영된 결과
- ◆ 또 글로벌 퍼블리셔들이 비용 절감을 위해 가능성 있는 게임을 미리 발굴해 확보하는 전략으로 선회한 점도 이유
 - 과거와 달리 각 장르별 게임이 특화되면서 색다른 콘텐츠의 개발이 한층 어려워졌고 그만큼 매력도 높은 게임의 단가는 높아지고 있는 상황임
 - 실제 개발단계에서 미리 수출된 게임은 상당수 해외에서 인기를 끌었던 게임들의 후속작이거나 이미 해외진출에 성공한 업체들의 신작이 대부분임
- ◆ 그러나 출시 전 계약의 특성상 개발 업체들이 계약금을 받고 사후 서비스에

소홀하기 쉬운데, 이는 자칫 글로벌 퍼블리셔들의 불신으로 이어질 수도 있음

Table 국내 온라인게임의 출시 전 수출 사례

업체명	게임명	수출국가	수출액
CJ 인터넷	프리우스 온라인	전 세계(중국, 대만, 동남아 제외)	10 억 엔
한빛소프트	그루브파티	중국, 대만	579 만 달러
JCE	프리스타일 2nd 스트리트	중국, 대만	3,500 만 달러
엠게임	열혈강호 2	태국	미공개
위메이드	창천온라인	중국, 대만	1,150 만 달러
웹젠	혁슬리	북미, 중국	3,800 만 달러

출처: 서울경제신문

누리텔레콤, 온라인 게임업체 나노플레이 인수

2D 횡스크롤 게임업체 나노플레이 지분 인수

- ◆ 누리텔레콤은 지난 9일 2D 횡스크롤 게임업체 나노플레이의 지분 55.5%를 인수, 경영권을 확보하고 계열사에 포함시켰다고 밝혔
- ◆ 누리텔레콤에 따르면 나노플레이는 'Z9별(지구별)'이라는 2D 횡 스크롤 온라인게임을 개발, 지난 5월 NHN과 퍼블리싱 계약을 체결, 올 연말 서비스를 앞두고 있으며, 11월부터 오픈 베타 테스트에 들어갈 계획

인수 후 누리텔레콤의 자회사 현황

- ◆ 이로써 누리텔레콤은 일본법인 누리텔레콤 재팬과 가상사설망(VPN)장비 및 서비스업체 넥스지, 인터넷 전자고지 서비스 업체 옛누리, 캐릭터 전문업체 킹스라이센싱 등을 포함해 자회사가 총 6개사로 늘어남

STAT 국내 온라인게임 순위

Table 온라인게임 순위 (2008년 9월 25일 기준)

순위	게임명	장르	사용시간	일평균 (시간)	PC 방당 (분)	평균체류 (분)	PC 방수
			점유율(%)				
1	서든어택	FPS	10.85%	525,354	1,523	63	20,696
2	리니지 2	RPG	8.88%	429,718	1,454	134	17,735
3	스타크래프트	RTS	7.49%	362,517	1,044	57	20,832
4	WoW	RPG	7.38%	357,132	1,227	112	17,462
5	워크래프트 3	RTS	6.42%	310,554	999	77	18,648
6	스페셜포스	FPS	5.77%	279,121	923	80	18,155
7	리니지	RPG	5.34%	258,445	864	96	17,955
9	피파온라인 2	스포츠	3.81%	184,629	583	47	18,995
	던전앤파이터	RPG	3.33%	161,087	560	47	17,252
10	오디션	아케이드	2.32%	112,186	428	52	15,740

[출처] gametrics

STAT 국내 게임 SW 판매량(9월 둘째 주)

Table 전체 플랫폼 게임 판매 순위 (2008.9.5~9.11)

순위	게임명	플랫폼	지난주 순위	주간 판매량
1	스포어	PC	1(-)	139 개
2	시크릿 에이전트 클랭크	PSP	신규	100 개
3	빅히트 - 철권 DR	PSP	8(▲5)	37 개
4	소울 칼리버 4	Xbox360	3(▼1)	36 개
5	심즈 2 확장팩 알콩달콩 아파트	PC	2(▼3)	31 개
6	소울 칼리버 4	PS3	4(▼2)	30 개
7	빅히트 - 철권 5	PS2	6(-)	30 개
8	테일즈 오브 베스페리아	Xbox360	10(▲2)	18 개
9	슈퍼마리오 Wii 컬렉시 어드벤처	Wii	신규	18 개
10	피파 08 DS	NDS	재진입	13 개

[출처] GAMECD

STAT 온라인게임 포털 순위(8월)

Table 온라인게임 포털 순위 (2008.8)

순위	도메인	순방문자 (단위: 천 명)	도달률(%)
1	www.hangame.com	8,767	27.18
2	www.netmarble.net	6,778	21.02
3	www.nexon.com	6,408	19.87
4	www.gameangel.com	3,244	10.06
5	www.mgame.com	2,188	6.78

[출처] KoreanClick