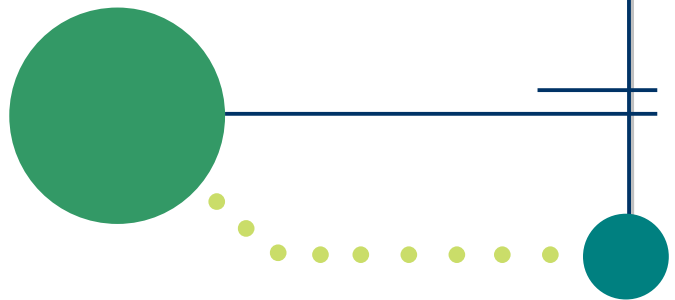




## 국내 게임 시장 동향

- 글로벌 게임포털 본격화 조짐
- 금융위기, 국내 게임업체들에게도 여파
- 게임·통신업계의 활발한 전략적 제휴와 배경
- 연말 국내 MMORPG 시장 혈전 예고
- **STAT** 국내 온라인게임 순위
- **STAT** 국내 게임 SW 판매량(10월 첫째 주)
- **STAT** 온라인게임 포털 순위(10월 첫째 주)



### 글로벌 게임포털 본격화 조짐

#### ● 국내 중견 게임사들의 활발한 글로벌 게임포털 구축

- ◆ 지난 10월 1일 리자드인터랙티브가 글로벌 게임포털 NEOFUN을 오픈한 데 이어, 조이맥스가 15일 'Joymax.com'을 오픈하는 등 중견 게임사들의 글로벌 게임포털 구축을 통해 해외진출 움직임이 활발해 지고 있음
  - 그러나 국내에 통합서버를 두고 운영하는 상기 두 개의 포털과 달리, NHN, 넥슨 등은 미국 지사를 통해 통합서버를 구축하고 자사의 글로벌 게임포털을 운영 중에 있으며 K2네트워크, 갈라넷 등 미국의 중견 퍼블리셔들도 이 대열에 합류한 상황
  - 이 외에도 웹게임, T3엔터테인먼트, 제이씨엔터테인먼트 등 중견게임사들 또한 글로벌 게임포털 구축을 고려하고 있는 것으로 알려짐
- ◆ 남미와 유럽과의 시차, 언어 등을 쉽게 극복할 수 있고, broadband 인프라가 발달한 미국이 글로벌 게임포털의 주요한 구축지로 꼽히는 것으로 나타남

#### ● 글로벌 게임포털 구축 활성화 배경

- ◆ 이는 글로벌 게임포털 구축을 통한 진출의 경우 지사 설립을 통한 투자 리스크를 축소할 수 있고, 현지 비즈니스 네트워크 확보를 통한 다양한 사업의 진행이 가능하다는 점이 최근 활성화의 배경
  - 현지 퍼블리셔를 통하는 경우, 판권료 및 로열티 분배로 인한 마찰 문제가 발생하고, 무엇보다 현지의 서비스 노하우를 확보할 수 없음
  - 반면, 지사 설립을 통한 진출은 30억 원 규모의 설립 초기 자본과 서비스 인프라 구축비용, 판권비용 등을 고려하면, 진출 초기 옵션으로는 리스크가 너무 높다는 평가

#### ● 향후 전망

- ◆ 향후 3년간 국내뿐만 아니라, 현지 업체들의 게임포털이 다수 시장에 쏟아지면서, 치열한 경쟁이 예상돼, 발빠른 시장 선점을 통한 현지 서비스 노하우 확보 및 차별화된 포털 브랜드 구축이 중요한 성공요인
  - 게다가 아직까지 가시적인 성과를 보이고 있는 글로벌 게임포털이 드물고, 게임콘텐츠 또한 다양하지 않아, 현지 메이저 게임업체에 비해 아직까지는 경쟁력이 약한 상황
  - 한편 지사 설립 및 라인업게임이 갖춰진 상태라 할 지라도 현지 퍼블리셔와 계약관계가 남아있다면 게임포털 구축자체가 어려울 수도 있어 주의가 요구됨

Table		국내 글로벌 게임포털	
게임업체	포털명(사이트)	오픈시기	서비스게임
넥슨 USA	넥슨닷컴 www.nexon.net	2006 년	메이플스토리 오디션, 마비노기, 컴뱃암즈, 슈가러시
NHN USA	이지닷컴 www.ijji.com	2006 년	스페셜포스, 건즈, 건바운드, 스키드 외 50 종
온넷	게임스캠퍼닷컴 www.gamescampus.com	2006 년	샷온라인, 아스다이야기, 시아 온라인, 망가파이터, 콘체르토 게이트
조이맥스	조이맥스닷컴 www.joymax.com	2008 년	실크로드, 다크에덴, 데코 온라인
리자드인터랙티브	네오펜 www.neofun.com	2008 년	크로노스, 천도 온라인, 편편

[출처] 경향게임스, 2008.10

## 금융위기, 국내 게임업체들에게도 여파

### ● 글로벌 금융위기, 국내 게임업계에도 타격

- ◆ IMF 이후 한국이 세계 경제에 동기화되면서, 지난 IMF 때와는 달리 최근 미국발 금융 위기는 국내 경제뿐만 아니라 국내 게임업계에도 악영향을 미칠 것이라는 우려가 제기되고 있음
  - 그 동안 급증한 중국에서의 게임개발의 경우, 금융위기에 따른 중국 환율의 상승으로 현지 게임 개발비용이 한국을 능가하는 문제가 발생
  - 또 현재 기획·개발 중인 게임업체의 경우 국내 자본시장 위축으로 개발 여건이 어려워지고, 심한 경우 도산할 가능성도 배제할 수 없는 상황
  - 게다가 게임업계 특성상 신작 게임의 성공확률을 점치기가 어려운 데다, 웹보드게임 및 PC방에 대한 정부규제 등 악재까지 겹친 상황

### ● 대처 방안

- ◆ 무엇보다 외국계 헤지펀드와 파생상품으로 인한 첨단 금융산업에서 파생된 이번 금융위기를 제대로 이해할 수 있는 인력과 시스템이 국내에는 충분치 않아 해결책 또한 찾기 쉽지 않은 상황이므로, 선부른 낙관보다는 비용을 절감하는 ‘보수적 경영’을 견지하고 물량공세 및 출혈경쟁은 자제해야 할 것으로 보임
  - 그 동안 국내 게임업체들은 신작 출시의 경우, 유저 유입을 위해 대규모 물량 공세를 펼치는 것이 일반적이었으나 비용대비 효과가 높지 않아, 소규모 마케팅을 여러 회에 걸쳐 진행하는 것을 고려할 필요가 있음
- ◆ 뿐만 아니라 국내 게임업계의 마케팅 협상력을 높이고, 이를 통해 비용절감을 하기 위해서는 업계 차원의 공조 또한 필요한 것으로 보임

### 게임·통신업계의 활발한 전략적 제휴와 배경

#### ● 게임·통신업계 전략적 제휴 잇따라

- ◆ KT, SK브로드밴드, LG파워콤 등의 국내 통신업체들과 넥슨, CJ인터넷, Blizzard 등의 게임업체들의 제휴가 잇따르고 있음
  - LG파워콤은 ‘시공찬가’, ‘타타맛고’, ‘와일드포커’ 등 게임과 제휴, 자사 엑스피드 가입자들에게 월 4,000원 정액으로 게임 경험치 상승 등의 혜택을 제공하는 유료 부가서비스 ‘겜방서비스’를 지난해 11월 출시
  - CJ인터넷은 KTF와 제휴, 매월 넷마블캐쉬 쿠폰을 제공하는 ‘SHOW 넷마블게임’ 서비스를 지난 7월 출시
  - 넥슨은 KT와 제휴, 메가패스 가입자들에게 매월 넥슨캐시를 할인된 가격에 제공하는 ‘메가넥슨’ 부가 상품을 지난 10월 출시
  - SK 브로드밴드도 게임 업체들과 물밑 접촉 중인 것으로 알려졌으며, 특히 KT는 Blizzard와 함께 ‘메가패스-와우’ 결합 상품 출시를 준비 중인 것으로 알려짐

#### ● 잇따른 전략적 제휴 배경

- ◆ 통신업계와 게임업계의 타깃 유저층이 10~20대로 비슷해 윈윈 전략이라는 평가
  - 통신사는 기존 가입자 이탈을 막고 신규 가입자 유치를 위해 타 업종과 제휴를 확대하고 있으며, 특히 게임은 충성도가 높아 제휴 업종으로서 매력도가 높은 것으로 나타남
  - 한편, 게임업체는 제휴를 통해 월 정액 회원을 확보한 것과 다름없는 효과를 얻을 수 있으며, 유저들의 재구매 의욕도 높일 수 있어 이 같은 제휴를 반기고 있음
- ◆ 최근 제휴는 단발성 마케팅을 넘어서 결합 상품으로까지 이어져, 새 수익 모델로서의 가능성으로 주목 받고 있음
  - 그러나 지난 해 11월 LG파워콤의 ‘겜방서비스’ 출시 당시 PC방 업계의 반발도 만만치 않아, 가맹 PC방 혜택과 다른 방식의 접근이 필요하다는 지적도 나오고 있음
  - 이를 위해 업계에서는 주요 매출 창구인 PC방과 다른 방식의 혜택 부여, PC방과 2중 혜택 등 다양한 방법을 검토 중인 것으로 알려짐

## 연말 국내 MMORPG 시장 혈전 예고

### ● 大作 MMORPG 동시 출시로 치열한 경쟁 예상

◆ CJ인터넷의 ‘프리우스 온라인’(10월 23일 공개서비스), 엔씨소프트의 ‘아이온’(11월 11일 공개서비스), Blizzard의 ‘World of Warcraft: 리치왕의 분노’(11월 18일 공개서비스) 등大作(大作)이 잇따라 출시되면서 올 연말 국내 MMORPG 시장의 혈전 예고

- 국내 MMORPG 시장은 ‘리니지’, ‘리니지2’, ‘World of Warcraft’의 독과점이 지속되어 왔으나, 잇따른大作(大作) 게임 출시로 시장 격변 조짐을 보이고 있음

### ● ‘프리우스 온라인’ - CJ인터넷

◆ ‘프리우스 온라인’은 지난 10월 23일 공개 서비스 첫 날 동시 접속자 수 7만 명을 기록하며 기대를 모으고 있음

- 이는 ‘서든어택’ 이후 CJ인터넷 게임 사상 최고 수준의 동시 접속자 수이며, ‘헬게이트:런던’과 대등한 규모인 것으로 나타남
- CJ인터넷 자체 개발 스튜디오에서 3년여 간 90억 원 가까운 개발비를 투자하여 그래픽, 사운드, 엔진 모두 순수 국내 기술력으로 만들어진 게임으로 개발비와 지명도에서 ‘아이온’과 ‘World of Warcraft’에 밀린다는 평을 받았으나, 지난 1년여 동안 비공개 테스트에서 마니아들로부터 지속적인 호평을 받으며 큰 기대를 모으고 있음

### ● ‘아이온’ - 엔씨소프트

◆ 엔씨소프트는 ‘리니지’ 시리즈로 쌓은 기술력과 기획단계부터 글로벌 전략을 염두에 두고 개발한 ‘아이온’ 통해 국내 최초 글로벌 흥행을 목표로 함

- 실제로 지난 10월 30일 시작한 캐릭터명 선점 이벤트에는 당일 방문자 수만 21만 명에 달하는 것으로 나타나 어느 정도 기대를 모으고 있는지 반증
- ‘아이온’은 엔씨소프트의 130여명의 개발 인력이 4년 동안 투입된 기대작으로, 11월 11일 국내 출시 이후 내년 중국을 시작으로 북미와 유럽, 일본, 대만에서 연이어 서비스하고, 러시아 등 신규 시장은 2010년 출시 예정
- 제작진은 특별한 게임 시스템보다는 많은 콘텐츠량과 기획을 통해 해외 유저들에게 어필하겠다고 밝혔고, 여러 해외 주요 게임 전문 매체로부터 ‘서양의 MMORPG에서나 기대할 수 있는 방대한 스토리와 퀘스트를 갖추고 있다’는 호평을 받고 있음

**‘WoW: 리치왕의 분노’ - Blizzard**

- ◆ 전 세계적으로 1,090만 명의 유료 가입자를 확보하고 있는 ‘World of Warcraft’의 두 번째 확장팩 ‘리치 왕의 분노’도 큰 기대를 모으고 있음
  - ‘World of Warcraft’의 지난 번 확장팩 ‘불타는 성전’은 북미와 유럽 상용화 서비스 시작 첫 날 240만 장이 판매되어 PC 게임 부문 최단 시간 최다 판매 기록을 세운 바 있어 이번 확장팩으로 인한 파급 효과도 클 것으로 예상
  - 이번 확장팩은 주목을 끌었던 신규 클래스인 ‘죽음의 기사’를 포함한 레벨 제한 확장, 새로운 PvP모드, 월드 추가 등을 골자로 하는 업데이트를 골자로 하고 있음

**STAT 국내 온라인게임 순위**

**Table**      **국내 온라인게임 순위 (2008년 10월 20일 기준)**

순위	게임명	장르	사용시간	일평균 (시간)	PC 방당 (분)	평균체류 (분)	PC 방수
			점유율(%)				
1	서든어택	FPS	11.13%	543,611	1,574	65	20,727
2	리니지 2	RPG	8.92%	435,657	1,453	139	17,997
3	스타크래프트	RPG	7.38%	360,209	1,038	60	20,832
4	WoW	RTS	7.08%	345,707	1,189	116	17,451
5	워크래프트 3	RTS	6.95%	339,358	1,085	81	18,774
6	스페셜포스	FPS	5.51%	268,872	907	82	17,798
7	리니지	RPG	5.10%	248,868	829	94	18,008
8	던전앤파이터	스포츠	3.70%	180,611	626	71	17,315
9	피파온라인 2	RPG	3.44%	168,138	540	48	18,690
10	오디션	아케이드	2.46%	120,314	469	44	15,393

[출처] gametrics

**STAT 국내 게임 SW 판매량(10월 첫째 주)**

**Table**      **국내 게임 SW 판매 순위 (2008.9.26~10.2)**

순위	게임명	플랫폼	지난주 순위	주간 판매량
1	슈퍼 로봇 대전 Z	PS2	1(-)	173 개
2	실황 파워풀 메이저리그 3	PS2	New	79 개
3	GTA IV	PS3	4(▲1)	32 개
4	크라이시스 워헤드	PC	5(▲1)	30 개
5	트러스티 벨	PS3	9(▲4)	21 개
6	빅히트 - 철권 DR	PSP	10(▲4)	20 개
7	인피니트 언디스커버리	X360	2(▼5)	20 개
8	DJ Max 포터블 2	PSP	재진입	19 개
9	소울 칼리버 4	PS3	재진입	16 개
10	빅히트 - 철권 5	PS2	재진입	24 개

[출처] GAMECD

**STAT** 온라인게임 포털 순위(10월 첫째 주)

Table		온라인게임 포털 순위 (9.29~10.5)								
순위	도메인	9/15 ~9/21	9/22 ~9/28	9/29 ~10/5	전주 대비	2007년 9월	2008년 8월	2008년 9월	%MoM	%YoY
1	hangame.com	87.8	103.4	91.1	-11.9%	387.8	383.1	410.9	+7.2%	+5.9%
2	netmarble.net	41.6	48.4	45.8	-5.4%	276.6	174.7	215.6	+23.4%	-22.0%
3	nexon.com	34.0	36.7	31.0	-15.4%	244.3	139.5	171.0	+22.5%	-30.0%
4	pmang.com	45.0	45.2	44.9	-0.7%	239.0	169.4	203.0	+19.8%	-15.1%
5	plaync.com	5.0	5.9	5.5	-5.8%	26.2	16.6	24.4	+47.4%	-6.9%

[출처] KoreanClick

**글로벌 게임산업 TREND**

- ▶ 발행일            2008년 11월 7일
- ▶ 발행인            최 규 남
- ▶ 발행처            (재) 한국게임산업진흥원
- ▶ 문의

한국게임산업진흥원 전화\_02-3153-2262(권오태 전임연구원) 홈페이지\_www.kogia.or.kr  
 서울특별시 마포구 상암동 DMC 단지 1602 문화콘텐츠센터 13층(우 121-270)

※ 본 보고서 내용의 무단 전재를 금하며, 가공·인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.