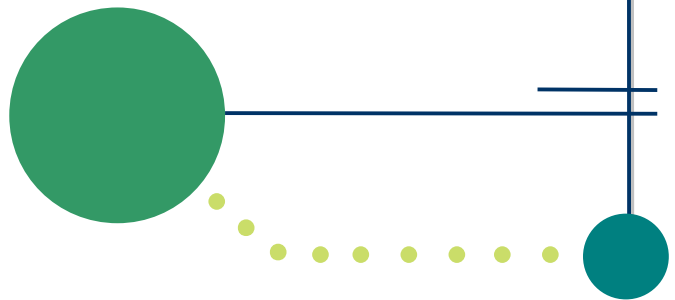




국내 게임 시장 동향

- 2009년 캐주얼게임 장르별 전망
- 국내 기능성게임 시장, 밝은 전망에 따라 관심 고조
- 중국 온라인게임, 국내 진출 가속화
- 주요 MMORPG, 잇따라 부분유료화로 전환
- 국내 게임업체, 대만 진출 본격화
- **STAT** 국내 온라인게임 순위
- **STAT** 국내 게임 SW 판매량(1월 넷째 주)
- **STAT** 온라인게임 포털 순위(1월 셋째 주)



2009년 캐주얼게임 장르별 전망

리듬액션

- ◆ 2008년은 7개의 게임이 공개되어 2007년(2개)에 비해 가장 많이 증가한 장르
 - ‘오디션’과 ‘알투비트’의 양강 체계가 유지된 가운데, 차별화된 게임 방식으로 인기를 얻은 ‘러브비트’를 필두로 ‘무브업’ ‘EZ2DJ’ ‘이지투온’ ‘팝스테이지’ 등이 인기
 - 또한 ‘클럽데이 온라인’과 ‘엠스타’가 소셜 네트워크 서비스(SNS : Social Network Service)와의 접목을 통한 차별화 시도
 - 한편, 올해 상반기 출시 예정인 ‘오디션2’가 리듬액션 시장의 큰 변수가 될 전망

스포츠

- ◆ 총 17종의 게임이 공개된 2007년에 비해 2008년은 단 8종에 그쳐 하강세를 보임
 - ‘슬랩샷 언더그라운드’, ‘엔블릭’, ‘열혈강호 사커’, ‘풋아이’, ‘지그재그’, ‘NBA 스트리트 온라인’ ‘프리즌온에어’, ‘스파이크 걸즈’ 등 8종 출시
 - 2007년 공개된 게임 중 7종의 게임이 서비스 종료되었으며 3종의 게임은 업데이트가 사실상 중단되어 전망을 더욱 어렵게 하고 있음
 - 그러나 2009년에는 ‘프리스타일 풋볼’ ‘프리스타일 매니저’ 그리고 ‘차구차구’ 등 인기 스포츠게임의 후속작을 중심으로 시장이 활성화될 전망

액션

- ◆ 2008년 차별화된 대전 액션게임이 다수 출시되어 유저들의 관심을 얻음
 - ‘디노마키아’와 ‘케로로파이터’는 이미 상용화 중이며 오픈베타 중인 ‘빅뱅온라인’, ‘로스트사가’를 비롯하여 ‘바닐라게이트’, ‘제4구역’이 클로즈드베타 서비스 중

슈팅/레이싱

- ◆ 테스트 수준에 그친 2008년을 지나 2009년엔 본격적인 면모를 드러낼 것으로 전망
 - 2007년 8종의 비행/차량/퓨전 슈팅게임과 4종의 레이싱게임이 출시되었으나 대부분 국내 흥행에 실패하면서, 2008년에는 소극적인 시장성 검증 수준의 소규모 출시만 이루어짐
 - 2008년에 공개된 대부분의 슈팅게임은 테스트 수준이었으며 2009년에 본격적으로 공개될 전망이며, 현재 대부분의 레이싱게임은 서비스가 중단되거나 정체된 상태이나, ‘카트라이더’ 후속작인 ‘에어라이더’ 및 ‘프로젝트앨리스’ 등이 출시 예정

FPS

- ◆ 2007년 공개된 12종의 FPS가 대부분 흥행 부진을 겪으면서, 2008년에는 단 5종의 신작만이 공개
 - 2009년에는 FPS와 더불어 3인칭 시점의 TPS가 주목을 받으면서, ‘크레이지슈팅 버블파이터’, ‘케로로팡팡’을 필두로 하여 ‘워크라이’ ‘메탈레이지’ 등의 TPS가 출시될 예정

[출처] 디스이즈게임즈, 2009.1.13

국내 기능성게임 시장, 밝은 전망에 따라 관심 고조

기능성게임이 게임업계의 새로운 블루오션으로 주목

- ◆ 새로운 게임 시장을 창출하여 급성장할 것으로 기대되면서, 기능성게임(Serious Game)이 게임업계의 새로운 관심을 받고 있음
 - 기능성 게임은 ‘재미’라는 게임의 주 목적 외에 교육, 훈련, 치료 등의 목적을 접합시킨 게임으로서 ‘Food Force’나 ‘Peace Maker’등의 대표작이 있음
 - 해외 시장의 경우 2005년에 약 5,000만 달러(700억 원)의 규모에서 연평균 약 48% 성장하여 2010년에는 3억 6,000만 달러(5,000억 원)에 육박할 것으로 전망
 - 2007년 Nintendo의 인기로 기능성 게임에 대한 시장성이 검증되면서 기능성 게임 주목

국내 기능성게임 사례

- ◆ 기능성 게임을 통해 게임 시장의 진입 문턱을 낮춰 전체 게임시장의 성장 기대
 - 한게임 : ‘내맘대로 Z9별(오픈베타 중)’, ‘한자마루’(클로즈베타)와 같은 생활형/교육용 게임 공개
 - 한국게임산업진흥원 : 서울아산병원과 공동으로 ‘헬시랜드를 구하라’라는 소아암 환자를 위한 게임 개발 중(2010년 출시 목표)
 - 엔씨소프트 : 유엔세계식량계획(WEF:World Food Program)이 제작한 ‘Food Force’의 한글 버전을 2008년 12월부터 서비스 중
 - 그 외 소프트맥스, CJ인터넷 등의 게임업체도 올해 중으로 기능성 게임 출시 예정



www.food-force.com



www.peacemakergame.com

중국 온라인게임, 국내 진출 가속화

● 중국 본토 뿐 아니라 국내 내수 시장에서도 중국 온라인게임 급부상

- ◆ 거대한 내수시장에서의 서비스 경험과 자금력을 무기로 한 중국 온라인게임 업체의 공세는 중국 본토뿐 아니라 국내 시장에서도 큰 위협이 되고 있음
 - KTH는 중국 온라인게임 개발사 Perfect World의 '적벽', CJ인터넷은 '주선 온라인'을 각각 계약 체결했으며 이아인터랙티브는 '무림외전'의 국내 서비스를 예정하고 있음
 - 이미 지난 2007년 하반기에는 CJ인터넷이 '완미세계'를 국내에 서비스하여 많은 인기를 얻은 바 있음

● 배경 및 과제

- ◆ 중국 업체에 맞서는 기술력과 함께 시장 개척이 필요
 - 중국 온라인게임은 내수시장의 보호를 위해 소극적인 개방정책을 펼치는 동시에 축적된 기술력을 바탕으로 적극적인 해외 진출을 시도하면서, 해외 시장 소비자의 기호에 맞는 현지화 전략과 동시에 글로벌 서버 운영을 통한 안정적 진출을 시도하여 왔음
 - 그 결과 중국 대표 게임업체인 Perfect World(Perfect World)과 Shanda(Shanda), Kingsoft(Kingsoft) 등은 지난해 총 28종의 게임을 아시아 시장에 수출하였으며, '완미세계', '무림외전' 등은 17개국으로 수출하였고 '검협정연'은 베트남 현지 시장의 80%를 점유하고 있음
 - 이에 대응하여 국내 온라인게임 업체는, 시장 규모 및 자금 열세를 대신하여 기술력 강화 및 유통과 북미 등지의 새로운 시장 개척을 통한 경쟁력 유지가 필요

주요 MMORPG, 잇따라 부분 유료화로 전환

● 월 정액제 게임의 무료/부분 유료화 전환 사례가 증가하고 있음

- ◆ 유료 게임을 부분유료화로 전환하면서 방문자수와 매출이 증가하는 사례가 잇따르면서 상당수의 게임이 부분유료화로의 전환 시도
 - CJ인터넷의 '대항해시대 온라인'은 월 19,800원에서 전면 무료화로 전환한 뒤, 순 방문자 수 7배 증가 및 신규 방문자수 30배가 급증하는 효과를 누림. 전국 PC방 게임시간 점유율 순위에서도 무료화 이전 대비하여 순위가 급상승

- 엔씨소프트는 3월부터 일본에서 '리니지'를 부분 유료화로 전환하기로 함. 일본에서의 성공 여부에 따라 국내에서도 도입 여부 검토 예정. 또한 '헬게이트 런던'의 한빛소프트는 중국 진출을 염두에 두고 국내 부분유료화 예정
- 이미 '그라나도에스파다', 'RF온라인', '마비노기' 등은 부분유료화 전환의 대표적인 성공 사례로서 월 정액 서비스 당시에 비해서 오히려 높은 매출을 발생시키고 있음

● 부분유료화 배경 및 향후 과제

- ◆ 소비 침체 극복 및 재기 발판 마련을 위한 부분유료화는 이용자간 갈등이 발생할 소지가 있으므로, 게임 내 형평성 유지가 필수적
 - 경기 침체로 인해 국내는 물론 콘솔게임이 강세인 북미지역에서조차 유료 온라인게임/콘솔게임에서 무료 온라인게임으로 이용자의 전환이 이루어지고 있음
 - 또한, 쇠퇴기에 놓인 게임은 그 동안 구축된 브랜드파워를 바탕으로 무료화로 전환함으로써 이용자 급증을 통한 재기 발판을 마련하고자 함
 - 그러나 유료게임의 무료/부분유료화 전환은 유료 아이템과 게임 밸런스를 둘러싼 기존 유료/신규 무료 이용자 간의 갈등 해소라는 과제를 내포하고 있음
 - 유료로 구매한 아이템의 성능은 높이되, 전체 게임 내에서의 형평성을 유지할 수 있도록 밸런스를 조절하는 것이 부분유료화 성패의 주요 요소라 할 수 있음

국내 게임업체, 대만 진출 본격화

● 2009년 다수의 게임업체가 대만시장 진출 예정

- ◆ 지난 1월 한달 동안에만 10종 이상을 수출되는 등 대만시장 진출이 활발
 - CJ인터넷: 최근 '프리우스 온라인' 수출 계약을 체결하였으며, 전체 해외 매출의 약 30%가 대만 시장에서 발생하고 있음
 - 온미디어: 총 280만 달러에 '케로로파이터', '케로로레이싱', '케로로팡팡', '케로로 RPG' 등 총 4개 게임 수출
 - 엠게임: '광명전기(光明戰記)'라는 현지명으로 '홀릭2'의 공개서비스를 시작하였으며, 대만 게임포털 게이머닷컴에서 상위권에 오를 정도로 인기를 얻고 있음
 - 이 외에 조이임팩트('스타크래쉬') 및 한빛소프트('에이카 온라인')등도 2009년 중으로 대만 진출 예정

- ◆ 2001년에 ‘리니지’ 진출 이후로 대만 시장으로 적극 진출 시도
 - 엔씨소프트의 ‘리니지’는 2001년 대만 시장에 첫 진출하여 현재까지 최대 동시접속자가 10만 명 이하로 떨어진 적이 없는 최대 성공작임
 - CJ인터넷의 ‘마구마구’는 대만 현지의 월 매출이 8~9억 원에 육박하여 성공적으로 안착하였으며, 이야인터랙티브의 ‘루나온라인’은 동시접속자 10만 명을 넘나들며 ‘WoW’, ‘리니지’등의 선두 게임을 위협하고 있음

대만 시장 진출 배경 및 전망

- ◆ 대만 온라인게임 시장은 이용자 취향과 인프라가 한국 온라인게임에 적합
 - 리니지의 성공 배경에는 헬멧과 같은 한국형 커뮤니티를 선호하는 대만 게이머의 특성이 영향을 미침
 - 대만은 인구 밀집도가 높으며 초고속 인터넷 인프라가 잘 구축되어 있어 온라인게임에 적합한 특성을 지닌 시장임
- ◆ 대만 온라인게임 시장은 꾸준한 성장세를 유지하고 있으며, 해외 시장 테스트 베드 및 중화권 진출의 교두보로도 주목 받고 있음
 - 연간 약 4,000억 원 규모의 시장이며 매년 8~9%의 성장세를 유지하고 있음
 - 또한, 대만시장에서의 성공은 중국과 홍콩 등 중화권 시장으로의 진출 가능성을 높이는 교두보 역할이 될 수 있기 때문에 국내 업체의 활발한 진출 예상됨

STAT 국내 온라인게임 순위

Table 국내 온라인게임 순위 (2009년 2월 3일 기준)

순위	게임명	장르	사용시간 점유율(%)	일평균 (시간)	PC 방당 (분)	평균체류 (분)	PC 방 수	
1	-	아이온	RPG	18.48%	1,308,707	4,006	164	19,604
2	-	서든어택	FPS	10.88%	770,245	2,230	62	20,727
3	-	스타크래프트	RTS	6.24%	441,991	1,276	56	20,790
4	-	WoW	RPG	5.63%	398,347	1,372	118	17,420
5	-	워크래프트 3	RTS	5.24%	371,096	1,160	76	19,194
6	-	리니지 2	RPG	5.21%	369,181	1,350	160	16,412
7	▲1	스페셜포스	FPS	4.08%	289,186	959	77	18,102
8	▼1	던전앤파이터	RPG	3.81%	269,808	876	67	18,480
9	-	리니지	RPG	3.50%	248,203	851	93	17,504
10	-	피파온라인 2	스포츠	3.00%	212,739	662	45	19,299

[출처] gametrics

STAT 국내 게임 SW 판매량(1월 넷째 주)

Table 국내 게임 SW 판매 순위 (2009.1.23~1.29)

순위	게임명	플랫폼	지난주 순위	주간 판매량
1	월드사커 위닝일레븐 2009	PSP	New	50 개
2	소울칼리버 4	PS3	재진입	28 개
3	빅히트 - 철권 DARK RESURRECTION	PSP	재진입	23 개
4	버추어 파이터 5 빅히트	PS3	4 (-)	22 개
5	나루토 나루티밋 스톰	PS3	3 (▼2)	20 개
6	리틀 빅 플래닛	PS3	재진입	19 개
6	모터스톰 2 퍼시픽리프트	PS3	6 (-)	19 개
8	스타크래프트 앤솔로지	PC	재진입	17 개
9	디제이맥스 포터블 블랙스퀘어	PSP	재진입	15 개
10	기어스 오브 워 2 일반판(한글자막)	X360	재진입	11 개

[출처] GAMECD

STAT 온라인게임 포털 순위(1월 셋째 주)

Table 온라인게임 포털 순위 (2009.1.12~1.18) (단위: 백만 분)

순위	사이트	12/29 ~1/4	1/5 ~1/11	1/12 ~1/18	전주 대비	07년 12월	08년 11월	08년 12월	MoM %	YoY %
1	Hangame	85.2	69.8	75.0	+7.5%	458.7	360.4	368.2	+2.2%	-19.7%
2	Netmarble	65.6	59.8	69.7	+16.6%	253.1	222.3	243.8	+9.7%	-3.6%
3	Nexon	54.4	53.0	52.0	-1.8%	273.3	116.6	188.1	+61.2%	-31.2%
4	Pmang	53.2	51.9	49.5	-4.5%	240.6	219.4	206.9	-5.7%	-14.0%
5	plaync	33.7	36.4	37.2	+2.2%	28.6	137.1	143.8	+4.8%	+401.9%

*주: MoM(전월대비)와 YoY(전년대비)의 수치는 2008년 12월 기준으로 산정

[출처] KoreanClick