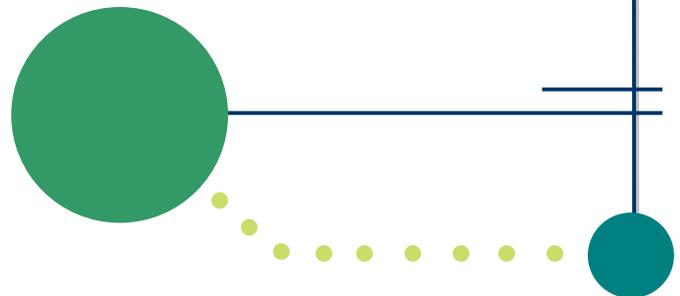




## 국내 게임 시장 동향

- 게임용 음성 채팅 서비스 잇따라 출시돼
- 기능성 게임, 내부 직원 교육용으로도 활용되기 시작
- 온라인게임 '채널링'의 부상 배경과 사례
- 자동사냥 기능 온라인게임, 등급 거부 판정
- **STAT** 게임엔진 3社の 한국 서비스 비교 분석
- **STAT** 국내 온라인게임 순위 (8월 첫째 주)
- **STAT** 온라인게임 포털 순위 (7월 셋째 주)
- **STAT** 국내 게임업체의 해외 진출 동향 (7월 다섯째 주)



### 게임용 음성 채팅 서비스 잇따라 출시돼

#### ● 게임용 음성채팅, 게임 고도화에 따라 수요 증가

- ◆ 끊임없는 컨트롤과 복잡한 시스템을 채택한 게임들이 증가하면서, 과거 광범위하게 사용되는 문자 채팅 방식에서 별도의 입력 없이도 빠르게 의사소통 할 수 있는 음성 채팅이 각광받고 있음
  - 음성채팅은 그 동안 FPS 게임 사용자들의 협력 플레이나 MMORPG의 파티 플레이에서 주로 사용되어 왔으나, 국내 MMORPG 및 FPS 이용자들이 늘어나고, 해당 게임들이 고도화되면서, 사용자층이 확산되고 있음

#### ● 주요 게임용 음성 채팅 서비스 사례

- ◆ NHN은 지난 7월 말 ‘게임톡’ 공식서비스에 들어갔으며, 엔씨소프트는 ‘아이온 게임폰’ 서비스를 준비 중
  - NHN은 다자간 음성 채팅 서비스인 ‘네이버폰 오픈톡’을 제공하면서 이용자의 60% 이상이 온라인 게임 사용자임을 확인하고 게임에 특화된 전용 서비스를 선보였음
  - 엔씨소프트는 지난 7월 22일부터 온라인롤플레이게임(MMORPG) ‘아이온’ 음성 채팅 서비스 ‘아이온 게임폰’의 비공개테스트에 들어갔으며, 향후 다른 게임으로도 확대될 전망
  - 지난 6월 말 메신저에서 게임 서비스를 이용할 수 있는 ‘게임온’을 시작한 SK커뮤니케이션즈(대표 주형철)는 최대 50명이 동시에 음성 채팅이 가능한 ‘토크온’으로 사용자들의 호응을 얻고 있음
- ◆ 업체들이 이 같은 음성채팅 지원을 강화하고 있는 것은 과거 문자 위주의 커뮤니케이션 수단에 비해 음성채팅 서비스가 길드 및 파티 등의 커뮤니티 활성화에 긍정적인 동력이 될 것으로 기대하기 때문이며, 궁극적으로는 해당 게임에 대한 충성도를 높여 매출 증대에 기여할 수 있기 때문인 것으로 분석됨

## 기능성 게임, 내부 직원 교육용으로도 활용되기 시작

### ● EM브릿지, 금융기관과 손잡고 직무교육 게임 시장 진출

- ◆ 기능성게임 전문업체인 EM브릿지가 지난 7월 15일 하나은행과 3D 게임 기반의 직무교육용 게임 솔루션인 '팩스하나' 보급사업을 위해 제휴를 체결했음
  - 3D MMORPG인 '팩스하나'는 다양한 미션을 수행해 나가는 동안 자연스럽게 차세대 전산시스템을 익힐 수 있도록 제작됐으며, 게임 내에서 직장 동료들과 협력하면서 공동체 의식도 키울 수 있음
  - EM브릿지는 3D 영어교육게임 'Cylish', 한자학습게임 'EM퀴즈', 한국게임산업진흥원과 공동 개발한 '리틀소방관' 등의 타이틀을 보유하고 있으며 우리은행의 직무교육 게임인 '백두대간' 개발에도 참여한 바 있음

### ● 전망

- ◆ EM브릿지는 이번 제휴를 계기로 '팩스하나'를 금융/교육/기업 등 분야별로 특화시켜 국내는 물론 해외 시장에도 진출할 계획임
- ◆ 아울러 그간 기능성게임 분야에서 쌓아온 경험과 기술력을 바탕으로 시험 및 의료/치료 분야 등으로도 자사의 게임 영역을 확장해 나갈 예정임

## 온라인게임 '채널링'의 부상 배경과 사례

### ● 신규 유저 유입에 따른 매출 증대 효과로 인해 '채널링' 부상

- ◆ 최근 채널링 서비스를 제공하는 업체들이 채널링을 통해 게임을 제공하는 퍼블리셔 매출의 80%에 육박하는 수익을 거두는 등 채널링의 성과가 가시화되면서, 채널링이 확산되고 있음
  - 채널링은 특정 게임의 퍼블리셔가 기존의 자사 포털이나 사이트가 확보하지 못한 유저들에게 일반 포털 및 타사의 게임 사이트 등을 통해 해당 게임을 서비스하는 것을 의미함
  - 현재 NHN 한게임, 네오위즈게임즈, 엔씨소프트, CJ인터넷, KTH올스타 등의 게임업체들뿐만 아니라, 다음, 네이버 등의 대형 포털들도 채널링 서비스를 제공하고 있음

### 부상 배경

- ◆ 채널링이 부상하고 있는 배경으로 퍼블리셔들은 자사 서비스를 통한 매출이 정점에 달했다고 판단하는 시기에 신규 유저를 유입시켜 매출을 극대화시키는 수단으로, 채널링사는 자사의 방대한 유저 기반을 바탕으로 별도의 큰 투자 없이 검증된 게임을 확보해 안정적인 매출을 올릴 수 있는 수단이라는 점이 주목 받고 있음
  - 보통 신규 게임의 경우, 안정적인 매출규모에 도달하는 데 1년 정도의 시간이 걸리며, 이 때 채널링 서비스를 많이 시도하는 것으로 알려짐
  - 대형 포털이나 게임전문 포털 같은 채널링사 입장에서 최근 경쟁이 심화되면서, 신규 게임의 성공확률이 낮아져 자체 퍼블리싱만으로는 포트폴리오 구성에 어려움을 겪고 있어, 비용도 저렴한 데다 인기가 어느 정도 검증된 게임을 확보할 수 있다는 점에서 채널링 서비스는 매력적임

### 매출 효과

- ◆ 경향게임스에 따르면, 현재 채널링 되는 게임 중 괄목할 만한 매출을 올리고 있는 게임은 CJ인터넷이 서비스하는 '마구마구'와 나우콤의 '테일즈런너'인 것으로 알려짐
  - '마구마구'는 KTH 올스타에서 본 서비스 대비 무려 70%의 매출 기록했으며, NHN 한게임의 경우 넷마블에 비교해 30%의 매출을 기록
  - 같은 게임임에 불구하고 채널링사에 따라 차이가 나는 것은 '마구마구'를 즐기는 남성 유저풀이 NHN 한게임보다 KTH와 맞아 떨어진데다, NHN 한게임이 올해 2월에야 시작하는데 반해, KTH는 3년이 넘었다는 점이 작용한 것으로 분석됨
  - 특히 NHN 한게임의 경우 '마구마구'보다 유저풀이 일치하고 있는 '테일즈런너'에 높은 성과를 보여, 퍼블리셔인 나우콤 서버와 비교해 80%에 가까운 매출액을 기록
  - 엔씨소프트의 '러브비트'를 채널링 중인 Daum은 엔씨소프트 대비 22%~24%의 매출액을 기록하고 있어, 일반 포털에서도 채널링 서비스의 성과가 가속화되고 있음

[출처] 경향게임스, 2009.7.23

## 자동사냥 기능 온라인게임, 등급 거부 판정

### ● 게임위, '자동사냥' 기능이 포함된 온라인게임에 등급 거부 결정

- ◆ 게임물등급위원회가 이아인터랙티브의 온라인게임 '엔젤러브(Angel Love Online)'에 대해 자동사냥 프로그램과 유사한 기능이 포함되어 있다는 이유로 등급 거부 판정을 내림
  - 엔젤러브는 대만의 'UserJoy'에서 개발한 온라인게임으로, 게임 내에 기본 제공되는 '천사수호정령' 기능을 이용할 경우 사냥이나 자원 채집을 자동으로 할 수 있음
  - 게임위는 이 같은 결정을 내린 이유에 대해 '온라인게임의 콘텐츠 소모 속도가 빠른 점을 감안할 때 해당 기능은 게임의 재미를 저하시킨다'고 밝힘

### ● 업체 반응

- ◆ 이아인터랙티브 측은 '이용자의 편의를 위해 제공된 기능은 이용자의 판단에 맡겨야 한다'며 '유사한 기능을 지닌 게임들이 등급 판정을 받은 전례를 보건대 이번 결정은 형평성 면에서 문제가 있다'고 반응
  - 회사 측의 주장에 따르면 '그라나도에스파다'의 킵모드와 지모컨, '아틀란티카'의 숙련의 주문서와 자동수색 주문서, '위드2FC'의 C.C 모드 등이 비슷한 기능임
- ◆ 게임 내 자동사냥 기능에 대해서는 이용자들 내에서도 '사용자의 편의성 증진'과 '건전한 게임 문화 저해'라는 두 가지 상반된 견해가 부딪히고 있음

## STAT 게임엔진 3사의 한국 서비스 비교 분석

### ● Epic Games (Unreal Engine)

- ◆ 지난 6월 한국지사 설립 이전부터 NCSOFT, Webzen, Redduck, Bluehone Studio 등 20개 이상의 국내 고객사를 확보하고 있었음
  - 현재 엔진 및 매뉴얼 한글화 작업이 완료된 상태이며 본사 엔진개발에 참여했던 잭 포터(Jack Porter) 부장이 상주하면서 다양한 기술지원과 개발사 요청 시 코딩작업도 함께 진행할 계획

 **Crytek**

- ◆ 2008년 11월 설립된 한국지사는 NCSOFT, XL게임즈 등의 국내 게임사들과 라이선스 계약을 맺고 있으며 최소한의 고객사를 효율적으로 관리하는 것을 목표로 삼음
  - 제휴 개발사에게는 독일 본사에서 엔진교육을 받을 수 있도록 지원하며 고객사 대상의 자체 포럼을 통한 체계적인 커뮤니케이션 제공에 역점을 두고 있음

 **Emergent Game (Gamebryo Engine)**

- ◆ 게임브리오 엔진은 비교적 저렴한 가격에 우수한 성능을 보유하고 있어 많은 중소개발사들이 사용 중인 엔진으로, 타 엔진과 비교해 사용자간 커뮤니케이션이 활발하다는 점이 특징
  - 정부지원을 통한 중소기업 대상의 무료 엔진교육을 받을 수 있고, 개발사의 요청이 있을 경우 본사 파견 엔진교육도 지원함
  - 한국총판인 게임베이스를 통해 연 1회 프로모션 진행

[출처] 경향게임스, 2009.7.21

Table      게임엔진 3社 한국 서비스 지원 비교		
Epic Games	Crytek	Emergent Games
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 엔진 및 매뉴얼 한글화 서비스</li> <li>▪ 에픽게임스코리아 주최 정기 세미나 개최</li> <li>▪ 한국어 가능한 본사 기술부장 한국지사 상주</li> <li>▪ 전담 번역팀 통한 본사 엔지니어 컨설팅</li> <li>▪ 기술부장과 메신저 통한 real-time 서포트</li> <li>▪ 방문 서포트 통한 개발사 상주 코딩작업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 매뉴얼 한글화 서비스 제공 (작업 중)</li> <li>▪ 개발자 독일 본사 초청 엔진 트레이닝</li> <li>▪ 본사 개발자 비정기적 한국 방문 'QA 데이' 마련</li> <li>▪ 고객사 대상 자체 포럼 통한 한국어 커뮤니케이션</li> <li>▪ B2C 서비스로 명확한 답변 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 매뉴얼 한글화 서비스 제공</li> <li>▪ 자체 온라인 포럼 통한 커뮤니케이션</li> <li>▪ 한국정보통신인력개발센터 등 정부지원 통한 중소기업 대상 무료 교육</li> <li>▪ 본사 파견 엔진 교육 (비용 개발사 자체 부담)</li> <li>▪ 연 1회 프로모션 통한 엔진 가격 인하</li> </ul>

[출처] 경향게임스, 2009

**STAT** 국내 온라인게임 순위 (8월 첫째 주)

Table 국내 온라인게임 순위 (2009년 7월 29일 기준)

순위	게임명	장르	사용시간	일평균 (시간)	PC 방당 (분)	평균체류 (분)	PC 방수	
			점유율(%)					
1	-	아이온	RPG	15.25%	925,465	2,796	138	19,866
2	-	서든어택	FPS	10.29%	624,585	1,811	64	20,696
3	-	스타크래프트	RTS	7.61%	461,663	1,329	59	20,843
4	-	워크래프트 3	RTS	6.73%	408,457	1,242	74	19,730
5	-	월드 오브 워크래프트	RPG	5.41%	328,267	1,167	122	16,884
6	-	리니지	RPG	5.28%	320,185	1,086	88	17,693
7	-	리니지 2	RPG	4.83%	293,384	1,131	150	15,561
8	-	피파온라인 2	스포츠	4.07%	246,773	749	48	19,772
9	-	스페셜포스	FPS	3.62%	219,603	771	79	17,094
10	-	던전앤 파이터	RPG	3.57%	216,521	719	72	18,081

[출처] gametrics

**STAT** 온라인게임 포털 순위 (7월 셋째 주)

Table 온라인게임 포털 순위 (2009.7.13~7.19)

순위	변동	사이트	업체	주간UV	점유율	전주대비
1	-	nexon.com	Nexon	3,442	30.9%	+1.6%
2	-	pmang.com	Neowiz	3,160	24.8%	-2.1%
3	-	hangame.com	NHN	2,855	21.6%	-0.2%
4	-	netmarble.net	CJ Internet	2,408	18.0%	+0.8%
5	-	mgame.com	Mgame	630	4.7%	-0.1%

\*주: UV(Unique Visitor)의 단위는 천이며, 점유율 및 전주대비의 단위는 %임

[출처] KoreanClick

**STAT** 국내 게임업체의 해외 진출 현황 (7월 다섯째 주)

**Table** 국내 게임업체의 해외 진출 현황(7.21~7.29)

게임	장르	게임업체	퍼블리셔	지역	일자	내용
천상비	MMORPG	하이원,GameOn	리자드 인터랙티브	글로벌 포털	2009.07.10	계약 체결
아이온	MMORPG	엔씨소프트	NC Taiwan	대만	2009.07.21	상용화
위 온라인	MMORPG	구름인터랙티브	Soft-World	대만	2009.07.23	계약 체결
H.A.V.E Online	TPS	SK 아이미디어	Insrea Game Center (대만)	대만	2009.07.22	계약 체결
Project nX	FPS	SK 아이미디어	Insrea Game Center (대만)	대만	2009.07.22	계약 체결
스페셜포스	FPS	드래곤플라이	NHN USA	유럽	2009.07.28	상용화

[출처] 스트라베이스