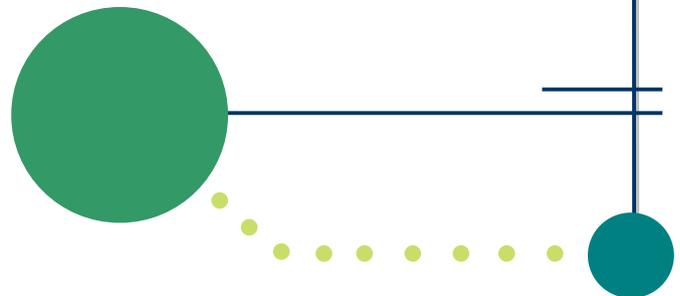




국내 게임 시장 동향

- 국내 온라인게임 시장 웹게임 급증 임박
- 단순한 시스템 앞세운 저사양 온라인게임의 선전 가능성 대두
- 국내 게임업체, 글로벌 포털 등으로 해외시장 직접 진출 늘어
- Blizzard의 국내 배틀넷 이용약관 비판 직면... 형평성 내세운 옹호론도 비등
- CJ 인터넷, 논란 속에 KBO와 야구게임 독점 라이선스 계약 체결
- **STAT** 국내 온라인게임 순위 (9월 넷째 주)
- **STAT** 온라인게임 포털 순위 (9월 첫째 주)
- **STAT** 국내 게임업체의 해외 진출 동향 (9월 셋째 주)



국내 온라인게임 시장 웹게임 급증 임박



● 웹게임, 온라인게임 시장의 새로운 주류로 부상 中



- ◆ 지난해 하반기에만 하더라도 가능성을 타진하던 정도에 불과했던 국내 웹게임 시장이 최근 대기업의 진출 등에 따라 급격한 팽창을 보이고 있음
 - 현재 정식서비스 중인 웹게임으로는 경향플러스의 ‘부족전쟁’, 더파이브인터랙티브의 ‘철용전설’, ‘제국전쟁’, ‘카오스로드’ 등이 있고, 액토즈소프트와 블라스트가 각각 ‘중형천하’(9/21 CBT 실시 예정)와 ‘바이시티’(그룹테스트 진행)의 서비스를 준비 중임
 - 이외에도 소노브이가 자사개발 MMORPG ‘베르카닉스’ 기반의 웹게임을, 그라비티는 Shanda와 공동으로 ‘라그나로크’ 소재 웹게임을 개발 중이고, 조이맥스 역시 국산 전략 RPG ‘로드워’의 전세계 퍼블리싱 계획을 밝힌 바 있음
 - 엔씨소프트, 넥슨, CJ인터넷, 엠게임 등의 일부 대기업들도 해외 유명 웹게임의 국내 퍼블리싱 계약을 진행하는 등 웹게임 서비스를 적극 검토 중이며, NHN이나 네오위즈게임즈, 위메이드 또한 자사게임의 라인업 강화를 위해 웹게임 서비스를 긍정적으로 보고 있는 것으로 전해짐

● 배경

- ◆ 이 같은 웹게임의 증가는 수익면에서 MMORPG 등 온라인게임에 비할 바는 못되지만 투자 대비 성과가 우수하다는 점과 일부 게이머에 국한됐던 고객층이 점차 확대되고 있다는 데에서 그 원인을 찾을 수 있음
- ◆ 웹게임은 특히 상대적으로 낮은 사양의 PC나 네트워크 상황에서도 서비스가 가능해 유럽이나 중국 등 해외에서 먼저 개발돼 확산 중임
 - 독일의 게임 퍼블리셔 Gameforge가 서비스 중인 전략시뮬레이션 ‘O-game’이 그 대표적인 사례이며 중국에서도 수 백여 개의 웹게임이 개발 및 서비스 중인 것으로 알려짐
 - 일본에서는 넷북이 인기를 모으면서 웹게임에 대한 관심이 더욱 높아지고 있을 뿐만 아니라 넷북 및 모바일 기반의 웹게임 개발에 박차를 가하는 회사도 늘고 있음
- ◆ 그러나 200여 개의 웹게임 가운데 수익을 내는 게임이 일부에 지나지 않는 중국의 경우에서 알 수 있듯 접근성이 높은 만큼 포화상태 역시 빠르게 진행될 것이라는 우려도 제기되고 있음

단순한 시스템 앞세운 저사양 온라인게임의 선전 가능성 대두

● 저사양 온라인게임 인기몰이

- ◆ 최근 ‘간편한 조작과 저사양’이라는 강점을 통해 진입장벽을 낮춘 온라인게임들이 잇따라 등장하며 대중의 인기를 모으고 있음
 - 지난달 26일 OBT를 시작한 엔플루토의 ‘콜오브카오스’는 리니지와 매우 유사한 시스템을 도입, 일각의 우려와는 달리 동접자수 3만 명을 기록하며 상승세를 이어가고 있음
 - KTH의 ‘카로스 온라인’도 고전 콘텐츠인 공성시스템을 3D로 구현해 2차 테스트 당시 20만 명이 몰리는 등 유저들로부터 큰 호응을 얻었음
 - 라이브플렉스가 서비스 중인 ‘천존협객전’은 PK(플레이어킬) 시스템이 활성화된 중국게임으로 다소 뒤떨어지는 그래픽에도 불구하고 주말기준 동접자수 1만 5,000명, 월 매출 10억 원을 자랑하고 있음

● 배경과 전망

- ◆ 그간 국내 게임 시장은 대규모 자본과 최첨단 기술이 투입된 대작 게임이 대세를 이루었지만 이로 인한 부작용이 만만치 않았던 게 사실임
 - 이들 대작 게임들은 게임의 본질적인 재미보다는 그래픽 등의 외형을 중시한 ‘전시용 게임’들을 양산했을 뿐만 아니라 투자에 비해 실패 위험성이 크고 무엇보다 저사양 PC를 보유한 이용자들에게는 그림의 떡에 불과했음
- ◆ 부담 없는 그래픽과 단순한 게임방식을 앞세운 ‘대중형 게임’은 화려한 대작게임들 속에서 나름대로의 틈새시장을 형성하며 향후에도 선전할 것으로 예상됨
 - ‘서든어택’, ‘프리스타일’, ‘오디션’ 등이 지금까지도 인기를 끌고 있는 것과 최근 한/중/일 동시접속자수 200만 명을 돌파한 ‘던전앤파이터’의 사례를 통해서도 저사양 온라인게임의 성공 가능성을 엿볼 수 있음

국내 게임업체, 글로벌 포털 등으로 해외시장 직접 진출 늘어

● 게임업계, 글로벌 직접 서비스 증가

- ◆ 최근 국내 게임업체들이 해외 게임업체와의 제휴 서비스가 아닌 글로벌 게임포털이나 글로벌 직접 서비스를 진행하는 사례가 늘고 있음
 - 업계 최초로 글로벌 직접 서비스를 시작한 조이맥스(joyman.com)는 자사 '실크로드 온라인'을 기반으로 지난해 글로벌 매출 300억 원과 200억 원에 육박하는 영업이익을 올렸으며 '데코온라인', '다크에덴'에 이어 최근 '마스터크로니컬'과 웹게임 '로드워'를 추가 확보함
 - 제이씨엔터테인먼트는 지난 2월 글로벌 게임포털 게임키스(Gamekiss.com)를 오픈, 6월말 자사게임 '프리스타일'을 중심으로 유료화에 돌입했고 최근 '발키리스카이', '니다온라인'의 글로벌 퍼블리싱 계약으로 라인업을 확대해 나가고 있음
 - 지난해 10월 문을 연 리자드인터랙티브의 네오펜(neofun.com)은 '크로노스', '수 온라인', '랜드 오브 매직', '노스테일' 등 자사의 다양한 MMORPG를 서비스 중으로 오는 4분기에 '천상비'도 출시할 예정임
 - 게임하이 역시 최근 오픈한 게임하이닷컴(gamehi.com)을 통해 '서든어택'과 '데카론'을 시작으로 연내 '메탈레이지'와 '트랜스피' 등을 추가로 제공할 예정이며, '좀비 온라인'과 '카르카스 온라인' 등도 이곳을 통해 선보인다는 계획
 - 웹젠은 지난 6월 오픈한 글로벌 게임포털 웹젠넷(webzen.net)에 '뮤온라인', '썬온라인', '아크로드' 등을 서비스하고 있으며, NHN의 경우 한게임을 통한 글로벌 직접 서비스 계획을 15일 밝혔음

● 장점과 단점

- ◆ 글로벌 직접 서비스는 해외 현지 업체와 수익을 분배할 필요가 없기 때문에 벌어들이는 수익이 크고 게임 흥행 실패에 따른 위험을 줄일 수 있으며 운영 전반을 통제할 수 있는 동시에 브랜드 이미지를 강화할 수 있다는 장점이 있음
- ◆ 그러나 결제 시스템 등 현지화 지원이 취약하고 사내/외 유관 부서 간 커뮤니케이션이 원활하지 않을 경우 다양한 상황에 즉각적으로 대응하기 어렵다는 단점도 존재함

Blizzard의 국내 배틀넷 이용약관 비판 직면... 형평성 내세운 옹호론도 비등

● 비판론: 회사 측에 과도하게 유리한 일방적 약관

- ◆ 지난 9월 17일 공개된 Blizzard의 국내 배틀넷 통합계정 약관이 회사 측에 일방적으로 유리한 내용을 다수 담고 있다는 비판을 받고 있음
 - Blizzard는 약관 7조에서 게임 클라이언트와 해당 서비스는 물론이고 ‘게임 내 대화 내용’과 ‘유저의 캐릭터 프로필’에 대해서까지 소유권을 명시하며 자사의 동의 없이는 어떠한 형태의 2차 저작물도 제작할 수 없도록 규정했음
 - 또 14조에서는 ‘사용자의 개인정보 등을 회사 단독재량으로 공개할 수 있음’을 명시했고, 16조에서는 ‘블리자드와의 분쟁에 있어서 사용자가 취할 수 있는 유일한 구제수단은 서비스 이용을 중단하고 모든 계정을 취소하는 것’이라고 밝혀 손해배상 등 여타 법적 책임으로부터의 폭넓은 면책권을 설정했음
 - Blizzard는 자사 게임의 온라인서비스 채널을 ‘Battle.net’으로 일원화한다는 방침 아래 지난 9월 말부터 국내 ‘WoW’ 계정 등의 ‘Battle.net’ 통합을 진행하고 있음

● 옹호론: 온라인게임 서비스 약관은 국내 업체들도 대동소이

- ◆ 그러나 Blizzard 측은 ‘국내 저작권법을 토대로 미국 본사의 약관을 수정 적용한 것이어서 해당 약관의 어떤 조항도 법적인 무리가 없다’는 입장
 - 일례로 14조의 개인정보 관련 조항에 ‘단독재량’이라 표현된 부분은 법령이나 법원의 요구, 혹은 그에 준하는 주요한 사유가 발생했을 경우에만 재량에 의거해 공개할 수 있다는 의미
- ◆ ‘WoW’ 사용자 일부는 ‘국내 온라인게임 사업자들도 사실상 Blizzard와 유사한 약관을 두고 있다’며, Blizzard에 대한 국내 게임업계의 반감이 형평성 없는 비난을 낳고 있다고 주장
 - 게임 기반 2차 저작물에 대해서는 국내 게임업체들도 포괄적인 권리를 약관에 명시해둔 상태이며, 게임 내 대화를 수집해 범죄 대응 등 중요 사안에 활용하는 것 역시 마찬가지라는 게 Blizzard 옹호론자들의 설명
 - 국내 게임업체들도 게임 내 아이템 소실 등 제반 변수에 대해 손해배상 등의 법적 책임은 인정하지 않고 있음

CJ 인터넷, 논란 속에 KBO와 야구게임 독점 라이선스 계약 체결

● CJ인터넷, KBO와 독점 계약



- ◆ 온라인 야구게임 ‘마구마구’를 서비스 중인 CJ인터넷이 한국야구위원회(KBO)와 독점 라이선스 계약을 체결하기로 한 사실이 지난 7일 업계에 알려짐
 - 현재 최종 사인만 남겨둔 상태로 계약이 성사될 경우 CJ인터넷은 KBO 소속 프로야구 선수들의 이름과 얼굴 등을 ‘마구마구’에 독점으로 사용할 수 있게 됨
 - 이로 인해 경쟁작인 네오위즈의 ‘슬러거’는 내년부터 KBO 선수들의 사진과 이름을 사용할 수 없게 되며 서비스 준비 중인 KTH의 ‘와인드업’ 역시 게임 수정이 불가피한 상황임



● 비판

- ◆ CJ인터넷의 이번 독점계약을 놓고 ‘시장 논리적 관점에서 볼 때 발 빠른 판단’이었다는 의견도 있으나 이제 막 자리잡기 시작한 온라인 야구게임 시장에 찬물을 끼얹는 행위라는 비난도 적지 않음
 - 일부 네티즌과 게이머들은 ‘당장의 이득을 앞세워 시장을 고사시키는 것은 문제’라며 최근 독점 계약 체결을 반대하는 서명 운동에 나섰다

 www.cjinternet.com

 ma9.netmarble.net

STAT 국내 온라인게임 순위 (9월 넷째 주)

Table 국내 온라인게임 순위 (2009년 9월 21일 기준)

| 순위 | 게임명 | 장르 | 사용시간 | 일평균 (시간) | PC 방당 (분) | 평균체류 (분) | PC 방수 | |
|----|-----|-------------|--------|-------------|--------------|-------------|-------|--------|
| | | | 점유율(%) | | | | | |
| 1 | - | 아이온 | RPG | 18.21% | 946,752 | 2,880 | 165 | 19,730 |
| 2 | - | 서든어택 | FPS | 8.44% | 438,710 | 1,296 | 69 | 20,318 |
| 3 | - | 스타크래프트 | RTS | 6.53% | 339,281 | 981 | 60 | 20,748 |
| 4 | ▲1 | 월드 오브 워크래프트 | RPG | 5.98% | 310,685 | 1,106 | 121 | 16,853 |
| 5 | ▼1 | 워크래프트 3 | RTS | 5.85% | 304,341 | 973 | 78 | 18,764 |
| 6 | | 리니지 2 | RPG | 5.49% | 285,691 | 1,091 | 149 | 15,708 |
| 7 | ▲2 | 리니지 | RPG | 4.87% | 253,463 | 869 | 93 | 17,504 |
| 8 | ▲2 | 스페셜포스 | FPS | 3.91% | 203,112 | 732 | 82 | 16,643 |
| 9 | ▼1 | 피파온라인 2 | 스포츠 | 3.54% | 184,303 | 581 | 45 | 19,047 |
| 10 | ▼3 | 던전앤 파이터 | RPG | 3.22% | 167,192 | 587 | 77 | 17,084 |

[출처] gametrics

STAT 온라인게임 포털 순위 (8월)

Table 온라인게임 포털 순위 (2009.8)

| 순위 | 도메인 | 순방문자 (*1000) | 도달률 (%) |
|----|-------------------|--------------|---------|
| 1 | www.nexon.com | 7,363 | 22.77 |
| 2 | www.hangame.com | 6,572 | 20.32 |
| 3 | www.pmang.com | 6,348 | 19.63 |
| 4 | www.netmarble.net | 4,944 | 15.29 |
| 5 | www.gameangel.com | 2,595 | 8.02 |

[출처] KoreanClick

STAT 국내 게임업체의 해외 진출 현황 (9월 셋째 주)

| Table | | 국내 게임업체의 해외 진출 현황(9.4~9.17) | | | | |
|---------------|--------|-----------------------------|----------------------------------|---------------|-----------|-----|
| 게임 | 장르 | 게임업체 | 퍼블리셔 | 지역 | 일자 | 내용 |
| 열혈강호 온라인 | MMORPG | 엠게임 | ASIASOFT (싱가폴) | 싱가폴/ 말레이시아 | 2009.9.17 | 상용화 |
| 에밀크로니클 온라인 | MMORPG | 그라비티 | WAVE GAME | 인도네시아 | 2009.9.11 | 상용화 |
| 아틀란티카 | MMORPG | 엔도어즈 | ASIASOFT | 태국 | 2009.9.10 | OBT |
| 오퍼레이션 7 | FPS | 엠게임 (파크 E.S.M 개발) | IP-EGAMES | 필리핀 | 2009.9.9 | OBT |
| 십이지천 2 | MMORPG | 라이브플렉스 (알트원 개발) | Mygame1 (라이브플렉스의 필리핀 현지법인) | 필리핀 | 2009.9.9 | 상용화 |

[출처] 스트라베이스, 2009