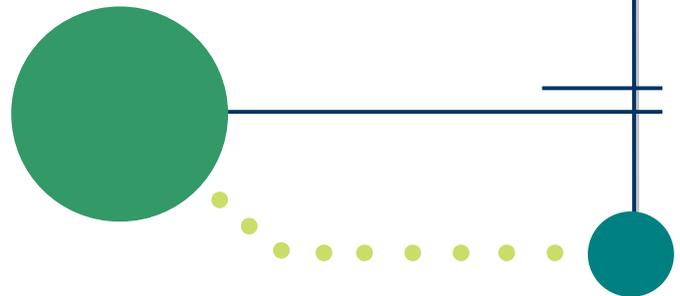




북미 게임 시장 동향

- 마이크로 블로그 Twitter, 게임업계의 새로운 홍보 매체로 각광
- 캐주얼게임 광고, 게임 장르에 따라 노출 방식 달라져야
- 디스크 잠금 기술, 게임 소매점의 도난 문제 완화에 기여 예상
- Activision, 'PS3 가격 인하 없으면 게임 공급 중단할 것'
- THQ, 하드코어/캐주얼/온라인 3개 부문 체제로 조직개편 단행
- 年 매출 1억 달러 앞둔 SNS 게임 업체 Zynga, IPO 추진 가능성
- 'Duke Nukem' 개발사 3D Realms, Take-Two와 법정 공방
- 파산 신청한 Factor 5, 前 직원들로부터 피소
- **M&A** 美 게임업체 Zenimax, 'Doom' 시리즈 개발사 id Software 인수
- **STAT** 광고기반 무료 iPhone 애플리케이션, 실제 매출 기대보다 저조
- **STAT** 북미 5월 게임 시장규모, 전년동기대비 23% 하락
- **STAT** 美 콘솔 HW&SW 판매량 (6월 넷째 주)
- **STAT** 美 PC게임 판매순위 (6월 셋째 주)
- **STAT** 북미 MMO게임 이용순위 (7월 첫째 주)
- **STAT** App Store 인기게임 순위 (7월 첫째 주)



마이크로 블로그 Twitter, 게임업계의 새로운 홍보 매체로 각광

Twitter, '1:多' 마케팅 수단으로 급부상



- ◆ 단문메시지 방식의 '마이크로 블로그'로 유명한 SNS 서비스 'Twitter'가 게임 업체를 비롯한 기업들의 새로운 마케팅 채널로 부상하고 있음
 - Twitter의 대표적인 기능인 'Follow'는 한 사용자의 업데이트 글을 여러 사용자가 실시간으로 받아볼 수 있도록 지원하는 기능으로, 관심 있는 핵심 소비자들에게 관련 정보를 제공함으로써 마케팅을 집행하는 1:多 마케팅 수단으로 각광받고 있음
 - Dell, Pepsi, Ford 등 여러 대기업이 이러한 Follow 기능을 통해 판촉활동에 나서고 있음
 - Twitter의 순방문자 수는 작년 4월 150만 4,746 명에서 1년 만에 1,944만 3,286 명으로 13배 가까이 증가

주요 게임 업체의 Twitter 활용 사례

- ◆ Sony는 최근 영화와 함께 발매된 PS3 타이틀 'Terminator Salvation, 2009(터미네이터: 미래전쟁의 시작)'의 홍보 차원에서 영화 관련 수수께끼를 Twitter를 통해 제공
 - 日 게임업체 Sega는 Twitter 내에 두 개의 블로그('Sega'와 'Sonicgames')를 개설, 자사 소식과 관련 정보를 제공하고 있음
 - Microsoft는 Xbox360 기반의 Twitter 지원 기술을 준비하고 있음

twitter.com twitter.com/resistance2018

캐주얼게임 광고, 게임 장르에 따라 노출 방식 달라져야

MTV Networks, 캐주얼게임 광고 조사 실시



- ◆ 지난 6월 10일 발표된 시장조사업체 Innerscope Research가 MTV Networks의 의뢰를 받아 실시한 조사에 따르면, 온라인 캐주얼게임의 경우 장르에 따라 적합한 광고 노출 방식이 각기 다른 것으로 나타났음
 - 이번 조사는 실험 참가자의 생체 신호(땀 분비, 심박수, 동공 반응 등)를 분석해 광고에 대한 실제 반응도를 파악하는 방식으로 진행됐음

🌐 실험 결과

- ◆ 끊임없는 조작과 몰입이 필요한 캐주얼 액션게임의 경우, 시작 전 동영상광고가 적합한 반면, 퍼즐 등의 두뇌게임 장르에는 게임 내 광고나 측면광고 같은 지속적인 노출방식이 상대적으로 유효한 것으로 나타남
 - 캐주얼 액션게임의 경우, 사전 동영상 광고 방식이 85%의 몰입도를 기록
 - 게임 시작 전의 ‘로딩시간’ 동안 노출되는 동영상 광고에 대해서는 게이머들이 상당히 관대한 편이나, 그 분량은 15초를 넘는 경우 광고를 기억하는 보조 회상률이 절반 가까이 급감해 역효과가 유발되는 것으로 나타남
- ◆ 시장조사업체 comScore에 따르면, 지난 4월 한 달 동안 온라인 캐주얼게임 이용자 규모가 전세계적으로 4억 3,000만 명(순방문자 기준)으로 추산돼, 전년동기대비 56% 증가한 것으로 나타나, 캐주얼게임의 방대한 이용자 기반은 차세대 광고 플랫폼으로서의 가능성을 시사하고 있음

 www.innerscoperesearch.com  www.mtv.com

디스크 잠금 기술, 게임 소매점의 도난 문제 완화에 기여 예상

🌐 EMA, 소매점 내 디스크 잠금 기술 도입

- ◆ 북미 엔터테인먼트 유통업체 협회(EMA: Entertainment Merchants Association)는 시장조사업체인 Capgemini에 의뢰한 조사를 통해 ‘DVD나 게임 디스크에 도난방지용 잠금 기술 도입시, 게임 소매점, 퍼블리셔, 개발사 등 관련 업체의 매출이 연간 60억 달러 가량 증가하고 8억 달러의 비용절감 효과를 추가로 얻을 수 있을 것’이라는 연구 결과를 지난 6월 22일 발표
 - 이른바 ‘Benefit denial’ 기술로 불리는 해당 기술은 소매점의 ‘활성화(Activation)’ 절차를 거쳐야만 DVD나 게임 디스크의 이용이 가능해지는 방식
 - 이는 DVD 패키지에 RFID 칩을 내장하고, 계산대에 이를 인식할 수 있는 인식기를 설치해 DVD 패키지 도난을 방지할 수 있는 기술의 일종
 - 일각에서는 DRM 기술의 일종이 아니냐는 우려도 제기되고 있으나, EMA는 소매점에서 사용되는 물리적인 인식 기술로 도난을 방지하기 위한 것이라며 일축한 바 있음

기대 효과 및 전망

- ◆ 디스크 잠금 기술이 도입될 경우, 소매점의 운영방식이 지금보다 개방적으로 바뀌어 물품 관리의 비용 부담이 줄고 개별 상품에 대한 소비자의 접근성도 높아질 전망
 - 손이 닿지 않는 곳에 상품을 ‘숨겨두어야’ 하는 종전의 매장 형태는 재고 관리에 따르는 공간/비용 부담이 적지 않았음
- ◆ EMA는 현재 디스크 잠금 기술을 Blu-ray, DVD, 게임 디스크에 도입하는 비용을 조사하고 있으며, 그 결과 여하에 따라 빠르면 내년 4/4분기쯤 보급이 시작될 전망

 www.capgemini.com  www.entmerch.org

Activision, 'PS3 가격 인하 없으면 게임 공급 중단할 것'

Activision, PS3의 높은 가격에 불만 토로

- ◆ Activision Blizzard의 Bobby Kotick CEO는 ‘내년이나 내후년 중으로 PS3는 물론 PSP에 대한 게임 공급마저 중단해야 할지 모른다’며 Sony 고가(高價) 정책을 비판
 - 게임업체가 콘솔게임기 벤더의 가격정책을 CEO 차원에서 문제 삼은 것은 매우 이례적인 것으로, Bobby CEO는 ‘상대적으로 판매가 부진한 콘솔게임기를 오랫동안 지원하기는 어렵다’는 입장
- ◆ GameStop의 Daniel DeMatteo CEO 역시 ‘지금은 콘솔게임기 벤더들이 가격 인하에 나서야 할 때’라며 기존 가격으로는 경기 침체 속에서 목표치만큼의 판매고를 올리기 어려울 것이라고 전망
 - 반면, Capcom은 가격 인하 여부와 관계 없이 PS3용 게임을 계속 출시할 예정이라고 밝혔으며, 실제로 최근 자사 게임엔진이 PS3를 지원하도록 업그레이드한 바 있음

의의 및 향후 전망

- ◆ Activision의 이 같은 반응은 최근 개발비가 급증하면서, 멀티플랫폼 개발이 필수가 된 게임업체 입장에서 Sony의 고가 정책으로 콘솔게임 이용자 규모 증가 속도가 당초 기대보다 저조한 것에 대해 우회적인 압박을 가한 것으로 해석됨
- ◆ 업계 일각에서는 올 하반기 내에 PS3와 Xbox360의 가격이 동반 인하될 것이라는 예상도 나오고 있으나 아직 Sony 등 벤더들의 공식 언급은 없음

- Sony는 2007년 11월에 비교적 저렴한 400 달러짜리 PS3 모델 출시를 끝으로 ‘한동안 더 이상의 가격 인하는 없다’는 입장을 고수해왔음
- ◆ 시장조사업체 NPD Group에 따르면 PS3의 지난 5월 美 판매량은 13만 1,000 대에 그쳐 Wii의 29만 대와 Xbox360의 17만 5,000 대에 비해 상대적으로 판매가 부진했음
- 게임통계 사이트인 VGChartz에 따르면, 지난 6월까지의 누적 판매량 측면에서도 Wii는 5,114만 대, Xbox360은 3,087만 대의 판매량을 기록한 반면, Sony의 PS3는 2,287만 대에 불과했음

THQ, 하드코어/캐주얼/온라인 3개 부문 체제로 조직개편 단행

THQ, 3개 부문의 장르별 전담 체제로 사업 집중력 제고 추진

- ◆ 글로벌 게임업체 THQ는 장르별 사업 집중도를 높이기 위해 ‘Core Games’, ‘Kids, Family and Casual’, ‘Online’ 등 3개 부문 체제로 조직을 개편할 계획이라고 지난 6월 25일 밝힘
- ‘Darksiders’, ‘Red Faction’ 등의 하드코어게임을 전담할 Core Games 부문은 기존 개발파트 부사장이었던 Danny Bilson가 총괄
- Kids, Family and Casual 부문은 ValuSoft의 캐주얼/모바일게임 책임자 출신인 Doug Clemmer의 지휘 아래 Nintendo Wii 등 주요 콘솔 플랫폼을 공략할 계획
- Online 부문은 ‘Warhammer 40,000’, ‘WWE’ 등 기존 게임의 온라인게임과 신흥시장을 겨냥한 온라인 비즈모델 모색에 주력할 예정이며, 아태지역 제품개발부문 부사장이었던 Steve Dauterman이 총괄
- 이들 3개 부문은 영업 실적에 대한 책임 역시 스스로 질 수 있도록 재무적으로도 분리됨

THQ, 구조조정과 신규 게임으로 부진 탈출에 박차

- ◆ THQ는 자사 기준 2009 회계연도에만 4억 3,100만 달러의 적자를 기록하며 세간의 우려를 샀으나, 대대적인 구조조정과 신규 게임 판매 호조로 최근에는 긍정적인 전망을 얻고 있음
- THQ는 2억 2,000만 달러 규모의 비용 절감을 위해 전체 인력의 24%인 600명을 감원하고 일부 스튜디오를 폐쇄하는 등 대대적인 구조조정을 단행했음

- THQ의 종합격투기 게임 'UFC 2009: Undisputed'는 현재까지 200만 장이 출고된 것으로 전해지며, 지난 6월 초 출시된 'Red Faction: Guerrilla'에 대해서도 이번 회계연도 내 100만 장 가량이 팔릴 것이라는 예상이 나오고 있음

SNS 게임 업체 Zynga, IPO 추진 가능성 제기



● 年 매출 1억 달러 앞둔 SNS 게임 업체 Zynga의 상장 가능성 제기

- ◆ SNS 게임 업체인 Zynga의 COO 후보 면접에 응시했던 실리콘 밸리의 한 관리에 따르면 Zynga가 향후 18개월 내 상장할 가능성이 높은 것으로 지난 6월 12일 알려졌다, Zynga의 CEO는 이를 부인한 바 있음
 - Zynga의 CEO인 Mark Pincus는 “현재로서는 뛰어난 SNS 게임 개발과 지속가능한 비즈니스모델 창출에 주력하고 있다”며, “IPO는 아직 우리의 목표나 관심사가 아니다”며 일각의 상장설을 일축
- ◆ 이 같은 CEO의 반응에도 불구하고, Zynga의 기록적인 매출 경신이 이어지면서, 투자자들의 관심을 받고 있는 데다, 상장을 통해 공격적인 성장 전략을 위한 기반을 확보할 수 있다는 점에서 상장설은 향후에도 꾸준히 제기될 것으로 예상됨
 - Zynga의 2008년 매출은 5,000만 달러에 달했으며, 올 2009년의 매출은 보수적으로 예측했을 때 1억 달러에 달할 것으로 전망
 - Zynga의 매출의 대부분은 시단당 1달러를 내야하는 프리미엄 게임을 즐기거나 가상 아이템을 구매하는 2~10%의 이용자로부터 나오는 것으로 알려짐
 - 같은 SNS 게임 업체인 Playfish, SGN, Playdom의 매출은 Zynga 매출의 절반 수준에도 못 미치는 것으로 알려짐
 - 'Texas Hold'Em Poker' 등 인기 게임들을 보유하고 있는 Zynga의 1일 이용자 수는 지난 5월 12일 기준으로 1,000만 명에 달하며, Facebook과 MySpace 인기 게임 상위 10위에 자사 게임 타이틀을 각각 3개, 5개 올리며 인기를 누리고 있음

● Zynga의 성공적인 상장을 위해 고려해야 할 4가지 요소

- ◆ Zynga의 SNS게임 시장에서의 지위와 성장성을 감안할 때 상장 후보주로서 충분히 주목 받을 만한 가치가 있는 업체임에도 불구하고, 성공적인 상장을 위해서는 다음의 요소를 고려해야 함

- 첫째, 매월 2~300만 달러에 달하는 MySpace 광고비와 260명에 달하는 인력 비용을 감안할 경우, 수익성이 높지 않아 이에 대한 개선이 요구됨
 - 둘째, 주 수익원이 되고 있는 'Poker'는 미국 내 온라인갬블링 규제법에 의해 언제든지 규제될 수 있는 리스크가 상존하고 있어, 향후 매출 안정성에 위협적인 요소로 작용하고 있기 때문에, 이 부분에 대한 매출 의존도를 10%대로 낮출 필요가 있음
 - 셋째, 현재로서는 확고한 IP 자산이 구축되지 않아, 경쟁자들의 진입으로 인한 비즈니스 기반 붕괴 가능성도 높아, 독자적인 IP 구축을 통한 핵심 역량을 구축할 필요성이 있음
 - 넷째, SNS 게임 이용자들은 간편한 만큼 게임 콘텐츠에 대한 충성도도 또한 떨어져, 전환율이 높은 점 또한 장기적인 성공에 걸림돌이 되고 있음
- ◆ 특히 상장될 경우 회사의 재무 상태와 전략이 노출될 수밖에 없다는 점을 감안하면, 위와 같은 위험성을 관리하기 위한 대안이 필요한 것으로 분석되며, 이것이 결여된 채 상장될 경우, 실제 상장은 회사 가치 상승에 기여하기 보다는 심각한 가치 하락과 타격을 받을 가능성도 배제할 수 없음

 www.zynga.com

'Duke Nukem' 개발사 3D Realms, Take-Two와 법정 공방

3D Realms와 Take-Two, 계약 불이행 이유로 맞고소

- ◆ 'Grand Theft Auto' 시리즈를 보유한 유명 게임업체 Take-Two가 협력 개발사인 3D Realms(일명 Apogee)에 대한 손배소를 제기하자, 3D Realms 역시 상대 측의 계약 불이행을 주장하며 맞고소를 한 것으로 지난 6월 22일 알려짐
- Take-Two는 3D Realms가 Xbox360용으로 신작게임 'Duke Nukem Forever(DNF)'를 시한 내에 개발 완료하지 못했다고 주장
- 그러나 3D Realms는 "Take-Two와의 'DNF' IP 제휴 협상은 지난 5월 1일 이미 무산돼 결국 해당 개발팀 대부분을 해고할 수밖에 없었다"고 반박하며, "우리 스스로 2,000만 달러를 투자한 게임에 관해, 지금껏 아무런 재정지원도 행하지 않은 발매사가 손해배상을 운운할 권리는 없다"고 반박

- 또 3D Realms는 Take-Two의 자회사인 2K Games에 대해서도 “‘Duke Begins’의 생산을 지난 4월 일방적으로 중단해 우리 회사에 실질적인 피해를 입혔다”고 주장

실질적인 재정 지원 여부가 쟁점

- ◆ Take-Two는 GT Interactive/Infogrames로부터 ‘DNF’ 관련 판권을 매입하던 당시 1,200만 달러를 지불했다고 주장하고 있으나, 3D Realms 측은 ‘그 금액 가운데 우리에게 돌아온 것은 단 한 푼도 없다’며 맞서고 있음
- 3D Realms 측은 ‘DNF와 관련해 발매사로부터 받은 돈이라고는 GT Interactive/Infogrames와의 계약 직후 지불된 40만 달러가 사실상 전부였다’며, ‘Take-Two가 지난 7월 지불한 250만 달러는 아직 공개되지 않은 다른 게임에 관한 것’이라고 주장



www.3drealms.com

파산 신청한 Factor 5, 前 직원들로부터 피소

Factor 5 前 직원, 사기 혐의 등으로 회사 고소

- ◆ 美 게임 개발업체 Factor 5가 前 직원에게 사기죄로 피소된 사실이 지난 6월 17일 알려짐
- Factor 5의 前 직원들은 Factor 5가 파산 발표를 앞두고 직원 및 채권자에 대한 지불 의무를 피하기 위해 자사 IP를 다른 업체에 빼돌렸다고 주장
- 원고측 변호인은 ‘Factor 5 측이 Wii용 게임타이틀 ‘Star Wars: Rogue Squadron to Blue Harvest’를 포함한 다수의 IP를 Blue Harvest(現White Harvest)로 넘겼다’며, ‘White Harvest는 이름만 다를 뿐 사실상 Factor5 경영진이 소유한 동일 업체’라고 주장

Factor 5 파산 배경

- ◆ Factor 5는 다수의 개발 계약을 맺었던 美 게임 퍼블리셔 Brash Entertainment가 지난 2008년 11월 문을 닫으면서, 심각한 재정 위기에 직면했고, 결국 지난 5월 13일 문을 닫은 것으로 알려짐
- Factor 5는 지난 2007년 PS3 전용 타이틀 ‘Lair’를 발표했으나 저조한 실적을 보였으며, 작년 말 Brash Entertainment가 문을 닫으면서 직원 절반이 해고된 바 있음

- ◆ Factor 5 부채는 100만 달러~1,000만 달러로 추정되며, Marin Independent Journal에 따르면 파산 이후 총 90만 달러 이상의 임금이 체불돼 관련 소송 69건이 진행 중인 것으로 알려짐
 - 주요 채권자인 美 게임업체 LucasArts는 Factor 5에 지난 2003년 400만 달러 가량의 자금을 지원했음

 www.factor5.de

美 게임업체 ZeniMax, 'Doom' 시리즈 개발사 id Software 인수

세계 정상급 FPS 개발사와 RPG 개발사가 하나로 뭉쳐

- ◆ 美 게임업체인 ZeniMax Media는 'Quake', 'Doom'으로 유명한 게임개발사 'id Software'를 인수하기로 했다고 지난 6월 24일 밝혔
 - 이번 인수에 따라 id Software가 개발하는 신작들은 'Bethesda Softworks'(Zenimax) 미디어의 자회사)를 통해 출시됨(단, 이미 계약이 체결된 'Rage' 등의 타이틀은 예외)
 - 인수 이후에도 id Software의 운영 및 개발은 종전처럼 독립적으로 유지될 예정이며 설립자(기술 책임자 겸임)인 존 카맥이 계속 개발을 지휘
 - 1991년 설립된 id Software는 '울펜슈타인 3D', '둠(DOOM)', '퀘이크(Quake)' 등의 FPS 게임으로 유명하며, 현재 차세대 게임엔진 '테크5'와 함께 신작 '레이지(Rage)'와 '둠4(DOOM4)'를 개발 중임

인수 배경

- ◆ Id Software는 이번 인수를 통해 성장에 필요한 자금과 사업 기반을 확보하게 됐으며, ZeniMax 측은 강력한 IP를 확보함으로써 Bethesda를 통한 퍼블리싱을 강화할 수 있게 됨
 - ZeniMax Media(1999년 설립)는 Bethesda Softworks, 캐주얼 게임 개발사 Vir2L, 온라인게임 스튜디오 ZeniMax Online Studios 등을 거느리고 있으며 이번 인수로 4개 게임 관련 자회사를 확보

 www.zenimax.com  www.idsoftware.com

STAT 광고기반 무료 iPhone 애플리케이션, 실제 매출 기대보다 저조

월 이용자 규모 1,000명 이하인 애플리케이션이 전체의 54% 차지

- ◆ 시장조사업체인 AdMob에 따르면, 지난 5월 한 달 이용자 규모가 1,000명 이하인 iPhone용 모바일 애플리케이션의 수가 전체의 54%에 달했으나, 이들의 연간 예상 광고 매출은 90달러에 불과해 광고기반 무료 iPhone 애플리케이션 시장성이 그리 밝지만은 않음을 시사하고 있음
 - 실제 개발비가 최소 1만 달러 이상이 소요되는 점을 감안하면, 광고기반 iPhone 애플리케이션의 월 이용자 규모는 최소 5만 명 이상이 되어야 할 것으로 추정되며, 이는 전체의 5%에 불과함
 - 특히 애플리케이션의 수명주기가 보통 1년 이하인 경우(예를 들어 6개월)에는 이용자규모가 2배 이상 늘어나야 손익분기점을 달성할 수 있어, 광고 기반 무료 iPhone 애플리케이션 출시가 이용자 풀이 큰 인터넷 콘텐츠에 비해 성공 가능성이 매우 낮음을 시사하고 있음

Table 광고기반 무료 iPhone 애플리케이션의 연간 광고 매출 추정

월 이용자 규모	애플리케이션 개수 및 비율	1인당 월평균 광고 이용횟수	광고 조회 건수 1,000건당 매출 (CPM)	연간 예상 광고 매출
1,000명 이하 (500명)	1,246(54%)	10회	\$1.5 (\$1~\$2)	90달러
1,000~1만 명 (5,000명)	625(27%)			900달러
1만~10만 명 (5만 명)	322(14%)			9,000달러
10만 명 이상 (50만 명)	116(5%)			90,000달러

*월 이용자 규모는 각 범위의 중간값으로 추정

*연간 광고 매출 = (월 이용자 규모*1인당 월평균 광고 이용횟수*1,000건당 매출*12개월)/1,000

[출처] AdMob, 2009; 스트라베이스, 2009

STAT 美 콘솔 HW&SW 판매량 (6월 셋째 주)

Table 美 콘솔 HW&SW 판매량(2009.6.14~6.20) (단위: 대)

구분	항목	Publisher	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	DS	Nintendo	195,245	+9%	35,975,397
	Wii	Nintendo	94,175	+1%	23,637,732
	Xbox360	Microsoft	50,833	-5%	17,580,742
	PlayStation 3	Sony	41,140	-6%	8,772,935
	PSP	Sony	31,149	-11%	16,964,337
	PlayStation 2	Sony	31,660	-8%	50,524,379
SW	Ghostbusters: The Video Game(X360)	Atari	136,802	신규	136,802
	Wii Fit (Wii)	Nintendo	95,862	-1%	8,553,924
	Wii Sports (Wii)	Nintendo	94,175	+1%	23,637,732
	Prototype (X360)	Activision	88,140	-59%	305,054
	Ghostbusters: The Video Game(PS3)	Atari	77,775	신규	77,775
	EA Sports Active (Wii)	Electronic Arts	64,619	-30%	658,330
	UFC 2009 Undisputed (X360)	THQ	64,118	-25%	848,371
	Ghostbusters: The Video Game(Wii)	Atari	63,845	신규	63,845
	Tiger Woods PGA Tour 10 (Wii)	Electronic Arts	60,870	-20%	165,431
	Prototype (PS3)	Activision	46,423	-58%	157,841

[출처] VG Chartz

STAT 美 PC게임 판매순위 (5월)

Table 美 PC게임 판매량 (2009. 5. 1~2009. 5. 31)

순위	게임명	장르	퍼블리셔
1	World of Warcraft Wrath of the Lich King	MMORPG	Blizzard
2	The Sims 2 Double Deluxe	Simulation	Electronic Arts
3	World of Warcraft Battle Chest	MMORPG	Blizzard
4	World of Warcraft	MMORPG	Blizzard
5	Empire: Total War	RTS	Creative Assembly/Sega
6	Spore	Simulation	Electronic Arts
7	Left 4 Dead	FPS	Valve
8	The Sims 2 Apartment Life	Simulation	Electronic Arts
9	Fallout Trilogy	RPG	Electronic Arts
10	StarCraft: Battle Chest	RTS	Blizzard

*2009년 7월부터 NPD에서는 월간 통계만을 발표

[출처] NPD Group

STAT 북미 MMO게임 이용순위 (7월 둘째 주)

Table		美 MMO 게임 일일 총 이용시간 (2009. 7. 6 기준)		
순위	게임명	퍼블리셔	이용시간	
1	World of Warcraft	Blizzard Entertainment	435,867	
2	Guild Wars	NCsoft	41,826	
3	Silkroad Online	Joymax	19,457	
4	Eve Online	CCP	17,460	
5	The Lord of the Rings Online	Turbine	15,295	
6	CABAL Online	Game-Masters/OGPlanet	13,640	
7	MapleStory	Nexon	12,685	
8	Runes of Magic	Frogster Interactive Pictures AG	11,272	
9	Metin 2	SilverBirch Studio	10,967	
10	Warhammer Online	EA games	9,956	

[출처] Xfire.com

STAT App Store 인기게임 순위 (7월 둘째 주)

Table		App Store 인기게임 순위 (2009. 7. 7 기준)			
구분	순위	게임명	퍼블리셔	장르	가격(\$)
유료	1	iMob 20 Respect points FREE	The Godfather	Adventure	1.99
	2	iMob 40 Respect Points	The Godfather	Action	3.99
	3	Solitaire	MobilityWare	Card	0.99
	4	Texas Hold'em	Apple	Card	4.99
	5	Bejeweled 2	PopCap Games	Family	2.99
	6	Guitar Rock Tour	Gameloft	Music	4.99
	7	Amazing X-Ray FX	WebArtisan	Entertainment	0.99
	8	Idiot Test	DistinctDev	Entertainment	0.99
	9	Sully's Flight	Laminar Research	Racing	0.99
	10	Farkle Deluxe	Better Day Wireless	Dice	2.99
무료	1	iRacing	PlayMesh	Adventure	-
	2	Sol Free Solitaire	Smallware	Card	-
	3	Most Addictive Game Free	Charles Jamerlan	Entertainment	-
	4	Who Wants To Be A Millionaire Lite	Capcom Interactive	Educational	-
	5	Wild West Pinball	OOO Gameprom	Arcade	-
	6	Paper Toss	Backflip Studios	Action	-
	7	Racing Live 30 Prestige Points	Storm8	Action	-
	8	Unblock Me FREE	Kiragames	Board	-
	9	Blackjack Free	MobilityWare	Card	-
	10	EyeTricks	George Giaslas	Entertainment	-

[출처] Apple.com