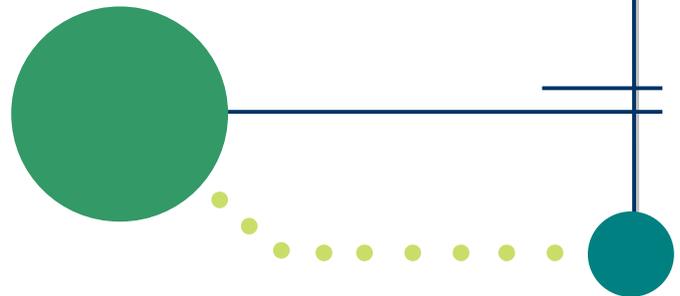




북미 게임 시장 동향

- 美 통신규제위원회 FCC, 게임 등급체계 개편 방침 철회
- Xbox 360, 전격 가격인하로 PS3와의 '2차전' 돌입
- 모바일게임, Android Market보다 App Store에서 매출 월등
- Take-Two, 5~7월에만 5,550만 달러 적자
- 클라우드 기반 '게임서비스' 사업자 OnLive, CBT 돌입
- 소셜게임 개발사 Zynga, 月 실질이용자 규모 1억 명 돌파
- MS의 게임내광고 자회사 Massive, 글로벌 퍼블리셔들과 서비스 제휴
- 美 아이템거래 업체 Live Gamer, 전자상거래 업체 Two-Fish 인수
- PlayStation Network의 미국 사용자 대다수는 젊은 남성
- **STAT** PAX(Penny Arcade Expo) 2009 Briefing
- **STAT** 美 콘솔 HW&SW 판매량 (9월 첫째 주)
- **STAT** 美 PC게임 판매순위 (6월)
- **STAT** 북미 MMO게임 이용순위 (9월 첫째 주)
- **STAT** App Store 인기게임 순위 (9월 첫째 주)



美 통신규제위원회 FCC, 게임 등급체계 개편 방침 철회



● FCC, 현행 ESRB 등급체계의 실효성 인정

- ◆ 미연방 통신규제위원회 FCC가 자국 시장의 현행 게임등급체계인 ESRB(Entertainment Software Rating Board) 시스템을 지지하는 내용의 보고서를 9월 첫째 주에 연방의회에 제출, 지난달 시사했던 신규 등급제 도입 방침을 사실상 철회했음
 - Bloomberg 등 외신의 8월 말 보도에 따르면 FCC는 TV, 모바일을 아우르는 통합 등급체계 도입을 검토했고 관련 조사 계획도 세웠던 것으로 파악됨
 - 그러나 FCC는 이번 의회 제출용 보고서에서 현행 ESRB 시스템을 ‘미국의 모든 미디어 부문을 통틀어 가장 성공적인 사례’로 평가, 신규 게임등급체계의 불필요성을 인정했음
 - ESRB: 1994년 출범한 게임업계 차원의 자율규제기구로 캐나다와 미국에서 판매되는 게임 콘텐츠의 등급체계, 관련 광고 가이드라인, 온라인 프라이버시 원칙 등의 설정 및 시행을 주관함

● 배경

- ◆ FCC는 실제 설문조사를 통해 현행 ESRB 시스템이 본래의 목적에 상당 수준 부합한다는 결론에 이른 것으로 판단됨
 - 관련 설문 결과, 게임을 구매하는 부모의 86%는 ESRB 등급체계를 알고 있으며 게임을 사기에 앞서 이를 확인한다는 응답도 78%에 달했음
 - 콘솔게임기와 Windows Vista 시스템 모두 ESRB 등급에 따른 자녀 보호장치를 다양하게 갖추고 있으며, ‘17세 이상(M)’ 등급의 게임을 구매하는 어린이 비율은 2006년 42%에서 지속적으로 감소해 작년에는 20% 수준까지 떨어졌음
 - 모바일, TV, 게임 등 서로 성격이 다른 이종미디어를 단일 등급체계로 규제하기가 현실적으로 어렵고, 다양한 플랫폼을 한꺼번에 아우르는 parental control 기술도 현재로서는 없는 실정
 - FCC 입장에서는 신규 등급제 도입에 따른 해당 업계 각각의 반발 또한 부담스러운 부분

Xbox 360, 전격 가격인하로 PS3와의 '2차전' 돌입



MS, Xbox 360 가격인하로 Sony에 맞붙

- ◆ 지난 8월 28일, Microsoft(MS)가 지난 자사 콘솔게임기 Xbox 360의 북미 시장 가격을 최고가 모델 'Elite' 기준으로 100 달러 인하했음
 - MS의 전격적인 가격인하는 Sony의 PS3 가격인하 선언(8월 18일) 직후 단행된 것
 - 이에 따라 Xbox 360 'Elite' 모델은 종전 가격에서 100 달러 내린 299.99 달러, 'Pro' 모델은 50 달러 내린 249.99 달러에 각각 판매되며 최저가형 Arcade 모델에 대해서는 종전 가격(199.99 달러)이 그대로 적용됨
 - Xbox 360 가격인하는 8월 28일부터 유럽에도 적용됐고, 시장조사업체 GfK에 따르면 영국 시장에서는 8월 마지막 주말 Xbox 360 판매량이 전주 대비 43% 증가한 것으로 파악됨
 - 일본 등 아시아 지역에서는 9월 10일부터 인하된 가격 적용

분석 및 전망

- ◆ 가격 인하된 Xbox 360이 PS3에 비해 소비자 매력도 측면에서 확실한 우위를 점할 수 있을지는 미지수
 - 북미 소매가가 100달러 낮아진 'Elite' 모델은 종전에 번들로 제공되던 HDMI 케이블이 빠진 상태로 판매됨
 - 50달러 내려간 중급형 모델 'Pro'는 이미 생산이 중단된 상태여서 향후 한동안 소비자 선택폭 위축이 불가피
 - 한국 등 일부 지역에서는 환율 변동분 반영 등으로 인해 가격인하의 소비자 체감도가 제한적일 수 있음
- ◆ 한편, PS3와 Xbox 360의 잇따른 가격 인하로 인해 조만간 Nintendo Wii의 가격 인하가 이어질 개연성도 배제할 수 없음
 - Xbox 360과 PS3는 Wii에 비해 성능이 뛰어나면서도 이제 가격차이가 50 달러 남짓에 불과

 www.xbox.com

모바일게임, Android Market보다 App Store에서 매출 월등

● Android Market VS App Store



- ◆ 모바일게임 개발사들이 Google의 Android Market에서보다 Apple의 App Store에서 훨씬 많은 매출을 올리고 있다고 CasualGaming.biz가 9월 1일 보도
 - App Store의 인기 유료게임 'TapTap'은 0.99 달러의 저렴한 가격을 앞세워 하루 평균 9,000여 건의 다운로드를 유발, Apple의 몫을 제외하더라도 매일 6,300 달러의 매출을 개발사에 안겨주고 있음
 - 이에 비해, Larva Labs의 'RetroDefense'와 'Battle For Mars'는 Android Market에서 각각 1위와 12위를 차지했지만 하루 평균 합산매출이 62.39 달러에 그쳤음(게임 가격을 4.99 달러로 계산하면 하루 평균 다운로드 수는 12.5 건에 불과)
 - 인기 퍼즐게임 'Trism'(개발사: Demiforce)의 경우, App Store 출시 두 달 만에 25만 달러를 벌어들였으나 Android Market에서는 다운로드 횟수가 500 건에 불과

● 원인

- ◆ 모바일게임 개발사 Larva Labs의 관계자는 Android Market에 대해 '스크린샷을 올릴 수 없고 콘텐츠 설명에 할애되는 문자 개수도 325자로 제한돼 게임 홍보가 쉽지 않은 실정'이라며, '유료 애플리케이션을 검색하기 어렵고 Google Checkout으로 결제수단이 제한되는 등 소비자 입장에서의 불편도 없지 않다'고 토로
 - Google의 스마트폰 운영체제인 Android를 탑재한 단말이 올해와 내년 사이에 급증하더라도 이 같은 문제점이 개선되지 않는다면 모바일게임 업계에 대한 Android Market의 기여도는 제한적일 수밖에 없음
 - Android 기반 단말기들이 게임기로서의 가치를 아직 확고히 입증하지 못한 탓에 Android Market으로의 게이머 유입이 더딘 것도 이유 중 하나

 www.apple.com/iphone/apps-for-iphone  www.android.com/market

Take-Two, 5~7월에만 5,550만 달러 적자



Take-Two, 3/4분기 실적

- ◆ 美 게임퍼블리셔 Take-Two가 7월 말 마감된 자사 회계연도 3/4분기에만 5,550만 달러의 적자를 기록, 5,180만 달러의 수익을 냈던 지난해 같은 기간에 비해 매우 부진한 성적을 나타냈음
- ◆ 매출 역시 전년동기의 4억 3,380만 달러에서 68% 급감한 1억 3,860만 달러에 그쳤음

원인과 전망

- ◆ 이 같은 부진의 주요 원인으로는 전년동기에 비해 신작 타이틀이 부족했던 점을 꼽을 수 있음
 - 2008년 3분기 실적 호조는 출시 첫 날에만 360만 장이 판매된 베스트셀러 타이틀 ‘Grand Theft Auto IV’의 선전에 따른 결과임
 - 반면 이번 3분기에는 뚜렷한 신작이 없었고 기존의 주력 타이틀(‘Grand Theft Auto IV’, ‘The BIGS 2’, ‘Major League Baseball 2009’ 등)만으로는 매출 확보에 한계가 있었음
 - Nintendo 등 여타 메이저급 콘솔게임 업체들의 최근 부진 역시 ‘Killer Content’의 부재 탓이 크다는 점에서 Take-Two의 사례와 같은 맥락
- ◆ 그러나 Take-Two는 ‘신규 AAA급 타이틀과 우수작들이 올 연말특수 매출의 핵심 동력으로 작용할 것’이라며 ‘폭넓은 라인업을 기반으로 하드코어 게이머와 캐주얼 게이머 모두를 공략할 수 있을 것’이라고 전언
 - 4/4분기 출시 예정 타이틀로는 ‘Borderlands’, ‘GTA: The Ballad Of Gay Tony’, ‘GTA: Chinatown Wars’(PSP, iPhone용), ‘NBA 2010’ 등이 있음
 - Take-Two는 각종 신규 프로젝트에 대한 지속적 투자 의향을 밝혔으나 4/4분기 실적 예상에 관해서는 말을 아끼는 입장

 www.take2games.com

클라우드 기반 게임서비스 OnLive 베타서비스 돌입



OnLive, CBT 참가자 공모 시작

- ◆ 클라우드 컴퓨팅 기반의 'PC게임 서비스'를 공언해온 OnLive가 지난 9월 2일 CBT 테스터 공개 모집을 선언했음
 - OnLive는 서버에서 게임을 구동해 사용자의 PC나 TV로 그래픽/사운드 데이터를 전송하는 방식의 주문형 게임서비스로 7년간의 개발기간을 거쳐 지난 3월 Game Developer Conference를 통해 처음 소개됐음
 - OnLive는 가정의 TV와 자사 서비스를 직접 이어주는 별도의 '마이크로콘솔(microconsole)'을 선보일 예정이며 이 단말은 4대의 무선 컨트롤러와 블루투스 헤드셋을 지원할 전망
 - 이번 CBT의 테스터 희망자들은 OnLive 웹사이트 등록 후 PC 사양, 이용 중인 ISP, 거주 지역 등에 관한 일반적인 질문을 받게 되며, OnLive는 이를 참고 삼아 테스터 그룹 내에 다양한 조건의 참가자를 포함시킬 예정
 - OnLive는 HD급에 해당하는 720p 해상도로 초당 60 프레임의 매끄러운 게임플레이를 지원할 수 있다는 입장이나 IT 정보 전문 웹사이트 Engadget은 5Mbps 이상의 고속 인터넷회선 보유자들만이 이러한 퀄리티의 서비스를 즐길 수 있을 것이라는 분석을 낸 바 있음

시사점

- ◆ OnLive 같은 클라우드 기반 게임서비스는 넷북과 같은 저사양 PC로도 최신 3D 게임을 즐길 수 있도록 지원하는 성격이어서 구현 여하에 따라 게임시장의 패러다임 자체를 바꿀 가능성도 내재하고 있음
 - 이론대로 구현될 경우, 게임 퍼블리셔/개발사들은 이러한 서비스를 통해 중고게임 유통이나 불법복제 같은 기존 패키지게임 시장의 폐해로부터 일정 수준 벗어나는 것은 물론이고 소비자의 일반적인 PC 사양에 맞춰 게임을 제작해야 하는 수고도 덜 수 있음
 - OnLive는 EA, Take-Two, Ubisoft, Epic Games, Atari, Codemasters, THQ, Warner Bros., 2D Boy, Eidos 등 다수의 게임업체들을 콘텐츠 파트너로 확보했다고 밝힌 바 있음
 - 한편, 또 다른 신생업체 Gaikai 역시 OnLive와 유사한 개념의 'Streaming World' 서비스를 출시할 계획이어서 클라우드 기반 게임서비스 시장의 경쟁을 예고

 www.onlive.com

소셜게임 개발사 Zynga, 月 실질이용자 규모 1억 명 돌파

Zynga, 설립 2년 만에 1억 이용자 확보



- ◆ 2007년 6월 출범한 소셜게임 개발사 Zynga가 설립 2년을 갓 넘긴 지난 8월에 실질이용자(monthly active user) 수 1억 명을 돌파했다고 Facebook 관련 정보사이트 All Facebook이 보도
 - 미국 정치인들의 소통수단으로까지 부상하며 술한 화제를 만들었던 마이크로 블로깅 서비스 Twitter조차 月 실질이용자 규모는 4,500만 명에 불과해 Zynga의 절반에도 못 미침

배경

- ◆ Zynga의 이용자 폭증은 지난 여름 출시된 최신작 'FarmVille'의 인기에 크게 힘입은 결과임
 - 홍보비로만 100만 달러 이상이 투입된 'FarmVille'의 月 실질이용자 규모는 3,500만 명에 달하며 매일 이 게임을 즐기는 사람도 1,200만 명에 이르는 것으로 추산
 - 'FarmVille'은 작물을 재배하고 가축을 기르는 내용의 농장게임으로 'Farm Town' 등 기존 경쟁작과 사실상 게임방식이 같음
 - Zynga는 각종 게임 내 아이템을 주요 수익원으로 삼아 올해 안에 매출규모 1억 달러 달성이 무난할 것으로 자평하고 있음

Chart 'FarmVille'의 실질사용자 규모 추이



[출처] All Facebook

www.zynga.com

MS의 게임내광고 자회사 Massive, 글로벌 퍼블리셔들과 서비스 제휴

● Massive, 'Battle.net'에 광고 독점제공



- ◆ Microsoft의 게임내광고 자회사인 Massive가 THQ, EA, Activision Blizzard 등 다수 메이저급 퍼블리셔들과의 서비스제휴 체결 사실을 공식 발표했다고 게임 관련 뉴스사이트 Joystiq이 지난 9월 1일 보도
 - Massive로부터 광고를 받게 될 게임은 ▲ EA의 'Madden NFL 10', 'Need for Speed: Shift' ▲ THQ의 'MX vs ATV Reflex', 'UFC 2009: Undisputed' ▲ Ubisoft의 'Sprinter Cell: Conviction' ▲ Activision의 'Guitar Hero 5', 'DJ Hero', 'Band Hero' 등임
 - Activision이 'Starcraft II' 출시와 함께 선보일 새 버전의 'Battle.net'에도 Massive의 광고서비스가 독점 공급됨

● 배경

- ◆ MS의 완전소유자회사인 Massive는 게임을 광고플랫폼 삼는 동적광고 네트워크 사업자로 게임시장의 핵심 수요층인 젊은 남성 대상의 마케팅을 지원하고 있으며 이미 300개社 이상의 광고주를 유치했음
- ◆ Massive는 지금까지 65건 이상의 설문조사를 시행하여 게임내광고의 효과성을 유의미하게 검증했다고 주장
 - 해당 설문조사 결과에 따르면 게임내광고를 통해 노출된 브랜드에 대한 소비자 기억률은 평균 60%에 달함
 - 게임내광고에 노출된 소비자는 그렇지 않은 경우에 비해 해당 브랜드 상품의 실제 구매 등을 고려하는 비율이 23% 가량 높고 그것을 타인에게 추천하는 비율도 21% 높음
 - 게임내광고를 통해 노출된 브랜드는 그렇지 않은 브랜드에 비해 31% 가량 소비자 평가가 높음
- ◆ 그러나 게임내광고는 아직 확실한 방법론이 정립되지 못한 실정이며, 게임의 내용, 분위기, 플레이어 니즈 등에 부합하지 않는 광고로는 오히려 역효과를 일으킬 수 있음
 - 일례로 Sony는 광고플랫폼 사업자 Double Fusion과 공동으로 자사 레이싱게임 'Wipeout HD'에 동영상광고를 도입했다가 소비자 반발(광고로 인한 로딩시간 지연)에 막혀 결국 지난 8월 해당 프로젝트를 중단했음

 www.massiveincorporated.com

美 아이템 거래업체 Live Gamer, 전자상거래 업체 Two-Fish 인수

🌐 Live Gamer, 적극적인 M&A로 캐주얼게임과 SNS까지 겨냥

- ◆ 미국의 아이템 거래업체 Live Gamer가 지난 8월 전자상거래 플랫폼 업체인 Two-Fish를 인수해 온라인게임, 가상세계(메타버스 서비스), SNS 등 각종 가상아이템 관련 분야로의 입지 확대를 선언했음
 - 2001년 출범한 Live Gamer는 대만 Gamania의 ‘거상’을 시작으로 세계 각국에 걸쳐 100여 개 온라인게임의 부분유료화 BM을 지원해왔고 게이머간 아이템거래 서비스도 병행하고 있음
 - 이번 인수는 대형 MMO 게임에 편중됐던 Live Gamer의 사업영역이 향후 캐주얼게임 등 기타 분야로도 넓어질 것임을 시사
 - Live Gamer는 지난 8월 한국의 전자상거래 업체 N-Cash도 인수해 한 달 동안에만 두 건의 M&A를 매듭지었음

🌐 인수 배경

- ◆ Live Gamer의 Mitch Davis CEO는 ‘부분유료화 BM의 북미 및 유럽 확산에 따라 아이템거래 솔루션에 대한 게임 퍼블리셔들의 수요도 늘고 있다’며, ‘전자상거래 분야에서 입증된 Two-Fish의 역량을 우리의 강점(글로벌 결제시스템, 부정거래 대응기술 등)과 접목해 명실상부한 글로벌 토털 솔루션 업체로 도약할 것’이라고 공언
 - Live Gamer는 현재 100여 개 나라에서 250종 이상의 게임이 부분유료화를 채택했고 그 시장규모는 연간 50억 달러에 달하는 것으로 판단
 - 소셜게임 부문에서는 Playdom과 Social Gaming이 가상아이템 판매를 주축으로 연매출 5,000만 달러 이상을 바라보고 있으며 Zynga의 경우는 1억 달러 이상의 매출이 예상됨

 www.livegamer.com  www.twofish.com

PlayStation Network의 미국 사용자 대다수는 젊은 남성

● PSN 미국, 젊은 남성 이용자가 대다수



- ◆ Sony의 콘솔기반 온라인서비스 PlayStation Network(PSN)의 미국 사용자 대부분이 젊은 남성인 것으로 나타났다고 웹진 Edge Online이 SCEA(Sony Computer Entertainment America)의 발표를 인용해 지난 9월 2일 보도
 - SCEA에 따르면 PSN 사용자는 남성이 대다수고 소득과 학력 수준이 높은 편이며 평균 연령은 28세임
 - 그러나 동영상 다운로드 서비스 도입 이후 여성 취향 영화의 판매 및 대여량이 늘어나는 등 이용자 저변확대의 징후도 감지되고 있음
 - 지난해 7월 출시된 PSN 서비스는 미국에서만 1,250만 명의 사용자가 등록했고, PS3 및 PSP로의 콘텐츠 제공량은 게임, 영화, TV 프로그램 등을 합해 2억 5,000만 건에 달함
- ◆ PSN 이용자 상당 수가 젊은 남성이라는 사실에서 PS3와 PSP의 사용자 기반이 여전히 하드코어 게이머에 편중돼 있음이 단적으로 드러남
 - 이는 PS3/PSP 게임 판매량에서 하드코어게임이 차지하는 비중이 향후에도 한동안은 매우 높을 것임을 시사
 - 젊은 남성을 주요 소비자로 삼는 각종 콘텐츠 사업자 입장에서는 PSN이 잠재적 신흥시장으로서의 매력을 지닐 수 있음

 www.us.playstation.com

STAT PAX(Penny Arcade Expo) 2009 Briefing



PAX 2009 박람회의 개요 및 특징

행사명	개최 시기	개최지	관련 웹사이트
Penny Arcade Expo 2009	2009.09.04 ~ 09.06	미국 Seattle 市 (Washington State Convention & Trade Center)	www.paxsite.com

- ◆ 올해로 6회째를 맞은 Penny Arcade Expo(PAX)는 PC, 온라인, 콘솔 등 다양한 플랫폼의 신작 게임을 다루고 있으며, 2004년 첫 행사 당시 3,000여 명에 불과했던 방문자 규모는 해를 거듭하면서 꾸준히 늘어 올해에는 6만 명을 돌파했음
 - 특히 올해 행사는 3일짜리 입장권과 1일짜리 입장권 모두가 매진돼 역대 PAX 박람회를 통틀어 가장 높은 호응을 얻었음

PAX 2009의 주요 이슈 및 트렌드

- ◆ [단순한 전시회에서 벗어나 게이머들의 축제로 진화] MS, Sony, THQ 등 다수의 주요 게임업체가 참가한 PAX 2009 박람회는 다수의 방문객들이 게임 속 캐릭터로 분장한 채 주변 거리를 누비고 방세 음악과 대화를 즐기는 등 문화 축제로서의 면모를 과시했음
- ◆ [국내 온라인게임의 북미 개척 가능성 확인] PAX 2009 행사에는 국내 게임업체인 엔씨소프트와 넥슨도 참가해 홍보전을 펼쳤음
 - 엔씨소프트는 PAX 2009 박람회 사흘간 ‘아이온’에 대한 사전판매 하나로만 100억 원 대의 매출을 거두며 국내 온라인게임에 대한 북미 소비자들의 관심을 확인했음
 - 넥슨 북미법인은 부분 유료화 BM을 주축으로 지난 해에만 450억 원의 매출을 올렸고 올해에는 600억 원 가량의 매출을 기대하고 있다고 전언

www.paxsite.com

STAT 美 콘솔 HW&SW 판매량 (8월 다섯째 주)

Table		美 콘솔 HW&SW 판매량(2009.8.23~8.29)			(단위: 대)
구분	항목	Publisher	판매량	전주 대비	누적판매량
HW	DS	Nintendo	123,709	-11%	37,454,634
	PlayStation 3	Sony	75,931	+104%	9,164,330
	Xbox360	Microsoft	74,689	+32%	18,178,812
	Wii	Nintendo	74,245	-4%	24,447,743
	PSP	Sony	55,665	+81%	17,349,122
	PlayStation 2	Sony	28,205	0%	50,853,252
SW	Batman: Arkham Asylum (PS3)	Square Enix	308,677	신규	308,677
	Batman: Arkham Asylum (X360)	Square Enix	298,910	신규	298,910
	Dissidia: Final Fantasy (PSP)	Square Enix	173,015	신규	173,015
	Wii Sports Resort (Wii)	Nintendo	148,688	-12%	1,307,044
	Metroid Prime: Trilogy (Wii)	Nintendo	115,391	신규	115,391
	Madden NFL 10 (X360)	EA Sports	88,736	-42%	816,727
	Wii Sports (Wii)	Nintendo	74,245	-4%	24,447,743
	Professor Layton and the Diabolical Box (DS)	Nintendo	69,812	신규	69,812
	Madden NFL 10 (PS3)	EA Sports	68,470	-42%	548,742
	Wii Fit (Wii)	Nintendo	37,440	0%	9,151,977

[출처] VG Chartz

STAT 美 PC게임 판매순위 (6월)

Table		美 PC게임 판매량 (2009. 6. 1~2009. 6. 30)	
순위	게임명	장르	퍼블리셔
1	The Sims 3	Simulation	Electronic Arts
2	The Sims 3 Collector's Edition	Simulation	Electronic Arts
3	The Sims 2 Double Deluxe	Simulation	Electronic Arts
4	World of Warcraft: Wrath of the Lich King	MMORPG	Blizzard
5	World of Warcraft Battle Chest	MMORPG	Blizzard
6	Spore: Galactic Adventures	Simulation	Electronic Arts
7	World of Warcraft	MMORPG	Blizzard
8	Spore	Simulation	Electronic Arts
9	Empire: Total War	RTS	Creative Assembly/Sega
10	StarCraft: Battle Chest	RTS	Blizzard

*2009년 7월부터 NPD에서는 월간 통계만을 발표

[출처] NPD Group

STAT 북미 MMO게임 이용순위 (9월 둘째 주)

Table 美 MMO 게임 일일 총 이용시간 (2009. 9. 7 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	이용시간
1	World of Warcraft	Blizzard Entertainment	383,785
2	Guild Wars	NCsoft	23,085
3	Silkroad Online	Joymax	17,998
4	Eve Online	CCP	14,547
5	Metin 2	Gameforge	11,629
6	CABAL Online	Game-Masters/OGPlanet	11,309
7	The Lord of the Rings Online	Turbine	10,746
8	Runes of Magic	Frogster Interactive Pictures	9,514
9	MapleStory	Nexon	9,246
10	Champions Online	Atari	8,419

[출처] Xfire.com

STAT App Store 인기게임 순위 (9월 둘째 주)

Table App Store 인기게임 순위 (2009. 9. 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	The Oregon Trail	Gameloft	Educational	4.99
	4	Solitaire	MobilityWare	Card	0.99
	5	Bejeweled 2	PopCap Games	Family	2.99
	6	Texas Hold'em	Apple	Card	4.99
	7	SCRABBLE	Electronic Arts	Board	4.99
	8	Farkle Deluxe	Better Day Wireless	Dice	2.99
	9	Sully's Flight	Laminar Research	Racing	0.99
	10	Guitar Rock Tour™	Gameloft	Music	2.99
무료	1	Sol Free Solitaire	Smallware	Card	-
	2	iBall (Free)	Eric Redmond	Entertainment	-
	3	Paper Toss	Backflip Studios	Action	-
	4	The Oregon Trail FREE	Gameloft	Educational	-
	5	Ninjas Live	Storm8	Role Playing	-
	6	20Q™ Mind Reader FREE	Digital Chocolate	Board	-
	7	iRacing	PlayMesh	Adventure	-
	8	World War™ 15 Honor Points	Storm8	Adventure	-
	9	Boxed In	Dennis Mengelt	Puzzle	-
	10	World War 10 Honor Points	Storm8	Adventure	-

[출처] Apple.com