

G L O B A L
게임산업
TREND

August 2010
1st Issue



North America

4

- Disney, 파격적인 가격에 Playdom 인수
- Zynga, 투자은행 출신의 새로운 CFO 채용
- 메릴랜드주 볼티모어시 공립학교, 가상 비디오 게임을 정규교육 교과 과정으로 채택
- GameStop, 올 가을부터 DLC(Download Content) 판매 예정
- RockYou, Facebook 가상 화폐 사용하기로 확정
- Sony의 PS Home, 소셜 게임 플랫폼으로 거듭나
- EA, 결제 시스템 도입으로 온라인 게임 부분 유료화 서비스 본격 가동
- EA, 2010 회계연도 1분기 영업이익 흑자 전환
- EA의 Bright Light Studio, 이용자가 창조하는 게임 공간 마련
- 2014년 세계 소셜 게임 시장 규모 15억 달러 달할 것
- 비디오 게임 시장 부진, Xbox Live, PS Network의 무료 온라인 멀티 플레이 때문

Europe

16

- 러시아 소셜 게임 시장 규모, 1억 3,000만 달러 예상
- 프랑스 비디오 게임 소프트웨어 시장, 2009년 마이너스 성장 기록
- 스페인, 다운증후군을 위한 첫 번째 무료 게임 출시
- 이탈리아, 올해 상반기 게임 시장 규모 전년 대비 6.9% 증가

Asia

21

Japan

- Nintendo, 2010 회계연도 1분기 매출 감소로 적자 기록
- Softbank, 소셜 게임 투자의 일환으로 Zynga Japan 설립
- 일본 게임 업체의 글로벌 실적 부진, 인재 부족과 브랜드 파워 저하의 결과
- DeNA, 빠른 매출 성장세를 기반으로 글로벌 넘버원 기업 지향
- 日 부모의 60%가 자녀와 함께 게임을 하는 것으로 나타나

China

- ChinaJoy 2010, 중국의 온라인 게임 제품과 기술력 뽐내

South America

32

- Sony, 주요 게임 타이틀의 로컬라이즈화 추진
- 멕시코 가정에서 게임기가 주요 가전으로 자리잡아
- Televisa, 자사 캐릭터를 이용해 비디오 게임 시장 진출
- 브라질, '정당한 게임' 프로젝트가 가시적 성과 내기 시작
- 스타크래프트2, 상파울루市에서만 2시간동안 1,000개 팔려

North America

- Disney, 파격적인 가격에 Playdom 인수
- Zynga, 투자은행 출신의 새로운 CFO 채용
- 메릴랜드주 볼티모어시 공립학교, 가상 비디오 게임을 정규교육 교과 과정으로 채택
- GameStop, 올 가을부터 DLC(Download Content) 판매 예정
- RockYou, Facebook 가상 화폐 사용하기로 확정
- Sony의 PS Home, 소셜 게임 플랫폼으로 거듭나
- EA, 결제 시스템 도입으로 온라인 게임 부분 유료화 서비스 본격 가동
- EA, 2010 회계연도 1분기 영업이익 흑자 전환
- EA의 Bright Light Studio, 이용자가 창조하는 게임 공간 마련
- 2014년 세계 소셜 게임 시장 규모 15억 달러 달할 것
- 비디오 게임 시장 부진, Xbox Live, PS Network의 무료 온라인 멀티 플레이 때문

Disney, 파격적인 가격에 Playdom 인수

■ Disney, Playdom 인수로 소셜 게임 진출 본격 가동

- ▶ Disney는 소셜 게임 시장 진출을 위해 'Social City', 'Sorority' 등의 인기 소셜 게임을 보유하고 있는 Playdom을 7억 6,320만 달러에 인수함
 - Playdom은 Zynga, PlayFish에 이어 세계 3위 소셜 게임 업체로 2008년에 설립됨
 - Playdom의 게임 이용자수는 월 평균 4,200만 명이며, 특히 Myspace에서 두각을 나타내고 있음
 - 현재 Playdom은 15개 게임 개발 스튜디오를 가지고 있으며, Disney는 인수 후 캘리포니아 마운틴뷰에 본사를 마련할 예정임
- ▶ 이번 Playdom 인수가 2009년 11월, EA가 인수한 Playfish의 인수 금액 약 4억 달러와 비교하면 상당히 파격적인 액수임
- ▶ Disney는 “모든 연령대 사람들이 다양한 기기와 플랫폼으로 국경을 초월해 게임을 즐기는 시대가 오고 있다”면서, “이번 Playdom 인수로 게임 포트폴리오를 강화할 수 있게 되었다”라는 입장을 표명함
- ▶ Playdom의 CEO인 John Pleasants는 DIMG(Disney Interactive Media Group)의 부사장 겸 Playdom 총괄 책임자(General Manager)로 임명될 예정
 - Playdom 인수 절차는 2010년 회계연도 종료시점(10월 초) 이전에 마무리할 계획

일자: 2010년 7월 27일

출처: http://corporate.disney.go.com/news/corporate/2010/2010_0727_playdom.html

<http://techcrunch.com/2010/07/27/playdom-acquired-by-disney-for-up-to-763-2-million/>

Zynga, 투자은행 출신의 새로운 CFO 채용

■ 투자은행 출신 CFO 고용, Zynga의 IPO 가능성 대두

- ▶ Zynga의 새로운 CFO로 선임된 Dave Wehner은 투자은행 Allen & Co. 경영책임자 출신으로 미디어 & IT 기업의 투자를 담당했음
 - Allen & Co. 이전에는 투자은행 Hambrecht & Quist 회사의 기업 개발 담당 부사장을 역임했으며, e-commerce와 기술 투자 거래를 맡는 업무를 담당한 바 있음
- ▶ 이번 Dave Wehner 취임에 대해 'Zynga의 IPO(Initial Public Offering; 기업공개)를 준비하기 위한 사전 작업'이라는 분석이 대두되고 있음. 이에 대해 Zynga는 아직까지 입장을 밝히지 않음
 - 관련 업계에서는 Zynga IPO 규모를 40억 달러에서 50억 달러 정도로 추산하고 있음
- ▶ Financial Times는 지난해 말, 2010년 실리콘밸리 정보기술(IT) 업체들의 상장이 잇따를 것이라 보도하면서, Zynga를 유력한 후보로 지목한 바 있음

일자: 2010년 7월 27일

출처: <http://xbox360.ign.com/articles/110/1108991p1.html>

메릴랜드주 볼티모어市 공립학교, 가상 비디오 게임을 정규교육 교과 과정으로 채택

■ 볼티모어 공립학교, 게임 개발 교육을 정규 커리큘럼으로 채택

- ▶ 볼티모어 카운티 공립학교(Baltimore County Public Schools)는 게임 개발 과목인 'L.I.V.E(Learning in Virtual Education)'을 정규 커리큘럼으로 채택했으며, 이 과정을 통해 학생들이 기초 과학·수학·공학 등의 과목에 흥미를 느낄 수 있을 것이라 언급
 - L.I.V.E 수업 과정에는 게임 개발 콘테스트(game development contest)도 포함되어 있어 학생들이 직접 게임 제작에 참여하고 이를 현역 게임 개발자나 관계자로부터의 지도를 받을 수 있음
 - 아울러 게임 제작을 지도할 수 있는 교사 육성 과정인 'gamification boot camp'도 병행해 나갈 계획임
 - 휴대용 콘솔, 휴대폰, 콘솔, PC 등을 통해 평균 38시간 정도 게임을 이용하는 현재의 중·고등 학생들에게 친숙한 게임을 정규 커리큘럼으로 도입하는 것은 기피 과목이던 수학, 과학 등의 기초 과목에 흥미를 유발시킬 뿐 아니라 대학 진학 및 취업에 도움이 될 것
- ▶ 해당 지구의 교육감인 Dr. Joe은 "지난 10년 동안 의료기관과 국방부 등에서 전문가를 양성하는데 시뮬레이션 게임을 이용해 왔었다"고 언급
 - 해당 수업이 과학에 흥미를 갖게 만들고 학생들이 직업을 선택하는 데 있어 기술적인 경력이 될 수 있을 것이라고 밝힘

일자: 2010년 7월 30일

출처:

http://gamasutra.com/view/news/29685/Baltimore_Schools_To_Incorporate_Virtual_Video_Game_Education.php

GameStop, 올 가을부터 DLC(Download Content) 판매 예정

■ GameStop, 온라인 게임 관련 다양한 시도 추진

- ▶ 미국의 최대의 비디오 게임 및 엔터테인먼트 소프트웨어 판매점으로 전세계 6,500여 개 이상의 점포를 가지고 있는 GameStop은 매장에서 DLC(Download Content)를 판매해 가정 내 Xbox Live나 PS Network의 계정에서 다운로드 이용할 수 있는 서비스를 올 가을부터 제공할 계획
- ▶ 아울러 GameStop은 소셜 커뮤니티와 소셜 게임 사이트인 Kongregate를 인수하는 등 소셜 게임 사업 부문도 추가함(인수가는 공개치 않음)
 - 2007년에 설립된 Kongregate는 현재 월평균 1,000만 명의 이용자를 확보하고 있으며, 이용 시간은 월평균 2,300만 시간인 것으로 추정됨

■ 그러나 비디오 게임 유통업체들은 여전히 게임 타이틀 판매에 집중

- ▶ 올해부터는 모션 컨트롤과 3D게임이 비디오 게임 시장의 성장을 견인할 것이란 전망이 대두되면서 비디오 게임 유통업체들은 현재의 게임 타이틀 판매에 주력할 계획
- ▶ GameStop 역시 이번 DLC 판매나 소셜 게임을 인수했지만, 판매 채널을 모두 디지털로 전환하는 것은 아님. 다만 현재 게임 시장 변화에 따른 대응책의 일환으로 보는 것이 맞음
 - GameStop 디지털 사업 운영자인 Shawn Freeman 역시 “게임 속 디지털 전환이 빠르게 진행되지는 않을 것”이며, “여전히 ‘buy, sell, trade’의 비디오 게임 유통 비즈니스 모델은 지속될 것”이라고 주장

일자: 2010년 7월 27일

출처: <http://xbox360.ign.com/articles/110/1108991p1.html>

RockYou, Facebook 가상 화폐 사용하기로 확정

■ RockYou, 5년간 Facebook 가상 화폐 'Facebook Credits' 사용하기로 계약

- ▶ Facebook은 자사의 플랫폼에 소셜 애플리케이션을 서비스하고 있는 업체들에게 자사의 결제수단인 'Facebook Credit' 사용을 요구하고 있음
 - 이번에 Facebook Credit 도입을 결정한 RockYou는 2007년에 설립된 소셜 게임 업체로 Facebook 내 소셜 게임 이용자 수는 약 9,000만 명으로 Zynga에 이어 2위 업체
 - 지난 5월 Zynga도 Facebook과의 갈등 끝에 Facebook Credit 도입과 관련해 계약을 체결한 바 있음
- ▶ Facebook은 자사 가상 화폐 시스템을 이용해 소규모 개발 업체들이 은행과 복잡한 거래를 할 필요 없이 프로그램/아이템 판매가 가능하다고 주장하고 있음
 - 소셜 게임의 주요 수익원은 가상 아이템 판매 매출로 2009년 미국 가상 아이템 시장 규모는 약 10억 달러로 추산하고 있으며, 2010년에는 16억 달러까지 증가할 것으로 예상되고 있음

일자: 2010년 7월 22일

출처: <http://techcrunch.com/2010/07/22/rockyou-facebook-credits/>

Sony의 PS Home, 소셜 게임 플랫폼으로 거듭나

■ Sony, Codename과 협력해 소셜 게임 플랫폼 구축 계획 발표

- ▶ Sony는 인디 게임 개발사 Codename과 협력해 온라인 게임 커뮤니티 서비스인 PS Home에 인디 소셜 게임을 서비스할 계획
 - PS Home은 전세계적으로 1,400만 이용자를 확보하고 있으며, 이번 소셜 게임 제공을 통해 이용자층을 더욱 확대 시킬 계획임
 - 새롭게 제공되는 인디 소셜 게임에는 인디계 게임 이벤트 IndieCade에서 수상한 바 있는 'Minor Battle'을 비롯해 'Super Awesome Mountain RPG', 'Cogs', 'Duelling Gentlemen' 등의 인기 게임이 포함됨
- ▶ Codename 설립자인 Jesse Vigil은 이번 PS Home과의 제휴를 통해 소셜 게임의 선두업체로 자리 매김하겠다는 목표를 밝힘
 - 인디 게임을 지속적으로 개발해온 Codename으로서는 1,400만 명 이상의 이용자를 지닌 Sony와의 이번 협력이 자사의 역량을 널리 알리는 좋은 기회가 될 것이라는 평가도 있음

일자: 2010년 7월 19일

출처: <http://www.develop-online.net/news/35419/PlayStation-Home-becomes-indie-games-platform>

EA, 결제 시스템 도입으로 온라인 게임 부분 유료화 서비스 본격 가동

■ EA, 온라인 게임 부분 유료화 결제 시스템으로 Live Gamer의 'Elements' 도입

- ▶ EA는 Live Gamer의 결제 시스템 'Elements' 도입을 통해, 향후 온라인 게임의 부분 유료화 서비스를 보다 원활하게 제공할 수 있게 됨
 - Live Gamer의 'Elements'는 사이버 캐시 지원, 향상된 버추얼 아이템 관리 및 판매, 아이템샵 구축, 고급 분석 등 부분 유료화 모델을 적용하기 위한 모든 기능을 지원하며, 이를 토털 솔루션 형태로 EA에 제공할 계획
 - 시장조사기관 DFC Intelligence에 따르면, 가상 아이템 판매를 중심으로 하는 부분 유료화 시장은 2015년까지 전세계적으로 70억 달러에 이를 것이며, 향후 주요 게임 업체들은 지속적인 매출 성장을 위해 부분 유료화 모델을 확대 적용할 것으로 전망됨
 - 이러한 추세에 더불어 EA도 'Elements' 도입을 통해 글로벌 온라인 게임 퍼블리싱 역량에 더욱 집중하고, 이를 향후 소셜 네트워크 기반 게임으로까지 확대시킬 계획임

일자: 2010년 7월 29일

출처:

http://www.gamasutra.com/view/news/29591/EA_Chooses_Live_Gamer_For_Microtransactions.php

EA, 2010 회계연도 1분기 영업이익 흑자 전환

■ EA 1분기 실적, 전년 동기 2억 3,400만 달러 적자에서 9,600만 달러 흑자로 전환

- ▶ EA의 Eric Brown CFO는 2010 회계연도 1분기(4월~6월) 영업이익이 9,600만 달러를 기록했으며, 매출도 전년 동기 6억 4,400만 달러에서 27% 증가한 8억 1,500만 달러에 달하는 등 높은 성장세를 달성했다고 발표
- ▶ 이 같은 실적 호조는 HD 비디오 게임 타이틀의 인기가 견인한 것으로 진단. 소매, 디지털 판매 부문에서 큰 성과를 이끌어 냄
 - ※ 비디오 게임 시장 점유율 22%(전년 동기 대비 4%p 상승), PC 게임 시장 점유율 33% 기록
 - 지난해부터 올해까지 EA가 출시한 타이틀 수가 11개에서 절반에 가까운 6개로 줄어들어 매출에 악영향을 미칠 것으로 예상했지만 디지털 매출의 호조가 이를 상쇄함
 - 이번 회계연도의 디지털 매출은 전년 대비 약 30% 성장한 7억 5,000만 달러에 달할 것으로 전망됨
 - EA는 iPhone용 모바일 게임 TOP10 중 9개를 석권, 그 중 'FIFA'와 'Bad Company 2'가 가장 인기

일자: 2010년 8월 3일

출처: <http://investor.ea.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=496057>

http://www.gamasutra.com/view/news/29732/EA_Beats_Expectations_With_Big_Swing_To_Profitability_In_Q1.php

EA의 Bright Light Studio, 이용자가 창조하는 게임 공간 마련

■ EA 산하 Bright Light Studio, 가족이 함께 즐기는 게임 'Create uses Families' 출시

- ▶ EA의 Bright Light Studio는 가족이 함께 게임 레벨에 따라 도전하고 즐기는 방식으로 구성된 'Create uses families'를 새롭게 출시. 이는 게임 이용자 스스로가 상상력과 창의력을 통해 콘텐츠를 만들어 나가는 공간을 제공
 - 11월에 출시될 'Create uses families'는 여행과 도전을 통해 문제를 해결해 나가는 게임으로, EA는 플레이어가 생동감 있는 화면을 창조해 나가며 유기적인 상호작용이 이루어질 수 있도록 브러쉬와 인터페이스에 기초한 다양한 제작 툴을 구성해 제공
 - 'Create uses families'는 Wii, PC, Mac, Xbox 360, PS3 버전으로 출시되며, Kinect와 Move를 지원해 멀티 플레이 환경을 제공할 예정
 - 게임을 위한 공식 웹 사이트는 이용자의 상상력을 자극하는 다채로운 색상의 화면을 제공, 또한 사이트 내에서 이용자는 그들의 창작물을 사이트에 업로드해 서로 공유할 수 있으며, 다운로드하거나 다른 창작물들을 혼합해 새로운 작품으로 재편집도 가능하도록 설계

일자: 2010년 8월 2일

출처:

http://www.gamasutra.com/view/news/29703/EA_Bright_Light_Unveils_New_UserGenerated_Content_IP.php

2014년 세계 소셜 게임 시장 규모 15억 달러 달할 것

■ 2009년 세계 소셜 게임 시장은 6억 3,900만 달러 규모, 2014년까지 100% 성장해 15억 달러까지 성장할 것으로 전망

- ▶ 시장조사기관 Screen Digest에 따르면, 2009년 소셜 게임 시장 규모는 6억 3,900만 달러 규모에 달했으며, 2014년까지 100% 이상 성장해 15억 달러 규모에 이를 것
 - 2008년만 해도 소셜 게임 시장 규모는 7,600만 달러 수준이었으며, 당시 미국만이 유일하게 큰 시장을 형성했음
 - Zynga는 약 1억 달러의 연 매출을 기록해 소셜 게임의 선두업체로 급부상했지만, 아직까지 SNS인 Facebook의 영향력이 소셜 게임 시장에서 큰 편임
- ▶ 2009년 소셜 게임 이용자 수(Active User)는 월 평균 5억 명에 달했으며, 2008년 6,000만 명에 비하면 비약적으로 증가한 수치임
 - 이용자 수 증가 추이만 보더라도 PC 캐주얼 게임 시장의 성장 동인은 단연 소셜 게임임

일자: 2010년 7월 20일

출처: <http://www.casualgaming.biz/news/30350/Disney-swoops-on-Playdom-with-7632m>

비디오 게임 시장 부진, Xbox Live, PS Network의 무료 온라인 멀티 플레이 때문

■ Michael Pachter, 2010년 6월 비디오 게임 시장 규모가 전년 대비 15% 하락한 원인으로 무료 온라인 멀티 플레이 게임을 지목

- ▶ Wedbush Morgan의 Michael Pachter 애널리스트는 비디오 게임 산업 매출 부진의 주요 원인이 Xbox LIVE나 PS Network에서 제공하는 무료 온라인 멀티 플레이에 있다는 분석을 발표함
 - PS Network, Xbox Live를 사용하여 무제한 무료 온라인 멀티 게임을 즐기는 이용자가 급증하고 있으며, 이들의 비디오 게임 타이틀 구매가 감소되고 있다는 주장. 결국 플레이어들은 온라인 멀티 플레이에 더 많은 시간을 할애함으로써, 정작 새로운 게임에 대한 니즈가 줄어들고 있으며, 이는 게임 소프트웨어의 매출 부진으로 이어진다는 것
 - ※ 게임 타이틀 별 온라인 멀티 게임 이용자 수: 'Call of Duty: Modern Warfare2', 1,200만 명/ 'Halo3', 600만 명/ EA Sports, 300만 명
 - Michael Pachter는 아울러 현재 콘솔 게임기 판매시 게임 타이틀을 번들로 제공하는 것도 매출 급락에 일부분 작용한다고 지적
 - 게임업체들은 현재 플레이어들에게 가치있는 경험을 서비스하는 온라인 게임 비즈니스 모델을 따라 잡지 못하는 한, 소프트웨어의 구매 하락 추세는 지속될 전망
- ▶ 비디오 게임 시장 침체 타개 방안으로 Michael Pachter는 'Call of Duty'와 같은 인기 비디오 게임의 멀티 플레이 유료화를 제안함
 - 'Call of Duty 2'와 같은 매력적인 게임을 이미 경험해 본 게이머라면 유료화 된 후에도 기꺼이 지불 의사가 있을 것으로 진단함
- ▶ 한편, 이 같은 분석은 Activision의 Bobby Kotick CEO가 "Xbox LIVE 유저의 60%가 'Call of Duty'를 이용하기 위해 가입하지만, 정작 Activision 매출에 기여하는 바는 적다"며 현재의 무료 모델에 불편한 심기를 드러낸 직후여서 Activision에게는 반가운 소식이 될 것

일자: 2010년 7월 15일

출처:

<http://www.industrygamers.com/news/activision-must-start-charging-for-call-of-duty-online-play-says-pachter/>

Europe

- 러시아 소셜 게임 시장 규모, 1억 3,000만 달러 예상
- 프랑스 비디오 게임 소프트웨어 시장, 2009년 마이너스 성장 기록
- 스페인, 다운중후군을 위한 첫 번째 무료 게임 출시
- 이탈리아, 올해 상반기 게임 시장 규모 전년 대비 6.9% 증가

러시아 소셜 게임 시장 규모, 1억 3,000만 달러 예상

■ 2010년 상반기 러시아 소셜 게임 시장 규모는 6,500만 달러, 연내 1억 3,000만 달러 이를 것

- ▶ 러시아 게임 개발사인 Realore Studios에 따르면, 2010년 상반기 러시아 소셜 게임 시장 규모가 6,500만 달러에 달했으며, 2010년 말까지 1억 3,000만 달러에 이를 것으로 전망
- ▶ 이러한 러시아 소셜 게임 시장의 성장세는 인기 SNS들의 애플리케이션 마켓 런칭이 잇따르고 있기 때문
 - 특히 2위 SNS 업체인 Moy Mir가 소셜 게임 부분에서 두각을 나타내 올 연말까지 시장 점유율 35%에 이를 것으로 예상. 이와 더불어 러시아 소셜 게임 시장 규모도 크게 성장할 것으로 분석
 - 인기 SNS인 Odnoklassniki도 애플리케이션 마켓을 런칭해 약 15%의 점유율을 확보할 것으로 예상됨
 - 반면, 이 같은 경쟁사들의 움직임으로 인해 선두 SNS업체인 Vkontakte의 시장점유율은 50%까지 하락할 것으로 전망됨
- ▶ 소셜 게임의 인기에 따라 게임 개발사들의 기존 게임의 소셜 게임 버전 개발이 잇따르고 있음
 - Realore Studio는 캐주얼 게임 개발사로 자사 인기 게임인 'Farm Mania'의 소셜 게임 버전 출시를 준비 중이며, 베타판을 러시아 SNS인 Moy Mir에 공개할 예정. 이외에도 자사 캐주얼 게임 중 판매 순위 TOP3의 게임을 소셜 게임 버전으로 개발 중에 있음
 - 또 다른 러시아 게임 개발사인 Moving forward도 연간 최저 12개 이상의 소셜 게임을 출시할 계획이라고 밝힘

일자: 2010년 7월 29일

출처:

<http://www.casualgaming.biz/news/30351/Russian-social-gaming-market-worth-130m-by-years-end>

프랑스 비디오 게임 소프트웨어 시장, 2009년 마이너스 성장 기록

■ 2009년 프랑스 비디오 게임 소프트웨어 판매 규모는 전년 대비 11.4% 감소

- ▶ 2009년 프랑스 비디오 게임 소프트웨어는 총 3,880만 개 판매됨. 이는 2008년 대비 11.4% 감소한 수치
 - 이는 외국산 비디오 게임 소프트웨어가 전년 대비 10.2% 감소했으며, 자국산 비디오 게임도 25.2% 감소했기 때문임
 - 2009년 외국산 비디오 게임 소프트웨어의 프랑스 시장 점유율은 92.9%, 자국산 비디오 게임은 7.1% 차지. 자국산 게임 점유율은 2008년 8.4%에서 1.3%p 감소함
- ▶ 2009년 비디오 게임 소프트웨어 시장 규모는 14억 3,400만 유로로 전년 대비 13.0% 감소함
 - 자국산 비디오 게임은 전년 대비 44.9% 감소한 6,980만 유로, 외국산 비디오 게임은 10.4% 감소한 13억 6,490만 유로 규모를 기록
- ▶ 2009년 프랑스 내 판매되는 비디오 게임 소프트웨어의 평균 가격은 37.00유로로 2008년 37.68 유로에서 0.68유로 감소함
 - 자국산 비디오 게임 소프트웨어의 평균 가격은 전년 대비 26.4% 감소한 25.27유로(2008년 34.34유로)이며, 외국산 비디오 게임의 평균 가격은 37.90유로로 전년 보다 0.08유로 감소함

일자: 2010년 7월

출처: www.cnc.fr

스페인, 다운증후군을 위한 첫 번째 무료 게임 출시

■ 통신사업자 Orange에서 운영하는 Fundacion Orange(이하 '오렌지 재단')은 마드리드의 다운증후군 재단과 함께 '루카스와 도난당한 그림 사건'이라는 게임을 개발

- ▶ '루카스와 도난당한 그림 사건'은 지적 장애를 앓고 있는 사람들을 위한 첫 번째 무료 비디오 게임으로 이들의 사회적인 통합을 격려하기 위한 취지에서 개발됨
 - 이 게임은 다운증후군 같이 지적 장애를 앓는 환자들이 전자기기를 이용한 여가 생활을 향유하는 것은 물론이고, 다른 종류의 게임을 접할 수 있는 연결 고리로 작용할 것으로 기대
- ▶ 오렌지 재단에 따르면, 현재 스페인에서 다양한 지적인 장애를 앓고 있는 사람들을 위해 특별 설계된 이와 같은 종류의 게임 출시는 최초임
- ▶ '루카스와 도난당한 그림 사건'은 배역과 그래픽 모험으로서 이야기를 완성할 때까지 모든 물체들과 인물들과 함께 상호 작용하며, 다양한 적들을 물리치는 게임. 게임의 구현은 퍼즐과 시나리오의 디자인 및 목표물을 담당했던 마드리드 다운증후군 재단의 교육심리의 팀이 맡았음
 - 이 게임은 오렌지 재단의 웹사이트를 통하여 무료로 다운 받을 수 있음

일시: 2010년 7월 28일

출처: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16989

이탈리아, 올해 상반기 게임 시장 규모 전년 대비 6.9% 증가

■ 이탈리아, 소프트웨어 판매가 상반기 시장 견인

- ▶ 이탈리아 비디오 게임 소프트웨어 에디터 연합(AESVI)은 칸에서 열린 인터랙티브 디지털 엔터테인먼트 페스티벌(IDEF)에서 올해 1월부터 5월까지 이탈리아 비디오 게임 시장 현황을 발표
 - 이 발표에 따르면, 이 기간 동안 이탈리아 비디오 게임 하드웨어 및 소프트웨어 판매량은 전년 대비 6.9%가 증가했음. 이 중 하드웨어 시장은 1% 증가한 반면, 소프트웨어 판매량은 5.6%가 증가
 - 하드웨어에서는 가정용 콘솔 판매량은 전년 대비 15.7% 가량 늘었고, 휴대용 콘솔은 21.6%가 감소
 - 소프트웨어 부문에서는 가정용 콘솔의 판매량만 13.4% 증가하고, 휴대용 콘솔과 PC는 각각 15%, 18.7%씩 감소. 가정용 콘솔 소프트웨어 판매량의 증가는 신작 게임의 지속적인 발표 외에도 하드코어 게임 시판이 가능해진 영향으로 분석됨

일자: 2010년 7월 1일

출처:

<http://www.lastampa.it/multimedia/multimedia.asp?IDmsezione=29&IDalbum=27656&tipo=VIDEO>

Asia

Japan

- Nintendo, 2010 회계연도 1분기 매출 감소로 적자 기록
- Softbank, 소셜 게임 투자의 일환으로 Zynga Japan 설립
- 일본 게임 업체의 글로벌 실적 부진, 인재 부족과 브랜드 파워 저하의 결과
- DeNA, 빠른 매출 성장세를 기반으로 글로벌 넘버원 기업 지향
- 日 부모의 60%가 자녀와 함께 게임을 하는 것으로 나타나

China

- ChinaJoy 2010, 중국의 온라인 게임 제품과 기술력 뽐내

Nintendo, 2010 회계연도 1분기 매출 감소로 적자 기록

■ Nintendo DS 게임 소프트웨어와 하드웨어 판매 부진 및 엔고의 영향으로 2분기 252억 엔 적자

- ▶ Nintendo가 2010 회계연도 1분기(4월~6월) 결산에서 252억 엔의 적자를 기록함
 - Nintendo가 지난 7월 29일 발표한 1분기 결산 보고에 따르면, 1분기 매출은 1,886억 4,600만 엔(전년 동기 대비 25.6% 감소), 영업 이익은 233억 4,200만 엔(전년 동기 대비 44.2% 감소), 순손실은 252억 1,600만 엔으로 전년 동기 대비 크게 악화됨
- ▶ 적자의 원인으로 게임 타이틀 및 콘솔 게임기 판매 부진, 엔고 영향 등을 들 수 있음
 - 게임 타이틀 부문에서는 'Super Mario Galaxy 2'가 전세계적으로 409만 개 판매되었으며, 지난 분기까지 발매된 'New Super Mario Bros. Wii', 'Pokemon Heart Gold/Soul Silver', 'Tomodachi Collection' 등이 다소 매출을 냈을 뿐 큰 히트작이 별로 없음
 - 콘솔 게임기 역시 DS가 315만 대(전년 동기: 597만 대), Wii가 304만 대로, 두 콘솔 게임기의 판매가 어느 정도 일단락 된 것으로 분석됨
 - 이에 더해 DS 가격 인하로 인한 매출 저하, 엔고에 의한 705억 엔의 환차손 발생 등의 영향도 매출 감소의 원인으로 보임

■ Nintendo의 2010년 연간 목표는 지난해 실적을 최대한 유지하는 것

- ▶ 2분기(7~9월)에는 신형 게임기 'Nintendo 3DS'를 발매할 예정이며, 올해의 연간 목표는 지난해 실적을 최대한 유지시키는 것임
 - 연간 실적 예상은 매출액 1조 4,000억 엔(전년 대비 2.4% 감소), 영업이익 3,200억 엔(전년 대비 10.3% 감소), 순이익 2,000억 엔(同 12.5% 감소)임

일자: 2010년 7월 29일

출처: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1007/29/news066.html>

Softbank, 소셜 게임 투자의 일환으로 Zynga Japan 설립

■ Softbank, 일본법인 Zynga Japan 설립을 통해 소셜 게임 시장 적극 공략

- ▶ Softbank와 Zynga가 7월 29일 일본법인 Zynga Japan을 설립하는데 합의
 - Softbank는 지금까지 이미 Zynga에 1억 4,700만 달러(약 137억 엔)를 출자했음
- ▶ 일본법인 Zynga Japan은 Softbank의 모바일 웹 기술을 활용해 소셜 게임을 일본 시장에 제공할 계획이며, CEO에는 Zynga의 Robert Goldberg씨가 취임 예정임
 - Softbank의 손정의 사장은 “Zynga는 소셜 게임 업계의 선두 기업이다. Zynga와 파트너십을 체결하고 Zynga의 게임을 일본에 소개할 수 있음을 너무 기쁘게 생각한다. Softbank는 Zynga와 소셜 게임에 대해 같은 비전을 공유하고 있으며 양사가 견고한 협력 관계를 만들어 가기를 기대하고 있다”고 언급함
 - Zynga의 창립자이자 CEO인 Mark Pincus씨는 “Softbank와 파트너십을 체결함으로써 Zynga의 소셜 게임을 일본에서 추진하는 한편, 일본 시장에서 새로운 통찰과 관점을 얻을 수 있길 기대하고 있다”고 언급함
- ▶ Zynga Japan은 올해 안에 일본의 소셜 게임 플랫폼에 온라인 및 모바일 게임을 제공할 계획이며, iPhone과 iPad용 게임도 제공할 생각임
 - Zynga는 지금까지 소셜 게임을 주로 제공해 왔지만 모바일에서 강력한 네트워크를 보유하고 있는 Softbank와 제휴함으로써 모바일 소셜 게임분야에도 힘을 쏟을 수 있게 될 것으로 보임
 - 연내에 일본 내 여러 SNS에 소셜 게임을 제공할 예정이라고 하고 있어, mixi나 GREE, 모바일게타운 등에 온라인 및 모바일 게임을 제공할 것으로 예상됨
- ▶ 이외에도 Softbank는 美 SNS 게임 개발사 RockYou와 합작사인 RockYou Asia를 설립했으며, 일본, 한국, 중국을 대상으로 소셜 게임을 서비스 중임(Softbank는 RockYou Asia 지분을 과반수 이상 확보하고 있음)

일자: 2010년 7월 29일

출처: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1007/29/news079.html>

일본 게임 업체의 글로벌 실적 부진, 인재 부족과 브랜드 파워 저하의 결과

■ 일본 게임 업체, 해외 게임 유저의 니즈 파악 제대로 못해

- ▶ 최근 일본 게임 업체의 해외 매출 저하가 두드러지고 있음
 - 일본 게임의 매출 저하는 모바일 게임의 보급 확대, 폐쇄적인 콘솔 게임 구조, 불법 다운로드 문제 등이 주요 원인이라는 하나, 이보다 궁극적인 이유는 해외 게이머들의 니즈 파악과 이에 대한 대응이 제대로 이루어지지 않고 있기 때문으로 생각됨
- ▶ 게임 전문 현지화 컨설팅 업체인 Activegaming가 앙케이트 조사를 통해, 최근 들어 일본 게임을 구매하지 않게 된 이유를 설문한 결과, 1) 메인 캐릭터의 성별이 불분명해 감정 이입이 어려움 2) 액션을 하고 싶는데 스토리의 나열이 많음 3) 아동 성향 4) 현지화된 게임의 품질이 좋지 않거나 현지화 되어 있지 않음을 일본 게임을 구매하지 않게 된 이유라고 대답함

■ 일본 게임 업체의 문제는 인력 세대 교체 불발과 브랜드 파워 저하

- ▶ 일본 게임의 침체는 우선, 1)은 프로듀서의 활약이 두드러지지 않은 점과 2)본 게임의 브랜드 파워 저하에서 기인함
 - 1990년대에 등장한 게임 업계의 주도적인 프로듀서들이 여전히 건재하는 등 새로운 인재가 등장하고 있지 않음
 - 와인, 보르도, 스포츠카는 이탈리아, 애니메이션과 게임은 일본이라는 인식이 과거에는 상식이었지만, 일본에서는 정부를 포함해 이러한 이미지를 유지하고자 하는 노력에 안이했음

일자: 2010년 7월 23일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=1891>

DeNA, 빠른 매출 성장세를 기반으로 글로벌 넘버원 기업 지향

■ DeNA, 경이로운 매출 확대로 상반기만 500억 엔 매출 예상

- ▶ 소셜 게임의 인기로 DeNA의 상반기 매출은 전년도 연간 매출을 웃도는 500억 엔 예상
 - DeNA가 7월 30일에 발표한 2010 회계연도 1분기(4~6월) 결산 보고에 따르면, 2분기 매출액은 전년 동기 대비 2.7배 증가한 241억 엔, 영업이익은 3.8배 증가한 119억 엔을 기록함
 - 2010 회계연도 상반기(4~9월)의 실적 예상은 매출액이 500억 엔, 영업이익이 240억 엔으로, 2009년 연간 매출(481억 엔)을 반년 만에 웃돌 것으로 예상됨
 - 소셜 게임의 확대가 매출 증가의 주요 요인이며, 매출액, 영업이익 둘 다 사상 최고치를 경신
- ▶ 주력 사업인 '모바게타운'에서는 자체 개발한 소셜 게임과 타사 오픈 게임이 둘 다 인기가 높으며, 두 영역 모두 DeNA의 성장 동력이 되고 있음
 - 일본 모바일 사이트 전체의 페이지뷰 중 '모바게타운'이 차지하는 비중은 약 20%에 달하고 있으며, 6월 기준으로 1일 평균 23.8억의 페이지뷰를 기록하고 있음
 - 아이템 과금, 게임 내 광고, mixi 애플리케이션에 제공하는 자체 개발 소셜 게임의 매출 등을 합친 2분기 소셜 게임 매출은 전년 동기 대비 1.5배 증가한 159억 엔이었음
 - '괴도 Royale' 등 자체 게임은 매월 매출액 최고 기록을 갱신하고 있으며, 오픈 게임은 7월 27일 현재 타이틀 수가 350, 파트너 기업은 154개 사임
 - 오픈 게임의 가상 통화인 '모바 코인'의 1일 소비액은 2010년 1월 대비 반년 간 11배 성장함
 - 침체 중이던 아바타 판매 역시 2009 회계연도 4분기(1~3월) 매출액은 18억 엔이었지만 2010년 1분기(4~6월)에는 20억 엔으로 증가하는 등 회복세를 보이고 있음. 이외, 오픈 게임에서도 아바타가 이용되기 시작했음

■ DeNA, 멀티 플랫폼 지원 및 글로벌 진출에 의욕 보여

- ▶ DeNA는 소셜 게임 업계에서 글로벌 넘버원 기업을 지향하고 있으며, 향후 멀티 플랫폼 지원이나 글로벌 전개에도 힘을 쏟을 생각임
 - 2010년 10월에는 온라인 게임 사이트인 'Yahoo! 모바게'를 서비스 개시할 예정이며, 연내에 '모바게타운'을 스마트폰에서도 지원할 생각임
- ▶ 최근에는 모바일 콘텐츠 업체인 Success Networks의 주식 일부를 인수함
 - Success Networks 전체 주식의 14.99%를 7월 23일자로 확보했으며, 8월 1일자로 사외 이사

를 1명 파견했음

- Success Networks는 게임 개발사인 Success가 모바일 사업부문을 분사시켜 2007년에 설립한 회사로 '모바일게타운(DeNA의 모바일 게임 사이트)'의 파칭코 슬롯머신 포털인 '모바일 7'에서 유저 간 협력 기능을 도입해 회원 수를 확대 중임

▶ DeNA는 향후에도 유망한 소셜 애플리케이션 개발사에 적극적으로 투자할 방침

일자: 2010년 8월 3일

출처: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1007/30/news087.html>

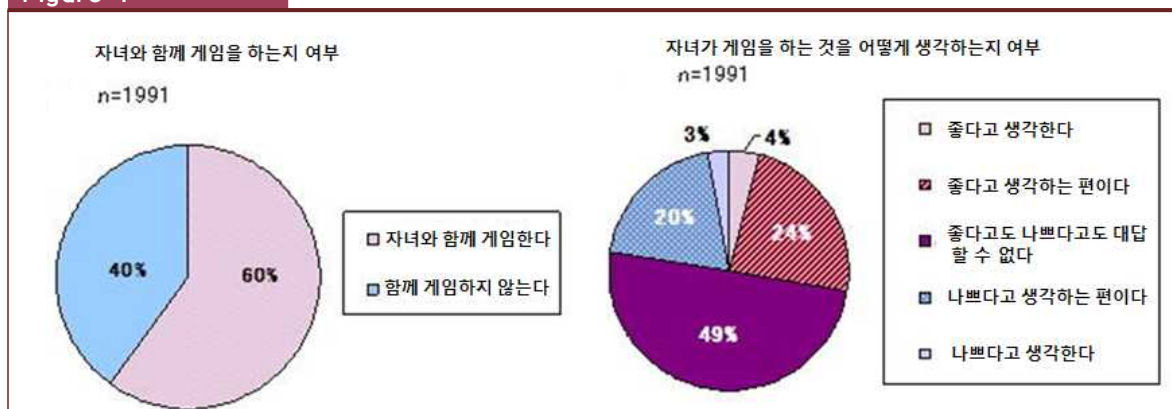
출처: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1008/03/news009.html>

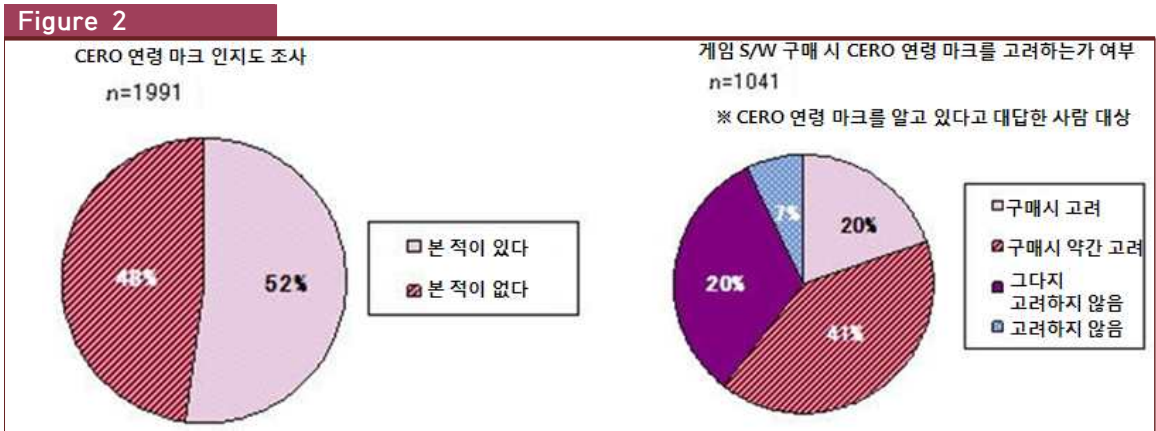
日 부모의 60%가 자녀와 함께 게임을 하는 것으로 나타나

■ 일본 부모의 약 70%는 자녀의 게임 플레이에 호의적인 반응 보여

- ▶ 게임 전문 미디어 Inside/GameBusiness.jp 산하 게임 전문 리서치 업체인 iddt가 가정 내 게임 이용 현황에 대한 조사를 실시함
- ▶ <가정에서의 게임 이용에 대한 앙케이트 조사>
 - '자녀와 함께 게임을 즐기는가'에 대해, 약 60%의 부모가 자녀와 함께 게임을 한다고 대답함
 - '자녀가 게임을 하는 것에 대해 어떻게 생각하는가'에 대해, '좋다 싫다 말하기 어렵다'가 약 50%, '좋다고 생각하는 편이다'와 '나쁘다고 생각하는 편이다'가 각각 약 20% 씩을 차지함
 - '게임 S/W 선택에 어느 정도 관여하는가'에 대해, 자녀에게 주도권이 있다는 대답이 약 50%이었으며 부모 자신이 선택한다는 대답은 25%에 지나지 않음
 - 'CERO(Computer Entertainment Rating Organization) 연령 마크에 대해 알고 있는가'에 대해, 50% 정도가 알고 있다고 대답했으며, 이들 중 '연령 마크를 고려해 게임을 구매하는 편인가'에 대해서는 '고려하는 편이다'가 61%, '고려하지 않는다'가 27%였음
 - 메이커별 인지도 역시 조사했으며, Nintendo가 95%로 1위, Sega 역시 91%로 90%를 넘었음. 이어 Konami, Takaratomy, hudson, Capcom, SCE, Taito의 순이었음

Figure 1





일자: 2010년 7월 22일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=1884>

ChinaJoy 2010, 중국의 온라인 게임 제품과 기술력 뽐내

■ 중국 연례 최대 온라인 게임 박람회인 ChinaJoy 2010이 7월 29일부터 8월 1일까지 상하이 신국제전람센터(Shanghai New International Expo Center)에서 개최됨

▶ 올해로 8회째를 맞은 ChinaJoy 2010[중국 국제 디지털 인터랙티브 엔터테인먼트 전람회(中国国际数码互动娱乐展览会) 8th China Digital Entertainment Expo & Conference]는 중국 신문출판총서, 과학기술부, 공업정보화부, 국가체육총국, 국제무역촉진위원회, 국가판권국, 상하이시 정부가 공동 주최하고, 출판공작자협회 게임출판물공작위원회, 상하이시 신문출판국, 베이징 한웨이 신형전람(北京汉威信恒展览有限公司)에서 주관함

- ChinaJoy 2010은 △중국 업체가 제작한 중국 특색의 우수 게임 홍보 △중국산 온라인 게임 산업의 국제무대 진출 촉진 △국내외 디지털 엔터테인먼트 제품의 무역과 학술 교류 촉진 △온라인 게임 업계 관리 강화 △인터넷 출판물 시장 규범화 △'해적판'과 불법 복제 행위 단속 통한 정품의 생산과 판매를 촉진하기 위한 데 목적이 있음

▶ ChinaJoy 2010은 상하이 신국제전람센터 내 4만 평방미터에 전시장을 마련했으며, 중국을 비롯해 유럽, 미주, 일본, 한국, 동남아 국가, 대만, 홍콩 등지의 국가와 지역의 게임업체 200여개사가 참가해 지난해(190여개 사)에 비해 증가함. 그 가운데 올해 새로 참가한 기업은 전체의 30%를 넘었고, 해외 기업은 전체의 10%에 달함

▶ ChinaJoy 2010 전시 품목 가운데는 온라인 게임이 여전히 높은 비중을 차지한 가운데, PC 게임, 웹 게임, 모바일 게임, TV 게임, 아케이드 게임, 휴대용 게임 등의 출품 비중도 늘었음. 그 밖에 통신부가서비스, 디지털 전자기기, 게임 주변기기(온라인게임 가속기 'xrush') 등도 선보임

▶ ChinaJoy 조직위원회의 집계에 따르면, 이번 ChinaJoy 2010에는 총 14만 명의 국내외 관람객이 다녀갔으며, 이 가운데 전문 관람객은 1만 7,105명, 언론 매체 종사자 5,006명, 해외 관람객 765명, 일반 관람객 14만 6,232명으로 집계됨

■ ChinaJoy 2010에서는 중국산 게임의 비중이 절반을 넘었으며, 중국의 대형 게임업체들과 중소기업들은 자체 제작한 게임들을 전면에 내세우면서 한층 발전된 기술 수준을 보임

▶ 중국산 게임들은 외국 기술을 일부 채택하기도 했지만, 그래픽, 움직임, 스토리, 역사 배경, 인터페이스 면에서 외국 유명 게임과 견주어 떨어지지 않는다는 평가를 받음

▶ 게임 장르 면에서는 RPG가 많은 비중을 보인 가운데, 레이싱 게임, 댄스 게임 등 캐주얼 게임들도 출품됨

■ 게임 관련 컨퍼런스와 부대 행사

- ▶ ‘ChinaJoy 2010’에서는 메인 행사인 게임 전시회 외에, 게임 비즈니스 컨퍼런스(CGBC, China Game Business Conference)와 게임 개발자 컨퍼런스(CGDC, China Game Developers Conference), 게임 아웃소싱 컨퍼런스(CGOC, China Game Outsourcing Conference) 등이 개최됨. ChinaJoy 조직위원회는 지난해부터 게임 전시와 산업 주제 컨퍼런스들을 한데 모아 개최함
 - 올해로 7회째를 맞은 CGBC에서는 중국과 외국의 게임 업체 간 비즈니스 미팅과 토론이 열림. SNS와 SNG, 게임 투자, 웹 게임, 미디어 마케팅, 게임 광고, 모바일 엔터테인먼트, 해외 시장 확대와 협력, ‘투자자와 용자’, 중국 온라인 게임의 세계화 등을 주제로 토론이 진행됨
 - 올해로 세 번째 개최된 CGDC에서는 중국과 외국의 게임 개발 전문가들이 참여해 기획, 프로그램, 안전, 테스트, 음악·음향효과, 관리, 운영 등 8개 영역으로 나눠 토론을 진행했음. 온라인 게임 방면에서는 MMO, 웹 게임, SNS 게임 등을 다루었고, 모바일 게임 영역에서는 윈도우 모바일, iPhone, Android 등의 모바일게임 플랫폼을 포함해 의견을 나눴음. 또 중국의 게임 창의력과 기술 수준을 향상 시키는 한편, 중국과 해외 업체와의 협력 강화를 위한 방안들이 논의됨
 - 올해 처음으로 개최된 CGOC는 게임 아웃소싱 제작업체와 개발업체 간 비즈니스 협상 등이 진행됐음. 중국측 조직위원회는 올해 5억 위안 규모의 아웃소싱 프로젝트 유치를 목표로 세우고 중국과 한국, 일본, 캐나다, 싱가포르, 핀란드의 게임 서비스업체를 초청해 비즈니스 미팅을 진행했음
- ▶ ChinaJoy 2010 고위 포럼’에서 중국 정부 관계자와 중국 내 유명 게임기업의 대표들은 향후 10년 동안 중국 온라인게임 산업의 기회와 발전에 대해 긍정적으로 전망함
 - 쑨쑤우산(孙寿山) 신문출판총서 부서장은 고위 포럼에 참석해 중국 온라인 게임 산업이 정책·산업 환경의 개선과 기술·시장 여건의 성숙에 힘입어 좋은 시기를 맞고 있다고 말함
 - 류빈제 신문출판총서 서장 겸 국가판권국 국장은 ChinaJoy 2010 개막식에 참석해 축사를 통해 “지난 한 해 중국 온라인 게임의 산업 규모는 양호한 성장 태세를 유지한 가운데, 중국에서 자체 창작한 온라인 게임이 5년 연속 시장에서 주도적 지위를 차지하고 있다”며 “많은 중국 온라인 게임 업체가 해외에서 뿌리를 내리고 중국 게임 작품들이 해외 소비자의 환영과 호감을 얻는 등 해외 시장 확장에서도 뚜렷한 발전을 거뒀다”고 말함

일자: 2010년 8월 2일

출처: 차이나조이 조직위원회 웹사이트 <http://www.chinajoy.net>

넷이즈 ‘차이나조이 2010’ 사이트 <http://tech.163.com/special/00094IIB/chinajoy2010.html>

시나의 게임 사이트(新浪游戏 SINAGAMES) <http://games.sina.com.cn>

텐센트의 게임 사이트 <http://games.qq.com>

South America

- Sony, 주요 게임 타이틀의 로컬라이즈화 추진
- 멕시코 가정에서 게임기가 주요 가전으로 자리잡아
- Televisa, 자사 캐릭터를 이용해 비디오 게임 시장 진출
- 브라질, '정당한 게임' 프로젝트가 가시적 성과 내기 시작
- 스타크레프트2, 상파울루시에서만 2시간동안 1,000개 팔려

Sony, 주요 게임 타이틀의 로컬라이즈화 추진

■ Sony, 라틴 아메리카 18개국 대상 주요 게임의 현지화 전략 추진

- ▶ Sony는 라틴 아메리카 18개국의 시장 확대를 위해 주요 게임 타이틀의 현지화를 비롯해 현지 업체와 협력해 'Destination PlayStation Latin America'와 같은 이벤트를 개최할 계획
 - Sony는 2009년 2월부터 라틴 아메리카에 PS3, PSP를 출시했으며, 'Killzone 3', 'inFamous 2' 등의 인기 게임을 현지화 시켜 나가고 있음
 - 또한 라틴 아메리카용의 게임으로 'Gamer Kit' 시리즈를 준비 중

일자: 2010년 8월 1일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=1919>

멕시코 가정에서 게임기가 주요 가전으로 자리잡아

■ 멕시코 가정 내 콘솔 게임기 보급률 약 17% 수준

- ▶ 시장조사기관 Consulta Mitofsky가 발표한 보고서에 따르면, 멕시코 가정 6가구 중 1가구는 콘솔 게임기를 보유하는 것으로 나타나 콘솔 게임기가 주요 가전으로 자리 잡고 있음
 - 가정 내 게임기의 보유 여부는 사회적 지위 및 경제 수준과도 연관되어 있음. 게임기를 한 대 이상 보유한 가정 중 절반이 사회 경제 수준이 높으며, 그 중 경제 수준이 낮음에도 게임기를 보유한 가정은 1%에 불과함. 콘솔 게임기를 보유한 30%에 해당하는 가정의 가장이 대학교를 나왔고, 게임기 보유 가정의 85%에 해당하는 가정의 가장이 고등학교 까지 교육을 받았음
 - 지역별 편차도 존재. 도시지역에서는 5가구당 1가구가 비디오 게임기를 보유하고 있고, 지방(시골) 지역에서는 50가구당 1가구가 보유하고 있어 차이를 보임
 - 다른 첨단 기기의 보유 현황도 게임기 보유에 영향을 미침. 만약 컴퓨터를 한대 가지고 있다면, 게임기를 보유할 가능성은 39%. 개인 음악 플레이어가 있다면 게임기 보유 가능성은 51%임
 - 반대로 게임기를 보유한 모든 가정은 기본적으로 TV를 한 대 이상 갖고 있으며, 94%가 DVD를 보유하고 있음

일자: 2010년 7월 26일

출처: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=4489>

Televisa, 자사 캐릭터를 이용해 비디오 게임 시장 진출

■ 라틴 아메리카 주요 미디어 사업자 Televisa, 비디오 게임 사업 가동

- ▶ 라틴 아메리카의 주요 미디어 사업자인 Televisa Group의 계열사 Televisa Consumer Products는 비디오 게임 시장 진출을 위해 'El Chavo', 'Atrévete a soñar', 'Lucha libre Triple A' 등 자사가 보유한 캐릭터를 이용하겠다고 밝힘
 - 마카 로터 대표는 전 세계적으로 빠르게 성장하고 있는 게임 시장 진출을 위해 TV에서 인기를 끌었던 캐릭터와 브랜드를 활용하겠다고 밝힘
 - Televisa Consumer Products가 자체 브랜드를 가지고 비디오 게임을 개발한지 2년이 되었으며, 이제 본격적으로 시장에 진출. 가을과 겨울에는 Wii와 Nintendo DS용 'El Chavo' 게임이 출시될 계획임
 - 특히 'Ring Triple A의 영웅들'은 어린아이부터 성인까지 고루 사랑받고 있으며, Nintendo, PS3, Xbox360 등 모든 플랫폼에 맞춘 게임으로 만들었음. 특히, 이 게임은 멕시코에서 개발된 멕시코 최초의 비디오 게임임
- ▶ Televisa Consumer Products는 지난해 미국에 지사를 여는 등 해외 시장을 위한 공략도 지속하고 있으며 터키와 그리스 진출에 큰 힘을 기울이고 있음

일자: 2010년 7월 19일

출처: <http://mediosenmexico.blogspot.com/2010/07/televisa-explota-personajes-en.html>

브라질, '정당한 게임' 프로젝트가 가시적 성과 내기 시작

■ 브라질에서는 게임 산업 활성화와 사회적 인식 변화를 위해 시작된 '정당한 게임' 프로젝트가 점점 발전해나가는 추세임

- ▶ 지난 7월 14일 상파울루에서 국회의원인 루이스 까를로스 부자또, 모아시스 아베스 주니어, 클라우지우 꼬스타 지 마쎬뚜 엔씨게임즈 담당자 등은 기자회견을 열고 '정당한 게임'의 구체적인 계획과 게임 산업 활성화를 위한 법안에 대해 발표했음
 - 특히, 게임에 부과되는 세금을 낮추는 법안이 올해 브라질 대선이 끝난 직후인 9월에 발효될 것으로 전해짐
- ▶ 현재 브라질에서 게임 타이틀은 가장 높은 관세가 부과되고 있는 품목으로 가격의 80% 이상이 세금임
 - 게임 소프트웨어를 일반적인 컴퓨터 소프트웨어로 분류해 과세 부담을 낮추는 법안을 검토하고 있음. 부자또 의원은 실제로 이 법안이 통과될 경우 시장에서 실행할 방법을 밝히기도 했음
- ▶ 이 외에도 오파셀리우 단따스 까르따슈 국세청장은 브라질과 다른 나라의 게임 시장을 비교한 모든 데이터를 표시하도록 한 법안이 발효되면 브라질 게임 시장의 잠재력을 보여줄 수 있을 것이라고 설명함

일자: 2010년 7월 15일

출처:

<http://gamesbrasil.uol.com.br/conteudo.php?categoria=noticias&valor=projeto-jogo-justo-mostra-primeiros-passos-em-coletiva&id=42516&cod=CON1279140472CO&old=0&nick=&old=0&nick=&pagina=1>

스타크래프트2, 상파울루市에서만 2시간동안 1,000개 팔려

■ 브라질에서 스타크래프트2가 초반 인기몰이에 나선

- ▶ 7월 27일 자정부터 상파울루시의 Saraiva Mega Store를 포함 4개 가게에서 오프라인 판매를 시작 2시간 동안 1,000장의 CD를 판매
 - 온라인으로도 출시하자 3,500개 이상이 팔려 인기를 예고
- ▶ 브라질에서는 블리자드가 배틀넷을 통해서 판매하는 59달러의 제품 외에도 네오플레이가 배포하는 6개월짜리 버전을 49헤알(약 27달러)에 구매할 수 있음
 - 8월 14일부터 배포된 스타크래프트2의 수집가를 위한 버전은 500헤알에 판매되고 있음

일시: 2010년 7월 29일

출처:

<http://gamesbrasil.uol.com.br/conteudo.php?categoria=noticias&valor=starcraft-2-vende-mil-copias-em-duas-horas-no-brasil&id=42654&cod=CON1280295220CO&old=0&nick=&old=0&nick=&pagina=1>