

글로벌게임산업 동향 보고서

G L O B A L
게임산업
TREND

October 2010
1st Issue



한국콘텐츠진흥원

KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY



North America

4

- Window Phone 7의 킬러 콘텐츠는 Xbox Live
- Zynga, iPhone용 캐주얼 게임 제작사 Bonfire 인수
- 캘리포니아 주정부, 폭력성 게임 금지법이 표현의 자유를 침해하지는 않아
- 미국 게임 판매 여전히 오프라인 비중이 커
- PC 게임 유통 플랫폼 서비스 Steam, 3,000만 회원 돌파
- 게임 관련 웹사이트 대상 게임 등급제 추진 위원회 발족
- THQ, Deepak Chopra 박사의 심신의학 게임화 권리 획득
- 게임 개발사 Spoon, 무료 클라우드 게임 서비스 출시

Europe

14

- 유럽 대형 방송사 RTL, 모바일 게임 업체 Ludia 인수
- Ubisoft의 게임 캐릭터 'Lapin crétins', TV 애니메이션으로 제작
- Gravity, 'Ragnarok Online' 유럽 27개국으로 서비스 확대

Asia

18

Japan

- Nintendo, Nintendo DS를 쇼핑 톨로 사용하는 특허를 미국에서 출원
- Pokemon, 첫 소셜 게임 애플리케이션 제작, mixi에서 서비스
- Cave, 소셜 게임을 자사의 차세대 사업 축으로 삼아 성장 지속할 방침
- Istpika, DeNA 출자 펀드를 통해 2억 엔 투자금 유치
- gumi, GREE로부터 수억 엔의 자금 조달에 성공

China

- 중국 온라인 게임 시장, 3분기에 성장세 둔화에서 벗어나
- 중국 온라인게임, 인터넷 경제 매출 중 점유율 20.2% 기록. 지난해 1분기 이후 하락세 지속

Others

- 베트남, 게임 이용해 정부 지원 소셜 웹사이트 활성화

South America

33

- 멕시코 독립 200주년 기념, 첫 교육 비디오 게임 출시
- 멕시코 정부, 2011년 내 최소 40여개의 비디오 게임 전문 업체 육성 계획

North America

- Window Phone 7의 킬러 콘텐츠는 XBox Live
- Zynga, iPhone용 캐주얼 게임 제작사 Bonfire 인수
- 캘리포니아 주정부, 폭력성 게임 금지법이 표현의 자유를 침해하지는 않아
- 미국 게임 판매 여전히 오프라인 비중이 커
- PC 게임 유통 플랫폼 서비스 Steam, 3,000만 회원 돌파
- 게임 관련 웹사이트 대상 게임 등급제 추진 위원회 발족
- THQ, Deepak Chopra 박사의 심신의학 게임화 권리 획득
- 게임 개발사 Spoon, 무료 클라우드 게임 서비스 출시

Window Phone 7의 킬러 콘텐츠는 Xbox Live

■ Xbox Live는 Window Phone 7의 킬러 앱?

- ▶ MS가 새로운 스마트폰 Window Phone 7에 도박을 거는 것은 결코 확실한 베팅이 아니지만, Window Phone 7의 핵심 요소로 Xbox Live를 내세운 것은 비장의 카드가 될 수 있다는 분석
 - 최근 3년간 모바일 게임 시장이 급성장하고 있음을 감안할 때 모바일 게임 영역을 MS가 성공한 Xbox에 접목하는 것은 스마트폰 시장 점유율을 높이는데 매우 효과적일 수 있음
 - MS는 게임 플랫폼의 관점에서 Window Phone 7의 성공 전략을 잘 짜고 있음. 예를 들어 'Halo Waypoint'를 포함한 것은 수많은 Halo 팬들을 Window Phone 7 이용자로 끌어들이 수 있음. 또 타워 방어 게임인 Crackdown 2 역시 기대를 모음. MS는 Xbox360의 대작 타이틀을 모바일 기기에 내놓으려고 하는 것임. 또 앞으로도 이러한 플랫폼 교류를 이어나갈 계획
 - MS의 PC/모바일 게임 제품 마케팅 매니저인 Kathy Richardson은 "우리의 모든 대작 타이틀을 위해 무언가를 하고 싶다"며 "Window Phone 7은 게임스튜디오의 지원을 받는 유일한 스마트폰이고 우리는 그러한 장점을 최대한 활용할 생각"이라고 강조
 - Window Phone 7을 통해 GamerScore(Xbox Live에서 활용하는 일종의 포인트)를 더 많이 얻을 수 있게 하는 것은 자연스러운 움직임. 게이머들은 숫자에 집착하기 때문
 - 물론 MS의 계획을 무산시킬 만한 우려 요소도 있음. 가장 큰 요소는 가격임. MS는 그동안 Window Phone 7의 출시와 함께 선보일 애플리케이션(게임 등)의 숫자와 가격에 대해 확실한 대답보다는 열린 입장을 고수해 왔음. 이는 물론 런칭 직전까지 화제를 모으려는 마케팅 전략일 수 있음. 하지만 MS가 Kinect(Xbox 360의 동작 인식 컨트롤러)의 가격에 대해 비슷한 전략을 펼치다가 결국 예상보다 50달러 비싼 가격이 발표되면서 많은 이들에게 실망을 안겨준 것을 고려하면 이번에는 가격 부분에 있어 좀 더 신중한 전략이 필요하다는 지적
 - Window Phone 7 애플리케이션이 99센트일 필요는 없지만 MS가 시장에 임팩트를 주기 위해서 결코 지나친 가격을 책정해서는 안 된다는 지적임. M2 Research의 선임 애널리스트인 Billy Pidgeon은 "Xbox Live와 Playstaion Network 게임들이 너무 비싸게 판매되면서 특정 게이머들에게만 어필했다"며 "스마트폰 애플리케이션 시장의 경우 MS 콘텐츠의 가격은 너무 비싸고 Apple 콘텐츠의 가격은 너무 싼데 분명히 중간점이 있을 것"이라고 분석
 - 이중 가격 구조가 대안이 될 수 있음. 지난달 MS의 Kevin Unangst 임원은 "Xbox Live 브랜드를 갖춘 게임 마켓 외에 누구나 게임을 만들고 올릴 수 있는 (저렴한) 오픈 마켓플레이스

도 제공할 수 있다"고 말한 바 있음. 이러한 전략을 통해 MS는 iPhone에서 큰 인기를 끌었던 단순한 게임과 'The Harvest'처럼 좀 더 오래 즐길 수 있는 대작 게임을 동시에 제공할 수 있게 됨

- 게임 로딩 타임을 줄이는 것도 관건. Android와 iPhone 게임이 어필할 수 있었던 이유 중 하나는 기다리지 않고 즐길 수 있기 때문. 이러한 이유 때문에 Window Phone 7의 'Harvest'는 iPhone의 'Angry Birds'와 같은 게임보다 훨씬 더 멋진 그래픽을 보여주지만 실제 시연에서는 다소 실망 섞인 반응을 얻기도 했음
- MS는 Window Phone 7 유저들이 기존에 Xbox를 이용했던 아니든 상관없이 Xbox Live 기능을 즉시 좋아할 것이라고 관측. 하지만 일반적인 스마트폰 이용자들이 게임 요소를 얼마나 적극적으로 받아들일지는 여전히 의문임

일자: 2010년 10월 12일

출처:

http://www.gamasutra.com/view/news/30914/Analysis_Xbox_Live_The_Killer_App_For_Windows_Phone_7.php

Zynga, iPhone용 캐주얼 게임 제작사 Bonfire 인수

■ Zynga, Ensemble Studio 핵심 인재로 구성된 Bonfire Studios 인수

- ▶ 소셜 게임 개발사인 Zynga가 과거 MS의 산하 스튜디오였던 Ensemble Studio에서 출발한 Bonfire Studios 인수를 발표
 - Bonfire는 Ensemble Studio가 'Halo Wars'를 출시하고 폐쇄된 직후인 지난해 설립. Bonfire의 개발자들은 과거 'Age of Empire' 시리즈와 같은大作들을 만들었던 것과 달리 'We Farm' 등 iOS 디바이스(iPhone, iPad, iPod 등)에서 즐기는 캐주얼 전략 게임을 출시
 - Bonfire는 이번 인수로 'Zynga Dallas'로 운영되면서 오리지널 작품을 만들 예정. Bonfire의 CEO였던 David Rippy는 제네럴 매니저, Bill Jackson은 크리에이티브 디렉터, Scott Winsett은 선임 아트 디렉터 등 핵심 인물들은 모두 스튜디오에 남을 계획.
 - 이번 인수는 Zynga가 Yahoo의 베테랑 임원인 David Ko를 자사 모바일 담당 선임 부사장으로 영입한 뒤 하루 만에 이루어졌음. 또 북미와 글로벌 소셜, 모바일 게임 스튜디오 인수 행보의 연장선에 있음. Zynga는 올해 들어 북경의 XPD Media, 도쿄의 Unoh, 오스틴의 Challenge Game, 캠브리지의 Conduit Labs 등을 인수. 또 최근 일본 통신사인 Softbank와 Zynga Japan이라는 조인트 벤처를 설립하기도 했음

일자: 2010년 10월 5일

출처:

<http://venturebeat.com/2010/10/05/zynga-buys-bonfire-studios-and-sets-up-dallas-game-studio/>

캘리포니아 주정부, 폭력성 게임 금지법이 표현의 자유를 침해하지는 않아

■ 폭력 게임 금지법 추진한 캘리포니아 주 정부, “3단계 테스트가 표현의 자유 보장”

- ▶ 캘리포니아 주 정부가 10대 청소년에게 폭력 게임 판매를 금지하는 법안에 반대하는 엔터테인먼트 업계의 소송에 대해 '전반적인 표현의 자유를 침해하지 않는다'는 응답문을 보냈음
 - 캘리포니아 주 정부는 엔터테인먼트 제품 판매 협회(EMA)와 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(ESA)가, 마치 정부가 모든 예술 분야에서 표현의 자유를 억압하려 한다는 분위기를 조성해 가려고 하지만 실제로는 폭력성 게임이라는 매우 세부적인 요소에 대해서만 관여하려는 것이고, 또 이를 가려내기 위한 3단계 테스트를 거치기 때문에 전통 예술의 표현의 자유는 침해하지 않는다고 주장
 - 우선 이 법안은 인간에 대한 살인, 과도한 부상 입히기, 신체 훼손, 성적인 폭력 등 일반인들이 보기에 청소년들에게 비정상적이고 병적인 인식을 심어줄 수 있는 폭력적인 게임 콘텐츠에만 적용됨. 첫 번째 조건이 충족될 경우 두 번째로는 해당 콘텐츠가 지역 사회의 일반적인 스탠더드에 비춰봤을 때 명백히 공격적인지를 판단함. 마지막으로 세 번째로 그러한 폭력성이 게임이 청소년들에게 예술적, 정치적, 과학적인 가치를 부여하는 것을 방해할 경우에 해당함. 이 세 가지 테스트를 차례로 만족시킬 때만 판매 금지 법안이 적용되기 때문에 문제가 없다는 입장임
 - 캘리포니아 주 정부는 언론, 종교, 집회의 자유를 정의한 미국 헌법 수정 제1조가 결코 판매상들이 폭력적 비디오 게임을 청소년들에게 판매하거나 반대로 청소년들이 이런 게임들을 마음대로 살 수 있다는 식으로 해석해서는 안 될 것이라고 강조.

일자: 2010년 10월 18일

출처:

<http://www.gamepolitics.com/2010/10/18/california-%E2%80%9Cthree-prong%E2%80%9D-test-will-preserve-free-speech>

미국 게임 판매 여전히 오프라인 비중이 커

■ 미국에서는 게임을 오프라인 소매점에서 판매하는 비중이 전체의 60%를 차지

- ▶ 시장조사업체인 NPD는 미국의 오프라인 소매점 게임 판매량에 40% 정도를 더 하면 전체 게임 시장 규모가 된다고 발표
 - NPD는 미국 소비자들이 26억~29억 달러를 전통적인 소매 채널 외에 디지털, 모바일 시장이나 중고 제품, 대여 제품에 지출하고 있다고 설명
 - 하드웨어와 게임 콘텐츠, 액세서리 등 모든 게임 분야에서 미국 소비자들은 95억~97억 달러를 쓰고 있음
 - NPD의 아니타 프레지어 애널리스트는 “새로운 소매점 채널들이 산업 전체 판매량의 상당 부분을 차지하지만, 소매점이 아닌 부분까지 포함하는 우리의 확장된 조사가 소셜 네트워크처럼 게임을 경험하는 새로운 방법들에 대한 데이터까지 분석할 수 있게끔 하고 있다”고 설명

일자: 2010년 10월 18일

출처:

<http://www.gamesindustry.biz/articles/2010-10-18-npd-estimates-physical-retail-as-60-percent-of-total-us-market>

PC 게임 유통 플랫폼 서비스 Steam, 3,000만 회원 돌파

■ Steam, 3,000만 회원 돌파

- ▶ Valve는 자사 글로벌 PC 게임 유통 플랫폼인 Steam의 회원이 3,000만 명을 돌파했다고 발표
 - 1,200종의 게임을 서비스하고 있는 Steam은 지난 1년간 178%의 신규 회원 증가율을 보였음. 또 동시 접속자 300여만 명, 매일 이용하는 접속자 600만 명 등의 기록을 수립
 - Valve의 Gabe Newell 회장은 "Steam은 6년간의 역사에서 가장 좋은 기록을 만들어 가고 있다"며 "올해는 Apple의 Mac 플랫폼 지원과 게임 아이템 구입을 위한 'Steam Wallet' 등 새로운 혁신이 이루어지고 있다"고 강조
 - 매출이 지난 1년간 200%가 늘어난 것을 비롯, 6년 동안 평균 100% 이상 성장해왔음. 타사 개발자들이 Steam을 통해 게임을 제공할 수 있게 해주는 'Strameworks SDK'는 2년 만에 200타이틀 이상을 지원하고 있으며, 게임 기능 지원 서비스인 'Steam Cloud'는 1억 건의 설정 파일을 만들어낼 정도로 성공함

일자: 2010년 10월 18일

출처: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2010-10-18-steam-passes-30-million-active-accounts>

게임 관련 웹사이트 대상 게임 등급제 추진 위원회 발족

■ ESRB, 웹사이트 위원회 발족

- ▶ 미국 게임 등급 부여 기관인 ESRB(Entertainment Software Rating Board)가 게임 관련 웹사이트의 내용을 관리하는 위원회를 발족
 - ESRB 웹사이트 위원회(EWC)는 게임 관련 웹사이트들이 ESRB의 게임 등급에 따라 내용을 구성하고, 성인용 동영상을 청소년들이 보지 못하도록 관리하도록 요청할 계획
 - 이는 ESRB가 게임 등급제를 통해 게임 판매 업체들이 청소년들을 보호하도록 협력하는 것을 인터넷 공간으로 확장한 개념. 현재 g4tv.com, GameFly.com, GameRevolution.com, GameSpot.com, GameSpy.com, GameRadar.com, GameTrailers.com, GameZone.com, IGN.com 등 유명 게임 웹사이트들이 참여
 - EWC에 협조하는 웹사이트는 정기적으로 ESRB의 모니터링을 받으며 규정을 불이행했다는 소비자의 불만 등을 통보받게 됨. 웹사이트는 통보를 받는 즉시 문제를 해결하고 관리 담당자와 해당 직원들을 교육시켜야 함
 - 이미 대부분의 웹사이트들이 성인 영상물 등에 대해 나이 확인 절차를 거치는 등 조치를 취하고 있는 점을 감안할 때 EWC의 발족이 어떤 의미가 있을지 모르겠다는 지적도 있음

일자: 2010년 10월 19일

출처: <http://www.gamepolitics.com/2010/10/19/esrb-website-council-launches>

THQ, Deepak Chopra 박사의 심신의학 게임화 권리 획득

■ THQ, Deepak Chopra 박사의 심신의학 게임화 권리 획득

- ▶ THQ는 정신성을 활용한 대체의학 전문가인 디팍 초프라(Deepak Chopra) 박사의 교수법을 기반으로 게임을 개발할 수 있는 독점 권리를 획득
 - 이번 권리 획득을 통해 THQ는 주요 비디오 게임 콘솔과 휴대용 시스템, 무선 디바이스, 그리고 온라인 게임 포털 등 모든 플랫폼에서 Deepak Chopra 박사의 심신의학 연구 결과를 활용한 게임을 만들 수 있게 됐음
 - THQ의 마틴 굿 선임 부사장은 "Chopra 박사의 가르침과 실습을 비디오 게임에 접목함으로써 게이머들에게 매우 특별하고 가치 있는 경험을 제공할 것으로 기대한다"고 자신
 - 이번 발표는 Chopra 박사의 콘텐츠 저작권을 확보하고 'Harmonix', 'Rockstar' 등의 게임 업체에 애니메이션을 제공했던 Curious Pictures와 협력 하에 이루어졌음
 - Curious Pictures의 Lewis Kofsky 선임 프로듀서는 "일반 대중 대상의 혁신적인 플랫폼에 Chopra 박사의 콘텐츠를 공급할 수 있어 흥분된다"며 "THQ가 Chopra 박사의 업적을 팬들뿐 아니라 일반 게이머들에게까지 흥미롭게 선보일 것으로 확신한다"고 기대
 - 인도의 아유르베다 의술(식이 요법, 약재 사용, 호흡 요법을 조합한 힌두 전통 의술)을 배운 Chopra 박사는 대체 의학을 지지하면서 과학적인 요소와 신앙적인 치유 시술을 혼합하는 시도 때문에 많은 비난에 봉착하기도 했음
 - THQ는 세계 레슬링 협회(WWE)와 Disney/Pixar, DreamWorks, Nickelodeon 등 다양한 크로스미디어 콘텐츠 저작 업체와 게임 라이선싱 관계를 유지하고 있음

일자: 2010년 10월 12일

출처:

http://www.gamasutra.com/view/news/30929/THQ_Picks_Up_Game_Rights_For_Games_Based_On_Deepak_Chopras_Teachings.php

게임 개발사 Spoon, 무료 클라우드 게임 서비스 출시

■ Spoon, 새로운 클라우드 게임 서비스 시작

▶ 시애틀의 게임 개발사 Spoon이 무료 클라우드 게임 서비스를 개시

- 인터넷에 접속해 게임을 즐기는 이 서비스는 현재 Namco Networks America와 같은 대형 퍼블리셔와 독립 스튜디오에서 출시한 게임 타이틀을 제공하고 있음. 'World of Goo', 'Dig Dug', 'Second Life', 'Crayon Physics' 등이 대표적인 게임
- Spoon은 자사의 클라우드 게임 서비스 기술이 비디오 퀄리티의 저하나 서비스 지연이 없다고 설명. 또 대형 데이터 센터나 통신망 투자도 필요 없다고 강조. 단지 현존하는 PC 게임 타이틀을 웹사이트에 얹어서 게임을 즐길 수 있도록 해준다고 설명
- Spoon은 자사 서비스가 단지 데스크톱 PC용 게임을 다운로드하거나 인스톨하지 않고 즐기도록 할뿐만 아니라 통합 지불 프로세스와 저작권 관리, 내용 분석 기능까지 제공한다고 밝힘
- Spoon의 창업자이자 CEO인 Kenji Obata는 "세계 최초의 무료 클라우드 게임 서비스를 선보여서 기쁘다"며 "유저들은 인스톨과 다운로드, 셋업 등 번거로운 과정을 거치지 않아도 게임을 즐길 수 있으며 게임 업체들 역시 기존에 보유한 PC 게임 타이틀을 활용해 인터넷 공간에서 새로운 비즈니스 기회를 찾을 수 있을 것"이라고 강조

일자: 2010년 10월 5일

출처:

<http://www.marketwire.com/press-release/Spoon-Announces-Free-Cloud-Gaming-Service-1329626.htm>

Europe

- 유럽 대형 방송사 RTL, 모바일 게임 업체 Ludia 인수
- Ubisoft의 게임 캐릭터 'Lapin crétins', TV 애니메이션으로 제작
- Gravity, 'Ragnarok Online' 유럽 27개국으로 서비스 확대

유럽 대형 방송사 RTL, 모바일 게임 업체 Ludia 인수

■ 유럽 대형 방송사가 모바일 게임 업체 인수

- ▶ 유럽 최대 방송사인 RTL그룹이 캐나다 모바일 게임 업체인 Ludia의 지분 80%를 확보할 예정
 - RTL그룹의 자회사인 FremantleMedia는 2008년부터 Ludia와 공동으로 콘솔, PC, iPhone, iPad 용 애플리케이션을 개발해왔음. 올해 말에 마무리될 이번 인수로 관련 사업에 더욱 박차를 가할 듯
 - FremantleMedia의 Tony Cohen CEO는 “인터랙티브 게임은 FremantleMedia가 사업을 다각화하고 전문성을 키우는데 중요한 역할을 할 것이며 이번 인수로 두 회사가 다양한 플랫폼에서 소비자 지향 게임을 선보일 수 있을 것”이라고 말함

일자: 2010년 10월 19일

출처: <http://www.casualgaming.biz/news/30672/EU-broadcast-giant-buys-mobile-dev-Ludia>

Ubisoft의 게임 캐릭터 'Lapin crétins', TV 애니메이션으로 제작

■ Ubisoft와 애니메이션 제작사 Aardman, 게임 캐릭터 'Lapin crétins'로 TV 애니메이션 시리즈 파일럿 프로그램 제작 관련 제휴

- ▶ 2006년 Ubisoft가 제작한 'Lapin crétins(모자란 토끼)'는 비디오 게임과 인터넷을 접목했으며, 르노, 코카콜라 같은 유명 브랜드와 제휴해 좋은 마케팅 결과를 얻은 바 있는 캐릭터임
- ▶ Aardman은 TV 및 영화용 애니메이션 제작사로 'Shaun The Sheep', 'Wallace and Gromit' 등을 제작함
- ▶ 한편, Ubisoft와 Aardman은 'Lapin Crétins'의 새로운 인터넷 게임 사이트 'The Lapins Crétins'를 공동 개발함. 2010년 11월 오픈 예정임

일자: 2010년 10월 4일

출처:

http://www.ubisoftgroup.com/index.php?p=17&art_id=10&vars=c2VuZGVyPUFMTTCZzZW5kZXJfdXJsPWluZGV4LnBocCUzRnAlM0QxNyUyNmFydF9pZCUzRCZjb21faWQ9ODA2JmZpbHRlcl90eXBIPSZmaWx0ZXJfbW9udGg9JmZpbHRlcl95ZWZyPQ%3D%3D

Gravity, 'Ragnarok Online' 유럽 27개국으로 서비스 확대

■ Gravity, 유럽 법인 Gravity EU를 통해 유럽 27개국으로 서비스 확장, 권역별 공동 프로모션 및 커뮤니케이션 전략으로 브랜드 인지도 향상 기대

- ▶ Gravity는 'Ragnarok Online'을 기존 유럽 15개국 서비스에서 프랑스, 영국, 독일, 스웨덴, 폴란드, 헝가리를 포함한 27개국으로 확대하는 유럽 통합 서비스를 시작함
 - 'Ragnarok Online'의 유럽 서비스는 2004년 독일어권 국가, 2007년 프랑스어권 국가를 중심으로 확장됐으며, 14일 영어권 국가 서비스 추가로 유럽 전역으로 서비스가 확대됨
 - 특히 유럽 온라인게임 최대 시장인 독일어권 서비스는 퍼블리싱이 아닌 직접 서비스로 전환해 보다 안정적이고 만족도 높은 서비스를 제공할 계획임
- ▶ Gravity는 이번 유럽 서비스 지역 확대로 'Ragnarok Online'의 해외 서비스 국가 수는 총 78개국으로 늘어남
 - 'Ragnarok Online'은 2002년 대만 수출을 시작으로 전 세계 회원 수 약 5,000만 명, 2009년 기준 누적매출 3,100억 원을 기록함

일자: 2010년 10월 14일

출처: www.gravity.co.kr

Asia

Japan

- Nintendo, Nintendo DS를 쇼핑 톨로 사용하는 특허를 미국에서 출원
- Pokemon, 첫 소셜 게임 애플리케이션 제작, mixi에서 서비스
- Cave, 소셜 게임을 자사의 차세대 사업 축으로 삼아 성장 지속할 방침
- Istpika, DeNA 출자 펀드를 통해 2억 엔 투자금 유치
- gumi, GREE로부터 수억 엔의 자금 조달에 성공

China

- 중국 온라인 게임 시장, 3분기에 성장세 둔화에서 벗어나
- 중국 온라인 게임, 인터넷 경제 매출 중 점유율 20.2% 기록. 지난해 1분기 이후 하락세 지속

Others

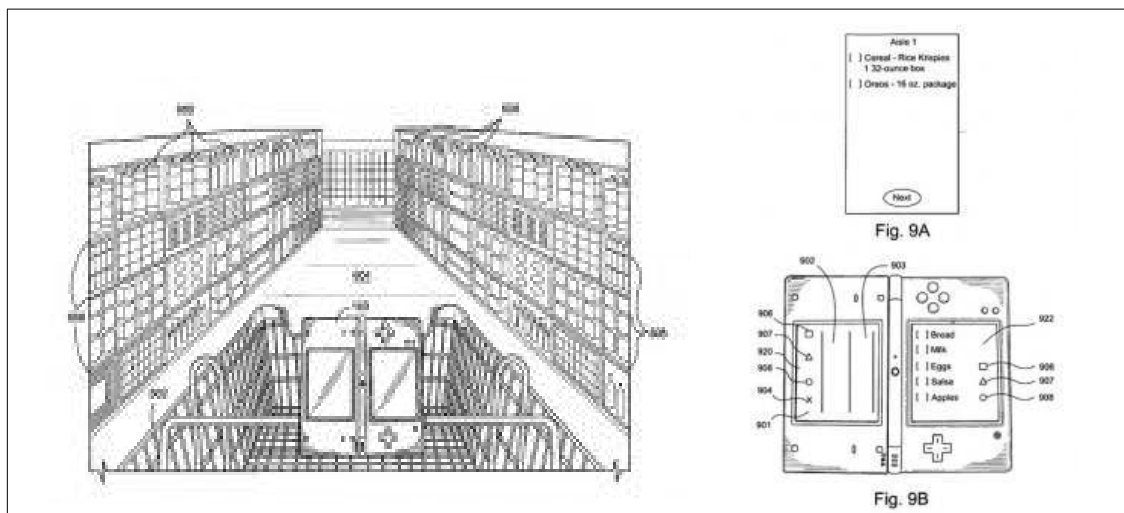
- 베트남, 게임 이용해 정부 지원 소셜 웹사이트 활성화

Nintendo, Nintendo DS를 쇼핑 툴로 사용하는 특허를 미국에서 출원

■ 슈퍼마켓 무선 네트워크를 연동시켜 포터블 게임기를 상품 검색에 활용

- ▶ Nintendo의 북미 지역 최대 커뮤니티인 Nintendolife에 따르면, Nintendo of America(NOA)가 Nintendo DS 등 포터블 게임기를 슈퍼마켓에서 사용할 수 있도록 하는 특허를 USPTO(미국특허청)에 출원했음
 - NOA가 출원한 특허는 슈퍼마켓의 무선 네트워크와 포터블 게임기를 연동시켜, 해당 포터블 게임기를 상품 검색용 단말화하는 것임
 - 원하는 물건이 어디에 있는지를 RFID나 상품 데이터베이스와 연동해 검색하거나 가격을 다른 점포와 비교하는 등의 기능을 구상 중이라고 함
 - 현 시점에서 同 특허가 현실화될지 여부는 명확하지 않지만 포터블 게임기를 생활의 중심으로 가져오는 매우 흥미로운 아이디어로 평가됨

<그림>슈퍼마켓에서 Nintendo DS를 사용하는 특허의 이미지



일자: 2010년 10월 19일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=2286>

http://ds.nintendolife.com/news/2010/10/the_ds_isnt_just_for_gaming_it_can_help_with_shopping_too

Pokemon, 첫 소셜 게임 애플리케이션 제작, mixi에서 서비스

■ Pokemon, 소셜 게임 'Poket Monsters Collection feat. Pokemon Dream World' 출시

- ▶ Pokemon社가 mixi의 모바일 사이트에서 자사 첫 소셜 게임인 'Pocket Monsters Collection feat. Pokemon Dream World'를 10월 15일부로 제공 개시함
 - Poket Monsters Collection feat. Pokemon Dream World'는 하루에 한 번씩 해당 애플리케이션에 로그인해서 Pokemon들을 모으는 소셜 게임으로, 로그인 이외에도 마이믹스(my mixi, 일촌 개념)와 교환하는 방식으로도 수집 가능함. 현재 이 게임은 모바일 버전에 한정됨

일자: 2010년 10월 16일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=2269>

Cave, 소셜 게임을 자사의 차세대 사업 축으로 삼아 성장 지속할 방침

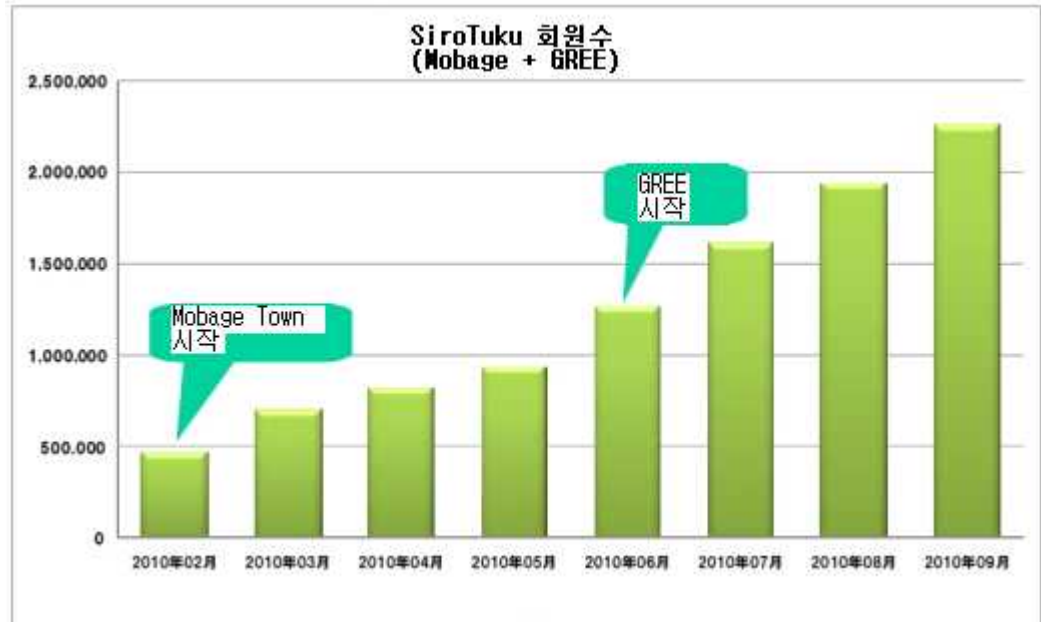
■ 인기 소셜 게임 'SiroTuku'을 통해 Biz 모델 다각화

- ▶ 게임 개발사 Cave가 자사 소셜 게임 'SiroTuku(성 만들기)'을 통해 급성장 중인 소셜 게임 사업을 차기 사업 주축으로 삼아 경영 리소스를 집중 투하할 방침을 밝힘
 - Cave의 소셜 게임 사업의 지난 분기 매출액은 1억 7,900만 엔으로, 그 전(前) 분기의 1억 1,400만 엔에서 크게 증가했음
 - [참고] Cave의 2011년 1분기 실적은 매출액 6억 5,700만 엔, 영업이익 7,400만 엔, 순이익 5,300만 엔이었음
 - 'SiroTuku'는 2010년 2월에 Mobage Town에서 처음으로 서비스 개시한 이후 GREE와 Yahoo! Mobage에서도 서비스 개시했으며 총 회원 수는 9월 시점에 220만 명을 돌파했음. 유저 수 증가와 함께 매출액도 증가했으며, 과금을 역시 서비스 초기 2%에서 서서히 상승해 5월에는 6%로, 그리고 그 이후로는 5% 전후의 안정된 추이를 보이고 있음
 - 플랫폼 전개의 경우, 향후에는 mixi 애플리케이션 그리고 휴대전화 사업자 공식 사이트뿐 아니라 스마트폰에서도 서비스할 예정임
 - 한편, Cave는 수익 모델로 유저 과금에만 의존하지 않을 방침임
 - 이러한 방침을 바탕으로 7월 말부터는 전국 불꽃놀이 축제와 협력해 총 15만 명의 'SiroTuku' 유저를 전국 80 곳의 불꽃놀이 축제로 유도했으며, 향후에도 가게나 철도, 관광지 등과 연계함으로써 노출 확대 및 수익 확대를 도모해 갈 예정임

■ '복두의 권' 등 신규 타이틀을 통해 새로운 유저 층 공략

- ▶ Cave는 'SiroTuku'에 이은 제2탄 게임으로 '복두의 권'을 준비 중임
 - 유명 만화 '복두의 권' 원작의 캐릭터들과 친구가 되어 협력 및 대전(對戰) 등을 통해 친구와의 유대감을 강화하고 싸움에서 이김으로써 황폐한 거리를 복원시키는 스토리임
 - Cave는 앞으로 소수 정예의 게임을 여러 플랫폼에서 전개해 갈 방침이며, 현재 총 유저 수는 320만 명에서 1,000만 명으로의 확대를 목표로 하고 있음

<그림> SiroTuku 회원수 (2010년 9월 말 현재)



<그림>과금율 추이



일자: 2010년 10월 15일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=2268>

Istpika, DeNA 출자 펀드를 통해 2억 엔 투자금 유치

■ DeNA의 출자를 통해 사업 및 조직 체계 강화 목표

- ▶ 모바일 소셜 게임인 'bistrante'(Mobage Town), 'Domodachi 시장 Zatkania'(GREE) 등을 제작한 Istpika가 DeNA가 출자한 인큐베이션 펀드 제1호에서 약 2억 엔의 투자금을 유치함
 - Istpika는 'bistrante'를 공동 개발하는 등 이미 DeNA와 협력 관계에 있지만 同 펀드의 출자를 받음으로써 사업 전개 및 조직 체계를 더욱 강화해 갈 생각이며 글로벌 사업에도 적극적으로 임할 방침임
 - [참고] Istpika는 2009년 1월 설립되었으며 현재 사원 수는 도쿄 및 오사카 오피스를 합쳐 40명 정도임. Istpika의 후쿠시마 도선 대표는 Istpika 설립 이전에도 가정용 게임기용의 게임을 개발하는 회사를 경영한 바 있으며, Istpika는 올해 3월 GMO Venture Partners에서 2,500만 엔을 투자한 바 있음
 - [참고] 인큐베이션 펀드 1호는 Istpika를 포함해 5개 소셜 게임 개발사에 투자함

일자: 2010년 10월 15일

출처: <http://www.gamebusiness.jp/article.php?id=2260>

<http://jp.techcrunch.com/archives/jp20101015istpika-gets-200-million-yen-from-incubatefund/>

gumi, GREE로부터 수익 엔의 자금 조달에 성공

■ gumi, 자금 조달 등 GREE와 지속적인 협력 관계 구축 예정

- ▶ TechCrunch에 따르면, gumi가 GREE를 상대로 제3자 할당 증자를 실시해 수익 엔을 조달할 것으로 예상됨
 - gumi는 '막말(幕府末)영웅전', 'Cavawars', '형사 하드보일드' 등의 게임 타이틀을 mixi, Morage Town, GREE에 제공 중인 개발사. 현재 매달 액티브 유저 수는 500만 명 정도임. 현 임직원 수는 80명 정도이며 연내에 120명까지 증원할 계획임
 - gumi CEO는 자사의 가일층의 성장을 위해 플랫폼 제공사와 협력 관계를 구축하기로 결심했으며, 특히나 GREE의 내장 게임은 퀄리티가 높은 만큼 GREE와 협력하는 것이 자사의 발전에도 크게 도움이 될 것이라고 예측함

■ gumi의 향후 전략은 멀티 플랫폼 지원 및 스마트 폰向 웹 게임 개발, 해외 경쟁

- ▶ 한편, GREE는 mixi touch에도 Cavawars를 제공 개시하는 등 멀티 플랫폼 지원 역시 지속해 갈 방침인 것으로 보이며, 앞으로 스마트폰용 소셜 애플리케이션 개발에 집중할 계획이라고 함
 - 소셜 애플리케이션에 대한 예산 투입 금액 역시 매우 공격적으로 설정했으며, 이를 통해 고품질의 게임을 바탕으로 일본 국내뿐 아니라 해외 시장에도 적극적으로 진출을 도모할 것이며, 아시아의 SNS 사이트인 mixi, Renren, Cyworld의 플랫폼 공통화 계획에 적극적으로 대응해 갈 것이라는 것
 - 미국의 RockYou에 이어 Zynga 역시 일본에 진출하기 시작했으며, Playfish의 진출 역시 점쳐지고 있는 상황인 만큼, 이번 gumi의 움직임은 압도적인 자금력과 경험을 자랑하는 해외 업체들이 시장에 본격적으로 진출하기 전에 손을 쓰고 싶은 것으로 해석됨

<그림> gumi의 대표 게임 타이틀 이미지



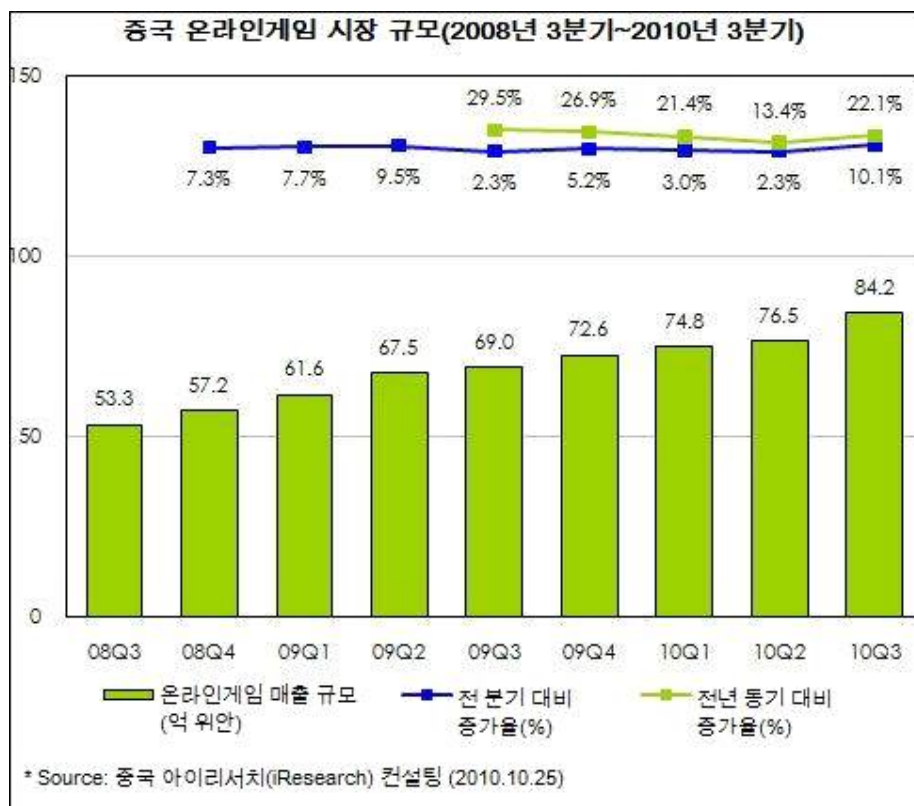
일자: 2010년 10월 14일

출처: jp.techcrunch.com/archives/jp-20101013-gumi-gets-funding-4-hundred-million-yen-from-gree/

중국 온라인 게임 시장, 3분기에 성장세 둔화에서 벗어나

■ 중국 온라인 게임 시장이 지난 3분기에 기존의 성장세 둔화 상황에서 벗어나 다시 상승 곡선을 보임

- ▶ 중국 시장조사 전문업체인 아이리서치(iResearch) 컨설팅은 지난 10월 25일 발표한 '제3분기 중국 온라인게임 시장 규모' 보고에서 3분기 온라인 게임 시장 규모가 84억 2,000만 위안에 달했다고 추산함
 - 아이리서치 이번 보고는 온라인 게임 운영업체들의 재무보고, 업계 방문 조사, 자체 통계 예측 모형 등을 근거해 추산한 것임
 - 3분기 온라인 게임 시장 규모는 전 분기에 견주어 10.1%, 지난해 같은 기간에 비해 22.1% 늘어난 것임
 - 이로써 온라인 게임 시장 규모는 전 분기 대비 증가율 면에서 3분기에 지난해 이후 처음으로 두 자릿수의 성장세를 기록한 한편, 전년 동기 대비 증가율도 20%대로 올라섰음
 - 앞서 지난 2분기 온라인 게임 시장 규모는 76억 5,000만 위안에 달하며 전년 동기 대비 13.4%의 증가율을 기록했으나, 지난해 3분기 이후 처음으로 20% 이하로 내려갔었음



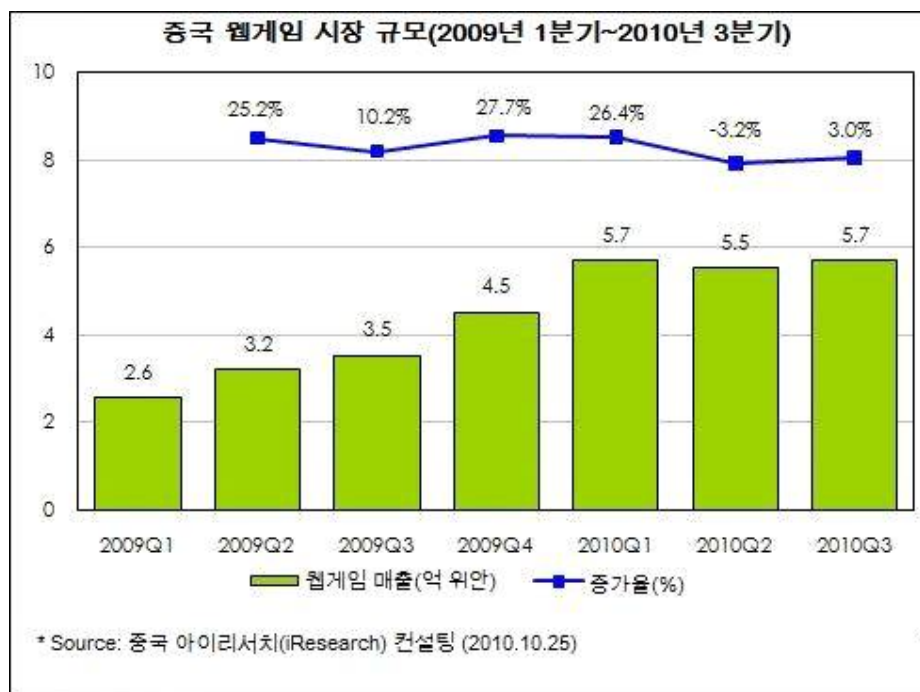
▶ 아이리서치는 3분기 온라인 게임 시장 상황이 전체적으로 회복된 모습을 보였다고 평가하며 그 원인으로 크게 두 가지를 꼽음

- 첫째, 온라인 게임 시장의 계절적 영향을 받았다는 점임. 온라인 게임 운영업체들은 여름 방학 동안 학생 이용자들에게 대한 마케팅을 강화했고, 좋은 성과를 거뒀음
- 둘째, 유명 게임들의 출시와 게임 내용 업그레이드도 3분기 온라인 게임 시장의 회복을 이끈 요인들임. 주요 게임 운영업체들은 3분기 중 마케팅 확대에 나서 게임 이용자들에게 풍부한 콘텐츠를 제공하며 시장의 수요에 부응했고, 비교적 좋은 성과를 거두었음

■ 중국 지난 2분기 때 처음으로 마이너스 성장을 기록했던 중국 웹(Web) 게임 시장도 3분기에 상승세로 돌아선 것으로 나타남

▶ 아이리서치는 지난 3분기 중국 웹 게임 시장 규모가 5.7억 위안을 기록했다고 추산함. 이는 전 분기에 비해 3.0% 늘어난 규모임

- 지난해부터 두 자릿수의 분기 성장률을 보여온 웹 게임 시장은 올해 2분기 매출 증가율이 전 분기 대비 -3.2%를 기록하며 처음으로 마이너스 성장을 기록했음
- 3분기에 웹 게임 시장 규모가 전체 온라인 게임 시장에서 차지한 비중은 변하지 않았다고 아이리서치는 추산함



▶ 아이리서치는 웹 게임 운영업체들은 웹 게임 제품의 운영비용이 높지는 않지만 다중접속역할수행게임(MMORPG)를 주요 운영 제품으로 하는 온라인 게임 운영업체들에 비해 더 많은 시장 압력을 받았다고 분석함

- 이와 관련, 웹 게임 운영업체들이 동종 게임에서 게이머들의 인기를 얻기 위해 지출해야 하는 마케팅 비용이 부단히 증가하는 한편, 3분기 중 각종 클라이언트 게임이 시장에서 마케팅을 확대한 데 영향을 받아 3분기에 웹 게임 시장의 점유율이 일정 정도 압력을 받았다고 아이리서치는 분석함

■ 중국의 온라인 게임 운영업체들이 온라인 광고를 주요 마케팅 수단으로 활용하면서 지난 3분기 온라인 광고 투자액이 상승세를 보임

▶ 중국 온라인 게임 업체의 온라인 광고 투자액은 그 동안 빠른 증가세를 보이면서 지난해 3분기 때 2억 3,000만 위안을 기록했지만, 이후 올해 2분기까지 계속 감소함

- 하지만 지난 3분기 중 온라인 게임 운영업체들이 온라인 상에서 지출한 광고 액수는 1억 6,300만 위안에 달하며 전 분기에 견주어 22.3% 증가율을 보임

- 이로써 지난해 웹 게임 시장 규모는 지난해 4분기부터 올해 2분기까지 연속 마이너스 성장을 기록한 이후 3분기에 플러스로 돌아섰음

▶ 이는 3분기 중 온라인 게임 운영업체들이 광고 지출을 확대한 가운데, 클라이언트 게임이 3분기 온라인 광고 방영의 주요 부분이 된 데 따른 것임

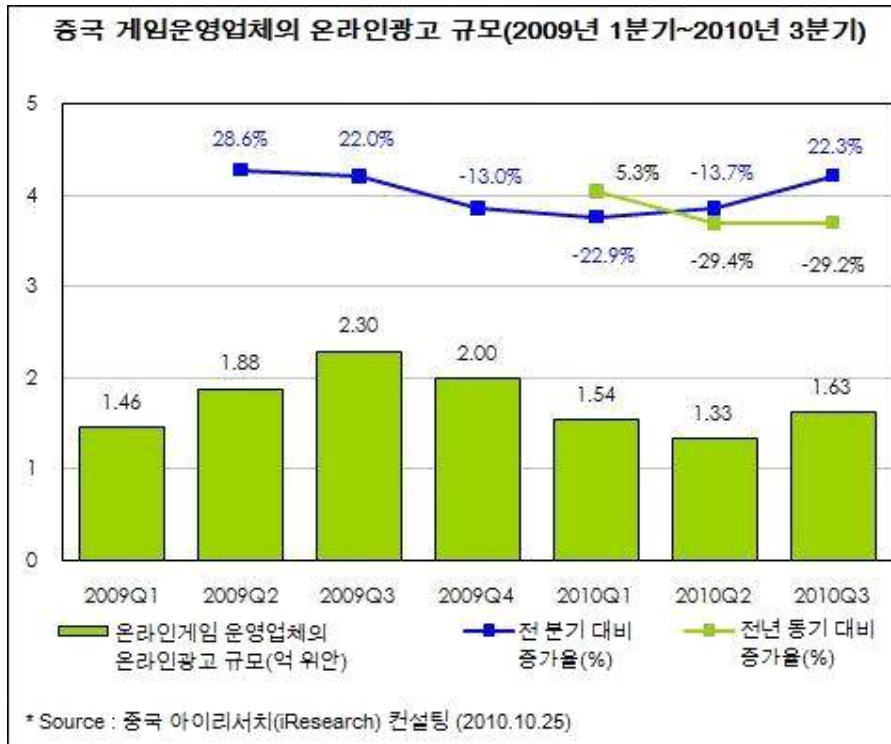
- 이와 관련, 3분기 중 단일 게임 상위 10위는 모두 클라이언트 게임이 차지했음. 이 가운데 신작 게임이 5개였고, 기존 게임은 주요 운영업체들의 대표작이었음

▶ 이런 가운데 게임 이용자의 소비가 합리적으로 변함에 따라 중국 온라인 게임 운영업체들은 마케팅 전략 상에서 변화를 꾀하고 있음

- 최근 온라인 게임 업체들의 전체 온라인 광고 투자 규모는 감소했으나, 이는 운영업체들이 자체 마케팅 강도를 줄였다는 의미가 아니며, 옥외 광고, TV 광고, PC방 광고와 일부 뉴미디어 플랫폼도 활용하는 등 자체 마케팅 방식을 풍부하게 하면서 이용자의 수요에 다가가고 있다는 점을 의미하고 있음

▶ 4분기 동안 전체 온라인 게임 시장은 더 한층 성장할 것으로 예상됨

- 또한 4분기에 게임 운영업체들이 시장 경쟁의 가열 속에 광고 투자 강도와 규모를 늘리고, 온라인 게임 운영업체들의 순위에서도 변화가 일어날 것으로 전망됨
- 웹 게임 운영업체들의 경우 자체 게임의 운영 기간에 따라 비교적 큰 조정을 할 것이라고 아이리서치는 전망함



일자: 2010년 10월 25일

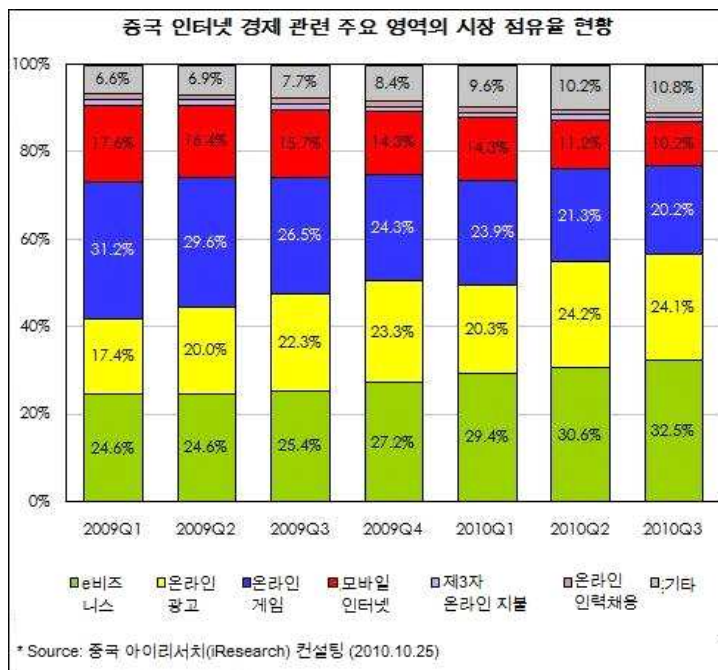
출처: www.iresearch.com.cn

<http://tech.qq.com>

중국 온라인 게임, 인터넷 경제 매출 중 점유율 20.2% 기록. 지난해 1분기 이후 하락세 지속

■ 중국 시장조사 전문업체인 아이리서치(iResearch) 컨설팅이 발표한 '제3분기 중국 인터넷 경제 규모' 보고에 따르면, 온라인 게임은 전체 인터넷 경제의 매출 가운데 차지하는 비중이 20.2%를 기록하며 3위에 올랐지만 점유율 하락세를 보이고 있음

- ▶ 중국 인터넷 경제에서 주요 영역의 시장 점유율을 보면, 'e-비즈니스'가 32.5%의 점유율로 1위를 차지하고, 이어 '온라인 광고'가 24.1%로 2위에 오름
- ▶ '온라인 게임'은 20.2%의 점유율을 보이며 3위에 올랐음
 - 온라인 게임의 경우, 전체 인터넷 경제 시장에서 차지하는 점유율이 전 분기의 21.3%에 견주어 소폭 하락했으며, 지난해 1분기 위해 점유율이 지속적으로 하락하고 있는 것으로 나타남

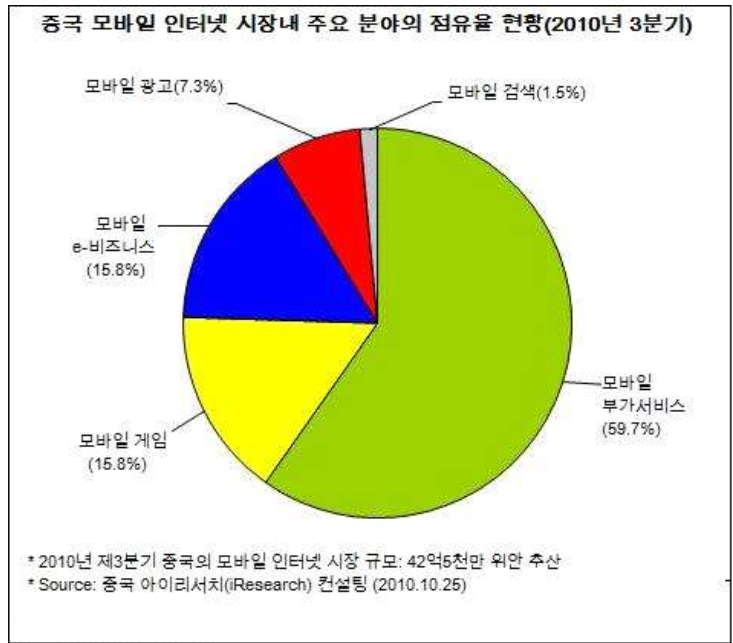


- ▶ 한편, 중국 인터넷 경제의 영업수입 규모는 안정되고 탄탄한 성장세를 유지하고 있는 것으로 나타남
 - 지난 3분기 중국의 인터넷 경제의 영업수입 규모는 416억 8,000만 위안을 기록했으며, 이는 전년 동기 대비 59.9%, 전 분기 대비 16.3% 증가한 규모임
- ▶ 아이리서치는 중국의 전체 거시경제가 발전하고 있는 점이 인터넷 경제가 안정되고 탄탄한 성장을 하고 있는 기초라고 분석함
 - 3분기 국민 경제가 안정된 추세를 보이며 반등하고 주민 소비 수요가 늘어났음. 또 '상하이

세계 박람회' 등의 이벤트들이 국민 소비를 자극했고, 광고주들은 유관 이벤트들을 이용해 마케팅을 강화했음. 중추절과 여름방학 등 '연휴 경제'는 여행과 소비 시장에 활기를 불어 넣었음. 인터넷은 가격대 성능비가 더 높은 매체이며 소비 채널로서도 실제 경제에 점차적으로 깊이 침투하고 있음

■ 중국 모바일 게임, 3분기 모바일 인터넷 시장서 점유율 15.8%로 2위 차지

- ▶ 중국 시장조사 전문업체인 아이리서치(iResearch) 컨설팅의 '제3분기 중국 모바일 인터넷 시장 규모' 보고에 따르면, 3분기 중국내 전체 모바일 인터넷 시장 규모는 42억 5,000만 위안을 기록해, 지난해 같은 기간에 비해 3.9%포인트, 전 분기에 비해 5.8%포인트 각각 증가함
 - 이 가운데 '모바일 게임'은 전체 모바일 인터넷 시장에서 전 분기보다 1.1%포인트 오른 15.8%의 점유율을 차지하며 2위를 차지함
 - '모바일 부가서비스' 매출 규모의 비중은 59.7%로 전 분기에 견줘 6.8%포인트 내렸지만 1위를 차지함
 - 이어 '모바일 e-비즈니스'의 경우, 전 분기에 비해 5.1%포인트 상승한 15.8%의 점유율을 보였으며, '모바일 광고'의 점유율은 7.3%, '모바일 검색'이 1.5%로 나타남
- ▶ 3분기 중 중국 정부는 통신서비스 업체들과 함께 '모바일 부가서비스' 시장에 대한 정리·단속 활동을 강화하고 시장 질서를 규범화했는데, 이는 모바일 부가서비스 시장의 연속적인 성장 둔화 상태를 초래함
 - 이런 가운데서도 '모바일 게임'과 '모바일 e-비즈니스' 시장의 영업수입 규모는 비교적 큰 폭의 성장을 기록해, '모바일 부가서비스' 부문 매출 감소로 인한 부정적인 영향을 감소시키는 동시에 전체 모바일 인터넷 매출 규모의 소폭 상승을 이끌었음
- ▶ 4분기 중 '모바일 부가서비스' 시장 매출의 하락폭이 줄어들면서 점차 안정된 추세를 보일 것으로 전망됨. 또한 '모바일 게임'과 '모바일 e-비즈니스'는 안정적인 성장 추세를 지속적으로 이어갈 것으로 전망되는 등 모바일 인터넷 시장의 발전을 촉진하는 중요한 동력이 되고 있음



일자: 2010년 10월 25일

출처: www.iresearch.com.cn

베트남, 게임 이용해 정부 지원 소셜 웹사이트 활성화

- ▶ 온라인 게임 중독 현상을 억제하려고 노력해온 베트남 정부가 관 주도 소셜 웹사이트를 활성화하기 위해 게임을 활용해 눈길.
 - 정부에서 지원하는 인터넷 업체 '베트남 멀티미디어'는 올해 초부터 go.vn 이라는 소셜 네트워킹 웹사이트를 시범 서비스하고 있음. 이 서비스를 이용하려면 실명과 주민등록번호를 입력해야 함.
 - 이 웹사이트는 베트남의 젊은이들을 끌어들이기 목적으로 글로벌 자본주의의 확산을 막기 위해 전투하는 폭력 성향의 멀티플레이어 게임 등 다양한 게임을 제공하고 있음.
 - 실제 베트남에서 go.vn 웹사이트의 인지도는 크게 떨어짐. 월스트리트저널의 기자가 게임방에서 순서를 기다리던 현지 대학생 팜 탄 콩(Pham Thanh Cong)에게 go.vn 에 대해 물어보자 그는 "그런 사이트가 있는지조차 몰랐다"고 답함. 하지만 go.vn이 끌어들이고 싶은 타겟층은 콩 같은 젊은 층임.
 - 베트남 멀티미디어의 판 안 Tuan(Phan Anh Tuan) 부사장은 "go.vn 웹사이트는 인기 게임을 저렴하고 편리하게 제공함으로써 많은 젊은이들을 끌어들이고 싶어한다"고 말함.
 - 한편, 베트남은 온라인 게임에 대한 모든 광고를 금지하고 PC 게임방에서 밤 11시부터 아침 6시까지 게임 서비스를 제공 못하게 했음. 또 일부 게임의 경우에는 하루에 3시간 이상 못하도록 제한하기도 하는 등 온라인 게임에 대한 제한을 가해 왔음.

일자: 2010년 10월 5일

출처:

<http://www.gamepolitics.com/2010/10/05/vietnam-using-games-lure-users-state-owned-social-websites>

South America

- 멕시코 독립 200주년 기념, 첫 교육 비디오 게임 출시
- 멕시코 정부, 2011년 내 최소 40여개의 비디오 게임 전문 업체 육성 계획

멕시코 독립 200주년 기념, 첫 교육 비디오 게임 출시

■ 멕시코 게임&엔터테인먼트 업체 Ikoriko, 멕시코 독립 200주년 기념 교육 비디오 게임 개발

- ▶ 독립 200주년 및 혁명 100주년 기념이라는 명목 아래 Ikoriko는 미취학 아동 대상의 멕시코 역사교육을 위한 교육용 비디오 게임 'Sombras Heroicas'(영웅의 모자들)를 제작함
 - 'Sombras Heroicas'는 100% 멕시코 제작의 첫 번째 교육 비디오 게임으로 아동들의 공간 인 지능력 향상 및 역사에 대한 지식을 다시 한 번 점검하는 용도로서 역사가들과 교육자들의 조언을 기반으로 개발됨
 - 제작 기간이 5개월 걸린 'Sombras Heroicas'는 '영웅들의 모자들-Sombras Heroicas'라는 웹 사이트도 개설함
- ▶ 한편, Ikoriko는 이 게임을 통해 '재능 양성기관(Incubadora de Talento)' 주최의 2010년 게임 대회에서 수상함

일자: 2010년 9월 7일

출처:

http://www.bicentenario.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1956:empresa-mexicana-lanza-primer-videojuego-educativo-en-conmemoracion-del-bicentenario&catid=57:noticias&Itemid=55

멕시코 정부, 2011년 내 최소 40여개의 비디오 게임 전문 업체 육성 계획

■ 멕시코의 재능 양성기관(IDT)은 2011년 내 최소 40여개의 애니메이션 및 비디오 게임 전문 업체 육성을 지원할 계획

- ▶ 멕시코 비디오 게임 전문 업체 육성을 위해 중소기업청과 혁신기술교육부에 의해 IDT는 첨단 기술 육성 공식기관으로 지정됨
- ▶ IDT는 2008년부터 현재까지 30여개의 비디오 게임 및 애니메이션 업체를 지원해왔음
 - IDT는 교육 프로그램 제공을 비롯해, 세금 및 법률 지도, 기업 유치, 사업 계획 구축과 같은 지원 사업을 운영해 옴
- ▶ 향후 IDT는 40여개의 애니메이션 및 비디오 게임 전문 업체 육성을 위한 지원을 계속해 나갈 계획임

일자: 2010년 9월 29일

출처:

<http://www.irrompibles.com.ar/industria/noticias-industria/4761-nuevo-impulso-para-la-formacion-de-empresas-especializadas-en-videojuegos-en-mexico>