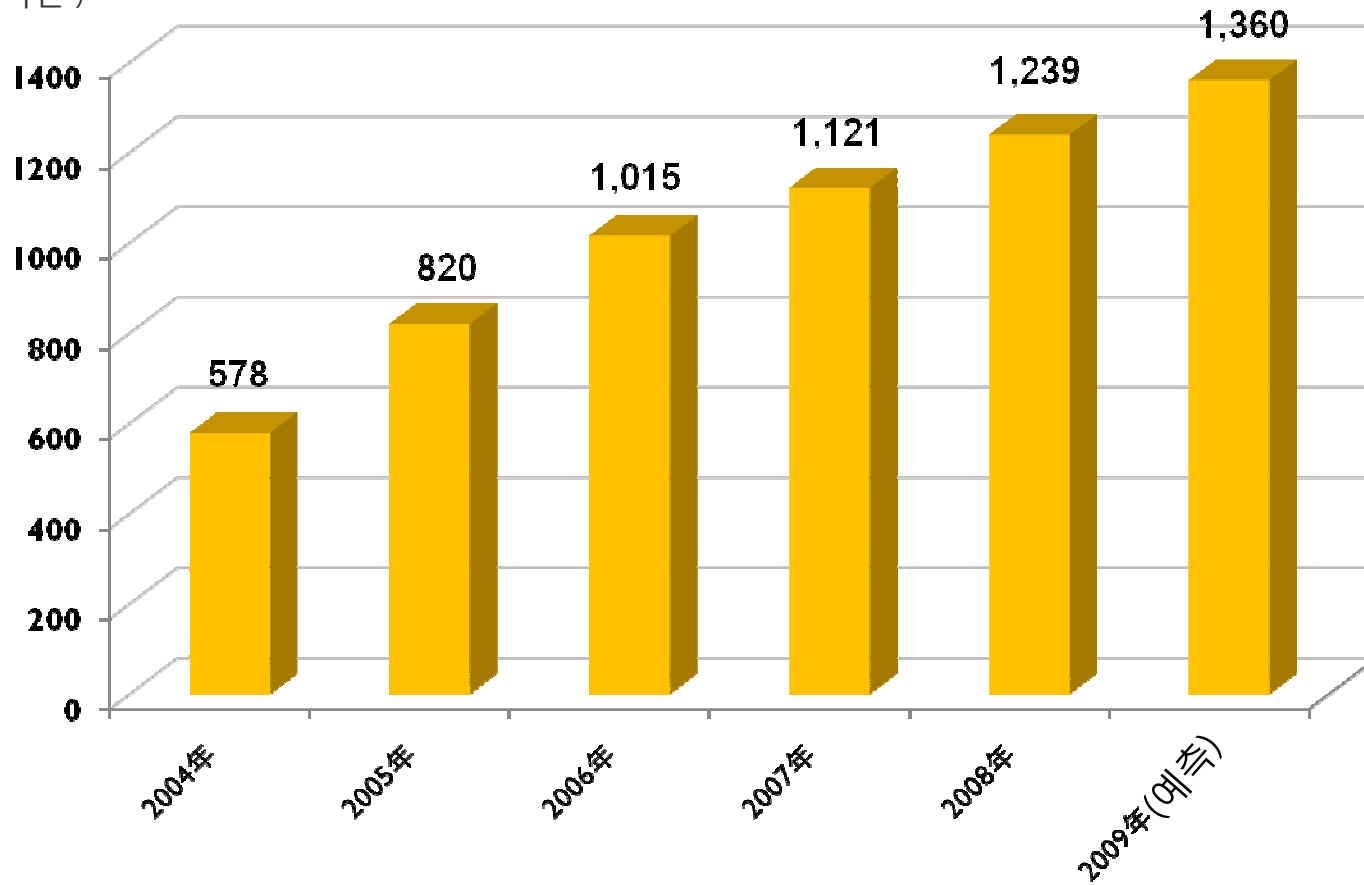


# 일본 온라인 게임 시장의 최신 동향과 향후 전망

2010년 1월 27일  
일본 온라인 게임 협회 川口洋司(Kawaguchi Yoji )

# 온라인 게임 시장 규모 2004-2009

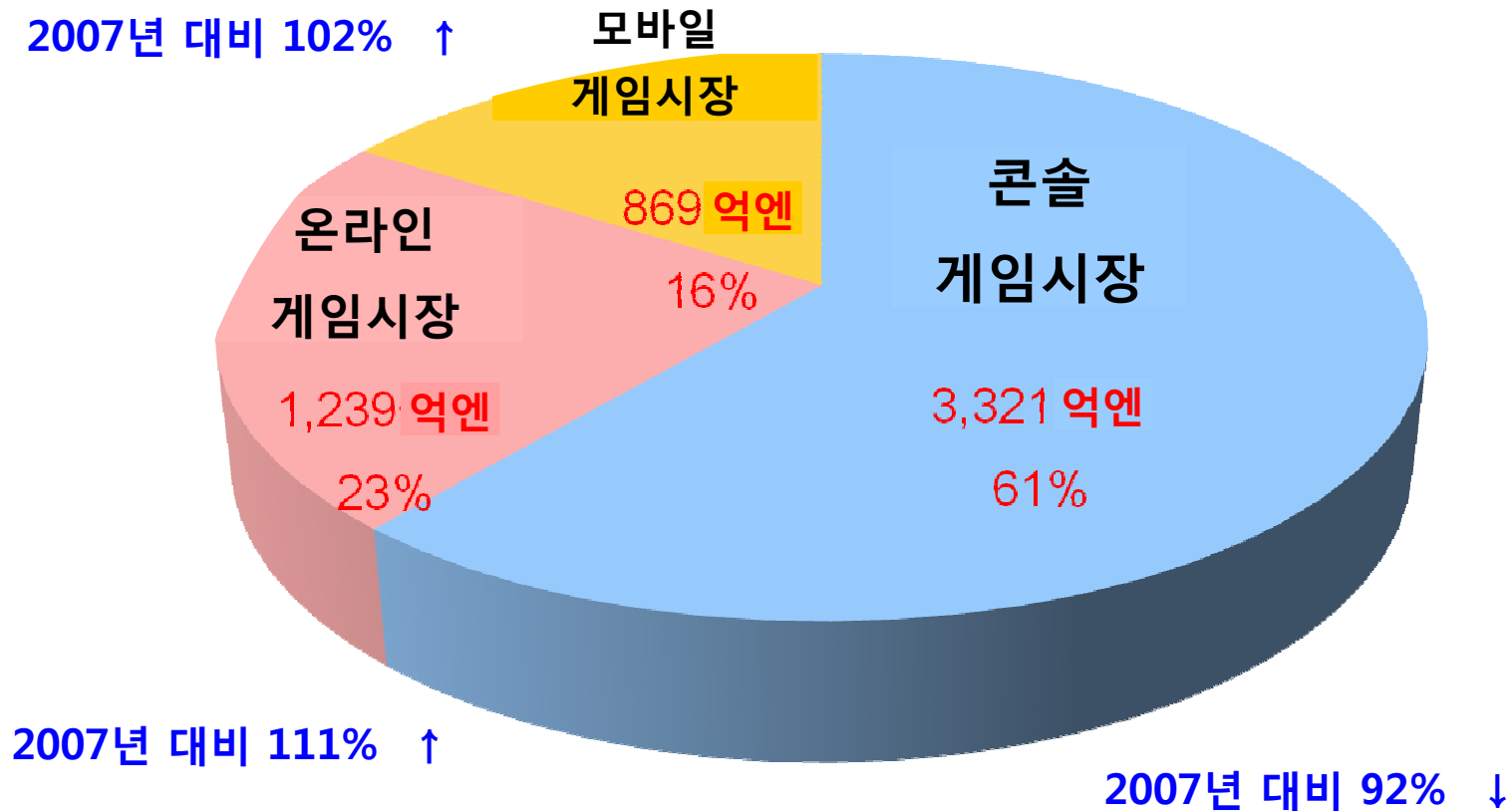
(단위 : 억엔)



※모바일, 소셜 게임 매출 제외

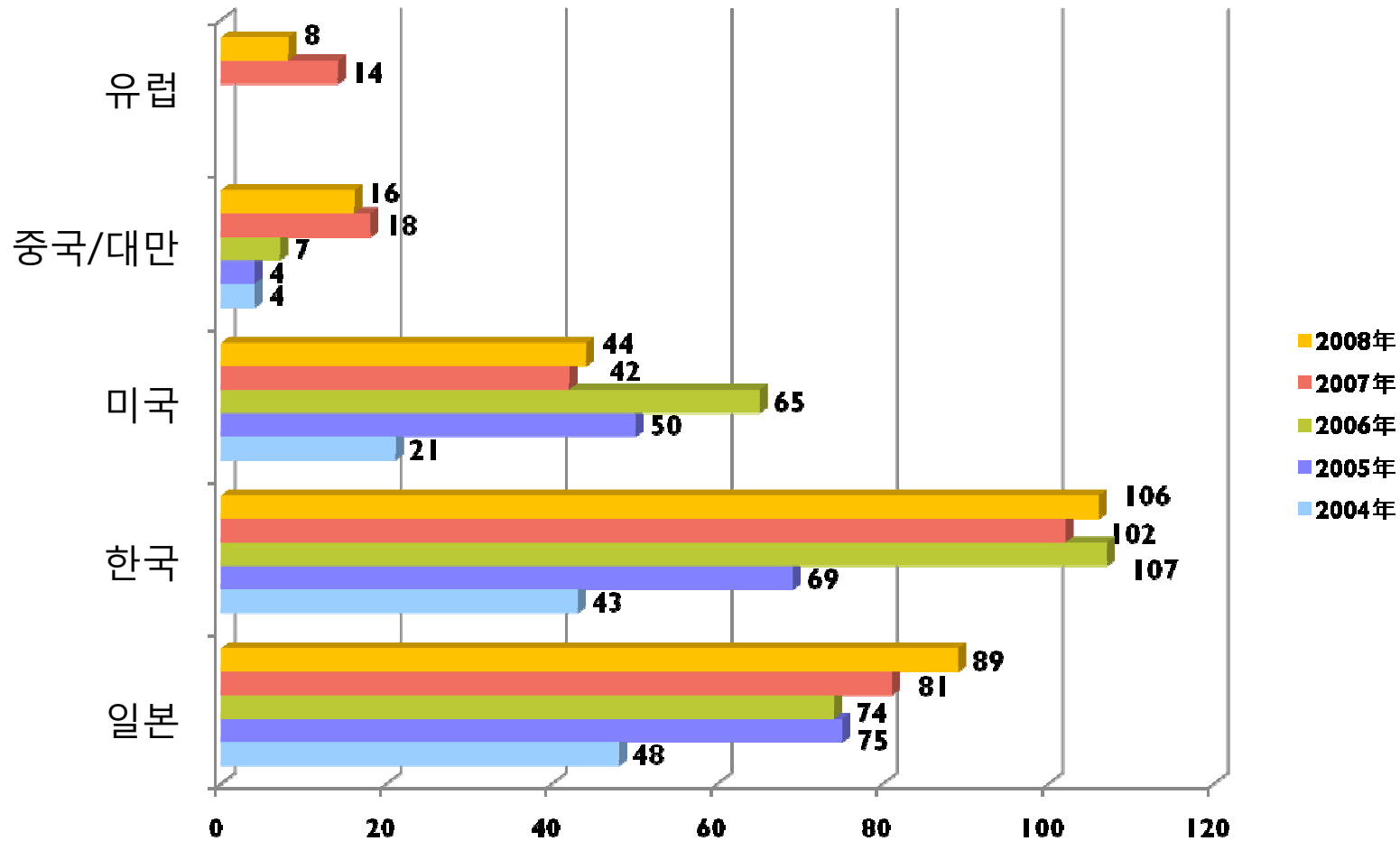
# 2008년 일본 게임 시장

일본 게임 시장의 규모 5,429억엔



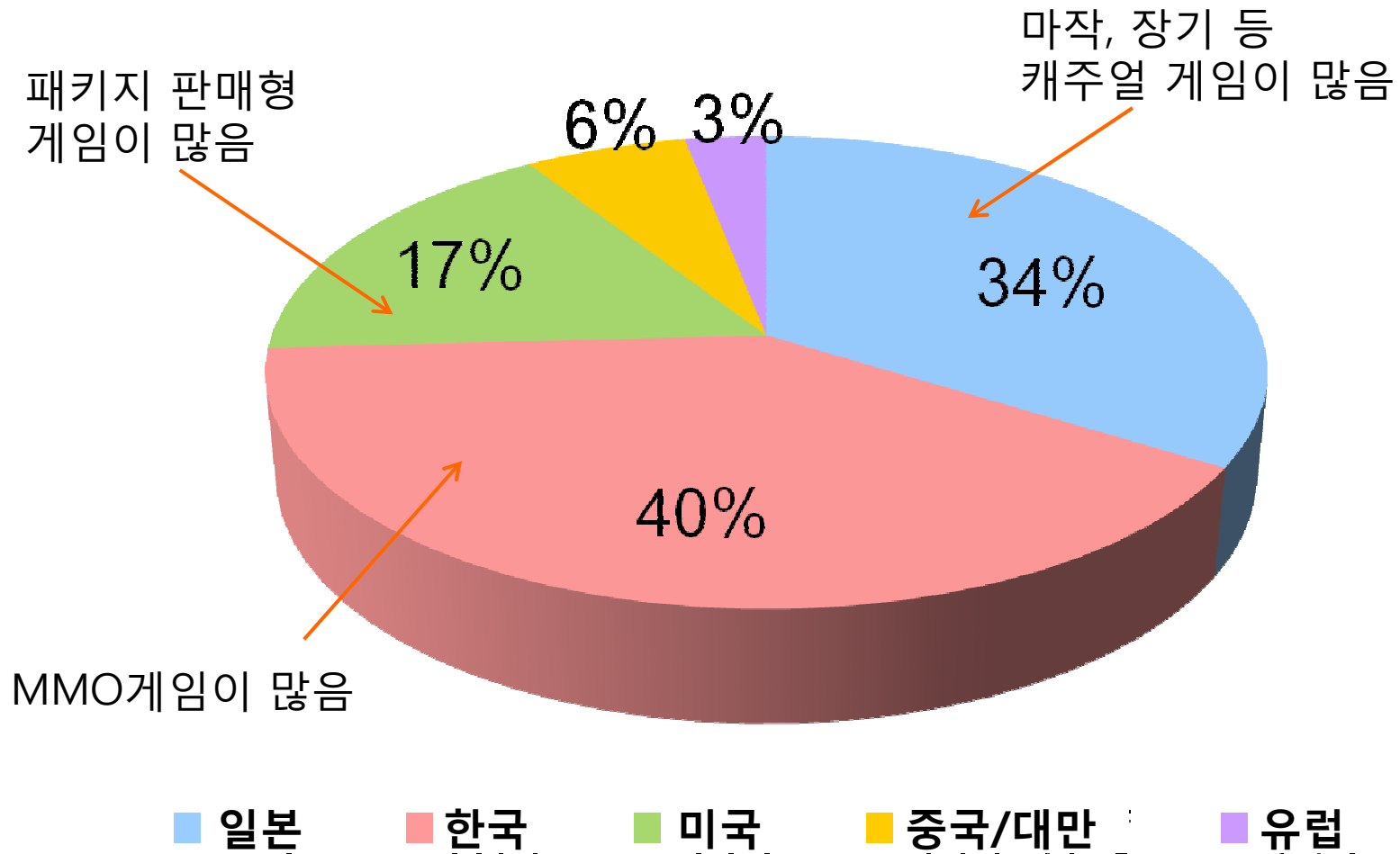
데이터 : 엔터브레인 ( 콘솔 게임 ) , JOGA ( 온라인 게임 ) , MFC ( 모바일게임 )

# 국가별 온라인 게임 타이틀 2004-2008



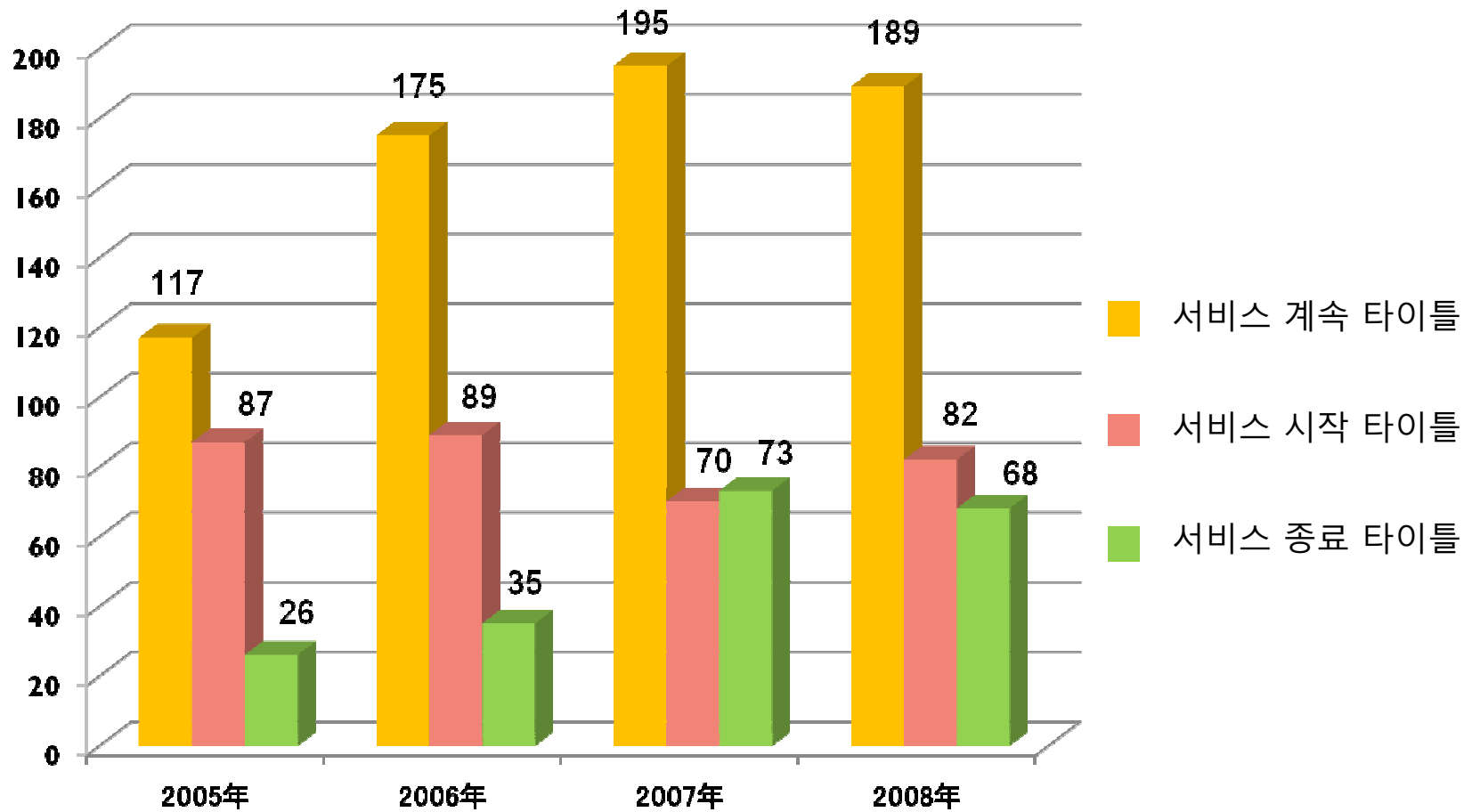
※ PC온라인 게임만

# 2008년 국가별 온라인 게임 타이틀 점유율



※ PC온라인 게임만

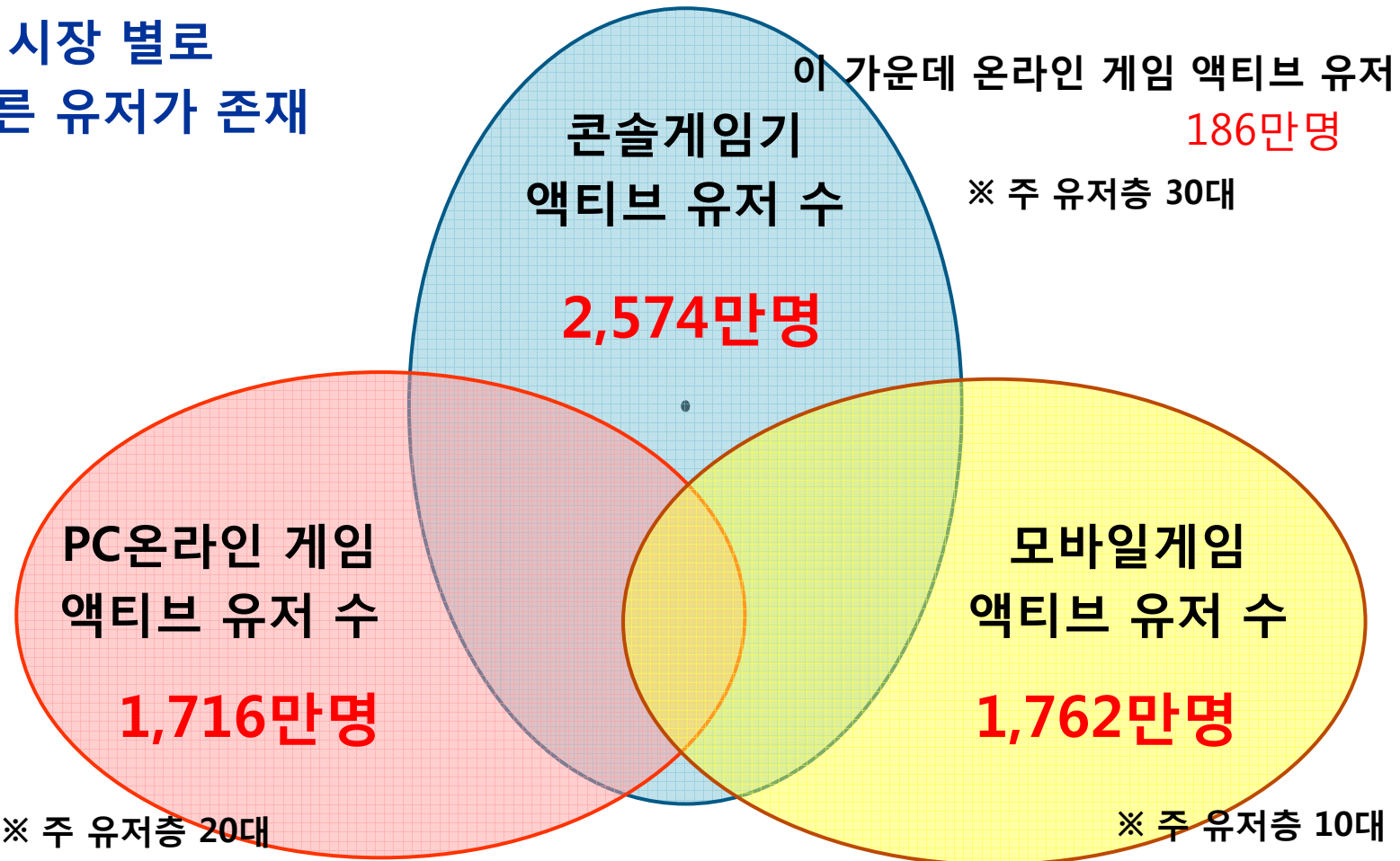
# 온라인 게임 서비스 2005-2008



※ PC온라인 게임만

# 일본 게임 유저의 기종 별 분포

각 시장 별로  
다른 유저가 존재



## 2009년 온라인 게임 시장의 동향

---

1. Web게임이 여러 개 히트
2. 온라인 게임사의 양극화가 더욱 심화
3. 인기 상위권 게임은 2008년과 동일
4. 신규 타이틀의 경우 대만 게임이 히트
5. PC와 모바일의 연계가 시작
6. 최대 SNS mixi가 온라인 게임 ( mixi어플리 ) 서비스를 시작





# 2009년 온라인 게임 이슈

## 아이템 과금 시스템 온라인 게임이 증가

2004년

2007년

2009년

▼ 팡야 등 아이템 과금형 온라인 게임 몇 개 타이틀의 서비스가 시작

▼아이템 과금 게임 비율이  
PC온라인 게임의 경우 57%를 차지

▼저사양 PC넷 북 보급으로  
Web게임이 붐

▼아이돌 마스터 ( Xbox360 ) 서비스 시작  
※ 콘솔 게임



▼모바일SNS 'GREE'가 게임 서비스를 시작  
※ 소셜 게임  
회원수1,500만명 ( 2009년 9월 현재 )

▼선샤인목장 ( mixi ) 서비스 시작  
※ 소셜 게임  
2009년 9월 서비스 시작, 11월말까지 회원 300만명

# 2010년 온라인 게임 전망①

온라인 게임의 비즈니스 모델인

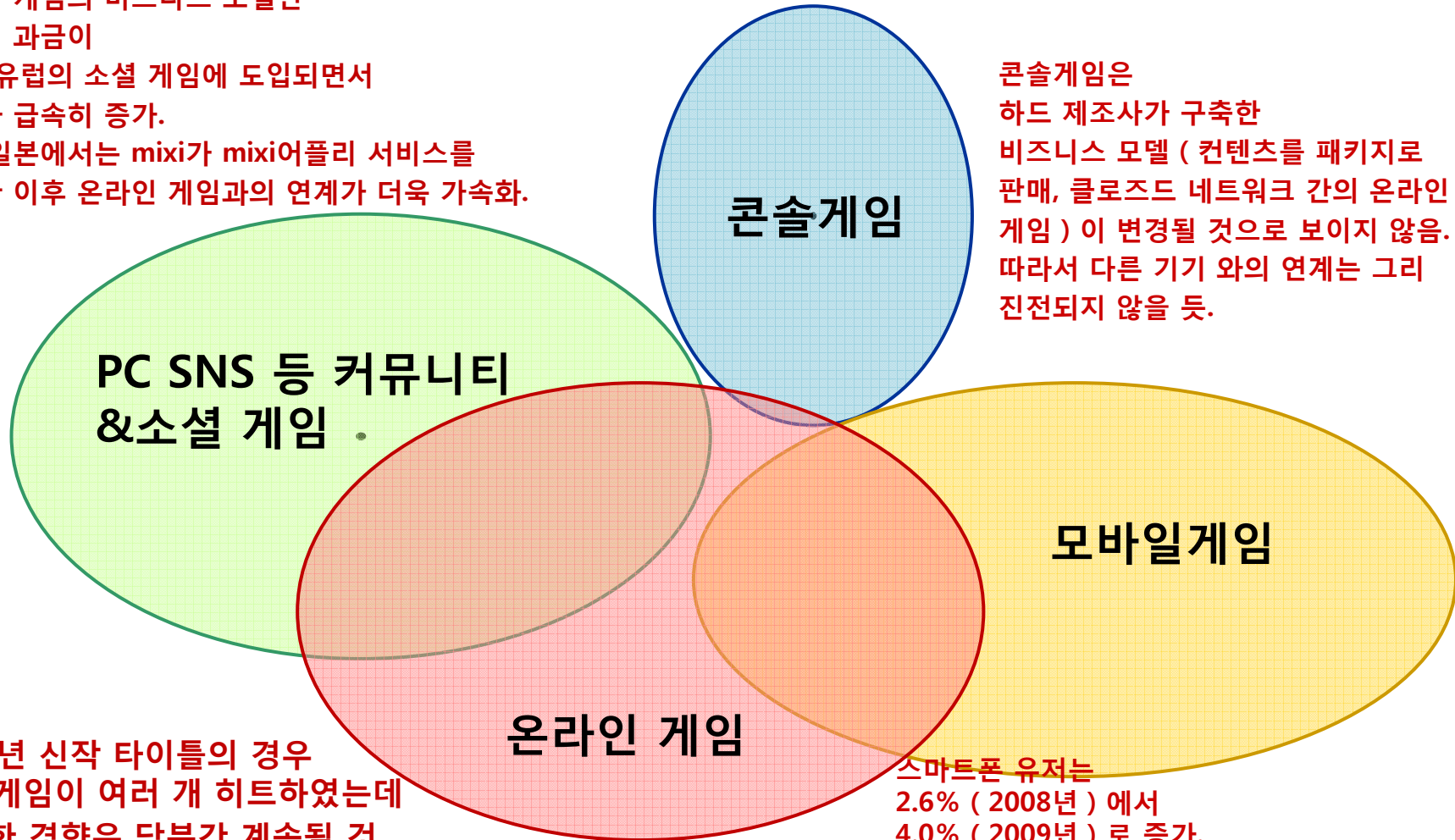
아이템 과금이

북미, 유럽의 소셜 게임에 도입되면서

유저가 급속히 증가.

한편 일본에서는 mixi가 mixi어플리 서비스를

시작한 이후 온라인 게임과의 연계가 더욱 가속화.



콘솔게임은

하드 제조사가 구축한

비즈니스 모델 (컨텐츠를 패키지로

판매, 클로즈드 네트워크 간의 온라인

게임) 이 변경될 것으로 보이지 않음.

따라서 다른 기기와의 연계는 그리

진전되지 않을 듯.

2009년 신작 타이틀의 경우

Web게임이 여러 개 히트하였는데

이러한 경향은 당분간 계속될 것.

스마트폰 유저는

2.6% (2008년) 에서

4.0% (2009년) 로 증가.

이용 기종은 iPhone이 1위.

2010년에는 이러한 경향이 더욱 현저해 질 듯.

(휴대폰 백서 (2009년12월 간행 /MFC감수)



## 2010년 온라인 게임 전망②

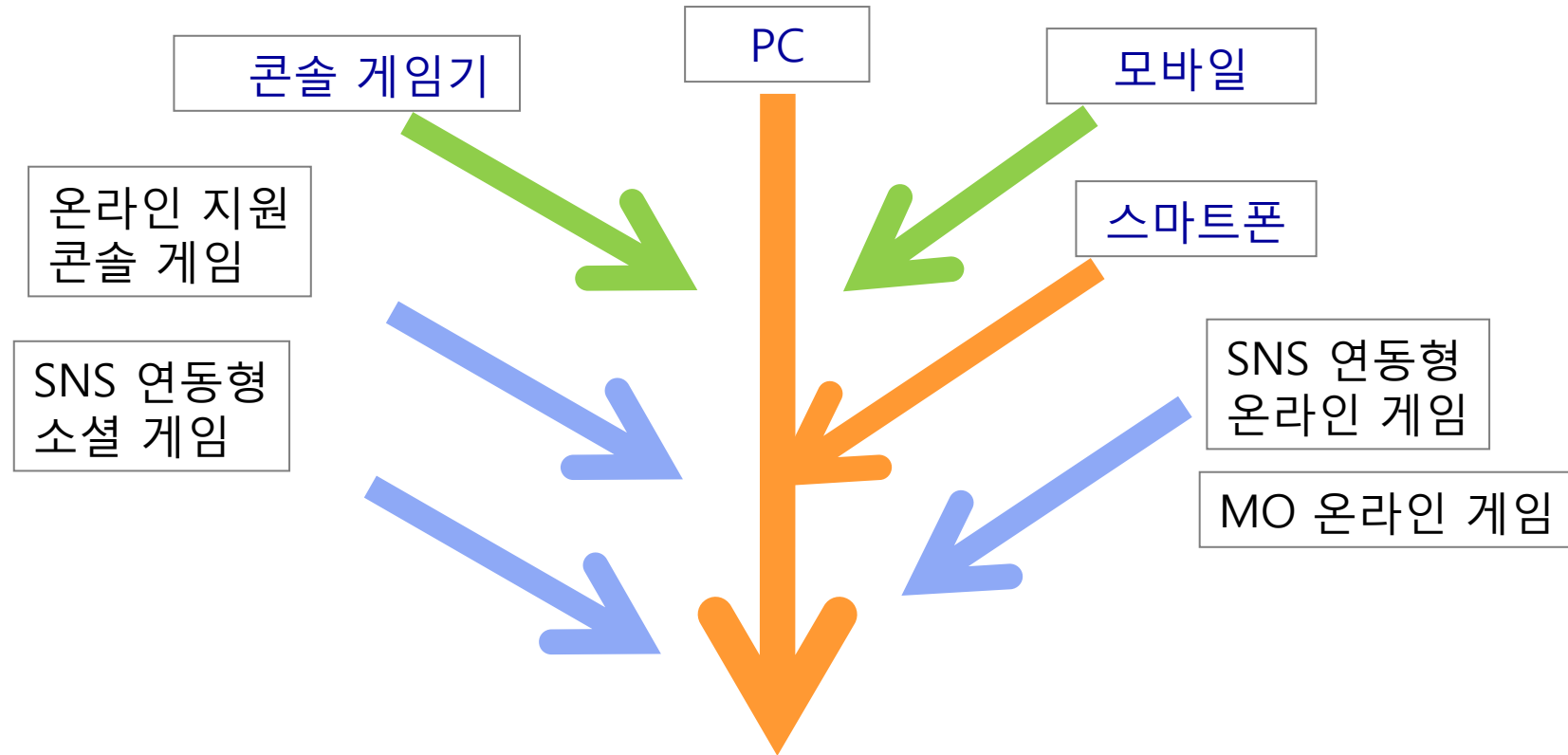
---

1. Web게임 서비스 타이틀 수가 증가
2. 온라인 게임사의 양극화가 심화되고  
대형 온라인 게임사의 포탈화 시작
3. PC와 모바일 연계는 더욱 촉진
4. SNS와 온라인 게임간의 연동이 촉진
5. 온라인 게임 사이버 머니에 대한 규제 ( 자금결제법 )  
로 인하여 일시적으로 유저가 혼란을 겪을 것임



# 향후의 온라인 게임 전망

아이템 과금형 온라인 게임 서비스라는 비즈니스 모델



기기, 네트워크 서비스 카테고리가  
온라인 게임을 중심으로 융합화