

'2009 국내 비디오 게임 시장 결산 그리고 '2010 시장 전망

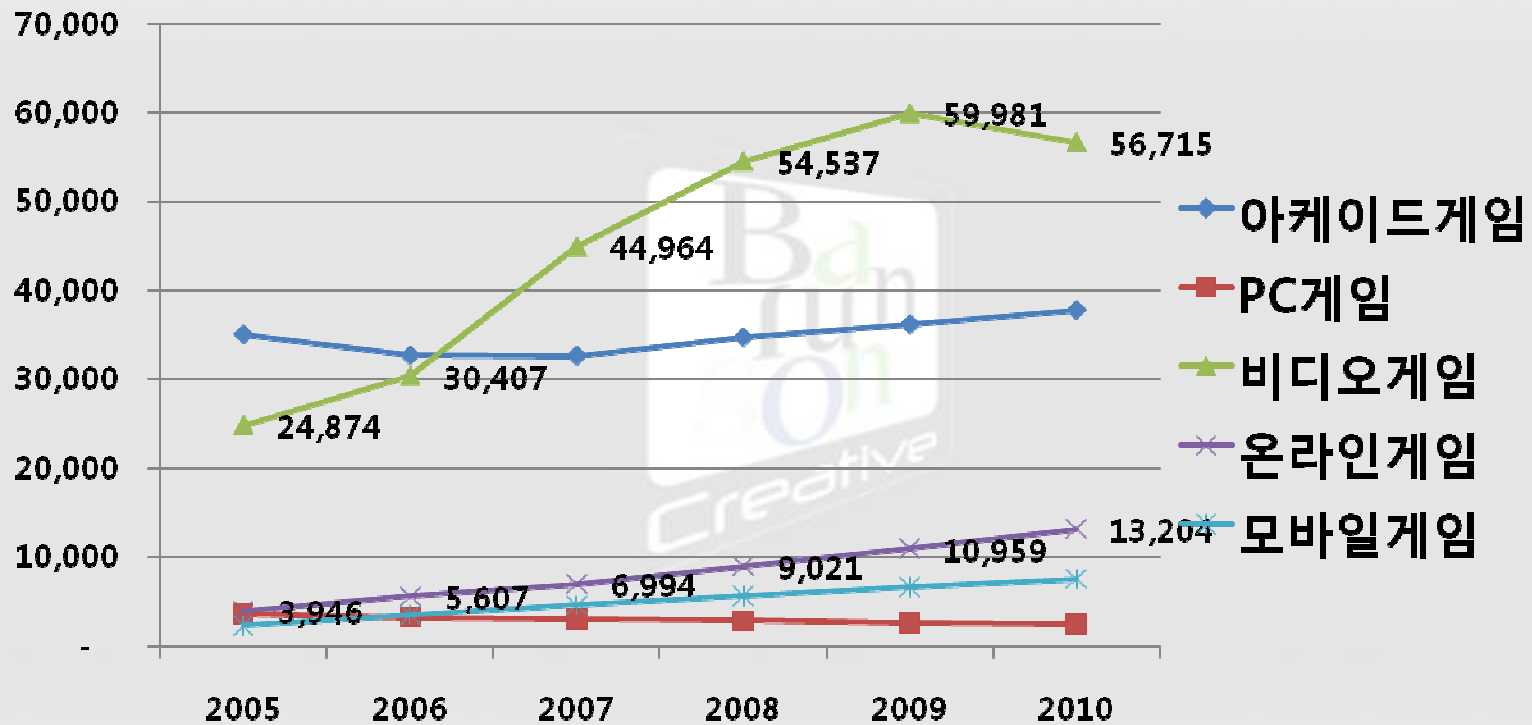


2010.1
바른손크리에이티브
최종신

'2009 국내 비디오게임 결산



01 세계 게임 시장 Overview

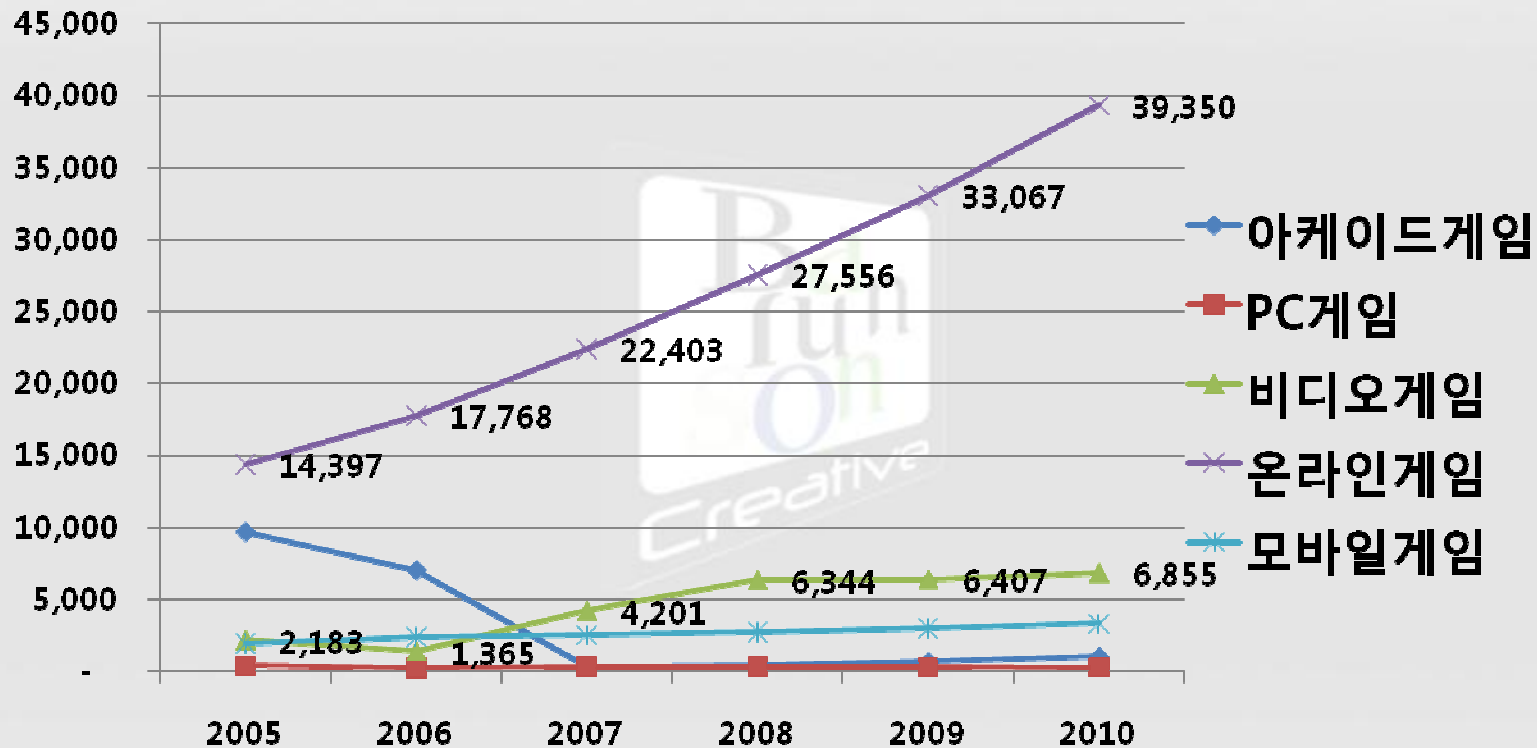


비디오게임 성장세 둔화, 온라인 약진

* 단위 : 금액(백만USD), 2008~2010 추정치
 * 출처 : 문화관광부 2008.12.3 발표자료

02

국내 게임 시장 Overview

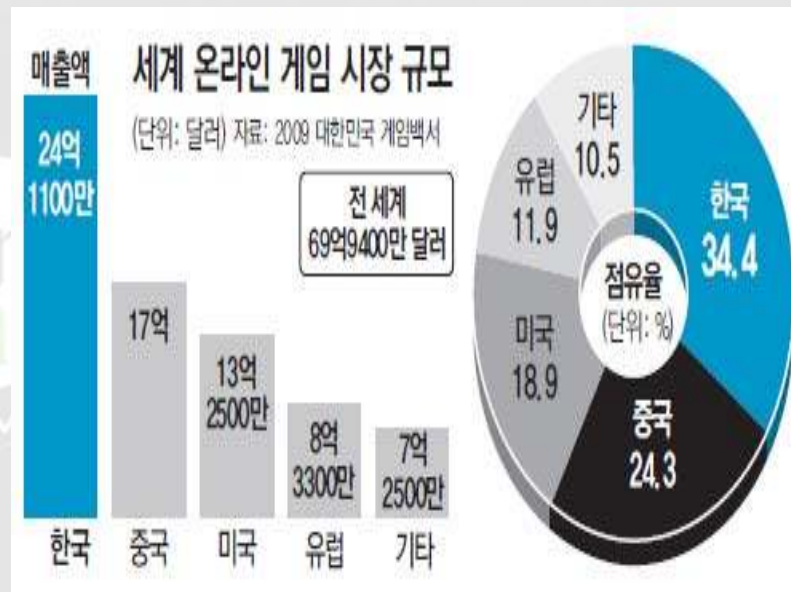
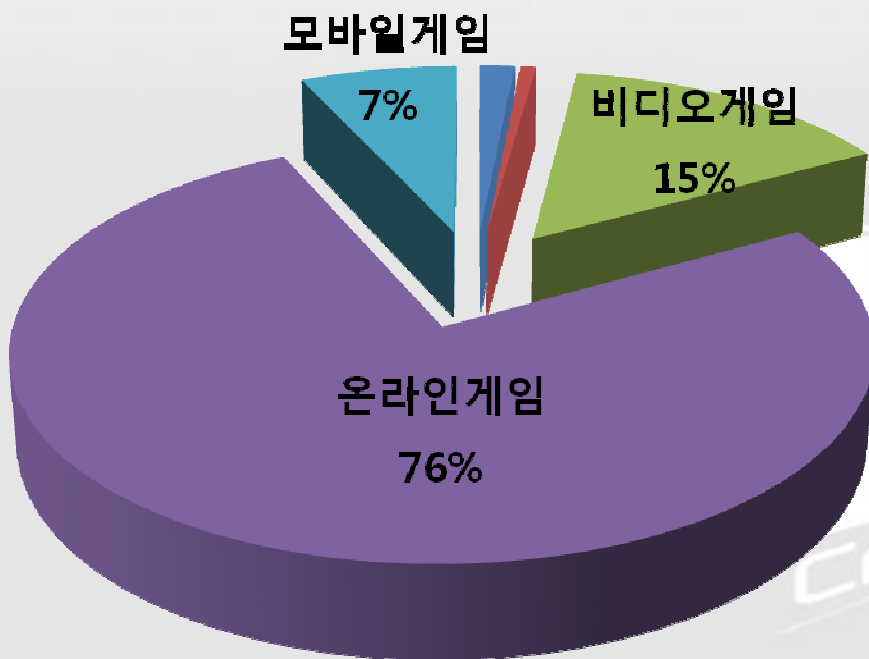


온라인 게임의 독주가 지속

* 단위 : 금액(억원), 2008~2010 추정치
* 출처 : 문화관광부 2008.12.3 발표자료

03

국내 게임 시장 Overview



**국내 게임시장 76%가 온라인 게임 비중
(국내시장, 세계 온라인 게임시장의 34.4%)**

* 출처 : 2010.1.14 동아일보 기사(우측)
 * 단위 : 금액(억원), 2009 추정치
 * 출처 : 문화관광부 2008.12.3 발표자료

04

국내 발매 플랫폼 현황

SCEK

2001년 12월 법인 설립
 2002년 2월 22일 PlayStation 2 발매
 2005년 5월 2일 PSP 발매
 2007년 6월 16일 PLAYSTATION 3 발매
 2009년 9월 23일 PS3 Slim 발매
 2009년 10월 1일 PSP go 발매

PlayStation 2
 PSP
 PLAYSTATION 3
 PSP go

MS
Korea

2002년 MS Korea내 Xbox 사업 조직 구성
 2002년 12월 23일 XBOX 발매
 2006년 2월 24일 XBOX360 발매

XBOX360

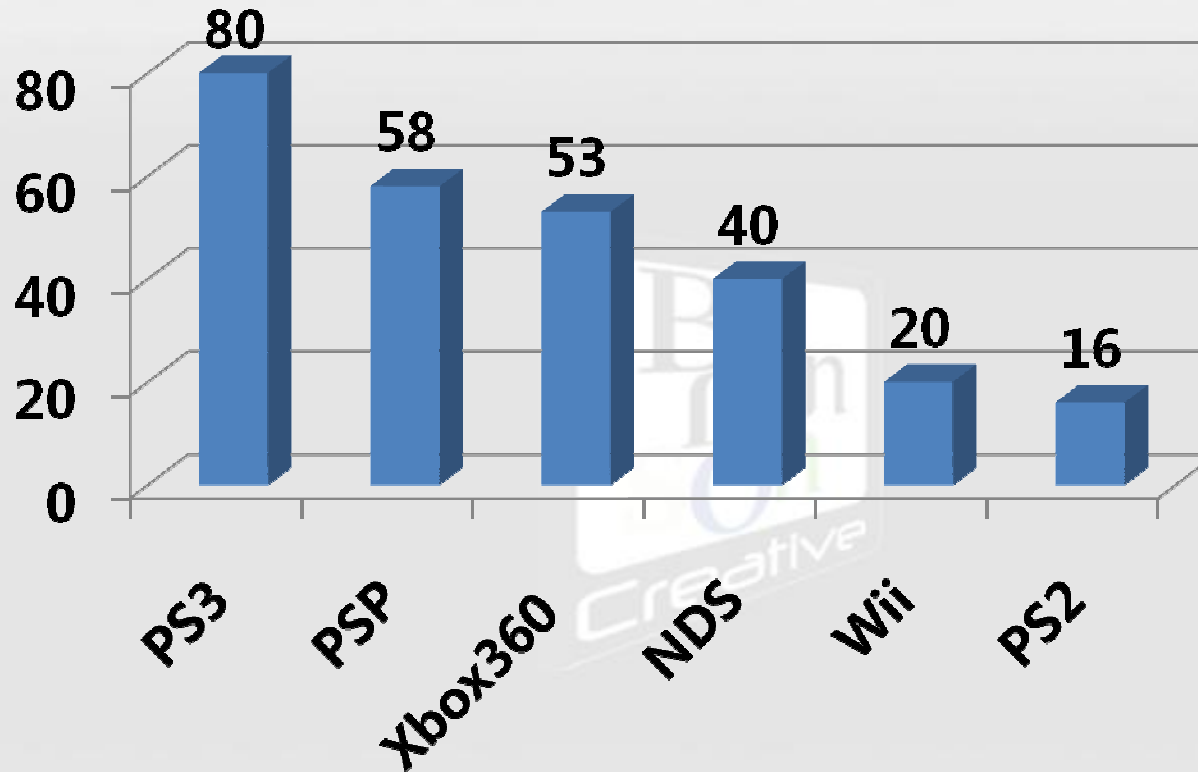
닌텐도
코리아

2006년 7월 법인 설립
 2007년 1월 18일 닌텐도DS 발매
 2008년 4월 26일 Wii 발매

NDS
 Wii

05

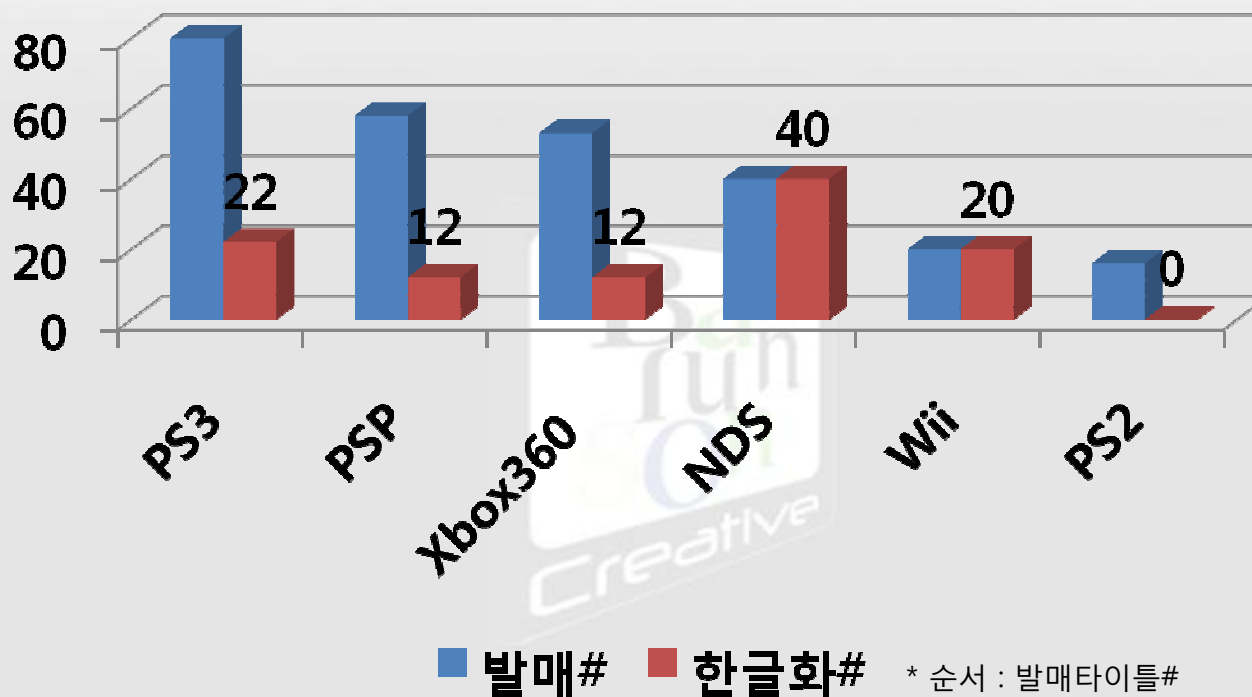
국내 발매 타이틀 수 (플랫폼별)



*Sony계열의 다수 타이틀 발매가 두드러짐
Wii 타이틀 부족 (한국 전용 코드)*

06

한글화 타이틀 수 (플랫폼별)



시장 규모에 비해 한글화 타이틀 절대 부족
닌텐도의 한글화 필수 정책 지속추진

국내개발사

• 6개 회사

- 그라비티 / 대원미디어 (가나다순)
- 바른손크리에이티브 / 소프트맥스
- 스코넥엔터테인먼트 / 저스트원인터랙티브

발매타이틀

• 8개 타이틀

- NDS 7개 타이틀 (마법천자문 外)
- Xbox360 1개 타이틀 (마그나카르타2)

해외 수출

• 3개 타이틀

- NDS 2개 타이틀 (아이언마스터, 라그나로크DS)
- Xbox360 1개 타이틀 (마그나카르타2)

* 단순 이식작 및 Localization제외

08

국내 개발 주요 Title



(주)바른손크리에이티브
 자체 개발 / 퍼블리싱
 오리지널 개발 I.P
 한국/일본 출시
 이달의 우수게임



스코넥엔터테인먼트
 닌텐도 퍼블리싱
 출판계 베스트셀러
 I.P
 한국 출시
 게임대상 우수상



그라비티
 자체 기획 / 퍼블리싱
 온라인게임 I.P
 한국/일본 출시
 게임대상 인기게임상

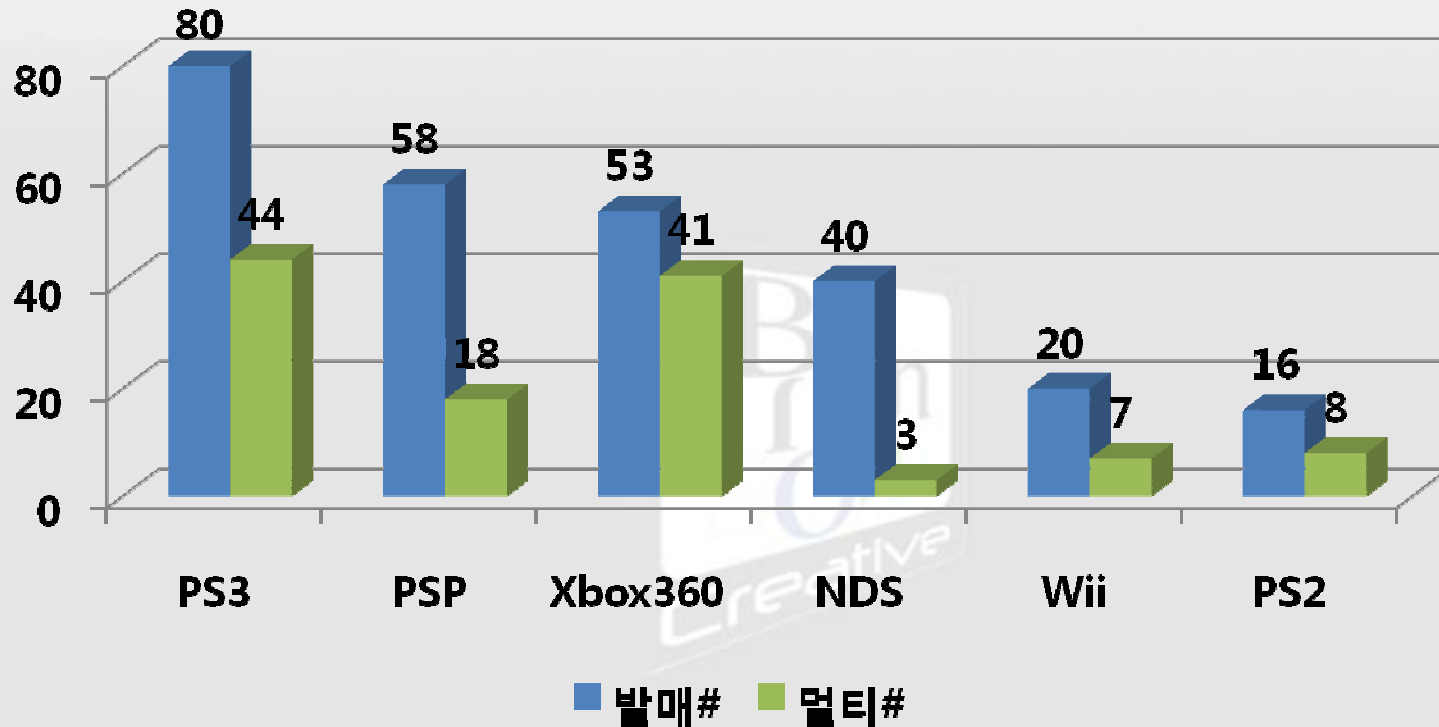


소프트맥스
 반다이남코 퍼블리싱
 PC 패키지 게임 I.P
 한국/일본/북미/유럽
 게임대상 우수상

* 출처 : Media Create(일본). 2009.12.

09

멀티플랫폼 발매 타이틀 수(플랫폼별)



휴대용콘솔, 특화된 독점 타이틀 다수
PS3의 독점 타이틀 다수 발매가 두드러짐

10

멀티플랫폼 발매 확대 원인과 효과

원인

- 본사 정책에 따라 발매 기종을 정하는 외국계 기업의 한국지사가 발매처의 대부분
- 한글화를 거치지 않고 단기에 다 기종으로 출시하여 Risk 분산

파급효과

- 대작일수록 멀티 플랫폼으로 개발 추세 → 과거에 있어 왔던 대작 타이틀에 의한 특정 콘솔의 견인효과 약화
- ex) 위닝일레븐, 철권, 닌자가이덴

11

플랫폼 홀더 주요 마케팅



마이크로소프트(MS Korea)

대규모 유저 행사 개최(Xbox Invitational 2009)



소니(SCEK)

대구 e-Fun 2009 참가



닌텐도(Nintendo of Korea)

지속적인 TV Campaign 실시, 빅모델 광고

'2009 국내 비디오게임 주요 Issue

01

한글화 타이틀 부족 (퍼블리셔 사업성 요인)



참고) 일본 비디오 업계 예

● 내수시장 기반
다수 개발경험
풍부한 인력 풀

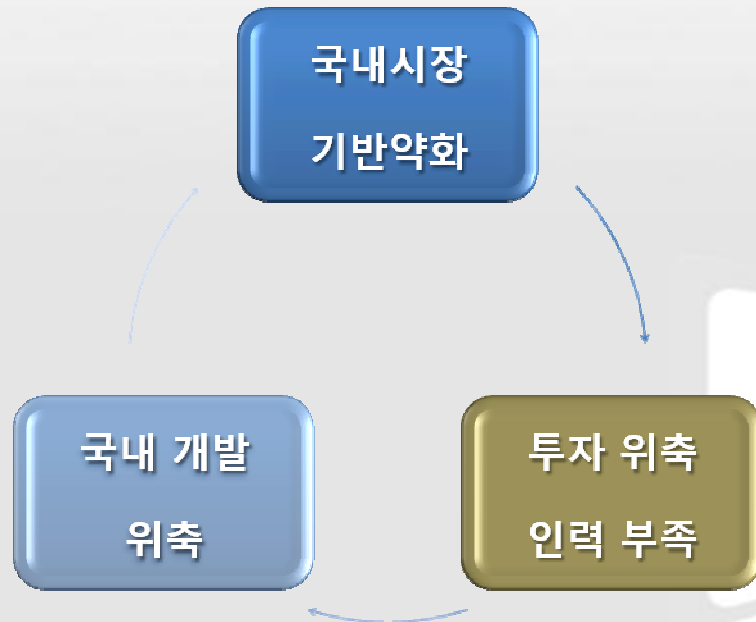
● 치열한 경쟁 →
I.P 선별
해외 시장 진출
여력 확보

● 해외 시장 성공
현지 거점 확보 → 해
외 시장 동기화
(해외스튜디오)

내수 기반으로 경쟁력 있는 세계 시장 진출

03

비디오게임 국내 개발 저조 (2/3)



국내 시장 조성 선결 요건

투자

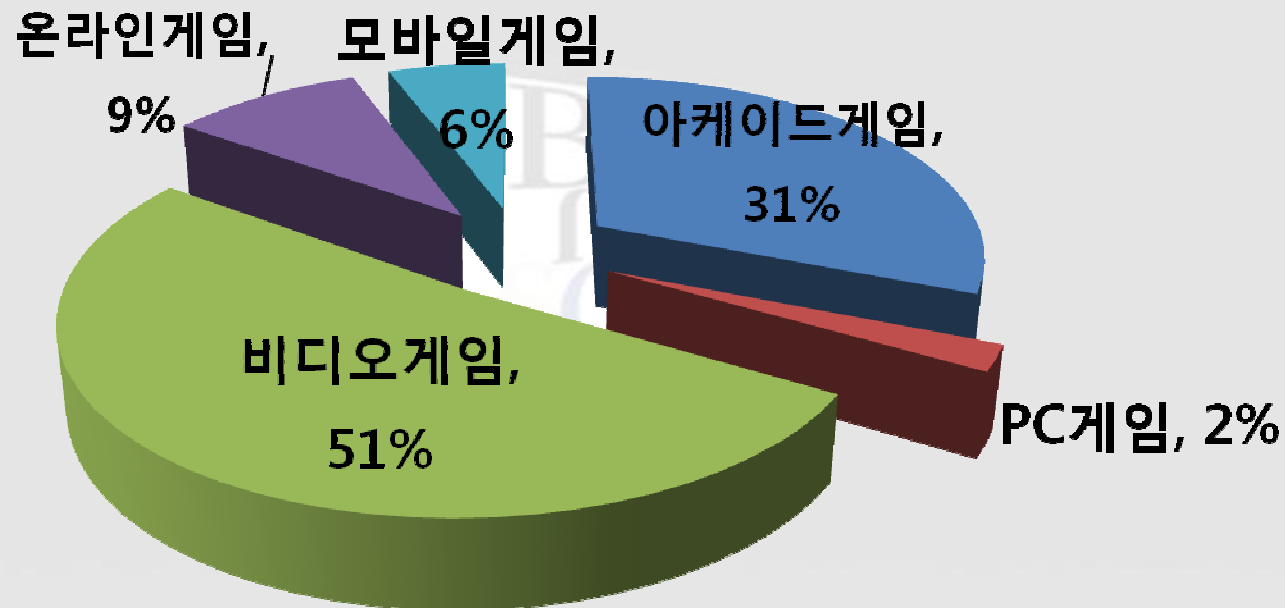
- 기업 선행 투자
- 해외시장 진출에 대한 가치 부여

인력

- 비디오게임 개발 인력 전략적 양성

**비디오게임의 내수 기반 조성에 앞서,
세계시장 진출을 위한 선행 투자가 필요**

참고) 전세계 게임 시장 구성 ('2009 추정)



세계 게임시장의 *Majority* 공략!

* 출처 : 문화관광부 2008.12.3 발표자료

05

다운로드 게임 서비스 확대



전세계 동시 접속자 200만 돌파
 전 기종(Xbox)부터 안정적 서비스 구현
 Facebook, Twitter등의 SNS 서비스 실시
 Xbox Live Arcade 게임의 용량 확대
50위권 내 서비스 게임 평균 수익 약 35억



전세계 등록 계정 2000만 돌파
 PS3 가상 공간 커뮤니티 서비스 Home
 (유저수 400만 돌파)
 다운로드 전용 기기 PSP Go 출시
 PSN 전용 라인업 확충에 주력
국내 개발 PSP 타이틀 서비스 중

* 출처 : Media Create(일본). 2009.12.

06

상반기 환율, 금융위기 강타



높은 수입 의존도

- 해외 기업의 지사 형태가 대부분
- 국내 개발 → 해외수출 시작 단계
- 콘솔기기 금액 비중 높음

콘솔&타이틀
가격 인상

- 소니 PS3, PSP 4만원 인상 (2009.4)
- 7만원대 정식 발매 타이틀 등장
- 가격인상과 금융위기, 소비심리 위축

한글화 타이틀
급 감

- 한글화 타이틀 발매 급감
- 예) 한국닌텐도 1st 파티 타이틀 (NDS)
- 2008년 15개 → 2009년 6개
- 영문 Multi Platform 발매 비중 급증

07

하반기 콘솔 가격 인하 경쟁

* 단위 :해외단가(USD), 국내가격 (원)

| | 소니 | MS | 닌텐도 |
|----|---|--|--|
| 해외 | PS3(Slim) 399→299 ('09.8) | Xbox360(Elite) 399→299 ('09.8) | Wii 249→199.99 ('09.9) |
| 국내 | PS3(Slim) ₩428,000 ('09.9) PS2 ₩178,000→₩148,000 PSP3005 ₩268,000--₩228,000 | Xbox360(Elite) ₩419,000 ('09.8) ←₩488,000 | Wii ₩220,000 ('08.4 변동없음) |

소니가 시작한 콘솔 가격인하 경쟁
 국내도 영향, PS3 하반기 판매 호전

08

국내개발 콘텐츠의 다양성 확대



도서출판 베스트셀러
아울북의 '마법천자문'

그라비티의 온라인게임
'라그나로크온라인'

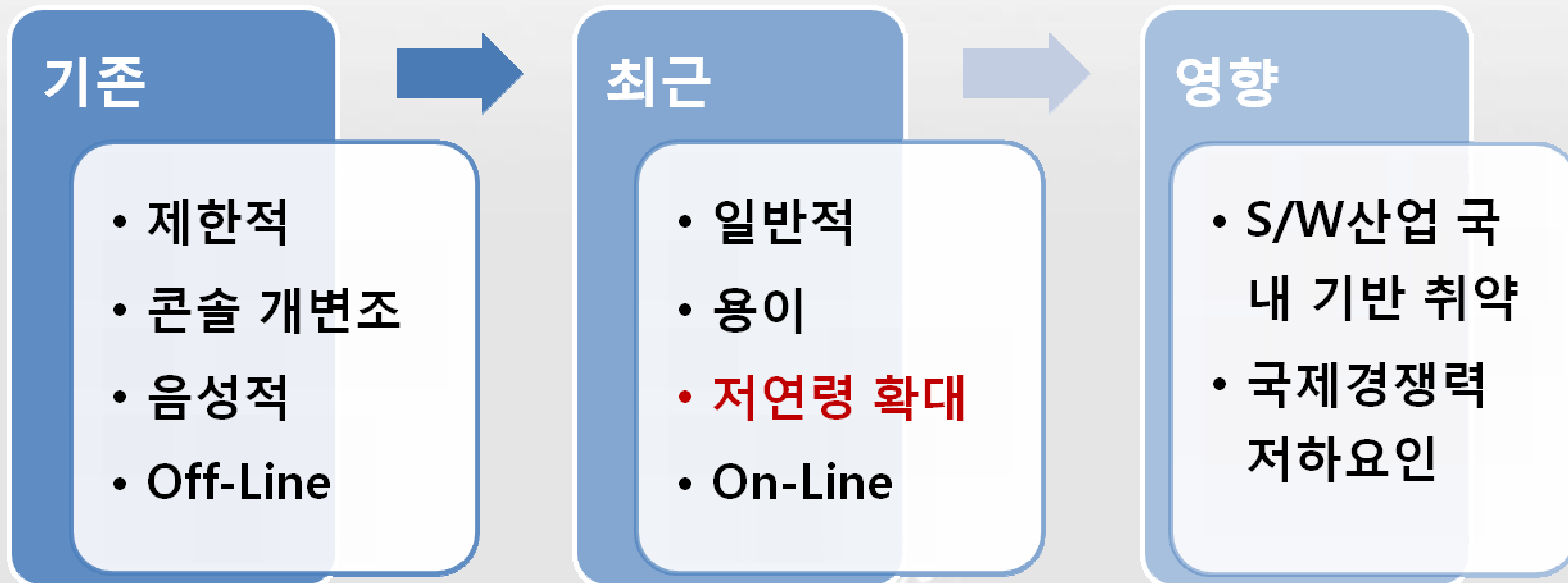
소프트맥스의 PC패키지게임
'마그나카르타'

바른손크리에이티브
자체 기획&개발

양적으로 열세이나, 내용면에서
다양한 I.P의 활용 시도가 이뤄짐

09

불법 복제 Issue



• '2008년 OECD 30개국 중 불법복제율 23위

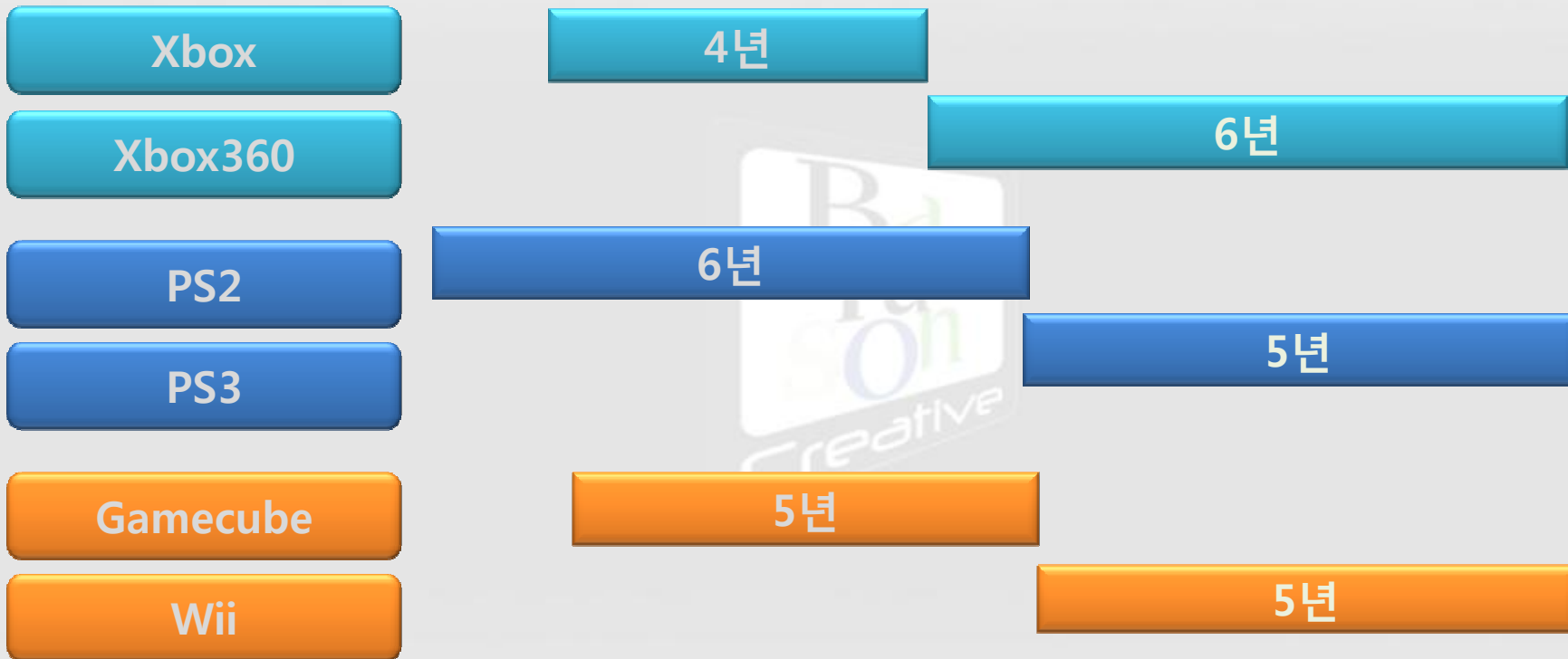
• 불법복제율 10%를 낮추면 2만개 일자리 창출, GDP 3조원 상승 효과

• 초등학생 등 저연령층 대상으로 의식전환 캠페인 절실

'2010 국내 비디오게임 전망과 과제

01 차세대 기종 Up-comming

2000 > 01 > 02 > 03 > 04 > 05 > 06 > 07 > 08 > 2009 > 2010



2010년 하반기 기종 전환 논의 활발 예상

* 출시년도 기준 단순 비교. 2010년말 기준.

02

기존 I.P의 비디오게임 접목 확대

- 해외 인지도가 높은 국내 캐릭터

캐릭터산업



- 해외 진출에 성공한 온라인게임

온라인게임



- 출판
- 기존 교육 커리큘럼

교육



타 산업부문에서 성공한 I.P
비디오게임으로 기획&개발
기존 인지도를 기반으로 해외진출

국내외 특화된
니치 마켓 공략
다양한 교육 I.P

**국내 비디오게임 산업의
Role Model 제안**

03

가치구매 선순환

음반

길거리 테이프
불법 MP3

모바일 음원시장
Good Downloader

영화

P2P 공유사이트
불법 복제 DVD

VOD시장 양성화
Good Downloader

전제조건 : 구매할만한 양질의 콘텐츠

비디오게임은?
소장가치 높은 *Good Contents*

04

캐주얼 시장 확대

소니

아이카메라

PSP Go, PSN

MS

NATAL

XBL Arcade

닌텐도

Wii & NDS

Wii-ware,

DSi

닌텐도의 상업적 성공 벤치마킹
신규 시장 수요 선점을 위한 본격적 경쟁
MS Natal에 대한 개발사 대응 활발(E3 2009)
온라인 다운로드 콘텐츠 시장 확대 기여

05

비디오게임 수출 확대

~2007년
내수 시장용

2008~2009
해외시장 진출

2010 ~

국내 I.P와 융합

경쟁력 있는 해외 진출 확대

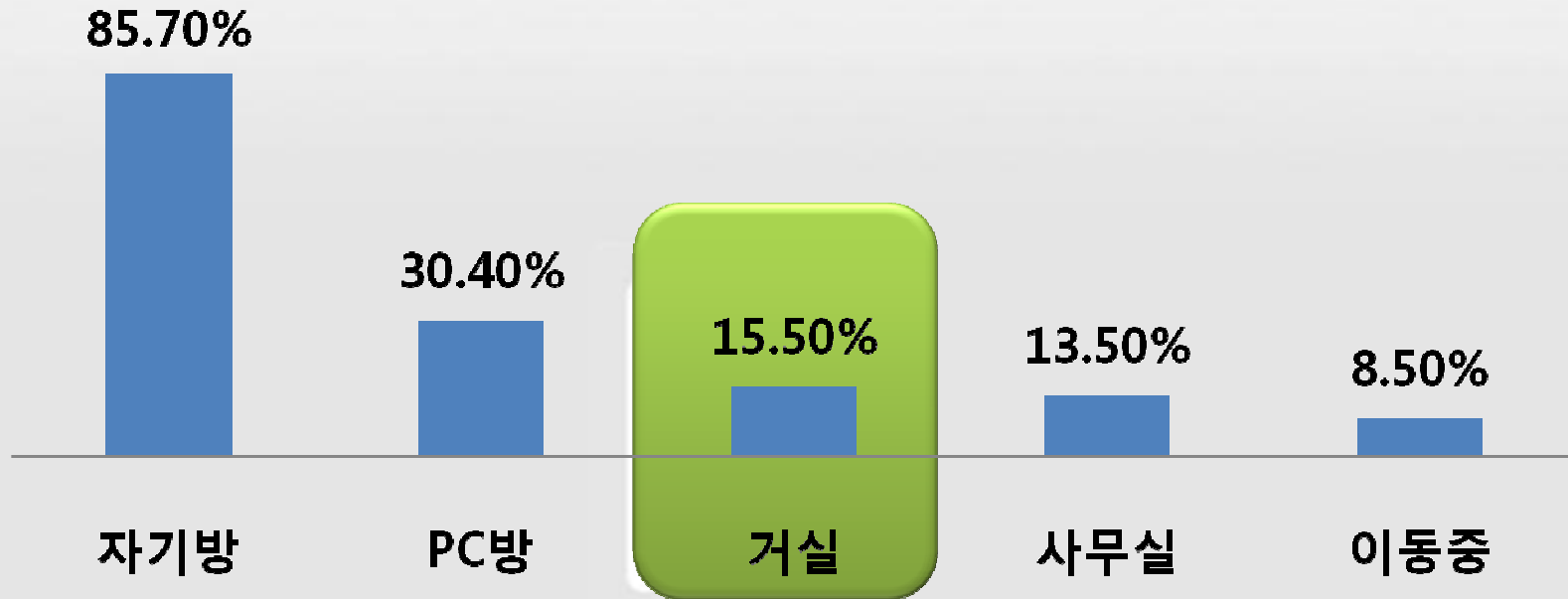
콘솔 온라인 서비스 공략

기종 전환기 신규 시장 선점

**현재 개발 진행 중인 프로젝트 2010년 출시
국내 업체간 협업으로 경쟁력 높이는 노력**

06

건강한 거실문화 제안 역할



비디오게임의 목표 점유 공간
가족적, 타인과 경험 공유, 건강한 놀이문화

•출처 : 전자신문 미래기술연구센터 조사
"2009 게임 메가트랜드 조사" 발췌

높은 고용 효과

- 개발인력 위주의 지식 기반 산업

평균연령이 젊은 청년산업

- 청년 실업 해소를 위한 인적 기반 모델

대표적인 녹색산업

- 소프트웨어 기반의 콘텐츠 산업

수출형 성장 모델을 갖춘 산업

- 해외 게임시장 중 최대 규모 점유

감사합니다.

