

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY



주간 심층이슈

『2012년 상반기 컴퓨터 소셜 네트워크 게임』

◎ 작성취지

- 본 보고서는 Screendigest가 2012년 9월에 작성한 <PC Social network gaming H1 2012>를 토대로 2012년 상반기 소셜 네트워킹 게임 주요 트렌드에 관해 정리 분석함

◎ 작성순서

1. 「페이스북 온라인 게임」
2. 「Zynga」
3. 「그 외 사업자별 추이」
4. 「방법론적 중요 사항」

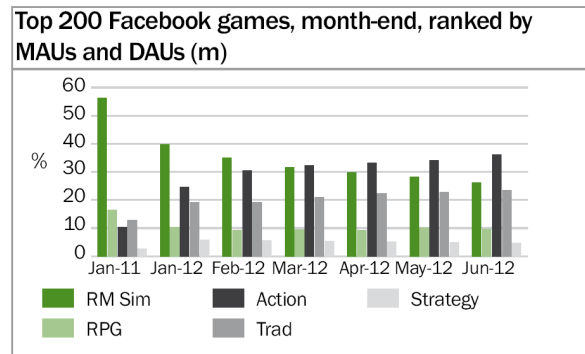
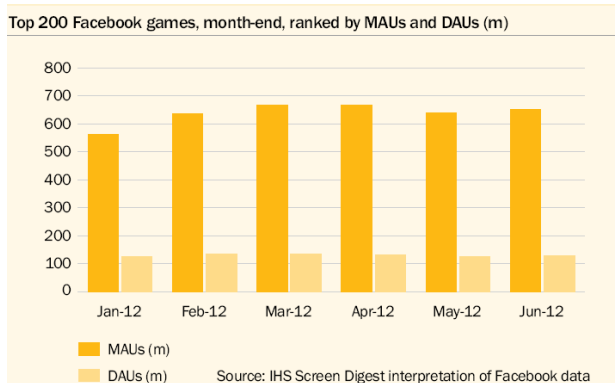
◎ 본문 요약

- 소셜 네트워크 웹사이트인 페이스북에서의 단기 사용자를 두고 벌이는 경쟁이 치열함. 그러나 아직 지속적인 사용자의 수는 비교적으로 변화가 적은 편임.
- 앱 센터(app center)가 등장하고, 가상 화폐로 사용하던 페이스북 크레딧을 없애는 등 페이스북의 게임 플랫폼이 점차적으로 개선되고 있음.
- FarmVill이나 CityVille 같은 자원관리시물레이션(resource management simulations)에서 벗어나 전통적인 게임 장르, 액션 게임 등을 활용하려는 시도가 계속되고 있음.
- Zynga는 세 가지 부분에서 지속적인 노력을 기울이고 있음. 1) 페이스북 내에서의 사업을 지속할 것 2) 페이스북에서 일정 부분 독립해 나올 것 3) iOS와 Android에서 중요한 견인을 해 낼 것
- Electronic Arts 는 페이스북 게임 시장에서 오래 지켜온 2인자 자리를 유지하기 위해 힘써왔으나, Wooga가 지난 해 이를 매우 가깝게 따라잡았음.
- 2011년 중반까지만 해도 시장에서 마이너 플레이어였던 King.com은 특별히 Saga 관련 몇몇 게임에 초점을 맞추어 뺏어나가고 있음.
- Google은 2012년 4월 Google Plus 네트워크의 가입자가 일억 칠천만명을 넘어섰다고 밝힘. 그러나 이는 여전히 페이스북의 가입자의 사용빈도와 수익성과는 비교할 단계가 아님.

1. 『페이스북 온라인 게임』

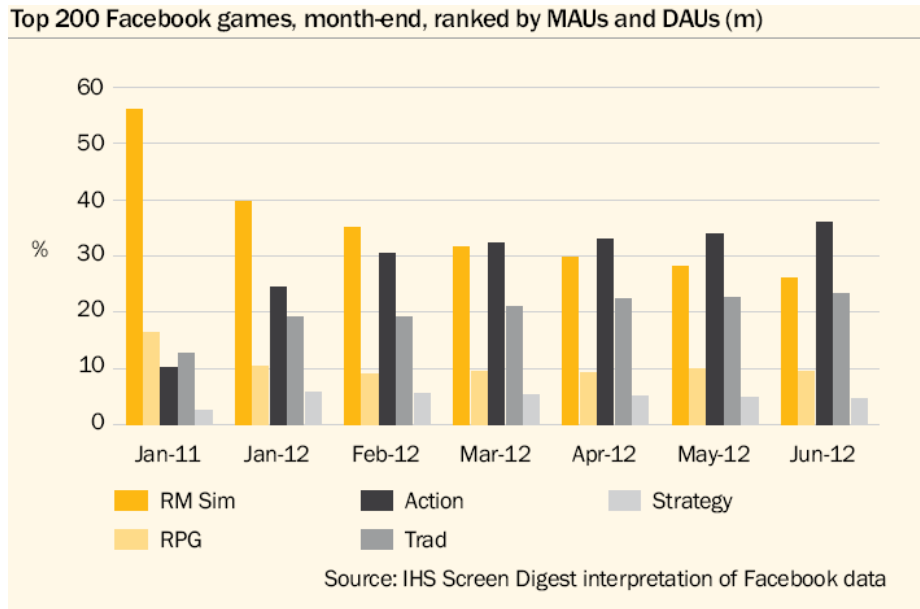
○ 2012년 상반기 페이스북 온라인 게임

- 상위 200개의 게임의 유저베이스(userbase)는 2011년과 별 차이 없이 안정적인 편임.(차트 1-1 참고)



- 2011년 4분기와 비슷한 양상을 보이는 2012년 1월에는 예외가 있었음. 페이스북의 methodology가 작년 10월에 바뀐 덕분에, MAU와 DAU의 큰 감소를 불러왔음 (MAU (Monthly Active Userbase)는 월 사용자, DAU (Daily Active Userbase) 일일 사용자를 의미함)
- 플랫폼에서의 경쟁은 여전히 치열함. 새로운 사용자를 끌어들이기 위한 지속적인 노력뿐만 아니라, 새롭게 떠오르는 장르들이 기존 장르들의 사용자들을 빼앗아 가는 것에 대해 맞대응할 수 있어야 함.
- 특별히 새롭게 런칭된 gem-matching/bubble shooter 게임 (Bubble Safari, Candy Crush Saga, Lost Bubble, Pyramid Solitaire Saga Bubble Blitz 등)을 눈여겨 보아야 할 것.
- 페이스북은 지속적으로 게임 플랫폼을 개선하는 중임. 가장 눈에 띄는 것은, 분기가 끝나갈수록 앱 센터를 소셜 네트워크 게임 사업의 중심에 놓는 것과 페이스북의 크레딧을 가상화폐로 사용하지 않게 하는 것임
- 페이스북 크레딧을 사용하지 않게 됨에 따라 사용자들은 지역에 따라 유연성 있게 가격을 지불할 수 있고, 크레딧을 구매하는 데 따르는 추상성이 없어짐. 사용자들은 자국 화폐에 기초하여 게임을 구매할 수 있음. 하지만 페이스북의 결제 통로로서의 역할에는 변화가 없을 것으로 보임.
- 2011년 후반기의 중요 콘텐츠 트렌드는 2012년에도 지속됨 자원관리 시뮬레이션 게임 (RM Sim)의 불황과 함께, 전통적인 게임 장르와 액션 게임 장르의 활약이 두드러짐.
- 아래 차트 (차트 1-2 참고)는 2011년과 2012년 사이의 변화와 올해 전반기의 지속

적인 변화의 경향을 보여줌.



- RM Sim 게임 (FarmVill, CityVille 등)은 2009년부터 2010년까지 페이스북을 게임 플랫폼으로 부상할 수 있도록 하는데 가장 큰 공헌을 함. 이 게임들은 소셜 네트워크 게임을 발전시키는데 게임의 이미지를 굳히는 데 중요한 역할을 했음.
- 하지만 이러한 장르들은 2011년에 포화 상태를 겪음. 대신에 전통적인 장르 (카지노, 가정용 게임) 과 액션 (퍼즐, bubble shooter, gem-matching 게임등)의 부상이 두드러짐. 사용자들이 점점 더 빠르게 결과를 얻을 수 있는 짧은 게임들을 원하기 때문에, 사업자들은 페이스북의 소셜 미디어적인 특성을 포함하여 이러한 전통적인 가벼운 게임들을 재생산해내고 있음.

2. Zynga

○ Zynga의 세 가지 과제

- 페이스북에서의 사업을 지속할 것
- 페이스북에서 일정 부분 독립해 나올 것
- iOS와 Android에서 중요한 견인을 해 낼 것

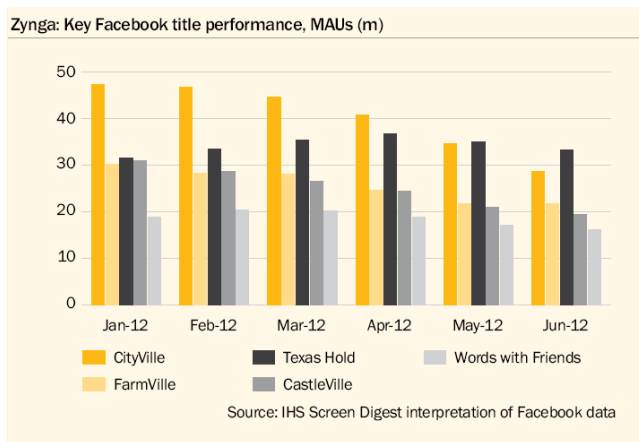
○ Zynga의 발전 추이

- 모바일 부분에서 지속적으로 활동하고 있는 사용자의 수는 계속 늘어나고 있으나, 사업자는 아직까지 그에 따른 수익을 내지는 못하고 있음.
- 2011년 새로운 게임들을 발표했으나 (Mafia Wars 2, Adventure World) Zynga는

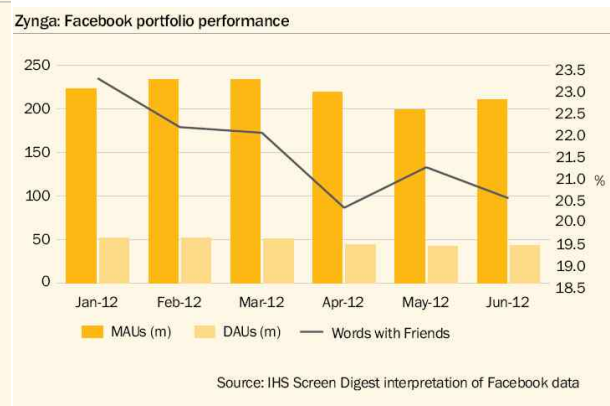
FarmVille이나 CityVille로 모은 사용자의 수를 유지하는데 실패함.

- Empires&Allies와 CastleVille은 정점을 찍고 있으나, 이러한 수치가 FarmVille과 Texas Poker가 가져다 준 만큼의 수익을 보장할 것으로 보이지는 않음.
- Zynga는 이전 제품들로 엄청난 수익을 냈지만 최근의 상황 (액션 장르에는 Ruby Blast로 갓 입성했고, 카지노 스타일 게임으로는 최근 Zynga Slingo을 통해 범위를 확장함)을 고려했을 때 과거의 활약이 현재 유효한지에 대해서는 의문임.
- Mafia Wars 2의 실패가 증명했듯이 EA의 The Sim's Social의 변형판인 The Ville과 FarmVille 2가 속편의 한정적인 역할에도 불구하고 service-oriented gaming의 영역을 충족시킬 수 있을지는 의문임.
- 자세한 사항은 차트 2-1과 2-2를 참고할 것

<차트2-1>



<차트 2-2>



- Zynga는 최근 페이스북과 밀접하게 연계된 브라우저 플랫폼인 Zynga.com을 런칭함. 현재 단계로서는 콘텐츠와 사용자 ID, payment/billing facility를 해당 소셜 네트워크에서 직접적으로 가져다 사용하고 있기 때문에 플랫폼이라기보다는 발코니에 가깝다고 볼 수 있음.

○ Distinctive Advantage

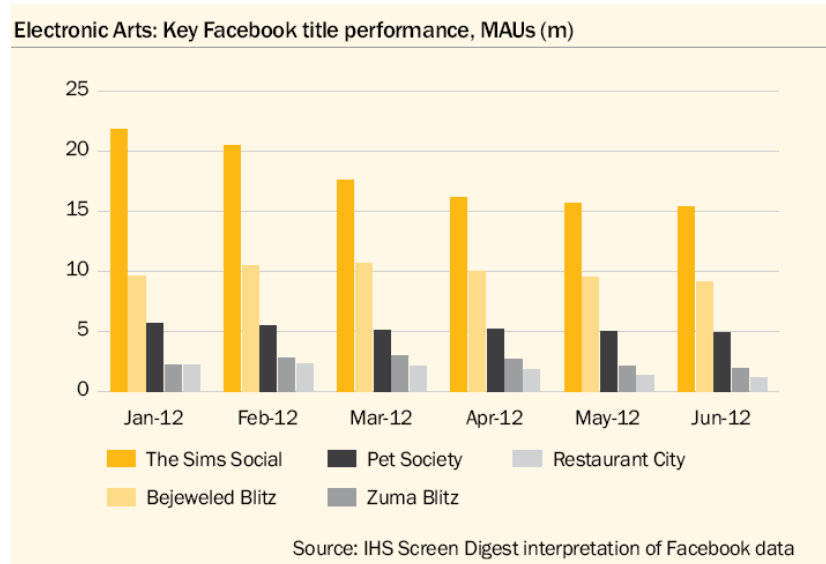
- 게임마다 친구 목록을 개별적으로 불러올 수 있게 했기 때문에 페이스북의 이미 존재하고 있는 친구 목록에 영향을 받지 않는다는 점.
- 이것은 각 게임마다 유저베이스가 Zynga.com을 통해서 자생적으로 자랄 수 있게 함.

3. 『그 외 사업지별 추이』

■ Electronic Arts, Kings.Com, Wooga, Google+

○ Electronic Arts

- Electronic Arts 는 페이스북 게임 시장에서 오래 지켜온 2인자 자리를 유지하기 위해 힘써왔으나, Wooga가 지난 해 이를 매우 가깝게 따라잡았음.
- 그러나 6월말 경 EA가 근소한 차이로 Wooga를 앞서나가고 있을 때, King.com이 지난 6개월간의 지속적인 성장을 통해서 두 사업자 모두를 추월해 나감.



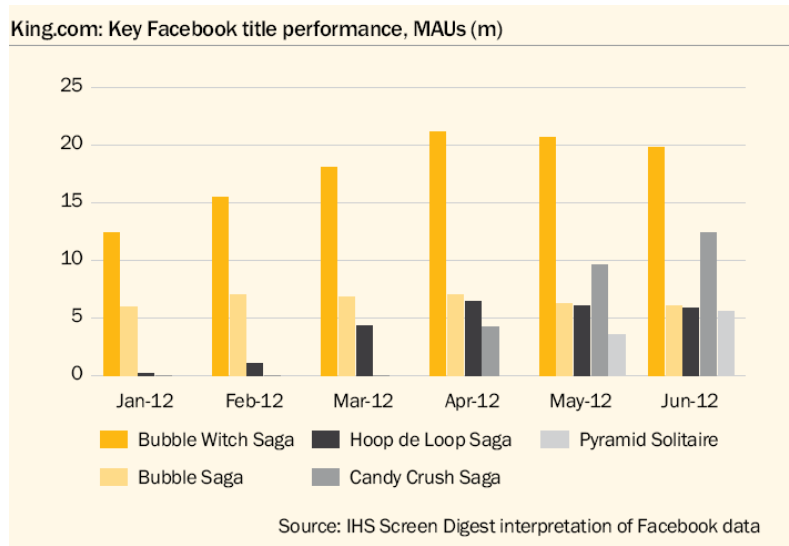
- EA가 *The Sims Social*로 2011년 3분기에 공전의 히트를 기록했지만 이후 9개월 동안은 MAU 최대치의 1/4 이상 하락세를 보임.
- 나머지 제품은 정지해있는 것으로 보이지만 수치상으로는 낮음. *The Sims Social*을 대체할 새로운 콘텐츠가 나오지 않으면 EA는 사업자 리그에서 지금보다 더 추락하게 될 것으로 보임.
- 현재 EA가 희망을 걸고 있는 것은 *Sim City Social*임. 이는 이전 제품과 비슷하지만, 다른 방식의 플레이를 제공함. (라이프스타일 시뮬레이션이 아니라 도시 관리 버전임) 이는 지난 해부터 이미 인기를 잃고 있는 장르이지만, EA는 이 장르에서 지속적인 성공을 거두어 온 경험이 있기 때문에 예상과는 다른 결과를 낼 수도 있을 것으로 보임.
- 그렇지 않다면 EA가 페이스북 게임 시장의 일반적인 트렌드나 게임IP의 트렌드에 지나치게 느리게 반응하는 것이 문제가 될 것.

○ Kings.Com

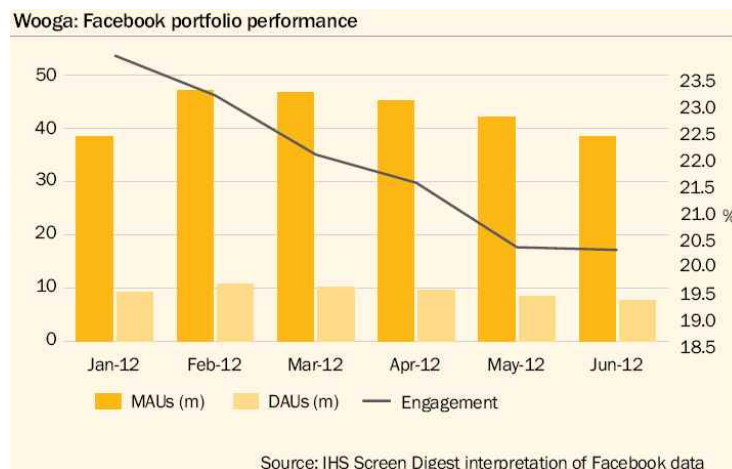
- 2011년 중반까지 소규모 업체였던 King.com은 페이스북 게임업계에서 2인자로 올라서며 괄목할만한 변화를 가지고 옴.
- Arcade-style funflow가 별다른 견인력이 없자 Saga류의 게임에 중점을 두어 영역을 넓혀가고 있음. (아래 차트 참고)

○ WOOGA

- 지속적인 성장을 거친 후 Wooga는 이제 페이스북에서 자리를 굳건히 잡았으며, 이제 하락세에 접어들었다고 보아도 될 것임. (차트 2-5 참고)



<차트 2-5>



- 현재까지 발표된 게임은 8게임 (2012년에는 개발된 상품이 없음)
- 정체기를 겪고 있는 Wooga를 통해서 소셜 네트워크 게임의 라이프사이클이 어떠한지 알 수 있음.
- Wooga는 현재 페이스북 외의 사업 (google+ 관련 사업과 HTML5의 앱 Magic Land:Island 서비스)에서 철수하고 한 곳에 초점을 모으고 있음.

○ GOOGLE+ as games platform

- 2011년 6월 런칭 후 Google+는 아직 소셜 네트워크 게임 업계의 블랙박스로 남아있음.
- 2012년 4월을 기점으로 1억7천만 명의 사용자 수를 앞세우고 있지만, 이는 구글이 다양한 서비스의 사용자 어카운트를 단일화하고 있기 때문임. 그러나 게임 관련해서는 피드백이 적은 것이 단점임.
- 몇몇 사업자들은 올해 G+ 프레임워크가 성공 가능성이 있다고 평가하고 있음. 하지만 이를 입증해줄 만한 결과는 아직 나타나지 않음.

- 그렇지만 최근 PopCap과 Wooga 두 사업체가 활동을 시작함. 이 두 업체는 몇가지 공통점이 있는데, 페이스북 게임에서 중요한 사업자 역할을 오랫동안 해 왔다는 것이고, 그동안 발표된 게임들을 통해서 넓은 범위의 사용자 데이터베이스를 가지고 있으며, 또한 전통적인 게임 포맷을 현재 사용자들을 끌어들이 수 있는 서비스로 전환할 수 있는 능력이 있다는 것임.
- G+가 적당한 사이즈의 사용자 데이터베이스를 가지고 있지만, 여전히 소셜 그래프의 중요성이나 복잡성에 있어서, 특별히 사용자들의 지속적인 호응도나 수익성 면에서는 페이스북에 뒤떨어짐,

4. 『방법론적 중요 사항』

○ Facebook

- 이전의 페이스북에 대한 MAU 평가는 상위 200개의 게임 중 하위권의 붕괴율을 추정하여 분석했었음.(?)
- 그러나 다음의 두 가지 이유로 평가를 전환하려고 함. 첫 번째로 페이스북은 2011년 10월 이후로 한두 가지 정도의 중요한 수치로만 게임의 이용 빈도를 나타냄.
- 두 번째로 페이스북의 광범위한 데이터를 수집할 수 있게 되어(하루 1,000개 정도의 게임), 2011년 4분기와 그 이후의 정보에 정확성을 더할 수 있게 됨. 또한 플랫폼으로서의 페이스북에 대한 향상된 소급적 평가를 내릴 수 있게 됨.

○ Zynga

- Zynga 의 페이스북 앱 중 몇 가지는 직접적인 게임의 형태를 띠고 있지 않음. 예를 들어 Draw Something, 같은 경우, iOS/Android 사용자들은 페이스북에 결과물을 공유할 수 있지만 이것은 그 자체로는 페이스북 게임으로 분류되지 않음.(도표 4-1 참고)

Zynga's non-game Facebook apps

Title	MAUs	DAUs
Draw Something	21.5m	4.5m
Zynga	5.7m	1.2m
Scramble with Friends	5.7m	2.0m
Hanging With Friends	2.7m	0.6m
Zynga Game Bar	2.0m	0.7m
Dream Heights	0.4m	0.1m
Chess with Friends	0.3m	0.1m
Dream Zoo	0.2m	0.1m
Total	38.5m	9.3m

Source: Facebook
(*as of end Jun-12)