제 6 장
기타 국가 게임산업 동향

제 1 절 라틴 아메리카

라틴 아메리카 지역의 전체 게임시장의 규모는 2006년 5억 8,600만달러로 집계되었으며 향후, 매년 평균 8.4%의 성장률로 2011년경에는 11억 1,600만달러 정도의 규모가 될 것으로 예상된다.

이 지역은 모바일게임과 핸드헬드 게임에서 꾸준한 강세를 보인다는 점이 특징적이며 새로운 플랫폼이 출시되면 콘솔 시장 역시 탄력을 받을 것으로 예상된다. 다른 지역에 비해 상대적으로 PC게임의 비중이 큰 것도 이 지역의 특징인데, 이는 인터넷을 기반으로 하는 온라인 게임이나 차세대 콘솔용 게임과의 경쟁이 덜하기 때문이라 할 수 있다. 모바일게임의 경우에는 이 지역에 아직 인터넷 보급률이 높지 않아 휴대폰이 텔레비전 다음의 엔터테인먼트 채널로 활용되고 있다는 점이 꾸준한 동력이 되고 있다.

라틴 아메리카의 콘솔 및 핸드헬드 게임시장은 2006년의 4억 7,000만달러에서 2011년에는 7억 3,300만달러 정도의 규모가 될 것으로

〈표 4-6-1-01〉 라틴 아메리카 게임 시장규모 및 전망 : 2006~2011 (단위 : 백만달러)

구 분		2006	2007	2008	2009	2010	2011
콘솔/핸드 헬드게임	매출액	470	590	656	683	708	733
	성장률	-	25.5%	11.2%	4.1%	3.7%	3.5%
PC게임	매출액	116	125	129	132	135	138
	성장률	-	7.8%	3.2%	2.3%	2.3%	2.2%
모바일게임	매출액	-	96	119	145	185	245
	성장률	-	-	24.0%	21.8%	27.6%	32.4%
합계	매출액	586	811	904	960	1,028	1,116
	성장률	-	38.4	11.5%	6.2%	7.1%	8.6%

※ 자료 : PWC 2007, Informa Telecoms & Media 2007

예상된다. 2006년 초, 마이크로소프트의 Xbox 360이 멕시코와 칠레, 콜롬비아에서 출시되고, 연말에 브라질에서 선을 보이면서 콘솔 하드웨어의 판매량이 2006년 한 해 동안 33.3%의 성장률을 보이며 약 120만대가 판매된 것으로 집계되었다. 콘솔 하드웨어 판매량은 2007년에 160만대 정도 선에 이를 것으로 보이며 이후에는 그 숫자가 고정될 것으로 보인다. 왜냐하면 Xbox360 이후 Nintendo나 Sony의 차세대 콘솔은 2007년 6월 시점에서 아직 라틴 아메리카 시장에 출시될 계획이 잡혀있지 않기 때문이다. 따라서, 이 시장은 차세대 콘솔이 출시되면서 본격적인 탄력을 받게 될 것으로 예상된다.

2006년 한 해 동안 판매된 콘솔/핸드헬드 게임 소프트웨어는 전년대비 7.1% 증가한 1,500만개로 집계되는데, 이는 Nintendo DS와 마이크로소프트의 Xbox360의 출시에 영향을 받은 것으로 풀이된다. 게임 판매량은 매년 8.9% 정도 증가하면서 2011년경에는 2,300만개 정도가 될 것으로 보인다. 라틴 아메리카 지역의 게임 소프트웨어 판매량은 2001년 이후 꾸준히 증가하고는 있으나, 불법복제 문제로 인해 공식적인 판매량은 이 지역의 인구에 비해 상대적으로 적은 수에 머무르고 있는 것으로 나타났다.

한편, 2006년에 출시된 콘솔 게임 소프트웨어의 평균 가격은 전년대비 3.8% 오른 31.33달러 수준이었는데, 2007년에는 Xbox360용으로 출시될 고가의 게임들로 인해 평균 소프트웨어 가격이 조금 더 상승할 것으로 예상된다. 이후, 게임 소프트웨어 평균 가격은 차세대 콘솔 사이클이 시작되는 시기에(2009년 정도) 다시 다소 감소할 것으로 예상된다.

전반적으로 라틴 아메리카의 2006년 콘솔/핸드헬드 게임 매출은 전년 대비 11.1% 증가한 4억 7,000만달러로 집계되었다. 콘솔/핸드헬드 게임의 매출은 2007년에 상당히 증가했다가 콘솔 시장이 성숙하게 되는 2008년부터는

〈표 4-6-1-02〉 라틴 아메리카 콘솔 하드웨어 판매량 및 전망 : 2006~2011 (단위 : 백만대)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
하드웨어 판매량	1.2	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
증감률	-	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※ 자료 : PWC 2007

〈표 4-6-1-03〉 라틴 아메리카 콘솔게임 소프트웨어 판매량 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
소프트웨어 판매량(백만개)	15	18	20	21	22	23
증감률	-	20.0%	11.1%	5.0%	4.8%	4.5%
평균 가격(USD)	31.33	32.80	32.80	32.52	32.16	31.88
증감률	-	4.7%	0.0%	-0.9%	-1.1%	-0.9%
총 매출액(USD Mil)	470	590	656	683	708	733
성장률	-	25.5%	11.2%	4.1%	3.7%	3.5%

※ 자료 : PWC 2007

그 성장세가 다소 주춤할 것으로 보이는데, 이에 따라, 2011년경에는 7억 3,300만달러 정도의 규모를 보일 것으로 예상된다.

라틴 아메리카 지역의 PC게임 시장은 2006년 1억 1,600만달러의 규모로, 이는 약 540만개의 소프트웨어가 한 해 동안 판매된 결과이며, 2011년에는 1억 3,800만달러에 이를 것으로 예상된다. 이 지역의 PC시장 규모가 그리 크지 않은 것은 낮은 PC 보급률과 만연한 불법 복제 때문이다. 그러나, 비록 절대적으로 규모가 적다해도, 다른 지역권과 비교할 때 전체 게임시장에서 PC게임이 차지하는 비중이 높은 편인데, 이는 낮은 브로드밴드 보급률로 인해 온라인게임이 그다지 이용되지 않는다는 점과 콘솔의 가격이 고가에 해당하고, 새로운 콘솔의 출시가 늦어지는데 따른 결과로 풀이할 수 있다. 이에 따라, 많은 게임들은 PC를 기반으로 플레이되고 있는데 경제상황이 나아져 PC 보급률이 상승한다면, PC게임이 보다 더 많은 인기를 얻을 것으로 예상된다.

PC게임 소프트웨어는 2011년경에는 660만개의 판매량을 기록하며 그 매출규모가 1억 3,800만달러 정도일 것으로 예상되는데, 이 숫자는 다른 지역에 비해 작은 편이지만, 전 세계적으로 PC게임 시장이 감소하고 있는 상황에서 2007년부터 연간 3.6%의 평균성장률을 보인다는 점에서 유의미하다.

모바일게임의 경우, 라틴 아메리카 지역이 전 세계에서 모바일 엔터테인먼트 시장의 성장이 가장 빠른 지역에 속하기 때문에 꾸준한 성장세를 보여 왔으나, 2006년 4분기에는 브라질의 Telemar, 칠레의 Entel, 베네주엘라의 Movilnet, 멕시코의 Radiomovil Dispa와 같은 주요 업체들의 가입자당 평균수익(ARPU)이 하락하는 경향을 보였다. 이러한 하강세는 베네주엘라 50%, 칠레 22%, 브라질 18% 정도로 모바일 유저의 규모가 상당히 증가한 것과 연관이 있는 것으로 해석되는데, 남미지역의 경우, 중산층의 숫자가 적고 저소득 계층의 비중이 높기 때문에 여러 성능을 갖춘 비싼 최신 기기가 그다지 선호되지 않는 경향으로 저소득층 가입자는 늘었으나 평균수익은 하락하는 현상을 보인다.

한편, 라틴 아메리카 지역의 모바일 엔터테인먼트 시장에서 게임은 음악 다운로드에 이어 두 번째로 큰 시장을 형성하고 있는데, 텔레비전을 선호하는 지역권의 특성상 모바일 TV와의 경쟁이 예상되고 있어 향후, 그 추이가 주목

〈표 4-6-1-04〉 라틴 아메리카 PC게임 소프트웨어 판매량 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
소프트웨어 판매량(백만개)	5.4	5.8	6.0	6.2	6.4	6.6
증감률	8.0%	7.4%	3.4%	3.3%	3.2%	3.1%
평균 가격(USD)	21.53	21.62	21.44	21.25	21.07	20.89
증감률	2.2%	0.4%	-0.8%	-0.9%	-0.8%	-0.9%
총 매출액(USD Mil)	116	125	129	132	135	138
성장률	10.5%	7.8%	3.2%	2.3%	2.3%	2.2%

※ 자료 : PWC 2007

〈표 4-6-1-05〉 라틴 아메리카 모바일 엔터테인먼트 시장 전망 : 2007~2012 (단위 : 백만달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
음악	313.2	359.5	407.7	473.8	572.0	720.4
게임	95.6	118.7	144.8	185.3	244.7	330.2
TV	3.8	6.2	27.1	128.5	280.6	479.9
TV (브로드캐스팅)	0.0	0.6	8.1	88.3	230.7	436.1
TV (스트리밍)	3.8	5.7	19.0	40.2	49.9	43.8
동영상	42.4	52.7	64.7	80.3	103.0	138.5
이미지	70.8	77.0	81.1	84.3	86.7	88.1
합계	529.6	620.4	752.5	1,080.7	1,567.6	2,237.0

※ 자료 : Informa Telecoms & Media 2007

된다.

아르헨티나, 멕시코와 더불어 라틴 아메리카에서 가장 큰 모바일 엔터테인먼트 시장을 형성하고 있는 브라질의 경우, 전체 모바일 엔터테인먼트 시장에서 모바일게임이 차지하는 비중이 지속적으로 증가하는 추세로, 2012년경에는 약 24% 정도의 비중을 차지하게 될 것으로 예상된다. 브라질에서 모바일게임은 2005년과 2006년 두 해 연속 매우 가파른 상승세를 보였는데, 모바일게임 콘텐츠 분야의 리더인 Claro는 2006년 첫 8개월 간 800,000건의 다운로드를 기록했으며, 2008년에는 보다 많은 수익이 창출될 것으로 기대하고 있다. 또다른 모바일게임 콘텐츠 제공자인 Vivo는 자사의 Vivo Portal을 통해 브라질 개발사인 F.Biz가 Supportcomm과 공동으로 개발한 새로운 게임을 선보였는데, 이 게임은 플레이어가 또다른 세계에 존재하는 이상한 집에서 깨어남과 동시에 자신이 감금되어 있다는 사실을 깨닫고, 자신이 누구이며, 누가 자신을 납치했고, 어떻게 살아서 탈출할 것인지를 알아내야 하는 내용으로 ARG(Alternative Reality Games) 장르의 모바일게임이다.

제2절 캐나다

캐나다는 전체 가정의 2/3가 게임을 플레이할 수 있는 장치를 보유하고 있으며 Electronic Arts를 비롯한 수많은 게임 개발사가 둥지를 틀고 있어 '비디오게임 산업의 할리우드'라 불리고 있다. 이는 캐나다가 정부 차원에서 게임 산업을 장려하기 위해 세금 감면과 같은 인센티브를 제공하고 있기 때문이다. 예를 들어, 몬트리얼은 특히, 70개 이상의 게임 개발사 및 4천명 이상의 종사자가 상주하는 지역으로, 이 지역이 게임 개발업의 메카가 되고 있는 데에는 하이테크 분야에 지원되고 있는 정부 차원의 세금 혜택 때문이다. 이에 따라, 현재 북미 지역에서 가장 많이 팔리는 게임들의 20% 정도가 캐나다에서 개발되었을 정도로 게임 개발 분야에 있어 강세를 보이고 있다. 2006년 11월 캐나다 정부는 미화 180만달러를 투자하여 게임 개발을 지원한다는 계획을 발표했는데 이에 따라, 영화 및 텔레비전 산업분야의 지원을 맡고 있는 Telefilm Canada에서 새로운 게임 개발을 위한 자금을 지원하는 등의 정책을 시행하고 있다.

캐나다의 전체 게임시장은 2006년 8억 7,200만달러를 기록했는데 이후 9.6%의 연평균 성장률을 통해 2011년경에는 14억달러 정도의 규모에 이를 것으로 예상된다. 콘솔/핸드헬드 게임 시장의 경우, 2006년 4억 2,500만달러의 규모를 보였는데 2011년경에는 5억 5,400만달러의 규모로 성장할 것으로 보이며, 이는 연간 5.6%의 성장률에 해당한다. 2007년에 새로운 콘솔들이 대거 출시되면서 높은 수준의 성장률을 보였는데, 2008년부터는 다시 안정된 수준의 성장률을 보일 것으로 예상된다.

PC게임 시장의 경우 2007년에 소폭의 증가세를 보였는데, 이는 Microsoft의 Vista 운영체제 출시와 MMOG의 인기에 힘입은 것으로 풀이된다. 그러나, 2008년부터는 다시 이전의 하락세로 돌아설 것으로 보인다.

온라인게임 시장은 2006년 2억 4,800만달러를 기록하였으며 2011년경에는 4억 7,600만달러의 규모로 성장할 것으로 보인다. 이는 14%의 연평균 성장률에 해당한다.

모바일게임 시장은 캐나다 게임시장에서 가장 높은 수준의 성장률을 보일 것으로 예상되며, 2006년의 8,6000만달러 규모에서 2011년경에는 2억 3,000만달러의 규모로 성장할 것으로 예상된다. 이는 캐나다에 고성능 휴대폰의 보급률이 상승하면서 모바일 엔터테인먼트 시장이 탄력을 받게 될 것으로 예상되기 때문이다.

캐나다 콘솔 하드웨어 시장은 대체로 5년마다 새로운 콘솔들이 출시되면서 새로운 사이클이 시작되는 경향을 보인다. Microsoft는 다른 콘솔들이 출시된 1년 후에 Xbox를 출시했던 이전 사이클과는 달리, 이번의 새로운 사이클에서는 2005년 11월에 경쟁사들의 콘솔보다 1년 먼저 Xbox360을 출시함으로서 2006년 한 해 동안 평균 352달러(USD)의 가격으로 총 25만대의 판매량을 돌파하였다.

〈표 4-6-2-01〉 캐나다 게임 시장 규모 및 전망 : 2006~2011 (단위 : 백만달러)

구 분		2006	2007	2008	2009	2010	2011
콘솔/핸드헬드게임	매출액	425	491	519	533	546	554
	성장률	9.8%	15.5%	5.7%	2.7%	2.4%	1.5%
PC게임	매출액	110	115	114	110	109	108
	성장률	-0.9%	4.5%	-0.9%	-3.5%	-0.9%	-0.9%
온라인게임	매출액	248	304	363	410	438	476
	성장률	33.3%	22.6%	19.4%	12.9%	6.8%	8.7%
모바일게임	매출액	86	124	165	197	217	230
	성장률	48.3%	44.2%	33.1%	19.4%	10.2%	6.0%
합계	매출액	869	1,034	1,161	1,250	1,310	1,368
	성장률	17.2%	19.0%	12.3%	7.7%	4.8%	4.4%

※ 자료 : PWC 2007

Sony는 Microsoft보다 1년 늦은 2006년 11월에 미국 시장과 캐나다 시장에 PS3를 출시하였는데, 20GB 하드 드라이브 모델은 485달러(USD), 60GB 하드 드라이브 모델은 582달러(USD)의 가격으로 출시하였다. PS3는 게임뿐만 아니라, 음악을 재생하는 기능과 블루레이 디스크 플레이어를 장착하여 고해상도 영화 감상이 가능한 가정용 엔터테인먼트 센터라는 컨셉으로 마케팅을 하였다. 상대적으로 높은 가격과 여전히 인기를 유지하고 있는 PS2로 인해(2006년 캐나다에서만 30만대 이상 판매) 출시 직후의 판매량은 다른 차세대 콘솔에 비해 저조한 편이나, 장기적으로는 다소 증가할 것으로 예상된다.

Nintendo도 Sony와 비슷한 시기에 Wii를 247달러(USD)에 캐나다 시장에 출시하였고, 2006년 한해 동안에만 8만대 이상을 판매하였다. Wii는 콘솔의 출시와 더불어 20개 정도의 게임 타이틀이 함께 출시되었는데, 2006년말 경에는 새로운 게임 33개가 추가로 출시되었으며, 여기에 다운로드가 가능한 30종의 Virtual Console classics까지 추가되었다. Wii는 게임큐브를 비롯한 Nintendo의 이전 콘솔기기용 게임들의 플레이가 가능하며 Electronic Arts, Activision, Ubisoft와 같은 서드 파티들의 강력한 지원을 받아 플레이할 수 있는 소프트웨어를 충분히 확보할 수 있었다.

Wii 또한 터치(모션)에 반응하는 햅틱 테크놀로지를 도입하였는데, 이러한 경향의 콘트롤러는 향후, 게임시장에서 꾸준히 등장할 것으로 예상된다. 새로운 콘트롤러들은 유저로 하여금 무게감이나 힘의 정도를 이용하여 플레이하는 것을 가능하게 할 것으로 예측되며, 비디오게임 콘솔에 적극적으로 활용될 것으로 예상된다.

전반적으로 2006년 게임 콘솔 하드웨어의 판매는 16.7% 증가했는데, 2007년에는 차세대 콘솔의 출시에 영향을 받아 콘솔 하드웨어의 보급률이 100만대를 돌파할 것으로 예상되며, 이후에는 비슷한 수준으로 보급률이 유지될 것으로 인다.

일반적으로 콘솔/핸드헬드 게임 소프트웨어

〈표 4-6-2-02〉 캐나다 콘솔 하드웨어 판매량 및 전망 : 2006~2011 (단위 : 백만대)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
하드웨어 판매량	0.7	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0
증감률	16.7%	42.9%	10.0%	-9.1%	0.0%	0.0%

※ 자료 : PWC 2007

〈표 4-6-2-03〉 캐나다 콘솔/핸드헬드용 소프트웨어 판매량 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
소프트웨어 판매량(백만개)	11.4	12.6	13.5	14.1	14.6	14.9
증감률	6.5%	10.5%	7.1%	4.4%	3.5%	2.1%
평균 가격(USD)	37.24	39.00	38.43	37.77	37.37	37.15
증감률	3.0%	4.7%	-1.5%	-1.7%	-1.1%	-0.6%
총 매출액(USD Mil)	425	491	519	533	546	554
성장률	9.8%	15.5%	5.7%	2.7%	2.4%	1.5%

※ 자료 : PWC 2007

시장은 콘솔 하드웨어의 사이클과 새로운 핸드헬드 게임기의 출시와 밀접하게 연관된다. 캐나다의 콘솔/핸드헬드 게임 소프트웨어 시장 역시 새로운 콘솔의 등장과 닌텐도 DS의 성공적인 마케팅으로 상당한 호황을 누렸으며 2007년에도 10.5% 정도의 성장세를 기록할 것으로 보인다. 2006년 게임 판매기록에 따르면 차세대 콘솔용 게임 중에는 Xbox360의 Gears of War가 최고의 판매성적을 기록했으며, DS의 경우 New Super Mario Bros.를 비롯한 여러 편의 베스트셀러 타이틀을 배출했다. 가장 많은 유저를 확보하고 있는 PS2 역시 다수의 베스트셀러 타이틀을 보유하고 있는데 Electronic Arts의 'NFL 2007'은 전체 게임 소프트웨어 중 가장 많이 팔린 타이틀이었다.

이렇듯 새로운 콘솔의 출시로 인한 소프트웨어의 호황은 차세대 콘솔들이 안정적으로 자리잡게 되는 2008년경부터는 그 상승세가 다시 완화될 것으로 보인다. 한편, 핸드헬드 게임용 소프트웨어는 꾸준한 상승세를 보일 것으로 예상되는데, 2011년경에는 1,490만개 정도의 판매량에 이를 것으로 보인다. 이는 2006년부터 연간 5.5%의 평균성장률에 해당하는 수치이다.

전반적인 게임 소프트웨어 매출은 2006년 4억 2,500만달러를 기록하였으며 상대적으로 고가인 새로운 게임 소프트웨어 가격의 영향으로 2011년경에는 5억 5,400만달러 정도의 규모로 성장할 것으로 보인다.

전 세계에서 브로드밴드 보급률이 가장 높은 지역 중 하나인 캐나다에서는 전체 게임시장에서 온라인게임이 차지하는 비중은 다른 지역에 비해 높은 편이다. 2006년에는 아시아 퍼시픽 지역보다도 높은 수준인 28%를 기록했다. 2006년 한해 동안 180만명 정도의 사람들이 온라인게임을 즐겼으며 이는 전체 브로드밴드 가입자의 24%에 해당하는 수치이다.

브로드밴드와 온라인 게이밍과의 상관관계는 온라인 게이머의 90% 가까이가 브로드밴드

에 가입했다는 사실로부터도 확인할 수 있다. 캐나다의 브로드밴드 가입자수는 2006년 750만명이었는데 2011년경에는 1,190만명 정도로 증가할 것으로 예상되는 가운데, 캐나다 온라인 게이머의 숫자 역시 2011년경에는 전체 브로드밴드 가입자의 33.6% 가량인 400만명 수준에 이를 것으로 보인다. 온라인게임의 수익은 게임을 플레이하기 위해 지불하는 비용과 부가적인 디지털 콘텐츠를 다운로드 받기 위해 지불하는 비용으로 구성되는데, 앞으로는 플레이어들이 오프라인 가게에 직접 갈 필요 없이 전체 게임을 다운받을 수 있도록 하는 디지털 유통방식이 일반화될 것으로 보인다.

2006년 10월에는 Turner Broadcasting사의 브로드밴드 온라인게임 네트워크를 담당하는 GameTap이 캐나다 시장에 진입하여 월 9.95달러의 가격으로 600개 이상의 게임과 400개 이상의 인터넷 TV쇼를 제공하는 서비스를 시작했다. Bell Canada 역시 Gamesmania.com이라는 온라인게임 네트워크를 보유하고 있는데 13.18달러는 정도의 가입비로 75개의 게임에 대한 무제한 플레이를 제공하고 있다.

캐나다의 온라인게임 시장은 2011년까지 매년 14% 정도 성장한 수치인 4억 7,600만달러 정도의 규모로 성장하여 전체 게임시장의 35% 정도의 비중을 차지하게 될 것으로 예상된다.

한편, 모바일게임은 캐나다에서 가장 빠른 속도로 성장하고 있는 게임산업 분야이다. 과거에는 특정한 휴대폰 모델을 소비자들에게 소구하도록 하기 위해 게임을 미리 휴대폰에 설치 하였으나, 최근에는 휴대폰으로 인터넷 연결이 가능해지면서 소비자들이 직접 게임을 다운로드 받을 수 있도록 하는 새로운 수익모델이 등장했다. 매년 상당한 수의 휴대폰 서비스 가입자들이 단말기를 바꾸기 때문에 모바일 게이머의 숫자도 급속도로 증가하는 추세이다.

휴대폰 회사들은 상당수의 가입자들이 처음부터 휴대폰에 설치되어 있던 게임에 만족해서 새로운 게임을 구매하지 않는다는 사실을 깨닫고, 새로 출시하는 단말기에는 게임을 설치하

〈표 4-6-2-04〉 캐나다 온라인게임 시장의 현황 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
브로드밴드 가입자수 (백만명)	7.5	8.5	9.4	10.2	11.0	11.9
증감률	13.6%	13.3%	10.6%	8.5%	7.8%	8.2%
온라인게임 가입자수 (백만명)	1.8	2.3	2.8	3.3	3.6	4.0
증감률	38.5%	27.8%	21.7%	17.9%	9.1%	11.1%
브로드밴드 가입자 중 온라인 게이머 비중	24.0%	27.1%	29.8%	32.4%	32.7%	33.6%
평균 월 매출액 (USD)	11.46	11.02	10.80	10.36	10.14	9.92
증감률	-3.7%	-3.8%	-2.0%	-4.1%	-2.1%	-2.2%
총 매출액 (USD Mil)	248	304	363	410	438	476
성장률	33.3%	22.6%	19.4%	12.9%	6.8%	8.7%

※ 자료 : PWC 2007

〈표 4-6-2-05〉 캐나다 모바일게임 시장의 현황 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
모바일 서비스 가입자수 (백만명)	18.7	21.0	23.5	26.0	28.2	29.0
증감률	12.7%	12.3%	11.9%	10.6%	8.5%	2.8%
가입자 중 모바일 게이머의 비율	12.8%	17.1%	22.1%	26.2%	28.0%	30.0%
모바일게임 가입자수	2.4	3.6	5.2	6.8	7.9	8.7
증감률	60.0%	50.0%	44.4%	30.8%	16.2%	10.1%
평균 월 매출액 (USD)	3.08	2.86	2.64	2.42	2.29	2.20
증감률	-6.9%	-7.1%	-7.7%	-8.3%	-5.4%	-3.9%
총 매출액 (USD Mil)	86	124	165	197	217	230
성장률	48.3%	44.2%	33.1%	19.4%	10.2%	6.0%

※ 자료 : PWC 2007

지 않음으로써 소비자로 하여금 게임을 구매하여 다운로드 하도록 유도하고 있다.

대부분의 모바일게임은 Tetris와 같은 단순한 퍼즐 게임의 형식을 취하고 있는데, 3G폰이 등장하면서 보다 정교하고 멀티플레이가 가능한 형식의 게임이 증가할 것으로 예상된다.

2006년 캐나다의 휴대폰 서비스 가입자수는 1,870만명으로 집계되었는데 이 가운데 약 12.8%에 해당하는 240만명의 가입자가 모바일게임을 다운로드 받았던 것으로 나타났다. 2011년경 휴대폰 서비스 가입자는 2,900만명 정도가 될 것으로 예상되는 가운데 그 중 30%에 해당하는 870만 정도가 게임을 다운받아 플레이하는 모바일 게이머가 될 것으로 예측된다. 또한, 갈수록 캐주얼 게이머의 수가 증가할 것으로 예상됨에 따라 월 평균 지출액은 2006년의 3.08달러에서 2011년경에는 2.20달러 정도가 될 것으로 보인다.

모바일게임에 대한 총 매출은 2006년 8,600만달러에서 2011년경에는 2억 3,000만달러 정도로 증가할 것으로 예상되며 이는 연평균 성장률 22.6%에 해당하는 수치이다.

캐나다의 PC게임 시장은 다른 지역과 마찬가지로 콘솔이나 온라인 등의 플랫폼으로 옮겨가는 게이머들로 인해 꾸준히 감소하고 있다. 한편, 토론토에 있는 TransGaming이라는 회사는 맥 컴퓨터로 PC게임을 효율적으로 플레이할 수 있도록 하는 수단을 개발하였는데, 이를 통해 과거와는 달리 PC용으로 출시된 게임을 동시에 맥에서도 플레이하는 것이 가능해졌기 때문에 단기적으로나마 PC용 게임시장의 성장세를 경험할 수 있다는 전망도 등장하고 있다. Microsoft의 Vista 출시 역시 게임플레이 경험을 향상시킴으로써 PC게임 시장에 호조로 작용할 것으로 보인다.

PC게임은 새로이 출시된 콘솔로는 플레이할 수 없는 정교하고 복잡한 게임들을 즐기는 게이머들이 존재하는 한 시장에 꾸준히 남아있을 것이며, MMOG의 경우 때때로 게임을 플레이하기 위해 PC용 게임 CD를 구입해야 하는 경

우가 발생하기도 한다. 이런 점에서 PC게임의 디지털 유통은 PC게임 시장에 부정적인 영향을 끼칠 수도 있을 것으로 예상된다.

캐나다의 PC게임 판매량은 2007년의 420만 개에서 2008년의 안정세를 거친 후 2009~2011년경에는 410만개 정도로 줄어들 것으로 예상된다. PC게임에 대한 매출은 2006년 1억 1,000만달러에서 2011년에는 1억 800만달러 정도로 감소할 것으로 보인다.

〈표 4-6-2-06〉 캐나다 PC게임 시장 현황 및 전망 : 2006~2011

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
판매량 (백만개)	4.0	4.2	4.2	4.1	4.1	4.1
증감률	-2.4%	5.0%	0.0%	-2.4%	0.0%	0.0%
평균 가격 (USD)	27.54	27.32	27.10	26.88	26.66	26.44
증감률	1.6%	-0.8%	-0.8%	-0.8%	-0.8%	-0.8%
총 매출액 (USD Mil)	110	115	114	110	109	108
성장률	-0.9%	4.5%	-0.9%	-3.5%	-0.9%	-0.9%

※ 자료 : PWC 2007

제 3 절 대만

'대만 경제부 공업국 위탁 자책회' 의 보고에 따르면, 2007년 대만 가정의 컴퓨터 보급률은 79.4%로 약 592만 가구가 컴퓨터를 사용하고 있으며, 이는 2006년의 580만 가구에 비해 2.1% 정도 증가한 수치이다. 지역별 컴퓨터 보급률은 대북시가 89.5%, 북부지역이 81.5%, 고웅시 지역이 81.7%의 보급률로 높은 수준의 보급률을 보였으며 2006년의 수치와 비교해볼 때, 대만 각 지역의 컴퓨터 보급률은 2006년의 평균 수치를 지속적으로 유지하고 있는 것으로 나타났다.

인터넷의 지역별 보급률은 대북시가 83.9%, 고웅시가 75.6%, 북부지역이 73.7%로 가장 높은 가정용 인터넷 보급률을 나타냈으며, 60% 대의 동부지역과 금마지역은 보급률이 낮은 것으로 나타났다. 동부지역의 경우 2006년에 비해 2.6% 보급률이 상승한 것으로 나타나 가장 높은 증가율을 보이고 있다.

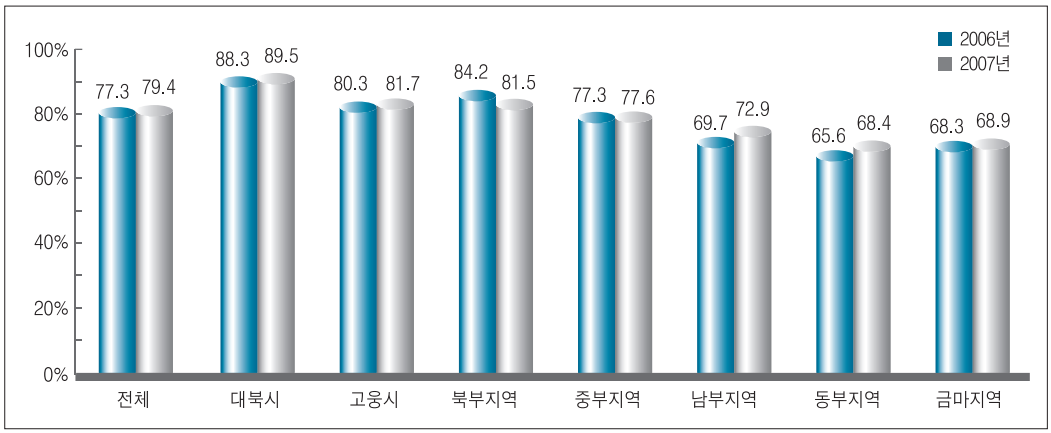
한편, ADSL은 대만의 주요 인터넷 연결방식이다. 인터넷을 사용하는 전체 대만 가구 중 78.8%가 ADSL을 사용하고 있으며 케이블 모뎀 사용 가구의 비율은 5.4%, 광섬유 인터넷 사용 비율은 2.5%로 나타났다. 중화전신 Hinet은 전체 인터넷 서비스 시장의 82%를 차지하고 있는 것으로 나타나, 거의 독점체제에 가까운 모습을 보여주고 있다. 한편, 약 38% 정도의 인터넷사용 가정이 순수 인터넷 연결 서비스 외에 휴대폰 관련 서비스도 동일한 통

신업체의 서비스를 사용하고 있는 것으로 나타났다. 휴대폰 외에도 유선 텔레비전이나 인터넷 TV등의 서비스가 사용가능하나 실제로 그러한 서비스를 겸해서 사용하는 가구의 비율은 그다지 높지 않았다. 따라서, 향후 다양한 서비스를 동시에 제공하는 토탈 서비스 방식이 등장할 것으로 예상된다.

대만의 2007년 브로드밴드 보급률은 68.7%로, 2006년에 비해 6.3% 상승한 것으로 나타났으며 지역별 보급률 현황은 대북시가 80.6%, 고웅시가 72.2%, 북부지역이 71.0%로 비교적 높게 나타났고 동부지역과 금마지역은 57~58%대로 낮게 나타났다. 그러나, 성장률에 있어서는 이 지역들도 비교적 눈에 띄는 성장을 보였다.

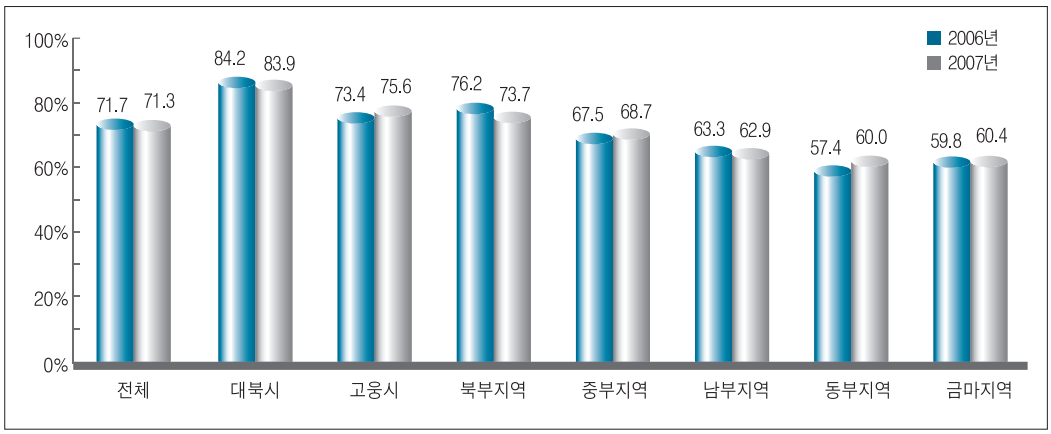
대만 가정이 인터넷 사용에 매월 지출하는

〈그림 4-6-3-01〉 대만 지역별 컴퓨터 보급률 변화추이 : 2006, 2007



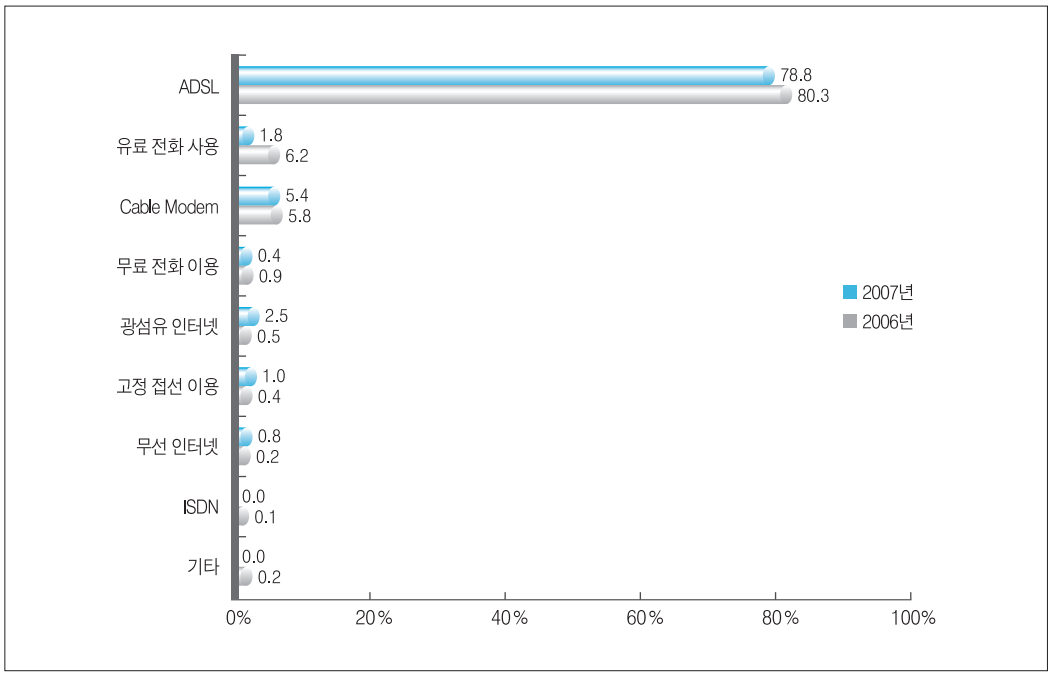
※ 자료 : 자책회 FIND

〈그림 4-6-3-02〉 대만 지역별 인터넷 보급률 변화추이 : 2006, 2007 (단위 : %)



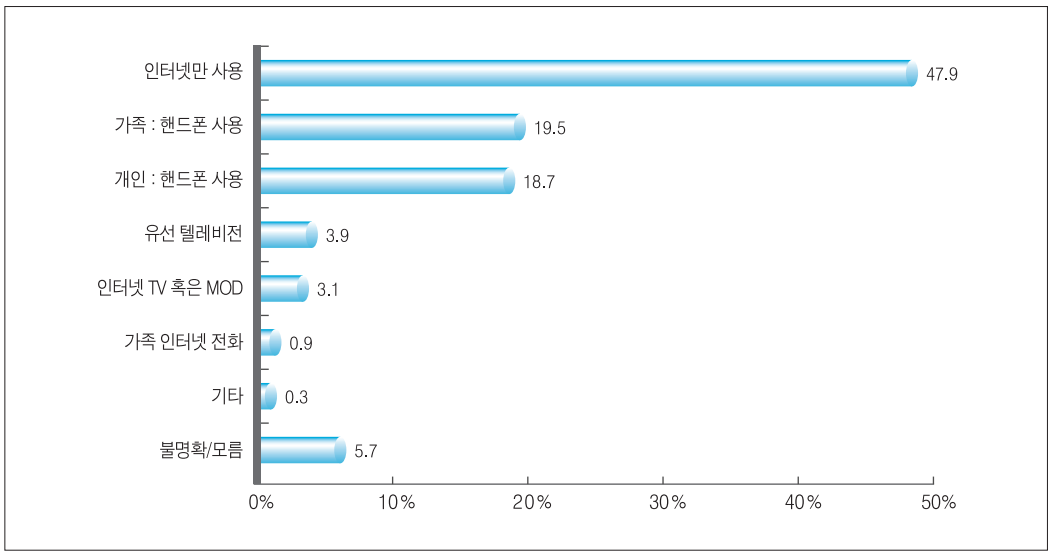
※ 자료 : 자책회 FIND

〈그림 4-6-3-03〉 대만 가구 내 인터넷 연결 방식 : 2006, 2007



※ 자료 : 자책회 FIND

〈그림 4-6-3-04〉 대만 ISP서비스 사용 양상 : 2006, 2007



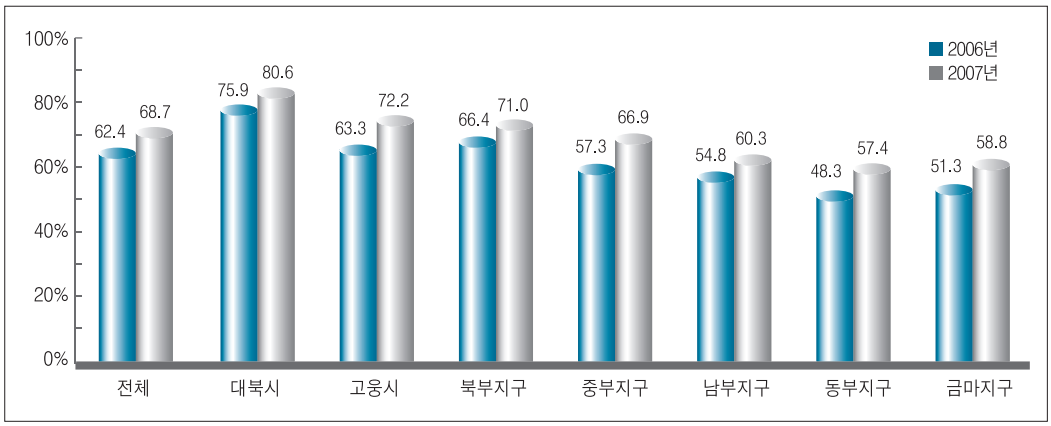
※ 자료 : 자책회 FIND

비용은 한화로 약 26,000원에 해당하며 이는 2006년과 비교할 때 조금 감소한 수준이다. 지난 4년간 인터넷사용 가정의 실제 지출비용과 희망 지출비용을 비교하면, 항상 한화 6,000원~7,500원 정도의 차이가 있었던 것으로 나타나는데, 인터넷 실제 이용비가 감소하는 추세를 보여주고 있어 앞으로 보다 많은 대만인들이 인터넷을 이용하는데 청신호가 되고 있다. 실제로 자택에서 인터넷을 이용하는 사용자 중 매월 인터넷을 사용하는 날은 2006년 기준, 평균 22.3일로 나타났으며, 한 주간 인터넷을 사용하는 평균 이용시간은 19.0시간으로 나타나 과거에 비해 상당히 증가하고 있는 추세를 알 수 있다.

자택에서 인터넷을 사용하는 이유로는 자료 검색과 이메일 송수신이 여전히 가장 주가 되고 있지만, 인터넷 전화, 인터넷 뱅킹, 인스턴트 메시지 등이 차지하는 비중도 매년 상당한 성장을 기록하고 있다. 한편, 대만 국민의 일상생활 속에서 인터넷 의존도가 증가하면서 동시에, 안정성 여부에 대한 우려와 요구사항도 함께 증가하고 있다. 2008년 3월, 대만에서는 시스템 자체의 오류로 인해 온라인게임 이용자들의 통장 정보가 노출되어 5,000명에 달하는 이용자들이 피해를 입고 한화 1억 5,000만원을 넘는 손실이 발생한 사건이 벌어졌다. 일부에서는 이 시스템 오류를 노린 범죄가 이미 작년 6월부터 시작되었다는 주장도 제기되고 있어 인터넷 사용과 관

4

〈그림 4-6-3-05〉 대만 지역별 브로드밴드 보급률 추이 : 2006, 2007



※ 자료 : 자책회 FIND

〈표 4-6-3-01〉 대만 가정집 인터넷 사용 빈도수 : 2004~2006

연도	월 평균 인터넷 사용일수 (단위 : 일)	매주 평균 인터넷 사용시간 (단위 : 시간)	매월 평균 인터넷 사용시간 (단위 : 시간)
2004	20.8	15.5	46.0
2005	21.2	15.1	45.7
2006	22.3	19.0	60.5

※ 자료 : 자책회 FIND

련된 안정성 문제가 중요한 화두가 되고 있으며, 점차 보다 많은 인기를 누리고 있는 온라인 게임은 특히 그 위험성이 가장 높은 매체로 지목되고 있다. 점차 사용이 증가하고 있는 모바일 기기 역시 해킹 범죄의 대상이 되고 있어 대책이 필요한 실정이다.

이렇듯 성장하고 있는 인터넷 인프라를 바탕으로 대만의 온라인게임 시장 규모는 일본을 제외한 아시아/퍼시픽 지역에서 한국과 중국에 이어 세 번째 지위를 고수하고 있다. IDC의 자료에 따르면 대만은 2005년에는 2억 1,400만 달러에서 2006년에는 2억 3,400만달러의 규모로 약 9.4% 성장한 것으로 나타났다. 대만 온라인게임 시장의 선전은 무료 비즈니스 모델의 도입과 월정액 가입자들의 아이템 세일즈로의 전환, 지연되던 블록버스터 게임 Huang Yi Online, CABAL Online 등의 출시가 호재로 작용한 것으로 보인다.

대만 온라인 게임업계는 가입비 무료 정책을 도입하되 게임플레이를 위해서는 반드시 특정한 버추얼 아이템을 구입하는 정책을 구사하고 있다. 또한 온라인게임의 무료 모델은 게임에 대한 해킹 방지 이슈를 만들어내고 있다. 이에 따라, 새로이 수정된 'Computer Processing Personal Data Protection Law'는 업계로 하여금 고객의 개인 정보의 유출에 의한 피해에 유의하도록 유도하고 있다.

대만의 게임 서비스업체들의 수익 전략은 크게 두 가지로 나뉜다. 첫째는 캐주얼 게이머들로 하여금 최소한의 버추얼 아이템을 구매하도록 유도하거나 한 번 이상의 게임을 플레이하도록 유도하는 것이고, 두 번째는 Non-hardcore 게이머들을 위한 대안적인 장르로서 보다 많은 캐주얼 게임들을 개발하는 것이다. 현재 대만 온라인게임 업체 중 상위 4개 업체는 모두 MMORPG를 통해 수익을 내고 있으며, 가장 큰 캐주얼 게임업체인 Funtown은 다섯 번째에 랭크되어 있다.

한편, 대만 온라인게임 시장의 저해 요인으로는 비윤리적 게이머들과 해커들이 있다. 앞서 언급한 바와 같이, 개인정보 보안이 필수적인 온라인게임에 있어 해킹에 의해 유출되는 개인정보 문제가 끊임없이 발생하고 있으며, 일부 게이머들은 불법으로 버추얼 아이템을 거래하거나 치트 코드를 사용하는 등의 비윤리적 행동 때문에 문제가 되고 있다. 게다가 게임업체들이 보안 비용을 게이머들에게 떠넘기고 있어 많은 게이머들의 원성을 사고 있다. 고객 서비스의 개선도 대만 게임업계가 개선해야 할 점으로 꼽히고 있다. 대만 내에서 플레이할 수 있는 게임의 수가 빠르게 증가하고 있는 만큼, 고객의 만족도를 유지하고 관리할 필요성이 증대되고 있기 때문이다.

2007년 대만의 모바일 및 무선 인터넷 보급률은 24.3%로, 전년 대비 8.6% 정도 상승한 것으로 집계되었다. 모바일 인터넷이란 휴대폰으로 MMS를 전송하거나 인터넷에 접속하는 것을 지칭하고 무선 인터넷이란 노트북이나 PDA를 이용하여 인터넷에 접속하는 것을 말한다. 모바일 인터넷의 경우, 2007년 보급률은 4.6%로 전년도에 비해 1.6% 상승한 것으로 나타났으며, 무선 인터넷은 14.6%의 보급률로 작년보다 7.7% 증가한 것으로 나타났다. 무선 인터넷의 경우 3년째 상당한 폭의 성장률을 지속

하고 있다.

대만에서 휴대폰 보급률은 계속적으로 높은 수준을 유지해왔고, 2007년 역시 2006년 대비 1.8% 증가한 것으로 나타났으며, 사용 인구수는 약 3.3% 증가한 것으로 나타났다. 가장 일반적인 모바일 인터넷 방식은 GPRS로 전체의 41.3%를 차지하고 있으나, 이는 2006년의 58.7%에 비해 다소 하락한 수치이다. 이에 반해, 3G 모바일 인터넷 방식은 2006년 21.6%에서 33.5%로 상당히 상승했다. 이에 따라, 3G 휴대폰 보급률도 2006년 10.2%에서 대폭 증가한 16.5%로 나타났으며, 그 사용 인구수 역시 2006년에 비해 무려 62.5% 증가한 377만명으로 집계되었다. 이 수치는 약 40%대의 보급률을 보이는 일본이나 한국에 비하면 낮은 비중이지만 대만 내에서는 2005년 3G가 출시된 이래 대만의 휴대폰 시장이 새로운 도약의 시대를 맞았다는 이야기가 나올 정도로 빠른 성장 속도를 보여주고 있다. 2007년 3분기에 집계된 2G 휴대폰 사용자는 1,660만명으로 전반기에 비해 3.3% 감소한 반면, 3G 및 PHS 사용자는 14.1% 증가하여 총 738만명 정도가 사용하고 있는 것으로 나타났다. 휴대폰의 기능이 진화할수록 보다 나은 그래픽, 사운드, 유저 인터페이스의 제공이 가능해지기 때문에 모바일게임 역시 보다 정교하고 흥미롭게 발전하게

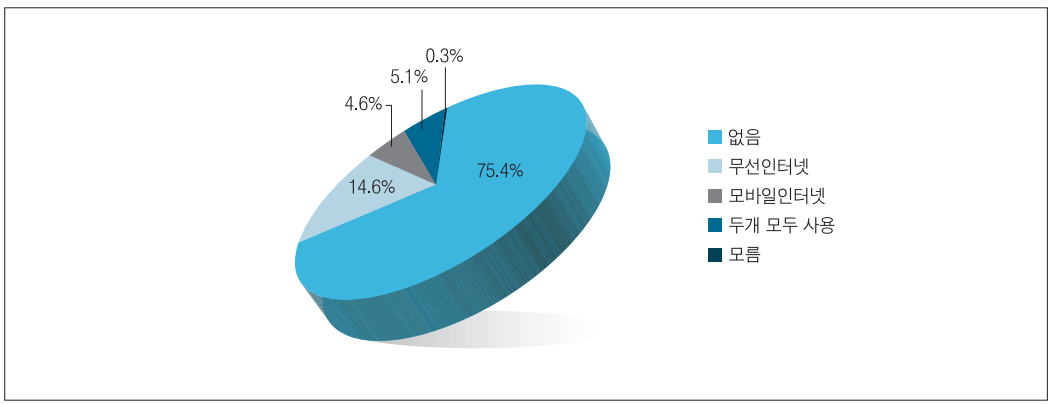
4

〈표 4-6-3-02〉 대만 온라인게임 시장 전망 : 2006~2011 (단위 : 백만명, 백만달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
온라인 게이머	5.0	5.5	5.9	6.3	6.8	7.2
성장률	-	10.0%	7.3%	6.8%	7.9%	5.9%
유료 온라인 게이머 비율	63.0%	63.3%	63.9%	65.0%	66.7%	67.2%
온라인게임 시장 규모	234.1	270.4	302.1	330.3	355.4	379.2
성장률	-	15.5%	11.7%	9.3%	7.6%	6.7%

※ 자료 : IDC 2007

〈그림 4-6-3-06〉 대만 모바일/무선인터넷 보급률



※ 자료 : 자책회 FIND

되어 궁극적으로는 모바일게임 시장의 동력으로 작용하게 된다. 따라서 빠르게 3G로 대체되고 있는 대만의 모바일 동향은 모바일게임 시장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

한편, '교육'은 대만에서도 중시되는 분야인데, 게임과 교육을 접목시켜 높은 교육효과를 얻을 수 있도록 하는 시도들이 행해지고 있다. 대만의 한 소식통에 따르면 컴퓨터를 둘러싼 세대 차이는 대만에서도 많은 불안을 야기시키며 특히, 아이들의 교육 문제에 있어 매우 민감한 부분이기도 한데, 컴퓨터 게임을 통해 아이들의 학습효과를 증진시킬 수 있다는 주장이 등장하여 부모들의 공감을 얻고 있다고 한다. 특히, 영어는 인터넷을 사용하는 온라인게임을 통해 좋은 학습효과를 얻을 수 있는 분야로 이야기되고 있는데, 예를 들어 World of Warcraft(이하 WoW)와 같은 영어 기반의 게임을 플레이함으로써 게임 진행방식을 습득하며 자연스럽게 영어를 학습하게 된다는 것이다. 이에 따라, 어떤 학자들은 WoW에 ESL(English as Second Language) 서버기를 개방해서 비영어권 국가들에게 게임 이용의 재미와 더불어 영어 능력을 훈련할 수 있는 계기를 제공해 주어야 한다고 주장하기도 했다. 온라인게임은 게임 이용자들이 다음의 단계로 나아가기 위해서 반드시 다른 게임 이용자들과 의사소통을 해야 하기 때문에 그 구조상 자연스럽게 영어로 의사소통을 하도록 유도하며 실제 중국의 상하이에서 7명의 중학생에 대한 실험 결과 긍정적인 결과를 얻었다고 한다. 이에 따라, 온라인게임이 앞으로 학생들에게 강렬한 학습동기를 부여할 수 있는 도구로서 활용될 수 있는 가능성에 많은 관심이 모아지고 있다.

제 4 절 베트남

베트남의 경우, 초고속 통신망을 비롯한 인터넷 인프라 환경이 구축됨에 따라 온라인게임을 즐기는 사용자가 매년 증가하고 있는데, 2006년말까지 베트남의 온라인게임 이용자는 300만명 수준에 이르는 것으로 집계되었다. 베트남은 특히, 온라인게임 플랫폼에 대한 선호도가 상대적으로 높은 가운데, 게임 개발 기술 및 전문 인력 부족 등의 문제로 자체 게임제작 역량이 미흡하다. 그러므로, 대다수의 게임을 수입에 의존하고 있어 해외 게임업체들의 베트남 시장으로의 진출이 잇따르고 있는 상황이다.

베트남의 통신시장은 불과 몇 년 사이 급속도로 성장하고 있어 2006년에는 지난해보다 29% 성장한 250억달러의 매출을 기록하였으며 향후에도 지속적인 성장이 이루어질 것으로 전망되고 있다. 2006년 현재, 베트남의 인터넷 사용자수는 대략 1,500만명 정도로 전체 인구(8,330만명)의 18%를 차지하고 있으며 2010년경에는 베트남 총 인구의 35%가 인터넷을 사용하게 될 것으로 예상된다. 베트남 인터넷 가입자의 73%는 호치민과 하노이 거주자로 구성되어 지역별로 편중된 양상을 보이고 있다. 연

령별로는 20세 이상 50세 이하 연령대의 인터넷 이용률이 80% 이상을 차지하고 있다.

인터넷 사용자 수요의 증가와 더불어 PC 보급 역시 확대되고 있다. 과거 4년 동안 베트남의 컴퓨터 소비는 매년 평균 20%의 신장률을 보이고 있으며 2006년의 경우, PC소비 매출이 2억 3,200만달러 정도를 기록하였다. 이 수치는 말레이시아와 태국 다음으로 동남아시아에서 큰 시장이다.

인터넷 카페는 베트남 64성에 모두 존재하나, 하노이, 하이퐁, 호치민 등의 대도시에 편중되어 있다. 2006년 8월의 전망치는 하노이에 4,500군데, 호치민에 6,000군데 등 약 1만여개소가 영업 중에 있을 것으로 추정하고 있다. 베트남 인터넷 카페의 이용료는 시간당 4,000~6,000동(USD 0.3~0.4달러)으로 저렴한 편인데, 베트남 온라인게임 업체들은 인터넷 카페 체인과 연계를 통해 보다 적극적으로 유저 확보에 나서고 있다.

베트남은 80년대 후반부터 90년대까지 비디오게임을 거쳐 2000년 초반 PC게임, 2004년 이후에는 온라인게임으로 빠르게 변화, 발전을 거듭하였는데 현재에는 PC게임, 비디오게임, 아케이드게임 시장은 대체적으로 부진하며, 온라인게임 시장만이 성장세를 보이고 있다. 온라인게임이 단기간에 많은 인기를 얻자 베트남 정부는 게임 플레이 시간에 제한을 두는 제도를 시행하겠다고 공식적으로 발표했으나, 무료로 온라인게임을 플레이할 수 있는 모델이 도입되어 정부의 규제는 계획대로 실효를 거두기가 쉽지 않을 것으로 보인다.

2006년 베트남의 온라인 게이머 숫자는 300만명 정도인 것으로 집계되었는데, IDC의 보고서에 따르면 이 숫자는 2011년경에는 530만명 정도로 증가하여 연평균성장률이 12%를 기록할 것으로 예측된다. 온라인게임 시장규모는 2006년 2,140만달러에서 2011년에는 5,670만달러로 증가하여 연평균성장률이 21.7%를 기록할 것으로 보인다. 또한, 유료 온라인 게이머의 비율은 2006년 34.6%에서 2011년 36.5%로 소폭 증가할 것으로 예측된다.

베트남은 자체 게임개발 기술이 부족한 편으로 대부분 수입에 의존하고 있고, 그 가운데 한국에 대한 수입 의존도가 60% 이상으로 압도적으로 큰 편이다. 온라인게임 장르 중 MMORPG 장르가 71%로 매우 높은 비중을 차지하고 있으

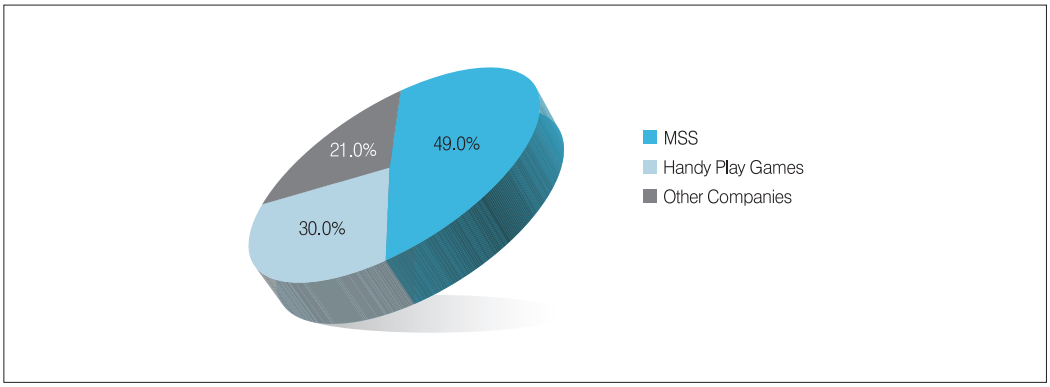
4

〈표 4-6-4-01〉 베트남 온라인게임 시장 현황 및 전망 : 2006~2011

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
인터넷 사용자 (백만명)	15.6	16.6	17.4	17.7	19.1	20.1
온라인 게이머 (백만명)	3.0	3.6	4.1	4.5	4.9	5.3
성장률	-	20.0%	13.9%	9.8%	8.9%	8.2%
유료 온라인 게이머 비율	34.6%	34.8%	35.3%	35.6%	35.9%	36.5%
온라인게임 가입시장 (USD Mil)	21.4	28.0	34.9	43.0	50.5	56.7
성장률	-	30.8%	24.6%	23.2%	17.4%	12.3%

※ 자료 : IDC 2007

〈그림 4-6-4-01〉 베트남 모바일게임 시장 현황



※ 자료 : www.gitiss.org

며 주로 Vina게임사나 FPT사에 의해 운영되고 있다. 베트남 온라인게임 시장에서는 향후, 여성과 아이들에게 보다 친근한 캐주얼 게임이 인기를 얻을 것으로 예상되며, 게이머 간의 커뮤니티를 조성하는 것이 매우 중요한 과제가 될 것으로 보인다. 한편, 선진국에서는 상당히 인기를 얻고 있는 IGA(In-Game Advertising)가 베트남에서도 조만간 각광을 받게될 것으로 보인다.

모바일의 경우, 2000년 이후 개인 통신수단으로 휴대전화가 빠르게 자리잡으면서 베트남 주요 도시에서의 이동전화 사용자수는 10%에서 45%로 대폭 증가하였다. 현재, 베트남 도시 인구의 45%가 휴대폰을 사용하고 있는 것으로 추정되며, 휴대폰이 중상위층의 필수품으로 자리잡으면서 그 수요가 증가하고 있다. 현재까지 베트남 모바일 서비스 가입자 수는 1,600만명으로 지난해 870만명에서 두 배 가까이 증가하였으며 RJB 컨설턴트의 보고에 따르면, 2008년에는 1,800만명, 2010년에는 2,000만명에 이를 것으로 예상되고 있다. 그리고, 모바일 인프라의 개선과 더불어, 모바일게임에 대한 수요 역시 높아지고 있다. 그러나, FPT SMS 통계에 따르면, 베트남 모바일게임 시장의 99%가 불법시장이며, 모바일 게이머의 50% 이상이 불법 게임을 하고 있는 것으로 나타나 수익은 저조한 실정이다.

베트남의 모바일게임 업체는 주요 몇 개사에 의해 지배되고 있는데, 이중 MSS(Mobile Solution Services)는 월 평균 3,000편 정도의 게임을 수입하는 선두업체로 전체 모바일게임 시장의 49% 가량을 차지하고 있으며, 그외 Handy Play Game, Vinaphone, Mbox, Funmobile 등의 업체가 시장의 나머지를 구성하고 있다.