

GLOBEAL 글로벌 GAME 게임산업 INDUSTRY 트렌드 TREND



2013년 4월 제2호



1. 글로벌 게임시장 동향	5
<ul style="list-style-type: none"> • '앱 내 결제' 모바일게임 주요 수익모델로 자리매김 • 모바일게임 수익화를 위한 5가지 고려사항 • 부분유료화 모델에 대한 새로운 접근 방식 필요 • 게임 퍼블리셔, 다양한 판매 전략 구축 • 고글형 가상현실게임 헤드셋 등장 • 통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위 	
2. 북미 게임시장 동향	17
<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 게임 유통, 오프라인 게임 유통 추월 • 게임 개발 플랫폼으로 진화하고 있는 웹 • Google, Apple Game Center의 대항마 계획 중 • 차세대 Xbox, 게임과 방송을 융합하는 멀티기기로 진화 • 통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위 • 통계 미국 MMORPG 순위 • 통계 북미 App Store 게임 순위 • 통계 북미 Google Play 판매 순위 	
3. 아시아 게임시장 동향	27
중국 게임시장 동향	28
<ul style="list-style-type: none"> • 중국 16~22세 온라인게임 이용 행태 조사 • 중국 모바일 게임시장, 신흥 황금시장으로 부상 • 중국 게임 퍼블리셔 Yodo1, 500만 달러 자금 유치 • 중국 시장 내 <League of Legends>의 급부상 • 통계 중국 온라인게임 순위 • 통계 중국 MMO게임 순위 • 통계 중국 캐주얼게임 순위 • 통계 중국 모바일게임 플랫폼별 게임 순위 	
일본 게임시장 동향	38
<ul style="list-style-type: none"> • 일본 게임시장, 게임 IP 및 게이머 확보 경쟁 심화 • NTT Pala, TV 전용 클라우드 게임 서비스 런칭 • Namco Bandai, F2P 기반 콘솔게임과 OSMU로 호조 • Techmo Koei, 게임 이벤트 성황리에 개최 • 통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위 • 통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위 	



기타 아시아 게임시장 동향

47

- 모바일게임, 인도 게임시장의 新 성장동력으로 주목
- 빠르게 성장하고 있는 아프리카 모바일 게임시장
- 개념 정의 부재로 치료하기 어려운 '게임 중독'
- 인도네시아 게임업체, 모바일게임 플랫폼 런칭
- **통계** 기타 아시아 App Store 게임 순위
- **통계** 기타 아시아 Google Play 게임 순위

4. 유럽 게임시장 동향

55

- 유럽위원회, 영국 게임산업 조세 감면 법안 재수사
- 영국 정부, 불공정한 '앱 내 결제'에 관한 조사 착수
- Blizzard의 TCG <Hearthstone>이 가지는 의미
- Ubisoft 및 MS, '상시 접속 체제' 준비
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위
- **통계** 유럽 App Store 게임 순위
- **통계** 유럽 Google Play 게임 순위

5. 중남미 게임시장 동향

65

- 중남미 게이머들의 게임 이용 행태
- 콜롬비아 게임 <Nitro Chimp>, App Store 입성
- 페루, 역사 교육 목적의 온라인게임 출시
- Kaxan Media Group, 멕시코 문화 디지털화로 승부
- **통계** 중남미 App Store 게임 순위
- **통계** 중남미 Google Play 게임 순위

6. 국내 게임시장 동향

77

- 문화부, 게임위 대체 기관 '게임물관리위원회' 설립 추진
- 국내 온라인 게임업체, Tencent를 통해 중국 시장 진출
- 'WeChat'이 국내 모바일 게임업체에게 끼칠 영향
- 국내 게임업체, 게임대회를 활용한 마케팅 시도
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 앱스토어별 순위





GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

글로벌 게임시장 동향

- '앱 내 결제' 모바일게임 주요 수익모델로 자리매김
- 모바일게임 수익화를 위한 5가지 고려사항
- 부분유료화 모델에 대한 새로운 접근 방식 필요
- 게임 퍼블리셔, 다양한 판매 전략 구축
- 고글형 가상현실게임 헤드셋 등장
- **통계** 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위





'앱 내 결제' 모바일게임 주요 수익모델로 자리매김

Apple의 App Store 전체 앱 매출 중 '앱 내 결제(In-App purchase)'가 76%를 차지. 특히 '앱 내 결제'를 탑재한 유료 게임 앱의 경우 게이머들이 요금을 지불한 후 추가 기능 이용을 위해 또 다른 비용 지출도 감수하는 것으로 확인

'앱 내 결제', 유료 및 부분유료화 대비 매출 비중 압도적

- ▶ 앱 분석업체 Distimo가 최근 2012년 1월부터 2013년 3월까지 Apple App Store에서 다운로드된 앱의 비즈니스 모델별 매출 비중을 분석한 결과, 앱 내 결제(in-app purchase) 모델이 전체 매출의 76%를 차지해 유료 모델을 제치고 가장 보편적인 수익모델인 것으로 확인
 - 특히 홍콩, 일본, 중국, 한국 등 대다수의 아시아 국가에서는 앱 내 결제 방식이 전체 애플리케이션 매출의 90%에 달하는 압도적인 비중을 차지

다운로드당 매출(ARPD), 앱 내 결제 포함한 유료 앱이 최대

- ▶ 미국에서 상위 인기 앱 250개의 다운로드당 평균 매출(Average Revenue Per Download, 이하 ARPD)은 0.99달러를 기록
 - 미국 내 iPhone용 상위 10개 앱의 ARPD는 0.37달러에서 7.04달러 사이에 분포
- ▶ 일본에서는 이용자당 앱 이용시간이 길고 ARPD 역시 3.12달러로 매우 높게 나타났는데, 독보적인 매출 1위 게임인 <Puzzle & Dragons>가 제외되었음을 감안하면 실제 일본의 ARPD는 훨씬 더 높은 수치일 것으로 예상
- ▶ 일부 기본 기능을 무료로 제공하는 부분유료화(Freemium) 앱의 매출은 타 수익 모델 대비 가장 낮게 나타남
 - 미국의 상위 250개 앱 중에서 부분유료화 앱의 ARPD는 0.93달러를 기록했으며, 그 중 92개 부분유료화 앱의 ARPD는 최저 유료 앱 가격인 0.99달러보다 낮은 수준
- ▶ 유료 앱에서는 앱 내 결제를 포함하지 않은 앱의 ARPD는 iPhone App Store에서 2.25달러, 앱 내 결제 방식이 도입된 경우는 ARPD는 2.46달러로 기록
 - 이는 이용자들이 유료 앱을 구매한 후에도 추가 기능 이용을 위해 또 다른 비용 지출



을 감수하고 있음을 의미

- 유료 앱의 ARPD는 iPad용이 4.04달러, iPhone용은 2.25달러를 기록해 태블릿PC가 스마트폰보다 유료 앱 이용이 활발한 것으로 해석

www.forbes.com

1. 2012년 1월 이후 출시된 앱 기준이며, iPad는 포함되지 않음

2. 2013년 매출 순위 Top 250에 포함된 앱 매출 및 다운로드를 기반으로 작성

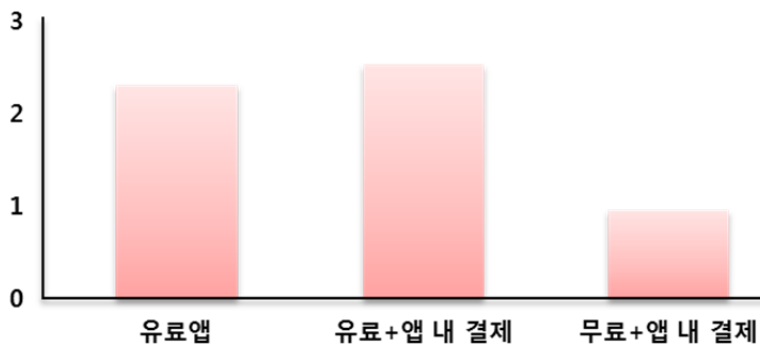
[표 1] 2013년 2월 미국 iPhone App Store 매출 순위¹⁾

매출 순위	앱	카테고리	유/무료	평균 ARPD (단위: 달러)	출시일
1	Clash of Clans	게임	무료	4.66	2012-06
2	Candy Crush Saga	게임	무료	1.14	2012-10
3	Hay Day	게임	무료	3.29	2012-05
4	MARVEL War of Heroes	게임	무료	2.93	2012-09
5	The Simpsons: Tapped Out	게임	무료	2.14	2012-02
6	Big Fish Casino – Free Slots, Poker, Blackjack and More!	게임	무료	6.80	2012-08
7	Rage of Bahamut	게임	무료	7.04	2012-05
8	The Hobbit: Kinddoms of Middle-earth	게임	무료	4.64	2012-10
9	What's the Word – new quiz with pics and word	게임	무료	0.37	2012-11
10	TurboTax SnapTax	금융	무료	2.18	2012-01

출처: Distimo

[그림 1] 미국 iPhone App Store 수익모델별 ARPD 현황²⁾

(단위: 달러)



출처: Distimo



모바일게임 수익화를 위한 5가지 고려사항

모바일 시장에서 게임 앱이 높은 비중을 차지하고 있는 가운데, Game Insight는 모바일게임의 수익화 전략과 관련해 Windows 8 투자, 해외 진출, 신선한 콘텐츠, 무료 서비스에 대한 고찰, 플랫폼별 전략 등의 5가지 조언을 제시

주목해야 할 5가지 모바일게임 수익 트렌드

- ▶ 2013년 4월 15일 IT 전문업체 Venture Beat가 개최한 "VentureBeat's Mobile Summit"에서 글로벌 모바일 게임업체인 Game Insight가 2013년에 나타날 5가지 모바일게임 수익화 트렌드를 언급
 - Game Insight의 Darya Trushkina 부사장은 "현 모바일 시장에서 신규 게임업체가 게임으로 수익을 내기 어려운 구조"라며, "2012년과 다른 수익화를 고려해야 한다"라고 언급

- ▶ Game Insight가 강조한 5가지 모바일게임 수익 트렌드는 ▲ Windows 8에 투자 ▲ 시장별 성향을 파악해 해외로 진출 ▲ 항상 신선한 콘텐츠를 제공 ▲ 무료 서비스만이 능사가 아님 ▲ 모바일 플랫폼별 최적화된 전략 등임
 - ▲ Windows 8에 투자: Apple App Store와 Google Play는 경쟁과열로 레드오션으로 진행 중이어서 제 3의 플랫폼으로 부상 중인 MS의 Windows 8이 새로운 기회의 장이 될 수 있음
 - ▲ 시장별 성향을 파악해 해외 진출: 국가마다 모바일게임 이용자의 성향 차이가 뚜렷하고 모바일 게임시장이 발달한 일본의 경우 콘텐츠 소비 속도가 미국보다 월등히 빠르고 유료 과금률도 높은 점 등을 고려
 - ▲ 항상 신선한 콘텐츠를 제공: 모바일 게이머는 쉽게 질리는 경향이 다른 플랫폼 게이머보다 크고 1~2주의 짧은 단위의 콘텐츠 업데이트로 게이머 흥미를 계속 유발해야 함을 감안해야 하며, 신작 출시 주기도 짧을수록 유리
 - ▲ 무료 서비스만이 능사가 아님: 게임 앱의 광고 효과는 미미하고, 오히려 유료나 '앱 내 결제'가 유리하며, 데모플레이, 추가 레벨 구매 등 게임의 중독성을 이용해 소비 심리를 자극해야 함
 - ▲ 모바일 플랫폼별 최적화된 전략: iOS는 유료 앱 비중이, Android는 무료 앱 비중이 높다는 점을 인지해야 하며, 플랫폼별 상위 랭킹 앱의 차별화된 특징을 고려한 콘텐츠 개발이 필요

- ▶ Darya Trushkina 부사장은 마지막으로 일부 성공 사례에만 주목하지 말고 다양한 사

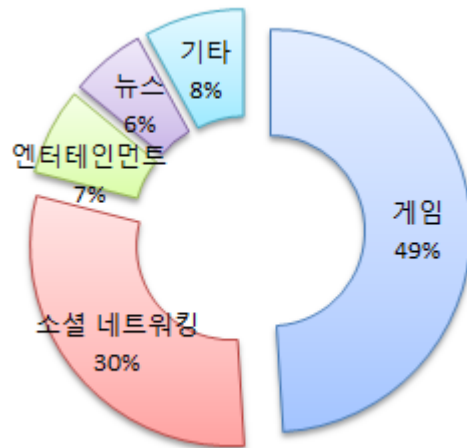


례를 관찰해야 한다고 강조

- Trushkina는 "재미있는 게임 콘텐츠를 개발하는 것은 성공을 위한 기본 요건임을 주지해야 한다"며, "초기 큰 성공을 거둔 일부 업체의 성공사례는 참고만 할 뿐 너무 얽매여선 안된다"라고 강조

www.venturebeat.com

[그림 2] 미국 모바일 앱 카테고리별 소비시간 비중



출처: Flurry



부분 유료화 모델에 대한 새로운 접근 방식 필요

부분 유료화(Free to Play, 이하 F2P) 모델에 대하여 긍정과 부정으로 나뉘는 극단적인 흑백논리를 지양하고, F2P의 장점과 단점을 자세히 파악하여 게임을 개발하며, 빠르게 변화하는 게임 수익모델에 대비를 해야 할 필요성이 대두

부분 유료화 모델에 대해 흑백논리가 아닌 새로운 접근 방식 필요

1. 네덜란드 인디게임 개발업체로, 최근 Sony의 PlayStation3 및 PlayStation Vita 전용 게임 타이틀 <Luftrausers>를 출시할 예정이라고 밝혀 주목을 받음

- ▶ 부분 유료화(F2P) 기반 게임 전문 디자이너이자 컨설턴트인 Will Luton이 F2P에 대한 극단적인 흑백논리식 접근을 지양하고 부분 유료 모델에 대한 초점을 재조정해야 할 필요성을 역설
 - 퍼즐 장르의 콘솔게임 타이틀 <Braid>를 제작한 바 있는 Jonathan Blow가 2011년 초에 소셜게임을 두고 "악(惡)이라는 말 이외에는 다른 표현이 없다"고 발언했으며, Ridiculous Fishing dev Vlambert¹⁾에서는 "부분 유료화 모델 중에 악이 아닌 것을 찾기는 거의 불가능하다"고 발언하는 등 F2P에 대해 극단적으로 부정적인 여론이 형성
 - 그러나 디스크로 게임을 제공했던 과거와는 달리 현재는 디지털화로 인하여 게임을 제공하는 방식이 변화했기 때문에 F2P와 같은 게임 모델이 등장한 것은 당연
 - F2P 모델 자체가 옳지 않은 것이 아니라, F2P게임 개발에 있어서 초점을 잘못 맞춘 것이 문제이며, 초기 F2P게임들과는 달리 초점이 점차 '플레이어의 즐거움'이 아닌 '플레이어들로부터 얻는 돈'에 맞춰지기 시작
- ▶ F2P의 장점과 단점을 명확하게 파악하여 게임 개발에 적용하고, 빠르게 변화하는 게임 모델에 대해 대비를 해야 할 필요성이 대두
 - F2P가 가지는 장점은 플레이어들에게 게임의 장벽을 낮추어, 해당 게임에 얼마나 지출을 할지 결정할 수 있는 시간을 준다는 점
 - 반면 F2P의 문제는 게임 개발에 있어서 한계가 있고, 게임 개발에 있어서 한정된 장르만 가능하다는 점
 - 예를 들어, 3인칭 액션 어드벤처는 F2P로 개발하기에 부적절하며, F2P에 적합한 게임을 제작하는 데에는 시간이 더 많이 소요
 - 게임 개발자들이 F2P의 특성을 더 잘 이해하고 더 나은 게임을 개발한다면, F2P 모델 역시 계속해서 진화하게 될 것으로 예측
- ▶ F2P 이외에도 현 게임산업에서 수익을 창출할 수 있는 모델은 다수가 존재하며, 앞으로 게임 모델은 빠른 속도로 진화하게 될 것으로 추정
 - 월정액(subscription), 광고지원형(ad-supported), 페이미엄(paymium), 앱에 대해 사용자



를 소액 지불하고 추후 서비스에 대하여 추가 요금을 지불하는 형태) 등 여러 모델이 적용 가능

- 여러 대안들 가운데 어떠한 게임에 어떠한 모델을 적용하느냐가 핵심 문제
- 게임 모델은 급속도로 변화하는 특성이 있어, 1년 내에 새로운 플랫폼과 함께 새로운 모델이 등장하게 될 것으로 예측

www.gamesindustry.biz



게임 퍼블리셔, 다양한 판매 전략 구축

Game Connection이 140여개 퍼블리셔를 대상으로 설문 조사를 실시한 결과, 주요 퍼블리셔들은 향후 비즈니스 모델로 '부분유료화'와 '구매 후 다운로드'를 가장 선호했으며 전통적인 패키지 판매 방식은 점차 줄어들 것으로 예상

게임 퍼블리셔들, 전통적인 패키지 판매 방식에 대한 선호도 줄어

- ▶ B2B 게임마케팅 기관 Game Connection이 2013년 1월과 2월 140개 게임 퍼블리셔와 배급업체를 대상으로 온라인과 전화 인터뷰를 통해 수행한 설문조사 "Game Connection Publishers Survey"에 따르면, 소매점을 통해 게임 패키지를 판매하는 전통적인 비즈니스 모델은 점차 외면받는 상황
 - 모든 플랫폼을 통틀어 게임 출시 시 선호하는 비즈니스 모델에 대한 질문에서 25%의 응답자들은 '부분유료화(free-to-play)' 모델만을 채택하고 있다고 응답했으며, 40%는 다수의 게임에서 '부분유료화'를 채택하고 있다고 응답
 - 반면 패키지게임 판매는 60% 이상의 응답자가 거의 하지 않거나 전혀 하지 않는다고 답했으며, 현재 퍼블리셔들이 가장 적절하다고 생각하는 비즈니스 모델은 '부분유료화'와 '구매 후 다운로드(Steam과 같은 디지털 유통플랫폼을 통한 타이틀 판매)'로 조사

향후에는 부분유료화와 함께 구매 후 다운로드 모델이 부각될 것

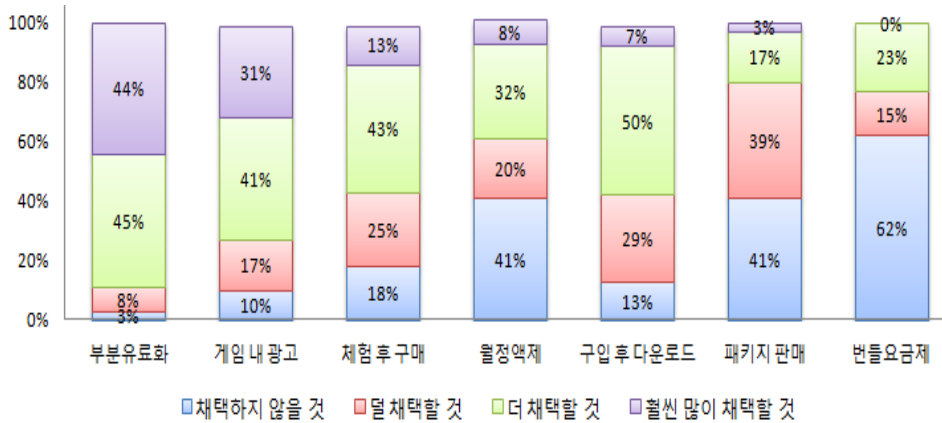
- ▶ 한편 퍼블리셔 3명 중 2명은 현재 선택한 비즈니스 모델이 향후에는 변할 것이라고 응답했으며, 10명 중 9명은 '부분유료화'가 더욱 보편화될 것으로 예상한 반면 패키지 판매는 지금보다 더욱 줄어들 전망
 - 10명 중 8명의 퍼블리셔가 전통적인 패키지 형태의 판매 모델을 향후 이용할 계획이 없다고 응답
 - 그러나 패키지 판매 모델은 현재 콘솔과 PC게임에서는 여전히 인기있는 방식으로, 콘솔게임에서는 62%의 퍼블리셔가, PC게임에서는 43%의 퍼블리셔가 패키지 판매 방식을 채택
- ▶ '구입 후 다운로드' 방식도 향후 PC와 콘솔게임에서 보편적으로 사용될 전망으로 59%의 퍼블리셔들은 PC에서 '구입 후 다운로드' 방식을 채택할 것이라고 답했으며 72%의 퍼블리셔는 콘솔게임을 다운로드 방식으로 출시할 계획이라고 응답



- ▶ 반면 '월 정액제'와 '번들 요금제(휴대폰 요금에 게임 다운로드 비용을 포함시키는 등 2개 서비스를 하나의 요금제로 통합)'는 인기가 없는 실정
 - 55%의 퍼블리셔는 현재 '월 정액제' 방식을 채택하지 않았다고 응답했으며, 75%는 '번들 요금제'를 사용하지 않는다고 응답
- ▶ 한편 이용자에 대한 조사 결과, 18세에서 50세 사이의 이용자들은 '부분 유료화' 모델을 가장 선호했으며, 50세 이상의 이용자들은 '구입 후 다운로드'를 가장 선호하는 것으로 확인

www.mcvuk.com

[그림 3] 게임 퍼블리셔들이 선호하는 향후 비즈니스 모델 유형



출처: Game Connection



고글형 가상현실게임 헤드셋 등장

가상현실 하드웨어 업체 Oculus VR이 2013 GDC에서 고글 형태의 가상현실 체험 헤드셋을 공개. 고글형 가상현실 헤드셋은 기존 헬멧형 제품을 제치고 미래 가상현실게임 HW의 표준 폼팩터로 부상할 전망

Oculus VR, 스키 고글 형태의 가상현실 그래픽 구현 헤드셋 공개

- ▶ 가상현실 하드웨어 업체 Oculus VR이 2013년 3월 25일부터 29일까지 미국 San Francisco에서 개최된 "2013 GDC(Game Developers Conference)"에서 가상현실 체험 헤드셋을 공개
- ▶ Oculus VR의 제품은 그동안 가상현실업계에서 유행했던 헬멧이 아닌 스키 고글과 유사한 형태로 되어 있음
 - 착용형 헬멧의 경우 장시간 사용 시 두통을 유발하는 것이 가장 큰 단점으로 지적
 - Oculus VR의 헤드셋은 110도의 시정각도와 낮은 대기 시간을 갖는 헤드 트래킹 기능을 갖췄으며 입체 3D 그래픽 구현이 가능
- ▶ Oculus VR의 설립자 Palmer Luckey는 동 제품이 최초로 기술, SW, 커뮤니티, 그래픽 렌더링 기능을 한 데 모은 완성품이라며, 이제 갖 가상현실 게임업계에 뛰어난 개발자들에게 큰 도움이 될 것이라고 주장

가상현실 게임업계, 착용감 편한 고글 제품에 주목

- ▶ 이번 GDC 행사에서 Oculus VR의 헤드셋은 게임의 창시자로 불리는 Atari의 설립자인 Nolan Bushnell을 비롯한 게임업계 관계자들로부터 찬사를 받으며 가장 성공적인 제품으로 지목
 - Luckey 설립자는 해당 헤드셋의 개발자 대상 시제품은 이미 공급을 시작했으며, 일반 소비자 대상 판매는 2014년 내로 개시할 계획이라고 언급
 - 이번 GDC 행사를 주관한 UMB Tech Game Network의 Simon Carless 부사장은 가상현실 게임업계가 수십 년 간 헬멧 형태의 제품에 몰입해 왔지만, 이제는 Oculus VR의 헤드셋이 편안한 착용감을 선사하면서도 높은 수준의 가상현실을 구현할 것으로 기대

www.ign.com



통계 글로벌 게임 HW & SW 판매 순위

[표 2] 글로벌 게임 HW&SW 판매 순위(2013. 4. 21 ~ 2013. 4. 27)

(단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	퍼블리셔	판매량	전주대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	158,570	-13.2%	30,772,589
	2	PlayStation3	Sony	115,371	-1.9%	74,458,280
	3	Xbox360	MS	76,132	-5.6%	75,395,380
	4	PlayStation Vita	Sony	33,583	13.8%	4,684,394
	5	Wii U	Nintendo	31,108	-6.4%	3,003,013
	6	Wii	Nintendo	28,508	0.6%	99,388,269
	7	DS	Nintendo	20,405	-3.3%	153,982,910
	8	PSP	Sony	14,608	2.7%	76,251,164
SW	1	Dead Island: Riptide (Xbox360)	Deep Silver	236,885	신규	236,885
	2	Dragon's Dogma (PlayStation3)	Capcom	165,159	604.1%	1,110,672
	3	Tomodachi Collection: Shin Seikatsu (3DS)	Nintendo	147,934	-63.6%	554,366
	4	Dead Island: Riptide (PlayStation3)	Deep Silver	129,091	신규	129,091
	5	Luiqi's Mansion: Dark Moon (3DS)	Nintendo	122,653	-10.7%	1,605,051
	6	Lego City Undercover (3DS)	Nintendo	105,121	신규	105,121
	7	Injustice: Gods Among Us (Xbox360)	Warner Bros.	85,264	-71.5%	383,964
	8	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3)	Warner Bros.	76,803	-68.6%	321,508
	9	Tomb Raider (PlayStation3)	Square Enix	58,712	99.2%	1,099,960
	10	Dragon's Dogma (Xbox360)	Capcom	51,201	399.7%	481,267

출처: www.vgchartz.com



GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

북미 게임시장 동향

- 디지털 게임 유통, 오프라인 게임 유통 추월
- 게임 개발 플랫폼으로 진화하고 있는 웹
- Google, Apple Game Center의 대항마 계획 중
- 차세대 Xbox, 게임과 방송을 융합하는 멀티기기로 진화
- **통계** 미국 게임 HW & SW 판매 순위
- **통계** 미국 MMORPG 순위
- **통계** 북미 App Store 게임 순위
- **통계** 북미 Google Play 게임 순위





디지털 게임 유통, 오프라인 게임 유통 추월

2012년 전 세계 게임 콘텐츠의 온라인 매출이 사상 최대 성장률을 기록하는 등 디지털 게임 콘텐츠의 인기가 급상승. 미국은 59억 달러의 디지털 게임 매출 중 모바일게임의 급성장으로 디지털 매출이 오프라인마저 추월할 전망

전 세계 게임시장의 주요 유통 채널로 자리매김한 온라인 유통

- ▶ 2013년 3월 25일부터 29일까지 미국 San Francisco에서 개최된 "2013 GDC(Game Developers Conference)"에서 iResearch, NPD Group, Digi-Gapital의 게임산업 애널리스트들은 미국을 포함한 전 세계 게임시장 관련 통계 자료를 기반으로 게임의 주요 유통 채널이 오프라인에서 디지털로 급격히 이행하고 있다고 발표
 - 2012년은 Valve의 디지털 유통 플랫폼 Steam이 9주년, Apple iTunes Store의 모바일게임 판매가 8주년을 맞은 해로, 디지털 게임 매출이 가장 큰 폭의 성장을 기록했으며 하락세를 보일 것으로 예측되었던 유료 가입자 매출도 13%의 증가율을 보임
- ▶ 미국 시장에서는 오프라인 판매가 여전히 게임 수익의 대부분을 차지하고 있으나, 디지털 판매 수익의 증가세를 감안할 때 이와 같은 현상은 머지않아 역전될 것으로 예측
 - EU와 북미 지역에서 PC, 모바일, 콘솔 플랫폼의 디지털 게임 매출이 전년대비 33% 증가 했으며, 미국에서는 디지털 게임 콘텐츠가 59억 달러 매출을 기록하며 전체 게임시장 매출의 40%를 차지
 - 디지털 게임과 DLC(Downloadable Content)가 22억 달러, 모바일게임이 21억 달러, <World of Warcraft> 등 정액제 게임이 10억 달러, 소셜게임이 5,440만 달러 매출을 기록

게임산업의 핫 이슈로 부상한 모바일게임

- ▶ NPD Group의 Liam Callahan 애널리스트에 따르면 현재 게임산업의 주요 이슈는 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일게임의 급부상이지만, 모바일게임이 가장 큰 주목을 받고 있는 지역은 미국으로 한정되어 있음
 - 프랑스에서는 Nintendo 3DS 등 휴대용 게임기를 선호하는 것으로 나타났으며, 영국 시장에서는 여전히 콘솔게임이 가장 높은 인기를 구가 중

www.digitaltrends.com



게임 개발 플랫폼으로 진화하고 있는 웹

웹 브라우저가 게임 개발 플랫폼으로 진화하고 있음. Mozilla는 Epic Games의 유명 게임엔진 'Unreal Engine 3'를 Firefox에 접목했으며, 앞으로 모바일에서도 웹의 게임 플랫폼화를 추진할 계획

Mozilla, Firefox 브라우저에서 게임엔진 'Unreal Engine 3' 구현 성공

- ▶ 게임 개발업체 Epic Games는 지난 2011년 자사의 게임 개발 엔진 'Unreal Engine 3'를 Flash로 변환(port)해 고사양 3D 게임이 웹 기반의 Flash 환경에서도 운영될 수 있음을 보여준 바 있음
- ▶ 그러나 Epic은 최근 Mozilla와 협력해 Flash와 같은 플러그인 없이도 웹 브라우저 상에서 바로 'Unreal Engine 3'를 구현하는 데 성공
- ▶ Mozilla는 'Unreal Engine 3'의 구현 외에도 웹 브라우저를 게임용 플랫폼으로 만들기 위한 노력을 강화 중
 - Web GL의 개발자이자 Mozilla의 엔지니어링 이사인 Vladimir Vukicevic에 따르면, Mozilla는 6개월 전부터 자사의 'emscripten' 컴파일러를 사용해 C 및 C++ 코드를 JavaScript의 'asm.js' 코드로 변환하는 작업을 시작했으며, 이를 통해 자바스크립트 코드 실행 속도가 2배 이상 향상
- ▶ Epic Games는 몇 가지 수정 작업을 거쳐 'Unreal 3 Engine'을 Firefox 브라우저에 이식했으며, 최근 개최된 "Game Developers Conference(GDC)"에서 Firefox에서 Epic의 <Citadel> 데모 및 <Unreal Tournament> 게임을 웹 브라우저에서 시연
 - 이전에도 Epic Games는 웹과 게임 엔진의 접목 시도를 진행해 왔지만 이번 Firefox와의 협력에 따른 성과는 주목할 만한 사례로 평가

Mozilla와 Google, 모바일 웹 게임 플랫폼화 추진

- ▶ Mozilla의 Martin Best 게임 플랫폼 전략 책임자는 Epic Games와 진행 중인 모든 작업이 Mozilla의 Android용 모바일 브라우저 및 Firefox OS에도 적용될 것이라고 언급



- Mozilla는 모바일에서도 게임이 네이티브 앱 성능의 2배 이상으로 구현될 것으로 예상하고 있으며, 실제 상용 제품 출시를 위해 Disney, Electronic Arts, ZeptLab 등과 협력을 모색 중

- ▶ Google 역시 'Native Client' 프로젝트를 통해 애플리케이션 개발자들이 웹 브라우저에서도 네이티브 앱과 유사한 성능을 구현할 수 있는 환경을 구축하는 데 주력하고 있으며, Google의 Chrome Web Store에는 이미 이를 적용한 게임들이 제공되고 있음

- ▶ 그러나 Mozilla의 Brendan Eich CTO는 Google의 'Native Client'는 웹과 확실히 분리되는 기술이며 웹과는 전혀 다른 API를 사용하고 있는 반면, Mozilla는 웹 자체의 성능을 진화하는 것이 목적이라고 언급

- Eich CTO는 "'asm.js' 코드는 결국 JavaScript이므로 브라우저 종류에 관계없이 구동되지만, 'asm.js' 최적화 기능을 갖춘 브라우저에서 훨씬 빠르게 작동할 것이므로 다른 업체들도 조만간 이를 지원하게 될 것"이라고 부연

techcrunch.com

[그림 4] Firefox 브라우저에서 실행된 <Unreal Tournament> 이미지



출처: Mobileshub



Google, Apple Game Center의 대항마 계획 중

Google이 2013년 5월 개최되는 개발자 대회를 통해 턴 방식의 멀티플레이게임 서비스 환경을 위한 다양한 게임 서비스를 공개할 것으로 전해짐에 따라 Apple Game Center의 대항마로 부상 기대

Google, 5월 개발자 대회에서 게임 서비스 공개 가능성 높아

- ▶ Android 전문 블로그 Android Police에 따르면 최근 Google이 공개한 Google Glass에 동반되는 My Glass 앱에서 Apple의 Game Center에 해당하는 새로운 기능이 발견
 - 현재 게임과 관련된 인터페이스는 지원되지 않으나, 별개로 존재하는 'Games' 폴더 속에는 게임 내 다른 사용자들과의 채팅, 게임 점수 쌓기 등 턴(turn) 방식의 멀티플레이 게임을 하기 위한 다양한 기능을 완비
 - 그밖에 게임 내 랭킹 순위도 제공하며 다른 이용자에게 대한 초대 기능과 게임 시작 전 다른 플레이어를 기다리거나 전략을 상의할 수 있는 대기실 기능도 보유
- ▶ Google이 계획 중인 게임 서비스가 Google Glass와 관련된 앱에서 발견되기는 했지만, Google Glass가 복잡한 애플리케이션을 적용하기에 적합하지 않다는 점을 고려하면 실제로 Glass를 통해 게임 서비스가 제공되지는 않을 것으로 예상
 - Google은 보통 자체 앱스토어인 Google Play 서비스를 통해 앱 내에서 개발자들에게 계정 인증이나 구입, Google+ 로그인 등의 기능을 통합적으로 제공
 - Android Police는 Glass를 제작하는 팀이 이 과정에서 게임 서비스를 실수로 애플리케이션에 포함시켰을 것으로 추정
- ▶ 현재까지 Google은 이에 대한 어떠한 공식적인 입장도 발표한 바 없으나, Android Police는 게임 서비스가 거의 완료 단계에 있는 것으로 보고 있으며, 5월 샌프란시스코에서 열리는 개발자대회(Google I/O)에서 발표될 가능성이 높음

arstechnica.com



차세대 Xbox, 게임과 방송을 융합하는 멀티기기로 진화

MS가 차세대 Xbox 콘솔 게임기에 Google TV와 유사한 TV 및 셋톱박스 지원 온라인 TV 기능을 탑재할 것으로 전망됨. MS는 Xbox를 구심점으로 모션 센서 컨트롤러 Kinect의 기능 강화 및 저가형 'Xbox TV' 셋톱박스 출시도 준비 중

차세대 Xbox, 온라인 통해 동영상 제공하는 TV 셋톱박스 기능 탑재

- ▶ MS가 차세대 Xbox 콘솔 게임기에 Google TV와 유사한 TV 및 셋톱박스 지원 기능을 탑재할 전망
 - 차세대 Xbox는 온라인 접속을 통해 동영상 스트리밍 등 엔터테인먼트 서비스 이용이 가능할 것으로 보이며, Xbox과 기존 TV 및 셋톱박스와 HDMI 케이블로 연결되어 동영상을 전송하는 방식이 활용될 전망
- ▶ 관련 업계는 MS가 콘텐츠 업체들과도 돈독한 협력 관계를 맺고 있다는 점에 주목하며, 차세대 Xbox가 출시될 경우 Google TV보다 더욱 강력한 파급력을 미칠 것으로 예측

눈동자 움직임 감지하는 Kinect 센서와 Xbox TV 셋톱박스도 준비 중

- ▶ 한편, 차기 Xbox와 함께 MS가 TV 프로젝트의 일환으로 준비 중인 차세대 Kinect 센서도 향후 MS의 TV 사업에서 중요한 역할을 할 전망
 - 모션인식 시스템인 Kinect의 차세대 버전은 시청자의 눈동자 움직임을 감지해 시청자가 TV에서 고개를 돌릴 경우 콘텐츠 재생을 잠시 중단하는 기능 및 다중 시청자의 동시 감지 기능 등을 구현
- ▶ 최근 IPTV 사업부 Mediaroom을 Ericsson에 매각하기로 결정한 MS는 Xbox 콘솔을 구심점으로 엔터테인먼트 애플리케이션 및 TV 서비스 개발에 주력 중
 - 또 MS는 TV 시청에 특화된 저가형 'Xbox TV' 셋톱박스 출시도 계획 중이며, 'Xbox TV'는 2014년 초 공개될 것으로 예상

www.theverge.com



[그림 5] 'Xbox TV' 이미지



출처: MS



통계 미국 게임 HW & SW 판매 순위

[표 3] 미국 게임 HW&SW 판매 순위(2013. 4. 21 ~ 2013. 4. 27)

(단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	퍼블리셔	판매량	전주대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	43,655	-2.0%	8,529,151
	2	Xbox360	MS	37,813	-3.9%	39,429,327
	3	PlayStation3	Sony	31,897	2.3%	24,341,530
	4	DS	Nintendo	13,659	-5.9%	52,509,003
	5	Wii	Nintendo	13,080	-2.4%	40,989,675
	6	Wii U	Nintendo	11,390	-9.1%	1,166,823
	7	PlayStation Vita	Sony	5,009	1.9%	1,296,431
	8	PSP	Sony	1,161	9.1%	19,664,844
SW	1	Dead Island: Riptide (Xbox360)	Deep Silver	147,912	신규	147,912
	2	Dead Island: Riptide (PlayStation3)	Deep Silver	77,637	신규	77,637
	3	Lego City Undercover (3DS)	Nintendo	64,303	신규	64,303
	4	Injustice: Gods Among Us (Xbox360)	Warner Bros.	52,197	-75.2%	262,942
	5	Luigi's Mansion: Dark Moon (3DS)	Nintendo	47,234	-11.7%	627,654
	6	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3)	Warner Bros.	35,910	-75.3%	181,159
	7	Star Trek: The Game (Xbox360)	Namco Bandai	32,122	신규	32,122
	8	Star Trek: The Game (PlayStation3)	Namco Bandai	22,608	신규	22,608
	9	Dragon's Dogma (Xbox360)	Capcom	20,471	97.7%	227,554
	10	Call of Duty: Black Ops II (Xbox360)	Activision Blizzard	18,686	-30.7%	6,819,136

출처: www.vgchartz.com

통계 미국 MMORPG 순위

[표 4] 미국 MMORPG 조회 순위(2013. 4. 24 ~ 2013. 4. 30)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	유통방식	조회수
1	Guild Wars 2	NCSOFT	Fantasy	다운로드/CD판매	92,491
2	Neverwinter	Perfect World	Fantasy	다운로드/CD판매	81,562
3	Camelot Unchained	City State	Fantasy	다운로드	66,227
4	Darkfall: Unholy Wars	Aventurine SA	Fantasy	다운로드	63,830
5	Defiance	Trion Worlds	Sci-Fi	다운로드/CD판매	46,533
6	Elder Scrolls Online	Bethesda Softworks	Fantasy	다운로드	46,346
7	Marvel Heroes	Gazillion Entertainment	Syber-Hero	다운로드	43,142
8	Age of Wushu	Snail Games USA	Fantasy	다운로드	40,237
9	Star Wars: The Old Republic	LucasArts	Sci-Fi	CD판매	39,808
10	World of Warcraft	Activision Blizzard	Fantasy	다운로드/CD판매	31,628

출처: www.mmorpg.com



통계 북미 App Store 게임 순위

[표 5] 북미 App Store 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	미국			캐나다		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Survivalcraft (Igor Kalicinski)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Robot Unicorn Attack 2 (adult swim)	Clash of Clans (Supercell)
2	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Robot Unicorn Attack 2 (adult swim)	Clash of Clans (Supercell)	Survivalcraft (Igor Kalicinski)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Hay Day (Supercell)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Tetris® Blitz (Electronic Arts)	The Simpsons™ (Electronic Arts)
4	Temple Run: Oz (Disney)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Modern War (Funzio, Inc)	LEGO Batman 2: Super Heroes (Warner Bros)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Modern War (Funzio, Inc)
5	Draw Something 2™ (Zynga Inc)	Whats The Movie? (James Porter)	Injustice: Gods Among Us (Warner Bros)	Temple Run: Oz (Disney)	Fast & Furious 6 The Game (Kabam)	Hay Day (Supercell)
6	Temple Run: Oz (Disney)	Clear Vision 2 (DPFLASHES STUDIOS)	Big Fish Casino (Big Fish Games)	TETRIS® (Electronic Arts)	Hardest Game Ever 2 (Orangense Studio)	Big Fish Casino (Big Fish Games)
7	Kick the Buddy: No Mercy (Crustalli)	Grumpy Bears (Fluik)	Kingdoms of Camelot (Kabam)	Kick the Buddy: No Mercy (Crustalli)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Slotomania (Playtika LTD)
8	LEGO Batman 2: Super Heroes (Warner Bros)	Bee Leader (Flightless)	Megapolis (Social Quantum)	Block Fortress (Foursaken Media)	Bee Leader (Flightless)	Megapolis (Social Quantum)
9	Plague Inc. (Ndemc Creations)	Sonic Dash (SEGA)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Angry Birds Star Wars (Rovio Entertainment)	Draw Rider (Anton Vazhinsky)	The Hobbit Kingdoms (Kabam)
10	TETRIS® (Electronic Arts)	Fruit Mania™ (TeamLava)	The Hobbit Kingdoms (Kabam)	Plants vs. Zombies (PopCap)	Wedding Day Makeover (Ninjabfish Studios)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)

출처: itunes.apple.com, appannie.com

통계 북미 Google Play 게임 순위

[표 6] 북미 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	미국			캐나다		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Plants vs. Zombies (Electronic Arts Inc)	Subway Surfers (Kiloo)	MARVEL War of Heroes (Mobage)	The Room (Fireproof Games)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	The Simpsons™ (Electronic Arts)
3	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	Plants vs. Zombies (Electronic Arts Inc)	Crazy Jump (iMagic)	MARVEL War of Heroes (Mobage)
4	Temple Run: Oz (Disney)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Rage of Bahamut (Mobage)	Fieldrunners 2 (Subatomic Studios LLC)	Hardest Game Ever 2 (Orangense Studio)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
5	Need for Speed™ Most Wanted (Electronic Arts Inc)	The Floor Escape (Perfect Games INC)	Modern War (GREE, INC)	Where's My Water? (Disney)	The Floor Escape (Perfect Games INC)	The Hobbit Kingdoms (Kabam)
6	The Room (Fireproof Games)	4 Pics 1 Word (LOTUM GmbH)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	4 Pics 1 Word (LOTUM GmbH)	Fantastica (Mobage)
7	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	Angry Birds (Rovio Mobile Ltd)	CSR Racing (Natural Motion Games Ltd)	SuperGNES (SNES Emulator) (Bubble Zap Games)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Slotomania (Playtika)
8	Wreck-it Ralph (Disney)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)	Slotomania (Playtika)	Need for Speed™ Most Wanted (Electronic Arts Inc)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Modern War (GREE, INC)
9	Ruzzle (MAG Interactive)	CSR Racing (Natural Motion Games Ltd)	Dark Summoner (Ateam Inc)	Cut the Rope (ZeptoLab)	CSR Racing (Natural Motion Games Ltd)	Rage of Bahamut (Mobage)
10	Cut the Rope (ZeptoLab)	DH Texas Poker (DroidHer)	The Hobbit Kingdoms (Kabam)	Worms 2: Armageddon (Team 17 Digital Limited)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)	CSR Racing (Natural Motion Games Ltd)

출처: play.google.com, appannie.com



GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

아시아 게임시장 동향

▶ 중국 게임시장 동향

- 중국 16~22세 온라인게임 이용 행태 조사
- 중국 모바일 게임시장, 신흥 황금시장으로 부상
- 중국 게임 퍼블리셔 Yodo1, 500만 달러 자금 유치
- 중국 시장 내 <League of Legends>의 급부상
- **통계** 중국 온라인게임 순위
- **통계** 중국 MMO게임 순위
- **통계** 중국 캐주얼게임 순위
- **통계** 중국 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

▶ 일본 게임시장 동향

- 일본 게임시장, 게임 IP 및 게이머 확보 경쟁 심화
- NTT Plala, TV 전용 클라우드 게임 서비스 런칭
- Namco Bandai, F2P 기반 콘솔게임과 OSMU로 호조
- Techmo Koei, 게임 이벤트 성황리에 개최
- **통계** 일본 게임 HW & SW 판매 순위
- **통계** 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

▶ 기타 아시아 게임시장 동향

- 모바일게임, 인도 게임시장의 新 성장동력으로 주목
- 빠르게 성장하고 있는 아프리카 모바일 게임시장
- 개념 정의 부재로 치료하기 어려운 '게임 중독'
- 인도네시아 게임업체, 모바일게임 플랫폼 런칭
- **통계** 기타 아시아 App Store 게임 순위
- **통계** 기타 아시아 Google Play 게임 순위





중국 게임시장 동향

중국 16~22세 온라인게임 이용 행태 조사

16~22세 중국 온라인게임 이용자 5,000명을 대상으로 조사한 보고서 "China's Post-90s Online Gamers"에 따르면, 중국 젊은이들은 게임 내 결제 보다는 정액제 등 게임 이용을 위한 초기 결제에 더 많은 돈을 지불

中 16~22세 온라인게임 이용자, 게임 내 결제보다 게임 이용을 위한 초기 지출 비용 多

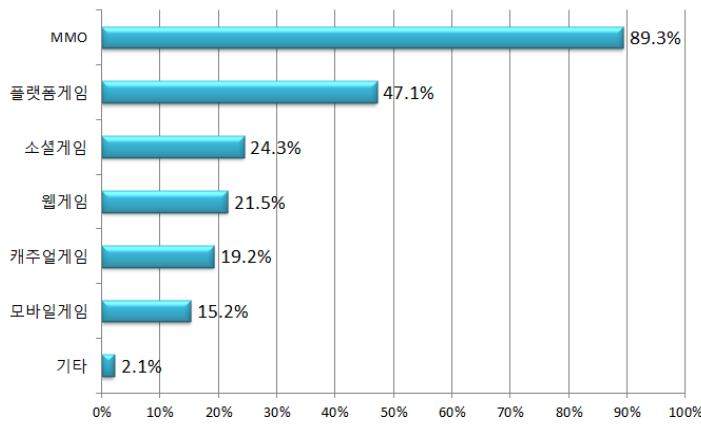
- ▶ 지난 2013년 3월 시장조사업체 iResearch와 QQ Games는 중국 내 5,000명 이상의 10~20대 온라인게임 이용자들을 조사한 보고서 "China's Post-90s Online Gamers"를 발표
 - 2012년 수행된 서베이는 1990년에서 1996년 사이에 태어난 중국 10대 청소년들(16~22세)의 온라인게임 이용행태 및 니즈 등을 조사
- ▶ 보고서는 1990년대 이후에 태어난 중국 온라인게임 이용자를 게임 이용 동기에 따라 총 5개 카테고리(Strategists, Team Players, Conquerors, Adventures, Self-Challengers)로 분류
 - Strategists는 게임 플롯 및 플랜 구성을 좋아하는 이용자들로 전체의 25.51%를 차지하고 있으며, Team Players는 소셜 인터랙션을 즐기는 이용자들로 전체의 19.63%를 차지
 - Conquerors는 승부에 목적을 두고 있는 게이머들로 전체의 19.33%를 차지하고 있으며, Adventures는 새로운 경험을 중시하는 이용자들로 전체의 19.13%를 차지
 - 도전을 중시하는 Self-Challengers는 전체의 16.40%를 차지
- ▶ 중국 16~22세 온라인게임 이용자들이 가장 선호하는 게임 유형은 MMO(89.3%)로, 플랫폼게임(47.1%)과 소셜게임(24.3%), 웹게임(21.5%)이 그 뒤를 이음
 - 업계 기대치와 달리 조사 결과, 모바일게임에 대한 중국 젊은 층의 선호도(전체의 15.2% 차지)는 다소 낮은 것으로 집계



- ▶ 한편, 중국 16~22세 온라인게임 이용자들은 게임 내 가상 아이템 구매(전체의 29.6% 차지) 보다는 정액제 및 게임 다운로드, CD키 구매 등 게임 이용을 위한 초기 결제(전체의 42.7% 차지)에 더 많은 돈을 지불
 - 이는 전통적인 정액제 기반의 유료 게임 매출이 감소하고 게임 내 아이템 결제를 기반으로 한 Freemium 수익 모델의 성장세가 지속될 것이라는 업계 전망과는 다소 상반된 조사 결과

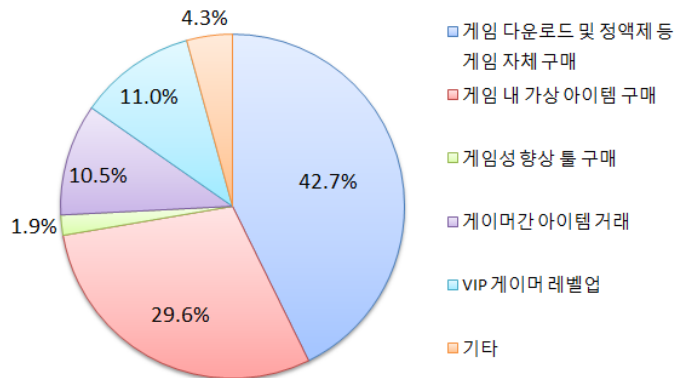
www.techinasia.com

[그림 6] 중국 16~22세 온라인게임 이용자의 게임 유형별 선호도(복수응답)



출처: iResearch, QQ Games

[그림 7] 중국 16~22세 온라인게임 이용자의 결제 유형



출처: iResearch, QQ Games



중국 모바일 게임시장, 신흥 황금시장으로 부상

최근 중국 모바일 게임시장이 주목을 받는 추세로, iOS 및 Android OS 단말의 급속한 보급 확대와 메이저 이동사의 과금 시스템 개선으로 앱 출시를 통한 수익화 가능성이 증대되고 있는 것으로 확인

중국 Android OS-iOS 단말 수, 미국 추월

- ▶ 과거 중국 시장은 사기 및 불법 복제, 지나치게 많은 Android 앱스토어의 난립, iOS 및 Android OS 단말 보급 미비 등의 이슈로 인해 모바일 게임업계에서 큰 주목을 받지 못했음
- ▶ 그러나 중국 모바일 시장이 급속도로 발전하면서 최근에는 중국 시장에 대한 글로벌 모바일 게임업계의 평가가 달라지고 있는 상황
 - 모바일 시장조사업체 Flurry에 따르면, 중국 시장에 보급된 Android OS 및 iOS 단말 수가 미국 시장에 보급된 단말 수를 넘어선 것으로 집계됨
- ▶ China Mobile, China Unicom, China Telecom 등 중국 메이저 이동사들이 과금 방식을 개선해 앱을 통한 과금도 보다 편리해진 상태
 - 외국계 모바일 게임업체의 중국 시장 진출을 돕는 Yodo1의 Henry Fong CEO는 "2년 전까지만 해도 중국 시장에 진출해 큰 수익을 올리는 사업자가 드물었지만, 2012년 말 경부터 메이저 이동사가 과금 체계를 개선하면서 Android 플랫폼을 통한 수익 달성이 한층 수월해졌다"고 강조
- ▶ 중국의 모바일게임 퍼블리셔 CocoaChina는 중국 앱 시장규모가 2013년 12억 달러에 달할 것으로 전망
- ▶ 한편, 중국 게임 퍼블리셔 Yodo1은 Google과 Amazon이 양대 산맥을 형성한 서구 Android 앱스토어 시장과 달리 중국 시장에서는 200개 이상의 Android 앱스토어가 경합을 벌이고 있다는 점을 이유로 외국 기업이 중국 내 앱 유통 시 채널 선택에 특별히 유의해야 할 필요가 있다고 조언



중국 토종 게임 앱 <Fishing Joy>, 월 628만 달러 매출 달성

1. 실제로는 참여 진영 간 계약 관계에 따라 다양한 수익 배분 사례들이 존재함

▶ 현재 중국 토종 앱 개발업체들은 이 같은 시장 환경에 힘입어 매출 급증 추세를 보이고 있음

- CocoaChina의 경우 최근 인기 모바일게임 앱 <Fishing Joy>를 통해 월 628만 달러의 매출을 달성하고 있으며, 매출의 대부분을 중국 시장에서 거두어들이고 있는 상황
- CocoaChina의 미국 시장 책임자 Lei Zhang은 "2013년 중으로 중국 시장에서 월 1,000만~1,500만 달러의 모바일게임 앱 매출을 달성하게 될 것"이라며, "이는 서구 시장이 더 이상 중국 앱 시장을 주목하지 않을 수 없음을 보여주는 지표가 될 것"이라고 역설

techcrunch.com

[그림 8] 중국 모바일 앱스토어 3대 진영의 결제 방식 및 수익 배분¹⁾

이동통신사 진영			모바일 단말벤더 진영			제3자 마켓 진영		
China Mobile	China Unicom	China Telecom	China App Store	Nokia OVI Store	Lenovo mm	91.com	anzhi.com	apk.hiapk.com
이통사 결제	이통사 결제 Alipay* 결제	은행이체 은연(银联)카드 결제	자체 결제 은행이체	신용카드 결제 이통사 결제	Alipay 결제	SMS 결제	Alipay 결제	
① 이통사 = 플랫폼, 이통사 결제 시스템 이용시			② 이통사 ≠ 플랫폼, 이통사 결제 시스템 이용시			③ 이통사 ≠ 플랫폼, 결제 전문 업체 시스템 이용시		
개발사 70% 플랫폼 30%			개발사 30% 플랫폼 25% 이통사 결제 30%			개발사 45% 퍼블리셔 20% 플랫폼 30%		
			퍼블리셔(대리유통업체) 15%			결제 전문 업체 5%		

출처: 스트라베이스



중국 게임 퍼블리셔 Yodo1, 500만 달러 자금 유치

중국 게임 퍼블리셔 Yodo1이 싱가포르 통신사업자 SingTel로부터 500만 달러의 자금을 투자 받아 동남아시아 시장 진출을 가속화하고 있는 가운데, 특히 모바일 결제 서비스 강화를 통해 모바일게임 확산에 기여할 전망

싱가포르 SingTel Innov8, Yodo1에 500만 달러 자금 투자키로

- ▶ 중국 베이징 소재의 게임 퍼블리셔 Yodo1이 싱가포르 SingTel의 벤처캐피탈 자회사 SingTel Innov8로부터 500만 달러의 자금을 투자받음
 - Yodo1은 서구 게임사들과 협력해 이들의 게임을 중국에 현지화해 출시하는 비즈니스 모델을 갖고 있으며, 이들이 개발한 게임의 코드 베이스(code base)에 실제로 접근해 그래픽이나 음악, 게임 아이템 등을 중국에 맞게 수정
 - Yodo1의 Henry Fong CEO은 호주의 Defiant Development가 개발한 스키게임인 <Ski Safari>를 예로 들면서, 중국 버전에서는 배경에 나오는 집들을 중국식으로 바꾸고 음악에 현악기를 추가하는 등의 변화를 주었다고 설명
- ▶ Yodo1에 따르면 <Ski Safari>외 XMG의 <Power Monkeys>, HandyGames의 <Cloud & Sheep> 등 Yodo1이 중국에 소개한 게임들의 이용자 수는 2,500만 명에 달하며 매달 신규 이용자가 500~600만명에 달해, 매출이 높은 성장세를 보이고 있음
 - Yodo1의 성공은 중국 스마트폰 시장의 성숙과도 맥을 같이 하는 것으로, 모바일 시장 조사업체 Flurry에 따르면 2월 기준 중국은 Anroid와 iOS 단말의 실제 보급 대수에 있어서 미국을 추월
 - 모바일 결제가 편리해진 것도 모바일게임의 확산에 기여했는데, 2011년 말 Apple이 현지 은행 카드 결제를 허용하면서 불법 이용이 크게 줄었으며, 현지 이통사들도 게임사들의 과금 방식을 한결 편리하게 개선

Yodo1, SingTel과 협력해 동남아시아 시장 진출 노력

- ▶ 한편 Yodo1은 SingTel Innov8을 선택한 이유로 향후 싱가포르를 포함한 동남아시아 시장으로의 진출 가능성을 언급
 - SingTel Group은 동남아시아에서 4억 5,000만 명에 달하는 가입자를 확보하고 있으며, 이들은 Yodo1의 잠재 고객층이기도 함



- Yodo1은 향후 2년 내 10억 명에 가까운 모바일 가입자들이 피쳐폰에서 스마트폰으로 이동할 것이라며 SingTel과의 제휴를 통해 동남아 시장을 공략할 전망

techcrunch.com, www.techinasia.com

[그림 9] <Power Monkey>의 중국 버전(왼쪽)과 오리지널 버전(오른쪽) 비교



출처: Techiasia



중국 시장 내 <League of Legends>의 급부상

시장조사기관 Niko Partners가 중국 전역에 위치한 PC방을 대상으로 조사한 결과, <League of Legends>의 이용자 규모가 기존의 인기 게임이었던 <World of Warcraft>를 넘어선 것으로 나타남

중국 내 <World of Warcraft>의 아성을 넘은 <League of Legends>

1. 2009년 출시된 MOBA(Multiplayer online battle arena game)게임, 즉 실시간 전략게임으로서 미국 게임 개발업체 Riot Games가 개발
2. 한국 게임 개발업체 스마일게이트가 개발한 FPS 게임으로, Tencent가 중국 서비스 중

- ▶ 시장조사업체 Niko Partners가 2013년 3월 1일부터 31일까지 중국 전국에 위치한 400개 이상의 PC방을 대상으로 조사한 보고서 "Get a deep understanding of China, Southeast Asia, and beyond"에 따르면 <League of Legends>¹⁾가 <World of Warcraft>를 제치며 가장 인기 있는 게임으로 자리잡은 것으로 확인
 - MMORPG, 캐주얼게임, 웹게임 등 중국 온라인 게임시장에 관한 데이터를 수집하는 Niko Partners가 직접 중국 전역에 위치한 PC방에 있는 3만 개 이상의 PC를 24시간 동안 모니터링
 - Riot Games의 <League of Legends>는 오랜 기간 중국 온라인 게임시장을 지배해 온 Activision Blizzard의 <World of Warcraft>의 아성을 무너뜨림
 - <League of Legends>는 또한 아시아 온라인 게임시장에서 부분 유료화 게임이 월 정액제 등 기존의 비즈니스 모델을 적용한 게임을 대체할 수 있음을 입증
- ▶ Niko Partners는 2013년 3월 한 달간 중국 PC방 이용자들의 <League of Legends> 이용 횟수와 시간이 각각 7만 5,930회, 8만 3,307시간에 달했다고 발표
 - 반면 <World of Warcraft>의 이용 횟수와 시간은 각각 6,463회, 6,027시간에 그친 것으로 나타남
 - 같은 기간 가장 많은 이용 횟수(7만 7,878회)와 시간(1만 7,889시간)을 기록한 온라인게임은 Tencent의 <Cross Fire>²⁾인 것으로 파악
 - Niko Partners의 Lisa Cosmas Hanson 회장은 중국의 PC게임방 이용자들이 다양한 유저들이 동시에 접속해 대결을 펼치는 MOBA(Multi Play Online Battle Arena) 게임을 선호하고 있다고 언급

중국 온라인 게임시장 선두업체는 'Tencent'

- ▶ Cosmas Hanson 회장은 중국 온라인 게임시장의 선두 업체는 약 40%의 시장점유율을 기록하고 있는 Tencent라고 언급



- 그는 Tencent가 MMORPG 뿐만 아니라 웹게임, 캐주얼게임 등 다양한 장르의 게임을 서비스하는 점이 시장 지배력 유지에 긍정적으로 작용하고 있다고 평함
- 또한 중국 온라인 게임시장 현황에 관해 MMORPG가 여전히 시장을 지배하고 있으며 2013년 기대작 상위권에 많은 MMORPG가 포진되어 있다고 전달

venturebeat.com

[표 7] 중국 PC방 이용자들이 선호하는 온라인게임 Top 9 (2013년 3월 기준)

순위	게임명	퍼블리셔	장르	이용 횟수	이용시간 (단위: 시간)
1	Cross Fire	Tencent	FPS	77,878	17,889
2	League of Legends	Tencent	MOBA	75,930	83,307
3	Dungeon and Fighter	Tencent	FPS	33,448	14,940
4	QQ Speed	Tencent	Racing	22,428	6,555
5	Dream of the Three Kingoms	Electric Soul	MOBA	12,733	15,168
6	Crazyracing Kartrider	Tian City	Racing	10,921	4,392
7	World of Warcraft	NetEase	MMORPG	6,463	6,027
8	CS Online	Tian City	FPS	6,143	918
9	Fantasy Westward Journey	NetEase	MMORPG	5,572	4,747

출처: Niko Partners



통계 중국 온라인게임 순위

[표 8] 중국 전체 온라인게임 순위(2013. 4. 15 ~ 2013. 4. 21)

순위	게임명	퍼블리셔	전주대비 순위변동	클릭 비율
1	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-	27.18%
2	League of Legend(英雄联盟)	Tencent	-	20.73%
3	던저애파이티어(地下城与勇士)	Tencent	-	16.38%
4	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	8.22%
5	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	3.91%
6	역전(逆战)	Tencent	-	2.70%
7	몽상국(梦三国)	Dianhun	-	2.06%
8	크로스파이어체험판(穿越火线体验版)	Tencent	-	1.43%
9	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	0.93%
10	Couter Strike(反恐精英)	TianCity	-	0.86%

출처: www.barchina.net

통계 중국 MMO게임 순위

[표 9] 중국 MMO게임 순위(2013. 4. 15 ~ 2013. 4. 21)

순위	게임명	퍼블리셔	전주대비 순위변동	클릭 비율
1	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-	11.95%
2	옥룡제춘(御龙在天)	Tencent	-	8.57%
3	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	+1	8.54%
4	World of Warcraft(魔兽世界)	NetEase	-1	7.46%
5	헌위전기(轩辕传奇)	Tencent	-	6.63%
6	천룡팔부온라인(天龙八部Online)	Chang You	-	5.55%
7	대화서유(大话西游)	NetEase	-	5.52%
8	천녀유혼온라인(倩女幽魂Online)	NetEase	+1	4.18%
9	마역(魔域)	91.com	-1	3.99%
10	드래곤네스트(龙之谷)	Shanda Games	-	2.79%

출처: www.barchina.net

통계 중국 캐주얼게임 순위

[표 10] 중국 캐주얼게임 순위(2013. 4. 15 ~ 2013. 4. 21)

순위	게임명	퍼블리셔	전주대비 순위변동	클릭 비율
1	던저애파이티어(地下城与勇士)	Tencent	-	51.44%
2	QQ스피드(QQ飞车)	Tencent	-	25.82%
3	QQ댄서(QQ炫舞)	Tencent	-	12.28%
4	NBA2KOnline(NBA2KOnline)	Tencent	-	2.17%
5	오디션(劲舞团)	NineYou	-	1.98%
6	월드오브탱크(坦克世界)	Kongzhong	-	1.40%
7	카트라이더(跑跑卡丁车)	Shanda Games	-	1.05%
8	프리스타일(街头篮球)	T2 Entertainment	-	1.00%
9	QQ댄서2(QQ炫舞2)	Tencent	-	0.87%
10	알투비트(QQ音速)	Tencent	-	0.47%

출처: www.barchina.net



통계 중국 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

[표 11] 중국 App Store 및 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	App Store			Google Play*
	유료	무료	매출	무료
1	幻想英雄 (dong yu)	Real Racing 3 (Electronic Arts)	我叫MT Online (LOCOJOY,LTD)	MANUGANU (Alper Sankaya)
2	Temple Run: Oz (Disney)	来嘛!勇士! (luo jianting)	大掌门 (Air&Mud Studio)	燃燒吧!!右腦的運動會-2013 夏季篇 (Auer Media & Entertainment)
3	Sango Fight (Logic Ball)	三國志 (Gameloft)	逆轉三國 (ONECLICKGAMEC Ltd)	成人小说大师 (demiinfo)
4	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	龙将 (YouzongSolvaeC Ltd)	龙之力量 (com.digitalcloud)	Find Something (Funship Entertainment)
5	忍者公司™ (Hao Yun)	豆泥丸 (JWolBingNtwrk)	魔卡幻想 (Free Studio Limited)	保卫萝卜 官方中文版 (萝卜工场)
6	植物大战僵尸 (PopCap)	迷你港湾 (WahcTehmdajstj)	我叫MT Online (國際版) (LOCOJOY,LTD)	Crazy Climber (ICLOUDZONE INC.)
7	雷电2012 : 金属咆哮 (KooGame)	君临三国 (Qiyun Game Ltd)	王者之剑 (JingGongEntaiment)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)
8	Where's My Water? (Disney)	龙斗士 (Jian Hong Li)	御龙战记 (Pocket Elements)	Crazy Old Man (AAA-GAME)
9	Fruit Ninia (Halfbrick Studios)	Doqs Sweetie (Jianxiang Xu)	神仙道 (Pinidea Co., Ltd)	The Floor Escape (Perfect Games INC)
10	Cut the Rope (Chillingo Ltd)	Dungeon Hunter 4™ (Gameloft)	卧龙吟 豪华版 (UQEE)	Pop Star for Android (POPDADDY GAMES)

*주: 중국의 Google Play의 경우 Google이 무료 게임만 발표

출처: itunes.apple.com, play.google.com, appannie.com



일본 게임시장 동향

일본 게임시장, 게임 IP 및 게이머 확보 경쟁 심화

최근 일본 시장조사업체 Enterbrain의 대표가 일본 게임산업 현황 및 전망을 주제로 강연회를 개최해 향후 일본 게임 사업자들이 유력한 게임 IP 및 회원 ID 확보를 위한 경쟁을 치열하게 전개할 것으로 전망

일본 콘솔 및 모바일게임 진영 모두 게임 IP와 회원 ID 확보가 관건

- ▶ Enterbrain의 Hirokazu Hamamura 대표가 2013년 4월 19일 업계 전문가 대상 2013년 춘계 강연회인 "게임 산업의 현황 및 전망"을 실시, 'ID 및 IP 쟁탈 시대'라는 주제로 급변하는 일본 게임업계에 대해 강의
 - 최근 일본보다 미국 및 유럽의 콘솔 게임시장 축소가 현저한 이유는 콘솔게임이 전체 게임시장의 과반수를 차지하지만 신규 게임기 등장시 지연되면서 시장이 고착화되었기 때문이며, 일본은 이에 비해 휴대용 게임기가 주류이기 때문에 신규 게임기 출시 여부에 영향을 덜 받고 있음
 - 일본에서도 패키지게임에서 디지털게임으로 이행하면서 게임 플랫폼 사업자들의 유력 IP 또는 고객 ID 확보 여부가 한층 중요해질 전망
- ▶ Hirokazu Hamamura 대표는 Nintendo의 히든카드인 세계 최고의 IP이며 Sony는 하드웨어 중심에서 서비스 중심으로 ID 쟁탈에 주력하고 있다며 IP 및 ID의 중요성을 강조
 - Nintendo 3DS는 가격 인하 및 킬러 타이틀 투입 전략으로 일본 시장에서 주류로 부상해 발매 98주만에 일본 누적 판매 대수가 1,000만 대를 돌파했으며, 특히 가족 및 어린이를 중심으로 대히트를 기록한 <튀어나와요 동물의 숲(とびだせ どうぶつの森)>은 다운로드 판매만 70만 건에 달해 Nintendo 3DS 게임 판매 방식에 변혁을 야기
 - Wii U의 경우 킬러 콘텐츠가 부족해 발매 직후부터 판매가 지지부진하지만, Nintendo가 지난 3월 미국 샌프란시스코에서 열린 "GDC 2013"에서 발표한 'Nintendo Web Framework'에 따라 iOS 및 Android OS 게임들을 Wii U로 이용할 수 있게 할 예정이어서, 성공 국면으로의 전환이 가능할 전망
 - 한편 지난 2월 28일 PlayStation Vita 할인을 발표한 Sony는 가격 할인 직전에 출시한



타이틀 <섬란카구라(閃乱カグラ)>, <판타시 스타 온라인2(ファンタシースターオンライン2)>, <소울 새크리파이스((ソウルサクリフェイス)> 가 연달아 히트해 호조세

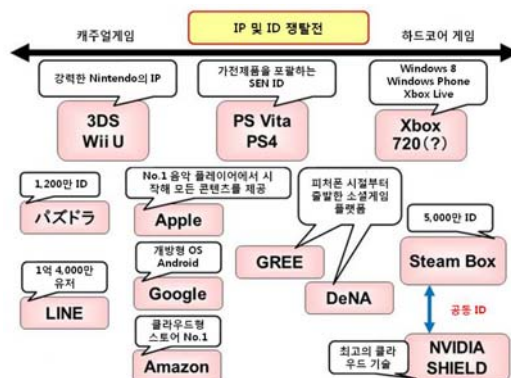
- Hirokazu Hamamura 대표는 "PlayStation Vita는 코어 게이머들이 선호하는 게임기로, Nintendo 3DS와는 다른 포지셔닝"이라고 말하면서, "멀티플랫폼 대응 게임 타이틀을 PlayStation Vita로 이용할 수 있게 한 점, 부분유료화 모델 기반 게임 라인업 확대도 고무적"이라고 언급
- PlayStation4의 경우 PlayStation3보다 그래픽이 우수하고 약 8배의 성능을 갖췄지만 CPU보다도 컨트롤러, 소셜 기능 등이 호평을 받고 있음
- Hirokazu Hamamura 대표는 또한 "클라우드 게임업체 Gaikai를 인수한 Sony가 향후 하드웨어간 경계를 허물고 이용자의 ID로 모든 서비스가 연결되게 할 것"이라고 언급

▶ 모바일 및 소셜 게임시장은 플랫폼 수가 증가하며 콘솔 게임시장처럼 IP 및 ID 확보를 위한 경쟁이 격화될 전망

- 일본 소셜게임 플랫폼 사업자 DeNA는 프로야구 구단 매입, 육상팀 창설 등으로 이미 지 개선에 주력하는 한편, 소셜게임 일변도인 GREE, Zynga과 달리 인터넷 서비스 기업으로서 사업 다각화를 추진해, GREE보다 소셜게임 매출 추이가 호조세를 나타냄
- 한편 2012년 7월 출시된 NHN Japan의 모바일게임 서비스 <LINE GAME>은 최근 유저 수가 1억 4,000만 명에 달했으며 캐주얼게임뿐 아니라 <EASY DRIVER> 등 본격적인 모바일게임도 제공되기 시작해 최고의 게임 플랫폼으로 부상
- GungHo Online Entertainment의 모바일게임 <Puzzle & Dragons>의 경우, 런칭 14개월 만에 1,200만 이용자 ID를 확보하고, 동사의 다른 모바일게임 <케리히매 스위트(ケリ姫スイーツ)>와의 콜라보레이션으로 시너지 효과를 창출
- Hirokazu Hamamura 대표는 "강력한 IP가 있으면 플랫폼이 될 수 있다"고 강조하면서, "유력 IP가 유저 기반을 확대해 플랫폼화되는 현상이 앞으로 더 많아지고, IP와 ID가 동의어가 될 것"이라고 예측

www.famitsu.com

[그림 10] 일본 게임시장의 IP 및 ID 경쟁구도



출처: Famitsu



NTT Plala, TV 전용 클라우드 게임 서비스 런칭

NTT Plala가 일본 최초로 TV 전용 클라우드 게임 서비스를 개시한다고 발표. 새로운 클라우드 게임 서비스는 기기에 상관 없이 게임을 이용할 수 있도록 멀티 디바이스에 대응하고 콘텐츠 다운로드 시간이 소요되지 않는 점이 강점

NTT Plala의 '히카리TV 게임'으로 TV에서 클라우드 게임 이용 가능

1. 주주회사는 NTT Communications와 Sony Corporation, Sony Finance International, Inc.로, 일본의 대표적인 인터넷 서비스 업체임. IP전화 '프라라폰', IPTV 서비스 '히카리TV' 등을 전개
2. 일본 주요 완구업체 TAKARA TOMY의 자회사로 캐릭터 IP, 게임, 완구 사업과 연관된 디지털 콘텐츠 사업을 전개

- ▶ 일본 인터넷 서비스 업체 NTT Plala¹⁾가 2013년 4월 17일, '2013년 상반기 히카리TV 사업설명회'를 개최해 오는 6월 3일부터 동사가 전개 중인 IPTV 서비스 '히카리TV' 가입자를 대상으로 신규 스마트 TV 전용 튜너를 제공할 계획이라고 발표
 - NTT Plala의 Koji Bando 대표는 "'히카리TV'의 회원 수가 2013년 3월 말 기준 245만 명을 기록했다"고 말하면서, 현 단계를 '멀티디바이스 확립 및 음악, 게임 등 새로운 비즈니스 전개 기간'으로 정의하고 2013년 상반기 신규 서비스 개시를 통해 2014년 3월 말까지 회원 수를 300만 명까지 확대하겠다고 강조
 - 신규 튜너는 멀티디바이스 서비스로서 기존 튜너와 비교해 약 10배의 하드웨어 성능을 갖춘 스마트 TV 대응 튜너(Android OS 4.0 탑재)로, 초기 가입비 1,050엔, 월 정액 이용료 525엔으로 제공 예정
- ▶ NTT Plala는 신규 스마트 TV 전용 튜너와 함께 일본 최초로 월 정액제 게임 서비스 제공 예정
 - NTT Plala는 여기에 TV 전용 클라우드 게임 서비스인 '히카리TV 게임'도 같은 날 런칭 예정으로, 월 정액 이용료 525엔으로 월 약 50개의 게임 타이틀을 서비스할 계획
 - 클라우드 게임 서비스는 게임콘솔은 물론 게임 콘텐츠 구입 및 다운로드, 인스톨도 불필요해 원할 때 즉시 이용 가능한 점이 특징으로, 이용자의 게임 화면에 스트리밍 방식으로 제공될 예정
 - NTT Plala는 서비스 초기에는 Konami의 전략 시뮬레이션 게임 <프로야구스피릿츠 LIVING MANAGER(プロ野球スピリッツ LIVING MANAGER)>, T-ENTERMEDIA²⁾의 <인생 게임X히카리TV(人生ゲーム×ひかりTV)>를 포함한 약 30개 타이틀을 제공할 계획
 - Konami와 T-ENTERMEDIA 외에도 주요 게임 개발업체인 Square Enix, 일본의 PC 및 모바일게임 개발업체 UNBALANCE 등 9개 업체들이 '히카리TV 게임'에 참여할 예정
- ▶ NTT Plala는 또한 '히카리TV 게임'과 더불어 '히카리TV 앱마켓'을 개시해 TV에서 이용 가능한 앱 약 50종을 서비스 초기에 모두 무료로 제공할 예정으로, 어린이



도 안심하고 사용할 수 있는 키즈 전용 앱을 포함해 약 100개를 신속하게 보급할 계획

- ▶ NTT Plala는 또한 새로운 VOD를 표방하는 '소셜 VOD(가칭)' 기능을 탑재
 - 이용자가 VOD 영상의 타임라인에 맞게 온라인상에 스티커나 코멘트를 게시하거나 주요 장면을 그래프로 표시해 간단하게 화면을 스킵해서 해당 장면을 빨리 시청할 수 있도록 함

www.famitsu.com

[그림 11] NTT Plala의 스마트 TV 전용 튜너(좌) 및 <프로야구스피릿츠LIVING MANAGER>(우)의 이미지



출처: 4Gamer



Namco Bandai, F2P 기반 콘솔게임과 OSMU로 호조

일본의 주요 게임 및 완구 업체인 Namco Bandai가 부분 유료화 모델 기반 콘솔 게임사업과 모바일 게임사업, OSMU 콘텐츠 개발 사업 등을 통해 2013년에도 일본 및 해외 시장에서 두각을 나타낼 전망이다

Namco Bandai, 새로운 비즈니스 모델 수립 및 사업다각화에 집중

1. 본래 Namco Bandai에서 개발된 아케이드 게임으로, 2012년 Wii U 전용으로도 출시됨

- ▶ 일본 컴퓨터게임협회 CESA(Computer Entertainment Supplier's Association)의 공동 회장을 맡고 있는 Namco Bandai의 Shin Unozawa 부사장이 최근 일본 경제 전문 매체 Nikkei Business와의 인터뷰를 통해 Namco Bandai 및 일본 게임업계 현황을 언급
 - Namco Bandai의 2012년 회계연도 기준(2012년 4월 1일~2013년 3월 31일) 영업이익은 역대 최고치인 425억 엔 가량을 기록했으며 이 중 약 3/4에 달하는 320억 엔이 게임 및 영상 등 콘텐츠사업에서 발생
 - Shin Unozawa 부사장은 최근 콘솔게임의 다운로드 콘텐츠(Downloadable Content, 이하 DLC)가 라이트유저층에게 호응을 얻고 있지만, 유저와의 접점인 오프라인 매장 또한 게임 관련 이벤트 및 각종 관련 상품 판매의 장으로서 앞으로도 건재할 것이라고 주장
- ▶ 주요 게임 및 완구 업체인 Namco Bandai는 부분 유료화 모델 기반 콘솔게임 개발에 주력하고 있으며 새로운 비즈니스 모델을 확립할 계획
 - 최근에 Namco Bandai의 게임 중 일본 내에서 히트한 타이틀은 <원피스해적무쌍>, <태고의 달인(太鼓の達人)> 등이며, <도주중 사상 최강의 헌터들로부터 도망쳐라!(逃走中 史上最強のハンターたちからにげきれ!)> 또한 일본 주요 민영 지상파 방송사인 Fuji TV가 제작한 방송 프로그램 원작에 기반해 50만 장 판매를 달성
 - 부분 유료화 모델을 적용한 콘솔게임 <TANK! TANK! TANK!>³⁾의 경우 기본 패키지를 구입한 이용자들이 추가 콘텐츠를 유료로 다운로드 가능
 - 이는 아케이드게임에서 콘솔게임으로 플랫폼이 확대된 사례로 Namco Bandai는 같은 게임 IP로 콘솔게임, 아케이드게임, 소셜게임을 개발하는 점이 강점
 - Shin Unozawa 부사장은 콘솔 게임시장에서도 부분 유료화 모델이 가능해졌기 때문에 이와 관련된 새로운 비즈니스 모델을 확립할 계획이라고 언급
 - 그는 또한 PlayStation 4 전용 게임 개발 시 가장 중요한 고려 사항은 이용자가 얼마나 오랜 시간을 게임에 할애할 것인가이며, 고화질 그래픽 기반 게임이더라도 이용 시간을 15분 정도로 짧게 개발하는 것도 좋을 것이라고 언급



- 이러한 게임을 갑자기 일반적인 콘솔게임 타이틀처럼 6,800엔에 판매하기는 어렵기 때문에 더욱더 부분 유료화 모델이나 '1회 이용료'라는 개념이 도입될 전망
- ▶ Namco Bandai는 2012년도에 소셜게임 타이틀을 약 20개에서 35개로 확대했으며 2013년 4월 기준 자사 소셜게임 이용자 수가 2012년 1,500만 명보다 2배 이상 증가해 3,000만 명을 돌파
 - Namco Bandai의 인기 소셜게임 타이틀 <아이돌마스터>, <원피스>, <건담> 등이 소셜 게임 부문 성장을 견인
 - 웹서비스 공용 ID인 '반다이남코ID²⁾'의 회원 수 또한, TV 광고 및 부분 유료화 PC 온라인게임 <기동전사건담온라인> 등에 힘입어 최근 35만 명을 돌파
- ▶ Namco Bandai는 중국 온라인게임 서비스에 집중하는 한편, TV 애니메이션을 중심으로 다양한 상품을 판매하는 비즈니스 모델을 통해 세계 시장 공략에 박차
 - Namco Bandai는 중국 Tencent와 온라인게임 <NARUTO-나루토->를 공동 개발해 중국 시장을 공략할 계획으로, 현지에서 10~20년에 걸쳐 장기적으로 신뢰를 쌓아갈 예정
 - Namco Bandai는 또한 미국과의 합작 TV 애니메이션 'Pac-Man and the Ghostly Adventures'를 오는 6월부터 미국을 비롯한 세계 20개국에서 방영할 예정으로, 이 애니메이션은 Hollywood의 유명 프로듀서 Avi Arad가 제작을 주도
 - Namco Bandai는 TV 애니메이션을 무료 방영하고 이와 관련된 완구 및 게임을 판매하는 비즈니스 모델을 통해 중심으로 완구, 의류 등 각종 라이선스 상품을 판매할 예정

2. 하나의 ID로 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있는 Namco Bandai의 회원정보 관리 시스템으로, 이용자는 공식 커뮤니티, 게임 등을 편리하게 이용 가능

business.nikkeibp.co.jp

[그림 12] TV 애니메이션 'Pac-Man and the Ghostly Adventures'의 이미지



출처: Nikkei Business



Techmo Koei, 게임 이벤트 성황리에 개최

일본 주요 PC 및 콘솔게임 개발업체인 Techmo Koei가 최근 신규 게임 확장팩 등을 공개한 게임 이벤트를 성황리에 개최해 일본에서 오랜 세월 동안 인기를 끌고 있는 주요 게임들이 새로운 콘텐츠와 그래픽으로 조명

Techmo Koei, 대표 역사 시뮬레이션게임 등 신규 업데이트

1. 일본 역사 시뮬레이션게임의 효시가 된 Techmo Koei의 PC 게임 타이틀 <노부나가의 야망>을 PS2, PS3, Windows 전용으로 개발한 타이틀
2. '무(武)를 펼쳐서 천하에 난세를 치세(治世)로 바꾼다'는 의미로, 무력으로 천하를 통일하겠다는 뜻

- ▶ 일본 PC 및 콘솔 게임업체 Techmo Koei가 2013년 4월 21일 일본 아키히바라에서 온라인게임 타이틀 3종을 공개한 이벤트 'Net Entertainment Festa 2013'을 개최하고 일본 최대의 동영상 서비스 Niconico를 통해 생중계
 - 일본의 인기 성우와 유명 게임 프로듀서들이 <노부나가의 야망 Online>¹⁾, <진·삼국무쌍 Online>의 신규 확장팩, 그리고 <대항해시대 Online 2nd Age>의 업데이트 정보를 공개
 - 이 날 이벤트는 일본의 주요 동영상 서비스 Niconico를 통해 생중계되어 약 4만 4,000명 이상의 시청자가 실시간으로 참여
- ▶ <노부나가의 야망 Online> 출시 10주년 기념 확장팩 <천하몽환의 장(天下夢幻の章)>은 시리즈 6번째로 일본의 무장인 오다 노부나가의 정치적 이념인 '천하포무(天下布武)²⁾' 등을 표방
 - <천하몽환의 장>은 오픈월드 요소를 가미한 '공성전(攻城戰)' 시스템이 특징으로, 이용자는 복수의 군단을 이끌고 대결하거나 NPC에게도 군단을 위임해 노부나가의 천하통일 체험이 가능
 - <천하몽환의 장>은 또한 일본 각지의 신화에 기반한 아이템 수집 및 이를 통한 캐릭터 육성·강화, 기존의 4개 월드에 있는 모든 유저들이 한데 모일 수 있는 새로운 공간인 '아즈치(安土)' 등 다양한 재미요소가 있으며, 2013년 7월 10일 출시 예정
- ▶ <대항해시대 Online>의 최신 업데이트 버전인 <북해의 사자(北海の獅子)> 또한 오는 7월 출시 예정
 - <북해의 사자>에서는 강력한 NPC 국가인 '스웨덴 왕국'과 신규 캐릭터들이 추가되어 15~16세기를 배경으로 했던 기존의 <대항해시대 Online>에 17세기 배경의 30년 전쟁 관련 콘텐츠가 재현될 예정
 - <북해의 사자>는 또한 유저들의 요청이 반영된 새로운 기능인 '부관 BAZZAR(副官バザール)'가 추가되어 장시간 유저가 게임에 로그인하지 않아도 게임 내 캐릭터인



'BAZZAR'가 게임 진행을 대행

- Niconico 생중계 프로그램에서는, 이 날 이벤트를 주도한 게임 프로듀서와 일반 참가자들이 함께 <대항해시대 Online>으로 대전해 화제가 됨
- Techmo Koei측은 <대항해시대 Online>에서 향후 전 세계 해양을 모두 추가할 계획이며 다른 온라인게임과의 콜라보레이션도 긍정적으로 검토하겠다고 언급

▶ <진·삼국무쌍 Online>의 신규 확장팩 <진·삼국무쌍 Online Z>는 오는 7월 18일 출시 예정

- <진·삼국무쌍 Online Z>는 새로운 고사양 그래픽과 캐릭터들과 함께 보다 정교해진 무기 시스템과 새로운 영토 쟁탈 시스템 등을 선보일 예정
- Techmo Koei는 또한 <진·삼국무쌍 Online Z>와 관련해 스마트폰으로 아이템 구입이나 식물에 물 주기 등 부분적인 게임 이용이 가능한 웹앱을 동시 출시할 예정

game.watch.impress.co.jp

[그림 13] <진·삼국무쌍 Online>(좌) 및 <진·삼국무쌍 Online Z>(우)의 이미지



출처: GAME Watch



통계 일본 게임 HW & SW 판매 순위

[표 12] 일본 게임 HW & SW 판매 순위(2013. 4. 22 ~ 2013. 4. 28)

(단위: 대)

구분	순위	콘솔기기/게임명	퍼블리셔	판매량	전주대비	누적판매량
HW	1	3DS	Nintendo	56,264	-22.6%	11,337,965
	2	PlayStation Vita	Sony	19,013	28.2%	1,504,885
	3	PlayStation3	Sony	14,964	5.4%	9,254,743
	4	Wii U	Nintendo	8,257	-2.0%	899,561
	5	PSP	Sony	7,945	3.3%	19,728,860
	6	Wii	Nintendo	1,571	12.1%	12,715,550
	7	Xbox360	MS	456	6.3%	1,640,092
	8	DS	Nintendo	57	-3.4%	32,981,774
SW	1	Tomodachi Collection: Shin Seikatsu (3DS)	Nintendo	147,934	-63.6%	554,366
	2	Dragon's Dogma (PlayStation3)	Capcom	124,509	8075.2%	625,107
	3	Luigi's Mansion 2 (3DS)	Nintendo	41,798	-4.9%	608,620
	4	Tomb Raider (2013) (PlayStation3)	Square Enix	34,671	신규	34,671
	5	Senjimon no Koushaku Program (PlayStation3)	5pb	34,282	신규	34,282
	6	PhotoKano Kiss (PlayStation Vita)	Kadokawa	32,755	신규	32,755
	7	Animal Crossing: Jump Out (3DS)	Nintendo	32,187	-7.3%	3,241,037
	8	Kyoukai Senjou no Horizon Portable (PSP)	Kadokawa	27,582	신규	27,582
	9	Naruto Shippuden: Narutimate Storm 3 (PlayStation3)	Namco Bandai	18,334	-78.9%	105,086
	10	BioShock Infinite (PlayStation3)	Take-Two	15,791	신규	15,791

출처: www.vgchartz.com

통계 일본 모바일게임 플랫폼별 게임 순위

[표 13] 일본 App Store 및 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색 '앱 내 결제')

순위	App Store			Google Play		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Survivalcraft (Igor Kalicinski)	ぶよぶよ!!クエスト (SEGA)	Puzzle & Dragons (GungHo Entertainment)	激バチスロ 絶対衝激 (株式会社ドラス)	LINE JELLY (LINE Corporation)	Puzzle & Dragons (GungHo Entertainment)
2	Gray Taxi International (SEGA)	Megapolis (Social Quantum)	LINE WIND runner (NAVER Japan Corporation)	押忍! 番長2 (株式会社ディービー)	LINE WIND runner (LINE Corporation)	LINE WIND runner (LINE Corporation)
3	TETRIS® (Electronic Arts)	LINE JELLY (NAVER Japan Corporation)	ドラゴンリーグX (Asobism)	パジリスロ~甲賀忍術I (株式会社コナミエンターテインメント)	Puzzle & Dragons (GungHo Entertainment)	LINE POP (LINE Corporation)
4	FINAL FANTASY V (SQUARE ENIX)	クイズ 和魂心撃のワズ (COLOPL, Inc)	プロ野球PRIDE (COLOPL, Inc)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	LINE Bubble! (LINE Corporation)	LINE Bubble! (LINE Corporation)
5	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	ソードオブファンタジア (Pokelabo, Inc)	Princess Punt Sweets (GungHo Entertainment)	たまごっち スマホで遊べ! (NAMCO BANDAI)	LINE POP (LINE Corporation)	暴走列伝 単車の虎 (Donuts Co. Ltd)
6	ばちんこCR花の巻 覇者 (Sammy NetWorks Co.Ltd)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	LINE Bubble! (NAVER Japan Corporation)	SuperGNES (SNES Emulator) (Bubble Zap Games)	レジの達人 (Goodia Inc)	プロ野球PRIDE (COLOPL, Inc)
7	単国パチスロ花の巻 (Newqin Co., Ltd.)	戦国書道最強バトル~ (Mediahouse Co.Ltd)	KAVENRIDERRIDEBOUT! (Namco Bandai)	パチスロ 吉宗 (株式会社ディービー)	Megapolis (Social Quantum Ltd)	ケリ姫スイーツ (GungHo Entertainment)
8	Jet Set Radio™ (SEGA)	LINE WIND runner (NAVER Japan Corporation)	GUNDAM AREAWARS (Namco Bandai)	ミリオンゴッド神祕の隠し宝 (株式会社コナミエンターテインメント)	Puzdra Challenge (GungHo Entertainment)	秘宝探偵 (COLOPL, Inc)
9	Block Fortress (Foursaken Media)	Puzdra Challenge (GungHo Entertainment)	不撓-ギャングロード~ (Applibot In.)	アイムジャグラーE X (株式会社北電子)	＝ケリ姫スイーツ (GungHo Entertainment)	備前イデアライダウト! (NAMCO BANDAI)
10	Tamagotchi for iOS (Namco Bandai)	Princess Punt Sweets (GungHo Entertainment)	LINE POP (NAVER Japan Corporation)	パチスロ 戦国無双2 (Tchikaku Co., Ltd)	LINE Punch Hero (LINE Corporation)	クイズ 和魂心撃のワズ (COLOPL, Inc)

출처: itunes.apple.com, play.google.com, appannie.com



기타 아시아 게임시장 동향

모바일게임, 인도 게임시장의 新 성장동력으로 주목

인도상공회의소와 KPMG에서 발표한 "Indian Media and Entertainment Industry Report 2013"에 따르면, 2012년 인도 게임산업이 2011년 대비 16% 증가한 가운데 콘솔게임에서 모바일게임으로 무게중심이 이동 중인 것으로 나타남

인도, 모바일 게임산업 지속적 성장 전망

- ▶ 2012년 인도 게임시장이 2011년 대비 16% 성장한 150억 루피(2,770만 달러)를 기록
 - 인도상공회의소(Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry, FICCI)와 다국적 회계법인 KPMG는 2013년 3월에 발표한 "Indian Media and Entertainment Industry Report 2013"을 통해 인도 게임산업이 2017년까지 연평균성장률 22%를 기록하며 약 420억 루피(7,760만 달러)의 시장규모를 달성할 것으로 예측
 - 기존 인도 게임산업을 주도해왔던 콘솔 게임시장의 성장률은 시장 전망치인 28%에 훨씬 못 미친 8%를 기록하며 그 성장 속도가 둔화되고 있는 것으로 나타났으며, 업계 전문가들은 콘솔 게임시장의 침체 이유로 글로벌 경기 불황을 지목
 - 인도 게임산업에서 차지하는 콘솔게임의 비중은 점점 더 줄어들 것으로 전망되는데, 이는 엔트리급 콘솔게임기인 Sony의 PlayStation2 판매 중단에 따른 것으로 풀이되며, KPMG는 PS2의 자리를 PlayStation3와 Xbox 360, PSP/Vita가 대신할 것으로 전망
 - 본 보고서는 2017년까지 인도 콘솔게임 부문의 연평균성장률을 19%로 전망하며, 향후 PS4의 판매 실적과 모바일 기기의 활용 가능성에 따라 전망치는 변할 수 있다고 기술
- ▶ 스마트폰과 태블릿PC 보급 확산에 힘입은 인도 모바일 게임시장 성장
 - 인도 인터넷 및 모바일 협회(The Internet & Mobile Association)는 모바일 기기 사용자의 50%가 게임 콘텐츠를 이용하고 있으며, 최근 스마트폰과 태블릿PC 사용 증가로 게임시장 내 모바일게임의 비중이 점차 증가할 것으로 예측
 - 현재 인도의 모바일 게임시장 매출은 주로 통신 사업자와의 제휴를 통해 창출되고 있지만 2014년 이후로는 애플리케이션 마켓과 같은 비 이동통신사 서비스를 통한 수익 창출이 더 많은 비중을 차지할 것으로 전망

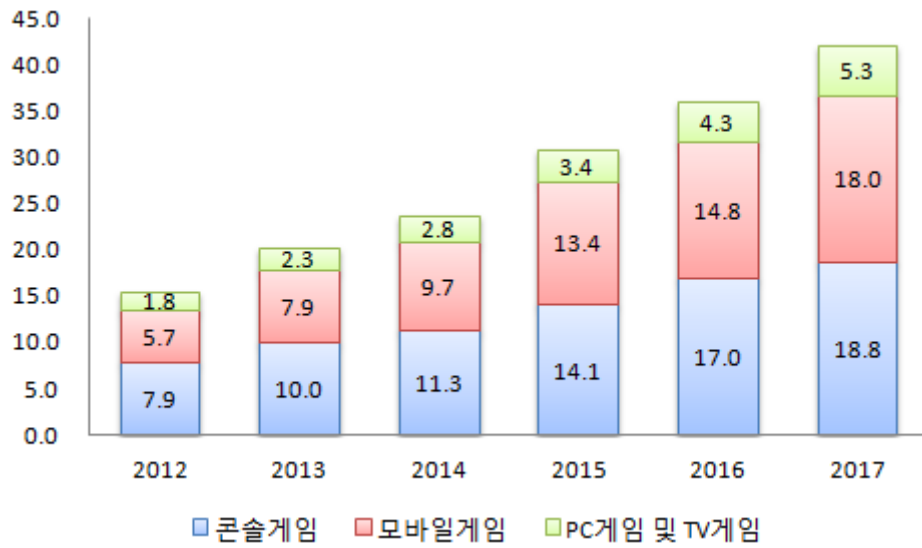


- 또한 대부분 광고로 매출을 견인하고 있는 인도 모바일 게임업체들은 향후 게임 이용자들에게 다양한 글로벌 콘텐츠를 제공함으로써 새로운 수익을 창출할 것으로 기대

www.mcvindia.com

[그림 14] 2012~2017년 인도 게임시장 규모 추이

(단위: 10억 루피)



출처: KPMG



빠르게 성장하고 있는 아프리카 모바일 게임시장

아프리카 모바일 게임시장의 규모는 전 세계 지역 중 가장 낮은 수준을 보이고 있지만 Java 기반의 시장 성장세, Ubisoft 등 글로벌 유명 게임 개발업체들의 현지 진출을 통해 빠른 성장세를 구가

아프리카 모바일 게임시장의 현황 및 특징

- ▶ 글로벌 GPU 개발업체인 NVIDIA가 주최한 GPU 기술 전문 컨퍼런스인 'GPU Technology Conference 2013(이하 GTC 2013)'에서 Leti Games¹⁾의 Eyrar Taiwa CEO 와 Wesley Kirinya CTO는 2000년 대부터 전 세계 게임 기술이 빠른 속도로 향상되고 있다고 언급하면서 아프리카 게임시장도 덩달아 성장하고 있다고 전달
 - 특히 아프리카 서부 지역에서 웹 게임시장 규모가 커지고 있으며, 모바일 게임시장은 2만 개 모바일게임의 다운로드 건수가 총 6,850건에 그칠 정도로 아직까지 시장규모가 낮은 수준을 보이고 있지만 아프리카 대륙 전역에 걸쳐 뚜렷한 성장세를 보이고 있는 것으로 확인
 - 아프리카 지역에서는 또한 캐주얼게임과 퍼즐게임이 인기를 끌고 있으며, 전반적으로 조작 방법이 간단한 게임이 보급되는 추세
 - 반면 FPS게임과 액션게임은 아직까지 아프리카 모바일 게임시장에서 보기 드문 상황인 것으로 파악

- ▶ 프랑스의 유명 콘솔게임 개발업체 Ubisoft를 비롯해, 아프리카 지역 최대 게임 개발사인 Luma Arcade²⁾와 Afroes³⁾ 등도 최근 몇 년간 아프리카 전역에서 영향력을 확대 중
 - Ubisoft는 모로코에, Luma Arcade는 케냐에, 그리고 Afroes는 남아프리카공화국에 진출한 상태
 - 글로벌 모바일 게임업체들이 우선적으로 영어와 프랑스어 버전 게임을 출시하고 스와힐리어(Swahili, 아프리카 동부 지역에서 널리 사용되는 공용어) 버전도 출시하는 등 현지화 전략을 통해 유저들을 공략
 - Java 기반의 웹게임을 지원하는 피쳐폰 시장이 모바일 게임시장의 성장을 주도하고 있으며 많은 게임 개발자들이 Java 시스템을 배우고 있는 것으로 확인
 - 한편 현지 모바일게임 개발업계의 경우, 개발자 리소스가 제한되어 있고 게임 개발업체들이 개발자들을 훈련시켜 투입하는 방식으로 게임을 개발하고 있어 게임 개발인재 확보에 난항을 겪고 있는 것으로 파악

1. 2009년에 설립된 아프리카의 모바일 게임 개발업체
2. 남아프리카 최대 콘솔게임 개발업체로 2006년에 설립
3. 아프리카의 게임 및 모바일 앱 개발업체



- ▶ 한편, 아프리카 지역 내 앱스토어에 직접 게임을 출시할 수 없는 점이 메이저 게임업체들의 아프리카 시장 공략에 부정적으로 작용하고 있는 것으로 확인
 - Leti Games의 Wesley Kirinya CTO는 이와 관련해 해당 지역을 관할하는 이동통신사와의 협력이 게임업체들의 수익 확대 기반으로 부각되고 있다고 전달

신용카드 부재 효과로 인한 모바일 결제 시장의 급성장

- ▶ 최근 아프리카 모바일 결제 시장규모는 유럽과 북미 시장을 합친 규모(305억 달러)보다 높은 수준인 610억 달러를 기록 중
 - Wesley Kirinya CTO는 전반적으로 아프리카 사람들이 신용카드를 가지고 있지 않아 쇼핑결제에 있어 모바일 결제가 유용한 수단으로 부각되고 있다고 언급

venturebeat.com



개념 정의 부재로 치료하기 어려운 '게임 중독'

호주 공립 대학인 Adelaide 대학의 Daniel King 심리학 박사가 최근 도박 및 약물 남용과 관련된 연구 자료를 기반으로 한 게임 중독 치료 연구 현황을 발표. 그는 게임 중독의 정의 및 표준을 시급히 정립해야 한다고 강조

게임 중독에 관한 불분명한 정의가 게임 중독자 증가에 악영향

- ▶ Adelaide 대학의 Daniel King 심리학 박사가 최근 게임 중독에 대한 연구를 진행하고 있다고 밝히면서, 게임 중독 정의 및 표준 정립을 통해 게임 중독과 관련된 치료 방법 향상을 도모해야 한다고 강조
 - Daniel King 박사는 비디오게임의 특징을 이해할 필요가 있다고 언급하면서, 게임 중독이 도박 중독과는 달리 전 세계 정신 건강 전문가들에 의해 실질적인 중독으로 인식되지 않고 있어 현재까지 치료가 어려운 질병으로 인식되는 상황을 초래했다고 지적
 - 특히 관련 업계에서 1980년 대부터 도박과 약물 남용에 관한 연구를 토대로 게임 중독을 연구해온 점이 크게 작용했다고 언급
 - 또한 게임에 대한 높은 중독성을 보이는 사람들이 인간 관계 변화 뿐만 아니라 수면 습관 변화 등 전반적인 신체 건강에도 심각한 위협을 경험할 수 있다고 설명
- ▶ Daniel King 박사는 게임 중독이 온라인 쇼핑 및 소셜 미디어 중독과는 분명한 차이가 있다고 언급
 - 그는 중독자 양상에 영향을 끼치는 게임만의 독특한 요소를 이해할 필요가 있다고 지적
 - 특히 대부분의 게임 이용자들이 게임 이용이 생활에 있어 즐거움을 준다고 생각할 뿐만 아니라 게임 중독에 관해 '건전한 중독'이라 여기는 점이 다른 중독과의 차이점이라고 밝히면서 이 같은 사실을 간과하지 말아야 한다고 설명
- ▶ Daniel King 박사는 게임 중독자들을 위해 많은 사람들의 현황을 파악하고 치료를 수행할 계획이라고 발표

www.news.com.au, gamepolitics.com



인도네시아 게임업체, 모바일게임 플랫폼 런칭

인도의 게임 개발업체인 Touchten이 모바일게임 퍼블리싱 플랫폼을 소프트 런칭하고, 2012년 인도 게임쇼에서 수상한 바 있는 인도 게임업체 Tinker Games의 게임 2종을 퍼블리싱하기로 결정

인도네시아 게임 개발사 Touchten, 모바일게임 플랫폼 소프트 런칭

1. Touchten은 인도네시아에서 가장 성공한 게임 개발업체 중 하나로, 대표 게임 타이틀 <Train Legend>의 경우 최근 미국 시장 내 무료 iOS앱 차트에서 5위를 차지하기도 함. Touchten은 월간 이용자 수(monthly active users)만 70만 명, 총 500만 명 이상의 유저를 확보하고 있음

- ▶ 인도네시아 게임 개발업체 Touchten¹⁾이 모바일게임 퍼블리싱 플랫폼을 소프트 런칭하고, 인도네시아 게임 개발사 Tinker Games와 첫 번째 퍼블리싱 계약을 체결
 - Tinker Games는 인도네시아 소재 게임 개발업체로, Indonesia Game Show 2012 수상업체 중 하나이며, Systec Group portfolio 그룹의 자회사
 - Touchten은 Tinker Games의 게임 2종 <Paws! Cat Attack>과 <Soccer Girl Adventure>를 퍼블리싱하기로 결정
 - 두 게임 모두 유료 캐주얼게임으로, iTunes 계정에서 제공될 예정
 - Tinker Games의 Panji Prakoso CEO는 최근 Touchten과의 제휴에 관해 "Touchten이 이미 iOS, Android 뿐만 아니라 웹에서 다양한 게임들을 성공적으로 출시한 사실을 알고 있다"며, "모바일 게임산업 내에서 견고한 유통 채널을 확보하고 있는 Touchten과 제휴하게 돼 영광"이라고 언급
- ▶ Touchten을 통해 제공되는 모든 게임들은 향후 Touchten의 자체 개발게임과 동일하게 서비스될 전망
 - Touchten의 CEO인 Anton Soeharyo는 "Touchten에서 퍼블리싱한 모든 게임을 마치 Touchten에서 직접 제작한 게임인 것처럼 관리하고, 운영할 것"이라며, "향후 플랫폼 파트너들을 상대로 로열티 포인트는 물론 이통사와 전자머니 결제 시스템, 프로모션 예산, 멘토링 및 컨설팅 서비스 등을 제공할 것"이라고 강조
 - Touchten의 게임 퍼블리싱 플랫폼은 2013년 5월 정식 런칭될 예정

www.techinasia.com



통계 기타 아시아 App Store 게임 순위

[표 14] 기타 아시아 App Store 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	인도			오스트레일리아		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Temple Run: Oz (Disney)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)	Cut the Rope Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Cut the Rope Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Megapolis (Social Quantum)	Poker by Zynga (Zynga Inc.)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Clash of Clans (Supercell)
3	8 Ball Pool™ (Miniclip.com)	Bee Leader (Flightless)	我拼 (Ke yu Long)	Wreck-it Ralph (Disney)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Slots - Pharaoh's Way (CBVO MEDIA GMBH)
4	Temple Run: Brave (Disney)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Megapolis (Social Quantum)	Fearless Wheels (FunGenerationLab)	Robot Unicorn Attack 2 ([adult swim])	Slotomania (Playtika LTD)
5	Angry Birds (Rovio Entertainment Ltd)	Battle Of Chepauk (New Mae Multimedia)	Subway Surfers (Kiloo)	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros.)	What's the Saying? (The Video Arcade)	Modern War (Funzio, Inc)
순위	말레이시아			싱가포르		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Real Badminton (Doowid Software Solutions)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros.)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)
2	Pou (Paul Salameh)	Fruit Mania™ (TeamLava)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	8 Ball Pool™ (Miniclip.com)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Plants vs. Zombies (PopCap)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	手机三国 (上海顺网科技有限公司)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Hardest Game Ever 2 (Oranosen Studio)	手机三国 (上海顺网科技有限公司)
4	Cut the Rope Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	雄霸天地 (com.digitalcloud)	Cut the Rope Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Megapolis (Social Quantum)	Modern War (Funzio, Inc)
5	FIFA 13 by EA SPORTS (Electronic Arts)	Hardest Game Ever 2 (Oranosen Studio)	神仙道 (Pinidea Co., Ltd.)	Draw Something 2™ (Zynga Inc)	Fruit Mania™ (TeamLava)	Legend of the Cryptids (Applibot Inc)
순위	인도네시아			대만		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Real Badminton (Doowid Software Solutions)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Hay Day (Supercell)	Sanqo Fight (Logic Ball)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	神魔之塔 (Mad Head Limited)
2	Cut the Rope Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Icon Pop Word (Alegrium)	Clash of Clans (Supercell)	Toy Story: Smash It! (Disney)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Temple Run: Oz (Disney)	LINE JELLY (NAVER Japan Corporation)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	雷电2012 : 金属咆哮 (KooGame)	LINE I Love Coffee (NAVER Japan Corporation)	三國來了繁中版 (RedAtoms, Inc)
4	Plants vs. Zombies (PopCap)	Bee Leader (Flightless)	MinoMonsters (MinoMonsters, Inc)	パワフルプロ野球 (KONAMI)	Toy Story Smash It! Lost Episode (Disney)	雄霸天地 (com.digitalcloud)
5	Where's My Water? (Disney)	Icon Pop Mania (Alegrium)	Poker by Zynga (Zynga Inc)	Jigsaw Can (Infinity8 Studio)	Megapolis (Social Quantum)	逆轉三國 (ONECLICK GAME Co.Ltd)

출처: itunes.apple.com, appannie.com



통계 기타 아시아 Google Play 게임 순위

[표 15] 기타 아시아 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	인도			오스트레일리아		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Temple Run: Brave (Disney)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Age of Empire (Silent Ocean)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Temple Run: Oz (Disney)	touch girl (fuck girl) (skyfly)	Subway Surfers (Kiloo)	The Room (Fireproof Games)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Slotomania (Playtika LTD)
3	Where's My Water? (Disney)	Subway Surfers (Kiloo)	Zynga Poker (Zynga)	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Hardest Game Ever 2 (Orangenose Studio)	The Simpsons™ Tapped Out (EA Swiss Sarl)
4	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Angry Birds (Rovio Mobile Ltd.)	CSR Racing (NaturalMotion Games Ltd)	Where's My Water? (Disney)	4 Pics 1 Word (LOTUM GmbH)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
5	Need for Speed™ Most Wanted (EA Swiss Sarl)	Hill Climb Racing (Fingersoft)	Slot City - slot machines (Dragonplay)	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Slot City - slot machines (Dragonplay)
순위	말레이시아			싱가포르		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Where's My Water? (Disney)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
2	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Pou (Zakeh)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Hardest Game Ever 2 (Orangenose Studio)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Hardest Game Ever 2 (Orangenose Studio)	Top Eleven (Nordeus)	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Slotomania (Playtika LTD)
4	Temple Run: Brave (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	CSR Racing (NaturalMotion Games Ltd)	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	The Floor Escape (Perfect Games INC)	Legend of the Cryptids (Applibot Inc)
5	Cut the Rope (ZeptoLab)	Subway Surfers (Kiloo)	風雲天下20 繁體版 (廣博網絡娛樂有限公司)	Need for Speed™ Most Wanted (EA Swiss Sarl)	Iron Vn3-The Official Game (Gameloft)	Rage of Bahamut (Mobage)
순위	인도네시아			대만		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	Where's My Water? (Disney)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	神魔之塔 (Mad Head Limited)
2	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)	Dynasty Wars The Kingdoms (Outblaze Ventures)	閱讀空氣2 (EmbeddedArts)	LINE JELLY (LINE Corporation)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Where's My Perry? (Disney)	Angry Birds (Rovio Mobile Ltd)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Ayakashii Ghost Guild (Zynga)
4	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Cooking Mama (clever boy ll)	CSR Racing (NaturalMotion Games Ltd)	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	時空獵人OL (摩利數位行銷)	時空獵人OL (摩利數位行銷)
5	Temple Run: Brave (Disney)	Pool Master Pro (TerranDroid)	Zynga Poker (Zynga)	Where's My Perry? (Disney)	神魔之塔 (Mad Head Limited)	百萬亞瑟王 (Mobimom Inc)

출처: play.google.com, appannie.com



GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

유럽 게임시장 동향

- 유럽위원회, 영국 게임산업 조세 감면 법안 재수사
- 영국 정부, 불공정한 '앱 내 결제'에 관해 조사 착수
- Blizzard의 TCG <Hearthstone>이 가지는 의미
- Ubisoft 및 MS, '상시 접속 체제' 준비
- **통계** 유럽 게임 SW 판매 순위
- **통계** 유럽 App Store 게임 순위
- **통계** 유럽 Google Play 게임 순위





유럽위원회, 영국 게임산업 조세 감면 법안 재수사

2013년 3월 통과된 영국 게임산업 조세 감면 법안을 놓고 유럽위원회(EC)가 전면 재수사하기로 결정함에 따라 영국 인터랙티브엔터테인먼트산업협회(UKIE)와 영국 게임개발자협회(TIGA) 등이 대응책 마련에 고심

영국 게임산업 세금 혜택 법안 놓고 유럽위원회 심층 재수사

- ▶ 유럽위원회(European Community, 이하 EC)가 지난 2013년 3월 통과된 영국 게임 산업에 관한 조세 감면 법안(25%의 세금 감면 혜택 적용)을 전면 재수사하기로 발표
 - 특히 EC는 조세 감면 법안이 영국 게임산업 발전에 진정 필요한 것인지, 영국 내에서 사용되거나 소비된 게임 제품 및 게임 서비스로 세금 감면 제도를 제한할 수 있을지, 조세 감면과 같은 지원책이 EU 회원국들 사이의 게임산업 지원책 경쟁을 부추기는 것이 아닌지에 대한 의문을 제기
 - 또한 EC는 영국 문화의 특징을 반영한 게임에만 조세 혜택을 적용한다는 조항과 관련해 어떠한 왜곡 없이 조세 감면 대상을 선정할 수 있을지에 대한 의문을 제기

- ▶ 반면, 영국 인터랙티브엔터테인먼트산업협회(UK Interactive Entertainment, 이하 UKIE)는 영국 게임산업에 대한 세금 감면 정책이 지속적으로 적용되기를 희망
 - UKIE의 CEO Jo Twist 박사는 "영국 게임산업 조세 감면 법안과 관련한 EC의 심층 조사 결정에 대해 실망했다"고 언급
 - UKIE측은 "해당 법안이 게임 개발 스튜디오의 성장과 영국 내 다국적 게임 개발사들의 진출, 인재 양성에 이바지할 뿐만 아니라 영국 게임을 문화적으로 만들고자 하는 게임 개발자들에게 결정적 기회를 제공할 것"이라고 주장
 - 실제 프랑스에서도 비슷한 게임 관련 조세 감면 법안의 통과 여부를 놓고 논의가 진행되었으며, 최종 법안이 발의 되기까지 12개월이 소요됨
 - 이와 관련해 Jo Twist는 "영국 게임산업은 다른 국가와의 경쟁을 위해서라도 세금 감면 정책이 필히 시행되어야 한다"며, "영국 게임산업의 침체는 명백히 시장의 실패가 아니냐는 의문을 제기한 EC에 대해 영국 자체 개발 게임이 글로벌 시장에서 경쟁하기에는 그 수가 턱없이 부족하다는 사실을 증명할 자료를 제출할 예정"이라고 언급
 - 아울러 EC의 조사에 대응하기 위한 증거 자료 제출을 위해 영국 게임개발자협회(The Independent Game Developer Association, TIGA)와도 긴밀히 협조할 것임을 밝힘

www.mcvuk.com



영국 정부, 불공정한 '앱 내 결제'에 관해 조사 착수

영국 공정거래사무소는 어린이에게 허위 광고를 사용하여 '앱 내 결제'를 유도하는 피해 사례가 있는 지 여부를 확인하기 위해 F2P 웹 및 모바일게임을 대상으로 조사에 돌입

영국 공정거래사무소, F2P 게임을 대상으로 '앱 내 결제' 관련 조사

- ▶ 영국 공정거래사무소는 F2P 웹과 모바일게임을 대상으로 허위 광고를 이용한 '앱 내 결제(in-app purchase)'에 관하여 조사에 착수
 - 2013년 4월 9일자로 영국에서 가장 많은 돈을 벌어들이는 게임 상위 100위 가운데 80개가 설치하는 무료이고 설치 이후 '앱 내 결제'로 수익을 올리는 시스템
 - <Real Racing 3>, <Smurf Village>, <Fieldrunners>와 같은 인기 모바일게임에서는 100달러 이상까지 '앱 내 결제'가 가능하도록 설정
 - 자녀와 학부모들이 무료라고 생각했던 게임을 플레이를 하는 도중에 불공정하게 결제를 하도록 압력을 받을 가능성을 우려함
 - 게임을 플레이 하는 어린이들이 '앱 내 결제'를 통해 추가 콘텐츠에 대해 요금을 지불하도록 불공정하게 압력을 받거나 부추김 받았는지 여부를 확인하는 것이 조사의 목적
- ▶ 게임이 불공정하게 '앱 내 결제'를 유도하는 지, 특히 어린이들에게 직접적으로 '앱 내 결제'를 권유하는지 여부를 확인하는 것이 조사의 초점
 - '직접적인 권유'란 구매를 하도록 강하게 권유하는 행위, 구매를 필요로 하는 행동을 하도록 강력히 권유하는 행위, 부모에게 결제를 설득하게 하는 행위를 포함
 - '직접적인 권유'에 해당하는 행위들은 소비자 보호 규제법에 의한 규제 대상에 해당
- ▶ 학부모 단체와 소비자 단체뿐만 아니라 게임 개발자 및 게임 호스팅 회사로부터 직접 '앱 내 결제' 관련 정보를 확보할 예정
 - 어린이를 대상으로 하는 마케팅 관련 정보를 게임 회사로부터 요청할 예정
 - 게임 내의 "허위 혹은 상업적으로 공격적인 관행"에 관한 정보를 가지고 있는 경우, 공정거래사무소로 연락하도록 학부모들과 소비자 단체에게 지시
- ▶ 공정거래사무소에서는 무료 웹 및 앱 기반 게임까지 조사 대상을 확대할 예정

www.polygon.com, www.offt.gov.uk



Blizzard의 TCG <Hearthstone>이 가지는 의미

Blizzard가 2012년 3월 22일 부분유료화 방식의 TCG 장르 <Hearthstone>를 공개. <StarCraft>, <World of Warcraft>등 PC 기반 하드코어게임을 주로 개발해온 Blizzard는 <Hearthstone>을 통해 부분유료화라는 새로운 수익모델을 시험

1. 다양한 종류의 카드를 수집하며 진행하는 게임 장르로 대전, 퍼즐 RPG 등 타 장르와 복합적인 형태를 띠는 경우가 대부분. 주요 수익 모델은 게이머가 새 카드를 입수할 수 있는 '뽑기' 형태의 부분유료화

Blizzard의 최초 무료 게임 <Hearthstone: Heroes of Warcraft>

- ▶ Activision Blizzard의 Blizzard Entertainment는 지난 2013년 3월 22일 미국 보스턴에서 개최된 게임쇼 "PAX EAST 2013"에서 차기작으로 TCG(Trading Card Game) 장르¹⁾인 <Hearthstone: Heroes of Warcraft>를 공개
 - <Hearthstone: Heroes of Warcraft>는 <Warcraft>를 대표하는 아홉 개 직업의 영웅들을 중심으로 카드 덱을 만들어 서로 대전하는 TCG 장르
 - 게이머들은 다른 게이머와 대결을 펼치거나 인공지능 컴퓨터와 대결을 통해 랭킹을 높이고 카드를 획득 가능
- ▶ Blizzard Entertainment는 조만간 베타 테스트를 통해 게임의 다양한 콘텐츠들을 일반 사용자에게 공개할 예정
 - Blizzard Entertainment의 Mike Morhaime CEO는 "카드 게임은 Blizzard에서 언제나 인기였으며, 우리가 좋아하는 이 장르의 모든 매력을 <Hearthstone: Heroes of Warcraft>에 담아냈다는 사실에 가슴이 매우 벅차다"며, "누구나 쉽게 배우고 즐길 수 있으면서 심도 있는 전략을 구사할 수 있는 재미있고 새로운 게임을 만들었다"고 언급

<Hearthstone: Heroes of Warcraft>의 기회 요인

- ▶ Blizzard Entertainment는 <Hearthstone: Heroes of Warcraft>를 통해 하드코어에서 캐주얼게임으로 사업을 확장하면서 모바일과 부분유료화 트렌드를 수용
 - 대표적인 PC기반의 하드코어게임 개발업체인 Blizzard Entertainment는 패키지게임 및 정액제 MMORPG보다 쉽게 접근 가능한 모바일게임을 선호하는 트렌드를 수용
 - <Hearthstone: Heroes of Warcraft>모바일 기반 부분유료화 모델에서 신 수익 확보를 위한 시도로 평가됨
 - 경쟁업체인 EA, Capcom, Square Enix도 모바일 게임시장에 속속 진출 중



- ▶ Blizzard Entertainment는 <Hearthstone: Heroes of Warcraft> 개발을 위해 소규모 전담팀을 새로 구성해 보다 속도있는 개발 프로세스를 만들
 - 회사 초기의 자유로운 개발 분위기를 되살리려는 취지
 - 하드코어게임의 대규모 개발 프로젝트 대비 빠르게 시장 환경에 대응이 가능하지만, 기존 개발 프로세스와 충돌하지 않고 독자 노선 유지가 가능할지 여부가 관건

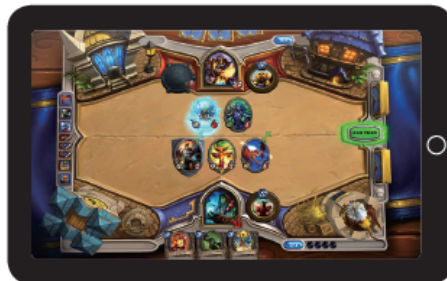
- ▶ 해외 게임 관계자들은 <Hearthstone: Heroes of Warcraft>의 깊이있는 구성에 대해 하드코어의 요소를 살린 캐주얼게임이라고 호평
 - <Hearthstone: Heroes of Warcraft>는 쉬운 규칙 속에서도 TCG 특유의 전략성을 제공
 - 대전 게임의 긴장감을 살린 게임플레이, 심플하면서도 박진감 있는 그래픽과 음향 효과가 장점으로 꼽힘
 - <Warcraft>와 <World of Warcraft> 애호가의 팬심을 자극하는 콘텐츠 구성으로 OSMU(One Source Multi Use)를 극대화

- ▶ 다만 최근 인기 타이틀 프랜차이즈의 과도한 '우러먹기' 논란이 해결의 과제
www.polycon.com

[그림 15] <Hearthstone: Heroes of Warcraft>의 주요 특징

BLIZZARD ENTERTAINMENT

“쉽고 간단하면서도 깊이있는 게임을 만들고 싶었다”



'Hearthstone' 게임 화면

- ▶ 'Hearthstone'은 게이머가 다양한 종류의 카드로 '덱(deck)'을 구성해 다른 게이머와 대전을 벌이는 TCG 장르
 - 현재 베타 서비스 중이며, PC, Mac, iPad용으로 출시될 예정
 - 기존 카드 게임과 마찬가지로 추가카드를 '뽑기' 형식으로 구매하는 부분유료화 모델 채택

- 쉬운 플레이** 사전 지식 없이도 누구나 몇분만 배우면 금방 즐길 수 있음
- 간단한 개발** 15명으로 구성된 소규모 전담팀에서 짧은 시간에 게임 개발
- 깊이있는 구성** 게임의 전략적 측면에 초점을 맞춰 게이머의 몰입을 유도

출처: 스트라베이스



Ubisoft 및 MS, '상시 접속 체제' 준비

MS에서는 상시 접속(always-online) 체제를 적용한 게임콘솔인 Xbox를 선 보일 것으로 알려져 있으며, Ubisoft의 Yannis Mallat CEO에 의하면 게이머들이 상시 접속(always-online)을 위한 준비가 된 상태

Ubisoft 및 MS, 차세대 플랫폼을 위한 상시 접속 체제 예고

- ▶ 프랑스의 콘솔게임 개발업체 Ubisoft의 캐나다 지사인 Ubisoft Montreal의 Yannis Mallat CEO가 최근 차세대 플랫폼을 위한 상시 접속(always-online)에 관해 언급
 - Mallat에 의하면 대부분의 게이머들은 온라인에 상시 접속할 준비가 되어 있으며, 많은 게이머들은 이미 다른 장치를 통해서 계속 온라인 접속을 할 수 있는 상태
 - 상시 접속 콘솔이 많은 게이머들에게 받아들여지기 위해서는 추가 콘텐츠나 특별 서비스와 같은 혜택을 제공하는 것이 바람직
- ▶ MS에서 출시되는 차세대 게임콘솔 Xbox 720은 작동을 위해서 인터넷 접속이 필수일 것으로 추정
 - 네트워크 신호가 3분 이상 끊기는 경우, 작동 중인 모든 애플리케이션과 게임이 중지
 - MS의 Adam Orth 개발 담당자는 "왜 상시 접속 콘솔을 두고 말이 많은지 모르겠고, 현재의 모든 기기들은 이미 상시 접속 상태이며 이것이 우리가 살고 있는 세상"이라고 언급
 - MS는 아직 차세대 게임콘솔에 관한 계획에 대해 공식적으로 발표한 바가 없지만, 오는 5월 21일에 공개할 전망
- ▶ 반면, Sony의 신규 게임콘솔인 PlayStation 4는 인터넷 접속 없이 플레이가 가능

www.gamespot.com



[그림 16] Ubisoft의 대표 게임타이틀 <Watch Dogs> 이미지



출처: GAMESPOT



통계 유럽 게임 SW 판매 순위

[표 16] 유럽 게임 SW 판매 순위

순위	영국 (4. 23 ~ 4. 29)	독일 (4. 16 ~ 4. 22)	프랑스* (4. 16 ~ 4. 22)
1	Dead Island: Riptide (Xbox360, Koch Media)	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3, Warner Bros)	Fire Emblem: Awakening (3DS, Nintendo)
2	Dead Island: Riptide (PlayStation3, Koch Media)	Fire Emblem: Awakening (3DS, Nintendo)	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3, Warner Bros)
3	Injustice: Gods Among Us (Xbox360, Warner Bros)	SimCity (PC, EA)	Luigi's Mansion 2 (3DS, Nintendo)
4	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3, Warner Bros)	Luigi's Mansion 2 (3DS, Nintendo)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
5	Dragon's Dogma: Dark Arisen (Xbox360, Capcom)	Injustice: Gods Among Us (Xbox360, Warner Bros)	Injustice: Gods Among Us (Xbox360, Warner Bros)
6	LEGO City Undercover: The Chase Begins (3DS, Nintendo)	Starcraft II: Heart of the Swarm (PC, Activision Blizzard)	
7	Star Trak (Xbox360, Namco Bandai)	Bioshock Infinite (PlayStation3, Take-Two)	
8	Dragon's Dogma: Dark Arisen (PlayStation3, Capcom)	Bioshock Infinite (PC, Take-Two)	
9	Luigi's Mansion 2 (3DS, Nintendo)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	
10	Tomb Raider (Xbox360, Square Enix)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	
순위	스웨덴 (4. 23 ~ 4. 29)	이탈리아 (4. 16 ~ 4. 22)	네덜란드 (4. 23 ~ 4. 29)
1	Dead Island: Riptide (Xbox360, Koch Media)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Luigi's Mansion 2 (3DS, Nintendo)
2	World of Warcraft Game Card (PC, Activision Blizzard)	Assassin's Creed III D1 Version (PlayStation3, Ubisoft)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)
3	FIFA 13 (PlayStation3, EA)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3, Warner Bros)
4	Dead Island: Riptide (PlayStation3, Koch Media)	Far Cry 3 DI Lost Expedition (PlayStation3, Ubisoft)	Just Dance 4 (Wii, Ubisoft)
5	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Call of Duty: Black Ops II (PlayStation3, Activision Blizzard)	Skylanders Giants (Wii, Activision Blizzard)
6	PlayStation Network Voucher 200 (PlayStation3, Sony)	FIFA 13 (Xbox360, EA)	Fire Emblem: Awakening (3DS, Nintendo)
7	World of Warcraft 60 Days Game Card (PC, Activision Blizzard)	Luigi's Mansion 2 (3DS, Nintendo)	SimCity (PC, EA)
8	Tomb Raider (PlayStation3, Square Enix)	Fire Emblem: Awakening (3DS, Nintendo)	Assassin's Creed III (PlayStation3, Ubisoft)
9	Tomb Raider (Xbox360, Square Enix)	Injustice: Gods Among Us (PlayStation3, Warner Bros)	FIFA 13 (PlayStation3, EA)
10	Army of Two: The Devil's Cartel (PlayStation3, EA)	Assassin's Creed III D1 Version (Xbox360, Ubisoft)	Injustice: Gods Among Us (Xbox360, Warner Bros)

*주: 프랑스의 경우 현지 시장조사업체에서 콘솔게임만 발표

출처: www.chart-track.co.uk, www.mediabiz.de, www.sell.fr, www.gfkhitlist.com, www.multiplayer.it,
www.dutchcharts.nl



통계 유럽 App Store 게임 순위

[표 17] 유럽 App Store 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	영국			독일		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	The Chase (Barnstorm Games)	FallDown! 2Hannes Jensen	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Pou (Paul Salameh)	Cruciverber PRO (Cihat Guenduez)	Clash of Clans (Supercell)
2	Classic Catch Phrase (Delue Digital Studios London)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Clash of Clans (Supercell)	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Dust Fighter (Robert Bosch GmbH)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
3	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Traffic Racer (Soner Kara)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	The Simpsons™ (Electronic Arts)
4	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros)	Daw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Modern War (Funzio, Inc)	Survivalcraft (Igor Kalicinski)	Bee Leader (Flightless)	Hay Day (Supercell)
5	8 Ball Pool™ (Miniclip.com)	What's the Saying? (Creative Arts and Friends Wood)	Hay Day (Supercell)	Worms 2 Armageddon (Team17 Software)	4 Bilder 1 Wort (LOTUM GmbH)	Top Eleven (Nordeus LLC)
순위	프랑스			스웨덴		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Plague Inc (Ndemic Creations)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Robot Unicorn Attack 2 ([adult swim])	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Pic Combo (Games for Friends GmbH)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Test for Friends (Games for Friends GmbH)	Clash of Clans (Supercell)
3	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros)	Hardest Game Ever 2 (Orangenose Studio)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Pou (Paul Salameh)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Hay Day (Supercell)
4	Angry Birds Star Wars (Rovio Entertainment)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Hay Day (Supercell)	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros)	Fruit Mania™ (TeamLava)	Modern War (Funzio, Inc)
5	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	Immortalis (Aeria Mobile)	Top Eleven (Nordeus LLC)	TETRIS® (Electronic Arts)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Top Eleven (Nordeus LLC)
순위	이탈리아			네덜란드		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Pou (Paul Salameh)	4 Immagini - 1 Parola (LOTUM GmbH)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Pou (Paul Salameh)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	The Money Drop (Mediaset.it)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Daw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)
3	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Hardest Game Ever 2 (Orangenose Studio)	Hay Day (Supercell)	Cut the Rope: Time Travel (Zeptolab UK Limited)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Hay Day (Supercell)
4	Temple Run: Oz (Disney)	Icomania (Games for Friends GmbH)	Top Eleven (Nordeus LLC)	Kick the Buddy: No Mercy (Crustalli)	Benji Bananas HD (Fingersoft)	Modern (WarFunzio, Inc)
5	Plague Inc (Ndemic Creations)	Guess the Word! (Aleandru Halmagan)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Fearless Wheels (FunGenerationLab)	Test for Friends (Games for Friends GmbH)	Big Fish Casino (Big Fish Games)

출처: itunes.apple.com, appannie.com



통계 유럽 Google Play 게임 순위

[표 18] 유럽 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	영국			독일		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga (King.com)	Candy Crush Saga (King.com)	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	The Simpsons™ (EA Swiss Sarl)
2	Plants vs. Zombies (Electronic Arts Inc)	Subway Surfers (Kiloo)	MARVEL War of Heroes (Mobage)	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	4 Bilder 1 Wort (LOTUM GmbH)	Candy Crush Saga (King.com)
3	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	The Room (Fireproof Games)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)
4	Temple Run: Oz (Disney)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Rage of Bahamut (Mobage)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Doodle Jump (Lima Sky LLC)	Age of Empire (Silent Ocean)
5	Need for Speed™ Most Wanted (Electronic Arts Inc)	The Floor Escape (Perfect Games INC)	Modern War (GREE, INC)	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Pou (Zakeh)	Top Eleven (Nordeus)
순위	프랑스			스웨덴		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	The Room (Fireproof Games)	Hardest Game Ever 2 (Orangense Studio)	The Simpsons™ (EA Swiss Sarl)	Quizkampen PREMIUM (FEO Media AB)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Candy Crush Saga (King.com)
2	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Doodle Jump (Lima Sky LLC)	Candy Crush Saga (King.com)	Wordfeud (Bertheussen IT)	Quizkampen (FEO Media AB)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
3	Worms 2 Armageddon (Team 17 Digital Limited)	4 Bilder 1 Wort (LOTUM GmbH)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga (King.com)	Rage of Bahamut (Mobage)
4	Rayman Jungle Run (Ubisoft)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	Top Eleven (Nordeus)	The Room (Fireproof Games)	Test Friends - Know them? (Gamesfriends GmbH)	Top Eleven (Nordeus)
5	Where's My Water? (Disney)	Candy Crush Saga (King.com)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	10000000 (EightyEight Games)	Fingus Versus Knife (TACOTY PH code)	Modern War (GREE, INC)
순위	이탈리아			네덜란드		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Ruzzle (MAG Interactive)	4 Immagini 1 Parola (LOTUM GmbH)	Candy Crush Saga (King.com)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga (King.com)	Candy Crush Saga (King.com)
2	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Hardest Game Ever 2 (Orangense Studio)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	Wordfeud (Bertheussen IT)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Modern War (GREE, INC)
3	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Top Eleven (Nordeus)	Where's My Water? (Disney)	Test Friends - Know them? (Gamesfriends GmbH)	Rage of Bahamut (Mobage)
4	Where's My Water? (Disney)	Ruzzle Free (MAG Interactive)	The Simpsons™ (EA Swiss Sarl)	Ruzzle (MAG Interactive)	Catapult King (Chilingo International)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
5	The Room (Fireproof Games)	Pou (Zakeh)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	The Room (Fireproof Games)	4 Immagini 1 Parola (LOTUM GmbH)	Age of Empire (Silent Ocean)

출처: play.google.com, appannie.com



GLOBLAL GAME INDUSTRY TREND

중남미 게임시장 동향

- 중남미 게이머들의 게임 이용 행태
- 콜롬비아 게임 <Nitro Chimp>, App Store 입성
- 페루, 역사 교육 목적의 온라인게임 출시
- Kaxan Media Group, 멕시코 문화 디지털화로 승부
- **통계** 중남미 App Store 게임 순위
- **통계** 중남미 Google Play 게임 순위





중남미 게이머들의 게임 이용 행태

시장조사기관 ESET Latinoamérica가 최근 실시한 설문조사 결과에 따르면, 조사 대상자의 대부분이 게임을 매력적인 여가 수단으로 여기고 있으며, 일부는 바이러스, 악성코드, 개인 정보 유출 등의 사이버범죄 위협에 노출

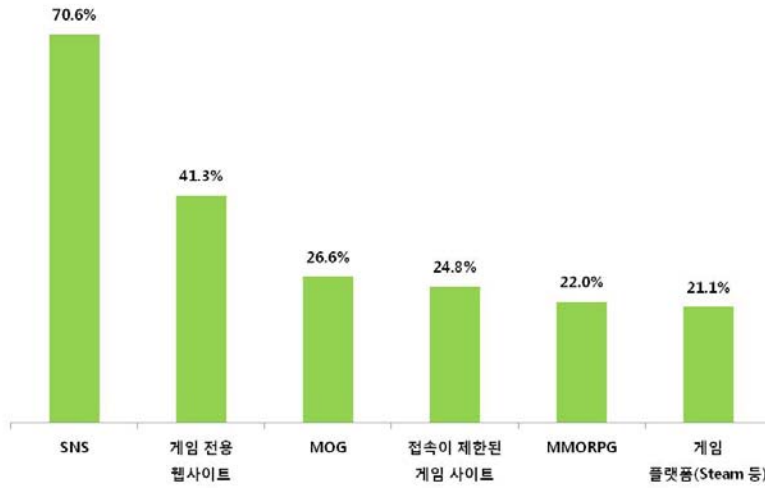
중남미 게이머의 주요 게임 이용 수단은 SNS

- ▶ 시장조사기관인 ESET Latinoamérica가 온라인 정보 보안을 주제로 2013년 3월 실시한 설문조사 "Seguridad de la Información"에 따르면, 조사 대상의 86.2%가 온라인게임을 이용한다고 응답했으며, 약 65.1%가 바이러스에 감염될 위험에 처한 적이 있다고 응답
- ▶ 또한, 게임을 하기 위해 어떤 서비스를 이용하는지에 대한 질문에는, 조사 대상자의 약 70.6%가 Facebook 등 SNS를, 41.3%가 게임 전용 웹사이트를, 26.6%가 <Counter Strike>와 같은 MOG를 이용한다고 응답
 - 그 외에도 접속이 제한된 게임 사이트 이용(24.8%), MMORPG(22%), Steam 및 Origin 등의 플랫폼 이용(21.1%)한다는 응답도 있었음
- ▶ 한편, 온라인게임 이용시 어떠한 위협이 존재한다고 생각하는지에 대한 질문에는, 조사 대상자의 약 65.1%가 바이러스를 가장 흔한 사이버 범죄라고 응답했으며, 60.6%가 정보 유출, 49.5%가 악성 프로그램 및 계정 해킹이라고 응답
- ▶ 실제로 사이버범죄를 당해본 적 있느냐는 질문에는, 조사대상자의 30.3%가 악성 프로그램으로 인한 정보 유출 및 해킹을 당해본 적이 있다고 응답했으며, 반대로 34.9%는 아무런 사이버 범죄에 노출된 적 없다고 응답

www.estrategiaynegocios.net

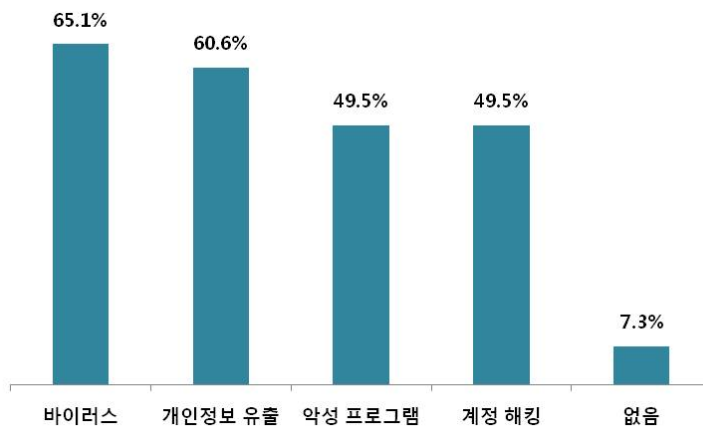


[그림 17] 중남미 게이머들의 게임 관련 서비스 이용 행태



출처: ESTRATEGIA&NEGOCIOS E&N

[그림 18] 중남미 게이머들이 온라인게임 이용 시 우려하는 사이버 범죄 유형



출처: ESTRATEGIA&NEGOCIOS E&N



콜롬비아 게임 <Nitro Chimp>, App Store 입성

콜롬비아의 로컬 게임 개발업체의 모바일게임 <Nitro Chimp>가 App Store에서 다운로드 60만 건을 돌파. 아직 태동 단계인 콜롬비아의 모바일 게임시장을 감안할 때 매우 좋은 성적을 거둔 것으로 평가

1. 콜롬비아의 권위있는 디자인 잡지인 'Proyecto Diseño'가 콜롬비아의 디자인 산업 진작을 위해 정부 및 다양한 민간 기업의 후원을 받아 수여하는 디자인 상으로 올해로 16회를 맞이함. 분야는 건축 디자인, 산업 디자인, 사진, 패션(의류) 디자인, 보석 디자인, 컴퓨터 그래픽 디자인 등 다양하며 디지털 분야로는, 애니메이션, 모바일 애플리케이션, 웹 디자인 등이 있음

<Nitro Chimp>, 콜롬비아 모바일 앱 산업 태동을 알리는 신호탄

- ▶ 콜롬비아 로컬 게임 개발업체인 C2 Game Studio가 개발한 iPhone 및 iPad용 모바일게임 <Nitro Chimp>가 출시 4개월 만에 App Store 다운로드 횟수 60만 건을 돌파
 - <Nitro Chimp>는 2012년 1년 간 개발 기간을 거쳐 작년 12월 5일 출시된 모바일게임으로, 세상에서 가장 빠른 오토바이 운전수가 되고 싶어하는 침팬지와 수단과 방법을 가리지 않고 침팬지를 방해하려는 고릴라의 대치를 골자로 하고 있으며, 게임이 진행되는 동안 약 270개의 미션과 매운 고추 폭탄, 불꽃놀이용 폭죽, 칼, 자석 등의 액세서리 무기를 제공
 - <Nitro Chimp>의 출시 당시 가격은 0.99달러였고, 현재는 완전 무료로 다운로드 가능
- ▶ 게임 개발을 담당한 C2 Game Studio는 콜롬비아에서는 아직 생소하지만 점차 주목받기 시작하고 있는 신생 산업인 모바일 애플리케이션 산업에 일찌감치 뛰어들어 두각을 나타냄
 - 미국 서부 개척 시대를 배경으로 한 모바일게임인 <Cowboy Guns>로 2012년 7월 'Lápiz de Acero'¹⁾ 상 애플리케이션 부문에서 수상
 - C2 Game Studio 대표인 Camilo Gómez에 따르면 <Nitro Chimp>의 App Store 다운로드 건수 60만 건 중 콜롬비아 게이머의 다운로드 거수는 5,000건 밖에 되지 않는다는 사실을 통해, 게임의 해외 인지도를 추측 가능
 - C2 Game Studio는 <Nitro Chimp>의 App Store 안착을 위해 여러가지 전략을 구사했는데, 특히 EA의 자회사로 <Angry Birds> 및 <Cut the Rope>와 같은 유명 게임을 배급한 바 있는 퍼블리셔인 Chillingo와 전략적 제휴 체결 후 게임 출시

콜롬비아, 모바일 앱 산업 진작을 위한 정부 지원 다각화

- ▶ 콜롬비아는 모바일 애플리케이션 시장의 미래를 밝게 점치며 다각적인 지원 방법 모색



- 정보통신기술부는 디지털 콘텐츠 산업 진작을 위해 600억 페소를 투자한 바 있으며, Proexport²⁾는 관련 국제 행사 유치에 적극 나서고 있는데, 일례로 몇 주 전 샌프란시스코에서 개최된 Game Developers Conference (GDC)에 19개의 로컬 게임업체가 참석
- C2 Game Studio의 Gómez 대표는 모바일 애플리케이션 개발에 관심을 가지고 있는 젊은이들에게 활용 가능한 방법을 적극 이용할 것을 추천
- 예를 들어, Apps.co³⁾의 콩쿨 및 지원 공고를 주의깊게 살펴 적극적으로 활용한다거나, 콜롬비아 로컬 게임업체들 간 네트워크 구성의 발판이자 우수한 인력 발굴의 장으로서 역할을 하는 www.igdacolombia.co에 가입하길 적극 추천

www.eltiempo.com

2. 해외 관광 및 투자 유치, 비전통적이지 만 성장 잠재력을 지닌 신생 산업의 성장 및 수출 진작을 담당하는 콜롬비아 정부 기관

3. 콜롬비아 정보통신 기술부가 주도하는 정보통신 산업 진작 국가계획인 Vive Digital 실행을 위한 이니셔티브로 콜롬비아 국민의 정보통신 사용기술 능력 향상, 모바일 애플리케이션 등 디지털 콘텐츠 개발 촉진 등을 목표로 하고 있음



페루, 역사 교육 목적의 온라인게임 출시

페루 로컬 게임 개발업체인 Grupo Avantar가 페루의 독립을 소재로 한 PC 온라인게임의 파일럿 버전을 출시해 페루 교육부가 정규 교과 과정에 포함시키는 방식으로 보급될 예정

페루 가톨릭대학(PUCP), 로컬 게임 개발업체와 교육용 게임 공동개발

- ▶ 최근, 고도의 집중력 발현 등 게임의 순기능을 교육과 접목시키려는 시도가 이루어지는 가운데, 페루 카톨릭 대학(PUCP: Pontificia Universidad Católica del Perú)이 로컬 게임 개발업체인 Grupo Avantar와 손잡고 교육용 게임인 <1814: 쿠스코의 반란(La rebelión del Cusco)> 출시
 - 페루의 독립을 소재로 한 PC 기반 온라인 전략 게임으로, 페루 청소년들에게 대한 역사 교육을 목적으로 하고 있음
 - 파일럿 버전을 중등 학교를 중심으로 배포한 결과, 만족스럽다는 평이 잇따라 최종 버전은 페루 교육부가 중등 교육 과정에 편입시키는 형식으로 배포할 예정
- ▶ 페루에서는 이번 사례 외에도 게임을 교육에 활용하려는 시도를 여러 차례 진행
 - 페루 최대 이동사인 Movistar Perú는 자사 웹페이지를 통해 <Aula 365(교실 365)>라는 무료 게임을 배포하고 있는데, 이 게임 역시 역사, 언어, 과학 등에 대한 퀴즈를 푸는 교육적 게임으로, 다운로드하기 위해서는 나이를 밝히고 계정을 생성해야 함
 - <1814: 쿠스코의 반란> 게임의 개발 디렉터인 Luis Wong은 "문제 해결을 위한 상호 의사소통, 기발하고 창의적인 상상이 요구된다는 점이 게임을 교육에 접목시킬 때의 가장 큰 장점"이라며 게임의 교육적 기능을 강조

peru.com



[그림 19] 교육용 게임 <1814: 쿠스코의 반란>의 이미지



출처: Peru.com



Kaxan Media Group, 멕시코 문화 디지털화로 승부

멕시코의 유명 게임 개발업체인 Kaxan Media Group이 멕시코의 문화적 요소를 디지털화해 지적재산권을 중심으로 새로운 비즈니스 모델을 수립하고 있어 주목을 받고 있음

Kaxan Media Group, 멕시코적 문화 요소의 디지털화에 주력

- ▶ 멕시코 내에서 인지도 있는 로컬 게임 개발업체로 알려진 Kaxan Media Group이 예술적 감수성, 창의성 및 가장 멕시코적인 문화 요소의 디지털화와 이의 지적재산권화를 새로운 비즈니스 모델로 확립
 - Kaxan Media Group은 2008년 멕시코 연방 정부와 민간 기업이 주도한 멕시코 IT 기술자들의 수준 향상 프로그램인 MexicoFIRST의 지원을 통해 부상하기 시작한 회사
 - 현재까지 15개의 스마트폰용 게임 애플리케이션을 개발했는데, 이 중 <Taco Master>는 Apple App Store에서 멕시코 모바일 애플리케이션 중 2012년 한 해 동안 가장 높은 다운로드 건수를 기록
- ▶ Kaxan Media Group의 성공작들로는 모바일게임 부문에서 <Taco Master>, <el Chavo del Ocho> 등이 주목
- ▶ Kaxan Media Group은 또한 장편 애니메이션 'El secreto del medallón de Jade', 'Lucas y Poncho balón' 등을 제작했는데, 이들 작품의 공통점은 가장 멕시코적인 것, 멕시코의 문화적 정체성이 될 수 있는 요소들의 디지털화에 성공했다는 점
- ▶ Kaxan Media Group은 향후 예술적 감수성과 창의성을 겸비한 수준 높은 민속 예술가들을 자체 인력으로 확보, 이들의 IT 정보 활용 능력, 디지털 기술 이용 능력을 배가하여 독창적 콘텐츠 개발을 강화하겠다고 강조

www.informador.com.mx



[그림 20] 모바일게임 <Taco Master>의 이미지



출처: Kaxan Media Group



통계 중남미 App Store 게임 순위

[표 19] 중남미 App Store 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	브라질			아르헨티나		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Pou (Paul Salameh)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Pou (Paul Salameh)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Megapolis (Social Quantum)	Clash of Clans (Supercell)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Clash of Clans (Supercell)
3	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros.)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Hay Day (Supercell)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Toy Story: Smash It! (Disney)	Dragon City Mobile (Social Point)
4	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Buraco Jogatina (Jogatina.com)	Megapolis (Social Quantum)	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros.)	Dentist Office (Ninjafish Studios)	The Simpsons™ (Electronic Arts)
5	Fruit Ninja (Halfbrick Studios)	Sonic Dash (SEGA)	Subway Surfers (Kiloo)	Toy Story: Smash It! (Disney)	Icon Pop Word (Alegrium)	Hay Day (Supercell)
순위	칠레			콜롬비아		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Pou (Paul Salameh)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)	Queen Quest: Monaco 2011 (Zwaytraffic UK Rights Ltd)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Clash of Clans (Supercell)
2	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Tentacle Wars (FDG Entertainment)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Tentacle Wars (FDG Entertainment)	Hay Day (Supercell)
3	Toy Story: Smash It! (Disney)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	FIFA 13 by EA SPORTS (Electronic Arts)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
4	31 Minutos (AmnesiaGames)	Toy Story: Smash It! (Disney)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Plants vs. Zombies (PopCap)	Toy Story: Smash It! (Disney)	The Simpsons™ (Electronic Arts)
5	FIFA 13 by EA SPORTS (Electronic Arts)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc)	Kingdoms of Camelot (Kabam)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Icon Pop Word (Alegrium)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)
순위	멕시코			우루과이		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Plants vs. Zombies (PopCap)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Pou (Paul Salameh)	Iron Man 3 - The Official Game (Gameloft)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)
2	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Clash of Clans (Supercell)	Cut the Rope: Time Travel (ZeptoLab UK Limited)	Candy Crush Saga® (Kingcom Limited)	Clash of Clans (Supercell)
3	Pou (Paul Salameh)	Megapolis (Social Quantum)	Injustice: Gods Among Us (Warner Bros)	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros)	Tentacle Wars (FDG Entertainment)	Tribal Wars (InnoGames)
4	LEGO Batman DC Super Heroes (Warner Bros.)	Bee Leader (Flightless)	The Simpsons™ (Electronic Arts)	Angry Birds Star Wars (Rovio Entertainment Ltd)	Draw Something 2™ Free (Zynga Inc).	The Simpsons™ (Electronic Arts)
5	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Injustice: Gods Among Us (Warner Bros)	Megapolis (Social Quantum)	Vector for iPhone (Nekki)	Icon Pop Word (Alegrium)	The Simpsons™ (Electronic Arts)

출처: itunes.apple.com, appannie.com



통계 중남미 Google Play 게임 순위

[표 20] 중남미 Google Play 인기게임 순위(2013. 4. 30 기준, 노란색은 '앱 내 결제')

순위	브라질			아르헨티나		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Where's My Water? (Disney)	Pou (Zakeh)	Candy Crush Saga (King.com)	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Candy Crush Saga (King.com)	Candy Crush Saga (King.com)
2	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Subway Surfers (Kiloo)	MARVEL War of Heroes (Mobage)
3	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)	Subway Surfers (Kiloo)	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)
4	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Angry Birds (Rovio Mobile Ltd)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)	Temple Run: Oz (Disney)	Temple Run 2 (Imangi Studios)	Rage of Bahamut (Mobage)
5	Cut the Rope (ZeptoLab)	Jumping Ball Adventure (Rocking Chair)	Pou (Zakeh)	Need for Speed™ Most Wanted (Electronic Arts Inc)	The Floor Escape (Perfect Games INC)	Modern War (GREE, INC)
순위	칠레			콜롬비아*		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	Pou (Zakeh)	Candy Crush Saga (King.com)			
2	Where's My Water? (Disney)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	The Simpsons™ (EA Swiss Sarl)			
3	The Room (Fireproof Games)	Hill Climb Racing (Fingersoft)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)			
4	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Benji Bananas (Fingersoft)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)			
5	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Crazy Climber (CLOUDZONE INC)	Age of Empire (Silent Ocean)			
순위	멕시코			우루과이*		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Plants vs. Zombies (EA Swiss Sarl)	Cut the Rope Time Travel (ZeptoLab)	Candy Crush Saga (King.com)			
2	Where's My Water? (Disney)	Candy Crush Saga (King.com)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)			
3	Asphalt 7: Heat (Gameloft)	Pou (Zakeh)	The Simpsons™ (EA Swiss Sarl)			
4	Where's My Perry? (Disney)	Fruit Ninja Free (Halfbrick Studios)	Age of Empire (Silent Ocean)			
5	Minecraft - Pocket Edition (Mojang)	CSR Racing (NaturalMotionGames Ltd)	Blood Brothers (RPG) (Mobage)			

*주: 콜롬비아와 우루과이에는 아직 Google Play 서비스가 제공되지 않음

출처: play.google.com, appannie.com



GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

국내 게임시장 동향

- 문화부, 게임위 대체 기관 '게임물관리위원회' 설립 추진
- 국내 온라인 게임업체, Tencent를 통해 중국 시장 진출
- 'WeChat'이 국내 모바일 게임업체에 끼칠 영향
- 국내 게임업계, 게임대회를 활용한 마케팅 시도
- **통계** 국내 온라인게임 순위
- **통계** 국내 모바일게임 앱스토어별 순위





문화부, 게임위 대체 기관 '게임물관리위원회' 설립 추진

문화체육관광부가 게임물등급위원회(이하 게임위)의 기능을 대신할 새로운 기구 '게임물관리위원회' 설립을 추진 중이며, 국회 교육문화체육관광위원회는 전체회의에서 게임위를 폐지하고 게임물관리위원회를 신설하는 게임법 개정안을 가결

'게임물관리위원회' 신설 관련 게임법 개정안 가결

- ▶ 2013년 4월 22일 국회 교육문화체육관광위원회(이하 교문위) 전체회의에서 현행 게임위를 폐지하고 게임물관리위원회를 신설하는 내용의 '게임산업진흥에 관한 법률 일부개정법률안'이 가결
 - '게임물관리위원회'라 명명된 새 기관은 기존 게임위가 맡았던 ▲게임물 등급분류 심의, ▲등급분류 기준 설정, ▲사후관리의 3개 영역의 업무를 이어받아 진행하게 되며, 등급분류 심의는 '청소년이용불가' 등급의 게임물에 대해서만 말을 전망
 - 청소년 이용가능 게임물의 심의는 5년마다 평가를 받는 민간 기관으로 이양

게임법 개정안, 인력 승계에 대한 서로 다른 시각

- ▶ 교문위 전체회의에서는 법안심사소위원회 심사를 거친 법안이 그대로 가결됐으나, 게임법 개정안에 게임위 폐지 후 기존 인력을 승계한다는 내용이 없어 인력 승계에 대한 의원들의 지적이 제기
 - 유진룡 문화체육관광부 장관은 "게임위의 모든 사람을 배제하는 것은 아니지만 근본적으로 인력들을 다시 평가하고 문제가 없으면 승계하는 것으로 전병헌 의원과 합의된 바 있다"고 입장을 발표
 - 진후 진보정의당 의원은 "인력 승계는 기본적인 것으로 문제가 있다면 책임지우는 것은 타당하다"면서도 "처음부터 인력 승계를 고려하지 않고 제로에서 시작한다는 것은 문제가 있다"고 지적
 - 김희정 새누리당 의원도 인력 승계와 관련해 "조직과 안정성을 다 가지고 갈 수 있는 현명한 판단이 중요하다"며 "게임법 법안에 연계돼 부산 이전 문제와 월급 문제가 일어나지 않았다. 법안과 관련해 게임위가 거듭나되 안정을 가지고 자신의 일에 매진하는 게 중요하다"고 거듭 강조
 - 가결된 게임법 개정안에는 게임물관리위원회가 기존 게임위의 재산과 권리, 의무만 승계한다고 명시



국내 온라인 게임업체, Tencent를 통해 중국 시장 진출

<블레이드앤소울>, <아키에이지>, <크리티카> 등 국내 메이저 온라인게임들이 Tencent를 통해 중국 시장에 진출. 그러나 일부 게임업계에서는 국내 게임업체들의 Tencent로의 쓸림 현상으로 부작용을 낳지 않을까 우려

중국 시장의 최대 퍼블리셔 Tencent

- ▶ Tencent는 중국 현지에서 2013년 4월 18일 개최한 신작 발표회 "Games Up 2013"을 통해 스마일게이트와 <크로스파이어>의 3년 연장계약 체결을 공표하는 한편, 후속작들의 테스트 일정을 공개
 - 엔씨소프트의 MMORPG <블레이드앤소울>의 1차 비공개 테스트는 5월 7일 시작되며, 엑스엘게임즈의 <아키에이지>는 5월 22일부터 1차 비공개 테스트를 진행
 - <블레이드앤소울>은 2013년 4분기 중, <아키에이지>는 2014년 1분기 중 상용서비스에 들어갈 전망
- ▶ 차세대 <던전앤파이터>를 목표로 Tencent가 확보한 타이틀들의 일정도 구체화되기 시작
 - 다담게임즈가 개발한 2D RPG <미스틱파이터>는 <魂之猎手(혼지렵수)>라는 명칭으로 현지 서비스되는데 6월 중 알파테스트를 진행
 - 올렘의 <크리티카>는 7월 중 알파테스트를 진행하며, 엔스이엔터테인먼트가 제공중인 <수라온라인>도 연내 알파테스트를 진행
 - 쿤룬코리아는 <암드히어로즈> 이외에도 <환상삼국>, <크리스탈삼국>, <용장삼국> 등 삼국지 관련 모바일게임을 다수 선보이며 한국 시장 공략에 나섬

국내 게임업체가 Tencent를 선호하는 이유

- ▶ 국내 온라인 게임업체들은 온라인게임 침체 기류가 장기화되고 있어, Tencent 등 중국의 주요 사업자를 통한 중국 시장 진출로 돌파구를 여는 것이 절실
 - 중국은 한국, 일본에 비해 상대적으로 스마트폰 게임시장 발달이 늦어 게임시장 주도권을 온라인게임이 장악하고 있는 실정
- ▶ Tencent는 <던전앤파이터>, <크로스파이어> 등 한국 게임 2종의 흥행에 힘입어



지난해 온라인게임 부문에서만 연간 229억 위안(약 4조 4,000억 원)의 매출을 달성했으나 해당 게임들을 통한 매출은 이미 최고점에 도달, 추가적인 성장은 어렵다고 평가받고 있음

- Tencent는 추가 성장을 위해 국내 메이저 온라인게임을 계속적으로 원하고 있음

1. Peak Concurrent Users의 약자로 최고 동시 접속자 수를 의미함

▶ 추가 성장동력이 필요한 Tencent와 중국 시장 진출이 절시한 국내 온라인 게임업체들의 이해가 맞아 떨어진 것으로 평가

2. Average Current Users의 약자로 평균 동시 접속자 수를 의미함

국내 게임업체들의 Tencent 선호, 부작용도 고려해야

▶ Tencent 내에서 국내 게임업체들끼리의 경쟁을 피할 수 없고 다른 게임에 밀려 제때 런칭하지 못하는 등 부작용도 제기되고 있음

3. Advanced Casual Game의 약자로 일정 수준 이상의 PC 사양을 요구하는 클라이언트 방식이라는 점에서 웹 기반의 간단한 캐주얼 게임과는 구분되며, 한 번에 많은 플레이 시간을 요구하지 않는다는 점에서 기존 MMORPG와도 성격이 다름. 대표적으로 FPS, 레이싱, 댄싱게임과 같은 종류를 중국에서 ACG라고 부르고 있음

- Tencent와 협상한 경험이 있는 한 게임업체 대표는 "계약할 것처럼 이것저것 보자고 해놓고 결국 안했다"며 "기획력 등 중국이 아직 따라오지 못하는 한국만의 노하우를 Tencent에 빼앗기는 건 아닌지 모르겠다"고 우려를 나타냄

[표 21] 2012년 4분기 Tencent의 PCU¹⁾와 ACU²⁾ 현황

(단위: 백만 명)

	장르별	2011.4Q	2012.3Q	2012.4Q	QoQ	YoY
PCU	QQ 게임 플랫폼	8.4	9.4	8.8	-6%	5%
	ACG ³⁾	8.9	14.5	12.9	-11%	45%
	MMOG	3.2	4.8	4.0	-17%	25%
	합계	20.5	28.7	25.7	-10%	25%
ACU	QQ 게임 플랫폼	4.1	4.2	4.1	-2%	0%
	ACG	2.6	4.5	4.3	-4%	65%
	MMOG	1.6	2.0	2.1	5%	31%
	합계	8.3	10.7	10.5	-2%	27%

출처: Tencent, Morgan Stanley



'WeChat'이 국내 모바일 게임업체에게 끼칠 영향

중국판 카카오톡이라 불리는 Tencent의 'WeChat'이 카카오톡 게임 플랫폼을 출시할 예정이어서 국내 모바일 게임업체에게 큰 영향을 끼칠 것으로 전망됨. 특히 국내 모바일게임 카피 게임의 온상이 될 가능성이 제기

중국판 카카오톡 WeChat, 모바일게임 플랫폼으로 확장

- ▶ 미국 언론업체 The New York Times가 '중국의 인터넷과 모바일산업 운명을 바꾸는 앱'이라고 극찬한 WeChat¹⁾은 2011년 1월 21일 출시 후 2년만인 2013년 4월 이용자 수가 4억 명을 넘어선 모바일 메신저 서비스로 현재 iOS, Android, Windows Phone, Symbian, Blackberry 버전으로 서비스 중
 - 2012년 3월부터 전 세계 사용자 규모의 확대를 위해 Facebook과 연동하여 중국어, 영어, 한국어, 태국어, 인도네시아어, 필리핀어 등 총 18개 언어 버전으로 서비스를 제공
 - 최근에는 중국 본토인을 비롯한 아시아 일부 지역과 동남아 지역에 거주하고 있는 중국인 화교를 중심으로 하루 평균 86만 명씩 증가
- ▶ 2013년 2월 초 Tencent의 장샤오룽(张小龙) WeChat 개발자는 이르면 1~2개월 안에 WeChat 게임 플랫폼을 출시할 계획이라고 발표
 - 장샤오룽(张小龙)은 2012년 12월 Facebook이 Android 버전의 Facebook 모바일 메신저 애플리케이션을 출시해 자연스럽게 기존 온라인 사용자들을 유치한 사례를 호평하며, 자사의 포털 사이트 QQ와 온라인게임 플랫폼 'Tencent Online Game'의 계정을 보유하고 있는 이용자들이 자연스럽게 WeChat으로 옮겨올 것으로 확신
 - 장샤오룽(张小龙)을 비롯한 Tencent 내부 개발자들은 탑재 예정 게임명을 밝히지 않았지만 궁극적으로 카카오톡과 같은 모바일게임 플랫폼으로 구성할 계획이라고 언급
 - 특히 Tencent측은 친구들과 게임 점수를 공유하며 경쟁심을 북돋는 카카오톡과 LINE의 모바일게임 플랫폼 형태가 모바일게임 유저와 전체 사용자 기반 확대에 긍정적 역할을 하고 있다고 평하며 WeChat도 이러한 구조를 적용할 계획이라고 언급
- ▶ 2012년 4분기 중국 모바일 게임업체 중 시장 점유율 1위²⁾를 기록한 Tencent는 자체개발 게임뿐만 아니라 중국 로컬업체의 우수 콘텐츠까지 퍼블리싱하고 있기 때문에 압도적인 사용자 규모를 자랑하는 WeChat 게임 플랫폼에 다양한 장르의 콘텐츠를 탑재할 수 있는 점은 궁극적으로 사용자 기반 확대에 긍정적으로 작용
 - 미국 종합금융 투자은행 J.P.Morgan에 따르면, WeChat 사용자의 소득별 구성 비중에서

1. Tencent는 2011년 1월 'WeiXin'이라는 이름으로 출시했지만, 2012년 4월 글로벌 시장 공략 차원에서 'WeChat'으로 개명함
2. 시장조사업체 EnfoDesk에 따르면, 2012년 4분기 중국 모바일 게임업체별 시장 점유율 현황을 보면 Tencent만 두 자릿수(16.6%)를 기록했으며, Wistone Wireless(顽石互动)와 Pinidea(品志文化) 등 나머지 중소 업체들은 2~5%를 차지함



- 월 수입 3,000~8,000위안의 이용자가 30.6%를 차지
- 2012년 중국 모바일게임 유저들이 유료 아이템 구매에 월 평균 5위안을 지불한 현상에 비춰볼 때 월 3,000~8,000위안의 소득자도 WeChat 게임 플랫폼의 실질적인 소비자로 자리매김할 것으로 전망

WeChat을 바라보는 국내 모바일 게임업체의 상반된 의견

- ▶ WeChat에 국내 모바일게임이 다수 포진되어, 국내 모바일 게임업체들의 중국 시장 진출이 더욱 쉬워질 전망
 - 카카오톡 게임하기가 국내 모바일 게임시장을 확장시킨 것처럼, WeChat의 게임 서비스는 중국 모바일 게임시장을 확장시킬 것이며, 국내 모바일 게임업체의 해외진출을 용이하게 할 수 있음
 - Tencent Korea는 "한국은 카카오톡 게임 전후로 시장이 크게 바뀌었는데 중국도 WeChat이 게임을 서비스하는 시기를 전후로 모바일 게임시장이 크게 변할 것"이라며 "양질의 한국 모바일게임이 중국에 진출할 수 있게 많은 협력을 할 것"이라고 언급
- ▶ 그러나, Tencent는 <위팡>, <위런> 등 국내 카피 게임들을 WeChat에 출시할 것으로 전망되어, WeChat이 국내 모바일게임의 카피 게임 온상이 될 가능성이 높다는 전망도 제기
 - Tencent는 2013년 3월 13일 열린 중국 모바일 컨퍼런스에서 국내 모바일게임과 이름까지 비슷한 게임들을 공식적으로 공개
 - 국내 모바일 게임업체 관계자는 "최근에 우리 게임을 Tencent를 통해 서비스하고 싶다는 제안서를 보냈다"면서 "하지만 돌아온 답은 '우리도 이 게임 한 달이면 똑같이 만들 수 있는데 굳이 이것을 서비스 할 이유가 없다' 였다. 국내 게임들의 카피작이 중국에서 판을 치게 될 것"이라고 언급
 - 이에 따라 WeChat에 모바일게임 플랫폼이 열리길 기대해왔던 국내 업체들이 '닭 쫓다 지붕 쳐다보는 꼴'이 될 가능성이 증대
- ▶ Tencent는 WeChat 전용 게임과 관련해 국내 카피 게임은 '사실 무근'이라는 입장
 - WeChat 게임의 연구개발(R&D)을 담당하는 야오샤오광 총괄자는 한 매체와의 인터뷰를 통해 "현재 인터넷에 떠도는 이미지는 전혀 믿을만한 게 못 된다"면서 "우리의 게임은 이제 막 구체적인 플레이 방식이 도입된 데모판만이 존재할 뿐"이라고 일축



국내 게임업계, 게임대회를 활용한 마케팅 시도

네오위즈게임즈, WarGaming, SG인터넷, Riot Games, 넥슨 등 주요 게임업체들은 자사의 게이머들이 직접 참여할 수 있는 게임대회를 개최. 이는 게이머들의 직접 참여를 통해 응집력 강화 및 입소문 효과를 높이기 위한 전략으로 풀이

국내 게임업체들이 직접 개최한 게임대회 현황

- ▶ 국내 업체 중 가장 많은 게임대회를 개최하는 넥슨은 현재 <서든어택>에서는 PC방 대회 최강자전이, <던전앤파이터>와 <사이퍼즈>에서는 통합 리그인 '액션토너먼트 던파&사이퍼즈'의 본선 진출자를 가리는 하부 리그인 PC방 챔피언스 리그가 한창 진행 중
 - 총 상금 1억 원 규모의 <서든어택> PC방 최강자전은 2013년 7월까지 서울, 부산, 제주 등 전국 9개 지역 190개 PC방에서 펼쳐지며, 각 PC방에서 1등을 차지한 팀이 본선 경기를 통해 지역별로 최종 우승팀으로 선발
 - 2013년 7월 펼쳐지는 '액션토너먼트 던파&사이퍼즈 2013 섬머'의 가장 많은 본선 진출 시드가 걸려 있는 PC방 챔피언스 리그는 전국 128개 지정 PC방에서 2013년 6월까지 열릴 예정
 - 2013년 2월 열린 첫 액션토너먼트 결승전은 1,300여 명의 관중이 몰리며 성황리에 막을 내렸으며 이번 PC방 리그가 지난 대회의 인기를 넘는 도화선 역할을 톡톡히 할 것으로 예상
- ▶ SG인터넷은 2013년 4월 25일부터 <간장온라인> 천하제일비무대회를 개최
 - <간장온라인> 천하제일비무대회는 소화산 대전과 호뢰관문 대전 등 2개로 분류되어 치뤄지며, 각 조에서 1위를 차지하면 왕중완전에 참가
 - 또 조별 1위는 4급 영석 4개를 얻을 수 있으며 최종 왕중왕에 오르면 7급 훈련석, 용화석, 한월철, 구리옥 등을 추가로 받음
- ▶ 네오위즈게임즈는 AOS 장르 <킹덤언더파이어 온라인 에이지오브스톤>에서 슈퍼 토너먼트 대회를 오픈
 - <킹덤언더파이어 온라인 에이지오브스톤> 슈퍼 토너먼트 대회는 현재 실시 중인 프론티어 테스트에 참여하고 있는 게이머만 참가 가능
 - 네오위즈게임즈는 테스트 기간 동안 최종 플레이 판수와 승률을 통해 오프라인 대결을 펼칠 최종 4개 팀을 선발하며, 이들 4개 팀의 대결은 2013년 4월 27일 네오위즈게임즈 사옥에서 진행



해외 게임업체들이 직접 개최한 게임대회 현황

- ▶ Riot Games는 <League of Legends>의 국내 정식 서비스 초반부터 PC방 토너먼트를 열며 공격적인 행보를 보이고 있음
 - <League of Legends>의 PC방 토너먼트는 서울, 인천, 부산, 대전, 광주, 제주 등 전국 13개 지역의 75개 PC방에서 매주 토요일에 진행
 - 특히 대회 시작 1개월 만인 지난 1월 3,000명에 이르는 유저들이 참가해 시작부터 열띤 호응을 얻은 바 있음
- ▶ WarGaming은 2013년 4월 11일부터 26일까지 보름간 서울, 경기, 대전, 광주, 대구, 부산 등 6개 도시에서 <월드오브워탱크> PC방 랜파티 '빙커러시'를 개최
 - <월드오브워탱크> PC방 랜파티 '빙커러시'는 개인전과 팀전으로 나눠 토너먼트 형식으로 치러지며, 팀대항 이어달리기, 자주포 직사 대회 등 작품의 특징을 활용
 - 또 행사마다 전 프로게이머인 김동수 선수와 게임방송 인기 BJ 안티노라가 참석해 경기 해설을 진행해 게이머들의 흥미를 높임

게임업체의 PC방 리그, 충성 게이머 확보에 최고

- ▶ 게임업체가 PC방 유저에게 각종 혜택을 주는 이벤트는 일반적인 일이 됐으며, 특히 최근 온라인 게임시장에 진출한 게임들이 PC방에서 각종 대회를 열며 유저 잡기에 총력
 - PC방 리그는 콘텐츠의 재미뿐만 아니라 경쟁심을 유발해 게임 내에서 새로운 재미를 제공하며, 이를 통해 게임업체는 충성 게이머를 확보해 지속적인 매출 창출 가능



통계 국내 온라인게임 순위

[표 22] 국내 온라인게임 순위

순위	게임트릭스 (4. 29)	게임메카 (4. 24 ~ 4. 30)	인벤 (4. 22 ~ 4. 28)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	서든어택 (CJ E&M, 넥스)	서든어택 (CJ E&M, 넥스)	서든어택 (CJ E&M, 넥스)
3	아이온 (NC소프트)	피파온라인3 (넥스)	피파온라인3 (넥스)
4	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
5	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)
6	피파온라인3 (넥스)	아이온 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
7	스타크래프트 (블리자드코리아)	아키에이지 (엑스엘게임즈)	아키에이지 (엑스엘게임즈)
8	워크래프트3 (블리자드코리아)	사이퍼즈온라인 (네오플)	크리티카 (NHN)
9	아키에이지 (엑스엘게임즈)	크리티카 (NHN)	사이퍼즈온라인 (네오플)
10	리니지2 (NC소프트)	던전앤파이터 (넥스)	던전앤파이터 (넥스)
순위	게임노트 (4. 22 ~ 4. 28)	게임조선 (4. 22 ~ 4. 28)	게임리포트 (4. 29)
1	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)	리그오브레전드 (라이엇게임즈)
2	서든어택 (CJ E&M, 넥스)	서든어택 (CJ E&M, 넥스)	서든어택 (CJ E&M, 넥스)
3	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)	리니지 (NC소프트)
4	피파온라인3 (넥스)	피파온라인3 (넥스)	블레이드 & 소울 (NC소프트)
5	블레이드 & 소울 (NC소프트)	블레이드 & 소울 (NC소프트)	피파온라인3 (넥스)
6	아이온 (NC소프트)	아이온 (NC소프트)	스타크래프트 (블리자드코리아)
7	아키에이지 (엑스엘게임즈)	아키에이지 (엑스엘게임즈)	아이온 (NC소프트)
8	디아블로3 (블리자드코리아)	크리티카 (NHN)	워크래프트3 (블리자드코리아)
9	크리티카 (NHN)	던전앤파이터 (넥스)	레전드오브소울즈 (네오위즈CRS)
10	던전앤파이터 (넥스)	던전앤파이터 (넥스)	아키에이지 (엑스엘게임즈)

*주: 게임메카, 게임노트 등은 '워크래프트, 스타크래프트, 디아블로' 등을 PC게임으로 분류해 게임 순위 에 반영하지 않음

출처: www.gametrics.com, www.gamemeca.com, www.inven.co.kr, www.gamenote.com, www.gamechosun.co.kr.

Gamereport.netim.net



통계 국내 모바일게임 앱스토어별 순위

[표 23] 국내 모바일게임 앱스토어별 순위(2013. 4. 30 기준)

순위	T 스토어		Olleh 마켓		U+ 앱마켓	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	나프소프트무스유펜트 (EA)	영웅전기 (CJ E&M)	완전한사육프리미엄 (CNJ Soft)	킹덤앤드래곤 (게임빌)	드래곤슬레이어즈 (올스타모바일)	던전리그 (SK네트웍스)
2	볼트 클래식 프리 미엄 (위고인터랙티브)	아이언맨 3 (Gameloft)	파이널판타지3 (액토즈)	암드히어로즈 (Knlun)	파이널판타지3 (액토즈)	스타일리시베이스볼 (픽토소프트)
3	파이널판타지3 (액토즈)	마카환상 (Anticgameworld)	완전한사육2 (CNJ Soft)	에픽워리어 (픽토소프트)	위자드디펜스Plus (디지털프로그)	출조냥시광2 (하이원엔터테인먼트)
4	GTA3:10주년기념작 (조이모아)	삼국 ETERNITY (Pokelabo)	나프소프트무스유펜트 (EA)	오투잼POP (MoMo)	프리스비2HD (엔투엔터테인먼트)	컴투스프로야구2013 (컴투스)
5	CHRONO TRIGGER (Square Enix)	던전리그 (SK네트웍스)	링커B (나노엔터테인먼트)	영웅전기 (CJ E&M)	세븐777랜드 (Gameboys)	강연반색사바카맞고 (하이모비)
6	블레이징소울즈 (조이모아)	타이니 빌리지 (인크로스)	클럽포커온라인 (핀그랩)	던전리그 (SK네트웍스)	세피라 (셀바스)	좀비vs토이 (마나스톤)
7	드래곤나이트4Plus (피엔제이)	트라이브즈 (인크로스)	아스팔트7:히트 (픽토소프트)	소환전쟁EX (테르소프트)	Generation of Chaos (조이모아)	몬스터워로드 (게임빌)
8	문명:레볼루션 (조이모아)	소환전쟁EX (테르소프트)	미스터빅투 (HiperStudio)	파이브소트 (KTH)	천사와 악마 (컴투스)	타이니팜 (컴투스)
9	메이플스토리 (넥슨)	던전 헌터 4 (Gameloft)	링커T (나노엔터테인먼트)	미스터리 체이서 (SK네트웍스)	아쿠아슬롯2Plus (Gameboys)	패왕삼국공성전오픈 (SK네트웍스)
10	스펙트럼소울즈 (조이모아)	템페스트사가 (PLAYBEAN)	플랜즈vs좀비 (PopCap)	위얼릿 (프릭스디자이너리)	피싱어드벤처 Plus (모리소프트)	에페스킹덤 (모비클)
순위	App Store		Google Play		Samsung Apps	
	유료	무료	유료	무료	유료	무료
1	나프소프트무스유펜트 (Warner Bros)	한국프로야구2013+19 (GameZen)	Minecraft-Poket ED (Mojang)	쿠키런forKakao (Devsisters)	Virtua Tennis Challenge (SEGA)	테트리스Free (EA)
2	Sango Fight (Logic Ball)	아이언맨 3 (Gameloft)	아스팔트7:히트 (Gameloft)	마구마구2013forKakao (CJ E&M)	Where's Wally Now? (Gameloft)	Sonic the Hedgehog 4 (Sega)
3	블레이징소울즈 (Selvas)	에어헌터forKakao (Wemade)	스왑피 (Disney)	포켓슈퍼히어로즈forKakao (NHN)	Dragong Evolution (Nob Studio)	넷장기온라인 (ShiftMobile)
4	Minecraft-Poket ED (Mojang)	쿠키런forKakao (Devsisters)	갱스타리오성자의도시 (Gameloft)	미니모터레이싱forKakao (Selvas)	Biohazard4 (Capcom)	눈싸움게임 (Sung Min Chun)
5	Worms2: Armageddon (Team17 Software)	모험퀴즈킹덤 (NEOCYON)	팔라독 (Fazecat)	미니기어즈forKakao (액토즈)	Monster Balls (Gregory B Lemon)	라이덴스카이페이스에어 (LeTang)
6	Random Heroes2 (Ravenous Games)	마구마구2013forKakao (CJ E&M)	Plants vs. Zombies (EA Swiss)	베네치아스타리소셜forKakao (CJ E&M)	Samurai Rush (Anton Hultdin)	게임히브2.0 (Samsung)
7	아스팔트7:히트 (Gameloft)	장구는못말려야기forKakao (MrGames)	나프소프트무스유펜트 (EA)	에어헌터forKakao (Wemade)	Air Navy Fighters (Rortos)	돌아온너구리 (RecoSystems)
8	피아노홀릭 (Jinwoo Chol)	미니모터레이싱forKakao (Selvas)	모던컴뱃4: 제로 아워 (Gameloft)	에어팬던프렌즈forKakao (Gamevil)	F18 Carrier Landing (Rortos)	벽돌깨기 (Sung Min Chun)
9	인피니티블레이드2 (Chair Entertainment)	최후의분노SE (Techple)	던전앤파이터귀검사 (넥슨)	아이언맨 3 (Gameloft)	데드스페이스 (EA)	오목 (Sung Min Chun)
10	팔라독 (CGFORCE)	벽스디펜더스 (nyuwave)	Where's Waldo Now (Gameloft)	얼굴나이측정기 (7Day)	Color Sheep (Trinket Studios)	Super Metal Slug (LeTang)

*주: Olleh 마켓은 종합 랭킹 카테고리 순위

출처: www.tstore.co.kr, market.olleh.com, ozstore.uplus.co.kr, itunes.apple.com/kr, play.google.com



2013 글로벌 게임산업 트렌드

- ▶ 발 행 일 2013년 5월 9일
- ▶ 발 행 처 한국콘텐츠진흥원
- ▶ 작 성 스트라베이스
- ▶ 감 수 박영일 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀장
 권오태 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀 책임연구원
- ▶ 문 의

한국콘텐츠진흥원 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든것! 1566-1114" 홈페이지 www.kocca.kr
서울특별시 마포구 월드컵북로 400 한국콘텐츠진흥원(우 121-270)

※ 본 보고서 내용의 무단 전재를 금하며, 가공인용할 때에는 출처를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.