

특집
기획 II

글로벌 게임시장의 흐름과 전망-스마트폰시장의 발생까지

이찬호 (텐센트 아메리카 이사)

글로벌 게임시장의 현황과 미래 Global Game Market Overview

12-10-2012 Presentation by Chan Ho Lee

© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

1.글로벌 게임시장의 현황과 미래.

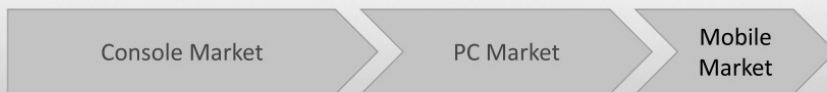
시장조사업체인 NPD Group이 발표했던 2011년 현재의 경제불황은 게임시장도 영향을 받을것으로 전망했지만 현재 북미 게임시장은 지속적인 성장을 하고있다.

다만 예전처럼 많은 성장그래프를 만들지는 못할뿐이다.



북미 게임시장은 콘솔게임과 PC게임 크게 두가지로 구분할수있다.
전통적으로 북미 게임시장은 콘솔게임이 PC게임을 압도하는 양상을 보이며
지금까지 시장을 형성하고 있었다.

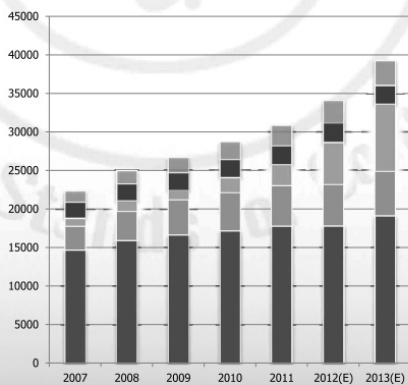
(한국내 게임시장과는 많은 다른 차이점이 있다)



© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

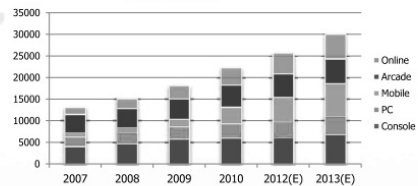
게임 시장: 북미 게임시장은 2011년 총매출액 320억달러를 기록했으며 앞으로 9%의 성장세를 반영 2013년에는 378억달러 규모의 시장매출을 만들 것으로 예상하고 있으며 전체 세계 게임시장은 750억달러 규모로 시장조사업체 DFC Intelligence는 예상하고 있다. 또한 유럽 게임 시장은 2012년말 300억 달러의 시장규모를 만들 것으로 보인다.

북미 게임 시장 현황

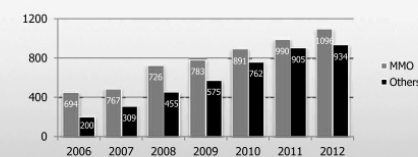


유럽 게임 시장 현황

EU Game Market



EU Online Game Market (MMO vs. Others)

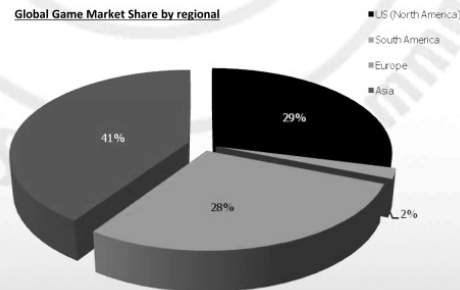


© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

글로벌 게임 시장: 글로벌 시장에서는 아시아 지역이 41%로 가장 큰 시장규모를 가지고 있으며 그다음으로 북미시장이 29%이며, 유럽지역이 28%로 세번째 시장규모를 가지고 있다. 그러나 온라인 게임 시장을 보았을때도 아시아가 56%로 압도적인 시장규모를 형성하고 있다.

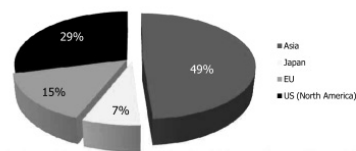
시장분포 (종류별& 국가별)

Global Game Market Share by regional

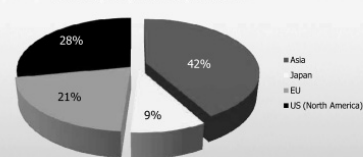


글로벌 온라인 게임 시장 (2010', 2011')

2010' Global Online Game Market



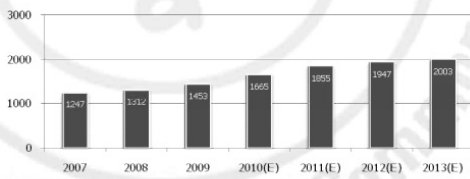
2011' Global Online Game Market



© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

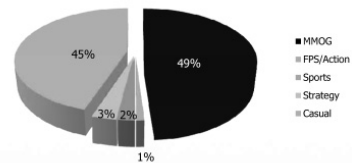
온라인 게임 시장: 2013년에는 글로벌 온라인 게임 시장 규모만 200억 달러에 거의 육박할 것으로 전망한다. 다만 기존과 조금씩 달라지는 시장구조에 Social Network Service와 Smart Phone 시장이 포함하게 된다는 점이다.

시장 전망

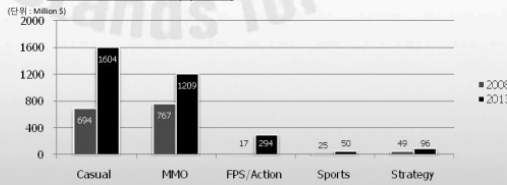


시장 분포 (2010', 2011')

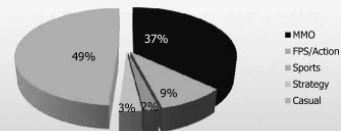
2010' US Online Game Market (by Genre)



US Online Game Market (by Genre)



2011' US Online Game Market (by Genre)



© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved



온라인 게임시장은 아직은 작지만 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 특히 지난 2011년부터는 온라인 PC 게임시장과 더불어 스마트폰 게임의 성장세가 뚜렷히 보이고 있다.

그이유로는 북미지역을 비롯 유럽국가들의 Broadband width의 발전과 함께 일반가정의 Online Device 보급률 증가를 큰 이유로 꼽고 있다. 물론 오래전 부터 일반가정에 PC를 통한 온라인 접속은 계속되어 왔으나 최근들어 스마트폰 활용의 극대화가 더욱더 문화적으로 기반을 잡아가며 Social Network이란 문화가 점차 온라인을 통해 보편화되면서 부터였다. 특히 남미쪽은 게임방의 가세로 온라인 게임시장의 활성화를 일으켰다.

하드코어 성향의 MMO 게임들부터 간단한 Casual 게임등 많은 종류와 장르의 게임들이 이제 일반 가정에서 보다 쉽게 게임을 접할수 있게 만들었다.

불과 10년만에 온라인게임 시장은 콘솔시장을 넘보고 있는셈이다.

© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

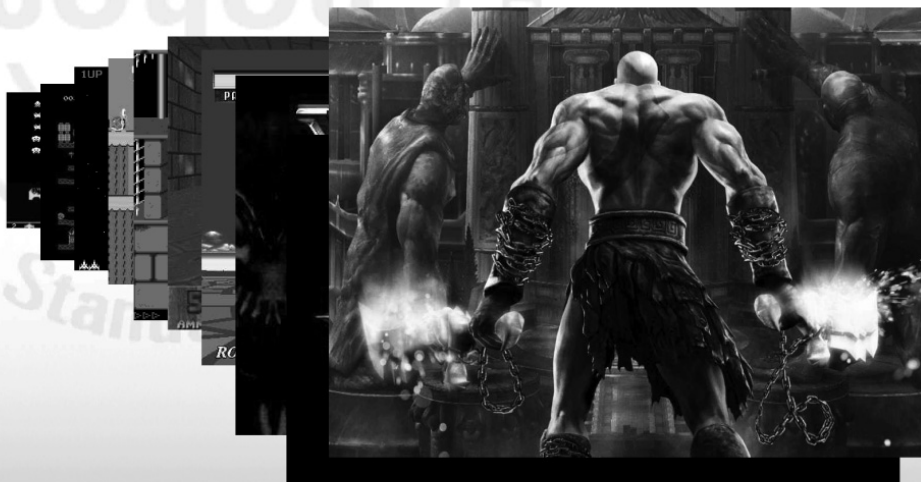
물론 아직까지는 복미 온라인시장에서 오프라인에서의 게임판매와 온라인 판매를 병행하고있다. 이유는 아직까지 콘솔게임과 패키지판매의 시장점유율이 평가적으로 우세에 있기때문이다.

블리자드의 “World of war craft” 리치왕의 분노를 필두로 한 정액제 온라인 게임이 복미시장에서 흥행하며 이같은 (Micro transaction) 소액결제 비즈니스 모델의 가능성이 확인된바 있다. 한국게임인 “메이플스토리”도 북미지역을 넘어 유럽,남미시장에서 큰호응을 얻고있다. 웹사이트를 통해 클라이언트 파일을 받는 다운로드방식의 게임, 소액결제, 정액제 등 온라인에서 새로운 수익구조를 만들고 있는 비즈니스 모델의 도입이 소비자의 플랫폼 선호도 변화와 맞물리면서 이루어지는 현상이라 할수있다.

PC게임 시장의 규모, 가속화된 브로드밴드의 확산은 복미 게임 시장의 몇가지 중요한 변화를 시사한다. 복미는 지금까지 온라인게임이든 콘솔게임이든 상관없이 Best Buy, Target, Wall Mart 등 소매상을 통한 패키지 판매·전시가 일반적이였다. 하지만 앞으로는 한국과 같이 게임 클라이언트가 게임을 디지털로 배포할 필요성이 높아지고 있다. 플랫폼을 뛰어넘는 게임 소프트웨어의 개발 역시 중요하다.

© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

40년전 최초의 디지털 게임으로 출발해서 2010년까지의 많은 테크놀러지의 변화와 유행이 앞으로 어떠한 형태로 갈것인가?



© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

1984년 Atari 콘솔게임기의 등장과 함께 그후로 3DO, Nintendo, Sega, PlayStation, X-BOX 등 많은 테크놀러지의 변화가 있었다.

(북미와 유럽시장에서 아직까지 콘솔게임시장이 온라인 게임시장보다 크이유로는 단순히 게임기의 역사만으로 판단할수는 없다. 문화적으로 다른 생활환경과 소비환경이 아직도 콘솔게임 시장을 형성하며 앞으로도 지속되리라 예상된다)

게임엔진 역시 테크놀러지의 변화와함께 화려한 그래픽의 기술로 성장했다.

특히 1비트 게임으로 시작한 평면게임부터 3D 그래픽을 선보인 DOOM, 그리고 화려한 effect까지 표현해내는 현재의게임, 온라인 다중접속 그리고 더 나아가 SNS를 가능케하는 현재의 테크놀러지는 많은 사회적 문화적 변화를 가져왔다.

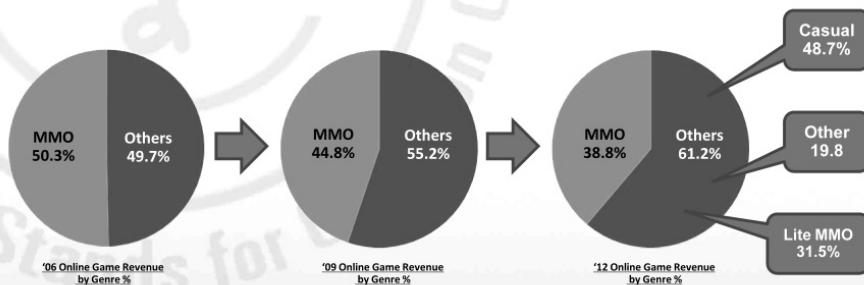
특히 인터넷 시대가 열리면서부터 많은 새로운 문화가 형성되었다.

오프라인에서 가능했던 각종 쇼핑과 정보교환등 온라인시대는 교육과 산업에 미치는 영향력은 대단했다.

게임산업 역시 북미지역을 넘어 한국내에도 온라인게임시대가 열렸었다. 특히 한국은 지금도 세계적인 온라인 기술과 경험을 세계적으로 인정받고있다.

© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

온라인 게임의 성장: 북미 온라인 게임시장의 매출을 보면 2006년 당시 MMO 게임장르가 다른 장르의 게임에 비해 과반수를 차지할 정도였으나 작년부터는 조금씩 타 장르의 게임들이 조금씩 매출액을 초과하기 시작했다. 2012년에는 오히려 기존의 MMO 게임장르 보다 다양한 장르로 확산될것으로 예상된다.



기존의 MMO 게임 장르는 오히려 대작위주의 온라인게임시장을 조성할것으로 보이며 반면 가벼운 MMO 게임의 장르가 많아질 전망이다. 또한 기존의 캐주얼 장르도 좀더 다양하게 확산될 전망이며 기타 웹기반 게임및 다양한 SNS 성격의 장르로 확산될것으로 예상된다.

© 2012 COGOO Corporation and COGOO America Inc., All Rights Reserved

소액결제 방식의 게임시장 도래

Increasing use of Micro-transaction BM & Pre-paid card

1. 소액결제방식이 도입된 이후 글로벌 게임시장은 10년전 일본게임들이 품이었던 것처럼 두번째 르네상스시대를 예고하고있다
 기존의 게임구매 방법과 달리 온라인을 통한 구매 결제방식은 제작비에 버금가는 광고비를 절감하며 더많은 유저를 확보할수있어 개발사와 유저 모두에게 환영받는 문화로 자리잡기 시작했다
 또한 북미시장에서 선불카드의 등장은 게임을 포함해 광범위한 범위로 확산되어 큰 영향력을 발휘하고있다
 (물론 한국내에서는 이미 오래전부터 이러한 클라이언트 다운로드 방식과 무료게임등이 성행을 해왔지만 북미,유럽,남미 시장에서는 새로운 시장활성화를 만들어 내고있다)
2. 온라인 소셜 네트워크 산업은 페이스북의 성공과 함께 북미를 넘어 전세계적으로 각광받는 문화로 자리잡아가고 있다. 트위터의 성공적인 시장 안착과 더불어 구글, 유튜브, 애플 등 각종 SNS산업은 기존의 온라인 비지니스의 개념을 넘어 새로운 문화로 바꾸고 있다. 더불어 스마트폰의 등장은 북미지역과 여러나라에서 콘텐츠 산업에 희망을 보여왔으며 더이상 하드웨어와 플랫폼의 영역을 구분짓는 기존 시장에 커다란 변화를 가져왔다.



© 2012 COGGO Corporation and COGGO America Inc., All Rights Reserved

게임의 글로벌 전략

게임개발 과정과 전략

신규 게임 개발

일반적으로 새로운 장르의 게임일경우는 특히 기획시 예상 출시일로부터 향후 최소5년이상의 예상시장을 파악한후 특정 국가나 문화를 넘는 글로벌 전략을 기획해야한다. 그리고 초기단계에서 가장 중요시 해야할부분은 예산 스케줄이다. 게임엔진 분석과 프로토타입의 완성도에 따라 퍼블리셔 선정및 계약조건등이 진행된다. 그리고 퍼블리싱의 계획에 따른 추가비용 등등 정확한 예산과 개발기간이 정해진다.

시장조사: (대상, 장르, 출시예정, 유행의 변화와 예상) 경제의변화, 정치의변화, 문화적 영향 등등..

시장전략: 출시(Publish)에 따른 마케팅 전략 (한국을 포함한 글로벌출시 계획)

아시아,유럽 등등.. 판매부스및 수익구조 파악. 기간별, 차후 연속 수익및 관리자금 파악



© 2012 COGGO Corporation and COGGO America Inc., All Rights Reserved

온라인 게임의 미래.

The Outlook for the Online Entertainment Market

1. 사람과 사람간의 소통이 모든 온라인 엔터테인먼트의 열쇠다.

오프라인 못지않은 네트워킹은 단순한 게임장르를 넘어 사회전체에 전반적인 대중문화로 성장하고있다. 한국같은 특화된 나라를 제외한 대부분의 나라에서는 아직까지 초고속 인터넷 통신망이 대중화되어있지 못하다. 결국 전송속도는 퀄리티와 인포메이션에 있어서 가장 중요한 상호부인이었다. 그러나 2010년을 접어들며 북미에서만도 고속통신망의 보급율이 예년에 비해 3배이상 성장하였으며 특히 젊은층에게는 TV보다 인터넷으로 끌어들이는데 성공하였다. TV는 시청의 즐거움을 주었다면 온라인은 소통의 즐거움까지 주었다.

온라인. 우리가 그동안 불러왔던 온라인이란 말은 그저 통신수단으로만 인식했다면 앞으로의 온라인은 소통의 시장이다. 기존의 온라인시장을 Retail Market 이라고 표현한다면 앞으로의 온라인시장은 Broadcast 라고 할수있다. 더이상 사람들은 많은 가격을 지불하며 적은 만족감보다는 저렴한 또는 무료라는 시장을 원하고 있으며 기업은 그동안의 많은 부담을 소비자에게 맡겼지만 조금씩 기업과 기업간의 이익으로 보완하여 가고있다.

온라인 게임의 미래.

The Outlook for the Online Entertainment Market

2. 온라인게임, 보통 사람들은 온라인 게임이란 말을 들으면 게임으로 포커스했다. 그러나 앞으로는 더이상 게임이란 단어보다 온라인이란 단어에 집중되는 문화로 발전할 것이다. 어느새부터가 온라인문화가 점점 유저중심으로 가면서부터 기존의 게임방식이 아닌 소통의 게임방식으로 성장하고 있다. 대표적인것이 MMO게임인데, 앞으로는 게임을 위한 게임이 아닌 소통을 위한 게임으로 변할것으로 보인다. 하나의 각각 다른 게임이나 콘텐츠가 아닌 다른 각각의 콘텐츠들과의 연결, 그리고 상호정보교환, 더 나아가 다양한 플랫폼에 구매받지 않는 온라인 시스템으로 될것이다.

커뮤니케이션의 게임성, 다양성, 대중성, 유익성, 사업성. 그동안의 게임방식이었던 MMO 또는 시 방식의 게임들 모두 몬스터나 상대방을 죽이고, 퀘스트를 달성하고, 또한 레벨을 올리고 하는식을 넘어서 오프라인에서 했던 기본적인 게임성과 소통의 다양성을 추구하는 문화가 예상된다. 처음접하는 남녀노소가 모두 쉽게 접근할수있는 대중성과, 유익성이 새로운 게임의 세계관으로 등장할 전망이다.

스마트폰 게임의 미래.

The Outlook for the Online Entertainment Market

1. 온라인게임과 마찬가지로 스마트폰 게임은 어느 디바이스보다도 더 강한 사람과 사람간의 소통이 처음이자 마지막이라고 할수있을것이다
2. 컴퓨터와 스마트폰과의 네트워킹, TV와 컴퓨터의 네트워킹, 더 나아가 온라인과 오프라인의 네트워킹은 단순한 한가지 디바이스로 시간과 장소에 구해받지 않는 진정한 온라인문화로 자리잡을것이다. 기존의 각종 데이터 또는 소프트웨어를 개인의 컴퓨터나 디바이스에 저장하고 사용하던방식에서 향후 10년은 소유가 아닌 나눔이란 진정한 클라우드방식의 마켓이 게임산업에 중심에 설것이다.

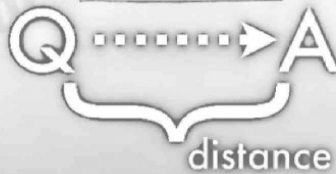


ISO 앱시장에 국한되어있는 현시장점유율 또한 안드로이드 시장의 변화에 따라 많은 각종 시장이 형성되고 발전할것이다. 향후 10년을 준비하는 게임시장에서 크게 두가지를 발견할수있다.

하나가 "소통" (Platform 과 Device, Online과 Offline 를 넘나들수있는 컨텐츠) 또한가 "무료" (Micro transection, Revenue on Gig by Gig, Advertising)

글로벌 게임의 미래.

The Outlook for the Online Entertainment Market



It's smart media!

