



2005년 초대형작 ‘흥행몰이’

테이크투 ‘그랜드테프트오토’ 시리즈·MS ‘할로2’ 판매 예상보다 강해 수익 증가 기대

디지털콘텐츠 산업도 수출 황금시대가 열렸다. 지난해 최고 키워드가 됐던 ‘한류’는 디지털콘텐츠시장에도 남의 말이 아니었다. 국내 선진 기술을 바탕으로 세계시장을 들썩이게 했다. 이제 국산 콘텐츠가 일본, 중국, 동남아시아를 넘어 유럽, 북미지역에서까지 잇단 성공신화를 일구고 있다. 이에 정보통신부는 올해 목표를 ‘세계로, 메이저 진출 원년으로’ 라고 잡았다. PC·SW산업에서는 서구 국가에 선수를 빼앗겼지만, 새로운 산업으로 각광받는 디지털콘텐츠산업만큼은 우리나라가 세계 시장을 선도할 수 있다는 긍정적인 전망이 쏟아지고 있다. 이에 월간 <디지털콘텐츠>는 ‘디지털콘텐츠 한류’를 꿈꾸며 해외시장 진출을 위해 노력하고 있는 국내 디지털콘텐츠 업체를 위해 해외 주요국가의 디지털콘텐츠 시장에 대한 분석자료를 연재한다. 연재 내용은 한국소프트웨어진흥원이 조사한 ‘2004년 디지털콘텐츠 산업 해외시장 조사 연구 보고서’를 재구성한 것으로, 이 글을 통해 해외로 진출하고자 하는 국내 디지털콘텐츠 업계 관계자들의 해외시장에 대한 보다 현실적이고 정확한 정보를 얻을 수 있기를 기대한다.

글 권경희 기자

□ 국의 게임 시장 규모는 <표 1>에서 보듯이 2004년 75억달러에서, 2005년 78억달러, 2006년 91억달러, 2007년 105억달러, 2008년에는 123억달러로 성장할 것으로 전망되고 있다. 세계

시장에서 차지하는 비율도 2004년의 41%에서 2008년에는 35%로 낮아질 것으로 전망되고 있다.

미국의 게임 시장의 성장 규모를 게임 종류별로 살펴보면 <표 23>에서 보듯이 비디오게임이 지속적으로 미국 게임시장의 성장을 주도할 것으로 전망되고 있으며, PC게임 시장은 소폭 축소될 것으로 전망되고 있다. 온라인게임과 모바일게임은 현재는 규모가 작으나, 비약적인 성장을 거듭해 2008년에는 각각 14억달러의 시장을 형성할 것으로 전망되고 있다.

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
세계 게임 시장	182	189	201	217	257	300	350
미국 게임 시장	75	74	75	78	91	105	123
미국 시장의 비율	41%	39%	37%	36%	35%	35%	35%

<표 1> 미국 게임 시장규모 및 전망 (단위: 억\$) 자료: ARC Group, 한국게임산업개발원, 2004 대한민국게임백서

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
비디오 게임	58	58	58	59	69	78	85
PC 게임	14	12	11	10	10	10	10
온라인 게임	2	2	3	4	6	8	14
모바일 게임	1	2	3	5	7	10	14
합계	75	74	75	78	91	105	123

<표 2> 미국 게임 시장규모 및 전망 (단위: 억\$) 자료: ARC Group, 한국게임산업개발원, 2004 대한민국게임백서

미국의 비디오게임 시장

미국의 비디오게임 시장 규모는

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
시장 규모	58	58	58	59	69	78	85

〈표 3〉 미국 비디오게임 시장규모 및 전망 (단위: 억\$)

자료: 한국게임산업개발원, 2004 대한민국게임백서

2004년 58억달러에서 2008년 85억달러로 성장할 것으로 전망되고 있다.

미국의 비디오게임 시장은 2005년의 신제품 출시를 앞두고 소폭 축소될 것으로 전망됐으나, Take Two의 'Grand Theft Auto: San Andreas'와 MS의 'Halo 2' 등 대작이 출시되면서, 예상보다는 나은 실적을 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

Take Two의 'Grand Theft Auto: San Andreas'는 2004년에 400만개가 팔린 것으로 전망되고 있으며, 이 판매추세는 2005년 1분기에도 계속 진행될 것으로 보여 비디오 시장을 견인할 것으로 보인다. Take Two의 'Grand Theft Auto: San Andreas'는 플레이스테이션2 버전이 소매가로 50달러에 판매되고 있어서 2004년의 매출만 2억달러에 달할 것으로 보인다(2001년에 출시된 GTA3는 미국에서 540만 카피, 전 세계적으로 1,100만 카피가 판매됐으며, 2002년 출시된 GTA Vatican City는 미국에서 610만 카피, 전 세계적으로 1,300만 카피가 판매됐다. GTA는 2003년에 출시되지 않고 2004년에 출시돼, 대기 수요가 존재하고, 그동안 보급된 게임 콘솔의 증가에 힘입어 전편의 판매 기록을 갱신하는 것도 기대되고 있다).

미국 비디오 시장의 특징 중의 하나는 X박스의 선전을 들 수 있다. 일본 시장에서 큰 인기를 얻지 못하고 있는 MS의 X박스는 미국 시장에서



〈그림 1〉 Take Two의 "Grand Theft Auto"

자료: CNN Money



〈그림 2〉 MS의 Halo 2

자료: Microsoft Game Studio

는 30%이상의 시장 점유율을 보이고 있으며, 마이크로 게임 스튜디오의 게임들이 호평을 받으면서 X박스의 시장을 확대하고 있다. 2004년에 주목받는 게임

\$80,000,000

으로는 Halo 2를 들 수 있는데, 이 작품은 2004년 11월 9일 판매일에 미국에서만 240만 카피가 판매돼 소매가 1억2,000만달러의 매출을 기록했으며, 2004년에 400만 카피가 판매된 것으로 집계되고 있다.

판매량 기준 2003년의 미국 비디오게임 Best Seller는 다음 〈표 4〉와 같다. 아직까지 닌텐도의 포켓몬이 인기를 끌고 있는 것이 특징으로 나타난다. 이는 아동물의 경우 게임 수명이 긴 것을 보여주는 것이라 할 수 있다.

순위	타이틀	플랫폼	퍼블리셔
1	매든 NFL 2004	PS2	EA
2	포켓몬 루비	GBA	닌텐도
3	포켓몬 사파이어	GBA	닌텐도
4	니드 포 스피드 언더그라운드	PS2	EA
5	젤다의 전설	GCN	닌텐도
6	그랜드테프트오토: 바이스시티	PS2	테이크2
7	마리오 카트	GCN	테이크2
8	토니호크 언더그라운드	PS2	닌텐도
9	엔터 더 매트릭스	PS2	액티비전
10	메달 오브 아너 - 라이징 선	PS2	인포그램
11	NCAA Football 2004	PS2	EA
12	할로	XBX	EA
13	트루크라이프: 스트리트 오브 LA	PS2	액티비전
14	파이널 판타지 X-2	PS2	스퀘어에닉스
15	NBA 라이브 2004	PS2	EA
16	소콤2	PS2	SCEA
17	그랜드테프트오토3	PS2	테이크2
18	NBA 스트리트 볼륨 2	PS2	EA
19	갯어웨이	PS2	SCEA
20	마리오 브라더스3: 마리오4	GBA	닌텐도

〈표 4〉 2003년 미국의 비디오 게임 Best Seller (판매량 기준)

자료: ESA

미국의 PC게임 시장

미국의 비디오게임 시장은 정체를 보이고 있으나, 당분간은 계속 10억달러의 시장을 유지할 것으로 보인다.

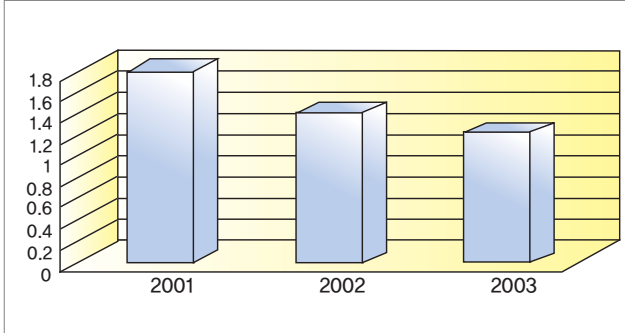
ESA에 따르면, 2001년 18억달러였던 PC게임 소프트웨어 시장은 2002년 14억달러, 2003년 12억달러로 계속 축소되고 있다. 게임당 평균 판매가격은 2001년 20.9달러에서 2002년 23.8달러로 상승했다가 2003년은 22.7달러로 소폭 하락했으며, 판매갯수는 2001년 8,360만개에서 2002년 5,890만개, 2003년에는 5,280만개로 축소되고 있다.

그러나 PC게임의 경우, 전략, 어린이용 및 가족 오락용의 장르가 선호되는데 반하여 비디오게임은 액션 및 스포츠가 선호되고 있어, 용도가 다른 것으로 파악되고 있어, 비디오게임의 PC게임 시장 잠식은 한계가 있을 것으로 평가되고 있다.

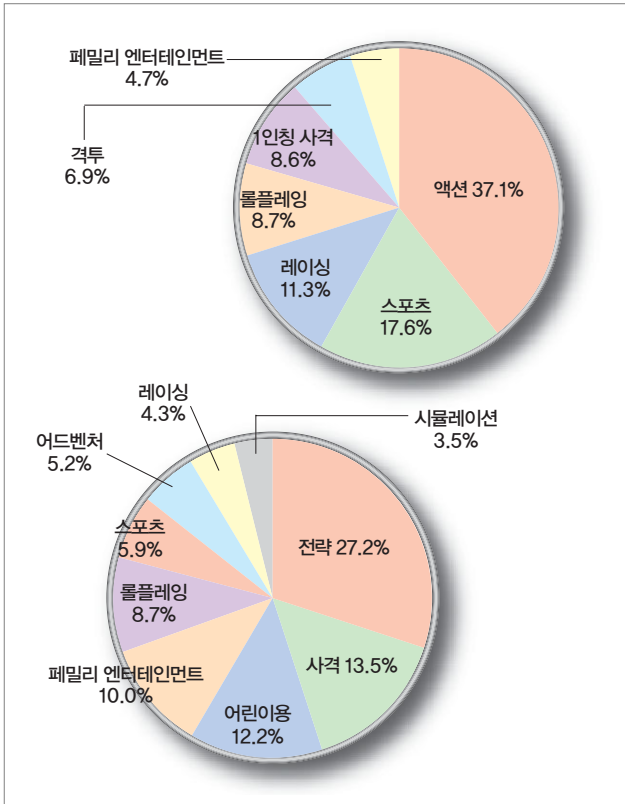
2003년 미국에서 판매된 PC Game Best Seller는 〈표 6〉과 같다. EA의 The Sims가 상위권을 차지하고 있는 것이 특징이다. The Sims

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
미국	14	12	11	10	10	10	10

〈표 5〉 미국 PC게임 시장규모 및 전망 (단위: 억US\$) 자료: DFC Intelligenc



〈그림 3〉 ESA가 집계한 미국 PC 게임 시장 (단위: 10억 달러) 자료: ESA



〈그림 4〉 미국 소비자들의 비디오게임 및 PC게임 장르별 선호도 비교 자료: ESA

는 컴퓨터 속의 사람 '심'의 인생을 조종하는 전략 게임으로 액션 위주의 비디오 게임에 비하여 전략 중심의 PC게임의 특성을 잘 나타내어 주고 있어 조금 더 설명을 첨부하도록 한다.

전략게임인 EA의 The Sims는 〈표 7〉에서 보듯이 PC를 주요 플랫폼으로 하고 있고, 일부 제품을 비디오게임으로 출시하고 있다.

EA의 The Sims는 다음과 같이 7개의 확장팩을 출시한 후 주요 플랫폼에서 모두 제품을 출시하고 있기는 하지만 주력 플랫폼은 PC로 일부

순위	타이틀	퍼블리셔
1	심즈 수퍼스타 확장팩	EA
2	심즈 디럭스	EA
3	커맨드 앤 컨쿼: 제너럴	EA
4	프로즌 쓰론 확장팩	블리자드 엔터테인먼트
5	젤다의 전설	EA
6	심즈 확장팩: 멍멍이와 야옹이	EA
7	심시티4	EA
8	콜 오브 듀티	액티비전
9	에이지 오브 미솔로지	마이크로소프트
10	배틀필드 1942	EA
11	주타이쿤	마이크로소프트
12	롤러코스터 타이쿤2	인포그램
13	워크래프트3: 카오스의 전설	블리자드 엔터테인먼트
14	플라이트 시뮬레이터2004: 센추리 오브 플라이트	마이크로소프트
15	스타워즈 갤럭시: 엠파이어 디바이드	루카스 아츠
16	배틀필드1942: 더 로드 투 로마 확장팩	EA
17	디아블로2	블리자드 엔터테인먼트
18	주 타이쿤: 합본팩	마이크로소프트
19	할로: Combat Evolved	마이크로소프트
20	에이지 오브 엠파이어2: 에이지 오브 킹	마이크로소프트

〈표 6〉 2003년 미국의 PC 게임 Best Seller (판매량 기준) 자료: ESA

타이틀	플랫폼
The Sims	PC, GameCube, X-Box, PS2
The Sims 2	PC
The Sims Bustin' Out	PC, GameCube, X-Box, PS2, GameBoy Advance, N-Gage
The Sims Online	PC
The Sims: Hot Date	PC
The Sims: House Party	PC
The Sims: Livin' Large	PC
The Sims: Makin' Magic	PC
The Sims: Superstar	PC
The Sims: Unleashed	PC

〈표 7〉 EA의 The Sims 타이틀 및 플랫폼 자료: GameRankings.com

제품만 비디오게임으로 출시하고 있으며, 주요 확장팩은 PC를 플랫폼으로 하고 있다.

위와 같이 7개의 확장팩을 출시한 후 EA는 Sims 2를 2004년 9월부터 출시하기 시작했다. Sims 2는 전편에 비해 게임속의 인물이 시간의 흐름에 따라 성장하고 변화하도록 하는 요소가 추가된 점이 주요 특징으로 사람의 인생을 컷맥이, 유아기, 아동기, 청년기, 성년기, 장년기의 6단계로 나뉘 유저들은 이 인생의 6단계를 헤쳐 나가면서 각 단계마다 중대한 인생의 전환기에 직면하게 된다. 이유 없이 동생을 괴롭히는 사춘기 10대, 자식들에게 이런저런 불만이 많은 노인네, 부모와 놀다가 먹은 것을 토해내는 아기 등 다른 세대가 서로 충돌해 나가는 과정에서 매우 역동적인 게임의 장이 펼쳐진다. 심이 커나가면서 겪는 일들은 심의 성장 방향이나 행동에 영향을 미치게 된다. 우리는 여기에 '인생 점수(Life score)'라는 척도를 마련해 유저들이 심의 삶을 어떻게 이끌고 있는지에 대해 점수가 매겨지도록 했다. 심이 인생의 긍정적인 면과 부정



〈그림 5〉 EA의 The Sims 시리즈

자료: EA Korea

적인 면을 모두 경험해 나가면서 점수가 주어지게 되도록 게임이 제작됐다. Sims 2는 2004년 9월 17일 발매 후 10일 만에 100만 카피가 판매되는 등 EA의 22년 역사상 가장 많이 판매되는 기록을 보여 PC게임의 시장이 성장할 가능성도 보여주고 있는 데, 다만, Sims 2의 판매량 중 50% 이상이 유럽에서 판매돼, 향후 미국시장에 비해 유럽시장의 중요성이 부각될 것으로 보인다.



〈그림 6〉 EA의 Sims 2

자료: EA

2004년에 출시된 PC 게임 중 GameRangking사가 선정한 PC 게임 랭킹은 다음과 같다. 이 랭킹은 게임의 평론가들의 게임평을 근거로 작성되고있어, 판매량과 직접적인 관계는 없다.

미국의 온라인게임 시장

미국의 온라인게임 시장은 2004년 4억달러에서 2008년 14억달러로 성장할 것으로 전망되고 있다.

미국의 온라인게임의 시장 형성에 가장 큰 요소중의 하나가 broadband 보급으로 보고 있는데, 〈표 10〉에서 보듯이 2003년 2분기에 1,337만 었던 가입자가 2004년 2분기에는 1,775만 가입자로 연간 33%의 증

순위	게임 타이틀	출시사
1	Half-Life 2	VU Games
2	World of Warcraft	Blizzard Entertainment
3	Need for Speed Underground 2	EA Games
4	The Lord of the Rings, The Battle for Middle-earth	EA Games
5	The Sims 2	EA Games
6	The Chronicles of Riddick: Escape From Butcher Bay - Developer's Cut	VU Games
7	Rome: Total War	Activision
8	Sid Meier's Pirates!	Atari
9	Doom 3	Activision
10	Vampire: The Masquerade - Bloodlines	Activision

〈표 8〉 2004년 출시된 미국 PC게임 랭킹

자료: GameRankings.com

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
시장 규모	2	2	3	4	6	8	14

〈표 9〉 미국 온라인 게임 시장규모 및 전망 (단위: 억\$)

자료: 2004 대한민국게임백서, 2004. 6.

케이블 사업자	브로드밴드 가입자수 (2004년 2분기)	브로드밴드 가입자수 (2003년 2분기)
Comcast	6,000,005	4,388,300
Time Warner Cable	3,548,000	2,856,000
Cox	2,246,109	1,674,000
Charter	1,711,400	1,349,000
Cablevision	1,179,040	921,105
Adelphia	1,164,310	790,000
Bright House	675,000	590,000
Mediacom	327,000	234,000
Insight	273,900	179,500
RCN	220,000	184,265
Other	407,315	200,000
합계	17,752,079	13,367,005

〈표 10〉 미국 케이블사업자 브로드밴드 가입자 현황

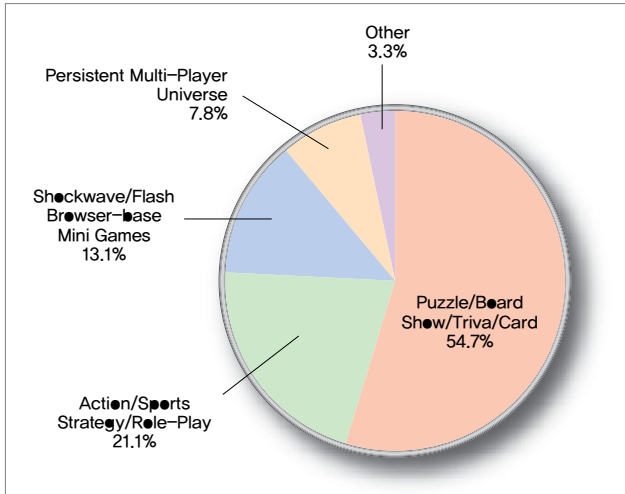
자료: Cable Datacom

가을을 보이며 보급이 급속히 확산되고 있어, 향후 온라인게임의 성장 가능성을 높게 하여 주고 있다.

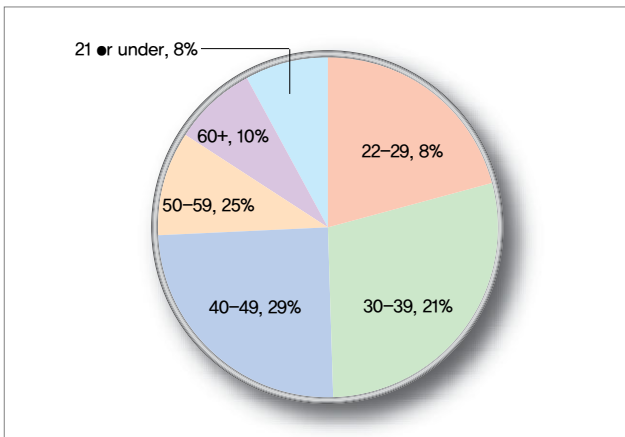
케이블 브로드밴드의 보급은 지속적인 성장해 2006년에는 2,700만 가입자로 확대돼 온라인게임의 베이스를 확고히 지지할 것으로 기대되고 있다.

미국 시장의 온라인게임중 GameRangking사가 선정한 PC 게임 랭킹은 다음과 같다. 이 게임 랭킹에서 나타난 특징은 이제 게임 콘솔 온라인 게임의 시장이 형성되기 시작했다는 점과 동일한 게임이 PC와 게임 콘솔 온라인게임의 멀티 플랫폼화 현상이 나타나기 시작했다는 점을 들 수 있다.

랭킹 1위로 선정된 블리자드의 월드 오브 워크래프트는 2004년 11월 24일 출시 당일 미국에서 24만 카피가 판매되고 출시 당일 동시 접속자 수가 10만명을 돌파하는 등 판매 기록을 갱신하며, 미국 온라인게임 시



〈그림 7〉 미국 온라인 게이머의 선호 게임 자료: ESA



〈그림 8〉 Real Arcade 게이머의 인구 통계학적 특성 자료: Real Arcade

장을 선도하고 있다. 그러나 ESA의 조사에 의하면, 〈그림 8〉에서 보듯이 미국 온라인 게이머들은 MMORPG보다는 캐주얼 온라인게임을 선호하는 게이머의 수가 훨씬 많은 것으로 나타났다.

즉 향후 미국 온라인게임 시장의 고속 성장 중의 상당한 부분은 콘솔 온라인게임과 캐주얼 온라인게임이 차지할 것으로 전망되고 있다. 따라서 미국 시장 진입이 이러한 기회를 활용한 전략을 구사할 필요가 있다고 보여진다.

캐주얼 다운로드 게임의 경우 게이머의 인구 통계학적 특성이 MMOG와는 많이 다르게 나타나고 있다. 캐주얼 게임 다운로드 분야의 선두 기업인 Real Arcade의 인구 통계학적 특성을 보면 중장년층의 비율이 젊은 층보다 높게 나타나고 있다. 이 계층은 불법복사의 경향이 적고, 기호가 안정돼 있어, 꾸준히 게임을 구매하는 경향이 있어 IDC는 게임 다운로드 시장이 2003년 5,200만달러의 시장에서 2007년 7억 6,000만달러의 시장으로 급성장할 것이라고 전망한 바도 있으며 향후 주목할 만한 시장으로 평가되고 있다.

순위	게임 타이틀	플랫폼	퍼블리셔
1	World of Warcraft	PC	Blizzard Entertainment
2	EverQuest: The Ruins of Kunark	PC	SCEA
3	EverQuest	PC	Sony Online Entertainment
4	Dark Age of Camelot	PC	VU Games
5	Final Fantasy XI	PS2	SCEA
6	City of Heroes	PC	NCsoft
7	Phantasy Star Online Episode I & II	GC	Sega
8	Final Fantasy XI	PC	Square Enix
9	EverQuest: The Shadows of Luclin	PC	Sony Online Entertainment
10	Dark Age of Camelot: Shrouded Isles	PC	Mythic Entertainment
11	Anarchy Online: Shadowlands	PC	Funcom
12	EverQuest II	PC	Sony Online Entertainment
13	EverQuest: The Scars of Velious	PC	Sony Online Entertainment
14	Asheron's Call 2: Fallen Kings	PC	Microsoft
15	EverQuest: The Planes of Power	PC	Sony Online Entertainment
16	Earth & Beyond	PC	Electronic Arts
17	Asheron's Call	PC	Microsoft
18	EverQuest: Lost Dungeons of Norrath	PC	Sony Online Entertainment
19	EverQuest Online Adventures	PS2	Sony Online Entertainment
20	Final Fantasy XI Chains of Promathia	PS2	Square Enix
21	Asheron's Call Dark Majesty	PC	Microsoft
22	EverQuest Online Adventures: Frontiers	PS2	Sony Online Entertainment
23	Star Wars Galaxies: Jump to Lightspeed	PC	LucasArts
24	Dark Age of Camelot: Trials of Atlantis	PC	Mythic Entertainment
25	Star Wars Galaxies: An Empire Divided	PC	LucasArts
26	Anarchy Online: Alien Invasion	PC	Funcom
27	The Sims Online	PC	EA Games
28	Anarchy Online	PC	Funcom
29	EVE Online: The Second Genesis	PC	Simon & Schuster

〈표 11〉 미국 Massively Multiplayer 온라인 게임 랭킹 자료: GameRankings.com

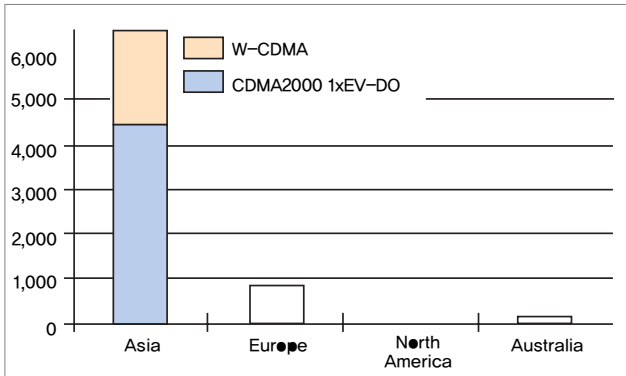
미국의 모바일 게임 시장

미국의 모바일 게임 시장은 2004년 3억달러에서 급성장해 2008년에는 14억달러의 시장이 될 것으로 전망되고 있다.

현재 미국의 모바일게임 시장이 아시아와 유럽에 비해 적은 것은 3G의 보급이 늦은 때문이라고 설명된다. 〈그림 10〉에서 보듯이 2004년 1월 현재 아시아의 3G 가입자가 600만명을 넘었고, 유럽의 3G 가입자도 100만명에 육박하는 데 비해, 미국은 이제 3G의 보급이 시작되고 있는 상황이므로 모바일 게임의 인프라 부족으로 아시아 및 유럽에 비해 모

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
미국	1	2	3	5	7	10	14

〈표 12〉 미국 모바일 게임 시장규모 및 전망 (단위: 억\$)
 자료: 한국게임산업개발원, 2004 대한민국게임백서



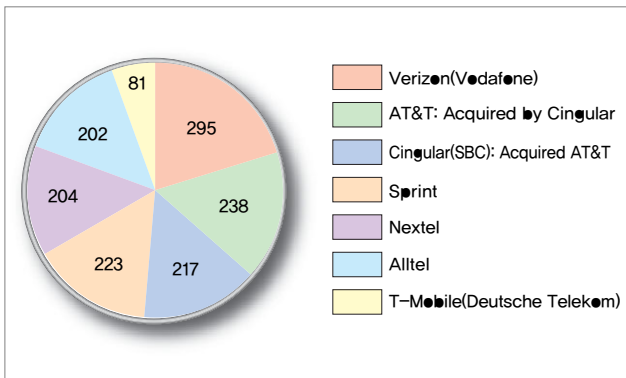
〈그림 9〉 3G 보급 현황 (단위: 1,000명) 자료: J'son & Partners

통신사	게임 시작 연도	플랫폼
Alltel	2003	BREW, SMS, WAP
AT&T Wireless	2002	J2ME, SMS, WAP
Cingular Wireless	2002	J2ME, SMS, WAP
Nextel	2002	J2ME, SMS, WAP
Sprint PCS	2002	J2ME
T-Mobile USA	2002	J2ME, SMS, MMS, WAP
U.S. Cellular	2003	BREW
Verizon Wireless	2002	BREW, SMS, WAP

〈표 13〉 미국 통신사들의 모바일 게임 제공 현황

바일게임 시장의 발전이 늦은 것으로 나타나고 있다.

미국 통신사들의 모바일게임 제공 현황을 보면 〈그림 11〉에서 보듯이 Verizon이 295개로 가장 많으며, T-mobile이 81개로 가장 적은 수의 게임을 제공하고 있으나 대부분의 통신사들은 200여개의 모바일 게임을 제공하고 있는 것으로 나타났으며 게임 제공 시기는 대부분 2002년부터 시작했고, U.S. Cellular와 Alltel이 2003년부터 모바일 게임을 제공하기 시작한 것으로 나타났다. 미국에서 가장 인기 있는 모바일게임은 다음과 같다.



〈그림 10〉 미국 통신사들의 제공 게임 개수 (2003년)
 자료: Wireless Gaming Review

순위	게임
1	Anno 1503
2	Baku Baku
3	Bejeweled Multiplayer
4	Cannons Tournament
5	Dragon Island
6	FOX Sports Racing
7	Golden Tee Golf
8	PAC-MAN
9	Prince of Persia: Sands of Time
10	Tom Clancy's Splinter Cell: Pandora Tomorrow

〈표 14〉 미국의 Top 10 모바일 게임 (알파벳 순)
 자료: Cingular, AT&T Wireless and Sprint PCS websites

주요 기업 동향

세계 주요 Game Publisher에 대하여 2003년에 'Top 20 Game Publisher' 를 선정한 바 있는 Game Developer Magazine이 2004년에도 'Top 20 Game Developer' 를 선정했다. 다만 2003년의 매출 기준의 선정을 했으며, 2004년에는 매출은 역시 주요한 기준이었으나, 그 외에 게임 평점, 취소되는 타이틀 수, 프로듀서의 수준 및 오리지널 IP의 카달로그 등이 평가 기준에 추가됐다.

Top 20에는 미국 기업들이 다수 포함되어 있고, 미국외의 기업들도 세계 최대의 시장인 미국에서 주요 활동을 하고 있는 경우가 많다. 미국 기업 중 주요 기업인 EA, Activision, Take Two에 대하여서는 기업 특성 및 최근 활동에 대해 정리했다.

Electronic Arts

EA는 2004 회계년도에 29억 5,700만달러의 매출을 기록하면서 전년 대비 19% 이상의 성장을 기록했고, 플레이스테이션 및 X박스 플랫폼에서 24%와 21%의 시장점유율을 보이면서 계속 1위의 지위를 지키고 있다.

EA는 매출액의 55%를 북미지역에서 얻고 있으며, 북미 이외의 지역에서도 EA의 상품 판매액은 증가하고 있는 추세이다.

특히 최근에는 유럽 지역의 성장이 두드러지고 있으며, 온라인 분야를 강화하면서, 아시아 지역에서의 활동도 활발히 하고 있다.

EA는 틈새시장을 공략한 상품의 개발보다는 블록버스터 상품의 개발 및 마케팅에 주력하고 있으며, 새로운 타이틀의 개발, 판매보다는 인기 타이틀의 지속적인 개발 및 판매 전략을 택하고 있다. 아래의 〈표 17〉에서 나타나듯이 5년전에 비해 매출 및 직원수는 2배이상 증가했음에도 불구하고 출판하는 타이틀 수는 오히려 줄어 블록버스터 전략을 구사하고 있다.

블록버스터 전략을 취하면서 100만개 이상 팔리는 타이틀 수는 해마다 증가하고 있다.

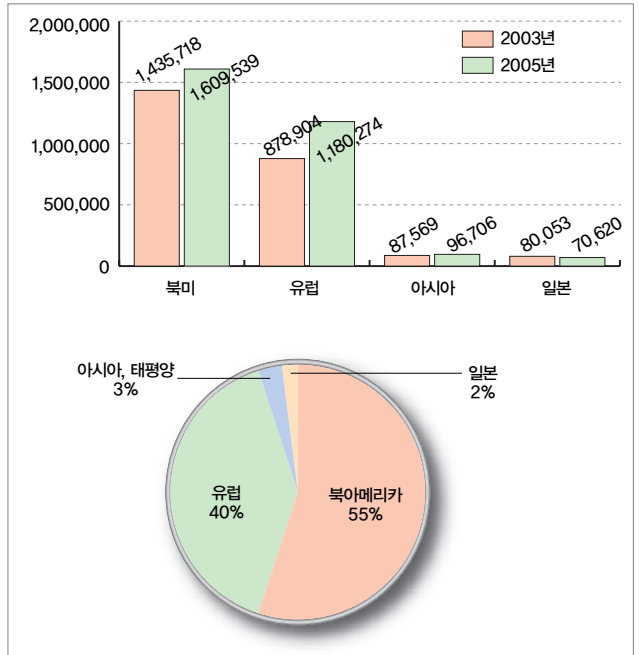
EA가 블록버스터전략을 구사하는 이유는 게임이 점차 정교해지고 복잡해짐에 따라 게임 산업 초기에 비해 오늘날 게임 개발에 드는 비용 및 시간이 크기 때문이다. 실제로 EA 설립 초기에는 게임 개발에 드는 시간이 6주였으나, 현재는 2~3년의 시간을 필요로 한다. 이러한 전략의

순위	기업명	순위 변동
1	Electronic Arts	0
2	Microsoft Game Studios	7
3	Sony Computer Entertainment	-1
4	THQ	9
5	Ubisoft	7
6	Eidos	13
7	Activision	-3
8	Take-Two	-2
9	Atari	-2
10	Nintendo	-7
11	Vivendi	-6
12	Codemasters	신규 진입
13	Acclaim	4
14	SEGA	-4
15	Konami	-7
16	Square Enix	-5
17	Midway Games	-3
18	Koei	0
19	Empire Interactive	신규 진입
20	Namco	-4

〈표 15〉 Top 20 Game Publishers 자료: Game Developers Magazine

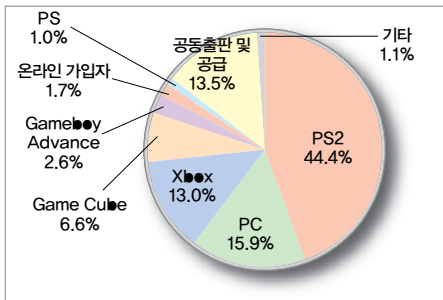
Sony Playstation2		Nintendo Gamecube		Microsoft X-box	
기업	점유율	기업	점유율	기업	점유율
Electronic Arts	24%	Nintendo	38%	Electronic Arts	21%
Take 2	19%	Electronic Arts	17%	UBISoft	17%
Sony	9%	Sega	7%	Microsoft	17%
Activision	7%	Acclaim	5%	Sega	6%
THQ	6%	Electronic Arts	5%	Activision	6%

〈표 16〉 플랫폼별 시장점유율(회계연도 2003년 3분기)
자료 Harvard business school



〈그림 11〉 EA의 플랫폼 매출비율
자료: Electronic Arts

〈그림 12〉 EA의 지역별 매출 (단위: 천달러)
자료: Electronic Arts



〈그림 10〉 EA의 플랫폼 매출비율

자료: Electronic Arts

〈참고〉 E3 2004 주요 동향

세계 최대의 엔터테인먼트 엑스포인 E3(Electronic Entertainment Expo)가 지난 5월 12일부터 3일간 美 LA 컨벤션 센터에서 개최되었다. 올해 10번째 맞는 이번 E3에는 엔터테인먼트 및 소프트웨어 분야에서 430개 기업이 참여했으며, 5,000여점의 출품작이 선보여 역대 최대의 행사로 기록됐다.

□ 소니의 PSP vs 닌텐도의 DS

이번 게임쇼에서 모두의 주목을 끌었던 것은 무엇보다도 소니의 PSP와 닌텐도의 DS였다. 소니와 닌텐도의 전략은 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 소니가 '21세기의 워크맨(the Walkman for 21st Century)'을 캐치 프레이즈로 내걸고 PSP를 종합 엔터테인먼트 기기로 홍보하고 있다면, 극비리에 차세대 휴대형 게임기 개발을 추진해 왔던 닌텐도는 '한차원 더 깊은 게임 경험'을 강조하며 본령인 게임에 집중하고 있다.

와이드 스크린의 탑재, 다양한 주변 기기와의 통신 매개 역할 제공 등을 통해 기능 가정용 통합 미디어를 지향하는 소니의 PSP와, 듀얼 스크린과 터치 스크린 장착, 로컬 무선 네트워크를 통한 다수 동시 플레이와 무선에서의 게임 공유 등을 지원하는 등 게임에 집중하는 닌텐도의 DS의 전략은 모두 저연령층에 집중되어 있는 휴대형 게임기 시장의 고객층을 확대하는 계기가 될 것이라는 것이 업계의 전망이다.

한편, 노키아는 휴대폰과 게임기의 하이브리드 제품인 N-게이지의 업그레이드 버전 QD를 발표를 통해 휴대형 게임기 시장에 남겠다는 의지를 명확히 했다. 게임폰의 독자적인 시장 형성이 가능하다는 틈새시장 전략을 내세운 것이다.

□ 비디오 콘솔 게임의 강세

북미에선 비디오 게임쇼라고 불릴 만큼 비디오 콘솔 게임이 강세인 E3에서

는, 역시 소니나 마이크로소프트, EA 등의 부스를 중심으로 비디오 게임들이 인기를 끌었다. 이중에서도 '메탈기어솔리드3-스네이크 이터(MGS3)', '철권5', '그란투리스모4', '헤일로2', '소공2' 등이 주목을 받았다.

□ 온라인게임 확대 가능성

이번 행사를 통해 E3는 비디오게임 전시회라는 기존의 지배적인 이미지에서 벗어나 다양한 플랫폼을 아우르는 게임쇼로 거듭났다는 평가를 받고 있다. 비디오 게임 강세 속에서 휴대형 게임기는 물론 온라인 플랫폼 게임의 성장도 눈에 띄는 등 플랫폼이 다양화 됐기 때문이다.

특히 한국은 물론 여러나라 업체가 내놓은 온라인게임이 좋은 반응을 얻었다. 주요적으로는 '월드오브워크래프트(WOW)', '에버퀘스트2' 그리고 '타블라 리사', '길드워' 등이 있다. 전세계적인 인터넷 환경의 개선 또한 온라인 게임에 유리한 조건으로 작용해 온라인 게임 시장이 더욱 커질 수 있다는 예상도 제출되고 있다.

□ Microsoft와 EA의 제휴

MS의 X박스 라이브 용으로 세계 최대의 게임 퍼블리셔인 EA의 인기게임 타이틀을 공급할 것을 골자로 하는 EA와 MS의 제휴가 E3의 개막을 앞두고 발표됐다.

마이크로소프트가 엄청난 개발 및 마케팅 비용을 투자하고, 자기에 출시한 X 박스는 뛰어난 사양과 그래픽 구현 능력에도 불구하고 충분한 콘텐츠를 확보하지 못한 탓에 고전을 면치 못했다. 이 같은 상황에서 발표된 양사의 제휴는 100만명 인파의 사용자 확보에 머물러 있는 X박스 부문에 새로운 전기를 마련해 줄 뿐 아니라, 콘솔 시장 전체의 판도를 변화시킬 동인이 될 전망이다.

북미	북미지역 매출액은 전년대비 12.1% 증가하였다. Harry Potter, James Bond 프랜차이즈의 감소추세와 Square EA와의 합작 계약이 만료됨에 따른 손실이 있었으나 이를 회계연도 2004년 3월 31일까지 출시된 Need For Speed [™] , NBA STREET [™] 등의 판매를 통해 차감시켰다
유럽	유럽지역 매출액은 전년대비 34.3% 증가하였다. Harry Potter 프랜차이즈 감소와 World Cup 프랜차이즈 판매 감소로 인한 손실을 Need for Speed, The Sims 등 총 11개 제품 판매를 통해 차감시켰다
아시아 태평양	아시아 태평양 지역 매출액은 전년대비 10.4% 증가하였다. Harry Potter와 World Cup 프랜차이즈 감소로 인한 손실을 Need for Speed, The Sims 등의 제품 판매를 통해 차감시켰다.
일본	일본 매출액은 전년대비 11.8% 증가하였다

〈표 17〉 EA의 지역별 경영 성과

자료: EA

	1998	2003
EA 브랜드 타이틀 출판수	97	70
공동출판 및 공급 타이틀 수	22	34
백만대 이상 판매된 타이틀 수	6	22
총 매출액	908,852달러	2,482,244달러
순이익	72,339	317,097
R&D 비용	146,199달러	400,990달러
직원수	2,100명	4,000명
신규 출시작을 통한 매출액%	70%	68%
PC 게임을 통한 매출액%	25%	20%

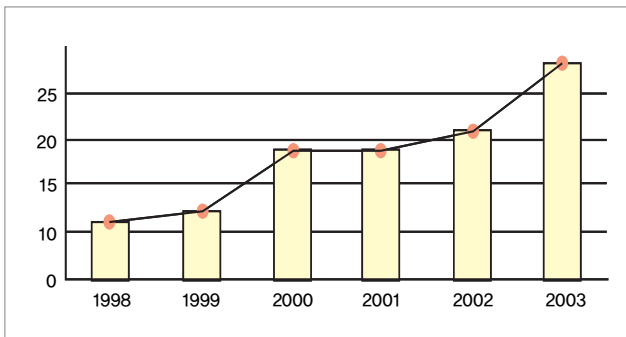
〈표 18〉 EA 기업 성장 비교

자료: Harvard business school

일환으로 평범한 테마의 게임을 시리즈로 개발하고 있으며, 기존 게임의 컨셉이나 캐릭터에 기반을 둔 속편을 통해 충실한 고객(loyal customer)을 확보하고 있다. 실제로 EA의 연도별 매출에서 속편이 차지하는 비율은 오리지널 타이틀보다 큰 것으로 나타났다.

EA의 스포츠 장르 게임은 이러한 속편 전략에 매우 적합한데, 이는 소비자들이 새로운 게임 환경을 업데이트 시킨 작품의 출시에 대한 기대가 높기 때문이다. 이에 따라 EA는 매년 FIFA Soccer, NBA Live와 같은 스포츠 게임을 반복적으로 출시하고 있다. 이렇게 반복 출시되는 게임 개발비용은 약 300~400만 달러이며, 오리지널 게임 개발의 경우에는 500만~800만 달러의 개발비용이 든다.

EA의 Annual Report에 따르면 EA의 스포츠 장르는 메이저 스포츠



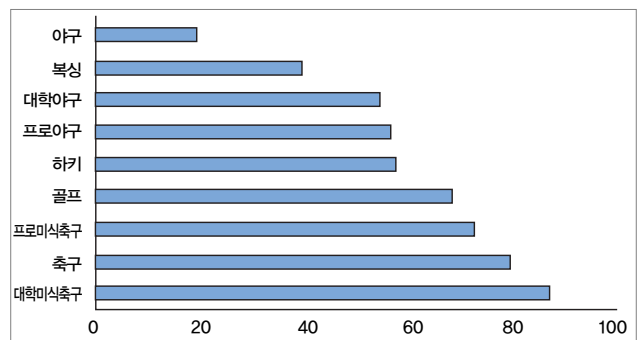
〈그림 13〉 EA의 연도별 인기 타이틀 수
*100만대 이상 판매된 타이틀

자료: Harvard business school

타이틀	프랜차이즈의 출처	지적자산(IP) 유형
Harry Potter Chamber of Secrets	EA United Kingdom	라이선스
Madden NFL 2003	EA Tiburon	라이선스
Medal of Honor: Frontline	EA Los Angeles	오리지널
FIFA 2002 World Cup Soccer	EA Canada	라이선스
Lord of the Rings: The Two Towers	EA Redwood Shores	라이선스
James Bond 007: Nightfire	EA Redwood Shores	라이선스
The Sims	Maxis Software	오리지널
The Sims: Unleashed Expansion Pack	Maxis Software	오리지널
FIFA Soccer 2003	EA Canada	라이선스
Need for Speed: Hot Pursuit 2	EA Canada	오리지널
NBA Live 2003	EA Canada	라이선스
The Sims Vacation Expansion Pack	Maxis Software	오리지널
The Sims Deluxe	Maxis Software	오리지널
NCAA Football 2003	EA Tiburon	라이선스
Tiger Woods: PGA Tour	EA Redwood Shores	라이선스
NHL 2003	EA Canada	라이선스
James Bond 007: Agent Under Fire	EA Redwood Shores	라이선스
Harry Potter Sorcerer's Stone	EA United Kingdom	라이선스
Simcity4	Maxis Software	오리지널
NASCAR Thunder 2003	EA Tiburon	라이선스

〈표 19〉 2003년 EA의 인기 타이틀(100만대 이상 판매된 타이틀)

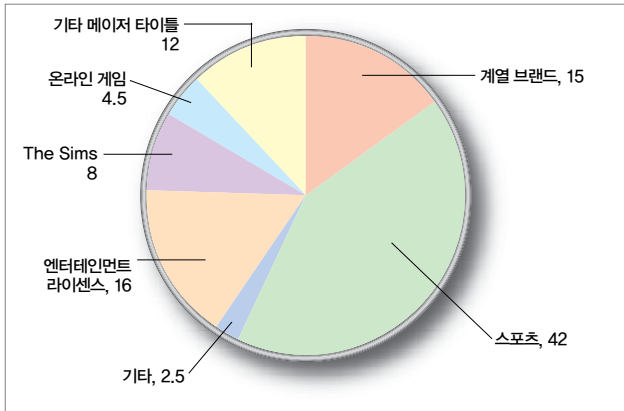
자료: EA



〈그림 14〉 2002년 스포츠 분야의 EA 시장점유율 (단위: %)

자료: HBS





〈그림 15〉 EA의 분야별 게임매출비율(단위: %) 자료: EA

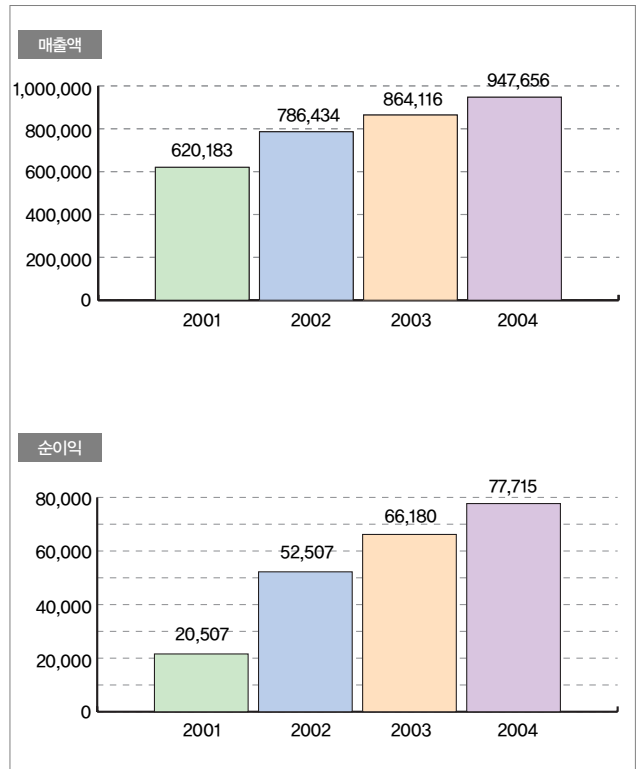
종목 중 7개에서 50% 이상의 시장점유율을 보이고 있으며, 스포츠 장르 게임을 통한 매출은 전체 매출액의 40~45%에 이르고 있다.

온라인분야는 www.EA.com에서 Ultima online, The Sims Online, Earth & Beyond 를 제공하고 있다. 그러나 회계연도 2004년 3월 31일까지 The Sims Online, Earth & Beyond의 가입자 수가 기대에 미치지 못했기 때문에 2004년 9월 Earth & Beyond 서비스의 중단을 결정했다. 중단 발표 직후인 2004년 10월 6일 BBC는 EA가 중국에 종업원 500명의 대형개발센터를 설립하기로 결정했다고 보도했는데, 주요 개발 대상은 온라인게임으로 보도돼, 온라인게임의 중심인 아시아 시장을 중심으로 아시아에서 직접 개발과 영업을 하겠다는 전략으로 파악되고 있어, 향후 행보가 주목되고 있다.

EA는 블록버스터 전략을 위해 가치 있는 지적 자산(IP)을 기반으로 한 게임 개발을 위해 여러 가지 라이선스 협정을 맺고 있다. 현재 EA는 2007년까지 해리 포터 서적 및 영화에 기반을 둔 게임 개발권을 가지고 있으며, 제임스 본드와 반지의 제왕 비디오게임 개발권 역시 소유하고 있다. 이러한 엔터테인먼트 라이선스를 위해 EA는 약 10~15%의 로열티를 지급하고 있다. EA는 National



Football League(NFL)에 스포츠 게임을 통해 벌어들인 매출의 8~20%를 지급하고 있는 것이 그 예이다. 또한 7개의 확장팩을 포함해 총 4,100만 카피가 판매된 The Sims의 후속편이 Sims 2가 2004년에 출시돼, 전편의 판매기록을 능가하면서, 호평을 받고 있으며, 향후 매출 증가가 기대되고 있다. 또한 모바일게임 분야에도 적극 진출할 예정으로 Fifa Football 2005, Tiger Woods PGA Tour 2005, Need for Speed Underground 2 등 히트를 친 작품들의 모바일 버전을 준비 BBC News 2004년 9월 2일, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3621182.stm>하고 있어 향후 모바일게임 분야에서도 영향력을 확대할 것으로 전망되고 있다.



〈그림 16〉 Activision의 매출 및 이익 (단위: 천달러) 자료 Activision

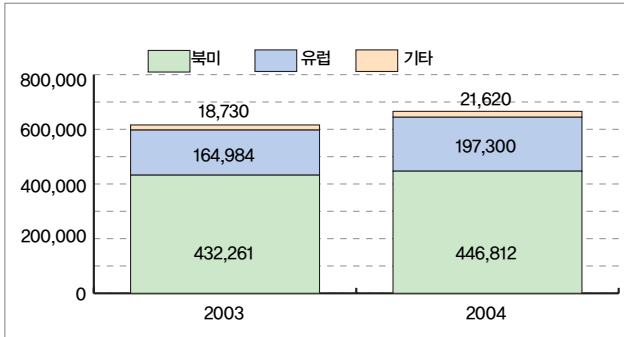
Activision

Activision의 Annual Report에 따르면 Activision은 2004년 매출 9억 4,800달러와 7,770만달러의 이익을 기록하였다. 매출 및 이익은 연간 10%이상의 순조로운 성장을 보이고 있다.

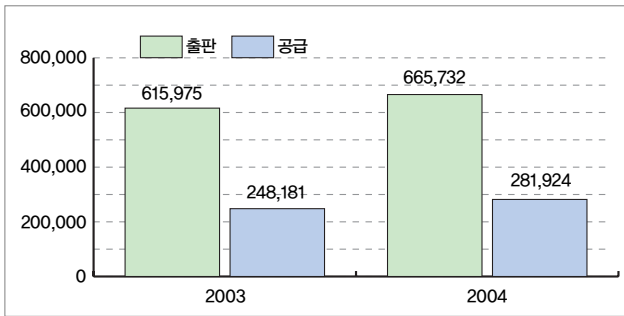
Activision의 분야별 비중은 출판사업의 공급사업의 2배 이상의 비중을 보이고 있으며, 지역별로는 미국이 전체 매출의 2/3를 차지하고 있다.

Activision의 플랫폼별 매출은 비디오게임이 약 75%, PC 게임이 약 20%를 차지하고 있다.

Activision은 강력한 브랜드 및 고품질 개발 상품에 마케팅 지원을 아끼지 않고 있으며, 회계연도 2005년에는 지적 자산 및 영화산업 관련 상품의 개발에 주력할 전망이다. 실제로 Activision은 Marvel

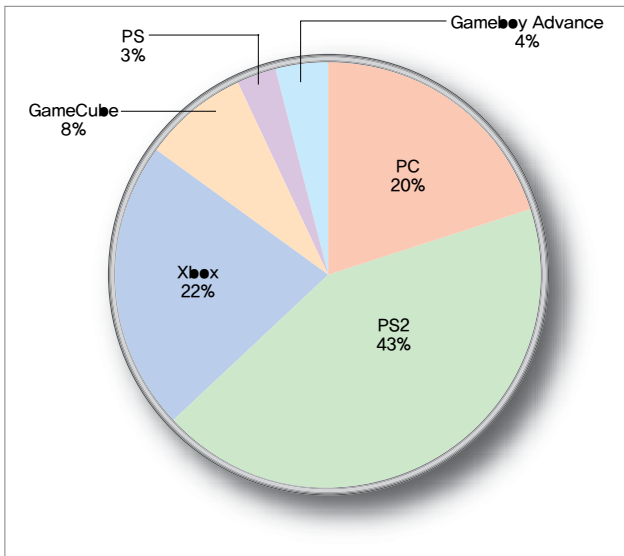


〈그림 17〉 Activision 지역별 매출(단위: 천 달러)



〈그림 18〉 사업 분야별 매출액(단위: 천 달러)

자료: Activision



〈그림 19〉 플랫폼별 매출량

자료: Activision

Enterprise와 오랜 기간 제휴를 맺어왔으며, 라이선스 동의에 관한 이 제휴는 2009년 만기된다.

라이선스 동의를 통해 Activision은 Marvel Enterprise의 만화인 스파이더맨, 엑스맨에 기반을 둔 게임을 개발했다. 현재 Columbia Pictures와 Marvel Enterprise의 2007년 5월 개봉 예정 영화인 '스파이더맨 3'의 게임을 개발중에 있다.

또한, 전문 스케이트보더인 Tony Hawk와 2015년까지 라이선스 동

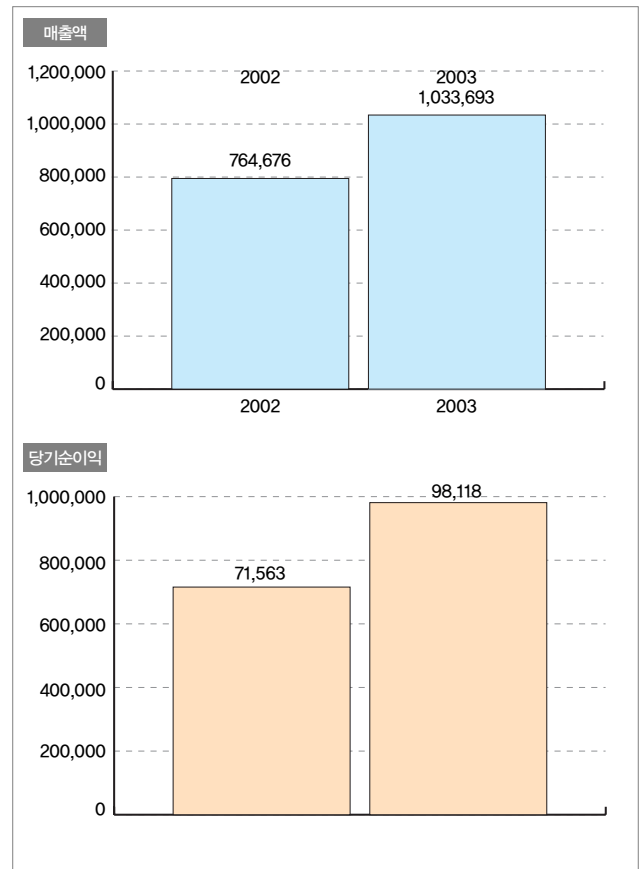
의를 맺어 Tony Hawk의 이름과 생김새를 이용한 게임을 개발했다. 회계연도 2004년동안 총 5개의 Tony Hawk 프랜차이즈 타이틀을 출시하였으며, 이 프랜차이즈의 누적 매출액은 8억달러 이상이다. Activision은 2005년에도 Tony Hawk의 프랜차이즈를 계속해서 개발할 예정이다.

Activision은 게임 프랜차이즈로서 성공 가능성이 있다고 판단되는 신생 브랜드의 평가를 계속하고 있다. 실제로, 이러한 평가를 통해 DreamWorks SKG와의 몇 년간에 걸친 다양한 자산 출판 동의를 맺어 DreamWorks SKG의 애니메이션 '슈렉2'에 기반을 둔 비디오게임의 출판권을 확보하였으며, 개봉 예정 컴퓨터 애니메이션 '샤크 테일', 'Madagascar', 'Over the Hedge' 및 그 후속작의 게임 출판권도 확보하였다. 뿐만 아니라, Paramount Pictures, Nickelodeon Movies, DreamWorks SKG에 의해 영화화 될 어린이 베스트셀러 도서 'Lemony Snicket's A Series of Unfortunate Events'의 출판권도 확보하고 있다

Take Two

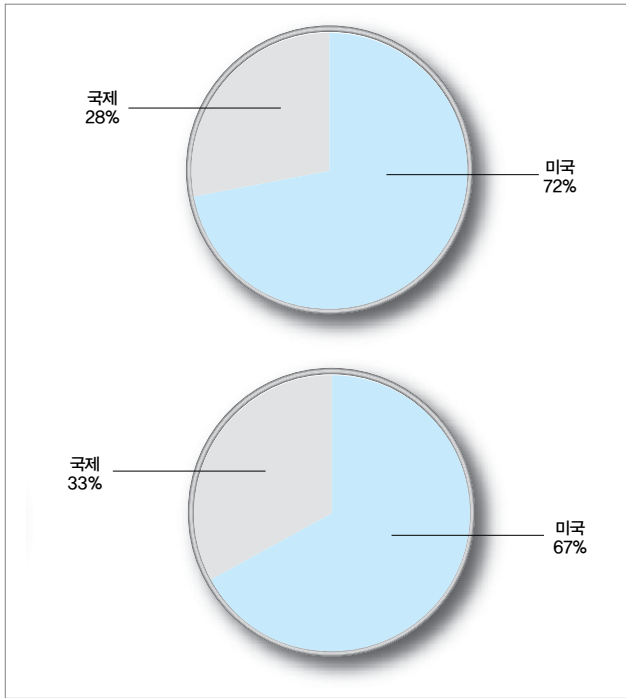
Take Two는 2003년에 매출 10억 3,300만달러와 당기순이익 9,800만달러를 기록했다.

Take Two 매출의 지역별 비중은 2003년에 미국이 72%, 2004년에

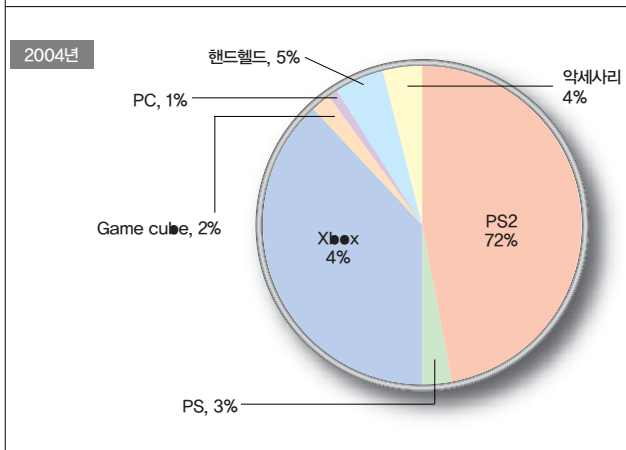
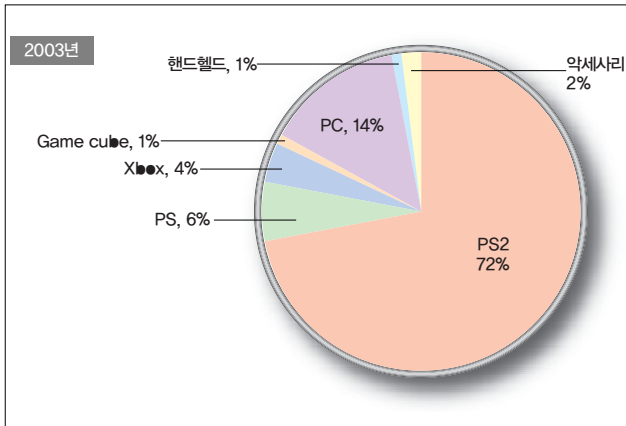


〈그림 20〉 Take Two의 매출 및 이익(단위: 천 달러)

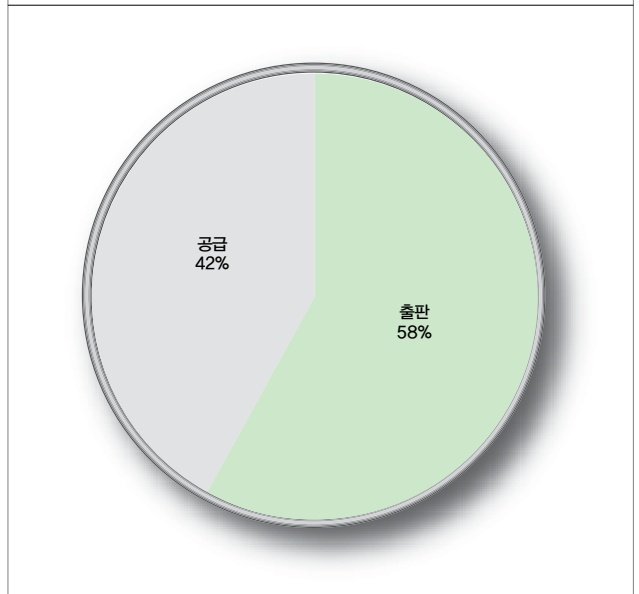
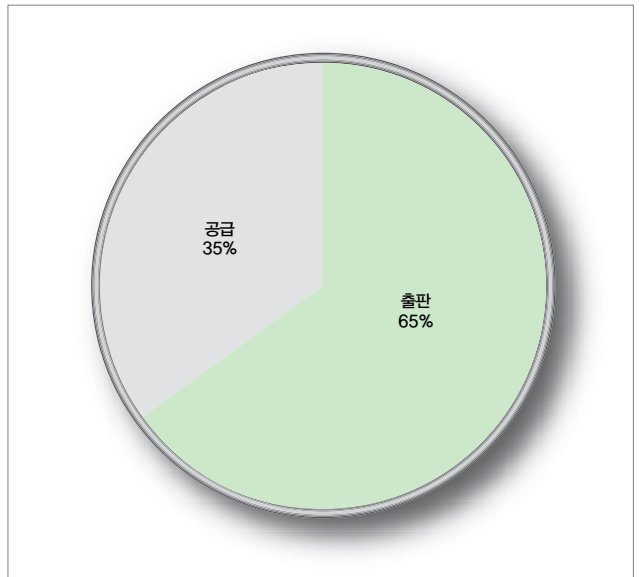
자료: Take Two



〈그림 21〉 Take Two의 지역별 매출 비중 (2003년, 2004년) 자료: Take Two



〈그림 22〉 Take Two의 플랫폼별 매출 비중 (2003년, 2004년) 자료: Take Two



〈그림 23〉 Take Two의 플랫폼별 매출 비중 (2003년, 2004년) 자료: Take Two

구분	출시	특징
GTA3	2001년	미국 540만, 전 세계 1,100만 카피 판매
GTA Vatican City	2002년	미국에서 610만 카피, 전 세계적으로 1,300만 카피가 판매
Grand Theft Auto: San Andreas	2004. 12. 7.	2004년에 400만개가 팔릴 것으로 추정되며, 이 판매치는 2005년 1/4분기에도 지속될 것으로 전망되고 있음

〈표 20〉 Take Two의 GTA 판매 현황

67%의 비중을 보여, EA나 Activision에 비하여 국제화 비중이 적게 나타났다.

Take Two의 플랫폼별 매출 비중은 EA나 Activision에 비하여 비디오 게임 분야에 집중되어 있다. 특히 2004년에는 PC 게임의 비중이 현

인수업체	인수날짜	비고
Frog City	2003년 7월 31일	· Tropico2: Pirate Cove의 개발업체이다. · 현금 75만7천 달러에 인수하였으며, 31만9천달러의 선불로열티 지급하였다.
Cat Daddy Games LLC	2003년 7월 31일	· 현금 75만7천 달러에 인수하였으며, 전 소유업체에게 인수 후 3년간의 이익에 따라 최대 2,500달러까지의 부가 액수를 지불하기로 하였다.
Angel Studio, Inc	2002년 11월	· Midnight Club과 Smuggler's Run 프랜차이즈의 개발업체이다. · Angel studio의 발행주식 모두를 사들였으며, 총 235,679의 제한된 보통주(655만7천 달러의 가치를 가짐)와 2851만2천 달러의 현금, 593만1천 달러의 선불 로열티를 지급하였다.
Destineer Publishing Corp.	2003년 4월	· 2003년 4월 계약을 맺고 8개의 PC 게임과 2개의 콘솔 포트를 출판하였다. · 670만달러에 계약을 맺었으며, 1,000달러의 대부를 제공하였다.
Barking Dog Studios Ltd.	2002년 8월	· 캐나다 주재의 개발 스튜디오이며, 242,450의 보통주(3,801달러의 가치를 지님), 3,000달러의 현금, 825달러의 선불 로열티를 지급, 70달러의 부채를 맡았다.
Techcorp Limited	2001년 7월	· 홍콩 주재의 디자인 및 엔지니어링 업체로서, 특히 비디오 게임 악세서리에 주력하고 있다. · 발행주식 모두를 사들였다. · 보수로 30,000의 보통주(572달러의 가치를 지님)를 제공하였으며, 100달러의 현금을 지불함과 동시에 약 2,856달러의 부채를 맡았다.
VLM Entertainment Group, Inc.	2000년 11월	· 제 3자 소프트웨어 상품의 공급업체이다. · VLM의 이전 주주들에게 2000달러의 현금과 875,000의 주식(8,039달러의 가치를 지님)을 발행, 약 10,627달러의 부채를 맡았다.

〈표 21〉 Take Two ● 인수현황

자료: Take Two ●

업체명	게임명	국가	현지파트너	진출시기
그라비티	라그나로크	미국	현지지사	2001
넥슨	바람의 나라	미국	현지지사	1998
	택틱컬 커맨더스	미국	현지지사	1999
시멘텍	헬브레스	미국	아이엔테이먼트 네트워크	2003
엔씨소프트	리니지	미국	현지지사	2001
엠게임	나이트온라인	미국	2003	
JC 엔터테인먼트	레드문	미국	월드넷게임	2001

〈표 22〉 한국 게임 기업의 미국 진출 현황

격히 줄이고 비디오게임이 주력하는 모습을 보이고 있다.

Take Two의 사업 분야별 비중은 2003년 출판 부문에 제작부문의 비중이 65%대 35%에서 2004년에는 58%대 42%로 나타났다. 이는 2003년의 Frog City와 Cat Daddy Games등 제작업체의 인수의 결과를 반영하는 것으로 보인다.

Take-Two는 인수 합병을 통한 기업 성장을 주요 경영전략을 삼고 있는데, 2003년 10월 31일까지 3년간 총 7개의 쌍방향 엔터테인먼트 소프트웨어 개발, 출판 및 공급 업체를 인수했다.

Take-Two는 2003년 10월 31일까지 3년간 총 7개의 쌍방향 엔터테인먼트 소프트웨어 개발, 출판 및 공급 업체를 인수했다. 이 과정에서 쓰인 현금 및 주식 발행의 총 액수는 2001년 2814만3,000달러, 2002년 762만6,000달러, 2003년 4207만5,000달러이다.

Take Two의 대표작으로는 'Grand Theft Auto'가 있다. 2004년 12월 7일 출시된 'Grand Theft Auto: San Andreas'는 2004년에만 400만개가 판매될 것으로 추산되고 있고, 2005년 1분기에도 이 판매 추세가 이어져 전편의 판매기록을 갱신할 것이 기대될 정도로 인기를 끌고 있다. 2004년 12월 이 제품 하나의 매출이 소매가로 2억 달러 (소매 마진 약 40%)일 정도로 기업 전체에 큰 비중을 가지고 있는 제품이기도 하다.

한국 기업의 진출 현황

한국 게임 기업들은 온라인 게임을 바탕으로 아시아권에 먼저 진출한 후 미국 시장의 진출하는 패턴을 보이고 있어 아직 미국 시장에의 진출은 〈표 22〉에서 보듯이 아시아권에 비하여 활발하지는 못한 실정이다. 2005년에는 엔씨소프트가 세계 시장을 겨냥하여 개발한 '길드워'와 자동차게임인 '오토어 썰트', 과학 전투게임인 '블라라사', 검투게임인 '시티오브빌레인즈' 등이 미국시장에서 출시될 계획이어서 그 결과가 주목되고 있다. ●

