



글로벌 게임산업 트렌드



GLOBAL
GAME
INDUSTRY
TREND



1 글로벌 이슈 포커스
점점 더 닫혀가는 중국시장, 돌파구는 결국 '독특함'



2 게임시장 동향
애플/FMV 게임/<마리오카트 투어>



3 게임과 사회문화
고령화 시대/지역활성화 수단/게임 폭력성 논란



4 게임기술 동향
인-게임 광고/사이버 보안/오클러스 퀘스트



5 게임산업 정책동향
스팀(STEAM) 게임 중고거래 금지/ESA 재단/영국과 유럽



6 인사이트
권투중재에 성공한 게임기업들-코나미와 징가를 중심으로



7 이머징 게임마켓
호주-뉴질랜드 게임시장/클라우드 게임시장



8 게임 캘린더
Tokyo Game/IAAPA/Fun&Serious Game/VRX Conference



1. 글로벌 이슈 포커스 05

점점 더 닫혀가는 중국시장, 돌파구는 결국 '독특함'

- 1. 정문으로 들어가지 못하는 중국시장 06
- 2. 모두가 눈치를 보게 된 중국시장 12
- 3. 스팀 차이나, 중국시장 우회 진출로의 차단 17
- 4. 닫힌 문을 열지 않을 수 없게 만드는 힘 21

2. 게임시장 동향 27

- 게임 시장으로 본격 침투 시작한 애플 28
- 고화질 동영상 기술에 힘입어 제2의 전성기 예고하는 FMV 게임 33
- 하이브리드 수익모델 탑재한 닌텐도 모바일 신작 <마리오카트 투어> 39

3. 게임과 사회문화 43

- 고령화 시대의 게임산업 44
- 지역활성화 수단으로 활용되는 e스포츠 48
- 총기 사건으로 불거진 미국의 게임 폭력성 논란과 그에 대한 반론들 54

4. 게임기술 동향 59

- 투자자들 주목 끄는 인-게임 광고 기술 60
- 게임업계의 사이버 보안 위협 경보와 대응방안 66
- 오큘러스 퀘스트, 최신 센서 기술 도입 임박 70

5. 게임산업 정책동향 75

프랑스의 '스팀(STEAM) 게임 중고거래 금지' 위법 판결이 게임 산업에 미칠 영향	76
ESA 재단, 게임업계 다양성 증진 위한 장학금 출연	83
영국과 유럽의 게임 규제 동향	86

6. 인사이트 91

권토중래에 성공한 게임기업들-코나미와 징가를 중심으로

1. 코나미	92
2. 징가	94

7. 이머징 게임마켓 97

[지역] 호주 · 뉴질랜드 게임시장	98
[플랫폼] 클라우드 게임시장	113

8. 게임 캘린더 119

Tokyo Game Show/IAAPA/Fun&Serious Game Festival/VRX Conference

1. [Latest] Tokyo Game Show(9.12~9.15)	120
2. [Upcoming] IAAPA(11.18~11.22)	123
3. [Upcoming] Fun&Serious Game Festival(12.6~12.9)	124
4. [Upcoming] VRX Conference&Expo(12.12~12.13)	126



GGIT



GLOBAL | GAME | INDUSTRY | TREND

인사이트

권토중래에 성공한 게임기업들 - 코나미와 징가를 중심으로

2000년대 초반까지 일본 게임업계의 주요 플레이어로 자리매김했던 코나미와 소셜 게임의 1인자로 한때 일렉트로닉아츠의 명성을 넘보기도 한 징가는 2010년대 모바일로의 전환기에 접어들면서 악재를 경험했다. 하지만 코나미와 징가는 각각 핵심 IP를 다양한 단말에 공급하는 전략과 공격적인 M&A를 통한 인기 IP 확보 전략으로 전성기 때의 실적을 완전히 회복했다는 평가를 받으며, 구축된 IP의 가치 극대화를 통해 반등을 모색하려는 기업들에 시사점을 제공하고 있다.

1. 코나미

1.1. 기업 개요

1970년대 아케이드 붐, 1980년대 콘솔의 부상 등으로 2000년대 초반까지 일본 게임업계의 주요 플레이어로 자리매김했던 코나미(Konami)는 2010년대 모바일로의 전환기에 접어들면서 2015년에는 <메탈 기어(Metal Gear)> 시리즈 개발자 코지마 히데오(Kojima Hideo)와의 갈등, 핵심 개발 인력의 퇴사, 뉴욕 증권거래소 상장 폐지 등의 악재를 겪었다. 일각에서는 코나미가 <프로 에볼루션 사커(Pro Evolution Soccer, 이하 PES)> 시리즈를 제외한 모든 AAA급 타이틀 개발을 중단한다는 루머¹까지 돌았다.

하지만 코나미는 모바일 게임 및 e스포츠에서 활로를 찾아 최근 5년간 연속 흑자를 거두며 전성기 때의 명성을 회복하고 있다. 일반 대중들에게 보다 가까이 다가가기 위해 모바일 플랫폼에 집중하는 전략을 채택한 코나미는 2019 회계연도² 매출 2,625억 엔(한화 약 2.9조 원), 영업

① 코나미의 자체 개발 엔진 '폭스 엔진'을 담당했던 테크놀로지 디렉터 Julien Mercero가 퇴사한 것을 계기로 유럽 게임 매체 게임블로그(Gameblog)는 코나미 내부 소식통을 통해 코나미가 어떠한 신작 게임 개발 계획도 없다고 언급했다고 보도

② 2018년 4월~2019년 3월

이익 505억 엔(한화 약 5,555억 원)을 기록, 2년 연속 사상 최대 영업이익을 달성했다.

1.2. 핵심 전략

코나미는 <PES>와 <유희왕(Yu-Gi-Oh)> 등의 핵심 IP를 다양한 단말에 공급하는 전략으로 성장을 견인하고 있다. <PES>는 1995년 콘솔게임으로 첫 발매되었으며, 2017년 모바일용으로 출시되면서 현재 다운로드 2억 건 이상을 기록하고 있다. 올해 발매 20주년을 맞이한 <유희왕> IP도 모바일로 출시되며 코나미의 매출 신장에 기여했다.

코나미유럽의 마사미 사소(Masami Saso) 회장은 “모바일에서 먼저 게임을 이용하고 콘솔 버전을 구매한 사용자도 있고, 그 반대의 경우도 있다”며, “닌텐도 스위치(Nintendo Switch) 용으로 발매한 <유희왕: 듀얼리스트의 유산(Yu-Gi-Oh: Legacy of the Duelist)>은 모든 EMEA³ 지역에서 발매 첫 주에 가장 많이 팔린 게임 타이틀에 랭크되면서 이를 입증했다”고 밝혔다.

하지만 사소 회장은 “새로운 플랫폼이 등장하더라도 하이엔드 콘솔 게임이 가장 중요하다고 생각한다”며, “콘솔 게임 내에서 혁신적인 아이디어와 기술에 도전해 다른 플랫폼으로 적용하기 때문에 콘솔 게임 개발에 계속 힘을 쏟을 것”이라고 언급했다.

코나미의 <Pro Evolution Soccer(PES)> 게임 화면



출처: 코나미(2019.9)

³ Europe, Middle East, Asia, Africa의 약자로, 유럽, 중동, 아시아, 아프리카 지역을 일컫음

한편, 많은 전문가들은 향후 코나미가 e스포츠를 통해 또 한 번의 성장 모멘텀을 확보할 것으로 예견한다. 코나미는 현재 일본 도쿄 긴자 지구에 e스포츠 센터를 건설 중이며 오는 11월 완공 예정이다. e스포츠 센터에는 e스포츠 경기를 주최하고 중계⁴할 수 있는 공간뿐만 아니라 e스포츠 관련 교육 시설도 포함될 예정이다. 코나미의 키미히코 히가시오(Kimihiko Higashio) 대표는 게임 커뮤니티 형성과 e스포츠 콘텐츠 발전을 위해 전용 경기장의 필요성을 강조하며, “앞으로 e스포츠팬들이 축구와 같은 전통적인 스포츠판과 동등하거나 그 이상의 사회적 위상을 갖게 될 것”이라고 전망했다.

2. 징가

2.1. 기업 개요

2007년 설립된 징가(Zynga)는 당시에는 아직 생소했던 페이스북(Facebook) 플랫폼에서 게임을 제공하는 신생업체였는데, 2009년 <팜빌(FarmVille)>⁵이 소셜 게임 붐을 일으키면서 일약 스타덤에 오르게 된다. 한창 잘 나가던 2011년 당시에 징가는 전통적인 게임업계의 강자로 손꼽히는 일렉트로닉아츠(Electronic Arts)보다도 기업 규모가 큰 것으로 평가되기도 했다.

하지만 2011년 기업공개(IPO)를 추진한 징가는 신작 게임들의 기대 이하의 성과로 주가가 급락했으며, 소셜 게임이 침체에 들어서면서 페이스북과도 갈등⁶을 겪게 된다. 대체로 업계는 모바일이 급성장하는 트렌드를 빠르게 캐치하지 못한 것이 징가 부진의 원인으로 꼽는다. 징가가 쉽고 가벼운 게임성을 바탕으로 한 플래시게임을 고집했다는 점도 침체를 부추긴 것으로 분석된다.

2.2. 핵심 전략

2016년 징가의 CEO가 일렉트로닉아츠(EA)의 전 사장인 프랭크 지뷰(Frank Gibeau)로 교체되면서 공격적인 M&A를 시도하고, 인기 IP 확

④ 코나미는 이미 세계 최고의 PES 플레이어를 결정하는 PES 리그 월드 파이널과 유희왕 월드 챔피언십과 같은 주요 경기들을 생중계한 바 있음

⑤ 출시 6주 만에 일평균 활성 이용자(DAU) 수 1,000만 명을 돌파

⑥ 페이스북은 자사 플랫폼 내에서 결제 수단으로 고유 시스템인 ‘페이스북 크레딧(Facebook Credit)’ 사용을 소셜 게임업체들에게 강요하면서 징가와 페이스북 간 공고했던 관계도 금이 가기 시작

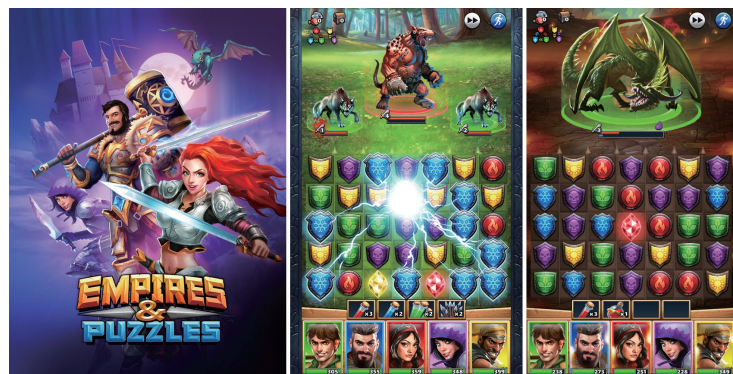
보에 나서는 등 차별화된 전략으로 부활하고 있다. 2019년 2분기 기준 징가의 매출은 3억 600만 달러(한화 약 3,604억 원)로 전년 동기 대비 41% 증가하는 등 2018년 이후 성장세를 완전히 회복했다.

특히 주목할 점은 모바일 게임 매출이 전년 동기 49% 증가한 2억 8,700만 달러(한화 약 3,380억 원)로 징가 역사상 가장 높은 매출을 기록했다는 것이다. 이는 <엠파이어&퍼즐(Empires & Puzzles)>⁷⁾, <머지 드래곤즈(Merge Dragons)>의 높은 인기가 작용한 결과다.

<엠파이어&퍼즐>을 개발한 스몰자이언트게임즈(Small Giant Games)와 <머지 드래곤즈>의 개발사 그램게임즈(Gram Games)는 징가가 2018년 인수한 업체들로, 징가의 M&A를 통한 모바일 역량 강화 전략이 제대로 작동하고 있음을 뒷받침한다. 영국 게임 전문매체 포켓게이머(Pocket Gamer)가 선정한 ‘2019년 Top 50 모바일 게임 개발사’에서 징가는 1위를 차지하기도 했다.

징가는 모바일 게임은 물론 기존 주력 분야였던 소셜 게임에서도 소셜 카지노라는 새로운 트렌드에 발 빠르게 대응하면서 역량을 유지할 방침이다. 일례로 2019년 5월에는 HBO의 유명 드라마 ‘왕좌의 게임’의 세계관을 확장한 소셜 카지노 게임 <왕좌의 게임 슬롯 카지노(Game of Thrones Slots Casino)>를 출시했다.

징가의 모바일 게임 <Empires & Puzzles>



출처: GET MODS APK(2019.9)

⑦ 3매치 배틀 방식을 혼합해 영웅 수집, 기지 건설, 동맹 맺기 등의 플롯 요소에 깊이를 더한 게임으로, 2017년 출시 이후 누적 다운로드 수 3,400만 건을 돌파

3. 시사점

코나미와 징가의 사례는 구축된 IP의 가치 극대화를 통해 반등을 모색하려는 기업들에게 좋은 참고 사례가 될 수 있다. 코나미가 권토중래에 성공한 이유는 과거의 영광에 사로잡혀 있지 않고 핵심 IP를 다양한 단말과 사용자에게 제공하고, e스포츠로까지 확장하는 등 새로운 먹거리를 찾기 위한 노력을 포기하지 않았기 때문이다.

징가는 모바일 시장 공략을 서두르지 않고 신중한 태도를 관철했다. 자사의 인기 소셜 게임을 모바일에 그대로 출시하는 방식보다는, IP 개발력이 있는 업체 인수를 통해 신작을 선보이며 느리지만 탄탄하게 미래를 준비했다. 이는 과거 징가가 무리하게 탈(脫)페이스북을 시도했다 역풍을 맞은 데서 생겨난 교훈 덕일 것이다.

메이저 IP에 집중하는 전략은 수십만 종의 모바일 게임이 한정된 소비자를 두고 쟁탈전을 벌이고 있는 오늘날의 시장 여건에 비춰 일면 타당성을 지닐 수 있다. 예를 들어 플레이 방식이 완전히 같더라도 기존의 유명 작품을 차용한 게임과 아예 새로운 세계관을 소비자에게 굳이 설명해야 하는 게임 사이에는 초반 주목도에서부터 큰 차이가 존재할 수 밖에 없기 때문이다.

아무리 참신한 개념과 화려한 그래픽으로 무장한 게임이라도 소비자의 이목을 끌기란 결코 쉬운 일이 아니다. 확고한 팬층을 거느리고 있는 인기 IP야말로 게임업체들의 손쉬운 차별화 요소로 기능할 여지가 충분하다.

참고자료

1. Business Insider- FarmVille developer Zynga is on its way to record revenue as the company continues to dominate mobile gaming, 2019.8.1.
2. Esports Insider- Konami unveils details of Creative Center Ginza, 2019.9.19.
3. Gamesindustry.biz- Mobile, PES and esports: The three pillars of Konami, 2019.9.2.
4. Pocket Gamer- How Zynga used M&A and forever franchises to become the world's number one mobile games company, 2019.8.28.
5. Pocket Gamer- The Top 50 Mobile Game Makers of 2019, 2019.10.1.
6. Wccftech- Konami Has a Record Breaking Year with Games Being the Driving Factor, 2019.5.11.