



글로벌 게임산업 트렌드



GLOBAL
GAME
INDUSTRY
TREND



1 글로벌 이슈 포커스
새로운 소비 트렌드의 주역, Z세대를 위한 게임사업 전략



2 게임시장 동향
배틀패스/엑스박스/할리우드 배우/게임 영상 플랫폼



3 게임과 사회문화
배리어프리/게임 내 채팅



4 게임기술 동향
퀵컴과 나인틱/커뮤니케이션 플랫폼 '번치'



5 게임산업 정책동향
UKIE, 영국 정부에 게임 산업 발전을 위한 10가지 제안 발표



6 인사이트
'리메이크' 게임 트렌드/플레이스테이션 25주년



7 이머징 게임마켓
중동(MENA) 게임시장/아케이드 게임센터



8 게임 캘린더
IAAPA 2019/PAX South 2020/D.I.C.E. Summit 2020/GDC 2020

1. 글로벌 이슈 포커스

05

새로운 소비 트렌드의 주역, Z세대를 위한 게임사업 전략

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. Z세대는 누구인가? | 06 |
| 2. Z세대의 관심 분야 | 09 |
| 3. Z세대와 게임 | 11 |
| 4. 한국 게임산업의 Z세대 준비 태세 | 15 |

2. 게임시장 동향

19

- | | |
|------------------------------|----|
| 모바일게임의 새로운 수익 모델로 떠오른 ‘배틀패스’ | 20 |
| 마침내 실제 드러낸 차세대 엑스박스 | 27 |
| 할리우드 배우, 게임산업과 가까워지다 | 32 |
| 게임 영상 플랫폼, 인기 스트리머 모시기 경쟁 돌입 | 38 |

3. 게임과 사회문화

43

- | | |
|---------------------------------|----|
| 장애인의 접근성 강화하는 게임업계 배리어프리 운동의 향방 | 44 |
| 게임 내 채팅, 아동 노린 범죄 수단으로 악용될 수 있어 | 51 |

4. 게임기술 동향

57

- | | |
|------------------------------|----|
| 증강현실 합작 선언한 퀄컴과 나이언틱 | 58 |
| 텐센트가 투자한 모바일 커뮤니케이션 플랫폼 ‘번치’ | 63 |

5. 게임산업 정책동향 67

UKIE, 영국 정부에 게임 산업 발전을 위한 10가지 제안 발표

- | | |
|-------------------|----|
| 1. UKIE의 10가지 제안 | 68 |
| 2. 10가지 제안의 주요 내용 | 69 |
| 3. 시사점 | 71 |

6. 인사이트 73

‘리메이크’ 게임 트렌드의 부상 74

플레이스테이션 25주년, 회고와 전망 82

7. 이머징 게임마켓 89

[지역] 중동(MENA) 게임시장 90

[플랫폼] 아케이드 게임센터, 모바일게임의 니치마켓 105

8. 게임 캘린더 115

IAAPA 2019/PAX South 2020/D.I.C.E. Summit 2020/GDC 2020

- | | |
|---|-----|
| 1. [Latest] IAAPA Expo 2019(11.18~11.23) | 116 |
| 2. [Upcoming] PAX South 2020(1.17~1.19) | 120 |
| 3. [Upcoming] D.I.C.E. Summit 2020(2.11~2.13) | 122 |
| 4. [Upcoming] GDC 2020(3.16~3.20) | 123 |
-



GGIT

GLOBAL | GAME | INDUSTRY | TREND

이머징 게임마켓

[지역] 중동(MENA) 게임시장

중동 및 북아프리카 지역을 아우르는 MENA 지역 게임시장은 오일 머니로 구축한 부, 성숙한 정보통신(ICT) 인프라, 인구의 절반이 30세 이하인 젊은 게이머 층을 바탕으로 세계에서 가장 성장 잠재력이 높은 게임 시장으로 꼽힌다. 최근 5년간 지속된 유가 하락으로 인한 정치경제적 불안으로 중동 지역 국가들은 석유에 의존하는 경제 구조를 개혁하려는 탈석유화, 산업 다각화 전략의 일환으로 게임을 포함한 엔터테인먼트 산업 육성에 적극 나서고 있다. 이러한 추세에 따라 게임산업에 대한 진입장벽이 낮아지고 있지만, MENA 지역은 지리적, 언어적, 문화적으로 매우 복잡한데다, 이슬람이라는 종교적 특성이 뚜렷하여 현지화에 특히 더 심혈을 기울일 필요가 있다.

1. 중동(MENA) 지역 소개

1.1. 기본 정보

중동 및 북아프리카 지역을 지칭하는 MENA(Middle East & North Africa) 지역을 지칭하는 단어로는 중동, 이슬람, 아랍이 있고 우리나라에서는 혼동해서 쓰이는 경우가 많지만 엄밀히 따지면 모두 다른 개념이다. 중동은 지리적으로 동지중해부터 아라비아만까지 이르는 지역으로 전통적으로 이집트, 아라비아 반도 및 이란을 포함하는 지역이다. 중동은 지역 내에서 다시 걸프만(the Gulf) 연안, 마그레브(Maghreb), 레반트(Levant), 비옥한 초승달(the Fertile Crescent) 지역으로 나뉜다.

중동 지역 지도



출처: Google(2019.12)

걸프만 연안국은 아랍에미리트(UAE), 사우디아라비아, 카타르, 바레인, 쿠웨이트, 이란, 이라크, 오만을 지칭한다. 마그레브는 아랍어로 ‘해지는 장소’라는 뜻으로 아라비아 반도 기준 서쪽에 위치한 북서아프리카 국가들인 이집트, 모로코, 알제리, 튀니지, 리비아, 모리타니를 지칭한다. 레반트는 역사적으로 지중해 동쪽의 ‘해뜨는 지역’을 의미하며 요르단, 레바논, 시리아, 이스라엘, 팔레스타인 등이 이 지역에 속한다. 지역은 초승달 모양으로 형성된 비옥한 땅을 지칭하며 이라크 · 시리아 · 레바논 · 이스라엘 · 팔레스타인 및 이란 남서쪽과 요르단 일부 지역을 포함한다.

아랍권은 언어를 기준으로 삼으며, 일례로 이스라엘, 이란, 터키 등은 아랍어를 쓰지 않아 아랍권으로 분류되지 않는다. 가장 광의의 개념인 이슬람은 종교를 기준으로 한 개념으로 여기에는 대부분의 중동 지역 국가가 포함되지만, 국가와 종파에 따라 또다시 시아파와 수니파로 나뉜다.

MENA 지역 국가들의 인구는 약 4억 명, GDP는 약 2조 4,000억 달러로 한국에 비해 1조 달러 가까이 높아 신흥 시장으로서의 매력에 충분하다. 비록 선진국이 아닌 국가들도 많지만, 카타르(6만 7,000달러), UAE(4만 3,004달러), 쿠웨이트(3만 4,243달러) 등 걸프만 지역 국가들은 막대한 오일 머니를 바탕으로 한국(3만 3,346달러)보다 1인당 GDP가 높고 구매력도 뛰어나다.

특히, 걸프만 지역 국가들은 걸프협력회의(GCC) 국가라고도 하는데, GCC는 1981년 설립된 정치·경제적 연합체로서 세계에서 가장 높은 지출 능력과 중요한 소비 시장으로 상당히 매력적인 지역이다. 그동안 급성장한 경제를 바탕으로 차세대 일자리와 기회를 창출할 수 있는 능력이 높은 지역으로 평가되었지만 2014년말 유가 하락 이후 높은 국가 재정적자로 인해 경기 침체를 겪고 있다.

1.2. 정보통신 인프라

중동 지역의 정보통신(ICT) 인프라는 상당히 발달한 편이다. 인터넷월드스탯(Internet World Stats)에 따르면, 중동 지역의 인구는 세계 전체 인구의 3.3%에 불과하지만 인터넷 보급률은 67.9%에 달한다. 소셜 미디어는 페이스북 이용률이 가장 높으며 이용자 수는 1억 1,650만 명에 달한다.

글로벌 이동통신 사업자 연합인 GSMA¹에 따르면, 2017년 기준 중동 및 북아프리카 지역의 스마트폰 가입자 수는 3억 7,500만 명으로 보급

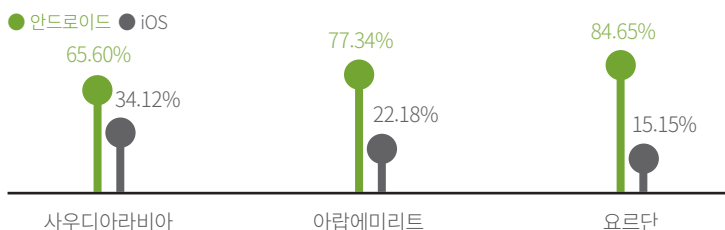
중동 지역의 인터넷 보급률 및 이용자 수

| | 인구수 | 비중 | 인터넷 이용자수 | 보급률 | 비중 | Facebook 이용자수 |
|------|---------------|--------|---------------|-------|--------|---------------|
| 중동 | 258,356,867 | 3.3% | 175,502,589 | 67.9% | 3.9% | 116,482,942 |
| 나머지 | 7,457,866,342 | 96.7% | 4,360,746,219 | 58.5% | 96.1% | 2,029,875,628 |
| 전 세계 | 7,716,223,209 | 100.0% | 4,536,248,808 | 58.8% | 100.0% | 2,146,358,570 |

출처: Internet World Stats²

중동 지역 국가별 모바일 OS 보급률

(단위: %)



출처: GSMA(2019.12)

① Global System for Mobile communications Association. 1987년 설립되었으며 전세계 220여국 950여개 통신사 회원으로 가입해 있고, 세계 이동통신 산업의 주요 방향을 결정한다.

② 인구와 인터넷 이용자 수는 2019년 6월 기준이며, 페이스북 이용자 수는 2018년 12월 기준. MENA에 포함되는 북아프리카 지역은 제외되어 있음

률이 118%에 달하며, 2025년까지 4억 5,900만 명에 이를 것으로 추산된다.

2019년 7월 기준 주요 산유국의 모바일 OS별 보급률은 사우디아라비아 65.6%(안드로이드), 34.12%(iOS), 요르단 84.65%(안드로이드), 15.15%(iOS), 아랍에미리트 77.34%(안드로이드), 22.18%(iOS)로 안드로이드의 점유율이 압도적으로 높다.

한편, GSMA는 주요 산유국 중심으로 5G 출시가 임박했으며 2025년까지 해당 지역 인구의 30%에 해당하는 5,000만 명을 커버할 것으로 보인다고 전망했다.

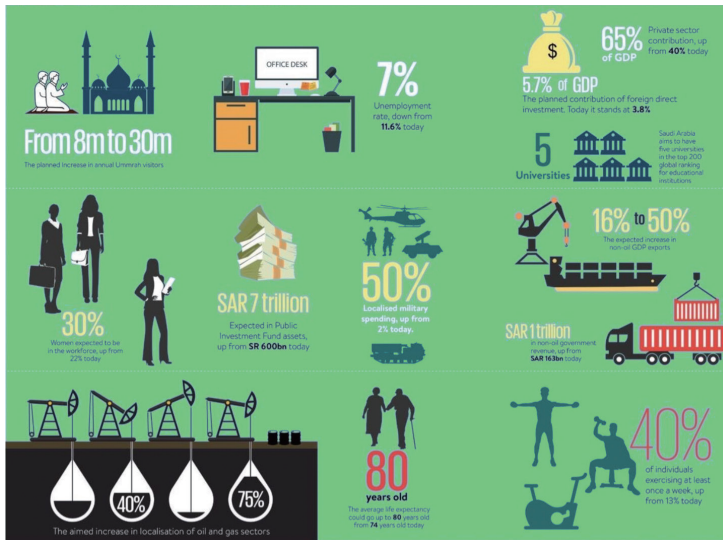
1.3. 게임산업 육성 배경

2014년 이후 지속되고 있는 저유가의 여파로 중동 지역에는 재정 적자 급증, 시리아 내전, 이란 경제 봉쇄 해제로 인한 수니파와 시아파의 갈등 등 재점화 등 정치경제적 불안이 계속되고 있다.

중동 지역 국가들은 저유가로 인한 경제적 타격을 만회하기 위해 휘발유 가격 인상, 부가가치세 부과, 에너지 보조금 축소 등의 정책을 시행해왔다. 그러나, 이로 인해 국민들의 불만이 고조되자 석유에 의존하던 경제 구조를 탈피하고 비석유 부문의 다양한 산업 발전을 통해 일자리를 창출하고 국민들의 정서를 분산시키는 대응책을 구사하고 있다. 이를 뒷받침하는 산업 중 게임을 포함한 엔터테인먼트 산업이 핵심적인 역할을 하고 있다.

일례로 사우디아라비아는 석유 및 가스 자원에 대한 높은 의존도를 줄이고 산업 구조를 다각화하기 위해 2016년 4월 대대적인 경제개혁 청사진 'Vision 2030'을 발표했다. "아랍과 이슬람 세계의 중심, 투자의 본산, 그리고 아시아, 아프리카, 유럽을 잇는 허브 구축"을 모토로 하는 향후 15년간의 경제개혁 및 국가 개조 프로젝트다. 골자는 2020년까지 석유 없는 경제 구조의 기반을 구축하고, 2030년까지 새로운 국가로 환골탈태한다는 것이다.

사우디아라비아의 국가 개혁 프로젝트 ‘Vision 2030’



출처: LAI Global Game Services & DFC Intelligence(2019.12)

‘Vision 2030’의 일환으로 사우디아라비아는 게임 및 엔터테인먼트 산업 전담기관인 오락청(GEA: General Entertainment Authority)을 설립했다. 세계 최대 롤러코스터 운영사인 Six Flags Entertainment를 받아들여 수도 리야드를 포함한 3곳에 테마파크를 열 계획이며, 2017년 사우디아라비아 최초로 홍해 해변도시 제다에서 만화축제인 ‘Global Comics Expo’, 일명 ‘Comicon’를 개최하여 2만 명의 방문자가 몰리기도 했다.

2. 중동 게임시장 현황 및 전망

2.1. 게임산업 현황

◎ 비디오 게임 산업 현황

뉴주(Newzoo)에 따르면, 2019년 말 기준 전 세계 게임산업 규모는 1,581억 달러를 기록한 가운데, MENA 지역은 전체의 3%인 48억 달러

를 기록했다. MENA 지역의 게임 산업은 2022년까지 연평균 12.1%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

국가별로는 사우디아라비아, 이란, 아랍에미리트 순으로 시장 규모가 크지만, 이란의 경우 미국의 제재로 인해 리그오브레전드(LoL), 포트나이트(Fortnite) 등의 글로벌大作은 차단당한 상태다. 또한, 요르단은 2018년 IT 분야에서 가장 활발한 성장세를 보이는 부문이 SW, 모바일 및 온라인 어플리케이션 및 게임 분야 개발 활동으로 2018년 기준 1억 8,000만 달러 규모의 시장을 형성하고 있다.

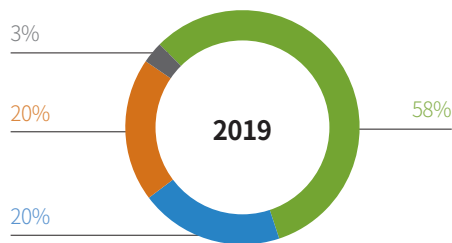
기기별 비중은 모바일 및 태블릿 게임(58%), 콘솔 게임(20%), 다운로드/박스형 PC(20%), 기존 PC(3%) 순이다.

지역별 게임 기기 선호도를 살펴보면 걸프만 연안 지역에서는 콘솔, 레반트 지역에서는 PC, 북아프리카 지역에서는 모바일을 선호하는 경향이 두드러진다.

스태티스타(Statista)에 따르면, MENA 지역의 모바일 게임 부문은 2015년 6억 8,000만 달러에서 2022년 23억 달러에 달할 것으로 전망된다.

MENA 지역의 기기별 게임 시장 점유율

● 모바일 및 태블릿 ● 콘솔 ● 다운로드/박스형 PC ● 기존 PC



출처: Newzoo(2019.11)

◎ e스포츠 산업

MENA 지역의 2019년 e스포츠 매출은 전년 대비 27% 증가한 10억 달러에 달할 것으로 예상된다. 전문가들에 따르면, MENA 지역의 e스포츠 시장은 신흥시장이지만 산업 가치는 30억 달러로 추산되며, 2020년까지 연간 매출 15억 달러를 달성할 수 있을 것으로 전망된다.

스태티스타에 따르면 2018년 MENA 지역 e스포츠 시청자 수는 1억 7,300만 명에 달했고, 2019년에는 2억 1,000만 명에 달할 것으로 보인다. 가장 많이 관람한 경기는 리그 오브 레전드 월드챔피언십으로 2억 명 이상이 결승전을 관람했다.

주요 e스포츠 관람 채널은 트위치 및 유튜브 게이밍 채널이었으며, 시청자 1인당 세션당 평균 시청 시간은 100분에 달했다. 2018년 1분기 총 e스포츠 재생 시간은 2억 6,000만 시간을 기록했다.

2.2. 게이머 현황

LAI Global Game Service에 따르면, MENA 지역의 게이머 수는 1억 1,900만 명으로 전체 인구의 약 1/3 수준이다. 이 중 모바일 게이머 수가 6,000만 명, PC 게이머가 5,500만 명, 콘솔 게이머가 400만 명이다.

뉴주에 따르면, MENA 지역은 전체 인구의 절반이 25세 이하이며, 게이머 주 연령층은 18~24세에 집중적으로 분포되어 있다. 또한, 7명 중 1명은 정기적으로 게임을 하며, 주당 평균 게임 시간은 8시간인 것으로 집계되었다.

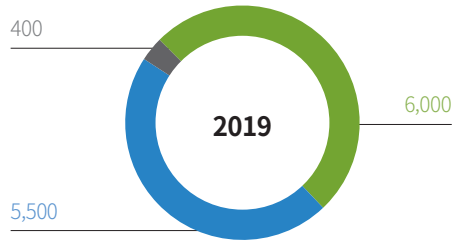
MENA 지역은 인구수로는 전 세계 게이머의 14%를 차지하는 반면, 연간 평균 지출이 29.1달러로 전체 매출의 3%밖에 차지하지 않아 성장 잠재력이 더욱 크게 평가받는 곳이다.

그러나, MENA 지역은 게이머의 지출 면에서 매우 다양한 지역이다. 게이머 1인당 연간 평균 지출이 아랍에미리트는 115달러, 사우디아라비

MENA 지역 기기별 게이머 수

(단위: 만 명)

● 모바일 ● PC ● 콘솔



출처: Newzoo(2019.11)

아는 68달러, 나이지리아는 9달러, 케냐는 7달러로 걸프만 지역 국가 게이머들의 지출 규모가 월등히 높다.

2.3. 선호하는 게임 장르

걸프만 지역에서는 슈팅 게임과 스포츠 게임이 가장 인기있는 장르이며, 아프리카 지역에서는 아케이드, 전략, 스포츠 및 캐주얼 게임이 가장 인기 있다.

게임 타이틀 별로 살펴보면 걸프만 지역에서는 <포트나이트>, <피파>, <오버워치> 및 <로켓리그>가 가장 인기있으며, 레반트 지역에서는 <리그 오브 레전드>, <마인크래프트>, <포트나이트>가 가장 인기있다.

그러나, MENA 지역 전체로 봤을 때 전략 게임이 온라인과 모바일을 포함한 전체 게임에서 가장 많은 비중을 차지한다. 2017년 기준 게임 수로는 총 24개 게임 중 17개가 전략 게임으로 전체 게임의 47%를 차지하며, 매출로는 85%를 차지한다. 전략 게임의 이 같은 인기는 명예와 자존심을 중시하고, 집단중심주의가 널리 퍼져 있는 아랍 문화권의 특성과 잘 맞기 때문으로 분석된다.

실제로 모바일 게임 <로드 모바일(Lord Mobile)>의 경우 아랍어 쓰기에 맞춰 비를 좌우 반전시켜 깔끔한 화면을 구현했으며, MENA 지역적 특성

<철권 7(Tekken 7)>의 로컬 캐릭터 ‘Shaheen’



출처: eSports Middle East(2017.1)

<Revenge of Sultan>



출처: <Revenge of Sultan> facebook 공식 계정(2019.12)

을 최대한 반영한 <오버워치>의 <Oasis Map>, <철권 7(Tekken 7)>의 아랍어권 캐릭터 ‘Shaheen’ 등은 현지에서도 많은 화제를 모았다.

또한 <클래시 오브 킹즈(Clash of Kings)>와 유사한 중국 게임인 <리벤지 오브 술탄(Revenge of Sultan)>도 캐릭터 및 배경을 MENA 지역에 맞게 재설정해서 출시, 아랍어권에서 1위를 수성하는 게임으로 거듭났다.

3. 게임 시장 이슈 및 최근 동향

◎ 엄격한 검열과 규제에도 불구하고 게임 시장 성장

MENA 지역의 게임 규제는 매우 보수적이고 엄격한 편이다. 대표적으로 반이슬람적인 표현, 여성의 노출, 돼지고기, 광고, 신용 카드, 잠재적 국가 간 대립 요소 등 게임에서 금기시되는 표현이 있어 배포가 금지되는 게임도 상당수 있다.

일례로, <배틀필드3(Battlefield 3)>, <갓 오브 워(God of War)>, <콜 오브 듀티4(Call of Duty 4: Modern Warfare)>, <GTA(Grand Theft Auto) 시리즈>, <클래시 오브 클랜(Clash of Clan)> 등이 폭력성, 중독성 등을 이유로 국가적 차원의 제재를 받은 적이 있다.

그러나, 이러한 규제가 게임 확산의 걸림돌이 되지 못하고 있으며, 많은 게이머들이 게임에 대한 금지령이 떨어져도 다른 채널을 통해 금지된 게임을 이용하는 것으로 알려져 있다.

◎ 불법 복제의 감소

중동 지역 중 걸프만 지역 국가들은 게이머들의 구매력이 높은 편이지만, 게임의 불법 복제가 만연한 지역 중 하나로, 한때 PS2 게임의 99%가 불법 복제판이라는 통계까지 나올 정도였다. MENA 지역 전체를 아우를 통일된 게임 정식판 출시 날짜를 정하기가 어려웠던 점과, 미국이나 유럽에서 수입된 CD 및 DVD의 지나치게 높은 가격이 불법 복제 확산의 주요 원인으로 꼽힌다.

그러나, 최근 모바일 게임의 확산으로 불법 복제가 많이 감소하고 있다. 모바일 게임은 게임 자체는 무료지만 앱 내 아이템 획득이나 레벨업을 위한 소액결제로 구매력이 낮은 게이머에게도 접근성이 높은 편이며, 구글 플레이나 애플 앱 스토어 등을 통해 주로 배포되는 게임들은 불법 복제가 사실상 불가능하다.

◎ 로컬 게임 개발 증가

MENA 지역은 전통적으로 로컬 게임보다는 글로벌 업체의 대형 타이틀이 주도하는 시장이었으나, 최근 로컬 게임 개발이 증가하고 있다. 일례로, 두바이의 미디어 그룹인 MBC Group의 캐주얼 게임 전용 써드파티 앱스토어인 WIZZO는 레바논 팝스타인 Haifa Wehbe가 출연한 애니메이션 ‘Invasion’을 동명의 게임으로 개발했다.

아랍에미리트의 여성 개발자인 Fakhra Al Mansouri는 5년 전 자신의 스튜디오인 ‘Hybrid Humans Game Studio’를 설립하고 꾸준히 모바

WIZZO의 게임 <Invasion>에 등장한 Haifa Wehbe 캐릭터



출처: Euronews(2019.8)

Fakhra Al Mansouri의 게임 <Falcon Valley>



출처: Euronews(2019.8)

일 게임을 제작해왔다. 그녀의 대표작인 <펄콘 밸리(Falcon Valley)>는 로컬 문화를 강조한 멀티플레이어 레이싱 게임으로 2017년 애플 앱 스토어의 ‘오늘의 게임’으로 선정되기도 했다.

Al Mansouri는 이 외에도 정부용 어린이 시민 교육 게임앱인 <Kid X>, 기업고객용 가상현실 기반 직원 교육 프로그램 등을 개발한다.

◎ 게임 산업 인프라의 고도화

두바이는 글로벌 e스포츠의 허브가 되겠다는 목표하에 970억 규모의 자체 e스포츠 스타디움 설립 중이다. 전문가들은 “국제적인 규모의 e스포츠 전용 공간을 확보하여, 라이엇 게임즈블리자드 등의 e스포츠 리그 경기를 무리없이 유치할 수 있게 되면 MENA 지역의 e스포츠 산업 발전이 더욱 가속화될 것”이라고 전망한다.

한편, 세계적인 컴퓨터 제조업체인 델(Dell)은 2018년 1월 MENA 지역의 비디오 게임 및 e스포츠 커뮤니티 구축을 위한 윈스톱 게임 뉴스 허브인 ‘Ready to Game ME’를 출시했다. Ready to Game ME는 MENA 지역의 주요 비디오 게임 및 e스포츠 관련 뉴스와 정보를 제공하고 게이머 간 교류를 통해 MENA 지역 게임 산업의 단일 온라인 커뮤니티를 구축하고자 한다.

일례로, 델은 Reday to Game ME를 통해 ‘Battle of Cafes DOTA2 MENA Game Championship’이라는 자체 토너먼트 계획을 발표했다. 해당 토너먼트는 Reday to Game ME 이용자들이 참여할 수 있으며, 우승하면 Dell이 1만 달러의 상금을 수여하는 방식이다.

4. 글로벌 게임의 현지화 사례

게임의 현지화는 게임이 해당 지역에 최초로 출시될 때 로컬 게이머에게 문화적 장벽을 없애준다는 점에서 중요한 전략으로 꼽힌다. 특히 MENA 지역의 경우 이슬람이라는 강력하고 보수적인 종교의 힘과, 우

에서 좌로 표기하는 아랍 문자와 같은 독특한 문화적 요소 때문에 현지화가 다른 지역보다 더욱 핵심적인 게임 확산 전략으로 꼽힌다. 주요 글로벌 게임 업체들의 현지화 사례는 다음과 같다.

◎ This is Football

소니는 MENA 지역 최초의 아랍어 현지화를 시도한 게임 플랫폼으로 PS2용 게임인 <디스 이즈 풋볼(This is Football)>의 아랍어 버전을 개발했다. 이후 PS3, PS4용 아랍어 버전을 꾸준히 개발한 소니는 몇 년간 거의 유일한 아랍어 버전의 콘솔용 콘텐츠를 보유한 플랫폼이었다.

◎ Valve, Ubisoft, Activision Blizzard

밸브와 유비소프트와 같은 글로벌 스튜디오도 자사 콘텐츠의 현지화에 많은 투자를 했다. 밸브는 2014년 MENA 지역 전용 서버를 구축하여 <도타2(Dota 2)>, <포트리스2(Fortress 2)>, <카운터 스트라이크: GO(Counter Strike : Global Offensive)>와 같은 게임을 구동했다.

유비소프트는 MENA 지역 게임개발센터를 설립하여 아부다비의 현지 게임 교육기관인 Tadreeb, twofour54 등과 활발히 협업했다. 액티비전 블리자드는 건실한 로컬 개발업체를 인수하는 방식으로 현지화를 진행했다.

◎ 모두의 마블(Traveling Millionaire)

현지화는 단순히 언어만 아랍어로 바꾸는 것이 아니라 게임의 캐릭터, 게임의 모든 시각 디자인을 현지화하는 것이 중요하다. 일례로 적절한 현지화로 MENA 지역에서 큰 성공을 거둔 <모두의 마블(Traveling Millionaire)>은 출시 3년 만에 현재 이용자 수가 1,000만 명에 육박한다. 모두의 마블 측은 MENA 지역 출시 3주년을 기념해 특별한 행운의 주사위와 라마단 전용 주사위를 조만간 출시할 계획이라고 밝혔다.

모두의 마블(Traveling Millionaire) 아랍어 버전



출처: Almrsl(2019.3)

© Linage2: Revolution

현지 퍼블리셔와 소통을 통해 의견을 반영하는 경우도 있다. 일례로 <리니지2: 레볼루션(Linage2: Revolution)>은 유튜브를 통해 현지 퍼블리셔들에게 최초 아랍어 버전 플레이 이후 피드백과 수정 기간을 거쳐 “Linage2: Harb albakaa”라는 제목으로 지난해 7월 출시되었다.

<Linage2: Revolution>의 아랍어 버전



출처: PC mag(2018.7)

5. 주요 게임 행사

◎ Middle East Games Con

2017년부터 매년 10월 아랍에미리트의 수도 아부다비에서 개최되는 행사로 중동 지역의 최신 게임 콘텐츠를 볼 수 있다. 2019년에는 10월 24일부터 26일까지 아부다비 국립전시센터(Abu Dhabi National Exhibition Centre)에서 개최되었으며, 주요 게임 개발업체들의 미공개 게임, 독점 상품, 애니메이션, 공식 e스포츠 토너먼트를 경험할 수 있는 장이었다. 올해 행사에는 세계 각국의 인플루언서들, 유튜브의 게이밍 스타들을 대거 초대했다.

참고자료

1. Pocket Gamer- Region focus: A deep dive into the MENA games industry, 2019.8.30.
2. Khaleej Times- \$3B Mena eSports attracts more audience than ever before, 2019.3.14.
3. Aljazeera- Locked Out: US sanctions are ruining online gaming in Iran, 2019.12.23.
4. the National- Gaming in the Middle East and Africa: the stats you need to know, from average spend to numbers of gamers, 2019.11.21.
5. Tamatem- How the MENA Market Is Entering the Gaming Scene?, 2018.1.26.
6. PC mag- Lineage 2: Harb albakaa, region's first Arabic mobile MMORPG launches, 2018.7.16.
7. Saudi Gazette- MENA region captured 26% of the world mobile-game market last year, 2018.5.25
8. MARKAZ- Gaming Market in the Middle East - Part2: Key trends in the Middle East gaming market, 2018.4.3.
9. Euronews- Here's what is pushing the right buttons with MENA game developers, 2019.8.4

[플랫폼] 아케이드 게임센터, 모바일게임의 니치마켓

스마트폰이 훌륭한 손 안의 게임기기로 기능하면서 8~90년대 전자오락실에서 즐겼던 많은 게임들이 게임 앱으로 변신하였고, 굳이 오락실을 가지 않아도 언제 어디서든 즐길 수 있게 되었다. 기술의 진화에 따른 이런 변화는 자연스러워 보인다. 그런데 그 반대 흐름도 있다. 인기를 얻은 스마트폰 게임들 중 일부가 아케이드 버전으로 변신하여 게임센터에서 이용되고 있는 것이다. 이 흐름은 다소 의아하게 생각될 수 있다. 집이나 차 안에서 언제든 무료로 할 수 있는 게임을 위해 굳이 게임센터를 방문해야 하고 게임을 하려면 돈을 내야 하기 때문이다. 이런 ‘역변환’이 이루어지는 것은 아케이드 버전 게임에 존재하는 ‘보상’을 선호하는 이용자들이 있기 때문이며, 아케이드 게임센터는 모바일게임 개발기업들의 니치 마켓이 될 수 있다.

1. 아케이드, 비디오게임이 시작된 곳

1.1. 아케이드의 탄생

19세기까지 오락물은 절대 다수가 실황, 즉 공연 현장이나 스포츠 경기장에 직접 들어가야 볼 수 있는 것들이었다. 20세기가 가까워지면서 기술 발전에 힘입어, 음악을 들려주는 축음기나 영화를 보여 주는 활동사진 영사기 등 새로운 기기들이 출현하였다.

이런 흐름을 감지한 자본을 가진 사람들은 값비싼 새로운 기계를 대량으로 구입한 후, 실황 공연을 즐길 만한 경제적 여유가 없던 노동자들이 일과 후에 1센트나 5센트를 내고 잠깐 동안 신식 기계들을 이용해 재미와 스릴을 느끼게 함으로써 막대한 수익을 얻었다. 이 밖에도 운세를 점치는

기술이 진보로 만들어진 놀이 공간, ‘아케이드’의 탄생



출처:The Comic Book Story of Video Games

기계, 경쟁심을 자극하고 남자다움을 테스트 하는 힘과 폐할량 측정기, 장난감 사격장, 핀볼 기계 등을 한 자리에 모아 놓았는데, 이로써 동전 투입식 오락기가 가득 들어찬 ‘아케이드’라는 공간이 탄생하게 되었다.

1966년 ‘스탠퍼드 인공지능연구소(SAIL)’에서 근무하던 스티브 러셀은 연구소의 메인프레임 컴퓨터로 구동되는 <스페이스 워(Space War)> 라는 게임을 만들었다. 연구소 내 개발자들의 놀이였던 이 게임을 아케이드에 가져다 놓으면 핀볼을 대신하며 대성공을 거두리라 생각한 사람이 두 명 있었다.

스탠퍼드 대학의 해커였던 빌 피츠는 1971년 11월 세계 최초로 스탠퍼드 대학 학생회관에 비디오 아케이드 게임기기를 등장시켰다. <스페이스 워>의 복제품이었던 이 게임의 이름은 <갤럭시 게임(Galaxy Game)>이었는데, 관심은 끌었으나 고가의 개발비를 회수하지는 못했다.

유타 대학의 컴퓨터 공학자 놀런 부쉬넬은 당시로서는 엄청난 고가였던 컴퓨터로 <스페이스 워>를 재현할 방법은 없다고 판단했다. 그는 오직 게이트 회로와 카운터만 가지고¹ <컴퓨터 스페이스>라는 비디오 아케이드 게임기기를 만들었는데, 아케이드의 일반인들은 UFO 난투극 컨셉의 이 게임을 어려워했다.

⑩ 컴퓨터의 프로세서 내에서 자료를 보관하는 아주 빠른 기억 장소를 레지스터(register)라고 한다. AND, NOT, OR, XOR 등 기본적인 논리 연산을 수행하는 것을 논리 게이트(gate) 회로라 한다. 레지스터와 게이트로 구성되며 순서에 따라 일정한 출력이 나오고, 일정한 주기가 되면 원래 상태로 되돌아가는 것을 카운터(counter)라 한다.

놀런 부쉬넬은 이후 ‘아타리(ATARI)’라는 회사를 새로 설립했고, 1972년 탁구를 모티브로 한 아케이드 게임기기 <퐁(Pong)>을 아케이드에 선보였다. <컴퓨터 스페이스>와 달리 스포츠 컨셉의 <퐁>에는 많은 사람들이 호응했고², 이로써 아케이드게임의 시대가 활짝 열리게 되었다.

1.2. 성공과 위기, 그리고 부활

<퐁>의 대성공 이후 수많은 복제품들이 개발되어 아케이드로 진출했다. 컴퓨터 비디오게임이 풍기는 미래적 이미지로 이제 청소년들도 아케이드를 찾게 되었으며, 남녀노소 모두 아케이드에서 비디오게임의 매력에 흠뻑 빠져들었다. 그리고 반작용으로 청소년들의 아케이드 게임센터 출입을 제한하려는 규제 움직임도 시작되었다.

아케이드게임은 80년 중후반 가정용 게임기기, 즉 콘솔(console)의 발전에 따라 잠시 주춤하게 된다. 콘솔을 구입하면 매번 게임을 할 때마다 동전을 넣을 필요가 없었고, 여러 게임을 바꿔가며 할 수 있었기 때문이다.

사람들을 다시 아케이드로 불러 모은 것은 90년대 중반의 ‘대전형 격투 게임’이었다. 버추얼 파이터, 스트리트파이터 등의 게임은 컴퓨터가 아닌 사람과 대결한다는 점에서 센세이션을 불러 일으켰다.

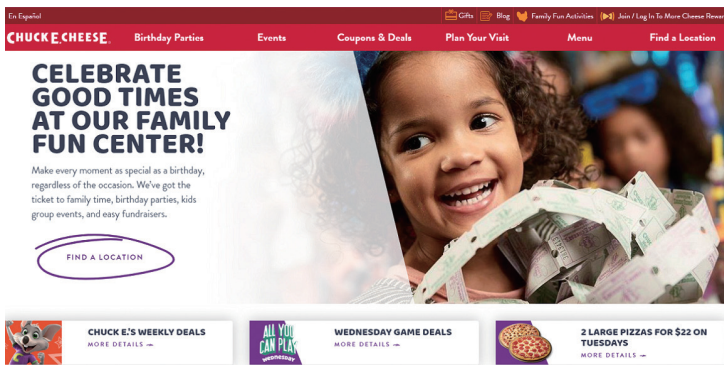
아케이드게임에 다시 위기가 찾아온 것은 PC와 인터넷의 발전이었다. 컴퓨터는 개인용이 될 수 있을 정도로 가격이 낮아졌고, 인터넷과 연결되면서 PC게임은 온라인게임이 되었다. 이 시기 콘솔도 세대를 높여가며 발전을 지속하였고, 콘솔 역시 인터넷과 연결되었다. 사람과 대결한다는 아케이드게임의 장점은 전세계의 사람과 동시에 플레이 할 수 있는 네트워크 게임 앞에서 이제 아무 것도 아닌 게 되었다.

2000년대 초 아케이드게임업계는 몇 가지 생존전략을 마련하였다. 우선 레스토랑, 바, 스포츠 시설들과 결합을 강화하며, 아케이드 게임센터가 아닌 ‘가족형 엔터테인먼트 공간’(Family Entertainment Center, FEC)³로 거듭났다. 다음으로 게임의 구색은 몸을 사용하는 체감형 게임과 스포츠 게임을 늘리는 방향으로 변화시켰다. 마지막으로 아케이드

⑫ <퐁>은 아케이드에 설치된 지 며칠 만에 고장 수리가 접수되었는데, 알고 보니 동전통이 꽉 차고 동전 투입구까지 막혀 동전을 더 이상 넣을 수 없었던 것이었다.

⑬ FEC 형태는 70년대 후반에 나타났으나, 2000년대 들어 급속히 확대되었다. 놀런 부쉬넬이 1977년에 만든 ‘척키 치즈(Chuck E. Cheese’s)’는 최초 FEC 중 하나로, 현재 전세계 15개국에서 600개 이상의 매장이 운영 중이다.

미국 최대 가족형 엔터테인먼트 센터(FEC) ‘척키치즈’



출처:Chuck E. Cheese's

게임센터의 빈번한 방문을 유도하기 위한 ‘보상체계(redemption)’를 강화하였다. 대표적인 보상방식은 게임 성적에 따라 티켓을 배출하고, 이용자는 이 티켓들을 모아 원하는 경품으로 교환하는 것이다. 이 방식은 성공적이어서 FEC 이용자들 특히 어린이들은 티켓을 얻기 위해 더 자주 게임을 하여 스킬을 높이고 싶어 했고, 부모들은 자녀들이 게임과 보상을 통해 성취감을 느끼도록 장려하였다.⁴

2. 아케이드게임과 모바일게임의 관계 맺기

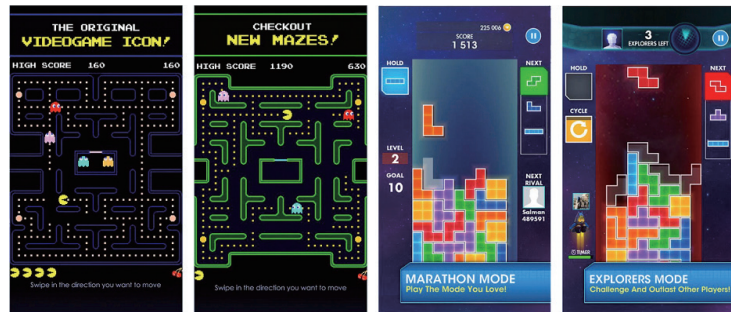
2.1. 아케이드에서 모바일로

2007년 아이폰이 등장하고 2009년경부터 앱의 시대가 본격적으로 열렸으며, 스마트폰과 무선 인터넷 기술의 발전 및 확산과 궤를 같이 해 모바일게임도 성장을 구가하고 있다.

모바일게임의 등장과 급성장은 아케이드게임에 위협요인이 더욱 커졌음을 뜻한다. PC온라인게임과 콘솔게임의 발전으로 이미 한차례 어려움을 겪었는데, 모바일게임은 그 PC와 콘솔마저도 주도권을 내주고 있는 강력한 끝판왕이기 때문이다.

④ 아케이드게임과 FEC의 아버지라 할 수 있는 놀런 부쉬넬은 가장 좋은 게임은 배우기는 쉽고 마스터하기는 어려워야 하며, 적절한 보상을 주어야 한다고 말했다. 이를 ‘놀런의 법칙(Nolan's Law)’이라고 한다.

모바일게임으로 변신한 인기 아케이드게임들



출처: Popular Science

반면 모바일게임은 아케이드게임의 유산을 자양분 삼아 등장 초기에 큰 성공을 거둘 수 있었다. ‘짧은 플레이 시간, 지속적인 도전, 단순한 게임 플레이’ 등 아케이드게임의 핵심적 속성들은 주로 이동 중이나 휴식 중에 잠깐 즐기는 모바일게임에도 그대로 들어맞는 것이었다.

<앵그리버드(Angry Bird)>로 대표되는 초기 모바일게임 성공작들의 장르가 ‘아케이드’였다는 것은 우연이 아니다. 현재 구글플레이의 게임 카테고리는 17개의 세부 분류를 두고 있는데, ‘아케이드’ 장르도 그 중 하나다.

모바일게임이 아케이드게임으로부터 게임의 속성이나 플레이 방식만 빌려온 것은 아니다. 과거 게임센터(우리나라는 전자오락실)에서 인기가 있었던 팩맨, 브레이크아웃(벽돌깨기), 테트리스, 1942 등은 대부분 모바일게임으로 변환되어 스마트폰 속으로 들어 왔다.

2.2. 모바일에서 아케이드로

한편 아케이드게임과 모바일게임이 관계를 맺기 방식에는 그 반대방향의 흐름도 존재한다. 즉, 인기를 모은 모바일 게임을 아케이드 게임기로 변환하여 게임센터나 FEC를 통해 유통하려는 시도다.

아케이드 게임을 모바일 게임으로 변환하는 것은 합리적인 사업 전략으로 볼 수 있다. 성공 여부를 확신할 수는 없지만 최소한 한때 아케이드

게임을 좋아했으나 지금은 이런저런 이유로 게임센터 방문을 하지 못하는 청장년층에게는 어필할 것이라 기대해 볼 수 있기 때문이다.

반면 모바일게임을 아케이드 버전화 하는 것은 일견 비합리적 선택으로 보인다. 집에서 스마트폰으로 편히 할 수 있는데도 동일한 게임 경험을 얻기 위해 굳이 게임센터를 방문해야 하고, 무엇보다 질릴 때까지 무료로 할 수 있는 것을 플레이 할 때마다 매번 동전을 넣어야 하기 때문이다.

그럼에도 2014년경부터 시작된 모바일 앱 게임의 아케이드 버전화는 지속되고 있으며, 젯팩 조이라이드(Jetpack Joyride), 두들점프(Doodle Jump), 프룻닌자(Fruit Ninja), 템플런(Temple Run), 플라피버드(Flappy Bird), 캔디크러시사가(Candy Crush Saga), 서브웨이서퍼(Subway Surfer), 크로시로드(Crossy Road) 등이 성공을 거두었다.

최근에는 2018년에 미국 최대 아케이드 게임기기 제조업체인 베이텍(Bay Tek)이 ‘윌리크래시(Willy Crash)’를 아케이드 버전과 모바일 앱으로 출시한 바 있다. 2019 IAAPA⁵에서는 케첩(Ketchapp)의 모바일 게임 ‘스택(Stack)’을 미국의 신흥 아케이드 게임기기 제조업체 아드레날린 어뮤즈먼트(Adrenaline Amusements)가 4인용 아케이드게임 ‘크레이지타워(Crazy Tower)’로 재탄생시켜 관심을 모았다.

아케이드 게임기기로 변신한 캐주얼 모바일게임들



출처:Betson Enterprises

⁵ The International Association of Amusement Parks and Attractions(세계어뮤즈먼트시설협회)가 매년 주최하는 테마파크 놀이시설과 아케이드게임의 세계 최대 전시회이다.

2.3. 연결고리는 FEC와 보상 시스템

물론 5인치 내외의 스마트폰 화면으로 하던 게임을 65인치 이상의 대 화면으로 즐기는 데서 색다른 경험을 느끼는 사람들도 있을 것이다. 윌 리크래시처럼 게임의 컨셉에 맞게 특수 제작된 컨트롤러에서 즐거움을 맛보는 사람도 있을 것이다. 그러나 그런 즐거움을 위해 기꺼이 매번 돈을 지불할 사람이 많을 것이라 기대하기는 쉽지 않다.

경제적 관점에서 본다면, 모바일게임의 아케이드 버전화가 설득력을 가지려면 최소한 이용자들이 무료로 할 수 있는 게임에 투입하는 동전 이상의 가치를 얻을 수 있다는 기대감을 제공할 수 있어야 한다.

미국의 FEC에서는 그런 기대감을 가질 수 있다. FEC는 아케이드게임 들만 있는 곳이 아니라 패밀리 레스토랑, 바, 볼링장 및 다양한 실내 어뮤즈먼트 시설 등이 결합되어 있는 곳이라 일단 아케이드게임에 대한 접근성이 높아진다. 가족 식사 목적으로만 들렀다가 즉흥적으로 아케이드 게임을 할 수도 있기 때문이다.

그리고 FEC 내의 아케이드 게임센터에는 보상 시스템이 존재한다. 동전을 넣고 게임을 하지만 결과가 좋으면 티켓을 받아 경품으로 교환할 수 있다. 경품의 종류는 과자나 사탕부터 닌텐도 스위치나 태블릿까지 다양하다. 이런 시스템이 존재하는 곳에서 평소 스마트폰을 통해 익숙해진 게임을 발견하게 된다면 어떨까? 이미 어느 정도 스킬을 보유하고 있어 좋은 게임 성적을 낼 수 있는 이용자라면 투입한 동전 이상의 보상 가치를 확실히 얻을 것으로 기대할 수 있다.

FEC에서 잘 모르는 게임들을 하느니 확실히 티켓을 얻을 자신이 있는 게임에만 집중하여 효과적으로 티켓을 모아 단시간 내에 원하는 경품으로 교환하겠다는 목표를 세울 수도 있다. 모바일 앱 게임을 아케이드 게임기기로 변환하는 시도가 이어지는 데에는 바로 이런 ‘경제적 유인’이 있기 때문이다.

아케이드 게임센터 안의 보상 시스템



출처: LAI Games

3. 모바일을 끌어안는 아케이드

3.1. 비디오형 보상 제공 게임

아케이드 게임센터에는 다양한 장르의 게임이 존재한다. 비디오게임 장르는 기본적으로 PC 및 콘솔게임과 동일하다. 농구, 에어하키 등 기구를 이용하는 스포츠게임 장르도 있고, 고리던지기나 두더지잡기 같이 스포츠는 아니나 몸을 움직이고 기구를 사용하는 체험형게임 장르도 있다. 펌프와 기타하여로 같은 리듬액션 장르도 대표적인 아케이드게임의 한 유형이다.

이 중 FEC나 아케이드 게임센터에서 보상 시스템을 주로 적용하는 장르는 체험형게임들이다. 세계 최대 아케이드게임시장인 미국에서 가장 많이 설치되어 있는 게임은 보상 제공 체험형 게임인 <스키볼(Skee-Ball)>이다. 이 게임은 1908년에 개발된 것으로 미국 아케이드게임의 상징이라 할 수 있다.

2010년대 들어 미국 아케이드게임업계는 새로운 세대의 이용자층을 겨냥해 체험형게임이 아닌 비디오게임 기반의 보상 제공 게임기기⁶ 개발에 관심을 기울였다. 이런 전략 하에서 주목한 것이 아케이드게임과 유사한 속성을 갖는 캐주얼 모바일 게임들이었다.

이 시기 베이텍과 코스탈어뮤즈먼트(Coastal Amusements) 등 주요 아케이드게임업체들은 내부적으로 모바일게임 개발팀 운영을 시작했다

⁶ 비디오형 보상 제공 게임을 최근에는 ‘비뎀션(Videmption)’이라 부르기도 하는데, video와 redemption을 결합한 말이다.

체험형 보상 게임 스키볼(左)과 비디오형 보상 게임(右)



출처: SKEE-BALL & Adrenaline Amusements

고, 베이텍이 2015년 자이모(Zymo)를 인수하는 등 모바일 앱 개발 역량의 외부 소싱도 확대하였다. 2010년 설립된 아드레날린어뮤즈먼트(Adrenaline Amusements)는 비디오형 보상 제공 게임기 개발을 전문으로 하는 기업으로 최근 업계에서 큰 주목을 받고 있다.

3.2. 국내 게임업계에 주는 시사점

2007년 이후 아케이드게임시장이 크게 위축되어 있는 국내 게임업계에서 모바일게임의 아케이드 버전화가 이루어지고 있는 미국시장의 상황은 그야말로 먼 나라 이야기로 느껴질 수 있다.

「2018 대한민국게임백서」에 따르면 2017년 글로벌 게임산업에서 아케이드게임의 비중은 19.4%인 반면, 국내 게임산업에서 아케이드 게임의 비중은 2.3%에 불과하다. 국내 아케이드 게임센터의 수는 2019년 말 현재 400~600개⁷에 불과하고, 미국에서 보편화된 FEC 형태의 매장도 법적으로 허용되지 않고 있다. 무엇보다 미국에서 모바일게임의 아케이드 컨버전에 경제적 동기가 되고 있는 ‘보상 시스템’이 국내에서는 제한적으로만 허용되고 있다.

이런 상황 때문에 국내 아케이드게임 개발업체들은 내수가 아닌 수출 시장에서 활로를 모색하고 있다. 그러나 이마저도 쉬운 일은 아니어서

⑦ 국내 아케이드게임 전문 저널 ‘어뮤즈미디어’의 추정

100여년 이상의 전통을 축적해가고 있는 미국과 품질 대비 가격 경쟁력을 앞세운 중국 사이에서 고전을 겪고 있다.

세계 최대 아케이드게임시장인 미국에서 비디오형 보상 게임에 대한 관심이 증가하고 있는 점은 국내 게임업계에 새로운 기회가 될 수 있다. 실제로 2019 IAAPA에서 340만 달러 수출계약을 달성한 국내기업 ‘모어스’는 비디오형 리템션 기기라는 니치 마켓을 발견했고, 이에 적합한 게임을 철저히 준비한 것을 성공 요인으로 꼽고 있다.

비단 아케이드게임업계뿐만 아니라 국내 모바일게임업계도 이런 흐름을 함께 주목할 만하다. 미국의 아케이드게임업체들이 모바일게임 개발업체들을 인수한 데서 보듯, 비디오형 보상 게임의 개발은 아케이드와 모바일업계의 협업을 필요로 하기 때문이다. 위에서 예로 든 모어스도 모바일게임 사업 전력이 있으며, 모바일게임 개발 역량을 기반으로 아케이드게임업계로 전환한 사례이다.

거의 모든 게임업체가 모바일게임 개발에만 집중하고 있는 국내 게임업계의 현실을 감안할 때, 아케이드게임과 모바일게임 업체 간 협력이 이루어진다면 그 자체로 한국 게임산업의 다양성과 경쟁력 강화에도 작은 기여가 될 수 있을 것이다.

최근 국내 게임기업들도 모바일-콘솔-온라인게임으로 버전을 다양화하려는 시도를 전개 중인데, 경우에 따라 아케이드게임까지 지평을 확대한다면 한국 게임산업의 토대는 더욱 단단해지고 게임문화는 더욱 보다 풍부해질 수 있을 것이다.

참고자료

1. blooploop- IAAPA Expo 2019: Highlighting innovation and expertise from around the globe, 2019.12.02.
2. Arcade Heroes- The World's Largest Frogger Spotted On Test, 2019.06.14.
3. Android Authority- 15 best arcade games for Android! (Updated 2019), 2019.05.12.
4. CTECH- Eight Old School Video Games You Can Play on Your Phone, 2019.01.04.
5. techradar- Why mobile games are appearing in arcades all over the world, 2017.08.19.
6. Gamasutra- Persuasive Games: Familiarity, Habituation, and Catchiness, 2009.04.02.