

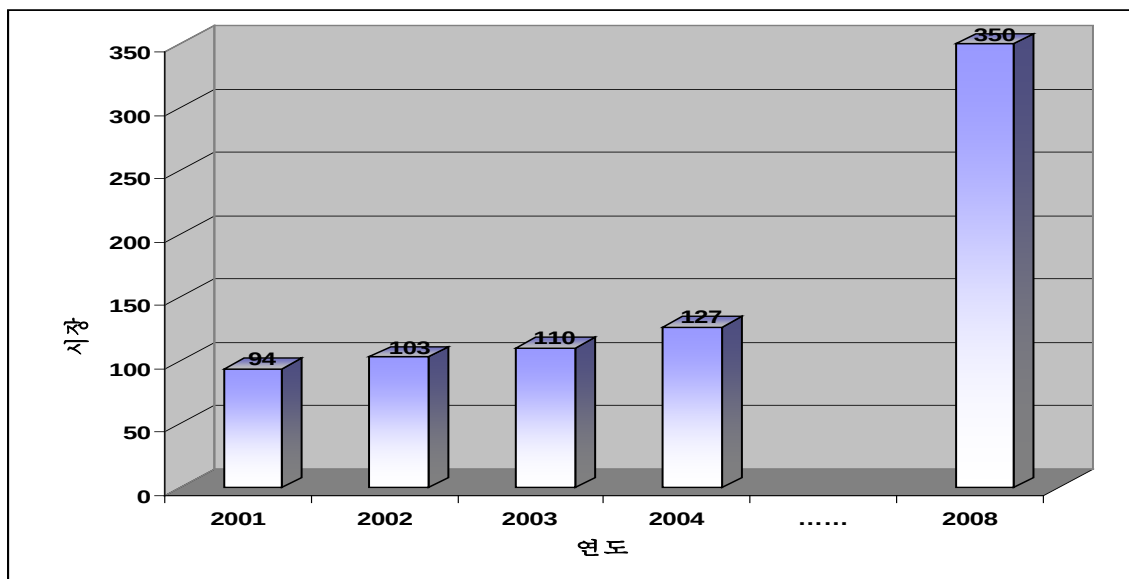
■ E3 게임 엑스포 현장에서 본 미 게임산업 최근 동향 및 진출 방안

- 지난 1995년 최초 개최후 올해로 10회째를 맞은 세계 최대 게임 종합 박람회인 'E3' 쇼가 지난 5월12일부터 14일까지 LA 컨벤션 센터에서 성황리에 개최되었음. 마이크로소프트, 소니, 닌텐도, 일렉트로닉 아츠(EA) 및 비벤디유니버설게임즈 등 70개국의 세계적인 게임업체 400여개사가 참가하여 1,400여편의 새로운 게임을 대거 선보였음. 우리업체도 공동관 15개사를 포함 20여개사가 참가 하였음.
- 엔씨소프트사는 8천스퀘어피트 규모의 대형부스를 설치해 타블라 라사(Tabula Rasa)와 오토 어썰트(Auto Assault)등 온라인게임 차기작 2개를 최초로 공개 하였음. 이중 타블라 라사는 롤플레이 게임 '울티마' 시리즈의 전설적인 게임개발자 리처드 개리엇(Richard Garriott)이 개발을 맡은 온라인게임으로 기존 온라인 게임과 전혀 다른 배경과 컨셉으로 개발돼 많은 관심을 모았음.
- 액토즈 소프트, 하나로 드림 등 국내 15개 게임업체들도 한국게임개발원이 설치한 한국관내에 신규 게임을 출시하여 온라인 게임 강국의 면모를 유감없이 발휘 하였음. 그러나 미 게임시장의 주류를 차지하고 있는 비디오/PC 게임은 거의 눈에 띄지 않아 우리 게임의 대미 시장 진출 확대를 위해서는 업체간 비디오 게임 공동 제작 출시 등 대책 마련이 시급한 것으로 보임.

□ 미 게임 시장 현황

- 2003년도 미국의 게임산업의 규모는 대략 110억달러로 지난해 103억달러 대비 7% 증가하였으며, 2004년도에는 전년대비 15.4% 증가한 127억달러를 기록할 것으로 예상되고 있음.

<연도별 미국 게임 산업 시장 규모>



(자료원: NPD Group)

- 미국 게임 산업은 새로운 고객의 유입, 고객 연령층의 다양화, 온라인 및 모바일 등 신포맷 게임 부상, 새로운 비디오 게임 콘솔의 출시 등 여러 가지 새로운 요소로 인해 2008년도에는 350억달러로 확대될 전망이다.
- 세계 최대 게임전시회인 'E3 2004' 전시품중 비디오 게임 40.3%, PC 게임 30.7%, 기타 29%라는 통계로 알 수 있듯이, 미 게임 산업은 비디오 게임과 PC 게임이 여전히 주류를 이루고 있음.

[E3 게임 엑스포의 최근 동향]

□ 고령층 및 성별의 다양화

- 장년층 게이머들에 대한 사회적 시각의 변화, 청소년기에 게임을 즐겼던 장년층의 게임 수요 증가, 게임 종류의 다양화에 따른 여성 게이머 증가, 장년층 눈높이에 맞는 게임 증가로 장년층 고객 유입 등으로 게임 소비자들의 연령 및 성별의 다양화가 가속되고 있음.
- 이에 따라 NCSoft, Electronic Arts, Insomniac Games 등 굴지의 게임 업체들이 고객 연령 및 성별 기준으로 게임 개발 및 마케팅 전략의 세분화를 추진하고 있음.

□ 여러 산업과의 통합화

- 최근 게임산업의 모토는 'One Source, Multi Use 실현'임. 영화산업, 캐릭터 산업, 라이선스 산업 등 여타 산업과의 공동 제작 사업이 본격화 되고 있음. 게임산업은 미 굴지의 영화사와 원-원 게임을 실현하기 위해, 게임개발을 공동으로 추진하고 있음. 2002년에 인기게임 6위를 차지하였던 '스파이더맨' 게임은 영화제작사인 Sony Pictures사와 게임 개발업체인 Activision사의 공동 제작 산물임.
- 유명 게임의 영화화, 게임 캐릭터의 상품화, 유명 게임 스토리, 그래픽 및 캐릭터의 라이선스 판매 등이 본격화되고 있어 과거 대접 받지 못했던 게임 산업이 신규 문화 사업의 핵심으로 대두되고 있음.

□ Online 및 Mobile 게임의 부상

- 2003년 미국의 온라인 게임은 시장규모가 대략 3억달러, 모바일 게임 은 대략 5천3백만달러로 추정되고 있음. 2007년 에는 온라인 게임 시장은 433% 증가한 16억달러, 모바일 게임 시장은 1,786% 증가한 10억달러로 성장할 것이라고 예상되고 있음. 미 인터넷 브로드밴드 및 모바일 폰 보급 확산으로 온라인/모바일 게임을 즐기는 인구가 기하급수적으로 늘어나고 있기 때문임.
- 현재 미국의 온라인/모바일 게임 시장은 초기 형성 단계로 시장을 선점하고 있는 선두 주자가 없다는 점이 우리 기업들의 시장진출에는 더없이 좋은 기회라 할 수 있음. 미 온라인 게임시장의 선두 주자라고 할 수 있는 우리나라 NCSoft사는 2003년도 매출액이 1억4천3백만달러에 달해 미 시장에 성공적으로 진출한 케이스라고 할 수 있음

□ 새로운 비디오 게임 콘솔 출시

- 2005년에는 차세대 비디오 게임 콘솔이 시판되기 시작하는 해로 신게임 콘솔 및 게임 출시가 러시를 이룰 것으로 전망 되어 게임산업도 한 단계 업그레이드 되고 판매도 크게 증가하여 전체 시장 역시 크게 확대 될 것으로 보임.
- 2대 비디오 게임 콘솔 업체인 소니와 MS사는 2005년에 새로운 게임기인 ‘플레이스테이션3’와 ‘Xbox 2’를 출시할 예정임. 닌텐도도 Game Cube의 신형 콘솔 출시시기는 현재 미정이나 비슷한 시기에 출시가 예상되고 있음.
- 차세대 비디오 콘솔은 일반 PC의 온라인 및 모바일 접속 기능을 부가하여 온라인 및 모바일 접속이 가능하게 될 전망이다. 새로운 비디오 콘솔의 등장은 기존 비디오 게임 시장 체제가 완전히 바뀌어 진다는 것을 의미하는 것으로 콘솔 제조업체와 게임 개발업체들은 차세대 시장 선점을 위해 고성능 게임 개발에 주력 하고 있음.

[우리 기업의 미 게임산업 진출 방안]

- 우리나라 게임은 온라인에 특화되어 있어 미 온라인 게임시장 진출에 있어 여타 경쟁업체보다 기술 및 콘텐츠 측면에서 우위를 점하고 있어 미 온라인 시장을 중심으로 시장 진출을 시도해야 함.
- 미 게임산업 유통채널은 ‘Publisher→게임 유통업체’로 매우 단순화 되어 있어 대형 Publisher를 통한 미 시장 진출을 모색해야만 함.
- 아직까지, 온라인 게임 시장규모가 매우 적은 미 시장에 성공적인 진출을 위해서는 대대적인 게임 홍보 및 광고를 통한 온라인 게임 시장에 생소한 미 소비자들의 관심을 적극 환기 시킬 필요가 있음.
- 미 소비자들이 즐기는 콘텐츠를 분석하여 미국인들에 맞는 게임을 개발해야 함. 미국에서는 스포츠게임, 총격 게임 및 자동차 경주게임 등 이 장기간 베스트 셀러가 되고 있어 이러한 장르의 게임을 개발하면, 좋은 성과가 있을 것으로 판단됨. 또한 ‘로마에서는 로마의 법을 따르라’는 격언처럼 미 게이머들이 사용하기 편리한 게임으로 재구성, 100% 현지화하는 과정이 필요함.
- 현 게임 산업 추세가 게임 개발부터 영화사와 공동 제작 작업을 빈번히 하고 있는 점을 감안하여 영화사와의 게임공동 론칭도 소홀히 해서는 안됨.
- 미 게임산업에서는 여전히 비디오게임 산업규모가 가장 큰바 이 시장을 등한시하는 한 미 시장 진출 확대에는 한계가 있음. 비디오 게임 개발에는 평균 18~24개월의 개발기간과 4~8백만달러 의 개발비가 필요해 부담이 크다는 단점은 있으나 우리 게임 개발업체간 공동 협력사업으로 게임 개발 등 방법으로 추진시 노다지 시장인 비디오 게임시장 진출도 가능할 것으로 보임.

(문의처: 로스앤젤레스무역관 손인호 gaga_hoya@hotmail.com)