

# 차세대 게임시장 경쟁 예고하는 '신호탄'

## 휴대용게임기, 신작 온라인게임 등에 관심 집중 ...

## 영화 모티브 게임 '인기'

세계 최대 게임쇼인 E3(Electronic Entertainment Expo) 2004가 지난 5월 12일부터 14일까지 L.A. 컨벤션센터의 동관(East Hall)과 남관(South Hall)에서 열렸다. 올해로 10 회째를 맞이한 E3는 점점 쇼의 규모가 줄고 있다는 우려속에서도 전세계 80여 개국 400여 업체가 5,000여 편의 게임을 선보여 세계 최대 규모의 게임쇼라는 명성을 재확인시켰다.

글 / 최연철 한국소프트웨어진흥원 책임



E3는 매년 향후 게임산업의 동향을 파악할 수 있는 장이었는데 올해는 휴대용 게임기 경쟁과 비디오게임의 온라인화라는 커다란 두개의 테마를 제시하고 있었다. E3는 이를 직접적으로 반영하듯이 휴대용 게임기 경쟁의 라이벌 회사인 소니와 닌텐도를 서관 전시장의 중앙에 서로 대치시켜 부스를 마련했고, 동관에는 온라인 게임분야의 최고 기업인 우리나라의 엔씨소프트와 게임의 온라인화에 박차를 가하고 있는 MS가 자리 잡았다.

차세대 휴대용 게임기인 소니 PSP(Play Station Portable)와 닌텐도 DS(Dual Screen)는 20~30m의 줄을 서서 20여 분을 기다려야 볼 수 있을 만큼 관람객의 흥미를 자아냈다.

현지 언론에서 휴대용 게임기 시장 경쟁 점화로 보도됐던 것과는 달리 두 기기는 조금 다른 목표(Target) 시장을 가지고 있는 것으로 보였다. PSP는 소니가 워크맨 신화를 재현하기 위해 만든 종합엔터테인먼트기이라 할 수 있다. PSP는 손바닥크기 정도에 480×272 해상도, 1,677만색의 TFT-LCD, 전용 미니 CD, 스테레오 시스템을 갖춰 게임은 물론 영화, 음악감상 등을 구현할 수 있었다. 영상 및 음질이 '역시 소니'를 외칠 정도로 최고

수준이었으며 디자인 역시 매력적이었다. 이에 비해 닌텐도 DS는 게임전용 기기로 게임 매니아들로부터 호평을 받고 있었다.

터치스크린 기능과 이름에서 볼 수 있듯이 듀얼스크린(DS) 게임화면과 별개로 정보화면을 통해 폭넓은 정보를 활용함으로써 게임의 수준을 한단계 높였다는 평가다.

이와 함께 노키아도 휴대전화 게임기인 엔게이지의 단점을 보완한 엔게이지QD를 발표하는 등 E3 내내 휴대용 게임기기의 인기는 식을 줄 몰랐다.

### 휴대용 게임기 · 온라인게임 경쟁 뜨거워

남관에 부스를 마련한 MS는 부스명을 X-Box 라이브(Live)로 할 정도로 게임의 온라인화에 초점을 맞췄음을 표현했다. MS는 헤일2, 둠3, 데드오어얼라이브 등의 X-Box 라이브 지원 타이틀을 선보였으며, 특히 2005년부터 세계 최고 게임 제작사이자 배급사인 EA의 인기 게임들을 - Madden NFL 2004, NBA Live 2004, FIFA Soccer 2004, NHL 2004 등 - X-Box 라이브를 통해 지원할 것을 밝혀 주목을 받았다.



소니도 라켓&클랭크3와 그란투리스모4, 소콤2 등 올 하반기에 출시할 온라인 비디오게임 타이틀을 공개하면서, 연말까지 PS2 온라인 지원 게임을 100개까지 늘리겠다고 발표했다.

비디오게임의 온라인화와 더불어 우리나라가 국제적 경쟁력을 가지고 있는 온라인게임 분야에서도 세계유명 게임업체들이 블록버스터급 게임을 발표하면서 전쟁의 서막을 알리고 있었다. 온라인게임 분야에서 강자로 우뚝 선 엔씨소프트 부스는 리니지Ⅱ의 화려한 인터리어만으로도 관람객의 발길을 돌리도록 만들었다.

엔씨는 지난 4월 북미시장에 시티오브히어로와 리니지Ⅱ를 상용화해 유료서비스 2주만에 각각 10만, 6만명의 유료 가입자를 확보한 바 있는데 이번 쇼에도 리니지Ⅱ와 시티오브히어로를 비롯해 타블라라사, 오토어썰트, 얼터라이프 등의 신작을 공개했다. 특히 타블라라사는 울티마시리즈로 유명해진 전설적 게임 개발자인 리처드게리엇팀이 3년의 제작기간 끝에 선보인 작품으로 게임퍼블리셔 뿐만 아니라 언론과 관람객으로부터 뜨거운 관심을 불러모았다. 그리고 차기작으로 시험서비스를 제공한 길드워는 북미게이머의 취향에 맞는 캐릭터 개발과 게임의 높은 완성도를 통해 커다란 반향을 불러일으키는데 성공했다.

이와 더불어 서관에 독립부스를 마련한 웹젠도 무를 적극적으로 홍보하며 세계 시장에 국내 온라인 게임의 우수성을 널리 알리고 있었다. 그러나 스타크래프트로 널리 알려진 블리자드(비벤디유니버설)의 월드오브워크래프트, 소니온라인의 에버퀘스트2, 세가의 매트릭스온라인 등 PC 온라인게임의 등장은 국내 개발사들의 전유물로 생각됐던 온라인게임 시장에서 해외 거대 개발사들과의 경쟁이 불가피해졌음을 알리는 동시에 온라인게임의 불모지로 여겨지던 북미시장에서도 시장 개척의 신호탄이 될 수



있는 기회임을 보여줬다.

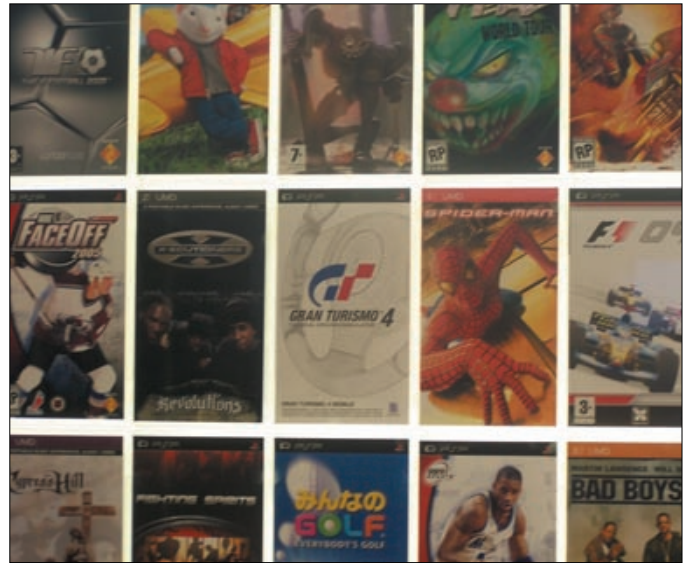
### 영화 모티브로 한 대작게임의 등장

이번 E3 쇼의 또 하나의 특징은 출품된 대작 게임의 대부분이 인기 있는 게임의 후속편이거나 흥행에 성공한 영화의 게임화였다는 점이다. 그동안 철저히 베일에 쌓여 있던 남코의 대표적 3D 대전 격투게임인 철권5가 플레이 화면과 함께 온라인 기능 지원을 발표해 큰 기대를 자아냈으며, 코나미의 메탈기어 솔리드3, 궁극의 레이싱으로 게이머들의 탄성을 자아낸 그란투리스모4 등이 많은 게이머들의 발길을 멈추게 했다.

남편과 서관을 잇는 복도에서 관람객의 눈길을 잡았던 것은 스타워즈의 제국군이었다. 이는 루카스아츠가 인기 영화 스타워즈를 소재로 개발한 스타워즈 갤러시를 홍보하기 위한 수단이었는 데, 이와 같이 흥행에 성공한 영화를 게임화 함으로써 보다 친숙하게 게이머들 속으로 파고들 수 있었다.

대표적으로 EA의 반지의 제왕-왕의귀환, 해리포터와 비밀의 방, 세가의 매트릭스온라인, 액티비전의 슈렉2, 스파이더맨2 등이 관심을 끌었다.

이번 E3의 마지막 이슈로는 1인칭 슈팅게임(FPS : First Person Shooting)에 대한 관심과 조를 들고 싶다. E3 온라인 조사를 통해 E3 2004에서 가장 배우고 싶은 게임에 오른 밸브소프트웨어의 하프라이프2, 전시장 내에 군 막사와 군용 트럭 및 무장한 군인을 배치해 발길을 멈추게 했던 액티비전의 콜오브듀티 등 10개의 FPS가 전시됐고, 현지 게이머들의 많은 관심 속에 게임시장에 설자리를 잃어가던 PC패키지 게임의 희망으로 떠올랐다. 이밖에도 여성을 유혹하는 게임인 플레이보이 맨션, 북한을 주제로 설정한 전투게임 등은 관심과 반향을 일으키기에 충



분한 게임들이었다.

이렇듯 많은 게임시장의 화제와 흐름을 나타내며 10번째의 E3 2004가 지나갔다. 여전히 현지인들이 가장 큰 관심을 갖고 있는 비디오게임의 강세 속에 휴대용 게임기기의 확대, 또 인터넷의 확대 보급 등이 시장의 외생 변수로 작용하며 게임의 온라인화 내지는 온라인 게임의 보급이 대세일 수밖에 없다는 전망을 내놓으며, E3 2004는 화려한 막을 내렸다. 🇰🇷

## E3로 살펴 본 게임시장 주요동향

### 동향 1. 차세대 휴대용 게임기 경쟁 점화

(소니 PSP vs 닌텐도 DS vs 노키아 엔게이지QD)

#### 소니 PSP(Play Station Portable)

- 동영상, 음악 및 게임 구현이 가능한 다기능 엔터테인먼트 기기
- 선명한 화질과 깨끗한 음질제공으로 휴대용 멀티기기로 비교우위 획득 전망
- 게임기(엔게이지QD 등과 경쟁)  
미디어플레이어(i-Pod 등과 경쟁) 시장 경쟁 불가피
- 무게 : 260g
- 480×272해상도
- 1,677만색 TFT-LCD
- 전용 미니 CD
- 스테레오 시스템
- 가격 : 250달러 수준

#### 닌텐도 DS(Dual-Screen)

- 게임 매니아를 타겟으로 한 게임 전용기기
- 위(게임 플레이), 아래(정보제공) 화면을 활용하여 다양한 정보와 게임기법 탑재
- 멀티기능 및 디자인 면에서 PSP보다 다소 열위가 예상되나 전용 게임기 시장에서는 강세 예상
- 터치스크린 기능으로 조작 편이
- 무선 접속으로 4명 게임 가능
- 가격 : 150달러 수준

#### 노키아 엔게이지QD

- 휴대전화 및 게임기 겸용 복합 휴대 단말기
- 이전 모델인 엔게이지가 고가격과 카드접속 불편으로 소비자로부터 외면
- 고가격 문제(200달러 99달러)와 까다로운 메모리카드 접속 문제(단순화) 해결
- 소니 PSP, 닌텐도DS와 힘겨운 경쟁이 예상
- 카드 접속 간편화로 사용자 환경개선
- 그래픽 성능 개선
- 가격 : 99달러 수준



## 동향 2. 비디오게임의 온라인화 가속

### MS

- 부스명을 X-Box 라이브로 하며 헤일로2, 둠3 등의 라이브 타이틀을 공개
- 세계 최대 게임 퍼블리셔인 EA가 2005년부터 X-Box 라이브 지원을 발표
- 올 하반기 중 X-Box 라이브용 게임 50여종 발표 예정 국내업체 판타그램은 X-Box용으로 킹덤언더피어와 더크루세이더즈를 북미시장에 배급하는 업무제휴를 체결했는데, 이중 더크루세이더스는 X-Box 라이브를 통해 온라인 플레이 기능 제공

### 소니

- 하반기에 출시할 비디오 온라인 게임 타이틀인 라쳇&클랭크3, 그란투리스모4, 소콤2 공개
- 연말까지 100개 정도의 온라인 비디오게임 타이틀 공개 예정

## 동향 3. 신작 제작 기피, 인기게임 속편 및 흥행 영화 게임 제작

- 일본 게임시장의 위축을 가장 큰 원인으로 분석

- 대작의 경우 게임 개발비용이 100억원 이상 소요되기 때문에 퍼블리셔들이 위험부담을 줄이기 위해 인기게임 후속편 및 흥행에 성공한 영화나 스포츠를 소재로 게임 제작
- 남코의 철권5, 코나미의 메탈기어 솔리드3, 소니의 그란투리스모 4, 아이디소프트의 둠3, 블리자드의 스타크래프트3 등
- 스타워즈갤럭시, 반지의제왕, 해리포터와 비밀의 방, 매트릭스 온라인, 슈렉2, 스파이더맨2 등 게임으로 제작돼 등장

## 동향 4. 글로벌시장에 온라인게임 태동

- 국내업체의 전유물로 생각되던 온라인게임 시장에 해외 개발사들 진입보
- 블리자드의 월드오브워크래프트, 소니의 에버퀘스트2, 세가의 매트릭스 온라인, 루카스아츠의 스타워즈 갤럭시 등 발표
- 인터넷과 PC 보급률의 가파른 상승세와 북미 게이머 온라인 게임에 대한 관심 증대
- 엔씨소프트 미주시장 상용화를 시작한 리니지2와 시티오브헤어로를 비롯해 타볼라라사, 오토어샬트, 얼터라이프 신작 공개
- 전설적인 게임 개발자 리처드 게리엇 팀이 개발한 타볼라라사, 언론과 업체들로부터 집중 조명
- 북미 게이머 취향에 맞춘 캐릭터와 작품의 완성도로 무장한 차기작 길드워 인기 고조(공개 하루만에 가입자 13만명, 3일간(E3) 웹상 체험버전 참여자 20만명 기록)