

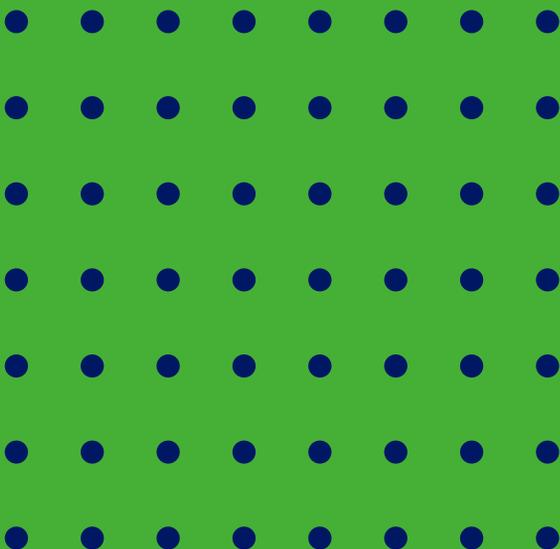
2019 KCA Media Issue & Trend

01 · 2

트렌드리포트

게임도 구독하고 스트리밍하는 시대

1. 구독형 스트리밍 게임의 서막
2. YouTube와 연계를 꺾한, Google의 Stadia
3. 세계 최초의 5G 스트리밍 게임 플랫폼,
Nvidia의 GeForce Now
4. 인디 게임의 앞마당을 꾸리는, Apple Arcade



게임도 구독하고 스트리밍하는 시대

이지혜 (한국방송통신전파진흥원 방송통신기획팀 선임연구원)

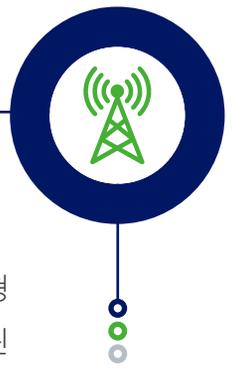
요약문

시간과 장소의 제약을 뛰어넘는 스트리밍 서비스가 게임 업계에 도입되고 있다. Sony, Nvidia 등 기존 게임업체는 물론, Google, Apple 등 글로벌 플랫폼까지 스트리밍 게임에 뛰어들었다. YouTube와의 연계를 모색 중인 Stadia, 모바일 5G 기술을 세계 최초로 도입한 GeForce Now, 다양한 인디게임을 한곳에 모은 Apple Arcade 등 구독형 스트리밍 게임 플랫폼을 소개한다.

1. 구독형 스트리밍 게임의 서막

‘구독형 스트리밍 게임’의 시대가 도래 했다. 게임 앞에는 쉽게 붙지 않을 것 같던 수식어들이다. 즐기고 싶은 게임을 신중히 골라 결제하고, 게임이 PC나 콘솔에 설치되기를 기다리는 우리의 모습이 사라질 수 있다. 이제 언제, 어디서, 어떤 기기든 통신만 연결되어 있으면 순식간에 고품질의 게임을 즐길 수 있게 된 것이다.





게임의 역사는 길고도 장대하지만 N세대가 즐겨온 온라인 게임의 역사만 본다면, 사실 ‘구독형 게임’은 그리 낯선 단어는 아니다. 보통 구독 서비스는 이용 시간이나 횟수에 관련 없이 정해진 금액을 일정 기간 지불하는 정액제 요금 방식을 사용한다. 1990년대에서 2000년대 초반만 하더라도 정액으로 지불해야 하는 게임이 많았다. 하지만 국내의 작은 시장 규모와 이용자의 불법 복제·배포에서 명맥을 유지하기 힘들었다. 그러다 국내 게임사 NEXON이 세계 최초로 온라인 게임에 ‘부분 유료화’¹⁾ 수익 모델을 도입했고, 이는 어느새 글로벌 게임 시장의 주류 수익 모델이 되었다.

이제 국내에서는 정액제 게임을 거의 찾아볼 수 없다. 지난 4월, 게임사 NCSoft가 21년 동안 정액제를 고집했던 <리니지>의 수익 모델을 부분 유료화로 선회하기도 했다. 이렇게 침몰하고 있는 정액제, 즉 구독형 수익 모델이 어떻게 다시 떠오르고 있는 것일까? 그 답은 스트리밍 서비스에 있다.

스트리밍 서비스가 음악에서 영상, 이제 게임까지 가능해졌다. 파일을 내려받을 필요 없이 음악과 영상을 즐기듯, 게임을 내려받을 필요 없이 쉽고 간편하게 즐길 수 있게 되었다. 물론, 설치 없이 곧바로 즐길 수 있는 게임은 많지만, 저장량이나 저사양의 간편한 게임에 한정되는 이야기였다. 하지만 최근 5G, 클라우드(Cloud) 등의 기술 발전 덕분에 게임의 범위가 더욱 넓어졌다. 게임을 설치할 필요가 없을 뿐 아니라, 설치 기기의 사양도 영향을 받지 않게 되었다. 이제 비싼 기기를 살 필요 없이, 기다릴 필요 없이, 용량 걱정 없이 콘텐츠를 ‘무제한’으로 즐길 수 있게 된 것이다.

구독형 스트리밍 게임에는 여러 기술이 담겨있지만, 핵심 기술 중 하나는 클라우드이다. 클라우드를 바탕으로 한 스트리밍 게임의 원리는 원격 서버에 설치된 게임을 이용자의 기기에 실시간으로 스트리밍하고, 이용자의 입력이 또다시 네트워크를 통해 실시간으로 원격 서버에 전송되는 것이다. 스트리밍 게임이 이용자의 기기의 용량·사양에 영향을 받지 않는 원리는 여기에 있다. 왜 이점이 중요한 걸까? 이유는 점점 고품질화되는 게임에 있다.

1) 게임 자체는 무료로 이용할 수 있으나, 게임 내 캐릭터를 꾸미거나 성능을 향상시키는 아이템 등의 추가 기능을 이용하기 위해서는 유료 결제가 이루어지는 수익 모델이다.

게임이 고품질화되면서 점점 고용량·고사양의 게임이 등장했다. 50GB는 기본이고 100GB를 훌쩍 넘는 <Call of Duty: Modern Warfare>, <Gears of War 4> 등 고용량 게임이 많아지면서 설치 시간이 길어지고, 저장 공간의 제약이 커졌다. 이용자는 게임을 즐기기 위해 이전보다 더 높은 사양과 용량의 기기가 필요하게 된 것이다. 새로 출시된 게임에 맞춰, 그에 맞는 기기가 필요한 지경이 되었다. 하지만 스트리밍 게임은 이용자의 기기가 아닌, 외부의 서버에 게임을 저장하기 때문에 이용자의 기기 사양이나 용량에 관련 없이 더욱 더 폭넓은 선택권을 제공한다.

스트리밍 게임이 이전에 없었던 것은 아니다. 2010년대 초반에 OnLive, Gaikai, OTOY 등의 기업이 클라우드 기반의 스트리밍 게임 서비스를 제공했다. 하지만 전송 속도 및 정확도, 콘텐츠 부족 등의 이유로 큰 반향을 일으키지 못했다. 하지만 LTE 통신의 등장으로 스트리밍 게임은 스마트 TV 제조업체와 유료방송사, 통신사업자의 킬러 서비스로 다시 떠올랐다. 삼성전자는 2012년에 스트리밍 게임사인 Gaikai와 제휴를 맺고 Samsung Cloud Gaming을 출시했고, LG도 Gaikai와 제휴를 맺고 스트리밍 게임 서비스를 출시했다. 미국 케이블TV 사업자 Comcast와 Verizon 등도 유사한 서비스를 출시했으며, KT와 SKB도 연이어 시장에 진출했다. 하지만 이들도 초기 진출자와 비슷한 전철을 밟아야 했다. AAA급 게임 콘텐츠를 제휴하지 못했고, 전용 컨트롤러의 보급이나 불안정한 서버 환경으로 큰 호응을 얻지 못했다.

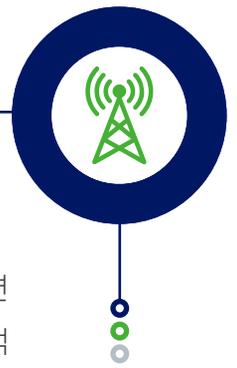
그림 1 클라우드 게임 서비스가 탑재된 LG 스마트 TV



출처: Engadget

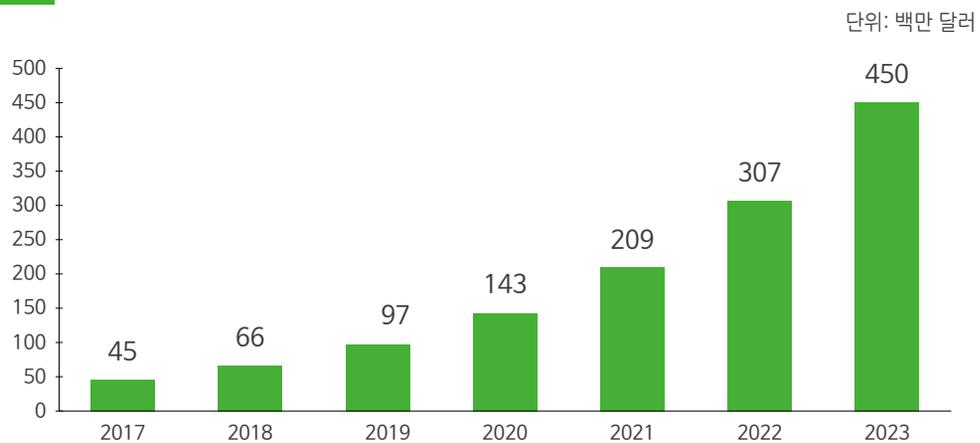
하지만 최근 초고속·초저지연성을 지닌 5G 통신이 등장했다. 그동안 스트리밍 게임이 가진 기술적인 문제를 해결해 줄 든든한 지원군이 등장한 것이다. 스트리밍 게임에 5G가 탑재될 수 있게





되면서, 시장은 진정한 스트리밍 게임의 도래에 부풀어 있다. 시장조사기관인 Statista에 따르면 2017년에 전 세계 클라우드 게임 규모는 4,500만 달러 정도였지만 6년 후인 2023년에는 4억 5,000만 달러 규모까지 증가할 것으로 보인다(그림 2 참고). 이에 다수의 기업이 구독형 스트리밍 게임에 뛰어들고 있다. 게임사 Sony, Ubisoft뿐 아니라, Google, Microsoft 등도 플랫폼을 출시했고, Amazon, Walmart도 눈독을 들이고 있다. 기기의 사양과 데이터 저장 공간과 관계없이 언제 어디서나 활용 가능한 게임 서비스는 향후 업계 판도에 상당한 변화를 가져올 것이다.

그림 2 클라우드 게임 시장 규모 및 전망



출처: Statista

표 1 주요 구독형 스트리밍게임 플랫폼 (2019년 11월 기준)

기업	서비스명	구독료	게임개수	예시
Apple	Apple Arcade	월 \$4.99	약 100개	〈Sonic Racing〉, 〈Sayonara Wild Hearts〉, 〈Where Cards Fall〉
Google	Stadia	Stadia Base: 무료 Stadia Pro: 월 \$9.99	22개 (출시일 기준)	〈Kine〉, 〈Gylt〉, 〈Thumper〉
Nvidia	Geforce Now	월 \$7.99	1,000개 이상	〈Greedfall〉, 〈Hacknet〉, 〈League of Legends〉
Sony	Playstation Now	월 \$9.99	약 650개	〈Adam's Venture: Origins〉, 〈Journey〉, 〈Karateka〉
Ubisoft	Uplay+	월 \$14.99	약 100개	〈Prince of Persia〉, 〈Splinter Cell〉, 〈Beyond Good & Evil〉

출처: 각 서비스 홈페이지

2. YouTube와 연계를 꺾한, Google의 Stadia

Google은 지난달 19일, 스트리밍 게임 플랫폼 Stadia를 출시했다²⁾. Stadia는 크롬(Chrome) 브라우저를 기반으로 운영되며, 월 9.99달러의 구독료를 내면 별도의 하드웨어 없이 고성능의 게임을 즐길 수 있다. 북미와 유럽 등지의 14개국에서 우선 공개되었다. 1인칭 슈팅 게임, 다중 롤플레이밍 게임, 농구 시뮬레이션 게임 등 22개의 게임이 제공되며, 2020년까지 <Doom: Eternal>, <Watch Dogs: Legion>, <Gods & Monsters>, <Cyberpunk 2077> 등 14개의 게임이 추가된다고 한다.

표 2 Stadia의 게임 목록

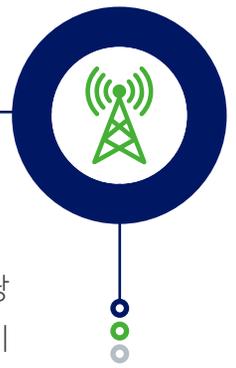
Assassin's Creed Odyssey	Attack on Titan: Final Battle 2	Destiny 2: The Collection	Farming Simulator 2019
Final Fantasy XV	Football Manager 2020	Grid 2019	Gylt
Just Dance 2020	Kine	Metro Exodus	Mortal Kombat 11
NBA 2K20	Rage 2	Rise of the Tomb Raider	Red Dead Redemption 2
Samurai Shodown	Shadow of the Tomb Raider	Thumper	Tomb Raider 2013
Trials Rising	Wolfenstein: Youngblood		

출처: Google Blog

Stadia는 Google의 플랫폼인 YouTube와의 연계를 꺾하는 기능이 다수 포함되어 있다. Google은 출시에 앞서 올 3월에 미국에서 개최된 게임 행사인 Game Developers Conference(GDC)에서 Stadia를 시연하며, 해당 기능을 설명했다. 먼저, YouTube의 영상을 감상하는 중에 혹은 영상을 감상한 후에 Stadia 링크를 클릭하면 바로 게임이 실행된다. YouTube에서 특정 게임의 티저 영상이나 플레이 영상을 보다가, 버튼 하나만

2) 모바일 앱의 경우, 11월 5일(안드로이드 체제)과 12일(iOS 체제)에 선 출시되었다.





누르면 ‘즉각적으로’ 게임이 실행된다. Google 부사장인 Phil Harrison는 GDC에서 해당 버튼을 클릭만 하면 다운로드, 패치, 업데이트, 설치할 필요 없이 5초 이내에 게임 실행이 가능하다고 발표했다.

크리에이터의 실시간 중계 영상을 보면서 함께 플레이 할 수 있는 ‘Crowd Play’도 있다. 좋아하는 크리에이터의 실시간 게임 중계를 보면서, 해당 게임에 실시간으로 참여하는 것이다. Crowd Play는 채팅, ‘Super Chat’³ 이상의 상호작용을 끌어낼 수 있을 것으로 보인다. 이와 비슷한 ‘State Share’ 기능도 발표했다. State Share는 간단한 링크를 통해 자신의 위치와 시점을 공유할 수 있는 기능으로, 다른 게임 참여자가 자신이 플레이하고 있는 위치에 정확히 도달할 수 있도록 지원한다. Crowd Play와 State Share 기능은 내년에 공개될 예정이다.

그림 3 Stadia 기능 중 게임 전환 기능(왼쪽)과 클라우드 플레이 기능(오른쪽)



출처: IGN, 9to5Google

게임업계에 지각변동을 일으킬 것이라는 야심 찬 포부를 드러낸 Stadia는 서비스 출시 이후에 안정적으로 이용자를 확보하고 있다. 시장조사기관인 Sensor Tower의 발표에 따르면 모바일 앱 서비스 출시 2주차인 2019년 11월 19일에 Stadia는 Google Play⁴의 인기 엔터테인먼트 앱(다운로드 수 기준) 부문에서 82위를 차지했다. Stadia의 모바일 앱 다운로드 수는 서비스 개시 이후 2주만에 17만 5,000건을 넘어섰다. 지역 측면에서 보면, Stadia 모바일 애플리케이션의 다운로드가 가장 많이 이루어진 국가는 총 다운로드 건수의 41%를 차지한 미국이었다.

3) YouTube에서 실시간 스트리밍 방송을 하는 크리에이터들에게 팬들이 일정 금액을 후원하고, 자신의 메시지를 강조하는 기능이다.

4) 안드로이드 전용 앱을 다운로드할 수 있는 Google의 콘텐츠 스토어이다.

출시 초반에 상당한 이용자를 확보했음에도 불구하고 Stadia 앞에는 여전히 넘어야 할 산이 많다. 서비스 품질 측면에서 부정적인 후기가 적지 않기 때문이다. 미국의 언론매체 The Washington Post에 따르면, 모바일에서는 문제없이 Stadia 게임이 실행됐지만, PC에서는 화면 흐림 또는 지연 현상이 발생했다. 캐릭터 움직임이 지연되고, 게임 도중에 갑자기 화면이 일시적으로 멈추기도 했다. 실시간 데이터 전송 기술을 바탕으로 화면 지연이 없는 게임 환경을 구축하겠다는 Google의 포부에 미치지 못하는 결과였다.

게임의 해상도와 관련된 불만도 나오고 있다. Stadia에서 제공하는 클라우드 게임 중에서 <Destiny 2>와 <Red Redemption 2>를 제외하고는 4K 화질에 못 미친다는 것이다. 이러한 비판에 대해 Google은 아직 서비스가 출시 초반이고 미완성 단계이기 때문에 지속적으로 4K 기술을 개발 중이라고 해명했다.

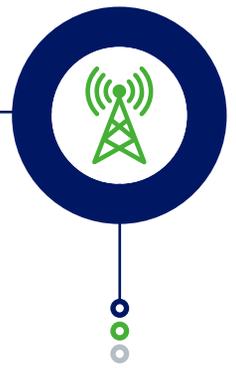
그림 4 Stadia 체험 영상



출처: Washington Post

서비스 품질에 대한 우려의 목소리에도 불구하고 Stadia는 YouTube와의 연계 가능성으로 여전히 기대를 받고 있다. GDC에서 시연된 YouTube와 Stadia의 통합 기능은 아직 베일을 벗지 않았지만, 향후 해당 기능이 출시된다면 전 세계 YouTube 이용자와 게임 업계 관련자가 다수 주목하게 될 것이다. Stadia 서비스가 초반의 과도기를 넘고 안정기에 도달한다면 더욱 다양한 서비스가 제공되리라는 기대가 만연하다.

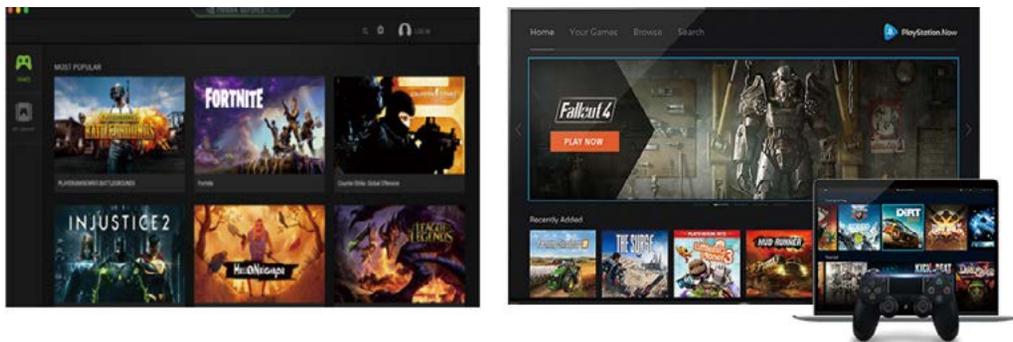




3. 세계 최초의 5G 스트리밍 게임 플랫폼, Nvidia의 GeForce Now

현재 스트리밍 구독형 게임 시장을 선도하는 플랫폼은 Sony의 PlayStation Now가 유력하다. Sony의 발표에 따르면, PlayStation Now의 구독자 수는 2017년에 25만 2,000명, 2018년에 42만 명이었으며, 올해 70만 명을 돌파(2019년 3월 기준)하는 등 가파른 성장세를 보여 왔다. 매년 평균 40%씩 구독자 수가 증가한 셈이다. Playstation 게임 시리즈로 명성을 쌓은 Sony는 2015년 1월부터 PlayStation Now 플랫폼을 서비스해왔다. PlayStation Now의 월 구독료는 9.99달러, 연간 구독료는 59.99달러로, 가정용 게임기인 PlayStation 4(이하 PS4), PC 등에서 <God of War>, <Horizon Zero Dawn>, <Marvel's Spider Man> 등 총 650여 개의 게임을 별도의 설치 과정 없이 실행할 수 있다.

그림 5 GeForce Now(왼쪽)와 PlayStation Now(오른쪽)



출처: Nvidia, PlayStation

오랜 역사로 견고한 팬을 가진 PlayStation Now에 대항하기 위해 미국의 그래픽 기술 전문업체 Nvidia는 구독형 스트리밍게임 플랫폼 GeForce Now를 출시했다. GeForce Now는 PlayStation Now가 출시된 해인 2015년 10월에 안드로이드 휴대용 제품군⁵ 사용자들을 대상으로 출시한 베타버전의 클라우드 게임 서비스이다. 현재는 PC와 Mac 제품 그리고 쉴드(shield) 제품에서 500여 종 이상의 게임을 즐길 수 있으며, 2019년 10월부터는 한국을

5) 정식 명칭은 쉴드(shield)이다. 안드로이드 TV 박스, 태블릿, 휴대용 게임기 등이 포함된다.

필두로 안드로이드 체제의 모바일 기기에서도 베타 버전의 애플리케이션 서비스를 시작했다. 2015년에 GeForce Now가 처음 출시되었을 때는 서버 관리 비용을 충당하기 위해 월 7.99 달러의 구독료를 부과했지만, 이후에 무료로 전환되었다. 베타 서비스에 값을 지불하는 것에 대한 이용자의 부담을 고려한 선택으로 분석된다.

GeForce Now의 이전 명칭은 2013년에 베타 버전으로 출시된 NVIDIA GRID였지만, 휴대용 게임기 위주의 서비스에서 클라우드 기반의 서비스로 전환하면서 GeForce Now로 명칭을 바꾸었다. Nvidia의 발표에 따르면, 2019년 3월 기준으로 GeForce Now 베타 버전의 이용자 수는 약 30만 명이며, 대기자 수는 100만 명에 달한다고 한다. GeForce Now는 미국과 유럽 등지에서 〈Player Unknown's Battlegrounds〉, 〈Fortnite〉 등 1,000여 종 이상의 게임(2019년 8월 기준)을 제공하며, 북미와 유럽에서 15개의 데이터 센터를 운영 중이다.

Nvidia는 최근 PC, 콘솔에 이어 스마트폰으로 베타 서비스 영역을 확장한 GeForce Now는 게임 경험 향상을 위해 고사양 게임에 RTX 그래픽 기술의 도입을 추진하고 있다. 해당 기술이 도입되면 실제와 유사한 느낌의 게임 환경이 조성돼 이용자의 높은 몰입을 끌어낼 수 있다. 또한, 최근 LGU+, SoftBank와 같은 통신사와의 전략적 제휴를 맺고 있다. 2019년 9월에 국내 통신사인 LGU+와 세계 최초로 5G 기반의 스트리밍 게임 서비스를 위해 손을 잡았다. LGU+ 가입자이면서 안드로이드 기기⁶⁾ 사용자라면 150여 종의 고사양 게임을 모바일에서 즐길 수 있다. 모바일 기기의 시대가 도래하면서, PC와 스마트 TV로만 운영되는 게임은 이용자 측면에서 한계를 지닐 수밖에 없다. 이에 통신업체가 보유한 5G 기술의 힘을 빌려 편의성과 초저지연성이 모두 보장되는 게임 서비스를 제공하려는 전략으로 보인다.

6) - 메모리 2GB 이상, 안드로이드 5.0 이상, 인터넷 속도 15Mbps 이상이어야 한다.



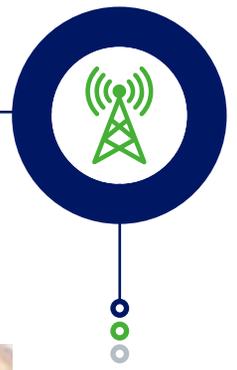


그림 6 GeForce Now의 5G 모바일 서비스 버전



출처: 베타뉴스

4. 인디 게임의 앞마당을 꾸리는, Apple Arcade

Apple도 올 9월 19일, 구독형 게임 플랫폼인 Apple Arcade를 출시했다. 구독료는 월 4.99 달러로, 〈Beyond a Steel Sky〉, 〈Frogger in Toy Town〉, 〈The Bradwell Conspiracy〉 등의 100여 개의 게임이 순차적으로 공개될 예정이다. Arcade는 iOS 13 버전부터 Apple의 스마트폰, 스마트패드, 노트북, 스마트 TV 등으로 즐길 수 있으며, 추후에 Xbox, PlayStation의 게임 컨트롤러 연동을 가능하게 할 예정이다.

이미 App Store를 통해 30만 개의 유·무료 모바일 게임을 유통하고 있는 Apple이 또 다른 유통 플랫폼을 출시했다는 것에 대해 많은 관심이 쏠렸다. Apple이 Arcade를 선보이는 데에는 많은 추측이 있지만, 그중에서도 App Store 의존도를 줄일 방법이라는 데 의견이 모이고 있다. App Store 내에서 유통되는 앱은 Apple에게 보통 30%의 수수료를 지불해야 한다. 하지만 최근 앱 개발업체에서 반기를 들고 나서고 있다. Netflix는 App Store를 이용하지 않고, Netflix에서 직접 결제할 수 있는 웹페이지를 제공하고 있고, 음원 플랫폼인 Spotify도 자사 홈페이지를 통해 프리미엄 서비스에 가입할 수 있게 정책을 바꾸었다. 최근에는 앱 개발자들이 Apple을 상대로 App Store의 독점권을 남용했다는 이유로 소송을 제기하기도 했다. 미연방대법원은 올 5월 개발자 손을 들어줬다. 앱 개발자뿐만 아니라, 이용자도 App Store와 관련해 반독점 소송을

제기할 수 있다고 판결함으로 App Store의 입지가 좁아질 수 있다는 우려가 제기되고 있다. 이에 Apple은 App Store이외에 또 다른 먹거리를 찾아 나섬과 동시에 게임 산업에서의 영향력을 강화하는 움직임이라는 추측이다.

한편으로 Apple Arcade가 인디 게임 업체, 개발자에게 더 좋은 유통 환경을 제공할 수 있을 것이란 기대감도 있다. App Store 게임의 수익 모델은 보통 광고 기반의 무료이거나 최초 게임 설치 시 요금을 내거나 인앱(In-App) 결제⁷가 이뤄지는 유형으로 나뉜다. 유명 게임사의 게임이 아니고서야 인디 게임 업체가 이용자의 결제를 이끌어내는 쉽지 않다는 게 인디 게임사의 고충이다. Apple이 Arcade를 통해 이런 인디 게임사들의 고충을 해결해 주겠다고 나섰다. 실제로 Arcade에는 〈Punch Planet〉, 〈Overland〉, 〈Neo Cab〉 등 인디 게임이 다수 포함되어 있다. 인디 개발자의 입장에서든 Arcade를 통해 게임을 선보인다는 것만으로도 홍보 효과를 기대할 수 있다는 긍정적인 입장이다. Apple은 인디 게임사가 비즈니스 모델, 마케팅 등을 신경 쓰지 않고, 고품질의 게임 개발에만 집중할 수 있게 하겠다는 계획이다.

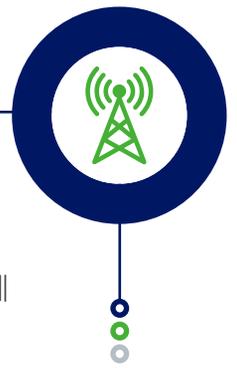
실제로 Apple Arcade는 리듬 게임, 슈팅 게임, 레이싱 게임 등 다른 플랫폼에서 볼 수 없는 다양한 인디 게임을 선보임으로써 특정 장르에 편중되지 않고 게임의 다양화에 일조한다는 긍정적인 평을 얻고 있다. Arcade는 게임 유통뿐 아니라, 게임 창작자에게 개발 비용을 투자하고, 협업 개발을 진행하는 등 플랫폼 그 이상의 역할을 하겠다는 계획이다. 아직 선부른 판단일 수 있으나, 게임 투자, 제작, 유통 전 과정을 섭렵해 게임계의 Netflix로 거듭나겠다는 전략을 엿볼 수 있다.

엄밀히 말하면 Apple Arcade는 스트리밍 서비스로 분류될 수 없다. Google의 Stadia나 PlayStation Now처럼 클라우드 서버를 통해 스트리밍되지 않는다. Xbox Game Pass처럼 개별 게임을 기기에 다운로드를 받아야 한다. 게임을 다운로드받은 후에는 온·오프라인 여부에 관련 없이 실행이 가능하다. Apple이 스트리밍 방식을 채택하지 않은 이유에 대해 추측해 보자면 우선, Apple의 서버가 스트리밍 게임을 지원할 만큼의 기능을 하지 못할 수 있다는 예상이다. Apple의 클라우드 서버 인프라는 Amazon Web Services⁸의 의존도가 높다. Amazon Web Services는 Apple Music, iCloud, TV Plus, News Plus 등 Apple이 제공하는 각종 서비스에

7) 앱 안에서 콘텐츠나 서비스, 상품 등을 유료 결제하는 것을 말한다.

8) Amazon이 제공하는 클라우드 컴퓨팅 솔루션이다.





클라우드 기술을 지원하고 있으며, Apple은 그 대가로 월 3천만 달러가 넘는 금액을 Amazon에 지불하고 있다. 일년치 액수로 환산하면 3억 6,000만 달러를 Amazon에 넘기는 셈이다. Apple의 경쟁자로 부상한 Amazon에게 클라우드 게임 서비스 기술까지 지원 요청을 한다면 비용은 물론이고 Apple의 기술 경쟁력에도 역효과가 나타날 수 있다. 경쟁업체에 자사 게임 서비스 정보가 노출될 위험도 무시할 수 없다. 따라서 Apple은 클라우드 대신 다운로드 기반의 게임 서비스를 채택함으로써 Amazon에 추가 비용을 지급하지 않고 자체 게임 경쟁력을 육성하려는 것으로 예상된다. 또 하나는 스트리밍 게임이 일반적인 통신 환경에서 아직까지 매끄럽게 운용되지 않고 있다는 점이 있을 수 있다. Google도 Chromcast 동글로 TV에서 Stadia를 실행하는 경우, 발열이나 강제종료 등의 불편이 제기되고 있는 만큼, 고용량·고사양의 게임을 스트리밍으로 제공하기에는 시기상조라는 판단일 수 있다.

그림 7 Apple Arcade 구동화면



출처: 9to5Mac

이들이 앞으로 게임계의 Netflix로 성장 할 수 있을지, 아니면 초기 진출자들처럼 또 한 번 패배의 쓴맛을 볼지는 아직 판단할 수 없다. 하지만 Google, Apple 등 글로벌 플랫폼 거물들이 가져온 플랫폼인 만큼, 성공의 기대감은 어느 때보다도 높다. 고용량·고사양의 게임을 기기와 장소에 구애받지 않고 할 수 있다면, 이는 게임계의 혁신이 분명하다. 이들이 가져오는 것이 혁신인지 아니면 또 한 번의 시도에 그칠지 귀추가 주목된다.

REFERENCES

1. 베타뉴스(2019.08.27.) LG유플러스, 5G폰으로 고사양 PC 게임 즐기는 '지포스 나우' 내달 서비스.
<http://www.betanews.net/article/1044305>
2. 로이슈(2019.11.02.) LG유플러스, 지포스나우(GeForce NOW) 무료 체험 확대.
http://ccnews.lawissue.co.kr/view.php?ud=2019110115102982519817d053b9_12
3. 9to5Google(2019.03.19.) Google Stadia supports 'State Share' and 'Crowd Play' for engaging friends and fans.
<https://9to5google.com/2019/03/19/google-stadia-crowd-play-state-share/>
4. 9to5Mac(2019.09.16.) Apple Arcade gaming service now available for some ahead of Thursday launch.
<https://9to5mac.com/2019/09/16/apple-arcade-live/>
5. Cnet(2019.11.25.) Google explains why some Stadia games aren't in 4K.
<https://www.cnet.com/news/google-explains-why-some-stadia-games-arent-in-4k/>
6. Engadget(2012.01.11.) LG's Gaikai powered cloud gaming service hands-on.
<https://www.engadget.com/2012/01/11/lgs-gaikai-powered-cloud-gaming-service-hands-on/>
7. Game Daily Biz(2019.11.22.) Report: Google Stadia app was downloaded only 175,000 times at launch [Sensor Tower].
<https://gamedaily.biz/article/1417/report-google-stadia-app-was-downloaded-only-175000-times-at-launch-sensor-tower>
8. Google Blog(2019.11.11.) Here's the lineup of games coming to Stadia.
<https://www.blog.google/products/stadia/lineup-games-coming-to-stadia/>
9. IGN(2019.03.19.) Google Outlines How Stadia YouTube Integration Works.
<https://www.ign.com/articles/2019/03/19/google-outlines-how-stadia-youtube-integration-works>
10. Nvidia 공식 블로그(2018.01.07.) With GeForce NOW a Billion Cheap PCs Can Now Taste Gaming Greatness, Too.
<https://blogs.nvidia.com/blog/2018/01/07/geforce-now-pc-billions-ces/>
11. PlayStation 홈페이지.
<https://www.playstation.com/en-us/explore/playstation-now/>
12. Statista(2019.03.27.) The Sky Is the Limit for Cloud Gaming.
<https://www.statista.com/chart/17501/cloud-gaming/>
13. Superdata 홈페이지.
<https://www.superdataresearch.com/gaming-subscription/>
14. STARTUP TODAY(2019.05.07.) 게임산업, 클라우드 기반 가입형 서비스로 발전.
<http://www.startuptoday.kr/news/articleView.html?idxno=15299>
15. The Verge(2019.04.22.) Apple's cloud business is hugely dependent on Amazon.
<https://www.theverge.com/2019/4/22/18511148/apple-icloud-cloud-services-amazon-aws-30-million-per-month>
16. The Washington Post(2019.11.20.) Unplayable at times, magical in others: Stadia's dream is still in the clouds.
<https://www.washingtonpost.com/video-games/reviews/unplayable-times-magical-others-stadias-dream-is-still-clouds/>

