



GAME NEWS

40년의 기다림, ‘시간의 오카리나’ 리메이크 발표



▲ The Legend of Zelda : Ocarina of Time타이틀 이미지. [이미지= 닌텐도 공식 홈페이지]

닌텐도 스위치 2로 즐기는 ‘시간의 오카리나’

닌텐도는 지난 6월 9일 개최된 ‘닌텐도 다이렉트’의 피날레에서 비디오 게임 역사에 한 획을 그은 ‘젤다의 전설: 시간의 오카리나’의 두 번째 리메이크작을 전격으로 발표했다. 이번 신작은 시리즈 40주년을 장식하는 기념비적인 작품으로, 차세대 콘솔 ‘닌텐도 스위치 2’를 통해 2026년 말 출시될 예정이다.

만약 출시가 연기되지 않고 예고대로 26년 말에 출시할 경우 업계 최대의 화두인 ‘GTA 6’와 같은 시기에 경쟁하게 된다. 닌텐도가 과연 어떤 마케팅 전략을 선보일지, 흥행은 어떻게 될지도 관전 요소가 될 것으로 보인다.

40년의 기다림, ‘시간의 오카리나’ 리메이크 발표



▲ 닌텐도 다이렉트에서 공개된 티저 장면. [이미지= 닌텐도 다이렉트 2026.06.09]

새로운 그래픽, 새로운 요소의 등장

티저 영상에서 공개된 비주얼은 젤다 시리즈에서 약 20년만에 다시 등장한 실사풍 그래픽으로 하이랄 왕국의 현실 같은 모습을 만나볼 수 있을 것 같다. 그 외에도 영상 속에서 주인공 링크가 왼손에 트라이포스 문양을 지니고 있는 연출이나 코키리 부족 의상의 새로운 디자인 등 짧은 영상임에도 볼만한 요소를 여럿 보여준다.

이번 티저 영상 속에서 공개된 모습이 원작과 비교했을 때 다르다는 점 등을 미루어 볼 때, 단순한 그래픽 개편만이 아닌 게임 내적인 시스템과 스토리까지 바뀌는 것도 기대할 만한 부분이다.

25년 여정의 마침표, ‘크레이지 아케이드’ 서비스 종료 공지



▲ 크레이지 아케이드 메인 이미지 [이미지= 크레이지 아케이드 홈페이지]

25년동안 이어진 국민 IP의 퇴장

넥슨의 초창기 대표 장수 온라인 게임 ‘크레이지 아케이드’가 오는 2026년 8월 13일을 마지막으로 25년 간의 대장정을 마무리한다. 2001년 9월 출시된 본 게임은 물풍선으로 상대를 가두어 처치하는 간단한 규칙과 ‘다오’, ‘배찌’ 등 친숙한 캐릭터를 앞세워 발매 당시 큰 인기를 끈 캐주얼 게임이다.

‘크레이지 파크’ IP의 근간인 본 게임이 서비스 종료를 공지함에 따라, 이제 남은 ‘크레이지 파크’ IP 게임은 ‘카트라이더 러쉬플러스’와 개발 단계에 있는 ‘카트라이더 클래식’뿐이다. 비록 지금은 상황이 어렵지만, 국내 캐주얼 게임의 황금기를 이끌었던 독보적인 IP인 만큼 소멸하지 않고 새로운 플랫폼과 기술로 명맥이 이어지기를 바라는 마음이다.

25년 여정의 마침표, ‘크레이지 아케이드’ 서비스 종료 공지



▲ 3월 31일 도쿄에서 열린 ‘자본시장 브리핑’의 장면. [이미지=게임기자단]

선택과 집중을 위한 넥슨의 결단

이번 결정은 넥슨이 펼치고 있는 ‘선택과 집중’ 중심의 사업 개편 전략의 연장선으로 보인다.

넥슨은 앞서 크레이지 파크 IP 게임인 ‘카트라이더’, ‘버블파이터’ 등을 서비스 종료하며 관련 게임들을 꾸준히 축소해 왔다. 비록 ‘크레이지 아케이드’가 PC방 점유율 34위를 유지하며 선전 중이었으나, 최근 신작을 여러 개 출시하며 생긴 수수료와 인건비 부담이 커지자, 넥슨은 순이익을 개선하는 방향으로 선회했다. 고정 유저가 있어도 유지 보수 비용이 계속 드는 노후 게임을 정리하고, 여기서 확보한 자원을 ‘던전앤파이터’나 ‘메이플스토리’ 같은 핵심 IP 개발 및 확장과 AI 기반 개발 환경 제작에 집중적으로 투자하겠다는 셈이다.

Xbox 게임패스 구독료 인상 역풍, 구독자 감소로 이어져...



▲ summer game fest 2026 비즈니스 라이브. [이미지= summer game fest 공식 웹사이트]

50%가격 인상으로 구독자 이탈...

마이크로소프트가 단행했던 Xbox 게임패스의 가파른 가격 인상 정책이 대규모 구독자 이탈이라는 부메랑으로 돌아왔다.

최근 합류한 매튜 볼 Xbox CSO(최고전략책임자)는 서머 게임 페스트 2026의 '더 게임 비즈니스 라이브' 세션에서, 지난해 10월 요금제 개편 이후 불과 수개월만에 수백만 명에 달하는 글로벌 구독자가 서비스를 해지했다고 언급했다. 당시 마이크로소프트는 핵심 요금제 '게임패스 얼티밋'의 가격을 월 19.99달러에서 29.99달러로 한 번에 50%나 인상했으며, 국내 구독료 또한 기존 16,000원에서 29,000원으로 81% 폭등시키며 충격을 준 바 있다.

Xbox 게임패스 구독료 인상 역풍, 구독자 감소로 이어져...



▲ XBOX 이미지. [이미지= Microsoft 공식 웹사이트]

Xbox, 신임 경영진 취임 후 가격 인하

소비자의 심리를 고려하지 않은 무리한 가격 인상으로 구독자가 크게 감소하자, 올해 2월 취임한 ‘아샤 샤르마’ Xbox CEO는 즉각 수습에 나섰다. 얼티밋 요금제를 북미 기준 22.99달러, 국내 기준 19,000원으로 낮추는 가격 조정을 단행했다. 인상 전과 비교하면 여전히 소폭 높은 금액이지만 신규 유입과 기존 가입자 유지율이 눈에 띄게 개선되는 모양새다.

이번 사례는 아무리 독점 IP를 가지고 있더라도 무리한 가격 책정은 고객층의 급격한 붕괴를 초래할 수 있다는 교훈을 남겼다. 향후 마이크로소프트가 유저 신뢰를 회복하고, 3,400만 명 선에서 정체된 구독자 지표를 끌어올릴 수 있을지 지켜봐야 할 것 같다.