

# 제 1 장

## 세계 게임산업 거시적 동향

### 제 1 절 전체 게임시장 동향

2007년 세계 게임시장은 예년에 비해 훨씬 높은 수준인 22.3%의 성장률을 기록하였다. 이렇게 높은 성장이 가능했던 이유는 비디오 게임 시장이 고가의 콘솔가격과 게임 소프트웨어의 꾸준한 판매로 인해 전년대비 47.9% 가량 성장하였기 때문이다. 또한, 전통적인 하드코어 게이머들뿐만 아니라, 게임을 접하지 않았던 일반인의 새로운 진입이 게임산업 성장을 유도하였다. 특히 Nintendo Wii는 첨단 영상 기기를 지향하는 고가의 소니 PS3와 마이크로소프트의 Xbox360이 양분하고 있던 차세대 게임기 시장에 '게임기'로서의 기능에 충실한 저가형 콘솔이라는 컨셉으로 성공적으로 진입하여 주목을 받았다. 2008년부터 그동안 상대적으로 부진을 보였던 PS3가 Xbox360의 판매량을 따라잡기 시작할 것으로 예측되는 가운데, Nintendo Wii가 꾸준히 시장점유율을 높여 가다가 2011년경부터 시작될 차세대 콘솔 사이클에서는 시장에서 가장 지배적인 콘솔로 자리잡을 것으로 예상된다.

플랫폼별 현황을 살펴보면, 우선 아케이드게임의 경우, 2007년 기준 약 327억달러 가량의 시장을 형성하고 있다. 전세계 아케이드게임 시장은 2005년 이래 다소 침체되고 있는 경향을 보이는 가운데 2008년부터는 소폭이지만 증가세로 돌아설 것으로 전망된다. 미국과 유럽 아케이드게임 시장은 가족 대상의 복합게임 센터나 싱글로케이션이 급속히 성장하는 반면, 일본, 대만 등 아시아 지역의 아케이드게임 시장은 성인 중심의 메달게임 분야가 급속히 확산되었다. 일본은 세계 아케이드게임 시장에서 가장 영향력이 큰 시장인데, 퍼스널 데이터나 플레이 데이터가 보존되는 데이터 카드를 사용할 수 있는 위성형 매스비디오 박스가 시장에서 좋은 반응을 얻으면서, 2007년에 전년 대비 13.0%의 성장률을 기록하여 처음으로 90억달러 규모를 넘어섰다. 또한, 이러한 경향은 향후 세계 각국의 아케이드 시장으로 확산될 전망이다.

PC게임은 수년째 사양화 추세를 지속하고 있다. 2007년도의 PC게임 시장규모는 30억달

러로 전년도의 33억달러에 비해 6.4% 감소한 것으로 나타났으며 향후, 2010년경에는 25억 달러 규모로 대폭 축소될 전망이다. PC게임이 지속적으로 쇠퇴하는 원인은 비디오게임과 온라인게임으로 유저가 이탈하고 있는 현상과 세계 각국에 만연해 있는 불법복제와 같은 시장 저해 요소들이라 할 수 있다. 그러나, 게임 플레이에 적합하도록 개발된 Windows Vista가 출시되었고 최근의 비디오게임기의 진화형태가 PC와 점점 유사해지는 양상을 보이고 있어 PC게임 시장의 축소를 단정 짓기에는 아직 이른 감이 있다. 불법복제에 대응하기 위해 개발사들은 온라인을 통한 다운로드 방식을 도입하고 있으며 이에 따라, 소매점에서 게임을 직접 구입하는 방식은 점점 줄어들고 있다. 한편, 라

틴 아메리카 지역과 같이 비디오게임과 온라인 게임이 주류화되지 못한 시장에서는 향후 경제 사정의 개선으로 PC의 보급률이 상승할 경우, PC게임에 대한 수요도 상승할 것으로 예상되어 지역에 따라 플러스 성장도 가능할 것으로 보인다.

비디오게임 시장은 Nintendo의 Wii 발매와 함께 차세대 콘솔이 모두 출시되면서 2007년 한 해 동안 무려 47.9%의 성장률을 기록하여 세계 시장 규모가 450억달러에 달하였다. 이에 따라, 전통적으로 세계 게임시장에서 가장 높은 점유율을 보여 왔던 아케이드게임을 제치고 비디오게임이 선두에 나섰다. 비디오게임의 강세는 2010년경으로 예상되는 차기 게임기가 출시되기 전까지 지속될 것으로 전망되며, 현



〈표 4-1-1-01〉 세계 게임시장 현황 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구 분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
아케이드게임	매출액	35,076	32,705	32,662	34,732	36,207	37,820
	성장률	-	-6.8%	-0.1%	6.3%	4.2%	4.5%
PC게임	매출액	3,639	3,251	3,042	2,847	2,664	2,492
	성장률	-	-10.7%	-6.4%	-6.4%	-6.4%	-6.5%
비디오게임	매출액	24,874	30,407	44,964	54,537	59,981	56,715
	성장률	-	22.2%	47.9%	21.3%	10.0%	-5.4%
온라인게임	매출액	3,946	5,607	6,994	9,021	10,959	13,204
	성장률	-	42.1%	24.7%	29.0%	21.5%	20.5%
모바일게임	매출액	2,338	3,474	4,603	5,675	6,678	7,589
	성장률	-	48.6%	32.5%	23.3%	17.7%	13.6%
합계	매출액	69,873	75,444	92,265	106,812	116,489	117,820
	성장률	-	8.0%	22.3%	15.8%	9.1%	1.1%

- \* 아케이드게임 시장규모는 아케이드 게임기 판매액과 게임장 운영 수익을 합한 규모임
- \* PC게임의 경우 패키지 게임만 해당
- \* 비디오게임 시장규모는 Console 및 Portable console game 매출액을 합한 규모임
- \* 해외 온라인게임 시장규모는 가입비, 아이템구매, 광고수익 등이 포함된 수치이며, 한국의 경우 아이템구매와 PC방 매출액은 미포함
- \* 모바일게임의 경우 휴대폰이나 PDA와 같은 모바일 기기만 해당
- \* 환율적용 기준 : USD/KRW=1,000 USD/CNY=8.56, USD/JPY=90

※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006

콘솔 사이클의 절정으로 예상되는 2009년경에는 600억달러 규모에 이를 것으로 예상된다.

2005년부터 시장 규모면에서 세계 3위의 위치를 차지한 온라인게임은 모바일게임과 더불어 향후 지속적으로 높은 성장이 전망되고 있다. 2007년에 세계 온라인게임 시장 규모는 70억달러를 기록했으며, 이는 전년 대비 24.7%의 성장을 달성한 것이다. 이후에도 온라인게임은 20%대 성장률이 꾸준히 이어질 것으로 전망되며, 2010년경에는 132억달러 규모로 성장할 것으로 예상된다.

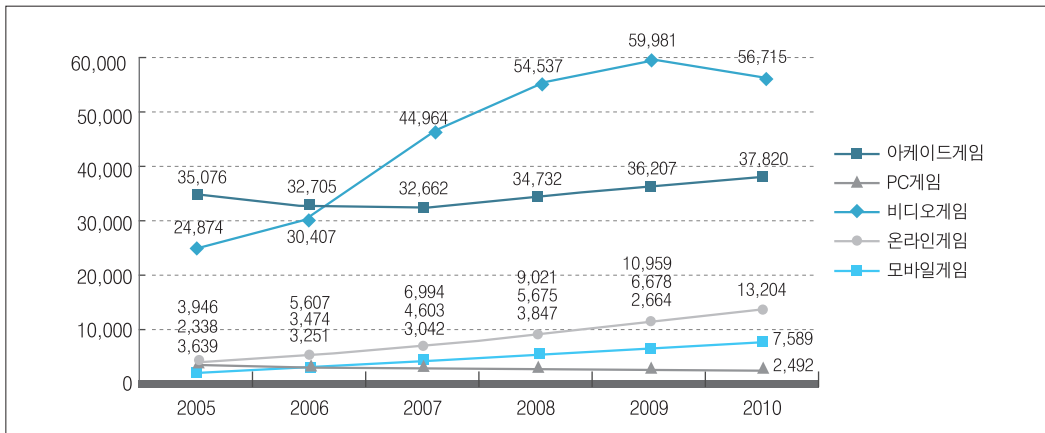
모바일게임도 온라인게임과 마찬가지로 지속적으로 높은 성장률을 보이고 있는 분야로, 2007년 46억달러의 시장 규모에서 2010년에는 76억달러 규모로 성장할 것으로 예상된다. 모바일게임은 휴대폰의 보급률이 높아지고, 정교한 그래픽과 처리속도가 빠른 3G 방식의 휴대폰이 시장에 성공적으로 진입함에 따라, 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 전망된다.

2005년부터 2010년까지 세계 게임시장 규모의 변화를 살펴보면, 비디오게임과 온라인게임, 모바일게임이 지속적으로 성장하고 있는 가운데 아케이드게임의 성장세가 다소 주춤하고, PC게임은 지속적으로 감소할 것으로 예상된다. 특히, 온라인게임 시장은 인터넷 보급률과 밀접하게 연관을 맺고 있는데, 향후 보다 많은 지역에 인터넷이 보급되면서 한동안 두 자리 성장세를 이어갈 것으로 보인다.

세계 게임시장의 플랫폼별 점유율을 살펴보면, 2007년 기준 전체 923억달러의 게임시장 중 비디오게임이 48.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 그 다음을 아케이드게임이 35.4%, 온라인게임 7.6%, 모바일게임 5.0%, PC게임 3.3%의 순이다. 향후, 2010년에는 전체 게임시장 1,178억달러 중 비디오게임이 48.1%로 가장 크며, 다음으로 아케이드게임 32.1%, 온라인게임 11.2%, 모바일게임 6.4%, PC게임 2.1% 순으로 전망된다. 전체적으로 보

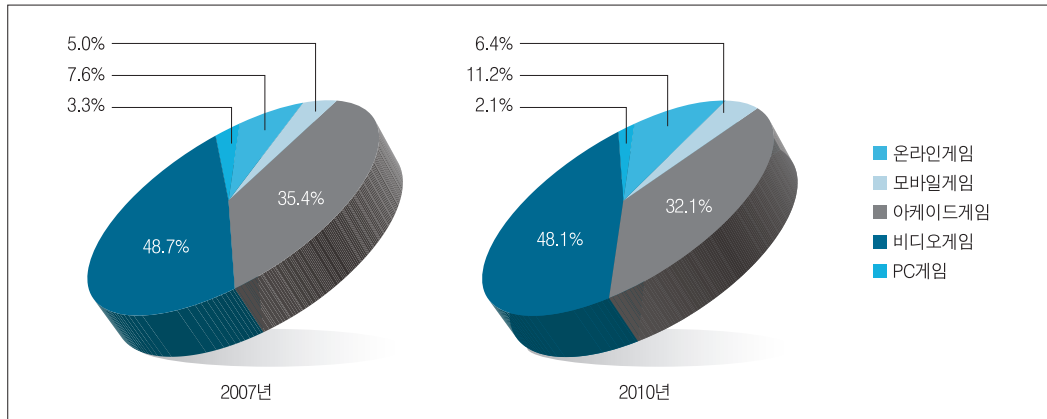
〈그림 4-1-1-01〉 세계 게임시장 현황 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



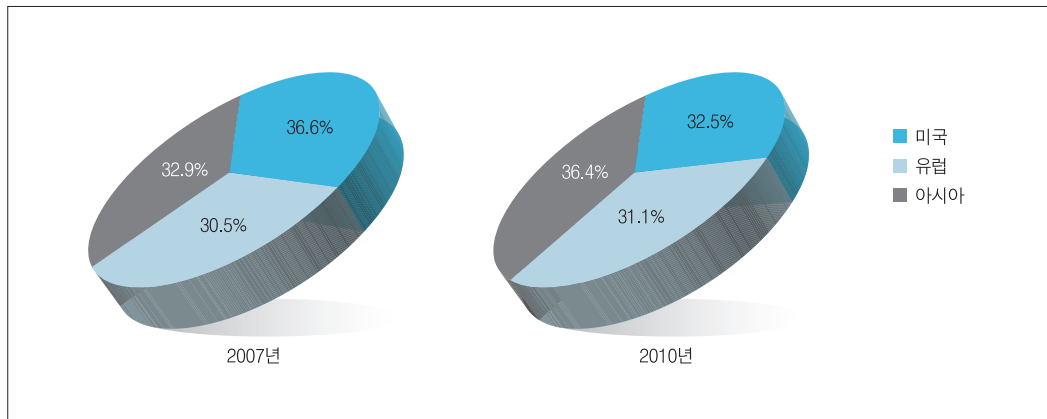
※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006

〈그림 4-1-1-02〉 플랫폼별 세계 게임시장 점유율 : 2007/2010



※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006

〈그림 4-1-1-03〉 권역별 시장 점유율 : 2007/2010



※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006

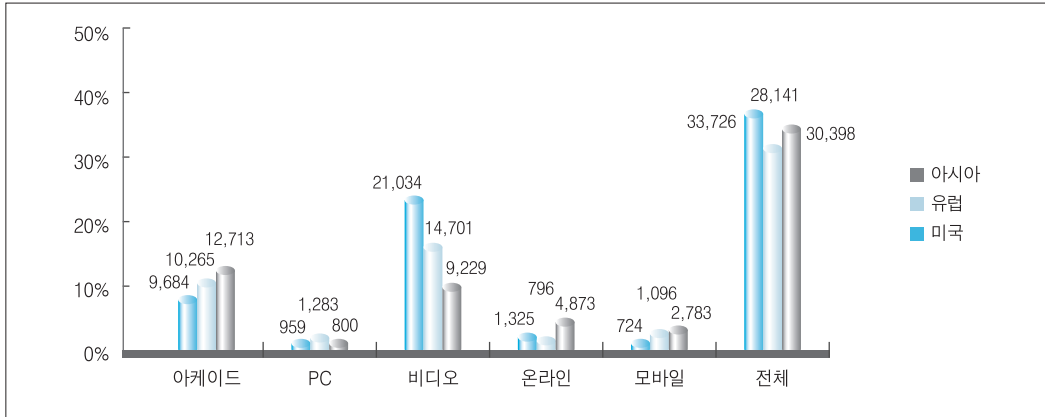
면 향후, 아케이드게임의 비중이 줄어드는 대신, 온라인게임의 비중이 더욱 늘어날 것으로 예측된다.

세계 게임시장의 권역별 점유율은 2005년에는 아시아가 가장 높은 비중을 차지하였으나, 2007년에는 미국이 전체 시장의 36.6%로 가

장 높았으며, 아시아가 32.9%, 유럽이 30.5%로 나타났다. 그러나, 2010년경에는 다시 아시아 지역이 36.4%, 미국이 32.5%, 유럽이 31.1%의 비중으로 아시아 시장이 강세를 나타낼 것으로 전망된다.

〈그림 4-1-1-04〉 플랫폼별 미국/유럽/아시아 시장규모 비교 : 2007

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006

2007년 세계 게임시장의 주요한 특징은 새로운 인터페이스를 도입한 Nintendo Wii의 출시와 그에 따른 게임 업계의 판도 변화라고 할 수 있다. Nintendo Wii는 PS2의 성공으로 차세대 콘솔 시장에서도 가장 유력한 플레이어가 될 것으로 예상되던 소니의 PS3를 제치고 세

계 각국에서 놀라운 성공을 거두었다. 게임기의 기능에 충실한 Nintendo Wii와 차세대 첨단 영상기기로 불리는 PS3의 경쟁에서 게임기기의 새로운 가능성을 보여준 Nintendo의 승리로, 차세대 비디오 게임기의 향방을 결정짓는 중요한 계기를 마련하였다.

## 제 2절 플랫폼별 시장 동향

### 1. 아케이드게임

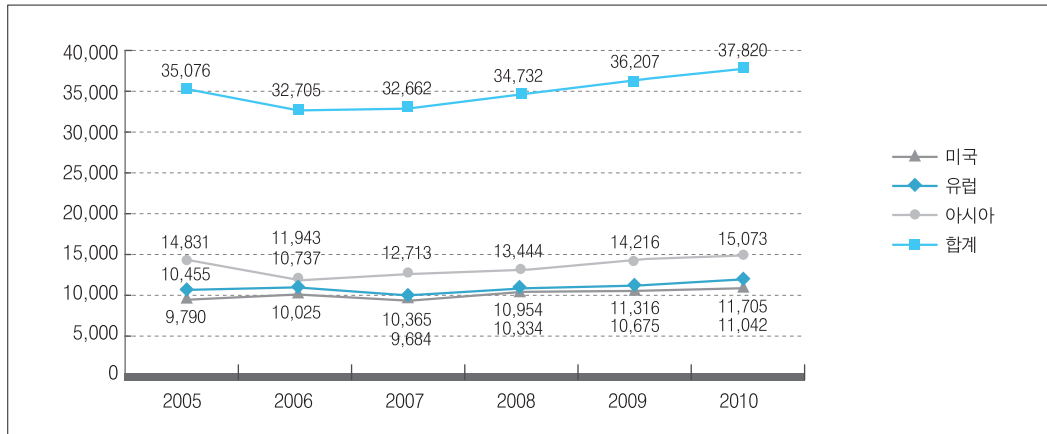
아케이드게임 시장은 세계 게임시장에서 전통적으로 가장 높은 점유율을 보여온 분야로, 일반적으로 아케이드 전용 게임장(오락실)과 백화점, 헬스장 등에 설치된 싱글로케이션, 가족 단위의 대형 복합위락시설(FEC: Family Entertainment Center) 등을 포함하며, 시장 매출액은 아케이드게임 기기 판매액(Machinery

sales)과 운영수익(Operating revenue)을 합한 수치이다.

2007년 세계 아케이드게임 시장은 전년에 비해 약간 부진하여 약 327억달러 규모를 보였는데, 2005년 이후 다소 침체된 분위기를 이어가고 있는 양상이다. 이런 연유로 올해 처음으로 세계 게임시장 점유율 1위 플랫폼의 자리를 비디오게임에 내주었다. 특히, 2006년에는 아시아 시장의 침체가 두드러졌으나, 2007년을

〈그림 4-1-2-01〉 세계 권역별 아케이드게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



〈표 4-1-2-01〉 세계 권역별 아케이드게임 시장 규모 및 성장률 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국	매출액	9,790	10,025	9,684	10,334	10,675	11,042
	성장률	-	2.4%	-3.4%	6.7%	3.3%	3.4%
유럽	매출액	10,455	10,737	10,265	10,954	11,316	11,705
	성장률	-	2.7%	-4.4%	6.7%	3.3	3.4%
아시아	매출액	14,831	11,943	12,713	13,444	14,216	15,073
	성장률	-	-19.5%	6.4%	5.8%	5.7%	6.0%
합계	매출액	35,076	32,705	32,662	34,732	36,207	37,820
	성장률	-	-6.8%	-0.1%	6.3%	4.2%	4.5

※ 자료 : Enterbrain 2008, Jamma 2007, Playmeter 2004~2007

기점으로 하락세가 멈추고 소폭이지만 성장세를 유지할 것으로 예상되며 2010년경 전체 아케이드게임 시장규모는 378억달러 정도로 증가할 것으로 전망된다.

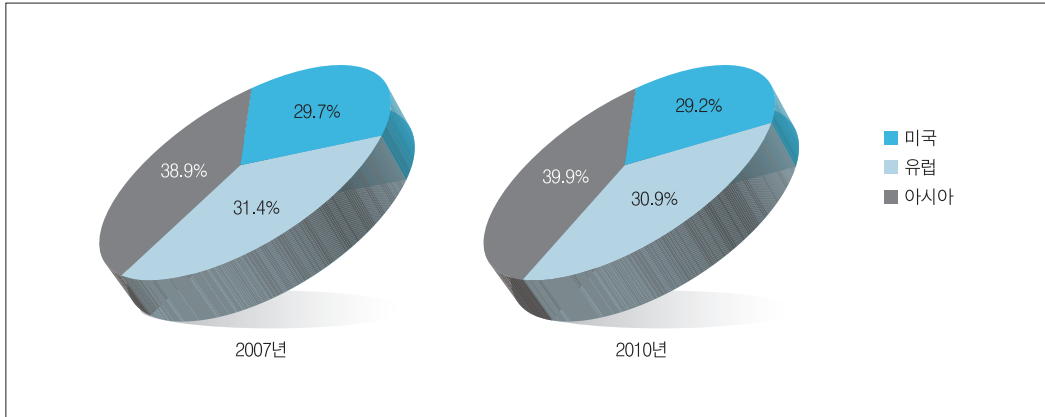
2007년 기준, 권역별 아케이드게임 시장 규모는 아시아가 127억달러로 전체의 38.9%를 점유하고 있으며, 유럽이 103억달러로 31.4%, 미국이 97억달러로 29.7%로 나타났다. 높은 성장률로 급격한 시장 확대를 이어왔던 아시아 지역은 2006년 크게 축소된 이후 성장세가 다소 둔화되었지만, 여전히 다른 지역보다는 더

빠르게 증가하여 2010년에는 150억달러 규모에 달할 것으로 예상된다.

아시아 지역에서는 메달 게임 중심의 성인용 게임과 트레이딩 카드가 도입된 아동용 게임이 인기를 얻으면서 크게 성장했다가 2006년에 큰 폭으로 감소하였다. 반면, 2007년 다시 성장세로 돌아서며 2010년까지 꾸준히 40%에 가까운 점유율을 유지할 것으로 전망된다. 아시아 지역 중 아케이드게임 분야에서 가장 높은 점유율을 나타내는 곳은 일본으로 2007년 일본 시장은 약 93억달러를 기록함으로써 아시아 지역 아케



〈그림 4-1-2-02〉 세계 아케이드게임 시장의 권역별 점유율 : 2007/2010



※ 자료 : Enterbrain 2008, Jamma 2007, Playmeter 2004~2007

〈표 4-1-2-02〉 미국 아케이드게임 시설 현황 : 2006/2007

(단위 : 개소)

구 분	2006	2007	증감율
아케이드 전용 게임장	4,000	2,500	-37.5%
싱글로케이션	250,000	221,000	-11.6%
가족용 게임센터	3,000	1,500	-50.0%
합 계	257,000	225,000	-12.5%

※ 자료 : Playmeter 2006~2007

이드게임 시장의 약 73%를 점유하였다. 향후, 일본의 점유율은 꾸준히 지속되어 2010년에도 약 72%의 점유율을 유지하며 109억달러 규모의 매출액을 달성할 것으로 예측된다.

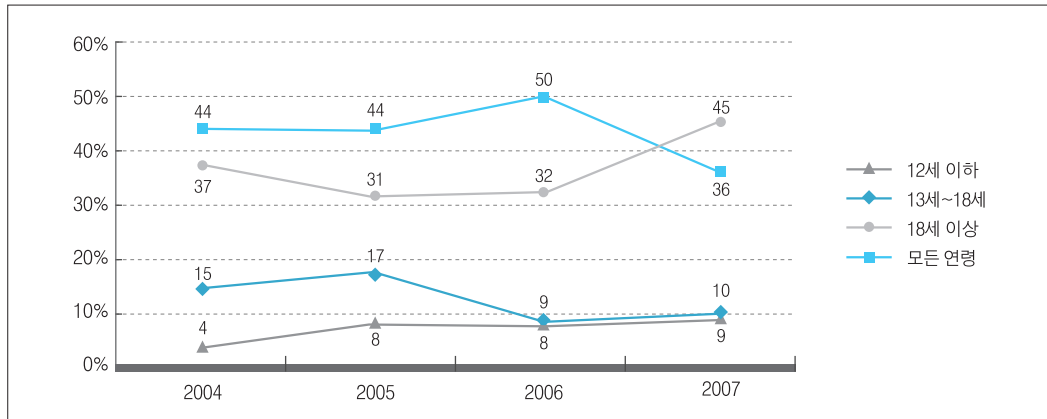
한편, 미국의 아케이드게임 시설은 아케이드 전용 게임장, 백화점이나 할인마트 등에 설치된 싱글로케이션, 가족용 게임센터 모두 전반적으로 감소하고 있다. 특히, 지난 몇 년 동안 강세를 보였던 가족용 게임센터의 감소율이 50%로 가족 중심의 엔터테인먼트를 지향하던 트렌드가 다소 주춤하고 있음을 보여주고 있다.

한동안 가족 중심의 엔터테인먼트를 지향하

던 트렌드에 변화가 생긴 것은 아케이드게임 시장의 주요 고객층의 변화에서도 감지할 수 있다. 미국 아케이드시장 전문지 Playmeter지에 따르면, 꾸준히 증가세를 보이던 전 연령층 게임장 비율이 2006년 50%에서 2007년 36%로 급감했으며 반대로 몇 년간 변함없이 30% 선을 지키던 18세 이상을 대상으로 하는 게임 시설은 45%로 급증하여 성인용 게임장이 시장의 선두를 점하게 되었다.

한편, 일본 아케이드 게임장 현황을 보면, 점포수는 2001년 이래 지속적으로 감소하여 2006년에는 총 23,613 개소가 영업 중인 것으

<그림 4-1-2-03> 미국 아케이드게임장의 주요 대상 고객 : 2004~2007



※ 자료 : Playmeter 2007

<표 4-1-2-03> 일본 아케이드게임기 설치 대수별 점포수 추이 : 2001~2006

(단위 : 개소)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006
점포 수(합계)	31,601	28,355	26,360	25,044	23,902	23,613
20대 이하	19,970	16,291	16,039	13,255	12,059	11,302
21-50대	4,151	3,706	2,561	2,522	2,330	2,339
51-70대	2,134	1,881	1,390	1,612	1,513	1,513
71-100대	1,750	2,134	1,779	1,950	1,997	2,069
101-200대	2,927	3,569	3,696	4,726	4,826	5,119
201대 이상	669	774	895	979	1,177	1,271

※ 자료 : Enterbrain 2008

로 나타났다. 소규모 점포가 폐쇄되고 있는 경향과 대규모 점포들이 신설되는 경향 역시 몇 년째 지속되고 있어 2006년에는 100대 이상의 게임기를 갖춘 대형 점포가 전체의 1/4을 차지하였으며, 일본 게임장의 대형화, 복합화가 진전되는 양상을 보였다.

일본의 경우, 2007년 아케이드게임 시장이 13%에 달하는 높은 성장률을 보였는데, 이는 위성형 매스비디오 박스의 보급과 탑재 소프트웨어의 제품 수명 장기화로 탄력을 받은 비디오 게임 콘솔 판매량의 상승과 대형 푸시맨 머

신과 대형 경마 게임의 연속 발매로 2년 연속 최고액을 기록한 메달 게임 부문의 약진의 결과이다. 한편, 특징적인 것은 네트워크를 지원하는 게임의 매출이 2004년 이후 증가세를 유지하고 있다는 점이다. 따라서, 게이머들이 네트워크를 중심으로 커뮤니티를 형성해 나갈 수 있을지의 여부가 아케이드게임의 장래를 결정짓는 요인이 될 것으로 전망되고 있으며, 이 점은 현재 비디오 게임기에 밀리고 있는 전 세계 아케이드게임 시장이 주목해야 할 부분이다.





## 2. PC게임

비디오게임 시장이 강세를 보이면서 PC게임 시장은 상대적으로 더욱 축소되고 있다. 2007년을 기준으로 세계 PC게임 시장 규모는 30억 달러를 기록하여 전년대비 6.4% 정도 감소하였으며, 이러한 추세는 앞으로도 계속 이어져 2010년에는 25억달러 가량의 시장 규모를 형성할 것으로 보인다.

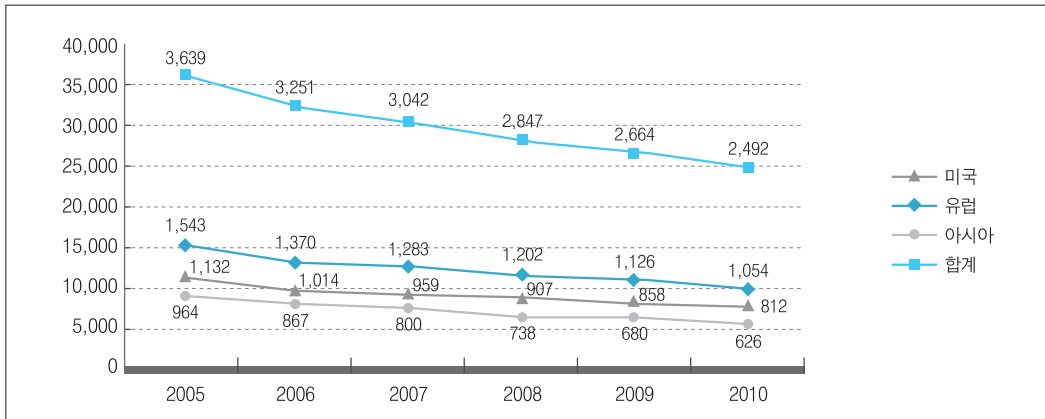
PC게임 소매시장은 게임 디스크를 직접 구

매하는 방식에서 인터넷으로 파일을 다운로드 받는 형태의 새로운 유통 모델로 전환할 것으로 예상된다. 이러한 유통방식이 주목받는 이유는 세계적으로 만연해 있는 불법복제로 인한 PC게임 시장 위축에 대한 대안이 될 수 있기 때문이다. 그러나, 동시에 게임 디스크의 판매량을 축소시킴으로써 결과적으로는 기존 형태의 PC게임 시장에는 부정적 영향을 미칠 것으로 전망된다.

한편, 향상된 그래픽 능력을 지원하는 DirectX

〈그림 4-1-2-04〉 세계 권역별 PC게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Informa 2005, ESA 2007, IDATE 2006, DFC Intelligence 2007

〈표 4-1-2-04〉 세계 권역별 PC게임 시장 규모 및 성장률 : 2005~2010

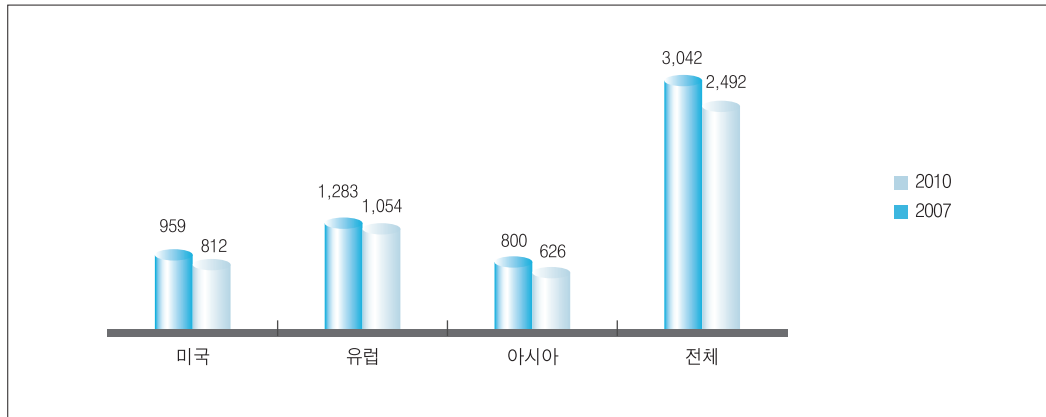
(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국	매출액	1,132	1,014	959	907	858	812
	성장률	-	-10.4%	-5.4%	-5.4%	-5.4%	-5.4%
유럽	매출액	1,543	1,370	1,283	1,202	1,126	1,054
	성장률	-	-11.2%	-6.4%	-6.3%	-6.3%	-6.4%
아시아	매출액	964	867	800	738	680	626
	성장률	-	-10.1%	-7.7%	-7.8%	-7.9%	-7.9%
합계	매출액	3,639	3,251	3,042	2,847	2,664	2,492
	성장률	-	-10.7%	-6.4%	-6.4%	-6.4%	-6.5%

※ 자료 : Informa 2005, ESA 2007, IDATE 2006, DFC Intelligence 2007

〈그림 4-1-2-05〉 세계 PC게임 시장의 권역별 점유율 : 2007/2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Informa 2005, ESA 2007, IDATE 2006, DFC Intelligence 2007

10을 장착한 Windows Vista는 보다 리얼한 그래픽을 구현하고, 편리하고 간단한 게임 인스톨과 부모의 접근통제 기능이 추가되는 등 PC게임에 적합한 운영체제라는 평을 듣고 있다. Windows Vista 출시를 통해 PC게임 시장이 한시적으로나마 활성화될 수 있을 것으로 전망된다.

PC게임 시장은 전통적으로 아시아 지역보다 미국과 유럽 지역에서 보다 활성화되어 있는데 2007년의 경우, 전체 게임시장의 규모가 30억 달러를 기록한 가운데 유럽 지역이 13억달러의 규모로, 전체 게임시장의 약 42%를 점유하는 양상을 보여주고 있다. PC게임 시장은 아시아 지역이 약세를 보이는 분야로 2007년에는 전체 PC게임 시장의 26%인 8억달러 정도의 규모를 기록했으며, 미국은 9억 5,000만달러 정도의 규모로 나타났다.

한편, 라틴 아메리카는 비교적 PC가 강세를 보이는 지역이다. 이는 낮은 브로드밴드 보급으로 온라인게임이 활성화되지 못했고, 콘솔의 가격이 상대적으로 비싸며, 출시된 콘솔의 수

역시 많지 않기 때문이다. 라틴 아메리카에서는 많은 게이머들이 게임을 하기 위해 PC를 사용하고 있는데, 경제 사정이 나아져 PC보급률이 높아지면 PC게임의 매출도 함께 증가할 것으로 전망된다. 결과적으로 라틴 아메리카는 2002년부터 2011년까지 연간 누적 성장률 3.5% 선을 유지하며, PC게임으로는 드물게 플러스 성장을 보일 것으로 전망된다.

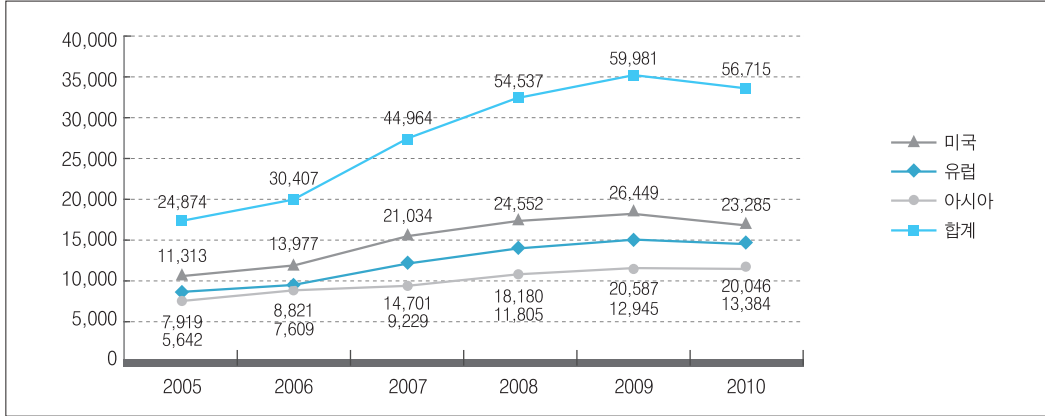
### 3. 비디오게임

2007년 한 해는 특히, 비디오게임 시장의 약진이 두드러졌던 시기로, 세계 비디오게임 시장은 규모가 450억달러에 달해, 처음으로 아케이드게임 시장의 규모를 넘어섰다. 특히, 전년 대비 47.9%라는 엄청난 성장률을 기록하였는데, 유럽의 경우 무려 66.7%가 늘어나 비디오게임 시장이 큰 폭의 증가세를 보였다. 이런 성공은 차세대 콘솔의 전 세계 동시발매 전략이 가져온 효과라고도 볼 수 있다. 왜냐하면, 비디



〈그림 4-1-2-06〉 세계 권역별 비디오게임 시장규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



〈표 4-1-2-05〉 세계 권역별 비디오게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국	하드웨어	4,175	5,179	8,323	7,641	6,418	4,382
	소프트웨어	7,138	8,798	12,711	16,911	20,031	18,903
	소계	11,313	13,977	21,034	24,552	26,449	23,285
	성장률	-	23.5%	50.5%	16.7%	7.7%	-12.0%
유럽	하드웨어	3,540	3,617	6,769	7,430	7,206	5,619
	소프트웨어	4,379	5,204	7,932	10,750	13,381	14,427
	소계	7,919	8,821	14,701	18,180	20,587	20,046
	성장률	-	11.4%	66.7%	23.7%	13.2%	-2.6%
아시아	하드웨어	2,239	3,278	3,937	4,014	3,669	3,014
	소프트웨어	3,403	4,331	5,292	7,791	9,276	10,370
	소계	5,642	7,609	9,229	11,805	12,945	13,384
	성장률	-	34.9%	21.3%	27.9%	9.7%	3.4%
합계	매출액	24,874	30,407	44,964	54,537	59,981	56,715
	성장률	-	22.2%	47.9%	21.3%	10.0%	-5.4%

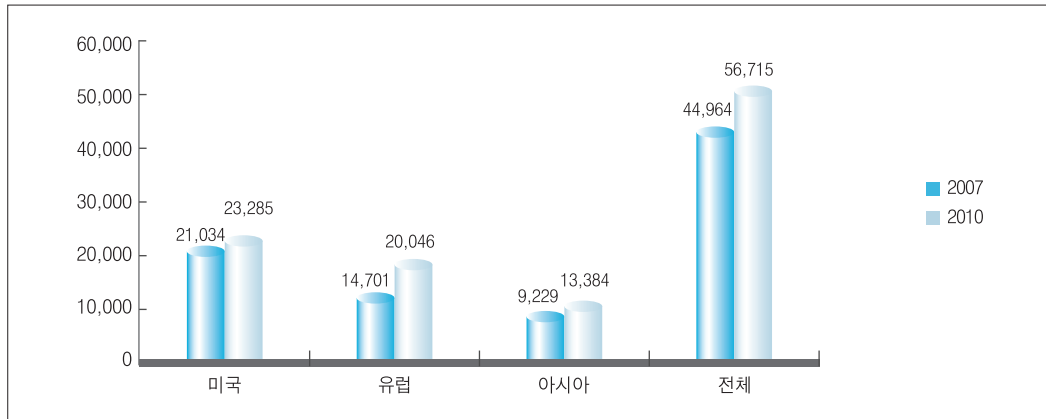
※ 자료 : IDC 2008, Enterbrain 2007~2008, DFC Intelligence 2007, CESA 2007

오게임이 일본이나 미국 중심이어서 기존 콘솔들의 경우, 일본이나 미국에 비해 유럽에서는 수개월 늦게 발매되는 것이 관례였다. 하지만, 최근의 차세대 게임기들은 미국, 유럽, 일본 등에서 동시 발매되는 추세이다. 이에 따라, 유럽 역시 비디오게임의 주력 시장으로 발돋움하는 토대가 마련되었다. 또다른 성장 동력으로는

새로운 게임 이용자층의 시장 진입을 들 수 있다. 그동안 10~20대 남성으로 구성된 하드코어 게이머에 한정적으로 소구되던 비디오게임이 보다 쉽고 직관적인 인터페이스와 캐주얼 게임 도입 등을 통해 여성이나 중장년층과 같은 비게이머들에게도 이용되기 시작했기 때문이다.

〈그림 4-1-2-07〉 권역별 비디오게임 시장 규모 비교 : 2007/2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : IDC 2008, Enterbrain 2008, DFC Intelligence 2007, CESA 2007

Nintendo의 Wii 발매로 모든 차세대 게임 콘솔이 시장에 진입한 가운데, 2008년부터는 하드웨어의 판매 속도가 떨어지는 대신, 소프트웨어의 판매가 지속적으로 증가할 것으로 예상되며, 평균 5년 정도인 콘솔 게임의 사이클을 고려할 때 2010~ 2011년쯤에는 차세대 콘솔 게임들이 등장할 것으로 예상된다.

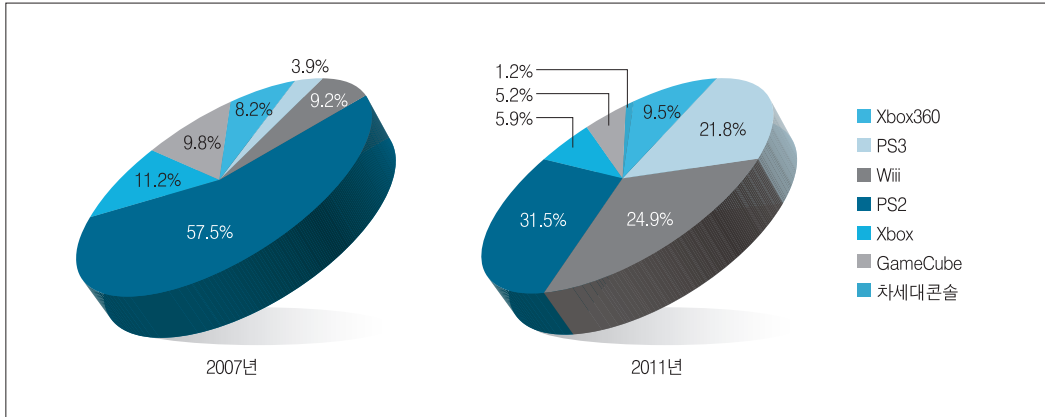
비디오게임 시장은 지난 3년 동안 안정적으로 자리를 잡은 Microsoft Xbox360, 2006년에 멀티미디어 영상기기로써 시장에 진입한 소니 PS3, 그리고 독특한 인터페이스를 내세운 Nintendo Wii의 경쟁이 심화되면서 비약적으로 성장하였다. 하드코어 게이머들의 지속적인 소비, 비게이머들을 게임시장으로 끌어들이는데 성공한 Nintendo와 경쟁관계의 소니와 마이크로소프트, 그리고 서드파티 개발사들의 노력, 북미와 일본 외의 시장을 개척하려는 업체들의 노력 등이 비디오게임 시장의 성장 동력이 되고 있다. 또한, 콘솔 하드웨어의 ASP(Average Selling Price)가 높았던 점 역시, 업계의 수익

을 높이는데 일조했던 하나의 요인으로 꼽을 수 있다.

지난 콘솔 사이클의 경우, PS2가 다른 콘솔들을 제치고 시장을 지배적으로 점유한 가운데 Xbox가 온라인 네트워크를 강화하여 게이머 간 커뮤니케이션과 경쟁을 도모하는 새로운 전략으로 선전했기 때문에, 업계에서는 2006년경 시작된 새로운 콘솔기 간 경쟁에서 소니의 PS3가 계속해서 업계 선두를 점유하면서 Nintendo는 경쟁에서 탈락할 것으로 예측했다. 그러나, 2006년 말에 출시된 Nintendo Wii와 DS는 예상을 뒤엎고 시장 선두로 뛰어오르며, 세계 곳곳에서 게임 콘솔 판매실적 기록을 갱신하기 시작했다. 예를 들어, 2007년 상반기 미국 시장에서는 Xbox360과 PS3를 합친 것보다 더 많은 수의 하드웨어를 판매했고, 일본에서도 출시 이후 지속적으로 다른 콘솔들보다 판매량이 많이 앞서고 있다. 호주에서도 이전의 Xbox360의 판매기록을 깨고, 역사상 가장 빨리 팔려나간 콘솔로 공식 기록되



〈그림 4-1-2-08〉 세계 비디오게임 인스톨 베이스의 시스템별 점유율 : 2007/2011



※ 자료 : IDC 2008

어, Nintendo는 슈퍼패미콤 이후 콘솔 게임 시장의 선두자리에 입성하게 되었다.

향후, 세계 비디오게임 시장은 유럽의 약진이 계속될 것으로 예상된다. 2007년을 기준으로 미국 210억달러, 유럽 147억달러, 아시아 지역이 92억달러로 전체 시장은 총 450억달러 정도의 규모를 이루는 가운데, 향후 2010년에는 567억달러 규모로 2007년 대비 26.1% 정도의 성장을 이룰 것으로 예측된다.

북미지역의 경우, 캐나다가 빠른 속도로 성장하고 있으며, 유럽 역시 비디오게임 콘솔과 소프트웨어에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있다. Nintendo의 경우, 일찍이 남미지역과 캐나다 시장에 진출한 바 있기 때문에 풍부한 현지 경험을 토대로 불어권역이나 서반아어권역에서 선전할 수 있는 기반을 갖추고 있다. 소니는 PS2로 유럽에 성공적으로 진출한 경험을 바탕으로 PS3와 PSP의 성공 발판을 마련하였다. 마이크로소프트 역시 Xbox360을 통해 글로벌 진출 전략을 세우고 있으며, 캐나다와 유럽에

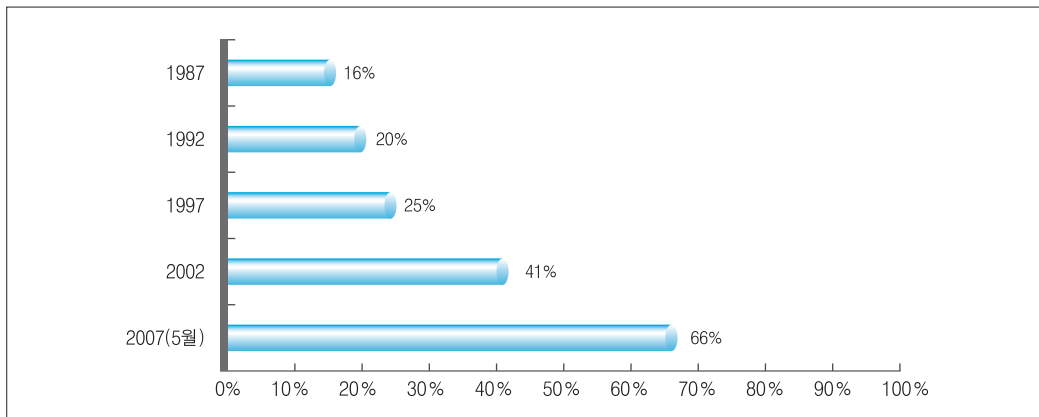
서 가시적인 성과를 보이고 있으나, 일본에서는 그다지 성공하지 못하였다.

전 세계적으로 비디오게임 시장이 선전하고 있는 가운데, 아시아 지역에서는 상대적으로 PC나 휴대폰 기반의 게임을 보다 친숙하게 받아들이는 경향이 있다. 또한, 소프트웨어 불법 복제 등 저작권 문제 역시 아시아 지역의 비디오게임 시장 발전에 저해 요소가 되고 있다.

비디오게임 기기별 전망을 보면, Xbox360의 경우 약 4천만대의 인스톨베이스를 확보하며 2010~2011년경에 끝날 이번 콘솔의 수명주기를 마감할 것으로 예측된다. 이는 이전 사이클에서 Xbox가 기록했던 2,400백만대에 비해 상당히 선전한 기록이지만, 이번 사이클의 다른 콘솔들과 비교하면 매우 뒤쳐진 성적이기도 하다. 그러나, 단기적으로 하드코어 게이머들이 지속적으로 Xbox360의 소프트웨어를 선호할 것으로 예상되어 플랫폼의 어태치율(하드웨어당 소프트웨어 판매량)은 유지될 것으로 보인다.

소니의 경우, PS3용 개발환경이 안정화됨에

〈그림 4-1-2-09〉 미국 멀티 플랫폼 출시 콘솔 소프트웨어의 증가 추세



※ 자료 : Jupiter Research 2007

따라, 퍼스트 파티의 소프트웨어 라이브러리가 양적, 질적으로 향상되고 있어 고질적인 소프트웨어 부족에서 벗어나는 2008년부터는 본격적인 성장세에 돌입할 것으로 예상된다. 그러나, PS3로의 성공적인 교체를 위해서 소니는 1억 2,000만대가 넘는 PS2의 인스톨베이스를 지렛대로 활용하는 전략이 필요하다. IDC는 갈수록 게이머 집단의 인구통계학적 양상이 다양한 연령층으로 확대되어감에 따라 Xbox360과 PS3의 경우, 콘솔가격이 199달러대로 인하되지 않는 한 주 이용자는 20~30대에 머물 것으로 전망하고 있다.

한편, 지난해처럼 Nintendo Wii의 선전이 장기적으로 이어질지는 미지수이다. 현재로서는 전례 없이 높은 수요로 공급이 달릴 정도이고, 중기적으로 보더라도 하드코어 경쟁에 투자할 시간과 경제적으로 여유롭지 않은 저연령층과 장년층에게 어필할만한 가격대와 콘텐츠를 보유하고 있다는 점에서 유리한 상황이지만, 장기적으로는 PS3나 Xbox360이 HD 텔레

비전 수준의 그래픽을 십분 활용하는 방향으로 게임을 제공하게 되면, Wii의 제한적인 그래픽 성능이 부담으로 작용할 수도 있기 때문이다.

다른 콘솔들에 비해 1년 먼저 출시된 Xbox 360은 2008년에 정점을 맞게 될 것으로 보이며, Wii는 2009년, PS3는 2011년이 각각 출하량이 정점에 이를 것으로 보인다. 이에 따라, 차세대 콘솔 사이클은 2010년쯤 마이크로소프트나 Nintendo에서 시작될 것으로 예상되며, 소니는 그 이후인 2012년 정도 콘솔 교체 시기가 도래할 것으로 보인다.

한편, 콘솔 온라인은 나름의 틈새시장을 구축하며 성장하고 있다. 갈수록 게임 소프트웨어 제작에 많은 예산이 투입되고 있어 새로운 수익창구의 필요성이 높아지고 있는 가운데, 콘솔용 온라인 소프트웨어는 소프트웨어를 판매한 후에도 아이템 구매나 서비스 구매 등으로 사후 수익을 올릴 수 있고 이를 통해 유통사들은 소프트웨어의 제품 수명과 판매를 극대화할 수 있기 때문이다. 예를 들어 Xbox LIVE는 2007년



1,000만 회원 확보를 달성했는데, Xbox360 본체의 판매 속도는 느려지고 있지만, Xbox LIVE의 유, 무료 애드-온을 통해 게임 타이틀의 생명을 연장시킴으로써 소프트웨어의 소비를 늘리게 될 것이다. Jupiter Research는 2006년 미국 전체 비디오게임 시장 매출의 약 4.2%가 콘솔의 온라인 서비스로부터 발생한 것으로 집계하였는데 향후, 꾸준히 증가하여 2012년경에는 6.5% 정도를 점유하게 될 것으로 예측하였다.

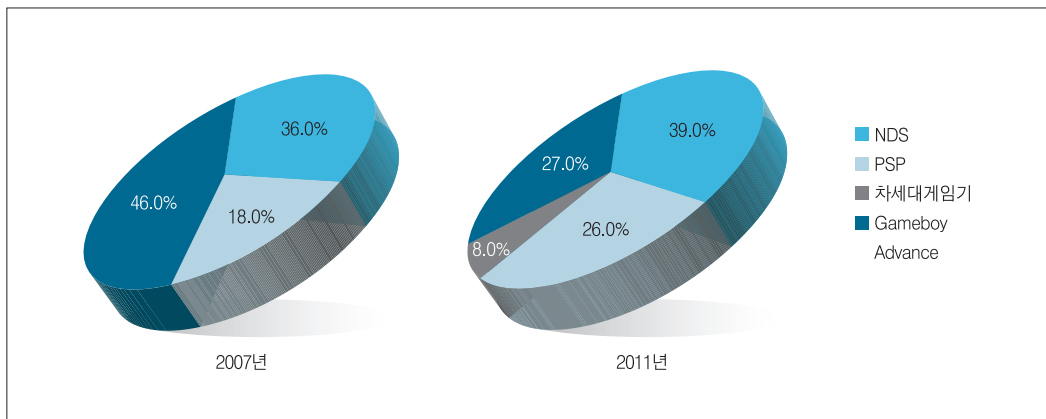
소프트웨어의 멀티 플랫폼 출시 역시 수익증대를 위한 전략 중 하나인데, 캐릭터 모델링, 아트웍 등을 재사용할 수 있다는 점과 특정 플랫폼을 위한 프로그래밍을 단순화해주는 미들웨어나 게임 엔진의 등장으로 제작비용 절감의 효과가 있기 때문이다. 실제로 해마다 멀티 플랫폼 출시가 증가하고 있는 추세를 확인할 수 있는데, 이로 인해 소프트웨어 - 플랫폼 - 소프트웨어 간의 네트워크 효과가 감소하고 있다. 이는 특정 콘솔용 소프트웨어의 확보가 갈

수록 어려워지고 있다는 것을 의미하며 따라서, 플랫폼 판매를 도모할 수 있는 블록버스터를 성공시키는 것 또한 힘들어지고 있다.

2007년의 핸드헬드 게임시장의 경우, 전통적인 강자 Nintendo가 DS의 저렴한 하드웨어 가격과 직관적인 인터페이스로 성공을 거두었고, 새로이 진출한 소니 역시 PSP를 통해 Nintendo의 아성에 도전하여 시장에서 입지를 구축하였다. 소니의 핸드헬드 게임시장으로의 진출은 새로운 인구통계학적 특징을 보이는 집단을 이 시장에 끌어들이므로써 시장을 확대하였다. 소니와 Nintendo 모두 향후, 장기간 동안 이 시장의 주류로서 군림할 것으로 예상되는 가운데, Nintendo는 보다 게임 중심적인 경험을 제공하는데 초점을 둘 것으로 보이고, 소니는 PSP의 멀티미디어 기능을 활용하는 전략을 구사할 것으로 보인다.

Nintendo의 DS는 Game Boy Advance로부터 업그레이드된 저연령층과 중장년층에게까지 어필하면서 지속적인 성장세를 유지할 것으

〈그림 4-1-2-10〉 세계 핸드헬드게임 인스톨 베이스의 시스템별 점유율 : 2007/2011



※ 자료 : IDC 2007

로 보인다. Nintendo DS Lite는 모든 지역에서 좋은 성적을 내고 있는데, 점차 DS가 시장에서 사라지고 있는 가운데 새로이 핸드헬드 게임기를 구입하는 사람과 기존의 DS 사용자들까지 DSL로 교체하는 수요가 있기 때문이다. 한편, 소니 PSP의 판매 동력은 멀티미디어 기능이라 할 수 있다. 게이머들은 게임을 하기 위해서 뿐만 아니라, UMD나 메모리스틱으로 동영상상을 보기 위해 PSP를 사용하고 있다. 새로운 디자인과 가격 인하를 통해 PSP의 판매량이 급증하고 있는데 특히, 청장년층 남성들이 PSP를 선호하는 경향을 보이고 있다.

차세대 핸드헬드 게임기는 소니와 Nintendo에 의해 2009~2010년 경에 등장하게 될 것으로 예상되는데, 새로운 핸드헬드 게임기의 등장은 기존 게임기와 소프트웨어 가격을 떨어뜨림으로써 전체적인 판매량을 높일 것으로 예상되어 핸드헬드 시장 역시 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망된다.

#### 4. 온라인게임

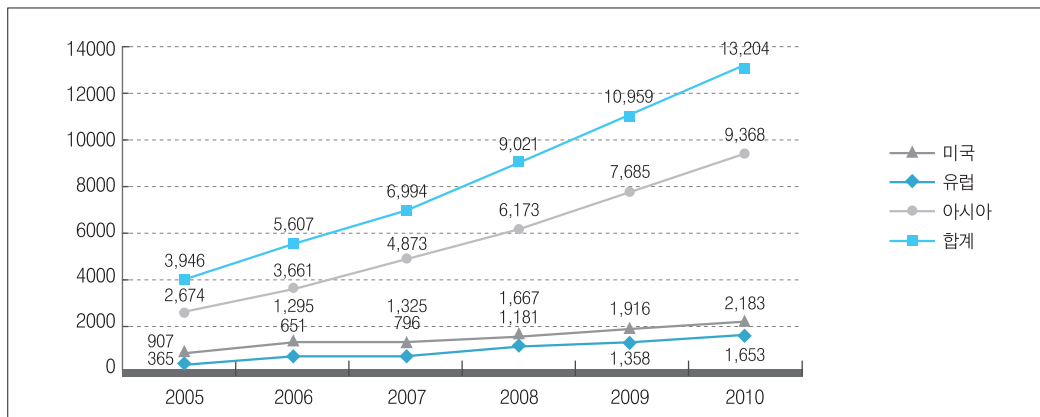
2007년 세계 온라인게임 시장은 전년대비 24.7%로 높은 성장세를 이어갔으며, 약 70억 달러 정도의 규모로 성장하였다. 현재 블리자드사의 MMORPG인 World of Warcraft가 온라인게임의 새로운 강자로 많은 인기를 누리고 있으며, 가장 일반적인 온라인게임의 인스톨 베이스로는 PC가 사용되고 있다. 그러나, 콘솔이나 핸드헬드 게임기들도 점차 네트워크 기능을 강화하고 있는 상황이어서 온라인게임 시장에서의 다른 플랫폼의 비중은 점차 증가할 것으로 보인다. 한편, 온라인게임은 초기의 MMOG와 같은 하드코어 게임에서, 점차 액션이나 캐주얼 게임 등으로 다양화되면서 이용자층 역시 전 연령층으로 확대되는 양상을 보이고 있다.

세계 온라인게임 시장은 꾸준한 성장세를 통해 2010년에는 132억달러 규모로 성장할 것으로 예상된다. 온라인게임의 경우, 아시아 지역



<그림 4-1-2-11> 세계 권역별 온라인게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Enterbrain 2008, iResearch 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Screendigest 2007, IDATE 2007, CESA 2005~2007, Informa 2006



이 70% 정도의 비중을 차지하며, 세계 시장을 주도하고 있다. 향후에도 온라인게임은 아시아를 중심으로 성장할 것으로 전망된다. 아시아 지역에서의 이 같은 성장세는 빠른 인터넷 보급이 뒷받침되었기 때문이다. 또한, 온라인게임 업체들이 과금모델을 아이템 구매방식으로 성공적으로 전환하고 있다는 점도 유력한 성장 동력이 되고 있다. 왜냐하면, 아이템 구매방식은 일괄적으로 가입비를 지불해야 하는 대신, 일단 게임에 진입한 뒤 다양한 선택을 할 수 있는 여지를 게이머에게 제공함으로써, 결과적으로 진입 장벽을 낮추는 역할을 하기 때문이다.

세계 온라인게임 시장을 주도하고 있는 아시아 지역을 보다 구체적으로 살펴보면, 우선 2007년 아시아 온라인게임 시장의 총 매출액은 49억달러를 기록했는데 이는 작년에 비해 33.1% 성장한 것이다. 아시아에서 한국 시장이 차지하는 비중은 약 46%이고, 다음으로 중국이 35%, 일본이 17% 순이다. 아시아 온라인게임 시장은 앞으로도 높은 성장세가 예상되는데, 중국이 가장 빠른 속도로 성장하고 있다. 이에 따라, 2009년에는 아시아 온라인게임 시

장 내 한국의 점유율은 43%로 다소 낮아지는 반면, 중국의 점유율은 44%를 넘으면서 한국을 제치고 중국이 시장 점유율 1위로 올라설 것이라는 전망도 나오고 있다.

한편, 앞서 언급하였듯이 현재 온라인게임의 플랫폼은 PC가 지배적이지만, 앞으로는 콘솔을 기반으로 하는 온라인게임이 증가할 것으로 전망된다. DFC Intelligence는 PC기반의 온라인게임이 전체 온라인게임 매출의 92%를 차지하던 2006년에 비해 2012년경에는 PC기반 온라인게임의 비중이 상당히 낮아지고, 콘솔기반의 온라인게임의 비중이 24%대로 비약적으로 증가할 것으로 전망하였다. 이는 2012년에 전 세계적으로 약 3,800만명 가량이 콘솔로 온라인게임을 플레이하게 될 것이라는 의미이기도 하다.

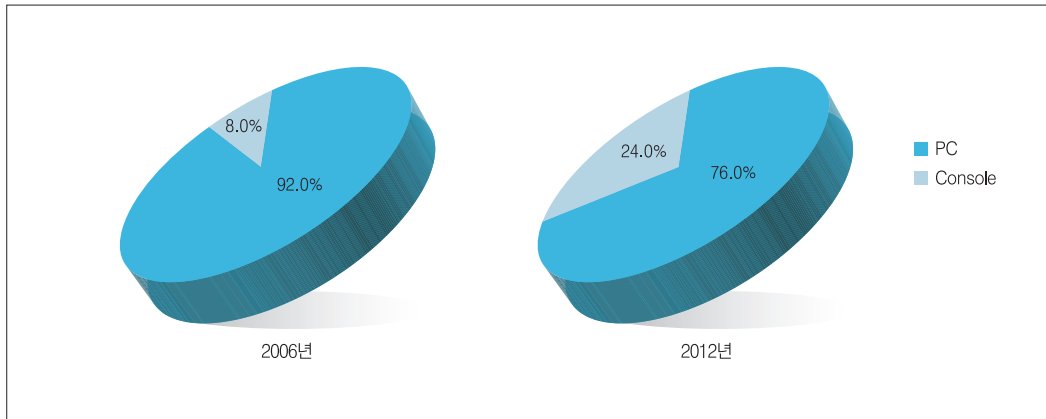
온라인게임의 장르는 일반적으로 MMOG와 캐주얼 게임으로 구분되지만, 보다 다양한 유형의 게임이 등장하고 있는 요즘, FPS, 스포츠, 액션, 레이싱, 전략 시뮬레이션 등 보다 세분화되는 경향을 보인다. 이 중, MMOG는 전통적으로 온라인게임 분야에서 가장 지배적인

〈표 4-1-2-06〉 세계 권역별 온라인게임 시장 규모 및 성장률 : 2005~2010 (단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국	매출액	907	1,295	1,325	1,667	1,916	2,183
	성장률	-	42.8%	2.3%	25.8%	14.9%	13.9%
유럽	매출액	365	651	796	1,181	1,358	1,653
	성장률	-	78.4%	22.3%	48.4%	15.0%	21.7%
아시아	매출액	2,674	3,661	4,873	6,173	7,685	9,368
	성장률	-	36.9%	33.1%	26.7%	24.5%	21.9%
합계	매출액	3,946	5,607	6,994	9,021	10,959	13,204
	성장률	-	42.1%	24.7%	29.0%	21.5%	20.5%

※ 자료 : Enterbrain 2008, iResearch 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Screendigest 2007, IDATE 2007, CESA 2005~2007, Informa 2006

<그림 4-1-2-12> PC 및 콘솔 기반 온라인게임의 매출 비중 : 2006/2012



※ 자료 : DFC Intelligence 2007

게임 양식으로 균립해 왔으며, 가장 높은 수익을 창출하고 있는 장르이기도 하다. 이 장르는 일단 한 게임이 성공하면 최소 5년에서 최장 10년까지도 시장을 지배하는 경향을 보인다. 현재까지 성공했다고 평가받는 게임은 서구 시장에서는 울티마 온라인이나 에버퀘스트, 동아시아 시장에서는 리니지, 뮤 정도로 희소한 편이다. 온라인 캐주얼 게임은 성인 여성층과 직장인 층을 유인하는 효과를 가져와 온라인게임 이용자층을 확대하였으며, 플레이하기는 쉬워도 마스터하기는 어려운 방식으로 개발되고 있다. 또, 개발비가 상대적으로 적게 들기 때문에 개발에 대한 진입 장벽이 낮아 공급이 과잉되는 경향을 보이고 있다. 본래 온라인 광고를 통한 무료 플레이 방식이 일반적이지만, 점차 추가적인 디지털 배급 방식으로 전환하는 추세에 있다.

## 5. 모바일게임

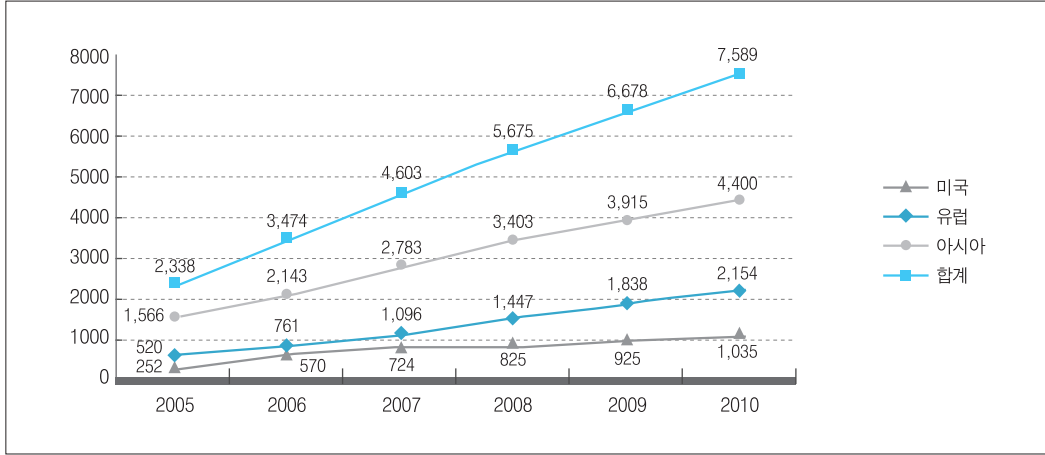
2007년, 세계 모바일게임 시장은 PC게임 시장의 규모를 처음으로 앞지르며, 50.0%에 가까운 성장률을 보였던 2006년에 이어 32.5%라는 높은 성장률을 달성하였다. 2007년 총 매출액은 약 46억달러를 기록하였는데 향후, 지속적인 성장세를 이어가 2010년에는 약 76억 달러에 이를 것으로 전망된다. 모바일게임은 특히, 기술발전과 밀접한 관련을 맺고 있는데 무선 네트워킹뿐만 아니라, 갈수록 발전하는 그래픽과 심지어 '느낄 수 있는' 감촉까지도 전달할 수 있는 기술이 등장하면서 유저의 게임 경험을 향상시키고 나아가 모바일게임 시장 성장의 견인차 역할을 하고 있다.

2007년 권역별 모바일게임 시장 점유율은 아시아 지역이 전체의 60.5%를 차지하고 있으며, 유럽이 23.8%, 미국이 15.7%를 차지하고 있다. 향후, 2010년에는 아시아 지역의 점유율이 58.0%, 유럽이 28.4%, 미국이 13.6%가 되



〈그림 4-1-2-13〉 세계 권역별 모바일게임 시장 규모 및 전망 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : Wireless world forum 2006, Screendigest 2006, In-Stat 2006, Informa 2005~2007

〈표 4-1-2-07〉 세계 권역별 모바일게임 시장 규모 및 성장률 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국	매출액	252	570	724	825	925	1,035
	성장률	-	126.2%	27.0%	14.0%	12.1%	11.9%
유럽	매출액	520	761	1,096	1,447	1,838	2,154
	성장률	-	46.3%	44.0%	32.0%	27.0%	17.2%
아시아	매출액	1,566	2,143	2,783	3,403	3,915	4,400
	성장률	-	36.8%	29.9%	22.3%	15.0%	12.4%
합계	매출액	2,338	3,474	4,603	5,675	6,678	7,589
	성장률	-	48.6%	32.5%	23.3%	17.7%	13.6%

※ 자료 : Wireless world forum 2006, Screendigest 2006, In-Stat 2006, Informa 2005~2007

〈표 4-1-2-08〉 세계 권역별 모바일 게이머 현황 및 전망

(단위 : 백만명)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
북아메리카	8.1	9.0	9.9	10.9	12.1	13.6
라틴아메리카	4.2	5.1	6.0	7.1	8.7	11.0
아시아퍼시픽	31.6	36.7	42.0	48.2	56.1	65.3
유럽	27.7	32.5	37.3	41.0	43.6	46.5
아프리카/중동	4.8	6.6	8.7	11.4	14.6	18.6
합계	76.4	89.9	103.9	118.6	135.1	155.0

※ 자료 : informa 2007

어 아시아, 미국의 점유율이 약간 감소하고 유럽의 점유율이 조금 상승할 것으로 전망된다.

2007년 현재 약 30억명 정도가 휴대폰을 사용하고 있는 것으로 집계되었으며, 향후 증가세를 유지하여 2012년엔 약 41억명 수준에 이를 것으로 전망된다. 특히, 텍스트 기반의 2G 휴대폰의 점유율이 빠르게 하락하는 대신 인터넷 접속이 가능하고 멀티미디어 기능이 강화된 2.5G나 3G 휴대폰의 시장 점유율이 상승할 것으로 전망된다. 이에 따라, 2007년 8.1%에 지나지 않았던 3G 방식(및 그 이후) 휴대폰의 점유율은 2012년에는 33.6%로 크게 증가할 것으로 전망된다. 3G(및 그 이후) 방식의 휴대폰이 보급된다는 것은 기술적으로 유저의 경험을 향상시킬 수 있다는 것을 의미하며 이에 따라, 모바일 콘텐츠에 대한 수요 역시 상당히 증가할 것으로 예상된다.

모바일 콘텐츠 산업분야 중 가장 빠르게 성장하고 있는 모바일게임은 미국과 유럽에서 상당한 규모의 시장을 보유하고 있으며, 최근에는 남미 지역에서 모바일게임에 대한 수요가 빠르게 증가하면서 점유율을 높이고 있다.

휴대폰의 보급으로 모바일 엔터테인먼트에 대한 전 세계적인 수요가 증가하고 있는 가운데, 모바일게임은 음악 다운로드에 이어 두 번째로 큰 규모의 모바일 콘텐츠 분야이며, 향후에도 이런 양상은 지속될 것으로 전망된다.

이에 따라, 전 세계 모바일게임 유저 역시 2007년 7,600만명에서 꾸준히 증가하여 2012년에는 약 1억 5,500만명 수준에 이를 것으로 전망되며, 아시아 지역과 유럽 지역의 점유율이 지속적으로 높게 나타날 것으로 예상된다.