

## 제3절 게임

### 1. 북미권 게임 시장의 주요 동향

#### 가. 북미권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 360억 2,900만 달러 규모였던 북미권 게임 시장은 2010년에 328억 5,000만 달러를 기록하며 전년대비 -8.8%의 성장을 보였다. 그리고 북미권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 4.7%의 성장세를 기록하며 2015년에는 413억 8,600만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 콘솔게임 시장의 성장세 둔화와 세계적인 경기침체가 겹치면서 급감했던 북미게임 시장은 2010년을 계기로 반등할 전망이다.

<표 IV-13> 북미 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	15,315	16,636	24,211	29,218	26,643	24,163	24,434	26,047	28,417	31,465	33,606	6.8%
아케이드	10,533	9,310	8,573	9,943	6,073	4,947	4,019	3,273	2,675	2,188	1,795	-18.4%
온라인	853	1,129	1,447	1,675	1,723	2,131	2,523	2,935	3,334	3,736	4,138	14.2%
모바일	473	629	798	910	989	1,056	1,143	1,224	1,306	1,394	1,476	6.9%
PC	1,046	1,064	920	777	601	554	513	474	438	404	371	-7.7%
합계	28,220	28,769	35,949	42,523	36,029	32,850	32,632	33,952	36,169	39,187	41,386	4.7%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

#### 나. 북미권 게임 시장의 현황 및 특징

##### 1) 인기 게임 순위

거의 모든 분야에서 침체를 경험한 2009년 미국 게임 시장에서 Nintendo는 DS와 Wii의 압도적인 판매량에 힘입어 2009년 소프트웨어 판매량에서도 10위권 안에 7개의 타이틀을 올리는 성과를 거뒀다. 그리고 Microsoft의 XBOX360은 'Modern Warfare 2'와 'Halo 3: ODST'가 각각 1위와 9위에 올랐다. 반면 Sony의 PS3 타이틀은 'Modern Warfare 2'가 유일했다.

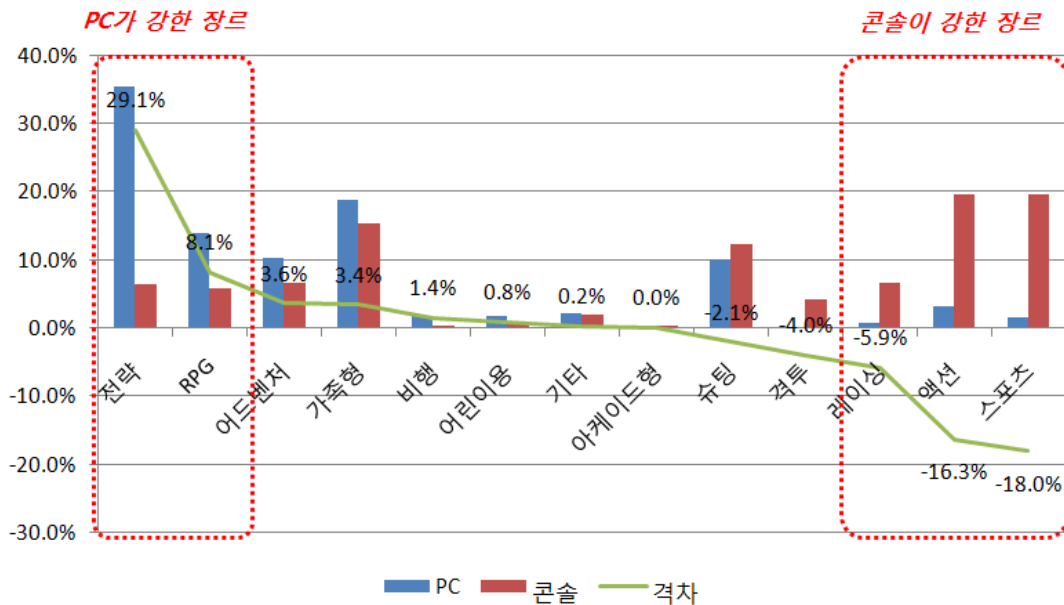
미국 내 인기 있는 온라인게임을 살펴보면, 'World of Warcraft'가 전체의 70.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 'Aion'이 3.0%, 'The Lord of the Rings Online'이 2.9%, 메이플스토리가 2.2%로 뒤를 따르고 있다. 상위 15위권 내에 한국 게임이 9개(60%)가 포진해 있어 수적인 면에서는 한국 게임들이 강세를 보이고 있는 것으로 분석된다.

## 2) 인기 장르

미국 내에서 인기 있는 장르는 플랫폼별로 다르게 나타났다. 2009년 판매된 게임의 장르를 기준으로 PC와 콘솔의 격차가 큰 장르를 살펴보면, 전략과 RPG는 PC 부문이 강한 반면, 레이싱, 액션, 스포츠의 경우에는 콘솔이 강한 것으로 나타났다.

콘솔게임과 PC게임의 비중을 합쳐서 전반적인 인기 장르를 살펴보면, 전략(41.9%)<sup>1)</sup>, 가족형(34.0%), 액션(22.7%), 슈팅(22.3%), 스포츠(21.2%), RPG(19.7%), 어드벤처(16.8%) 순으로 나타났다.

[그림 IV-12] 플랫폼별 미국 게임 인기 장르 비교



자료원: NPD(2010); ESA(2010) 재인용; 삼정KPMG(2010)

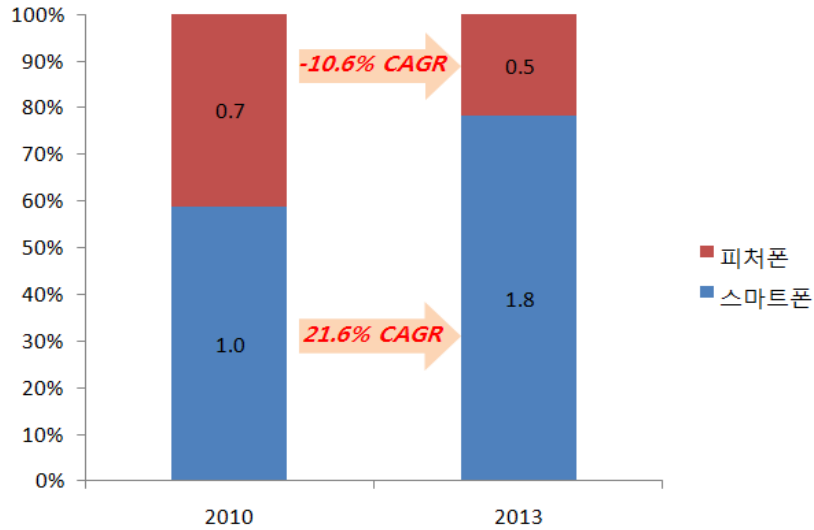
## 3) 스마트폰 게임 시장의 성장

지난 2010년 12월 글로벌게임 업체 EA는 2010년 세계 모바일게임 시장이 34억 달러에 달하며, 이 중 미국 시장은 10억 달러, 유럽 시장은 7억 달러에 달한다고 밝혔다. 그리고 미국과 유럽을 합친 17억 달러 시장에서 스마트폰 기반 게임 시장은 10억 달러이며, 피쳐폰 기반 게임 시장은 7억 달러라고 밝혔다. 이미 스마트폰 비중이 절반 이상을 넘은 것이다. 뿐만 아니라, 모바일게임 플랫폼으로서 스마트폰의 강세는 계속돼 2013년에는 피쳐폰에 비해 3배 이상 큰 시장규모를 보일 것으로 전망한 바 있다.

1) 계산방식은 PC 비중(35.5%)과 콘솔 비중(6.4%)을 합하는 방식으로 하였음

[그림 IV-13] 북미/유럽의 단말유형별 모바일게임 시장 추이  
비교(2010년/2013년)

(단위: 십억 달러)



자료원: EA(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 4) 게임 리뷰 점수, 구전 효과와 구매율에 미치는 영향력이 높아

미국 게임전문 시장조사업체 EEDAR과 Southern Methodist University Guildhall(SMU)이 지난 2010년 7월 공동으로 발표한 조사 결과에 따르면, 게임 리뷰 점수에 따라 해당 게임을 구매하거나 다른 사람에게 추천하는 비율이 크게 달라지는 것으로 나타났다.

평점은 14점정도 차이났으며, 구매여부는 2배 이상 차이났다. 즉 같은 게임성의 게임임에도 불구하고, 어떤 평점에 노출되었느냐에 따라 해당 게임에 대한 만족도와 구매여부가 달라진다는 점에서 마케팅의 중요성을 보여주는 사례라고 할 수 있겠다.

특히 게임 출시 초기에 이러한 평점을 생산하는 집단이 하드코어<sup>2)</sup> 게임 커뮤니티라는 점을 감안하면, 동일한 게임을 마케팅한다면 이 집단에 대한 홍보와 마케팅이 향후 게임 성공을 좌우하는 중요한 요소라고 할 수 있겠다.

## 2. 유럽권 게임 시장의 주요 동향

### 가. 유럽권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 417억 600만 달러 규모였던 유럽권 게임 시장은 2010년에 413억 5,000만 달러를 기록하며 전년대비 -0.9%의 성장을 보였다. 그리고 북미권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 7.5%의 성장세를 기록하며 2015년에는 594억 6,300만 달러에 이를 것으로 전망되고

2) 여기에서 '하드코어'의 의미는 특정 장르를 많이 플레이하는 게임 이용자를 의미하기보다는 게임 이용 시간과 구매량이 많은 이용자를 의미함

있다. 아케이드게임 시장의 급감세에도 불구하고, 콘솔게임과 온라인게임 시장의 성장세로 인해 전반적으로 성장세를 유지할 것으로 보인다.

<표 IV-14> 유럽 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	13,024	13,981	21,935	28,452	27,206	26,910	28,074	30,832	34,747	39,974	44,538	10.6%
아케이드	10,212	10,737	10,265	10,954	8,123	7,052	6,077	5,298	4,670	4,140	3,706	-12.1%
온라인	606	1,240	1,717	2,142	2,296	2,976	3,575	4,150	4,743	5,377	5,903	14.7%
모바일	548	761	1,147	1,506	1,905	2,235	2,449	2,565	2,797	3,007	3,232	7.7%
PC	2,332	2,403	2,420	2,299	2,176	2,177	2,154	2,126	2,107	2,094	2,083	-0.9%
합계	26,721	29,122	37,484	45,353	41,706	41,350	42,328	44,971	49,065	54,592	59,463	7.5%

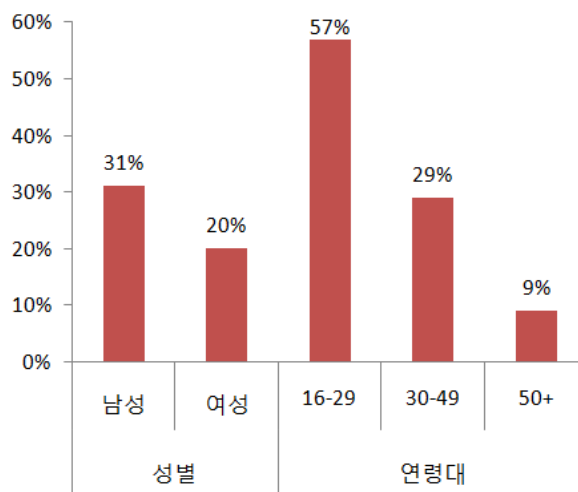
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

## 나. 유럽권 게임 시장의 현황 및 특징

### 1) 게임 이용자 Profile

유럽의 성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면, 남성이 여성에 비해 1.5배 정도 높은 비중을 보이고 있다. 그리고 30세 이하의 게임 이용 비중이 57%에 달하는 반면 30대 이후에는 그 비중이 점차 줄어드는 것으로 나타났다.

[그림 IV-14] 유럽의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

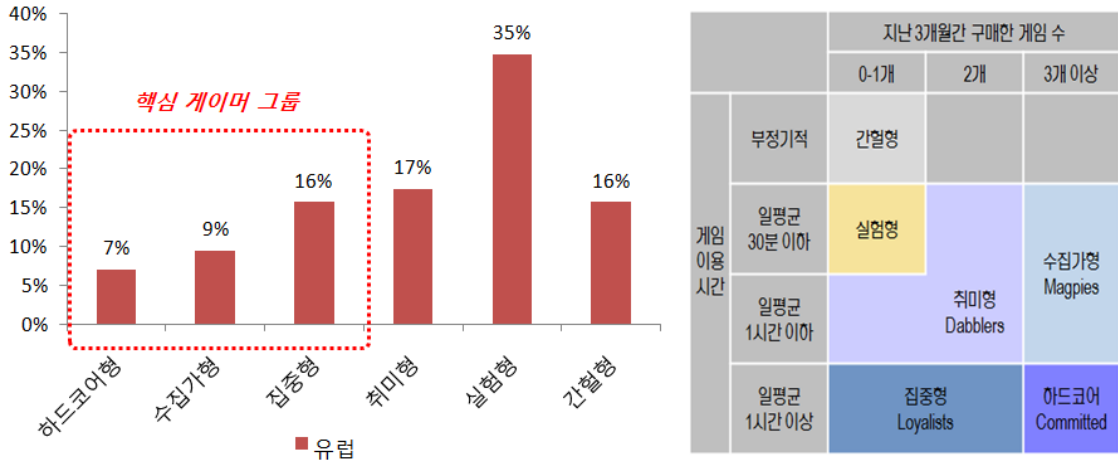


자료원: ISFE(2010)

## 2) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해볼 때, 유럽은 소수의 게임을 짧은 시간동안 플레이하는 실험형이 35%로 가장 높게 나타났으며, 많은 게임을 오랫동안 플레이하는 하드코어형이 7%로 가장 낮게 나타났다.

[그림 IV-15] 유럽의 게이머 유형별 비중

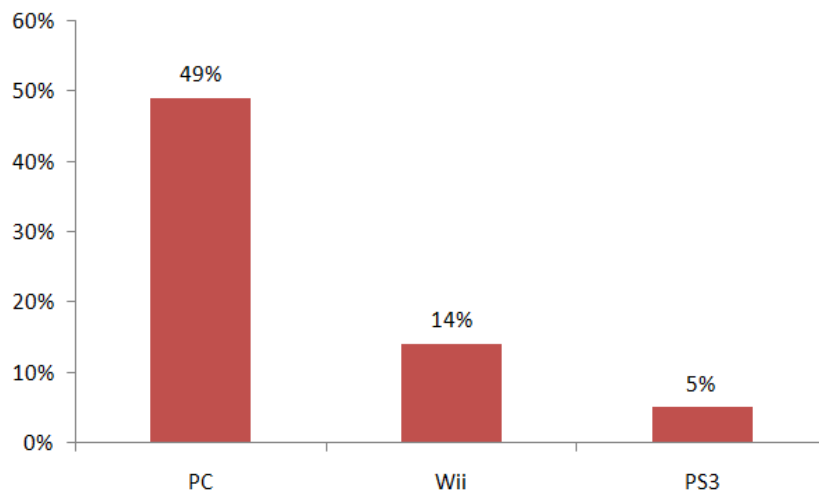


자료원: ISFE, 2010

## 3) 주요 게임 이용 플랫폼

유럽 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 49%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 PS3가 뒤를 따랐다.

[그림 IV-16] 유럽 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼

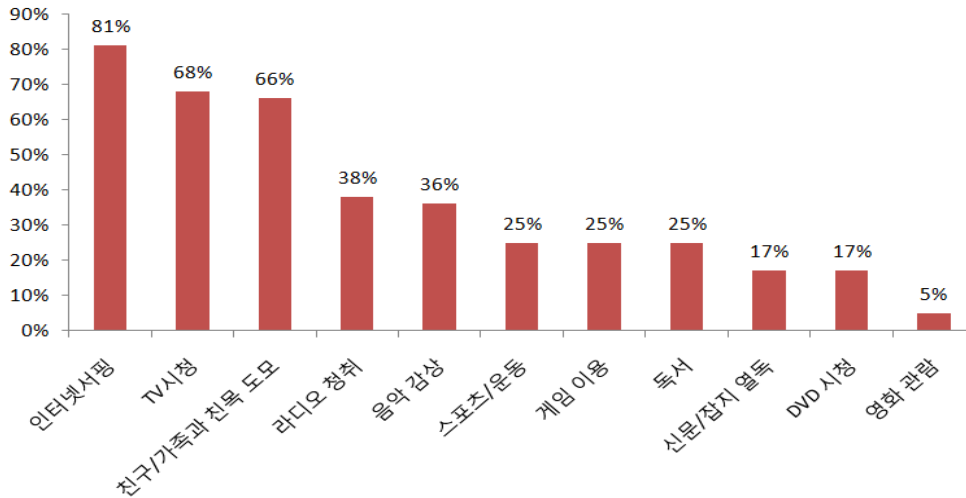


자료원: ISFE(2010)

#### 4) 게임 이용자들의 여가 활동

유럽 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷서핑이 81%로 가장 높게 나타났으며, TV시청(68%)과 친구/가족과의 친목 도모(66%)가 뒤를 이었다. 그러나 인쇄매체(책, 신문/잡지)를 이용하거나, 영화나 DVD 시청을 하는 이들의 게임 이용자 비중은 평균에 비해 낮은 것으로 조사됐다.

[그림 IV-17] 여가 활동별 유럽 게임 이용자 비중(한 주에 평균 6 시간 이상 사용하는 활동)



자료원: ISFE(2010)

### 3. 아시아권 게임 시장의 주요 동향

#### 가. 아시아권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 276억 9,900만 달러 규모였던 아시아권 게임 시장은 2010년에 281억 3,800만 달러를 기록하며 전년대비 1.6%의 성장을 보였다. 그리고 아시아권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 5.8%의 성장세를 기록하며 2015년에는 373억 1,900만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 중국을 비롯한 개발도상국들의 성장세가 두드러짐에도 불구하고 연평균 성장률이 5%대에 머물고 있는 것은 연평균 성장률 -2.3%를 기록할 것으로 전망되는 일본게임 시장의 침체로 인한 것으로 분석된다.

<표 IV-15> 아시아 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	7,446	8,004	8,260	8,014	7,663	6,782	6,599	6,597	6,777	7,084	7,198	1.2%
아케이드	16,667	15,717	12,015	10,393	9,098	8,220	7,298	6,490	5,797	5,179	4,635	-10.8%
온라인	2,584	3,438	4,664	6,036	8,391	10,150	12,102	14,590	16,352	18,334	20,376	15.0%
모바일	1,126	1,568	1,880	2,180	2,370	2,824	3,180	3,718	4,134	4,551	4,990	12.1%
PC	257	234	221	199	178	162	152	144	135	127	120	-5.8%
합계	28,080	28,961	27,041	26,821	27,699	28,138	29,331	31,540	33,195	35,275	37,319	5.8%

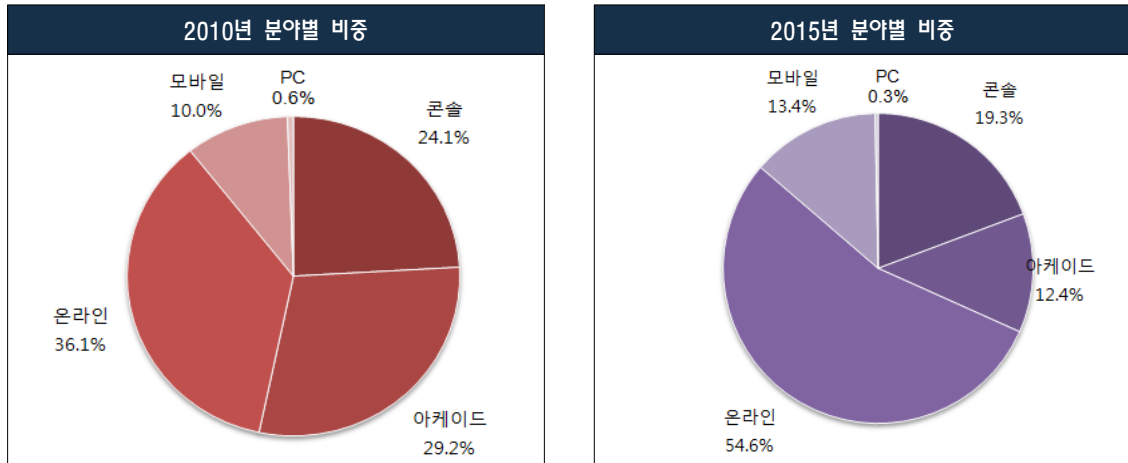
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

나. 아시아권 게임 시장의 현황 및 특징

1) 온라인게임 시장의 지속적인 성장세

2010년 아시아권 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 온라인게임 시장이 36.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 29.2%, 콘솔게임 24.1%, 모바일게임 10.0%, PC게임 0.6%의 순으로 나타난다. 2015년에는 온라인게임 시장이 36.1% → 54.6%, 모바일게임 시장이 10.0% → 13.4%로 성장하는 반면 아케이드게임 시장은 29.2% → 12.4%, 콘솔게임은 24.1% → 19.3%, PC게임은 0.6% → 0.3%로 감소할 것으로 예상된다.

[그림 IV-18] 2010년과 2015년 아시아 게임 시장 분야별 비중



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

2) 스마트폰과 태블릿PC 게임 시장 진출 활발

2008년 iPhone 출시 이후 본격적인 스마트폰의 대중화가 실현되고 있는 일본에서는 2010년부터 구글 안드로이드 탑재 스마트폰 출시가 본격화되면서 스마트폰 게임 시장이 확산기에 접어들었다. 뿐만 아니라, iPad 출시와 더불어 안드로이드나 윈도우즈7이 탑재된 태블릿 PC 출시가 증가하고 있어 해당 시장 또한 성장할 것으로 전망되고 있다. 일본 게임업체들은 이처럼 성장하는 스마트폰과 태블릿 PC라는 신규 플랫폼에 적극적으로 대응하고 있는 것으로 나타났다.

먼저 다른 게임회사에 비해 적극적으로 스마트폰/태블릿PC 시장을 공략하고 있는 것은 Capcom이다. Capcom은 독자적인 기술인 '비주얼패드'를 적용한 Street Fighter IV가 크게 인기를 얻은 바 있다. 또 2010년 3월에는 해외 인기 텔레비전 프로그램과 연동한 캐주얼게임 Who Wants To Be A Millionaire?와 Are You Smarter Than A 5th Grader? 관련 게임과 타사 판권을 활용한 Cash Cab과 Where's Waldo?가 크게 인기를 얻어 북미 시장에서의 입지를 넓혔다.<sup>3)</sup>

이러한 인기를 기반으로 기존에 확보하고 있는 다수의 인기 콘솔 IP를 스마트폰과 태블릿 PC용으로 개발할 계획이다. 그 범위 또한 Bio Hazard와 같은 자사 콘텐츠뿐만 아니라, Cash Cab After Dark: Las Vegas와 같은 써드파티 게임을 같이 공급할 계획이다. 그리고 1,100명 규모의 내부 개발 조직을 기존의 플랫폼별 구분을 없애고 통합하는 조직개편도 진행할 계획이다. 이는 게임 기획 단계부터 다양한 플랫폼을 염두에 두겠다는 구상인 것이다.

일본 게임 업체 Konami 또한 METAL GEAR SOLID TOUCH 등 지금까지 17개의 게임 애플리케이션을 출시하면서, iPhone/iPod touch/iPad용 게임 시장에 적극 진출하고 있다. 뿐만 아니라 자사의 iPhone/iPod touch용 애플리케이션을 소개하는 홍보 사이트 'Touch KONAMI'를 지난 2008년 개설해 운영중이다.

### 3) 3D 온라인게임 비중 지속적으로 상승

2010년 1월~10월까지 중국 내에서 테스트를 실시한 456개의 온라인게임 중에서 3D로 제작된 게임은 257개로 전체의 56.3%에 달하는 것으로 조사됐다. 이어 전통적인 2D 그래픽 게임이 130개로 28.5%의 점유율을 보였고, 2.5D 게임은 69개로 15.1%의 비중을 차지했다.

3D 게임 중에서 중국 자체 개발 게임이 차지하는 비중은 70%를 넘어서며, 외산 게임을 크게 앞지른 것으로 나타나, 중국 업체들의 자체 개발력이 지속적으로 높아지고 있는 것으로 분석됐다.

또 중국 최대 인터넷 포털 사이트인 시나닷컴이 지난 2010년 7월~10월 테스트를 실시하거나 본격 서비스에 들어간 온라인 게임을 대상으로 선정해 발표한 '상위 20위 온라인 게임'에서 3D 게임의 수는 11개로 전체의 절반이 넘었으며, 이 중 3D 게임이 1~6위를 차지해 3D 그래픽이 전체 시장을 선도하고 있는 것으로 분석됐다. 이 같은 3D 게임 수 증가와 인기 상승은 중국에서 3D 그래픽 게임이 대세로 자리잡아가고 있다는 점과 함께, 동시에 많은 업체들의 게임 개발이 3D 그래픽 게임에 무게를 두고 있다는 것을 보여주고 있다.

3) 참고로 Capcom의 2009년 북미 모바일게임 시장 점유율은 3.3%인 것으로 조사됨



#### 4. 중남미권 게임 시장의 주요 동향

##### 가. 중남미권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 14억 1,600만 달러 규모였던 남미권 게임 시장은 2010년에 14억 3,700만 달러를 기록하며 전년대비 1.5%의 성장을 보였다. 그리고 남미권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 4.3%의 성장세를 기록하며 2015년에는 18억 6,300만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 개발도상국이 많은 남미권은 아케이드게임을 제외한 나머지 플랫폼이 모두 성장세를 기록할 것으로 예상된다.

<표 IV-16> 중남미 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	360	403	525	656	620	634	674	715	771	840	901	7.3%
아케이드	447	473	388	406	313	261	218	182	152	126	105	-16.6%
온라인	3	3	19	32	48	61	76	86	94	102	106	11.6%
모바일	93	169	228	285	320	361	403	445	504	561	605	10.9%
PC	89	100	104	108	115	120	125	130	135	139	145	3.9%
합계	992	1,148	1,264	1,487	1,416	1,437	1,496	1,557	1,656	1,769	1,863	5.3%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

##### 나. 중남미권 게임 시장의 현황 및 특징

###### 1) 중남미 주요 국가, 경기 침체에도 불구하고 성장세 유지

아르헨티나 프로그래머협회는 경제 위기에도 불구하고 게임, 오락 분야의 소비는 줄어들지 않아 2009년 8,000만 달러의 매출을 달성했다고 발표했다. 이는 콘솔, 모바일, 인터넷 분야의 매출을 모두 합한 것으로 5년 전에 비해 5배 이상 성장한 수치다. 협회 측은 경제위기에도 게임이 성장할 수 있던 요인으로 사람들이 여가 선택으로 극장에 가거나 외식을 하는 대신 게임을 선택했기 때문으로 분석했다.

또 멕시코 게임 시장 또한 지난 2009년 25년 만에 큰 성장세 기록해, 세계 5위, 라틴아메리카 1위 게임 시장으로 발돋움했다. 멕시코 비디오 게임 시장 규모는 2009년 7억 달러(8,131억 원) 이상이었으며, 2010년에는 10억 달러(1조 1,616억 원)를 돌파할 것으로 전망되고 있다.

###### 2) 멕시코 가정에서 게임기가 주요 가전으로 자리잡아

시장조사업체 Consulta Mitofsky가 발표한 보고서에 따르면, 멕시코 가정 6가구 중 1가구는 콘솔 게임기를 보유하는 것으로 나타나 콘솔 게임기가 주요 가전으로 자리 잡고 있는

것으로 분석됐다.

가정 내 게임기의 보유 여부는 사회적 지위 및 경제 수준과도 연관되어 있는데, 게임기를 한대 이상 보유한 가정 중 절반이 소득 수준이 높으며, 소득 수준이 낮음에도 게임기를 보유한 가정은 1%에 불과한 것으로 나타났다.

구체적으로 콘솔 게임기를 보유한 30%에 해당하는 가정의 가장이 대학교를 나왔고, 게임기 보유 가정의 85%에 해당하는 가정의 가장이 고등학교 까지 교육을 받은 것으로 조사됐다.

## 5. 오세아니아권 게임 시장의 주요 동향

### 가. 오세아니아권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 15억 4,200만 달러 규모였던 오세아니아권 게임 시장은 2010년에 15억 9,500만 달러를 기록하며 전년대비 3.4%의 성장을 보였다. 그리고 오세아니아권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 7.3%의 성장세를 기록하며 2015년에는 22억 6,700만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 IV-17> 오세아니아 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	437	435	560	677	729	766	843	925	1,033	1,167	1,297	11.1%
아케이드	574	523	411	413	341	301	266	234	207	183	161	-11.7%
온라인	103	129	150	168	181	195	213	230	247	271	294	8.5%
모바일	78	105	140	180	218	259	299	341	373	400	441	11.2%
PC	81	77	78	75	73	74	74	74	75	74	74	0.2%
합계	1,273	1,270	1,339	1,513	1,542	1,595	1,695	1,805	1,935	2,095	2,267	7.3%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

### 나. 오세아니아권 게임 시장의 현황 및 특징

#### 1) 인기 게임

2010년 1월 판매량을 기준으로 호주의 인기 콘솔게임을 살펴보면, Wii 게임이 6개로 압도적인 비중을 차지하고 있다. 그 외에는 'Call of Duty'가 6위와 8위에 오르면서 FPS 게임의 인기를 반영했다.

<표 IV-18> 호주 콘솔게임 순위(2010년 1월)

순위	게임명	플랫폼	퍼블리셔	장르
1	Wii Fit Plus	Wii	Nintendo	건강
2	Mario Kart	Wii	Nintendo	레이싱
3	Wii Sports Resort	Wii	Nintendo	스포츠
4	New Super Mario Bros.	Wii	Nintendo	액션
5	Wii Play	Wii	Nintendo	스포츠
6	Call of Duty: Modern Warfare 2	PS3	Activision Blizzard	FPS
7	Just Dance	Wii	Nintendo	댄스
8	Call of Duty: Modern Warfare 2	Xbox360	Activision Blizzard	FPS
9	Darksiders	PS3	THQ	액션
10	Army of Two	Xbox360	Electronic Arts	FPS

자료원: Gfk(2010); 삼정KPMG(2010)

호주의 인기 PC게임을 살펴보면, 'Call of Duty: Modern Warfare 2'가 1위를 차지했으며, 나머지 8개는 WoW와 The Sims 시리즈가 각각 4개씩 차지했다.

<표 IV-19> 스페인 PC게임 순위(2010년 1월)

순위	게임명	퍼블리셔	장르
1	Call of Duty: Modern Warfare 2	Activision Blizzard	FPS
2	The Sims 3	Electronic Arts	시뮬레이션
3	The Sims 3: World Adventures	Electronic Arts	시뮬레이션
4	World of Warcraft: Wrath of the Lich King	Activision Blizzard	RPG
5	The Sims 2: Double Deluxe	Electronic Arts	시뮬레이션
6	World of Warcraft	Activision Blizzard	RPG
7	World of Warcraft Battlechest	Activision Blizzard	RPG
8	The Sims 2: Seasons	Electronic Arts	시뮬레이션
9	Age of Empire 3	THQ	전략
10	World of Warcraft: Burning Crusade	Activision Blizzard	RPG

자료원: NPD(2010); 삼정KPMG(2010)

## 6. 중동/아프리카권 게임 시장의 주요 동향

### 가. 중동/아프리카권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 2억 4,800만 달러 규모였던 중동/아프리카 게임 시장은 2010년에 2억 5,300만 달러를 기록하며 전년대비 2.0%의 성장을 보였다. 그리고 중동/아프리카 게임 시장은 향후 5년간 연평균 7.5%의 성장세를 기록하며 2015년에는 3억 6,200만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 IV-20> 중동/아프리카 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	67	74	96	127	131	137	149	162	181	204	226	10.6%
아케이드	77	78	62	68	55	48	42	36	32	28	24	-12.8%
온라인	5	8	9	12	15	18	20	24	26	26	27	8.9%
모바일	9	16	22	29	35	38	45	50	58	65	71	13.4%
PC	13	13	13	12	12	12	13	13	13	13	14	1.6%
합계	171	189	202	248	248	253	268	285	310	337	362	7.5%

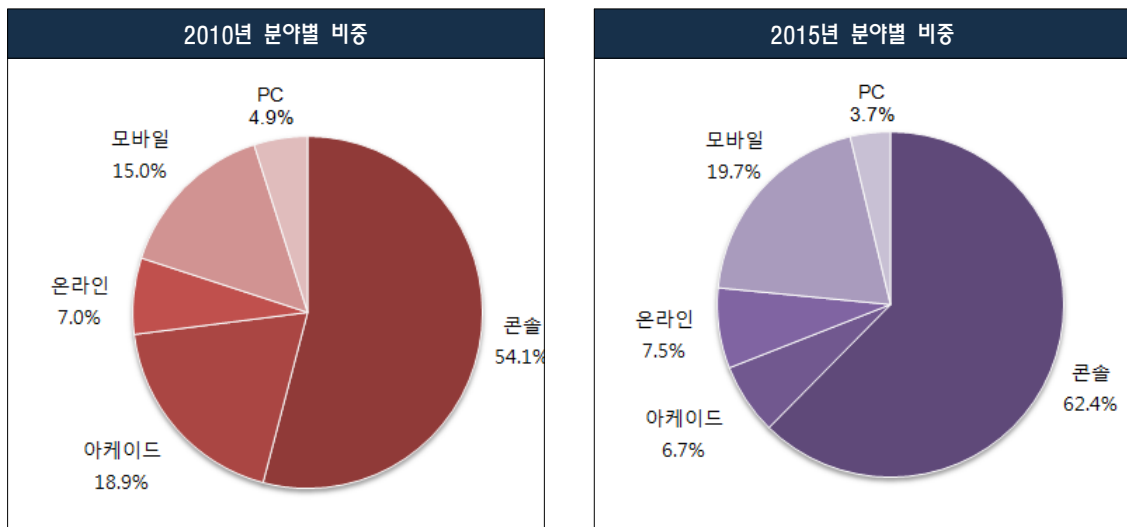
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성

## 나. 중동/아프리카권 게임 시장의 현황 및 특징

### 1) 콘솔과 온라인 시장의 성장세

2010년 중동/아프리카 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 54.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 18.9%, 모바일게임 15.0%, 온라인 게임 7.0%, PC게임 4.9%의 순으로 나타난다. 2015년에는 콘솔게임 시장이 54.1% → 62.4%, 모바일게임 시장이 15.0% → 19.7%, 온라인게임 시장이 7.0% → 7.5%로 성장하는 반면 아케이드게임 시장은 18.9% → 6.7%, PC게임 시장은 4.9% → 3.7%로 감소할 것으로 예상된다.

[그림 IV-19] 2010년과 2015년 세계 게임 시장 분야별 비중



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG 재구성