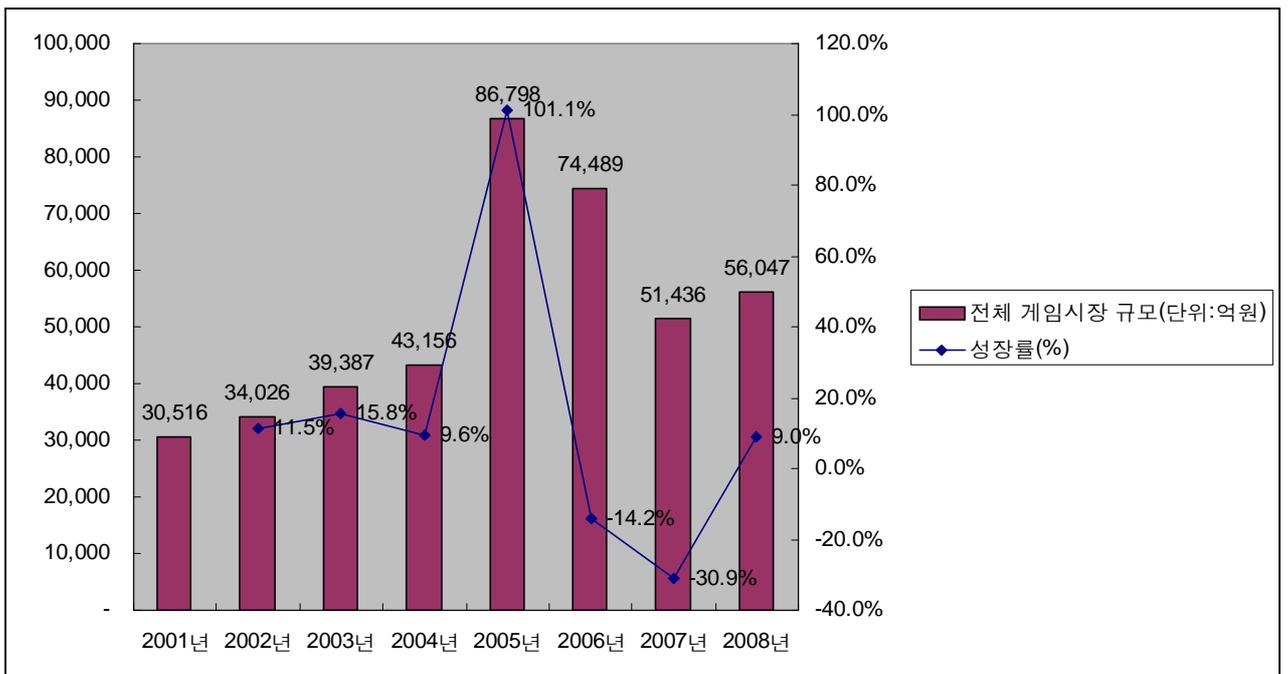


## 국내 게임산업의 동향과 전망

2008년 국내 게임시장 규모는 전년에 비해 9.0% 증가한 5조 6,047억원으로 나타나 2006년과 2007년에 큰 폭으로 감소했던 추세에서 벗어나 플러스 성장으로 돌아선 것으로 나타났다. 2005년 8조 6,798억원이었던 국내 게임시장이 바다이야기 사태로 2006년 7조 4,489억원으로 약 14% 감소하고 2007년에는 5조 1,436억원으로 무려 30% 이상의 감소치를 보였으나, 2008년에는 9.0%가 성장하여 5조 6,047억원의 규모를 나타냈다. 2008년 제작·배급시장에 해당하는 5대 게임 플랫폼에 의한 매출 규모는 3조 5,884억원(64.0%)을 차지하였고, PC방, 아케이드게임장, 비디오게임장 등 전체 소비시장 규모는 2조 163억원(36.0%)으로 조사되었다.

분야별 규모를 살펴보면, 온라인게임이 2조 6,922억원으로 전체 게임시장의 48.0%를 점유하여 제작배급 및 소비시장을 통틀어 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 온라인게임의 소비시장인 PC방이 1조 9,280억원으로 나타나 전체의 34.4%에 달하는 시장을 점유하고 있다. 따라서 온라인게임으로 인한 제작배급 및 소비시장의 규모가 전체 게임시장의 약 82.4%에 달하는 것으로 나타났다. 한편 모바일게임은 2007년에 비해 21.1% 증가한 3,050억원으로 성장하였고, 비디오게임의 경우에는 19.5% 성장하여 2007년 4,201억원에서 5,021억원으로 증가하였다. 가장 높은 성장률을 보인 분야는 아케이드게임 및 아케이드게임장이나, 2006년 바다이야기 사태를 거치면서 크게 침체된 상황이기 때문에 시장규모 자체(아케이드게임 628억원, 아케이드게임장 696억원)는 전체 게임시장(5조 6,047억원)에서 큰 비중을 차지하지는 않는다. PC게임의 경우에는 지속적인 하락세를 보이고 있는데 2007년에 비해 24.9%가 감소한 263억원에 불과한 것으로 나타났고, 비디오게임장 역시 전년도인 2007년에 비해 36.2% 감소한 187억원으로 점차 시장규모가 축소되고 있음을 알 수 있다.

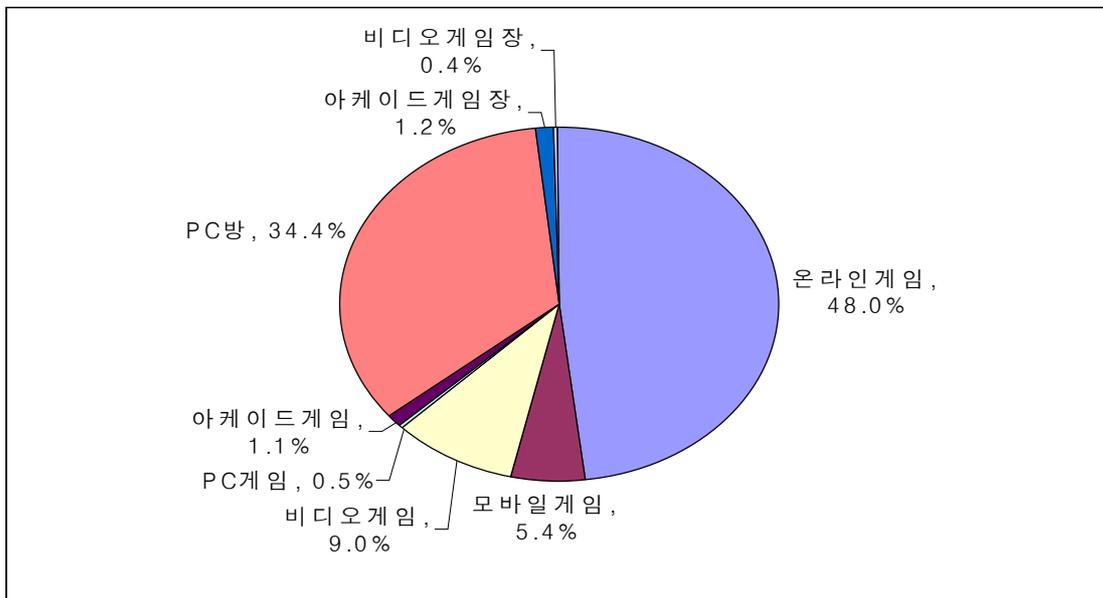
국내 게임시장 규모 및 성장률 추이(2001~2008) (단위 : 억원, %)



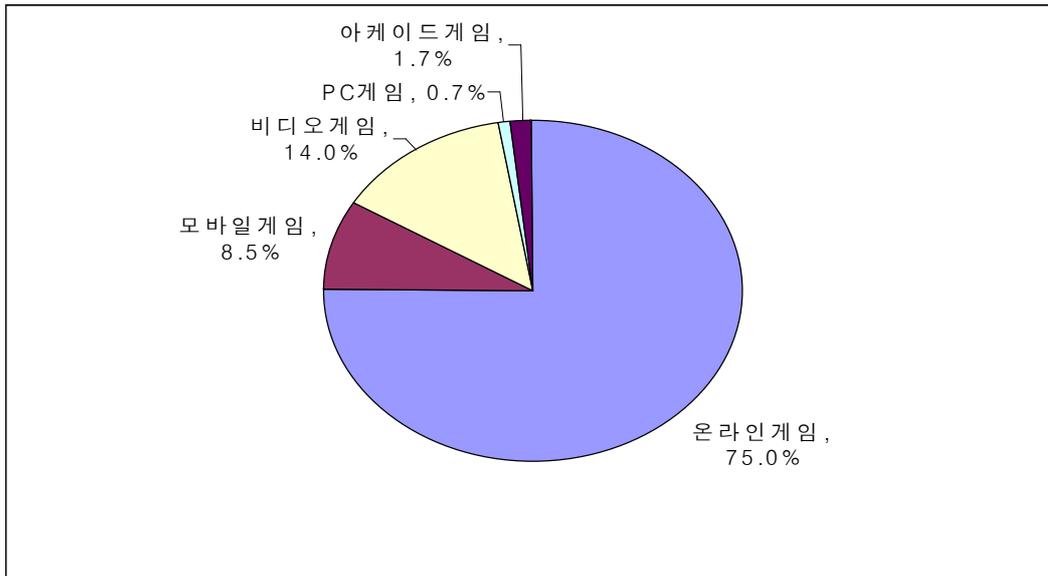
2008년 국내 게임시장 규모 (단위 : 억원)

구분		온라인게임	모바일게임	비디오게임	PC게임	아케이드게임	PC방	아케이드게임장	비디오게임장	합계
2007년	매출액	22,403	2,518	4,201	350	352	20,801	518	293	51,436
2008년	매출액	26,922	3,050	5,021	263	628	19,280	696	187	56,047
	성장률	20.2%	21.1%	19.5%	-24.9%	78.3%	-7.3%	34.3%	-36.2%	9.0%

2008년 국내 게임시장 분야별 비중



2008년 국내 게임 플랫폼별 비중



### 1. 온라인게임의 글로벌화 지속, 중국 등 해외국가의 성장 가속

온라인게임은 2008년에도 지속적인 성장을 거듭하였으며 수출 지역의 다각화를 통해 수출액 증가에 따른 전체 시장규모(매출액 기준)의 증가로 이어졌다. 그간 주된 수출지역이었던 중국 등 아시아지역 외에도 미국 및 유럽 등지로도 활발한 수출이 이루어지는 계기를 마련하였고, 이러한 노력에 따라 대기업을 중심으로 온라인게임의 성장이 두드러졌고 전체 온라인게임의 수출은 10억 달러를 넘는 쾌거를 낳았다.

2009년 국내 온라인게임 시장은 2008년과 마찬가지로 두 자리 수 성장을 거듭하여 2009년에는 3조 5천억원으로 전체 게임산업의 약 50% 가량의 비중을 지속 유지할 것으로 전망된다. 2009년에는 '아이온'과 같은 대작 MMORPG가 흥행에 성공하면서, 온라인게임에 대한 소비자들의 관심을 불러일으키고 있고, 기능성 게임, 특히 교육용 게임에 대한 관심이 커지면서 청소년, 여성 등 새로운 게임이용자 층이 확대될 것으로 예상되어, 2009년도의 온라인게임 시장은 2008년도의 성장률을 넘어선 약 30%의 증가율을 보일 것으로 예상된다.

그간 온라인게임에 대한 낮은 사회적 인식으로 산업적 성공에 비해 사회문화적 인식이 저조했었으나, 2009년 게임업계를 중심으로 진행되는 그린게임 캠페인 등은 게임에 대한 사회적 인식을 차츰 변화시켜갈 수 있을 것으로 보인다. 그러나, 게임에 대한 과몰입, 사행성 등에 대한 우려는 당분간 계속될 것으로 보이고, 중국의 게임관련 정책의 변화에 따라 국내 온라인게임의 수출환경에 영향을 받을 것으로 예상된다. 또한 온라인게임의 수출지역이 다각화되고 있고 세계 온라인게임 시장의 성장에 따른 국산 게임의 확산 가능성도 높아지고 있어 2009년에는 3조 5천억원의 시장규모를 달성할 것으로 전망된다.

2008년 중국의 온라인게임 시장은 급격한 성장을 지속하였고, 이에 따라 2008년 세계 온라인게임 시장규모(매출액 기준) 중 중국이 23.5%의 비중으로 세계 1위, 우리나라가 22.5%로 2위를 차지하여 그간 세계 온라인게임 시장에서 우리나라가 1위를 유지하던 것에 변화가 나타났다. 그간 중국의 온라인게임 시장은 폭발적인 성장을 거듭했으며, 2008년에 무려 50%의 성장률을 보이면서 규모를 확대했다. 세계 온라인게임 시장은 일본, 미국, 유럽의 경우에도

지속적으로 증가하는 추세로, 새로운 경쟁체제로의 돌입과 함께 또다른 기회의 영역으로 주목받고 있다.

#### 2. 모바일게임의 연 15~20%의 지속적인 성장, 오픈마켓 등 새로운 유통기회 등장

모바일게임 분야는 2008년은 새로운 사업 모델로서 부분유료화가 보다 확산된 한 해였고 이에 따라 모바일게임 시장은 약 20%의 증가율을 보였다. 향후에는 부분유료화 및 광고 등의 수익모델 외에 새로운 모바일환경 변화에 따른 수익창출 가능성이 높아지고 있어, 2009년 이후의 시장성장을 역시 약 15% 이상의 수치를 보일 것으로 전망된다. 모바일게임 개발업체의 신규장르 개발 및 스마트폰을 통한 모바일게임의 새로운 시장 창출을 통해 내수시장의 증가를 기대할 수 있으며, 해외에서의 꾸준한 성장 역시 수출액의 증가로 이어질 것으로 예상되고 있다. 주요 모바일게임업체의 해외 법인의 보다 본격적인 성과들이 나타날 것이며, 게임내 광고를 통한 수익창출 채널의 다각화가 이루어질 것으로 보인다. 더욱이 2008년 아이폰 출시와 함께 등장한 앱스토어는 2009년에 국내외적으로 오픈마켓에 대한 관심을 더욱 증폭시켰고 구글, MS, 국내의 NHN 등에서 구체적인 시도들이 나타났다. 이러한 변화는 기존의 이동통신사만을 통한 유통구조에서 벗어나 보다 다양한 경로를 통해 모바일게임을 제작, 유통할 수 있게 할 것으로 보이며, 새로운 시장창출의 돌파구로서 기대를 모으고 있다.

#### 3. 비디오게임의 완만한 증가세 유지, 국산 비디오게임 및 게임기기 개발·판매 증가

닌텐도 Wii의 국내 출시에 따라 2008년에는 다양한 비디오게임 플랫폼이 본격적으로 경쟁체제를 갖추게 되었고, 콘솔게임기 및 그간 큰 호응을 받았던 PSP와 NDSL 등 휴대용게임기와 함께 지속적인 비디오게임의 성장을 견인하는 요인이 되었다. 또한 2008년 하반기에는 휴대용게임기들의 새로운 모델이 소개되면서 비디오게임 분야에 대한 또다른 관심을 불러일으켰다.

2009년에는 닌텐도, 소니, MS 등 주요 비디오게임사의 차세대 게임기에 대한 발표가 없어 폭발적인 시장 증가를 기대하기 어려우나, 각 비디오게임사들이 차별적인 독점 타이틀 발매를 추진하면서 경쟁을 강화하고 있으며, 국내 비디오게임 개발업체의 경우에도 비디오게임 분야의 진출이 지속적으로 증가하여 2009년에도 기존 온라인게임의 휴대용게임화 등 지속적인 개발이 추진되고 있다. 또한 2009년에는 이와 함께 국산 휴대용게임기인 'GP2X Wiz'가 발표되어 20여개국으로 수출지역을 확대할 것으로 예상되고 있어, 전반적으로 2009년에는 약 3% 성장한 5,172억원의 시장규모를 달성할 것으로 예상된다.

#### 4. PC게임의 시장감소 지속

지속적으로 감소하고 있는 PC게임은 2008년에도 약 25%의 감소율을 보였다. 또한 PC게임 시장의 기반이 거의 붕괴되어 향후에도 시장 성장의 가능성을 기대하기는 어려운 상황이다. 한편, 게임의 유통형태에 따라 다양한 방식으로 게임판매가 이루어지기 때문에 게임플랫폼 간 구분이 모호한 상황이 증가하고 있는데, 해외에서는 국내에서 온라인게임으로 출시되었던 게임들이 PC패키지 판매방식과 병행되고 있고 2010년 출시 예정인 '스타크래프트 2'의 경우 '스타크래프트'와 같이 PC패키지게임 형태로 판매되더라도 이용방식 측면에서는 온라인게임과 크게 다르지 않기 때문이다. 따라서 PC게임의 매출액으로 구분되는 범위의 문제도 보다 복잡해지고 있는 상황이다.

5. 청소년용 아케이드게임 개발 등으로 소폭 성장, 활성화 전략으로 획기적인 계기 마련이 필요

2008년에는 아케이드게임의 침체 분위기가 지속되는 상황에서도 청소년게임을 중심으로 꾸준한 개발과 수출이 진행되었다. 유니아나와 시물라인 등은 지속적인 새로운 게임기 및 서비스 시스템을 개발했고, 이들을 중심으로 해외 수출이 진행되었다. 2009년에는 청소년이용가 게임물 외에 청소년이용불가 게임물이 2006년 5월 이후 처음으로 등급분류되었고, 체감형게임 장르의 경우 수출을 중심으로 매출확대 전략을 추진하고 있어 추후 차츰 보다 많은 게임기들이 등장하고 매출액 역시 증가할 것으로 기대되고 있다.

2008년 아케이드게임장은 2007년에 비해 약 30%가 감소하여 3천 여개에 불과한 것으로 나타났다. 전반적으로 2007년에 이어 침체를 지속하고 있다. 2007년에 비해 매출 증가율이 30%를 넘었으나 매우 낮은 시장규모였기 때문에 2008년 역시 700억원 미만에 그친 것으로 나타났다. 이들 게임장은 대부분 청소년게임장이며 신규 게임기의 부족으로 큰 폭의 성장을 기대할 수 있는 기회와 여건이 부족한 실정이다. 2009년에는 대형 프랜차이즈 게임장의 개설이 조금씩 활성화됨으로써 게임장의 성장을 기대할 수 있는 시도들이 나타나고 있다.

그러나 아케이드게임에 대한 사행성 우려로 인해 법률적인 측면에서 개선의 여지가 여전히 남아있으며, 정부와 업계의 이에 대한 보다 본격적인 대책과 산업 활성화 전략이 마련될 필요가 있다.

6. PC방의 업계간 경쟁 심화, 2조원대의 시장규모

2008년 PC방 수는 2007년에 비해 소폭 증가하여 약 2,100여개가 운영 중인 것으로 나타났으며 업계간의 경쟁 심화로 전체 PC방의 매출액은 약간 감소하여 2조원에 못미치는 것으로 나타났다. PC방의 매출은 온라인게임 제작·배급의 매출액 다음으로 국내 게임시장에서 높은 비중을 차지하는 분야이다. 2009년의 경우에는 국내 대작 온라인게임의 흥행과 함께 소폭 상승할 것으로 기대된다. PC방은 2~3년전부터 프랜차이즈 등을 중심으로 대형화되는 추세이고, 이들 대형 PC방을 중심으로 내부적인 구조조정이 이루어지고 있는 상황이다. 향후 2010년 PC방 매출의 경우에는 '스타크래프트 2' 및 '디아블로 3' 등 새로운 대작의 등장과 함께 15% 가량 큰 폭으로 성장하여 약 2조 3천억원대로 증가할 것으로 예상된다.

7. 온라인게임 중심으로 수출 40.1% 대폭 증가

2008년 국내 게임 수출은 2007년도에 비해 40.1%나 증가한 성장한 10억 9,386만 달러에 달하는 것으로 나타났다. 수입은 약 3억 8,692만 달러를 기록하여 수출이 수입의 세 배 가까운 규모를 보였다. 온라인게임은 2008년도 전체 수출의 97.6%를 차지하여 온라인게임으로의 수출 집중현상이 이전보다 더욱 심화되었다.