

# Chapter I

## 산업계 동향

## 2006 THE RISE OF KOREAN GAMES

Guide to Korean Game Industry and Culture

### 제1장 국내 게임시장 동향

- 제1절 국내 게임시장 규모 : 2005년
- 제2절 국내 게임시장 규모 추이와 전망
- 제3절 수출입 현황과 국내시장 비중

### 제2장 플랫폼별 게임시장 동향과 전망

- 제1절 온라인게임
- 제2절 아케이드게임
- 제3절 비디오게임
- 제4절 모바일게임
- 제5절 PC게임

### 제3장 국내 게임업체 현황

- 제1절 게임 제작/배급 업체 현황
- 제2절 게임업체 의견조사 결과
- 제3절 인터넷 PC방 현황
- 제4절 아케이드 게임장 현황
- 제5절 비디오 게임장 현황

### 제4장 게임산업 종사자 현황

- 제1절 종사자 분포
- 제2절 인력채용 및 수급 현황
- 제3절 게임 교육기관 현황

# 제1장 국내 게임시장 동향

## 제1절 국내게임시장 규모 : 2005년

### 1. 게임시장 전체 규모

2005년 국내 게임시장 규모는 8조 6,798억 원에 이르고 있다. 그 중 5개 플랫폼에 의한 매출 규모는 2조 8,551억원(32.9%), PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장에 의한 전체 소비 시장규모는 5조 8,247억원(67.1%)을 구성하고 있다.

이 결과는 2006년 4월 1일부터 5월 15일까지 전국 게임업체 350개, PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 1,850개에 대한 설문조사 결과를 토대로 추정된 게임시장 규모이다. 이 조사는 2005년 12월말 기준으로 게임업체로 등록된 총 3,700여개의 게임업체, 22,000여개 PC방, 15,000여개 아케이드게임장, 900여개 비디오게임장을 대상으로 하였는데, 이 가운데 접촉이 가능한 게임업체와 지역별로 할당된 PC방 및 아케이드게임장과 비디오게임장의 표본 1,850개를 대상으로 이메일, 팩스, 방문조사를 실시하여 질문에 응답한 업체에 대해 분석한 자료이다. 여기에 게임 플랫폼별 상위업체 80여개는 개별적으로 추가 조사하여 전체 데이터의 신뢰도를 높였다.

분야별 규모를 살펴보면, 아케이드게임장이 3조 7,966억원으로 전체 중 43.7%로 비중이 가장 큰 것으로 나타났고, 그 다음으로는 지난해까지 가장 큰 비중을 차지했던 PC방이 1조

9,923억원으로 23.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 게임 플랫폼 중에서는 온라인게임이 1조 4,397억원의 규모였고, 온라인게임의 규모는 전체 시장 중 16.6%로 지난해 23.6%의 점유율에서 7% 정도 감소한 수치이다. 게임플랫폼 가운데 온라인게임 다음으로 높은 비중을 보이는 분야는 아케이드게임으로 9,655억원을 차지하는 것으로 나타났다. 아케이드게임은 11.1%의 점유율을 보이는데, 이는 2005년 5.2%에서 5.9% 증가한 수치이다.

2005년 게임시장 규모는 2004년에 비해 전체 시장으로는 101.1%, 게임 플랫폼 출하규모로는 73.6% 증가한 것으로, 아케이드게임장과 아케이드게임의 증가에 크게 기인한 것이다.

국내 게임시장의 분야별 비중을 연도별로 살펴보면, 점차 비중이 감소하던 아케이드게임과 아케이드게임장의 비중이 크게 증가하였고, 이

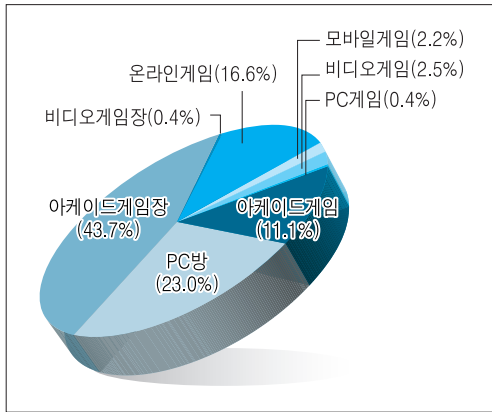
〈표 1-1-1-01〉 2005년 국내 게임시장 전체 규모

구분	매출 규모 (억원)	점유 비율(%)
온라인게임	14,397	16.6%
모바일게임	1,939	2.2%
비디오게임	2,183	2.5%
PC게임	377	0.4%
아케이드게임*	9,655	11.1%
PC방	19,923	23.0%
아케이드게임장**	37,966	43.7%
비디오게임장	358	0.4%
합계	86,798	100.0%

\* 스크린경마게임 생산매출 제외, 청소년게임, 성인게임 생산 매출 포함

\*\* 스크린경마장 매출 제외, 청소년게임장, 성인게임장 매출 포함

〈그림 1-1-1-01〉 2005년 국내 게임시장 분야별 비중

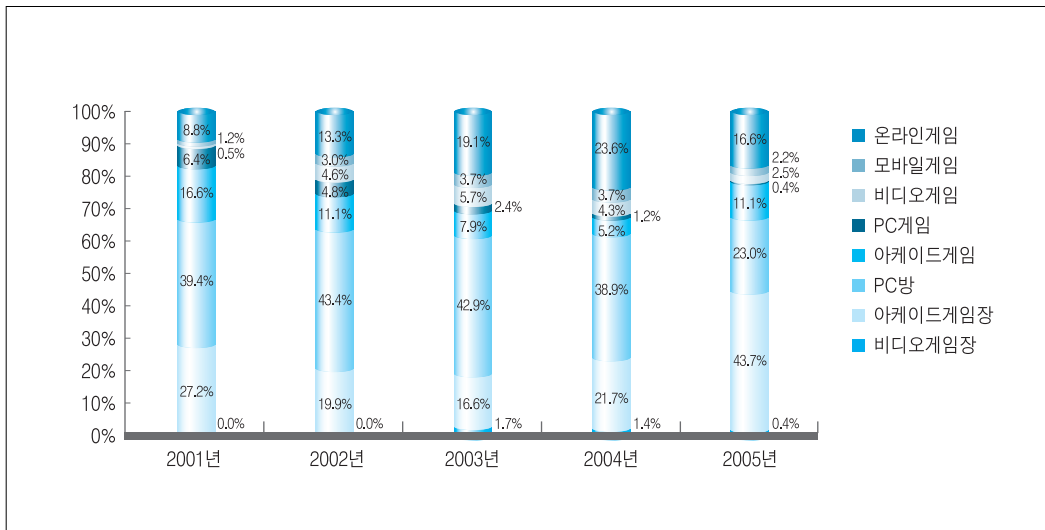


※ 전체 게임시장 기준

로 인해 점차 증가세를 보이던 온라인게임과 가장 큰 비중을 차지하던 PC방의 비중이 2004년 점유율보다 다소 줄어든 것으로 나타났다. 2005년의 게임시장 분야별 비중은 2001년 이후 지난해까지의 경향과는 크게 다른 양상을 보였으며, 가장 두드러진 경향은 성인게임장의 강세로 전체시장 중 아케이드게임장이 43.7%, 아케이드게임이 11.1%에 이르는 것으로 나타나

아케이드게임 부문이 온라인게임 제작·배급업체 매출과 PC방 매출을 합친 온라인게임 분야를 넘어서 점유율 1위에 올랐다는 점이다. 아케이드게임 비중의 증가로 타 플랫폼들의 비중은 모두 지난해에 비해 다소 감소한 것으로 나타났다. 즉, 2001년 8.8%에 불과했던 온라인게임은 2004년 23.6%까지 증가한 후 2005년 전체 시장의 16.6%로 다소 감소하였고, 모바일게임과 비디오게임도 2001년 각각 1.2%와 0.5%에서 2003년 3.7%, 5.7%로 증가한 후 2005년 각각 2.2%, 2.5%로 감소하였다. 반면, 아케이드게임은 2001년 16.6%에서 2004년 5.2%로 크게 감소하다 2005년 11.1%로 증가하였다. PC방은 2002년 가장 큰 비중을 보이다 점차 줄어들어 2005년에 23.0%로 나타났고, 아케이드게임장의 경우 2001년 27.2%에서 2003년 16.6%까지 감소하다 2004년 27.2%로 증가한 후, 2005년 22% 가량 크게 증가하여 43.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

〈그림 1-1-1-02〉 연도별 국내 게임시장 분야별 비중(2001년~2005년)



## 2. 게임플랫폼별 시장 규모

PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 등 소비시장 규모를 제외한 순수 게임 플랫폼 단위의 시장규모는 2005년 2조 8,551억원인 것으로 나타났다. 게임 플랫폼별 시장 규모를 보면 온라인게임 시장이 50.4%로 2004년 게임 플랫폼 내 비중(61.9%)보다 11.5% 감소하여 점유율 면에서는 줄어들었지만, 시장규모 수치면에서는 여전히 1위를 유지하고 있다. 그 다음으로는 2004년 10%대로 감소되었던 아케이드게임이 약 20%가량 증가한 33.8%의 비중을 보여 두 번째로 큰 시장을 형성하고 있다. 반면, 그 동안 꾸준히 성장세를 보이던 모바일게임의 경우 2004년 9.8%의 점유율에서 2005년 6.8%의 비중으로 감소한 것으로 나타났다. 비디오게임의 경우 2004년 11.3%에서 2005년 7.6%로 감소하였고, PC게임은 1.3%로 축소되었다.

연도별로 게임 플랫폼이 차지하는 비중 추이를 살펴보면, 2005년에 급격히 증가한 아케이드게임으로 인해 PC게임을 제외한 모든 플랫폼

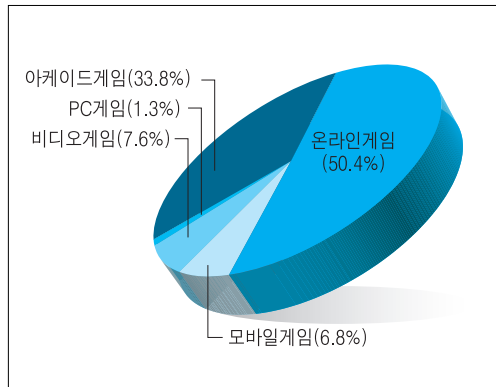
이 2004년에 비해 모두 시장규모가 증가했음에도 불구하고 비중 측면에서는 감소한 것으로 나타났다. 2001년 26.3%를 차지했던 온라인게

〈표 1-1-1-02〉 2005년 국내 게임 플랫폼 단위 시장 규모

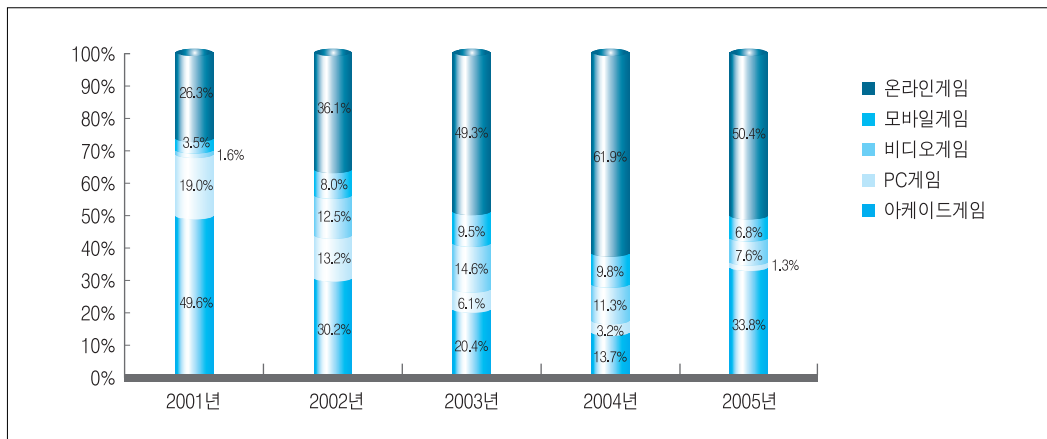
구분	매출규모(억원)	점유비율(%)
온라인게임	14,397	50.4%
모바일게임	1,939	6.8%
비디오게임	2,183	7.6%
PC게임	377	1.3%
아케이드게임	9,655	33.8%
합계	28,551	100.0%

\* 스크린경마게임 생산매출 제외, 청소년게임, 성인게임 생산 매출 포함

〈그림 1-1-1-03〉 2005년 국내 게임 플랫폼 단위 비중



〈그림 1-1-1-04〉 연도별 국내 게임 플랫폼 단위 비중(2001년~2005년)



임은 2004년 61.9%로 35% 이상 크게 증가하다 2005년 약간 줄어든 것으로 나타난 반면, 아케이드게임은 2001년 이후 2004년에 약 36% 가량 급격히 비중이 줄어들다 2005년 다시 크게 증가하였음을 알 수 있다. 모바일게임은 2004년까지 지속적인 증가세를 보이다 2005년 약간 줄어들었고, 비디오게임은 2003년까

지 지속적으로 증가세를 보이다 2004년, 2005년 다소 감소하는 추세를 나타냈다. PC게임은 2001년 19.0%로 큰 비중을 차지하였으나, 2003년 이후 급격히 감소하여 2004년 3.2%에서 2005년에는 1.3%에 불과한 것으로 나타났다.

## 제2절 국내 게임시장 규모 추이와 전망

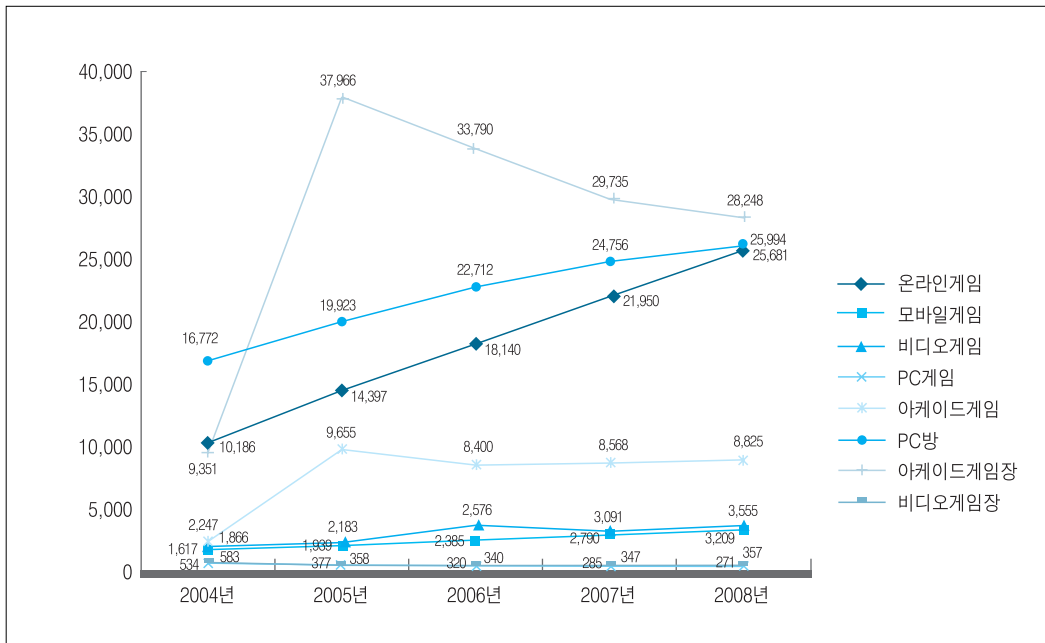
### 1. 시장 규모 추이와 전망

국내 게임시장 규모를 2005년 현황에 비추어 향후 전망을 살펴보면, 2005년 8조 6,798억원

을 넘어섰고, 2006년에는 8조 8,663억 원으로 약간 증가하고 2007년에는 9조 1,522억 원을 넘어 2008년에는 9조 6,140억 원에 이를 것으로 예상된다. 성장 규모가 두드러지는 분야는 온라

<그림 1-1-2-01> 국내 게임시장 규모 현황과 전망

(단위 : 억원)

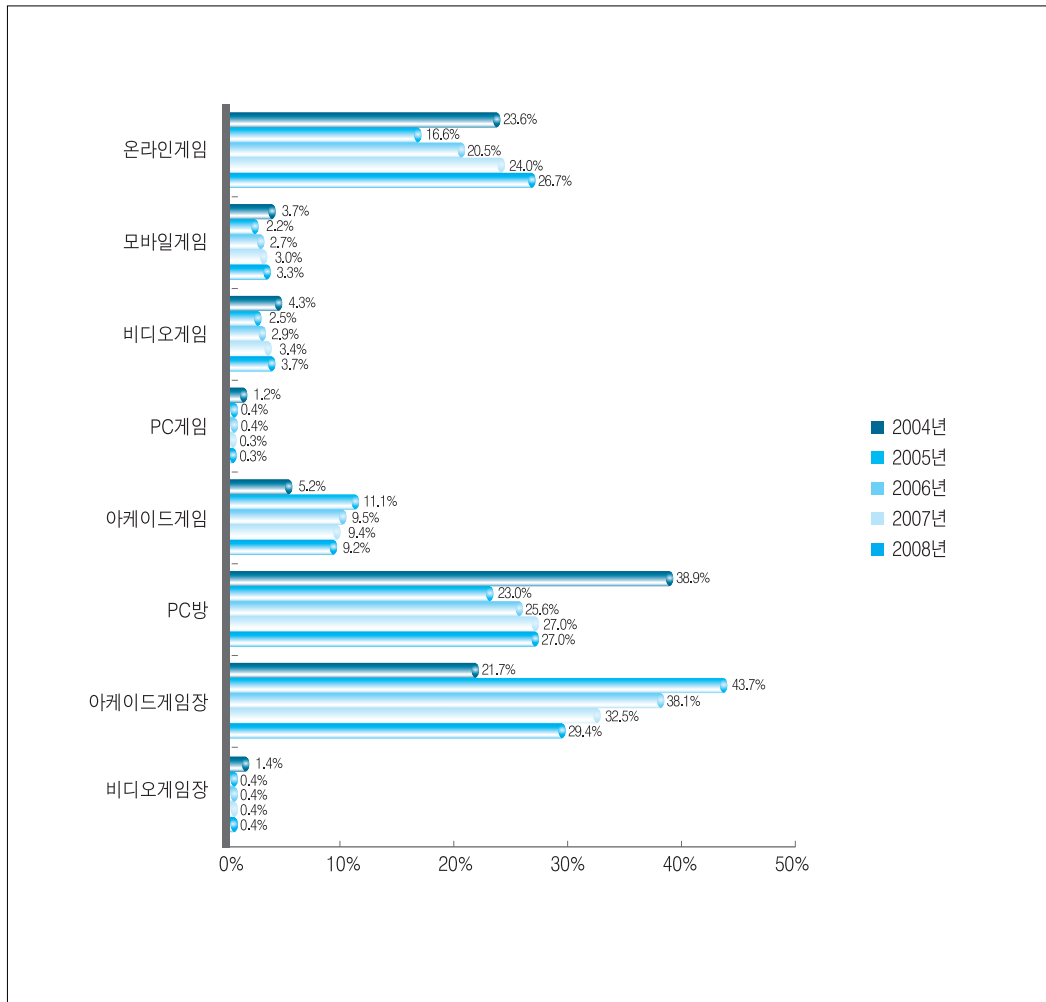


〈표 1-1-2-01〉 국내 게임시장 현황과 전망

(단위 : 억원)

구분	온라인 게임	모바일 게임	비디오 게임	P C 게임	아케이드 게임	PC방	아케이드 게임장	비디오 게임장	합계	
2004년	규모	10,186	1,617	1,866	534	2,247	16,772	9,351	583	43,156
2005년	규모	14,397	1,939	2,183	377	9,655	19,923	37,966	358	86,798
	성장률	41.3%	19.9%	17.0%	-29.4%	329.7%	18.8%	306.0%	-38.6%	101.1%
2006년	규모	18,140	2,385	2,576	320	8,400	22,712	33,790	340	88,663
	성장률	26.0%	23.0%	18.0%	-15.0%	-13.0%	14.0%	-11.0%	-5.0%	2.1%
2007년	규모	21,950	2,790	3,091	285	8,568	24,756	29,735	347	91,522
	성장률	21.0%	17.0%	20.0%	-11.0%	2.0%	9.0%	-12.0%	2.0%	3.2%
2008년	규모	25,681	3,209	3,555	271	8,825	25,994	28,248	357	96,140
	성장률	17.0%	15.0%	15.0%	-5.0%	3.0%	5.0%	-5.0%	3.0%	5.0%

〈그림 1-1-2-02〉 국내 게임시장 분야별 비중 전망(2004년~2008년)



인게임 분야로, 2003년 이후 연평균 성장률 27.8%로 성장하여 2002년 이후 게임 플랫폼 중 1위를 지속적으로 유지할 것으로 보이며, 2006년에는 1조 8천억원, 2007년에는 2조원을 넘어설 것으로 기대되고, 2008년에는 2조 6천억원에 육박할 것으로 예상되고 있다. 아케이드게임의 경우 2003년 이후 연평균 약 23%의 성장률로 2005년 9,655억원으로 크게 성장한 후 2006년 8,400억원대로 다소 감소하고 2007년, 2008년에 완만한 증가세를 유지하여 8,800억원대를 유지할 것으로 전망되고 있다.

모바일게임은 연평균 17.1%의 성장세를 보여 2006년 2,300억원, 2007년에는 2,700억원, 2008년에는 3,000억원대로 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 비디오게임도 연평균 성장률 9.8%의 성장세로 2006년 2,500억원, 2007년에는 3,000억원을 넘어설 것으로 보이며, 2008년에는 3,500억원대에 이를 것으로 전망되고 있다.

온라인게임의 지속적인 성장과 함께 PC방의 매출 규모도 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 아케이드게임장의 매출은 성인게임장을 중심으로 하여 아케이드게임의 증가를 가져오면서 2004년의 성장이후 2005년 3조 8,000억원대로 급격한 증가를 보이거나, 2006년 조정기를 거치면서 다시 하락세로 접어들어 2007년에는 2조 9,000억원대로, 2008년에는 2조 8,000억원대로 당분간 하락세가 이어질 것으로 전망되고 있다.

PC방에서 대부분의 게임이용자가 온라인게임을 이용한다는 점을 감안하여 국내 온라인게임 시장을 살펴보면, 국내 온라인게임 시장은 PC방과 온라인게임 생산매출을 합한 규모로 산정할 수 있고(단, PC방 매출 중 온라인게임업체에 지급하는 가맹 비용은 제외), 이를 통해 도출된

2005년 온라인게임 시장은 3조 4,320억원의 규모로 전체시장의 39.5%로 나타났다. 2005년 아케이드게임의 증가로 인해 그 비중은 감소했으나, 여전히 두 자릿수의 지속적인 상승세를 보이며, 2005년 줄어들었던 비중은 2006년에는 46.1%, 2007년에는 51%, 2008년에는 53.7%에 이를 것으로 전망되고 여전히 온라인게임의 주도세를 이어갈 전망이다. 이후 PC온라인게임과 비디오 네트워크 게임시장을 포함하여 온라인게임 시장의 범위를 감안할 경우, 전체 게임시장에서 온라인게임 시장 규모는 훨씬 상회할 것으로 예상된다. 2005년 성인게임장의 강세로 전체시장 중 아케이드게임장이 43.7%, 아케이드게임이 11.1%에 이르러 아케이드게임 부문이 점유율 1위로 나타났으나, 이후 조정기를 거치면서 그 비중이 다시 감소할 전망이다.

2005년 이후 게임시장의 분야별 전체 시장에서의 비중을 살펴보면, 2005년에 그 비중이 전반적으로 감소했던 온라인게임, 모바일게임, 비디오게임 및 PC방은 그 비중이 지속적으로 증가하고, PC게임과 2005년 큰 비중을 차지했던 아케이드게임 및 아케이드게임장은 게임시장 내 비중이 점차 감소할 전망이다.

## 2. 분야별 시장규모 전망

### (1) 게임 플랫폼별 시장 규모 전망

#### 가. 온라인게임

온라인게임 분야는 급격한 성장과 함께 현재 국내 게임시장의 포화상태라는 분석에 따라 해외진출 역량을 갖춘 상위 업체들을 제외한 중소형 게임업체들의 입지가 점점 좁아지리라는 전망이 나오고 있다. 그리고 국내 온라인게임 업

체의 막대한 개발비, 홍보비 투자 등의 과열경쟁으로 인해 양극화를 심화시킨다는 점이 지적되고 있다. 또한 건전한 게임이용문화 조성을 위한 노력이 계속되고 있지만, 게임과몰입이나 아이템거래 등 온라인게임과 관련된 사회적 우려가 여전하며, 중국의 자국게임보호정책으로 인한 한국게임의 중국 수출이 더욱 어려워지는 등 온라인게임시장이 위축될 가능성이 있다.

그러나, 2003년 이후 나타나기 시작한 해외 진출 성과가 2005년부터 본격적으로 나타나고 있고, 캐주얼게임의 수익 증대와 온라인게임 업체의 다양한 유료화 모델 도입, 대형 업체들의 스튜디오형 게임 개발사 영입 등 매출 채널 다양화 등으로 게임포털의 강세가 이어질 것으로 전망된다.

온라인게임 주요 수출국이었던 중국의 대안으로 일본 진출 확대는 중국의 자국 게임 보호 정책으로 인한 한국 게임수출 타격을 다소 완화해 줄 것으로 기대되며, 이미 일본을 비롯한 다양한 수출 대상국으로 진출하여 기반을 닦은 업체들이 올해부터는 본격적인 수익이 기대되고 있어 우리나라 온라인게임 성장에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다.

그리고 여성과 장년층 중심의 지속적인 이용자층 확대 및 여러 다양한 장르로의 이용자 분화, 스튜디오형 퍼블리셔 모델형태로 대규모 게임업체들의 투자를 통한 소규모 게임개발사에 기회를 제공함으로써 대기업과 중소기업간의 협력 및 분업 시스템 모색 등은 온라인게임 시장의 안정화를 가져올 것으로 기대되어 2006년에도 온라인게임은 약 25% 이상의 성장률을 보일 것으로 기대된다.

#### 나. 모바일게임

모바일게임은 2003년까지 100% 이상의 폭발적인 성장세를 보이다가 2004년에 이어 2005년에는 전년 대비 10%~20% 정도로 성장률이 완화되었다. 성장세가 급격히 둔화되면서 이동통신사 및 개발사들은 모바일게임의 확대를 위해 고성능 3D 게임폰 출시, 대용량 및 3D 게임 출시, 네트워크 게임 활성화 유도 및 월정액 서비스 도입 등 여러 가지 수익모형을 발굴하여 추진하고 있다.

그리고, 불법복제 문제와 성장이 완만한 상황에서 모바일게임 업체 간의 과다 경쟁으로 인한 무료게임 마케팅 범람 등 모바일게임 성장에 장애가 되는 요소들을 제거하기 위해 관련협회, 이통사, 업체들의 노력이 계속되고 있다. 이러한 모바일게임 시장 확대 및 활성화하기 위한 여러 가지 다양한 대안들이 진행되고 있지만 기대할만한 성과가 단기에 이루어지지 못함으로써 여전히 모바일게임 시장 확대를 위한 여러 가지 과제를 해결해야 할 상황에 있다.

그러나 지난해 상위 모바일게임 업체들이 해외로부터 대규모 투자를 유치하여 해외 진출에 있어 경쟁력을 한층 강화할 수 있는 계기를 마련함으로써 국내 모바일게임 업체의 해외진출 확대 및 서비스 활성화에 큰 기여를 할 것으로 기대되고 있으며, 그동안 시장 확대를 위해 꾸준히 진행해 온 고성능 단말기의 확대 보급, 게임 품질 향상, 무선인터넷 속도 개선, 월정액 서비스의 안정적인 도입 등의 성과가 기대됨에 따라 2006년에 20% 이상의 성장률을 보일 것으로 예상된다.



### 다. 비디오게임

2002년부터 시작된 한국 비디오게임 시장은 2년 연속 큰 폭으로 성장을 거듭하였지만, 2004년에 와서는 다소 주춤한 모습을 보였다. 비디오게임은 신규 게임기 개발 주기와 맞물려 2005년도에 차세대 게임기의 발매 및 정보공개로 인한 비디오게임 타이틀과 비디오게임기의 매출에서는 감소하는 현상을 보이며 불법복제 및 중고 타이틀 교환 문제 등의 장벽이 있었지만, 2005년에 본격적으로 휴대용게임기가 국내 진출한 것에 힘입어 비디오게임 시장은 두 자릿수의 성장세를 보인 것으로 나타났다. 한국에 정식 발매된 휴대용게임기의 경우 PS2나 Xbox와 달리 많은 국내 게임개발사들도 콘텐츠 제작에 참여했거나 개발 중인 것으로 알려져 비디오게임의 활성화에 기대를 모으고 있다.

그리고 2006년 차세대 게임기 출시로 인한 비디오게임의 지속적인 성장이 예상되고 있다. 온라인 서비스 기능을 강조한 차세대 게임기의 경우 우수한 네트워크 인프라를 갖춘 우리나라의 시장의 중요성이 부각되고 있으며, 우리나라 게임 개발사들이 차세대 비디오게임 개발을 발표하면서 본격적인 차세대 게임 개발 경쟁에 뛰어들었다. 이는 우리나라 온라인게임 개발에 대한 우수한 능력과 축적된 기술, 노하우 등이 온라인기능을 강조하는 차세대 게임기 발매와 더불어 시너지 효과를 창출할 것으로 예상되어 2006년에는 18% 정도의 성장률을 보일 것으로 기대된다.

### 라. PC게임

2000년 이후부터 지속적으로 하락세가 이어지고 있는 PC게임 시장은 2005년도에도 여전히

계속되는 불법복제와 타 플랫폼을 선호하는 구매자의 성향과 맞물려 제작하는 업체도 시장성이 높은 플랫폼으로 집중하는 현상이 계속 이어지면서, PC게임 개발이 줄어들고 PC게임 소비자층이 더 줄어들었으며 PC게임 시장규모는 2004년과 비교해 절반을 조금 넘는 수준에 머물렀다. 현재 국내 PC게임은 타 플랫폼으로의 역량 이동현상으로 PC패키지 타이틀의 양적 감소뿐만 아니라 질적 퇴보가 계속 이어져 왔고, 더욱 악화될 수밖에 없는 현실에서 기대를 모았던 외산 타이틀도 크게 줄고 기대를 모았던 해외대작 타이틀마저 참패하여 PC게임 시장은 더욱 고전을 면치 못했다. PC게임에 매력을 느끼는 게임이용자와 새로운 스타일을 원하는 이용자들에게 타플랫폼과의 차별화를 통해 틈새시장을 공략하고 새로운 시스템 발굴 등 시장을 확대하려는 노력 없이는 PC게임의 침체는 지속될 것으로 예상된다.

### 마. 아케이드게임

아케이드게임은 비균형적인 발전이 지속되어 청소년게임은 새로운 히트 게임 부재와 개발 부진으로 더욱 하락한 것으로 나타났고, 성인용 경품취급게임들이 아케이드게임 산업의 증가를 주도한 것으로 나타났다. 국내 아케이드 게임산업의 규모가 급격히 커지면서 LCD모니터, 케이스, 게임보드 같은 관련부품산업도 크게 성장한 것으로 나타났다. 청소년게임은 새로운 게임의 부재와 청소년들의 게임이용성향 변화 등으로 히트게임이 없으면 더욱 힘들 것으로 전망되고 있다. 그리고 성인게임은 이미 지난해부터 포화상태가 이루어져 추가적인 시장 확대는 어려울 것으로 보이며, 2006년 10월말부터 시행

되는 게임산업진흥에 관한 법률에 따라 사행성 게임의 별도 기준이 마련되면 그동안의 거품이 빠질 것으로 보이며, 사회적 문제로 대두되고 있는 성인용 아케이드게임에 대한 논란과 제도적 장치가 점차 개선될 것으로 예상된다. 청소년을 대상으로 하는 하드코어적 체감형 게임기는 수지가 맞지 않아 개발 시도가 부재한 상황이며 이를 통한 시장규모 확대는 기대하기 어렵고, 성인용 아케이드게임은 조정 국면을 보일 것으로 예상되고 있어 2005년 크게 증가했던 아케이드게임 시장은 다소 하락할 것으로 보인다.

## (2) 소비유통 시장 규모 전망

### 가. PC방

PC방은 2002년 고급화, 대형화를 통해 구조 조정에 들어간 후 2003년을 거쳐 2004년 전국적으로 2만개 이상의 PC방이 설립되어 포화상태에 이르렀고, 크게 증가한 PC방으로 인해 업소간 경쟁이 치열해져 이용요금의 경쟁적인 인하로 수익이 악화되었다. 이러한 상황에 2004년 12월을 끝으로 유예기간이 끝난 학교정화구역내의 PC방들의 급격한 폐업이 예상되었으나 그 예상과 달리 그 외 구역으로 이전하거나 계속 영업을 하고 있는 것으로 나타났고, 현재 전국적인 경기침체에 따른 대체 공급으로 PC방 창업이 이뤄져 2005년도에는 2004년 보다 증가한 2만2천여개에 이르는 것으로 나타났다. PC방의 규모가 다소 확대되고, 캐주얼게임 등 신규게임 콘텐츠의 확대, 게임포털의 성장, 남성을 중심으로 친구들과 어울리기 위한 주요 놀이공간으로 PC방을 주로 이용 한다는 점 등으로 인해 PC방의 매출 규모는 다소 증가한 것으로 나타났다. 현재 PC방의 포화상태에 있음에

따라 기존 PC방의 상당수가 폐업과 함께 사행성 PC방으로 전환될 것으로 예상되며, 이 사행성 PC방은 사회적 문제로 커져, 기존 PC방까지 피해를 입을 위험이 있고, 이는 또한 온라인 게임 개발사에까지 영향을 줄 수 있어 강력한 대응을 통해 철저한 단속이 추진되어야 할 것이다. 이러한 PC방의 여러 가지 요인들로 인해 PC방의 매출 정체가 우려되기는 하나, 현재 온라인게임의 성장과 더불어 충성도 높은 온라인 게임과 게임포털의 성장, 신규 게임 콘텐츠의 지속적인 확대, 또래 이용 문화 형성이 지속되면서 2005년에 비해 성장률은 둔화되나 증가율은 지속될 것으로 예상된다.

### 나. 아케이드게임장

아케이드게임장은 성인게임장의 확산과 청소년게임장의 성인게임장으로 전환, 스크린경마장의 성인게임장 전환 등으로 전체적인 성인게임장 업소수가 증가하였고, 매출 측면에서도 급격한 성장을 보인 것으로 나타났다. 아케이드게임장은 현재 청소년게임장은 점차 감소하고, 성인게임장은 증가하여 청소년게임장에 비해 성인게임장이 거의 9배 정도에 이른 것으로 보인다. 이에 따라 영세한 청소년게임장이 줄어들고 성인게임장이 대폭 늘어나면서 아케이드게임장 전체 매출의 급격한 상승을 가져온 것으로 보인다. 성인게임장이 확산되면서 성인게임장의 경쟁제공과 관련한 사행성 및 도박성에 대해 사회적으로 논란이 이루어지고 있고, 이에 대한 여러 가지 정책의 변화를 거듭하였다. 2006년 10월부터 시행되는 게임산업진흥에 관한 법률에서 사행성 문제 해소를 위한 기준안이 마련되고 있어 벌써부터 신규 게임기 구매를 자제하고 있

는 것으로 보이며, 법 시행 후 정착되는 과정에서 아케이드게임장 부문은 성인게임장의 전반적인 조정국면을 맞으면서 당분간 아케이드게임장의 전체 매출은 하락세가 예상된다.

#### 다. 비디오게임장

비디오게임장은 2002년 비디오게임의 공식적인 보급과 함께 설립되기 시작했으나, 비디오게임의 가정 보급 확대와 함께 가정내 이용률

증가로 비디오게임장의 수익성이 높지 않은 것으로 나타나 비디오게임장은 더 이상 확산되지 못하고 약간 감소한 것으로 추정된다. 향후 비디오게임장은 네트워크 게임의 출시 확대와 차세대 게임기 출시 등으로 인한 비디오게임장 이용률 증가에 대한 기대로 큰 폭의 감소는 보이지 않을 것으로 예상되며, 다양한 비디오게임 콘텐츠의 개발 및 네트워크 가속화로 인해 향후 비디오게임장의 성장을 기대해 볼 수 있다.

## 제3절 수출입 현황과 국내시장 비중

### 1. 수출입 현황

#### (1) 2005년 수출입 동향

2005년 국내 게임 수출은 2004년도에 비해 45.6% 성장한 5억 6,466만불에 달하는 것으로 나타났다. 수입의 경우에는 13.6% 증가한 2억 3,292만불로 나타나 2003년 이후 수출 우위가 지속되었고, 2005년의 경우 수출이 수입의 두 배를 넘은 것으로 나타났다. 2004년에 이어 2005년의 주요한 특징은 온라인게임의 수출 주도세와 비디오게임의 수입 주도가 지속되었다는 점이다. 한편, 아케이드게임의 수출은 아케이드게임 부품 분야 및 중고게임기 등을 중심으

로 지난해에 비해 약간 증가한 것으로 나타났고, 수입부문에서 아케이드게임, 비디오게임은 증가, PC게임은 시장불황에 따른 하락세를 보였다.

2004년에 비해 2005년 수출액이 증가한 것은 가장 큰 수출 비중을 차지하는 온라인게임의 수출액이 예년에 비해 60% 가량 증가했기 때문이며, 수입 부분의 증가는 아케이드게임과 비디오게임의 수입액 증가에 따른 것으로 보인다.

2006년에도 온라인게임 분야에서의 수출 증가가 지속될 전망이다. 일본 대상의 수출 주도세가 이어질 것으로 예상되며, 동남아시아, 미국 등으로의 진출 확대도 기대된다. 모바일게

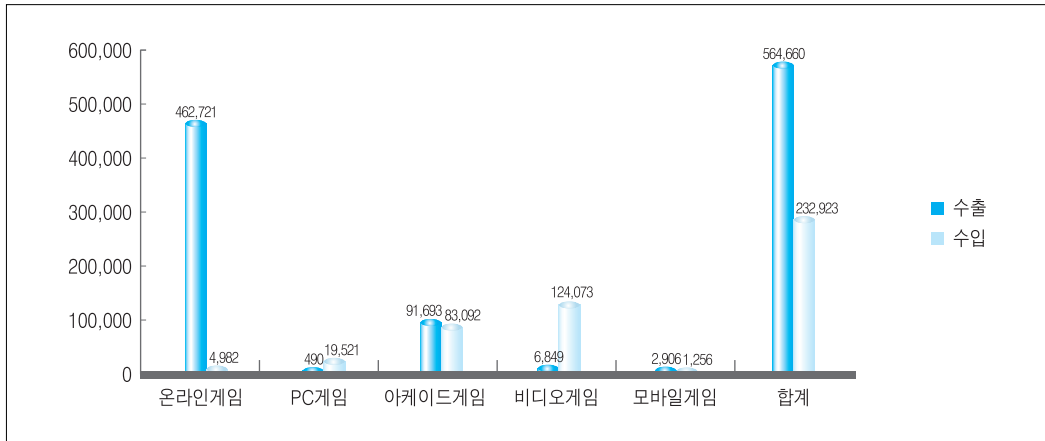
〈표 1-1-3-01〉 국내 게임시장 수출입 현황과 전망

(단위: 천불)

연도	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년(E)	2007년(E)
수출	130,470	140,796	172,743	387,692	564,660	677,592	779,231
수입	65,340	160,962	166,454	205,108	232,923	279,507	321,433

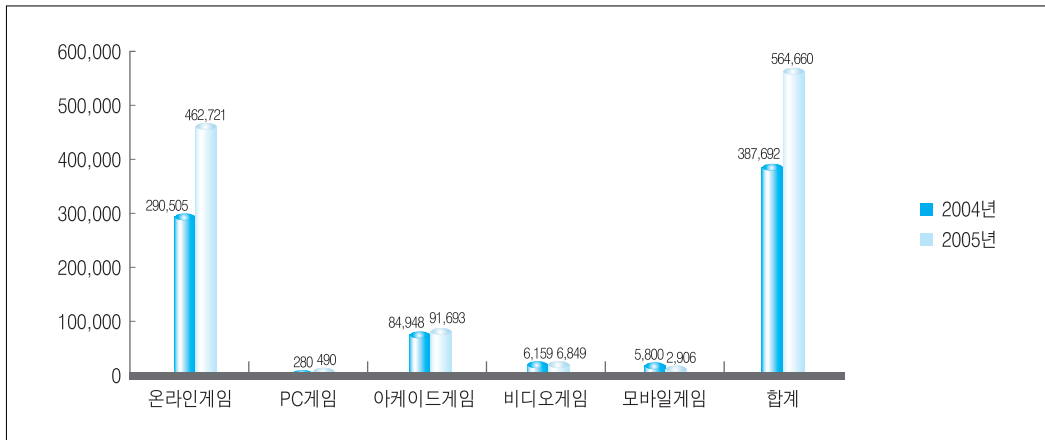
〈그림 1-1-3-01〉 2005년 국내 게임 플랫폼별 수출·수입 규모

(단위 : 천불)



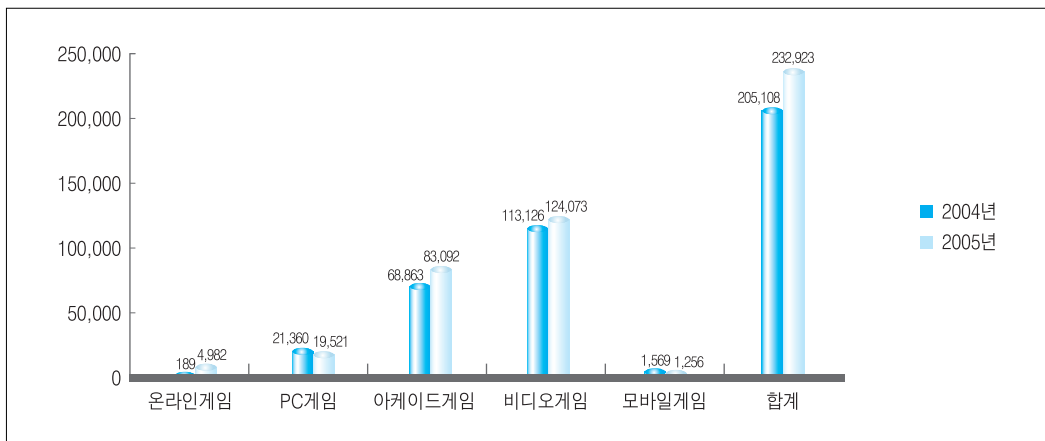
〈그림 1-1-3-02〉 2004년 및 2005년의 게임 플랫폼별 수출 규모 추이

(단위 : 천불)



〈그림 1-1-3-03〉 2004년 및 2005년의 게임 플랫폼별 수입 규모 추이

(단위 : 천불)



임의 경우 2005년 국내 상위 모바일게임업체들의 대규모 해외유치를 통해 해외사업부문의 경쟁력 강화의 계기를 마련하였고, 이를 바탕으로 온라인게임에 비해 큰 규모는 아니지만 중국, 일본, 유럽, 미국 등 다양한 지역으로의 수출 증가 및 서비스 활성화가 예상된다.

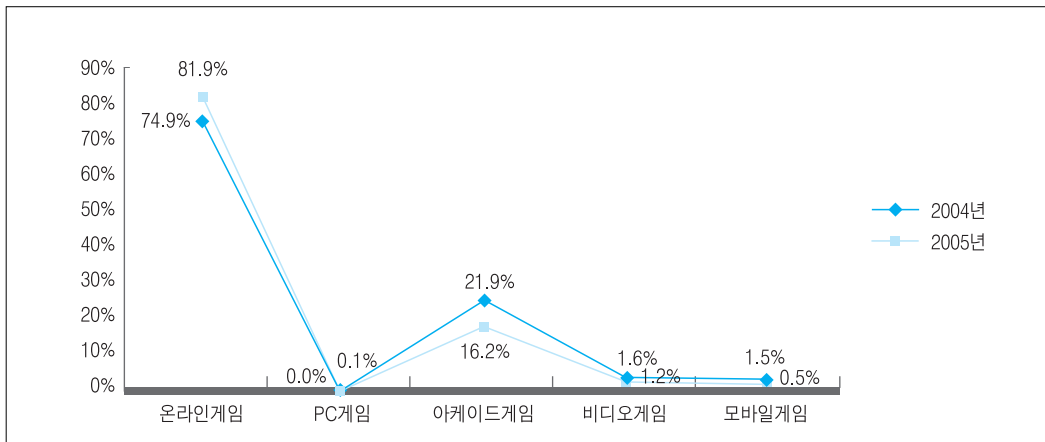
한편 수입 부문은 경우, 2006년 차세대 비디오 게임기의 출시와 지난해 보급된 PSP (PlayStation Portable)와 NDS(닌텐도 DS) 등 휴대용게임기의 확산으로 전체 수입액은 예년

에 비해 약간 상승할 것으로 예상된다.

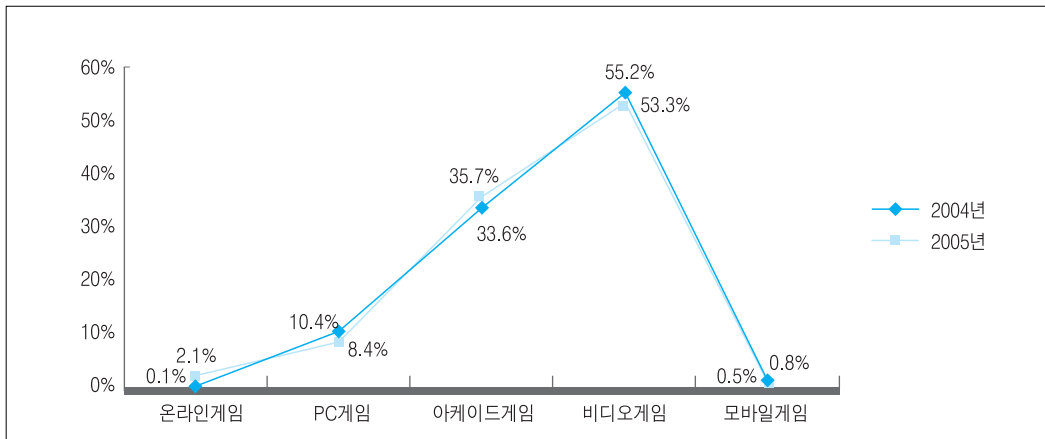
2006년에는 온라인게임의 수출 증가세를 중심으로 전체 수출액이 2005년에 비해 약 20% 정도 성장한 6조 7,759만불에 달할 전망이다. 반면 수입액은 휴대용게임기와 차세대게임기의 수입 증가세에 힘입어 전체 수입액은 15% 증가한 2조 7,951만불을 나타낼 것으로 예상된다.

2005년 수출액 가운데 게임 플랫폼별 비중을 2004년과 비교해 보면, 온라인게임의 경우 2004년에 비해 2005년 수출액이 60% 가량 증

〈그림 1-1-3-04〉 2004년 및 2005년 수출액의 게임 플랫폼별 비중



〈그림 1-1-3-05〉 2004년 및 2005년 수입액의 게임 플랫폼별 비중



가하면서 게임 플랫폼 수출액에서 차지하는 비중도 2004년 74.9%에서 2005년 81.9%로 다소 높아졌다. 반면 온라인게임의 제외한 타 플랫폼의 전체 수출액에서의 비중은 모두 감소한 것으로 나타났다.

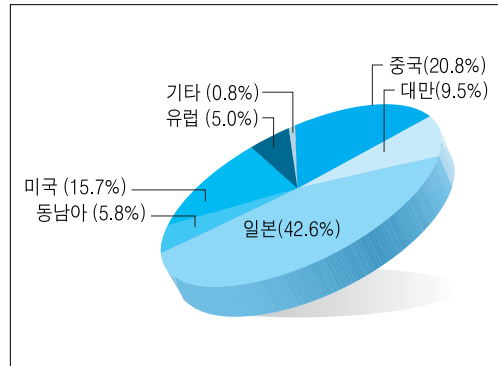
수입액에서 게임 플랫폼별 비중을 살펴보면, 그 비중의 양상은 크게 달라지지 않았으며, 그 변동폭이 2% 내외로 나타났다. 비디오게임의 경우 2004년에 비해 약 2% 가량 감소한 것으로 나타났고, 아케이드게임은 상대적으로 2% 증가한 것으로 나타났다. PC게임은 시장 침체의 영향이 해외 PC게임의 수입에도 영향을 미쳐 2004년에 비해 2% 정도 감소했음을 보여준다.

## (2) 해외 수출 국가별 비중

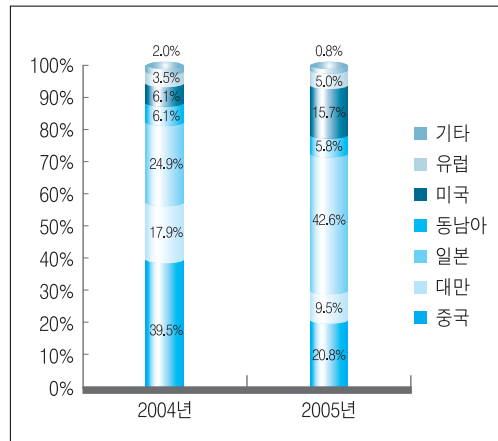
2005년 국내 게임의 해외수출 주요국가로는 일본(42.6%)이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 중국(20.8%), 미국(15.7%), 대만(9.5%), 동남아(5.8%), 유럽(5.0%), 기타지역(0.8%)의 순으로 나타났다.

2004년 수출과 비교해 보면, 일본 대상 수출이 지난해에 비해 그 비중이 17.7% 증가한 42.9%로 가장 높게 나타났다. 일본 대상 수출은 지속적으로 계속 늘어나는 추세에 있으며, 국내 전체 수출 중 약 80% 가량을 차지하고 있는 온라인게임 분야의 일본 수출이 중국의 자국게임 보호 정책으로 인한 대중국 수출액 감소 경향과 맞물려 보다 확대된 것으로 보인다. 일본이 지속적인 수출 증가인 반면, 중국은 수출액이 줄어들었고, 비중에서 18.7% 감소한 것으로 나타났다. 이는 2003년까지 중국으로 편중되어 있던 온라인게임 수출이 2004년 점차 일본으로 확대되어 국가별 수출 지역의 편중화 현상이 점

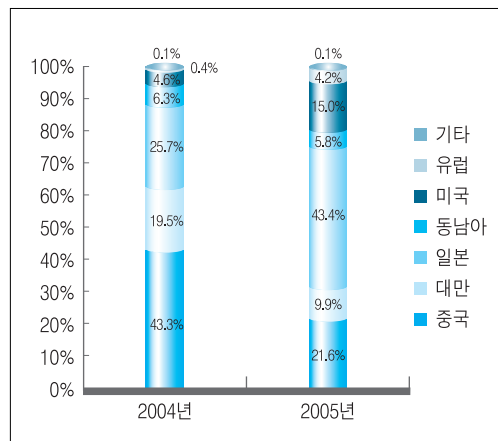
(그림 1-1-3-06) 2005년 국내 게임의 해외수출 국가별 비중



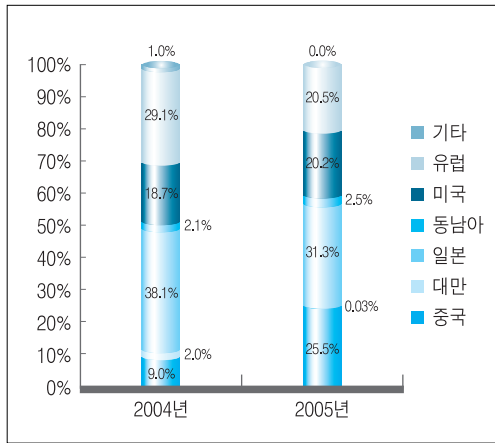
(그림 1-1-3-07) 2004년 및 2005년 해외수출 국가별 비중 비교



(그림 1-1-3-08) 2004년 및 2005년 국내 온라인게임의 해외수출 국가별 비중



(그림 1-1-3-09) 2005년 국내 모바일게임의 해외수출 국가별 비중



차 완화되었고, 2005년 일본 수출이 보다 확대되면서 일본으로 집중도가 이동하는 현상을 보여준다. 이는 온라인게임의 수출 국가별 비중에서도 확인할 수 있는데 일본의 비중이 2004년 25.7%에서 2005년 43.4%로 높아졌고, 중국의 비중은 2004년 43.3%에서 21.6%로 낮아진 것으로 나타났다. 미국과 유럽의 수출 비중도 높아졌으며, 일본을 제외한 아시아 수출 비중은 줄어 들었다.

한편, 모바일게임의 경우에는 일본(31.3%), 중국(25.5%), 유럽(20.5%), 미국(20.2%)을 중심으로 고른 수출 비중을 보이고 있다.

## 2. 세계 시장에서의 국내 시장의 비중

국내 게임시장이 세계시장에서 차지하는 비율을 살펴보면, 온라인게임(PC기반)이 31.9%로 게임플랫폼 가운데 가장 높으며, 그 다음으로 아케이드게임이 14.2%, 모바일게임 12.1%, PC게임, 비디오게임이 각각 1.0%의 순으로 나타났다. 세계 시장에서는 아케이드게임 다음으

로 가장 큰 비중을 차지하는 비디오게임 분야의 경우, 국내에서는 여전히 매우 적은 시장 규모를 보여 세계 시장에서의 국내 시장 점유율은 타플랫폼에 비해 낮았다. 아케이드게임은 예년에 비해 10%이상 높아졌고, 온라인게임과 모바일게임도 각각 약 7%, 약 3% 가량 높아진 것으로 나타났다.

세계 시장에 대한 플랫폼별 시장 규모 산출 방식은 국가별 게임시장 특성이 각기 다르고 게임플랫폼의 경계구분이 사라지면서 시장 규모 산출 기준에 따라 크게 변할 수 있다. 이후 플랫폼간 연동게임으로 플랫폼간 연계성이 더욱 높아지게 되면 시장규모 기준 역시 현실에 맞는 변화가 필요할 것이고, 전반적으로 게임 플랫폼 모두 네트워크화 되는 추세이기 때문에, 온라인 게임 시장은 그 기준에 따라 시장규모가 크게 달라질 수 있다.

또한, 온라인게임을 주로 PC방에서 이용하는 국가의 매출이 공식적으로 포함된다면 온라인 게임 시장규모는 훨씬 큰 수치를 보일 것으로 추정된다.

2005년 세계 시장에서 한국게임은 10.2%를 점유하고 있는데, 2006년에는 세계 시장에서의 점유율이 8.5%, 2007년에는 7.5%로 감소하다 2008년 다시 8.0%로 증가할 전망이다.

세계 주요국 가운데 한국 게임산업이 차지하는 위치는 온라인게임이 14억 600만불로 1위를 차지하고 있으며, 모바일게임은 일본의 4억 4,900만불과 미국의 2억 5,200만불에 이어 3위의 규모를 차지하는 것으로 나타났다. 아케이드게임의 경우 5위의 규모를 차지하는 것으로 나타났으며, 비디오 게임과 PC게임의 경우 15위권의 시장규모를 차지하고 있다.

〈표1-1-3-02〉 2005년 국내 게임의 세계시장 점유 비율\*

(단위 : 억불)

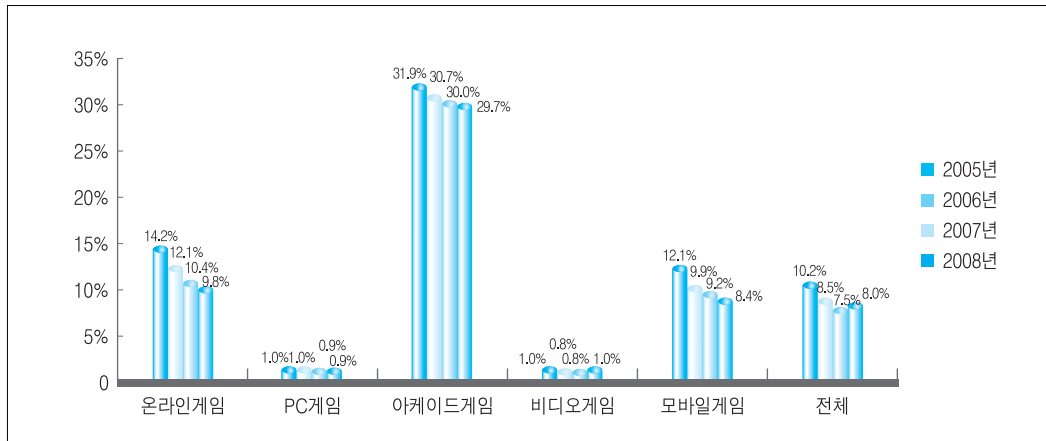
구분	아케이드게임**	PC게임	온라인게임***	비디오게임	모바일게임	전체
세계 시장	326,52	36,39	44,06	214,95	15,67	637,59
국내 시장	46,51	0,37	14,06	2,13	1,89	64,96
점유율	14,2%	1,0%	31,9%	1,0%	12,1%	10,2%

\* 세계시장의 산출 방식으로 표기(제4부 제1장 참조)

\*\* 아케이드게임에는 게임장 매출이 포함됨(카지노류의 소비매출은 제외)

\*\*\* 온라인게임은 PC용 네트워크게임의 Subscription(개인/PC방) 매출로 산정(게임이용자의 PC방 이용금액, 온라인게임과 관련된 통신료, 패키지비용, 비디오네트워크, 광고 수익 등은 제외)

〈그림 1-1-3-10〉 국내 게임시장의 세계 시장 점유 비율 전망(2005년~2008년)



〈표 1-1-3-03〉 세계시장에서 한국 게임시장의 위치 \* : 2005년

(단위 : 백만불)

구분	온라인게임		모바일게임		PC게임		비디오게임		아케이드게임	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
Japan	289	4	449	1	203	-	4,501	2	7,750	2
US	907	2	252	2	1,132	1	9,018	1	9,790	1
Europe	996	-	520	-	1,543	-	6,539	-	10,455	-
China	403	3	118	-	54	-	92	-	-	-
Taiwan	278	5	60	-	18	-	248	-	-	-
Korea	1,406	1	189	3	37	15(추정)	213	15(추정)	4,650	5(추정)

\* 세계시장의 산출 방식으로 표기 (제4부 제1장 참조)

- 비디오게임 시장은 Console 및 Portable console game 매출액을 합한 규모임
- 온라인게임 시장규모는 PC용 네트워크게임의 Subscription(개인/PC방) 매출 기준
  - 게임이용자의 PC방 이용금액, 온라인게임과 관련된 통신료, 패키지 비용, 비디오 네트워크, 광고 수익 등은 제외
  - 미국 온라인게임 시장의 경우, PC기반 온라인게임과 콘솔게임(비디오게임) 기반 네트워크게임을 모두 포함한 규모로, 콘솔게임(비디오게임) 기반 네트워크게임의 비중인 8.7%(DFC 2004 자료)를 제외한 금액을 적용
- 모바일게임은 휴대폰과 PDA용 게임을 의미하며, 규모는 콘텐츠제공업체(CP) 수익 및 이동통신사 수익을 포함한 수치임

\*자료 : DFC Intelligence, 2002~2005, Informa Media Group, 2005, In-Stat/MDR, 2005, NPD Group, 2005 Screendigest, 2004~2006, Cnet Research, 2006, CESA, 2005~2006, Jamma, 2005~2006, FGH, 2006, IDC, 2004~2005