

# “2003 대한민국 게임백서” 내용 요약

## □ 2002년 게임시장 전체 규모

2002년 국내 게임시장 규모는 3조 4,026억원에 이르고 있다. 그 중 5개 플랫폼에 의한 매출규모는 1조 2,513억원(36.8%), 게임장과 PC방 등에 의한 소비시장 규모는 2조 1,513억원(63.2%)을 구성하고 있다.

이 결과는 2003년 3월 20일부터 4월 30일까지 전국 게임업체 318개, PC방 및 게임장 1,000개를 통한 설문조사를 토대로 추정한 게임시장 규모이다.

이 조사는 2003년 1월 현재 게임업체로 등록된 총 2,600여개 게임업체, PC방 2,100여개, 게임장 15,000여개를 대상으로 하였는데, 접촉이 가능한 게임업체 800여개와 지역별로 할당된 PC방 및 게임장 표본 1,000개를 대상으로 이메일, 팩스, 방문조사를 실시하여 질문에 응한 업체를 분석한 자료이다. 여기에 각 플랫폼별로 상위업체 50여개는 개별적으로 추가조사하여 전체 데이터의 신뢰도를 높였다.

분야별로 살펴보면, PC방이 1조 4,751억원으로 43.4%를 점유하고 있어 가장 큰 비중을 점유하고 있고, 플랫폼 중에서는 온라인게임이 4,522억원으로 전체시장의 13.3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 2002년 게임시장 규모는 2001년에 비해 전체시장으로는 12%, 플랫폼 출하규모로는 25% 정도 급증한 것으로, 온라인게임과 비디오게임 시장의 급격한 성장이 중요한 원동력이 되었다.

<표 > 2002 국내 게임시장 전체 규모 (단위 : 억원)

분야	매출액	비중
아케이드게임	3,778	11.1%
<b>온라인게임</b>	<b>4,522</b>	<b>13.3%</b>
<b>PC게임</b>	<b>1,647</b>	<b>4.8%</b>
비디오게임	1,562	4.6%
모바일게임	1,004	3.0%
<b>PC방</b>	<b>14,751</b>	<b>43.4%</b>
게임장	6,762	19.9%
계	34,026	100.0%

## □ 2002년 플랫폼별 시장규모

게임장과 PC방 등의 소비시장 규모를 제외한 순수 플랫폼 단위 시장규모는 2002년 한해 1조 2,513억원의 규모인 것으로 나타났다.

플랫폼별 시장규모에서 예년에 비해 두드러진 특징은 온라인게임이 36.1%로 플랫폼 비중 1위로 등극하였다는 것이다. 전통적인 1위 플랫폼인 아케이드게임은 시장규모가 2001년에 비해 25%정도 축소되면서 2위로 밀려났다. 한편 비디오게임은 12.5%, 모바일게임은 8%대로 올라섰다.

<표 > 2002 국내 게임시장 플랫폼 단위 시장규모 (단위 : 억 원)

분야	매출액	비중
아케이드게임	3,778	30.2%
<b>온라인게임</b>	<b>4,522</b>	<b>36.1%</b>
<b>PC게임</b>	<b>1,647</b>	<b>13.2%</b>
비디오게임	1,562	12.5%
모바일게임	1,004	8.0%
계	12,513	100%

플랫폼별 시장규모를 기준으로 2002년 게임제작과 배급부문을 구분하여 살펴보면, 제작부문은 8,080억원으로 65%를, 배급부문은 4,433억원으로 35% 정도를 차지하고 있다. 2000년도에 14%에 불과하던 배급부문은 2001년도에 29%, 그리고 2002년도에는 35%까지 증가하였다. 배급부문의 증가는 PC게임 유통업체의 꾸준한 매출 성장세와 더불어 비디오게임 유통시장의 개방이 주요한 요인으로 작용하고 있다.

<표> 2002년 제작 및 배급 구분 매출액(플랫폼 매출액 기준)

구분	매출액	비중
제작부문	8,080	65%
배급부문	4,433	35%
계	12,513	100%

## □ 국내 게임시장 규모 추이와 전망

국내 게임시장 규모는 2003년에 4조를 넘어서고 2004년에는 4조 5,000억원, 2005년에는 5조원대로 성장할 전망이다. 성장세가 가장 두드러지는 분야는 모바일게임으로 2001년부터 연평균 80%정도의 폭발적인 성장세로 2005년에는 3,800억원대에 이를 것이며, 온라인게임도 연평균 36%로 2005년에는 9,000억원을 넘어설 전망이다. 2002년에 정식으로 보급된 비디오게임 시장은 2003년도에 PC게임과 모바일 게임을 뛰어넘고 2005년도에는 온라인게임에 이어 2위 플랫폼으로 등극할 것으로 예상되고 있다.

비디오게임의 보급으로 2003년부터는 비디오게임기와 PC 또는 아케이드 게임기 등이 결합된 복합유통업소가 증가할 것으로 전망되는데, 비디오게임방을 포함하여 복합유통업소는 2003년에만 PC방과 게임장 등 소비시장 규모의 10%에 해당하는 2,322억원에 이를 것으로 예상된다. 온라인게임의 성장과 함께 PC방의 매출규모는 꾸준히 증가하는 반면 게임장은 아케이드 게임 시장의 조정세와 함께 2004년까지는 시장규모가 계속 축소될 것으로 보인다. 한편 최근 급증하고 있는 보드게임방(보드카페)과 온라인게임 아이템 거래 시장 등이 향후 시장규모로 포함되면 게임시장 전체규모는 전망치를 훨씬 능가할 수 있다.

<표 > 게임시장 규모 현황 및 전망

(단위 : 억원)

	온라인 게임	모바일 게임	비디오 게임	PC 게임	아케이드 게임	PC방	게임장	복합 유통업소	합계
2001	2,682	358	162	1,939	5,060	12,014	8,302	-	30,516
2002	4,522	1,004	1,562	1,647	3,778	14,751	6,762	-	34,026
증가율	69%	180%	864%	-15%	-25%	23%	-19%	-	12%
2003	5,879	1,955	2,492	1,492	3,308	17,122	6,095	2,322	40,665
증가율	30%	95%	60%	-10%	-12%	16%	-10%	N/A	20%
2004	7,349	2,932	3,002	1,423	3,300	18,785	5,932	3,018	45,741
증가율	25%	50%	20%	-5%	0%	10%	-3%	30%	12%
2005	9,186	3,811	4,195	1,384	3,465	19,740	6,114	3,620	51,515
증가율	25%	30%	40%	-3%	5%	5%	3%	20%	13%

## □ 플랫폼별 시장규모 전망

### ○ 온라인게임

온라인게임의 경우 해외 메이저와의 경쟁, 업체간 과다경쟁을 통한 PC방 서비스 가격 인하와 무료게임 확산, 비디오게임의 본격 유통과 인기 타이틀 공략, 비디오게임방 확산에 따른 온라인게임 이용자 이동, 중국의 시장 견제, 온라인게임에 대한 부정적 인식 등 시장규모를 위축시킬 가능성이 있다. 그러나 온라인게임 이용연령층 확대와 이용자수의 증가, 3D 대작게임의 지속적인 등장과 잇단 유료화 성공, 게임포털의 규모 확대, 개발장르 및 서비스 형태의 다양화, 독점 와해를 통한 업체수의 증가세와 제작게임 수 급증, 해외진출 게임의 유료화 증대, 일본 온라인게임 시장 확산과 진출 증가, 동남아 등지로의 해외진출 가속 등으로 인해 시장규모는 지속적으로 확대될 전망이다.

특히 비디오게임이 공급가격과 장르, 이용행태(이용자간 교류와 집단적 문화), 진행방식(아이템, 아바타 육성, 게임환경 변화) 등으로 아직 온라인게임 이용자들을 만족시키고 못하고 있으며, 네트워크도 한정된 게임에서 대규모로 진행 할 수 없어 비디오게임방의 확산과 네트워크화가 온라인 게이머들을 대거 흡수하는 요인으로 작용하진 못할 것으로 보인다. 따라서 2003년에도 온라인게임 시장규모는 30% 정도 증가할 것이며 그 추세는 향후에도 이어질 전망이다.

## ○모바일게임

모바일게임은 다른 플랫폼에 비해 제작기간이 짧고, 필요인력과 소요비용도 적어서 많은 업체들이 제작에 뛰어들고 있어 국내 시장규모에 비해 업체수가 지나치게 많다는 단점이 있다. 또한 현재의 저사양 단말기와 부담스런 요금제도, 인기에 영합한 특정장르에의 편중, 망 사업자와의 불평등 관계, 통일되지 않은 플랫폼 등의 제작조건을 가지고 있다. 그러나, 2.5G 서비스 실시와 향후 3G IMT-2000 서비스 보급 등을 통한 모바일게임 구동환경의 변화, 단말기 성능향상에 따른 게임의 질적인 향상과 대작게임의 개발, CP 수익성 개선, 중국 및 유럽 등지로의 수출 증대, 그리고 전세계적인 모바일콘텐츠 확산과 이용자 급증 추세라는 폭발적인 성장세를 타고 있다.

특히 모바일게임은 온라인게임과의 연동 서비스가 가능해 온라인게이머를 연계할 수 있고, 특정 매니아 그룹보다는 일반적 이용자로 다른 플랫폼의 영향을 상대적으로 적게 받고, 여성 이용자 중심으로 이용자 확산 추세, 그리고 최근 증가하는 해외 진출 등으로 인해 플랫폼 중에서도 가장 성장 전망이 밝은 분야이다. 물론 2003년에는 경기침체에 따른 불경기의 여파가 어느 정도 반영되겠지만, 급성장 추세는 이어져 예년에 비해 95%가량 시장규모가 확대될 것이며, 향후에도 시장확대는 지속될 전망이다.

## ○비디오게임

비디오게임은 PS2, Gamecube, X-BOX 등의 정식 수입으로 2002년 854%라는 성장을 나타냈다. 특히, PS2의 경우 국내 비디오게임 시장의 80%를 점유하며 비디오게임 시장의 성장을 주도하고 있는데, 대형 타이틀 보급과 한글화, PS방의 확산, 그리고 다양한 마케팅 전략을 구사하며 2003년에도 국내 비디오게임 시장을 견인할 것으로 보인다. 또한 X-BOX와 Gamecube도 시장진입을 위한 본격적인 마케팅을 계획하고 있어, 2003년 국내 비디오게임 시장은 2002년에 비해 60% 정도 확산된 2,492억원에 이를 전망이다.

비디오게임 시장은 2004년으로 예상되는 PS3 보급시기에 따라 2003년 하반기부터는 정체될 것으로 예상되는데, 복합유통업소의 확산과 PS방을 통한 소비시장 확대, 비디오게임 DVD 대여 등의 시장형성을 통해 증가세는 이어질 전망이다.

## ○PC게임

1999년부터 2001년 사이 연평균 50% 이상의 성장률을 보인 PC게임은 전 근대적 유통구조, 불법복제 등을 통한 수익구조 불안, 제작사의 온라인게임으로의 주력 이동과 비디오게임 써드파티 전환 등으로 인해 2002년에는 매출이 15% 이상 격감되었다. 그러나, 불법복제를 방지한 온라인 ASP 서비스와 온라인판매를 통한 유통구조 개선, 백화점과 할인점 등을 통한 구매 패턴 변화와 정품 판매 증가, 외국 메이저의 국내직판 확대와 대작게임의 지속유입 등을 통해 시장이 급감하지는 않을 전망이다. 특히 학부모 구매자를 중심으로 하는 국산 아동용 게임의 강세가 이어지고 있고 한국 직판을 통한 해외 대작의 구매가 이어지고 불법복제에 대한 단속이 강화되는 등 장기적으로 시장이 개선될 조짐도 보이고 있다. 2003년에도 국내 PC게임 제작사들의 발매편수는 아동용 중심으로 소수에 그치고, 온라인게임으로 주력이 이동하면서, PC게임 시장규모는 2002년도에 비해 10%가량 감소할 것으로 예상된다. 그리고 이러한 추세는 하락 속도가 완만해지면서 당분간 이어질 것으로 보인다.

## ○아케이드게임

아케이드게임의 경우 히트게임의 부재, PC방과 온라인게임의 성장 속에 청소년들의 대거 이탈, 게임장의 감소를 통한 유통구조 난맥 등을 통해 2000년 이후 시장이 감소세를 나타내고 있다. 특히 2002년에는 수출에서도 온라인게임에 선두를 내어주며 전체 시장이 25%가량 급감한 것으로 나타났다.

그러나, 아케이드게임은 청소년층에서 성인 유저층으로 중심을 이동하고 있으며, 비디오게임기를 이용한 복합유통업소로의 전환과 게임장 운영의 다각화 전략, 경품시장의 다변화 등을 통한 반등의 가능성이 크다. 더구나 최근 VR, 감성공학 등의 최신기술을 접목시킨 첨단게임기의 개발과 보급이 증가하고 있으며 대형게임장을 통한 보급확대, 프랜차이즈 영업과 테마파크 등의 기대로 기존의 아케이드게임에 대한 기존의 개념이 바뀔 수 있다. 따라서 2003년에는 12% 정도 하락세가 이어지겠지만, 시장 조정이 마무리되는 2004년부터는 반등할 것으로 전망된다.

## □ 소비유통 시장규모 전망

### ○PC방

인터넷PC방은 수요에 비해 많은 업소수와 과당경쟁으로 인한 수익악화, 안정적인 수입을 가져오는 콘텐츠의 부족, 고사양 PC설비 교체 등 시장규모를 축소시킬 수 있는 요인을 가지고 있다. 그러나, 2002년에는 PC방의 감소에도 불구하고 전체 시장은 오히려 23%나 성장하는 결과를 나타냈다. 여기에는 고사양화에 따른 비용을 감당할 수 없는 소규모 업체의 폐업에도 불구하고, 평균 50대 가량을 가진 대규모 신생업체의 증가와 온라인게임 이용자 다양화를 통한 이용층 확대가 요인으로 작용하고 있다.

이러한 PC방의 성장은 새로운 추세인 3D 게임에 적합한 고사양 PC 설치와 4M 이상의 T-2급 전용선 구비로, 온라인게임 이용자들에게 최적의 이용환경을 제공하는 서비스 개선이 주요하게 작용하고 있는데, 이런 요인은 PC방 업소수의 감소에도 불구하고 향후에도 지속적으로 성장할 전망을 낳고 있다. 물론 국민건강증진법과 소방법 개정을 통한 문제가 제기되고 있지만 업소의 영업 부분에 관한 민감한 사항들은 대부분 매듭지어진 상태이며, 비디오게임방의 확산도 온라인게임 이용자들의 대거 이동으로는 이어지지 않을 것이므로 영향은 크지 않을 것으로 보인다. 따라서 2003년도에도 PC방의 성장세는 이어져 전체적인 성장률은 둔화되겠지만 2001년도에 비해 16%정도는 성장할 전망이다. 또한 이러한 추세는 온라인게임의 성장 추세와 맞물려 향후에도 이어질 것으로 보인다.

## ○게임장

게임장의 난립과 과당경쟁, 이용가격 하락, 불법게임물 유통, 댄스 게임기 이후 주력 콘텐츠의 부재 등은 아케이드게임과 게임장의 급락세를 낳은 주된 요인이다. 이에 따라 국내 게임장은 2001년에 비해 27%가량 급격히 줄어들었으며, 시장조정세가 진행되면서 당분간 하락세는 이어질 것으로 보인다.

게임장은 최근 주요 이용층이 성인층으로 이동하면서 경품, 베팅 게임류가 증가하고 있으며, 가상현실, 체감형 게임 등 첨단게임이 보급되기 시작하고 있다. 아케이드게임의 축소와 함께 대형게임장 중심으로 재편되고 있는 세계시장의 추세와 더불어, 국내 게임장도 대형화, 첨단화 방향으로 조정이 진행되고 있는 것이다. 특히 국내 게임장은 비디오게임방을 게임제공업소로 포함할 것이고, 복합유통업소 등으로의 전환이 확대될 것이므로 기존 게임장과는 다른 개념의 시장이 형성될 가능성을 가지고 있다. 따라서 2003년에는 2001년에 비해 10% 정도 하락하고, 조정기가 이어지는 2004년까지는 이러한 추세가 지속되겠지만, 2005년부터는 새로운 개념의 시장으

로 반등할 것으로 전망되고 있다.

## ○ 복합유통업소

비디오게임방과 보드카페 등의 새로운 소비유통 시장의 형성과 함께, 기존의 PC방, 게임장 등과 결합한 형태의 새로운 퓨전 공간이 등장하고 있다. 복합유통업소는 이러한 복합적인 게임제공업소를 의미하는데, 2002년 비디오게임의 정식 보급과 보드카페 등의 확산으로 성장 가능성이 큰 분야로 전망되고 있다. 현재 '게임제공업'으로 분류되는 복합유통업소는 향후 더욱 다양하게 결합되면서 분류도 세분화될 것으로 보인다. 2003년은 PC방과 게임장 등의 각 협회에 소속되지 않은 독립업소만을 전망치로 추정하고 있는데, 전체 소비유통시장의 10%인 2,322억원에 이를 것으로 전망된다. 2004년 이후 복합유통업소는 현재와는 다르게 분류될 수 있는데, 비디오게임과 보드카페 등의 성장을 고려할 때 매년 20-30%가량 급성장할 것으로 전망되고 있다.

## □ 수출입 현황과 국내시장 비중

2002년 국내 게임 수출은 2001년도에 비해 8%가량 증가한 1억 4,080만불에 이르는 것으로 나타났다. 반면 수입액은 146%가 증가한 1억 6,096억불로 수출액을 추월하였다. 2002년의 특징은 온라인게임이 주력 수출품목으로 올라섰으며, 비디오게임이 수입을 주도하고 있다는 것이다. 이는 전통적인 수출 주력품목인 아케이드게임과 주요 수입품목인 PC게임이 각각 시장규모 축소와 함께 선두 자리를 넘겨준 것을 의미한다.

2001년에 비해 2002년의 수입액이 크게 증가한 것은 PS2와 X-BOX 등의 외산 비디오게임의 정식 도입으로 비디오게임 시장의 성장률인 854%가 고스란히 수입액에 반영된 것에 기인하고 있다. 한편 수출 성장의 둔화는 온라인게임의 수출 증가세에 비해, 그동안 수출 비중이 높았던 아케이드게임의 수출액이 크게 감소한 이유이다.

2003년은 수출을 주도하는 온라인게임 분야에서 일본 및 동남아시아로의 진출 확산과 유료화를 통한 로열티 수입, 모바일게임의 수출 본격화 등으로 50% 가량 급증할 것으로 보인다. 한편 수입은 PS2 등 외산 비디오게임의 마케팅 공세와 대작 PC게임의 꾸준한 유입 등으로 전체적으로 40% 가량 증가할 것으로 전망된다. 이에 따라 2003년에도 수입액은 수출액을 다소 능가할 전망이다.

2004년에는 온라인게임의 수출이 완만해지면서 전체 수출액이 30% 정도



의 성장세로 2억 7,455만불에 이를 것으로 보인다. 반면 수입은 상반기에는 PS2를 중심으로 매출세가 급감하나 하반기에는 PS3의 출시로 반등하여, 전체 수입액은 20% 정도 늘어난 2억 7,042만불에 이를 전망이다.

<표> 국내 게임시장 수출·입 현황 및 전망 (단위 : 천불)

연도	2000	2001	2002	2003	2004
수출액	101,500	130,470	140,796	211,194	274,552
수입액	55,874	65,340	160,962	225,347	270,416

<표> 2002년 국내 게임의 세계시장 점유 비율 (단위 : 억불)

구분	아케이드 게임	PC게임	온라인 게임	비디오 게임	모바일 게임	전체
세계시장	294	37	56	215	16	618
국내시장	3.15	1.37	3.77	1.30	0.84	10.43
점유율	1.1%	3.7%	6.7%	0.6%	5.3%	1.7%

<표> 세계 주요국 내 한국의 게임산업 경쟁력 : 2002년

(단위 : 백만불)

구분	온라인게임		모바일게임		PC게임		비디오게임		아케이드게임	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
Japan	38	5	805	1	222	7	5,884	2	12,000 (추정)	1
US	2,716	1	86	2	1,458	1	8,146	1	10,000 (추정)	2
UK	23	6	36.6	7	269	4	1,771	3		
France	6.8	9	30.4	8	255	5	1,027	6		
Germany	12.8	7	46.7	5	439	3	1,129	4		
Italy	4.9	10	40	6	241	6	1,035	5		
Spain	3.2	-	21.6	9	142	9	871	7		
Sweden	2.2	-	5.8	10	71	-	329	9		
China	84	3	64	4	467	2	381	8		
Taiwan	41.3	4	40	-	188	8	-	-		
HongKong	10.4	8	14	-	-	-	-	-		
<b>Korea</b>	<b>377</b>	<b>2위</b>	<b>84</b>	<b>3위</b>	<b>137</b>	<b>10위</b>	<b>130</b>	<b>15위권 (추정)</b>	<b>315</b>	<b>8위권 (추정)</b>

자료 : Datamonitor, 2002 ; Screen Digest, 2002 ; DFC Intelligence, 2001 ;

SOFTBANK Research, 2002 ; Informa media group, 2002 ;

IDSA, 2001 ; DTI spectrum, 2003 ; Frost & Sullivan, 2002 ;

CESA, 2002 재구성