



G

THE RISE OF 2007 KOREAN GAMES

Guide to Korean Game Industry and Culture

Chapter I

산업계 동향

제1장 >> 국내 게임시장 동향

- 제1절 국내게임시장 규모 : 2006년
- 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 아케이드게임장 현황
- 제5절 비디오게임장 현황

제4장 >> 게임산업 종사자 현황

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

제 1 장

국내 게임시장 동향

제 1 절 국내게임시장 규모 : 2006년

1. 게임시장 전체 규모

2006년 국내 게임시장 규모는 7조4,489억원으로 나타났다. 제작·배급시장에 해당하는 5개 게임 플랫폼에 의한 매출 규모는 2조8,796억원(38.7%), PC방, 아케이드게임장, 비디오게임장 등 전체 소비·유통시장 규모는 4조5,693억원(61.3%)으로 조사되었다.

다음 결과는 2007년3월21일부터 4월30일까지 전국 게임업체 400개, PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 1,850개에 대한 설문조사 결과를 토대로 추정된 게임시장 규모이다. 이 조사는 2006년12월 말 기준으로 게임업체로 등록된 총 3,600여개의 게임업체, 2만여개 PC방, 1만5,000여개 아케이드게임장, 400여개 비디오게임장을 대상으로 하였다. 이 중 휴·폐업한 업체를 제외하고 접촉이 가능한 게임업체와 지역별로 할당된 PC방 및 아케이드게임장과 비디오게임장의 표본 1,850개를 대상으로 이메일, 팩스, 방문조사를 실시하여 질문에

응답한 업체에 대해 분석하였다. 여기에 게임 플랫폼별 상위업체 100여개를 개별적으로 추가 조사하여 전체 데이터의 신뢰도를 높였다.

분야별 규모를 살펴보면, 아케이드게임장이 2조6,770억원으로 전체의 35.9%를 점유하여 2005년에 이어 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 게임 플랫폼 중에서는 온라인게임이 1조7,768억원 규모로 나타났다. 온라인게임은 전체 시장의 23.9%를 차지하여 지난해 16.6%보다 7.3% 정도 점유율이 증가하였다. 게임 플랫폼 가운데 온라인게임 다음으로 많은 비중을 차지한 분야는 지난해와 마찬가지로 아케이드게임으로 7,009억원으로 나타났는데, 이는 2005년보다 1.7% 정도 감소한 수치이다.

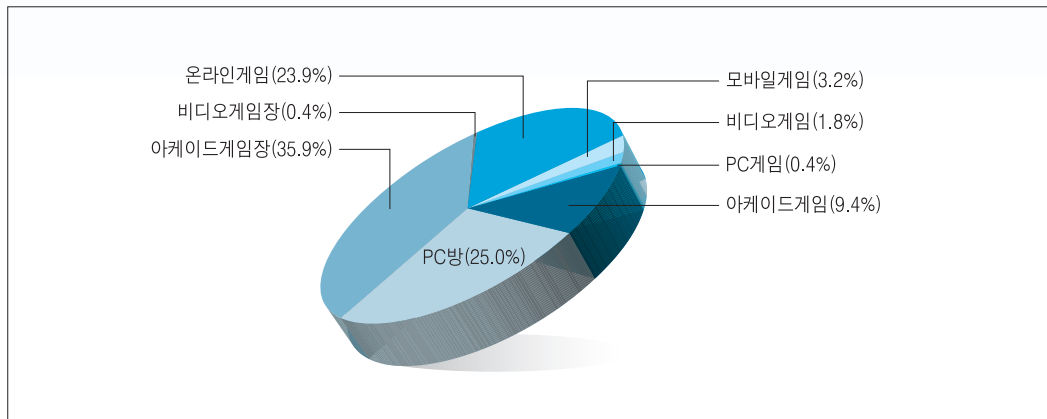
2006년 게임시장 규모는 2005년에 비해 전체 규모는 14.2% 줄어들었으나, 게임플랫폼 출하규모로는 0.9% 정도 증가하였다. 전체 시장 규모가 줄어든 것은 지난해 사행성 문제로 아케이드게임장과 아케이드게임이 구조조정을 겪었기 때문이다.



〈표 1-1-1-01〉 2006년 국내 게임시장 전체 규모

구분	매출규모(억원)	점유비율
온라인게임	17,768	23.9%
모바일게임	2,390	3.2%
비디오게임	1,365	1.8%
PC게임	264	0.4%
아케이드게임	7,009	9.4%
PC방	18,647	25.0%
아케이드게임장	26,770	35.9%
비디오게임장	276	0.4%
합계	74,489	100.0%

〈그림 1-1-1-01〉 2006년 국내 게임시장 분야별 비중



※ 전체 게임시장 기준

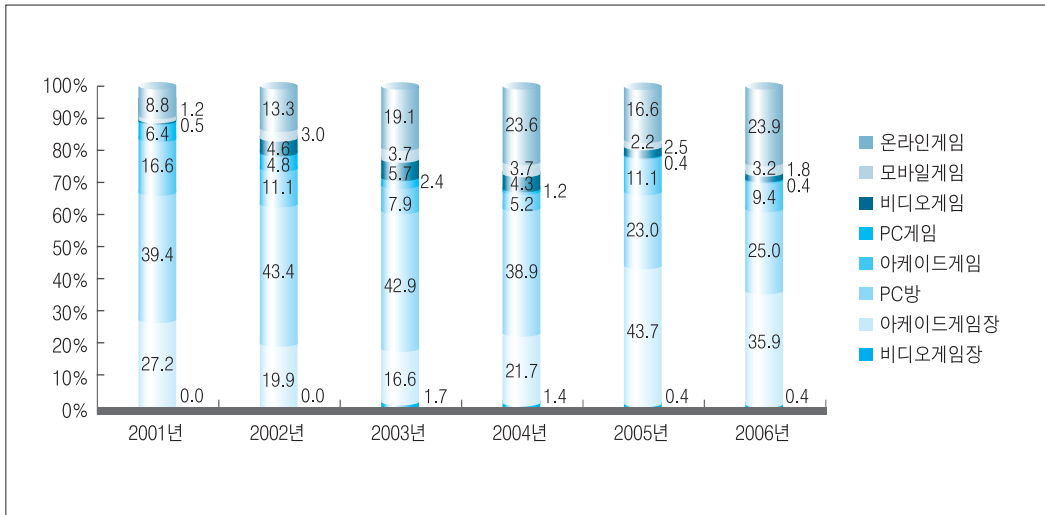
국내 게임시장의 분야별 비중을 연도별로 살펴보면, 계속 증가 추세에 있던 온라인게임과 모바일게임의 비중이 2005년에 줄어들었다가 2006년에는 다시 비중이 늘어났다. 비디오게임과 PC게임, 비디오게임장의 비중은 점차 감소하고 있고, 아케이드게임과 아케이드게임장은 2005년에 비중을 확대하였다가 2006년에는 다시 축소되었다. 국내 게임시장은 사행성 문제로 아케이드게임과 아케이드게임장이 구조

조정을 거치면서 분야별 비중에 있어서 전반적으로 2005년 이전으로 다시 회귀하는 경향을 보여준다. 2005년 전체 시장의 43.7%를 차지 하였던 아케이드게임장과 11.1% 규모였던 아케이드게임은 2006년 각각 35.9%와 9.4%로 감소하였다. 이 때문에 2004년까지 비중이 확대되었다가 2005년 규모가 축소되었던 온라인게임과 모바일게임은 2006년에는 다시 23.9%와 3.2%로 2004년 수준을 회복하였다. 하지만 비

디오게임과 PC게임은 2006년 매출이 대폭 하락하면서 전체 시장에서의 비중이 1.8%와 0.4%로 지속적인 하락세를 기록하였다. PC방은 2002년 43.4%로 가장 큰 비중을 보이다 규모가 점차 줄어들어 2005년에는 23.0%까지 하락하였다가 2006년에는 아케이드게임장의 시장 축소로 인해 전체 시장에서의 비중이 25.0%로 소폭 증가하였다. 비디오게임장은 2005년과 마찬가지로 0.4%의 비중을 보였고, 2003년

1.7%에서 매년 감소하는 추세에 있는 것으로 나타났다. 참고로, 게임산업진흥에 관한 법률(2006.4.28 제정)의 개정(2007.1.19)으로 인해 새로이 규정된 현행 게임법의 사행성게임물 기준 조항 등을 2006년도에 적용해 볼 경우 아케이드게임의 2006년 매출은 1,300억원, 아케이드게임장의 매출액은 6,000억원으로 추정되고 있다.

〈그림 1-1-1-02〉 연도별 국내 게임시장 분야별 비중 : 2001~2006



2. 게임 플랫폼별 시장 규모

PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 등 소비·유통시장 규모를 제외한 게임 플랫폼 단위의 제작·배급 시장규모는 2006년 2조8,796 억원인 것으로 나타났다. 게임 플랫폼별 시장 규모를 보면 온라인게임 시장이 61.7%로 2005년의 게임 플랫폼 내 비중(50.4%)보다 약 11.3%가

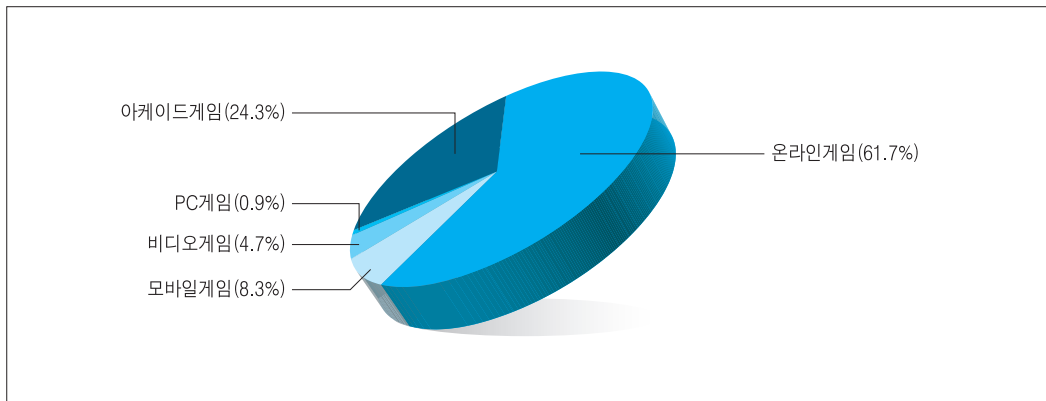
증가함으로써 게임 플랫폼 내에서 지속적으로 1위를 이어가고 있다. 다음으로 2005년 33.8%의 비중을 차지하였던 아케이드게임은 2006년에는 24.3%로 9.5%가량 감소하였다. 반면 모바일게임은 지난해에 비해 소폭 증가한 8.3%를 기록하였다. 비디오게임과 PC게임은 2005년에 비해 점유율이 더 낮아져 각각 4.7%와 0.9%로 나타났다.



〈표 1-1-1-02〉 2006년 국내 게임 플랫폼 단위 시장 규모

구분	매출규모(억원)	점유비율
온라인게임	17,768	61.7%
모바일게임	2,390	8.3%
비디오게임	1,365	4.7%
PC게임	264	0.9%
아케이드게임	7,009	24.3%
합계	28,796	100.0%

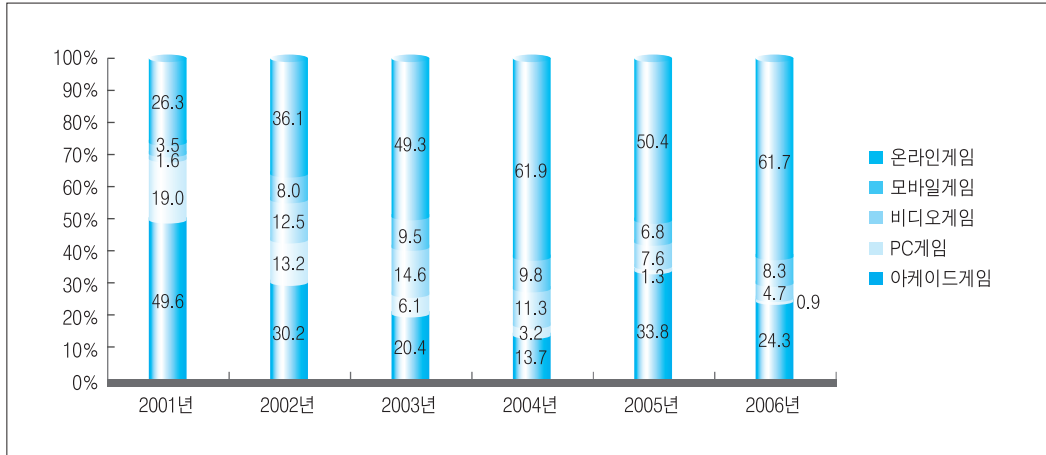
〈그림 1-1-1-03〉 2006년 국내 게임 플랫폼별 비중



연도별로 게임 플랫폼이 차지하는 비중 추이를 살펴보면, 2005년에 비해서 온라인게임과 모바일게임만 비중이 확대되었고, 나머지 플랫폼의 시장 비중은 모두 축소된 것으로 나타났다. 2001년 26.3%를 차지했던 온라인게임은 2004년 61.9%로 큰 폭으로 비중이 확대되었는데 2005년 약간 줄어들었다가 2006년에는 61.7%로 다시 2004년 수준을 회복하였다. 반면 아케이드게임은 2001년 이후 2004년까지 지속적으로 비중이 축소되다가 2005년 20% 이상 급격히 비중이 늘었다. 하지만 2006년에는

다시 24.3%로 점유율이 많이 줄었다. 모바일게임은 온라인게임과 유사한 경향을 보이는데, 2004년까지 지속적인 증가세를 보이다 2005년 약간 줄어들었으며, 2006년 8.3%로 다시 비중이 확대되었다. 비디오게임과 PC게임은 하락세를 그리고 있는데, 비디오게임은 2003년을 기점으로 계속 점유율이 줄어들어 2006년에는 4.7%를 기록하였고, PC게임은 2001년 이후 지속적으로 비중이 축소되어 2006년에는 0.9%에 불과한 것으로 나타났다.

〈그림 1-1-1-04〉 연도별 국내 게임 플랫폼 단위 비중 : 2001~2006



제 2 절 국내 게임시장 규모 추이와 전망

1. 시장 규모 추이와 전망

2006년 국내 게임시장 규모는 2005년에 비해 14.2% 감소한 7조4,489억원 규모를 기록하였는데, 2007년에는 5조3,577억원으로 더 큰 폭으로 감소할 것으로 전망된다. 이는 게임산업진흥법이 제정(2006.4.28) 및 개정(2007.1.19)되어 본격 시행됨에 따라 사행성게임물에 대한 기준 및 청소년 이용불가 게임물의 경품지급 금지 등의 조항으로 2007년에는 사행성 게임물이 시장에서 대부분 사라질 것으로 예상되기 때문이다. 그러나 2008년부터 국내 게임산업은 다시 10% 내외의 성장세를 회복하여 2008년은 5조9,209억원, 2009년은 6조4,883억원에 이를 것으로 예상

된다.

성장세가 가장 두드러지는 분야는 온라인게임으로 2005년부터 2009년까지 연평균 성장률이 19.1%에 이를 것으로 보인다. 특히 2007년에는 연 매출액 2조원을 돌파하여 2조1,000억원을 달성하고, 2008년에는 약 2조5,000억원, 2009년에는 약 2조9,000억원에 육박할 것으로 예상된다. 아케이드게임은 2006년에 이어 2007년에는 무려 74% 마이너스 성장을 기록, 1,800억원대 시장규모를 형성할 것으로 보인다. 하지만 2008년부터 다시 성장세로 돌아서 2009년에는 2,000억원을 약간 밑도는 시장규모를 달성할 것으로 전망된다. 모바일게임은 연평균 18.3%의 성장세를 보여 2007년 2,800억



원, 2008년에는 3,300억원을 넘어설 것으로 보이며, 2009년에는 약 3,800억원으로 꾸준히 증가할 것으로 예상된다. 비디오게임은 2007년 차세대 게임기가 본격 출시되면서 큰 폭으로 성장이 예상되는데, 2007년 2,000억원, 2008년 2,600억원, 2009년 2,900억원의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

PC방의 시장 규모는 2006년 6.4% 소폭 감소하였는데, 2007년부터 조금씩 회복될 것으로 예상된다. 아케이드게임장은 2007년에는 무려 76%의 시장 축소가 예상되는데, 2008년 이후에는 청소년게임장과 복합유통업을 중심으로 성장세로 돌아서 2009년에는 6,800억원 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다. 비디오게임장은 당분간 마이너스 성장을 이어갈 것으로 예상된다.

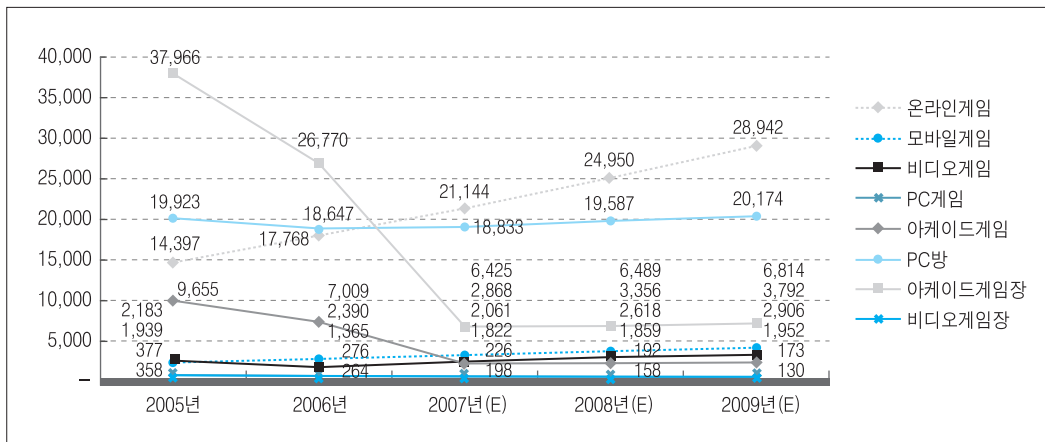
PC방에서 대부분의 게임이용자가 온라인게임을 이용한다는 점을 감안할 때, 국내 온라인게임

시장은 PC방과 온라인게임 생산 매출을 합한 규모로 산정할 수 있다.(단, PC방 매출 중 온라인 게임업체에 지급하는 가맹 비용은 제외) 이를 고려하여 살펴보면, 2006년 온라인게임 시장은 3조6,415억원 규모로 전체시장의 48.9%로 나타났다. 이는 전체 게임시장의 절반에 육박하는 것이며, 향후에도 온라인게임 집중현상은 더욱 심화될 것으로 예상되는데, 2007년에는 74.6%, 2008년에는 75.2%, 2009년에는 75.7%에 이를 것으로 전망된다. 한편 2006년에 이어 2007년에 대폭 구조조정이 예상되는 아케이드게임 및 아케이드게임장은 그 비중이 2007년부터 급격히 감소할 것으로 예상된다.

2006년 이후 전체 게임시장에서의 분야별 비중 추이를 살펴보면, 온라인게임과 PC방의 비중이 대폭 증가하고, 모바일게임과 비디오게임은 소폭 증가하는 반면, 아케이드게임과 아케이드게임장은 대폭 감소할 것으로 전망된다.

<그림 1-1-2-01> 국내 게임시장 규모 현황과 전망

(단위 : 억원)

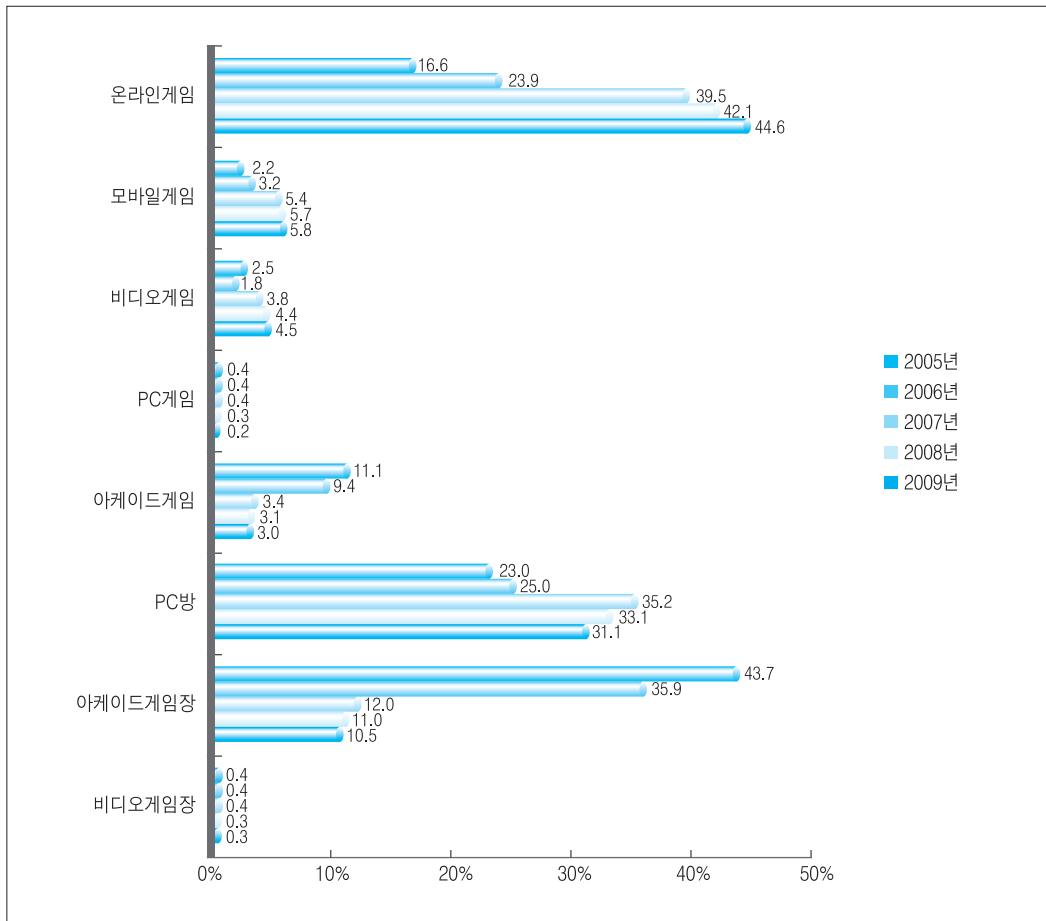


〈표 1-1-2-01〉 국내 게임시장 현황과 전망

(단위 : 억원)

구분		온라인 게임	모바일 게임	비디오 게임	PC게임	아케이드 게임	PC방	아케이드 게임장	비디오 게임장	합계
2005년	규모	14,397	1,939	2,183	377	9,655	19,923	37,966	358	86,798
2006년	규모	17,768	2,390	1,365	264	7,009	18,647	26,770	276	74,489
	성장률	23.4%	23.3%	-37.5%	-30.0%	-27.4%	-6.4%	-29.5%	-22.9%	-14.2%
2007년(E)	규모	21,144	2,868	2,061	198	1,822	18,833	6,425	226	53,577
	성장률	19.0%	20.0%	51.0%	-25.0%	-74.0%	1.0%	-76.0%	-18.1%	-28.1%
2008년(E)	규모	24,950	3,356	2,618	158	1,859	19,587	6,489	192	59,209
	성장률	18.0%	17.0%	27.0%	-20.2%	2.0%	4.0%	1.0%	-15.0%	10.5%
2009년(E)	규모	28,942	3,792	2,906	130	1,952	20,174	6,814	173	64,883
	성장률	16.0%	13.0%	11.0%	-17.7%	5.0%	3.0%	5.0%	-9.9%	9.6%

〈그림 1-1-2-02〉 국내 게임시장 분야별 점유 비율 전망 : 2005~2009





2. 분야별 시장규모 전망

(1) 제작·배급 시장 규모 전망

가. 온라인게임

온라인게임 분야는 해외 진출 역량을 갖춘 상위 업체들은 해외 수출에 보다 박차를 가하고 있어 수출로 인한 매출 증가가 더욱 가속화 될 것으로 보인다. 반면 중소형 게임업체들은 더욱 설 자리를 잃어 업계내 양극화 현상은 더 심화될 것으로 전망되고 있다. 그리고 온라인게임 개발에 소요되는 막대한 개발비와 마케팅 비용의 증가로 인해 출시되는 게임의 수가 점차 줄어들고 있으며, MMORPG는 점차 선두업체에서 제작·배급하고, 중소기업에서는 캐주얼게임처럼 비교적 가벼운 게임을 개발하는 추세이다. 또한 건전한 게임이용문화 조성을 위한 노력이 계속되고 있으나, 게임과몰입이나 아이템거래 등 온라인게임과 관련된 사회적 우려가 지속되고 있으며, 중국의 자국게임 보호정책과 외국 대형 온라인게임의 국내 진출로 인해 수출과 내수 시장 모두 위기를 맞고 있어 향후 온라인게임시장이 위축될 것으로 우려하는 견해도 있다. 그러나 2003년 이후 나타나기 시작한 해외진출 성과가 지속적으로 이어지고 있고, FPS 게임과 캐주얼 게임, 스포츠 게임 등 장르가 다양해지면서 새로운 수익 모델을 창출하고 있어 앞으로도 대형 게임포털을 중심으로 온라인게임의 성장세는 계속될 것으로 전망된다.

중화권 외에 일본 및 미주지역으로의 온라인 게임 진출 확대는 한국 게임수출 활성화를 촉진시킬 것으로 기대된다. 또한 일본을 비롯한 다양한 수출 대상국으로 진출하여 기반을 닦은 업

체들의 해외 매출이 2006년부터 크게 증가하고 있다. 그리고 지속적인 이용자층 확대 및 다양한 장르로의 이용자 분화, 대규모 게임업체를 중심으로 한 스튜디오형 퍼블리셔 모델이 자리를 잡아가면서 중소 게임개발사와 대형 퍼블리셔간의 협력 및 분업시스템이 점차 체계화되고 시장 안정화를 가져다 줄 것으로 기대되어 2007년에도 온라인게임은 약 19%의 성장률을 보일 것으로 예상된다. 향후에는 방통융합 등 환경변화로 인한 새로운 경영전략과 정책 방향 모색이 요구될 것으로 보이며, 이러한 변화에 대한 업계와 정부의 노력이 요구된다.

나. 모바일게임

모바일게임 시장은 초기 급격한 성장을 보였지만, 2004년부터는 성장세가 다소 완만해졌다. 이에 이동통신사 및 개발사들은 모바일게임 시장 활성화를 위해 고성능 3D 게임폰을 출시했고, 대용량 및 3D게임 출시, 네트워크게임 활성화 유도 및 월정액 서비스 도입 등 여러 가지 수익모델을 시도하고 있다. 또한 상위 업체들의 경우 연매출 100억원을 돌파하여 전체 모바일 게임 시장규모에서 시장점유율이 더 높아졌다. 더구나 모바일게임 개발사로는 국내 최초로 컴투스가 2007년 코스닥 상장에 성공하여 모바일 게임산업 발전에 있어 중요한 분수령을 넘었다.

국내 모바일게임 수출은 2004년을 정점으로 2005년 대폭 감소하였다가 2006년에는 다시 증가하였다. 그동안 해외 퍼블리셔를 통해 게임을 서비스하거나 해외 파트너에게 게임을 판매하는 수출 방식을 취해 왔으나, 2006년 이후 대형 CP를 중심으로 해외 시장에 직접 퍼블리싱



에 나서고 있다.

2006년부터 등장하기 시작한 모바일게임 퍼블리싱이 2007년에는 본격화될 것으로 예상되며, 이에 따라 개발사들은 개발 리스크를 줄이고 양질의 콘텐츠 개발에 몰두할 수 있게 될 것이다. 향후 모바일게임 퍼블리셔의 성공적인 시장 안착여부에 따라 모바일게임의 성장세가 결정되겠지만, 그동안 시장 확대를 위해 꾸준히 보급된 고성능 단말기와 게임의 품질 향상, 무선인터넷 속도 개선, 월정액 서비스의 안정적인 도입 등의 성과가 기대됨에 따라 2007년에도 20% 정도의 성장률을 보일 것으로 예상된다.

WIBRO 등 모바일게임과 관련한 환경변화는 새로운 콘텐츠 개발 아이디어와 유통구조의 재편을 요구할 것으로 보여 미래에 대비한 전략 마련이 필요하다.

다. 비디오게임

2002년부터 시작된 한국의 비디오게임 시장은 2년간의 급성장 이후 2004년에 들어와 다소 둔화되는 모습을 보였다. 이후 휴대용게임기가 본격적으로 진출한 2005년에는 두 자리수로 성장하였지만, 2006년에는 다시 시장규모가 큰 폭으로 감소하여 국내 비디오게임 시장이 본격적으로 형성되었던 2002년보다 규모가 축소되었다. 시장규모 감소의 주요인은 휴대용게임기 시장의 침체와 PS3, Wii 등 차세대 게임기에 대한 높은 관심이 대기 수요를 촉발하여 기존 콘솔 하드웨어 및 소프트웨어 구매가 대폭 줄었기 때문이다.

소니, MS에 이어 닌텐도가 지난해 여름에 한국에 진출함으로써 모든 비디오게임 플랫폼 홀

더(Platform Holder)가 본격적으로 국내에서 마케팅을 펼치게 된 2007년에는 시장이 큰 폭으로 성장할 것으로 전망된다. 올해 초 닌텐도는 DS Lite 출시와 함께 대형 스타를 내세운 TV광고로 인지도를 크게 높였으며, 소니의 PS3와 닌텐도 Wii도 하반기에 국내 출시가 유력해짐에 따라 2007년 비디오게임 시장은 하드웨어 및 소프트웨어 모두 판매량이 급격히 증가할 것으로 예상된다.

온라인 서비스 기능을 강조한 차세대게임기의 경우 우수한 네트워크 인프라를 갖춘 우리나라 게임업계에 큰 장점으로 작용할 것으로 보인다. 이미 국내 게임 개발사들은 차세대 비디오게임 개발에 뛰어들어 우수한 타이틀을 출시, 점차 히트작들이 나오고 있다. 이처럼 국내의 축적된 온라인게임 개발 기술과 노하우 등이 온라인 기능을 강조하는 차세대게임기 발매와 함께 새로운 시장을 창출할 것으로 보이며 2007년에는 51.0%로 비교적 큰 폭의 성장이 예상된다.

라. PC게임

2000년 이후부터 지속적으로 하락세가 이어지고 있는 PC게임은 2006년 시장 규모가 2004년에 비해 절반에도 못미치는 수준에 머물렀다. 이러한 시장 축소의 원인은 불법복제로 인해 주요 개발사들이 온라인게임 개발로 전환함으로써 제작 기반이 붕괴된 데 따른 것이다. 제작사의 감소는 PC패키지 타이틀의 양적인 감소뿐 아니라 콘텐츠의 질적인 퇴보도 가져왔다. 해외 PC게임업체의 경우에도 킬러 타이틀을 출시하지 못하면서, 시장 하락세를 꺾지 못하였다.

마. 아케이드게임



1

2006년 아케이드게임은 ‘바다이야기’ 사태로 지난해에 비해 시장규모가 많이 축소되었다. 특히 성인용 경품지급게임(Amusement With Prize)들이 법적으로 금지되었고, 그동안 시장에 유통되던 ‘바다이야기’와 같은 릴게임들은 시장에서 퇴출되었다. 그리고 스크린경마게임과 릴게임을 제조·유통하던 아케이드 게임업체들은 대부분 폐업하였다.

성인용 아케이드 게임시장이 붕괴하면서 아케이드 게임업체는 청소년 게임분야 쪽으로 전환하고 있는 추세이다. 아케이드게임 개발사들도 청소년용 게임 개발에 관심을 보이며 게임 개발에 착수하거나 이미 새로운 제품을 내놓기도 하였다. 하지만 그동안 시장의 대부분을 차지하던 성인용 경품지급게임이 사라지면서 아케이드게임 분야는 구조조정을 계속 거칠 것으로 보인다. 따라서 2007년을 기점으로 아케이드게임 시장 규모는 크게 줄어들 것으로 예상된다.

(2) 소비·유통 시장 규모 전망

가. PC방

PC방은 2002년 이후 고급화, 대형화를 통해 구조조정에 들어간 후 2004년 전국적으로 2만 개 이상의 PC방이 설립되었고, 크게 증가한 PC방들은 업소간 경쟁이 치열해지면서 이용요금의 경쟁적인 인하로 인해 수익이 악화되었다.

2006년도는 2005년에 비해 PC방 숫자가 약 5% 줄어든 것으로 나타났는데, 이는 PC방의 면적을 제한한 개정 건축법 시행령이 2006년 5월에 시행된 여파로 보인다. 건축법 시행령이 발효되면서 PC방의 신규창업이 많이 줄었으며, 지역별로 매매 또한 여의치 않아 영업을 지속하

기 어려운 업소들의 폐업이 늘어났다. 그러나 법 시행령 초기의 혼란과는 달리 기존 업주들의 매매권이 보장되면서 감소세는 다시 줄어들고 있다.

2006년 상반기에는 사행성 도박 열풍으로 5,000여개의 사행성 PC방이 생겨난 것으로 파악되며, 일반 PC방들도 일부 업종을 전환하였다. 하지만 ‘바다이야기’ 사태로 사행성 PC방에 대한 대대적인 단속이 이뤄지면서 2006년 하반기에는 대부분의 사행성 PC방이 문을 닫았다.

2007년부터는 게임산업진흥법이 개정·시행되면서 사행성 PC방이 금지되고, 학교정화 구역내의 PC방 설립이 제한될 것으로 보인다. 특히 PC방 등록제 시행으로 PC방 창업이 이전보다 어려워지고, 건축법의 면적 제한으로 PC방의 복합화, 대형화 추세가 꺾일 것으로 예상되어 전체 PC방의 성장률은 둔화될 것으로 전망된다.

나. 아케이드게임장

2005년부터 본격적으로 늘어나기 시작한 사행성게임장은 2006년 여름 사회적 이슈로 부각되면서 검찰, 경찰 등에서 수개월에 걸쳐 집중적인 단속이 벌어졌다. 그 결과, 전국 아케이드 게임장의 절반가량이 폐업한 것으로 나타났다. 또 국세청은 아케이드게임 제조·판매업체와 대형 게임장에 대해 세무조사를 벌여 세금을 추징하였다. 이어서 경품용 상품권제도가 폐지되었고, 환전업이 금지되는 등 국내 성인 경품지급게임에 대한 정부의 규제가 대폭 강화되었다.

한편 청소년게임장은 2000년부터 PC방과 온

라인게임의 확산으로 주요 고객층인 10대들을 뺏기면서 그 수가 점차 격감해 2006년 말에는 전국적으로 1,000여개 업소가 운영 중인 것으로 조사되었다. 특히 사행성 게임장의 범람으로 2006년도에는 청소년용 아케이드게임 시장이 더욱 줄어들었다. 그러나 점차 놀이시설과 결합한 대형 청소년게임장이 도입되고 있어, 향후 복합형 청소년게임장의 성장이 예상된다. 정부에서도 사행성 게임물은 퇴출시키고 청소년용 게임물은 적극 진흥하겠다는 입장이어서 2007년부터는 청소년게임장이 다소 활기를 띠 것으로 전망된다.

그러나 게임산업진흥법의 제·개정 및 시행으로 사행성 게임물과 게임장에 대한 정부 규제는 더욱 강화될 것이고, 사정기관의 단속은 계속될 것이다. 또한 게임물 표시장치 부착, 사행성 기준 강화 등으로 2007년 성인용 아케이드 게임장은 전반적인 구조조정을 겪으면서 폐업이 속출할 것으로 보여 아케이드게임시장은 당분간 침체기에 접어들 것으로 예상된다.

다. 비디오게임장

비디오게임장은 2002년 비디오게임의 공식적인 보급과 함께 등장하였으나, 해를 거듭할수록 업소가 줄어들어 지난해에는 전국적으로 500개에 불과한 것으로 추정된다. 비디오게임장이 PC방처럼 활성화되지 않는 이유는 게임기 유통사에서 더 이상 영업용 게임기를 판매하지 않고, 가정용으로만 판매하고 있기 때문이다. 또한 국내의 경우 온라인게임 위주로 시장이 형성된 것도 비디오게임장 시장을 축소시키는 데 일조하고 있다.

또한 가정용 비디오게임기의 보급 확대와 함께 비디오게임장의 수익성이 개선되지 않고 있는 것으로 나타나 비디오게임장 시장규모는 앞으로 줄어들 전망이다. 하지만 네트워크를 지원하는 차세대게임기가 영업용으로 유통되고 다양한 장르의 콘솔 온라인게임이 보급된다면, PC방처럼 또래 문화가 활성화되면서 비디오게임장의 이용률이 크게 증가할 가능성도 있다. 즉 비디오게임장은 전반적인 하락세가 예상되나 비디오게임 플랫폼 홀더의 정책에 따라 시장 확산도 예상되므로, 향후 추이를 지켜보아야 할 것이다.

제 3 절 수출입 현황과 국내시장 비중

1. 수출입 현황

(1) 2006년 수출입 동향

2006년 국내 게임 수출은 2005년도보다 19.0% 성장한 6억7,199만달러에 달하는 것으로

나타났다. 수입은 10.9% 감소한 2억756만달러로 나타나 2003년 이후 수출 우위가 지속되었고, 2006년의 경우 수출이 무려 수입의 세 배를 넘는 것으로 나타났다. 2005년에 이어 2006년의 주요한 특징은 온라인게임의 수출 주도세와 비디오



게임의 수입 주도가 지속되었다는 점이다. 아케이드게임과 PC게임의 수출은 지난해에 비해 약간 줄어든 것으로 나타났고, 모바일게임은 큰 폭의 증가세를 나타냈지만 전체 수출액에서 차지하는 비중은 미미하다. 수입부문에서는 아케이드게임, 비디오게임, PC게임은 감소한 반면, ‘월드 오브 워크래프트’ 등 외국산 게임의 국내 점유율 확대에 온라인게임은 큰 폭으로 증가하였고, 모바일게임은 소폭 증가하였다.

2006년에도 수출 증대가 이어진 이유는 역시 가장 큰 수출 비중을 차지하는 온라인게임 수출액이 30%가량 증가한 때문이며, 수입 부문의 감소는 아케이드게임과 비디오게임의 수입액 감소에 따른 것이다.

2007년에도 온라인게임 분야에서의 수출은 일본, 중국, 미국을 중심으로 수출 주도세가 이어질 것으로 예상되며, 동남아시아와 유럽 등으로

의 진출 확대도 기대된다. 모바일게임의 경우 2006년에 170%가 넘는 경이적인 수출 증가율을 달성하였고, 올해에도 상위 모바일 게임업체들의 해외 진출이 늘어나면서 수출액이 큰 폭으로 늘어날 전망이다. 하지만 아직 규모면에서는 온라인게임과 큰 차이가 있다.

수입의 경우, 2007년 상반기에 NDSL이 국내 출시된 이후 하반기에도 PS3와 Wii가 국내에 보급될 예정이어서 전체 수입액이 증가할 것으로 예상된다.

2007년에는 온라인게임의 수출 증가세를 중심으로 전체 수출액이 2006년에 비해 약 17.5% 성장한 7억8,959만달러에 달할 전망이다. 반면 휴대용게임기와 차세대게임기의 수입 증가세에 힘입어 전체 수입액은 20% 증가한 2억4,907만달러를 기록할 것으로 예상된다.

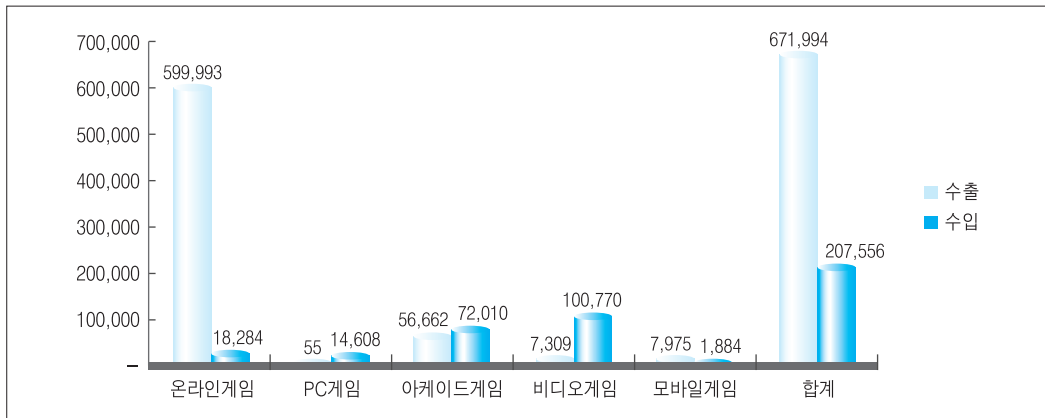
〈표 1-1-3-01〉 국내 게임시장 수출입 현황과 전망

(단위 : 천달러)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년(E)	2008년(E)
수출	130,470	140,796	172,743	387,692	564,660	671,994	789,593	908,032
수입	65,340	160,962	166,454	205,108	232,923	207,556	249,067	286,427

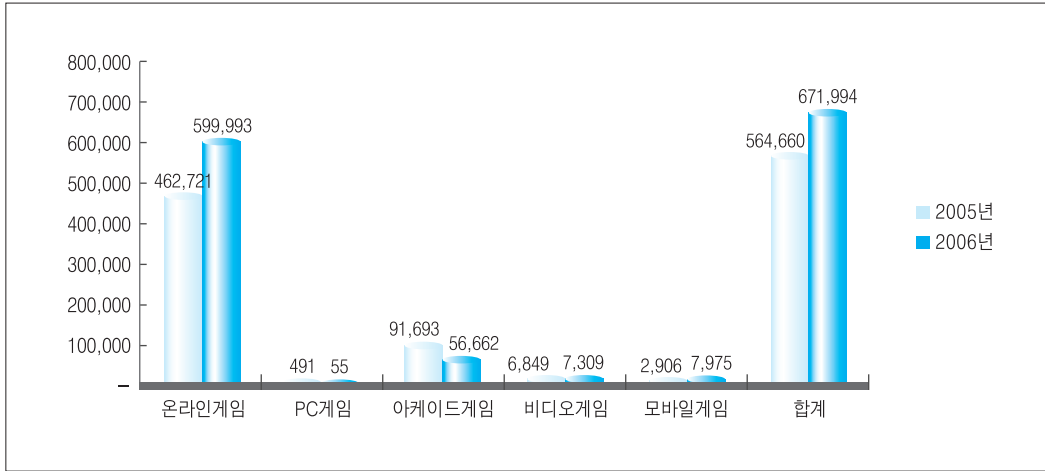
〈그림 1-1-3-01〉 2006년 국내 게임 플랫폼별 수출·수입 규모

(단위 : 천달러)



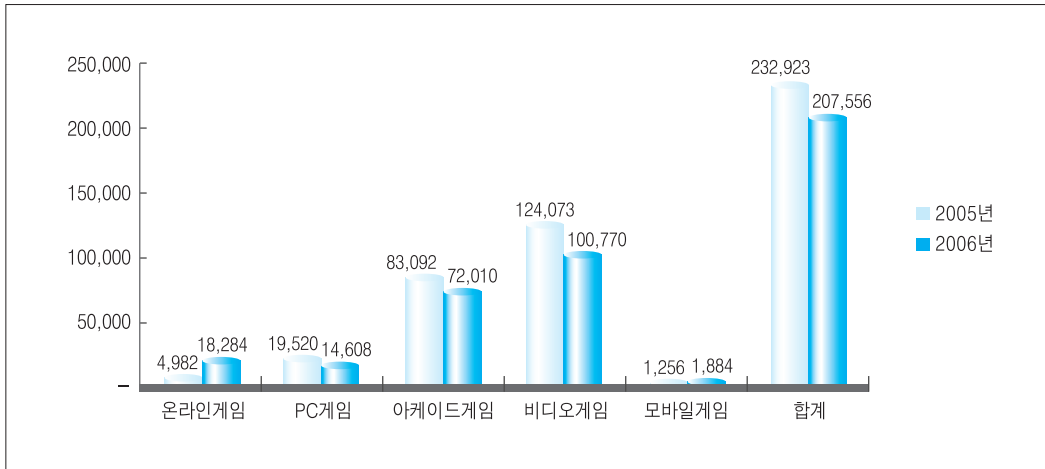
〈그림 1-1-3-02〉 2005년 및 2006년의 게임 플랫폼별 수출 규모 추이

(단위 : 천달러)



〈그림 1-1-3-03〉 2005년 및 2006년의 게임 플랫폼별 수입 규모 추이

(단위 : 천달러)



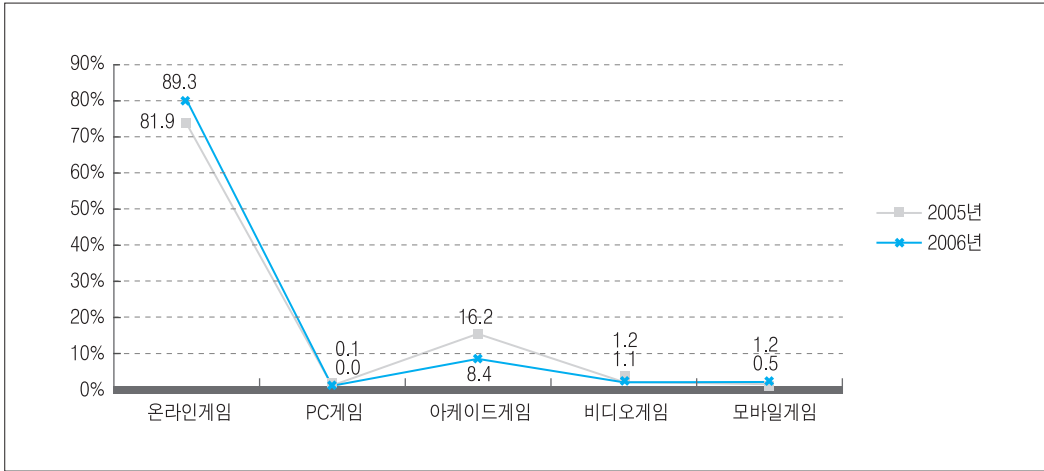
2006년 수출액 가운데 게임 플랫폼별 비중을 2005년과 비교해 보면, 온라인게임이 2005년 보다 2006년 수출액이 30%가량 증가하면서 게임 플랫폼 수출액에서 차지하는 비중도 2005년 81.9%에서 2006년 89.3%로 높아졌다. 모바일 게임도 2005년 0.5%에서 2006년 1.2%로 비중이 조금 확대되었다. 그 외의 플랫폼에서는 수

출 비중이 모두 감소한 것으로 나타났다.

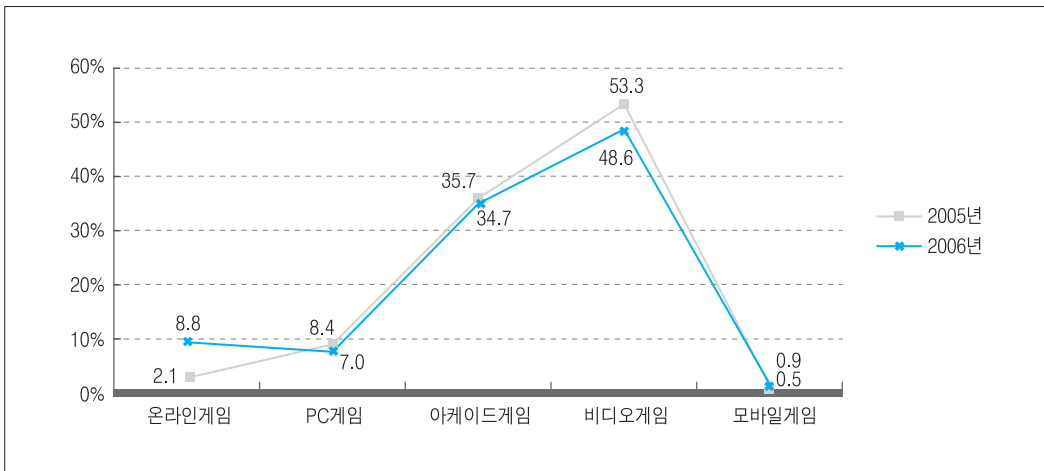
수입액에서 게임 플랫폼별 비중을 살펴보면, 온라인게임은 2005년에 비해 6.7% 정도 비중이 확대되었으며, 비디오게임은 4.7%가량 비중이 축소되었다. 나머지 플랫폼에서는 2% 미만으로 변동 폭이 그다지 크지 않았다.



〈그림 1-1-3-04〉 2005년 및 2006년 수출액의 게임 플랫폼별 비중



〈그림 1-1-3-05〉 2005년 및 2006년 수입액의 게임 플랫폼별 비중



(2) 해외 수출 국가별 비중

2006년 국내 게임의 수출 주요 국가로는 일본(32.4%)이 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 중국(23.6%), 미국(19.9%), 대만(9.4%), 동남아시아(7.3%), 유럽(6.3%), 기타지역(1.1%)의 순으로 나타났다.

2005년 수출과 비교해 보면, 일본 수출은 그

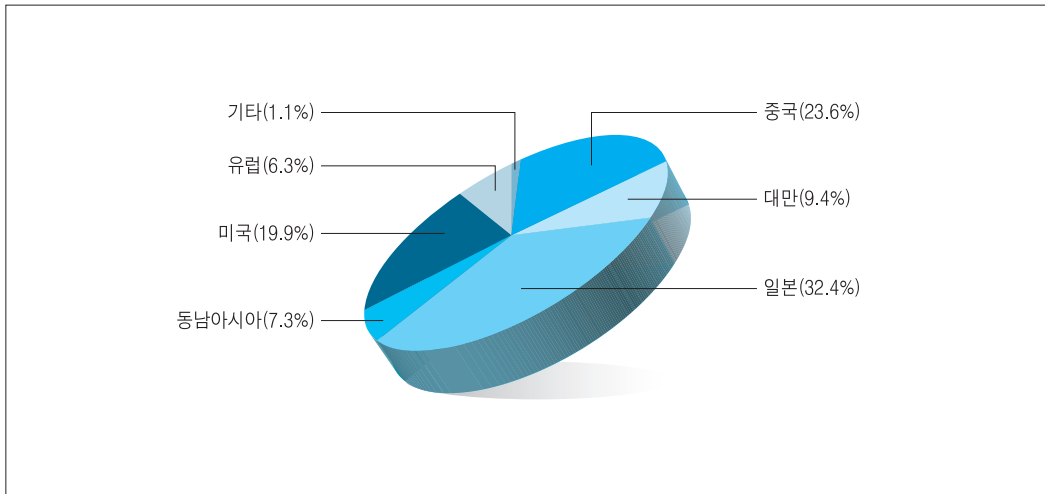
비중이 10.2% 줄어들었고, 타 지역으로의 수출이 조금씩 증가한 것으로 나타났다. 수출액 중 89.3%로 대부분의 비중을 차지하고 있는 온라인 게임을 중심으로 살펴보면, 일본으로의 수출 비중이 2005년 43.4%에서 2006년 32.4%로 11.0% 감소한 반면, 미국 4.2%, 중국 3.0%, 유럽 1.7%, 동남아시아 1.4%, 기타 1.0% 등 대부분의

지역에서 골고루 증가한 것으로 나타났다.

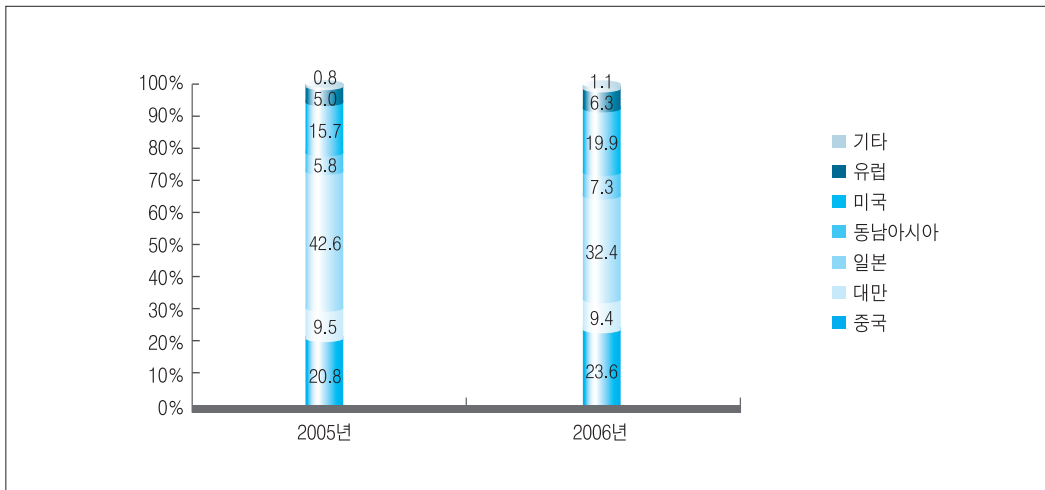
이는 일본으로의 수출 집중 현상이 점차 완화되고 있음을 보여주는데, 대기업 중심으로 미국, 중국, 유럽 등지에 해외 지사가 설립되고 본격적인 해외 진출에 나서면서 수출지역이 다변화되고 있다는 것을 알 수 있다.

한편, 모바일게임의 경우 미국(34.5%), 유럽(27.0%), 일본(20.9%), 중국(13.9%)을 중심으로 고른 수출 비중을 보이고 있는데, 2005년과 비교해서는 일본과 중국의 비중이 줄어들고, 미국과 유럽의 비중이 늘어난 것이 두드러진 특징이다.

〈그림 1-1-3-06〉 2006년 국내 게임의 해외수출 국가별 비중

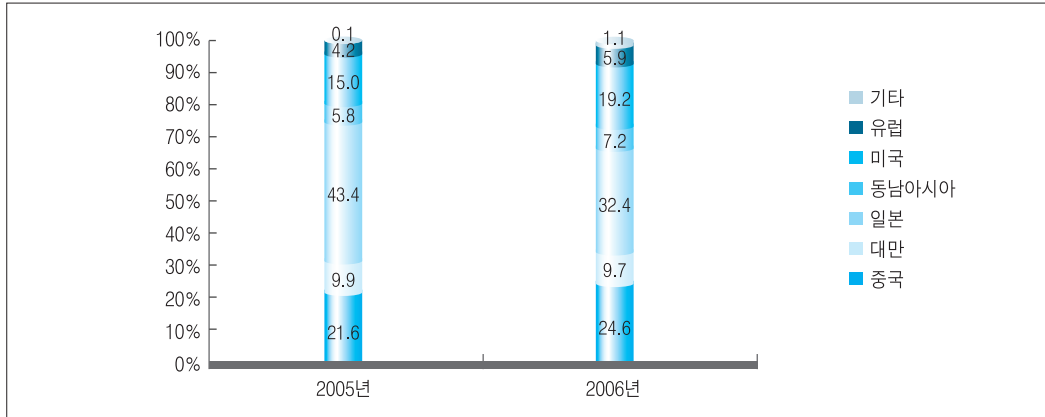


〈그림 1-1-3-07〉 2005년 및 2006년 해외수출 국가별 비중 비교

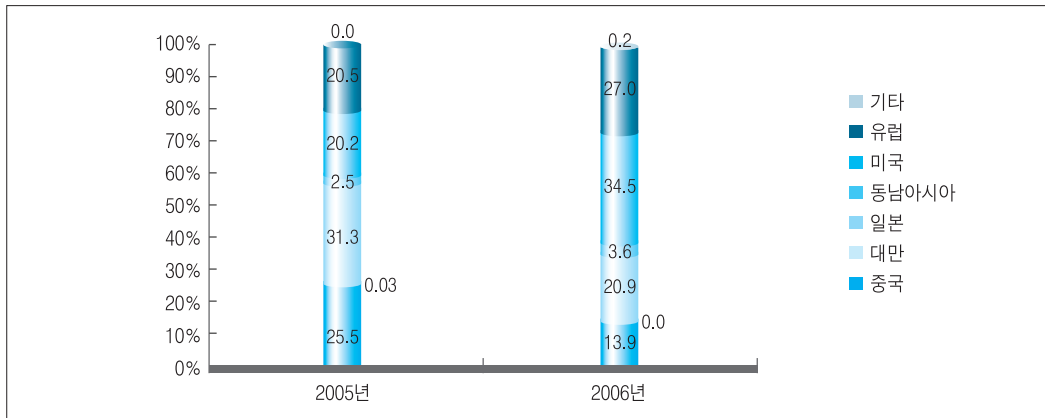




〈그림 1-1-3-08〉 2005년 및 2006년 국내 온라인게임의 해외수출 국가별 비중



〈그림 1-1-3-09〉 2005년 및 2006년 국내 모바일게임의 해외수출 국가별 비중



2. 세계 시장에서의 국내 시장의 비중

국내 게임시장이 세계 시장에서 차지하는 비율을 살펴보면, 온라인게임(PC기반)이 36.5%로 게임 플랫폼 가운데 가장 높으며, 그 다음으로 아케이드게임이 10.8%, 모바일게임 7.2%, PC게임 및 비디오게임이 각각 0.9%, 0.5%의 순으로 나타났다. 세계 시장에서 아케이드게임 다음으로 큰 비중을 차지하는 비디오게임 분야

의 국내 시장 비중은 여전히 매우 낮아서 타 플랫폼에 비해 세계 시장 점유율면에서 가장 낮은 것으로 조사되었다. 온라인게임은 지난해에 비해 4.6% 정도 비중을 확대한 반면, 모바일게임과 아케이드게임은 각각 4.9%, 3.4%씩 비중이 축소되었다.

세계 시장에 대한 플랫폼별 시장 규모 산출 방식은 국가별 게임시장 특성이 각기 다르고 게임 플랫폼의 경계구분이 사라지면서 시장 규모

산출 기준에 따라 크게 변할 수 있다. 이후 플랫폼 간 연동게임으로 플랫폼 간 연계성이 더욱 높아지게 되면 시장규모 기준 역시 현실에 맞는 변화가 필요할 것이고, 전반적으로 게임 플랫폼 모두 네트워크화되는 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.

2006년 세계 시장에서 한국게임은 7.8%를 점유하고 있는데, 2007년에는 세계 시장에서의 점유율이 4.2%로 대폭 줄어들 전망이다. 이는

2007년에 국내 아케이드게임시장의 구조조정이 본격화되면서 세계 시장 점유율이 큰 폭으로 줄어들 것으로 예상되기 때문이다. 하지만 2008년부터 다시 증가세를 회복하면서 4.8%로 비중이 증가하고, 2009년에는 5.5%에 이를 것으로 전망된다.

세계 주요국 가운데 한국 게임산업이 차지하는 위치는 온라인게임이 18억6,100만달러로 1위를 차지하고 있으며, 모바일게임은 미국, 일본, 중국에 이어 4위의 규모를 차지하는 것으로 나타났다. 아케이드게임의 경우 6위의 규모를 차지하는 것으로 추정되며, 비디오게임과 PC게임의 경우 15위권에 머무르고 있다.

〈표 1-1-3-02〉 2006년 국내 게임의 세계시장 점유 비율*

(단위 : 억달러)

구 분	아케이드게임**	PC게임	온라인게임***	비디오게임	모바일게임	전체
세계 게임시장	327.05	32.51	51.03	300.56	34.74	745.89
국내 게임시장	35.37	0.28	18.61	1.43	2.50	58.19
점유율	10.8%	0.9%	36.5%	0.5%	7.2%	7.8%

* 세계시장의 산출 방식으로 표기(제4부 제1장 참조)

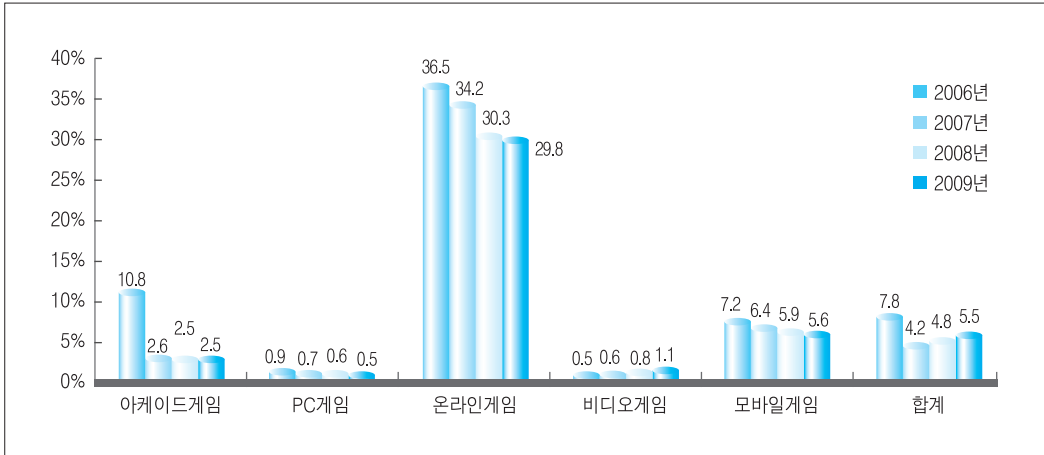
** 아케이드게임에는 게임장 매출이 포함됨(카지노류의 소비매출은 제외)

*** 온라인게임은 PC용 네트워크게임의 Subscription(개인/PC방) 매출로 산정(해외 온라인게임 시장은 가입비, 아이템구매, 광고수익 등이 포함된 수치이며, 국내 시장규모에 PC방 매출액은 미포함)

※ 환율 적용기준 : 미국 1달러=954.97원



〈그림 1-1-3-10〉 국내 게임시장의 세계 시장 점유 비율 전망 : 2006~2009



〈표 1-1-3-03〉 2006년 국내 게임의 세계시장 점유 비율*

(단위 : 백만달러)

구분	온라인게임		모바일게임		PC게임		비디오게임		아케이드게임	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
일본	163	4	522	2	182	-	7,138	2	8,200	2
미국	1,295	2	570	1	1,014	1	12,147	1	10,025	1
유럽	651	-	761	-	1,370	-	9,349	-	10,737	-
중국	788	3	316	3	-	-	-	-	-	-
대한민국	1,861	1	250	4	28	15(추정)	143	15(추정)	3,537	6(추정)

* 세계시장의 산출 방식으로 표기 (제4부 제1장 참조)

- 비디오게임 시장은 Console game H/W, S/W 및 Portable console game H/W, S/W 매출액을 합한 규모임
- 온라인게임 시장규모는 PC용 네트워크게임의 Subscription(개인/PC방) 매출 기준
 - 해외 온라인게임 시장규모는 가입비, 아이템구매(부분 유료화), 광고수익 등이 포함된 수치이며, 국내 시장규모에 PC방 매출액은 미포함
 - 미국 온라인게임 시장의 경우, PC기반 온라인게임과 콘솔(비디오게임) 기반 네트워크게임을 모두 포함한 규모로, 콘솔(비디오게임) 기반 네트워크 게임의 비중인 8.7%(DFC 2004 자료)를 제외한 금액을 적용
- 모바일게임은 휴대폰과 PDA용 게임을 의미하며, 규모는 콘텐츠제공업체(CP) 수익 및 이동통신사 수익을 포함한 수치임

※ 환율 적용기준 : 중국 1달러=8.56위안(1위안=0.13달러), 일본 1달러=90엔, 미국 1달러=954.97원

※ 자료 : Informa Media Group, 2005, In-Stat, 2006, Screndigest, 2006~2007, Cnet Research, 2006, CCID, 2007, CESA, 2005~2007, Jamma, 2005~2006, FGH, 2007, IDC, 2007, DFC Intelligence, 2006~2007, IDATE, 2006