

제 1 장

국내 게임시장 동향

제 1 절 국내 게임시장 규모 : 2007년

1. 게임시장 전체 규모

2007년 국내 게임시장 규모는 5조 1,436억 원으로 나타났다. 제작배급 시장에 해당하는 5대 게임 플랫폼에 의한 매출 규모는 2조 9,824억원(58%)을 차지하였고, PC방, 아케이드게임장, 비디오게임장 등 전체 소비시장 규모는 2조 1,612억원(42%)으로 조사되었다. 이는 2008년 3월 13일부터 4월 30일까지 전국 게임업체 465개, PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 1,850개에 대한 설문조사 결과를 토대로 추정한 2007년 게임시장 규모이다.

본 조사는 2007년 12월말 기준으로 게임업체로 등록된 총 3,700여개 업체, 20,000여개 PC방, 10,000여개 아케이드게임장, 400여개 비디오게임장을 대상으로 실시하였다. 이 중 휴·폐업한 업체를 제외하고 접촉이 가능한 게임업체와 지역별로 할당된 PC방 및 아케이드게임장과 비디오게임장의 표본 1,850개를 대상으로 이메일, 팩스, 방문조사를 실시하여 질

문에 응답한 업체에 대해 분석하였다. 여기에 게임 플랫폼별 상위 업체 100여개는 개별적으로 추가 조사하여 전체 데이터의 신뢰도를 높였다.

분야별 규모를 살펴보면, 온라인게임이 2조 2,403억원으로 전체 게임시장의 43.5%를 점유하여 제작배급 및 소비시장을 통틀어 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 온라인게임의 소비 시장인 PC방이 2조 801억원으로 나타나 전체의 40.4%에 달하는 시장을 점유하고 있다. 따라서, 온라인게임으로 인한 제작배급 및 소비시장의 규모가 전체 게임시장의 약 84%에 달해, 지난 한 해 동안 국내 게임시장은 온라인 게임으로의 편중이 심화되었다. 한편 비디오게임 매출액은 크게 늘어나 전체 시장의 8.2%인 4,201억원으로 나타났으며, 2006년까지 전체 게임시장에서 큰 비중을 차지하였던 아케이드게임장과 아케이드게임은 518억원과 352억원으로 대폭 축소되어 전체 시장에서의 점유율도 각각 1.0%와 0.7%로 미미한 수준에 그쳤다.

2007년 게임시장 규모는 2006년에 비해 전체 규모는 30.9%로 크게 줄어든 반면, 제작배급 부문에서는 오히려 3.6% 정도 증가하였다. 전체 시장규모가 큰 폭으로 줄어든 이유는 바다 이야기 사태 이후로 아케이드게임 시장이 사실상 붕괴되었기 때문이다.

국내 게임시장의 분야별 비중을 연도별로 살펴보면, 제작배급 시장에서는 2006년에 이어 온라인게임과 모바일게임의 비중 확대가 지

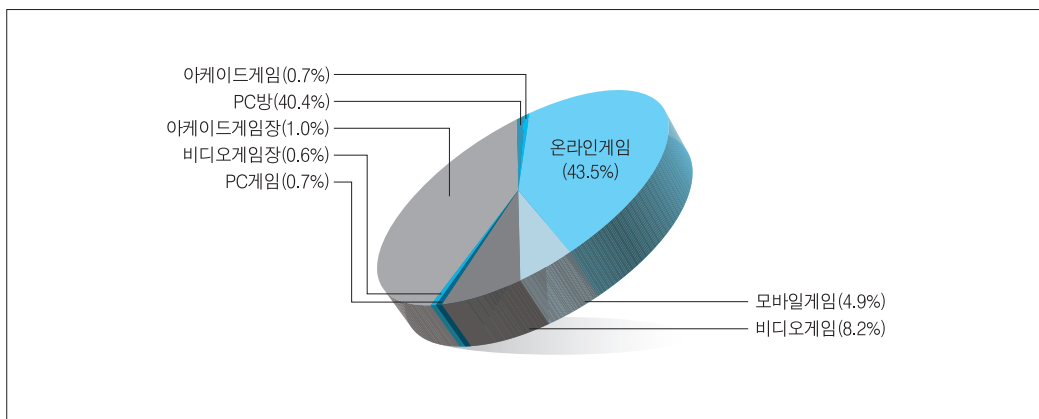
속되었고, 소비시장에서는 PC방이 2007년에 큰 폭으로 확대되었으나 아케이드게임장은 붕괴 직전에 이른 것으로 나타났다. 지난해 국내 게임시장은 제작배급 시장의 온라인게임, 소비시장의 PC방 등 온라인게임 관련 분야가 전체 시장의 84% 가량을 차지하여 온라인게임 중심으로 시장이 전면 재편되었음을 보여준다. 온라인게임으로의 재편은 2006년 전체 시장의 35.9%를 차지하였던 아케이드게임장과 9.4% 규모였던 아케이드게임이 2007년 각각 1.0%와 0.7%로 비중이 크게 감소한데 따른 것이다. 특기할만한 점은 2003년을 기점으로 2006년까지 지속적으로 비중이 축소되었던 비디오게임이 전년대비 4.5배나 점유율이 증가되어 전체 시장의 8.2%를 차지하였다는 점이다. 비디오게임의 비중 확대는, 지난 한 해 동안 닌텐도 DS가 국내에 빠르게 보급되었기 때문이다. 한편, 모바일게임은 2005년 이후로 조금씩 비중을 확대해 가고 있으며, PC게임과 비디오게임장은 전년에 이어 1% 미만의 미미한 점유율을

〈표 1-1-1-01〉 2007년 국내 게임시장 전체 규모

구분	매출액(억원)	점유비율
온라인게임	22,403	43.5%
모바일게임*	2,518	4.9%
비디오게임	4,201	8.2%
PC게임	350	0.7%
아케이드게임	352	0.7%
PC방	20,801	40.4%
아케이드게임장	518	1.0%
비디오게임장	293	0.6%
합계	51,436	100.0%

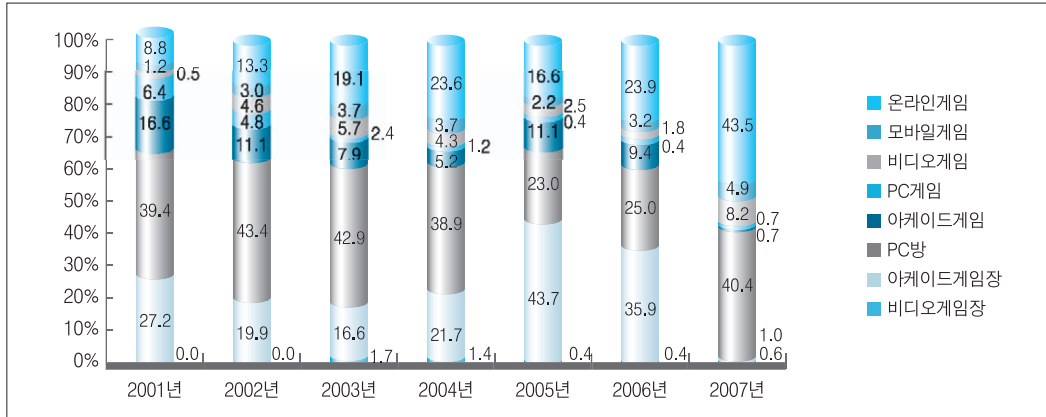
* 모바일게임은 CP의 매출과 게임 다운로드 이용시 발생하는 이동통신사의 데이터 통화료를 합산하여 산출함

〈그림 1-1-1-01〉 2007년 국내 게임시장 분야별 비중



※ 전체 게임시장 기준

〈그림 1-1-1-02〉 연도별 국내 게임시장 분야별 비중 : 2001~2007



이어가고 있다.

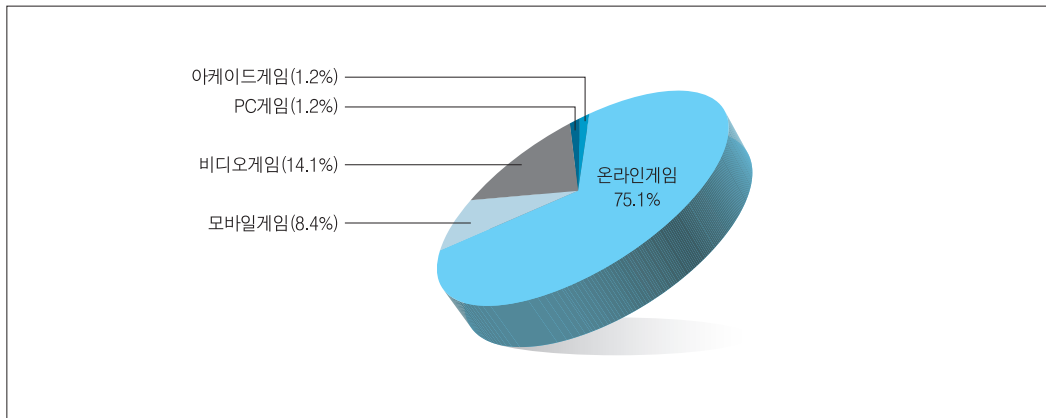
2. 게임 플랫폼별 시장규모

PC방과 아케이드게임장 및 비디오게임장 등 소비시장을 제외한 게임 플랫폼 단위의 제작배급 시장규모는 2007년 2조 9,824억원으로 나타났다. 게임 플랫폼별 시장규모를 살펴보면 온라인게임 시장이 75.1%로 2006년보다 13.4%가량 증가함으로써 2007년 전체 플랫폼

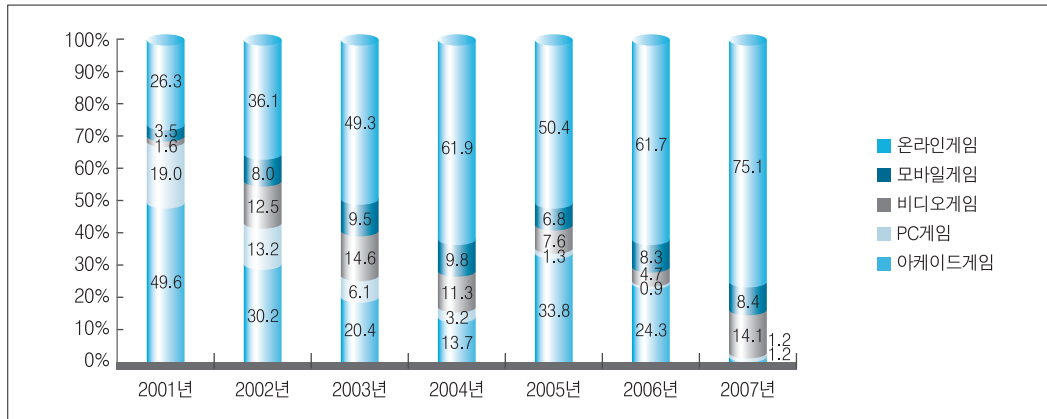
시장의 3/4에 달하는 독보적인 플랫폼으로 위상이 더욱 강화되었다. 다음으로 2006년 4.7%였던 비디오게임이 14.1%로 9.4%나 증가하여 두 번째 규모가 큰 플랫폼으로 성장하였다. 반면에 지난해 24.3%로 전체 플랫폼에서 2위를 기록하였던 아케이드게임은 1.2%에 그쳐 PC게임과 더불어 가장 낮은 점유율을 보여주었다. 한편, 모바일게임은 작년과 비슷한 8.4%를 점유한 것으로 조사되었다.

연도별로 게임 플랫폼이 차지하는 비중 추이

〈그림 1-1-1-03〉 2007년 국내 게임 플랫폼별 비중



〈그림 1-1-1-04〉 연도별 국내 게임 플랫폼 단위 비중 : 2001~2007



를 살펴보면, 아케이드게임 시장이 확대되었던 2005년을 제외하고는 온라인게임의 비중 확대 추세가 지속적으로 이어지고 있는 것으로 나타났다. 특히, 2007년은 전체 플랫폼의 3/4에 달할 정도로 국내 게임시장의 온라인게임으로의 편중 현상이 심화되고 있다. 이는 온라인게임 시장이 커지고 있다는 긍정적인 측면도 있지만, 역으로 게임 플랫폼별로 균형적인 발전이 필요하다는 점을 시사한다. 비디오게임은 2004년 이후 시장규모가 계속 축소되다가 2007년 비교적 큰 폭으로 시장이 확대되었는데, 주요인은 닌텐도 DS의 확산에 따른 것이다. 한편, 비교적 비중이 낮았던 2004년에도 13.7% 가량의 점유율을 기록했던 아케이드게임은 2007년 플랫폼 단위의 점유율이 1.2%에 그쳤다. 모바일게임은 2004년까지 지속적인

증가세를 보이다 2005년 약간 줄어들었지만 2006년, 2007년에는 소폭의 비중 확대를 이어갔다. PC게임은 2001년 이후 지속적으로 비중이 축소되다가 2007년 소폭 증가하였지만, 여전히 1% 내외로 미미한 수준에 불과한 것으로 나타났다.

〈표 1-1-1-02〉 2007년 국내 게임 플랫폼 단위 시장규모

구분	매출액(억원)	점유비율
온라인게임	22,403	75.1%
모바일게임	2,518	8.4%
비디오게임	4,201	14.1%
PC게임	350	1.2%
아케이드게임	352	1.2%
합계	29,824	100.0%



제 2 절 국내 게임시장 규모 추이와 전망

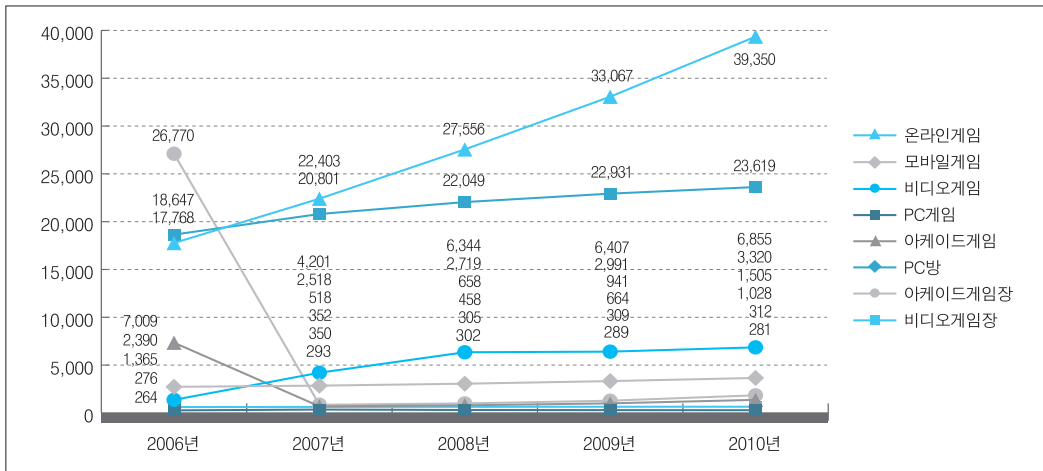
1. 시장규모 추이와 전망

2007년 국내 게임시장 규모는 2006년에 비해 30.9% 감소한 5조 1,436억원 규모를 기록하였는데, 2008년에는 17.4% 증가한 6조 391억원에 이를 것으로 전망된다. 이는 온라인게임과 비디오게임이 지속적으로 성장하고, 아케이드게임 및 아케이드게임장도 2008년부터 성

장세로 다시 돌아설 것으로 예측되기 때문이다. 2009년 이후에도 국내 게임시장은 두 자리 성장을 달성하여 2009년은 6조 7,599억원, 2010년은 7조 6,270억원에 이를 것으로 전망된다. 향후, 국내 게임시장 성장을 견인할 분야는 온라인게임과 비디오게임으로 2006년부터 2010년까지 연평균 성장률이 각각 22.0%와 49.7%에 이를 것으로 보인다. 온라인게임은

〈그림 1-1-2-01〉 국내 게임시장 규모 현황과 전망

(단위 : 억원)

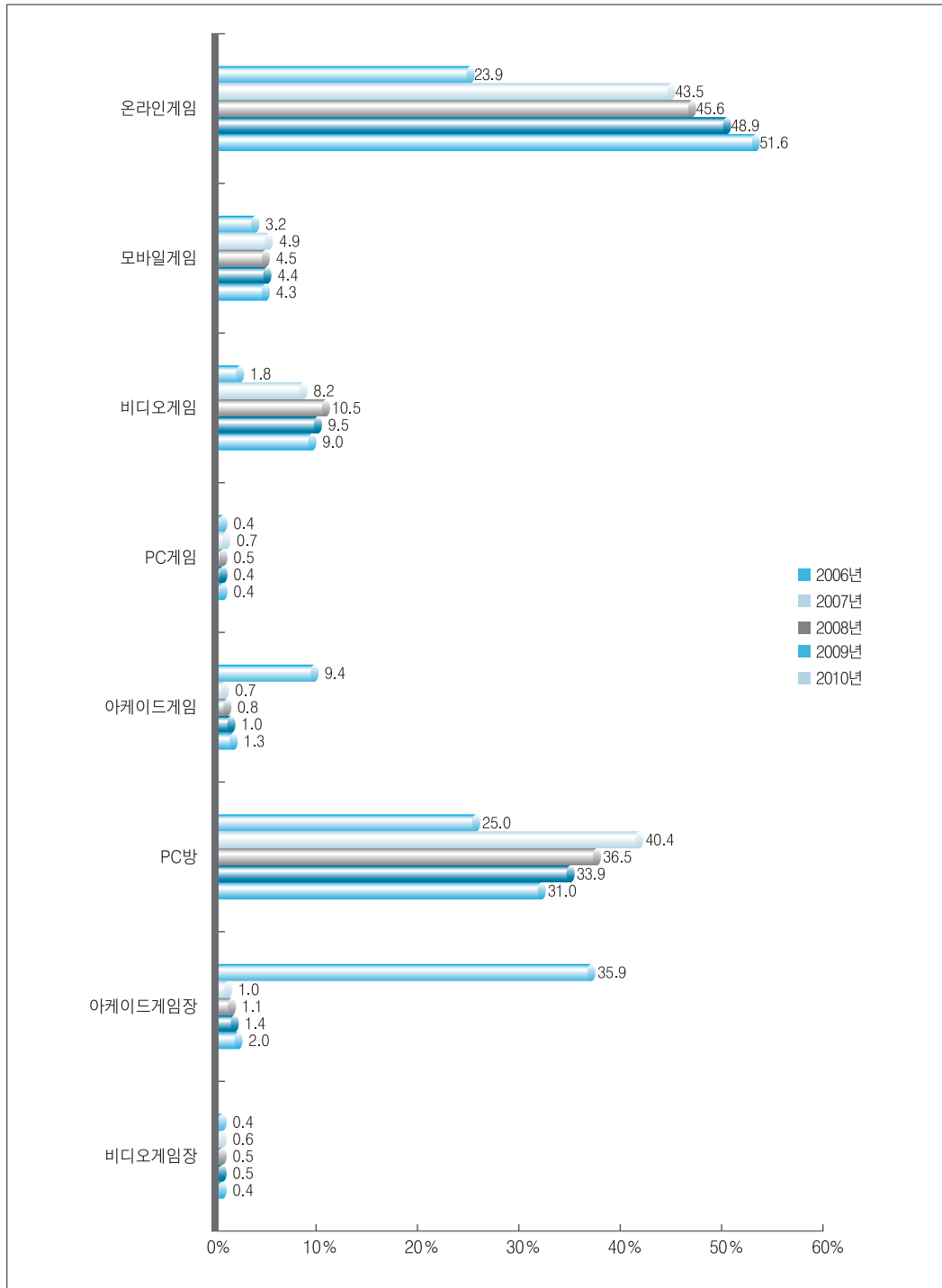


〈표 1-1-2-01〉 국내 게임시장 규모 현황과 전망

(단위 : 억원)

구분		온라인게임	모바일게임	비디오게임	PC게임	아케이드게임	PC방	아케이드게임장	비디오게임장	합계
2006년	매출액	17,768	2,390	1,365	264	7,009	18,647	26,770	276	74,489
	성장률	26.1%	5.4%	207.8%	32.6%	-95.0%	11.6%	-98.1%	6.2%	-30.9%
2007년	매출액	22,403	2,518	4,201	350	352	20,801	518	293	51,436
	성장률	23.0%	8.0%	51.0%	-12.9%	30.1%	6.0%	27.0%	3.1%	17.4%
2008년	매출액	27,556	2,719	6,344	305	458	22,049	658	302	60,391
	성장률	20.0%	10.0%	1.0%	-5.2%	45.0%	4.0%	43.0%	2.3%	11.9%
2009년	매출액	33,067	2,991	6,407	289	664	22,931	941	309	67,599
	성장률	19.0%	11.0%	7.0%	-2.8%	54.8%	3.0%	59.9%	1.0%	12.8%
2010년	매출액	39,350	3,320	6,855	281	1,028	23,619	1,505	312	76,270
	성장률	19.0%	11.0%	7.0%	-2.8%	54.8%	3.0%	59.9%	1.0%	12.8%

<그림 1-1-2-02> 국내 게임시장 분야별 점유비율 전망 : 2006~2010



2008년 약 2조 7,000억원, 2009년 약 3조 3,000억원, 2010년에는 3조 9,000억원에 달할 것으로 예상된다. 비디오게임의 경우 2008년에는 연 매출액 6,000억원을 넘어서고, 2010년에는 6,800억원을 돌파하여 제작배급 시장에서 2위 플랫폼의 자리를 이어갈 것으로 전망된다. 모바일게임은 연평균 8.6%의 성장세를 보여 2008년 2,700억원, 2009년에는 3,000억원에 육박할 것으로 예상된다. 아케이드게임의 경우 2007년 최악의 시장규모로부터 벗어나 2008년부터 소폭 성장하여 458억원을 달성하고, 2010년에는 약 1,000억원을 넘어설 것으로 전망된다.

PC방은 2007년 두 자리 성장을 달성하여 최초로 2조원을 돌파하였는데 이후, 지속적인 성장을 이어갈 것으로 예상된다. 아케이드게임장의 경우 2007년에 무려 98.1%에 달하는 마이너스 성장을 했지만, 2008년부터 청소년게임장과 복합유통업소를 중심으로 성장세로 돌아서, 2010년에는 약 1,500억원의 시장을 형성할 것으로 전망된다. 비디오게임장은 여전히 정체 상태를 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 온라인게임 업체에 지급하는 가맹 비용은 제외). 이를 고려하여 살펴보면, 2007년 온라인게임 분야의 전체 시장은 4조 3,204억원 규모로 전체시장의 약 84%를 기록하였다. 이는 온라인게임으로의 편중이 심화되고 있음을 보여주는데, 온라인게임과 PC방 시장을 합친 규모

는 2008년에는 전체의 82.1%, 2009년에는 82.8%, 2010년에는 82.6%를 차지하여 국내 게임시장의 온라인게임 집중화 경향은 지속될 것으로 예상된다. 한편, 2007년에 급격한 구조조정을 거친 아케이드게임 및 아케이드게임장은 2007년 전체 시장에서 차지하는 비중이 1.7% 수준으로 폭락하였으며, 아케이드게임 분야의 침체는 당분간 지속될 전망이다.

2008년 이후, 전체 게임시장에서의 분야별 비중 추이를 살펴보면, 온라인게임의 비중은 대폭 증가하고, 모바일게임과 비디오게임은 소폭 감소하는 반면, 아케이드게임과 아케이드게임장은 소폭 증가하고, PC방은 대폭 감소할 것으로 전망된다.

2. 분야별 시장규모 전망

1) 제작배급 시장규모 전망

가. 온라인게임

온라인게임 분야는 폭발적인 시장 성장과 더불어 대기업으로의 시장 집중현상이 심화되고 있다. 포화상태에 이른 국내 시장에서의 규모 확대가 점차 한계에 달하면서, 대기업을 중심으로 해외진출이 활발하게 이루어지고 있다. 특히, 상위 3대 기업의 경우 2007년 수출액이 전체 매출의 41%를 차지하는 등 세계를 무대로 한 경쟁이 본격화되고 있음을 엿볼 수 있다. 반면, 중소형 업체들의 경우 시장에서의 입지가 갈수록 좁아지면서 M&A를 통한 몸집 불리기가 점차 확산되고 있는 추세이다. 또한, 개발비와 마케팅 비용의 증가 및 경쟁 심화로 출시 게임 수가 대폭 줄어들었던 2006년에 비해



2007년에는 온라인게임으로 출시된 게임 수가 급격하게 늘었다. 이는 FPS 장르가 시장에서 인기를 끌면서, 많은 업체들이 FPS 게임을 출시하였고, 그동안 침체되었던 MMORPG 장르 역시 새로운 게임들이 대거 등장한데 따른 것이다. 댄스 게임처럼 비교적 가벼운 캐주얼 게임도 지속적인 인기를 누리고 있다.

한편, 2007년에는 EA의 네오위즈에 대한 투자를 필두로 해외 기업의 국내 진출이 증가하였고, 국내 대기업들의 외국산 게임 수입과 해외 IP(지적재산)의 온라인게임 개발 등 온라인게임의 글로벌화가 빠르게 진행되었다. 이처럼 해외기업의 국내 진출과 제휴 확대는 국산 온라인게임이 세계 시장에서 본격적으로 인정받기 시작했다는 점에서 긍정적이지만, 기술 유출과 판권료 상승 등으로 오히려 대외 경쟁력 약화로 이어질 수 있다. 또한, 건전한 게임 이용 문화 조성을 위한 노력에도 불구하고, 게임 과몰입이나 아이템거래, 사행성과 관련한 사회적 우려의 목소리가 여전하고, 중국의 자국 게임 보호정책 등 대외 수출환경 악화로 인해 수출과 내수시장 모두 위기를 맞고 있어 향후, 온라인게임 시장이 위축될 가능성도 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 대기업을 중심으로 온라인게임의 성장세는 계속될 것으로 전망된다.

온라인게임의 주요 수출시장인 일본과 중국으로의 수출이 큰 폭으로 증가하고 있고 미국과 동남아, 유럽 등 수출지역이 점차 다변화하

고 있다. 대기업과 중소기업을 중심으로 가시적인 수출 성과들이 나타나고 있어 우리나라 온라인게임에서 해외부문은 점차 그 중요성이 커지고 있다. 또 다양한 장르로의 이용자 분화와 함께 여성, 중장년, 어린이 등 게임이용자층이 전 계층으로 확대되고 있다. 더불어 M&A를 통한 규모의 경제와 OSMU 시장 활성화, 해외진출 성과의 본격화 등이 상승작용을 일으키면서 2008년에도 온라인게임은 약 23%의 성장률을 달성할 것으로 예상된다.

나. 모바일게임

모바일게임의 성장세는 둔화 추세에 있으며, 상위 기업으로의 시장 집중 현상도 갈수록 심화되고 있다. 아이템 판매를 통한 부분 유료화 시장이 확대되고, SNS(Social Networking Service)와 같은 커뮤니티 서비스와 데이터 요금제, Wibro 보급 등 시장 환경 역시 빠르게 변하고 있다. 지난해 상장한 컴투스를 비롯한 넥슨 모바일, 게임빌 등 대형 업체들의 매출은 점차 확대되는 반면, 중소기업들의 폐업은 크게 늘어났다. 이러한 시장의 급격한 재편 이면에는 NDS와 같은 휴대용 게임기가 확산되면서 모바일게임 시장을 잠식한 것도 큰 영향을 미쳤다.

국내 모바일게임 수출은 2006년 대폭 증가하였다가 지난해에는 다시 감소하였다. 대형 CP를 중심으로 해외 진출을 적극 모색하여 어느 정도 성과를 내고 있지만, 국내외 모두 모바일게임의 시장규모가 기대만큼 크게 확대되지 않아 내수와 수출 증가 폭은 제한적이다. 특히, 모바일게임 시장의 경우 이용자가 콘텐츠 비용과 회선 사용료를 모두 지불하는 구조인데 게

임의 대용량화가 진행되면서 이용자의 비용 부담이 늘어나고 있는 점도 시장 확대에 마이너스 요인으로 작용하고 있다. 이런 전반적인 시장환경 악화에도 불구하고, 정부에서 무선망 개방을 확대하는 정책을 펴고 있고, SNS와 같은 새로운 서비스와 아이템 샵과 같은 신규 수익모델의 발굴, 다양한 요금제의 안정적 도입, 와이브로 서비스 확산 등 긍정적인 모멘텀을 확보함으로써 모바일게임 분야는 2008년 8% 정도 성장할 것으로 전망된다.

다. 비디오게임

2002년 PS2 출시를 기점으로 시작된 한국의 비디오게임 시장은 2년 연속 큰 폭으로 성장하였지만, 2004년에 들어와 다소 주춤한 모습을 보였다. 이후, 휴대용 게임기가 본격적으로 진출한 2005년에는 두 자리 성장을 기록하였지만, 2006년에는 다시 시장규모가 큰 폭으로 감소하였다. 그러나, 닌텐도 DS가 출시된 2007년에는 전년대비 3배 이상으로 시장이 확대되었다. 이는 닌텐도의 휴대용 게임기가 큰 인기를 끌었고, 2006년에 출시된 Xbox360에 이어서 PS3 등 차세대 게임기의 보급이 확산되었기 때문이다.

닌텐도 게임은 여성과 청소년, 중장년층까지 다양한 계층을 아우르는 콘텐츠와 스타를 활용한 대중적인 마케팅 전략이 상승작용을 일으키면서 작년 연말까지 게임기 판매량이 100만대를 넘어섰을 뿐 아니라, 게임 타이틀도 무려 220만개 가량 판매되었다. 2008년에는 닌텐도 Wii가 국내 출시됨에 따라 MS의 Xbox360과 소니 PS3와 더불어 차세대 게임기 경쟁이

더욱 치열하게 전개될 전망이다. 이런 차세대 게임기들은 온라인 기능을 지원하기 때문에 온라인게임 기술 및 노하우에 강점을 지닌 국내 개발사들에게 점차 많은 기회를 제공하게 될 것으로 예상된다. 지난해 국내 개발사들이 제작한 비디오게임 타이틀의 경우, 큰 성공을 거두지는 못했지만, 몇몇 게임들은 그 가능성을 보여주었다. 2008년 국내 비디오게임은 소비시장의 확대와 더불어 국내 개발사들의 적극적인 제작시장 진출을 통해 51% 가량 성장할 것으로 예상된다.

라. PC게임

2000년 이후부터 지속적으로 하락세가 이어졌던 PC게임은 2007년 다시 성장세로 돌아섰다. 출시된 게임의 수가 전년에 비해 대폭 증가하였고, 일부 수입 게임들의 판매량이 늘었기 때문이다. 불법복제로 인해 국내 주요 개발사들이 온라인게임으로 전환하면서 PC게임의 제작 기반은 거의 붕괴되었지만, 수입 게임들이 시장에서 지속적으로 팔리고 있고, 국내 개발사 중에서도 군사용 시뮬레이션 게임과 같은 특수 분야에서 명맥이 유지되고 있다. 하지만, PC게임이 주는 매력을 선호하는 이용자와 새로운 스타일을 원하는 이용자들에게 타 플랫폼과의 차별화를 통해 틈새시장을 공략하고 새로운 시스템을 발굴하는 등의 노력이 없다면 PC게임의 침체는 당분간 지속될 것으로 전망된다.

마. 아케이드게임

바다이야기 사태 여파로 2007년 아케이드게임은 성인 아케이드게임물에 대한 심의 자체가



이뤄지지 못했다. 청소년 아케이드게임물도 온라인게임이나 비디오게임에 밀려 점차 침체에 접어들고 있다. 특히, 성인용 경품지급 게임(Amusement With Prize)이 법적으로 금지되면서, 게임을 제조·유통하던 아케이드게임 업체들은 대부분 폐업하였다. 이에 따라서, 2007년 아케이드게임 시장은 극심한 침체에 빠져들었고, 전년에 비해 95% 가량 시장이 줄어들었다. 법제도적인 환경이 바뀌지 않는다면 당분간 지속적인 하락세를 벗어나기 어려울 것으로 보이지만, 현재 게임등급위원회에서 비경품 게임에 대한 세부 심의 규정을 마련 중에 있고, 건전한 아케이드게임의 육성에 대한 정부의 정책 의지에 따라, 향후 조금씩 시장이 성장세를 회복할 것으로 전망된다.

2) 소비 시장규모 전망

가. PC방

PC방은 2001년 2만 3,000여개로 정점을 기록한 후 2002년에는 2만 1,000개 업소로 줄어들었다. 이후, 큰 변화없이 지금까지 비슷한 숫자를 유지하고 있으나, 업소 간 경쟁이 치열해지면서 이용 요금을 경쟁적으로 인하함으로써 수익성은 개선되지 않고 있다. 그러나, PC방이 대형화하면서 업소 면적과 PC 보유 대수는 조금씩 증가 추세에 있다.

2006년 사행성 PC방이 급속하게 확산되면서, 대대적인 단속이 진행되었다. 그러나, 일부 업소에서 여전히 음성적인 영업을 하고 있는 것으로 나타났다. 이런 사행성 PC방을 근절하기 위해 PC방 등록제가 올해부터 시행에 들어가게 되었다. 또 지역·지구 구분에 따른 PC방

의 진입을 규제한 건축법, 학교정화구역 내 진입을 규제하고 있는 학교보건법, 그리고, 2009년부터 PC방을 전면 금연구역으로 지정할 예정인 국민건강증진법 등 PC방에 대한 규제가 점차 강화되면서 PC방의 성장세는 다소 둔화될 것으로 전망된다.

나. 아케이드게임장

2006년 바다이야기 사태를 기점으로 아케이드게임장, 특히 성인 아케이드게임장에 대한 규제가 대폭 강화되었다. 무엇보다 청소년이용불가 게임물에 대한 등급분류가 이뤄지지 못하면서 일반게임장에서 운영할 수 있는 성인용 게임물 자체가 없는 형편이다. 따라서, 대부분의 성인용 일반게임장들은 폐업하거나 업종을 전환하였고, 몇몇 업소들은 청소년게임장으로 변경해 운영하고 있다. 한편, 성인 아케이드게임에 대한 규제로 일반게임장의 운영이 어렵게 되자 청소년게임장이 대형화, 복합화하면서 아케이드게임장을 선도할 것으로 예측되었으나 신규 게임기의 부재 등으로 인해 청소년게임장 역시 점차 시장이 축소되고 있다. 일부 대형 프랜차이즈 청소년게임장이 개설되어 소기의 성과를 거두고 있지만, 아케이드게임 시장은 전반적으로 침체 국면에서 벗어나지 못하고 있는 실정이다. 아케이드게임 업계 전반의 불황을 틈타 환전을 해주는 불법게임장들이 음성적으로 영업을 하고, 이런 불법 사행성 게임으로 인해 아케이드게임에 대한 규제가 더욱 강화되는 악순환의 구조에 빠져 있는 것이 업계의 현실이다. 그러나 향후 아케이드게임 및 아케이드게임장은 놀이시설이나 노래방, 식당 등과 결

합된 복합유통 게임제공업소로 변화를 꾀함으로써 활로를 모색할 것으로 보이며, 건전한 아케이드게임에 대해 정부가 강한 육성여지를 밝히고 있어 앞으로 조금씩 시장이 회복될 것으로 예상된다.

다. 비디오게임장

비디오게임장은 2002년 비디오게임의 공식적인 보급과 함께 등장하였으나, 해를 거듭할수록 업소가 줄어들어 지난해에는 전국적으로 400개 정도가 영업 중인 것으로 추정된다. 비디오게임장이 PC방처럼 활성화되지 않는 이유는 게임기 유통사에서 더 이상 업소용 게임기를 판매하지 않고, 가정용으로만 판매하고 있

기 때문이다. 또한, 국내의 경우 온라인게임 위주로 시장이 형성된 것도 비디오게임장 활성화를 가로막고 있다.

또한, 가정용 비디오게임기의 보급 확대와 함께 비디오게임장의 수익성이 개선되지 않고 있어 비디오게임장 시장규모는 앞으로 줄어들 전망이다. 하지만, 네트워크를 지원하는 차세대 게임기가 업소용으로 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.

제3절 수출입 현황과 국내시장 비중

1. 수출입 현황

1) 2007년 수출입 동향

2007년 국내 게임 수출은 2006년도에 비해 16.2% 성장한 7억 8,100만달러에 달하는 것으로 나타났다. 수입은 약 3억 8,955만달러를 기록하여 수출이 수입의 두 배에 달하였다. 2003

년 이후 수출 순위는 지속되고 있지만, 2007년 무역수지 흑자규모는 2006년에 비해 7,000만 달러 가량 줄어들었다.

2007년 수출입 부문의 주요 특징으로는 수출이 온라인게임 플랫폼으로 집중되었다는 점과 수입액이 전년에 비해 큰 폭으로 증가하였다는 것을 들 수 있다. 전체 수출액에서 온라인

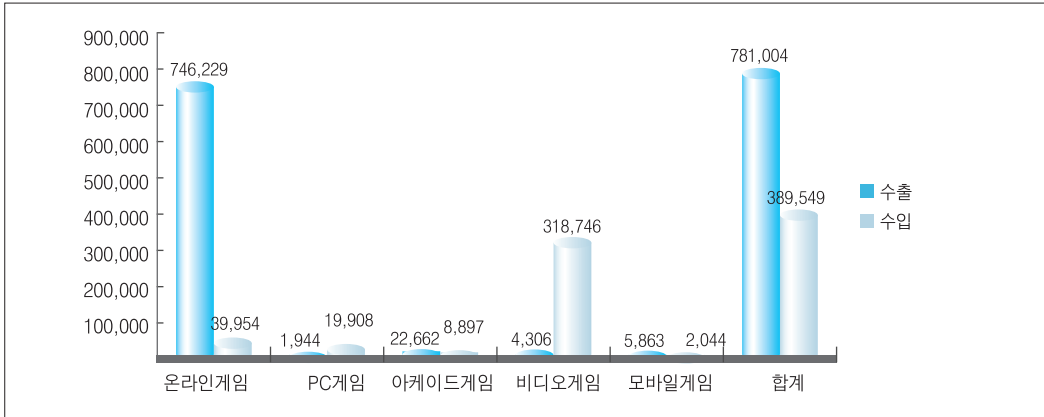
〈표 1-1-3-01〉 국내 게임시장 수출입 현황과 전망

(단위 : 천달러)

구분		2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년(E)	2009년(E)
수출	수출액	130,470	140,796	172,743	387,692	564,660	671,994	781,004	898,155	1,050,841
	성장률	-	7.9%	22.7%	124.4%	45.6%	19.0%	16.2%	15.0%	17.0%
수입	수입액	65,340	160,962	166,454	205,108	232,923	207,556	389,549	428,504	462,784
	성장률	-	146.3%	3.4%	23.2%	13.6%	-10.9%	87.7%	10.0%	8.0%

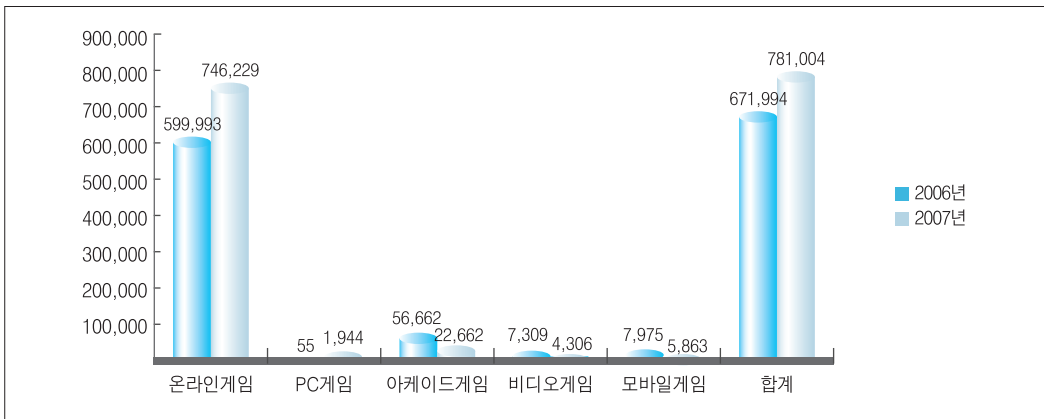
<그림 1-1-3-01> 2007년 국내 게임 플랫폼별 수출·수입 규모 추이

(단위 : 천달러)



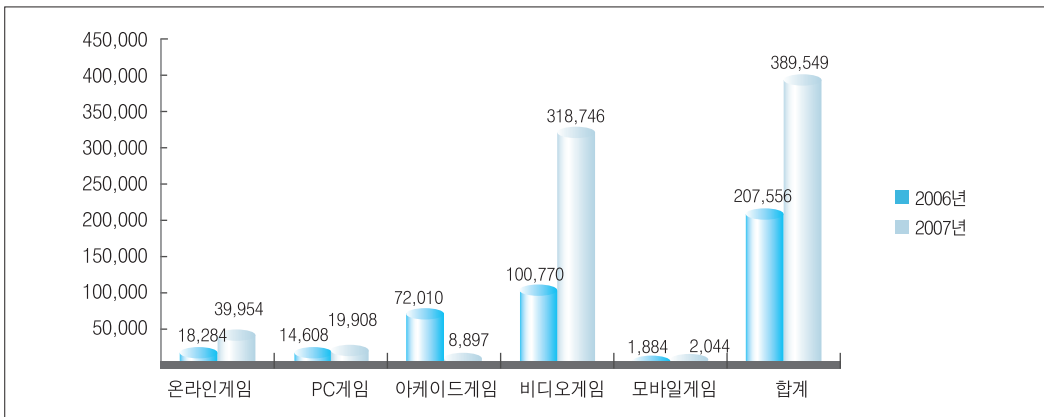
<그림 1-1-3-02> 2006년 및 2007년의 게임 플랫폼별 수출 규모 추이

(단위 : 천달러)



<그림 1-1-3-03> 2006년 및 2007년의 게임 플랫폼별 수입 규모 추이

(단위 : 천달러)



게임이 차지하는 비중은 95.5%에 달했고, 수입은 전년대비 87.7%가 증가하였다. 2007년 게임 수입이 증가한 이유는 비디오게임 특히, 닌텐도 DS의 하드웨어 및 소프트웨어 판매량 확대가 주요한 원인이다.

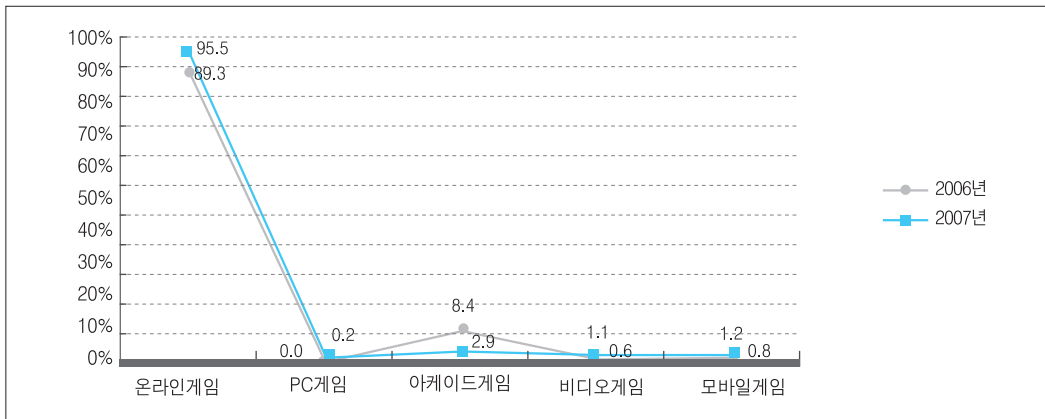
한편, 비디오게임과 더불어 아케이드게임, 모바일게임의 수출은 전년에 비해 크게 줄어든 반면, 온라인게임은 2007년에도 수출 증가세가 이어졌고, PC게임 역시 큰 폭으로 증가하였다. 수입의 경우, 아케이드게임은 크게 감소한

반면, 비디오게임을 비롯한 온라인게임은 큰 폭으로 증가하였고, PC게임과 모바일게임은 소폭 증가하였다.

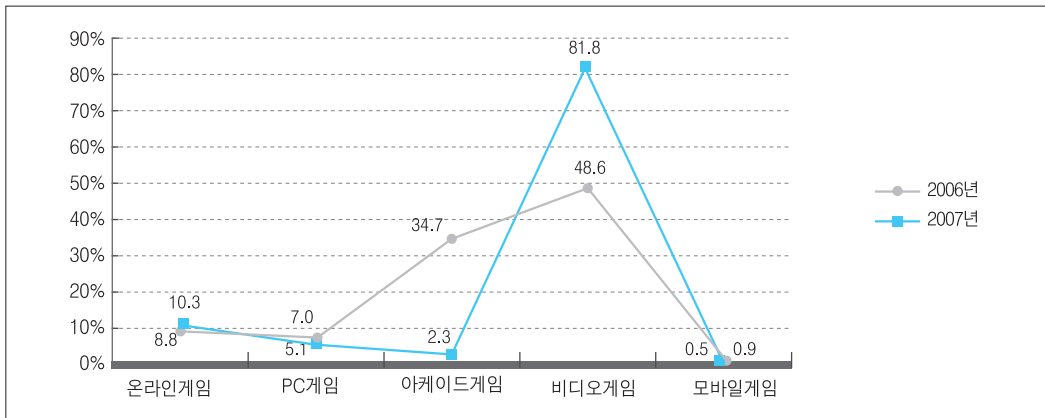
2007년에도 수출 성장을 이어갈 수 있었던 것은 역시 가장 큰 수출 비중을 차지하는 온라인게임 수출액이 24% 이상 증가한 때문이며, 수입 부문의 증가는 비디오게임의 수입액 확대에 따른 것이다.

2008년에도 온라인게임 분야의 수출은 지속적으로 확대될 전망이다. 지역별로는 일본과

〈그림 1-1-3-04〉 2006년 및 2007년 수출액의 게임 플랫폼별 비중



〈그림 1-1-3-05〉 2006년 및 2007년 수입액의 게임 플랫폼별 비중



중국을 비롯한 아시아를 중심으로 수출의 주도세가 이어질 것으로 보이며, 미국, 유럽 지역에서도 2008년에는 가시적인 성과가 나타날 것으로 예상된다. 모바일게임의 경우, 2006년에 비해 수출이 오히려 감소하였는데, NDS나 PSP와 같은 휴대용 게임기로 이용자가 이동하면서 내수시장뿐만 아니라, 해외 시장 진출에도 어려움을 겪고 있는 것으로 파악된다.

2007년 국내에 출시된 NDS와 PS3에 이어서 2008년 상반기에는 Wii가 정식으로 발매되어 3대 플랫폼 홀더가 본격적인 경쟁 체제에 돌입하게 됨에 따라, 2008년은 비디오게임을 중심으로 수입액이 증가할 것으로 예상된다.

2008년에는 온라인게임의 수출 증가세가 지속되면서 전체 수출액은 2007년에 비해 약 15% 성장한 8억 9,816만달러에 이를 전망이다. 반면, 차세대 게임기를 중심으로 비디오게임의 수입이 증가함에 따라 전체 수입액은 전년대비 10% 증가한 4억 2,850만달러를 기록할 것으로 예상된다.

2007년 수출액 가운데 게임 플랫폼별 비중을 2006년과 비교해 보면, 온라인게임의 경우,

2006년에 비해 2007년 수출액이 24.4% 가량 증가하면서 게임 플랫폼 수출액에서 차지하는 비중도 2006년 89.3%에서 2007년 95.5%로 높아졌다. 따라서, 온라인게임이 전체 수출액의 거의 대부분을 차지하고 있다. 나머지 플랫폼의 경우 수출액 비중이 미미하긴 하지만, PC게임은 전년에 비해 소폭 증가하였고 아케이드게임은 5.5%로 비교적 크게 감소하였으며 비디오게임과 모바일게임은 소폭 감소하였다.

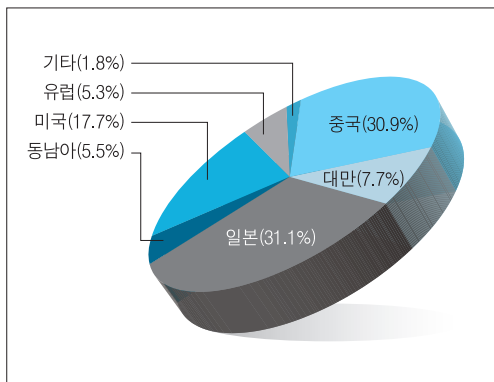
2007년 수입액에서 플랫폼별로 차지하는 비중을 살펴보면, 비디오게임은 전년에 비해 크게 증가한 반면, 아케이드게임은 많이 축소되었다.

2) 해외 수출 국가별 비중

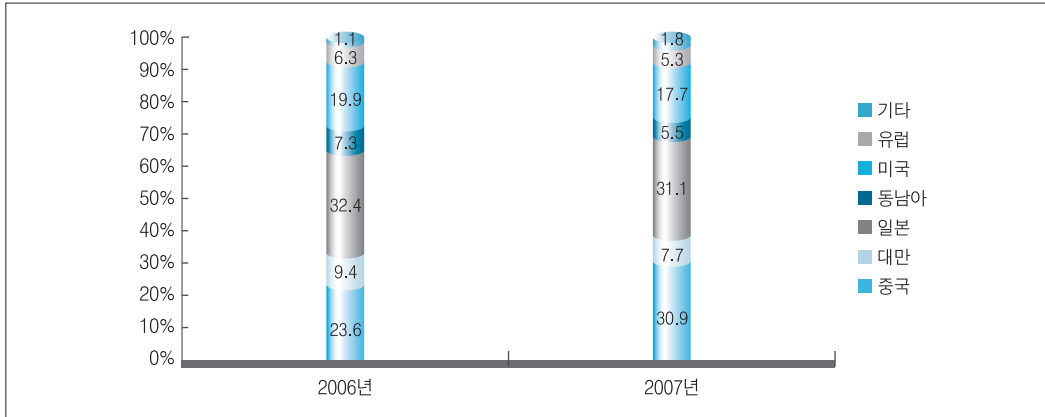
2007년 국산 게임의 해외 수출 주요 국가로는 일본이 31.1%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 중국 30.9%, 미국 17.7%, 대만 7.7%, 동남아 5.5%, 유럽 5.3%, 기타지역 1.8%의 순으로 나타났다.

2006년 수출과 비교해 보면, 중국 수출은 전년에 비해 7.3% 가량 비중이 확대되었으며, 0.7% 정도 비중이 늘어난 기타지역을 제외하고는 나머지 지역으로의 수출은 조금씩 비중이 감소한 것으로 나타났다. 전체 수출액의 95.5%로 거의 대부분을 차지하고 있는 온라인 게임을 중심으로 살펴보면, 중국으로의 수출 비중이 2006년 24.6%에서 2007년 31.9%로 7.3% 가량 증가한 반면, 대만, 일본, 동남아, 미국, 유럽 등 대부분의 지역에서는 약 1~2% 내외로 감소한 것으로 나타났다. 2007년 게임 수출은 일본과 중국이라는 양대 시장이 주축을

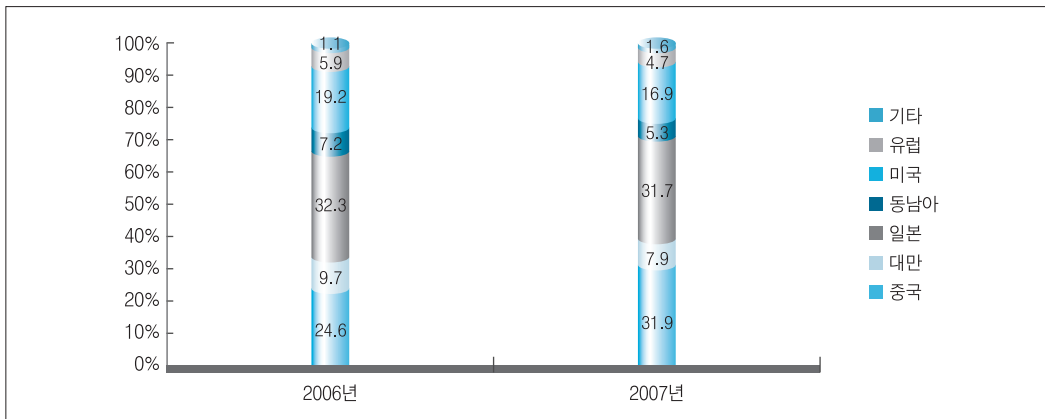
〈그림 1-1-3-06〉 2007년 국내 게임의 해외 수출 국가별 비중



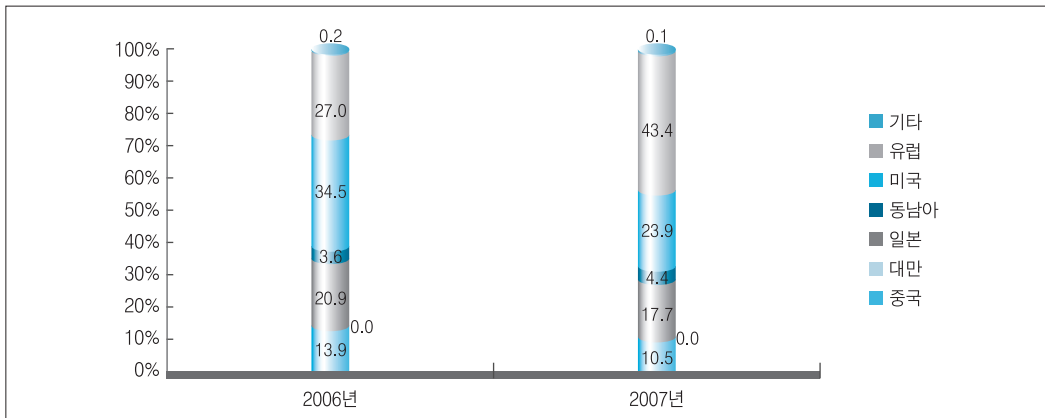
〈그림 1-1-3-07〉 2006년 및 2007년 해외 수출 국가별 비중 비교



〈그림 1-1-3-08〉 2006년 및 2007년 국내 온라인게임의 해외 수출 국가별 비중



〈그림 1-1-3-09〉 2006년 및 2007년 국내 모바일게임의 해외 수출 국가별 비중





이루며, 대만과 동남아 시장을 포함하여 전체 수출의 3/4이 아시아 지역에서 달성되었다.

한편, 모바일게임의 경우 전체 수출액 중에서 유럽이 43.4%로 가장 큰 비중을 차지하였는데, 이는 전년대비 16.4%나 비중이 확대된 것이다. 나머지 지역에서는 미국이 10.6% 감소하였고, 중국과 일본은 전년에 비해 수출 비중이 각각 3.4%, 3.2%씩 축소되었다. 2007년 모바일게임 수출은 유럽 시장이 크게 부상한 것이 가장 두드러진 특징이다.

2. 세계 시장에서의 국내 시장의 비중

국내 게임시장이 세계 시장에서 차지하는 비율을 살펴보면, 온라인게임(PC기반)이 34.5%로 게임 플랫폼 가운데 가장 높으며, 그 다음으로 모바일게임이 5.9%, PC게임 1.2%, 비디오게임 및 아케이드게임이 각각 1.0%, 0.3%의 순으로 나타났다. 2007년 세계 게임시장의 가장 큰 변화는 비디오게임의 시장규모가 처음으로 아케이드게임 시장규모를 넘어섰다는 점이다. 이는 아케이드게임 시장이 지난해 수준에서 정체되었던 반면, 비디오게임은 차세대 게임기의 등장으로 폭발적으로 성장한데 따른 것이다.

한편, 세계 게임시장에서 큰 비중을 차지하는 비디오게임과 아케이드게임 분야에서 국내 시장의 비중은 매우 낮아서 1% 이하에 머물러 있다. 온라인게임은 지난해에 비해 2% 정도 비중이 축소되었지만, 여전히 세계 시장 점유율은 가장 높은 것으로 조사되었다. 모바일게임 역시 전년대비 1.3% 가량 비중이 감소하였고, PC게임은 0.3% 증가하였다.

세계 시장에 대한 플랫폼별 시장규모 산출 방식은 국가별 게임시장 특성이 각기 다르고 게임 플랫폼의 경계구분이 사라지면서 시장규모 산출 기준에 따라 크게 변할 수 있다. 향후, 플랫폼간 연동이나 융·복합으로 인해 플랫폼간 경계가 모호해지게 되면 시장규모 기준 역시 현실에 맞는 변화가 필요할 것이고, 전반적으로 게임 플랫폼 모두 네트워크화 되는 추세이기 때문에, 온라인게임 시장은 그 기준에 따라 시장규모가 크게 달라질 수 있다.

그리고, 온라인게임을 가정이 아닌 PC방과 같은 별도의 장소에서 소비하는 국가의 경우 소비시장인 PC방에서의 온라인게임 매출을 공식적으로 포함시킨다면, 온라인게임의 세계 시장 규모는 지금보다 훨씬 커질 것으로 추정된다.

2007년 세계 시장에서 한국 게임산업은 3.5%를 점유하고 있는데, 이는 지난해에 비해 4.3%나 감소한 수치이다. 이런 큰 폭의 비중 축소는 2007년 국내 아케이드게임 시장의 대대적인 구조조정 때문이다. 하지만, 2008년에는 세계 시장에서의 점유율이 3.8%로 다소 증가할 전망이다. 2009년 4.1%, 2010년 4.8%로 점차 한국 게임의 세계 시장 점유율은 확대될 것으로 예상된다.

세계 주요국 가운데 한국 게임산업이 차지하는 위치는 온라인게임이 24억 1,100만달러의 매출로 1위를 차지하고 있으며, 모바일게임은 미국, 일본, 중국에 이어 4위의 규모를 차지하는 것으로 나타났다. 비디오게임의 경우 12위권으로 추정되며, PC게임과 아케이드게임은 각각 15위권 및 25위권으로 추정된다.

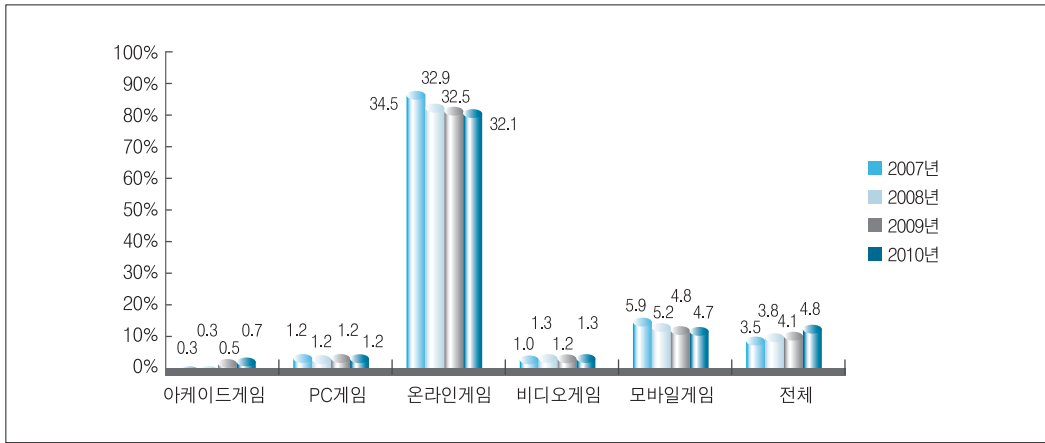
〈표 1-1-3-02〉 2007년 국내 게임의 세계시장 점유 비율*

(단위 : 억달러)

구분	아케이드게임**	PC게임	온라인게임***	비디오게임	모바일게임	전체
세계 게임시장	326,62	30,42	69,94	449,64	46,03	922,65
국내 게임시장	0,94	0,38	24,11	4,52	2,71	32,66
점유율	0,3%	1,2%	34,5%	1,0%	5,9%	3,5%

* 세계시장의 산출 방식으로 표기 (제4부 제1장 참조)
 ** 아케이드게임에는 게임장 매출이 포함됨(카지노류의 소비매출은 제외)
 *** 온라인게임은 PC용 네트워크게임의 Subscription(개인/PC방 대상) 매출로 산정(해외 온라인게임 시장은 가입비, 아이템구매, 광고수익 등이 포함된 수치이며, 국내 시장규모에 PC방 매출액은 미포함)
 ※ 환율 적용기준 : USD/KRW = 929.2(2007년 연평균 환율)

〈그림 1-1-3-10〉 국내 게임시장의 세계 시장 점유율 전망 : 2007~2010



〈표 1-1-3-03〉 세계시장에서 한국 게임시장의 위치* : 2007년

(단위 : 백만달러)

구분	온라인게임		모바일게임		PC게임		비디오게임		아케이드게임	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
일본	833	4	576	2	164	-	7,476	2	9,263	2
미국	1,325	3	724	1	959	1	21,034	1	9,684	1
유럽	796	-	1,096	-	1,283	-	14,701	-	10,265	-
중국	1,700	2	504	3	-	-	-	-	-	-
한국	2,411	1	271	4	38	15(추정)	452	12(추정)	94	25(추정)

* 세계시장의 산출 방식으로 표기 (제4부 제1장 참조)
 - 해외 온라인게임 시장규모는 가입비, 아이템구매, 광고수익 등이 포함된 수치이며, 한국의 경우 아이템구매와 PC방 매출액은 미포함
 - 비디오게임 시장규모는 Console 및 Portable console game 매출액을 합한 규모임
 - 아케이드게임 시장규모는 아케이드 게임기 판매액과 게임장 운영 수익을 합한 규모임
 ※ 자료 : CCID 2007, CESA 2005~2007, DFC Intelligence 2006~2007, Enterbrain 2008, IDC 2007~2008, Informa 2005~2007, In-Stat 2006, iResearch 2008, Jamma 2005~2006, Screendigest 2006~2007, Wireless World Forum 2006