

www.kocca.kr

ISSN 2636-0853 (Print)

ISSN 2384-2881 (Online)



GAME TRENDS

Global Game Industry Trends

GAME TRENDS

VOL. 76



글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

글로벌 게임산업 트렌드

GGIT

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

2026년 3/4월호 No. 76

발 행 인	유현석(한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)
발 행 처	한국콘텐츠진흥원 전라남도 나주시 교육길 35 T. 1566.1114
발 행 일	2026년 4월 30일
기 획 · 구 성	한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 산업정책팀
편 집 · 인 쇄	이씨이십일알앤씨㈜
I S S N	2636-0853 (Print) 2384-2881 (Online)

※ <글로벌 게임산업 트렌드>에 실린 글과 사진 인용 시 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

※ <글로벌 게임산업 트렌드>의 내용은 필자들의 견해이며 본원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

※ <글로벌 게임산업 트렌드>는 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(<http://kocca.kr>)에서 무료로 다운받을 수 있습니다.

※ 본 책자는 교보문고, 리디북스, 리딩락, 모아진, 밀리의서재, 알라딘, 예스24에서 전자책으로 무료 구독하실 수 있습니다.

CONTENTS

01

글로벌 이슈 포커스

‘살 게임이 없다’ — 게임슬롭의 등장과 콘텐츠 인플레이션 시대의 위기	8
---	---

02

글로벌 게임산업 이슈

주차별 이슈 한눈에 보기	18
주차별 이슈 (3월 4주차~2월 1주차)	19

03

글로벌 게임산업 동향

(시장) 시발 메모리·GPU 수급 대란, 게임산업 비용 구조 흔들나	30
(규제) ‘루트박스’ 규제 전쟁, 미국·유럽 동향 비교와 업계 대응 전략	37
(기술) 패스 트레이싱과 AI가 재정의하는 게임 그래픽의 미래	44
(소비) 게임 구독료와 인게임 재화 인상 릴레이가 만든 소비 균열	51
(개발) 자체 퍼블리싱 전환 추진…글로벌 게임사 독립 행보 가속화	57
(장르) 코지 게임의 주류화와 ‘라이프 삼’의 재편	64

04

글로벌 이머징 마켓

튀르키예 시장 분석

74

05

글로벌 게임 캘린더

(리뷰) GDC 2026

85

(프리뷰) BitSummit PUNCH 2026

90

06

부록

월별 인기 신작 분석 (스팀 + 레딧)

98

※ 한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록(2024~2019)

107

일러두기

- 본 매거진은 한국콘텐츠진흥원에서 발간하는 '글로벌 게임산업 트렌드(GGIT, Global Game Industry Trend)'입니다.
- 글로벌 게임산업 트렌드는 최신 글로벌 게임산업 동향과 한국 게임업계의 해외 시장 진출을 위한 종합 정보를 제공합니다.
- 글로벌 게임산업 트렌드에서 발행되는 정보는
 - ① 빅데이터 분석(글로벌 게임 뉴스 기사)
 - ② 국내외 전문가 인터뷰
 - ③ 현지 방문 조사 등의 활동을 통해 수집됩니다.
 - 글로벌 이슈 포커스 : 최근 이슈화된 특정 게임 이슈에 대한 국내외 전문가 칼럼 제공
 - 글로벌 게임산업 이슈 : 게임산업 이슈 단신을 주차별 이슈 형태로 제공
 - 글로벌 게임산업 동향 : 시장, 정책, 기업 등 분야별 게임산업 동향 정보 제공
 - 글로벌 이머징 마켓 : 국내 게임업계 진출이 추천되는 신흥국에 대한 정보 제공
 - 글로벌 게임 캘린더 : 글로벌 게임 전시회 트렌드와 관련 정보 제공
- 이번 매거진은 글로벌 기준 2026년 3월까지 발생한 게임산업 정보 수집 분석 후 학계 및 업계 전문가의 이슈 적절성 검토를 통해 구성되었습니다.

[집필진]

EC21R&C	책임연구원	유은영
EC21R&C	책임연구원	안희정
EC21R&C	선임연구원	김종우
EC21R&C	주임연구원	이준영

[자문위원]

코드네임북	대표	신원철
원더포션	대표	유승현
뉴코어 게임즈	대표	이만재
트라이펄 게임즈	대표	정만손

- 본 매거진은 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr)를 통해 제공되며, 격월 단위 글로벌 시장에서 발생한 최신 게임산업 정보 기반으로 구성됩니다.

1

글로벌 이슈 포커스

‘살 게임이 없다’ — 게임슬롭의 등장과 콘텐츠 인플레이션 시대의 위기

집필: EC21R&C 김중우 선임연구원

1. 슬롭의 시대, 게임 스토어프론트에 드리운 콘텐츠 인플레이션의 그림자

‘슬롭’ 시대의 도래와 게임슬롭의 구조적 정의

2025년 말, 미국의 대표적인 영어 사전 출판사 메리엄-웹스터(Merriam-Webster)는 슬롭(Slop)을 올해의 단어(Word of the Year)로 선정했다. 슬롭은 대개 인공지능으로 대량 생산되는 저품질 디지털 콘텐츠를 뜻했다. 품질이 아니라 생산량이 기본값이 된 콘텐츠 환경을 꿰뚫는 표현이었고, 게임산업에서 벌어지는 현상과도 정교하게 맞물렸다. 게임슬롭은 영어권에서 통용되는 AI 쇼블웨어(Shovelware, 양산형 저품질 타이틀) 개념을 게임산업의 맥락으로 확장한 용어로, 생성형 AI의 비용 절감 효과와 스토어프론트의 콘텐츠 인플레이션이 결합하면서 소비자가 게임을 찾고 고르고 믿고 사기 어려워지는 구조적 상태를 뜻했다.



메리엄-웹스터에서 공개한 올해의 단어 “Slop”과 관련 이미지

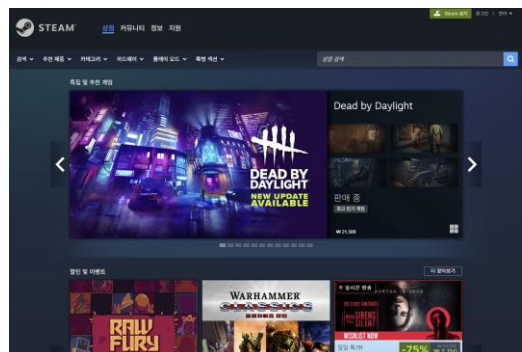
©Merriam-Webster

특히 PC 시장에서 가장 큰 유통 채널인 스팀의 경우, 출시 규모 자체가 이미 선택 불가능에 가까운 수준으로

커졌고, 생성형 AI 활용 공시도 급증하면서 “살 게임이 없다”는 체감이 확산되었다. 이러한 체감은 단순한 취향의 문제가 아니었다. 발견 가능성(Discoverability)·신뢰(Trust)·노동(Labor)이 복합적으로 얽힌 산업적 리스크가 수면 위로 올라온 것이었다. 게임슬롭 문제는 곧 플랫폼 경제의 작동 방식, 소비자의 선택 환경, 그리고 창작 노동의 지속 가능성에 동시에 영향을 미치는 구조적 위기로 부상했다.

스팀 연간 출시 2만 종 돌파와 ‘발견’되지 않는 타이틀의 대량 누적

게임슬롭의 실체는 숫자에서 확인됐다. 스팀DB 집계에 따르면, 스팀의 연간 출시작 수는 2025년에 21,553개로 급증했으며, 2026년에도 4월 8일 시점에 이미 6,389개가 출시로 집계될 정도로 초고속 유입이 지속되고 있었다. 연간 2만 개라는 수치는 단순한 성장 지표가 아니라, 플레이어와 인디 개발자 모두에게 분류, 검색·추천의 부담이 시스템 한계를 넘는 상태를 의미했다.



스팀 스토어프론트 ©Steam

2025년 출시작 중 스팀DB가 포착한 19,112개 표본을 기준으로, 그중 9,327개가 리뷰 10개 미만이었으며 2,229개는 리뷰가 단 한 건도 없었다. 출시는 되지만 검증 가능한 평판이나 추천 시스템에서 노출 기회를 얻지 못하는 타이틀이 대량으로 쌓이는 구조였다. 이러한 환경에서 플레이어의 선택 행동은 양극화되었다. 한편으로는 이미 검증된 작품만 구매하는 공격적 필터링이 강화되었고, 다른 한편으로는 스토어 내 탐색보다 커뮤니티·영상 플랫폼 등 외부 신뢰 채널로 이동하는 경향이 뚜렷해졌다.

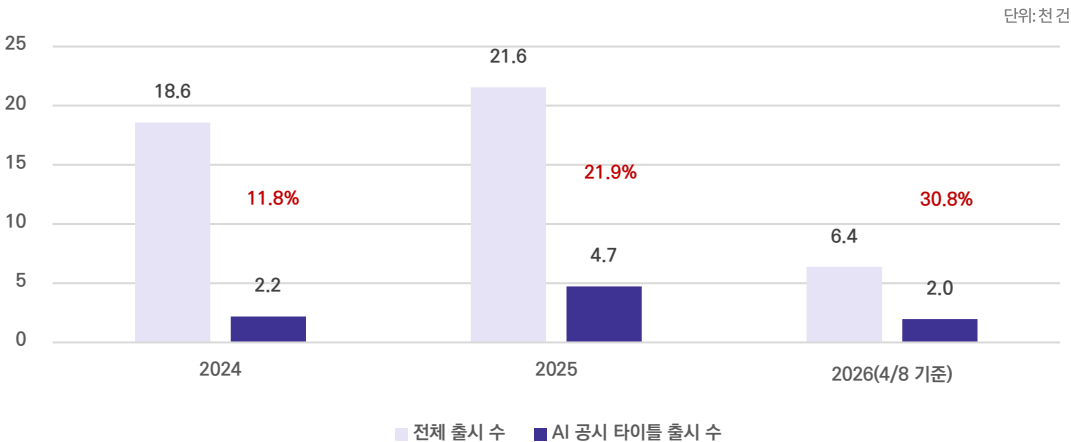
구분	수량	비고
2025년 전체 출시작	21,553개	스팀DB 연간 집계 기준
2025년 분석 표본	19,112개	스팀DB 포착 기준
리뷰 10개 미만 타이틀	9,327개	표본의 약 49%, 사실상 시장 반응 부재
리뷰 0개 타이틀	2,229개	출시 후 소비자 반응 전무
2026년 출시작 (4/8 기준)	6,389개	연초 4개월 만에 이미 높은 유입 속도

스팀 출시작 현황 및 리뷰 부재 타이틀 규모 (2025년 기준) ©SteamDB

스팀 AI 공시 타이틀 비중, 2024년 약 12%에서 2026년 초 약 31%로 급등

출시작 폭증만이 전부가 아니었다. 여기에 생성형 AI라는 변수가 더해지면서 상황은 한층 복잡해졌다. 스팀에서 생성형 AI 사용이 얼마나 보편화되었는지를 확인할 수 있는 가장 추적 가능한 데이터는 스팀DB의 AI 사용 공시(AI Content Disclosed; 이하 AI 공시) 태그 통계였다. 해당 태그 기준으로 보면 AI 공시 타이틀의 비중은 빠르게 상승했다. 2024년에는 전체 출시 18,578개 중 2,183개(약 11.8%)에 불과했으나, 2025년에는 21,553개 중 4,725개(약 21.9%)로 증가했다. 그리고 2026년 4월 8일 시점에는 6,389개 출시작 중 1,969개(약 30.8%)가 AI 공시를 포함하고 있었다. 이는 신규 출시작 3개 중 1개꼴로 AI 공시 태그가 붙는 국면에 이미 진입했음을 의미했다.

한편, 총량 관점에서도 상승은 뚜렷했다. 2025년 12월 기준으로 스팀 라이브러리의 약 8%에 해당하는 10,258개 게임이 생성형 AI 사용을 공시하고 있다는 분석이 보도되었다. 또한 2025년 중반(7월)에는 7,818개 타이틀이 AI 사용을 공시했으며, 사용처는 시각 에셋·오디오·텍스트·마케팅 자산 등으로 분산되었다. 이러한 추세를 종합하면, 2024~2026년 사이 스팀의 AI 공시는 소수의 실험에서 신규 출시 생태계 전반의 기본 변수로 이동한 것이 확인되었다.



2. 대응 정책의 역설과 플랫폼·생태계·노동 영역의 구조적 변화

스팀 AI 공시 제도의 설계 구조와 2026년 정책 수정의 배경

AI 게임이 쏟아지자 플랫폼도 손을 놓고 있을 수 없었다. 밸브(Valve)는 스팀 입점 심사의 핵심 절차인 콘텐츠 서베이(Content Survey)에 생성형 AI 콘텐츠 섹션을 새로 추가하며 대응에 나섰다. 공시 체계는 크게 두 범주로 설계됐다. 개발 과정에서 AI 도구로 만든 사전 생성(Pre-Generated) 콘텐츠와, 게임 실행 중 AI가 실시간으로 콘텐츠를 만들어내는 실시간 생성(Live-Generated) 콘텐츠였다. 특히 실시간 생성의 경우 불법 콘텐츠를 생성하지 않도록 어떤 가드레일을 두는지를 추가로 요구한다는 점에서, 단순 표기를 넘어 리스크 관리 논리까지 결합된 설계였다.

그러나 생성형 AI가 거의 모든 제작 도구 체계에 스며든 상황에서 무엇을 공시해야 하는가를 둘러싼 혼란이 커졌다. 2024년 초, 밸브(Valve)가 AI 기술을 사용하는 게임을 다루는 방식을 변경한다고 공개적으로 밝히며 공시·심사 체계를 강화한 배경도 이 리스크 관리 프레임에 있었다. 이후 2026년 1월, Valve는 개발자 공시 양식을 조정해 플레이어가 실제로 소비하는 AI 생성물 중심으로 공시 범위를 명확화했고, 개발 효율을 위한 내부 도구(코딩 보조 등)는 공시 대상이 아니라는 선을 그었다. 이는 공시의 과잉 포착 문제에 대한 최소한의 현실 적응이 시작되었음을 시사했다.

AI 공시 태그의 무차별 적용이 만드는 ‘투명성’과 ‘낙인’의 동시 작동

Valve가 공시 제도를 다듬는 사이, 예상치 못한 부작용이 고개를 들었다. 투명성을 위해 도입한 AI 공시 태그가 오히려 낙인처럼 작동하기 시작한 것이다. 원인은 태그 분류의 정밀도에 있었다. 스팀DB는 AI 공시 태그가 게임 자체에 AI가 포함되든, 마케팅 자산에만 AI가 쓰였든 상관없이 스토어 페이지에 공시 문구가 존재하면 자동으로 적용된다고 설명했다. 코어 게임 콘텐츠는 인간이 만들고 캡슐 이미지 일부에만 AI를 활용한 케이스도 동일한 태그 아래 묶일 수 있었다. 결과적으로 소비자 입장에서는 AI 슬롭과 제한적·보조적 사용을 구분하기 어려운 구조가 형성되었다.

이런 구분 불가능 구조는 양쪽 모두에 흔적을 남겼다. 개발자 쪽에서는 스팀 공시 문구에 “사람이 검수, 수정했다”, “극히 일부만 사용했다” 같은 방어적 표현을 덧붙이며 낙인을 희석하려는 움직임이 늘었다. 게이머 쪽에서는 반대 방향의 수요가 나타났다. AI 태그가 붙은 게임을 더 확실히 걸러내고 싶은 소비자들이 브라우저 확장 프로그램(스토어 페이지 접속 시 AI 공시 여부를 팝업으로 띄워주는 도구)을 설치하기 시작했고, 해당 확장 프로그램은 주요 매체에서 소개되기도 했다. 결국 투명성 강화는 미공시·허위공시를 억제하는 순기능과 동시에, 정당한 도구 활용까지 저품질로 일반화하는 역기능을 만들어냈다.

확장 프로그램을 사용했을 때 나타나는 AI 공시 팝업 알림 ©Steam



콘텐츠 인플레이션과 AI 공시가 결합된 인디게임의 이중 마찰 비용

이러한 낙인 효과로 가장 큰 타격을 받은 쪽은 인디 개발자들이었다. 전통적으로 인디 생태계의 성장 논리는 저비용 제작에서 다변화된 실험, 스토어프론트에서의 발견, 장기 매출로 이어지는 선순환 루프였다. 그러나 출시 물량이 폭증하면서 스토어프론트에 노출되는 것 자체가 극도로 어려워졌다. 전직 스템랩스 관련 개발자는 스토어프론트가 본질적으로 하단 퍼널¹⁾에 불과하며, 플레이어는 대체로 영상이나 커뮤니티 등 다른 곳에서 게임을 알게 된다고 공개적으로 주장했다. 결국 콘텐츠 인플레이션이 심화될수록 인디의 생존은 좋은 게임을 만드는 능력뿐 아니라 외부에서 관심을 끌어오는 능력에 더 크게 좌우되었다.

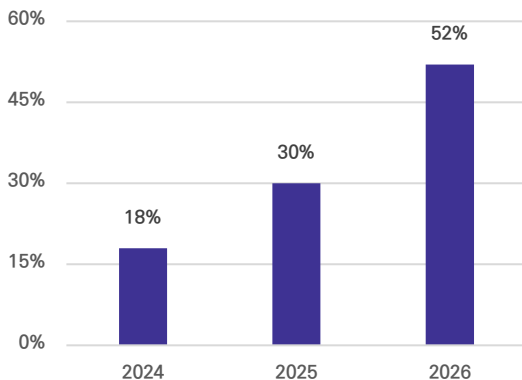
여기에 AI 공시라는 꼬리표까지 붙으면 인디는 이중의 마찰 비용을 치렀다. 우선, AI를 쓰지 않았다는 사실 자체를 차별화 수단으로 적극 광고해야 했다. 실제로 2025년 말에는 인디 개발자들이 AI 프리(AI-Free) 또는 생성형 AI 미사용을 선언하는 마케팅 문구·셀(seal)을 공유하고, 이를 스토어 페이지·웹사이트 등에 부착하는 흐름이 크게 조명되었다. 또한, AI를 제한적으로 사용한 개발자는 어디까지가 허용 가능한 사용인지를 해명해야 하는 부담과 반발 위험을 떠안았다. 그 결과 게임슬롭의 본질은 저품질 게임의 범람 자체가 아니었다. 좋은 게임조차 발견되기 어려워지는, 비용 구조의 문제였다.



AI 프리 아이콘으로 활용되고 있는 '낫 바이 AI' ©not by AI

업계 내 생성형 AI 부정 인식 급등과 AI 음성 대체를 둘러싼 노동 분쟁 확산

게임슬롭을 둘러싼 갈등은 플랫폼과 인디 생태계를 넘어 정치·윤리·노동 영역으로까지 번지기 시작했다. 그 조짐은 개발자 집단의 정서 변화에서 먼저 감지됐다. GDC의 State of the Game Industry 2026 설문에 따르면, 생성형 AI가 게임산업에 부정적 영향을 미친다고 답한 비율이 52%에 달했으며, 이는 2025년(30%)과 2024년(18%) 대비 큰 폭의 상승이었다. 특히 시각·테크니컬 아트, 내러티브·디자인, 프로그래밍 직군에서 부정 응답이 높게 나타났다. 같은 설문에서 실제 사용은 연구나 브레인스토밍 등 비창작적 업무에 편중되어 있었고, 플레이어 대면 기능에 쓰는 비율은 낮았다. 업계는 사용은 늘지만 정당성·신뢰·고용 영향에 대한 불안은 더 커지는 양가 상태에 놓여 있었다.



GDC 설문 기반 "생성형 AI가 게임산업에 부정적 영향" 응답 비율 추이
©GDC State of the Game Industry 2026

1) 하단 퍼널(Lower Funnel): 마케팅에서 소비자가 이미 관심을 가진 상태에서 최종 구매로 전환되는 단계. 즉 스토어는 게임을 발견하는 곳이 아니라, 이미 알고 있는 게임을 사러 오는 곳이라는 의미.



<포트나이트>에서 추가한 AI 다스 베이더 모습 ©Epic Games

그리고 쌓여가던 불안은 구체적 사건을 계기로 폭발했다. 2025년 5월, 에픽게임즈(Epic Games)의 <포트나이트(Fortnite)>는 플레이어가 다스 베이더와 대화할 수 있는 대화형 AI 기능을 공개했다. 그러나 출시 직후 플레이어가 AI 베이더로 하여금 욕설과 비속어를 사용하도록 유도하는 클립이 확산되었고, 에픽게임즈는 필터와 가이드라인을 강화하는 패치를 진행했다. 창작 노동의 관점에서 보면 사건은 여기서 끝나지 않았다. 같은 달 SAG-AFTRA는 해당 제작사가 인간 연기자를 AI로 대체하는 방식이 단체교섭 의무를 침해한다는 취지로 부당노동행위(ULP)를 제소했다. 해당 제소는 SAG-AFTRA가 2024년 7월 개시하여 2025년 6월 종단한 비디오게임 파업의 연장선상에 있었으며, AI 대체가 품질 문제를 넘어 창작 노동의 교섭력과 디지털 복제 권리 문제로 확장되었음을 보여줬다.

3. 새로운 품질 기준의 모색과 한국 게임 산업의 대응 방향

플랫폼 품질 관리 강화와 ‘휴먼 크래프티드’ 품질 인증 수단의 부상

위기의 한편에서는 새로운 해법도 등장하고 있었다. 콘텐츠 인플레이션 시대의 핵심 과제는 큐레이션 강화와 선택권 보장의 균형이었다. 소니(Sony)가 2026년 1월 플레이스테이션 스토어(PlayStation Store)에서 단일 퍼블리셔인 씨게임즈(ThiGames)의 타이틀 1,196개 이상을 대거 삭제한 사례는, 플랫폼이 양산형 쇼블웨어에 대해 강한 조치를 취할 수 있음을 보여주었다. 그러나 이는 동시에 스팀 같은 개방형 플랫폼에서는 삭제 및 정리가 곧바로 적용되기 어렵다는 현실도 드러냈다. 입점 구조, 심사 비용, 표현의 자유 등 개방형 플랫폼 고유의 제약이 존재하기 때문이었다.

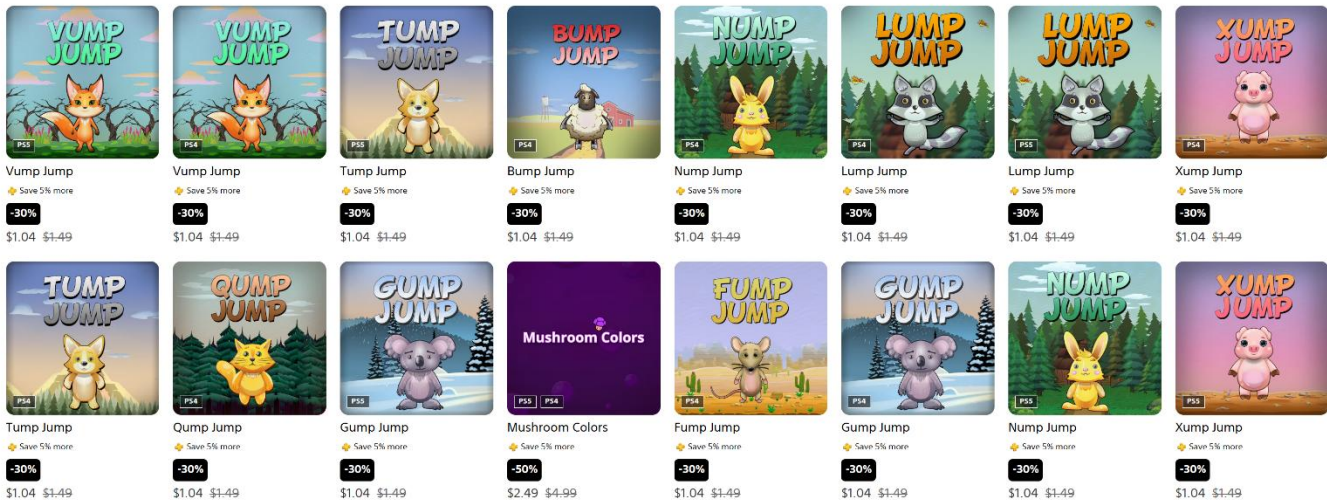
한편, 휴먼 크래프트드(Human-Crafted; 사람이 만든) 표식이 새로운 품질 인증처럼 기능하기 시작했다. 앞서 살펴본 인디 개발자들의 AI-Free 썸 부착 흐름은 개인 차원의 자구책에 가까웠지만, 움직임은 곧 업계 전반으로 번졌다. 일부 퍼블리셔와 스튜디오는 한발 더 나아가 AI 생성 에셋을 계약상 금지하거나, 절대 사용하지 않겠다는 강경한 비전을 공개적으로 내세우며 브랜드 신뢰 자체를 품질 자산으로 전환하는 대응을 보였다. 개별 개발자의 방어적 선언에서 출발한 흐름이 퍼블리셔의 사업 전략으로까지 격상된 셈이었다.

기술 도입 자체가 아닌, 품질, 신뢰, 노동을 동시에 담보하는 표준의 필요성

그렇다면 한국 게임산업은 무엇부터 풀어가야 할까. 핵심은 기술 도입 자체를 막느냐 허용하느냐의 이분법이 아니다. 품질, 신뢰, 노동을 동시에 담보하는 표준을 세울

수 있느냐가 진짜 과제다. 영미권 사례들이 가리키는 방향은 비교적 뚜렷하다. 공시 범위를 플레이어가 실제로 소비하는 결과물 중심으로 좁히고, 마케팅 자산과 게임 내 자산을 구분해 태그의 정밀도를 높이며, 양산형 스텝 퍼블리셔는 플랫폼 차원에서 강하게 걸러내는 것이다.

여기에 한국 고유의 과제도 더해진다. 성우, 아티스트, 시나리오 작가 등 창작 노동의 디지털 복제와 AI 대체에 관한 권리를 계약 및 교섭 절차 안에서 명문화하는 일은 더 이상 미룰 수 없는 숙제가 됐다. SAG-AFTRA의 파업과 부당노동행위 제소는 글로벌 시장에서 활동하는 한국 게임 개발사에도 직접 영향을 미칠 선례다. 인디 생태계를 위한 큐레이션 강화와 발견 가능성 지원 역시 빠질 수 없다. 결국 게임슬롭이 던지는 질문은 하나로 모인다. 플랫폼에 게임이 넘쳐나는 시대에 플레이어가 다시 “살 게임이 있다”고 느끼게 하려면 무엇이 필요할까? 그 답은 기술이 아니라 제도와 신뢰에 있을 것이다.



씨게임즈의 실제 슬롭 판매 모습

©ResetEra; Shovelware publisher ThiGames removed off PSN by Sony

<참고문헌>

1. Merriam-Webster, "Word of the Year 2025 | Slop", 2025.12.15., <https://www.merriam-webster.com/wordplay/word-of-the-year>
2. SteamDB, "Steam Release Statistics", <https://steamdb.info/stats/releases/>
3. SteamDB, "AI Content Disclosed Tag Statistics", <https://steamdb.info/tag/1368160/>
4. SteamDB, "AI Content Disclosed Tag - Yearly Releases", <https://steamdb.info/stats/releases/?tagid=1368160>
5. PC Gamer, "More than 19,000 games launched on Steam this year—but almost half have fewer than 10 reviews", 2025.12.12., <https://www.pcgamer.com/gaming-industry/more-than-19-000-games-launched-on-steam-this-year-but-almost-half-have-fewer-than-10-reviews/>
6. Totally Human, "No, Game Discovery Actually IS Broken", 2025.12.11., <https://www.totallyhuman.io/blog/no-game-discovery-actually-is-broken>
7. Totally Human, "The Surprising New Number of GenAI Games on Steam", 2025.07.16., <https://www.totallyhuman.io/blog/the-surprising-new-number-of-genai-games-on-steam>
8. Steamworks Documentation, "Content Survey", <https://partner.steamgames.com/doc/gettingstarted/contentsurvey>
9. GamesRadar+, "Steam games that openly use generative AI earned \$660 million this year, including Call of Duty: Black Ops 6, Stellaris, and more", 2025.12.22., <https://www.gamesradar.com/games/steam-games-that-openly-use-generative-ai-earned-usd660-million-this-year-including-call-of-duty-black-ops-6-stellaris-and-more-as-studios-continue-to-rely-on-the-technology/>
10. The Verge, "Valve opens the door to more Steam games developed with AI", 2024.01.10., <https://www.theverge.com/2024/1/10/24032678/valve-steam-generative-ai-rules-disclosure-pre-generated-live-illegal-content-copyright>
11. PC Gamer, "Steam updates AI disclosure form to specify that it's focused on AI-generated content that is 'consumed by players,' not efficiency tools used behind the scenes", 2026.01., <https://www.pcgamer.com/software/ai/steam-updates-ai-disclosure-form-to-specify-that-its-focused-on-ai-generated-content-that-is-consumed-by-players-not-efficiency-tools-used-behind-the-scenes/>
12. XDA Developers, "Identifying Steam games that use AI content just got a lot easier thanks to this browser extension", 2025.10.27., <https://www.xda-developers.com/identifying-steam-games-use-ai-content-just-got-easier-extension/>
13. The Verge, "Indie developers push back against generative AI", 2025.11., <https://www.theverge.com/entertainment/827650/indie-developers-gen-ai-nexon-arc-raiders>
14. GDC, "GDC 2026 State of the Game Industry Reveals Impact of Layoffs, Generative AI, and More", 2026.03., <https://gdconf.com/article/gdc-2026-state-of-the-game-industry-reveals-impact-of-layoffs-generative-ai-and-more/>
15. Game Developer, "One-third of game workers use generative AI, but half think it's bad for the industry", 2026.03., <https://www.gamedeveloper.com/business/one-third-of-game-workers-use-generative-ai-but-half-think-it-s-bad-for-the-industry>
16. Epic Games (Fortnite), "This Will Be a Day Long Remembered — Speak with Darth Vader in Fortnite", 2025.05., <https://www.fortnite.com/news/this-will-be-a-day-long-remembered-speak-with-darth-vader-in-fortnite>
17. Wired, "Fortnite's AI Darth Vader Spews Slurs and Swears", 2025.05., <https://www.wired.com/story/fortnite-darth-vader-slurs-swears-generative-ai/>
18. SAG-AFTRA, "SAG-AFTRA Statement on Fortnite's Use of AI Darth Vader Voice and ULP Filing", 2025.05., <https://www.sagaftra.org/sag-aftra-statement-fornites-use-ai-darth-vader-voice-and-ulp-filing>
19. AP News, "SAG-AFTRA files labor complaint over AI-generated Darth Vader voice in Fortnite", 2025.05., <https://apnews.com/article/627d9adac6d4007b3bc489e511c1beb8>
20. SAG-AFTRA, "SAG-AFTRA Strikes Video Games Over AI", 2024.07., <https://www.sagaftra.org/sag-aftra-strikes-video-games-over-ai>
21. GameSpot, "Sony Cracks Down On Over 1,000 Digital PlayStation Games From The Same Publisher", 2026.01., <https://www.gamespot.com/articles/sony-cracks-down-on-over-1000-digital-playstation-games-from-the-same-publisher/1100-6537423/>
22. PC Gamer, "I fking hate gen AI art' — Hooded Horse chief says 'if we're publishing the game, no fking AI assets'", 2025.11., <https://www.pcgamer.com/software/ai/i-f-king-hate-gen-ai-art-hooded-horse-chief-says-if-were-publishing-the-game-no-f-king-ai-assets/>
23. Game Developer, "Valve tweaks and clarifies AI disclosure rules for Steam", 2026.01., <https://www.gamedeveloper.com/business/valve-tweaks-and-clarifies-ai-disclosure-rules-for-steam>

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

2

글로벌 게임산업 이슈

주차별 이슈 한눈에 보기

수집 기간: 2/1 ~ 3/28

순번	주차	구분	이슈 제목
01	3월 4주차 3/22-3/28	비즈니스	소니, PS5 전 모델 가격 100유로(17만 원) 인상 발표 메모리 쇼티지와 관세의 이중 압박
02		비즈니스	Epic Games, 포트나이트 참여도 하락으로 1,000명 이상 해고 업계 대량 해고 추세 2026년에도 지속
03	3월 3주차 3/15-3/21	비즈니스	Paramount의 Warner Bros 인수, 게임 부문 대규모 구조조정 우려 1,100억 달러 M&A가 불러올 IP 지형 재편
04		비즈니스	사우디 EGDC, 캡콤 지분 10% 확보 중동 자본의 일본 퍼블리셔 지배구조 개입 가속
05	3월 2주차 3/8-3/14	정책 / 규제	밸브, 뉴욕주 루트박스 소송에 강력 반박 “포켓몬 카드와 동급” 밸브의 반격 논리
06		정책 / 규제	유럽, 게임 등급 개편으로 뽐기 게임 16세 이상 분류 PEGI 10년 만의 대수술, 모바일 시장 판도 변화
07	3월 1주차 3/1-3/7	플랫폼 / HW	차세대 Xbox ‘Project Helix’ 공개 콘솔·PC 통합 플랫폼 전략의 서막
08		정책 / 규제	닌텐도, 트럼프 관세 위험 소송 참여 스위치 2 가격 파장 국내까지
09	2월 4주차 2/23-2/28	정책 / 규제	Discord, 연령 인증 정책 연기 및 검증 업체와 결별 플랫폼 자율규제의 한계 노출
10		비즈니스	아마존, <킹 오브 미트> 출시 6개월 만에 서비스 종료 빅테크 게임사업, 6개월 만의 백기
11	2월 3주차 2/15-2/21	플랫폼 / HW	글로벌 메모리 칩 부족, 게임 콘솔 시장 직격탄 AI 서버에 밀린 게임 콘솔의 생존 경쟁
12		비즈니스	마이크로소프트, 필 스펜서 은퇴·사라 본드 사임 발표 Xbox 리더십 연쇄 공백, 전략 재편 예고
13	2월 2주차 2/8-2/14	정책 / 규제	Discord, 글로벌 연령 인증 시스템 도입 논란 프라이버시나 미성년자 보호냐, 논쟁 시작
14		장르 / 트렌드	2XKO, 격투게임 초보자도 쉽게 즐길 수 있는 접근성으로 주목 라이엇의 접근성 실현, 장르 대중화 시동
15	2월 1주차 2/1-2/7	기술 / AI	구글 AI 게임 생성 기술, 게임업계 추가 급락 촉발 AI가 그리는 게임, 개발자 추가 5~15% 급락
16		플랫폼 / HW	닌텐도 스위치2, 9개월 만에 1,737만 대 판매로 역대 최고 속도 판매 신기록에도 주가는 하락, 수익성의 역설

3월 4주차

기간: 3/22-3/28

3월 4주차 이슈 ①

소니, PS5 전 모델 가격 100유로(17만 원) 인상 발표 — 메모리 쇼티지와 관세의 이중 압박

2025년 하반기부터 AI 서버 수요 급증으로 글로벌 DRAM·NAND 가격이 전년 대비 40% 이상 상승했으며, 2026년 초 미국의 상호관세 부과가 본격화되며 콘솔 제조업체의 원가 부담이 가중되어 왔다. 이러한 환경에서 소니는 2026년 4월 2일부터 PS5 스탠다드·디지털 에디션·PS5 Pro 전 라인업의 소매가를 유럽·미국·일본 등 전 세계 주요 시장에서 약 100유로(17만 원) 인상한다고 공식 발표했다. 유럽 기준 PS5 디스크 에디션은 599유로(104만 원), PS5 Pro는 899유로(156만 원)로 조정되며, 북미에서는 각각 599달러(90만

원), 799달러(120만 원)로 조정된다. 이는 2022년, 2024년에 이은 세 번째 인상으로, 한국 공급가도 상반기 중 조정이 불가피할 전망이다.

콘솔 생애주기 5년차에 가격 인하가 아닌 인상이 단행되는 이례적 상황으로, 차세대기 출시 이전까지 하드웨어 수익성 확보가 전략의 핵심 과제로 부상했다. 경쟁사 MS·닌텐도의 후속 가격 정책과 퍼스트파티 소프트웨어 매출 의존도 확대 여부가 함께 주목된다.

전문가 코멘트

“PS5 가격 인상과 에픽 해고가 같은 주에 나온 것은 HW 비용 상승과 플랫폼 모델 한계가 동시에 드러난 사건으로 해석할 수 있다.”

3월 4주차 이슈 ②

Epic Games, 포트나이트 참여도 하락으로 1,000명 이상 해고 — 업계 대량 해고 추세 2026년에도 지속

에픽게임즈는 2022년 말부터 포트나이트 신규 유저 유입 둔화, 2024년 애플 앱스토어 소송 비용 누적, 2025년 Disney·Lego 협업 프로젝트의 기대 이하 성과 등으로 수익성 악화가 중첩되어 왔다. 2023년에도 이미 전체 인력의 약 16%(870명)를 감원한 선례가 있는 가운데, CEO 팀 스위니는 2026년 3월 말 전사 메시지를 통해 약 1,000명(전체 인력의 17%) 감원 계획을 공식 발표했다. 주요 대상은 포트나이트 운영팀·마케팅 부서·해외지사 인력이며, Unreal Engine 개발팀과 에픽게임즈 스토어 사업부는 영향권에서 제외되었다. 3개월치 급여,

건강보험 연장 등 보상과 Unreal Engine 커리어 네트워크를 통한 전직 지원이 병행 제공된다.

이는 2023년부터 3년째 지속되는 글로벌 게임업계 구조조정 사이클이 2026년에도 이어지고 있음을 보여주며, 라이브 서비스 게임의 지속 가능성 측면에서의 한계를 재조명하고 있다. 에픽의 ‘게임 중심’ 재편 전략이 본격화되며 개발자 인력 풀 재편과 창업, 이직 시장 활성화로 이어질 가능성이 제기된다.

전문가 코멘트

“HW 비용 상승(PS5 가격 인상)과 라이브 서비스 플랫폼 모델의 한계(에픽 해고)가 같은 주에 동시에 드러난 흐름으로, 구조적 전환기의 징후로 봐야 한다.”

3월 3주차

기간: 3/15-3/21

3월 3주차 이슈 ①

파라마운트의 워너 브로스 인수, 게임 부문 대규모 구조조정 우려 — 1,100억 달러(약 165조 원) M&A가 불러올 IP 지형 재편

파라마운트 스카이댄스는 2024년 래리 엘리슨 일가의 대주주 전환 이후 지속적인 M&A 확대 전략을 추진해 왔으며, 워너브라더스 디스커버리는 스트리밍·영화 부문 실적 부진으로 2025년부터 매각설이 제기되어 왔다. 이러한 흐름 속에서 2026년 3월 중순 양사는 파라마운트가 워너브라더스를 약 1,100억 달러(약 165조 원)에 인수하는 초대형 M&A를 공식 발표했다. WB 게임즈 산하에는 <모탈 컴뱃> 개발사 네더렐름, <쉐도우 오브 모르도르> 시리즈의 모놀리스, WB 게임즈 보스턴·몬트리올 등 주요 스튜디오가 포진해 있으며,

해리포터·DC·호빗 등 영상 기반 핵심 IP 활용권도 검토 대상에 포함된다. 파라마운트의 비용 절감 기조와 게임 사업 경험 부재를 고려할 때, 중복 프로젝트 취소, 스튜디오 매각, <멀티버서스> 등 라이브 서비스 타이틀 종료가 잇따를 가능성이 높게 점쳐진다. 2023년 엠브레이서 사태처럼 대규모 스튜디오 해체가 현실화될 경우 북미 개발자 노동시장에 재차 충격파가 예상되며, IP 지형 재편 과정에서 아시아 퍼블리셔의 2차 매입 기회도 주목된다.

3월 3주차 이슈 ②

사우디 전자게임개발회사, 캡콤 지분 10% 확보 — 중동 자본의 일본 퍼블리셔 지배구조 개입 가속

사우디아라비아 왕세자 무함마드 빈 살만의 비전 2030 정책에 따라 사우디 공공투자자금(PIF)과 산하 새비 게임즈 그룹, 전자게임개발회사 (EGDC)는 2022년부터 글로벌 게임사 지분 인수에 약 380억 달러(약 57조 원)를 투입해 왔으며, 일본 대형 퍼블리셔(닌텐도, 캡콤, 코에이테크모, 스퀘어에닉스)가 주요 타깃으로 분류되어 왔다. 이러한 흐름 속에서 사우디 왕세자 소유 EGDC는 2026년 3월 캡콤 주식 5.03%를 추가 매입하여 총 지분을 약 10%를 확보했다고 공시했다. 이로써 EGDC는 캡콤 창업자 일가에 이은 2대 주주 지위를

공고히 했으며, 이사회 진입 가능성 및 IP 협업(<몬스터 헌터>, <바이오하자드> 중동 현지화 콘텐츠) 추진 여부가 시장의 주목을 받고 있다.

이는 중동 자본이 단순 재무투자자를 넘어 전략적 파트너 지위로 이동하는 상징적 사례로, 일본 퍼블리셔의 지배구조, IP 활용 전략에 중장기적 변화를 촉발할 전망이다. 한국 게임사 역시 중동 자본의 투자 수요와 현지 시장 진출 기회에 대한 전략적 검토가 요구되는 시점이다.

전문가코멘트

“사우디 자본의 캡콤 투자 확대와 관련해, 중동 자본의 한국 게임사 투자 가능성도 함께 살펴볼 필요가 있다.”

3월 2주차

기간: 3/8-3/14

3월 2주차 이슈 ①

밸브, 뉴욕주 루트박스 소송에 강력 반박 — “포켓몬 카드와 동급” 밸브의 반격 논리

2023년 벨기에, 네덜란드에 이어 2024년 유럽연합이 루트박스 규제 가이드라인을 발표했고, 2025년 미국에서도 여러 주(州) 단위 규제 법안이 발의되었다. 그 가운데 뉴욕주는 2026년 2월 루트박스를 ‘확률형 도박’으로 규정하고 플랫폼 사업자에 대한 직접 소송을 제기한 첫 사례가 되었다. 이에 대응하여 2026년 3월 밸브는 뉴욕주 검찰총장이 제기한 <CS2>, <도타 2> 루트박스 불법 도박 소송에 대해 공식 반박 입장을 발표했으며, 자사 루트박스가 포켓몬 카드, 라부부 블라인드박스 등 기존 판매 중인 랜덤 상품과 구조적으로

동일하며 기대값 공개, 연령 제한 등 충분한 소비자 보호 장치를 갖췄다고 주장했다. 법정 공방은 최소 2년 이상 지속될 전망이다.

이번 소송 결과는 미국 전역의 루트박스, 확률형 BM 규제 기초를 좌우할 선례가 될 전망이며, 밸브뿐 아니라 EA, 액티비전, 라이엇 등 주요 퍼블리셔의 BM 설계 전면 재검토로 이어질 가능성이 있다. 국내 확률형 아이템 정보공개 의무화(2024년 시행) 체계와의 정합성 측면에서도 참고할 만한 사례다.

3월 2주차 이슈 ②

유럽, 게임 등급 개편으로 뽀기 게임 16세 이상 분류 — PEGI 10년 만의 대수술, 모바일 시장 판도 변화

유럽 게임 등급 기관 PEGI는 2016년 이후 기존 3, 7, 12, 16, 18세 등급 체계를 유지해왔으나, 2020년대 들어 루트박스, 시즌 패스, 랜덤 스킨 등 확률형 BM 확산으로 현행 등급 체계의 한계가 지속적으로 지적되어 왔으며, 2024년 유럽의회는 PEGI에 공식적으로 등급 체계 개편을 권고한 바 있다. 이에 PEGI는 2026년 3월 유료 랜덤 아이템(루트박스, 확률형 스킨, 블라인드 박스 등)이 포함된 모든 게임에 최소 16세 이상 등급을 부여하는 개편안을 발표했다. 2026년 6월 본격 시행되며 기존 출시작도 재심사 대상에 포함되는데, 포켓몬, 마리오 등

저연령 대상 닌텐도 IP와 모바일 F2P 주력 타이틀 다수가 등급 상향 조정될 전망이다.

PEGI 체계의 10년 만의 대수술로, 유럽 시장에서의 저연령 대상 과금 모델 자체가 재편될 가능성이 높다. 글로벌 등급 기준의 도미노 효과가 예상되며, ESRB(북미), GRAC(국내)도 유사한 방향성 검토가 불가피할 것으로 보이며, 아동, 청소년 대상 수익 모델에 의존해온 퍼블리셔의 중장기 전략 수정이 요구된다.

3월 1주차

기간: 3/1-3/7

3월 1주차 이슈 ①

차세대 Xbox 'Project Helix' 공개 — 콘솔, PC 통합 플랫폼 전략의 서막

마이크로소프트는 2023년 액티비전 블리자드 인수 완료 이후에도 Xbox 하드웨어 판매 부진과 게임 패스 성장 정체라는 이중 과제에 직면해 왔다. 2024~2025년 사이 MS 퍼스트파티 타이틀의 PS, 스위치 동시 출시 확대로 '하드웨어 중심' 전략의 한계가 노출된 상황에서, 마이크로소프트는 GDC 2026을 앞두고 차세대 Xbox 코드명 프로젝트 헬릭스를 공식 발표했다. 콘솔 폼팩터를 유지하면서도 윈도우 기반 OS를 탑재하여 스팀, 에픽 게임즈 스토어, GOG 등 서드파티 PC 스토어에 직접 접근 가능한 하이브리드 구조가 핵심 차별점이며,

2027년 말~2028년 초 출시 예정으로 AMD와 협력한 커스텀 APU 탑재가 유력하다.

소니가 동시기 PS 독점작의 PC 출시 전략을 전면 철회한 것과 극명히 대비되며, 스팀 머신 2.0 출시를 앞둔 밸브까지 포함한 3파전 구도가 본격화되고 있다. Xbox가 플랫폼 생태계 흡수 전략을 택한 것으로 분석되며, 콘솔, PC 시장의 경계 자체가 허물어지는 전환점이 될 전망이다.

3월 1주차 이슈 ②

닌텐도, 트럼프 관세 위한 소송 참여 — 스위치 2 가격 파장 국내까지

트럼프 행정부는 2025년 취임 직후 중국, 베트남, 멕시코 등 주요 교역국에 대한 상호관세 15~25%를 부과했으며, 이는 미국 수입 기업 전반에 심각한 원가 부담을 초래했다. 2026년 1월 미국 연방대법원은 이 관세 부과가 무역법 122조에 근거한 대통령 권한 범위를 초과한다는 판결을 내렸으며, 이 판결을 기반으로 닌텐도는 2026년 3월 초 코스트코, 페덱스, 베스트바이 등 1천여 개 기업과 함께 집단 위한 소송에 참여했다. 이는 스위치 2를 비롯한 콘솔, 액세서리 수입에 직접 영향을 미치는 사안으로, 닌텐도는 관세 추가 부담분

환급을 요구하고 있다. 트럼프 정부는 새로운 15% 보편관세 도입을 예고하며 법적 대응 의지를 드러내고 있다.

미국 관세 정책이 글로벌 콘솔 가격 구조에 파급 효과를 미치는 대표 사례로, 국내 퍼블리셔, 유통사의 가격 정책, 공급망 전략에도 연쇄 영향이 불가피하다. 스위치 2 국내 공급가 상승 압력이 실질화되고 있으며, 법적 분쟁 장기화 시 2026년 글로벌 하드웨어 시장의 구조적 불확실성이 심화될 전망이다.

전문가 코멘트

"관세 인상에 플레이스테이션 포함 여부에 대한 확인이 필요하며, 콘솔 전반의 가격 파급 효과를 종합적으로 추적할 필요가 있다."

2월 4주차

기간: 2/22-2/28

2월 4주차 이슈 ①

디스코드, 연령 인증 정책 연기 및 검증 업체와 결별 — 플랫폼 자율규제의 한계 노출

디스코드는 2026년 1월 유럽 DSA(디지털서비스법), 미국 텍사스주, 플로리다주의 미성년자 보호법 등 전 세계적 규제 압박에 대응하기 위해 글로벌 연령 인증 시스템 도입을 예고하고 당시 영국 페르소나 아이덴티티(Persona Identities) 등 제3자 검증 업체와 파트너십을 체결한 바 있다. 그러나 2026년 2월 말 디스코드는 해당 시스템 도입 계획을 공식 연기하고 기존 파트너 검증 업체와의 계약도 종료했다고 발표했다. 표면적 사유는 '기술적 한계와 프라이버시 정책 충돌'이며 구체적 재개 시점은 미정으로, 대체 기술(AI

기반 행동 분석 연령 추정 등) 검토 중이라고만 밝혔으며 기존 계약 업체와의 법적 분쟁 가능성도 제기된다.

이는 플랫폼 사업자의 자율적 미성년자 보호 정책 이행의 한계가 노출된 대표 사례로, 규제 당국의 직접 개입 명분이 강화될 전망이다. 게임 커뮤니티 핵심 인프라인 디스코드의 연령 정책 불확실성은 게임 스트리밍, 이스포츠, 커뮤니티 운영 전반에 파급 효과를 미칠 가능성이 크다.

2월 4주차 이슈 ②

아마존, <킹 오브 미트> 출시 6개월 만에 서비스 종료 — 빅테크 게임사업, 6개월 만의 백기

아마존 게임즈는 2014년 설립 이후 <크루서블>(2020 출시 5개월 만에 서비스 종료), <뉴 월드>(2021 출시 이후 지속적 이용자 이탈), <로스트 아크> 서구권 퍼블리싱 등을 거치며 퍼블리셔로서의 시장 지위 확보에 지속적으로 실패해왔으며, 자체 개발 타이틀 성공 사례는 전무한 상황이었다. 이러한 흐름 속에서 아마존 게임즈는 2026년 2월 말 글로메이드 스튜디오 개발, 자사 퍼블리싱 액션 게임 <킹 오브 미트>의 서비스 종료를 출시 6개월 만에 결정했다고 발표했다. 서비스는 2026년 상반기 내 순차 중단되며 이용자 유료 아이템 환불과

싱글플레이 모드 오프라인 변환 지원이 제공되고, 개발 스튜디오 글로우메이드와의 계약도 동시에 종료된다.

이는 빅테크 기업의 게임 사업 진출 구조적 한계를 재확인시킨 사례로, 구글 스타디아(2023년 종료)의 전철을 따른다는 평가가 지배적이다. 게임 퍼블리싱 특유의 커뮤니티 운영, 장기 콘텐츠 업데이트 역량이 IT 조직 문화와 근본적으로 맞지 않는다는 업계 공감대가 확산되고 있다.

2월 3주차

기간: 2/15-2/21

24

2. 글로벌 게임산업 이슈

2월 3주차 이슈 ①

글로벌 메모리 칩 부족, 게임 콘솔 시장 직격탄 — AI 서버에 밀린 게임 콘솔의 생존 경쟁

2024년 하반기부터 ChatGPT, Gemini, Claude 등 생성형 AI 서비스 확대에 따른 AI 서버 수요가 폭증하며, 삼성전자, SK하이닉스, 마이크론 등 글로벌 메모리 제조사들의 AI 서버용 HBM, 고용량 DDR5 공급이 우선순위로 재편되었다. 소비자 가전, 콘솔용 일반 DRAM, NAND 물량은 상대적으로 후순위로 밀리며, 2026년 1~2월 글로벌 DRAM 현물가격은 전년 동기 대비 약 45% 상승했고 NAND 가격도 30% 이상 오른 상태가 지속되고 있다. 이는 PS5 가격 인상, 스위치 2 생산 물량 축소, Xbox 차세대기 출시 일정 재조정으로

연쇄 반영되고 있으며, 업계는 콘솔 한 대당 메모리 원가가 2025년 대비 30~40% 상승한 것으로 추정한다.

AI 산업과 게임 하드웨어 산업 간 반도체 자원 경합이 구조화되는 국면으로, 2026년 말까지 공급난이 지속될 전망이다. 게임업계 전반의 하드웨어 가격 상승, 공급 불안정이 소비자 구매력 위축으로 이어질 가능성이 높으며, 클라우드 게이밍 등 대안 플랫폼으로의 수요 분산이 가속화될 수 있다.

2월 3주차 이슈 ②

마이크로소프트, 필 스펜서 은퇴, 사라 본드 사임 발표 — Xbox 리더십 연쇄 공백, 전략 재편 예고

필 스펜서는 2014년부터 12년간 Xbox 사업을 이끌며 게임 패스 론칭, 베데스다 인수, 액티비전 블리자드 인수 등 MS 게임 사업의 대규모 확장을 주도해 왔으며, 사라 본드는 2023년 Xbox 사장으로 승진하여 스펜서의 후계 구도로 평가받으며 하드웨어, 경험 부문을 총괄해 왔다. 그러나 2026년 2월 중순 스펜서의 은퇴가 발표된 데 이어, 불과 2주 만인 2월 말 Xbox 사장 사라 본드의 사임도 공식화되었다. 본드의 사임은 본인 희망에 따른 것으로 알려졌다. 스펜서 은퇴 이후 후계 구도 재편

과정에서의 갈등설도 제기되고 있으며, 후임 인선은 2026년 2분기 중 발표될 전망이다.

이는 액티비전 블리자드 인수 이후 최대 규모의 조직 재편으로, MS 게임 사업부의 중장기 전략 방향에 대한 불확실성이 급격히 증가했다. 프로젝트 헬릭스 연계 로드맵과 게임 패스 수익성 개선 과제가 새 리더십의 핵심 어젠다가 될 전망이다. 사티아 나델라 CEO의 게임사업부 직할 체제 여부가 업계 최대 관심사다.

2월 2주차

기간: 2/8-2/14

2월 2주차 이슈 ①

디스코드, 글로벌 연령 인증 시스템 도입 논란 — 프라이버시나 미성년자 보호나, 논쟁 시작

디스코드는 전 세계 약 6억 명의 이용자를 보유한 게임 커뮤니티 핵심 플랫폼으로, 미성년자 이용 비중이 높아 각국 규제 당국의 압박을 받아왔다. 영국 온라인 안전법(2024), 유럽 DSA(2024), 미국 텍사스, 플로리다주 미성년자 보호법(2025) 등이 플랫폼 연령 확인 의무를 명시해온 가운데, 디스코드는 2026년 2월 초 전 세계 이용자를 대상으로 한 연령 인증 시스템 도입 계획을 공식 발표했다. 신분증 제출, 안면 인식, 신용카드 기반 검증 중 택일하는 방식이며, 기존 이용자도 2026년

하반기부터 순차 적용 대상에 포함되었고, 시행 시 성인 콘텐츠 서버 접근 제한과 DM 기능 제한이 연계된다.

그러나 프라이버시 침해 우려와 과도한 진입 장벽에 대한 비판이 게임 커뮤니티에서 즉각 확산되었으며, 특히 〈로블록스〉, 〈포트나이트〉 등 게임 연계 서버에서 미성년자 소외 문제가 제기되었다. 이후 2월 말 연기 결정으로 이어지며 플랫폼 자율규제 모델의 실행 난이도가 입증된 사건이 되었다.

2월 2주차 이슈 ②

<2XKO>, 격투게임 초보자도 쉽게 즐길 수 있는 접근성으로 주목 — 라이엇의 접근성 실험, 장르 대중화 시동

격투게임 장르는 1990년대 〈스트리트 파이터〉, 〈철권〉, 〈모탈 컴뱃〉 전성기 이후 지속적인 시장 축소를 겪어 왔으며, 2020년대 들어 복잡한 커맨드 입력 체계, 높은 진입 장벽이 신규 유저 유입의 주요 걸림돌로 지목되어 왔다. 라이엇 게임즈는 2019년부터 리그 오브 레전드 IP 기반 격투게임 개발을 예고해왔으며, 2026년 2월 2대2 팀 기반 격투게임 <2XKO>가 베타 테스트 확대를 통해 본격적인 시장성 검증 단계에 진입했다. 간소화된 커맨드 입력 체계(최소 2버튼으로 특수기 발동), 실시간 파트너 어시스트 시스템, 초보자용 자동 콤보 모드가 핵심

차별점이며, 2026년 하반기 정식 출시를 목표로 하고 있다.

이는 격투게임 장르의 대중화 가능성을 재검증하는 시험대이자, 리그 오브 레전드 IP 확장 전략의 핵심 축이 될 전망이다. 성공 시 〈리그 오브 레전드〉, 〈전략적 팀 전투〉, 〈발로란트〉에 이어 라이엇의 네 번째 이스포츠 생태계 구축이 현실화되며, 전통 격투게임 강자(캡콤, 반다이남코)에 대한 구조적 위협으로 작용할 가능성이 있다.

2월 1주차

기간: 2/1-2/7

2월 1주차 이슈 ①

구글 AI 게임 생성 기술, 게임업계 주가 급락 촉발 — AI가 그리는 게임, 개발자 주가 5~15% 급락

구글 딥마인드는 2024년 지니 1, 2 모델을 통해 2D 플랫폼 게임 자동 생성 기술을 공개한 바 있으며, 당시에는 학술 연구 단계에 머물렀다. 2025년부터 상호작용 가능한 3D 환경 생성으로 개발 방향을 전환하며 AI 게임 엔진 상용화 가능성이 업계 핵심 관심사로 부상해온 가운데, 2026년 1월 말 구글은 텍스트 및 이미지 입력만으로 실시간 플레이 가능한 3D 게임 세계를 생성하는 AI 모델 '지니 3'를 공개했다. 720p 해상도, 24fps 실시간 렌더링이 가능하며 간단한 물리 엔진 시뮬레이션과 NPC 상호작용까지 자동 생성되는 수준으로, 공개 직후 EA(-12%), 테이크투(-

8%), 유비소프트(-15%) 등 주요 게임사 주가가 급락하며 게임 개발 인력 수요 감소에 대한 시장 우려가 즉각 반영되었다.

다만 상용 서비스화까지는 최소 3~5년이 소요될 전망으로, 오히려 인디 개발자의 생산성 도구로 먼저 확산될 가능성이 높으며 AAA 퍼블리셔의 기존 개발 파이프라인은 단기적으로 큰 영향을 받지 않을 것으로 분석된다. 그러나 게임 개발 교육, 인력 양성 체계의 중장기 재편은 불가피할 전망이다.

전문가 코멘트

"구글 AI 발표에 따른 주가 급락은 과민반응 측면도 있으나, 중장기적으로는 개발 파이프라인의 변화를 다루는 관점이 더 적절하다."

2월 1주차 이슈 ②

닌텐도 스위치2, 9개월 만에 1,737만 대 판매로 역대 최고 속도 — 판매 신기록에도 주가는 하락, 수익성의 역설

닌텐도는 2017년 출시한 스위치가 역대 닌텐도 콘솔 최대 판매량(1억 3,500만 대 이상)을 기록한 바 있으며, 2025년 6월 출시한 후속기 스위치 2에 대한 시장 기대감이 매우 높았다. 출시 초기 공급 부족 논란에도 불구하고 9개월간 판매 추이가 전작을 크게 상회해왔고, 닌텐도는 2026년 2월 기준 누적 1,737만 대 판매를 돌파했다고 발표했다. 이는 역대 닌텐도 콘솔 중 최단 기간 최대 판매 기록으로, 스위치(2017) 동기간 판매량(약 1,100만 대)을 58% 상회하는 수치이며, 주력 퍼스트파티 타이틀 <마리오 카트 월드>와 <동키콩

바난자>가 판매 견인 요인으로 분석된다.

그러나 판매 호조에도 불구하고 닌텐도 주가는 같은 기간 하락세를 보였으며, 이는 메모리 가격 상승, 관세 부담 등 원가 압력에 따른 수익성 우려를 반영한다. 하드웨어 판매만으로는 중장기 성장세 유지가 어렵다는 시장 평가가 반영된 것으로, 2026년 소프트웨어 라인업(<젤다>, <포켓몬 신작>) 확충과 닌텐도 스위치 온라인 수익 다변화가 관건이다.

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

3

글로벌 게임산업 동향

(시장) AI발 메모리·GPU 수급 대란, 게임산업 비용 구조 흔들나

집필: EC21R&C 유은영 책임연구원

주요 내용 요약

2026년 상반기, AI 데이터센터 투자 폭증으로 게임 콘솔·PC 메모리 칩 공급 구조가 근본적으로 흔들리고 있다. AI 서버용 고대역폭 메모리(HBM)는 게임용 DRAM·NAND와 동일 웨이퍼에서 생산되는데, HBM 1GB에 DDR5 대비 약 3배 웨이퍼가 소모된다. 수익성 높은 HBM으로 웨이퍼가 집중 배분되면서 게임용 메모리 공급이 구조적으로 줄어드는 제로섬 구도가 굳어졌다. 트렌드포스에 따르면 2026년 1분기 범용 DRAM 계약가는 전분기 대비 90~95% 급등했고, 2분기에는 NAND도 70~75% 추가 상승이 예상된다. IDC는 이를 영구적인 전략적 웨이퍼 용량 재배분으로 진단했다.

공급 부족 충격은 게임 하드웨어 제조 원가를 직격했다. 테크인사이츠의 PS5 Pro 분해 분석에 따르면 메모리·SSD가 콘솔 제조 원가의 약 35%를 차지하며, 소니는 2026년 3월 PS5 시리즈의 글로벌 판매 가격을 인상했다. 가트너는 PC 원가에서 메모리 비중이 2025년 16%에서 2026년 23%로 급등하면서 PC 가격이 전년 대비 17% 오를 것으로 전망했고, 이 흐름이 이어지면 2028년까지 500달러(약 73만 5,000원) 미만 보급형 PC 세그먼트가 사라질 수 있다고 경고했다. 충격은 완제품에서 멈추지 않아 클라우드 게이밍 서버용 메모리·SSD도 AI 사업자 선점으로 확보가 어려워지고 있고, 중소 개발사 빌드 서버·워크스테이션 조달 비용도 함께 상승하고 있다.

공급 부족 해소 시점에는 두 갈래 전망이 공존한다. 트렌드포스는 신규 반도체 공장이 2027~2028년 본격 가동되면서 점진 회복을 예상하지만, SK그룹 최태원 회장은 전 세계 웨이퍼 공급이 수요 대비 20% 이상 부족하며 해소에 최소 4~5년이 걸릴 것이라며 2030년까지 장기화 가능성을 경고했다. PC 중심 게임 시장인 한국은 이 변화에 특히 민감하다. PC 교체주기 지연과 보급형 PC 소멸이 현실화되면 고사양 신작의 초기 이용자 확보가 어려워지고, 클라우드 게이밍도 같은 공급 부족 영향권에 있어 단순 대안이 되기 어렵다. 조달 전략 재검토, 메모리 최적화 기술 투자, 서버 인프라 원가 변동성을 반영한 사업 모델 설계가 시급하며, 이번 메모리·GPU 공급 부족을 새로운 기준으로 받아들이는 것이 대응의 출발점이다.

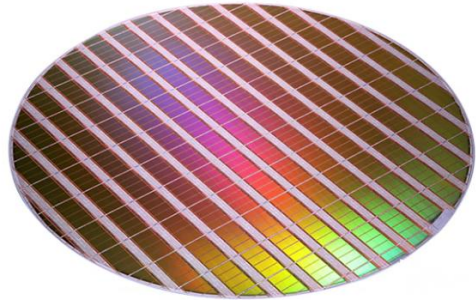
1. AI 인프라 투자 폭증과 메모리 반도체 수급 위기

AI 서버 수요 폭증, 게임 하드웨어에 들어가는 메모리 공급이 줄어드는 구조

2026년 상반기, 게임 콘솔·PC 안에 물리적으로 탑재되는 메모리 칩의 가격이 전례 없는 속도로 치솟고 있다. 시장조사기관 트렌드포스(TrendForce)에 따르면 2026년 1분기 범용 DRAM²⁾ 계약가는 전분기 대비 90~95% 급등했다. 2026년 1월 초 발표한 전망치(55~60%)를 한 달 만에 대폭 상향한 수치로, 분기 기준 사상 최대 상승폭이었다. 2분기에도 DRAM 58~63%, NAND Flash(SSD 안에 들어가는 핵심 저장 칩) 70~75%의 추가 상승이 예상된다. 이러한 가격 급등은 일시적 수급 불균형이 아니다. AI 데이터센터 건설에 투자가 몰리면서, 게임 콘솔, PC, SSD에 탑재되는 메모리의 공급 구조 자체가 바뀌고 있기 때문이다.

공급 구조가 바뀌는 핵심 원인은 AI 산업과 게임산업이 같은 원재료를 만든 메모리 칩을 나눠 써야 하는 데 있다. AI 서버에는 HBM이라는 초고속 메모리가 들어가는데, 이 HBM을 만드는 원재료인 웨이퍼³⁾가 게임 하드웨어에 탑재되는 DRAM·NAND와 동일하다. HBM 1GB를 생산하는 데에는 최신 세대 DRAM의 표준 규격인 DDR5 대비 약 3배의 웨이퍼가 소모된다는 점이 문제의 핵심이다. 글로벌 메모리 3사 삼성전자, SK하이닉스, 마이크론은 수익성이 훨씬 높은 HBM 쪽으로 한정된 웨이퍼 용량을 집중 배분하고 있고, 그만큼 게임 콘솔, PC에 탑재되는 범용 메모리 생산이 줄어드는 제로섬 구조가 고착되고 있다. 글로벌 시장조사기관 IDC는 이를 '잠재적으로 영구적인 전략적 웨이퍼 용량 재배분'으로 진단했으며, 2026년 DRAM·NAND 공급 성장률이 각각

16%·17%에 그쳐 평균을 밑돌 것으로 전망했다.



웨이퍼 예시 이미지 ©SAMSUNG

메모리에 이어 게이밍 GPU까지, 게임 하드웨어 전방위 공급 부족

앞서 살펴본 메모리 공급 구조의 전환은 그래픽카드(GPU) 시장에도 영향을 미치고 있다. 엔비디아(Nvidia) 최고재무책임자 콜레트 크레스는 2026년 2월 실적 발표에서 게이밍 GPU의 공급이 수 분 기간 매우 타이트할 것이라고 밝혔고, 로이터(Reuters)는 게이밍용 칩의 공급 부족이 2026년 말까지 이어질 수 있다고 보도했다. 게이밍 GPU 공급이 줄어드는 이유도 메모리와 같다. 그래픽카드에 탑재되는 전용 메모리인 GDDR7 역시 DRAM·NAND와 같은 웨이퍼에서 생산되기 때문에, HBM 생산 확대로 인한 웨이퍼 부족의 영향을 직접 받는다. 이에 따라 엔비디아가 2026년 상반기 게이밍 GPU 생산량을 전년 동기 대비 30~40% 줄일 수 있다는 보도까지 나온 상황이다.

2) DRAM: 흔히 'RAM 16GB'로 표기되는 메인 메모리. 콘솔·PC 메인보드에 물리적으로 장착되는 칩으로, 게임 실행 시 맵·텍스처·캐릭터 데이터 등을 올려놓고 빠르게 읽고 쓰는 부품.

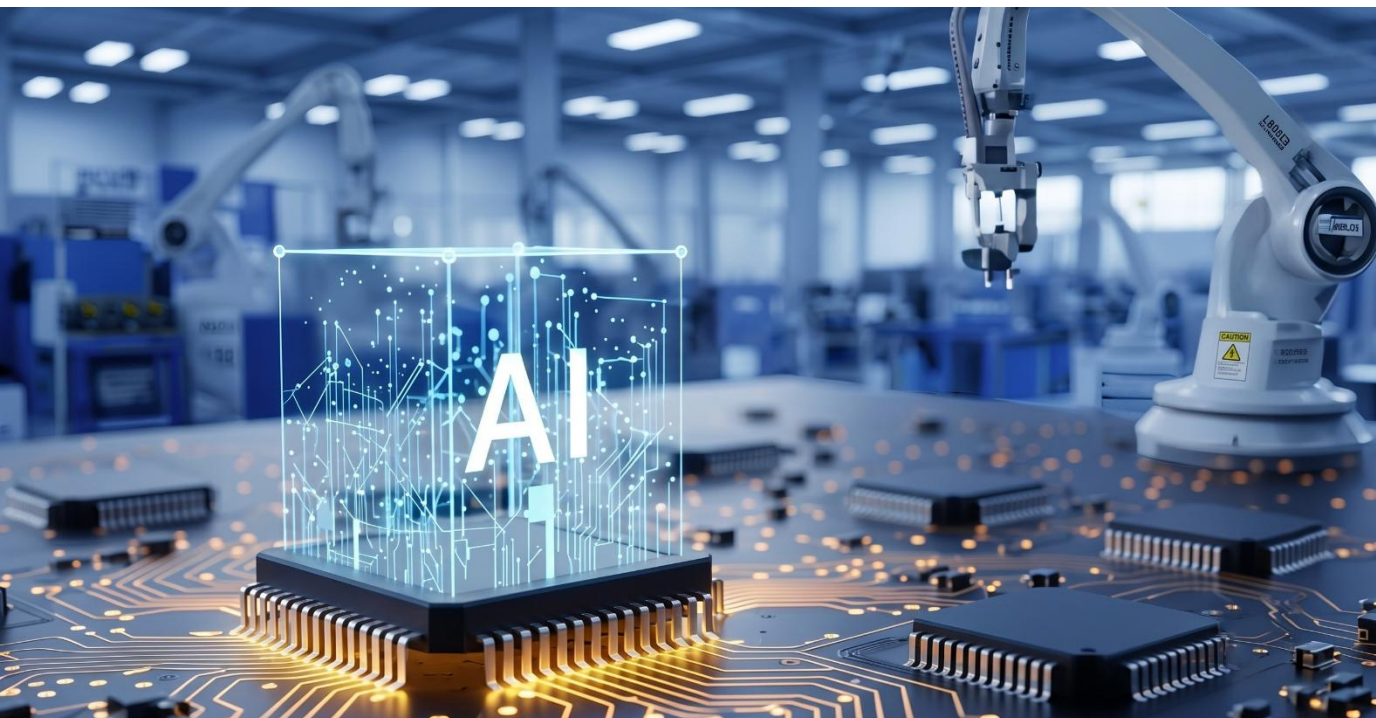
3) 웨이퍼(Wafer): 메모리 칩을 찍어내는 원판 형태의 실리콘 기판. HBM·DRAM·NAND 모두 이 웨이퍼에서 만들어지며, 총 생산량이 한정됨.

메모리와 GPU의 공급 부족은 게임 하드웨어의 소매 가격 상승으로 이어지고 있다. 2025년 말 일본 야기하바라 전자상가에서는 DDR5 메모리 모듈과 SSD의 가격이 급등했고, 소매점들은 이들 제품의 사재기를 막기 위해 1인당 구매 수량을 제한하는 조치를 시행했다. 가트너(Gartner)는 2026년 말까지 DRAM과 SSD의 합산 가격이 130% 상승하면서 PC 가격이 전년 대비 17%, 스마트폰 가격이 13% 오를 것으로 전망했다. 글로벌 PC 출하량은 전년 대비 10.4% 감소할 것으로 예상되며, 가트너 분석가 란짓 아트왈(Ranjit Atwal)은 이를 “10년 만에 가장 큰 디바이스 출하량 감소”라고 표현했다. 델, 레노버, HP 등 주요 PC 제조사도 서버 약 15%, PC 약 5%의 가격 인상을 계획하고 있는 것으로 전해졌다.

2. 메모리·GPU 공급 부족이 게임산업 비용 구조에 미치는 파급 효과

메모리 가격 급등이 콘솔·게이밍 PC 제조 비용에 직격

메모리 가격 급등의 충격은 게임 콘솔 제조 비용에 가장 직접적으로 나타나고 있다. 반도체 분석 기관 테크인사이트(TechInsights)가 2025년 PS5 Pro1를 분해해 분석한 결과, 콘솔 내부에 탑재된 메모리 칩과 SSD가 전체 제조 원가의 약 35%를 차지하며 가장 큰 비용 항목인 것으로 나타났다. 이는 콘솔·PC의 중앙 연산 장치(CPU·GPU 통합 칩)인 프로세서(약 18.5%)의 거의 두 배에 달하는 수치다. 메모리가 이미 콘솔 원가에서 가장 큰 비중을 차지하는 상황에서, 2026년 상반기 메모리 가격까지 급등하자 그 충격은 소비자 가격에 곧바로 반영되었다. 소니(Sony)는 2026년 3월 27일 PS5와 PS5 Pro, 플레이스테이션 포털의 글로벌 판매 가격을 인상한다고 공식 발표했다. 닌텐도 스위치 후속기, 차세대 Xbox 등을 기획하는 제조사들도 목표 성능과 목표 원가를 동시에 맞추기가 한층 어려워진 상황이다.



게이밍 PC 시장에서는 메모리 가격 상승의 영향이 더 직접적으로 나타나고 있다. 가트너(Gartner)에 따르면, PC 전체 제조 원가에서 메모리가 차지하는 비중이 2025년 16%에서 2026년 23%로 급등할 전망이다. 이 비중이 높아질수록 제조사가 원가 상승분을 자체 흡수할 수 있는 여력은 줄어든다. 가트너 분석가 란짓 아트왈(Ranjit Atwal)은 이 추세가 이어지면 500달러(약 74만 원) 미만 보급형 PC 세그먼트가 2028년까지 사라질 것이라고 전망했다. 비용 부담은 소비자의 구매 행태도 바꿀 것으로 예상된다. 가트너는 PC 교체주기가 기업 사용자 기준 15%, 개인 소비자 기준 20% 길어질 것으로 내다봤다. 게이머 입장에서는 고사양 PC로의 업그레이드가 늦어지면서, 고사양 그래픽을 전제로 개발된 신작 게임의 초기 이용자 확보가 어려워질 수 있다.

클라우드 게이밍·개발 환경에 전이되는 메모리 공급 부족의 비용 압박

메모리 공급 부족의 영향은 콘솔·PC 같은 소비자 대면 하드웨어를 넘어, 클라우드 게이밍 서비스의 운영 비용으로도 확산되고 있다. 클라우드 게이밍은 데이터센터의 서버에 탑재된 GPU, 메모리, SSD로 게임을 구동하고 그 화면을 이용자에게 스트리밍하는 방식이다. 서버에 들어가는 메모리, SSD 가격이 오르면 서비스 운영 비용도 함께 상승하는 구조다. 문제는 이 서버용 부품을 게임산업만 쓰는 것이 아니라는 점이다. 트렌드포스에 따르면 2026년 NAND 시장에서 기업용 SSD가 최대 수요 분야로 부상할 전망인데, 이는 북미 클라우드 사업자들이 AI 인프라 구축을 위해 기업용 SSD를 대량으로 선점하고 있기 때문이다. 게이밍 클라우드 서비스를 포함한 다른 수요자들은 SSD 확보가 점점 어려워지고 있다. 한편 이용자 수요는 빠르게 늘고 있다. 마이크로소프트(Microsoft)에 따르면 2025년

11월 기준 게임패스(Game Pass) 가입자의 클라우드 게이밍 이용 시간이 전년 동기 대비 45% 증가했다. 서비스를 이용하려는 수요는 커지지만, 그 서비스를 운영하는 데 필요한 메모리, SSD의 확보는 어려워지는 이중 압박 국면이다.



GAME PASS 이미지 ©글로벌 이코노믹

게임 개발사의 장비 조달 비용도 상승하고 있다. 대형 게임 프로젝트에서는 코드를 자동으로 컴파일하는 빌드 서버, 다양한 환경에서 게임을 검증하는 QA 테스트 장비, 고해상도 텍스처, 시네마틱을 처리하는 워크스테이션 등이 필수적이다. 이 장비들에 탑재되는 메모리, SSD 가격이 오르면서, 장비를 새로 구입하거나 교체하는 데 드는 비용이 늘어나고 있다. 대형 개발사는 대량 장기계약이나 선제적 재고 확보로 가격 충격을 일부 흡수할 수 있지만, 중소 개발사와 외주 스튜디오는 이러한 대응이 어렵다. 중소 규모의 개발사는 장비 확충을 미루거나, 장비 규모를 줄이거나, 외부 클라우드 빌드 서비스로 전환하는 등의 선택을 해야 하며, 각각 품질·생산성·운영비 측면의 부담이 따른다.

3. 업계 대응 전략과 장기 전망

메모리 공급 부족, 2028년 이후 완화 전망과 2030년 장기화 리스크의 공존

게임산업 전반에 영향을 미치고 있는 메모리 공급 부족이 언제쯤 해소될 수 있을지에 대해, 업계 전망은 두 갈래로 나뉘고 있다. 먼저 완화 전망을 보면, 트렌드포스는 2026년 3월 보고서에서 범용 메모리를 생산할 수 있는 신규 반도체 공장들이 2027년 말~2028년에 본격 가동되면서 메모리 공급이 점차 회복될 것으로 전망했다. 그러나 더 긴 호흡의 경고도 나왔다. SK그룹 최태원 회장은 2026년 3월 엔비디아 개발자 컨퍼런스(GTC 2026) 현장에서, AI용 HBM 수요로 전 세계 웨이퍼 공급이 수요 대비 20% 이상 부족하며, 이를 해소하려면 최소 4~5년이 필요하기 때문에 메모리 부족 사태가 2030년까지 이어질 수 있다고 경고했다. SK하이닉스는 글로벌 HBM 시장의 57%, DRAM 시장의 32%를 점유하는 세계 최대 규모의 메모리 공급자인 만큼, 이 발언의 무게감은 가볍지 않다. 2028년 이후 완화 전망과 2030년 장기화 리스크가 동시에 존재하는 국면이다.

메모리 공급 부족이 장기화될 가능성 앞에서, 글로벌 하드웨어·서비스 업계는 조달·설계·가격·운영의 네 축에서 대응을 모색하고 있다. 조달 측면에서는 레노버(Lenovo)가 유통 파트너에게 조기 주문을 독려하고 메모리 재고를 선제적으로 확보하는 등, 부품 수급 리스크에 미리 대비하는 움직임을 보이고 있다. 설계 측면에서는 메모리·스토리지와 제조 원가에서 차지하는 비중이 커진 만큼, 게임에 사용되는 3D 모델·텍스처·사운드 등 디지털 자원의 메모리 사용량을 줄이는 최적화 기술(에셋 스트리밍, 텍스처 압축 등)의 투자 가치가 높아지고 있다. 가격 측면에서는 앞서 살펴본 소니의 콘솔 가격 인상처럼, 제조사가 원가 상승분을 소비자 가격에 반영하는 움직임이 본격화되고 있다. 운영 측면에서는 부품을 주문한 뒤 실제로 납품받기까지 걸리는 시간의 불확실성이 커진 만큼, 게임 개발 일정을 계획할 때 부품 확보 리스크를 상시 반영할 필요성이 대두되고 있다.



Monday, March 16 | 11 a.m.-1 p.m. PDT

NVIDIA GTC 2026 Keynote



NVIDIA
GTC



PC 중심 시장인 한국 게임산업, 메모리 공급 부족의 영향과 대응 방향

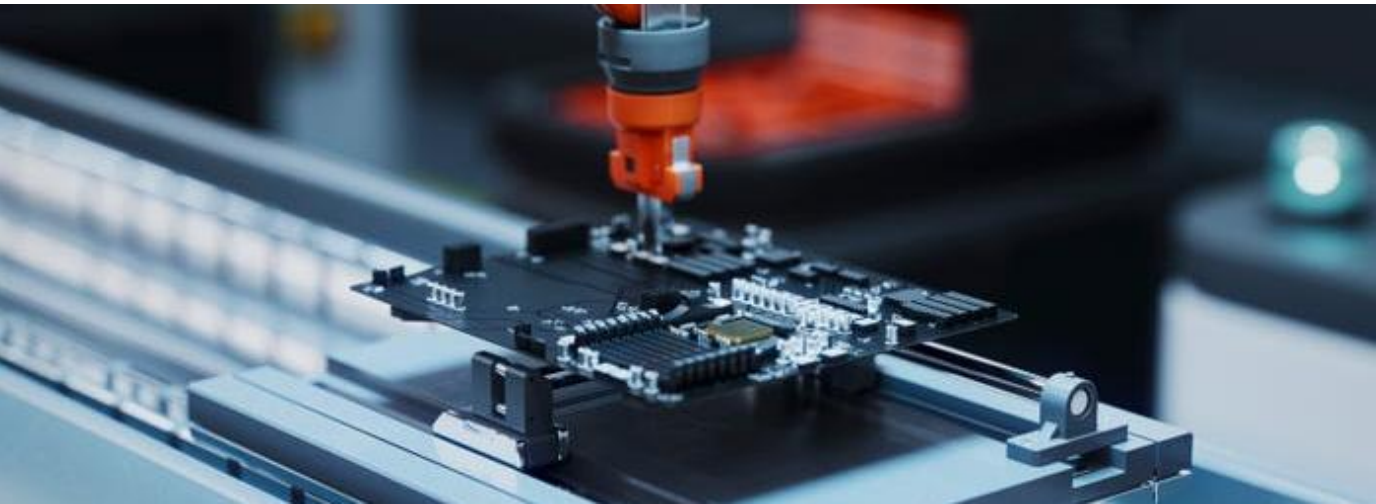
한국은 PC방과 고사양 게이밍 PC를 기반으로 한 PC 중심 게임 시장이라는 특성이 있다. 앞서 살펴본 가트너(Gartner)의 전망처럼 PC 교체주기가 소비자 기준 20% 길어지고, 500달러(약 73만 5,000원) 미만 보급형 PC가 시장에서 사라지는 흐름이 현실화된다면, 한국 게이머들의 하드웨어 업그레이드는 더욱 늦어질 수밖에 없다. 이는 고사양 그래픽을 전제로 개발된 신작 게임의 국내 초기 이용자 확보를 어렵게 만들 수 있다. 클라우드 게이밍이 대안으로 거론되지만, 앞서 분석한 것처럼 클라우드 게이밍 서버도 같은 메모리·SSD 공급 부족의 영향을 받고 있다. 결국 클라우드 게이밍은 PC를

대체하는 수단이 아니라, 같은 공급 부족을 다른 방식으로 비용에 반영하는 또 하나의 채널에 가깝다.

조달 측면에서 국내 대형 개발사도 서버, 개발 장비의 조달 전략을 재점검할 필요가 있다. 설계 측면에서는 메모리 사용량을 줄이는 최적화 기술의 투자 우선순위를 높이는 것이 과제다. 구독이나 사업 모델을 설계할 때는 서버 인프라 원가가 과거보다 큰 폭으로 변동할 수 있다는 전제가 필요하며, 개발 일정을 수립하는 단계에서도 부품 확보에 걸리는 시간을 리스크 항목으로 상시 점검하는 체계가 필요하다. 이번 메모리, GPU 공급 부족은 게임산업의 비용 구조를 일시적으로 흔드는 수준을 넘어, 구조 자체를 재편하고 있다. 이 변화를 일시적 이상 현상이 아닌 새로운 기준으로 받아들이는 것이 대응의 출발점이 될 것이다.

구분	글로벌 동향 및 사례	국내 대응 방향
조달	유통 파트너에 조기 주문 독려, 메모리 재고를 선제적으로 확보(레노버)	국내 대형 개발사의 서버·개발 장비 조달 전략 재점검, 장기계약 또는 선제 발주 방식 검토
설계	PS5 Pro 제조 원가 중 메모리 비중 35%, PC 메모리 비중 16%→23% 급등	메모리 사용 최적화 기술(에셋 스트리밍, 텍스처 압축 등) 투자 우선순위 상향
가격·BM	PS5·PS5 Pro 글로벌 가격 인상 발표, 델·레노버·HP 등 PC 가격 인상 계획	구독사업 모델 설계 시 서버 인프라 원가의 변동 가능성을 전제
운영	게이밍 GPU 공급 부족이 2026년 말까지 지속될 것으로 전망	개발 일정 수립 시 부품 확보에 걸리는 시간을 리스크 항목으로 상시 반영

한국 게임산업 대응 방향 종합 정리 ©TrendForce, TechInsights, Gartner



<참고문헌>

1. TrendForce, "Memory Price Outlook for 1Q26 Sharply Upgraded; QoQ Increases of All Product Categories to Hit Record Highs", 2026.02.02, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260202-12911.html>
2. TrendForce, "AI Server Demand to Drive Memory Contract Price Increases in 2Q26 as CSPs Secure Supply via Long-Term Agreements", 2026.03.31, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260331-12995.html>
3. TrendForce, "Memory Makers Prioritize Server Applications, Driving Across-the-Board Price Increases in 1Q26", 2026.01.05, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260105-12860.html>
4. TrendForce, "Lenovo Reportedly Signals March Price Hikes on Select Commercial Devices Amid Memory Shortage", 2026.02.24, <https://www.trendforce.com/news/2026/02/24/news-lenovo-reportedly-signals-march-price-hikes...>
5. IDC, "Global Memory Shortage Crisis: Market Analysis and the Potential Impact on the Smartphone and PC Markets in 2026", 2026.02, <https://www.idc.com/resource-center/blog/global-memory-shortage-crisis...>
6. Gartner, "Gartner Says Surging Memory Costs Will Reduce Global PC and Smartphone Shipments in 2026", 2026.02.26, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2026-02-26-gartner-says...>
7. Reuters, "The AI frenzy is driving a new global supply chain crisis", 2025.12.03, <https://www.reuters.com/world/china/ai-frenzy-is-driving-new-global-supply-chain-crisis...>
8. Reuters, "Nvidia expects gaming chips shortage to last until year-end", 2026.02.26, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/nvidia-expects-gaming-chips-shortage...>
9. Reuters, "South Korea's SK Group chairman expects chip wafer shortage to last until 2030, eyes US ADR listing", 2026.03.16, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/south-koreas-sk-group-chairman...>
10. Bloomberg, "Memory Chip Crunch to Persist Until 2030, SK Chairman Says", 2026.03.17, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2026-03-17/memory-chip-crunch-to-persist...>
11. Nvidia, "NVIDIA (NVDA) Q4 2026 Earnings Call Transcript", 2026.02.25, <https://www.fool.com/earnings/call-transcripts/2026/02/25/nvidia-nvda-q4-2026...>
12. TechInsights, "Sony PlayStation 5 Pro Teardown", 2025.05, <https://www.techinsights.com/blog/sony-playstation-5-pro-teardown>
13. TechInsights, "Memory Cost Boss Fight: Soaring Prices Force Sony to Level Up PS5 and PS5 Pro Pricing", 2026.04, <https://www.techinsights.com/blog/memory-cost-boss-fight-soaring-prices...>
14. The Register, "Server prices set to jump 15% on memory cost spike", 2025.12.04, https://www.theregister.com/2025/12/04/server_prices_15_percent_jump_memory_costs/
15. Xbox Wire, "Xbox Cloud Gaming with Game Pass Up 45%, Now Available in Nearly 30 Countries", 2025.11.26, <https://news.xbox.com/en-us/2025/11/26/xbox-cloud-gaming-expansion...>
16. BCG, "Video Gaming Report 2026: The Next Era of Growth", 2025, <https://www.bcg.com/publications/2025/video-gaming-report-2026-next-era-of-growth>
17. TechRadar, "Dell reportedly preparing massive price hikes for commercial clients", 2025.12, <https://www.techradar.com/pro/dell-reportedly-preparing-massive-price-hikes...>
18. Tom's Hardware, "Japanese PC shops limit SSD, HDD, and RAM purchases to prevent hoarding", 2025.11, <https://www.tomshardware.com/pc-components/japanese-pc-shops-limit-ssd-hdd...>
19. Tom's Hardware, "DRAM prices predicted to jump 63% in Q2, NAND up to 75%", 2026.04.02, <https://www.tomshardware.com/pc-components/dram/dram-and-nand-contract-prices...>
20. SAMSUNG, "1탄 '웨이퍼' 람 무엇일까요?, 2017.04.06, <https://semiconductor.samsung.com/kr/support/tools-resources/fabrication-process/eight-essential-semiconductor-fabrication-processes-part-1-what-is-a-wafer/>
21. 글로벌 이코노믹, "'게임패스 가격 인상없다' 던 MS, 1년 만에 20% 올려, 2024.07.10., https://www.g-enews.com/article/ICT/2024/07/202407101730175663c5fa75ef86_1
22. SK HYNIX NESROOM, <https://news.skhynix.co.kr/gtc-2026-ai-partnership/>
23. BUSINESSWORLD, "The Rise Of The AI Factory: Redefining Infrastructure For The GPU-driven Era", 2026.01.22, <https://www.businessworld.in/article/the-rise-of-the-ai-factory-redefining-infrastructure-for-the-gpu-driven-era-590199>
24. BUSINESS INSIDER, "The memory shortage is driving up the cost of laptops", 2026.04.15, <https://www.businessinsider.com/memory-shortage-chips-cost-laptop-pc-prices-increase-2026-2>

(규제) ‘루트박스’ 규제 전쟁, 2026년 미국·유럽 동향 비교와 업계 대응 전략

집필: EC21R&C 유은영 책임연구원

주요 내용 요약

2026년 들어 루트박스(유료 랜덤 아이템) 규제 초점이 확률 공개 여부를 넘어 구조 자체로 이동했다. 미국에서는 뉴욕주 법무장관 레티샤 제임스(Letitia James)가 밸브(Valve)의 루트박스 생태계를 불법 도박으로 규정해 소송을 제기했고, 워싱턴주 연방법원에도 소비자 집단소송이 잇따랐다. 도박 3요건(대가, 우연, 상금 가치)의 디지털 아이템 적용 여부, 청소년 보호, 중독적 설계가 새로운 쟁점으로 부상했다. 〈카운터-스트라이크 2(Counter-Strike 2)〉, 〈팀 포트리스 2(Team Fortress 2)〉, 〈도타 2(Dota 2)〉 등 밸브 게임 전반이 겨냥된 이번 소송의 핵심 쟁점은 가상 아이템이 법적으로 가치 있는 것(thing of value)에 해당하는지 여부로 수렴하고 있다.

유럽에서는 법적 공방보다 등급 체계와 소비자보호 레이어가 먼저 강화됐다. 유럽 게임 연령등급 제도인 PEGI(Pan European Game Information)는 2026년 6월부터 유료 랜덤 아이템이 포함된 신규 게임에 기본 PEGI 16을 부여하고, 수익화·소통·유지 설계를 연령등급 산정에 본격 반영하기 시작했다. 유럽의회는 별도로 루트박스를 도박 유사 메커니즘으로 지목해 미성년자 접근 금지를 제안했고, 유럽연합 집행위원회는 디지털 공정법(Digital Fairness Act; 이하 DFA)을 2026년 4분기 입법안으로 제안할 방침을 공식화했다. 업계는 유료 랜덤 아이템 유지, 직접구매 전환, 결제와 랜덤의 분리 등 세 갈래 수익화 선택지를 동시에 저울질해야 하는 구조에 놓였다.

한국 게임 개발사는 수출과 글로벌 서비스 비중이 높아 국내 규제 준수만으로 리스크를 통제하기 어렵다. 국내는 2024년 3월 확률형 아이템 정보 공개를 법제화했으나, DFA가 소비자 취약성과 중독적 설계까지 포괄하는 방향으로 확정되면 정보 공개만으로는 방어선을 유지하기 어려워진다. 결제와 랜덤의 결합 방식, 거래·현금화 경로, 청소년 보호 기본값을 중심으로 글로벌 비즈니스 모델 설계를 재정렬할 필요가 있다. 2026년 하반기부터 2027년까지는 PEGI 등급 개편에 따른 단기 충격과 DFA 입법에 따른 중장기 구조개편이 겹치는 구간인 만큼, 선제적 시나리오 플래닝이 요구된다.

1. 루트박스 규제의 새로운 전선, 미국 도박법 소송의 본격화

뉴욕주 법무장관, 밸브의 루트박스 생태계를 ‘불법 도박’으로 규정해 소송 제기

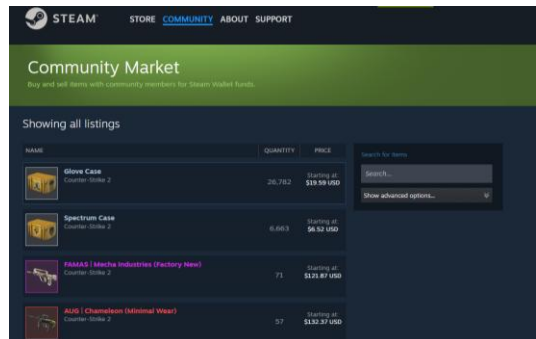
2026년 들어 루트박스(유료 랜덤 아이템)를 둘러싼 규제의 초점이 ‘확률 공개 여부’를 넘어 ‘구조 자체’로 이동하였다. 도박 3요건(대가, 우연, 상금 가치)의 디지털 아이템에 대한 적용 여부, 청소년 보호, 중독적 설계 등이 새로운 쟁점으로 부상한 것이다. 그 출발점은 뉴욕주 법무장관 레티샤 제임스(Letitia James)가 밸브(Valve)를 상대로 제기한 소송이었다. 뉴욕주는 밸브가 운영하는 루트박스 생태계 전체를 ‘불법 도박’으로 규정했으며, 이는 특정 게임 하나가 아닌 <카운터-스트라이크 2(Counter-Strike 2)>, <팀 포트리스 2(Team Fortress 2)>, <도타 2(Dota 2)> 등 밸브가 개발·운영하는 게임과 거래 인프라 생태계 전체를 겨냥한 것이었다.



<카운터-스트라이크 2> ©Steam

뉴욕주 법무장관이 제출한 소장(Complaint)의 사실관계는 3단 논리로 구성된다. 첫째, 루트박스 개봉에 필요한 키를 유료로 판매하고, 둘째, 개봉 결과 획득한 아이템(스킨 등)이 스팀 커뮤니티 마켓(Steam Community Market)에서 거래되며 가치가 형성되고, 셋째, 밸브(Valve)가 15%의 거래 수수료를 수취하는 구조가 핵심 수익원으로 작동한다는 점이다. 소장에 따르면 키 가격은 통상 2.49달러(약 3,660원, 뉴욕

판매세 포함 시 2.71달러, 약 3,984원)이며, 2025년 3월 기준 카운터-스트라이크(Counter-Strike) 스킨 시장 규모는 43억 달러(약 6조 3,210억 원)를 넘어선 것으로 인용됐다. 뉴욕주는 이를 근거로 스킨이 투자자산처럼 가격 변동을 보여왔고, 현금 전환 가능성과 투기성이 결합된 구조라고 주장했다.



스팀 커뮤니티 마켓 ©Steam

워싱턴주 소비자 집단소송 제기와 사건 병합으로 법적 공방 다층화

뉴욕 사건 직후인 2026년 3월 9일, 워싱턴주 연방법원(W.D. Wash.)에도 소비자 집단소송이 접수되었다. 이 소송은 루트박스를 워싱턴 주법상 ‘도박’으로 보고, 손실금 반환(Recovery of Money Lost) 및 소비자보호법 위반 등을 주장한 것이다. 소장은 워싱턴 주법상의 도박 정의, 즉 ‘우연에 대해 가치 있는 것(thing of value)을 위험에 두는 행위’와 ‘가치 있는 것(thing of value)’의 폭넓은 범위를 길게 인용하며, 금전뿐 아니라 토큰, 크레딧, 무료 게임 이용 권한까지 포함된다는 점을 강조했다. 이러한 해석을 바탕으로, 디지털 아이템과 스팀(Steam) 지갑 잔고 역시 법적으로 ‘가치 있는 것’에 포함될 수 있다는 논리가 제기되었다. 탐색보다 커뮤니티·영상 플랫폼 등 외부 신뢰 채널로 이동하는 경향이 뚜렷해졌다.

이에 대해 밸브는 “디지털 루트박스가 물리적 블라인드박스(내용물을 알 수 없는 상태로 판매되는 완구·피규어 등)나 카드팩과 구조적으로 다르지 않다”는 유사성을 근거로 들며, 포켓몬 트레이딩카드나 라부부(Labubu) 블라인드박스 등을 예로 들어 “현실 세계에서도 오랜 기간 존재해 온 소비 행태”라고 반박했다. 아울러 밸브는 법원이 거래 제한이나 추가 연령확인, 개인정보 수집 확대 등을 명령할 경우 오히려 혁신과 이용자 권리를 해칠 수 있다며 과도한 시정 명령에 반대하는 입장도 밝혔다. 한편, 워싱턴주 연방법원에서는 이 집단소송 외에도 동일한 사안을 다루는 소송들이 추가로 제기된 것으로 파악된다. 2026년 3월 말 공개된 법원 문건에 따르면, 같은 관할 내에서 밸브를 피고로 하는 복수의 사건이 동시에 진행되고 있으며, 이들 사건의 병합 및 공동대리인 선임 논의가 이루어지고 있다.



라부부 블라인드 박스 ©POPMART

2. 유럽의 등급·입법 전선과 수익화 모델에 대한 구조적 영향

2026년 6월부터 유료 랜덤 아이템 포함 게임에 기본 PEGI16 부여

유럽에서는 법정 공방보다 등급 체계와 소비자보호 레이어가 먼저 강화되는 양상을 보였다. 유럽 게임 연령 등급 제도(Pan European Game Information; 이하 PEGI)는 2026년 3월 12일 ‘인터랙티브 위험 범주(interactive risk categories)’를 발표하며, 같은 해 6월부터 신규 제출 게임의 연령등급 산정에 콘텐츠뿐 아니라 수익화, 소통, 유지 메커니즘 등 기능, 설계 요소를 본격 반영한다고 밝혔다. 개편의 핵심은 유료 랜덤 아이템 포함된 게임에는 기본적으로 PEGI 16을 부여한다는 것이었다. 이는 기존 연령등급이 폭력, 성, 약물 중심으로 구성되어 온 체계에서, 이용자 간 상호작용에서 발생하는 위험과 지속 이용을 유도하는 설계까지 위험요인으로 포함하는 방향으로 전환된 것으로 평가된다.

이에 대해 밸브는 “디지털 루트박스가 물리적 블라인드 박스(내용물을 알 수 없는 상태로 판매되는 PEGI가 제시한 4개의 위험 범주는 크게 수익화, 디지털 자산 메커니즘, 이용 유지 설계, 온라인 상호작용으로 구분된다.

PEGI 등급 분류	대상 연령	분류 기준
PEGI 3	전 연령 이용가	- 어린이를 놀라게 할 수 있는 소리·이미지 포함 금지 - 극히 경미한 폭력만 허용(만화적·아동적 맥락). 욕설 포함 불가
PEGI 7	7세 이상	- 어린이에게 무서울 수 있는 장면·소리 포함 가능 - 비사실적이거나 상세하지 않은 폭력만 허용
PEGI 12	12세 이상	- 판타지 환경의 폭력 또는 인간형 캐릭터에 대한 비사실적 폭력 허용 - 성적 암시·자세, 경미한 욕설 가능
PEGI 16	16세 이상	- 현실과 유사한 수준의 폭력·성적 표현 가능 - 강한 욕설, 담배·알코올·약물 묘사 가능
PEGI 18	18세 이상	- 극단적 폭력·동기 없는 살해, 불법 약물 사용 표현 간으 - 도박 시뮬레이션, 노골적 성적 표현 가능

먼저 ① 수익화 측면에서는 일정 시간 또는 수량에 한해 제공되는 인게임 판매 상품의 경우 PEGI 12로 평가되며, 유료 랜덤 아이템은 기본적으로 PEGI 16(상황에 따라 PEGI 18)으로 분류된다. ② 디지털 자산 메커니즘의 경우 NFT와 블록체인 요소는 PEGI 18이 적용된다. ③ 이용 유지 설계에서는 ‘정기 접속 보상(play-by-appointment)’이 보상형이면 PEGI 7, 불이익형이면 PEGI 12로 평가된다. 마지막으로 ④ 온라인 상호작용 측면에서는 차단 및 신고 기능이 없는 완전 무제한 커뮤니케이션이 PEGI 18로 분류된다. PEGI는 이러한 개편이 독일 등급기관 USK가 2023년 도입한 유사 기준을 참고한 것이라고 밝히며, USK의 사례를 근거로 제시했다. USK에 따르면 새 기준 적용 이후 제출된 게임의 약 30%에 해당 기준이 실제로 적용되었고, 그중 약 3분의 1은 연령등급이 상향된 것으로 나타났다. 이는 기준 변경이 일부 사례에 그치는 것이 아니라, 등급 전반을 끌어올리는 구조적 효과를 갖는다는 점을 시사한다.

유럽의회, 루트박스를 ‘도박 유사 메커니즘’으로 지목하며 미성년자 접근 금지 제안

PEGI의 등급 개편과 별도로, 유럽의회 차원에서도 루트박스에 대한 입법 압력이 본격화되었다. 유럽의회는 그동안 ‘청소년 온라인 보호’ 프레임에서 루트박스를

대표적인 ‘도박 유사 메커니즘’으로 지목해 왔으며, 2025년 10월 보도자료를 통해 “미성년자에게 접근 가능한 게임의 루트박스 등 도박 유사 메커니즘 금지”를 새로운 EU 조치로 제안했다. 이어 발간된 유럽의회 보고서(Report on the protection of minors online)는 다크 패턴, 중독적 설계, 인게임 통화(in-game currency)와 함께 루트박스를 ‘향후 디지털 공정법(Digital Fairness Act; 이하 DFA)이 다뤄야 할 영역’으로 명시했다. 이는 등급 체계를 넘어 EU 차원의 법률로 루트박스를 규율하려는 의지가 구체화되고 있음을 보여준다.

EU 집행부인 유럽연합 집행위원회는 DFA를 2026년 4분기 입법안으로 제안하겠다는 정책 방향을 2030 소비자 아젠다 등에서 공식화했으며, 2026년 업무계획 설명문에서도 같은 일정을 확인했다. 또한 2026년 3~4월에는 12~17세 대상 의견수렴(Have your say on the Digital Fairness Act)을 진행하는 등, ‘청소년 보호’가 DFA 설계의 핵심 축임이 재확인 됐다. 이러한 맥락에서 앞서 다룬 PEGI 개편은 법제화 이전에 산업 스스로 보호장치를 강화해 입법 압력을 완화하려는 시도로도 해석될 여지가 있다. 결과적으로 유럽은 먼저 등급 체계로 시장 접근을 규율한 뒤, 이어서 법률로 설계 자체를 규율하는 단계적 접근을 취하고 있는 셈이다.

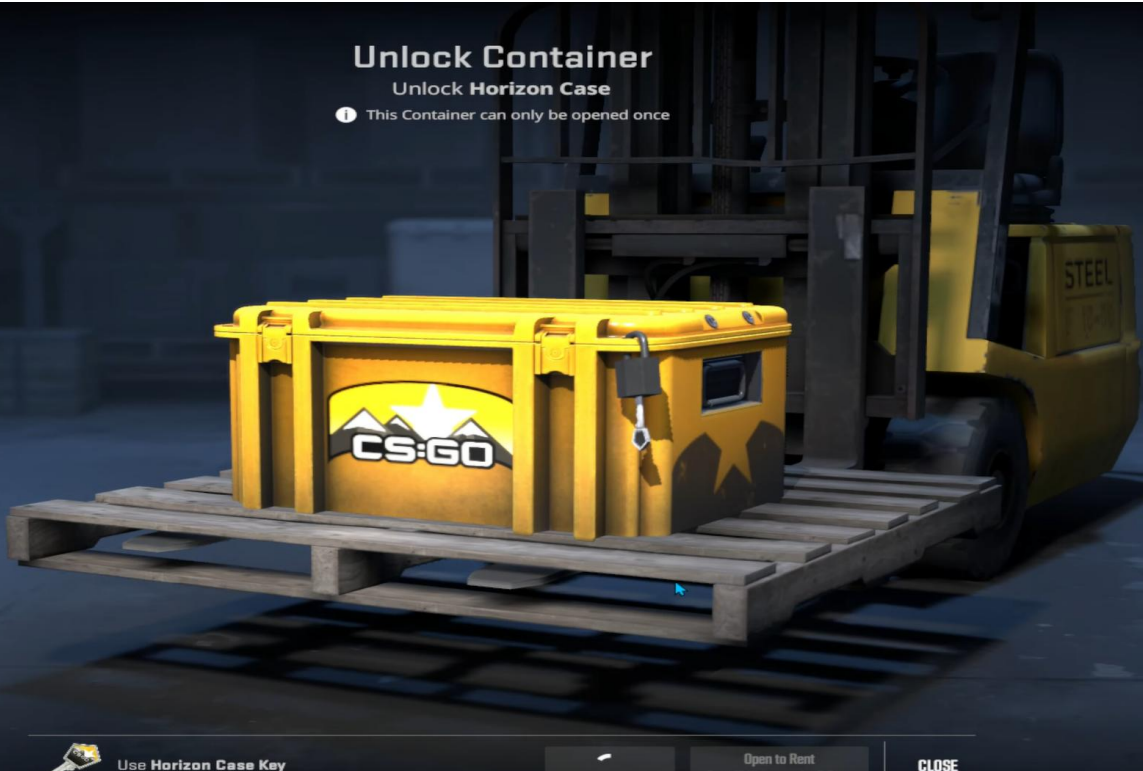
2026년 신설 인터랙티브 위험 범주	세부 내용
정기 접속 보상 — 보상형	- 일일 퀘스트, 로그인 스트릭 등에 보상 제공 시
인게임 구매 — 지출 기본값 비활성화	- 지출 기능이 기본적으로 꺼져 있고, 부모가 직접 활성화해야 하는 경우
인게임 구매 — 시간·수량 제한 오퍼	- 카운트다운 타이머가 포함된 배틀패스, 한정 수량 판매 등 시간·수량 압박 요소
정기 접속 보상 — 불이익형	- 미접속 시 콘텐츠 손실, 진행도 감소 등 페널티가 부과되는 경우
유료 랜덤 아이템 — 기본 등급	- 루트박스, 카드팩, 가차 시스템 등 결제 기반 랜덤 보상이 포함된 모든 게임에 기본 적용
인게임 구매 — NFT/블록체인	- 게임 플레이에 필수이고 인게임 거래가 가능한 NFT·블록체인 메커니즘 포함 시
온라인 소통 — 무제한 커뮤니케이션	- 차단·신고·필터링 기능 없이 완전 개방된 플레이어 간 소통

2026년 이후 업계의 세 갈래 수익화 선택지와 플랫폼 설계 변화

미국과 유럽의 규제가 동시에 강화됨에 따라, 2026년 이후 게임업계는 최소 세 갈래의 수익화 선택지를 강제받는 구조가 형성되었다. 첫째, '유료 랜덤 아이템 유지'를 선택하면 유럽에서 PEGI 16 이상의 등급 상수를 사실상 수용해야 하며, 이와 같은 연령 등급은 콘솔·리테일 유통에서 법적 판매 제한과 결합될 수 있다. 둘째, 유료 랜덤 아이템을 제거하고 직접구매, 배틀패스, 구독형으로 전환하면 PEGI 16 리스크는 낮출 수 있지만, 시간제한·수량제한 오퍼 등 다른 설계가 PEGI 12에 걸릴 수 있어 등급 리스크가 완전히 소멸되지는 않는다. 셋째, 랜덤 요소는 유지하되 결제와 분리(게임 플레이로만 획득)하는 완충 설계도 가능하지만, 미국

소송 맥락에서 '대가(consideration)'와 '현금화' 판단이 어떻게 재구성되는지에 따라 법적 불확실성이 남는다.

플랫폼 및 마켓플레이스 설계 측면에서는 미국 소송이 직접적인 타격점이 되었다. 뉴욕과 워싱턴 소장(Complaint) 모두 스팀 지갑의 준현금성(플랫폼 내 구매력)과 제3자 마켓에서의 현금화 가능성을 '가치 있는 것(thing of value)'의 핵심 근거로 삼았기 때문이다. 이에 대한 업계 대응 옵션은 아이템의 계정 귀속(거래 불가), 거래 가능 아이템의 범위 축소 및 거래 한도 강화, 제3자 현금화 통로에 대한 차단 강화, 플랫폼 크레딧의 현금성 약화(인출 불가, 물리재 구매 제한) 등으로 요약된다. 이에 대해 밸브는 거래 가능성을 제한하는 조치에 반대하는 한편, 추가 개인정보 수집이나 연령확인 강화 요구에 대해서도 이용자 권리를 침해한다며 문제를 제기한 바 있다.



3. 한국 게임산업의 시사점과 전망

글로벌 BM 설계의 국가별 규제 대응 재정렬 필요성

한국 게임 개발사는 수출과 글로벌 서비스 비중이 높기 때문에, 국내 규제 준수만으로는 리스크를 통제하기 어려운 구조에 놓여 있다. 미국 소송에서 쟁점이 되는 것은 확률 공개 여부보다 '현금화 가능한 경제 시스템', 즉 플랫폼 크레딧·2차 거래·제3자 마켓의 존재 여부였다. 반면 유럽에서는 유료 랜덤 아이템 존재 자체가 연령등급을 끌어올리는 구조가 강화되었다. 따라서 한국 기업의 글로벌 BM 설계는 결제와 랜덤 아이템의 결합 방식, 거래·현금화 경로, 청소년 보호 기본값(연령확인, 지출통제, 광고 설계)을 중심으로 재정렬될 필요가 있다.

특히 미국형 리스크와 유럽형 리스크의 컴플라이언스 포인트가 서로 다르다는 점에 주목해야 한다. 미국에서는 아이템 거래 가능성, 준현금성 크레딧, 제3자 현금화 통로 방치 여부가 핵심 변수인 반면, 유럽에서는 유료 랜덤 아이템의 존재 자체, 온라인 소통 안전장치의 충분성, 그리고 향후 DFA에서 다크패턴·중독적 설계·청소년 보호가 '규제 묶음'으로 다뤄질 가능성이 리스크의 원천이다. 이는 단일한 글로벌 BM으로 모든 시장을 대응하는 것이 점점 어려워지고 있음을 의미하며, 지역별 규제 특성에 맞춘 차별화된 BM 설계가 요구된다.

국내 '확률형 아이템 정보 공개' 제도의 한계와 선제적 대응 과제

국내 제도는 이미 '확률형 아이템 정보 공개'를 법제화(2024년 3월 22일 시행)했으며, 홈페이지나 프로모션 자료에 확률 및 유형 정보를 명확히 제시하도록 정비되어 왔다. 그러나 이는 EU가 등급 체계에서 '기능 기반 위험'을 연령등급에 직접 연결하는 것과는 결이 다르다. 만약, DFA가 소비자취약성과 중독적 설계를 포괄하여 규제할 경우, 정보 공개만으로는 대응이 어려워질 수 있다. 유럽의회가 루트박스에 대해 '금지'까지 언급하는 문맥을 고려하면, 국내 법제의 투명성 중심 접근만으로는 글로벌 규제 환경 변화에 충분히 대응하기 어려울 전망이다.

정책 변화와 시장 전망을 종합하면, 2026년은 '확률형 아이템 규제'가 미국의 '도박법 소송'과 유럽의 '연령등급·소비자보호 입법'이라는 두 트랙에서 동시에 압박을 가하는 분기점이 되었다. 뉴욕·워싱턴 사건의 판결 또는 합의 결과에 따라 미국형 규제의 표준(현금화 통로 차단, 계정 귀속, 연령 확인 의무화 등)이 달라질 수 있고, 유럽에서는 PEGI 개편 시행(2026년 6월)과 DFA 제안(2026년 4분기 목표)이 이어질 가능성이 높다. 한국 게임업계는 2026년 하반기부터 2027년까지를 등급 기반 단기 충격과 법률 기반 중장기 구조개편이 겹치는 구간으로 인식하고, 선제적인 시나리오 플래닝에 나설 필요가 있다.

구분	핵심 리스크	컴플라이언스 포인트
미국	인게임 재화의 현금화 가능성	- 아이템 거래 가능성, 준현금성 크레딧, 제3자 마켓의 존재 여부
유럽	유료 랜덤 아이템 존재 자체가 연령등급 상향 요인	- 유료 랜덤→PEGI 16 상승, - 소통 안전장치 구축 여부 - DFA에서 다크패턴·중독적 설계·청소년 보호 관련 규제가 다뤄질 가능성 존재
한국의 대응 과제	- 지역별 규제 특성에 맞춘 차별화된 BM 설계 - 결제와 랜덤 아이템의 결합 방식 - 거래·현금화 경로, 청소년 보호 기본값(연령확인, 지출통제, 광고 설계) 재정비	

<참고문헌>

1. New York Attorney General, "Attorney General James Sues Game Developer for Promoting Illegal Gambling Through Video Games", 2026.02.25, <https://ag.ny.gov/press-release/2026/attorney-general-james-sues-game-developer-promoting-illegal-gambling-through>
2. New York Attorney General, "New York v. Valve Corporation — Complaint", 2026.02.25, <https://ag.ny.gov/sites/default/files/court-filings/new-york-v-valve-corporation-complaint-2026.pdf>
3. ClassAction.org, "Flauto et al. v. Valve Corporation — Complaint", 2026.03.09, <https://www.classaction.org/media/valve-corporation-complaint.pdf>
4. Justia, "Flauto et al. v. Valve Corporation — Court Filing", 2026.03, <https://docs.justia.com/cases/federal/district-courts/washington/wawdce/2%3A2026cv00788/359812/17/0.pdf>
5. The Verge, "Valve says it will fight New York's loot box lawsuit", 2026.03.11, <https://www.theverge.com/games/893383/valve-steam-loot-box-gambling-cd2-dota-tf2>
6. PEGI, "PEGI expands age rating criteria with interactive risk categories", 2026.03.12, <https://pegi.info/news/pegi-expands-age-rating-criteria-interactive-risk-categories>
7. Reed Smith, "PEGI launches 'interactive risk categories': overhauls age ratings for loot boxes, in-game spending, and communication features", 2026.03, <https://www.reedsmith.com/articles/pegi-launches-interactive-risk-categories-overhauls-age-ratings-for-loot-boxes-in-game-spending-and-communication-features/>
8. Lexology (Lewis Silkin), "PEGI announces major update to age rating criteria: what games businesses need to know", 2026.03.18, <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ea32be96-ca1d-4a23-9b15-2716d9a722a8>
9. PEGI, "What do the labels mean?", Accessed 2026.04.20, <https://pegi.info/what-do-the-labels-mean>
10. The Verge, "PEGI's new age ratings will restrict FC 27 to kids over 16", 2026.03, <https://www.theverge.com/entertainment/893751/video-game-age-ratings-pegiloot-boxes>
11. European Parliament, "New EU measures needed to make online services safer for minors", 2025.10.16, <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20251013IPR30892/new-eu-measures-needed-to-make-online-services-safer-for-minors>
12. European Parliament, "Report on the protection of minors online (A10-0213/2025)", 2025.11.04, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-10-2025-0213_EN.html
13. European Commission, "Commission Work Programme 2026 — Explained Version", 2025, https://commission.europa.eu/document/download/aa8d20ed-148f-4eaa-b8ea-92be7acdaee6_en?filename=CWP_2026_explained-version6_0.pdf
14. European Commission, "Commission presents 2030 Consumer Agenda", 2025.11.19, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2730
15. European Commission, "Protecting and empowering young people online", Accessed 2026.04.20, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/protecting-young-people-online>
16. Michael Ling (Frankfurt Kurnit), "New York and Washington Take On the Final Boss of Loot Boxes", 2026.03, <https://technologylaw.fkks.com/post/102mnkh/new-york-and-washington-take-on-the-final-boss-of-loot-boxes>
17. Digital Policy Alert, "Implemented amendment to Game Industry Promotion Act including declaration requirements", Accessed 2026.04.20, <https://digitalpolicyalert.org/event/18610-implemented-amendment-to-game-industry-promotion-act-including-declaration-requirements-2120110>
18. Xbox Store, "EA Sports FC 26 Icons Edition", Accessed 2026.04.20, <https://www.xbox.com/en-GB/games/store/ea-sports-fc-26-icons-edition-xbox-one-xbox-series-xs/9NTG4B9QL4SF>

(기술) 패스 트레이싱과 AI가 재정의하는 게임 그래픽의 미래

집필: EC21R&C 김중우 선임연구원

주요 내용 요약

2026년 게임 그래픽의 무게중심이 AI 기반 렌더링 기술로 옮겨갔다. GPU가 더 많은 화면을 직접 그리는 대신, AI가 해상도를 높이고 노이즈를 정리하고 프레임 사이를 채워주는 방식이다. 엔비디아(NVIDIA) DLSS 4.5는 이러한 역할들을 하나의 묶음으로 엮었고, RTX 50 시리즈에서는 한 프레임이 그려질 때 AI가 최대 5장을 덧붙여 4K 240Hz급 게이밍을 노린다. AMD도 FSR 4를 앞세운 레드스톤(Redstone) 패밀리로 같은 판에 올라타면서, 경쟁의 초점은 업스케일러의 유무를 벗어나 AI 렌더링 전체의 완성도를 겨루는 구도로 바뀌었다.

이러한 변화는 실제 출시작에서 눈에 띄게 드러나고 있다. 빛의 경로를 하나하나 추적해 조명과 그림자를 사실적으로 만드는 패스 트레이싱(Path Tracing)이 <007 퍼스트 라이트>의 2026년 5월 출시 시점부터 기본 옵션으로 들어가고, <컨트롤 레조넌트>와 <레지던트 이블 레퀴엠>도 같은 흐름에 합류한다. 다만 톰스 하드웨어(Tom's Hardware)와 톰스 가이드(Tom's Guide)의 실측은 AI가 덧붙이는 프레임이 마법이 아니라는 사실도 함께 보여준다. 원래 프레임이 충분히 나와 있을 때에만 본연의 효과를 낸다. 패스 트레이싱이 모든 장르의 기본값이 되기보다, 조명의 변화가 체감 가치로 바로 이어지는 공포, 잠입, 시네마틱 액션, 라이프 시뮬레이션 같은 장르에서 프리미엄 옵션으로 먼저 자리 잡을 가능성이 높은 이유다.

제작 현장의 체감은 양면적이다. 넷이즈(NetEase)는 빛 계산을 한 번에 묶어 처리하는 덕분에 아티스트가 장면마다 조명을 손으로 맞추는 수고가 줄었다고 밝혔지만, id 소프트웨어(id Software)는 <둠: 더 다크 에이지>에 이 기술을 적용하는 데 약 6개월과 만만치 않은 엔진 개편 비용을 들여야 했다. 한국에서는 크래프톤의 AI 동반자 알리(Ally), 펄버비스 <붉은사막>의 폭넓은 AI 기술 지원, 엔씨소프트 <아이온 2>, 넥슨 <더 퍼스트 디센던트>까지 보조 기술 레이어의 산업화가 먼저 속도를 내는 모습이다. 특정 GPU 제조사에 의존하지 않는 공통 개발도구 채택, 조명이 가치로 이어지는 장르의 우선 적용, 재질과 조명 데이터에서 AI 캐릭터 연기까지 아우르는 통합 역량의 축적이 국내 스튜디오의 과제로 남는다.

1. 뉴럴 렌더링 스택의 본격화, DLSS 4.5가 보여주는 AI 렌더링의 확장

업스케일링을 넘어 렌더링 파이프라인 전체로 확장된 AI 보정

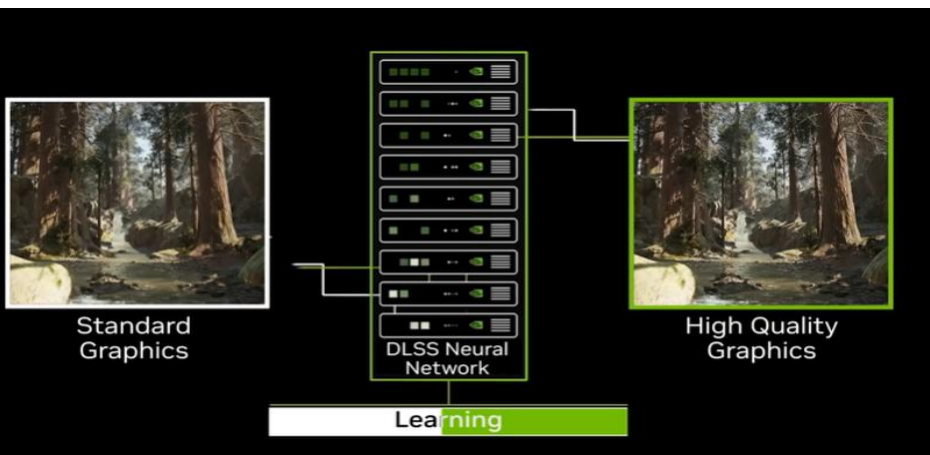
2026년 선보인 엔비디아(NVIDIA) DLSS 4.5는 단순히 화면을 선명하게 키워주는 업스케일 기술이 아니다. 저해상도로 그려진 화면을 고해상도로 복원해주는 역할, 레이트레이싱(Ray Tracing) 계산에서 생긴 지저분한 얼룩 같은 노이즈를 AI가 정리해주는 역할, 실제로 그려진 프레임 사이에 AI가 추가 프레임을 끼워 넣는 역할, 모니터의 주사율에 맞춰 추가 프레임의 개수를 상황에 따라 늘리고 줄이는 역할까지, 네 가지 기능이 하나의 AI 렌더링 묶음으로 연결된 구조다. 엔비디아 개발자 문서는 이를 각각 초해상도(Super Resolution), 레이 리컨스트럭션(Ray Reconstruction), 프레임 제너레이션(Frame Generation), 동적 MFG(Dynamic Multi Frame Generation)라고 부른다. 더 버지(The

Verge)에 따르면 이번 버전에서는 2세대 트랜스포머 모델이 새로 도입돼 이전보다 5배 많은 연산과 확장된 학습 데이터로 훈련됐고, RTX 50 시리즈 전용인 6배 MFG는 한 프레임이 그려지는 사이 AI가 최대 5장을 덧붙여 4K 240Hz급 게이밍을 노린다.

AI가 손대는 범위도 한층 넓어졌다. 단순히 화면을 키우는 수준을 지나, 빛 계산에서 생긴 노이즈를 정리하고 프레임 사이를 예측해 채우는 단계까지 진화한 것이다. 최신 프레임 생성 모델은 게임 화면 위에 겹쳐진 미니맵이나 조준선 같은 정적 인터페이스 영역도 함께 읽어 들여, 이쪽에서 종종 발생하던 일그러짐이나 잔상을 줄였다. 2026년 3월 31일 공개된 업데이트는 5배와 6배 프레임 옵션을 앱 단위로 조정할 수 있도록 개방했고, 톰스 하드웨어(Tom's Hardware)는 모니터 주사율에 맞춰 추가 프레임 수를 알아서 조절하는 방식이라고 소개했다. GPU를 새것으로 바꾸지 않아도 AI 모델 업데이트만으로 수백 개의 기존 게임이 최신 품질로 갱신되는 경로는 이렇게 자리 잡았다.

구성 요소	역할	핵심 기술	적용 범위
초해상도 (Super Resolution)	저해상도 입력을 고해상도로 복원	2세대 트랜스포머 모델, 기존 대비 5배 연산	DLSS 지원 RTX GPU 전반
레이 리컨스트럭션 (Ray Reconstruction)	레이트레이싱 결과 AI 디노이징	수작업 디노이저 대체, 신경망 적용	DLSS 지원 RTX GPU 전반
프레임 제너레이션 (Frame Generation)	렌더된 프레임 사이에 예측 프레임 생성	UI 버퍼 활용으로 아티팩트 완화	RTX 40, 50 시리즈
동적 MFG (Dynamic MFG)	주사율에 맞춰 생성 프레임 수 조정	6배 MFG로 프레임당 최대 5개 추가	RTX 50 시리즈

DLSS 4.5 구성 요소별 역할과 기술적 특징 ©NVIDIA, The Verge, Tom's Hardware 자료 종합



DLSS 뉴럴 네트워크 작동 구조
©NVIDIA

AMD 레드스톤 스택의 합류로 재편된 AI 렌더링 경쟁의 축

엔비디아가 이렇게 기술 묶음을 다지는 동안 경쟁 구도도 함께 이동했다. 누가 더 좋은 업스케일러를 쥐고 있느냐를 따지던 단계가 지나고, AI 렌더링 전체를 얼마나 완성도 있게 제공하느냐의 국면으로 넘어간 것이다. AMD가 새로 내놓은 FSR 4는 더 버지(The Verge)에 따르면 AMD의 첫 AI 기반 업스케일링 세대이고, 최신 그래픽카드 설계인 RDNA 4 전용으로 설계됐다. AMD 공식 자료에 따르면 RDNA 4는 2세대 AI 가속기와 3세대 레이 트레이싱 가속기, 효율적인 연산 방식인 FP8 최적화를 바탕으로 FSR 4를 구동한다. 기존 FSR 3.1을 지원하던 게임이라면 같은 연결 방식을 그대로 쓰기 때문에, 비교적 적은 공수로 FSR 4까지 업그레이드할 수 있는 경로도 함께 제공된다.

AMD는 업스케일링 하나만으로는 격차를 뒤집기

어렵다고 판단하고, 레드스톤(Redstone)이라는 이름 아래 업스케일링, AI 프레임 추가 생성, 레이 트레이싱 노이즈를 AI로 다시 만들어내는 기술, 그리고 빛 계산 결과를 미리 저장해두고 재활용해 속도를 올리는 기술까지 하나의 묶음으로 연결했다. 이들은 각각 FSR 업스케일링(FSR Upscaling), FSR 프레임 제너레이션(FSR Frame Generation), FSR 레이 리제너레이션(FSR Ray Regeneration), FSR 라디언스 캐싱(FSR Radiance Caching)이라는 이름을 달고 있으며, 2026년 3월에는 여기에 FSR 4.1과 레이 리제너레이션 1.1까지 추가됐다. 업스케일러 스위치를 켜고 끄는 수준이던 경쟁이, AI 프레임 생성과 노이즈 정리를 지나 패스트레이싱의 조명 계산 가속까지 포괄하는 시스템 경쟁으로 옮겨간 셈이다. 엔비디아 쪽에서도 AI 모델 업데이트가 GPU 세대교체를 대신하는 품질 향상 경로로 자리 잡은 만큼, 차세대 그래픽 경쟁의 축은 하드웨어 사양표에서 AI 기반 렌더링 시스템 전체의 완성도 쪽으로 옮겨가고 있다.

기술 영역	엔비디아 DLSS 4.5	AMD FSR 레드스톤
AI 업스케일링	초해상도(Super Resolution) (2세대 트랜스포머 모델)	FSR 업스케일링 (RDNA 4 전용 FSR 4, 4.1)
AI 프레임 생성	프레임 제너레이션, 동적 MFG(최대 6배)	FSR 프레임 제너레이션
레이 트레이싱 보정	레이 리컨스트럭션	FSR 레이 리제너레이션 (1.1, 2026.3)
조명 캐싱	(별도 기술군)	FSR 라디언스 캐싱 (패스트레이싱 가속)

엔비디아 DLSS 4.5 vs AMD FSR 레드스톤 스택 구성 영역 비교 ©NVIDIA, The Verge, AMD 자료 종합

DLSS 4.5 초해상도 적용 예시
©NVIDIA



2. 패스 트레이싱 대중화의 실상, 실전 도입 게임이 보여주는 산업화

데모 기술에서 출시 기본 옵션으로 이동한 패스 트레이싱

빛의 움직임을 하나하나 따라가면서 조명과 반사, 그림자를 사실적으로 계산해주는 기술이 패스 트레이싱(Path Tracing)이다. 전에는 최고급 사양에서나 겨우 맛볼 수 있던 이 기술이 이제 주류 출시작의 기본 옵션으로 들어오고 있다. IO 인터랙티브(IO Interactive)는 <007 퍼스트 라이트>가 2026년 5월 27일 출시 시점부터 패스 트레이싱과 DLSS 4.5의 동적 MFG, 레이트레이싱 노이즈를 AI로 정리하는 레이 리컨스트럭션(Ray Reconstruction)을 기본 지원한다고 발표했다. 레메디 엔터테인먼트의 연내 출시작 <컨트롤 레조넌트>도 같은 기술 조합을 그대로 엮었고, 이미 출시된 <레지던트 이블 레퀴엠>은 4K 최고 옵션에 시가

4배로 프레임이 덧붙이는 설정에서 RTX 5090이 280fps 이상, RTX 5080도 약 200fps에 근접한다고 엔비디아는 밝혔다.

이런 확산을 받쳐주는 것은 주변 기술들의 발전이다. 엔비디아 기술 블로그에 따르면 RTX 메가 지오메트리(RTX Mega Geometry)는 게임 속 3D 오브젝트의 형상 데이터를 덩어리 단위로 묶고 재활용하는 방식으로, 레이트레이싱에 필요한 공간 구조를 기존 방식보다 최대 100배 빠르게 만들어낸다. <앨런 웨이크 2>에서는 이 기법으로 프레임이 5~20% 올라가고 GPU 메모리 사용량은 300MB 줄었으며, 같은 기술이 <컨트롤 레조넌트>에도 그대로 적용된다. 여기에 레이 리컨스트럭션이 예전에는 엔지니어가 손으로 일일이 조정하던 여러 겹의 노이즈 제거 과정을 AI 한 번으로 대체하면서, 오늘의 패스 트레이싱은 더 이상 단독 기술이 아니라 형상 처리와 노이즈 제거, 프레임 생성까지 한 묶음으로 맞물린 종합 최적화 패키지로 움직이고 있다.



레이 리컨스트럭션 적용 전후 비교 ©NVIDIA

보편 옵션 대신 장르 선택적 프리미엄으로 정착하는 패스트레이싱

다만 이런 수치가 모든 상황에서 그대로 재현되지는 않는다. 시가 프레임을 덧붙이는 기술에도 분명한 전제 조건이 있기 때문이다. 톰스 하드웨어(Tom's Hardware)는 원래 게임이 초당 30장 수준에서 돌고 있다면 시가 5장을 더 만들어준다고 해도 180장 같은 매끄러움은 느낄 수 없다고 지적하며, 추가 생성 배수는 어디까지나 원래 프레임이 충분히 나와 있을 때에만 제 몫을 한다고 설명했다. 엔비디아가 추가 프레임 개수를 게임이나 앱 단위로 조정할 수 있도록 풀어둔 배경도 여기에 있다. 모니터 주사율과 원래 프레임 상황에 맞춰 선택지를 바꿔야 하기 때문이다. 시가 덧붙이는 프레임은 매끄러운 화면을 위한 전제 조건이 아니라, 이미 안정적인 성능 위에 얹히는 추가 레이어로 움직인다.

장르별 반응의 차이도 같은 방향을 가리킨다. 톰스 가이드(Tom's Guide) 실측 기사에 따르면 천천히 진행되는 공포나 액션 같은 싱글플레이 게임에서는 한 프레임에서 다음 프레임까지의 간격, 이른바 프레임 타임(Frame Time)이 조금 길어도 크게 문제되지 않지만, 순간 반응이 승부를 가르는 빠른 멀티플레이에서는 원래 프레임 자체가 훨씬 높아야 한다. 같은 기술 묶음이라도 장르에 따라 기대치와 허용 범위가 달라지는 구조다. 패스트레이싱이 모든 장르의 기본값으로 퍼지기보다 공포, 잠입, 시네마틱 액션, 라이프 시뮬레이션처럼

조명의 변화가 곧바로 체감 품질로 이어지는 장르에서 먼저 프리미엄 옵션으로 자리 잡을 가능성이 높은 이유다. 고급 그래픽의 보편화보다는, 장르별로 가장 잘 맞는 조합을 설계하는 시대가 먼저 열리고 있는 셈이다.

3. 개발 파이프라인 시화, 제작 현장을 재편하는 패스트레이싱과 AI 도구

라이팅 노동 감소와 엔진, GPU 비용 증가가 공존하는 구조

패스트레이싱이 제작 현장에 안겨주는 가장 큰 변화는 아티스트가 장면마다 빛을 손으로 맞춰야 하는 노동이 줄어든다는 점이다. 넷이즈(NetEase)가 자사 게임에 이 기술을 적용한 뒤 인터뷰에서 밝힌 바에 따르면, 예전에는 직접 비추는 빛, 벽에 반사돼 돌아오는 간접광, 표면의 반사, 그림자를 각각 따로 계산해 합치는 식으로 일했지만, 패스트레이싱을 쓰면 이 모든 계산이 한 번에 처리된다. 실제로 개발진은 장면마다 조명을 일일이 조정하던 시간을 줄이고, 램프나 모닥불처럼 빛을 내는 오브젝트만 배치한 뒤 나머지 계산은 패스트레이싱에 맡길 수 있었다고 설명했다. 엔비디아가 공개한 〈사이버펑크 2077〉 오버드라이브 모드 설명도 같은 방향이다. 빛을 처리하는 여러 작은 시스템을 일일이 운영하는 대신 하나의 통합 레이트레이싱 라인으로 바꾸면, 장면마다 대규모로 튜닝해야 할 부담이 크게 줄어든다.

〈사이버펑크 2077〉 오버드라이브 모드 ©CD Project Red



다만 이러한 노동의 감소가 곧 비용의 감소로 이어지지는 않는다. id 소프트웨어(id Software)는 <둠: 더 다크 에이지>에 패스 트레이싱을 적용하는 데 약 6개월이 걸렸다고 밝혔고, 넷이즈 역시 5~6개월의 개발 기간과 만만치 않은 오류 수정 비용을 들였다고 언급했다. id 소프트웨어가 꼽은 주요 과제는 빛의 경로를 빠르게 찾기 위해 게임 공간을 계층적으로 나눠 저장해두는 자료구조인 BVH(Bounding Volume Hierarchy)가 차지하는 메모리 비용의 증가와, 이 구조를 실시간으로 관리하는 작업, 그래픽 처리 프로그램인 셰이더(Shader)의 복잡도 증가 등이었다. GDC 2026 세션 설명도 패스 트레이싱 도입을 그래픽과 렌더링 담당 엔지니어, 기술 디렉터, 엔진 아키텍트를 겨냥한 고급 주제로 분류했다. 다만 엔비디아의 스트림라인(Streamline), AMD의 FSR SDK 같은 공통 개발도구가 DLSS 4.5와 FSR 4를 게임 엔진에 쉽게 끼워 넣을 수 있게 해주면서, 중견 스튜디오의 진입 장벽은 상당히 낮아지고 있다.

풀 패스 트레이싱 선도보다 도입 기반층에 집중된 국내 스튜디오

같은 흐름은 국내 스튜디오에서도 여러 갈래로 확인된다. 크래프톤은 <배틀그라운드> 속 AI 동반자 알리(Ally)에 장기 기억을 더해 플레이어와 주고받은 대화를 다음번까지 기억하도록 개선했고, <인조이>의 스마트 조이(Smart Zoï)는 인터넷 연결 없이 기기 안에서 작동하는 소형 AI가 NPC의 하루 일과와 행동을 자연스럽게 끌어가도록 만들어졌다. 펄어비스의 <붉은사막>은 공식 FAQ 기준 엔비디아(NVIDIA), AMD,

인텔(Intel)의 주요 AI 렌더링 기술을 가리지 않고 모두 지원하며, AMD는 자사의 최신 업스케일링과 AI 노이즈 정리 기술의 실제 적용 사례로 <붉은사막>을 꼽았다. 엔씨소프트의 <아이온 2>는 DLSS 4의 AI 프레임 생성과 반응 속도를 낮춰주는 리플렉스(Reflex) 기능을 탑재했고, 넥슨의 <퍼스트 디센던트>는 이미 2024년부터 DLSS 3.5와 레이트레이싱, 리플렉스를 출시 당일부터 지원하며 국내 업계의 학습 곡선을 앞당긴 선행 사례로 꼽힌다.

다만 이들 사례가 가리키는 방향은 풀 패스 트레이싱 선도라기보다는 도입 기반층에 가깝다. GDC 2026에서 엔비디아가 전면에 내세운 대표 패스 트레이싱 신작이 <007 퍼스트 라이트>와 <컨트롤 레조넌트> 같은 서구 타이틀이었던 반면, 국내 대표 사례들은 DLSS와 FSR 연동, AI 프레임 생성, AI NPC, 기존 레이트레이싱 고도화 쪽에 집중된 모습이다. 시장성이 이미 입증된 보조 기술 레이어부터 산업화에 올리고 있다는 해석이 가능한 대목이다.

앞으로 국내 스튜디오가 마주할 선택지는 크게 세 갈래로 모인다. 첫째, 엔비디아와 AMD 어느 한쪽에 종속되지 않도록 양쪽이 함께 쓰는 공통 개발도구의 선제적 도입이다. 둘째, 조명의 변화가 물입으로 바로 연결되는 공포, 잠입, 시네마틱 액션, 라이프 시뮬레이션 장르부터 패스 트레이싱을 차근차근 적용하는 것이다. 셋째, 재질과 조명 데이터, 캐릭터 움직임 정보, AI 캐릭터와의 상호작용까지 함께 엮어내는 통합 역량을 축적해야 한다. 게임 그래픽의 미래는 패스 트레이싱 하나의 확산이 아니라, AI가 함께 들어와 그것을 재정의하는 방향으로 나아갈 전망이다.

<참고문헌>

1. The Verge, "AMD soft-announces the Radeon RX 9070 XT and FSR 4 at CES 2025", 2025.01.06, <https://www.theverge.com/2025/1/6/24336246/amd-radeon-rx-9070-series-rdna-4-fsr-4-ces-2025>
2. NVIDIA, "DLSS 4 Is Available In Over 250 Games, And Coming To 007 First Light, Phantom Blade Zero, PRAGMATA™ with Path Tracing & Many More", 2026.01.05, <https://www.nvidia.com/en-us/geforce/news/dlss-4-rtx-path-tracing-game-announcements-ces-2026/>
3. The Verge (Tom Warren), "Nvidia announces DLSS 4.5 with 6x Frame Generation and improved image quality", 2026.01.06, <https://www.theverge.com/tech/854610/nvidia-dlss-4-5-announcement-multi-frame-generation-6x-specs>
4. NVIDIA Developer, "DLSS — Deep Learning Super Sampling", Accessed 2026.04.20, <https://developer.nvidia.com/rtx/dlss>
5. The Verge (Tom Warren), "Nvidia rolls out DLSS 4.5 update with new frame generation features", 2026.03.31, <https://www.theverge.com/tech/903934/nvidia-dlss-4-5-multi-frame-generation-app-beta-launch>
6. NVIDIA, "DLSS — NVIDIA GeForce Technologies", Accessed 2026.04.20, <https://www.nvidia.com/en-us/geforce/technologies/dlss/>
7. NVIDIA Developer Blog (Diego Farinha), "Implementing Path Tracing in 'Justice': An Interview with Dinggen Zhan of NetEase", 2023.03.22, <https://developer.nvidia.com/blog/implementing-path-tracing-in-justice-an-interview-with-dinggen-zhan-of-netease/>
8. IO Interactive, "007 First Light Will Launch With Path Tracing & DLSS 4.5", 2026.03.11, <https://ioi.dk/007firstlightgame/news/2026/007-first-light-nvidia-path-tracing-reveal>
9. Tom's Hardware (Jeff Kampman), "Nvidia DLSS 4.5 Dynamic MFG plus 5X and 6X framegen modes enter beta for RTX 50-series users", 2026.03.31, <https://www.tomshardware.com/pc-components/gpus/nvidia-dlss-4-5-dynamic-mfg-plus-5x-and-6x-framegen-modes-enter-beta-for-rtx-50-series-users-update-offers-greater-control-over-generated-frame-rates-and-more-headroom-for-high-refresh-rate-displays>
10. NVIDIA Developer Blog (Phillip Singh), "How id Software Used Neural Rendering and Path Tracing in DOOM: The Dark Ages", 2025.09.30, <https://developer.nvidia.com/blog/how-id-software-used-neural-rendering-and-path-tracing-in-doom-the-dark-ages/>
11. NVIDIA Developer Blog, "NVIDIA RTX Innovations Are Powering the Next Era of Game Development", 2026.03.10, <https://developer.nvidia.com/blog/nvidia-rtx-innovations-are-powering-the-next-era-of-game-development/>
12. NVIDIA, "DLSS 4.5 and Path Tracing Coming To 007 First Light, CONTROL Resonant, Tides of Annihilation & More (GDC 2026)", 2026.03.10, <https://www.nvidia.com/en-us/geforce/news/dlss-4-5-rtx-path-tracing-game-announcements-gdc-2026/>

(소비) 게임 구독료와 인게임 재화 인상 릴레이가 만든 소비 균열

집필: EC21R&C 안희정 책임연구원

주요 내용 요약

2025년 게임 구독 시장의 무게중심은 저렴한 대체재에서 프리미엄 멤버십으로 옮겨갔다. 마이크로소프트는 2025년 10월 게임 패스 얼티밋 월요금을 19.99달러(약 2만 9,385원)에서 29.99달러(약 4만 4,085원)로 50% 인상했는데, 이는 소니 플레이스테이션 플러스 프리미엄 연요금의 약 2.25배 수준이다. 배경에는 <콜 오브 듀티: 블랙 오퍼스 6(Call of Duty: Black Ops 6)> 데이 원 출시로 포기한 약 3억 달러(약 4,410억 원) 매출과 관세, 인플레이션, 메모리칩 가격 급등 등 수익성 압박이 있었다. 다만 <아우터 월드 2>의 79.99달러(약 11만 7,585원) 정가 시도는 이용자 반발에 부딪혀 69.99달러(약 10만 2,885원)로 철회됐고 환불까지 제공돼, 새 기준가의 즉시 정착에는 실패했다.

정찰가 인상 외에 덜 눈에 띄는 가격 조정도 동시에 진행됐다. 에픽게임즈는 2026년 3월 <포트나이트> V-Bucks 동일 금액 지급량을 1,000에서 800으로 줄였고, 4월 <폴가이즈>에도 같은 조정을 적용했다. 게임 패스 얼티밋 구독자에게 주던 <콜 오브 듀티> 추가 콘텐츠 10% 할인도 요금 인상과 함께 사라졌다. 영미권 매체들이 이를 식품업계 용량 축소에 빗대 슈링크플레이션으로 규정한 이유다. 이용자 반발은 가격표보다 더 적게 주고 더 많이 남기려는 구조에 더 강하게 쏠렸는데, 같은 돈으로 받는 것이 줄었을 때 불신이 더 빠르게 쌓인다는 점을 여러 사례가 보여줬다.

결과는 붕괴가 아닌 양극화였다. 서카나(Circana) 집계에서 2025년 미국 게임 구독 지출(모바일 제외)은 전년 대비 최대 27% 늘었다. 그러나 월스트리트저널이 인용한 같은 자료에서 미국 18~24세 게임 지출은 25% 감소했고, 25세 이상은 5% 미만 감소에 그쳤다. 지출 여력이 있는 이용자는 인상에도 서비스에 남아 매출을 떠받쳤지만, 지출 여력이 좁아진 젊은층은 신작 정가 구매 대신 F2P와 할인 타이틀로 이동했다. 가격에 민감한 젊은층 이탈이 빨라질수록 다음 세대 핵심 이용자 기반이 얇아진다는 위험이 뒤따르고 있는 것이다.

1. 게임 패스 50% 인상과 AAA 정가 실험의 충돌

구독료 인상의 배경, 콘텐츠 투자와 수익성의 딜레마

마이크로소프트가 2025년 10월 게임 패스(Game Pass)를 개편하면서 얼티밋(Ultimate) 플랜 월요금을 19.99달러(약 2만 9,385원)에서 29.99달러(약 4만 4,085원)로 인상했다. 이는 연환산 기준 359.88달러(약 52만 9,024원)로, 소니의 플레이스테이션 플러스 프리미엄(PlayStation Plus Premium)의 12개월 요금인 159.99달러(약 23만 5,185원)보다 약 2.25배 비싸다. 이는 게임 패스가 더 이상 저렴한 대체재가 아니라 사실상 프리미엄 멤버십으로 재정의됐다는 뜻이다. 인상 직전인 2025 회계연도에 게임 패스 연매출이 처음으로 약 50억달러(약 7조 3,500억 원)에 도달했지만, 보도에 따르면 <콜 오브 듀티: 블랙 오프 6(Call of Duty: Black Ops 6)>를 출시 첫날부터 게임 패스에 포함시킨 결과, 정가를 내고 별도로 구매해야 할 신작을 구독자라면 추가 비용 없이 바로 플레이할 수 있게 됐고, 정가 판매로 거뒀을 약 3억달러(약 4,410억 원)의 매출을 사실상 포기한 것으로 내부 추산됐다. 매출은 늘었지만 그만큼 잠식된 수익도 함께 커진 셈이다.



GAME PASS ©글로벌 이코노믹

관세와 거시 환경의 압박도 겹쳤다. 로이터(Reuters)는 2025년 5월과 9월 두 차례에 걸쳐 엑스박스(Xbox) 콘솔 가격 인상을 관세와 불확실한 소비 환경에 연결해 보도했고, 소니는 2026년 3월 AI 수요가 밀어 올린

메모리 칩 가격을 이유로 플레이스테이션 5(PS5) 가격을 재차 올렸다. 닌텐도(Nintendo)는 2025년 4월 관세 영향을 재평가하기 위해 미국 내 스위치 2(Switch 2) 예약판매를 일시 연기하기도 했다. 이러한 상황에서 게임 가격 인상 또한, 단순히 개발비 문제만이 아닌 하드웨어, 공급망, 거시환경의 압박이 동시에 누적된 결과로 해석된다.

해지 급증 속에서도 구독 총지출은 올랐다, 가격 저항과 역설

인상 발표 직후 이용자 반발은 즉각적이었다. 게임 패스 해지 페이지는 트래픽이 한꺼번에 몰리면서 제대로 열리지 않을 정도였고, 마이크로소프트는 일부 국가에서 기존 자동갱신 가입자에 대한 인상 적용을 미루는 조치를 취했다. 게임 단품 가격에서도 같은 저항이 나타났다. 대형 개발사들이 수년간 유지해 온 69.99달러(약 10만 2,885원) 기준을 깨고 79.99달러(약 11만 7,585원)를 새 표준으로 굳히려는 시도가 있었는데, 마이크로소프트 산하 스튜디오인 옵시디언(Obsidian)이 개발한 <디 아우터 월드 2(The Outer Worlds 2)>가 그 첫 적용 사례가 되면서 이용자 반발이 집중됐다. 마이크로소프트와 옵시디언은 결국 가격을 69.99달러(약 10만 2,885원)로 되돌리고, 이미 더 비싸게 예약구매한 이용자에게는 환불을 제공했다. 새로운 기준가가 시장에 정착하는 데 실패한 셈이었다.



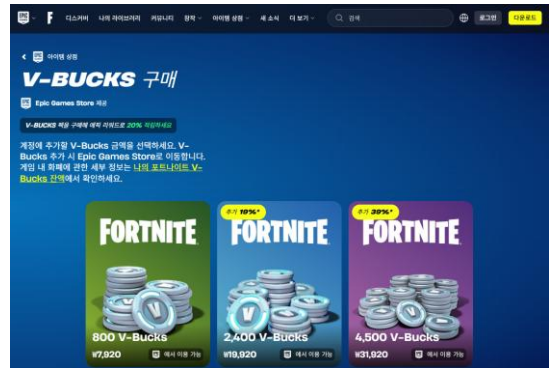
The Outer Worlds 2 ©STEAM

그러나 해지 급증과 예약 취소에도 구독 지출 총액 자체는 오히려 올랐다. 미국 시장조사업체 서카나(Circana) 집계에서 미국 게임 구독 지출(모바일 제외)은 2025년 5월 월간 최고치를 찍었고, 2025년 1~7월 누계로는 전년 대비 19% 늘었다. 2025년 연간 수지도 전년 대비 20% 증가했고, 2026년 2월에는 27%까지 올랐다. 그러나 이는 전체적인 구독 수요가 늘어난 것이라기보다, 가격 인상을 감내할 여력이 있는 이용자들이 서비스에 남아 지출을 이어간 결과로 읽힌다.

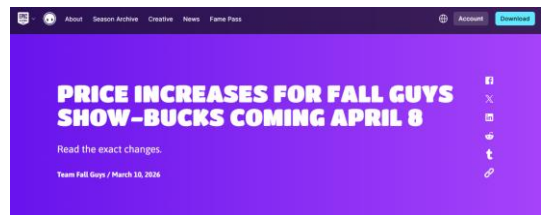
2. 가격표 뒤에 숨은 인상, 인게임 재화의 슈링크플레이션

V-Bucks 지급량 축소와 구독 혜택 삭제, 체감가치 하락은 더 노골적

구독료 인상이 표면 위의 이야기라면, 표면 아래에서는 더 조용한 방식의 가격 조정이 이뤄지고 있었다. 에픽게임즈(Epic Games)는 2026년 3월 <포트나이트(Fortnite)>의 인게임 화폐 브이벅스(V-Bucks) 가격 구조를 바꿨다. 8.99달러(약 1만 3,215원) 구매 시 브이벅스 지급량이 기존 1,000에서 800으로 줄었고, 50 브이벅스 단위 직접 구매 가격도 0.50달러(약 735원)에서 0.99달러(약 1,455원)로 올랐다. <포트나이트> 월정액 구독 서비스인 포트나이트 크루(Fortnite Crew)에 포함된 브이벅스 월 지급량도 1,000에서 800으로 줄었으며, 같은 조정은 4월부터 <폴가이즈(Fall Guys)>의 인게임 화폐 쇼벅스(Show-Bucks)에도 적용됐다. 가격표는 바뀌지 않았지만 실질 구매력이 줄어든 셈으로, 영미권 매체들이 식품 업계의 용량 축소 관행에 빗대어 슈링크플레이션이라고 규정한 이유다.



V-BUCKS 구매 페이지© Fortnite



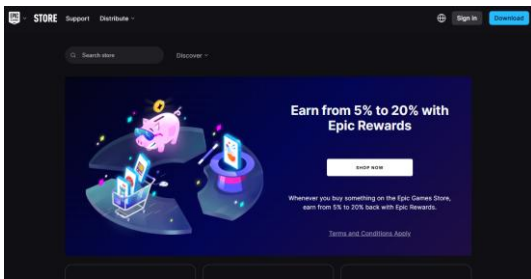
폴가이즈 Show-Bucks 인상 안내©Fall Guys

구독 생태계 안에서도 인상은 계속됐다. 게임 전문지인 게임즈레이더(GamesRadar)는 2025년 10월 게임 패스 얼티밋 요금 인상 직후, 해당 플랜 가입자에게 제공되던 <콜 오브 듀티> 추가 콘텐츠 10% 할인 혜택이 조용히 사라졌다고 보도했다. 겉으로는 단순한 구독료 인상이었지만, 실제로는 월정액 상승에 기존 할인 축소까지 더해져 이용자의 비용 상승 체감은 더 크게 나타났다.

이용자는 왜 '체감가치 하락'에 더 강하게 반응했나

브이벅스 슈링크플레이션이 만들어낸 이용자 반응은 앞서 살펴본 구독료 인상 때와 본질적으로 같았다. 높은 가격 자체보다 이전보다 적게 주고 더 많이 남기려는 구조에 이용자가 훨씬 민감하게 반응했다는 점이다. 게임 패스 해지 검색 급증, <아우터 월드 2> 가격 철회와 환불, 에픽 브이벅스 조정에 대한 공개 반발은 모두 같은 맥락에서 읽힌다. 절대가격이 올랐을 때보다, 같은 돈으로 받는 것이 줄었을 때 이용자의 불신이 더 빠르게 쌓인다는 것을 세 사례가 동시에 보여줬다.

마이크로소프트의 티어 세분화, <콜 오브 듀티> 할인 제거, 에픽의 브이박스 구조 변경은 모두 정찰가보다 인게임 화폐가치의 희석, 보상 축소, 혜택 삭제를 통해 수익을 끌어올리려는 방향을 가리킨다. 단기적으로는 이용자가 눈치채기 어렵고 반발도 덜하지만, 누적되면 신뢰 훼손으로 이어질 수 있는 조치들이다. 에픽게임즈가 브이박스 조정과 함께 에픽 리워즈(Epic Rewards) 보상을 내놓은 것은 이를 의식한 완충 시도로 읽을 수 있다.

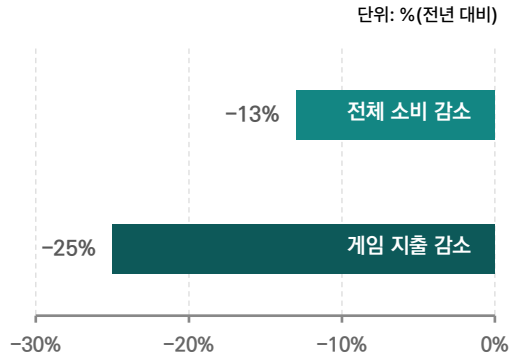


Epic Rewards 구매 페이지 © EPIC GAMES

3. 구독 매출은 늘지만 젊은층은 빠지는 소비 양극화의 구조

18~24세 게임 지출 25% 감소, 가격 인상이 만든 세대별 이탈

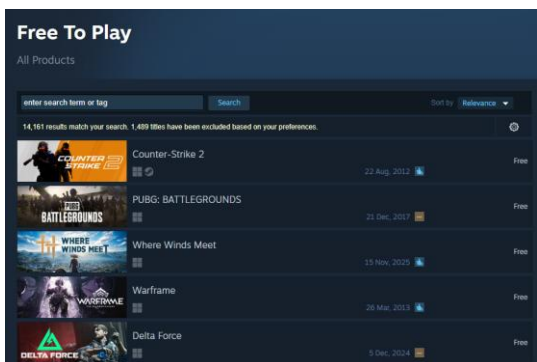
슈링크플레이션과 구독료 인상이 겹친 2025년, 가장 먼저 지갑을 닫은 것은 젊은 이용자들이었다. 월스트리트저널(Wall Street Journal)이 인용한 서카나 자료에 따르면 2025년 1~4월 미국 18~24세의 게임 지출은 전년 대비 25% 줄었다. 이 연령대의 게임을 포함한 전 품목 소비 감소폭이 같은 기간 13%였다는 점을 감안하면, 다른 소비 항목보다 게임에서 유독 더 빠르게 지출을 줄인 셈이다.



미국 18~24세 지출 전년 대비 증감률 비교 (2025년 1~4월)

© Wall Street Journal, Circana 데이터 종합

반면 동일 자료에서 25세 이상 연령대의 게임 지출 감소폭은 5% 미만에 그친 것으로 나타났다. 이는 가격 인상의 영향이 연령대별로 상이하게 나타났음을 시사한다. 상대적으로 높은 지출 여력을 가진 이용자들은 여전히 소비를 유지하고 있는 반면, 젊은층은 구독료와 AAA 타이틀 정가 인상이 동시에 작용하면서 소비 행태를 빠르게 조정한 것으로 보인다. 특히 지출 여력이 제한적인 젊은 이용자들은 신작 정가 구매 대신 무료 플레이(F2P, Free-to-Play) 게임, 할인 타이틀, 저가 협동 게임 등으로 소비를 이동시키는 경향을 보였다. 이러한 변화는 가격 인상에 비교적 둔감한 프리미엄 이용자 중심의 수익 모델이 단기적으로는 유효할 수 있음을 보여준다. 그러나 가격 민감도가 높은 젊은층이 신작 정가 구매에서 이탈하는 속도가 빨라질 경우, 장기적으로는 차세대 핵심 이용자 풀 자체가 축소될 수 있다는 구조적 위험이 제기된다.



STEAM의 F2P 목록 © STEAM

한국 게임산업에 주는 시사점: 가치 가시화, 계층형 설계, 완충장치

가격 인상의 충격이 연령대별로 다르게 흡수되는 이 구조는 게임 시장 안에서만 나타나는 현상이 아니다. 로이터는 2025년 8월 미국 상위 10% 소득층이 전체 소비의 50%를 차지한다고 전했고, 2026년 2월에도 그 비중이 계속 커지고 있다고 재차 보도했다. 소득이 높을수록 가격 인상에 둔감하고, 낮을수록 민감하게 반응하는 구조가 사회 전반에서 굳어지고 있다. 게임 시장이 이 흐름 위에 있는 한, 일괄 인상은 갈수록 절고 예산이 빠듯한 층을 먼저 밀어낸다.

이러한 구조는 한국 게임산업과도 무관하지 않다. 국내 라이브서비스 게임과 구독형 서비스가 가격 조정을 검토할 때 영미권 사례에서 추릴 수 있는 시사점은 세 갈래다. 첫째, 인상 시 이용자가 한눈에 이해할 수 있는 가치를 반드시 함께 제시해야 한다. 게임 패스는 인상 폭이 크고 혜택 구성이 복잡해질수록 반발이 커졌고, <포트나이트>는 같은 돈을 내도 받을 수 있는 인게임 화폐가 줄어드는 방식 때문에 더 강한 불신을 샀다. “더 비싸졌다”보다 “무엇이 얼마나 더 주어지는가”를 분명히 제시하지 못하면 이탈 관리에 실패할 가능성이 높다.

둘째, 일괄 인상보다 단계적 가격 사다리가 현실적이다. 앞서 살펴본 시장 데이터는 구독 수요 자체가 사라진 것이 아니라 더 강하게 양극화되고 있음을 보여준다. 예산 민감층을 위한 저가 기본 플랜, 헤비유저를 위한 프리미엄 혜택, 출시 초기에만 높은 가치를 제공하는 이벤트형 번들처럼 서로 다른 지불의사를 반영한 계층형 설계가 더 안전한 선택이다.

셋째, 사후 완충장치를 과금 설계의 핵심 기능으로 봐야 한다. 마이크로소프트의 기존 가입자 인상 유예, <아우터 월드 2> 환불, 에픽의 에픽 리워즈처럼 인상 전후로 기존 이용자를 보호하는 조치, 크레딧 지급, 유예 기간을 설계 단계부터 함께 갖춰두면 가격 저항을 완전히 없애지는 못해도 신뢰가 무너지는 속도는 늦출 수 있다. 가격을 올리는 것보다 올리고 난 뒤 이용자를 어떻게 잡아두느냐가 라이브서비스의 지속 가능성을 가른다.



<아우터 월드 2> 가격 인하 조치 공지 ©OBSIDIAN

구분	핵심 원칙	구체 사례
가치 가시화	가격 인상 배경과 추가 혜택을 이용자가 명확히 이해할 수 있도록 설명	인상 전 신규 콘텐츠 및 혜택 추가 공지, 가격 인상 배경에 대한 사전 안내
계층형 가격 설계	지불 여력이 다른 이용자층을 고려해 다양한 가격 옵션을 단계적으로 운영	월 구독형 기본·프리미엄 요금제 구분, 신규 출시 초기 한정 번들 상품 제공, 연간 결제 할인 도입
사후 완충장치	기존 이용자 보호를 위한 보완 조치를 가격 인상과 병행	기존 가입자 대상 일정 기간 요금 동결, 인상 후 보상 크레딧 지급, 불만 이용자 대상 환불 기간 제공
슈링크플레이션 최소화	영목 가격이 유지되더라도, 실질 가치 하락을 야기하는 조치 최소화	인게임 화폐 및 보상에 대한 감축 조정 시 충분한 기한을 둔 사전 공지

<참고문헌>

1. TrendForce, "Memory Price Outlook for 1Q26 Sharply Upgraded; QoQ Increases of All Product Categories to Hit Record Highs", 2026.02.02, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260202-12911.html>
2. TrendForce, "AI Server Demand to Drive Memory Contract Price Increases in 2Q26 as CSPs Secure Supply via Long-Term Agreements", 2026.03.31, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260331-12995.html>
3. TrendForce, "Memory Makers Prioritize Server Applications, Driving Across-the-Board Price Increases in 1Q26", 2026.01.05, <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20260105-12860.html>
4. TrendForce, "Lenovo Reportedly Signals March Price Hikes on Select Commercial Devices Amid Memory Shortage", 2026.02.24, <https://www.trendforce.com/news/2026/02/24/news-lenovo-reportedly-signals-march-price-hikes...>
5. IDC, "Global Memory Shortage Crisis: Market Analysis and the Potential Impact on the Smartphone and PC Markets in 2026", 2026.02, <https://www.idc.com/resource-center/blog/global-memory-shortage-crisis...>
6. Gartner, "Gartner Says Surging Memory Costs Will Reduce Global PC and Smartphone Shipments in 2026", 2026.02.26, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2026-02-26-gartner-says...>
7. Reuters, "The AI frenzy is driving a new global supply chain crisis", 2025.12.03, <https://www.reuters.com/world/china/ai-frenzy-is-driving-new-global-supply-chain-crisis...>
8. Reuters, "Nvidia expects gaming chips shortage to last until year-end", 2026.02.26, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/nvidia-expects-gaming-chips-shortage...>
9. Reuters, "South Korea's SK Group chairman expects chip wafer shortage to last until 2030, eyes US ADR listing", 2026.03.16, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/south-koreas-sk-group-chairman...>
10. Bloomberg, "Memory Chip Crunch to Persist Until 2030, SK Chairman Says", 2026.03.17, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2026-03-17/memory-chip-crunch-to-persist...>
11. Nvidia, "NVIDIA (NVDA) Q4 2026 Earnings Call Transcript", 2026.02.25, <https://www.fool.com/earnings/call-transcripts/2026/02/25/nvidia-nvda-q4-2026...>
12. TechInsights, "Sony PlayStation 5 Pro Teardown", 2025.05, <https://www.techinsights.com/blog/sony-playstation-5-pro-teardown>
13. TechInsights, "Memory Cost Boss Fight: Soaring Prices Force Sony to Level Up PS5 and PS5 Pro Pricing", 2026.04, <https://www.techinsights.com/blog/memory-cost-boss-fight-soaring-prices...>
14. The Register, "Server prices set to jump 15% on memory cost spike", 2025.12.04, https://www.theregister.com/2025/12/04/server_prices_15_percent_jump_memory_costs/
15. Xbox Wire, "Xbox Cloud Gaming with Game Pass Up 45%, Now Available in Nearly 30 Countries", 2025.11.26, <https://news.xbox.com/en-us/2025/11/26/xbox-cloud-gaming-expansion...>
16. BCG, "Video Gaming Report 2026: The Next Era of Growth", 2025, <https://www.bcg.com/publications/2025/video-gaming-report-2026-next-era-of-growth>
17. TechRadar, "Dell reportedly preparing massive price hikes for commercial clients", 2025.12, <https://www.techradar.com/pro/dell-reportedly-preparing-massive-price-hikes...>
18. Tom's Hardware, "Japanese PC shops limit SSD, HDD, and RAM purchases to prevent hoarding", 2025.11, <https://www.tomshardware.com/pc-components/japanese-pc-shops-limit-ssd-hdd...>
19. Tom's Hardware, "DRAM prices predicted to jump 63% in Q2, NAND up to 75%", 2026.04.02, <https://www.tomshardware.com/pc-components/dram/dram-and-nand-contract-prices...>
20. SAMSUNG, "1탄 '웨이퍼' 란 무엇일까요?, 2017.04.06, <https://semiconductor.samsung.com/kr/support/tools-resources/fabrication-process/eight-essential-semiconductor-fabrication-processes-part-1-what-is-a-wafer/>
21. 글로벌 이코노믹, "'게임패스 가격 인상 없다' 던 MS, 1년 만에 20% 올려, 2024.07.10., https://www.g-enews.com/article/ICT/2024/07/202407101730175663c5fa75ef86_1

(개발) 자체 퍼블리싱 전환 추진…글로벌 게임사 독립 행보 가속화

집필: EC21R&C 이준영 주임연구원

주요 내용 요약

〈스텔라 블레이드(Stellar Blade)〉와 〈승리의 여신: 니케〉로 글로벌 시장에서 입지를 다진 한국 게임 개발사 시프트업(Shift Up)이 자체 퍼블리싱 사업자로의 전환을 공식화했다. 2026년 3월 마케팅, PR, 로컬라이제이션 등 퍼블리싱 핵심 인력을 대거 채용한 데 이어, 4월에는 〈바이오하자드〉 시리즈로 알려진 미카미 신지의 신규 스튜디오 언바운드(UNBOUND)를 인수하며 해당 스튜디오의 게임을 직접 배급하겠다고 밝혔다. 핵심은 모든 라인업을 한꺼번에 직접 배급하겠다는 것이 아니라, 작품별 성숙도에 따라 외부 퍼블리셔와의 협업을 병행하는 선택적 전략이다.

이러한 흐름은 시프트업만의 사례가 아니다. 〈발더스 게이트 3(Baldur's Gate 3)〉을 자사 명의로 유통해 2025년 말 기준 2,000만 장 이상을 판매한 벨기에 RPG 전문 개발사 라리안 스튜디오(Larian Studios)는 차기작 〈디비니티〉도 자체 배급을 확정했고, 〈다크 소울〉과 〈엘든 링(Elden Ring)〉 시리즈로 세계적 명성을 쌓은 일본 개발사 프롬소프트웨어(FromSoftware)는 프로젝트별로 퍼블리셔를 달리 선택하는 높은 자율성을 유지하고 있다. 스팀 다이렉트(Steam Direct) 100달러(약 14만 7,000원) 등록 비용, 에픽게임즈(Epic Games) 스토어의 88% 수익 배분 구조 등 디지털 유통 플랫폼의 진입 장벽 하락이 이 흐름의 구조적 배경이며, 자체 퍼블리싱 히트작 수는 2019년 36건에서 2023년 71건으로 두 배 가까이 늘었다.

다만 진입 장벽이 낮아진 만큼 시장은 더 혼잡해졌고, 자체 퍼블리싱은 퍼블리셔 리스크를 없애는 선택이 아니라 개발사가 직접 떠안는 선택이다. 〈사이버펑크 2077(Cyberpunk 2077)〉 현지화에 2,456명이 투입되고 19개 언어에 대응한 사례처럼, 글로벌 현지화에는 여전히 대형 조직 수준의 역량이 필요하다. 시프트업 사례가 한국 게임산업에 던지는 메시지는 일괄적 독립이 아니라, 브랜드 마케팅과 커뮤니티 관리처럼 반복 학습이 가능한 기능은 내부화하고 다국어 현지화·포팅 조율처럼 규모의 경제가 필요한 기능은 전문사에 맡기는 하이브리드 모델의 필요성이다.

1. 시프트업의 자체 퍼블리싱 전환, 개발사에서 AAA 퍼블리셔로

글로벌 퍼블리싱 인력 채용과 언바운드 인수로 공식화된 사업 구조 전환

〈스텔라 블레이드(Stellar Blade)〉와 〈승리의 여신: 니케〉로 글로벌 시장에서 입지를 다진 한국 게임 개발사 시프트업(Shift Up)이 2026년 3월 공개한 채용 공고는 단순한 인력 보강이 아니었다. 공고에는 콘솔과 PC용 게임을 자체적으로 출시하고 운영할 수 있는 퍼블리싱 인력을 채용한다고 명시돼 있었고, 모집 직군도 마케팅, PR, 로컬라이제이션 등 퍼블리셔가 맡아온 핵심 기능에 집중됐다. 회사 측은 자체 개발 게임을 장기적으로 직접 서비스하기 위한 역량 강화라고 설명했다. 게임을 만드는 것뿐 아니라, 출시 이후 글로벌 운영까지 직접 맡겠다는 방향 전환이 공식화된 셈이다.



시프트업 채용 공고 ©SHIFTUP

이러한 방향은 한 달 뒤 한층 뚜렷해졌다. 2026년 4월, 시프트업은 〈바이오하자드〉 시리즈로 알려진 미카미 신지가 설립한 신규 스튜디오 언바운드(UNBOUND)의 지분 전량을 인수했다. 핵심은 인수 조건이다. 시프트업은 언바운드가 앞으로 만들 콘솔, PC 게임을 직접 퍼블리싱하고, 이를 통해 글로벌 배급 역량을 단계적으로 쌓아가겠다고 밝혔다. 미카미 역시 이 파트너십 덕분에 스튜디오가 창작에 더 집중할 수 있게 됐다고 설명했다. 결국 이번 거래는 단순한 개발 인력 확보가 아닌, 새로운 게임 라인업을 확보하면서 동시에 퍼블리싱 기능을 실전에 투입하려는 전략적 M&A로 평가된다.



언바운드의 미카미 신지 ©INVEN

시기	내용	단계
2024년 4월	〈스텔라 블레이드〉 PS5 출시. 소니 인터랙티브 엔터테인먼트가 퍼블리싱을 맡아 글로벌 시장 진입	외부 퍼블리셔 의존
2025년 6월	〈스텔라 블레이드〉 PC판 출시. 3일 만에 100만 장 판매, PS5 포함 누적 300만 장 돌파	흥행 검증, 협상력 확보
2026년 3월	글로벌 퍼블리싱 인력 대규모 채용. 마케팅, PR, 로컬라이제이션 등 퍼블리셔 핵심 직군 모집	자체 퍼블리싱 역량 내부화
2026년 4월	미카미 신지의 언바운드 스튜디오 지분 전량 인수. 해당 스튜디오 신작을 시프트업이 직접 퍼블리싱 예정	AAA 퍼블리셔 기능 실전 투입

시프트업의 자체 퍼블리싱 전환 타임라인 ©Automaton, Game Developer, GameSpot 보도 종합

시프트업, 작품별 성숙도에 따라 퍼블리싱 모델을 달리하는 전략 구체화

앞서 살펴본 채용과 인수가 조직 차원의 전환이었다면, 그 전환이 가장 먼저 적용될 게임은 <스텔라 블레이드 2>일 가능성이 높다. 1편은 SIE가 퍼블리싱을 맡았지만, 2025년 PC판이 3일 만에 100만 장을 판매하며 누적 300만 장을 넘어섰고, 개발이 확정된 후속작에는 아직 외부 퍼블리셔가 발표되지 않은 상태다. 시프트업이 퍼블리셔를 찾지 못한 것이라기보다, 직접 배급할 수 있는 옵션을 준비하고 있다는 해석이 더 설득력 있다. 물론 공식 발표 전이므로 확정된 사안은 아니다.



스텔라 블레이드 ©STEAM

여기서 주목할 점은 시프트업이 모든 라인업을 일괄적으로 내재화하려는 것이 아니라는 사실이다. 이미 공개된 정보만 놓고 보면, 프로젝트 스피릿(Project Spirits)의 글로벌 퍼블리셔는 레벨 인피니트(Level Infinite)로 유지되는 반면, 흥행이 검증된 <스텔라 블레이드> IP는 직접 배급 후보로 올라와 있고, 언바운드 신작은 시프트업이 처음부터 퍼블리싱을 맡는 구조다. 자체 퍼블리싱을 원칙이 아니라 전략 옵션으로 다루는 방식이며, 중견 개발사 입장에서는 리스크를 분산하면서도 주도권을 확보해가는 가장 현실적인 전환 경로일 수 있다.

2. 글로벌 개발사 독립 행보: 자체 퍼블리싱 성공 사례와 구조적 배경

완전 자체 배급과 선택적 파트너십, 두 갈래로 갈라지는 개발사 독립 모델

시프트업의 전환이 유독 눈에 띄는 건, 이미 글로벌 시장에서 자체 퍼블리싱으로 대형 성공을 거둔 선례가 쌓여 있기 때문이다. 가장 대표적인 사례가 벨기에 기반의 RPG 전문 개발사 라리안 스튜디오다. <발더스 게이트 3>는 스팀에서 라리안 자사 명의로 유통됐고, 2025년 말 기준 2,000만 장 이상의 판매를 기록했다. 이 게임은 워저드 오브 더 코스트(Wizards of the Coast)가 보유한 던전 앤 드래곤(D&D) 라이선스를 빌려 만든 작품인데, 그런 외부 IP 기반의 대형 타이틀도 개발사 내부에 제작, 배급, 커뮤니티 운영의 중심축이 있으면 자체 퍼블리싱이 가능하다는 선례를 남겼다. 라리안은 여기서 멈추지 않았다. 차기작 <디비니티>를 자사 고유 세계관으로 다시 꺼내 들었고, 이를 역대 최대 규모 프로젝트로 규정하며 자체 배급을 확정했다.



발더스 게이트 3 ©STEAM

〈다크 소울〉, 〈엘든 링〉 시리즈로 세계적 명성을 쌓은 일본 개발사 프롬소프트웨어(FromSoftware)는 라리안과는 다른 방식으로 참고할 만하다. 프롬소프트웨어의 자본 구조는 2022년 기준 모회사 카도카와(Kadokawa)가 69.66%를 보유하고, 텐센트(Tencent)와 소니 계열이 각각 16.25%, 14.09%를 확보한 형태다. 그런데 이처럼 분산된 자본 구조 속에서도 프롬소프트웨어는 프로젝트별로 반다이 남코, 소니, 액티비전, 닌텐도 등 서로 다른 퍼블리셔와 협업해왔다. 〈엘든 링(Elden Ring)〉의 경우 일본 시장에서는 프롬소프트웨어가 자체적으로 퍼블리싱했으며, 판매량은 3,000만 장을 돌파했다.

완전한 자체 퍼블리셔라기보다는 창작 방향과 파트너 선택권을 강하게 쥔 개발사 모델에 가깝다. 프롬소프트웨어의 사례가 보여주듯, 오늘날 개발사의 독립성이란 모든 지역을 직접 서비스하는 것이 아니라 프로젝트와 지역, 플랫폼별로 가장 유리한 조건을 선택할 수 있는 상태를 뜻한다.

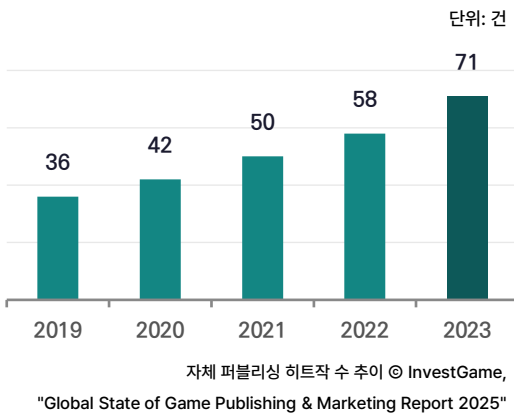
디지털 유통 플랫폼의 진입 장벽 하락이 만든 자체 퍼블리싱 생태계

개별 개발사의 성공 사례 뒤에는 게임 유통 구조 자체의 변화가 있다. 밸브(Valve)의 스팀 다이렉트(Steam Direct)를 통해 게임 개발자는 게임 1개당 100달러(약 14만 7,000원)의 등록 비용만으로 배포를 시작할 수 있으며, 판매와 지역별 성과 데이터도 파트너 사이트에서 바로 확인할 수 있다. 에픽게임즈(Epic Games)는 2023년 셀프 퍼블리싱 도구를 공개하며, 매출의 88%를 개발사가 가져가는 수익 배분 구조, 별도 비용 없이 국제 연령 등급을 자동 적용받는 기능, 여러 플랫폼 이용자가 함께 플레이할 수 있는 크로스플레이(cross-play) 지원 등을 제공했다. 2025년 이후에는 제품당 연 100만 달러(약 14억 7,000만 원) 매출까지 수수료를 아예 면제하는 조건을 내세우며 개발사 유치를 강화하고 있다. 라리안의 퍼블리싱 책임자 마이클 다우스(Michael Douse)가 2024년 4월 PC 게이머(PC Gamer) 라운드테이블 인터뷰에서 전통적 마케팅의 효용이 약해졌고, 오늘날 게임을 알리는 최선의 장소는 스토어 자체라고 말한 배경도 여기에 있다.

엘든 링 ©STEAM



숫자도 이러한 흐름을 뒷받침한다. 2025년 업계 보고서 기준으로 자체 퍼블리싱 히트작 수는 2019년 36개에서 2023년 71개로 약 2배 증가했고, 상위 작품군에는 〈발더스 게이트 3〉, 〈팰월드(Palworld)〉, 〈파스모포비아(Phasmophobia)〉, 〈레디 오어 낫(Ready or Not)〉, 〈하데스(Hades)〉 같은 게임이 포함됐다. 퍼블리셔 없는 성공이 예외적인 전설이 아니라, 통계적으로 눈에 띄는 시장 세그먼트로 부상한 것이다. 다만 이 수치가 곧바로 자체 퍼블리싱의 보편적 성공을 뜻하지는 않는다. 같은 기간 출시된 전체 게임 수를 고려하면 성공 확률 자체가 올라간 것은 아니며, 게임 수가 폭증하면서 소비자가 원하는 게임을 찾기 어려워지는 문제는 오히려 더 심해졌다는 지적도 함께 나왔다.



3. 퍼블리셔-개발사 관계 변화와 한국 게임산업 시사점

퍼블리셔 역할의 해체가 아닌 재편, 그리고 자체 배급이 이야기하는 리스크

자체 퍼블리싱 히트작이 늘어나고 있다고 해서, 퍼블리셔의 역할 자체가 사라지는 것은 아니다. 더 정확하게는 재편되고 있다. 2025년 업계 보고서에

따르면, 과거에는 퍼블리셔가 독점적으로 제공하던 PR, 마케팅, 릴리스 매니지먼트, QA 연계, 포팅 조율⁴⁾ 같은 기능을 이제는 전문 에이전시들이 부분적으로 대체하고 있다. 일정 규모 이상의 개발사라면 퍼블리셔에게 모든 기능을 일괄 맡기는 대신, 필요한 부분만 외부에서 조달하고 나머지는 내부화하는 방식을 선택할 수 있게 된 셈이다. 그러나 퍼블리싱의 핵심 기능 가운데 글로벌 현지화만큼은 여전히 대형 조직 수준의 역량이 필요하다. 〈위쳐〉 시리즈와 〈사이버펑크 2077(Cyberpunk 2077)〉으로 알려진 폴란드 개발사 CD프로젝트 레드(CD Projekt Red)의 사례가 이를 잘 보여준다. 〈사이버펑크 2077〉은 크레딧에 올라간 5,381명 가운데 2,456명이 현지화 작업에 참여했고, 19개 언어에 대응했다. 현지화란 단순 번역이 아니라 음성 녹음, 편집, 검수, 일정 관리, 문화 적응까지 아우르는 대규모 운영 과제이며, 개발사가 이를 독자적으로 감당하기는 쉽지 않다는 뜻이다.



더 위쳐 ©THE WITCHER



사이버 펑크 ©Cyberpuk

4) 포팅 조율: 하나의 게임을 플레이스테이션, Xbox, PC 등 서로 다른 플랫폼에서 구동되도록 변환하는 작업(포팅)의 일정과 품질을 관리하는 것.

자체 퍼블리싱이 야기하는 리스크도 분명하다. 진입 장벽이 낮아진 만큼 시장은 더 혼잡해졌고, 쏟아지는 게임 속에서 소비자 눈에 띄기가 갈수록 어려워지고 있다. 2026년 유니티(Unity) 보고서는 조사 대상 스튜디오의 62%가 온라인 이벤트를, 60%가 소셜 미디어를 주요 노출 수단으로 사용한다고 전하며, 게임을 어떻게 알릴 것인가를 핵심 과제로 꼽았다. 로이터(Reuters)도 2024년 후반 시장 포화와 개발 지연이 특히 중소형 게임의 수익성을 압박하고 있다고 보도했다. 결국 자체 퍼블리싱은 퍼블리셔 리스크를 없애는 선택이 아니라, 그 리스크를 개발사 재무제표 안으로 옮기는 선택이다. 누구나 출시할 수 있는 환경은 곧 출시만으로는 아무도 발견되지 않는 환경이기도 하다.

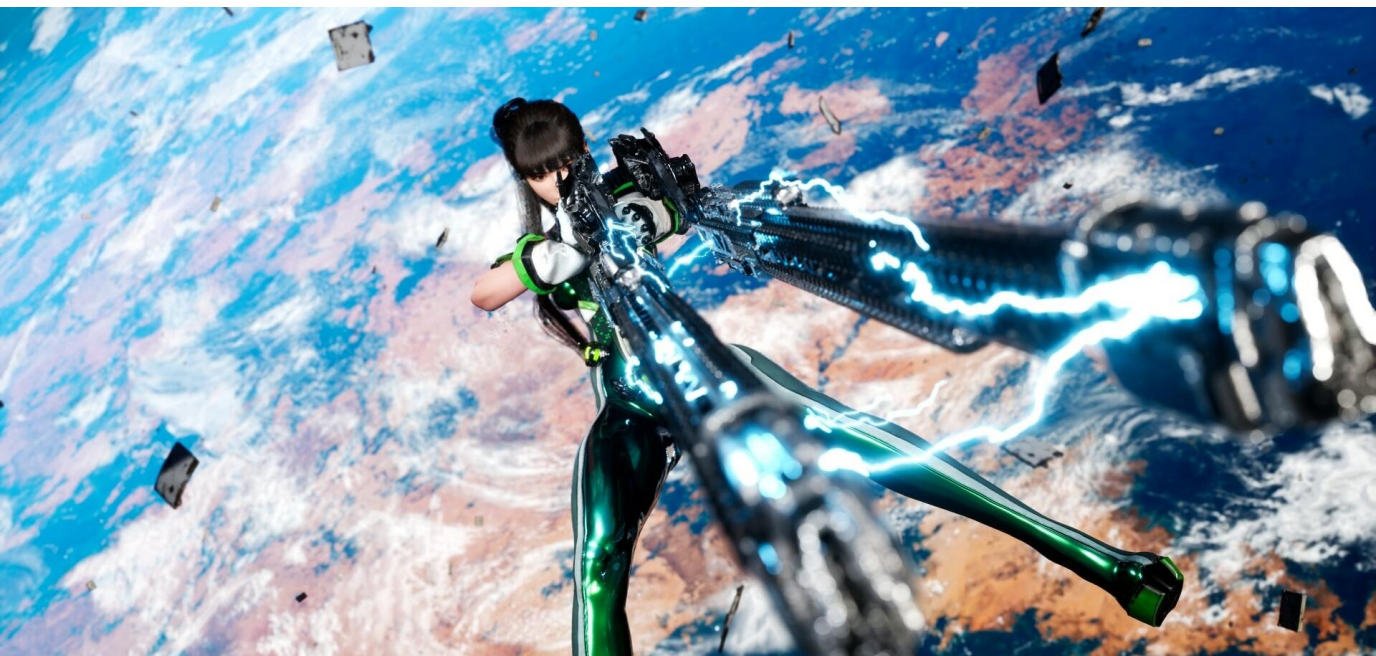
한국 중견 개발사의 최적 해법으로 떠오르는 하이브리드 퍼블리싱 모델

앞서 살펴본 리스크에도 불구하고, 시프트업의 움직임은 한국 게임업계에 의미 있는 신호를 보내고 있다. 전 플레이스테이션 수장 요시다 슈헤이(Shuhei Yoshida)는 〈스텔라 블레이드〉가 한국 개발사들이 글로벌 AAA 시장에 도전하는 데 자신감을 줄 수 있는 사례라고 평가했다. 단순한 외교적 수사가 아니다. 한국 개발사가

콘솔 액션 IP를 세계 시장에서 입증했고, 그 다음 단계에서 퍼블리싱 권한까지 내부화하려는 구체적 그림을 실제로 보여주고 있기 때문이다. 직접 퍼블리싱이 대형 서구 개발사만의 선택지가 아니라는 인식의 전환 자체가, 한국 중견 개발사에게 열리는 새로운 경로의 출발점이 될 수 있다.

다만 시프트업 사례가 한국 시장에 던지는 가장 중요한 메시지는 퍼블리셔를 거치지 말라는 것이 아니다. 오히려 그 반대에 가깝다. 퍼블리싱을 하나의 거대한 블랙박스로 보지 말고, 브랜드 마케팅과 스토어 운영, 커뮤니티 관리처럼 반복 학습이 가능한 기능은 내부화하고, 다국어 현지화와 포팅, 대규모 사용자 확보(UA)처럼 규모의 경제가 필요한 기능은 파트너나 전문사에 맡기는 식으로 재설계하라는 신호다. 시프트업이 〈프로젝트 스피릿〉의 글로벌 배급은 레벨 인피니트에 맡기면서, 언바운드 신작은 직접 퍼블리싱하겠다는 현재의 포트폴리오 구성이 바로 그런 현실적 접근이다. 한국 개발사의 최적 해법은 일괄적 독립이 아니라, 선택적 자체 퍼블리싱과 선택적 외부 제휴를 병행하는 하이브리드 모델일 가능성이 높다. 시프트업의 행보는 바로 그 경로를 가장 선명하게 보여주는 사례로 평가되고 있다.

스텔라 블레이드 ©SHIFTUP



<참고문헌>

1. Automaton (Amber V), "Stellar Blade developer Shift Up looking to strengthen its self-publishing capabilities", 2026.03.02, <https://automaton-media.com/en/news/stellar-blade-developer-shift-up-looking-to-strengthen-its-self-publishing-capabilities/>
2. Game Developer, "Shift Up has acquired Resident Evil creator Shinji Mikami's new studio", 2026.04.01, <https://www.gamedeveloper.com/business/shift-up-has-acquired-resident-evil-creator-shinji-mikami-s-new-studio>
3. GamesRadar+, "Stellar Blade sequel will feature an 'expanded' world and 'enhanced gameplay'...", 2025.09.03, <https://www.gamesradar.com/games/action-rpg/stellar-blade-sequel-will-feature-an-expanded-world-and-enhanced-gameplay-as-developer-shift-up-believes-itll-result-in-even-greater-success-than-the-original/>
4. GamesRadar+, "Stellar Blade 'represents more than just one successful title' says former PlayStation president Shuhei Yoshida...", 2025.11.10, <https://www.gamesradar.com/games/action/stellar-blade-represents-more-than-just-one-successful-title-says-former-playstation-president-shuhei-yoshida-thinks-it-could-inspire-many-other-korean-developers-to-pursue-their-ambitions/>
5. GameSpot, "Stellar Blade Sold 1 Million Copies In Just 3 Days On Steam", 2025.06.16, <https://www.gamespot.com/articles/stellar-blade-sold-1-million-copies-in-just-3-days-on-steam/1100-6532447/>
6. PC Gamer, "Larian reveals its Divinity, its 'biggest game ever,' that will be 'even larger than Baldur's Gate 3'", 2025.12.12, <https://www.pcgamer.com/games/rpg/larian-reveals-its-divinity-its-biggest-game-ever-even-larger-than-baldurs-gate-3/>
7. PC Gamer, "Marketing's dead, and I can back this s**t up: Larian's publishing director says players 'just want to be spoken to...'", 2024.04.25, <https://www.pcgamer.com/gaming-industry/marketing-s-dead-and-i-can-back-this-sht-up-larians-publishing-director-says-players-just-want-to-be-spoken-to-and-they-dont-want-to-be-bamboozled/>
8. Reuters, "Tencent, Sony take stake in Elden Ring publisher FromSoftware", 2022.08.31, <https://www.reuters.com/markets/deals/tencent-sony-take-stake-elden-ring-publisher-fromsoftware-2022-08-31/>
9. Reuters, "Smaller game titles stretched by delays, crowded market, Embracer CEO says", 2024.11.14, <https://www.reuters.com/technology/smaller-game-titles-stretched-by-delays-crowded-market-embracer-ceo-says-2024-11-14/>
10. Polygon, "Cyberpunk 2077 localization data", 2025, <https://www.polygon.com/gaming/506323/cyberpunk-2077-localization-data>
11. The Game Business, "Life beyond Elden Ring: what's next for FromSoftware", 2025, <https://www.thegamebusiness.com/p/life-beyond-elden-ring-whats-next>
12. InvestGame, "Global State of Game Publishing & Marketing Report 2025", 2025.04, https://investgame.net/wp-content/uploads/2025/04/Global_State_Of_Game_Publishing_Marketing_Report_2025.pdf
13. SHIFT UP, "SHIFT UP acquires UNBOUND" (Press Release), 2026.04.01, https://shiftup.co.kr/eng/news/news.php?ptype=view&idx=416&code=news_eng&page=1
14. Steamworks, "Getting Started: App Fee", 2026.04.20. 접속 기준, <https://partner.steamgames.com/doc/gettingstarted/appfee>
15. Steam, "Larian Studios Publisher Page", 2026.04.20. 접속 기준, <https://store.steampowered.com/publisher/larianstudios>
16. INVEN, "바이오향자의 아버지 미카미 신지, '언바운드 게임즈' 설립", 2026.03.10, <https://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=314192>

(장르) 코지 게임의 주류화와 ‘라이프 심’의 재편

집필: EC21R&C 김종우 선임연구원

주요 내용 요약

코지 게임은 감성적 소수 장르 단계를 지났다. 스팀(Steam) 성공작 설명문 분석에서 코지(cozy) 키워드는 2022년 0.4%에서 2025년 3.1%로 675% 뛰었고, 스팀의 코지 태그 신작은 2020년 15개에서 2024년 373개로 늘었다. <스타듀 밸리(Stardew Valley)>가 10주년에 누적 5,000만 장을 달성하고, <포켓몬 포코피아(Pokémon Pokopia)>가 출시 4일 만에 220만 장을 넘기면서 코지는 메가 IP 전략으로까지 확장됐다.

편안함의 외연도 바뀌고 있다. 농사와 정돈에 묶여 있던 코지는 호러, 서바이벌, 뱀파이어 로맨스까지 끌어오는 하이브리드 갈래로 변저나갔다. 2024년에는 다크 코지(dark cozy)라는 학술적 개념도 등장했다. 무료 협동 게임 중심의 프렌드 슬롭(friend slop)은 코지의 경계 바깥에서 저사양, 저학습, 웃음 중심의 멀티플레이로 자리 잡아가는 중이다. 코지와 프렌드 슬롭은 같은 장르는 아니지만, 시간과 감정의 소모를 줄이려는 동일한 수요 위에 서 있다.

수요 측면의 핵심 단어는 힐링이 아니라 자율성이다. 2025년 글로벌 이용자 조사에서 응답자의 80%가 게임이 스트레스 완화에 도움이 된다고 답했고, 성공작의 솔로(solo) 표기도 450% 늘었다. 라이브서비스 피로감과 경쟁 슈터의 언어폭력 환경이 반작용을 키웠다. 한국 게임산업에게는 두 방향의 기회가 동시에 열렸다. MMORPG와 경쟁 게임에 쏠려 있던 포트폴리오에서 코지가 차지할 빈자리가 생겼고, 편의점 야간근무나 원룸 인테리어 같은 한국 고유의 소소한 디테일들은 세계 시장에서 차별화 소재가 될 수 있다.

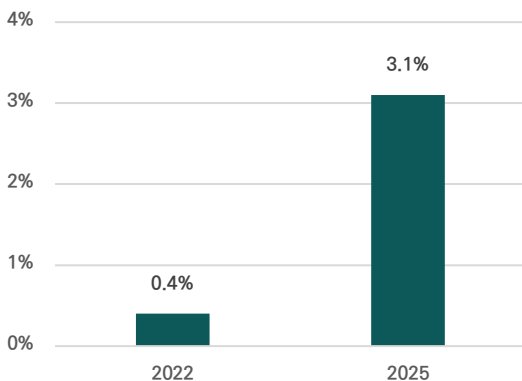
1. 플랫폼 데이터로 확인되는 코지 장르의 급부상

스팀 성공작 설명문에서 675% 뛼 코지 키워드와 25배 늘어난 태그 신작

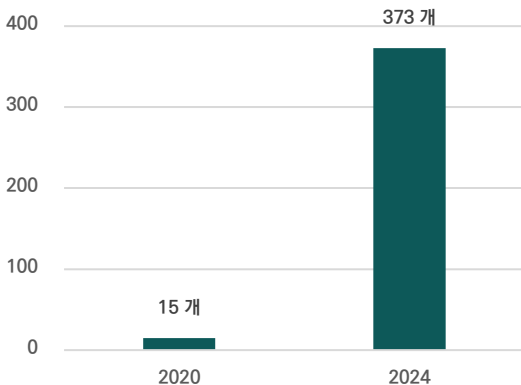
코지 게임이 주류로 올라섰다는 가장 분명한 증거는 스팀(Steam) 내부 데이터에서 확인된다. 해외 게임 매체 피시 게이머(PC Gamer)가 스팀 성공작의 설명문 텍스트를 5년 치 추적한 결과, 코지(cozy)라는 단어가 등장하는 비율은 2022년 0.4%에서 2025년 3.1%로 675% 뛰었다. 같은 분석에서 솔로(solo) 역시 450% 늘어, 플레이어가 혼자 해도 부담이 없으면서 원할 때 함께할 수 있는 편한 방식을 선호한다는 경향이 확인됐다. 별도 집계인 스팀 코지 태그 신작 역시 2020년 15개에서

2024년 373개로 약 25배 늘며, 코지 태그가 붙는 게임과 실제 신작 공급이 나란히 두꺼워졌다.

시장 규모 추정 역시 방향은 같다. 민간 조사업체 인텔 마켓 리서치(Intel Market Research)는 글로벌 온라인 코지 게임(cozy game) 시장 규모를 2024년 9억 7,300만 달러(약 1조 4,303억 원)에서 2032년 14억 7,300만 달러(약 2조 1,653억 원)로 전망했다. 다만 업체마다 조사 방식이 달라 외부 추정치보다 플랫폼 내부 데이터가 훨씬 직접적이다. 신작 공급량이 늘고 성공작 키워드가 바뀌며, 테마 세일과 미디어 노출에서 독립된 묶음으로 취급되기 시작했다면 그 자체로 장르의 수익성과 발견 가능성을 동시에 보여주는 증거다. 코지는 이제 취향의 문제가 아니라, 플랫폼 노출과 상품 기획까지 움직이는 업계의 핵심 흐름이 된 셈이다.



스팀 성공작 설명문 내 cozy 키워드 비율
©PC Gamer



스팀 cozy 태그 신작 수(연간)
©The Guardian

스팀 내 cozy 태그 페이지 ©Steam

예고편 | 루마섬



1인 인디부터 메가 IP와 라이선스 상품까지 넓어진 코지 사업 모델

같은 흐름은 실제 흥행작의 성적에서도 뚜렷하게 확인된다. 가장 상징적인 사례가 〈스타듀 밸리〉와 〈포켓몬 포코피아〉다. 〈스타듀 밸리〉는 한 명의 개발자가 시작한 농장형 라이프 심으로, 2026년 2월 10주년 공식 발표에서 누적 판매량이 5,000만 장을 넘어선 것으로 확인됐다. 1인 개발 기반의 생활 시뮬레이션도 거대 개발비 없이 세계적 장기 프랜차이즈로 자리 잡을 수 있음을 보여주는 사례다. 반대편의 〈포켓몬 포코피아〉는 2026년 3월 5일 글로벌 출시 후 4일 만에 220만 장을 돌파했다. 로이터(Reuters)는 이 성과를 닌텐도 스위치 2의 초기 분위기를 이끈 ‘숨은 공신(Sleeper hit)’으로 평가했다. 코지가 대형 콘솔 하드웨어의 초기 흥행을 뒷받침하는 핵심 IP로 자리 잡았음을 시사한다.



포켓몬 포코피아 타이틀 이미지 ©The Pokémon Company

중간 규모 상업 타이틀과 라이선스 상품에서도 같은 경향이 이어진다. 〈헬로키티 아일랜드 어드벤처(Hello Kitty Island Adventure)〉는 닌텐도 스위치와 PC 발매 30일 만에 100만 장을 넘겼고, 〈판타지 라이프 i: 빙글빙글 웅과 시간을 훔치는 소녀〉은 글로벌 출시 3주 만에 100만 장을 돌파했다. 두 사례는 코지가 초저가 인디만의 문법이 아니라 라이선스 IP와 콘솔 패키지 시장에서도 빠르게 매출로 이어질 수 있음을 보여준다. 반면 2026년 1월 출시된 중국발 크로스플랫폼 무료 게임

〈두근두근타운(Heartopia)〉는 모바일과 PC 동시 공략으로 주목받았지만, 스팀 반응은 복합적(Mixed)에 머물렀다. 코지는 진입장벽을 낮춰주는 장르이지, 출시 초기 기술 완성도와 운영 문제에 관대한 장르는 아니라는 것을 보여주었다.



두근두근타운 타이틀 이미지 ©XD Network

2. 하이브리드 코지의 확산과 감정 곡선의 상품화

농사와 정돈을 넘어 호러, 서바이벌, 유휴 플레이까지 끌어들이는 하위 장르

코지 장르의 더 중요한 변화는 편안함 자체의 정의가 바뀌고 있다는 점이다. 2025년 해외 매체 보도와 학계 분석 모두 코지가 더 이상 농사나 정리정돈, 귀여운 그래픽에만 묶이지 않는다고 짚는다. 게임 연구자 아가타 바슈키에비치(Agata Waszkiewicz)는 2024년 폴란드 게임 연구 저널 〈Replay〉에 발표한 논문 「Soft Horrors: The Visual and Ludic Safety of Dark Cozy Games」에서 다크 코지(dark cozy)라는 새 개념을 제안했다. 부드러운 그래픽과 부담 없는 플레이 방식은 유지하면서 고딕이나 호러 요소를 결합한 하이브리드를 가리키는 말이다. 저자는 〈컬트 오브 더 램(Cult of the Lamb)〉, 〈드레지(Dredge)〉, 〈옥센프리(Oxenfree)〉를 대표 사례로 꼽았다. 불편한 소재도 정서적 안정감과 낮은 실패 비용이 뒷받침되면 코지로 읽힐 수 있다는 주장이다.

상업적으로도 장르 혼합은 새 파이프라인으로 이어진다. <문라이트 피크스(Moonlight Peaks)>는 뱀파이어 로맨스와 농장 생활을 결합한 젠틀 크리피(gentle creepy) 라이프 심이다. <윈터 버로우(Winter Burrow)>는 생존 제작 문법을 동화풍 미감으로 감싸면서 코지 서바이벌(cozy survival)의 상업적 가능성을 보여준

사례다. 가디언은 바탕화면 한쪽에서 조용히 돌아가는 아이들 코지(idle cozy)도 별도의 하위 흐름으로 지목했다. 핵심은 장르의 외형이 아니라 감정 곡선에 있다. 최근의 코지는 무조건 무해한 게임이 아니라, 긴장과 휴식을 플레이어가 원하는 비율로 섞을 수 있는 구조를 의마하고 있다.

하위 장르	결합 요소	대표작
다크 코지 (dark cozy)	고딕, 호러 요소 + 부담 없는 플레이 방식	<컬트 오브 더 램>, <드레지>, <옥센프리>
젠틀 크리피 (gentle creepy)	뱀파이어 로맨스 + 농장 생활	<문라이트 피크스>
코지 서바이벌 (cozy survival)	서바이벌 크래프팅 문법 + 동화풍 미감	<윈터 버로우>
아이들 코지 (idle cozy)	방치형 플레이 + 배경 화면 수준 관여	<러스티의 은퇴>
전통 농장 코지 (classic farming)	농사, 정리정돈, 귀여운 그래픽	<스타듀 밸리> 계열

코지 하위 장르 분화 ©Agata Waszkiewicz, The Guardian 내용 종합

다크 코지 장르 <드레지> 플레이 화면 ©Black Salt Games



솔로와 협동이 공존하는 부담 낮은 멀티플레이의 부상

코지의 경계가 흐려진 자리에는 장르 바깥의 움직임도 함께 자라났다. 대표적인 것이 2025년 부상한 프렌드 슬롭(friend slop)이다. 더 버지(The Verge) 등 해외 매체의 분석에 따르면, 프렌드 슬롭은 20달러(약 2만 9,400원) 이하의 낮은 가격, 낮은 하드웨어 요구사항, 짧은 학습 시간, 코믹한 협동 경험을 특징으로 한다. 시장조사업체 게임 디스커버코(GameDiscoverCo) 데이터에서도 코업(co-op)과 솔로 키워드 동반 상승이 확인됐다. 플레이어가 경쟁적 멀티플레이를 완전히 버린 게 아니라, 승부보다 관계와 웃음을 우선하는 편한 방식을 찾고 있는 것으로 해석이 가능하다.

엄밀히 말해 프렌드 슬롭은 코지와 같은 장르가 아니다. 다만 시간과 감정, 사람 관계의 부담을 낮추려는 요즘의 수요 위에 함께 서 있다는 점에서 감각을 공유한다. 코지 게임이 그 수요의 중심에서 개인화된 일상 루프와 느린 서사로 응답한다면, 프렌드 슬롭은 가장자리에서 가볍고 짧은 협동 세션으로 같은 욕망을 다른 방식으로 채워준다. 덕분에 플레이어의 선택지는 넓어지고, 개발사는 과거에 하나의 시장으로 묶이지 않던 수요층을 분할해 공략할 여지를 얻는다. 부담을 낮추려는 공통된 흐름을 좇으며 장르와 사업 모델의 지형이 함께 재편되는 중이다.

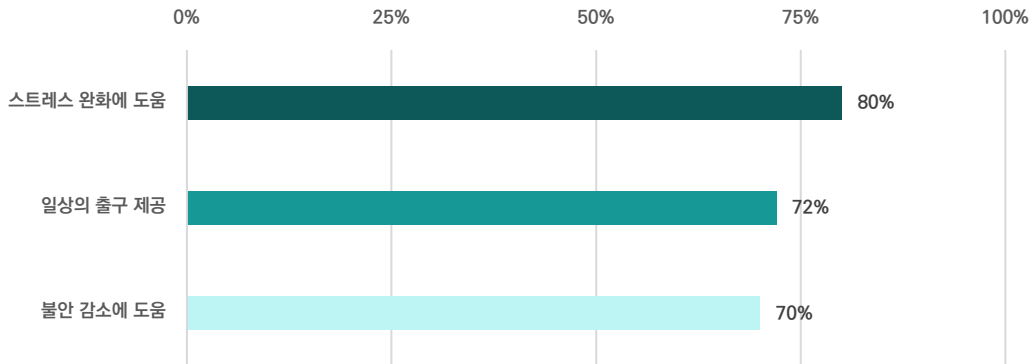
3. 플레이어 피로감이 키워낸 자율성 중심의 뿌리 깊은 수요

힐링이 아닌 자율성, 시간과 감정, 사람 관계의 부담을 낮추려는 심리

수요 측면에서 더 중요한 단어는 힐링이 아니라 자율성이다. 미국 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(ESA)의 2025년 글로벌 플레이어 조사에서 응답자의 80%는 게임이 스트레스 완화에 도움이 된다고 답했다. 72%는

일상의 어려움에서 벗어날 출구를 제공한다고 했고, 70%는 불안을 덜 느끼게 된다고 응답했다. 학술지 <Eludamos> 16권 2호(2025)에 실린 다넬스(R. Daneels)와 메스(K. Maes)의 논문 「Curled up with a good game」은 코지 플레이어 277명을 대상으로 온라인 설문을 진행했다. 저자들이 꿈은 주요 플레이 동기는 현실 도피(escapism), 서사적 몰입, 도덕적 자기성찰, 주체성(agency)이었다. 응답자 78%는 여성, 평균 연령은 31세였다. 플레이어가 원한 것은 단순히 쉬운 게임이 아니라, 자기 속도로 조절할 수 있는 세계라는 해석이 가능한 지점이다.

싱글플레이 선호와 라이브서비스 피로감도 같은 방향을 가리킨다. 비디오 게임스 크로니클(Video Games Chronicle) 보도에 따르면 미국, 영국, 일본에서 모두 멀티플레이보다 싱글플레이를 선호하는 응답자가 더 많았고, 연령대가 높아질수록 그 비중도 커졌다. 더 버지(The Verge) 칼럼은 라이브서비스가 플레이어의 한정된 시간을 끊임없이 요구하도록 설계됐다고 지적했으며, 대형 퍼블리셔조차 최근 몇 년 새 다수의 라이브서비스 프로젝트를 취소하거나 축소했다. 여기에 경쟁 슈터 음성채팅을 관찰한 경기 중 80% 이상에서 일상적인 언어폭력이 나타났다는 2025년 연구 결과까지 더하면, 코지의 부상은 단순 유행이 아니라 시간 부담과 감정 소모를 줄이려는 반작용으로 읽힐 수밖에 없다.



게임이 일상 스트레스에 미치는 효과에 관한 글로벌 플레이어 응답 ©ESA (Power of Play 2025)

한국 게임산업의 네 가지 대응 축, 포트폴리오와 팀 규모, 소재와 출시 품질

코지의 부상이 한국 게임산업에 던지는 메시지는, 코지가 하드코어의 대척점에 있는 장르가 아니라, 기존 포트폴리오의 사각지대를 메워줄 새로운 확장 영역이라는 점이다. 수요의 핵심은 난이도를 낮추는 것 자체가 아니라, 자기 시간을 스스로 조절할 수 있는지, 짧게 끊어서 즐길 수 있는지, 혼자서도 재미가 있는지, 일상 루틴처럼 조금씩 쌓아갈 수 있는지에 있었다. 한국 업체가 MMORPG나 경쟁 게임을 버릴 필요는 없다. 다만 주거, 꾸미기, 낚시, 농사, 채집, 싸우지 않는 관계 맺기 같은 부담이 적은 시스템을 별도 스펀오프나 서브모드로 실험할 여지는 충분하다. 규모 면에서도 승산이 있다. <스타듀 밸리>의 5,000만 장은 극단적인 상한이지만,

<헬로키티 아일랜드 어드벤처>나 <판타지 라이프 i>가 보여준 100만 장 구간은 탄탄한 일상 루프와 선명한 아트, 업데이트로 넓혀갈 수 있는 공간 설계만으로도 도달할 수 있는 선이다.

소재 측면에서는 오히려 한국이 유리하다. 가디언이 소개한 <피시볼(Fishbowl)> 같은 사례는 도시 이주나 팬데믹 시기의 고립 같은 무거운 감정도 플레이어가 안심할 수 있는 방식으로 풀어내면 코지 문법 안에 충분히 들어올 수 있음을 보여줬다. 다만 <두근두근타운>의 복합적이었던 평가가 보여준 대로, 크로스플랫폼과 프리 투 플레이(F2P)는 기회지만 기술 완성도와 투명한 운영 없이는 장르 감성만으로 버티기 어렵다. 다음 글로벌 히트는 더 빠르고 더 큰 게임이 아니라, 더 편하게 오래 머물 수 있는 게임에서 나올 가능성이 높다.

최근 주목받고 있는 코지 게임 <피쉬볼> 타이틀 이미지 ©imissmyfriends.studio



<참고문헌>

1. PC Gamer (Jody Macgregor), "The cozy game boom is the clearest trend on Steam over five years of data", 2026.02.16, <https://www.pcgamer.com/games/life-sim/the-cozy-game-boom-is-the-clearest-trend-on-steam-over-five-years-of-data/>
2. The Guardian, "Cosy games are no longer just about non-violent cooking and farming – they can be cinematic or even dark", 2025.07.10, <https://www.theguardian.com/games/2025/jul/10/cosy-video-games-non-violent-cooking-farming-cozy>
3. The Guardian, "Moonlight Peaks: vegan vampire cosy game takes on Stardew Valley", 2025.07.01, <https://www.theguardian.com/games/2025/jul/01/moonlight-peaks-vegan-vampire-dracula-daughter-stardew-valley>
4. VideoGamesChronicle, "More players in the UK, US and Japan still prefer single-player games to multiplayer, survey finds", 2025.11.17, <https://www.videogameschronicle.com/news/more-players-in-the-uk-us-and-japan-still-prefer-single-player-games-to-multiplayer-survey-finds/>
5. Gematsu (Sal Romano), "Hello Kitty Island Adventure sales top one million", 2025.11.20, <https://www.gematsu.com/2025/11/hello-kitty-island-adventure-sales-top-one-million>
6. Entertainment Software Association (ESA), "Power of Play 2025", 2025.09, <https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2025/09/PoP-2025-v10-web-spreads.pdf>
7. Intel Market Research, "Online Cozy Game Market Outlook 2025-2032" (글로벌 온라인 코지 게임 시장 전망 리포트), 2025.09, <https://www.intelmarketresearch.com/online-cozy-game-market-6937>
8. Reuters, "'Stealth' Pokemon hit boosts Nintendo Switch 2 momentum sentiment", 2026.03.12, <https://www.reuters.com/>
9. The Verge (The Stepback newsletter), "Live-service games are a mess", 2026.03.15, <https://www.theverge.com/column/893294/live-service-games-mess>
10. The Verge, "'Friend slop' made co-op gaming goofier than ever in 2025" (2025 연말 회고), 2025.12, <https://www.theverge.com/entertainment/845347/friend-slop-co-op-games-2025>
11. Agata Waszkiewicz, "Soft Horrors: The Visual and Ludic Safety of Dark Cozy Games", Replay: The Polish Journal of Game Studies 11(1), 111-124, 2024, <https://doi.org/10.18778/2391-8551.11.08>
12. Rowan Daneels & Kathleen Maes, "Curled up with a good game: A survey study on personality traits and game motives of cozy game players", Eludamos: Journal for Computer Game Culture 16(2), 185-215, 2025, <https://doi.org/10.7557/ejcg.v16i2.7938>

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

4

글로벌 이머징 마켓

튀르키예 게임시장 분석

집필: EC21R&C 안희정 책임연구원

1. 튀르키예 게임시장 개요

10억 달러 시장을 넘어선 튀르키예, 트래픽은 크지만 수익화는 한국의 1/11 수준

튀르키예 게임시장은 2025년 10억 1천만 달러(약 1조 4,850억 원) 규모로 처음 10억 달러 선을 돌파했다. 활성 게이머는 약 5천만 명으로 인구 과반에 해당하고, 2024년 총 앱 다운로드는 36.6억 건을 기록해 세계 8위에 이름을 올렸다. 2025년 모바일 게임 매출은 4억 2,753만 달러(약 6,285억 원)로 전체 게임 매출의 절반에 육박한다. 도달 규모와 모바일 활동성은 분명히 크지만, 한국의 780억 달러(약 114조 6,600억 원) 시장과 비교하면 총소비와 수익화 깊이는 크게 낮다. 모바일

중심의 대규모 도달 시장으로는 매력적이지만, 고과금 시장으로 보기에는 아직 이른다.

그럼에도 진입 시장으로서의 매력은 여러 지점에서 드러난다. 시장 접근성이 역사적으로 한국보다 열려 있었고, <로얄 매치(Royal Match)>로 글로벌 퍼즐 매출 1위권에 오른 드림 게임즈(Dream Games), 자잉가(Zynga)가 인수한 하이퍼캐주얼 스튜디오 롤릭 게임즈(Rollic Games) 같은 현지 스튜디오가 이미 글로벌 수출 역량을 증명했다. 튀르키예 게임 생태계는 내수보다 수출에 먼저 최적화된 모바일 게임 경제로 분류된다. 한국 게임사의 초기 진입 방향도 단일 국가 매출 극대화가 아니라, 모바일 소프트웨어를 통한 확장기 스케일링 학습과 MENAT(중동, 북아프리카, 튀르키예) 허브화에 맞춰 잡는 편이 현실적이다.

구분	지표	값	비고
시장/사용자	게임시장 규모	10억 1천만 달러 (약 1조 4,850억 원)	최초 10억 달러 돌파
	활성 게이머	약 5,000만 명	인구 과반 수준
	모바일 게임 매출	4억 2,753만 달러 (약 6,285억 원)	전체 매출의 약 절반
앱 경제	2024 총 앱 다운로드	36.6억 건	세계 8위
	앱 체류시간	1,015억 시간	모바일 퍼스트 소비 구조
연결/리텐션	인터넷 보급률(총인구)	88.30%	16~74세 기준 90.9%
	게임 앱 D1 리텐션	19%	글로벌 평균 26% 하회
종합 판정	리스크 등급	Yellow	검증-확장형 시장

종합 리스크 등급은 Red(위험), Yellow(주의), Green(안전) 중 Yellow로 해석된다. 큰 사용자 기반과 모바일 우위, 직접 유통의 상대적 용이성은 등급이 악화되지 않도록 뒷받침하는 강점이다. 반면 리라화 변동성, 2025년 3월의 시장 스트레스, 높은 물가, 글로벌 평균을 밑도는 게임 리텐션, 2026년 3월 제출된 게임 유통 규제 초안은 등급을 한 단계 더 끌어내릴 수 있는 요인으로 상시 관리 대상이다. 두 힘의 균형 위에서 튀르키예는 진입 금지 시장도 아니고 대규모 집행이 안심되는 시장도 아닌, 검증과 확장을 단계적으로 병행해야 하는 시장으로 자리하고 있다.

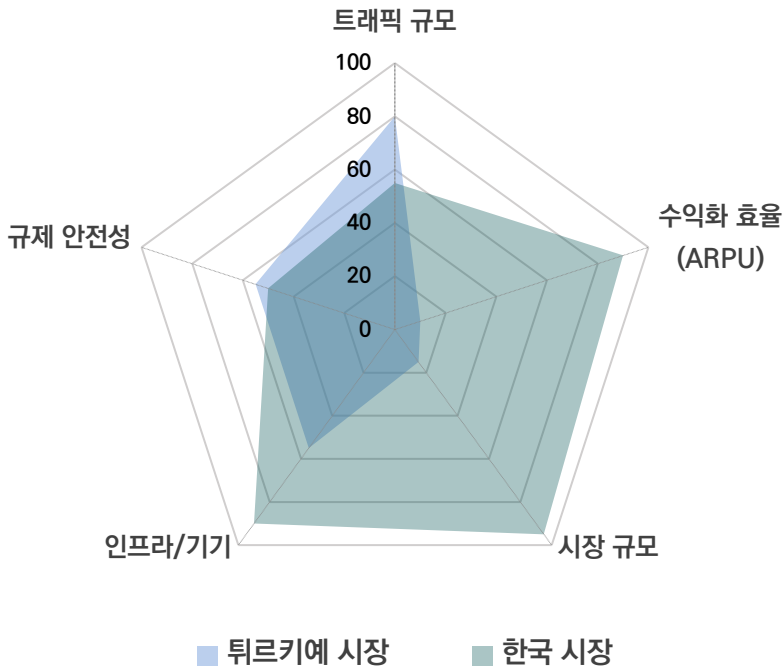
2. 튀르키예 시장 구조와 5개 축 비교 분석

트래픽은 한국보다 넓지만 시장 규모와 수익화는 한국이 압도하는 비대칭 구조

트래픽 규모만 보면 튀르키예가 한국보다 넓다.

튀르키예의 활성 게이머는 약 5천만 명으로 인구 과반에 해당하고, 한국의 활성 플레이어는 3,400만 명이다. 여기에 튀르키예는 총 앱 다운로드 36.6억 건, 앱 체류시간 1,015억 시간으로 전형적인 모바일 퍼스트 소비 구조를 보인다. 대규모 유저풀 확보와 상단 퍼널 형성에는 분명한 강점이 있는 시장이다.

시장 규모에서는 격차가 크게 벌어진다. 한국의 2025년 게임시장 매출은 780억 달러(약 114조 6,600억 원), 튀르키예는 10억 1천만 달러(약 1조 4,850억 원)로 약 77배 차이가 난다. 플레이어 수에서는 튀르키예가 앞서지만 총소비에서는 한국이 훨씬 우세하다. 수익화 효율로 내려가면 차이는 더 분명해진다. 국가 비교가 가능한 공개 수치인 시장매출÷활성 게이머 수로 보면 튀르키예는 약 20.2달러(약 2만 9,700원), 한국은 약 229.4달러(약 33만 7,000원)다. 같은 1명의 활성 게이머가 연간 만들어내는 시장 매출이 한국이 약 11배 이상 높다는 의미다. 튀르키예에서 초기 KPI를 매출보다 리텐션과 전환 개선에 두어야 하는 근거도 여기서 나온다.



연결 인프라는 튀르키예가 개선 중이지만 아직 한국과는 차이가 난다. 튀르키예는 2025년 초 기준 모바일 연결 8,070만 회선, 인터넷 이용자 7,730만 명, 보급률 88.3%를 기록했고 모바일 다운로드와 유선 다운로드 속도의 중앙값은 각각 49.76Mbps, 48.00Mbps였다. 한국은 같은 시점에 보급률 97.4%, 모바일 148.34Mbps, 유선 175.18Mbps로 한 단계 성숙한 환경이다. 다만 튀르키예는 2025년 10월 5G 주파수 경매를 마치고 2026년 4월부터 5G 서비스를 시작해 인프라는 분명한 상향 추세에 있다.

시장 접근성에서는 튀르키예가 한국보다 여전히 낮지만 2026년 들어 우위가 약해지고 있다. 한국은 모든 게임이 사전 등급을 받아야 하고, 2025년 10월부터 일정 요건의 해외 게임사는 국내 대리인 지정 의무도 갖게 됐다. 튀르키예는 2026년 3월 제출된 초안에서 해외 게임 유통자에 현지 대표자 지정, 연령등급 분류, 부모통제 도구 제공, 미준수 시 50~90% 대역폭 제한과 최대 3천만 리라 벌금을 도입하려 한다. 현재 접근 장벽은 한국보다 낮지만 규제 추세는 빠르게 경직화되고 있다

축	원지표	튀르키예	한국
트래픽 규모	활성 게이머 + 앱 다운로드	5,000만 명, 앱 36.6억 건(세계 8위)	3,400만 명
시장 규모	게임시장 총매출	10억 1천만 달러 (약 1조 4,850억 원)	780억 달러 (약 114조 6,600억 원)
수익화 효율	시장매출 ÷ 활성 게이머	약 20.2달러 (약 2만 9,700원)	약 229.4달러 (약 33만 7,000원)
인프라/기기	보급률 / 모바일과 고정 속도	88.3% / 49.76, 48.00Mbps	97.4% / 148.34, 175.18Mbps
규제 안전성	사전 등급/대리인 의무	2026.03 법안 초안 제출	사전 등급 + 2025.10 국내대리인

5축 원자료 비교 (튀르키예 vs 한국, 2025) ©Gaming in Turkey 2025, Newzoo, DataReportal Digital 2025 Turkey

3. 리스크 대응 우선순위

수요 기반과 수출 역량이 만든 회복 여력, 규제와 환율이 끌어내리는 등급 압력

레이더 차트에서 가장 약하게 나온 두 축인 수익화와 규제 안전성은 그대로 실무 리스크의 원천이기도 하다. 두 축을 영향도와 시급성 기준으로 정렬하면 대응 순서가 자연스럽게 드러난다. 2026년 3월 제출된 게임 법안 초안과 2025년 3월의 리라화 급락은 영향도와 시급성이 동시에 높아 가장 먼저 살펴보아야 하는 항목이다. 애플과 구글의 스토어 정책 변화는 영향도는 크지만 이미 공개된 가격 조정분만 반영하면 되어 시급성은 낮은

편이다. 리텐션 약화는 시급성은 있지만 즉시 시장을 흔드는 충격은 아니어서 운영 개선 트랙으로 묶는 편이 적절하다.

앞서 살펴본 드림 게임즈는 2025년 거래에서 약 50억 달러(약 7조 3,500억 원) 수준의 기업가치를 인정받았고, 〈로얄 매치〉는 글로벌 퍼즐게임 매출 1위권으로 평가됐다. 롤릭 게임즈는 2020년 자잉가에 80% 지분 1억 6,800만 달러(약 2,470억 원) 규모로 인수되며 튀르키예산 모바일 스튜디오의 글로벌 출구 전략을 증명했다. 튀르키예 게임 생태계는 내수보다 수출에 먼저 최적화된 모바일 게임 경제로 분류된다. 리스크 관리의 핵심도 결국 수출 성과를 유지할 수 있는 조건, 즉 규제 리드타임 확보와 환율과 가격 민감도 관리에 있다.

규제와 거시, 플랫폼 세 축에서 동시에 작동 중인 외부 변수

2025년 3월 리라화 급락에서 2026년 4월 5G 서비스 개시까지 약 13개월 사이에 튀르키예 시장에는 거시와 규제, 플랫폼 차원의 외부 충격이 연쇄적으로 쌓였다. 거시 축에서는 2025년 3월 정치 충격 때 리라화가 장중 달러당 42까지 급락했고 증가는 37.665로 마감했다. IMF도 2025년 12월 물가상승률 30.9%와 경제의 높은 충격 취약성을 지적했다. 현장에서는 물가지수 관리보다 튀르키예 리라(TRY) 기반 가격표의 탄력적 운영이 먼저다.

규제 축에서는 2026년 3월 제출된 게임 법안 초안이 해외 게임 유통자에 현지 대표자 지정, 연령등급 분류, 부모통제 도구 제공을 요구하고, 미준수 시 최대 3천만 리라 벌금과 50~90% 대역폭 제한을 가능케 한다.

한국식 사전 등급 체계와 2025년 10월 국내대리인 의무와 방향성이 유사해지고 있다. 플랫폼 축에서는 2026년 1월 애플이 튀르키예 디지털세율 변경을 반영해 앱과 인앱결제 가격, 개발자 수령액을 조정한다고 공지했고, 핀란드 게임사 슈퍼셀(Supercell)은 튀르키예에서 환율 반영을 이유로 인앱결제 가격을 약 20% 올렸다. 환율과 스토어 정책이 현지 가격 전략을 직접 흔든다는 뜻이다.

리텐션 실측은 이런 외부 변수와 별개로 시장 자체의 특성에서 비롯되는 제약사항이다. 튀르키예 게임 앱의 D1 리텐션은 19%로 글로벌 평균 26%를 7%p 밑돌고, D7은 5%, D30은 1%에 그친다. 유입은 쉽지만 오래 남기는 것은 쉽지 않다는 뜻이다. 리텐션 약화가 기본값인 시장에서는 설치당 비용(CPI, Cost Per Install)보다 리텐션과 결제전환(payer conversion)을 먼저 붙잡아야 하고, 규제 대응 체계는 진출 초기부터 설계해 둘 필요가 있다.

순번	리스크	영향도/시급성	핵심 조치	담당 기능
1	2026 게임 법안 초안	높음/높음	현지 대표자 후보 확보, 연령등급 대응 체계 설계	법무 / 퍼블리싱
2	리라화 변동성	높음/높음	TRY 가격표 주간 리뷰, 환율 헤지 시나리오	BM / 재무
3	리텐션 약화	중간/높음	이벤트, 경제 밸런스, 푸시 빈도 재튜닝	LiveOps
4	플랫폼 정책 의존	높음/중간	애플 2026.01 가격 조정 반영, 결제전환 재측정	BM / UA
5	물가 장기 추세	중간/낮음	분기별 물가지수 재설정, 현지 가격 포지션 재검토	BM / 전략

리스크 대응 우선순위 ©Pekin & Pekin(2026.03.24 법안 분석), Reuters(2025.03 리라 보도), IMF Country Report 2025.12, Adjust Turkey App Trends

4. 튀르키예 시장 진출 가이드

진입 → 확장 → 지역화로 이어지는 순차적 접근

리스크의 지형이 그러지면 진출 전략도 단계별로 끊어 짜기 수월해진다. 튀르키예는 모바일 소비 기반이 충분히 크지만 수익화가 낮고 리텐션이 약한 시장이므로, 모든 투자를 한 번에 걸기보다 진입과 확장, 지역화로 단계를 나눠 검증과 스케일링을 반복하는 편이 합리적이다. 진입 단계에서는 튀르키예어 현지화와 모바일 우선 소프트웨어가 정석이다. 모바일 게임이 전체 게임 매출의 거의 절반을 차지하고, 2025년 상반기 게임 앱 신규 설치는 전년 대비 4%, 기존 이용자들의 앱 실행 횟수는 12% 늘었다. 소셜미디어 활성 계정은 5,850만 개에 달해 커뮤니티와 크리에이터 기반의 신규 이용자 유치(UA, User Acquisition)가 잘 작동할 가능성이 높다. 초기 집행은 안드로이드 비중이 높은 세그먼트에서 가격대와 튜토리얼 완성도를 검증하고, 이후 iOS에서 고가치 결제자 비중(payer quality)을 확인하는 순서가 효율적이다.

확장 단계에서는 유입 확대보다 리텐션 보정 후 스케일링이 더 중요하다. 튀르키예의 평균 게임 세션 길이는 길지만 리텐션이 약하므로, 이벤트 캘린더와 보상 루프, 초반 경제 밸런스, 푸시 빈도 조절을 먼저 끝내야 한다. 동시에 2026년 규제 초안의 방향을 감안해 현지 법률자문과 대표자 지정 시나리오, 필요 시 로컬 퍼블리셔나 에이전시 협업안을 사전에 마련해야 한다. 현지 스튜디오 생태계가 수출 지향적이어서 파트너 발굴 자체는 어렵지 않다.

지역화 단계에서는 튀르키예를 MENAT 운영 허브로 활용할 수 있다. 업계 벤더와 데이터 제공자들이 튀르키예를 MENAT 비교군에 일관되게 넣고 있고, 현지 업계 플레이어도 튀르키예와 중동, 유럽을 한 세트로 다루는 경우가 많기 때문이다. 다만 문화가 자동으로 같다는 뜻은 아니다. 더 정확히 말하면 운영과 크리에이티브, 퍼블리싱 실험을 MENAT 인접시장으로 확장하기 쉬운 위치라는 의미다. 터키어 광고 소재에서 검증된 메시지를 아랍어권으로 재가공하고, UA와 고객관계관리(CRM, Customer Relationship Management), 라이브옵스(LiveOps) 템플릿을 재활용하는 순서가 효과적일 것으로 보인다.

<참고문헌>

1. Gaming in Turkey, "Türkiye Game Market Report 2025 Has Been Released", 2026.02.18, <https://www.gaminginturkey.com/en/turkiye-game-market-report-2025-has-been-released/>
2. Adjust, "Mobile app trends spotlight edition: Türkiye 2025", 2025.09.25, <https://www.adjust.com/resources/ebooks/turkey-app-trends/>
3. Reuters, "Turkish lira plunges to record low after Erdogan rival detained", 2025.03.19, <https://www.reuters.com/markets/currencies/turkish-lira-plunges-record-low-after-erdogan-rival-detained-2025-03-19/>
4. Newzoo, "Global Games Market Report 2025 (Free Version)", 2025.09, <https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>
5. DataReportal, "Digital 2025: Turkey", 2025.02, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>
6. Ministry of Culture, Sports and Tourism, "Advance Legislation Notice: Draft Amendment to Enforcement Decree of Game Industry Promotion Act", 2025.04.24, <https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=515>
7. Reuters, "Private equity CVC to invest in 'Royal Match' developer Dream Games", 2025.05.01, <https://www.reuters.com/technology/private-equity-cvc-invest-royal-match-developer-dream-games-2025-05-01/>
8. Pekin & Pekin, "New Regulations for the Gaming Sector: Draft Law Submitted to the Turkish Grand National Assembly", 2026.03.24, <https://pekin.com.tr/2026/03/24/new-regulations-for-the-gaming-sector-draft-law-submitted-to-the-turkish-grand-national-assembly/>
9. InvestGame, "Turkey App Trends 2025", 2025.11, <https://investgame.net/wp-content/uploads/2025/11/turkey-app-trends-2025.pdf>

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

5

글로벌 게임 캘린더

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

한눈에 보는 2026년 게임쇼 일정

<표> 2026년 국내외 게임 관련 행사 리스트

개최월	구분	행사명	일정 (현지 기준)	장소
1월	해외	Global Game Jam 2026	1. 26. ~ 2. 1.	온라인
	해외	Taipei Game Show 2026	1. 29. ~ 2. 1.	대만 타이베이
2월	국내	일러스타 페스 10	2. 21. ~ 2. 22.	일산 킨텍스
3월	해외	GDC 2026	3. 9. ~ 3. 13.	미국 샌프란시스코
	해외	Pocket Gamer Connects San Francisco 2026	3. 9.	미국 샌프란시스코
	해외	Tokyo Indie Games Summit 2026	3. 20. ~ 3. 21.	일본 도쿄
	해외	PAX EAST 2026	3. 26. ~ 3. 29.	미국 보스턴
4월	해외	London Games Festival 2026	4. 2. ~ 4. 13.	영국 런던
	해외	INDIE Live Expo 2026	4. 13.	온라인
5월	국내	2026 플레이엑스포	5. 21. ~ 5. 24.	일산 킨텍스
	해외	BitSummit 2026	5. 22. ~ 5. 24.	일본 교토
6월	해외	Summer Game Fest 2026	6. 5.	온라인
7월	해외	ChinaJoy 2026	7. 31. ~ 8. 3.	중국 상하이

<표> 2026년 국내외 게임 관련 행사 리스트 (이어서)

개최월	구분	행사명	일정(현지 기준)	장소
8월	국내	2026 서울팝콘	8. 14. ~ 8. 16.	서울 코엑스
	국내	2026 부산 인디 커넥트 페스티벌	8. 14. ~ 8. 16.	부산 벅스코
	해외	Gamescom 2026	8. 26. ~ 8. 30.	독일 쾰른
9월	해외	PAX WEST 2026	9. 4. ~ 9. 7.	미국 시애틀
	국내	2026 광주 에이스페어	9. 10. ~ 9. 13.	광주 김대중컨벤션센터
	해외	BLIZZCON 2026	9. 12. ~ 9. 13.	미국 캘리포니아
	해외	TOKYO GAME SHOW 2026	9. 17. ~ 9. 21.	일본 도쿄
10월	해외	Gamescom ASIA 2026	10. 29. ~ 11. 1.	태국 방콕
11월	해외	PAX UNPLUGGED 2026	11. 4. ~ 11. 6.	미국 필라델피아
	국내	2026 지스타	11. 19. ~ 11. 22.	부산 벅스코
	해외	WePlay EXPO	11. 21. ~ 11. 22.	중국 상하이

출처: 스토브인디 창작자 센터

(리뷰) GDC 2026

집필: EC21R&C 이경은 책임연구원

1. 40주년 GDC의 페스티벌 오브 게이밍 리브랜딩

12종 패스에서 2종 통합 패스로 재편된 페스티벌 오브 게이밍

GDC가 40주년을 맞아 페스티벌 오브 게이밍으로 명칭을 바꿨다. 2026년 3월 9일부터 13일까지 샌프란시스코 모스코니 센터와 인근 공간에서 열린 이번 행사는 85개국 이상에서 약 2만 명을 모았고, 700건이 넘는 세션, 1,100명의 연사, 300개 이상의 전시 업체를 기록했다. 리브랜딩의 핵심은 명칭 교체가 아니라 패스 구조의 재편이었다. 기존 12종에 가깝던 패스 체계는 페스티벌 패스와 게임 체인저 패스 두 축으로 정리됐고, 페스티벌 패스는 사전 등록 기준 649달러(약 95만 4,000원)에서 시작하도록 설계됐다. 2025년 올 액세스(All-Access) 대비 45% 저렴하다는 메시지와 함께 홍보됐지만, 행사 시점의 정가는 1,199달러(약 176만 3,000원)였기 때문에 가장 강한 가격 메리트는 조기 등록 구간에 집중돼 있었다.

파크에서의 개막 야간 행사까지 도입되며 행사 공간이 샌프란시스코 도시 전체로 확장됐다. YBCA에서 운영된 뉴스 앤 데모 스테이지는 등록 언론과 크리에이터를 대상으로 구글 플레이(Google Play), 레이저(Razer), 마블 게임즈(Marvel Games), 스네일 게임즈(Snail Games)의 기업 브리핑을 수용했다. 주최 측이 이 프로그램을 업계 속보가 터지는 플랫폼으로 홍보한 점을 보면, GDC를 강연 집합이 아니라 학습, 딜메이킹, 브랜딩, 커뮤니티를 한 주에 묶는 B2B 산업 축제로 다시 설계하려 했다고 보는 편이 정확하다.

구분	명칭	주요 내용
패스 구조	페스티벌 패스/ 게임 체인저	2종 통합. 사전 등록 649달러(약 95만 4,000원), 정가 1,199달러(약 176만 3,000원)
리더십 프로그램	루미너리스 스피커 시리즈	3일 고위급 리더십. AI와 신기술, 투자와 글로벌 확장, 트랜스미디어 3개 축
사전 미팅	게임플랜	참가자 간 사전 매칭 중심 운영
전시 공간	페스티벌 홀	5개 테마 구역으로 재편
개막 행사	오라클 파크 야간 행사	행사 공간을 도시 전체로 확장
발표 허브	뉴스 앤 데모 스테이지	YBCA 운영, 구글 플레이, 레이저, 마블 게임즈, 스네일 게임즈 브리핑 수용

GDC 2026 주요 신규 프로그램과 구성 ©GDC, Game Developer



GDC 2026 메인 이미지 ©GDC

형식 변화도 뒤를 이었다. 통합형 콘텐츠 프로그램, 사전 미팅 중심의 게임플랜, 3일짜리 고위급 리더십 프로그램인 루미너리스 스피커 시리즈, 5개 테마로 재편된 페스티벌 홀(Festival Hall), 그리고 오라클

가격 인하만으로 상쇄되지 않은 해고, 체류비, 입국 불안의 거시적 압력

리브랜딩과 프로그램 확장에도 규모 지표는 후퇴했다. 공식 집계상 2026년 참가자는 2만 명, 세션은 700개 이상, 연사는 1,100명, 전시 업체는 300개 이상이었다. 통합 패스 덕분에 일부 인기 세션은 입석까지 찾다. 그러나 직전 해와 비교하면 온도 차가 확연하다. 2025년 GDC는 약 3만 명의 등록 참가자와 750개 세션, 1,000명 이상의 연사, 400개 규모의 업계 팀을 기록했다.

결국 2026년은 밀도는 유지됐지만 총량은 줄어든 행사로 읽는 편이 맞고, 접근성 재설계만으로는 전체 수요 위축을 되돌리기 어려웠다는 뜻이다.

참가 감소의 원인을 하나로 단정짓기는 어렵다. 다만 주요 영어권 매체에는 공통적으로 업계 해고 여파, 샌프란시스코 체류 비용, 강화된 미국의 이민과 국경 환경을 꼽았다. 1월 26일자 테크크런치(TechCrunch) 기사는 국제 참가자들이 안전 우려와 더 엄격해진 이민 규정, ICE 존재감 확대를 이유로 불참을 공개적으로 선언하고 있다고 전했다. 행사 직후 샌프란시스코 크로니클(SF Chronicle)은 해고와 외국인 방문객에 대한 적대적 분위기, 국제여행 불확실성을 감소의 배경으로 묶어 설명했다. 2026년의 감소세는 리브랜딩 실패라기보다, 가격 인하만으로는 상쇄되지 않는 거시적 불안이 행사 수요를 누른 것으로 분석된다.

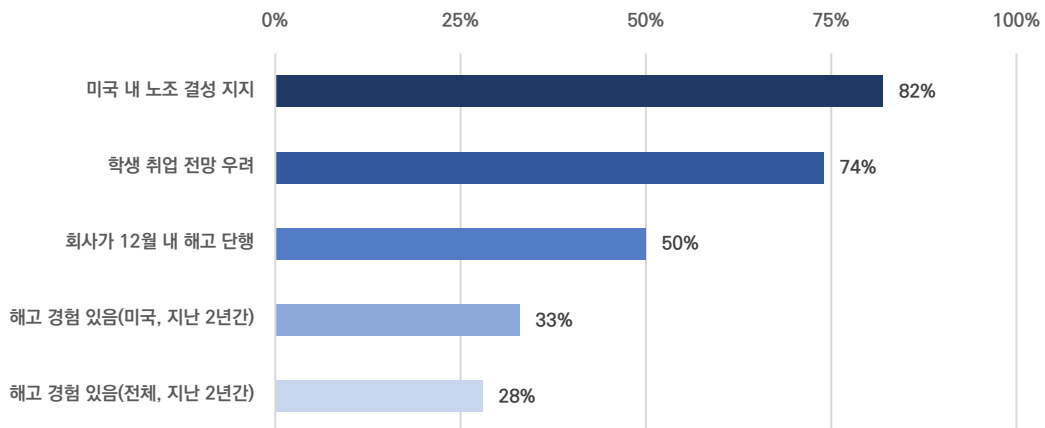
2. GDC 연례 설문조사가 보여준 게임업계

지난 2년간 해고 경험 28%, 학생들의 취업 전망에 대한 우려는 74%

GDC 주최 측이 매년 행사 기간에 맞춰 공개하는 게임업계 종사자 대상 대규모 설문조사, 스테이트 오브 더

게임 인더스트리(State of the Game Industry) 2026 보고서에 따르면, 응답자 2,300명 이상 가운데 28%가 지난 2년 안에 해고를 경험했고 미국 응답자에서는 그 비중이 33%까지 올라갔다. 현재 또는 최근 소속 회사가 지난 12개월 안에 해고를 단행했다고 답한 비율도 절반에 달했으며, 학생 응답자의 74%는 게임업계 취업 전망에 대해 우려된다고 응답했다. 미국 응답자 기준 노조 결성 지지율 역시 82%까지 올랐다. 2026년 GDC의 밑바탕이 성장 촉제가 아니라 생존과 재조직의 포럼이었다는 해석이 나오는 이유다.

키노트 연설에서도 같은 기조가 확인됐다. 롭 파르도(Rob Pardo)는 독립 스튜디오인 본파이어 스튜디오(Bonfire Studios)의 비전과 오래 가는 게임을 만드는 법에 대해 발표했다. 다만 현장 보도에서 더 크게 읽힌 대목은 스튜디오 비전 소개 자체보다, 그가 최근의 해고 관행을 비판하며 성공한 게임을 만든 팀의 가치가 개별 타이틀 못지않게 중요하다고 강조한 부분이었다. 전직 블리자드 엔터테인먼트(Blizzard Entertainment) 수석 크리에이티브 책임자의 이런 메시지는, 2026년 GDC의 리더십 주제가 단순한 기술 낙관론보다 인력 유지와 조직 지속성에 더 가까웠음을 보여준다.



사용률 36%, 부정 인식 52%, 게임 스튜디오와 비게임 부서 간 AI 수용 비대칭

같은 보고서는 기술 담론에서도 양면적인 흐름을 함께 드러냈다. 응답자의 36%가 업무에 생성형 AI 도구를 쓰고 있었지만, 52%는 AI가 업계에 부정적 영향을 준다고 봤다. 더 주목할 부분은 어디에서 많이 쓰이느냐였다. 게임 스튜디오 종사자의 도구 사용률이 30%였던 반면, 퍼블리싱, 지원, 마케팅과 PR 회사의 사용률은 58%에 달했다. 활용 목적도 주로 리서치와 브레인스토밍, 일상 업무, 코드 보조에 집중됐다. 다시 말해 GDC 2026의 AI 담론은 게임 디자인의 창작 핵심을 대체하는 혁명이라기보다, 제작 파이프라인 주변부와 비즈니스 층위에서 먼저 확산되는 자동화 논쟁에 더 가까웠다.

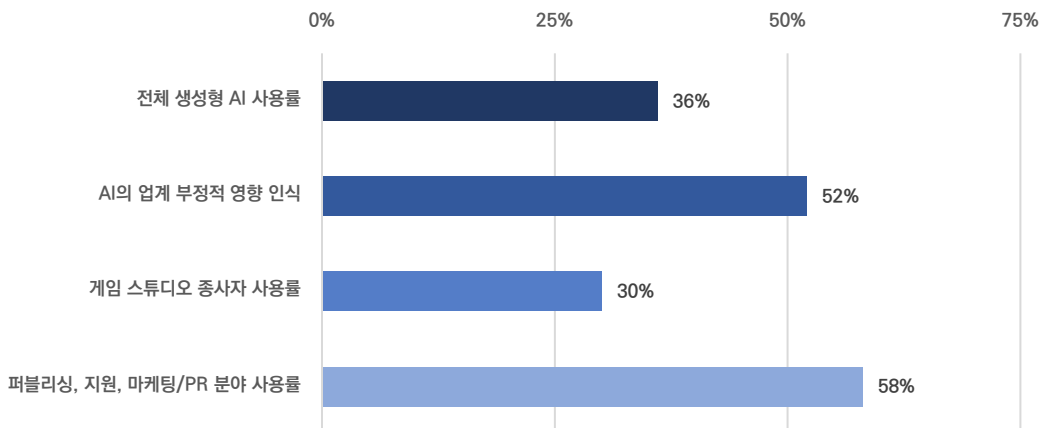
해외 매체들이 전한 현장 취재 내용도 같은 결론으로 수렴했다. 더 버지(The Verge)는 GDC 전시와 브리핑에서 AI가 넘쳐났지만 정작 많은 인디 개발자들은 실제 프로젝트에서 AI 사용을 거부했다고 전했다. 게임 디벨로퍼(Game Developer)의 현장 르포는 가장 많이 들린 단어가 불확실성(uncertainty)이었다고 전했고, 블룸버그(Bloomberg) 역시 이번 GDC를 구직자, 공동개발 스튜디오, AI로 가득한 행사라고 요약했다.

종합하면 2026년 GDC가 산업에 던진 가장 큰 메시지는 AI가 곧 시장을 바꾼다는 낙관이 아니다. 고용 불안이 모든 기술 담론의 해석 프레임을 바꾸고 있다는 것이다.

3. GDCA와 IGF 수상이 보여준 개발자들의 선택

서비스형 대작보다 미학, 구조, 서사의 완성도를 택한 GDCA와 IGF

AI 담론과 고용 불안이 행사 전체의 톤을 결정했지만, 동료 개발자들의 투표는 별개의 방향성을 분명히 보였다. GDCA 2026의 주인공은 〈클레르 오프스퀴르: 33 원정대〉였다. 해당 작품은 올해의 게임상을 포함해 베스트 데뷔(Best Debut), 베스트 비주얼 아트(Best Visual Art), 베스트 내러티브(Best Narrative), 베스트 오디오(Best Audio)까지 5관왕을 차지했다. 같은 무대에서 〈블루 프린스〉는 이노베이션 어워드(Innovation Award)와 베스트 디자인(Best Design)을, 〈데스 스트랜딩 2: 온 더 비치〉는 베스트 테크놀로지(Best Technology)를 받았다. 수상 구성을 보면 2026년의 동료 개발자들은 대규모 서비스 게임보다 강한 미학, 구조, 서사적 완성도를 지닌 타이틀에 더 큰 점수를 주고 있다고 해석할 수 있다.



IGF에서는 〈타이타늄 코트〉가 슈머스 맥널리 그랑프리(Seumas McNally Grand Prize)와 엑설런스 인 디자인(Excellence in Design)을 동시에 가져갔다. 학생 작품과 호러, 피직스 기반 오디오나 이동 실험작이 고르게 수상한 결과를 함께 보면, IGF가 여전히 상업 규모보다 실험성과 형식 혁신을 더 중요한 미래 지표로 본다는 점도 분명했다. GDCA가 정교한 작가주의와 완성도 높은 중대형 작품을 밀어 올렸다면, IGF는 작은 팀의 급진적 아이디어가 산업 전체를 자극하는 방식을 다시 확인시켰다. 두 시상식이 나란히 보여준 것은, 불안 속에서도 산업이 스스로 좋은 창작의 기준을 끊임없이 다시 정의하고 있다는 사실이다.

국가관이 아닌 발표와 공동 메시지, 하이브리드 행보로 재편될 한국 기업

앞서 살펴본 수상 경향과 마찬가지로, 한국 기업의 존재감도 전시장이 아니라 세션과 발표에서 드러났다. GDC 공식 사후 보도자료가 국가관 참가국으로 소개한 나라는 브라질, 포르투갈, 코스타리카, 독일, 이탈리아, 키르기스스탄, 칠레, 스페인, 스위스, 영국, 웨일스 등이었다. 한국은 그 명단에 없었다. 대신 한국 기업들은 개별 발표와 공동 세션으로 자리를 만들었다. 크래프톤은 엔비디아와 함께 〈PUBG〉의 AI 동료 캐릭터 세션을 공동 진행했고, 프로젝트 문(Project Moon)은 〈림버스 컴퍼니〉의 캐릭터 서사를 주제로 발표했다. 펠어비스의 대표작 〈붉은사막〉도 엔비디아가 GDC 기간에 공개한 지원 타이틀 목록에 포함됐다. 국가관이 아니라 기술 데모와 저자성 강한 IP, 고사양 PC와 콘솔 제작 역량이 한국 업체의 실질적 노출 지점이었던 셈이다.

2026년 GDC에서 한국 기업이 존재감을 드러낸 방식은 부스가 아니라 세션이었다. 크래프톤, 프로젝트 문, 펠어비스 모두 발표와 공동 세션, 파트너사 공개 채널을 통해 이름을 올렸다. 부스 규모보다 발표 확보가 더 큰 노출을 만든다는 뜻이다. 여기에 플랫폼·미들웨어와의 공동 메시지가 더해지면 효과는 배가된다. 크래프톤과 엔비디아 사례에서 보이듯 기술 파트너와의 공동 세션은 단일 기업의 전시보다 훨씬 폭넓은 접점을 만들어냈다.

AI 커뮤니케이션에서도 방향은 분명하다. 올해 설문에서 AI 사용률이 36%인 반면 부정적 인식은 52%였고, 현장 르포에서 가장 많이 들린 단어가 불확실성이었다는 점을 떠올리면 효율성만 앞세운 AI 메시지는 개발자 커뮤니티의 신뢰를 얻기 어렵다. 어느 공정에 AI를 쓰는지 설명하는 동시에 창작자의 권리와 통제권을 어떻게 보장하고 있는지를 함께 밝히는 접근이 이 행사에서는 더 설득력을 가질 것이다. 여기에 미국 입국과 체류 리스크를 감안해 사전 미팅, 원격 후속상담, 영상 아카이브를 병행하는 하이브리드 방식까지 결합하면 현실적인 참여 밑그림이 완성된다.

결국 40주년 GDC가 남긴 풍경은 이중적이다. 페스티벌 오브 게이밍으로 몸집을 키운 축제 한편에서, 참가자는 줄었고 해고는 늘었으며 AI는 기대와 반발을 동시에 불러들였다. 그러나 이 불균형은 한국 게임 개발사에는 기회이기도 하다. 큰 부스를 세울 여력은 없어도 발표 한 건으로 글로벌 업계의 시야에 들어설 수 있는 행사 구조가 만들어졌기 때문이다. 축제가 커질수록 이름을 남기는 방법은 더 작고 단단해진다. 2026년 GDC가 한국 게임업계에 건넨 실질적 신호는 바로 이 지점에 있다.

<참고문헌>

1. 인벤, "2026년 첫 게임쇼 스타트, '타이베이 게임쇼 2026' 개막", 2026.01.29, <https://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=313113&site=fgo>
2. AnimationXpress, "Taipei Game Show 2026 set for January with expanded summit and exhibitor lineup", 2025.12.23, <https://animationxpress.com/latest-news/taipei-game-show-2026-set-for-january-with-expanded-summit-and-exhibitor-lineup/>
3. CEOSCOREDAILY, "대만 '타이베이 게임쇼' 개막... K-게임, 글로벌 신작으로 중화권 '사전 점검'", 2026.01.29, <https://m.ceoscoredaily.com/page/view/2026012913090039375>
4. IndieGame.com, "K-Indie Titles Set to Shine at Taipei Game Show 2026", 2026.01.19, <https://indieggame.com/en/archives/20685>
5. Inven Global, "Taipei Game Show 2026 Draws 400,000 Visitors, Reinforces Taiwan's Role as a Global Gaming Hub", 2026.02.03, <https://www.invenglobal.com/articles/20178/taipei-game-show-2026-draws-400000-visitors-reinforces-taiwans-role-as-a-global-gaming-hub>
6. Xinhua, "Mainland games gain rising appeal at Taipei Game Show", 2026.02.01, <https://english.news.cn/20260201/9b59467066d2470296afb2a65bff1a9e/c.html>
7. Push Square, "6 PS5 Games That Cut Through the Noise at Taipei Game Show", 2026.02.01, <https://www.pushsquare.com/features/6-ps5-games-that-cut-through-the-noise-at-taipei-game-show>
8. 플레이포럼, "'타이베이 게임쇼 2026' 개막...국내 게임사, 다채로운 라인업 '눈길'", 2026.01.29, <https://www.playforum.net/news/articleView.html?idxno=633762>

(프리뷰) BitSummit PUNCH 2026

집필: EC21R&C 이준영 주임연구원

1. 행사 개요와 성장 궤적

2013년 200명 규모 모임에서 아시아 최대 인디게임 전시회로

BitSummit PUNCH 2026은 2026년 5월 22일부터 24일까지 3일간 교토 미야코멧세에서 개최된다. 첫날인 5월 22일은 비즈니스 데이, 23일부터 24일까지는 퍼블릭 데일로 운영되며, 올해의 테마는 'High Impact'로 설정되었다. 행사는 일본인디게임협회(JIGA), 교토부, KYOTO CMEX가 공동 주최하며, 소니, 닌텐도, 마이크로소프트, 밸브 등 주요 플랫폼 사업자가 스폰서로 참여한다.

이러한 스폰서 구성은 BitSummit의 성격을 단적으로 보여준다. 해당 행사는 단순히 인디게임을 전시하는 축제에 그치지 않는다. 콘솔 및 PC 유통망을 보유한 플랫폼 사업자들이 직접 현장에 참여해 개발사를 관찰하고 접촉하는 구조를 갖추고 있다는 점에서, 개발사

에게는 작품을 선보이는 공간인 동시에 실제 계약과 파트너십으로 이어질 수 있는 접점으로 기능한다.

Bitsummit은 지난 몇 년간 가파르게 성장해왔다. 보도에 따르면, 2013년 첫 행사 관람객은 약 200명 수준이었으나, 이후 2018년 1만 1,000명 이상으로 커졌고, 코로나19 이후 재개한 2023년에는 2만 3,700명, 2024년 3만 8,333명, 2025년 5만 8,000명 이상으로 확대됐다. 2026년 주최 측이 내다보는 목표는 6만 명 이상이다.

전시 규모도 관람객 수만큼 커졌다. 2024년에는 심사를 통해 선발된 공식 출품작이 100개에 달했고, 2025년에는 일본과 해외를 합쳐 120개의 인디 타이틀이 플레이어블 데모(시연용 게임 버전)로 공개됐다. 10년 남짓한 기간에 관람객이 약 300배 가까이 늘었다는 것은, BitSummit이 더 이상 마니아 중심의 소규모 행사가 아니라 상업적 유통 채널을 가진 하나의 산업 허브로 성숙했음을 보여준다.



BitSummit 2026 메인 이미지 ©BitSummit

연도	관람객 수	주요 변화
2013	약 200명	첫 행사, 업계 소규모 모임
2018	1만 1,000명	2013년에 비해 규모 대폭 성장
2023	2만 3,700명	팬데믹 이후 재개 및 확장
2024	3만 8,333명	공식 선정작 100개 규모로 확대
2025	5만 8,000명	인디 타이틀 120개 및 인플루언서 부스 운영
2026(예상)	6만 명 이상	High Impact 테마로 진행 예정

연도별 관람객 추이 및 주요 변화 ©The Verge, BitSummit

2. 2026 전시 예상 및 주목 포인트

‘High Impact’ 테마: 플레이·방송·비즈니스가 하나의 동선으로 묶인 구조

2026 공식 발표 기준으로 확정된 전시 구성은 다섯 가지다. 전 세계 인디 개발사의 플레이어블 게임 전시, 인플루언서 부스, 공식 라이브 스트리밍, B2B 네트워킹 공간, 미디어 인터뷰 기회가 그것이다. BitSummit PUNCH는 단순 체험형 쇼케이스가 아니라 현장 시연 플레이에서 방송 노출, 기자 접촉, B2B 미팅까지 하나의 동선으로 묶인 구조를 이미 공식적으로 예고하고 있다. 관람객이 게임을 플레이하는 사이 스트리머가 옆에서 방송을 켜고, 미디어가 개발자와 인터뷰를 잡으며, 퍼블리셔가 부스를 돌아보는 구조가 동시에 이루어지는 것이다.

‘High Impact’라는 테마에는 이 행사의 지향점이 보다 선명하게 드러난다. 해당 테마의 핵심은 소규모 팀의 창의적 순수성과 열정이 산업에 미치는 영향을 조명하는 것이다. 대형 제작사의 블록버스터 타이틀이 아니라, 작은 팀이 제한된 자원으로 강한 인상을 남기는 작품을 우선적으로 보겠다는 철학은 출품 기준에도 반영돼 있다. 실제로, 2026 일반 출품 기준은 50명 이하의 개발 조직, 연간 게임 사업 매출 2,500만 엔(약 2억 3,000억 원) 이하이며, 개발자 본인 출품이 원칙이다.

세부 라인업은 아직 공개되지 않았지만, 직전 흐름으로 예측은 가능하다. 2024년 BitSummit Drift는 공식 선정작 100개를 내세웠고, 2025년에는 일본과 해외를 합쳐 120개의 인디 타이틀이 플레이어블로 공개됐다. 이러한 추이를 고려할 때, 2026년 역시 100개대 중후반 타이틀 구성에 더해 스폰서·퍼블리셔 부스, 비즈니스 데이를 포함한 기본 구조가 유지될 가능성이 높다.



BitSummit Drift 메인 이미지 ©BitSummit

결과적으로 이 행사에서 주목받는 작품은 대형 예산이나 높은 IP 인지도보다, 짧은 플레이 시간 안에 메커닉과 미감을 증명하는 작품이다. 특히, 현장 시연과 촬영 환경에서도 직관적으로 전달되는 게임일수록 상대적으로 유리한 구조로 작동한다.



Switch 2 효과와 디지털 유통 이중 구조 — 인디에게도 열린 창구

BitSummit의 성장은 일본 게임 시장의 변화와 맞닿아 있다. VGC에 따르면 일본의 가정용 게임 시장은 2025년 전년 대비 약 40% 성장했고, 그 핵심 동력은 닌텐도 스위치 2였다. 닌텐도 타이틀이 연간 패키지 차트 상위권을 사실상 독점한 점까지 감안하면, 일본에서 콘솔 기반 소비자 접점은 여전히 압도적이다. 시장이 커진다는 것은 인디게임에게도 기회의 문이 넓어진다는 뜻이다. 닌텐도 생태계가 일본 소비자에게 닿는 가장 가시적인 창구 중 하나라는 공식은 여전히 유효하다.



NINTENDO SWITCH 2 ©NINTENDO

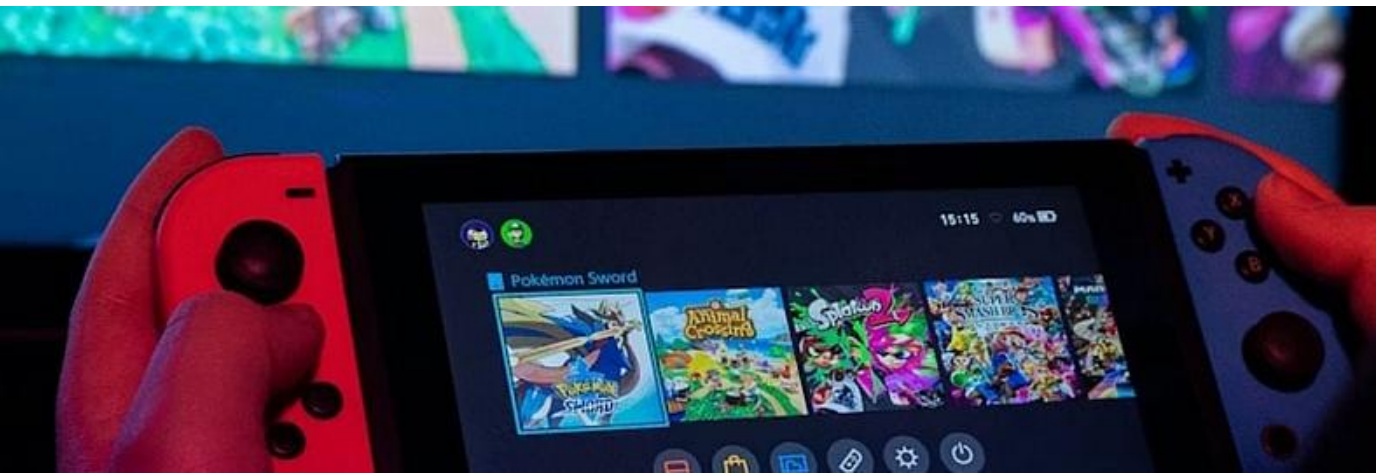
동시에 디지털 유통 축은 복합화되고 있다. 2026년 3월의 닌텐도 인디 월드 쇼케이스는 약 15분 내내 스위치와 스위치 2용 인디 타이틀 발표에만 집중했다. eShop

편성과 큐레이션이 인디게임 발견에서 여전히 중요한 통로임을 보여주는 장면이었다. 반면 PC 쪽 관심도 꾸준히 올라왔다. 더 버지는 2023년 BitSummit 현장에서 스팀 덱(밸브의 휴대용 PC 게임기)의 존재감과 일본의 PC 관심 상승세를 직접 확인했고, PC 게이머는 스팀이 일본 개발자들에게 전 세계 관객에게 닿는 더 쉬운 경로가 됐다고 분석했다. 결국 일본 인디 유통은 ‘닌텐도 eShop 중심 내수 접점’과 ‘스팀 중심 글로벌 확장’이 동시에 작동하는 이중 구조다. 어느 한쪽만 공략하는 전략으로는 절반의 시장밖에 보지 못하는 셈이다.

유통 채널	특징 및 인디 개발사 관련성
닌텐도 eShop	- 콘솔 중심 내수 소비자 접점 - 닌텐도 큐레이션 편성 영향력 높음
스팀	- 글로벌 확장·PC 유저 타깃 - 일본어 스토어 페이지 필수에 가까움

일본 인디게임 주요 유통 채널 비교 ©Video Games Chronicle

여기서 언어가 핵심 변수로 떠오른다. 게임 디스커버코 분석에 따르면 텍스트 비중이 높은 게임의 사전 설문에서 일본 응답자 중 영어만으로도 플레이하겠다고 답한 비율은 23%에 그쳤다. 나머지 77%는 일본어 지원 여부를 플레이 결정의 조건으로 봤다는 의미다. 일본어 현지화는 ‘있으면 좋은 옵션’이 아니라, 위시리스트 전환과 스토어 노출에 실질적인 영향을 주는 요소다. BitSummit은 일본 소비자와 해외 미디어를 동시에 상대하는 행사다. 일본어 플레이 환경을 갖추지 않은 채로 현장에 나서면, 소비자 반응과 비즈니스 접촉이라는 두 가지 목적 중 하나를 처음부터 포기하는 것과 다르지 않다.



3. 한국 인디 개발사의 참가 전략과 시사점

BitSummit은 GDC의 대안이 아니라 일본-아시아 시장 검증 무대

가장 먼저 짚어야 할 것은 시점이다. 2026년 일반 출품 접수는 1월 16일 이후 마감됐고, 공식 FAQ는 현재 “entries are now closed”라고 명시하고 있다. 부스 참가 여부는 사실상 이미 확정된 상태다. 부스를 확보한 팀과 그렇지 못한 팀은 지금부터 해야 할 일이 달라진다.

부스를 확보한 팀은 운영 준비에 집중해야 한다. 공식 부스 기본 사양은 테이블 1개·의자 2개·750W 전원 2구이며, 인터넷은 제공되지 않는다. PC, 디스플레이, 인쇄물은 물론 통역도 자체 조달이 원칙이다. 이 규정이 곧 실무 체크리스트가 된다. 네트워크 없이도 구동되는 오프라인 빌드, 작은 테이블 위에서도 읽히는 사인물, 헤드폰 중심의 사운드 설계, 최소 1인의 영문 응대 가능 인력이 필수다. 언어 전략은 ‘일본어 플레이 체험 + 영문 비즈니스 자료’의 이중 구성이 가장 현실적이다. 인플루언서 부스와 공식 라이브 스트리밍을 전면에 내세우는 행사인 만큼, 플레이어에게 첫 30초 안에 ‘무슨 게임인지’가 명확히 전달돼야 한다.

부스를 확보하지 못한 팀의 현실적인 선택지는 비즈니스 참관이다. 비즈니스 티켓은 2만 엔(약 18만 5천 원)이며 퍼블릭 데이 입장도 포함된다. 행사 참가 전 사전 미팅을 온라인으로 신청하고 조율할 수 있는 플랫폼인 Meet-ToMatch를 통해 개발사, 퍼블리셔, 미디어와 사전 미팅을 잡을 수 있는데, 5월 12일 이전에 티켓을 구매해야 시스템을 쓸 수 있고 당일 현장 구매 티켓으로는 이용이 불가하다. “일단 가서 만나보자”보다 “4월 말에 미리 미팅 요청을 보내자”가 맞는 접근이다. 정리하면 시장 관찰과 네트워킹에 집중하고 2027 출품을 기획하는 기회로 활용하는 방향이 추천된다.

글로벌 자금 조달과 대형 퍼블리셔 네트워킹 측면에서는 여전히 GDC의 강점이 두드러진다. 그러나 일본 및 아시아 소비자 반응을 현장에서 직접 확인하고, 동시에 서구권 미디어 노출까지 노릴 수 있는 무대로는 BitSummit 역시 충분한 경쟁력을 지닌다. 결국 두 행사는 경쟁 관계라기보다, 각기 다른 목적에 맞춰 전략적으로 활용할 수 있는 상호 보완적 플랫폼으로 볼 수 있다.

유통 채널	준비 사항	유의 사항
부스 확보 팀	오프라인 데모, 일본어 UI, 영문 비즈니스 자료 준비	인터넷 미제공, 장비·통역 자체 조달 필요
비즈니스 참관 팀	5월 12일 이전 비즈니스 티켓과 MeetToMatch 세팅	당일 구매 티켓은 매칭 시스템 이용 불가

한국 인디 개발사 BitSummit 참가 전략 요약 ©BitSummit



<참고문헌>

1. BitSummit, <https://bitsummit.org/en/>
2. The Verge, "Japan's indie game scene is growing up", 2023.07.26, <https://www.theverge.com/23806085/bitsummit-indie-gaming-festival-2023>
3. Video Games Chronicle (VGC), "Japan's BitSummit confirms earlier 2026 dates and PUNCH theme", 2025.10.30, <https://www.videogameschronicle.com/news/japans-bitsummit-confirms-earlier-2026-dates-and-punch-theme/>
4. Video Games Chronicle (VGC), "Nintendo's Japan dominance continues as Switch 2 fuels 40% market growth in 2025", 2026.01.19, <https://www.videogameschronicle.com/news/nintendos-japan-dominance-continues-as-switch-2-fuels-40-market-growth-in-2025/>
5. Video Games Chronicle (VGC), "BitSummit Drift announces its official selection of 100 titles", 2024.07.02, <https://www.videogameschronicle.com/news/bitsummit-drift-announces-its-official-selection-of-100-titles/>
6. GamesRadar+, "Nintendo Indie World Showcase announced for tomorrow with '15 minutes of news and updates' for upcoming Switch 1 and 2 games", 2026.03.02, <https://www.gamesradar.com/games/nintendo-indie-world-showcase-announced-for-tomorrow-with-15-minutes-of-news-and-updates-for-upcoming-switch-1-and-2-games/>
7. GameDiscoverCo, "How localization affects game discovery", Accessed 2026.04.22, <https://newsletter.gamediscover.co/p/how-localization-affects-game-discovery>

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

6

부록

스팀 * 레딧 차트 분석

2026년 2월 · 2026년 3월 신작 분석

1. 분석 개요 및 주요 분석 내용

2026년 2월과 3월에 출시된 스팀 신작 게임의 매출 성과와 유저 반응 종합

스팀에서 2026년 2월과 2026년 3월에 신규 출시된 게임을 분석했다. 분석 대상은 각 월별 신규 출시 타이틀의 매출액 순위 Top 100으로, 두 달 합산 총 200개 타이틀(2월 100개, 3월 100개 / 타이틀 간 중복 없음)을 포함한다.

매출 순위는 2026년 4월 9일 시점을 기준으로 집계되었다. 즉 해당 월에 출시된 게임이 출시 이후부터 4월 9일까지 누적한 매출 실적을 기반으로 순위가 산정된 것이며, 따라서 2월 출시 타이틀은 약 6~9주, 3월 출시 타이틀은 약 1~5주간의 매출 실적이 들어간 데이터다. 이러한 시차로 인해 3월 하순 출시작은 상대적으로 짧은 집계 기간이 적용되었음을 유의해야 한다.

분석 항목은 스팀 지표 8개(게임명, 가격, 유저 평가(스팀DB 평점), 리뷰 수, 핵심 장르, 팔로워 수, 최대 동접자 수, 긍정과 부정 리뷰)와 레딧 지표 4개(서브레딧 구독자 수, 상위 5개 포스트 좋아요 수, 상위 5개 포스트 댓글 수, Engagement Score)를 합쳐 총 12개 변수를 포함한다. 스팀DB 평점은 스팀에 올라온 유저 리뷰의

긍정 평가 비율을 기반으로, 리뷰 수에 따른 신뢰 구간을 보정하여 0~100점 사이의 수치로 환산한 것이다. 즉, 스팀의 유저 평가 등급(매우 긍정적, 압도적 긍정 등)과 본질적으로 동일한 데이터 소스를 사용한다.

이번 3·4월호부터 레딧 커뮤니티 반응 지표를 함께 살펴보았다. 각 월 매출 Top 10 게임에 대응되는 전용 서브레딧에서 상위 5개 게시물의 좋아요 수와 댓글 수를 수집하여 레딧 Engagement Score(ES)를 계산하고, 이를 기존 스팀 4개 지표와 합쳐 5개 축으로 평가하여 월별 대표작을 선정했다.

전체적인 시장 양상을 보면, 3월은 <붉은사막(Crimson Desert)>, <슬레이 더 스파이어 2(Slay the Spire 2)>, <데스 스트랜딩 2(DEATH STRANDING 2)>, <몬스터 헌터 스토리즈 3(Monster Hunter Stories 3)>, <마라톤(Marathon)> 등 대형 IP 기반 후속작이 Top 10에 대거 진입했다. 최대 동접자 수는 3월 <슬레이 더 스파이어 2>가 57만 4천 명을 기록하며 분석 기간 중 최고치를 달성했다. 다만 '매우 긍정적' 이상 평가 비율은 2월 57.0%에서 3월 60.0%로 소폭 개선되었으나, 대형 IP의 초기 품질 리스크도 동시에 나타났다. 특히 레딧 기준으로는 <붉은사막>이 상위 5개 포스트 누적 좋아요 61,763개와 댓글 4,181개로 가장 높은 화제성을 기록했으며, '대체로 긍정적'이라는 평점과는 별개로 커뮤니티에서의 토론 활성도는 압도적이었다.

분석 기준일

2026년 4월 9일

분석 대상 기간

2026.02/2026.03 출시

데이터 범위

월별 매출 Top 100

분석 변수

12개 항목(평가, 리뷰 등)

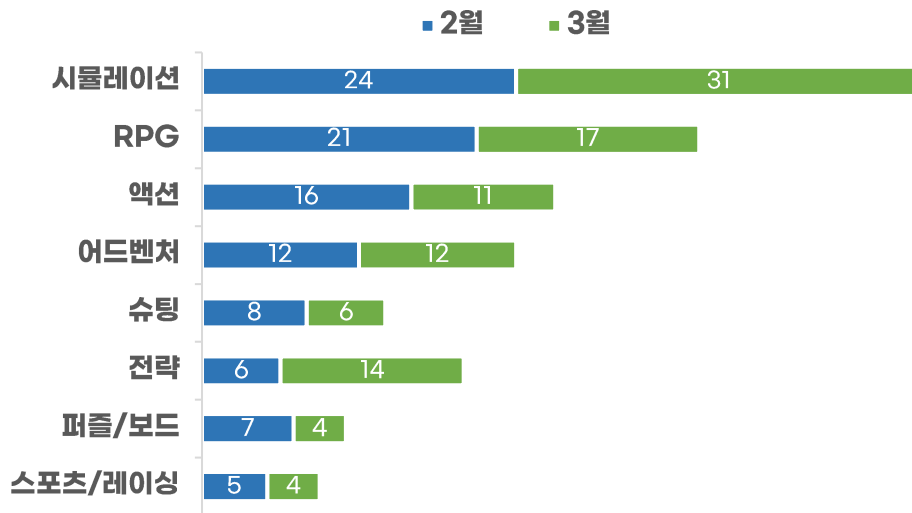
매출 순위 선정

출시일 ~ 4.9 매출 기준

데이터 출처

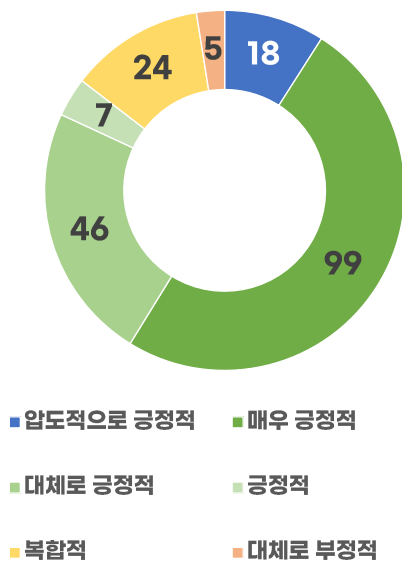
Steam · SteamDB · 레딧

<그림> 핵심 장르 월별 비교

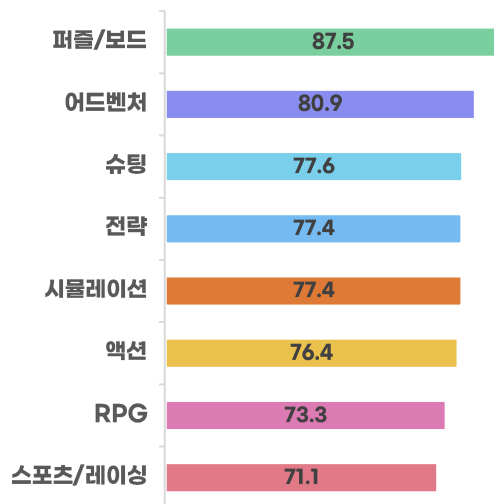


<그림> 유저 평가 분석(2/3월 종합)

평가 등급 비율 (200개)



장르별 평균 평점



<표> 월별 매출 Top 10

2월 Top 10

순위	게임명(개발사)	핵심 장르	평가	유저 평점	가격	팔로워	최대 동접
1	〈레지던트 이블 레퀴엠〉 CAPCOM Co., Ltd.	슈팅	압도적 긍정적	94.93	₩79,800	219,900	344,214
2	〈슈퍼 배틀 골프〉 Brimstone	스포츠/레이싱	압도적 긍정적	91.43	₩7,900	14,810	20,421
3	〈뮤제닉스〉 Edmund McMillen	RPG	매우 긍정적	90.39	₩32,000	89,939	115,428
4	〈리애틀〉 Tarsier Studios	어드벤처	대체로 긍정적	71.90	₩42,000	88,072	24,309
5	〈로드사이드 리서치〉 Cybernetic Walrus	시뮬레이션	매우 긍정적	82.93	₩13,000	29,983	9,348
6	〈압압〉 Maison Bap	어드벤처	매우 긍정적	81.79	₩11,000	55,384	14,775
7	〈디아블로 II: 레저렉션〉 Blizzard Entertainment	RPG	매우 긍정적	85.18	₩44,900	26,909	15,348
8	〈더 퀴폴〉 Vawraek Technology	RPG	대체로 긍정적	53.75	₩11,000	52,980	7,504
9	〈오늘도 같이 자동차 정비〉 V12 Studio	시뮬레이션	매우 긍정적	79.95	₩21,500	17,244	4,057
10	〈인왕 3〉 KOEI TECMO	액션	대체로 긍정적	78.68	₩79,800	56,315	88,045

3월 Top 10

순위	게임명(개발사)	핵심 장르	평가	유저 평점	가격	팔로워	최대 동접
1	〈붉은사막〉 Pearl Abyss	액션	대체로 긍정적	82.02	₩79,800	238,927	276,261
2	〈슬레이 더 스파이어 2〉 Mega Crit	전략	매우 긍정적	81.90	₩27,000	163,545	574,638
3	〈라코인〉 Doracoon	전략	매우 긍정적	84.47	₩13,500	18,304	11,577
4	〈일곱 개의 대죄: 오리진〉 Netmarble F&C	RPG	복합적	56.43	무료	50,382	65,753
5	〈호지〉 Come On Studio	퍼즐/보드	매우 긍정적	81.72	₩15,000	19,220	3,551
6	〈마라톤〉 Bungie	슈팅	대체로 긍정적	84.9	₩44,800	113,472	88,337
7	〈레트로 리와인드〉 Blood Pact Studios	시뮬레이션	압도적 긍정적	91.66	₩21,500	13,260	12,081
8	〈데스 스트랜딩 2〉 KOJIMA PRODUCTIONS	액션	매우 긍정적	93.45	₩79,800	59,352	57,682
9	〈스크리치 스크래치〉 Lunch Money Games	시뮬레이션	매우 긍정적	90.55	₩5,750	6,454	23,881
10	〈몬스터헌터 스토리즈 3〉 CAPCOM Co., Ltd.	RPG	대체로 긍정적	76.73	₩79,800	35,599	54,778

스팀 2월/3월 신작 분석 주요 결과

① 대형 IP 후속작의 집중 출시

3월 Top 10 중 <붉은사막>, <슬레이 더 스파이어 2>, <마라톤>, <데스 스트랜딩 2>, <몬스터 헌터 스토리즈 3>, <라이프 이즈 스트레인지: 리유니언(Life is Strange: Reunion)>, <슈퍼 미트 보이 3D(Super Meat Boy 3D)> 등 7개가 대형 IP 기반이었다. 2월의 <레지던트 이블 레퀴엠(Resident Evil Requiem)>, <인왕 3(Nioh 3)>, <디아블로 II: 레저렉션(Diablo II: Resurrected)>, <드래곤 퀘스트 VII 리이매진드> 등과 합치면 두 달간 AAA 후속작과 리메이크가 시장을 주도한 패턴이 뚜렷하다.

② 전략 장르의 폭발적 성장

전략 장르 타이틀이 2월 3개에서 3월 14개로 +367% 증가했다. <슬레이 더 스파이어 2>(57만 동점), <라코인(RACCOIN)>(매출 3위), <노바 로마(Nova Roma)>(압도적 궁정, 유저 평점 90.82)가 삼각 편대를 형성하며 턴제 전략과 로그라이크 장르가 신년 초 강세를 이어갔다. 반면 시뮬레이션은 두 달 합산 47개(29.0%)로 여전히 장르 점유율 1위를 유지했다.

③ 대작의 품질 양극화

최대 동점 Top 5 중 <슬레이 더 스파이어 2>, <붉은사막>, <마라톤> 3개가 '매우 긍정적' 미달 등급에 머물렀다. 특히 <붉은사막>(23만 팔로워, 유저 평점 82.02)은 조작 시스템과 스토리 비판으로 '대체로 긍정적'에 머물렀고,

<마라톤>(번지 신작)도 84.90점에 그쳤다. IP 인지도와 품질 보장은 별개라는 점이 다시 확인된다.

④ 인디 소형작의 품질 저력

양 월 모두 소규모 인디 타이틀이 최고 유저 평점을 기록했다. 2월은 <크리처 키친(Creature Kitchen)>(95.50점, 매출 18위), 3월은 <팀 버본(Timberborn)>(93.86점, 매출 28위)과 <퍼니 라쿤 게임(Funi Raccoon Game)>(93.48점, 매출 89위)이 돋보였다. 상위 매출권이 아니더라도 장르 완성도만으로 90점대를 달성하는 인디 게임 생태계의 저력이 이어지고 있다.

⑤ F2P 타이틀의 구조적 한계

F2P 게임은 두 달 합산 10개였으나 대체로 스팀DB 평점이 낮았다. 3월 <일곱 개의 대죄: 오리진(The Seven Deadly Sins: Origin)>은 6.5만 동점을 기록했지만 유저 평점은 56.43점(복합적)에 그쳤으며, <타이만인 스쿼드(Taimanin Squad)>, <그랑블루 판타지(Granblue Fantasy)>도 40점대에 머물렀다. 동점 수치와 유저 만족도의 괴리가 F2P 구조의 고질적 특징으로 재확인됐다.

⑥ 레딧 담론이 드러낸 몬스터 헌터 스토리즈 3의 역설

3월 <몬스터 헌터 스토리즈 3>는 레딧 담론 밀도 상위권에 올랐으나, 실제 감성 분석에서는 부정 여론이 압도적이었다. 유저 평점 76.73점('대체로 긍정적')으로 확인되듯 본가 팬덤의 반발이 서브레딧 담론을 과열시킨 것으로 해석된다. 담론의 양(ES)과 방향(감성)은 별개 지표임을 보여주는 케이스다.



<붉은사막> ©펠어비스



<몬스터 헌터 스토리즈 3> ©CAPCOM

레딧 Engagement Score

레딧 Engagement Score(ES)는 각 게임의 전용 서브레딧에서 상위 5개 게시물의 좋아요 수와 댓글 수를 모아 계산한 커뮤니티 화제성 지표다. 공식은 “($\sum$ 게시물 좋아요 $\times$ 0.4) + ($\sum$ 댓글 수 $\times$ 0.6)”이며, 게시물 상호작용보다 댓글 수에 더 높은 가중치(0.6)를 부여했다. 각 월 매출 Top 10을 대상으로 점수를 계산한 결과, 스팀 지표와는 뚜렷한 차이가 확인됐다. 2월에는 매출 2위 <슈퍼 배틀 골프(Super Battle Golf)>가 ES 0.46으로 하위권이었고, 3월에 매출 1위 <붉은사막>은 스팀 점수에서 <슬레이 더 스파이어 2>에 밀렸지만, ES 100으로 1위를 차지하며 종합 평가에서는 순위를 뒤집었다.

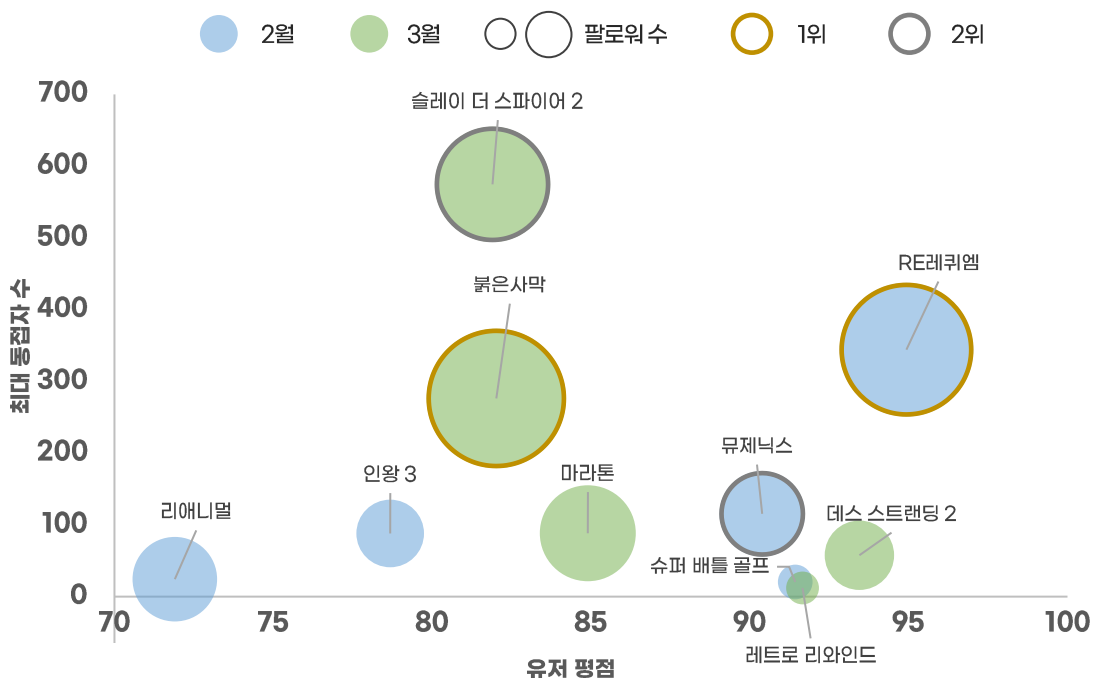
월별 대표작 선정

월별 대표작은 매출 순위, 유저 평점, 최대 동접자 수, 팔로워 수, 레딧 ES 5개 지표를 각각 0~1 범위로 정규화한 뒤 가중 평균을 적용해 종합 점수를 계산했다. 매출과 유저 평점에 각 25%의 가장 높은 비중을 두어 상업적 성과와 실제 플레이어 만족도를 같은 무게로

반영했으며, 최대 동접(20%), 팔로워(15%), 레딧 ES(15%)로 화제성과 커뮤니티 반응을 보완했다. 종합 점수는 0.000~1.000 범위이며, 1.000에 가까울수록 모든 지표에서 고루 우수하다는 의미다.

2월은 <RE 레퀴엠>이 종합 0.871으로 압도적 1위를 차지했다. 매출 1위, 유저 평점 94.93점, 34만 동접, 22만 팔로워, 레딧 ES 100점으로 5개 지표 모두 최상위를 기록한 완벽한 대표작이다. 2위 <뮤제닉스>(0.620, 양호)는 매출 3위, 유저 평점 90.39, 레딧 ES 56.28로 에드먼드 맥밀란 특유의 컬트 팬덤이 레딧 담론에서도 강하게 반영되었다.

3월은 <붉은사막>이 종합 0.796으로 1위, <슬레이 더 스파이어 2>가 0.710로 2위를 기록했다. <슬레이 더 스파이어 2>는 동접 57만이라는 역대급 수치를 기록했음에도 r/SlayTheSpire2(신규 서브) 참여가 저조(ES 9.78)해 커뮤니티 이주가 지연되는 ‘조용한 흥행’ 패턴을 보였다. 반면 <붉은사막>은 개발팀 피드백 대응 포스트가 13,421 좋아요와 1,735 댓글을 기록하는 등 공개 담론 중심의 흥행 구조로 레딧 ES 100점을 달성했다.



[2월] 1위 · 0.871

압도적으로 긍정적

레지던트 이블 레퀴엠

94.93

유저 평점

캡콤 · 슈팅, 서바이벌 호러 · 2026.02.27 출시

2월 매출 순위 1위 최대 동접 344,214 팔로워 219,900 레딧 스코어 100.0

스팀 리뷰 분석

게임 소개

캡콤 RE 시리즈 9번째 정식작. 1인칭 서바이벌과 3인칭 액션을 결합한 듀얼 프ота고니스트 구조. RE2, RE4, RE7 스타일을 한 작품에 녹여 2월 매출 1위 및 RE 시리즈 역대 최대 동접 경신

리뷰 분석

압도적으로 긍정적 94.93점. 액션·공포 균형(10%)과 시리즈 계승(5%)이 호평. 부정은 향수 의존 스토리(15%), 페이싱 붕괴(13%), 70달러(약 10만 3,000원) 가격 대비 짧은 플레이타임

● 긍정 키워드

액션·공포 균형 10% · 시리즈 계승 5% · 분위기 3%

● 부정 키워드

향수 의존 스토리 15% · 페이싱 붕괴 13% · 가격 대비 짧은 10%

대표 리뷰 발췌

Best #1 — "30년의 RE 결과물. 클래식 서바이벌, RE4 액션, RE7 1인칭 공포가 기묘하게 어우러진다."

Worst #1 — "두 캠페인으로 분리되었어야 했다. Grace가 재미있어질 때 Leon으로 끊기고, 페이싱이 최악의 악점이다."

레딧 분석(상위 5개 포스트 분석)

r/ResidentEvilRequiem (구독자 5천 명)

65,533

포스트 upvotes

1,284

총 댓글 수

100.0

레딧 ES

39%

긍정 감성

감성 비율

긍정 39%

61%

● 긍정 키워드

접근성 24%

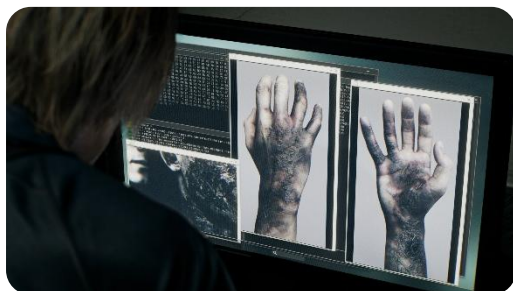
캐릭터 심리 11%

세대 차이 4%

● 부정 키워드

스토리 완성도 35%

게임 메커닉 26%



[2월] 2위 · 0.620

뮤제닉스

매우 긍정적

90.39

유저 평점

에드먼드 맥밀런 · 턴제 전술 로그라이트 · 2026.02.10 출시

2월 매출 순위 3위 최대 동점 115,428 팔로워 89,939 레딧 스코어 56.3

스팀 리뷰 분석

게임 소개

〈아이작의 번제〉, 〈슈퍼 미트 보이〉 개발자 에드먼드 맥밀런의 10년 개발작. 고양이 유전 형질을 교배·조합해 턴제 전술 전투에 투입하는 로그라이트. 인디 타이틀로는 이례적인 11만 동점 달성.

리뷰 분석

스팀 매우 긍정적 90.39점. 게임플레이 깊이(13%)와 블랙 유머(13%)에 호평 집중. 부정은 RNG 의존 메커니즘(10%), UI/UX 결함(8%), 후반부 반복성. 맥밀런 특유의 하드코어 설계가 호불호를 가르는 패턴.

● 긍정 키워드

게임플레이 깊이 13%·블랙 유머 13%·사운드트랙 6%

● 부정 키워드

RNG메커니즘 10%·UI/UX 결함 8%·후반부 반복성 8%

대표 리뷰 발췌

Best #1 — "플레이 9시간 만에 장황한 흑평 글을 썼는데, 44시간이 지난 지금 여전히 플레이 중이다. 이 게임이 싫다."

Worst #1 — "핵심 메커니즘(교배)이 플레이어를 끌어들이지 못한다. 풀 RNG라 무작위 길고양이만큼의 가치가 있을까 싶다."

레딧 분석(상위 5개 포스트 분석)

r/mewgenics(구독자 1.2만 명)

36,539
포스트 upvotes990
총 댓글 수56.3
레딧 ES68%
긍정 감성

감성 비율

긍정 68%

32%

● 긍정 키워드

보스 디자인 31%

상업적 성공 14%

게임플레이 전략 9%

유머 6%

● 부정 키워드

난이도 밸런스 24%

숨은 시스템 8%



[3월] 1위 · 0.796

대체로 긍정적

붉은사막

82.02

유저 평점

필어비스 · 액션 오픈월드 어드벤처 · 2026.03.20 출시

3월 매출 순위 1위 최대 동접 276,261 팔로워 238,927 레딧 스코어 100.0

스팀 리뷰 분석

게임 소개

〈검은사막 온라인〉 개발사 필어비스의 싱글플레이어 액션 오픈월드. 약 1억 2,500만 달러(약 1,838억 원) 추정 개발비. 레딧 ES 100점으로 5축 종합에서 〈슬레이더 스파이어 2〉를 역전.

리뷰 분석

82.02점 대체로 긍정. 중독성(10%)·콘텐츠 양(10%) 호평. 부정은 조작 시스템(47%) 압도적 1위, 스토리·캐릭터 부재(37%), 그래픽 결함(13%). 시각 완성도는 호평, 상호작용 설계는 흑평.

● 긍정 키워드

중독성 있는 게임플레이 10%·콘텐츠 양 10%·그래픽 7%

● 부정 키워드

조작 시스템 47%·스토리·캐릭터 부재 37%·UI/UX 17%

대표 리뷰 발췌

Best #1 — "필어비스가 해냈다. 스카임 느낌에 확드는 방대한 세계에 지루할 틈이 없다. 그래픽과 콤보의 퀄리티가 놀라운 수준이다."

Worst #1 — "우유 한 컵을 머리에 얹고 자전거를 타면서 스페인어를 배우는 느낌. 컨트롤과 니가 이상하리만치 불편하다."

레딧 분석(상위 5개 포스트 분석)

r/CrimsonDesert (구독자 3만 명)

61,763
포스트 upvotes4,181
총 댓글 수100.0
레딧 ES64%
긍정 감성

감성 비율

긍정 64%

36%

● 긍정 키워드

스토리 체험 12%

판매 성공 10%

개발사 대응 8%

빠른 이동 6%

● 부정 키워드

말 조종 17%

컨트롤 복잡도 14%



[3월] 2위 · 0.710

매우 긍정적

슬레이 더 스파이어 2

81.90

유저 평점

메가 크릿 · 맥빌딩 로그라이크 · 2026.03.06 출시

3월 매출 순위 2위 최대 동점 574,638 팔로워 163,545 레딧 스코어 9.8

스팀 리뷰 분석

게임 소개

전작 <슬레이 더 스파이어>(2019) 이후 7년 만의 후속작.
새 캐릭터·카드·보스 도입, 멀티플레이 신규 추가. 동점
57만 명, 약 1년간 얼리 액세스 계획.

리뷰 분석

81.90점 매우 긍정. 전작 계승·개선(30%) 압도적 긍정.
부정은 창의성 부족(리메이크지 속편 아님', 22%)과 EA
초기 밸런스 문제(17%)에 집중.

● 긍정 키워드

전작 계승·개선 30%·중독성 8%·신규 콘텐츠 6%

● 부정 키워드

창의성 부족 22%·EA 밸런스 17%·과도한 난이도 17%

대표 리뷰 발췌

Best #1 — "어떻게 완벽한 게임을 더 좋게 만들었는지 이해할 수 없다. EA인데도 전작보다 깊이가 있다. 하데스 1→2의 바이브 해냈다, 메가크릿"

Worst #1 — "리메이크지 속편이 아니다. 전작과 거의 동일하게 느껴진다. 정가를 낼 만큼 다르진 않은 확장팩이다."

레딧 분석(상위 5개 포스트 분석)

r/SlayTheSpire2 (구독자 1.1만 명)

5,964
포스트 upvotes

459
총 댓글 수

9.8
레딧 ES

21%
긍정 감성

감성 비율

긍정 21%

79%

● 긍정 키워드

게임플레이 전략 21%

● 부정 키워드

카드 평가 49%

캐릭터 설정 27%

패치·밸런스 3%



※ 한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록(2025~2019)

연 번	연 도	연구 명
1	2025	게임이용자 패널 기획연구(3주기)
2	2025	2025 아동·청소년 게임행동 종합 실태조사
3	2025	아케이드게임 산업 진흥 종합계획 연구
4	2025	게임이용자 임상의학 코호트 기획연구(3주기)
5	2025	2020~2024 게임이용자 연구 해설서
6	2025	2025 기능성게임 사업제 및 수요처 현황조사
7	2025	2025 게임이용자 실태조사
8	2025	2025 게임종사자 노동환경 실태조사
9	2025	2025 글로벌 게임 정책·법제 연구
10	2025	2025 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
11	2025	게임접근성 가이드라인
12	2025	장애인 게임 접근성 개선 가이드라인 개발 연구
13	2025	2024 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
14	2024	청각장애인 게임 접근성 개선방안 연구
15	2024	2024 게임 이용자 실태조사
16	2024	2024 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
17	2024	2024 글로벌 게임 정책·법제 연구
18	2024	2023 게임이용자 패널연구(4차년도)
19	2024	2024 게임이용자 임상의학 코호트 연구
20	2024	2024 이스포츠 실태조사
21	2024	이스포츠 사업 성과분석 및 발전방안 연구
22	2024	게임인재원 분원 설립 수요조사 및 타당성 분석 연구
23	2024	시각장애인 게임 접근성 개선방안 연구
24	2024	게임인재원 해외사례 조사 및 교육 개선방안 연구
25	2024	2023 아동청소년 게임행동 종합 실태조사
26	2024	2023 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
27	2023	2023 게임이용장애 실태조사 진단도구 보완 연구
28	2023	2023 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
29	2023	2023 게임이용자 임상의학 코호트 연구
30	2023	2023 글로벌 게임 정책·법제 연구
31	2023	2023 게임 이용자 실태조사
32	2022	2022 교육용 게임콘텐츠 효과성 검증 연구용역
33	2022	2022 게임이용자 패널 연구(3차년도)
34	2022	2022 아동·청소년 게임행동 종합 실태조사
35	2022	2022 장애인 게임 접근성 제고 방안 기초 연구
36	2022	2022 게임이용자 실태조사

연 번	연 도	연구 명
37	2022	2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
38	2022	2022 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
39	2022	2022 게임이용자 임상의학 코호트 연구
40	2022	2022 대한민국 게임백서
41	2021	2021 게임이용자 실태조사
42	2021	2021 이스포츠 실태조사
43	2021	2021 이스포츠 정책연구(지역활성화, 전문인력양성기관 지정)
44	2021	2021 대한민국 게임백서
45	2021	2021 게임종사자 노동환경 실태조사
46	2021	2021 게임 이용자 임상의학 코호트 연구
47	2021	2021 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
48	2021	2021 게임을 통한 메타버스(Metaverse) 속 사회심리적 특성 연구
49	2021	2021 디지털치료제로서 게임 활용 방안 연구
50	2021	2021 클라우드 게임 생태계 활성화 연구
51	2021	2021 게임과몰입(음악,체육) 치유 프로그램 교사용 매뉴얼
52	2021	2021 초등 저학년용 게임이용종합척도 타당화 연구
53	2021	2021 게임 과몰입 종합 실태조사
54	2021	2021 게임이용자 패널 연구(2차년도)
55	2021	2021 게임시간 선택제 운영 발전방안 연구
56	2020	2020 게임이용자 실태조사
57	2020	2020 이스포츠 선수 표준계약서 개발연구
58	2020	2020 이스포츠 실태조사
59	2020	2020 대한민국 게임백서
60	2020	2020 가상현실(VR) 게임 개발사업체 실태조사
61	2020	2020 이스포츠 비즈니스 모델 연구
62	2020	2020 교과서 내 게임콘텐츠 반영 현황조사
63	2020	2020 게임이용자 임상의학 코호트 연구
64	2020	2020 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
65	2020	2020 게임 분야 팬덤 연구
66	2020	2020 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
67	2020	2020 게임의 치료적 활용 방안 모색 연구
68	2020	2020 게임문화박물관 건립 기본방향 수립 연구
69	2020	2020 게임 과몰입 해소를 위한 심리사회학적 모델링 연구
70	2020	2020 차세대 게임콘텐츠 제작지원 실태조사
71	2020	2020 게임 과몰입 종합 실태조사
72	2020	2020 게임이용종합척도 신규 개발 연구

연 번	연 도	연구 명
73	2020	2020 글로벌게임허브센터 중장기 발전방안 연구
74	2020	2020 게임이용자 패널 연구(1차년도)
75	2020	2020 지역기반 게임산업육성사업 중장기 운영 방안 수립
76	2020	2020 게임이용장애 질병코드 도입에 따른 파급효과
77	2019	2019 게임 과몰입 종합 실태조사
78	2019	2019 게임이용자 실태조사
79	2019	2019 게임이용자 패널 연구 예비조사
80	2019	2019 대한민국 게임백서
81	2019	2019 이스포츠 실태조사
82	2019	2019 이스포츠 정책연구(법제도 및 활성화)
83	2019	2019 이스포츠 정책연구(인력양성)
84	2019	2019 2019년 가능성게임 사업체 및 수요처 현황조사
85	2019	2019 게임 과몰입 국제 공동연구
86	2019	2019 아케이드게임 현황조사 및 활성화방안 연구
87	2019	2019 첨단융복합 게임산업 경쟁력 분석 연구
88	2019	2019 첨단융복합 게임콘텐츠 제작지원 사업 효과성 연구
89	2019	2019 게임 생산자의 노동 연구(게임문화 융합연구1)
90	2019	2019 게임 질병코드 도입으로 인한 사회변화 연구(게임문화 융합연구2)
91	2019	2019 게임이 이용자에게 미치는 효과 연구(게임문화 융합연구3)
91	2019	2019 게임문화 인식 빅데이터 조사 연구(게임문화 융합연구4)
93	2019	2019 장애인 e스포츠 경기 연구(게임문화 융합연구5)
94	2019	2019 게임의 예술성 연구(게임문화 융합연구6)
95	2019	2019 플랫폼의 변화와 게임문화 연구(게임문화 융합연구7)
96	2019	2019 게임의 트랜스미디어 현상 연구(게임문화 융합연구8)
97	2019	2019 게임 문화 매개자에 대한 연구(게임문화 융합연구9)
98	2019	2019 가상현실(VR) 게임 개발사업체 실태조사

* <연구 보고서>는 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr) - 콘텐츠지식 - 연구보고서에서 PDF파일을 다운로드 하실 수 있습니다.

글로벌 게임산업 트렌드
GLOBAL GAME INDUSTRY TREND