www.kocca.kr

ISSN 2636-0853 (Print)
ISSN 2384-2881 (Online)

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

GAME TRENDS

Global Game Industry Trends

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2026 GAME TRENDS VOL.79

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

GAME TRENDS

VOL. 79



한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

글로벌 게임산업 트렌드

신작 경쟁 심화 속, 게임업계의 대응 전략

Vol. 79

발행인	김윤지(한국콘텐츠진흥원장)
발행처	한국콘텐츠진흥원	전라남도 나주시 교육길 35	T. 1566.1114
발행일	2026년 11월 2일
기획·구성	한국콘텐츠진흥원 정책연구본부 산업정책팀
편집·인쇄	이씨이십일알앤씨㈜
ISSN	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

Vol.79

신작 경쟁 심화 속,
게임업계의 대응 전략



01 · 글로벌 이슈 포커스 06

누구나 출시할 수 있지만, 아무나 살아남지는 못한다

스팀 신작 700종 시대의 생존법

칼럼 1 **스팀 플랫폼에서의 마케팅 생존법** 국내 전문가 기고 08

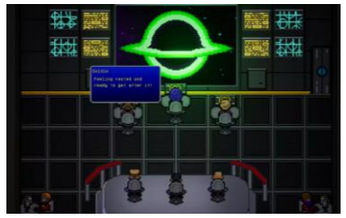
칼럼 2 **스팀에 한산한 출시 시기는 더 이상 없다** 해외 전문가 기고 14

02 · 글로벌 게임산업 이슈

주차별 이슈 한눈에 보기 19

주차별 이슈 9월 4주차 ~ 8월 1주차 20

03 · 글로벌 게임산업 동향 6 ARTICLES



개발 해외 전문가 기고 29

AAA를 떠나 인디 창업, 제작 여건은 좋아졌지만 투자는 줄었다

에어록 게임즈 창업 사례로 본 신생 스튜디오의 제작 방식과 자금 조달



정책 35

블리자드 단체협약, AI 도입도 노사 교섭의 대상이 됐다

게임업계 고용 안정과 AI 전환의 새 기준



소비 42

이용자는 늘고 매출 성장은 숨 고르기

로블록스로 본 UGC 플랫폼 성장 공식의 재편



전략 49

명작 IP, 사지 않고 빌려 쓴다

넥슨의 스타크래프트 개발권 추진으로 본 IP 순환 시대



전략 해외 전문가 인터뷰 56

인디 개발사의 퍼블리싱, 자체 개발보다 더 벌었다

〈드워프 포트리스〉 퍼블리셔 킷폭스 게임즈가 말하는 인디가 인디를 키우는 조건



장르 60

1~2인이 만든 인크리멘탈 게임, 스팀에서 연이어 흥행

장르의 성장 구조와 포화 논쟁

04 · 글로벌 이머징 마켓

〈위쳐〉의 나라 폴란드, 한국 게임사의 유럽 개발 파트너로 69

숙련 인력과 비용 경쟁력으로 본 협력 기회

05 · 글로벌 게임 캘린더

리뷰 **신작보다 익숙한 IP를 체험하는 무대** 79

도쿄게임쇼 2026 결산과 한국 참가사의 현장 반응

프리뷰 **대형사가 빠진 자리, 외연 확장으로 채운다** 85

지스타 2026 주목 포인트와 한국 개발사 참가 전략

06 · 부록

스팀 × 레딧 차트 분석 91

2026년 8월·9월 신작 분석

한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록 106

2025~2019

GUIDE

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.

구성

01	**글로벌 이슈 포커스**	최근 이슈화된 특정 게임 이슈에 대한 국내외 전문가 칼럼 제공
02	**글로벌 게임산업 이슈**	게임산업 이슈 단신을 주차별 이슈 형태로 제공
03	**글로벌 게임산업 동향**	시장, 정책, 기업 등 분야별 게임산업 동향 정보 제공
04	**글로벌 이머징 마켓**	국내 게임업계 진출이 추천되는 신흥국에 대한 정보 제공
05	**글로벌 게임 캘린더**	글로벌 게임 전시회 트렌드와 관련 정보 제공
06	**부록**	스팀 신작 매출과 레딧 반응 분석, 한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록 제공

이번 매거진은 글로벌 기준 2026년 10월 초까지 발생한 게임산업 정보 수집 분석 후 학계 및 업계 전문가의 이슈 적절성 검토를 통해 구성되었습니다.

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

GLOBAL GAME INDUSTRY TREND

01 글로벌 이슈 포커스

누구나 출시할 수 있지만, 아무나 살아남지는 못한다

스팀 신작 700종 시대의 생존법

칼럼 1 국내 전문가 기고 08

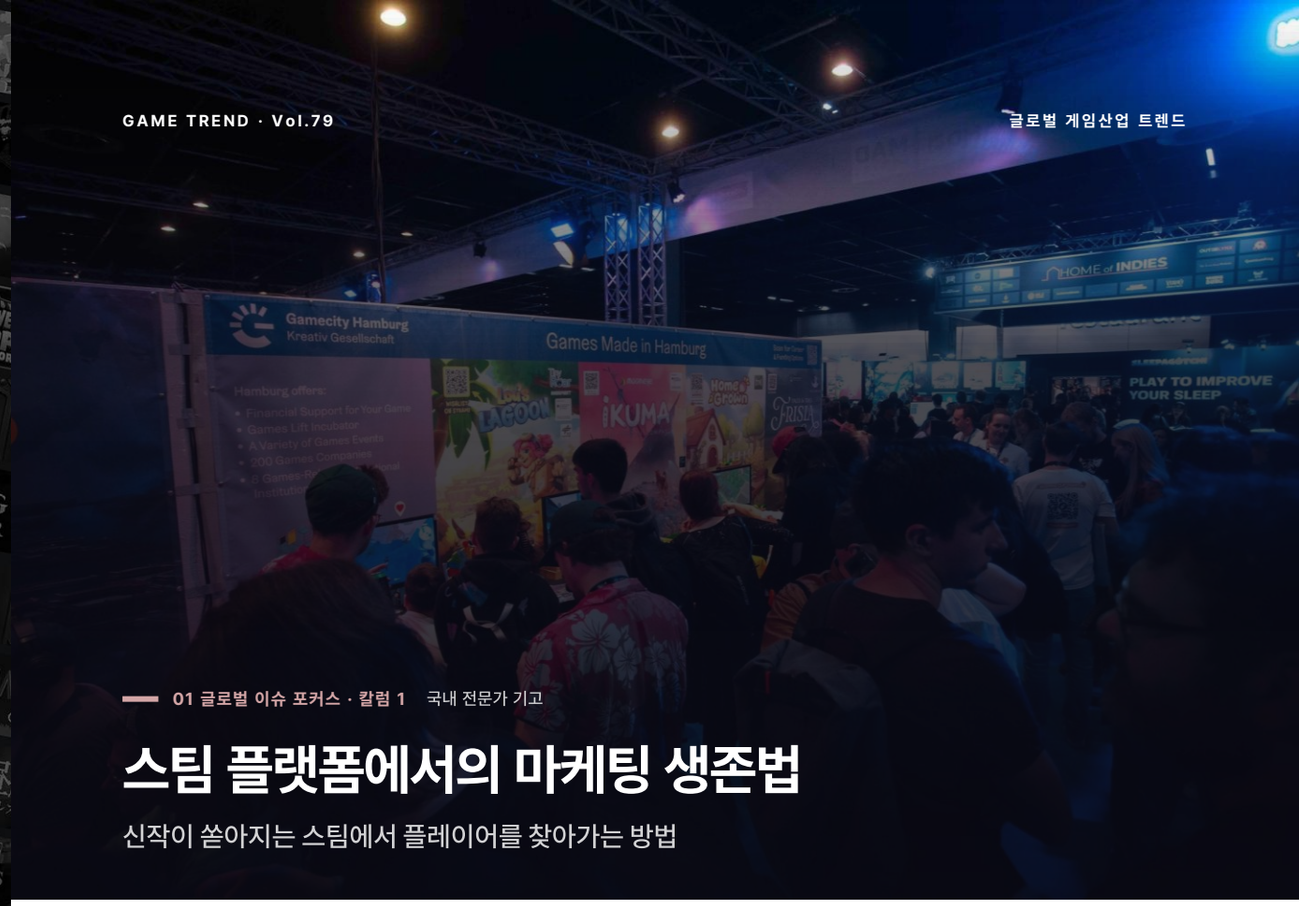
스팀 플랫폼에서의 마케팅 생존법

신작이 쏟아지는 스팀에서 플레이어를 찾아가는 방법

칼럼 2 해외 전문가 기고 14

스팀에 한산한 출시 시기는 더 이상 없다

8년간의 주간 출시 데이터로 본 신작 급증의 배경



01 글로벌 이슈 포커스 · 칼럼 1 국내 전문가 기고

스팀 플랫폼에서의 마케팅 생존법

신작이 쏟아지는 스팀에서 플레이어를 찾아가는 방법

2026년 1~10월 스팀 출시작은 2만 2,985편으로 지난해 전체를 넘어섰고, 올해 출시작의 절반 이상은 리뷰가 10개에 못 미친다. 필자는 레딧 영상과 게임쇼 시연, 스팀 넥스트 페스트, 디스코드 커뮤니티로 이어지는 출시 전후의 마케팅 과정을 국내외 사례로 짚는다.



이정엽
순천향대학교 한국문화콘텐츠학과 교수
부산인디커넥트페스티벌(BIC) 심사위원장

이 칼럼의 목차

1 **2만 편 넘게 쏟아지는 스팀의 발견성 문제** 09

2 **출시 전에 플레이어를 만나는 방법** 10

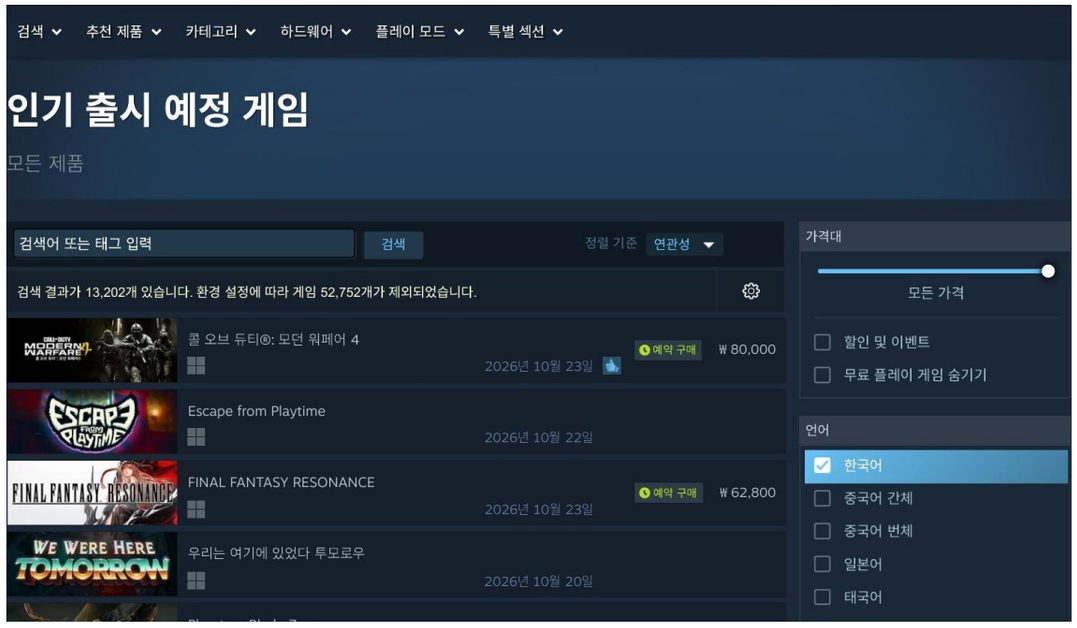
3 **출시 이후까지 관심을 이어 가는 커뮤니티** 11

국내 전문가 기고 01 · 글로벌 이슈 포커스 칼럼 1

스팀 플랫폼에서의 마케팅 생존법

신작이 쏟아지는 스팀에서 플레이어를 찾아가는 방법

글 이정엽(순천향대학교 교수, BIC 심사위원장)



필자 소개

이정엽 순천향대학교 한국문화콘텐츠학과 교수, BIC 심사위원장

순천향대학교 한국문화콘텐츠학과 교수로, 게임의 미학과 인디 게임을 중점적으로 연구하고 있다. 국내 대표 인디 게임 페스티벌인 부산인디커넥트페스티벌(BIC)의 창설을 주도했으며 현재 심사위원장을 맡고 있다. 국제 인디 게임 행사인 IGF(Independent Games Festival)의 심사위원으로도 활동해 왔다. 제자들과 함께 〈21 Days〉를 비롯한 여러 게임을 PC와 모바일로 출시했으며, 저서로 『인디게임』, 『81년생 마리오』, 『게임의 이론』 등이 있다.

요약

2026년 1~10월 스팀에 출시된 게임은 2만 2,985편으로 이미 지난해 전체를 넘어섰다. 올해 출시작의 55.1%는 리뷰가 10개에 못 미쳐, 게임이 플레이어에게 노출되지 못하는 발견성 문제가 심각한 수준에 이르렀다.

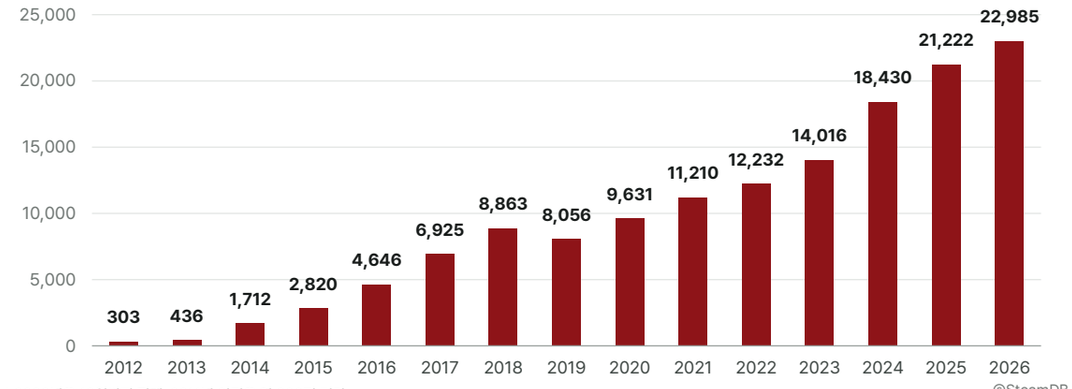
필자는 스팀 그린라이트와 스팀 다이렉트, AI 도구로 이어진 출시 급증의 흐름을 짚고, 레딧 영상과 게임쇼 시연, 스팀넥스트 페스트, 디스코드 커뮤니티를 잇는 출시 전후의 마케팅 과정을 국내외 사례로 소개한다. 출시 이후까지 관심을 이어가도록 돕는 퍼블리셔의 역할도 강조한다.

1 2만 편 넘게 쏟아지는 스팀의 발견성 문제

게임 플랫폼 가운데 스팀(Steam)은 PC 게임 시장에서 대체하기 어려운 플랫폼이다. 2003년 서비스를 시작한 스팀은 PC 게임 다운로드 시장 매출의 70% 이상을 차지하고, 10만 종이 넘는 게임을 보유한 독과점에 가까운 플랫폼이다. 2026년 현재 스팀의 월간 이용자 수(MAU)는 2억 명에 가깝다. 특히 최근 몇 년간 인디게임 개발자에게 스팀은 수익 대부분을 의존하는 사실상 유일한 플랫폼처럼 여겨진다. 10년 전만 해도 국내외 인디게임 페스티벌의 3분의 1 정도를 모바일 게임이 차지했다. 그러나 마케팅과 광고에 의존하는 모바일 게임 시장의 단가가 계속 오르고 퍼포먼스 마케팅의 효율이 떨어지자, 개발자들은 마케팅 부담이 상대적으로 덜한 스팀으로 몰려가기 시작했다. 록키(Rokky)가 인터뷰한 게임 스튜디오 306곳 가운데 88%가 전체 매출의 75% 이상을 스팀에서 올린다고 응답한 데서도 스팀의 위상을 짐작할 수 있다.

그래프 연도별 스팀 게임 출시 수

단위: 편



* 2026년은 10월까지 집계, 2011년 이전은 연 300편 미만

©SteamDB

그러나 최근 스팀은 몇 년 전 구글 플레이나 애플 앱스토어 같은 모바일 게임 시장이 겪었던 현상을 그대로 겪고 있다. 신작이 너무 많아 출시 초기에 주목을 받지 못하는 발견성(discoverability) 또는 가시성(visibility) 문제다. 2026년 1월부터 10월 현재까지 스팀에 출시된 게임은 2만 2,985편으로, 이미 지난해 출시작 수를 넘어섰다. 이 가운데 80% 이상이 프로필 관련 기능이 제한된 리미티드 게임(limited games)임을 감안하면 주목받지 못한 게임이 상당수에 이른다고 짐작할 수 있다. 2026년 출시작의 55.1%가 리뷰 10개 미만에 머무는 상황이 이어지면서, 게임이 플레이어에게 노출되지 못하는 가시성 문제는 이미 심각한 수준에 이르렀다.

아직 모바일 게임에 비할 바는 아니지만, 스팀에 해마다 2만 편 이상, 2026년 3분기 기준 매달 2,000편 이상이 출시되는 상황에서 플레이어는 어떤 게임을 골라야 할지 길을 잃을 수밖에 없다. 스팀의 출시작이 급격히 늘어난 데는 역사적으로 세 차례 정도의 큰 변화가 있었다. 첫 번째는 2012년 시작된 스팀 그린라이트(Steam Greenlight) 제도다. 그린라이트는 스팀 이용자에게 출시 예정 게임의 영상과 스크린숏을 보여 준 뒤 출시되면 살 의향이 있는지 물어, 높은 득표를 얻은 게임을 출시하는 제도였다. 이를 기점으로 AAA 게임의 서드파티 플랫폼이던 스팀에서 인디게임의 비중이 크게 늘어나기 시작했다.

그래프 스팀 월별 게임 출시 수 추이(2006~2026년)



* 초록 점선은 스팀 그린라이트(2012년), 빨간 점선은 스팀 다이렉트(2017년) 도입 시점

©SteamDB

이후 2017년 6월 스팀은 인디게임 출시 정책을 스팀 다이렉트(Steam Direct)로 바꿨다. 이용자 투표로 거르던 1차 검증을 없애고, 일정한 검수를 통과한 게임은 모두 등록할 수 있게 한 것이다. 그린라이트 제도와 상용 게임 엔진 무료화로 유입되기 시작한 인디게임 개발자들은 스팀 다이렉트 덕분에 꾸준히 게임을 내놓았고, 2018년부터 2023년까지 매달 1,000편 안팎의 게임이 스팀에 출시되었다. 이 흐름에 기름을 부은 것은 AI였다. 인디게임 개발자들은 LLM을 비롯한 다양한 2D, 3D 도구로 기획, 아트, 프로그래밍 전반에서 약한 부분을 보완할 수 있게 되었고, 그 결과 월 3,000편에 가까운 게임이 스팀에 출시되기에 이르렀다.

2 출시 전에 플레이어를 만나는 방법

이처럼 모바일 게임에 이어 스팀에서도 발견성과 가시성 문제가 커지면서, 개발사는 게임을 완성하는 일뿐 아니라 잠재적인 플레이어를 찾아가는 일까지 개발 과정에 포함해야 하는 상황에 놓였다. 스팀에 게임을 등록하면 전 세계에 판매할 수는 있지만, 전 세계 플레이어가 그 게임의 존재를 알아서 찾아 주지는 않는다. 따라서 출시 전부터 게임을 알리고, 관심을 보인 사람에게 플레이할 기회를 주며, 그 관심이 출시 때까지 이어지도록 관계를 유지하는 과정이 필요하다.

첫 번째 과제는 자신의 게임을 좋아할 만한 사람들이 모인 곳에서 게임의 특징을 분명하게 보여 주는 것이다. 해외 커뮤니티 레딧(Reddit)을 활용한 도시 건설 게임 〈레이사라: 서밋 킹덤(Laysara: Summit Kingdom)〉이 좋은 사례다. 이 게임의 개발자는 2021년 레딧의 게임 커뮤니티에 약 30초 분량의 영상을 올렸다. 개발자 인터뷰에 따르면 이 게시물은 약 320만 회 조회되었고, 게임은 하루가 지나기 전에 1만 1,000건 이상의 위시리스트를 확보했다. 고산 지대에 도시를 건설하는 이 게임의 설계는 플레이어에게 익숙한 도시 건설 장르와 무엇이 다른지를 매우 효과적으로 보여 주었다. 개발 과정의 수고를 설명하기보다 플레이어가 무엇을 하며 즐길 수 있는지 보여 주는 편이 효과적이었던 것이다.

그러나 짧은 영상으로 얻은 관심이 곧바로 구매로 이어지지는 않는다. 관심을 실제 플레이 경험으로 바꾸려면 데모와 시연이 필요하다. 국내 개발사 원더포션의 〈산나비〉는 이 과정에서 참고할 만한 사례다. 〈산나비〉는 2021년 플레이 테스트를 시작으로 부산인디커넥트페스티벌(BIC), 게임스컴의 인디 아레나 부스, 스팀 넥스트 페스트 등 다양한 게임쇼에서 게임을 선보였다. 개발자가 직접 발로 뛰며 B2C 행사에서 플레이어를 만나는 일을 게을리하지 않았다. 그중 원더포션 유승현 대표가 가장 공을 들인 행사는 넥스트 페스트였다.

인디게임 개발자들은 흔히 넥스트 페스트에서 플레이어가 데모를 많이 플레이하고 위시리스트에 추가하는 것을 중요하게 여긴다. 그러나 2026년 10월 27일 BIC와 스팀이 함께 연 오프라인 행사에서 스팀 운영사 밸브(Valve) 마케팅팀의 톰 지아르디노(Tom Giardino)는 위시리스트를 늘리는 일이 중요하지만 그것이 전부는 아니라고 설명했다. 스팀 넥스트 페스트는 행사 첫 이틀 동안 참가한 모든 게임을 무작위로 노출한다. 그러나 이틀이 지나면 플레이어가 데모를 플레이한 시간을 바탕으로 가중치를 매겨 추천(피처드) 노출 비율을 조정한다. 그래서 그는 플레이어가 데모를 플레이한 시간 자체가 중요하며, 개발자는 이를 이후의 실질적인 마케팅으로 연결할 수 있어야 한다고 강조했다.

따라서 인디게임 개발자는 스팀 넥스트 페스트를 단순히 데모 파일을 업데이트하는 행사로 활용해서는 안 된다. 시연에서 드러난 불편을 고치고, 이용자가 어떤 장면에서 재미를 느끼는지 확인하는 일도 중요하다. 위시리스트는 이처럼 서로 다른 홍보 활동으로 형성된 관심을 모아 두는 장치다. 등록 건수를 늘리는 일과 함께 플레이어가 무엇을 기대하며 등록했는지를 파악해야 출시 이후의 반응도 예상할 수 있다.

3 출시 이후까지 관심을 이어 가는 커뮤니티

게임쇼가 끝난 뒤에는 플레이어의 관심을 꾸준히 붙잡아 둘 공간이 필요하다. 이때 디스코드(Discord)는 공지 사항을 전달하는 게시판을 넘어 플레이어가 경험과 지식을 나누는 장소가 될 수 있다. Team42가 개발 중인 〈슬라임의 세계〉는 2026년 8월 스팀 데모를 공개한 뒤 위시리스트 3만 건 이상을 기록했다고 발표했다. 회사 측에 따르면 브라질을 비롯한 해외 이용자들이 디스코드 등에서 공략을 공유하고 전용 도구를 만드는 활동도 이어졌다. 데모를 체험한 플레이어가 정보를 소비하는 데 그치지 않고 다른 이용자의 플레이를 돕는 참여자가 되도록 만든 것이다. 유튜브 채널 「중년게이머 김실장」에 출연한 퍼블리셔 레드브릭하우스의 김혁진, 홍지철 대표 역시 디스코드와 레딧의 중요성을 강조한 바 있다.

이러한 발견의 과정은 출시와 함께 끝나지 않는다. 〈산나비〉는 정식 출시 이후 이야기와 결말에 대한 반응이 유튜브 등의 게임 방송으로 퍼지면서 새로운 이용자에게 알려졌다. 출시 전에는 플랫포머 액션과 스팀펑크가 결합된 독특한 배경이 관심을 끌었다면, 출시 후에는 플레이어가 경험한 감정과 스트리머의 반응이 또 다른 발견의 계기가 되었다.

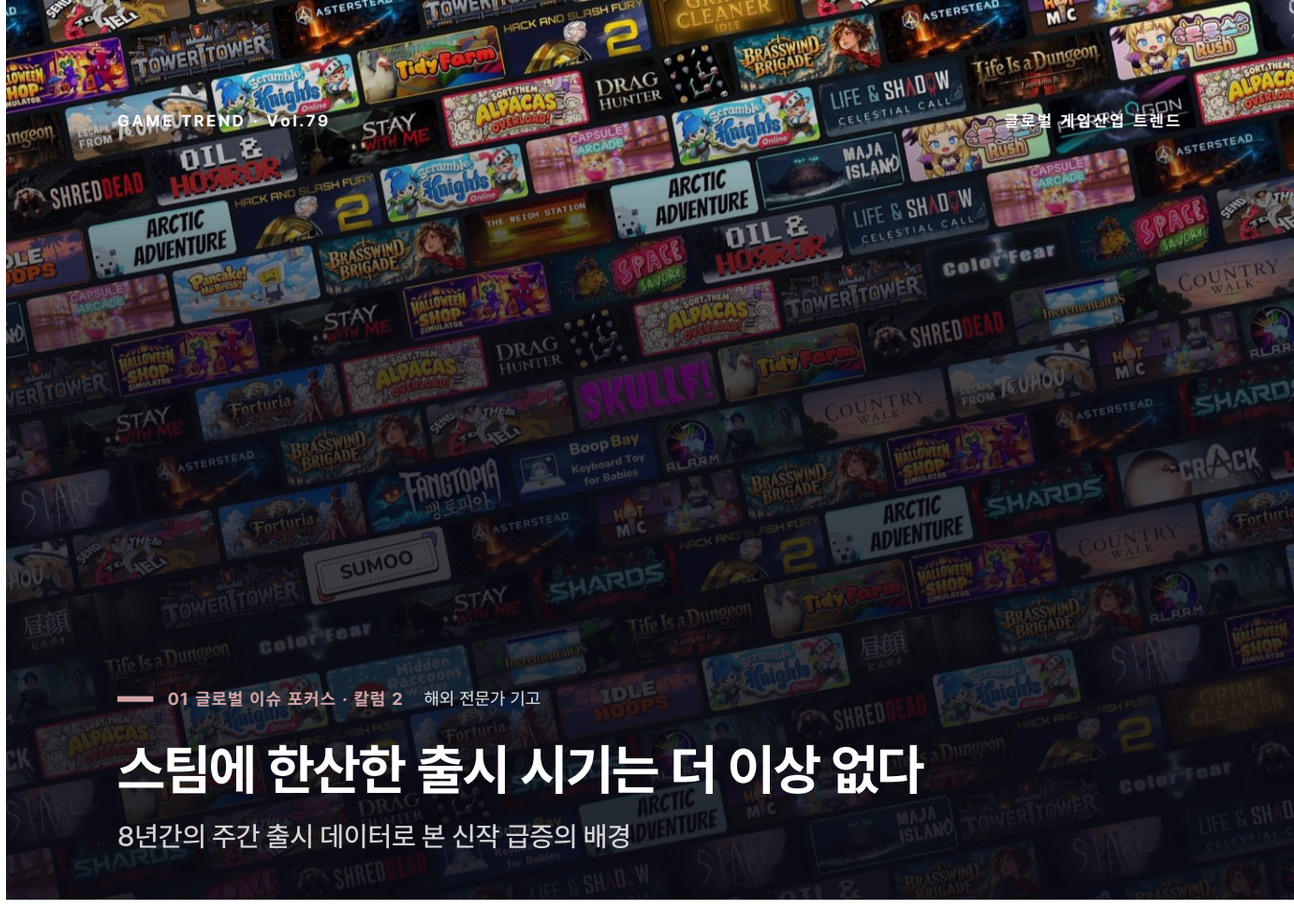
결국 레딧, 디스코드, 인디게임 페스티벌과 넥스트 페스트는 각각 독립된 홍보 수단이면서도 서로 연결되어야 하는 접점이다. 이러한 마케팅 채널을 통해 입소문이 계속 퍼져야 게임에 대한 관심을 이어 갈 수 있다. 이 과정에서 퍼블리셔의 역할도 중요하다. 퍼블리셔는 현지화와 스팀 등록 절차를 대신하는 데 그치지 않고, 적합한 행사와 방송 제작자를 찾고 이용자 반응을 분석하며, 출시 이후까지 게임이 관심을 이어 갈 수 있도록 지원해야 한다.



2026년 10월 스팀 넥스트 페스트 ©Valve

참고문헌

1. Financial Times, "Valve conquered PC gaming. What comes next?", 2025.07.04, https://www.ft.com/content/f4a13716-838a-43da-853b-7c31ac17192c
2. GameDiscoverCo, "What do Steam fans really think about AI in games?", 2026.07.07, https://newsletter.gamediscover.co/p/what-do-steam-fans-really-think-about
3. How To Market A Game, "How a two-person team earned 11,000 wishlists with one Reddit post", 2022.01.10, https://howtomarketagame.com/2022/01/10/how-a-two-person-team-earned-11000-wishlists-with-one-reddit-post/
4. Rokky, "The State of PC Game Distribution", 2025, p. 4, https://cdn.rokky.com/products-content/docs/TheStateofPCGameDistribution_rokky_com.pdf
5. Steam, "Laysara: Summit Kingdom", https://store.steampowered.com/app/1823950/Laysara_Summit_Kingdom/
6. Steam, "산나비", https://store.steampowered.com/app/1562700/
7. Steam, "슬라임의 세계", https://store.steampowered.com/app/4671450/
8. SteamDB, "Steam Game Releases", https://steamdb.info/stats/releases/
9. YouTube 「중년게이머 김실장」, https://www.youtube.com/watch?v=o4cKzkATf70&t=4381s
10. 인벤, 「슬라임의 세계, 스팀 넥스트 페스트 참가」, 2026.10.20, https://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=322311
11. 지디넷코리아, 「[강한결의 인디픽] 원더포션 "산나비로 과분한 사랑…믿음주는 개발사 될 것"」, 2024.03.07, https://zdnet.co.kr/view/?no=20240307104441



01 글로벌 이슈 포커스 · 칼럼 2 해외 전문가 기고

스팀에 한산한 출시 시기는 더 이상 없다

8년간의 주간 출시 데이터로 본 신작 급증의 배경

스팀의 주간 신작 수가 처음으로 700편을 넘었다. 2026년 1~9월 출시작은 1만 9,473편으로 전년 같은 기간보다 41% 늘었다. 스팀 신작을 매주 집계해 온 필자가 작은 팀의 부상, 대형 출시작이 바꾼 출시 달력, AI 도구의 확산으로 증가 배경을 짚는다.



토마 비도(Thomas Bidaux)
ICO 파트너스 대표
GOA와 엔씨소프트 유럽을 거친 게임 퍼블리싱 전문가이자 게임 크라우드펀딩 전문가

이 칼럼의 목차

1 멈추지 않는 성장 15

2 성장을 이끈 요인 17

3 맺으며 17

스팀에 한산한 출시 시기는 더 이상 없다

8년간의 주간 출시 데이터로 본 신작 급증의 배경

글 토마 비도(ICO 파트너스 대표) | 번역 한국콘텐츠진흥원 편집팀



필자 소개

토마 비도(Thomas Bidaux) ICO 파트너스 대표

GOA와 엔씨소프트 유럽(NCsoft Europe)을 거치며 오랫동안 게임 퍼블리싱 분야에서 일했다. 현재는 장르를 가리지 않고 PC와 콘솔 게임 개발사, 퍼블리셔를 지원하는 셀프 퍼블리싱 에이전시 ICO 파트너스(ICO Partners)를 이끌고 있다. ICO 파트너스는 컨설팅으로 파트너사의 전략 수립과 사업 개발을 돕고, PR과 인플루언서, 광고 등 마케팅 실무도 함께 맡는다. 크라우드펀딩과 게임 분야의 대표적인 전문가로도 꼽히며, 창작자를 대신해 진행한 여러 캠페인의 경험을 공유해 왔다.

요약

스팀의 주간 신작 수가 처음으로 700편을 넘었다. 2026년 1~9월 출시작은 1만 9,473편으로 전년 같은 기간보다 41% 늘었고, 9월 마지막 주에는 725편이 나와 주간 최고 기록을 다시 썼다.

스팀 신작을 매주 집계해 온 필자는 작은 팀의 잇따른 흥행, 대형사 감원 뒤 늘어난 소형 스튜디오, AI 도구의 확산을 증가 요인으로 꼽는다. 11월 대작 출시를 피해 일정을 앞당긴 게임이 늘면서 출시 달력은 더 빽빽해졌다. 피해 갈 한산한 시기가 사라진 시장에서는 출시 전에 존재감을 쌓는 일이 곧 출시 준비다.

올해 8월 마지막 주, 스팀에서 한 주에 출시된 신작이 처음으로 700편을 넘었다.

2017년 초여름, 밸브(Valve)는 스팀 상점의 문을 전 세계에 열었다. 그전까지는 기존 파트너사의 게임과 밸브가 성공 가능성을 본 신작을 들이는 큐레이션에, 이용자 투표로 출시작을 고르는 스팀 그린라이트(Steam Greenlight)를 섞어 운영했다. 이를 대신한 스팀 다이렉트(Steam Direct)는 100달러(약 13만 4,000원)의 등록비만 내면 누구나 게임을 올릴 수 있는 제도다. 변화의 효과는 컸다. 주간 신작 수는 약 80편에서 150편으로 늘었다.

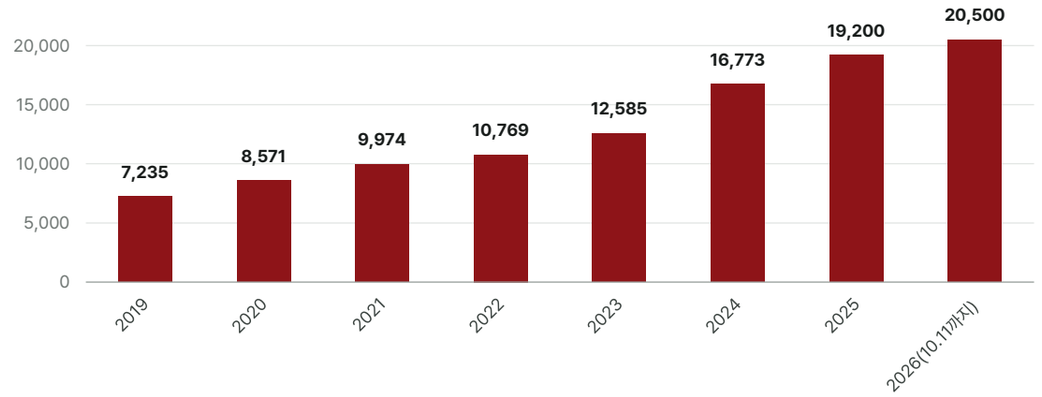
매주 나오는 신작이 거의 하룻밤 사이에 두 배 가까이 늘자 플랫폼의 신작을 따라가기가 점점 어려워졌다. 그래서 우리는 스팀 API에 연결해 주간 출시작 수를 집계하고 매주 월요일 이메일로 받아 보는 내부 도구를 만들었다. 처음에는 자체 용도였지만 결국 공개 뉴스레터로 전환했고, 이 글의 데이터도 그 뉴스레터에서 나왔다.

1 멈추지 않는 성장

지난 8년 동안 스팀 출시작 수는 해마다 늘었다. 2019년부터 2023년까지는 연 8~18%씩 꾸준히 늘었고, 2024년에는 3분의 1이 뛰었으며 2025년에도 14%가 더해졌다. 2026년에는 증가 속도가 다시 빨라졌다. 1~9월 스팀 출시작은 1만 9,473편으로 전년 같은 기간보다 41% 많고, 연초 이후 누계는 이미 2025년 한 해 전체를 넘었다. 월 출시작은 2019년 약 600편에서 2025년 약 1,600편으로 늘었고, 2026년 9월에는 2,832편에 이르렀다.

그래프 스팀 연도별 출시작 수

단위: 편

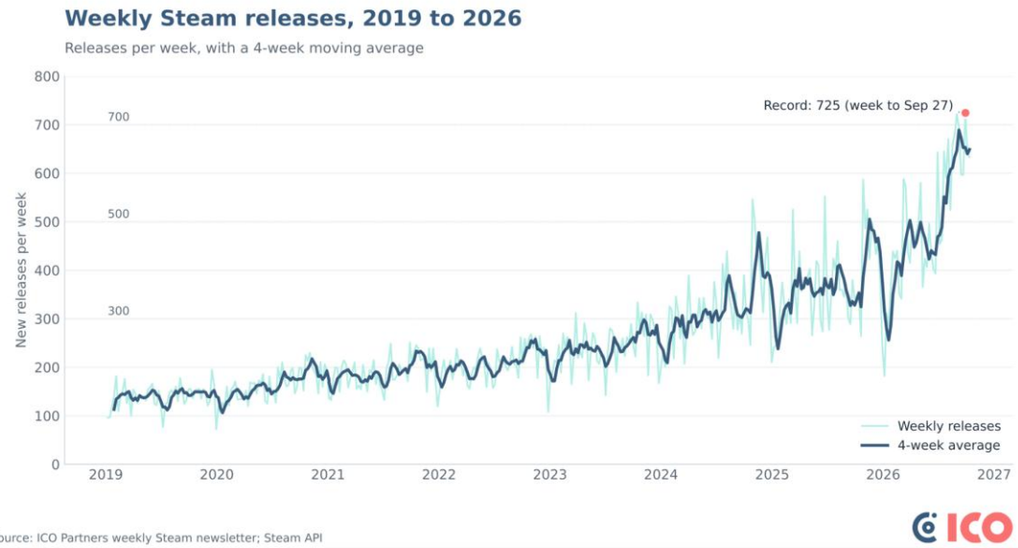


* 2026년은 41주 집계

©ICO Partners 주간 스팀 뉴스레터, Steam API

게임산업은 계절성이 강하다. 쇼케이스와 할인 행사, 대형 출시작이 달력을 움직이고, 어떤 시기는 다른 때보다 훨씬 붐빈다. 그래도 주간 출시작이 300편을 넘은 것은 2023년이 처음이었고, 2024년 가장 붐빈 주에 500편을 넘었다. 2026년 8월 마지막 주의 722편은 신기록이었지만 오래가지 않았다. 9월 마지막 주에 725편이 나왔기 때문이다. 해마다 출시가 가장 몰리는 10월 하순은 아직 오지 않았다. 11월에 나올 두 대작이 주변 일정까지 모두 밀어내지 않는다면 말이다.

그래프 스팀 주간 출시작 수 추이(2019~2026년)

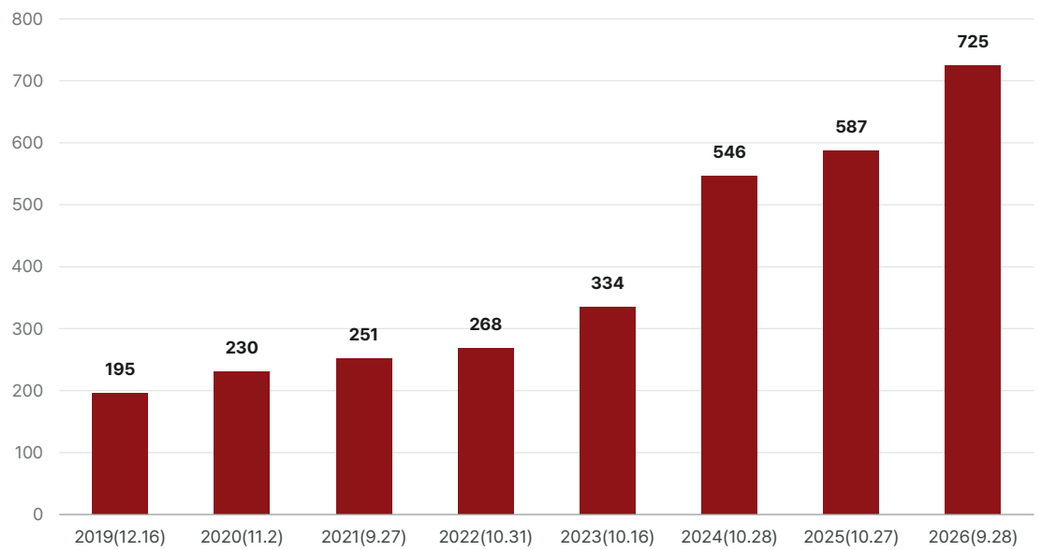


* 주간 출시작과 4주 이동평균, 최고 기록은 9월 27일까지의 한 주 725편

©ICO Partners 주간 스팀 뉴스레터, Steam API

그래프 연도별 스팀 최다 출시 주의 출시작 수

단위: 편



* 괄호 안은 해당 주 뉴스레터 발송일(월요일), 2026년은 현재까지의 최고치

©ICO Partners 주간 스팀 뉴스레터, Steam API

2 성장을 이끈 요인

▪ 작은 팀의 부상

개발 도구는 그 어느 때보다 쓰기 쉬워졌고, 작은 팀의 성공 사례도 그 어느 때보다 많다. 〈발라트로(Balatro)〉와 〈뱀파이어 서바이버즈(Vampire Survivors)〉, 〈스케줄 I(Schedule I)〉, 그리고 소규모 팀이 만든 수많은 프렌드슬롭(friendslop) 흥행작은 작은 스튜디오가 어디까지 노릴 수 있는지 보여 준다.

그중에서도 친구들과 함께 즐기는 가벼운 협동 게임인 프렌드슬롭은 성격상 빠르게 만들어 내놓을 수 있다. 이용자를 빨리 찾지 못하면 스튜디오는 다음 작품으로 넘어가 다시 최대한 빨리 출시를 노린다. 이런 게임은 게임 하나를 만드는 데 2년 이상 걸린다는 통념을 깨고 있다. 개발 기간이 짧아지면 같은 기간에 나오는 게임도 많아진다.

대형 스튜디오의 잇따른 감원도 이 흐름을 키웠다. 많은 개발자가 작은 규모로 독립에 나섰고, 작은 스튜디오가 늘어나면 만들어지고 출시되는 게임도 늘어난다.

▪ 출시 달력의 변화

2026년은 보기 드문 대작이 나오는 이례적인 해다. 11월에 나오는 〈GTA VI〉가 많은 게임의 출시 일정을 흔들고 있다. 미국 〈새터데이 나이트 라이브(Saturday Night Live)〉가 이를 소재로 콩트를 만들었을 정도로, 게임 하나의 출시가 미치는 영향이 크다.

여기에 11월 초 〈젤다의 전설 시간의 오카리나〉 리메이크까지 더해져, 11월 한 달은 대부분의 스튜디오가 출시를 피하는 달이 됐다. 두 게임 모두 다음 달 스팀으로 나오지 않는데도 업계에 미치는 영향은 막강하다.

업계 상당수가 한 달을 통째로 피하면서 일부 출시작이 앞당겨졌고, 달력은 더 붐비게 됐다. 두 작품의 영향은 연말에 제대로 측정하겠지만, 필자는 11월이 평소보다 조용한 달이 될 것으로 본다. 그런 달이 아직 남아 있다면 말이다.

▪ AI의 영향

솔카 하로(Sulka Haro)는 지난 7월 AI 도구의 도입과 그것이 스팀 생태계에 미친 영향을 훌륭하게 분석했다. 상관관계가 곧 인과관계는 아니다. AI 사용을 공개하는 게임이 늘었다고 해서 출시작 증가가 AI 때문만이라고 할 수는 없다. 그러나 AI가 훨씬 많은 사람에게 게임 개발의 문을 열어 준 것은 사실이다. 이들이 게임 제작에 뛰어들면서 지금처럼 매주 쏟아지는 신작 수에 힘을 보태는 것도 놀라운 일은 아니다.

3 맺으며

숫자는 스팀이 어디로 향하는지 분명하게 보여 준다. 2026년은 석 달 가까이 남겨 둔 채 이미 2025년 전체를 넘었고, 해마다 가장 붐비는 10월 하순은 아직 오지 않았다. 앞으로 몇 주가 지나면 〈GTA VI〉와 〈젤다의 전설 시간의 오카리나〉 리메이크가 정말 11월을 비우는지, 아니면 일정을 앞당긴 게임들 때문에 스팀 역사상 가장 붐비는 가을이 되는지 드러날 것이다.

어느 쪽이든 붐비는 것이 새로운 표준이 됐다고 봐도 좋다. 한 달 2,800편, 한 주 700편이 넘는 시장에서 노릴 만한 한산한 시기는 더 이상 없고, 출시 전에 무엇을 하느냐가 그 어느 때보다 중요하다. 일찍부터 존재감을 쌓는 일도 게임 출시의 일부다.



02 글로벌 게임산업 이슈

주차별 이슈 한눈에 보기

주차별 이슈
9월 4주차 ~ 8월 1주차

주차별 이슈 한눈에 보기

수집 기간 8/3 ~ 9/27

순번	주차	구분	이슈 제목
01	**9월 4주차** 9/21-9/27	국내	**AGF, 한정판 거래 플랫폼 크림과 첫 공식 굿즈** 팬 굿즈 수요, 행사 부스 밖 패션 커머스로 확산
02		해외	**캡콤 IP 영화 〈레지던트 이블〉 흥행** 구작 이용자 복귀는 늘고 신작 매출 효과는 제한
03	**9월 3주차** 9/14-9/20	국내	**네오위즈, 니혼 팔콤 〈영웅전설3 하얀마녀〉 IP 계약** 일본 고전 IP 리메이크를 국내 개발사가 개발
04		해외	**락스타 게임즈, 〈GTA 6〉 출시 앞두고 모드 규칙 명문화** 이용자 창작을 공식 플랫폼 안으로 편입
05	**9월 2주차** 9/7-9/13	국내	**넥슨재단, 〈바람의나라〉 IP를 전통공예 전공생에게 개방** 산학협력 사업으로 확대 추진
06		해외	**레벨파이브, 신작 발표 영상 생성형 AI 사용에 팬 반발** 사과에도 활용 지속 방침 재확인
07	**9월 1주차** 8/31-9/6	국내	**데브시스터즈, 〈쿠키런: 브레이버스 카드 게임〉 유럽 진출** 게임 매출 감소 속 비게임 IP가 매출 10% 담당
08		해외	**마이크로소프트, 엑스박스 클라우드 게이밍 월 이용 시간 제한** 무제한 구독을 사용량 과금으로 전환
09	**8월 4주차** 8/24-8/30	국내	**넵튠, 카카오페이 미니게임 콘텐츠 공급 계약** 캐주얼 게임 유통 경로, 금융·메신저 플랫폼으로 확산
10		해외	**마이크로소프트, 보유 디스크의 디지털 전환 기능 시험 개시** 물리 라이브러리를 계정 종속 권한으로 흡수
11	**8월 3주차** 8/17-8/23	국내	**펄어비스 〈붉은사막〉, 출시 3개월 600만 장** 게임스컴에서 5개 언어 더빙 추가와 스위치 2 버전 확인
12		해외	**엑스박스, 인수 스튜디오 2곳 독립 승인과 IP 권리 반환** 구조조정 여파가 개발 인력 창업으로 확산
13	**8월 2주차** 8/10-8/16	국내	**넥슨·카카오게임즈, 장기 서비스 게임 종료와 개발사 이관** 이용자 데이터 존속이 법적 쟁점으로 부상
14		해외	**게임업계, 개발 계약의 생성형 AI 금지 조항 표준화** 저작권 보호 공백이 배경
15	**8월 1주차** 8/3-8/9	국내	**넷마블, 하반기 신작 5종에서 3종으로 축소** 다작에서 기존작 수명 연장으로 전략 전환
16		해외	**로블록스, 1년 새 주가 70% 급락과 이용자 이탈** 이용자 제작 흥행작 부재가 플랫폼 성장 둔화로 직결

9월 4주차 9/21–9/27



이슈 ① 국내

AGF, 크림과 손잡고 첫 공식 굿즈 출시

서브컬처 축제 AGF가 행사 이름을 내건 공식 굿즈를 처음 출시한다. 2018년 출범 이후 AGF에서는 참가사 부스별로 IP 상품만 판매해 왔다. 이번 굿즈는 한정판 거래 플랫폼 크림에서 단독 발매하며, 여권과 축제용 겉옷 핫피, 키링 등 8종으로 구성됐다. 10월 14일 사전 판매를 시작하고, 12월 킨텍스 행사 현장에서도 판매한다. 지난해 AGF 2025는 공식 관람객 10만 명을 처음 넘었다.

크림은 스니커즈와 패션 한정판의 개인 간 거래(리셀)를 중심으로 성장한 플랫폼으로, 서브컬처는 새로 진입하는 영역이다. 크림 관계자는 알파경제에 TCG 카드와 프로야구 구단 협업을 거쳐 팬 커머스로 사업을 넓히고 있다고 밝혔다. 같은 주 넷마블 자회사 엠엔비도 〈쿵야 레스토랑즈〉로 성균관대 축제와 첫 캐릭터 IP 공식 협업을 진행했다.

시사점

게임·서브컬처 IP 굿즈의 판매 창구가 행사 부스를 넘어 패션 커머스와 캠퍼스로 넓어지고 있다.



이슈 ② 해외

영화 〈레지던트 이블〉 흥행, 구작 복귀 늘고 신작 효과 제한

캡콤 게임 IP를 원작으로 한 영화 〈레지던트 이블〉이 9월 18일 개봉해 첫 주말 전 세계에서 1억 830만 달러(약 1,450억 원)를 벌어들였다. 시리즈 영화 사상 최대 기록이다. 알리네아 애널리틱스 집계에 따르면 개봉 후 1주간 시리즈 전 작품의 일간 이용자가 늘었고, 2편 리메이크는 48% 증가했다. 캡콤이 9월 10일부터 진행한 할인 효과를 제외해도 PS5 판매량은 2편 리메이크가 64%, 4편 리메이크가 54% 늘었다.

반면 신작 〈레지던트 이블 레퀴엠〉은 누적 약 5억 달러(약 6,680억 원)를 기록했으나, 개봉 주말 PS5 일 매출은 약 4% 줄었다. 알리네아의 애널리스트 리스 엘리엇은 공포 영화와 게임의 관객층이 대부분 겹쳐 기존 팬이 돌아오는 데 그쳤다고 분석했다. 수혜는 영화 배경인 라쿤시티를 다룬 구작에 집중됐고, 사건 3개월 뒤가 배경인 차기작 〈코드 베로니카〉 리메이크에 대한 기대도 커졌다.

시사점

게임 원작 영화는 신규 이용자를 끌어들이기보다 기존 팬을 다시 모으는 역할을 했고, 게임 판매 증가는 영화와 배경이 겹치는 구작에 집중됐다.

9월 3주차 9/14–9/20



이슈 ① 국내

네오위즈, 니혼 팔콤 〈영웅전설3〉 리메이크 계약

네오위즈는 9월 15일 일본 니혼 팔콤 본사에서 〈영웅전설3 하얀마녀〉 계약을 맺고 PC·콘솔 패키지 개발과 글로벌 퍼블리싱 권한을 확보했다. 원작 IP는 니혼 팔콤이 보유하고, 네오위즈는 계약을 통해 개발과 유통 권한을 얻는 구조다. 원작은 1994년 출시작으로, 니혼 팔콤 40주년 이용자 설문에서 이 작품이 속한 '가가브 트릴로지'가 다시 만나고 싶은 시리즈 1위에 올랐다.

후속 〈궤적〉 시리즈는 글로벌 누적 판매 1,000만 장을 넘었으며, 이번 작품은 그 계보의 출발점에 해당한다. 전자신문은 〈P의 거짓〉 등으로 키운 콘솔 사업에 외부 유명 IP를 더하는 행보로 평가했다. 네오위즈는 같은 주 자체 IP 〈디제이맥스 리스펙트 V〉의 1,500석 규모 공연도 발표해 자체 IP 확장을 병행하고 있다.

시사점

일본 IP 협력 범위가 국내 서비스 판권에서 원작 개발과 글로벌 유통으로 넓어진 사례다.



이슈 ② 해외

락스타, 〈GTA 6〉 출시 앞두고 모드 규칙 명문화

락스타 게임즈는 9월 10일 이용자 개조 콘텐츠(모드) 가이드라인을 개정해 공개했다. 출시를 두 달 앞둔 〈GTA 6〉를 포함해 락스타 전 작품에 적용된다. 개인이 싱글 플레이에서 쓰는 모드는 계속 허용하지만, 공식 스토리와 미션, 캐릭터를 수정·확장하거나 작품 간 캐릭터를 섞는 것은 금지했다. 비공식 멀티플레이 모드, 출시되지 않은 플랫폼으로의 이식, 모드 개별 유료 판매도 제한 대상에 들어갔다.

게임스닷지지는 그동안 암묵적으로 허용되던 영역이 명문 규칙으로 바뀌면서 회사가 조치 근거를 확보했다고 분석했다. 락스타는 2023년 비공식 멀티플레이 플랫폼 개발팀 Cfx.re를 인수했고, 현재 공식 모드 판매 장터를 운영하고 있다. 이용자 창작의 중심도 서사나 지도 확장에서 외형 변경과 멀티플레이로 옮겨갈 것으로 전망된다.

시사점

IP 보유사가 2차 창작의 허용 범위를 정하고 수익화 창구를 공식 플랫폼으로 모으는 전략이다.

9월 2주차 9/7–9/13



이슈 ① 국내

넥슨재단, 〈바람의나라〉 IP 전통공예 전공생에게 개방

넥슨재단은 국가유산청 한국전통문화대학교와 함께 9월 9일부터 21일까지 경복궁 계조당에서 공동 전시를 열었다. 4월부터 전통미술공예학과 재학생을 선발해 〈바람의나라〉 IP를 활용한 작품 제작을 지원한 결과물이다. 전시는 IP 활용 공예 5점과 학생 자유 작품 10점 등 15점으로, 조각과 도자, 회화, 섬유 분야로 구성됐다. 넥슨재단 기부금과 넥슨 임직원 자발적 모금을 합쳐 6,718만 원이 투입됐다.

이번 전시는 넥슨재단의 문화예술 지원 사업 '보더리스'의 두 번째 전시다. 지난해에는 전통문화와 콘텐츠 산업의 결합 가능성을 살폈고, 올해는 〈바람의나라〉가 30년간 쌓은 서사를 소재로 정했다. 전시 홍보물의 QR코드로 웹도록에 접속해 문제를 풀면 게임 아이템을 지급했다. 한국전통문화대학교는 전통문화 전공생의 콘텐츠 산업 진출 경로를 넓히는 것을 협업 목적으로 제시하고, 산학협력 사업으로 확대할 방침이다.



이슈 ② 해외

레벨파이브, 신작 영상 생성형 AI 팬 반발에도 활용 지속

레벨파이브의 히노 아키히로 사장은 자체 쇼케이스 '레벨파이브 비전 2026 II' 영상에 생성형 AI를 사용했다고 인정했다. 〈레이튼 교수〉와 〈요괴워치〉 신작 영상이 공개된 직후 이용자들이 배경 오류를 근거로 의혹을 제기했다. 히노 사장은 연출 강화를 위해 최신 AI를 실험적으로 도입했다며 불편을 느낀 이들에게 사과한다고 게시했다. 시나리오와 캐릭터 디자인은 사람이 만들었고, AI는 원화를 3D로 변환하는 공정에 썼다고 설명했다.

다만 히노 사장은 AI 활용을 중단하지 않겠다고 밝혔다. 이번 반발은 다음 발표에 반영할 교훈으로 규정했고, 대작 개발 기간을 5년에서 2년으로 줄이는 것을 목표로 제시했다. 2025년 인터뷰에서는 코드의 80% 이상을 AI가 작성한다고 언급하기도 했다. 사과 이후에도 팬 반응은 부정적이며, 환경 부담과 창작 영역 침해가 이유로 꼽힌다. 생성형 AI 도입 여부가 제작 효율을 넘어 팬덤의 구매 판단 요인으로 떠오르고 있다.

시사점

게임 IP가 상품화 대상을 넘어 공예 인력의 창작 소재이자 진로 통로로 쓰이고 있다.

전문가 코멘트

"창업자 중심 의사결정이 반발을 감수할 여력을 만든 사례다. 개발 기간 단축은 지향점에 가깝다."

"비노출 공정과 노출되는 최종 아트를 구분해 쓰는 것이 현실적 절충점이다."

9월 1주차 8/31–9/6



이슈 ① 국내

데브시스터즈, 쿠키런 카드 게임 유럽 진출과 비게임 매출 10% 차지

데브시스터즈는 실물 트레이딩 카드 게임(TCG) 〈쿠키런: 브레이버스 카드 게임〉을 2027년 1월 말 13번째 확장 세트 출시와 함께 유럽에 정식 출시한다. 유통은 아스모디 그룹 소속 블랙파이어 등 전문 유통사 3곳이 맡고, 카드숍 공인 경기 '브레이브 리그'도 동시에 운영한다. 스트레이트 리서치는 2025년 유럽 수집용 카드 시장을 5조 8천억 원으로, 미국의 40% 규모로 추산했다.

데브시스터즈의 2026년 2분기 매출은 527억 원으로 전년 동기 대비 42.7% 줄었고, 영업손실은 160억 원이었다. 반면 TCG와 캐릭터 상품 등 비게임 IP 매출은 상반기 100억 원을 넘어 전체 매출의 10% 이상을 차지했다. 라이엇 게임즈도 〈리그 오브 레전드〉 기반 실물 TCG 〈리프트바운드〉 한국어판을 9월 18일 국내 출시하는 등 게임 IP의 실물 카드 진출이 늘고 있다.



이슈 ② 해외

엑스박스 클라우드 게이밍, 11월부터 월 이용 시간 제한

마이크로소프트는 9월 3일 엑스박스 클라우드 게이밍에 11월부터 월 이용 시간 상한을 둔다고 발표했다. 게임패스 얼티밋은 월 15시간, 프리미엄은 10시간, 에센셜은 5시간이다. 상한을 다 쓰면 엑스박스 스토어에서 추가 시간을 사야 하며, 구독하지 않아도 보유한 게임은 클라우드로 실행할 수 있다. 마이크로소프트는 이용자와 이용 시간 증가에 따른 비용 상승을 이유로 들었고, 국내 구독자의 4%만 영향을 받을 것으로 추산했다.

사용량 과금 전환은 클라우드 게임 업계 전반으로 번지고 있다. 엔비디아 지포스 나우도 올해 1월 1일부터 월 100시간 상한을 적용하고 초과분은 15시간 단위로 판매한다. CNBC는 신임 엑스박스 최고경영자 아샤 샤르마가 수익성 회복을 위해 사업 모델을 재검토하고 있다고 보도했다. 일부 기존 구독자는 구독을 유지하는 동안 상한이 적용되지 않아 신규 가입자와 조건이 다르다. 클라우드 게임 이용 권한이 정액 구독제에서 시간 단위 종량제로 바뀌고 있다.

시사점

국산 게임 IP의 수출 품목이 실물 카드와 오프라인 경기 운영으로 넓어지는 사례다.

전문가 코멘트

"인프라 단가 하락 전제가 AI 데이터센터 수요로 무너진 결과로, 사업 모델의 성립 가능성을 따져볼 사례다."

"무제한 구독을 사용량 과금으로 바꾼 첫 사례다."

8월 4주차 8/24–8/30



이슈 ① 국내

넵튠, 카카오페이 미니게임 콘텐츠 공급 계약

넵튠은 카카오페이 미니게임의 게임 콘텐츠 공급 파트너사로 계약을 맺고, 자체 IP와 제휴사 캐주얼 게임을 앱 설치 없이 웹에서 실행되는 HTML5 형태로 공급한다. 카카오페이 미니게임은 2026년 2월 출시됐으며, 게임과 미션을 수행하면 카카오페이 포인트를 리워드로 지급한다. 넵튠은 금융 플랫폼이 요구하는 보안과 대규모 동시 접속 처리 요건을 충족한 점을 선정 배경으로 제시했다.

넵튠은 2025년 7월 토스 '앱인토스'에 약 30종을 공급했고, 카카오톡 게임플레이에도 〈무한의 계단〉 등 10종을 입점시켰다. 입점 게임에는 자체 광고 수익화 플랫폼 애드엑스를 적용해 이용자 과금이 아닌 광고로 매출을 올릴 계획이다. 앱 마켓에 개별 출시하는 대신 비게임 플랫폼의 트래픽에 캐주얼 게임을 붙이는 방식은 결제와 송금 영역에서도 확인된다. 캐주얼 게임의 수익 기반은 광고와 리워드로, 유통 창구는 앱 마켓 밖으로 옮겨가고 있다.

전문가 코멘트

"토스 앱인토스와 함께 슈퍼앱 안 미니게임이라는 흐름을 보여준다. 리워드 수익을 어떻게 나누는지 구조를 확인할 필요가 있다."



이슈 ② 해외

엑스박스, 보유 디스크의 디지털 전환 기능 시험

마이크로소프트는 게임스컴 2026에서 엑스박스 물리 디스크를 디지털 이용 권한으로 바꿔 주는 '디스크 투 디지털' 기능을 공개하고, 8월 31일부터 엑스박스 인사이더 대상 시험에 들어갔다. 엑스박스 원과 엑스박스 시리즈 X용 디스크 대부분이 대상이며, 디스크를 콘솔에 넣고 실행하면 추가 비용 없이 계정에 등록돼 이후에는 디스크 없이 구동된다. 아샤 샤르마 엑스박스 최고경영자는 차기 콘솔 '헬릭스'의 디스크 드라이브 탑재 여부는 확인하지 않았다.

소니는 2028년 1월 플레이스테이션 물리 디스크 생산을 중단할 예정이다. 두 회사의 차이는 기존 보유 디스크를 옮길 경로가 있느냐에 있다. 디스크는 중고로 거래할 수 있지만 계정에 등록된 이용 권한은 양도할 수 없어, 소장 자산이 계정 단위 권한으로 바뀌는 셈이다. CD 프로젝트 레드의 미하우 노바코프스키 공동 대표는 2028년 출시 예정인 〈위쳐 4〉의 물리 에디션을 확약하며 대안적인 패키지 형태도 검토하고 있다고 말했다.

전문가 코멘트

"소장 자산이 계정에 묶인 이용권으로 바뀌는 만큼, 서비스가 종료될 때 이용자를 보호할 장치에 대한 논의가 필요하다."

8월 3주차 8/17–8/23



이슈 ① 국내

펄어비스 〈붉은사막〉, 출시 3개월 600만 장

펄어비스의 〈붉은사막〉이 출시 3개월 만에 600만 장 판매를 기록하며 2026년 미국 비디오게임 누적 판매량 2위에 올랐다. 신규 IP 가운데 스팀 매출 1위로, 시리즈 후속작이 아닌 신작이 상위권에 진입한 사례다. 게임스컴 어워드 2026에서는 최고 스케일 부문(Most Epic)과 최고의 PC 게임 부문 후보로 선정됐으며, 수상작은 28일 발표된다.

펄어비스는 게임스컴 2026에서 2.0 업데이트를 공개하고 브라질 포르투갈어와 스페인어를 포함한 5개 언어 더빙을 PS5, 엑스박스 시리즈 X|S, PC, 맥에 무료로 추가한다고 밝혔다. 닌텐도 스위치 2 버전 개발도 확인됐으며, 같은 주 시프트업도 〈스텔라 블레이드〉 스위치 2 버전을 공개했다. 해외 매체에서는 해안과 원거리 섬 지역의 시각 요소 보강을 근거로 해양 테마 유료 콘텐츠 출시 가능성도 거론됐다. 국내 신규 콘솔 IP의 확장 축이 현지화와 플랫폼 추가로 옮겨가고 있다.

전문가 코멘트

"패키지를 먼저 판매한 뒤 장기 운영으로 이어가는 모델이 작동하고 있음을 확인한 사례다."



이슈 ② 해외

엑스박스, 인수 스튜디오 2곳 독립 승인과 IP 반환

마이크로소프트 엑스박스는 2018년 인수한 캐나다 컴펄전 게임즈와 더블 파인 프로덕션의 독립을 승인했다. 두 스튜디오는 〈사우스 오브 미드나이트〉와 〈사이코너츠〉 시리즈 등 자사 작품의 IP와 유통·판매 권리를 모두 돌려받아 앞으로 판매 수익 전액을 직접 받는다. 컴펄전 최고경영자는 구조조정 과정에서 팀이 쪼개질 위기를 피하려고 독립을 택했다고 설명했다. 더블 파인은 이달 말 킥스타터 사전 후원 캠페인을 시작한다.

폐쇄된 스튜디오 인력의 창업도 이어지고 있다. 마이크로소프트가 2024년 5월 아케인 오스틴을 폐쇄하면서 약 96명이 일자리를 잃었고, 이 가운데 〈디스아너드〉와 〈데우스 엑스〉 시리즈를 만든 하비 스미스가 벤 혼과 함께 블랙 포니 이머시브를 세웠다. 스미스는 벤처캐피털과 기관투자자 확보에 실패해 2025년 8월 26명 규모로 소규모 자금만 갖고 출발했다며 창업 시점이 역사상 최악이었다고 말했다. 일부 자금원은 AI 결합이나 블록체인 연계를 요구했다.

전문가 코멘트

"실질적으로는 정리 비용을 감수한 처분이며, 대형사가 스튜디오 보유를 줄이는 흐름으로 볼 수 있다."

8월 2주차 8/10–8/16



이슈 ① 국내

장기 서비스 게임 종료·이관, 이용자 데이터 존속 쟁점으로

넥슨은 8월 13일 25년간 운영한 온라인 게임 〈크레이지 아케이드〉의 서비스를 종료했다. 카카오게임즈는 서비스 6년 차 모바일 RPG 〈가디언 테일즈〉의 국내 서비스 주체를 10월 19일부터 개발사 콩스튜디오로 바꾼다. 이용자는 8월 20일부터 이관을 신청할 수 있으며, 신청하면 진행도와 보유 재화가 유지되지만 신청하지 않으면 10월 29일 데이터가 삭제된다.

이용자의 기록 보존 요구와 사업자의 개인정보 파기 의무가 맞물리는 지점이다. 개인정보보호법 제21조에 따라 게임사는 수집 목적을 달성한 개인정보를 지체 없이 파기해야 한다. 플레이 기록과 아이템 보유 내역도 통합계정 정보와 결합되면 개인정보로 취급돼 파기 대상이 된다. 종료 공지 이후에는 이용자가 플레이 영상을 직접 녹화해 영상 플랫폼에 올리는 등 개인 차원의 기록 보존 사례도 나타났다. 종료형과 이관형 가운데 어떤 방식을 택하느냐가 데이터 존속 여부를 가른다.

전문가 코멘트

"영구 서비스 약속은 부분유료화 모델의 신뢰 기반이다. 이 약속이 약해지면 산업 구조 재편이 빨라진다."



이슈 ② 해외

개발 계약에 생성형 AI 금지 조항 표준화

게임 개발사와 퍼블리셔 간 계약에 생성형 AI 금지 조항이 빠르게 퍼지고 있다. 게임 전문 변호사 헤일리 매클레인은 2~3년 전 일부 계약에만 있던 금지 조항이 최근 1년 사이 대부분의 계약에 들어가는 수준으로 확산됐다고 밝혔다. 초기에는 대형 퍼블리셔가 중심이었으나 소규모 퍼블리셔까지 방어 목적으로 같은 조항을 채택하고 있다. 적용 범위도 개발 단계를 넘어 마케팅, 타 플랫폼 이식, 품질검증(QA) 등 퍼블리셔 업무로 넓어졌다.

배경에는 저작권 보호 공백과 이용자 반발이 있다. 순수 생성형 AI 산출물은 인간 저작자성이 인정되지 않아 저작권 보호를 받기 어렵고, 제작 자산의 권리를 확보하지 못할 위험이 있다. 〈아크 레이더스〉와 〈1666 암스테르담〉 등 AI 제작 에셋이 확인된 게임에서는 이용자 반발과 에셋 교체가 반복됐다. 세이버 인터랙티브도 작가를 챗GPT로 대체했다는 주장을 둘러싼 논란 이후 스팀 상점 페이지에 AI 사용 범위 안내문을 추가했다.

전문가 코멘트

"생성형 AI 문제가 저작권과 계약 리스크로 옮겨가고 있다."

"코드 보조 도구까지 포함하는지 등 조항의 적용 범위가 실무의 핵심이다."

8월 1주차 8/3–8/9



이슈 ① 국내

넷마블, 하반기 신작 5종에서 3종으로 축소

넷마블은 2분기 영업이익이 줄면서 하반기 출시 예정 신작을 5종에서 3종으로 줄였다. 2분기 매출은 7,492억 원으로 전년 동기 대비 4.4% 늘었지만, 영업이익은 801억 원으로 20.8% 감소했다. 신작 마케팅비가 1,835억 원으로 35.5% 급증하며 수익성이 나빠진 것이 전략 수정의 배경이다. 하반기 출시작은 〈나 혼자만 레벨업: 카르마〉, 〈샹그릴라 프론티어〉, 〈프로젝트 이지스〉 3종으로 조정됐다.

넷마블은 여러 신작을 동시에 내는 다작 전략의 한계를 인정하고 기존 게임의 장기 운영으로 방향을 틀었다. 서비스 7년 차인 〈일곱 개의 대죄: 그랜드 크로스〉가 지금도 연 1,000억 원 이상의 매출을 유지하고 있다는 점이 근거다. 넷마블은 출시 이후에도 콘텐츠를 꾸준히 공급해 게임 수명을 늘리는 라이브 서비스 역량을 강화할 계획이다. 신작 흥행에 실적을 거는 방식에서 검증된 IP를 오래 운영하는 방식으로 제작 전략이 옮겨가고 있다.

전문가 코멘트

"마케팅비 급증은 발견성 문제가 대형사에도 그대로 적용된다는 신호다."



이슈 ② 해외

로블록스, 1년 새 주가 70% 급락 흥행작 부재에 이용자 이탈

이용자가 직접 게임을 만들어 올리는 플랫폼 로블록스의 주가가 1년 새 70% 떨어졌다. 주가는 134달러(약 17만 9,000원)에서 36달러(약 4만 8,000원)로 내려앉았고, 시가총액은 약 90억 달러(약 12조 원) 줄었다. 하루 한 번 이상 접속하는 이용자는 2025년 3분기 1억 5,200만 명에서 2026년 2분기 1억 2,300만 명으로 감소했다. 이용자 지출 증가율도 8%로 둔화되며 2분기 수익화 실적이 시장 기대치를 밑돌았다.

로블록스는 부진의 원인으로 이용자가 만든 흥행작을 이을 후속작이 없다는 점을 꼽았다. 지난해 〈그로우 어 가든(Grow a Garden)〉처럼 폭발적으로 퍼진 이용자 제작 게임을 대신할 신작이 나오지 않았다. 13세 미만 이용자를 과도한 결제 유도 콘텐츠 대신 양질의 콘텐츠로 이끌도록 추천 방식을 바꾼 것도 단기 지표에 영향을 줬다. 소수 흥행작에 이용자 유입이 좌우되는 이용자 제작 기반 플랫폼의 구조적 약점이 드러났다.

전문가 코멘트

"이용자 감소는 2025년 3분기 정점 대비 수치로, 전년 동기 대비로는 늘었다. 이용 단가가 높은 북미·유럽의 정체를 신흥시장이 메우는 구조가 매출 부진의 원인이다."

03 글로벌 게임산업 동향

개발 해외 전문가 기고
AAA를 떠나 인디 창업, 제작 여건은 좋아졌지만 투자는 줄었다
에어록 게임즈 창업 사례로 본 신생 스튜디오의 제작 방식과 자금 조달

정책 **블리자드 단체협약, AI 도입도 노사 교섭의 대상이 됐다**
게임업계 고용 안정과 AI 전환의 새 기준

소비 **이용자는 늘고 매출 성장은 숨 고르기**
로블록스로 본 UGC 플랫폼 성장 공식의 재편

전략 **명작 IP, 사지 않고 빌려 쓴다**
넥슨의 스타크래프트 개발권 추진으로 본 IP 순환 시대

전략 해외 전문가 인터뷰
인디 개발사의 퍼블리싱, 자체 개발보다 더 벌었다
〈드워프 포트리스〉 퍼블리셔 킷폭스 게임즈가 말하는 인디가 인디를 키우는 조건

장르 **1~2인이 만든 인크리멘탈 게임, 스팀에서 연이어 흥행**
장르의 성장 구조와 과포화 논쟁

개발 03 · 글로벌 게임산업 동향 해외 전문가 기고

AAA를 떠나 인디 창업, 제작 여건은 좋아졌지만 투자는 줄었다

에어록 게임즈 창업 사례로 본 신생 스튜디오의 제작 방식과 자금 조달

글 저스틴 피셔(에어록 게임즈 대표) | 번역 한국콘텐츠진흥원 편집팀



필자 소개



저스틴 피셔(Justin Fischer) 에어록 게임즈(Airlock Games) 대표, 공동 창업자

2007년 초 제작 인턴으로 게임업계에 들어와 스튜디오 책임자를 거쳐 창업에 이르렀다. Xbox 360 이후 거의 모든 플랫폼에서 게임을 출시했고, 2명부터 200명이 넘는 팀까지 인디부터 AAA까지 모든 형태의 스튜디오에서 일했다. 마블, DC 코믹스, 배틀필드, 디즈니 인피니티 같은 대형 브랜드 작업에 참여했고 스튜디오 인수를 세 차례 겪었다. 노스웨스턴대학교 켈로그 경영대학원에서 MBA를 받았으며, 미국 캘리포니아주 앨터디나에 거주 중이다.

요약

일렉트로닉 아츠와 WB 게임즈에서 7년간 AAA 게임을 만든 필자는 2025년 동료와 함께 인디 스튜디오 에어록 게임즈(Airlock Games)를 설립했다. 팬데믹 이후 소비 지출이 줄자 대형 퍼블리셔는 감원과 프로젝트 취소를 거듭하며 기존 IP에 기댄 대작에 더 큰 예산을 거는 쪽으로 움직였다.

필자는 작은 팀과 예산으로 특정 이용자층을 겨냥하면 개발 기간을 12~18개월로 줄이고 예산을 AAA의 100분의 1 수준으로 낮출 수 있다고 봤다. 반면 자금 조달은 어려웠다. 벤처캐피털은 AI 관련 투자에 몰리거나 완성 직전의 게임에 매출을 담보로 자금을 대는 방식으로 옮겨 갔고, 에어록 게임즈는 지인 투자와 킥스타터로 초기 자금을 마련했다.

필자는 경험 많은 개발자일수록 생활비와 인건비 부담이 커 독립하기 어렵다고 지적하며, 다양한 경력의 팀에 자본이 흘러가도록 투자자와 퍼블리셔를 유인하는 정책이 필요하다고 제안한다.

1 팬데믹 이후 AAA 개발 현장의 변화

필자는 일렉트로닉 아츠(Electronic Arts)와 WB 게임즈(WB Games)에서 7년 동안 AAA 프로젝트를 맡은 뒤, 2025년 공동 창업자 브록 펠드먼(Brock Feldman)과 함께 독립 스튜디오 에어록 게임즈를 설립했다. 지금의 AAA 개발 방식은 더 이상 합리적이지 않았고, 경영진의 잘못된 결정에 휩쓸리는 데도 지쳐 있었다.

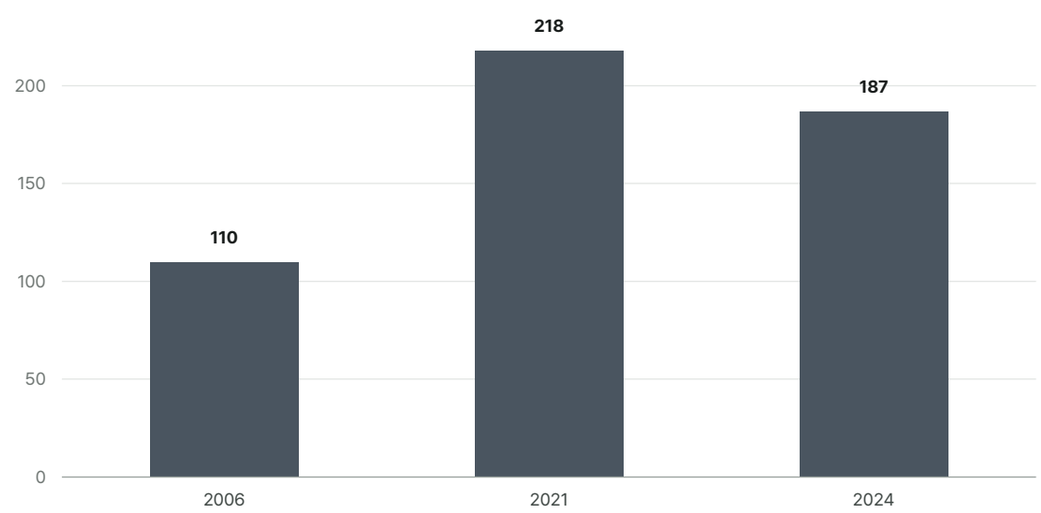
▪ 줄어든 소비 지출과 넓어진 경쟁

코로나19 이후 게임산업이 받은 경제적 압박은 매튜 볼(Matthew Ball)이 해마다 내는 「비디오 게임 현황(State of Video Gaming)」 보고서에 자세히 정리돼 있다. 요약하면 다음과 같다.

첫째, 팬데믹이 끝나자 게임 소비 지출이 줄었다. 둘째, 〈포트나이트(Fortnite)〉와 〈로블록스(Roblox)〉처럼 이용자의 시간을 오래 붙잡아 두는 이른바 '블랙홀 게임'이 새로운 상시 경쟁자가 됐다. 셋째, 모바일 게임은 포화 상태에 이르렀고 수년간 시장을 지켜 온 기존 사업자가 장악하고 있다. 넷째, 게임뿐 아니라 모든 미디어와 이용자를 두고 경쟁하면서 이용자 확보 비용이 역대 최고 수준으로 올랐다. 다섯째, 벤처캐피털 자금은 대부분 AI로 흘러갔다.

그래프 전 세계 게임 콘텐츠 실질 지출

단위: 십억 달러(2024년 불변가격)



* 아케이드, 콘솔, PC, 모바일, VR, 웹 게임 합계(웹3, NFT 제외). 2021년 대비 2024년 14% 감소

©Matthew Ball, 「State of Video Gaming in 2025」(2025.01.14), Epyllion

코로나19 기간은 게임 개발에 우호적인 시기였다. 판매가 늘었고 채용과 보상 여건도 좋았으며, 야심 찬 프로젝트가 잇따라 승인됐다. 그러나 소비 지출이 두 자릿수 비율로 줄자 대형 퍼블리셔 내부의 분위기는 눈에 띄게 바뀌었다. 채용 동결과 프로젝트 취소, 감원, 스튜디오 폐쇄가 일상이 됐다.

▪ 보수적으로 돌아선 AAA 전략

AAA 업계에는 달라진 현실에 맞는 과감하고 앞을 내다보는 대응이 필요했다. 그러나 실제 전략은 팬데믹 이전 방식을 점점 더 보수적으로 되풀이하는 것이었다. 창의성은 줄었고, 가능한 한 가장 넓은 이용자층을 겨냥했으며, 거의 전적으로 기존 브랜드에 의존했다.

그 결과 AAA 게임은 기존 IP를 바탕으로 한 3인칭 오픈 월드 게임처럼 점점 비슷해졌다. 퍼블리셔들은 혁신 대신 규모로 경쟁하게 됐고, 더 적은 수의 더 크고 더 위험한 프로젝트에 자금을 집중하게 됐다.

2 AAA를 떠나 작은 스튜디오를 설립한 이유

▪ 되풀이되는 감원과 새로운 기회

브록과 필자는 AAA 개발의 강도 높은 일정을 견디고도 해고되는 일에 지쳐 있었다. 필자는 코로나19 이후에만 두 차례 감원을 겪었다. 대형 퍼블리셔의 잘못된 의사 결정을 보며 이들이 전략적 비전을 세우고 지켜 갈 수 있다는 믿음은 사라졌다. 오히려 어느 회사에 들어가든 12~24개월 안에 그 자리가 사라질 것이라는 확신이 들었다.

동시에 시장 현실에 맞는다고 판단한 기회도 보였다. 운영 측면에서는 지금처럼 게임을 만들기 쉬운 때가 없었다. 현대적인 개발 도구가 다양하고 정교해졌으며 누구나 쉽게 쓸 수 있게 됐기 때문이다. 마케팅 측면에서는 AAA 게임이 비슷해진 이유가 불어난 예산 때문이었다. 예산이 커질수록 가장 넓은 시장을 겨냥해야 했다. 모든 사람을 위한 제품은 누구를 위한 제품도 아니라는 오래된 격언처럼, 작은 팀과 예산이라면 특정 이용자층에 맞춘 경험을 만들어 몰입도를 높이면서도 수익을 낼 수 있다.

▪ 작은 게임으로 노린 틈새

작은 게임에 집중하면 블랙홀 게임과의 정면 경쟁도 피할 수 있다. 이용자에게 〈포트나이트〉를 그만하라고 요구하는 것이 아니라, 하룻밤이나 주말 정도만 잠시 내려놓아 달라고 하는 것이기 때문이다. 필요한 예산과 출시까지의 기간도 줄어든다. 3~5년이 아니라 12~18개월 만에, AAA의 100분의 1 예산으로 게임을 출시할 수 있다. 판매가 부진하더라도, 대형 퍼블리셔에서 시장 조사를 위해 거대한 AAA 개발팀을 석 달 동안 대기시키는 것보다 기회비용이 작다.

사업 전략에는 미래를 내다본 판단도 있었다. 기존 사업자가 기존 IP에만 기대면 브랜드 피로는 피할 수 없다. 작은 스튜디오는 새 IP에 투자해 가능성을 검증한 뒤, AAA 퍼블리셔뿐 아니라 새 브랜드를 늘 찾는 스트리밍 서비스 같은 다른 분야에도 라이선스를 주거나 IP를 매각할 수 있다.

▪ 여러 역할을 맡는 소수 정예 구조

법인 설립 절차 자체는 빠르게 진행됐다. 회사 이름을 정하고 로고와 웹사이트를 만들고 이메일 계정을 개설하는 수준이었다. 개발 쪽에서도 어떤 도구를 쓸지 알고 있었고 게임을 어떤 구조로 구현할지 분명한 그림이 있었기 때문에, 법인 설립 며칠 만에 첫 게임 〈왓 더 스타즈 포갓(What the Stars Forgot)〉이 될 프로토타입을 만들기 시작했다.

사업 전략의 하나는 한 프로젝트에서 여러 역할을 맡는 데 거리낌이 없고, 오히려 그렇게 일하기를 좋아하는 사람을 뽑는 것이다. 브록과 필자가 그 예다. 브록은 엔지니어링과 게임 디자인, 아트를 모두 맡았고, 필자는 사업 개발과 게임 시스템 디자인, 음악, 효과음, 게임 속 대사를 맡았다. 의사 결정 구조도 분명해졌다. 기술과 창작에 관한 결정은 브록이, 사업과 운영에 관한 결정은 필자가 최종 판단한다.

3 투자 시장의 변화와 자금 조달

▪ AI와 마감 자금으로 옮겨 간 벤처캐피털

자금 조달은 전혀 다른 문제였다. 개발 도구 덕분에 창업은 어느 때보다 쉬워졌지만, 게임뿐 아니라 세계 시장 전반의 경제 여건 때문에 지금은 게임 개발 자금을 모으기에 가장 나쁜 시기 가운데 하나다. 물가 상승이 심해질수록 투자 유치 전망도 함께 나빠진다.

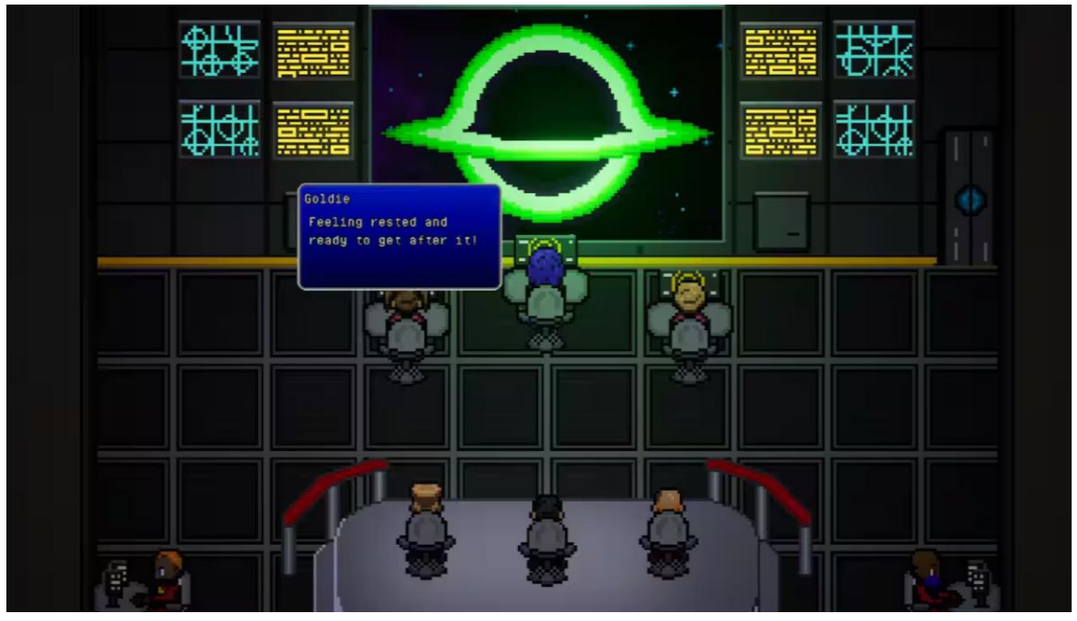
처음 투자 유치에 나섰을 때 가장 먼저 부딪친 벽은 벤처캐피털 대부분이 AI 요소가 들어간 사업이나 매력적인 플랫폼 사업에만 관심을 보인다는 점이었다. 2025년에서 2026년으로 넘어가면서 많은 벤처캐피털이 이른바 '마감 자금(finishing funds)'으로 방향을 바꿨다. 완성 직전의 게임에 출시까지 필요한 자금을 대고 그 대가로 매출 일부를 받는 방식이다. GDC 2026이 끝날 무렵에는 지분 투자에 관심을 보이던 벤처캐피털마저 마감 자금 모델로 돌아섰다.

필자는 이 모델이 여전히 바람직하지 않다고 본다. 벤처캐피털이 본래의 강점에 집중하거나 성장 가능성이 큰 투자처를 찾아 키우는 대신, 퍼블리셔와 비슷한 역할을 하면서도 퍼블리셔가 쌓아 온 시장 진입 노하우는 갖추지 못한 존재가 됐기 때문이다.

▪ 지인 투자와 킥스타터로 마련한 초기 자금

에어록 게임즈의 사업 모델은 이런 프로젝트에 보통 투자하는 소형 퍼블리셔와도 맞지 않았다. 에어록 게임즈는 게임만큼이나 사업 모델을 함께 만들고 있는데, 사업 모델은 빼고 게임에만 투자하는 방식은 처음부터 성립하기 어려웠다. 새로운 형태의 게임으로 좁은 이용자층을 겨냥한 프로젝트였기에 더욱 그러했다.

결국 에어록 게임즈는 지인과 가족에게서 받은 초기 시드 자금과 성공적인 킥스타터(Kickstarter) 캠페인으로만 자금을 마련할 수 있었다.



〈왓 더 스타즈 포갓〉 게임 화면 ©Airlock Games

4 정책에 바라는 점

▪ 대형 게임사도 인디 스튜디오에서 출발했다

독립 스튜디오는 늘 게임산업에서 중요한 역할을 해 왔다. 새로운 IP와 게임플레이 아이디어를 내놓았고, 결국에는 기업 가치가 수십억 달러에 이르는 회사로 자랐다.

1,870억 달러(약 250조 원) 규모의 세계 시장에서는 잊기 쉽지만, 게임산업 전체가 인디 스튜디오에서 출발했다. 〈포트나이트〉를 만든 에픽게임즈(Epic Games)는 팀 스위니(Tim Sweeney)가 혼자 창업한 회사다. 번지(Bungie)는 갓 대학을 졸업한 알렉스 세로피안(Alex Seropian)과 제이슨 존스(Jason Jones)가 설립했고, 액티비전(Activision)은 아타리(Atari) 출신 직원 네 명이 설립했다. 지금은 수십억 달러 가치의 전설적인 회사가 된 이들 모두 오늘날 말하는 인디 스튜디오로 출발했다.

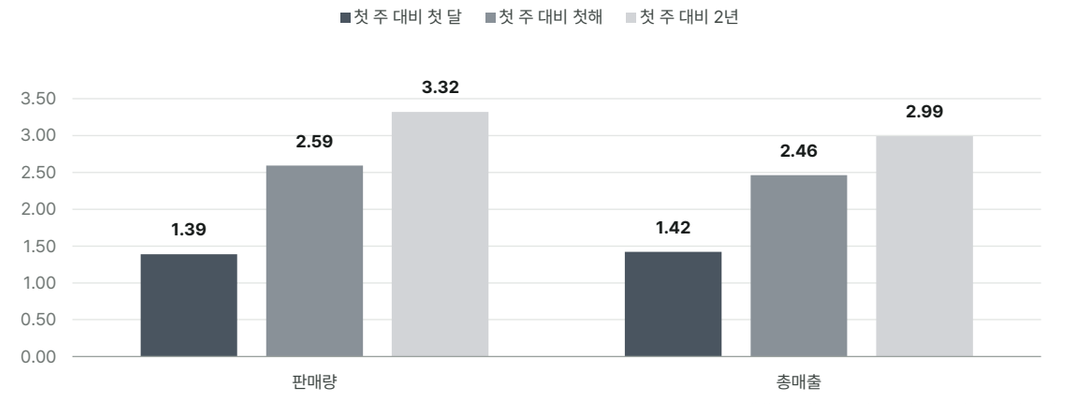
산업이 계층화되고 'AAA', '중간 규모', '인디' 같은 용어가 쓰이기 시작한 뒤에도 독립 스튜디오는 창업의 역할을 이어 갔다. 라이엇 게임즈(Riot Games), 슈퍼셀(Supercell), CD 프로젝트 레드(CD Projekt Red)가 그렇게 다음 세대의 대형 게임사로 성장했다.

▪ 출시 초기에 매출이 몰리는 자본 집약 구조

그러나 게임은 위험이 크고 자본이 많이 드는 투자 분야다. 다른 스타트업은 최소 기능 제품으로 가능성을 검증한 뒤 큰 자본을 투입하는 전통적인 절차를 밟을 수 있지만, 게임은 출시 전까지 여러 사람이 몇 달에서 몇 년 동안 함께 일해야 한다.

게다가 게임 판매는 대부분 출시 첫해에, 그중에서도 첫 달에 몰린다. 출시 뒤에는 보통 가격이 내려가고 할인 행사가 이어져 매출이 더욱 초기에 집중된다. 출시 직후의 판매 흐름을 잡으려면 인지도를 높이고 홍보할 자본이 필요하다.

그래프 스팀 게임의 출시 첫 주 대비 누적 판매량과 매출 배수(2023~2025년) 단위: 배



©Simon Carless, GameDiscoverCo(2026.07.21)

▪ 숙련 개발자가 독립하기 어려운 이유

이렇게 자본이 많이 들기 때문에 인디 팀은 젊은 개발자가 많은 편이다. 생활비가 적고 부양할 가족이 없는 개발자는 낮은 급여와 적은 운영 자금으로도 개발을 이어 갈 수 있고, 정규직 일을 하면서 개발을 병행할 수도 있다.

같은 이유로 경력 많은 개발자에게는 인디가 현실적인 선택지가 되기 어렵다. 큰 자본 투자나 퍼블리셔 없이는 직업으로 유지할 수 없다. 투자자에게도 문제가 생긴다. 프로젝트 관리 경험이 가장 많은 개발자일수록 필요한 자본이 커서 투자 대상으로 적합하지 않다고 판단되기 때문이다.

▪ 다양한 경력의 팀에 자본이 흘러가는 정책

지금의 업계 관행은 프로젝트 취소와 마이너스 투자수익률로 큰 가치를 잃고 있다. 높은 숙련도와 기술 역량을 갖춘 전문가 수만 명이 반복해서 일자리를 잃는 사회적 비용도 있다. 이는 어느 나라 경제에도 도움이 되지 않는다.

정책 입안자가 긍정적인 역할을 할 수 있는 지점이 여기다. 투자자와 퍼블리셔가 다양한 경력 수준의 팀에 자본을 배분하도록 유인하는 정책이 있다면 프로젝트와 스튜디오의 성공 가능성이 높아지고, 다음 세대의 대형 게임사가 나올 가능성도 커진다.

어느 산업이든 고통스러운 전환기에는 기회가 있다. 지금 필요한 것은 새로운 게임 경험뿐 아니라 새로운 사업 모델과 장기적이고 지속 가능한 성장 방식에 대한 아이디어다. 퍼블리셔와 투자자는 현재 시장에서 성공 가능성이 가장 높은 개별 프로젝트를 찾는 데 집중하고 있다. 그러나 필요한 것은 지금의 시장 환경에서 실제로 작동할 수 있는 새로운 사업 모델에 대한 투자다.



GDC 2026 행사장 ©GDC

블리자드 단체협약, AI 도입도 노사 교섭의 대상이 됐다

게임업계 고용 안정과 AI 전환의 새 기준

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



요약

블리자드 엔터테인먼트 노동자 약 1,900명이 2026년 9월 9일 마이크로소프트와 첫 전사 단위 단체협약을 비준했다. 2024년 7월 〈월드 오브 워크래프트〉 개발진이 노조를 결성한 뒤 2년간 이어진 교섭의 결과로, 7개 노조가 3개 교섭단위로 묶였다. 협약의 중심에는 임금보다 고용 안정이 놓였다. 해고 시 14개월간 블리자드 전 교섭단위의 빈자리에 우선 복귀하는 재고용권과 근속과 무관한 4주 추가 퇴직금이 핵심이다.

AI 조항은 사용을 막지 않고 절차를 정했다. 조합원 업무에 실질적 영향을 주는 AI 도입은 사전에 노조와 논의, 평가, 교섭해야 한다. 2025년 제니맥스 QA 협약과 2026년 1월 블리자드 QA 협약에도 AI 규정이 들어가, 마이크로소프트산하 게임 노조 협약의 공통 항목이 됐다. 7월 게임 부문 약 3,200명 감원 발표 이후 이 조항들의 실효성은 다음 구조조정에서 확인된다.

국내에서는 2026년 3월 개정 노동조합법이 시행되며 근로조건에 영향을 미치는 경영상 결정이 노동쟁의 대상에 들어왔다. 9월 고용노동부 지침은 AI 도입 결정 자체는 의무 교섭 대상이 아니지만 직무, 근무형태 변화가 예상되면 교섭 대상이 된다고 밝혔다. 성과급과 희망퇴직에 집중돼 온 국내 게임업계 노사 의제에 블리자드 협약은 고용 안정과 기술 도입 절차를 함께 다루는 참고 사례가 된다.

1 협약이 바꾼 것, 고용 안정 장치의 명문화

▪ 2년 교섭 끝에 7개 노조를 묶은 첫 협약

미국 통신노동자연맹(Communications Workers of America, 이하 CWA)은 2026년 9월 9일 블리자드 엔터테인먼트 노동자 약 1,900명이 마이크로소프트와의 첫 단체협약을 비준했다고 발표했다. 적용 대상은 〈월드 오브 워크래프트(World of Warcraft)〉, 품질보증(QA), 〈하스스톤〉, 〈워크래프트 럼블〉, 〈오버워치〉, 〈디아블로〉, 플랫폼, 기술, 스토리, 프랜차이즈 개발의 7개 노조다.

출발점은 2024년 7월이다. 〈월드 오브 워크래프트〉 개발진 500명 이상이 노조 결성을 공개했고, 마이크로소프트는 이를 자발적으로 인정했다. 2022년 액티비전 블리자드 인수를 앞두고 CWA와 맺은 노조 중립 협정에 따른 조치다.

이후 2025년 5월 〈오버워치〉(약 200명), 8월 스토리, 프랜차이즈 개발(160명)과 〈디아블로〉(450명 이상), 10월 〈하스스톤〉, 〈워크래프트 럼블〉(100명 이상)과 플랫폼, 기술(약 400명) 노조가 차례로 결성됐다. 이들은 교섭 과정에서 3개 교섭단위로 통합됐고, 협약 기간은 교섭단위별로 4~5년이다. 조해나 페어리스(Johanna Faries) 블리자드 사장은 비준을 의미 있는 이정표로 평가했다.

▪ 14개월 재고용권과 근속 무관 4주 추가 퇴직금

협약이 가장 먼저 다룬 것은 해고 이후다. 해고가 발표되면 해당 노동자는 14개월 동안 블리자드 안 모든 교섭단위의 빈자리에 우선 복귀할 권리를 갖는다. CWA는 이를 업계 첫 조항으로 소개했다. 소속 팀이 해체돼도 다른 팀 공석으로 옮겨 갈 경로를 계약으로 확보한 것이다.

퇴직금은 근속 기간과 무관하게 4주분이 추가된다. 보도에 따르면 근속 6개월마다 1주가 더해지고 상한은 39주이며, 해고 60일 전 통지 또는 그만큼의 임금 지급도 포함됐다. 임금 인상률은 공개되지 않았고, 도시별 최저 연봉은 5만 1,840~7만 400달러(약 6,930만~9,410만 원)로 정해졌다.

근무 방식과 징계 기준도 명문화됐다. 주 3일 출근 하이브리드 근무와 원격근무 편의 제공, 정당한 사유 없는 징계, 해고 제한, 고충처리 절차가 들어갔다. 현직자와 전직자가 참여한 게임에는 실명 크레딧을 올리고, 블리자드가 인수되더라도 협약 효력이 유지되도록 승계 조항을 뒀다.



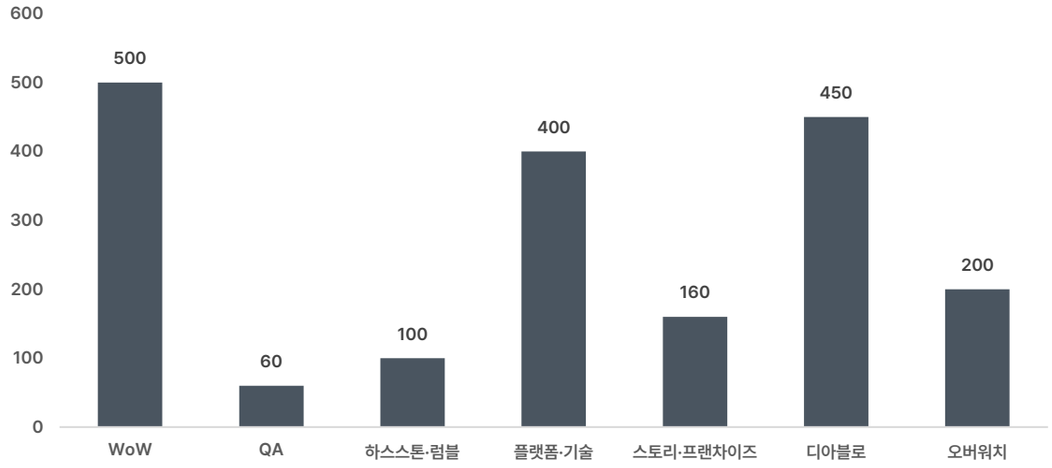
블리즈컨 2026 행사장 ©Blizzard Entertainment



블리자드 노조의 협약 비준 발표 ©CWA

그래프 블리자드 노조 단위별 결성 시점 인원

단위: 명



* 결성 공개 시점 기준

©CWA, Game World Observer, Engadget 종합

표 블리자드 단체협약 주요 조항

구분	협약 내용	비고
재고용권	해고 발표 후 14개월간 전 교섭단위 공석 우선 복귀	CWA 발표 기준 업계 첫 조항
퇴직금	근속 무관 4주 추가, 6개월당 1주(상한 39주)	해고 60일 전 통지
근무·징계	주 3일 출근 하이브리드, 정당한 사유 없는 징계 제한	원격 근무자 지위 유지
AI	실질적 영향이 있는 도입 전 교섭	노사협의회 상설 의제

©CWA, Kotaku, Aftermath 종합

2 AI 조항 읽기, 금지가 아닌 절차

▪ 도입 전 논의·평가·교섭 의무

AI 조항은 사용을 금지하지 않고 절차를 정한다. CWA는 협약이 직장 내 AI 사용을 두고 노사가 논의하고 평가하며 교섭하도록 했다고 밝혔다. 전문은 공개되지 않았지만 Kotaku가 인용한 문구는 AI 도구를 사람의 판단과 창의성을 돕는 수단으로 규정하고, AI 보조 작업을 사람의 통제와 검토 아래 두도록 했다. 조합원 업무에 실질적 영향을 주는 AI는 도입 전에 교섭해야 한다.

운영 장치도 함께 마련됐다. 노조 측 설명에 따르면 AI는 노사협의회의 상설 의제가 되고, 근로조건에 영향을 주는 도입은 사전 협의와 영향 교섭을 거친다. AI가 이미 개발 도구 곳곳에 들어간 상황에서 사용 자체를 막기보다 도입 시점과 방식을 교섭 테이블에 올린 것이다.

어떤 도입이 실질적 영향에 해당하는지는 노사협의회의 판단으로 남았다. 앞서 마이크로소프트 산하에서 체결된 세 협약은 모두 QA 조직이 대상이었다. 개발, 기술, 스토리 직군까지 포괄해 AI 사전 교섭을 명문화한 협약은 블리자드가 처음이다.

표 마이크로소프트 산하 게임 노조 협약 경과

협약	시점·내용
MS-CWA 노조 중립 협정	2022.06 발표, 액티비전 블리자드 인수 후 적용
제니맥스 QA	2025.06 비준, 약 300명, AI 원칙 반영
레이븐 소프트웨어 QA	2025.08 비준, 약 20명
블리자드 QA(알바니·오스틴)	2026.01 비준, 60명 이상, 생성형 AI 규정
블리자드 통합 협약	2026.09 비준, 약 1,900명, AI 도입 전 교섭

©CWA, Microsoft, TechCrunch 종합

▪ QA 협약에서 먼저 들어간 생성형 AI 규정

같은 방식은 앞선 협약에서 시험됐다. 블리자드 알바니(뉴욕)와 오스틴(텍사스)의 QA 노동자 60여 명은 2026년 1월 말 3년 협약을 비준했다. 임금 인상 보장, 크런치 제한, 재고용권과 함께 생성형 AI가 노동자를 대체하지 않고 지원하도록 하는 규정이 들어갔다. 이 QA 노조도 이번 통합 협약에 편입된다.

AI 규정은 2023년 12월 제니맥스 노조와의 합의에서 시작됐다. 당시 마이크로소프트는 이 노조와 공정성, 신뢰성, 안전, 프라이버시, 보안, 포용성, 투명성, 책임성의 6개 AI 원칙에 잠정 합의했다. 2025년 6월 비준된 제니맥스 QA 협약은 이 원칙을 계약 조항으로 옮겼고, 마이크로소프트의 미국 내 첫 게임 노조 단체협약이 됐다.

블리자드 협약은 같은 원칙을 1,900명 규모로 넓힌 네 번째 협약이다.



〈월드 오브 워크래프트〉 ©Blizzard Entertainment

▪ 엑스박스 감원 국면에서 시험대에 오를 조항

협약 비준 두 달 전인 2026년 7월 6일 마이크로소프트는 약 4,800명 감원을 발표했고, 이 가운데 약 3,200명이 게임 부문이었다. 1,600명은 즉시, 나머지는 회계연도 안에 순차적으로 감원하며, 컴펄전 게임즈와 더블 파인의 독립도 함께 발표됐다. 아샤 샤르마(Asha Sharma) 엑스박스 CEO는 현재 사업이 건강하지 않다고 진단했다.

CWA는 이 감원으로 수백 명의 조합원이 영향을 받았다고 밝혔다. 2023년 인수 이후 게임 부문의 대규모 감원은 다섯 차례였다. 재고용권과 AI 사전 교섭 조항이 실제로 얼마나 작동하는지는 다음 구조조정에서 드러난다.

▪ 고용 영향을 통제하는 장치가 된 AI 교섭

블리자드 협약에서 AI 교섭은 기술 정책보다 고용 영향을 통제하는 장치에 가깝다. 재고용권과 추가 퇴직금이 해고 이후를 다룬다면, AI 사전 교섭은 업무 대체가 일어나기 전 단계를 교섭 대상으로 끌어왔다. 마이크로소프트 산하 협약에 AI 규정이 연이어 들어가면서 교섭의 공통 항목이 됐다.

3 국내 게임업계에 대입한 협약의 참조점

▪ 개정 노동조합법과 9월 시행지침

국내에서는 2026년 3월 10일 개정 노동조합법이 시행됐다. 근로조건을 실질적이고 구체적으로 지배, 결정하는 원청도 사용자로 볼 수 있게 됐고, 근로조건에 영향을 미치는 사업경영상 결정이 노동쟁의 대상에 포함됐다.

고용노동부가 9월 3일 발표한 시행지침은 범위를 구체화했다. 합병, 매각 같은 경영상 결정이나 AI, 자동화 설비 도입 결정 자체는 의무적 교섭 대상이 아니지만, 정리해고나 직무, 근무형태 변화가 객관적으로 예상되면 고용승계와 배치전환 등은 교섭 대상이 될 수 있다. AI 도입 전 교섭을 명시한 블리자드 협약과 대비된다.



〈오버워치〉 ©Blizzard Entertainment



〈디아블로 IV〉 ©Blizzard Entertainment

▪ 성과급과 희망퇴직에 집중된 국내 노사 의제

국내 게임업계 노사 갈등은 보상과 구조조정에 집중돼 왔다. 네오플 노조는 2025년 6월 게임업계 첫 전면파업에 나섰고, 쟁점은 신작 성과급 배분이었다. 엑스엘게임즈는 2026년 5월 인력 약 20% 감축을 목표로 희망퇴직을 시작했고, 카카오 노조는 정리해고를 강행하면 파업으로 맞서겠다고 밝혔다.

네오플 노조는 2025년 9월 전면파업을 끝내고 준법투쟁으로 전환했고, 11월 임금 인상 재원 400만 원과 복지포인트 확대 등을 담은 합의안이 가결되며 파업은 5개월 만에 마무리됐다. 엑스엘게임즈에서는 정원 약 430명 가운데 약 90명이 희망퇴직했다.

표 국내 게임업계 노사 관련 주요 사건

구분	시점	내용
네오플	2025.06~11	게임업계 첫 전면파업, 성과급 쟁점, 11월 임단협 타결
개정 노동조합법	2026.03	원청 사용자성 인정, 경영상 결정 쟁의 대상 포함
엑스엘게임즈	2026.05~06	희망퇴직 착수, 약 40명 정리해고 예정 보도
카카오 노조	2026.06	창사 첫 본사 4시간 파업, 5개 법인 참여
고용노동부 지침	2026.09	AI 도입 자체는 제외, 직무 변화 예상 시 교섭 대상

©고용노동부, 언론 보도 종합

▪ 계열사 공석까지 넓혀야 할 재배치 범위

국내 게임산업 종사자는 2024년 8만 7,576명으로 전년보다 3.1% 늘었고, 제작, 배급업이 5만 4,285명으로 62.0%를 차지한다. 엑스엘게임즈의 정리해고 계획도 〈아키에이지 워〉 신규 콘텐츠 제작 중단과 함께 보도됐다. 프로젝트 단위로 팀을 꾸리는 개발 구조에서는 프로젝트 중단이 곧 고용 조정으로 이어진다.

블리자드의 재고용권은 한 회사 안의 여러 교섭단위가 하나의 협약으로 묶였기에 가능했다. 국내에서 같은 장치를 적용하려면 계열사와 자회사의 공석까지 재배치 대상으로 삼는 합의가 필요하다. 엑스엘게임즈 구조조정에서 카카오 노조가 카카오와 카카오게임즈를 실질적 사용자로 지목한 것도 같은 맥락이다.

9월 지침은 이익과 일정 비율로 연동한 성과급 요구를 의무적 교섭 대상으로 보기 어렵다고 밝혔다. 보상 중심이던 쟁의의 범위가 좁아진 만큼 고용 안정과 직무 변화가 교섭의 중심으로 옮겨 갈 여지가 커졌다.

▪ AI 도입 기준을 미리 정하는 교섭

국내에서도 AI 도입이 노사 교섭의 새 의제로 거론된다. 9월 지침이 직무 변화가 예상되는 AI 도입을 교섭 대상으로 인정한 만큼, 도입 전 영향 평가와 배치전환 기준, 크레딧 표기 원칙을 미리 정해 두면 분쟁 비용을 줄일 수 있다.

블리자드 협약이 AI 사용을 허용하면서 절차만 정한 방식은 생산성 효과와 고용 안정을 함께 다루는 참고 모델이 된다. AI를 비용 절감 수단으로만 다루면 노사 갈등으로 생산성 효과가 줄어들 수 있다. 협약 조항의 실제 운용과 블리자드의 신작, 재무 성과를 함께 지켜봐야 효과를 판단할 수 있다.

참고문헌

1. Aftermath, "After Years Of Company Stalling, Blizzard Workers Win Mega-Contract That Applies To All Unionized Teams", 2026.09.09, https://aftermath.site/blizzard-union-contract-warcraft-overwatch-diablo/
2. CWA, "Blizzard Entertainment Workers Ratify Historic Video Game Contracts with CWA", 2026.09.09, https://cwa-union.org/news/releases/blizzard-entertainment-workers-ratify-historic-video-game-contracts-cwa
3. CWA, "Hundreds of Blizzard Workers Join CWA for a Stronger Voice at Work", 2025.10.23, https://cwa-union.org/news/hundreds-blizzard-workers-join-cwa-stronger-voice-work
4. CWA District 6, "Blizzard Quality Assurance Workers Ratify Video Game Union Contract With Microsoft", 2026.01.30, https://cwad6.org/news/blizzard-quality-assurance-workers-ratify-video-game-union-contract-microsoft
5. Engadget, "The developers behind Overwatch have unionized", 2025.05.10, https://engadget.com/gaming/the-developers-behind-overwatch-have-unionized-154021756.html
6. Euronews, "Microsoft cuts 4,800 jobs with Xbox facing its biggest shake-up", 2026.07.06, https://www.euronews.com/2026/07/06/microsoft-cuts-4800-jobs-mostly-at-xbox
7. Game World Observer, "World of Warcraft devs form largest union at Blizzard, representing more than 500 workers of all disciplines", 2024.07.25, https://gameworldobserver.com/2024/07/25/world-of-warcraft-union-500-workers-blizzard-cwa
8. Kotaku, "1,900 Blizzard Developers Just Won A Union Contract Full Of Protections For AI, Layoffs, And More", 2026.09.09, https://kotaku.com/blizzard-workers-union-contract-microsoft-2000732422
9. Microsoft, "CWA, Microsoft announce labor neutrality agreement", 2022.06.13, https://news.microsoft.com/2022/06/13/cwa-microsoft-announce-labor-neutrality-agreement/
10. TechCrunch, "Video game union announces first contract with Microsoft", 2025.06.01, https://techcrunch.com/2025/06/01/video-game-union-announces-first-contract-with-microsoft
11. Windows Central, "Microsoft reaches tentative agreement with ZeniMax gaming union workers over AI principles", 2023.12.11, https://www.windowscentral.com/gaming/xbox/microsoft-reaches-tentative-agreement-with-zenimax-gaming-union-workers-over-ai-principles
12. Wisconsin Watch, "These Wisconsin video game workers were first to unionize at a major U.S. studio. Three years later, they have a contract.", 2025.08.05, https://wisconsinwatch.org/2025/08/these-wisconsin-video-game-workers-were-first-to-unionize-at-a-major-u-s-studio-three-years-later-they-have-a-contract/
13. 고용노동부, 「3월 10일, 개정 노동조합법 2·3조 시행 개정법 현장 안착 위해 노동부 총력전」, 2026.03.10, https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=277776
14. 고용노동부, 「『경영성과급 등 노동쟁의 대상 시행지침』 발표」, 2026.09.03, https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=286321
15. 국민일보, 「게임 업계 사상 첫 파업… 네오플 노조 "성과 없는 노동 환경" 사측 "합리적 보상 운영"」, 2025.06.24, https://v.daum.net/v/20250624180508837
16. 뉴시스, 「"정리해고 강행 땐 파업"…카카오 노조, 엑스엘게임즈 구조조정 반발」, 2026.05.26, https://www.newsis.com/view/NISX20260526_0003644095
17. 머니투데이방송, 「[단독]'아키에이지 워' 신규 콘텐츠 제작 중단…XL게임즈 40명 규모 정리해고」, 2026.06.12, https://news.mtn.co.kr/news-detail/2026061214123288015
18. 바이라인네트워크, 「카카오 노조 "카카오의 후진적 관행을 바꾸길 원한다"」, 2026.06.11, https://byline.network/2026/06/kakao-2/
19. 세계일보, 「네오플, 파업 5개월만에 임단협 합의안 가결」, 2025.11.21, https://www.segye.com/newsView/20251121509840
20. 한국콘텐츠진흥원, 「2025 대한민국 게임백서」, 2026.03.25, https://www.kocca.kr/kocca/bbs/view/B0000137/2008133.do?menuNo=204962
21. 헤럴드경제, 「AI 도입 자체는 의무교섭 제외…감원 없어도 직무·교대제 변화는 협상」, 2026.09.02, https://www.heraldk.com/article/2026090222004679023



〈아키에이지 워〉 ©XLGAMES



개정 노동조합법 시행 안내 ©고용노동부

이용자는 늘고 매출 성장은 숨 고르기

로블록스로 본 UGC 플랫폼 성장 공식의 재편

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



요약

이용자가 직접 게임을 만들고 즐기는 플랫폼 로블록스(Roblox)의 주가가 2025년 9월 29일 사상 최고 종가 141.56달러(약 18만 9,000원)에서 2026년 8월 12일 35.54달러(약 4만 7,000원)로 75% 내려앉았다. 2분기 일간 이용자(DAU)는 1억 2,300만 명으로 전년보다 10% 늘었지만 부킹 증가율은 8%에 그쳤다. 3분기 부킹 전망은 14~18% 감소로 4년 만의 분기 역성장을 예고했다. 꺾인 것은 이용자 규모가 아니라 수익화였다.

부진은 1인당 결제가 가장 높은 미국, 캐나다에서 시작됐다. 이 지역 부킹은 1% 증가에 그쳤고, 로블록스는 미국, 캐나다 저연령층의 시간당 과금 하락을 주원인으로 꼽았다. 2026년 1월 전 세계로 확대한 채팅 연령 확인과 4월 장기 이용을 우대하도록 바꾼 추천 알고리즘이 함께 작용했다. 안전 규제 대응과 플랫폼 정책 변경이 모두 단기 수익을 줄이는 쪽으로 작용했다.

창작자 수익은 소수에 몰렸다. 최근 12개월 창작자 환전(DevEx) 지급액은 약 17억 달러(약 2조 2,700억 원)에 이르렀고, 이 가운데 약 39%를 상위 10명이 가져간 것으로 보도됐다. 반면 상위 10개 게임의 이용 시간 비중은 3년 새 30%에서 20%로 낮아졌다. 넥슨 〈메이플스토리 월드〉와 크래프톤 〈오버데어〉 등 국내 후발 플랫폼은 창작자 수익과 발견성, 안전 비용을 함께 설계해야 하는 과제를 안게 됐다.

1 무엇이 꺾였나, 이용자 수보다 수익성

▪ 실적 발표 다음 날 30% 가까이 빠진 주가

로블록스는 2026년 7월 30일 2분기 실적을 발표했다. 매출은 14억 6,900만 달러(약 1조 9,600억 원)로 전년 동기 대비 36% 늘었고 순손실은 1억 8,500만 달러(약 2,470억 원)로 줄었다. 그러나 이용자가 해당 기간 결제한 금액인 부킹(bookings)은 15억 5,700만 달러(약 2조 800억 원)로 8% 증가에 그쳐 자체 전망치 하단에 머물렀다.

다음 날 주가는 장중 30% 가까이 떨어졌다. Reuters는 상장 이후 하루 최대 낙폭이 될 것으로 보도했고, 웨드부시는 투자의견을 중립으로 낮췄다.

주가는 2025년 9월 29일 사상 최고 종가 141.56달러(약 18만 9,000원)에서 2026년 8월 12일 35.54달러(약 4만 7,000원)까지 75% 하락했다. 1년이 안 되는 기간에 시가총액 약 700억 달러(약 93조 5,000억 원)가 사라졌다는 보도도 나왔다. 로블록스는 연간 전망을 철회하고 분기 단위로만 전망을 내기로 했지만, 20% 이상 복리 성장이라는 장기 목표는 유지했다.

▪ 이용자는 늘고 1인당 결제는 줄었다

이용자 지표만 보면 성장세가 이어졌다. 2분기 DAU는 1억 2,300만 명으로 전년 동기보다 10% 늘었고, 월평균 결제자도 2,700만 명으로 15% 증가했다. 다만 2025년 3분기 정점인 1억 5,150만 명과 비교하면 19% 적다.

둔화는 수익화에서 나타났다. 부킹을 DAU로 나눈 1인당 부킹은 약 12.66달러(약 1만 7,000원)로 전년보다 약 2% 낮아졌다. 매출 증가율 36%와 부킹 증가율 8%의 차이는 결제 금액을 일정 기간에 나눠 매출로 인식하는 회계 방식에서 생긴다.

지역별 격차는 더 크다. 매출의 57%를 차지하는 미국, 캐나다는 DAU가 6% 늘었지만 부킹은 1% 증가에 그쳤다. 성장은 기타 지역(31%)과 유럽(18%), 아시아태평양(14%)이 이끌었다. 유럽은 DAU가 1% 늘어나는 데 그쳤지만 1인당 결제가 늘면서 부킹이 18% 증가했다.



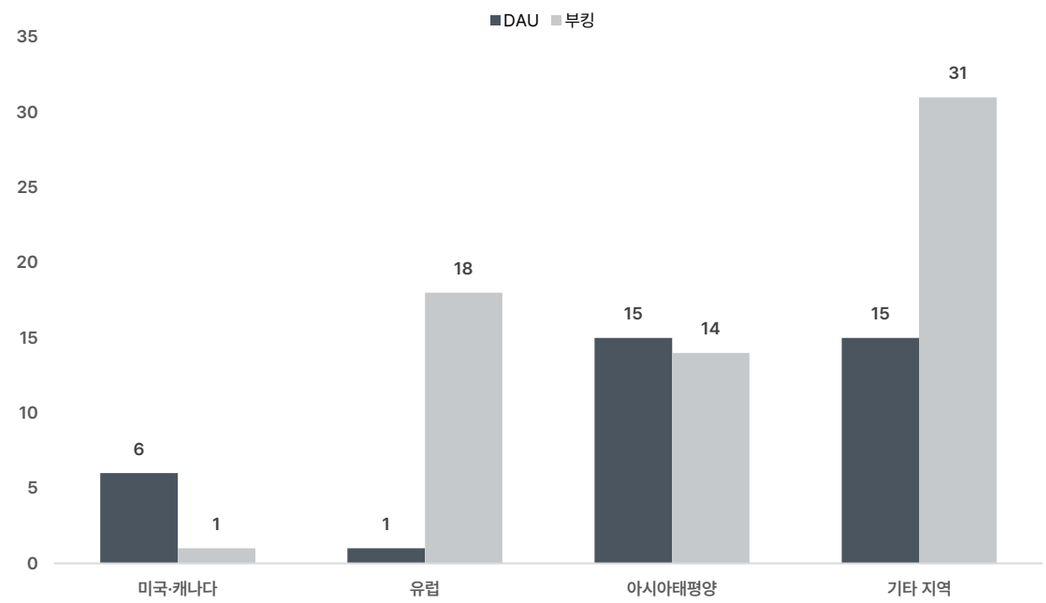
RDC 2026 기조연설 ©Roblox



로블록스 플랫폼 이미지 ©Roblox

그래프 로블록스 지역별 DAU·부킹 증가율

단위: %



* 2026년 2분기, 전년 동기 대비

©Roblox 2분기 보충자료

표 로블록스 분기별 DAU·부킹 추이

분기	DAU(전년 대비)	부킹(전년 대비)
2025년 2분기	1억 1,180만 명(+41%)	14억 3,800만 달러(+51%)
2025년 3분기	1억 5,150만 명(+70%)	19억 2,180만 달러(+70%)
2026년 2분기	1억 2,300만 명(+10%)	15억 5,700만 달러(+8%)
2026년 3분기 전망	—	15억 7,600만~16억 5,300만 달러(-18~-14%)

©Roblox 주주서한

2 왜 꺾였나, 안전 규제와 플랫폼 정책

▪ 채팅 연령 확인과 줄어든 대화

로블록스는 2025년 11월 19일 채팅 이용 시 연령 확인을 의무화한다고 발표했다. 얼굴 사진으로 나이를 추정해 이용자를 9세 미만부터 21세 이상까지 6개 구간으로 나누고, 비슷한 연령대끼리만 대화하도록 하는 방식이다. 12월 호주, 뉴질랜드, 네덜란드에서 먼저 적용했고 2026년 1월 7일 전 세계로 확대했다.

2분기 말 기준 전 세계 DAU의 57%가 연령 확인을 마쳤다. 미국과 호주는 70%를 넘었고, 18세 미만은 미국에서 75%다. 로블록스는 플랫폼 안의 소통량이 아직 연령 확인 도입 이전 수준을 밑돈다고 밝혔다. 연령 확인과 6월 도입한 연령별 계정이 신규 이용자 증가를 늦췄다는 분석도 나왔다.

얼굴 연령 추정은 외부 업체 페르소나(Persona)가 맡고, 18세 미만 기준 평균 오차는 1.4년이다. 로블록스는 2026년 1분기부터 연령 데이터를 자기 신고 대신 확인 완료 기준으로 바꿔, 연령별 지표를 과거와 직접 비교할 수 없게 됐다.

표 로블록스 연령 확인 도입 경과

시점	내용
2025.11.19	채팅 연령 확인 의무화 발표, 6개 연령 구간
2025.12	호주·뉴질랜드·네덜란드 우선 적용
2026.01.07	전 세계 채팅 연령 확인 확대
2026.06	연령별 계정 도입
2026년 2분기 말	전 세계 DAU 57% 확인 완료(미국·호주 70% 이상)

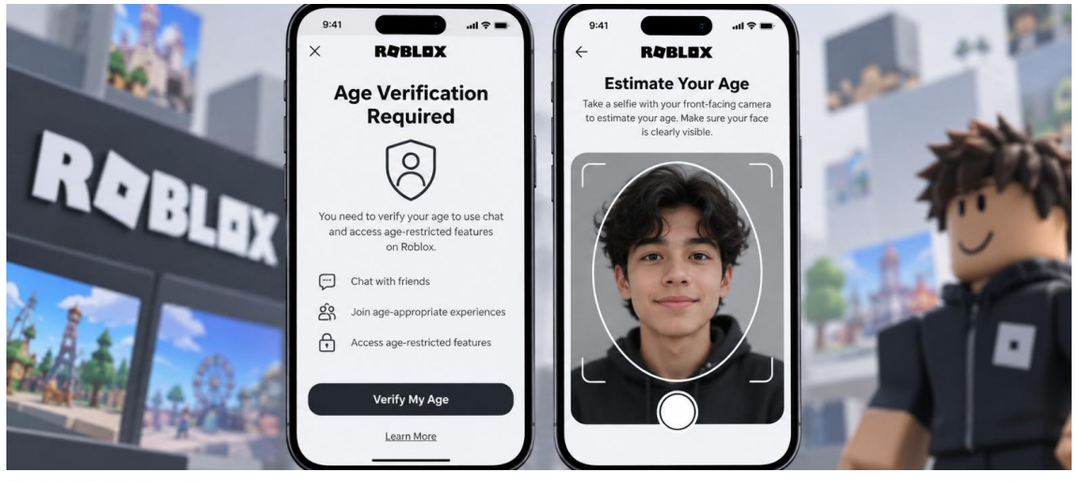
©Roblox 뉴스룸, 주주서한

▪ 미국·캐나다 저연령층의 시간당 과금 하락

로블록스는 부킹 부진의 원인을 시간당 수익화 하락으로 설명했다. 하락 폭은 미국, 캐나다의 저연령 이용자층에서 가장 컸다. 이 지역 이용 시간은 1% 늘었고 부킹도 1% 증가에 머물렀다. 웨드부시는 13세 미만 이용자의 수익화 압박을 투자의견 하향의 근거로 들었고, 로블록스는 이 흐름이 3분기에도 이어질 것으로 내다봤다.

여러 게임에서 함께 쓰던 게임패스 판매를 중단한 것도 수익을 끌어내렸다. 규제 비용도 커졌다. 2분기 순손실에는 일부 주 정부와의 합의, 협상 관련 법률 비용 3,400만 달러(약 454억 원)가 포함됐고, 상반기 누적은 9,100만 달러(약 1,220억 원)다.

미국에서는 2025년 8월 루이지애나를 시작으로 켄터키 등 주 법무장관의 아동 안전 소송이 잇따랐고, 웨스트버지니아, 앨라배마, 네바다와는 합계 3,580만 달러(약 478억 원)에 합의했다.



로블록스 연령 확인 안내 화면

©Roblox

▪ 단기 과금보다 장기 이용을 우대한 추천

2026년 4월에는 추천 알고리즘을 바꿨다. 'Recommended For You' 영역의 평가 기간을 7일에서 28일로 늘려 이용자를 오래 붙잡아 두는 게임에 노출을 더 주도록 했다. 로블록스는 이 변경이 단기 수익화를 희생하고 장기 유지율이 높은 게임을 의도적으로 우대한다고 밝혔다.

초기 결과로는 장기 유지율과 이용 시간이 개선됐다고 설명했다. 9월 개발자 콘퍼런스 RDC 2026에서는 저연령층에는 짧은 게임을, 고연령층에는 재방문형 게임을 우대하는 연령별 추천도 발표했다. 새 이용자를 플랫폼으로 데려오는 정도를 기준으로 한 순위도 시험하고 있다. 과금을 유도해 노출을 얻던 게임은 그만큼 불리해졌다.

▪ 합의 조건이 된 연령 확인과 국가 차단

규제 압력은 플랫폼 정책에 직접 반영됐다. 세 주와의 합의 조건에는 전 이용자 연령 확인과 성인의 16세 미만 연락 제한이 포함됐다. 튀르키예는 2024년 8월, 이라크는 2025년 10월 접속을 차단했고, 러시아는 2025년 12월 차단 이후 2026년 6월 서비스가 재개됐다.

3 이용자 제작 플랫폼 성장 공식의 재점검

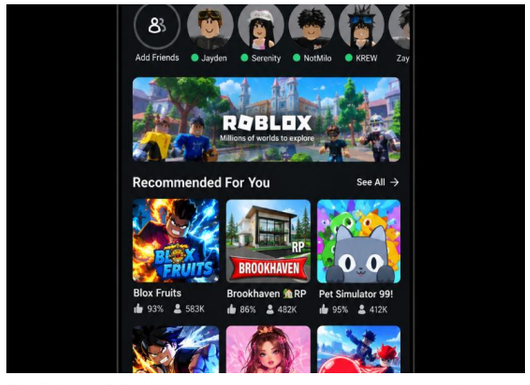
▪ 17억 달러 환전과 상위 10명 39%

로블록스는 9월 RDC 2026에서 최근 12개월 창작자 환전(DevEx) 지급액이 약 17억 달러(약 2조 2,700억 원)라고 밝혔다. 2013년 이후 누적은 50억 달러(약 6조 6,800억 원)를 넘는다. 2026년 6월 8일부터는 미국에서 연령 확인을 마친 18세 이상 이용자의 적격 결제분에 환전율을 42% 높였다.

수익은 상위에 몰렸다. 보도에 따르면 상위 10명 창작자의 평균 지급액은 6,570만 달러(약 878억 원)로 합계가 전체의 약 39%다. 상위 100명 평균은 1,080만 달러(약 144억 원), 상위 1,000명 평균은 140만 달러(약 18억 7,000만 원)로 낮아지고, 4만 2,000명이 넘는 참여자의 중앙값은 약 1,500달러(약 200만 원)다.

▪ 분산되는 이용 시간, 집중되는 수익

이용 시간은 반대로 흩어지고 있다. 2분기 상위 10개 게임의 이용 시간 비중은 약 20%로, 3년 전 같은 기간의 30%에서 낮아졌다. 더 많은 게임이 이용 시간을 나눠 갖지만 수익은 소수 창작자에게 모이는 구조다.



로블록스 추천 영역 화면 ©Roblox



RDC 2026 발표 현장 ©Roblox

환전율 인상을 미국 성인 결제분에 한정한 것은 결제 여력이 큰 성인 이용자를 겨냥한 조치다. 미국 18~34세 이용자층은 50% 이상 성장했고 18세 미만보다 1인당 결제가 50% 이상 높다. 2025년 9월에는 기본 환전율을 8.5% 올렸다.

표 로블록스 창작자 환전(DevEx) 지급 분포

구간	평균 지급액	비고
상위 10명	6,570만 달러	합계 약 6억 5,700만 달러(약 39%)
상위 100명	1,080만 달러	—
상위 1,000명	140만 달러	—
전체 참여자	중앙값 약 1,500달러	4만 2,000명 이상
전체 지급액	약 17억 달러	최근 12개월(2026.06.30 기준)

©Roblox, Dexerto, IBTimes UK

▪ 〈메이플스토리 월드〉 502억 원과 〈오버데어〉의 출시 준비

국내 후발 플랫폼도 창작자 보상으로 생태계를 키우고 있다. 넥슨 〈메이플스토리 월드〉의 창작자 수익은 2025년 502억 원으로 전년보다 약 134% 늘었다. 수익을 낸 창작팀은 1만 개를 넘었고 1억 원 이상을 번 팀은 12개다. 2025년 4월 197개국에 출시해 글로벌 누적 이용자 700만 명을 모았다.

크래프톤과 네이버제트가 85 대 15로 출자한 오버데어 스튜디오는 〈오버데어(OVERDARE)〉를 일부 국가에서 베타로 운영하며 연내 글로벌 정식 출시를 목표로 하고 있다. 크래프톤은 2025년 이 합작사와 관련해 약 258억 원의 손상차손을 반영했다.

▪ 창작자 수익·발견성·안전 비용의 동시 설계

이용자 수가 늘어도 수익이 따라오지 않을 수 있다는 점이 로블록스 실적에서 드러났다. 1인당 결제가 높은 시장이 정체하자 이용자 증가가 매출로 이어지지 않았고, 저연령층 비중이 큰 만큼 안전 규제 비용과 과금 제약이 함께 커졌다.

국내 후발 플랫폼은 출발 단계부터 연령 확인과 보호자 관리 체계를 갖추고, 창작자 보상이 상위 소수에 몰리지 않도록 중간층 창작자의 수익 경로를 함께 설계할 필요가 있다. 추천 방식이 창작자 수익을 좌우하는 만큼 노출 기준과 장기 유지율 같은 지표를 창작자와 공유하는 것도 과제다.



〈메이플스토리 월드〉 ©NEXON



〈오버데어〉 ©KRAFTON

참고문헌

1. Bloomberg, "Turkey Blocks Roblox Over Child Abuse Risk, Minister Says", 2024.08.08, https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-08/turkey-blocks-roblox-over-child-abuse-risk-minister-says
2. Dexerto, "Roblox's top creators average $65.7 million a year but most make far less", 2026.09.13, https://www.dexerto.com/roblox/robloxs-top-creators-average-65-7-million-a-year-but-most-make-far-less-3408675/
3. GuruGamer, "Roblox Loses Around $70 Billion as Stock Falls 70%", 2026.08.05, https://gurugamer.com/mobile-games/roblox-loses-around-70-billion-as-stock-falls-70-27139
4. IBTimes UK, "Roblox's Top 10 Creators Took $657M in a Year as Viral Games Built in Months Dominate", 2026.09.13, https://www.ibtimes.co.uk/roblox-top-creators-devex-payouts-2026-1819403
5. Insurance Journal, "Roblox Settles With Three States For $35.8 Million Over Child Safety", 2026.04.23, https://amp.insurancejournal.com/news/southeast/2026/04/23/866879.htm
6. Meduza, "Russia bans Roblox over child safety fears", 2025.12.03, https://meduza.io/en/feature/2025/12/04/russia-bans-roblox-over-child-safety-fears
7. Quartz, "Roblox stock posted its worst day ever after pulling its full-year outlook", 2026.07.31, https://qz.com/roblox-stock-earnings-miss-outlook-073126
8. Reuters, "Iraq bans US gaming platform Roblox over child safety concerns", 2025.10.20, https://www.streetinsider.com/Reuters/Iraq+bans+US+gaming+platform+Roblox+over+child+safety+concerns/25474314.html
9. Reuters, "Roblox set for worst one-day drop as discovery changes hurt in-app spending", 2026.07.31, https://whbl.com/2026/07/31/roblox-set-for-worst-one-day-drop-as-discovery-changes-hurt-in-app-spending/
10. Roblox Corporation, "Q3 2025 Shareholder Letter", 2025.10.30, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1315098/000131509825000326/ex991-q32025shareholderl.htm
11. Roblox Corporation, "2Q26 Highlights: Second Quarter 2026 Financial and Operational Highlights", 2026.07.30, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001315098/000162828026051059/ex991-robloxq22026earnin.htm
12. Roblox Corporation, "Q2 2026 Supplemental Materials", 2026.07.30, https://s27.q4cdn.com/984876518/files/doc_financials/2026/q2/Roblox-Q2-2026-Supplemental-Materials.pdf
13. Roblox Newsroom, "Roblox Requires Age Checks for Communication, Ushering in New Safety Standard", 2025.11.19, https://about.roblox.com/newsroom/2025/11/roblox-requires-age-checks-limits-minor-and-adult-chat
14. Roblox Newsroom, "A New Era of Safety: Facial Age Checks Now Required to Chat on Roblox", 2026.01.07, https://about.roblox.com/newsroom/2026/01/roblox-age-checks-required-to-chat
15. Roblox Newsroom, "Roblox Fuels Next Wave of High-Fidelity Games for Over 18 Players, Increases Qualifying DevEx Rate by 42%", 2026.04.30, https://about.roblox.com/newsroom/2026/04/roblox-fuels-high-fidelity-games-over-18-players-increases-qualifying-devex-rate-42
16. Roblox Newsroom, "RDC 2026: The World Needs More Play", 2026.09.11, https://about.roblox.com/newsroom/2026/09/rdc-2026-the-world-needs-more-play
17. Spectrum News 1, "Kentucky's attorney general targets Roblox, claims it's putting kids at risk", 2025.10.07, https://spectrumnews1.com/ky/louisville/news/2025/10/07/kentucky-attorney-general-sues-roblox
18. WCTV, "State attorney general sues Roblox, alleging child exploitation and safety failures", 2025.08.15, https://www.wctv.tv/2025/08/15/state-attorney-general-sues-roblox-alleging-child-exploitation-safety-failures
19. 뉴데일리, 「넥슨 '메이플스토리 월드', 글로벌 이용자 700만명·연간 수익 500억원 달성」, 2026.02.19, https://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2026/02/19/2026021900375.amp.html
20. 매일경제, 「[단독] 크래프톤·네이버제트 '오버데어' 올해 출격…초통령게임 왕좌 노린다」, 2026.04.07, https://v.daum.net/v/20260407105101869

명작 IP, 사지 않고 빌려 쓴다

넥슨의 스타크래프트 개발권 추진으로 본 IP 순환 시대

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



요약

조선일보는 2026년 9월 넥슨이 블리자드의 〈스타크래프트〉 IP로 후속작을 개발하는 계약을 추진하고 있다고 보도했다. 같은 달 블리자드는 블리즈컨 2026에서 〈스타크래프트〉를 오픈월드 슈터로 재해석한 신작을 2030년 목표로 공개했다. IP 소유권은 2023년 액티비전 블리자드를 인수한 마이크로소프트에 두고 장르와 개발 주체를 나눠 쓰는 구도로, 넥슨이 확보하려는 것도 IP가 아니라 개발권이다.

대형사의 IP 운용은 한번 확보하면 끝까지 보유하는 방식에서 권리를 나누고 되돌리는 순환으로 옮겨 가고 있다. 넷이즈와 블리자드의 중국 퍼블리싱 계약은 2023년 끝났다가 이듬해 다시 체결됐다. 넥슨은 〈크레이지 아케이드〉를 25년 만에 종료하는 한편 오래된 IP를 외부 개발사에 여는 오픈 라이선스 사업을 시작했고, 웹툰 엔터테인먼트는 게임 개발사 지분 60%를 약 1억 달러(약 1,340억 원)에 인수하기로 했다.

검증된 IP는 신규 IP의 흥행 불확실성을 줄이지만 장르 수요와 라이선스 비용이라는 다른 위험을 안긴다. 블리자드 출신들이 세운 프로스트 자이언트 스튜디오의 RTS 〈스톰게이트〉는 정식 출시 당시 스팀 동시접속이 약 1,000명에 머물렀다. 국내 게임사에 필요한 것은 IP의 인지도보다 권리 범위와 기간, 수익 배분, 계약 종료 뒤 처리, 장르 수요를 함께 따지는 판단 기준이다.

1 인수가 아닌 개발 라이선스, 스타크래프트를 둘러싼 사실관계

▪ 1년 반 동안 이어진 협상 보도와 미확정 계약

넥슨과 블리자드가 〈스타크래프트(StarCraft)〉 IP를 두고 협상한다는 소식은 2025년 4월 MTN 보도로 처음 알려졌다. 블리자드가 2024년 4분기부터 〈스타크래프트〉 IP 기반 콘텐츠 개발권과 〈오버워치〉 모바일 게임의 한국, 일본 퍼블리싱권을 묶어 입찰에 부쳤고, 엔씨소프트, 넷마블과 경합한 넥슨이 우선협상대상자가 됐다는 내용이다. 장르 제한을 두지 않은 입찰이었다.

조선일보는 2026년 9월 2일 업계 고위 관계자를 인용해 넥슨과 블리자드의 계약이 성사 직전이며, 체결되면 넥슨이 후속작 개발권을 갖게 된다고 보도했다. 계약 금액과 기간, 권리가 미치는 지역과 장르는 공개되지 않았고, 넥슨과 블리자드, 마이크로소프트 가운데 계약을 공식 확인한 곳은 없다.

〈스타크래프트〉 IP의 소유권은 마이크로소프트에 있다. 마이크로소프트는 2023년 10월 13일 687억 달러(약 91조 8,000억 원) 규모의 액티비전 블리자드 인수를 마무리했다. 넥슨이 추진하는 것은 이 IP를 인수하는 거래가 아니라, 소유권은 원작사에 둔 채 정해진 범위에서 게임을 개발할 권리를 얻는 라이선스 계약이다.

▪ 블리즈컨 2026에서 공개된 오픈월드 슈터

블리자드는 2026년 9월 12일 미국 애너하임에서 열린 블리즈컨 2026에서 〈스타크래프트〉 신작을 공개했다. 실시간 전략(RTS)이 아닌 오픈월드 슈터로, 출시 목표는 2030년이다. 〈파 크라이〉 시리즈를 총괄했던 댄 헤이(Dan Hay)가 발표를 맡았고, 테란 해병이 저그의 습격을 받는 장면을 담은 트레일러로 신작의 방향을 소개했다.

이 자리에서 넥슨과의 계약은 발표되지 않았다. 블리자드 최고마케팅책임자(CMO) 모니카 오스틴은 연합뉴스 인터뷰에서 "새로운 스타크래프트를 개발하고 있고, 현재로서는 우리가 유일한 개발사"라고 밝혔다. 그러면서도 넥슨과의 파트너십을 언급하며 한국 이용자를 위해 긴밀히 협력하겠다고 덧붙였다. 슈터 신작은 원작사가 직접 개발하고, 한국 시장의 협력은 별도로 열어 둔 구도다.



블리즈컨 2026에서 공개된 〈스타크래프트〉 신작 ©Blizzard Entertainment

▪ 오버워치 PC 퍼블리싱으로 먼저 넓어진 협력

넥슨과 블리자드의 협력은 〈오버워치〉에서 먼저 구체화됐다. 넥슨과 블리자드는 2026년 3월 30일 〈오버워치〉 한국 PC 퍼블리싱 계약을 발표했다. 넥슨이 국내 퍼블리싱과 한국 전용 라이브 서비스, 사업 운영을 맡고 블리자드는 IP를 제공하면서 개발을 계속 주도한다. 8월 12일 한국 배틀넷 PC 서비스가 넥슨으로 이관됐고, 넥슨 캐시 결제와 PC방 혜택이 도입됐다.

넥슨이 이 계약으로 얻은 것은 한국 PC 시장에서 서비스와 결제, 마케팅을 운영할 권리이고, 게임의 내용을 정하는 권한은 블리자드에 남는다. 2016년 출시 당시 PC방 점유율 33%를 넘겼던 〈오버워치〉는 이후 2%대까지 내려갔다가 2025년 초 5% 후반으로 회복했다. 넥슨은 국내 PC방 운영 경험으로 이 회복세를 키우는 역할을 맡은 셈이다.

▪ 한국에서만 450만 장이 판매된 1편의 기반

넥슨이 〈스타크래프트〉 개발권을 추진하는 배경에는 한국 시장의 기록이 있다. 1998년 3월 31일 출시된 1편은 전 세계에서 1,100만 장 이상 판매됐고, 국내 유통사 한빛소프트 집계로는 950만 장 가운데 450만 장이 한국에서 판매됐다. 2004년 7월 부산 광안리 프로리그 결승에는 약 10만 명이 모였다. 블리자드는 2017년 8월 14일 그래픽을 개선한 〈스타크래프트: 리마스터〉를 출시했다.

국내 이용자의 반응은 지금도 PC방 순위로 나타난다. 블리즈컨 직후인 2026년 9월 2주차에 〈스타크래프트〉는 12주 만에 PC방 주간 순위 10위 안에 다시 들었다. 신작 발표만으로 이용이 움직였다는 점에서, 넥슨이 개발권으로 확보하려는 것은 게임 한 편이 아니라 국내 이용자가 30년 가까이 쌓아 온 인지도다.

표 넥슨·블리자드 협력과 〈스타크래프트〉 IP 주요 일지

시기	내용
2023. 10.	마이크로소프트, 액티비전 블리자드 인수 완료
2025. 4.	넥슨, 스타크래프트 개발권 우선협상대상자 선정 보도
2026. 3.	넥슨, 〈오버워치〉 한국 PC 퍼블리싱 계약 발표
2026. 8.	〈오버워치〉 한국 PC 서비스 넥슨 이관
2026. 9.	넥슨 계약 성사 직전 보도, 블리즈컨 슈터 신작 공개

©넥슨·블리자드 발표, MTN·조선일보 보도

2 영구 보유에서 순환으로, 대형사 IP 운용 방식의 전환

▪ 인수·개발 라이선스·퍼블리싱, 계약별 권리 차이

같은 IP를 두고 맺는 계약도 무엇을 넘기느냐에 따라 세 갈래로 나뉜다. 인수는 IP와 그것을 만드는 조직을 함께 가져온다. 마이크로소프트가 액티비전 블리자드를 인수하면서 〈스타크래프트〉와 〈월드 오브 워크래프트〉, 〈콜 오브 듀티〉, 그리고 이를 개발해 온 인력이 한꺼번에 넘어갔다. 비용이 가장 크고, 인수한 IP는 원칙적으로 계속 보유한다.

개발 라이선스는 소유권을 그대로 두고 기간과 범위를 정해 개발권만 빌려준다. 일렉트로닉 아츠(EA)는 2013년부터 〈스타워즈〉 게임의 독점 개발권을 가졌지만, 루카스필름 게임즈가 2021년 1월 유비소프트와 오픈월드 〈스타워즈〉 게임을 발표하면서 독점은 사실상 끝났다. 권리가 IP 보유사에 남아 있어 기간이 끝나면 다른 개발사에 다시 열 수 있다.

퍼블리싱 계약은 특정 지역에서 서비스할 권리를 준다. 넷이즈는 2023년 1월 23일 블리자드와의 계약이 끝나면서 중국 서비스를 중단했다가 2024년 4월 재계약해 〈월드 오브 워크래프트〉 등을 다시 들여왔다. 권리는 플랫폼 단위로도 나뉜다. 마이크로소프트는 인수 승인 과정에서 향후 15년간 출시되는 액티비전 블리자드 게임의 클라우드 스트리밍 권리를 유비소프트에 넘겼다.

순환은 인수한 IP에서도 일어난다. 2026년 7월 6일 엑스박스 조직 개편 과정에서 마이크로소프트가 인수했던 더블 파인과 컴펄전 게임즈가 독립했고, 두 스튜디오는 〈사이코너츠〉와 〈위 해피 퓨〉 등 자사 IP의 권리를 그대로 보유하게 됐다. 더블 파인의 팀 셰이퍼 대표는 IP와 퍼블리싱 권리가 모두 회사로 돌아왔다고 밝혔다. 영구 보유를 전제로 한 인수도 조직 개편 국면에서는 IP를 원래 개발사에 되돌리는 결과로 이어질 수 있다.

표 계약 방식별로 확보하는 권리

구분	확보하는 권리	대표 사례
인수	IP 소유권과 개발 조직	MS–액티비전 블리자드
개발 라이선스	기간·범위를 정한 개발권	EA–〈스타워즈〉(2013~)
퍼블리싱	지역별 서비스·운영권	넷이즈–블리자드(중국)
권리 분할	플랫폼별 이용권	유비소프트–클라우드 스트리밍

©Xbox Wire, Microsoft, NetEase, VGC

▪ 한 IP를 장르와 지역별로 나누는 원작사

블리자드의 선택은 한 IP를 장르와 지역에 따라 나눠 운용하는 방식에 가깝다. 슈터 신작은 블리자드가 직접 개발하고, 한국에서는 넥슨과의 협력을 따로 진행한다. 원작 장르인 RTS는 2015년 〈스타크래프트 2: 공허의 유산〉 이후 신작이 없어, 넥슨이 RTS 후속작을 맡을 수 있다는 관측도 있다. 넥슨 프로젝트의 장르는 아직 정해지지 않았다.

블리자드가 〈스타크래프트〉를 슈터로 만들려 한 것은 이번이 세 번째다. 앞서 추진한 〈스타크래프트: 고스트〉와 〈아레스(Ares)〉는 모두 취소됐고, 1998년 1편 이후 RTS가 아닌 장르로 출시된 〈스타크래프트〉 게임은 아직 없다. 장르 일부를 외부 개발사에 맡기면 원작사는 자체 프로젝트를 진행하는 동안에도 IP의 공백기를 줄일 수 있다.



넥슨이 국내 서비스를 맡은 〈오버워치〉 ©넥슨·Blizzard Entertainment

▪ 장수 IP를 종료하거나 외부에 여는 넥슨

외부 IP를 들여오려는 넥슨은 자사의 오래된 IP를 정리하고 있다. 2001년 출시된 〈크레이지 아케이드〉는 2026년 6월 종료 공지를 거쳐 8월 13일 25년 만에 서비스를 끝냈다. 패트릭 쇠더룬드 넥슨 회장은 2026년 4월 이용자의 평생을 함께할 수 있는 게임에만 투자하겠다고 밝혔다.

서비스 종료가 IP 폐기를 뜻하지는 않는다. 넥슨은 2025년 12월 오래된 IP를 외부 개발사에 개방하는 오픈 라이선스 사업 '넥슨 리플레이'의 시범 운영을 시작했고, 2026년 8월 6일 대구디지털혁신진흥원과 협약을 맺어 〈어둠의전설〉과 〈아스가르드〉 IP를 지역 게임사에 열었다. 수익을 나누는 조건으로 이미지와 사운드 리소스까지 제공한다. 직접 운영하기 어려운 IP를 외부에 내보내 수명을 잇는 방식이다.

▪ 웹툰과 해외 개발사로 넓어진 외부 IP 확보

국내 게임사는 검증된 외부 IP를 확보하는 경로를 넓히고 있다. 웹툰 엔터테인먼트는 2026년 8월 레드아이스 스튜디오 창업자 한태일이 세운 알아이게임즈홀딩스의 지분 60%를 약 1억 달러(약 1,340억 원)에 인수하기로 했다. 첫 작품은 웹툰 〈템빨〉을 원작으로 한 액션 MMORPG이고 퍼블리싱은 넥슨이 맡는다. 나머지 40%는 성과 목표 달성 여부에 따라 추가로 거래한다.

크래프톤은 2025년 7월 300만 장 이상 판매된 〈라스트 에포크〉의 개발사 일레븐스 아워 게임즈를 초기 대금 9,600만 달러(약 1,280억 원)에 인수했다. 엔씨소프트는 2026년 1월 디나미스 원과 덱사스튜디오에 투자하며 신규 IP 2종의 판권을 확보했다. 넷마블은 미국 드라마 〈왕좌의 게임〉 IP를 활용한 〈왕좌의 게임: 킹스로드〉를 2026년 5월 아시아 지역에 출시했다.

검증된 IP를 찾는 이유는 매출 순위에서 확인된다. 삼정KPMG가 2026년 8월 발간한 보고서에 따르면 2025년 미국 매출 상위 10개 게임은 모두 인기 IP 기반 시리즈였다. 넥슨이 일렉트로닉 아츠와 맺은 〈FC 온라인〉 유통 계약을 2027년 말까지 연장한 것도 외부 IP를 기간 단위로 갱신하며 운영하는 사례다.

표 국내 게임사의 외부 IP·개발사 확보 사례

기업	대상	방식
웹툰 엔터테인먼트	알아이게임즈홀딩스	지분 60% 인수(약 1억 달러)
크래프톤	일레븐스 아워 게임즈	인수(초기 9,600만 달러)
엔씨소프트	디나미스 원·덱사스튜디오	투자·신규 IP 판권 확보
넷마블	〈왕좌의 게임〉	IP 라이선스 게임 출시
넥슨	EA 〈FC〉	유통 계약 2027년 말까지 연장

©네이버, 크래프톤, 이데일리, 테크M, MTN



〈스타크래프트 2〉 ©Blizzard Entertainment

3 검증된 IP의 수요·비용 위험과 계약 판단 기준

▪ 인지도가 수요를 보장하지 않는 RTS 장르

블리자드 출신 개발진이 세운 프로스트 자이언트 스튜디오의 RTS 〈스톰게이트〉는 2024년 7월 얼리액세스, 2025년 8월 정식 출시를 거쳤다. 정식 출시 당시 스팀 동시접속은 약 1,000명으로 얼리액세스 때의 20% 수준이었다. 4,000만 달러(약 534억 원)에 조금 못 미치는 투자를 유치했던 프로스트 자이언트의 팀 모튼 대표는 이 성적이 지속 가능하지 않다며 감원 가능성까지 언급했다.

RTS 이용자는 소수의 장수작에 모여 있다. 아래 표처럼 〈에이지 오브 엠파이어 2: 결정판〉은 출시 7년이 지난 2026년 9월에도 스팀 최대 동시접속 3만 명대를 유지했지만, 2025년 4월 출시된 〈템페스트 라이징〉은 1,000명대로 내려왔다. 〈스타크래프트〉 후속작이 RTS로 나온다면 전작의 판매 기록이 아니라 현재의 장르 수요를 기준으로 규모를 잡아야 한다.

▪ IP 인지도보다 계약 조건을 먼저 보는 기준

빌려 쓰는 IP에는 로열티가 따른다. 같은 매출을 올려도 원작사에 지급하는 몫만큼 자체 IP보다 수익이 줄고, 〈오버워치〉 계약 때도 수익 배분 구조가 퍼블리셔의 수익성을 제한할 수 있다는 지적이 제기됐다. 원작 팬이 기대하는 장르와 다른 게임이 나오면 인지도는 반발로 돌아올 수 있다.

명작 IP를 빌려 쓰는 시대에 국내 게임사가 먼저 따져야 할 것은 IP의 이름값보다 계약의 내용일 것이다. 권리가 미치는 장르와 지역, 계약 기간과 갱신 조건, 수익 배분, 계약 종료 뒤 서비스와 이용자 데이터의 처리를 함께 검토하는 과정이 필요하다. 그 기준을 갖출 때 검증된 IP는 신규 IP의 흥행 위험을 덜어 주는 선택지가 될 수 있다.

표 RTS 주요작의 스팀 최대 동시접속

게임	역대 최고	2026년 9월 최고
에이지 오브 엠파이어 2: 결정판	3만 8,725명(2021. 1.)	3만 366명
템페스트 라이징	9,376명(2025. 4.)	1,389명

©SteamCharts



〈크레이지 아케이드〉 ©넥슨



〈어둠의전설〉 ©넥슨

참고문헌

1. Blizzard Entertainment, "오버워치 한국 PC 서비스 변경에 관한 안내", 2026.07.07, https://overwatch.blizzard.com/ko-kr/news/24289716/pc/
2. Activision Blizzard, "Blizzard Entertainment and NetEase Suspending Game Services in China", 2022.11.16, https://investor.activision.com/node/35721
3. NetEase, "Blizzard Entertainment and NetEase Renew Agreement to Bring Beloved Titles Back to China; Microsoft Gaming, NetEase Enter Broader Collaboration", 2024.04.10, https://netease.gcs-web.com/node/14401
4. Xbox Wire, "Welcoming the Legendary Teams at Activision Blizzard King to Team Xbox", 2023.10.13, https://news.xbox.com/en-us/2023/10/13/xbox-activision-blizzard/
5. Microsoft, "Microsoft and Activision Blizzard restructure proposed acquisition and notify restructured transaction to the UK's Competition and Markets Authority", 2023.08.21, https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2023/08/21/microsoft-activision-restructure-acquisition/
6. Game Informer, "Blizzard Reveals StarCraft Open-World Shooter, Targeting 2030 Launch", 2026.09.12, https://gameinformer.com/blizzcon-2026/2026/09/12/blizzard-reveals-starcraft-open-world-shooter-targeting-2030-launch
7. Video Games Chronicle, "Blizzard is reportedly working on a StarCraft shooter for the third time", 2024.09.27, https://www.videogameschronicle.com/news/blizzard-is-reportedly-working-on-a-starcraft-shooter-for-the-third-time
8. Video Games Chronicle, "EA's Star Wars exclusivity set to end as Lucasfilm partners with Ubisoft", 2021.01.13, https://www.videogameschronicle.com/news/eas-star-wars-exclusivity-is-over-as-lucasfilm-partners-with-ubisoft
9. Guinness World Records, "Best-selling strategy videogame for PC", 2013.07.01, https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/best-selling-strategy-game-for-pc
10. Korea JoongAng Daily, "Gamers judge 'StarCraft II' against classic that spawned an industry", 2010.07.29, https://www.koreajoongangdaily.com/business/gamers-judge-starcraft-ii-against-classic-that-spawned-an-industry/11401377
11. Game Developer, "KRAFTON Acquires Eleventh Hour Games, Creators of Last Epoch", 2025.07.25, https://www.gamedeveloper.com/press-release/krafton-acquires-eleventh-hour-games-creators-of-last-epoch
12. Game Developer, "Frost Giant CEO Tim Morten says layoffs are possible after Stormgate underperforms", 2025.08.21, https://www.gamedeveloper.com/business/frost-giant-ceo-tim-morten-says-layoffs-are-possible-after-stormgate-underperforms
13. Notebookcheck, "Double Fine regains Psychonauts 2, Keeper and Kiln rights after Microsoft split", 2026.08.23, https://www.notebookcheck.net/Double-Fine-regains-Psychonauts-2-Keeper-and-Kiln-rights-after-Microsoft-split.1376439.0.html
14. SteamCharts, "Age of Empires II: Definitive Edition"·"Tempest Rising", 2026.10.13 기준, https://steamcharts.com/app/813780, https://steamcharts.com/app/1486920
15. NAVER, 「웹툰 엔터테인먼트, '알아이게임즈홀딩스' 전략적 투자 단행…글로벌 프랜차이즈 확장 가속화」, 2026.08.11, https://www.navercorp.com/media/pressReleasesDetail?seq=10034582
16. 삼정KPMG, 「삼정KPMG "게임산업 코어 이용자·IP가 관건…AI 활용 확장 기대"」, 2026.08.31, https://kpmg.com/kr/ko/media/press-releases/2026/08/press-release-31.html
17. MTN, 「[단독]넥슨, 블리자드와 '스타크래프트' IP 협업 앞둬…'오버워치M'도 품는다」, 2025.04.28, https://news.mtn.co.kr/news-detail/2025042808165242317
18. MTN, 「[단독]넥슨-EA, 'FC온라인' 계약 2027년까지 연장…'FC온라인2'는?」, 2024.11.21, https://news.mtn.co.kr/news-detail/2024112022074086147
19. 조선일보, 「[단독] 넥슨, '스타크래프트' 후속작 개발 추진…블리자드와 계약 전망」, 2026.09.02, https://v.daum.net/v/20260902153837163
20. 파이낸셜뉴스(연합뉴스), 「[인터뷰] 블리자드 "스타크래프트 신작 단독개발"…'넥슨 개발설' 선그어」, 2026.09.13, https://www.fnnews.com/news/202609130739056464
21. 뉴스핌, 「넥슨-블리자드 엔터테인먼트, '오버워치' 한국 퍼블리싱 계약 체결」, 2026.03.30, https://www.newspim.com/news/view/20260330000197
22. 게임뷰, 「'오버워치' 품은 넥슨, 블리자드와 손 잡은 진짜 이유」, 2026.03.31, https://www.gamevu.co.kr/news/articleView.html?idxno=56904
23. CEO스코어데일리, 「넥슨, '선택과 집중' 본격화…추억의 '크아', 25년 만에 역사 속으로」, 2026.06.12, https://www.ceoscoredaily.com/page/view/202606121507200303O
24. 이코노믹리뷰, 「넥슨, 대구 게임사에 IP 빗장 풀었다」, 2026.08.06, https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=747344
25. 이데일리, 「엔씨소프트, 국내 개발사 투자로 신규 IP 2종 판권 확보」, 2026.01.15, https://edaily.co.kr/News/Read?mediaCodeNo=257&newsId=03742486645318048
26. 테크M, 「넷마블, 2분기 신작 라인업 본격 가동…'왕좌의 게임'·'솔: 인챈트' 연속 출격」, 2026.05.07, https://www.techm.kr/news/articleView.html?idxno=151666
27. 아이러브PC방, 「[주간동향] 신작 발표 효과? '스타크래프트' PC방 TOP10 복귀」, 2026.09.16, https://www.ilovepcbang.com/news/articleView.html?idxno=201792

인디 개발사의 퍼블리싱, 자체 개발보다 더 벌었다

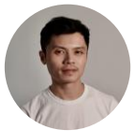
〈드워프 포트리스〉 퍼블리셔 킷폭스 게임즈가 말하는 인디가 인디를 키우는 조건

인터뷰 타냐 X. 쇼트, 신 란 리우(킷폭스 게임즈) | 번역 및 정리 한국콘텐츠진흥원 편집팀



인터뷰이 소개





타냐 X. 쇼트, 신 란 리우 킷폭스 게임즈(Kitfox Games) 공동 창업자

킷폭스 게임즈는 2013년 캐나다에서 설립된 개발사 겸 퍼블리셔로, 스팀과 주요 콘솔에 게임 13편을 출시했다. 지금은 판타지풍 콘스탄티노플을 무대로 한 샌드박스 RPG 〈스트리츠 오브 포르투나〉를 만들고 있다. 타냐 X. 쇼트(Tanya X. Short)는 2013년부터 대표를 맡고 있다. 서던메서디스트대학교 길드홀에서 레벨 디자인 석사 학위를 받았고, 펀컴에서 〈에이지 오브 코난〉의 AI 디자이너로 일했다. 신 란 리우(Xin Ran Liu)는 아트 디렉터로, 게임업계 13년, 미술 교육 10년 경력을 갖고 있다. 〈스트리츠 오브 포르투나〉의 비주얼 디렉팅과 퍼블리싱 게임의 트레일러 제작을 맡고 있다.

요약

〈어몽 어스(Among Us)〉 개발사 이너슬로스(Innersloth)는 2024년 투자 조직 아웃슬로스(Outersloth)를 세워 2026년 3월까지 게임 24편에 1,900만 달러(약 254억 원) 이상을 투자했다. 같은 달 공개한 계약서에 따르면 투자금을 회수할 때까지는 매출을 절반씩 나누고, 회수한 뒤에는 개발사가 85%를 가져간다. 히트작으로 번 돈을 다른 인디 게임에 다시 투자하는 개발사가 늘고 있다.

캐나다의 킷폭스 게임즈(Kitfox Games)는 2013년 설립 후 게임 13편을 낸 개발사이자 〈드워프 포트리스(Dwarf Fortress)〉, 〈케이브스 오브 쿼드(Caves of Qud)〉의 퍼블리셔다. 두 공동 창업자는 지금까지 퍼블리싱으로 번 돈이 자체 개발보다 많았다고 밝혔다. 퍼블리싱은 시뮬레이션 샌드박스 장르에 집중해 한 해 1~2편만 맡는다.

성공한 스튜디오가 대형 퍼블리셔에 인수되는 일이 많은 한국에서 이런 재투자가 자리 잡으려면 무엇이 필요한지 묻자, 쇼트 대표는 첫 게임부터 수익을 다음 게임에 다시 넣는 재무 계획이 필요하다고 답했다.

1 퍼블리싱을 시작한 이유와 게임을 고르는 기준

Q 히트작을 낸 뒤 차기작 대신 다른 인디 게임의 투자와 퍼블리싱에 나선 이유는?

쇼트 퍼블리싱은 히트작이 나오기 전부터 했다. 처음에는 개발비를 대지 않고, 이미 갖춘 인력과 인프라로 할 수 있는 서비스만 제공했다. 투자라고 할 만한 것은 거의 없었다. 자체 게임을 내지 않는 몇 년 동안에도 킷폭스라는 이름이 계속 알려지는 효과가 있었고, 결국 회사의 가장 큰 성공도 퍼블리싱에서 나왔다. 〈드워프 포트리스〉와 〈케이브스 오브 쿼드〉다.

리우 우리 스튜디오는 게임 만드는 일 자체를 좋아하는 사람들이 모인 곳이라 지금도 중심은 자체 IP 개발이다. 시간의 80% 정도를 자체 게임에 쓰고, 남는 여력으로 퍼블리싱을 지원한다. 처음부터 퍼블리셔가 되려고 계획하지는 않았다. 돌이켜 보면 규모가 작은 게임부터 퍼블리싱을 시작해 경험을 쌓은 것이 잘한 선택이었다.

Q 투자하거나 퍼블리싱할 게임과 팀은 어떻게 고르나?

쇼트 나는 원래 퍼블리셔를 매우 불신했다. 첫 직장이 큰 회사였는데, 그곳에서는 퍼블리셔가 개발사의 성과에 기대 수익만 가져간다는 인식이 강했다. 우리 게임을 직접 퍼블리싱해 온 내가 남의 게임을 퍼블리싱하면 앞뒤가 맞지 않는다는 점도 신경 쓰였다. 그래서 처음에는 절차적 생성 요소가 있는 게임만, 그것도 우리 직원이나 친구가 만든 게임만 맡았다. 서로 믿을 수 있고, 우리가 받는 몫만큼 일하지 못하면 솔직하게 말해 줄 사람들이었다. 퍼블리싱에서 큰 성공을 거둔 두 작품이 모두 시뮬레이션 샌드박스였기 때문에 이제는 이 장르만 맡는다. 〈드워프 포트리스〉, 〈케이브스 오브 쿼드〉와 매력이 비슷하고 이용자층이 겹치는 게임만 검토한다.

리우 사람과 사람의 관계도 중요하다. 퍼블리싱은 소통과 신뢰가 바탕이라, 서로 잘 맞고 상대의 성향을 이해하는 것이 가장 중요하다. 퍼블리싱 전체를 핵심 인력 세 명이 맡고 있어 파트너와 정말 자주 만난다. 연애와 크게 다르지 않다.

2 지원 방식과 수익 배분

표 킷폭스 게임즈와 아웃슬로스의 지원 조건

항목	킷폭스 게임즈	아웃슬로스(이너슬로스)
개발비	최대 10만 달러	2024년 이후 24편에 1,900만 달러 이상
투자금 회수 전 퍼블리셔 몫	80%	50%
투자금 회수 후 퍼블리셔 몫	20%	15%
주요 지원	마케팅, 커뮤니티 관리, 현지화 등 선택형 서비스	개발비(계약 기간 출시 후 7년)
출시 규모	한 해 1~2편, 퍼블리싱 핵심 인력 3명	2025년 6월까지 22편 계약

◎킷폭스 게임즈 서면 인터뷰(2026.10), Mothership(2026.03.16)

Q 개발비만 지원하나, 마케팅과 퍼블리싱까지 맡나? 그렇게 정한 이유는?

쇼트 개발비는 보통 최대 10만 달러(약 1억 3,400만 원)까지 지원한다. 다만 우리가 가장 잘하고 주로 제공하는 것은 마케팅, 커뮤니티 관리, 그리고 필요한 것만 골라 쓰는 서비스다. 현지화, QA, 외주 인력 채용, 컨설팅, 콘셉트 아트, 최적화 같은 것들이다. 가장 큰 장점은 〈드워프 포트리스〉, 〈케이브스 오브 쿼드〉와 같은 진열대에 게임을 올릴 수 있다는 점이다. 두 게임의 이용자가 좋아하겠다는 확신이 들면 대체로 잘 맞는 게임이다.

인력을 늘리지 않고 지금 있는 자원으로 할 수 있는 방식이고, 그만큼 우리가 받는 몫도 낮다(20%).

리우 마케팅과 커뮤니티 관리 지원에는 개발사로 일하며 쌓은 경험이 그대로 들어간다. 외주 인력과도 일하지만 상당 부분은 우리 팀이 직접 하고, 팀원들은 자체 게임과 퍼블리싱 게임에 시간을 나눠 쓴다. 나도 〈스트리츠 오브 포르투나(Streets of Fortuna)〉를 만들면서 퍼블리싱 파트너의 트레일러 편집을 맡고 있어 두 일을 오가는 부담이 있다. 그래도 게임을 직접 만들어 본 경험이 파트너에게 큰 도움이 된다고 생각한다.

Q 개발사에 유리한 수익 배분은 어떻게 정했고, 회사가 버틸 수 있다고 보는 이유는?

쇼트 들인 시간과 노력을 회수하고 적어도 손해는 보지 않으려면 얼마나 팔려야 하는지 계산해 봤다. 그렇게 나온 것이 투자금 회수 전 80%, 회수 후 20%다. 이 조건이 유지되는 것은 우리가 앞으로도 작은 퍼블리셔로 남을 것이기 때문이다. 한 해 1~2편만 내고, 편수를 늘리려고 사람을 더 뽑지도 않는다. 회사의 본업은 여전히 자체 IP 개발이다.

리우 애초에 돈을 벌려고 퍼블리싱을 시작한 것이 아니다. 팀이 감당할 수 있는 만큼만 퍼블리싱 게임을 맡으면 계속할 수 있다. 다만 개발 일정은 자주 바뀌고 마케팅은 시기를 놓치면 기회가 사라져서, 그 균형을 맞추기가 쉽지 않다.

3 퍼블리셔의 이름값과 지금까지의 성과

Q 히트작을 낸 회사라는 이름이 퍼블리싱 게임의 노출과 판매에 실제로 도움이 되는가?

쇼트 된다. 새 게임을 발표하면 유튜브 댓글, 스팀 게시물, 레딧 글에서 킷폭스 게임즈가 좋게 언급되고, 우리가 낸 게임이라 더 믿음이 간다고 말하는 이용자도 있다. 다만 이것은 우리 게임들이 꽤 하드코어하기 때문이라고 본다. 수백에서 수천 시간을 즐길 수 있고, 한 번에 오래, 몇 년씩 하는 게임들이다. 게임이 생활의 일부가 되면 이용자도 자연스럽게 개발사와 퍼블리셔를 알게 되고 나름의 생각을 갖게 된다. 가볍게 즐기는 캐주얼 게임 위주였다면 한 게임의 이용자가 다른 게임으로 넘어오는 효과는 훨씬 작았을 것이다.

리우 해마다 스팀에서 하는 퍼블리셔 할인 행사가 좋은 예다. 이름이 알려진 게임이 몇 편 있으면 출시 예정작이나 덜 알려진 게임에도 방문과 관심이 이어진다. 카탈로그가 해마다 늘었지만 장르 방향은 그대로 지켰고, 그 덕분에 더 많은 이용자에게 닿으면서 스팀 이용자 사이에서 퍼블리셔로 인정받게 됐다.

Q 지금까지의 성과와 어려움은? 퍼블리싱을 줄이고 자체 개발로 돌아간 스튜디오들은 어떻게 보는가?

쇼트 우리는 좀 특이한 경우다. 지금까지 돈은 개발보다 퍼블리싱으로 훨씬 많이 벌었다. 당장의 수익만 보면 인력과 비용을 퍼블리싱에 더 쓰는 편이 나을 것이다. 우리에게 자체 개발은 고를 수 있어 다행인 선택지다. 비용이 더 들고, 기간이 길고, 투자 규모도 커서 여러모로 더 위험하다고 생각한다. 그래도 퍼블리셔는 많지만 우리가 만들려는 게임은 우리만 만들 수 있다. 개발을 택하는 회사들도 개발이 퍼블리싱보다 수익을 내기 쉽다고 여기기보다는, 어려운 점을 충분히 알고 시작했으면 한다.

게다가 퍼블리싱만 하면 나를 비롯한 킷폭스 사람들이 일을 더 즐거워할지 모르겠다. 우리는 본래 만드는 사람들이다. 그래서 퍼블리싱을 줄이고 자체 개발에 집중하기로 한 스튜디오들을 충분히 이해한다. 그쪽이 더 재미있다.

4 한국 시장에 주는 시사점

Q 성공한 스튜디오가 대형 퍼블리셔에 인수되는 일이 많은 한국에서 재투자 모델이 자리 잡으려면?

쇼트 창업자는 처음부터 오래 버티는 것과 재투자를 재무 계획에 넣고 게임을 만들어야 한다. 모은 돈을 첫 게임에 모두 쓰는 계획은 피하는 것이 좋다. 첫 게임이 성공하면 그 방식이 습관으로 굳고, 실패하면 회사를 이어 가기 어렵다. 2013년 킷폭스를 세울 때 매각이나 큰돈은 계획에 없었다. 모두 최소한의 급여만 받았고, 게임이 한 장도 안 팔린다고 가정하고 예산을 짰으며, 여유가 생기는 만큼 급여를 조금씩 올렸다. 이익이 나면 모두 다음 게임, 또 그다음 게임에 넣는다는 원칙을 지켰다. 덕분에 독립을 유지했고 지금 회사 가치는 1,200만 달러(약 160억 원) 이상이 되었다. 다음 작품 〈스트리츠 오브 포르투나〉가 어느 정도만 이익을 내도 그 돈을 어디에 쓸지 고를 수 있다. 퍼블리싱에 다시 투자할 수도 있고, 힘든 시기를 함께 버틴 고참 직원들에게 그동안의 몫을 돌려줄 수도 있고, 둘 다 할 수도 있다.

리우 큰 히트작을 낸 뒤에도 인수나 합병을 거절하고 독립 개발사로 남는 곳은 게임이라는 매체를 좋아해서 이 일을 하는 스튜디오일 것이다. 그래서 다른 개발자와 동료를 돕고 싶어 한다. 게임을 만드는 사람이 사업을 익혀 직접 회사를 이끌도록 돕거나, 회사를 이끄는 사람이 게임을 문화 작품으로 아끼게 만들 수 있다면, 수익만 좇지 않고 인디 퍼블리셔와 개발사가 서로 돕는 생태계가 생길 수 있을 것이다.



킷폭스 게임즈가 퍼블리싱한 〈드워프 포트리스〉 ©Bay 12 Games, Kitfox Games



킷폭스 게임즈가 퍼블리싱한 〈케이브스 오브 쿼드〉 ©Freehold Games, Kitfox Games

1~2인이 만든 인크리멘탈 게임, 스팀에서 연이어 흥행

장르의 성장 구조와 과포화 논쟁

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



요약

숫자를 모으고 그 숫자가 불어나는 속도를 키우는 인크리멘탈 게임이 스팀에서 잇따라 흥행하고 있다. 1인 개발자가 만든 〈타워 위자드〉는 약 55만 장, 프로그래밍으로 농장을 자동화하는 〈더 파머 워즈 리플레이스드〉는 96만 장 넘게 판매됐다. 인크리멘탈 요소를 결합한 〈볼 X 핏〉은 200만 장을 넘겼다. 상위 소수에 매출이 몰리는 스팀에서 소규모 개발작이 거둔 성과다.

흥행작의 공통점은 성장 곡선을 짧게 압축한 설계다. 긴 대기 구간을 걷어내 몇 시간 안에 엔딩에 이르게 했고, 3~15달러(약 4,000~2만 원)의 낮은 가격과 숫자가 폭발적으로 불어나는 장면이 영상과 방송으로 퍼지며 구매로 이어지는 발견 경로가 됐다. 작업 화면 아래에 띄워 두고 다른 일을 하면서 즐기는 데스크톱형 방치 게임도 같은 계보에서 50만 장 이상 판매작을 여럿 냈다.

1~2인이 완결할 수 있는 장르라는 강점은 출시 물량 급증으로도 이어졌다. 스팀의 방치형 태그 연간 출시작은 2020년 100편에서 2026년 9월 초 1,811편으로 늘었고, 최근 출시작 상당수가 AI 사용을 공시했다. 흥행작 수가 늘어도 흥행 비율은 낮아지는 구조에서, 이 장르의 성과가 소규모 개발의 기회인지 과포화의 전조인지 함께 살펴볼 필요가 있다.

1 숫자의 증가 속도를 키우는 장르, 인크리멘탈 게임의 성장 구조

▪ 클릭 수입에서 자동화로, 초기화와 영구 보너스가 설계하는 성장 곡선

인크리멘탈(Incremental, 증분형) 게임은 클릭이나 시간 경과로 숫자를 모으고, 모은 숫자로 그 숫자가 불어나는 속도를 키우는 장르다. 처음에는 버튼을 눌러 하나씩 얻던 재화를 자동 생산 설비가 대신 벌고, 설비를 늘릴수록 생산 속도가 기하급수로 뛴다. 플레이어의 몫은 무엇에 투자해 다음 성장 단계를 앞당길지 고르는 판단이다. 화면 속 숫자의 단위가 바뀌는 순간이 이 장르의 보상이다.

국내에서 흔히 말하는 방치형 RPG, 이른바 키우기 게임과는 결이 다르다. 키우기 게임은 캐릭터가 자동으로 전투를 벌이며 성장하는 구조에 캐릭터 수집과 뽑기를 얹은 형태가 많다. 데브시스터즈가 2026년 7월 30일 글로벌 출시한 〈쿠키런: 크럼블〉도 쿠키 69종과 펫 54종을 모아 덱을 짜는 방치형 RPG다. 인크리멘탈 게임에서는 캐릭터보다 수치의 성장 자체가 재미의 중심이고, 전투가 아예 없는 작품도 많다.

성장 곡선을 설계하는 장치는 두 가지다. 하나는 환생(prestige)으로, 쌓아 온 진행을 초기화하는 대가로 다음 회차의 생산량을 영구히 높여 주는 보너스를 준다. 다른 하나는 시간 장벽이다. 다음 단계에 필요한 비용이 생산 속도보다 빠르게 오르면 성장이 더뎌지고, 플레이어는 기다릴지 환생할지를 고민하게 된다. 둔화와 가속이 번갈아 오는 리듬이 장르의 몰입을 만든다.

표 인크리멘탈 게임과 방치형 RPG의 차이

구분	인크리멘탈 게임	방치형 RPG(키우기)
재미의 중심	수치 성장 자체	캐릭터 성장과 수집
성장 장치	자동화, 환생, 시간 장벽	자동 전투, 장비 강화, 뽑기
대표작	쿠키 클리커, 타워 위자드	쿠키런: 크럼블

ⓒ한국콘텐츠진흥원 편집팀 정리

▪ 웹 게임에서 출발해 모바일 광고 모델로 넓어진 계보

장르의 원형으로 꼽히는 작품은 2013년 8월 8일 웹에 공개된 〈쿠키 클리커(Cookie Clicker)〉다. 프랑스 개발자 오르테유(Orteil)의 〈쿠키 클리커〉는 쿠키를 클릭해 굽고, 모은 쿠키로 생산 설비를 늘려 굽는 일을 자동화하는 구조다. 무료 웹 게임으로 이름을 알린 뒤 2021년 9월 1일 스팀에 4.99달러(약 6,700원)로 출시됐고, 앱매직(AppMagic) 집계로 스팀에서만 72만 장이 판매됐다.

끝이 있는 인크리멘탈 게임의 출발점도 웹이었다. 뉴욕대 게임센터의 프랭크 랜츠(Frank Lantz)가 2017년 10월 공개한 〈유니버설 페이퍼클립스(Universal Paperclips)〉는 클립 하나를 만드는 버튼에서 시작해 자동 생산과 시장 확장을 거쳐 우주 전체를 클립으로 바꾸는 결말에 이른다. 무한히 이어지는 성장 대신 정해진 끝까지 성장 단계를 압축한 구성은 최근 스팀 흥행작에서 다시 나타난다.

모바일에서는 광고가 장르의 수익 모델이 됐다. 무료로 내려받는 게임에서 보상형 광고를 보면 생산 속도를 몇 배로 높이거나 대기 시간을 건너뛰게 하는 방식으로, 시간 장벽이 곧 광고 노출의 기회가 된다. 앱매직에 따르면 모바일 방치형 게임 〈골드 앤 고블린(Gold and Goblins)〉은 6,900만 회 넘게 다운로드돼 인앱결제 매출 1억 6,300만 달러(약 2,180억 원) 이상을 올렸다.

2 시간 장벽을 걷어낸 단시간형 인크리멘탈, 1인 개발 흥행작의 공식

▪ 몇 시간 안에 엔딩까지 압축한 성장의 재미

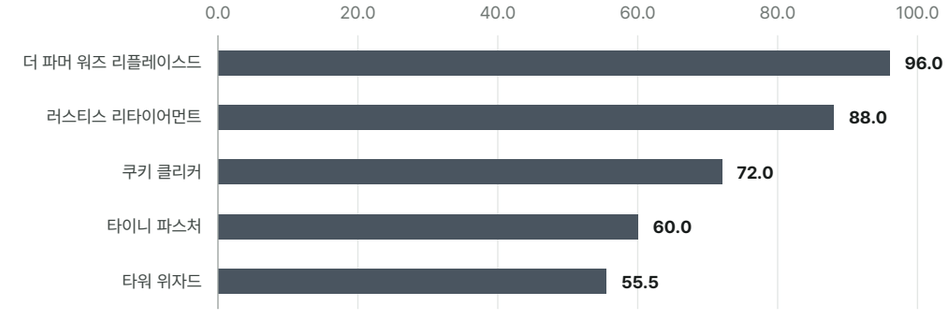
최근 스팀 흥행작은 장르의 문법에서 시간 장벽을 걷어냈다. 1인 개발자 바리밥(Barribob)이 2025년 6월 19일 출시한 〈타워 위자드(Tower Wizard)〉는 마법사가 탑을 쌓는 게임이다. 지식과 목재를 모으고 정령을 소환해 채집을 자동화하며, 환생으로 얻은 축복으로 다음 회차를 앞당긴다. 정해진 엔딩이 있고 본편을 마치는 데 5시간 남짓 걸린다.

〈타워 위자드〉의 정가는 2.99달러(약 4,000원)다. 스팀 리뷰 7,000건 이상에서 96%의 긍정 평가를 받았고, 앱매직 집계로 약 55만 5,000장이 판매됐다. 플레이 시간이 짧은 만큼 가격을 낮춰 구매 문턱을 낮춘 셈이다.

〈더 파머 워즈 리플레이스드(The Farmer Was Replaced)〉는 성장의 수단을 코드로 바꿨다. 플레이어는 파이썬과 비슷한 게임 내 언어로 드론을 프로그래밍해 밭을 갈고 수확한다. 코드를 잘 짜 두면 드론이 알아서 일하고, 새 작물과 밭 형태가 다음 최적화 과제를 낸다. 컴퓨터공학을 전공하던 티몬 헤어초크(Timon Herzog)가 혼자 만든 첫 상업 게임으로, 앞서 해보기 기간에 16만 장을 판매한 뒤 2025년 10월 10일 정식 출시했다. 앱매직 집계 누적 판매는 96만 장을 넘는다.

그래프 주요 인크리멘탈 흥행작의 스팀 판매량

단위: 만 장



* 2026년 4월 기준 앱매직 집계

©AppMagic



〈쿠키 클리커〉 스팀판 플레이 화면 ©Playsaurus

▪ 작업 화면 아래에 띄워 두는 데스크톱형 방치 게임

인크리멘탈의 성장 구조를 작업 화면 한쪽으로 옮긴 데스크톱형 방치 게임도 흥행 계보에 들어왔다. 〈하이쿠 더 로봇(Haiku, the Robot)〉을 만든 1인 개발자 조던 모리스(Jordan Morris)의 〈러스티스 리타이어먼트(Rusty's Retirement)〉는 화면 아래에 가늘게 띄운 농장에서 로봇이 작물을 키우는 게임이다. 2주 만에 만든 시제품에서 출발해 2024년 4월 26일 7달러(약 9,400원)에 출시됐다.

〈러스티스 리타이어먼트〉는 출시 전 위시리스트 약 14만 건을 모았고, 가격은 방치형 게임(0~5달러)과 농장 시뮬레이션(10~15달러)의 중간 가격대를 참고해 정했다. 출시 닷새 만에 10만 장을 판매한 뒤 앱매직 집계 88만 장까지 늘었다.

2025년 2월 출시된 케이브리퀴드(CaveLiquid)의 〈타이니 파스처(Tiny Pasture)〉는 같은 자리에 작은 목장을 놓았다. 화면 아래 목장에서 동물을 키워 코인을 모으고, 코인으로 동물과 자동화 시설을 늘린다. 정가 5.99달러(약 8,000원)로 60만 장이 판매됐고, 스팀 리뷰 1,200건 이상에서 93%가 긍정 평가다. 다른 일을 하면서 켜 두는 게임이어서 이용자의 여가 시간을 두고 다른 게임과 경쟁하지 않는다는 점이 이 계열의 강점이다.

▪ 다른 장르와 결합해 넓어진 인크리멘탈 설계

인크리멘탈 요소는 다른 장르의 성장 장치로도 쓰인다. 케니 선(Kenny Sun)이 개발하고 디볼버 디지털(Devolver Digital)이 2025년 10월 15일 출시한 〈볼 X 핏(BALL x PIT)〉은 벽돌 깨기 방식의 로그라이크 전투에 도시 건설을 결합했다. 전투에서 모은 골드로 정착지를 짓고 업그레이드하면 다음 도전에서 더 강해지는 구조로, 회차를 거듭할수록 수치가 커지는 인크리멘탈의 재미를 액션 게임에 옮겼다.

디볼버 디지털은 2026년 8월 〈볼 X 핏〉의 판매량이 200만 장을 넘었다고 발표했다. 정가 14.99달러(약 2만 원)로 단시간형 흥행작보다 높지만, 스팀 리뷰 1만 5,000건 이상에서 95%가 긍정 평가다. 인크리멘탈 요소가 장르 이용자의 취향을 넘어 대중적인 액션 게임의 설계 요소로 자리 잡았다는 신호다.

▪ 낮은 가격과 영상 확산이 만든 발견 경로

소규모 개발작이 대규모 마케팅 없이 발견된 경로는 영상이었다. 숫자가 몇 자리씩 뛰어오르고 자동화 설비가 화면을 채워 가는 장면은 짧은 영상과 방송에 잘 맞는다. 1인 개발작 〈더 그노프 어폴로그(the Gnorp Apologue)〉는 출시일 위시리스트가 1,700건 정도였지만 첫 달 12만 장을 판매했다. 게임디스커버코(GameDiscoverCo)는 판매 대부분이 유튜브 영상과 그에 따른 스팀 노출에서 비롯됐다고 분석했다.



〈러스티스 리타이어먼트〉 데스크톱 화면 ©Mister Morris Games

〈러스티스 리타이어먼트〉도 방송 시청자가 농장에 등장해 일을 돕는 기능을 넣어 방송 콘텐츠로 퍼졌다. 짧은 플레이 시간과 낮은 가격은 이렇게 생긴 관심을 구매로 잇는 장치다. 영상을 보고 관심이 생긴 이용자에게 5,000원 안팎의 가격과 몇 시간 분량은 부담이 적다. 1~2인이 몇 달에서 몇 년 사이에 완결할 수 있는 분량이라는 점은 소규모 개발자가 이 장르를 고르는 이유가 된다.

표 주요 인크리멘탈 흥행작 개요

작품	개발	스팀 출시	정가	특징
타워 위자드	바리밥(1인)	2025.06	2.99달러	엔딩이 있는 단시간형
더 파머 워즈 리플레이스드	티몬 헤어초크(1인)	2025.10	9.99유로	코딩으로 자동화
러스티스 리타이어먼트	조던 모리스(1인)	2024.04	7달러	데스크톱형 농장
타이니 파스처	케이브리퀴드	2025.02	5.99달러	데스크톱형 목장
볼 X 핏	케니 선	2025.10	14.99달러	로그라이크 결합

* 더 파머 워즈 리플레이스드는 정식 출시 시점

ⓒ각 사 스팀 상점, 보도 종합

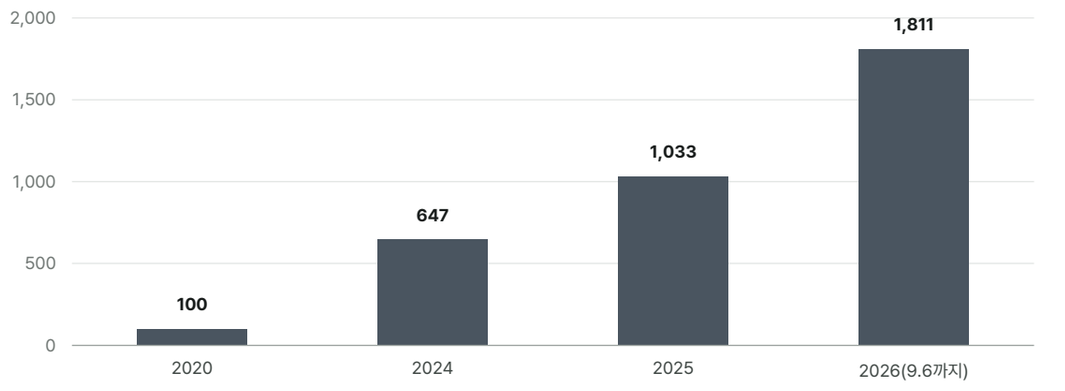
3 저변 확대의 양면, 과포화와 AI 활용 논쟁

▪ 해마다 늘어나는 방치형 출시작과 낮아지는 흥행 비율

1~2인이 완결할 수 있는 장르라는 강점은 출시 물량으로도 나타난다. PC 게이머(PC Gamer)가 스팀의 방치형(Idler) 태그를 집계한 결과, 연간 출시작은 2020년 100편에서 2024년 647편, 2025년 1,033편으로 늘었고 2026년에는 9월 6일까지 1,811편이 출시됐다. 9월 첫째 주 한 주에만 54편이 출시됐다.

그래프 스팀 방치형(Idler) 태그 연간 출시작 수

단위: 편



ⓒPC Gamer

흥행작 수는 늘었지만 흥행 비율은 낮아졌다. 게임 마케팅 컨설턴트 크리스 주코브스키(Chris Zukowski)의 분석에서 2025년 방치형과 인크리멘탈 출시작 965편 가운데 스팀 리뷰 1,000건을 넘긴 작품은 27편으로, 장르별 순위 5위였다. 비율로는 2.79%로 2024년 3.05%보다 낮다. 흥행작이 늘어나는 속도보다 출시작이 늘어나는 속도가 더 빨랐다.

▪ 'AI 미사용' 표방과 늘어나는 AI 공시

출시 물량 증가의 한 축은 AI 도구다. PC 게이머는 9월 첫째 주 출시된 방치형 게임 대부분이 AI 사용을 공시했고 비슷한 화면 구성의 작품이 많았다고 전했다. 술카 하로(Sulka Haro)가 2026년 7월 스팀 출시작을 분석한 결과에서도 신작 세 편 중 한 편이 AI 사용을 공시했고, 월간 출시작 증가분의 60~90%를 AI 공시 게임이 차지했다. 반면 인크리멘탈 이용자 커뮤니티에서는 'AI 미사용(No AI)'을 내건 작품이 늘고 있다. AI 미사용을 내세우는 목소리가 커질수록 실제 출시작의 AI 활용 비율과 담론 사이의 간극도 벌어질 수 있다.

국내에서는 AI 제작 게임의 유통 창구가 열렸다. 원스토어는 2026년 8월 AI 창작 게임 20종을 모은 'AI Games' 전문관을 열었고, 9월 29일 AI 도구로 게임을 만든 모든 개발자에게 등록을 개방했다. 설치가 필요 없는 웹 게임을 우선 지원하며 인앱결제와 인앱광고로 수익을 낼 수 있다. 오픈 당시 소개된 작품에는 〈용사단 키우기〉 같은 방치형 게임도 포함됐다.

술카 하로의 분석에서 스팀 상위 1% 작품은 추정 매출의 94%를 차지했다. 인크리멘탈 흥행작은 이 구조에서 소규모 개발작이 성과를 낸 사례인 동시에, 출시 물량 급증을 가장 먼저 보여 주는 장르이기도 하다. 짧은 분량과 낮은 가격, 영상으로 전달되는 성장의 재미가 흥행작의 공통점이었던 만큼, 국내 소규모 개발사가 이 장르에 도전한다면 출시 속도보다 성장 곡선의 설계와 영상으로 보여 줄 장면을 먼저 다듬는 것이 차별화의 출발점이 될 것이다.



원스토어의 AI 창작 게임 전문관

ⓒ원스토어

참고문헌

1. AppMagic, "Idle Games in 2026: Home, Steam Home", 2026.04.28, https://appmagic.rocks/research/idle-steam-games-2026
2. Automaton, 「塔をどんどん高くする放置系クリッカー『Tower Wizard』さっそく大好評」, 2025.06.21, https://automaton-media.com/articles/newsjp/tower-wizard-20250621-345738/
3. Automaton, 「デスクトップ小動物牧場『Tiny Pasture』」, 2025.02.19, https://automaton-media.com/articles/newsjp/tiny-pasture-20250219-328858/
4. Automaton, 「デスクトップ下部分で農業する放置ゲーム『Rusty's Retirement』早くも売上20万本到達」, 2024.05.14, https://automaton-media.com/articles/newsjp/20240514-293317/
5. GameDiscoverCo, "How this solo-dev 'incremental' game hit 100k+ sales!", 2024.01.22, https://newsletter.gamediscover.co/p/how-this-solo-dev-incremental-game
6. GameDiscoverCo, "How Rusty's Retirement idle-farmed its way to success", 2024.08, https://newsletter.gamediscover.co/p/how-rustys-retirement-idle-farmed
7. Games Market, "The Farmer Was Replaced", 2025.10.14, https://www.gamesmarket.global/product-showcase-the-farmer-was-replaced-39bbf2c8f0343b931750ff95dacf68d6/
8. How To Market A Game, "What the hell happened in 2025?", 2026.01.27, https://howtomarketagame.com/2026/01/27/what-the-hell-happened-in-2025/
9. IdleDB, "Idle & Incremental Games Weekly Recap", 2026.08.30, https://idledb.com/newsletter
10. PC Gamer, "Steam Week in Review: 54 idle games released on Steam last week, and many look eerily similar", 2026.09.07, https://www.pcgamer.com/gaming-industry/steam-week-in-review-54-idle-games-released-on-steam-last-week-and-many-look-eerily-similar/
11. Playsaurus, "Cookie Clicker Press Kit", Accessed 2026.10.19, https://playsaurus.com/press-kits/cookie-clicker
12. Push Square, "Devolver's Brilliant Roguelite Dopamine Factory, Ball X Pit, Is a Smash Hit at 2 Million Sales", 2026.08.06, https://www.pushsquare.com/news/2026/08/devolvers-brilliant-roguelite-dopamine-factory-ball-x-pit-is-a-smash-hit-at-2-million-sales
13. ShortList, "This addictive paperclip game is taking the internet by storm", 2017.10.11, https://shortlist.com/news/paperclip-game-addictive
14. Steam, 〈BALL x PIT〉 상점 페이지, 2026.10.19 기준, https://store.steampowered.com/app/2062430/BALL_x_PIT/
15. Steam, 〈Tiny Pasture〉 상점 페이지, 2026.10.19 기준, https://store.steampowered.com/app/3167550/Tiny_Pasture/
16. Steam, 〈Tower Wizard〉 상점 페이지, 2026.10.19 기준, https://store.steampowered.com/app/3372980/Tower_Wizard/
17. Sulka Haro, "Three years of AI on Steam", 2026.07.13, https://fragwyz.substack.com/p/three-years-of-ai-on-steam
18. How Far Am I, 〈Tower Wizard〉 완료 시간 집계, 2026.10.19 기준, https://www.howfarami.com/g/tower-wizard
19. 디지털데일리, 「데브시스터즈, 방치형 신작 '쿠키런: 크럼블' 글로벌 출시」, 2026.07.30, https://www.ddaily.co.kr/page/view/2026073010221951491
20. 아이뉴스24, 「원스토어, 앱 마켓 최초 AI 창작 게임 전문관 'AI Games' 오픈」, 2026.08.07, http://inews24.com/view/1992796
21. NSP통신, 「원스토어, AI 게임 전용관 모든 개발자에 개방」, 2026.09.29, https://www.nspna.com/news/?mode=view&newsid=829869

04 글로벌 이머징 마켓

〈위쳐〉의 나라 폴란드, 한국 게임사의 유럽 개발 파트너로
숙련 인력과 비용 경쟁력으로 본 협력 기회

폴란드 04 · 글로벌 이머징 마켓

〈위쳐〉의 나라 폴란드, 한국 게임사의 유럽 개발 파트너로

숙련 인력과 비용 경쟁력으로 본 협력 기회

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



요약

폴란드는 824개 사, 1만 4,568명이 일하는 유럽 2~3위권 게임 개발 거점으로, 매출의 약 97%를 해외에서 올린다. 2023년을 기점으로 종사자와 매출이 함께 줄고 스튜디오 120곳 이상이 문을 닫는 조정기에 들어섰지만, 새 IP 15편이 100만 장 넘게 팔리는 흥행 역량은 그대로 남아 있다.

협력 파트너로서의 강점은 비용과 인력이다. 고용주가 부담하는 인건비 중위값은 월 1만 2,000즈워티(약 426만 원)로, 세전 연 급여 기준 독일의 54%, 미국의 24% 수준이다. PC 단품 개발로 쌓은 인력 풀과 52개 대학의 65개 학위 과정, 지식재산 소득에 5%를 매기는 IP Box 세제, 유럽 최대의 QA와 현지화 허브가 이를 뒷받침한다.

한국 게임사는 지분 투자와 판권 확보로 폴란드에 진출했지만, 투자가 곧바로 공동개발 성과로 이어지지는 않았다. 소수 지분으로 관계를 맺고 외주 계약으로 협업 경험을 쌓은 뒤 판권 확보로 넓히는 단계적 접근이 위험을 줄인다.

1 개발 강국의 현재, 고성장 이후 조정기

▪ 824개 사, 1만 4,568명이 일하는 유럽 개발 거점

폴란드 기업발전청(PARP)의 『폴란드 게임산업 보고서 2025』에 따르면 2025년 10월 기준 폴란드에서 활동하는 게임사는 824곳, 종사자는 1만 4,568명이다. 종사자 기준으로 영국(2만 5,419명)에 이어 프랑스와 함께 유럽 2~3위권이다. 업체 수는 2023년 보고서의 약 494곳보다 크게 늘었지만, 보고서는 집계 방식이 바뀐 결과라며 직접 비교하지 말라고 적었다.

내수보다 수출로 움직이는 산업이다. 매출의 약 97%가 해외에서 나오고, 2024년 매출은 12억 9,300만 유로(약 1조 9,700억 원)다. 바르샤바증권거래소에는 메인시장 24곳, 뉴커넥트 71곳 등 95개 게임사가 상장돼 있다.

성장세는 2023년을 기점으로 꺾였다. 종사자는 2020년 보고서 9,710명에서 2023년 보고서 1만 5,290명까지 늘었다가 이번 보고서에서 722명 줄었다. 보고서 집계 이래 첫 감소다. 즈워티 기준 매출도 2023년 약 59억 9,000만 즈워티(약 2조 1,300억 원)에서 2024년 약 55억 2,000만 즈워티(약 1조 9,600억 원)로 8% 줄었다. 개별 기업으로는 테크랜드 매출이 11억 2,000만 즈워티(약 3,980억 원)에서 2억 2,900만 즈워티(약 814억 원)로 80% 줄었다.

표 폴란드 게임산업 주요 지표 변화 (2023년 보고서 2023.05·2025년 보고서 2025.10 기준)

지표	2023년 보고서	2025년 보고서	변화
종사자	1만 5,290명	1만 4,568명	722명 감소(-4.7%)
활동 게임사	약 494곳	824곳	집계 방식 변경
연 매출(즈워티)	59억 9,000만(2023년)	55억 2,000만(2024년)	8% 감소
수출 비중	약 97%	약 97%	유지
상장 게임사	약 90곳	95곳	메인 24곳·뉴커넥트 71곳

©PARP

▪ 2년 새 스튜디오 120곳 이상이 문을 닫은 조정기

PARP는 2023년 보고서에서 활동 중으로 집계한 스튜디오 가운데 최소 120곳이 이후 폐업하거나 활동을 멈췄다고 밝혔다. 보고서는 이를 2년 새 대략 4곳 중 1곳이 사라진 것으로 표현했다. 상장사 중에서도 7곳이 활동을 멈추거나 시장을 떠났다.

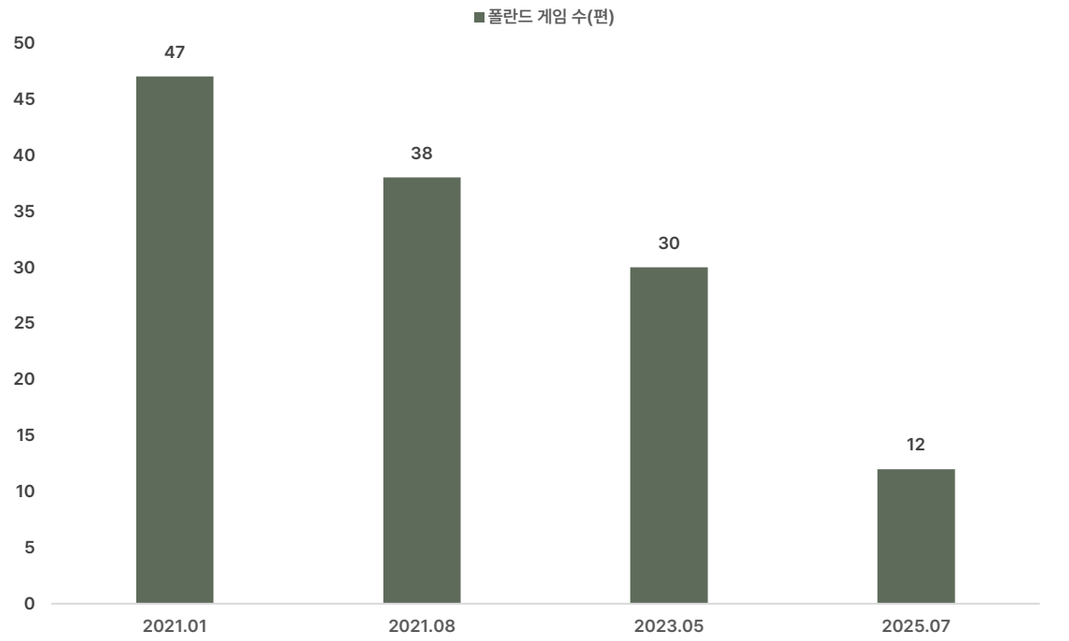
대형사도 프로젝트를 정리했다. 피플 캔 플라이(People Can Fly)는 2024년 12월 자체 퍼블리싱작 〈Project Victoria〉 개발을 중단하며 120명을 감원했고, 2025년 6월에는 스퀘어 에닉스와 개발하던 〈Project Gemini〉가 취소됐다. 테크랜드(Techland)는 2025년 7월 미공개작 2편을 취소했고, 11비트 스튜디오(11 bit studios)는 2024년 12월 2018년부터 개발하던 첫 콘솔 전용작을 접었다.

공공 지원의 공백도 겹쳤다. 국립연구개발센터(NCBR)의 게임 전용 지원 사업 GameINN은 2016~2020년 네 차례 공모로 150개 과제에 4억 7,430만 즈워티(약 1,690억 원)를 배정했다. EU 2014~2020 재정 기간 자금으로 운영돼 2023년이 과제 집행 시한이었다. PARP는 주요 공공 지원 프로그램이 거의 동시에 끝났고 대부분 대체되지 않았다고 짚으면서, 세계 업황 악화와 국내 요인을 함께 원인으로 꼽았다.

출시 전 기대작의 존재감도 약해졌다. 스팀 위시리스트 상위 200편 가운데 폴란드 게임은 2021년 1월 47편으로 국가별 1위였으나 2023년 5월 약 30편(2위), 2025년 7월 12편(7위)으로 줄었다. 같은 집계에서 한국은 10편으로 9위였다. PARP는 이를 위기의 가장 분명한 신호로 봤다.

흥행 역량은 남아 있다. 2023년 보고서 이후 새 IP 15편이 100만 장 넘게 팔렸다. 〈매너 로드(Manor Lords)〉는 앞서 해보기 출시 3주 만에 200만 장을, 블루버 팀(Bloober Team)의 〈사일런트 힐 2〉 리메이크는 200만 장 이상을 기록했다. CD 프로젝트(CD PROJEKT)의 2025년 순이익은 5억 9,500만 즈워티(약 2,110억 원)로 역대 두 번째였다.

그래프 스팀 위시리스트 상위 200편 중 폴란드 게임 수 (단위: 편)



©PARP, Game Industry Conference

2 협력 파트너로서의 경쟁력

▪ 월 1만 2,000즈워티, 서유럽보다 낮은 인건비

아르투르 간시니에츠(Artur Ganszyniec)와 아가타 하추라(Agata Hacura)가 2025년 5월 폴란드 게임업계 종사자 881명을 설문한 결과, 고용주가 부담하는 인건비의 중위값은 월 1만 2,000즈워티(약 426만 원)였다. 정규 고용계약 기준 세전 급여로는 약 9,700즈워티(약 345만 원)다. 전년 1만 1,160즈워티(약 397만 원)보다 7% 올랐지만, 같은 해 폴란드 전국 평균임금 상승률 8.8%보다는 낮다.

직군별 격차가 크다. 프로덕션이 월 1만 6,000즈워티(약 569만 원)로 가장 높고 프로그래밍 1만 4,000즈워티(약 497만 원), 디자인 1만 2,000즈워티(약 426만 원), 아트 1만 1,500즈워티(약 409만 원) 순이다. QA는 8,100즈워티(약 288만 원)로 전년보다 소폭 내렸다. 바르샤바는 다른 지역보다 약 14% 높고, 120명 이상 기업은 1만 5,500즈워티(약 551만 원) 이상으로 20명 이하 기업(약 1만 즈워티)보다 50% 넘게 높다.

경력별로는 근속 3~10년 구간의 중위값이 올랐고 2년 미만은 내렸다. 주니어 실업률은 18%로 경력 구간 중 가장 높았다. 감원 국면에서 신입 채용은 줄었지만 실무 경험을 갖춘 중간 경력 인력의 몸값은 유지된 것이다. 직급별 중위값은 시니어 약 1만 6,000즈워티(약 569만 원), 리드 약 1만 5,000즈워티(약 533만 원), 디렉터 약 2만 5,000즈워티(약 888만 원)다.

계약 형태별로는 개인사업자 계약(B2B)의 중위값이 약 1만 4,500즈워티(약 515만 원)로 정규 고용계약(약 1만 3,200즈워티)보다 높다. 외주 단가를 공개한 1차 자료는 없어, 협력 비용을 가늠할 때는 직군별 인건비와 B2B 계약 수준이 기준선이 된다.

표 폴란드 게임업계 직군별 인건비 중위값 (2025년 5월, 고용주 총비용 기준, 1즈워티=355원)

직군	월 인건비(즈워티)	원화 환산(월)	원화 환산(연)	전체 중위값 대비
전체	12,000	426만 원	5,120만 원	100%
프로덕션	16,000	569만 원	6,820만 원	133%
프로그래밍	14,000	497만 원	5,970만 원	117%
디자인	12,000	426만 원	5,120만 원	100%
아트	11,500	409만 원	4,900만 원	96%
QA	8,100	288만 원	3,450만 원	68%

©Ganszyniec·Hacura

▪ 독일의 절반, 미국의 4분의 1 수준

세전 급여로 환산하면 폴란드 게임 개발자의 연 중위 급여는 약 11만 6,400즈워티(약 4,140만 원), 약 3만 1,000달러다. 독일 게임산업협회(game) 조사의 중위값 5만 유로(약 5만 7,000달러, 약 7,620만 원)의 54%, 미국 GDC 조사 중위값 12만 9,000달러(약 1억 7,200만 원)의 24%에 해당한다. 환율은 2026년 6월 26일 폴란드 중앙은행 고시 기준(1달러=3.7599즈워티, 1유로=4.2869즈워티)이다.

직군별로 봐도 격차는 비슷하다. 독일 조사에서 분야별 평균 연봉은 프로그래밍 5만 3,900유로(약 8,210만 원), 아트 4만 7,700유로(약 7,270만 원), 디자인 4만 7,300유로(약 7,210만 원)였고, 미국 GDC 조사의 평균은 프로그래밍 15만 달러(약 2억 원), 아트 12만 4,000달러(약 1억 6,600만 원)다. 폴란드 프로그래밍 직군의 고용주 인건비 중위값(월 1만 4,000즈워티)을 연 달러로 환산하면 약 4만 5,000달러(약 6,010만 원)다. 고용주가 내는 사회보험료까지 포함한 금액인데도 독일 프로그래밍 평균(약 6만 1,000달러)의 4분의 3, 미국의 30% 수준이다.

경력이 쌓여도 격차는 남는다. 고용주 총비용 기준으로 시니어(월 1만 6,000즈워티)는 연 약 5만 1,000달러(약 6,810만 원), 리드(1만 5,000즈워티)는 약 4만 8,000달러(약 6,410만 원)로 독일 중위값보다 낮다. 전문가(1만 8,500즈워티)와 프린시펄(2만 즈워티)은 연 약 5만 9,000~6만 4,000달러(약 7,880만~8,550만 원), 디렉터(2만 5,000즈워티)는 약 8만 달러(약 1억 700만 원)로 독일 중위값을 넘지만 미국 중위값의 46~62%에 그친다.

다른 조사도 비슷한 수준을 가리킨다. 폴란드 IT 커뮤니티 불독잡(Bulldogjob)의 2025년 조사에서 게임 개발자 중위 급여는 정규 고용계약 기준 월 1만 5,000즈워티(세전, 약 533만 원), 개인사업자 계약 기준 월 1만 8,800즈워티(약 668만 원)였다. 프로그래머 응답 비중이 높은 표본이어서 업계 전체 중위값보다 높게 나왔다.

업계 설문 중위값이 공개되지 않은 프랑스는 게임 교육기관 게이밍 캠퍼스(Gaming Campus)의 2026년 급여표에서 프로그래머 월 세전 급여가 주니어 2,500~3,000유로(약 381만~457만 원), 시니어 4,200~5,800유로(약 640만~883만 원)로 제시됐다. 연으로 환산하면 3만~7만 유로(약 4,570만~1억 700만 원)로, 독일 중위값(5만 유로)이 이 범위 한가운데에 놓인다.

비용 경쟁력은 임금 상승 속도에 달려 있다. 2025년 업계 임금 상승률 7%는 전국 평균 8.8%보다 낮아, 폴란드 안에서 게임 인력의 상대적 비용 부담은 커지지 않았다. 해마다 7% 안팎 오르는 흐름이 이어지면 서유럽과의 격차는 줄어든다. 장기 협력 계약이라면 임금 인상률을 반영한 단가 조정 조항을 함께 두는 것이 현실적이다.

표 국가별 게임 개발자 연 중위 급여 비교 (폴란드 세전 급여, 2026.06.26 NBP 고시 환율)

국가	연 중위 급여	달러 환산	폴란드 대비	조사
폴란드	11만 6,400즈워티	약 3만 1,000달러	1.0배	Ganszyniec·Hacura
독일	5만 유로	약 5만 7,000달러	1.8배	game·Goldmedia
미국	12만 9,000달러	12만 9,000달러	4.2배	GDC

◎조사자료 종합

▪ PC 게임으로 쌓은 인력 풀과 52개 대학

폴란드 스튜디오의 71.8%는 PC를 주력 플랫폼으로 꼽았다. 모바일 11.5%, 닌텐도 스위치 4.6%, 플레이스테이션 3.8%가 뒤를 잇는다. 주력 사업 모델은 패키지 판매 중심의 프리미엄이 69%로, 장기 운영보다 완성도 높은 단품을 내는 데 강점이 있다. 스팀에서 서구권 이용자를 상대로 단품 게임을 만들어 온 인력이 산업의 중심이다. 〈위쳐〉와 〈사이버펑크 2077〉, 〈다잉 라이트〉 시리즈가 이 인력 풀에서 나왔고, CD 프로젝트 레드 출신이 세운 레벨 울브스와 블랭크 게임 스튜디오 등 대형사 출신의 창업도 이어졌다.

인력 공급 기반도 갖췄다. 폴란드 투자무역청(PAIH)에 따르면 52개 대학이 게임 프로그래밍, 디자인, 디지털 아트 등 65개 학위 과정을 운영한다. 종사자 중 외국인은 약 15%, 여성은 24.5%다.

▪ 지식재산 소득에 5%, IP Box 세제

2019년 시행된 IP Box는 연구개발로 만든 지식재산에서 나온 소득에 일반 법인세율 19% 대신 5%를 적용한다. 소프트웨어 저작권이 대상에 들어가며, 자체 연구개발 비중이 높을수록 감면 대상 소득이 커지는 넥서스 비율 방식으로 계산한다.

CD 프로젝트는 2020년 1월 국세정보국 유권해석으로 자사 게임이 적격 지식재산에 해당한다는 판단을 받았다. 2022년부터는 연구개발비 공제와 5% 세율을 함께 쓸 수 있다. 재무부는 소프트웨어 저작권에 5%를 적용하려면 특수관계가 없는 직원 3명 이상을 고용해야 한다는 요건을 담은 개정 초안을 마련해 2027년 시행을 목표로 하고 있다. 1인 개발사에는 불리하지만 스튜디오 규모 기업에는 영향이 작다.

▪ 유럽 최대 QA·현지화 허브와 해외 퍼블리싱

폴란드 스튜디오의 18.6%는 외주, 서비스를 주력 사업으로 꼽았다. PARP는 키워즈(Keywords), 라이온브리지(Lionbridge), QLOC, 로보토 글로벌(Roboto Global), 스페라소프트(Sperasoft), 테스트로닉(Testronic) 등 수백~수천 명을 고용한 기업들이 유럽 최대의 QA, 현지화 허브를 이룬다고 평가했다. 시네마틱, VFX 분야에는 플라티게이미지(Platige Image)가 있고, 비슷한 서비스를 하는 중소기업도 수십 곳에 이른다.

표 폴란드 게임 개발 관련 주요 세제

구분	세율·혜택	요건·비고
법인세	19%(소규모 납세자 9%)	일반 세율
IP Box	적격 지식재산 소득에 5%	2019년 시행, 넥서스 비율로 감면 소득 계산
게임 적용	소프트웨어 저작권으로 인정	CD 프로젝트, 2020년 1월 유권해석으로 적용 확인
연구개발비 공제	중소기업 연구개발비 200% 공제	2022년부터 IP Box와 함께 적용 가능
저작권 필요경비	저작권 대가의 50% 인정	개발자 개인 소득세
개정 초안	IP Box에 직원 3명 이상 요건 추가	2027년 시행 목표, 확정 전

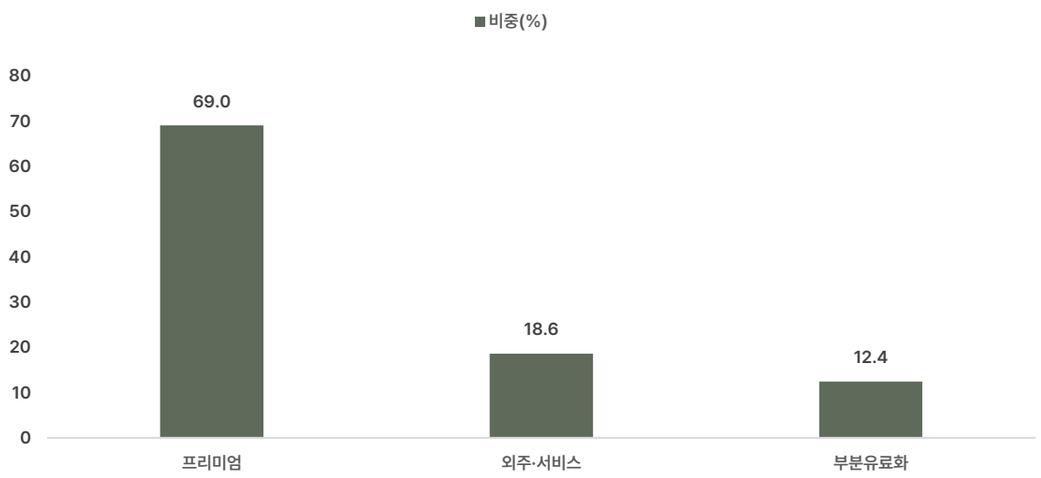
©폴란드 재무부, Grant Thornton, Crowe

외주에서 공동개발로 영역을 넓힌 사례도 있다. 카토비체의 안샤르 스튜디오(Anshar Studios)는 〈발더스 게이트 3〉와 〈사일런트 힐 2〉 리메이크에 지원 스튜디오로 참여한 뒤, 2025년 〈페인킬러(Painkiller)〉의 메인 개발을 맡았다. 리마스터와 플랫폼 이식, PC, 콘솔 AA 게임 개발까지 수주 범위를 넓혔다.

퍼블리싱 방식은 세 갈래다. 폴란드에 본사를 둔 글로벌 스튜디오처럼 소수 작품을 직접 내는 부티크형이다. 〈위쳐 3〉 디렉터들이 세운 레벨 울브스(Rebel Wolves)는 데뷔작 〈더 블러드 오브 던워커(The Blood of Dawnwalker)〉의 퍼블리싱을 반다이남코에 맡겼다. 플레이웨이(PlayWay)는 본사가 기획하고 지분을 가진 소형 스튜디오에 개발을 맡기며, 트레일러로 스팀 위시리스트 반응을 확인한 뒤 개발할 작품을 고른다.

퍼블리셔는 45~47곳이며, 이 가운데 3분의 1 이상이 11비트

그래프 폴란드 스튜디오의 주력 사업 모델 (단위: %)



©PARP

3 한국 기업의 접근 전략과 협력 조건

▪ 지분 투자와 판권 확보, 두 갈래의 진출

한국 게임사의 폴란드 진출은 지분 투자와 판권 확보로 나뉜다. 크래프톤은 2023년 3월 피플 캔 플라이 신주를 주당 40.20즈워티(약 1만 4,000원)에 인수해 지분 10%를 확보했다. 투자액은 약 435억 원으로 보도됐고, 2026년 6월 기준 지분 7.79%의 2대 주주다. 2024년 4월에는 브로츠와프의 파 프롬 홈(Far From Home)에도 소수 지분을 투자했다.

네오위즈는 2023년 11월 CD 프로젝트 레드 출신이 세운 블랭크 게임 스튜디오(BLANK. Game Studios)의 지분 21.26%를 1,700만 달러(약 227억 원)에 인수했고, 2024년 11월에는 자카자네(ZAKAZANE)의 첫 작품 판권을 800만 달러(약 107억 원)에 확보했다. 엔씨소프트는 2024년 12월 버추얼 알케미(Virtual Alchemy)의 〈밴드 오브 크루세이더(Band of Crusaders)〉 글로벌 판권을 얻었다.

▪ 판권 연계보다 외주로 바뀐 협력 구조

투자가 곧 공동개발 성과로 이어지지는 않았다. 크래프톤이 우선협상권을 가진 피플 캔 플라이의 자체 프로젝트 두 편은 모두 중단되거나 보류됐다. 2026년 상반기 피플 캔 플라이 매출 9,130만 즈워티(약 324억 원) 가운데 약 93%가 외주에서 나왔고, 진행 중인 외부 프로젝트 6개 중 3개가 크래프톤 과제다. 텐센트가 2023년 지분 67%를 인수한 테크랜드에서는 경영 관여가 늘었다는 현지 보도가 나왔다.

협력 형태는 목적에 따라 고를 수 있다. 서구권 이용자를 겨냥한 PC, 콘솔 신작이 목표라면 폴란드의 개발 역량과 한국 기업의 라이브 서비스 운영 경험을 묶는 공동개발이 맞다. 소수 지분으로 창작 통제권을 존중하며 관계를 맺고, 외주 계약으로 협업 경험을 쌓은 뒤 판권 확보로 넓히는 순서가 위험을 줄인다.

표 한국 게임사의 폴란드 투자·판권 확보 사례

한국 기업	폴란드 파트너	형태	시점	규모·내용
크래프톤	피플 캔 플라이	지분 투자	2023.03	지분 10%(현재 7.79%), 약 435억 원
크래프톤	파 프롬 홈	소수 지분 투자	2024.04	금액 비공개
네오위즈	블랭크 게임 스튜디오	지분 투자	2023.11	지분 21.26%, 1,700만 달러
네오위즈	자카자네	판권 확보	2024.11	첫 작품 판권, 800만 달러
엔씨소프트	버추얼 알케미	판권 확보	2024.12	〈밴드 오브 크루세이더〉 판권

©각 사 공시·보도 종합



〈더 블러드 오브 던워커〉

©Rebel Wolves

참고문헌

1. Bankier.pl, “Akcjonariat - PCF GROUP (PCFGROUP)”, 2026.06.02, https://www.bankier.pl/gielda/notowania/akcje/PCFGROUP/akcjonariat
2. BiznesRadar.pl, “Far From Home podpisało umowę inwestycyjną z Kraftonem”, 2024.04.22, https://www.biznesradar.pl/a/125436,far-from-home-podpisalo-umowe-inwestycyjna-z-kraftonem
3. Bulldogjob, “IT Community Report 2025 – Game Developer”, 2025, https://bulldogjob.com/it-report/salaries/gamdev
4. CD PROJEKT S.A., “Current report no. 3/2020: Disclosure of receipt of an individual interpretation of tax law regarding corporate income tax”, 2020.01.24, https://cdprojekt.com/en/wp-content/uploads-en/2020/01/current-report-no-32020.pdf
5. CD PROJEKT RED, “FY 2025 earnings“, 2026.03.19, https://www.cdprojekt.com/en/investors/result-center/fy-2025-earnings/
6. Comparic.pl, “Kursy walut NBP: złoty odrabia straty”, 2026.06.26, https://comparic.pl/kursy-walut-nbp-zloty-odrabia-straty-sprawdz-ile-dzis-zaplacisz-za-euro-dolara-i-franka-26-czerwca-2026/
7. Crowe Polska, “Nowelizacja ustawy o CIT, czyli rewolucja w podatkach od 2027 r.”, 2026.04.09, https://www.crowe.com/pl/insights/nowelizacja-ustawy-o-cit-czyli-rewolucja-w-podatkach-od-2027
8. dev.ua, “Polish 11 bit studios has closed an unannounced game on which it worked for 6 years and spent about $11 million”, 2024.12.20, https://dev.ua/en/news/11-bit-studios-zakryla-hru-na-iaku-vytratyla-11-mln-1734702113
9. Game World Observer, “NCSoft invests in Virtual Alchemy and Mistil Games to “enrich” its global pipeline with fresh IPs”, 2024.12.12, https://gameworldobserver.com/2024/12/12/ncsoft-invests-virtual-alchemy-mistil-games-deals
10. GameDiscoverCo, “What PlayWay should - and shouldn't - teach us about game publishing”, 2021, https://newsletter.gamediscover.co/p/what-playway-should-and-shouldnt
11. GamingBolt, “People Can Fly Cancels Two Unannounced Projects, Scaling Down Teams“, 2025.06.02, https://gamingbolt.com/people-can-fly-cancels-two-unannounced-projects-scaling-down-teams
12. Ganszyniec, A. & Hacura, A., “Raport o zarobkach w polskiej branży gier video”, 2025.07, https://ganszyniec.com/wp-content/uploads/2025/07/Raport-zarobki-w-polskiej-branzy-gier-2025.pdf
13. GDC, “US Game Development Salaries in 2025: What Our Latest Industry Report Reveals”, 2025.11, https://gdconf.com/article/tktkt-gdc-salary-report/
14. Gematsu, “NEOWIZ acquires 21 percent stake in BLANK.”, 2023.11.13, https://www.gematsu.com/2023/11/neowiz-acquires-21-percent-stake-in-blank
15. Goldmedia · game, “Die Games-Branche in Deutschland 2025”, 2025, https://investgame.net/wp-content/uploads/2026/03/2026-03-30-games-studie-25_wp.pdf
16. Grant Thornton Polska, “Gry komputerowe a ulgi podatkowe”, 2024.07.31, https://grantthornton.pl/publikacja/gry-komputerowe-a-ulgi-podatkowe/
17. Ministerstwo Finansów, “Objaśnienia podatkowe dot. preferencyjnego opodatkowania dochodów wytwarzanych przez prawa własności intelektualnej – IP BOX”, 2019.07.16, https://www.gov.pl/web/finanse/objasnienia-podatkowe-dot-preferencyjnego-opodatkowania-dochodow-wytwarzanych-przez-prawa-wlasnosci-intelektualnej-ip-box
18. NEOWIZ, “NEOWIZ Signs Publishing Agreement with ZAKAZANE for Upcoming Noir Western Video Game“, 2024.11.11, https://www.neowiz.com/en/media/press-release-detail/3227
19. PAIH, “Poland. Business Forward – Creative Industries Sector: GameDev”, 2025.08, https://www.paih.gov.pl/wp-content/uploads/2025/08/The-Creative-Industries-Sector-GameDev-2025.pdf
20. PARP, “The Game Industry of Poland – Report 2025”, 2025.12, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/The_Game_Industry_Poland_2025_12_29.pdf
21. PARP, “The Game Industry of Poland – Report 2023”, 2023, https://gic.gd/d/The_Game_Industry_Poland_2023.pdf
22. PARP, “The Game Industry of Poland – Report 2021”, 2021, https://gic.gd/d/The_Game_Industry_of_Poland_report_2021.pdf
23. PARP, “The Game Industry of Poland – Report 2020”, 2020, https://en.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/The_Game_Industry_of_Poland_report_2020v4.pdf
24. PCF Group S.A., “Raport bieżący nr 12/2023: Zawarcie umowy inwestycyjnej dotyczącej objęcia przez Krafton Inc. akcji”, 2023.03.28, https://gameindustrylibrary.com/documents/raport-bie-cy-nr-12-2023zawarcie-umowy-inwestycyjnej-dotycz-cej-obj-cia-przez-krafton-inc-akcji-w-po
25. Playnews, “Video game jobs in France: where are the positions in 2026 and how much do they pay”, 2026.09.25, https://www.playnews.gg/en/news/video-game-jobs-in-france-where-are-the-positions-in-2026-and-how-much-do-they-pay
26. PPE.pl, “Pokłosie przejęcia Techlandu przez Tencent. Twórcy Dying Light mogą mieć teraz nowe problemy”, 2025.12.12, https://www.ppe.pl/news/392392/poklosie-przejecia-techlandu-przez-tencent-tworcy-dying-light-moga-miec-teraz-nowe-problemy.html
27. Prawo.pl, “Przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej w 2025 r. GUS”, 2026.02.09, https://www.prawo.pl/kadry/przecietne-wynagrodzenie-w-gospodarce-narodowej-w-2025-r-gus,1538189.html
28. Spider's Web, “Kultowy polski Painkiller powraca. Nowa gra jest w świetnych rękach”, 2025.03.21, https://spidersweb.pl/2025/03/kultowy-polski-painkiller-powraca-anshar-studios.html
29. TechRaptor, “Manor Lords Sales Top Two Million in Less Than Three Weeks”, 2024.05.16, https://techraptor.net/gaming/news/manor-lords-sales-two-million
30. The Outerhaven, “Techland Cancels Two Games, Excluding Dying Light: The Beast Amid Record Losses“, 2025.07.03, https://www.theouterhaven.net/techland-cancels-two-games-excluding-dying-light-the-beast-amid-record-losses/
31. TheSixthAxis, “People Can Fly suspend project and layoff 120 employees”, 2024.12.11, https://www.thesixthaxis.com/?p=455241
32. VGC, “Bandai Namco to publish medieval fantasy RPG from former Witcher devs”, 2024.10.21, https://videogameschronicle.com/news/bandai-namco-to-publish-medieval-fantasy-rpg-from-former-witcher-devs
33. WN Hub, “People Can Fly Report: Revenue Falls, Almost All Income Comes from Outsourcing”, 2026.09.29, https://wnhub.io/news/finance/item-52216
34. WN Hub, “Tencent paid over $1.5 billion to acquire 67% of Techland, according to analysts' estimates”, 2024.01.10, https://wnhub.io/news/investment/item-42715
35. 바이라인네트워크, “폴란드 향하는 국내 게임사, 이유는?”, 2026.02.27, https://byline.network/2026/02/26-570/

05 글로벌 게임 캘린더

리뷰 **신작보다 익숙한 IP를 체험하는 무대**
도쿄게임쇼 2026 결산과 한국 참가사의 현장 반응

프리뷰 **대형사가 빠진 자리, 외연 확장으로 채운다**
지스타 2026 주목 포인트와 한국 개발사 참가 전략

리뷰 05 · 글로벌 게임 캘린더

신작보다 익숙한 IP를 체험하는 무대

도쿄게임쇼 2026 결산과 한국 참가사의 현장 반응

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



1 역대 최다 참가사와 상담 건수를 기록한 30주년 행사

▪ 53개 국가와 지역 1,138개사, 4일간 25만 7,642명

도쿄게임쇼 2026은 9월 17일부터 21일까지 일본 지바현 마쿠하리 멧세에서 열릴 예정이었다. 행사 역사상 처음으로 5일 개최를 계획했지만, 태풍 25호의 영향으로 마지막 날인 21일 현장 행사가 취소됐다. 비즈니스데이 이틀과 일반공개일 이틀을 합친 관람객은 25만 7,642명으로, 전년 26만 3,101명보다 5,459명 줄었다.

참가 규모는 역대 최대였다. 참가사는 1,138개사로 전년보다 2개사 늘었고, 참가 국가와 지역은 47곳에서 53곳으로 늘었다. 다만 부스 수는 4,157개에서 3,999개로 줄었다. 비즈니스 미팅 구역 참가사는 177개사에서 251개사로 늘었고, 비즈니스 매칭 시스템을 통한 상담은 역대 최다인 3,673건을 기록했다. 전시 행사에서 업계 관계자가 만나 상담하는 종합 행사로 성격이 넓어지고 있다는 평가가 나온다.

표 도쿄게임쇼 2026 개요

구분	내용
기간	2026년 9월 17일~20일 (21일 태풍으로 취소)
장소	일본 지바현 마쿠하리 멧세
참가 규모	53개 국가와 지역, 1,138개사, 3,999부스
관람객	25만 7,642명 (전년 26만 3,101명)
비즈니스 상담	매칭 시스템 상담 3,673건 (역대 최다)

©CESA, 패미통, gamebiz

▪ 개장 30분 만에 마감된 시연 정리권

관람객이 줄었는데도 현장은 붐볐다. 일반공개일인 9월 19일과 20일 현장 조사에서 스퀘어에닉스, 반다이남코 엔터테인먼트, 소니 인터랙티브 엔터테인먼트(이하 SIE)의 주요 시연 정리권은 오전 9시 개장 후 30분 안에, 세가의 〈페르소나〉 시연 정리권은 1시간 만에 마감됐다. 정리권이 없는 시연대도 대기가 40분에서 80분에 이르렀다. 주최 측은 홀별 센서로 혼잡도를 재 입장을 제한했지만, 비가 내린 날에는 계단에 앉아 쉬는 관람객이 많았다.

2 일본 대형사, 신작 공개보다 익숙한 IP의 체험 무대

▪ 기존 IP에 면적을 몰아준 대형 부스

세가는 부스 면적 대부분을 기존 IP의 신작과 리메이크에 할애했다. 〈페르소나〉와 〈용과 같이〉 구역은 비슷한 규모로 꾸며졌다. 〈용과 같이〉는 시리즈의 역사를 보여 주는 전시관 형태였고, 〈페르소나〉는 피규어와 코스플레이어로 팬층을 겨냥했다. 〈크레이지 택시〉 시연은 일반 조작 45분, 핸들 조작 80분을 기다려야 했다.

반다이남코 엔터테인먼트는 〈드래곤볼〉과 〈원피스〉, 〈블리치〉, 〈건담〉 등 애니메이션과 만화 IP 협업작을 앞세웠고, 시연의 중심은 〈에이스 컴뱃 8〉이었다. 코에이테크모 게임스도 〈진격의 거인〉과 〈삼국무쌍〉, 〈노부나가의 야망〉 시연에 줄이 이어졌다. 〈약사의 혼잣말〉 게임화를 알리는 성우 초청 무대도 열렸다.



입장이 제한된 캡콤 부스의 시연 대기열 안내판 ©한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사



관람객이 몰린 캡콤 부스 ©한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사

▪ 시연보다 전시와 포토스팟에 무게를 둔 운영

스퀘어에닉스는 〈파이널 판타지〉와 〈로맨싱 사가〉 신작 2종을 시연했지만, 부스는 영상보다 전시와 포토스팟 위주로 꾸며졌다. 포토스팟 촬영만 2시간을 기다려야 했고, 〈드래곤 퀘스트〉 포토스팟은 입장을 제한할 정도였다. SIE는 기존 인기작 위주로 라인업을 꾸렸는데, 시연이 아닌 플레이 영상 상영인 〈GTA VI〉도 개장 30분 안에 정리권이 마감됐다.

표 주요 부스 현장 관찰

참가사	주력 타이틀	운영 방식	현장 반응
세가	페르소나, 용과 같이	기존 IP 전시, 코스플레이	페르소나 정리권 1시간 마감
스퀘어에닉스	파이널 판타지	포토스팟, 전시	포토스팟 대기 2시간
반다이남코	에이스 컴뱃 8, 드래곤볼	IP 협업작, 대형 영상	정리권 30분 마감
캡콤	드래곤즈 도그마, 몬스터 헌터	시연, 무대 행사	시연 대기 최장 75분
SIE	GTA VI	플레이 영상, 하드웨어 전시	영상 정리권 30분 마감
포켓페어	팰월드	체험 전시, 코스플레이 무대	가족 단위 관람객

©한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사

▪ 여성과 가족, 해외 관람객으로 넓어진 관람객 층

부스마다 관람객 층도 달랐다. 〈페르소나〉와 스퀘어에닉스 부스에는 여성 관람객이 많았고, 2년 만에 참가한 포켓페어 부스에는 어린 자녀를 동반한 가족이 눈에 띄었다. 반다이남코 엔터테인먼트 부스에서는 유명 IP를 보고 발길을 멈추는 여성 관람객과 아이와 함께 시연하는 아버지도 보였다. 〈진격의 거인〉 전시는 해외 관람객이 지나가다 사진을 찍는 장소가 됐다.

부스 응대 담당자들의 답변도 같은 흐름을 가리켰다. 한 일본 대형 퍼블리셔 마케팅 담당자는 "기존 타이틀의 속편 소식이 있는지, 최신작을 체험할 수 있는지를 가장 많이 묻는다"며 기존 팬의 방문이 많다고 전했다. 관람객은 신작을 X 같은 SNS나 인터넷 정리글로 먼저 접하고, 관심이 가면 스팀 리뷰를 찾아본다고 답했다.



세가 부스의 〈페르소나 4 리바이벌〉 전시 ©한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사



스퀘어에닉스 부스의 코스플레이어 ©한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사

3 한국공동관과 인디 코너, 현장 성과와 일본 진입의 과제

▪ 시연 중심으로 운영한 한국공동관 15개사

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 운영한 한국공동관에는 15개 중소 게임사가 참가해 PC와 콘솔, 모바일 게임을 선보였다. 아름게임즈는 현장에서 튀르키예 퍼블리셔와 퍼블리싱 계약을 맺었고, 일부 참가작은 스팀 위시리스트와 모바일 다운로드가 늘었다. 개막 전인 9월 15일과 16일에는 16개사를 대상으로 현지 이용자 평가를 진행해 조작 편의성과 텍스트 표현, 몰입도에 대한 의견 967건을 모았다.

현장 조사에서 한국공동관은 스퀘어에닉스, 스마일게이트 부스와 가까운 자리에 있었다. 일반공개일이라 상담보다 시연이 중심이었고, 일본과 한국 등 아시아 관람객뿐 아니라 영미권 관람객도 줄을 섰다. 시연 후 경품 추첨 이벤트가 시연 참여를 끌어올렸다.

아이언메이스(IRONMACE)의 〈다크 앤 다커〉 부스는 시연 없이 운영됐지만 기존 이용자의 방문으로 대기가 끊이지 않았고, 줄을 보고 호기심에 찾아온 신규 관람객도 있었다.

▪ 복도까지 이어진 인디 코너와 언어의 벽

무료 출전 인디 코너인 SELECTED INDIE 80은 전시홀로 내려가기 전 상층 복도에 마련돼 통로가 혼잡했다. 텍스트를 입력해 문을 여는 일본 퍼즐 게임, 거위를 움직이는 2인 협동 게임, 키보드의 모서리를 두드리는 리듬 게임 등 시연 중심의 부스가 관람객을 모았다. 한국 인디 게임 〈인터스케이프(INTERSCAPE)〉는 높은 그래픽 완성도와 짜임새 있는 이야기로 한국 관람객뿐 아니라 여성 관람객의 발길도 붙잡았다.

다만 해외 인디 부스가 많아 일본어로 게임 설명이나 플레이 방법을 듣기 어려운 경우가 많았다. 인디 코너를 둘러본 한 관람객은 "미완성 게임보다 완성도가 높거나 이미 출시된 게임이 많은 점이 인상 깊었다"고 말했다.

▪ 참가사가 꼽은 일본 진입의 과제, 현지화와 장르 취향

한국 참가사들은 일본 이용자의 반응을 직접 확인하는 데 출전의 의미를 두었다. 카드 게임을 출품한 한 한국 개발사 대표는 "카드 게임의 종주국인 일본의 반응이 궁금해서 참가했다"며 퍼블리싱 계약은 이미 마쳤다고 밝혔다. 그는 서구권 행사의 이용자가 장단점을 분명히 말하는 데 비해 일본 이용자는 "좋았다, 재미있었다" 정도로 반응하지만, 규칙을 익혀야 하는 장르 특성상 오래 몰입해 플레이하는 이용자가 많다고 설명했다.



도쿄게임쇼 2026 한국공동관 ⓒ한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사



인디 코너의 〈인터스케이프〉 부스 ⓒ한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사

일본 시장의 벽으로는 현지화와 장르 취향이 꼽혔다. 같은 대표는 "텍스트가 많은 게임이라 로컬라이징에 고민이 많다"며 퍼블리셔에게도 매끄러운 현지화를 요구하고 있다고 말했다. PC 게임을 출품한 또 다른 한국 개발사 대표는 일본 이용자의 관심과 열정이 한국보다 높다고 평가하면서도, 중세 배경의 게임이라 북미와 유럽 이용자의 취향에 가까워 일본에 맞추는 고민이 있다고 전했다. 비즈니스데이에는 마케팅 네트워킹과 IP 협업 제안이 오갔다는 답이 돌아왔다.

도쿄게임쇼 2026은 일본 대형사가 신작 발표보다 기존 IP의 체험으로 팬을 맞는 무대였고, 그 사이에서 한국 참가사는 시연으로 현지 이용자를 직접 만났다. 시연 반응이 계약과 위시리스트로 이어진 만큼, 앞으로는 텍스트 현지화와 일본 이용자 취향에 맞춘 출품작 선정을 출전 전부터 준비한다면 현장 반응을 성과로 잇는 데 도움이 될 것이다.



상층 복도에 마련된 인디 코너 SELECTED INDIE 80 ⓒ한국콘텐츠진흥원 편집팀 현장조사

참고문헌

1. CESA, 「東京ゲームショウ2026 リアル開催閉幕 4日間の総来場者数は25万7642人」, 2026.09.20, https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000164.000013057.html
2. gamebiz, 「東京ゲームショウ2026、来場者数は25万7642人で微減 悪天候など影響か」, 2026.09.21, https://gamebiz.jp/news/433030
3. ファミ通.com, 「東京ゲームショウ2026、総来場者数は25万7642人。台風25号の影響で5日目は中止、4日間開催に」, 2026.09.20, https://www.famitsu.com/article/202609/88715
4. 디지털데일리, 「콘진원, 'TGS 2026'서 K-게임 해외 진출 지원…퍼블리싱 계약 성과」, 2026.09.22, https://www.ddaily.co.kr/page/view/2026092217125394605
5. 한국콘텐츠진흥원 편집팀, 「도쿄게임쇼 2026 현장조사(부스 관찰 및 참관객, 참가사 인터뷰)」, 2026.09

대형사가 빠진 자리, 외연 확장으로 채운다

지스타 2026 주목 포인트와 한국 개발사 참가 전략

집필 한국콘텐츠진흥원 편집팀



1 국내 대형사가 빠진 자리를 채운 외연 확장

▪ 비게임사가 처음 맡은 메인 스폰서, 해외 게임사가 채운 전시장

지스타 2026은 11월 19일부터 22일까지 나흘간 부산 벡스코에서 열린다. 기업 간 거래(B2B) 전시관은 21일까지 사흘간 운영되고, 개막 전날인 18일에는 온라인 쇼케이스 「지스타 프리미어」가 방송된다. 메인 스폰서는 뤼튼테크놀로지스의 AI 스토리 창작 플랫폼 크랙으로, 비게임사가 메인 스폰서를 맡는 것은 처음이다. 일반 관람객 입장권은 9월 29일부터 전량 사전 예매로 판매되고 있다.

넥슨과 엔씨소프트, 넷마블은 일반 관람객 대상 전시에 불참한다. 제1전시장의 100부스 이상 대형 공간 6곳은 크랙과 크래프톤, 호요버스, 구글플레이, 웹젠, 팀42가 맡았고, 제2전시장은 해외 게임사의 글로벌 게임 쇼케이스로 새로 꾸며진다.

규모는 2024년을 정점으로 꺾였다. 2025년 참가사는 전년보다 100개사 이상 줄었고 관람객도 감소했다. 국내 대형사의 신작 공개 무대라는 역할이 약해진 만큼, 올해는 해외 게임사와 인디, 투자 기능으로 행사의 외연을 넓히는 데 무게를 뒀다.

표 지스타 연도별 규모

연도	참가 국가	참가사	부스	관람객
2023	42개국	1,037개사	3,328부스	약 19만 7,000명
2024	44개국	1,375개사	3,359부스	약 21만 5,000명
2025	44개국	1,273개사	3,269부스	약 20만 2,000명

©뉴스토마토, OSEN, 한국경제

2 해외 대작과 인디, 투자 기능으로 넓힌 프로그램

▪ 국내에서 처음 체험하는 글로벌 게임 쇼케이스

제2전시장 1층에 처음 마련되는 글로벌 게임 쇼케이스에는 코에이테크모 게임스와 세가, 넷이즈게임즈, CD 프로젝트 레드가 참여한다. 코에이테크모 게임스는 〈인왕 3〉와 〈와룡 2: 윙스 오브 엠버〉, 〈카리아의 아틀리에〉 체험대를 운영하고, 세가는 〈토탈 워: 워해머 40,000〉을 국내에서 처음 시연하며 〈크레이지 택시: 월드 투어〉와 〈풋볼 매니저 27〉도 선보인다. 넷이즈게임즈는 〈원스 휴먼〉과 〈연운〉을, CD 프로젝트 레드는 〈더 위쳐 3〉와 〈사이버펑크 2077〉 체험관을 준비하고 〈더 위쳐 3: 송즈 오브 더 패스트〉의 한국어 음성 플레이 영상을 공개한다.

▪ 4년 만에 돌아온 호요버스, 10년 연속 참가한 크래프톤

제1전시장에서는 해외 게임사의 복귀도 눈에 띈다. 호요버스는 4년 만에 100부스 규모로 참가해 〈젠레스 존 제로〉 부스 이벤트를 열고 〈붕괴: 넥서스 아니마〉와 〈쁘띠플래닛〉의 국내 첫 오프라인 시연을 진행한다. 넷이즈게임즈도 제1전시장에 〈렘넌트의 바다〉를 출품한다. 국내 대형사 가운데서는 크래프톤이 9월 초 참가를 발표해, 2017년부터 이어 온 참가 기록을 10년으로 늘렸다.



글로벌 게임 쇼케이스 출품작 〈인왕 3〉 ©KOEI TECMO GAMES



국내 첫 시연작 〈토탈 워: 워해머 40,000〉 ©SEGA

▪ 참가사가 늘어난 인디 쇼케이스 2.0

「지스타 인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시」에는 지난해 80개사보다 늘어난 국내외 106개사가 250부스 규모로 참가한다. 지스타가 선정한 37개 스튜디오에 더해 디볼버 디지털이 23개, 해외 기관이 16개, 유니티가 30개 스튜디오를 각각 연계했다. 해외 기관 시연존은 유럽게임개발자연합(EGDF)과 주한 폴란드 대사관이 함께 꾸린다. 스팀덱과 디스코드가 공식 스폰서를 맡고, AI 기반 게임 개발 행사 「유니티 AI 게임잼」이 처음 열린다.

▪ 내러티브를 주제로 한 G-CON 2026

11월 19일과 20일 벡스코 컨벤션홀의 1,500석 무대에서 열리는 G-CON 2026은 지난해에 이어 내러티브를 주제로 삼았다. 〈파이널 판타지 VII 리메이크〉의 기타세 요시노리 프로듀서와 하마구치 나오키 디렉터, CD 프로젝트 레드의 스토리 개발진, 〈하데스〉의 그렉 카사빈 디렉터가 연단에 오르고, 〈마크로스〉 시리즈의 가와모리 쇼지 감독과 넥슨게임즈 김용하 IO본부장의 대담도 마련된다. 강연 뒤에는 연사와 참가자가 소규모로 만나는 무료 라운드테이블 「살롱 드 지」가 이어진다.

▪ 투자 유치 무대 신설과 비즈니스 네트워킹 강화

B2B 전시관은 부스 전시 중심에서 비즈니스 미팅과 네트워킹 중심으로 개편된다. 지난해 B2B 전시관을 찾은 유료 바이어는 2,190명이었다. 올해는 벤처캐피털과 기업형 벤처캐피털, 글로벌 퍼블리셔가 참여하는 투자 유치 무대 「G-STAR 인베스트먼트 커넥트」가 신설돼 중소 개발사와 인디 개발사의 투자 유치를 지원한다. 아마존 애즈와 트위치가 네트워크 라운지 운영에 참여하고, 마이크로소프트와 함께하는 네트워크 파티도 열린다.

관람 프로그램도 넓어졌다. 벡스코 오디토리움에서는 3년 만에 대형 e스포츠 대회인 「오버워치 챔피언스 시리즈 아시아 스테이지 3 그랜드 파이널」이 11월 20일부터 22일까지 열리고, 제2전시장에서는 2026 게임문화축제가 함께 진행된다.



지스타 2025 인디 쇼케이스 현장 ©지스타 조직위원회



지스타 2025 G-CON 강연 현장 ©지스타 조직위원회

3 신작 공개 무대에서 사업 기회의 장으로, 한국 개발사의 활용법

▪ 〈GTA VI〉와 겹친 개막일, 해외 게임쇼로 향하는 국내사

개막일인 11월 19일은 테이크투 인터랙티브가 밝힌 〈GTA VI〉의 출시일과 겹친다. 대작 출시에 관심이 쏠리는 시기인 만큼, 지스타에서 신작을 공개하는 개발사는 공개 일정과 홍보 시점을 함께 조정할 필요가 있다.

국내 게임사의 해외 게임쇼 참가는 늘고 있다. 9월 도쿄게임쇼 2026에는 한국공동관에 15개사가 참가했고, 도쿄게임쇼의 비즈니스 매칭 상담은 역대 최다인 3,673건을 기록했다. 국내 대형사가 빠진 지스타가 같은 역할을 하려면 신작 공개 무대를 넘어 투자와 퍼블리싱, 해외 파트너를 만나는 창구로 기능해야 한다. 올해는 해외 기관 연계 시연존과 G-CON 라운드테이블이 B2B 참가사와 인디 개발자 모두에게 열려 있어, 해외 퍼블리셔와 개발자를 만날 접점이 지난해보다 늘었다.

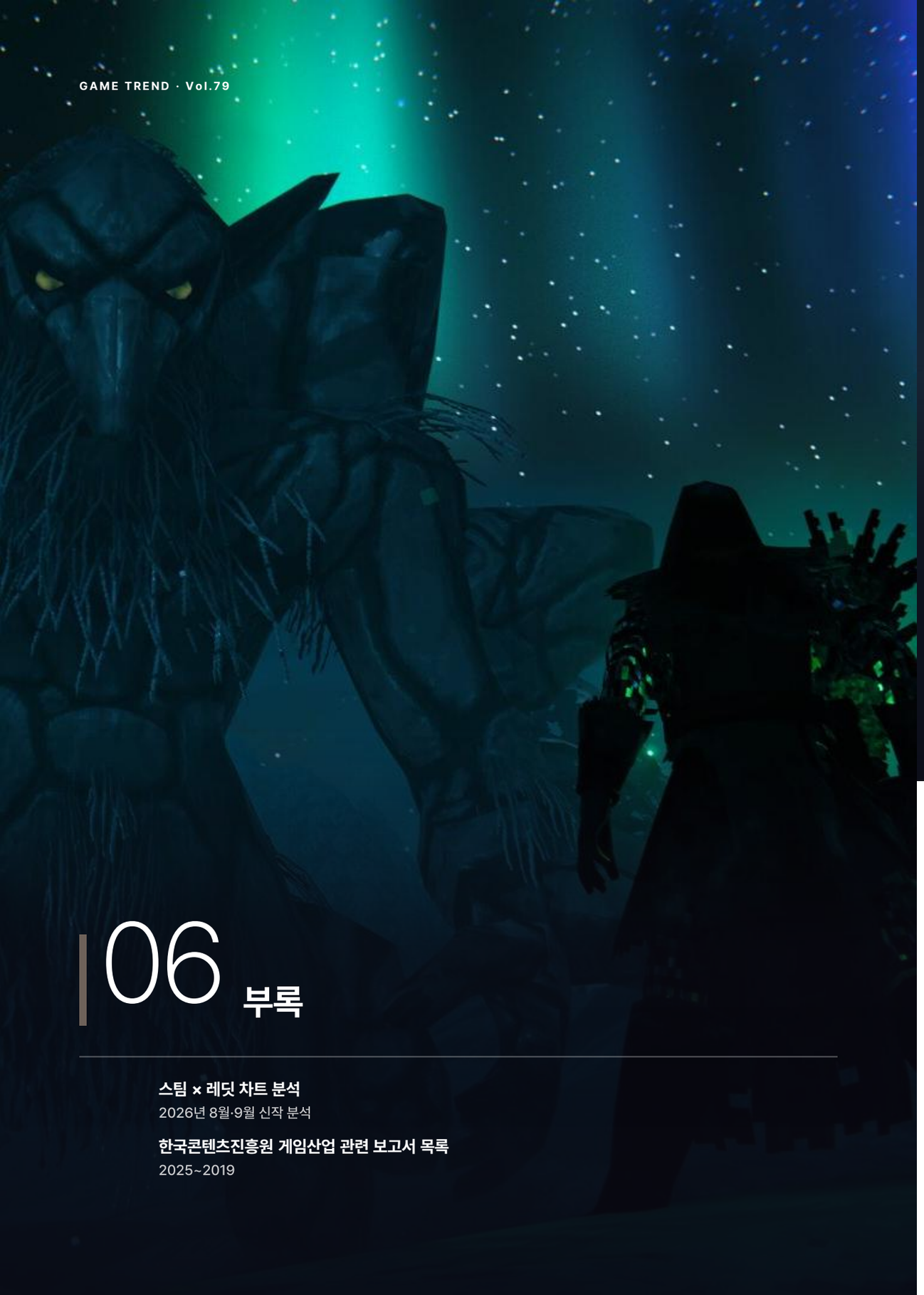
올해 지스타는 규모보다 활용 방식이 성과를 가르는 행사가 될 전망이다. 인디 개발사라면 디볼버 디지털과 유니티 시연존에서 퍼블리셔와 이용자의 반응을 함께 확인하고, 투자가 필요한 개발사라면 인베스트먼트 커넥트와 네트워크 라운지를 미리 신청해 두는 편이 유리할 것이다. 지스타 프리미어와 스팀 특별 프로모션처럼 행사 밖으로 이어지는 노출 경로를 함께 준비한다면, 나흘간의 현장 반응을 출시 이후 성과로 연결하는 데 도움이 될 것이다.



지스타 2025 B2B 전시관 ©지스타 조직위원회

참고문헌

1. Insider Gaming, "Take-Two Interactive Reaffirms GTA 6 Will Launch November 19, 2026", 2026.02.03, https://insider-gaming.com/gta-6-release-date-earnings-call/
2. gamebiz, 「東京ゲームショウ2026、来場者数は25万7642人で微減 悪天候など影響か」, 2026.09.21, https://gamebiz.jp/news/433030
3. OSEN, 「'20주년 지스타 2024, 역대 최대 규모 개막…44개국 1375개사 3359부스」, 2024.11.14, https://osen.co.kr/article/G1112456728
4. OSEN, 「'20주년 맞은 지스타 2024, '최대 전시 규모' 4일간 약 21만 5000명 방문(종합)」, 2024.11.18, https://osen.co.kr/article/G1112459374
5. OSEN, 「'지스타 2026', 벡스코 전시장 도면·글로벌 출품 라인업 공개」, 2026.09.30, https://osen.co.kr/article/G1112884608
6. 뉴스토마토, 「게이머들의 연말 대성회, 역대 최대 지스타 '활짝'」, 2023.11.16, https://newstomato.com/ReadNews.aspx?no=1208628
7. 뉴스토마토, 「(지스타2025) "몰입형 체험 확대로 20만 관람객 모였다"」, 2025.11.16, https://newstomato.com/ReadNews.aspx?no=1281784
8. 데일리안, 「최대 규모로 관람객 사로잡다…신작과 볼거리로 풍성 [지스타2023·폐막]」, 2023.11.19, https://dailian.co.kr/news/view/1296793
9. 디지털데일리, 「콘진원, 'TGS 2026'서 K-게임 해외 진출 지원…퍼블리싱 계약 성과」, 2026.09.22, https://www.ddaily.co.kr/page/view/2026092217125394605
10. 스포츠경향, 「'지스타 2025' 20만 관람객 이끌며 성료…서사 기반 콘텐츠·몰입형 체험 확대」, 2025.11.17, https://sports.khan.co.kr/article/202511170330003
11. 아이뉴스24, 「지난해 이어 올해 '지콘(G-CON)'도 '역대급' 연사 예고」, 2026.08.15, https://www.inews24.com/view/1995090
12. 전자신문, 「지스타2026, 글로벌 대작·인디·e스포츠까지 확장… 전시장 구성 공개」, 2026.09.29, https://www.etnews.com/20260929000166
13. 조세금융신문, 「지스타 2026, 투자·비즈니스 기능 강화…인디게임 106개사 참가」, 2026.09.29, https://www.tfmedia.co.kr/news/article.html?no=207565
14. 지디넷코리아, 「한 달 앞둔 지스타 2026, 해외 대작부터 인디까지…넓어진 선택지 통할까」, 2026.10.16, https://zdnet.co.kr/view/?no=20261016100918
15. 토요경제, 「비어 있던 지스타 라인업 채워진다…크래프톤 10년 연속 참가」, 2026.09.03, https://sateconomy.co.kr/news/view/1065577392332080
16. 한국경제, 「블리자드 귀환…더 풍성해진 부산 '지스타'」, 2025.11.12, https://www.hankyung.com/article/2025111200261



06 부록

스팀 × 레딧 차트 분석
2026년 8월·9월 신작 분석

한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록
2025~2019

부록 06 · 스팀 × 레딧 차트 분석

스팀 × 레딧 차트 분석

2026년 8월·9월 신작 분석

조사·분석 한국콘텐츠진흥원 편집팀

스팀 매출 순위와 레딧 반응을 함께 놓고 2026년 8월과 9월 신작을 정리했다. 월별 매출 상위 10종을 추려 다섯 축으로 점수를 매긴 뒤 달마다 대표작 두 편을 골랐다. 8월은 〈낚시 방법(How to Fish)〉과 〈빅 워크(Big Walk)〉, 9월은 〈발헤임(Valheim)〉과 〈워독스(Wardogs)〉다.

8월 종합 1위
낚시 방법
How to Fish
0.658
종합 점수

8월 종합 2위
빅 워크
Big Walk
0.551
종합 점수

9월 종합 1위
발헤임
Valheim
0.782
종합 점수

9월 종합 2위
워독스
Wardogs
0.764
종합 점수

분석 대상	분석 기준일	레딧 서브레딧
스팀 신작 매출 상위 200종	2026년 10월 15일	19곳

1 분석 개요 및 주요 분석 내용

분석 대상은 2026년 8월과 9월 스팀 신작 가운데 월별 매출 상위 100종, 두 달 합계 200종이다. 장르와 유저 평가 등급, 스팀DB 평점은 200종 전체로 집계했고, 월별 매출 상위 10종은 레딧 서브레딧 19곳의 반응을 더해 살폈다. 이번 호부터 얼리 액세스를 마치고 정식 출시한 작품도 신작 집계에 넣었다.

장르는 시뮬레이션이 8월 32종, 9월 37종으로 두 달 모두 3분의 1을 넘었다. 롤플레잉은 6종에서 12종으로 두 배가 됐고, 연례 스포츠 대작이 몰리는 시기라 스포츠와 레이싱도 1종에서 5종으로 늘었다. 반대로 액션은 7종, 어드벤처는 6종 줄었다.

유저 평가는 두 달 모두 긍정 계열이 82종으로 같았다. 9월에는 부정 계열이 한 종도 없었지만 매우 긍정적 등급이 50종에서 39종으로 줄고 대체로 긍정적 등급이 17종에서 29종으로 늘어 평가가 중간으로 모였다. 대표작은 매출 순위와 스팀DB 평점(각 25%), 최대 동시접속자(20%), 팔로워 수와 레딧 참여도(각 15%)의 종합 점수로 골랐다.

분석 대상
200종
월별 매출 상위 100종

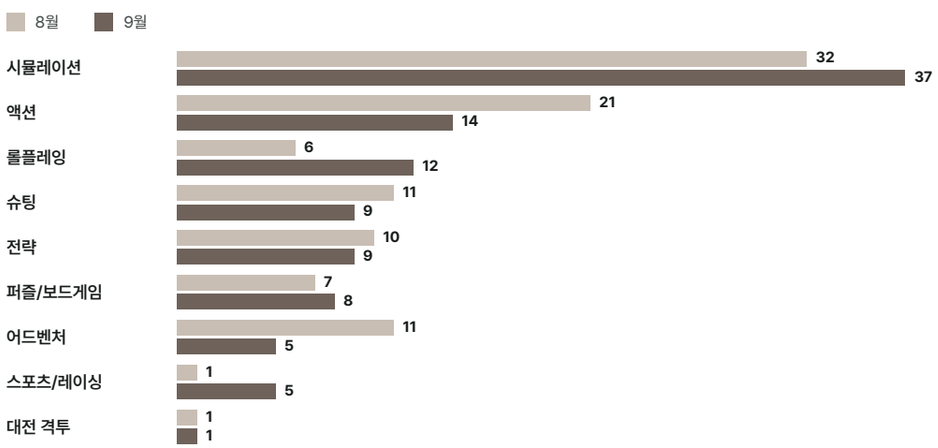
레딧 서브레딧
19곳
상위 10종 중 1종은 부재

평균 스팀DB 평점
78.3
8월 78.6에서 9월 78.3

대표작
4편
월별 종합 점수 1, 2위

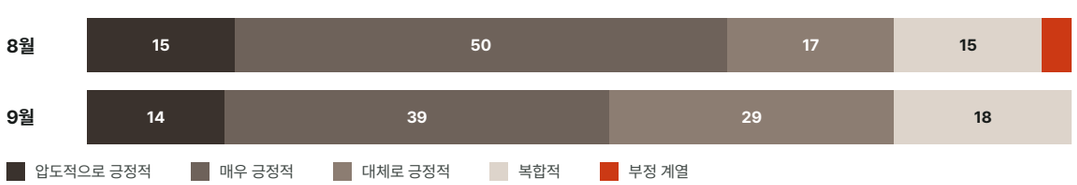
그래프 **핵심 장르별 신작 수**

단위: 종



◎스팀(2026.10.15 기준). 원자료 장르 표기를 9개 분류로 통합

그래프 **유저 평가 등급 비율**



◎스팀. 부정 계열은 대체로 부정적과 매우 부정적의 합

2 월별 매출 Top 10

매출 순위는 그달 신작 안에서 집계한 누적 매출액 기준이다. 다른 플랫폼에서 먼저 출시된 작품은 신규 출시작으로 보지 않아 제외하고 아래 순위를 한 칸씩 당겼다. 두 달 상위 10종 가운데 4종이 얼리 액세스를 마친 정식 출시작이다.

표 **2026년 8월 스팀 신작 매출 Top 10**

순위	게임 · 개발사	장르	평가	평점	팔로워	최대 동접
1	**낚시 방법** How to Fish | Dazed Games	**슈팅**	**매우 긍정적**	**93.6**	**75,616**	**373,971**
2	**빅 워크** Big Walk | House House	**퍼즐/보드게임**	**압도적으로 긍정적**	**94.2**	**81,342**	**46,409**
3	**매든 NFL 27** EA Sports Madden NFL 27 | Tiburon	스포츠/레이싱	대체로 부정적	38.0	2,025	4,906
4	**리스토리: 칠 일렉트로닉스 리페어스** ReStory: Chill Electronics Repairs | Mandragora	시뮬레이션	매우 긍정적	92.5	50,776	19,647
5	**아이언 네스트: 헤비 터렛 시뮬레이터** Iron Nest: Heavy Turret Simulator | Nick Nieuwoudt	시뮬레이션	압도적으로 긍정적	95.1	70,282	17,599
6	**노 모어 룸 인 헬 2*** No More Room in Hell 2 | Torn Banner Studios	슈팅	복합적	57.0	106,951	16,330
7	**스타워즈 제로 컴퍼니** Star Wars Zero Company | Bit Reactor	전략	매우 긍정적	81.8	99,598	77,889
8	**필즈 오브 미스트리아*** Fields of Mistria | NPC Studio	시뮬레이션	압도적으로 긍정적	95.0	146,913	39,233
9	**미믹 파티** Mimic Party | FoliesAPP	액션	복합적	53.6	5,541	3,962
10	**소버린 타워** Sovereign Tower | Wild Wits Games	롤플레잉	매우 긍정적	90.1	16,058	4,493

* 얼리 액세스를 마친 정식 출시작

◎스팀, 스팀DB(2026.10.15 기준)

표 **2026년 9월 스팀 신작 매출 Top 10**

순위	게임 · 개발사	장르	평가	평점	팔로워	최대 동접
1	**EA 스포츠 FC 27** EA Sports FC 27 | EA Canada	스포츠/레이싱	복합적	51.8	28,464	96,232
2	**워독스** Wardogs | Bulkhead	**슈팅**	**복합적**	**73.6**	**230,499**	**428,666**
3	**드레스메이커** Dressmaker | Cozy Lives	시뮬레이션	압도적으로 긍정적	95.5	34,183	43,298
4	**애니모** Aniimo | Pawprint Studio	롤플레잉	복합적	72.3	92,042	168,260
5	**NBA 2K27** Visual Concepts	스포츠/레이싱	복합적	50.1	10,679	31,232
6	**트랜스포트 피버 3** Transport Fever 3 | Urban Games	시뮬레이션	복합적	67.9	58,394	47,521
7	**컨트롤: 레조넌트** Control Resonant | Remedy Entertainment	롤플레잉	매우 긍정적	89.0	68,940	42,799
8	**룬스케이프: 드래곤와일즈*** RuneScape: Dragonwilds | Jagex	시뮬레이션	대체로 긍정적	79.5	183,525	52,641
9	**발헤임*** Valheim | Iron Gate AB	**시뮬레이션**	**매우 긍정적**	**92.8**	**537,016**	**502,387**
10	**마인크래프트 던전스 II** Minecraft Dungeons II | Mojang Studios	액션	복합적	62.6	32,997	32,556

* 얼리 액세스를 마친 정식 출시작

◎스팀, 스팀DB(2026.10.15 기준)

3 스팀 8·9월 신작 분석 주요 결과

1 **편수는 늘고 평점은 내려간 시뮬레이션**

시뮬레이션은 8월 32종, 9월 37종으로 6월부터 넉 달 연속 가장 많은 장르였다. 편수가 늘자 평균 스팀DB 평점은 81.4점에서 77.5점으로 내려갔다. 9월 매출 상위 10종에 든 시뮬레이션 4종도 압도적으로 긍정적인 〈드레스메이커〉(95.5점)부터 복합적인 〈트랜스포트 피버 3〉(67.9점)까지 평가가 갈렸다.

37종
9월 시뮬레이션 신작 수

2 **매출은 상위권, 평점은 최하위권인 연례 스포츠 대작**

〈매든 NFL 27〉은 8월 매출 3위, 〈EA 스포츠 FC 27〉은 9월 매출 1위, 〈NBA 2K27〉은 9월 5위였다. 그러나 평점은 각각 38.0점, 51.8점, 50.1점으로 상위 10종 가운데 가장 낮았다. 시리즈 인지도가 매출을 끌어올려도 품질 평가로 이어지지는 않는다는 점이 다시 확인됐다.

38.0점
〈매든 NFL 27〉 평점

3 **상위 10종에 든 얼리 액세스 정식 출시작 4종**

정식 출시작 가운데 8월 〈노 모어 룸 인 헬 2〉(6위)와 〈필즈 오브 미스트리아〉(8위), 9월 〈룬스케이프: 드래곤와일즈〉(8위)와 〈발헤임〉(9위)이 상위 10종에 들었다. 〈발헤임〉은 최대 동접과 팔로워가 두 달 200종 가운데 가장 많았지만 매출은 9위로, 얼리 액세스 기간에 이미 산 이용자가 많은 것으로 보인다.

4종
얼리 액세스 정식 출시작

4 **8월 매출 1, 2위를 차지한 저가 협동 게임**

8월 매출 1위 〈낚시 방법〉은 정가 8,400원의 4인 협동 게임으로, 최대 동접 37만 3,971명이 8월 상위 100종 최대 동접 합계 103만 6,203명의 36%를 차지했다. 2위 〈빅 워크〉도 2명에서 12명이 함께하는 협동 게임이다. 퍼즐과 보드게임 장르는 평균 87.6점으로 8월 평점 1위였다.

36%
〈낚시 방법〉 동접 비중

5 **편수가 두 배로 늘고 평점도 오른 롤플레잉**

롤플레잉은 8월 6종에서 9월 12종으로 늘었고 평균 평점도 78.9점에서 80.6점으로 올라 9월 장르 가운데 세 번째였다. 9월 매출 상위 10종에는 무료 오픈 월드 게임 〈애니모〉(4위, 최대 동접 16만 8,260명)와 〈컨트롤: 레조넌트〉(7위, 89.0점)가 들었다.

2배
롤플레잉 신작 증가

4 Reddit Engagement Score

레딧 참여도(ES)는 게임별 서브레딧에서 좋아요가 많은 상위 5개 게시물의 좋아요 합계에 0.4를, 댓글 수 합계에 0.6을 곱해 더한 값이다. 그달 상위 10종 가운데 가장 높은 값을 100으로 놓고 환산했으므로 달을 넘어 비교하지 않는다. 8월은 매출 7위 〈스타워즈 제로 컴퍼니〉가 100으로 가장 높았고, 매출 1위 〈낚시 방법〉은 구독자 668명의 서브레딧에서 0.8에 그쳤다. 서브레딧이 없는 〈미믹 파티〉는 커뮤니티 형성 전 단계로 보고 0으로 두었다.

표 2026년 8월 레딧 참여도(상위 5개 게시물 기준)

순위	게임	서브레딧	좋아요	댓글	ES
1	스타워즈 제로 컴퍼니	r/ZeroCompany	32,038	1,800	100.0
2	필즈 오브 미스트리아	r/FieldsOfMistriaGame	16,708	373	49.7
3	**빅 워크**	**r/BigWalk**	**10,628**	**216**	**31.5**
4	아이언 네스트: 헤비 터렛 시뮬레이터	r/IronNest	6,667	197	20.0
5	매든 NFL 27	r/Madden	4,224	566	14.6
6	노 모어 룸 인 헬 2	r/nmrih	2,016	204	6.7
7	소버린 타워	r/SovereignTowerGame	601	32	1.9
8	리스토리: 칠 일렉트로닉스 리페어스	r/ReStoryGame	269	22	0.9
9	**낚시 방법**	**r/HowToFish**	**259**	**22**	**0.8**
10	미믹 파티	없음	0	0	0.0

순위는 참여도 기준. r/Madden, r/nmrih는 시리즈 공용 서브레딧이라 해당 작품을 다룬 게시물만 집계

©레딧(2026.10.15 기준)

표 2026년 9월 레딧 참여도(상위 5개 게시물 기준)

순위	게임	서브레딧	좋아요	댓글	ES
1	**발헤임**	**r/valheim**	**47,042**	**1,386**	**100.0**
2	**워독스**	**r/WarDogs**	**34,530**	**1,879**	**76.0**
3	애니모	r/Aniimo	13,200	2,492	34.5
4	룬스케이프: 드래곤와일즈	r/RSDragonwilds	12,249	882	27.6
5	드레스메이커	r/Dressmaker	12,775	347	27.1
6	컨트롤: 레조넌트	r/ControlResonant	9,614	416	20.8
7	EA 스포츠 FC 27	r/EASportsFC	6,619	2,046	19.7
8	NBA 2K27	r/NBA2k	5,119	1,251	14.2
9	트랜스포트 피버 3	r/TransportFever3	5,854	304	12.8
10	마인크래프트 던전스 II	r/MinecraftDungeons_2	4,296	495	10.3

r/EASportsFC, r/NBA2k는 시리즈 공용 서브레딧이라 해당 작품을 다룬 게시물만 집계

©레딧(2026.10.15 기준)

5 월별 대표작 선정

8월은 〈낚시 방법〉이 종합 0.658로 1위다. 레딧 참여도는 사실상 0이었지만 매출과 평점, 동접에서 앞서 2위 〈빅 워크〉(0.551)와 0.1 넘게 벌어졌다. 9월은 〈발헤임〉 0.782, 〈워독스〉 0.764로 0.018 차이의 접전이었다. 매출은 〈워독스〉가 2위, 〈발헤임〉이 9위였지만 레딧 참여도(100 대 76.0)가 순위를 갈랐다.

8월 대표작

1위	**낚시 방법**	매출 1위 | ES 0.8	대표작	0.658
2위	**빅 워크**	매출 2위 | ES 31.5	대표작	0.551
3위	스타워즈 제로 컴퍼니			0.516
4위	필즈 오브 미스트리아			0.447
5위	아이언 네스트			0.446

9월 대표작

1위	**발헤임**	매출 9위 | ES 100.0	대표작	0.782
2위	**워독스**	매출 2위 | ES 76.0	대표작	0.764
3위	드레스메이커			0.507
4위	애니모			0.502
5위	EA 스포츠 FC 27			0.456



낚시 방법(How to Fish) ©Dazed Games



발헤임(Valheim) ©Coffee Stain Publishing

6 대표작 4편 한눈에 보기

8월과 9월 종합 점수 1, 2위 네 편이다. 스팀 평가는 추천 상위 리뷰 30개 가운데 가장 많이 언급된 내용이다.



8월 종합 1위

낚시 방법

How to Fish

0.658
종합 점수

최대 4명이 섬에 표류해 낚싯대 대신 총으로 물고기를 잡고, 번 돈을 룰렛에 걸어 판돈을 불리는 협동 게임. 모은 돈으로 무기를 사서 새 섬과 보스에 도전한다.

매출 순위	스팀DB 평점	최대 동접	레딧 참여도(100점 만점)
1위	93.6	37만 3,971	0.8

좋은 평가	황당한 게임 구성(17개)
아쉬운 평가	반복과 지루함(7개)
레딧 반응	보스 공략과 룰렛 결과를 공유하는 글이 대부분



8월 종합 2위

빅 워크

Big Walk

0.551
종합 점수

2명에서 12명이 호주 국립공원을 본뜬 오픈 월드를 함께 걸으며 퍼즐을 푸는 협동 어드벤처. 가까이 있어야 목소리가 들려 흩어진 일행은 무전기나 폭죽으로 위치를 알린다.

매출 순위	스팀DB 평점	최대 동접	레딧 참여도(100점 만점)
2위	94.2	4만 6,409	31.5

좋은 평가	친구와의 유대감(6개)
아쉬운 평가	음성 볼륨 설정(12개)
레딧 반응	상위 게시물 5개 중 4개가 3D 프린터 소품, 스웨터 같은 팬 창작물



9월 종합 1위

발헤임

Valheim

0.782
종합 점수

최대 10명이 북유럽 신화 속 사후 세계에서 자원을 모으고 기지를 짓고 보스를 쓰러뜨리는 바이킹 생존 게임. 5년 7개월의 얼리 액세스를 마치고 정식 버전을 냈다.

매출 순위	스팀DB 평점	최대 동접	레딧 참여도(100점 만점)
9위	92.8	50만 2,387	100.0

좋은 평가	높은 재미와 몰입(7개)
아쉬운 평가	개발 속도(8개)
레딧 반응	정식 출시 뒤 이용자가 지은 기지 사진과 플레이 장면이 상위권



9월 종합 2위

워독스

Wardogs

0.764
종합 점수

100명이 세 팀으로 나뉘어 거점을 다투는 전술 슈팅 게임. 경기 중 모은 돈으로 장비와 차량을 사고, 죽거나 차량이 부서지면 산 장비와 차량을 잃는다.

매출 순위	스팀DB 평점	최대 동접	레딧 참여도(100점 만점)
2위	73.6	42만 8,666	76.0

좋은 평가	재미있는 게임플레이(10개)
아쉬운 평가	진행도 시스템(12개)
레딧 반응	블루 팀이 지는 상황을 다룬 영상과 전투 장면 영상이 상위권

이달의 대표작 · 8월 · 종합 1위 · 매출 1위

낚시 방법

How to Fish | 개발 Dazed Games | 배급 Dazed Games | 출시 2026.08.20 | 8,400원

0.658
종합 점수

매출 순위
1위
8월 신작 매출 기준

스팀DB 평점
93.6
8월 10종 중 4위

최대 동접
37.4만
8월 10종 중 1위

팔로워
7.6만
8월 10종 중 5위

리뷰 키워드
추천 상위 리뷰 30개 중 언급 수

긍정

활당한 게임 구성	17
친구와의 즐거운 경험	6
가성비	1

부정

반복과 지루함	7
적 디자인	4
크래시와 버그	3

매우 긍정적(리뷰 1만 9,197개) 스팀 사용자 평가

최대 동시접속자
8월 상위 10종

373,971명



낚시 방법 — 가로축: 8월 종합 점수 1~10위

5개 지표 환산 점수

매출 순위	1.00
스팀DB 평점	0.94
최대 동접	0.75
팔로워	0.15
레딧 참여도	0.01



게임 소개

Dazed Games가 개발하고 배급한 협동 게임으로, 정가는 8,400원이다. 최대 4명이 섬에 표류해 물고기를 잡고, 잡은 물고기를 팔거나 룰렛에 걸어 판돈을 불린다. 낚싯대 대신 총으로 물고기를 쏘고, 모은 돈으로 더 강한 무기를 사서 새 섬과 보스에 도전하는 구조다. 최대 동시접속자 37만 3,971명은 8월 상위 100종 가운데 가장 많고 2위의 4.8배다. 개발사는 출시 이틀 만에 100만 장이 팔렸다고 밝혔다.

낚시 방법(How to Fish) ©Dazed Games

긍정 리뷰

드디어 졸리지 않은 낚시 게임을 만났다. 조용한 호숫가에서 기다릴 필요 없이 배를 섬에 들이받고 곧바로 산탄총부터 집어 든다.

부정 리뷰

3시간 남짓한 게임인데 첫 한 시간 만에 질린다. 새 섬, 새 물고기, 새 총, 새 보스, 그리고 같은 일의 반복이다.

레딧 커뮤니티 · 8월 대표작 · 낚시 방법

r/HowToFish

〈낚시 방법〉 전용 서브레딧 | 출시일~2026.10.15 상위 5개 게시물

0.8
레딧 참여도(100점)

구독자
668
668명

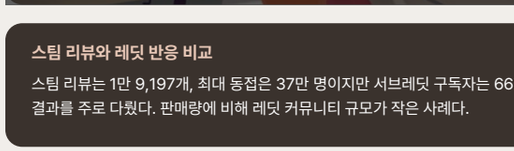
상위 5개 좋아요
259
8월 10종 중 9위

상위 5개 댓글
22
8월 10종 중 8위

화제 게시물 좋아요
86
댓글 10개 · 2026.08.24

레딧 참여도
8월 상위 10종

0.8점



낚시 방법 — 가로축: 8월 종합 점수 1~10위

감성 비율
상위 5개 게시물 댓글이 22개로 적어 감성 분석 대상에서 제외했다

상위 5개 게시물
좋아요 · 댓글

1	이 새는 이제 지긋지긋하다	86	10
2	이 기분이 최고다(초록에 전부 걸어 이긴 순간)	49	5
3	20만 상당의 물고기를 초록에 걸었다가 잃었을 때	42	3
4	이 게임을 한마디로 하면	42	0
5	「모두의 꿈」 도전 과제 달성법	40	4

화제의 게시물

이 새는 이제 지긋지긋하다

I had enough of this bird.

새 모양 보스를 이기지 못해 혼자 10시간 가까이 도전하고 있다는 24초 플레이 영상을 올린 게시물



커뮤니티 반응

상위 5개 게시물의 좋아요는 259개, 댓글은 22개로 8월 상위 10종 가운데 9번째다. 게시물은 보스 공략과 룰렛 결과 공유가 대부분이다. 댓글 수가 적어 감성 분석 대상에 넣지 않았다.

낚시 방법(How to Fish) ©Dazed Games

스팀 리뷰와 레딧 반응 비교

스팀 리뷰는 1만 9,197개, 최대 동접은 37만 명이지만 서브레딧 구독자는 668명이다. 스팀 리뷰는 독특한 재미와 짧은 분량을, 레딧 게시물은 보스 난이도와 룰렛 결과를 주로 다뤘다. 판매량에 비해 레딧 커뮤니티 규모가 작은 사례다.

이달의 대표작 · 8월 · 종합 2위 · 매출 2위

빅 워크

Big Walk | 개발 House House | 배급 Panic | 출시 2026.08.04 | 21,800원

0.551
종합 점수

매출 순위
2위
8월 신작 매출 기준

스팀DB 평점
94.2
8월 10종 중 3위

최대 동접
4.6만
8월 10종 중 3위

팔로워
8.1만
8월 10종 중 4위

리뷰 키워드

추천 상위 리뷰 30개 중 언급 수

긍정

친구와의 유대감	6
협력 게임플레이	3
즐거운 협력 경험	2

부정

음성 볼륨 설정	12
걷기와 지형	2
자동 저장 부재	1

압도적으로 긍정적(리뷰 7,041개) 스팀 사용자 평가

최대 동시접속자

8월 상위 10종

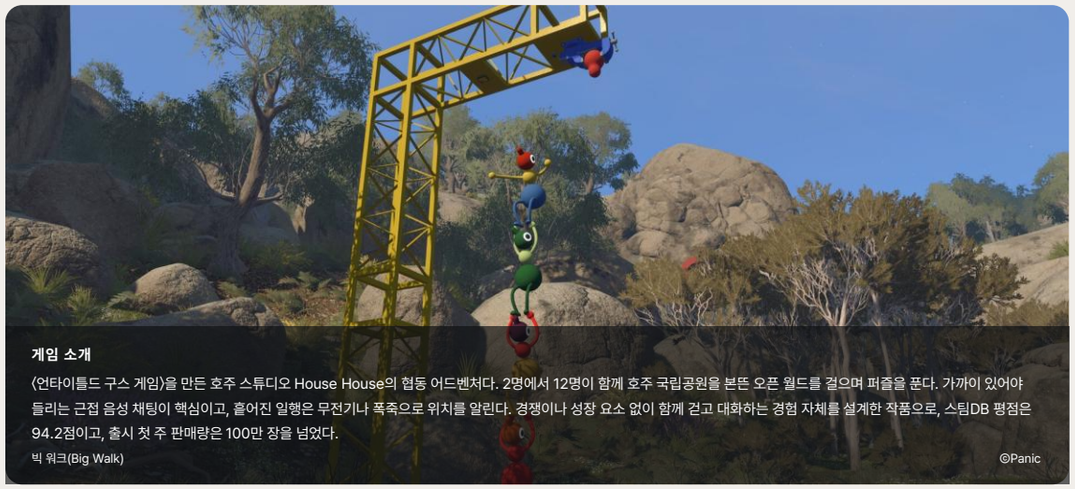
46,409명



빅 워크 — 가로축: 8월 종합 점수 1~10위

5개 지표 환산 점수

매출 순위	0.90
스팀DB 평점	0.94
최대 동접	0.09
팔로워	0.16
레딧 참여도	0.32



게임 소개

〈언타이틀드 구스 게임〉을 만든 호주 스튜디오 House House의 협동 어드벤처다. 2명에서 12명이 함께 호주 국립공원을 본뜬 오픈 월드를 걸으며 퍼즐을 푼다. 가까이 있어야 들리는 근접 음성 채팅이 핵심이고, 흩어진 일행은 무전기나 폭죽으로 위치를 알린다. 경쟁이나 성장 요소 없이 함께 걷고 대화하는 경험 자체를 설계한 작품으로, 스팀DB 평점은 94.2점이고, 출시 첫 주 판매량은 100만 장을 넘었다.

빅 워크(Big Walk) ©Panic

긍정 리뷰

사는 게 바빠 흩어진 친구들이 그저 함께 걷고 이야기하기에 완벽한 게임이다.

부정 리뷰

걷고 대화하는 게임인데 음량을 최대로 올려도 친구 목소리는 속삭임처럼 들리고, 다른 소리는 지나치게 크다.

레딧 커뮤니티 · 8월 대표작 · 빅 워크

r/BigWalk

〈빅 워크〉 전용 서브레딧 | 출시일~2026.10.15 상위 5개 게시물

31.5
레딧 참여도(100점)

구독자
1.4만
1만 4,278명

상위 5개 좋아요
10,628
8월 10종 중 3위

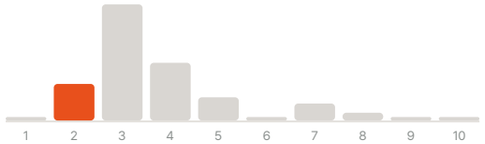
상위 5개 댓글
216
8월 10종 중 4위

화제 게시물 좋아요
3,118
댓글 67개 · 2026.09.19

레딧 참여도

8월 상위 10종

31.5점



빅 워크 — 가로축: 8월 종합 점수 1~10위



감성 비율

키워드별 누적 좋아요 기준. 부정 4.1%

레딧 키워드

누적 좋아요

긍정

감정적 경험	575
상품화	304
팬 창작물	264

부정

기타	56

화제의 게시물

스플래시 화면을 찾았다

I found the Splash screen

게임 시작 화면의 배경이 된 호주 윌슨스 프로몬토리 국립공원을 실제로 찾아가 찍은 사진 2장을 올린 게시물



커뮤니티 반응

상위 5개 게시물 가운데 4개가 이용자 창작물이다. 게임 속 무전기와 조명 공을 3D 프린터로 만든 글, 함께 플레이한 친구들의 캐릭터를 넣은 스웨터, 만화가 각각 좋아요 1,500~2,100개를 받았다.

빅 워크(Big Walk) ©Panic

스팀 리뷰와 레딧 반응 비교

스팀과 레딧 모두 친구와 함께 걷고 대화하는 경험을 가장 많이 언급했다. 스팀 부정 리뷰는 음성 볼륨 문제에 집중됐고, 레딧 상위 게시물에는 부정 의견이 거의 없이 팬 창작물이 올라왔다. 레딧 감성 비율은 긍정 95.9%로 대표작 4편 가운데 가장 높다.

이달의 대표작 · 9월 · 종합 1위 · 매출 9위

발헤임

Valheim | 개발 Iron Gate AB | 배급 Coffee Stain Publishing | 출시 2026.09.09(정식) | 32,000원

0.782
종합 점수

매출 순위
9위
9월 신작 매출 기준

스팀DB 평점
92.8
9월 10종 중 2위

최대 동접
50.2만
9월 10종 중 1위

팔로워
53.7만
9월 10종 중 1위

리뷰 키워드

추천 상위 리뷰 30개 중 언급 수

긍정

높은 재미와 몰입	7
그래픽과 사운드	5
깊이 있는 게임플레이	4

부정

개발 속도	8
게임 디자인 변화	4
개발사의 태도	4

매우 긍정적(리뷰 1만 3,670개) 스팀 사용자 평가

최대 동시접속자

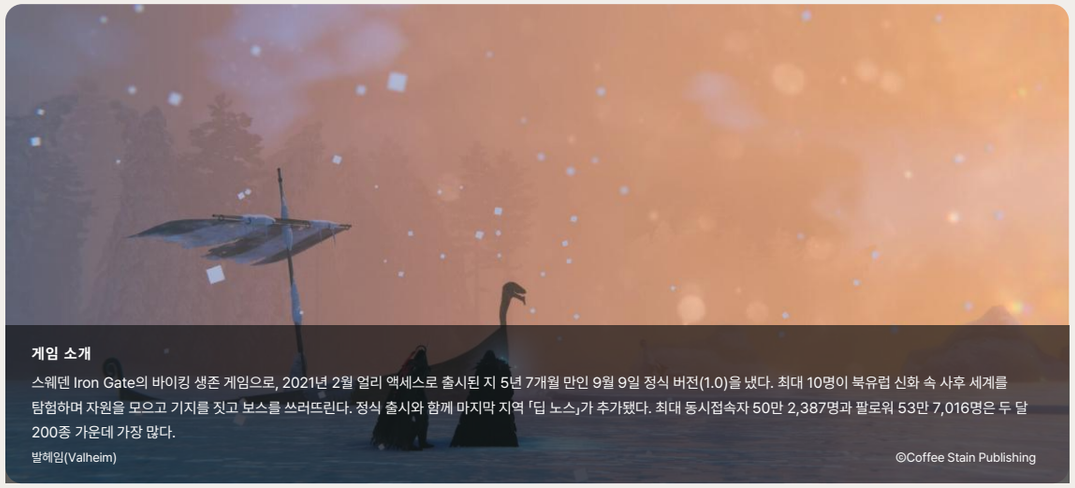
9월 상위 10종

502,387명



5개 지표 환산 점수

매출 순위	0.20
스팀DB 평점	0.93
최대 동접	1.00
팔로워	1.00
레딧 참여도	1.00



게임 소개

스웨덴 Iron Gate의 바이킹 생존 게임으로, 2021년 2월 얼리 액세스로 출시된 지 5년 7개월 만인 9월 9일 정식 버전(1.0)을 냈다. 최대 10명이 북유럽 신화 속 사후 세계를 탐험하며 자원을 모으고 기지를 짓고 보스를 쓰러뜨린다. 정식 출시와 함께 마지막 지역 「딥 노스」가 추가됐다. 최대 동시접속자 50만 2,387명과 팔로워 53만 7,016명은 두 달 200종 가운데 가장 많다.

발헤임(Valheim) ©Coffee Stain Publishing

긍정 리뷰

이 게임이 일상을 삼켰다. 다음 날 무엇을 할지 생각하느라 잠을 못 이룬 게 언제였는지 기억나지 않는다.

부정 리뷰

수백만 장이 팔렸는데 얼리 액세스 5년 동안 새 지역은 둘뿐이다.

레딧 커뮤니티 · 9월 대표작 · 발헤임

r/valheim

〈발헤임〉 전용 서브레딧 | 출시일~2026.10.15 상위 5개 게시물

100.0
레딧 참여도(100점)

구독자
61.2만
61만 1,930명

상위 5개 좋아요
47,042
9월 10종 중 1위

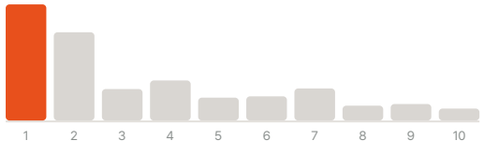
상위 5개 댓글
1,386
9월 10종 중 4위

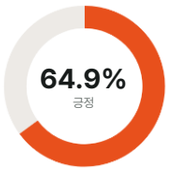
화제 게시물 좋아요
1만3,025
댓글 557개 · 2026.09.22

레딧 참여도

9월 상위 10종

100.0점





감성 비율

키워드별 누적 좋아요 기준. 공략 정보 댓글 제외.
부정 35.1%

레딧 키워드

누적 좋아요

긍정

건축 디자인	932
게임 메커닉	828
다중 기지	313

부정

선박 조종	532
포탈 시스템	394
장비 회수	163

화제의 게시물

모드 없이 지은 중반부 초원 기지
Midgame meadows base

모드 없이 게임 기본 기능만으로 지은 기지를 여러 각도에서 찍은 스크린샷 13장을 올린 게시물



커뮤니티 반응

대표작 4편 가운데 가장 큰 서브레딧이다. 정식 출시 이후 상위 게시물은 이용자가 지은 기지 사진과 플레이 장면이 차지했다. 감성 비율은 공략 정보를 담은 댓글을 제외하고 계산했다.

발헤임(Valheim) ©Coffee Stain Publishing

스팀 리뷰와 레딧 반응 비교

스팀 리뷰는 얼리 액세스 5년간의 개발 속도와 방향을 주로 지적했다. 레딧은 정식 출시 이후의 건축과 탐험 이야기가 중심이고, 불만은 배 조종과 포탈 이동 같은 플레이 중 불편에 그쳤다. 스팀 리뷰에는 얼리 액세스 기간의 평가가 함께 쌓여 있다.

이달의 대표작 · 9월 · 종합 2위 · 매출 2위

워독스

Wardogs | 개발 Bulkhead | 배급 Team17 | 출시 2026.09.11(얼리 액세스) | 47,270원

0.764
종합 점수

매출 순위
2위
9월 신작 매출 기준

스팀DB 평점
73.6
9월 10종 중 5위

최대 동접
42.9만
9월 10종 중 2위

팔로워
23만
9월 10종 중 2위

리뷰 키워드

추천 상위 리뷰 30개 중 언급 수

긍정

재미있는 게임플레이	10
팀 플레이와 경제	3
전술성과 접근성	2

부정

진행도 시스템	12
지역 제한	2
팀 밸런스	2

복합적(리뷰 1,045개) 스팀 사용자 평가

최대 동시접속자

9월 상위 10종

428,666명



5개 지표 환산 점수

매출 순위	0.90
스팀DB 평점	0.74
최대 동접	0.86
팔로워	0.46
레딧 참여도	0.76



게임 소개

영국 Bulkhead가 개발하고 Team17이 배급한 전술 슈팅 게임으로, 9월 11일 얼리 액세스로 출시됐다. 100명이 세 팀으로 나뉘어 거점을 두고 싸운다. 경기 중 모은 돈으로 장비와 차량을 사고, 죽거나 차량이 부서지면 산 장비와 차량을 잃는다. 최대 동시접속자 42만 8,666명은 9월 상위 100종 가운데 〈발헤임〉에 이어 두 번째다. 수치는 기준일까지 약 5주간의 기록이며, 출시 전 스팀 위시리스트는 80만 건을 넘었다.

워독스(Wardogs) ©Team17

긍정 리뷰

〈배틀필드 3〉와 〈콜 오브 듀티 4〉를 하며 자란 사람으로서, 그때의 경험을 다시 찾았다고 자신 있게 말할 수 있다.

부정 리뷰

게임은 재미있지만 쉬지 않고 파고드는 이용자에게 늘 크게 밀린다. 장비가 레벨로 잠겨 있어 더 좋은 무기에 한 방에 쓰러진다.

레딧 커뮤니티 · 9월 대표작 · 워독스

r/WarDogs

〈워독스〉 전용 서브레딧 | 출시일~2026.10.15 상위 5개 게시물

76.0
레딧 참여도(100점)

구독자
12.4만
12만 4,454명

상위 5개 좋아요
34,530
9월 10종 중 2위

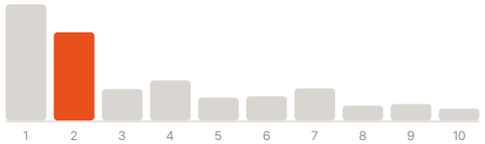
상위 5개 댓글
1,879
9월 10종 중 3위

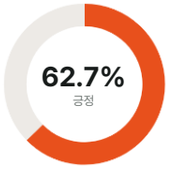
화제 게시물 좋아요
9,871
댓글 678개 · 2026.09.14

레딧 참여도

9월 상위 10종

76.0점





감성 비율

키워드별 누적 좋아요 기준. 외부 도구 논쟁 댓글 제외. 부정 37.3%

레딧 키워드

누적 좋아요

긍정

게임플레이 재미	2,719
플레이 경험	230

부정

게임 메커닉	518
블루 팀 성능	390
게임 밸런스	386

화제의 게시물

블루 팀일 때
When you are in Blue Team

블루 팀에서 연달아 일어나는 실수 장면을 모은 38초 플레이 영상을 올린 게시물



커뮤니티 반응

상위 게시물은 블루 팀이 지는 상황을 다룬 영상과 전투 장면 영상이다. 팬이 만든 외부 도구의 서버 비용을 다룬 댓글은 게임 평가와 관계가 없어 감성 집계에 넣지 않았다.

워독스(Wardogs) ©Team17

스팀 리뷰와 레딧 반응 비교

스팀과 레딧 모두 예측하기 어려운 전투의 재미를 가장 많이 언급했다. 스팀 부정 리뷰는 장기 플레이어에게 유리한 진행도 구조와 시즌 초기화를, 레딧 부정 댓글은 블루 팀 열세와 보상 불균형을 주로 지적했다.

한국콘텐츠진흥원 게임산업 관련 보고서 목록

2025~2019년, 98건

연번	연도	연구명
1	**2025**	게임이용자 패널 기획연구(3주기)
2		2025 아동·청소년 게임행동 종합 실태조사
3		아케이드게임 산업 진흥 종합계획 연구
4		게임이용자 임상의학 코호트 기획연구(3주기)
5		2020~2024 게임이용자 연구 해설서
6		2025 기능성게임 사업체 및 수요처 현황조사
7		2025 게임이용자 실태조사
8		2025 게임종사자 노동환경 실태조사
9		2025 글로벌 게임 정책·법제 연구
10		2025 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
11		게임접근성 가이드라인
12		장애인 게임 접근성 개선 가이드라인 개발 연구
13		2024 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
14	**2024**	청각장애인 게임 접근성 개선방안 연구
15		2024 게임 이용자 실태조사
16		2024 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
17		2024 글로벌 게임 정책·법제 연구
18		2023 게임이용자 패널연구(4차년도)
19		2024 게임이용자 임상의학 코호트 연구
20		2024 이스포츠 실태조사
21		이스포츠 사업 성과분석 및 발전방안 연구
22		게임인재원 분원 설립 수요조사 및 타당성 분석 연구
23		시각장애인 게임 접근성 개선방안 연구
24		게임인재원 해외사례 조사 및 교육 개선방안 연구
25		2023 아동청소년 게임행동 종합 실태조사
26		2023 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
27	**2023**	2023 게임이용장애 실태조사 진단도구 보완 연구
28		2023 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
29		2023 게임이용자 임상의학 코호트 연구
30		2023 글로벌 게임 정책·법제 연구
31		2023 게임 이용자 실태조사
32	**2022**	2022 교육용 게임콘텐츠 효과성 검증 연구용역
33		2022 게임이용자 패널 연구(3차년도)
34		2022 아동·청소년 게임행동 종합 실태조사
35		2022 장애인 게임 접근성 제고 방안 기초 연구
36		2022 게임이용자 실태조사
37	**2022**	2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
38		2022 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
39		2022 게임이용자 임상의학 코호트 연구
40		2022 대한민국 게임백서
41	**2021**	2021 게임이용자 실태조사
42		2021 이스포츠 실태조사
43		2021 이스포츠 정책연구(지역활성화, 전문인력양성기관 지정)
44		2021 대한민국 게임백서
45		2021 게임종사자 노동환경 실태조사
46		2021 게임 이용자 임상의학 코호트 연구
47		2021 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
48		2021 게임을 통한 메타버스(Metaverse) 속 사회심리적 특성 연구
49		2021 디지털치료제로서 게임 활용 방안 연구
50		2021 클라우드 게임 생태계 활성화 연구
51		2021 게임과몰입(음악,체육) 치유 프로그램 교사용 매뉴얼
52		2021 초등 저학년용 게임이용종합척도 타당화 연구
53		2021 게임 과몰입 종합 실태조사
54		2021 게임이용자 패널 연구(2차년도)
55		2021 게임시간 선택제 운영 발전방안 연구
56	**2020**	2020 게임이용자 실태조사
57		2020 이스포츠 선수 표준계약서 개발연구
58		2020 이스포츠 실태조사
59		2020 대한민국 게임백서
60		2020 가상현실(VR) 게임 개발사업체 실태조사
61		2020 이스포츠 비즈니스 모델 연구
62		2020 교과서 내 게임콘텐츠 반영 현황조사
63		2020 게임이용자 임상의학 코호트 연구
64		2020 게임산업 종사자 노동환경 실태조사
65		2020 게임 분야 팬덤 연구
66		2020 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사
67		2020 게임의 치료적 활용 방안 모색 연구
68		2020 게임문화박물관 건립 기본방향 수립 연구
69		2020 게임 과몰입 해소를 위한 심리사회학적 모델링 연구
70		2020 차세대 게임콘텐츠 제작지원 실태조사
71		2020 게임 과몰입 종합 실태조사
72		2020 게임이용종합척도 신규 개발 연구

연번	연도	연구명
73	**2020**	2020 글로벌게임허브센터 중장기 발전방안 연구
74		2020 게임이용자 패널 연구(1차년도)
75		2020 지역기반 게임산업육성사업 중장기 운영 방안 수립
76		2020 게임이용장애 질병코드 도입에 따른 파급효과
77	**2019**	2019 게임 과몰입 종합 실태조사
78		2019 게임이용자 실태조사
79		2019 게임이용자 패널 연구 예비조사
80		2019 대한민국 게임백서
81		2019 이스포츠 실태조사
82		2019 이스포츠 정책연구(법제도 및 활성화)
83		2019 이스포츠 정책연구(인력양성)
84		2019 2019년 기능성게임 사업체 및 수요처 현황조사
85		2019 게임 과몰입 국제 공동연구
86		2019 아케이드게임 현황조사 및 활성화방안 연구
87		2019 첨단융복합 게임산업 경쟁력 분석 연구
88		2019 첨단융복합 게임콘텐츠 제작지원 사업 효과성 연구
89		2019 게임 생산자의 노동 연구(게임문화 융합연구1)
90		2019 게임 질병코드 도입으로 인한 사회변화 연구 (게임문화 융합연구2)
91		2019 게임이 이용자에게 미치는 효과 연구(게임문화 융합연구3)
92		2019 게임문화 인식 빅데이터 조사 연구(게임문화 융합연구4)
93		2019 장애인 e스포츠 경기 연구(게임문화 융합연구5)
94		2019 게임의 예술성 연구(게임문화 융합연구6)
95		2019 플랫폼의 변화와 게임문화 연구(게임문화 융합연구7)
96		2019 게임의 트랜스미디어 현상 연구(게임문화 융합연구8)
97		2019 게임 문화 매개자에 대한 연구(게임문화 융합연구9)
98		2019 가상현실(VR) 게임 개발사업체 실태조사

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