

## 제2절 유럽권

### 1. 유럽권 게임 시장의 개요

#### 가. 유럽권 게임 시장 규모 및 전망

2009년 417억 600만 달러 규모였던 유럽권 게임 시장은 2010년에 413억 5,000만 달러를 기록하며 전년 대비 -0.9%의 성장을 보였다. 그리고 유럽권 게임 시장은 향후 5년간 연평균 7.5%의 성장세를 기록하며 2015년에는 594억 6,300만 달러에 이를 것으로 전망된다. 아케이드게임 시장의 급감세에도 불구하고, 콘솔게임과 온라인게임 시장의 성장으로 인해 전반적인 성장세를 유지할 것으로 보인다

<표 III-8> 유럽 게임 시장규모 추이(2005~2015)

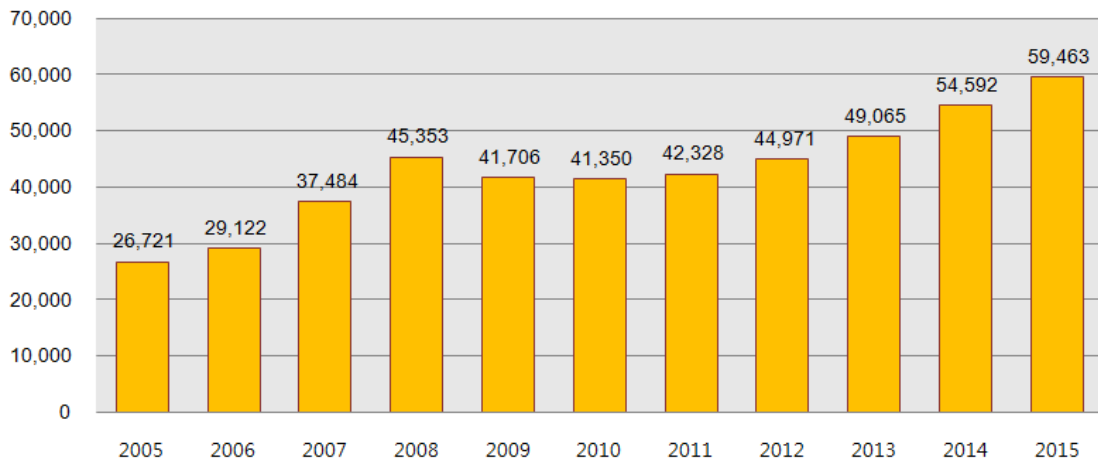
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	13,024	13,981	21,935	28,452	27,206	26,910	28,074	30,832	34,747	39,974	44,538	10.6%
아케이드	10,212	10,737	10,265	10,954	8,123	7,052	6,077	5,298	4,670	4,140	3,706	-12.1%
온라인	606	1,240	1,717	2,142	2,296	2,976	3,575	4,150	4,743	5,377	5,903	14.7%
모바일	548	761	1,147	1,506	1,905	2,235	2,449	2,565	2,797	3,007	3,232	7.7%
PC	2,332	2,403	2,420	2,299	2,176	2,177	2,154	2,126	2,107	2,094	2,083	-0.9%
합계	26,721	29,122	37,484	45,353	41,706	41,350	42,328	44,971	49,065	54,592	59,463	7.5%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-12] 유럽 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

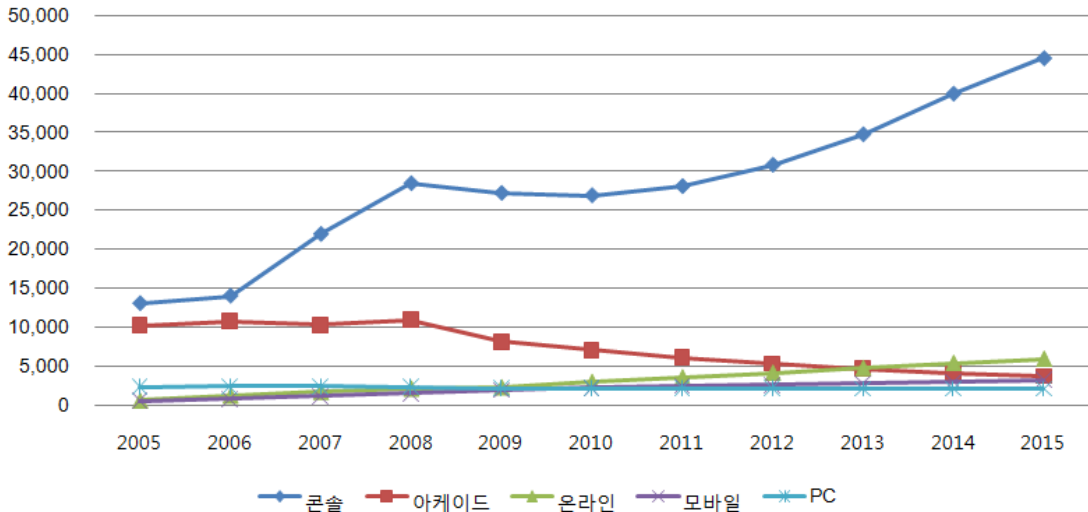


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

유럽권 게임 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보자면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 전 시장의 성장세가 예상되는 가운데, 콘솔게임 시장은 2010년을 기점으로 반등세에 접어들어 2013년 경 출시될 것으로 예상되는 다음 세대 콘솔이 그 성장세를 2015년까지 이어주는 역할을 할 것으로 기대되고 있다. 온라인게임 시장은 2013년을 기점으로 아케이드 게임 시장을 앞지를 전망이다

[그림 III-13] 유럽 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

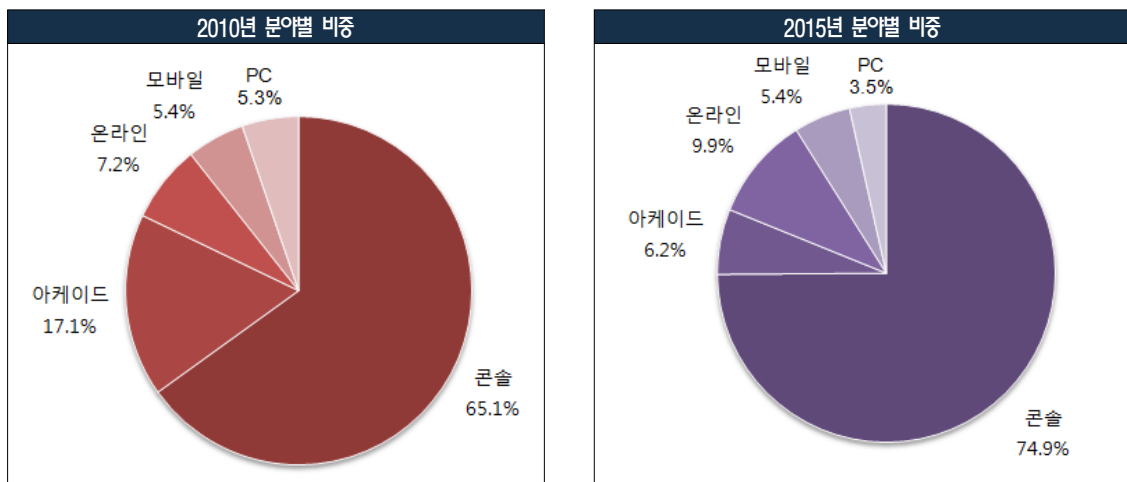
(단위: 백만 달러)



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

2010년 유럽권 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 65.1% 로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 시장이 17.1%, 온라인게임 시장이 7.2%, 모바일게임 시장이 5.4%, PC게임 시장이 5.3%를 차지하고 있다. 그러나 2015년에는 온라인게임 시장이 9.9% 를 차지하며 6.2% 의 비중을 차지하는 아케이드게임 시장을 앞지를 것으로 예상된다.

[그림 III-14] 2010년과 2015년 유럽 게임 시장 분야별 비중



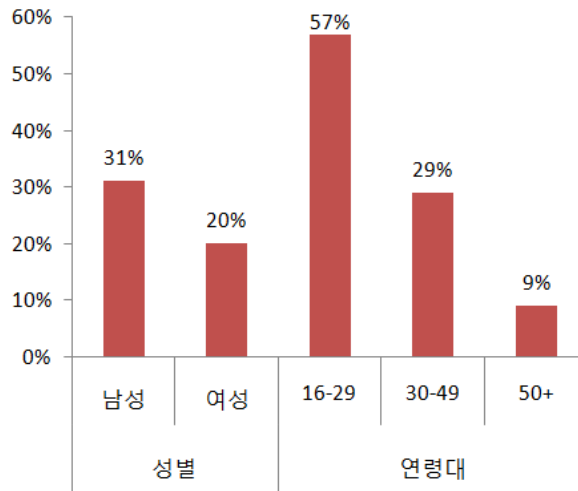
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 유럽 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 게임 이용자 Profile

유럽의 성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면 남성이 여성에 비해 1.5 배 정도 높은 비중을 보이고 있다. 그리고 30세 이하의 게임 이용 비중이 57%에 달하는 반면 30대 이후에는 그 비중이 점차 줄어드는 것으로 나타났다.

[그림 III-15] 유럽의 성별, 연령별 게이머 인구 비중



자료원: ISFE(2010)

국가별로 비교해보면, 프랑스와 영국의 게임 이용 인구가 많은 반면 독일과 이탈리아의 게임 이용 인구는 낮은 것으로 나타났다.

<표 III-9> 유럽의 국가별 성별, 연령별 게이머 인구 비중

	성별		연령대		
	남성	여성	16-29	30-49	50+
유럽 평균	31%	20%	57%	29%	9%
영국	34%	<b>31%</b>	62%	38%	17%
프랑스	<b>45%</b>	<b>32%</b>	<b>76%</b>	<b>45%</b>	<b>18%</b>
독일	26%	13%	<b>48%</b>	22%	6%
스페인	31%	18%	58%	27%	6%
이탈리아	24%	<b>11%</b>	50%	20%	3%

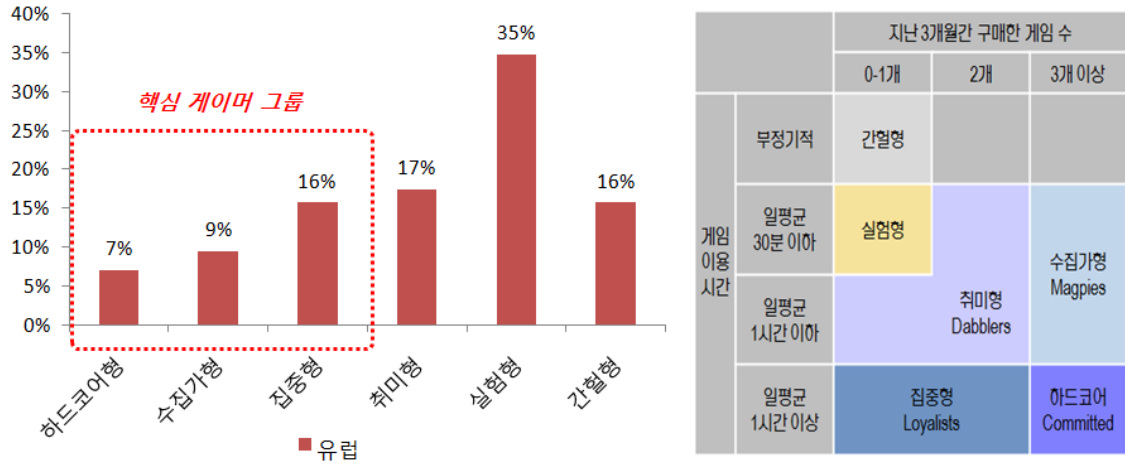
자료원: ISFE(2010)

### 2) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 유럽은 소수의 게임을 짧은 시간동안

플레이하는 실험형이 35%로 가장 높게 나타났으며, 많은 게임을 오랫동안 플레이하는 하드코어형이 7%로 가장 낮게 나타났다.

[그림 III-16] 유럽의 게이머 유형별 비중



자료원: ISFE(2010)

국가별로 비교해보면, 영국과 스페인은 수집가형이 많은 반면 집중형은 낮으며, 독일의 경우 수집가형이 작은 반면 집중형과 취미형이 많은 것으로 나타났다.

<표 III-10> 유럽의 국가별 게이머 유형 비중

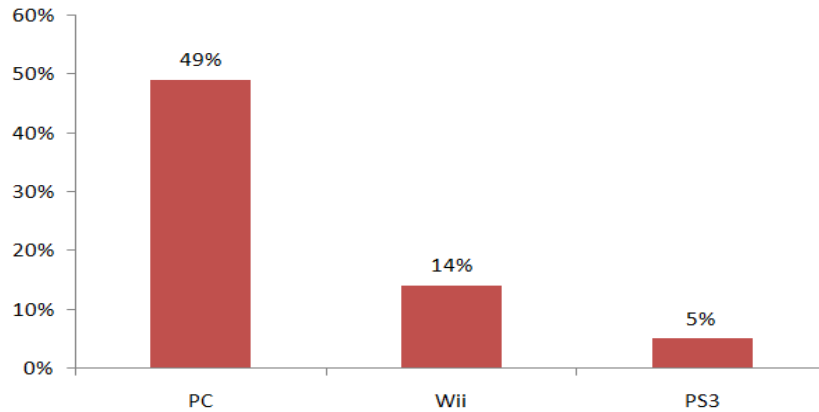
	하드코어형	수집가형	집중형	취미형	실험형
유럽 평균	7%	9%	16%	17%	35%
영국	8%	14%	11%	16%	37%
프랑스	7%	10%	12%	12%	38%
독일	8%	5%	23%	25%	26%
스페인	5%	12%	11%	15%	38%
이탈리아	7%	7%	19%	21%	35%

자료원: ISFE(2010)

### 3) 주요 게임 이용 플랫폼

유럽 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 49%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 PS3가 뒤를 따랐다.

[그림 III-17] 유럽 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼 Top 3



자료원: ISFE(2010)

국가별로 비교해보면, PC와 Wii는 공통적으로 가장 많이 사용하는 플랫폼으로 나타났다. 그러나 스페인과 이탈리아의 경우에는 휴대용 콘솔게임기인 DS시리즈가 Wii보다 높은 이용률을 나타냈다는 점이 특징이다. 그리고 영국에서는 Xbox360이, 독일에서는 PS3가 Top3 안에 든 반면 프랑스, 이탈리아, 스페인에서는 DS시리즈가 3대 플랫폼으로 포함되었다.

<표 III-11> 유럽 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼 Top 3 - 국가별 비교

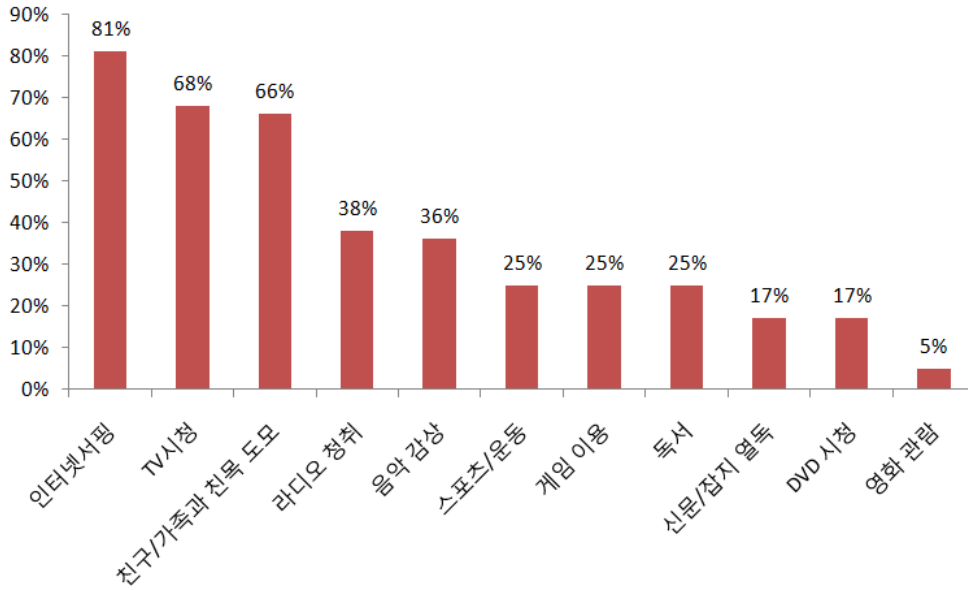
	PC	Wii	PS3	DS/DSL/Dsi	X360	일반휴대폰
유럽 평균	49%	14%	5%	7%	4%	10%
영국	33%	27%	N/A	N/A	9%	N/A
프랑스	45%	17%	N/A	9%	N/A	N/A
독일	58%	12%	5%	N/A	N/A	N/A
스페인	43%	11%	N/A	17%	N/A	N/A
이탈리아	45%	10%	N/A	12%	N/A	N/A

자료원: ISFE(2010)

#### 4) 게임 이용자들의 여가 활동

유럽 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 81%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청(68%)과 친구/가족과의 친목 도모(66%)가 뒤를 이었다. 그러나 인쇄매체 책, 신문, 잡지를 이용하거나 영화나 DVD 시청을 하는 이들의 게임 이용자 비중은 평균에 비해 낮은 것으로 조사됐다.

[그림 III-18] 여가 활동별 유럽 게임 이용자 비중( 한 주에 평균 6 시간 이상 소요하는 활동)



자료원: ISFE(2010)

국가별로 비교해 보면, 인터넷 서핑, 라디오 청취 등은 국가별로 큰 차이가 없는 반면 TV 시청의 경우에는 프랑스가 높고, 이탈리아가 낮은 것으로 나타났다. 그리고 친목 도모의 경우 독일이 높아 가족 중심적인 사회 분위기를 반영했고, 영국이 가장 낮은 것으로 조사되었다. 그리고 영국이 DVD 시청 비중이 높고, 이탈리아는 영화관람 비중이 높은 것으로 조사됐다.

<표 III-12> 여가 활동별 유럽 게임 이용자 비중( 한 주에 평균 6 시간 이상 소요하는 활동) - 국가별 비교

	유럽평균	영국	프랑스	독일	스페인	이탈리아
인터넷 서핑	81%	83%	84%	82%	77%	84%
TV 시청	68%	71%	<b>78%</b>	73%	60%	<b>57%</b>
친구/가족과 친목 도모	66%	<b>54%</b>	62%	<b>74%</b>	73%	63%
라디오 청취	38%	34%	38%	39%	35%	35%
음악 감상	36%	38%	30%	34%	32%	35%
스포츠/운동	25%	22%	23%	25%	22%	27%
게임 이용	25%	24%	23%	<b>32%</b>	24%	30%
독서	25%	28%	20%	29%	23%	28%
신문/잡지 열독	17%	11%	15%	18%	20%	21%
DVD 시청	17%	<b>24%</b>	16%	15%	15%	17%
영화 관람	5%	5%	5%	4%	7%	<b>10%</b>

자료원: ISFE(2010)

## 5) 유럽 온라인게임 이용 현황

유럽의 국가별 유료/무료 게임 이용 현황을 살펴보면, 브라우저 게임의 경우 영국은 낮은 반면 독일이 높은 것으로 나타났으며, 소셜 게임은 이탈리아의 이용률(52%)이 높은 것으로 조사됐다. 그리고 스페인의 경우 MMO게임과 온라인 갬블링 이용률이 유럽 5개국 중 가장 높은 것으로 조사됐다. 유료 게임의 경우 독일이 패키지 구매 비중이 높은 반면, 스페인은 가장 낮은 것으로 나타났으며, 이탈리아는 플레이당 과금 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

<표 III-13> 국가별 유료/무료 게임 이용 현황 - 국가별 비교

구분	항목	유럽	영국	프랑스	독일	스페인	이탈리아
유료 이용 현황	전체	71%	60%	70%	75%	70%	76%
	무료	66%	58%	69%	70%	69%	73%
	유료	19%	17%	19%	23%	16%	22%
무료게임 유형	브라우저 게임	55%	<b>41%</b>	57%	<b>61%</b>	53%	59%
	소셜 게임	37%	37%	35%	31%	36%	<b>52%</b>
	MMO게임	28%	19%	33%	27%	<b>34%</b>	28%
	갬블링	18%	16%	13%	16%	<b>23%</b>	21%
유료게임 유형	패키지 구매 후 무료 플레이	14%	14%	14%	<b>17%</b>	<b>11%</b>	15%
	월정액	6%	6%	7%	6%	4%	5%
	플레이당 과금	7%	6%	6%	7%	6%	<b>10%</b>

자료원: ISFE(2010)

## 2. 영국 게임 시장

### 가. 영국 게임 시장 규모 및 전망

2009년 102억 2,300만 달러 규모였던 영국 게임 시장은 2010년에 99억 1,700만 달러를 기록하며 전년 대비 -3.0%의 성장을 보였다. 영국 게임 시장은 향후 5년간 연평균 5.5%의 성장세를 기록하며 2015년에는 129억 7,800만 달러에 이를 것으로 전망된다. 특히 콘솔게임 시장의 성장세 둔화와 세계적인 경기 침체가 겹치면서 급감했던 영국 게임 시장은 2010년을 계기로 반등할 전망이다.

<표 III-14> 영국 게임 시장규모 추이(2005~2015)

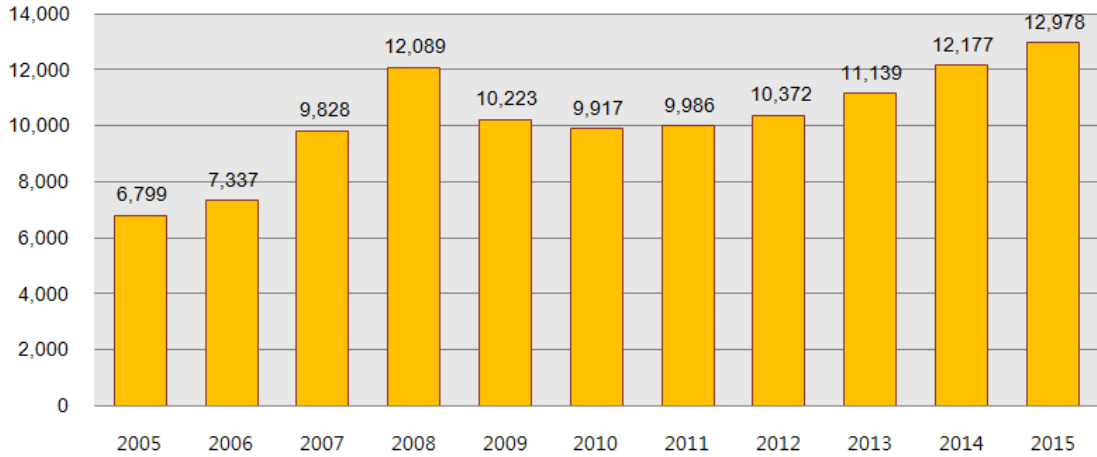
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	3,652	3,887	6,187	8,058	7,034	6,834	7,005	7,487	8,258	9,258	9,994	7.9%
아케이드	2,598	2,705	2,691	2,920	1,991	1,687	1,426	1,191	1,012	868	744	-15.1%
온라인	132	283	407	513	545	683	803	924	1,055	1,197	1,344	14.5%
모바일	88	124	207	278	348	405	443	466	510	552	593	7.9%
PC	328	338	335	320	304	308	309	305	304	303	303	-0.3%
합계	6,799	7,337	9,828	12,089	10,223	9,917	9,986	10,372	11,139	12,177	12,978	5.5%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009);

[그림 III-19] 영국 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

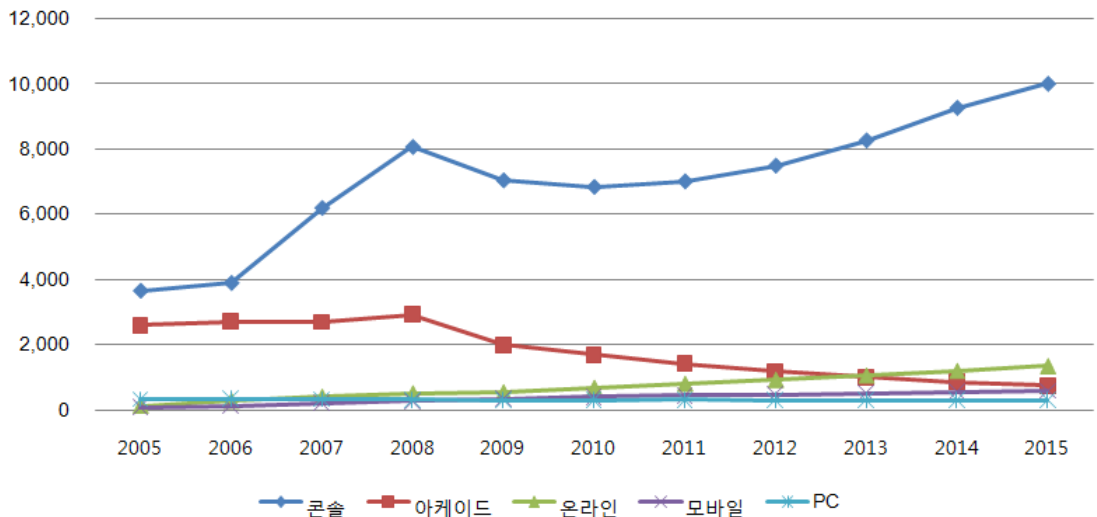


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG(2010)

영국 게임 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 모든 플랫폼에서 성장세가 예상된다. 연평균 14.5%로 빠르게 성장하는 온라인게임 시장은 2013년을 기점으로 -15.1%의 급감세를 기록하는 아케이드게임 시장을 앞지를 전망이다.

[그림 III-20] 영국 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

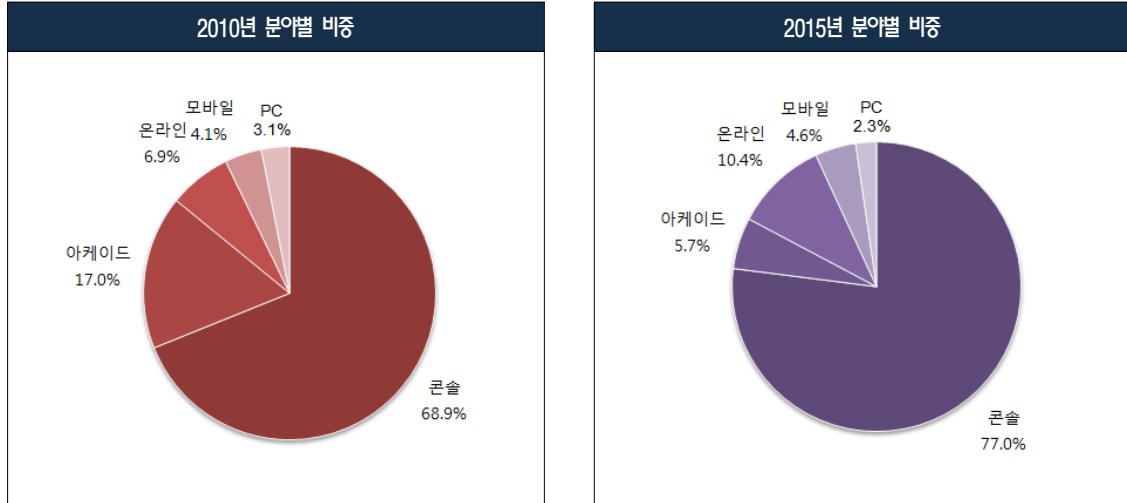


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG(2010)



2010년 영국 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 68.9%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 17.0%, 온라인게임 6.9%, 모바일게임 4.1%, PC 게임 3.1%의 순으로 나타난다. 2015년에는 콘솔게임 시장이 77.0%, 온라인게임 시장이 10.4%, 모바일게임 시장이 4.6%로 성장하는 반면 아케이드게임 시장은 5.7%, PC게임 시장은 2.3%로 감소할 것으로 예상된다.

[그림 III-21] 2010년과 2015년 영국 게임 시장 분야별 비중



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008-2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 영국 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 인기 게임

2010년 12월 둘째 주 판매량을 기준으로 영국의 인기 게임을 살펴보면 온라인게임으로는 12월 초 출시된 WoW의 확장팩인 'World of Warcraft: Cataclysm'가 1위에 올랐다. 그리고 'Call of Duty'와 'FIFA 11' 시리즈가 15위권 내에 각각 2개씩 올라 해당 게임 시리즈의 인기를 반영했다. 퍼블리셔는 고른 분포를 보이고 있으나, Nintendo가 5개의 게임을 순위권에 올리며 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-15> 영국 게임(콘솔/PC게임 포함) 순위(2010년 12월 둘째 주)

순위	게임명	플랫폼	퍼블리셔	장르
1	World of Warcraft: Cataclysm	PC	ACTIVISION BLIZZARD	MMORPG
2	Gran Turismo 5	PS3	SONY COMPUTER ENT.	레이싱
3	Just Dance 2	WII	UBISOFT	댄스/음악
4	Call of Duty: Black Ops	XB360	ACTIVISION BLIZZARD	FPS
5	Donkey Kong Country Returns	WII	NINTENDO	액션

순위	게임명	플랫폼	퍼블리셔	장르
6	Call of Duty: Black Ops	PS3	ACTIVISION BLIZZARD	FPS
7	Assassin's Creed: Brotherhood	XB360	UBISOFT	액션
8	Professor Layton and the Lost Future	DS	NINTENDO	어드벤처
9	Wii Fit Plus	WII	NINTENDO	건강
10	Michael Jackson: The Experience	WII	UBISOFT	댄스/음악
11	FIFA 11	XB360	ELECTRONIC ARTS	스포츠
12	Wii Party	WII	NINTENDO	기타
13	FIFA 11	PS3	ELECTRONIC ARTS	스포츠
14	Need for Speed: Hot Pursuit	XB360	ELECTRONIC ARTS	레이싱
15	Mario Kart Wii	WII	NINTENDO	레이싱

자료원: NPD(2010); 삼정KPMG(2010)

영국의 인기 PC게임을 살펴보면, 온라인게임으로는 'WoW'가 1위를 차지했으며, 나머지는 콘솔게임에서 인기를 얻고 있는 The Sims 시리즈가 3개나 올랐으며, 'Call of Duty'나 'Medal of Honor'와 같은 FPS 게임도 인기를 얻고 있다. PC 고유의 게임으로 'WoW', 'Civilization V', 'Starcraft II'로 PC에서만 이용할 수 있는 게임의 패키지 판매 비중이 크지 못함을 보여준다.

<표 III-16> 영국 PC게임 순위(2010년 12월 둘째 주)

순위	게임명	개발사	퍼블리셔	장르
1	World of Warcraft: Cataclysm	BLIZZARD ENT.	BLIZZARD	MMORPG
2	Football Manager 2011	SPORTS INTERACTIVE	SEGA	스포츠
3	The Sims 3	THE SIMS STUDIO	EA GAMES	시뮬레이션
4	Call of Duty: Black Ops	TREYARCH	ACTIVISION	FPS
5	The Sims 3: Late Night	THE SIMS STUDIO	EA GAMES	시뮬레이션
6	The Sims 3: Ambitions	THE SIMS STUDIO	EA GAMES	시뮬레이션
7	Civilization V	FIRAXIS	2K GAMES	시뮬레이션
8	Fallout: New Vegas	OBSIDIAN ENT.	BETHESDA SOFTWARES	RPG
9	Medal of Honor	DANGER CLOSE/DICE	EA GAMES	FPS
10	Starcraft II: Wings of Liberty	BLIZZARD ENT.	BLIZZARD	전략

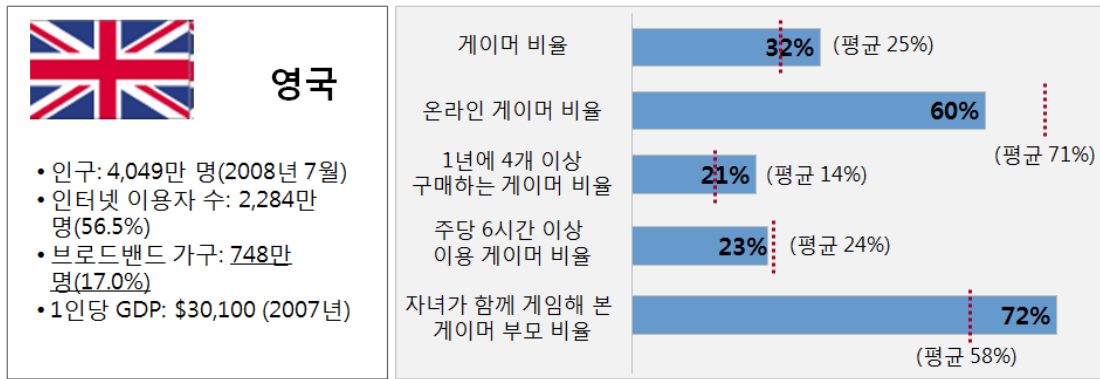
자료원: NPD(2010); 삼정KPMG(2010)

## 2) 게임 이용자 Profile

유럽 게임 협회(Interactive Software Federation of Europe)<sup>1)</sup> 조사에 따르면, 영국에서 게임을 이용하는 비중은 전체 인구의 32%로 유럽 평균인 25%보다 높았으며, 1년에 4개 이상 구매하는 게이머 비율도 21%로 평균인 14%보다 높게 나타났다. 그리고 자녀와 함께 게임해 본 게이머 부모의 비율도 평균인 58%보다 14%나 높은 72%로 나타나, 게임이 가족 문화 안에 녹아들어 있음을 시사한다. 그러나 게이머 중 온라인게임 이용자 비중은 60%로 유럽 평균인 71%보다 낮아 콘솔과 패키지 중심의 영국 게임 시장 현황을 반영하고 있다.

1) 2010년 초 시장조사업체 GameVision에 의뢰해 유럽의 16세 이상 2,000명을 대상으로 조사

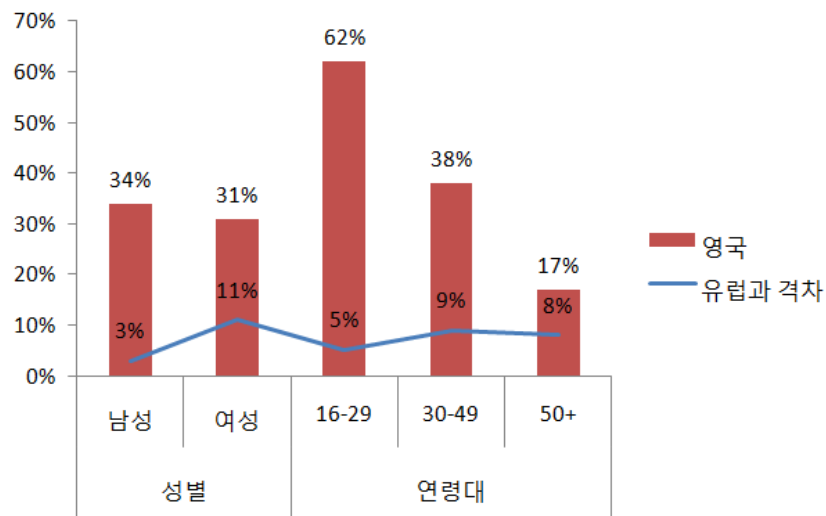
[그림 III-22] 영국의 시장 환경 및 게임 이용자 현황



자료원: ISFE(2010); CIA Factbook(2010); 삼정KPMG 재구성

성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면, 영국의 경우 전반적으로 유럽 평균보다 높은 이용 비중을 보이고 있다. 특히 여성과 30대 이상의 게임 이용 비중이 유럽 평균에 비해 10% 가량 더 높은 것으로 나타났다. 이는 영국이 다른 시장에 비해 게이머 저변이 넓다는 점을 시사한다.

[그림 III-23] 영국의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

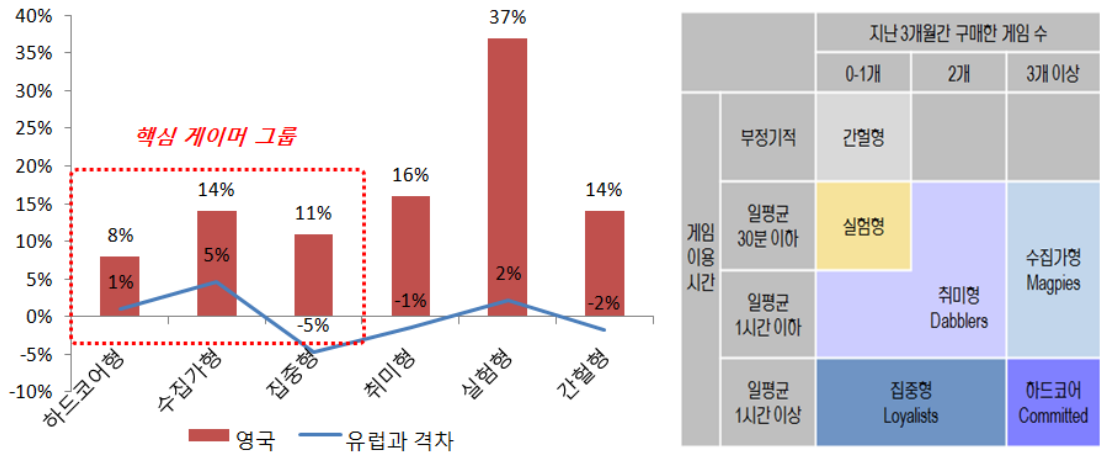


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG 재구성

### 3) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 영국의 경우 여러 가지 게임을 즐기는 수집가형은 많은 반면, 소수의 게임에 집중해서 즐기는 집중형이 유럽 평균에 비해 낮은 것으로 나타났다. 이는 영어권에 있는 영국의 특성상 다른 언어권에 비해 다수의 게임들을 접할 수 있는 시장환경의 영향도 일조하는 것으로 분석된다.

[그림 III-24] 영국의 게이머 유형별 비중

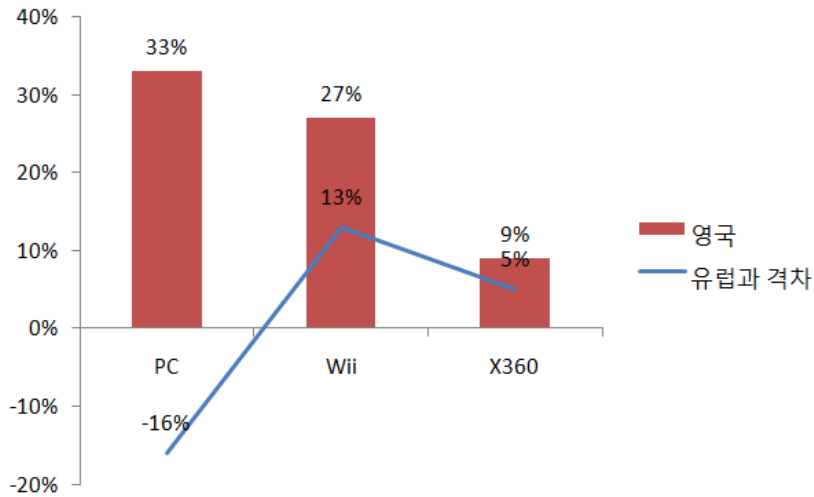


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 4) 주요 게임 이용 플랫폼

영국 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 33%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 Xbox360이 뒤를 따랐다. 그러나 유럽 평균과 비교하면 PC 이용률은 16%나 낮은 수준인 반면, Wii와 Xbox360의 이용률은 각각 13%, 5% 높았다.

[그림 III-25] 영국 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼

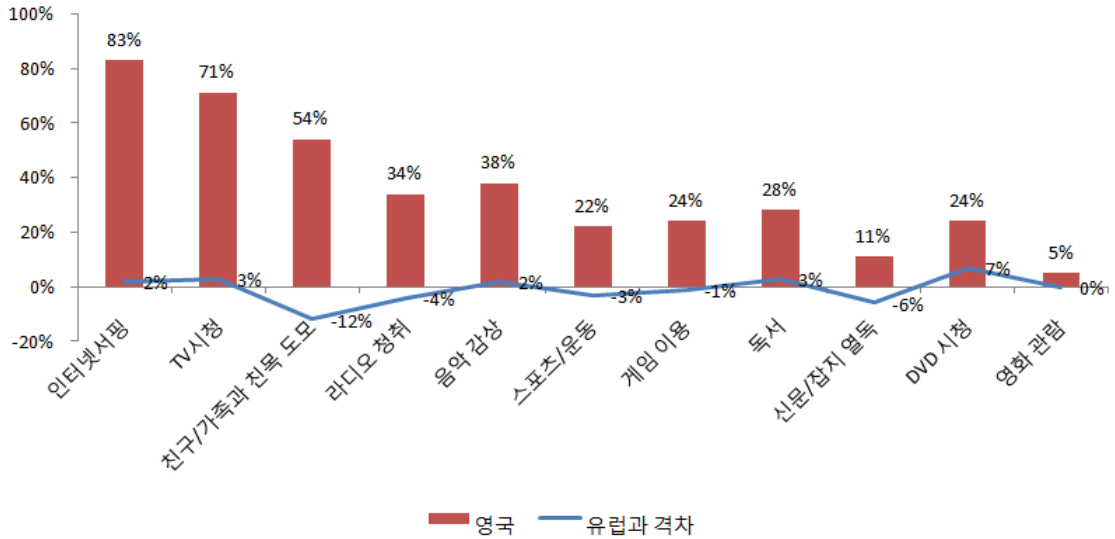


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 5) 게임 이용자들의 여가 활동

영국 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 83%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청(71%)과 친구/가족과의 친목 도모(54%)가 뒤를 이었다. 그러나 유럽 평균과 비교해 볼 때 친목 도모와 신문/잡지는 각각 12%, 6%가 낮게 나타난 반면, DVD 시청은 7% 높게 나타났다.

[그림 III-26] 영국의 여가 활동별 게임 이용자 비중(한 주에 평균 6 시간 이상 소요하는 활동)

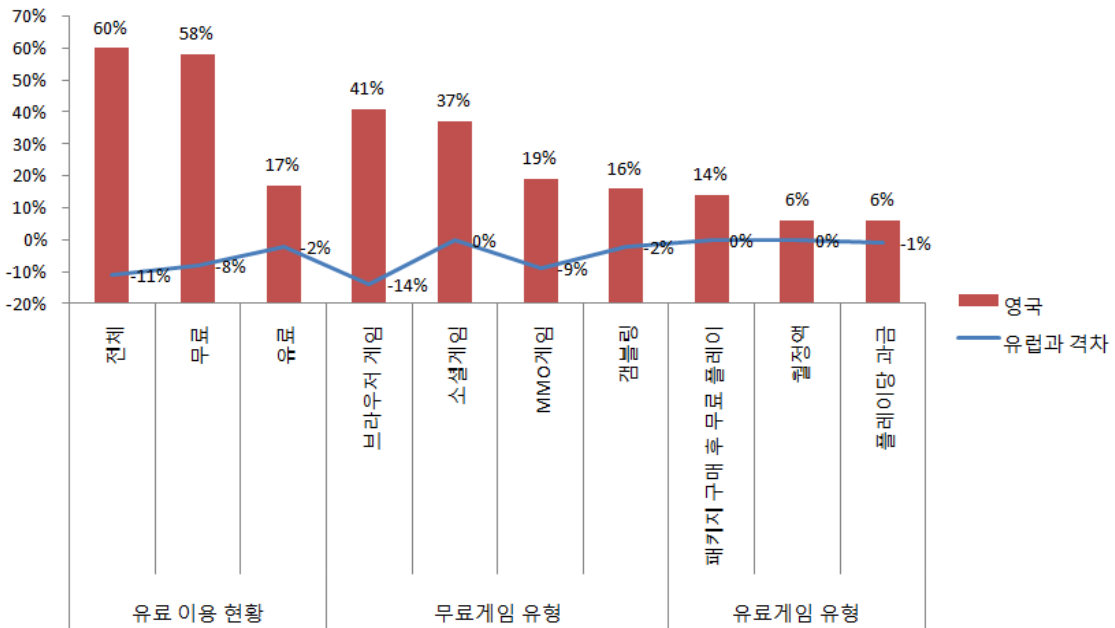


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 6) 온라인게임 이용 현황

영국 게이머의 온라인게임 이용률은 60%로 유럽 평균과 -11%의 큰 차이를 보이고 있다. 특히 유럽 내에서 주로 공급되는 브라우저 게임과 MMO 게임 이용률이 각각 14%, 9% 낮은 것으로 나타났으며 무료 게임에 대한 이용률도 낮은 것으로 나타났다. 무료 게임에 대한 이용률은 낮으나, 유료게임 면에서는 유럽 평균과 비슷한 수준을 보이고 있어, 퀄리티가 보장된 온라인게임에 대한 수요가 존재하고 있음을 시사한다.

[그림 III-27] 영국 온라인게임 이용 현황

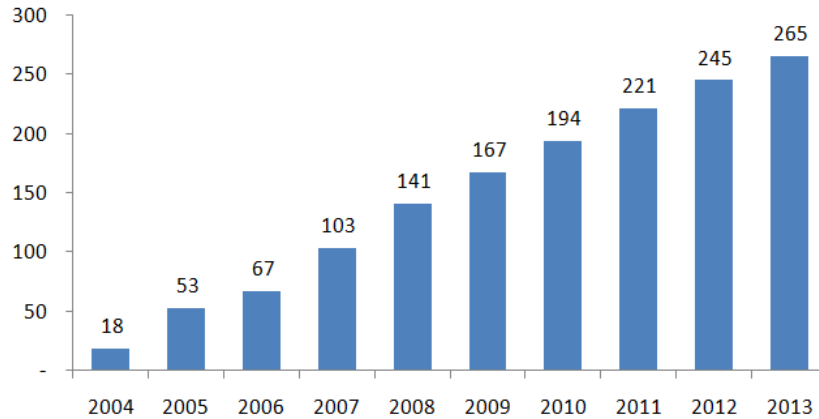


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

시장조사업체 Screen Digest에 따르면, 2010년 영국의 MMO 게임 시장규모는 1억 9,400만 달러로 추정되며, 전체 유럽에서 차지하는 비중은 23% 정도 될 것으로 추정된다

[그림 III-28] 영국 MMO 게임 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



자료원: Screen Digest(2009)

### 3. 독일 게임 시장

#### 가. 독일 게임 시장 규모 및 전망

2009년 68억 500만 달러 규모였던 독일 게임 시장은 2010년에 68억 7,700만 달러를 기록하며 전년 대비 1.1%의 성장을 보였다. 이는 독일이 서유럽 5개국 중 유일하게 콘솔게임 시장이 감소하지 않은데다 온라인과 모바일게임 시장의 성장세가 높았기 때문이다. 그리고 독일 게임 시장은 향후 5년간 연평균 10.3% 성장하여 2015년에는 112억 1,500만 달러에 이를 것으로 전망된다

<표 III-17> 독일 게임 시장규모 추이(2005~2015)

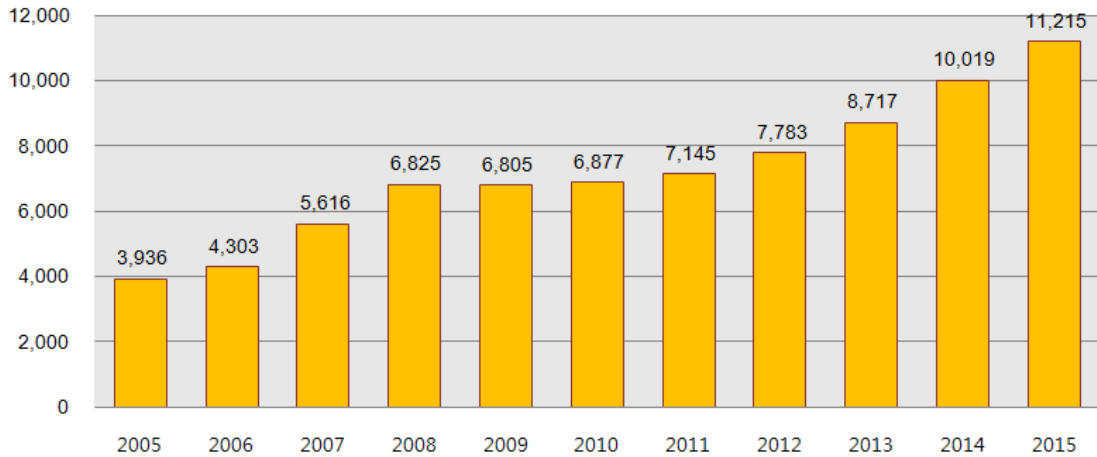
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	1,645	1,874	3,161	4,236	4,531	4,681	5,035	5,723	6,674	7,969	9,172	14.4%
아케이드	1,504	1,586	1,538	1,648	1,325	1,176	1,030	929	849	783	718	-9.4%
온라인	62	111	150	188	177	220	268	321	367	418	468	16.3%
모바일	70	74	111	143	188	228	255	271	304	340	365	9.9%
PC	655	658	655	609	584	572	557	540	524	508	491	-3.0%
합계	3,936	4,303	5,616	6,825	6,805	6,877	7,145	7,783	8,717	10,019	11,215	10.3%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-29] 독일 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

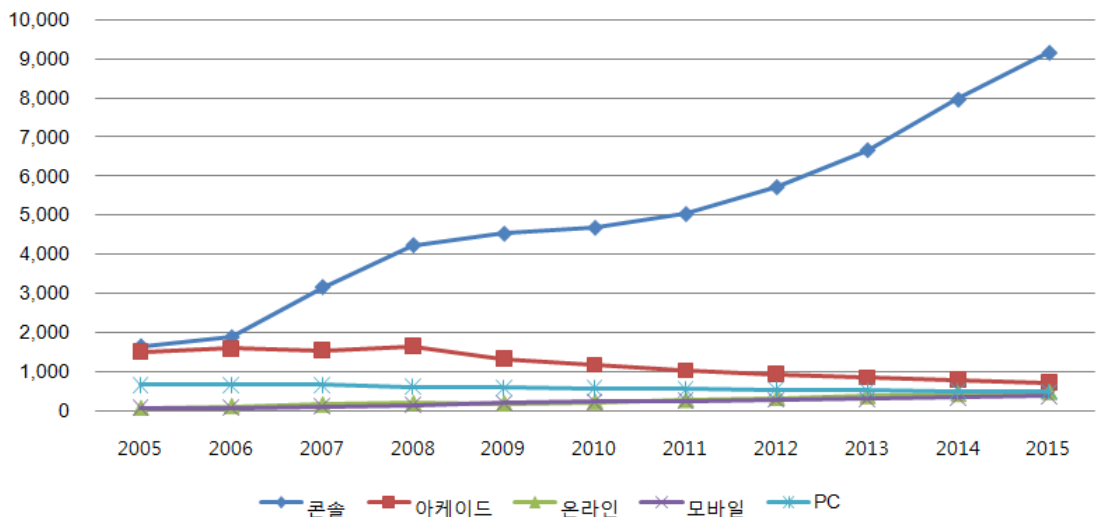


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

독일 게임 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 모든 플랫폼에서 성장세가 예상된다. 특히 온라인게임 시장은 연평균 16.3%의 높은 성장률을 기록하며 빠르게 성장할 전망이다.

[그림 III-30] 독일 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

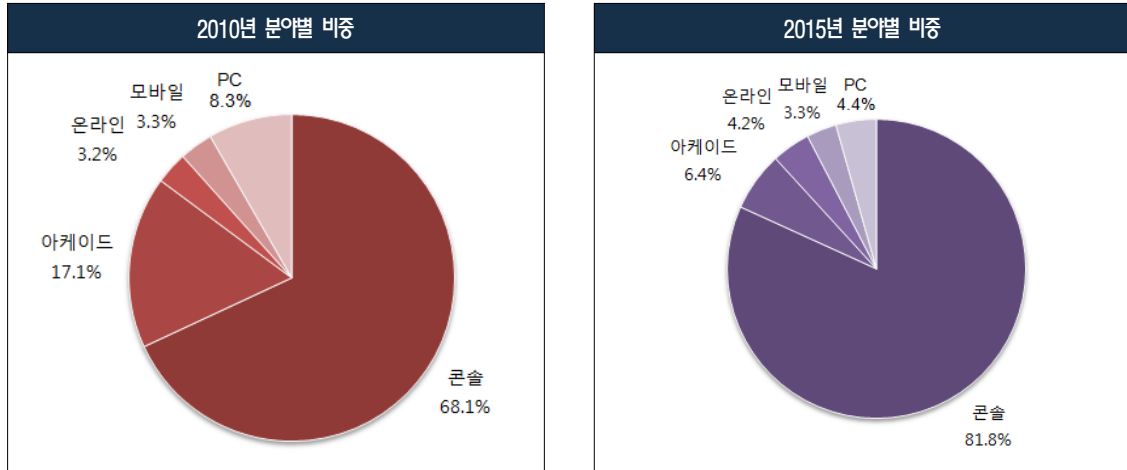
(단위: 백만 달러)



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

2010년 독일 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 68.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 17.1%, PC게임 8.3%, 모바일게임 3.3%, 온라인게임 3.2%의 순으로 나타난다. 보통 PC게임이 가장 작은 플랫폼인 다른 시장에 비해 독일 시장의 경우에는 시장이 감소세를 기록하고 있지만, PC게임 시장의 비중은 2015년까지 세 번째로 큰 시장의 지위를 유지할 전망이다

[그림 III-31] 2010년과 2015년 독일 게임 시장 분야별 비중



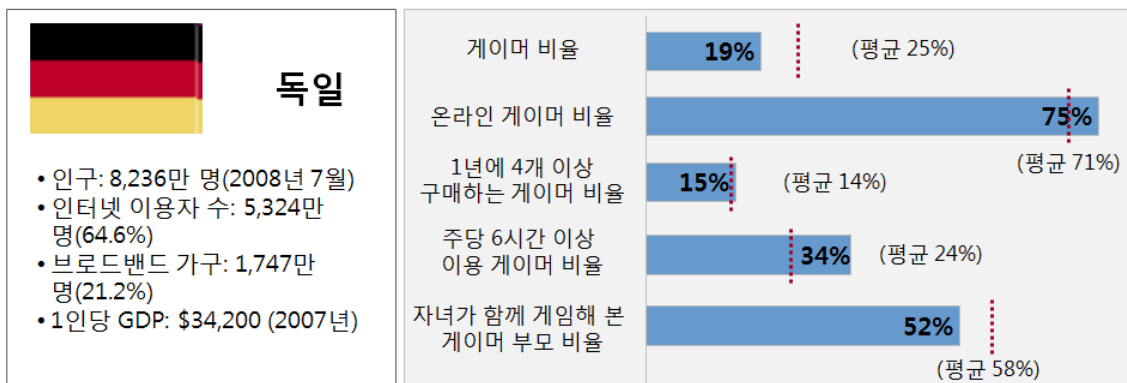
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 독일 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 게임 이용자 Profile

유럽 게임 협회의 조사에 따르면, 독일에서 게임을 이용하는 비중은 전체 인구의 19%로 유럽 평균인 25%보다 낮게 나타났으며, 자녀와 함께 게임해 본 게이머 부모의 비율도 평균인 58%보다 6% 낮은 52%로 나타났다. 그러나 게이머 중 온라인게임 이용자 비중은 75%로 유럽 평균인 71%보다 높게 나타났으며 주당 6시간 이상 플레이하는 게이머 비율도 평균보다 10% 높은 34%로 나타나 온라인게임과 게임 이용 시간이 긴 집중형 게이머 비중이 높은 것으로 분석된다.

[그림 III-32] 독일의 시장 환경 및 게임 이용자 현황

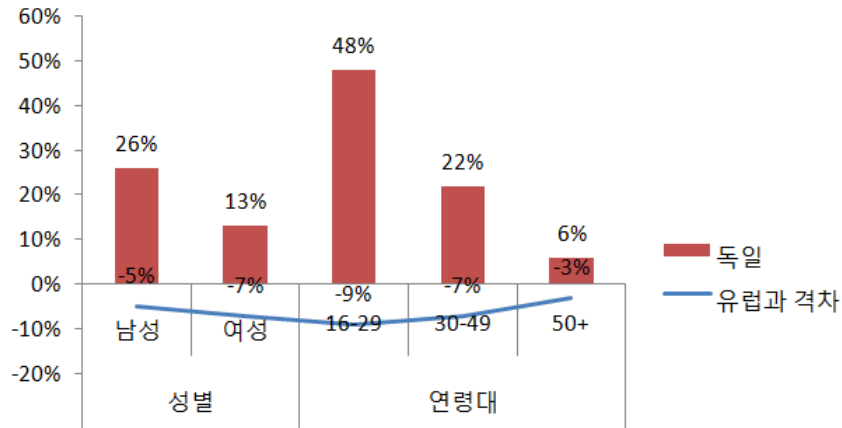


자료원: ISFE(2010); CIA Factbook(2010); 삼정KPMG 재구성



성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면 독일의 경우 전반적으로 유럽 평균보다 낮은 이용 비중을 보이고 있다. 특히 여성과 50대 이하의 게임 이용 비중이 유럽 평균에 비해 7% 이상 낮은 것으로 나타났다

[그림 III-33] 독일의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

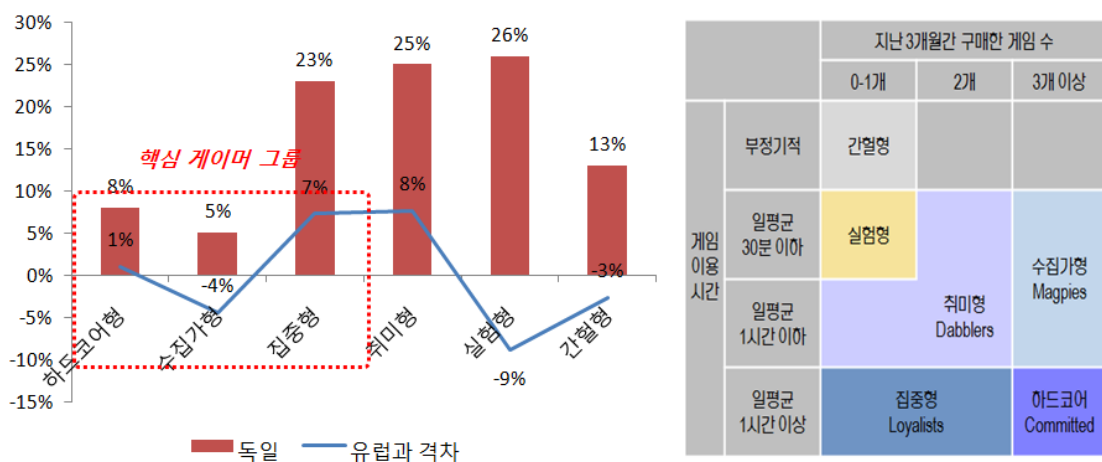


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG 재구성

## 2) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 독일의 경우 소수 게임에 많은 시간을 투입해 즐기는 집중형과 여러 개 게임을 짧게 즐기는 취미형의 비중이 높은 것으로 나타났다. 이는 독일 내의 게임을 즐기는 사람들의 규모는 상대적으로 작지만 투입 시간/비용이 다른 국가에 비해서 높다는 점을 시사하는 대목이다.

[그림 III-34] 독일의 게이머 유형별 비중

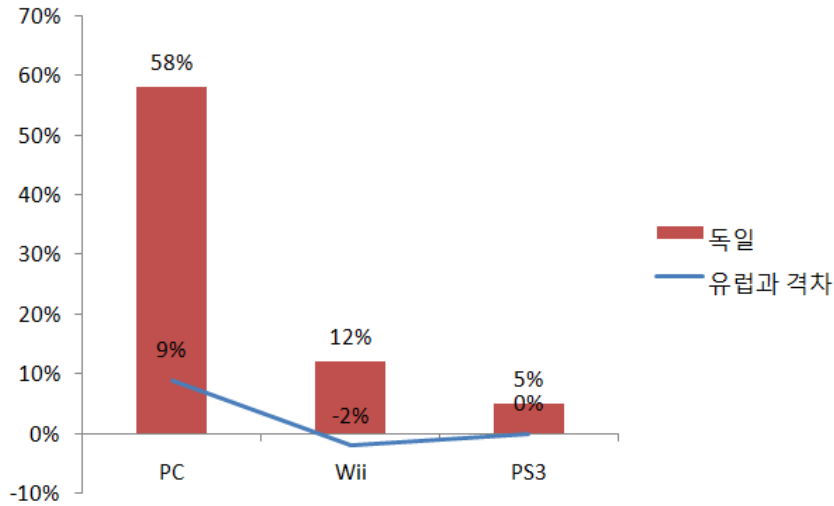


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

## 3) 주요 게임 이용 플랫폼

독일 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 58%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 PS3가 뒤를 따랐다. 특히 PC 이용률이 유럽 평균에 비해 9%나 높게 나타나 PC 게임 강국의 면모를 보여준다.

[그림 III-35] 독일 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼

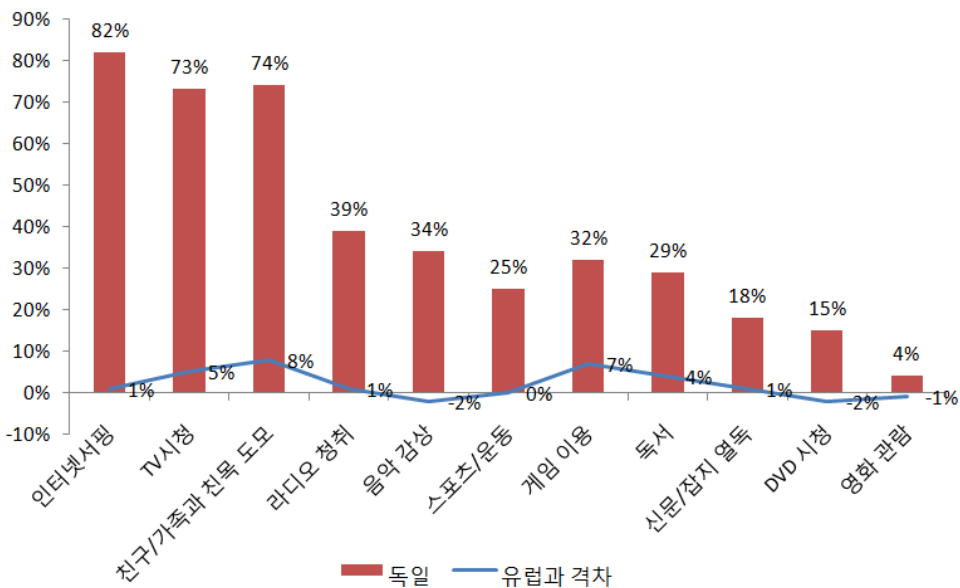


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 4) 게임 이용자들의 여가 활동

독일 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 82%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청(73%)과 친구/가족과의 친목 도모(74%)가 뒤를 이었다. 특히 친구/가족과의 친목도모 비중이 여타 국가에 비해서 높은데, 이는 독일의 가족 중심의 사회 분위기를 반영하는 것이라고 해석할 수 있다.

[그림 III-36] 독일의 여가 활동별 게임 이용자 비중(한 주에 평균 6시간 이상 소요하는 활동)

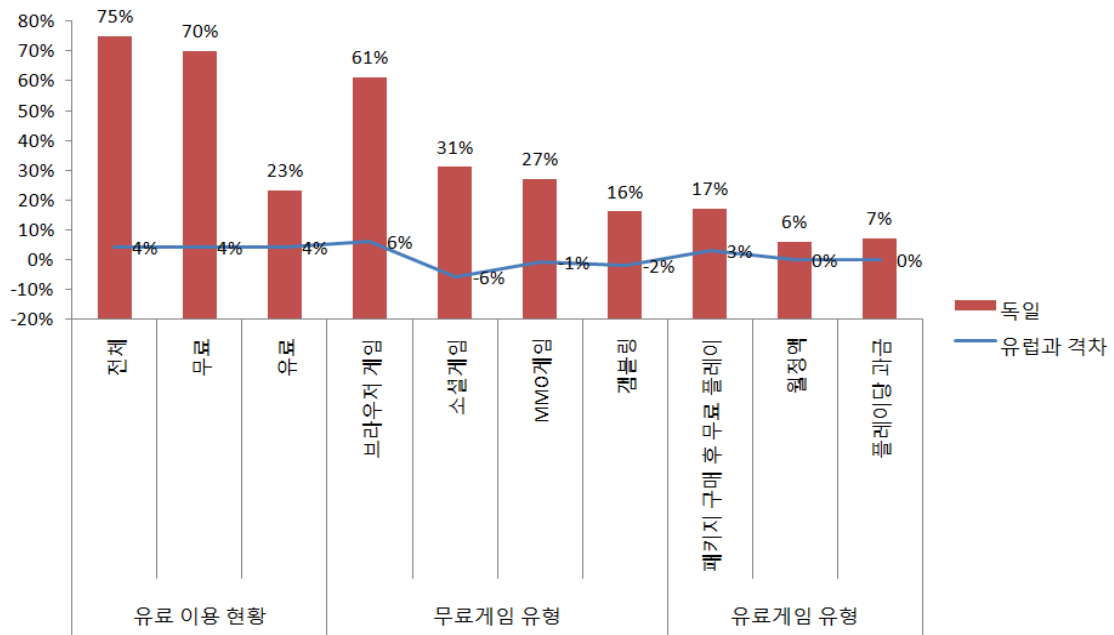


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 5) 온라인게임 이용 현황

독일 게이머의 온라인게임 이용률은 75%로 유럽 평균에 비해 4% 높게 나타났다. 특징적인 것은 소셜 게임의 이용률은 낮은 반면, 브라우저 게임 비중이 높게 나타났다는 점이다. 이는 Gameforege, Bigpoint 와 같은 유럽의 주요 웹게임 업체가 위치하고 있는 곳이 독일이라는 점과 연관있는 것으로 보인다.

[그림 III-37] 독일 온라인게임 이용 현황

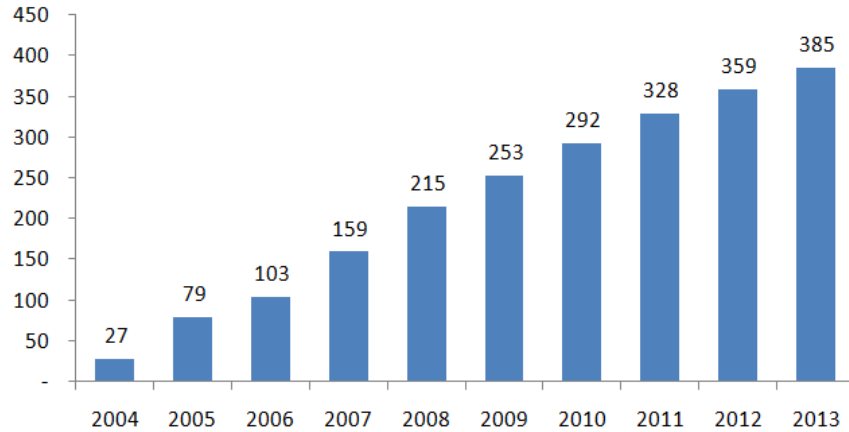


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

시장조사업체 Screen Digest에 따르면, 2010년 독일의 MMO 게임 시장규모는 2억 9,200만 달러로 추정되며, 전체 유럽에서 차지하는 비중은 약 35%로 추정된다.

[그림 III-38] 독일 MMO 게임 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



자료원: Screen Digest(2009)

#### 4. 프랑스 게임 시장

##### 가. 프랑스 게임 시장 규모 및 전망

2009년 88억 600만 달러 규모였던 프랑스 게임 시장은 2010년에 86억 3,000만 달러를 기록하며 전년 대비 -2.0%의 성장을 보였다. 그리고 프랑스 게임 시장은 향후 5년간 연평균 8.4%의 성장세를 기록하며 2015년에는 129억 4,500만 달러에 이를 것으로 전망된다. 콘솔게임 시장의 성장세 둔화와 세계적인 경기 침체가 겹치면서 주춤했던 프랑스 게임 시장은 2010년을 계기로 반등할 전망이다.

<표 III-18> 프랑스 게임 시장규모 추이(2005~2015)

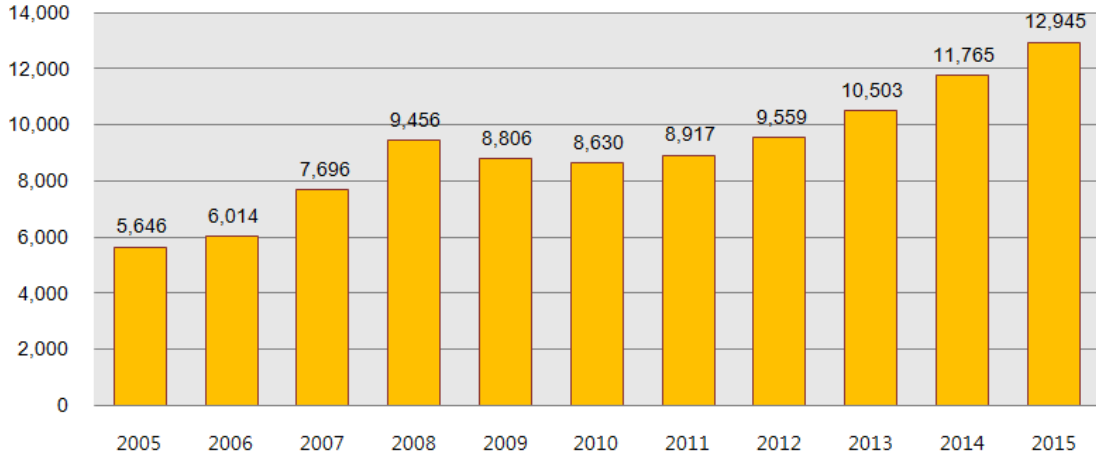
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	2,905	3,031	4,731	6,212	6,084	5,999	6,355	7,047	7,997	9,241	10,380	11.6%
아케이드	2,158	2,217	2,107	2,284	1,715	1,496	1,320	1,174	1,053	953	870	-10.3%
온라인	88	194	282	362	385	482	569	656	751	850	953	14.6%
모바일	56	116	124	168	210	245	269	283	308	332	357	7.8%
PC	439	456	452	431	412	408	403	399	394	389	385	-1.1%
합계	5,646	6,014	7,696	9,456	8,806	8,630	8,917	9,559	10,503	11,765	12,945	8.4%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-39] 프랑스 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

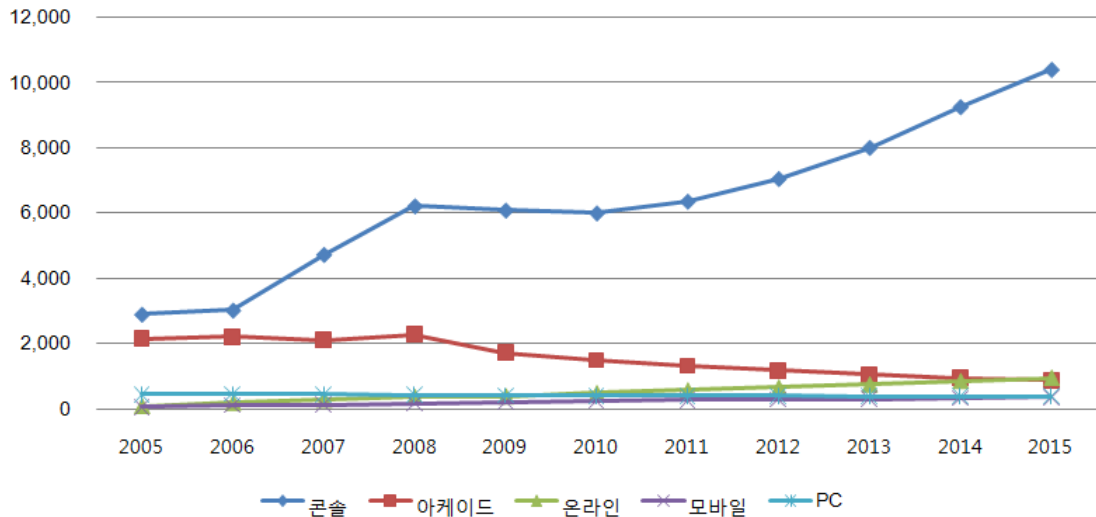


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

프랑스 게임 시장의 규모 추이를 분야별로 살펴보면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 모든 플랫폼에서 성장세가 예상된다. 연평균 14.6%로 빠르게 성장하는 온라인게임 시장은 2015년을 기점으로 -10.3%의 급감세를 기록하는 아케이드게임 시장을 앞지를 전망이다

[그림 III-40] 프랑스 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

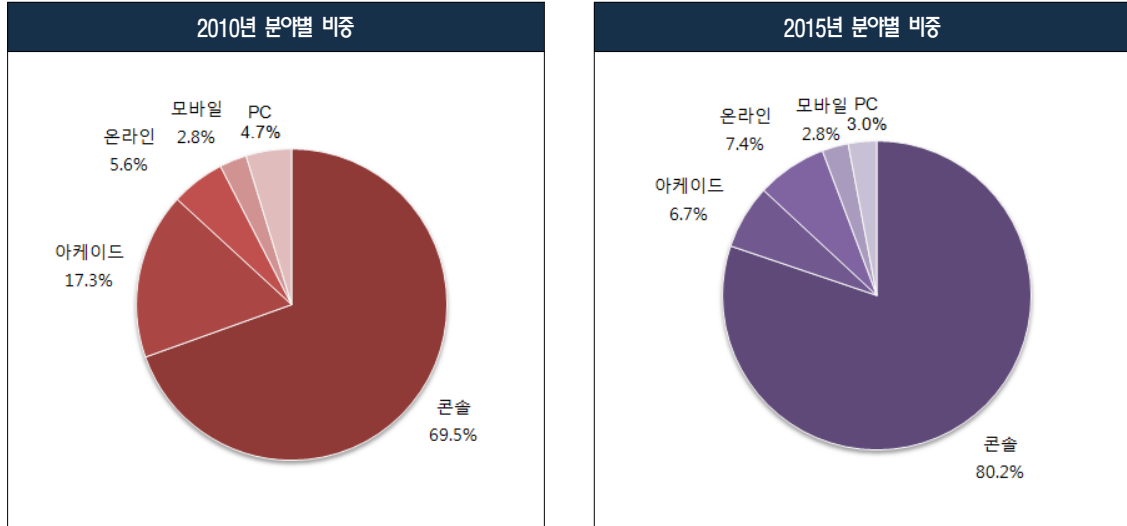


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

2010년 프랑스 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 69.5% 로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 17.3%, 온라인게임 5.6%, PC 게임 4.7%, 모바일게임 2.8% 의 순으로

나타난다. 2015년에는 콘솔게임 시장이 80.2%, 온라인게임 시장이 7.4%로 성장하는 반면 아케이드게임 시장은 6.7%, PC게임 시장은 3.0%로 감소할 것으로 예상된다

[그림 III-41] 2010년과 2015년 프랑스 게임 시장 분야별 비중



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 프랑스 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 인기 게임

2010년 8월 셋째 주 판매량을 기준으로 프랑스의 인기 게임을 살펴보면 RPG 게임인 ‘Dragon Quest IX’가 1위에 올랐고, ‘Super Mario Galaxy 2’와 ‘Red Dead Redemption’이 각각 2위와 3위에 올랐다.

<표 III-19> 프랑스 콘솔게임 순위(2010년 8월 셋째 주)

순위	게임명	플랫폼	퍼블리셔	장르
1	Dragon Quest IX : Les sentinelles du firmament	DS	Square Enix	RPG
2	Super Mario Galaxy 2	Wii	Nintendo	액션
3	Red Dead Redemption	PS3	Take2	어드벤처
4	Wii Fit Plus Wii Fit Balance Board	Wii	Nintendo	건강
5	Call of Duty : Modern Warfare 2	PS3	Activision Blizzard	FPS

자료원: NPD(2010); 삼정KPMG(2010)

프랑스의 인기 PC게임을 살펴보면, 전세계적인 인기 게임 타이틀이 모두 순위권에 안에 들어있다 ‘Starcraft’ 시리즈와 ‘The Sims’가 각각 2개씩 올라왔다.

<표 III-20> 프랑스 PC게임 순위(2010년 8월 셋째 주)

순위	게임명	퍼블리셔	장르
1	Starcraft 2 : Wings of Liberty	Activision Blizzard	전략
2	Les Sims 3	Electronic Arts	시뮬레이션
3	Starcraft 2 : Wings of Liberty - Edition Collector	Activision Blizzard	전략
4	Les Sims 3 : Ambitions	Electronic Arts	시뮬레이션
5	Call of Duty : Modern Warfare 2	Activision Blizzard	FPS

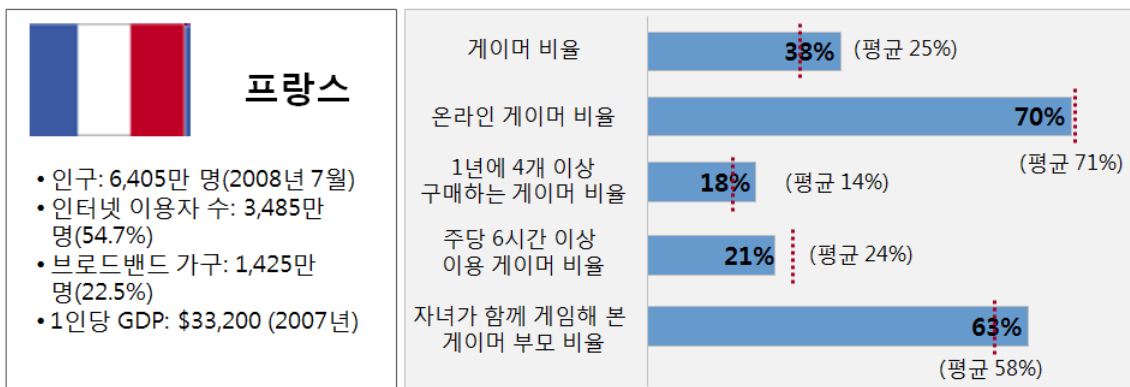
자료원: NPD(2010); 삼성KPMG(2010)

## 2) 게임 이용자 Profile

유럽 게임 협회의 조사 결과에 따르면, 프랑스에서 게임을 이용하는 비중은 전체 인구의 38%로 유럽 평균인 25%보다 13%나 높게 나타났으며, 자녀와 함께 게임을 해 본 게이머 부모의 비율도 평균인 58%보다 높은 63%로 나타났다.

반면, 주당 6시간 이상 게임하는 이용자 비율이 평균보다 낮으나 1년에 4개 이상 구매하는 게이머 비율은 높게 나타나, 다양한 게임은 상대적으로 적은 시간을 투입해 즐기는 수집가형이 많은 것으로 추정된다

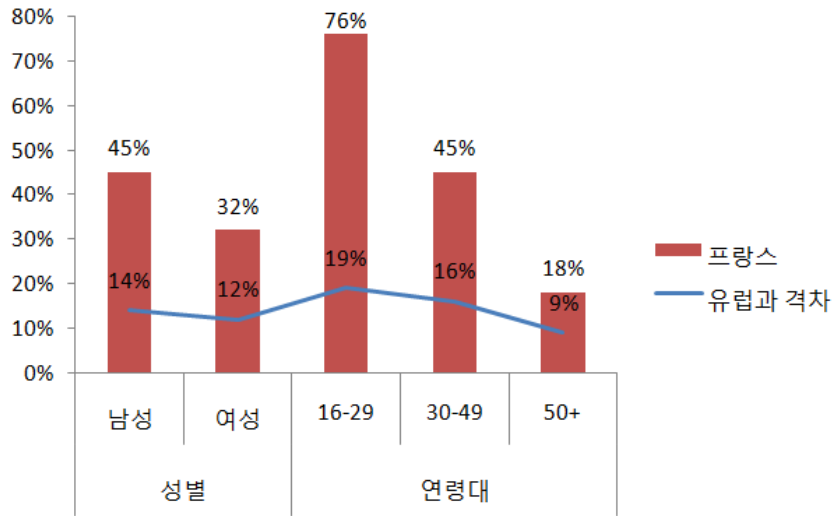
[그림 III-42] 프랑스의 시장 환경 및 게임 이용자 현황



자료원: ISFE(2010); CIA Factbook(2010); 삼성KPMG 재구성

성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면, 프랑스의 경우 전반적으로 유럽 평균보다 높은 이용 비중을 보이고 있다. 유럽 평균과의 차이는 여성보다는 남성, 다른 연령대에 비하면 16~29 세에서 더 크게 나타났다.

[그림 III-43] 프랑스의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

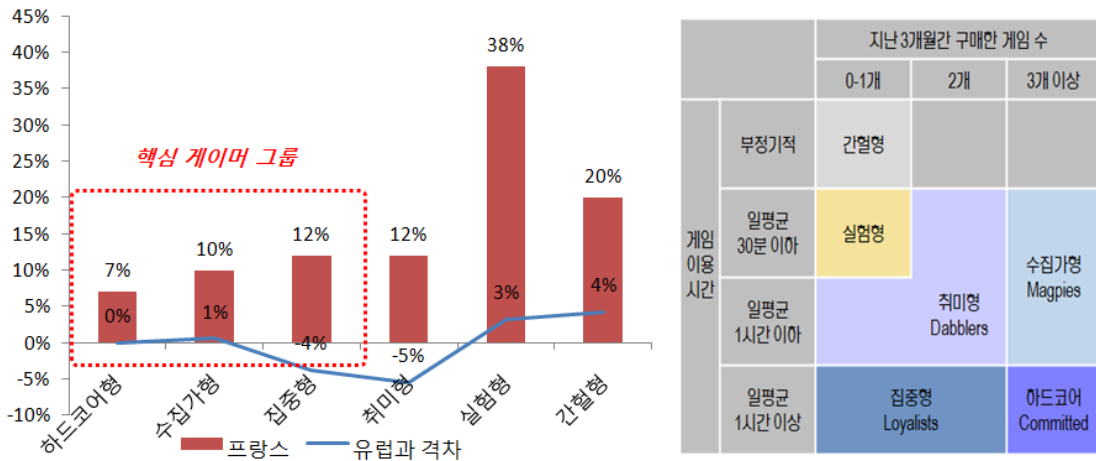


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG 재구성

### 3) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 프랑스의 경우 소수 게임을 짧게 즐기는 실험형이 많은 것으로 나타났다. 그리고 취미형과 집중형은 유럽 평균에 비해 각각 5%, 4% 낮게 나타났다.

[그림 III-44] 프랑스의 게이머 유형별 비중



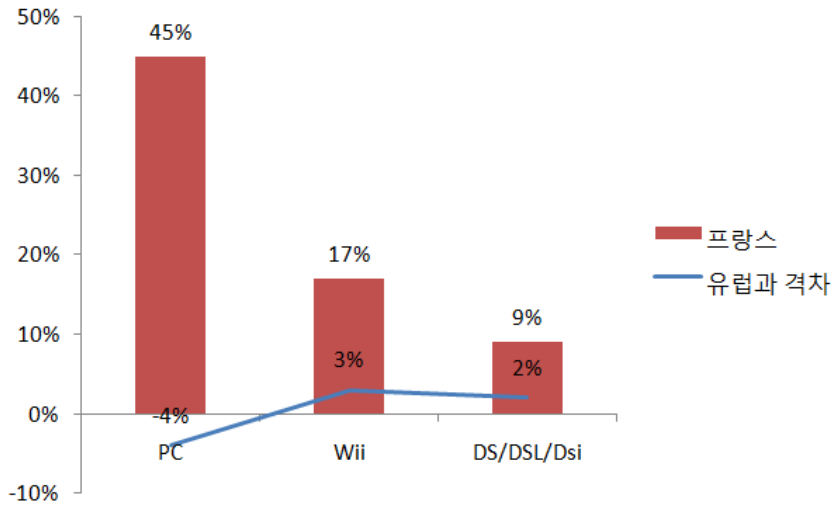
자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 4) 주요 게임 이용 플랫폼

프랑스 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 45%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 DS시리즈가 뒤를 따랐다. 그러나 유럽 평균과 비교하면 PC 이용률은 4% 낮은 수준인 반면, Wii와 DS시리즈의 이용률은 각각 3%, 2% 높았다.



[그림 III-45] 프랑스 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼

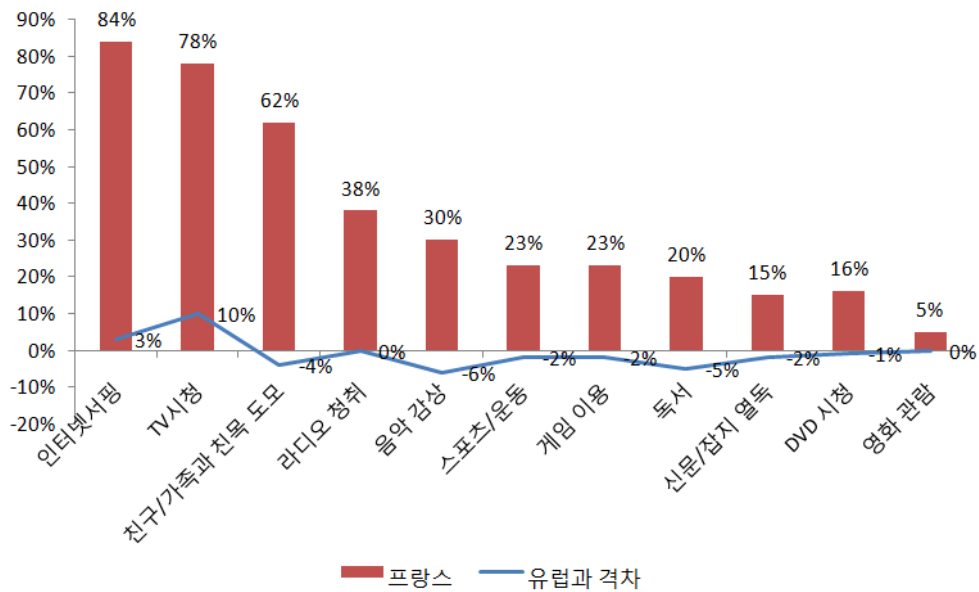


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 5) 게임 이용자들의 여가 활동

프랑스 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 84%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청(78%)과 친구/가족과의 친목 도모(62%)가 뒤를 이었다. 그러나 유럽 평균과 비교해 볼 때 TV 시청과 인터넷 서핑이 각각 10%, 3% 높게 나타난 반면, 음악감상과 독서는 각각 6%, 5% 낮게 나타났다

[그림 III-46] 프랑스의 여가 활동별 게임 이용자 비중 (한 주에 평균 6 시간 이상 소요하는 활동)

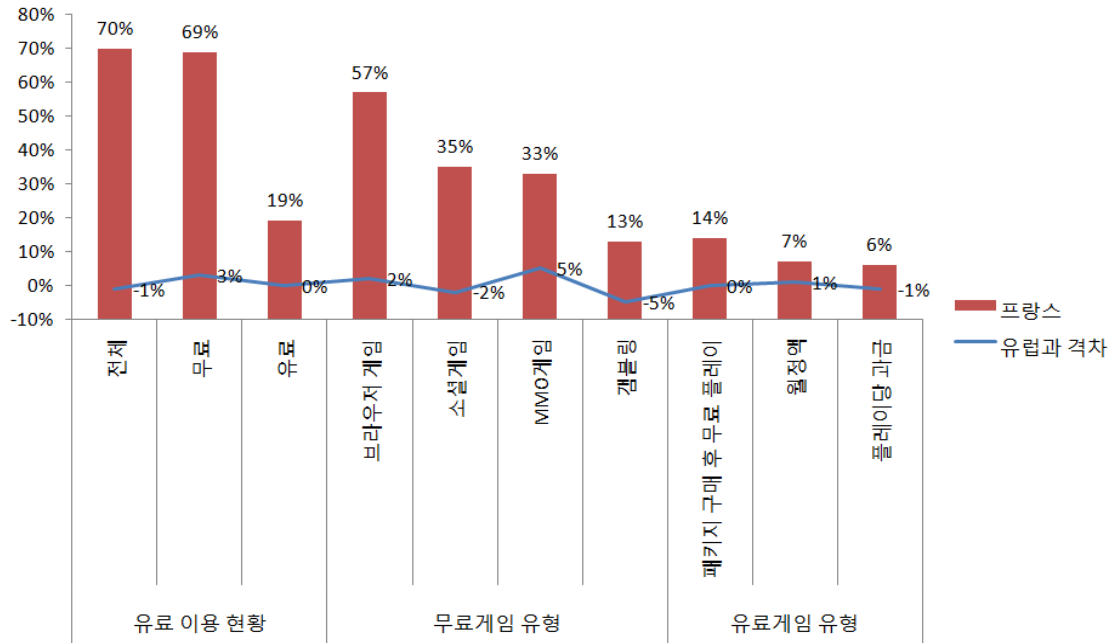


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

## 6) 온라인게임 이용 현황

프랑스 게이머의 온라인게임 이용률은 70%로 유럽 평균과 유사한 수준을 보이고 있다. 특히 유럽 내에서 주로 공급되는 브라우저 게임과 MMO 게임 이용률이 각각 2%, 5% 높은 것으로 나타났으며 무료 게임에 대한 이용률도 3% 높은 것으로 나타났다.

[그림 III-47] 프랑스 온라인게임 이용 현황

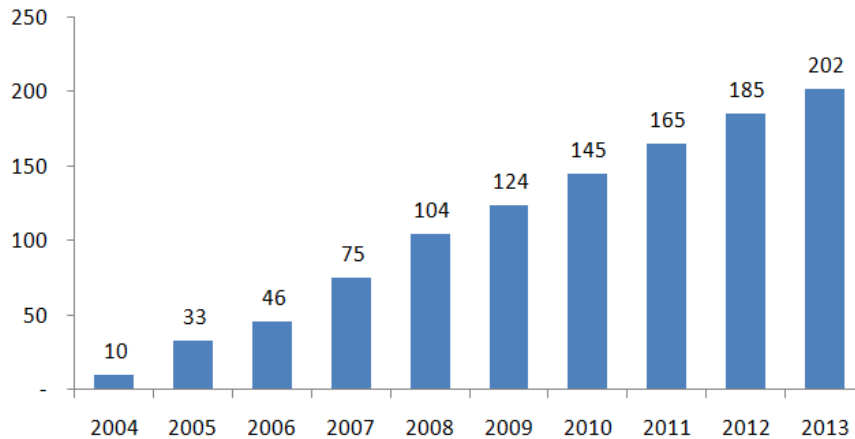


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

시장조사업체 Screen Digest에 따르면, 2010년 프랑스의 MMO 게임 시장규모는 1억 4,500만 달러로 추정되며, 전체 유럽에서 차지하는 비중은 17% 정도 될 것으로 추정된다

[그림 III-48] 프랑스 MMO 게임 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



자료원: Screen Digest(2009)

## 5. 스페인 게임 시장

### 가. 스페인 게임 시장 규모 및 전망

2009년 35억 9,000만 달러 규모였던 스페인 게임 시장은 2010년에 34억 4,200만 달러를 기록하며 전년 대비 4.1% 감소했다. 그리고 스페인 게임 시장은 향후 5년간 연평균 5.6%의 성장세를 기록하며 2015년에는 45억 2,200만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<표 III-21> 스페인 게임 시장규모 추이(2005~2015)

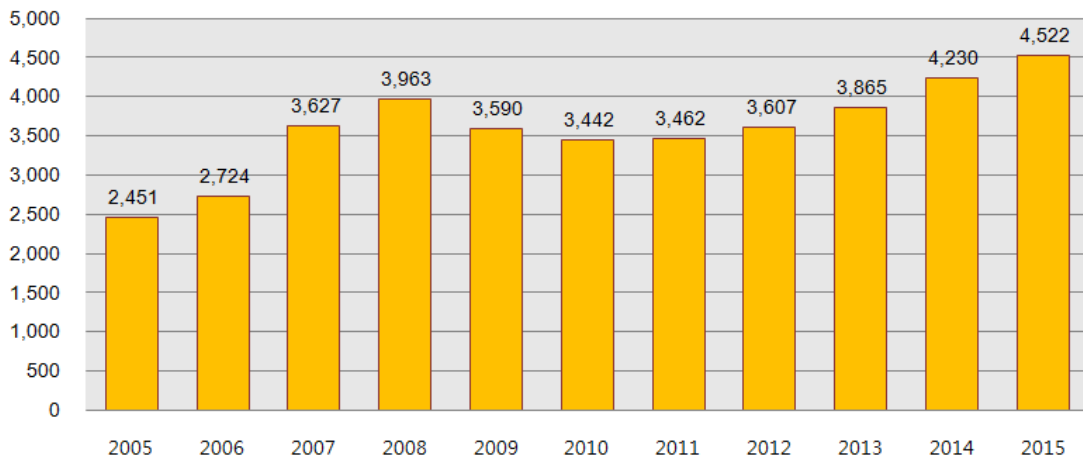
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	1,272	1,389	2,210	2,509	2,330	2,220	2,264	2,430	2,668	3,000	3,248	7.9%
아케이드	937	1,004	993	957	699	572	479	405	344	296	256	-14.9%
온라인	45	99	137	169	178	223	261	302	345	396	448	15.0%
모바일	73	106	172	231	291	339	373	389	429	463	498	8.0%
PC	125	125	115	97	92	89	85	81	79	75	72	-4.0%
합계	2,451	2,724	3,627	3,963	3,590	3,442	3,462	3,607	3,865	4,230	4,522	5.6%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-49] 스페인 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)



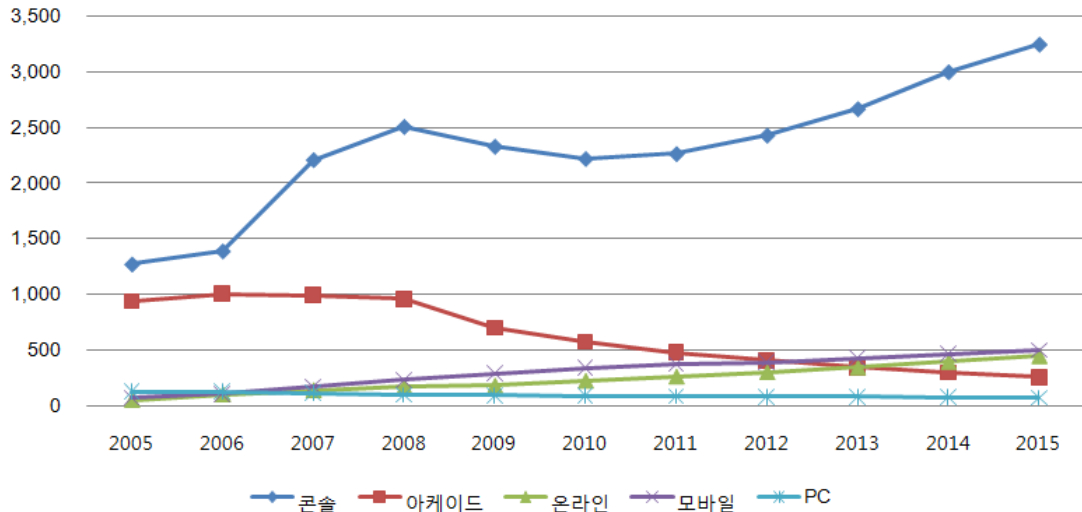
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

스페인 게임 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 모든 플랫폼에서 성장세가 예상된다. 특히 온라인게임과 모바일게임의 성장세가 두드러져 2013년을 기점으로 두 플

랫폼이 모두 아케이드게임 시장보다 큰 플랫폼으로 부상할 전망이다.

[그림 III-50] 스페인 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

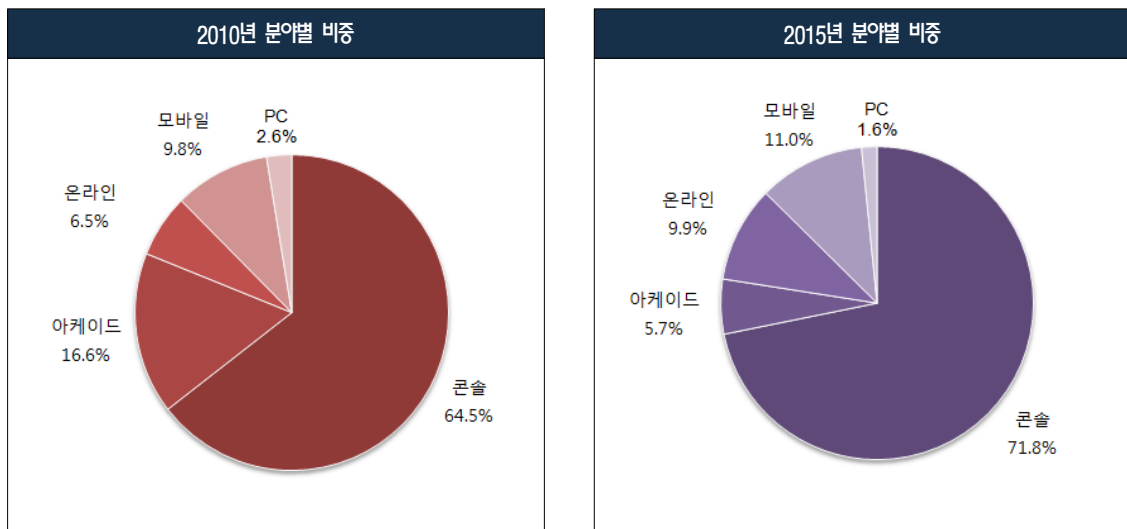
(단위: 백만 달러)



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임박스(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

2010년 스페인 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 64.5% 로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 16.6%, 모바일게임 9.8%, 온라인게임 6.5%, PC 게임 2.6% 의 순으로 나타난다. 2015년에는 콘솔게임 시장이 71.8%, 온라인게임 시장이 9.9%, 모바일게임 시장이 11.0% 로 성장하는 반면 아케이드게임 시장은 5.7%, PC게임 시장은 1.6%로 감소할 것으로 예상된다. 특히 스페인 시장은 다른 시장과 달리 모바일게임 시장의 비중이 온라인게임 시장보다 크며, 성장세 또한 8.0%로 높은 편이어서 2015년에는 콘솔게임 다음으로 큰 시장으로 떠오를 것으로 예상된다

[그림 III-51] 2010년과 2015년 스페인 게임 시장 분야별 비중



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006);

iResearch(2010); Jamma(2007-2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008-2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007-2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 스페인 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 인기 게임

2010년 11월 판매량을 기준으로 스페인의 인기 콘솔게임을 살펴보면 'Call of Duty'가 1위와 3위에 올라 있어 가장 눈에 띄며, 축구의 인기가 높은 국가인 만큼 10위권 내에 3개의 축구 게임이 이름을 올려놓고 있다.

<표 III-22> 스페인 콘솔게임 순위(2010년 11월)

순위	게임명	플랫폼	퍼블리셔	장르
1	Call of Duty: Black Ops	PS3	ACTIVISION BLIZZARD	FPS
2	Gran Turismo 5	PS3	SONY COMPUTER ENT.	레이싱
3	Call of Duty: Black Ops	Xbox360	ACTIVISION BLIZZARD	FPS
4	Assassin's Creed: La Hermandad	PS3	UBISOFT	액션
5	Gran Turismo 5 - Edicion Coleccionista	PS3	SONY COMPUTER ENT.	레이싱
6	Pro Evolution Soccer 2011	PS2	KONAMI	스포츠
7	Kinect Adventures! (Kinect)	Xbox360	Microsoft	어드벤처
8	Pro Evolution Soccer 2011	PS3	KONAMI	스포츠
9	El Profesor Layton y el Futuro Perdido	NDS	NINTENDO	어드벤처
10	FIFA 11	PS3	ELECTRONIC ARTS	스포츠

자료원: aDeSe(2010); 삼정KPMG(2010)

스페인의 인기 PC게임을 살펴보면, 'Call of Duty: Black Ops'가 콘솔게임에 이어 PC게임에서도 1위를 차지했으며, 축구 게임이 4개 오르면서 축구의 인기가 게임에서도 나타났다. 그 외에는 전세계적으로 인기를 끌고 있는 'The Sims'와 'Starcraft', 'WoW'가 인기 순위에 올랐다.

<표 III-23> 스페인 PC게임 순위(2010년 11월)

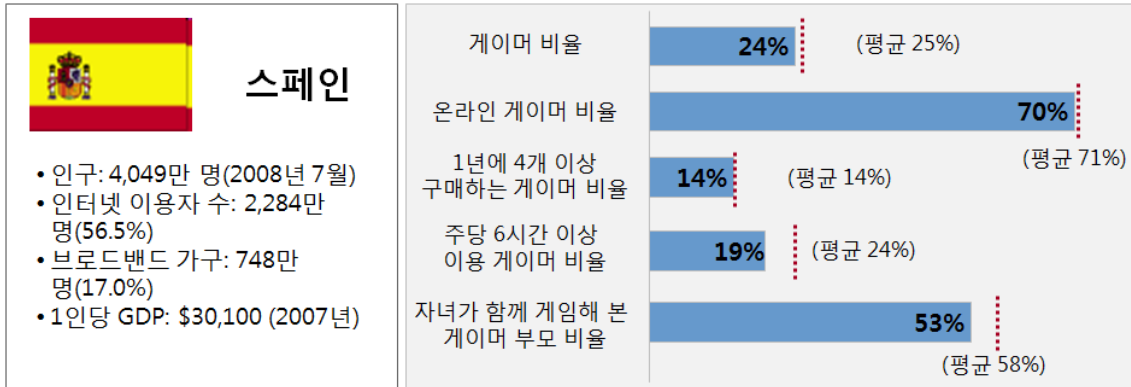
순위	게임명	퍼블리셔	장르
1	Call of Duty: Black Ops	ACTIVISION	FPS
2	Football Manager 2011	SEGA	스포츠
3	The Sims 3: Late Night	EA	시뮬레이션
4	FIFA Manager 11	EA	스포츠
5	The Sims 3: Ambitions	EA	시뮬레이션
6	Formula 1 2010	Sony Computer Ent.	스포츠
7	Starcraft II: Wings of Liberty	Blizzard	전략
8	Pro Evolution Soccer 2011	KONAMI	스포츠
9	Civilization V	2K GAMES	시뮬레이션
10	World of Warcraft: Wrath of the Lich King	BLIZZARD	MMORPG

자료원: NPD(2010); 삼정KPMG(2010)

### 2) 게임 이용자 Profile

유럽 게임 협회 조사에 따르면, 스페인에서 게임을 이용하는 비중은 전체 인구의 24%로 유럽 평균인 25%와 비슷한 수준으로 나타났으며, 온라인 게이머 비율 또한 70%로 평균과 비슷한 수준으로 나타났으나 자녀와 함께 게임을 해 본 적이 있는 게이머 부모 비율과, 주당 6시간 이상 게임하는 이용자 비율은 평균보다 낮게 나타났다.

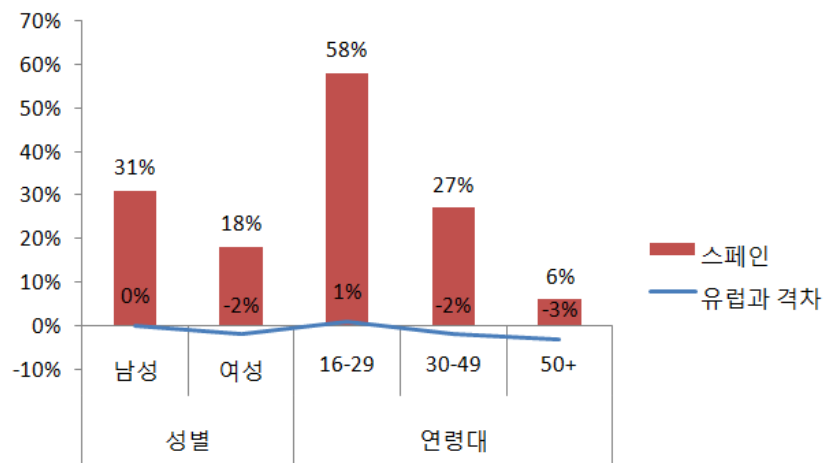
[그림 III-52] 스페인의 시장 환경 및 게임 이용자 현황



자료원: ISFE(2010); CIA Factbook(2010); 삼정KPMG 재구성

성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면 스페인의 경우 유럽 평균과 비슷한 수준으로 나타났다 다만 50대 이상의 경우 유럽 평균보다 3% 낮게 나타나 고연령층의 게임 이용률이 다소 낮은 것으로 보인다

[그림 III-53] 스페인의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

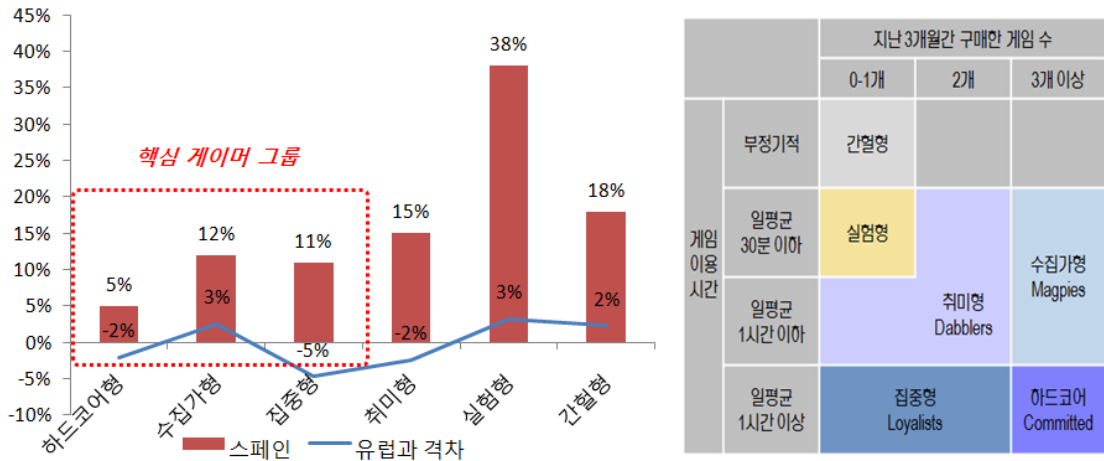


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG 재구성

### 3) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 스페인의 경우 여러 가지 게임을 즐기는 수집가형은 많은 반면, 소수의 게임에 집중해서 즐기는 집중형이 유럽 평균에 비해 낮은 것으로 나타났다.

[그림 III-54] 스페인의 게이머 유형별 비중

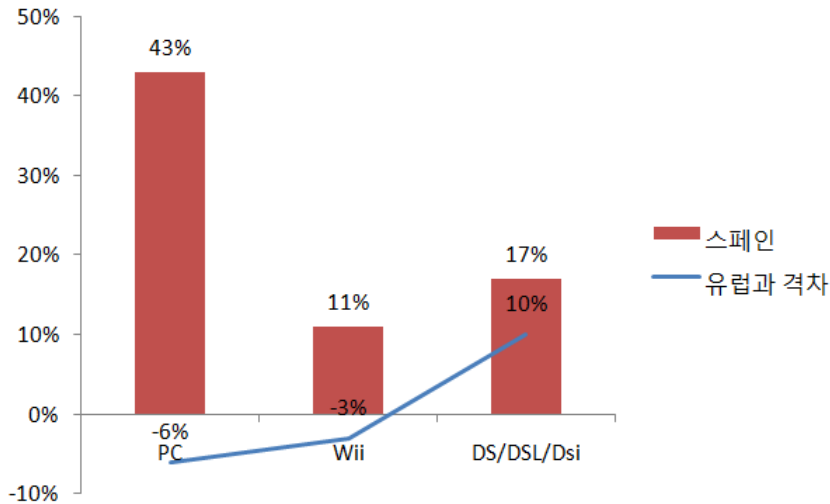


주: 스페인 통계는 스페인/포르투갈을 합쳐서 산출되었음  
 자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 4) 주요 게임 이용 플랫폼

스페인 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 43%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 DS시리즈가 뒤를 따랐다. 그러나 유럽 평균과 비교하면 PC 이용률은 6%나 낮은 수준인 반면, DS시리즈의 이용률은 10% 높게 나타났다.

[그림 III-55] 스페인 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼



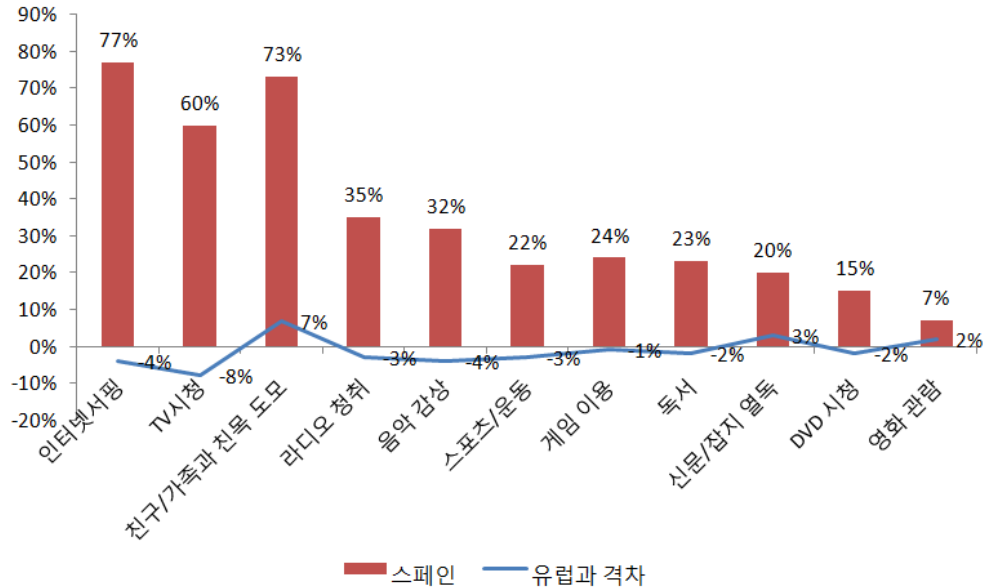
주: 스페인 통계는 스페인/포르투갈을 합쳐서 산출되었음  
 자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

#### 5) 게임 이용자들의 여가 활동

스페인 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 77%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청 (60%)과 친구/가족과의 친목 도모(73%)가 뒤를 이었다. 그러나 유럽 평균과 비교해 볼 때 친목 도모와

신문/잡지는 각각 7%, 3%가 높게 나타난 반면, TV 시청과 음악 감상은 각각 8%, 4% 낮게 나타났다.

[그림 III-56] 스페인의 여가 활동별 게임 이용자 비중(한 주에 평균 6 시간 이상 소요하는 활동)



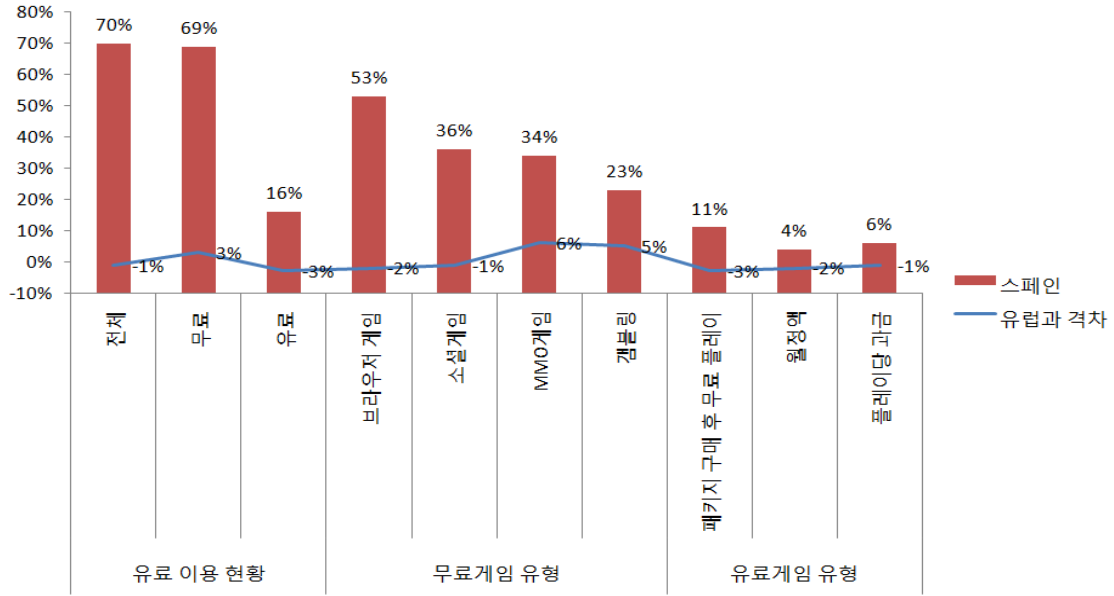
주: 스페인 통계는 스페인/포르투갈을 합쳐서 산출되었음  
 자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 6) 온라인게임 이용 현황

스페인 게이머의 온라인게임 이용률은 70%로 유럽 평균과 비슷한 수준을 보이고 있다. 다만MMO 게임과 온라인 갬블링의 경우에는 각각 6%, 5% 높게 나타났으며, 유료게임과 패키지 방식 게임에 대해서는 유럽 평균에 비해 3% 낮게 나타났다.



[그림 III-57] 스페인 온라인게임 이용 현황

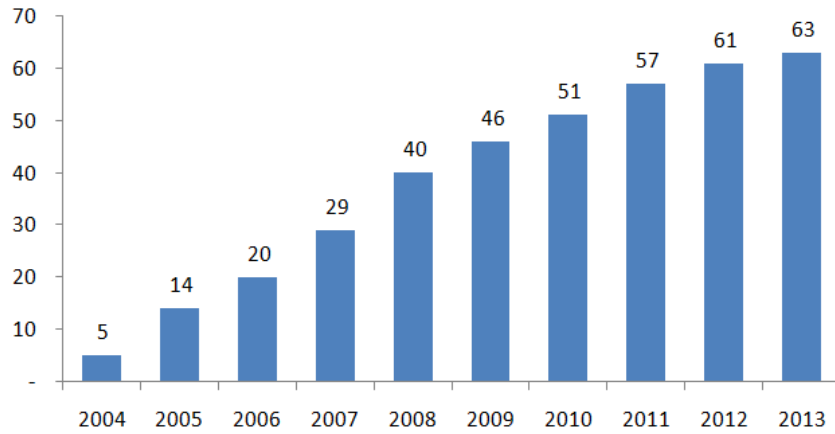


주: 스페인 통계는 스페인/포르투갈을 합쳐서 산출되었음  
 자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

시장조사업체 Screen Digest에 따르면, 2010년 스페인의 MMO 게임 시장규모는 5,100 만 달러로 추정되며, 전체 유럽에서 차지하는 비중은 6% 정도 될 것으로 추정된다

[그림 III-58] 스페인 MMO 게임 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



자료원: Screen Digest(2009)

## 6. 이탈리아 게임 시장

### 가. 이탈리아 게임 시장 규모 및 전망

2009년 32억 7,600만 달러 규모였던 이탈리아 게임 시장은 2010년에 31억 9,200만 달러를 기록하며 전년 대비 -2.6%의 성장을 보였다. 그리고 이탈리아 게임 시장은 향후 5년간 연평균 6.4%의 성장세를 기록하며 2015년에는 43억 5,500만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<표 III-24> 이탈리아 게임 시장규모 추이(2005~2015)

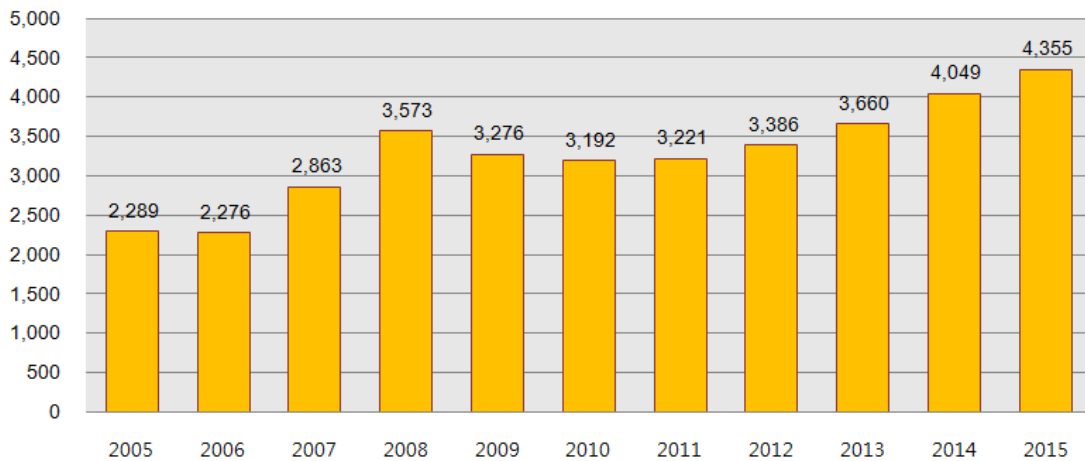
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
콘솔	1,164	1,162	1,735	2,325	2,189	2,125	2,192	2,393	2,678	3,068	3,365	9.6%
아케이드	875	839	784	863	638	550	470	412	368	328	291	-12.0%
온라인	17	36	49	56	56	68	78	88	99	112	124	12.9%
모바일	114	140	206	252	320	376	407	421	446	472	508	6.2%
PC	120	99	89	76	74	73	73	72	70	69	67	-1.6%
합계	2,289	2,276	2,863	3,573	3,276	3,192	3,221	3,386	3,660	4,049	4,355	6.4%

자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

[그림 III-59] 이탈리아 게임 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

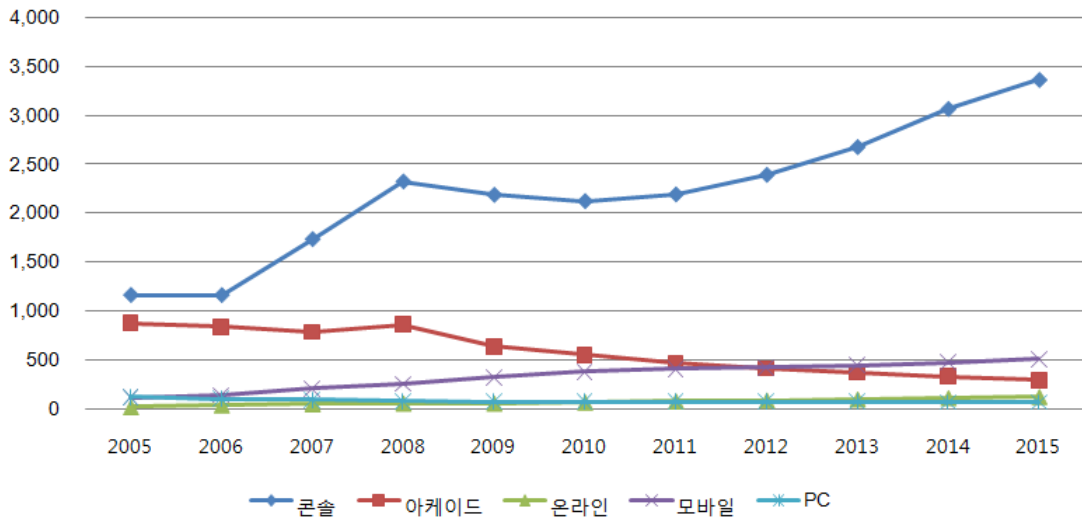


자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

이탈리아 게임 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면, 아케이드게임과 PC게임 시장을 제외한 모든 플랫폼에서 성장세가 예상된다. 특히 스페인과 마찬가지로 모바일게임 시장이 발달한 이탈리아 게임 시장에서 모바일게임은 2012년을 기점으로 아케이드게임 시장을 제치고 두 번째로 큰 플랫폼으로 부상할 전망이다.

[그림 III-60] 이탈리아 게임 시장 플랫폼별 규모 추이(2005~2015)

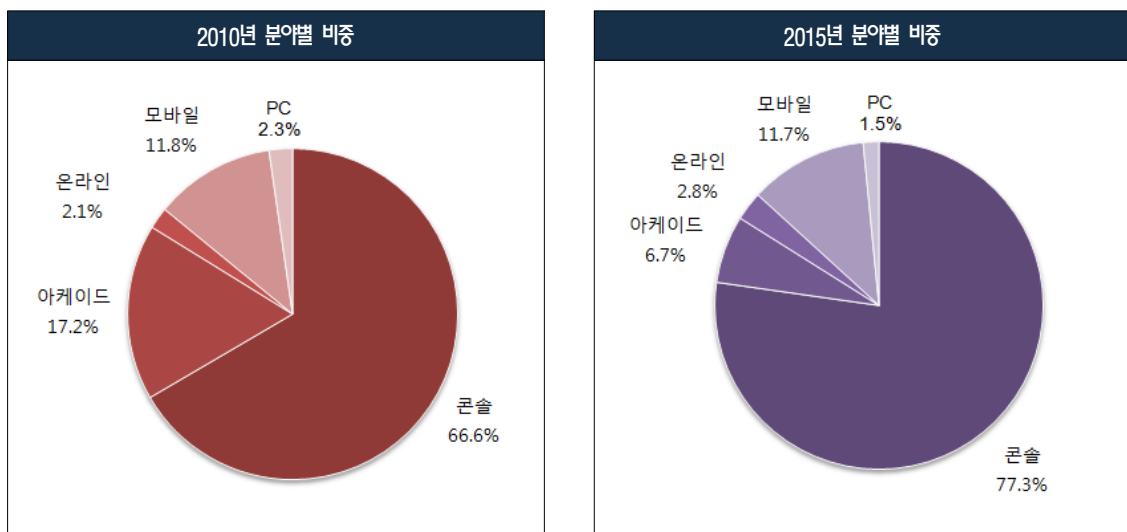
(단위: 백만 달러)



자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

2010년 이탈리아 게임 시장의 분야별 비중을 살펴보면 콘솔게임 시장이 66.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 아케이드게임 17.2%, 모바일게임 11.8%, PC 게임 2.3%, 온라인게임 2.1%의 순으로 나타난다. 모바일게임과 PC게임 시장이 온라인게임 시장보다 큰 특징을 보이고 있으나 2015년에는 온라인게임 시장이 PC게임 시장보다 커질 것으로 예상된다. 특히 모바일게임 비중이 콘솔게임 다음으로 큰 비중을 차지할 것으로 예상된다.

[그림 III-61] 2010년과 2015년 이탈리아 게임 시장 분야별 비중



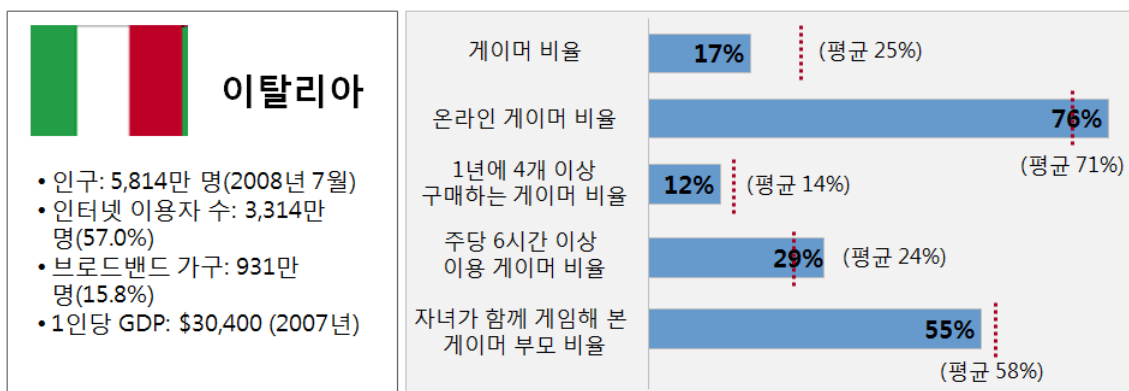
자료원: DFC(2010); Enterbrain(2010); Gartner(2010); IDC(2008~2009); Informa(2007); In-Stat(2006); iResearch(2010); Jamma(2007~2009); JOGA(2009); Kaufman Bros.(2010); NPD(2010); Playmeter(2008~2009); PWC(2010); Wireless Forum(2006); 게임백서(2007~2010); 삼정KPMG(2010)

## 나. 이탈리아 게임 시장의 이슈 및 트렌드

### 1) 게임 이용자 Profile

유럽 게임 협회가 조사한 결과에 따르면, 이탈리아에서 게임을 이용하는 비중은 전체 인구의 17%로 유럽 평균인 25%보다 8%나 낮게 나타났으며, 1년에 4개 이상 구매하는 게이머 비율도 12%로 평균인 14%보다 약간 낮게 나타났다. 그러나 온라인게이머 비중은 평균에 비해 5% 높은 76%로 나타났으며 주당 6시간 이상 게임하는 이용자 비율은 평균보다 5% 높은 29%로 나타났다

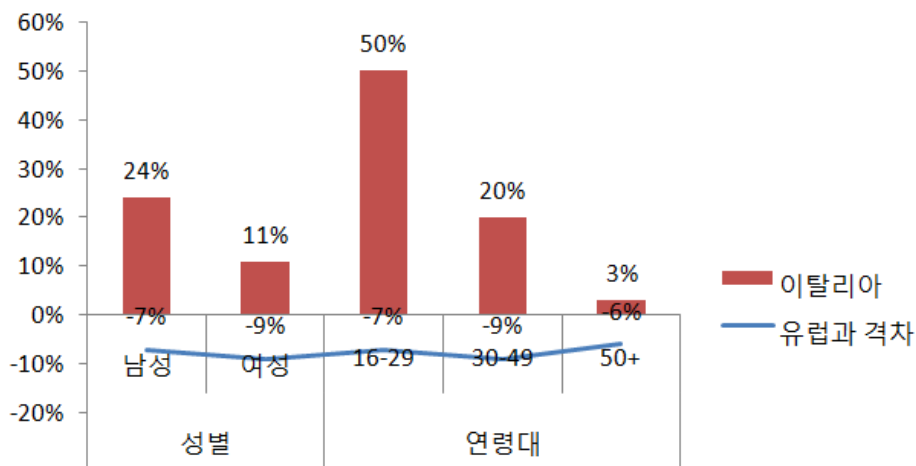
[그림 III-62] 이탈리아의 시장 환경 및 게임 이용자 현황



자료원: ISFE(2010); CIA Factbook(2010); 삼정KPMG 재구성

성별, 연령별 게이머 인구 비중을 살펴보면 이탈리아의 경우 전반적으로 유럽 평균보다 낮은 이용 비중을 보이고 있다. 특히 여성과 30~40대의 게임 이용 비중이 유럽 평균에 비해 9% 낮은 것으로 나타났다. 이는 이탈리아가 다른 시장에 비해 게이머 저변이 작다는 점을 보여주는 부분이다

[그림 III-63] 이탈리아의 성별, 연령별 게이머 인구 비중

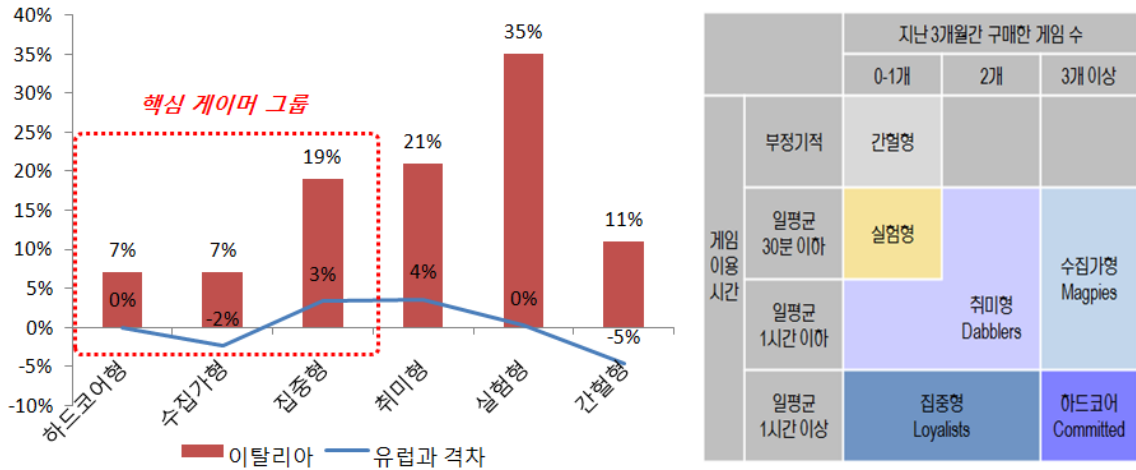


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG 재구성

### 3) 게임 이용자 세부 유형별 현황

구매 빈도와 게임 이용 시간 면에서 게이머 유형을 구분해 볼 때, 이탈리아의 경우 소수의 게임을 집중해서 즐기는 집중형과 취미형이 유럽 평균에 비해 각각 3%, 4% 높은 반면, 여러 가지 게임을 즐기는 수집가형은 유럽 평균에 비해 2% 낮게 나타났다.

[그림 III-64] 이탈리아의 게이머 유형별 비중

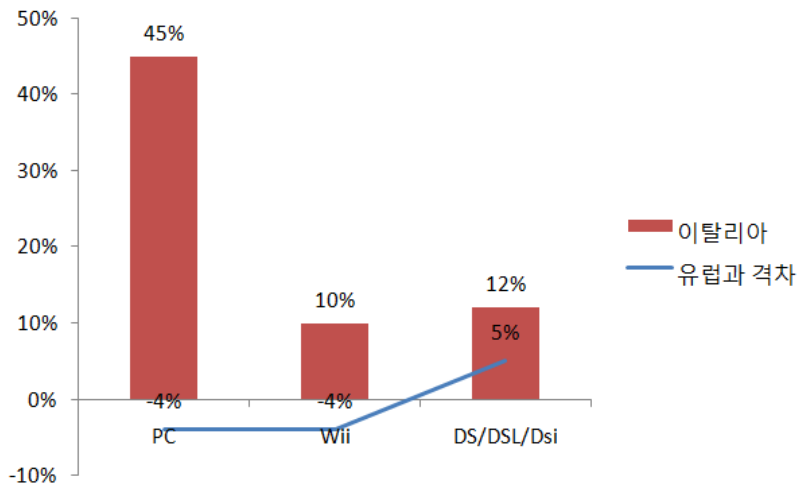


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

### 4) 주요 게임 이용 플랫폼

이탈리아 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼을 보면, PC가 45%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 Wii와 DS 시리즈가 뒤를 따랐다. 유럽 평균과 비교하면 PC와 Wii의 이용률은 모두 4% 낮은 수준인 반면, DS시리즈 이용률은 5% 높게 나타났다.

[그림 III-65] 이탈리아 게이머들이 가장 자주 사용하는 게임용 플랫폼

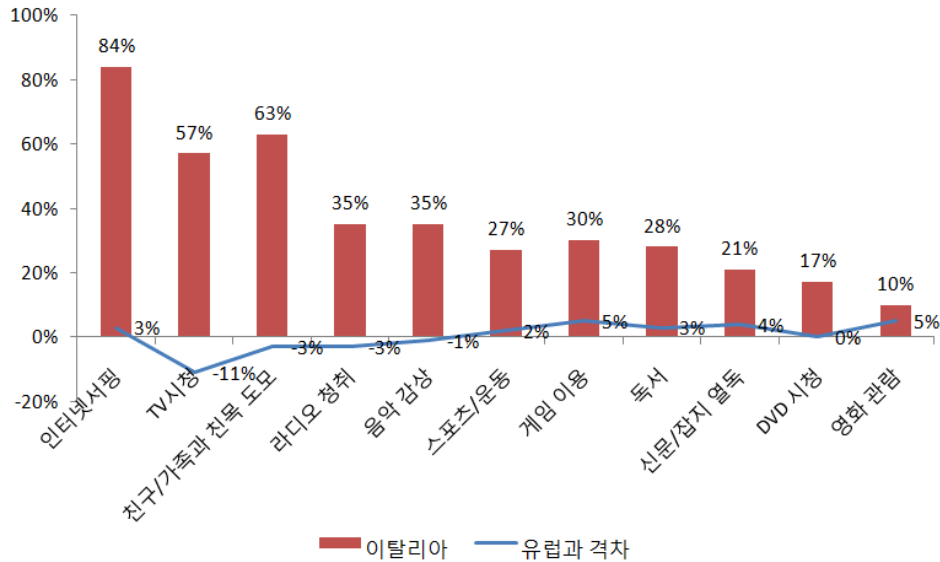


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

## 5) 게임 이용자들의 여가 활동

이탈리아 게이머들이 주로 하는 여가 활동으로는 인터넷 서핑이 84%로 가장 높게 나타났으며, TV 시청(57%)과 친구/가족과의 친목 도모(63%)가 뒤를 이었다. 유럽 평균과 비교해 볼 때 TV 시청은 11% 낮게 나타난 반면, 게임 이용과 신문/잡지는 각각 5%, 4% 높게 나타났다.

[그림 III-66] 이탈리아의 여가 활동별 게임 이용자 비중(한 주에 평균 6시간 이상 소요하는 활동)

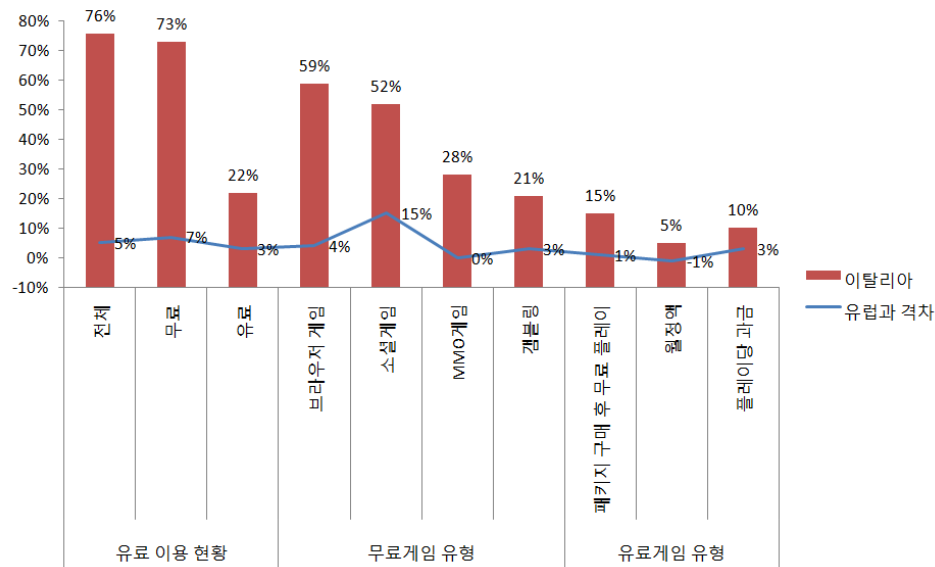


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

## 6) 온라인게임 이용 현황

이탈리아 게이머의 온라인게임 이용률은 76%로 유럽 평균에 비해 5% 높게 나타났다. 특히 소셜 게임의 이용률이 평균에 비해 15%나 높게 나타나, 이탈리아 내의 소셜 게임의 인기를 반영했다.

[그림 III-67] 이탈리아 온라인게임 이용 현황

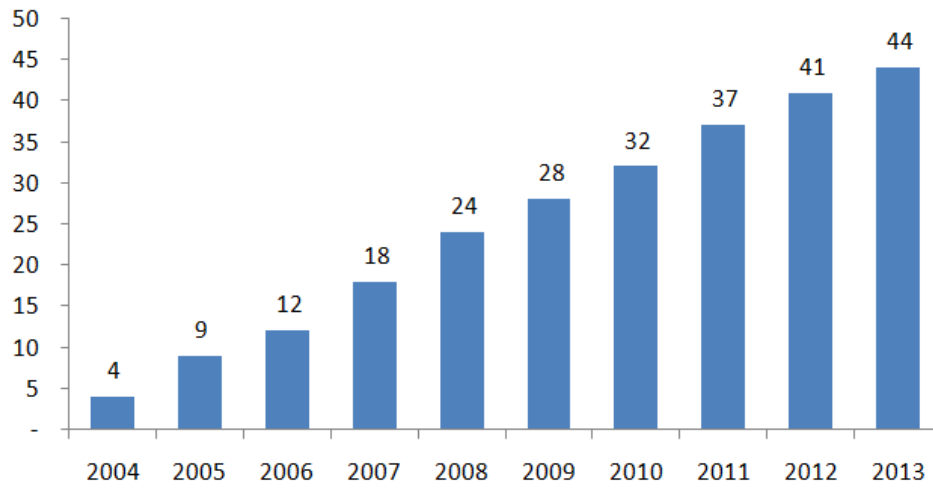


자료원: ISFE(2010); 삼정KPMG(2010)

시장조사업체 Screen Digest에 따르면, 2010년 이탈리아의 MMO 게임 시장규모는 3,200 만 달러로 추정되며, 전체 유럽에서 차지하는 비중은 4% 정도 될 것으로 추정된다

[그림 III-68] 이탈리아 MMO 게임 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



자료원: Screen Digest(2009)