

# Business Focus

## 2023 게임 산업 10대 트렌드

January 2023

—  
삼성KPMG 경제연구원



# Contacts

## 삼성KPMG 경제연구원

이효정

상무

T 02-2112-6744

E hyojunglee@kr.kpmg.com

최창환

선임연구원

T 02-2112-7438

E changhwanchoi@kr.kpmg.com

류승희

선임연구원

T 02-2112-7469

E seungheeryu@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

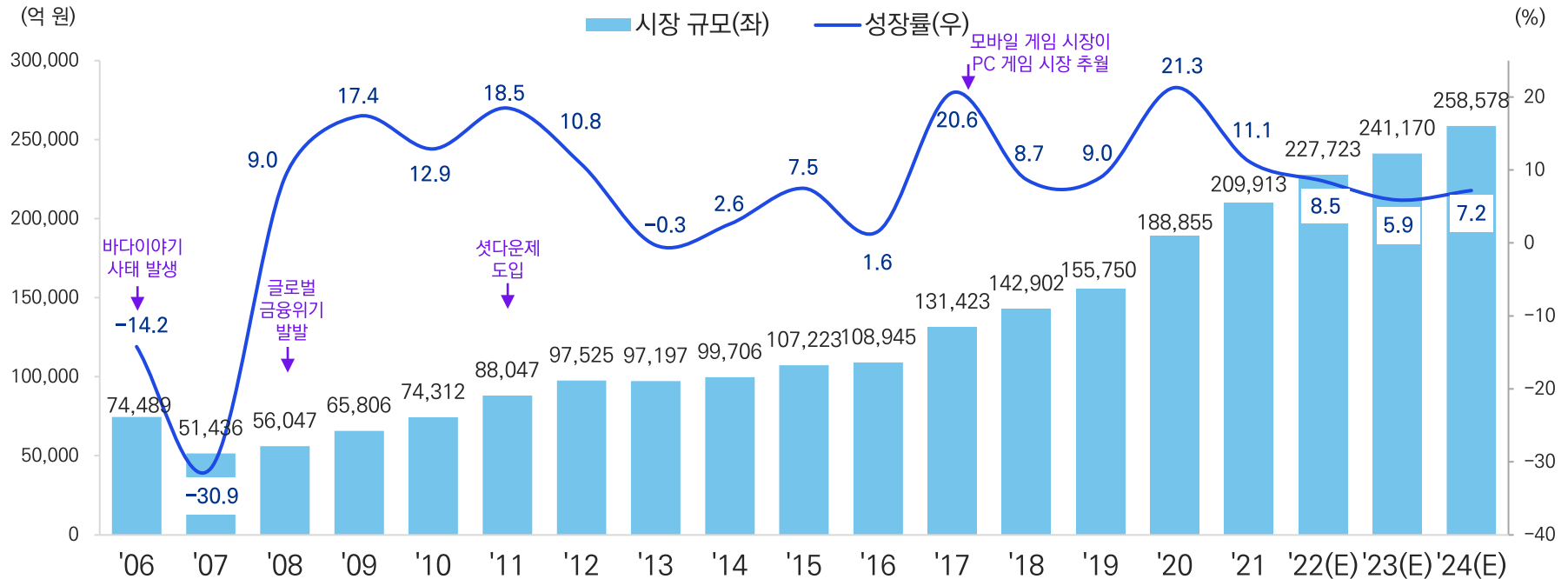
# Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	9
III.	Key Takeaways	46
IV.	Appendix	48

## 국내 게임 시장 규모

국내 게임 시장은 2007년 이후 지속적인 성장세를 보임. 2021년에는 20조 9,913억 원 규모로 집계되며 전년 대비 11.1%의 높은 성장률을 나타냄. 2023년 게임 시장 규모는 24조 1,170억 원에 이를 것으로 보이며 전년 대비 5.9% 증가할 것으로 예상됨

### 국내 게임 시장 규모 추이 및 전망 (2006~2024년)



Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

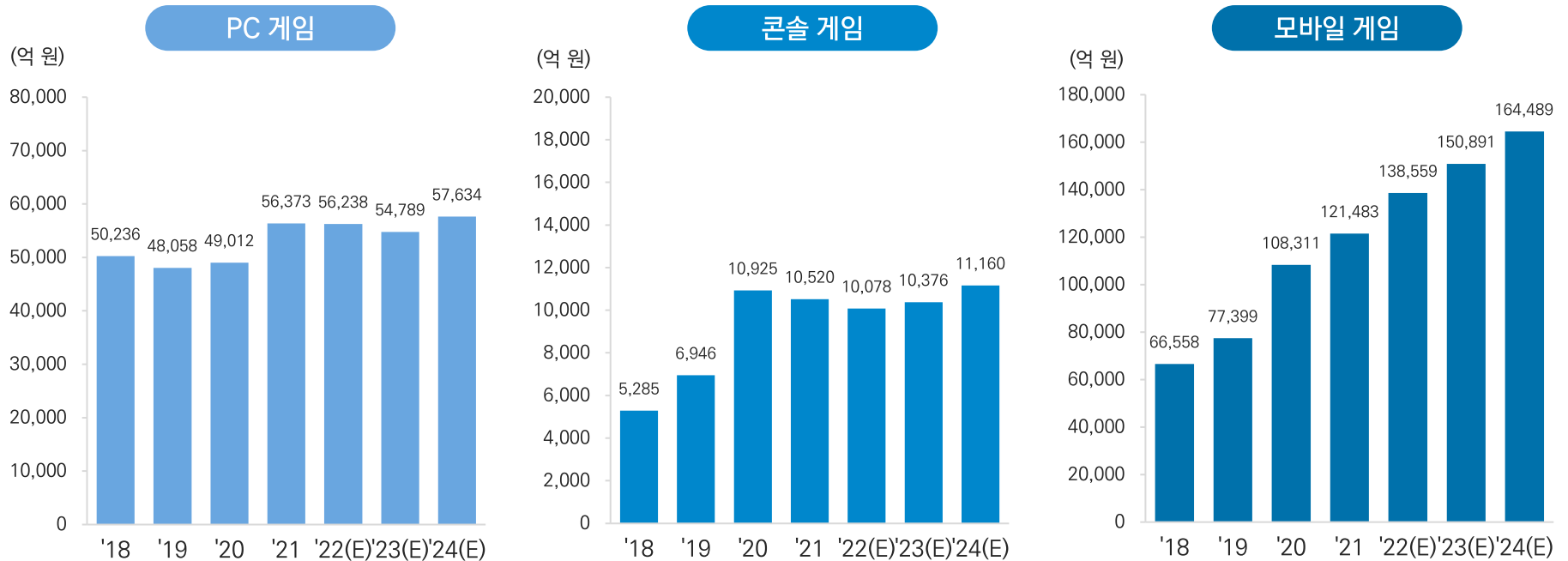
Note: (E)는 추정치



## 국내 플랫폼별 게임 시장 규모

국내 모바일 게임 시장은 2021년 12조 1,483억 원 규모로 전년 대비 12.2%의 높은 성장률을 기록하였으며, 전체 게임 시장에서 모바일 게임 시장은 57.9%의 비중을 차지함. 국내 모바일 게임 시장 성장세는 2022년 초부터는 주춤하기 시작해 2022년 중반 이후에는 정체될 것으로 보임

### 국내 PC · 콘솔 · 모바일 게임 시장 규모 및 비중

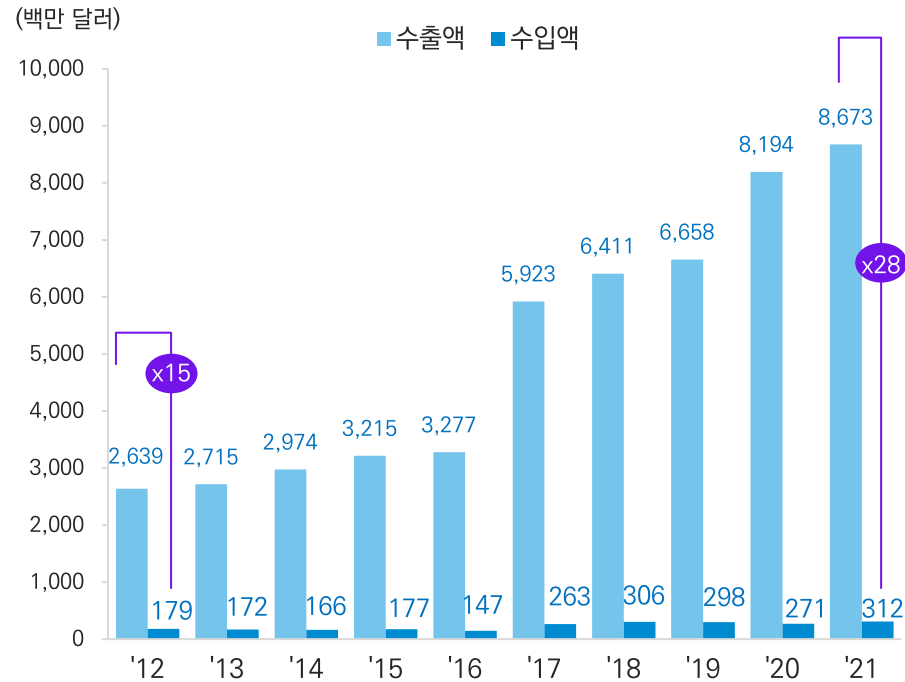


Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성  
Note: (E)는 추정치

## 국내 게임 산업 수출 현황 (1/2)

2022년 상반기 국내 게임 수출액은 36억 5,391만 달러로 전년 동기 대비 -1.4%의 역성장을 보임. 2021년 게임 수출액은 86억 7,300만 달러, 수입액은 3억 1,200만 달러로 수출액이 수입액의 약 28배에 달함. 2021년 수출 비중은 PC 게임 36.3%, 모바일 게임 61.5%로 수출 비중 또한 모바일 게임이 PC 게임을 앞섬

### 국내 게임 산업의 수출입 현황



Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

### 플랫폼별 게임 수출입 현황

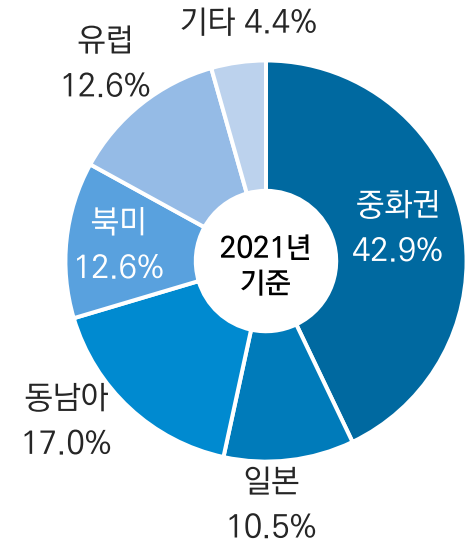
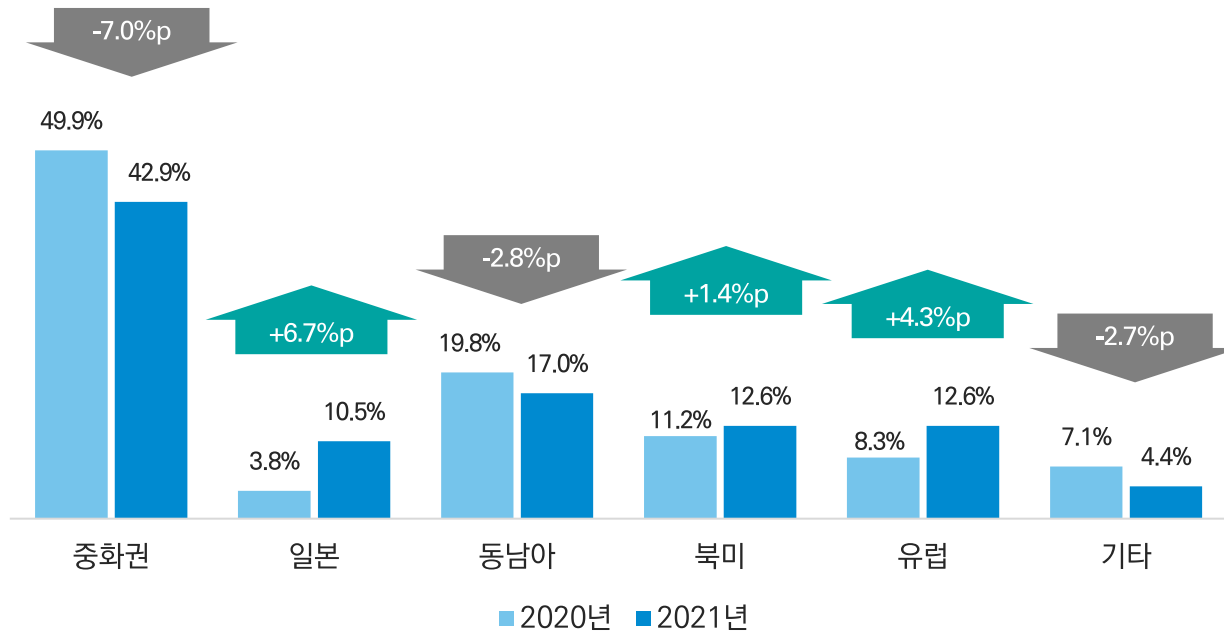
구분	수출액 (백만 달러)	수입액 (백만 달러)
PC 게임	3,146 (36.3%)	41 (13.0%)
모바일 게임	5,330 (61.5%)	226 (72.3%)
콘솔 게임	157 (1.8%)	36 (11.4%)
아케이드 게임	40 (0.5%)	10 (3.3%)
총 수출입액	8,673 (100%)	312 (100%)

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성  
Note: 2021년 기준, 반올림으로 합계가 일치하지 않을 수 있음

## 국내 게임 산업 수출 현황 (2/2)

해외 국가별 수출 비중을 보면, 중화권이 42.9%로 가장 높음. 그 뒤를 동남아(17.0%), 북미(12.6%), 유럽(12.6%), 일본(10.5%)이 잇고 있음. 2022년 상반기 기준 게임 산업 수출액은 국내 전체 콘텐츠 산업 수출액의 66.5%를 차지함

### 국내 게임 산업의 수출 국가별 비중

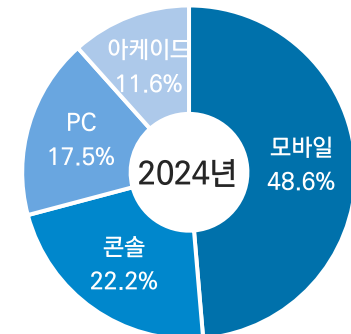
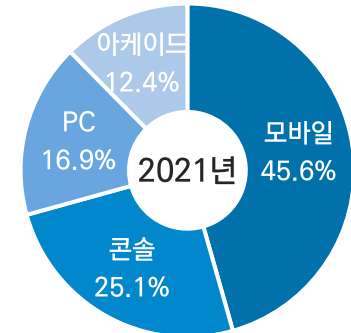
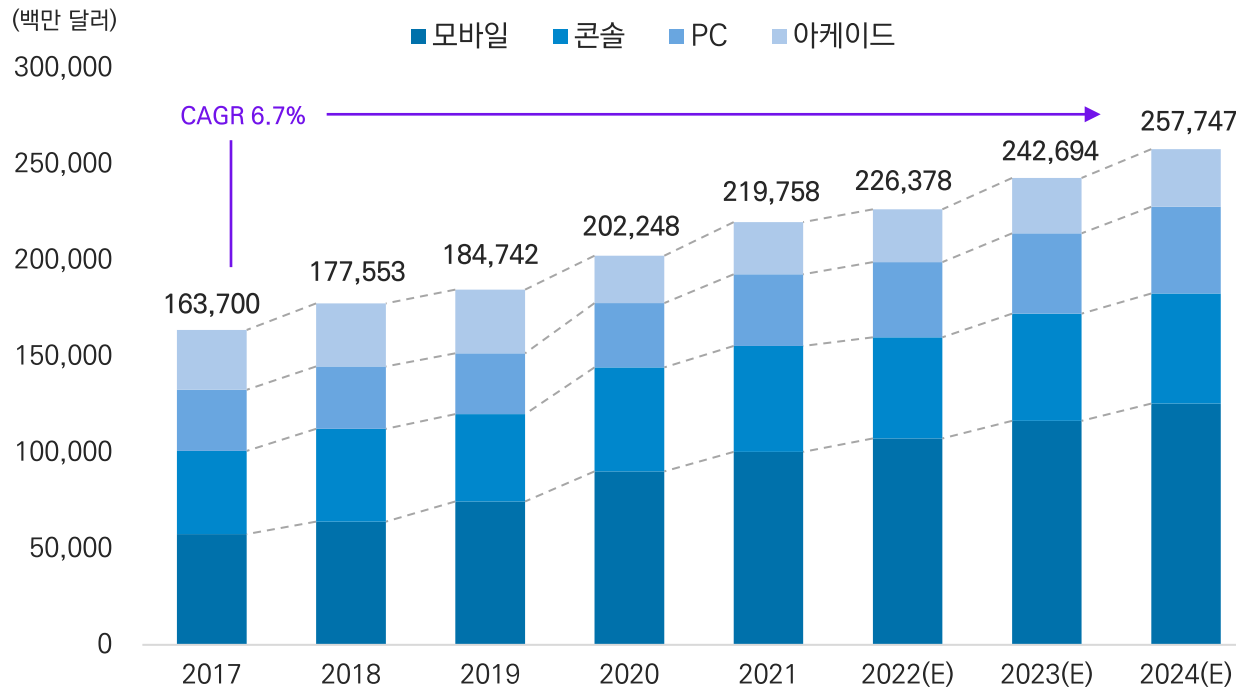


Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## 글로벌 게임 시장 규모 (1/2)

2021년 글로벌 게임 시장 규모는 2,198억 달러로 2024년 2,577억 달러까지 증가할 것으로 예측됨. 2021년 기준 글로벌 시장에서 모바일 게임 비중은 45.6%이며, 그 뒤를 콘솔(25.1%), PC 게임(16.9%)이 잇고 있음

### 글로벌 게임 시장 규모 및 비중 추이

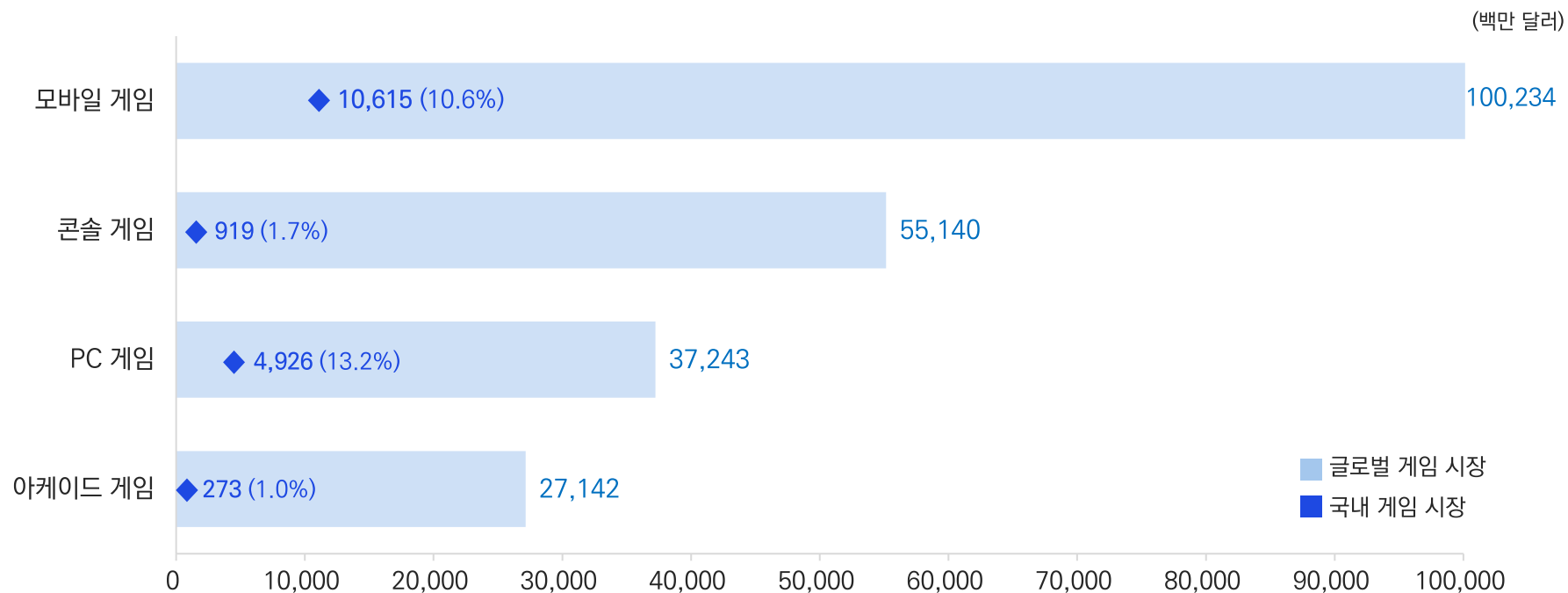


Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성  
Note: (E)는 추정치

## 글로벌 게임 시장 규모 (2/2)

글로벌 게임 시장에서의 국내 게임 시장 비중이 높은 게임 플랫폼은 PC 게임(13.2%), 모바일 게임(10.6%) 순으로 나타남. PC와 모바일 게임 중심의 국내 게임 시장 특성상 콘솔 및 아케이드 게임은 전 세계 시장 대비 1% 대로 적은 비중

### 플랫폼별 글로벌 시장 규모와 비교한 국내 게임 시장의 비중

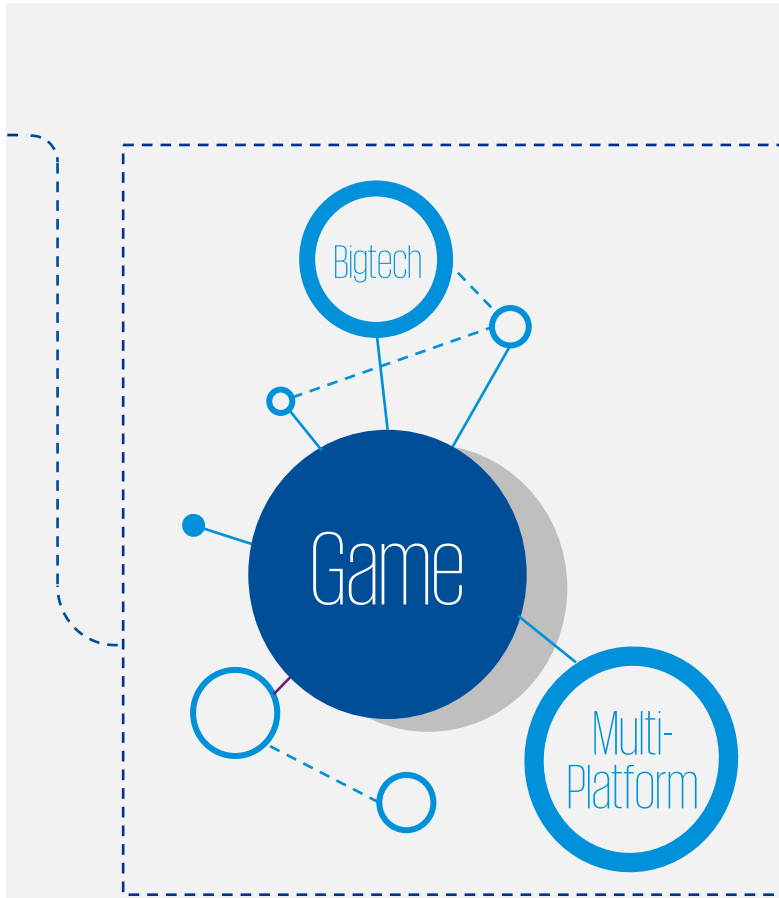


Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성  
Note: 2021년 기준

# Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	9
III.	Key Takeaways	46
IV.	Appendix	48

## 게임 산업 10대 트렌드



- 1 플랫폼 확장과 콘솔의 부상
- 2 빅테크 기업의 게임 산업 영향력 증대
- 3 성장 동력 확보를 위한 글로벌 및 국내 M&A
- 4 IP(지식재산권) 역량 강화를 위한 움직임 가속화
- 5 서브컬처 게임 부각 및 인디게임 증가 등 장르 다양화
- 6 게임 산업의 구독 서비스 확대
- 7 장기적 관점의 메타버스 비즈니스 확장 지속
- 8 가상자산과 게임의 연계
- 9 게임업계에서 부상하는 ESG 경영
- 10 중국 판호 발급 가능성에 대한 변화

Source: 삼정KPMG 경제연구원

# Trend 1

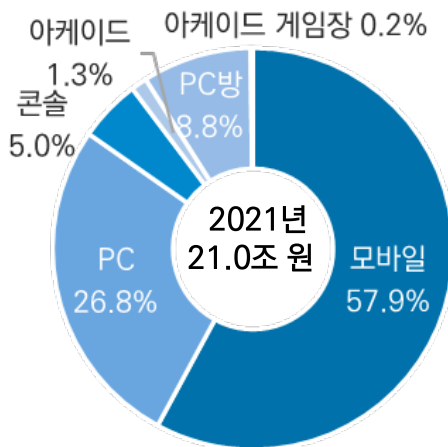
## 플랫폼 확장과 콘솔의 부상



## 1 플랫폼 확장과 콘솔의 부상 (1/4)

국내 게임 산업의 플랫폼은 50% 이상이 모바일 플랫폼으로 집중되어 있으며, 콘솔 플랫폼을 기반으로 한 게임 산업의 규모가 매우 저조한 편임. 최근에는 다양한 플랫폼을 기반으로 한 게임이 출시되고 있으며 여러 플랫폼에서 동일한 게임 스토리를 즐길 수 있는 멀티 플랫폼 및 크로스 플레이 지원 게임 개발이 지속될 것으로 전망됨

### 국내 게임 플랫폼별 비중



구분	국내 (비중)	글로벌 (비중)
PC 게임	26.8%	16.9%
모바일 게임	57.9%	45.6%
콘솔 게임	5.0%	25.1%
아케이드 게임	1.3%	12.4%

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2022 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성  
Note: 2021년 기준

- 국내 게임 산업은 모바일 플랫폼을 활용한 게임의 비중이 과반을 차지
  - PC 게임은 글로벌 시장 대비 높은 비중을 기록하고 있으나, 콘솔 게임 및 아케이드 게임은 글로벌 시장 대비 산업 비중이 약한 편
  - 2022년 게임 업계에서는 국내 게임 산업의 과반을 차지하는 모바일 게임뿐 아니라 PC, 콘솔 등의 다양한 플랫폼을 기반으로 한 신작의 출시가 주목됨
- 플랫폼 다변화 노력과 함께 다양한 플랫폼에서 동일한 게임을 즐길 수 있는 멀티 플랫폼 및 크로스 플레이 기반의 게임 개발도 지속될 것으로 전망
  - 멀티 플랫폼 및 크로스 플레이 기반의 게임은 모바일 게임을 즐기는 기존 소비자를 콘솔 등 다양한 플레이로 유입될 수 있는 동기를 제공하는 효과를 기대할 수 있음
  - \*멀티 플랫폼: 하나 이상의 플랫폼에서 동일한 게임을 제공하는 형태
  - \*크로스 플레이: 복수의 플랫폼에서 게임 시스템과 진행 상황을 공유하여 동일한 게임을 제공하는 형태

구분	개발사	게임명/서비스명	비고
PC, 모바일	엔씨소프트	퍼플	PC/모바일의 크로스 플레이를 지원하는 서비스
PC, 모바일	컴투스	서머너즈워: 크로니클	모바일로만 제공되던 기존 서머너즈워 시리즈와 달리 멀티 플랫폼 서비스 제공
PC, 콘솔, 클라우드	유비소프트	어쌔신 크리드: 발할라	클라우드 기반으로 각 플랫폼에서 하나의 연동된 정보를 이어서 플레이 가능

Source: 언론 보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## 1 플랫폼 확장과 콘솔의 부상 (2/4)

모바일 플랫폼 기반의 게임이 다수였던 최근 국내 게임 업계 트렌드가 G-STAR 2022에서 PC 게임, 콘솔 게임 등의 플랫폼 다변화 트렌드가 나타나며 플랫폼 다변화가 주목됨. 다양한 기기 간의 연계를 통한 크로스 플레이 등 멀티 플랫폼 기반의 게임 제공을 통하여 다양한 흥미 요소가 제공되었음

### 플랫폼 확장 전략 사례 (콘솔, TV)

#### PC, 모바일, 콘솔 등 다양한 플랫폼을 활용한 게임 시연 환경 구성

〈사진: 넷마블 시연 부스 (G-STAR 2022)〉



- 넷마블, 넥슨 등 다수의 부스에서 운영하는 시연부스에 모바일뿐 아니라 PC를 통한 게임 참여 유도
- PC, 모바일, 콘솔 등 여러 플랫폼을 활용하여 동일한 IP의 게임 시리즈 출시 및 멀티 플레이를 제공하는 게임의 출시 등의 플랫폼 다변화 노력이 지속되고 있음

#### PC 및 콘솔 등 다양한 게임 환경에서의 우수한 게임환경 구현을 위한 노력 지속

〈사진: 삼성전자 시연 부스 (G-STAR 2022)〉



- 삼성전자는 자사의 반도체 역량을 활용한 신규 SSD 저장장치 제품을 소개하며, 콘솔 등의 플랫폼에서 게임을 체험할 수 있는 시연공간을 운영함
- 인텔, 마이크로닉스 등 PC, 콘솔 등의 다양한 플랫폼에서 게임 플레이 환경 강화를 위한 제품의 소개가 이루어짐

#### 스마트TV, IPTV 등 새로운 게이밍 플랫폼으로의 확장 노력이 이루어짐

〈사진: CFK 시연 부스 (G-STAR 2022)〉



- 게임 퍼블리셔 CFK는 IPTV 플랫폼 'Btv' 운영사 SK브로드밴드와 합작하여 IPTV 플랫폼을 활용한 게임을 출시함
- IPTV 플랫폼을 통한 게임 구현 외에도 TV 제작사와의 협업을 통한 스마트TV 자체 플랫폼 내에 게임 콘텐츠 구현 노력도 지속됨

Source: 삼정KPMG 경제연구원 / Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

## 1 플랫폼 확장과 콘솔의 부상 (3/4)

G-STAR 2022에서는 게임 산업 플랫폼으로 VR(가상현실)/AR(증강현실) 디바이스를 활용한 이용자의 실제 움직임을 활용하는 게임과 메타버스 생태계에서 활용할 수 있는 게임 등 이용자에게 새로운 플레이스타일을 제공할 수 있는 플랫폼 확장 노력이 지속 공개되었음

### 플랫폼 확장 전략 사례 (메타버스, VR)

#### META “글로벌 메타버스를 향한 구축 방법”

〈META 준추 아시아-태평양 대외정책 총괄 (G-STAR 2022)〉



- G-STAR 2022의 G-CON(국제 게임 컨퍼런스)에서 메타는 “글로벌 메타버스를 향한 구축 방법” 세션을 통해 메타버스 형태의 콘텐츠를 활용하여 얻을 수 있는 장점과 메타버스 플랫폼 구축 방식에 대하여 설명함
- 메타버스 환경에서의 게임 개발은 NFT(대체불가토큰), 블록체인 기술 등의 새로운 기술환경과 함께 게임 산업의 플랫폼 확장에 기여할 것으로 기대되고 있음

#### VR 게임 시연 콘텐츠 운영 (PICO)

〈PICO 시연 부스 (G-STAR 2022)〉



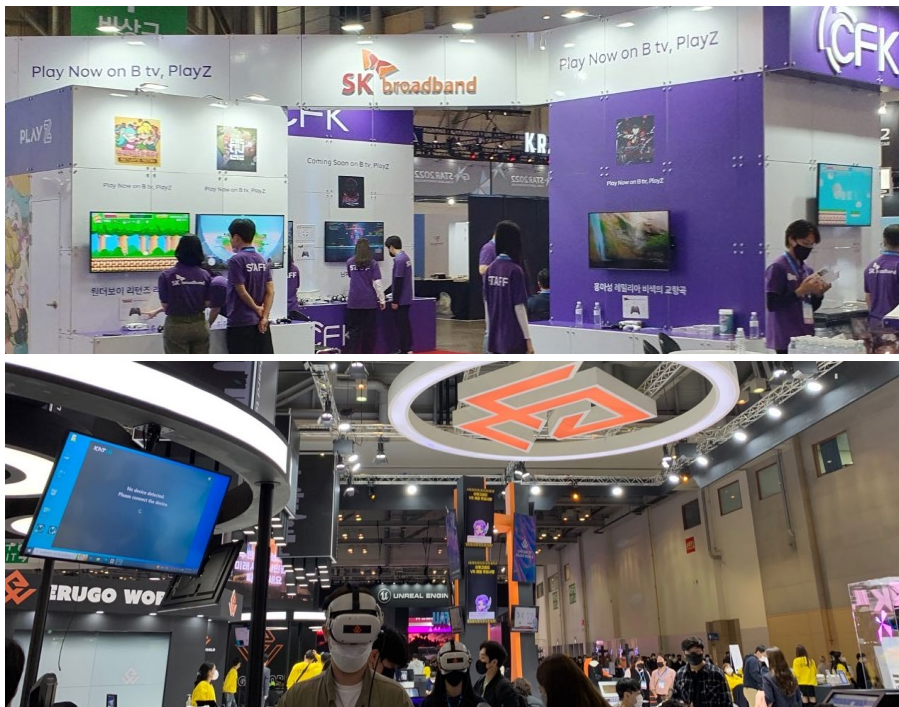
- VR 기업 PICO는 G-STAR 2022 부스를 통하여 자사의 VR 기기를 통한 다양한 게임 체험과 영상 콘텐츠 시청 등의 시연 콘텐츠를 운영함
- VR 기기를 활용하여 이용자가 직접 움직임을 가져가며 생동감을 높이는 게임 플랫폼을 디바이스 기술의 발달 등을 통하여 플랫폼의 활용도가 더욱 높아질 것으로 평가됨

Source: 삼정KPMG 경제연구원 / Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

## 1 플랫폼 확장과 콘솔의 부상 (4/4)

G-STAR 2022에서 기존 모바일과 PC 위주의 플랫폼이 아닌 새로운 플랫폼을 활용하여 게임을 즐길 수 있는 체험 부스가 운영되었음. 스마트TV 및 IPTV를 게임 플랫폼화한 체험부스와 메타버스 생태계 속에서 다양한 방식으로 게임을 즐길 수 있는 플랫폼 등이 새로운 게임 산업의 플랫폼으로서 이목을 집중시켰음

### 다양한 플랫폼을 기반으로 한 체험 부스



〈사진 위: CFK 부스, 우: 이루고월드 부스 (G-STAR 2022)〉

Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

CFK는 SK브로드밴드의 IPTV 플랫폼인 Btv의 플레이박스 'PlayZ'를 통하여 활용 가능한 게임 소개 및 시연 진행

- 5종의 게임을 SK브로드밴드의 플레이박스 'PlayZ'를 통하여 시연할 수 있도록 구성하였음
  - 2022년까지 'PlayZ'를 통하여 플레이할 수 있는 게임을 10종으로 확대할 계획임
- CFK는 SK브로드밴드의 IPTV 외에도 스마트TV를 활용한 게임 콘텐츠 제공을 위하여 다양한 플랫폼과의 협업을 추진 중이라고 공개함
  - 삼성전자에서 제작하는 스마트TV의 플랫폼을 통해서도 게임 플레이를 제공함

이루고월드는 가상현실(VR) 게임 4종 및 자체 메타버스 공개

- '스플릿히터', '타임투런', '메모리오브스티그마타', '이루고클린서비스' 등 4개 게임 콘텐츠 공개
- VR 안경과 컨트롤러, 트레드밀을 사용하여 가상 공간에서 물건 부수기와 숨바꼭질 등의 액션과 사용자가 발판을 뛰며 가상현실 캐릭터를 이동시키는 등 이용자의 실제 움직임을 게임 속에 반영할 수 있도록 하는 활동 플랫폼을 추가함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

## Trend 2

빅테크 기업의  
게임 산업 영향력 증대



## ② 빅테크 기업의 게임 산업 영향력 증대 (1/3)

빅테크 기업은 최근 수년간 다수의 기업들을 인수하여 게임 산업에서의 영향력을 확대하고 있음. 게임 플랫폼을 보유한 빅테크 기업의 자사 플랫폼에서 활용할 수 있는 게임 콘텐츠 확보를 위한 움직임과 자사의 기술력을 기반으로 새로운 게임 플랫폼 형태를 개발하기 위한 움직임 등이 나타나고 있음

### 최근 주요 빅테크 기업의 게임 산업 관련 M&A 사례

인수기업	피인수기업		인수시기	인수금액	비고
마이크로소프트	액티비전 블리자드	미국	2022	687억 달러	‘디아블로’, ‘콜 오브 듀티’ 등의 게임 개발사
	Smash.gg	미국	2020	-	e스포츠 토너먼트 운영 플랫폼 기업
	ZeniMax Media	미국	2020	81억 달러	게임 개발 및 게임 퍼블리싱 사업 운영 기업
구글	Raxium	미국	2022	10억 달러	AR Micro LED 디스플레이
	Stratozone	미국	2020	-	클라우드 기반 데이터 마이그레이션 기술 보유 기업
	Nightcorn	독일	2019	-	비디오 공유 기술 기반 스타트업
	Typhoon Studios	캐나다	2019	-	‘저니 투 더 새비지 플래닛’ 등의 게임 개발사
메타 (옛 페이스북)	BigBox VR	미국	2021	-	VR 기술을 활용하여 퍼즐, 전투 등 여러 분야의 게임을 런칭한 메타버스 및 VR 기술 기반 게임 개발사
	Within	미국	2021	-	
	Downpour Interactive	미국	2021	-	
	Ready at Dawn	미국	2020	-	
	Sanzaru Games	미국	2020	-	클라우드 기술을 활용한 게임 개발사
	Unit 2 Games	영국	2021	-	
	Chainspace	영국	2019	-	
넷플릭스	Boss Fight Entertainment	미국	2022	-	수집형 RPG, 소셜 카지노 등의 게임 개발사
	Next Games	핀란드	2022	6,500만 유로	‘기묘한 이야기’, ‘워킹데드’ 시리즈 기반 모바일 게임 개발사
	Night School Studio	미국	2021	-	‘옥손 프리’, ‘애프터파티’ 등 게임 개발사

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## ② 빅테크 기업의 게임 산업 영향력 증대 (2/3)

빅테크 기업의 CEO들은 자사의 사업 모델 확장을 위해 게임 산업에 대한 투자의 중요성을 강조하였음. 넷플릭스는 게임 업체를 자사의 최대 경쟁자로 언급하며 게임 산업 대응 전략의 필요성을 언급하였으며, 마이크로소프트는 게임 산업을 활용한 메타버스 플랫폼 개발 계획을 발표하였음

### 빅테크 기업에서 지속되는 게임 산업 영향 강조



리드 헤이스팅스 넷플릭스 CEO (2019.1.17)

**NETFLIX**

“우리는 디즈니, 아마존보다 포트나이트(게임)와 경쟁하고 있고 패한다면 그들에게 패할 것”



사티아 나델라 마이크로소프트 CEO (2022.1.18)

 **Microsoft**



“게임이 메타버스 플랫폼 개발에서 핵심적 역할을 할 것”

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## ② 빅테크 기업의 게임 산업 영향력 증대 (3/3)

빅테크 기업은 자사가 보유한 높은 기술력을 활용하여 게임 산업의 플랫폼 확장에 기여하고 있음. Web 3.0 기반 게임 구현을 위한 블록체인, 메타버스 및 신규 AR/VR 디바이스 기술력과 클라우드 기술력 등을 활용하여 이용자가 게임을 즐길 수 있는 방식을 다양화하여 시장 확대를 위한 노력이 지속됨

### 주요 테크기업과 게임사 간 M&A 활용 전략

	〈주요 특징〉	〈최근 동향〉
 <p>Web 3.0 메타버스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>블록체인 기술 등을 활용한 Web 3.0 기반의 게임 산업은 메타버스, NFT 등의 기술을 통한 게임 이용자의 자유도를 확대하여 이용자의 플랫폼 활용도를 높이고 있음</li> <li>메타버스에서의 생산, 소비, 투자 등 경제시스템을 의미하는 메타노믹스 구현 노력 등을 통해 테크 기업의 기술력과 연계한 게임 산업의 메타버스 비즈니스가 확장되는 추세임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>메타는 VR 게임 개발 기업을 지속 인수하여 자사의 디바이스 및 플랫폼과 연계한 메타버스 게임 생태계 확장을 위한 노력을 지속하고 있음                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-주요 VR 게임 기업 인수 사례 : BigBox VR, Downpour Interactive, Ready at Dawn 등</li> </ul> </li> <li>미국 게임업체 에픽게임즈는 소니, 커크비(레고의 모기업)로부터 각각 10억 달러 규모의 투자를 유치하며, 메타버스 사업 파트너십을 강화하기로 하였음('22년 4월)</li> </ul>
 <p>클라우드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>클라우드 기술은 게임을 운영하기 위한 프로그램 및 게임 실행 시 발생하는 주요 데이터의 전송 등의 기술적 활동을 온라인으로 이루어지도록 함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-고객이 게임을 즐기기 위하여 필요한 설치 공간 및 설치 시간 등의 제약을 없앨 수 있음</li> <li>-높은 트래픽을 감당하고 최적의 게임 환경을 제공하여 이용자의 몰입도를 유지시킬 수 있는 기술적 환경을 구비하는 것이 필요함</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>구글은 클라우드 기반의 게이밍 서비스 '스태디아'를 '23년 1월까지만 운영할 것임을 발표함('22년 9월)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-클라우드 기반 게임 환경이 최적화되도록 구성하는 데 난항을 겪으며 그래픽의 끊김, 인풋랙(입력 지연) 등의 몰입감을 방해하는 요소로 인한 소비자 불만 발생</li> </ul> </li> <li>넷플릭스는 자체 게임 스튜디오 오픈 계획과 함께 클라우드 기반의 게임 서비스 제공에 대한 관심이 있음을 공개하였음('22년 10월)</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원



## Trend 3

성장 동력 확보를 위한  
글로벌 및 국내 M&A

### ③ 성장 동력 확보를 위한 글로벌 및 국내 M&A (1/2)

2022년 글로벌 M&A 시장은 마이크로소프트, 소니 등의 대형 게임 플랫폼 업체와 액티비전 블리자드, 라이엇 게임즈 등의 대형 게임사가 중소형 게임사를 인수하여 자사의 게임 라인업을 확대하기 위한 노력을 보임. 국내 M&A 시장은 블록체인, 라이브 방송 시스템 등 다양한 사업 분야로의 확장을 위한 게임사의 M&A가 이루어짐

#### 2022년 주요 M&A 발표 사례

##### 〈글로벌〉

일정	인수기업		피인수기업		인수금액	비고
1월	테이크투	미국	징가	미국	127억 달러	‘팜빌’, ‘마피아워즈’ 등 모바일 게임 개발사
1월	마이크로소프트	미국	액티비전 블리자드	미국	687억 달러	‘디아블로’, ‘콜 오브 듀티’ 등의 게임 개발사
1월	소니	일본	번지	미국	36억 달러	‘데스티니’, ‘헤일로’ 등의 게임 개발사
3월	텐센트	중국	테킬라웍스	스페인	-	게임 개발사
3월	소니	일본	헤이븐 엔터테인먼트 스튜디오	캐나다	-	‘어쌔신 크리드’ 시리즈 프로듀서가 창업한 게임 개발사
3월	넷플릭스	미국	보스 파이트 엔터테인먼트	미국	-	수집형 RPG, 소셜 카지노 등의 게임 개발사
5월	넷플릭스	미국	넥스트게임즈	핀란드	6,500만 유로	‘기묘한 이야기’, ‘워킹데드’ 시리즈 기반 모바일 게임 개발사
7월	액티비전 블리자드	미국	프롤레타리아	미국	-	게임 개발사
8월	소니	일본	세비지 게임 스튜디오	독일, 핀란드	-	모바일 게임 개발사
10월	라이엇 게임즈	미국	워게이밍 시드니	호주	-	‘월드 오브 탱크’ 등의 게임 개발사

##### 〈국내〉

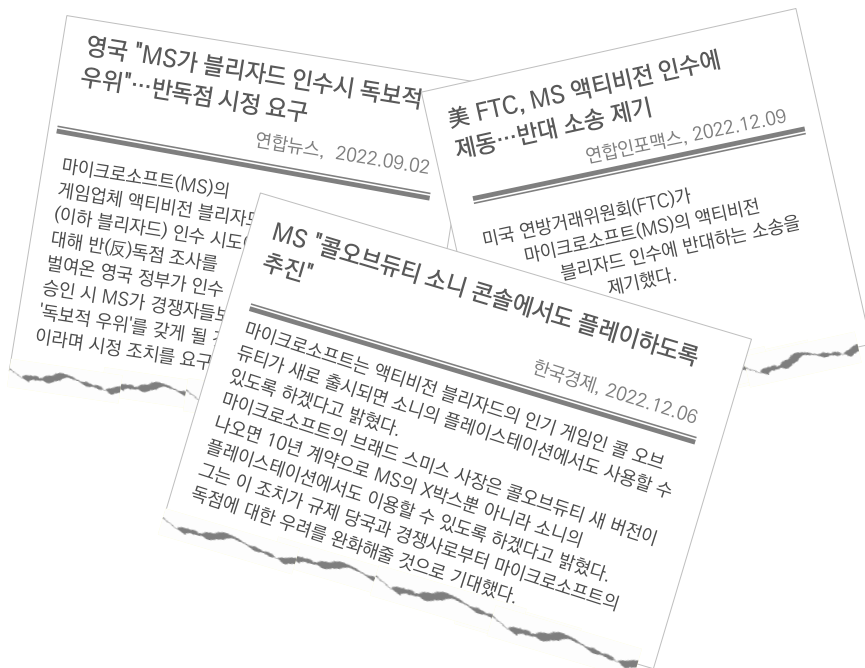
일정	인수기업	피인수기업	인수금액	비고
1월	넷마블 애프앤씨	보노테크놀로지스	20.1억 원 (지분 67%)	암호화폐 지갑 서비스 운영
1월		아이템 게임즈	76.5억 원 (지분 90%)	가상자산 기반 게임 플랫폼 운영
2월	크래프톤	5민랩	238억원	게임 개발 및 라이브 퀴즈쇼 방송 시스템 개발
4월	미디어 (블록체인 기업)	이지게임즈	-	영국의 소셜 카지노 게임 개발사
7월	위메이드커넥트	넥셀론	-	캐주얼 스포츠 게임 개발사

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

### ③ 성장 동력 확보를 위한 글로벌 및 국내 M&A (2/2)

글로벌 주요 M&A 시장에서 게임 산업 내 지배력이 높은 주요 플랫폼 사업자의 영향력 확대를 위한 인수 시도가 이어지며 독점 방지를 위한 시장의 규제 노력이 지속되고 있음. 마이크로소프트, 소니의 M&A는 미국 연방거래위원회 등의 우려를 해소하기 위한 노력이 이루어짐

#### 주요 M&A에 대한 우려



연방거래위원회(Federal Trade Commission, 이하 FTC) 등 특정 기업의 독점적 지배력을 우려하는 M&A 반대 노력이 지속되고 있음

- 구독 서비스의 규모가 확대되며 다수의 게임을 자사의 플랫폼에서 제공하는 것의 중요성이 지속 확대되며 게임 플랫폼사의 게임 인수를 위한 시도가 증가하고, 이로 인한 독점을 우려하는 정부 및 유관기관의 조사가 강화되고 있음
  - FTC는 특히 빅테크 기업이 추진하는 인수합병에 대한 심사를 더욱 강화할 것임을 발표하였음
- 미국 FTC, 영국 정부 등 국가 기관에서 대형 게임사 및 게임 플랫폼사 주도의 M&A를 통한 시장 경쟁 체제 훼손을 우려하는 움직임이 나타남
  - 마이크로소프트의 액티비전 블리자드 인수, 소니의 번지 인수 등은 Xbox와 PlayStation 등 주요 게임 플랫폼을 보유하고 있는 회사가 자사의 플랫폼 위주로 게임 시장을 구성할 우려가 제기됨

독점 우려를 해소하고 M&A를 성사시키기 위하여 인수기업에서는 피인수기업의 게임을 타 플랫폼 탑재를 공약 하는 등의 움직임을 보이고 있음

- 마이크로소프트는 FTC의 M&A 반대 소송을 대비하기 위하여 피인수기업의 대표 게임인 '콜 오브 듀티'를 경쟁사 소니의 PlayStation에서도 이용할 수 공급할 것임을 공개함
- 소니도 게임회사 번지의 인수 건에 대한 FTC의 조사 방침이 공개된 후 번지에서 출시하는 게임을 자사의 PlayStation 이외의 플랫폼에서도 활용할 수 있도록 제공할 계획이라고 발표함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

## Trend 4

**IP(지식재산권) 역량  
강화를 위한 움직임 가속화**

## ④ IP 역량 강화를 위한 움직임 가속화 (1/2)

최근 게임 기업과 미디어·엔터테인먼트 기업 간 투자·파트너십 등을 통한 다양한 콘텐츠 IP(지식재산권)를 발굴하고 자사 IP 포트폴리오를 다각화하려는 움직임이 부각. 다양한 미디어 매체를 넘나들며 콘텐츠IP의 세계관을 확장하는 등의 전략을 통해 스토리텔링 역량 강화 모색

### 국내 주요 게임사와 미디어·엔터테인먼트 기업 간 협업을 통한 IP 역량 강화 사례

컴투스, 제작사 위지윅스튜디오, 엔터사 SM엔터 인수·투자를 통한 IP 역량 제고	넷마블에프앤씨, 2022년 제작사·연예 기획사 에이스팩토리 인수를 통한 IP 강화	엔터사 하이브, 게임사 플린트의 신규 게임 퍼블리싱을 통한 IP 비즈니스 협력
<ul style="list-style-type: none"><li>컴투스는 2021년 인수한 위지윅스튜디오를 통해 새로운 IP를 발굴 노력<ul style="list-style-type: none"><li>- 위지윅스튜디오는 래몽래인, 에이투지엔터테인먼트, 등 다수의 콘텐츠·매니지먼트 계열사를 보유</li><li>- 또한 시각특수효과(VFX) 기술을 바탕으로 여러 영화, 드라마 콘텐츠 IP 등을 제작·보유</li><li>- 최근 위지윅스튜디오가 투자하고 래몽래인이 제작한 웹툰/웹소설 원작 드라마 '재벌집 막내아들'은 국내외 흥행에 성공</li></ul></li><li>컴투스는 2022년 SM엔터테인먼트 지분 일부를 취득하며 콘텐츠 IP의 트랜스미디어 확장성 강화<ul style="list-style-type: none"><li>- 향후 컴투스의 메타버스 플랫폼 컴투버스 내에서 가상 공연 등을 진행하고, 아티스트 IP를 활용한 NFT 비즈니스 등 계획</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>넷마블에프앤씨는 제작사·연예 기획사 에이스팩토리 인수를 통해 디지털휴먼 등 IP 관련 비즈니스 확장 계획<ul style="list-style-type: none"><li>- 2022년 12월 넷마블 자회사 넷마블에프앤씨가 인수한 에이스팩토리는 드라마 '비밀의 숲', '인사이드' 등을 제작한 영화·드라마 제작사</li><li>- 또한 국내 유명 배우 등이 소속되어 있는 연예 기획사로 다양한 IP 및 콘텐츠 제작 역량 보유</li><li>- 향후 양사는 드라마 등 콘텐츠에 넷마블에프앤씨의 자회사 메타버스엔터테인먼트에서 개발 중인 디지털 휴먼을 활용할 계획</li><li>- 또한 시각특수효과(VFX) 등 관련해서도 협업을 하며 IP 역량 제고 목표</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>하이브는 자회사 하이브IM를 통해 플린트의 모바일 게임 '별이되어라2: 베다의 기사들'을 서비스할 예정<ul style="list-style-type: none"><li>- 플린트의 '별이되어라2: 베다의 기사들'은 2014년 2월 출시한 인기작 '별이되어라!'의 후속작으로, 원작의 세계관의 프리퀄 스토리를 중심으로 구성</li><li>- 기존 '별이되어라!'는 개성 있는 그래픽, 스토리텔링 등으로 전 세계에 팬덤을 형성한 히트작</li><li>- 하이브는 이미 전편의 흥행으로 IP 경쟁력을 갖춘 플린트의 신작 퍼블리싱을 통해 게임 산업으로 IP 비즈니스 확장 계획</li><li>- 플린트 또한 글로벌 인기 IP 및 팬덤 커뮤니티 비즈니스의 노하우를 보유한 하이브와의 협업을 통해 IP 확장성을 강화할 수 있을 것으로 기대</li></ul></li></ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## ④ IP 역량 강화를 위한 움직임 가속화 (2/2)

게임 및 관련 기업들은 고도화된 제작 기술 및 다양한 장치 설정 등을 통해 콘텐츠 IP(지식재산권)의 서사 및 그래픽을 강화하여 사용자의 몰입감을 높이는 데 집중하고 있으며, 이를 통해 더욱 강력한 팬덤 확보 및 IP의 확장성 강화를 모색

### G-STAR 2022의 G-CON(국제 게임 컨퍼런스)에서 강조된 IP 서사 및 그래픽 고도화를 통한 몰입감 강화 사례

#### ‘승리의 여신 : 니케’ 내러티브 강화 설계

〈시프트업 유희석 디렉터 (G-STAR 2022)〉



- ‘승리의 여신:니케’의 내러티브 강화 목적으로 인게임 대화, 애니메이션, 공간 등을 설계하며 세계관을 구성하고 사용자의 몰입감을 제고
- 일반적으로 모바일 서브컬처 게임의 시나리오 글자 수가 30만~80만 자, MMORPG 시나리오가 100만 자 내외라고 파악하는 가운데, ‘승리의 여신:니케’ 시나리오에 1,884,068자를 사용하며 내러티브 강화

#### 블리자드의 ‘월드 오브 워크래프트’ 그래픽 강화

〈블리자드 엔터테인먼트 남종모 선임 아티스트 (G-STAR 2022)〉



- 게임의 캐릭터, 서사, 세계관 등에 대한 텍스트 정보를 바탕으로 현실감과 디테일이 살아있는 그래픽을 제작하며 사용자가 판타지 세계를 몰입감 있게 체험할 수 있도록 장치
- 핸드 페인팅, 핸드 크래프팅 등 ‘월드 오브 워크래프트’ IP의 고유 그래픽 스타일을 창출하며 사용자 몰입감을 더욱 강화

#### 에픽게임즈의 ‘언리얼엔진 5.1’ 소개

〈에픽게임즈 신광섭 엔진 비즈니스 리드 (G-STAR 2022)〉



- 완성도 높은 영상 구현을 위한 애니메이션 모션 매칭, 프로시저럴 리깅, 캐릭터 피직스 등의 역량을 강화한 ‘언리얼엔진 5.1’을 소개
- 레퍼런스 확대를 위해 사진측량 에셋 라이브러리 및 번들 소프트웨어 개발사 Quixel을 인수하는 등 향후 더욱 몰입감 높은 영화수준의 시네마틱 영상 제작 툴 개발에 집중

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 / Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

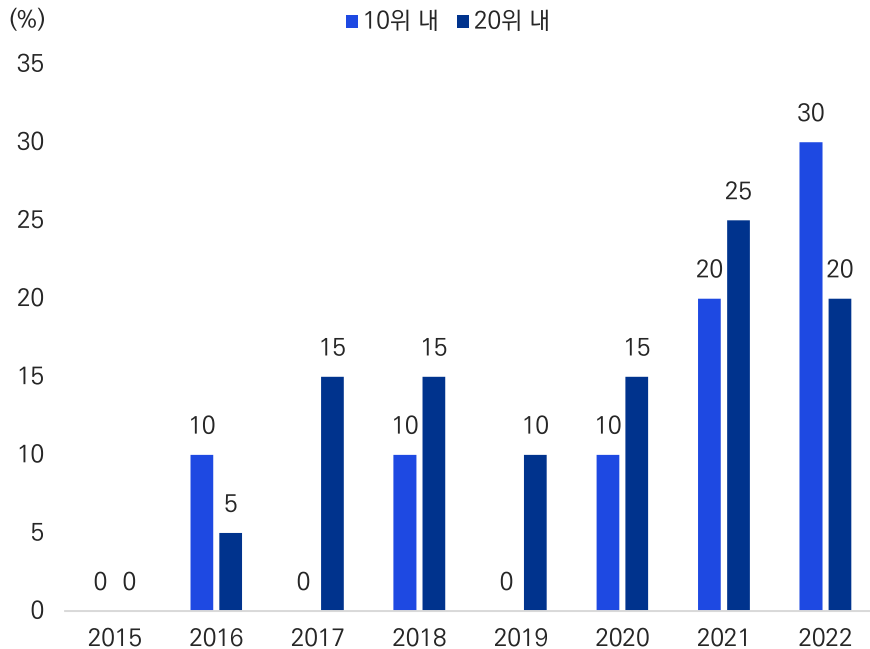
## Trend 5

서브컬처 게임 부각 및  
인디게임 증가 등 장르 다양화

## ⑤ 서브컬처 게임 부각 및 인디게임 증가 등 장르 다양화 (1/3)

최근 글로벌 서브컬처 게임의 흥행이 이어지고 있는 가운데, 국내 게임 시장에서도 매출 상위권 게임 중 서브컬처 게임이 차지하는 비중이 크게 증가. 큰 인기를 얻고 있는 주요 서브컬처 게임은 개성 있는 캐릭터, 세계관 등이 강조되어 이용자의 몰입도를 높이는 방향으로 설계되어 있다는 공통점 존재

국내 매출 순위 Top 10, 20위 내 서브컬처 게임 수 비중 변화



Source: 센서타워, 미래에셋증권 리서치센터  
Note: 2022년 11월 기준

최근 이슈가 된 국내외 주요 서브컬처 게임

게임명	개발사	비고
원신	호요버스 (중국)	- 2020년 출시한 판타지 배경의 오픈월드 액션 RPG 게임으로, 2022년 북미 최대 규모의 게임 시상식 더게임어워즈에서 인기상(팬투표상) 수상
블루 아카이브	넥슨 자회사 넥슨게임즈 (한국)	- 2021년 출시된 수집형 RPG 게임으로, 국내, 일본 등에서 흥행에 성공 - 2022 대한민국 게임대상에서 인기게임상 수상
우마무스메 프리티 더비	사이게임즈 (일본)	- 2021년 일본 출시 후 흥행 돌파, 2022년 카카오게임즈가 배급 후 국내에서도 큰 인기 얻음 - 실존하는 경주마를 모티브로 한 캐릭터 육성 시뮬레이션 게임
승리의 여신: 니케	시프트업 (한국)	- 2022년 출시한 '승리의 여신: 니케'는 미소녀 건슈팅 게임으로 국내, 일본, 미국, 대만 등 글로벌 흥행 기록 지속
아르케랜드	즈롱게임즈 (중국)	- 2022년 12월 출시한 RPG 게임으로 출시와 동시에 구글 플레이 상위권 매출 순위를 기록
에버소울	나인아크 (한국)	- 2023년 1월 출시된 모바일 미소녀 수집형 RPG게임으로, 포스트 아포칼립스 시대의 판타지 세계관을 기반, 카카오게임즈에서 배급
프로젝트M	조이시티 자회사 모히또게임즈 (한국)	- 2023년 출시 예정인 서브컬처·포스트 아포칼립스 기반 세계관의 수집형 RPG 게임 - 중국 서브컬처 플랫폼 운영사 및 글로벌 퍼블리셔 '빌리빌리'에 의해 배급

Source: 언론 보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원



## ⑤ 서브컬처 게임 부각 및 인디게임 증가 등 장르 다양화 (2/3)

G-STAR 2022 전시장 내에서도 ‘승리의 여신: 니케’, ‘원신’ 등 주요 서브컬처 장르의 게임들에 대한 높은 관심도가 부각됨. 향후 서브컬처 게임은 단단한 팬층을 기반으로 IP 확장성을 강화하고 인기를 지속하며 성장세를 이어나갈 것으로 전망

### G-STAR 2022 ‘승리의 여신: 니케’ 코스플레이어 팬사인회 모습



- 승리의 여신: 니케는 2019년 국내 게임사 시프트업에서 공개, 2022년 중국 텐센트 산하 레벨 인피니트에서 퍼블리싱한 건슈팅 게임으로 전 세계 흥행 지속
  - ‘승리의 여신: 니케’는 출시 후 국내 구글플레이 매출 순위 1위를 기록했을 뿐만 아니라 일본, 미국, 대만 등에서도 매출 상위권을 기록 중인 건슈팅 게임
  - 포스트 아포칼립스 세계관으로 정체불명의 기계 생명체인 랩처에 의해 몰락한 지상을 탈환하고자 인류 대신 싸우는 안드로이드 니케의 스토리가 주 내용

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 / Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

### G-STAR 2022 호요버스 ‘원신’ 관련 이벤트 진행 현장



- ‘원신’은 중국 게임업체 미호요가 2022년 2월 출범한 글로벌 인터랙티브 엔터테인먼트 호요버스의 글로벌 히트작
  - ‘원신’은 판타지 대륙 ‘티바트’에서 유저가 여행자 캐릭터로 참여하며 7가지 원소의 상호 작용을 기반으로 한 전투시스템을 갖춘 3D 오픈월드 액션 RPG 게임
  - 중국의 호요버스는 G-STAR 제 2전시장 및 전시장 외부에 부스를 설치하여 관련 굿즈 전시, 코스프레, 성우 토크쇼 등 다양한 이벤트를 진행하여 큰 호응을 얻음

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 / Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

## ⑤ 서브컬처 게임 부각 및 인디게임 증가 등 장르 다양화 (3/3)

클라우드펀딩 등 투자금 유치의 경로 확대 및 게임 개발 툴의 큰 발전으로 게임 제작이 더욱 용이해진 것에 더불어, 게임 유통 플랫폼의 다양화되고, 새롭고 창의적인 게임에 대한 수요 또한 커지면서 인디게임은 증가 추세. 향후 게임 장르의 다양성이 더욱 크게 확대될 것으로 예상

### G-STAR X BIC (인디관) 모습



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

### 최근 인디게임의 증가 배경

단계	내용
투자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상대적으로 낮은 투자 비용과 관련 리스크가 작은 인디게임이 흥행하는 사례가 증가하면서, 국내외 대형 게임사 등의 투자 지속 확대</li> <li>- 그 밖에도 클라우드펀딩 등 투자 유치의 경로 다양화</li> </ul>
제작	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 언리얼엔진(Unreal Engine), 유니티(Unity) 등 게임 개발 툴의 기술이 크게 발전하고, 사용이 편리해지면서 개발자들의 생산성 및 다양성 확대에 기여</li> <li>- 언리얼엔진은 G-STAR 2022 부스에서 전문가가 아니더라도 쉽게 가상 인간을 만들어낼 수 있는 '메타휴먼', 건설·건축 분야의 3D 시각화 도구 '트윈모션' 등을 선보임</li> </ul>
유통	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임 유통 플랫폼 스팀(Steam) 등을 통해 더욱 쉽고 빠르게 글로벌 이용자 대상 게임 출시가 가능해짐</li> </ul>
소비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 대형 게임사의 스토리 진행 방식, 게임 플레이 방식 등과 차별화되는 새롭고 창의적인 스토리와 플레이 등을 선보이는 인디게임에 대한 관심과 수요 확대</li> </ul>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

## Trend 6

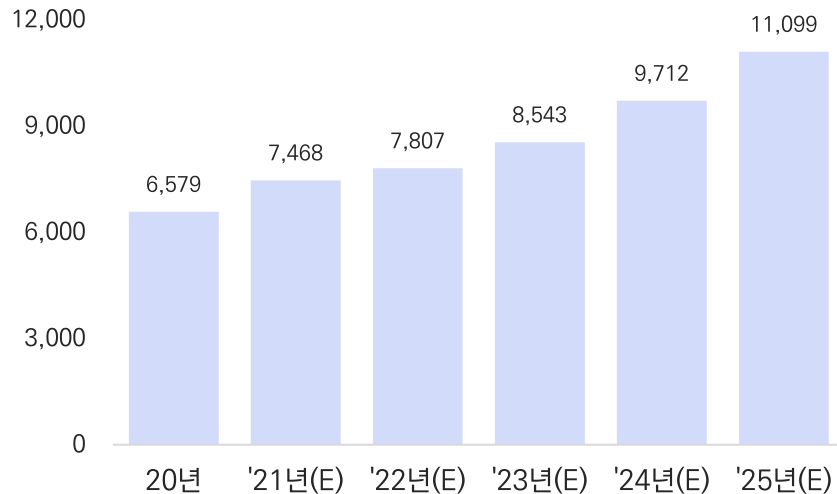
# 게임 산업의 구독 서비스 확대

## ⑥ 게임 산업의 구독 서비스 확대 (1/2)

게임 산업의 구독 서비스는 지속적인 성장세를 기록할 것으로 전망되며 2023년에는 85억 달러 규모에 달할 것으로 전망됨. 게임 구독 서비스는 신규 서비스의 초기 이용자 수를 평균 대비 3배 이상 높이는 효과를 보이며 신규 게임 개발 등에 긍정적인 영향을 제공함

### 게임 산업의 구독 서비스 글로벌 시장 규모

(백만 달러)



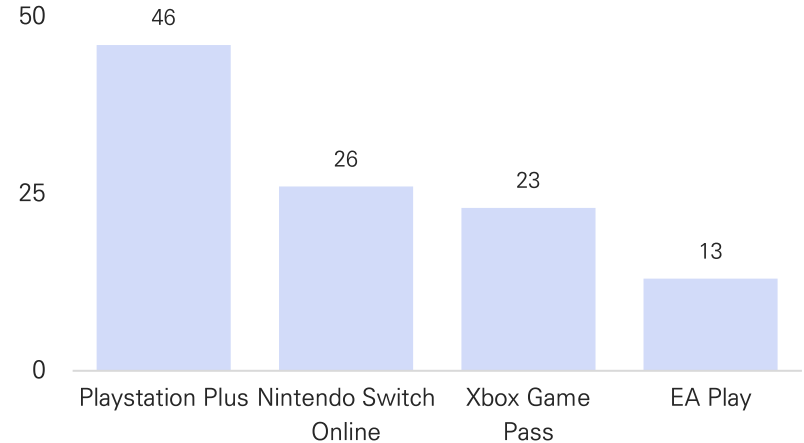
Source: Statista, Juniper Research

Note: (E)는 추정치임

- 게임 구독 서비스는 지속적인 성장세를 유지하여 2023년에는 85억 달러 규모에 달할 것으로 전망됨

### 게임 구독 서비스별 규모 (2021년 10월 기준)

(백만 명)



Source: Statista, Activate; IHS Markit; Sony; Nintendo; Microsoft; Electronic Arts; Apple; Nvidia

- 게임 구독 서비스는 플레이스테이션, 닌텐도, Xbox 등 콘솔 플랫폼과 연계한 구독 서비스가 주를 이룸
- 마이크로소프트에 구독 서비스는 게임 출시 후 첫 30일 동안 일간 평균 이용자 3.5배, 90일간 월간 평균 이용자 15 배 증가 효과가 발생하는 것으로 나타남

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## ⑥ 게임 산업의 구독 서비스 확대 (2/2)

게임 산업의 구독 서비스는 클라우드 기술을 기반으로 이용자가 전환비용(Switching Cost)의 부담 없이 다수의 게임을 자유롭게 즐길 수 있도록 제공함. 구독 서비스는 게임 구독형, 채널 구독형 및 번들형의 다양한 형태로 제공되어 이용자의 니즈에 맞는 서비스 형태의 다변화가 진행되고 있음

GaaS(Game as a Service)			
	게임 구독형	채널 구독형	번들형
요금정책	게임 구독료	게임 구독료 & 채널 구독료	게임 구독료
예시	마이크로소프트 '엑스박스 게임패스' (PC게임용·콘솔게임용·얼티밋) 소니 '플레이스테이션플러스'	아마존 '루나'	EA 'EA Play' 험블(Humble) '험블 초이스'
개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>수십·수백여 종의 게임을 플레이어에 제공하며 구독료를 정기적으로 수취</li> <li>퍼스트 파티(1st Party) 게임 및 서드파티(3rd Party) 게임을 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>각 게임사가 보유한 게임 채널을 구독형으로 제공</li> <li>요금제별 각기 다른 게임 타이틀 묶음을 즐길 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>게임 개발사 자체 플랫폼 혹은 파트너십을 체결한 타 플랫폼에서 구독 서비스 이용이 가능</li> <li>월 구독료를 지불하고 가입 기간 동안 게임을 무제한으로 이용하는 형태이며, 이외 별도 게임, 추가 콘텐츠는 구매를 통해 가능</li> </ul>
특징 및 비교	<ul style="list-style-type: none"> <li>타 플랫폼에서 볼 수 없는 독점 콘텐츠·인기 타이틀 확보 중요</li> <li>최신 IT기술과 결합한 신개념 게임으로 구독자 확보가 가능</li> <li>퍼스트 파티 게임 콘텐츠 확충을 위해 게임 개발사 M&amp;A를 고려할 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 게임 혹은 유명한 게임 타이틀을 보유한 메이저 게임 업체에 유리</li> <li>게임 개발사는 채널 구독자 수별 월 구독료를 수취. 정액제 비즈니스 모델이 가능</li> <li>이용자는 자신이 좋아하는 게임사 채널을 선별 구독 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EA Play: 이용자에게 구독 채널 선택권을 제공함으로써 보다 친숙한 환경에서 게임 플레이가 가능하도록 함. 플랫폼별 플레이 가능한 게임 타이틀에 차별화를 두어 개발사-플랫폼사 간 단순 마찰을 최소화</li> <li>험블 초이스: 보다 합리적인 요금으로 본인 취향에 맞는 게임을 선택하여 즐길 수 있는 이점을 가짐</li> </ul>

Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

### 클라우드 게임 기술 기반의 구독 서비스의 출시가 지속

- 클라우드 기반의 게임 서비스는 게임을 진행하기 위한 시스템 운영을 클라우드 서버가 처리하여 이용자가 게임을 설치하는 부담 없이 이용할 수 있음
  - 클라우드 기술은 신규 게임을 이용하기 위하여 고객이 감당하여야 하는 설치 시간 및 설치 공간의 제약이 없애 구독 서비스가 가능하도록 하는 핵심 기술
- 끊김 없는 서비스 및 우수한 그래픽 등 게임 활용을 위하여 높은 트래픽을 감당할 수 있는 클라우드 기술력이 필요
  - 구글은 클라우드 서비스 기반 구독 서비스 '스태디아'를 운영하였으나 그래픽의 끊김, 인풋랙(입력 지연) 등의 몰입감을 방해하는 요소로 인한 소비자의 불만이 발생함

### 게임 산업에서 구독 서비스는 게임 구독, 채널 구독, 번들링의 형태로 구성

- 게임 구독형은 월 구독료를 지불하면 플랫폼 내 다수의 게임을 자유롭게 이용할 수 있도록 하는 모델
- 채널 구독형은 플랫폼사가 게임 개발사와 협력하여 플레이어에게 게임채널 구독권을 선택적으로 제시하는 형태
  - 플레이어가 특정 게임사 채널을 구독할 경우, 해당 게임 개발사가 운영하는 채널의 게임 대다수 이용 권한 제공
- 번들형은 게임을 무제한으로 제공하는 것이 아닌, 특정 조합의 게임을 묶어 구독형으로 제공하는 모델

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## Trend 7

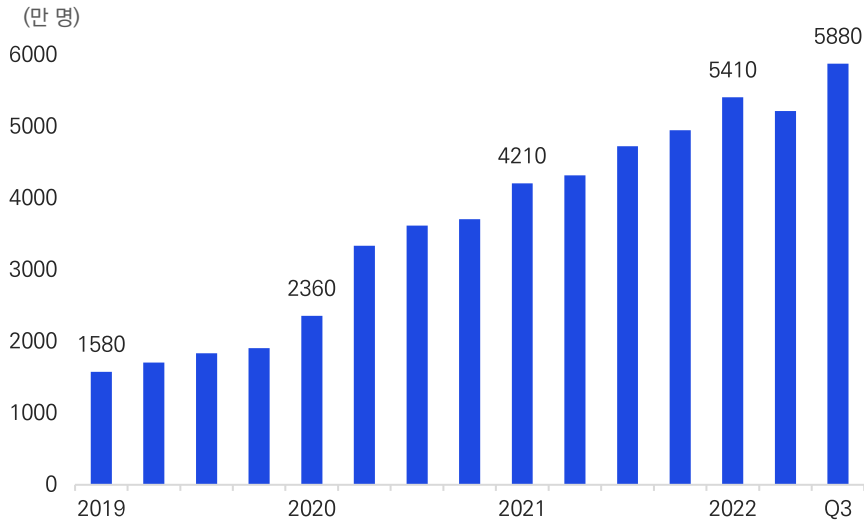
장기적 관점의 메타버스  
비즈니스 확장 지속



## ⑦ 장기적 관점의 메타버스 비즈니스 확장 지속 (1/3)

MZ세대를 중심으로 한 글로벌 메타버스 게임에 대한 수요가 지속되고 있는 가운데, 글로벌 주요 게임사는 메타버스 기술 역량 강화를 위한 주요 테크 기업과의 M&A 등을 지속하며 장기적인 관점에서 메타버스 비즈니스를 확장하고 있는 추세

### 글로벌 메타버스 게임 플랫폼 로블록스의 일간 활성사용자 추이



- 일간 활성사용자 수가 2022년 1분기 5,410만 명에서 2분기 5,220만 명으로 감소하였지만, 3분기 5,880만 명으로 다시 크게 증가(코로나19가 시작된 2020년 1분기 대비 2.5배 가량 증가)
- 10대 연령층의 큰 인기를 얻고 있는 게임 플랫폼인 만큼, 8월 여름 방학 기간 사용자 수가 크게 증가한 것이 3분기 증가의 주요 원인으로 판단

Source: 로블록스, 삼성KPMG 경제연구원

### 최근 주요 게임사와 테크 기업 간 메타버스 관련 M&A 사례

기업명	내용
에픽게임즈	- 소니, 커크비(레고의 모기업)로부터 각각 10억 달러 규모의 투자 유치(2022.4)
마이크로소프트	- 오버워치, 스타크래프트, 디아블로 등 유명 게임 개발사 액티비전 블리자드 인수 발표(2022.1)
유니티	- 디지털 휴먼 제작을 위해 실시간 변형 시뮬레이션 아티스트 툴 '지바 다이내믹스' 인수(2022.1)
넷마블FNC	- 실사형 스포츠게임 전문개발사 '나인엠인터랙티브' 인수(2021.10)
넷튠	- 모바일 게임 개발사 '퍼피레드' 지분 인수(2021.10) - VR 기반 메타버스 플랫폼 '갤럭시티' 개발사인 '맘모시스' 등 인수(2021.5) - 가상 인간 개발사 '온마인드' 인수(2020.11)
컴투스	- VFX(시각특수효과) 전문기업 '위지웍스튜디오' 인수(2021.8)
메타	- 대작 VR RPG 게임 '아스가르드의 분노'를 개발한 '산자루게임즈' 인수(2020.2) - VR 게임 '론 에코' 시리즈 개발사인 '레디 앳 던' 인수(2020.6) - VR 게임 '파퓰레이션:원' 개발사인 '빅박스 VR' 인수(2021.6)

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

## ⑦ 장기적 관점의 메타버스 비즈니스 확장 지속 (2/3)

국내 주요 게임사는 메타버스 플랫폼 및 VR 게임 개발 투자에 나서고 있으며, 메타버스 플랫폼 내 커뮤니티 비즈니스 및 가상 인간 구현 등에도 투자 중. 게임사 컴투스의 경우 메타버스 오피스 공간을 개발하여 다양한 분야의 기업을 유치하고, 공간을 분양하는 등의 사업화 예정

### 최근 국내 주요 게임사 메타버스 비즈니스 현황

기업명	내용
넷마블FNC	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021년 자회사 '메타버스엔터테인먼트'를 설립하여 메타버스 플랫폼 개발 및 가상 인간 구현 등 메타버스 게임 관련 사업 착수</li> <li>시각특수효과 제작에 필요한 공간, 장비, 인력을 모두 갖춘 VFX 연구소 또한 설립</li> </ul>
넥슨	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년 9월 모바일 버추얼 월드 커뮤니티 플랫폼 '넥슨타운(NEXON TOWN)'의 국내 시범 서비스 출시</li> <li>넥슨의 자체 게임 IP(지식재산권)를 바탕으로 이용자들 간 소통, 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 커뮤니티 공간 구현 예정</li> </ul>
엔씨소프트	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년 10월 3D 공간을 기반으로 아바타를 통해 다양한 온라인 모임을 즐길 수 있는 이용자 창작 메타버스 플랫폼 '미니버스' 공개</li> <li>'미니버스'를 통해 입사 지원자 대상 회사 직무 설명회 등을 개최했으며, 향후 원격 회의, 강연 등의 진행도 가능할 것으로 전망</li> </ul>
카카오게임즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년 4월 클라우드 기반 게임 및 메타버스 플랫폼을 개발하는 미국 게임 개발사 플레이러블 월드(Playable Worlds)에 1,500만 달러 규모의 전략적 투자 단행</li> <li>2023년 첫 클라우드 기반 MMORPG 게임과 메타버스 플랫폼 공개 목표</li> </ul>

Source: 각 사 공시자료, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

### 국내 게임사 컴투스의 메타버스 비즈니스 사례

#### 2021년 10월 가상현실 게임 전문 개발사 '컴투스로카'를 설립하여 메타버스 사업에 본격 진출

- '컴투스로카'는 기존 및 신규 지식재산권(IP)을 다양한 장르의 VR 게임과 콘텐츠로 제작하기 위해 설립된 전문 스튜디오
- 북미 등 지역의 VR 게임 이용자를 타겟으로, 쉽고 간편한 게임 플레이 환경 및 몰입감 높은 액션을 갖춘 RPG 신작을 개발 중

#### 2023년 컴투스 메타버스 자회사 '컴투버스'는 3D 실감형 메타버스 오피스를 정식 서비스 예정

- 메타버스 오피스 공간에서는 사용자의 표정과 움직임을 반영하는 아바타를 중심으로 현실과 유사한 상호작용이 가능하며, 현실과의 원활한 연계를 위한 다양한 분야의 기업과 협력 중
- 오피스 입주사 특성별 최적화된 커스터마이징 오피스 제공으로 차별화 예정
  - 그룹웨어, 사내 메신저, 오피스 프로그램, 화상 회의 시스템 등 업무 툴 제공
- 2023년 컴투버스 대지 분양 및 사업화 개시
  - 컴투버스 대지 분양 및 공유 오피스 사업, 컨벤션 센터 기반 행사 및 컨퍼런스 사업, 주요 파트너사 B2C 베타서비스 등 개시 예정

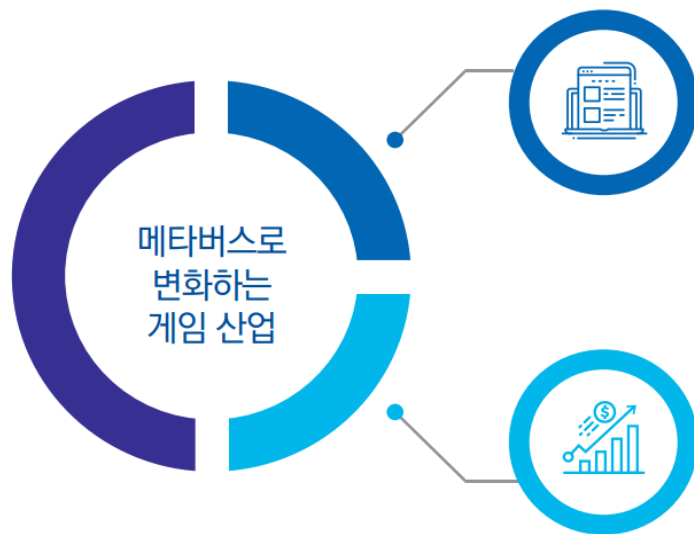
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원



## ⑦ 장기적 관점의 메타버스 비즈니스 확장 지속 (3/3)

게임 기업의 메타버스 플랫폼은 앞으로 이용자들의 새로운 커뮤니티이자 소셜미디어로 역할이 확대될 것이며, 메타버스 생태계를 구성하는 블록체인 기반 NFT의 거래 및 메타버스를 매개로 한 타 산업과의 교류가 활성화되면서 게임 산업의 수익 창출 주체 및 경로가 더욱 다양화될 것으로 전망

### 게임 기업의 메타버스로 인한 변화 방향성 전망



#### 커뮤니티 및 소셜미디어로 역할

- 메타버스 게임 플랫폼은 이용자들의 커뮤니티이자 새로운 소셜미디어의 장으로 기능
- 메타버스 게임 플랫폼이 더 많은 소셜미디어 기능을 갖추게 되면 기존 이용자의 체류 시간이 늘어나고, 새로운 이용자 유입 가능성이 증가하여 기업 경쟁력에도 중요한 요소

#### 수익 창출 주체 및 경로 다양화

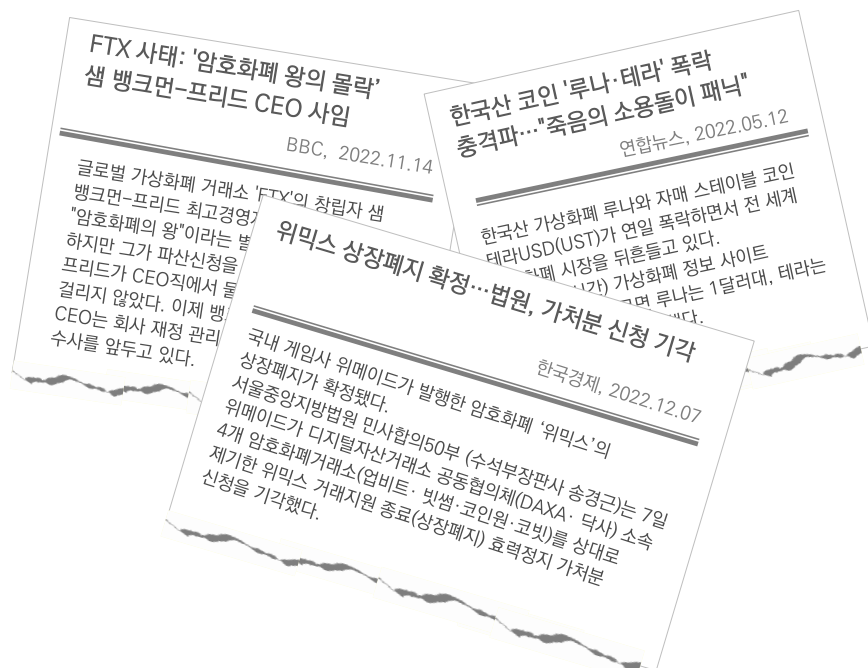
- 블록체인 기반의 NFT 활성화 및 P2E 게임 증가로 메타버스상에서 이용자 간 각종 경제적 거래가 발생하며 게임 산업 내 이용자 중심 수익구조가 더욱 강조될 것임
- 다양한 분야의 사업체에서 메타버스 게임 플랫폼을 활용하여 자사 브랜드 마케팅, 다양한 이벤트, 제품 판매 등을 진행하며 게임사의 수익창출 (Monetization) 경로가 더욱 다양화됨

Source: 삼정KPMG 경제연구원

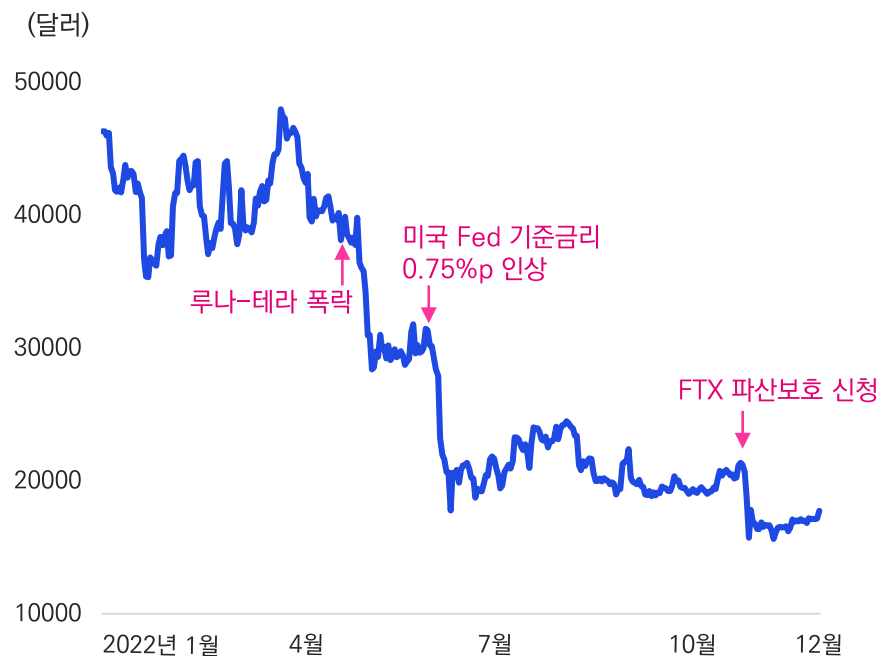
## Trend 8

# 가상자산과 게임의 연계

## 최근 암호화폐 관련 이슈



## 대표적인 암호화폐 비트코인의 2022년 가격 추이

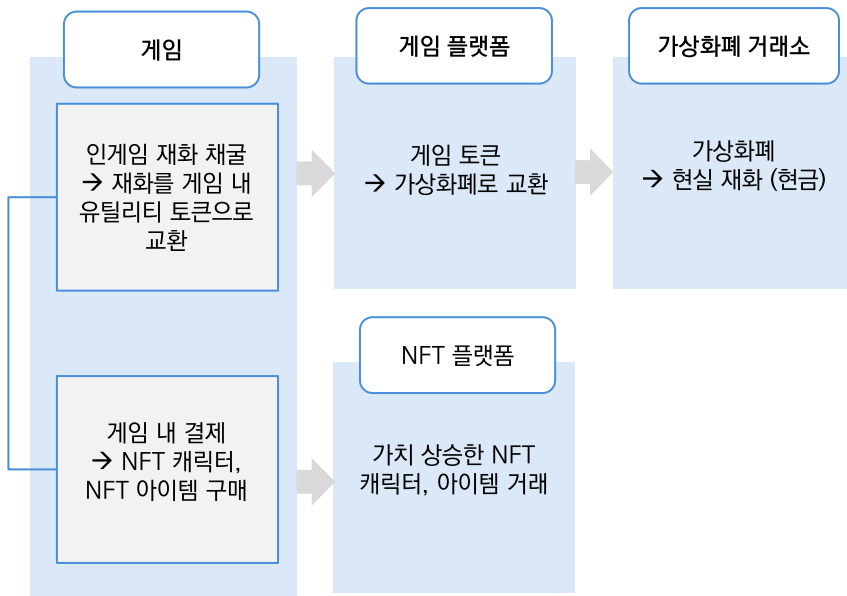


삼정 KPMG

## ⑧ 가상자산과 게임의 연계 (2/3)

P2E 게임 이용자는 1) 게임 내 재화를 채굴하고 해당 재화를 코인으로 교환하거나 2) NFT로 만들어진 게임 아이템 거래를 통해 수익화할 수 있음. 국내와 달리 P2E 게임 규제가 부재하는 유럽, 미주, 동남아시아 지역 등에서 출시한 P2E 게임에 글로벌 이용자가 다수 유입

### NFT·블록체인을 활용한 게임사의 P2E 모델



### 글로벌 이용자 수가 가장 많은 주요 P2E 게임

	게임명	지난 30일간 이용자 수 (명)	기업명	국가
1	Alien Worlds	690,380	DACOCO GMBH	스위스
2	Benji Bananas	492,690	Benji Bananas Oy	핀란드
3	Splinterlands	320,250	Splinterlands	미국
4	Trickshot Blitz	309,440	Joyride Games, Inc.	미국
5	Upland	149,320	Uplandme, Inc	미국
6	Axie Infinity	122,720	Axie Infinity	베트남

- 2022년 11월 기준 전 세계에서 가장 많은 이용자가 사용한 NFT 기반 P2E 게임은 스위스의 'Alien Worlds'로, 한달간 69만 380명 이용
- 베트남 블록체인 게임으로 글로벌 흥행을 일으켜 화제가 된 'Axie Infinity'의 2022년 글로벌 이용자 국가 분포를 보면, 필리핀(40.5%), 태국(4.7%) 등 동남아시아 지역의 수요가 크다는 점이 특징적. 그 밖에 베네수엘라(6.3%), 미국(5.7%), 브라질(3.3%) 수준으로 나타남(Statista)

Source: KB증권, 삼정KPMG 경제연구원

Source: Statista, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원  
Note: 2022년 11월 29일 기준

## ⑧ 가상자산과 게임의 연계 (3/3)

국내 주요 게임사 또한 자체 NFT 플랫폼 및 암호화폐를 구축하고, 해외 시장을 겨냥한 P2E 게임 개발 등의 움직임을 지속하고 있으나, 가상자산 시장의 불안정성 및 이로 인한 각국의 규제 가능성 등의 리스크 요인이 존재. 향후 게임 내 새롭고 몰입감 높은 재미와 보상 요소 등의 설계를 통해 글로벌 이용자를 지속적으로 확보할 수 있을지가 중요

### 국내 주요 게임사의 NFT·블록체인 비즈니스 현황

기업명	NFT 플랫폼	자체 암호화폐	비고
컴투스	XPLA (옛 C2X)	XPLA (옛 C2X)	- 자체 IP를 활용한 신작과 기존작에 P2E 도입, '서머너즈 워:백년전쟁', '크로매틱소울:AFK레이드' 등 게임 해외 서비스 중
위메이드	위믹스 플레이, 나일	위믹스	- 자체 게임 및 글로벌 다양한 블록체인 게임이 온보딩해 있는 오픈 게임 플랫폼 '위믹스 플레이' 운영 - 탈중앙화 NFT 플랫폼 나일(NILE, NFT Is Life Evolution)을 출시('22.11)
네오위즈	인텔라 X (예정), 네오피	네오피	- 미국 블록체인 플랫폼 폴리곤(Polygon)과 협업하여 블록체인 게임 플랫폼 인텔라 X(Intella X) 구축 예정
넥슨	메이플스토리 유니버스	(예정)	- 메이플스토리 IP를 활용한 NFT 기반 생태계를 구현 목표 - 메이플스토리 유니버스의 첫 타이틀 게임 '메이플스토리 N' 개발 계획 발표('22.6)
넷마블	MBX, 팬시(옛 큐브)	MBX 토큰, 팬시(옛 큐브)	- MBX(마브렉스) 생태계에 P2E 버전 'A3: 스틸얼라이브', '제2의 나라'를 글로벌 시장에 선보임 - 넷마블의 손자회사 메타버스 월드는 블록체인 기술을 기반으로 한 게임, 디지털 휴먼, 엔터테인먼트, 콘텐츠, 커머스, 전자지갑 등을 아우르는 Web 3.0 엔터테인먼트 플랫폼 '팬시(옛 큐브)' 운영
카카오게임즈	BORA	BORA	- 자회사 메타보라의 게임 '버디샷'을 시작으로 다양한 블록체인 게임, 웹툰, 웹소설 등 콘텐츠 제공 예정
크래프톤	미글루 (예정)	-	- 네이버Z의 제페토와 협업을 통해 크리에이터가 자체 코인과 NFT를 발행해 수익을 창출할 수 있는 Create to Earn(C2E) 플랫폼 조성 목표

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

## Trend 9

게임업계에서 부상하는  
ESG 경영

## ⑨ 게임업계에서 부상하는 ESG 경영 (1/2)

게임 산업에서는 ESG 가운데 사회적 측면(S)으로 게임 중독, 청소년 보호 등에 강조되어 왔음.

최근 환경(E)·거버넌스(G) 측면에도 대해 게임업계가 주안점을 두며 ESG의 모든 요소를 포괄적으로 고민하는 시점 도래

	환경적 측면 (Environmental)	사회적 측면 (Social)	거버넌스 측면 (Governance)
전통적 시각	<ul style="list-style-type: none"> <li>패키지 게임, 콘솔 기기 제조 과정에서 환경 오염 유발</li> <li>다운로드 방식의 모바일 게임이 부상하면서 패키지 게임, 콘솔 게임의 환경적 이슈가 축소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>게임 중독과 과몰입 - 세계보건기구(WHO)는 게임중독을 질병으로 규정하는 국제질병분류 11차 개정안을 '22년 1월 발효</li> <li>청소년 보호 - 국내에서 청소년의 심야 게임 이용을 제한하는 섯다운제가 도입되었으나, 청소년의 자율성 침해와 미디어 환경 변화에 뒤떨어진다는 지적으로 10년 만에 폐지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경이나 사회적 측면에 비해 관심이 부족했음</li> <li>거버넌스 측면에 대한 고민을 하는 게임업계가 많지 않았음</li> </ul>
최근 시각	<ul style="list-style-type: none"> <li>다중접속(MMO) 게임, 친구들과 즐기는 소셜 게임이 부상하면서 수천 명이 동시에 온라인에 접속하는 게임을 즐기게 됨</li> <li>전통적 패키지 게임은 '클리어 타임'으로 불리는 최종 미션까지 걸리는 시간이 있었으나, 요즘 게임은 이용시간의 개념이 없어 게임 이용시간 증가</li> <li>이로 인해 데이터센터의 방대한 양의 전력 소모 이슈가 부상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>혼자 즐기는 게임의 경우 게임 콘텐츠의 폭력성과 선정성이 이슈가 되었으나, 온라인에서 유저들과 함께 즐기는 게임의 경우 언어 폭력, 성별·인종적 차별이 이슈 → 포용성 있는 게임 기획과 개발이 중요해짐</li> <li>게임기기 생산 과정에서의 강제 노동 착취 등 공정 무역 관련 이슈</li> <li>확률형 아이템과 과도한 결제 유도</li> <li>NFT·블록체인 게임의 사행성 논란</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>게임 개발자의 과다 노동 시간(크런치 모드)</li> <li>직장 내 괴롭힘과 갑질 이슈</li> <li>게임 조직 구성의 인종·성별 편중성, 다양성 존중 문화 부재</li> <li>게임 노조 결성 움직임 증가하고 있으며, 합리적이고 투명한 인사시스템을 요구</li> <li>메타버스 환경하에서의 프라이버시와 데이터 거버넌스 이슈</li> </ul>

Source: 한국콘텐츠진흥원, 삼정KPMG 경제연구원

## ⑨ 게임업계에서 부상하는 ESG 경영 (2/2)

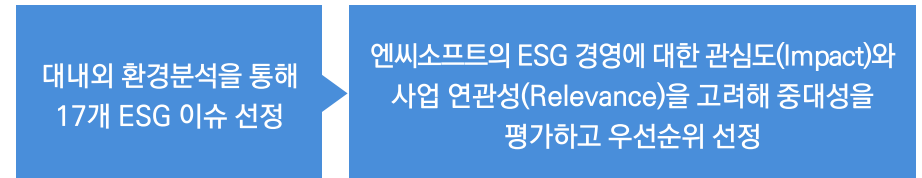
2021년 국내 게임사들은 ESG 전담 조직 신설 등 ESG 경영 체계 구축을 위한 첫 발을 뗀 후 지속적으로 ESG 경영 전략을 추진하고 있음. 전 세계 이용자를 대상으로 게임을 서비스하는 국내 게임사들은 ESG를 필수적으로 고민해야 함

### 국내 게임사의 ESG 경영 추진 현황

기업	내용
엔씨소프트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 3월 ESG 경영위원회 신설</li> <li>• 2021년 8월 지속가능경영 보고서 'ESG 플레이북 2020' 발간</li> <li>• 2022 모건스탠리캐피털인터내셔널(MSCI) ESG 평가에서는 AA등급을 획득</li> <li>• 국내 게임사 최초로 '2022 다우존스 지속가능경영지수(DJSI)' 코리아 지수에 편입되었다고 2022년 12월 15일 발표</li> </ul>
펄어비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '21년 6월 ESG 경영 전담 TF 조직을 신설하고 ESG 경영 전략과 로드맵을 추진</li> </ul>
컴투스·게임빌	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '21년 7월 ESG 표준 적용, 중장기 전략 수립 및 실행을 위한 'ESG 플러스 위원회' 신설</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

### 엔씨소프트의 ESG 중대성 토픽 평가



#### [ 엔씨소프트의 ESG 중대성 평가 결과 ]

순위	중대 토픽명	이해관계자
1	노동인권 (근무환경)	임직원, 파트너
2	다양성 및 포용성	임직원, 유저
3	공정한 성과평가 및 보상	임직원
4	인재 영입 및 성장 지원	임직원
5	사회공헌 활동	이해관계자 전체

Source: 엔씨소프트, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

- ESG 경영의 일환으로 문화재단을 만들거나 사회공헌 활동을 하는 것을 넘어, 환경(E) 부문에도 중점을 두어야 함
- 그린워싱(Green Washing, 위장 환경주의) 기업에 대한 분별력을 키우고자 하는 소비자가 증가하며, 진정성(Authenticity) 중심 경영 부상





# Trend10

## 중국 판호 발급 가능성에 대한 변화

## 10 중국 판호 발급 가능성에 대한 변화

중국 게임 시장 진출 시 다양한 허가증이 필요하며, 판호 발급이 최종적으로 중요한 가운데 중국은 랜덤 아이템 판매, 번역 등에 대해 규제를 하고 있어, 중국 진출 시 비즈니스 모델, 콘텐츠 변경 등이 필요한 경우가 있으므로 중국의 게임 관련 정책·규제 변화를 지속적으로 모니터링해야 함

### 2020년 이후 중국 판호(版號) 발급 현황

게임명	개발사	분류	발급일	비고
서머너즈워	컴투스	모바일	'20. 12.02	다시 판호 발급
이브에코스	CCP게임즈	모바일	'21. 02.09	CCP게임즈 아이슬란드 본사
가디언테일즈	콩스튜디오	모바일	'21. 02.09	콩스튜디오는 미국 본사
룸즈 PS4	핸드메이드게임즈	콘솔	'21. 02.09	인디게임
검은사막 모바일	펄어비스	모바일	'21. 06.28	판호 발급 후 10개월만인 2022년 4월 중국 공개

Source: IBK투자증권, 언론보도 종합

- 2016년 한중 사드 갈등 이후 중국은 한국 게임에 대한 판호 발급을 중단. 외자 판호뿐만 아니라 내자 판호도 감소하며 내부 통제 강화
- 2020년 12월 컴투스가 '서머너즈워'로 판호 발급을 받은 이후 중국 게임 시장 진출에 대한 기대감이 상승했지만, 외자 판호 발급 상황은 지속적으로 변화 중
- 2022년 11월 중국 정부가 2달 만에 70개 게임에 대해 내자 판호 발급. 중국 개발사가 스톤에이지(넷마블) IP 기반으로 제작 중인 게임이 포함됨

### 중국 게임 진출 시 유의사항

유의사항	내용
주요 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 랜덤 지급 아이템 판매 금지</li> <li>• 다른 플레이어 동의 받지 않은 PK(Player Killing) 금지</li> <li>• 사이버머니는 실물 구매 불가</li> <li>• 유통되는 모든 게임은 중국어로 번역, 요소가 업데이트될 때마다 문화관광부 승인 필요</li> </ul>
실명인증	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모든 유저를 대상으로 이루어져야 함</li> </ul>
셋다운제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 8월 청소년 셋다운제 강화: 만 18세 미만 청소년은 일주일 중 금요일과 토요일, 일요일 오후 8시부터 9시까지 하루 1시간, 즉 일주일에 3시간만 온라인 게임 접속 허용</li> </ul>
결제 한도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16세 미만: 한 번에 50위안 이상, 한 달에 200위안 이상 결제 불가</li> <li>• 16세 이상: 한 번에 100위안, 한 달에 400위안 이상 결제 불가</li> </ul>
연령 등급	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부모와 미성년자에게 어떤 게임이 적합하고 부적합한지에 대한 지침 제공 요구</li> </ul>

Source: IBK투자증권, 한국콘텐츠진흥원, 언론보도 종합

# Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	9
III.	Key Takeaways	46
IV.	Appendix	48

## 게임 산업 10대 트렌드로 본 시사점

게임 산업에서 콘텐츠 IP(지식재산권), 장르, 플랫폼 다변화 등을 통해 산업의 혁신을 위한 노력이 지속되고 있음.  
빠르게 변화하는 경영 환경 속 경쟁력 강화를 위해 클라우드 기반 플랫폼을 운영하는 글로벌 대형 기업과 3rd-party  
협업 도모 및 M&A 지속 검토. 메타버스·Web 3.0·NFT 관련 비즈니스 추진 시 정밀한 Monetization 전략 수립 필요

### 게임 산업 10대 트렌드로 본 시사점

주요 트렌드	Business Model	Market Intelligence	M&A	Go-to-market
대외 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>클라우드 기술을 기반으로 구독형 게임 서비스가 지속적으로 확대되며, 동시에 이용자 맞춤형 게임 서비스가 확대될 것으로 예상</li> <li>메타버스 생태계를 이루는 콘텐츠와 플랫폼, 네트워크와 기기의 총체적인 발전과 함께 메타버스 및 가상자산 관련 투자가 이루어질 것으로 예상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단단한 팬층을 기반으로 한 서브컬처의 흥행 및 게임 제작 기술·유통 플랫폼의 발달 등으로 인디게임이 증가하며 게임 장르의 다양화 심화</li> <li>사용자의 몰입감 강화를 위한 IP(지식재산권) 서사 및 그래픽 역량 고도화, 다양한 미디어를 넘나들며 콘텐츠 IP의 세계관 확장 노력 부각</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 기업은 대형 게임사 및 빅테크 기업을 중심으로 자사 플랫폼의 공급 게임을 다양화하는 움직임이 지속되나 독과점을 우려하는 정부의 우려가 지속</li> <li>국내 게임사는 블록체인 기업과의 연계를 통한 메타버스, P2E 등 향후 사업전략 확대를 도모하기 위한 움직임이 부각</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>모바일 게임 중심으로 확장되었던 국내 게임 시장에서 콘솔, TV, 메타버스 등 다양한 기기를 활용한 플랫폼 다변화가 이루어지고 있음</li> <li>기술 기업과 연계한 클라우드 기반 구독형 플랫폼, VR/AR 게임을 활용한 메타버스 게임 등의 주요 기술을 활용한 비즈니스 모델 확대 중</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>구독형·이용자 맞춤형 게임 서비스의 경쟁력을 갖기 위해 클라우드, AI(인공지능) 등 관련 기술 역량 제고</li> <li>사회·윤리적 이슈 등을 고려하며 신뢰를 기반으로 한 장기적인 관점의 메타버스·NFT 비즈니스 전략 모색</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다른 미디어·엔터테인먼트, 테크 부문 등과의 협업을 통해 콘텐츠IP에 대한 재미와 몰입감을 극대화하고, IP 확장 및 팬덤 구축 역량 제고</li> <li>참신한 신규 장르 게임 개척을 위해 유망 인디게임 발굴·투자 등 노력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>장기적 관점에서 사업모델 다변화 및 경쟁력 제고를 위한 유관분야 기업과의 M&amp;A 방안 모색 필요</li> <li>M&amp;A를 통한 1st-party 게임 확대 계약을 받는 글로벌 대형 기업에 3rd-party 게임으로 협력 방안 모색</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>모바일, PC, 콘솔 등 멀티 플랫폼 기반 게임 출시 및 클라우드 기술을 활용한 플랫폼 간 크로스 플레이 제공 게임의 확대 도모</li> <li>클라우드·메타버스 생태계를 활용한 타 산업 기업과의 연계 확대 필요</li> </ul>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

# Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	9
III.	Key Takeaways	46
IV.	Appendix	48

## [Glossary] 게임 관련 용어 설명

용어	설명
MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game)	대규모 다중 사용자 온라인 롤플레이팅 게임으로, 적게는 수천 명에서 많게는 수만 명 이상의 플레이어가 인터넷을 통해 모두 같은 게임에 접속해 각자의 역할을 맡아 플레이하는 RPG 게임
MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)	적의 본진을 점령하는 것을 목표로 상대방 플레이어와 다대다 전투를 벌이는 형식의 게임으로 AOS(Aeon of Strife) 장르로도 불림
하이퍼 캐주얼 게임 (Hyper Casual Game)	모바일 게임의 한 장르로 별도의 튜토리얼 없이 간단히 손가락을 두들기며 즐길 수 있는 게임. 일반적인 캐주얼 게임보다도 더 단순하여 진입장벽이 낮고 플레이 시간도 짧음
로그라이크 RPG (Roguelike RPG)	1980년경 등장한 초창기 던전탐색 RPG 게임인 ‘로그(Rogue)’의 특징과 시스템을 모방해 만든 RPG 장르 게임으로, 게임 캐릭터 사망 시 재시도나 중간 불러오기가 안되는 ‘영구적 죽음’이 최대 특징
턴제 RPG (Turn-based RPG)	한 차례(턴)씩 순서대로 번갈아 가며 진행하는 방식의 RPG 게임
수집형 RPG	유저가 다수의 캐릭터를 육성하고 콘텐츠를 즐길 수 있는 RPG 게임으로, 새로운 캐릭터의 소유와 성장을 통해 유저의 성취감을 달성하고 오랜 시간 게임을 즐길 수 있도록 함
핵앤슬래시 (Hack & Slash)	다수의 적들과 싸우는 전투에 집중하는 시스템으로, 위에서 대각선으로 내려다보는(쿼터뷰) 시점에서 마우스로 적을 클릭해 공격하는 직관적인 전투방식이 특징
FPS (First Person Shooter, 1인칭 슈팅게임)	3차원 공간을 게임 플레이어의 눈으로 바라보는 1인칭 시점으로 이동하며, 총과 같은 무기로 적을 공격하는 게임
PK (Player Killing)	MMORPG 게임 등 다수의 플레이어가 참여하는 게임에서 다른 플레이어의 캐릭터를 죽이는 행위
TCG (Trading Card Game)	카드를 소유하면서 정해진 규칙에 따라 자신만의 카드 모음 세트(덱)를 만들어 상대와 대전하고, 카드 소유자끼리 원하는 조건하에 카드를 거래 가능한 게임
인디게임 (Indie Game)	대형 게임 유통사나 퍼블리셔의 지원을 받지 않고, 주로 1인 개발자나 소수의 인원이 모인 소규모 개발팀에서 제작한 게임
콘솔 게임 (Console Game)	TV나 모니터에 연결하고 게임 컨트롤러로 조작하는 거치형 비디오 게임 기기를 통해 즐기는 게임
클라우드 게임 (Cloud Game)	게임 패드, 마우스 등 게임 조작에서 발생하는 입력 데이터를 서버로 전달하고, 클라우드 서버에서 연산, 그래픽 등 모든 데이터를 처리 후 실시간으로 디스플레이에 영상을 전송하는 형태의 게임 서비스

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## [참고] 코로나19 이전 정상 규모로 전시 재개한 G-STAR 2022

국제게임전시회 G-STAR(지스타, Game Show & Trade, All Round)는 전 세계 게임 트렌드를 한 눈에 볼 수 있는 국내 최대 게임 전시회로 2022년 11월 17일(목)부터 20일(일)까지 4일간 부산 벡스코(BEXCO)에서 개최

### G-STAR(국제게임전시회) 2022 행사 개요

코로나19 이후 3년 만에 행사를 완전 정상화하며 게임사 및 관련 업체 참가 수가 전년 대비 2배 이상 확대

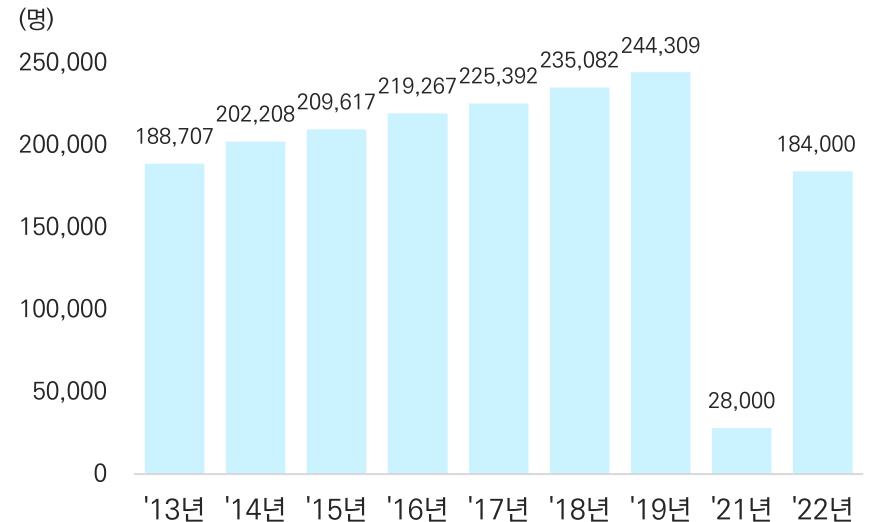
- 총 43개국 987개사의 2,947부스(BTC관 2,100부스, BTB관 847부스)로 2021년(총 1,393부스, BTC관 1,080부스, BTB관 313부스) 대비 2배 이상 확대
- 특히 BTC관은 최초로 2개 층으로 확대 진행했으며, 40여 개의 국내외 우수 인디게임의 특별 전시, 총 43개국 814개 업체의 온·오프라인 라이브 비즈니스 매칭 등 진행

국제 게임 컨퍼런스 G-CON x IGC에 역대 최다 연사로 구성

- 부대행사인 국제 게임 컨퍼런스 G-CON x IGC 2022는 온라인, 콘솔, 모바일 게임, 인디게임, 메타버스 등 관련 총 4개의 트랙, 44개 세션으로 구성
- 일본 게임 산업을 대표하는 스타 개발자 등 게임 업계 유명 연사 다수 참여

Source: G-STAR, 삼정KPMG 경제연구원

### G-STAR 관람객 수 변화 추이



Source: G-STAR, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 2020년은 코로나19로 오프라인은 개최하지 않고 온라인으로만 개최, 2021년은 코로나19에 따른 거리두기로 하루 관람인원을 6,000명으로 제한

- G-STAR의 관람객 수는 매년 성장세를 지속하다가 2021년 코로나19로 인한 제약 요인으로 감소했던 가운데, 2022년 약 18만 4천명으로 다시 증가, 온라인 생중계는 약 97만 명 참여

Source: G-STAR, 삼정KPMG 경제연구원

## [참고] G-STAR 주요 연혁

G-STAR는 한국게임산업협회가 주최하는 국내 최대 게임박람회로 2005년 1회를 시작으로 2022년 18회를 맞이했으며, 국내 게임 트렌드를 확인하고 주요 신작들을 볼 수 있는 장으로서의 역할을 하고 있음

구분	G-STAR 2018	G-STAR 2019	G-STAR 2020	G-STAR 2021
기간	2018.11.15-11.18	2019.11.14-11.17	2020.11.19-11.22	2021.11.17-11.21
슬로건	Let Games be Stars! (게임, 우리의 별이 되다)	Experience the New (새로운 세상을 경험하라)	슬로건 대신 키워드 온택트(On-Tact)	Here comes the game again (다시 만나 반갑습니다.)
참여기업 수	689개 (2,966 부스)	691개 (3,208 부스)	527개 (온라인 라이브 BTB 비즈 매칭)	672개 (1,393개 부스)
관람객 수	23만 5,082명	24만 4,309명	온라인 누적 시청자수 85만 명	2만 8,000명 (온라인 누적 시청자수 96만 명)
주요 이슈	글로벌 게임사 메인 스폰서, 개인방송 진행자·인플루언서, 멀티 플랫폼	e스포츠, 인디게임, 클라우드 게임, 게임IP	코로나19로 사상 첫 온라인 개최. 오프라인은 프레스(Press) 중심으로 마련, 관람·컨퍼런스는 온라인으로 진행	코로나19로 2년 만에 오프라인과 온라인 행사로 개최. 방역을 고려해 관람객 수를 일 6,000명으로 제한

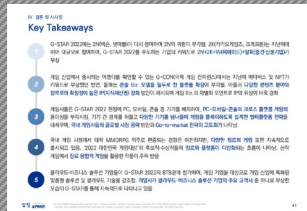
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원



삼정KPMG 경제연구원은 국내외 산업을 지속적으로 모니터링·분석하며, 기업이 직면하는 경영 이슈를 점검하는 기획 발간물을 준비하고 있습니다.

# See other Business Reports

## 2022년 11월 발간 G-STAR 2022로 본 게임 산업의 미래



### Contents

- I. G-STAR 2022 개요
- II. G-STAR 2022 주요 트렌드
  - 2N·2K 출격과 신작의 귀환
  - 플랫폼 확장과 콘솔의 부상
  - 서브컬처 게임의 부각 및 인디게임 증가 등 장르 다양화
  - 사용자 몰입감 강화를 위한 IP 서사 및 그래픽 고도화
  - BTB 생태계 BM의 확장
- III. G-STAR 2022 참가 기업



QR코드



보고서 PDF  
[다운로드]

## 2022년 7월 발간 메타버스 시대, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?



### Contents

- I. 산업별 메타버스 동향과 전략 방향성
  - 메타버스 유형구분
  - 산업별 메타버스 동향과 비즈니스 기회
- II. VC(벤처캐피탈)·PE(사모펀드)투자로 본 메타버스 산업 생태계
  - 글로벌 VC·PE 메타버스 투자 개요
- III. NFT(대체불가토큰)의 부상과 비즈니스 기회
  - 메타버스 시대의 기업 전략



QR코드



보고서 PDF  
[다운로드]

# Business Contacts

## 전자정보통신미디어산업 전문팀

<b>염승훈 Industry Leader</b> <b>부대표</b> T 02-2112-0533 E syeom@kr.kpmg.com	<b>전철희</b> <b>부대표</b> T 02-2112-0355 E cjun@kr.kpmg.com	<b>박성배</b> <b>부대표</b> T 02-2112-0304 E sungbaepark@kr.kpmg.com	<b>한상현 전무</b> T 02-2112-0387 E sanghyunhan@kr.kpmg.com
<b>민성진 전무</b> T 02-2112-0852 E smin@kr.kpmg.com	<b>장현민 전무</b> T 02-2112-0546 E hyunminjang@kr.kpmg.com	<b>정현 전무</b> T 02-2112-0334 E heonjung@kr.kpmg.com	<b>노원 전무</b> T 02-2112-0313 E wroh@kr.kpmg.com
<b>강인혜 전무</b> T 02-2112-0363 E ikang@kr.kpmg.com	<b>최이현 전무</b> T 02-2112-0505 E yeehyunchoi@kr.kpmg.com	<b>안창범 전무</b> T 02-2112-0312 E cahn@kr.kpmg.com	<b>신문철 상무</b> T 02-2112-0356 E moonchulshin@kr.kpmg.com
<b>김익찬 상무</b> T 02-2112-0468 E ikchankim@kr.kpmg.com	<b>노정환 상무</b> T 02-2112-0693 E jroh@kr.kpmg.com	<b>허재훈 상무</b> T 02-2112-7707 E jaehoonheo@kr.kpmg.com	<b>김정기 상무</b> T 02-2112-0346 E jungkikim@kr.kpmg.com
<b>윤주현 상무</b> T 02-2112-0374 E joohunyoonyoon@kr.kpmg.com	<b>최진석 상무</b> T 02-2112-7669 E jinseokchoi@kr.kpmg.com	<b>차정환 상무</b> T 02-2112-7093 E jeonghwanacha@kr.kpmg.com	<b>강승미 상무</b> T 02-2112-0061 E seungmikang@kr.kpmg.com
<b>강상현 상무</b> T 02-2112-3202 E sanghyunkang@kr.kpmg.com	<b>강진명 상무</b> T 02-2112-3203 E jinmyoungkang@kr.kpmg.com	<b>구승희 상무</b> T 02-2112-7564 E seunghoikoo@kr.kpmg.com	<b>김원석 상무</b> T 02-2112-0307 E wkim2@kr.kpmg.com
<b>박홍민 상무</b> T 02-2112-3283 E hongminpark@kr.kpmg.com	<b>설유진 상무</b> T 02-2112-7793 E yseol@kr.kpmg.com		

**home.kpmg/kr**

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2023 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.