



Business Focus

G-STAR 2024로 본 게임 산업의 미래

November 2024

—
삼성KPMG 경제연구원

Contacts

삼성KPMG 경제연구원

이효정

상무

E hyojunglee@kr.kpmg.com

최창환

책임연구원

E changhwanchoi@kr.kpmg.com

류승희

책임연구원

E seungheeryu@kr.kpmg.com

이종민

선임연구원

E jlee547@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.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

20주년을 맞아 역대 최대 규모로 개최된 G-STAR 2024

국제게임전시회 G-STAR(지스타, Game Show & Trade, All Round)는 전 세계 게임 트렌드를 한 눈에 볼 수 있는 국내 최대 게임 전시회로 2024년 11월 14일(목)부터 17일(일)까지 4일간 부산 벅스코(BEXCO)에서 개최

국제게임전시회(G-STAR) 2024 행사 개요

기간	[BTC] 2024.11.14(목) ~ 11.17(일), 4일간 [BTB] 2024.11.14(목) ~ 11.16(토), 3일간
장소	[오프라인] BEXCO 전시장 [온라인] 지스타TV 채널
주최	한국게임산업협회
주관	지스타조직위원회, 부산정보산업진흥원
후원	문화체육관광부
슬로건	Expand Your Horizons (당신의 시야를 넓혀라)
프로그램	[BTC] - 오프라인: 게임전시 관람, 신작게임 체험, 이벤트 참여 - 온라인: 지스타TV 채널 운영 [BTB] - 온라인: 지스타 라이브 비즈 매칭 - 오프라인: 기업 비즈니스 상담관, 해외국가관, 네트워크 라운지, 비즈매칭 시스템 [부대행사] - G-CON, 게임대상, 지스타 인디쇼케이스 2.0:갤럭시, 지스타컵 2024 오버워치 토너먼트 등

20주년을 맞이한 G-STAR 2024에는 총 44개 국가의 1,375개 기업이 참가하여 3,359개 부스로 구성

- 총 3,359부스(BTC관 2,435부스, BTB관 924부스)로 2023년 3,328부스(BTC관 2,432부스, BTB관 896부스) 대비 규모 확대
- 대한민국 게임대상을 포함하여 글로벌 온라인 게임 유통 플랫폼 스팀(Steam) 후원의 '인디쇼케이스 2.0:갤럭시', '지스타 2024 게임 코스프레 어워즈' 등 다양한 이벤트 구성

부대행사인 국제 게임 컨퍼런스 G-CON에서는 게임 개발기, AI 활용 등의 주제로 업계 유명 연사들의 강연 진행

- 국제 게임 컨퍼런스 G-CON 2024는 AAA급 게임부터 인디게임 개발기, AI(인공지능), IP(지적재산권) 등의 주제에 대한 총 3개의 트랙, 42개 세션으로 구성
- 일본 유명 게임 프로듀서 시부사와 코우('삼국지'), 기타세 요시노리('파이널 판타지') 등 게임 업계 유명 연사 다수 참여

Source: G-STAR, 삼성KPMG 경제연구원

역대 최다 참가 업체 기록 및 21만 5천여명의 관람객 방문

G-STAR 2024에는 역대 최다인 1,375개 기업이 참가했으며 21만 5천여명의 관람객이 참여함. 전년 대비 관람객 수는 9.1% 증가한 수치임. 비즈니스 상담을 위해 방문한 유료 바이어는 2,211명으로 집계

BTC관 주요 참가 업체

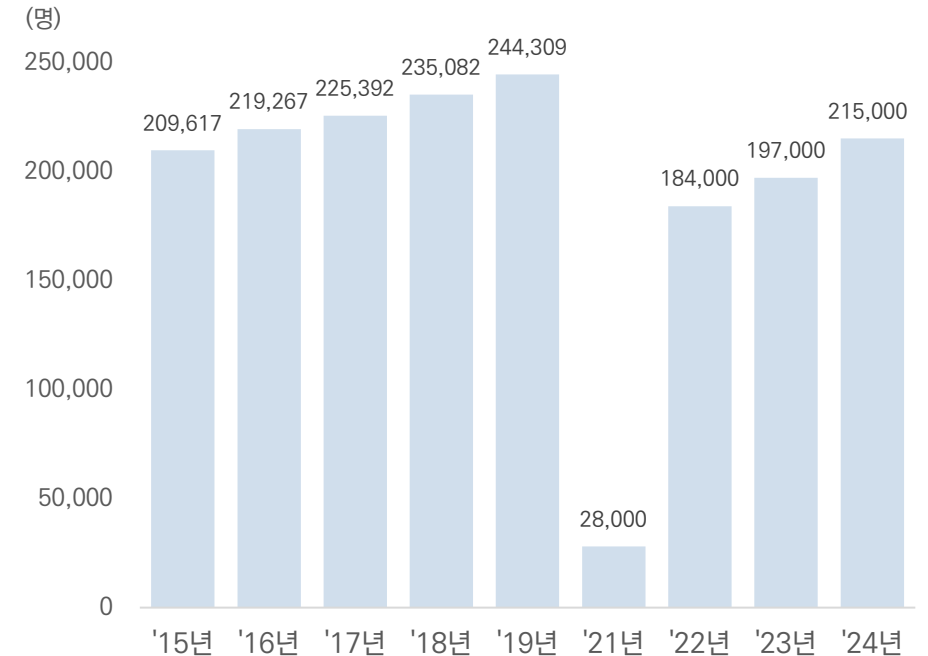
넥슨코리아	넷마블	크래프톤
라이온하트 스튜디오	펄어비스	하이브IM
그라비티	웹젠	구글코리아
SOOP	Gryph Frontier	인벤
Steam	Qiddiya	투핸즈인터랙티브

BTB관 주요 참가 업체

넥슨코리아	스마일게이트	컴투스플랫폼
그라비티	Xsolla	드래곤플라이
하이브랩	밥게이트	씽킹데이터코리아
벨로프	Mistplay	네오리진
Gamescom	패러블엔터테인먼트	스토익엔터테인먼트

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

‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’ 등 다양한 부대행사 운영

G-STAR 2024에서는 ‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’ 등 인디게임의 홍보를 위해 이용객이 다양한 인디게임을 체험할 수 있게 하는 쇼케이스 공간과 유명 게임 IP를 활용한 이용객 휴게공간 운영 등 게임 산업의 확장을 위한 노력을 지속함

‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’를 통한 인디게임 홍보 강화



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

크래프톤의 ‘배틀그라운드’ IP를 활용한 ‘카페 펍지’



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

[참고] 글로벌 주요 게임 박람회

미국 E3 게임쇼가 주요 개발사 및 퍼블리셔의 자체 행사 진행 추세에 따라 2023년 12월 폐지 공지되며, 독일의 Gamescom, 일본 Tokyo Game Show, 중국의 China Joy가 글로벌 3대 게임쇼로 자리매김. 국내외 게임사의 신작 출시 및 시연 뿐만 아니라, China Joy의 경우 디지털 엔터테인먼트를 포괄적으로 전시하는 행사로 분야 확장에 나섬

글로벌 주요 게임 박람회 2024년 현황

게임쇼	개최지	개최 시기	현황
E3	미국 로스앤젤레스	-	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19를 계기로 심화된 주요 개발사 및 퍼블리셔의 자체 행사 진행 트렌드에 따른 참가사 부족 등의 이유로 출범 28년 만인 2023년 12월 정식 종료 공지
Gamescom	독일 쾰른	매년 8월	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 8월 21일~25일간 독일 쾰른에서 개최된 Gamescom은 64개국의 1,462 개의 게임사가 참가한 유럽 최대 게임쇼로, 약 120개 국에서 33.5만명이 방문 EA(Electronics Arts), Xbox, 블리자드 엔터테인먼트, 유비소프트, 반다이남코 엔터테인먼트, 캡콤, 텐센트, 넷플릭스 등이 참가하여 신작을 포함한 다양한 작품을 출품했으며, Gamescom Awards에서 캡콤의 '몬스터헌터 와일즈'가 4관왕, 반다이남코의 '리틀 나이트메어 3'가 3관왕 수상 국내 게임사 넥슨('퍼스트 버서커: 카잔')과 크래프톤, 펠어비스, 카카오게임즈, 하이브IM 등이 참가하여 신작 및 트레일러 등 공개
Tokyo Game Show	일본 도쿄	매년 9월	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 9월 26일~29일 진행된 Tokyo Game Show에는 'Trailblaze the world with gaming(게임으로 세계를 개척하다)'이라는 슬로건 하에 985여 개 기업이 참가하여 3,252개 부스를 구성하고, 4일간 27.4만 명이 방문 소니, 캡콤, 세가/아틀러스, 반다이남코, 스퀘어 에닉스 등의 신작 또는 시연 버전을 공개하였으며, 국내 게임사 넥슨, 크래프톤 (구글플레이 부스를 통해 시연), 시프트업(레벨 인피니티 부스를 통해 출품), 하이브IM, 빅게임 스튜디오 등의 기업이 참가
China Joy	중국 상하이	매년 7월	<ul style="list-style-type: none"> 중국 상하이에서 개최되는 중국 최대 게임쇼로 중국 게임 산업의 발전과 함께 규모가 커지고 있음 2024년 7월 26일~7월 29일 개최된 차이나조이는 게임뿐만 아니라 애니메이션, 영화 및 음악, e스포츠 등 디지털 엔터테인먼트 분야를 포괄적으로 전시. 국내에서는 넥슨, 펠어비스, 엔씨소프트, 네오위즈 등이 게임을 출품

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

2024 대한민국 게임대상 《 '나 혼자만 레벨업: 어라이즈' 대상 수상

넷마블네오의 '나 혼자만 레벨업: 어라이즈'가 2015년 '레이븐' 이후 9년 만에 넷마블에게 대한민국 게임대상의 대상을 안김. 시프트업은 '스텔라 블레이드'를 통해 최우수상, 인기게임상 등 7관왕을 달성함. 수상작들을 통해 글로벌 IP 확장이 현 게임 사업에 미치는 중요성이 강조되는 동시에 장르 독창성과 플랫폼 다양성에 대한 트렌드가 돋보임

2024 대한민국 게임대상 수상작



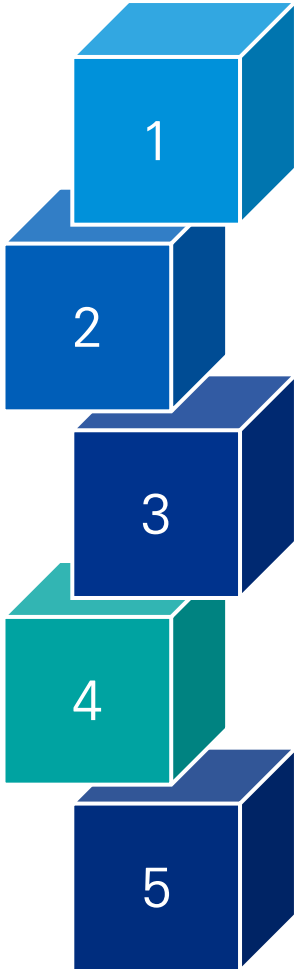
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

수상 부문	플랫폼	게임명	개발사	특징
<ul style="list-style-type: none"> 대상 	모바일/PC	나 혼자만 레벨업: 어라이즈	넷마블네오	<ul style="list-style-type: none"> 동명의 국산 인기 웹툰 IP기반 액션 RPG 장르 게임 '24년 5월 글로벌 출시 직후 78개국 애플 앱스토어 인기 순위 1위 진입
<ul style="list-style-type: none"> 최우수상 인기게임상 기술창작상(全 부문) 우수개발자상 	콘솔	스텔라 블레이드	시프트업	<ul style="list-style-type: none"> 지구 멸망으로부터 위기에 처한 인류를 구하는 스토리의 3D 오픈월드 액션 어드벤처 장르 게임
<ul style="list-style-type: none"> 우수상 	모바일	로드나인	엔엑스쓰리 게임즈	<ul style="list-style-type: none"> 정통 MMORPG(다중접속역할 수행게임) 장르의 게임
	모바일	트릭컬 리바이브	에피드 게임즈	<ul style="list-style-type: none"> 서브컬처 장르로 캐릭터를 수집하고 특성을 조합하는 수집형 RPG 게임
	PC/콘솔	퍼스트 디센던트	넥슨코리아	<ul style="list-style-type: none"> 크로스 플레이 가능한 3인칭 루터슈터 액션 RPG 장르 게임

Contents

I.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

G-STAR 2024의 5대 트렌드



대형게임사 2N(넥슨, 넷마블)+1K(크래프톤)의 두각

- 넥슨은 G-STAR 메인 스폰서로 참여하여 300부스의 대규모 참가, 크래프톤은 'inZOI' 등 신작 공개
- 넷마블은 미국 HBO 원작 드라마 기반의 액션 RPG '왕좌의 게임: 킹스로드' 공개로 스포트라이트를 받음

게임 산업의 수익 다각화를 달성하기 위한 전략 다양성 확대

- 확률형 아이템에 대한 법적 규제가 본격화되는 등 수익 다각화를 위한 노력의 중요성이 강조됨
- 게임 업계의 자체 노력과 함께 유관 플랫폼 산업에서도 수익 다각화를 위한 접근 전략이 제시되었음

생성형 AI 기술 고도화와 함께 부각되는 게임 산업의 활용 전략

- 생성형 AI 분야의 기술 고도화에 따라 AI를 활용하는 게임 산업의 전략도 다양하게 나타남
- sLM(소형 언어모델)을 활용한 생성 기술이 게임 산업에서 중요성이 강조됨

장르 다양성 갖춘 K-인디게임의 진화

- G-STAR 2024 '인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시' 신설 및 G-CON 인디게임 세션 등 인디게임의 높은 주목도 반영
- 국내형 스토리, IP 등을 갖춘 K-인디게임의 장르 다양성 확보 및 사업 확대 기회가 포착됨

글로벌 시장이 주목하는 국내 게임 산업

- G-STAR 2024에 미국, 사우디아라비아, 독일, 중국 등 다양한 국가의 게임사 및 관련 기업의 참여가 이루어짐
- 해외 참가 기업은 국내 게임 기업과의 파트너십을 늘리고, 자사의 작품 및 행사를 국내 게임사 및 관객에게 홍보

Source: 삼정KPMG 경제연구원

① 대형게임사 2N(넥슨, 넷마블)+1K(크래프톤)의 두각

게임 업계 3N(엔씨소프트, 넥슨, 넷마블)+2K(크래프톤, 카카오게임즈) 가운데 올해 G-STAR에는 2N(넥슨, 넷마블)+1K(크래프톤)가 참가함. 넥슨의 경우 2023년 연결 기준 매출액이 역대 최대인 3조 9,323억 원으로, 올해 매출액 4조 클럽 입성을 이룰지 귀추가 주목되고 있음

G-STAR에서 대규모 부스를 운영한 넥슨, 넷마블, 크래프톤

넥슨: 창립 30주년 기념 300개 부스 및 오케스트라	넷마블: 저명 원작 드라마 IP '왕좌의 게임: 킹스로드'	크래프톤: 'inZOI' '하이파이러시' 등 신작 시연
<p style="text-align: center;">〈넥슨 부스〉</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 넥슨은 기업 설립 30주년을 맞아 G-STAR 2024 BTC 최대 규모인 300개 부스를 운영 • G-STAR 부스에서 아르츠심포니오케스트라와 함께 '넥슨 30주년 오케스트라' 공연을 선보임. 대표작 '메이플스토리', '카트라이더', '던전앤파이터' 등에 수록된 사운드트랙을 67인조 오케스트라로 진행 	<p style="text-align: center;">〈넷마블 시연 부스〉</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 넷마블은 100개 부스와 시연 디바이스 170대로 대규모 부스를 구성함 • '왕좌의 게임: 킹스로드'는 워너브라더스인터랙티브 엔터테인먼트 산하 HBO의 공식 라이선스를 획득해 개발했으며 원작 고증을 바탕으로 원작의 세계관과 캐릭터에 주안점을 둠 	<p style="text-align: center;">〈크래프톤 시연 부스〉</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 크래프톤은 신작 시연에 중점을 두고 관람객에게 인생 시뮬레이션 게임 'inZOI', 리듬 액션 게임 '하이파이러시', 탑다운 슈팅 액션 게임 '프로젝트 아크', 생존 생활 시뮬레이션 '딩컴 투게더' 등 4종 신작을 선보임 • 자회사 렐루게임즈가 개발한 '마법소녀 카와이 러블리즈 쿵도쿵 바쿱부쿱 루루핑' 출품

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

② 게임 산업의 수익 다각화를 달성하기 위한 전략 다양성 확대

확률형 아이템에 대한 법적 규제가 본격화되는 등 국내 게임 업계의 수익 다각화를 위한 노력의 중요성이 강조되고 있음. G-STAR 2024에서는 게임 업계의 수익 다각화 노력과 함께 클라우드 플랫폼, 결제 플랫폼 등 게임 유관 산업에서도 게임 산업의 수익 다각화를 위한 접근 전략이 제시되었음

게임 산업의 수익 다각화를 달성하기 위한 전략 다양성 확대

글로벌 시장을 목표로 한 수익모델 기획

〈라이온하트 스튜디오의 ‘발할라 서바이벌’〉



- 라이온하트 스튜디오는 출시 예정 게임 ‘발할라 서바이벌’을 G-STAR에서 공개하며 글로벌 시장을 대비한 수익모델 다각화 전략을 제시함
- Pay-to-win, 확률형 아이템 등 기존 수익모델과 차별화 한 무과금 방식, 월 정액 방식 등의 수익모델을 고려중임을 공개함

클라우드 게이밍 플랫폼 기반 수익성 강화

〈삼성전자 정직한 상무〉



- 다운로드 없이 바로 게임 플레이가 가능한 장점을 기반으로 클라우드 플랫폼이 게임 업계의 수익 강화 수단으로 부상하고 있음
- 클라우드 플랫폼 게임은 다운로드 게임 대비 광고에 따른 이용자 유입 효과가 높아 게임 업계의 비용 효율화 측면에서 도움이 될 것이라고 언급함

글로벌 진출 및 멀티플랫폼 기반 수익다각화

〈엑셀라 이주찬 부사장〉



- 게임 업계의 수익 다각화를 위해 글로벌 진출과 멀티 플랫폼 전략이 부상하며 환경 다변화에 따른 로컬 결제 수단 및 플랫폼별 규제 대응을 위한 MoR (Merchant of Record)의 역할이 강조됨
- 결제 환경의 친숙함 및 이용자 편의성의 강화가 구매전환율을 높이는 요소가 될 수 있다고 언급함

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

③ 생성형 AI 기술 고도화와 함께 부각되는 게임 산업의 활용 전략

생성형 AI에 대한 개발이 지속되며 소형 언어모델(sLM) 등의 기술 고도화가 이루어짐에 따라 AI를 활용하는 게임 산업의 전략도 다양해지고 있음. sLM을 활용한 텍스트, 이미지 생성 기술의 중요성이 게임 산업에서 강조되고 있으며, 크래프톤은 sLM을 활용한 생성형 AI 캐릭터인 CPC(Co-Playable Character)를 공개함

생성형 AI 기술 고도화와 함께 부각되는 게임 산업의 활용 전략

sLM 기반 CPC 캐릭터의 개발

〈크래프톤의 'inZOI' 홍보 부스〉



- 크래프톤은 출시 예정 게임 'inZOI'에 소형 언어모델(sLM)을 활용한 생성형 AI 캐릭터 CPC(Co-Playable Character) 도입을 발표함
- CPC는 NPC(Non-Playable Character)와 달리 생성형 AI를 기반으로 이용자와 자유로운 형태로 상호작용하여 게임 경험의 향상효과를 기대함

생성형 AI의 지속가능한 활용을 위한 전략

〈LG CNS 안무정 책임〉



- 생성형 AI 분야의 소형 언어모델(sLM) 기술은 게임 환경에서 텍스트 기반 텍스트, 이미지를 생성하는 주요 도메인으로 부각될 것으로 보인다고 강조함
- 생성형 AI 활용을 높이기 위해서는 AI 분야의 지식관리(Knowledge Management), 디자인 스튜디오 등의 개발에 집중할 필요가 있다고 언급함

AI를 활용한 영상 스트리밍 콘텐츠 전략

〈AI 기능을 체험할 수 있는 SOOP 부스〉



- SOOP(구. 아프리카TV)은 영상 제작 스트리머와 영상 시청 이용객이 활용할 수 있는 생성형 AI 기능 '싸비'와 '수피'를 공개함
- AI가 자동으로 영상을 생성하는 '싸비'와 이용객의 시청 패턴에 맞춤형 영상 추천을 제공하는 '수피'를 기반으로 게임 콘텐츠 시장의 확대가 기대되고 있음

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

4 장르 다양성 갖춘 K-인디게임의 진화

해외 포맷 및 스토리 의존도가 높았던 과거 인디게임에서 진화하여, 한국 정서에 맞는 스토리와 장르 다양성을 확보한 신작 출시 등 글로벌 게임 유통 플랫폼과의 협력과 함께 K-인디게임의 경쟁력이 주목됨. 특히 한국콘텐츠진흥원과의 통합 부스 운영과 G-CON에서의 다양한 인디게임 세션에 근거하여 향후 산업 확대의 기초가 전망됨

K-인디게임의 장르 다양성 부각과 산업 확대 기초

‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’ 300부스 신설

〈60여 편의 인디게임 체험 부스〉



- G-STAR 2024에서는 ‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’ 제하 300부스 규모의 프로그램을 신규 구성하여 다양한 장르의 인디게임 60여 편을 직접 체험해 볼 수 있도록 함
- 몰입감 있는 인디게임 경험을 제공하기 위해 STEAM과 협력하여 ‘스팀덱’ 디바이스 배치

한국콘텐츠진흥원의 인디게임 지원 사업

〈콘진원이 선발한 인디게임 스타트업 체험 부스〉



- 한국콘텐츠진흥원 게임기획지원 사업의 일환으로 스타트업 인디게임 기업을 선발하여 10여 종의 게임을 시연할 수 있는 부스를 구성
- 부스 중앙 무대에서 인디게임 기업 관계자와 소통할 수 있는 참여형 이벤트 기회를 마련하여 유저 및 팬과의 소통 기회를 제공

G-CON 내 인디게임 관련 세션 다중 확보

〈‘안녕, 서울: 이태원편’ G-CON 세션 발표〉



- G-CON(개발자 컨퍼런스)의 48개 세션 중 8개 세션(약 19%)이 인디게임 관련 발표로 구성됨
- 퍼즐 어드벤처 장르의 ‘안녕, 서울: 이태원편’을 비롯하여 추리스토리 어드벤처(‘KILLA’), 사이버펑크 액션 어드벤처(‘산나비’) 등 인디게임의 장르 다양성과 독창성이 돋보임

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

⑤ 글로벌 시장이 주목하는 국내 게임 산업

G-STAR 2024에 미국, 사우디아라비아, 독일, 중국 등 다양한 국가의 게임사 및 관련 기업이 참여하여 국내 게임 기업과의 파트너십을 늘리고, 자사의 작품 및 행사를 국내 게임사 및 관객들에게 홍보. 글로벌 게임 생태계 내 높아진 국내 게임 산업의 위상을 반영

G-STAR 2024에 참여한 해외 게임사 및 관련 기업

미국 나이언틱의 '포켓몬Go'

〈미국 나이언틱의 '포켓몬Go'의 BTC관 부스〉



- 미국 게임사 나이언틱은 G-STAR의 20주년 기념 파트너십 강화의 일환으로 BTC관 및 부산 전역에 '포켓몬Go' 관련 체험, 다양한 이벤트를 구성
- 나이언틱의 최고 마케팅 책임자 마이크 쿼클리는 G-CON에서 '게임의 힘: 지역과 함께 연결하다' 주제로 강연을 진행

사우디아라비아의 '키디아(Qiddiya)'

〈사우디아라비아 '키디아 게이밍'의 BTC관 부스〉



- 사우디아라비아 정부의 대규모 엔터테인먼트 도시 프로젝트인 '키디아(Qiddiya)'가 G-STAR에 참가하여 100개 규모의 대형 부스를 구성
- 관객들이 현실과 가상이 혼합된 형태의 1인칭 슈팅 게임 '아웃포스트 오메가' 등을 체험하게 구성하며, 게이밍 시설 등을 갖춘 미래 키디아의 청사진을 제시

독일의 '게임스컴'

〈독일 '게임스컴'의 BTB관 부스〉



- 매년 독일 쾰른에서 개최되는 글로벌 3대 게임쇼 '게임스컴(Gamescom)'이 G-STAR B2B관에 참여
- 게임사 및 관련 기업을 대상으로 내년에 열릴 '게임스컴' 행사를 홍보하고 게임스컴 활용백서 등 행사의 접근성을 높이기 위해 나섬

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

Contents

I.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
	– BTC관 참가 기업	16
	– BTB관 참가 기업	32
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

2N(넥슨, 넷마블)+K(크래프톤)의 G-STAR 게임 생태계 주도

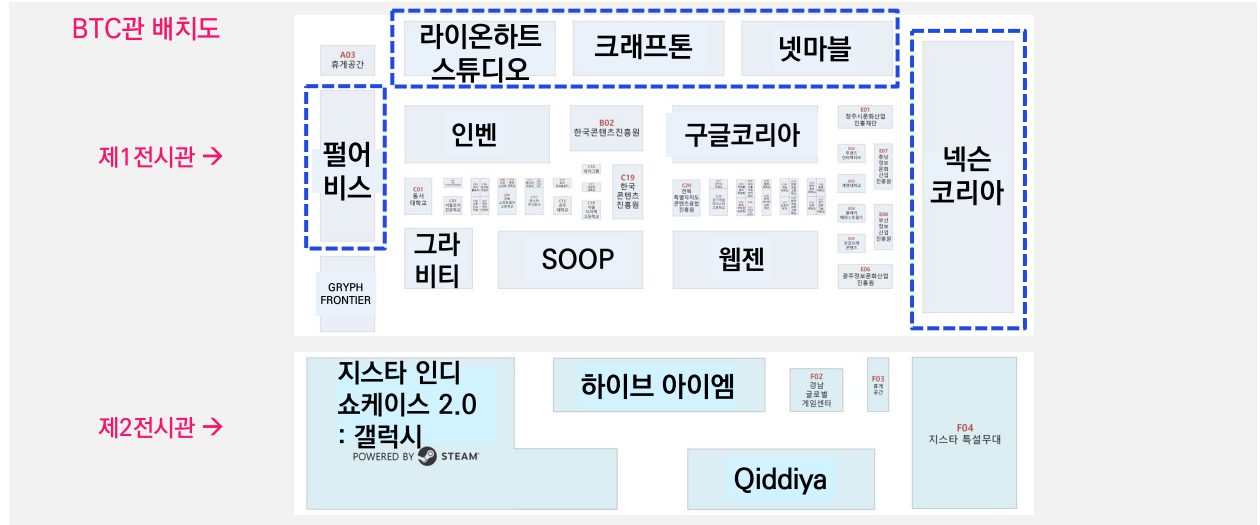
올해 BTC관은 지난해에 이어 2개 층에서 제1전시관·제2전시관의 대규모로 운영됨. 게임 업계의 3N으로 불리는 엔씨소프트, 넥슨, 넷마블 가운데 올해 G-STAR에는 2N(넥슨, 넷마블)이 참가함. 크래프톤(K)은 지난해에 이어 올해에도 대규모 부스를 운영하며, 라이온하트 스튜디오는 창립 이래 처음으로 G-STAR에 참석함

연도별 G-STAR 메인 스폰서

연도	메인 스폰서
2012년	위메이드
2013년	스마일게이트
2014년	-
2015년	네시삼십삼분
2016년	넷마블
2017년	넥슨
2018년	에픽게임즈
2019년	슈퍼셀
2020년	위메이드
2021년	카카오게임즈
2022년	위메이드
2023년	위메이드
2024년	넥슨코리아

Source: 언론보도 종합, G-STAR

BTC관의 메인 스테이지를 차지한 2N(넥슨, 넷마블)+K(크래프톤)



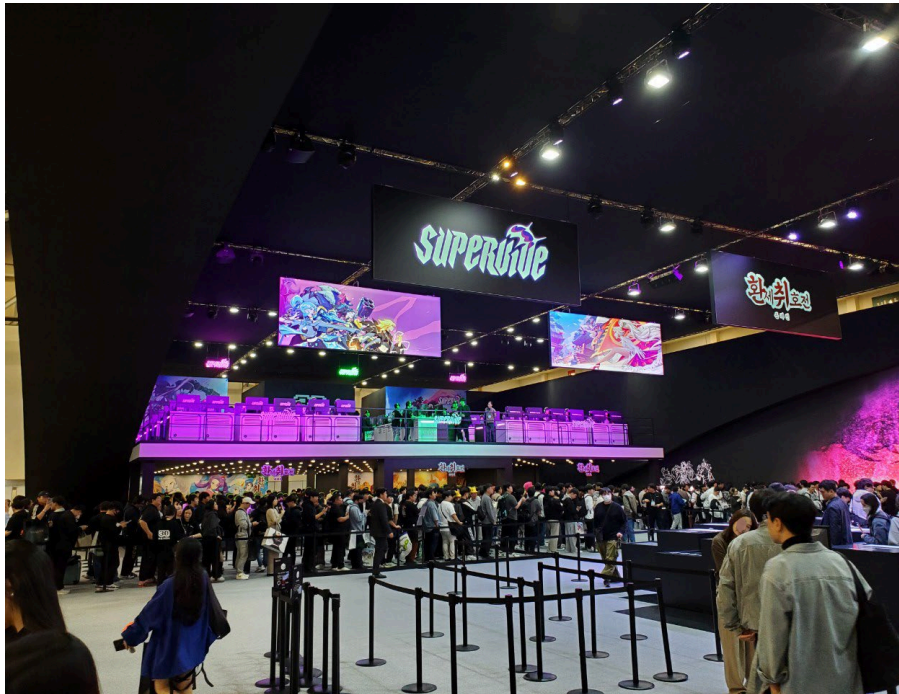
Source: G-STAR

- 넥슨코리아는 G-STAR 2024에서 메인 스폰서(다이아몬드 스폰서)로 참가했으며, BTC관(일반전시관)에 300부스 규모의 부스를 마련. 펠어비스는 BTC관 왼편에 100부스를 운영하며 '검은사막'의 후속작 '붉은사막(Crimson Desert)'을 선보였으며, 라이온하트 스튜디오는 신작 4종의 부스를 운영. 지난해에 이어 BTC관 주요 위치에 참석한 크래프톤은 올해에는 중앙에, 넷마블은 지난해에 이어 오른편에 대규모 전시관을 운영
- 스마일게이트는 BTC관에는 참가하지 않으며 BTB관에 참가함

넥슨 《 창립 30주년을 맞이하여 메인 스폰서이자 최대 규모 참가사로 참여

G-STAR 2024의 메인 스폰서로 참여한 넥슨은 BTC관의 최대 규모인 300부스 규모의 전시관을 운영함. 시연작 4종의 게임을 체험할 수 있는 500여 대의 시연 기기를 운영하여 화제를 모음. 기존 인기 IP를 활용한 공연 및 특별 전시공간을 마련하여 창립 30주년 기념 행사를 진행함

500여 대 시연기기로 구성된 넥슨 부스



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

G-STAR 2024의 메인 스폰서로 참여한 넥슨은 BTC관과 BTB관 모두 부스를 운영하여 일반 관람객 및 업계 관계자 대상 주요 신작 홍보를 진행함

- 넥슨은 BTC관에서 가장 큰 규모인 300부스 규모의 전시관을 운영하며 관람객 대상 신작 체험을 유도함
 - 시연작 4종의 게임을 체험할 수 있는 500여 대의 시연 기기를 BTC관 내 마련함
 - 관람객이 체험 가능한 시연작으로는 배틀로얄 '슈퍼바이브', 액션 RPG '프로젝트 오버킬', 액션 RPG '퍼스트 버서커: 카잔', 캐주얼 RPG '환세취호전 온라인' 등이 제공됨
 - 개발 중인 신규 서바이벌 슈팅 게임 '아크 레이더스'의 신규 트레일러 영상을 공개함

창립 30주년을 맞이한 넥슨은 기존 인기 게임의 IP를 활용한 전시 공간을 운영함

- 인기 IP 게임인 '메이플스토리'와 '던전앤파이터' 게임의 IP를 체험할 수 있는 전시공간을 구성함
- 마비노기, 메이플스토리, 카트라이더 등 자사 인기 게임의 OST로 구성된 오케스트라 공연을 G-STAR 행사장 내에서 진행함

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

넷마블 《대중성 확보 IP 기반 RPG ‘왕좌의 게임’과 ‘몬길’ 2종 시연

넷마블은 지난해에 이어 BTC관 100부스와 시연 디바이스170대 규모로 참여함. 대중성이 확보된 IP 확장 전략이 돋보이는 가운데, 동명의 원작 드라마의 스토리를 기반으로 한 액션 RPG ‘왕좌의 게임: 킹스로드’와 모바일 RPG 게임 ‘몬스터길들이기’의 계승작 ‘몬길: STAR DIVE’ 등을 선보임

넷마블 ‘왕좌의 게임: 킹스로드’와 ‘몬길: STAR DIVE’ 시연 부스



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

액션 RPG ‘왕좌의 게임: 킹스로드’, 모바일 RPG ‘몬길: STAR DIVE’ 소개 및 시연

- 미국 HBO 동명의 원작 드라마 최초 오픈월드 액션 RPG IP 확장
 - ‘왕좌의 게임’ 시리즈는 美 에미상, 골든글로브상 등을 수상한 글로벌 인기 드라마 중 하나로, 해당 콘텐츠의 스토리 라인과 캐릭터를 기반으로 원작 이후의 상황을 게임을 통해 고증
 - G-STAR 2024 시연 부스를 통해 게임의 초반 프롤로그 부분을 직접 플레이해 볼 수 있도록 함
- 인기 모바일 RPG 게임 ‘몬스터길들이기’ IP 기반 콘텐츠 확장
 - ‘몬길: STAR DIVE’는 모바일 수집형 RPG의 초기 성공 모델로 평가되는 ‘몬스터길들이기’를 기반하여 출시된 게임으로, 새로운 캐릭터와 확장된 콘텐츠의 게임 상품을 개발함
 - G-STAR 2024에서는 초반부 스토리와 전투를 체험할 수 있는 모드를 제공함

‘나혼자만 레벨업: 어라이즈’ 스페셜 이벤트 매치 진행

- 인기 웹소설 ‘나혼자만 레벨업’ IP 기반 게임 챔피언십 대회 개최
 - 지난 달, 서울 잠실 비타500 콜로세움에서 처음 개최된 오프라인 대회의 우승자 및 출전 선수들을 초청해 리벤지 매치를 진행함
 - 게임 출시와 같은 기존 IP 확장 사례를 넘어 오프라인 매치와 온라인 중계 등의 이벤트로 확장 연결을 기획하며 성공적 확장 사례로 평가

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

크래프톤 《 'inZOI', '딩컴 투게더', '프로젝트 아크' 등 신작 게임 홍보 주력

크래프톤은 'inZOI', '딩컴 투게더', '프로젝트 아크' 등의 공개 예정 신작의 시연 프로그램을 운영하여 출시 예정작에 대한 화제성을 높이기 위해 노력함. 인기 게임 '배틀그라운드'의 IP를 활용한 카페를 도넛 브랜드 '랜디스 도넛'과 협업하여 G-STAR 행사장 내에서 운영하며 기존 유명 게임에 대한 로열티 강화 노력도 함께 진행함

'inZOI', '프로젝트 아크' 등 신작 홍보를 위한 크래프톤 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

2025년 출시 예정 게임 'inZOI(인조이)', '딩컴 투게더', '프로젝트 아크' 등의 신작 게임 대상 시연 프로그램 운영

- '24년 8월 게임스컴에서 시연 행사를 진행하여 화제를 모은 인생 시뮬레이션 게임 'inZOI'는 '25년 공개를 앞두고 G-STAR 2024에서도 시연 진행함
- '22년 출시 후 글로벌 시장에서 100만 장 이상 판매된 인기 PC 게임 '딩컴'의 IP를 활용한 출시 예정 모바일 게임 '딩컴 투게더'의 시연 프로그램 운영함
- 5대5 PvP(Player versus Player, 플레이어 대 플레이어) 형태의 슈팅 게임 '프로젝트 아크'의 최초 시연 기회를 제공함

자사의 대표 게임 '배틀그라운드'의 IP를 활용한 카페를 유명 도넛 브랜드 '랜디스 도넛'과 협업하여 운영함

- '배틀그라운드' 콘텐츠를 활용한 도넛 판매 및 인게임 쿠폰 제공 등의 이벤트를 진행함

G-STAR 야외 행사장에서는 개발자 양성 사회공헌 프로그램인 '크래프톤 정글'을 통해 제작한 콘텐츠를 홍보함

- 야외 부스에서는 이용객이 개인의 성향과 강점을 파악할 수 있는 심리 테스트 및 보드게임 형태의 콘텐츠를 체험할 수 있도록 제공함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

라이온하트 스튜디오 《 신작 4종 공개 및 팬인게이지먼트 전략 부각

라이온하트 스튜디오는 대표작 ‘오딘: 발할라 라이징’의 신규 콘텐츠 발표를 포함하여 신작 4종을 G-STAR 2024에서 최초 공개. 특히 팬인게이지먼트 강화 전략이 주목되는 가운데, 각 게임별 시연존, 전시 체험관, 포토존, 이용객 소통 이벤트 등 게임 IP를 기반으로 한 체험형 이벤트 다수 개최

라이온하트 스튜디오의 신작 4종 홍보 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

대표작 ‘오딘: 발할라 라이징’ 신규 콘텐츠 및 신작 4종 최초 공개

- BTC관 내 100부스 규모로 구성해 대표작의 신규 콘텐츠 및 미공개 신작 발표
 - 대표 MMORPG ‘오딘: 발할라 라이징’의 신규 콘텐츠를 테마로 한 포토존 마련
 - 핵앤슬래시 로그라이크 장르 신작 ‘발할라 서바이벌’의 시연버전을 최초 공개
 - 서브컬처 육성 시뮬레이션 장르의 모바일 신작 ‘프로젝트 C(가칭)’를 테마로 해당 게임 세계관 내 마법학교 컨셉의 전시 체험 공간 선보임
 - 멀티 플랫폼 루트 슈터 장르 신작 ‘프로젝트 S(가칭)’와 AAA급 MMORPG ‘프로젝트 Q(가칭)’의 경우, 홀로그램 및 미디어 아트로 구성된 체험관을 제공함

팬인게이지먼트 강화를 위한 게임 IP 기반 체험형 이벤트 다수 개최

- 부스 내 시연존, 전시체험관, 포토존, 이벤트 무대 등의 공간을 구성하여 이용객들의 게임 IP 기반 다양한 체험이 가능하도록 함
 - 인기 인플루언서들과 함께 하는 ‘발할라 서바이벌’의 이벤트 매치, 게임 IP 기반 생존 보드게임, 중세 판타지쇼, 상황극 드로잉쇼, 코스프레 모델들과 함께하는 포토존 체험 등 팬인게이지먼트 강화를 위한 적극적 움직임이 주목됨

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

펄어비스 《대표 기대작인 PC·콘솔용 RPG 게임 ‘붉은사막’ 시연

펄어비스는 인기작 ‘검은사막’의 후속작으로 큰 기대를 모으고 있는 AAA급 RPG 게임 ‘붉은사막(Crimson Desert)’의 전시관을 총 100부스 규모로 구성하여 시연을 진행. 국내에서는 G-STAR를 통해 최초 시연하여 현장 관객들의 큰 관심을 받음

펄어비스의 ‘붉은사막(Crimson Desert)’ 전시 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

총 100부스 규모의 전시관을 구성하여 AAA급 PC·콘솔용 RPG 게임 ‘붉은사막(Crimson Desert)’을 시연

- 펄어비스는 총 100부스 규모의 ‘붉은사막’ 전시관을 입장부터 시연까지 게임 세계관에 몰입할 수 있도록 전시
 - ‘붉은사막’은 펄어비스의 인기작 ‘검은사막’의 후속작으로, 광대한 대륙에서 사명을 위해 싸우는 용병들의 이야기를 다룬 오픈월드 액션 어드벤처 장르이며 2025년 출시를 예고
 - 시연 버전은 액션성을 중시하고 있으며, 기본 조작법을 익힌 후 총 4종의 보스전 중 선택해 일정 시간 동안 게임 플레이하도록 구성
 - 펄어비스는 대작 게임 개발에 주로 사용되는 ‘언리얼 엔진’과 ‘유니티’가 아닌 자체 차세대 게임 엔진 ‘블랙스페이스 엔진(BlackSpace Engine)’으로 개발
 - 게임 플레이 환경을 최적화하기 위해 삼성전자, AMD, 스틸시리즈, 시디즈 등과 협업하여 전시를 구성

펄어비스의 ‘붉은사막’ 시연 버전은 2024년 8월 독일의 게임스컴에서 최초 공개하였으며, 국내에서는 G-STAR 2024를 통해 최초 시연하여 현장 관객들의 큰 관심을 받음

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

하이브IM 《신작 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일' 최초 공개

하이브IM은 처음으로 단독 부스를 구성하여 2023년 300억 원을 투자한 게임사 아쿠아트리에서 개발 중이며 하이브IM이 퍼블리싱 권한을 갖고 있는 MMORPG 신작 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'을 최초 공개. 100개 규모의 부스에 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'을 직접 체험할 수 있도록 구성하고 각 종 이벤트를 진행

하이브IM의 신작 '아키텍트:랜드 오브 엑자일' 전시관 모습



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

하이브의 게임 부문 자회사 하이브IM은 최초로 100개 규모의 단독 부스를 구성하여 신작 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'을 공개

- 하이브IM은 MMORPG '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'을 최초 공개하며 시연존과 메인 스테이지, 럭키존 등의 100개 규모의 부스를 구성
 - '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'은 하이브IM이 2023년 300억 원을 투자한 게임 개발사 아쿠아트리의 작품으로 하이브IM은 퍼블리싱 권한 확보
 - 아쿠아트리는 '리니지2 레볼루션'과 '제2의 나라: Cross Worlds' 등 글로벌 흥행 MMORPG를 개발한 박범진 사단의 기업
 - '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'은 언리얼 엔진5 기술을 활용해 만들어진 실사풍의 그래픽과 로딩 없는 심리스 월드 등이 주요 특징인 AAA급 MMORPG 게임
 - G-STAR 2024에서는 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'을 '스토리 모드'와 '탐험 모드'로 체험할 수 있도록 PC 및 모바일 시연을 제공
 - 야외 광장에서도 '아키텍트: 랜드 오브 엑자일'에 등장하는 NPC '나루루', 대표적인 상징물인 '거인의 탑' 등을 체험할 수 있도록 구성하고 각 종 이벤트를 진행

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

그리프 프론티어 《 중국 게임사 ‘명일방주: 엔드필드’ 공개

중국 게임 개발사 ‘하이퍼그리프’는 자사 게임의 해외 퍼블리싱을 전담하는 자회사 ‘그리프 프론티어(브랜드명 그리프라인)’을 통해 유명 게임 IP ‘명일방주’의 후속작 ‘명일방주: 엔드필드’ 한국어 버전을 최초 공개하고 시연함. 포토존, 코스프레 무대, 게임 스트리머의 퀴즈쇼 진행 등 체험형 이벤트를 통해 팬인게이지먼트 강화

‘명일방주: 엔드필드’를 공개하는 그리프 프론티어의 홍보 부스



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

‘하이퍼그리프’는 중국 상하이 기반 게임 기업으로, 글로벌 공략 위한 브랜드 ‘그리프라인(GRYPHLINE)’을 운영 중임

- 하이퍼그리프의 대표작은 서브컬처 게임 장르의 ‘명일방주’
 - 중국 기업 하이퍼그리프의 G-STAR 참여로 한국 유저와의 인게이지먼트 확대 및 새로운 유저 확보 전략 개진
 - 서브컬처 장르이자 타워 디펜스 RPG 게임인 ‘명일방주’는 하이퍼그리프의 대표작으로 '19년 출시 이후 꾸준한 매출과 유저수를 유지중
 - 게임쇼, 도쿄게임쇼 등 유명 글로벌 게임쇼에도 참가하여 ‘명일방주: 엔드필드’ 및 고유 IP에 대한 전세계 이용자들의 주목도 확보

해외 퍼블리싱 전담 자회사 ‘그리프 프론티어(Gryph Frontier)’가 50부스 규모를 구성하여 ‘명일방주: 엔드필드’의 한국어 버전 최초 시연

- ‘그리프 프론티어’는 ‘명일방주: 엔드필드’를 관람객들에게 공개 및 시연하고 다양한 체험형 이벤트를 마련
 - ‘명일방주: 엔드필드’의 현장 시연을 통해 기본 튜토리얼, 맵 탐험, 보스 전투 등 게임 속 다양한 요소를 두루 체험 가능
 - 게임 속 요소(텔레포트 지점)를 구현한 조형물을 배치하며 포토존 구성, 게임 속 캐릭터를 표현한 코스프레 무대, 게임 스트리머가 팬과 함께 소통하며 게임을 소개하는 행사 등 다양한 체험형 이벤트를 통해 팬인게이지먼트 강화

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

SOOP 《 옛 아프리카TV에서 SOOP으로 리브랜딩, AI 서비스 로드맵 공개

SOOP(쇼, 옛 아프리카TV)은 올해 G-STAR에 5년 만에 참석하며, SOOP으로 새롭게 브랜딩을 마친 뒤 첫 오프라인 행사로 G-STAR를 택함. SOOP 플랫폼의 AI(인공지능) 관련 서비스 로드맵을 G-STAR에서 공개함. SOOP의 자체 제작 AI 비서인 ‘SAVVY(싸비)’와 ‘SOOPI(수피)’ 공개

SOOP 생성형 AI 라이브영상 제조기 ‘SAVVY’ 홍보 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

100 부스 규모로 SOOP의 로고를 형상화한 부스를 3개 공간 ‘이벤트존’, ‘스트리머존’, ‘무대존’으로 구성

- 아프리카TV에서 SOOP으로 브랜드를 바꾸며 5년 만에 G-STAR 참가
 - ‘이벤트존’에서는 유저 대상 체험형 이벤트가 진행하며, 키오스크를 이용해 SOOP 관련 퀴즈 맞추기 등을 진행하며 리브랜딩을 유저들이 체험하도록 함
 - ‘스트리머존’에는 인터넷 방송 스트리머들이 자유롭게 출입하며 교류할 수 있도록 구성. 오프라인 현장에 방문하지 못하는 버추얼 스트리머를 위해 별도 버추얼 맵을 마련해 메타버스로 SOOP 부스를 체험하도록 함
 - ‘무대존’에서는 유저와 스트리머의 교류를 위한 팬 미팅 콘텐츠, ‘LoL·발로란트·FC온라인·마인크래프트·마법소녀 루루핑’ 등 게임으로 진행되는 e스포츠 및 게임 콘텐츠가 진행. ‘타요’, ‘안녕수야’ 등 스트리머가 해당 콘텐츠에 참여했으며, 버추얼 아이돌 그룹 ‘이세계 아이돌’이 참가

G-STAR 2024에서 SOOP 플랫폼의 AI 관련 서비스 로드맵 공개

- SOOP의 자체 제작 AI(인공지능) 비서인 생성형 AI 라이브영상 제조기 ‘SAVVY’ 체험 부스 운영
 - ‘SAVVY’는 스트리머가 자리를 비웠을 때 시가 스트리머의 얼굴 등을 합성한 영상을 만들어 시청자들에게 제공
 - ‘SOOPI’는 시청자 맞춤형으로 시청자의 시청 패턴과 취향 등을 분석해 광고와 스트리머 등을 추천

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

삼성전자 》 게임 특화 디스플레이 구현 OLED 모니터 ‘오디세이’ 홍보

삼성전자는 BTC관의 인벤, 펠어비스 등 주요 기업의 부스를 통해 게임 환경에 특화된 디스플레이 구현이 가능한 OLED 모니터 ‘오디세이’ 라인업의 제품을 홍보하고 이용객이 체험할 수 있도록 운영함. 삼성전자는 G-CON에서도 클라우드 게임 플랫폼 ‘게이밍 허브’ 등을 홍보하며 플랫폼 기업이 게임사의 비즈니스 확장을 위해 기여할 수 있는 방안을 소개함

삼성전자 ‘오디세이’ 모니터를 체험할 수 있는 인벤 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

인벤, 펠어비스, 하이브IM 등 BTC관 부스 내 게임 환경에 특화된 디스플레이 구현이 가능한 모니터 ‘오디세이’ 제품을 전시하고 이용객 대상 시연 프로그램을 운영함

- OLED를 활용하여 게임 그래픽 구현 능력에 강점을 가진 모니터 라인업인 ‘오디세이’ 제품을 활용하여 게임 시연 콘텐츠를 제공함
 - 방송인 유병재가 G-STAR 기간 삼성전자의 ‘오디세이’ 모니터를 활용하여 인기 게임 ‘오버워치’를 이용자와 함께 체험하는 이벤트를 진행함
 - 하이브IM BTC관에는 ‘오디세이 OLED G6’ 제품을 활용하여 시연 무대 운영함

삼성전자는 G-CON에서 클라우드 게임 플랫폼 ‘삼성 게이밍 허브’와 갤럭시 플랫폼 내 게임 최적화 전략에 대한 세션을 진행하며 게임 산업 내 비즈니스 확장 방안을 공유함

- 삼성전자가 운영하는 게임 플랫폼의 효율성을 홍보하여 게임사의 수익 확대를 위한 플랫폼적 강점을 어필함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

인벤 《 부스 내 타사 여러 브랜드의 체험존 운영

게임 미디어 인벤은 지난해에 이어 올해 G-STAR에 부스를 운영하며, 삼성, 레노버 등이 인벤 부스 내 체험존을 마련. 부스 내에 있는 각 브랜드 존에서 관람객이 게이밍 경험을 복합적으로 체험하도록 부스를 운영. 국내 게임사 폴포지션게임즈는 인벤 부스 내에서 ‘영혼 키우기: 두 얼굴의 소녀들’ 관련 이벤트를 선보임

인벤 부스 내 ‘레노버’ 체험존



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

인벤 부스 내 ‘레노버’ 체험존에서 관람객에게 게이밍 경험 선사

- 게이밍 PC 노트북 ‘리전’ 9세대 및 게이밍 특화 태블릿 ‘리전탭 Y700’ 2세대 전시
 - 한국레노버는 인벤 부스 내 레노버의 게이밍 노트북, 태블릿, 데스크탑, 각종 액세서리를 전시하는 체험존을 마련. 14세대 인텔 코어 프로세서 기반의 게이밍 노트북과 쿼컴 스냅드래곤 8+ 1세대 기반의 게이밍 태블릿 등 레노버의 게이밍 에코시스템을 체험하도록 함
 - 게이밍 PC 노트북 ‘리전’ 9세대 라인업, 캐주얼 게이머를 위한 ‘로크 15AHP9’, 게이밍 특화 태블릿 ‘리전탭 Y700 2세대’, 안정적인 게이밍 환경 지원에 주안점을 둔 데스크톱 ‘로크 타워 17IRR9’ 등을 전시

인벤의 부스 내 폴포지션게임즈가 ‘영혼 키우기: 두 얼굴의 소녀들’로 참여

- 인벤의 부스 내 폴포지션게임즈 참여
 - 폴포지션게임즈가 서비스하는 모바일 방치형 RPG 게임 ‘영혼키우기: 두 얼굴의 소녀들’을 선보이며, 코스프레 전문팀 ‘COSIS’와 협업해 코스프레 이벤트 진행
 - 그외 네이버 공식 라운지를 통해 다양한 이벤트를 진행하며, G-STAR에 직접 참가하지 못하는 이용자들을 위해 혈석과 캐릭터 연성 티켓, 무기 연성 티켓 등 보상을 지급

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

웹젠 《 꾸준한 서브컬처 공략 전략으로 신작 2종 선보임

웹젠의 꾸준한 서브컬처 장르 공략이 잇따르는 가운데, G-STAR 2024에서는 웹젠이 자체 개발한 턴제 RPG ‘테르비스’와 퍼블리싱하는 오픈월드 액션 RPG ‘드래곤소드’를 선보임. 제1전시장 입구에 대형 화면을 배치하고 지속적인 ‘테르비스’의 홍보영상을 재생한 바, 웹젠의 서브컬처 장르에 대한 집중 전략이 돋보임

웹젠의 지속적인 서브컬처 공략이 돋보이는 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

자체 개발 서브컬처 게임 ‘테르비스’ 체험존 운영을 통한 기대감 유발

- 웹젠이 자체 개발한 서브컬처 신작 ‘테르비스’ 기반 체험존 선보임
 - 굿즈 스토어, 퀴즈쇼, 코스프레 모델과 함께하는 미니게임 등 다양한 콘텐츠를 기획하여 자체 개발한 서브컬처 게임에 대한 기대감을 유발시킴
 - 제1전시장 입구에 배치한 독특한 형태의 대형 스크린에 고화질 영상을 지속적으로 방영하여 캐릭터 세계관을 홍보하고 게임의 영상미를 강조하는 방식의 홍보 효과가 돋보임

웹젠이 퍼블리싱 하는 서브컬처 게임 ‘드래곤소드’ 시연

- ‘하운드13’이 개발한 서브컬처 게임 ‘드래곤소드’ 퍼블리싱을 맡아 시연존 운영
 - 액션 RPG 전문 개발 기업 ‘하운드13’이 개발하고 웹젠이 퍼블리싱하는 서브컬처 게임 ‘드래곤소드’를 직접 시연할 수 있는 PC 시연존을 운영
 - 시연 버전은 메인 스토리를 파악할 수 있는 모드, 전투와 세계관을 체험할 수 있는 모드, 퍼즐 요소를 체험할 수 있는 모드 등을 구성하여 다양한 재미를 결합한 ‘드래곤소드’만의 장점을 소구할 수 있는 체험 전략을 구사함
 - 코스프레 포토존을 구성하여 팬들과의 접점 확대 전략

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

그라비티 《 신작 게임 4종 포함 17종의 게임 시연대 운영

그라비티는 G-STAR 2024에서 최초 공개한 게임 4종을 포함하여 자사에서 제공하는 17종의 게임을 체험할 수 있는 시연대를 운영함. 인기 인플루언서를 초대하여 신규 게임의 소개를 진행하고 이용객과 함께 게임을 체험할 수 있게 하는 무대 이벤트도 진행하였음

인플루언서를 초대하여 게임 콘텐츠를 홍보한 그라비티 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

최초 공개 게임 4종을 포함한 총 17종의 게임을 체험할 수 있는 시연대 운영

- MMORPG 게임인 ‘라그나로크3’, ‘Project Abyss’, 퍼즐 게임 ‘라그나로크 크러쉬’, RPG 게임 ‘학원 삼국지: 초고교급 SLG RPG’ 등 4종의 게임의 최초 공개를 진행함
 - ‘라그나로크 크러쉬’는 인기 게임 ‘라그나로크’의 IP를 활용하여 퍼즐 타입의 퀘스트를 통해 게임 내 진영(타워)를 지키는 플레이를 하는 게임
 - ‘학원 삼국지: 초고교급 SLG RPG’는 유명 도서 ‘삼국지’의 IP를 활용하여 ‘삼국지’ 속 인기 캐릭터를 활용하여 학교를 배경으로 캐릭터 육성 하는 형태의 게임

게임 해설가, 크리에이터 등의 인기 인플루언서가 게임을 소개하고, 이용객과 함께 게임을 체험하는 시연 행사를 진행함

- 행사 기간 중 다수의 인플루언서를 초청하여 신작 게임의 콘텐츠를 소개하고, 인플루언서가 게임을 체험하는 모습을 부스 내 무대에서 시연함
- 이용객 중 일부 인원을 선정하여 인플루언서와 함께 팀을 이뤄 게임을 진행하고, 경품을 제공하는 이용객 참여형 이벤트도 함께 진행함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

구글코리아 » PC, 모바일 기반 크로스 플레이 기능 홍보

구글코리아는 2년 연속으로 G-STAR에 참여하여 모바일 및 PC 기반의 크로스 플레이 지원 플랫폼 '구글플레이' 생태계 홍보를 위하여 자사 플랫폼 입점 게임의 시연 행사를 진행함. '쿠키런: 모험의 탑', '애니팡 매치라이크' 등 4종의 게임을 홍보함

PC, 모바일 기반 크로스 플레이 체험을 지원한 구글코리아 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

구글코리아는 자사의 모바일 및 PC 기반의 크로스 플레이 게임 플랫폼 '구글플레이'를 활용중인 국내 게임사와 함께 2년 연속 G-STAR에 참여하여 게임 생태계를 홍보함

- 구글코리아는 전시 부스를 우주 공간 테마의 '구글플레이 스페이스'로 구성하였으며, '구글플레이' 플랫폼에 입점한 게임 시연을 통한 홍보를 지원함
 - '구글플레이' 내 탑재된 게임을 활용한 PC, 모바일 환경에서 함께 게임할 수 있는 크로스 플레이 기능을 홍보함
 - 시연 부스에서는 PC를 기반으로 자사 게임 플랫폼에 입점한 모바일 게임을 체험할 수 있도록 운영함

데브시스터즈에서 출시한 게임 '쿠키런: 모험의 탑', 위메이드플레이어에서 출시한 '애니팡 매치라이크' 등 '구글플레이' 플랫폼 내 탑재된 게임 4종의 시연행사를 진행함

- 4종의 시연 게임에 참여한 이용자 대상 경품을 제공하여 다양한 게임 참여를 유도함
 - 유튜버 등 인플루언서를 초청하여 일반 이용객과 함께 게임 대결을 진행하는 인플루언서 프로그램 운영

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Qiddiya 《사우디 Qiddiya 게이밍 ‘아웃포스트 오메가’ 최초 시연

사우디에 건설 중인 엔터테인먼트형 복합 도시와 동명의 게임 기업 ‘Qiddiya’가 실생활형 FPS ‘아웃포스트 오메가’를 G-STAR 2024에서 최초 시연함. 100부스 규모의 단독 전시공간을 구성하고, 유명 아이돌 그룹 IVE의 장원영을 초청하는 등 ‘아웃포스트 오메가’ 및 건설 중인 도시에 대한 글로벌 주목도를 높이는 전략이 돋보임

사우디아라비아의 Qiddiya 게이밍 소개 단독 부스 구성



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

사우디아라비아에 건설 중인 엔터테인먼트 계획 도시 ‘Qiddiya(키디아)’

- 사우디아라비아의 대규모 관광 및 문화 산업 도시 건설 계획인 ‘Qiddiya(키디아) 프로젝트’는 다양한 엔터테인먼트 산업을 포함
 - 사우디아라비아 사막지대에 건설 중인 도시 ‘키디아’는 대규모 엔터테인먼트 복합단지 도시로 테마파크, 워터파크, 실내 스키장, 고급 숙박시설, e스포츠 기반 시설 등을 수용함
 - 전체 도시 건설 완공은 ‘35년 까지’를 목표로 하고 있으나, ‘23년 12월 개장한 게이밍 & e스포츠 구역’에는 최대 25개의 e스포츠 클럽 수용 및 경기 운영 역량을 갖춘 시설과 게임 관련 기업의 사무 공간 등이 공개됨

‘Qiddiya Gaming(키디아 게이밍)’은 Qiddiya 내 게임, e스포츠 등에 대한 수요를 타겟으로 한 1인칭 슈팅 생존게임 ‘아웃포스트 오메가’ 공개

- ‘Qiddiya Gaming’은 G-STAR 2024에서 ‘아웃포스트 오메가’ 게임을 최초 시연하고 유명 연예인을 초청하여 게임 상품 및 ‘Qiddiya’도시에 대한 글로벌 주목도를 높이고자 함
 - ‘아웃포스트 오메가’는 실생활형 FPS(1인칭 슈팅게임) 장르로, 우주 궤도 연구 기지를 점령한 돌연변이를 제거하여 생존하는 것이 게임의 미션
 - G-STAR 2024에서 100부스 규모의 단독 전시 공간으로 시연을 최초 선보이고, 가수 장원영(그룹 IVE)을 초청하여 시연에 함께 참여하도록 한 유저 이벤트를 진행함

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

밸브 코퍼레이션 《 '스팀덱' 체험존 통해 게임 콘텐츠 및 인기 플랫폼 경험

밸브 코퍼레이션의 글로벌 게임 유통 플랫폼 STEAM은 G-STAR에 최초로 참여하여 국내외 많은 게임 관련 기업의 이목을 집중시킴. 자체 휴대용 게이밍 디바이스 '스팀덱'을 체험할 수 있는 다양한 체험존을 구성하는 한편, G-CON에서의 두 개의 세션을 통해 STEAM만의 신규 기능들과 '스팀덱'의 성공적 비즈니스 포인트를 소개함

STEAM이 구성한 '스팀덱' 체험존



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

STEAM이 인디게임 쇼케이스 부스 내 '스팀덱' 체험존을 통해 G-STAR 최초 참여

- 밸브 코퍼레이션의 STEAM이 G-STAR 2024에 참여하여 '스팀덱' 체험존을 구성하고 다양한 인디게임 소개
 - 세계 최대 PC게임 유통 플랫폼 STEAM이 G-STAR 행사 최초로 참여하여 이목이 집중됨
 - 자체 출시한 휴대용 게이밍 디바이스인 '스팀덱'을 활용해 G-STAR에 전시 중인 게임을 플레이할 수 있는 '스팀덱' 체험존을 구성하였고, 체험존에서는 빈백에 기대어 앉아 편안히 스팀덱을 체험해 볼 수 있는 기회를 제공

G-CON에 연사로 참여하여 STEAM의 전략과 '스팀덱'의 성공적 비즈니스 포인트를 소개하는 강연 진행

- 두 개의 세션을 각각 구성하여, 최근 주목받는 STEAM의 기능과 '스팀덱'의 활용도 및 추후 전망에 대한 소개
 - STEAM의 비즈니스팀 캐시디 거버는 전세계 게임시장에서의 STEAM의 영향력을 강조하며 더욱 성공적인 유통 시스템 혁신을 위해 출시한 '스팀 녹화기능', '스팀 인풋 API', '데이터그램 릴레이' 등의 기능을 소개함
 - '스팀덱' 디자이너 로렌스 양은 PC와 휴대폰 사이의 새로운 유형의 플랫폼 수요를 언급하며 한국 게임 개발자들이 적극적 스팀 기능 활용하여 글로벌 시장에 진출할 것을 독려함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Contents

I.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
	– BTC관 참가 기업	16
	– BTB관 참가 기업	32
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

게임사 및 인프라 기업의 BTB 비즈니스 및 글로벌 네트워크 확장

BTB관에는 넥슨코리아, 스마일게이트, 그라비티, 네오리진 등 국내 게임사뿐만 아니라 컴투스플랫폼, 하이브랩, 에이클라우드, 엑솔라 등 게임 인프라 및 솔루션 기업들도 게임 비즈니스 확장에 나서며 전년 대비 부스 규모가 증가. 게임스컴, 대만·브라질·인도 등 해외 게임쇼 관련 부스가 구성되어 홍보 및 미팅 진행

BTB관 주요 참가사

분류	기업명
게임	넥슨코리아
게임	스마일게이트
게임	그라비티
게임	네오리진
게임	벨로프
플랫폼	컴투스플랫폼
플랫폼	하이브랩
클라우드	에이클라우드
게임쇼	Gamescom
협회	한국인터넷기업협회

BTB관 주요 참가사



Source: G-STAR

- BTB관은 총 924개 부스로 구성되어 2023년도(총 896개 부스)에 비해 증가
- 넥슨코리아, 스마일게이트, 그라비티, 네오리진 등의 게임사 외에도 컴투스플랫폼, 하이브랩 등의 플랫폼 비즈니스 기업과 에이클라우드 등 클라우드 비즈니스 기업, 엑솔라 등 결제 솔루션 기업이 참가. 넥슨코리아 및 그라비티는 BTC관과 BTB관에 모두 부스를 구성
- 부산, 전남, 대전 등 지자체 및 한국인터넷기업협회 부스에서 중소형 게임 홍보 및 전시가 이루어졌으며, 독일 Gamescom 및 대만, 브라질, 인도 게임쇼의 홍보 및 비즈니스 미팅 또한 진행

스마일게이트 《 업계 관계자 대상 홍보에 주력하며 BTB관 운영

G-STAR 2023에서 9년 만에 BTC 부스를 운영하며 주목 받았던 스마일게이트는 G-STAR 2024에서는 BTB관에 집중하며 업계 관계자 대상 홍보에 주력함. 스마일게이트 산하 희망스튜디오는 게임협회와 함께 게임 기업, 게이머 등과 함께한 사회공헌 활동에 대한 발표를 진행하는 ‘플레이 편안굿 포럼’을 G-STAR에서 개최함

업계 관계자 대상 홍보에 주력한 스마일게이트의 BTB관 부스



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

스마일게이트는 9년 만에 BTC관에 참여하였던 G-STAR 2023과 달리, BTB관만 운영하여 업계 관계자 대상 홍보에 주력함

- 스마일게이트는 넥슨코리아와 함께 BTB관 최대 규모 부스를 구성하여 게임 업계 관계자 대상 홍보에 주력함
- 스마일게이트는 자사의 인디게임 플랫폼 스토브인디를 통해 G-STAR 개막 하루 전인 11월 13일 국내 개발사 트라이펠게임즈와 액션 게임 ‘V.E.D.A.’의 글로벌 퍼블리싱 계약을 체결하며 생태계 확장 노력을 이어가고 있음

스마일게이트 산하 희망스튜디오는 한국게임산업협회와 함께 사회공헌을 주제로 G-STAR 기간 행사장에서 ‘2024 편안굿 포럼’을 주최함

- ‘2024 편안굿 포럼’은 주요 게임 산업 기업이 사회공헌적 가치를 창출했던 경험을 공유하는 형태로 진행됨
 - 스마일게이트 산하 희망스튜디오는 넥슨, 카랑게임즈 등과 협업하여 진행한 ‘2024 이스포츠 페스티벌’을 주제로 사회공헌 사례를 공유함
 - 인디게임 개발 기업 올드아이스는 2023 대한민국 게임 대상에서 굿게임상을 수상한 게임 ‘플로리스 다크니스’를 통해 청각 만을 활용한 게임 제공을 통해 게임 접근성 향상 사례를 발표함

스마일게이트는 2024 대한민국 게임대상에서 바른게임환경조성 기업상을 수상함

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

컴투스플랫폼 《 백엔드 솔루션과 웹3.0 기반 마켓플레이스 솔루션 홍보

컴투스홀딩스의 자회사 컴투스플랫폼은 게임 업계 관계 기업에서 활용되고 있는 백엔드 솔루션 ‘하이브’와 웹3.0 기반 마켓플레이스 솔루션 ‘X-PLANET’의 홍보를 진행함. 중국 클라우드 플랫폼 기업 ‘텐센트 클라우드’와 협력하여 업계 관계자 대상 네트워킹 행사도 개최하였음

백엔드 및 마켓플레이스 솔루션을 홍보한 컴투스플랫폼 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

컴투스홀딩스의 자회사 컴투스플랫폼은 BTB관에서 자사의 백엔드 서비스, 마켓플레이스 등의 게임 산업에서 활용되고 있는 솔루션 홍보를 진행함

- 게임 산업에서 게임 콘텐츠 생성 외에도 게임 제작 과정에서 필요한 결제 솔루션, 지표 분석 등의 솔루션 제작을 지원하는 백엔드 서비스 ‘하이브’를 홍보함
 - 게임 이용자의 개인 인증, 게임 내 콘텐츠 결제 등의 인프라 구축 지원 기능 제공
 - 게임 내 여러 로그에 대한 서비스 지표 분석 및 웹3.0 서비스로의 연동 등 백엔드 측면에서의 지원 솔루션 운영
- 게임 콘텐츠 등 다양한 영역의 작품을 판매하는 웹3.0 기반의 마켓플레이스 서비스 ‘X-PLANET’를 소개함
 - ‘X-PLANET’은 ‘24년 9월 국내 웹3.0 기반의 마켓플레이스 중 매출 1위를 기록한 바 있음

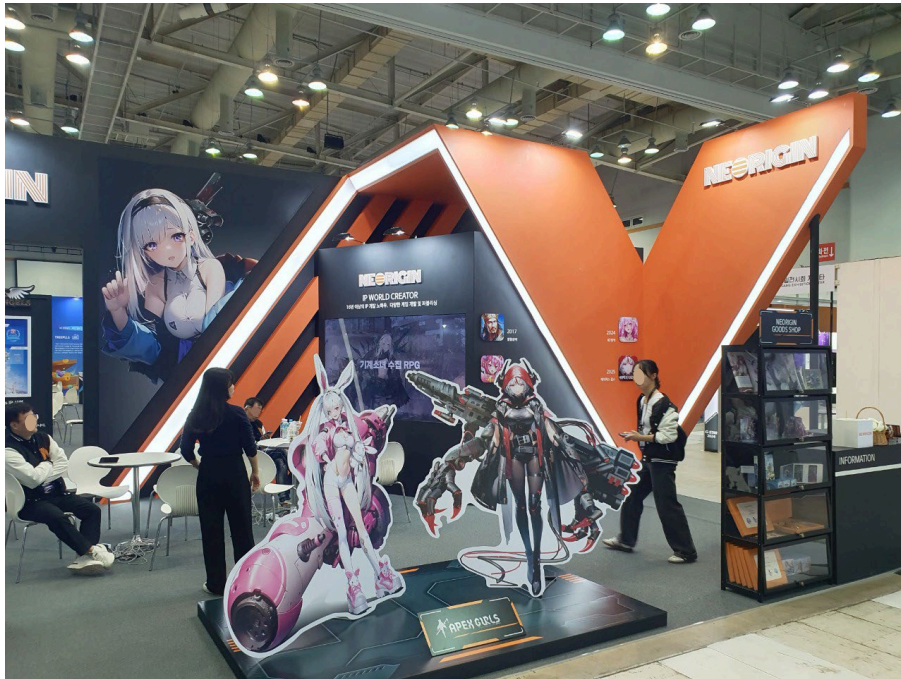
컴투스플랫폼은 G-STAR 행사 기간 중 중국 클라우드 플랫폼 기업 텐센트 클라우드와 협업하여 게임 산업 관계자 대상 네트워킹 행사를 운영함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

네오리진 《서브컬처 장르의 신작 ‘에이펙스 걸스’ 등 다양한 게임 선보임

글로벌 게임 퍼블리셔 네오리진은 역대 최대 규모의 자체 부스를 운영하며 2024년 국내 출시 예정인 서브컬처 장르 신작 ‘에이펙스 걸스’를 비롯한 다양한 게임을 선보임. 네오리진은 G-STAR 기간 중 ‘한중교류의 밤’ 네트워킹 행사를 개최하여 자사의 퍼블리싱 역량을 선보이고, 새로운 협력 기회를 모색

네오리진 ‘에이펙스 걸스’ 전시 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

글로벌 게임 퍼블리셔 네오리진은 2024년 국내 출시 예정인 서브컬처 장르 신작 ‘에이펙스 걸스’ 등을 선보임

- 글로벌 게임 퍼블리셔 네오리진은 역대 최대 규모로 자체 부스를 운영하며 2024년 내 국내 출시 예정인 신작 ‘에이펙스 걸스(Apex Girls)’ 등 다양한 게임을 선보임
 - ‘에이펙스 걸스’는 서브컬처 시장을 겨냥한 방치형 롤플레이밍 게임(RPG)으로 스토리라인, 캐릭터, 세계관 등에 높은 평가를 받으며 일본에서 흥행에 성공
 - 네오리진은 G-STAR 참가를 통해 ‘에이펙스 걸스’의 국내 시장 공략에 나선

네오리진은 G-STAR 기간 중 ‘한국모바일게임협회’, 중국 ‘절강성게임산업협회’와 공동으로 제1회 ‘한중교류의 밤’ 네트워킹 행사를 개최

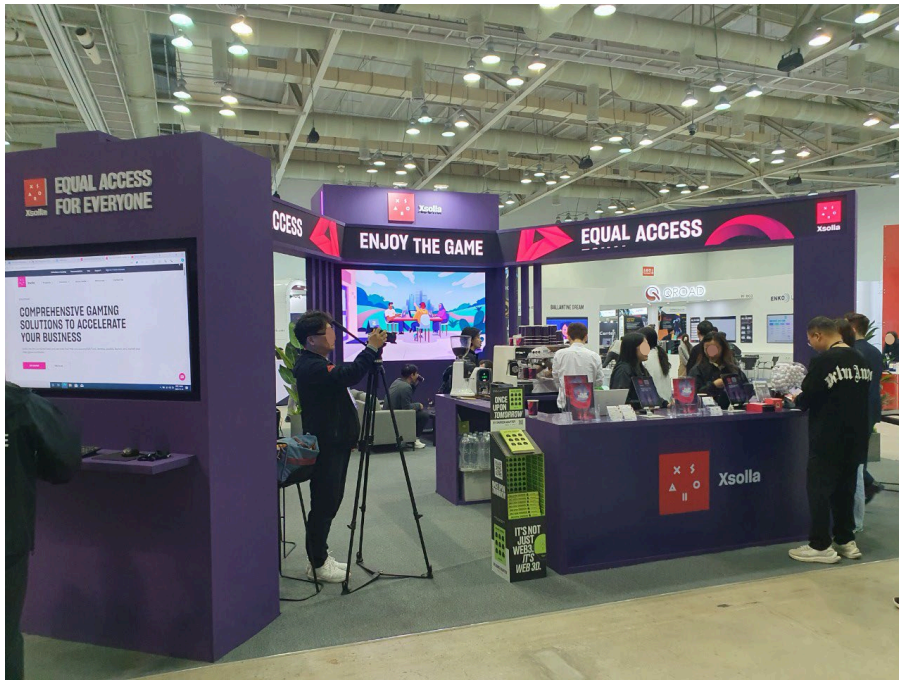
- 네오리진은 유·무선 보안솔루션 전문 개발 업체로 2007년 시작, 2020년 8월 중국계 게임사 조이 프렌즈가 최대주주가 되며 게임 시장에 진출
- 네오리진은 자사의 퍼블리싱 역량을 대외적으로 선보이고, 새로운 협력 기회를 모색하며 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 강화하는 목표로 제1회 ‘한중교류의 밤’을 개최

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

엑솔라 《결제 솔루션 소개 및 D2C(Direct to Consumer) 결제 방식 강조

글로벌 페이먼트 및 퍼블리싱 솔루션 기업 엑솔라는 BTB관을 통해 자사의 솔루션 서비스를 홍보하고, G-CON에서 ‘게임 커머스의 전략: 글로벌 매출 증대를 위한 지름길’의 주제로 강연을 진행하며, 게임사가 마켓플레이스를 중간에 거치지 않고 소비자에게 직접 아이템 등을 판매하는 D2C 결제 방식의 유용성을 강조

엑솔라의 페이먼트 및 퍼블리싱 솔루션 소개 부스



Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

글로벌 페이먼트 및 퍼블리싱 솔루션 기업 엑솔라는 BTB관에서 자사의 솔루션 서비스를 소개

- 엑솔라는 글로벌 게임사의 게임 결제 및 수익 창출 솔루션 등의 비즈니스를 주력으로 하는 기업
- 넥슨, 로블록스, 위메이드 등 국내외 대작 게임 개발사부터 다양한 인디게임 제작사까지 다수 게임 제작사를 대상으로 솔루션 제공
- BTB 부스에서 엑솔라 페이 스테이션(Xsolla Pay Station), 모바일 웹 솔루션, 부정결제방지 솔루션 등을 소개

G-CON에서 엑솔라 아시아태평양 지역 사업 총괄 이주찬 부사장은 ‘게임 커머스 전략: 글로벌 매출 증대를 위한 지름길’을 주제로 D2C(Direct to Consumer) 결제 방식의 도입을 강조

- 이주찬 부사장은 D2C 방식은 유통과정을 최소화시켜 게임사의 이익을 극대화할 수 있다고 언급
 - D2C(Direct to Consumer)란 게임사가 구글 플레이, 스팀 등의 마켓플레이스를 중간에 거치지 않고 소비자에게 직접 아이템 등의 상품을 판매하는 결제 구조

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

드래곤플라이 » FPS 게임 ‘스페셜포스 리마스터’ 최초 공개

드래곤플라이는 G-STAR 2024에서 자사 대표적 FPS(1인칭 슈팅) 게임 ‘스페셜포스’를 현대적으로 재해석한 ‘스페셜포스 리마스터’를 공개. 2025년 하반기에는 전체 리마스터 작업과 신규 시스템을 탑재한 베타 버전을 선보일 계획

드래곤플라이의 FPS 게임 소개 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

2002년 출시 PC 온라인 FPS 게임 ‘스페셜포스’ 리메이크 버전 공개

- ‘스페셜포스 리마스터’는 2004년 출시된 PC 온라인 FPS 게임 ‘스페셜포스’의 리메이크 버전으로, 최신 언리얼 엔진을 적용해 그래픽을 개선하고, 현대적 전술 요소를 추가
 - G-STAR에서는 ‘데저트 캠프’의 리마스터 알파 버전을 공개
- ‘스페셜포스’의 강점이었던 스피디한 게임플레이는 유지하면서, 최신 엔진으로 사실적인 전장과 특수부대 유니폼, 무기 등을 구현

새로운 경영 비전과 기술력을 바탕으로 다시 한번 FPS 장르의 중심 공략

- ‘스페셜포스’는 2004년 한국 서비스 오픈 이후 20년간 동남아, 중국, 북남미, 유럽 지역 전 세계 90여 개 국에서 서비스됨
- G-STAR 2024에서 공개된 ‘스페셜포스 리마스터’는 드래곤플라이의 창립자이자 ‘카르마’, ‘스페셜포스’를 직접 개발한 박철승 상무이사가 총괄 프로듀서를 맡음

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

엔씨소프트 《 한국인터넷기업협회와 함께 스타트업 게임 개발사 홍보 지원

엔씨소프트는 올해 G-STAR에 직접적으로 참여하지는 않았지만 사단법인 한국인터넷기업협회와 함께 게임 분야 스타트업의 홍보를 위한 후원 부스 'Startup with NC'를 BTB관에서 운영함. 슈퍼조이, 오지, 올라프게임즈, 36리터스가 참여 기업으로 선정되어 게임 업계 관계자 대상 자사 홍보를 진행함

스타트업 게임 개발사 홍보가 이루어진 'Startup with NC' 부스



Photograph Source: 삼성KPMG 경제연구원

엔씨소프트는 사단법인 한국인터넷기업협회와 함께 게임 분야 스타트업 기업의 홍보를 지원하는 'Startup with NC' 부스를 BTB관에서 운영함

- 'Startup with NC' 부스는 한국인터넷기업협회와 함께 국내 게임 스타트업을 대상으로 접수를 받았으며, 최종 4개 스타트업을 선정하여 G-STAR 현장에서 BTB 홍보를 할 수 있도록 지원함
 - 'Startup with NC' 부스에는 슈퍼조이, 오지, 올라프게임즈, 36리터스가 선정되어 홍보를 진행함

엔씨소프트는 주요 게임 행사에서 스타트업 비즈니스 협상 기회 제공 등 후원을 지속하고 있음

- 엔씨소프트는 2017년부터 8년 연속으로 G-STAR, 부산인디커넥트페스티벌, 플레이엑스포 등 주요 게임 행사에서 스타트업의 비즈니스 협상 기회 제공 등 후원을 지속적으로 하고 있음

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Contents

I.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

Key Takeaways

1

G-STAR 2024에는 넥슨이 메인 스폰서로 참여하며 이번 G-STAR 참가사 중 가장 많은 규모인 300개 부스로 참여. 넷마블과 크래프톤은 지난해에 이어 올해 대규모로 참여하며, G-STAR 2024을 주도하는 기업의 키워드로 2N(넥슨, 넷마블)+K(크래프톤)가 부각

2

국내 게임 산업의 수익모델 다변화를 위한 노력이 지속되며, 국내 게임 업계는 게임 장르의 다양화, 플랫폼 다양화 전략 등의 움직임을 가져가고 있음. 게임 업계의 자체적인 수익 다각화 노력과 함께 클라우드 플랫폼 등 유관 산업과의 협력을 통한 수익 다각화를 이룰 수 있는 방안도 확대될 것으로 보임

3

소형 언어모델(sLM) 등 생성형 AI 기술의 활용을 높일 수 있는 기술 고도화가 가속화되며 AI를 활용하는 게임 산업의 전략이 다양해지고 있음. 온디바이스 형태로 구현되어 개발 등 인프라 운용 부담이 적은 sLM을 활용한 텍스트, 이미지 생성 기술이 게임 산업에서 생성형 AI의 활용을 강화할 수 있는 주요 기술 분야로 주목됨

4

소비자의 다양화된 수요를 반영하는 게임 개발 추세와 시프트업의 인디게임 성공 사례에 따라 인디게임에 대한 게임 산업의 주목도가 확대됨. 이에 G-STAR 2024에서는 ‘인디 쇼케이스 2.0: 갤럭시’를 신설·운영하였고, G-CON 세션을 통해 인디게임의 성공 사례를 다수 소개함. 이러한 인디게임의 저변 확대는 미래 주요 먹거리가 될 신규 IP 발굴 및 글로벌 시장 확대에도 기여할 수 있을 것으로 전망

5

G-STAR에 미국, 사우디아라비아, 독일, 중국 등 더욱 다양화된 해외 기업이 참여하여 국내 게임 기업과의 파트너십을 늘리고, 자사의 작품 및 행사를 홍보함. 이는 K-콘텐츠의 위상 강화와 더불어 글로벌 시장에서 국내 게임 산업에 대한 높아진 관심을 반영하는 가운데, 더욱 국제적인 게임 전시회로 거듭나기 위한 해외 기업 추가 유치 방안을 모색할 필요

Contents

I.	G-STAR 2024 개요	2
II.	G-STAR 2024 주요 트렌드	8
III.	G-STAR 2024 참가 기업	15
IV.	결론 및 시사점	40
V.	Appendix	42

G-STAR 주요 연혁

G-STAR는 한국게임 산업협회가 주최하는 국내 최대 게임박람회로 독일의 Gamescom, 일본의 Tokyo Game Show에 이어 세계 주요 게임전시회로 평가 받고 있음. G-STAR는 2005년 1회를 시작으로 2024년 20주년을 맞이했으며, 국내 게임 트렌드를 확인하고 주요 신작들을 볼 수 있는 장으로 자리매김

구분	G-STAR 2019	G-STAR 2020	G-STAR 2021	G-STAR 2022	G-STAR 2023	G-STAR 2024
기간	2019.11.14-11.17	2020.11.19-11.22	2021.11.17-11.21	2022.11.17-11.20	2023.11.16-11.19	2024.11.14-11.17
슬로건	Experience the New (새로운 세상을 경험하라)	슬로건 대신 키워드 온택트 (On-Tact)	Here comes the game again (다시 만나 반갑습니다)	The Gaming Universe (다시 한 번 게임의 세상으로)	Expand Your Horizons (당신의 시야를 넓혀라)	Expand Your Horizons (당신의 시야를 넓혀라)
참여 기업 수	691개 (3,208 부스)	527개 (온라인 라이브 BTB 비즈 매칭)	672개 (1,393개 부스)	987개 (2,947개 부스)	1,037개 (3,328개 부스)	1,375개 (3,359개 부스)
관람객 수	24만 4,309명	온라인 누적 시청자수 85만 명	2만 8,000명 (온라인 누적 시청자수 96만 명)	18만 4,000명 (온라인 누적 시청자수 97만 명)	19만 7,000명 (온라인으로 송출된 '지스타TV' 시청자수 94만 4,000명)	21만 5,000명
주요 이슈	e스포츠, 인디게임, 클라우드 게임, 게임IP	코로나19로 첫 온라인 개최. 오프라인은 프레스(Press) 중심으로 마련	코로나19로 2년 만에 오프라인과 온라인 행사로 개최. 방역 고려 관람객 수를 일 6,000명으로 제한	3년 만에 행사를 완전 정상화하며, BTC관은 최초로 2개 층으로 확대 진행	1,000개 이상 기업이 참여하며 G-STAR 역대 최대 기업 수 기록	G-STAR 역대 최대 참여 기업 수 기록. 관람객 수 전년 대비 9.1% 증가

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

[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
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)	3차원 공간을 게임 플레이어의 눈으로 바라보는 1인칭 시점으로 이동하며, 총 과 같은 무기로 적을 공격하는 1인칭 슈팅 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, 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
서브컬처 게임 (Subculture Game)	실험적이고 개성 강한 소재와 다양화된 장르의 니치(Niche) 콘텐츠 중 특히 만화 및 애니메이션 스타일의 캐릭터와 구체적인 세계관 및 서사로 마니아층 팬덤을 보유한 게임
AAA급 게임	대형 게임사가 대규모 제작비를 투자하여 개발하는 대작 게임을 지칭하며, 이는 상대적으로 더 큰 세계관, 정교한 스토리라인, 사실적인 그래픽 효과 등을 특징으로 가짐

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원



Business Contacts

전자정보통신엔터테인먼트산업본부

염승훈 Industry Leader
부대표
T 02-2112-0533
E syeom@kr.kpmg.com

전철희
부대표
T 02-2112-0355
E cjun@kr.kpmg.com

박성배
부대표
T 02-2112-0304
E sungbaepark@kr.kpmg.com

안창범 전무
T 02-2112-0312
E cahn@kr.kpmg.com

최진석 상무
T 02-2112-7669
E jinseokchoi@kr.kpmg.com

윤주현 상무
T 02-2112-0374
E joohunyon@kr.kpmg.com

강승미 상무
T 02-2112-0061
E seungmikang@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.

© 2024 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.