

Business Focus

게임 산업 10대 트렌드로 본 혁신과 변화

June 2025

—
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

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.

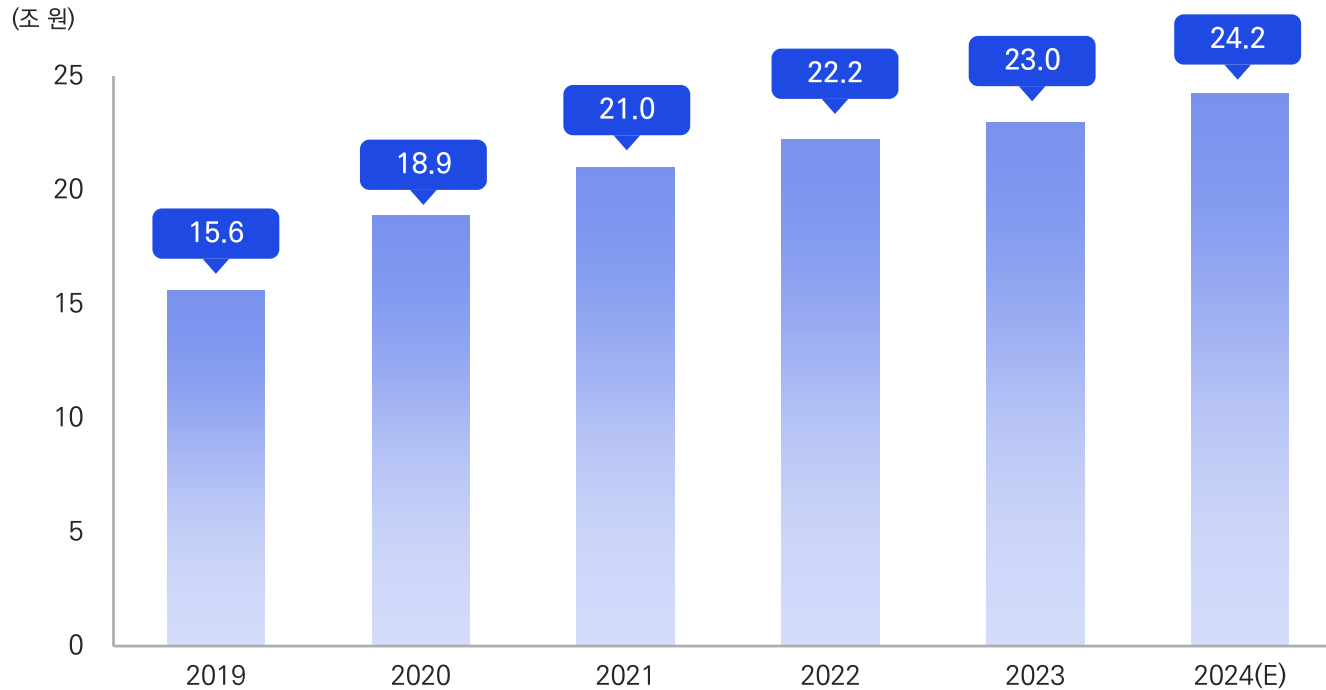
Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	13
III.	Key Takeaways	67
IV.	Appendix	69

① 시장동향 - 국내 게임 시장 규모

한국콘텐츠진흥원의 발표에 따르면, 국내 게임 산업 매출은 2024년 기준 24조 2,476억 원을 기록한 것으로 추정됨. 이는 전년 대비 5.6% 성장한 수치이며, 2023년 국내 게임 산업이 전년 대비 3.4% 상승하여 2016년 이후 가장 낮은 성장률을 기록하였던 것 대비 다시 성장세가 높아짐

국내 게임 시장 규모 추이



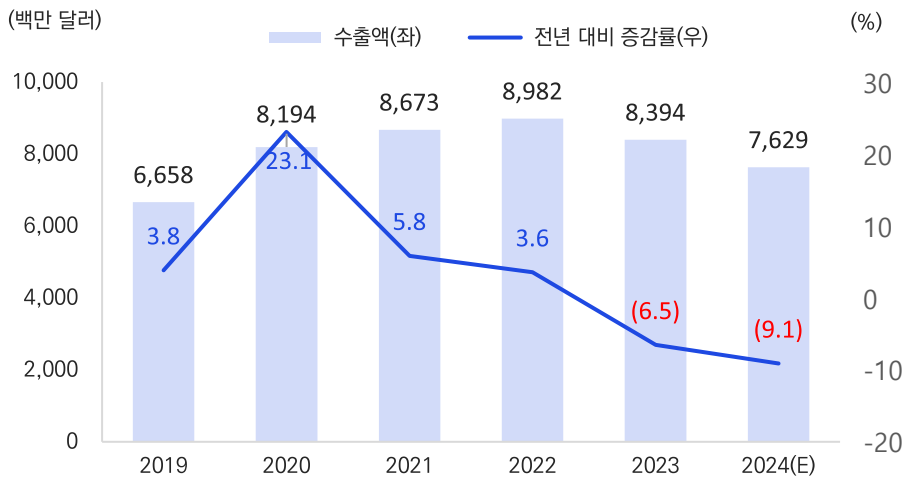
- 2024년 국내 게임 산업 매출은 24조 2,476억 원을 기록한 것으로 추정되었으며, 이는 전년 대비 5.6% 상승한 수치임
 - 국내 게임 산업 매출은 2023년 전년 대비 3.4% 상승하며 2016년 이후 가장 낮은 수준의 성장치를 기록하였으나, 2024년 다시 성장세가 높아짐
- 주요 게임 플랫폼별 매출 규모는 2023년 기준 모바일(13.6조 원), PC(5.9조 원), 콘솔(1.1조 원), 아케이드(0.3조 원) 등으로 나타남
 - 2023년 플랫폼별 성장률로는 모바일게임이 4.1%로 가장 높게 나타났으며, 아케이드게임은 4.2% 감소하여 역성장함
 - PC게임과 콘솔게임도 각 1.4%, 0.8%로 전년 대비 감소한 낮은 성장률을 기록함

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 대한민국 게임백서>, 한국콘텐츠진흥원 <2024년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성
Note: (E)는 추정치

① 시장동향 - 국내 게임 산업의 해외 수출 및 수입

2024년 국내 게임 산업의 해외 수출은 전년 대비 9.1% 감소한 76.3억 달러 수준으로 추정됨. 국내 게임 산업 수출액은 2022년 이후 2년 연속 감소하고 있으며, 수입액 또한 2023년까지 2년 연속 감소한 것으로 나타남. 플랫폼 분야별로는 2023년 기준 PC게임의 해외 수출이 8.8% 감소하며 가장 큰 하락폭을 기록함

국내 게임 산업의 수출 추이

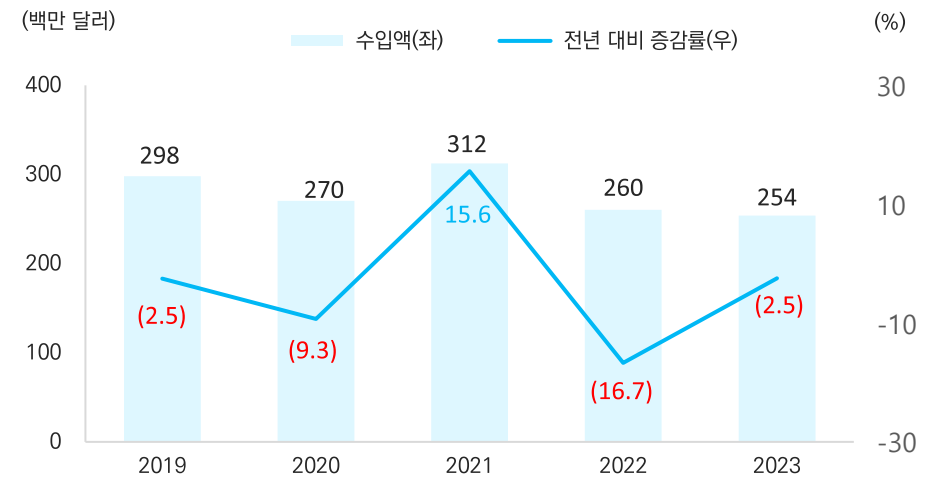


- 국내 게임 산업 수출은 2020년 20% 대의 큰 폭의 성장을 기록한 이후, 상승세가 감소하는 추세였으며, 2023년과 2024년에는 전년 대비 역성장을 기록한 것으로 추정됨
- 2024년 국내 게임 산업의 해외 수출은 76.3억 달러 수준으로 추정됨
- 2023년 기준, 주요 게임 플랫폼 모든 분야에서 역성장이 나타났음. 특히, PC게임의 수출액이 전년 대비 8.8% 감소하며 가장 큰 하락폭을 기록하였으며, 수출액 규모가 53억 달러로 가장 큰 모바일게임도 전년 대비 5.5% 감소하였음

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 대한민국 게임백서>, 한국콘텐츠진흥원 <2024년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Note: (E)는 추정치

국내 게임 산업의 수입 추이



- 국내 게임 수입액도 2022년에 이어, 2년 연속 전년 대비 감소세를 기록함. 2023년에는 전년 대비 2.5% 감소하며, 감소폭은 줄어들었음
- 주요 게임 플랫폼별로는 콘솔게임이 전년 대비 2.9% 상승하며 유일하게 전년 대비 수입 규모가 증가함. 모바일게임과 PC게임은 전년 대비 각 2.2%, 5.6% 감소하며 수입 규모가 감소하였음

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

① 시장동향 - 국내 게임의 주요국 수출·수입 비중 변화

2023년 국내 게임 산업의 주요 수출 지역으로는 중국, 일본과 같은 인접국으로의 수출 비중이 감소한 것과 함께, 동남아, 북미 지역으로의 수출 비중이 확대되었다는 점이 나타남. 수입 측면에서는 기존 수입 비중이 높은 중국과 북미의 비중이 감소한 반면, 동남아가 2022년 0.1%에서 2023년 2.7%로 수입 시장에서 차지하는 비중이 확대되었음

2023년 국내 게임 산업의 주요 지역별 수출 및 수입 비중 변화

	수출			수입		
	국가	비중	전년 대비 증감	국가	비중	전년 대비 증감
1	중국	25.5%	-4.6%p	중국	41.3%	-1.8%p
2	동남아	19.2%	5.0%p	북미	40.8%	-1.4%p
3	북미	14.8%	3.3%p	일본	7.1%	0.3%p
4	일본	13.6%	-0.8%p	유럽	3.0%	0.5%p
5	대만	10.4%	-1.6%p	동남아	2.7%	2.6%p
6	유럽	6.7%	-3.1%p	대만	0.7%	-0.1%p
7	홍콩	4.7%	2.0%p	홍콩	0.4%	-0.1%p
8	중동	2.3%	-0.3%p	기타	4.0%	-0.2%p
9	남미	1.9%	-0.3%p			
10	기타	0.9%	0.4%p			

국내 게임 산업의 수출

- 2023년 국내 게임 산업의 수출 지역 중 중국의 비중이 25.5%로 가장 높게 나타났으나, 전년 대비로는 4.6%p 비중이 감소하였음
 - 플랫폼별로는 PC게임의 중국 수출이 전년 대비 8.4%p 감소하여 전체 지역 중 가장 큰 감소세를 기록하였으며, 모바일게임의 비중도 2.2%p 하락함
- 동남아와 북미 지역은 2022년 대비 2023년의 수출 지역에서 차지하는 비중이 확대되며 수출 지역 순위에서 2, 3위를 기록함

국내 게임 산업의 수입

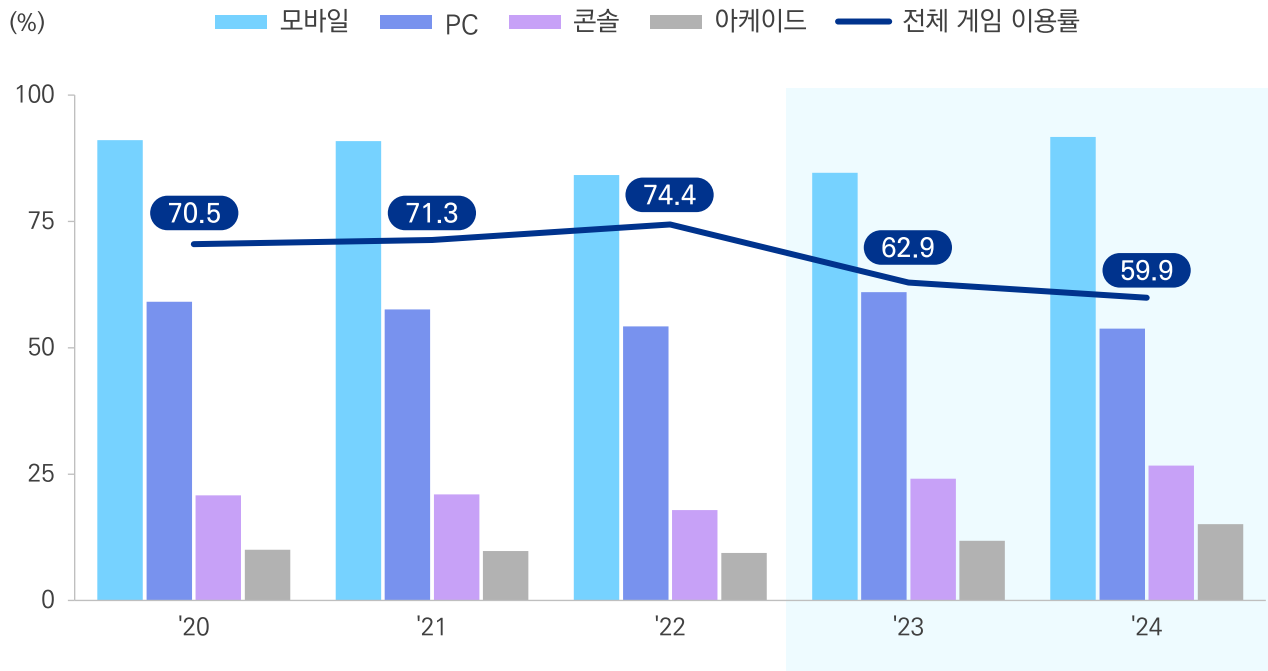
- 2023년 국내 게임 산업의 수입 지역 비중 변화에서는 동남아 지역의 확대가 주목 받았음
 - 동남아 지역은 2022년 전체 게임수입에서 0.1%에 불과하였으나, 2023년 2.7%로 확대되며 5년 째로 높은 수입 지역으로 나타남

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 대한민국 게임백서>, 삼정KPMG경제연구원 재구성

② 이용 환경 동향 – 게임 이용률 변화

2024년 국내 게임 이용자 비율은 59.9%로 2년 연속 하락 추세임. 게임 이용자 중 주요 게임 플랫폼별 이용 동향에서는 모바일, 콘솔, 아케이드 플랫폼은 2022년 이후 지속 상승 추세를 이어가고 있는 반면, PC 게임은 지난해 대비 11.8% 감소함

연도별 국내 게임 이용률 조사



전체 게임 이용률

- 국내 게임 이용자 비율은 2년 연속 하락하여 59.9%를 기록함
- 2023년 대비 4.8% 감소한 수치로 국내 게임 시장에서 이용자 비율이 줄어들고 있다는 점에서 우려를 야기함

플랫폼별 게임 이용률

- 2024년 게임 이용자의 개별 플랫폼별 이용률에서는 PC 게임을 제외한 타 플랫폼에서는 모두 이용률 상승이 나타남
 - 게임 이용률은 모바일, PC, 콘솔, 아케이드 순으로 높았으며, 게임 이용자 중 모바일 게임 이용자의 비중은 전체의 91.7%로 나타남
 - PC 게임 이용률은 53.8%로 전체 플랫폼 중 2년 째로 높았으나, 이용률이 전년 대비 11.8% 감소하며 유일한 하락세를 보임

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 게임 이용자 실태조사>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Note: 플랫폼별 게임 이용률은 게임을 한 경험이 있는 이용자 중 플랫폼별 이용 비율임

② 이용 환경 동향 – 주요 게임 플랫폼별 이용 장르

주요 게임 플랫폼별로 국내 게임 이용자가 즐겨하는 게임 장르의 차이가 존재함. PC 플랫폼의 주요 이용 게임 장르인 RPG(롤플레이), 슈팅 게임이 모바일과 콘솔에서는 중요도가 낮아짐. 모바일과 콘솔 이용 비중이 확대되고 PC의 이용 비중이 감소함에 따라 게임 기업이 주목하는 게임 장르에서도 변화가 전망됨

주요 게임 플랫폼별 이용 장르

	모바일	PC	콘솔
1	퍼즐&퀴즈	RPG(롤플레이)	시뮬레이션
2	RPG(롤플레이)	슈팅	스포츠/레이싱
3	테이블톱/카지노	시뮬레이션	액션
4	시뮬레이션	스포츠/레이싱	RPG(롤플레이)
5	슈팅	MOBA	파티/협동
6	스포츠/레이싱	액션	슈팅

PC 플랫폼 주요 게임 이용 장르

- PC 플랫폼을 통해 이용자들이 즐겨 활용하는 게임 장르로는 RPG(롤플레이)와 슈팅 게임이 각 23.7%와 14.6%로 가장 높게 나타남
- RPG와 슈팅게임은 모바일, 콘솔 분야에서는 중요도가 비교적 낮게 나타남

모바일, 콘솔 플랫폼별 주요 게임 이용 장르

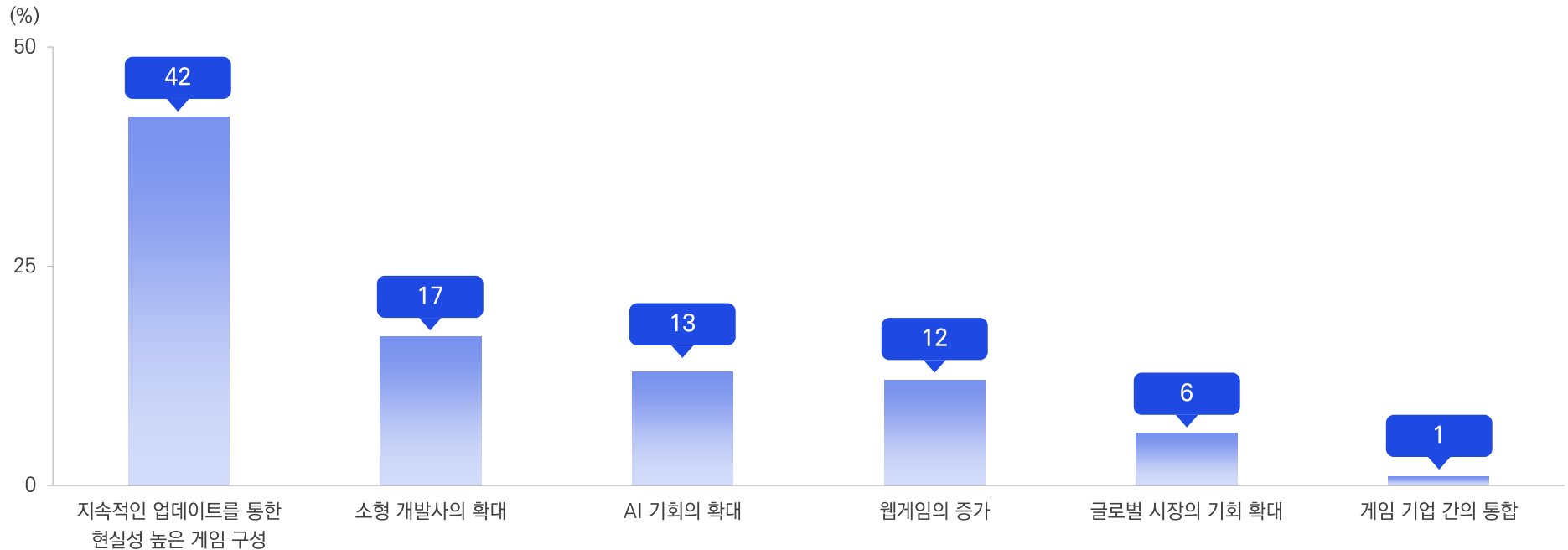
- 모바일, 콘솔 플랫폼에서는 퍼즐&퀴즈, 시뮬레이션, 테이블톱/카지노, 스포츠/레이싱 장르의 게임에 대한 관심도가 높은 것으로 나타나며 모바일, 콘솔 시장의 확대에 따라 주목도가 더욱 확대될 것으로 전망됨
- 모바일 플랫폼을 활용한 주요 게임 이용 장르로는 퍼즐&퀴즈, RPG, 테이블톱/카지노, 시뮬레이션 게임 등이 높게 나타남
- 콘솔 플랫폼을 활용한 게임 이용 장르에서는 시뮬레이션, 스포츠/레이싱, 액션 등이 주요 카테고리로 도출됨

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 게임 이용자 실태조사>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

③ 제작 환경 동향 – 게임 개발자가 주목하는 주요 트렌드

2024년 글로벌 게임 산업 개발자가 선정한 주목할만한 주요 게임 산업 트렌드로 현실성 높은 게임을 구성하기 위한 업데이트, AI 기술 기반의 기회 확대 등 게임 기술 혁신 관련 주목도가 높았음. 소규모 인원을 중심으로 구성되는 소형 개발사의 확대, 다양한 플랫폼을 기반으로 게임이 유통되는 웹게임의 확대도 주목할 이슈로 뽑힘

글로벌 게임 개발자가 주목하는 주요 게임 산업 트렌드



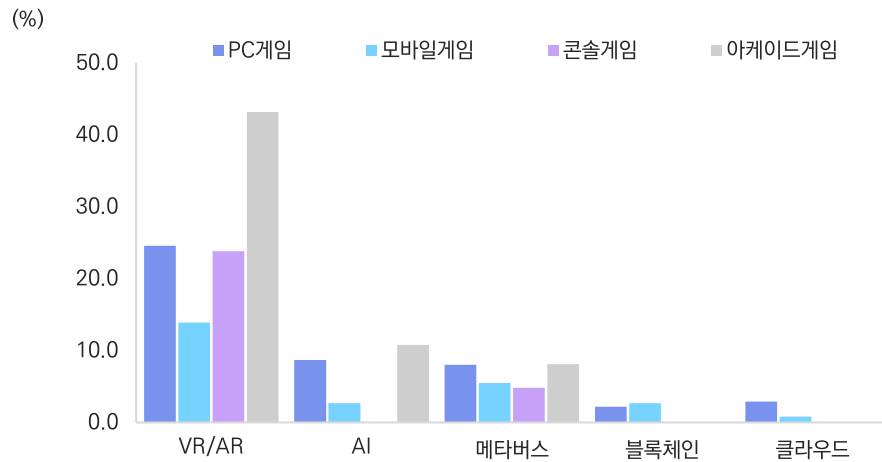
Source: Statista, Cint; Unity Technologies, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

Note: 주요 응답 6개만 표시

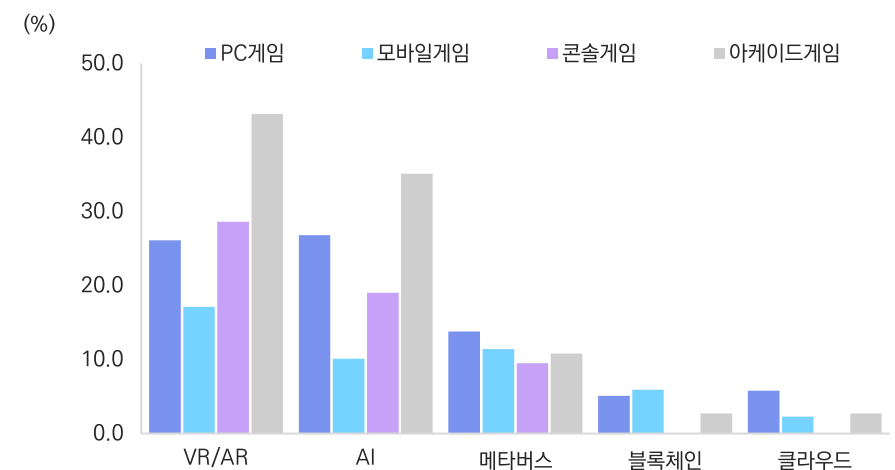
③ 제작 환경 동향 – 게임 산업의 신기술 도입 동향

국내 게임 산업 기업이 적극적으로 도입하고 있는 신기술은 VR/AR, 메타버스, AI 순임. 특히 아케이드 게임 플랫폼에서 신기술 도입이 가장 많이 이뤄지고 있음. 향후 국내 게임 산업 기업이 도입하고자 하는 기술로는 VR/AR이 가장 높게 나타났으며, AI를 향후 도입하고자 하는 기업이 현재 도입중인 기업 대비 높은 수준으로 크게 나타남

주요 게임 플랫폼별 도입 기술 현황



주요 게임 플랫폼별 도입 예정 기술



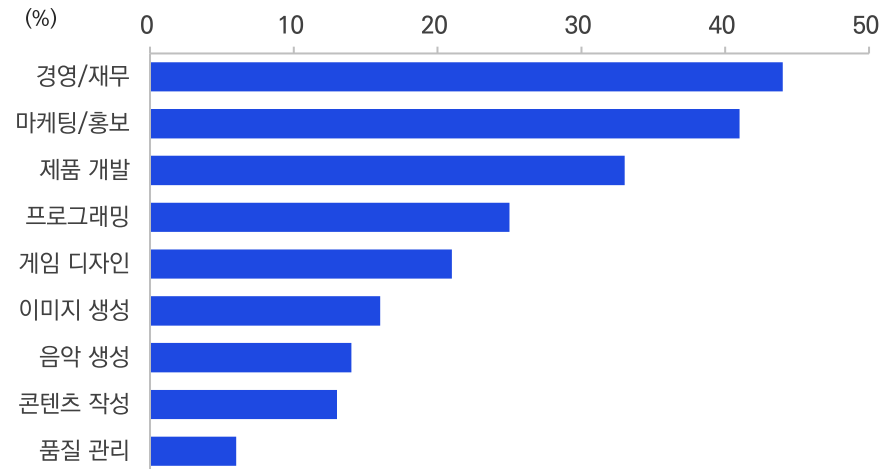
- 국내 게임 산업은 VR(Virtual Reality)/AR(Augmented Reality), 메타버스, AI 등을 게임 제작 및 배급을 위한 주요 신기술 도입 수단으로 활용하고 있다고 응답함
 - 전체 게임 산업 기업 중 VR/AR 도입 기업은 18.1%, 메타버스 6.1%, AI 4.3% 순으로 나타났으며, 아케이드 플랫폼에서 각 기술을 가장 적극적으로 활용하고 있는 것으로 분석됨
 - 신기술을 도입하고 있지 않다는 기업이 전체의 74%로 국내 게임 산업의 신기술 도입 현황은 높지 않은 수준임
- 향후 국내 게임 산업에서 도입하고자 하는 기업은 VR/AR이 20.7%로 지속적으로 높게 나타났으며, AI는 15.2%로 현재 도입중인 기업 대비 향후 도입하고자 하는 기업의 비중이 높은 수준으로 크게 나타남

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 게임 이용자 실태조사>, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

③ 제작 환경 동향 – 게임 산업의 AI 활용 전망

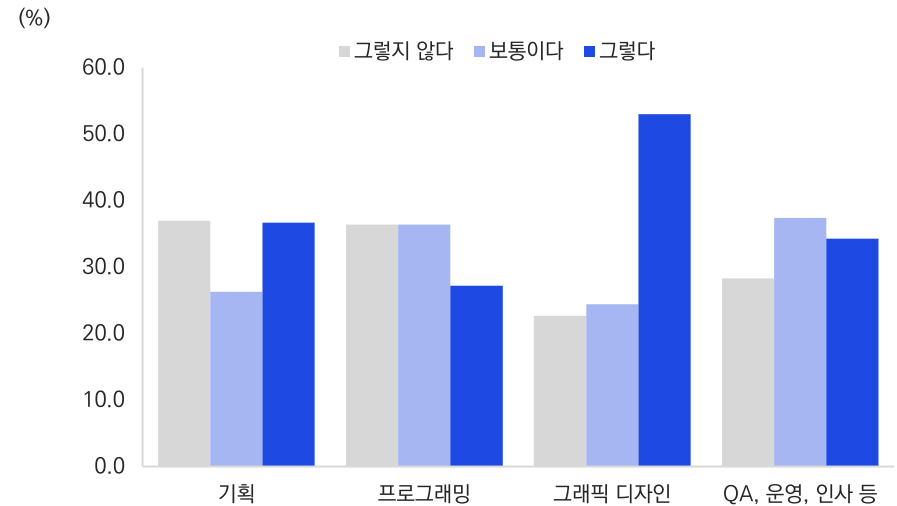
AI를 도입하고자 하는 게임 산업의 움직임이 가속화되며 AI 활용 방식에 대한 구체적인 고민이 나타나고 있음. 글로벌 게임 산업에서는 경영, 마케팅/홍보, 제품 개발 분야에서 AI를 적극적으로 활용하는 것으로 나타났으며, 국내 게임 산업에서는 그래픽 디자인 분야가 AI를 활용하여 종사자의 업무를 대체할 가능성이 높은 분야로 주목 받음

글로벌 게임 산업에서 AI를 활용 중인 영역



- 글로벌 게임 산업에서 AI가 활발하게 활용되고 있는 영역으로는 경영 분야와 마케팅/홍보, 제품 개발 분야에서 30% 이상의 기업이 활용을 이미 하고 있는 것으로 응답함
- 생성형 AI 기술이 고도화되어가며 게임 산업에서도 게임 속 이미지, 음악, 주요 콘텐츠를 제작하는 분야에서도 AI를 활용하는 기업이 10% 넘게 나타나고 있음

국내 게임 산업 내 AI 활용 업무 대체가능 여부



- 국내 게임 산업에서는 AI를 활용하여 자사의 주요 업무를 대체할 수 있을 것이라 보는 주요 영역 중 '그래픽 디자인' 분야가 AI 활용 가능성이 가장 높을 것으로 평가됨
- '프로그래밍' 분야는 AI가 대체할 수 있을 것이라 보는 응답자가 그렇지 않다고 보는 응답자보다 적은 것으로 나타나며, 가장 부정적인 전망이 표출됨

Source: Statista, Game Developers Conference; Omdia, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

Source: 한국콘텐츠진흥원 <2024 게임 산업 종사자 노동환경 실태조사>, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

③ 제작 환경 동향 – G-STAR 2024에 나타난 게임 산업의 AI 활용

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 기술이 게임 산업에서 중요성이 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

AI 를 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

2025년 게임 산업이 맞이한 핵심 환경 이슈

2025년 게임 산업은 국내·외 게임 시장의 흐름이 변화하고 이용자층이 다양화 되는 환경 속에서 새로운 성장 동력을 마련하기 위한 고민이 필요한 시점임. 제작 환경의 혁신, 콘텐츠 범주의 확대, 게임 이용자 변화의 대응 및 글로벌 시장 기회를 창출하는 것은 2025년 국내 게임 산업이 대응해야 할 주요 이슈로 주목됨

2025년 게임 산업이 맞이한 핵심 환경 이슈

제작 환경의 혁신

- 게임 이용률은 감소되는 추세. 특히 PC 게임 시장을 중심으로 이용자 감소
- 정체되는 성장 기조 속에서 AI 등 새로운 제작 기술을 활용한 성장 동력 모색이 필요

콘텐츠 범주의 확대

- 모바일 비중이 컸던 국내 게임 시장에서 PC, 콘솔 등으로 게임 플레이 환경이 다양화
- 다양한 게임 방식을 기반으로 확대되는 이용자 층에 맞는 콘텐츠 마련 중요성에 주목

게임 이용자 변화 대응

- Z세대의 게임 산업 진입에 따른 게임 산업의 제공 가치 변화
- 게임 콘텐츠의 소비 방식이 다양화 됨에 따라 이용자 니즈에 맞는 전략을 마련 필요

글로벌 시장 기회

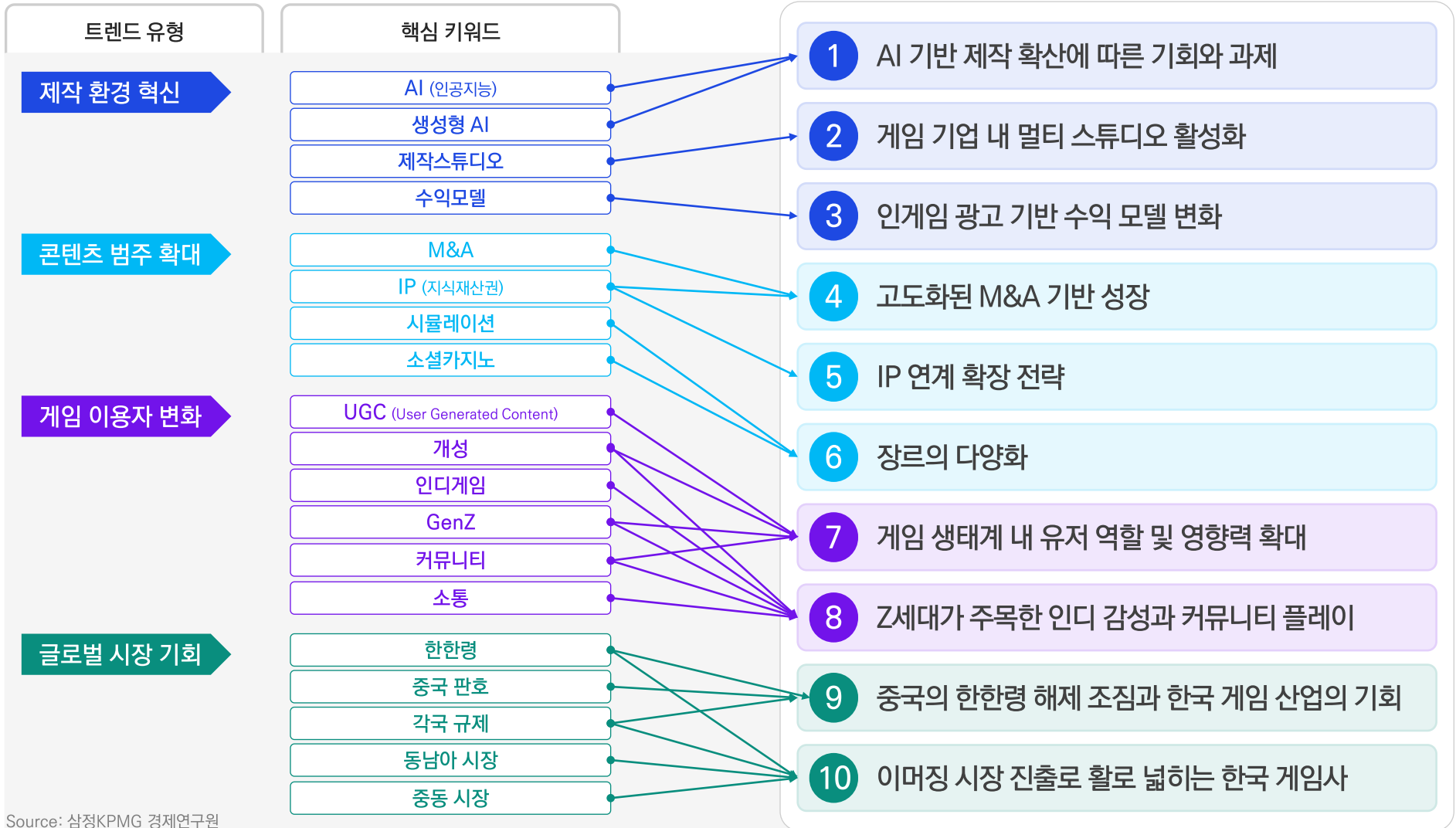
- 게임 수출 지역별 다양한 흐름이 나타남
- 수출 지역의 다변화로 인한 각 지역별 적절한 방식의 수출 전략 마련이 필요

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	13
III.	Key Takeaways	67
IV.	Appendix	69

2025 게임 산업 10대 트렌드



Source: 삼정KPMG 경제연구원

2025 게임 산업 10대 트렌드

01

AI 기반 제작 확산에 따른 기획과 과제

- 주요 게임사 및 관련 기업의 AI 전담 조직 강화 및 게임용 AI 모델 개발로 AI 기반 게임 제작 환경이 빠르게 구현
- AI로 인한 게임 개발 효율과 제작 기획 확대가 기대되나 윤리·저작권 이슈와 기술 양극화, 규제 확대 등 과제 상존



02

게임 기업 내 멀티 스튜디오 활성화

- 게임 기업 내 복수의 제작 스튜디오를 구축하여 각 스튜디오의 창의성을 극대화하는 전략이 나타남
- 다양한 카테고리의 게임 개발, 새로운 기술의 적용 등의 효과가 기대됨



03

인게임 광고 기반 수익 모델 변화

- 게임 이용 중 자연스럽게 광고 제품을 체험할 수 있는 형태 등으로 인게임 광고 시장이 다양화되고 있음
- 게임 산업의 매출 확대를 도모함과 함께 이용자의 게임 플레이 방해 최소화하는 방향에 대한 고민이 필요



04

고도화된 M&A 기반 성장

- 특화된 기술 영역을 가진 기업을 인수하여 다양한 카테고리 게임 개발을 위한 기술을 확보 M&A와 인기 IP를 확보하여 IP 다변화를 도모하는 M&A 사례가 나타남



05

IP 연계 확장 전략

- 게임 산업에서 IP 확장을 위한 전략 마련의 중요성이 커지고 있음
- 다양한 산업의 기업과 제휴를 확대하여 콘텐츠 IP 활용의 다양화를 도모함과 함께 대형 콘텐츠 기업 M&A를 통한 IP 다변화도 주목



06

장르의 다양화

- Z세대 대상 높은 선호도가 나타나고 있는 다중이용자 온라인 전투 아레나(MOBA) 게임과 시뮬레이션 게임 분야의 전략적 움직임이 확대
- 글로벌 시장 중심으로 소셜카지노 게임 시장도 주목



07

게임 생태계 내 유저 역할 및 영향력 확대

- 최근 게임 플레이 및 리뷰 콘텐츠를 통해 게임을 접하는 경향이 높아지며, 게임 사용자 제작 콘텐츠(UGC)의 영향력이 확대
- 이러한 흐름에 따라 게임사의 유저 창작 생태계 전략 강화 움직임과 UGC 중심 게임 플랫폼 및 기업의 빠른 성장세가 부각



08

Z세대가 주목한 인디 감성과 커뮤니티 플레이

- 상상력이 풍부한 세계관이나 참신한 스토리를 포함한 인디게임에 대한 Z세대의 선호가 부각
- 20대 유저 중심으로 온라인 커뮤니티 기반 소통과 공유 문화가 확산되며, 커뮤니티가 게임사의 중요 전략으로 부상



09

중국의 한한령 해제 조짐과 한국 게임 산업의 기회

- 한한령 해제 조짐에 따라 중국 시장 재진입으로 매출 확대 및 IP 가치·투자 협력 기회 확대 기대
- 다만 중국의 자국 중심 정책과 게임 산업 경쟁력 강화 지속 전망 속 국내 게임사의 전략 수립의 중요성 확대



10

이머징 시장 진출로 활로 넓히는 한국 게임사

- 국내 게임의 주요 이용 국가가 기존 중화권에서 중동, 동남아, 북남미 지역 등으로 다변화되는 추세
- 국내 게임사는 이머징 시장 진출로 수익 다변화와 성장 돌파구를 모색하며 일부 시장에서 성과 가시화



Source: 삼정KPMG 경제연구원

Trend 1.

AI 기반 제작 확산에 따른 기회와 과제

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

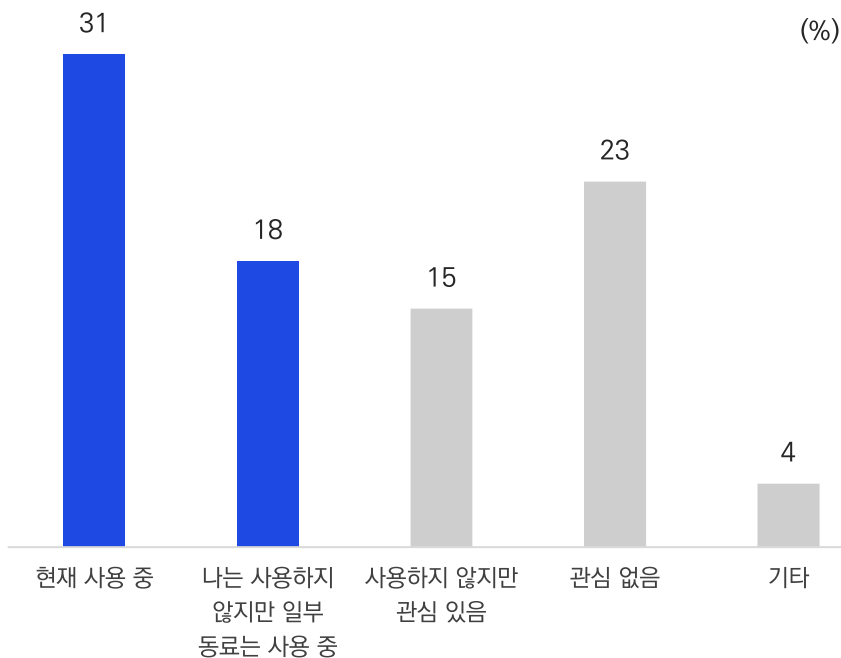
글로벌 시장 기회



글로벌 게임 개발사의 생성형 AI 활용 현황

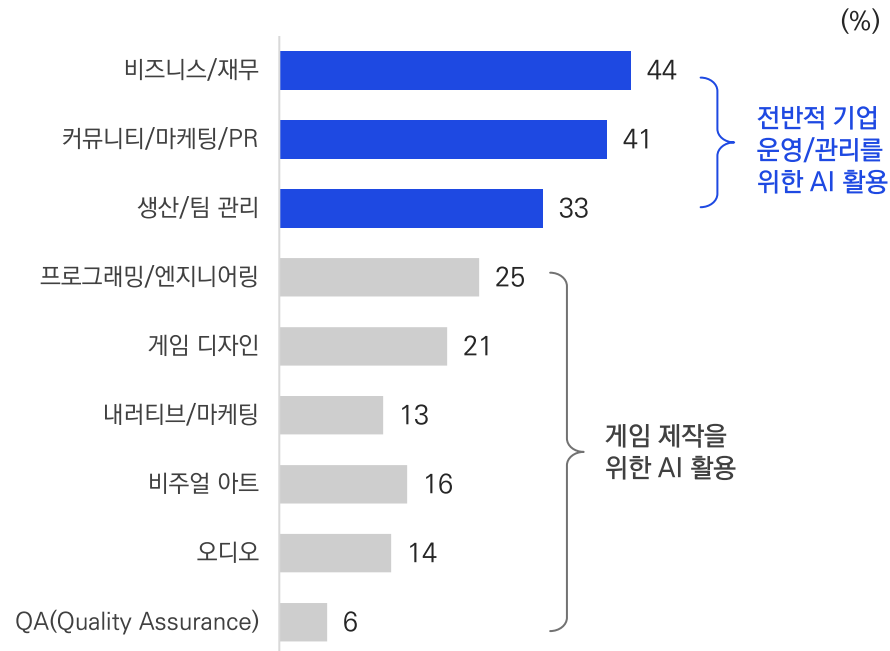
글로벌 게임 개발자 3,000명을 대상으로 한 2024년 설문 결과 조직 내 AI를 활용하고 있다는 응답한 비중은 49% 수준. 생성형 AI는 주로 비즈니스·재무, 마케팅·PR, 팀 관리 등 게임사 운영 부문에 활용되고 있으며, 게임 제작에는 아직 상대적으로 적게 활용되나, 프로그래밍·엔지니어링 분야에서는 25%가 사용 중이라고 응답

2024년 글로벌 게임 개발사 생성형 AI 사용 비율



Source: 콘텐츠진흥원, Game Developers Conference 2024
Note: 글로벌 게임 개발자 3,000명 대상 2024년 상반기 설문 조사 결과

2024년 글로벌 게임 개발사의 생성형 AI 사용 부서 비율



Source: 콘텐츠진흥원, Game Developers Conference 2024
Note: 글로벌 게임 개발자 3,000명 대상 2024년 상반기 설문 조사(복수 응답) 결과

AI 기반 게임 제작 환경의 확대

마이크로소프트, 오픈AI, 엔비디아 등 주요 빅테크 기업과 유니티, 에픽게임즈 등 대표적인 게임 엔진 기업, Scenario.gg(미국), Exists(이스라엘) 등 AI 기반 게임 제작 플랫폼 스타트업들이 게임 제작용 전용 AI 모델을 지속 개발하며 AI 기반 게임 제작 환경 구축이 이루어지고 있음

생성형 AI 활용 게임 개발 플랫폼 발전 현황

시기	기업 / 모델	주요 기술 및 특징	주요 성과
2019년	NVIDIA / GameGAN	- 최초의 게임 생성 AI 모델 중 하나 - 게임플레이 영상을 학습하여 게임 환경 복제	- AI를 통한 게임 환경 생성 가능성 제시 - 프로토타이핑 도구로서의 잠재력 입증
2020년	OpenAI / GPT-3	- 텍스트 기반 게임 스크립트 및 대화 생성 - 게임 내러티브 자동 생성	- 게임 스토리텔링 및 대화 시스템 개발 지원 - AI 기반 NPC 상호작용 가능성 확장
2022년	Midjourney, DALL·E 2	- 텍스트 프롬프트 기반 이미지 생성 - 게임 컨셉 아트 및 텍스처 생성	- 게임 아트 디자인 프로세스 혁신 - 프로토타이핑 단계 가속화
2023년	Unity / Muse	- 통합 AI 창작 도구 - 재질 생성, 애니메이션 생성 등 다양한 기능	- 엔진 내 직접 AI 자산 생성 가능 - 개발 워크플로우 간소화
	Epic Games / Unreal Engine 5 + AI 플러그인	- 메타휴먼 크리에이터 - AI 기반 프로시저럴 콘텐츠 생성	- 사실적인 캐릭터 제작 시간 단축 - 대규모 오픈월드 제작 효율화
	Scenario.gg	- 게임 특화 이미지 생성 AI - 일관된 스타일의 게임 아트 생성	- 게임 아트 스타일 일관성 향상 - 인디 개발자의 아트 리소스 접근성 개선
2024년	NVIDIA ACE	- 실시간 AI 기반 캐릭터 엔진 - 자연스러운 대화 및 감정 표현	- 게임 내 NPC와의 자연어 상호작용 가능 - 몰입형 게임 경험 향상
2025년	Exists	- 텍스트 프롬프트로 3D 게임 생성 - 코딩 없이 완전한 게임 제작 가능	- 게임 개발 진입 장벽 대폭 낮춤 - 사용자 생성 콘텐츠 확대
	Microsoft / Muse	게임 내 상호작용을 이해하여 게임플레이를 예측, 생성	출시 예정

Source: 한국콘텐츠진흥원, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

글로벌 빅테크 기업의 AI 기반 게임 제작 기술 개발 사례

마이크로소프트는 2025년 2월 게임 플레이를 예측·생성하는 AI 모델 ‘Muse’, 3월에는 음성·텍스트 기반 맞춤형 AI 어시스턴트 ‘Copilot for Gaming’을 공개하며 게임 개발자와 유저를 위한 AI 기술을 강화 중. 엔비디아의 AI 캐릭터 생성 모델 ‘ACE’는 인간처럼 사고·반응하는 캐릭터 구현이 가능해 넷이즈, 크래프톤, 위메이드넥스트 등에서 활용 중

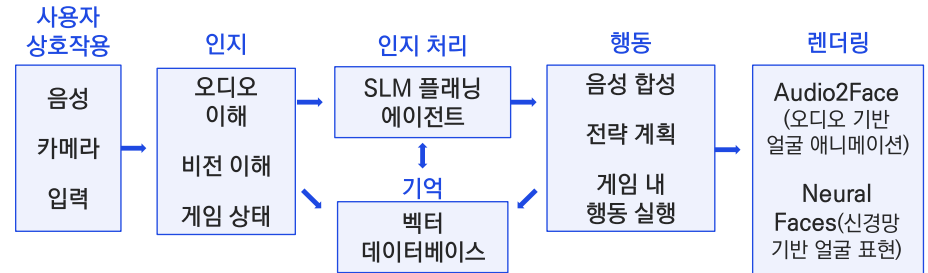
마이크로소프트의 AI 기반 게임 제작 및 플레이 환경 혁신 기술



[‘Copilot for Gaming’ 시연 - 게임 중 획득한 재화를 어떻게 활용할지 묻는 유저 질문에, 어떤 행동(전략)을 취해야 할지 대답해주는 모습]

- 2025년 2월 AI 기반 게임 생성 모델 ‘뮤즈(Muse)’를 공개. 게임 내 상호작용을 이해하여 게임플레이를 예측하고 생성 가능하다는 점이 특징
- 2025년 3월 Xbox 게임 내 음성 또는 텍스트로 대화하며 유저의 플레이를 돕는 개인 맞춤형 AI 어시스턴트 ‘Copilot for Gaming’ 또한 선보임

엔비디아의 AI 게임 캐릭터 생성용 ACE 모델



[엔비디아 ACE의 AI NPC 구현 과정]

- 엔비디아의 게임용 ACE(Avatar Cloud Engine)는 AI 기반 자연어 상호 작용을 통해 기존에 플레이할 수 없는 캐릭터(NPC)에 인텔리전스를 부여하여 언어, 음성, 표정 애니메이션까지 아우르는 AI 기반 게임 캐릭터 구현하는 기술
 - 빠른 의사결정을 지원하고 지연을 최소화하는 소형언어모델(ACE SLM), 정보를 기억할 수 있는 검색 증강 생성(RAG) 기술, 오디오 기반으로 얼굴 애니메이션을 자동 생성해 캐릭터 표현력을 극대화하는 Audio2Face 기능 등이 포함
- 엔비디아 ACE 기반 AI 캐릭터는 인간처럼 사고 및 반응하고, 로컬 GPU 처리와 학습을 통해 지속적으로 진화하는 특징을 지니며, 넷이즈, 크래프톤, 위메이드넥스트 등 국내외 주요 게임사에서 활용되고 있음

Source: Xbox 보도자료, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 엔비디아 보도자료, 삼정KPMG 경제연구원

국내 게임사의 AI 도입 전략과 추진 현황

국내 주요 게임사들은 2025년을 전후로 AI 전담 조직을 신설 또는 분사하며 생성형 AI 기반 게임 개발과 운영 효율화에 본격 착수함. 각 사는 LLM 개발, AI NPC·에이전트 구현, 맞춤형 콘텐츠 생성 등 다양한 방식으로 AI 기술을 게임 제작 전반에 적용 중임

국내 주요 게임사의 AI 조직 및 최근 AI 개발과 활용 사례

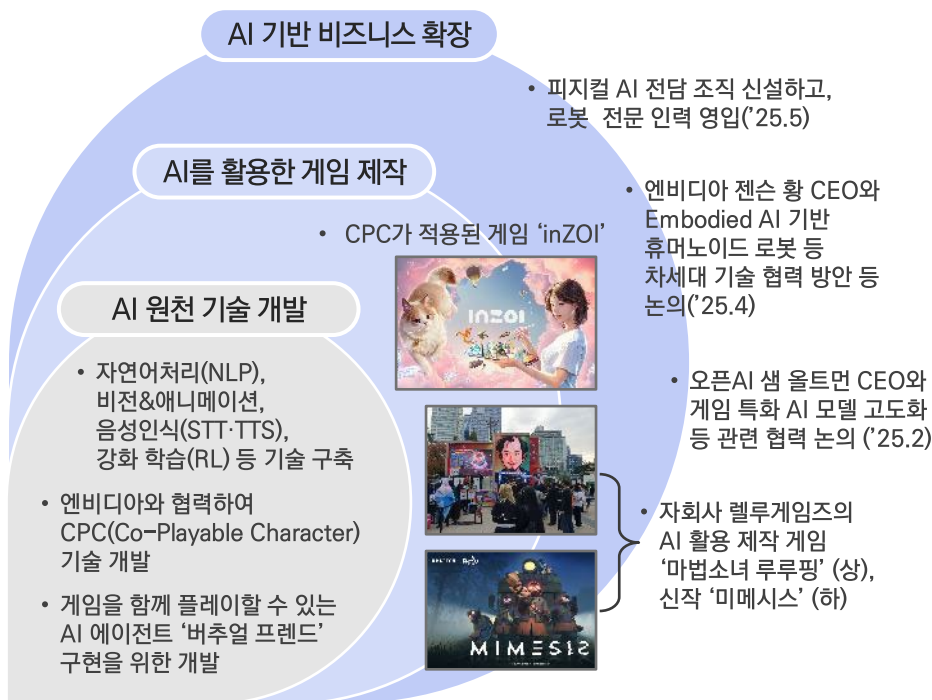
게임사	주요 AI 조직 및 설립 연도	주요 AI 개발 및 활용 사례
엔씨소프트	• 엔씨리서치(2011년)에서 분사한 엔씨 AI 출범 (2025년)	• 2023년 개발한 대규모언어모델 '바르코' 기반 B2B 사업 강화 및 글로벌 협업 진행 • 생성형 AI 기반 창작 도구 플랫폼 '바르코 스튜디오'를 활용하여 게임 비주얼 아트, 텍스트, 오디오 등 게임 개발 전과정에 활용 중
크래프톤	• 딥러닝본부(2022년) 내 피지컬 AI 팀 신설 (2025년)	• 함께 게임 플레이를 할 수 있는 AI 에이전트 '버추얼 프렌드' 구현을 위한 개발을 진행 중이며, 자체 대규모언어모델 개발 또한 추진할 예정 • 딥러닝본부 내 피지컬AI 팀을 신설하여 크래프톤이 엔비디아와 협력하여 개발한 AI NPC인 CPC(Co-Playable Character) 기술을 로봇에 적용하는 연구 범위 확장
넷마블	• AI&Tech랩 신설 (2025년)	• AI 개발 등을 위해 대규모 R&D 투자 집행 • AI 기반 음성명령 기술, 애니메이션 생성 AI 등 개발 중
넥슨	• 인텔리전스랩스 (2017년)	• 인게임 데이터에 기반한 게임 개발 및 운영 솔루션 '게임스케일'에 AI를 접목하여 유저의 게임 경험 개선 모색 • 생성형 AI 기반 NPC, 플레이어 맞춤형 기능 등 개발 중
컴투스	• AX HUB 신설 (2025년)	• AI 관련 전략 기획 및 실행 역량 강화 목적으로 신설한 AX HUB를 통해 게임 개발을 비롯한 전 직무에 걸친 AI 활용을 통한 게임 및 콘텐츠의 생산성과 완성도를 더욱 높여갈 계획 • 국내 AI 기업 소이랩엑스와의 파트너십 체결을 통해 AI 기술 및 모델의 공동 연구와 개발 추진

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

게임사의 AI 도입에 따른 기회 및 도전 과제

국내 게임사 크래프톤과 같이 원천 AI 기술 개발과 AI를 활용한 게임 제작을 넘어, 관련 로보틱스 분야 진출 등 AI 비즈니스 확장 사례도 나타남. AI 도입은 게임 개발 효율을 높이고, 신생 개발사나 소규모 팀의 제작 기회를 확대하지만, AI 생성물의 윤리성·저작권 문제와 게임사 규모별 자원 접근성 편차로 기술 격차 심화 등의 과제 공존

크래프톤의 AI 비즈니스 전략 사례



Source: 크래프톤 보도자료 및 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

게임사의 AI 도입에 따른 향후 기회 및 도전 과제

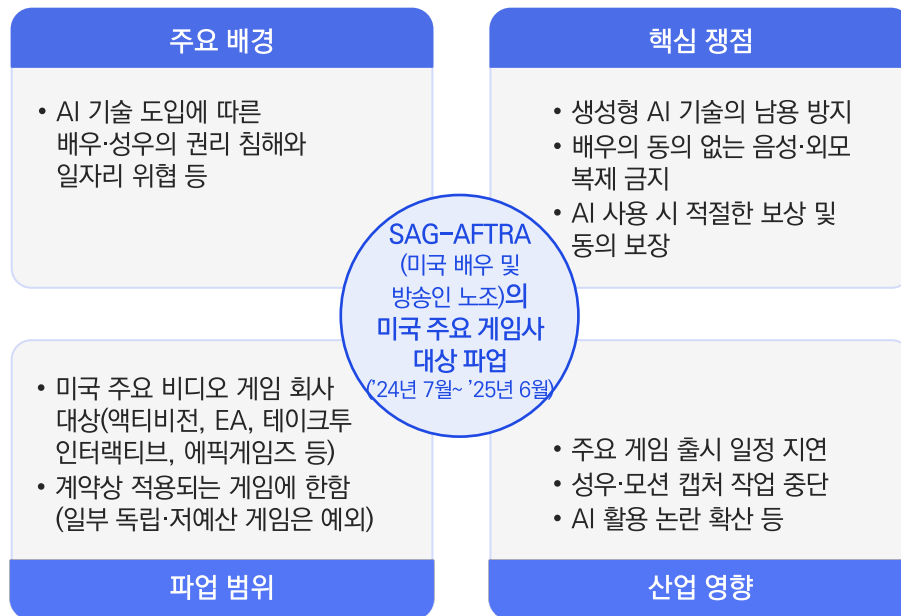
구분	기회	도전 과제
개발 효율성	• 반복 작업 자동화 • 프로토타입 제작 시간 단축	• AI 생성물의 정확성, 윤리성, 저작권과 관련한 이슈에 직면
진입 장벽	• 신생 개발사, 소규모 팀도 고품질 콘텐츠 제작 가능 • 새로운 장르 및 상호작용 방식 등 실험 가능	• 소규모 게임사의 고성능 연산 자원에 대한 접근성 한계로 대형 게임사 대비 기술 격차 심화 우려
사용자 경험	• AI NPC, 동적 스토리텔링, 개인화된 콘텐츠로 몰입도 강화	• AI가 만든 게임에 대한 소비자 거부감 가능성
글로벌 접근성	• 다국어 번역, 지역화, 음성합성 등을 AI가 수행	• 개별 문화적 민감성에 대한 이해 수준 한계
비용 및 인력 구조	• 인건비 절감, 소규모 인력으로도 높은 생산성 가능	• 내부 반발 및 조직 문화 갈등 가능성

Source: 삼정KPMG 경제연구원

AI 활용 확대에 따른 주요 쟁점과 규제 변화

미국에서는 게임사의 생성형 AI 활용이 성우·배우의 권리 침해와 일자리 위협 문제로 이어지며 파업이 발생함. 시장 확대에 따라 관련 이슈와 규제 논의도 더욱 활발해질 것으로 예상되며, 국내에서도 2024년 12월 제정된 AI 기본법을 통해 생성물 고지·표시 의무 등이 규정되면서 게임사의 AI 활용에 대한 규제 강화가 전망됨

AI 도입을 둘러싼 미국 게임 산업 내 파업 사례



AI 투명성 강화를 위한 국내 의무 규정 제정('26년 1월 시행 예정)

인공지능 투명성 확보 의무 유형	주요 내용
사전고지 의무	인공지능사업자는 고영향 인공지능이나 생성형 인공지능을 이용한 제품 또는 서비스를 제공하려는 경우 제품 또는 서비스가 해당 인공지능에 기반하여 운용된다는 사실을 이용자에게 사전에 고지
생성형 AI 표시 의무	인공지능사업자는 생성형 인공지능 또는 이를 이용한 제품 또는 서비스를 제공하는 경우 그 결과물이 생성형 인공지능에 의하여 생성되었다는 사실을 표시
딥페이크 표시 의무	인공지능사업자는 인공지능시스템을 이용하여 실제와 구분하기 어려운 가상의 음향, 이미지 또는 영상 등의 결과물을 제공하는 경우 해당 결과물이 인공지능시스템에 의하여 생성되었다는 사실을 이용자가 명확하게 인식할 수 있는 방식으로 고지 또는 표시

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 과학기술정보통신부(인공지능기본정책과)
Note: 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」(AI 기본법로 표기함)

Trend 2.

게임 기업 내 멀티 스튜디오 활성화

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회

게임 산업의 멀티 스튜디오 체계 확산

게임 산업에서의 멀티 스튜디오 전략이 국내 게임 스타일 다양화에 기여하는 효과가 부각되며, 성공적인 멀티 스튜디오 전략을 수립하는 것이 게임사의 경쟁력 확보에 주요한 수단으로 부상하고 있음. 넥슨, 엔씨소프트, 크래프톤 등 국내 주요 게임사는 멀티 스튜디오 전략을 확대하는 추세임

멀티 스튜디오란

멀티 스튜디오란

- 한 기업 내에 독립적인 형태로 구분된 제작 스튜디오가 다수 존재하는 시스템
- 개별 스튜디오가 독립적 의사결정 체계를 유지함
- 게임 산업에서는 본사의 역할이 지원조직 등으로 축소되고 개별 스튜디오의 리더십이 게임의 구성과 개발 방향 등을 정할 수 있는 형태가 다수임

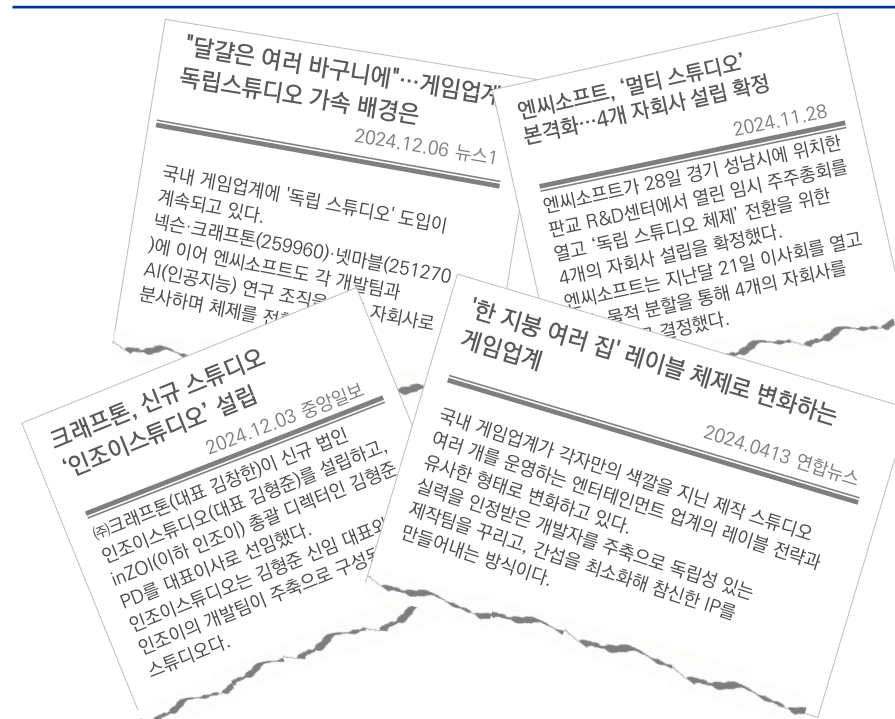
멀티 스튜디오 게임 특징

- 멀티 스튜디오 체제에서는 개별 스튜디오의 경영진이 본사의 기존 게임 개발 방식에 영향을 받지 않고 독자적인 형태의 게임 개발 방식을 채택할 수 있는 점이 주목 받고 있음
- 다수의 스튜디오를 보유한 기업에서는 개별 스튜디오에서 진행되는 유사한 기술에 대한 중복 투자가 일부 우려 요소로 존재함

멀티 스튜디오 활용 배경

- 국내 게임 산업에서 이용자의 니즈를 충족하기 위한 게임의 형태가 기존 모바일 중심, MMORPG 스타일 게임 등 유사한 구성을 활용하던 방식에서 콘솔, PC 등 플랫폼 및 게임 스타일의 다변화 수요가 확대되며 다양한 스타일의 게임에 대한 니즈가 확대됨

멀티 스튜디오 확대 움직임



Source: 삼성KPMG 경제연구원

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

멀티 스튜디오 도입을 통한 주요 개발 사례

국내 주요 게임사는 멀티 스튜디오 전략을 활용하여 다양한 카테고리에 게임 제작을 위한 노력을 이어가고 있음. 특히 크래프톤은 본사의 역할을 각 스튜디오가 개발한 게임을 퍼블리싱 하는데 집중하고 14개의 독립된 스튜디오를 활용하여 시뮬레이션 게임 ‘인조이’ 등 다양한 카테고리의 게임 개발을 활발하게 추진 중임

멀티 스튜디오 주요 사례

게임명	주요 스튜디오	비고
넥슨	민트로켓	- 본사 신규개발본부 산하에서 운영 중이던 게임 개발 전문 브랜드 ‘민트로켓’을 2024년 10월 독립 법인으로 분리 - 해양 탐사 스토리를 담은 경영 시뮬레이션 게임 ‘데이브 더 다이버’를 콘솔, PC 등의 다양한 플랫폼으로 출시 - TCG(트레이딩 카드 게임), RTS(실시간 전략 게임) 등 다양한 카테고리의 게임을 개발중
크래프톤	펍지, 블루홀, 5민랩, 인조이스튜디오 등	- 글로벌 히트작인 ‘배틀그라운드’를 운영하는 펍지 스튜디오를 포함하여 in-house 스튜디오에서 독립 법인으로 분할한 블루홀스튜디오 등 14개의 개발 스튜디오 운영 중 - 서바이벌, MMORPG, 시뮬레이션, 리듬 액션 등 각 스튜디오별로 다양한 장르의 게임을 특화하여 개발
네오위즈	라운드8 스튜디오	- 국산게임 최초로 글로벌 게임 어워드인 게임스컴 어워드에서 3관왕을 수상한 콘솔 게임 ‘P의 거짓’을 개발 - 라운드8스튜디오는 인기 게임 IP를 개발한 경험이 있는 크리에이티브 디렉터를 확충하여 콘텐츠 IP 능력 확대를 추구 - 네오위즈는 미국 게임 개발사 윌프아이 스튜디오와 퍼블리싱 계약을 체결하여 게임 IP 라인업 확대 노력

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

크래프톤 산하 주요 스튜디오		
개발 스튜디오	장르	주요 특징
펍지	배틀로얄, 서바이벌	PC, 모바일 등의 플랫폼에서 운영되는 글로벌 인기 게임 ‘배틀그라운드’ 운영
블루홀	MMORPG	’20년 12월 독립법인으로 분할 ‘테라’, ‘엘리온’ 등 MMORPG 게임 개발
탱고 게임웍스	리듬 액션	마이크로소프트가 해체한 일본 개발사 인력 영입과 게임 ‘하이파이 러시’의 IP를 인수하여 운영
인조이스튜디오	시뮬레이션	’24년 12월 설립 - 소형 언어 모델 등 AI 기술을 활용한 시뮬레이션 게임 ‘인조이’ 개발

Source: 크래프톤, 삼정KPMG 경제연구원

멀티 스튜디오 도입의 기대 효과

멀티 스튜디오 전략은 게임 산업에 게임 카테고리 영역의 확장, 의사결정 체계의 간소화 등의 효과를 통해 다양한 게임이 육성될 수 있는 환경을 마련함. 우수한 창작 능력을 가진 개발자 및 프로듀서에게 개별 스튜디오의 핵심 직책을 제공하여 창의성을 발휘하고 높은 수준의 보상을 제공하는 등 개발 인력의 동기 부여 수단으로도 주목됨

멀티 스튜디오 전략이 가져오는 산업의 변화



Source: 삼정KPMG 경제연구원

Trend 3.

인게임 광고 기반 수익 모델 변화

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

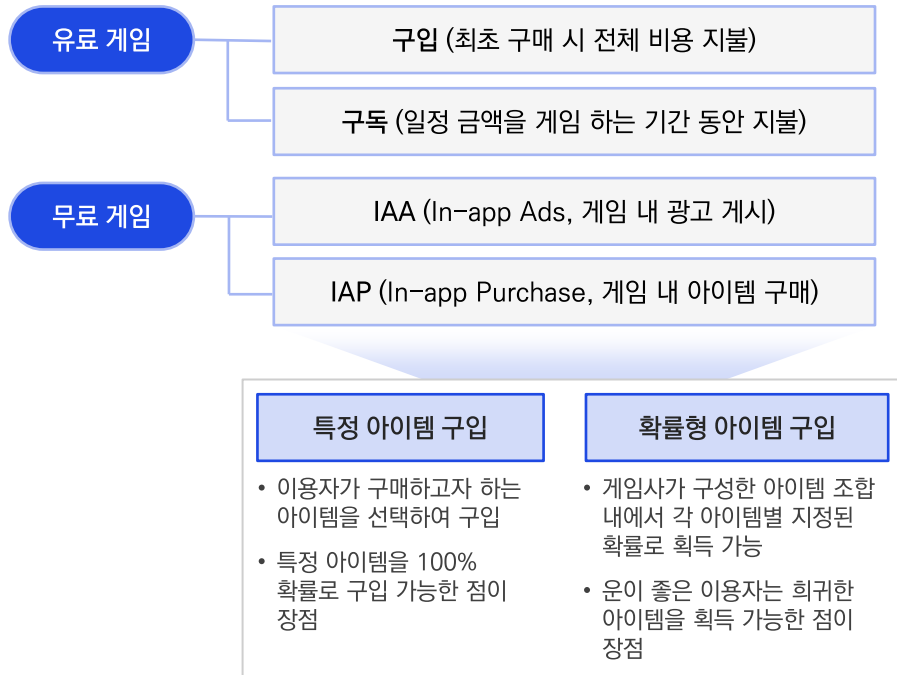
글로벌 시장 기회



확률형 아이템 규제 속 신규 수익모델 마련 필요성 주목

국내 게임 산업의 주요 수익원으로 자리한 확률형 아이템 방식은 구매자가 충분한 정보를 얻지 못하는 경우, 구매자와 판매자 간의 공정한 거래가 이루어지기 어렵다는 점에서 '24년 3월부터 '정보공개 의무화' 규제가 시행됨. 확률형 아이템에 대한 부정적 인식 속에서 새로운 수익 모델 마련 필요성이 주목받고 있음

게임사의 수익 방식



Source: 삼정KPMG 경제연구원

확률형 아이템 규제의 도입

항목	내용
확률형 아이템이란?	확률형 아이템은 게임에서 활용할 수 있는 특정 아이템을 100% 얻을 수 있는 아이템 구매 방식과 달리, 게임사가 지정한 일정 리스트 내에 있는 아이템을 지정된 확률을 기반으로 랜덤하게 얻을 수 있는 아이템임
확률형 아이템의 한계	- 확률형 아이템을 구매하는 이용자가 개별 아이템을 획득할 수 있는 확률을 모른 채 구매할 수 밖에 없어 구매 결정을 내리는 데 어려움이 존재함 - 중요한 아이템을 확보하기 위하여 이용자가 과도한 비용을 확률형 아이템에 지출하는 등 사행성 요소에 대한 비판이 높아짐
규제 도입 목적	확률형 아이템의 세부 구성 내역(획득 가능한 아이템, 각 아이템별 획득 확률 등)을 이용자가 구매하기 전에 확인 할 수 있도록 하여 공정한 거래 행위가 이루어질 수 있도록 함

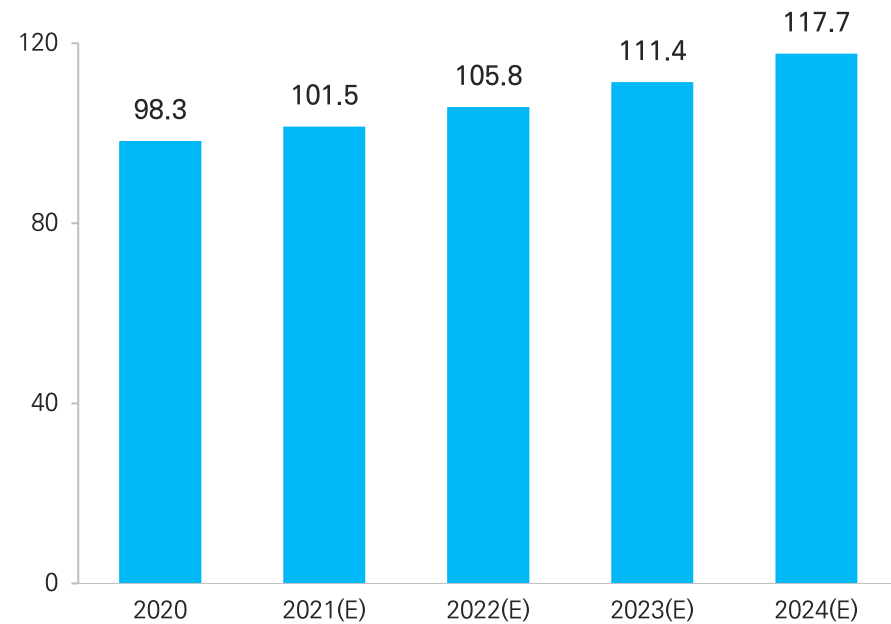
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

인게임 광고 기반 수익화 모델의 성장

게임 내에서 이용자에게 광고를 표출하여 수익을 창출하는 인게임 광고(게임 내 광고) 시장이 게임 산업의 주요 수익원으로 주목도가 높아지고 있음. 무료 게임(Free-to-play) 콘텐츠 시장이 확대되며 이용자를 비용 지불자가 아닌 콘텐츠 소비자로서 수익 창출하는 활용하는 방안에 대한 전략 중요성이 높아짐

무료 게임(Free-to-play) 시장의 성장

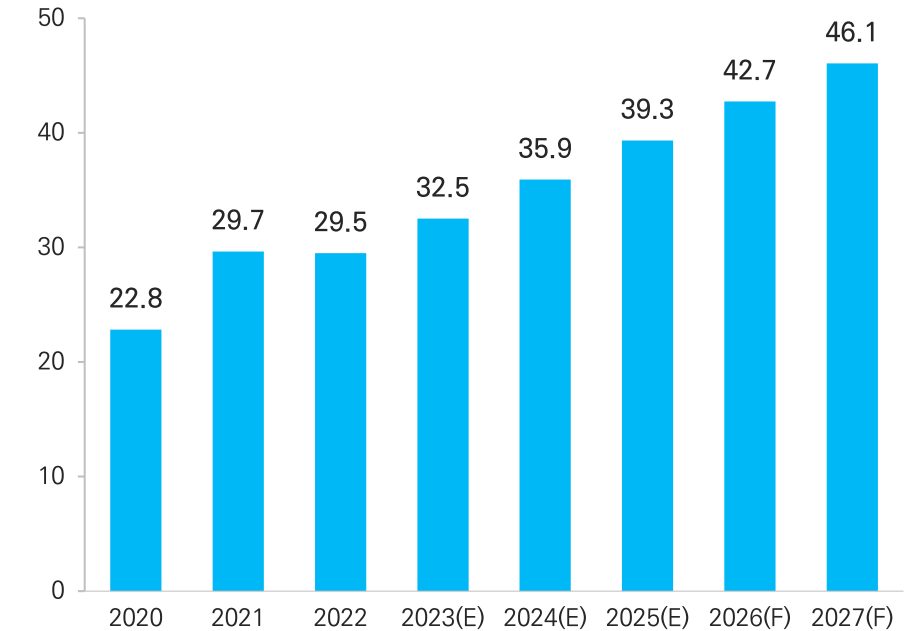
(십억 달러)



Source: Statista, SuperData Research, 삼정KPMG 경제연구원 재구성
Note: (E)는 추정치

인게임 광고(게임 내 광고) 시장의 성장

(십억 달러)



Source: Statista Advertising & Media Insights, 삼정KPMG 경제연구원 재구성
Note: (E)는 추정치, (F)는 전망치

주요 인게임 광고 수익 창출 방식의 다양화

초기 게임 이용자의 게임 이용 중간에 광고 영상을 삽입하여 광고 시청 후 다시 게임을 이용할 수 있도록 제공하던 형태에서 게임 이용 중 자연스럽게 광고 제품을 체험할 수 있는 형태 등으로 다양화되고 있음. 주요 게임사에서는 인게임 광고의 역량을 확대할 수 있는 협력 체계 확대를 위해 M&A 등의 적극적인 움직임을 보임

게임 이용 중 이용자에게 자연스럽게 노출하는 인게임 광고 방식



- 크래프톤은 편의점 브랜드 이마트24의 제품을 게임 속 캐릭터가 활용할 수 있는 아이템으로 적용하여 이용자가 제품 광고에 노출됨과 동시에 게임을 지속 이용할 수 있도록 하는 인게임 광고 방식을 활용함
- 슈팅 게임 'PUBG:배틀그라운드'에 적용된 해당 인게임 광고는 생존 게임의 특성에 맞춰 게임 속 캐릭터의 생존에 도움이 되는 아이템으로 활용하여, 이용자가 이마트24의 제품을 게임 플레이 환경 속 자연스럽게 활용 가능하도록 함

주요 게임사의 인게임 광고 영역 확대 움직임

기업	주요 내용
로블록스	- 미국 비디오 게임 플랫폼 운영 기업 로블록스는 자사 게임 이용자를 대상으로 광고 시청에 따라 게임 속에서 활용할 수 있는 아이템, 화폐 등의 보상을 제공하는 보상형 비디오 광고를 제공하고 있음 - 자사의 인게임 광고 효과 확대를 위해 로블록스는 글로벌 빅테크 기업 구글과 광고 파트너십 계약을 체결함 - 구글과 제휴를 통해 로블록스는 자사의 인게임 광고에 송출되는 광고를 구글 플랫폼을 통하여 구매할 수 있도록 제공하여 편의성을 높임
크래프톤	- 국내 게임 제작 기업 크래프톤은 '25년 5월 보상형 광고 플랫폼 '포인트팝', 광고 최적화 플랫폼 'AdPie' 등을 운영하는 광고 기술 기업 넷튠의 지분 39.27%를 약 1,650억 원에 인수함 - 크래프톤은 광고 최적화 등의 기술을 가진 넷튠의 광고 수익화 역량을 활용하여 자사의 인게임 광고 효율화를 도모할 것으로 분석됨

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

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

인게임 광고의 기대효과

인게임 광고는 게임 속에 유입된 이용자에게 쉽게 광고 콘텐츠를 노출할 수 있다는 특징을 활용하여 게임 산업의 매출을 확대할 수 있는 수단으로 부각되고 있음. 인게임 광고의 지속 가능한 활용을 위해 게임 기업의 수익 확대를 위한 고민과 함께 이용자의 게임 플레이 방해를 최소화하는 방향에 대한 지속적 고민이 필요함.

인게임 광고 활용을 위해 주의할 점과 기대효과

주의할 점

- 인게임 광고는 게임에 접속중인 이용자에게 상업적인 광고 콘텐츠를 노출하는 형태로 적용됨에 따라 이용자의 몰입도를 저해하지 않는 방식 기획하기 위한 노력이 필요함
- 인게임 광고가 게임의 몰입도와 흥미 등을 저해하고 이용자에게 불필요한 행동을 강제하는 경우, 이용자에 대한 광고 효과 하락 및 게임 충성도 약화가 발생할 수 있음

기대 효과

- 인게임 광고는 게임 속에 유입된 이용자가 게임 플레이를 위해 광고에 노출되는 형태로 운영됨에 따라 다수의 이용자에게 쉽게 노출할 수 있음
- ‘PUBG:배틀그라운드’에서 활용된 이마트24 제품의 사례와 같이 게임 속 스토리라인에 적절하게 접목된 콘텐츠를 이용자의 플레이 중 노출시키는 경우, 이용자의 몰입도를 저해하지 않고 제품의 자연스러운 노출이 가능함
- 라이프 시뮬레이션 게임 등 현실 세계와 유사한 형태의 캐릭터를 기반으로 운영되는 게임이 확대됨에 따라 인게임 광고를 통해 이용자의 가상 세계에서의 제품 체험을 유도하는 광고 확대가 주목받고 있음

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 4.

고도화된 M&A 기반 성장

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

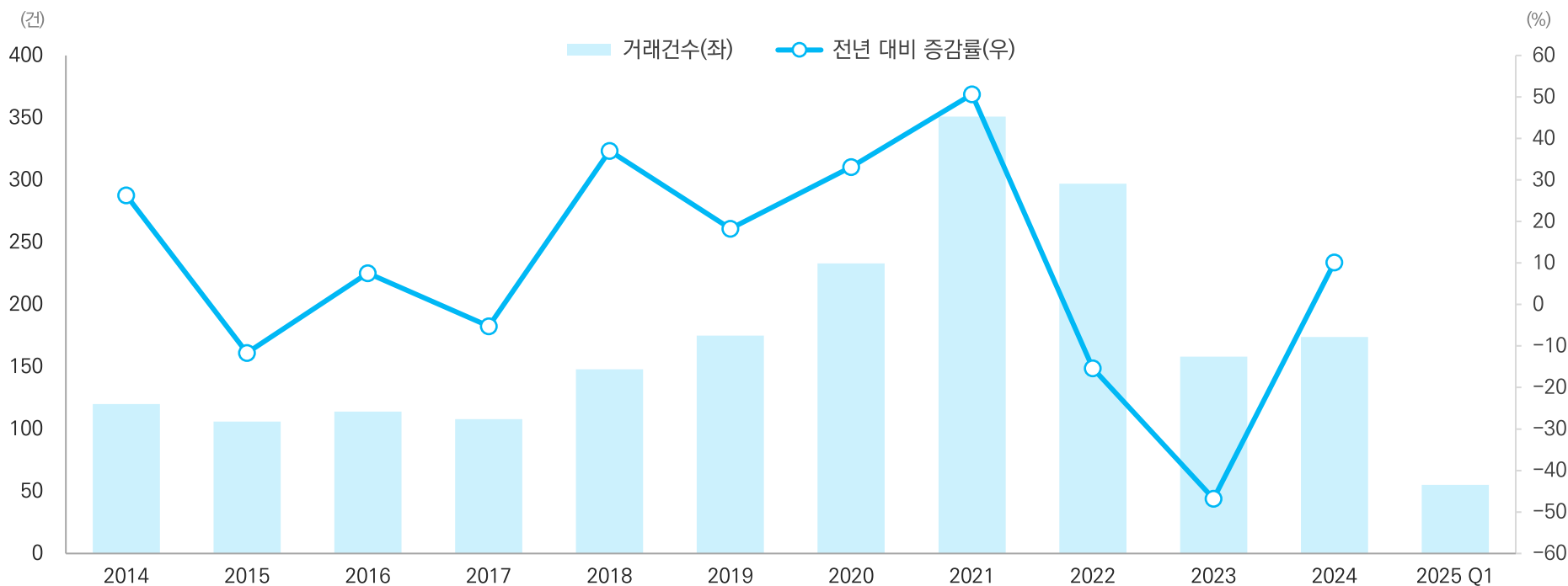
게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회

글로벌 M&A 시장의 회복

글로벌 게임 산업 M&A는 2021년 이후 글로벌 경기침체 등의 영향으로 지속적인 하락세를 보였으나, 2024년부터 소폭 회복세가 나타나고 있음. 2025년 1분기에도 글로벌 게임 산업 M&A 건수는 55건으로 M&A 건수가 확대되는 추세가 이어지고 있음

글로벌 게임 산업 M&A 연도별 거래 건수

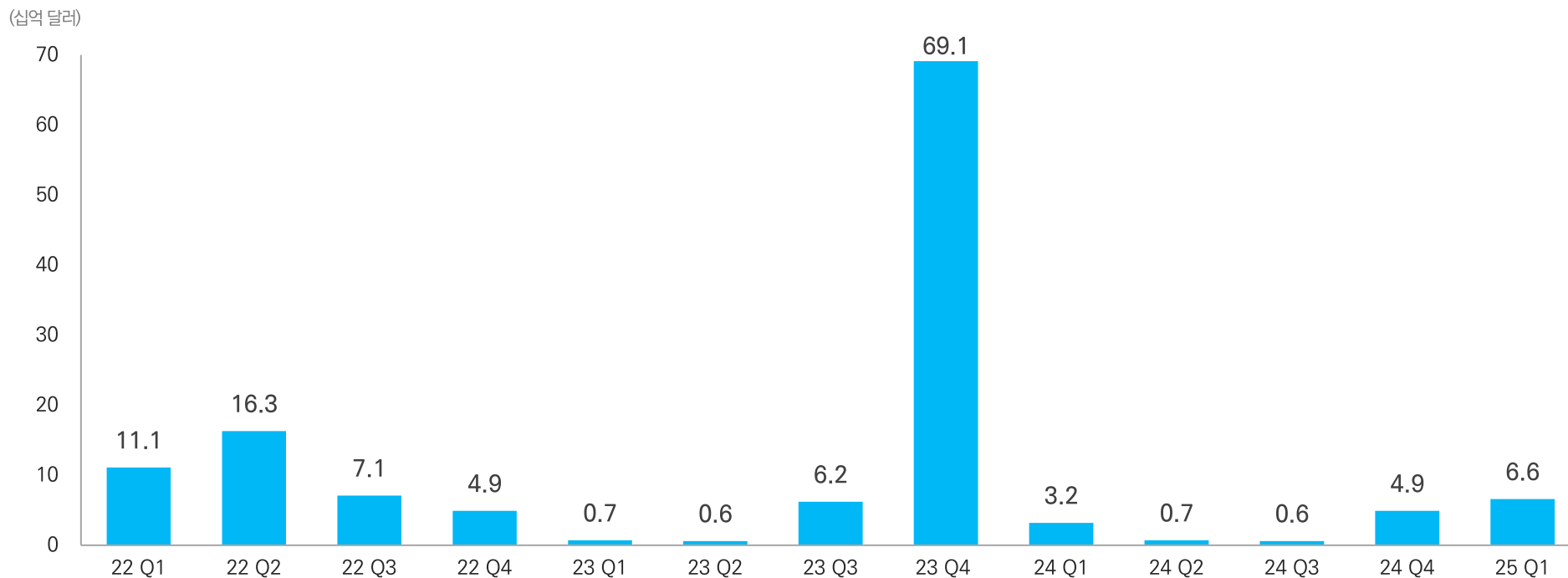


Source: Statista, DDM, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

글로벌 M&A 거래액 추이

분기별 글로벌 게임 산업의 M&A 거래액 기준으로 2025년 1분기 M&A 거래액 규모는 66억 달러 수준으로 2023년 게임 산업 역대 최고가 M&A인 마이크로소프트의 액티비전 블리자드 인수(687억 달러) 건을 제외하면 2022년 3분기 이후 최대 수준임. 분기별로는 2024년 4분기부터 2개 분기 연속 상승 추이를 보임

글로벌 게임 산업 분기별 M&A 거래액



Source: Statista, InvestGame; gamesindustry.biz, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

주요 글로벌 M&A 현황

게임 산업의 글로벌 M&A 시장이 2024년 움직임이 활발하게 나타나기 시작한 이후, 국내·외 기업들의 인수 움직임이 다수 나타남. 국내 기업 중에는 크래프톤과 엔씨소프트가 신규 게임 개발 스튜디오 인수를 통해 게임 개발 역량 확대를 추진하였으며, 글로벌 시장에서도 인기 게임 개발 스튜디오에 대한 인수가 활발하게 이뤄짐

2024년 이후 주요 글로벌 M&A

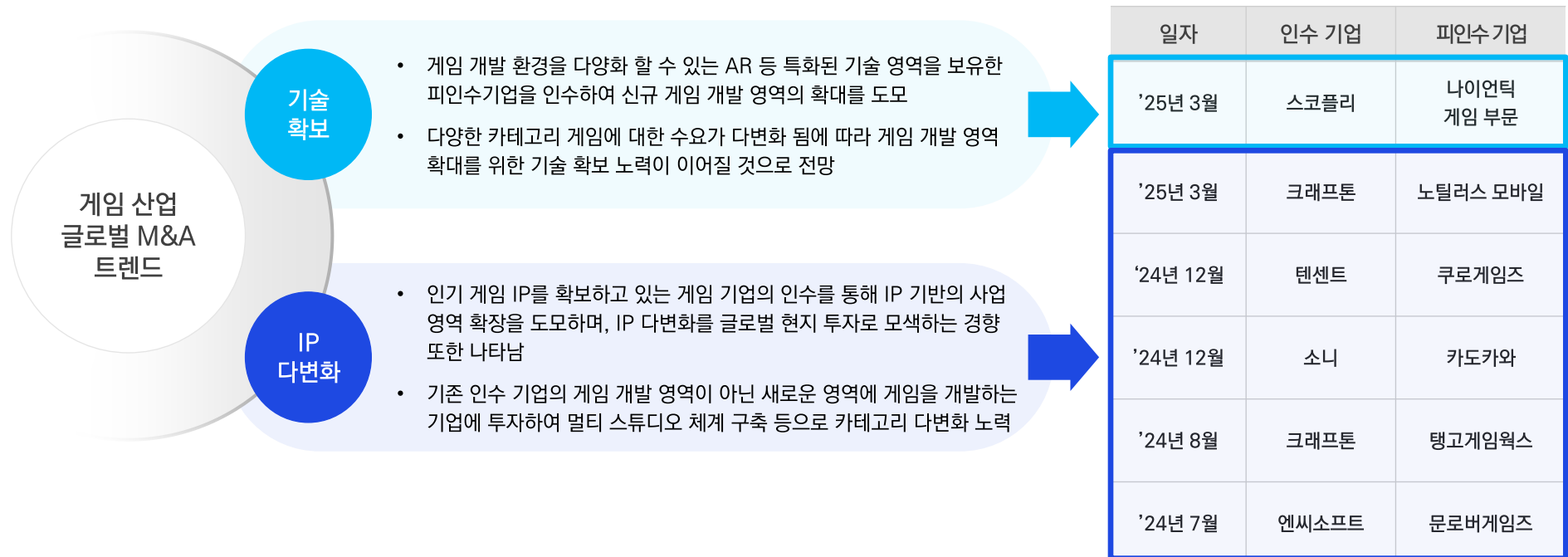
일자	인수 기업	피인수 기업	투자금액	내용
'25년 4월	크래프톤	넵툰	1,650억 원 (지분 39.37%)	- 게임 개발 및 퍼블리싱 사업을 영위하는 기업 넵툰의 카카오게임즈가 보유한 39.37% 상당의 지분을 크래프톤이 인수 - 크래프톤은 해당 계약 전 자사가 보유 중인 주식 3.16%를 포함해 총 42.53%의 지분 보유 최대주주가 됨
'25년 3월	크래프톤	노틸러스 모바일	1,375만 달러	크래프톤은 인도에 위치한 자사의 현지 법인을 통해 현지에서 인기가 높은 크리켓 게임을 개발하는 게임 개발사 노틸러스 모바일의 지분을 인수
'25년 3월	스코플리	나이언틱 게임 부문	35억 달러	사우디아라비아 국부 펀드가 소유한 모바일 게임사 스코플리가 '포켓몬 GO', '몬스터헌터 나우' 등 AR(증강 현실) 기반의 게임 서비스 운영 기업 나이언틱의 게임 부문을 인수
'24년 12월	텐센트	쿠로게임즈	-	2017년 설립된 서브컬처 분야 게임 제작 기업 쿠로게임즈를 중국 테크 기업 텐센트가 인수 - 텐센트는 기존 그룹 내 보유한 글로벌 게임사 라이엇게임즈, 슈퍼셀 등과 함께 멀티 스튜디오 체제로 게임 사업을 운영할 전망
'24년 12월	소니	카도카와	500억 엔 (지분 10%)	- 콘솔 게임 플랫폼을 운영하는 일본 테크 기업 소니는 게임, 만화, 애니메이션 등 종합 콘텐츠 유통 기업 카도카와의 신주 인수를 통해 최대주주로 등극 - 중국 테크 기업 텐센트와 카도카와 신주 인수를 위한 경쟁이 있었던 것으로 알려짐
'24년 8월	크래프톤	탱고게임웍스	-	- 국내 게임 기업 크래프톤이 일본 게임 기업 탱고게임웍스를 인수 - 미국 빅테크 기업 마이크로소프트 산하에 있던 탱고게임웍스가 폐업하는 과정에서 해당 기업의 개발 인력과 IP를 인수하는 방식으로 자원 확보
'24년 7월	엔씨소프트	문로버게임즈	350만 달러	국내 게임 기업 엔씨소프트는 2022년 설립된 스웨덴 게임 개발사 문로버게임즈에 신규 게임 개발을 위한 프로젝트 자금 지원을 위한 투자를 진행

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성 / Note: 일자는 Announced 기준

주요 글로벌 M&A 핵심 트렌드

게임 산업의 최신 사례를 통해 글로벌 게임 산업 기업이 M&A로 이루고자 하는 주요 목적을 파악할 수 있음. 글로벌 M&A 사례에서는 특화된 기술 영역을 가진 기업을 인수하여 다양한 카테고리 게임 개발을 위한 기술을 확보하고자 하는 M&A와 인기 IP를 확보한 기업에 투자하여 IP 다변화를 도모하는 사례가 주로 나타남

게임 산업 글로벌 M&A의 핵심 트렌드



Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

Note: 일자는 Announced 기준

Trend 5.

IP 연계 확장 전략

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회



게임 산업의 IP 중요성 확대

웹툰, 영상 콘텐츠 등의 유명 비게임 IP와 화제성이 입증된 인기 게임 IP를 활용한 신작 게임을 개발하는 IP 전략이 지속적으로 나타나고 있음. 비게임 IP에 대한 세계관, 캐릭터에 대한 높은 수준의 이해도를 기반으로 한 게임 콘텐츠 구현은 기존 콘텐츠 이용자를 게임 콘텐츠로의 유입을 확대하는 주요 요소로 주목받고 있음

게임 산업의 IP 중요성 확대

웹툰	- 국내 웹툰 산업이 빠른 속도로 성장하며, 웹툰 형태의 다양한 신규 콘텐츠가 유입 - 화제성 높은 웹툰이 다수 등장하며, 웹툰 콘텐츠가 가지는 집객력 및 이용자의 높은 충성도를 활용하는 게임 콘텐츠의 개발이 이어지고 있음
영상 콘텐츠	- 영화, 드라마 등 글로벌 인기 콘텐츠를 기반으로 한 게임 출시가 이어지고 있음 - 기존 영상 콘텐츠 내 세계관과 캐릭터에 대한 높은 수준의 구현력을 통해 영상 콘텐츠의 세계관을 확장하고, 게임 이용자가 영상 콘텐츠 내 들어온 듯한 효과를 제공함
유명 게임 확장	‘리니지’, ‘라그나로크’ 등 글로벌 히트 게임의 IP를 활용하여 세계관을 확장한 형태의 IP 확장 사례가 다수 나타남 - 게임 제작 형태의 다양화에 기인하여 기존 게임의 IP를 활용하되, 게임 플레이스타일을 바꾸는 형태의 변화도 이뤄짐

주요 IP 기반 인기 모바일 게임 매출

기업	콘텐츠 IP	매출 (백만 달러)
엔씨소프트	리니지	719
닌텐도	포켓몬	628
디즈니	마블 코믹스	350
	디즈니 애니메이션	244
	스타워즈	96
히토츠바시	원피스	273
	나루토	218
워너브라더스	해리포터	115

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Source: Statista, Sensor Tower, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

G-STAR 2024에서 나타난 게임 IP의 중요성

인기 웹툰 IP를 활용한 모바일/PC 기반 게임 ‘나 혼자만 레벨업: 어라이즈’가 2024 대한민국 게임대상에서 대상을 수상하는 등 IP의 중요성이 G-STAR 2024에서도 크게 강조되었음. 인기 드라마 IP의 세계관을 살린 게임이 공개되었으며, 자사의 인기 게임 IP를 새로운 타입의 게임으로 구현한 게임도 공개되며 화제를 모음

G-STAR 2024에서 나타난 게임 IP의 중요성

넷마블: 인기 웹툰 IP ‘나 혼자만 레벨업’ 게임



- 넷마블은 동명의 국산 인기 웹툰 IP기반 액션 RPG 장르 게임인 ‘나 혼자만 레벨업: 어라이즈’를 통해 2024 대한민국 게임대상에서 대상을 수상
- '24년 5월 글로벌 출시 직후 78개국 애플 앱스토어 인기 순위 1위 진입

넷마블: 저명 원작 드라마 IP ‘왕자의 게임: 킹스로드’



- 글로벌 인기 드라마 ‘왕자의 게임’ IP를 기반으로 한 ‘왕자의 게임: 킹스로드’는 워너브라더스인터랙티브 엔터테인먼트 산하 HBO의 공식 라이선스를 획득해 개발
- 원작 고증을 바탕으로 세계관과 캐릭터에 주안점을 두어 IP의 가치를 지키기 위한 노력을 기울임

그라비타: 인기 게임 IP 활용 신작 게임 공개



- 자사의 유명 게임 IP ‘라그나로크’를 기반으로 한 신규 플레이 스타일의 게임 공개
- ‘라그나로크 크러쉬’는 인기 게임 ‘라그나로크’의 IP를 활용하여 퍼즐 타입의 퀘스트를 통해 게임 내 진영(타워)을 지키는 플레이를 하는 게임

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

게임 산업의 주요 IP 확장 전략

게임 산업에서 우수한 콘텐츠 IP의 확보가 신작 게임의 성공적인 시장 안착에 미치는 효과 등이 주목을 받음에 따라 게임 산업에서 IP 확장을 위한 전략 마련의 중요성이 커질 것으로 보임. 게임 기업은 다양한 산업의 기업과 제휴를 확대하여 콘텐츠 IP 활용의 다양화를 도모함과 함께 대형 콘텐츠 기업 M&A를 통한 IP 다변화에도 주목하고 있음

게임 산업의 주요 IP 확장 전략

콘텐츠 IP 활용의 다양화

- 게임 기업은 기존 자사의 유명 IP의 활용 방식을 다양화하는 전략을 통해 IP 활용 효과를 확대
 - MMORPG 등 기존 인기 게임 카테고리 기반의 IP를 퍼즐, 아케이드 등 새로운 형태의 게임 카테고리에 접목하여 이용자층 확대를 도모
 - 기존 게임의 세계관 확대를 통해 스토리, 배경, 캐릭터의 다양화를 도모하여 이용자 몰입감 강화 및 신규 흥미 요소 제공
- 웹툰, 영화, 드라마 등 인기 콘텐츠 IP의 주요 설정과 캐릭터를 게임에 접목하여 신작 게임 출시
 - 높은 인지도를 보유하고 있는 다양한 형태의 엔터테인먼트 IP를 활용한 신작 게임 출시를 통해 게임에 대한 관심도 확대 및 신규 이용자층 유입 도모 효과 기대

대형 콘텐츠 기업 M&A

- IP 확보의 안정성 강화를 위해 대형 콘텐츠 IP 보유 기업과의 M&A가 게임 산업에서 발생
 - 글로벌 게임 시장에서 우수한 IP 확보의 중요성이 강조되며, 한정된 인기 콘텐츠 IP를 자사 게임에 접목하기 위한 게임 기업 간의 경쟁이 치열하게 나타남
 - 콘텐츠 확보 경쟁이 치열 해지며, 게임 내 활용하기 위한 외부 콘텐츠의 라이선싱 비용 지출 경쟁이 함께 나타나는 등 인기 콘텐츠의 안정적인 공급과 콘텐츠 수급 비용의 관리를 위해 인기 콘텐츠 IP 보유 기업과의 M&A에 대한 주목도가 높아짐
- ▶ 소니의 카도카와 인수, 텐센트의 쿠로게임즈 인수 등 안정적인 콘텐츠 IP 공급원이 될 수 있는 기업을 확보하기 위한 게임 기업의 움직임이 나타나고 있음

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Trend 6.

장르의 다양화

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회



Z세대 게임 이용자층 유입에 따라 부상하는 신규 장르

Z세대가 게임 주소비층으로 주목 받음에 따라 게임 산업에서도 새로운 장르 게임의 중요성이 확대되고 있으며, 이에 따른 국내 게임 산업의 대응 움직임이 주목 받고 있음. 다중사용자 온라인 전투 게임, 시뮬레이션 게임은 35세 이상 이용자 대비 16세 ~ 34세 이하 게임 이용자의 선호도가 높은 영역으로 분석됨

연령대별 선호 게임 트렌드 차이 (선호도 비율, %)

	16 - 24세	25 - 34세	35 - 44세	45 - 54세	55 - 64세
슈팅게임	63.0	59.6	53.1	41.4	29.1
액션·어드벤처	58.9	54.6	49.9	40.5	29.9
다중사용자 온라인 전투	40.9	41.9	35.4	25.2	16.8
시뮬레이션	39.3	37.1	32.3	25.9	19.2
스포츠	38.5	41.0	37.7	30.4	22.3
레이싱	35.6	37.6	36.0	29.4	20.4
전략	33.8	34.7	32.8	26.8	19.7
퍼즐	32.0	35.3	35.1	30.5	28.0

연령대별 선호 게임 트렌드 차이 (선호도 순위)

	16 - 24세	25 - 34세	35 - 44세	45 - 54세	55 - 64세
슈팅게임	1	1	1	1	2
액션·어드벤처	2	2	2	2	1
다중사용자 온라인 전투	3	3	5	8	8
시뮬레이션	4	6	8	7	7
스포츠	5	4	3	4	4
레이싱	6	5	4	5	5
전략	7	8	7	6	6
퍼즐	8	7	6	3	3

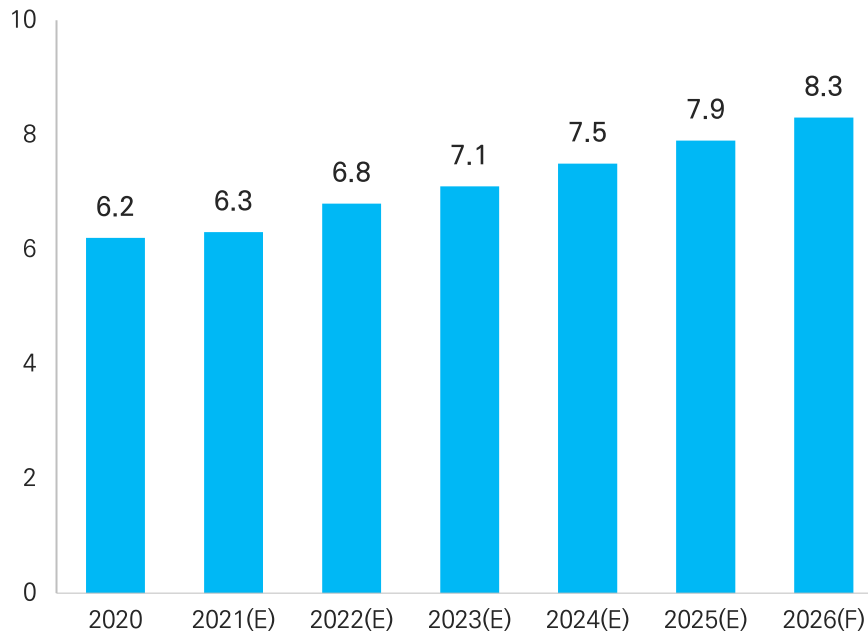
Source: Statista, We Are Social; DataReportal; GWI; Meltwater, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

시장 다변화를 통해 부상하는 신규 장르

온라인을 통해 슬롯머신, 포커 등 카지노 게임을 하며 타 이용자와 교류할 수 있는 소셜카지노 게임도 게임 산업의 새로운 카테고리로 주목받고 있음. 소셜카지노 게임 시장은 2025년 79억 달러 수준으로 전망되며, 국내 주요 게임사는 소셜카지노 게임의 개발 및 관련 기업 인수를 통해 해당 시장에서의 영향력을 확대함

소셜카지노 게임 시장 규모

(십억 달러)



Source: Statista, bV1sion; iGaming Business, 삼정KPMG 경제연구원 재구성
Note: (E)는 추정치, (F)는 전망치

국내 소셜카지노 게임 주요 기업 현황

기업	주요 사업
넷마블	- 세계 모바일 게임 시장 매출 기준 탑3 안에 위치한 것으로 알려짐 - 홍콩 소셜카지노 게임 제작사 스피엑스를 2조 5천억 규모로 인수(2021년)
더블유게임즈	- 미국 시장 중심의 소셜카지노 게임 운영 기업 2024년 기준 미국 아이폰 앱 마켓 매출에서 카지노 게임 부문 매출 4위를 기록
네오위즈	- 자회사 네오위즈플레이스튜디오가 강원랜드와 협약 체결을 통해 소셜카지노 게임 개발 2022년 자회사 매시브게이밍을 설립하여 온라인·오프라인 게임 콘텐츠 제공
위메이드	위메이드플레이의 자회사 플레이링스를 통해 소셜카지노 게임 제공
넵튠	북미 시장을 중심으로 한 소셜카지노 게임 운영

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

장르 다양화 시장 공략을 위한 게임 기업의 움직임

게임 산업에서는 Z세대 게임 유저 대상 높은 선호도가 나타나고 있는 다중이용자 온라인 전투 게임(MOBA)과 시뮬레이션 게임 분야의 신작 개발 및 출시를 통한 전략적 움직임을 가져가고 있음. 국내에서는 규제로 활성화가 어려운 카지노 게임도 다수의 국내 기업이 유럽, 미국 시장을 중심으로 확대 노력을 이어감

시뮬레이션/다중이용자 온라인 전투 게임 개발 기업 움직임

기업	주요 활동
크래프톤	- 크래프톤 산하 인조이 스튜디오에서 개발한 라이프 시뮬레이션 게임 '인조이'는 2025년 하반기 정식 출시 전망 2025년 3월 사전 출시 이후 동시 접속자 6만명을 기록하고 게임 유통 플랫폼 '스팀'에서 인기순 1위를 기록하는 등 화제를 모음
넥슨	- 넥슨은 다중이용자 온라인 전투 게임 '슈퍼바이브'를 2024년 오픈 베타를 진행하고 있으며, 2025년 하반기 정식 출시를 예고 2025년 상반기에는 '시즌 0'으로 칭하는 사전 공개 단계를 이어가며 신규 캐릭터를 지속 공개하며 화제를 모으고 있음
락스타 게임즈	- 글로벌 인기 시뮬레이션 게임 시리즈 'GTA'를 개발하는 락스타 게임즈는 신작 'GTA 6'를 개발중 - 당초 2025년 출시 예정으로 알려졌던 'GTA 6'는 완성도 강화 등을 목적으로 2026년 5월 출시 예정으로 연기
네오위즈	- 국내 게임 개발사 리자드스무디에서 개발중인 다중이용자 온라인 전투 게임 '쉐이프오브드림즈'의 유통을 네오위즈가 담당하기로 계약 - 글로벌 신작 체험 행사 '스팀 넥스트 페스트'에서 국내 게임중 가장 많은 이용자 수를 기록하여 기대를 모음

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

소셜카지노 시장 확대를 위한 주요 기업의 움직임

기업	주요 활동
더블유게임즈	- 소셜카지노 게임을 운영하고 있는 기업 더블유게임즈는 AI 기술을 기존 게임에 접목하여 소셜카지노 게임 시장 확대를 도모 - AI를 신규 소셜카지노 게임 내 신규 콘텐츠 개발에 접목하여 이용자들이 활용할 수 있는 신규 슬롯머신 게임을 공개 - AI를 통해 기존 플랫폼 이용자의 사용 패턴을 분석하여 이용자의 재미 및 몰입도 향상을 위한 콘텐츠 기획
NHN	- 블록체인 기술을 활용하여 가상화폐 기반의 소셜카지노 게임 '페블시티(Pebble City)'를 '25년 공개 예정 '25년 2월 소셜카지노 게임 '페블시티'에서 활용 가능한 전용 토큰 '스타블(Stable)'을 발행하여 관련 운영 기반 마련 - 슬롯머신, 카드 등 다양한 형태의 카지노 게임 지원 - 제도적 문제로 소셜카지노 게임의 수익화가 어려운 국내 게임 시장 대신 글로벌 시장에서 이용자 확보를 위한 노력을 기울임

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend7.

게임 생태계 내 유저 역할 및 영향력 확대

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

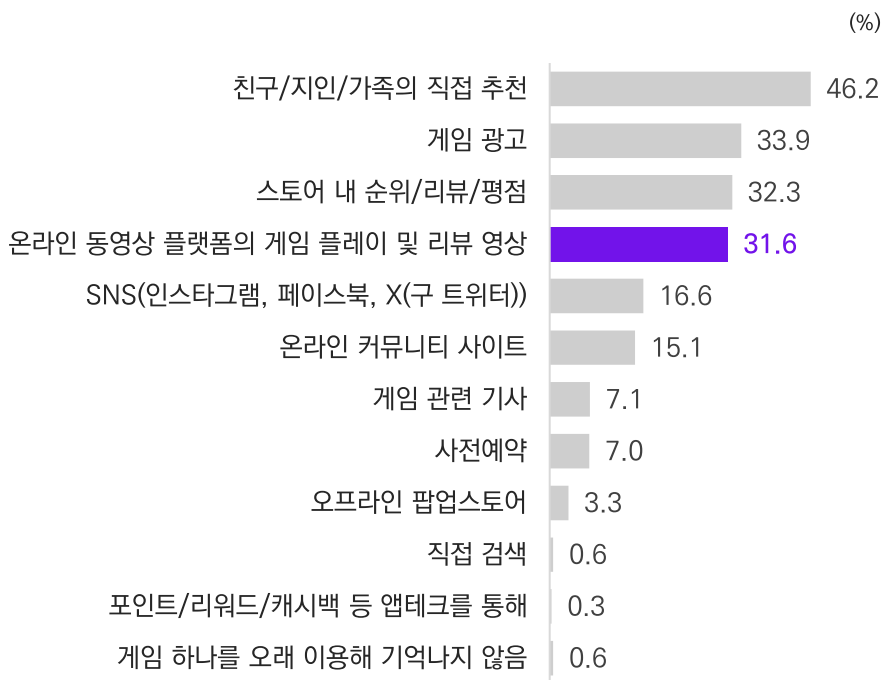
글로벌 시장 기회



게임 사용자 제작 콘텐츠(UGC)의 영향력 확산 (1/2)

과거 게임 이용자들이 주로 지인 추천이나 광고를 통해 신규 게임을 접하는 경우가 많았다면, 최근에는 영상 플랫폼의 게임 플레이 및 리뷰 콘텐츠를 통해 접하는 경향이 높아짐. 2024년 기준 전 세계에서 가장 많이 시청된 게임 스트리밍 플랫폼은 아마존의 트위치(61.1%)이며, 유튜브(22.9%), 킁(5.7%), 숲(SOOP)이 그 뒤를 이음

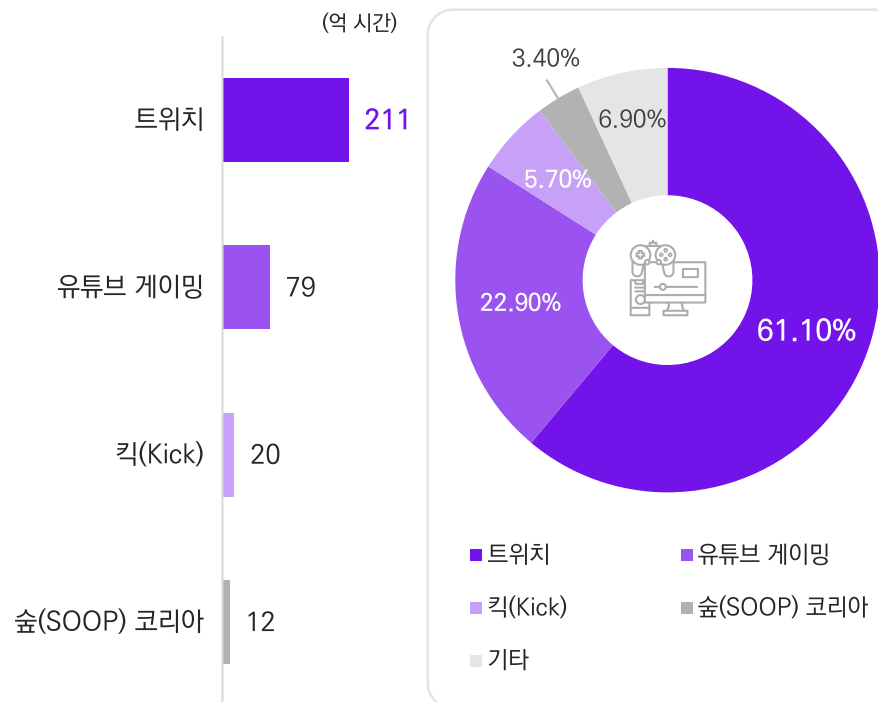
국내 게임 이용자의 게임 선택 시 참고한 정보



Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: : PC, 모바일, 콘솔 게임 이용자 8,036명 대상 2024년 6월~10월 설문조사(복수 응답)

2024년 전 세계에서 가장 많이 시청된 게임 스트리밍 플랫폼



Source: Variety VIP+, Stream Hatchet

게임 사용자 제작 콘텐츠(UGC)의 영향력 확산 (2/2)

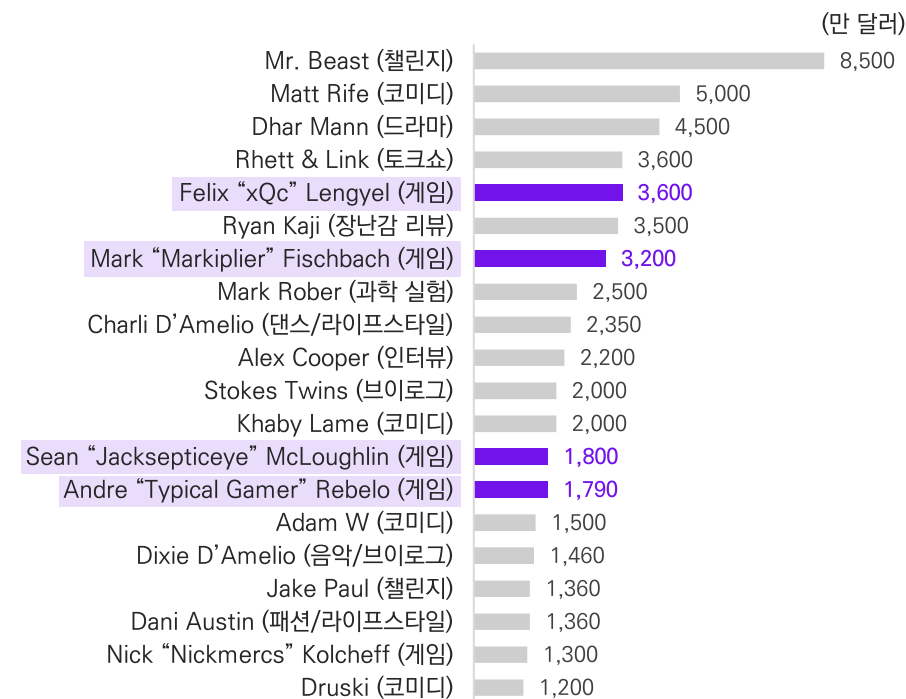
주요 영상 플랫폼을 통해 다양한 국가의 창작자들이 게임 콘텐츠로 글로벌 팬층을 확보함과 동시에 해당 게임의 이용자 유입 또한 증가. 유저가 재창작한 게임 콘텐츠의 영향력이 확산되면서, SNS 기반 크리에이터 수익 상위권에 게임 크리에이터들이 다수 포진

2025년 유튜브에서 가장 인기 있는 게임 채널 (구독자 수 기준)

순위	채널 이름	구독자 수 (만 명)	주요 특징
1	Mikecrack	5,610	스페인어권, 마인크래프트·애니·코믹 영상
2	JuegaGerman	5,310	라틴 아메리카 출신, 게임·코미디·토크
3	BETER BÖCÜK	5,140	터키 출신, 마인크래프트·밈·쇼츠
4	Fernanfloo	4,870	엘살바도르 출신, 유머·다양한 게임 플레이
5	MrBeast Gaming	4,710	미국 유명 유튜버 MrBeast 게임 전용, 챌린지·마인크래프트
6	Techno Gamerz	4,550	인도 출신, GTA5 중심 게임 콘텐츠
7	Total Gaming	4,460	인도 최대 게임 채널, Free Fire 게임 중심
8	Frost Diamond	4,290	인도네시아 출신, 마인크래프트·애니 스타일 편집
9	TheDonato	4,250	베네수엘라 출신, 모바일 배틀로얄 중심
10	LankyBox	4,140	미국 출신, 마인크래프트·로블록스·유머 콘텐츠

Source: Statista, Social Blade, 삼정KPMG 경제연구원
Note: 2025년 4월 기준

2024년 주요 플랫폼 및 SNS 영상 크리에이터의 추정 연간 수익



Source: Statista, Forbes, 삼정KPMG 경제연구원

UGC 중심 게임사들의 성장 가속화 (1/2)

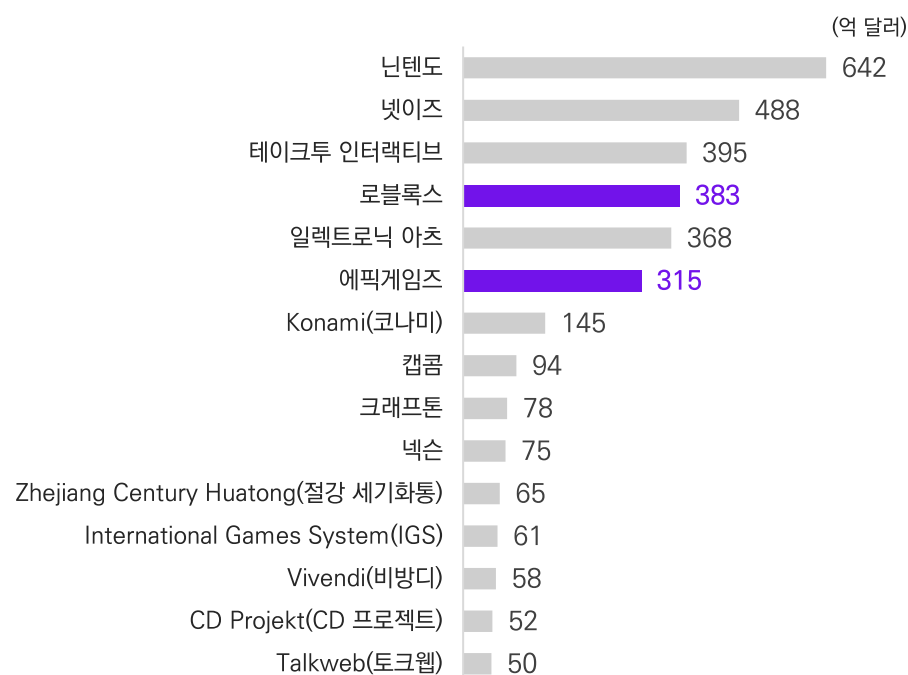
틱톡 등 SNS 기반 영상 플랫폼에서 높은 인기를 얻고 있는 게임들은 로블록스, 포트나이트, 마인크래프트처럼 이용자가 직접 창작에 참여하는 유형이 주를 이룸. 단순 게임 플레이링 또는 리뷰 콘텐츠를 넘어 유저가 직접 게임 제작에 참여하는 형태가 주목받으며 로블록스, 포트나이트의 개발사 에픽게임즈 등 관련 기업이 시장에서 높은 가치를 인정받고 있음

2024년 전 세계 틱톡(TikTok) 조회 수 기준 인기 게임 순위



Source: Statista, Fancensus

총 기업 가치 기준 게임 회사 순위(2025년 4월 기준)



Source: Variety VIP+, S&P Marketing Intelligence

Note: 1)인터랙티브 홀 엔터테인먼트로 분류된 기업만 포함됨. 개별 게임 부문을 보유한 대형 기업(마인크래프트, 액티비전 블리자드 보유 마이크로소프트 등)은 제외. 2)2022년 4월 11일 이후 평가 기준

UGC 중심 게임사들의 성장 가속화 (2/2)

대표적인 유저 창작 게임인 로블록스에서는 수익을 창출한 개발자 및 크리에이터 수가 매년 빠르게 증가하고 있음. 이에 개발자에게 지급된 연간 현금 보상액은 2018년 약 7,189만 달러에서 2024년 약 9억 2,282만 달러로 급증하며, 게임 유저의 개발 참여 확대와 영향력 강화를 반영

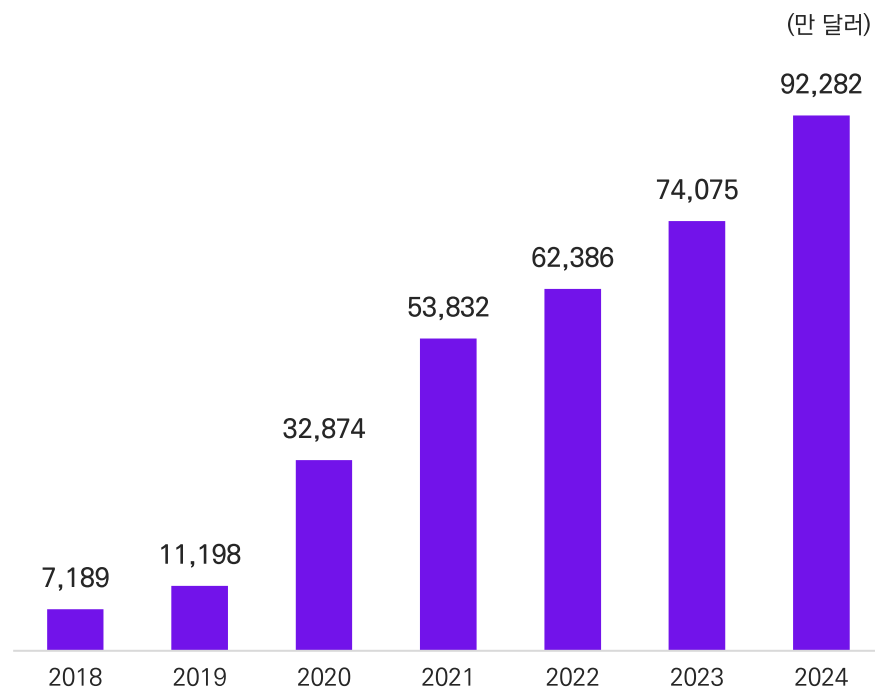
로블록스에서 수익 창출한 개발자 및 크리에이터 수

연도	로블록스 플랫폼에서 로벅스(Robux)를 벌어들인 개발자 및 크리에이터 수	이 중 개발자 환전 프로그램 (Developer Exchange Program)에 등록된 자격 보유자 수	이 중 로벅스(Robux)를 실제 화폐로 환전한 사람 수
2021	170만 명	7,000명	5,500명
2022	420만 명	11,000명	8,800명
2023	500만 명	16,500명	12,000명
2024	-	24,500명	17,000명

Source: Statista, Roblox

Note: 로벅스(Robux)는 로블록스의 공식 통화로, 유료로 구매하거나 게임 내 활동 또는 아이템 판매로 획득 가능. 로블록스 내 실제 화폐처럼 사용되어, 게임 내 다양한 재화 및 기능 등 구매 가능

로블록스에서 개발자 및 크리에이터에게 지급된 연간 현금 보상액

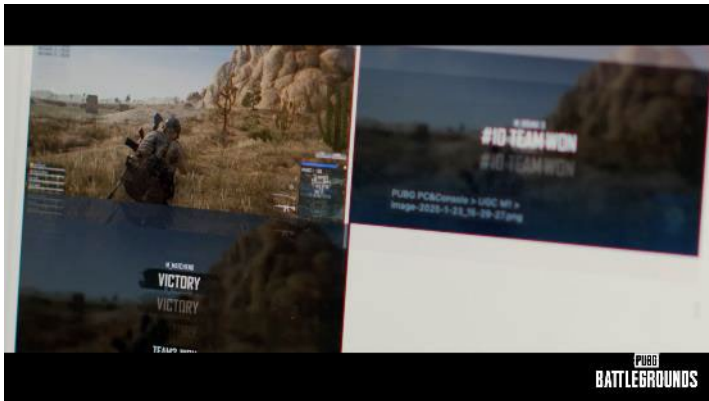


Source: Statista, Roblox

유저 창작 생태계 전략 강화에 나선 게임사들

크래프톤 산하 PUBG 스튜디오는 2025년 유저의 게임 창작을 지원하는 UGC(User-Generated Content) 기능 강화 계획을 공개. 또한 2026년 출시 예정인 미국 게임사 Rockstar Games의 글로벌 인기작 GTA 6에 UGC 기능이 확대 도입될 가능성이 제기되는 등 국내외 주요 게임사들이 유저 창작 중심의 게임 생태계 확장 전략에 주목하는 추세

PUBG 스튜디오의 배틀그라운드 UGC 프로젝트 공개



- PUBG 스튜디오는 단순 콘텐츠 소비를 넘어, 플레이어가 직접 규칙과 월드를 설계하고 공유하는 창작 기반 환경을 조성하기 위해 UGC(User-Generated Content) 프로젝트를 시작
- 게임 라운드 및 포인트 규칙 설정과 원하는 건물 및 오브젝트를 직접 배치할 수 있는 월드 편집 기능 등을 개발 중
- 2025년 알파 버전부터 공개 예정이며 향후 플레이어 피드백을 반영하며 점진적으로 기능과 범위를 확대해 나갈 계획

Source: PUBG 스튜디오 보도자료, 삼정KPMG 경제연구원

UGC 기능 강화가 기대되는 Rockstar Games의 GTA 6



- 2026년 5월 출시 예정인 Rockstar Games 제작, Take-Two Interactive 배급의 전 세계 인기 게임 Grand Theft Auto(GTA) 6에 UGC 기능이 강화될 가능성이 전망
- 2023년 Rockstar Games가 Cfx.re(기존 GTA의 기본 규칙에서 벗어나 유저가 커스터마이징한 게임 환경을 구성할 수 있는 FiveM 플랫폼 개발팀)을 인수하며, 유저 창작 중심의 게임 생태계를 확대해나갈 것으로 예상

Source: Take-Two Interactive 보도자료 및 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 8.

Z세대가 주목한 인디 감성과 커뮤니티 플레이

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

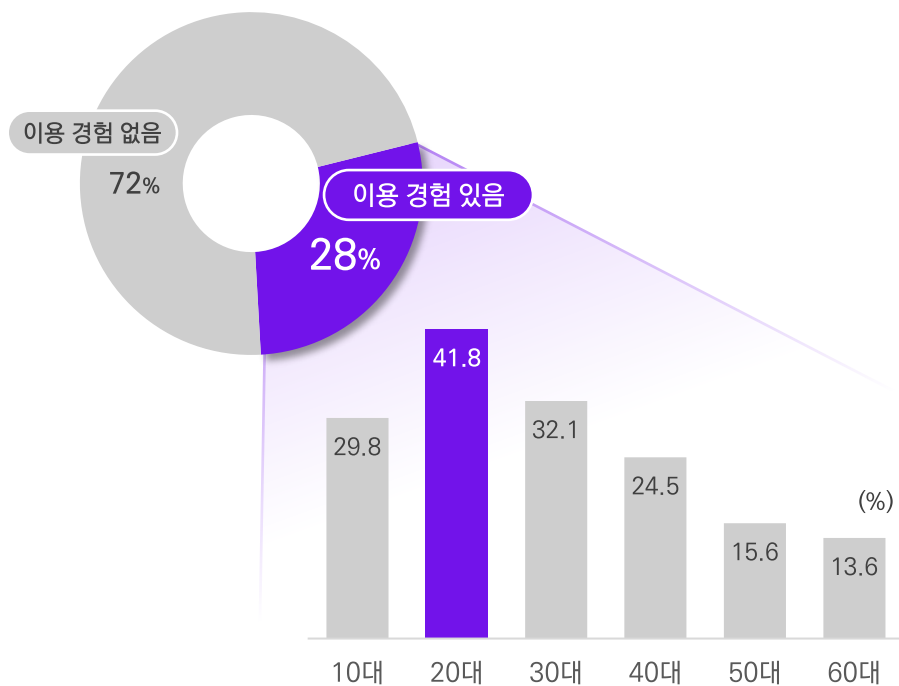
게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회

참신한 인디게임에 주목하는 Z세대

최근 인디게임 이용 경험은 20대를 중심으로 높게 나타나며, 주요 이유는 가볍고 편리한 콘텐츠(54.4%)와 신선한 소재(49.3%)로 분석됨. 특히 상상력이 풍부한 세계관이나 참신한 스토리를 포함한 게임에 대한 Z세대의 선호는 다른 세대보다 두드러짐

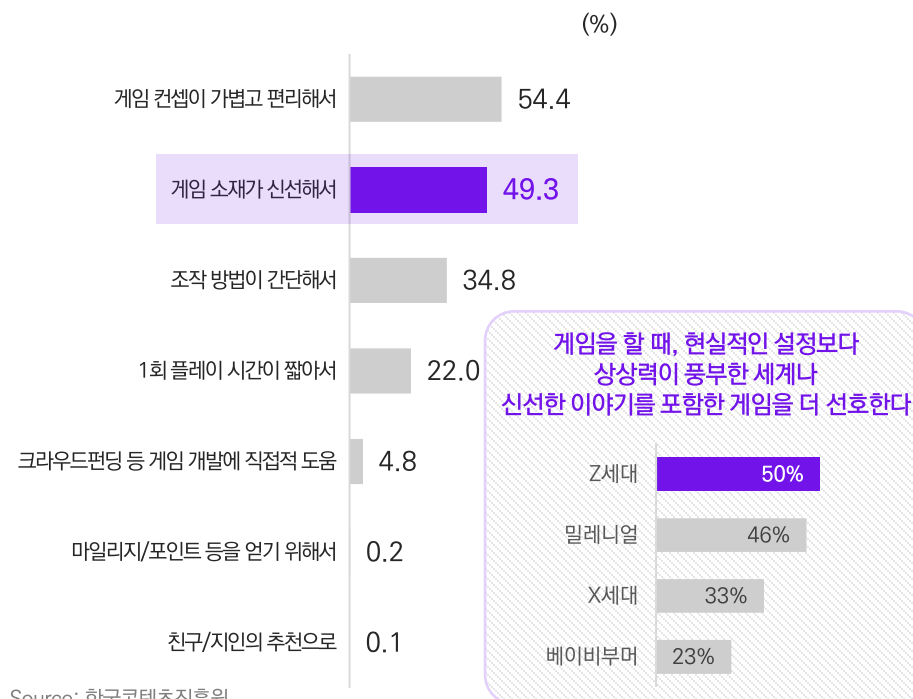
연령별 최근 1년 인디게임 이용 경험



Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: PC, 모바일, 콘솔 게임 이용자 8,036명 대상 2024년 6월~10월 설문조사. 연령별 전체 응답자 중 인디게임 이용 경험이 있는 비율

인디게임 이용하는 이유



Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: 좌측 표는 최근 1년 인디게임 이용 경험자 2,247명 대상 2024년 6월~10월 설문조사(1순위+2순위 복수 응답 기준), 우측 표는 2024년 7월 수도권 15세~69세 1,519명 대상 설문조사에 '항상 그렇다'+ '자주 그렇다'라고 복수 응답한 비중

인디게임의 확산과 글로벌 주목 사례 출현

최근 AI 등 게임 제작 기술의 발전으로 게임 개발의 진입 장벽이 낮아지면서, 개성 있는 다양한 인디게임들이 등장하고 있음. ‘안녕서울: 이태원편’, ‘V.E.D.A’, ‘산나비’ 등 신선한 소재와 그래픽을 바탕으로 국내를 넘어 해외에서도 주목받는 인디게임 사례가 발생

최근 국내 주요 인디게임 흥행 및 관심작

안녕서울: 이태원편 (지노게임즈 개발, 네오위즈 퍼블리싱)



- 1인 개발사 지노게임즈가 만든 ‘안녕서울: 이태원편’은 서울을 배경으로 한 지구 종말론의 독특한 스토리와 뛰어난 그래픽으로 스팀 데모 공개 후 긍정적 평가를 받으며, 네오위즈에서 배급 예정
- ‘부산인디넥트페스티벌 2024’에서 일반부문 대상과 아트상을 수상했고, 2025년 텀블벅 펀딩에서는 목표 금액의 1,300%를 초과 달성하며 이용자의 높은 관심을 입증

V.E.D.A (트라이펠게임즈 개발, 스마일게이트 퍼블리싱)



- 4인 개발사 트라이펠게임즈의 소울라이크 게임 ‘V.E.D.A(베다)’는 고대 바이러스로 인류가 몰락한 근미래를 배경으로, 생존자들의 이야기를 다룬 포스트 아포칼립스 세계관을 담고 있음
- ‘2024 인디크래프트’ 대상 수상작이며, 스마일게이트와 퍼블리싱 계약을 체결해 2025년 출시를 목표로 개발 중

산나비 (원더포션 개발, 네오위즈 퍼블리싱)



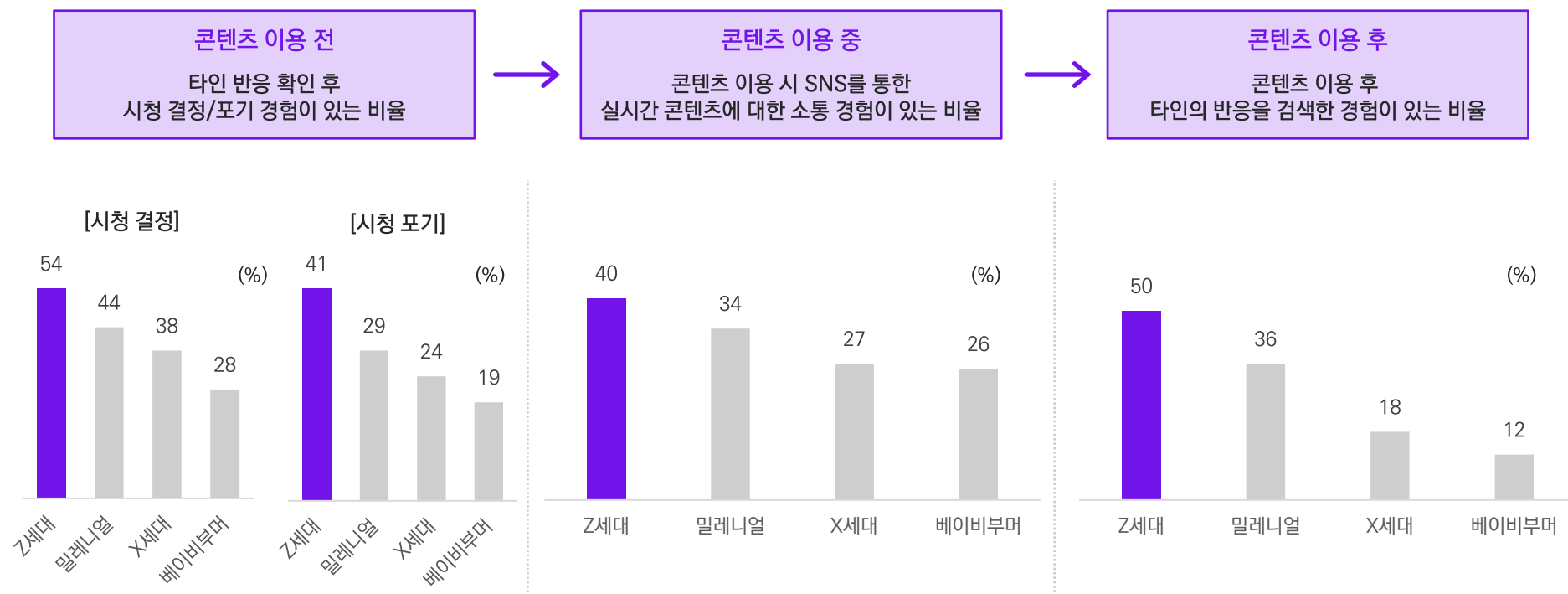
- 5인 개발팀 원더포션이 제작한 2D 액션 플랫폼퍼 산나비는 사이버펑크풍 조선시대를 배경으로, 독창적 콘셉트와 뛰어난 내러티브로 국내외 게임 시상식에서 주목받은 작품
- 2023년 네오위즈 퍼블리싱으로 출시되었으며, 스팀에서도 몰입도 높은 액션과 스토리로 호평을 받음

Source: 네오위즈 보도자료, 스마일게이트 보도자료

콘텐츠 이용 경험을 적극 공유하는 Z세대

한편 디지털 네이티브인 Z세대는 다른 세대에 비해 자신의 콘텐츠 이용 경험을 활발히 공유하고, 타인의 반응에도 민감하게 반응하는 것으로 나타남. 한국콘텐츠진흥원에서 2024년 7월 15세~69세 수도권 거주민 1,519명을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 콘텐츠 소비 전 과정에서 타인의 경험을 참고하는 비율이 Z세대에서 가장 높게 나타남

콘텐츠 소비 전 과정에서 타인의 소비 경험을 적극 참고하는 Z세대



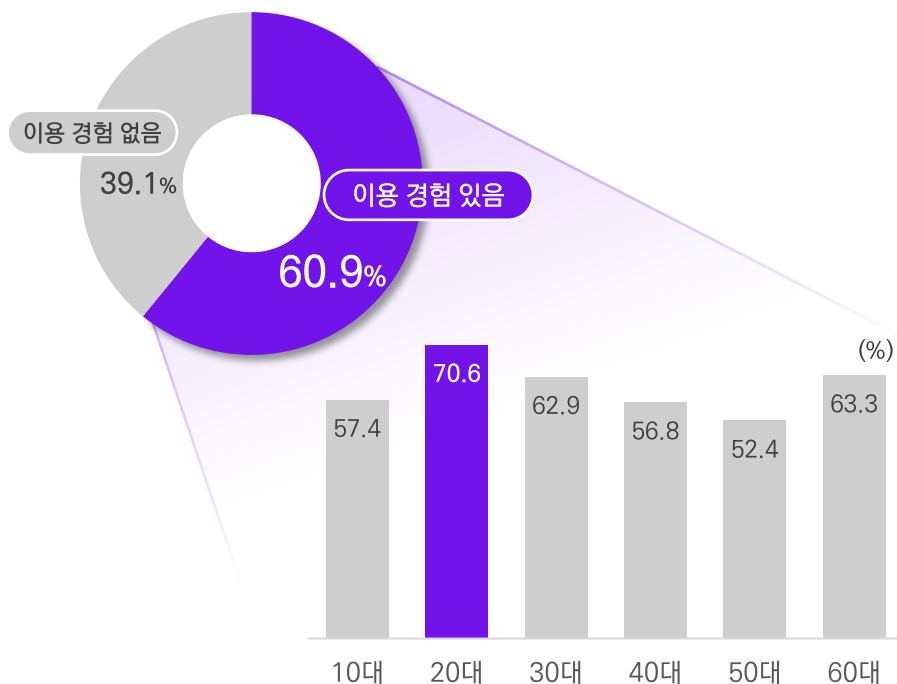
Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: 2024년 7월 15세~69세 수도권 거주민 1,519명 대상 설문조사

Z세대의 높은 게임 커뮤니티 참여

Z세대의 높은 콘텐츠 경험 공유 성향이 반영되어, 게이머들 사이에서도 디지털 커뮤니티를 통한 소통과 공유가 중요해지는 추세. 2024년 기준 20대의 70.6%는 게임 커뮤니티를 이용한 경험이 있다고 응답했으며, 대표적인 게임 커뮤니티 플랫폼 디스코드를 최근 1년 사이 활동한 경험이 있는 이용자의 41.5%가 20대인 것으로 나타남

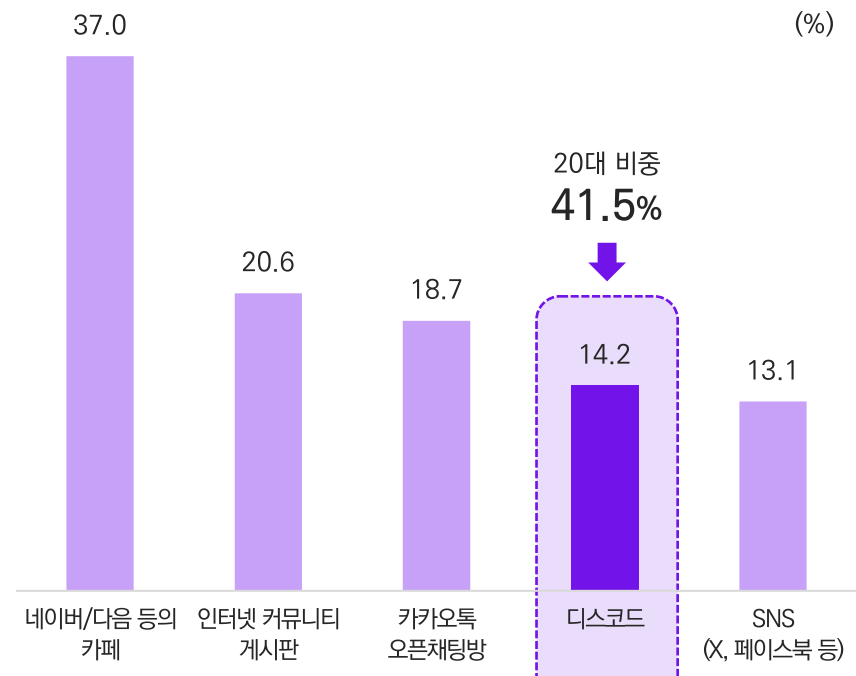
국내 연령별 커뮤니티 이용률



Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: PC, 모바일, 콘솔 게임 이용자 8,036명 대상 2024년 6월~10월 설문조사. 연령별 전체 응답자 중 커뮤니티 이용 경험이 있는 비율

최근 1년 사이 활동한 게임 관련 커뮤니티



Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: PC, 모바일, 콘솔 게임 이용자 8,036명 대상 2024년 6월~10월 설문조사(복수 응답)

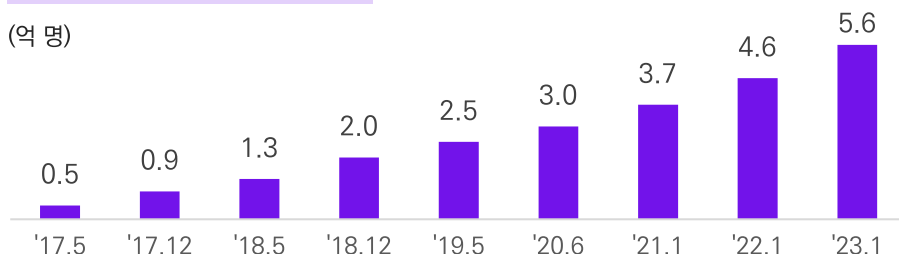
게임 커뮤니티 기반 소통 및 교류 확대

글로벌 디스코드 가입자수는 매년 빠르게 증가해왔으며, 2024년 기준 전체 디스코드 이용자 중 25~34세 이용자의 비중이 53.4% 차지. 국내 이용자들이 디스코드를 주로 활용하는 이유는 게임 관련 정보를 공유하거나 다른 사람들과의 친목 도모인 것으로 나타남

글로벌 디스코드 가입자수 추이 및 연령별 디스코드 이용률

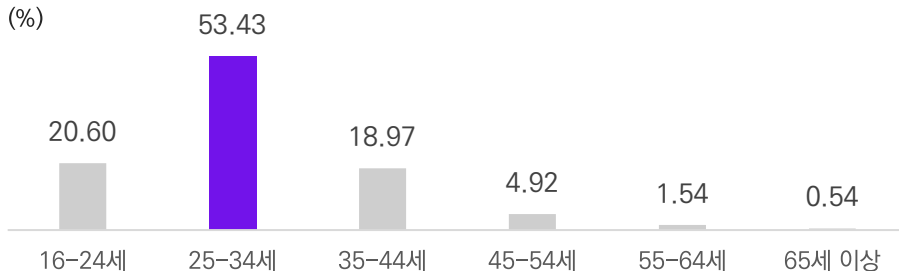
[글로벌 디스코드 가입자수 추이]

(억 명)



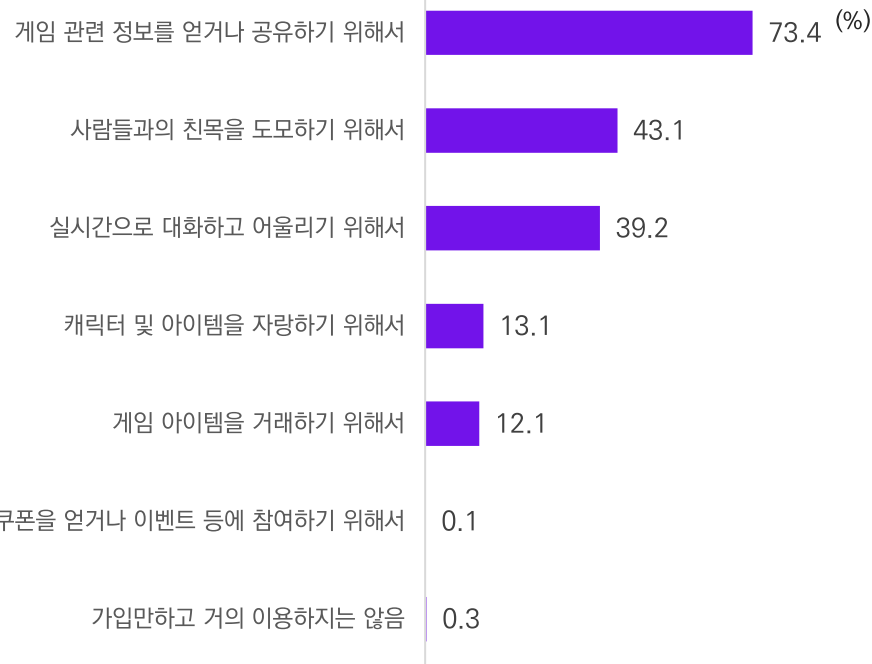
[글로벌 연령별 디스코드 이용률 ('24.2월 기준)]

(%)



Source: Statista, Discord, Forbes, Semrush

국내 디스코드 이용자의 게임 커뮤니티 이용 이유



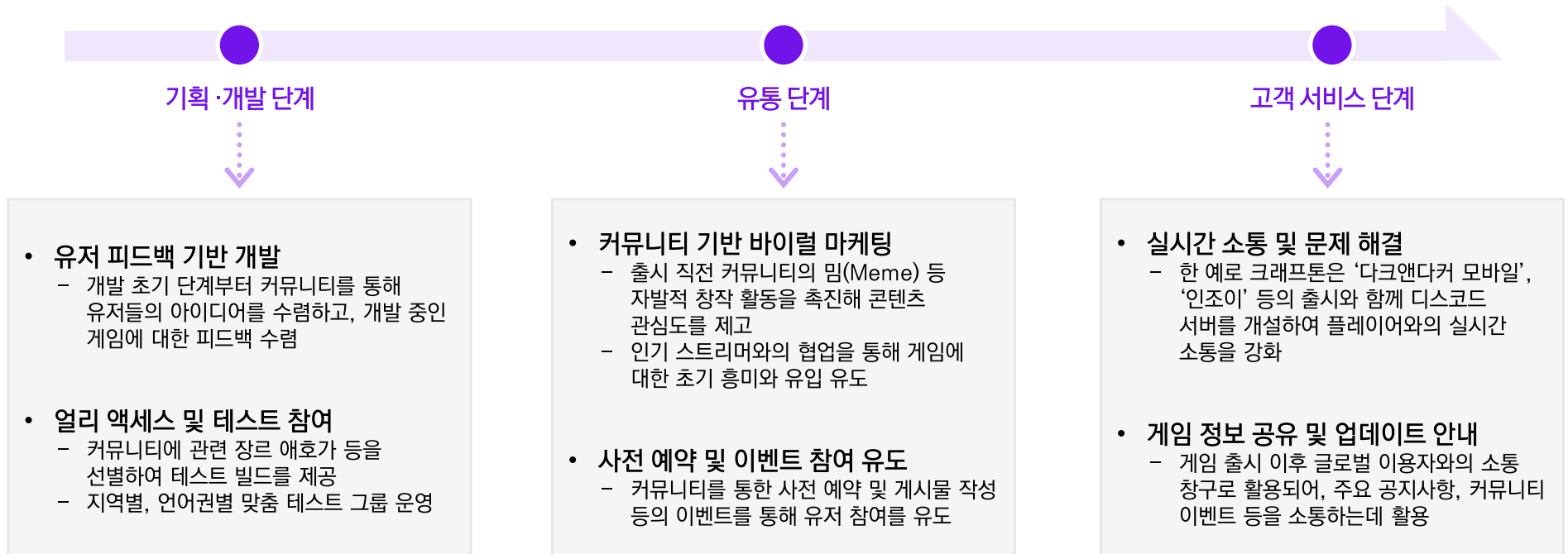
Source: 한국콘텐츠진흥원

Note: 최근 1년 디스코드 이용 경험이 있는 국내 이용자 1,138명 대상 2024년 6월~10월 설문조사(복수 응답)

게임사의 중요 전략으로 부상한 커뮤니티

게임 생태계 내 커뮤니티의 중요성이 커지면서, 게임사들은 기획과 개발 단계는 물론 초기 출시와 고객 서비스에 이르기까지 커뮤니티를 적극 활용하며 유저의 참여도를 높이고 상호작용을 강화. 게임 초기 기획 단계부터 커뮤니티 확장성을 고려한 전략 또한 중요 전략으로 부상

게임사의 단계별 커뮤니티 활용 전략



Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 9.

중국의 한한령 해제 조짐과 한국 게임 산업의 기회

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회

한한령 해제 조짐 확대

2016년 사드 배치 이후 시작된 한한령으로 중국은 한국 게임 등 콘텐츠 유입을 통제해왔음. 그러나 국내 판호 발급 수 증가, 2024년 무비자 중국 방문 허용(한국 포함 9개국), 2025년 K-POP 공연 허가 등 문화 교류 확대 움직임이 이어지며 한한령 해제 조짐이 확대되는 모습

중국 정부의 한한령 시행 및 판호(게임 유통 허가) 발급 주요 타임라인

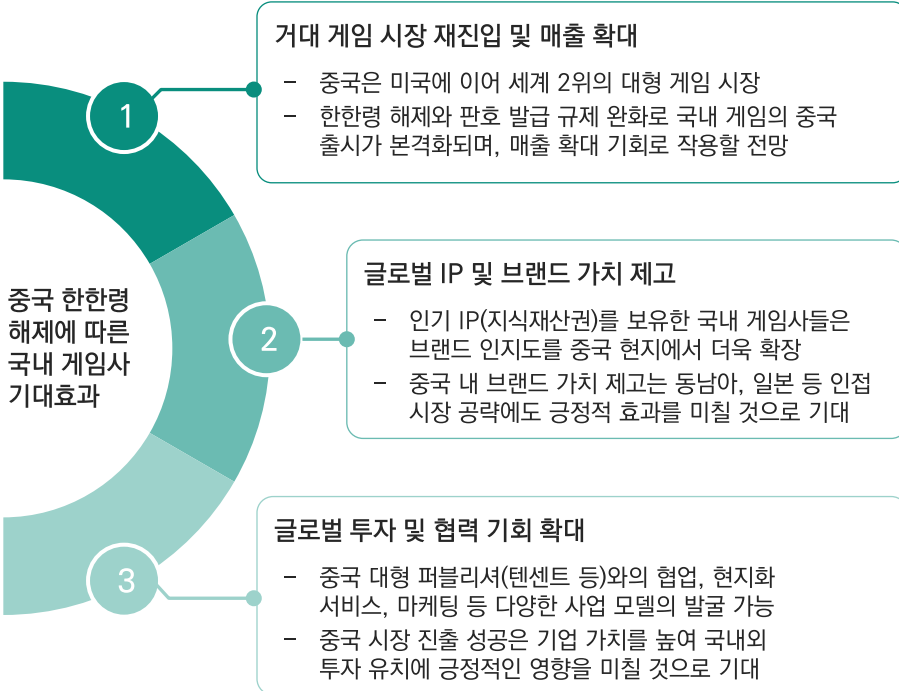
2016년	2017년		2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
사드 배치 결정으로 한한령 촉발	중국이 한국에 대한 한한령을 시행		3년 만에 외자판호 1건 발급	외자판호 발급 점진적 재개, 코로나19로 인한 문화 교류 상당수 중단	한한령 규제 완화 기대감	한국을 포함한 78개국 단체관광 허용	한국을 포함한 9개국에 무비자 방문 허가	한국 관광객 유치, K-POP 공연 허가 등 문화교류 확대
	한국 드라마·영화·게임 등 전방위 금지, 한국 게임 외자판호 신규 발급 사실상 중단		모바일 게임 서머너즈워(검투스) 판호 발급 재개	콘솔 게임 루즈 PS4(핸드메이즈게임즈), 모바일 게임 검은사막(펄어비스) 등의 판호 발급	로스트아크, 에픽세븐(스마일게이트), 메이플스토리M(넥슨), 제2의 나라, A3:스틸얼라이브, 샵 타이탄(넷마블), 그랑사가(엔픽셀) 등의 판호 발급	블레이드&소울2(엔씨소프트), 미르M(위메이드), 라그나로크X: Next Generation(그라비티) 등의 판호 발급	던전앤파이터 모바일(넥슨), 고양이와 스프(네오위즈), 더 킹 오브 파이터즈 올스타(넷마블), 라그나로크 온라인(그라비티), 검은사막 PC버전(펄어비스), 승리의 여신: 니케(시프트업), 리니지2M(엔씨소프트) 등의 판호 발급	라그나로크: 초심, 라그나로크: 약속의 모험(그라비티), 포트리스 사가, 무명기사단(쿡앳스), 고양이와 스프: 매직레시피(네오위즈) 등의 판호 발급

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

한한령 해제에 따른 국내 게임사의 기회

한한령 해제로 국내 게임사는 세계 2위 규모의 중국 시장에 재진입하며, 매출 확대는 물론 글로벌 IP 가치 제고와 투자·협력 기회 확대가 기대됨. 실제로 넥슨은 2024년 5월 ‘던전앤파이터 모바일’ 중국 출시 후 흥행에 성공해 연간 매출 4조 원을 돌파했으며, 엔씨소프트·위메이드·시프트업 등도 중국 현지화 완성도 제고를 위한 노력을 지속 중

중국 한한령 해제에 따른 국내 게임사의 기회와 기대효과



국내 주요 게임사의 최근 중국 게임 출시·수익화 사례



[2025년 중국 출시 예정인 엔씨소프트의 리니지2M(‘天堂2: 盟约’)]

- 넥슨의 ‘던전앤파이터 모바일’은 2024년 5월 중국 시장에 진출하여 크게 흥행하며, 2024년 넥슨의 연간 매출 4조 원 돌파에 기여(2023년 매출액 3조 9,323억 원, 2024년 4조 91억 원)
- 엔씨소프트의 ‘리니지2M’은 2024년 10월 중국 내 외자판호 획득 및 텐센트 게임즈·샤오밍타이자와 협업으로 ‘天堂2: 盟约(천당2: 맹약)’으로 출시될 예정
- 위메이드는 ‘미르M: 뱀가드 앤 배가본드’의 2025년 중국 출시를 앞두고, 다수의 중국인 개발자를 채용하여 현지 이용자 성향을 반영하기 위한 현지화 작업 추진 중

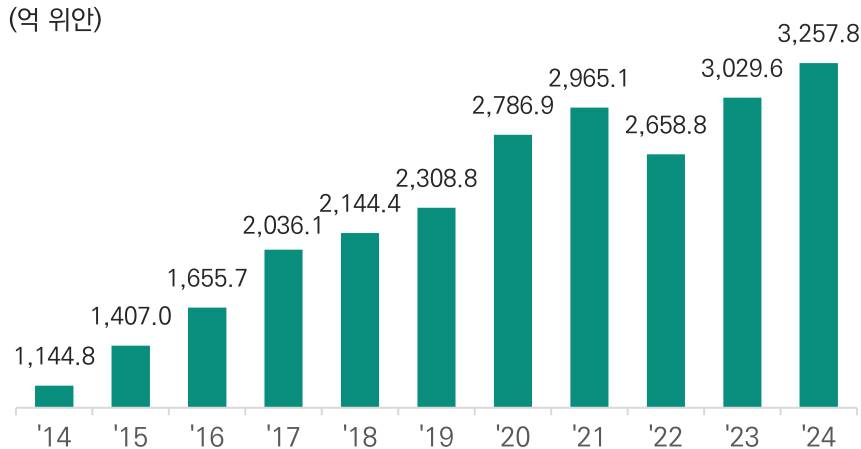
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 엔씨소프트 보도자료 및 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

중국 게임의 자체 경쟁력 상승으로 치열해진 경쟁

한편 중국 게임은 빠른 기술 발전, 정부 지원 정책, 탄탄한 내수 시장을 바탕으로 제작 역량을 빠르게 강화하며 경쟁력을 높여왔음. 특히 기존의 모바일·서브컬처 중심 게임 강세를 넘어, 2024년 하반기 출시된 ‘검은 신화: 오공’과 같은 고품질 AAA급大作 게임의 글로벌 흥행을 통해 중국 게임의 위상이 한층 강화되고 있는 추세

중국의 게임 산업 총 매출 추이



- 중국의 게임 산업 규모는 지속 성장해왔으나, 중국 정부의 청소년 보호·사상 통제·플랫폼 책임 강화 목적의 규제 및 판호 발급 지연 등으로 2022년 위축
- 그러나 외자 판호 재개 및 규제 완화와 더불어 AI 기술 혁신, 호요버스의 ‘원신’, 게임 사이언스의 ‘검은 신화: 오공’ 등의 글로벌 흥행 지속이 이어지며 2024년 기준 3,257.8억 위안 규모로 성장

Source: Statista, China Audio-video and Digital Publishing Association; Game Committee of the Publishers Association of China; Gamma Data; Sina.com.cn, 삼정KPMG 경제연구원

중국 게임 사이언스가 개발한 글로벌 흥행작 ‘검은 신화 : 오공’



- 2024년 8월 출시된 중국 게임 사이언스사의 ‘검은 신화: 오공’은 중국 최초의 AAA급 PC·콘솔 액션 게임으로 높은 제작비, 풍부한 콘텐츠, 우수한 품질 등이 특징적
- 출시 후 한달 누적 판매량 2,000만 장을 돌파하고 스팀, 에픽게임 스토어, 플레이스테이션 등 다양한 플랫폼에서 글로벌 인기를 얻으며 높아진 중국 게임의 경쟁력을 선보인 사례로 평가

Source: Game Science Interactive Technology 미디어자료 및 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

중국의 게임 규제 지속에 따른 대응 전략 수립의 중요성 부각

최근 중국 정부는 게임 산업을 국가적 소프트파워이자 경제 성장의 핵심 산업으로 인식하고, 자국 산업 위상 강화를 위해 게임의 분류, 유통, 홍보 등 전반에 걸쳐 규제와 기타 지원책을 적극 도입하고 있음. 이에 따라 국내 게임사들의 중국 중심의 규제 변화에 대한 선제적 대응과 경쟁력 확보를 위한 전략 수립의 중요성이 더욱 커질 것으로 예상

2025년 시행되는 중국의 게임 유통 및 홍보 기본요건 주요 내용

유통 관련	주요 요구사항	세부 내용	홍보 관련	주요 요구사항	세부 내용
게임 소프트웨어 기본 요건	필수 인증	- 소프트웨어 저작권 등록증 또는 전자 저작권 인증서 확보 - 게임 판호(ISBN) 취득	광고 기본 요건	정확성과 명확성	- 광고 내용이 사실에 기반하고 소비자를 오도하지 않아야 함 - 광고임을 명확히 식별 가능해야 함
	콘텐츠 제한사항	- 법적, 사회적, 윤리적 기준 위반 콘텐츠 금지 - 폭력, 음란물, 불법 도박, 미성년자 유해 콘텐츠 금지		금지 콘텐츠	- 폭력, 음란물, 불법 도박 등 부적절한 콘텐츠 금지 - 국가 상징(국기, 국장 등)이나 과장된 표현(최고급, 국가 대표 등) 금지
	게임 시작 설정	- 게임 시작 전 건강 게임 권고 문구 표시 - 게임 저작권자, 출판사, 승인 번호 등의 정보 명시		링크 및 삽입 광고 관리	- 링크 페이지가 동일한 광고 기준을 준수해야 함 - 삽입 광고는 명확한 닫기 버튼 제공 및 사용자를 속이는 행위 금지
개인정보 보호	실명 인증 시스템 연계	국가의 네트워크 게임 방지 시스템과 연결	광고주 요건	신원 인증 및 자격 확인	- 광고주의 신원 및 관련 자격 서류 제출 - 저작권이 있는 홍보 콘텐츠의 경우 저작권 증명 확보
	연령별 적합성 검토	미성년자의 연령과 특성을 고려한 적합성 표시		콘텐츠 책임	- 광고 내용이 법적 기준을 준수하고 사실과 부합해야 함 - 제3자 자료 사용 시 저작권자의 허가 필요
	정보 수집 및 사용 제한	- 불필요하거나 초과된 개인정보 수집 금지 - 사용자 동의 없이 개인 정보 활용 및 저장 금지		관리 체계 구축	- 광고 등록, 심사, 결과를 체계적으로 기록하고 보관 - 광고 관련 법률과 규정을 준수하기 위한 관리 시스템 구축
게임 운영자 요건	권한 요청 투명성	- 필요 이상의 권한 요청 금지 - 반복적인 권한 요청 및 사용자 조작 방해 금지	홍보 채널 요건	광고 심사 절차	- 광고 등록 전 증명 서류 및 광고 내용 철저히 검토 - 광고에 포함된 링크 페이지도 동일 기준 준수 여부 확인
	주체 인증 및 자격 증명	- 운영자의 신원 정보 및 대리인 정보 제출 - 관련 부처에서 요구하는 운영 자격 및 승인 서류 제출		침해 처리	- 침해 신고를 위한 명확한 경로 제공 - 신고 접수 후 필요한 조치를 취하고 결과를 기록
	운영 책임	- 콘텐츠의 적법성과 승인 상태 확인 - 게임 판호 정보 관리 및 미성년자 보호 기능 제공	SDK 광고 관리	광고 투명성 보장	- SDK 광고를 요청한 광고주의 신원 철저히 확인 - 허위 또는 과장된 내용의 광고 금지
게임 배포 플랫폼 기본 요건	운영자 및 게임 인증	- 게임 운영자의 신원 인증 및 제출 자료 심사 - 게임의 저작권, 판호, 승인 상태 검토		문제 광고 즉각 대응	문제가 발견된 광고는 즉시 중단하고 수정 후 재게
	안전 및 콘텐츠 관리	- 악성 코드, 불법 콘텐츠 탐지 및 차단 시스템 구축 - 플랫폼에서 배포되는 모든 콘텐츠의 적법성과 안전성 보장		광고 등록 거부 및 삭제	- 요건을 충족하지 못한 광고는 등록 거부 - 규정 위반 광고는 삭제 및 서비스 중단
	비준수 게임 처분	- 요건을 충족하지 못한 게임의 등록 거부 - 규정 위반이 발견된 게임의 삭제 및 서비스 중단	비준수 광고 처분		

Source: 한국콘텐츠진흥원, China Audio-video and Digital Publishing Association

Trend 10.

이머징 시장 진출로 활로 넓히는 한국 게임사

제작 환경 혁신

콘텐츠 범주 확대

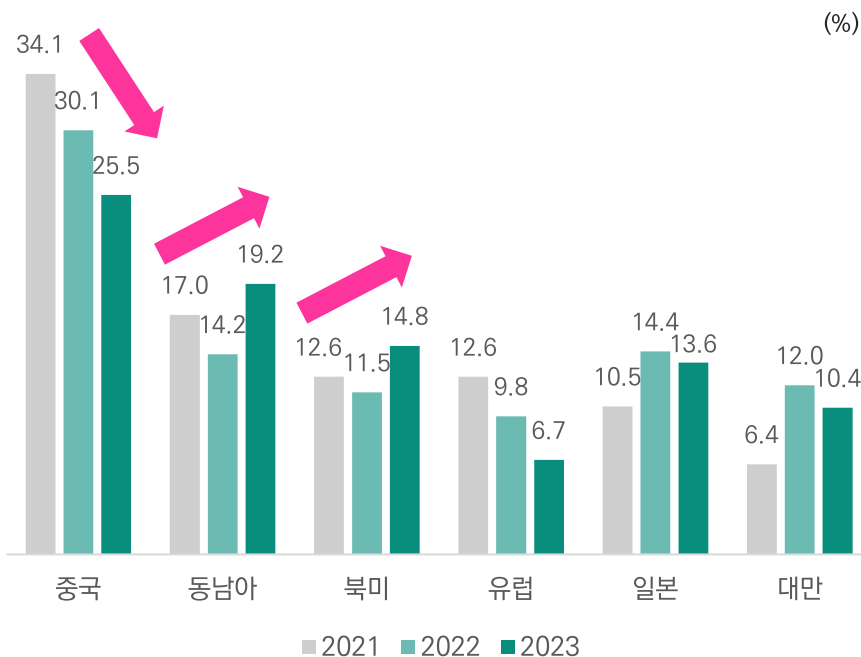
게임 이용자 변화

글로벌 시장 기회

한국 게임의 주요 이용 국가 다변화 (1/2)

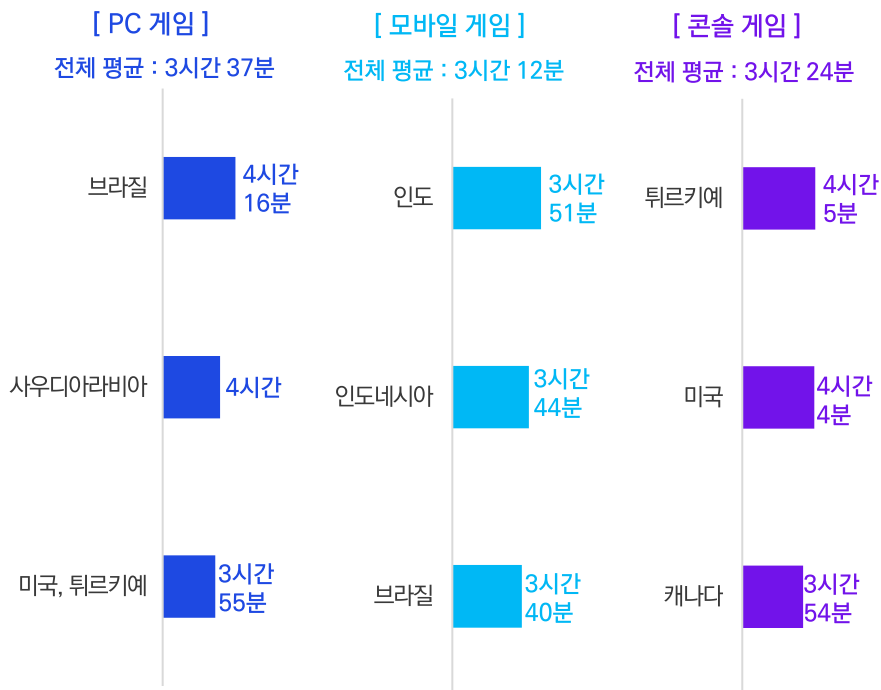
2023년 기준 국내 게임의 최대 수출국은 여전히 중국이지만, 수출 비중은 2021년 34.1%에서 2023년 25.5%로 지속 감소하였고, 기타 동남아 및 북미 지역 등의 비중은 증가하는 추세. 2024년 기준 한국 게임의 하루 평균 이용 시간이 가장 긴 국가는 브라질, 인도, 튀르키예, 사우디아라비아 등으로 다변화되고 있음

국내 게임 수출 국가별 비중 추이



Source: 한국콘텐츠진흥원

2024년 한국 게임 하루 평균 이용 시간이 가장 높은 국가(평균값)



Source: 한국콘텐츠진흥원

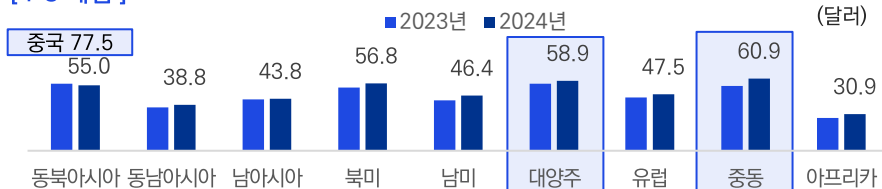
Note: 2024년 중 19개국의 만 15세 이상 한국 게임 이용자 총 9,700명 대상 설문조사

한국 게임의 주요 이용 국가 다변화 (2/2)

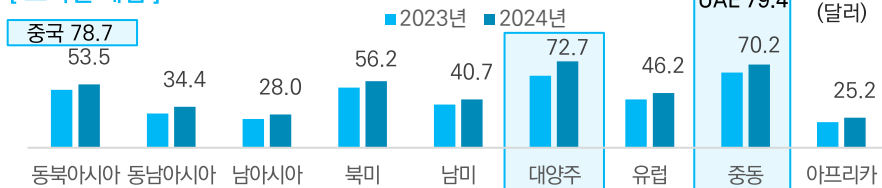
2024년 기준 호주와 중동 국가에서 한국 게임에 대한 월평균 지출이 높게 나타났으며, 특히 중동 지역 유저의 PC 게임 지출이 가장 큼. 사우디아라비아는 2023년 게임 산업에 380억 달러를 투자할 계획을 밝히고, PIF(국부펀드)를 통해 국내 주요 게임사에 투자하는 등 협력 확대에 적극 나서고 있어 향후 한국 게임사의 시장 진출 기회 확대 전망

2024년 권역별 한국 게임 월평균 지출 금액(평균값)

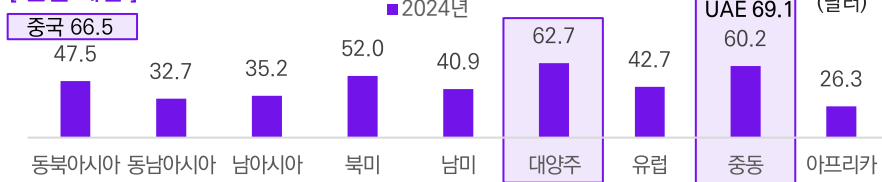
[PC 게임]



[모바일 게임]



[콘솔 게임]



Source: 한국콘텐츠진흥원, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 1) 2024년 조사 대상 국가 거주 만 15세 이상 한국 게임 이용자 총 9,700명 대상 설문조사, 2) 일부 권역은 1개 국가로 구분되어 있음(남아시아-인도, 남미-브라질, 대양주-호주)

중동의 게임 투자 확산과 한국 게임사에 대한 전략적 주목

- 2022년 사우디국부펀드(PIF)는 넥슨, 엔씨소프트에 각각 1조 원 이상 투자하며 주요 주주로 등극
- 2023년 사우디국부펀드(PIF)는 2030년까지 사우디아라비아를 글로벌 게임과 e스포츠의 허브로 만들겠다는 목표로 게임 분야에 총 380억 달러 규모의 투자를 단행할 계획을 밝힘
- 사우디아라비아는 2024년 G-STAR에 자국의 대규모 엔터테인먼트 도시 프로젝트 '키디야(Qiddiya)' 홍보 부스(하단 사진)를 마련하여, 미래 도시 내 게임, e스포츠 관련 시설을 선보이고 국내 게임사와의 미팅 진행



Source: 언론 보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
Photograph Source: 삼정KPMG 경제연구원

이머징 시장 진출로 활로 찾는 국내 게임사

국내 게임사들은 중동, 동남아, 인도 등 이머징 시장 진출을 확대하며 성장 돌파구를 모색 중이며, 일부 시장에서는 높은 성과를 거두고 있음. 크래프톤의 경우 인도에서 게임 외 콘텐츠, IT, 핀테크 등 다양한 분야에 투자해 생태계를 확장하며, 현지 시장에서 지속 가능한 성장을 위한 발판을 마련하고 있음

국내 주요 게임사들의 최근 이머징 시장 진출 사례

중동	- 위메이드, UAE ‘위믹스 메나’ 법인 설립 2023년 1월 UAE 아부다비에 ‘위믹스 메나’ 법인을 설립하여 중동·북아프리카 사업 확장 거점으로 운영 - 넥슨, UAE ‘넥슨 유니버스 글로벌’, ‘넥스페이스’ 법인 설립 2023년 말 블록체인 산업이 발달한 중동 지역에 거점을 마련하며 블록체인 게임 사업 본격화
동남아	- 엔씨소프트, 베트남 합작법인 ‘NCV 게임즈’ 설립 2024년 베트남 종합 정보기술(IT) 기업 VNG 게임 자회사 VNG게임즈와 합작법인 ‘NCV 게임즈’ 설립 - 넥슨, 베트남 ‘넥슨 데브 비나(NDVN)’ 내 인력 채용 확대 2022년 베트남에 설립한 현지 개발법인 ‘넥슨 데브 비나(NDVA)’의 개발 인력 채용을 확대하고 다양한 신규 프로젝트를 추진
인도	- 크래프톤, 인도에서 약 2억 달러 규모의 투자 집행 - 크래프톤은 2021년 이후 게임과 더불어 콘텐츠, IT, 핀테크 등 다양한 분야에 약 2억 달러 규모 투자하며 인도 디지털 생태계 내 영향력 확대

[참고] 크래프톤의 인도 현지 투자 사례

업종	기업명	일시	투자액	비고
커뮤니티 플랫폼	슈루	2025년 5월	37억 원	인도판 당근마켓으로 투자를 통해 인도 유저 층과의 접점 확대
게임 개발사	노틸러스 모바일	2025년 3월	약 202억 원	리얼 크리켓 시리즈로 유명한 인도 게임사 경영권 인수
핀테크	캐시프리 페이먼트	2025년 2월	약 776억 원	혁신적인 결제 솔루션 지원을 위한 투자
오디오 콘텐츠 플랫폼	쿠쿠FM	2022년 3월	약 239억 원	인도 최대 오디오 콘텐츠 플랫폼 투자를 통해 현지 언어 IP 협력 확대
웹소설 플랫폼	프라탈리피	2021년 7월	약 515억 원	인도 최대 웹소설 플랫폼 투자를 통해 현지 IP 협력 확대
e스포츠 기획사	노드원게이밍	2021년 3월	약 257억 원	인도 e스포츠 시장 진출

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 크래프톤 보도자료 및 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	13
III.	Key Takeaways	67
IV.	Appendix	69

결론 및 시사점

게임 산업은 신기술의 등장, 변화하는 이용자 특성, 글로벌 시장 환경 변화에 대응해 새로운 성장 동력과 기회를 확보해야 하는 중요한 시점에 직면. 이를 위한 신기술 기반의 제작 혁신, IP 확장 등을 통한 수익 모델 다변화, 유저 참여형 게임 생태계 구축, 중국 규제 변화 및 이머징 시장 확대에 대응한 지역 맞춤형 현지화 전략 구체화가 필요

게임 산업 10대 트렌드



제작 환경의 혁신

- AI 기반 제작 확산에 따른 기회와 과제
- 게임 기업 내 멀티 스튜디오 활성화
- 인게임 광고 기반 수익 모델 변화



콘텐츠 범주의 확대

- 고도화된 M&A 기반 성장
- IP 연계 확장 전략
- 장르의 다양화



게임 이용자 변화

- 게임 생태계 내 유저 역할 및 영향력 확대
- Z세대가 주목한 인디 감성과 커뮤니티 플레이



글로벌 시장 기회

- 중국의 한한령 해제 조짐과 한국 게임 산업의 기회
- 이머징 시장 진출로 활로 넓히는 한국 게임사

새로운 기술과 아이디어를 활용한 성장 동력 기획

Strategy 01

- AI 등 새로운 제작 기술을 활용한 성장 동력 모색 필요
- 멀티 스튜디오 전략 도입을 통한 신규 기술 및 다양한 아이디어를 적극적으로 활용할 수 있는 구조 수립
- 인게임 광고 등 수입 모델의 다양화를 통해 신규 수익창출 방안 마련

확대되는 이용자층에 맞는 다양한 콘텐츠 전략 마련

Strategy 02

- 다양한 게임 방식을 기반으로 확대되는 이용자층에 맞는 콘텐츠 마련 중요성에 주목
- 활용 IP의 다양화, 콘텐츠 기업 M&A 등 게임 산업에서 활용 가능한 연계 콘텐츠 확보 노력 필요
- 게임 이용자층의 변화에 맞춰 새롭게 수요가 창출되는 게임 장르에 적극적인 대응 전략 마련

유저 참여형 게임 생태계 구축을 위한 전략 구체화

Strategy 03

- UGC 플랫폼과 모드 툴 등 유저 제작 기반 구조를 강화해, 자발적 콘텐츠 확산과 충성 유저 확보를 통한 커뮤니티 중심 성장 유도
- 개성 있는 세계관과 신선한 소재가 부각되는 게임 콘텐츠 개발, 협업과 경험 공유 중심의 UX 설계

중국과 이머징 시장을 겨냥한 지역 특화 진출 전략 설계

Strategy 04

- 중국 판호 발급 동향, 콘텐츠 검열 기준 등 중국 정부 정책 변화에 선제 대응하며, 로컬 파트너십 및 문화 맞춤형 콘텐츠 전략으로 중국 시장 재진입 정비
- 동남아, 중동, 인도 등 이머징 시장의 문화, 플랫폼, 결제환경 등을 고려한 지역 맞춤형 진출 전략 모색

Contents

I.	국내·해외 게임 시장 동향	2
II.	게임 산업 10대 트렌드	13
III.	Key Takeaways	67
IV.	Appendix	69

[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 상대편 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
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
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
서브컬처 (Subculture)	소수가 즐기는 독특한 장르 전반을 일컬음. 실험적이고 개성 강한 소재와 다양화된 장르의 니치(Niche) 콘텐츠를 의미

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

See other Business Reports

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

G-STAR 2024로 본 게임 산업의 미래

2024년 11월 발간



Contents

- I. G-STAR 2024 개요
- II. G-STAR 2024 주요 트렌드
- III. G-STAR 2024 참가 기업
- IV. 결론 및 시사점



QR코드



보고서 PDF
[다운로드]



AI(인공지능) 발간물



- ☑ 생성형 AI에 펼쳐진 새로운 무대, 온디바이스 AI (2024년 6월)
- ☑ AI로 촉발된 헬스케어 산업의 대전환 (2024년 6월)
- ☑ 창작 영역에 뛰어든 생성형 AI 투자 현황과 활용 전망 (2024년 5월)
- ☑ 혁신의 부스터 AI에 몰드는 금융 (2024년 5월)
- ☑ 챗GPT와 생성형 AI가 만드는 빅테크 플랫폼 혁신 (2023년 9월)
- ☑ 챗GPT가 촉발한 초거대 AI 비즈니스 혁신 (2023년 4월)

삼정KPMG Homepage



Business Contacts

전자·정보통신·반도체·엔터산업본부

염승훈 Industry Leader
부대표, ICE 2본부장
T 02-2112-0533
E syeom@kr.kpmg.com

박성배
부대표, ICE 1본부장
T 02-2112-0304
E sungbaepark@kr.kpmg.com

강인혜
전무, ICE 3본부장
T 02-2112-0363
E ikang@kr.kpmg.com

한상현
부대표
T 02-2112-0387
E sanghyunhan@kr.kpmg.com

민성진 전무
T 02-2112-0852
E smin@kr.kpmg.com

장현민 전무
T 02-2112-0546
E hyunminjang@kr.kpmg.com

최이현 전무
T 02-2112-0505
E yeehyunchoi@kr.kpmg.com

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

신문철 전무
T 02-2112-0356
E moonchulshin@kr.kpmg.com

김정기 전무
T 02-2112-0346
E jungkikim@kr.kpmg.com

노정환 전무
T 02-2112-0693
E jroh@kr.kpmg.com

허재훈 전무
T 02-2112-7707
E jaehoonheo@kr.kpmg.com

강승미 상무
T 02-2112-0061
E seungmikang@kr.kpmg.com

설원 상무
T 02-2112-0874
E wonseol@kr.kpmg.com

최연택 상무
T 02-2112-2740
E yeontaekchoi@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.

© 2025 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.