

Industry

Focus



게임 산업의 글로벌 동향과 기회



삼일회계법인

Contents

들어가며	01
<hr/>	
글로벌 게임산업의 동향: 2024-2028	02
<hr/>	
글로벌 게임산업의 동향	02
<hr/>	
지역별 동향과 특성	10
<hr/>	
미국	10
<hr/>	
아시아퍼시픽 (중국, 일본, 한국 등)	17
<hr/>	
유럽, 중동 및 아프리카 지역 (EMEA)	21
<hr/>	
기타지역 (인도, 인도네시아 및 브라질)	27
<hr/>	
마치며	36
<hr/>	

들어가며

본 발간물은 PwC가 매년 발간하는 Global Entertainment & Media Business Outlook(이하 “E&M 전망보고서”)에 기반한 것임을 우선 밝힌다. PwC의 E&M 전망보고서는 매년 글로벌 PwC 네트워크¹가 참여하여 데이터를 수집, 분석하여 발간하는 보고서로서, 총 11개의 수익 부문, 1개의 데이터 부문, 3개의 트래커로 구성된 13개의 엔터테인먼트 및 미디어 부문²에 대해 53개국의 데이터를 분석하여 향후 5개년의 부문별 수익을 추정하고 있다.

본 발간물은 E&M 전망보고서 중 게임업(더 정확하게는 비디오게임과 e스포츠) 부문에 대한 요약 및 발췌로 구성되어 있으며, 지역별 전망데이터와 함께 각 지역에서의 게임업의 동향과 특성을 설명하고자 하였다. 따라서 보다 상세한 정보와 더 많은 내용은 삼일회계법인 홈페이지에 게재된 각 연도별 전망보고서를 참조하기를 바란다.

본 발간물을 통해 글로벌 게임산업의 동향과 향후 전망을 논하고자 하며, 본 발간물이 관련 업계 종사자에게 최신 게임업의 글로벌 트렌드를 제공하고, 아울러 글로벌 시장으로의 확장 기회를 모색하는 게임업체에 각 지역의 동향을 파악할 이정표가 되기를 기대해본다.

1 한국에서는 삼일회계법인이 글로벌 PwC의 네트워킹 법인으로 참여하고 있다

2 하기참조

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| • B2B(Business-to-Business) | • 신문, 소비자 대상 잡지, 도서 |
| • 영화 | • 옥외광고(OOH) |
| • 커넥티비티 서비스(유무선 통신 서비스) | • OTT 비디오 |
| • 인터넷 광고 | • 전통적 TV |
| • 메타버스 | • 비디오 게임과 e스포츠 |
| • 음악, 라디오 및 팟캐스트 | |

가상현실과 증강현실 데이터 부문은 데이터 소비를 의미하며, 세 가지 트래커는 AI, 메타버스, NFT로 구성된다.

글로벌 게임산업의 동향: 2024-2028

글로벌 게임산업의 동향

글로벌 게임시장의 현황

PwC의 전망보고서에 따르면, 게임산업은 E&M 비즈니스의 여러 분야 중에서도 여전히 가장 빠르게 성장하는 부문 중 하나이며, 코로나 시대를 지나며 급성장한 일부 기업이 최근 들어 고용을 줄였음에도 불구하고 게임에 대한 전 세계적인 인기는 지속적으로 높은 매출을 창출하고 있다.

사실 2023년 글로벌 비디오 게임 및 e스포츠 시장은 지난 5년 중 가장 낮은 수준의 성장을 기록한 바 있으며, 2022년에 이어 2년 연속으로 연간 성장률이 둔화된 어려운 시기였었다. 이 기간에 비디오 게임과 e스포츠 산업은 예산 및 투자의 감소, 스폰서십의 철회, 게임 개발자와 퍼블리셔 부문 전체에서 해고가 진행되는 등의 어려움을 겪었다. 기업들은 팬데믹 기간 중에 빠르게 증가한 채용을 유지하거나 줄이려 하였으며, 콘텐츠와 인수 합병에 많은 투자와 비용을 지출하기보다는 기존 지적 재산에서 가치를 제공하는 데 집중하였다.

그러나 지난 몇 년간의 위기에도 불구하고 글로벌 게임시장에 대한 향후 전망은 대체로 긍정적인 편이다. 침체되었던 성장은 2024년에 반등하고 이후 몇 년 동안 더 안정적인 성장기에 진입할 것으로 예상된다. 소셜 및 캐주얼 게임은 계속해서 강력한 성과를 보일 것이며, 최근에 확립된 클라우드 및 구독 게임 시장도 견고한 성장을 보일 것으로 예상된다. 물론 전통적인 게임(PC 및 콘솔로 플레이하는 CD게임이나 eshop 등에서 다운로드 받은 게임 등)과 콘솔 시장은 빠르게 진화하는 시장에 적응하는 데 어려움을 겪을 가능성이 높으며, 예측 기간 중 제한된 성장을 보일 것으로 예상되고 있다. 실제로 전통적인 게임에서의 침체의 가장 큰 요인은 물리적 콘솔 게임 판매의 전 세계적 감소인데, 물리적 콘솔 게임 매출은 2023년에 104억 달러였으나 2028년에는 69억 달러로 감소할 것으로 예상되며, 마이너스 7.9%의 연평균 성장률로 감소할 것으로 예상되고 있다.

한편 e스포츠를 포함한 전 세계 비디오 게임 매출은 2023년에 전년 대비 4.6% 증가한 2,276억 달러를 달성하였을 뿐만 아니라, 2028년 게임 매출은 2019년의 두 배 이상인 3,000억 달러를 돌파할 것으로 예상된다. 해당 분야의 성숙도가 높아짐에 따라 연간 성장 속도는 감소하겠지만, 그럼에도 불구하고 예측 기간 내내 성장률은 7.5%~8.5% 사이로 유지될 것이며, 특히 앱 내 광고 수익이 크게 증가할 것으로 예상된다.

[표 1] 전 세계 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Global video games and esports (US\$ Mn)	246,902	266,502	286,508	308,686	334,161
- Esports (US\$ Mn)	2,107	2,305	2,492	2,672	2,848
+ Esports consumer contribution (US\$ Mn)	93	101	110	117	124
+ Esports consumer ticket sales (US\$ Mn)	117	133	147	162	175
+ Esports media rights (US\$ Mn)	654	716	773	824	873
+ Esports sponsorship (US\$ Mn)	920	1,008	1,094	1,179	1,265
+ Esports streaming advertising (US\$ Mn)	323	347	369	390	411
- Video games (US\$ Mn)	244,888	264,298	284,126	306,131	331,437
+ Cloud and subscription gaming (US\$ Mn)	15,882	17,085	18,225	19,354	20,463
+ Integrated video games advertising (US\$ mn)	4,314	4,405	4,488	4,564	4,633
+ Social/casual gaming (US\$ Mn)	171,923	189,096	208,282	230,065	255,247
+ Traditional gaming (US\$ Mn)	68,652	70,797	71,356	71,502	71,557

출처: PwC글로벌 홈페이지

상기 표는 2024년 현재부터 향후 5개년간의 전세계 게임매출 추정치를 연도별로 보여주고 있다. 표에서 게임 매출은 비디오 게임매출과 e스포츠 관련 매출을 포함하고 있으며, 표에서 확인가능하듯이 아직은 e스포츠가 차지하는 비중은 미미하다고 볼 수 있다.

[표 2] 게임매출 TOP10 국가

Video games and esports revenue (US Dollar millions)

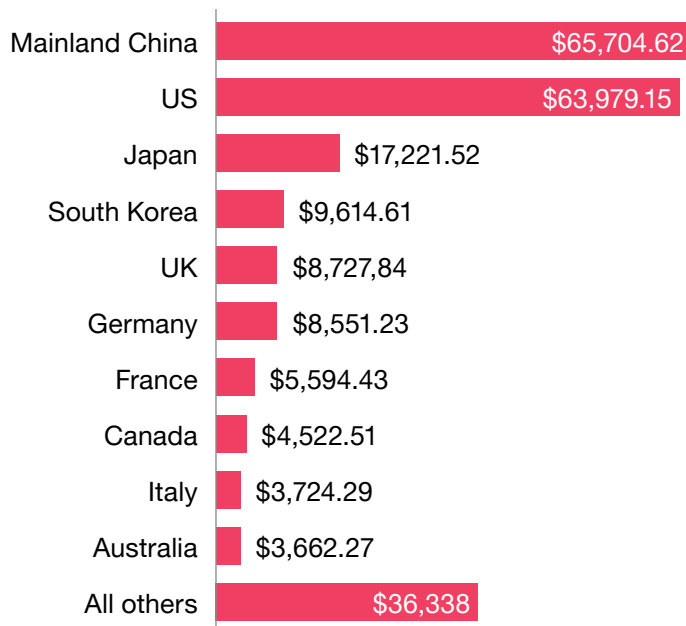


표 2는 전세계 게임매출 TOP10 국가를 보여 주고 있다. 표에서 보듯이 중국과 미국이 크게 차이나지 않는 1, 2위를 차지하고 있으며, 그 뒤를 일본, 한국, 유럽 국가들이 따르고 있다. 주목할 점은 동북아시아 지역의 게임매출이 전세계에서 차지하는 비중이 매우 높다는 점이며, 특히 호주를 포함한 아시아퍼시픽 지역으로 확대하면, 나머지 모든 지역의 매출을 합친 것 보다 더 큰 시장을 이루고 있다는 점이다.

[표 3] 주요국의 GDP 성장률과 게임매출의 상관관계

Video games and esports revenue (US Dollar millions)

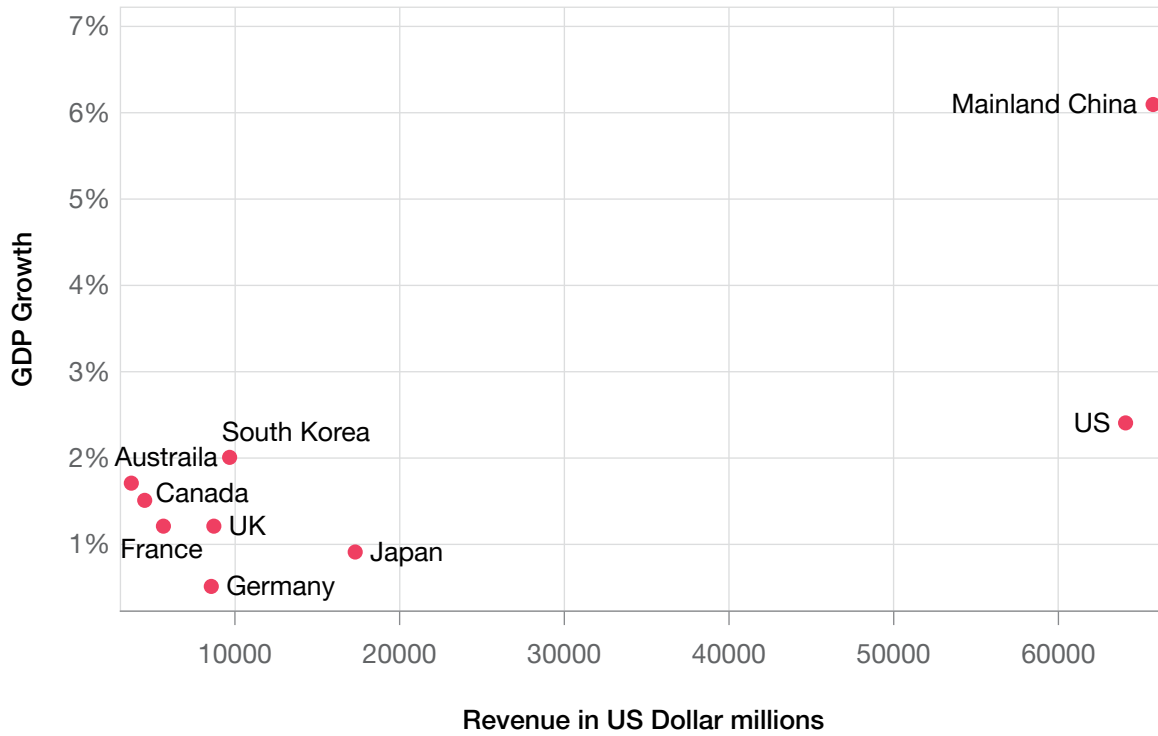


표 3은 주요국의 게임매출과 GDP 성장률의 상관관계를 보여주고 있다. 뚜렷한 trend를 발견하기는 어려우나, 이미 성숙된 시장의 경우 성장률은 3% 이하로 수렴하는 모습을 보이는 반면, 중국의 경우 여전히 높은 GDP 성장률을 보이고 있어, 추가적인 성장 여력이 남아있음을 짐작할 수 있게 해준다.

앱 내(in-app) 게임 광고가 회복되면서 소셜 및 캐주얼 게임이 빠른 성장을 주도할 것으로 예상됨

특히 소셜 및 캐주얼 게임 부문에서 앱 내 게임 광고 수익은 수년간 빠르게 성장해왔다. 물론 2023년에는 성장률이 둔화되어, 전체 게임시장의 침체를 이끄는 주범이 되기도 했으나, 이 부문은 여전히 글로벌 비디오 게임 시장에서 가장 빠르게 성장하는 부문이며 가까운 미래에 더욱 완만한 가속이 예상되고 있다. 현재 추세대로라면 2025년에는 앱 기반의 소셜 및 캐주얼 게임 수익을 제치고 게임 매출의 주요 수익원이 될 것으로 예상되고 있다.

앱 내 게임 광고의 급속한 증가는 광고가 대상 고객에게 더 쉽게 (또는 거부감이 덜하게) 다가갈 수 있도록 돕는 기술적 발전에 기인한다고 볼 수 있다. 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 주로 마이크로 트랜잭션³ 기반의 무료 플레이(free-to-play) 모델을 통해 발생하고 있다. 이러한 마이크로 트랜잭션은 명목상 유저의 선택 사항이지만, 이를 사용하는 많은 게임은 (광고 미시청 시) 인위적으로 진행 속도를 늦추거나 또는 중독성 있는 피드백 루프를 구축하는 방식으로 플레이어가 광고를 시청하도록 유도하고 있다.



다만 이러한 모델은 장기적으로는 오히려 플레이어를 게임에서 멀어지게 할 수 있는데, 어색한 진행으로 인한 유저의 좌절감이나 과도한 광고 시청에 대한 혐오감 때문이다. 그럼에도 불구하고 앱 내 게임 광고에는 다음과 같은 두 가지 명확한 이점이 존재한다. 첫째, 플레이어가 게임에 돈을 쓸 의무를 없앴으로써 라이트한 플레이어가 게임에 더 쉽게 접근할 수 있게 하는 점(즉, 더 많은 플레이어를 ‘retain’ 할 수 있다는 점). 둘째, 이 모델은 원하는 만큼 게임을 플레이하려면 주기적으로 광고를 시청하도록 함으로써 유저와 게임 제공자 간 이해관계를 보다 투명하게 한다는 점이다.

3 마이크로 트랜잭션이란 소액의 금액을 지불하고 게임 내 아이템이나 기능을 얻는 방식으로 대부분의 모바일 게임 산업에서 흔히 볼 수 있는 결제 방식 중 하나이다. 무료 플레이만을 즐기는 유저가 있는 반면에 기꺼이 아이템 등을 구매하여 더 큰 즐거움을 얻고자 하는 유저가 존재하기에 가능한 방식이라 할 수 있다.

전통 게임은 향후 어려운 길에 직면할 것으로 예상됨

전통 게임 부문은 2022년의 어려움을 겪은 후 2023년에는 성장세로 돌아섰으며, 최신 게임 콘솔인 Sony의 PlayStation 5와 Microsoft의 Xbox Series S 및 X의 출시 일정이 이러한 성장세를 선도하였다. Starfield와 Marvel의 Spider-Man 2와 같은 대작 게임이 예상대로 상당한 매출을 기록하기도 하였으며, Baldur's Gate 3가 예상을 깨고 올해 가장 큰 성공작이 되기도 하였다.

한편 Microsoft는 2023년 10월에 Activision Blizzard의 인수를 마무리하였으며, 이 거래는 Call of Duty와 Diablo를 포함한 주요 타이틀의 퍼블리셔인 Microsoft와 Activision Blizzard 간의 시너지를 가능하게 할 것으로 예상되고 있다. 하지만 이러한 성공 사례의 이면에는 광범위한 해고와 스튜디오 폐쇄와 같은 전통 게임 부문의 어려움이 존재하고 있다. 개발사들이 가장 크고, 가장 화려하고, 가장 완벽한 기능을 갖춘 게임을 개발하기 위해 경쟁함에 따라 예산과 개발 시간이 급증하고 있다. 이러한 대작 게임 중 일부는 개발하는 데 너무 오랜 시간이 걸리는 나머지 개발 도중에 업계 트렌드가 바뀌기도 하며 개발비용이 너무 큰 나머지 발매 후 실적이 예상에 못 미칠 경우 스튜디오에 심대한 자금 문제를 야기시킬 수도 있다.

고도의 스펙이 요구되는 최첨단 게임은 플레이어들이 최신 하드웨어를 소유하는 것을 정당화하기도 하지만, 문제는 이러한 최첨단 게임을 만드는 데는 상당한 투자가 필요하다는 점이며, PC와 콘솔은 그러한 정당화를 위해 점점 더 어려움을 겪고 있다는 점이다. 최첨단 게임은 향상된 시각적 품질 및 사이즈를 중요시하는 대신, 게임의 본질인 재미와 혁신성이라는 부분에서는 오히려 아쉽게 느껴지는 경우가 많았으며, 더욱이 최신 스마트폰과 클라우드 게임은 콘솔을 직접 소유하지 않고도 게임을 즐길 수 있는 대안을 제공해주고 있어 이러한 첨단 게임의 존재를 위협하고 있는 상황이다.

향후 전통 게임은 보다 휴대하기 편리한 방식으로 하이엔드 게임을 제공하는 것에서 그 미래를 찾을 수도 있을 것이다. Valve의 Steam Deck 핸드헬드 PC는 그러한 가능성을 입증하였으며, 다른 경쟁사도 Asus ROG Ally와 Lenovo Legion Go를 포함한 경쟁 기기를 잇따라 출시하였다. 게다가 Nintendo는 2025년 중 전세계에서 가장 인기 있는 콘솔(이자 휴대용 기기인)의 후속작인 Nintendo Switch 2를 발표할 것으로 예상된다.

Microsoft Gaming은 2024년 2월에 현재 Xbox에서만 플레이할 수 있는 4개의 게임을 PS5와 Nintendo Switch에서 제공할 것이라고 발표하였다. Microsoft는 아직 구체적인 타이틀을 공개하지 않았지만, 여기에는 커뮤니티 중심 게임 2개와 소규모 타이틀 2개가 포함될 것이라고 확인한 바 있다. Microsoft의 CEO인 Phil Spencer는 “향후 5년에서 10년까지, 단일의 하드웨어에서만 플레이할 수 있는 게임은 게임 산업에서 차지하는 비중이 점점 줄어들게 될 것”이라고 언급한 바 있다.



클라우드 및 구독 게임이 성숙 단계에 도달했지만 여전히 성장 과제에 직면해 있음

클라우드 및 구독 게임은 글로벌 비디오 게임 시장에서 확고히 자리 잡아가고 있으며, 플레이어에게 게임을 플레이하고 비용을 지불하는 대체적인 방법을 제공하고 있다. Xbox Live 및 PlayStation Plus와 같은 서비스에 가입하면 플레이어는 개별 게임에 대해 각각 지불하는 대신 월 정액 사용료로 다양한 게임을 플레이할 수 있어, 보다 저렴한 가격으로 게임을 즐길 수 있게 되었다. 이러한 서비스를 사용하면 플레이어가 게임을 다운로드하는 대신 온라인으로 스트리밍할 수 있으므로 이론적으로 가정용 PC나 콘솔의 필요성은 점차로 줄어들게 된다.

이러한 클라우드 및 구독 게임 부문은 향후 5년 동안 꾸준히 성장할 것으로 예상되며, 특히 미국과 서유럽에서 구독형 게임에 대한 니즈가 많을 것으로 예상되고 있다. Microsoft의 Game Pass는 2023년에 구독자 수가 3,300만 명으로 성장한 것으로 추정되며, Sony는 2023년 말에 PlayStation Plus 서비스 구독자가 5,000만 명에 달했다고 보고한 바 있다.

그러나 Netflix와 Amazon Prime이 수억 명의 가입자를 확보하면서 TV 구독 서비스가 영화와 TV 쇼를 소비하는 주요 수단이 된 반면에, 게임 구독 서비스는 여전히 전체 게임 시장의 작은 일부에 불과하다. 게다가 이러한 서비스가 기존 게임 부문의 수익을 갉아먹는 것 외에 얼마나 새로운 수익을 가져다주는지는 불분명하다. 구독 서비스에 등장하는 대부분의 게임은 이러한 서비스를 위해 새로이 만들어진 것이 아니라 소매 및 다운로드 형태로 제공되는(혹은 되었던) 기존 게임이기 때문이며, 게다가 이러한 구독 서비스의 주된 고객은 게임을 처음 접하는 사람, 즉 신규 고객이라기보다는 기존 고객일 가능성이 높기 때문이다.

게임 구독 서비스가 Netflix 스타일의 성공을 거두려면 새로운 고객을 유치하기 위한 맞춤형 독점 타이틀이 필요하고, 클라우드 및 스트리밍 구성 요소를 더 잘 활용하여 더 광범위한 대중에게 접근할 수 있어야 하겠다. 예를 들어, Microsoft의 Game Pass는 구독자가 콘솔 없이도 특정 TV에서 게임을 스트리밍할 수 있도록 허용하지만, 호환되는 TV는 현재 특정 브랜드의 최신 TV모델로 제한되어 있는 단점이 있다.

한편 Netflix는 자체적으로 게임서비스를 제공하기 시작하였으며, 2024년 초 기준으로 해당 플랫폼에서 77개 이상의 모바일 타이틀을 이용할 수 있다. Netflix는 서비스 부문 내 게임 부문을 추가 구축하기로 하였으며 Ubisoft의 개발자와 협력하여 게임을 제작하고 있다. 2023년 후반에는 (모바일 앱에서만 이용 가능한) Football Manager 2024 Mobile이 Netflix 구독자에게만 출시된 바 있다. 이러한 게임은 Netflix 구독자에게는 무료로 제공되지만, 게임 개발자는 플랫폼에 대한 콘텐츠 라이선스를 받는 등의 방식으로 매출을 창출할 수 있게 되었다.

생성형 AI는 계속해서 혁신을 일으킬 것이지만 장기적인 잠재력은 여전히 불확실함

여러 측면에서 2023년 이후는 생성형 AI가 주도해나가는 시기라 볼 수 있다. 생성형 AI 기술은 기술 분야에서 다양한 혁신을 일으키면서 이미 그 자체로 거대한 사업이 되고 있으며, 글로벌 AI 시장은 2023년에 1,960억 달러로 평가된 바 있다. 이러한 발전의 영향은 게임으로 확장되고 있으며 생성형 AI는 이미 비디오 게임 개발의 확립된 한 부분으로 여겨지고 있다. 설문 조사에 참여한 게임 개발자의 3분의 1은 직장에서 ChatGPT나 Midjourney와 같은 생성형 AI 도구를 사용한다고 답하였으며, 이러한 도구의 사용은 코딩 지원에서 게임 자체의 구성 요소 생성에 이르기까지 다양하게 이루어지고 있다. 예를 들어 최근 출시된 멀티플레이어 슈팅 게임 The Finals는 생성형 AI를 사용하여 게임 내 해설자의 목소리를 만들었다고 설명한 바 있다.

한편, 게임 엔진 Unity는 Unity Muse 도구를 보유하고 있으며, 이를 통해 모든 기술 수준의 제작자가 텍스트 프롬프트를 사용하여 게임을 만들 수 있게 되었다. 생성형 AI의 또다른 잠재적 사용 사례로는 대화 생성, 애니메이션 및 채팅 조정이 있다.

이러한 게임 개발에서의 생성형 AI 활용의 급속한 발전과 함께 우려 사항도 빠르게 생겨나고 있다. 저작권이 있는 작품에 대해 얼마나 많은 대규모 언어 모델(LLM)이 훈련되었는지에 대한 윤리적 불확실성이 있으며, 이러한 프로그램이 요구 사항을 제공하는 데 얼마나 신뢰할 수 있는지에 대한 의문이 존재할 수 있다. 일부 비디오 게임 성우는 개발사와 비디오 게임 개발에서의 AI 사용에 대한 합의에 도달하지 못한 후 Activision과 Electronic Arts를 포함한 회사에 대한 파업 조치를 고려하기도 하였다.

새로운 기술을 서둘러 받아들이고자 하는 노력은 아이러니하게 기술의 장기적인 잠재력을 간과하게 되는 결과를 낳기도 한다. 많은 개발사들은 제품과 서비스에 미치는 영향을 충분히 고려하지 않은 채로 생성형 AI를 사용하여 즉시 비용을 절감하려고 시도하고 있다. 그러나 생성형 AI의 더 큰 기회는 이전에는 불가능했던 것들을 이러한 프로그램을 통해 새로이 달성할 수 있는 것을 발견하는 데 있다. 예를 들어, 실시간으로 반응하며 플레이어와 대화할 수 있는 캐릭터가 있는 게임을 만드는 것 등이다.

e스포츠 현황

글로벌 e스포츠 시장은 지난 몇 년 동안 큰 혼란에 직면하였다. 오랫동안 대형 비디오 게임 시장보다 훨씬 빠른 성장을 보여온 글로벌 e스포츠 시장은 팬데믹으로 인해 라이브 이벤트 수익이 급락하는 등 현저한 둔화를 보였다. 성장률은 2022년에 팬데믹 이전 수준으로 회복했지만, 2023년에는 국제 경제의 광범위한 둔화에 영향을 받으며 사실상 e스포츠의 급속한 성장 단계가 끝났음을 알렸고, 향후 e스포츠는 시장의 모든 영역에서 꾸준하지만 둔화된 성장 단계에 접어들 것임을 예상하게 하였다.

총 e스포츠 수익은 2023년에 19억 달러에 도달했고, 2028년에는 8.5%의 비교적 높은 연평균 성장률로 수익이 28억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 13.7%로 절대적으로는 높은 수준이나 전년 대비 상당히 감소한 수준이었으며, 성장률 추세는 예측 기간 내내 지속적으로 둔화되어 2028년 말까지 6.6%로 떨어질 것으로 예상된다.

2023년에 총 e스포츠 수익의 절반에 가까운 43.8%가 스폰서십에서 발생했으며, 이 부문은 예측 기간 내내 비슷한 점유율을 유지할 것으로 예상된다(실제로 글로벌 관점에서 볼 때, 향후 몇 년 동안 e스포츠 수익원에는 큰 변화가 없을 것이며, 전체 e스포츠 시장에서 각각이 차지하는 점유율에 약간의 변동만 있을 것으로 예상되고 있다) 2023년 총 e스포츠 스폰서십 수익은 8억 3,100만 달러였고, 2028년에는 13억 달러에 도달할 것으로 예상되어, 이 기간 8.8%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 전년 16.5%에서 크게 감소한 12.9%였으며, 연간 성장률은 계속 둔화되어 예측 기간 말에 7.3%로 떨어질 것으로 예상된다.

이러한 침체는 글로벌 브랜드와 기타 투자자들이 e스포츠 스폰서십에 대해 점점 더 조심스러워지는 데

서 비롯될 가능성이 높는데, 프로모션 기회에 대한 초기의 기대감이 떨어지면서 점차 투자대비 수익을 바라보는 현실적인 관점을 가지게 되었기 때문이다. 이러한 현상은 Call of Duty 및 Counter-Strike와 같은 게임의 여러 e스포츠 팀을 운영하는 회사인 FaZe Clan에서 잘 나타나는데, 2022년에 이 회사는 나스닥 증권거래소에 약 10억 달러 규모로 상장되었으나 이후 주가가 1달러 미만으로 폭락하면서 2023년 3월에는 상장 폐지 통지를 받았고, 이후 상장 폐지를 연기했지만 궁극적으로 Gamesquare에 1,700만 달러에 인수되었다(인수 당시 주가는 0.20 달러까지 떨어진 바 있음).

한편, 노르웨이 시장 플레이어 Heroic Group은 2023년에도 운영을 계속하기 위해 80만 달러의 자금을 추가 확보해야만 했고, 북미 토너먼트 운영자 Beyond the Summit은 모든 정규직 직원을 해고하였다. 영국 회사 Tenstar는 토너먼트에서 얻은 수익만으로는 회사를 유지하기에 충분하지 않다며 모든 운영을 중단하기도 했다.

e스포츠 미디어 권리 수익은 e스포츠에서 두 번째로 큰 부문이다. 이 시장에서 2023년 매출은 5억 8,500만 달러에 달하였으며, 8.3%의 연평균 성장률로 성장하여 2028년에는 매출이 8억 7,300만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 이 부문의 2023년 연간 성장률은 14.5%로, 지난 몇 년 동안 지속적으로 둔화된 바 있으며, 향후 이러한 추세는 e스포츠 스폰서십 수익보다 더 악화되어 2028년까지 5.9%로 떨어질 것으로 예상된다.

e스포츠 부문 중 소비자 티켓 판매는 팬데믹의 영향에서 완전히 회복되었으며 글로벌 e스포츠 시장에서 가장 빠르게 성장하는 부문이 될 것으로 예상된다. 수익은 2023년의 1억 200만 달러에서 2028년에는 1억 7500만 달러로 11.6%의 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상되고 있다.

지역별 동향과 특성

미국

미국은 전 세계 두 번째로 큰 시장이지만, 상당히 느린 성장률로 인해 향후 몇 년 동안 총 수익이 중국에 크게 뒤처질 것으로 예상된다. 2023년 미국의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 640억 달러였으며 2028년까지 833억 달러에 도달할 것으로 예상되어 5.4%의 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다. 2023년 연간 성장률은 2.6%로, 코로나로 인한 봄 이후 2년 연속으로 성장이 둔화된 시기였지만 그럼에도 불구하고 게이머들은 2023년이 한동안 게임 산업에 가장 좋은 해였다고 생각했으며, 많은 호평을 받은 게임이 강력한 판매 실적을 자랑한 바 있다.

미국은 특히 소셜 및 캐주얼 게임 부문의 빠른 성장이 돋보이는데 이는 태블릿과 스마트폰에서 앱 기반 게임, 캐주얼 대상을 겨냥한 브라우저 게임, 게임 앱 내에서 광고를 게시하여 발생하는 수익을 포함하고 있다. 미국은 또한 성장은 느린 편이나 견고하게 발전해온 전통적인 게임 시장을 보유하고 있으며, 이 부문 내 콘솔과 PC 게임 판매는 모두 연간 소폭 성장을 기록하였다. 미국은 성공적인 게임 개발자와 퍼블리셔가 풍부하고 Microsoft, Google, Apple을 포함한 빅테크 기업의 영향력 덕분에 전세계 게임산업에서 매우 중요한 역할을 차지하고 있다.

[표 4] 미국 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in US (US\$ mn)	68,550	72,356	76,100	79,702	83,265
+ Esports (US\$ mn)	506	529	548	566	583
+ Video games (US\$ mn)	68,067	71,852	75,578	79,163	82,710

출처: PwC글로벌 홈페이지



● 소셜 및 캐주얼 게임

소셜·캐주얼 게임 수익은 미국에서 게임 수익에 가장 크게 기여하는 부문으로, 2023년에는 1.6%의 연간 성장률로 381억 달러를 기록하였다. 이는 2022년 4.7%였던 성장률이 약간 하락한 것이나 이 부문의 총 수익은 2028년까지 546억 달러에 도달할 것으로 예상되며, 2024년부터 성장률은 7.7%에 도달한 후 나머지 연도에는 평균 7.4%가 될 것으로 예상된다.

앱 기반의 소셜 및 캐주얼 게임은 2022년의 부진한 상황 이후 회복되어 2022년 174억 달러에서 2023년 175억 달러로 증가하였다. 이 0.2%의 성장률은 2022년에 경험한 마이너스 4.7%의 하락과 극명한 대조를 보이는데, 이 부문의 향후 성장은 2028년까지 6.1%의 연평균 성장률로 낙관적인 성장을 보일 것으로 예상되며, 2028년의 매출은 235억 달러를 초과할 것으로 예상된다.

Apple 사용자는 2022년 모바일 카테고리에서 Google 사용자를 앞지르는 주요 플레이어가 되었고, 이는 당분간 둔화될 조짐이 보이지 않고 있다. 앞으로 몇 년 동안 Apple은 소비자가 iOS, iPadOS, tvOS 및 macOS에서 플레이할 수 있는 200개 이상의 다양한 게임에 액세스할 수 있는 구독 서비스인 Apple Arcade를 지속적으로 활용할 것으로 보인다. Apple Arcade를 통해 유저는 오프라인에서 광고 없이 완벽하게 게임을 플레이할 수 있으며, Apple은 Castlevania 및 Samurai Jack을 포함한 주요 IP의 게임과 Stardew Valley 및 Slay the Spire를 포함한 인기 있는 App Store 타이틀을 포함하는 등 이 서비스에 상당한 금액을 투자하였다. Apple의 중요한 독점 퍼블리싱 계약 중 하나는 SEGA의 Sonic Dream Team과 체결한 것이었는데, 이는 주요 게임 IP를 확보할 수 있는 Apple의 과감한 투

자를 보여주고 있다. Arcade의 성장은 App Store에서 기발생하고 있는 상당한 수익과 함께 Apple이 미국에서 모바일 게임의 지배력을 계속 유지할 수 있는 기반이 될 것으로 예상된다.

Apple의 모바일 게임에 대한 지속적인 투자는 최근에 상당한 성과를 거두고 있다. 2023년 Apple은 Capcom과 계약을 맺고 Resident Evil 4와 Resident Evil Village의 포팅을 Apple 기기에 출시하였다. 2023년 도쿄 게임 쇼에서 발표된 이 게임은 10월 말에 App Store에 출시되었지만 (기술적 요구 사항으로 인해) 하이엔드 기기에서만 이용할 수 있었다. 이렇듯 Apple이 고품질 모바일 게임 라이브러리를 보강하려는 노력은 Google과 대조적인데, 일례로 Google은 게임 스트리밍 플랫폼 Stadia에 상당한 금액을 투자했지만, 서비스가 기대했던 인기를 얻지 못했기 때문에 2023년 9월에 서비스를 중단해야 했다.

최근 몇 년 동안 Apple의 광고주 식별(IDFA - Identifier for Advertisers)에 대한 정책 변경으로 사용자 개인 정보 보호에 대한 니즈가 커졌으며, 이는 모바일 광고에 큰 영향을 미쳤다. 즉 이전에는 사용자가 보편적으로 서비스에 가입하여 광고주가 타겟팅 광고를 수행할 수 있었으나 Apple은 이제 사용자가 스스로 가입해야 하도록 정책을 변경하여 광고주가 대상 고객에 대한 정보를 거의 알지 못하고 관련 광고를 제공할 수 없게 되었다. 이러한 정책의 변경은 광고 수익화에도 영향을 미쳐 모바일 게임 개발자에게 직접적인 영향을 미치게 되었다. 높은 인기를 누리고 있는 캐주얼 게임의 대상 고객은 상대적으로 영향을 덜 받지만 틈새 게임을 제작하는 개발자는 새로운 플레이어를 유치하는 데 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

한편 Apple은 최근 Apple Vision Pro가 일반 대중에게 출시되면 유저들이 600개 이상의 앱과 게임을 사용할 수 있을 것이라고 발표하였다. 여기에는 전체 VR 또는 가상 현실에서 플레이할 수 있는 가상 보드 게임인 Demeo와 3D 퍼즐 게임인 Puzzling Places가 포함된다. Meta Quest 3는 출시와 동시에 게이머들에게 인기를 얻었으며 출시 후 불과 2개월 만에 Steam 사용자 사이에서 5번째로 인기 있는 VR 헤드셋으로 자리매김한 바 있다.

2023년 4월, Apple은 진행 중인 법적 분쟁에서 큰 승소를 거둔 바 있다. 이 소송은 2020년 Epic Games가 Fortnite에 Apple의 앱 내 결제 시스템을 우회하는 결제 옵션을 도입한 이후로 시작되었는데, 이에 대응하여 Apple은 해당 게임을 App Store에서 게임을 신속히 삭제하였고 Epic Games는 이러한 행위가 독점 금지법을 위반했다고 소를 제기하였다. 연방 판사는 2021년 9월 Apple에 유리한 판결을 내렸지만 Apple은 개발자가 사용자에게 다른 결제 방법을 제공하는 것을 더 이상 막을 수 없을 것이라고 판결하였다. 하지만 이 원심 판결은 그 이후로 여러 항소의 결과였으며 원심 판결은 2023년 4월에 유지되어 해당 판결이 미래의 독점 금지법 위반 사건에서 법적 선례가 되기를 바랐던 Epic Games에 타격을 입혔다. 비슷한 사례에서 Epic Games는 같은 이유로 2020년에 Google을 상대로 소송을 제기했으며 2023년 12월 판결에서 Google Play의 앱 스토어와 결제 서비스가 독점이라고 명시하였다. 구글은 Activision과 Nintendo가 출시한 게임을 구글 스토어에 계속 유지하기 위해 상당한 금액을 지불해 왔고, 그렇게 함으로써 경쟁 시장이 등장하는 것을 막았다.

2023년 12월, Microsoft Gaming CEO Phil Spencer는 회사가 Apple 및 Google과 경쟁할 자체 모바일 게임 서비스를 출시하기 위한 논의가 진행 중이라고 언

급하였으며, 출시가 그리 멀지 않았음을 암시하였다. Microsoft는 그러한 계획을 예전부터 가지고 있었지만, Activision Blizzard를 완전히 인수한 이후 이에 대해 최초로 언급한 내용이었다. Microsoft가 자신감을 보였던 이유는 Activision Blizzard가 모바일 게임 분야에서 이미 강점을 보여준 바 있었기 때문이었으며(Activision Blizzard는 이미 Call of Duty Mobile을 성공시킨 바 있다), 이러한 시도는 Microsoft가 Activision Blizzard의 게임성을 특징으로 하는 “Xbox 모바일 플랫폼” 생성에 대한 의지를 보여주었다.

한편 미국 게임시장의 특징적인 현상으로, Netflix와 Disney+를 포함한 OTT 플랫폼이 게임 산업에 적극적으로 진출하기 시작했다는 점을 들 수 있다. 2021년에 Netflix는 Meta출신의 Mark Verdu를 고용하여 게임 개발을 총괄하도록 하였으며, 같은 해에 구독자에게 모바일 게임을 제공하기 시작하였다. 2023년 8월에는 구독자가 TV나 웹에서 게임을 플레이할 수 있는 클라우드 스트리밍 게임을 테스트하기 시작했으며, 2023년 12월부터 Disney+는 플랫폼에 게임 및 쇼핑 채널을 추가하는 옵션을 모색 중으로, 이를 통해 더 많은 광고주를 유치할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

2023년에 이루어진 가장 중요한 M&A 거래 중 하나는 2022년 1월에 687억 달러에 인수 절차를 시작한 Microsoft의 Activision Blizzard 인수였다(이 거래는 2023년 10월에 종결되기 전 미국과 영국의 규제 기관에 의해 보류된 바 있다). 또 다른 주요 거래는 사우디아라비아의 Public Investment Fund(PIF)가 전액 보유한 Savvy Games Group이 미국의 모바일 게임 퍼블리셔 Scopely를 인수한 것인데, Scopely의 타이틀 중 최근 가장 높은 수익을 올린 것으로는 MONOPOLY GO!와 Star Trek Fleet Command가 있다.



● 전통적인 게임

전통 게임 부문은 2023년에 미국 내 전체 비디오 게임 수익의 37.1%를 차지하여 2022년 대비 4.1% 증가한 237억 달러에 도달하였다. 이 부문은 최근 몇 년간 소셜/캐주얼 게임의 대중적 인기로 인해 매출이 추월당한 바 있으며, 향후에도 이 부문의 성장은 느릴 것으로 예상되어 2.1%의 낮은 연평균 성장률로 2028년에는 매출이 263억 달러에 도달할 것으로 예상되고 있다.

상대적으로 낮은 성장률에도 불구하고 미국은 여전히 기존 전통 게임 부문에서 세계에서 가장 강력한 시장 중 하나이며, 특히 2023년은 미국 전통 게임 산업에 있어 강력한 한 해가 되었다. 여러 주요 프랜차이즈가 새로운 작품을 출시하는 한편, 널리 기대를 모았던 여러 게임이 출시되었는데, Hogwarts Legacy는 예상했던대로 2023년 미국에서 가장 빠르게 팔린 게임이 되었으며, 수 년 동안 이 게임을 기대해 온 거대한 팬덤의 열렬한 지지를 받았다. 이 해의 또 다른 베스트셀러 게임으로는 Call of Duty: Modern Warfare III, Madden NFL 24, Marvel's Spider-Man 2, The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom, Diablo IV 등이 있다. Call of Duty와 Madden과 같은 주요 게임이 유의한 성과를 거두는 한편, 기존 프랜차이즈의 속편 또한 놀라울 정도로 좋은 성과를 거두었다. Marvel's Spider-Man 2는 출시 후 24시간 동안 PlayStation Studios 역사상 가장 빠르게 팔린 게임이 되었고, The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom은 Nintendo Switch 역사상 가장 많이 팔린 게임 중 하나가 되었다.

한편 2023년 미국에서 가장 많이 팔린 콘솔은 PlayStation 5로, Nintendo Switch와 Xbox Series X를 앞지르며 1위를 차지하였다. 이는 PlayStation 5에 있어 중요한 전환점인데, 출시 당시 팬데믹, 반도체 칩 부족, 글로벌 섯다운으로 인한 공급망 문제로 인해 초기 판매가 저해되었음에도 불구하고 거둔 성과라는 점에서 그러하다. 단, 2022년 4월에서 2023년 3월 사이의 기간에 전체 콘솔 판매는 22% 감소했으며, 2024년에는 이보다 더 떨어질 가능성이 높아 보인다. 여러 출처에 의하면 Nintendo는 2025년 초에 Switch의 차기 버전을 출시할 계획인 것으로 보이며, 기존 Switch의 엄청난 성공을 배경으로 차기 버전도 유사한 성공을 이루어, 향후 콘솔의 판매를 견인할 것이라고 많은 사람들이 예상하게 하였다.

콘솔게임은 2023년에 전통 게임 수익의 77.1%를 창출했으며, 전년 대비 4.5% 증가한 183억 달러를 기록하였다. 예측에 따르면 이는 1.8% 연평균 성장률로 증가하여 2028년에는 200억 달러로 성장할 것으로 예상된다. 단, 물리적 콘솔 게임 판매(CDE타이틀 등의)는 수년 동안 전 세계적으로 감소해 왔으며, 일부 게임은 2023년에 물리적 출시를 완전히 포기하였는데, 여기에는 2023년 올해의 게임 후보에 여러 번 오른 Alan Wake II가 포함되었다. 또한 Xbox에 대한 향후 잠재적 계획이 공개되면서 Microsoft가 완전 디지털 생태계로 전환하고 있으며, 2024년 말에는 디스크 드라이브가 없는 새로운 Xbox Series X 모델이 출시될 가능성이 있음을 암시하였다. Microsoft의 직접적인 경쟁자인 Sony와 Nintendo와 비교할 때 Microsoft는 이러한 전환으로 인해 잃을 것이 가장 적는데, 이는 많은 Xbox 사용자가 (경쟁사에 비해) 이미 게임을 디지털 방식으로 구매하고 있었기 때문이다.

물리적 판매의 감소와 함께 디지털 판매도 2023년에 전년 대비 2.4% 감소를 기록했지만, GTA VI와 Switch의 새로운 출시 덕분에 2028년까지는 0.7%의 연평균 성장률로 성장할 것으로 예상된다. 전체 게임 판매에서 사라지는 수익의 일부는 대신 온라인/마이크로트랜잭션 수익으로 전환될 것이며, 이는 5.5% 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다. 이 부분의 수익은 2023년에 103억 달러를 기록하였고 2028년까지 135억 달러로 증가할 것으로 예상되며 이는 Fortnite, Destiny, Apex Legends 등과 같은 무료 게임의 증가하는 인기에 의해 주도될 것이다. 이러한 게임은 소비자가 비용 부담 없이 상당한 시간 동안 플레이할 수 있게 하는 장점이 있으며 이러한 게임의 인기로 인해 해당 개발자는 게임 내 화상품이나 기타 아이템 판매를 통해 상당한 수익을 창출할 수 있었다.

● PC 게임

미국에서 PC 게임 수익은 2023년에 54억 달러에 도달하여 전년 대비 3.1%의 성장을 보였다. 이 부분의 수익은 3.0%의 연평균 성장률로 증가하여 2028년까지 63억 달러에 도달할 것으로 예상되며, 순조로운 성장을 보일 것으로 예상된다. 미국에서 PC 게임 수익의 대부분은 온라인/마이크로트랜잭션에서 발생하는데, 이는 PC에서 가장 인기 있는 게임이 모두 무료 플레이 타이틀이기 때문이다. 인기 있는 e스포츠 타이틀 외에도 Roblox 및 Minecraft와 같은 커뮤니티 기반 게임이 인기가 있으며, 게임 내 마이크로트랜잭션을 통해 상당한 매출을 창출하고 있다.

디지털 PC 게임의 성장은 2028년까지 견고할 것으로 예상되며, 3.4%의 연평균 성장률로 증가한 후 매출이 9억 6,900만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 반면 물리적 판매는 앞으로 몇 년 동안 폭락할 것으로 예상되며, 이미 2023년에 전년대비 50.2%의 급락을 겪은 바 있다. 이는 지속적인 글로벌 추세와 일치하며, PC 게이머는 물리적 게임 타이틀 구매에서 벗어나 점차 Steam 및 Epic Games Store를 포함한 인기 있는 스토어프런트에서 구매하는 방식을 선호하게 되었다.



PC 게임에서 지난 수년간 Steam의 지배력은 공고하였으며, 다른 스토어프런트는 Steam의 독점을 깨고자 노력하였다. GOG.com은 Steam에서 찾기 어려운 게임에 대한 액세스를 제공하고 사용자가 디지털 권리 관리(DRM) 없이 게임을 구매할 수 있도록 하였으며, 이를 통해 사용자는 구매한 게임을 구매 후 온라인 인증이나 제한 없이 플레이할 수 있어 고속 또는 안정적인 인터넷에 액세스할 수 없는 일부 PC 게이머들이 GOG.com를 선호하도록 만드는데 어느정도 성공하였다. 그러나 이는 기존 Steam의 아성을 무너뜨리기에 충분한 수준은 아니었으며, Steam과 경쟁하고자 하는 다른 경쟁자들도 그다지 성공적이지는 못했다. Ubisoft은 2019년에 Steam에서 자체 디지털 서비스로 타이틀을 옮기기 시작했지만 2022년 말에 다시 Steam으로 복귀하기 시작했으며 이러한 움직임은 2023년까지 계속되었다. 경쟁사들의 노력에도 불구하고, 나머지 예측 기간 동안 PC 게임 수익 성장은 주로 Steam에 의해 주도될 것이 비교적 명확해 보인다.

● e스포츠

2023년 미국의 총 e스포츠 수익은 4억 7,600만 달러였으며, 4.1%의 연평균 성장률로 증가한 후 2028년에는 거의 5억 8,300만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 전년의 19.0%에서 11.6%로 감소하였고, 향후 5년 동안 성장률은 계속 둔화될 것으로 예상되며, 2028년 말 까지 연간 3.0%로 떨어질 것으로 예상된다.

미국은 세계에서 두 번째로 큰 e스포츠 시장을 보유하고 있는 나라이며, e스포츠 시장에 가장 큰 투자자를 보유하고 있는 나라이다. 미국에서 e스포츠의 역사는 1990년대로 거슬러 올라가며, 바야흐로 2023년에는 미국 정부로부터 인정을 받게 되었다. 미국은 선두적인 e스포츠 팀과 수많은 주요 e스포츠 토너먼트, 리그 및 조직의 본거지로서 대학 축구 및 농구와 같은 전통 스포츠에 대한 광범위한 수준의 지원과 유사한 강력한 대학 e스포츠 인프라를 보유하고 있다.

미국 e스포츠 시장 중 스폰서십은 가장 선도적 부문이며, 2023년 e스포츠 스폰서십은 1억 7,800만 달러로 전체 e스포츠 시장 수익의 37.5%를 차지한 바 있다. 향후 기간에는 약 2.6%의 연평균 성장률로 성장하여 2028년에는 매출이 2억 200만 달러 이상이 될 것으로 예상되고 있다. 단 e스포츠 스폰서십 수익은 어느정도 성장 한계에 접근하는 것으로 보이며 시장의 다른 부문보다 낮은 수준의 성장률을 보여 2028년에는 2.1%까지 그 성장률이 둔화될 것으로 예상된다. 이는 e스포츠 스폰서십을 둘러싼 사업 기회에 대한 우려가 커지면서 새로운 투자가 점차로 감소하는 것과 일맥상통한다고 할 수 있다.

e스포츠 미디어 권리 수익은 스폰서십 수익을 뒤따르고 있으며, 2023년에는 1억 4,600만 달러의 매출을 창출하였다. 향후 이 부문은 6.2%의 연평균 성장률을 보이며 예측 기간 동안 스폰서십 매출과의 격차를 크게 줄일 것으로 예상된다. 소비자 기여 수익은 4.9%의 연평균 성장률로 성장하여 2023년 매출 2,200만 달러에서 2028년에는 2,800만 달러로 증가할 것으로 예상되며, e스포츠 소비자 티켓 판매도 견고한 성장을 보여 2023년에는 COVID-19 팬데믹 이전 수익을 이미 넘어선 매출 3,300만 달러에서 2028년에는 4,300만 달러로 견고한 5.2%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예상된다.

아시아퍼시픽 (중국, 일본, 한국 등)

[표 5] 아시아퍼시픽 지역 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in Asia Pacific (US\$ mn)	246,902	266,502	286,508	308,686	334,161
+ Esports (US\$ mn)	1,121	1,245	1,365	1,482	1,597
+ Video games (US\$ mn)	119,245	131,565	144,843	160,824	180,285

출처: PwC글로벌 홈페이지

아시아 태평양은 세계에서 가장 큰 지역 시장으로, 2026년부터 다른 모든 지역을 합친 것보다 더 많은 수익을 창출하고 있다. 이 수익의 대부분은 중국에서 발생하지만, 아시아 태평양에는 일본과 한국이라는, 세계에서 세 번째로 큰 시장과 네 번째로 큰 시장도 포함되어 있다. 이 지역은 이미 놀라운 규모임에도 불구하고 여전히 엄청난 성장 기회를 보여주고 있다. 중국만 하더라도 향후 5년 동안 수익이 거의 두 배로 증가할 것으로 예상되며, 파키스탄, 인도네시아, 인도(특히 인도는 세계에서 게임 매출이 가장 빠르게 성장하는 지역)는 여전히 높은 성장 잠재력을 가지고 있는 시장이다.

이 지역의 높은 성장성에는 많은 요인이 기여하는데, 여기에는 인구가 많고, 1인당 소득이 높고 최신 기술에 쉽게 접근할 수 있는 선진 시장 뿐만 아니라 점점 더 대중적인 기술에 대한 접근성이 증가하는 신흥 시장이 포함된다.

아시아 태평양 지역의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 1,096억 달러였으며, 2028년에는 1,818억 달러에 도달할 것으로 예상되어 10.7%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예상된다. 이 지역의 연간 성장률은 2023년에 6.1%로 전년 대비 9.3% 감소했으나 2024년에는 9.8%로 반등하였고, 이후 3년 동안 10.0%를 넘어설 것으로 예상되며 최종적으로 예측 기간이 끝날 때에는 12.1%의 최고치에 도달할 것으로 예상되고 있다.

아시아 태평양의 놀라운 성장은 소셜 및 캐주얼 게임에 의해 촉진되었다고 볼 수 있다. 소셜 및 캐주얼 게임은 858억 달러의 매출로 2023년 이 지역의 총 비디오 게임 매출의 78.9%를 차지하였고 2028년에는 1,549억 달러로 증가할 것으로 예상되어, 12.6%의 빠른 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상된다.



사실 이 지역의 소셜 및 캐주얼 게임의 극적인 성장 요인은 앱 내 게임 광고의 급격한 상승이라고 할 수 있다. 모바일 게임이 개개인으로부터의 마이크로 트랜잭션(소액결제)에 기대기 보다는 주기적으로 광고를 시청하도록 하는 모델로 우선순위를 옮기면서, 소득 수준이 비교적 낮은 인구의 상당 부분이 소셜 및 캐주얼 게임에 쉽게 접근할 수 있도록 하고 있으며, 결과적으로 앱 내 게임 광고는 향후 5년 동안 이 지역에서 가장 큰 수익원이 될 것으로 예상되고 있다. 앱 내 게임광고 매출은 2023년에 419억 달러였으며, 18.7% 연평균 성장률로 인상적인 증가세를 보여 5년 후에는 두 배 이상 증가한 988억 달러에 이를 것으로 예상된다. 성장률은 2025년과 2026년에 매우 약간 떨어질 것으로 예상되지만 예측 기간이 끝날 즈음에는 가장 빠른 속도에 도달할 것이며, 2028년에는 연간 성장률이 20.3%로 예상되고 있다.

소셜 및 캐주얼 게임보다는 훨씬 작지만 아시아 태평양 지역의 전통 게임 시장은 전세계 평균치와 비교해 볼 때 규모와 성장성 면에서 출중한 편에 속하며, 2023년에는 전통 게임 매출액이 219억 달러에 달했고 이후 2.1% 연평균 성장률로 증가하여 2028년 말에는 매출액이 242억 달러에 도달할 것으로 예상되고 있다. 이러한 성장은 PC 게임의 높은 비중에 기인하고 있는데, 아시아 태평양 지역의 전체 전통 게임 수익의 약 3분의 2가 이 분야에서 발생하고 있다.

한편 아시아 태평양은 게임 매출 내 모든 부문에서 인상적인 성장을 보였지만, 클라우드 및 구독 게임의 경우 상대적으로 느린 도입으로 인해 타부문에 비해 성장이 더딘 편에 속하고 있다. 2023년 매출은 42억 달러로 존재감이 높지 않지만, 7.7%의 안정적인 연평균 성장률로 성장하여 2028년에는 매출액이 60억 달러에 달할 것으로 예상되고 있다.

아시아 태평양 지역의 특정 국가로 눈을 돌려보자면, 먼저 중국의 경우 여전히 세계에서 가장 큰 비디오 게

임 및 e스포츠 시장이며, 현재 성장률로는 2028년까지 글로벌 비디오 게임 수익의 3분의 1 이상을 창출할 것으로 예상되고 있다. 중국의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 657억 달러였으며, 13.3% 연평균 성장률로 증가한 후 2028년에는 1,228억 달러에 도달할 것으로 예상된다.

2023년 중국은 EMEA 지역(유럽, 중동 및 아프리카 지역) 전체보다 많은 비디오 게임 및 e스포츠 수익을 창출했으며, 또한 세계에서 다섯 번째로 빠르게 성장하는 시장이기도 하다. 현재 성장률로 보면 중국은 2028년까지 EMEA 지역 수익의 두 배 이상을 창출하고 세계에서 두 번째로 큰 비디오 게임 시장(미국)보다 약 500억 달러 더 많은 수익을 창출할 것이다. 하지만 중국은 최근 비디오 게임에 대한 소비자 지출을 억제하기 위한 새로운 법안을 발의했는데, 이 법안이 제정되면 장기적으로 중국 내 게임 시장의 성장에 큰 영향을 미칠 수 있음을 고려해야 한다. 구체적으로, 2023년 12월 중국 규제 기관은 중국의 온라인 비디오 게임 시장 규제에 대한 의견을 구하는 공개 초안인 온라인 게임 관리 조치를 발표했다는데 이 발표는 중국 주식 시장에 즉각 영향을 미쳐 Tencent와 Netease를 포함한 회사들의 주가가 크게 하락하였고 그 결과, 중국 정부는 다음 날 성명을 발표하여 이 조치가 단지 협의 초안에 불과하며, 온라인 게임 환경의 모든 변경 사항에 대한 피드백을 시장의 플레이어로부터 구할 것이라고 밝힌 바 있다.

중국의 비디오 게임 시장은 전세계 평균보다도 더욱 소셜 및 캐주얼 게임에 크게 치우쳐 있는데, 소셜 및 캐주얼 게임은 2023년에 562억 달러 규모로 중국의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익의 무려 85.6%를 창출한 바 있다. 이는 2028년에 1,120억 달러에 도달하여 14.8%의 빠른 연평균 성장률을 보여줄 것으로 예상되며, 그 시점에서 중국의 소셜 및 캐주얼 게임 부문은 총 비디오 게임 및 e스포츠 시장의 91.2%를 차지할 것으로 예상되고 있다.

중국의 전통적인 게임 부문은 주로 PC 게임으로, 2023년에 76억 달러를 벌어들였으나 다른 지역과 마찬가지로 이 분야의 성장은 느린 편에 속한다. 1.4% 연평균 성장률로 증가하여 2028년에는 82억 달러로 매출이 증가할 것으로 예상되며 이는 전체 PC 게임 수익의 약 80%를 차지하는 중국의 온라인/마이크로트랜잭션 PC 게임 시장이 포화 상태이기 때문일 가능성이 높다.



중국의 e스포츠 시장은 세계에서 가장 크고, 5년의 추정 기간이 끝날 때까지 최초의 10억 달러 규모의 e스포츠 시장이 될 것으로 예상되고 있다. 이는 기본적으로는 광범위한 비디오 게임 시장의 상대적 규모 때문이기도 하지만 다른 여러 요인도 작용하는데, 가령 중국은 e스포츠를 공식 스포츠로 인정한 세계 최초의 국가 중 하나이며, 주요 e스포츠 토너먼트를 정기적으로 개최하고 있다. 또한 중국은 특히 모바일 e스포츠에 대한 대규모 청중을 보유하고 있으며, 중국 대기업 Tencent는 e스포츠에서 가장 인기있는 게임인 League of Legends의 제작사인 Riot Games를 소유하고 있기도 하다.

중국 e스포츠 수익의 거의 절반은 스폰서십에서 발생하고 있으며, 2023년에는 이 스폰서십 수익만 2억 9,500만 달러에 달하였다. 이는 2028년에는 5억 200만 달러로 증가하여 11.2% 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다. e스포츠 미디어 권리 수익은 이 부문에서 두 번째로 큰 시장으로, 2023년에는 2억 700만 달러를 창출하였고 8.3% 연평균 성장률로 성장하여 2028년에는 매출이 3억 800만 달러에 달할 것으로 예상된다. e스포츠 소비자 티켓 판매 수익은 중국 e스포츠 시장에서 가장 빠르게 성장하는 부문으로, 15.7%의 연평균 성장률로 증가하였지만 현재 이 부문의 수익은 중국 시장 규모에 비해 놀라울 정도로 낮은 편이며, 전체 중국 내 게임 시장 수익의 3.2%(글로벌 평균 5.4%)에 불과한 수준이다.

일본의 경우 여전히 풍부한 역사와 영향력을 가진 세계 최고의 전통 게임 강국 중 하나이다. 2023년 일본의 총 비디오 게임 및 e스포츠 매출은 172억 달러로 2022년 대비 2.0% 감소했으나, 예측 기간 동안 견고한 성장이 예상되며, 향후 4.9%의 연평균 성장률로 성장하여 2028년 매출은 219억 달러에 도달할 것으로 예상된다.

일본은 비평가들의 찬사를 받는 수많은 게임 개발자와 퍼블리셔를 보유하고 있으며, 소니, 닌텐도, 스퀘어 에닉스 등의 회사는 모두 큰 성공을 거두고 있다. 하지만 일본의 풍부한 게임 타이틀 유산은 아이러니하게도 일본이 e스포츠 분야에서 많은 경쟁자보다 뒤처지는 상황을 만들어냈으며, 특히 이웃인 한국과 중국과 비교했을 때 그렇다고 볼 수 있다.

한편 전통 게임 매출은 타지역과 비교했을 때 일본에서 매우 강세를 보이는 부문이며, 특히 콘솔 게임은 여전히 기존 게임 수익을 리드하며 2023년 기준 전체 매출의 62.6%를 차지하고 있다. 사실 이는 일본이 시장에서 가장 성공적인 콘솔 브랜드 두 곳(소니의 플레이스테이션, 닌텐도의 닌텐도 스위치)의 본거지라는 점

을 감안하면 놀라운 일이 아닐 수 있다. 2023년 콘솔 게임 수익은 25억 달러였으며, 예측 기간 동안 2.1% 연평균성장률로 성장하여 2028년에는 총 28억 달러에 이를 것으로 예상된다. 한편, 콘솔 시장이 큰 영향력을 행사함에 따라 일본의 PC 게임 시장은 예측 기간 동안 상대적으로 위축될 것으로 예상되는데, 많은 글로벌 시장에서 온라인/마이크로트랜잭션 PC 수익이 증가할 것으로 예상되는 반면, 일본은 이 기간 동안 매우 미미한 감소를 경험할 것으로 예상되고 있다. (Famitsu에 따르면 2023년 일본에서 가장 많이 팔린 게임 10위는 모두 Nintendo Switch 타이틀로, 이는 Switch가 경쟁사보다 인기가 높다는 것을 보여주고 있다. 베스트 셀러 Top 5로는 The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom, Super Mario Bros. Wonder, Pikmin 4, Pokémon Scarlet and Violet, Momotaro Dentetsu World가 있으며, The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom이 목록의 맨 위에 오른 것은 전 세계 시장에서 판매가 고무 강력하게 이루어진 점을 감안할 때 놀라운 일은 아니라 생각된다)

전술한 바, 일본은 다른 세계 시장과 비교했을 때 상대적으로 강력한 e스포츠 시장을 보유하고 있지만 이웃 국가인 중국이나 한국에 비하면 다소 미흡한 편이라고 볼 수 있다. 특이한 점으로, 일본은 교육 커리큘럼에 e스포츠를 포함시키기 위해 노력해 왔으며 많은 일본 고등학교가 현재 e스포츠 대회를 운영하여 2022년에는 6,000명 이상의 학생이 이 토너먼트에 참가한 바 있다는 점을 들 수 있다. 이러한 환경은 일본 내 플레이어들이 유명 e스포츠 선수가 될 수 있는 가능성을 제공할 것으로 보인다. 아울러 일본은 e스포츠 영역을 확대하기 위해 많은 이벤트를 개최하고 있는데, 2023년에는 다양한 포켓몬 e스포츠 이벤트를 개최했고, 도쿄에서 Valorant Champions Tour Masters 이벤트도 개최한 바 있다. 이는 일본이 향후 더 많은 주요 e스포츠 이벤트를 개최하고 e스포츠 비즈니스를 성장시킬 가능성을 보여주고 있다. 일본은 e스포츠 팬 다수가 전세계적으로 널리 인기 있는 게임인 League of Legends, Dota 2, Valorant 외의 다른 게임에 관심이 있다는 점에서 타지역과 차별화되고 있으며, 타지역과는 다른 경로의 성장 가능성을 보여주고 있다고 보여진다.



유럽, 중동 및 아프리카 지역(EMEA)

[표 6] 유럽, 중동 및 아프리카 지역(EMEA) 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in EMEA (US\$ mn)	48,873	51,479	53,578	55,246	56,709
+ Esports (US\$ mn)	409	451	490	527	564
+ Video games (US\$ mn)	48,481	51,046	53,107	54,739	56,167

출처: PwC글로벌 홈페이지

EMEA는 세 개의 하위 지역 시장으로 구성된 다면 지역으로, 각각 다른 경제적 특성으로 정의될 수 있다. 이 중 서유럽은 가장 부유하지만 상대적으로 성장속도는 느린 편이다. 대규모의 꾸준히 성장하는 소셜 및 캐주얼 게임 부문과 저조한 성장에도 불구하고 높은 수익을 창출하는 잘 확립된 전통 게임 부문이 이 지역의 특징이라고 볼 수 있다. 동유럽은 수익이 가장 적지만 가장 빠른 성장을 보이는 반면, 중동 및 아프리카는 이들 중간에 위치하며 적당한 연간 수익과 꾸준한 전체 성장을 보이고 있다.

EMEA의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 457억 달러에 도달했으며, 4.4%의 연평균 성장률로 증가한 후, 2028년에는 567억 달러를 초과할 것으로 예상된다. 2023년 이 지역의 연간 성장률은 2022년 비교적 낮은 0.5%에서 3.6%로 증가했으며, 성장률은 2024년에 7.0%로 최고치를 기록한 후 추정 기간이 끝날 때까지 꾸준히 둔화되어 2028년에는 2.6%가 될 것으로 예상되고 있다. 이 지역 수익의 83% 이상이 서유럽에서 발생하고 있으며, 2023년에는 380억 달러를 기록하였다. 나머지 수익 중 중동 및 아프리카는 2023년에 50억 달러를 벌어들였고, 중부 및 동유럽의 수익은 27억 달러를 기록하였다. 하지만 중부 및 동유럽이 가장 빠른 성장률을 보이며, 2028년까지 수익이 7.6%의

연평균 성장률로 증가하여 거의 39억 달러에 이를 것으로 예상된다. 중동 및 아프리카의 수익은 2028년에 5.2%의 연평균 성장률로 65억 달러에 도달할 것이고, 서유럽의 수익은 약간 느린 4.1%의 성장률로 464억 달러에 달할 것으로 예상된다.

이러한 각각의 하위 시장은 지역별로 어느 정도 다양성을 보이는 반면, 그 성장 궤적은 점점 더 유사해지고 있다. 우선 세 지역 모두 주로 소셜 및 캐주얼 게임에 의해 주도되고 있으며, 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 수익이 빠르게 성장하는 앱 내 게임 광고 수익으로 강화되고 있다. 세 지역 모두 느리게 성장하는 전통 게임 시장을 특징으로 하며, 기존의 물리적인 미디어로부터의 빠른 전환이 전체 성장률에 영향을 미치고 있다. 또한 세 지역 모두 클라우드 및 구독 게임에서 빠르게 성장하고 있으며, 이 부문은 서유럽에서 가장 두드러지고 있다. 이 지역에는 3천만 명이 넘는 클라우드 및 구독 플레이어가 있어 전세계 3번째로 큰 시장이며, 북미 다음으로 클라우드 및 구독 서비스가 지역 시장을 주도하고 있다. 이러한 성장으로 인해 클라우드 및 구독 게임 수익은 2023년에 32억 달러로 증가했으며, 6.3%의 연평균 성장률로 성장하여 2028년에는 43억 달러에 도달할 것으로 예상된다.

이 지역의 전반적인 게임 매출 추세는 향후 5년 동안 대체로 동일하게 유지될 것으로 예상된다. 게임업의 많은 부문에서 지난 수년의 어려운 시기를 거쳐 매출 트렌드가 개선될 것으로 예상되나 팬데믹 이전의 성장속도와 비교했을 때, 주목할 만한 수준은 아닐 것으로 예상된다. 소셜 및 캐주얼 게임이 계속 확장되는 반면 기존의 전통 게임은 어려움을 겪으면서 시장점유율이 약간 변경될 것이지만, 예측 기간 동안 극적인 패러다임 변화는 예상되지 않고 있다.

EMEA지역의 특정 국가로 눈을 돌려보자면, 먼저 UK의 경우 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 87억 달러로 2022년 대비 2.5% 증가하였고, 2028년 추정 기간이 끝날 때까지 3.8%의 연평균 성장률로 추가 성장이 예상되어 2028년의 예상 총 수익은 105억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 영국의 게임시장은 성숙된 시장으로 다른 시장보다 성장률이 낮을 것으로 예상되며, 최근의 경제 위기는 최근 몇 년 동안의 가속 성장을 저해하는 요소가 될 것으로 예상된다.

이러한 상황에도 불구하고 영국은 Rockstar Games, Rocksteady Studios, Playground Games를 비롯한 성공적인 게임 개발사의 풍부한 유산과 e스포츠 분야에서 확고한 입지를 구축하면서 서유럽에서 가장 큰 게임 시장이라는 지위를 유지하고 있다.

더 광범위한 업계 뉴스로 잠시 눈을 돌리자면, Microsoft는 마침내 2023년 10월에 Activision Blizzard 인수를 완료하기 위해 영국에서 예비 승인을 받게 되었다. 이 거래는 당초 클라우드 게임에 대한 우려로 인해 영국의 경쟁 및 시장 기관(CMA)에 의해 거부되었

으나 이후 Microsoft는 Activision Blizzard에서 발행하는 모든 기존 및 신규 게임에 대한 모든 클라우드 게임 권리를 Ubisoft에 양도하는 것으로 거래를 재구성하였고, 이러한 재구성을 통해 마침내 CMA의 승인을 받을 수 있었다. (영국은 원래는 2022년 1월에 제출되었던 Microsoft의 687억 달러 규모의 인수에서 마지막 허들이었다)

시장 전반적으로는 2023년에 업계에서 기록적인 수준의 잉여 인력이 발생했으며, 여러 주요 스튜디오에서 상당수의 직원이 해고되었다. 2023년 10월까지 1,000명 이상의 직원이 Unity에서 해고되었고, 800명 이상의 Epic Games 직원이 일자리를 잃는 등 6,000개 이상의 일자리가 감축되었으며 이로 인해 업계 내에서 유의적인 불확실성이 조성되었다. 대규모 해고의 이유로는 여러 가지가 거론되었는데, 대체로 팬데믹으로 인해 과도한 인력의 증가가 주요 이유로 꼽혔으며, 일부 개발자의 비용 과다 사용이 이유로 거론되기도 하였다. 뿐만 아니라 게임 개발에 시기술의 사용이 증가되면서 인력을 줄이고 비용을 더욱 낮출 수 있는 방안도 고려해야 하는 상황이 되었다.

소셜 및 캐주얼 게임은 2023년 영국의 총 비디오 게임 매출의 50.8%를 창출했으며, 2028년까지 견고한 성장이 예상되어, 매출은 2023년의 44억 달러에서 33.0% 증가한 59억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 이 매출의 대부분은 앱 기반 게임에서 발생하고 있으며, 이 부분의 매출은 2023년의 28억 달러에서 예측 기간 동안 3.7%의 연평균 성장률로 꾸준히 증가할 것으로 예상된다.

소셜 및 캐주얼 게임의 인기 상승은 COVID-19 팬데믹으로 인해 가속화되었다. 플레이어 수는 다소 감소했지만 스마트폰의 접근성으로 인해 모바일 게이머의 강력한 핵심 기반은 여전히 견고하다고 여겨지며, 이러한 기반은 5G의 기술이 확대되면서 멀티플레이어 게임의 연결성을 지속적으로 개선할 것으로 예상된다. 2024년 1월, 영국의 게임 제작사 Epic Games는 Apple의 정책에 대한 의견 불일치로 App Store에서 삭제되었던 인기 비디오 게임 Fortnite가 4년 만에 iPhone으로 돌아온다고 발표하였다.

영국에서 가장 인기 있는 모바일 게임은 Coin Master, Candy Crush, Roblox 등으로 다른 많은 서유럽 국가들과 비슷하다. 주지하듯이, 모바일 게임은 콘솔 및 PC 설정 및 게임에 비해 스마트폰의 높은 보급률과 낮은 투자 비용으로 인해 더 많은 “캐주얼” 게이머를 유치하는 경향이 있으며 이는 영국도 예외는 아니다.

디즈니는 최근 Epic Games와 약 15억 달러 규모의 중요한 거래를 발표했는데, 이를 통해 Fortnite에서 디즈니 속성으로 가득 찬 엔터테인먼트 유니버스에 투자할 수 있게 되었다. 이러한 움직임은 디즈니가 영화 및 TV와 같은 다른 엔터테인먼트 비즈니스와 마찬가지로 게임에 많은 시간을 보내는 Z세대와 더 많이 교류하고자 하는 욕구에서 비롯되었다고 할 수 있다.

한편 2023년 영국의 기존 전통 게임 매출은 39억 달러에 도달했으며, 2024년에는 전년 대비 3.7% 증가할 것으로 예상된다. 2028년까지 매출은 41억 달러에 도달할 것으로 예상되지만, Roblox와 Fortnite와 같은 무료 온라인 게임이 여전히 큰 인기를 유지할 것으로 예상되어 기존 타이틀의 판매를 떨어뜨릴 것으로 예상된다.



콘솔 게임은 여전히 영국에서 PC 게임을 앞지르고 있지만, 콘솔 게임 수익은 예측 기간 동안 마이너스 0.3%의 연평균 성장률로 감소하여 2028년에는 25억 달러에 이를 것으로 예상되며, 이는 부분적으로는 새로운 콘솔 기기의 부족 때문인 것으로 보인다. 반대로 PC 게임 수익은 2028년까지 3.4%의 연평균 성장률로 증가하여 콘솔과 PC 게임 간의 격차를 메울 것으로 예상된다. 이 부문의 매출은 2023년에는 전통적인 게임 부문의 35.5%를 차지하였으나 2028년에는 39.6%를 차지할 것으로 예상된다.

콘솔 게임의 감소는 부분적으로 기존 콘솔 기기의 주기에 의해 영향을 받았을 수 있으며, PlayStation 5와 Xbox Series X/S가 출시된 지 3년이 지났다는 점이 고려되어야 한다. (물론 그럼에도 불구하고 PlayStation 5는 영국에서 2023년 내내 가장 많이 팔린 콘솔이었다) 콘솔 판매는 2022년에 55.2% 증가하는 등 PlayStation 5의 가장 성공적인 해가 되었고, 이는 2014년 이후 영국에서 PlayStation의 가장 좋은 실적이었다. 반면 Nintendo Switch 판매는 16.7% 감소했는데, 이는 Nintendo Switch 2019년 이후 매년 영국에서 가장 많이 팔린 콘솔이었다는 점을 감안하면 놀라운 일이다. 다만 Nintendo Switch 판매 저조는 2025년에 출시될 것으로 예상되는 Nintendo Switch 2의 출시 소식으로 인해 더욱 영향을 받았을 가능성이 있다.

영국의 2023년 베스트셀러 게임 차트에서 1위를 차지한 것은 EA Sports FC 24, Hogwarts Legacy, Call of Duty: Modern Warfare III였다. Hogwarts Legacy는 다양한 콘솔에서 출시되었고 영국 내에서 기존 Harry Potter의 팬덤과 맞물려 물리 타이틀 측면에서도 그 해 가장 많이 팔린 게임이 되었다. 특히 2023년에는 기존 IP를 활용한 프랜차이즈 게임이 차트를 장악한 반면, 새로운 IP는 어려움을 겪었는데, 베스트셀러인 새로운 IP

Starfield는 차트에서 31위를 차지하는데 그쳤고 이는 2022년에 비평가들의 극찬을 받은 Elden Ring과는 극명한 대조를 이루었다.

Microsoft는 퍼스트파티 타이틀에서 거의 성공을 거두지 못했고(Starfield는 팬들에게 별로 좋은 반응을 얻지 못했음) Xbox Series X/S의 지속적인 판매 부진으로 인해 Microsoft가 Xbox 게임을 완전히 타사로 옮겨 Xbox 독점 게임이 다른 콘솔에서 출시될 수 있도록 한다는 소문이 퍼지기도 했다. 반면 Nintendo Switch와 PlayStation 5는 God of War: Ragnarök, Marvel's Spider-Man 2, The Legend of Zelda: Breath of the Wild, Super Mario Odyssey 등을 포함한 각각의 퍼스트파티 타이틀의 성공으로 큰 매출 실적을 올렸다.

게임부문에서 Microsoft의 가장 큰 자산은 Game Pass 서비스인 것으로 보이며 이 서비스를 통해 플레이어는 월 이용료를 내고 방대한 게임 라이브러리를 플레이할 수 있게 되었다. Microsoft는 팬데믹 기간 동안 해당 서비스가 상당히 성장했다고 보고했지만 정기적인 업데이트는 중단되었고 가입자 수 증가는 둔화되었을 가능성이 높다. Microsoft는 가입자 수를 늘리기 위해 Game Pass에 매력적인 퍼스트파티 타이틀을 추가하기로 하였으며 2024년에 Senua's Saga: Hellblade II와 Avowed가 Game Pass 내 출시될 예정이다. Game Pass는 게임 산업의 새로운 리더로 자리 매김했으며 경쟁자인 PlayStation이 자체 PlayStation Plus 서비스를 구독료로 액세스할 수 있는 게임 라이브러리로 재편하도록 영감을 주기도 했다. 이와 유사하게 Netflix도 최근 몇 년 동안 게임 분야에 큰 움직임을 보이기 시작했으며 가입자가 특정 모바일 게임을 무료로 플레이할 수 있도록 시작해 Ubisoft와 함께 여러 타이틀을 개발하고 Tomb Raider 로그 라이크와 Monument Valley를 출시하는 것으로 점차 행보를 확대해 나가고 있다.



영국의 총 e스포츠 수익은 2023년에 7,200만 달러에 도달했으며, 9.5%의 강력한 연평균 성장률로 증가하여 2028년에는 1억 1,300만 달러에 도달할 것으로 예상된다.

영국의 e스포츠 시장은 독일에 이어 유럽에서 두 번째로 큰 시장이다. 영국은 최근 몇 년 동안 중요성이 높아진 유서 깊은 e스포츠 현장을 보유하고 있다. 여기에는 2024년에 20주년을 맞이하는 Fnatic과 같은 오랜 팀과 Endpoint 및 Tundra와 같은 빠르게 부상하는 팀이 포함되며, 후자는 2022년에 Dota 2 월드 챔피언십인 The International에서 우승한 바 있다. 영국은 또한 League of Legends Mid-Season Invitational(MSI) 및 Apex Legends Global Series(ALGS)와 같은 글로벌 e스포츠 토너먼트를 점점 더 많이 주최하고 있다. 영국에는 CS:GO, League of Legends, Halo, Rainbow Six 및 Apex Legends에서 활동하는 팀을 보유한 Fnatic을 포함한 다양한 유명 팀이 있으며, 이들은 여전히 영국에서 가장 잘 알려진 e스포츠 팀으로 간주된다. EXCEL Esports는 2014년 출범 이후 Call of Duty, Hearthstone, Street Fighter, Rocket League, VALORANT에서 경쟁하며 엄청난 위상을 쌓았다. EXCEL은 2023년 VCT Game Changers Tournament에서 경쟁하기 위해 여성 전원으로 구성된 VALORANT 로스터를 영입하여 큰 화제를 모은 바 있다. David Beckham이 공동 소유한 Guild Esports는 최근 몇 년 동안 CS:GO와 VALORANT의 여성 전원 로스터를 추가했으며, e스포츠 선수를 최고 수준으로 훈련할 수 있도록 설계된 강력한 아카데미 시스템도 보유하고 있다.

2023년 영국의 e스포츠 시장은 e스포츠 스폰서십이 e스포츠 미디어 권리를 제치고 시장에서 가장 주요한 수익원이 되면서 전환점을 맞이하였다. 영국의 총 e스포츠 스폰서십 수익은 2023년 2,500만 달러에서 2028년에는 4,300만 달러를 넘어설 것으로 예상되며 이 기간의 연평균 성장률은 11.9%이다. 2023년의 주요 e스포츠 스폰서십 거래에는 영국에 있는 Lionscreed 팀이 핀테크 회사 Plutus와 스폰서십 계약을 체결한 것이 포함되며 이는 수백만불 단위의 대규모 거래로 Lionscreed가 여러 프로젝트와 이벤트로 확장할 수 있는 원동력이 될 것으로 기대되고 있다.

e스포츠 미디어 권리 수익은 현재 영국에서 e스포츠 스폰서십에 밀려 두번째로 큰 수익원이지만, 그럼에도 불구하고 주목할 만한 성장을 보이고 있다. e스포츠 미디어 권리 수익은 2023년 2,500만 달러에서 2028년 3,900만 달러로 증가하여 9.5%의 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다.

e스포츠 소비자 티켓 수익 성장은 COVID-19 팬데믹에서는 회복되었으나, 이후 상당히 둔화되었다. 7.3%의 연평균 성장률은 유럽에서 가장 낮은 수준이며, 글로벌 평균과 비교해서도 상당히 낮은 편에 속한다. 이는 서유럽에서 가장 두드러진 시장 중 하나인 영국의 e스포츠 호스팅 시장이 성숙했기 때문일 수 있습니다. 영국의 e스포츠 일정도 비교적 바빠서 새로운 이벤트를 위한 여유가 크지 않습니다. 그럼에도 불구하고 소비자 티켓 판매는 2023년의 410만 달러에서 2028년 말까지 590만 달러로 증가할 것입니다.

Twitch는 여전히 e스포츠를 시청하는 가장 인기 있는 플랫폼이며, 이 회사는 최근에 몇 가지 중요한 변화를 발표하였다. 우선 구독 가격이 최근에 인상되었으며, 뒤이어 직원의 약 35%에 해당하는 500명 이상의 직원을 해고한다는 성명을 발표하였다. CEO Dan Clancy의 코멘트에 따르면, 이러한 조치의 이유는 결국 회사가 적절한 규모의 직원을 예측하지 못했기 때문이다. 그러나 Twitch의 재무 상황은 여전히 비교적 강력해 보이며, 2023년에 스트리머에게 지급해야 할 금액은 무려 10억 달러 이상이 될 예정이다. 추가로, Twitch는 스트리머에게 더 많은 돈을 지불하기로 새로운 계약 조건을 제시했으며 스트리머가 100명 이상의 유료 구독자를 확보하는 경우 스트리머와 회사 간의 수익 분배를 50:50에서 60:40으로 변경하였다. 이는 자연스럽게 영국에서의 구독 비용도 상승시켰고, 보상이 증가함에 따라 스트리머는 콘텐츠 생산량을 늘리는 추가적인 인센티브를 받게 되며, 이에 따라 더 많은 수입을 얻을 수 있게 될 예정이다.

기타지역 (인도, 인도네시아 및 브라질)

인도는 예측 기간 동안 세계에서 가장 빠르게 성장하는 비디오 게임 시장이 될 것이며, 19.1%의 연평균 성장률로 성장할 것으로 예상된다. 그리고 그 뒤를 브라질과 인도네시아가 따르고 있다.

[표 7] 인도 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in India (US\$ mn)	2,421	2,914	3,478	4,111	4,805
+ Esports (US\$ mn)	11	13	16	19	22
+ Video games (US\$ mn)	2,411	2,902	3,463	4,094	4,785

출처: PwC글로벌 홈페이지

인도의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 20억 달러였으며, 2028년까지 48억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 21.7%였으며, 성장률은 5년 예측 기간동안 점차로 줄어들어, 2028년에는 16.9%까지 감소할 것으로 예상된다.

인도는 세계에서 가장 빠르게 성장하는 비디오 게임 시장으로, 소셜 및 캐주얼 게임 부문이 붐을 이루고 있으며, 높은 성장률에 제동을 거는 기존 게임 시장이 미미한 수준이다. 단 인도의 1인당 소득이 낮은 관계로 게임업에서 발생하는 총 매출은 인도의 인구 규모에 비해 여전히 낮은 편이나, 그럼에도 불구하고 미래의 게임 강국으로서 인도의 잠재력은 여전히 상당한 수준이라고 할 수 있다.

● 소셜 및 캐주얼 게임

인도의 총 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 2023년에 17억 달러였고, 2028년에는 44억 달러를 넘어설 것으로 예상되며, 21.6%의 빠른 연평균 성장률로 확대될 것이다. 2023년 인도의 소셜 및 캐주얼 게임 부문의 연간 성장률은 26.1%로, 예측 기간 동안 점차로 둔화되어, 2028년에는 18.3%로 떨어질 것으로 예상된다.

인도의 비디오 게임 시장은 압도적으로 소셜 및 캐주얼 게임에 치우쳐 있으며, 이 부문은 2023년에 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익의 83.7%를 창출하였다. 이러한 점유율은 점점 높아져, 2028년에는 92.5%까지 증가할 것으로 예상된다. 현재 이 부문 매출의 대부분은 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임에서 발생하고 있으며, 2023년에는 12억 달러의 매출을 기록하였고, 향후 14.5%의 연평균 성장률로 증가하면서 5년 후인 2028년에는 두 배 가까이 성장한 23억 달러를 기록할 것으로 예상된다. 인 앱 게임 광고 수익은 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임보다 그 규모는 작으나, 향후 5년 동안 인상적인 34.4%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예상되며, 2023년의 4억 8천만 달러 규모의 인 앱 게임 광고 수익은 2028년에는 4배 이상 증가한 21억 달러가 되어, 이 부문의 거의 50%를 차지할 것으로 예상된다.

2023년 보고서에 따르면 인도의 4억 9,500만 명의 게이머 중 94%가 모바일을 주된 플랫폼으로 사용하였다. 이들 모바일 플랫폼을 사용한 플레이어의 약 3분의 2는 “캐주얼” 게이머였고, 나머지 3분의 1은 이른바 “미드코어” 또는 “하드코어” 게이머였다. 인도 게임 시장의 특징 중 하나로, 플레이어 수는 많은 반면 게임에 대한

소비자 지출은 낮다는 점을 들 수 있다. 2022년 인도 인터넷 및 모바일 협회는 인도 게이머의 약 40%가 모바일 게임에 한 달에 230루피(미화 2.77달러)를 썼다고 보고했는데, 이 수치는 COVID-19 팬데믹으로 인해 비디오 게임에 대한 소비자 지출이 전 세계적으로 급증한 데 따른 것으로도 추정된다.

인도에서 가장 인기 있는 모바일 게임은 Coin Master 및 Candy Crush Saga와 같은 캐주얼 퍼즐 게임과 Free Fire MAX 및 Battlegrounds Mobile India 와 같은 멀티플레이어 슈팅 게임이었다. 뿐만 아니라 Yalla Ludo 및 Teen Patti Octro Poker & Rummy 와 같은 가상 보드 및 카드 게임도 인도에서 많은 인기를 끌었다. 이들 게임의 공통점은 수익을 창출하기 위해 마이크로트랜잭션 또는 게임 내 광고에 의존하는 무료 게임이라는 점이다. 이는 인도의 총 비디오 게임 수익이 인구 규모에 비해 낮은 이유, 시장이 소셜 및 캐주얼 게임에 크게 의존하는 이유, 앱 내 게임 광고 수익이 그토록 빠른 성장을 보이는 이유를 어느정도 설명해준다고 할 수 있다.



● 전통적인 게임

전통적인 게임은 인도 비디오 게임 시장에서 매우 작은 부분을 차지하며, 2023년 수익은 2억 6,500만 달러에 불과했다. 향후에도 이 부문은 미미한 성장만을 보이며, 2028년까지 단 0.9%의 연평균 성장률을 보이며 2억 7,700만 달러에 도달할 것으로 예상된다.

이러한 느린 성장은, 글로벌 트렌드와 마찬가지로 플레이어들이 디지털 게임을 구매하고, 특히 마이크로트랜잭션에 의존하는 무료 게임을 선택함에 따라 콘솔 게임의 물리적 사본 판매가 감소한 데서 비롯된다고 볼 수 있다. 콘솔 게임 수익은 2023년 2억 2,600만 달러에서 2028년 2억 3,400만 달러로 0.7%의 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상되며, PC 게임은 이보다는 약간 더 빠른 성장을 보이며 1.8%의 연평균 성장률로 증가하지만 전체 수익은 콘솔 게임보다는 작을 것으로 예상된다. PC 게임은 2023년에 3,900만 달러의 수익을 올렸고 예측 기간이 끝날 때 4,300만 달러에 도달할 것으로 예상되고 있다.

● 통합 비디오 게임 광고 및 클라우드 및 구독 게임

통합 비디오 게임 광고는 현재는 인도의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익의 일부에 불과하지만 지속적인 성장을 통해 2.7%의 연평균 성장률을 보이며 2023년에 5,400만 달러에서 2028년 6,100만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 또한 비디오 게임 소비의 새로운 형태인 클라우드 및 구독 게임 수익은 인도에서 빠르게 성장하고 있다. 2023년 클라우드 및 구독 게임 총 수익은 2,300만 달러였으며, 25.1% 연평균 성장률로 빠르게 성장하여 2028년에는 7,200만 달러에 도달할 예정이며, 이 무렵에는 클라우드 및 구독 게임이 PC 게임이나 통합 비디오 게임 광고보다 인도의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익에서 더 큰 비중을 차지할 것으로 예상되고 있다.

● e스포츠

2023년 인도의 총 e스포츠 수익은 810만 달러였으며, 21.8%의 높은 연평균 성장률로 증가한 후 2028년에는 2,200만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 단, 2023년의 연간 성장률은 36.3%로 전년 대비 10% 이상 감소했으며, 예측 기간 동안 성장률은 계속 둔화되어 2028년 말에는 15.2%까지 떨어질 것으로 예상된다.

세계에서 두 번째로 빠르게 성장하는 e스포츠 시장인 인도의 e스포츠는 비디오 게임에 대한 광범위한 소비를 반영하고 있는데, 이는 Call of Duty Mobile 및 Battlegrounds Mobile India 와 같은 모바일 기반의 게임이 e스포츠 경기와 시청률에서 가장 인기가 있는 것으로 입증되기 시작하면서 그렇다. 인도의 e스포츠는 수많은 국내 토너먼트와 2022년 중 정부의 e스포츠에 대한 공식 인정으로 빠르게 발전하고 있지만, 여전히 추가적인 확장 가능성이 상당히 있다고 여겨진다.

e스포츠 스폰서십은 인도 e스포츠 시장에서 가장 큰 부문으로, 2023년에 370만 달러를 창출하였다. 이는 2028년에 1,100만 달러로 증가하여, 인상적인 24.4%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예상된다. 이 기간 동안 e스포츠 스폰서십은 시장 점유율을 상당히 확대하여 2023년 46.2%에서 2028년 말 51.31%까지 확대할 것으로 예상된다.

e스포츠 미디어 권리 수익도 18.9%의 연평균 성장률로 빠르게 성장하고 있다. 관련 매출은 2023년 240만 달러에서 2028년 570만 달러로 증가하면서 예측 기간이 끝날 무렵에는 e스포츠 스폰서십의 약 절반이 될 것으로 예상된다.

e스포츠 소비자 티켓 판매는 인도 e스포츠 시장에서 가장 빠르게 성장하는 분야로, 관련 매출은 2023년 82만 달러에서 2028년 280만 달러로 증가할 것으로 예상된다. 흥미로운 사실은, 인도의 e스포츠 시장은 e스포츠 스트리밍 광고 수익이 최소화되어 있으며, 시장 점유율도 글로벌 평균보다 훨씬 낮다는 점이다. 하지만 이 부문은 빠르게 성장하고 있으며, 2023년 38만 4천 달러에서 2028년 77만 3천 달러로 급격히 증가할 것으로 예상된다.



[표 8] 인도네시아 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in Indonesia (US\$ mn)	1,919	2,209	2,556	2,982	3,515
+ Esports (US\$ mn)	20	24	29	33	38
+ Video games (US\$ mn)	1,899	2,185	2,528	2,950	3,478

출처: PwC글로벌 홈페이지

인도네시아의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 17억 달러였으며, 2028년까지 35억 달러에 도달할 것으로 예상되며, 16.0%의 인상적인 연평균 성장률을 보일 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 6.5%로 전년보다 상당히 낮아졌으나, 2024년에 14.8%로 급증한 후 예측 기간이 끝날 때까지 꾸준히 증가하여 2028년에는 17.9%가 될 것으로 예상되며, 이 기간에 인도네시아는 파키스탄과 함께 전세계에서 세 번째로 빠르게 성장하는 비디오 게임 시장이 될 것이다.

이러한 급속한 성장의 원천은 인도네시아의 소셜 및 캐주얼 게임 부문, 특히 앱 내 게임 광고 매출이라고 할 수 있다. 2023년에 후자는 5억 9천만 달러의 수익을 창출하였고, 27.6%의 주목할만한 연평균 성장률을 보이며, 2028년까지 현재 수치의 거의 3배인 20억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 2023년에 7억 9천 5백만 달러를 창출한 후 6.1%의 연평균 성장률로 증가하여, 2028년에는 11억 달러에 도달할 것으로 예상된다. 요약하자면, 인도네시아의 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 향후 5년 동안 2배 이상 증가할 것이며, 2023년 14억 달러에서 2028년에는 31억 달러에 이를 것으로 예상되고 있다.

이와 비교하여 전통적인 게임은 2023년에 전체 비디오 게임 및 e스포츠 수익의 13.3%에 불과한 2억 2,300만 달러를 창출하였다. 하지만 이 부문의 성장률은 강력하여 2028년까지 수익이 3억 5,700만 달러로 증가할 것으로 예상되며, 이 기간의 연평균 성장률은 9.9%가 될 것으로 예상된다. 이러한 성장의 대부분은 콘솔 게임에서 비롯되었으며, 이 부문은 2023년에 1억 5,600만 달러의 수익을 올린 바 있다. 디지털 콘솔 게임 판매의 빠른 성장과 온라인/마이크로트랜잭션 콘솔 게임 판매의 꾸준한 성장으로 인해 콘솔 게임 수익은 2028년까지 2억 7,600만 달러에 도달할 것으로 예상되며, 이 기간의 연평균 성장률은 12.1%가 될 것으로 예상된다. 또한 PC 게임은 인도네시아의 전통적인 게임 수익의 일부에 불과하지만, 향후 꾸준한 성장을 보이며 2028년까지 8,100만 달러에 도달할 것으로 예상되며, 클라우드 및 구독 게임 수익은 2023년에 1,800만 달러의 수익만 냈지만 19.7%의 주목할만한 연평균 성장률로 증가하여, 2028년까지 4,500만 달러에 도달할 것으로 예상되고 있다.



2023년 12월 자카르타에서 Gamers to Gamers (G2G) 페스티벌이 개최되었다. 이는 인도네시아에서 가장 큰 게임 페스티벌로, 지역 게임 개발자가 게임 커뮤니티에 창작물을 선보일 수 있는 플랫폼 역할을 하였으며, 참석자는 지역 개발자가 만든 게임을 자유롭게 플레이 할 수 있도록 하였다. 뿐만 아니라 페스티벌 기간 동안 다양한 게임의 개발자들이 게임 개발 및 업계 동향에 대한 패널 토론에 참여하여 페스티벌 콘텐츠를 더욱 더 풍성하게 하는데 일조하였다.

인도네시아의 관광 및 창조 경제부(Kemendparekraf)와 관련 부처는 인도네시아의 게임 산업 발전을 촉진하기 위한 대통령 규정을 발표하였다. 인도네시아 정부는 자금 부족, 유능한 인재의 부족, 기술적 문제, 단편화된 규제 등 국가 게임 산업의 발전을 저해하는 과제를 해결하기 위한 방안을 고민하고 있으며, 인적 자원의 질을 개선하고, 시장을 확대하고, 필요한 인프라를 개발하고, 자금 조달을 보다 용이하게 하기위한 제도를 마련하고자 노력하고 있는 것으로 보인다.

뿐만 아니라 인도네시아 정부는 닌텐도 및 다른 게임 퍼블리셔에 대한 규정을 변경할 계획을 가지고 있는데, Moonton Technology Co Ltd., Valve Corp., Nintendo 등과 같은 국내 및 해외 게임 퍼블리셔가 인도네시아에서 유한책임회사(PT) 형태의 법적 실체로 운영되도록 요구할 것으로 알려졌다. 즉, 퍼블리셔가 인도네시아에 법적 실체가 없는 경우 해당 플랫폼의 게임은 공급이 중단된다는 의미이다.

● e스포츠

2023년 인도네시아의 총 e스포츠 수익은 1,600만 달러였으며, 18.2%의 연평균 성장률로 증가한 후 2028년에는 3,800만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 28.2%로 전년의 38.4%에서 감소했으며 성장률은 5년 예측 기간 내내 둔화되지만, 다른 지역보다는 여전히 높은 수준을 유지하여, 2028년 말에는 13.7%의 연간 성장률을 유지할 것으로 예상된다.

인도네시아의 e스포츠 시장은 비디오 게임 시장에 비해 규모가 크다. 이 지역은 인도나 호주와 같은 더 발달된 대형 비디오 게임 시장보다 e스포츠에서 더 많은 수익을 창출하고 있다. 이는 국가 내에서 스마트폰이 널리 보급됨에 따라 모바일 e스포츠에 대한 청중이 많아졌기 때문이며, 또한 PUBG Mobile 및 Garena Free Fire 와 같은 모바일 게임의 강력한 지역 레벨의 경쟁 커뮤니티를 다수 보유하고 있기 때문이다.

e스포츠 스폰서십 수익은 인도네시아 e스포츠 시장에서 가장 큰 부문으로, 2023년에 700만 달러를 창출하였고, 향후 5년 동안 두 배 이상 증가하여 2028년에는 1,900만 달러 이상으로 증가할 것으로 예상된다. e스포츠 소비자 기여 수익과 함께 가장 빠른 성장을 보여, 예측기간 말에는 스폰서십 수익이 인도네시아의 절반 이상을 차지하게 될 것이다.

인도네시아에서 e스포츠 미디어 권리 수익도 꾸준한 성장을 보일 것으로 예상된다. 2023년 530만 달러였던 이 부문의 수익은 15.7%의 연평균 성장률로 빠르게 증가하여 2028년에는 1,100만 달러에 도달할 것이다.

인도네시아는 소비자 티켓 판매와 소비자 기여에서 현재는 가장 적은 수준의 수익만을 창출하지만, 향후 빠른 성장이 기대되며, 특히 e스포츠 소비자 티켓 판매 수익은 2023년 718,000달러에서 2028년 거의 200만 달러로 증가할 것으로 예상되고 있다.

Indosat Ooredoo Hutchison은 브랜드 Tri를 통해 인도네시아의 더 많은 젊은 e스포츠 인재에게 힘을 실어주기 위해 'H3RO Gaming Academy'를 제공하고 있다. Tri는 인도네시아 e스포츠 협회(PB ESI)의 후원을 받는 공식 e스포츠 아카데미인 Akademi Garudaku와 협력하여 e스포츠 교육의 형태로 지원을 제공하며, 이 프로그램의 참가자와 우승자는 전문가가 되기 위한 e스포츠 코칭을 받을 수 있다.

[표 9] 브라질 게임매출 전망치 2024-2028

	2024	2025	2026	2027	2028
- Video games and esports in Brazil (US\$ mn)	2,014	2,344	2,722	3,157	3,668
+ Esports (US\$ mn)	14	16	19	22	25
+ Video games (US\$ mn)	2,002	2,329	2,704	3,137	3,646

출처: PwC글로벌 홈페이지

브라질의 총 비디오 게임 및 e스포츠 수익은 2023년에 17억 달러였으며, 2028년에는 37억 달러에 도달하여 16.3%의 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 9.4%로 전년 성장률의 거의 절반이었으나, 2024년에는 16.6%로 회복될 것으로 예상되며, 그 후 5년의 예측 기간이 끝날 때까지 지속적으로 16% 이상을 유지할 것으로 예상된다.

브라질은 라틴 아메리카에서 가장 큰 비디오 게임 시장이며, 인도에 이어 세계에서 두 번째로 빠르게 성장하는 비디오 게임 시장이다. 브라질의 급속한 성장은 주로 급성장하는 소셜 및 캐주얼 게임 부문에 기인하고 있으며, 특히 앱 내 게임 광고 수익이 눈에 띄게 성장하였다. 뿐만 아니라 브라질은 다른 국가와 달리 회복세가 강한 전통 게임 시장도 보유하고 있다.

● 소셜 및 캐주얼 게임

소셜 및 캐주얼 게임은 2023년 브라질의 전체 비디오 게임 및 e스포츠 시장의 4분의 3 이상을 차지했으며, 2028년까지 전체 비중이 83.8%로 증가할 것으로 예상된다. 브라질의 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 2023년에 13억 달러였고, 2028년에는 31억 달러에 도달할 것으로 예상되며, 18.8%의 높은 연평균 성장률로 증가할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 14.9%로 2022년의 절반에도 미치지 못했으나, 2024년에는

19.0%로 상승하였고, 나머지 예측 기간 동안 18.0% 이상을 유지할 것으로 예상된다.

글로벌 트렌드와 유사하게, 앱 내 게임 광고 수익은 이미 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 수익을 제치고 이 부문에서 가장 큰 수익원이 되었다. 앱 내 게임 광고 수익은 2023년에 6억 6,700만 달러에 도달했으며, 향후 5년 동안 3배 이상 증가하여 2028년에는 20억 달러를 초과할 것으로 예상된다. 이 분야의 연간 성장률은 2025년부터 지속적으로 24%를 넘을 것으로 예상된다.

앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 또한 예측 기간 내내 강력한 성장을 보일 것으로 예상된다. 2023년 앱 기반 소셜 및 캐주얼 게임 수익은 6억 2,900만 달러에 달했으며 10.8%의 연평균 성장률로 증가하여 2028년에는 거의 11억 달러에 도달할 것으로 예상된다.

Statista에 따르면 브라질에서 모바일 게임을 하는 사람은 7,000만 명이 넘으며, 2027년까지는 그 수가 8,400만 명에 이를 것으로 예상된다. 브라질에서 가장 인기 있는 모바일 게임으로는 Coin Master, Candy Crush Saga, Royal Match와 같은 캐주얼 퍼즐 게임, Call of Duty, Garena Free Fire와 같은 경쟁 멀티플레이어 게임, 그리고 사용자 생성 콘텐츠(UGC) 플랫폼인 Roblox가 있다.

● 전통적인 게임

전통 게임은 브라질의 전체 비디오 게임 및 e스포츠 시장의 1/4도 안 되지만, 이 부문은 글로벌 트렌드에 비해 비교적 견고한 성장을 보이고 있다. 2023년 전통 게임 총 수익은 3억 8,900만 달러였고, 2028년에는 6.8%의 연평균 성장률로 증가하여 5억 4,100만 달러로 증가할 것이다. 전통 게임의 2023년 연간 성장률은 -5.9%로 마이너스였으며, 2년 연속 수익이 감소했지만 2024년에는 성장률이 9.2%로 회복될 것으로 예상되며, 이후 예측 기간이 끝날 즈음 4.5%로 점차 둔화될 것으로 예상된다.

PC 게임은 브라질의 기존 게임 수익의 대부분을 차지하고 있다. PC 게임 수익은 2023년에 2억 300만 달러였고, 2028년에는 2억 5,900만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년에 이 수익은 거의 대부분이 온라인/마이크로트랜잭션 판매에서 발생하였다. PC게임의 강제 하에서, 콘솔 게임도 그 비중을 늘려가고 있다. 2023년 콘솔 게임 매출은 1억 8,600만 달러로 2025년에는 PC 게임 매출을 넘어설 것으로 예상되며, 2028년에는 8.7%의 강력한 연평균 성장률을 보이며 2억 8,100만 달러로 상승할 것으로 예상된다. 이 역시 온라인/마이크로트랜잭션 매출이 성장의 주된 원인인데, 콘솔게임의 온라인/마이크로트랜잭션 매출은 PC 게임의 그것보다 훨씬 더 역동적으로 성장하고 있다.

브라질의 전통적 게임 시장의 강한 성장세는 어느정도 브라질의 역사로 설명될 수 있는데, 2009년까지 비디오 게임이 금지되었거나 세금이 너무 많이 부과되어 대부분의 국제 게임 개발 회사가 브라질에서 발판을 거의 마련하지 못했기 때문이다. 그럼에도 불구하고, SEGA 콘솔과 게임을 브라질로 수입한 TecToy와 같은 회사를 통해 게임에 대한 내부 시장이 발전하였으며, 그 결과 브라질은 전통 게임에 대한 유저를 확보하고, 비교적 최근에는 이 유저들이 광범위한 비디오 게임 시장에 접근할 수 있게 되었다.

● 통합 비디오 게임 광고 및 클라우드 및 구독 게임

통합 비디오 게임 광고 수익은 브라질에서 완만한 성장을 보이고 있다. 2023년 수익은 2,800만 달러였고 2028년까지 3,300만 달러에 도달할 것으로 예상되며 3.4% 연평균 성장률로 증가할 것이다. 한편, 클라우드 및 구독 게임은 브라질에서 빠르게 인기를 얻고 있다. 2023년 수익이 1억 900만 달러에 달하였으며, 13.5%의 높은 연평균 성장률을 보이며 2028년에는 2억 500만 달러로 성장할 것으로 예상된다.

● e스포츠

브라질의 총 e스포츠 수익은 2023년에 1,100만 달러였고, 17.3%의 연평균 성장률로 증가한 후 2028년에는 2,500만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년의 연간 성장률은 24.7%로 전년 대비 절반 이상 감소하였고, 예측 기간 동안 성장률은 계속 둔화되어 2028년 말까지 12.9%로 떨어질 것으로 예상된다.

브라질의 e스포츠 시장은 멕시코에 이어 라틴 아메리카에서 두 번째로 큰 시장이다. 단, 성장추세 면에서는 멕시코보다 더 빠르게 성장하고 있으며 이는 Team Liquid와 같은 주요 e스포츠 조직이 최근 이 지역에서 운영을 시작했고, Rock in Rio와 같은 국제 페스티벌이 e스포츠 대회에 문을 여는 등 브라질에서 e스포츠 현장이 빠르게 발전하고 있기 때문이다.

브라질의 e스포츠 시장 매출 중 e스포츠 스폰서십이 가장 큰 부분을 차지하고 있다. 2023년 브라질의 e스포츠 스폰서십 수익은 330만 달러였고, 이 총액은 2028년에 780만 달러에 도달할 것으로 예상된다. 2023년에는 전체 e스포츠 시장 매출에서 29.5%의 점유율을 차지하고 있으며, 예측 기간이 끝날 즈음 약간 상승하여 31.4%가 될 것으로 예상된다.

e스포츠 미디어 권리 수익은 27.7%로 시장 점유율이 약간 낮으며, 이 점유율은 예측 기간 동안 대체로 정체될 것으로 예상된다. e스포츠 미디어 권리 수익은 2023년에 310만 달러가 발생했으며, 2028년에는 690만 달러로 증가할 것으로 예상된다.

브라질 e스포츠 시장에서 가장 빠르게 성장하는 부문은 소비자 티켓 판매 수익이다. 이는 2023년에 150만 달러에 달했지만, 2028년에는 인상적인 23.4%의 연평균 성장률을 보이며 430만 달러로 증가할 것으로 예상된다. 글로벌 트렌드와 비슷하게 e스포츠 소비자 기여 수익은 시장에서 가장 작은 부문이며, 수익은 2023년 130만 달러에서 예측 기간 말에 210만 달러로 증가할 것으로 예상된다.

마치며

이상으로 세계 주요국가의 게임매출 현황과 향후 전망에 대해 살펴보았다. 앞서 설명했듯이, 전통 게임보다는 소셜 모바일 게임이 확대되고, 그 중에서도 앱 내 광고 수익이 크게 성장한다는 공통적인 현황에 더하여 각 지역별 특수한 상황이 존재한다는 것을 확인할 수 있을 것이다. 2024년 현재 우리나라의 게임시장은 어떤 지표를 살펴보더라도 상황이 좋다고 보기는 어려울 것이다. 어려운 상황을 타개해 나가는 것에는 좋은 게임(좋은 게임에 대한 정의는 사람마다 다를 수 있으나)을 개발하는 것이 가장 근본적인 방법일 것이며, 어떤 게임개발사/퍼블리셔는 해외진출, 또는 기존 게임의 글로벌 론칭 등을 고려해 볼 수 있을 것이다. 이를 위해서는 각 지역의 특성에 대한 리서치가 필요하며, 해당 지역의 향후 전망에 대한 정보가 필요할 수 있다. 본 발간물의 내용이 해외진출을 모색하는 게임사에 유용한 정보가 되기를 바라며 마무리하고자 한다.



Contacts

이재혁 Partner
02-709-8882
jae-hyuk.lee@pwc.com

정원석 Partner
02-709-8730
won-suk.jung@pwc.com

이승욱 Partner
02-709-7012
seung-wook.lee@pwc.com

박준영 Partner
02-709-8805
joon-young.park@pwc.com

김창규 Partner
02-709-8079
chang-kyu.x.kim@pwc.com

www.samil.com

삼일회계법인의 간행물은 일반적인 정보제공 및 지식전달을 위하여 제작된 것으로, 구체적인 회계이슈나 세무이슈 등에 대한 삼일회계법인의 의견이 아님을 유념하여 주시기 바랍니다. 본 간행물의 정보를 이용하여 문제가 발생하는 경우 삼일회계법인은 어떠한 법적 책임도 지지 아니하며, 본 간행물의 정보와 관련하여 의사결정이 필요한 경우에는, 반드시 삼일회계법인 전문가의 자문 또는 조연을 받으시기 바랍니다.

S/N: 2412A-RP-084

© 2024 Samil PwC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.