

제 3 장

유럽 게임산업 동향

제 1 절 유럽 게임시장 동향

1. 개 요

유럽은 미국, 일본과 달리 전통적으로 PC기반의 게임시장이 크게 발달해 왔다. 콘솔 게임이 가장 큰 규모를 형성하고 있기는 하나, 타 권역과 비교할 때 네트워크를 이용하지 않는(Stand alone) 형태의 PC게임들이 높은 인기를 누리고 있으며, 주요 권역 시장 중에서 가장

큰 규모의 PC게임 시장을 형성하고 있다. 아울러 PC 온라인게임 역시 이러한 PC게임의 인기 에 힘입어 빠른 속도로 보급이 확산되고 있는 상황이다.

2. 유럽 게임시장 플랫폼별 동향

1) 아케이드게임

〈표 4-3-1-01〉 유럽 플랫폼별 게임시장 규모 및 성장률 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010
아케이드게임	매출액	10,455	10,737	10,265	10,954	11,316	11,705
	성장률	-	2.7%	-4.4%	6.7%	3.3%	3.4%
PC게임	매출액	1,543	1,370	1,283	1,202	1,126	1,054
	성장률	-	-11.2%	-6.4%	-6.3%	-6.3%	-6.4%
비디오게임	매출액	7,919	8,821	14,701	18,180	20,587	20,046
	성장률	-	11.4%	66.7%	23.7%	13.2%	-2.6%
온라인게임	매출액	365	651	796	1,181	1,358	1,653
	성장률	-	78.4%	22.3%	48.4%	15.0%	21.7%
모바일게임	매출액	520	761	1,096	1,447	1,838	2,154
	성장률	-	46.3%	44.0%	32.0%	27.0%	17.2%
합계	매출액	20,802	22,340	28,141	32,964	36,225	36,612
	성장률	-	7.4%	26.0%	17.1%	9.9%	1.1%

※ 자료 : Informa 2005~2007, IDC 2008, DFC Intelligence 2006~2007, Screendigest 2006

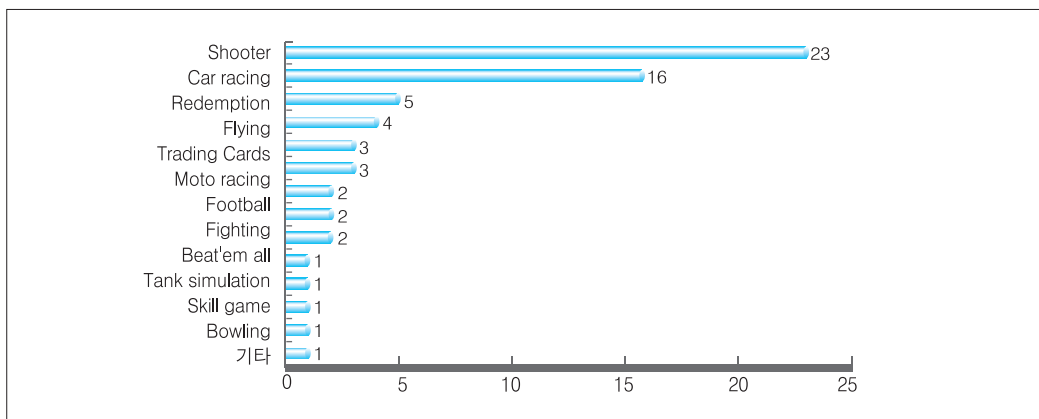
〈표 4-3-1-02〉 유럽지역 아케이드게임 시장 규모의 추이 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010
게임기 판매액	4,378	4,496	4,299	4,587	4,739	5,006
게임기 운영 수익	6,077	6,241	5,966	6,367	6,577	6,699
합계	10,455	10,737	10,265	10,954	11,316	11,705
성장률	-	2.7%	-4.4%	6.7%	3.3%	3.4%

〈그림 4-3-1-01〉 유럽 아케이드게임 장르별 타이틀 수(2008년 3월 기준)

(단위 : 종)



※ 자료 : Arcade Belgium 2008

2007년 유럽의 아케이드 시장 규모는 4.4% 감소한 102억달러 규모로 집계되었다. 아케이드의 시장 규모는 게임기 판매액과 게임기 운영 수익을 합한 규모로 계산된다.

현재 유럽지역에 출시된 아케이드게임의 타이틀 수는 총 65종으로 장르별로 살펴보면, 슈팅 게임이 23종으로 가장 많고, 자동차 경주 게임이 16종으로 뒤를 잇고 있다. 유럽에서는 SEGA, KONAMI, Global VR, ICE, NAMCO, RAW THRILLS와 같은 업체들의 게임이 유통되고 있으며, 이중 SEGA의 게임이 30종으로 가장 많은 비율을 차지하고 있고, NAMCO가 9종, RAW THRILLS가 8종으로 그 뒤를 따르고 있다.

유럽지역 아케이드게임 시장의 가치 사슬은,

크게 3단계로 이루어져 있다. 먼저 해당 국가에서 게임기를 제조하거나, 해외에서 수입하는 단계가 있고, 이것을 운영사업자에게 공급하는 유통단계가 있으며, 이를 게임장이나 일반 업소에 싱글로케이션으로 운영하는 단계가 있다. 2006년 독일 시장을 기준으로 살펴보면, 운영 단계가 전체의 79%를 차지하며 가장 시장 규모가 큰 것으로 나타났고, 제조/수입 단계와 유통단계가 각각 10% 정도를 차지하고 있다.

2) 비디오게임

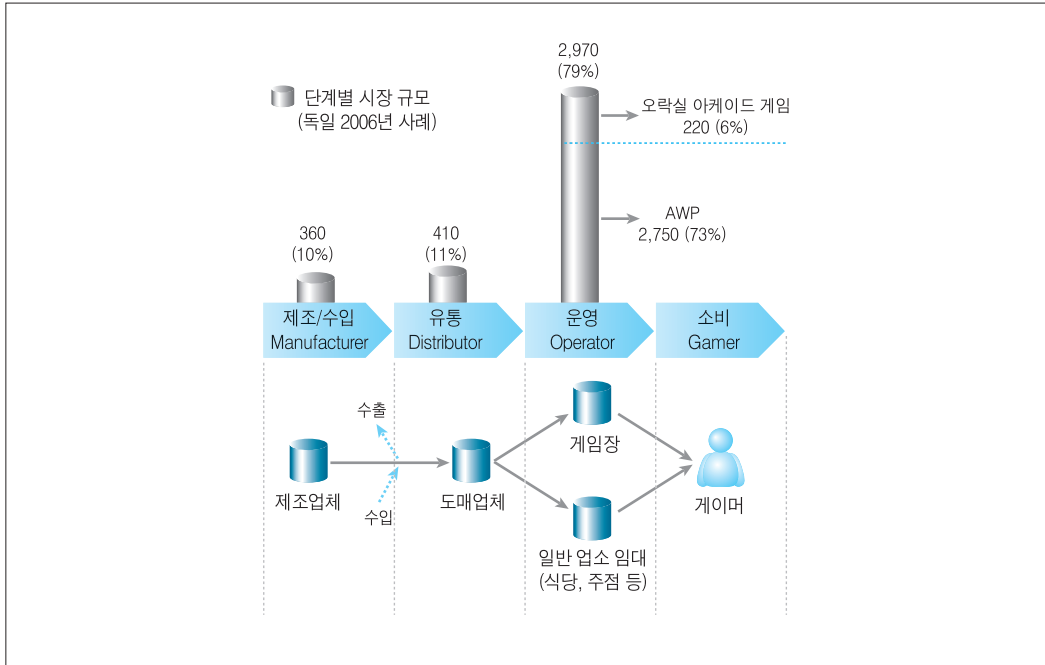
비디오게임 역시 아케이드게임과 마찬가지로 하드웨어 판매 수익과 소프트웨어 판매 수익을 합하여 시장 규모를 살펴볼 수 있다.

차세대 게임기 전쟁으로 묘사되는 Xbox



〈그림 4-3-1-02〉 유럽 아케이드게임 Value Chain 및 시장규모

(단위 : 백만유로)



※ 자료 : 한국게임산업진흥원 2008, 유럽 게임시장 진출전략 보고서

〈표 4-3-1-03〉 서유럽지역 비디오 게임 시장 규모 추이 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010
하드웨어 판매수익	3,540	3,617	6,769	7,430	7,206	5,619
소프트웨어 판매수익	4,379	5,204	7,932	10,750	13,381	14,427
합계	7,919	8,821	14,701	18,180	20,587	20,046
성장률	-	11.4%	66.7%	23.7%	13.2%	-2.6%

※ 자료 : IDC 2008

360, PS3, Wii는 유럽 시장에서 경쟁이 가속화되고 있다. 이중 시장에 가장 먼저 발표된 Xbox 360은 2007년 한 해 동안 출하량이 줄어들었으며, 그 자리를 Wii와 PS3가 메우고 있는 양상이 발견된다.

유럽 게임시장에서 비교적 규모가 큰 영국, 프랑스, 독일에서 콘솔 플랫폼별 점유율 및 성장 추이는 〈그림 4-3-1-03〉과 같이 나타났다.

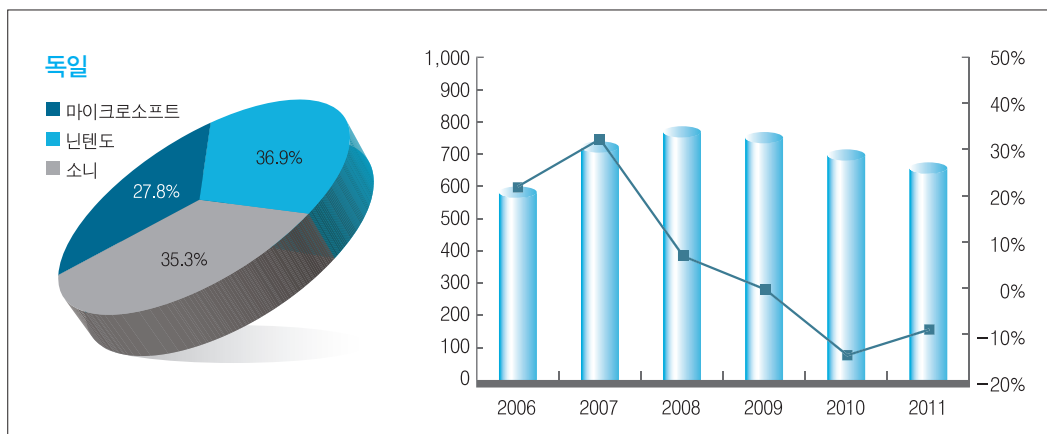
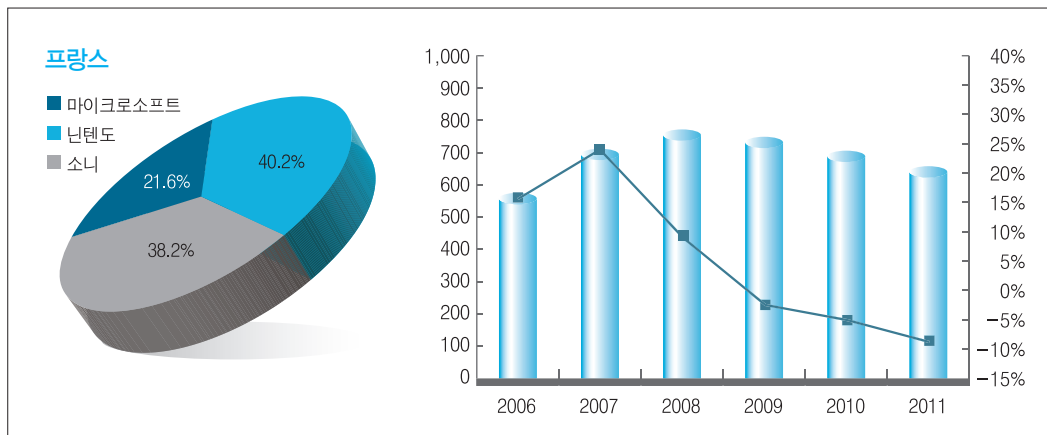
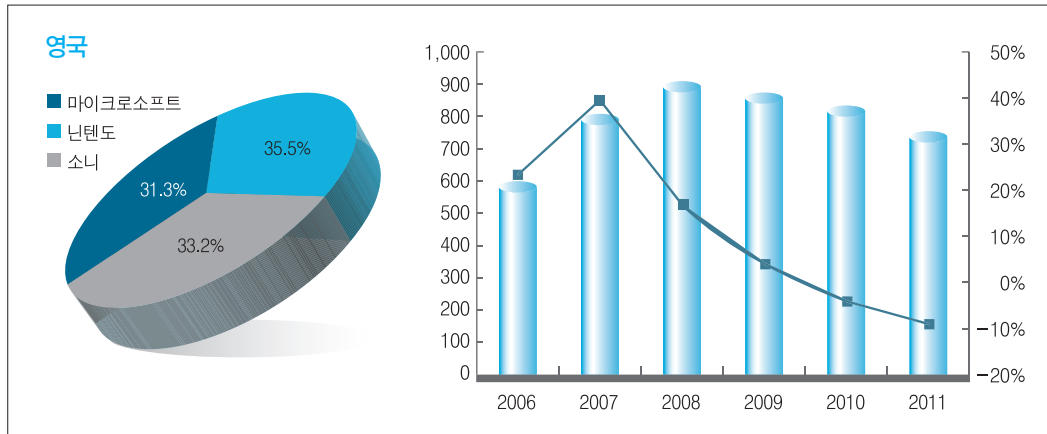
3) 온라인게임

유럽 온라인게임이 전 세계 시장에서 차지하는 비중은 2007년 현재, 15.6%로 집계되었으며, 완만한 상승을 통해 2012년에 이르면 20.4%를 차지할 것으로 전망된다.

유럽 온라인게임 시장 규모는 2007년 7억 9,600만달러로 전년대비 22.3%의 성장률을 보이고 있으며, 지속적인 성장률을 기록하면서

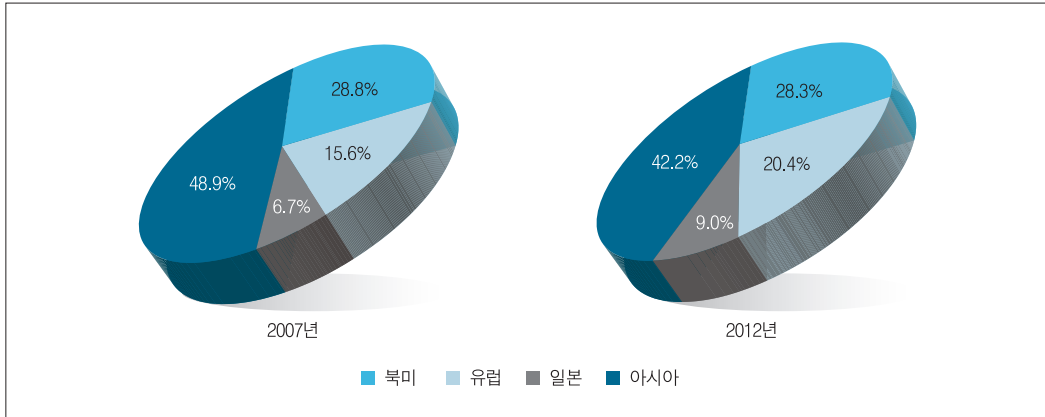
<그림 4-3-1-03> 영국, 프랑스, 독일의 콘솔 플랫폼별 점유율 및 성장추이 : 2006~2011

(단위 : 백만달러, %)



※ 자료 : Datamonitor 2007

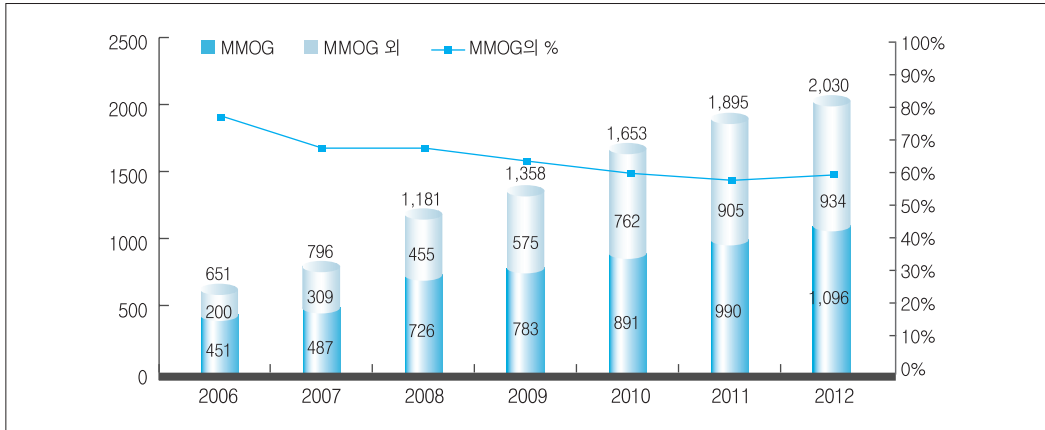
〈그림 4-3-1-04〉 주요 권역별 온라인게임 시장 점유율 추이 및 전망



※ 자료 : DFC 2007

〈그림 4-3-1-05〉 유럽 온라인게임 시장 규모 추이 및 전망 : 2006~2012

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : DFC 2007

2010년에는 16억 5,300만달러 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

장르별로는 2007년 60% 이상을 보이고 있는 MMOG의 시장 점유율이 2011년까지 지속적으로 줄어 50%대로 수렴할 것으로 전망된다. 반면에 FPS/액션, 스포츠/레이싱, 전략, 어린이, 캐주얼 게임 장르의 시장은 비중이 점차 증가하면서 시장 점유율 면에서 MMOG와

균형을 이루어 갈 것으로 예측된다.

전체 게임시장에서는 영국이 유럽지역에서 가장 큰 시장을 형성하고 있지만, PC 온라인게임 시장은 독일이 가장 큰 것으로 집계되고 있다. 온라인게임 전체 시장규모는 국가별로 정확하게 집계되지 않으나, MMOG 규모만을 비교할 때 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인 순으로 나타나고 있다. MMOG 가입자수는

〈표 4-3-1-04〉 유럽주요 국가별 MMOG 게임 가입자 수와 시장 규모 추이 : 2004~2011

(단위 : 천명)

국가	구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2006-11 CAGR
독일	가입자수	162	477	678	838	982	1,095	1,185	1,256	13.1%
영국	가입자수	113	317	435	534	630	708	773	827	13.7%
프랑스	가입자수	67	201	293	368	438	495	543	583	14.8%
이탈리아	가입자수	34	99	143	181	215	242	262	278	14.2%
스페인	가입자수	24	77	128	161	190	213	232	248	13.7%
기타	가입자수	130	368	503	611	714	796	862	915	12.7%
합계	가입자수	530	1,539	2,180	2,693	3,169	3,549	3,857	4,107	13.5%

※ 자료 : DFC 2007

2007년을 기준으로 독일이 약 84만명으로 가장 많으며, 영국이 53만명, 프랑스가 37만명, 이탈리아 18만명, 스페인 16만명, 기타 국가 총합이 61만명으로 나타나고 있다.

현재 유럽에서 서비스 중인 온라인게임은 크게 6가지 유형으로 분류할 수 있는데, 첫째는 〈월드 오브 워크래프트〉로 대변되는 미국 및 서구에서 개발된 대작 MMORPG, 둘째는 〈POGO〉와 같은 스킬 기반의 게임, 셋째는 한국에서 진출한 온라인게임, 넷째는 콘솔 온라인 및 Xbox Arcade, 다섯째는 웹기반의 온라인게임, 마지막으로 〈Second Life〉와 같은 SNS(Social Networking Service)이다.

한편, 유럽의 낮은 브로드밴드 인프라 수준은 게임 유통구조와 비즈니스 모델에도 큰 영향을 주는 요소이다. 유럽에서 인기를 끌고 있는 온라인게임들은 대부분 기존의 PC게임처럼 CD 패키지 형태로 유통되고 있다. 또, 온라인 상에서 이용되더라도 한국처럼 클라이언트(Client Content)를 PC에 다운로드 받아 사용하는 것이 아니라 보드 게임류의 캐주얼 게임처럼 브라우징 방식으로 구현되는 게임들이 큰 인기를 끌고 있다. 비즈니스모델 별로는 CD

패키지 판매, 정액제, 광고기반 무료게임, 아이템 기반 게임 등이 모두 채용되고 있으며, 국가마다 약간씩의 차이를 보이거나 대부분 CD패키지에서 시작하여 정액제, 아이템 거래 순으로 비즈니스 모델이 진화하고 있는 상황이다.

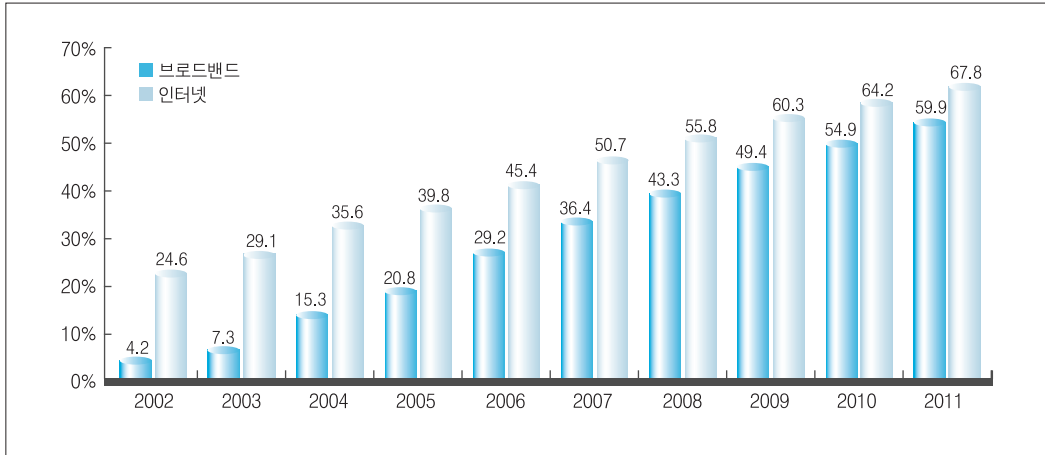
4) 모바일게임

유럽은 일찍부터 이동통신 서비스가 발달했으며 이에 따라, 대부분의 국가들이 100%가 넘는 이동통신 보급률을 자랑하고 있다. 특히, 서유럽 지역은 이미 2005년부터 지역 평균 보급률이 100%를 넘어섰으며, 최근 이동통신 가입자가 급증하고 있는 동유럽지역은 2007년 지역 평균 보급률이 92.9%에 달하고 있다.

유럽 지역의 잘 갖추어진 모바일 인프라를 기본으로 모바일게임 시장은 2006년 7억 6,100만 달러에서 2007년 10억 9,000만달러로 44%의 성장률을 기록했다. 2007년 한 해 동안 유럽 모바일게임 시장에 나타난 주요 특징은 첫째, 전반적으로 완만한 성장세를 보이면서 부익부 빈익빈 현상이 더욱 심화되었고, 둘째 프랑스의 Gameloft, Vivendi Mobile을 제외하고는 대부분의 업체가 미국 업체에 합병되었다는 점이다.



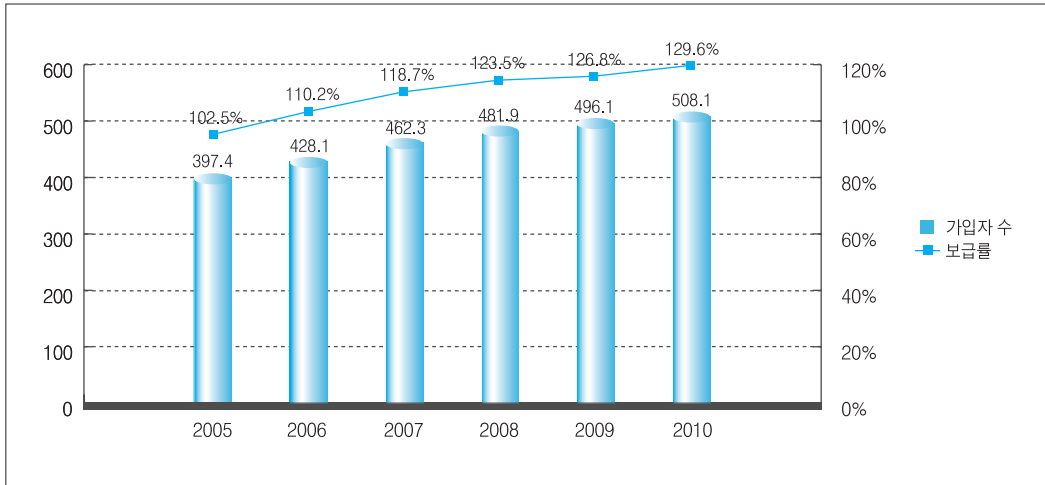
〈그림 4-3-1-06〉 유럽 인터넷 및 브로드밴드 보급률 추이 및 전망 : 2002~2011



※ 자료 : PWC 2007

〈그림 4-3-1-07〉 서유럽 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이 : 2005~2010

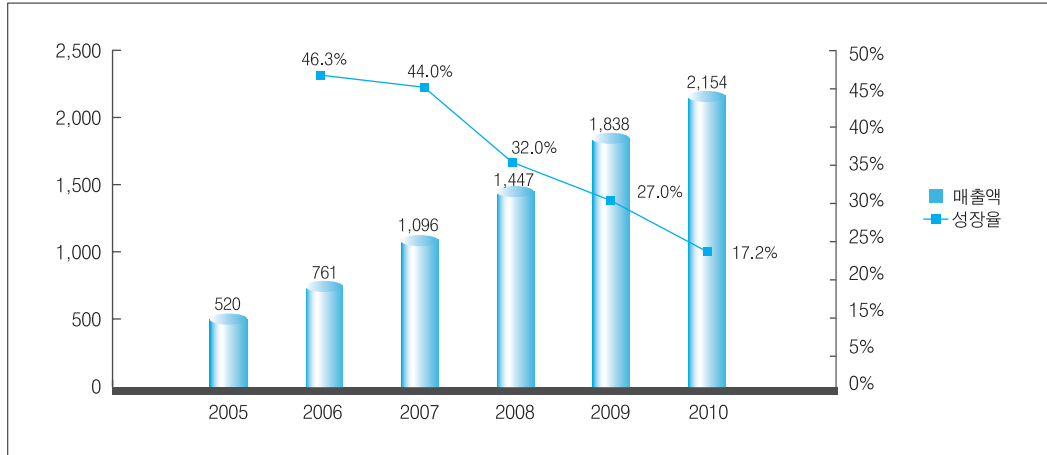
(단위 : 백만명)



※ 자료 : 한국게임산업진흥원 2008, 유럽 게임시장 진출전략 보고서

<그림 4-3-1-08> 유럽지역 모바일게임 시장 규모 및 성장률 추이 : 2005~2010

(단위 : 백만달러)



※ 자료 : 한국게임산업진흥원 2008, 유럽 게임시장 진출전략 보고서

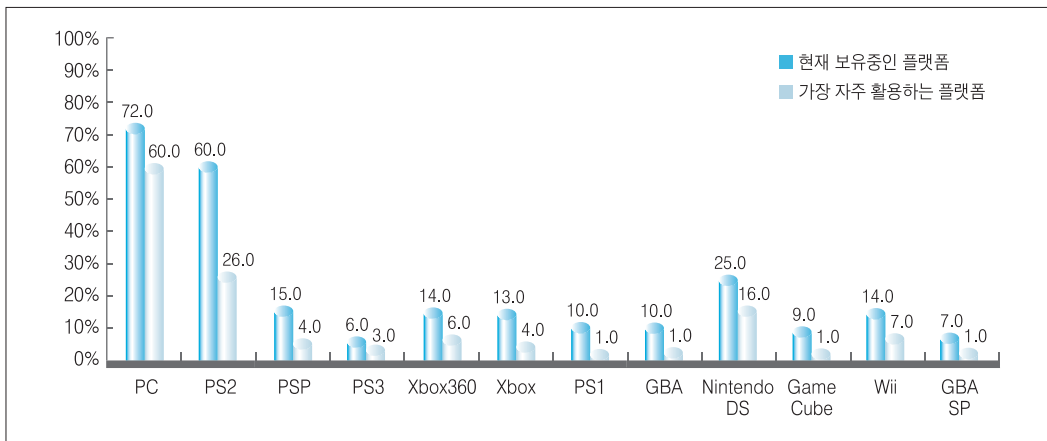
제2절 이용자 동향

유럽 지역 이용자들이 가장 많이 보유하고 활용하는 플랫폼은 PC로 전체 이용자의 72%가 보유하고 있으며, 또한 60%가 가장 빈번하게 활용하는 플랫폼으로 꼽았다. 뒤를 이어

PS2도 보유와 활용에 있어 높은 응답률을 보이고 있다. 유럽지역 게이머들은 1주일에 평균적으로 1~5시간 사이로 게임을 플레이 하는 경우가 가장 많았고, 6~10시간 사이가 그 뒤를

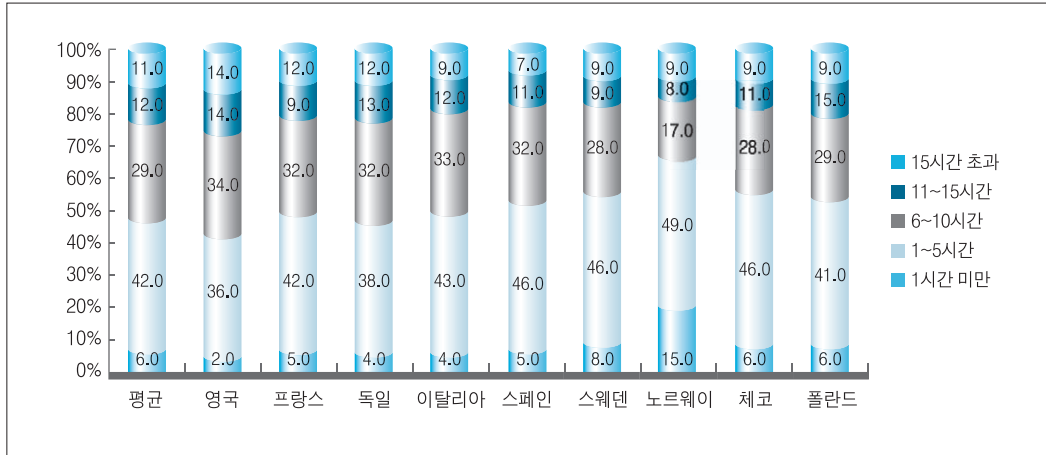
4

<그림 4-3-2-01> 유럽지역 이용자의 플랫폼별 보유 비율과 활용도



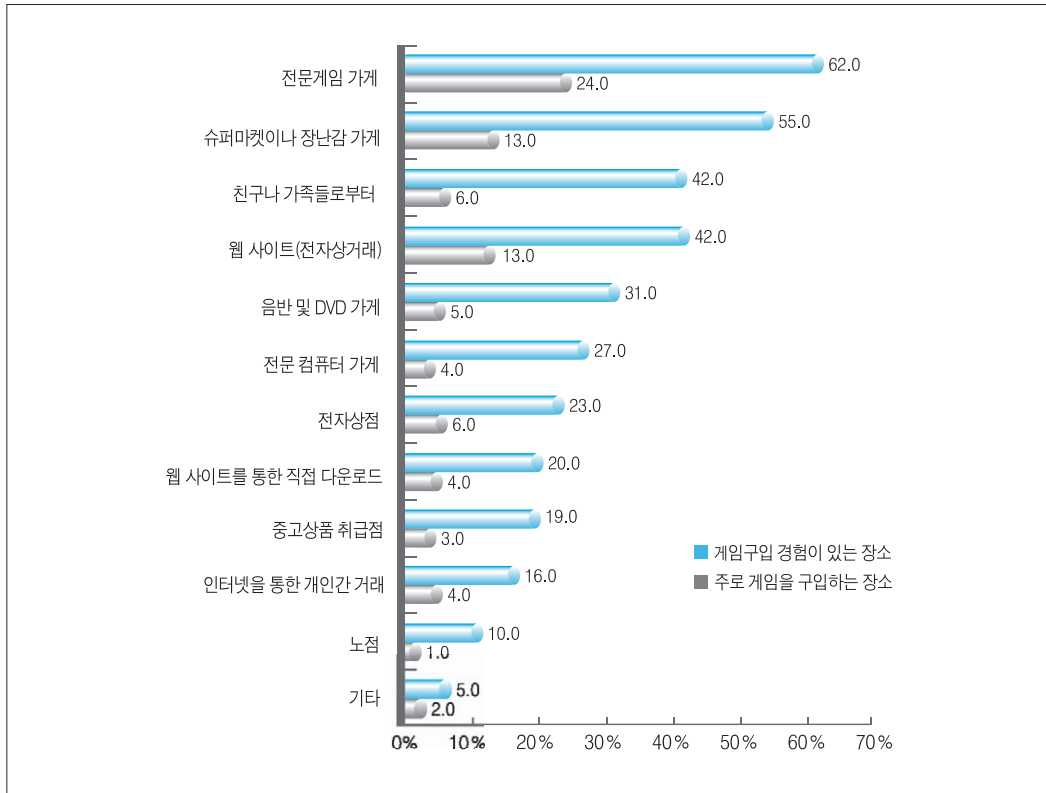
※ 자료 : www.gitiss.org

〈그림 4-3-2-02〉 국가별 1주일 평균 게임 플레이 시간



※ 자료 : www.gitiss.org

〈그림 4-3-2-03〉 유럽지역 게이머들의 게임 구입 장소



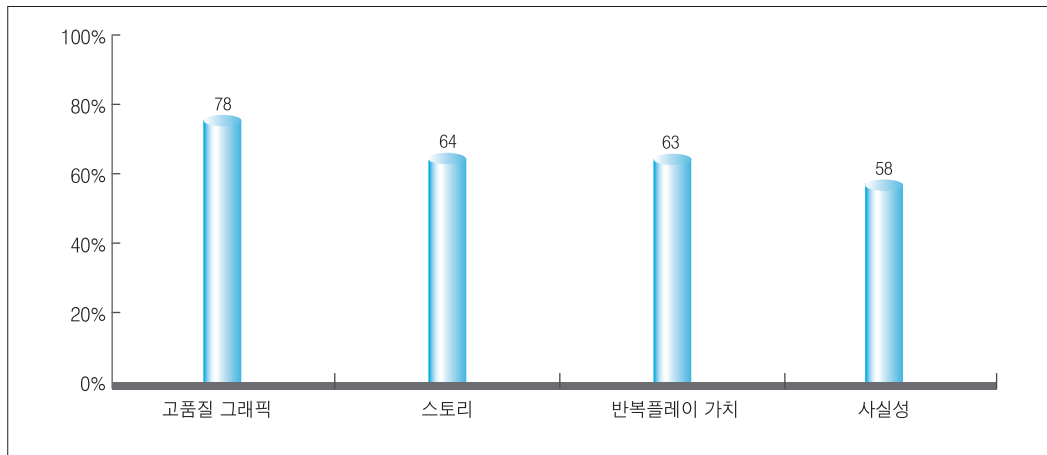
※ 자료 : www.gitiss.org

이었다. 한편, 유럽지역 게이머들이 게임구입을 할 때 즐겨 이용하는 장소는 전문적인 게임상점과 슈퍼마켓 등으로 나타났다. 온라인게임도 CD 패키지 형태로 활발하게 거래되는 유럽 게임 유통시장의 특징이 반영된 결과라고 할 수 있다.

유럽 지역 게이머들은 게임을 이용할 때 가장 많이 고려하는 요소로 고품질의 그래픽을 꼽았으며, 게임을 선택하는데 있어 가장 많이 고려하는 사항은 빠른 진행을 꼽았다.

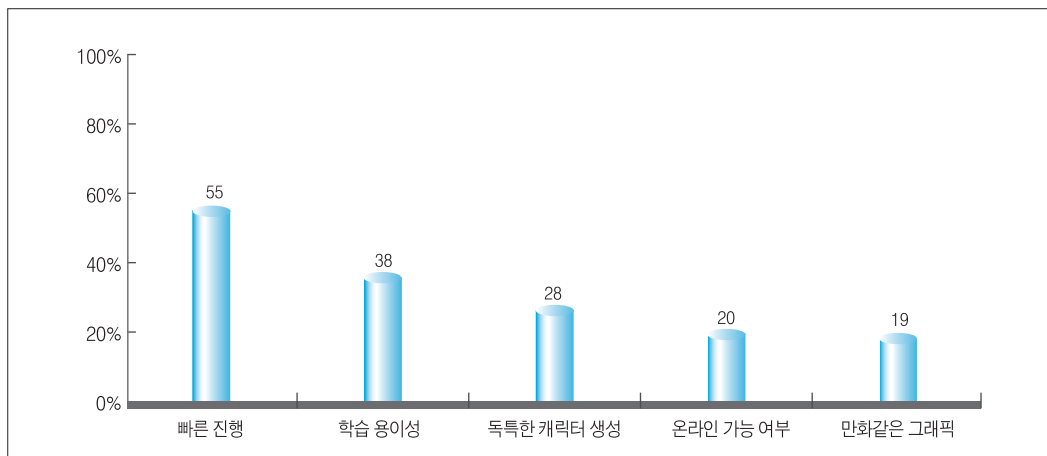
서유럽과 동유럽을 합친 유럽 전체의 모바일 게임 이용자 수는 2007년 4,920만명으로, 이

<그림 4-3-2-04> 유럽 지역 게이머들의 게임플레이 고려사항



※ 자료 : Nielsen Interactive Entertainment

<그림 4-3-2-05> 유럽지역 게이머들의 게임 선택 시 고려사항



※ 자료 : Nielsen Interactive Entertainment



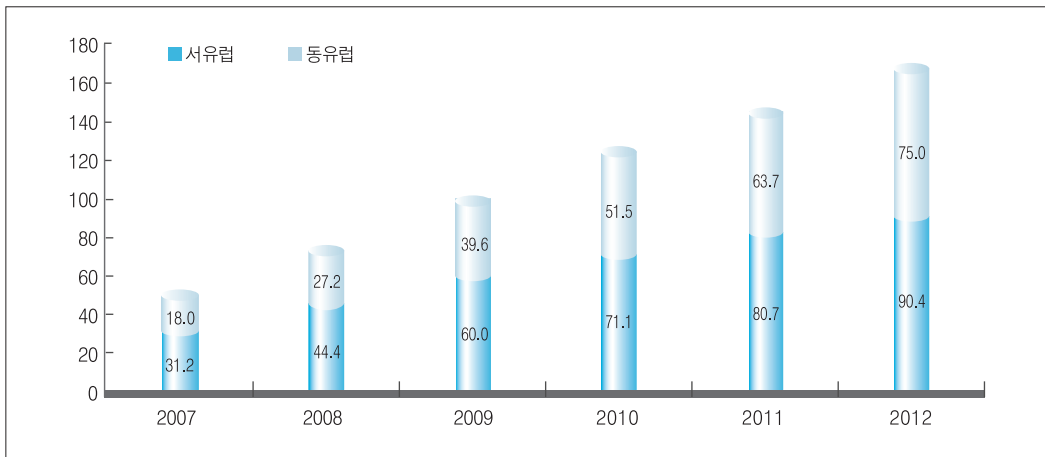
중 서유럽이 3,120만명, 동유럽이 1,800만명인 것으로 나타났다. 시장 규모면에서 서유럽이 동유럽에 비해 4.3배 큰데 비해, 이용자 수에서는 서유럽이 동유럽의 약 1.7배에 불과한 것은 동유럽이 이용자 수에 비해 모바일게임의 평균 요금ی 낮아 상대적으로 이용자 수가 많

은 것으로 보인다.

서유럽과 동유럽의 모바일게임 다운로드 이용률은 서유럽이 2007년 7.3%, 동유럽이 4.9%를 기록, 이용률 역시 서유럽이 동유럽을 앞서는 것으로 나타났다.

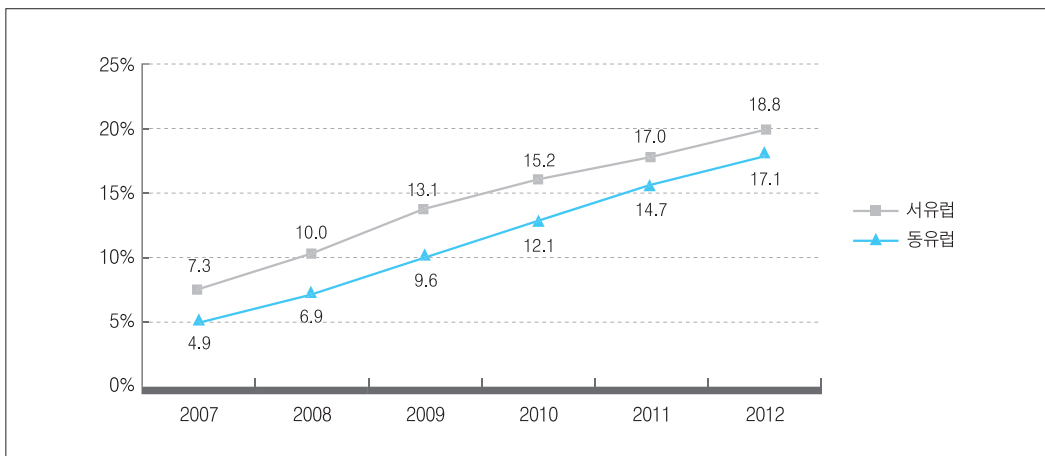
〈그림 4-3-2-06〉 유럽 모바일게임 다운로드 이용자 수 추이 : 2007~2012

(단위 : 백만명)



* 주 : 1년에 한번 이상 모바일게임을 다운로드 받은 이용자 수
 ※ 자료 : Juniper Research 2007

〈그림 4-3-2-07〉 유럽 모바일게임 다운로드 이용률 추이 : 2007~2012



※ 자료 : Juniper Research 2007

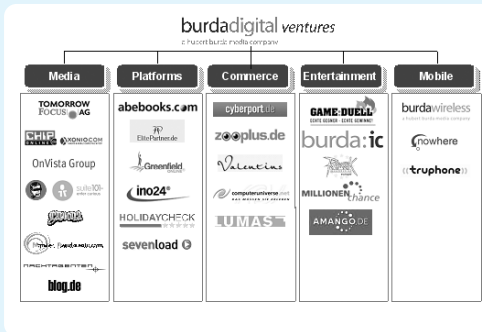
유럽 주요 4개국의 온라인게임 서비스업체 정보

1. 독일

(1) Burda

Burda(Burda:ic GmbH)는 독일의 거대 미디어그룹인 Hubert Burda Media의 자회사로 MMOG와 캐주얼 게임을 모두 서비스하고 있으며 국내 게임도 활발히 수입하고 있다.

모기업 Hubert Burda는 직원수 7,000명, 연매출 15억유로 규모의 거대 미디어 기업으로 Hubert Burda라는 개인이 100% 지분을 소유하고 있다. TV, 라디오, 잡지 등 다양한 미디어 채널을 보유하고 있으며, 특히, 독일에서만 70여개, 18개 국가 총 250여종의 잡지를 퍼블리싱하는 등 잡지 부분에서 활발한 서비스를 제공하고 있다. Hubert Burda Media의 다양한 사업체 중 온라인 관련 서비스는 Burda Digital Ventures가 담당하고 있으며, 온라인 게임을 서비스하고 있는 Burda:ic는 역시 Hubert Burda Media의 컨트롤 아래 있다.



Burda는 2007년 말까지 75만명 이상의 가입자 수를 확보하고 있으며, 유료 게임 사용자 수 기준으로 유럽 5개국 상위 5위 안에 드는 업체다. 현재 독어, 영어, 불어, 이탈리아어, 터키어 등으로 게임 서비스를 제공하고 있으며, 게임 TV 채널인 Giga를 통해 MMORPG 리그를 주도하고 있다.

Burda의 게임 사업 비즈니스 영역은 크게 MMOG, 캐주얼 게임, 게임 관련 미디어 3개 분야로 분류할 수 있다. MMOG 부문에서는 현재 국내 게임인 라그나로크를 서비스하고 있으며, 2008년 상반기 중으로 플랜시아라는 3D 기반의 MMOG를 출시할 계획이다.

(2) GameForge

GameForge는 2003년 브라우저 기반의 MMOG 개발을 시작으로 온라인게임 시장에 본격 진출하기 시작하여 현재 전 세계적으로 약 4,500만명의 가입자 수를 확보하고 있으며, 새로 가입하는 유저 수만 해도 하루 평균 수만명에 이르는 것으로 자체 집계하고 있다. 현재, 총 35개국에 25개의 언어로 서비스를 제공하고 있으며 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아, 스페인, 폴란드 등에서 가장 큰 인기를 얻고 있다. 2007년에는 Accel Partners로부터 투자유치에 성공했으며, 2008년 초에는 미국 시장에도 진출, 현지 법인을 설립했다. GameForge는 2005년부터는 브라우저 방식에서 벗어나 클라이언트 다운로드용 게임을 제공하기 시작했다. 브라우저 게임이 보다 많은 유저를 가지고 있지만 클라이언트 기반 게임들의 ARPU가 더 높기 때문에 브라우저 게임으로 확보한 충성도 높은 유저들을 클라이언트 기반 게임으로 유도하여 높은 수익을 유발시키려 하고 있다.

2. 영국

(1) Jagex

2001년 3명의 공동창업자에 의해 설립된 게임 개발사로 현재 영국 최고 인기 게임 중 하나인 RuneScape라는 콘텐츠를 통해 개발사뿐 아니라 퍼블리셔로도 시장에 안착했다. RuneScape는 현재 영어로만 서비스되고 있음에도 2001년 론칭 이후 100만명 이상의 유저를 확보하고 있는 Java 게임이다. Gielinor라고 명명된 중세유럽을 배경으로 하고 있으며 자신의 아바타를 커스터마이징하여 몬스터 사냥, 전투 등을 벌이는 전형적인 MMORPG 장르다.

RuneScape는 클라이언트 다운로드 기반이 아닌 브라우징 방식으로 이용되는 플래시 기반 게임이기 때문에 높은 그래픽 퀄리티는 기대하기 힘들지만 오히려 게임이 무겁지 않아 유럽의 인프라 환경에서 쉽게 돌아간다는 점이 큰 인기 비결이 되고 있다.



영국 Jagex의 RuneScape 스크린샷



Jagex는 이 밖에도 FunOrb(www.funorb.com)라는 캐주얼 게임 포털을 통해 미니 게임들을 제공하고 있으며 홈페이지상에서 Vertigo라는 퍼즐게임을 이용할 수 있도록 하고 있다. Jagex는 RuneScape외에 별도의 MMOG를 개발할 계획은 당분간 없지만 영어 서비스만 제공해 온 게임을 2008년부터 타 언어로 서비스할 계획이며, 현재 독일어 서비스를 준비하고 있다.

3. 프랑스

1) Ankama

2001년 3명의 공동창업자들이 온라인 포털과 인터랙티브 마케팅 솔루션을 공급하는 업체로 Ankama를 설립했으며 2003년부터 온라인 게임 서비스를 제공하기 시작했다. 이들의 주요 서비스 게임인 Dofus는 플래시 기반의 MMORPG로 클라이언트 다운로드가 아닌 브라우저 방식으로 이용하는 게임이다. 만화 스타일의 캐릭터를 이용하고 있으며 플래시 기반의 가벼운 게임임에도 불구하고 각종 게임 디자인 관련 대회에서 우수작으로 수상하기도 했다.

2007년 4월 미국과 영국에서 서비스를 개시했으며, 2007년 6월부터는 독일어 및 스페인어 버전 서비스도 제공하기 시작했다. 현재 전 세계적으로 약 700만명의 가입자를 보유하고 있다.

Ankama는 자사 인기 게임 Dofus의 온라인 서비스를 강화한 Dofus Arena 서비스를 출시했으며, 2008년 중에 Wakfu라는 3D 온라인 커뮤니티 서비스를 시작할 계획이다. 또한, Dofus가 인기를 끌기 시작하면서 Dofus 브랜드를 기반으로 해, 만화책, 애니메이션 등으로 영역을 확장해 나가고 있다.

4. 이탈리아

1) 505 Games

이탈리아 미디어그룹인 Digital Bros.의 게임 자회사로 주로 콘솔 게임을 퍼블리싱해 왔으며, 타 유럽 업체에 비해서 일찍부터 PC 온라인 게임 서비스도 제공하기 시작, 2000년부터 국내 온라인게임인 '미르의 전설' 서비스를 제공해 왔다. 이탈리아 밀라노에 본사를 두고 있으며 프랑스, 영국, 독일 등에 지사를 운영하고 있다.

유럽 전 지역을 서비스 대상으로 하고 있으나, 영어, 독일, 불어, 스페인어, 이탈리아어 등 5개 언어 서비스만을 기본적으로 제공하고, 서비스 이용량이 임계점에 다다른 이후에야 멀티 언어 게임으로 서비스를 확장하는 정책을 취하고 있다.

게임 유통방식은 현재 온라인으로만 게임을 제공하고 있으며, Kick Online을 시작으로 오프라인 박스 유통도 계획하고 있다.