

## 제3절 인터넷 PC방 현황

### 1. 인터넷PC방(멀티미디어문화콘텐츠 설비제공업) 현황

#### (1) 인터넷PC방의 동향과 전망

##### 가. 인터넷PC방의 증감추이

2005년도 12월을 기준으로 조사된 전국의 인터넷PC방은 22,171개소로 집계되었다. 2004년을 기준으로 약 6.1%의 증가율을 보였다.

2005년도에 조사된 인터넷PC방의 증가율은 게임유통 공급선의 증가에 기인한 것이 아니라 전국적인 경기침체에 따른 대체 공급이 PC방의 창업으로 이루어졌다고 보는 것이 타당할 것이다.

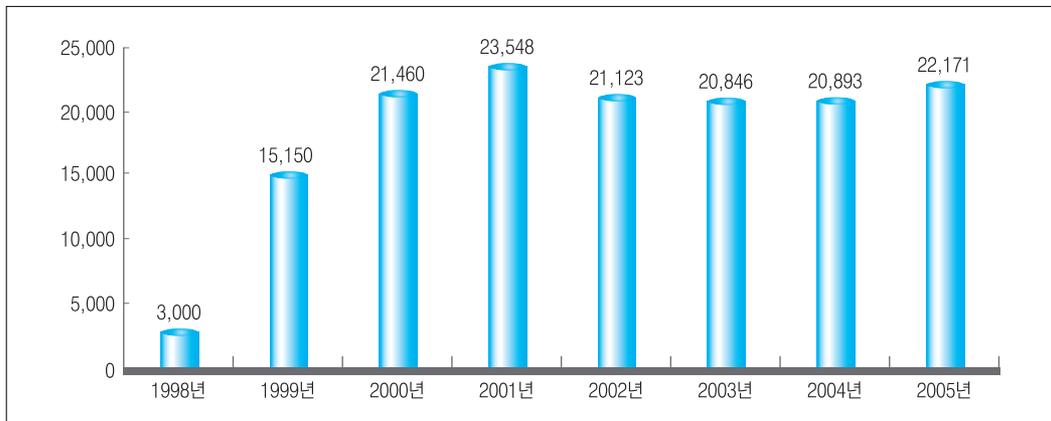
특히, 2004년 12월을 끝으로 유예기간이 끝난 학교정화구역 내에 존재해 있던 업소들에 대한 폐업이 급격이 이루어질 것으로 예상되었으나, 예상과 달리 일부 정화구역을 벗어난 곳으로 이전을 하거나 그 외 지속적으로 영업을 하고 있는 것으로 추정되고 있다.

전국의 업소수는 소폭의 상승세를 보이고 있으나, 이는 조사시점에서의 오차율과 폐업이 집중적으로 이루어지는 시기가 3월부터 5월 사이에 집중해 있는 점 등을 감안한다면, 예년에 비해 큰 폭의 증감을 보이지는 않을 것으로 예상된다.

〈표 1-3-3-01〉 연도별 인터넷PC방 업소 증감율

년도	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
업소현황	약 3,000	15,150	21,460	23,548	21,123	20,846	20,893	22,171
전년대비 증감율	-	405%	41.7%	9.7%	-10.3%	-1.3%	0.2%	6.1%

〈그림 1-3-3-01〉 연도별 인터넷PC방 업소 증감현황



### 나. 지역별 현황

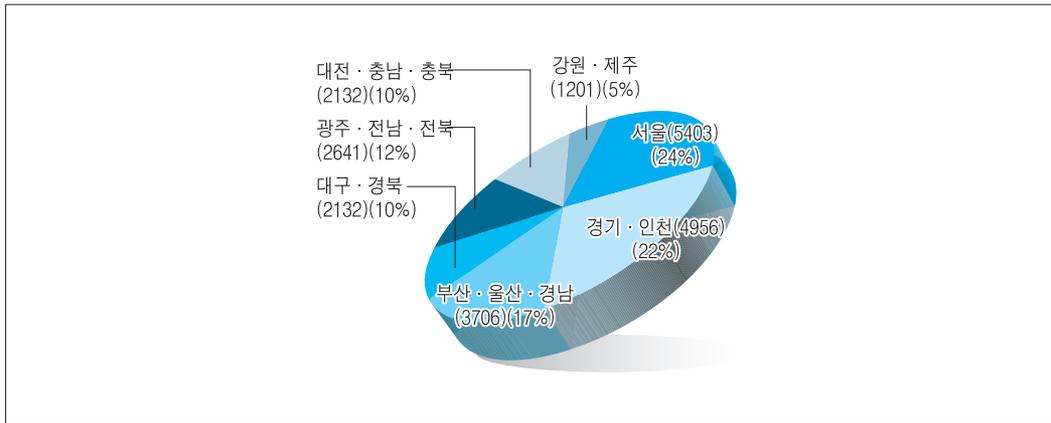
그간의 집계에서와 마찬가지로 서울과 인천, 경기지역의 전체 비중이 약 1/2의 비율을 지속적으로 유지하고 있으며, 2004년도와 비교할 때 서울, 경기, 인천지역의 비중은 평년의 비율을 유지하고 있다.

기타 지역에서는 부산, 강원, 제주, 광주, 전남, 전북 지역은 실질 업소수는 증가하였으나,

전국적인 분포에서는 2004년도와 같은 분포율을 나타냈으며, 대전, 충남, 충북, 대구, 경북 지역이 각각 1%씩 증가하였다.

각 지역별 분포는 인구가 유입되는 신도시 건설, 아파트 밀집지역 조성 등의 이유로 읍·면·동 단위로는 많은 변화가 있을 것으로 보이나, 시·군·구 단위의 변화에서는 큰 변화를 나타내지 않았다.

〈그림 1-3-3-02〉 지역별 인터넷PC방 분포도

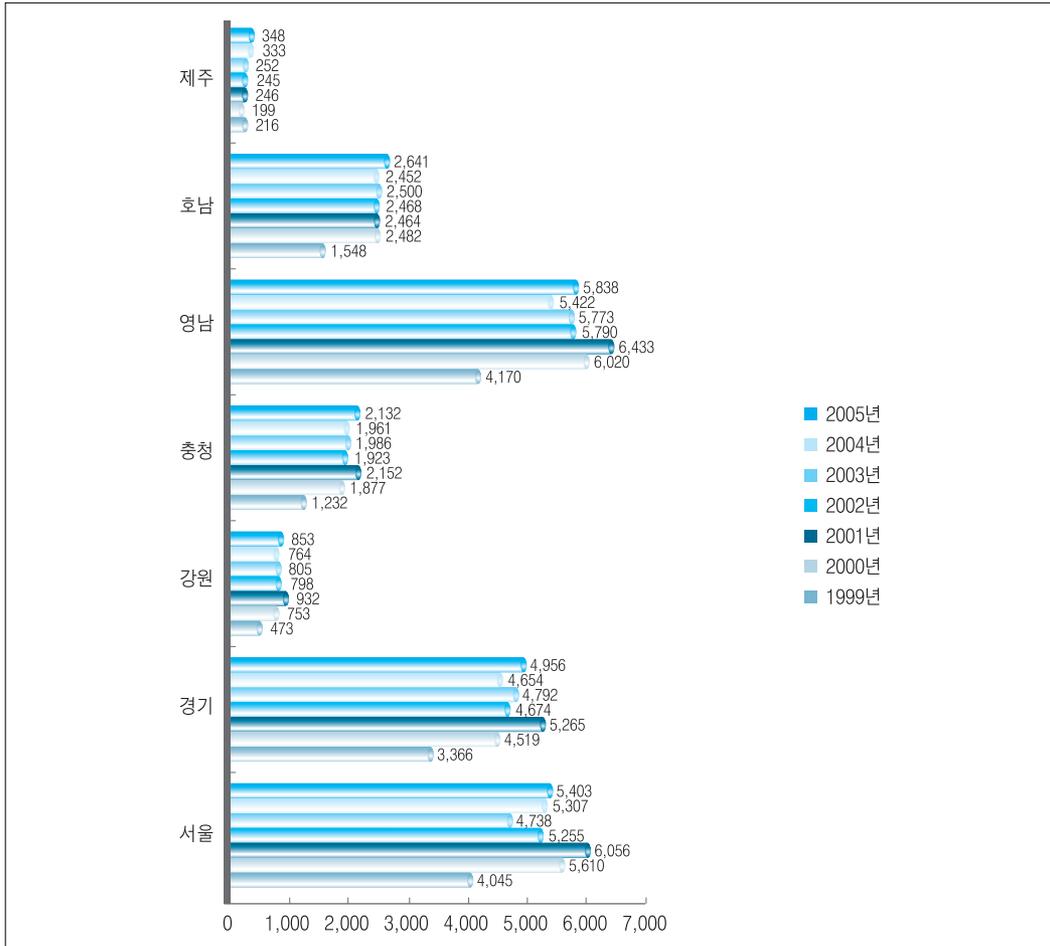


〈표 1-3-3-02〉 지역별 인터넷PC방 분포현황 추이

년도	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
서울시	4,045	5,610	6,056	5,225	4,738	5,307	5,403
인천시	902	1,116	1,274	1,405	1,079	986	1,059
대전시	433	666	744	722	773	579	617
대구시	970	1,400	1,637	1,302	1,388	968	1,039
광주시	521	813	961	857	838	831	863
울산시	302	432	518	483	281	613	666
부산시	1,535	1,949	1,842	1,715	1,759	1,679	1,782
경기도	2,464	3,403	3,991	3,269	3,713	3,668	3,897
강원도	473	753	932	798	805	764	853
충청북도	382	552	602	477	524	567	625
충청남도	417	659	806	724	689	815	890
경상북도	721	1,112	1,139	1,243	1,126	948	1,093
경상남도	742	1,127	1,297	1,047	1,219	1,214	1,258
전라북도	566	929	764	900	786	900	979

년도	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
전라남도	461	740	739	711	876	721	799
제주도	216	199	246	245	252	333	348
합 계	15,150	21,460	23,548	21,123	20,846	20,893	22,171

〈그림 1-3-3-03〉 전국 권역별 증감추이



2004년도에 비해 2005년에는 전국적으로 고른 증가율을 보이고 있다는 점이 예년에 비해 다른 점이라고 할 수 있다.

2003년도에 특히 감소세가 두드러졌던 지역인 서울, 인천, 대구, 부산 등의 대도시를 중심으로 많은 상승세를 보였으며, 타업종 및 유사업종을 영위하던 기존 업소들이 인터넷PC방으

로 업종을 전환한 경우가 상당수를 차지하고 있는 것으로 조사되었다.

#### 다. PC보유현황

신규업소 대형화 추세에 대응하기 위해 기존 업소의 신규투자가 활발히 이루어지고 있는 것으로 보인다.

2003년과 2004년 사이에 출시되었던 게임들

이 기존에 보유하고 있던 PC의 사양에 비해 상당히 고성능의 사양을 요구하였으나, 최근에는 게임 출시에 맞추어 PC의 업그레이드가 진행되어야 할 만큼 화제를 불러일으키는 신작게임이 줄어드는 추세이고, PC의 사양 또한 일정수준 이상에 도달해 있는 상황인 것으로 보인다.

PC 업그레이드 주기는 점차 수시로 진행이 되기 보다는 기기의 수명연한에 따른 주기를 조절하는 것으로 나타났다.

PC보유대수에 있어서는 폐업을 하는 업체의 평균 PC보유대수는 2001년의 경우 평균 25.4대, 2002년은 30.6대로, 2003년은 43대, 2004년은 44.8대, 2005년에는 47대로 조사되었다. 2001년부터 2002년 사이에는 소규모 인터넷PC방을 중심으로 경쟁력을 상실하고 폐업을 하였으나, 그 양상이 2002년 후반부터는 PC보유대수에 크게 영향을 받지 않고 지역 상권분석과 선정의 실패 혹은, 경영상의 실패 등의 원인이 더욱 크게 부각되고 있다.

신규 개업 업체의 PC보유대수는 2001년에는 48.3대, 2002년에는 53.6대로 조사되어 최초로 평균 PC보유대수가 50대를 넘어섰으며 2003년에는 55.2대, 2004년은 55.9대, 2005년에는 56.1대로 조사되어 큰 폭의 증가를 보이는 않았으나 업소수의 증가와 소규모 업체의

폐업 등으로 평균적인 PC보유대수는 꾸준히 증가를 하고 있는 것으로 나타났다. 2002년부터 나타나기 시작한 일부 인구밀집지역을 중심으로 100대 이상의 PC를 보유한 대형 업소가 상당수 나타났다. 업소의 대형화에 따른 고정비용 및 감가상각 비용의 증가로 고급화 전략을 펴고 있는 업체의 증가율은 점차 낮아지고 있으며, 평균적인 중·대형업소에서 PC보유대수를 늘려 개업을 하는 경우가 증가하고 있다.

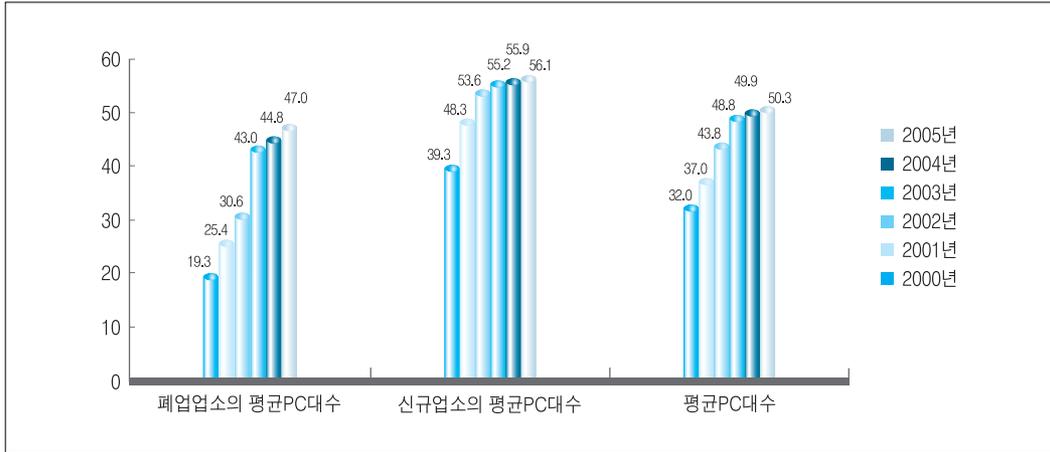
인터넷PC방에서 보유하고 있는 평균적인 PC대수는 2000년 약 32대, 2001년에는 약 37대로 소폭으로 증가하였으나, PC사양의 경쟁이 심화되고 상권별 중대형 업체의 등장이 두드러졌던 2002년부터는 전체적인 PC보유대수도 큰 폭으로 증가를 하고 있다. 2002년 말에는 43.8대에서 2003년에는 48.8대, 2004년 49.9대, 2005년에는 50.3대로 조사를 시작한 이후 처음으로 평균 보유대수가 50대를 넘어선 것으로 조사되었다.

총 공급량이라고 할 수 있는 전국의 PC보유대수는 지속적으로 증가하여 왔으며, 지난 해에 이어 전체적인 평균 보유대수의 증가와 업소수의 증가에 따라 전국적인 PC공급량은 1,115,201대로 조사되었다.

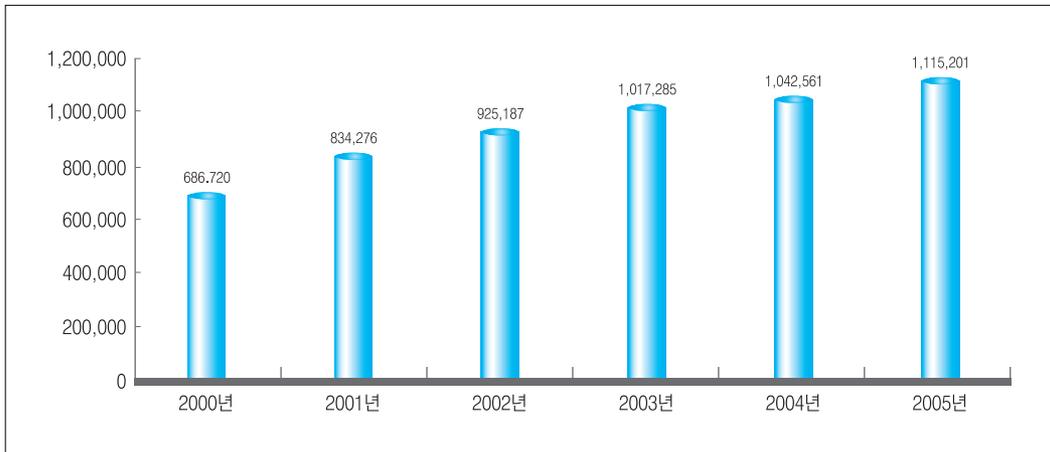
(표 1-3-3-03) 인터넷PC방의 PC보유현황

년도	구분	폐업업소의 평균PC대수	신규업소의 평균PC대수	평균PC대수	총PC대수
2000년		19,3	39,3	32,0	686,720
2001년		25,4	48,3	37,0	834,276
2002년		30,6	53,6	43,8	925,187
2003년		43,0	55,2	48,8	1,017,285
2004년		44,8	55,9	49,9	1,042,561
2005년		47,0	56,1	50,3	1,115,201

〈그림 1-3-3-04〉 인터넷PC방의 PC보유현황



〈그림 1-3-3-05〉 전체 인터넷PC방의 PC보유대수



인터넷PC방에서 보유하고 있는 PC의 시스템 성능 또한 지속적으로 고급화 추세로 올라서고 있으며, 이는 게임의 원활한 작동을 통해 고객을 유치하려는 의도로 풀이된다. 인터넷PC방에서 많이 애용되고 있는 게임들의 PC성능 최소 요구사항은 다음과 같다.

〈표 1-3-3-04〉 각 게임별 최소 시스템 요구사항

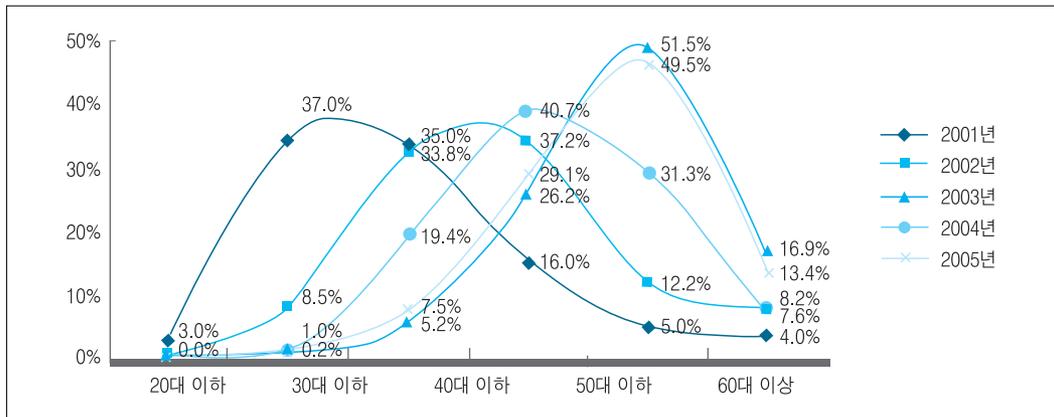
게임명	CPU(MHz)	RAM
스페셜포스	P3-1.2	256M
스타크레프트	P-166	32M
서든어택	P4 ↑	512M
리니지2	P4 2G ↑	512M
워크레프트3	P2-400 ↑	128M
월드오브워크레프트	P4 2.4G ↑	1G
하프라이프2	P4 2.4G ↑	512M
로한	P4 2.4G ↑	1G

〈표 1-3-3-05〉 PC방의 PC대수 분포

(단위 : %)

보유대수 / 년도	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
20대 이하	3,0	0,1	0,0	0,0	0,0
30대 이하	37,0	8,5	1,0	0,5	0,2
40대 이하	35,0	33,8	19,4	7,5	5,2
50대 이하	16,0	37,2	40,7	29,1	26,2
60대 이하	5,0	12,2	31,3	49,5	51,5
61대 이상	4,0	8,2	7,6	13,4	16,9
합계	100	100	100	100	100

〈그림 1-3-3-06〉 업소별 PC보유대수 분포



### 라. 전용선 사용현황

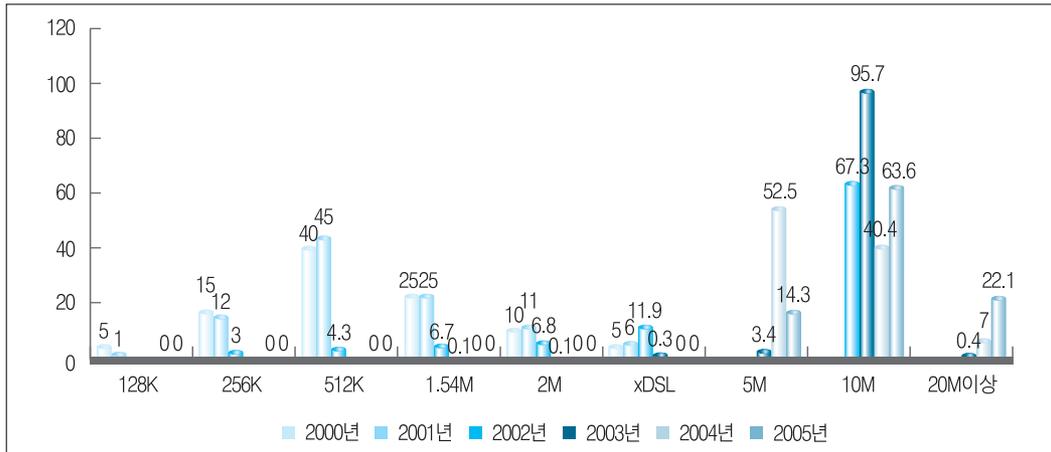
PC방 내에서 사용하고 있는 전용회선의 이용 속도는 조사 시점마다 약간의 차이를 보이고 있으나, 평균적으로는 10M/bps이상의 속도를 유지하고 있는 것으로 조사되었다. 실제로 업소에 공급되는 회선의 속도와 계약 속도간에 상당한 차이가 있는 것으로 보인다.

이는 전용선 공급사에서 신규고객유치/기존 고객유지전략의 일환과 속도별로 차등화 되어 있는 요금제도를 이용하여 계약속도 보다 1~2 등급 상위의 속도를 공급하고 있기 때문으로 보

인다.

특히 E-1이하의 기존 전용선은 조사대상 업소에서는 전혀 이용을 하지 않고 있는 것으로 나타났으며, 인터넷PC방 시장에서 완전히 퇴출된 것으로 예상된다. 또한, 한때 낮은 속도를 보상하기 위한 보조수단으로 애용이 되었던 xDSL도 광케이블망의 빠른 속도와 안정성으로 인해 PC방에서는 거의 자취를 감춘 것으로 나타났다.

〈그림 1-3-3-07〉 인터넷 전용선 속도 사용현황 (ISP사와의 계약속도 기준)



## (2) 인터넷PC방의 문제점

### 가. 법률적 문제

#### - 학교보건법

2004년도 12월에 유예기간이 끝난 학교정화구역 내에 있는 업소 중 한시적인 기간을 조건으로 진입해서 영업을 해왔던 업소와 불법으로 진입한 업소들에 대한 형평성의 문제로 2005년 한 해, 가장 큰 이슈로 등장하였다.

인터넷PC방이 2002년부터 자유업으로 전환이 되면서 정화구역에 무단으로 진입했던 업소들에 대한 현황 파악이 100% 이루어지지 않고 있는 상황에서 기존에 교육청의 허가를 받아 진입했던 업소들을 대상으로 정화구역 외 지역으로 이전하라는 명령서가 발부됨에 따라 불법 진입 업소와의 형평성 문제, 개인의 사유재산 침해의 문제가 발생, 상당수 지역에서 법원에 심판을 청구하거나, 헌법소원을 제기하는 등의 논란이 있었다.

#### - 건축법

2006년 5월부터 시행에 들어간 건축법 시행령에 따라 45평 이상의 면적을 가진 업소가 “제

2종근린생활시설”에서 “판매시설”로 분류되었다. 금번에 개정된 시행령에서는 기존의 업소에 대해서는 적용이 되지 않으나, 향후 신규로 인터넷PC방 시장에 진입하고자 하는 경우에는 상당한 걸림돌로 작용이 될 것으로 예상되며, 장기적으로는 PC방 업계의 공급선을 위축시키는 한 요인으로 작용할 것으로 보인다.

### 나. 사행성·음란성 문제의 대두

지난 2002년 초에 등장한 인터넷PC방의 유사업종인 성인컴퓨터방이 인터넷PC방의 음란물 상영이라는 문제로 사회적인 파장을 일으킨 바 있으나, 다각적인 대응으로 일부 극소수의 업소만 명맥을 유지해 오고 있는 것으로 파악되었다.

2005년 하반기부터 시작된 사행성 문제는 성인게임장의 콘텐츠를 PC로 포팅하고 인터넷을 이용하여 다자간에 도박과 같은 행위를 할 수 있도록 하는 성인PC방이라는 유사업종이 등장하였다.

초기에는 게임장 업종의 일부가 게임 콘텐츠 일부를 변경한 성인PC방으로 업종을 전환하는

것이 주류를 이루었으나, 일부 폐업을 시도하고 있는 PC방이 다수 몰리는 3~5월을 기해 상당수의 PC방이 폐업과 함께 성인PC방으로 전환이 될 것으로 예상된다.

이 문제는 단순히 PC방 업계에 대한 문제뿐만 아니라 사행성으로 인한 사회적 문제로까지 번질 우려가 있으며, 강력한 대응을 통해 사전에 뿌리를 뽑아야 할 것으로 예상된다.

### 전국 인터넷PC방 현황

〈표 1-3-3-06〉 전국 인터넷 PC방 현황(2005년 말 기준)

시도	시.군.구	현황	시도	시.군.구	현황
서울특별시	강남구	361	부산광역시	동구	68
	강동구	294		동래구	125
	강북구	232		부산진구	230
	강서구	254		북구	120
	관악구	364		사상구	133
	광진구	234		사하구	181
	구로구	180		서구	64
	금천구	134		수영구	101
	노원구	229		연제구	104
	도봉구	144		영도구	90
	동대문구	240		중구	55
	동작구	190		해운대구	132
	마포구	198		소계	1,782
	서대문구	204		인천광역시	강화군
	서초구	202	계양구		121
	성동구	161	남구		241
	성북구	242	남동구		144
	송파구	313	동구		45
	양천구	181	부평구		210
	영등포구	209	서구		137
용산구	121	연수구	91		
은평구	216	옹진군	6		
종로구	136	중구	47		
중구	109	소계	1,059		
중랑구	255	대전광역시	대덕구	89	
소계	5,403		동구	121	
부산광역시	강서구		14	서구	194
	금정구		160	유성구	92
	기장군		34	중구	121
	남구	171	소계	617	

시.도	시.군.구	현황
광주광역시	광산구	134
	남구	155
	동구	136
	북구	277
	서구	161
소계		863
대구광역시	남구	84
	달서구	201
	달성군	66
	동구	128
	북구	214
	서구	124
	수성구	159
	중구	63
소계		1,039
울산광역시	남구	273
	동구	102
	북구	54
	울주군	78
	중구	159
소계		666
강원도	강릉시	146
	고성군	31
	동해시	44
	삼척시	47
	속초시	69
	양구군	27
	양양군	16
	영월군	9
	원주시	130
	인제군	41
	정선군	22
	철원군	30
	춘천시	133
	태백시	31
	평창군	17
	홍천군	27

시.도	시.군.구	현황
강원도	화천군	24
	횡성군	9
소계		853
경기도	가평군	18
	고양시 덕양구	136
	고양시 일산동구	76
	고양시 일산서구	103
	구리시	51
	김포시	64
	남양주시	71
	동두천시	55
	양주시	20
	양평군	13
	연천군	26
	의정부시	133
	파주시	101
	포천시	52
	과천시	11
	광명시	116
	광주시	64
	군포시	106
	부천시 소사구	55
	부천시 오정구	79
	부천시 원미구	188
	성남시 분당구	123
	성남시 수정구	133
	성남시 중원구	145
	수원시 권선구	133
	수원시 영통구	46
수원시 장안구	155	
수원시 팔달구	201	
시흥시	168	
안산시 단원구	133	
안산시 상록구	132	
안성시	51	
안양시 동안구	81	
안양시 만안구	103	

시·도	시·군·구	현황
경기도	여주군	42
	오산시	51
	용인시	221
	의왕시	31
	이천시	74
	평택시	192
	하남시	39
	화성시	105
소계		3,897
충청북도	괴산군	8
	단양군	9
	보은군	8
	영동군	20
	옥천군	15
	음성군	28
	제천시	42
	증평군	18
	진천군	21
	청원군	20
	청주시 상당구	153
	청주시 흥덕구	191
	충주시	92
소계		625
충청남도	계룡시	22
	공주시	51
	금산군	24
	논산시	82
	당진군	36
	보령시	57
	부여군	33
	서산시	70
	서천군	21
	아산시	89
	연기군	39
	예산군	26
	천안시	239
	청양군	13

시·도	시·군·구	현황
충청남도	태안군	39
	홍성군	49
소계		890
경상북도	경산시	106
	경주시	139
	고령군	9
	구미시	182
	군위군	8
	김천시	31
	문경시	29
	봉화군	9
	상주시	16
	성주군	9
	안동시	71
	영덕군	8
	영양군	6
	영주시	61
	영천시	41
	예천군	18
	울릉군	4
	울진군	15
	의성군	11
	청도군	11
청송군	8	
칠곡군	36	
포항시 남구	144	
포항시 북구	121	
소계		1,093
경상남도	거제시	56
	거창군	13
	고성군	18
	김해시	138
	남해군	8
	마산시	253
	밀양시	34
	사천시	41
산청군	8	

시·도	시·군·구	현황
경상남도	양산시	83
	의령군	15
	진주시	192
	진해시	65
	창녕군	18
	창원시	202
	통영시	46
	하동군	18
	함안군	17
	함양군	14
	합천군	19
소계		1,258
전라북도	고창군	18
	군산시	123
	김제시	44
	남원시	33
	무주군	8
	부안군	18
	순창군	9
	완주군	31
	익산시	174
	임실군	11
	장수군	13
	전주시 덕진구	223
	전주시 완산구	204
	정읍시	51
진안군	19	
소계		979
전라남도	고흥군	12
	강진군	7
	곡성군	12
	광양시	58
	구례군	13
	나주시	42
	담양군	15
	목포시	139
	무안군	15

시·도	시·군·구	현황
전라남도	보성군	14
	순천시	172
	신안군	9
	여수시	172
	영광군	15
	영암군	11
	완도군	15
	장성군	13
	장흥군	18
	진도군	16
	함평군	10
	해남군	10
화순군	11	
소계		799
제주도	남제주군	20
	북제주군	33
	서귀포시	41
	제주시	254
소계		348
총계		22,171

## 2. 인터넷PC방 의견조사 결과

### (1) 조사의 개요

한국게임산업개발원은 2006년 4월 서울, 부산, 광주, 대구, 인천, 대전 등 6개 광역시에 소

재한 1,000개 PC방을 대상으로 조사를 실시하였다. 조사방법은 면접설문 방식으로 PC방 업주를 대상으로 진행하였으며, <2005 대한민국 게임백서>의 PC방 현황자료를 토대로 지역별 비례할당으로 표본을 선정하였다.

〈표 1-3-3-07〉 조사대상 업소 지역별 분포

지역	업체수 (2005년말)	분포비율 (2005년말)	표본수	표본비율
서울	5,403	50.2%	470	47.0%
부산	1,782	16.6%	161	16.1%
광주	863	8.0%	98	9.8%
대구	1,039	9.7%	118	11.8%
인천	1,059	9.8%	70	7.0%
대전	617	5.7%	83	8.3%
합계	10,763	100%	1,000	100.0%

〈표 1-3-3-08〉 업소별 PC 보유대수

PC 보유수	응답수	비율
20대 미만	3	0.3%
20~30대 미만	11	1.1%
30~40대 미만	119	11.9%
40~50대 미만	273	27.3%
50~60대 미만	260	26.0%
60~70대 미만	133	13.3%
70~80대 미만	75	7.5%
80~90대 미만	51	5.1%
90~100대 미만	26	2.6%
100대 이상	49	4.9%
합계	1,000	100.0%

〈표 1-3-3-09〉 업소별 설립시기

설립연도	응답수	비율
1999년 이전	25	2.5%
2000년	44	4.4%
2001년	45	4.5%
2002년	85	8.5%
2003년	130	13.1%
2004년	228	22.9%
2005년	383	38.5%
2006년	56	5.6%
합계	996	100.0%

※ 총 1,000개 조사업체 중 4개 업체는 설립연도가 명확치 않아 조사업체에서 제외

### (2) PC방 경쟁력 관련

#### 가. PC방 발전 가능성

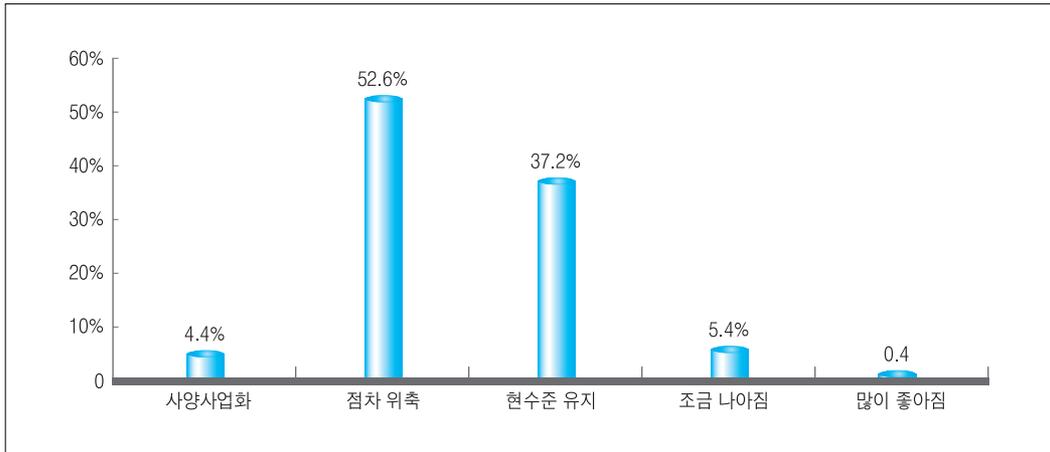
PC방의 향후 전망에 대해서는 PC방 운영사의 4.4%가 '사양산업화될 것' 이라고 응답하였고, 52.6%가 '점차 위축될 것' 이라고 응답하여 2005년 보다 부정적인 응답비율(52.9%)이

4.1%정도 증가한 것으로 나타났다. 이는 PC방 시장의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있고, Xbox360, PSP와 같은 신규 플랫폼의 등장과 맞물려 PC방 경기가 점차 악화될 것으로 예측하고 있음을 보여준다. 더구나 PC방 규모별로 살펴보면 PC를 많이 보유하고 있는 대형 PC방

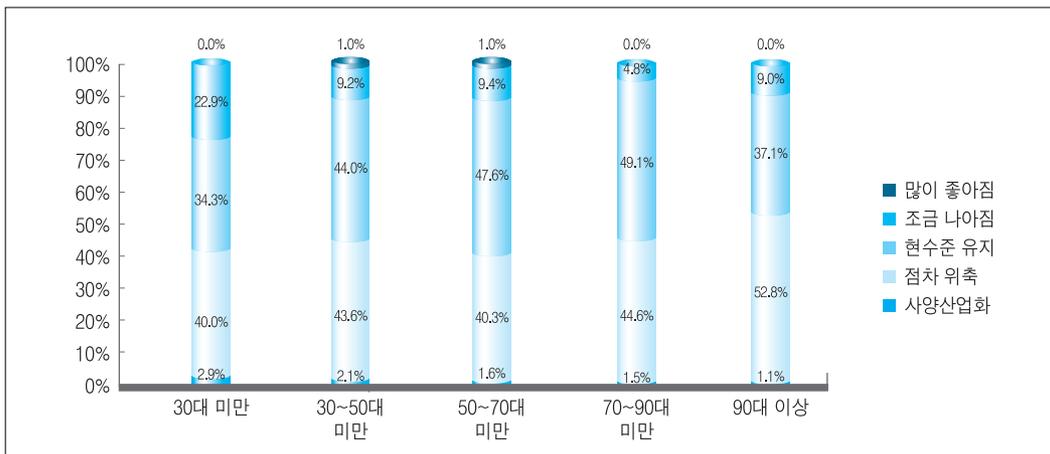
들이 더욱 부정적으로 전망하고 있는 것으로 나타나고 있다. 작년과 재작년의 경우 PC방의 규모가 클수록 경기를 보다 낙관적으로 바라보았던데 비해 올해는 반대의 결과가 나온 이유는

게임장의 확산과 콘솔 게임기의 보급 확대에 의해 PC방이 점차 경쟁력을 잃어갈 것을 우려하고 있기 때문으로 해석된다.

〈그림 1-3-3-08〉 PC방의 발전 전망에 대한 견해



〈그림 1-3-3-09〉 PC방의 규모별(PC 보유대수 기준) 전망에 대한 견해



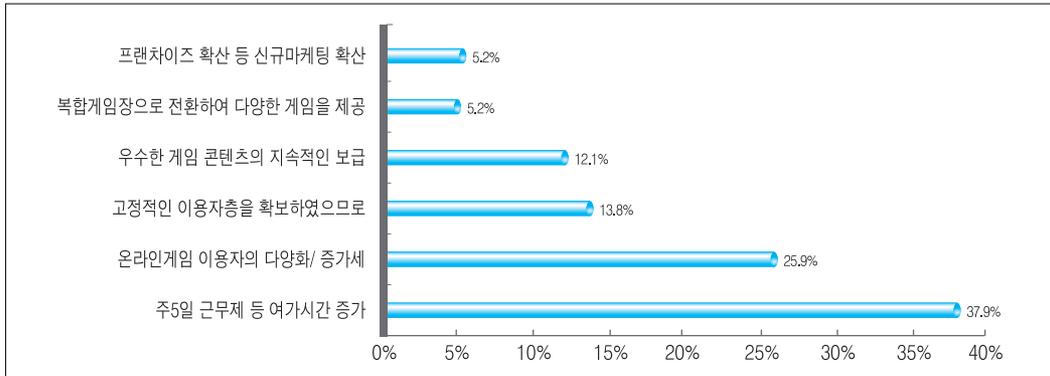
한편, PC방 경기가 좋아질 것이라고 예측한 응답자들 중에서는 37.9%에 달하는 사람들이 향후 전망이 밝은 이유로 주 5일 근무 등 여가시간의 증가라고 답하였다. 이처럼 여가시간의 증가가 PC방 이용에 긍정적인 영향을 미칠 것

이라고 응답한 사람들은 2004년(13.8%), 2005년(26.4%)에 이어 지속적으로 증가하여 올해 가장 큰 비중을 차지함으로써 PC방 업주들의 기대가 해를 거듭할수록 비약적으로 커지고 있음을 알 수 있다. 또, 온라인게임 이용자가 다양

해지고 이용인구가 늘어남에 따라 향후 PC방  
경기가 좋아질 것이라고 응답한 비율은 지난해  
(31.5%)에 비해 비교적 많이 줄어들었는데, 이

는 국내 온라인게임 시장이 거의 포화상태에 이  
르러, 이에 대한 기대가 점차 줄어들고 있음을  
보여준다.

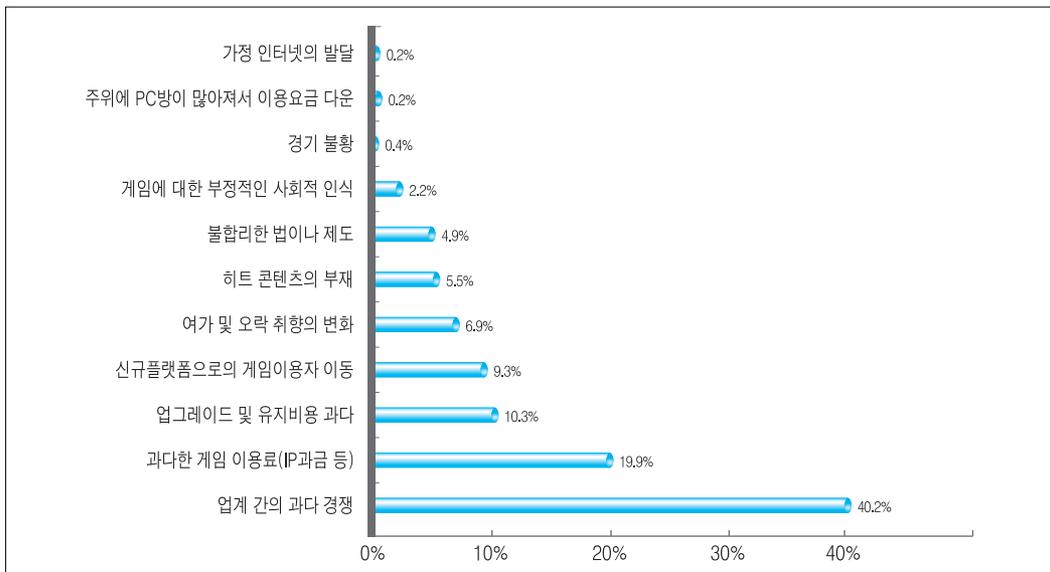
〈그림 1-3-3-10〉 PC방 전망이 밝은 이유



PC방의 경쟁력을 약화시키는 주요인으로는  
40.2%가 업계 간의 과당 경쟁 때문이라고 응답  
하였다. 이는 2005년(33.0%)에 비해 7% 이상  
증가한 것으로, 이용인구에 비해 PC방이 지나  
치게 많이 설립, 운영됨으로써 갈수록 업체간  
경쟁이 심화되고 있음을 보여주고 있다. 다음으

로 19.9%는 과도한 게임이용료를 PC방 경쟁력  
약화 요인이라고 답하였으며, 10.3%는 업그레  
이드 및 유지비용 과다를 들었다. 이는 PC방의  
초기 접근비용과 운영비 역시 업주에게는 다소  
부담이 되고 있는 현실을 반영하고 있다.

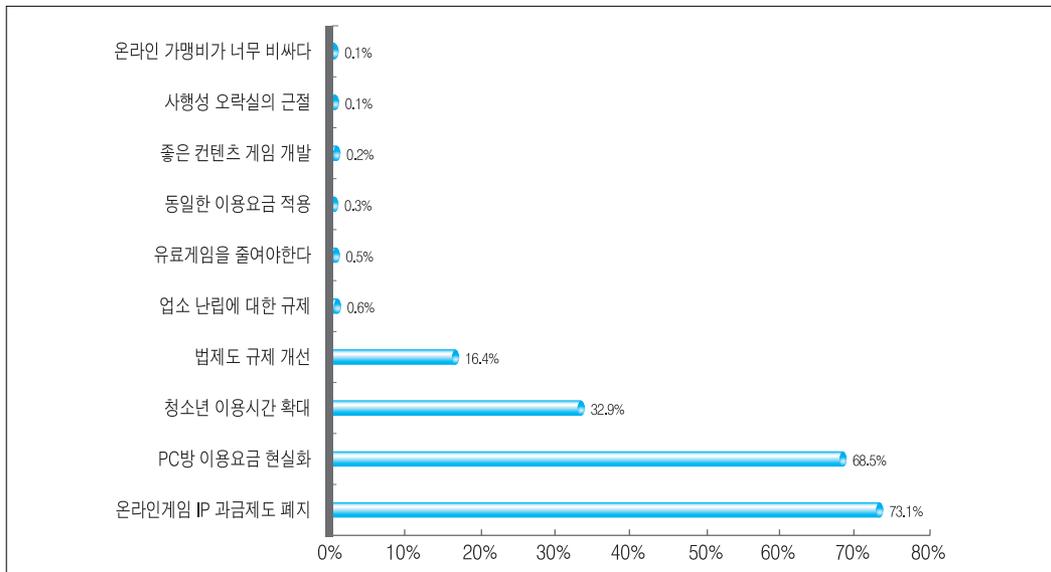
〈그림 1-3-3-11〉 PC방의 경쟁력을 약화시키는 요인



PC방 업계의 발전을 위해 시급히 개선해야 할 과제에 대한 질문(복수응답)에는 73.1%가 온라인게임 IP 과금제도를 폐지해야 한다고 답하여 지난해(75.1%)에 이어 올해도 최우선 선결과제인 것으로 조사되었다. 그리고 68.5%의 응답자들이 PC방 이용요금 현실화를 우선과제로 꼽

아, PC방 과다경쟁으로 인한 제살 깎아먹기가 한계에 직면해 있음을 보여주고 있다. 다음으로 청소년 이용시간 확대(32.9%)와 법제도 규제 개선(16.4%) 순으로 나타나 법과 제도적인 측면에서의 개선을 원하고 있는 것으로 조사되었다.

〈그림 1-3-3-12〉 PC방 발전을 위한 시급한 개선과제(복수응답)



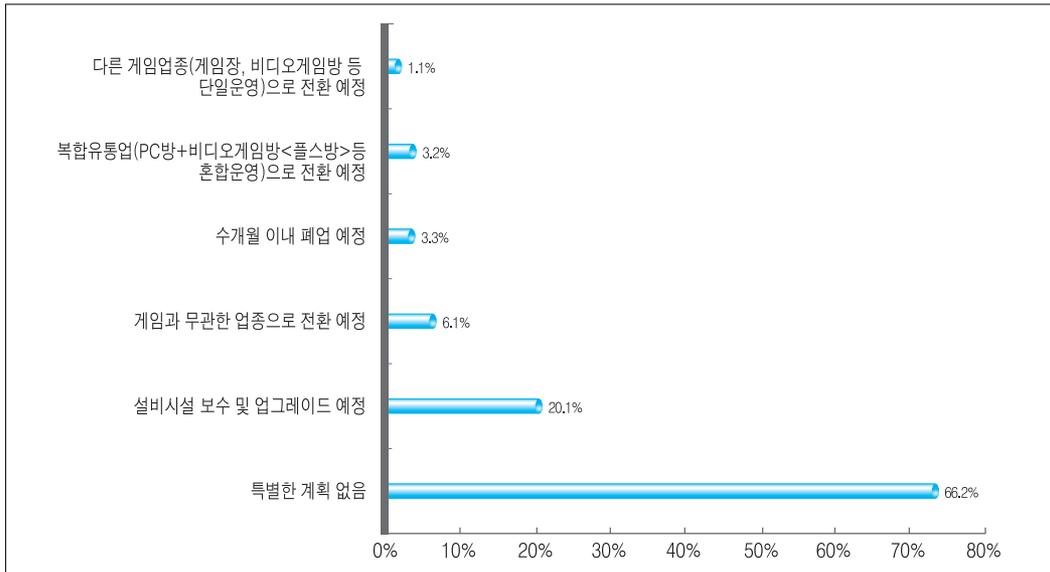
#### 나. PC방의 향후 경영계획

PC방의 향후 경영계획에 대해서는 특별한 계획 없이 현 상태를 유지하겠다는 응답이 66.2%로 가장 높게 나타났고, 설비시설 보수 및 업그레이드를 하겠다는 응답이 20.1%로 그 다음을 차지하였다. 대부분의 PC방들은 경영계획에 대해 소극적인 태도를 보이고 있는데, 이는 게임산업의 변화에 발맞춰 PC방의 경영전략을 구체화할 만큼 자본 여력이 크지 않기 때문인 것으로 해석된다. 특히 시설 보수나 업그레이드를 하겠다는 응답자들이 전년(37.4%)에 비해 17.3%가 줄어든 20.1%로 나타나 경영환경이

더욱 악화되고 있는 것으로 보인다. 다음으로 게임과 무관한 업종으로 전환 예정(6.1%), 폐업 예정(3.3%), 복합 유통업으로 전환 예정(3.2%)으로 응답한 비율은 지난해와 대동소이한 수준에 머물렀다. 결론적으로 현재 국내 PC방들은 대부분 규모가 영세할 뿐 아니라 경영상의 변화를 피할 만큼 PC방을 둘러싼 시장 환경 변화를 민감하게 받아들이지 않는 것으로 풀이된다.

복합유통업으로의 전환 시 혼합을 고려하는 업종으로는 스낵바/식당(21.7%), 비디오게임방(19.5%)을 비교적 선호하는 것으로 나타났다. 이는 전년에 비해 비디오 게임방의 선호도

〈그림 1-3-3-13〉 PC방의 향후 경영계획



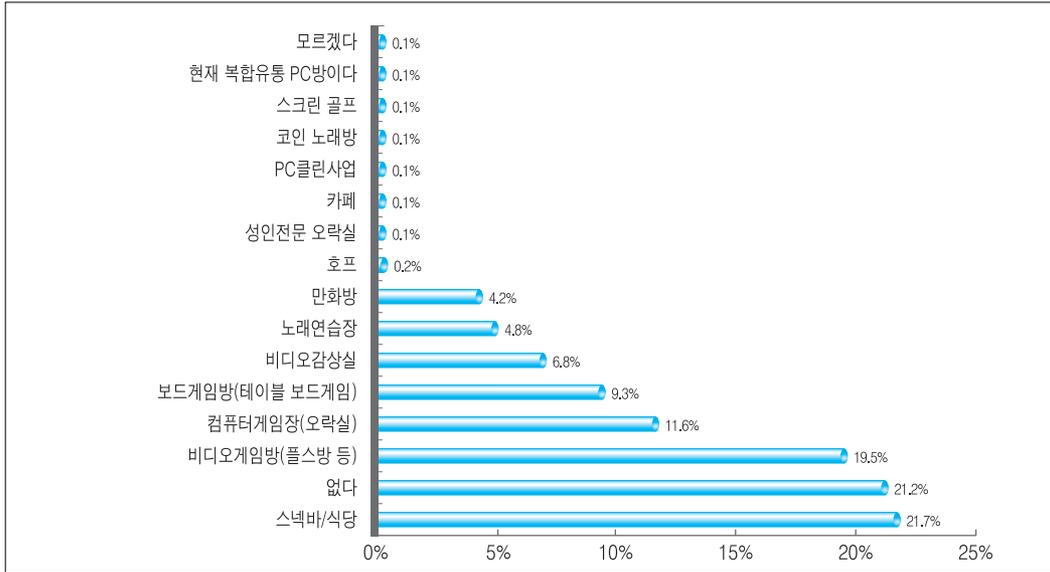
(30.7%)는 대폭 줄어든 것이며, 스낵바나 식당에 대한 선호도(14.9%)는 오히려 늘어난 것이다. 이런 결과는 비디오 게임방에 대한 인기가 다소 주춤한 탓도 있겠지만, 무엇보다 게임기 제조사에서 영입용 게임기 및 게임타이틀을 적극 지원하지 않아 현실적으로 비디오 게임방 운영이 어렵기 때문인 것으로 풀이된다. 또한 컴퓨터게임장(오락실)을 함께 경영하겠다는 영업주들이 11.6%, 보드 게임방을 혼합 업종으로 선택하겠다는 의견도 9.3%로 나타나 상대적으로 높은 비중을 차지하였다. 이는 컴퓨터게임장은 지난해(6.0%)에 비해 다소 증가한 수치이며, 보드 게임방은 오히려 전년(10.3%)보다 조금 낮아진 것이다. 한편 복합 업종으로의 전환을 고려하지 않고, 현재의 PC방 영업만 계속 하겠다(21.2%)고 응답한 비율도 전년(22.9%)과 비슷한 수준을 유지하였다.

비디오게임을 도입할 경우 어떤 기종을 선택하겠느냐는 질문(복수응답)에 75.3%가 특별한

계획이 없다고 응답하였다. PS2를 도입하겠다고 응답한 사람은 전년(34.1%)에 비해 대폭 줄어든 12.1%로 나타난 반면에, 올해 연말에 출시 예정인 PS3를 선택한 비율은 12.6%로 나타나 신규 게임기에 대한 선호도가 비교적 높았다. 하지만 이미 올해 초에 출시된 Xbox360을 도입하겠다는 비율은 1.9%로 매우 저조하였는데, 이는 기존의 Xbox가 국내 시장에서 실패한 것이 영향을 미친 것으로 보인다. 전반적으로 작년에 비해 비디오 게임기를 도입하겠다고 응답한 비율이 크게 감소하였는데, 이는 앞서 언급하였듯이 게임기 제조사들이 일반 소비자들에 대한 직접 판매에 보다 주력함으로써 비디오 게임방을 개설하는 것이 그다지 경제적 이익이 크지 않은 탓도 있다.

다음으로 현재 복합유통업으로 전환하지 않는 이유에 대해서는 절반 이상의 응답자(56.8%)가 전환에 필요한 비용부담 때문이라고 답해 현실적인 자금 여력이 가장 큰 걸림돌로

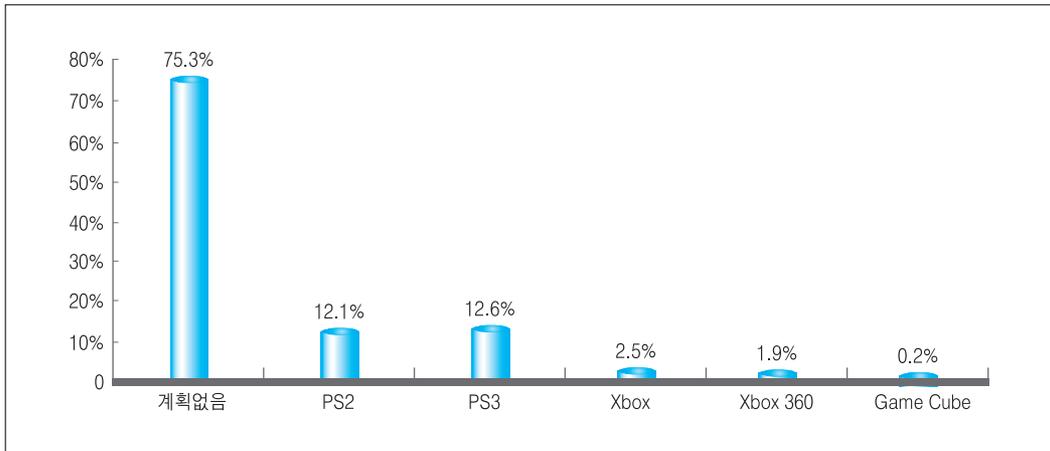
〈그림 1-3-3-14〉 복합유통업으로 전환 시 선택 업종



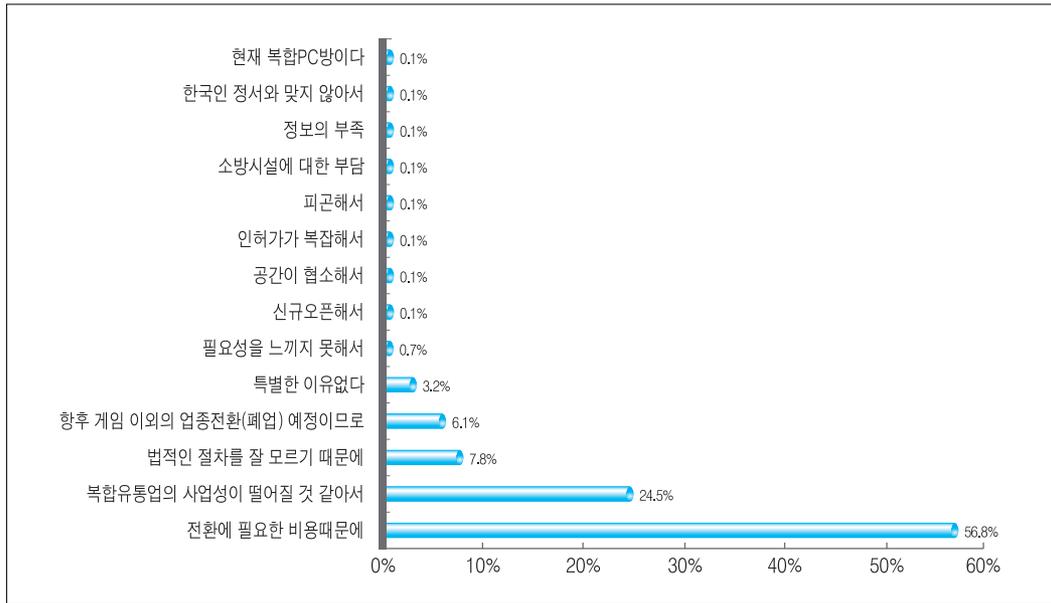
나타났다. 더불어 복합유통업의 경우 초기 투자 비용이 크기 때문에 영업주의 입장에서 위험부담을 많이 떠안아야 하는 것도 그 이유가 될 수 있을 것이다. 이외에도 복합유통업의 사업성이

떨어져서라는 응답이 24.5%로 나타나 다른 업종과 PC방을 함께 운영하더라도 경제적 이득이 그다지 크지 않을 것이라고 생각하는 사람들도 비교적 많았다.

〈그림 1-3-3-15〉 비디오게임 도입 시 선택할 기종(복수응답)



〈그림 1-3-3-16〉 현재 즉시 복합 유통업으로 전환하지 않는 이유



### (3) PC방 운영 관련

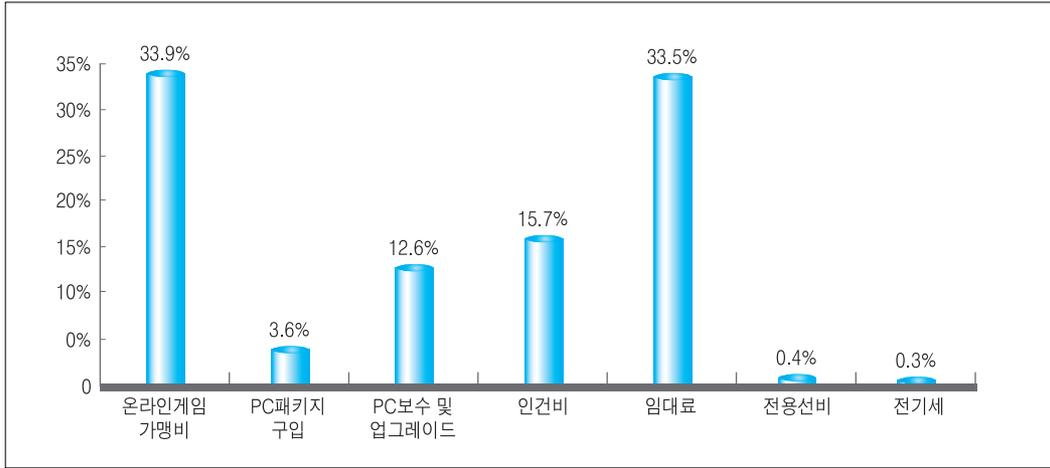
#### 가. 업소의 주요 지출요인

PC방 운영의 주요 지출요인을 물어본 결과 온라인게임 가맹비(33.9%)와 임대료(33.5%) 순으로 높게 나타났다. 이는 온라인게임 가맹비와 건물 임대료가 업계에 가장 큰 부담이 되고 있음을 보여준다. 다음으로 인건비(15.7%)와 PC보수 및 업그레이드 비용(12.6%)이 주요 지출요인이라고 응답하였다.

그리고 게임콘텐츠 구입비용으로는 월 50만

원 미만이라는 응답이 51.5%로 가장 많았으며, 50~100만원 미만이 27.0%로 그 다음을 차지하였다. 특히 50만원 미만이라고 응답한 비율은 지난해(33.4%)에 비해 18.1%나 증가한 것으로 나타나 PC방들이 콘텐츠 구입비용을 점차 줄이고 있는 것으로 조사되었다. 이런 결과는 무료 온라인게임의 확산이 일정 부분 기여한 것이기도 하지만, 한편으로 PC방의 경영여건이 작년에 비해 다소 악화되었음을 간접적으로 보여준다.

〈그림 1-3-3-17〉 PC방 업소의 주요 지출요인



〈표 1-3-3-10〉 월간 게임콘텐츠 구입비용

금액	50만원미만	50 ~ 100만원 미만	100 ~ 150만원 미만	150 ~ 200만원 미만	200만원 이상	합계
비율	51.5%	27.0%	14.9%	3.3%	3.2%	100.0%

※여기서 월간 게임콘텐츠 구입비용은 연간 온라인게임 가맹비용과 PC게임 패키지 구입비용을 합한 전체비용을 월별로 나누어 산출

PC방의 시간당 이용요금은 주간의 경우 1,200원 미만이 87.5%로 대부분을 차지하고 있으며, 야간 역시 1,200원 미만이라고 응답한 비중이 무려 88.3%에 달한다. 이러한 수치는 전년에 비해 0.5~1.5%정도 소폭 늘어난 것이

다. 따라서 PC방간 경쟁이 치열해 시간당 요금 제에 큰 변화가 없는 것으로 보이며, 이러한 출혈경쟁 때문에 요금제나 수익구조의 획기적 개선은 당분간 어려울 전망이다.

〈표 1-3-3-11〉 PC방 시간당 이용 요금(주간)

요금	1,200원 미만	1,200 ~ 1,500원 미만	1,500 ~ 2,000원 미만	2,000원 이상	합계
비율	87.5%	8.2%	3.5%	0.8%	100.0%

〈표 1-3-3-12〉 PC방 시간당 이용 요금(야간)

요금	1,200원 미만	1,200 ~ 1,500원 미만	1,500 ~ 2,000원 미만	2,000원 이상	합계
비율	88.3%	8.4%	2.7%	0.6%	100.0%

**나. 게이미용자 비율 및 주요 이용시간**

PC방 전체이용자 중에서 게임을 이용하는 비율이 80% 이상이라고 응답한 영업주는 63.9%, 70~80% 사이라고 밝힌 영업주는 22.4%로 나타나 전체응답자의 86.3%가 게이미용자 비율이 70% 이상이라고 답하였다. 이는 전년에 비해 4.7% 정도 감소한 수치이지만, 여전히 PC방 이용자의 대다수가 게임을 이용하고 있는 것으로 보인다. PC방 고객들의 주요 이용시간을 살펴보면 평일의 경우 저녁 6시 이후가 60% 가량을 차지하고 있어 퇴근 후 저녁시간대가 주 이

용시간대로 자리잡고 있음을 보여준다. 주말과 공휴일 역시 평일과 비슷한 양상으로 주로 낮 12시에서 밤 10시까지의 시간대가 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 이처럼 PC방 이용시간은 지난해와 대동소이한 결과를 보여주고 있어 이용자들의 PC방 이용패턴에는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 특히 전년과 마찬가지로 오전과 심야 이용자들이 평일에는 13%대, 주말에는 17%대로 조사되어 비교적 이용자가 적은 시간대에도 일정한 수준의 이용자들이 꾸준히 PC방을 찾아와 게임을 즐기는 것으로 풀이된다.

〈표 1-3-3-13〉 PC방 이용자 중 게이미용자 비율

구분	20 ~ 30% 미만	30 ~ 40% 미만	40 ~ 50% 미만	50 ~ 60% 미만	60 ~ 70% 미만	70 ~ 80% 미만	80% 이상	합계
비율	0.3%	0.3%	1.4%	3.7%	8.0%	22.4%	63.9%	100.0%

〈표 1-3-3-14〉 PC방 이용자 주요이용시간(평일)

구분	아침 6시 ~ 정오 12시	정오12시 ~ 저녁 6시	저녁 6시 ~ 밤 10시	밤 10시 ~ 새벽 2시	새벽 2시 ~ 아침 6시	합계
비율	8.8%	28.9%	43.3%	14.3%	4.7%	100.0%

〈표 1-3-3-15〉 PC방 이용자 주요이용시간(주말/공휴일)

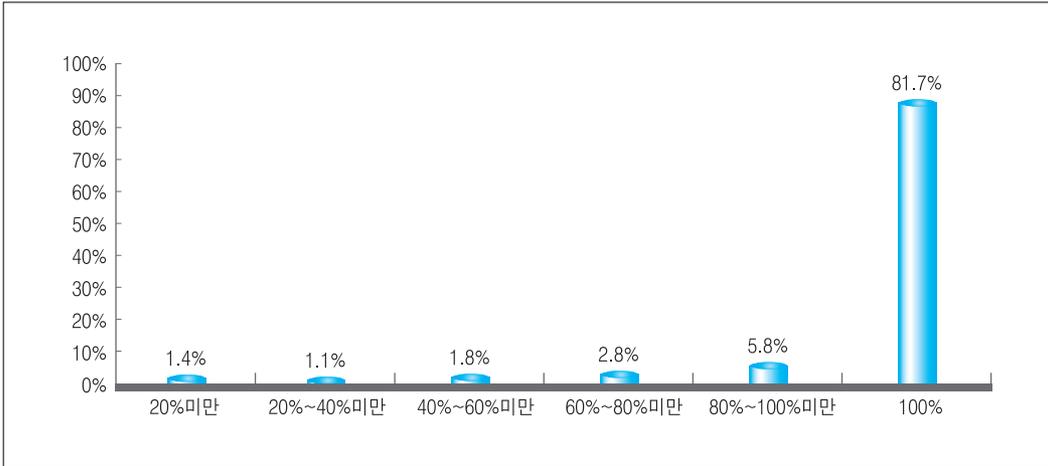
구분	아침 6시 ~ 정오 12시	정오12시 ~ 저녁 6시	저녁 6시 ~ 밤 10시	밤 10시 ~ 새벽 2시	새벽 2시 ~ 아침 6시	합계
비율	12.0%	32.1%	36.6%	13.8%	5.5%	100.0%

**다. 음란물 차단 및 보안 프로그램 설치**

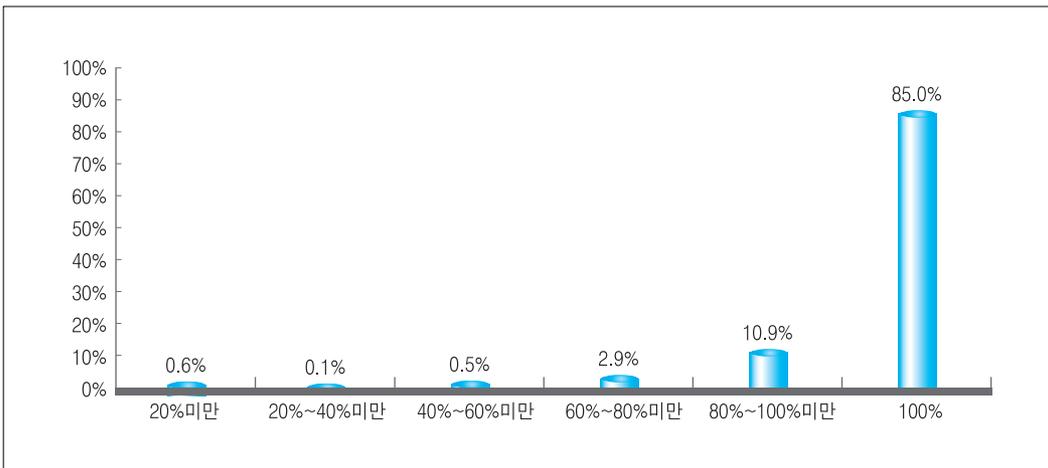
PC방이 보유하고 있는 PC에 음란물 차단 프로그램을 설치한다는 응답이 87.1%로 나타나 대부분의 PC방에서 음란물 차단 프로그램을 설치하여 청소년 이용자들을 보호하고 있는 것으

로 조사되었다. 또한 바이러스, 해킹 차단을 위해 보안 프로그램을 설치하고 있는 업소가 85.0%로 나타나 PC방의 재산적 손실과 개인정보 보호를 위해 노력하고 있는 모습을 보여주었다.

〈그림 1-3-3-18〉 음란물 차단 프로그램 설치비율



〈그림 1-3-3-19〉 보안 프로그램 설치비율

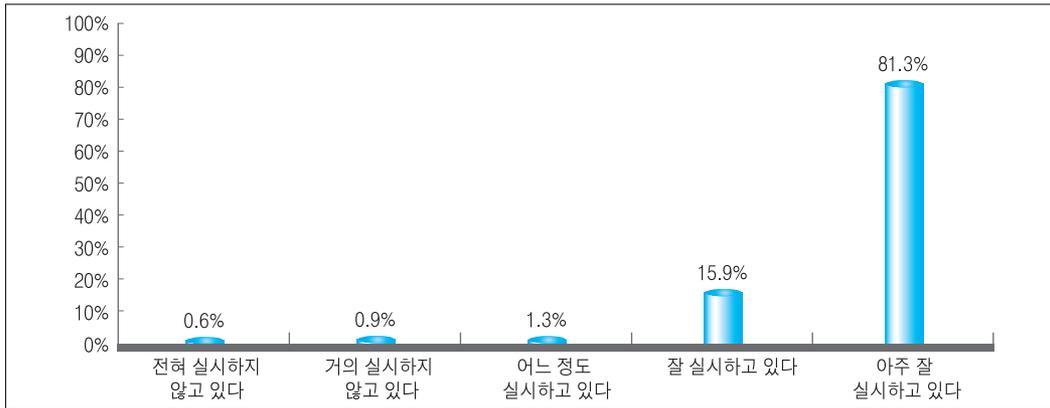


#### (4) PC방 운영 법제도 관련

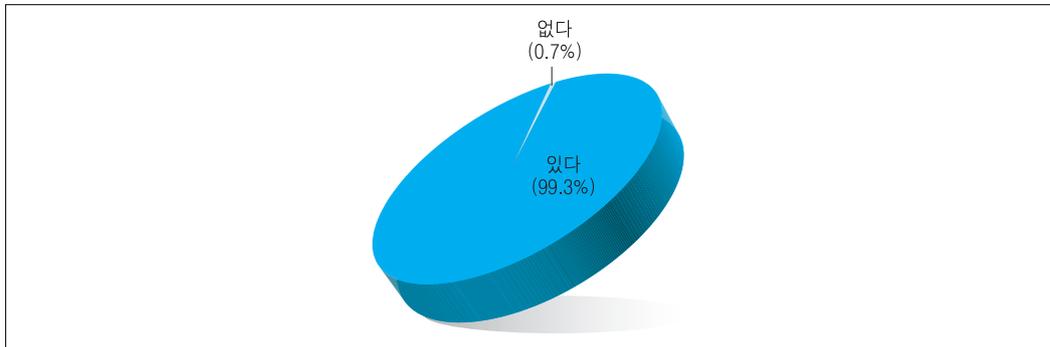
22시 이후 청소년 출입금지에 대해 준수 여부를 물어본 결과 PC방 영업주들의 97% 이상이 출입금지시간을 아주(81.3%) 또는 잘(15.9%) 실시하고 있다고 응답하였다. 이는 전년도의 95%에 비해 소폭 증가한 수치로, 법제도 강화와 함께 업주들의 미성년자에 대한 자발적

인 보호의지가 향상된 것으로 보인다. PC방의 금연구역 지정과 관련해서는 금연구역을 지정한 업소가 99.3%로 거의 모든 PC방이 금연구역 지정을 준수하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 전체 PC방 면적 중에서 금연구역이 30~50%를 차지한다고 밝힌 업소가 약 70% 정도인 것으로 조사되었다.

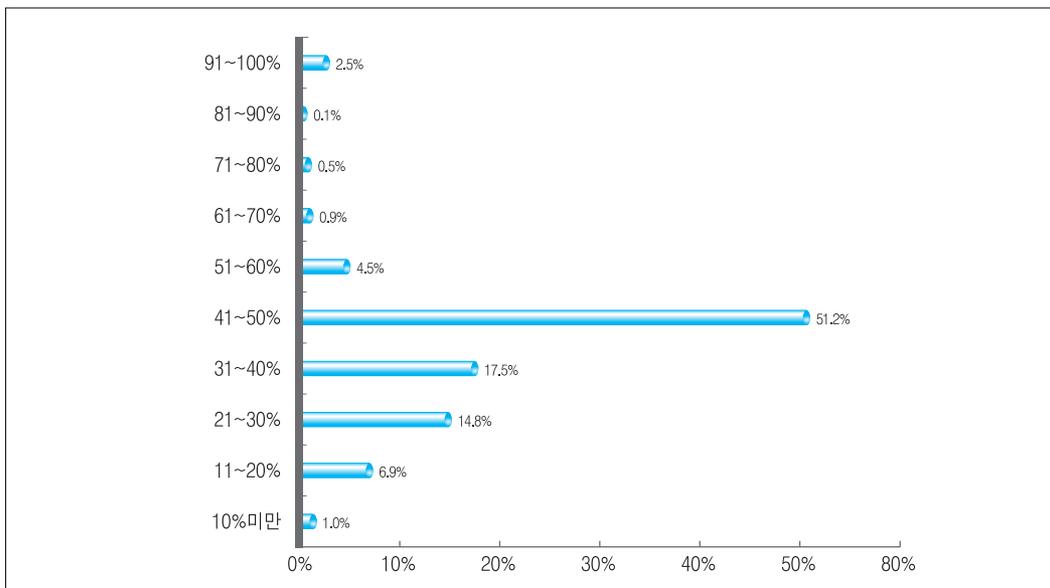
〈그림 1-3-3-20〉 청소년 출입금지시간에 대한 준수 여부



〈그림 1-3-3-21〉 금연구역 지정 여부



〈그림 1-3-3-22〉 금연구역 지정 비율



## 제4절 아케이드 게임장 현황

### 1. 아케이드 게임장(게임제공업소) 현황과 전망

#### (1) 게임장 현황

##### 가. 지역별 현황

(사)한국컴퓨터게임산업중앙회가 제공한 자료에 따르면 2005년도 전국 총 게임제공업소는 15,094개 업소가 등록되어 있는 것으로 집계되고 있다. 이는 지난 2004년도의 14,133개소보다 약 961개소가 늘어난 수치다. 2000년 25,415개소로 최고 절정기를 맞은 이 후 2001년 20,755개소, 2002년도에 13,265개 업소로 3년 연속 감소되었던 반면, 2003년 이후에는 오히려 3년 연속 소폭 증가 추세에 있다.

특히, 2005년도에는 증가폭이 최근 몇 년간 가장 높았다. 2005년도 집계된 게임장 등록수는 2004년도에 비해 약 6.8% 증가한 것으로, 2003년도 대비 2004년도 증가율 2.3%에 비하면 약 3배 가까이 늘었다. <표 1-3-4-01>에서도 보듯이 게임장이 최고의 전성기를 기록한 2000년도 25,415개소에 대비해 2005년도의 수치는 약 60% 수준으로 낙차 크게 줄어들어 있지만, 2002년부터 다시 상향 곡선을 그리며 조금씩 회복하고 있는 조짐을 보이고 있다. 가장 적었던 2002년도 13,270개소 보다 1,824개 업소가 늘어난 수치로 약 14%나 증가했다.

서울의 경우, 2003년도에 2,504개 업소로 약간 늘다가 2004년도에 2,373개소로 내림세

<표 1-3-4-01> 전국 아케이드게임장 통계현황

	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
서울시	4,921	3,698	2,340	2,504	2,373	2,682
부산시	1,791	1,486	1,094	941	879	942
대구시	1,390	1,194	820	825	909	958
인천시	1,113	1,170	667	662	706	786
광주시	1,105	772	632	599	677	685
대전시	865	640	374	539	564	590
울산시	559	445	329	360	313	385
경기도	4,526	3,841	2,136	2,435	2,574	2,698
강원도	1,125	865	547	531	590	558
충청북도	1,076	841	511	541	579	549
충청남도	981	720	443	458	514	527
전라북도	1,202	1,171	680	653	618	582
전라남도	1,254	1,019	627	697	722	785
경상북도	1,680	1,301	856	831	774	952
경상남도	1,596	1,362	946	978	1,051	1,095
제주도	231	230	268	267	290	320
총 계	25,415	20,755	13,270	13,821	14,133	15,094

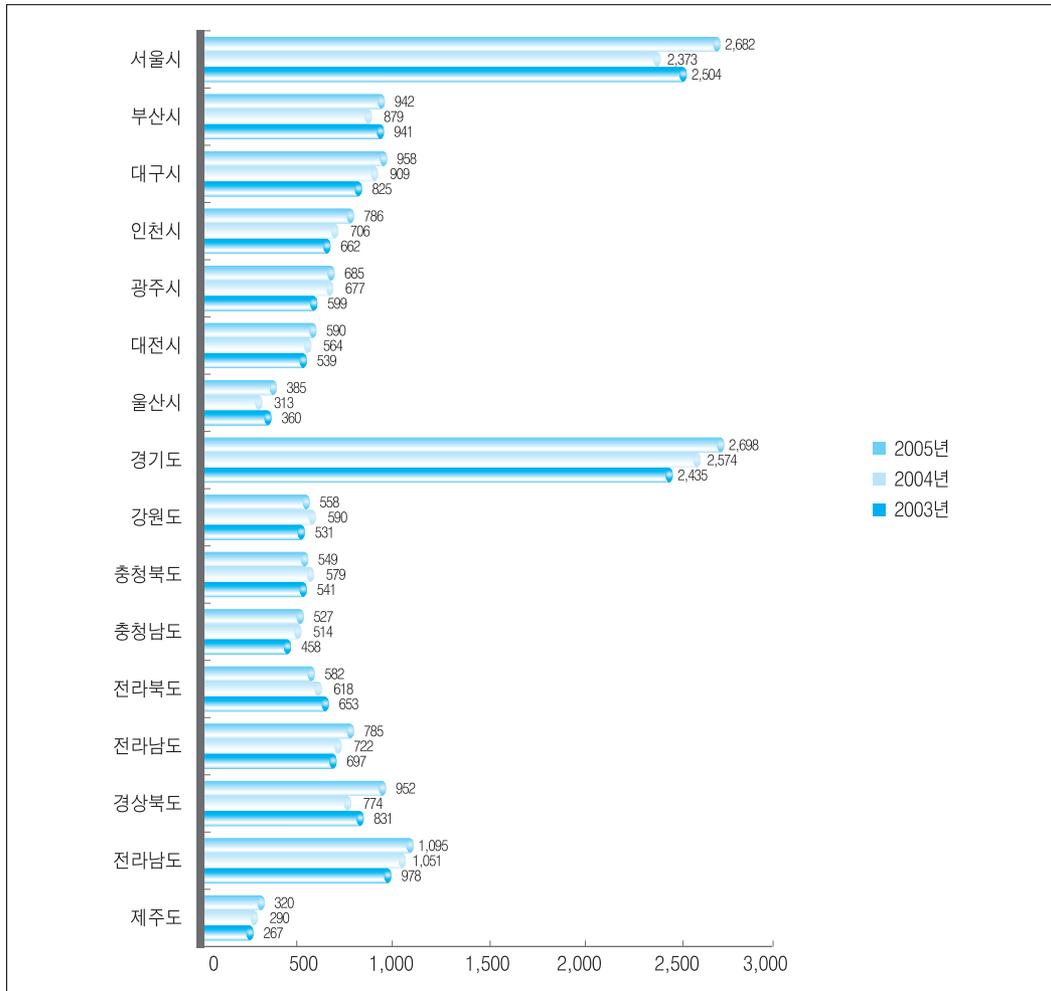
였지만 2005년도에는 2,682개소로 2004년보다 약 300여개 업소가 늘었다. 경기도의 경우에는 4년 연속 증가세를 보이고 있다. 2005년도의 등록수는 사행성, 도박성으로 사회적인 문제를 야기시키고, 경품고시의 적응 과정에서 많은 업소들이 폐업할 것이라는 예상을 뒤엎은 것이라 할 수 있다.

그러나, <표 1-3-4-01>의 수치는 시·군·구에 등록된 업소를 기준으로 했기 때문에, 실

제 아케이드게임의 장기적인 침체와 법과 제도의 변화 과정에서 폐업된 업소들이 등록증을 반납하지 않은 경우까지 포함되어 있기 때문에 실제는 이보다 약 10~15%는 적을 것으로 추정된다.

전국 아케이드게임장 현황과 같이 2005년도 전체 데이터를 지역으로 구분해 살펴보면, 일부 지역을 제외하고는 대부분 2004년도에 비해 늘어났다. 2004년도 보다 줄어든 지역은 강원

<그림 1-3-4-01> 전국 아케이드게임장 숫자의 연도별 변화추이(2003년~2005년)



도, 충청북도, 전라북도로 모두 도 지역이다. 서울 및 광역시·도로 구분하였을 때 전국적으로 1천여개가 넘는 업소를 보유한 지역은 서울(2,682개소), 경기도(2,698개소), 경상남도(1,095개소)며, 부산광역시(942개소), 대구광역시(958개소), 경상북도(952개소)로 1천개에 근접해 있다.

특히, 경기도는 2004년에 이어 2005년에도 가장 많은 업소를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 경기도는 전체 15,094개 업소 중 2,698개 업소가 등록돼 전체의 약 17.9%를 차지하고 있으며, 서울은 2,682개 업소로 경기도에 비해 약간 적은 약 17.8%를 차지하고 있다. 경기도와 서울을 합친 업소 수는 5,380개소로 전체의 35.6%를 차지, 지난해보다 점유율이 약간 늘었다.

서울을 포함해 6개 광역시 등 대도시의 경우는 7,028개소로 약 46.6%를 차지해 2004년도 점유율 45.4%보다 약 1.2% 가량 상승했다. 반면, 도 권역의 업소는 8,066개소로 53.4%를 차지, 등록수상으로는 높지만 점유율 면에서 보면 2004년 54.6% 보다 낮아졌다. 도지역의 게임장 점유율이 지속적으로 감소하고 있는 원인은 인구의 대도시 이동, 도시 중심의 영업권 형성 이 그 이유라 하겠다.

#### 나. 시장 현황

2005년도 전체 게임장 중에서 청소년게임장과 일반게임장을 구분하여 살펴보면, 전체 15,094개소 중 일반게임장이 13,510개소이며, 청소년 게임장은 1,584개소로 조사됐다. 2005년 게임장 구분 현황에서 보는 바와 같이, 전체 게임장 중 성인 게임을 위주로 하는 일반게임장

〈표 1-3-4-02〉 2005년 게임장 구분 현황

(단위 : 개)

	구분		합계	2004년 비교 청소년게임장 증감
	일반	청소년		
서울시	2,477	205	2,682	↓(-45)
부산시	868	74	942	↓(-21)
대구시	900	58	958	↓(-17)
인천시	733	53	786	↓(-7)
광주시	637	48	685	↑(+3)
대전시	550	40	590	↓(-3)
울산시	347	38	385	↓(-8)
경기도	2,487	211	2,698	↓(-32)
강원도	426	132	558	↓(-12)
충청북도	451	98	549	↓(-5)
충청남도	416	111	527	↓(-11)
전라북도	534	48	582	↓(-14)
전라남도	684	101	785	↓(-14)
경상북도	794	158	952	↓(-21)
경상남도	903	192	1,095	↓(-20)
제주도	303	17	320	↓(-2)
총계	13,510	1,584	15,094	↓(-229)

이 무려 89.5%를 차지, 청소년게임장 10.5%에 비해 거의 9배 가까이 이른다. 국내 게임장 10개중 9개가 일반 게임장라는 것이다. 일반게임장은 2004년 12,320개소에 비해 무려 1,300여개소 늘어난 반면 청소년게임장은 2004년 1,813개에 비해 229개소나 줄었다.

청소년 게임장이 지속적으로 줄어드는 이유는 사회적인 흐름에 따른 아케이드게임산업의 변화와 무관하지 않다. 국내 아케이드게임은 90년대 말부터 온라인, 모바일, PC게임을 비롯한 PC방 등에 밀려 지속적으로 청소년 유저층이 줄어든 반면, GNP 상승과 주5일제 등 성인 여가문화의 증대로 아케이드게임 산업의 콘텐츠가 성인 위주로 변모되고 있는 것이 주된 원인이라고 평가되고 있다.

성인들의 여가 시간이 늘어나고 있는 있으나 상대적으로 성인 놀이 콘텐츠가 부족한 관계로, 성인게임장으로 유입될 것을 예상한 청소년게임장 업주들이 일반게임장으로 변경하거나 일반게임장을 하는 경향도 나타나고 있다.

## (2) 2005년 아케이드게임장(게임제공업) 동향

2005년도 게임제공업은 법과 제도의 변화 그리고 국내시장의 새로운 판도가 형성되는 과도기를 맞아 큰 어려움을 겪었던 한해였다.

90년대 말부터 온라인게임과 PC방 등 경쟁업소의 지속적인 성장과 활황세, 그리고 사회적으로는 여가 시간 증대 및 여가문화의 활성화 등으로 각종 놀이문화가 도입됨으로 인해 아케이드게임 및 게임제공업은 지난 수 십 년 동안의 프리미엄이 사라지고, 새로운 돌파구를 찾아야 했다. 앞서 말한 바와 같이 청소년게임장의 하락은 게임제공업이 성인 게임위주로 새롭게

시장 재편이 되고 있음을 보여주고 있다. 하지만 성인게임장 위주의 일반게임장은 성인 놀이 문화공간으로 정착되는 과정에서 도박성, 사행성 문제로 인해 사회적 문제를 야기, 정부의 다양한 규제 정책이 수립되는 계기가 되었다. 향후, 게임산업 진흥에 관한 법률이 시행되면 정착과정에서 전반적인 조정과 함께 어려움이 따를 것으로 전망된다.

2005년도의 법제도의 변화의 핵심은 '게임제공업소에서의 경품취급기준 고시'(경품고시)의 개정이었다. 2002년도에 경품고시가 제정되면서 그 동안 부분 개정은 되었지만 2004년 12월 30일에 발표된 내용은 전면적인 수정이었다. 개정고시로 인해 게임장에서 사용하고 있는 게임기를 모두 교체하거나 폐기처분해야 하는 상황에 직면했다. 게임제공업체는 피해가 최소화될 수 있도록, 시장의 타격이 최소화되도록 보다 탄력적인 정책을 추진하길 바랐다.

영상물등급위원회의 '게임제공업용 게임물 등급분류세부 기준'의 제정 및 정착과정 역시 게임제공업체 부담으로 다가왔다. 영상물등급위원회는 2005년 2월 4일, 경품고시에 부합하는 게임제공업용 게임물 등급분류 세부 기준을 발표하고 게임물을 장르별로 구분하여 1회 게임의 정액, 배울 등을 세부적으로 규정하고 현행 게임제공업소에 기 보급된 게임물의 수정을 요구했다.

그러나 실제 개정고시와 등급분류세부기준에 맞게 수정해야할 개발, 제작사들의 협조가 원활하지 못했고, 정부에서는 비협조적인 개발, 제작업체에 적극적인 협조를 요구했다. 개정된 고시와 등급분류 기준에 맞는 신규게임기를 구입하려고 해도 재정적인 여유가 없었던 업소는 결

국 재등급분류 받지 않은 기존 게임물로 불법 영업을 하기도 했다.

경품고시에 의한 '경품용상품권 지정제도'의 시행도 우여곡절을 겪었다. 문화관광부는 2005년초 상품권 인증제도를 추진하고 22개 상품권을 1차로 인증하였지만, 부실한 상품권이 인증됨으로 인해 인증제도를 전면 무효화하고 상품권 지정제도를 재추진하여 2005년 8월 1일, 최초 7개 상품권을 인증하면서 제도의 정착을 꾀하였다. 인증제도와 지정제도의 변화 과정에서 게임제공업체에서는 혼란을 겪으며 불법 딱지 상품권이 난무하기도 했으며, 일부 지정되지 않은 발행사들은 경품고시 무효소송을 내면서 업계는 더욱 혼란스러웠다. 연말 정부에서는 불법 상품권 발행사에 대한 형사 소송 등을 진행하는 등 강력한 대응으로 어느 정도 정리가 되는 분위기로 돌아섰다.

#### 가. 청소년게임장

2000년대 들어서면서 청소년게임장의 침체는 가속화 됐고 2005년에도 큰 변화 없이 침체의 늪에서 벗어나지 못했다. 수익이 기하급수적으로 감소하자 청소년게임장은 신규 게임기 도입, 매장관리 등 업소 활성화를 위한 신규 투자에는 전혀 엄두를 내지 못하는 지경에까지 이르렀다.

아울러, 국내 시장이 성인게임 위주로 변모함에 따라 개발사는 시장이 불투명한 청소년게임 개발을 부담스러워 함으로써 청소년게임 개발 시장이 몇몇 업체에 의해서만 주도되다 보니 히트성 게임기는 더욱 줄어들게 되는 구조적인 악순환을 겪었다. 청소년게임의 개발시장의 구조적 악순환으로 청소년게임장에서는 게임기의 선택의 폭이 좁아지는 동시에 히트성 있는 게임

기들은 1천만원 이상의 고가 형성으로 이중고를 겪었다.

근근이 명맥을 이어가고 있는 청소년게임장은 슈팅게임, 대전격투게임 등 과거 인기 기종으로 대부분 영업을 하고 있으며 최근에는 재정적인 여유가 있는 대형 게임장에서 스포츠형 시뮬레이션 게임 등 체감형 게임기 위주의 영업으로 유저들을 조금씩 확보해 나가고 있는 추세이다.

수입이 감소하는 반면, 구입단가가 높아짐으로서 효율성이 지속적으로 떨어지고 있는 청소년 게임에 대해 정부에서도 지속적으로 활성화 방안을 추진하고 있는 점은 고무적이다. 다만, 업계에서는 청소년게임 시장이 더욱 더 악화되기 전에 조기 처방전이 필요하다는 지적이 나오고 있다.

#### 나. 일반게임장

청소년 유저들이 PC방과 온라인게임 등으로 이탈되면서 수익성이 악화되자, 청소년게임장을 운영하는 업소가 성인게임 위주의 일반게임장으로 이동하고, 시장성과 영업력을 고려해 일반게임장업으로 신규 창업이 많이 이루어짐에 따라 성인게임 시장의 약진이 두드러진다.

2003년, 2004년도에는 스크린경마, 경륜 등 대형스크린을 이용, 고급스러운 환경, 차별화된 서비스로 유저들을 확보하여 성인게임을 이끌었다면 2005년에는 성인게임시장은 릴 게임 중심으로 시장이 재편되었다. 이는 2004년도에 스크린경마 등이 사행성 문제로 인해 사회적인 반향이 컸던 탓에 반대급부로 릴게임이 성장되었다 할 것이다.

2005년도에도 성인게임에 대한 사행성, 도박성 문제는 수그러들지 않고 여전히 사회적인 문

제를 야기시켰다. 특히 경품고시, 등급분류세부 기준, 경품용상품권 지정제도 시행 등 법률적인 변화를 겪으며 이에 편승하지 못한 일반게임장에서는 불·탈법이 난무하면서 다시 한번 사행성 문제가 야기되었다. 이에 정부에서 일반게임장에서의 사행성 문제 해소를 위해 각종 규제 정책들을 내놓으면서 2006년도에는 새로운 변화가 예상된다.

성인 위주의 게임장 운영에 있어서 가장 큰 문제점은 일부 히트게임에 의해 시장이 거대화 된다는 점이다. 2005년도에 게임제공업체는 일부의 히트게임에 의해 시장이 확대되었다.

사행성 기준의 강화로 확률 모미 등을 살리는

게임성 강화보다 그래픽 등에 의존하는 게임기 위주로 개발을 시도, 차별화된 게임기의 특징이 축소되어 제품구매에 한계가 있었다는 평가도 나타나고 있다.

#### 다. 복합게임장

게임제공업을 중심으로 하여 많은 복합 게임장이 탄생하고 있는 추세이다. 이는 과거 단순히 하나의 콘텐츠로 만족을 하던 고객의 욕구가 보다 다양한 공간과 놀이 요소를 찾고 있는데서 생긴, 산업적 흐름이라 하겠다.

2005년도에는 게임장과 PC방, 게임장과 노래방, 게임장과 DVD방 등의 복합게임장이 과거와는 달리 눈에 띄게 생겨났다.

#### 2005년 아케이드게임장 관련 주요 이슈

- 경품고시 예정
  - 2004년 9월 부터 추진 중이었던 '게임제공업소의 경품취급기준' 이 2004년 12월 31일 개정 고시
  - 사행성 방지 및 사행행위 근절을 위해 ▶ 상품권인증제도 실시 ▶ 사행성 간주 게임물 경품지급 불가 ▶ 경품구매대장 비치 등의 내용 포함(유예기간 60일)
- 상품권 제도 변화 및 상품권 폐지 법안 발의
  - 2005년 4월 9일 열린우리당 강해숙 의원이 국회의원 26명 동참 · 서명한 '상품권 폐지' 내용을 담은 음비게임 개정안 발의
  - 2005년 4월 상품권 인증제도 시행을 발표한 후 22개 상품권 1차 인증, 이후 지정제도로 전환
- 아케이드게임물 등급분류 세부규정 제정
  - 2005년 2월 14일 '게임제공업용 등급분류 세부 기준' 확정 공고
- 게임장 금연구역 지정, 업계 반발
  - 보건복지부는 2005년 11월 1일 '게임장과 PC방을 전면 금연구역화' 하는 국민건강증진법 시행규칙 개정안 발의
  - (사)한국컴퓨터게임산업중앙회, (사)한국인터넷PC문화협회, 직능경제인단체총연합회 등 관련 협회에서 국민건강증진법 시행규칙 개정안 철회 요구
- 게임제공업 자율정화 추진
  - 2005년 6월 28일, 전국 400여 게임제공업소에서 '게임제공업소용 경품용 상품권 건전사용 자정결의 대회' 개최
  - 2003년 11월 출범한 '합동자율지도위원회' 를 통해 2005년 업소 방문 및 자율지도 추진
- 정부, 불법 사행성 게임 및 게임장에 대한 근절 대책 발표
  - 2005년 11월, 불법 사행성 게임 및 게임장에 대한 대대적인 근절 대책 발표

이러한 추세는 아케이드게임 산업의 침체 및 개발부진의 약점을 타 장르의 콘텐츠와 다양한 접목을 시도함으로써 어려움을 극복해 나가기 위한 변화로 볼 수 있다. 세계적인 게임시장의 흐름이 아케이드게임, 온라인게임, 모바일게임 등 다양한 장르의 게임콘텐츠들이 복합화되는 추세에 따라 국내에서도 그 초기적 변화 양상을 보이고 있다. 특히, 청소년게임장의 침체를 극복할 수 있는 다양한 방안 중의 하나가 바로 청소년게임장과 타 장르의 결합임을 시장에서는 인식하고 이중 청소년게임과 PC게임과의 접목이 두드러지고 있다.

이러한 흐름을 반영하듯 정부의 복합게임장에 대한 정책과 법제도 등에 대한 개선노력들이 보여지고 있다는 측면은 침체되어있는 게임제공업계에 고무적인 일로 평가되고 있다.

### (3) 게임제공업의 전망

사행성, 도박성 문제로 사회적으로 문제를 야기시키는 사행성 게임장에 대한 사회적 문제제기와 대응정책들이 마련되면서 아케이드게임 및 게임제공업계의 향후 전망은 그렇게 밝지 못하다.

특히 게임산업의 법률 기반이 변화되는 과정에서 게임제공업계는 또 한번 우여곡절을 겪을 것으로 보인다. 기존에 적용되던 음반·비디오물및게임물에관한법률이 폐지되고 2006년도 10월말부터는 게임산업진흥에 관한 법률이 게임산업을 전체적으로 조율할 것으로 예정되는 가운데 인증칩 부착문제, 기존 게임물의 소급적용 문제, 영업시간 제한문제, 사행성 기준의 재정립 등의 영향을 받아 진흥법 정착과정에서 게임제공업의 폐업이 속출할 것으로 보여 향후 2,

3년간은 아케이드게임산업이 침체를 극복하기에는 어느 정도 시간이 걸릴 것으로 전망된다.

현재에도 기존 게임물에 대한 소급적용 및 인증칩 부착 문제로 일선 업소에서는 게임기 구매 등 신규 투자를 자제하고 있고 이에 영향을 받아 개발 시장이 동면기에 접어들고 있다.

여기에 더해 2005년말 온라인 경마를 중심으로 한 불법 사행성 PC방들이 조금씩 고개를 들며 아케이드 성인 게임장 시장을 크게 위협하고 있는 점도 악재다. 이에 대해 뚜렷한 처벌 근거나 대책들이 마련되기 시작하는 단계에 있어 게임산업진흥법과 함께 또 다른 변수로 작용하고 있다.

그러나, 게임제공업계가 변화되는 법과 제도에 순응하며 피해를 최소화하는 차원에서 조금씩 변화를 시도하고 있다는 점에서는 아주 고무적이다. 정부에서 사행성 문제로 골머리를 앓고 정책들을 내놓은 상태에서 업계에서는 문제를 공감하고 머리를 맞대고 적극적으로 문제 해결을 위해 노력하고 있다.

게임제공업계는 2005년 중반기부터 올바른 상품권 사용 및 불법 사행성 영업행위 근절 등을 위한 '전국적인 자율정화 운동'을 전개하여 영업주들의 마인드를 개선해 나가는 한편, 영업시간 자율제한, 1인1게임기 사용, 1게임장 3가맹점 이상 확보 운동 등으로 스스로 업계의 체질을 개선하고자 하고 있다.

정부의 건전화 정책과 업계의 자율정화 운동이 성과를 보이며 사행성, 도박성 문제가 어느 정도 해결 된다면 아케이드게임과 게임제공업계의 앞날도 결코 불투명한 것이 아니다.

게임제공업계의 시장이 재편되고 있는 점도 희망이다.

영세한 게임제공업체들이 최근에는 대형화, 고급화, 차별화를 시도하며 다양한 서비스를 개발하고 있다. 또한 대형 업체들은 주로 테마파크 형태를 표방하고 그에 맞는 서비스로 유저들을 끌어 모으고 있다. 청소년게임의 경우에는 체험형 게임, 가상현실게임 등이 속속 개발되고 있으며 침체되어 있는 청소년 게임개발에 보다 적극적인 지원이 이루어지면 언제든 예전의 시장성을 회복할 수 있을 것으로 전문가들은 전망한다.

## 2. 아케이드게임장 의견 조사 결과

### (1) 조사의 개요

본 조사의 결과는 한국게임산업개발원이 2006년 4월 서울시와 부산, 인천, 대구, 광주, 대전의 전국 5개 주요 광역시에서 총 750개의

일반게임장을 대상으로 조사한 결과이다. 조사는 게임장 운영자를 대상으로 면접방식으로 이루어졌다. 표본은 지역별 비례할당으로 선정하였다.

조사 게임장의 지역별 분포는 전체 750개의 표본 중 서울 296개(39.5%), 부산 115개(15.3%), 대구 112개(14.9%), 인천 97개(12.9%), 광주 73개(9.8%)였다.

조사게임장 운영기간은 조사시점인 2006년 4월 기준으로 58.1%가 1년 이내라고 응답했고, 19.9%가 2년 이내, 15%가 3년 이상 등으로 2005년 이후에 설립된 게임장 비율이 상당히 높은 것으로 나타났다. 이는 2005년 조사결과에서 46%가 2004년 이후 설립되었다는 조사 결과로 비추어볼 때, 게임장의 운영주기가 1년 이상이 매우 적음을 보여주는 결과이다.

조사대상 아케이드게임장 면적분포는 '61평 이상'이 35.5%로 가장 높은 비중을 차지했고,

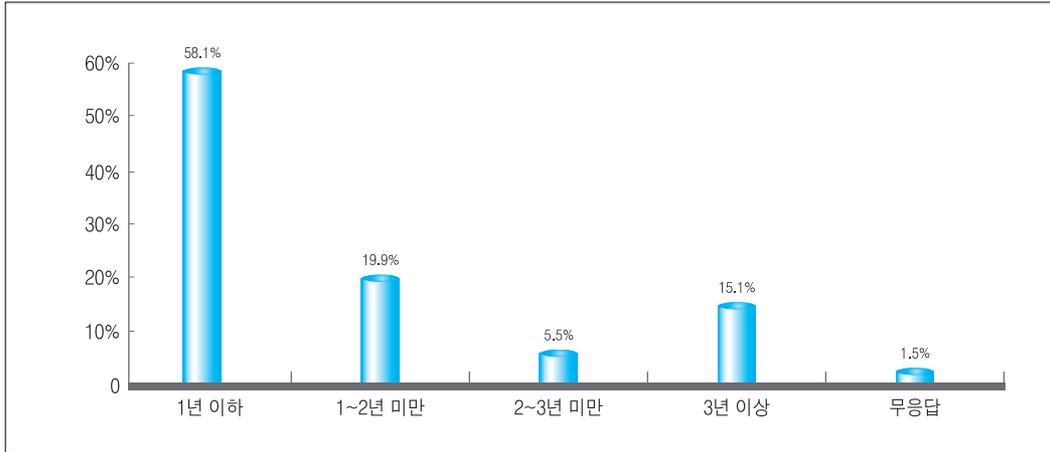
〈표 1-3-4-03〉 조사대상 아케이드게임장의 지역별 분포

지역	게임장 수(2005년)	분포비율(2005년)	표본수	표본비율
서울	2,682	40.4%	296	39.5%
부산	942	14.2%	115	15.3%
광주	685	10.3%	73	9.8%
대구	958	14.4%	112	14.9%
인천	786	11.8%	97	12.9%
대전	590	8.9%	57	7.6%
합계	6,643	100.0%	750	100.0%

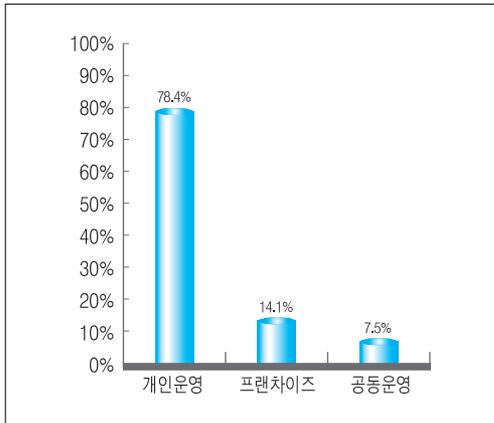
〈표 1-3-4-04〉 조사대상 아케이드게임장의 면적 분포

매장면적구분	응답수	비율
30평 이하	102	13.6%
31-40평	144	19.2%
41-50평	147	19.6%
51-60평	91	12.1%
61평 이상	266	35.5%
합계	750	100.0%

〈그림 1-3-4-02〉 조사대상 아케이드게임장의 운영기간



〈그림 1-3-4-03〉 조사대상 아케이드게임장의 경영형태



다음으로 '41~50평' 이 19.0%였다. 전년도와 비교하였을 때 '30평 이하' 가 30%에서 13.6%로 감소하고 '61평 이상' 의 비율이 18.3%에서 35.5%로 17.2%가 급격히 상승하여 작년에 이어 게임장이 대형화 되는 경향이 지속됨을 반영한 것으로 보인다. 그리고, 게임장의 경영형태는 개인경영이 78.4%로 프랜차이즈 14.1%, 공동운영 7.5%보다 월등히 높은 것으로 나타났다.

## (2) 아케이드게임장 운영현황

### 가. 게임장 및 주요 이용자현황

국내 게임장 현황을 조사하기위하여 청소년 게임장(13.5%)과 일반게임장(86.6%) 표본할당을 하였으며, 이중 성인전용게임장은 38.3% 표본으로 조사되었다. 성인전용게임장은 2004년 스크린경마, 경륜 중심에서 이들 게임의 사행성 문제로 인하여 릴게임 중심으로 크게 확장이 되었다.

주요 인기게임 현황을 살펴보면 총 254종의 조사대상에서 대부분이 성인용게임들로서 바다이야기가 24.8%, 황금성 16.3%, 야마토 12.9% 등으로 인기순위가 나타났으며, 청소년게임으로는 유일하게 철권이 14.7%를 차지했다.

하루 평균 게임장 방문자 수는 '21~50명 사이' 와 '51~100명 사이' 라는 응답이 각각 전체의 36.3%와 35.6%를 차지하였다.

게임장의 이용고객의 성별 분포는 남성이 86.3%, 여성이 13.7%를 차지하고 있다. 연령별로는 30대 이상이 81.7%를 차지하고 있는 가운데

데 40대가 38.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년도 조사결과 24.0%와 비교했을 때 상당히 증가한 것이다. 반면에 '20대 이하'의 비중은 전년도 44.6%에 비해 대폭 감소한 18.4%에 그쳐 게임장의 게임형태가 성인 중심으로 재편된 현실을 반영하고 있는 것으로 보인다.

이는 인기게임기 현황과도 비슷한 결과로 나타났다. 보유게임기 현황에서 더욱 명백히 드러난다. 성인을 대상으로 하는 '일반게임기' 보유비율이 73.4%이며, 게임장의 매출액 비중도 83.7%로 조사되어 청소년게임기의 점유율은 거의 바닥수준이라고 할 만큼 전년도와 비교가 무색해 지고 있다. 2005년 아케이드게임시장은 성인용 게임기가 전성기인 한해였다.

한편 전체매출 중 신규 게임기 구입비율은 지난해 51.3%를 보인 '10% 미만'이라는 응답이

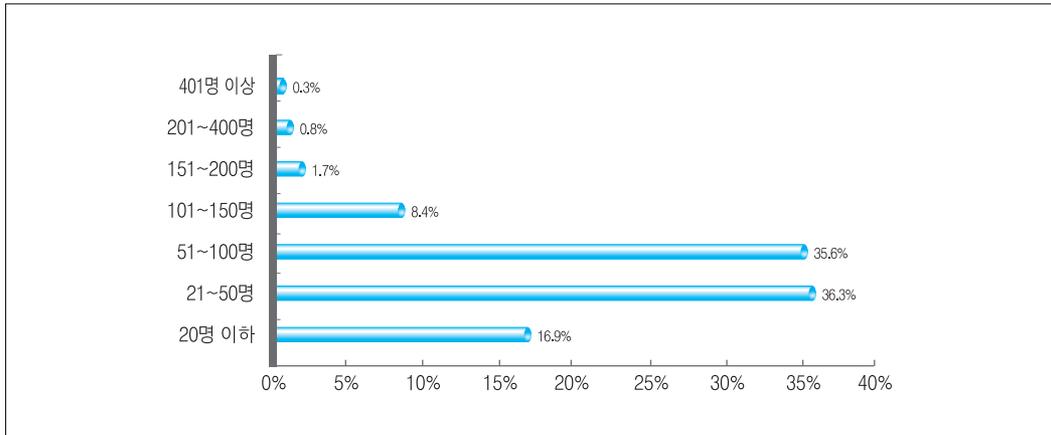
32.7%로 낮아졌으며, '50%이상'이라는 응답은 전년도 15%에서 21.7%로 증가하였다. 그리고 신규게임기 구입 시 대당 '300~499만원'이라는 응답이 32%로 가장 많았으며, '500~699만원'이 24.1%로 조사되었다.

게임장의 창업비용은 조사결과 6억원 미만의 응답이 대부분으로 '2억~4억미만'이 전체 조사결과 중 32.7%로 가장 비중이 높았고, 다음으로 '2억 미만'이 30.8%로 조사되었다. 이는 전년도와 비교해서 경품용 상품권 지정제도 시행으로 인한 경품구입비용의 증가가 창업비용 규모에 영향을 준 것임을 알 수 있다.

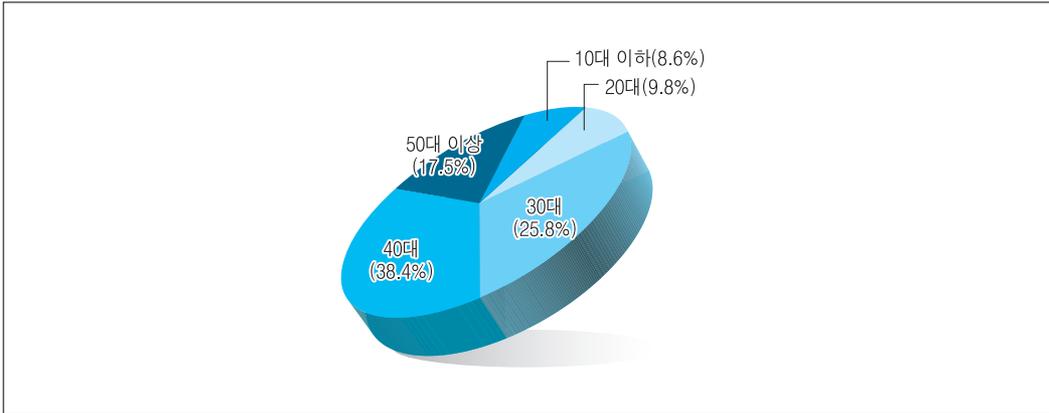
〈표 1-3-4-05〉 아케이드게임장 이용자별 성별 비율

성별	비율
남성	86.3%
여성	13.7%
합계	100%

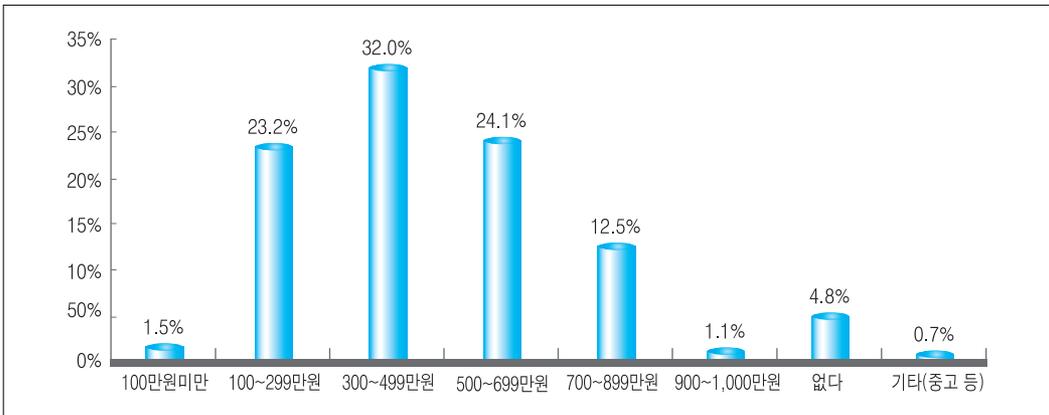
〈그림 1-3-4-04〉 하루 게임장 평균 방문자 수



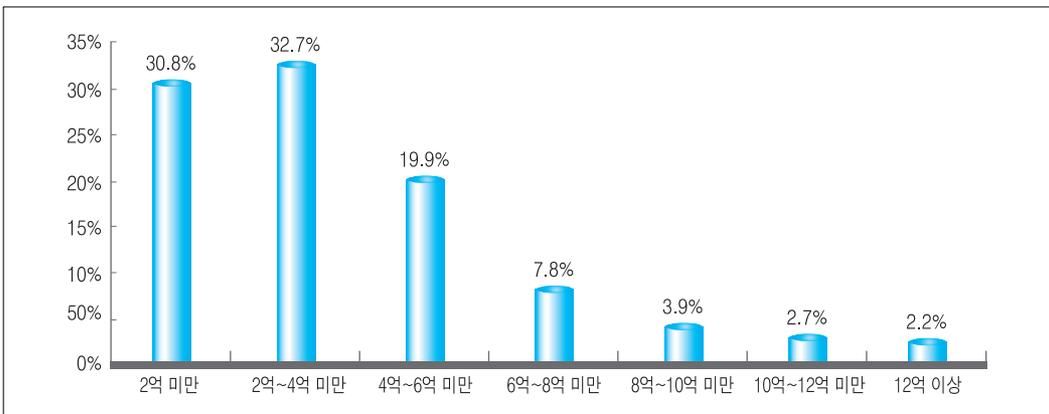
〈그림 1-3-4-05〉아케이드게임장 이용자의 연령별 비율



〈그림 1-3-4-06〉신규게임기 대당 평균 구입 비용



〈그림 1-3-4-07〉신규 게임장의 창업비용 규모



### 나. 경품제공과 서비스 운용

게임장 이용자들이 가장 많이 이용하는 시간대는 '18시~21시'가 57.1%, '21시~24시'가 29.9%로 대부분의 게임장이 24시간 영업형태에 비하여 이용자들은 특정 시간대에 편중되어 있음을 알 수 있다.

게임장에서 제공되는 경품 종류는 '상품권'이 83.9%로 환전 등의 현금성을 이유로 대부분의 게임장에서 선호하고 있는 것으로 나타났다.

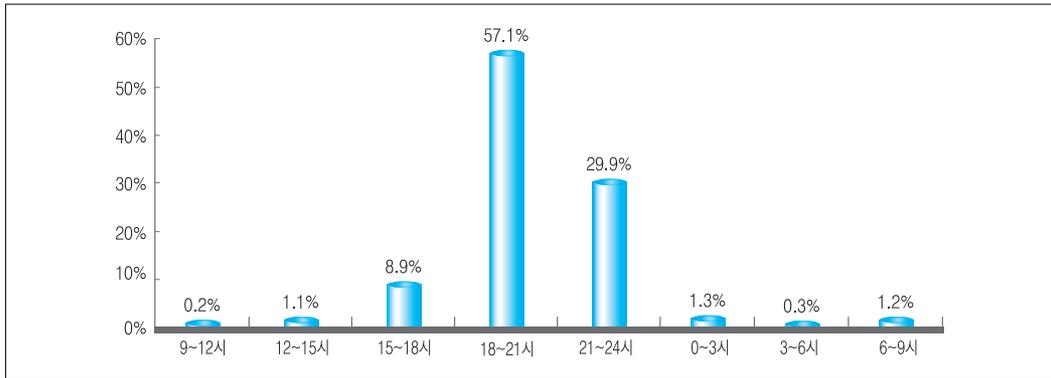
현재 경품으로 제공되는 경품용 상품권은 경품용 상품권 지정제도(2005.7.6시행)에 의하여 문화관광부는 (재)한국게임산업개발원에서 지정하는 상품권만을 사용하도록 하였으며, 조사

결과 94.2%가 지정 경품용 상품권을 제공하는 것으로 나타났다.

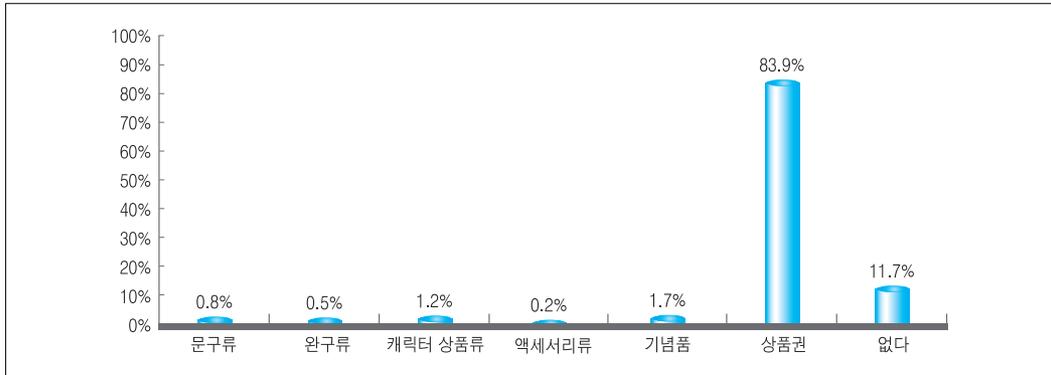
2006년 4월 현재 16종의 경품용 상품권이 지정되었으며, 이중 사용빈도가 가장 높은 상품권은 '문화상품권'으로 17.7%로 조사되었고 '해피머니문화상품권'이 17.0%, '교육문화상품권'이 15.5%, '도서문화상품권'이 10.3% 순으로 나타났다.

게임기의 확률분포 조사에서는 '100~105%' 미만이 전체의 27.9%로 가장 높았고 '95~100%' 미만은 22%, '85~90%' 미만 10.7% 순으로 나타났다. 이는 게임장의 매출(수익)이 확률에 따른 매출구조가 아닌 경품의

〈그림 1-3-4-08〉 게임장 이용자별 시간대 분포



〈그림 1-3-4-09〉 게임장에서 제공되는 경품의 종류



환전을 통한 왜곡된 수익구조임을 보여주는 결과이다.

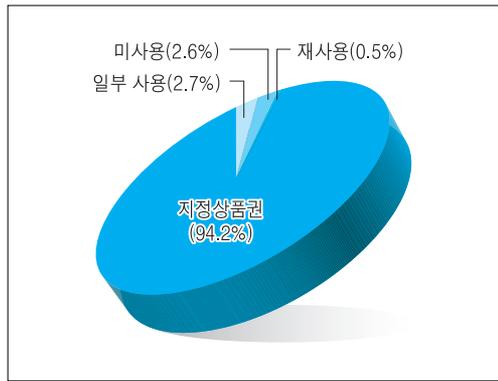
적절하다고 생각되는 경품의 가격대는 전년도 조사와 비교해서 변화없이 '3~5천원 사이'가 50.9%로 가장 선호 되었고, 전반적으로 만원 미만의 비중이 89.6%로 만원 미만의 상품권이 가장 선호되는 경품임을 알 수 있다.

그 외 경품 외에 고객에게 제공하는 서비스로는 '스넥, 커피, 음료수 등을 무료로 제공' 하는 경우가 46.8%로 가장 많았고, '생수통, 음료자판기 등 각종 부대시설 구비 제공' 하는 경우가 23.2%, '특별히 실시하는 서비스가 없다' 도 24.7%나 되어 전년도와 마찬가지로 단순 비중만 차이 날 뿐 게임장의 고객서비스는 중요한 경쟁수단이 되지 않음을 알 수 있다.

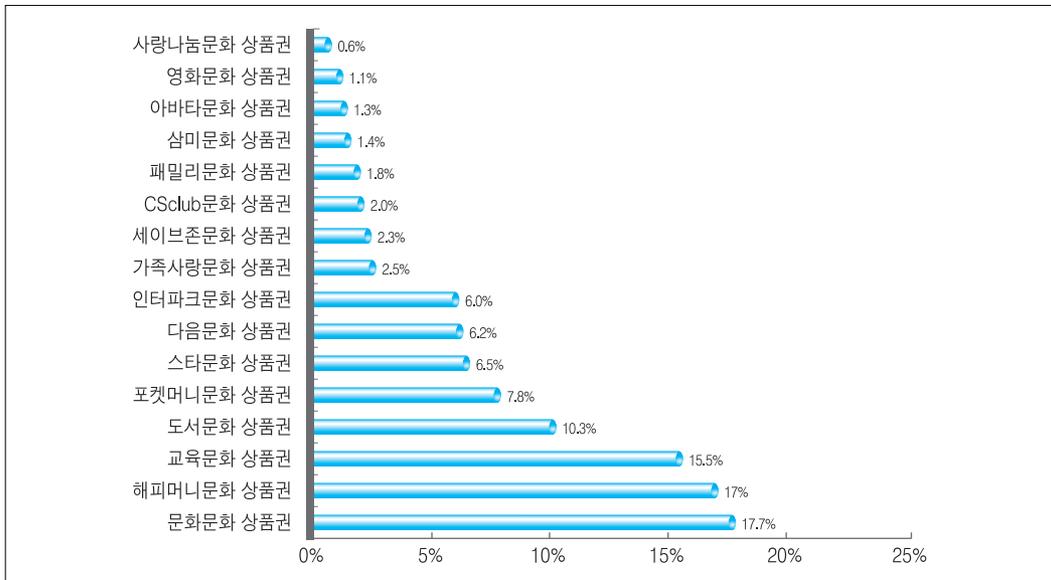
한편, 이벤트 개최 여부에 대해서는 95.5%가 '없다' 라고 응답해 전체 조사대상자의 4.5%만이 이벤트를 개최해 본 것으로 나타나 이벤트도

역시 중요한 경쟁수단으로 인식되지 않음을 볼 수 있다. 오히려 전년도 4.9%에 비해 감소추세로 개최횟수 조사에서 '1회' 라고 응답한 비율이 58.8%로 가장 높고, 이중 행사기간이 '10일 이하' 가 79.4%로 단기적인 홍보활동에만 치중됨을 알 수 있다. 그러나 효과적인 측면에서는 58.8%가 '효과가 크다' 라고 긍정적으로 응답했다.

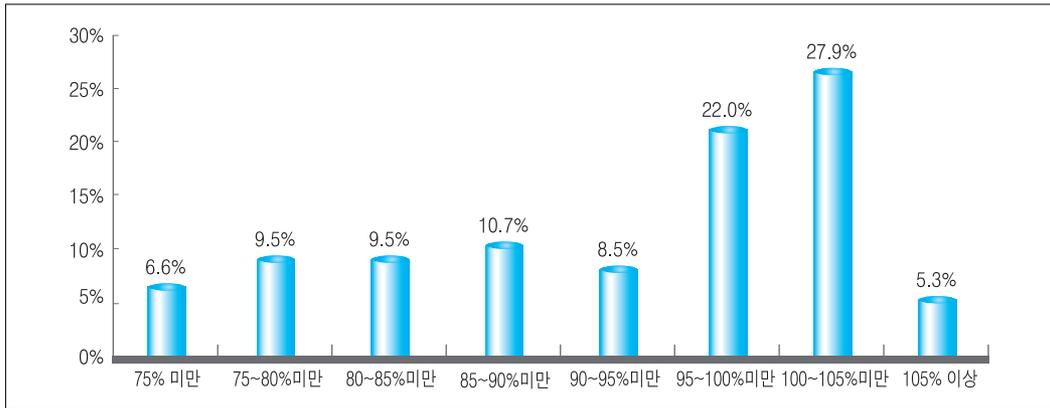
〈그림 1-3-4-10〉 지정 경품용 상품권 사용 비율



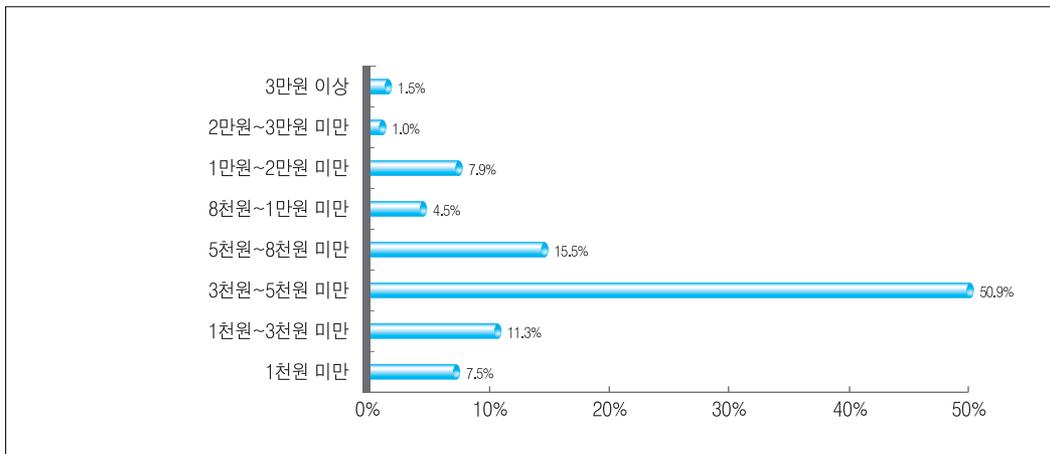
〈그림 1-3-4-11〉 게임장에서의 지정 경품용 상품권 사용률



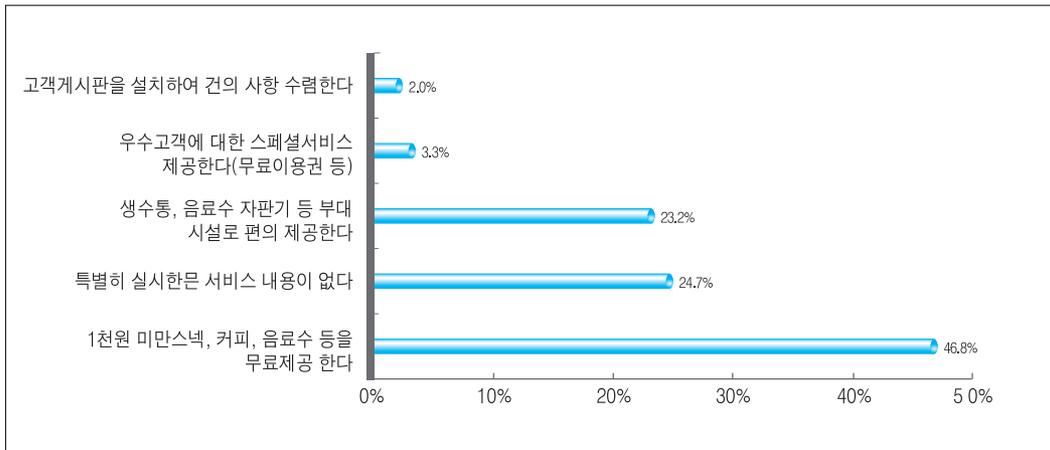
〈그림 1-3-4-12〉 게임기 확률분포 비율



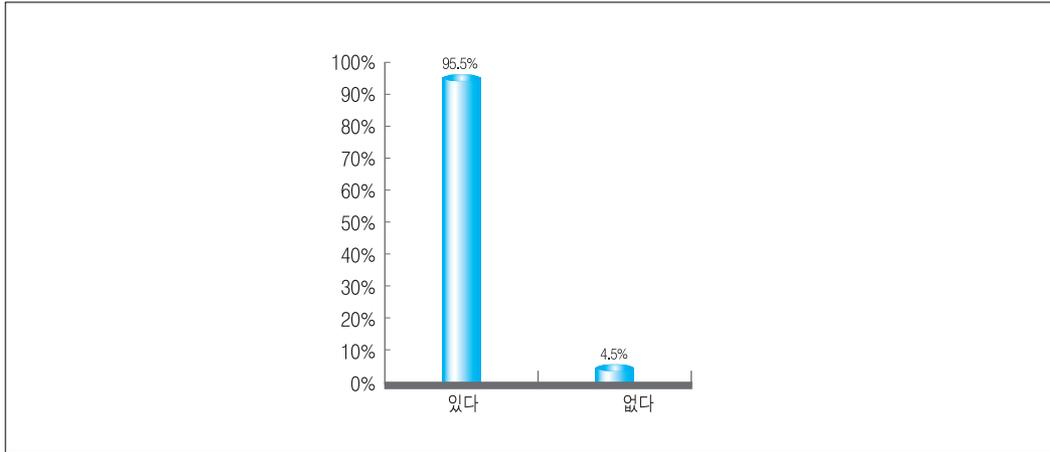
〈그림 1-3-4-13〉 게임장 경품의 적절한 가격대



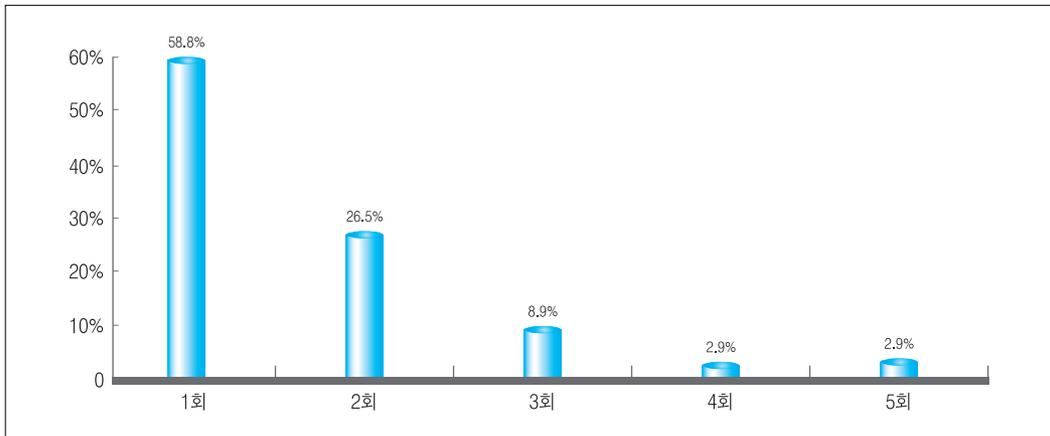
〈그림 1-3-4-14〉 고객관리를 위한 서비스



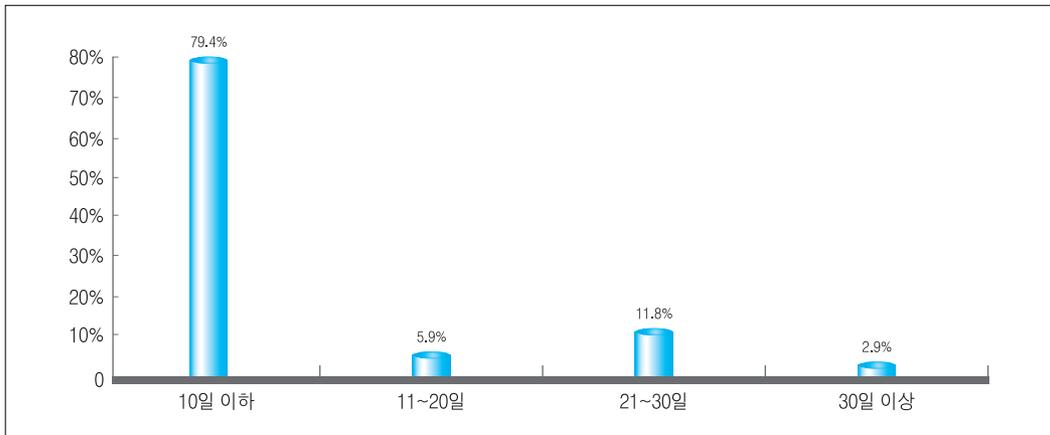
〈그림 1-3-4-15〉 이벤트 개최여부



〈그림 1-3-4-16〉 2005년 이벤트 총 건수



〈그림 1-3-4-17〉 이벤트 기간



### (3) 아케이드게임장 영업 및 경쟁력 관련

#### 가. 아케이드게임장의 발전 가능성

게임장의 발전 가능성에 대해 묻는 질문에 대해서는 전년도 44.9%보다 약간 감소는 하였으나, '다소 위축될 것'이라는 전망이 41.5%로 아직까지는 아케이드게임장의 발전가능성에는 회의적인 견해가 많음을 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 '사양 산업화'라는 의견은 전년도 28.6%에서 14.7%로 급격한 감소를 보여 '변화 없다'라는 30.5% 응답과 함께 전년도와는 달리 부정적인 전망이 감소하는 추세로 조사되었다. 이는 전망을 밝게보는 '밝은 편이다'라는 응답이 전년도 6.6%에서 12.9%로 증가된 조사결과로도 역시 긍정적으로 전향되는 것으로 나타났다.

게임장이 향후 전망이 밝다는 이유로는 '첨단기술이 복합된 하이테크 게임들이 개발되는 추세'라는 응답이 40%, '아케이드 게임단지, 프랜차이즈 등 향후 시장발전 가능성'이라는 응답이 32%로 아케이드게임기의 기술향상과 소비계층의 증대로 인하여 향후 전망을 밝게 보는 가장 큰 이유임을 조사결과로써 알 수 있다. 이는 전년도의 조사결과와 마찬가지로 아케이드산업 발전에 있어 첨단기술이 매우 중요하다고 해석할 수 있다.

반면에 게임장 향후 전망에 대해 부정적인 견해의 이유로는 '아직까지 게임장의 숫자가 실 수요보다 많기 때문에'라는 응답이 25.7%, 'PC방, 비디오방 등의 경쟁업소가 계속 증가하므로'라는 응답이 25.2%로 조사되어 최근 게임장의 창업 증가에 따른 수요에 비해 많은 게임장 난립과 성인용 PC게임방의 증가가 부정적인 견해를 보이는 이유로 풀이 할 수 있다.

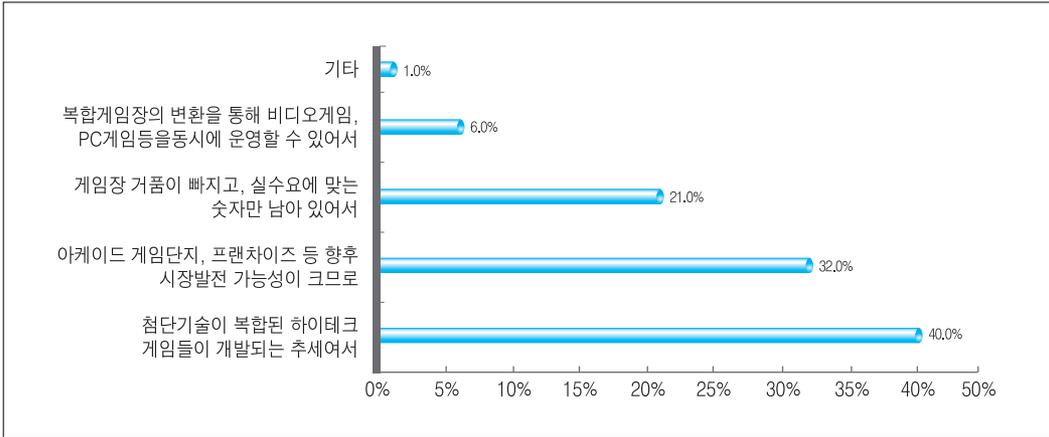
향후 게임시장 발전을 주도할 게임산업에 대한 전망은 '온라인 게임'이 전년도 46.9%보다 다소 높은 50.1%의 응답을 보여주어 여전히 게임산업에 있어 온라인 게임산업이 압도적으로 높았다. 그러나 전년도 14.4%의 아케이드산업이 발전할 것이라는 응답이 26.9%로 높아져 아케이드산업 발전에 대한 긍정적인 인식과 기대가 증대되고 있음을 보여주고 있다. 이에 반해 PC게임과 모바일게임은 각각 12.9%, 2.3%로 전년도 조사결과인 20.1%, 13.3%보다 크게 낮아졌다.

한편, 향후 게임장을 주도할 게임형태가 무엇인가에 대한 조사결과 '비디오게임(성인용)'이 36.9%로 가장 높은 비중을 차지했고, '첨단 체험형 게임(가상현실/VR게임 등)'이라는 응답이 32.1%로 전년도에 비해 급격한 성장세를 유지하고 있는 성인 대상의 사행성 게임이 오히려 기대도가 가장 높은 것을 볼 수 있다. 이러한 결과는 아케이드게임 종류 중 향후 확산 가능성이 높은 게임형태에 대한 조사결과를 통해서도 뒷받침된다. 성인용 게임으로 분류할 수 있는 '일반 릴 게임'을 꼽은 경우가 47.3%, '카드게임'이라는 응답이 23.7%를 차지했다. 지난해 30.6%의 응답을 보인 '경마 및 경정게임'은 20.8%로써 큰 폭의 감소를 보여주었다.

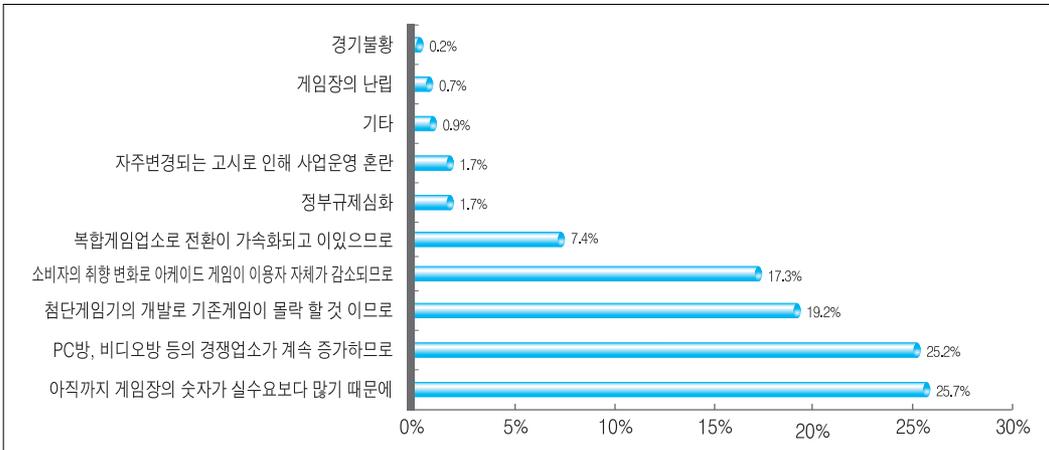
〈표 1-3-4-06〉 아케이드게임장의 발전 전망에 대한 견해

구분	비율
매우 밝다	0.4%
밝은 편이다	12.9%
변화없다	30.5%
다소 위축	41.5%
사양 산업화	14.7%
합계	100%

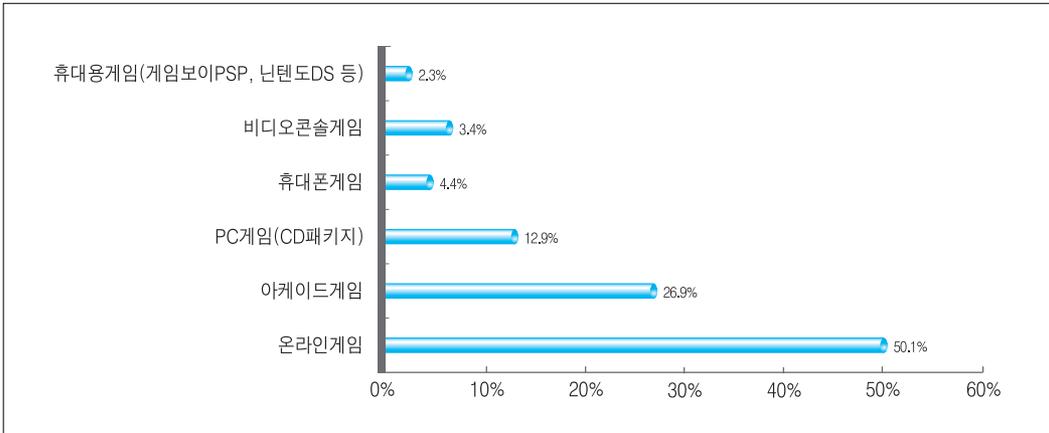
〈그림 1-3-4-18〉 게임장의 전망이 밝은 이유



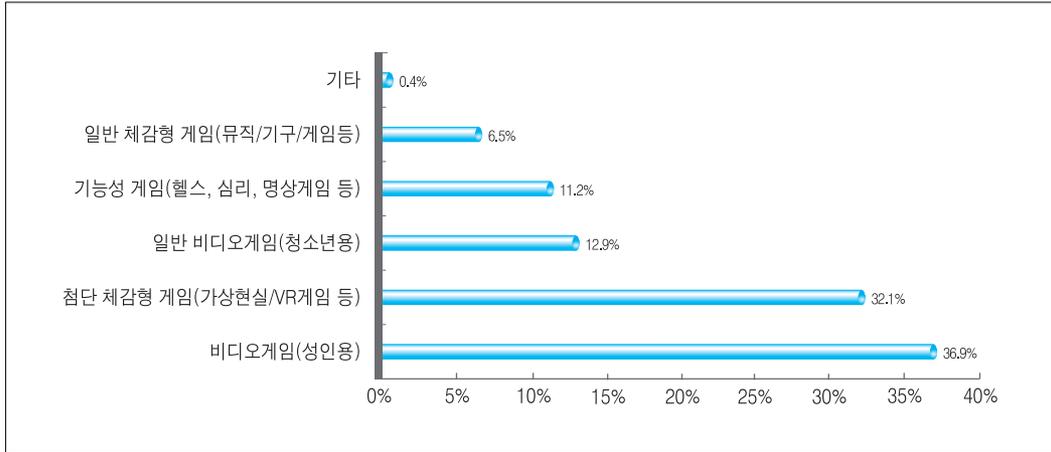
〈그림 1-3-4-19〉 게임장의 전망이 어두운 이유



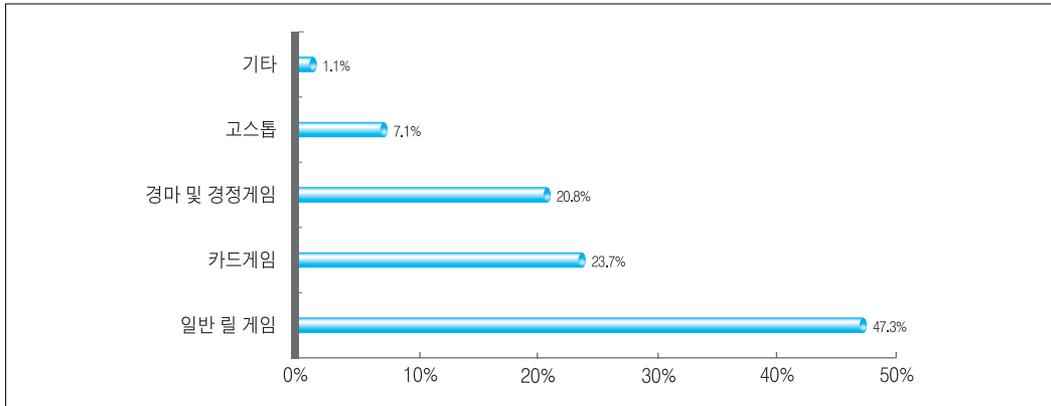
〈그림 1-3-4-20〉 향후 게임시장의 발전에 주도적 역할을 담당할 게임분야



〈그림 1-3-4-21〉 향후 아케이드 게임시장의 발전을 주도 할 게임형태



〈그림 1-3-4-22〉 경품 아케이드게임(성인용) 종류 중 확산가능성이 높은 게임형태



### 나. 게임장 운영과 향후 경영계획

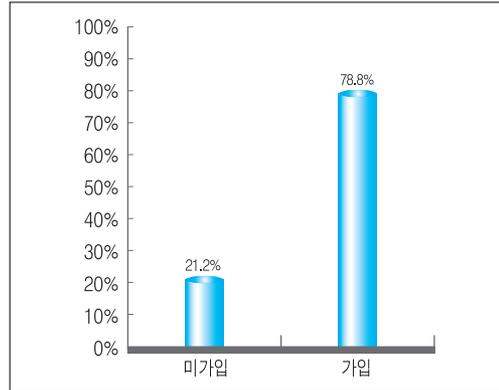
현재 게임장 관련 협회(한국컴퓨터산업중앙회 등)에 가입여부에 대해서는 78.8%가 가입하고 있다고 하였으며 21.2%가 미가입이라고 응답했다. 또한, 게임장에 대한 전망이 밝지 않음에도 불구하고 향후 게임장의 경영에 대해 '특별한 계획이 없다'는 응답이 81.6%로 가장 높게 나타났고, 이에 반해 '새로운 설비도입 및 보수를 하겠다'는 응답은 8.7%로 매우 낮아 새로운 업종으로의 전환 및 신규투자에는 매우 부정적인 것으로 나타나 전년도와 비교하여도 계

임장 운영에 있어서는 위험부담을 감수하기보다는 시장을 관망하려는 경향이 강함을 알 수 있다.

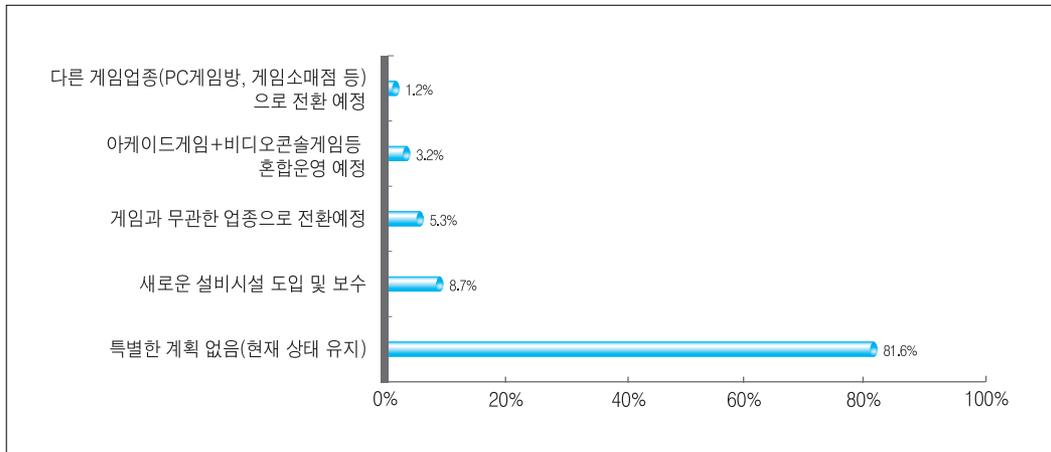
게임장 운영에 있어 가장 어려운 점으로는 '업소 난립'이 27.5%로 가장 높게 조사되었고, 다음으로 '법제도 규제'가 24.0%, '직/간접비용 과다'가 10.8% 등으로 나타났다. 이러한 이유로 아케이드게임 외에 어떤 것을 서비스하겠냐는 질문에는 'PC게임방'이라는 응답이 20.1%로 가장 높았고 '계획없다'가 19.9%, '스넥바/식당'이 18.7%를 차지했다. 이는 '법제도

규제'가 가장 게임장 운영에 어렵다라고 60.7%를 차지한 전년도 조사결과에 비해 상반된 결과를 보여주고 있으며, '법제도 규제'보다는 '업소 난립'으로 인한 어려움을 더 심각하게 받아들인다는 점을 알 수 있다.

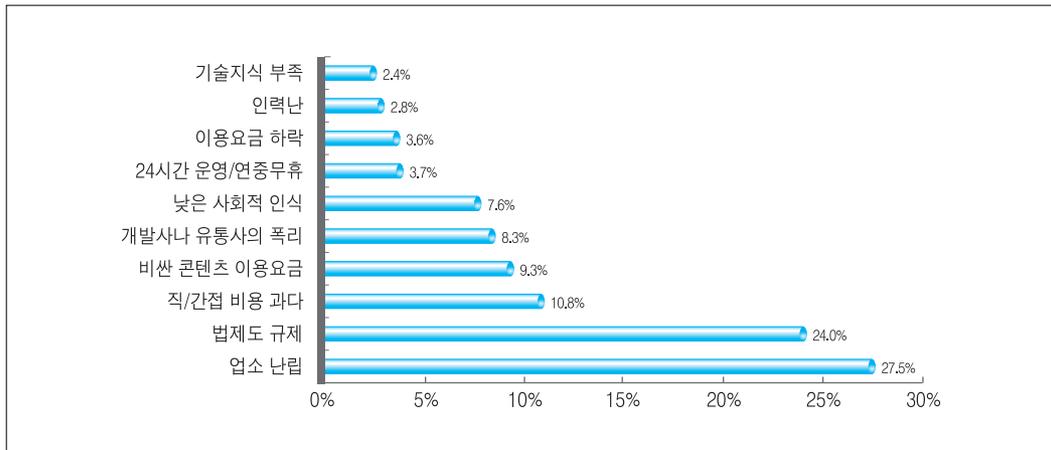
〈그림 1-3-4-23〉 게임장 관련 협회 가입여부



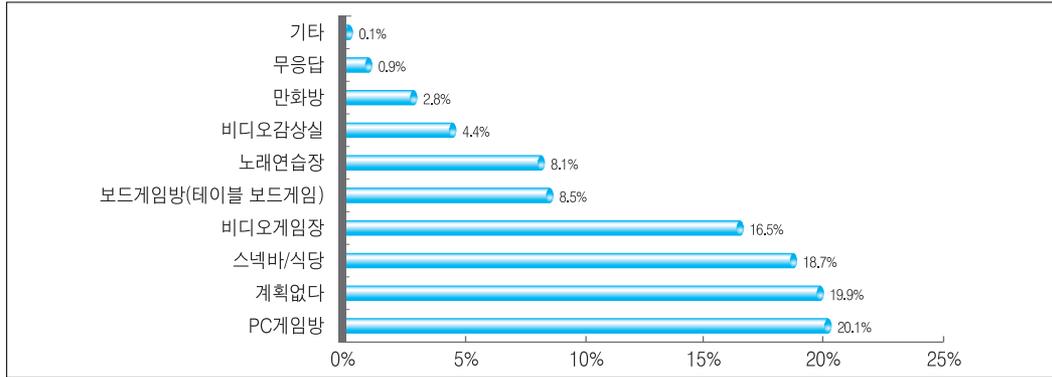
〈그림 1-3-4-24〉 향후 게임장의 경영계획



〈그림 1-3-4-25〉 게임장 운영에 있어 어려움



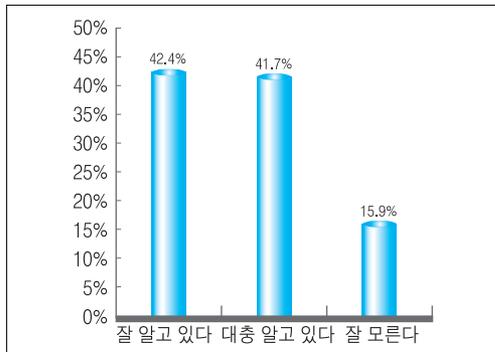
〈그림 1-3-4-26〉 아케이드게임 외의 다른 서비스 계획



#### (4) 게임장 정책·규제 관련

게임장 운영자의 42.4%가 경품고시의 내용을 '잘 알고 있다'고 응답하였고, 41.7%가 '대충 알고 있다'고 응답해 전체적으로 전년도 82.6%의 인지도와 비슷하게 나타나 전반적인 경품고시 내용에 대한 인지도는 높은 것으로 나타났다. 또한, 아케이드 게임 심의 규정에 대해서도 응답자의 40.1%가 '잘 알고 있다'고 했으며, 49.2%가 '대충 알고 있다'고 응답했다. 이와 같이 관련 규정에 대한 인지도가 높은 것은 앞서 게임장의 운영현황 조사결과에서 보이듯이 정부정책이나 심의 규정이 게임장 영업에 매우 중요한 요소임과 동시에 향후 운영에도 강한 영향을 미치기 때문인 것으로 풀이 할 수 있다.

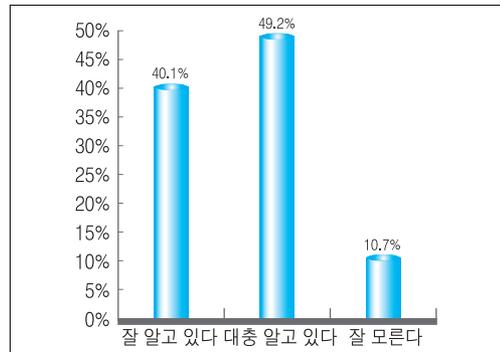
〈그림 1-3-4-27〉 경품고시 내용 인지도부



한편, 아케이드 심의규정 중 문제가 되는 사안에 대해서는 46.3%가 '모호한 사행성의 정의에 따른 사행성 게임기 판정기준'을 꼽았으며, 41.5%가 '자주 변경되는 정책으로 인해 사업운영 혼란'이라고 응답해 전년도 결과와 다르지 않아 여전히 사행성게임의 애매모호한 기준과 등급분류의 일관성 결여의 문제는 새로운 게임을 설치하거나 운영하는데 어려움을 겪는 요소로 작용하며 이후에도 일관성 있는 제도의 수립이 절실함을 다시 한번 보여주는 결과이다.

게임장 운영에 있어 가장 관심이 있는 법적사항은 '음반비디오물 및 게임물에 관한 법률'이 55.9%, '청소년 보호법'이 19.9%인 것으로 나타났다. 이는 등급분류와 직접적인 관련이 있는

〈그림 1-3-4-28〉 영등위 아케이드게임 심의 규정 인지도

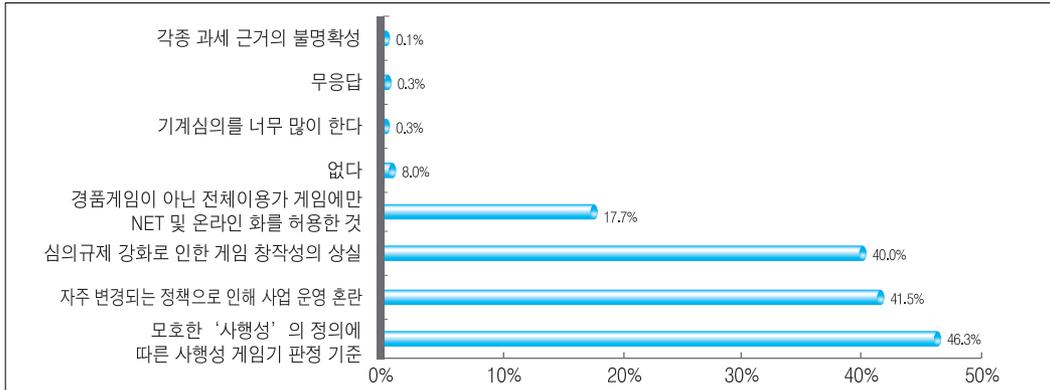


법안으로 2006년 하반기 ‘게임산업진흥에 관한 법률’의 시행을 앞두고 있는 시점에서 관심의 초점이 되고 있는 것으로 볼 수 있다.

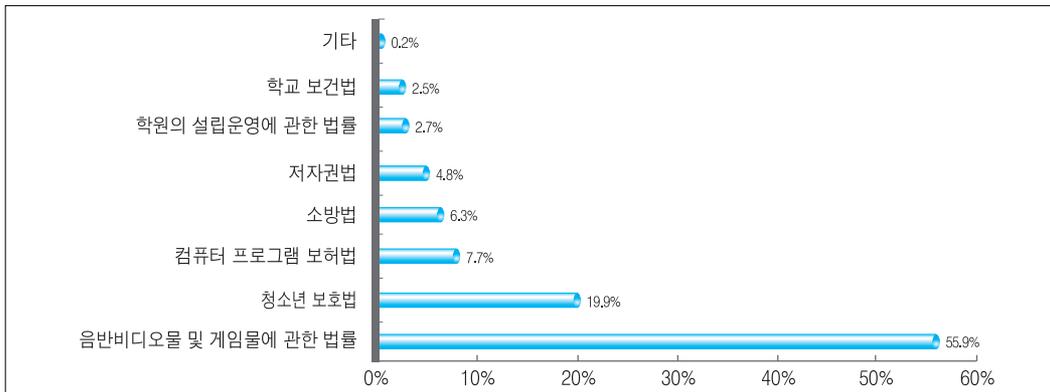
게임장 운영시 단속을 받은 경험이 있는 업소

는 전체의 14.7%로 전년도 24.9%에 비해 대폭 감소함을 알 수 있다. 주요 단속 근거는 ‘청소년 보호법’과 ‘음반비디오물 및 게임물에 관한 법률’로 단속을 받은 것으로 나타났다.

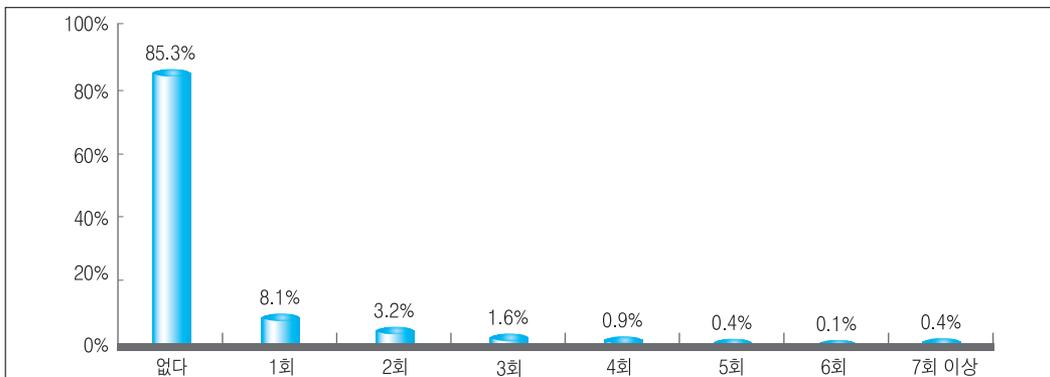
〈그림 1-3-4-29〉 아케이드게임 심의 규정 중 문제가 되는 사안(복수응답)



〈그림 1-3-4-30〉 게임장 운영상 가장 관심이 있는 법적 사항



〈그림 1-3-4-31〉 게임장 운영시 법률적 단속받은 경험 여부

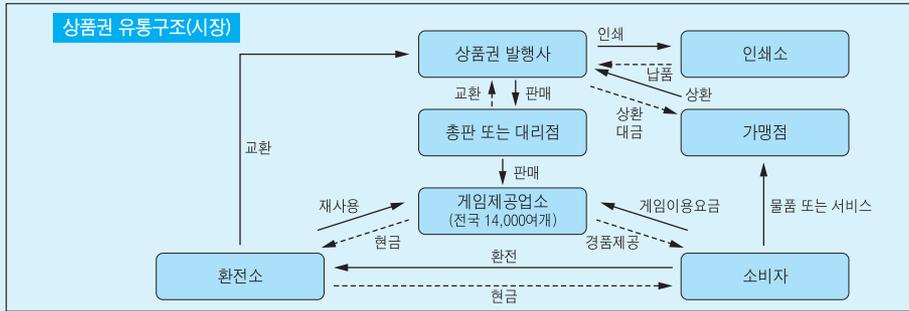


## 경품용 상품권 지정제도

### 1. 경품용 상품권 지정제도 개요

- 관련근거 : 게임제공업소의 경품취급기준(문화관광부고시 제2005-9호/ '05.7.6)  
경품용 상품권 지정제도 운영규정(06.5.23)
- 상품권지정 : 한국게임산업개발원장이 지정하는 상품권만 게임제공업소에서 경품으로 제공
- 지정요건 : 경품용 상품권으로 지정하기 위해서는 지급보증기관으로부터 지급보증을 받고 '경품용 상품권 지정제도 운영규정(06.5.23)'의 지정요건을 충족

(그림 1-3-4-32) 경품용 상품권 유통흐름



### 2. 경품용 상품권 통계 현황

(표 1-3-4-07) 경품용 상품권 지정현황 ('06년 5월 기준)

구분	발행사명	상품권명	지정일자
1	(주)해피머니아이앤씨	해피머니문화상품권	'05.08.01
2	(주)한국교육문화진흥	교육문화상품권	'05.08.01
3	(주)씨큐텍	스타문화상품권	'05.08.01
4	(주)안다미로	포켓머니문화상품권	'05.08.01
5	(주)한국문화진흥	문화상품권	'05.08.01
6	한국도서보급(주)	도서문화상품권	'05.08.01
7	(주)인터파크	인터파크문화상품권	'05.08.01
8	(주)씨이렉스	사랑나눔문화상품권	'05.08.19
9	(주)다음커머스	다음문화상품권	'05.08.29
10	(주)기프트캐시	영화문화상품권	'05.11.28
11	(주)씨에스클럽코리아	CSclub문화상품권	'06.01.10
12	(주)포리텍	가족사랑문화상품권	'06.02.02
13	(주)세이브존아이앤씨	세이브존문화상품권	'06.02.17
14	(주)코윈솔루션	패밀리문화상품권	'06.02.21
15	(주)삼미	삼미문화상품권	'06.03.15
16	(주)동원리소스	아바타문화상품권	'06.03.15
17	(주)티켓링크	티켓링크문화상품권	'06.04.20
18	(주)차이컴	아케이드문화상품권	'06.05.11

〈표 1-3-4-08〉 경품용 상품권 월별 누적발행량

월별	발행량	증감
'05년 8월	1,008,468매	-
9월	1,658,000매	39,2%
10월	1,712,500매	3,2%
11월	2,119,500매	19,2%
12월	2,457,000매	13,7%
'06년 1월	2,676,000매	8,2%
2월	2,664,500매	△0,4%
3월	2,994,632매	11,0%
4월	2,927,750매	△2,3%
5월	3,311,000매	11,6%
총계	23,529,350매	

〈표 1-3-4-09〉 일일평균 유통량 현황

구분	일일평균 유통량		증감
	일일평균액(원)	일일평균량(매)	
'05년 3/4분기	43,712,590	8,742,518	-
'05년 4/4분기	68,358,695	13,671,739	36,1%
'06년 1/4분기	92,612,577	18,522,515	26,2%
합계	71,154,732	14,230,946	

〈표 1-3-4-10〉 경품용 상품권 불법행위 신고센터 월별 신고현황

구분	신고접수	단속
2005.10 ~ 12	337건	249건
2006.01 ~ 05	330건	85건

## 제5절 비디오게임장 현황

### 1. 비디오게임장 현황

비디오게임장은 2002년 Sony의 PS2(PlayStation 2)와 MS의 Xbox 등이 국내에 정식으로 출시된 이후, 영업용 비디오게임기를 설치하여 운영하는 게임장을 말한다. 비디오게임장은 2002년 이후 신촌과 홍대 등을 비롯한 대학가를 중심으로 확산되기 시작하였으며, 특히 '위닝일레븐'과 같은 킬러 타이틀의 인기와 함께 비디오게임장이 게임 타이틀을 구매하기 전에 직접 체험해보려는 신규게임 체험장의 역할을 하면서 큰 호응을 얻게 되었다.

비디오게임장은 비디오게임방 혹은 플스방 등으로 불리고 있으며, 현재 국내 비디오게임장의 개수는 지난해에 비해 약간 줄어들어 약 900여개가 영업중인 것으로 추정된다. 이처럼 비디오게임장의 설립이 정체된 이유는 게임기 제조사들이 영업용 보다는 가정용 판매에 보다 주력함으로써 비디오 게임방의 수익성이 높지 않기 때문인 것으로 보인다.

비디오게임장은 게임제공업으로 등록이 되며, 아케이드게임장 및 PC방과 마찬가지로 음반비디오물및게임물에관한법률(음비게임법)과 소방법, 청소년보호법, 학교보건법의 관련 규정에 따르도록 되어 있다. 비디오게임장의 이용요금은 시간당 1,500원 내외이며, 그래픽이 뛰어난 비디오게임의 특성과 각종 주변기기들을 활용한 체험형 게임의 증가로 기존의 PC방이나 아케이드게임장과는 다른 차별성을 지니고 있다.

비디오게임장은 신규 콘솔게임기와 비디오게임의 확산과 함께 더 이상의 큰폭의 감소는 보이지 않을 것으로 예상되며, 다양한 비디오게임 콘텐츠가 개발되고 비디오게임의 네트워크화가 가속화되고 있어 향후 시장의 확대를 기대해 볼 수 있겠다.

### 2. 비디오게임장 의견조사 결과

#### (1) 조사의 개요

한국게임산업개발원은 2006년 4월 서울, 부산, 광주, 대구, 인천, 대전 등 6개 광역시에 소재한 100개의 비디오게임장을 대상으로 조사를 실시하였다. 조사방법은 비디오게임장 업주를 대상으로 면접 설문방식으로 이루어졌다.

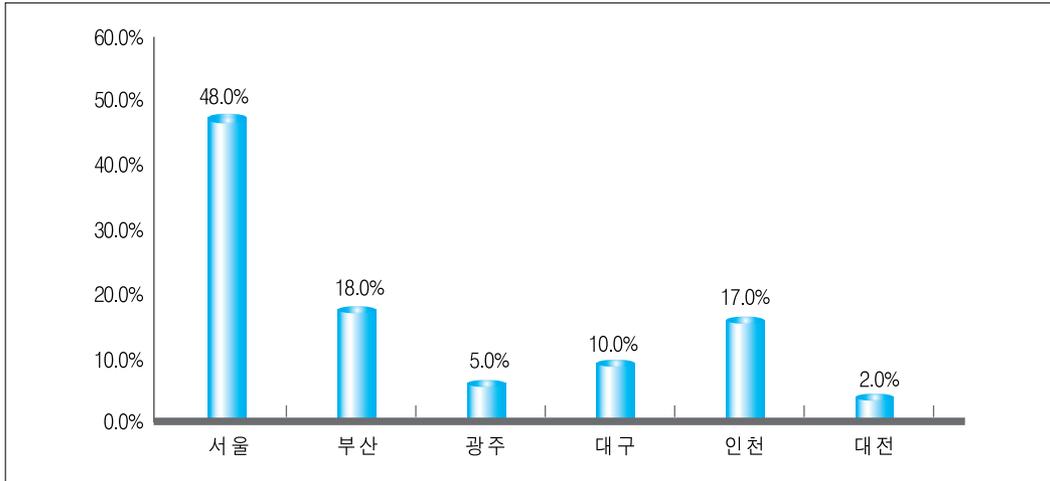
조사대상 업소의 주요 경영형태는 100개 업소 중 프랜차이즈가 29개, 개인사업장이 71개였다. 업소의 면적은 '30평 이하'가 32%, '31~40평'이 26%, '41~50평'이 25%, '51~60평'이 7%, '61평 이상'이 10%의 분포로 나타나 매장규모는 지난해와 비슷한 결과를 보여주었다.

조사대상 업소의 매출 분포는 한 달 평균 매출이 '300만원 이하'가 22%, '301~400만원'이 9%, '401~500만원'이 18%, '501~600만원'이 6%, '601만원 이상'이 27%로 나타났다. 작년의 경우 400만원 이상인 업소가 34%였는데 비해 올해는 51%로 늘어나 전반적으로 업소

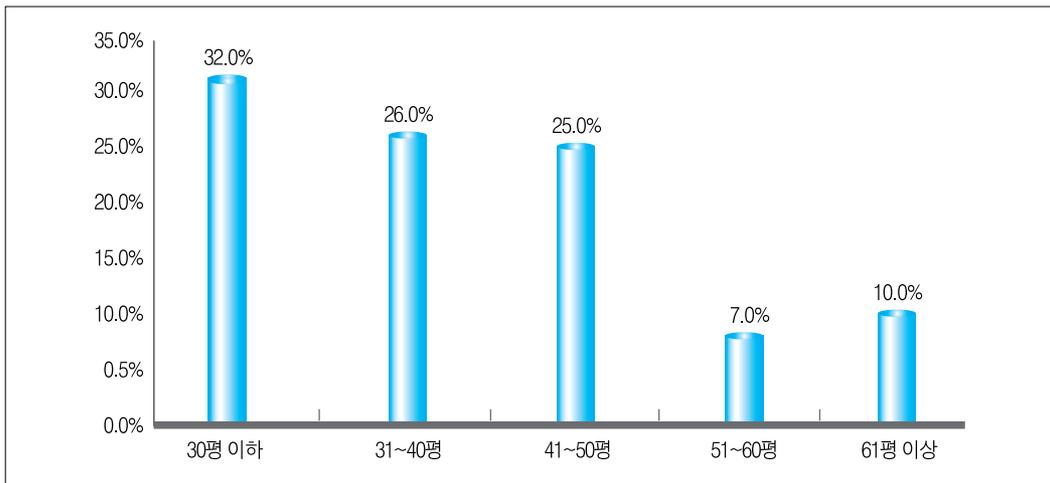
매출액이 증가한 것으로 조사되었다. 또 게임장의 운영기간은 1년에서 3년 사이가 65%를 차지하였고, 다음으로 3년 이상이라고 응답한 사람

들은 25%로 나타났다. 전반적으로 비디오게임장의 경영여건은 다소 호전된 것으로 보인다.

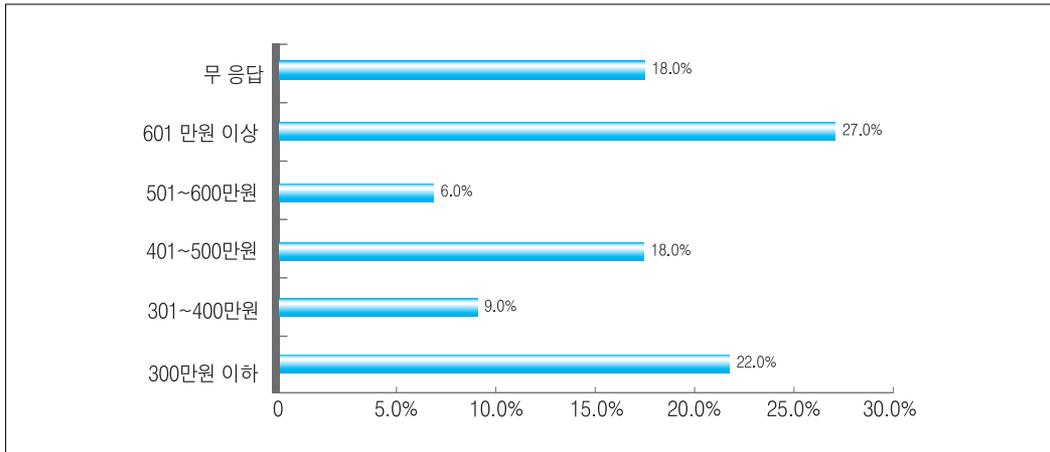
〈그림 1-3-5-01〉 조사 대상 비디오게임장의 지역별 분포



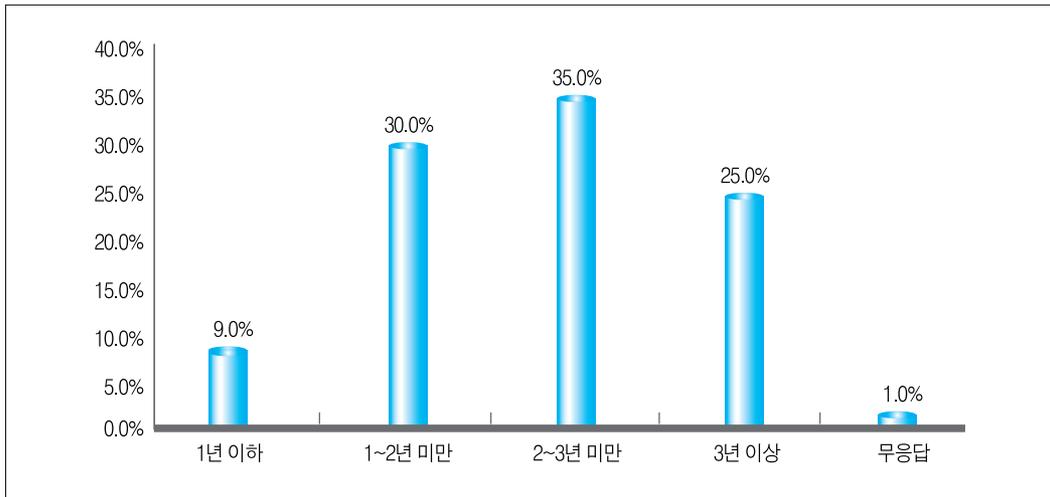
〈그림 1-3-5-02〉 조사 대상 비디오게임장 업소의 면적 분포



〈그림 1-3-5-03〉 평균 한 달 매출액 분포



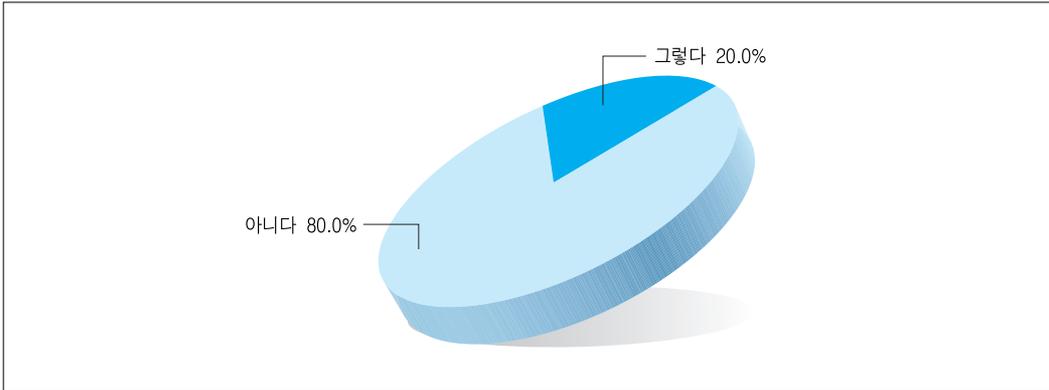
〈그림 1-3-5-04〉 운영기간 분포



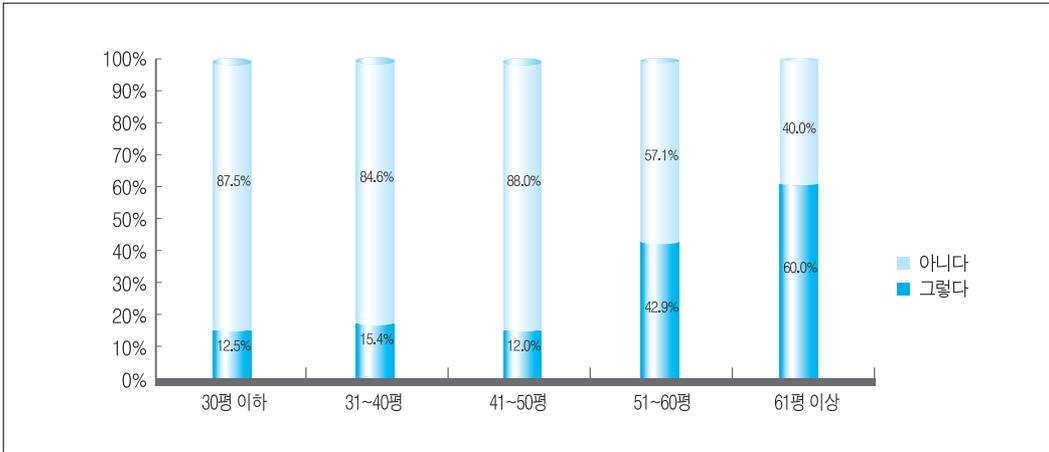
복합유통업으로 운영하고 있는지를 물어본 결과, 응답자의 20%가 복합유통업을 하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 복합 유통업체라고 답한 매장의 경우 매장의 규모도 51명 이상인 경우가 많았고, 61명 이상이라고 답한 업소의

60%가 복합 유통업체인 것으로 조사되었다. 이를 통해 복합유통업을 하기 위해서는 보다 큰 공간이 필요함을 알 수 있다. 그리고 복합 유통업체들은 주로 PC방(41.7%)과 스넥/식당(37.5%)을 겸업하는 경우가 많았다.

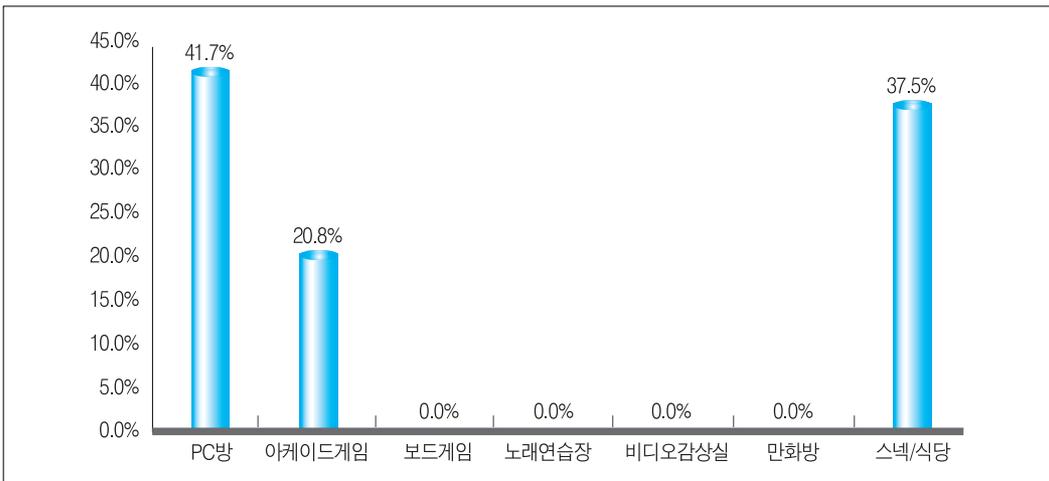
〈그림 1-3-5-05〉 복합유통업 여부



〈그림 1-3-5-06〉 운영 규모별 복합유통업 여부



〈그림 1-3-5-07〉 비디오게임장에서 복합 유통종인 분야



## (2) 비디오게임장의 영업 및 경쟁력 관련

### 가. 비디오게임장의 발전 가능성

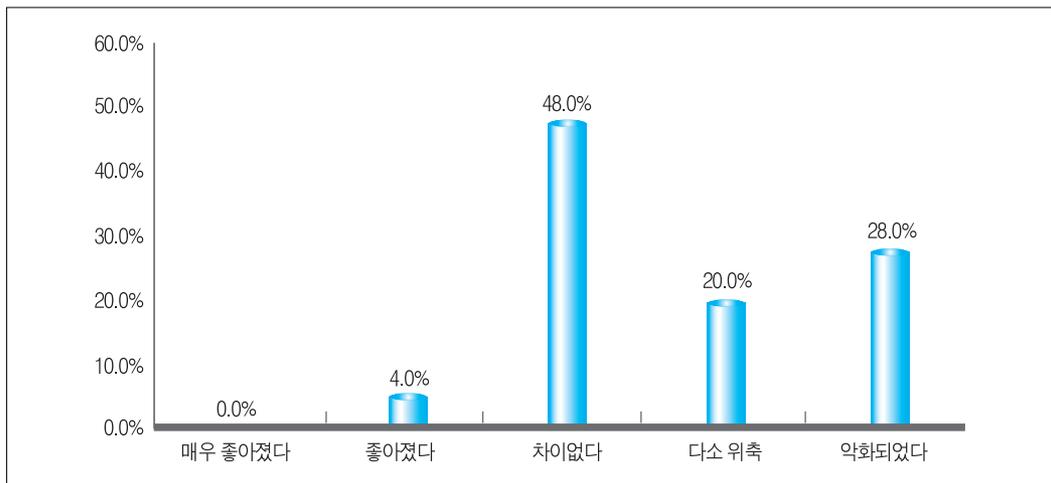
비디오게임장 영업주 중 지난 1년간 경영환경이 위축되거나 악화되었다는 응답은 48%였으며, 별 차이가 없다는 48%, 좋아졌다는 4%에 그쳤다. 앞서 살펴보았듯이 매출액이 작년에 비해 다소 증가했는데도 불구하고 업주들이 느끼는 체감 경기는 작년 수준이거나 그에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 지난해보다 매출은 늘었으나 아직까지 피부로 느낄 만큼 경영환경이 개선되지는 못하고 있는 것으로 보인다.

매출 부진의 주된 이유로는 고객성향 변화(39.6%)와 좋은 콘텐츠 부족(37.5%)이 높은 비중을 차지하였다. 이는 현재 고객들이 주로 찾는 게임이 '위닝 일레븐'과 같은 특정 타이틀에

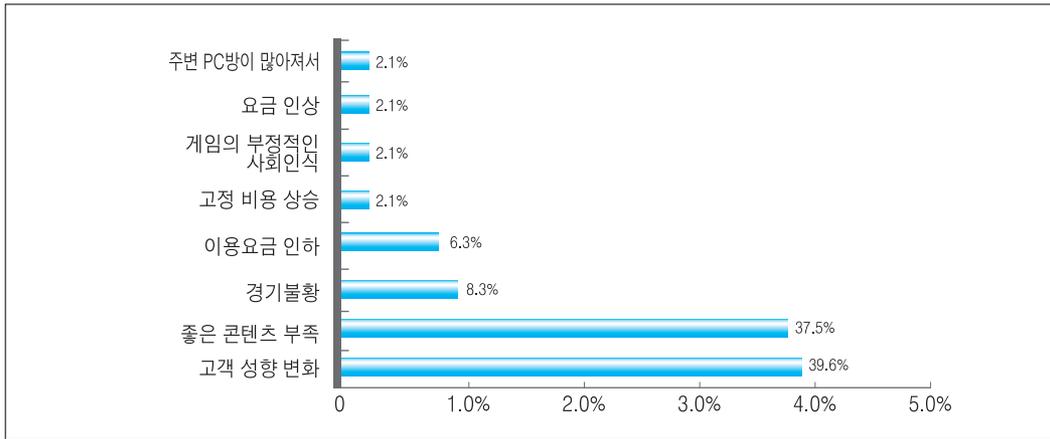
편중되어 있어 앞으로 보다 다양한 고객층을 유인할 수 있는 신규 콘텐츠를 확보하는 것이 시급한 과제임을 알 수 있다.

향후, 비디오게임장의 경기전망에 대해서는 51%가 지금 선에서 유지될 것으로 예측하였고, 다음으로 점차 악화될 것이라는 응답이 34%를 차지하여 현상유지 내지는 부정적인 전망이 비교적 우세한 것으로 나타났다. 한편, 비디오게임장의 경쟁력을 약화시키는 요인으로서는 과도한 게임타이틀 가격(19%)과 여가 및 오락 취향의 변화(16%), 히트 콘텐츠의 부재(15%), 업그레이드 및 유지비용 과다(13%), PSP 등 신규 게임기 판매(11%), 업계 간의 과당 경쟁(11%)의 순으로 나타났다.

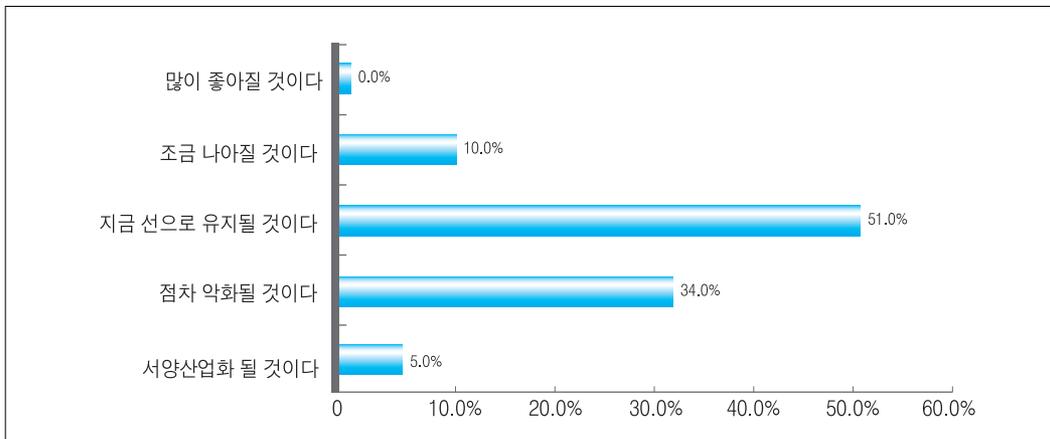
〈그림 1-3-5-08〉 지난 1년간 매장의 경영환경 변화



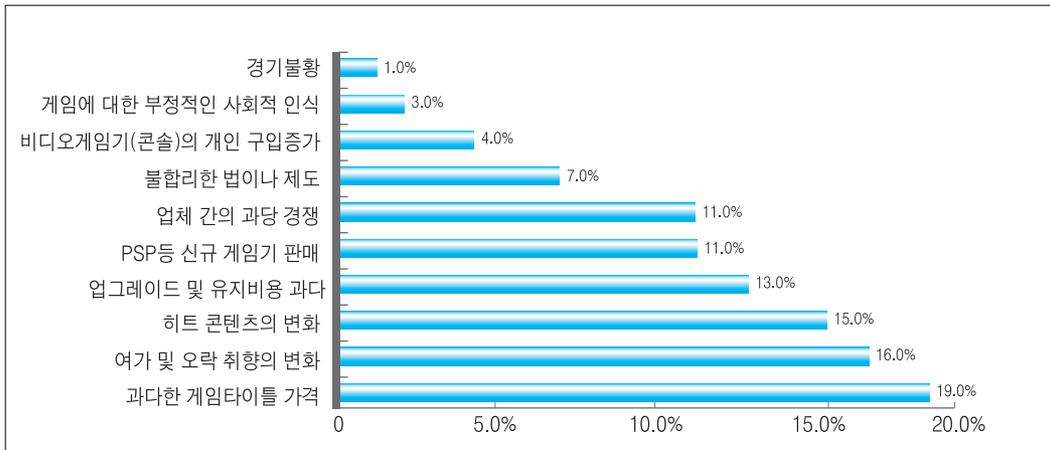
〈그림 1-3-5-09〉 최근 매출 부진의 가장 큰 원인



〈그림 1-3-5-10〉 2006년 비디오게임장의 경기 전망에 대한 견해



〈그림 1-3-5-11〉 비디오게임장의 경쟁력을 약화시키는 요인



### 나. 게임장의 향후 경영계획

비디오게임장의 향후 경영계획에 대해서는 특별한 계획이 없다(66%)라는 의견이 지배적이었으며, 다음으로 설비시설 보수 및 업그레이드 예정(17%) 및 다른 게임업종으로 전환(6%), 수개월 이내 폐업 예정(6%) 등이 소수 의견으로 나왔다. 따라서, 비디오게임장 영업을 현 상태로 유지하려는 경향이 우세한 것으로 해석된다. 작년과 비교해 볼 때 타 업종으로의 전환(20.0%)이나 폐업 예정(27.6%)이라는 응답이 현저히 줄어들었는데, 앞서 살펴보았듯이 비디오게임장의 매출이 지난해 보다 증가하는 등 점차 경영여건이 호전되고 있는데 따른 것으로 풀이된다.

복합유통업으로 전환하겠다는 응답이 매우 저조한 가운데, 만약 복합유통업으로 전환시 선택할 업종을 조사한 결과 PC방(38%), 컴퓨터게임장(16%), 스낵바/식당(9%) 순으로 나타났다. 이처럼 PC방의 선호도가 높은 이유는 비디오게임의 온라인화 경향과 더불어 PC방을 겸업하는 것이 유리하다는 판단을 하고 있는 것으로 해석된다.

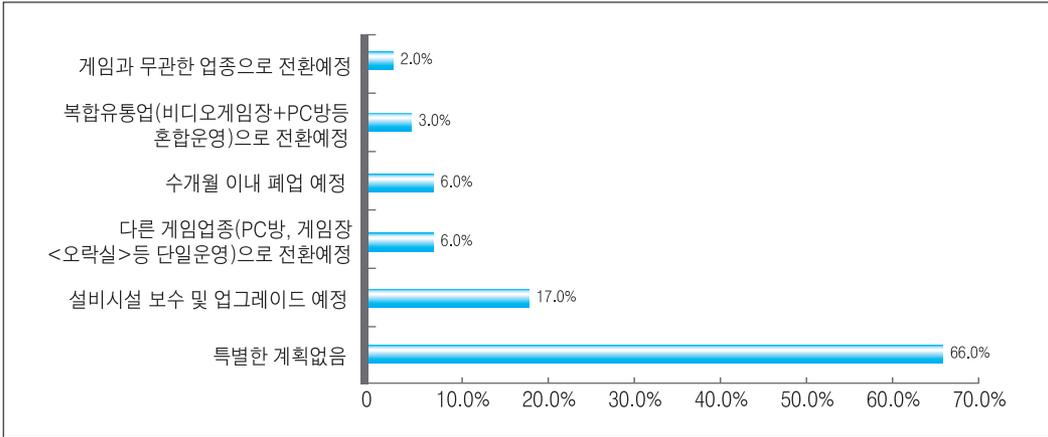
복합유통업으로 즉시 전환하지 않는 이유로는 전환에 필요한 비용 때문이라는 응답(45%)과 복합유통업의 사업성이 떨어질 것 같아서라는 응답(30%)이 대부분을 차지하였다. 이는 비디오게임장들이 영세하기 때문에 신규투자예

부담을 느끼고 있으며, 복합 유통의 이점이 그다지 크지 않은 것으로 해석할 수 있다.

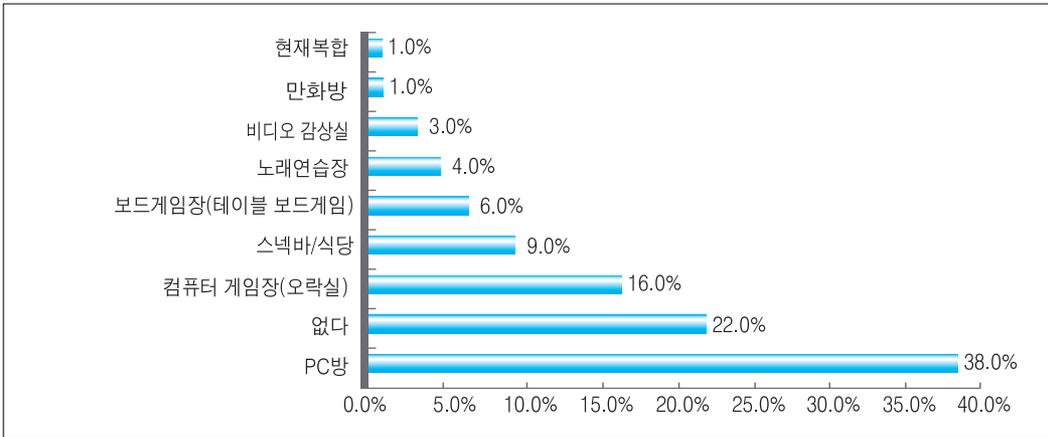
비디오게임장 영업주들이 업소 경영에 있어 가장 어려운 점(복수응답)은 비싼 콘텐츠 구입 가격(50.2%), 직/간접 비용과다(38.2%), 낮은 사회적 인식(19.1%), 업소 난립(18.1%), 주변기기 등 추가비용 발생(17.1%)의 순으로 나타났다. 따라서, 업소들이 시장 경쟁력을 갖추기 위해 한달에 1~2종 이상의 새로운 타이틀을 구비해야 하는 상황이 비디오게임장 경영에 있어 최대 난점임을 알 수 있다. 그리고 게임에 대한 사회의 낮은 인식과 영업장 인근에 생기는 동종 업소 및 직간접 비용 역시 경영에 부담을 주고 있는 것으로 파악된다.

업계의 발전을 위해 가장 시급하게 개선해야 할 문제(복수응답)에 대해서는 게임기(콘솔)와 게임 타이틀의 가격 인하가 각각 62.4%와 53.8%를 차지하여 최우선 과제로 떠올랐다. 지난해와 비교해서는 게임기와 게임타이틀의 가격에 대한 문제인식이 더욱 높아졌다. 이는 시장경쟁력을 확보하기 위해 게임기 등 설비를 갖추고 지속적으로 신규 콘텐츠를 공급하는데 들어가는 비용에 대해 사업자들이 매우 부담스러워 하고 있음을 보여준다. 또한 이용요금 현실화(34.4%) 및 청소년 이용시간 확대(27.9%) 등 매출과 직접적인 관련을 맺고 있는 부분에 대해서도 개선이 필요한 것으로 응답하였다.

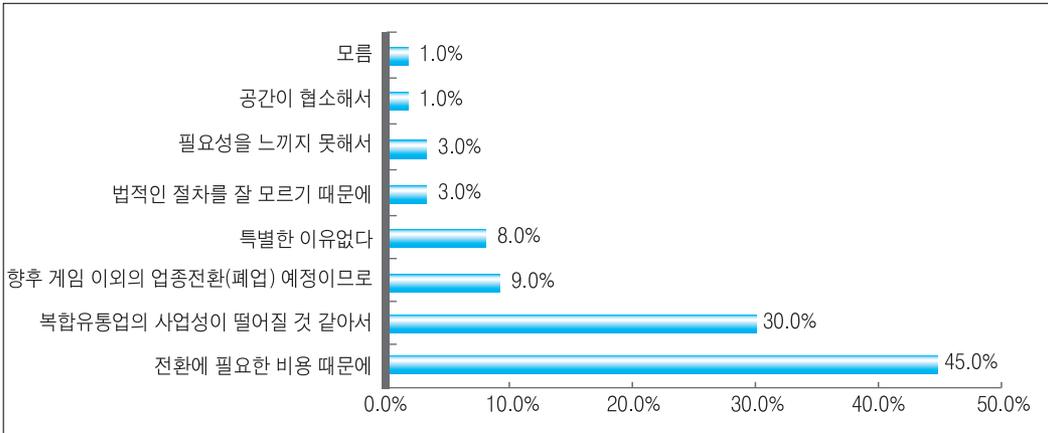
〈그림 1-3-5-12〉 비디게임장의 향후 경영계획



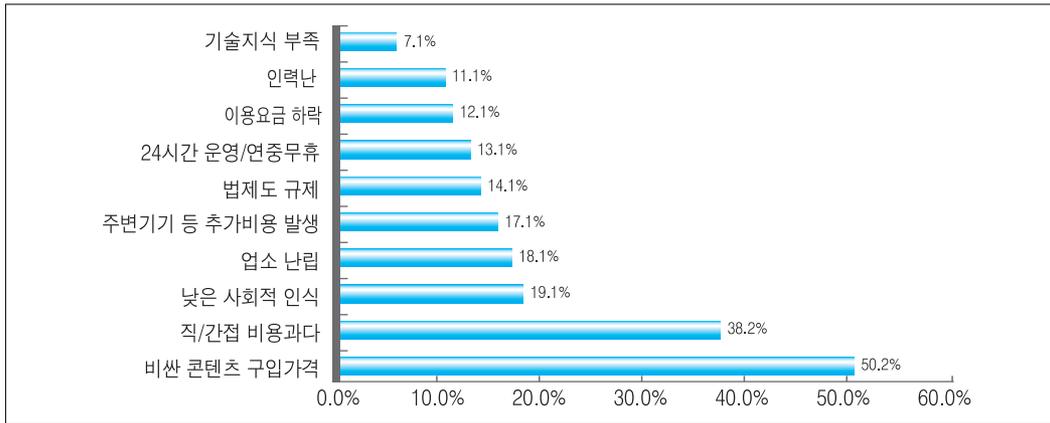
〈그림 1-3-5-13〉 복합유통업으로 전환시 선택 업종



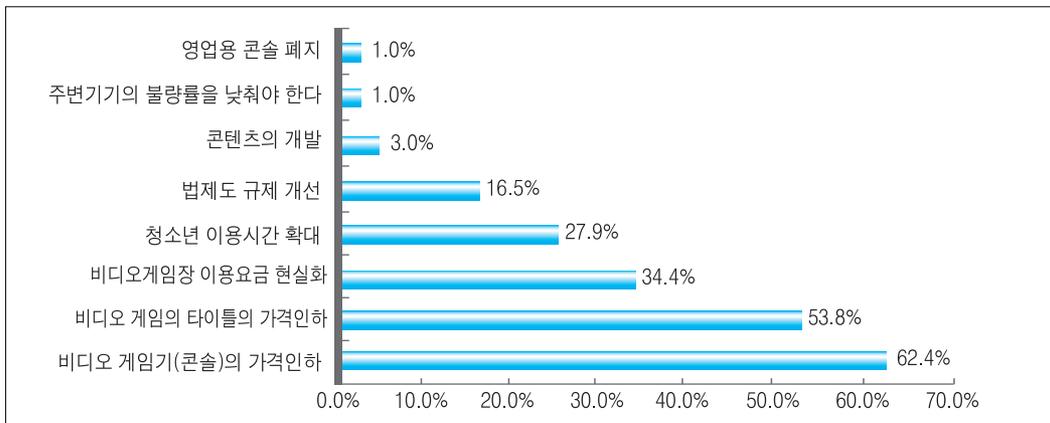
〈그림 1-3-5-14〉 현재 즉시 복합 유통업으로 전환하지 않는 이유



〈그림 1-3-5-15〉 업소경영에 있어서 가장 어려운 점(복수응답)



〈그림 1-3-5-16〉 업계의 발전을 위해 가장 시급히 개선해야 할 문제(복수응답)



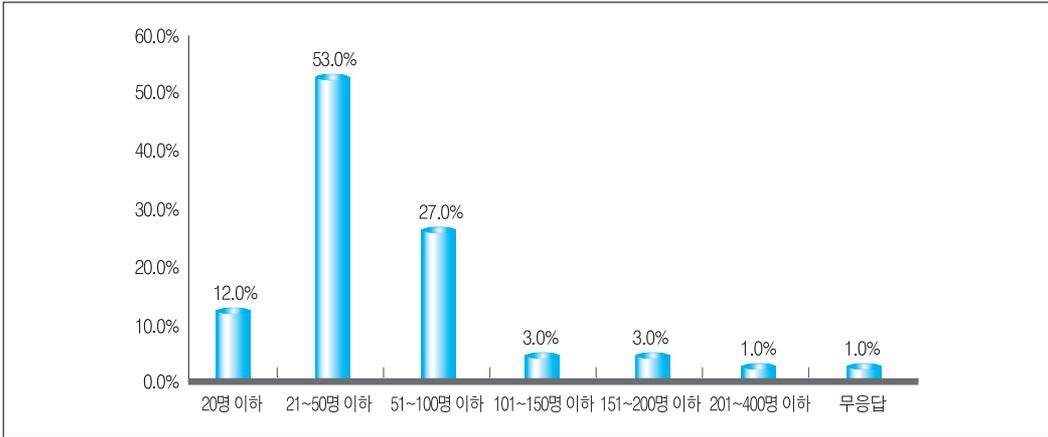
### (3) 게임장 운영 관련

#### 가. 주요 이용층과 이용시간

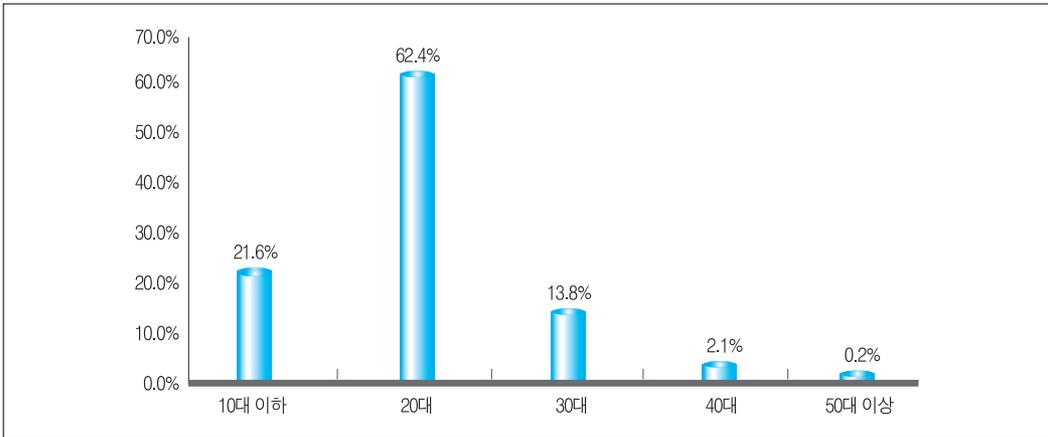
하루 평균 방문자수를 질문한 결과 ‘21~50명’의 이용자가 비디오게임장을 방문한다는 응답이 53%로 가장 많았고, 다음으로 51~100명이 27%, 20명 이하라고 답한 업소가 12%로 나타났다. 또한, 비디오게임장의 하루 평균 방문자는 67.3명으로 작년보다 11.2명이 증가한 것으로 조사되었다. 작년에 비해 전반적으로 방문자수가 소폭 증가함에 따라 비디오게임장의 경영환경이 조금씩 개선되고 있음을 알 수 있다.

성별에 따른 비디오게임장 이용비율을 조사한 결과 남성이 86.7%, 여성이 13.3%로 나타났다. 그리고 연령별로는 20대가 62.4%로 전년(57.6%)보다 약 5%증가한 수치로 가장 많은 비중을 차지하였고, 다음으로 10대 이하가 21.6%, 30대가 13.8%의 순이었다. 이는 전년에 비해 10대 이하는 10% 정도 줄고, 30대는 약 5%가 늘어난 것이다. 다시 10대 이용자들을 대상으로 분석한 결과 지난해와 마찬가지로 고등학생이 68.4%로 압도적으로 많았으며, 다음으로 중학생이 25.8%, 초등학생이 5.3%로 나타났다.

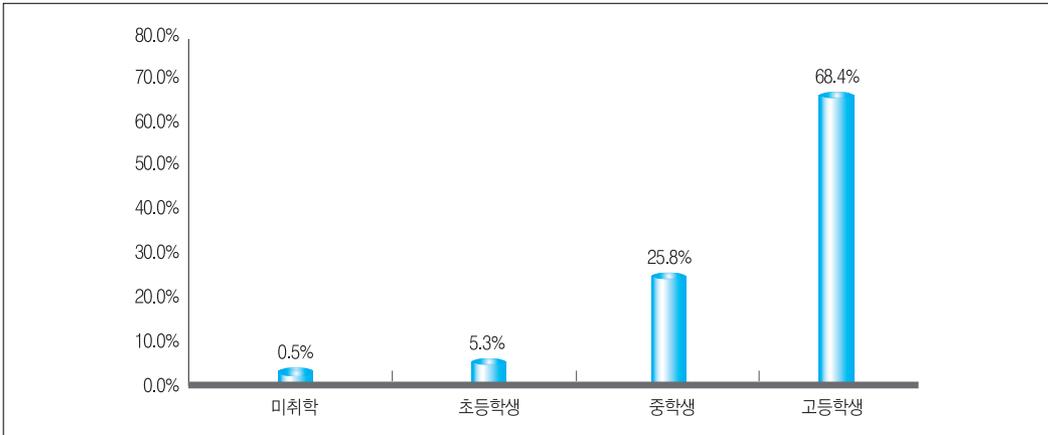
〈그림 1-3-5-17〉 하루 평균 비디오게임장 방문자 수



〈그림 1-3-5-18〉 비디오게임장 이용자들의 연령 분포



〈그림 1-3-5-19〉 비디오게임장 이용자 중 10대 고객의 연령 분포



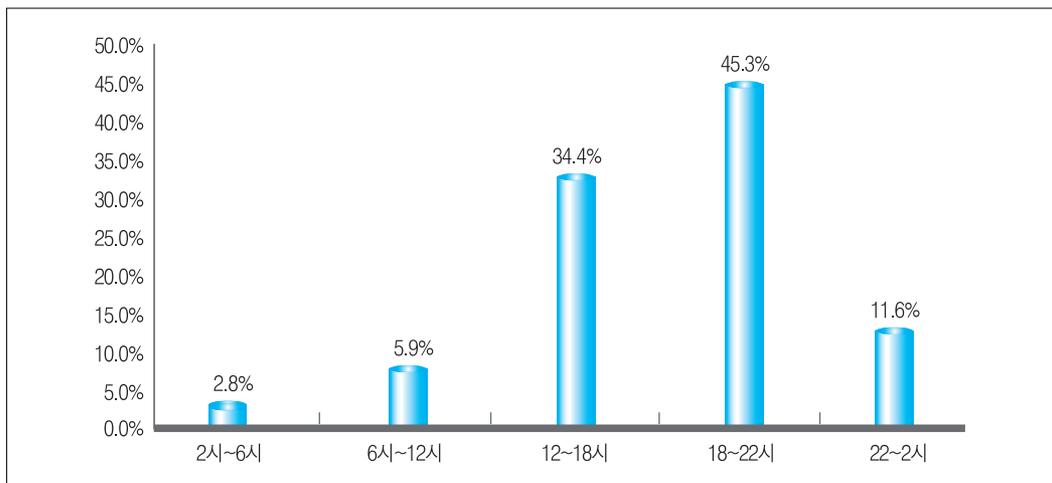
주 이용시간대를 살펴보면 평일의 경우 저녁 6시부터 밤 10시 사이가 45.3%로 이용자들이 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 낮 12시부터 저녁 6시까지는 34.4%, 밤 10시부터 새벽 2시 사이에는 11.6%의 순이었다. 따라서 학생들의 방과 후 시간과 직장인의 퇴근 시간 이후에 비교적 이용이 몰리고 있는 것으로 보인다.

주말과 공휴일의 경우에는 낮 12시부터 저녁 6시 사이가 38.7%로 가장 많았고, 그 다음으로 저녁 6시부터 밤 10시 사이가 36.1%로 이용자가 많았다. 즉, 주말이나 공휴일에는 저녁보다는 오히려 오후에 비디오게임장을 더 많이 찾았다.

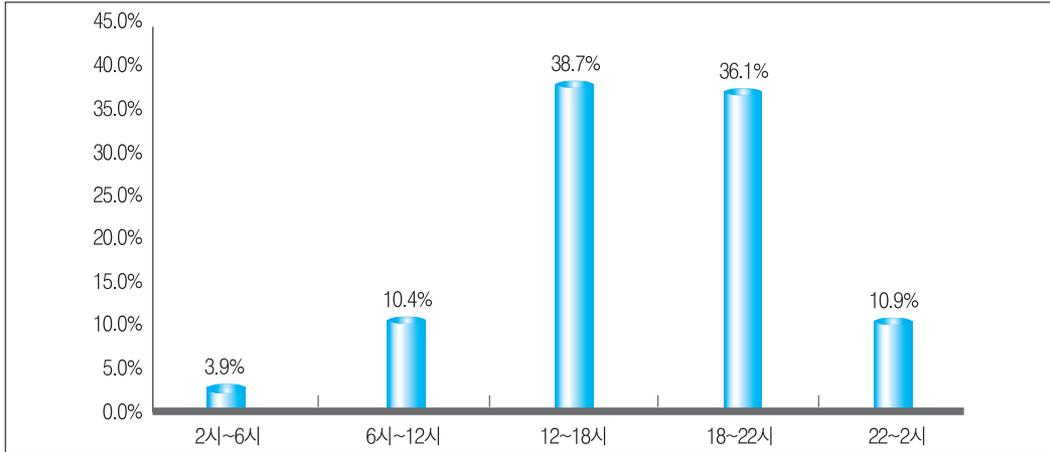
한편, 청소년 이용자들의 주 이용시간대를 살펴보면 저녁 6시부터 밤 10시 사이가 50.4%로 가장 많았고, 낮 12시부터 저녁 6시 사이가 45.7%로 나타나 대부분의 청소년들이 방과 후에 비디오게임장을 찾아 청소년 출입금지 시간인 밤 10시까지 이용하는 것으로 조사되었다.

비디오게임장의 1회 평균 이용시간은 1~2시간이 50.2%로 가장 많았고, 다음으로 2~3시간이 27.2%, 1시간 이하가 11.3%의 순으로 나타났다. 3~5시간은 8.5%, 5시간 이상은 2.8%로 조사되어 장시간 이용자들 보다는 3시간 이하의 이용자들이 대부분을 차지하였다.

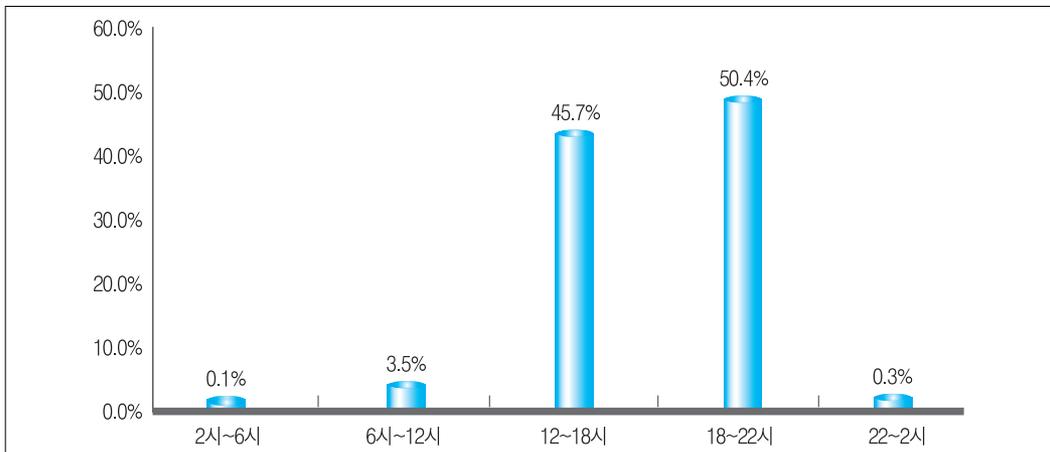
〈그림 1-3-5-20〉 평일 비디오게임장을 주로 이용하는 시간대



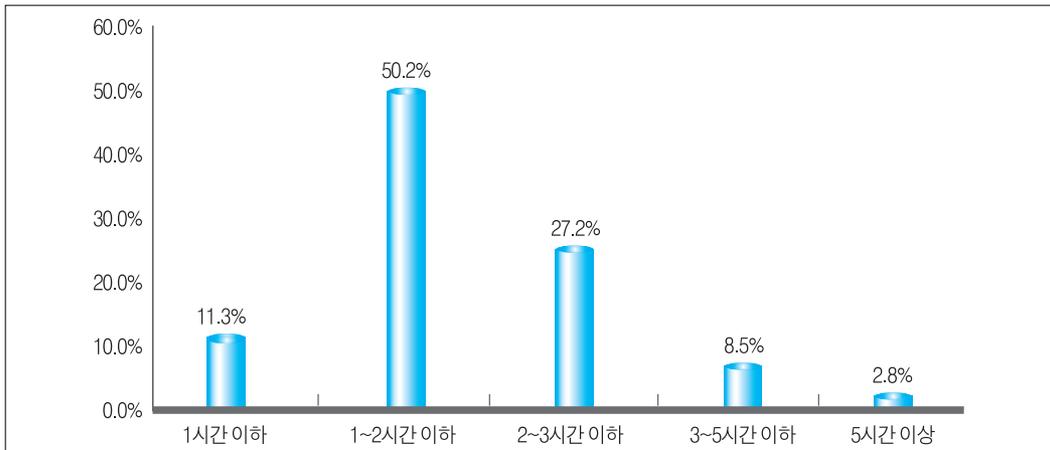
〈그림 1-3-5-21〉 주말/공휴일 비디오게임장을 주로 이용하는 시간대



〈그림 1-3-5-22〉 청소년이용자가 평일 비디오게임장을 주로 이용하는 시간대



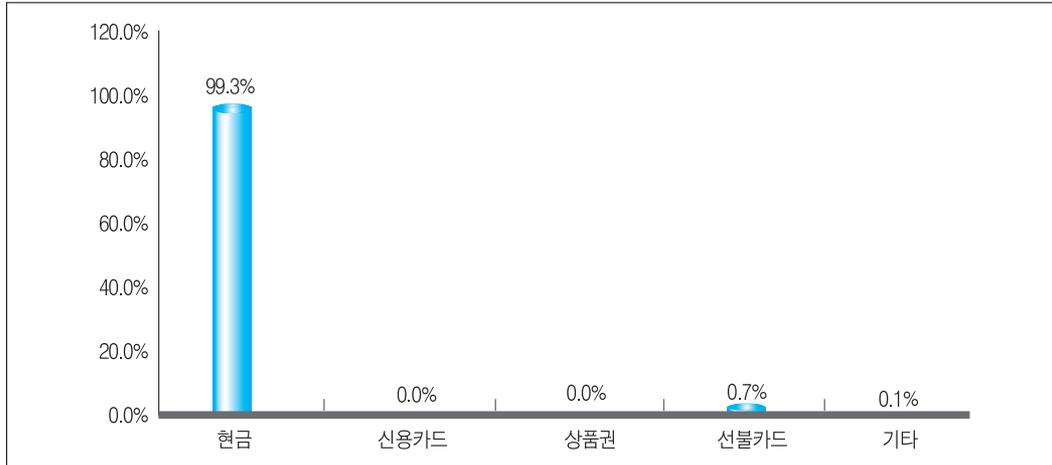
〈그림 1-3-5-23〉 비디오게임장 이용자의 평균 이용시간



비디오게임장 이용료의 결제수단을 살펴보면 99.3%가 현금으로 결제한다고 응답해 거의 모

든 이용자들이 현금 결제를 하고 있는 것으로 나타났다.

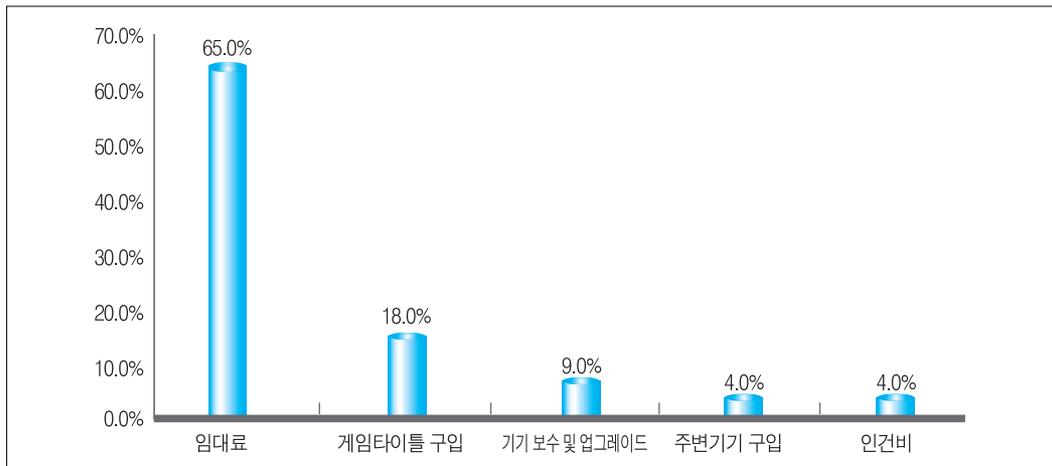
〈그림 1-3-5-24〉 비디오게임장 이용자들의 주요 결제 수단



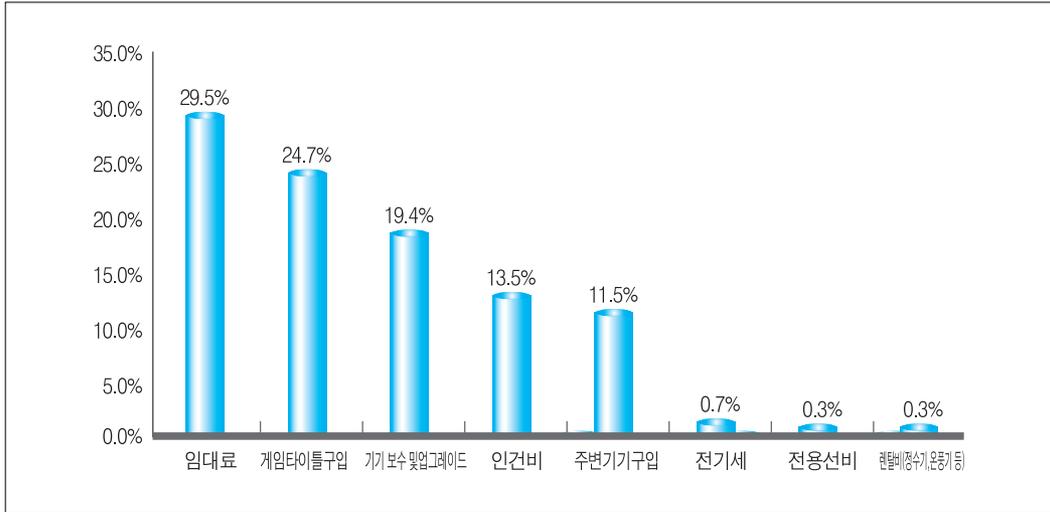
**나. 업소의 주요 지출요인과 구비된 주변기기**  
비디오게임장의 지출요인에 대해 1순위만을 살펴보면 임대료가 65%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 게임 타이틀 구입비가 18%, 기기 보수 및 업그레이드가 9%, 주변기기 구입과 인건비가 각 4%의 순으로 나타났다. 중

합순위를 살펴보면 역시 임대료가 29.5%로 가장 높았고, 게임타이틀 구입비가 24.7%, 기기 보수 및 업그레이드가 19.4%, 인건비가 13.5%로 조사되었다. 즉, 임대료, 게임타이틀 구입 및 인건비 등 고정비용이 업소에 부담이 되고 있음을 알 수 있다.

〈그림 1-3-5-25〉 비디오게임장의 지출요인(1순위)



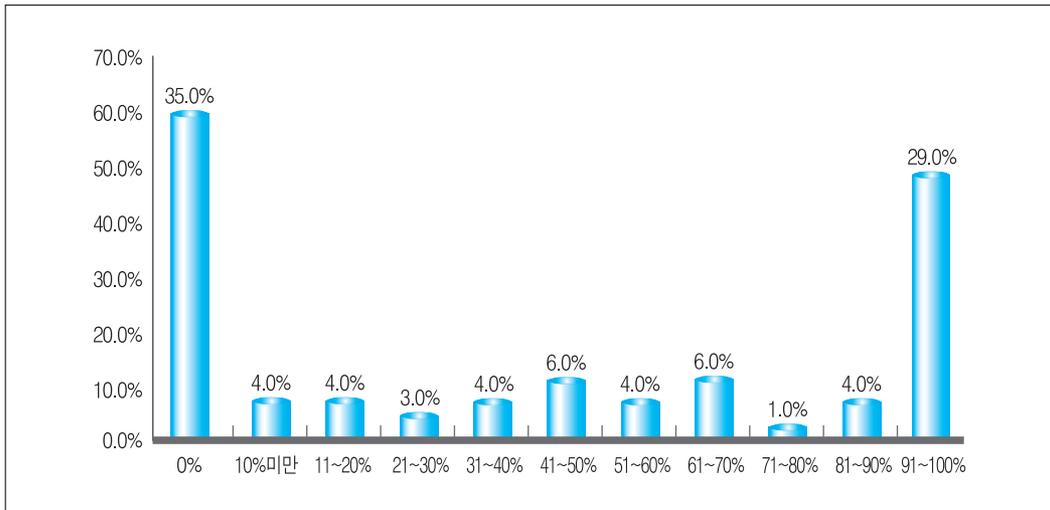
〈그림 1-3-5-26〉 비디오게임장의 지출요인(복수응답/순위종합)



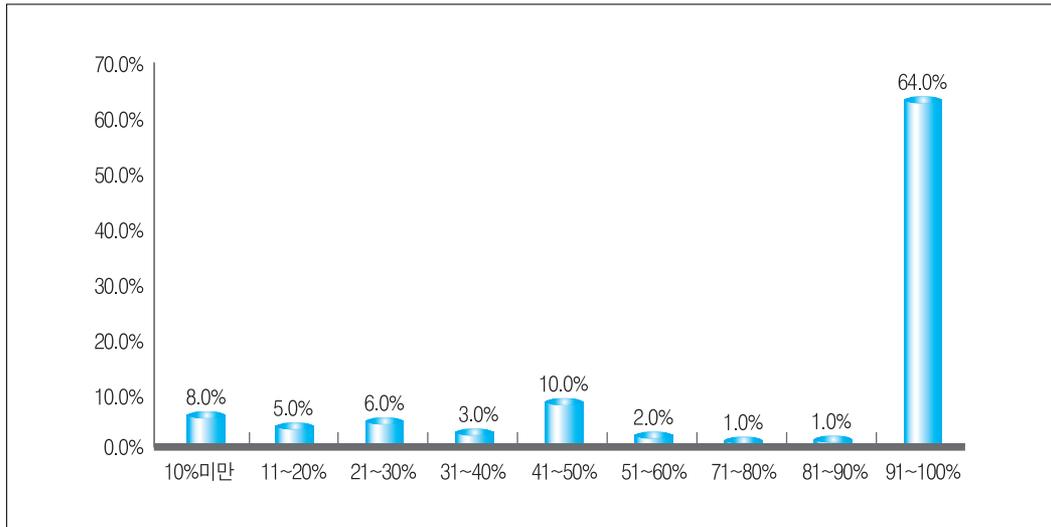
업소에서 보유하고 있는 게임기 현황을 살펴 보면 먼저 네트워크 연결이 가능한 게임기의 비중이 10% 미만이라는 응답이 전체의 39%로 지난해에 비해 16% 정도 감소한 반면, 네트워크 게임기를 90% 이상 보유하고 있는 업소는 작년 보다 9% 증가한 29%로 조사되어 점차 네트워크 가능 게임기의 보급이 확산되고 있는 것으로

나타났다. 다음으로 영업용 비디오게임기의 비중이 90% 이상이라는 응답이 64%로 조사되어 지난해 보다 19%나 줄어든 것으로 나타났다. 따라서, 업소에서 가격이 비싼 영업용 보다는 불법이지만 가정용 게임기를 일부 사용하고 있는 것으로 보인다.

〈그림 1-3-5-27〉 보유하고 있는 비디오게임기 중 네트워크 게임 대응기기의 비율



〈그림 1-3-5-28〉 영업용 비디오게임 기기의 비중



콘텐츠 보유현황을 살펴보면, 우선 전체 매출액 중 게임콘텐츠를 구입하는데 소비하는 비중은 10~20% 미만(33%), 30~40% 미만(20%), 20~30% 미만(18%), 10% 미만(17%)의 순으로 나타났다. 그리고 게임 타이틀은 업소당 평균 50종 정도를 구비하고 있었으며, 전체 분포를 보면 51~100종이라고 답한 업소가 32%로 가장 많았고 다음으로 41~50종이 21%, 10종 이하가 20%로 조사되었다. 또, 보유하고 있는 타이틀의 개수는 업소당 평균적으로 102종을 보유하고 있었으며, 51~100개라고 밝힌 업소가 49%로 가장 많았고, 100개 이상이라고 답한 업소가 23%로 그 뒤를 이었다.

한 달 평균 구입하는 게임 타이틀의 종류는 2종류라고 답한 업소가 31%로 가장 많았고, 다음으로 1종류가 24%, 3종류가 10%, 5종류가 7%의 순으로 나타나 업소들은 보통 한 달에 1~5종의 비디오게임 타이틀을 구입하는 것으로 조사되었다. 그리고 한 달에 평균 몇 개의 타

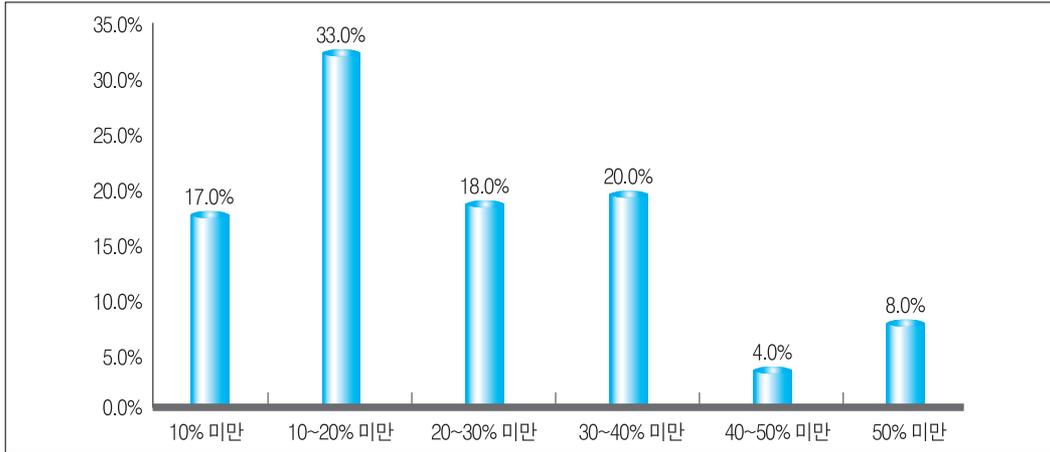
이틀을 구입하고 있는지 살펴보면 1개라고 응답한 비율이 23.5%로 가장 많았고 다음으로 2개가 15.3%, 3개가 13.3%, 5개가 12.2%, 10개가 8.2%의 순이었다.

비디오게임 타이틀을 구입하는 월평균 비용은 21~50만원이 41.9%로 가장 많았고, 10만원 이하가 25.8%, 11~20만원이 14.0%, 51~100만원이 6.5%의 순으로 나타났다.

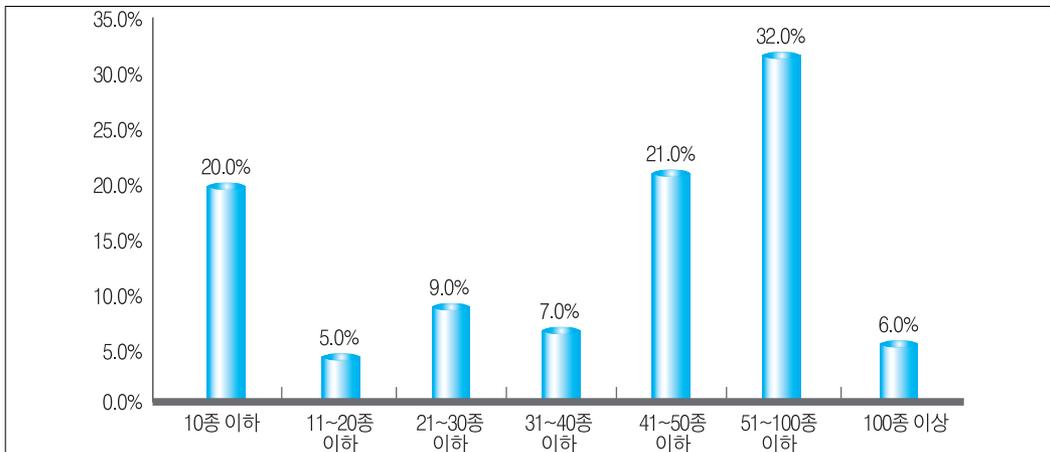
보유하고 있는 게임 타이틀 중 영업용 타이틀의 비중은 91~100%라는 응답이 59.0%로 나타났다. 보유하고 있는 게임 타이틀 중 정품의 비율은 91~100%라는 응답이 96%로 대부분을 차지하였다. 따라서, 거의 모든 업소들이 정품게임을 사용하고 있지만 영업용 타이틀의 구비율은 다소 떨어지는 것으로 보인다.

보유하고 있는 게임 타이틀 중 중고 게임 타이틀을 판매하는지에 대해서는 5%가 판매한다고 답했으며, 임대한다고 응답한 경우는 2%로 나타났다.

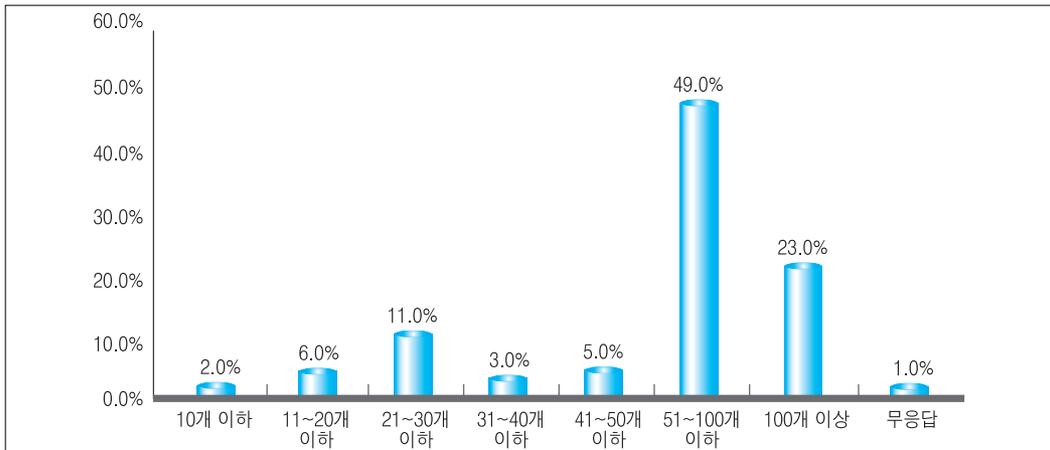
〈그림 1-3-5-29〉 전체 매출액 중 게임콘텐츠의 구입 비율



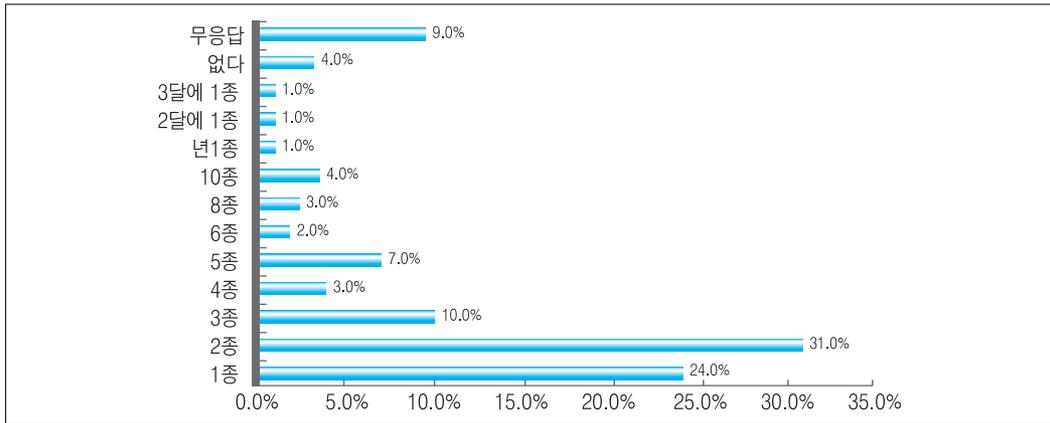
〈그림 1-3-5-30〉 보유하고 있는 게임 타이틀의 종류



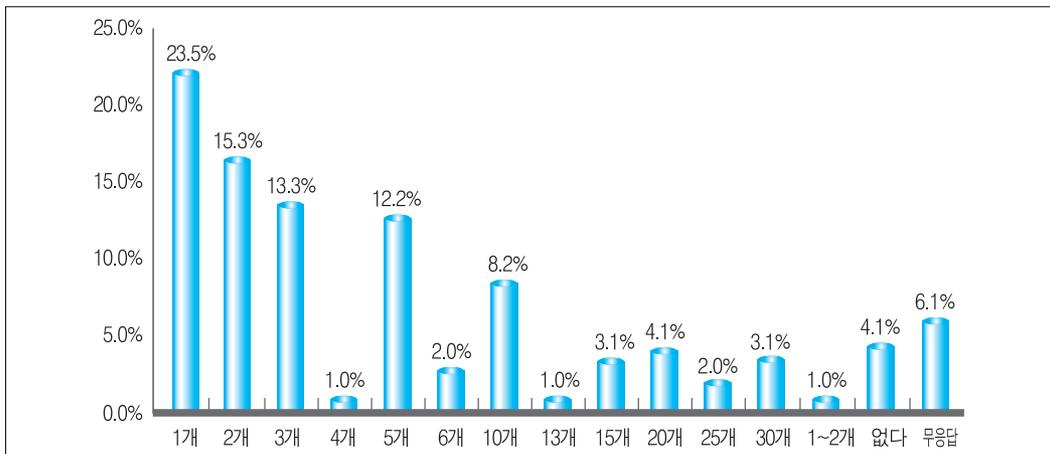
〈그림 1-3-5-31〉 보유하고 있는 타이틀의 개수



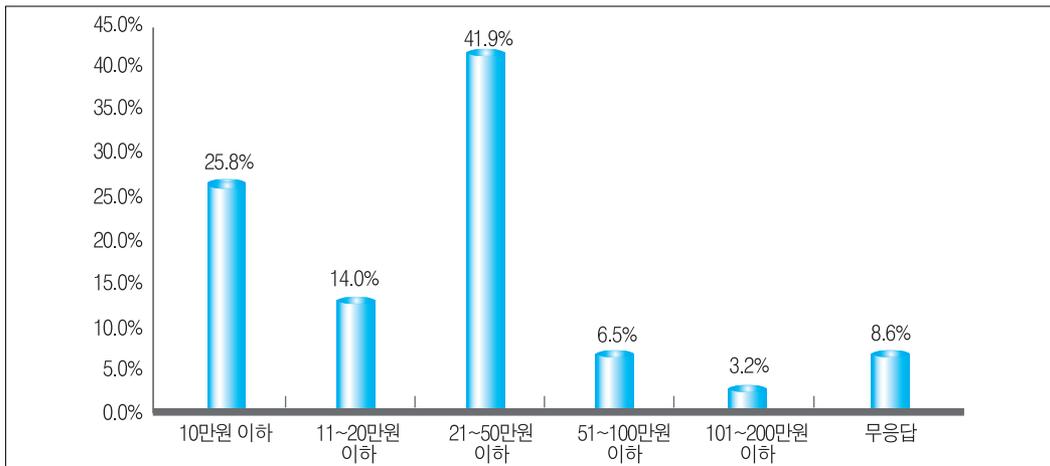
〈그림 1-3-5-32〉 월평균 게임 타이틀 구입 종류



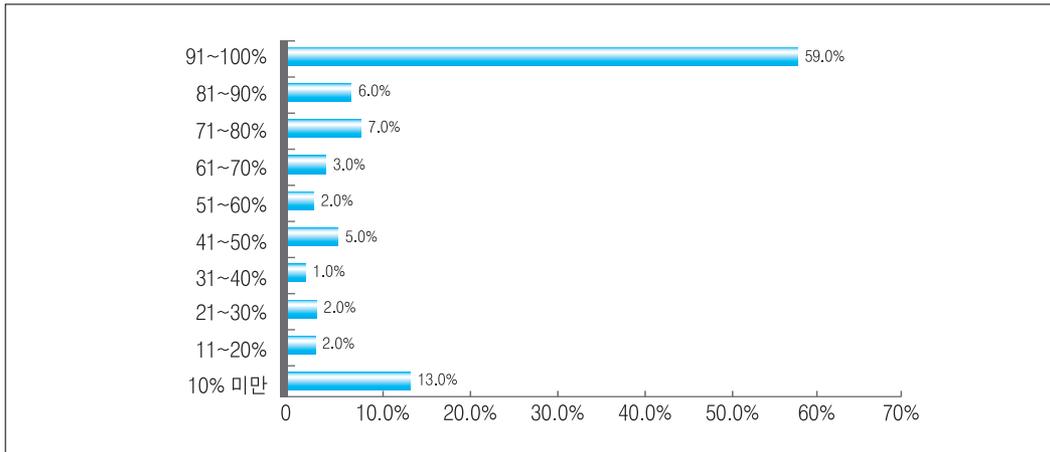
〈그림 1-3-5-33〉 월평균 게임 타이틀 구입 개수



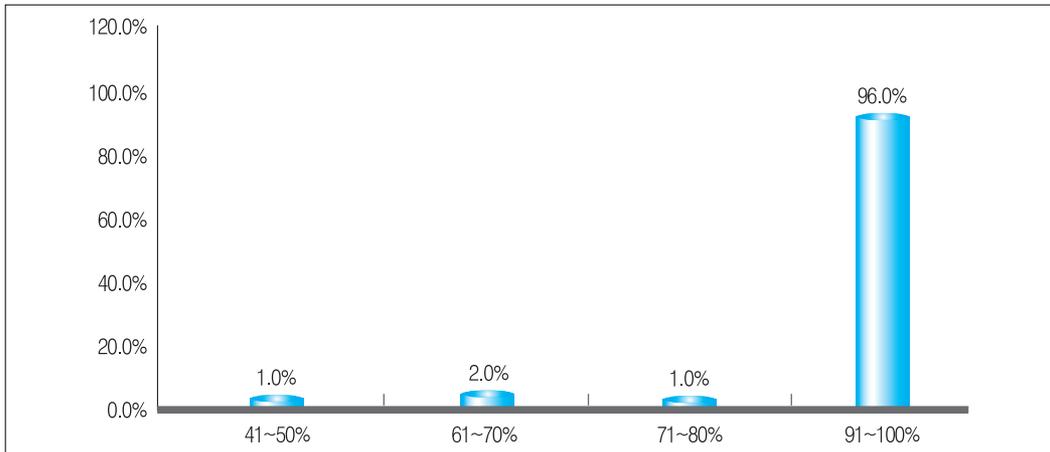
〈그림 1-3-5-34〉 월평균 게임 타이틀 구입 비용



〈그림 1-3-5-35〉 영업용 게임 타이틀의 비중



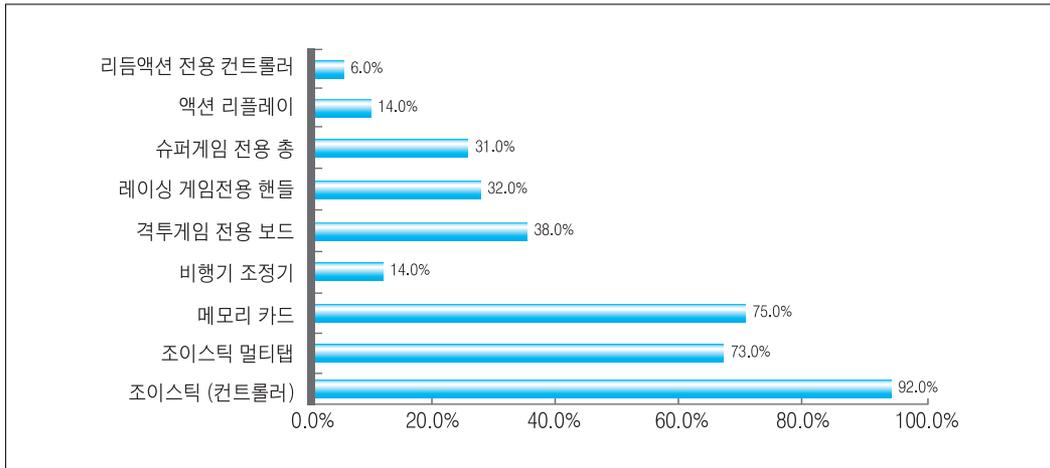
〈그림 1-3-5-36〉 보유 게임 타이틀 중 정품 타이틀의 비중



비디오 게임장의 주변기기 구비 현황을 살펴 보면 조이스틱이 92%로 가장 많이 구비하고 있었고, 메모리 카드와 조이스틱 멀티탭은 각각 75%와 73%의 업소가 구비하고 있었다. 다음으

로 격투게임 전용보드(38%), 레이싱게임 전용 핸들(32%), 슈팅게임 전용 총(31%) 등을 많이 구비하고 있었다.

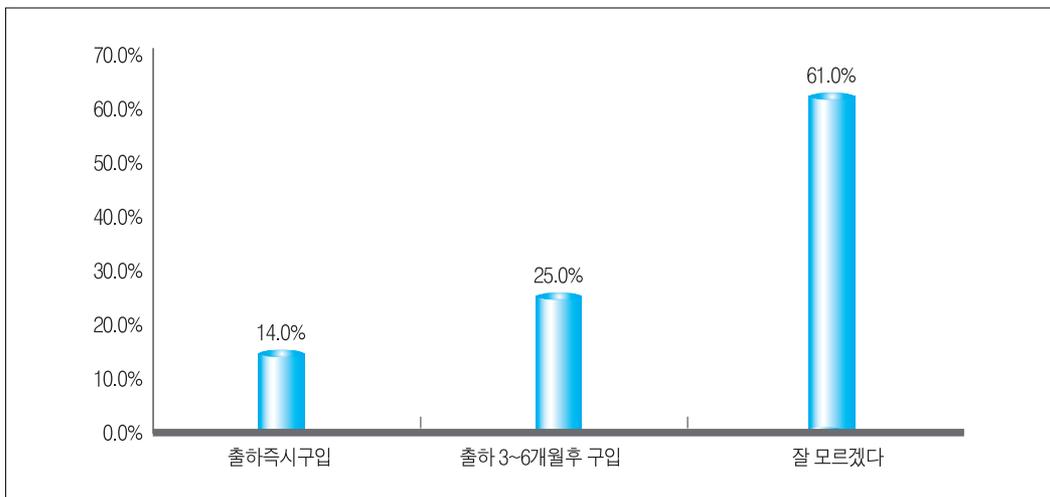
〈그림 1-3-5-37〉 비디오게임장에 구비된 주변기기(복수응답)



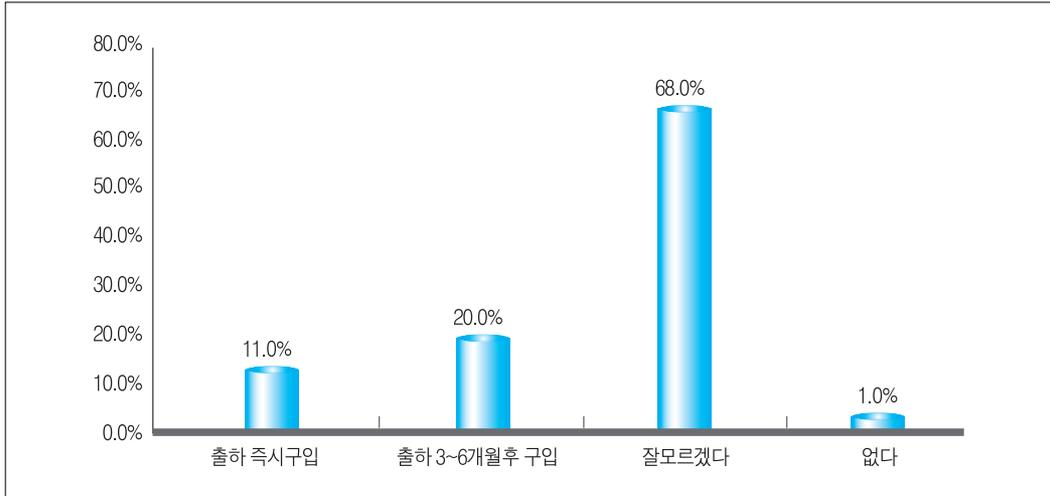
신규 비디오게임기의 구매 의향을 살펴보면 올해 연말에 출시예정인 PS3의 경우 39%(즉시구입이 14%, 3~6개월 후 구입은 25%)의 업소에서 구매의사를 표시하였으며, 지난 2월에 정식 발매된 Xbox360의 경우 31%(즉시구입이 11%, 3~6개월 후 구입은 20%)가 구매의사를

밝혀 PS3에 비해 다소 낮게 나타났다. 그리고 두 게임기 모두 잘 모르겠다라는 응답이 60%를 상회하는 것으로 나타나 전반적으로 관망 중인 업소들이 많은데, 향후 게임기의 성능이나 신규 타이틀의 라인업 등을 지켜본 후에 본격적인 구매가 이뤄질 것으로 보인다.

〈그림 1-3-5-38〉 비디오게임장의 PS3 구입계획



〈그림 1-3-5-39〉 비디오게임장의 Xbox360 구입계획



**(4) 비디오게임장 운영 법제도 관련**

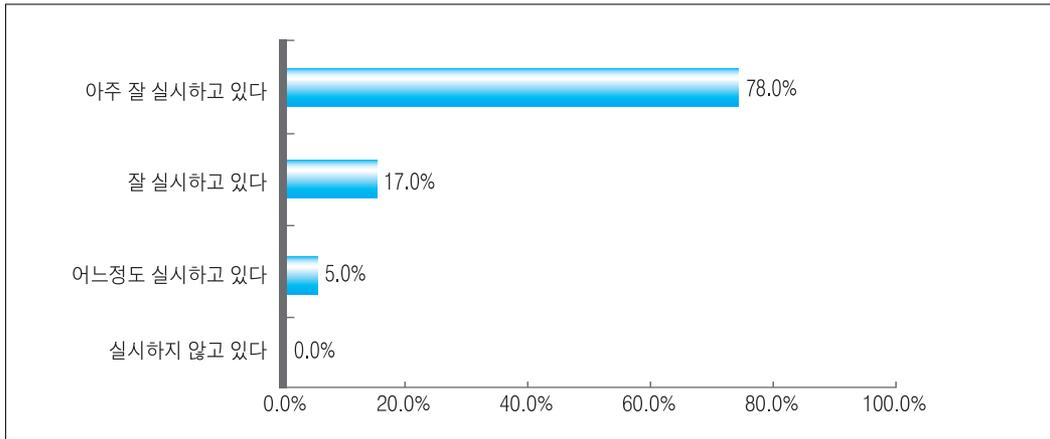
밤 10시 이후 청소년 출입금지시간에 대해 준수 여부를 질문한 결과 95%의 업소들이 출입금지시간을 아주(78%) 또는 잘(17%) 실시하고 있다고 응답하였다. 이는 전년의 78%에 비해 17%나 증가한 수치로, 비디오게임장들의 미성년자 보호노력이 보다 강화되고 있음을 보여준다.

금연구역 지정과 관련해서는 금연구역을 지정한 업소가 95%로 대부분을 차지하였으며, 전체 게임장 면적 중에서 금연구역의 비중은 20~50%를 차지한다고 밝힌 업소들이 약 70%

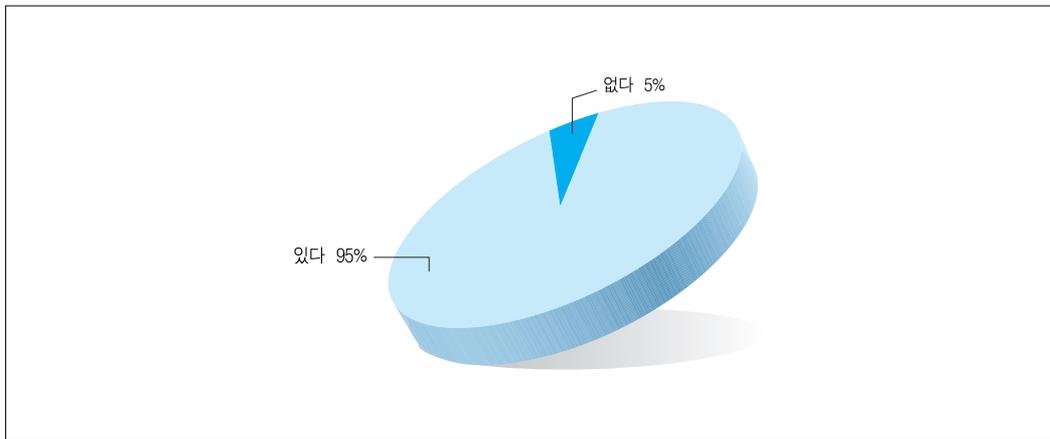
에 달하는 것으로 나타났다.

학교보건법에 따른 학교정화구역 규정을 위반하고 있는 업소는 9% 정도인 것으로 파악되었다. 또, 학교정화구역 규정에 대한 견해를 살펴보면 68%의 응답자들이 현행대로 유지되는 것이 바람직하다는 의견을 밝혔고, 관련 규정이 약화되어야 한다는 의견은 27%(다소 약화 16%, 훨씬 약화 11%)로 나타났다. 따라서, 비디오게임장 업주들도 학생들의 학습 환경을 보호하기 위한 현행 법령의 취지를 대체로 이해하고 있는 것으로 풀이된다.

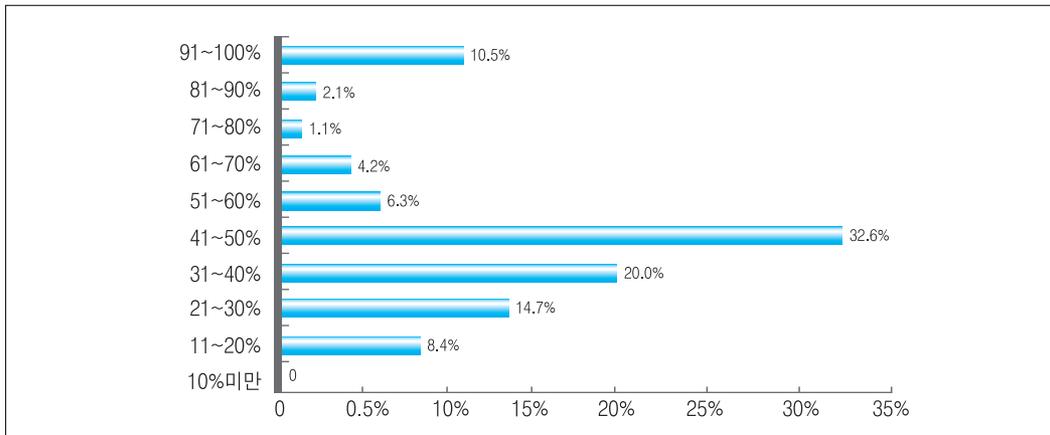
〈그림 1-3-5-40〉 밤 10시 이후 청소년 출입금지시간에 대한 준수 여부



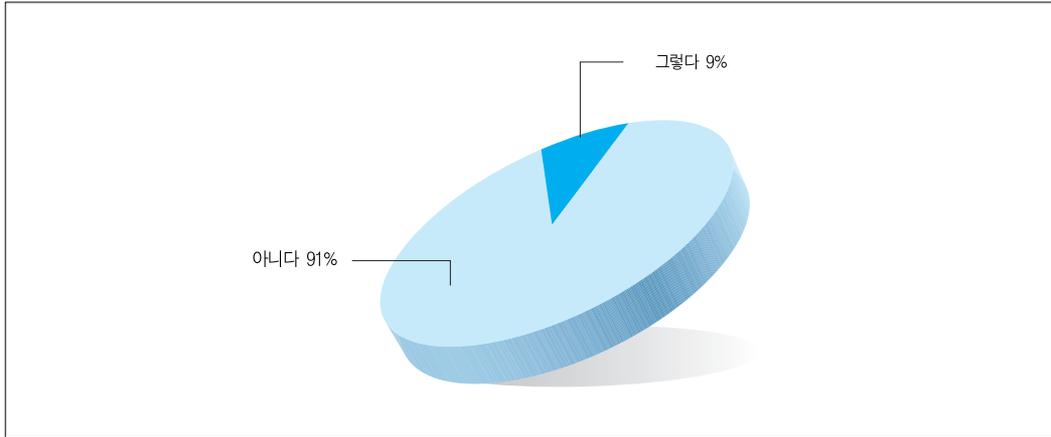
〈그림 1-3-5-41〉 금연구역 지정 여부



〈그림 1-3-5-42〉 금연구역 지정 비율



〈그림 1-3-5-43〉 학교정화구역 위반 여부



〈그림 1-3-5-44〉 학교보건법의 학교정화구역 규정에 대한 견해

