

Chapter II

이용자 동향

2006 THE RISE OF KOREAN GAMES

Guide to Korean Game Industry and Culture

제1장 게임이용자의 일반적 동향

- 제1절 인구학적 특성 및 게임이용 관련 생활
- 제2절 게임 이용 실태
- 제3절 게임에 대한 견해

제2장 플랫폼별 이용자 동향

- 제1절 게임 이용자별 게임이용 관련 생활 동향
- 제2절 게임 이용자별 게임이용 실태
- 제3절 게임 이용자별 게임에 대한 견해

제3장 게임이용자별 동향

- 제1절 게임 이용자에 따른 분류
- 제2절 게임이용자별
(핵심/일반/휴면/잠재 이용자) 동향
- 제3절 핵심/일반 이용자 동향
- 제4절 휴면/잠재 이용자 동향

제 1 장 게임이용자의 일반적 동향

본 장에서는 게임이용자의 관련 생활 실태와 게임이용 현황을 살펴봄으로써 게임 수요자의 행태를 파악하고 향후 게임시장을 전망하는 기초자료를 제공하고자 한다. 분석자료는 2006년 3월 <한국게임산업개발원>에서 전국 5대 도시의 1,700명을 대상으로 실시한 『게임인식 및 소비자의식 실태조사』의 결과이다.

본 조사는 만9세 이상부터 만49세 이하의 일반인 1,700명을 대상으로 전화 및 e-mail 조사 방식으로 진행되었으며, 설문 내용은 컴퓨터 이용실태와 여가활용, 게임이용실태 및 선호 게임 플랫폼(온라인게임, 모바일게임, PC게임, 비디오게임, 아케이드게임)과 장르, 게임취향과 게임에 대한 인식을 중심으로 구성되었다.

제1절 인구학적 특성 및 게임이용 관련 생활

1. 조사대상자의 인구학적 특성

2006년 조사 표본수는 1,700명으로 2005년 조사까지 1,500명을 대상으로 했던 데 비해 200명을 확대하여 조사하였다. 성별비율은 남성이 50.6%, 여성 49.4%로 균등한 분포를 이루고 있다. 연령구성은 만 15~19세가 9.6%로 가장 적은 비중을 차지하고 있는 반면, 만 25~29세가 14.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 이러한 연령별 비중은 전년조사에 비해 10대의 비중이 24.4%에서 21.7%로 2.7% 줄었는데, 이는 2006년 우리나라 연령별 인구분포를 반영하여 표본설계 하였기 때문이다. 따라서 조사대상 중 게임 주 이용계층이라고 할 수 있는 10대, 20대 초반의 비중이 전년도 조사에

비해 다소 낮아져 전반적인 게임경험율과 같은 응답결과에 다소 영향이 있었다. 지역별로는 서울 52.9%, 부산 18.5%, 대구 12.8%, 광주 7.5%, 대전 8.3%로 전체 인구분포를 반영하여 조사하였다.

〈표 2-1-1-01〉 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		구 성	
		사례수	%
전 체		1,700	100.0
성 별	남성	861	50.6
	여성	839	49.4
연령별	만9~14세	206	12.1
	만15~19세	164	9.6
	만20~24세	231	13.6
	만25~29세	244	14.4
	만30~34세	221	13.0
	만35~39세	210	12.4
	만40~44세	211	12.4
	만45~49세	213	12.5

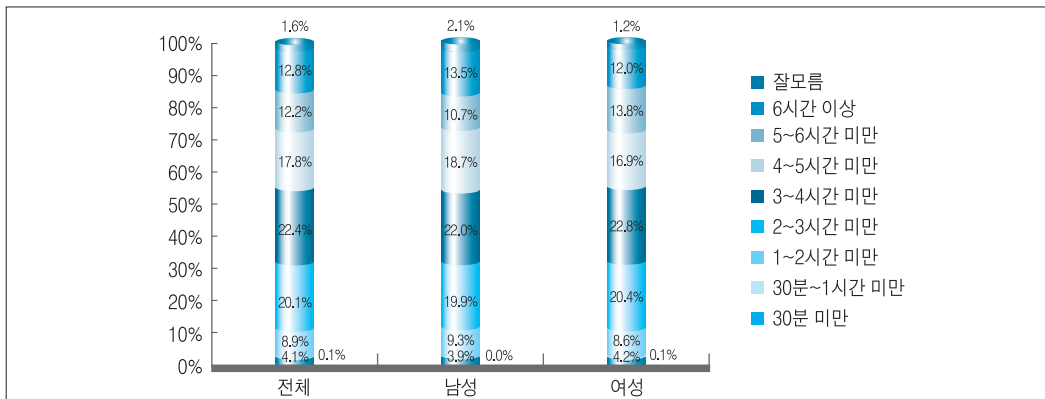
2. 게임이용과 관련한 생활기준 통계

(1) 여가시간 활용 실태

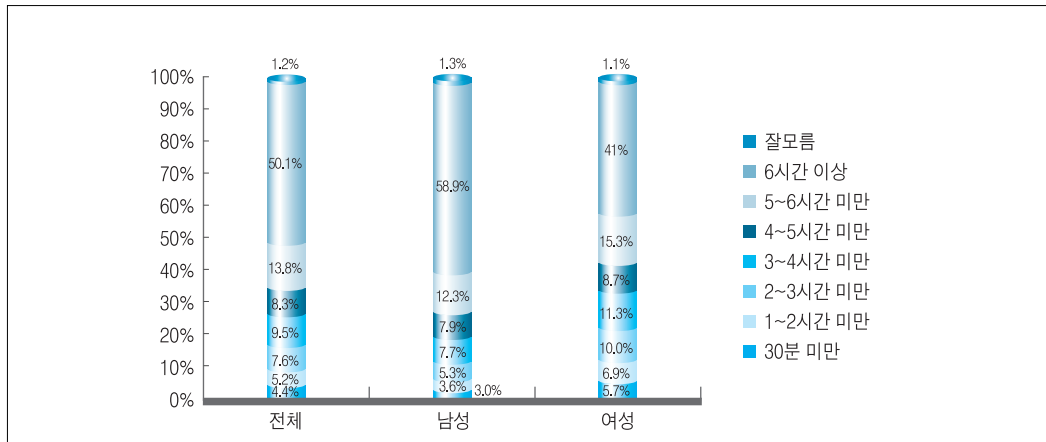
하루 평균 여가시간을 주중과 주말로 나누어 조사한 결과 주중 하루 평균 여가시간은 '3~4시간미만'이라는 응답비중이 22.4%로 가장 높았으며, '2~3시간미만'이라는 응답도 20.1%로 많았다. 이는 2005년 조사 결과와 유사한 것으로 이는 2004년의 조사 때, '1시간~2시간미만'이 22.8%로 가장 높게 나왔던 이래로 여가시간이 꾸준히 늘고 있는 경향을 보여 준다. 전체 주중 평균 여가시간은 3.8시간, 주말 평균 여가시간은 6.7시간이었다. 한편 성별로는 남성이 여성에 비해 여가시간이 상대적으로 긴 것으로 나타났으며, 연령별로는 만20~24세의 대학생에 해당하는 연령층의 주중 하루 평균 여가시간이 가장 긴 것으로 조사되었다.

구 분		구 성	
		사례수	%
학력별	초등학교 재학/졸업	145	8.5
	중학교 재학/졸업	159	9.4
	고등학교 재학/졸업	440	25.9
	대학교 재학	253	14.9
	대학 졸업	635	37.4
대학원 이상	대학원 이상	68	4.0
	전문/연구직	127	7.5
직업별	사무직/관리직	234	13.8
	판매/서비스직	74	4.4
	생산/기술직	49	2.9
	공무원	35	2.1
	자영업자	155	9.1
	학생	603	35.5
	주부	345	20.3
	무직/기타	78	4.6
	혼인여부	미혼	919
기혼		781	45.9
지역별	서울	899	52.9
	부산	315	18.5
	대구	217	12.8
	광주	128	7.5
	대전	141	8.3
가계소득 수준별	100만원 미만	94	5.5
	100~200만원 미만	298	17.5
	200~300만원 미만	515	30.3
	300~400만원 미만	397	23.4
	400~500만원 미만	178	10.5
500만원 이상	218	12.8	
계층 의식별	상층	298	17.5
	중층	975	57.4
	하층	427	25.1

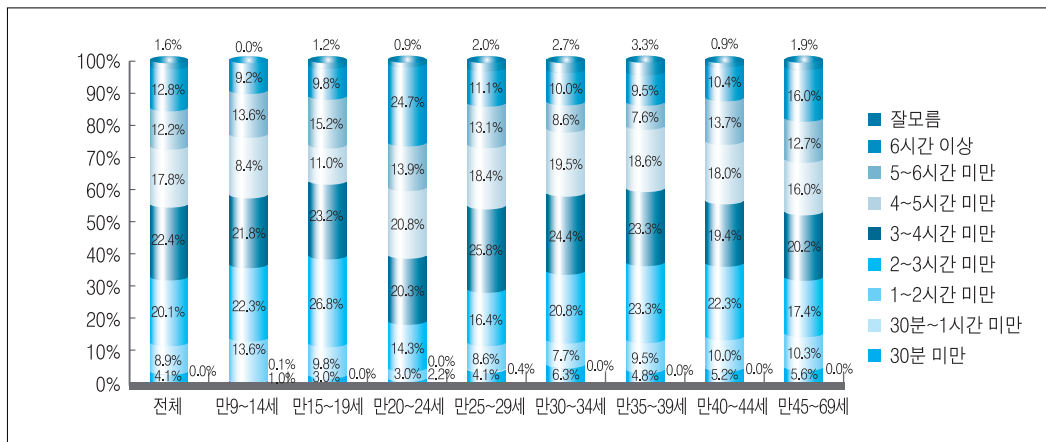
(그림 2-1-1-01) 성별 하루 평균 여가시간(주중)



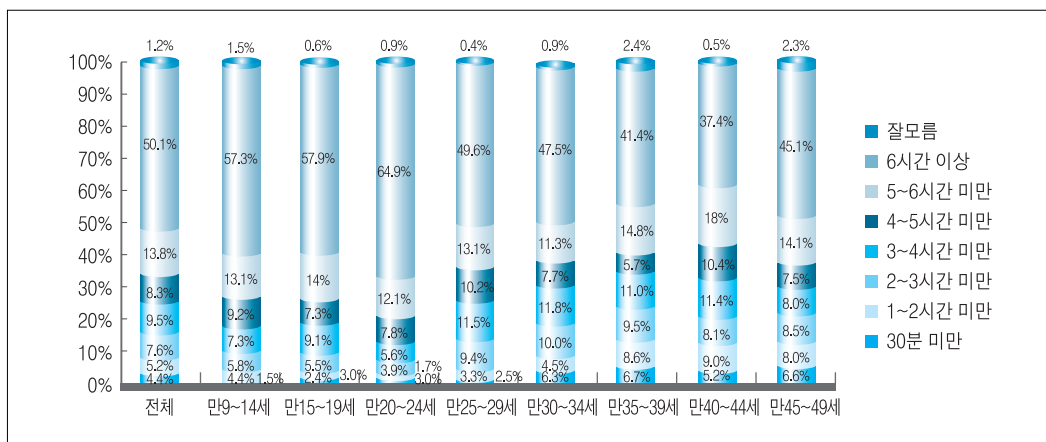
〈그림 2-1-1-02〉 성별 하루 평균 여가시간(주말)



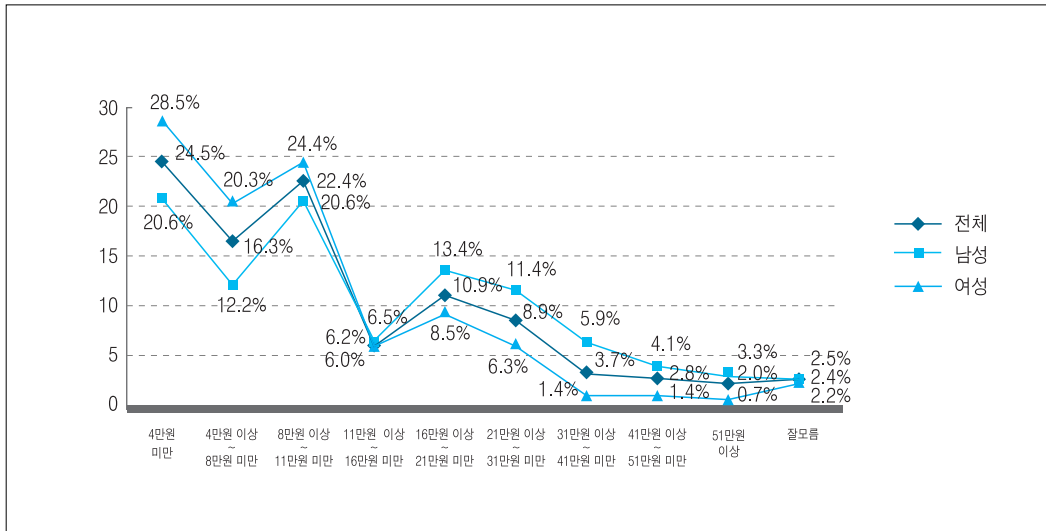
〈그림 2-1-1-03〉 연령별 하루 평균 여가시간(주중)



〈그림 2-1-1-04〉 연령별 하루 평균 여가시간(주말)



〈그림 2-1-1-05〉 성별 한 달 평균 여가비용



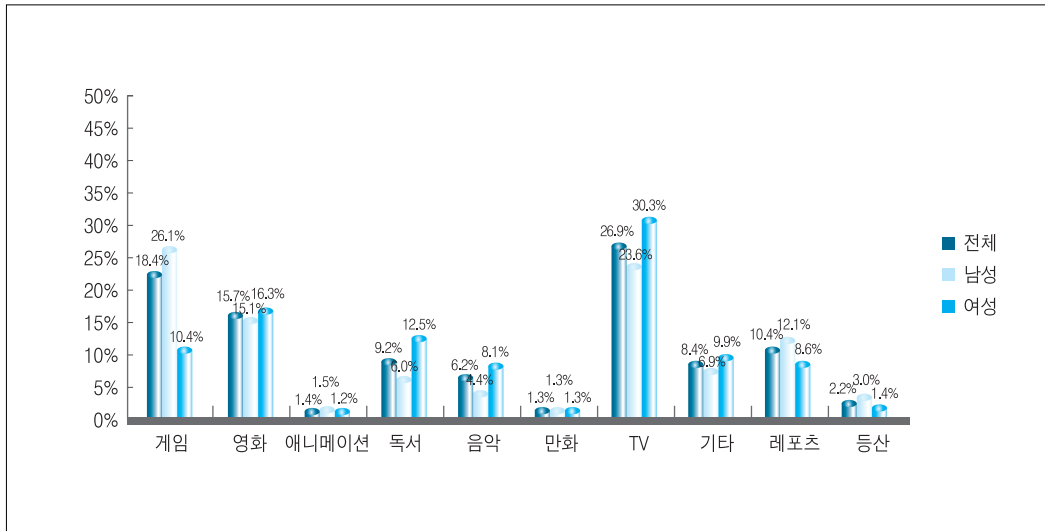
한 달 평균 여가비용은 149,200원으로 조사되었으며, '4만원 미만'이라는 응답비중이 24.5%로 가장 높았고, '8만원 이상~11만원 미만' 22.4%, '4만원 이상~8만원 미만' 이 16.3% 순으로 11만원 미만의 비중이 63.2%로 2005년 조사결과와 유사한 패턴을 보이고 있다. 성별로 나누어 보면 남성의 평균여가비용이 185,200원, 여성이 111,100원으로 남성의 평균 여가비용이 여성보다 높은 것으로 나타났다.

다음으로 여가시간에 주로 하는 활동을 조사한 결과 전체응답자 중 26.9%가 여가시간에 즐겨하는 활동으로 'TV시청'을 꼽아 여가시간에 즐겨하는 가장 보편적인 활동이 TV시청인 것으로 나타났다. 또한 다음순으로 18.4%가 '게임', 15.7%가 '영화'를 꼽았다. 성별로 나누어 살펴보면 크게 차이가 드러나는데 남성의 경우 응답자의 26.1%가 여가시간에 즐겨하는 활동

으로 '게임'을 꼽고 있어 가장 즐겨하는 활동이 게임인 것으로 나타난 반면 여성의 경우 'TV시청' 30.3%에 이어 '영화'의 응답비중이 높았다. 이러한 조사결과는 2005년에 비해 '레포츠', '등산'을 포함한 '야외활동'의 비중이 낮아진 반면 '게임' 빈도가 다소 늘어난 것이다.

연령별로는 30세를 기점으로 저연령층과 고연령층의 선호 패턴이 확연하게 구분된다. 이들 30세 미만의 저연령층의 경우 여가활동으로 '게임'을 가장 선호하고 있는 반면 30세 이상의 고연령층의 경우 'TV시청', '레포츠', '기타' 활동을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 특히 만9~14세의 경우 여가시간에 즐겨하는 활동으로 '게임'을 꼽은 경우가 35%나 되었으며, 15~19세는 29.3%, 20~24세는 25.5%, 25~29세는 24.2%로 연령이 높아질수록 점차 게임의 비중이 다소 낮아지는 경향을 보이고 있다.

〈그림 2-1-1-06〉 성별 여가시간에 즐겨하는 활동(1순위)



〈표 2-1-1-02〉 연령별 여가시간에 즐겨하는 활동(1순위)

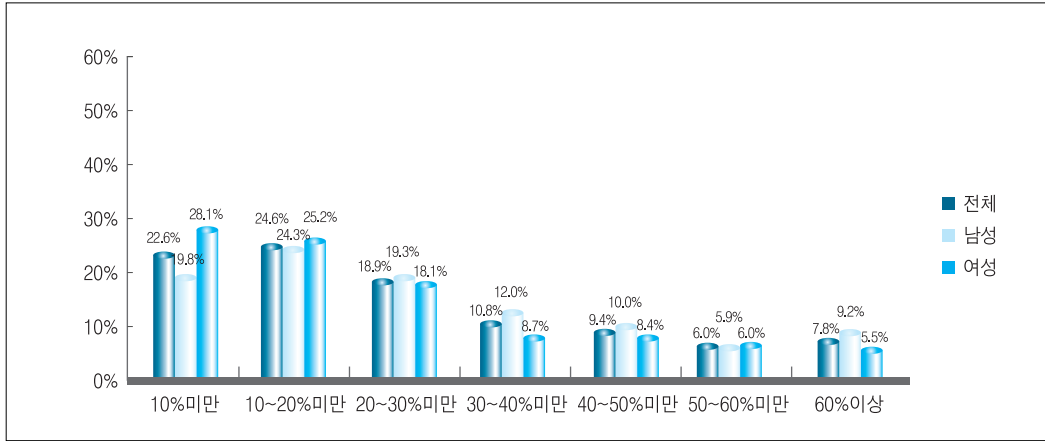
(단위 : %)

	게임	영화	애니메이션	독서	음악	만화	TV	기타	레포츠	등산
전체	18.4	15.7	1.4	9.2	6.2	1.3	26.9	8.4	10.4	2.2
만9~14세	35.0	4.9	3.9	8.7	7.3	6.8	27.2	1.9	4.4	0
만15~19세	29.3	16.5	5.5	2.4	8.5	1.2	26.8	3.7	6.1	0
만20~24세	25.5	29.4	0	6.5	8.7	0.9	17.7	4.8	6.5	0
만25~29세	24.2	21.3	1.2	10.7	6.6	0.8	20.1	9.0	5.7	0.4
만30~34세	17.6	15.8	0.9	9.5	5.4	0	28.5	9.5	11.8	0.9
만35~39세	6.7	16.2	0.5	14.8	1.0	1.0	33.3	11.9	10.5	4.3
만40~44세	6.2	10.4	0	10.4	7.1	0	34.6	10.9	14.2	6.2
만45~49세	3.8	8.9	0	9.4	5.6	0	28.6	14.1	23.5	6.1

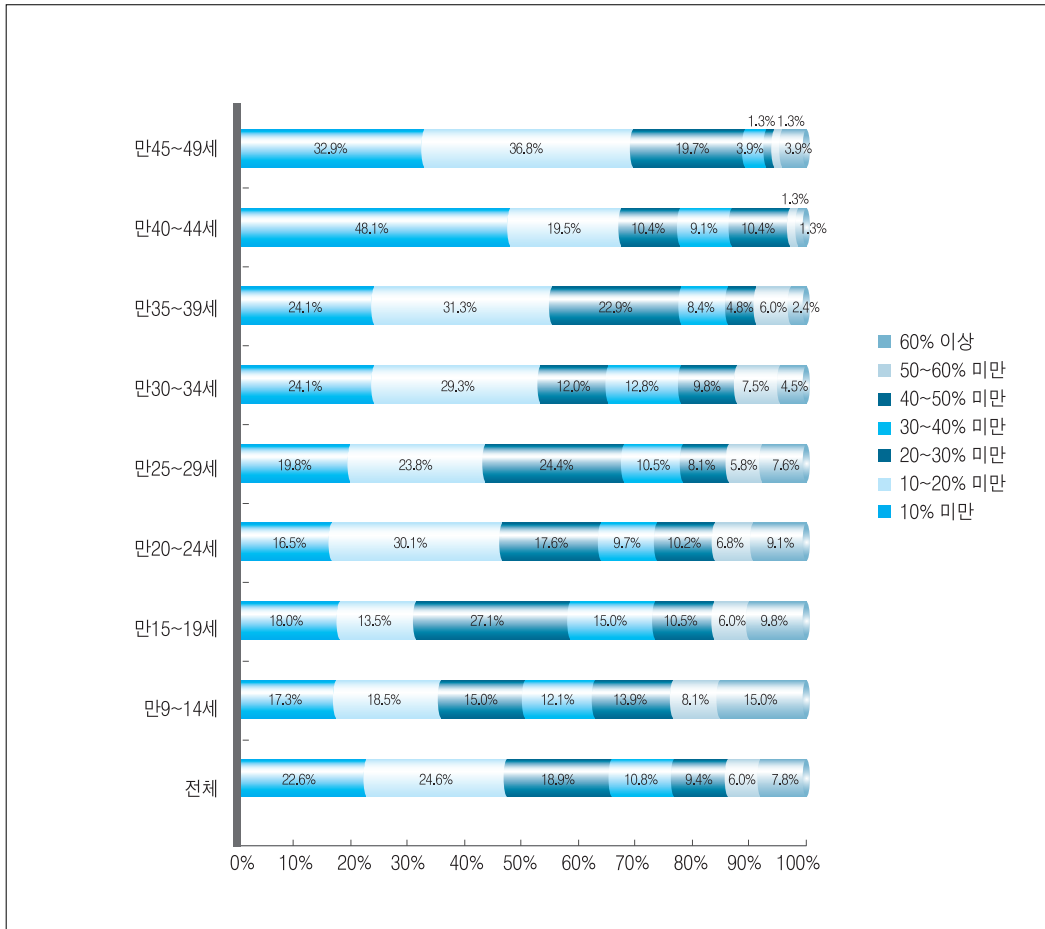
여가 활동 중 게임의 비율에 대한 질문에서는 여가활동에서 '게임'이 차지하는 비율이 50% 이상이라고 답한 빈도가 13.8%로 2005년 17.4%에 비해 다소 감소한 추세이다. 또한 게임을 많이 하는 남성의 경우나 연령이 낮은 경우(남성은 여가활동 중 게임이 차지하는 비중이

50%이상이라고 답한 비율이 15.1%, 9~14세는 23.1%, 15~19세는 15.8%) 역시 전년 조사 결과에 비해 전체 여가활동 중에서 '게임'이 차지하는 비율이 낮아져 여가생활이 게임에만 치우치지 않고 다양해지고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 2-1-1-07〉 성별 여가활동 중 게임이 차지하는 비중



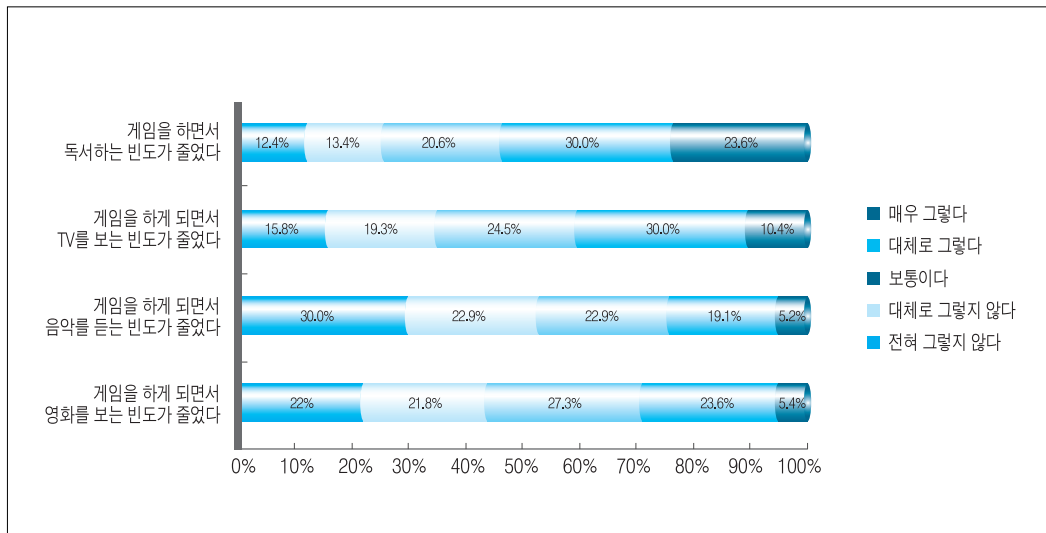
〈그림 2-1-1-08〉 연령별 여가활동 중 게임이 차지하는 비중



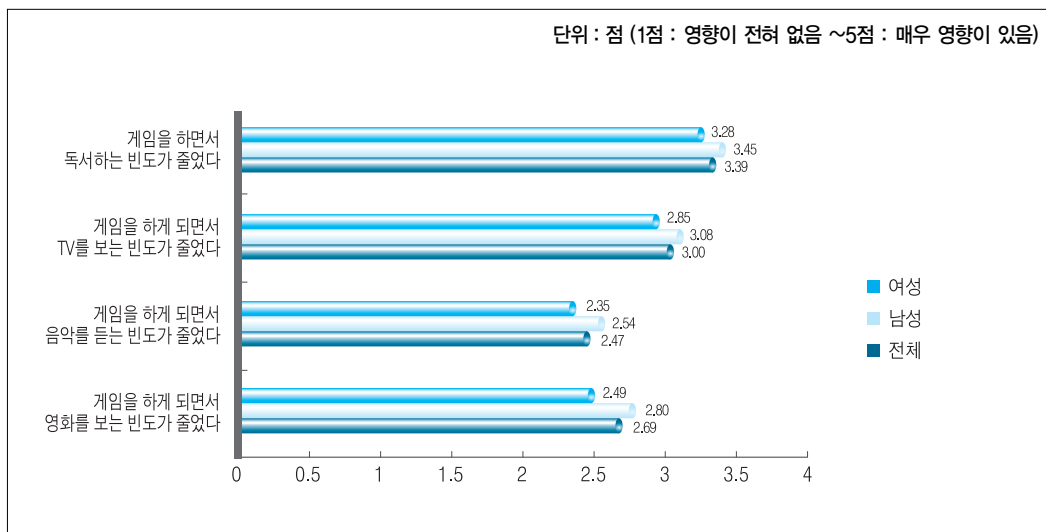
한편 게임과 타 여가활동 간의 관계를 조사한 결과 게임을 하면서 다른 여가활동보다 독서를 하는 빈도가 줄어든 경향이 큰 것으로 나타났다. 게임을 하면서 독서를 하는 빈도가 줄었다는 응답은 5점 만점(1점에 가까울수록 전혀

그렇지 않다, 5점에 가까울수록 매우 그렇다) 중 3.39였으며, TV가 3.0으로 뒤를 이었다. 반면, 영화, 음악활동의 경우는 게임과 활동 간의 관계가 전혀 없는 것으로 조사되었다.

〈그림 2-1-1-09〉 게임이 타 여가활동에 미친 영향



〈그림 2-1-1-10〉 성별 게임이 타 여가활동에 미친 영향(5점척도)

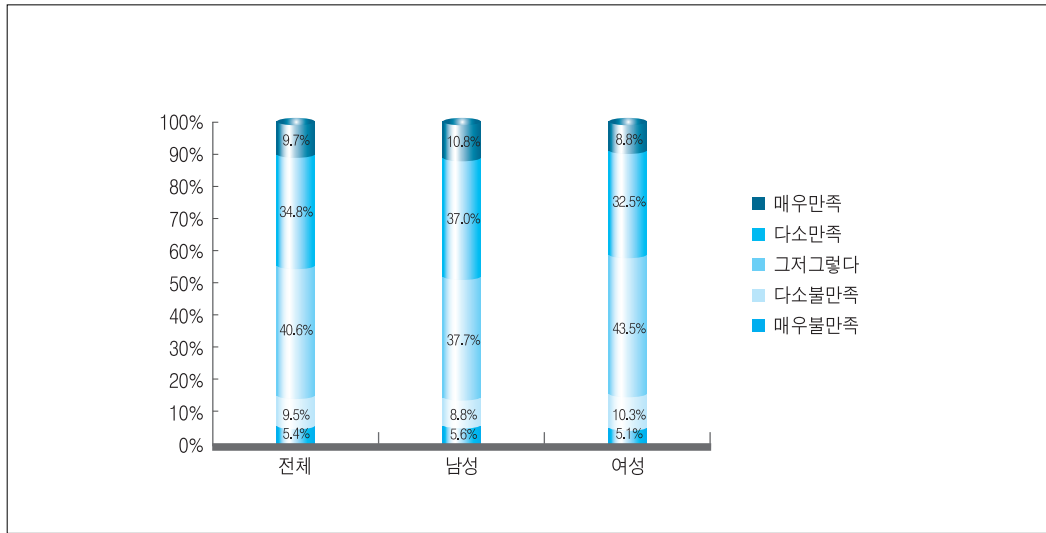


여가생활에 대한 만족도를 조사한 결과 매우 만족한다고 응답한 경우 9.7%와 다소 만족한다는 응답 34.8%를 합해 44.5%가 현재 여가생활에 만족하고 있는 것으로 나타났다. 한편 남성의 경우가 여성에 비해 전반적인 여가생활만

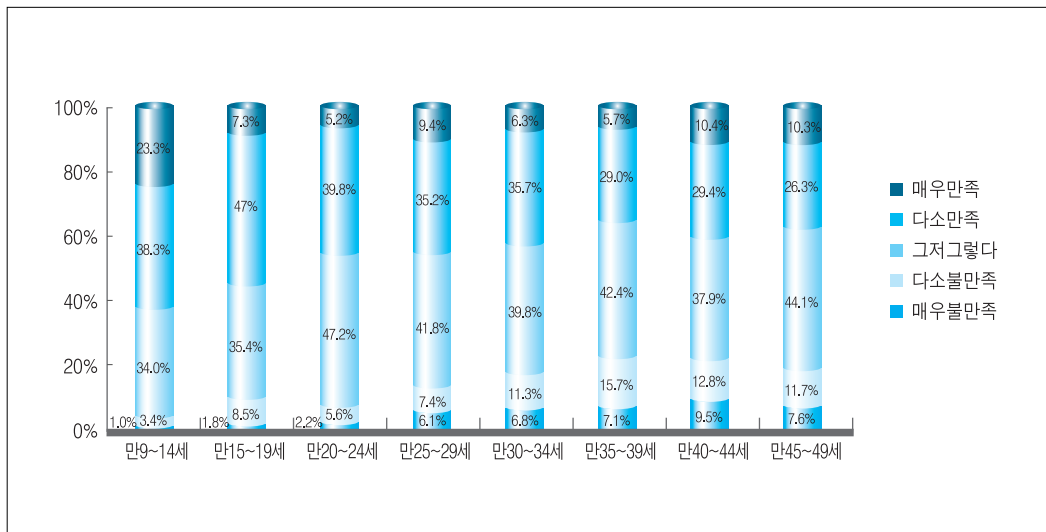
족도가 다소 높은 것으로 나타났다.

연령별로는 9~14세가 가장 여가생활만족도가 높은 것으로 나타났으며, 연령이 높아질수록 여가생활에 만족하기보다는 불만족스러워 하는 경향이 높았다.

〈그림 2-1-1-11〉 성별 여가생활에 대한 만족도



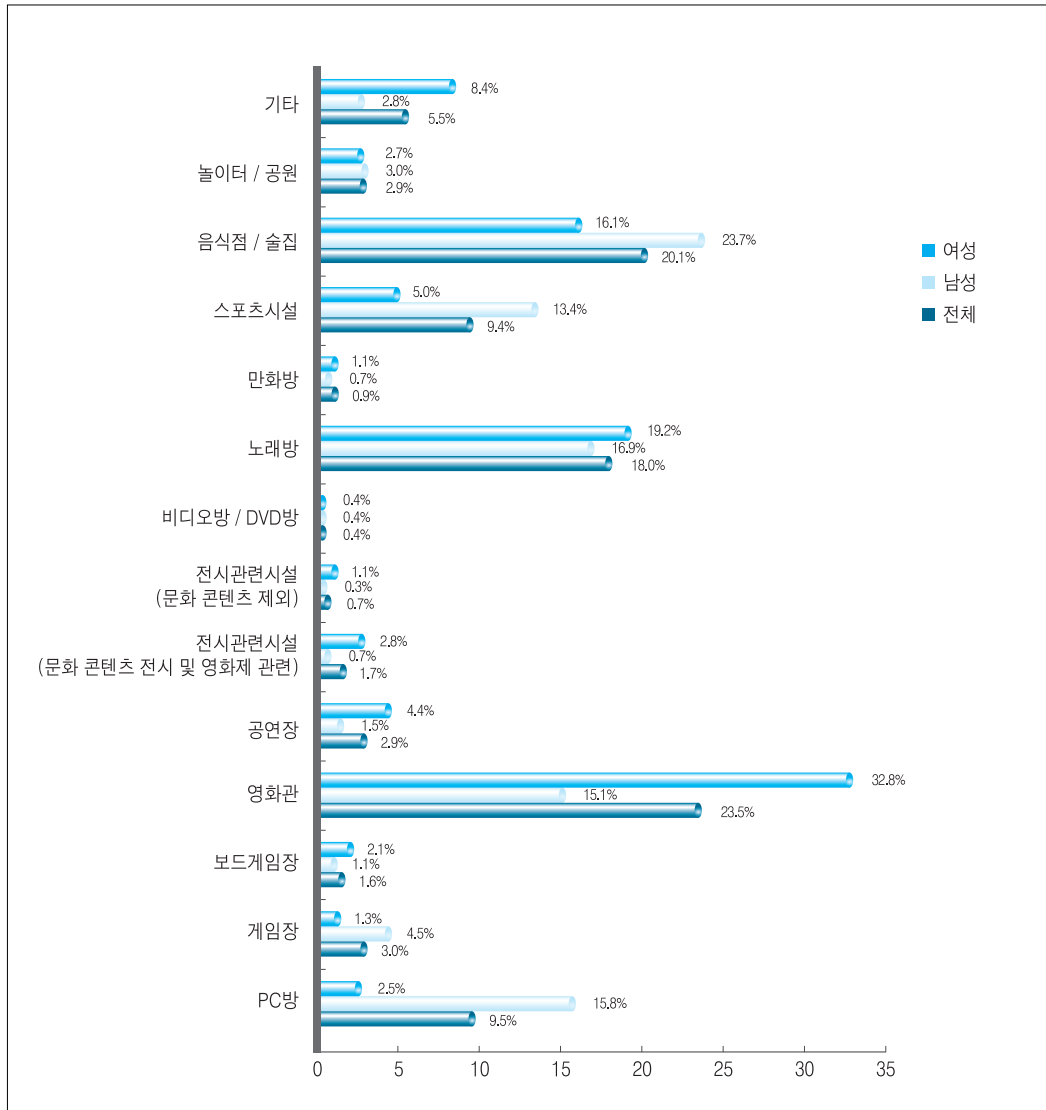
〈그림 2-1-1-12〉 연령별 여가생활에 대한 만족도



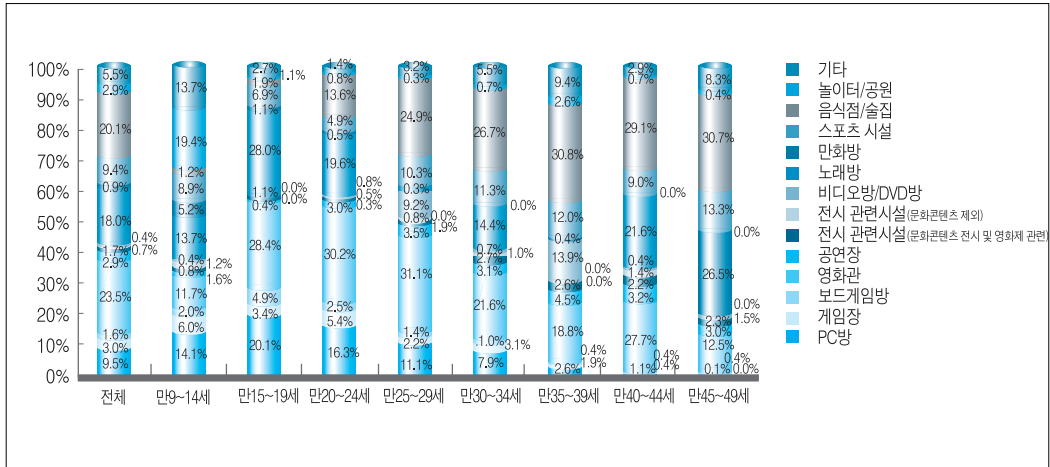
친구들과 여가시간에 즐겨가는 장소는 '영화관', '음식점(술집)', '노래방' 이 각각 23.5%, 20.1%, 18%의 순위로 나타났다. 친구들과 즐겨가는 장소는 성별에 따라 차이가 크게 드러났는데, 여성의 경우 '극장'에 대한 선호가 매우 큰 반면 남성의 경우에는 'PC방'의 비중이 높았

다. 특히 여성의 경우 'PC방'에 간다고 응답한 경우가 2.5%에 불과해 점차 'PC방'이 남성 전용공간으로 자리잡아가고 있는 것으로 볼 수 있다. 한편 최근 멀티플렉스의 등장과 가정 내 AV 시설이 좋아지면서 '비디오/DVD'방의 비중은 점차 낮아지고 있어 사양화 경향이 나타나고 있다.

〈그림 2-1-1-13〉 친구들과 주로 어울려 가는 장소(복수응답)



〈그림 2-1-1-14〉 연령별 친구들과 어울려서 주로 가는 장소



연령별로 응답결과를 살펴보면 9~14세의 경우 '놀이터, 공원'의 응답비중이 가장 높았고, 다음 순으로 'PC방'이라고 응답한 경우가 많았다. 15~19세의 경우 '영화관'이라는 응답이 가장 많았고, 다음은 '노래방', 'PC방'의 순이었다. 특히 15~19세의 경우 친구들과 즐겨가는 장소로 PC방이라는 응답이 20.1%로 다른 연령층보다 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

(2) 컴퓨터 및 PC방 이용실태

컴퓨터 이용목적에 대한 질문에서 '정보검색'이 34.3%, '게임'이 16.5%, '이메일' 11.7% 순으로 '정보검색'에 이어 '게임'을 위해 컴퓨터를 사용하는 비중이 높다. 특히 남성의 경우 '게임'이라는 응답이 22.6%로 '정보검색' 33% 다음으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타나 주요 컴퓨터 사용 목적중의 하나가 '게임'인 것으로 볼 수 있다. 여성의 경우, '정보검색', '게임' 이외에 '이메일' 13.1%와 '커뮤니티/블로그' 9.2%로 보다 관계지향적인 컴퓨터 사용 행태를 보임을 알 수 있다.

한편 연령별로는 9~14세의 경우 절반이상인 50.5%가 '게임'이 컴퓨터 주 사용목적이라고 응답했으며, 연령이 높아질수록 '정보검색'의 비중이 증가하는 경향을 보인다.

인터넷을 주로 사용하는 장소에 대해서는 79.0%가 '집'이라고 답하였는데, 이는 2005년 조사에서 '집'이라고 응답한 비율 78.1%보다 증가한 것이다. 특히 여성(86.7%)의 높은 '집' 비중을 통해 가정의 인터넷 보급 환경이 좋아지고 있음을 유추해 볼 수 있다. 또한 연령이 낮을수록 '집'이라는 응답비중이 높아 직장에서 인터넷을 이용하지 않는 경우 집에서 인터넷을 사용하는 것이 보편적인 것으로 나타났다.

평소에 PC방을 이용하고 있는지를 조사한 결과 전체 조사대상자의 23.9%가 PC방을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 성별로는 남성조사대상자의 35.7%가 PC방을 이용하고 있으며, 여성은 11.8%에 그쳤다. 연령별로는 만 15~19세와 만20~24세의 각각 48.2%, 48.1%가 PC방을 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 점차 PC방이 10대 후반에서 20대 중반까지의 남성 고



등학생과 대학생의 전유 공간화되는 경향이 있는 것으로 볼 수 있다. 한편 우려와는 달리 10대 초반의 저연령층의 이용은 저조한 것으로 나타났다. 이는 PC방이 10대 후반의 주 영역이 되면서 상대적으로 저연령층 청소년의 진입을 막는 경향이 있기 때문인 것으로 풀이된다.

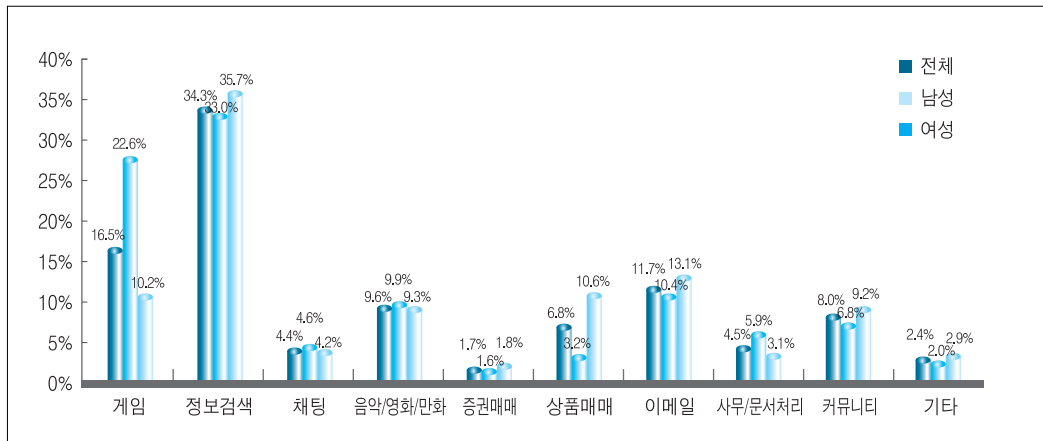
PC방에서 주로 하는 일은 전체 PC방 이용자의 76.8%가 '게임'이라고 응답했으며, 11.1%가 정보검색을 꼽았다. 압도적으로 게임의 응답비중이 높아 PC방은 공히 게임방으로 그 성격이 굳어지고 있음을 알 수 있다. 특히 남성이용자의 경우 82.1%가 게임을 주로 하고 있다고 응답해 PC방이 10대 후반 ~20대 초중반의 게임 매니아를 위한 공간의 성격이 주를 이루는 것으로 볼 수 있다. 연령별로는 연령이 낮아질수록 PC방에서 주로 하는 활동 중 게임의 비중이 높은 것으로 나타났다. 특히 만9세~14세의 경우 게임의 응답비중이 90.2%나 된다.

PC방 1회 방문 시 평균 이용시간은 2.7시간으로 조사되었으며, 응답빈도를 중심으로 살펴보면 '2~3시간 미만'의 응답비중이 33.7%로 가장 높다. 성별로 나누어보면 여성의 경우에는

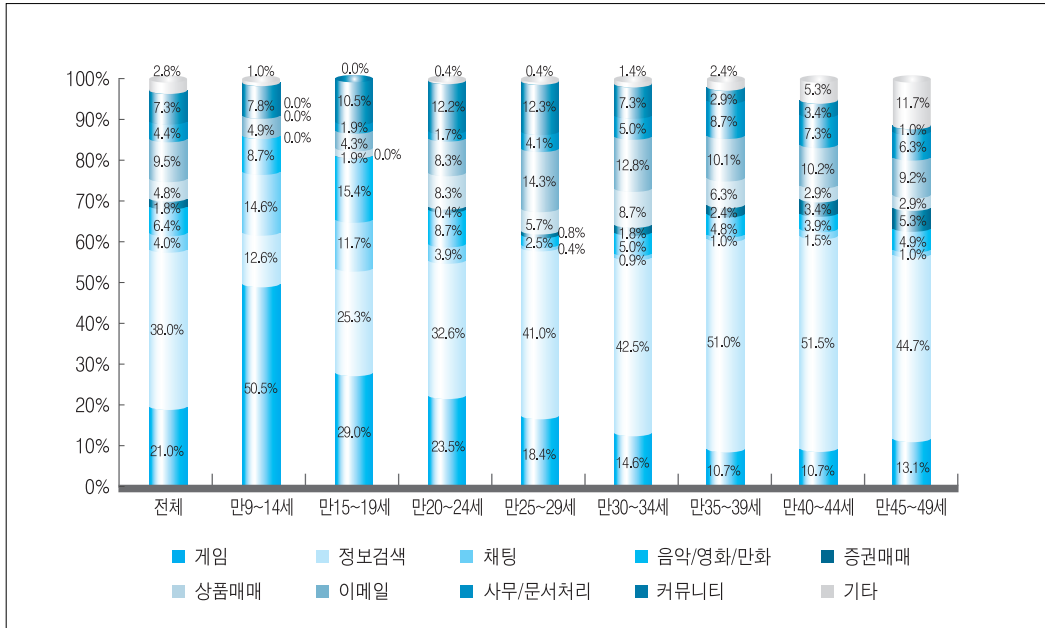
'1~2시간 미만'의 비중이 41.4%로 높고 평균 이용시간도 2.1시간으로 상대적으로 짧았다. 남성의 경우 '2~3시간 미만' 이용자 비중이 33.9%로 가장 높다. 연령별로 이용시간을 살펴보면 25~29세의 이용시간이 가장 긴 것으로 나타났다. 즉 가장 빈번하게 장시간 PC방을 이용하는 계층이 25~29세 연령층인 것으로 볼 수 있다. PC방을 이용하는 이유로는 압도적으로 '친구/동료들과 어울리기 위해서' (65.6%)의 비중이 높다. 'PC시설 사양이 좋아서'라는 응답도 18.1%이다. 성별로 나누어 살펴보면 남성의 경우 여성보다 '친구/동료들과 어울리기 위해'라는 응답비중이 68.3%로 높아 남성에게 있어서 PC방이 주요 놀이 공간으로 자리 잡은 것으로 풀이된다. 특히 이러한 경향은 연령별로 더 잘 드러나는데 20~24세 연령층의 경우 77.5%가 친구들과 어울리기 위해 PC방을 이용한다고 응답했다.

PC방 시설 중 만족도가 높은 분야는 보안성, PC사양, 접속속도 등이고 반면 만족도가 매우 낮은 분야는 소음과 흡연시설, 실내조명인 것으로 나타났다.

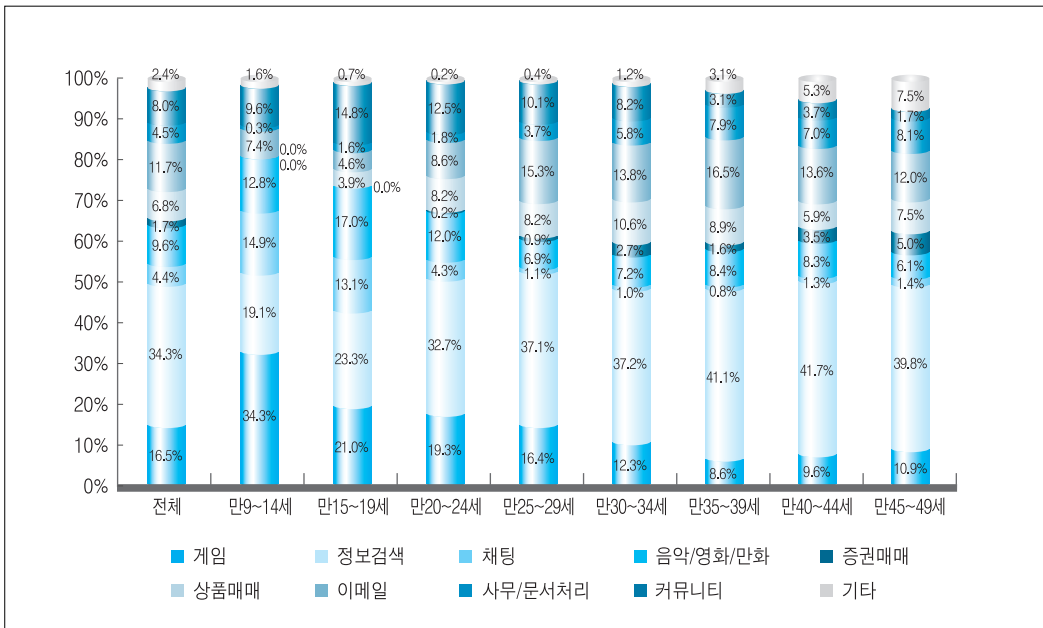
〈그림 2-1-1-15〉 성별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(복수응답)



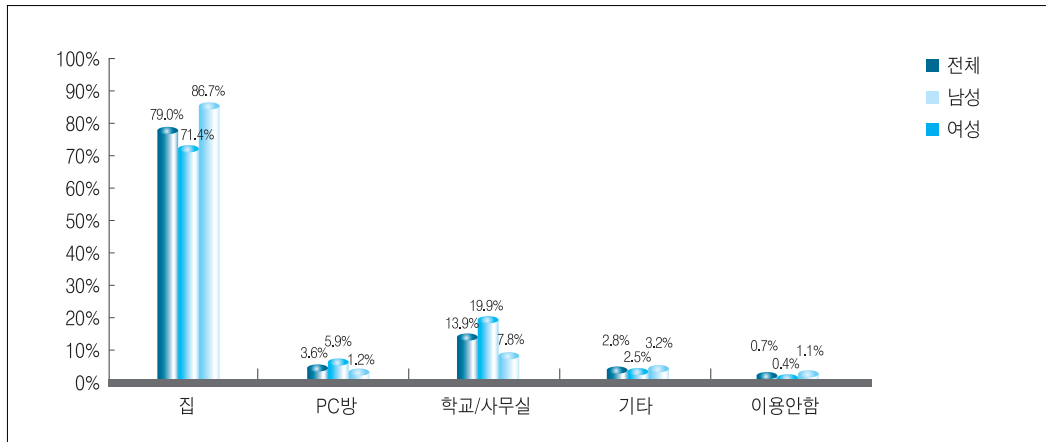
〈그림 2-1-1-16〉 연령별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(1순위)



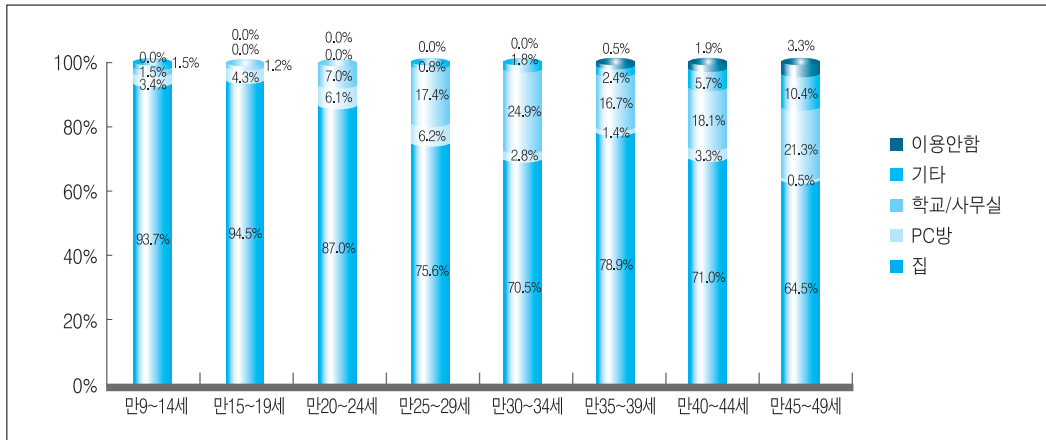
〈그림 2-1-1-17〉 연령별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(복수응답)



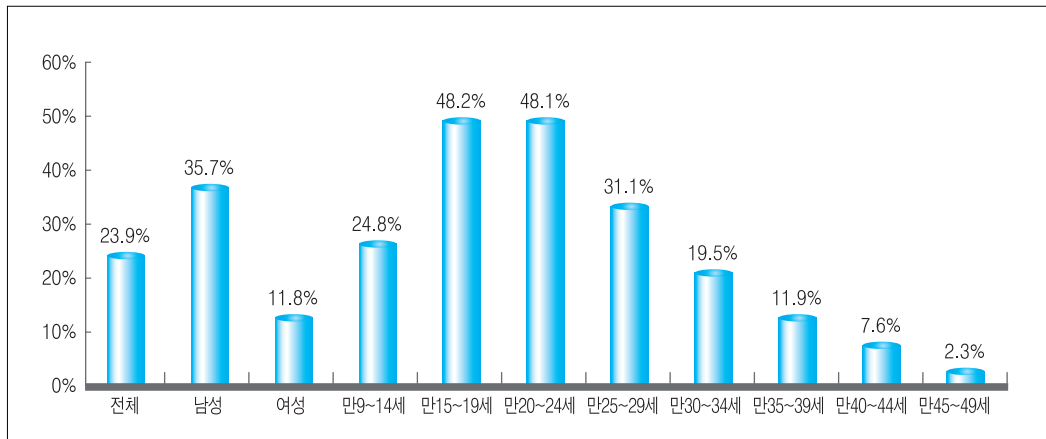
〈그림 2-1-1-18〉 인터넷 주 이용 장소



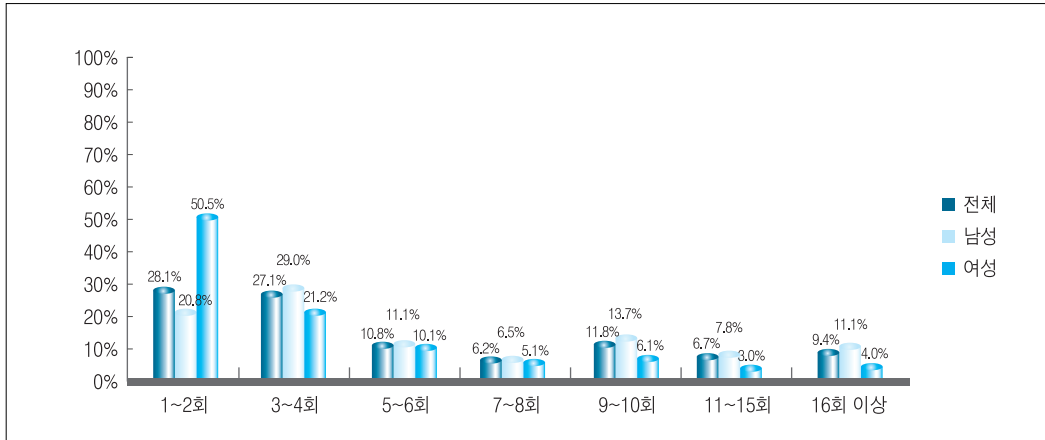
〈그림 2-1-1-19〉 연령별 인터넷 주 이용장소



〈그림 2-1-1-20〉 연령별 PC방 이용률



〈그림 2-1-1-21〉 성별 한 달 평균 PC방 이용 빈도

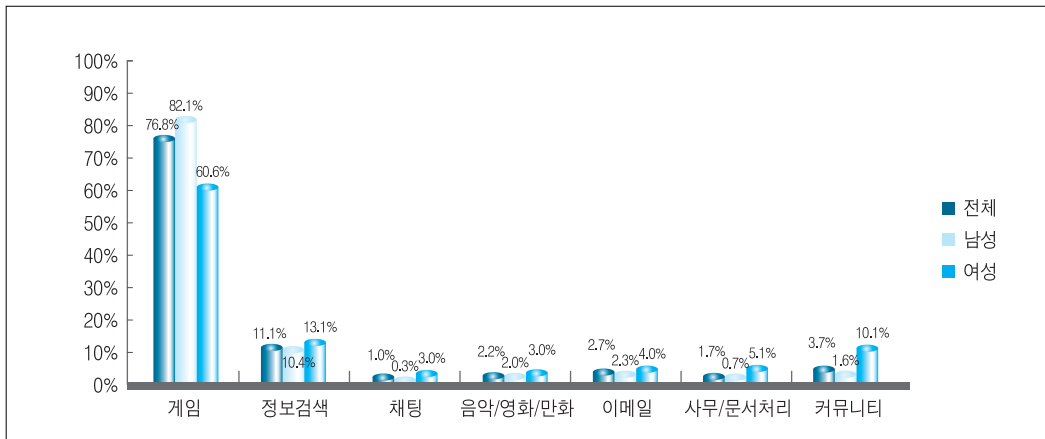


〈표 2-1-1-03〉 연령별 한 달 평균 PC방 이용 빈도

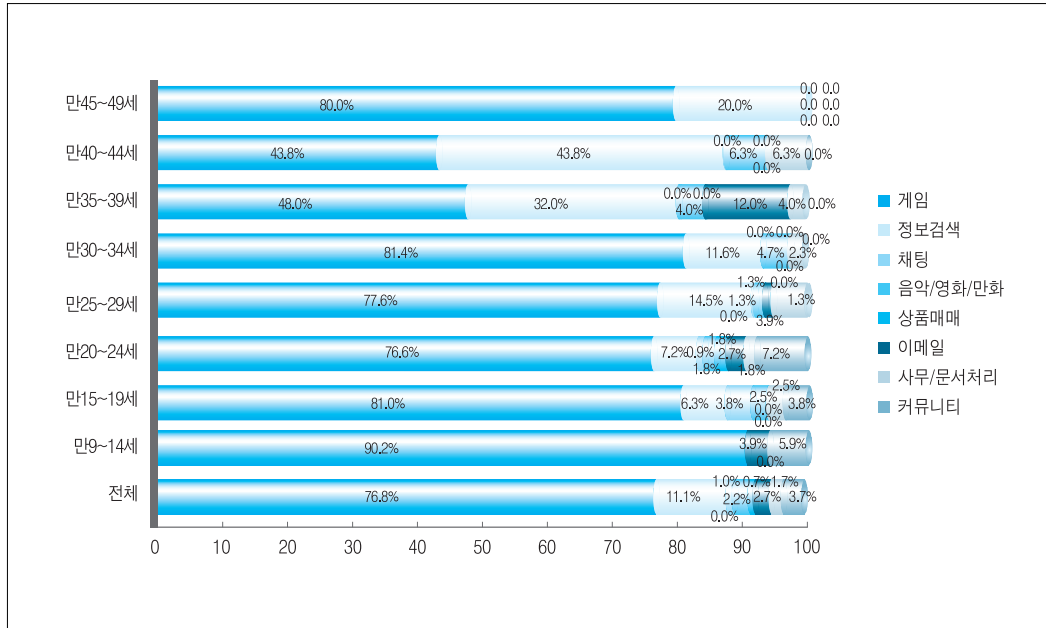
(단위 : %, 회)

	1~2회	3~4회	5~6회	7~8회	9~10회	11~15회	16회 이상	평균 (월/회)
전체	28.1	27.1	10.8	6.2	11.8	6.7	9.4	6.78
만9~14세	29.4	39.2	7.8	3.9	9.8	5.9	3.9	5.23
만15~19세	25.3	26.6	16.5	2.5	16.5	6.3	6.3	6.25
만20~24세	19.8	23.4	11.7	7.2	14.4	9.9	13.5	8.46
만25~29세	28.9	19.7	10.5	11.8	6.6	7.9	14.5	7.97
만30~34세	34.9	23.3	9.3	4.7	16.3	4.7	7.0	6.15
만35~39세	44.0	44.0	0.0	4.0	8.0	0.0	0.0	3.26
만40~44세	50.0	31.3	0.0	6.3	0.0	0.0	12.5	5.09
만45~49세	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8

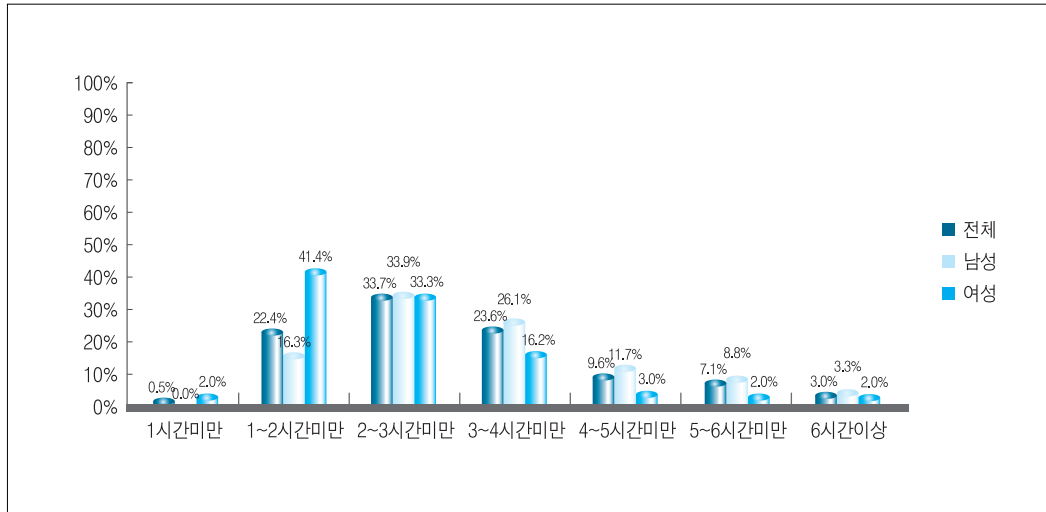
〈그림 2-1-1-22〉 성별 PC방에서 주로 하는 일



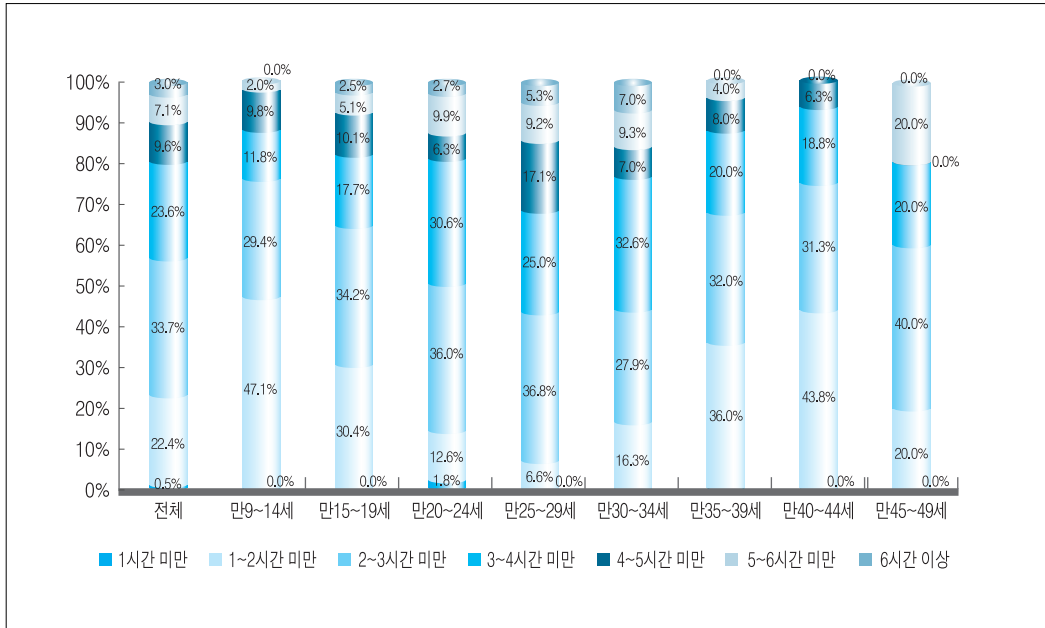
〈그림 2-1-1-23〉 연령별 PC방에서 주로 하는 일



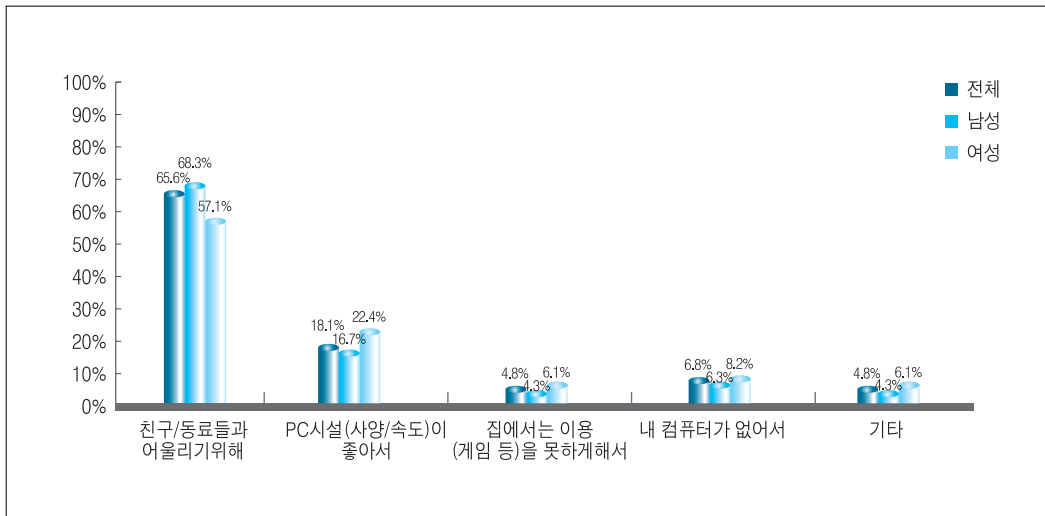
〈그림 2-1-1-24〉 성별 PC방 1회 이용시간



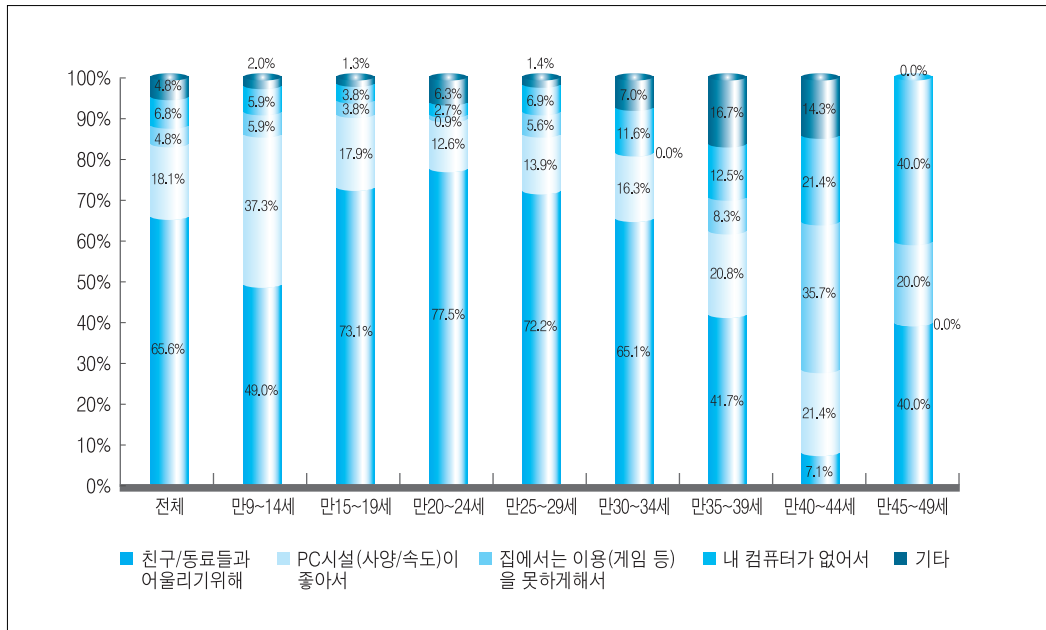
〈그림 2-1-1-25〉 연령별 PC방 1회 이용시간



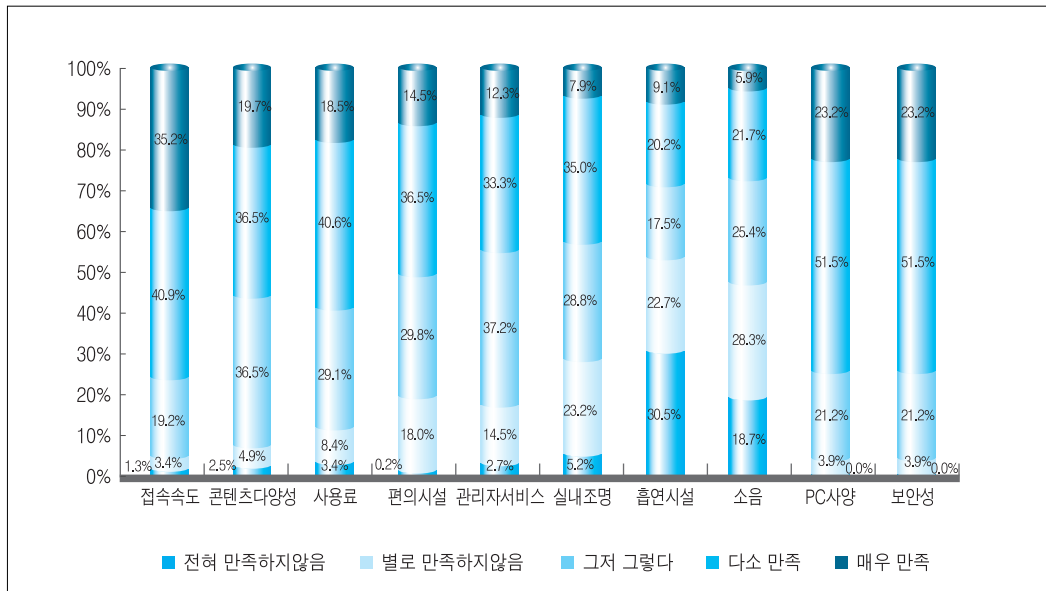
〈그림 2-1-1-26〉 성별 PC방을 이용하는 이유



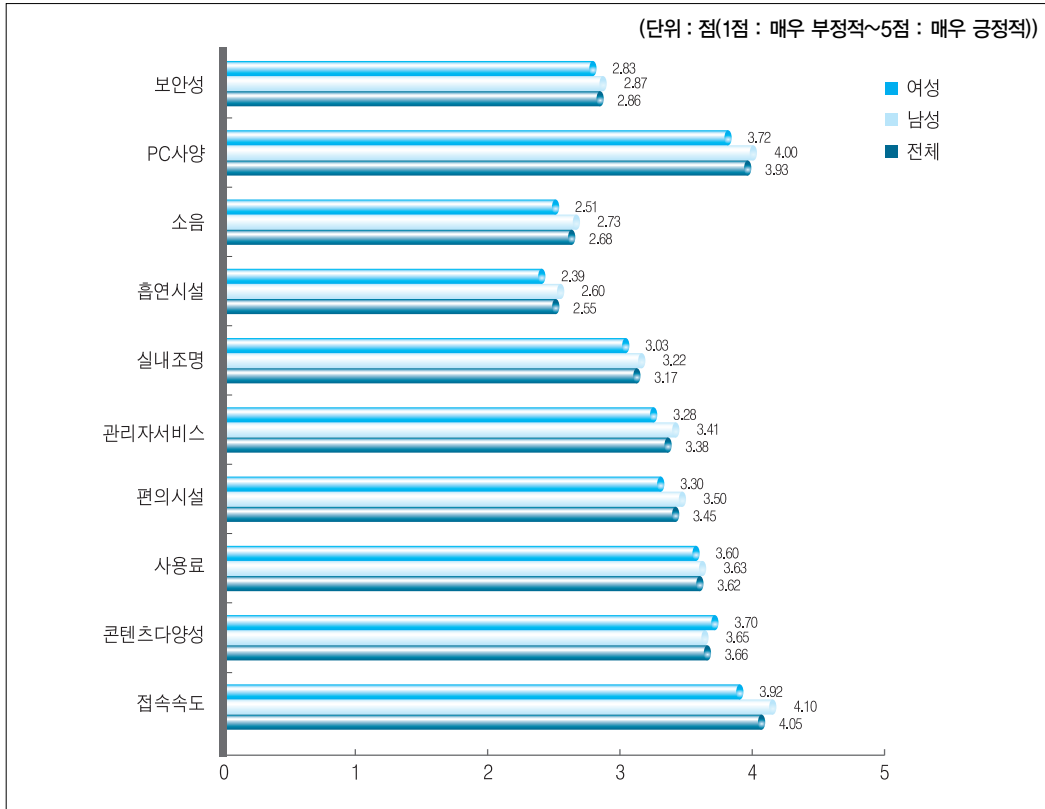
〈그림 2-1-1-27〉 연령별 PC방을 이용하는 이유



〈그림 2-1-1-28〉 PC방 시설 만족도



〈그림 2-1-1-29〉 PC방 시설만족도(5점 평균)



제2절 게임 이용 실태

1. 게임이용 여부 및 게임분야 선호도

게임 경험 여부를 살펴보면 조사대상자 중 60.2%가 현재 한 가지 이상의 게임을 하고 있는 것으로 나타났으며, 남성의 경우에는 74.6%가 현재 게임을 하고 있었으며, 86.4%가 게임 경험이 있는 것으로 조사되었다. 현재 게임을 하고 있는 경우와 게임 경험률이 2005년 조사 결과(전체 현재 이용 61.1%, 전체 경험률 77.8%)에 비해 다소 이용률과 경험률이 낮아

졌는데 이는 이번 조사 표집에서 인구 분포에 따라 40대의 표집비중을 높인 것과 관련이 있어 보인다. 40대의 경우 게임의 접촉경험이 저 연령층에 비해 현저히 낮기 때문에 이들의 비중이 늘면서 전체 결과에서 경험률이 다소 낮아진 것으로 볼 수 있다. 이러한 표집 분포의 변화를 감안하면 게임 경험률과 이용률은 작년대비 유사한 분포를 보이는 셈으로 게임이용이 안정기에 이른 것으로 볼 수 있다.

특히 성별로 나누어보면 여성의 경우 현재 이용하고 있다는 응답비중이 45.4%로 2005년 43.9%에 비해 다소 이용률이 상승하였다. 게임의 접근성이 높아지고 게임이 다양화되면서 여성이용자가 꾸준히 늘고 있는 셈이다.

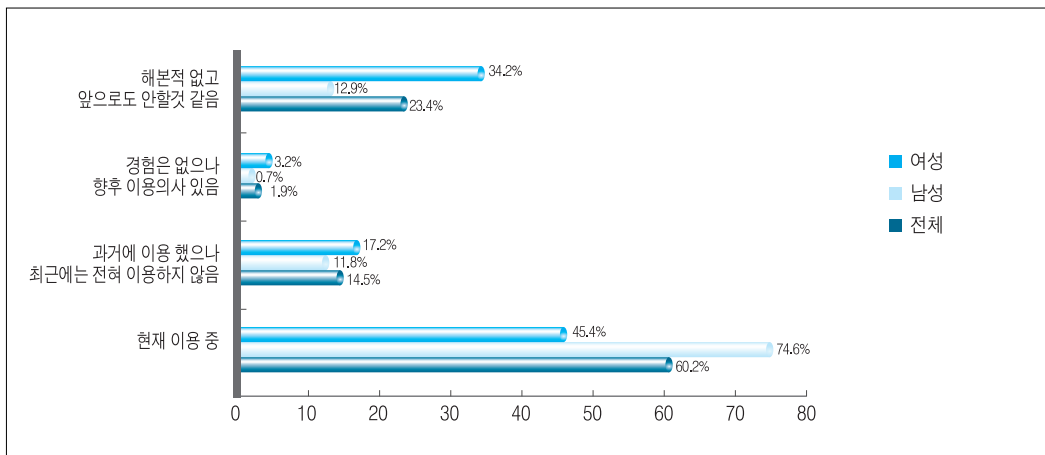
또한 연령별로는 9~14세, 15~19세, 20~24세 연령층의 경우에는 현재 게임을 이용하고 있다고 응답한 비중이 각각 84.0%, 81.1%, 76.2%로 2005년 대비 4.7%, 6.1%, 0.4%씩 상승한 경향을 보이고 있다. 저연령층의 게임이용률 상승은 이제 거의 포화상태에 달했고 고연령층의 경우 게임에 전혀 관심이 없는 계층의 비중이 높아 국내에서의 시장확장 영역은 여성과 자녀가 있는 30대 게임 유경험층 뿐이다.

현재 게임을 하지 않는 경우를 대상으로 게임을 하지 않는 이유를 조사한 결과 비게임이용자의 경우는 '게임에 관심이 없어서'라는 응답비중이 49.6%로 가장 높았다. 게임 비이용자의 절반이 게임의 부정적인 특성보다는 게임자체

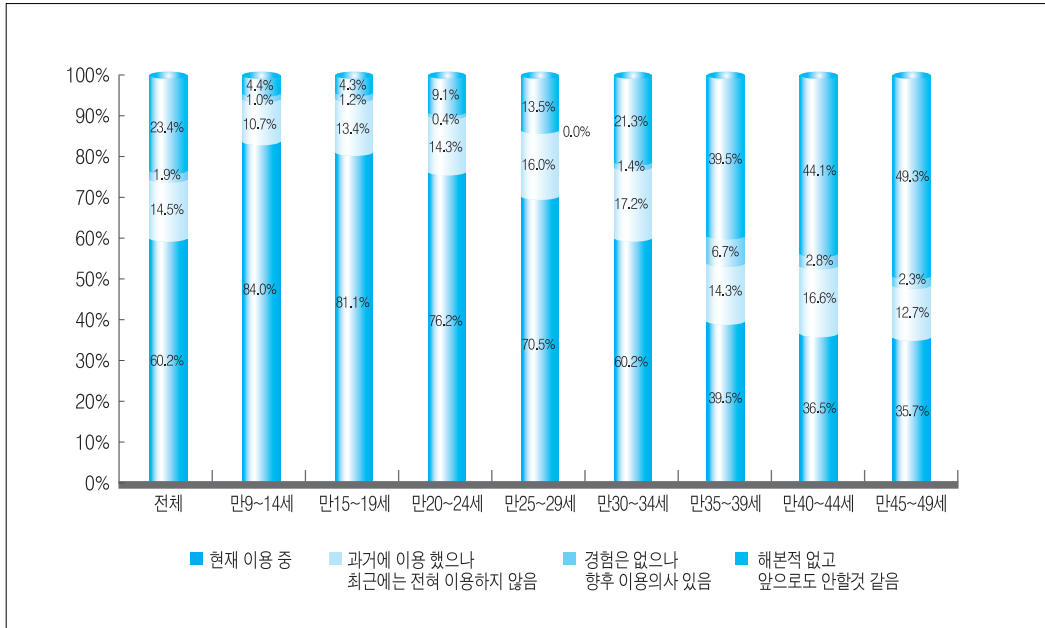
에 관심이 없는 것으로 응답해 향후 게임 내용의 다양성과 교육, 심리치료 등 다양한 기능이 가미된 게임이 등장한다면 시장의 확장가능 여지는 어느 정도 남아 있다고도 볼 수 있다. 또한 유사한 응답으로 '흥미를 끄는 내용이 없어서'(18.0%)라는 응답도 상대적으로 높은 비중을 차지했다.

게임을 하는 이유에 대해 조사한 결과(복수응답) '재미있으니까'라는 응답이 35.4%로 게임의 기능 중에서 '오락(entertainment)' 효과가 가장 주된 유인인 것으로 나타났다. 한편 '스트레스 해소' 23.0%, '여유시간활용' 18.5% 등도 높은 비중을 차지했다. 30~34세의 경우에는 '스트레스 해소'라는 응답비중이 30.5%로 직장에서의 스트레스를 게임을 통해 해소하고 있는 것으로 나타나 게임이 장르에 따라 기분전환 및 카타르시스 효과를 주기도 하는 것을 볼 수 있다.

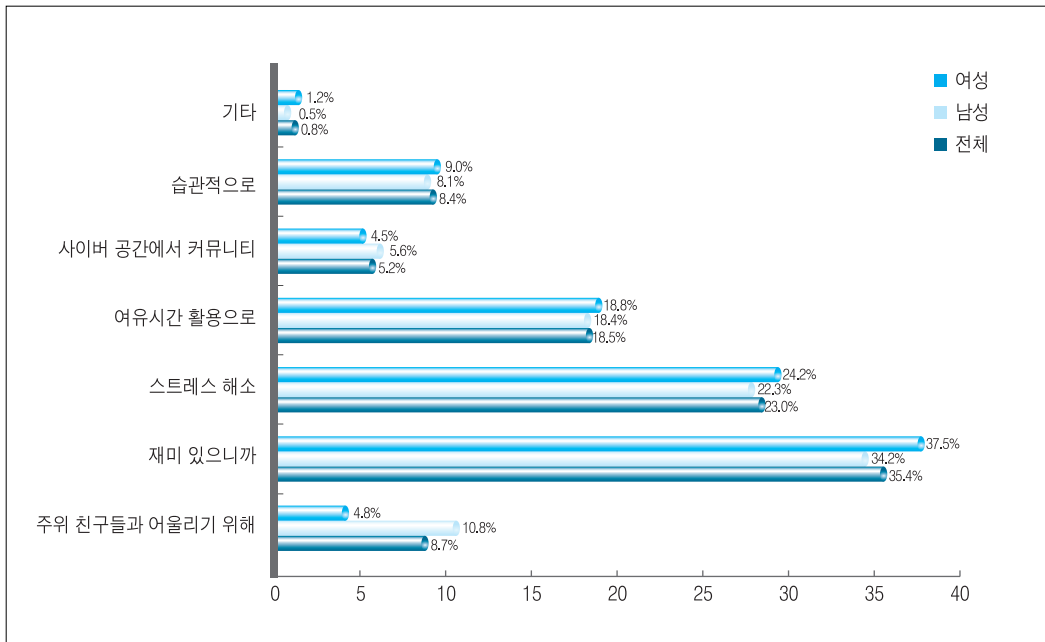
〈그림 2-1-2-01〉 성별 게임 이용 경험



〈그림 2-1-2-02〉 연령별 게임 이용 경험



〈그림 2-1-2-03〉 성별 게임을 하는 이유(복수응답)

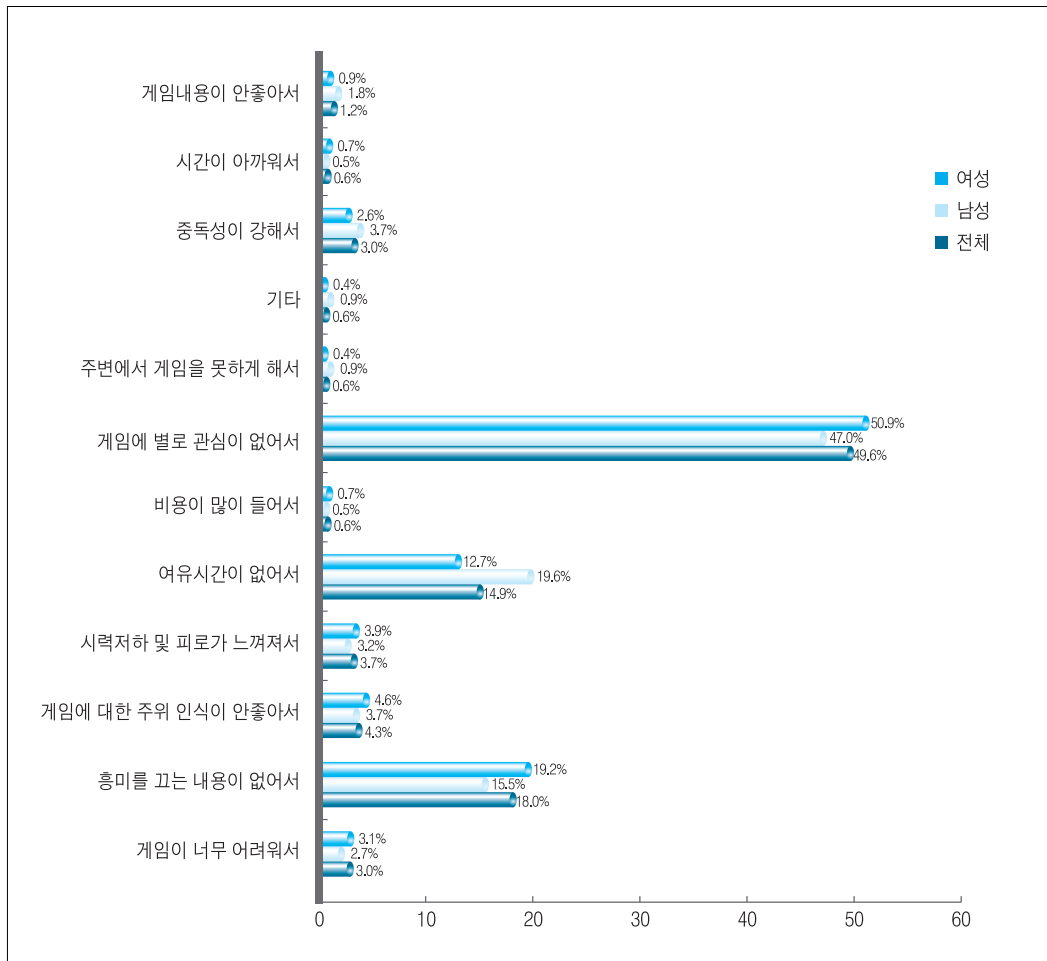


〈표 2-1-2-01〉 연령별 게임을 하는 이유

(단위 : %)

	주위 친구들과 어울리기 위해	재미 있어서	스트레스 해소	여유시간 활용으로	온라인 커뮤니티	습관적으로	기타
전체	8,7	35,4	23,0	18,5	5,2	8,4	0,8
만9~14세	13,7	40,3	18,4	13,0	8,2	5,1	1,4
만15~19세	10,5	39,7	17,5	17,9	5,7	8,7	0,0
만20~24세	10,8	37,5	18,8	18,2	4,6	9,2	0,9
만25~29세	10,6	36,3	19,7	20,0	2,8	9,7	0,9
만30~34세	5,9	33,5	30,5	16,3	5,4	7,9	0,4
만35~39세	2,9	31,4	27,1	22,9	6,4	7,9	1,4
만40~44세	3,0	27,1	36,1	21,8	3,0	8,3	0,8
만45~49세	0,8	25,0	30,6	25,8	5,6	12,1	0,0

〈그림 2-1-2-04〉 성별 게임을 하지 않는 이유

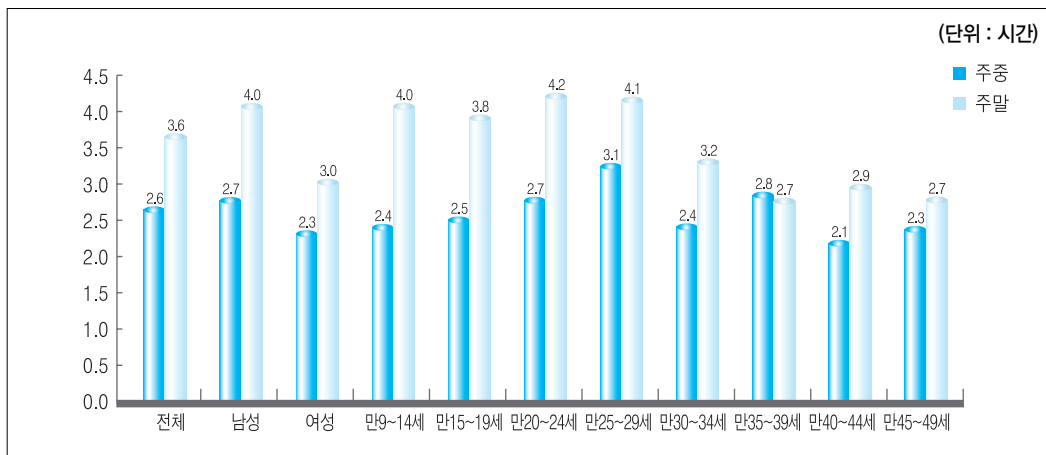


하루 평균 게임이용시간은 주중 평균 2.6시간, 주말 평균 3.6시간인 것으로 조사되었으며, 남성과 9~14세, 20대의 게임 이용시간이 긴 것으로 나타났다. 주중 평균 게임이용 시간은 하루에 '1~2시간 이용한다'는 응답이 34.9%로 가장 많았으며, 연령별로 만20~24세는 '2~3시간 이용한다' (29.5%)가 '1~2시간 이용한다' (29.0%) 보다 조금 높았고, 나머지 연령대는 '1~2시간 이용'이 대체적으로 높게 나타났다.

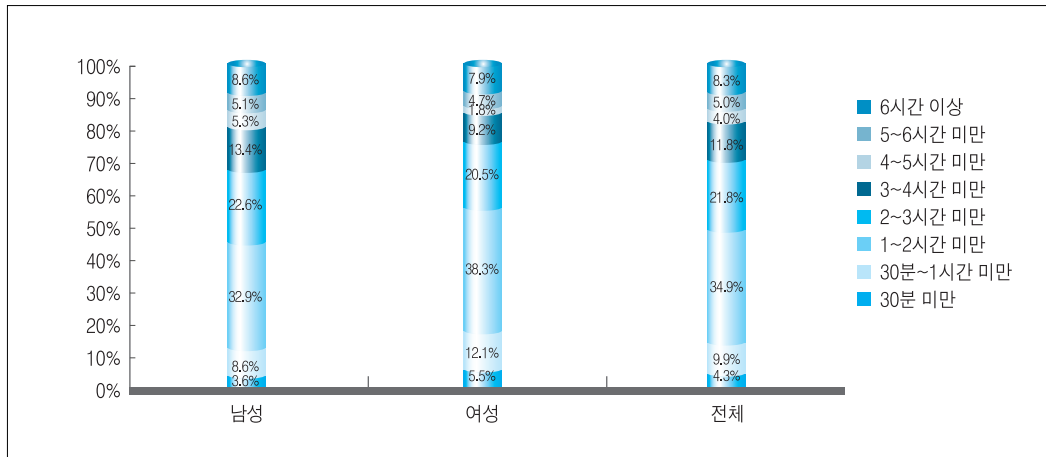
한편 게임을 처음 접한 시기는 30대 이상의 경우에는 평균적으로 10년 전 무렵인 것으로 조사되어 1990년 대 중반에 현재 게임 이용자들이 처음 게임을 접하기 시작한 것으로 조사되었다. 게임을 가장 많이 하는 연령대인 20대 초반까지의 저 연령층의 경우에는 처음 접한 시기가 평균 12~3년 전으로 오히려 고연령층 보다 오래된 것으로 나타났다. 한편 온라인게임이 본격적으로 자리잡기 시작한 2000년대 이후에 계

임을 처음 시작한 9~19세의 청소년층은 게임을 접한 초기연령이 각각 9세, 11세로 초등학교 저학년때부터 게임을 시작하는 것이 일반적이라고 볼 수 있다. 이러한 사실에서 점차 게임을 접하는 연령이 낮아지고 있음을 짐작해 볼 수 있다. 한편 게임을 지속하는 기간도 더 어린 연령에 시작한 9~14세가 15~19세와 평균지속기간이 동일하다. 즉 전체 이용자의 지속기간은 평균 4.2년으로 고연령층의 경우 처음 접해 본 시기에 비해 게임 지속기간이 짧은 반면 저연령층의 경우에는 게임을 접한 시점부터 꾸준히 게임을 지속하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 성별로는 남성의 게임지속기간이 여성의 경우보다 긴 것으로 나타났다. 이는 선호 게임 장르와도 관련이 있어 보이는데 몰입도가 높은 롤플레이어를 선호하는 남성의 경우가 웹보드게임이나 캐주얼게임을 선호하는 여성의 경우보다 게임지속기간이 긴 것으로 풀이된다.

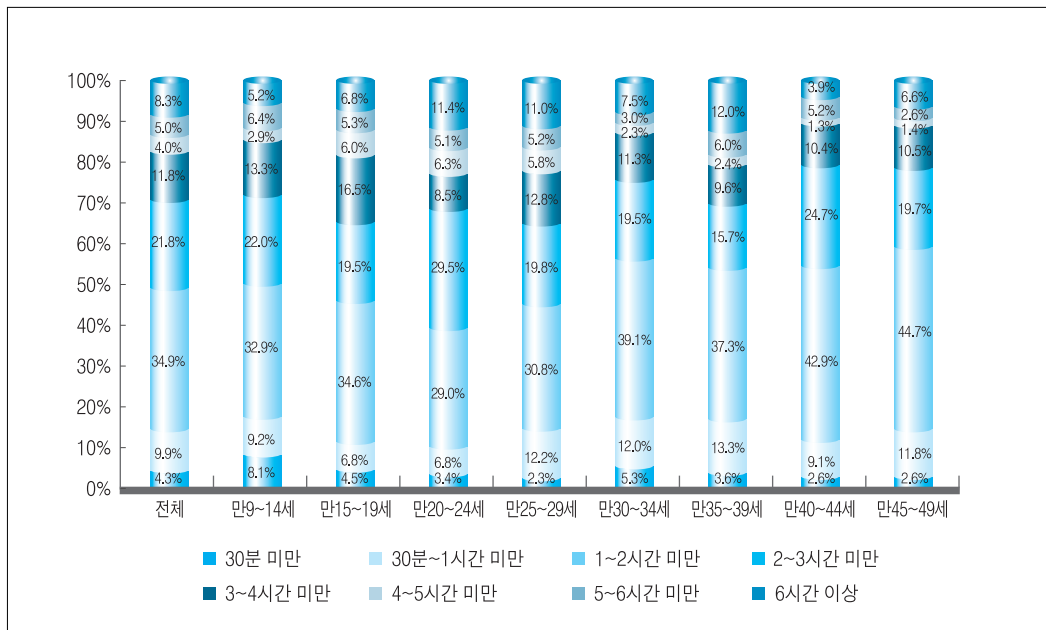
〈그림 2-1-2-05〉 하루 평균 게임 이용시간



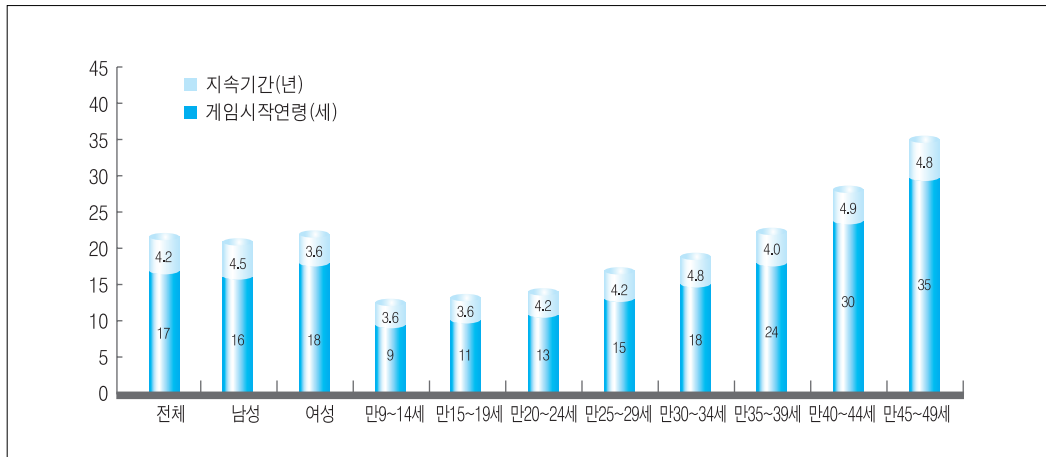
〈그림 2-1-2-06〉 성별 주중 하루 게임 이용시간



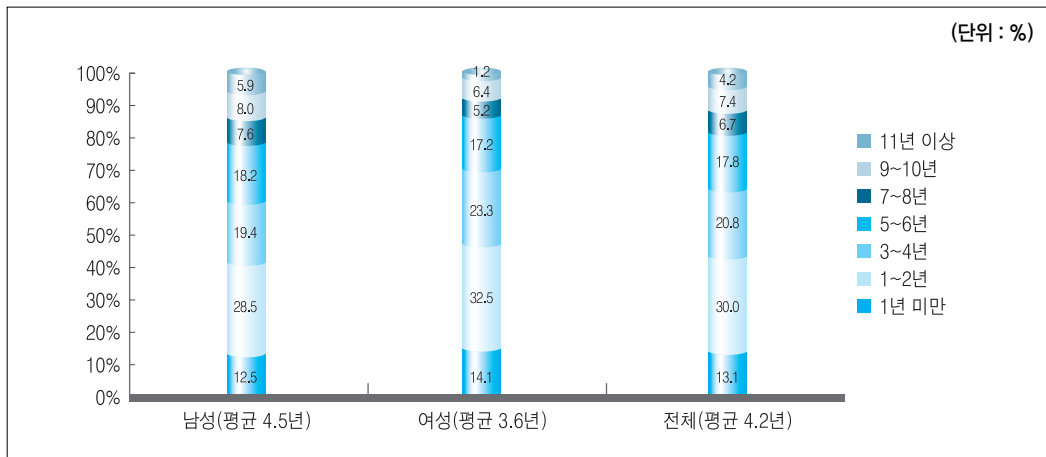
〈그림 2-1-2-07〉 연령별 주중 하루 게임 이용시간



〈그림 2-1-2-08〉 게임을 처음 접한 시기와 지속기간



〈그림 2-1-2-09〉 성별 게임을 지속해 온 기간



〈표 2-1-2-02〉 연령별 게임을 지속해 온 기간

(단위 : %)

	1년 미만	1~2년	3~4년	5~6년	7~8년	9~10년	11년 이상
전체	13.1	30	20.8	17.8	6.7	7.4	4.2
만9~14세	15	24.5	26.5	21.1	10.2	1.4	1.4
만15~19세	20.9	28.7	16.5	18.3	8.7	4.3	2.6
만20~24세	16.6	33.7	13.5	14.1	6.1	9.2	6.7
만25~29세	13.1	35	20	11.9	6.3	8.1	5.6
만30~34세	10.8	26.7	17.5	24.2	5	10.8	5
만35~39세	4.3	42.9	18.6	21.4	7.1	2.9	2.9
만40~44세	9	23.9	31.3	10.4	6	13.4	6
만45~49세	3.2	21	33.9	25.8	1.6	12.9	1.6

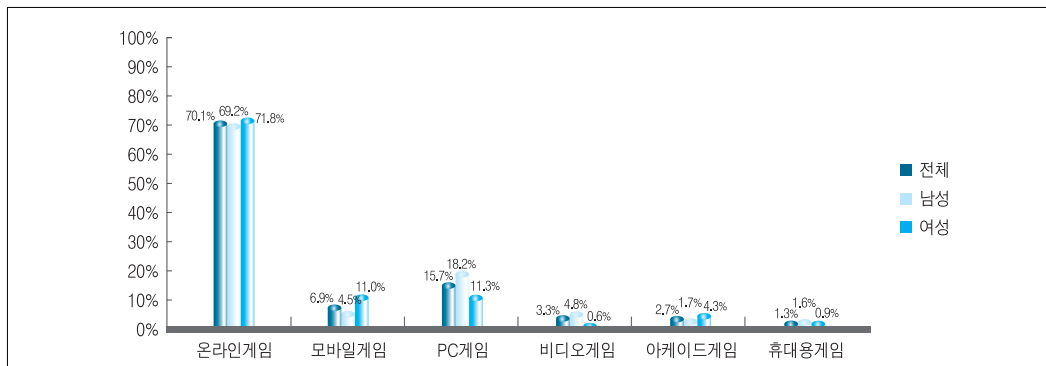
주로 이용하는 게임 플랫폼을 조사한 결과 1순위로 지목한 비중이 가장 높은 분야는 온라인 게임(70.1%)였으며, 다음은 PC게임(15.7%)이었다. 아직까지 한국에서는 온라인게임이 가장 지배적인 게임분야이다. 특히 작년 조사결과 68.3%보다 응답비중이 더 높아진 경향이 있다. 성별로는 남성이 여성에 비해 PC게임을 선호하는 비중이 높으며, 여성의 경우에는 모바일게임의 선호가 다소 높은 편이다. 이는 “향후 주도적인 플랫폼이 무엇이 될 것인가”라는 질문에서 여성응답자의 25.3%가 ‘휴대폰/모바일게임’을 지목한 것과도 관련이 있다. 즉, 남성에 비해 여성이 ‘휴대폰/모바일 게임’에 대한 호감도가 높음을 유추해 볼 수 있다. 한편 연령별로는 30대의 경우 PC게임의 선호가 매우 높으며, 9~14세와 45세 이상은 온라인게임의 선호가 가장 높은 연령집단이다. 이는 14세 미만의 저연령층과 45세 이상의 경우 PC게임을 거의 접해 보지 못한 세대이기 때문인 것으로 짐작해 볼 수 있다.

가장 선호하는 게임장르는 롤플래잉게임(30.6%), 웹보드게임(17.9%), 캐주얼게임(11.6%) 순인 것으로 조사되었다. 작년 조사결

과 웹보드게임이 가장 선호게임장르로 주목을 받았으나 작년 다양한 롤플래잉게임 출시와 캐주얼게임의 부상과 함께 순위가 뒤로 밀려난 것으로 보인다. 그러나 성별로 선호를 비교해 보면 여전히 남성의 경우 롤플래잉게임(35.3%)과 전략시뮬레이션게임(14.2%)의 선호가 두드러지고, 여성의 경우는 웹보드게임(31.9%), 롤플래잉게임(22.4%), 캐주얼게임(19.9%)의 선호가 높다. 연령별로는 연령이 낮을수록 ‘롤플래잉게임’에 대한 선호가 높고, 20대를 중심으로는 ‘전략 시뮬레이션 게임’, ‘캐주얼게임’의 선호가 높으며, 30대 중반 이상부터 고연령층으로 갈수록 ‘웹보드 게임’의 선호가 높다.

연도별 게임 장르선호를 비교해 보면 해를 거듭할수록 게임장르 선호의 다양성이 증가하고 있음을 볼 수 있다. 2004년까지는 전략시뮬레이션게임, 롤플래잉게임이 주를 이루었다면 2005년 웹포탈의 등장과 함께 웹보드가 강세를 보였고, 2006년 웹포탈들간의 경쟁과 게임의 다양화로 캐주얼게임, FPS, 스포츠게임 등 새로운 장르에 대한 선호도 차츰 높아가고 있으며, 전통적인 선호 범주인 롤플래잉과 전략시뮬레이션 편중이 차츰 완화되는 경향이 있다.

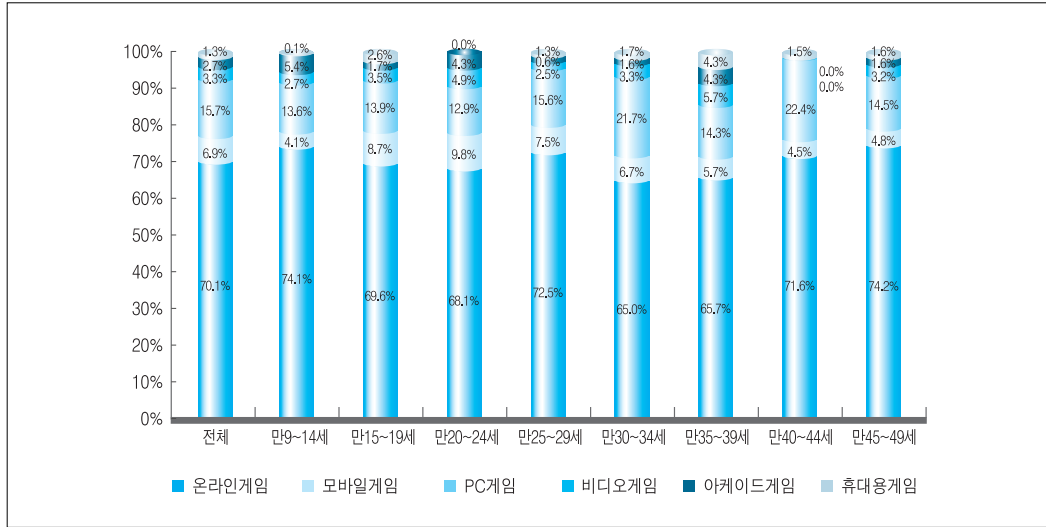
〈그림 2-1-2-10〉 성별 주 이용 게임분야(1순위)



한편 현재 이용하고 있는 게임개수는 평균 2.64개이며, 2개를 이용하고 있는 경우가

37.7%로 가장 많았다. 여성보다는 남성이 이용하고 있는 게임의 개수가 많은 것으로 나타났다.

〈그림 2-1-2-11〉 연령별 주 이용 게임분야(1순위)



〈표 2-1-2-03〉 연령별 선호 게임장르(1순위)

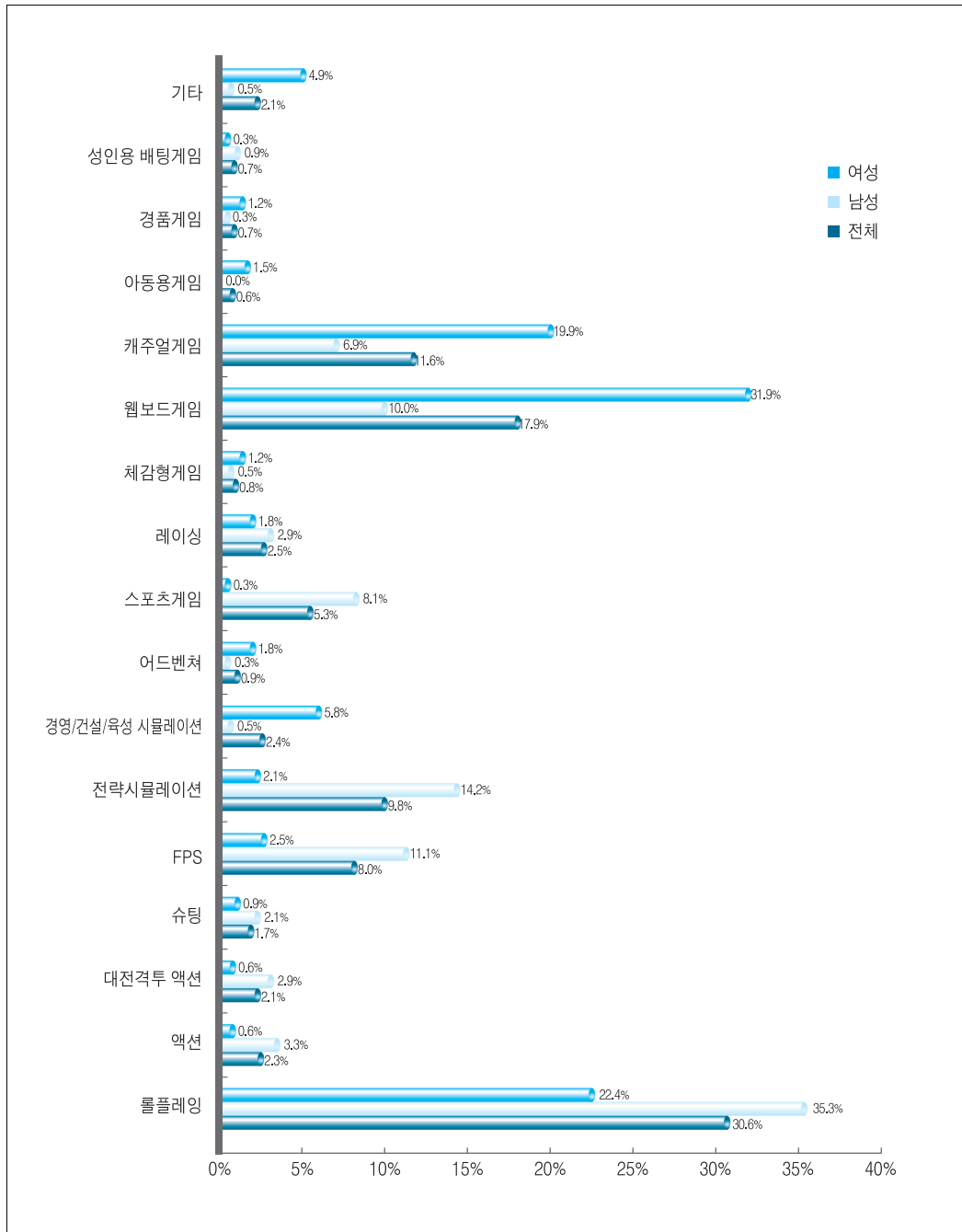
(단위 : %)

	롤플레이	액션	대전격투 액션	슈팅	FPS	전략 시뮬레이션	경영/ 건설/ 육성 시뮬레이션	어드벤처	스포츠 게임
전체	30.6	2.3	2.1	1.7	8	9.8	2.4	0.9	5.3
만9~14세	29.3	4.8	4.1	0.7	8.2	10.9	7.5	0	2.7
만15~19세	39.1	0	2.6	1.7	9.6	7	5.2	0.9	5.2
만20~24세	36.8	3.1	1.2	3.1	12.9	6.7	0.6	1.8	7.4
만25~29세	35.6	2.5	0.6	1.3	11.3	11.9	0.6	1.3	6.9
만30~34세	26.7	2.5	1.7	1.7	4.2	15.8	0.8	0	6.7
만35~39세	21.4	2.9	4.3	2.9	4.3	8.6	1.4	0	1.4
만40~44세	28.4	0	1.5	0	1.5	7.5	0	1.5	4.5
만45~49세	9.7	0	1.6	1.6	1.6	8.1	1.6	1.6	4.8

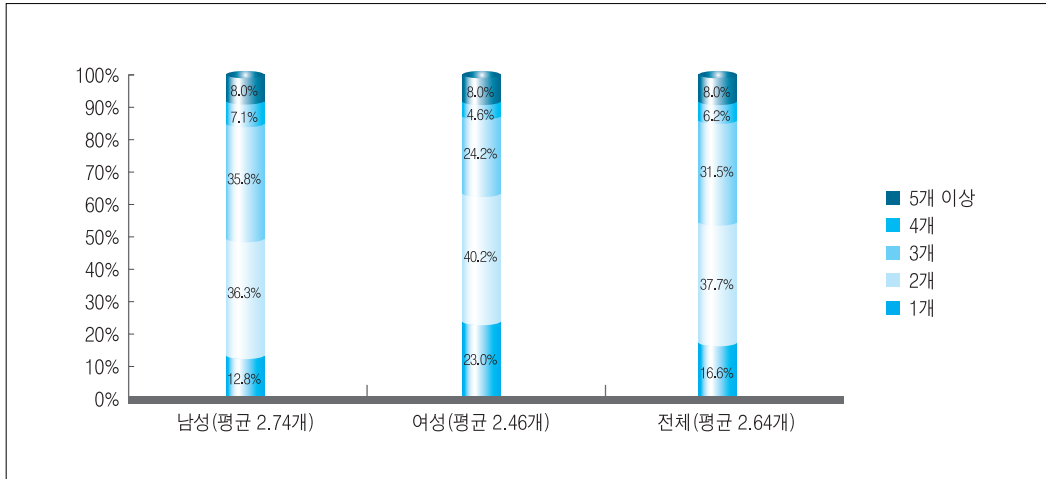
	레이싱	체감형 게임	웹보드 게임	캐주얼 게임	아동용 게임	경품게임	성인용 배팅 게임	기타
전체	2.5	0.8	17.9	11.6	0.6	0.7	0.7	2.1
만9~14세	2	2.7	6.8	17.7	0.7	0	0	2
만15~19세	3.5	2.6	8.7	9.6	0.9	0	0	3.5
만20~24세	3.1	0	6.7	15.3	0	0.6	0	0.6
만25~29세	1.3	0	10	15.6	0.6	0	0	0.6
만30~34세	3.3	0	24.2	9.2	0.8	0	0	2.5
만35~39세	4.3	0	30	8.6	1.4	4.3	1.4	2.9
만40~44세	0	0	47.8	0	0	0	3	4.5
만45~49세	3.2	0	53.2	1.6	0	3.2	4.8	3.2



〈그림 2-1-2-12〉 성별 선호 게임 장르(1순위)



〈그림 2-1-2-13〉 성별 현재 이용하고 있는 게임 개수



2. 게임이용 장소 및 시간

(1) 게임장소, 시간대 및 이용시간

게임 주 이용장소는 집이 81.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이러한 경향은 2003년부터 지속되고 있다. 특히 여성, 고연령층의 경우는 또래 문화로 친구들과 어울려 게임을 한 다기보다는 혼자 게임을 하는 경우가 많아 집에서 게임을 한다는 응답이 남성이나 20대 저연령층에 비해 많다. 그러나 PC방이 상당히 10대 후반과 20대 초반의 문화공간이 되면서 오히려 9~14세의 경우는 집에서 게임을 이용하는 빈도가 91.2%로 가장 높다. 특히 시간조절능력이 부족한 이들 연령층의 경우 부모님의 통제를 받을 수 있는 집에서 게임을 하는 것이 더 바람직할 수 있다.

주로 게임을 이용하는 시간대를 조사한 결과 저녁6시~ 밤10시의 비중이 43.9%로 가장 높았고, 밤10시~새벽2시의 비중도 32.6%나 되었

다. 연령별로 이용시간대를 비교해 보면 9~14세의 저연령층의 경우 역시 저녁6시~10시 비중이 52.4%로 가장 높고, 낮 12~오후6시가 34.7%, 밤10시~새벽2시 12.9%로 우려하는 바와 같이 저연령 청소년층의 심야 게임이용이 문제가 될 정도로 심각한 상황은 아닌 것으로 볼 수 있다.

성별 한달 평균 게임이용횟수는 남성이 여성에 비해 보다 자주 게임을 이용하는 것으로 조사 되었다. 남성은 한 달 평균 17회를 이용하는 반면 여성의 경우는 13.9회를 이용하는 것으로 나타났다. 빈도를 살펴보면 남성의 경우 21.7%가 26~30회, 16.7%가 16~20회 정도 이용한다고 응답하였고, 여성은 16~20회의 응답빈도가 18.1%로 가장 높았고, 1회 미만도 14.4%나 되었다. 연령별로는 20~24세가 월평균 17.8회로 가장 자주 게임을 즐기고 있는 것으로 나타났으며, 다음은 9~14세로 월평균 17.2회 이용하는 것으로 조사되었다.

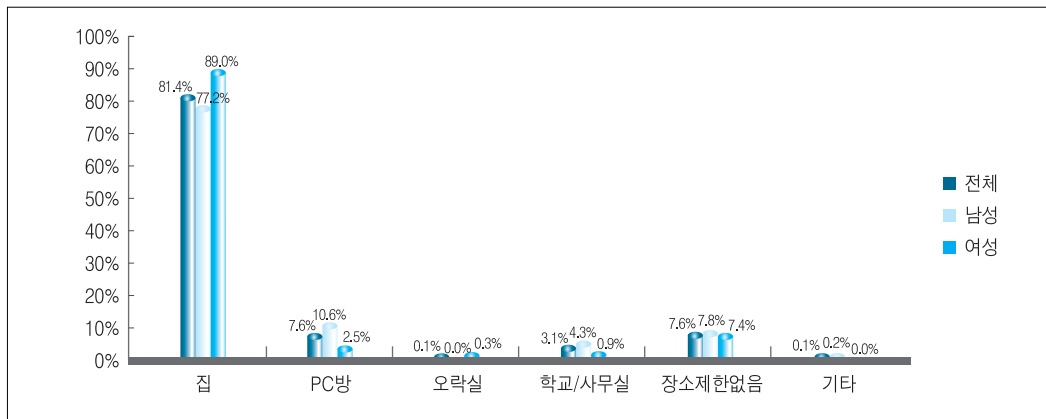
한 달 평균 게임이용 횟수는 평균 15.8회로 이틀에 한번 꼴로 게임을 이용하는 것으로 나타났으며, 이는 2005년 조사 결과 20.6회에 비해 현저히 낮아진 셈이다. 더욱이 매일 게임을 이용하는 31회 이상 이용자는 3.3%로 2005년의 6.9%의 절반 수준으로 감소한 것 볼 수 있다. 월평균 게임이용횟수를 이용구간별로 보면 26회~30회 이용한다고 응답한 비율이 18.9%로 가장 많았다. 즉 게임이용자 중 가장 많은 빈도가 거의 매일 게임을 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 16~20회의 경우가 17.2%, 삼일에 한번 꼴인 9~10회의 경우가 12.4%로 다음 순이었다. 연령별로는 '20~24세'가 17.8회로 가장 많이 이용하고 있었으며, 작년에 27.9회로 거의 매일 이용해 가장 많이 이용하는 연령대이던 15~19세가 올해는 평균 16.4회로 이용횟수가 현저히 감소했다.

1회 평균 게임이용시간을 조사한 결과 '1~2시간 미만', '2~3시간 미만'의 응답비중이 각

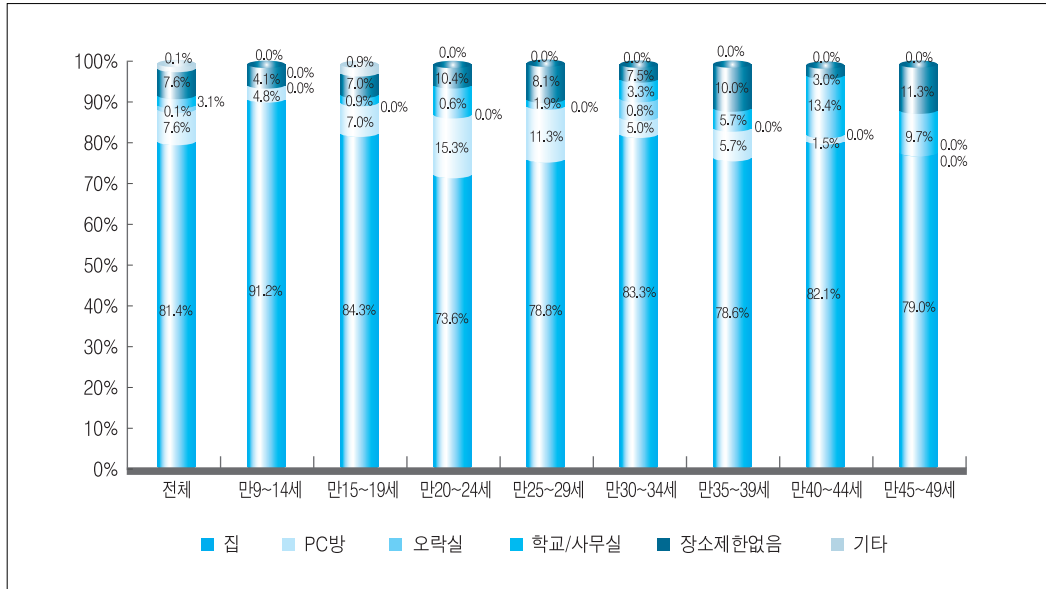
각 30.8%로 가장 높았고, 3~4시간 미만 이용한다는 응답도 20.6%나 되었다. 즉 1회 평균 2시간 이상의 장시간 이용자가 전체 게임이용자의 절반 이상을 차지하고 있었으며, 4시간 이상의 과다 이용자의 경우도 17.4%였다. 성별로는 전반적으로 여성보다는 남성의 게임이용시간이 긴 것으로 조사되었는데 남성의 경우 4시간 이상 이용자가 18%, 여성은 16.3%가 4시간 이상 이용자였으며, 평균이용시간도 남성이 0.1시간 긴 2.7시간이었다.

연령별로 응답결과를 나누어 살펴보면 15~19세와 20~24세의 1회 평균 게임이용시간이 가장 긴 것으로 나타났는데, 각각 2.9시간씩 이용하는 것으로 조사되었다. 특히 이들의 경우 4시간이상 이용자 비중이 각각 20.8%, 20.3%로 이용빈도와 시간을 고려했을 때 20~24세가 가장 게임을 많이 이용하는 연령층인 것으로 조사되었다. 특히 이들 20~24세의 경우 여가시간이 가장 길고 여가비용도 상대적으로 높다.

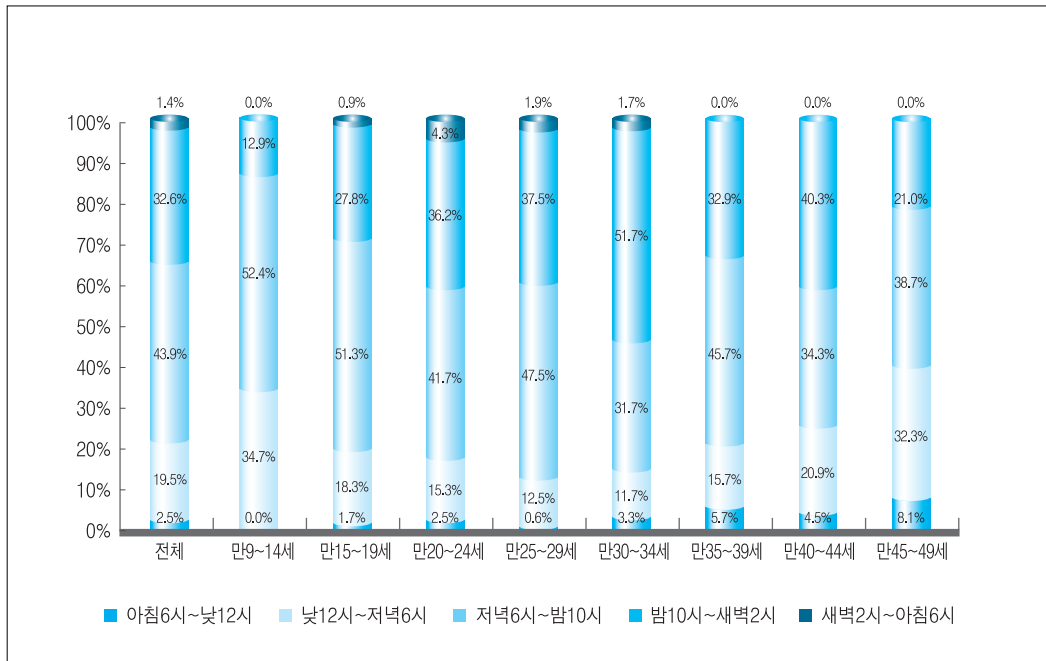
〈그림 2-1-2-14〉 성별 게임 주 이용 장소



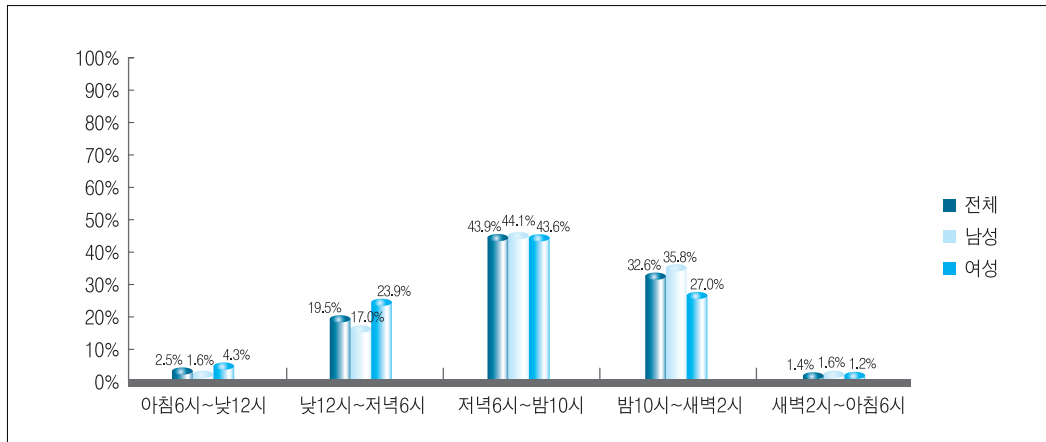
〈그림 2-1-2-15〉 연령별 게임 주 이용 장소



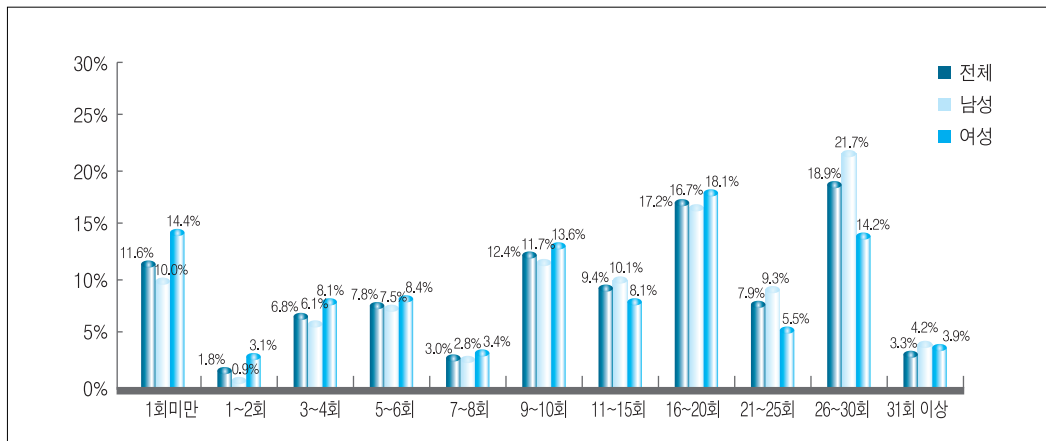
〈그림 2-1-2-16〉 연령별 게임 주 이용 시간대



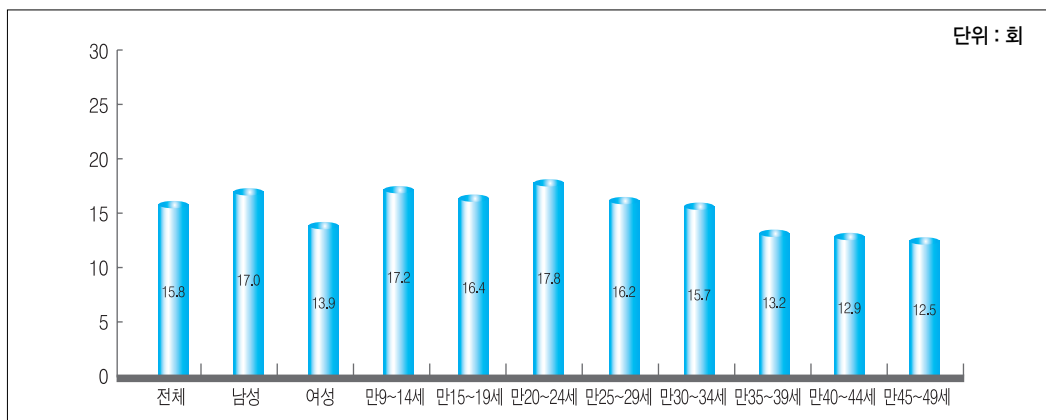
〈그림 2-1-2-17〉 성별 게임 주 이용 시간대



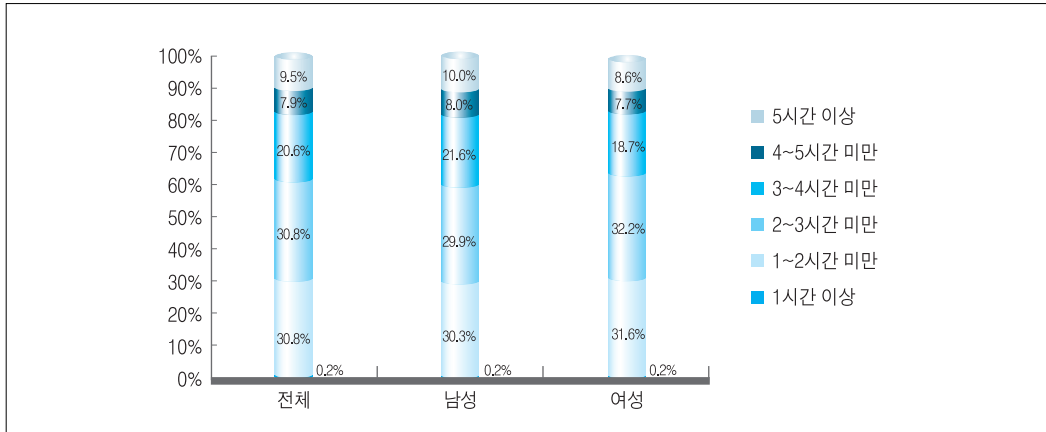
〈그림 2-1-2-18〉 월 평균 게임 이용 횟수



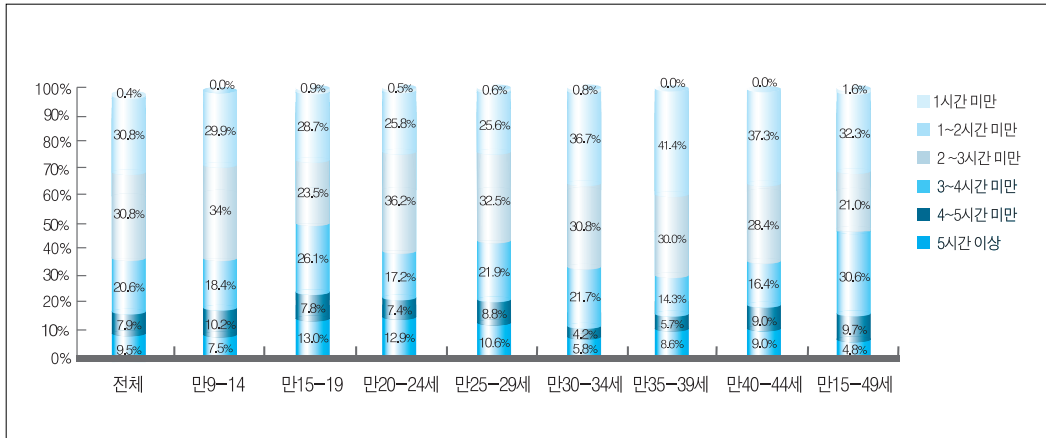
〈그림 2-1-2-19〉 평균 게임 이용 횟수



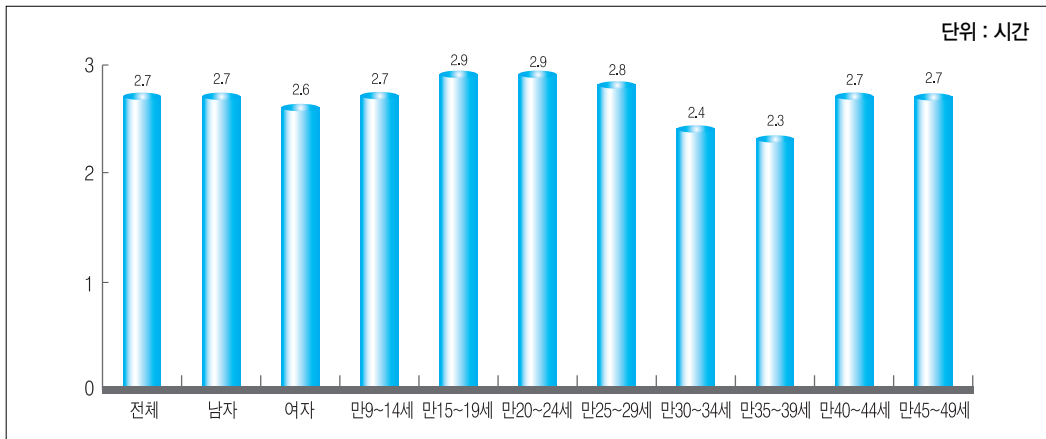
〈그림 2-1-2-20〉 성별 1회 게임 이용시간



〈그림 2-1-2-21〉 연령별 1회 게임 이용시간



〈그림 2-1-2-22〉 1회 평균 게임이용 시간



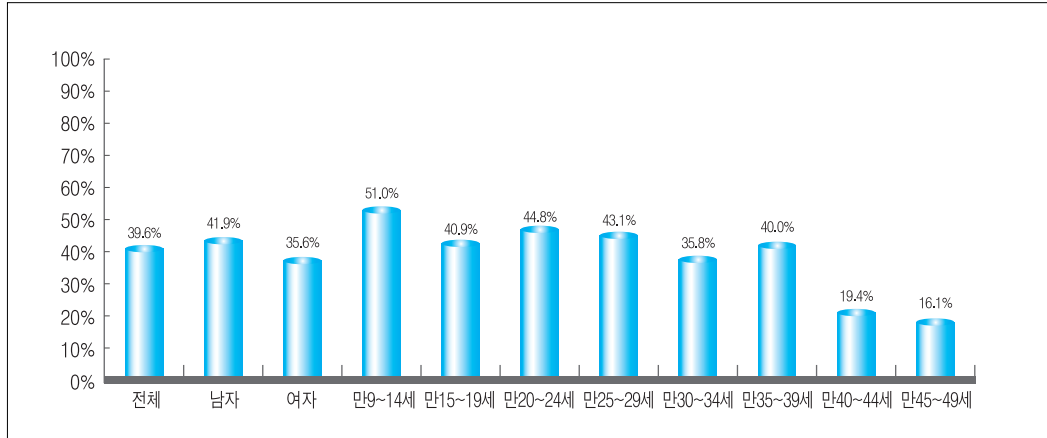
2) 게임분야별 이용기간(온라인게임, PC게임, 비디오게임, 모바일게임)

최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는지를 조사한 결과 전체 39.6%가 바꾼 경험이 있다고 응답하였다. 특히 9~14세의 경우 51.0%가 게임을 바꾼 경험이 있었으며, 40대 이상은 20% 미만이 게임을 바꾼 것으로 나타났다. 즉 연령이 높을수록 게임을 다양하게 즐기기도는 익숙한 게임을 즐기는 경향이 강한 것으로 볼 수 있다. 플랫폼별로 나누어 살펴보면 비디오게임 이용자의 경우와 아케이드게임이용자의 경우가

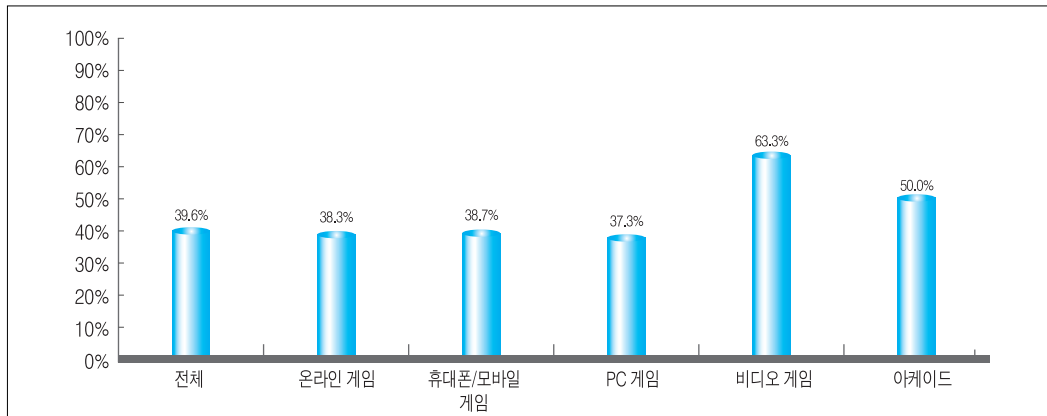
게임을 바꾼 경험이 더 많은 것으로 나타났다.

게임을 바꾼 이유로는 ‘재미가 없어서’ 34.2%로 흥미가 떨어지는 경우에 게임을 바꾸는 것이 가장 일반적인 이유인 것으로 드러났고, ‘친구의 권유로’ 15.5%, ‘게임을 마스터해서’ 12.9%, ‘이용가격이 비싸서’ 7.6%의 순이었다. 특히 10~20대의 경우 확실히 게임이 또래 문화로 친구들과 정보를 교류하고 대화의 소재를 얻기 위해 게임을 하는 경우가 많아서 또래들 사이의 유행도 게임을 바꾸는 주요 요인으로 작용하는 것을 확인 할 수 있다.

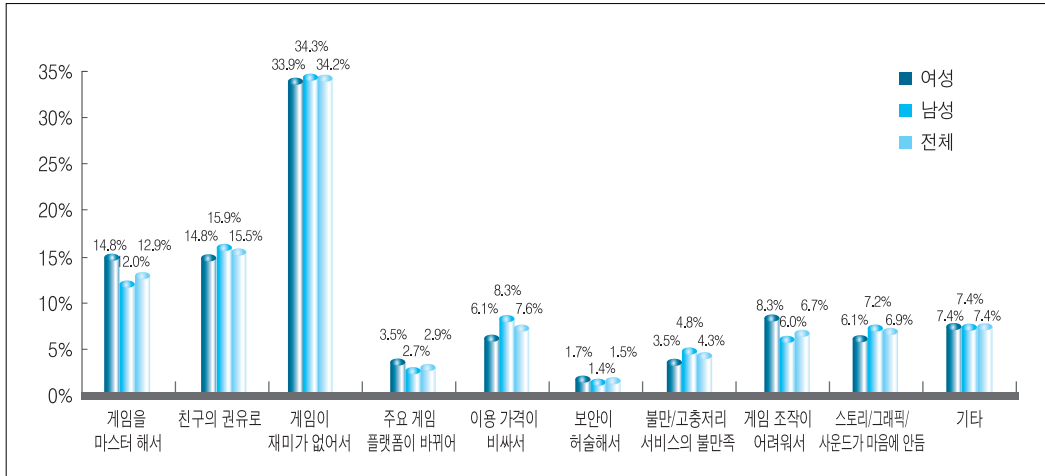
〈그림 2-1-2-23〉 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율



〈그림 2-1-2-24〉 플랫폼별 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율



〈그림 2-1-2-25〉 성별 게임을 바꾼 이유(중복응답)



〈표 2-1-2-04〉 연령별 게임을 바꾼 이유

(단위: %)

	게임을 마스터해서	스토리/ 그래픽/사운드기 마음에 안들	게임 조작이 어려워져서	불만/ 고충처리 서비스의 불만족	보안이 허술해서	이용 가격이 비싸서	주요 게임 플랫폼이 바뀌어서	게임이 재미가 없어서	친구의 권유로	기타
전체	12.9	6.9	6.7	4.3	1.5	7.6	2.9	34.2	15.5	7.4
만9~14세	9.4	5.4	4.7	4.0	2.0	6.0	2.7	37.6	16.8	11.4
만15~19세	12.9	7.5	6.5	4.3	1.1	5.4	4.3	38.7	15.1	4.3
만20~24세	11.6	10.3	2.7	2.7	2.7	8.9	2.7	31.5	18.5	8.2
만25~29세	13.0	5.8	5.8	3.6	1.4	9.4	2.9	34.8	18.8	4.3
만30~34세	15.1	4.7	9.3	8.1	1.2	8.1	1.2	33.7	11.6	7.0
만35~39세	21.4	8.9	16.1	3.6	0.0	3.6	5.4	26.8	5.4	8.9
만40~44세	15.4	3.8	11.5	0.0	0.0	11.5	3.8	30.8	11.5	11.5
만45~49세	10.0	5.0	15.0	15.0	0.0	10.0	0.0	30.0	15.0	0.0

3. 게임이용(구입)비용, 구입 시기 및 구입 장소

(1) 게임 이용(구입) 비용

한 달 평균 게임이용비용을 조사한 결과 한달 평균 이용비용은 게임분야별로 편차가 큰 것으로 나타났다.

먼저 아케이드게임장(오락실)을 이용하는 사람의 평균 이용금액은 6,974원으로 작년 조사 결과 5,932원에 비해 평균 1,000원 이상 이용

금액이 증가한 것으로 조사되었다. 그러나 응답 비중을 살펴보면 아케이드게임장을 이용하는 사람의 23.4%가 ‘1,000원 미만’ 이라고 응답해 전년조사결과 ‘1,000원 이상~2,000원 미만’ 이라는 응답비중이 가장 높았던데 비해 소액이용자와 과당이용자 사이의 편차가 더욱 심화된 것으로 볼 수 있다.

PC방 이용비용은 이용자 평균 22,730원으로 역시 전년도 조사결과 16,000원에 비해 평균 이용금액은 상승하였으나 비이용자가 10%이상

증가했다는 점을 고려하면 역시 PC방을 지속적으로 이용하는 이용자를 중심으로 평균 이용금액 상승효과가 나타나는 것으로 풀이된다. 실제 응답비중은 전년도 조사결과와 마찬가지로 '5,000원 이하'가 5.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다.

온라인게임의 경우 '무료이용'이 68.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 특히 남성에 비해 여성의 무료 이용비중이 73.8%로 5% 이상 높았다. 유료 이용자의 경우 평균 21,060원을 지출하고 있었으며, '2만원 이상~3만원 미만'의 비중이 8.2%로 가장 높았다. 한편 온라

인게임 아이템구입비는 한달 평균 24,342원인 것으로 조사되어 아직 그 빈도는 많지 않지만 이용자의 경우 오히려 온라인게임 이용료보다 더 많은 비용을 지출하는 것으로 나타났다.

PC게임의 경우 유료이용자가 17.1%에 불과하지만 이들 이용자의 경우 한 달 평균 24,958원을 지출하는 것으로 조사되었으며, '5천원 이하'의 응답비중이 3.9%로 가장 높았다.

비디오게임의 한달 구입비는 평균 50,048원이었으며, 모바일게임 7,344원, 휴대용게임 35,758원이었다.

〈표 2-1-2-05〉 한 달 평균 게임이용비용 및 구입비용

(단위 : 원)

	아케이드게임	PC방이용	온라인게임	온라인게임 아이템구입	PC게임구입	비디오게임 구입	휴대폰/ 모바일	휴대용게임
전체	6,974	22,730	21,060	24,342	24,958	50,048	7,344	35,758
남성	6,981	23,140	24,051	29,067	27,576	54,049	9,341	38,675
여성	6,955	20,768	14,216	13,787	18,414	30,750	3,494	24,091
만9~14세	4,257	8,543	21,154	36,633	28,623	58,111	7,637	14,367
만15~19세	4,426	15,592	13,381	14,654	16,746	33,111	4,011	32,333
만20~24세	6,524	30,404	22,947	25,243	31,766	59,000	8,275	41,000
만25~29세	4,577	31,966	23,870	20,242	24,500	38,824	5,192	28,700
만30~34세	8,661	20,385	18,778	9,500	21,040	34,375	5,888	76,833
만35~39세	23,295	17,500	18,756	39,529	26,778	75,313	18,856	42,125
만40~44세	4,857	30,000	16,719	15,000	20,692	56,000	11,286	4,667
만45~49세	11,625	-	32,000	48,375	21,000	38,000	6,300	16,667

〈표 2-1-2-06〉 아케이드게임장(오락실) 한달 게임비

	사례수	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	381	23.4%	15.2%	10.2%	15.7%	0.5%	10.5%	1.8%	4.2%	18.4%	100	6,974
남성	264	25.8%	14.4%	10.2%	15.9%	0.4%	12.1%	2.3%	4.2%	14.8%	100	6,981
여성	117	17.9%	17.1%	10.3%	15.4%	0.9%	6.8%	0.9%	4.3%	26.5%	100	6,955

〈표 2-1-2-07〉 PC방 한달 이용료

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	904	74.7%	5.9%	4.3%	0.4%	2%	2.1%	0.6%	2.7%	7.4%	100	22,730
남성	578	68.9%	6.7%	5.7%	0.5%	3.1%	2.9%	0.7%	3.5%	8%	100	23,140
여성	326	85%	4.3%	1.8%	0.3%	0%	0.6%	0.3%	1.2%	6.4%	100	20,768

〈표 2-1-2-08〉 온라인게임 한달 이용비(인터넷 사용료 제외)

	사례수	이용하지 않음	무료 이용	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	902	4.7%	68.6%	6.8%	4.8%	1.2%	2.9%	8.2%	1.1%	1.7%	0.1%	100	21,060
남성	577	5.2%	65.7%	5.5%	5%	1.2%	3.5%	10.2%	1.2%	2.3%	0.2%	100	24,051
여성	325	3.7%	73.8%	8.9%	4.3%	1.2%	1.8%	4.6%	0.9%	0.6%	0%	100	14,216

〈표 2-1-2-09〉 PC게임 한달 구입비(CD, 패키지)

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	904	82.9%	3.9%	3.7%	0.9%	2.4%	2.2%	0.9%	3.1%	0.1%	100	24,958
남성	578	80.8%	4%	3.8%	1.4%	2.4%	2.4%	1%	4%	0.2%	100	27,576
여성	326	86.5%	3.7%	3.4%	0%	2.5%	1.8%	0.6%	1.5%	0%	100	18,414

〈표 2-1-2-10〉 비디오게임(PS2 등+게임 DVD) 구입비

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	904	88.9%	0.3%	2%	0.6%	1%	1.3%	1.2%	4.5%	0.1%	100	50,048
남성	578	85.6%	0.3%	2.2%	0.9%	1.6%	1.6%	1.6%	6.1%	0.2%	100	54,049
여성	326	94.8%	0.3%	1.5%	0%	0%	0.9%	0.6%	1.8%	0%	100	30,750

〈표 2-1-2-11〉 휴대폰/모바일게임 한달 다운로드 비용

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	904	73%	20.9%	3.5%	0.3%	0.9%	0.3%	0.1%	0.8%	0.1%	100	7,344
남성	578	72.1%	19.9%	4.7%	0.5%	0.7%	0.5%	0.2%	1.2%	0.2%	100	9,341
여성	326	74.5%	22.7%	1.5%	0%	1.2%	0%	0%	0%	0%	100	3,494

〈표 2-1-2-12〉 휴대용게임(게임보이 등 + 롬팩) 한달 구입비

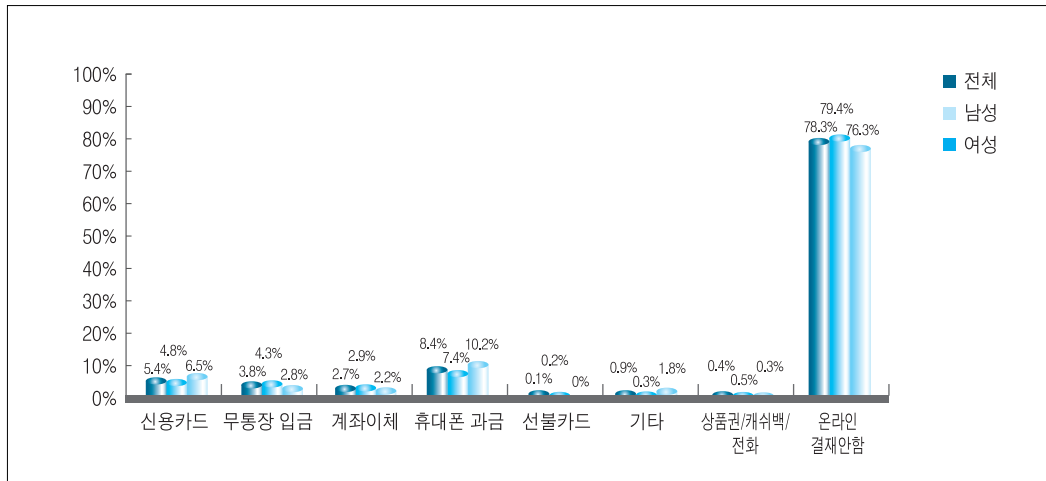
	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	평균 (원)
전체	904	93.8%	1.5%	0.9%	0.2%	0.6%	1%	0.1%	1.8%	0.1%	100	35,758
남성	578	92.2%	1.2%	1.2%	0.3%	0.5%	1.6%	0.2%	2.6%	0.2%	100	38,675
여성	326	96.6%	2.1%	0.3%	0%	0.6%	0%	0%	0.3%	0%	100	24,091

(2) 온라인 게임결제방식

온라인게임결제 방식으로 가장 선호되는 것은 휴대폰 과금이었으며, 휴대폰 과금이 제한적인 10대의 경우 무통장입금이나 선불카드와 같은 방식도 선호하는 것으로 나타났다. 온라인게임 이용비 지불시 선불카드가 차지하는 비중은

‘전혀 없다’는 응답이 64.9%로 유료로 온라인 게임을 이용하는 경우 20% 정도는 선불카드를 이용해 본 경험이 있는 것으로 나타났다. 그러나 실제 이용비중은 10%미만이라는 응답이 17.0%로 가장 많았다. 선불카드의 주요 구입 장소는 PC방의 비중이 가장 높았다.

〈그림 2-1-2-26〉 성별 온라인 게임 결제방법

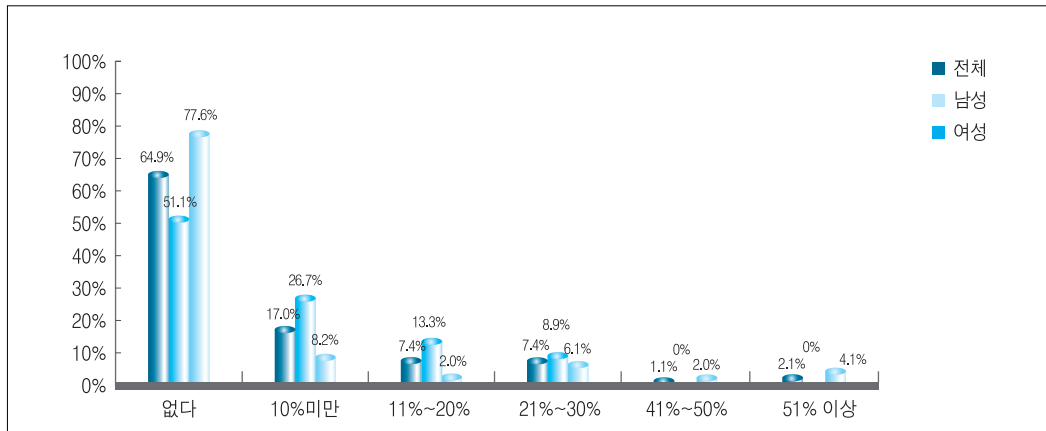


〈표 2-1-2-13〉 연령별 온라인 게임결제 방식

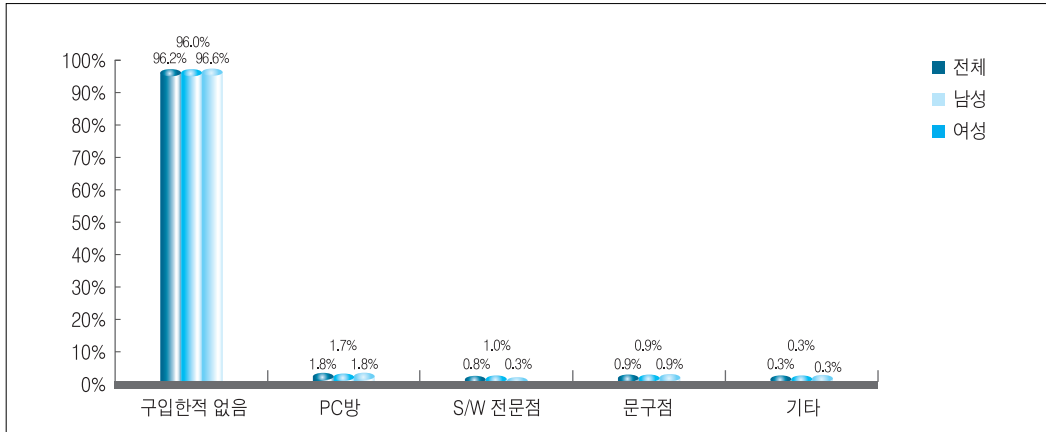
(단위 : %)

연령	신용카드	무통장 입금	계좌이체	핸드폰 과금	선불카드	기타	상품권/ 캐쉬백/ 전화	온라인 결제 안함
만9~14세	0.7	4.1	0.7	4.1	0	0	0.7	89.8
만15~19세	0.9	3.5	6.1	6.1	0.9	1.7	0.9	80
만20~24세	4.9	4.9	5.5	7.4	0	1.2	1.2	74.8
만25~29세	8.2	3.8	3.1	13.8	0	1.3	0	69.8
만30~34세	10	0.8	1.7	14.2	0	1.7	0	71.7
만35~39세	8.6	5.7	0	10	0	0	0	75.7
만40~44세	6	6	0	3	0	0	0	85.1
만45~49세	6.5	1.6	0	4.8	0	0	0	87.1

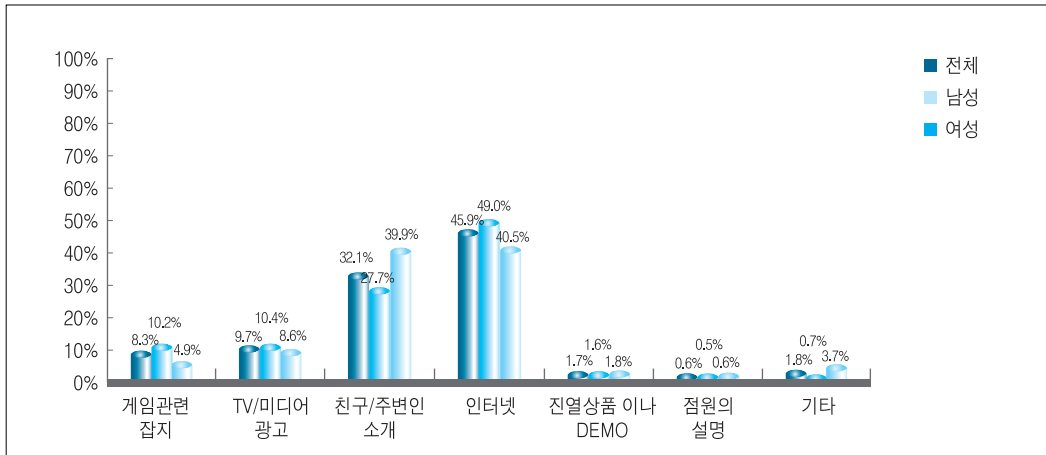
〈그림 2-1-2-27〉 온라인 게임이용비 중 선불카드가 차지하는 비중



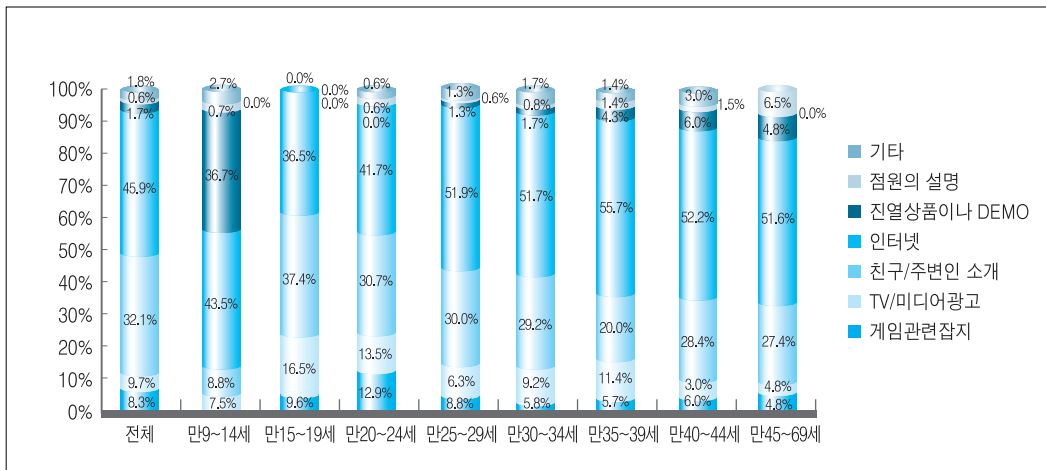
〈그림 2-1-2-28〉 온라인게임 선불카드 구입 장소



〈그림 2-1-2-29〉 성별 게임관련 정보를 얻는 곳



〈그림 2-1-2-30〉 게임관련 정보를 얻는 곳(연령별)



(3) 게임 구입 장소 및 불법복제, 아이템 현금거래

한편 게임에 관한 정보를 얻는 곳은 주로 ‘인터넷’(45.9%), ‘친구 주변인 소개’(32.1%)가 가장 주요한 것으로 나타났다.

게임(게임기/CD/DVD/롬팩)을 구입하는 장소를 조사한 결과 31.2%는 비디오게임을 구입한 적이 없다고 응답하였으며, 22.7%가 인터넷 통신판매라고 응답했고, 22.0%가 게임 S/W전문점, 17.1%가 대형마트 할인점을 이용하고 있는 것으로 나타났다.

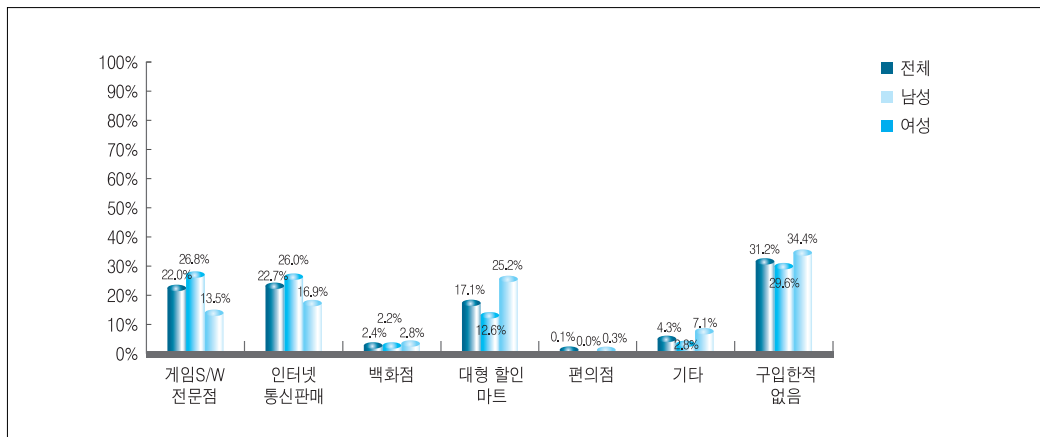
한편 아이템현금거래에 대해서는 전체의 39.9%가 잘 알고 있다고 응답했으며, 전혀 모르는 경우는 13.8%에 불과해 아이템현금거래 자체에 대한 인지도는 매우 높은 수준임을 알 수 있다. 특히 본격적으로 온라인게임을 즐기는 15~29세 연령층의 경우 잘 알고 있는 경우가 절반을 넘어서며, 전혀 모르고 있는 경우는 10%미만인 것으로 조사되었다. 그러나 실제 아이템현금거래를 해본 경우는 전체 게임이용자의 15% 수준으로 아직 활발하게 아이템현금거래가 전면적으로 이루어지고 있는 상황은 아닌 것으로 보인다. 아이템현금거래를 해 본 경우

실제 이용빈도는 1년에 1~2회 수준인 것으로 조사되었다. 남성이 여성보다 거래 경험이 더 많았으며, 연령별로는 10대 초반이 가장 많이 현금거래를 해본 것으로 나타났다. 현금거래를 한 경우 1회 평균 이용금액은 5,000원~10,000원 사이가 가장 많았으며, 10만원 이상 거래한 경우도 10%를 넘었다.

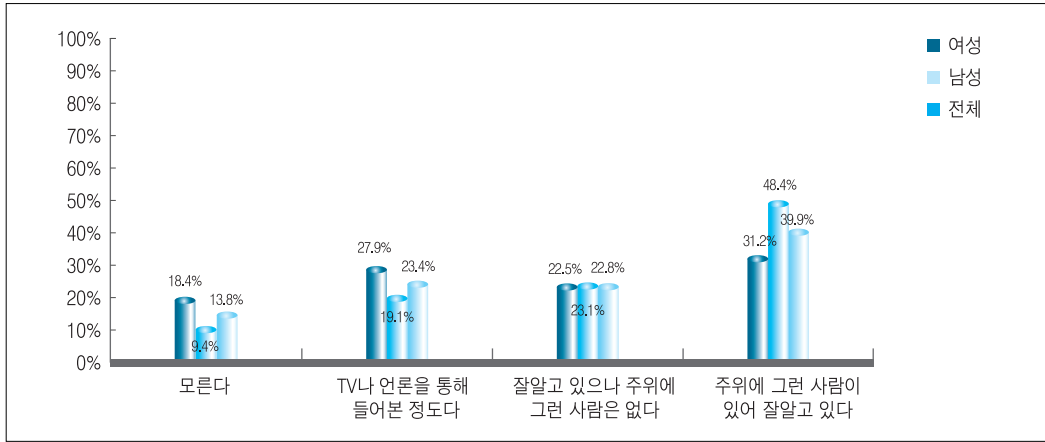
주로 이용하는 아이템 거래 방식으로는 ‘아이템거래사이트’를 이용하는 경우가 가장 많았고, 사례수가 작아 일반화하기에는 무리가 있지만 여성의 경우에는 게임커뮤니티를 통해서 거래하는 비중도 상당했다.

아이템현금거래에 대한 의견은 엄격한 등급 심의로 청소년 접근을 제한해야한다는 응답이 33%로 가장 많았으나 근소한 차이로 이용자 자신의 문제로 간섭 말아야 한다는 응답(30.3%) 비중도 높아 전면금지보다는 룰을 만들어 놓고 인정해야 한다는 의견과 아이템은 개인의 자산이므로 자율에 맡겨야 한다는 견해가 쟁점이 되고 있다. 특히 게임이용이 많은 남성과 저연령층의 경우 개인의 문제로 자율에 맡겨야 한다는 응답비중이 높다.

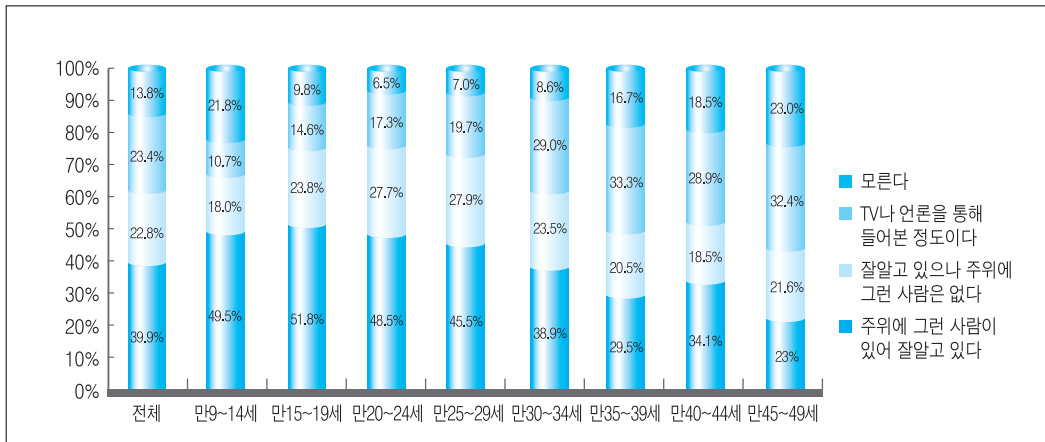
〈그림 2-1-2-31〉 게임 구입 장소



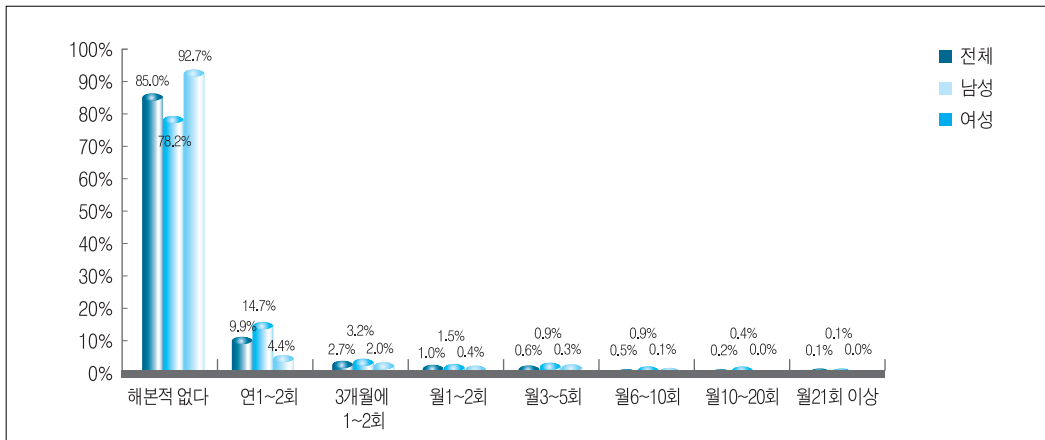
〈그림 2-1-2-32〉 성별 아이템 현금거래 인지여부



〈그림 2-1-2-33〉 연령별 아이템 현금거래 인지여부



〈그림 2-1-2-34〉 성별 아이템 현금거래 경험

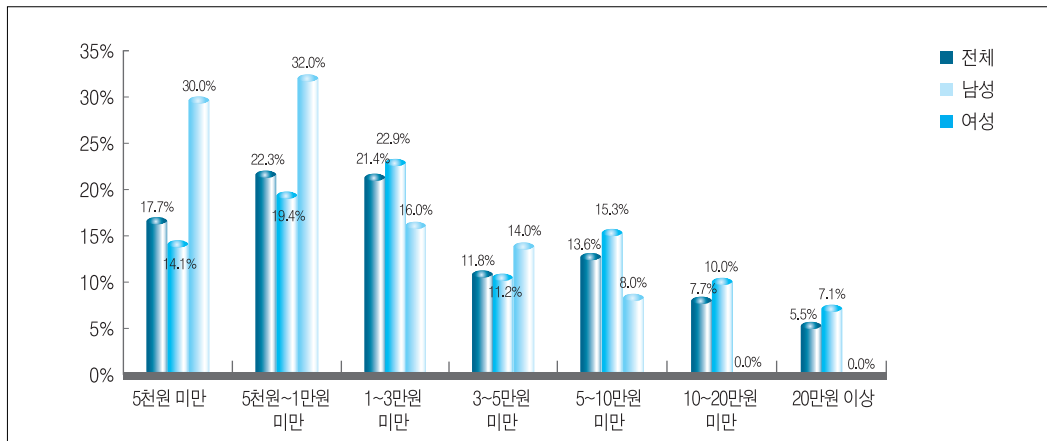


〈표 2-1-2-14〉 연령별 아이템현금거래 경험

(단위 : %)

	해본적 없다	연1~2회	3개월에 1~2회	월1~2회	월3~5회	월6~10회	월10~20회	월21회 이상
전체	85	9.9	2.7	1	0.6	0.5	0.2	0.1
만9~14세	75.8	15.5	4.3	2.5	1.2	0.6	0	0
만15~19세	79.7	12.8	2.7	1.4	1.4	0.7	0.7	0.7
만20~24세	77.8	15.3	3.7	0.5	0.5	1.9	0.5	0
만25~29세	81.5	12.8	2.6	1.3	0.9	0.4	0.4	0
만30~34세	91.1	6.4	2.5	0	0	0	0	0
만35~39세	89.7	6.3	3.4	0.6	0	0	0	0
만40~44세	91.9	5.2	1.2	0.6	0.6	0.6	0	0
만45~49세	93.3	3.7	0.6	1.8	0.6	0	0	0

〈그림 2-1-2-35〉 성별 1회 평균 아이템거래 금액

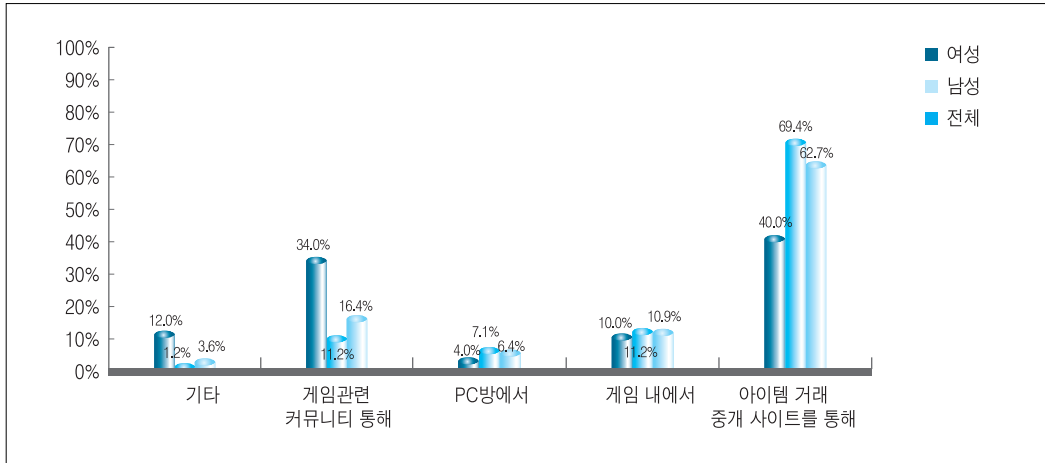


〈표 2-1-2-15〉 연령별 1회 평균 아이템 현금거래 금액

(단위 : %)

	5천원 미만	5천원 ~ 1만원 미만	1~3만원 미만	3~5만원 미만	5~10만원 미만	10~20만원 미만	20만원 이상
전체	17.7	22.3	21.4	11.8	13.6	7.7	5.5
만9~14세	23.1	25.6	35.9	5.1	5.1	5.1	0.0
만15~19세	16.7	30.0	16.7	10.0	20.0	3.3	3.3
만20~24세	8.3	14.6	25.0	14.6	12.5	16.7	8.3
만25~29세	11.9	19.0	19.0	16.7	16.7	9.5	7.1
만30~34세	22.2	22.2	11.1	22.2	22.2	0.0	0.0
만35~39세	33.3	16.7	16.7	5.6	16.7	5.6	5.6
만40~44세	21.4	28.6	14.3	7.1	7.1	0.0	21.4
만45~49세	27.3	36.4	9.1	9.1	9.1	9.1	0.0

〈그림 2-1-2-36〉 성별 주로 이용하는 아이템 거래 방식

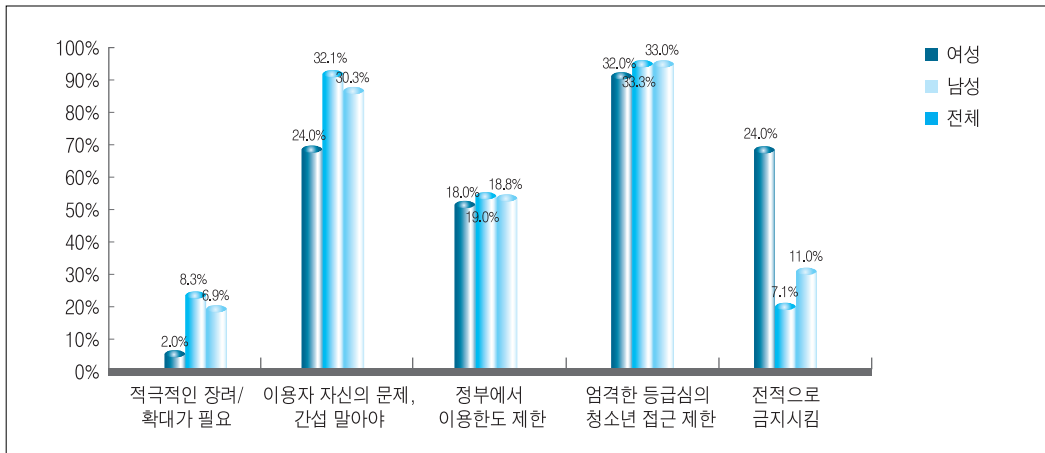


〈표 2-1-2-16〉 연령별 주로 이용하는 아이템현금 거래 방식

(단위 : %)

	아이템 거래 중개 사이트를 통해	게임 내에서	PC방에서	게임관련 커뮤니티 통해	기타
전체	62.7	10.9	6.4	16.4	3.6
만9~14세	69.2	5.1	2.6	17.9	5.1
만15~19세	73.3	6.7	6.7	13.3	0
만20~24세	64.6	10.4	8.3	14.6	2.1
만25~29세	73.8	2.4	9.5	11.9	2.4
만30~34세	61.1	11.1	5.6	22.2	0
만35~39세	38.9	38.9	5.6	11.1	5.6
만40~44세	57.1	14.3	7.1	21.4	0
만45~49세	9.1	27.3	0	36.4	27.3

〈그림 2-1-2-37〉 성별 아이템현금거래에 대한 견해



4. 게임 구입 개수

플랫폼별 게임이용 정도를 살펴보면, 우선 아케이드게임장의 한 달 이용횟수는 1.7회로 타 게임에 비해 매우 이용빈도가 적은 것으로 나타났다. 1년 동안 이용하는 온라인게임의 개수는 외산 2.1개, 국산이 3.7개로 전반적으로 외산게임이용률이 국산 게임 이용률의 50%이상을 차지하고 있는 셈으로 외산게임의 점유율이 점차 높아지고 있음을 짐작해 볼 수 있다. 국산게임을 가장 많이 이용하는 연령층은 9~14세이고, 15~19세의 경우에는 외산게임이용이 가장 많다.

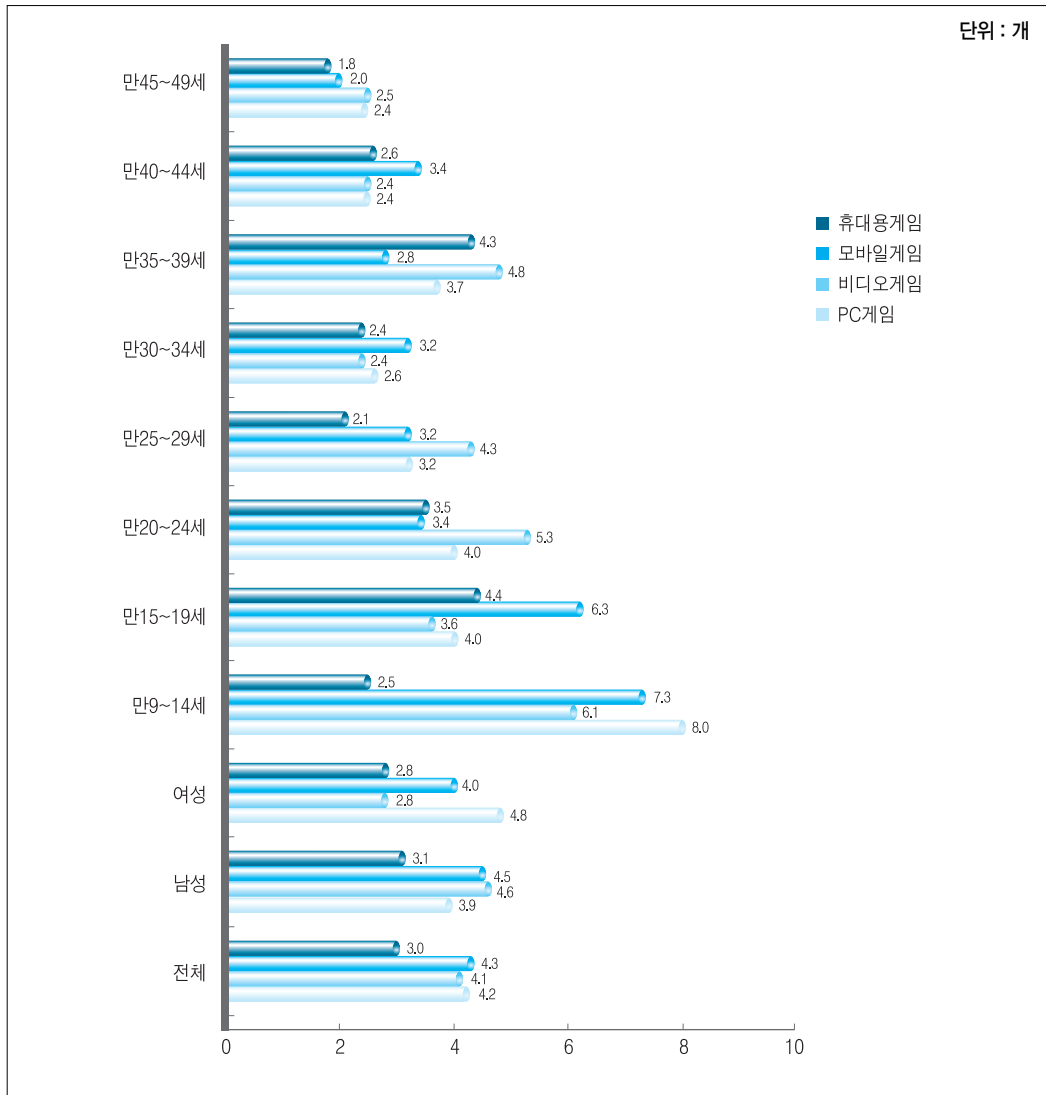
게임전용폰으로 게임을 이용하는 경우 1주일 평균 이용시간은 3.9시간으로 조사 되었다. 10대의 저연령층의 경우 휴대폰 보급률이 낮아 모바일 게임이용 빈도가 적은 반면 25~29세가 게임전용폰을 이용한 주당 게임시간이 가장 길었다.

플랫폼별 연간 게임구입갯수를 살펴보면 모바일게임이 4.3개로 가장 많고, PC게임이 4.2개, 비디오 게임이 4.1개, 휴대용게임이 3.0개의 순이다. 연령별로는 9~14세의 경우가 휴대용게임을 제외한 다른 게임을 가장 많이 구매하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 PC게임의 경우 8.0개를 구입한 것으로 조사되었다. 플랫폼

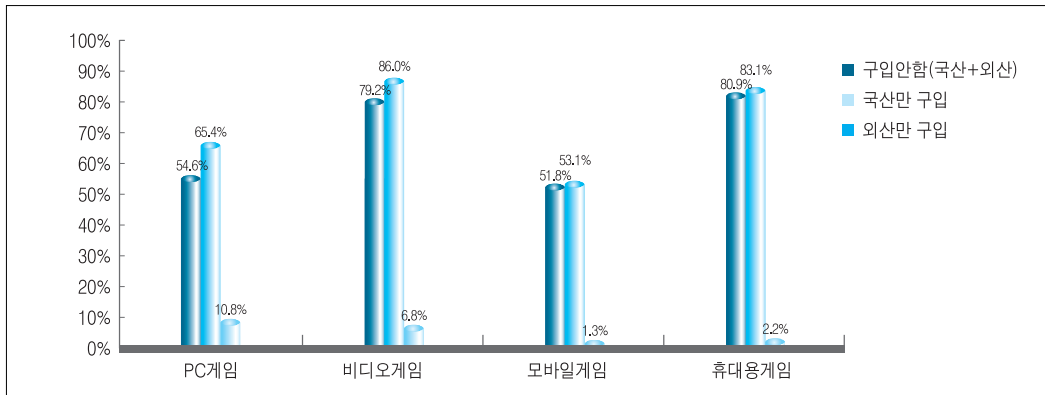
별로 지난 1년간 소프트웨어를 구매하여 사용한 비중을 비교해 보면 51.8%가 소프트웨어 구입경험이 없는것으로 조사되었으며, 구입자중 1.3%만이 외산 게임을 구매해 외산게임구매 비중도 가장 낮았다.

반면 PC게임의 경우는 소프트웨어를 구매해서 사용하지않는 경우가 54.6%였던 반면 외산 게임 구입비중이 10.8%로 타 플랫폼에 비해 높았다. 비디오게임 소프트웨어를 구입한 비율은 20.8% 였으며, 이중 외산 게임의 비중은 6.8% 였다. 휴대용게임은 소프트웨어를 구입하지 않고 이용하는 경우가 가장 많은 플랫폼으로 휴대용게임으로 전체 80.9%가 구입하지 않고 게임을 이용하는 것으로 조사 되었다. 1년간 소프트웨어 구매비율이 의미하는 바는 이용빈도가 유사하다고 전제 했을 때 첫째 하나의 게임의 이용주기와 둘째 불법복제율이다. 빈번하게 소프트웨어를 구입해야 하는 플랫폼의 경우는 우선 게임의 수명주기가 짧고 소프트웨어의 복제가 어려운 것이고, 구입비중이 낮은 것은 소프트웨어 수명주기가 길거나 복제가 쉽다는 것을 의미한다. 따라서 휴대용게임기의 경우 게임 내용의 복잡성이 떨어짐에도 불구하고 이용률이 낮은 것은 소프트웨어의 복제가 그만큼 쉽다는 것을 의미한다.

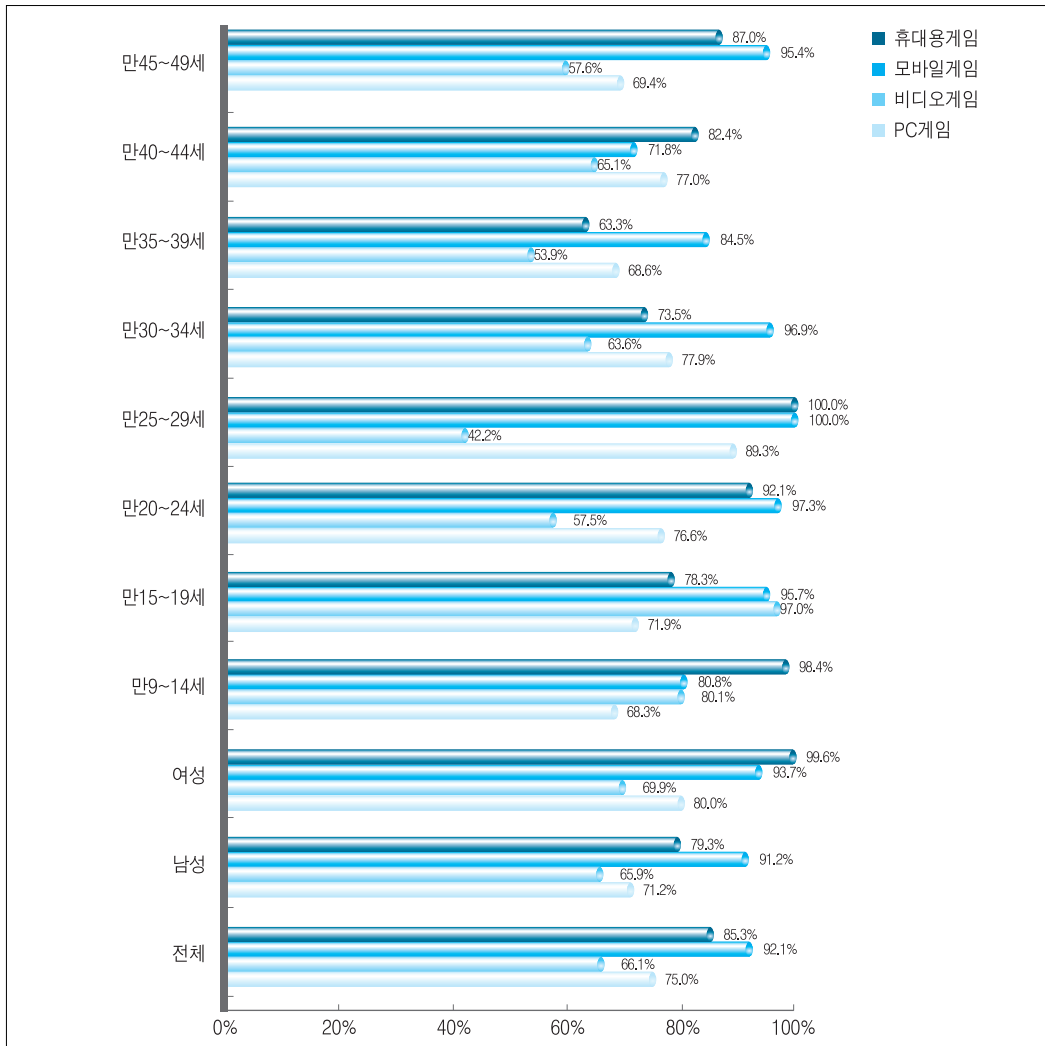
〈그림 2-1-2-38〉 플랫폼별 연간 게임구입 개수



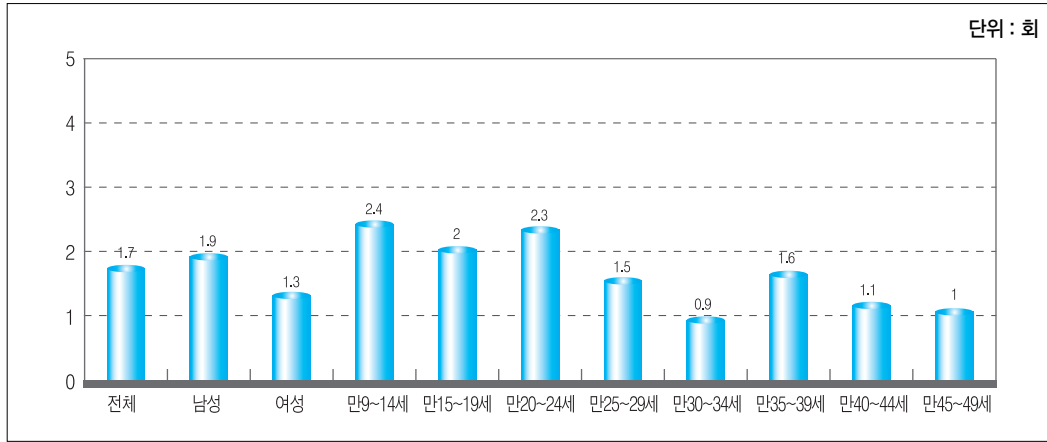
〈그림 2-1-2-39〉 게임구입 비중 및 게임산지 비율



〈그림 2-1-2-40〉 플랫폼별 구입게임의 국산비중



〈그림 2-1-2-41〉 한 달 평균 아케이드게임장 이용횟수



〈표 2-1-2-17〉 1년 동안 이용한 PC게임 개수(국산+외산)

(단위 : %, 개)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	904	54.6	24.1	9.4	5.8	1.3	1.3	3.4	100	4.2
남성	578	52.2	26.5	9.9	6.2	1.4	1	2.8	100	3.92
여성	326	58.9	19.9	8.6	4.9	1.2	1.8	4.6	100	4.75

〈표 2-1-2-18〉 1년 동안 이용한 비디오게임 개수(국산+외산)

(단위 : %, 개)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	904	79.2	9.6	5.3	3.1	0.7	0.8	1.3	100	4.13
남성	578	75.3	10.2	6.2	4.7	0.9	1	1.7	100	4.55
여성	326	86.2	8.6	3.7	0.3	0.3	0.3	0.6	100	2.82

〈표 2-1-2-19〉 1년 동안 이용한 온라인게임 개수(외산)

(단위 : %, 개)

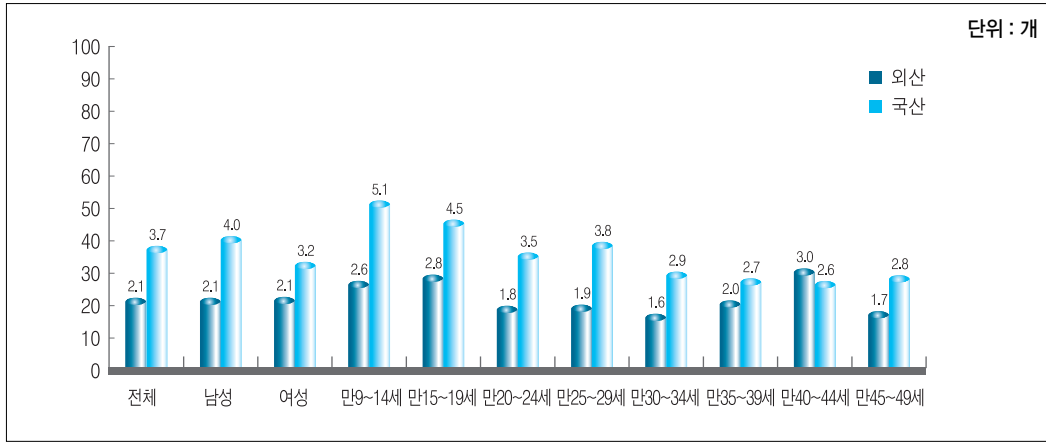
	사례수	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	잘모름	계	평균 (개)
전체	391	73.7	12.3	7.9	1	5.1	100	2.1
남성	275	77.1	11.3	8	1.1	2.5	100	2.1
여성	116	65.5	14.7	7.8	0.9	11.2	100	2.1

〈표 2-1-2-20〉 1년 동안 이용한 온라인 게임 개수(국산)

(단위 : %, 개)

	사례수	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	잘모름	계	평균 (개)
전체	819	48.6	25.4	19.5	4	2.4	100	3.7
남성	524	46.6	26.7	20.4	5	1.3	100	4
여성	295	52.2	23.1	18	2.4	4.4	100	3.2

〈그림 2-1-2-42〉 연간 온라인게임 이용 개수

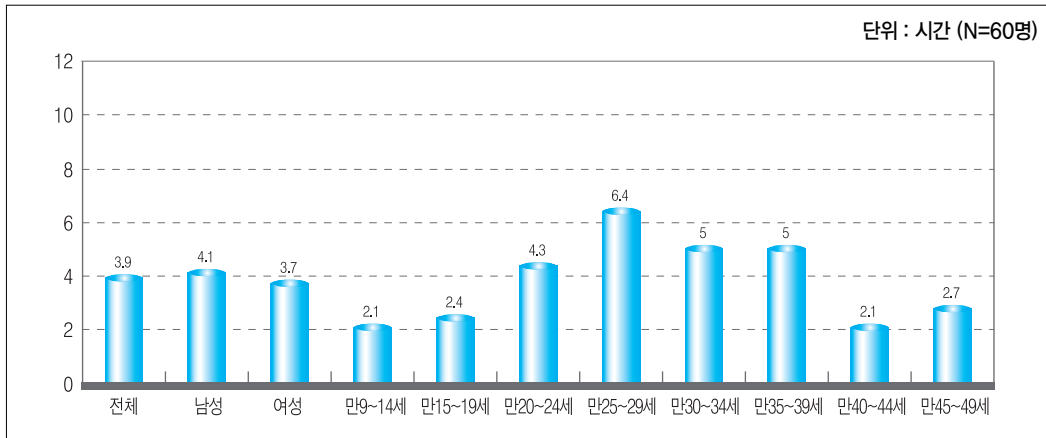


〈표 2-1-2-21〉 1년 동안 다운로드한 모바일게임 개수(국산+외산)

(단위: %, 개)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	구입자 평균(개수)
전체	904	51.8	24.4	12.4	6.2	0.7	1.2	3.3	100	4.29
남성	578	50.3	23.2	14	7.1	0.9	1.4	3.1	100	4.45
여성	326	54.3	26.7	9.5	4.6	0.3	0.9	3.7	100	3.99

〈그림 2-1-2-43〉 1주일 평균 게임전용폰 게임이용시간



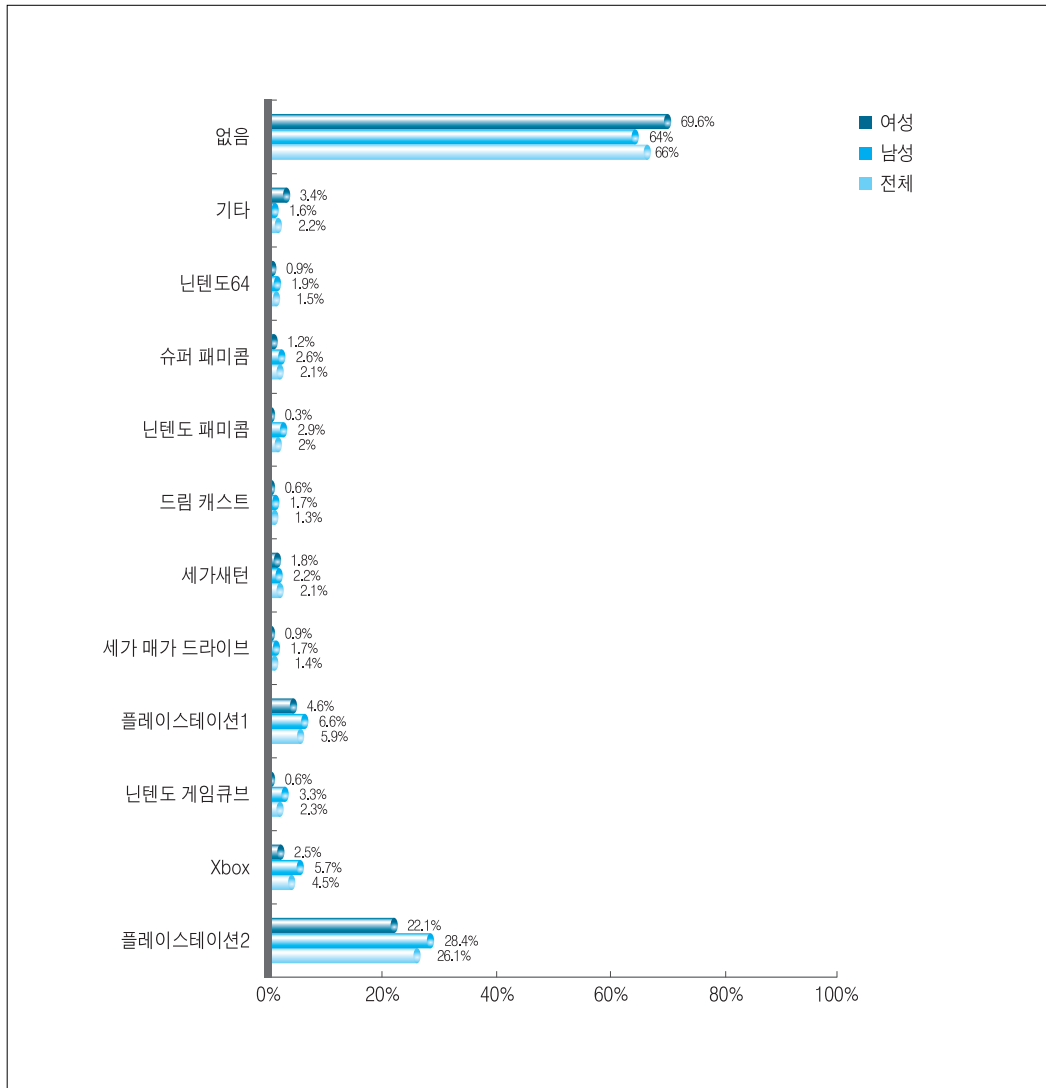
5. 게임전용기기 이용 실태

(1) 비디오게임기

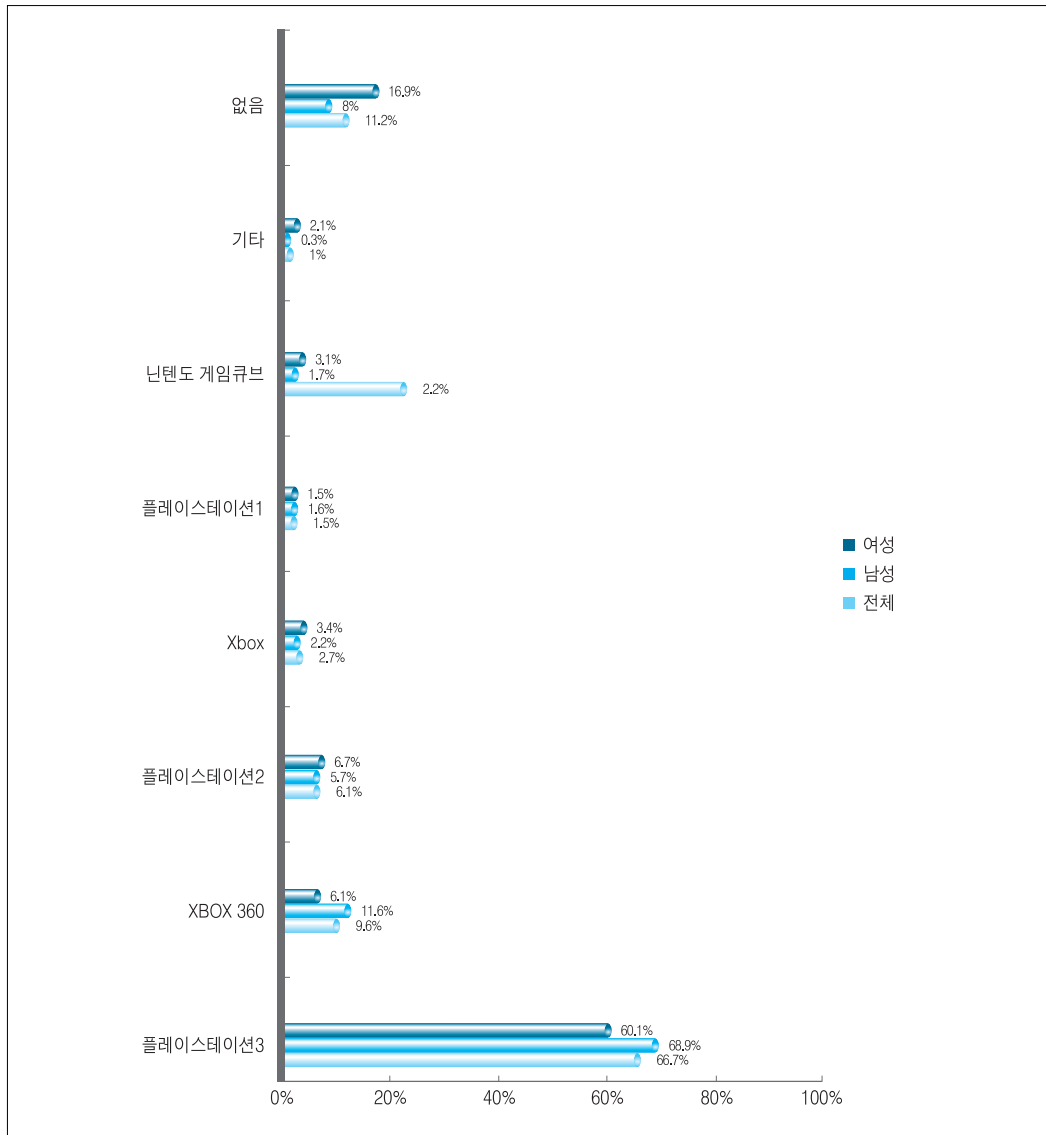
현재 보유하고 있는 비디오게임기의 종류를 조사한 결과 '플레이스테이션2'가 26.1%로 가장 많았고 이는 전년대비 보유율이 10% 이상

증가한 것이다. 그 다음으로는 '플레이스테이션'이 5.9%, 'Xbox' 4.5%의 순이었다. 한편 앞으로 구입하고 싶은 게임기는 '플레이스테이션3'로 66.7%가 구매를 희망하는 것으로 조사되었다. 그 외에는 'Xbox360' 9.6%, '플레이스테이션2' 6.1%의 순이었다.

〈그림 2-1-2-44〉 현재 보유하고 있는 비디오 게임기



〈그림 2-1-2-45〉 향후 구입하고 싶은 비디오게임기

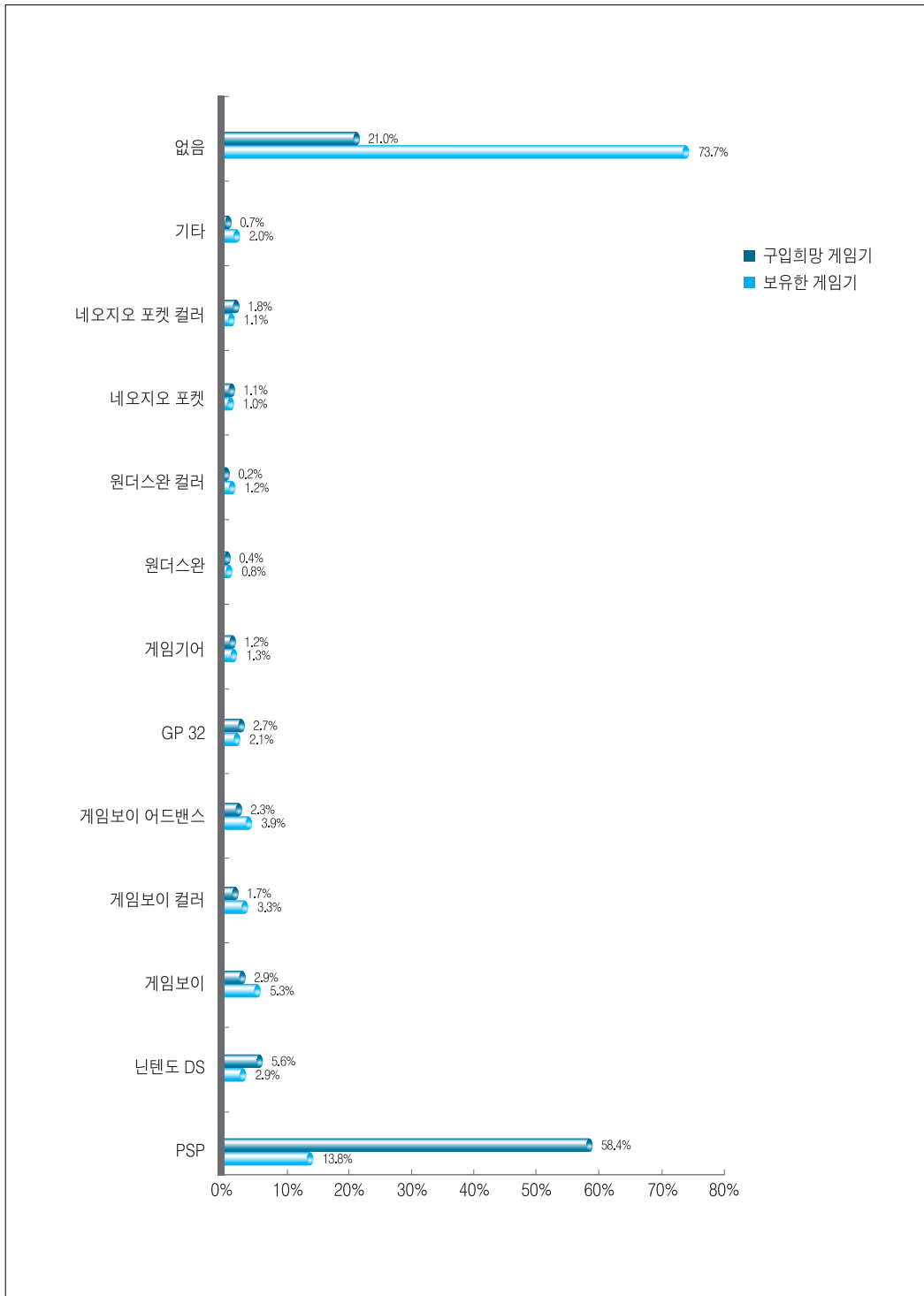


(2) 휴대용 게임기

휴대용 게임기 보유현황은 역시 'PSP' 를 보유하고 있다는 응답이 13.8%로 가장 많았으며, 다음으로는 '게임보이', '게임보이 어드밴스'

가 각각 5.3%, 3.9%로 뒤를 잇고 있다. 향후 구매의사 역시 'PSP' 가 58.4%로 가장 높았으며, 다음은 '닌텐도 DS' 로 5.6%가 구매를 희망하는 것으로 조사되었다.

〈그림 2-1-2-46〉 현재 보유한 휴대용 게임기 및 구매희망 휴대용 게임기



제3절 게임에 대한 견해

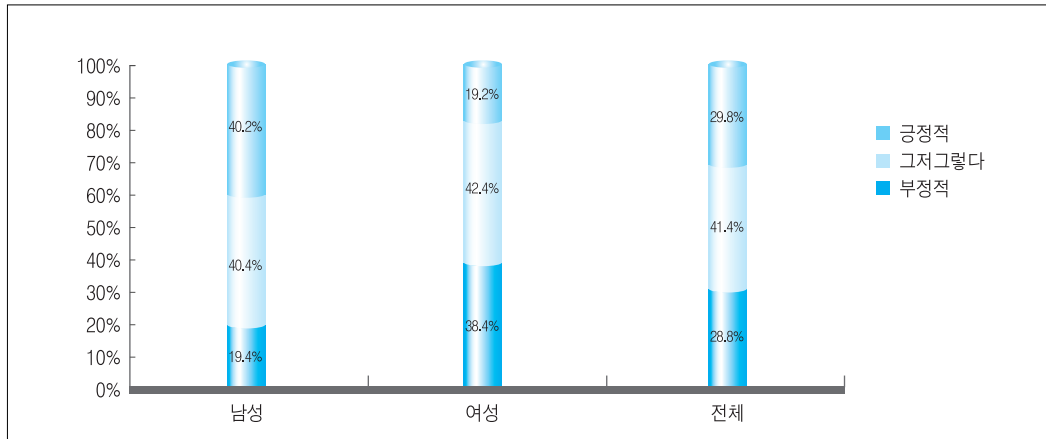
1. 게임에 대한 일반적인 견해

게임에 대한 인상이 어떠한지를 조사한 결과 부정적이라는 응답이 28.8%, 긍정적이라는 응답이 29.8%로 아주 근소하나 긍정적인 응답이 우세했다. 물론 성별로는 게임을 적게 이용하는 여성의 경우 남성에 비해 부정적이라는 응답비중이 높았다. 연령별로도 게임 접촉빈도가 높은

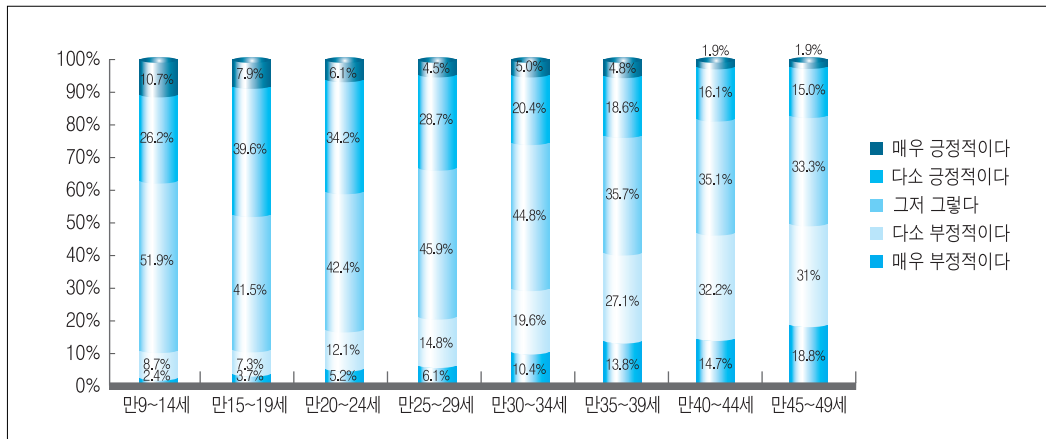
저연령층으로 갈수록 게임에 대한 긍정적인 의식이 강한 반면 연령이 높아질수록 게임에 대해 부정적인 응답이 증가하고 있다.

또한 문화콘텐츠로서 게임의 이미지는 긍정적(16.5%)이라기보다는 부정적(31.5%)인 경향이 강한 것으로 나타났다. 반면 향후 성장가능성(46.4%)은 매우 높은 것으로 보고 있었다.

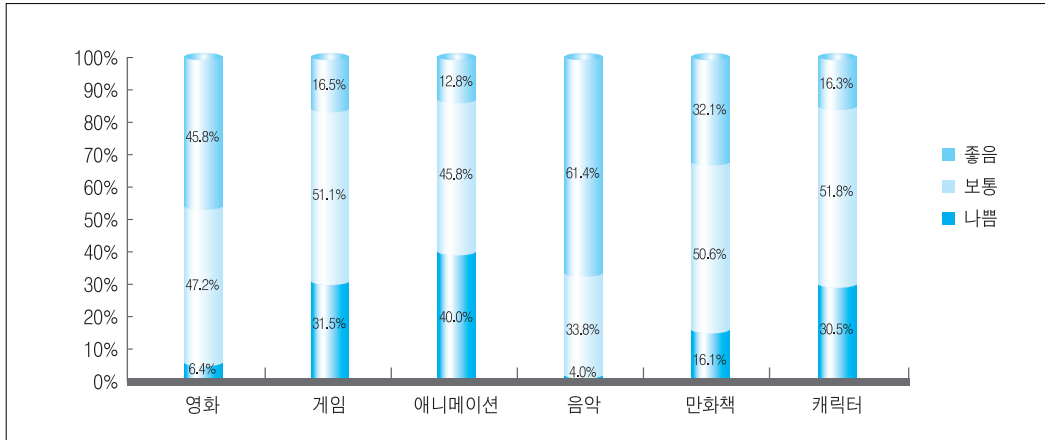
〈그림 2-1-3-01〉 성별 게임에 대한 견해



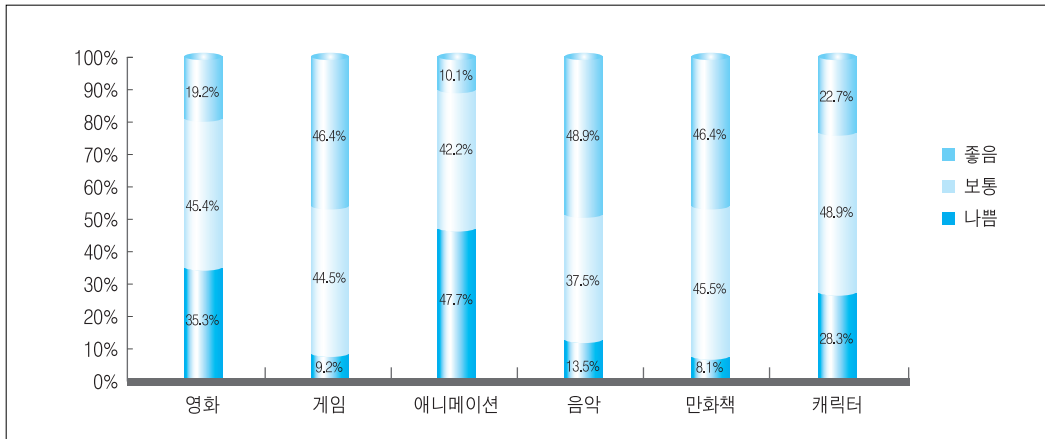
〈그림 2-1-3-02〉 연령별 게임에 대한 견해



〈그림 2-1-3-03〉 문화콘텐츠별 호감도



〈그림 2-1-3-04〉 한국 문화콘텐츠별 향후 성장가능성



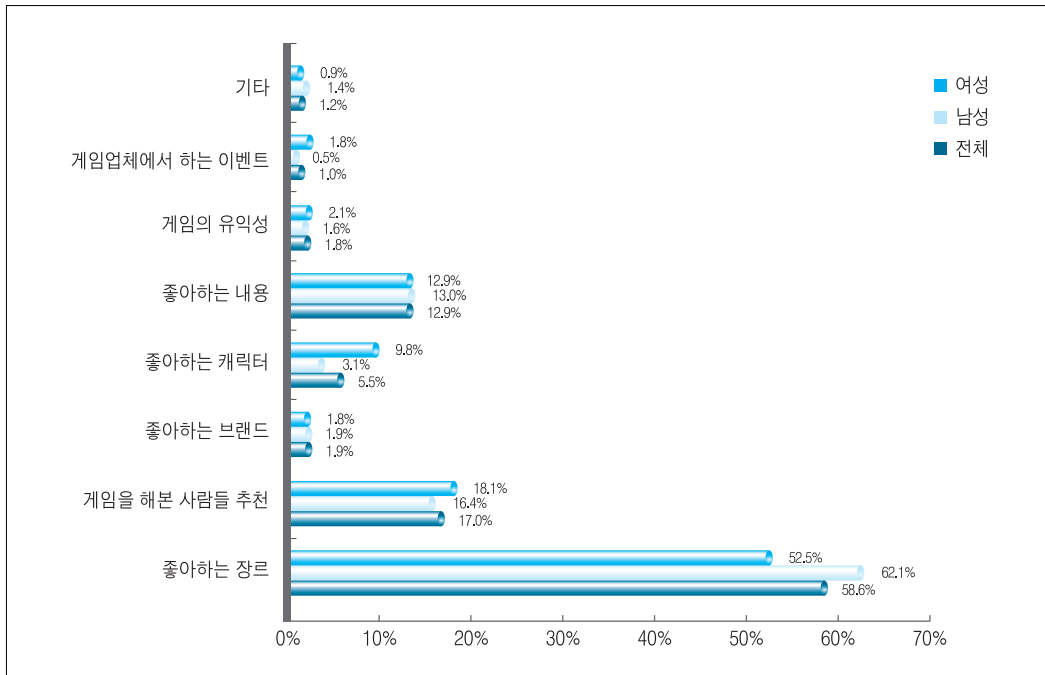
2. 게임선택 결정요소 및 불만사항

(1) 게임선택 결정요소 및 향후 개발 희망게임 장르

게임이용자의 58.6%가 게임을 선택하는 주

요 요인으로 ‘좋아하는 장르’를 꼽았으며, 17.0%가 ‘게임을 해 본 사람들의 추천’, 12.9%가 ‘좋아하는 내용’이라고 응답했다. 한편 여성의 경우에는 ‘좋아하는 캐릭터’의 비중도 9.8%로 상대적으로 높았다.

〈그림 2-1-3-05〉 성별 게임을 선택하는 이유



〈표 2-1-3-01〉 연령별 게임을 선택하는 이유

(단위 : %)

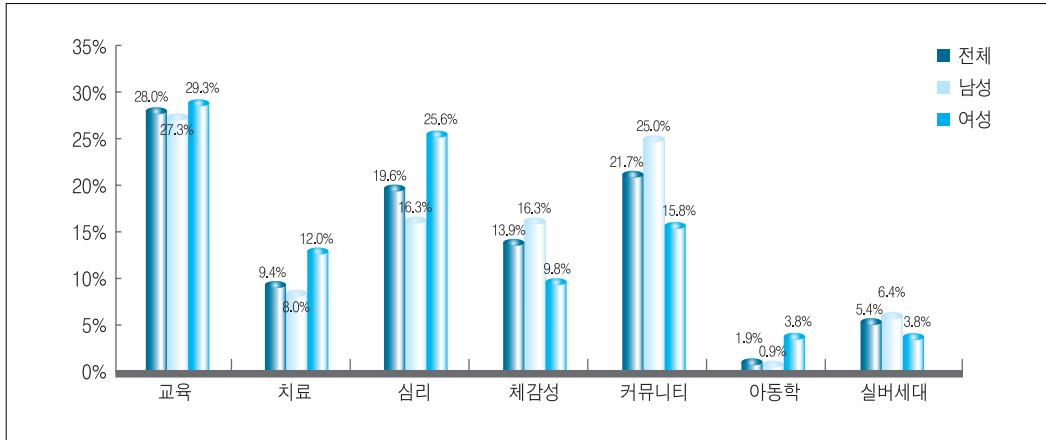
	좋아하는 장르	게임을 해본 사람들 추천	좋아하는 브랜드	좋아하는 캐릭터	좋아하는 내용	게임의 유익성	게임업체에서 하는 이벤트	기타
전체	58.6	17.0	1.9	5.5	12.9	1.8	1.0	1.2
만9~14세	54.4	20.4	0.0	7.5	13.6	2.0	0.7	1.4
만15~19세	63.5	10.4	1.7	9.6	11.3	1.7	0.0	1.7
만20~24세	65.0	13.5	2.5	4.9	11.7	0.6	0.6	1.2
만25~29세	50.0	26.9	2.5	5.0	13.8	0.6	0.6	0.6
만30~34세	61.7	12.5	0.0	7.5	15.0	0.8	0.8	1.7
만35~39세	57.1	20.0	1.4	1.4	14.3	2.9	2.9	0.0
만40~44세	71.6	14.9	0.0	3.0	3.0	3.0	1.5	3.0
만45~49세	46.8	12.9	9.7	0.0	21.0	6.5	3.2	0.0

(2) 개발희망 게임장르 및 게임요소별 중요도에 관한 견해

게임과 결합되기를 희망하는 분야로는 교육의 비중이 28%로 가장 높았고, 커뮤니티, 심리의 순으로 선호가 많았다. 희망분야에 대한 성별 선호차이가 크게 드러났는데 여성의 경우에는 ‘교

육’ (29.3%), ‘심리’ (25.6%)의 순이었던 반면 남성은 ‘교육’ (27.3%), ‘커뮤니티’ (25%),의 순으로 선호를 보였다. 연령별로는 게임이 하나의 포래 문화를 형성한 15~19세와 20~24세의 경우 ‘커뮤니티’에 대한 선호가 각각 26.3%, 25.6%로 가장 높았고, 다음으로는 ‘체감성’의 선호가 높았

〈그림 2-1-3-06〉 성별 게임과 결합되기를 희망하는 분야



〈표 2-1-3-02〉 연령별 게임과 결합되기를 희망하는 분야

(단위 : %)

	교육	치료	심리	체감성	커뮤니티	아동학	실버세대
전체	28.0	9.4	19.6	13.9	21.7	1.9	5.4
만9~14세	30.7	5.7	21.4	11.4	24.3	2.9	3.6
만15~19세	21.9	7.9	21.9	16.7	26.3	0.9	4.4
만20~24세	18.8	11.9	18.8	20.6	25.6	1.9	2.5
만25~29세	26.1	8.9	17.8	15.9	25.5	0.6	5.1
만30~34세	35.0	10.3	19.7	12.8	16.2	0.9	5.1
만35~39세	28.6	12.9	17.1	8.6	21.4	4.3	7.1
만40~44세	39.4	10.6	18.2	12.1	6.1	6.1	7.6
만45~49세	36.2	8.6	22.4	1.7	13.8	0.0	17.2

다. 반면 연령이 높아질수록 ‘교육’에 대한 선호가 현저히 높아지는 경향이 있다.

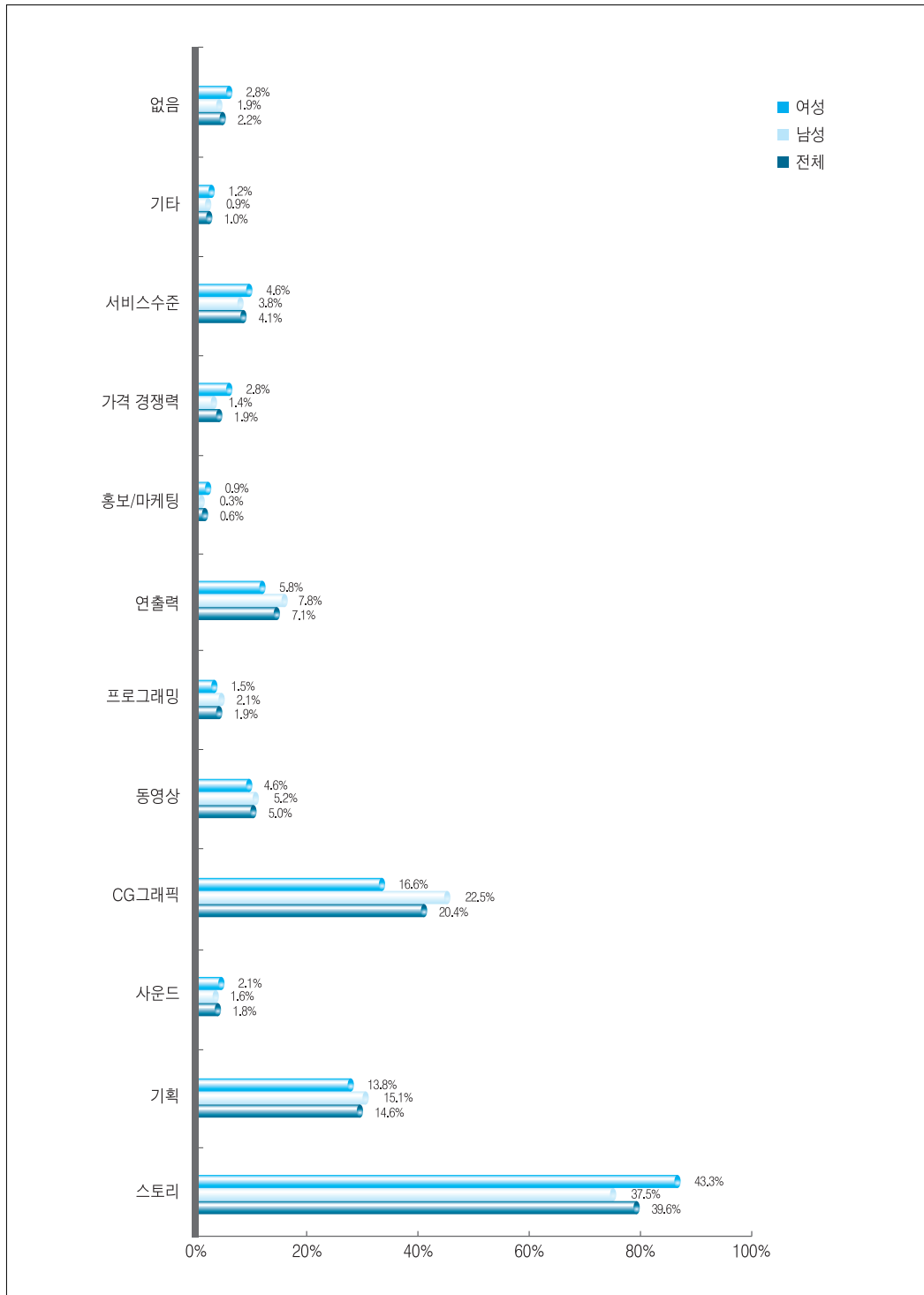
한편 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 부분에 대한 조사결과 작년 조사결과와 마찬가지로 ‘스토리’(39.6%)가 가장 중요한 요인 것으로 나타났다. 다음으로는 ‘CG그래픽’, ‘기획’이 각각 20.4%, 14.6%로 응답비중이 높았다. 이를 성별로 나누어 보면 큰 통계적 차이는 없으나 전반적으로 남성이 여성에 비해 ‘CG그래픽’에 다소 민감하고 여성이 ‘스토리’를 중요하

게 여기는 것으로 나타났다.

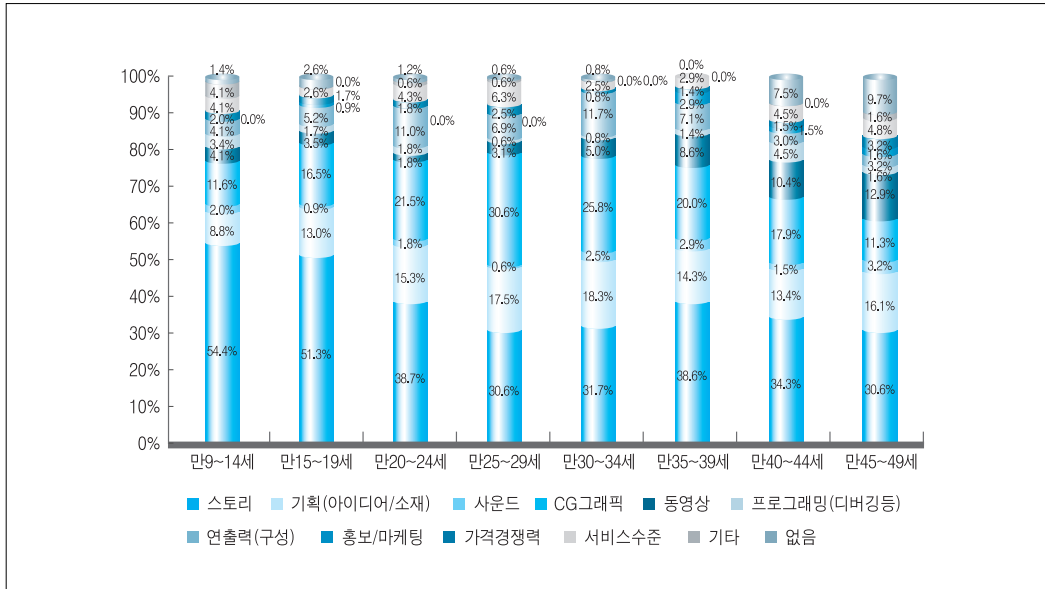
연령별로는 연령이 높아질수록 ‘스토리’의 비중이 낮아지는 한편 ‘동영상’의 비중이 높아지는 경향을 보이고 있다.

이는 연령별로 선호하는 장르가 다르기 때문인 것으로 볼 수 있는데 30세 이상의 경우 웹보드 게임을 주로 이용하기 때문에 생동감있는 동영상은 스토리보다 더욱 중요한 요소가 되는 것으로 해석가능하다.

〈그림 2-1-3-07〉 성별 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 요소



〈그림 2-1-3-08〉 연령별 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 요소(1순위)

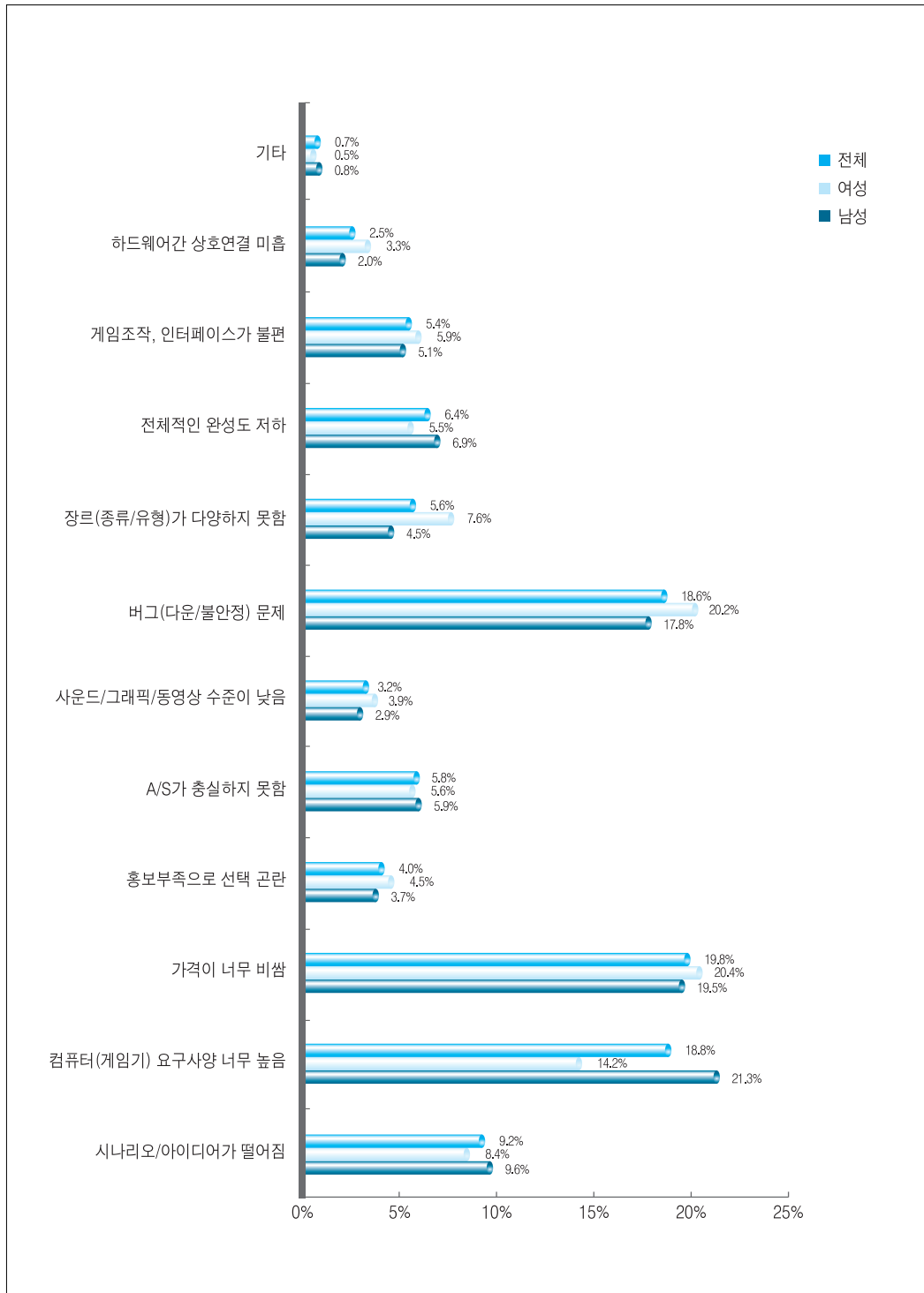


(3) 게임 이용 시 불만사항

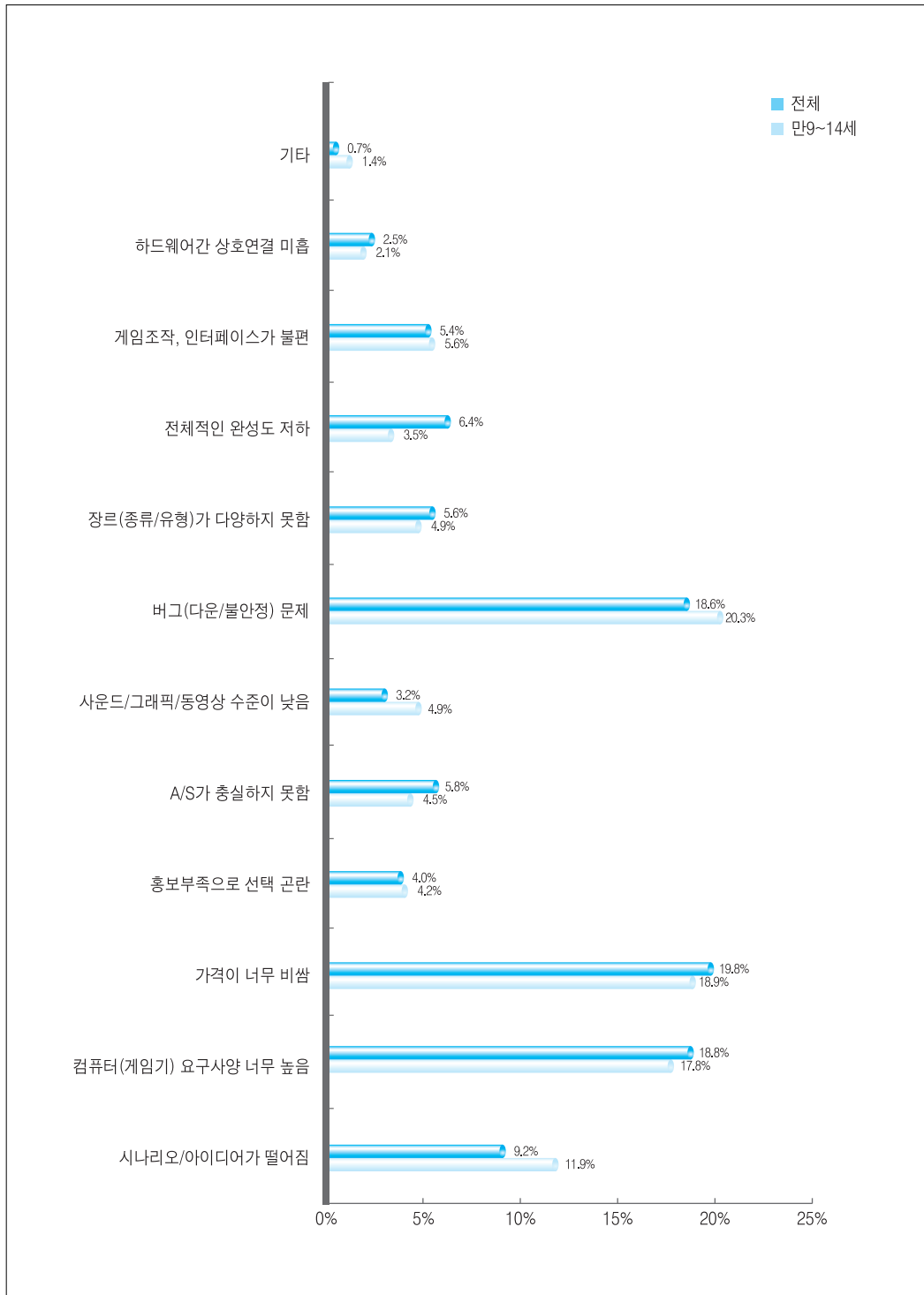
게임을 이용할 때 가장 큰 불만사항이 무엇인지를 조사한 결과 전체적으로 '가격이 너무 비쌌', '컴퓨터 요구사양이 너무 높음', '버그문제'에 대한 지적이 각각 19.8%, 18.8%, 18.6%

로 많았다. 성별응답 차는 거의 없는 반면 연령별로는 연령이 낮을수록 '컴퓨터 요구사양이 너무 크다'는 응답과 '버그문제'의 응답비중이 높은 반면 연령이 높을수록 '가격이 너무 비쌌'의 응답비중이 높았다.

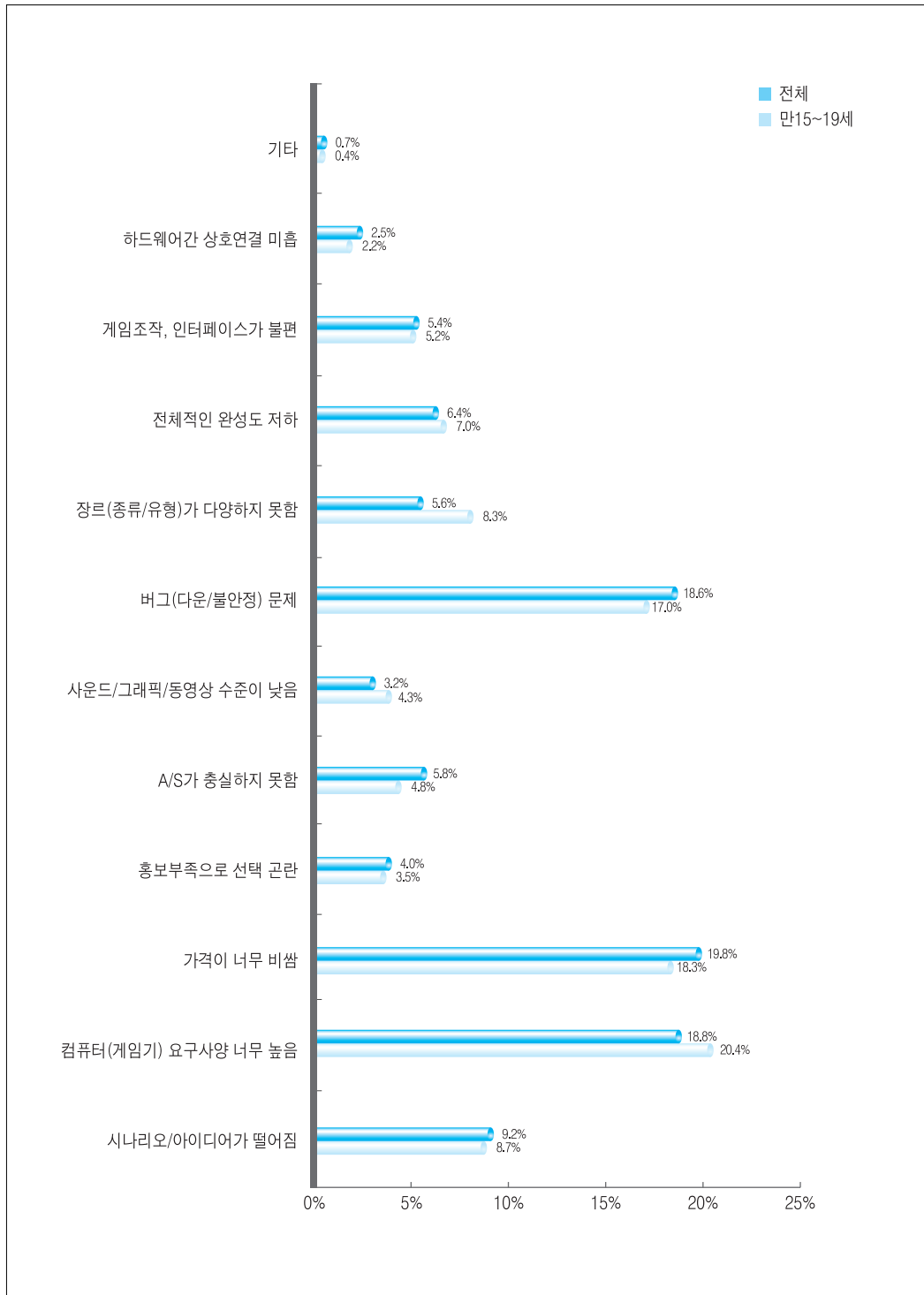
〈그림 2-1-3-09〉 성별 게임이용 시 불만사항(복수응답)



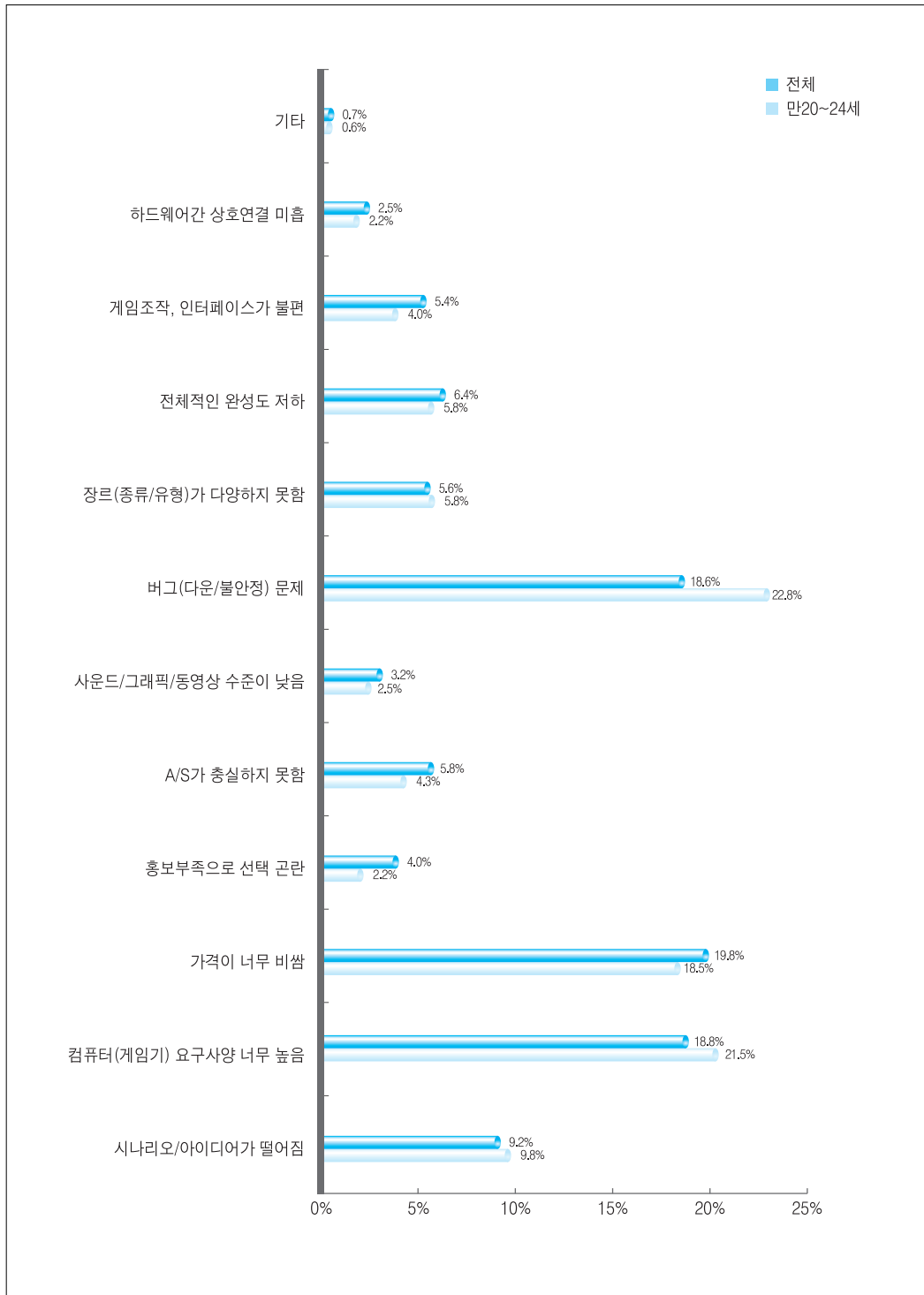
〈그림 2-1-3-10〉 9~14세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



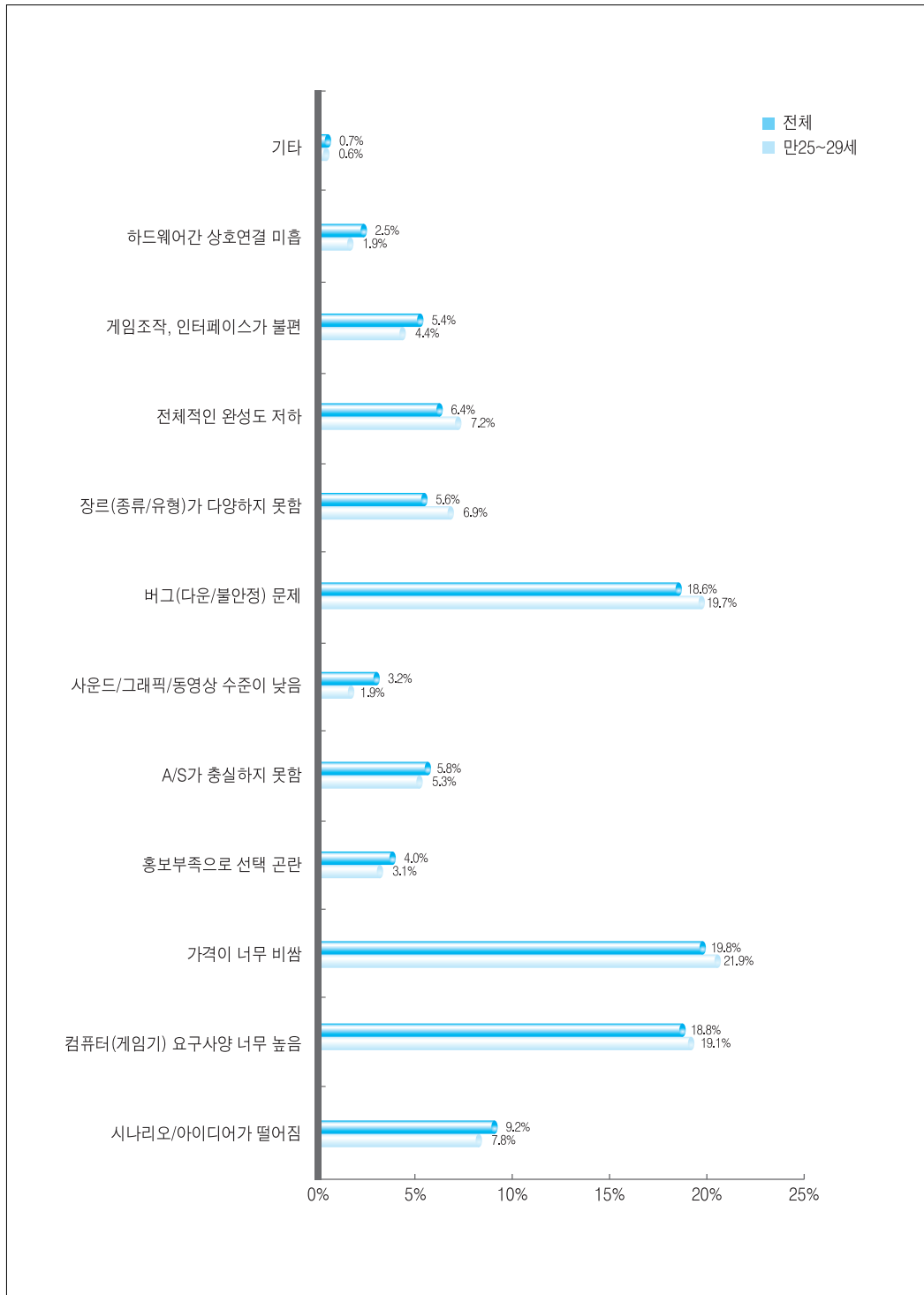
〈그림 2-1-3-11〉 15~19세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



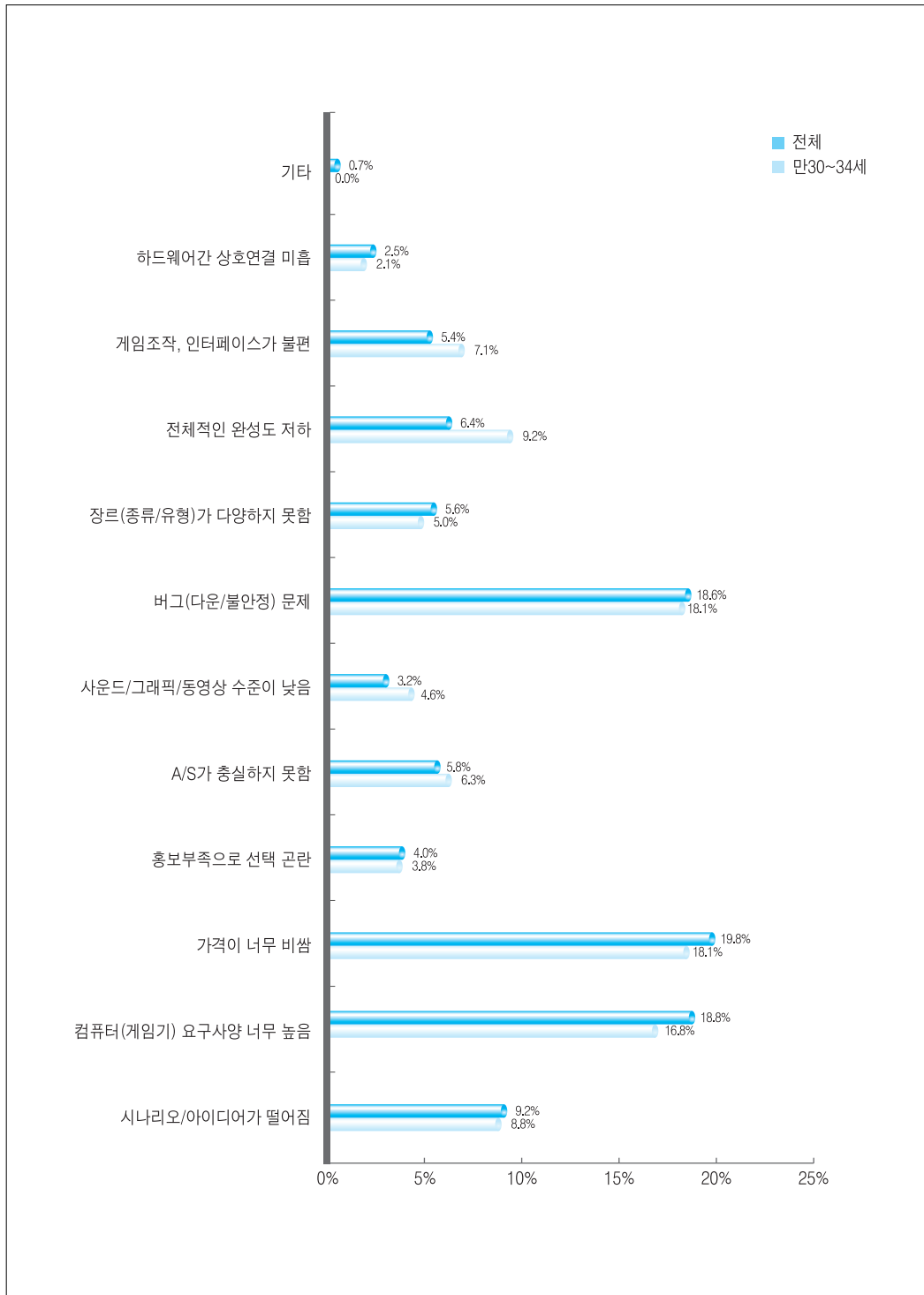
〈그림 2-1-3-12〉 20~24세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



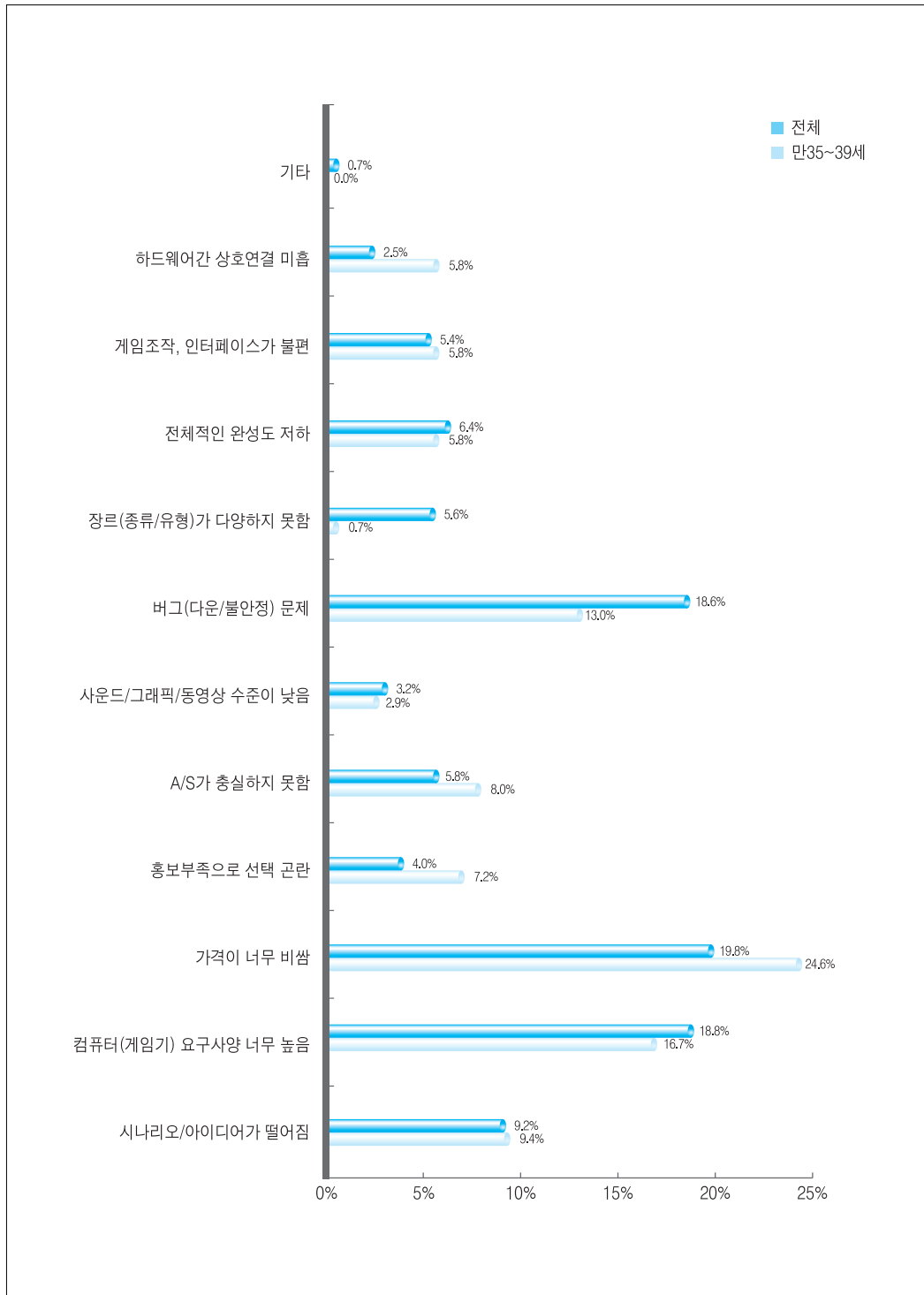
〈그림 2-1-3-13〉 25~29세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



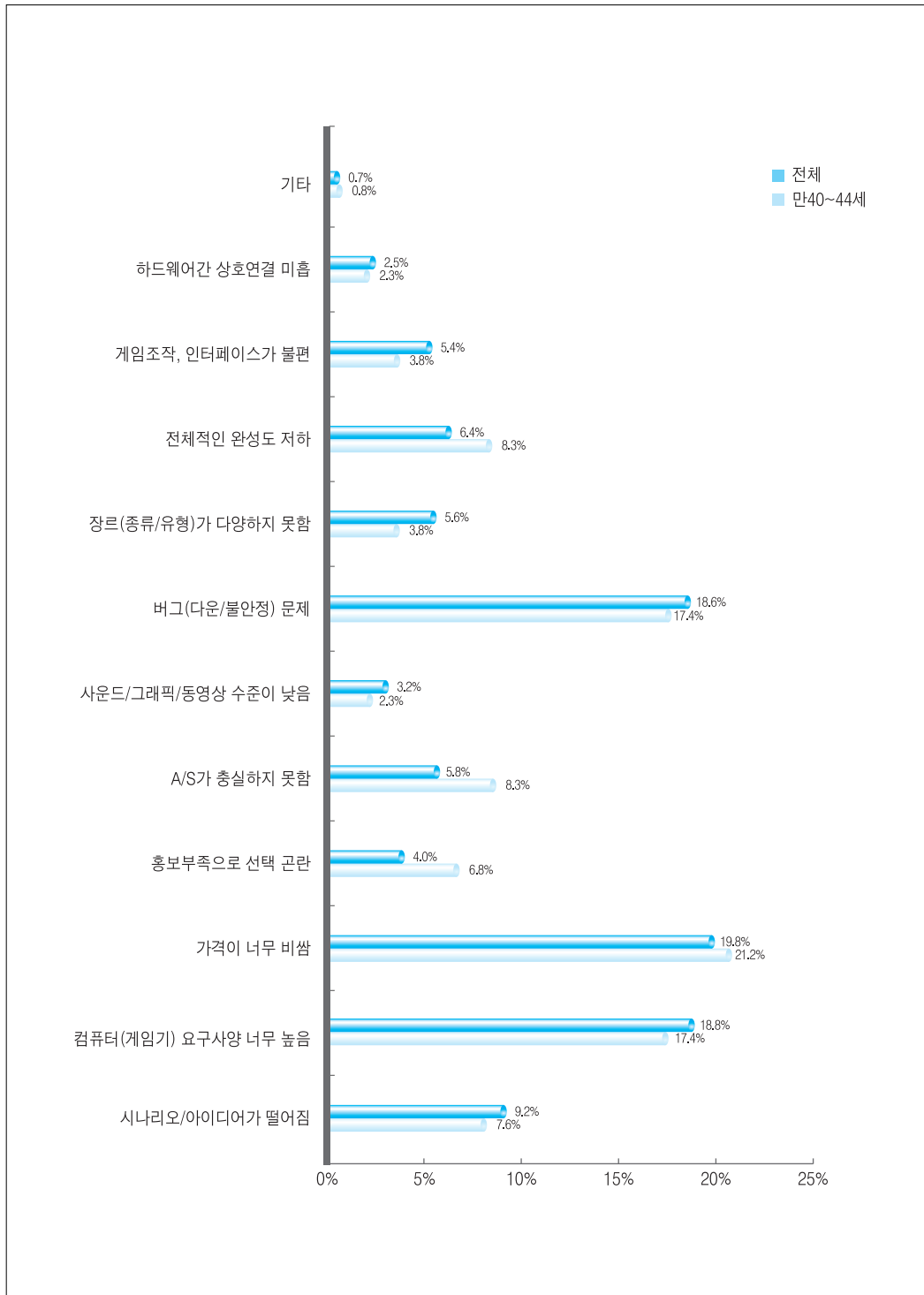
〈그림 2-1-3-14〉 30~34세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



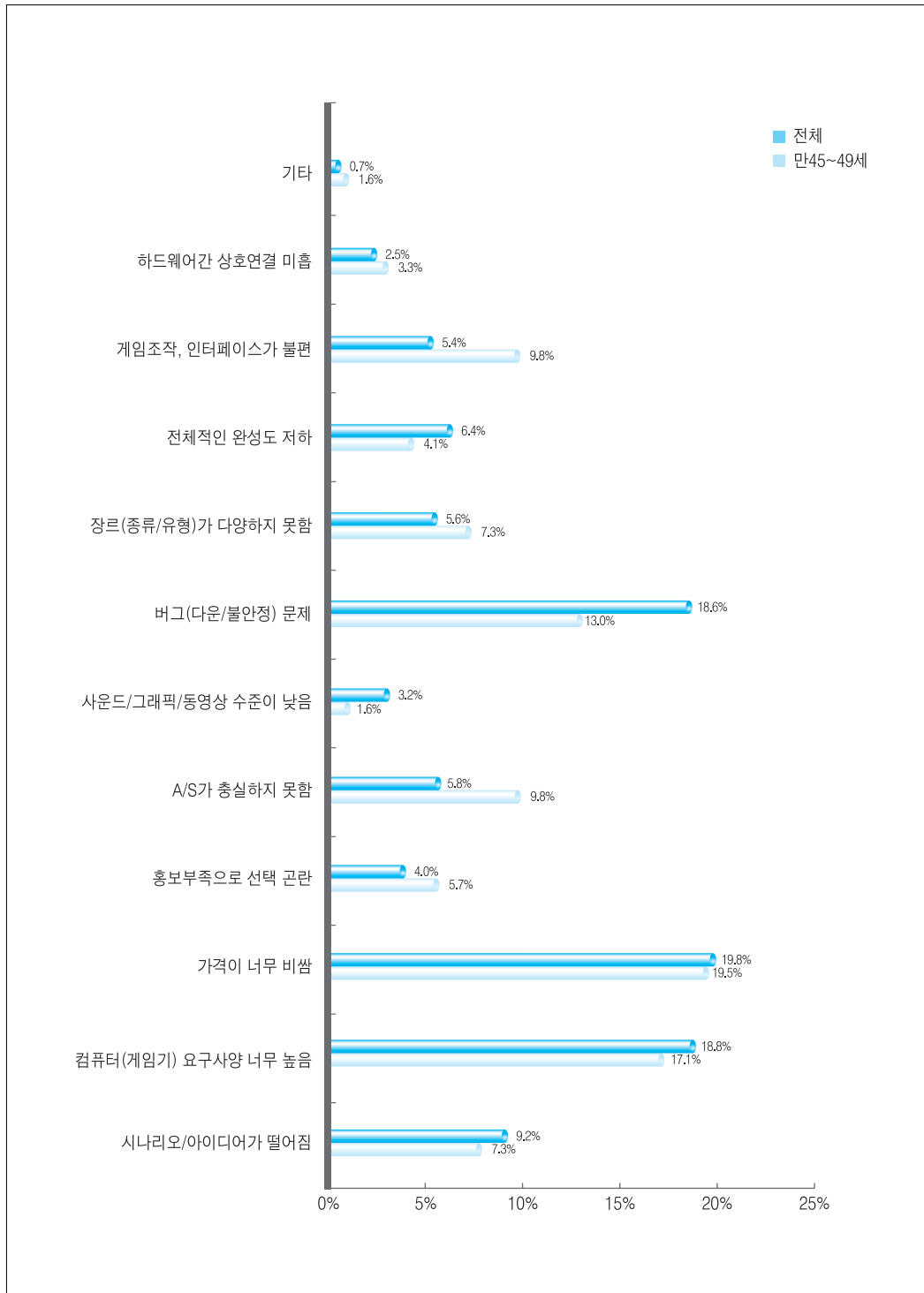
〈그림 2-1-3-15〉 35~39세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



<그림 2-1-3-16> 40~44세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



〈그림 2-1-3-17〉 45~49세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



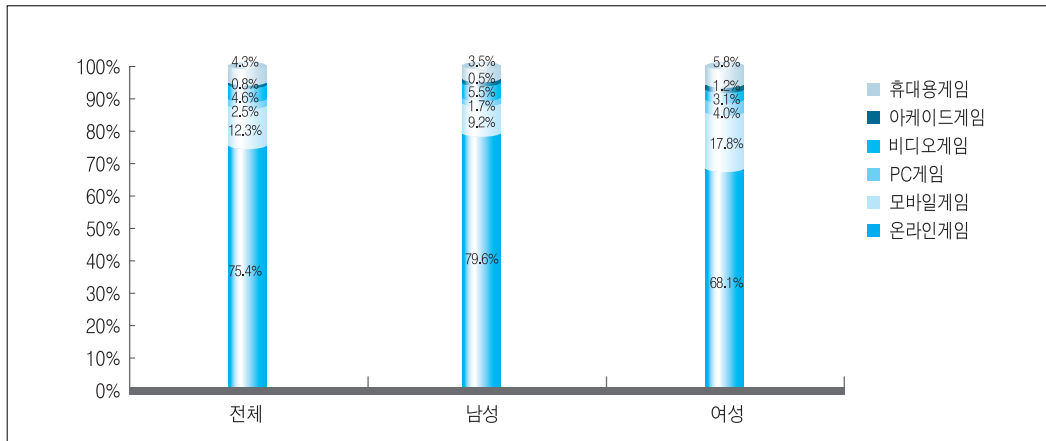
(4) 향후 시장주도할 플랫폼에 대한 견해

향후 국내 게임시장을 주도할 플랫폼에 대한 의견을 조사한 결과 1순위로 꼽은 분야는 온라인게임으로 75.4%가 온라인게임의 시장주도가 지속될 것이라고 전망하였다. 특히 이러한 온라인게임에 대한 선호는 여성보다는 남성이 높은 경향이 있다. 반면 2순위까지 종합해보면 온라인게임이 43.5%, 모바일게임이 24.2%로 모바일게임에 대한 기대가 상대적으로 높은 것을 볼

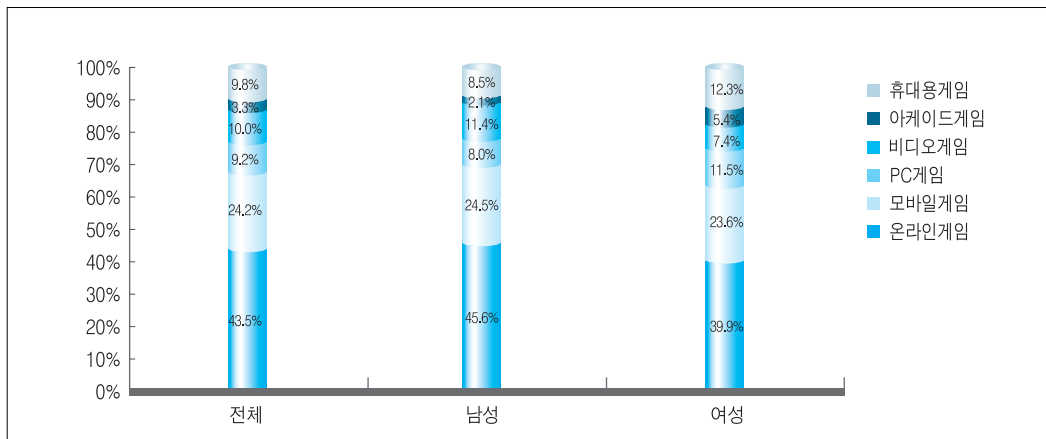
수 있다.

국내 게임시장을 주도할 게임 장르로는 현재 가장 선호하는 장르인 ‘롤플레이’ 이 주목을 받았고, ‘전략시뮬레이션’ 이 뒤를 이었다. 현재 선호장르인 ‘웹보드게임’의 경우는 거의 지목 대상이 되지 않고 있어 접근성이 높기는 하나 다양성면에서 향후 시장을 주도하기에는 한계가 있기 때문인 것으로 풀이된다.

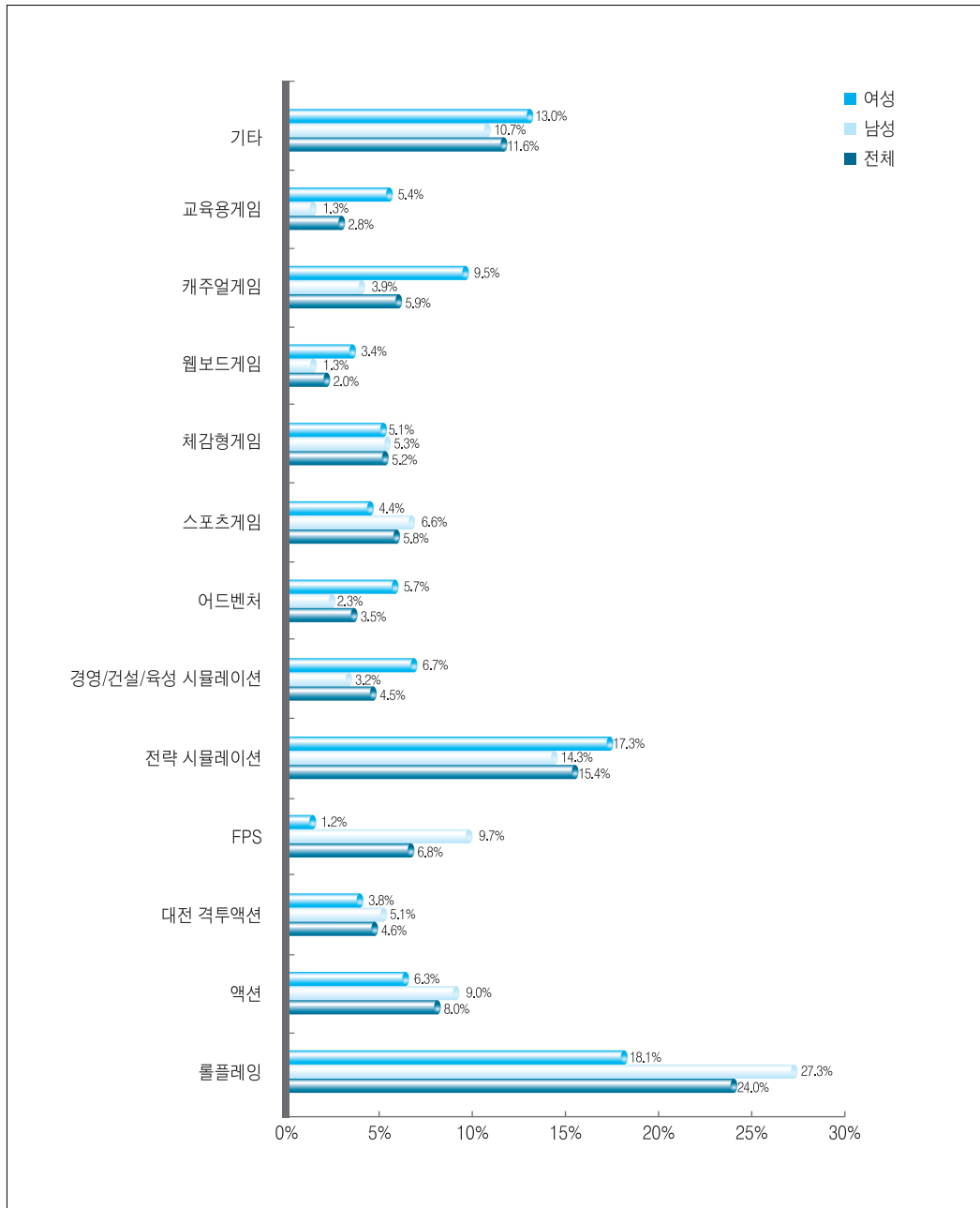
〈그림 2-1-3-18〉 성별 향후 국내 게임시장을 주도할 게임분야에 대한 의견



〈그림 2-1-3-19〉 향후 국내 게임시장을 주도할 게임분야에 대한 의견(2순위까지 종합)



〈그림 2-1-3-20〉 향후 게임시장을 주도할 장르에 대한 의견 순위종합



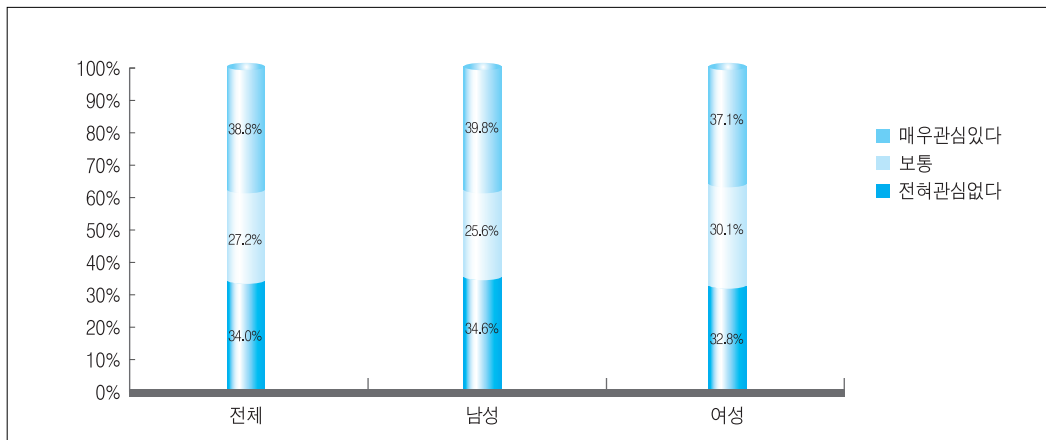
(5) 게임취향

게임취향은 동영상, 그래픽, 시나리오, 사운드, 접근성, 게임속도, 게임분위기, 목표설정, 난이도, 입체표현, 인칭설정의 항목으로 나누어 질문하였다. 동영상에 관해서는 ‘관심이 있다(38.8%)’고 응답한 비율이 ‘관심이 없다(34.0%)’고 한 비율보다 높다. 또한 아주 근소한 차이지만 남성이 여성보다 동영상에 관심이 더 많은 경향이 있음을 볼 수 있다. 그래픽의 경우는 ‘단순한 그래픽(17.3%)’ 보다는 ‘화려한 그래픽(64.8%)’을 선호하는 경향이 훨씬 높으며, 성별로는 역시 남성이 ‘화려한 그래픽’을 더욱 선호하고 있다. 시나리오의 경우는 52.9%가 ‘복잡한 시나리오’를 선호한다고 응답하였고, 남성(58.7%)이 여성(42.6%)보다 ‘복잡한 시나리오’를 선호하는 비율이 높다. 연령별로는 10대 중반부터 30대 중반까지의 연령층이 ‘복잡한 시나리오’를 선호하는 것을 알 수 있

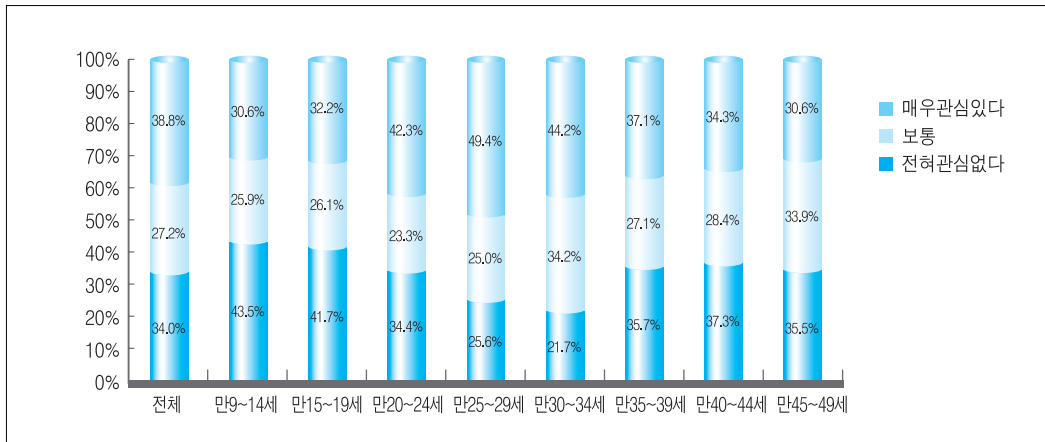
다. 사운드의 경우는 ‘빠르고 신나는 음악’을 선호하는 비율이 52.9%로 ‘느리고 잔잔한 음악’을 선호하는 19.8%보다 높은 빈도를 보이고 있다. 접근성 항목에서는 남성의 경우 ‘처음부터 배워야하는 새로운 게임’의 빈도가 47.6%로 높은 편이고, 여성의 경우 ‘배우기 쉽고 익숙한 게임’을 선호하는 빈도가 36.2%로 남성보다 우세하다.

게임속도는 ‘긴박감 있고 빠른 게임(55.8%)’을 선호하는 경향이 강하다. 또한 게임분위기는 ‘아기자기한 게임(47.1%)’을 선호하며, ‘현실적인 게임(44.9%)’을 선호하는 것으로 나타났다. 내용면에서는 ‘진지하고 무거운 게임’ 보다는 ‘밝고 명랑한 게임’을 선호하는 비율이 47.2%로 ‘밝고 명랑한 게임’을 선호하는 빈도가 더 높다. 특히 이러한 경향은 연령이 어릴수록 강한 것을 볼 수 있다.

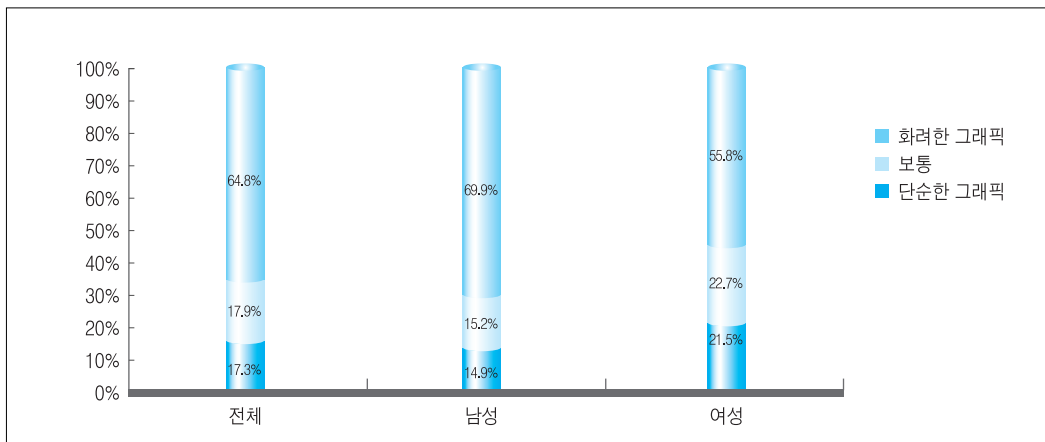
〈그림 2-1-3-21〉 성별 게임취향 - 동영상



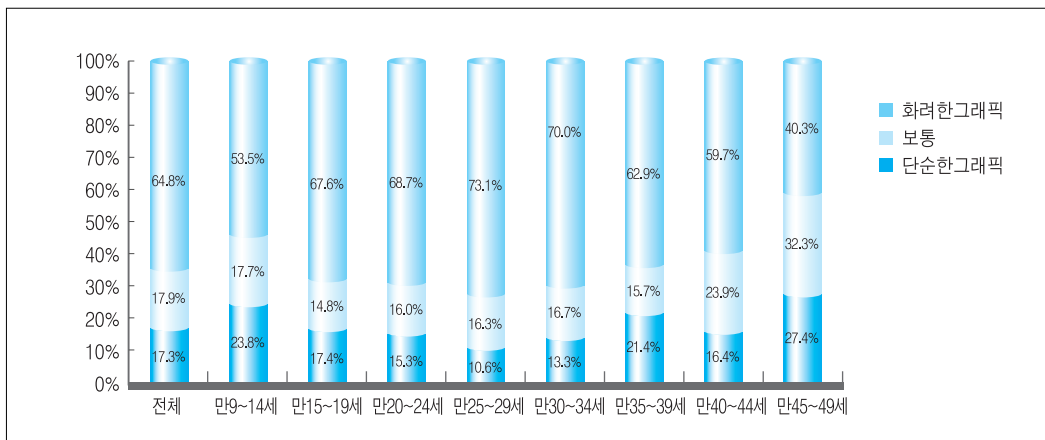
〈그림 2-1-3-22〉 연령별 게임취향 - 동영상



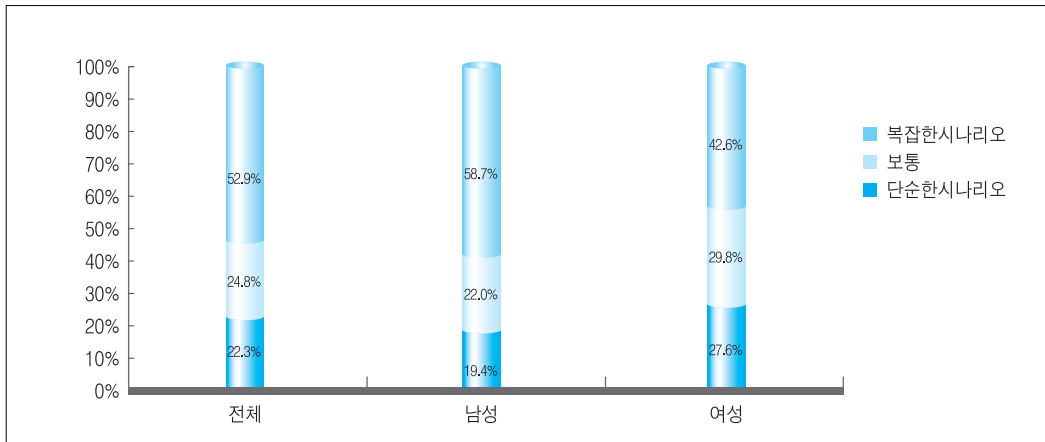
〈그림 2-1-3-23〉 성별 게임취향 - 그래픽



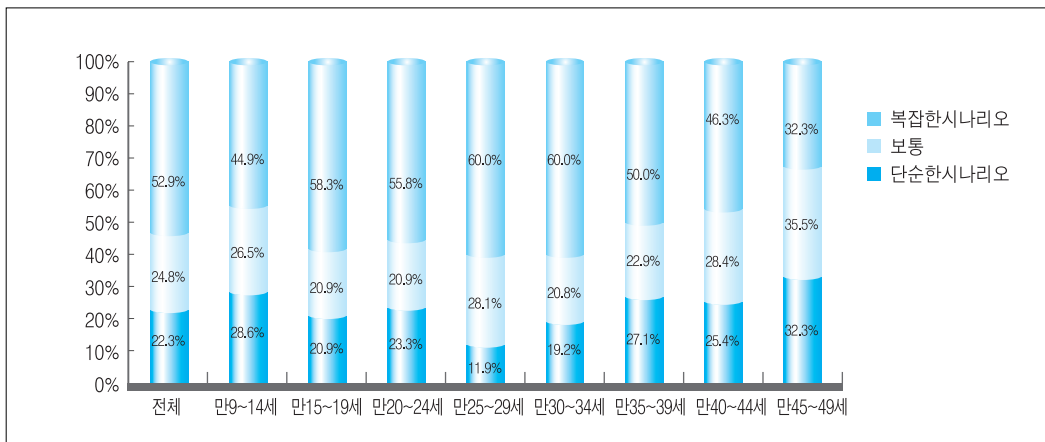
〈그림 2-1-3-24〉 연령별 게임취향 - 그래픽



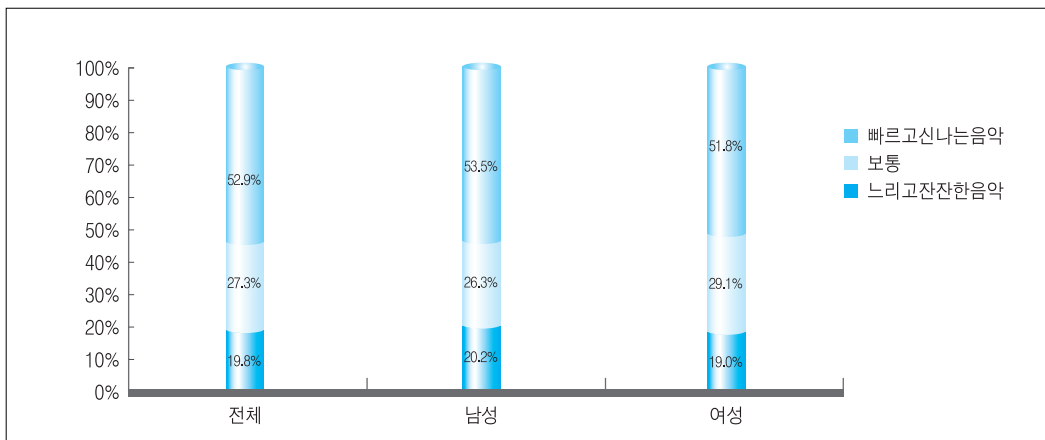
<그림 2-1-3-25> 성별 게임취향 - 시나리오



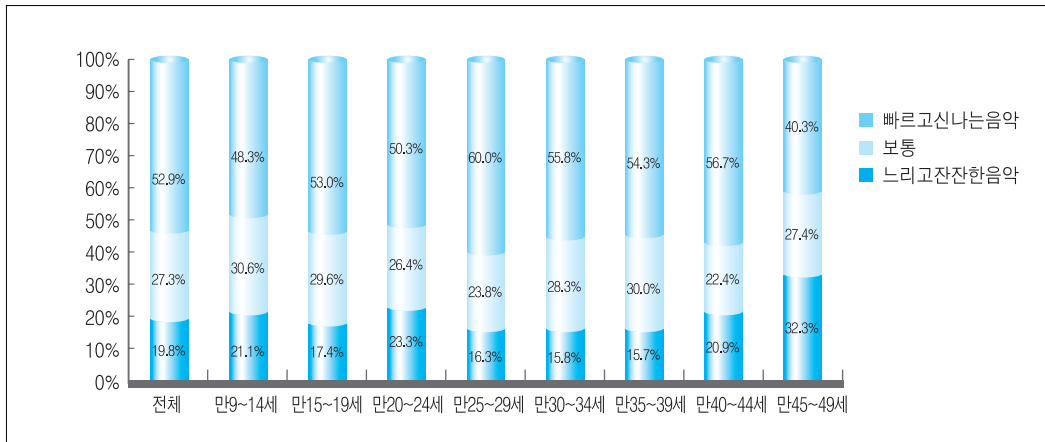
<그림 2-1-3-26> 연령별 게임취향 - 시나리오



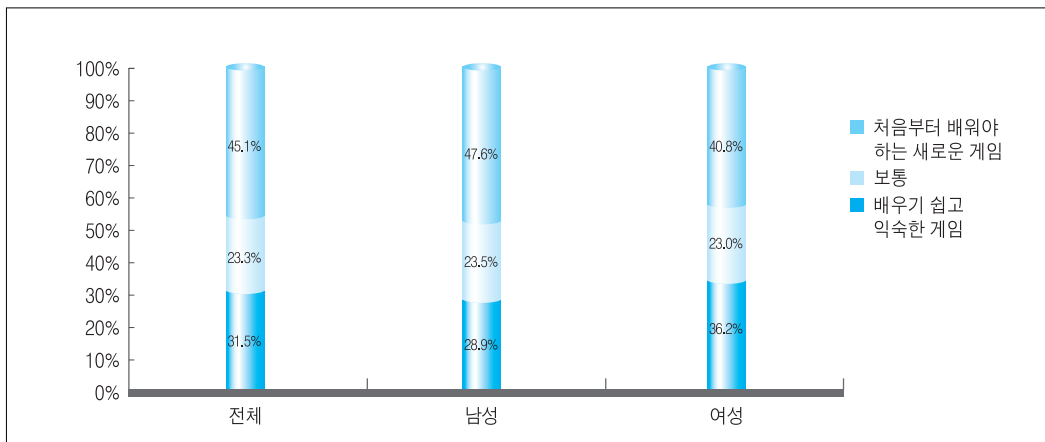
<그림 2-1-3-27> 성별 게임취향 -사운드



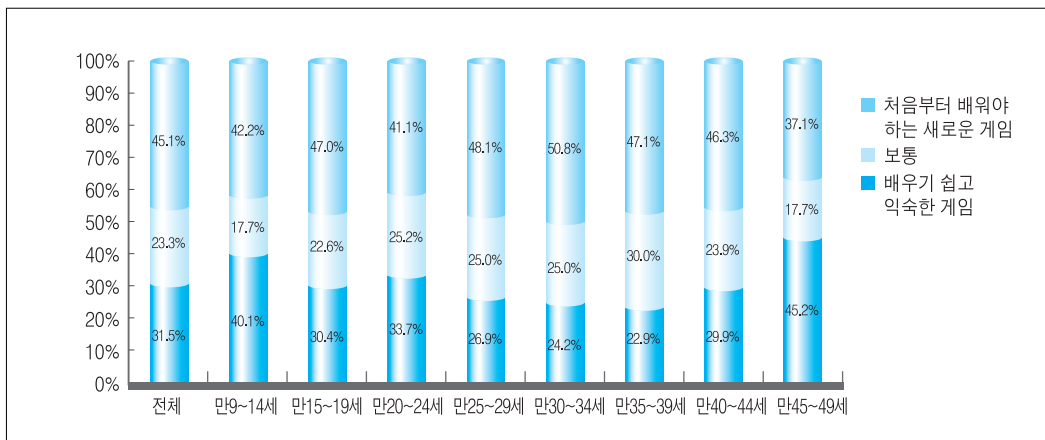
〈그림 2-1-3-28〉 연령별 게임취향 -사운드



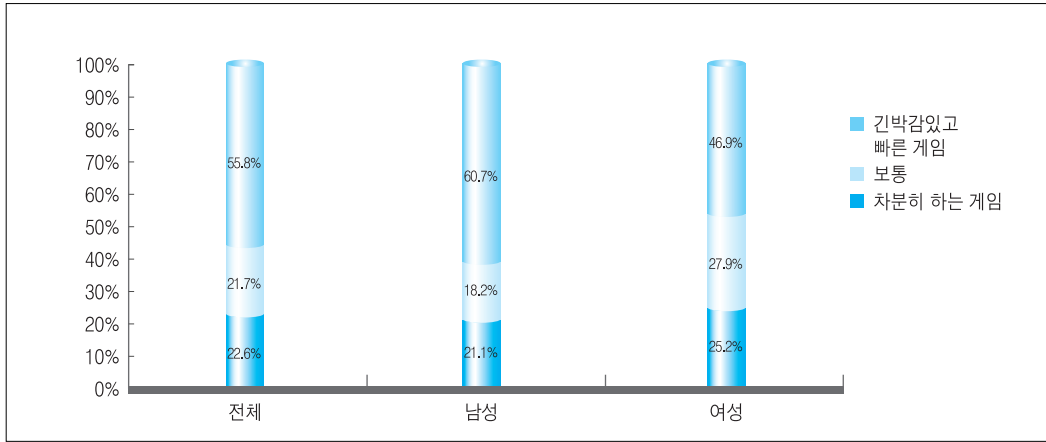
〈그림 2-1-3-29〉 성별 게임취향 - 접근성



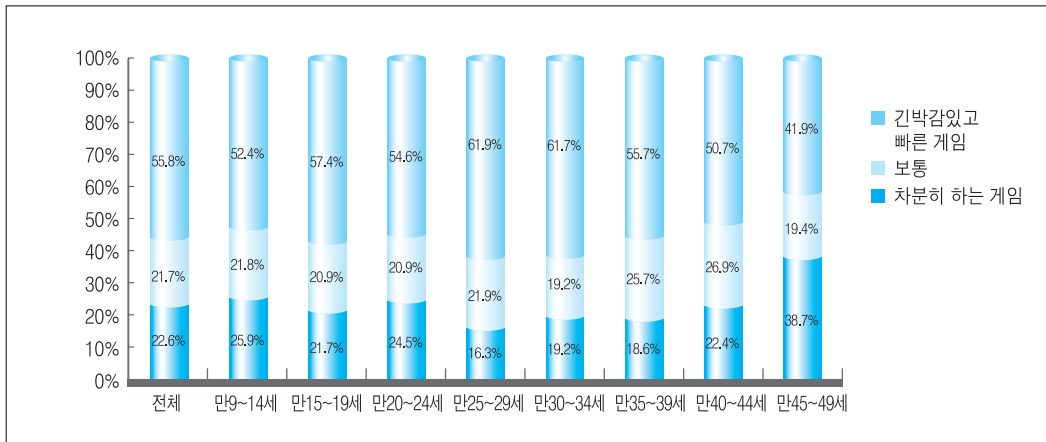
〈그림 2-1-3-30〉 연령별 게임취향 - 접근성



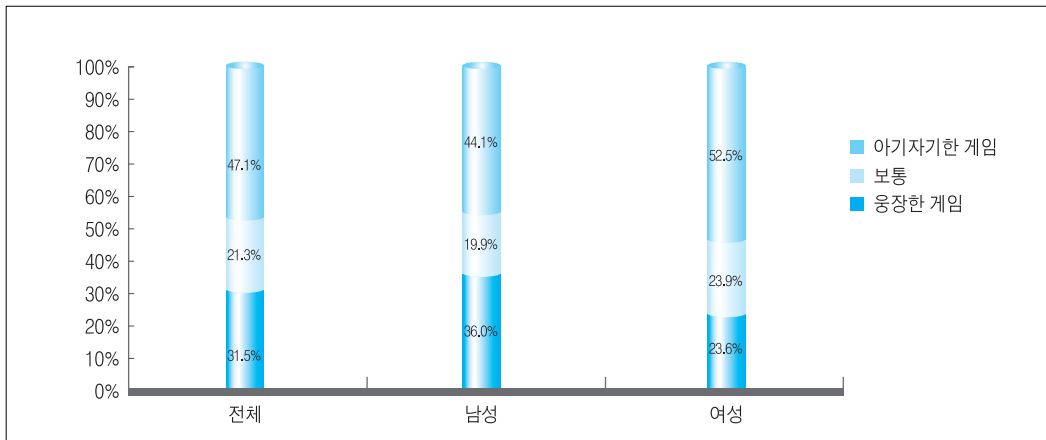
〈그림 2-1-3-31〉 성별 게임취향 - 속도



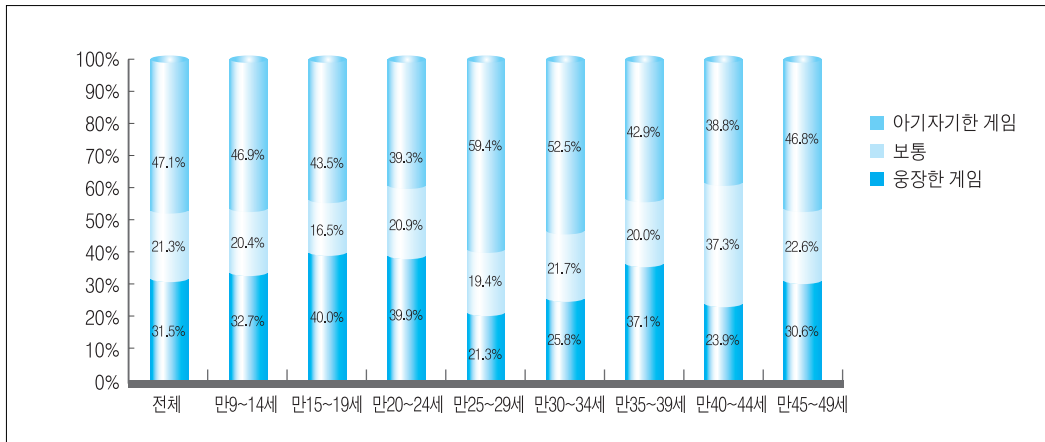
〈그림 2-1-3-32〉 연령별 게임취향 - 속도



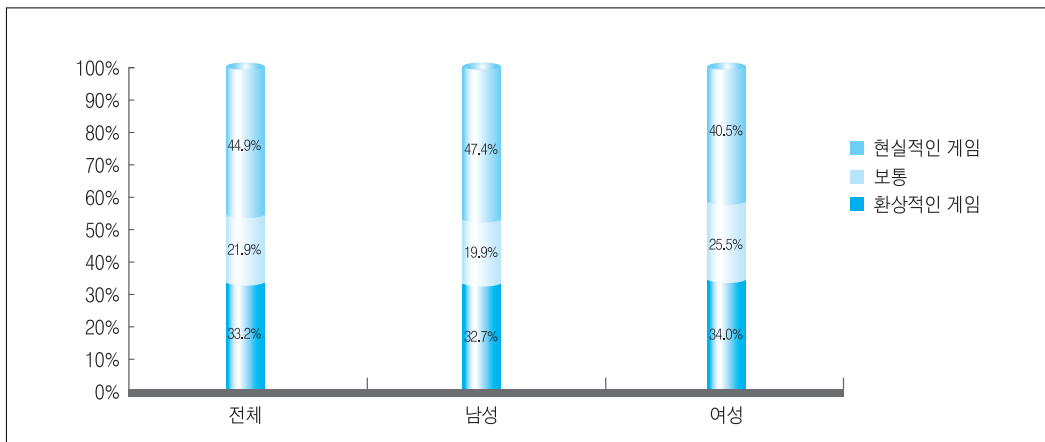
〈그림 2-1-3-33〉 성별 게임취향 - 분위기/규모



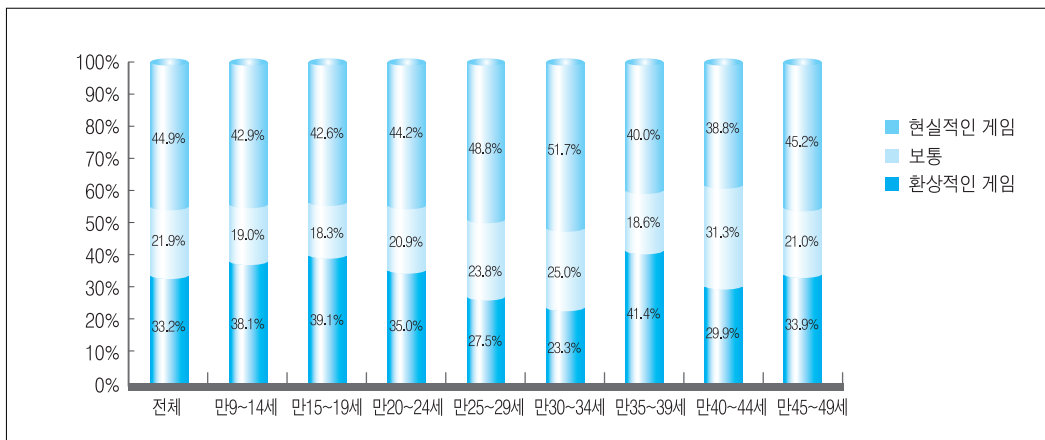
〈그림 2-1-3-34〉 연령별 게임취향 - 분위기/규모



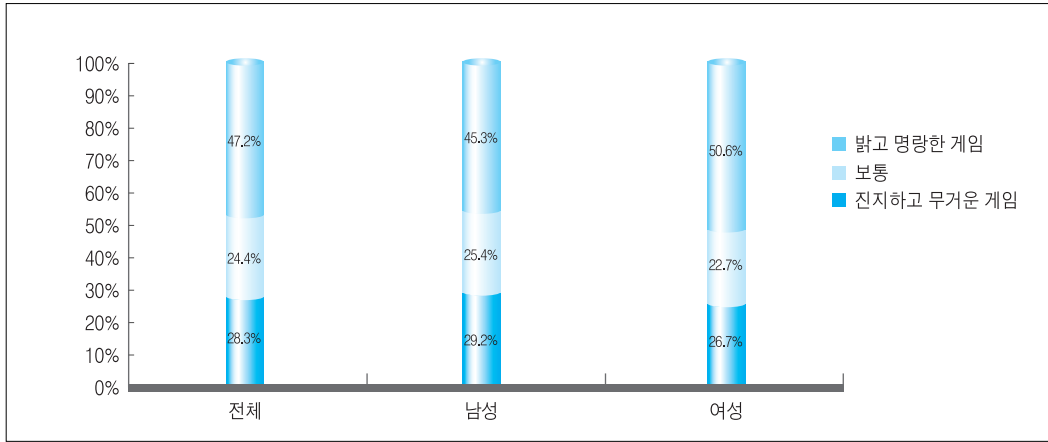
〈그림 2-1-3-35〉 성별 게임취향 - 분위기/현실성



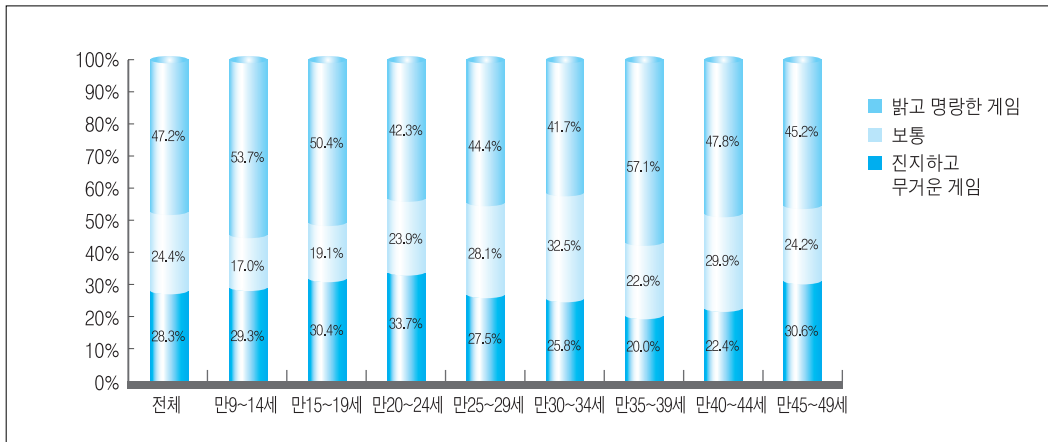
〈그림 2-1-3-36〉 연령별 게임취향 - 분위기/현실성



〈그림 2-1-3-37〉 성별 게임취향 - 분위기/내용



〈그림 2-1-3-38〉 연령별 게임취향 - 분위기/내용

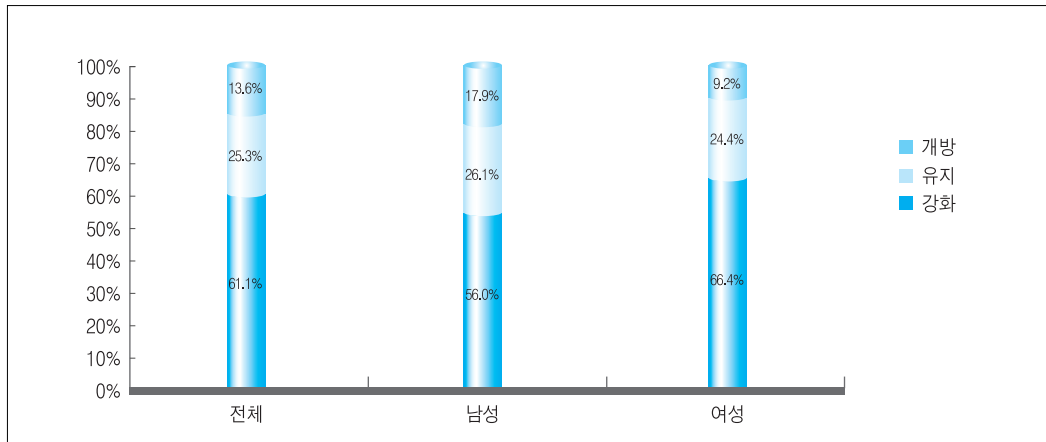


(6) 게임 등급분류에 대한 견해

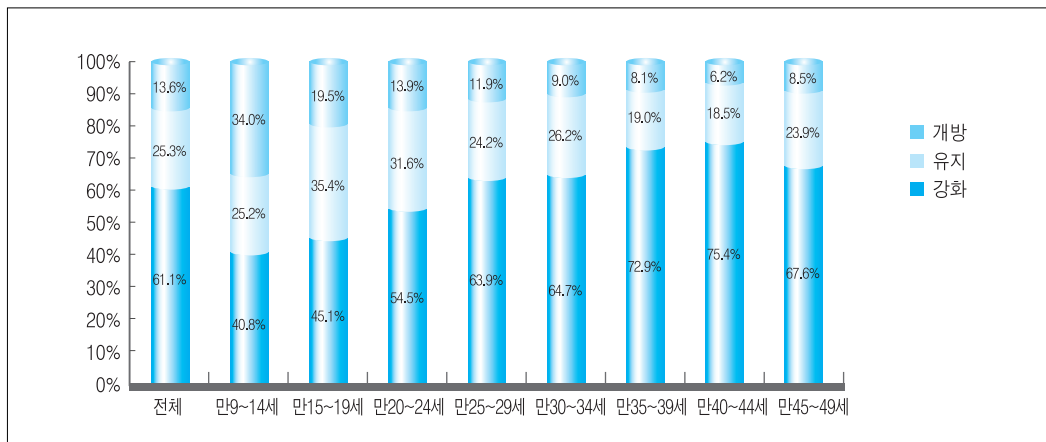
게임 등급심의에 대해서는 전체 61.1%가 현재 수준보다 강화해야 한다고 응답했으며, 개방해야 한다는 응답은 13.6%에 그쳤다. 특히 게임의 폭력성과 외설성에 대한 부정적인 관념이 강한 여성이나 고연령층의 경우에 강화해야 한다는 응답 비중이 현저히 높았으며, 게임을 많이 접하고 있는 남성이나, 10대 20대의 경우에는 강화해야 한다는 응답 비중이 낮은 것으로 조사되었다. 특히 9~14세의 경우에는 40.8%만이

강화해야 한다고 응답하고 있다. 또한 게임등급 분류제도에 대해서도 엄격하게 시행해야 한다는 응답이 전체의 절반을 넘어서는 52.7%로 작년 조사결과 42.2%에 비해 보수적인 응답비중이 높아졌다. 특히 이러한 보수적인 응답비중은 여성, 고연령층으로 갈수록 높아지는 경향이 있다. 반면 10대의 경우에는 엄격하게 시행해야 한다는 응답비중이 30%미만이며 기타 다른 방식에 대한 의견이 많은 것으로 나타났다.

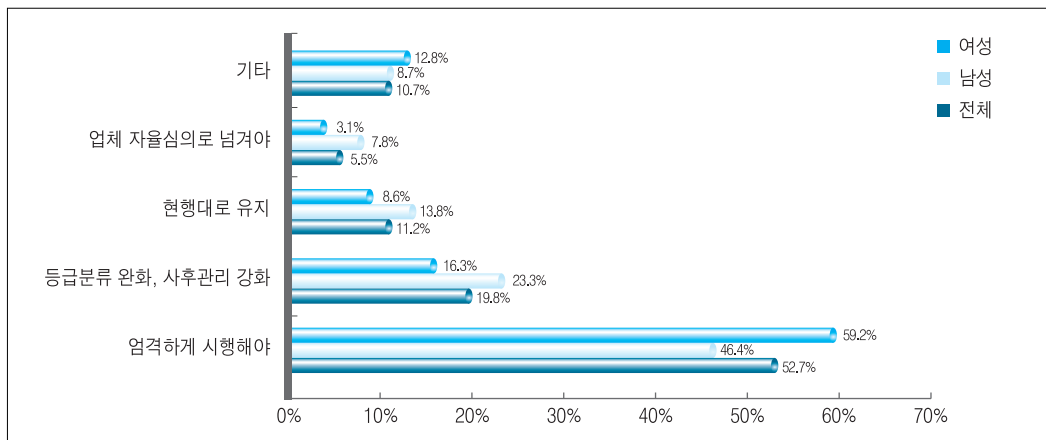
〈그림 2-1-3-39〉 성별 게임 등급심의에 대한 의견



〈그림 2-1-3-40〉 연령별 게임 등급심의에 대한 의견



〈그림 2-1-3-41〉 성별 게임 등급 분류 제도에 대한 의견



〈그림 2-1-3-42〉 연령별 게임등급분류제도에 대한 의견

