



THE RISE OF 2007 KOREAN GAMES

Guide to Korean Game Industry and Culture

Chapter II

이용자 동향

제1장 >> 게이미용자의 일반적 동향

- 제1절 인구학적 특성 및 게이미용 관련 생활
- 제2절 게이미용 실태
- 제3절 게임에 대한 견해

제2장 >> 플랫폼별 이용자 동향

- 제1절 게이미용자별 게이미용 관련 생활 동향
- 제2절 게이미용자별 게이미용 실태
- 제3절 게이미용자별 게임에 대한 견해

제3장 >> 게이미용자별 동향

- 제1절 게이미용자에 따른 분류
- 제2절 게이미용자별(핵심/일반/휴면/잠재 이용자) 동향
- 제3절 핵심/일반이용자 동향
- 제4절 휴면/잠재이용자 동향

제 1 장

게임이용자의 일반적 동향

본 장에서는 게임이용자의 관련 생활실태와 게임이용현황을 살펴봄으로써 게임 수요자의 행태를 파악하고 향후 게임시장을 전망하는 기초자료를 제공하고자 한다. 분석자료는 2007년 3월 <한국게임산업진흥원>에서 전국 5대도시의 1,700명을 대상으로 실시한 ‘2007 게임인식 및 소비자의식 실태조사’의 결과이다.

본 조사는 만 9세 이상부터 만 49세 이하의 일반인 1,700명을 대상으로 전화 및 e-mail 조

사방식으로 진행되었으며, 설문 내용은 컴퓨터 이용실태와 여가활동, 게임이용실태 및 선호게임 플랫폼(온라인게임, 모바일게임, PC게임, 비디오게임, 아케이드게임)과 장르, 게임취향과 게임에 대한 인식을 중심으로 구성되었다. 시계열적인 분석을 위해 예년과 비슷한 문항으로 설문을 구성하였으며, 2007년에는 추가로 휴대용 게임에 대한 실태와 성향을 조사하였다.

제 1 절 인구학적 특성 및 게임이용 관련 생활

1. 조사대상자의 인구학적 특성

2007년 조사 표본 수는 1,700명으로 2006년 조사대상자 수와 같고, 성별비율은 남성이 50.8%, 여성이 49.2%로 균등한 분포를 보이고 있다. 연령구성은 만 15~19세가 9.9%로 가장 낮은 비중을 차지하고 있는 반면, 만 30~34세

가 13.3%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 이러한 연령별 비중은 2007년 우리나라 연령별 인구분포를 반영하여 표본설계하였기 때문이다. 지역별로는 서울 53.2%, 부산 18.5%, 대구 13.1%, 광주 7.4%, 대전 7.8%로 전체 인구분포를 반영하여 조사하였다.



〈표 2-1-1-01〉 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		구 성	
		사례수	%
성 별	남성	863	50,8
	여성	837	49,2
연 령 별	만 9~14세	218	12,8
	만 15~19세	169	9,9
	만 20~24세	211	12,4
	만 25~29세	225	13,2
	만 30~34세	226	13,3
	만 35~39세	223	13,1
	만 40~44세	213	12,5
	만 45~49세	215	12,6
학 력 별	초등학교 재학/졸업	116	6,8
	중학교 재학/졸업	203	11,9
	고등학교 재학/졸업	401	23,6
	대학교 재학	284	16,7
	대학 졸업	616	36,2
	대학원 이상	80	4,7
직 업 별	전문/연구직	127	7,5
	사무직/관리직	221	13,0
	판매/서비스직	68	4,0
	생산/기술직	73	4,3
	공무원	37	2,2
	자영업자	154	9,1
	학생	670	39,4
	주부	302	17,8
	무직/기타	48	2,8
혼 인 여 부	미혼	915	53,8
	기혼	785	46,2
지 역 별	서울	905	53,2
	부산	315	18,5
	대구	223	13,1
	광주	125	7,4
	대전	132	7,8
가 계 소 득 수 준 별	100만원 미만	34	2,0
	100만~200만원 미만	187	11,0
	200만~300만원 미만	432	25,4
	300만~400만원 미만	416	24,5
	400만~500만원 미만	225	13,2
	500만원 이상	256	15,1
	무응답	150	8,8



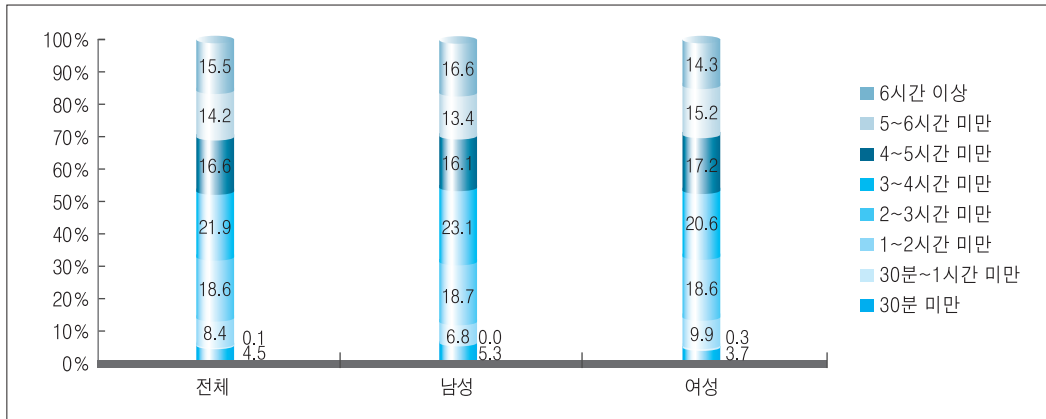
2. 게임이용과 관련한 생활기준 통계

(1) 여가시간 활용실태

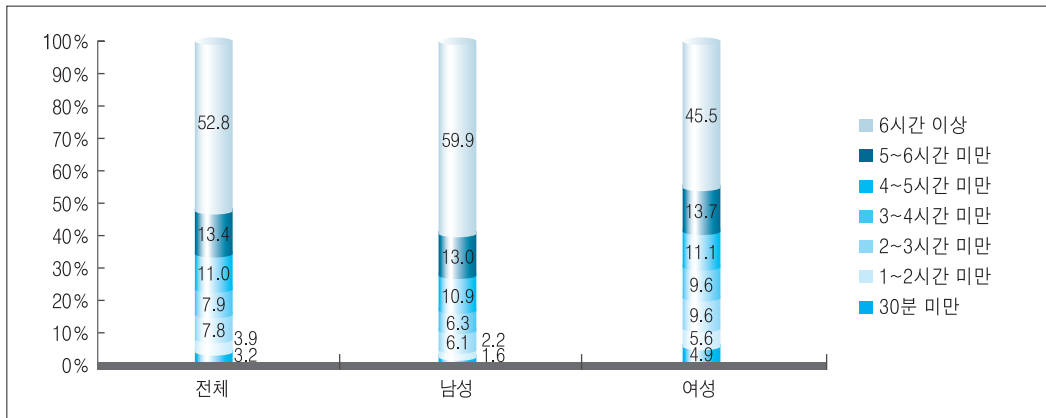
하루 평균 여가시간을 주중과 주말로 나누어 조사한 결과, 주중 하루 평균 여가시간은 '3~4시간 미만'이라는 응답비중이 21.9%(2006년 22.4%)로 가장 높았고, '2~3시간 미만'이라는 응답도 18.6%(2006년 20.1%)로 다음으로 높은 비중을 차지했다. 이는 2006년 조사결과에 비

해 주중 여가시간이 다소 줄어든 것으로 보인다. 전체 주중 평균 여가시간은 4시간, 주말 평균 여가시간은 6.9시간이었다. 한편, 성별로는 남성이 여성에 비해 여가시간이 상대적으로 더 긴 것으로 나타났으며, 연령별로는 만 20~24세의 대학생에 해당하는 연령층의 주중과 주말의 하루 평균 여가시간이 가장 긴 것으로 조사되었다.

〈그림 2-1-1-01〉 성별 하루 평균 여가시간(주중)

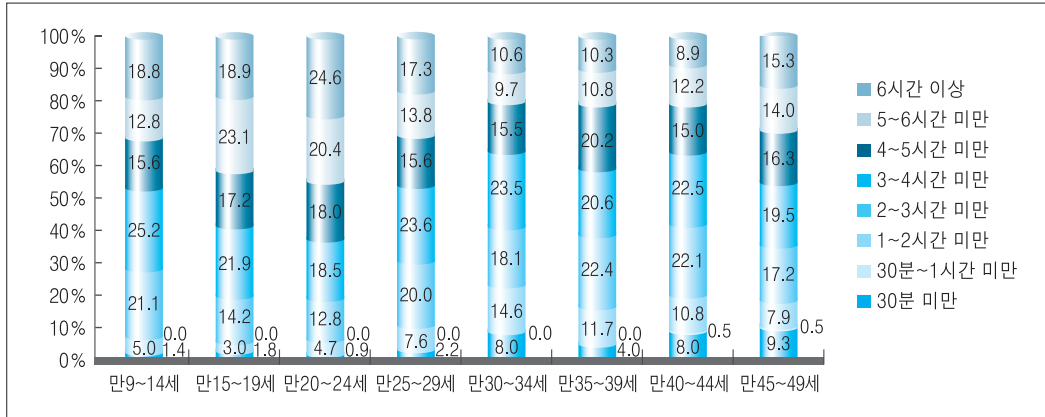


〈그림 2-1-1-02〉 성별 하루 평균 여가시간(주말)

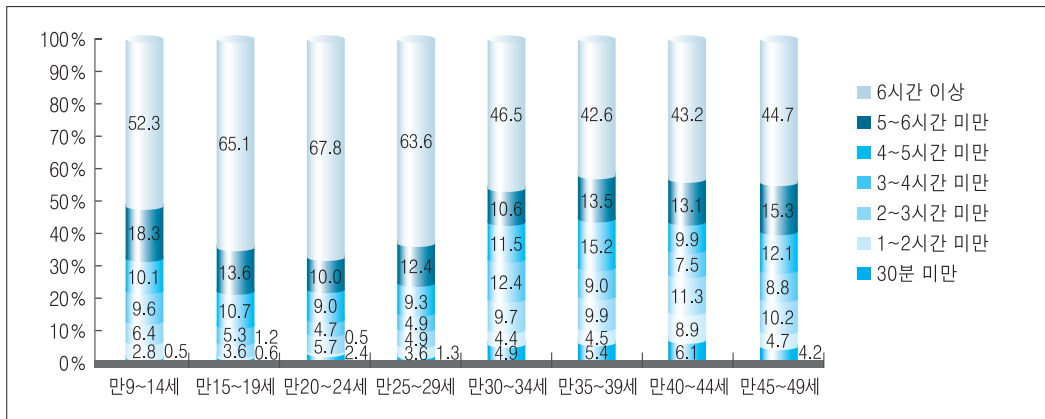




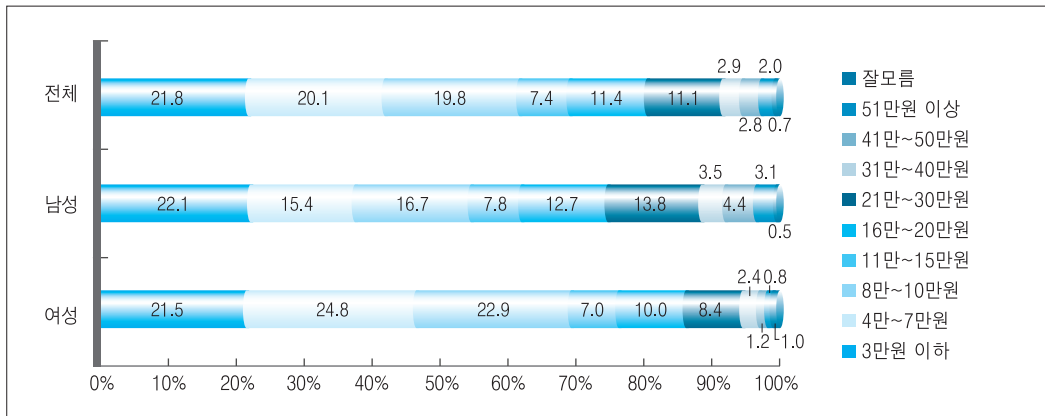
〈그림 2-1-1-03〉 연령별 하루 평균 여가시간(주중)



〈그림 2-1-1-04〉 연령별 하루 평균 여가시간(주말)



〈그림 2-1-1-05〉 성별 한달 평균 여가비용



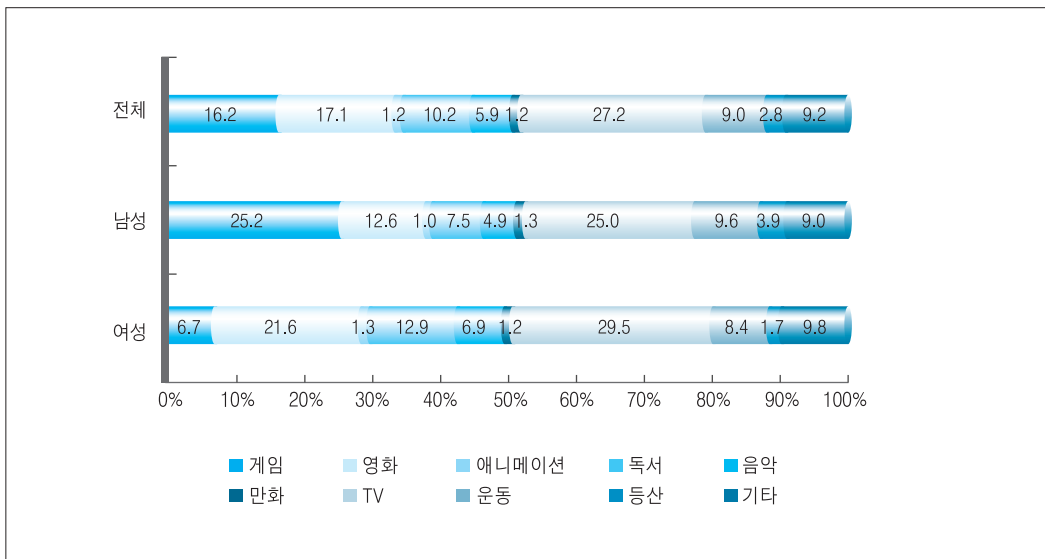
한달 평균 여가비용은 약 15만원으로 조사되었으며, '3만원 이하'라는 응답이 21.8%로 가장 높았고, '4만원 이상~7만원 미만' 20.1%, '8만원 이상~10만원 미만'이 19.8%순으로 10만원 미만의 비중이 61.7%로 2006년 조사결과와 유사한 패턴을 보이고 있다. 성별로 나누어 보면 남성의 평균 여가비용이 17만원, 여성이 11만원으로 남성의 평균 여가비용이 여성보다 높은 것으로 나타났다.

다음으로 여가시간에 주로 하는 활동을 조사한 결과 전체응답자 중 27.2%가 즐겨 하는 활동으로 'TV시청'을 꼽아 여가시간에 즐겨 하는 가장 보편적인 활동이 TV시청인 것으로 나타났다. 다음 순으로 17.1%가 '영화', 16.2%가

'게임'을 선택했다. 성별에 따라 여가시간의 활동의 차이가 나타났는데, 남성은 응답자의 25.2%가 여가시간에 즐겨하는 활동으로 '게임'을 선택한 반면, 여성은 'TV시청' (29.5%)에 이어 '영화' (21.6%)의 순으로 비중이 높았다.

연령별로 30세 미만의 저연령층은 여가활동으로 '게임'을 선호하고 있는 반면, 30세 이상의 고연령층은 'TV시청', '운동', '영화', '독서' 등을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 만 15~19세는 여가시간에 즐겨 하는 활동으로 '게임'을 꼽은 경우가 32.0%나 되었으며, 9~14세는 31.7%, 20~24세는 25.1%, 25~29세는 17.8%로 연령이 높아질수록 점차 게임의 비중이 낮아지는 경향을 보이고 있다.

〈그림 2-1-1-06〉 성별 여가시간에 즐겨하는 활동(1순위)





〈표 2-1-1-02〉 연령별 여가시간에 즐겨하는 활동(1순위)

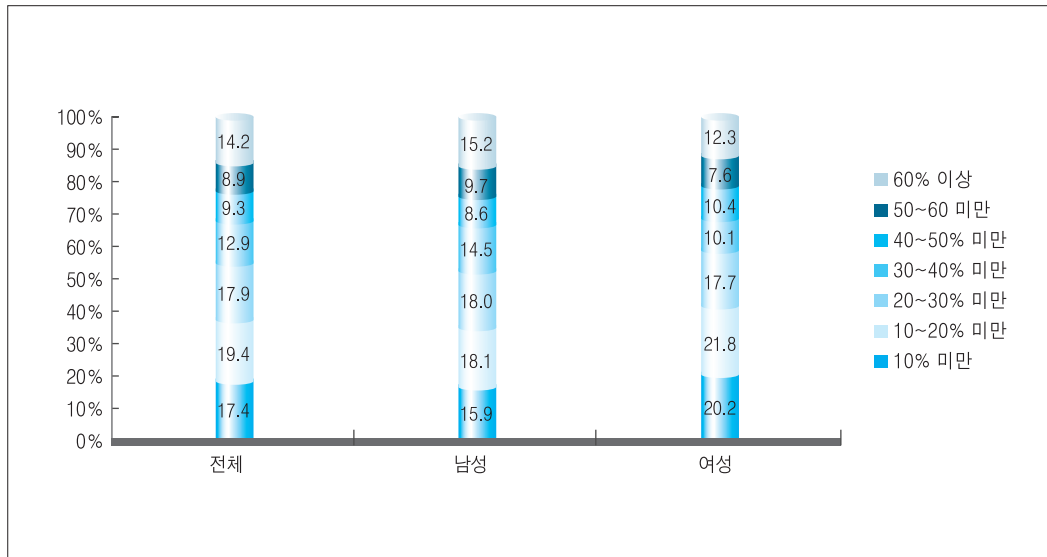
(단위 : %)

	게임	영화	애니메이션	독서	음악	만화	TV	운동	등산	기타	계
전체	16.2	17.1	1.2	10.2	5.9	1.2	27.2	9.0	2.8	9.2	100.0
만 9~14세	31.7	3.7	3.7	9.2	5.0	4.1	33.0	1.8	0.0	7.8	100.0
만 15~19세	32.0	17.2	3.6	4.1	5.3	3.0	20.1	4.7	0.0	10.0	100.0
만 20~24세	25.1	29.9	1.9	3.3	9.5	1.4	19.9	3.8	0.0	5.2	100.0
만 25~29세	17.8	30.2	0.4	8.4	8.4	0.9	20.0	0.9	4.4	8.6	100.0
만 30~34세	13.7	22.1	0.4	12.8	4.9	0.0	24.3	7.5	4.4	9.9	100.0
만 35~39세	7.2	14.8	0.0	9.9	5.8	0.4	30.9	15.7	2.7	12.6	100.0
만 40~44세	3.8	13.1	0.0	15.5	3.8	0.0	32.9	14.6	6.1	10.2	100.0
만 45~49세	2.3	5.1	0.0	16.7	4.2	0.5	35.3	18.6	7.9	9.4	100.0

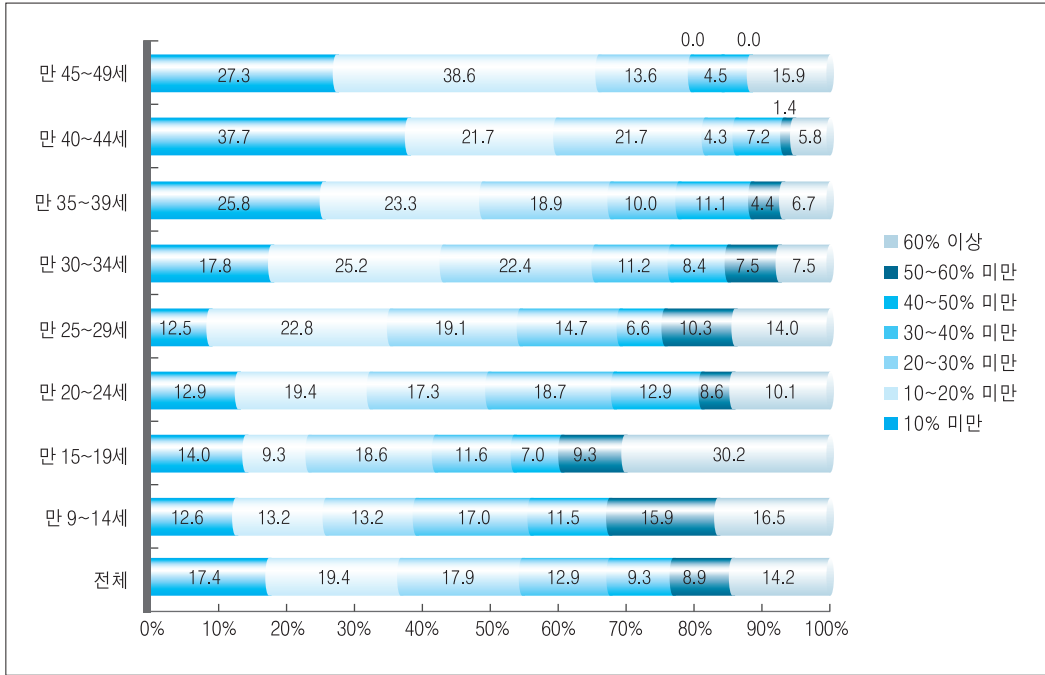
여가활동 중 게임의 비율에 대한 질문에서는 여가활동에서 ‘게임’이 차지하는 비율이 50% 이상이라고 답한 비중이 23.1%로 2006년 13.8%에 비해 증가하였다. 또한, 게임을 많이 하는 남성의 경우나 연령이 낮은 경우(남성은 여가활동 중 게임이 차지하는 비중이 50%

이상이라고 답한 비율이 24.9%이고, 연령별로는 9~14세는 32.4%, 15~19세 39.5%) 역시 전년 조사결과에 비해 전체 여가활동 중에서 ‘게임’이 차지하는 비율이 높아져 여가생활에서 게임이 하나의 여가로서 인정받고 있음을 알 수 있다.

〈그림 2-1-1-07〉 성별 여가활동 중 게임이 차지하는 비중



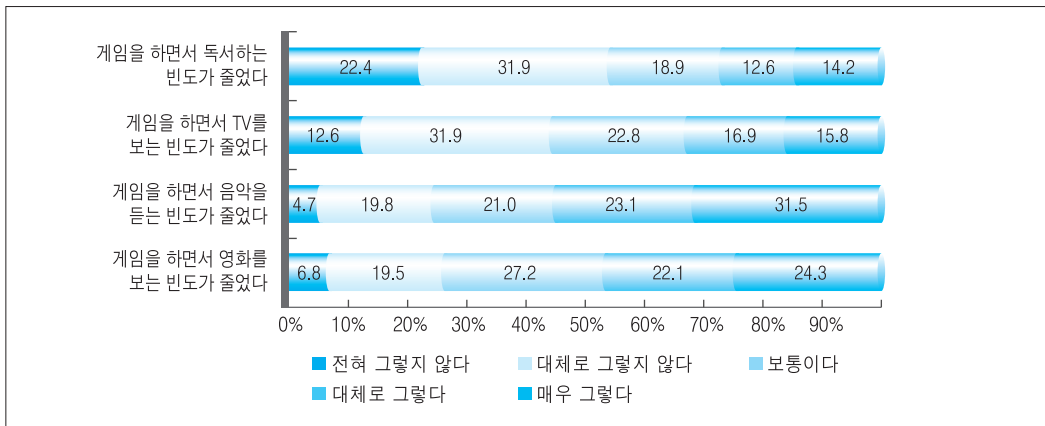
〈그림 2-1-1-08〉 연령별 여가활동 중 게임이 차지하는 비중



한편, 게임과 타 여가활동간의 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 그

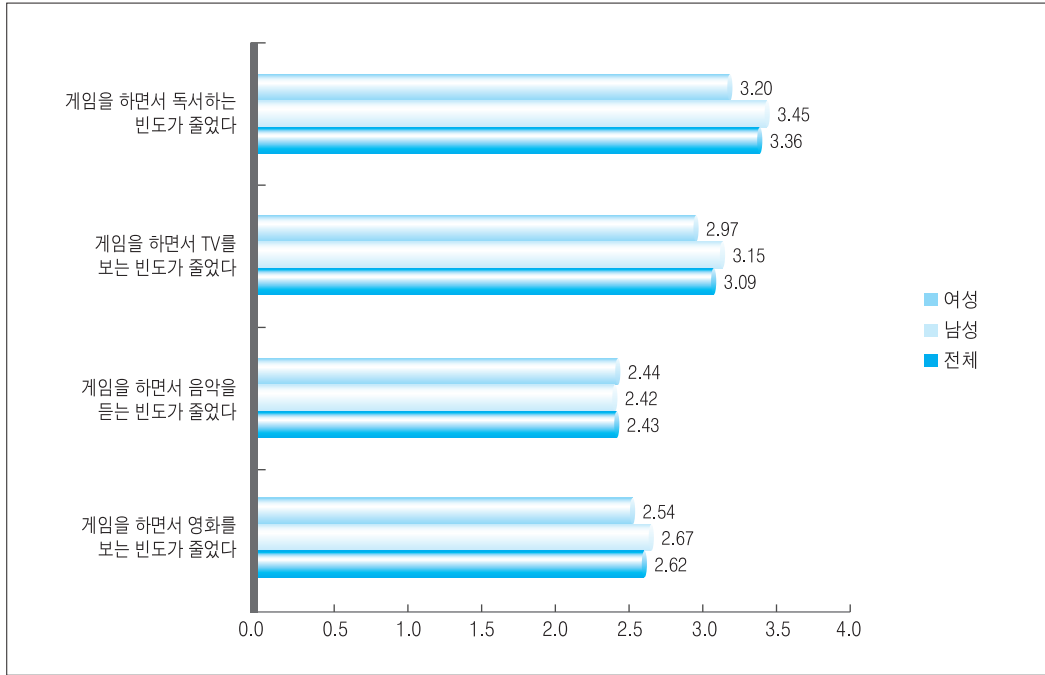
렇지 않다, 5점에 가까울수록 매우 그렇다)중 3.36이었으며, TV가 3.09로 뒤를 이었다. 반면 영화, 음악활동의 경우는 상대적으로 게임이 미치는 영향이 낮은 것으로 조사되었다.

〈그림 2-1-1-09〉 게임이 타 여가활동에 미친 영향





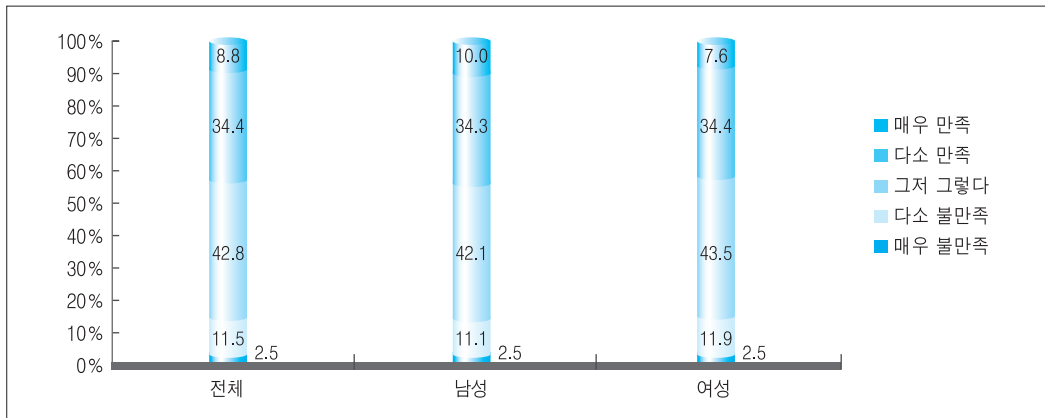
〈그림 2-1-1-10〉 성별 게임이 타 여가활동에 미친 영향(5점 척도) (단위 : 점(1점 : 영향이 전혀 없음 ~ 5점 : 매우 영향이 있음))



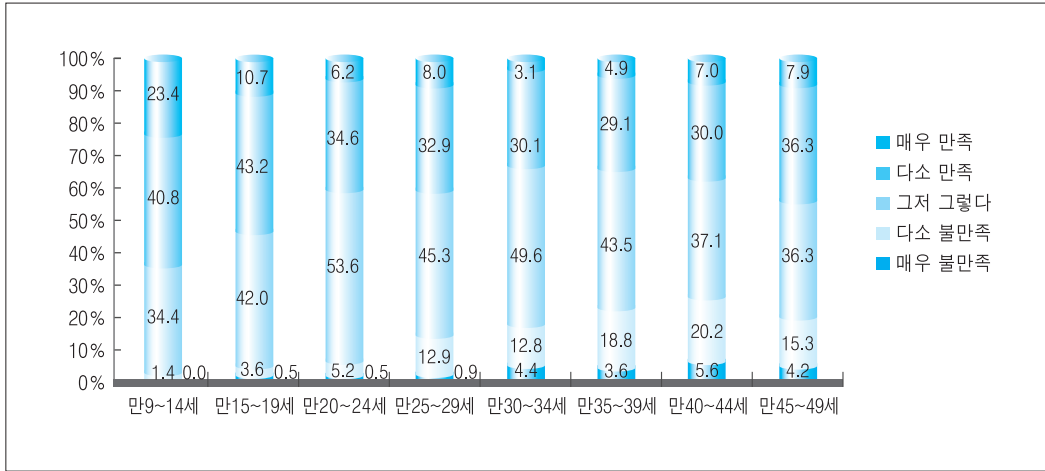
여가생활에 대한 만족도를 조사한 결과 매우 만족한다고 응답한 경우 8.8%와 다소 만족한다는 응답 34.4%를 합해 43.2%가 현재 여가생활에 만족하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 남성은 여성에 비해 전반적인 여가생활 만족도

가 다소 높은 것으로 나타나고 있다. 연령별로는 9~14세가 가장 여가생활 만족도가 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

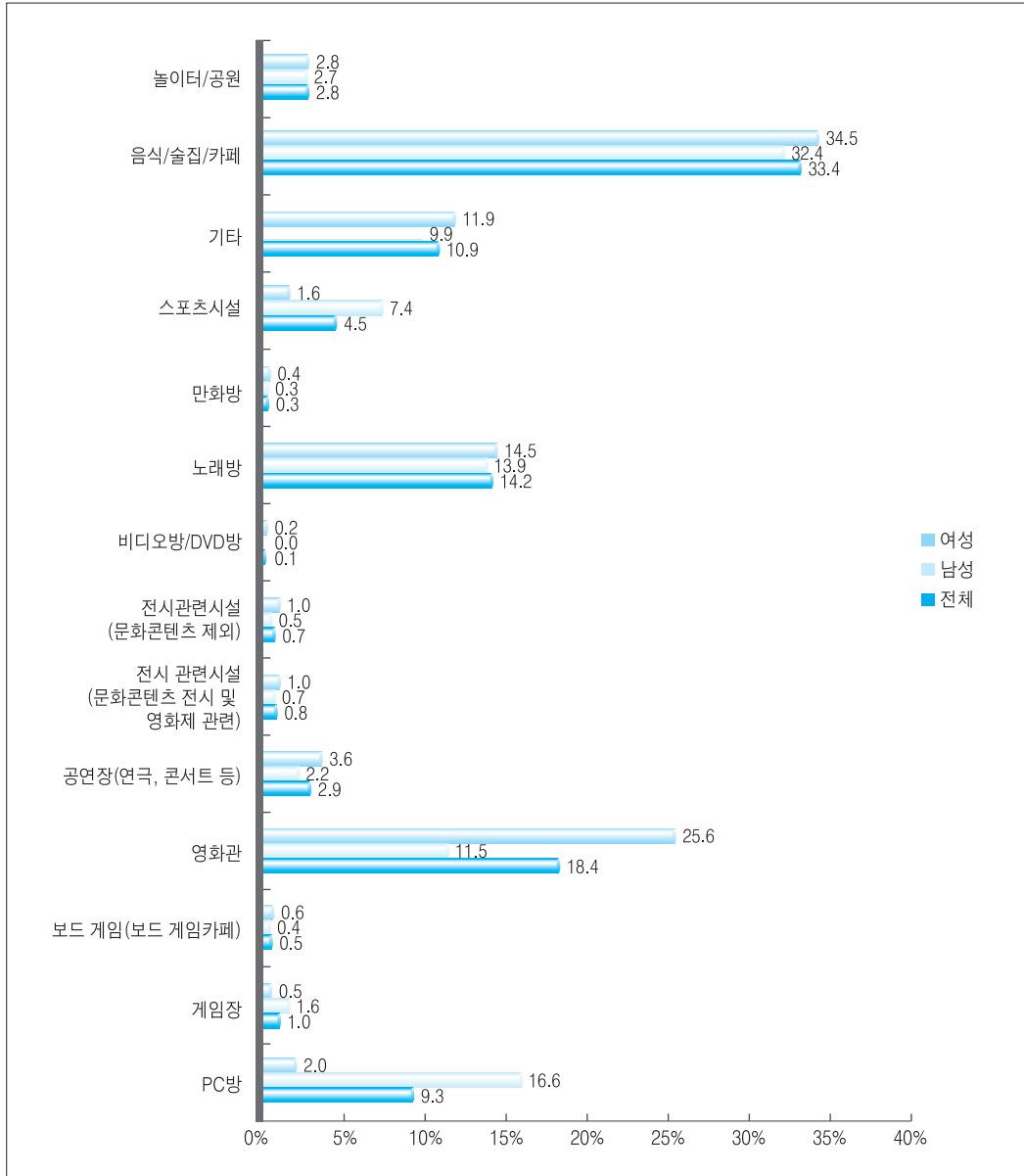


친구들과 여가시간에 즐겨가는 장소는 ‘음식점(술집)’, ‘영화관’, ‘노래방’ 이 각각 33.4% (전체), 18.4%(전체), 14.2%(전체)의 순으로 나타났다. 남녀 모두 친구들과 주로 어울려 가는 장소로 ‘음식점/술집/카페’ 다음으로 영화관이

많았으나, 여성과 달리 남성은 ‘PC방’의 비중이 높게 나타났다. 특히, 여성의 경우 ‘PC방’에 간다고 응답한 경우가 2.0%에 불과해 ‘PC방’이 남성 중심의 여가 공간으로 활용되고 있는 특성을 보여 주고 있다.



〈그림 2-1-1-13〉 친구들과 주로 어울려 가는 장소(복수응답)



연령별로 응답결과를 알아보면, 9~14세의 경우 '영화관'의 응답비중이 가장 높았고, 다음으로 'PC방'이라고 응답한 경우가 많았다. 15~19세의 경우 '영화관'이라는 응답이 가장

많았고, 다음으로 'PC방', '노래방'의 순이었다. 특히 15~19세의 경우 친구들과 즐겨 가는 장소로 PC방이라는 응답이 21.6%로 다른 연령층보다 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 2-1-1-03〉 연령별 친구들과 어울려서 주로 가는 장소

(단위 : %)

	9-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-34세	35-39세	40-44세	45-49세
PC방	16.3	21.6	15.2	11.3	6.0	1.2	1.0	0.3
게임장	1.2	1.6	1.6	2.2	1.2	0.3	0.0	0.0
보드게임방(보드게임카페)	0.9	1.3	0.5	0.3	0.9	0.0	0.3	0.0
영화관	16.6	27.1	25.8	22.6	17.1	14.5	10.8	10.8
공연장(연극, 콘서트 등)	0.0	0.3	2.4	5.7	3.3	4.6	1.6	4.9
전시 관련시설 (문화콘텐츠 전시 및 영화제 관련)	0.3	1.0	0.5	0.8	1.2	0.6	1.6	0.7
전시 관련시설(문화콘텐츠 제외)	0.9	0.3	0.8	0.0	1.2	0.9	1.3	0.7
비디오방/DVD방	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
노래방	14.5	20.9	16.0	9.7	9.3	11.4	17.0	15.7
만화방	1.7	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.3	0.0
스포츠시설	2.9	5.2	3.7	3.2	3.9	8.3	3.9	5.6
기타	27.9	11.4	5.9	3.8	5.7	10.2	11.4	11.8
음식/술집/카페	1.5	6.2	26.9	39.6	49.8	47.1	49.3	49.0
놀이터/공원	15.1	2.6	0.5	0.5	0.3	0.9	1.3	0.7
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(2) 컴퓨터 및 PC방 이용실태

컴퓨터 이용목적에 대한 질문에 대해 '정보검색'이 34.2%, '게임'이 15.9%, '음악/영화/만화'가 11.2% 순으로, '정보검색' 다음으로 '게임'을 이용하는 비중이 높다. 특히, 남성은 '게임'이 23.7%로 '정보검색' 32.7% 다음으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타나 주요 컴퓨터 사용목적 중 하나가 '게임'인 것으로 볼 수 있다. 여성은 '정보검색'이 35.7%를 차지해 가장 높은 비율을 나타냈고, 커뮤니티 12.3%, 이메일 11.8%, 음악/영화/만화 11.6%로 나타나 보다 관계지향적인 컴퓨터 사용행태를 보이고 있음을 알 수 있다.

한편, 연령별로는 9~14세의 경우 49.5%가 '게임'이 컴퓨터 주 사용목적이라고 응답했으며, 연령대가 높아질수록 '정보검색'의 비중이 점차 증가하는 경향을 보인다.

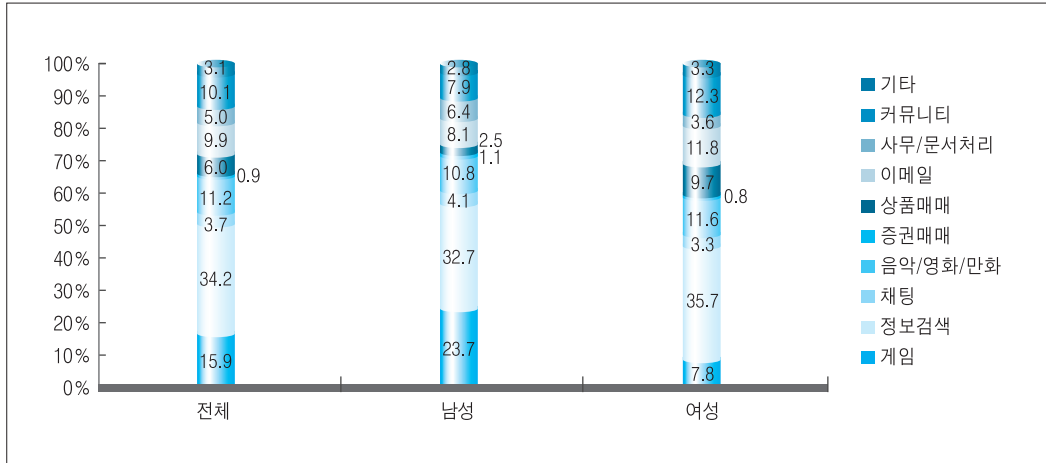
인터넷을 주로 이용하는 장소에 대해서는

81.1%가 '집'이라고 답하였는데 이는 2006년 조사에서 '집'이라고 응답한 비율 79.0%보다 증가한 것이다. 특히 여성(87.6%)의 경우 '집'이라는 응답비중이 높았다. 또한, 연령이 낮을수록 '집'이라는 응답이 높아 직장에서 인터넷을 이용하지 않는 경우 집에서 인터넷을 사용하는 것이 보편적인 것으로 나타났다.

평소에 PC방을 이용하고 있는지를 조사한 결과, 전체 조사대상자의 18%가 PC방을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 성별로는 남성의 29.2%가 PC방을 이용하고 있으며 여성은 6.5%에 그쳤다. 연령별로는 만 15~19세와 만 20~24세의 각각 33.7%, 32.7%가 PC방을 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 점차 PC방이 10대 후반에서 20대 초반까지의 남성 고등학생과 대학생의 전유 공간화 되어 가는 경향이 있는 것으로 볼 수 있다. 한편, 우려와는 달리 10



〈그림 2-1-1-14〉 성별 컴퓨터 이용시 주로 하는 일(복수응답)



대 초반 저연령층의 이용은 높지 않은 것으로 나타났다. 이는 PC방이 10대 후반의 주영역이 되면서 상대적으로 저연령층 청소년의 진입을 막는 경향이 있기 때문으로 해석된다.

PC방에서 주로 하는 일은 전체 PC방 이용자의 81.4%가 ‘게임’이라고 응답했으며, 5.2%가 ‘정보검색’을 꼽았다. 압도적으로 게임의 응답 비중이 높아, PC방은 게임방으로서의 성격이 강하게 굳어지고 있음을 알 수 있다. 특히, 남성 이용자의 경우 85.7%가 게임을 주로 하고 있다고 응답해 PC방이 10대 후반~20대 초·중반의 게임마니아를 위한 공간적 성격이 주를 이루는 것으로 해석된다. 연령별로는 연령이 낮아질수록 PC방에서 주로 하는 활동 중 게임의 비중이 높은 것으로 나타났다.

PC방 1회 방문 시 평균 이용시간은 3시간으로 조사되었으며, 응답빈도를 중심으로 살펴보면, ‘2~3시간미만’의 응답비중이 29.4%로 가장 높다. 성별로 나누어 보면, 여성의 경우에는

‘1~2시간 미만’의 비중이 38.9%로 높고, 평균 이용시간도 2.6시간(남성, 3.1시간)으로 상대적으로 적었다. 남성의 경우 ‘2~3시간 미만’ 이용자 비중이 32.1%로 가장 높았다.

PC방을 이용하는 이유로는 압도적으로 ‘친구/동료들과 어울리기 위해서’ (66.3%)의 비중이 높다. ‘PC시설이 좋아서’라는 응답도 16.3%로 높게 나타났다. 성별로 나누어 살펴보면, 남성의 경우 여성보다 ‘친구/동료들과 어울리기 위해서’라는 응답비중이 71.0%(여성, 44.4%)로 높아 남성에게 있어서 PC방이 주요 놀이 공간으로 자리 잡은 것으로 볼 수 있다. 특히 이러한 경향은 연령별로 살펴보면 더 잘 드러나는데 20~24세의 연령층의 경우가 78.3%가 친구들과 어울리기 위해 PC방을 이용한다고 응답했다.

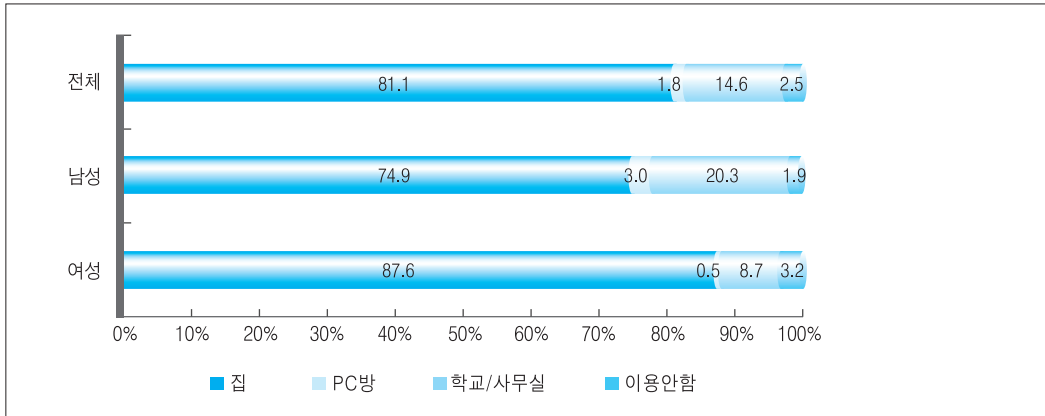
PC방 시설 중 만족도가 높은 분야는 접속속도, PC사양, 콘텐츠 다양성 등인 반면, 만족도가 낮은 분야는 흡연시설, 소음 및 보안성인 것으로 나타났다.

〈표 2-1-1-04〉 연령별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일 (순위)

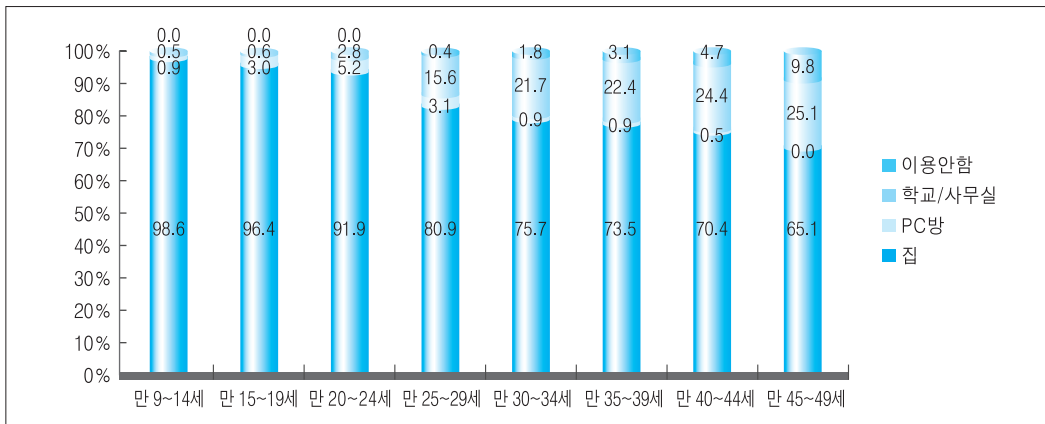
(단위 : %)

	전체	9-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-34세	35-39세	40-44세	45-49세
게임	19.8	49.5	33.7	24.6	15.6	15.0	10.3	8.5	4.2
정보검색	38.2	10.6	23.7	29.9	40.9	44.7	48.9	52.6	50.7
채팅	2.6	10.1	6.5	3.8	0.9	0.4	0.0	0.0	0.0
음악/ 영화/ 만화	7.8	12.8	16.0	9.0	8.4	5.3	2.7	3.8	6.0
증권매매	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.9	2.3	1.9
상품매매	4.3	0.5	3.0	3.8	6.2	5.8	7.2	4.7	2.8
이메일	7.3	1.8	2.4	2.8	7.6	12.4	10.3	9.9	9.8
사무/ 문서처리	6.0	0.5	0.0	0.9	8.0	7.1	10.3	10.3	9.3
커뮤니티	9.3	11.5	14.2	25.1	11.1	4.9	3.1	2.3	3.7
이용 안함	2.9	0.5	0.0	0.0	0.4	1.8	3.6	5.6	10.7
기타	1.0	2.2	0.5	0.1	0.9	1.7	2.7	0.0	0.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

〈그림 2-1-1-15〉 인터넷 주 이용장소

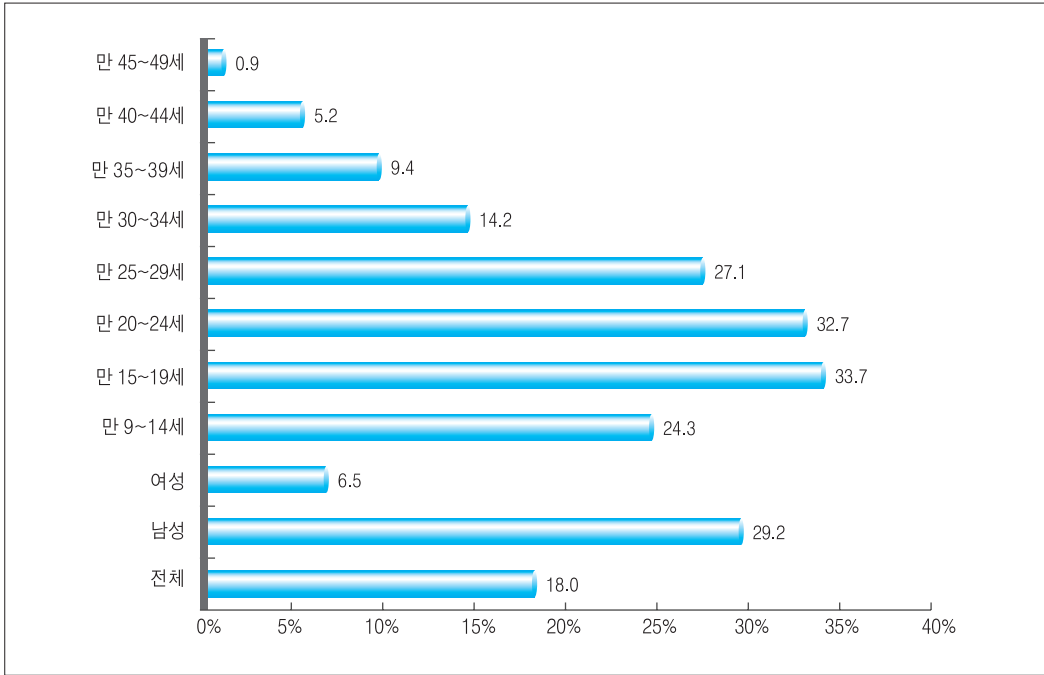


〈그림 2-1-1-16〉 연령별 인터넷 주 이용 장소



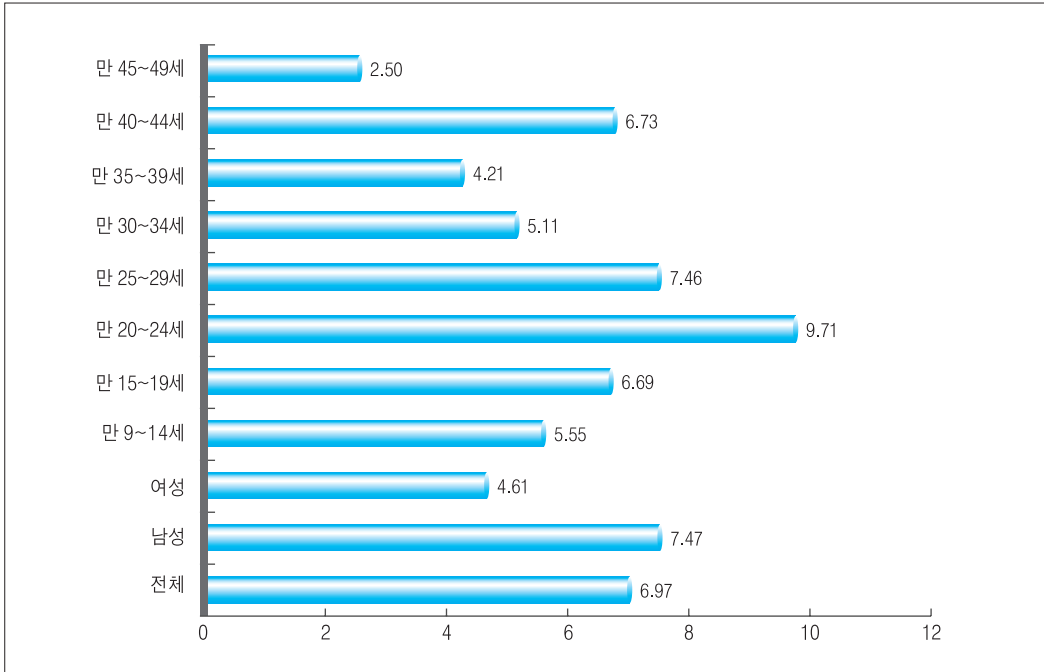


<그림 2-1-1-17> 연령별 PC방 이용률

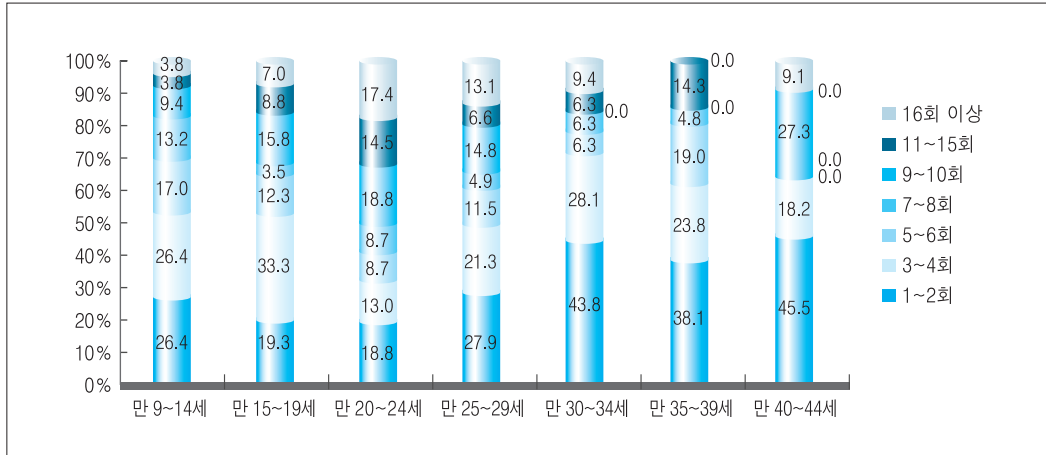


<그림 2-1-1-18> 성별 한달 평균 PC방 이용 빈도

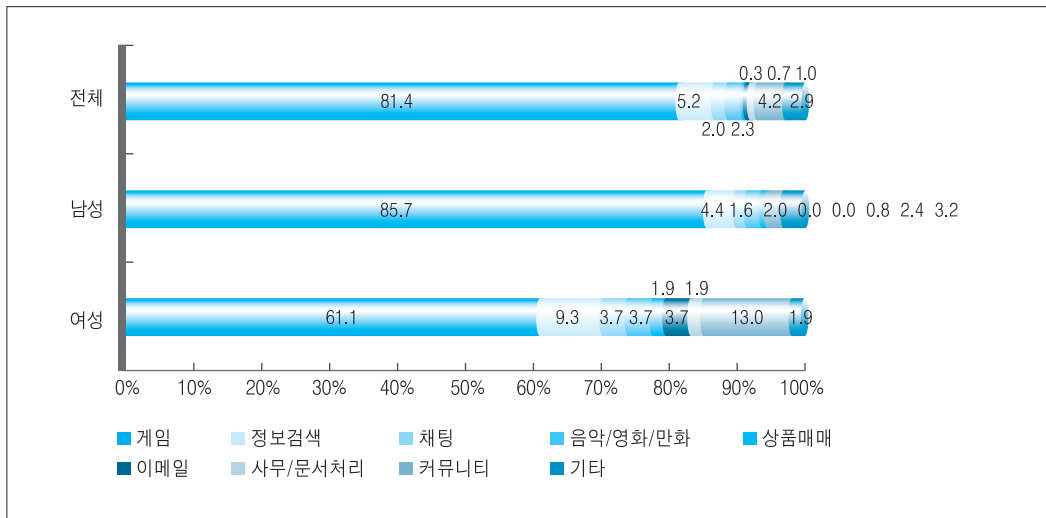
(단위 : 회)



〈그림 2-1-1-19〉 연령별 한달 평균 PC방 이용 빈도

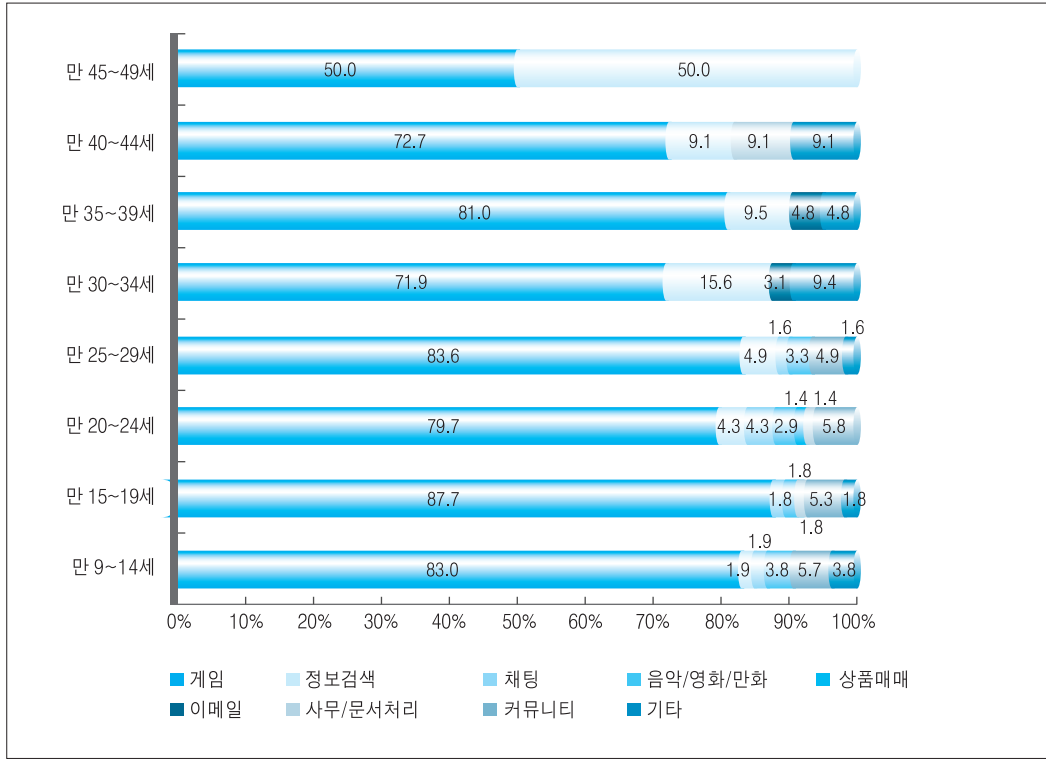


〈그림 2-1-1-20〉 성별 PC방에서 주로 하는 일

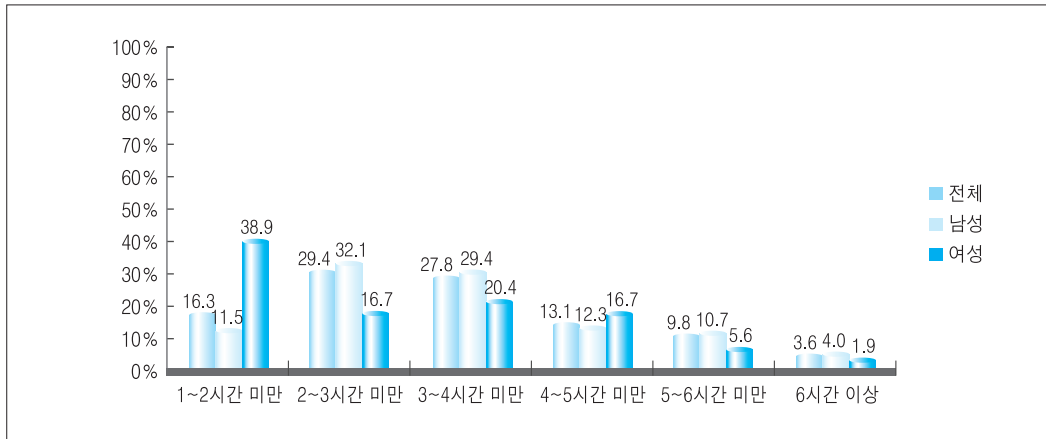




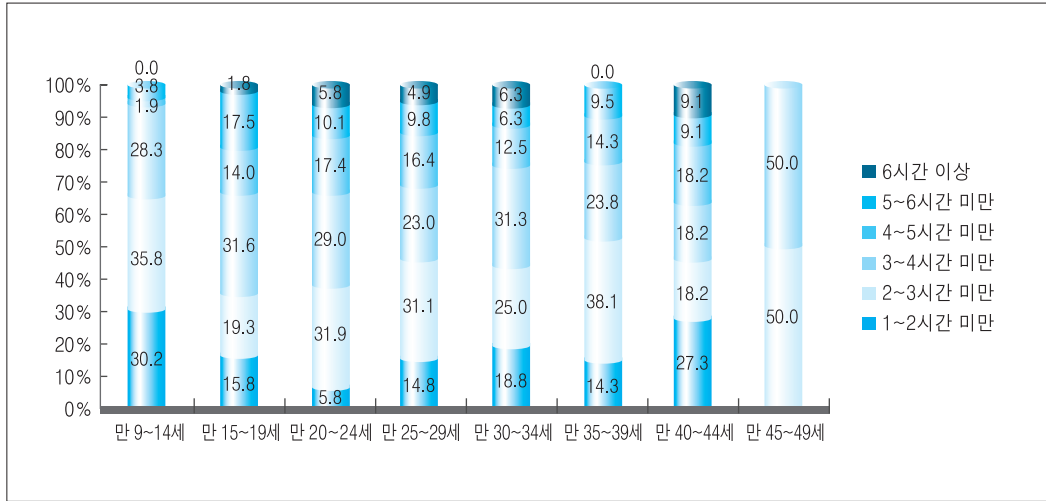
〈그림 2-1-1-21〉 연령별 PC방에서 주로 하는 일



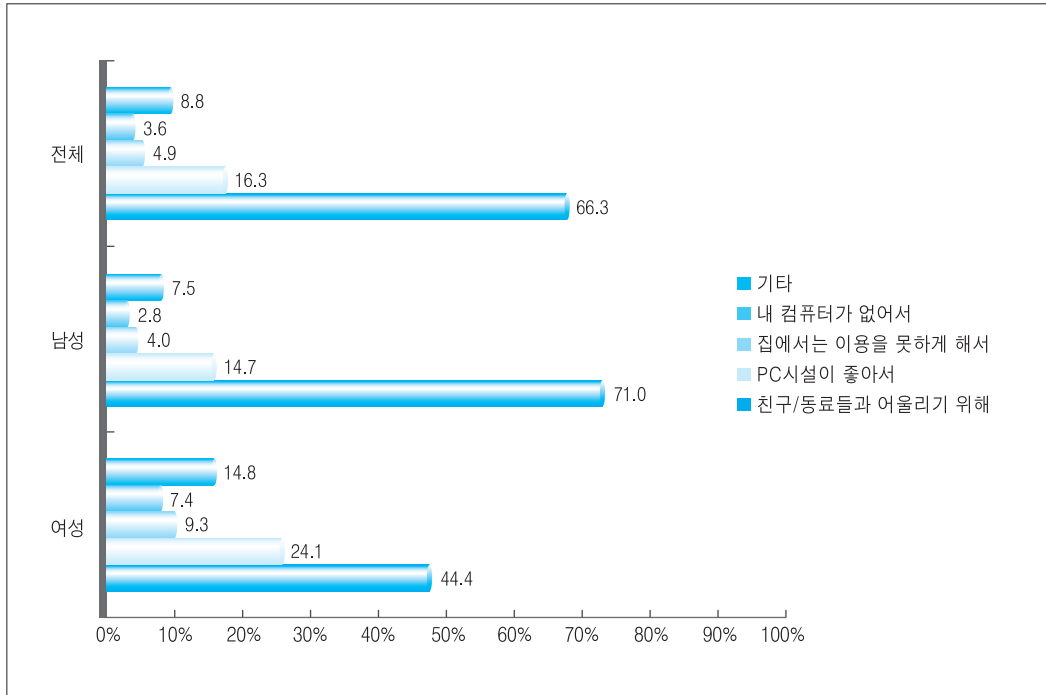
〈그림 2-1-1-22〉 성별 PC방 1회 이용시간



〈그림 2-1-1-23〉 연령별 PC방 1회 이용시간

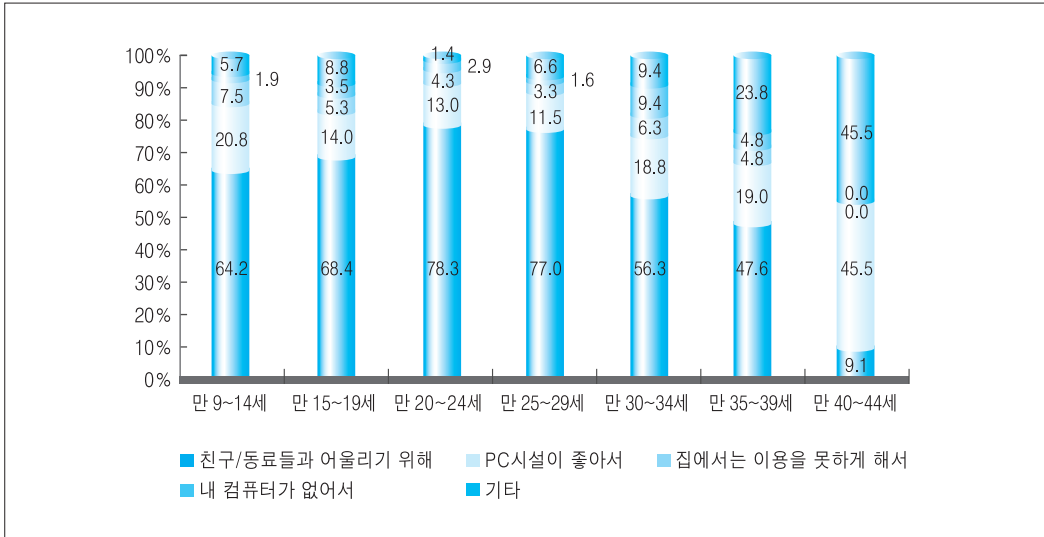


〈그림 2-1-1-24〉 성별 PC방을 이용하는 이유

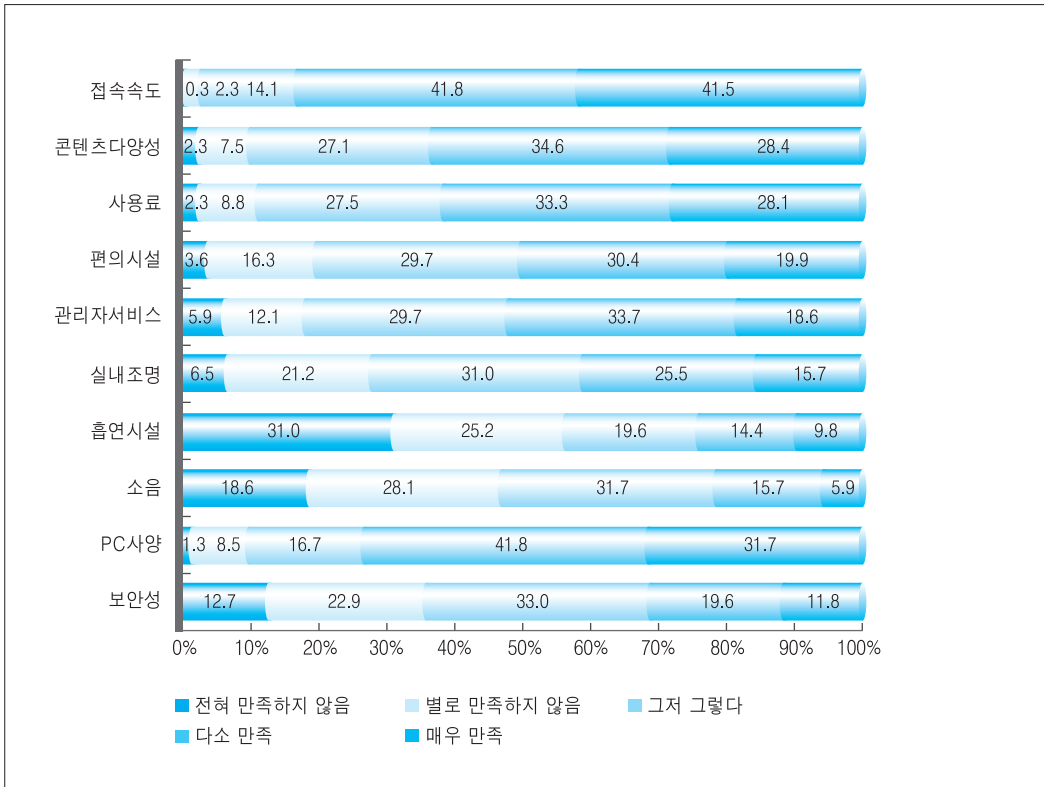




<그림 2-1-1-25> 연령별 PC방을 이용하는 이유

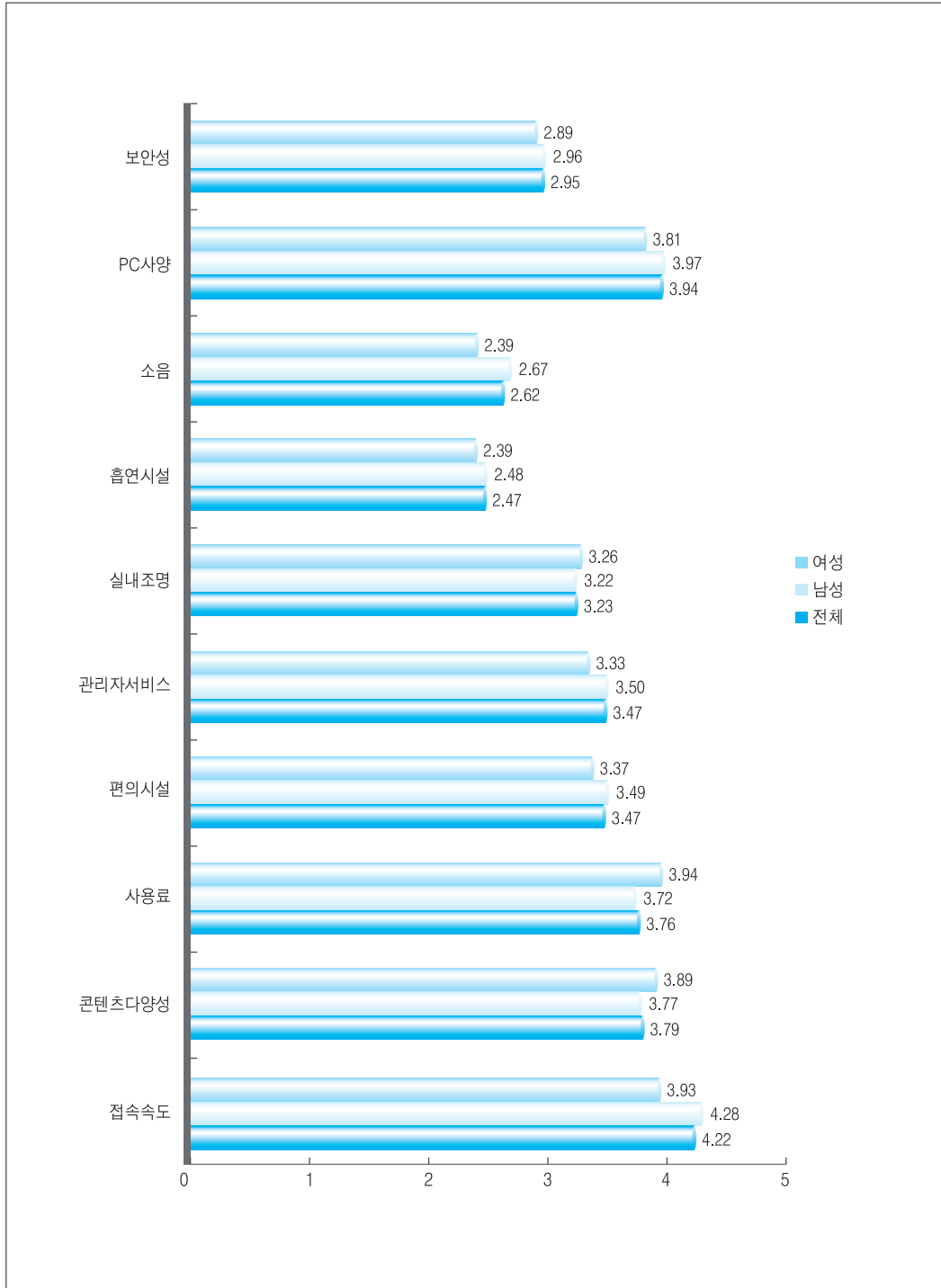


<그림 2-1-1-26> PC방 시설 만족도



〈그림 2-1-1-27〉 PC방 시설만족도(5점 평균)

(단위 : 점(1점 : 영향이 전혀 없음 ~ 5점 : 매우 영향이 있음))





제2절 게임 이용 실태

1. 게임이용 여부 및 게임분야 선호도

게임 이용 경험 여부를 살펴보면 조사대상자 중 52.7%가 현재 한 가지 이상 게임을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 남성은 67.1%가 현재 게임을 하고 있다고 응답했으며, 86.1%가 게임경험이 있는 것으로 조사되었다. 현재 게임을 하고 있는 경우와 게임 경험률이 2006년 조사결과(전체 현재 이용 74.6%, 전체 경험률 96.4%)에 비해 다소 이용률과 경험률이 낮아졌다. 성별로 나누어 보면 여성은 현재 이용하고 있다는 응답비중이 37.9%로 2006년 45.4%에 비해 다소 이용률이 낮아진 것으로 나타났다.

연령별로는 9~14세 연령층의 경우 현재 게임을 이용하고 있다고 응답한 비중이 83.5%로 2006년 대비 4.5% 상승한 경향을 보이고 있다. 저연령층의 경우 게임 이용률 상승은 거의 포화 상태에 달했고, 고연령층의 경우 게임에 전혀 관심이 없는 계층의 비중이 높아 국내에서의 시장 확장 영역은 여성과 자녀가 있는 30대 게임 유경험층이라고 볼 수 있다.

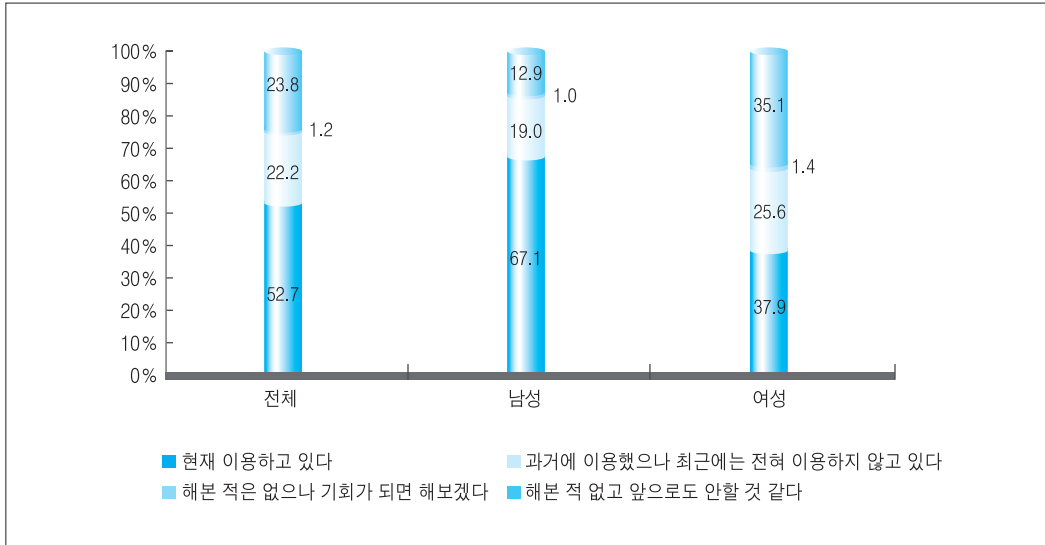
현재 게임을 하지 않는 경우를 대상으로 게임을 하지 않는 이유를 조사한 결과 게임 비이용자의 경우는 '게임에 관심이 없어서'라는 응답

비중이 53.0%로 가장 높았다. 게임비이용자의 절반이 게임의 부정적인 특성보다는 게임 자체에 대한 관심이 낮기 때문에 게임을 이용하지 않는 것으로 밝혀져 향후 게임콘텐츠의 다양성과 교육, 심리치료 등 다양한 기능이 가미된 게임들이 등장할 경우 시장 확대의 여지가 있다고 볼 수 있다. 또한 유사한 응답으로 '흥미를 끄는 내용이 없어서' (14.0%)라는 응답도 상대적으로 높은 비중을 차지했다.

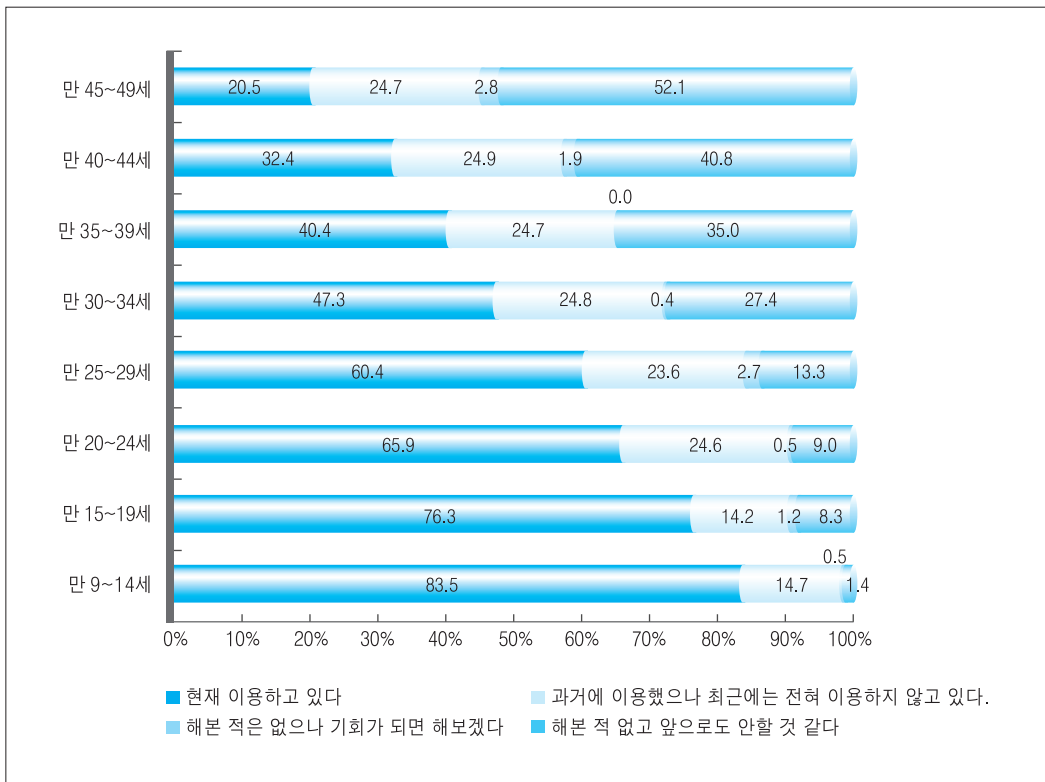
게임을 하는 이유에 대해 조사한 결과(복수응답) '재미있으니까'라는 응답이 37.0%로 게임의 기능 중 '오락(Entertainment)'의 목적이 가장 주된 요인인 것으로 나타났다. 한편 '스트레스 해소' (22.2%), '여유시간활용' (16.8%) 등도 높은 비중을 차지했다. 40~44세와 35~39세의 경우, '스트레스 해소'라는 응답비중이 각각 45.6%, 37.5%로 높게 나타나 직장에서의 스트레스를 게임을 통해 해소하고 있는 것으로 나타났다. 이는 게임이 장르에 따라 기분전환 및 카타르시스 효과를 주기도 하는 것으로 해석할 수 있다.

2

〈그림 2-1-2-01〉 성별 게임 이용 경험

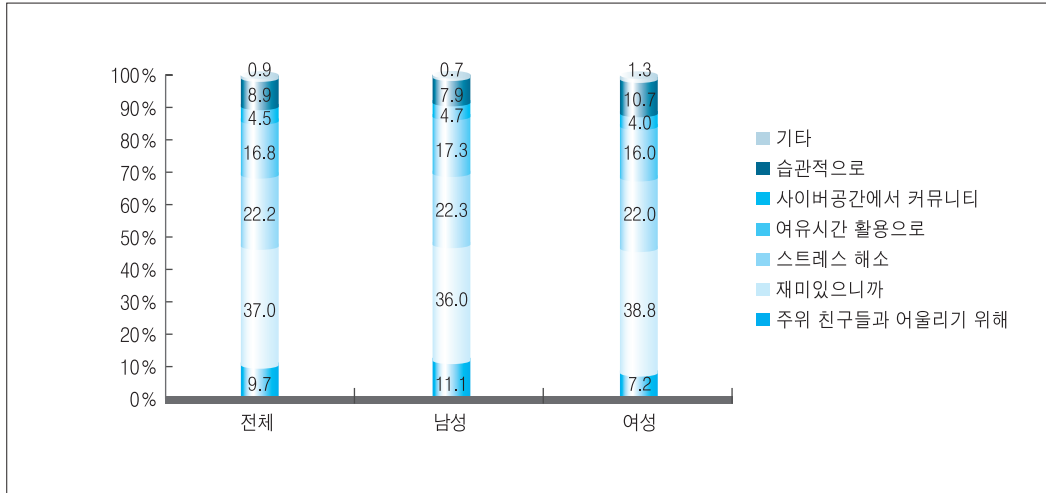


〈그림 2-1-2-02〉 연령별 게임 이용 경험

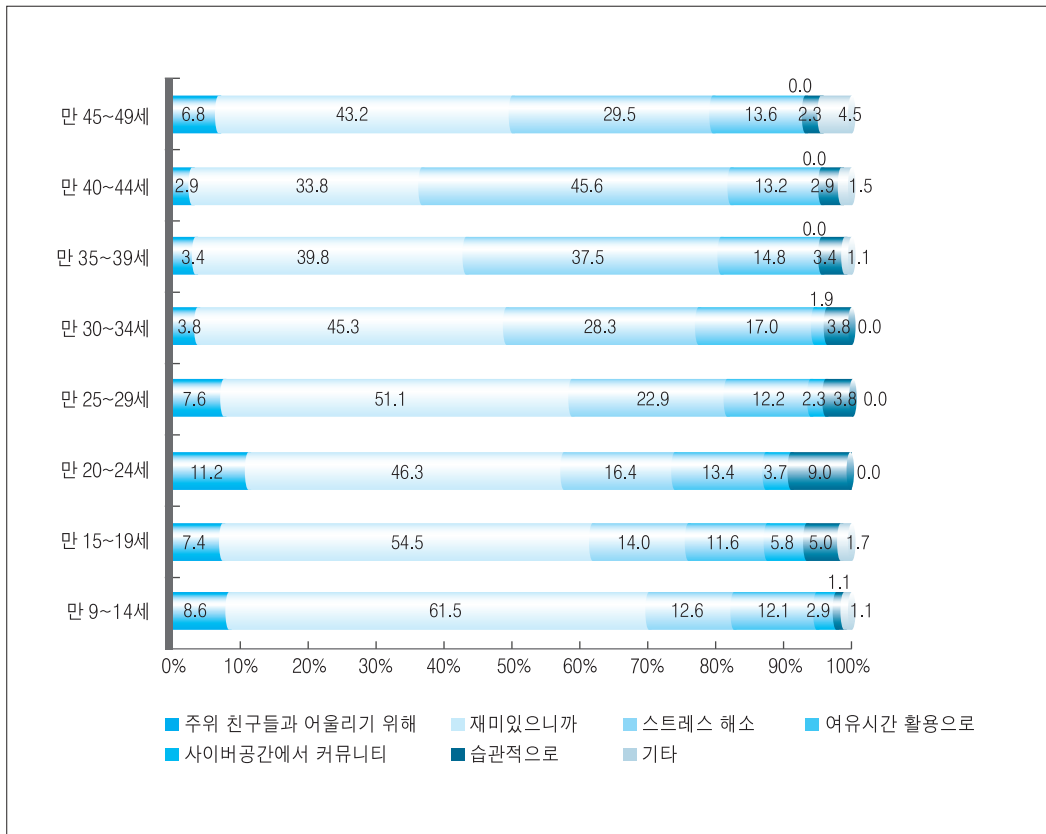




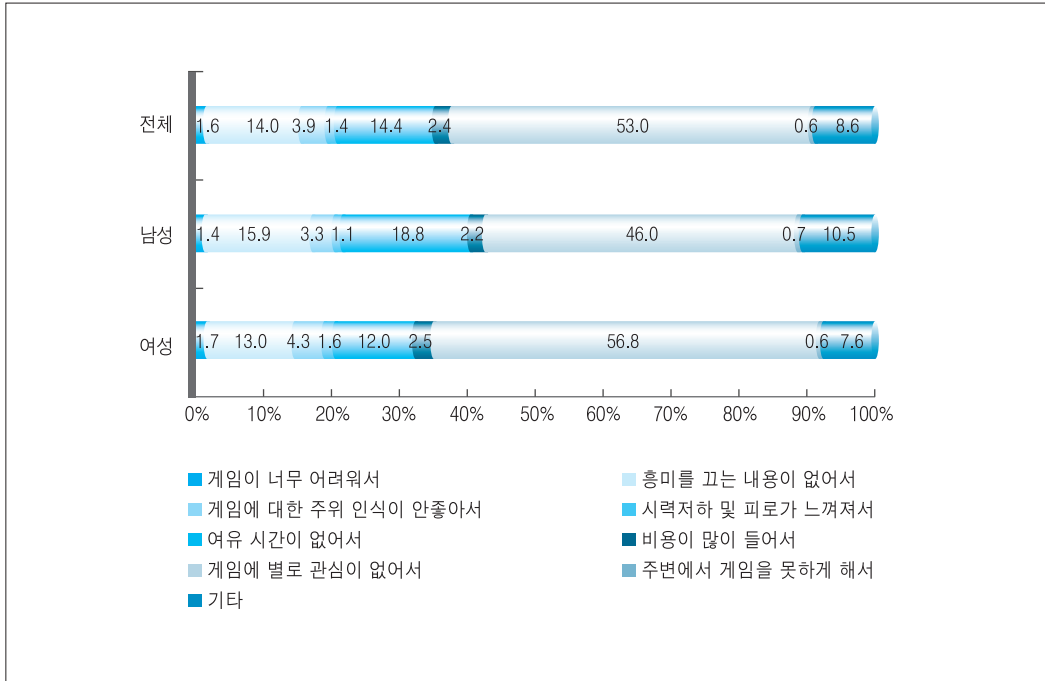
〈그림 2-1-2-03〉 성별 게임을 하는 이유(복수응답)



〈그림 2-1-2-04〉 연령별 게임을 하는 이유



〈그림 2-1-2-05〉 성별 게임을 하지 않는 이유



게임이용자는 하루 평균 79.4분을 게임 이용에 할애하는 것으로 나타났다. 게임을 이용하고 있는 이용자를 대상으로 성별, 연령별 하루 평균 게임 이용 시간을 나누어 분석해 본 결과, 남성 게임이용자는 하루 79.8분, 여성 게임이용자 하루 78.5분을 게임 이용에 할애하는 것으로 나타났다.

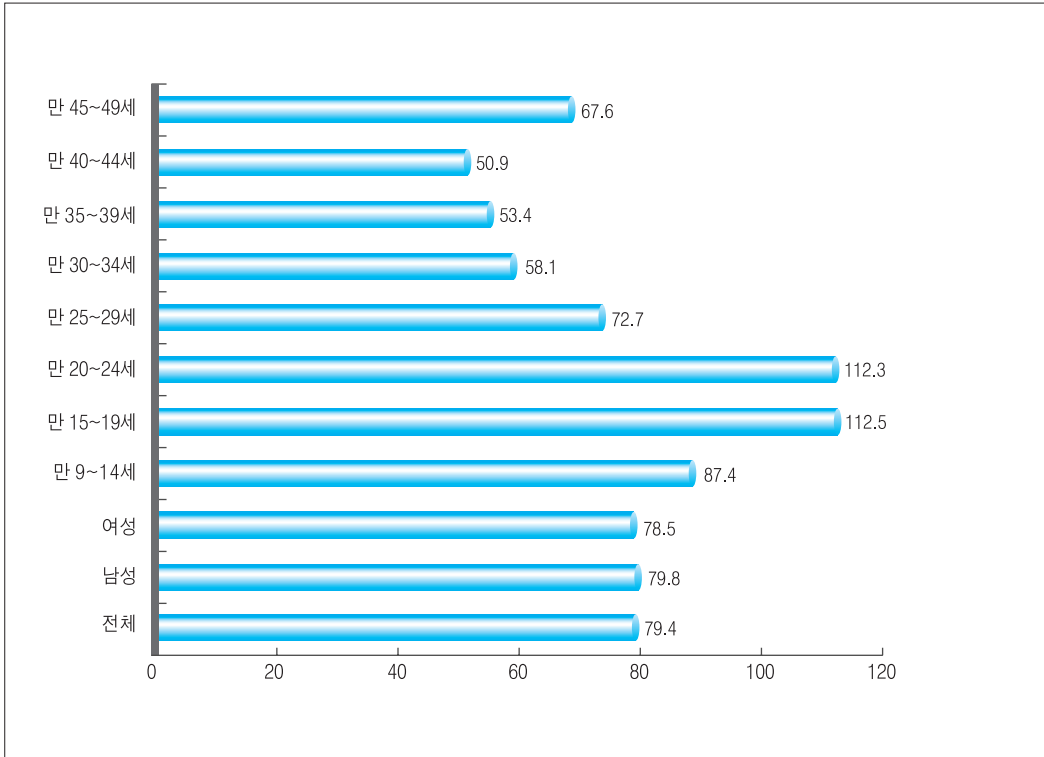
한편, 온라인게임이 본격적으로 자리 잡기 시작한 2000년대 이후에 게임을 처음 시작한 9~19세의 청소년층은 게임을 처음 접한 초기 연령이 9~10세로 초등학교 저학년 때부터 게임을 시작하는 것이 일반적이라고 볼 수 있다. 점차 게임을 접하는 연령이 낮아지고 있음을 짐

작해 볼 수 있다. 한편, 게임을 지속하는 기간을 살펴보면 더 어린 연령에 시작한 9~14세, 15~19세의 평균 지속기간이 각각 2.2년과 3.1년으로 나타났다. 즉, 전체 이용자의 지속기간은 평균 4.2년으로 고연령층의 경우 처음 접해본 시기에 비해 게임 지속기간이 짧은 반면, 저연령층의 경우에는 게임을 접한 시점부터 꾸준히 게임을 지속하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 이는 남녀간 선호 게임 장르와도 관련이 있어 보이는데 몰입도가 높은 롤플레이를 선호하는 남성 게임이용자의 경우 웹보드 게임이나 캐주얼 게임을 선호하는 여성 게임이용자 보다 게임 지속기간이 긴 것으로 풀이된다.

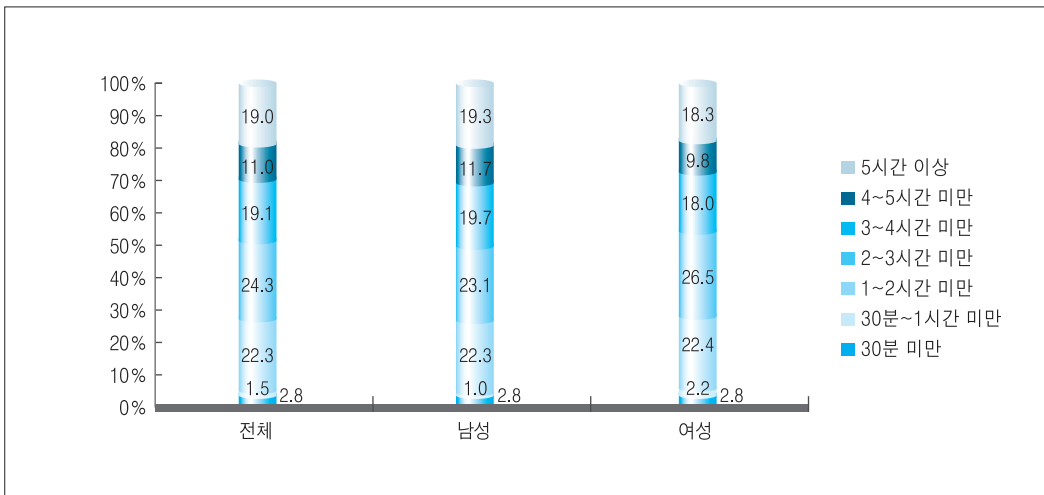


〈그림 2-1-2-06〉 게임이용자의 평균 게임 이용시간

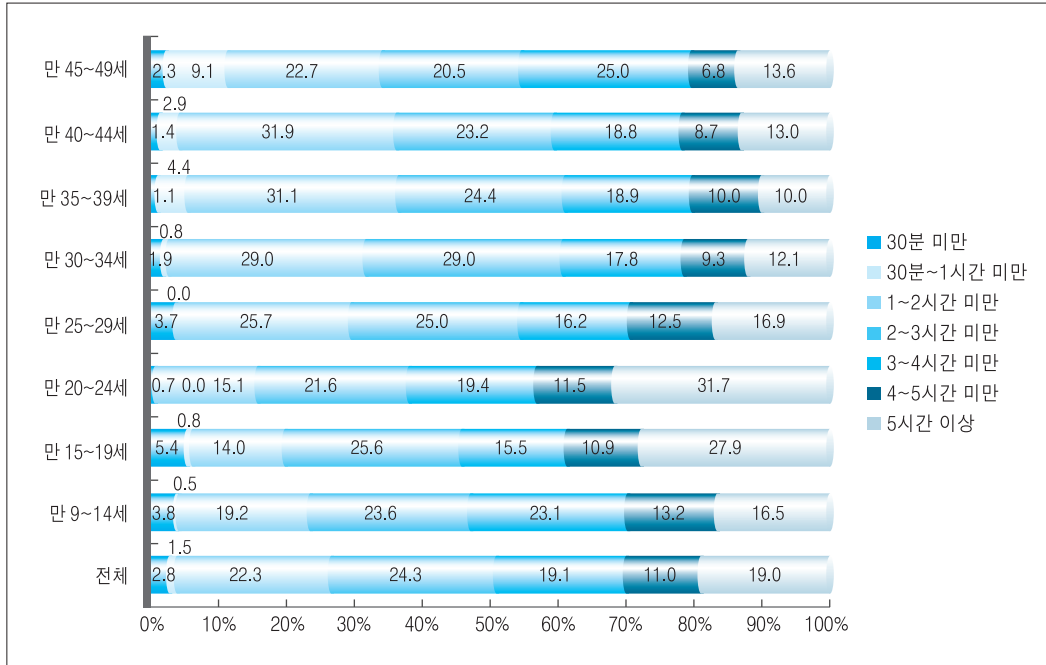
(단위 : 분)



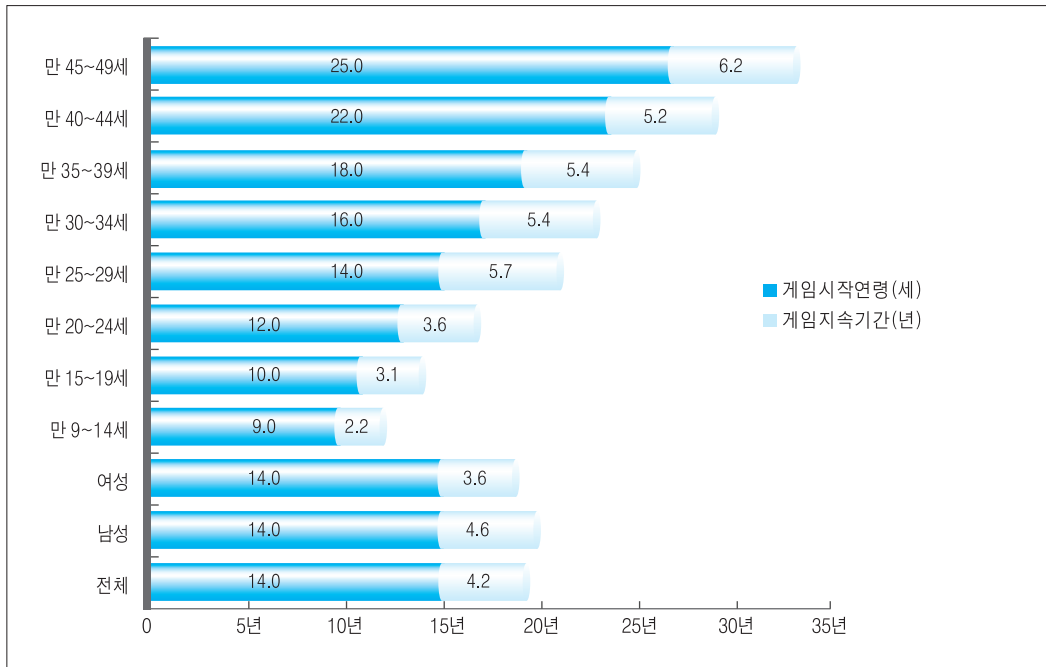
〈그림 2-1-2-07〉 게임이용자의 성별 하루 게임 이용시간



〈그림 2-1-2-08〉 게임이용자의 연령별 하루 게임 이용시간

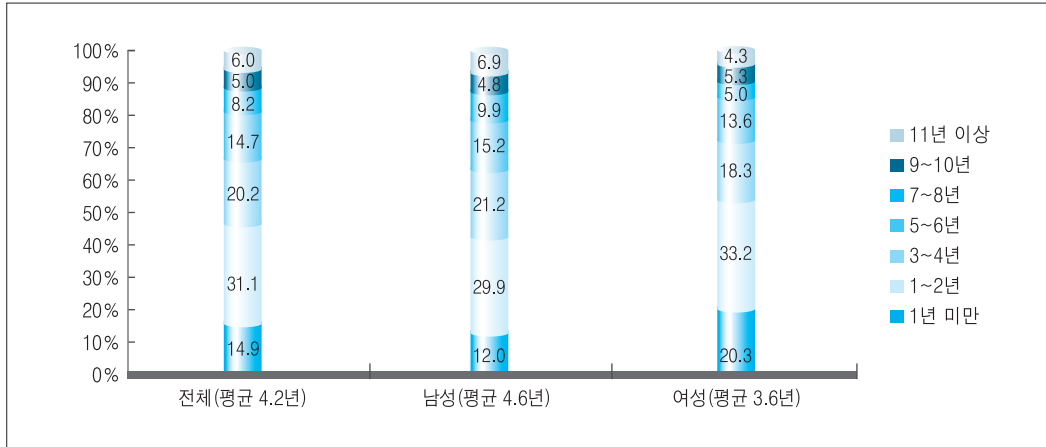


〈그림 2-1-2-09〉 게임이용자의 게임을 처음 접한 시기와 지속기간





〈그림 2-1-2-10〉 게임이용자의 성별 게임을 지속해 온 기간

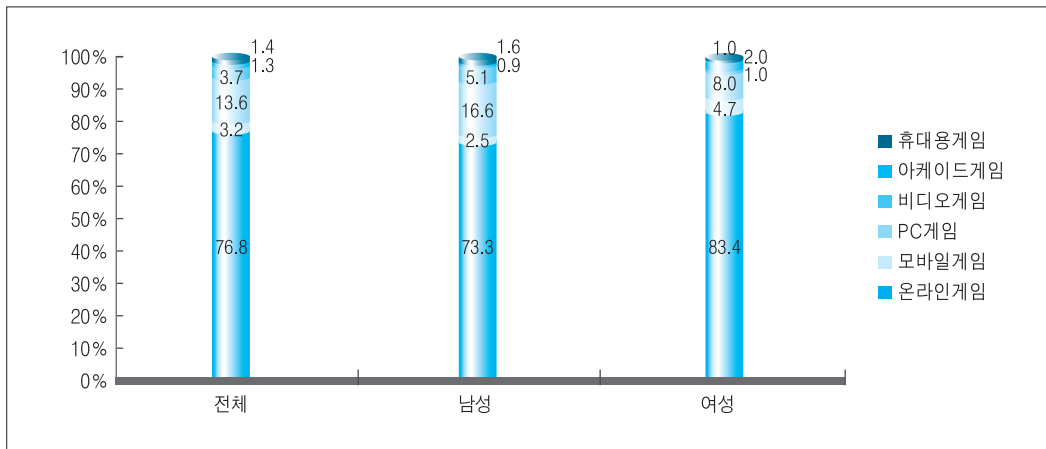


〈표 2-1-2-01〉 게임이용자의 연령별 게임을 지속해 온 기간

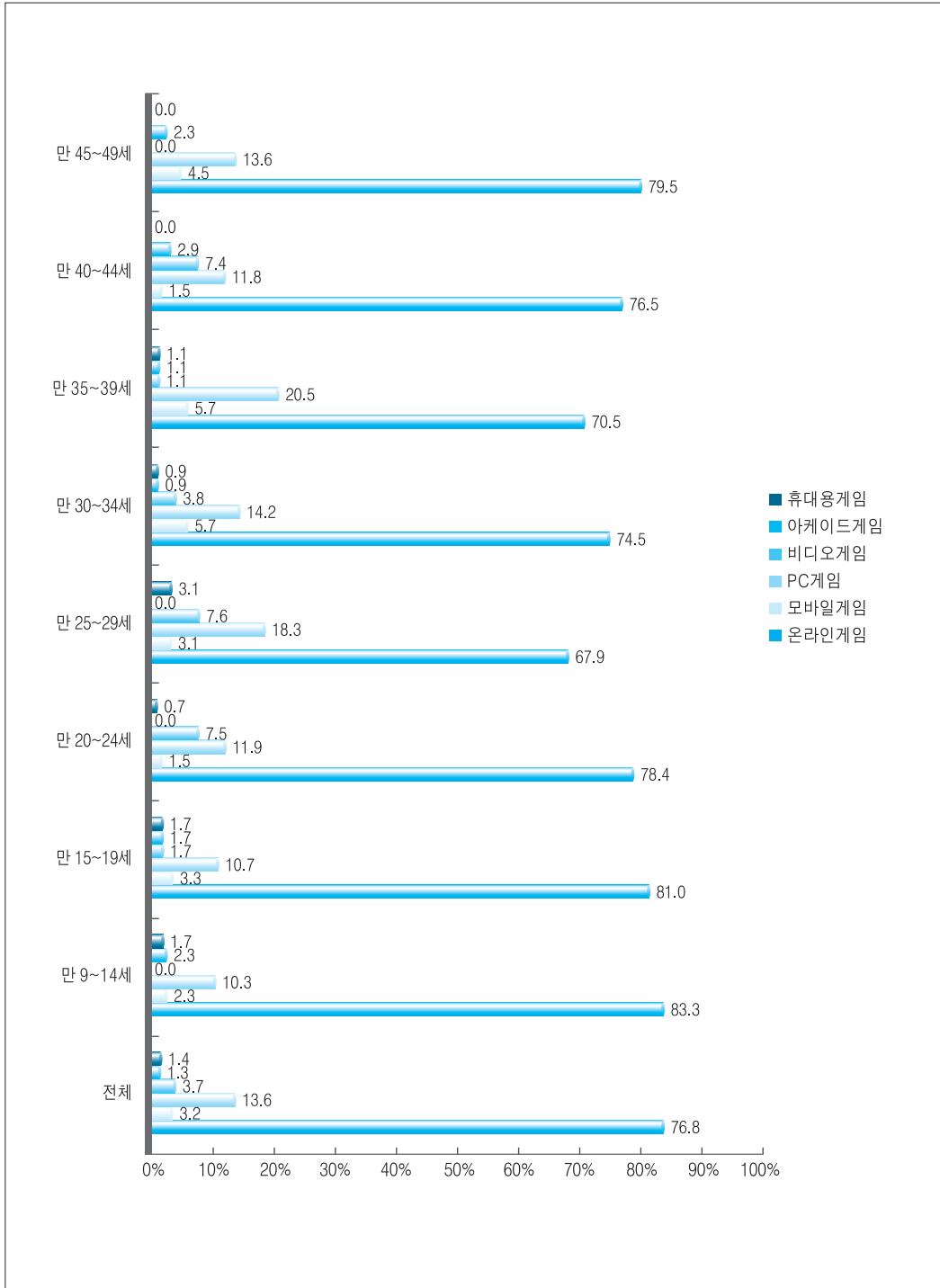
(단위 : %)

	1년 미만	1~2년	3~4년	5~6년	7~8년	9~10년	11년 이상	계
전체	14.9	31.1	20.2	14.7	8.2	5.0	6.0	100.0
만 9~14세	28.2	41.4	17.2	9.8	2.9	0.6	0.0	100.0
만 15~19세	15.7	34.7	22.3	18.2	8.3	0.8	0.0	100.0
만 20~24세	14.9	30.6	25.4	13.4	8.2	5.2	2.2	100.0
만 25~29세	11.5	24.4	16.8	15.3	12.2	3.8	16.0	100.0
만 30~34세	7.5	28.3	19.8	15.1	10.4	10.4	8.5	100.0
만 35~39세	11.4	19.3	21.6	18.2	13.6	8.0	8.0	100.0
만 40~44세	10.3	36.8	11.8	19.1	2.9	7.4	11.8	100.0
만 45~49세	2.3	22.7	31.8	11.4	9.1	13.6	9.1	100.0

〈그림 2-1-2-11〉 게임이용자의 성별 주 이용 게임분야(1순위)

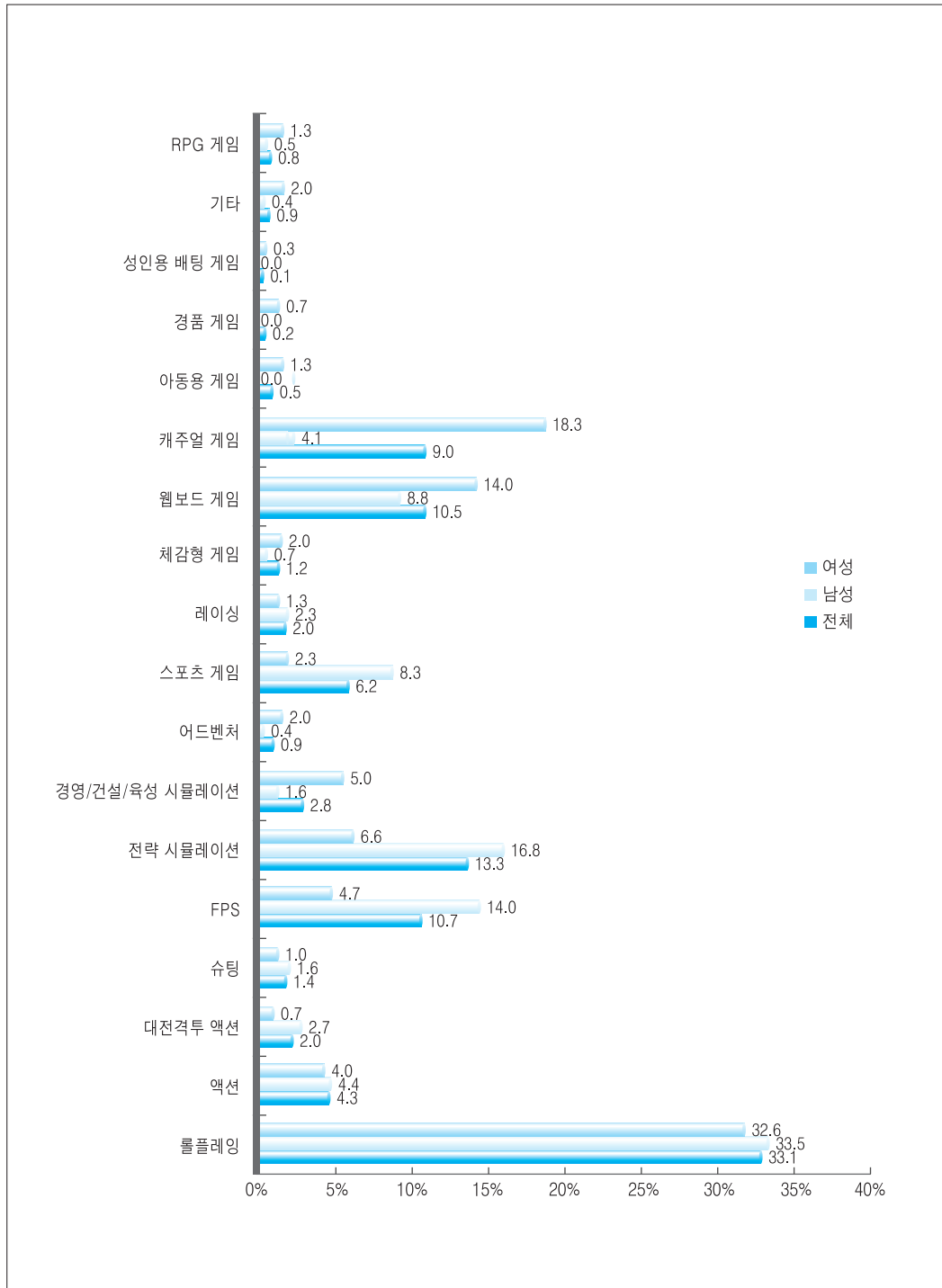


〈그림 2-1-2-12〉 게임이용자의 연령별 주 이용 게임분야(1순위)





〈그림 2-1-2-13〉 게임이용자의 성별 선호 게임 장르(1순위)



〈표 2-1-2-02〉 연령별 선호 게임장르(1순위)

(단위 : %)

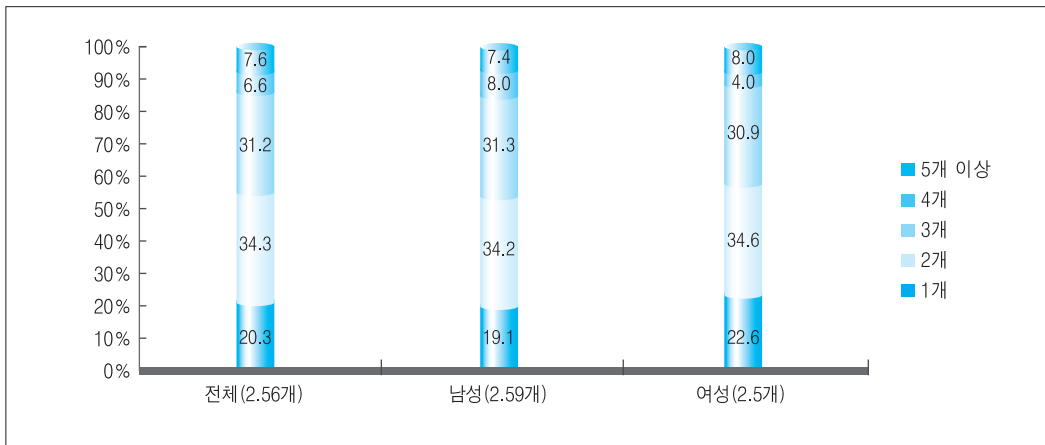
	롤플레이팅	액션	대전격투 액션	슈팅	FPS	전략 시뮬레이션	경영/건설/육성 시뮬레이션	어드벤처	스포츠 게임
전 체	33.1	4.3	2.0	1.4	10.7	13.3	2.8	0.9	6.2
만 9~14세	27.6	7.5	2.9	0.6	13.2	9.8	3.4	2.3	5.2
만 15~19세	34.7	4.1	3.3	2.5	12.4	11.6	5.8	0.8	5.0
만 20~24세	38.8	3.0	1.5	0.7	14.9	13.4	2.2	0.0	10.4
만 25~29세	38.2	3.8	0.8	0.0	10.7	13.0	3.8	0.8	9.9
만 30~34세	38.7	2.8	0.0	0.9	8.5	16.0	0.9	0.0	4.7
만 35~39세	30.7	4.5	1.1	3.4	8.0	14.8	1.1	1.1	4.5
만 40~44세	25.0	2.9	4.4	2.9	2.9	14.7	1.5	1.5	1.5
만45~49세	22.7	2.3	2.3	2.3	6.8	20.5	0.0	0.0	4.5

	레이싱	체감형 게임	웹보드 게임	캐주얼 게임	아동용 게임	경품 게임	성인용 배팅 게임	기타	RPG 게임	계
전 체	2.0	1.2	10.6	9.0	0.5	0.2	0.1	0.9	0.8	100.0
만 9~14세	4.0	1.7	2.3	14.4	1.1	0.0	0.0	1.7	2.3	100.0
만 15~19세	2.5	0.8	0.8	13.2	0.0	0.0	0.0	0.8	1.7	100.0
만 20~24세	0.7	0.0	7.5	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 25~29세	1.5	1.5	6.1	8.4	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	100.0
만 30~34세	1.9	0.0	17.9	4.7	0.0	1.9	0.0	0.9	0.0	100.0
만 35~39세	2.3	2.3	19.3	4.5	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	100.0
만 40~44세	0.0	0.0	32.4	8.8	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	100.0
만 45~49세	0.0	4.5	25.0	4.5	2.3	0.0	2.3	0.0	0.0	100.0

한편 현재 이용하고 있는 게임 개수는 평균 2.56개이며, 2개를 이용하고 있는 경우가

34.3%로 가장 많았다. 여성보다는 남성이 이용하고 있는 게임 개수가 많은 것으로 나타났다.

〈그림 2-1-2-14〉 게이미용자의 성별 현재 이용하고 있는 게임 개수





2. 게임이용 장소 및 시간

(1) 게임 장소, 시간대 및 이용시간

게임 이용을 위한 주 이용 장소는 집이 79.3%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이러한 경향은 2003년부터 지속되고 있다. 특히, 여성과 고연령층은 또래 문화로 친구들과 어울려 게임을 하기 보다는 혼자 게임을 즐기는 경우가 많아 집에서 게임을 한다는 응답비중이 남성이나 20대 저연령층에 비해 높다. 그러나, PC방이 10대 후반과 20대 초반의 문화공간이 되면서 오히려 9~14세는 집에서 게임을 이용하는 경우가 85.1%로 가장 많다. 특히, 시간조절능력이 부족한 저연령층의 경우 부모님의 통제하에 집에서 게임을 즐기는 것이 더욱 바람직하다고 볼 수 있다.

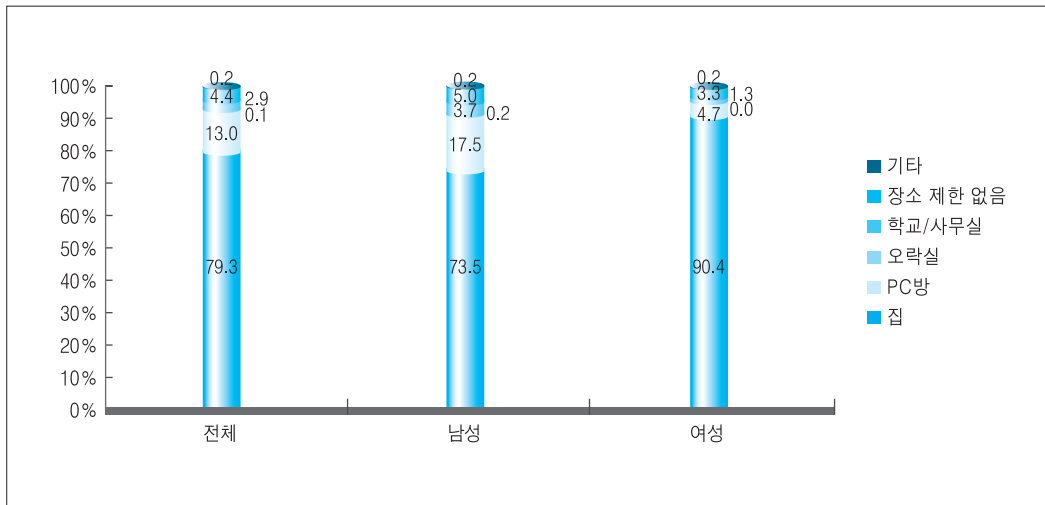
주로 게임을 이용하는 시간대를 조사한 결과 저녁 6시~밤 10시의 비중이 42.1%로 가장 높았고, 낮 12시~저녁6시의 비중도 25.9%나 되

었다. 연령별로 이용시간대를 비교해 보면, 9~14세의 저연령층의 경우, 낮 12시~저녁 6시의 비중이 46.0%로 가장 높고, 저녁 6시~밤 10시가 40.8%, 밤 10시~새벽 2시가 10.3%로 우려하는 바와 달리 저연령 청소년층의 심야 게임 이용이 문제가 될 정도로 심각한 상황은 아닌 것으로 볼 수 있다.

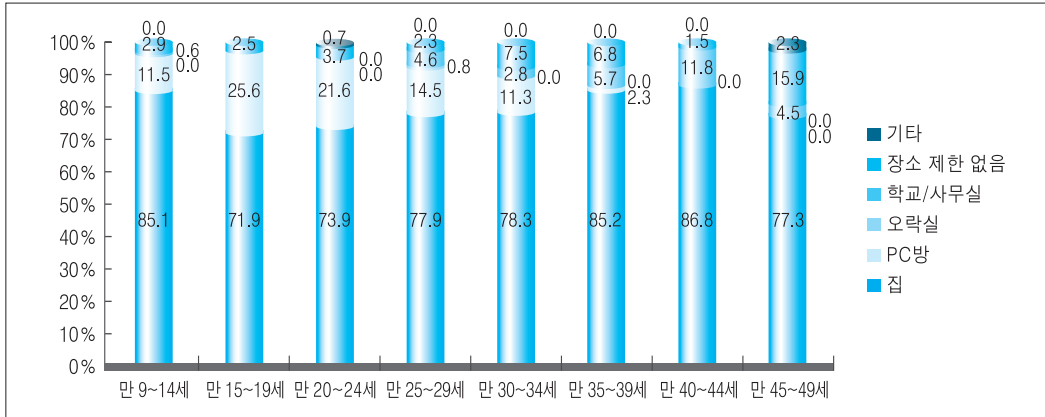
성별 한달 평균 게임 이용횟수는 남성이 여성에 비해 보다 자주 게임을 이용하는 것으로 조사되었다. 남성은 한달 평균 18.6회를 이용하는 반면, 여성은 17.7회를 이용하는 것으로 나타났다. 빈도를 살펴보면, 남성의 경우 23.1%가 16~20회, 18.8%가 26~30회 이용한다고 응답했고, 여성은 16~20회의 응답빈도가 25.2%로 가장 높았고, 다음으로 26~30회의 응답빈도가 18.6%였다. 연령별로는 15~19세가 월평균 22.5회로 가장 자주 게임을 즐기고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 9~14세, 20~24세가 월평균 각각 20.8회 이용하는 것으로 나타났다.



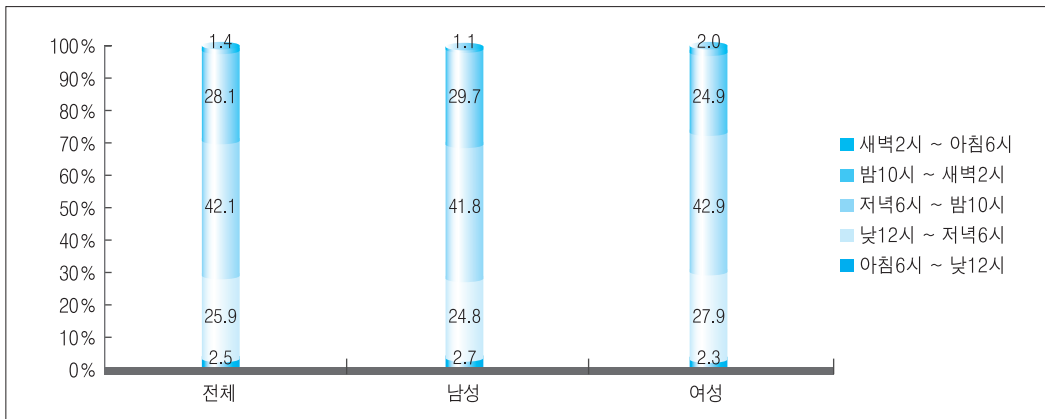
〈그림 2-1-2-15〉 성별 게임 주 이용 장소



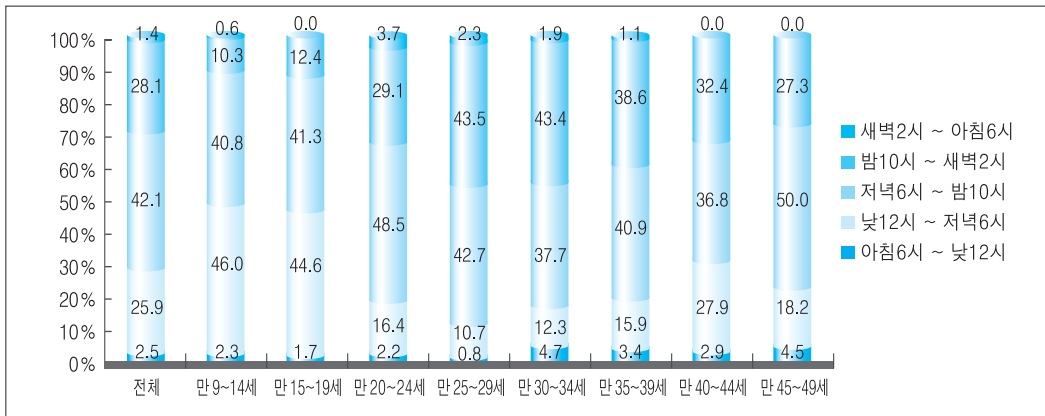
〈그림 2-1-2-16〉 연령별 게임 주 이용 장소



〈그림 2-1-2-17〉 성별 게임 주 이용 시간대



〈그림 2-1-2-18〉 연령별 게임 주 이용 시간대



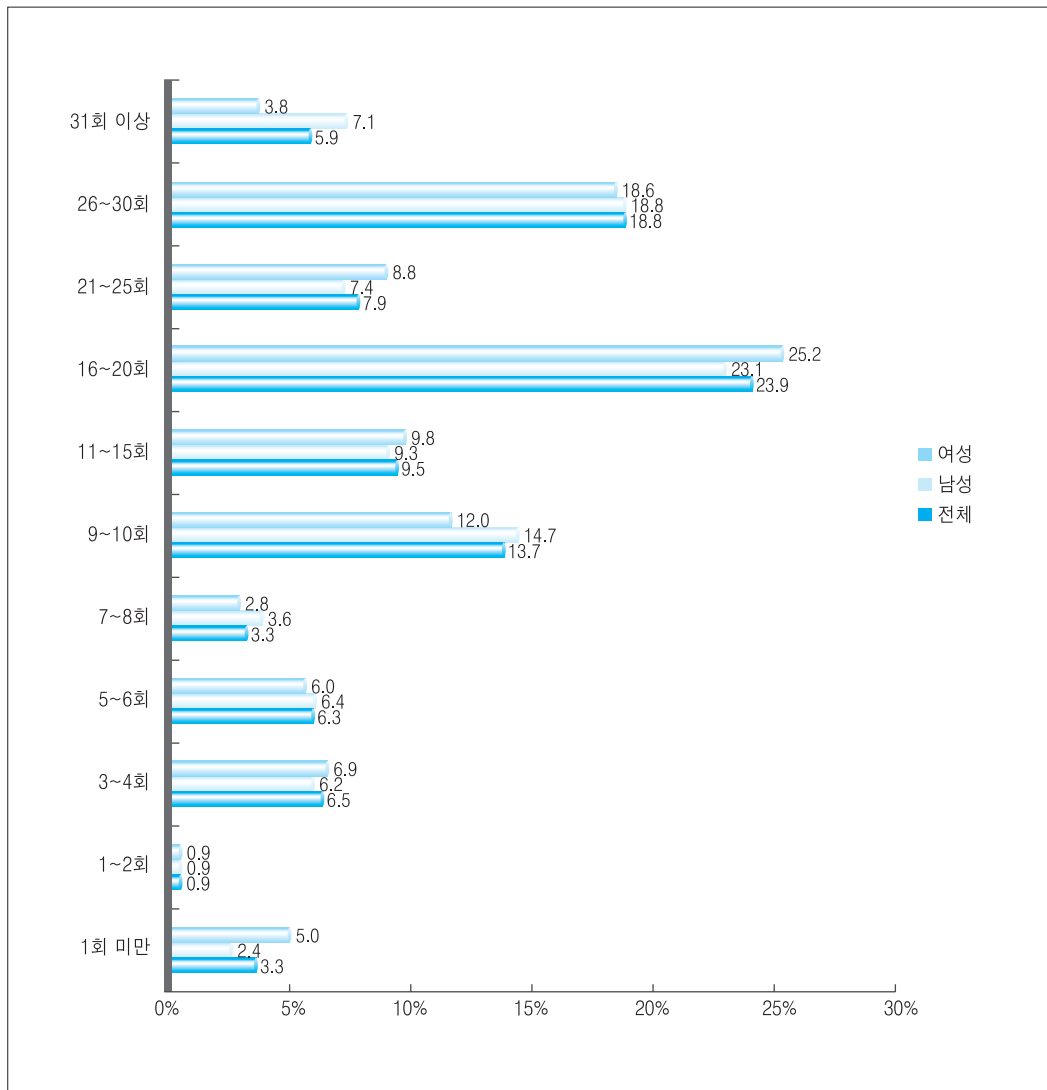


한달 평균 게임 이용 횟수는 평균 18.9회로 나타났으며, 이는 2006년 조사결과 15.8회에 비해 조금 많아진 셈이다. 매일 게임을 이용하는 31회 이상 이용자는 5.9%로, 2006년 3.3%에 비해 더 늘어난 것을 알 수 있다. 월평균 게임이용 횟수를 이용구간별로 살펴보면, 16~20

회 이용한다고 응답한 비율이 23.9%로 가장 높았다. 즉, 게임이용자 중 가장 높은 빈도가 거의 이들에 한번 꼴로 게임을 이용하고 있는 것으로 볼 수 있으며, 26~30회가 18.8%, 3일에 한번 꼴인 9~10회가 13.7% 순이었다.

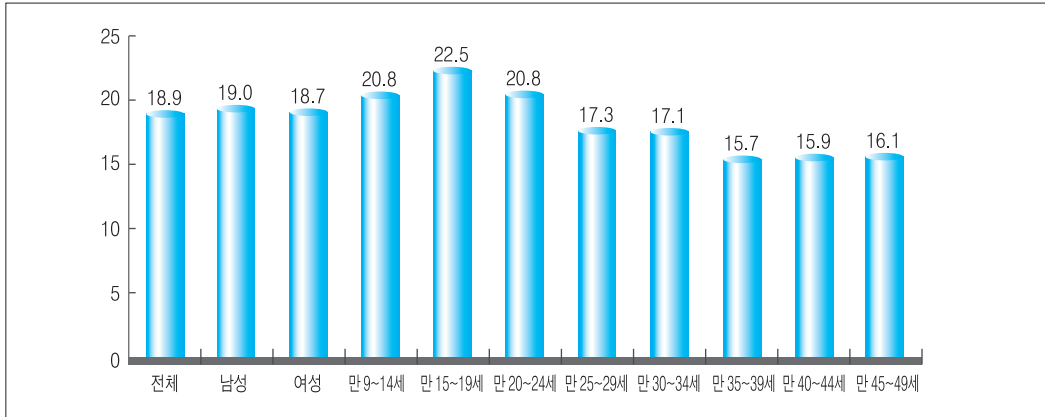
2

<그림 2-1-2-19> 게임이용자의 월 평균 게임 이용 횟수

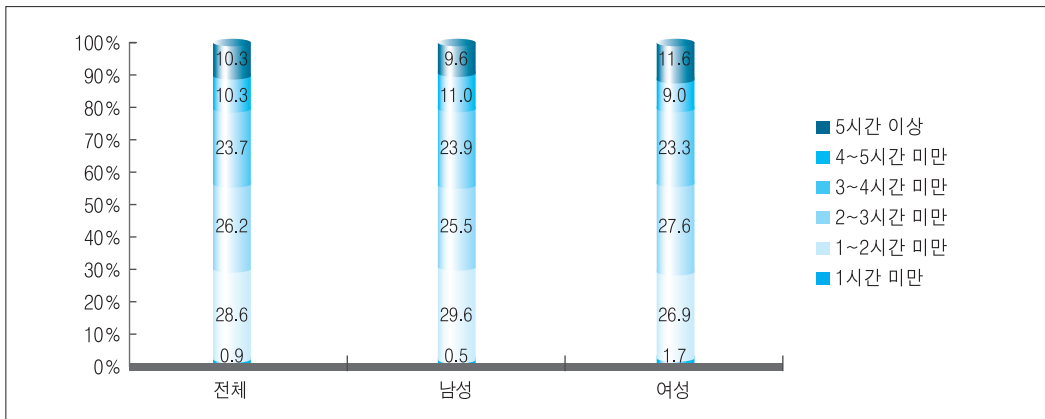


〈그림 2-1-2-20〉 게임이용자의 연령별 월 평균 게임 이용 횟수

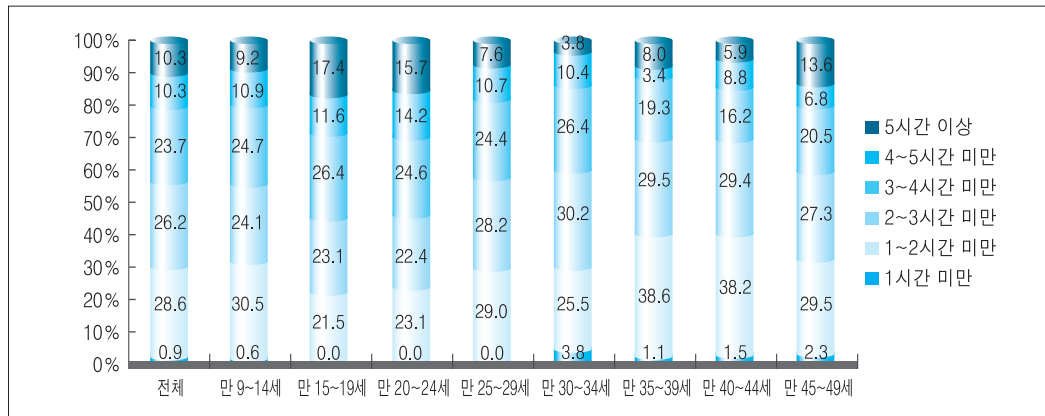
(단위 : 회)



〈그림 2-1-2-21〉 게임이용자의 성별 1회 게임 이용 시간



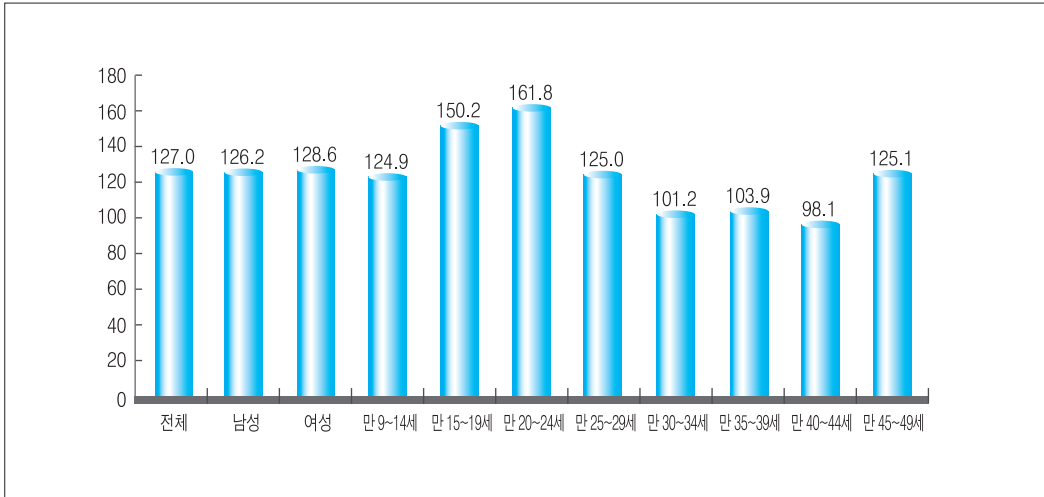
〈그림 2-1-2-22〉 게임이용자의 연령별 1회 게임 이용 시간





〈그림 2-1-2-23〉 게임이용자의 1회 평균 게임 이용 시간

(단위 : 분)



1회 평균 게임이용시간을 조사한 결과 ‘1~2시간 미만’, ‘2~3시간 미만’의 응답비중이 각각 28.6%, 26.2%로 가장 높았고, 3~4시간 미만 이용한다는 응답도 23.7%나 되었다. 즉, 1회 평균 2시간 이상의 장시간 이용자가 전체 게임이용자의 절반 이상을 차지하고 있었으며, 4시간 이상의 과다 이용자의 경우도 20.6%였다. 성별로는 전반적으로 여성과 남성간의 큰 차이를 보이지 않았는데 남성의 경우 4시간 이상 이용자가 20.6%, 여성의 경우도 20.6%로 똑같았고, 평균 이용시간도 남성과 여성이 각각 2.1시간으로 전반적으로 큰 차이를 나타내지 않았다.

연령별로 응답결과를 나누어 살펴보면, 15~19세와 20~24세의 1회 평균 게임 이용시간이 가장 긴 것으로 나타났는데, 각각 2.5시간, 2.7시간씩 이용하는 것으로 조사되었다. 특히 이들의 경우, 4시간 이상 사용자 비중이 각각 29.0%, 29.9%로 이용 빈도와 시간을 고려했을

때 20~24세가 비교적 가장 게임을 많이 이용하는 연령층인 것으로 조사되었다. 특히 이들의 경우 여가시간이 가장 길고 여가비용도 상대적으로 높은 편이다.

(2) 게임분야별 이용기간

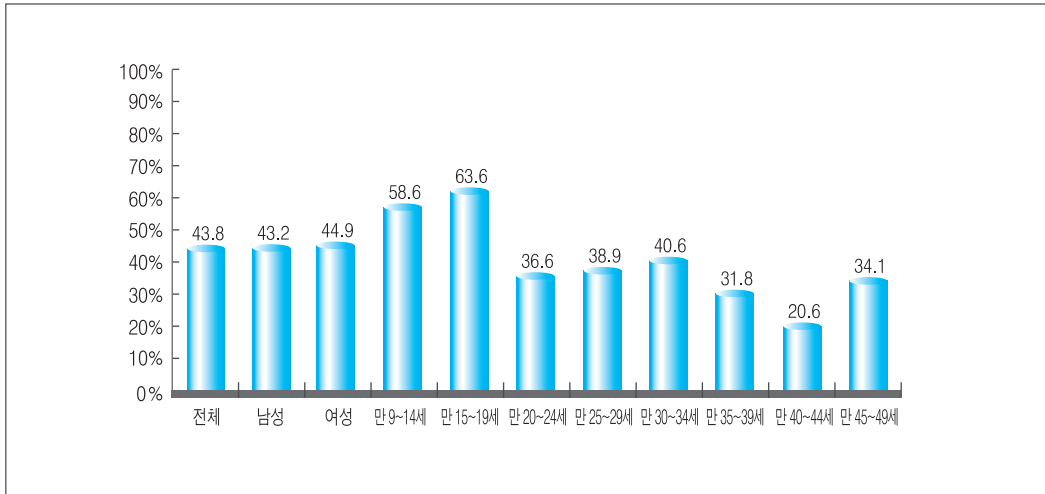
최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는지를 조사한 결과 전체 43.8%가 바꾼 경험이 있다고 응답했다. 특히 15~19세의 경우 63.6%가 게임을 바꾼 경험이 있었으며, 40대 이상은 54.7% 정도가 게임을 바꾼 것으로 나타났다. 즉, 연령이 높을수록 게임을 다양하게 즐기기보다는 익숙한 게임을 지속적으로 즐기는 경향이 강한 것으로 볼 수 있다. 플랫폼별로 나누어 살펴보면, 비디오게임 이용자의 경우와 휴대용게임 이용자의 경우가 게임을 바꾼 경험이 더 많은 것으로 나타났다.

게임을 바꾼 이유로는 ‘게임이 재미가 없어

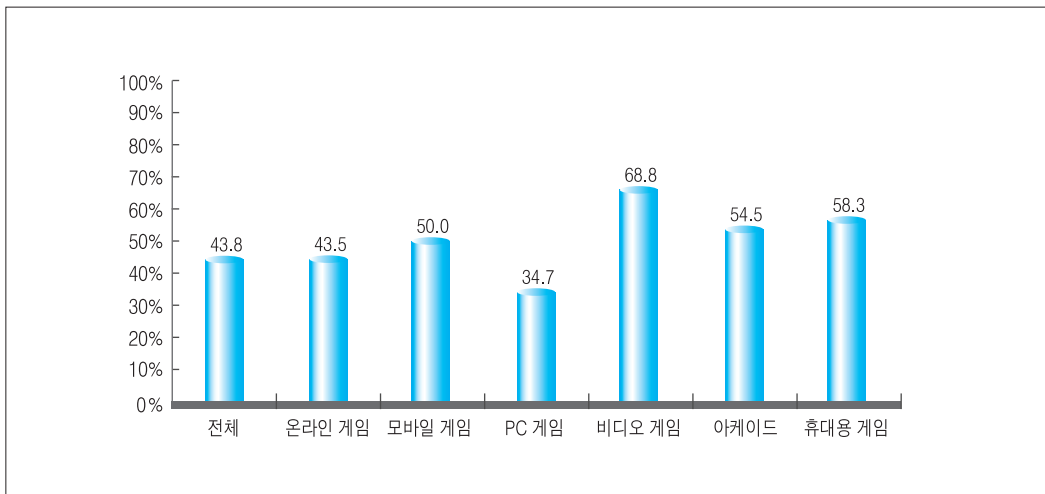
서' 라는 이유가 32.3%로 흥미가 떨어지는 경우에 게임을 바꾸는 것이 가장 일반적인 이유인 것으로 조사되었고, 기타 의견을 제외하고 '게임을 마스터해서' 17.2%, '친구의 권유로' 15.6%, '스토리/그래픽/사운드가 마음에 안 들

어서' 7.3%의 순이었다. 특히 10~20대의 경우 게임이 또래 문화로 친구들과 정보를 교류하고 대화의 소재를 얻기 위해 게임을 하는 경우가 많기 때문에 또래들 사이의 유행이 게임을 바꾸는 주요소로 자리 잡고 있음을 알 수 있다.

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

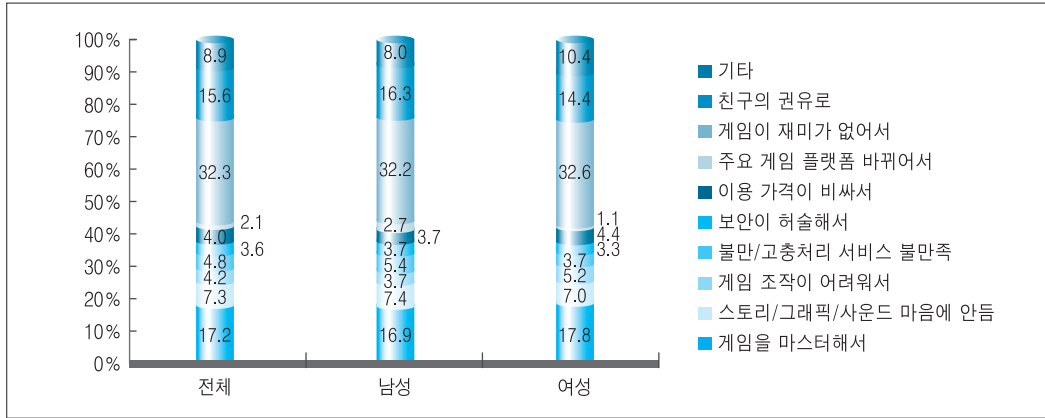


〈그림 2-1-2-25〉 플랫폼별 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율





<그림 2-1-2-26> 성별 게임을 바꾼 경험이 있는 비율(중복응답)



<표 2-1-2-03> 연령별 게임을 바꾼 이유(중복응답)

(단위 : %)

	게임을 마스터 해서	스토리/그래픽/사운드 마음에 안들	게임 조작이 어려워서	불만/고충 처리 서비스 불만족	보안이 허술해서	이용 가격이 비싸서	주요 게임 플랫폼 바뀌어서	게임이 재미가 없어서	친구의 권유로	기타	지겨워져서	새로운 게임이 나와서	다른 게임에 흥미가 생겨서	계
전체	17,2	7,3	4,2	4,8	3,6	4,0	2,1	32,3	15,6	3,9	1,6	2,1	1,3	100,0
만 9~14세	14,2	8,4	3,5	5,4	7,4	1,5	0,0	38,3	16,2	3,9	1,5	0,0	0,0	100,0
만 15~19세	13,8	8,6	5,3	4,6	2,6	3,3	2,0	34,2	18,4	2,6	3,3	1,3	0,0	100,0
만 20~24세	19,6	5,2	5,2	6,2	1,0	7,2	2,1	26,8	17,5	3,1	2,1	3,1	1,0	100,0
만 25~29세	22,6	6,9	1,0	3,0	2,0	3,9	4,9	28,5	11,8	6,9	2,0	3,8	3,0	100,0
만 30~34세	19,7	5,8	3,5	5,8	2,3	7,0	2,3	30,2	13,9	2,3	0,0	5,8	1,2	100,0
만 35~39세	17,9	10,7	5,4	1,8	1,8	5,4	1,8	30,4	16,1	5,4	0,0	1,8	1,8	100,0
만 40~44세	25,0	3,6	10,7	3,6	3,6	3,6	7,2	28,6	7,2	7,2	0,0	0,0	0,0	100,0
만 45~49세	13,3	3,4	6,6	6,6	3,4	3,3	3,4	26,6	16,6	0,0	0,0	3,4	13,3	100,0

3. 게이미용(구입) 비용, 구입 시기 및 구입 장소

한달 평균 게이미용 비용을 조사한 결과 한달 평균 이용 비용은 게임분야별로 편차가 큰 것으로 나타났다. 먼저 아케이드 게임장(오락실)을 이용하는 이용자의 평균 이용금액은 6,884원으로 작년 조사결과 6,974원과 비교해 큰 차이가 나지 않은 것으로 조사되었다. 한 달 게임 이용 비용에

관한 응답비중을 살펴보면, 아케이드 게임장을 이용하는 이용자의 32.5%가 '1,000원 이하'라고 응답해 전년 조사결과 23.4%보다 응답비중이 높아졌다.

PC방 이용비용은 이용자 평균 1만9,068원으로 전년도 조사결과 2만2,730원에 비해 평균 이용금액이 하락한 것으로 나타났다. 응답비중은 '5,000원 이하'가 7.2%로 가장 높은 비중을 차지했다.

온라인 게임의 경우, '무료이용'이 67.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 특히 남성에게 비해 여성의 무료 이용비중이 68.1%로 나타났다. 유료 이용자의 경우, 평균 2만1,561원을 지출하고 있었으며, '5,000원이하'의 비중이 7.3%로 가장 높았다.

PC 게임의 경우 이용자가 18%에 불과하지

만, 이들 이용자의 경우 한 달 평균 2만9,431원을 지출하는 것으로 조사되었으며, '1만원 이하'의 응답비중이 4.7%로 가장 높았다. 비디오 게임 한달 구입비는 평균 5만395원으로, 모바일게임 5,068원, 휴대용게임 3만3,600원으로 조사되었다.

〈표 2-1-2-04〉 한달 평균 게임이용비용 및 구입비용

(단위 : 원)

	아케이드 게임	PC방이용	온라인 게임	온라인 게임 아이템구입	PC 게임구입	비디오 게임 구입	휴대폰/ 모바일	휴대용 게임
전 체	6,884	19,068	21,561	18,375	29,431	50,395	5,068	33,600
남 성	7,699	17,829	20,916	18,398	32,645	46,693	4,983	37,800
여 성	5,190	27,522	22,684	18,341	21,979	64,241	5,216	23,100
만 9~14세	5,862	9,341	12,173	9,819	13,890	61,969	5,581	20,500
만 15~19세	4,921	13,731	11,570	10,952	24,265	50,273	5,148	14,800
만 20~24세	8,133	30,163	20,897	14,842	62,250	65,481	4,378	54,778
만 25~29세	5,644	16,095	27,361	22,285	30,000	36,724	5,181	22,813
만 30~34세	7,341	22,444	36,671	37,490	24,524	73,647	5,953	71,667
만 35~39세	12,008	16,875	24,046	22,991	20,852	25,824	6,127	32,000
만 40~44세	4,650	5,000	18,500	15,588	28,286	34,667	2,196	27,125
만 45~49세	5,731	-	11,111	6,167	23,667	35,000	4,600	2,000

〈표 2-1-2-05〉 아케이드 게임장(오락실) 한달 게임비

	사례수	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	계	평균(원)
전 체	357	32.5%	12.9%	12.0%	19.0%	2.2%	13.2%	3.9%	4.2%	100.0%	6,884
남 성	241	35.7%	13.7%	9.1%	16.2%	2.5%	14.1%	3.7%	5.0%	100.0%	7,699
여 성	116	25.9%	11.2%	18.1%	25.0%	1.7%	11.2%	4.3%	2.6%	100.0%	5,190

〈표 2-1-2-06〉 PC방 한달 이용료

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전 체	865	79.2%	7.2%	4.9%	1.0%	2.7%	2.4%	0.3%	2.3%	100.0%	19,068
남 성	564	72.2%	9.9%	6.6%	1.4%	3.7%	3.4%	0.4%	2.5%	100.0%	17,829
여 성	301	92.4%	2.0%	1.7%	0.3%	0.7%	0.7%	0.3%	2.0%	100.0%	27,522



〈표 2-1-2-07〉 온라인 게임 한달 이용비(인터넷사용료 제외)

	사례수	이용하지 않음	무료 이용	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균 (원)
전 체	866	5.5%	67.6%	7.3%	5.5%	1.0%	4.3%	5.9%	0.8%	2.1%	100.0%	21,561
남 성	565	6.5%	67.3%	6.7%	5.8%	1.4%	4.1%	5.8%	1.1%	1.2%	100.0%	20,916
여 성	301	3.7%	68.1%	8.3%	5.0%	0.3%	4.7%	6.0%	0.3%	3.7%	100.0%	22,684

〈표 2-1-2-08〉 PC 게임 한 달 구입비(CD, 패키지)

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균 (원)
전 체	865	82.0%	3.7%	4.7%	1.0%	2.3%	2.3%	0.8%	3.1%	100.0%	29,431
남 성	564	80.7%	4.4%	3.7%	1.2%	2.7%	2.7%	0.9%	3.7%	100.0%	32,645
여 성	301	84.4%	2.3%	6.6%	0.7%	1.7%	1.7%	0.7%	2.0%	100.0%	21,979

〈표 2-1-2-09〉 비디오 게임(PS2 등 + 게임DVD) 구입비

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균 (원)
전 체	866	85.2%	1.5%	2.2%	0.2%	1.6%	2.0%	1.3%	6.0%	100.0%	50,395
남 성	565	82.1%	1.8%	2.3%	0.2%	1.6%	2.8%	1.9%	7.3%	100.0%	46,693
여 성	301	91.0%	1.0%	2.0%	0.3%	1.7%	0.3%	0.0%	3.7%	100.0%	64,241

〈표 2-1-2-10〉 휴대폰/모바일 게임 한달 다운로드 비용

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균 (원)
전체	866	61.4%	30.3%	5.7%	0.5%	1.0%	0.8%	0.1%	0.2%	100.0%	5,068
남성	565	62.5%	29.9%	5.0%	0.5%	1.1%	0.7%	0.2%	0.2%	100.0%	4,983
여성	301	59.5%	30.9%	7.0%	0.3%	1.0%	1.0%	0.0%	0.3%	100.0%	5,216

〈표 2-1-2-11〉 휴대용 게임(게임보이 등 + 롬팩) 한 달 구입비

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균 (원)
전 체	866	91.9%	1.8%	2.0%	0.5%	0.7%	1.0%	0.3%	1.7%	100.0%	33,600
남 성	565	91.2%	1.8%	1.6%	0.5%	0.9%	1.4%	0.5%	2.1%	100.0%	37,800
여 성	301	93.4%	2.0%	2.7%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	1.0%	100.0%	23,100

(2) 온라인게임 결제방식

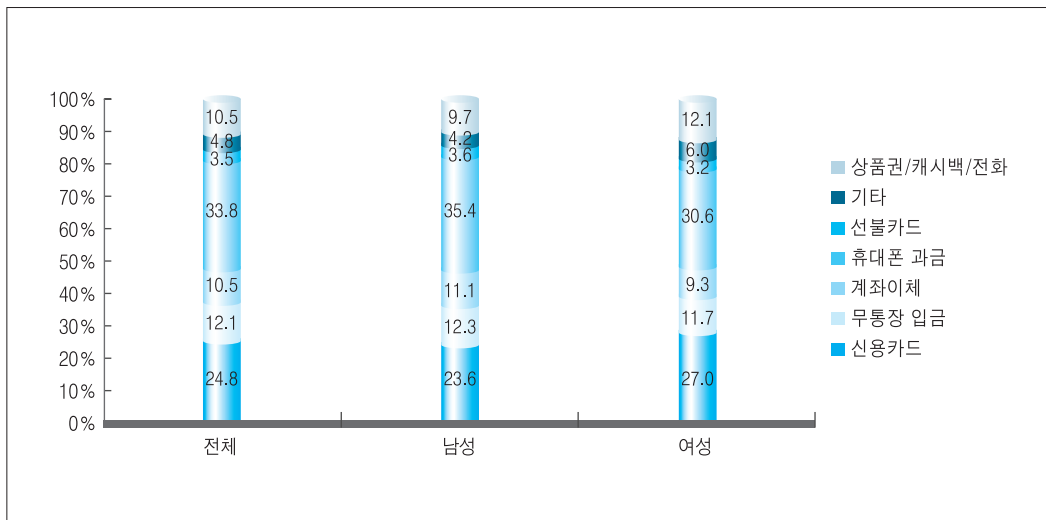
온라인게임 결제방식으로 가장 선호되는 것은 휴대폰 과금이었으며, 다음으로 신용카드,

무통장입금 순이었다. 휴대폰 과금이 제한적인 10대의 경우, 무통장 입금이나 선불카드 등과 같은 방식을 선호하는 것으로 조사되었다.

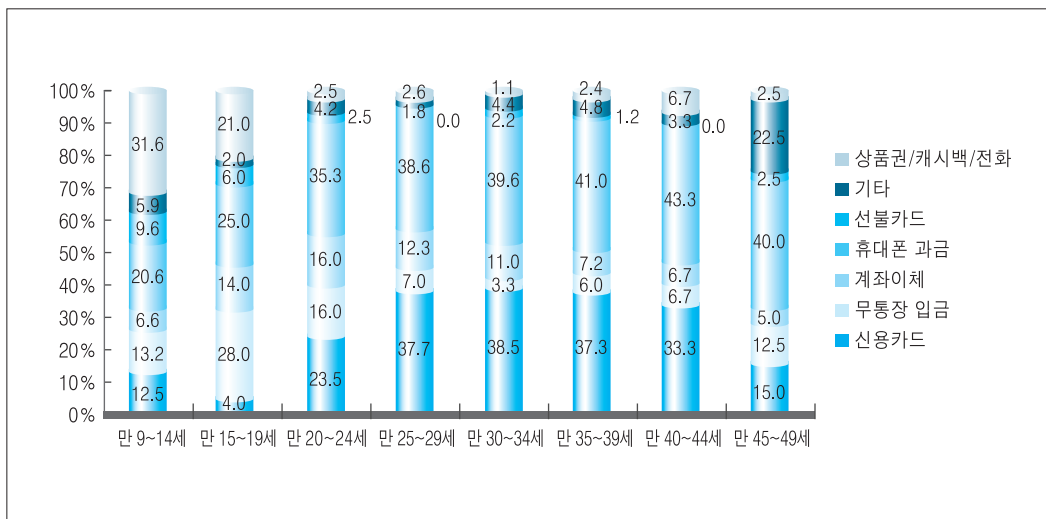
온라인게임 이용비 지불시 선불카드가 차지하는 비중은 '없다'는 응답이 18.8%로 나타났다. 선불카드 이용시 실제 이용비중은 10% 미만이라는 응답비중이 35.9%로 가장 높았다. 선불

카드의 주요 구입 장소는 문구점의 비중이 가장 높았다. 한편, 게임에 관한 정보를 얻는 곳은 주로 '인터넷'(49.5%), '친구/주변인 소개'(30.4%)가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈그림 2-1-2-27〉 성별 온라인 게임 결제방법 (1순위)

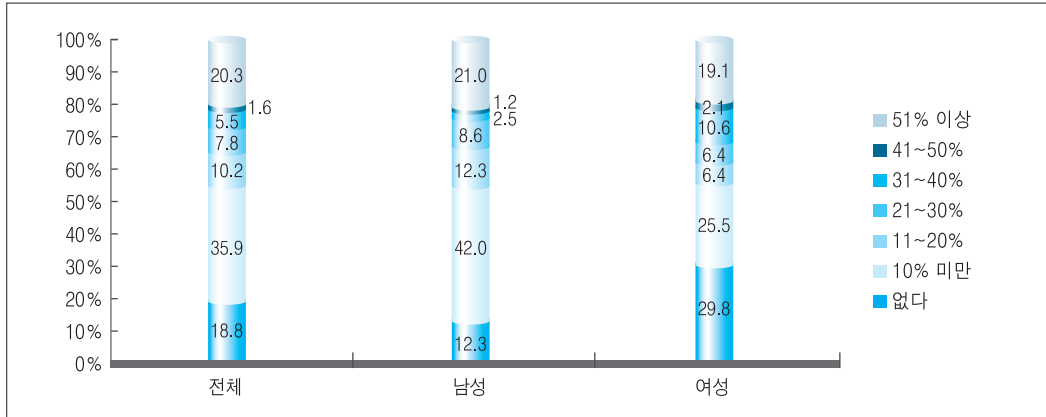


〈그림 2-1-2-28〉 연령별 온라인 게임 결제방식 (1순위)

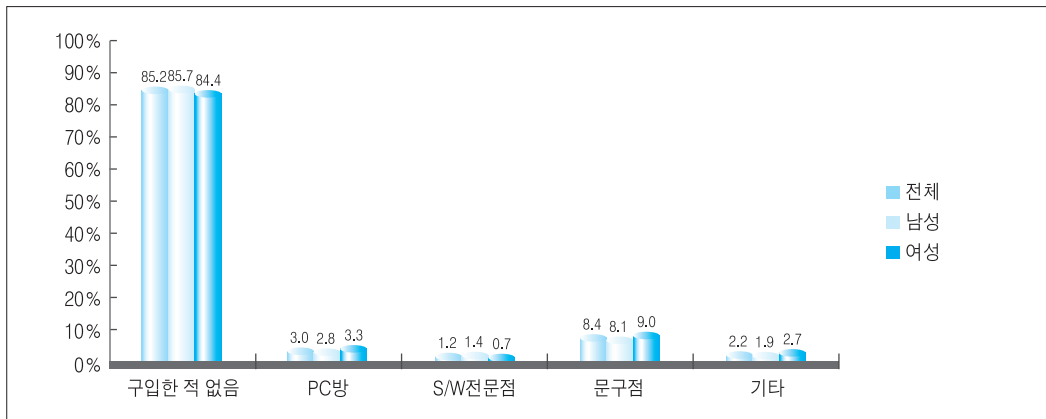




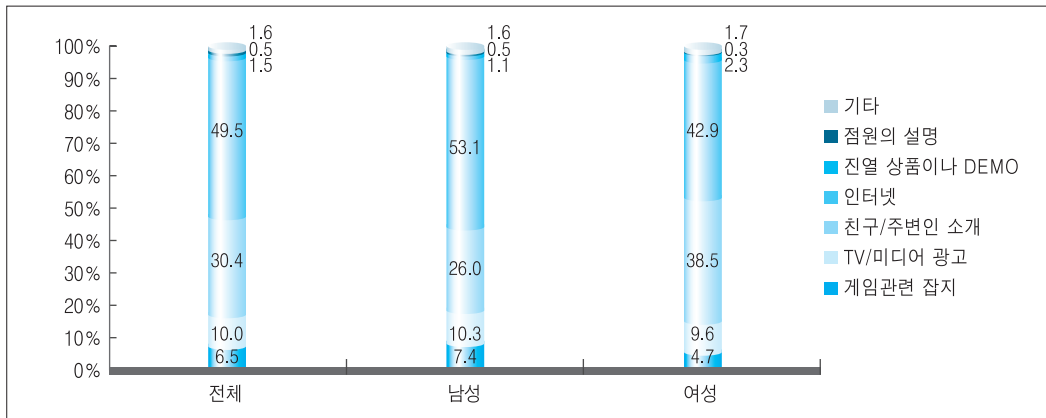
〈그림 2-1-2-29〉 온라인 게임 이용비 중 선불카드가 차지하는 비중



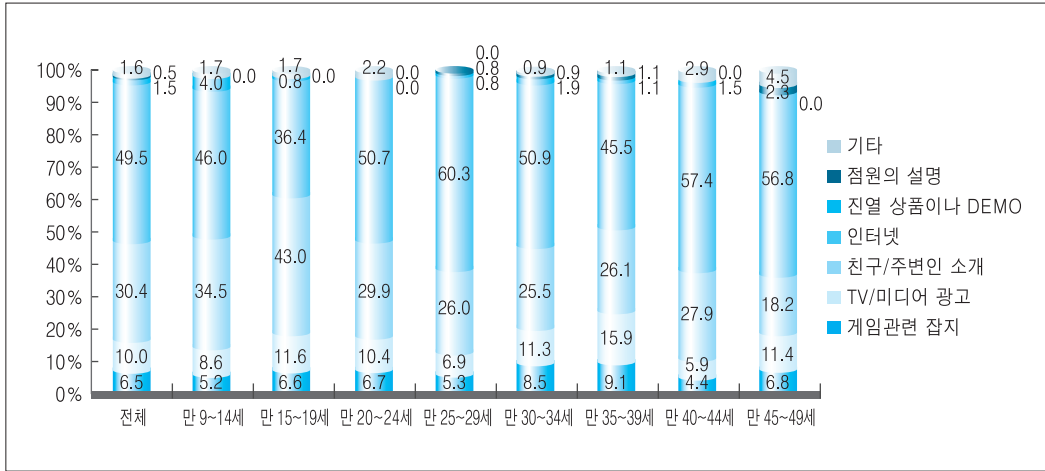
〈그림 2-1-2-30〉 온라인 게임 선불카드 구입 장소



〈그림 2-1-2-31〉 성별 게임관련 정보를 얻는 곳



〈그림 2-1-2-32〉 연령별 게임관련 정보를 얻는 곳



(3) 게임구입 장소 및 불법복제, 아이템 현금거래

게임(게임기/CD/DVD/롬팩)을 구입하는 장소를 조사한 결과 35.1%는 비디오게임을 구입한 적이 없다고 응답하였으며, 24.7%가 인터넷 통신판매라고 응답했고, 19.2%가 게임S/W전문점, 15.4%가 대형 할인마트를 이용하고 있다고 응답했다.

한편, 아이템 현금거래에 대해서는 전체의 46.3%가 잘 알고 있다고 응답했으며, 전혀 모르는 경우는 14.8%에 불과해, 아이템 현금거래 자체에 대한 인지도는 매우 높은 수준임을 알 수 있다. 특히, 본격적으로 게임을 즐기는 15~29세 연령층은, 잘 알고 있는 경우가 절반 이상이며, 전혀 모르고 있는 경우는 10% 미만인 것으로 조사되었다. 그러나, 실제 아이템 현금거래가 전면적으로 이루어지고 있는 상황은 아닌 것으로 해석된다.

아이템 현금거래를 해 본 경우 실제 이용 빈도는 1년에 1~2회 수준인 것으로 조사되었다. 성별로는 남성이 여성보다 거래 경험이 더 많았

으며, 연령별로는 10대 후반과 20대 초반이 비교적 현금거래를 많이 해 본 것으로 나타났다. 현금거래를 한 경우, 1회 평균 이용금액은 5,000원 미만이 가장 많았으며, 10만원 이상 거래한 경우도 14.1%로 조사되었다.

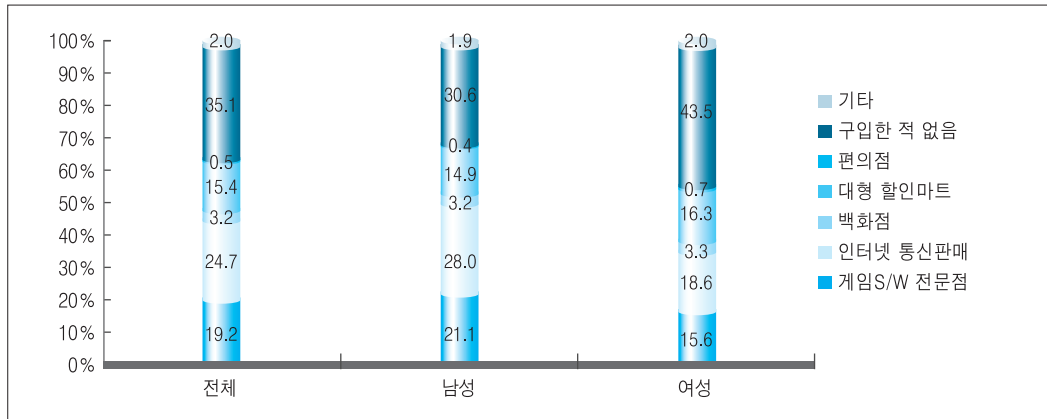
주로 이용하는 아이템 거래방식으로는 '아이템거래 중개 사이트'를 이용하는 경우가 가장 많았고, 여성의 경우에는 '게임관련 커뮤니티를 통해서'라는 응답도 19.1%로 상당수를 차지했다.

아이템 현금거래에 대한 의견은 전적으로 금지시켜야 한다는 응답이 33.8%로 가장 많았고, 이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다는 응답은 15.0%로 나타났다. 전면금지 혹은 룰을 만들어 인정해야 한다는 의견과 아이템은 개인의 자산이므로 개인자율에 맡겨두어야 한다는 두 의견이 쟁점이 되고 있다. 특히, 게임 이용이 많은 남성과 저연령층의 경우 개인의 문제이므로 자율에 맡겨야 한다는 응답비중이 상대적으로 높다.

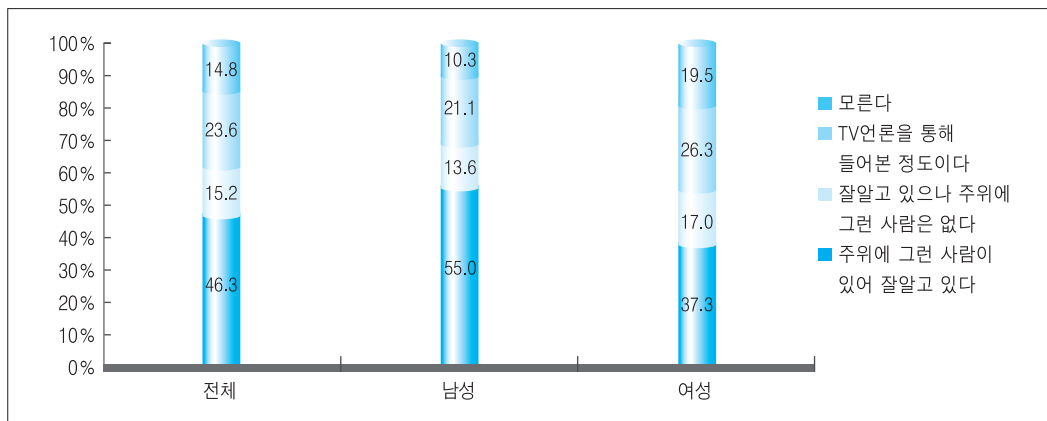


2

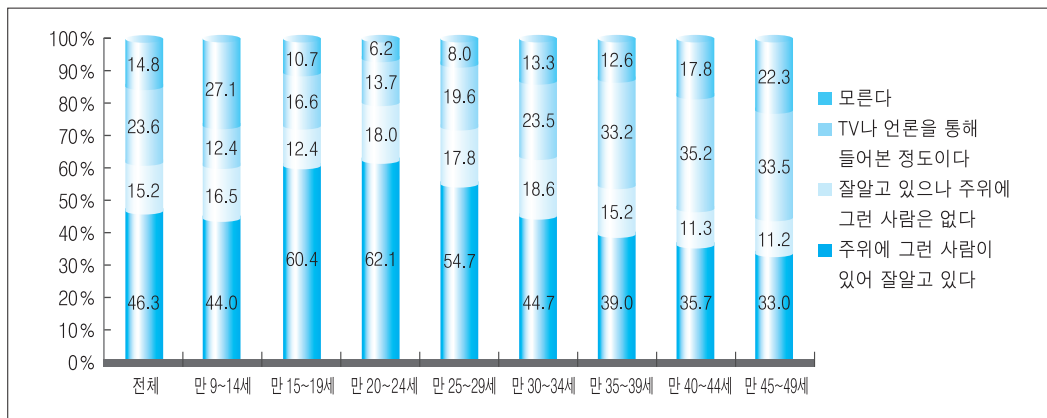
<그림 2-1-2-33> 게임구입(게임기/CD/DVD/롬팩) 장소



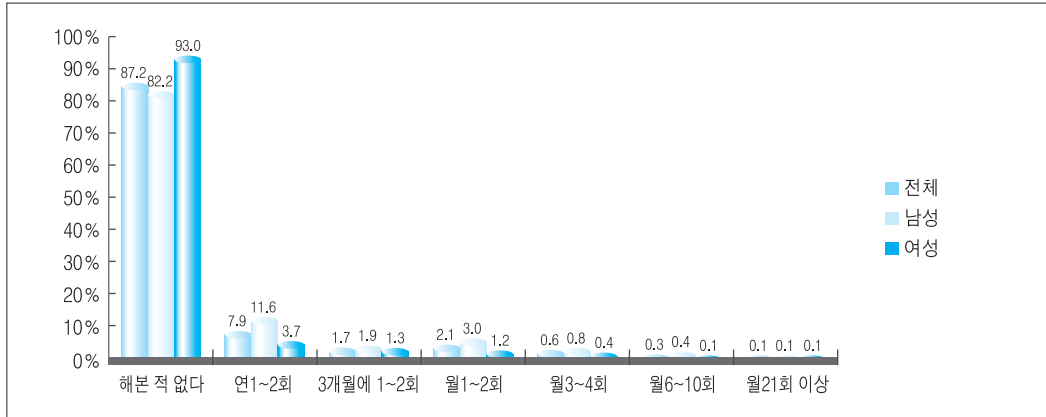
<그림 2-1-2-34> 성별 아이템 현금거래 인지여부



<그림 2-1-2-35> 연령별 아이템 현금거래 인지여부



〈그림 2-1-2-36〉 성별 아이템 현금거래 경험

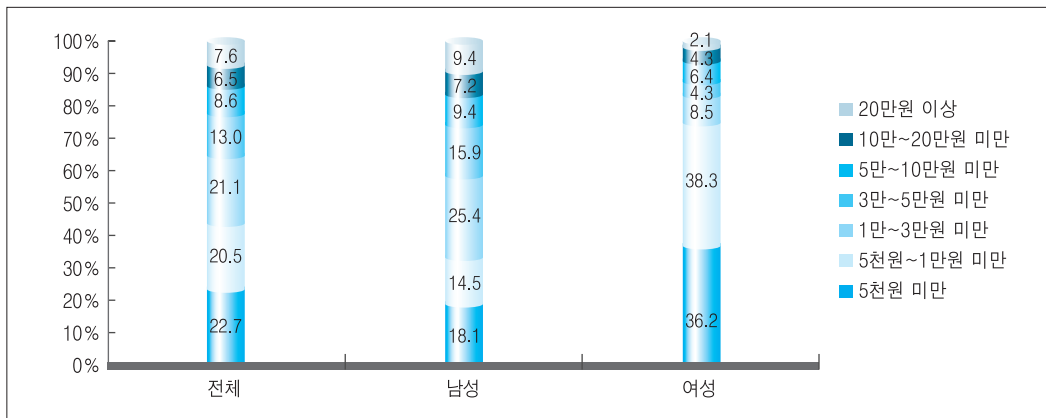


〈표 2-1-2-12〉 연령별 아이템 현금거래 경험

(단위 : %)

	해본 적 없다	연1~2회	3개월에 1~2회	월1~2회	월3~5회	월6~10회	월21회 이상	계
전체	87.2	7.9	1.7	2.1	0.6	0.3	0.1	100.0
만 9~14세	80.5	7.5	6.3	4.4	0.6	0.6	0.0	100.0
만 15~19세	72.2	17.9	2.0	5.3	2.6	0.0	0.0	100.0
만 20~24세	80.3	14.6	1.5	2.5	0.5	0.0	0.5	100.0
만 25~29세	87.4	8.2	1.4	1.9	0.5	0.5	0.0	100.0
만 30~34세	90.8	6.6	1.5	1.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 35~39세	91.3	7.2	0.5	1.0	0.0	0.0	0.0	100.0
만 40~44세	93.1	1.7	0.6	1.7	1.1	1.1	0.6	100.0
만 45~49세	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

〈그림 2-1-2-37〉 성별 1회 평균 아이템거래 금액



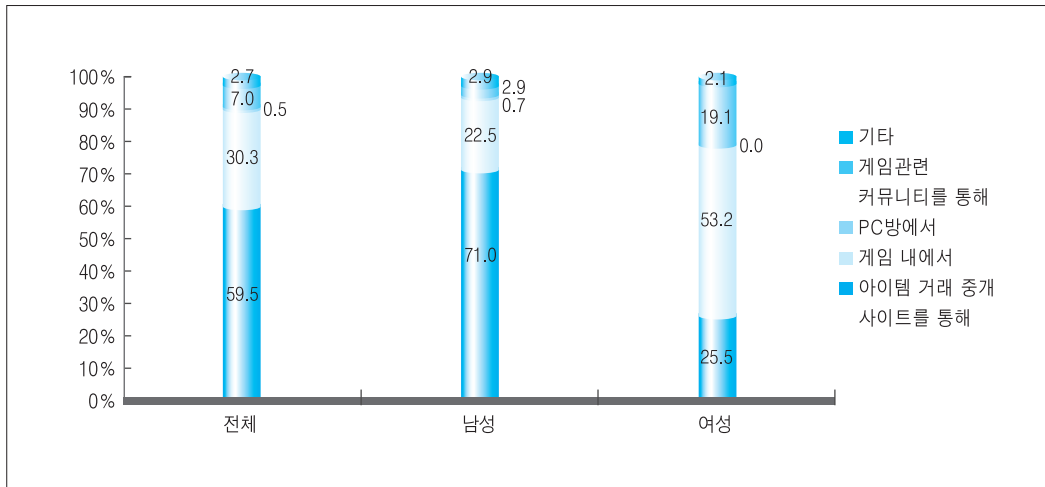


〈표 2-1-2-13〉 연령별 1회 평균 아이템거래 금액

(단위 : %)

	5천원 미만	5천 ~ 1만원 미만	1만~3만원 미만	3만~5만원 미만	5만~10만원 미만	10만~20만원 미만	20만원 이상	계
전체	22,7	20,5	21,1	13,0	8,6	6,5	7,6	100,0
만 9~14세	51,6	32,3	6,5	6,5	0,0	3,2	0,0	100,0
만 15~19세	26,2	23,8	21,4	14,3	11,9	0,0	2,4	100,0
만 20~24세	10,3	15,4	41,0	10,3	7,7	10,3	5,1	100,0
만 25~29세	15,4	15,4	3,8	23,1	11,5	11,5	19,2	100,0
만 30~34세	11,1	16,7	11,1	11,1	11,1	22,2	16,7	100,0
만 35~39세	17,6	11,8	23,5	11,8	17,6	0,0	17,6	100,0
만 40~44세	16,7	25,0	41,7	16,7	0,0	0,0	0,0	100,0

〈그림 2-1-2-38〉 성별 주로 이용하는 아이템 거래 방식

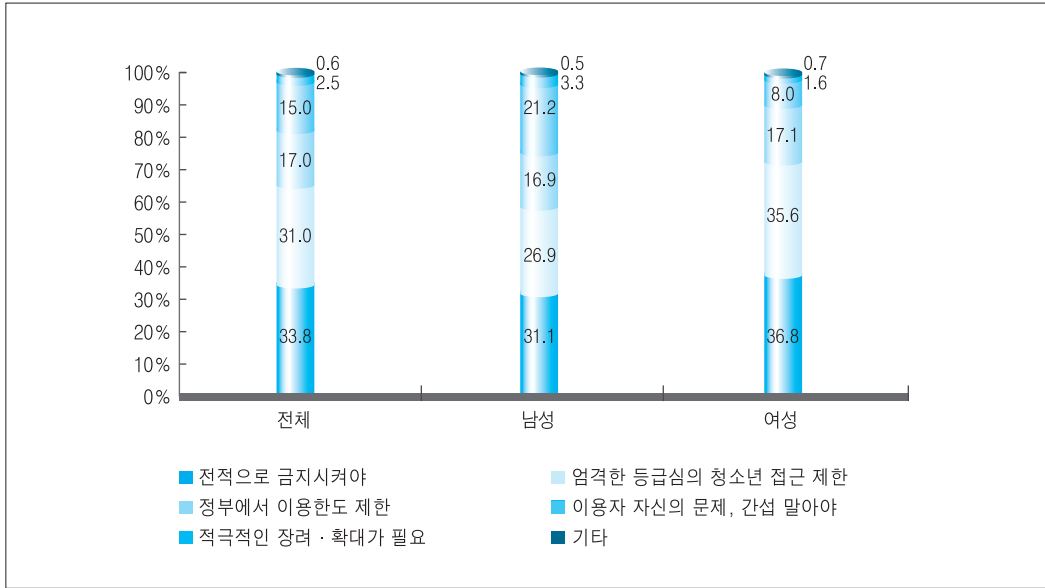


〈표 2-1-2-14〉 연령별 주로 이용하는 아이템 거래 방식

(단위 : %)

	아이템 거래 중개 사이트를 통해	게임방 내에서	PC방에서	게임관련 커뮤니티 통해	기 타	계
전체	59,5	30,3	0,5	7,0	2,7	100,0
만 9~14세	22,6	54,8	0,0	19,4	3,2	100,0
만 15~19세	64,3	31,0	0,0	4,8	0,0	100,0
만 20~24세	76,9	17,9	0,0	5,1	0,0	100,0
만 25~29세	76,9	15,4	3,8	0,0	3,8	100,0
만 30~34세	66,7	16,7	0,0	5,6	11,1	100,0
만 35~39세	52,9	35,3	0,0	5,9	5,9	100,0
만 40~44세	41,7	50,0	0,0	8,3	0,0	100,0

〈그림 2-1-2-39〉 성별 아이TEM 현금거래에 대한 견해



4. 게임 구입 개수

플랫폼별 게임 이용 정도를 살펴보면, 우선 아케이드 게임장의 한달 이용횟수는 1.5회로 타 게임에 비해 매우 이용 빈도가 낮은 것으로 나타났다. 1년 동안 이용하는 온라인 게임의 개수는 국산 3.7개, 외산 2.3개로 전반적으로 외산 게임이용률이 국산 게임이용률의 약 50% 이상을 차지하고 있는 셈으로 외산 게임의 점유율이 점차 높아지고 있음을 짐작해 볼 수 있다.

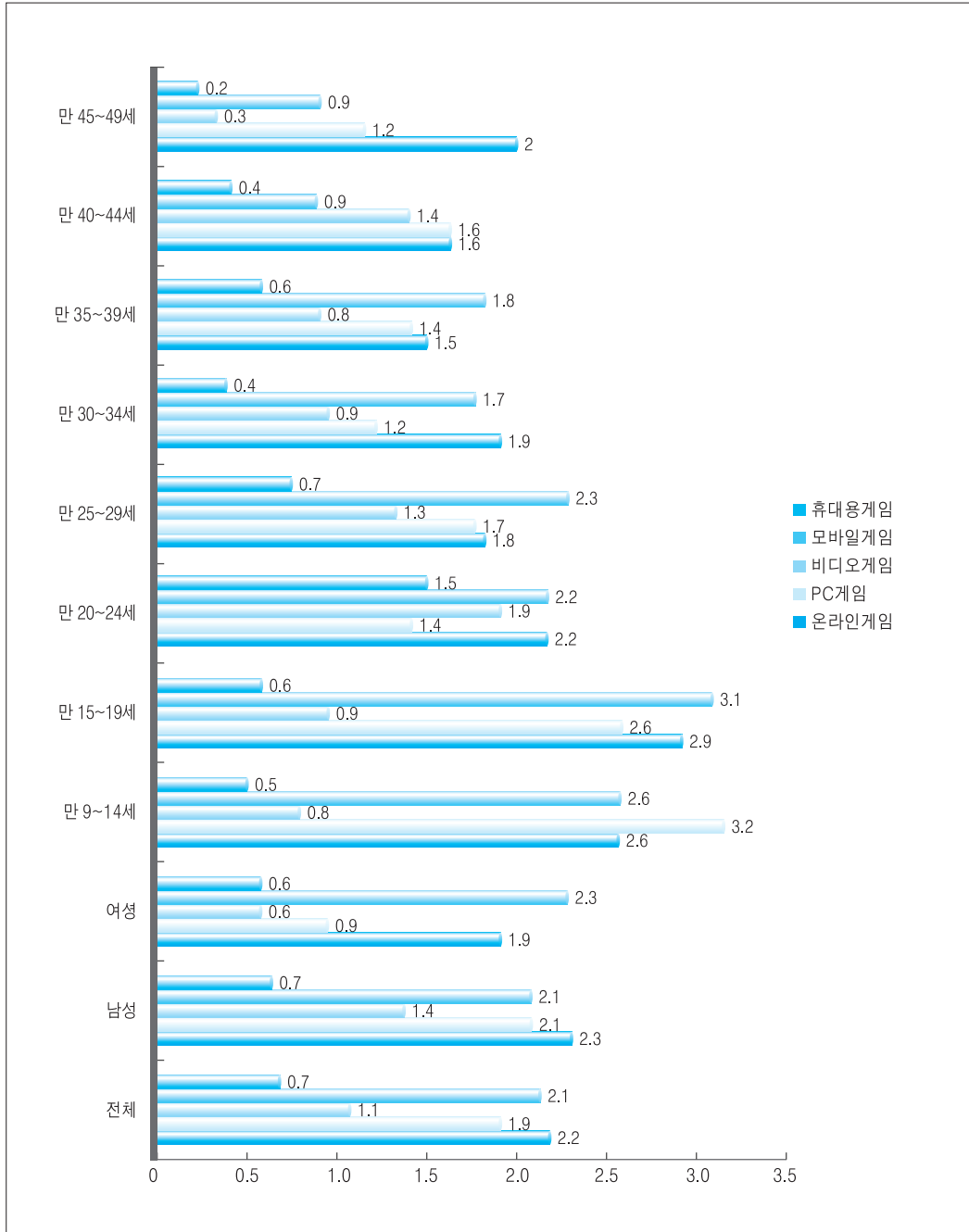
게임 전용폰으로 게임을 이용하는 경우 1주일 평균 이용시간은 3.5시간으로 조사되었다. 15~19세가 게임 전용폰을 이용한 주당 게임 이용 시간이 가장 긴 것으로 나타났다.

플랫폼별 연간 게임 구입 개수를 살펴보면, 온라인게임이 2.2개로 가장 많고, 모바일게임이 2.1개, PC게임이 1.9개, 비디오게임이 1.1개, 휴대용게임이 0.7개의 순이다. 연령별로는 9~14세와 15~19세의 경우가 휴대용 게임을 제외한 다른 게임을 비교적 가장 많이 구매하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 PC 게임의 경우 각각 3.2개, 2.6개를 구입한 것으로 조사되었다. 플랫폼별로 지난 1년간 소프트웨어를 구매하여 사용한 비중을 비교해 보면, 34.5%가 소프트웨어 구입경험이 없는 것으로 조사되었으며, 외산 게임 구매비율이 국산게임 구매비율보다 낮게 나타났다.

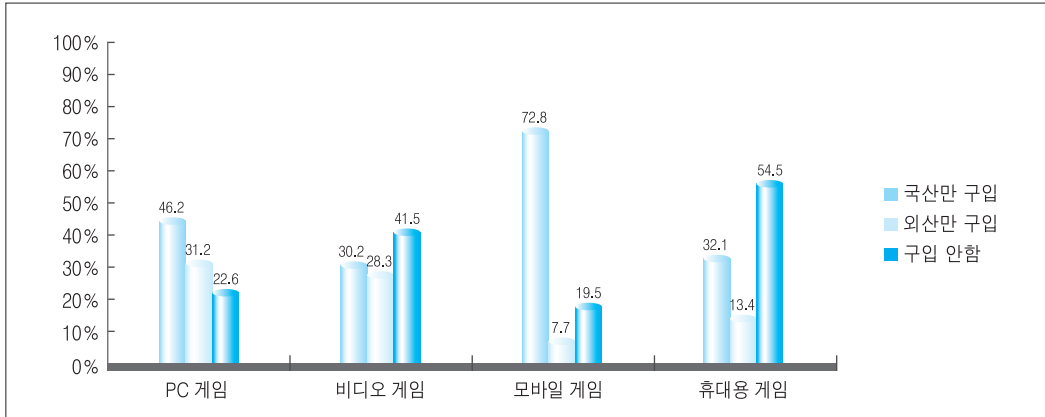


〈그림 2-1-2-40〉 플랫폼별 연간 게임구입 및 이용 개수

(단위 : 개)



〈그림 2-1-2-41〉 게임구입 비중 및 게임산지 비율

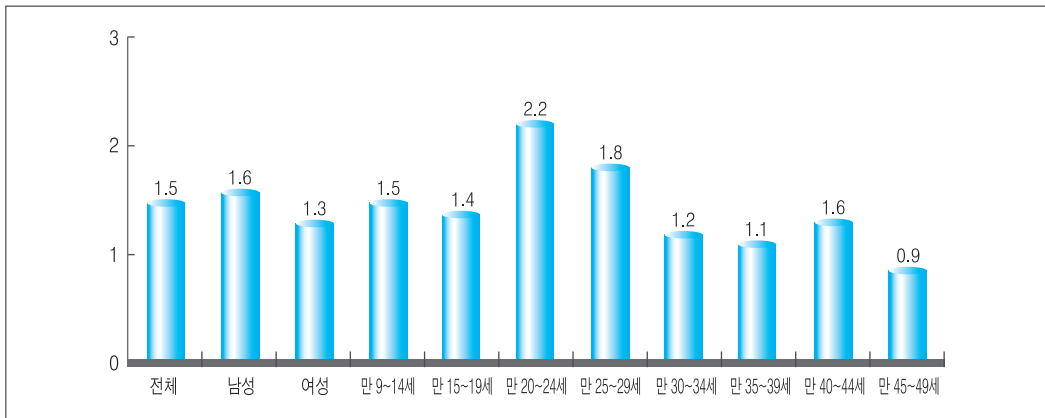


PC게임의 경우는 국산게임을 구매한 비율이 46.2%, 외산 구입 비율이 31.2%로 나타나 다른 플랫폼과 비교하여 게임 소프트웨어를 구매한 비율이 높게 나타났다. 비디오게임 소프트웨어를 구입한 비율은 58.5%였으며, 외산 게임의 비중은 28.3%였다. 휴대용게임은 소프트웨어를 구입하지 않고 이용하는 경우가 가장 많은 플랫폼으로 휴대용 게임으로 전체의 54.5%가 구입하지 않고 게임을 이용하는 것으로 조사되었다. 1년간 소프트웨어 구매비율이 의미하는

것은 이용 빈도가 유사하다는 전제하에서 하나의 게임 이용주기와 불법 복제율을 유추할 수 있다. 자주 소프트웨어를 구입해야만 하는 플랫폼의 경우 게임의 수명주기가 짧고, 구입 비중이 낮다는 것은 소프트웨어의 수명주기가 상대적으로 길거나 복제가 쉽다는 것을 의미한다. 그러므로, 휴대용 게임기의 경우 게임 내용의 복잡성이 낮음에도 불구하고 이용률이 낮은 것은 소프트웨어의 복제가 그만큼 어렵지 않다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

〈그림 2-1-2-42〉 한달 평균 아케이드 게임장 이용 횟수

(단위 : 횟수)





〈표 2-1-2-15〉 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	866	57.0	23.2	8.9	4.7	1.0	1.8	3.2	100.0	4.56
남성	565	53.6	25.5	9.0	5.1	1.1	2.1	3.5	100.0	4.52
여성	301	63.5	18.9	8.6	4.0	1.0	1.3	2.7	100.0	4.65

〈표 2-1-2-16〉 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	866	77.4	11.2	4.5	3.5	1.2	0.7	1.6	100.0	4.81
남성	565	72.4	14.2	5.3	3.9	1.4	0.7	2.1	100.0	4.95
여성	301	86.7	5.6	3.0	2.7	0.7	0.7	0.7	100.0	4.28

〈표 2-1-2-17〉 1년 동안 이용한 온라인게임 개수(국산 + 외산)

(단위 : %, 개)

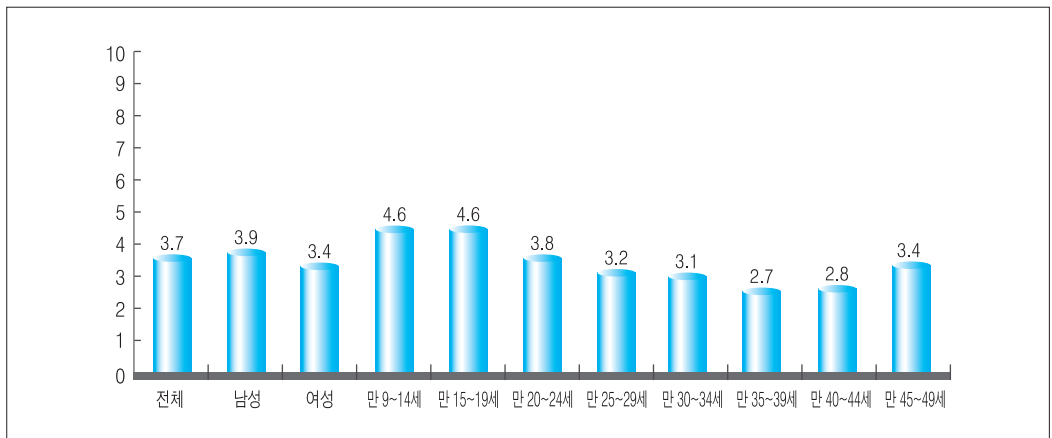
	사례수	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	평균(개)
전체	772	46.5	31.3	17.9	4.3	100.0	3.7
남성	499	48.3	29.1	17.0	5.6	100.0	3.9
여성	273	43.2	35.5	19.4	1.8	100.0	3.4

〈표 2-1-2-18〉 1년 동안 이용한 온라인게임 개수(외산)

(단위 : %, 개)

	사례수	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	평균(개)
전체	370	77.3	15.4	5.1	2.2	100.0	2.3
남성	270	79.3	13.0	5.2	2.6	100.0	2.4
여성	100	72.0	22.0	5.0	1.0	100.0	2.2

〈그림 2-1-2-43〉 연간 온라인게임 이용 개수

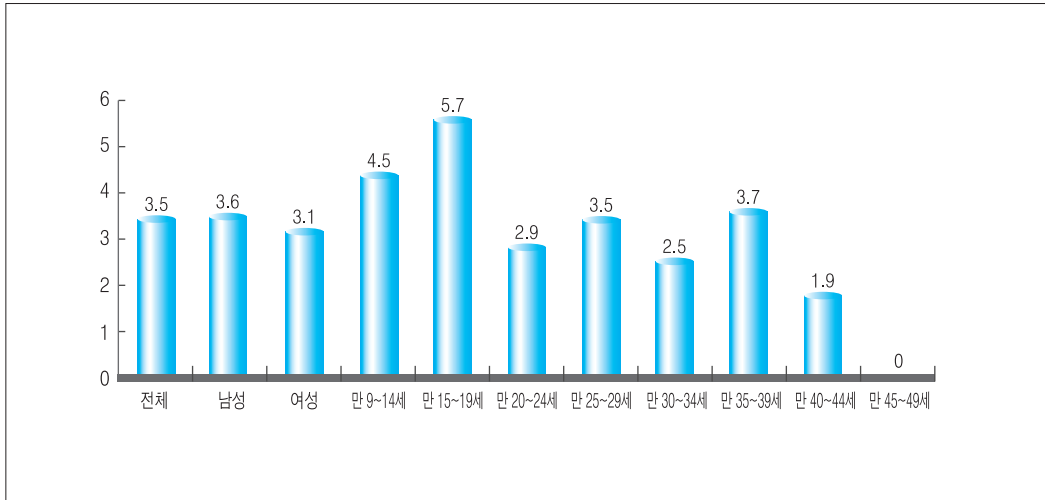


〈표 2-1-2-19〉 1년 동안 다운로드한 모바일 게임 개수(국산 + 외산)

(단위 : %, 개)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	구입자 평균(개수)
전체	866	81.6	11.2	3.9	1.6	0.5	0.3	0.8	100	3.72
남성	565	82.3	10.6	4.1	1.2	0.5	0.4	0.9	100	3.94
여성	301	80.4	12.3	3.7	2.3	0.3	0.3	0.7	100	3.34

〈그림 2-1-2-44〉 1주일 평균 게임 전용폰 이용 시간



5. 게임전용기기 이용 실태

(1) 비디오 게임기

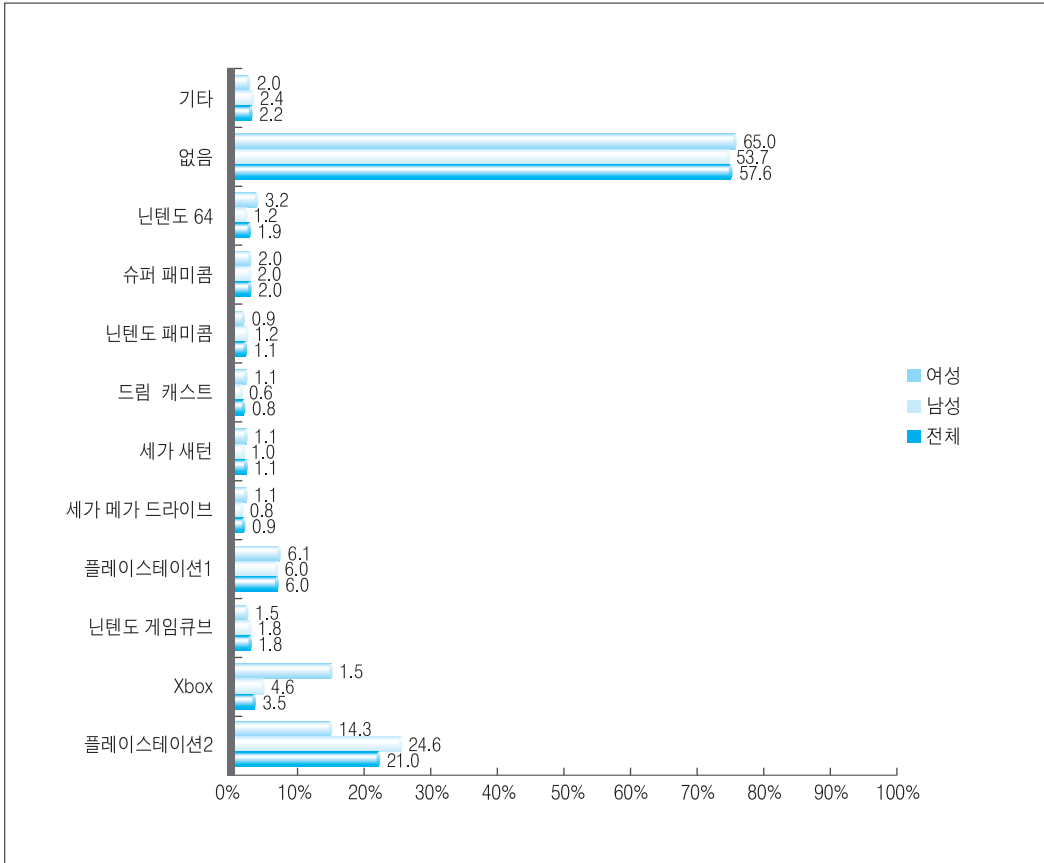
현재 보유하고 있는 비디오 게임기의 종류를 조사한 결과 '플레이스테이션2'가 21.0%로 가장 많았고, 그 다음으로는 '플레이스테이션1'이

6.0%, 'Xbox' 3.5%의 순이었다. 한편 향후 구입하고 싶은 게임기는 '플레이스테이션3'로 59.2%가 구매를 희망하는 것으로 조사되었다. 그 외에도 'Xbox360' 15.6%, '플레이스테이션2' 5.7%의 순이었다.

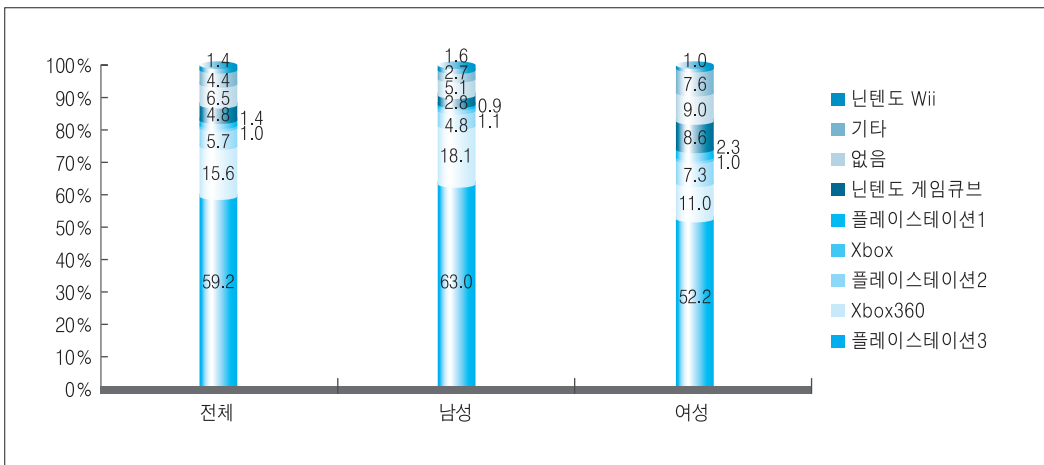


2

<그림 2-1-2-45> 보유하고 있는 비디오 게임기



<그림 2-1-2-46> 향후 구입하고 싶은 비디오 게임기

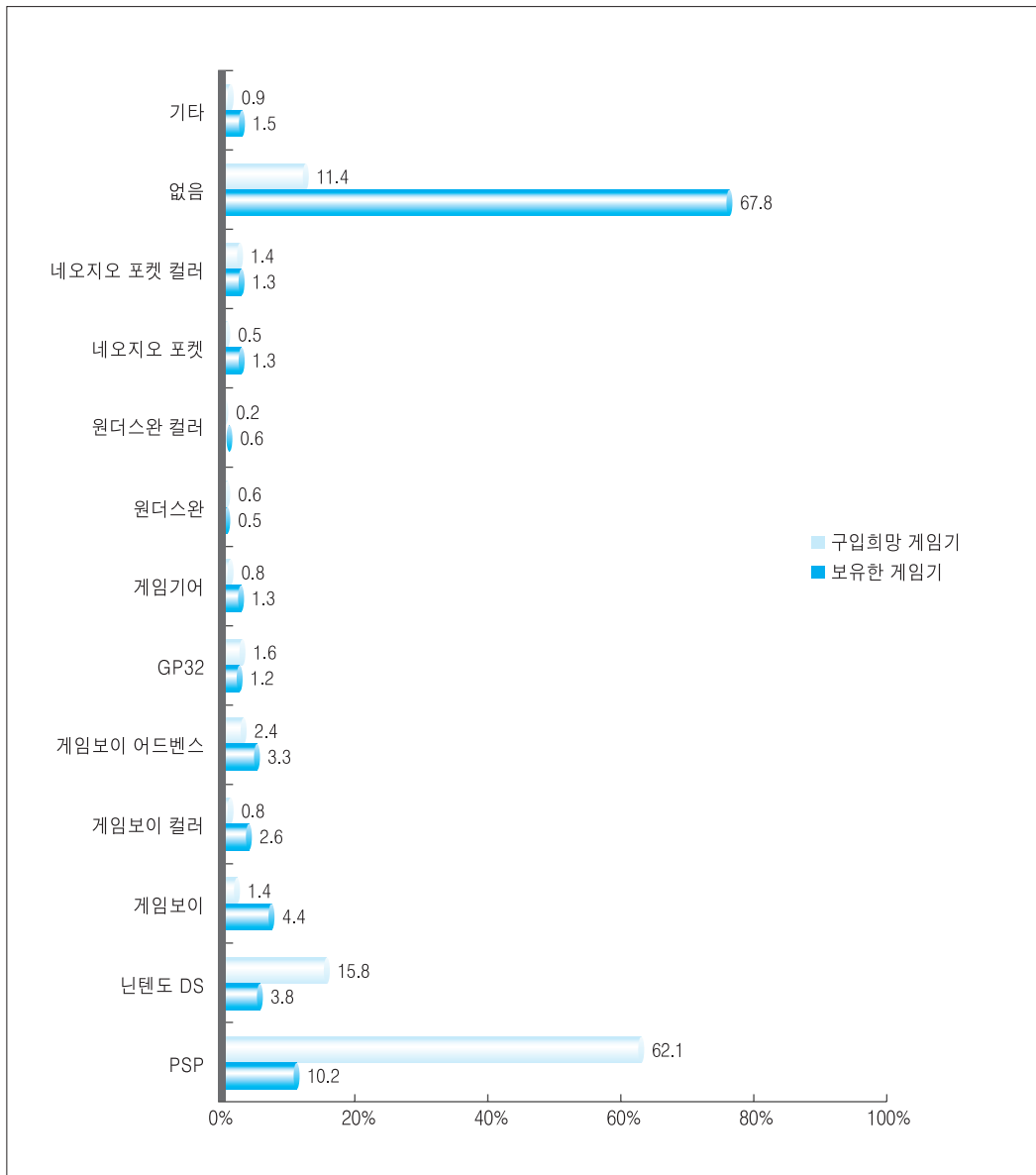


(2) 휴대용 게임기

휴대용 게임기 보유현황은 역시 'PSP'를 보유하고 있다는 응답이 10.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '게임보이'가 4.4%, '닌텐도DS'가

3.8%로 뒤를 이었다. 향후 구매의사에서 역시 'PSP'가 62.1%로 가장 높았으며, 다음으로 '닌텐도DS'가 15.8%로 높은 구매 희망률을 나타냈다.

〈그림 2-1-2-47〉 현재 보유한 휴대용 게임기 및 구매희망 휴대용 게임기





제3절 게임에 대한 견해

1. 게임에 대한 일반적인 견해

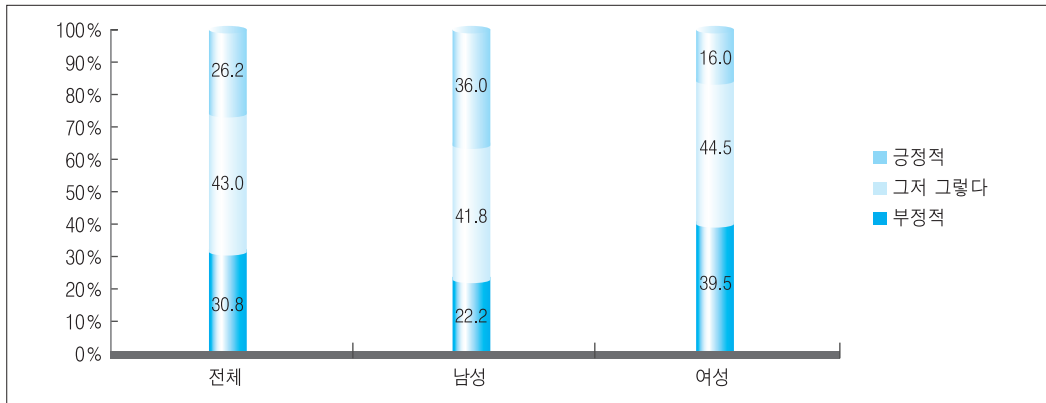
게임에 대한 인상이 어떠한지를 조사한 결과 부정적이라는 응답이 30.8%, 긍정적이라는 응답이 26.2%로 부정적인 응답이 우세했다. 성별로는 게임을 적게 이용하는 여성이 남성에 비해 부정적이라는 응답비중이 더 높았다. 연령별로 살펴보면, 게임 접촉빈도가 높은 저연령층으로 갈수록 게임에 대한 긍정적인 인식이 강한 반

면, 연령층이 높아질수록 게임에 대한 부정적인 응답이 증가하고 있는 것을 볼 수 있다.

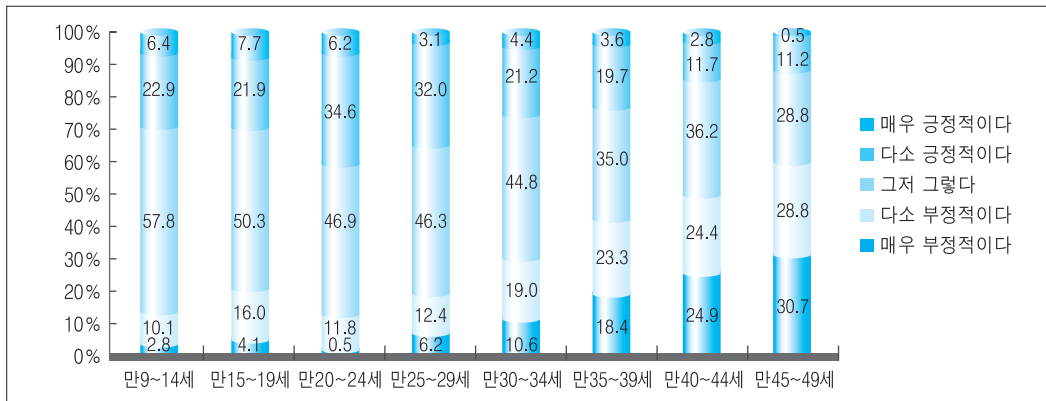
문화콘텐츠별 호감도에서, 게임에 대해 ‘좋다’는 선호도를 보인 응답자는 19.6%로 영화(42.8%) 다음이었다. 그러나 타 문화콘텐츠와 비교하여 ‘나쁘다’는 응답율이 33.4%로 높게 나타났다. 반면 향후 성장 가능성(49.6%)은 매우 높은 것으로 보고 있었다.



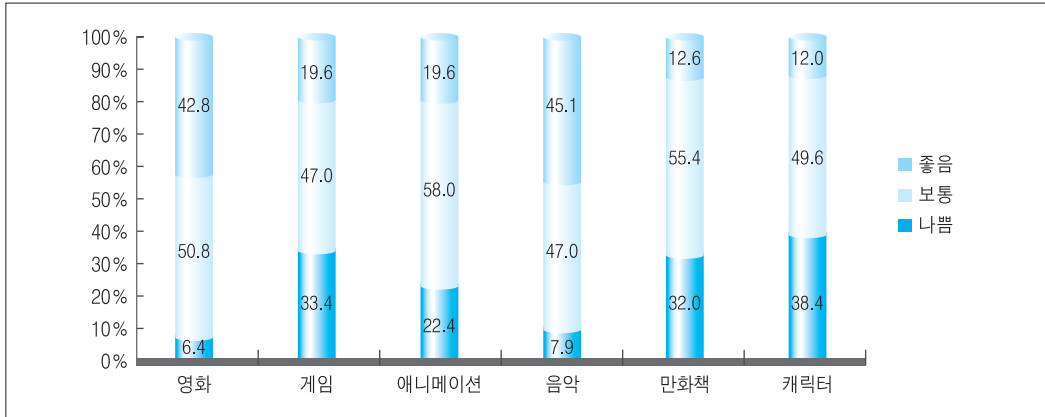
〈그림 2-1-3-01〉 성별 게임에 대한 견해



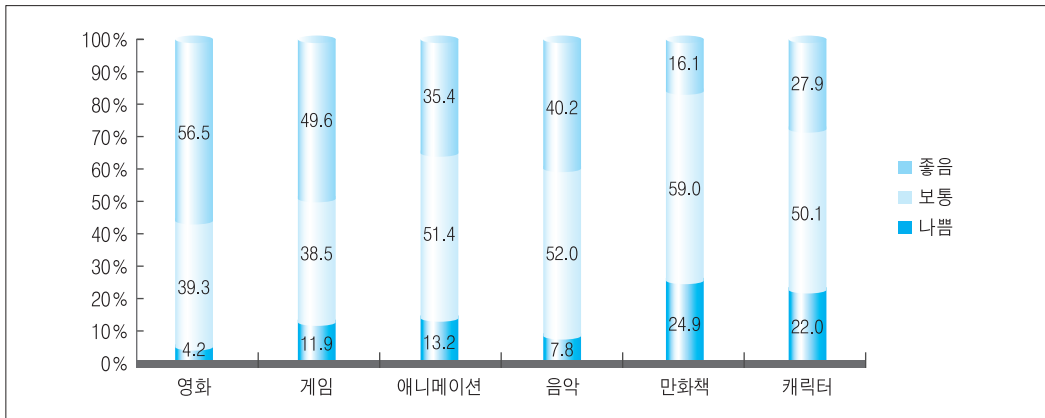
〈그림 2-1-3-02〉 연령별 게임에 대한 견해



〈그림 2-1-3-03〉 문화콘텐츠별 호감도



〈그림 2-1-3-04〉 한국 문화콘텐츠 향후 성장가능성



2. 게임선택 결정요소 및 불만사항

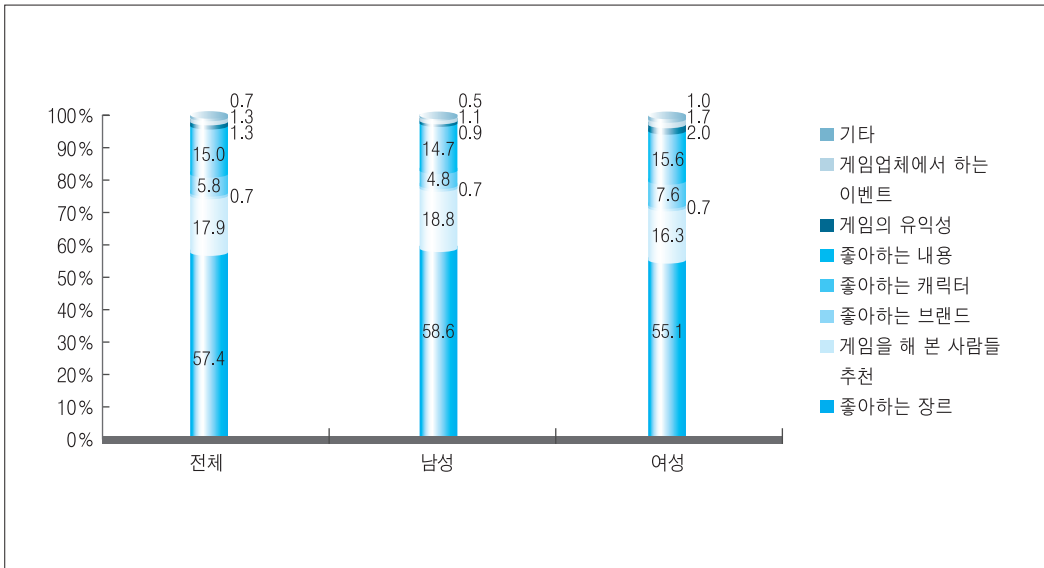
(1) 게임선택 결정요소 및 향후 개발 희망게임

게임이용자의 57.4%가 게임을 선택하는 주요 요인으로 '좋아하는 장르'를 꼽았으며,

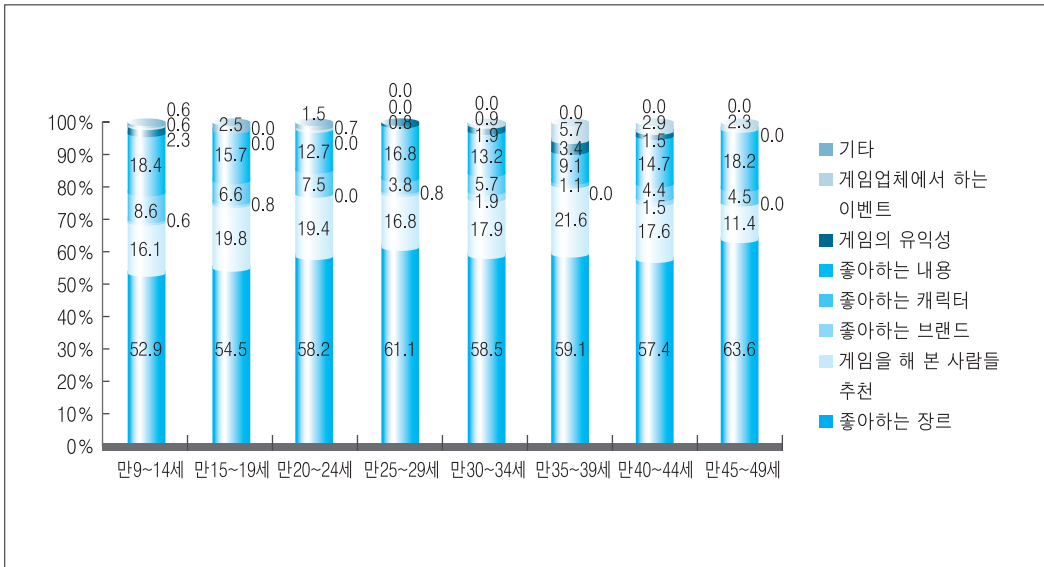
17.9%가 '게임을 해 본 사람들의 추천', 15.0%가 '좋아하는 내용'이라고 응답했다. 여성의 경우에는 '좋아하는 캐릭터'의 비중도 7.6%로 상대적으로 높게 나타났다.



〈그림 2-1-3-05〉 성별 게임을 선택하는 이유



〈그림 2-1-3-06〉 연령별 게임을 선택하는 이유



(2) 개발희망 게임장르 및 게임요소별 중요도에 관한 견해

게임과 결합되기를 바라고 있는 분야로 가장 많은 응답은 '교육' (28.2%)이었고, 그 다음으로 커뮤니티(21.1%), 심리(18.1%), 체감성(15.5%)의 순이었다. 여성의 경우, 게임이 '심리' (25.2%) 분야와 결합되기를 바라고 있는 비율이 높은 반면, 남성의 경우에는 '교육' (29.9%), '커뮤니티' (22.8%)의 순으로 선호를 보이고 있었다.

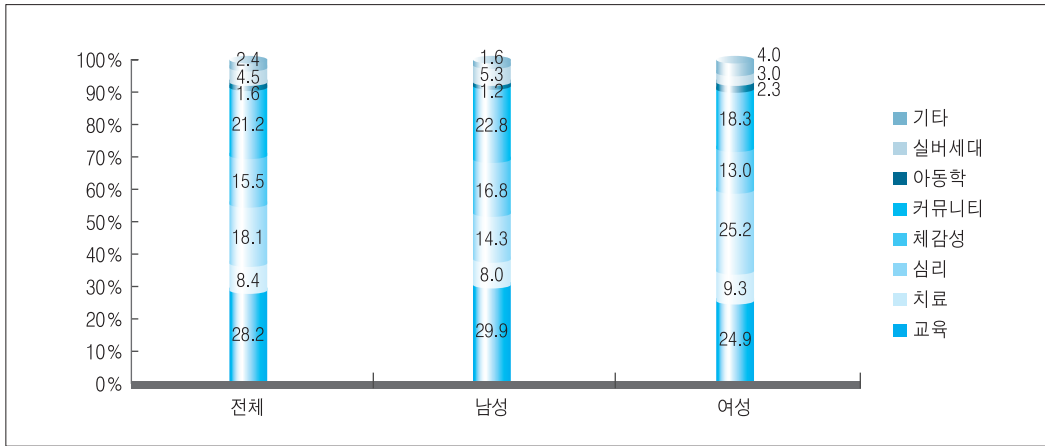
연령별로는 게임이 하나의 또래 문화를 형성한 15~19세와 25~29세의 경우, '커뮤니티'에 대한 선호가 각각 28.1%, 28.2%로 가장 높았다. 다음으로는 '체감성'과 '교육' 등의 선호가 비교적 높았다. 특히 연령대가 높아질수록 '교육'에 대한 선호가 눈에 띄게 높아지는 경향이 있었다.

게임을 하면서 관심있게 보는 것으로는 2006년 조사결과와 마찬가지로 스토리(39.0%)가 가장 중요한 요인인 것으로 나타났다. 다음으로는 그래픽(22.8%), 기획(16.2%), 연출력(7.0%)의 순이었으며, 남성과 여성의 차이는 크지 않았으나, 남성이 여성보다 스토리, 그래픽, 기획, 서비스 수준 등을 중요하게 선택하는 비율이 조금 높은 것으로 나타났다.

연령별로는 연령이 높아질수록 '스토리'의 비중이 낮아지는 한편, '동영상'의 비중은 높아지는 경향을 보이고 있다. 이는 연령별로 선호하는 장르가 다르기 때문인 것으로 해석해 볼 수 있는데 30세 이상의 경우 웹보드 게임을 주로 이용하기 때문에 생동감있는 동영상 스토리보다 더욱 중요한 요소로 고려된다고 볼 수 있다.

〈그림 2-1-3-07〉 게임과 결합되기를 희망하는 분야(성별)

(단위 : %)





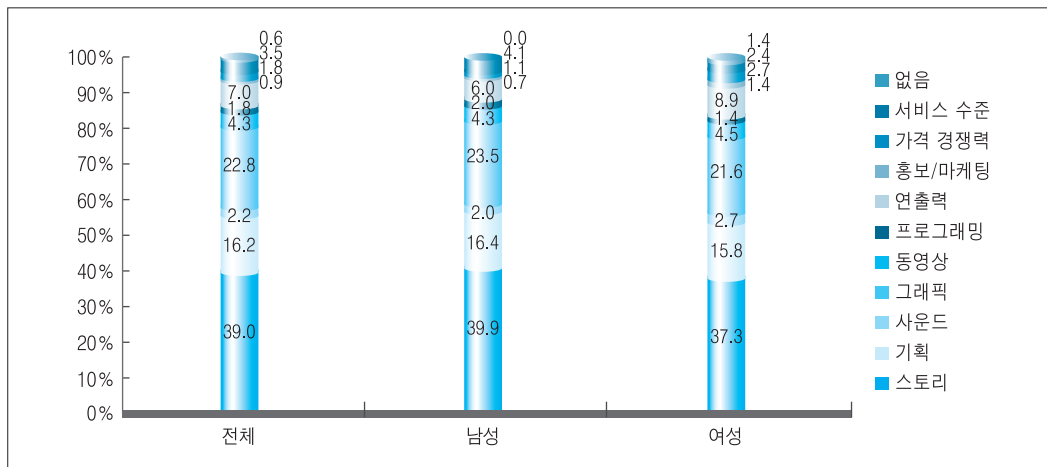
2

〈표 2-1-3-01〉 게임과 결합되기를 희망하는 분야(연령별)

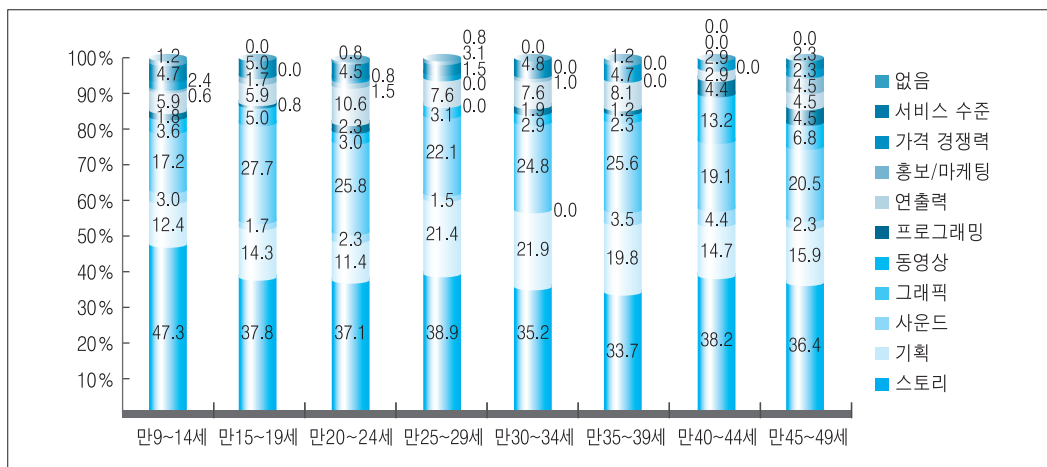
(단위 : %)

	교육	치료	심리	체감성	커뮤니티	아동학	실버세대	기타	계
만9~14세	23.0	7.5	22.4	11.5	19.0	2.3	6.9	7.5	100.0
만15~19세	14.9	8.3	17.4	25.6	28.1	0.8	3.3	1.7	100.0
만20~24세	26.9	9.0	14.2	18.7	25.4	1.5	2.2	2.2	100.0
만25~29세	23.7	10.7	17.6	16.0	28.2	0.8	1.5	1.5	100.0
만30~34세	31.1	3.8	24.5	13.2	20.8	2.8	3.8	0.0	100.0
만35~39세	43.2	11.4	18.2	10.2	11.4	1.1	3.4	1.1	100.0
만40~44세	47.1	11.8	10.3	11.8	8.8	2.9	7.4	0.0	100.0
만45~49세	36.4	4.5	13.6	13.6	18.2	0.0	13.6	0.0	100.0

〈그림 2-1-3-08〉 게임을 하면서 가장 관심있게 보는 요소(성별)



〈그림 2-1-3-09〉 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 요소(1순위, 연령별)

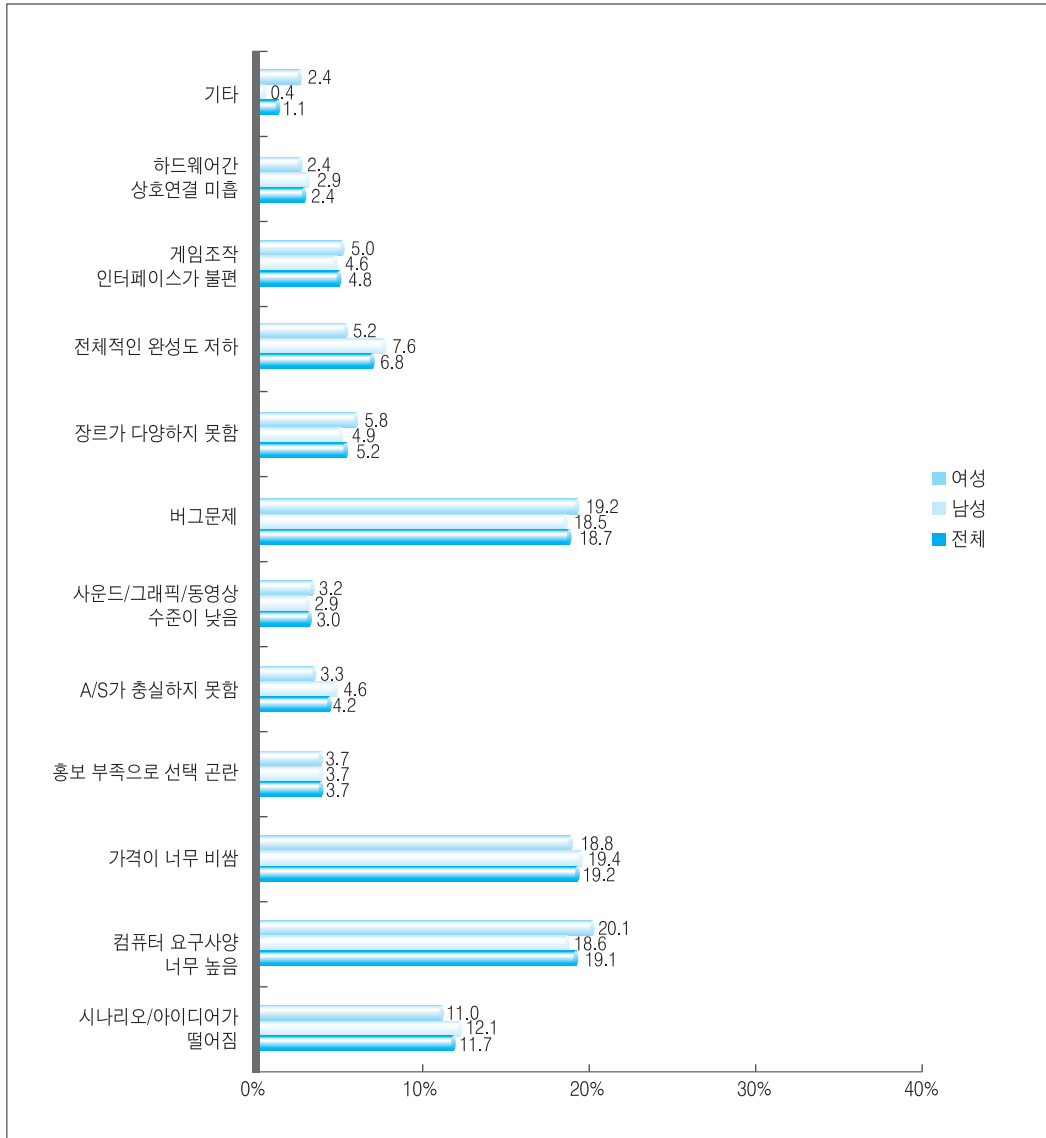


(3) 게임이용 시 불만사항

게임을 이용할 때 가장 큰 불만사항이 무엇인지 조사한 결과 전체적으로 '가격이 너무 비쌌', '컴퓨터 요구사양이 너무 높음', '버그문제'에 대한 지적이 각각 19.2%, 19.1%, 18.7%

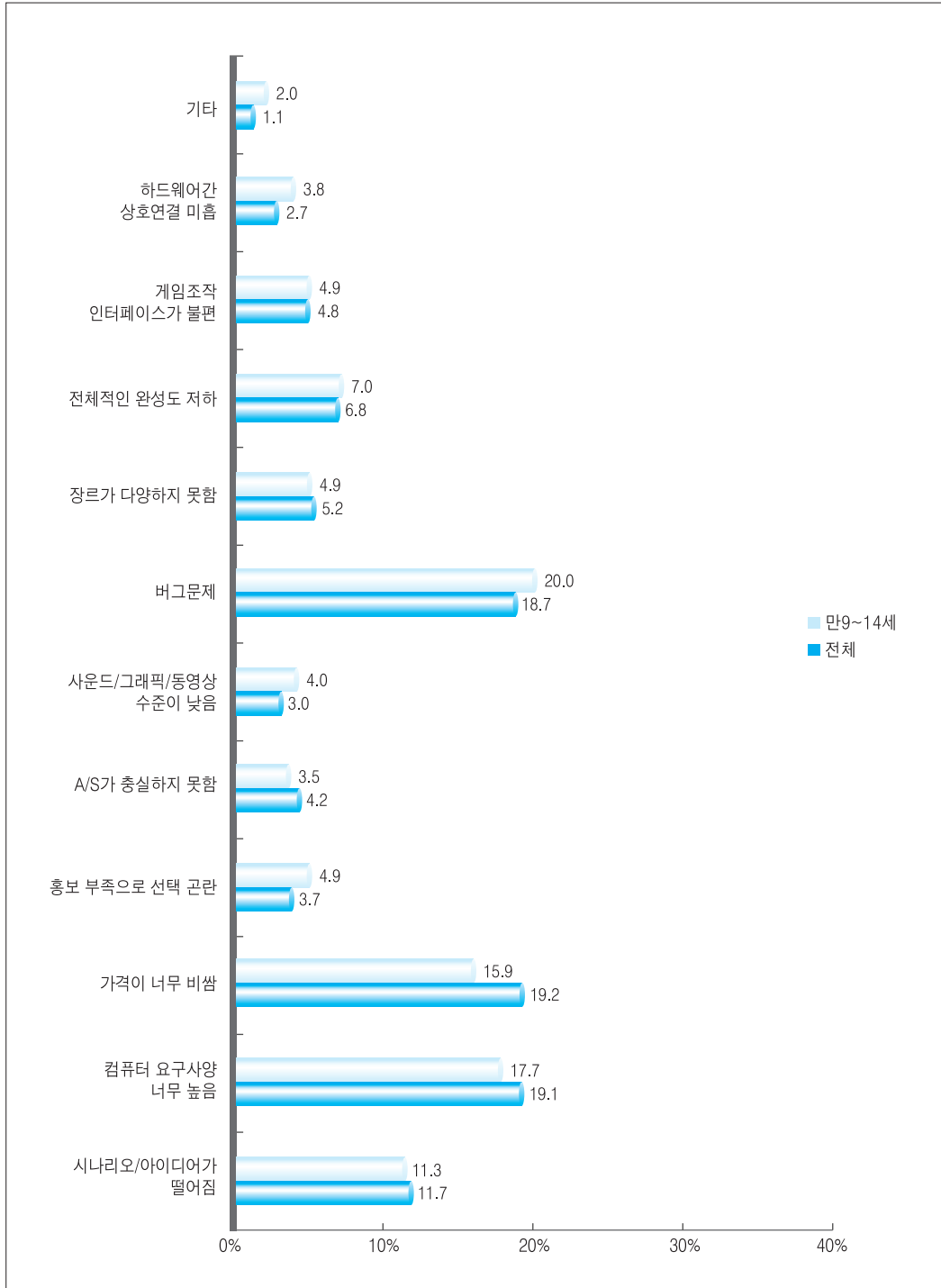
로 조사되었다. 성별 응답차는 거의 나타나지 않았으나 연령별로는 연령이 낮을수록 '컴퓨터 요구사양이 너무 높다'는 응답과 '버그문제'의 응답비중이 높은 반면, 연령이 높을수록 '가격이 너무 비싸다'는 응답 비중이 높았다.

〈그림 2-1-3-10〉 성별 게임이용 시 불만사항(복수응답)



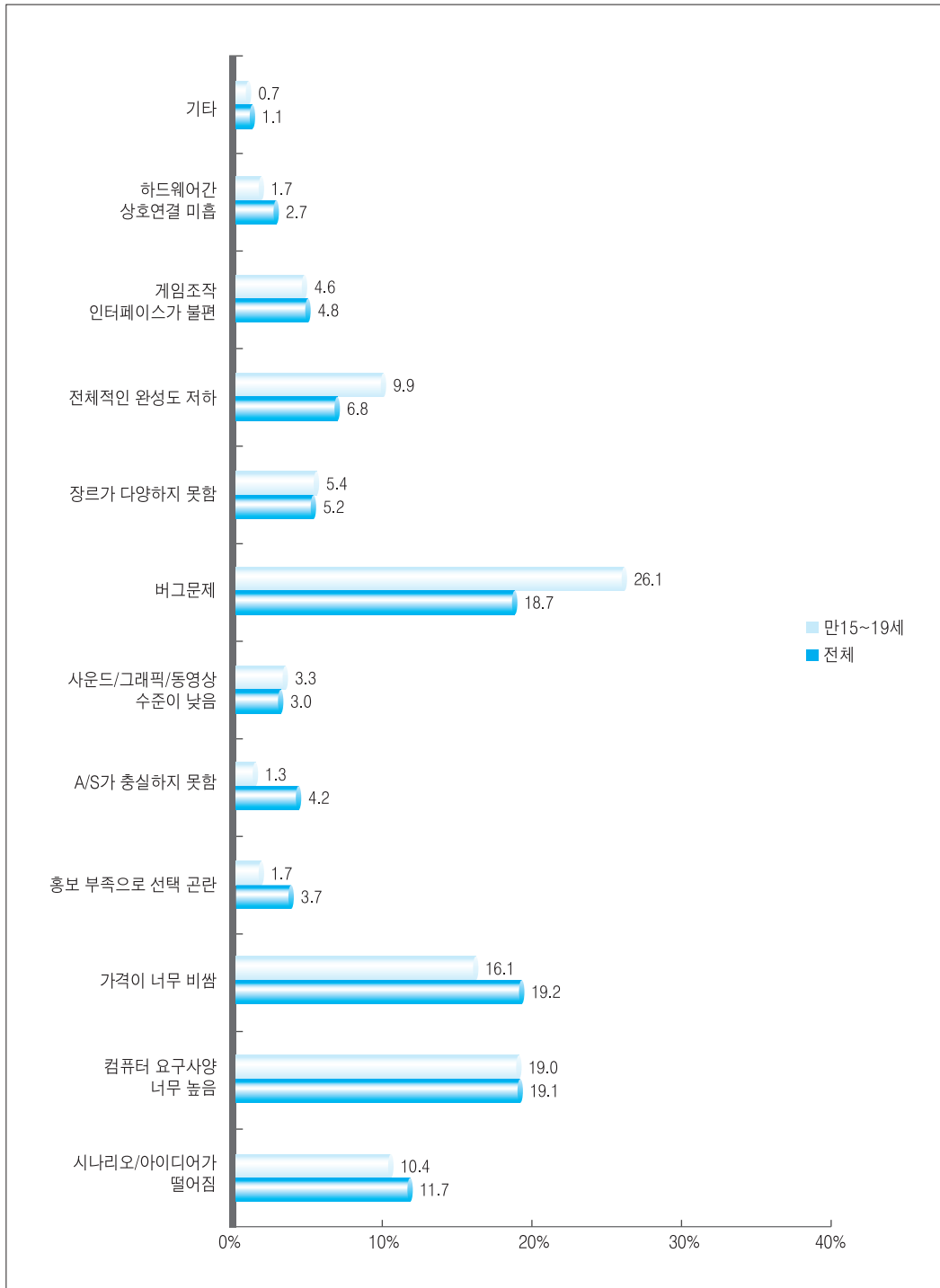


〈그림 2-1-3-11〉 9~14세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



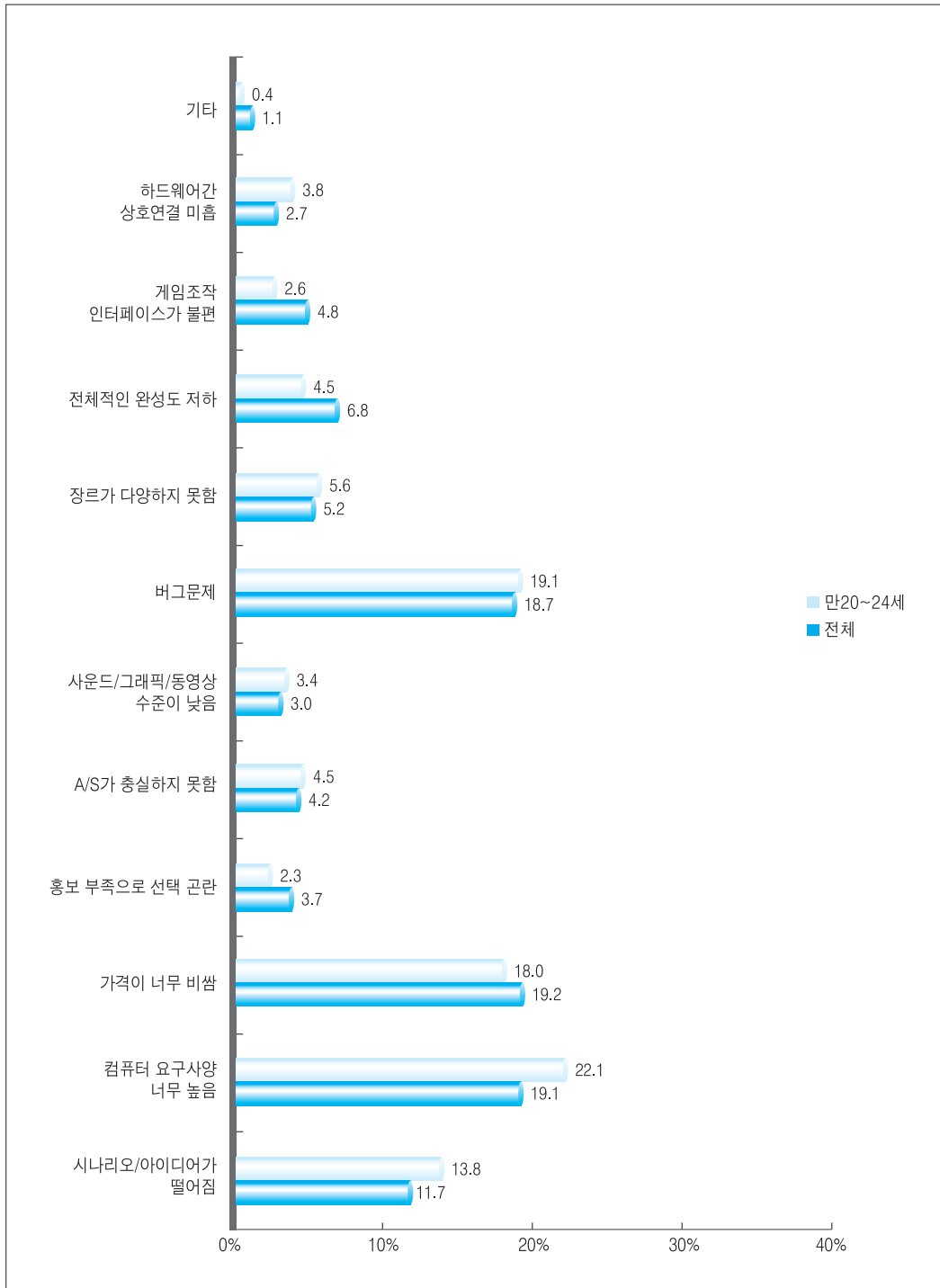
2

〈그림 2-1-3-12〉 15~19세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



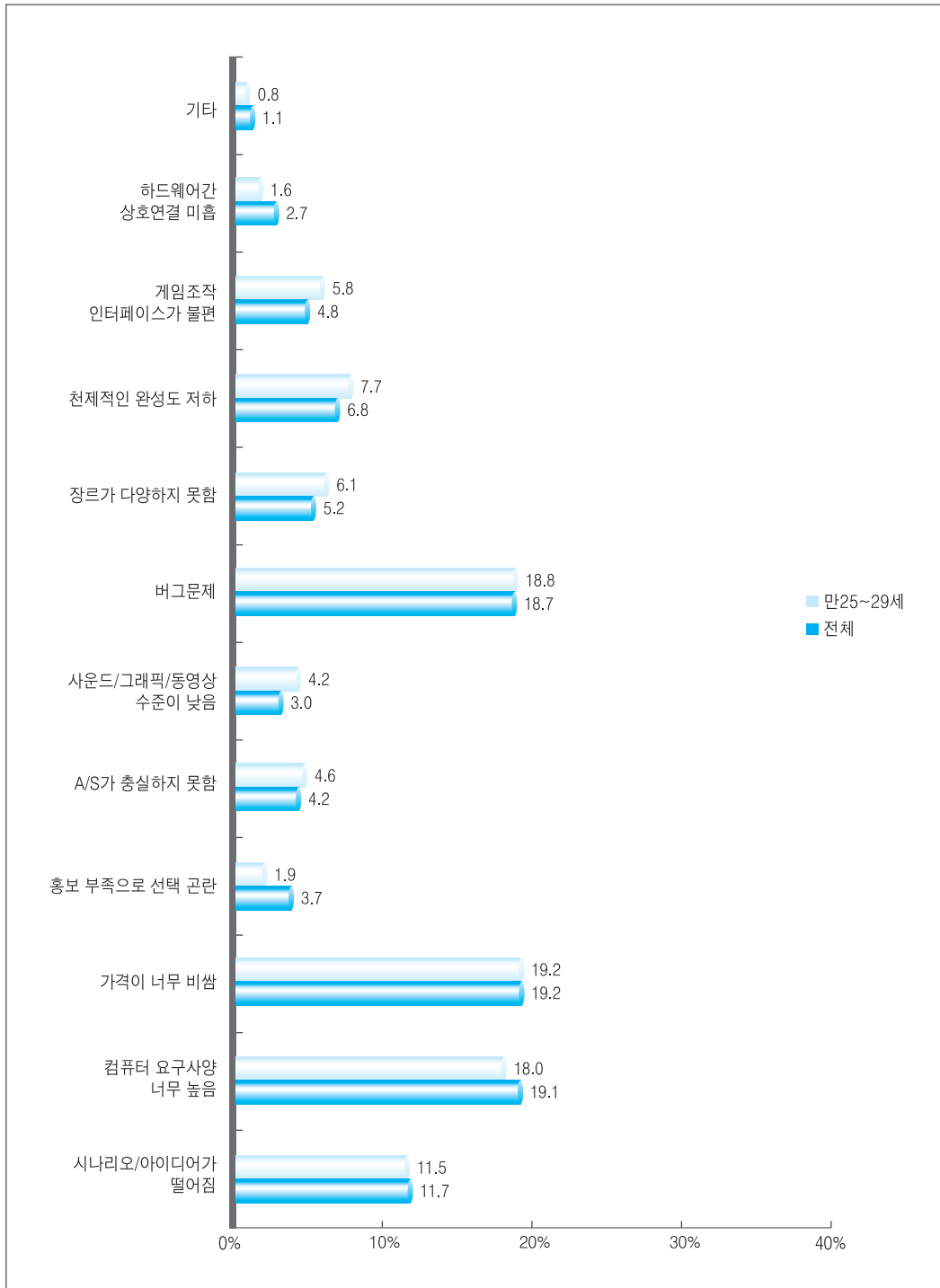


〈그림 2-1-3-13〉 20~24세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



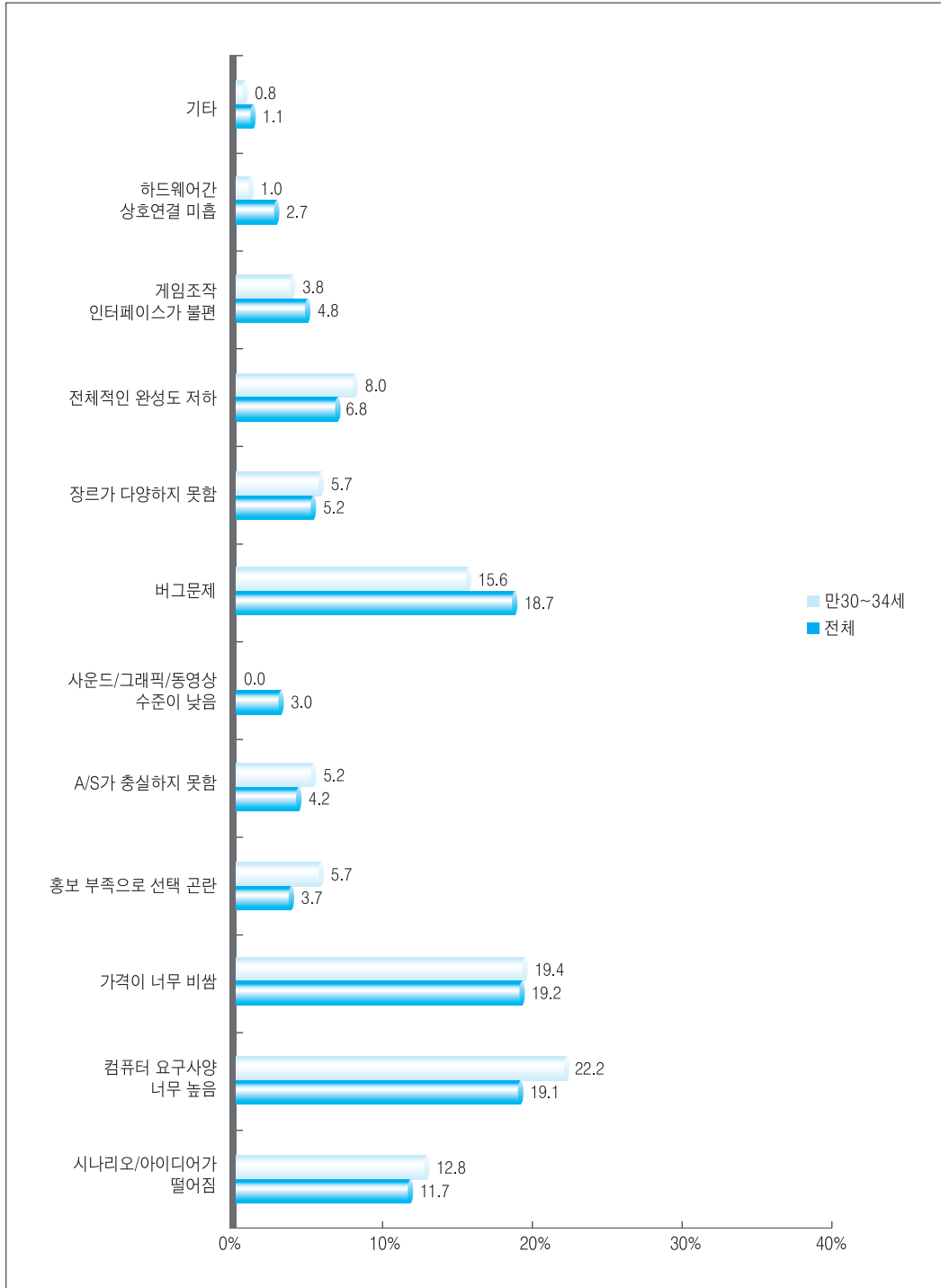
2

〈그림 2-1-3-14〉 25~29세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



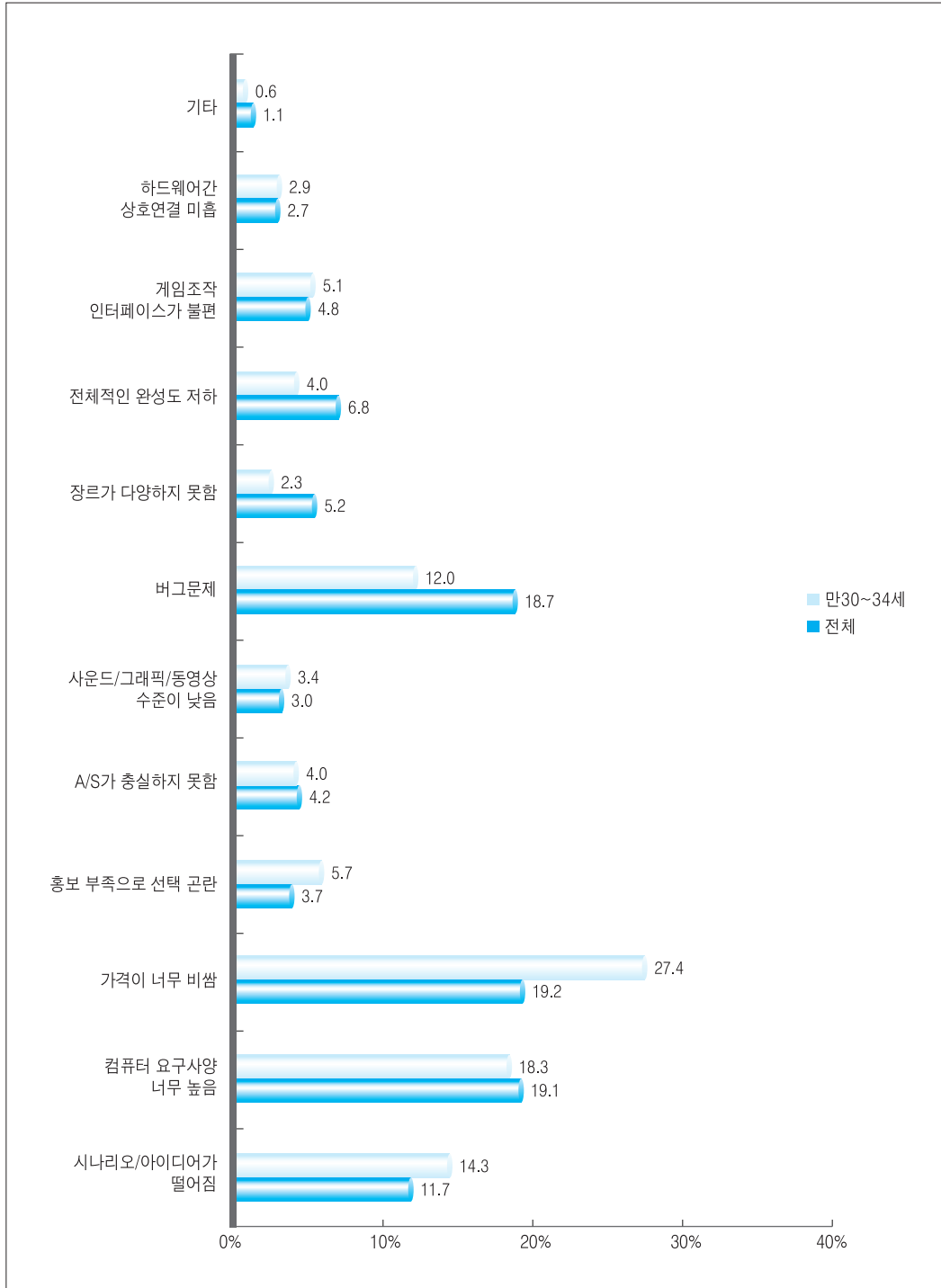


〈그림 2-1-3-15〉 30~34세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



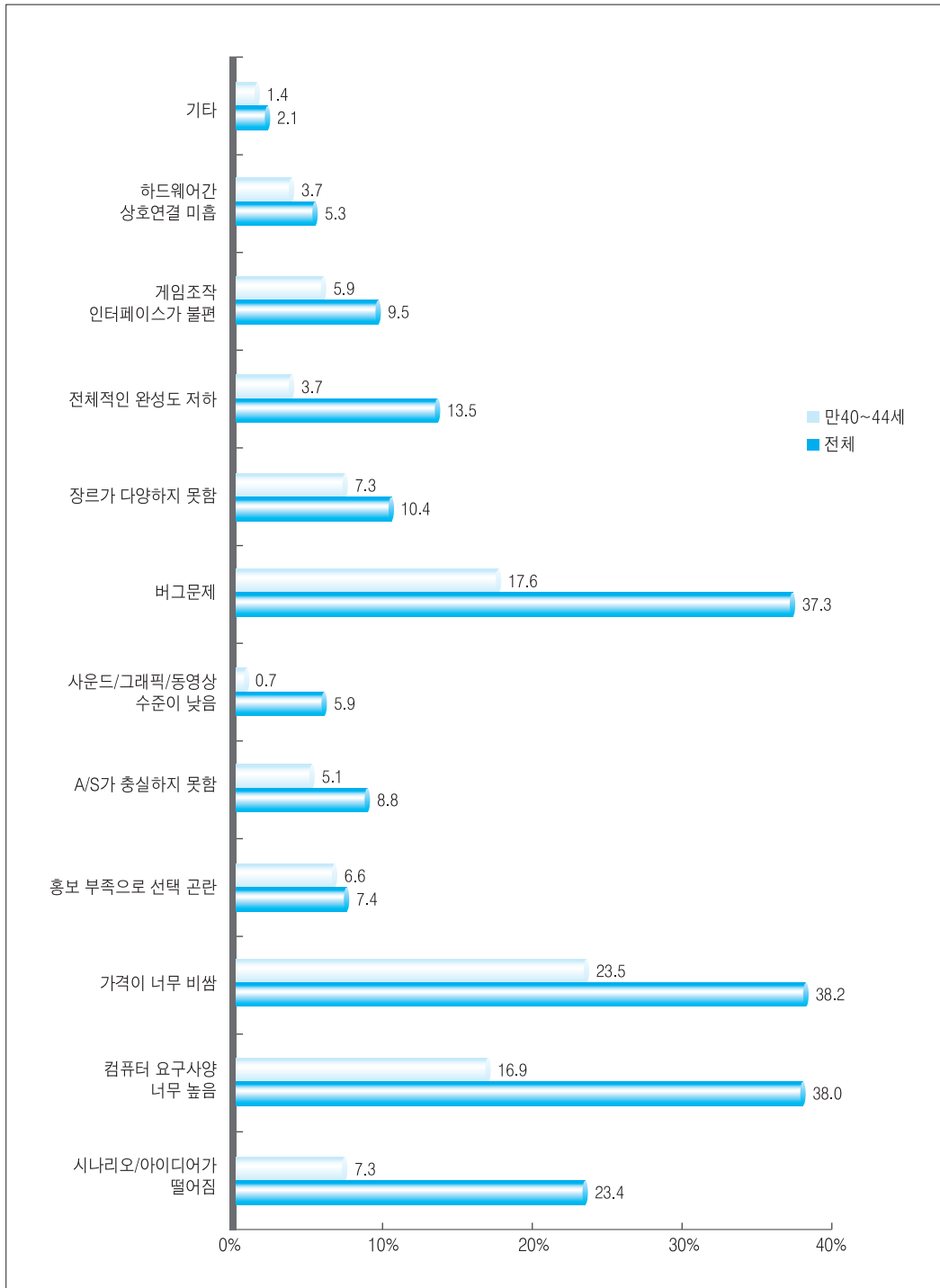
2

〈그림 2-1-3-16〉 35~39세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)

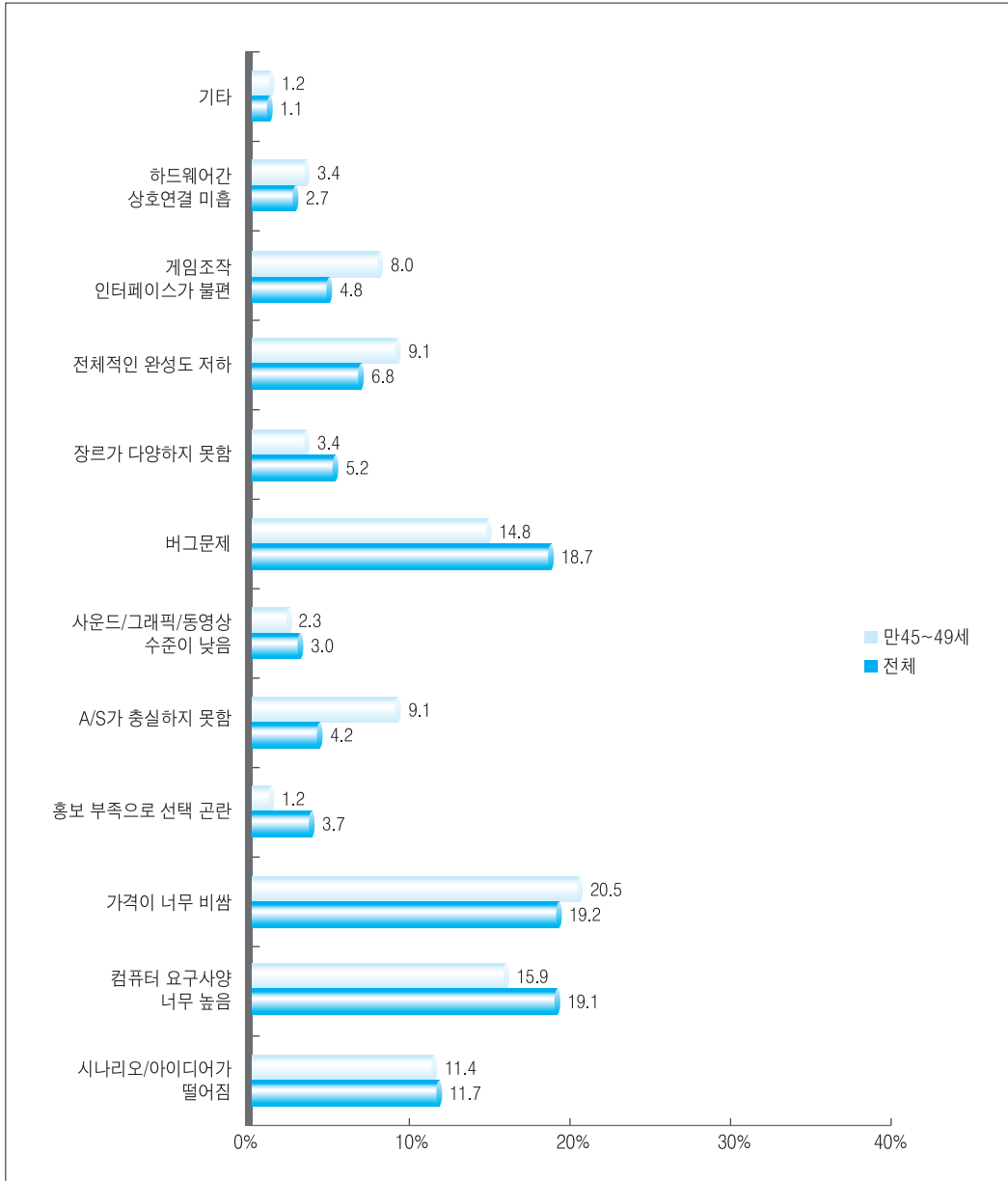




〈그림 2-1-3-17〉 40~44세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



〈그림 2-1-3-18〉 45~49세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



(4) 향후 시장주도 플랫폼에 대한 견해

향후 국내 게임시장을 주도할 플랫폼에 대한 의견을 조사한 결과 1순위로 꼽힌 분야는 ‘온라

인게임’으로 75.9%가 온라인게임의 시장주도가 지속될 것이라고 전망했다. 이러한 온라인게임에 대한 선호는 여성보다는 남성이 조금 더

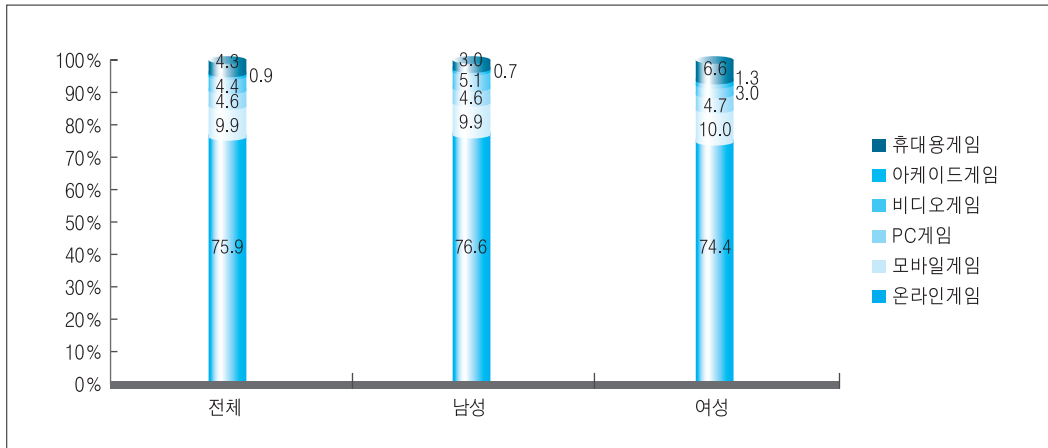


높은 경향을 보이고 있다. 2순위까지의 종합 결과 역시 온라인게임이 시장을 주도할 플랫폼으로 인식되는 경향이 있으며, 모바일게임이 그 다음인 것으로 나타났다. 여성은 남성보다 모바일게임의 향후 시장 주도성이 약할 것이라고 생각하고 있으며, 반면 휴대용게임이 향후 시장을 주도할 플랫폼으로 도약할 것이라는 생각을 남성보다 많이 하고 있는 것으로 조사되었다.

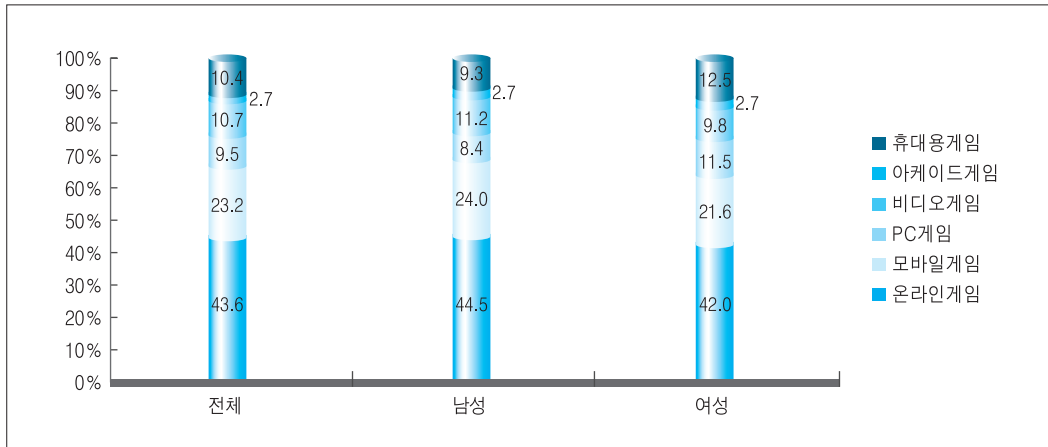
국내 게임시장을 주도할 게임 장르로는 현재 가장 선호하는 장르인 '롤플레이'가 주목을 받았고, 다음으로 '전략 시뮬레이션'이 높게 나타났다. 현재 선호 장르인 '웹보드 게임'의 경우에는 거의 지목되지 않고 있어, 접근성이 높은 반면 다양성면에서는 향후 시장을 주도하기에는 한계가 있는 것으로 풀이된다.

2

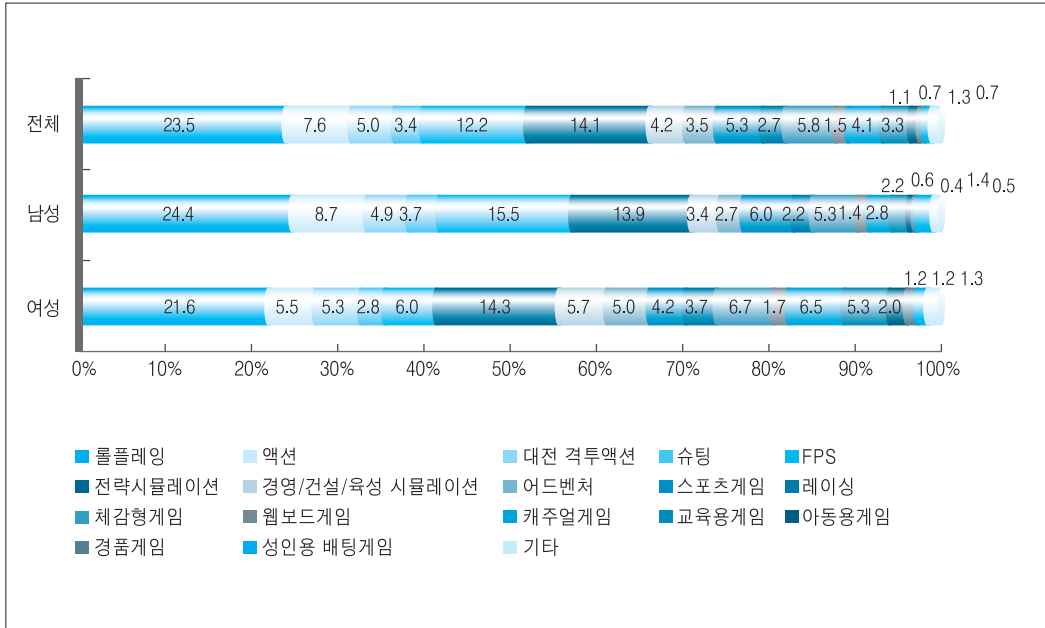
〈그림 2-1-3-19〉 성별 향후 국내 게임시장을 주도할 게임분야에 대한 의견



〈그림 2-1-3-20〉 향후 국내 게임시장을 주도할 게임분야에 대한 의견(2순위까지 종합)



〈그림 2-1-3-21〉 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’ (42.6%)고 응답한 비율이 ‘관심이 없다’ (31.8%)고 답한 비율보다 높았다. 그래픽의 경우, ‘단순한 그래픽’ (13.6%)보다는 ‘화려한 그래픽’ (71.6%)을 선호하는 경향이 훨씬 높으며, 남성이 ‘화려한 그래픽’을 더욱 선호하고 있는 것으로 나타났다.

시나리오의 경우는 59.1%가 ‘복잡한 시나리오’를 선호한다고 응답하였고, 남성(63.4%)이 여성(51.2%)보다 ‘복잡한 시나리오’를 선호하는 것으로 조사되었다. 연령별로는 20~30대 연령층이 ‘복잡한 시나리오’를 선호하고 있었

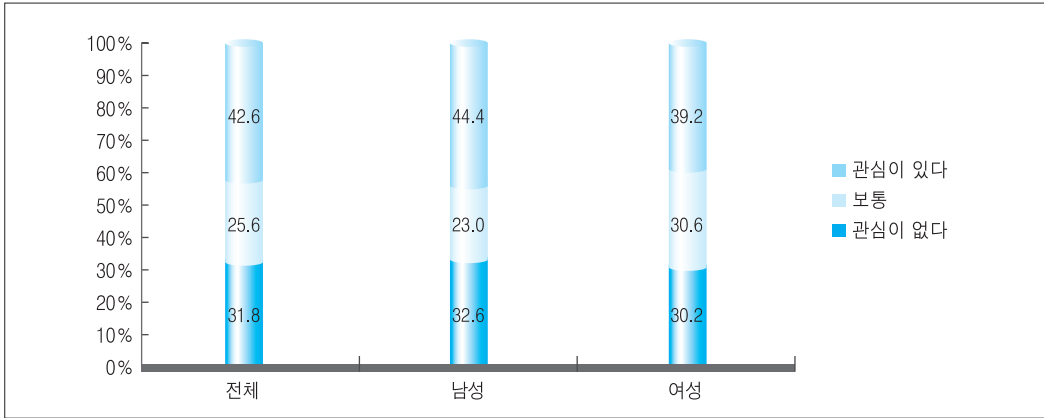
다. 사운드의 경우는 ‘빠르고 신나는 음악’을 선호하는 비율이 54.0%로 ‘느리고 잔잔한 음악’을 선호하는 19.2%보다 높은 빈도를 보이고 있다. 접근성 항목을 보면, 남성의 경우 ‘처음부터 배워야 하는 새로운 게임’에 대한 선호 빈도가 46.7%로 나타났고, 여성의 경우 ‘배우기 쉽고 익숙한 게임’에 대한 선호빈도가 33.6%로 남성에게 비해 상대적으로 높은 편으로 나타났다.

게임속도는 ‘긴박감있고 빠른 게임(51.8%)’을 선호하는 경향이 강하고, 게임분위기는 ‘아기자기한 게임’ (41.7%)을 선호하고 있으며, 또한 ‘현실적인 게임’ (41.6%)을 선호하는 경향이 우세하게 나타났다. 내용면에서는 ‘진지하고 무거운 게임’ 보다는 ‘밝고 명랑한 게임’을 선호하는 비율이 더 높다. 특히 이러한 경향은 연령이 어릴수록 강한 것으로 조사되었다.

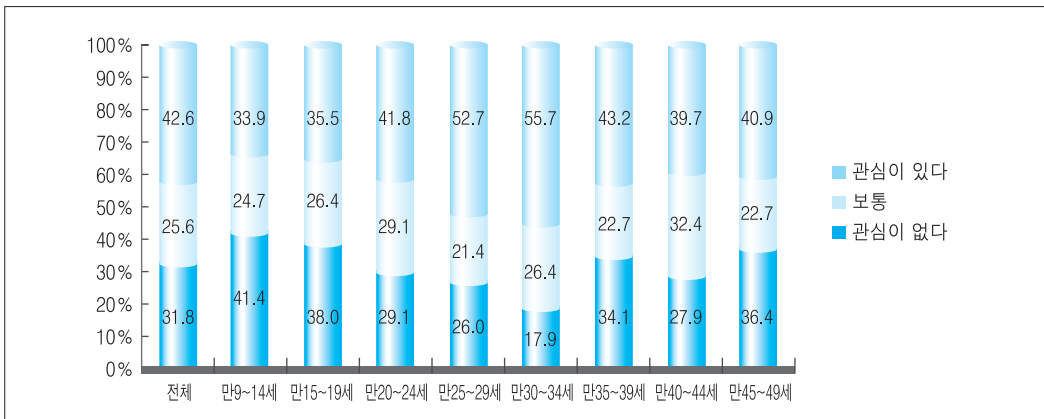


2

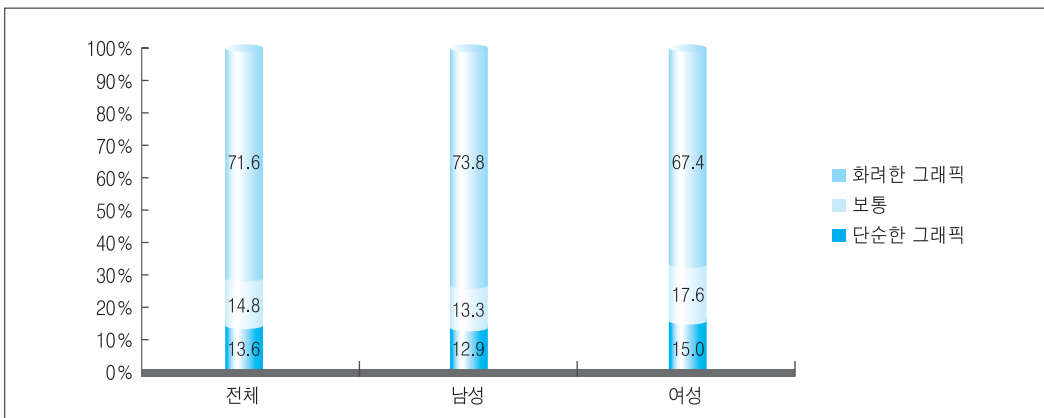
<그림 2-1-3-22> 성별 게임취향 - 동영상



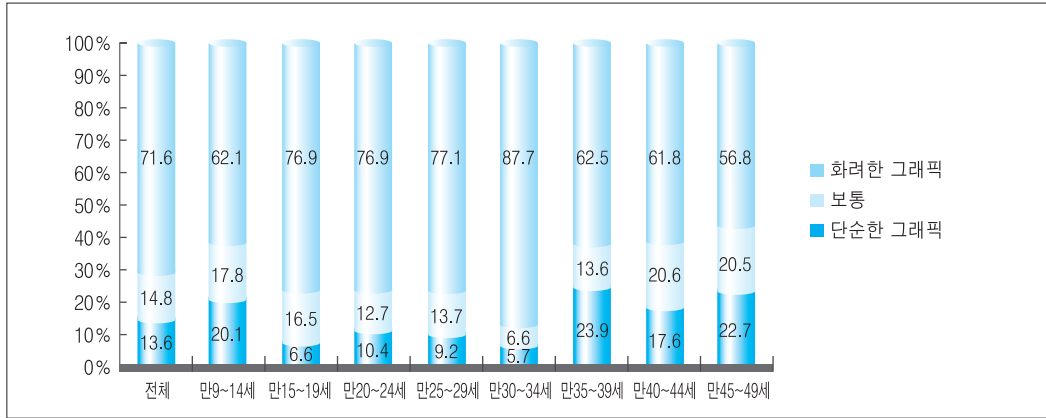
<그림 2-1-3-23> 연령별 게임취향 - 동영상



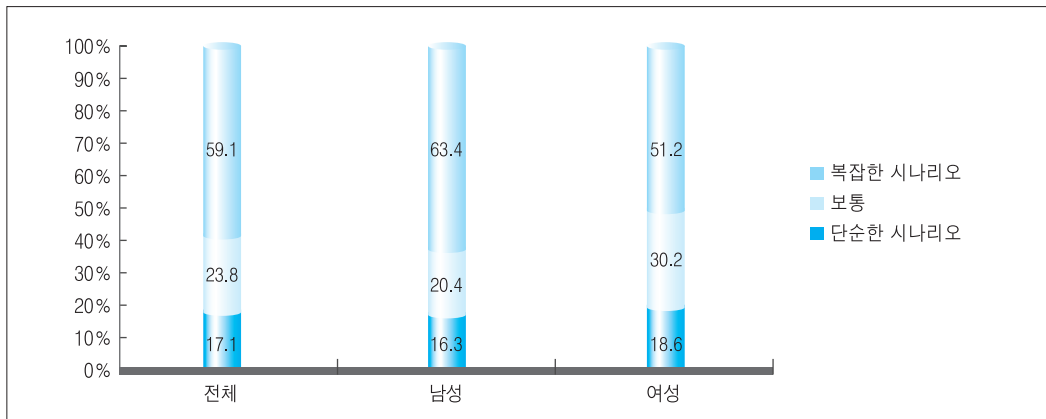
<그림 2-1-3-24> 성별 게임취향 - 그래픽



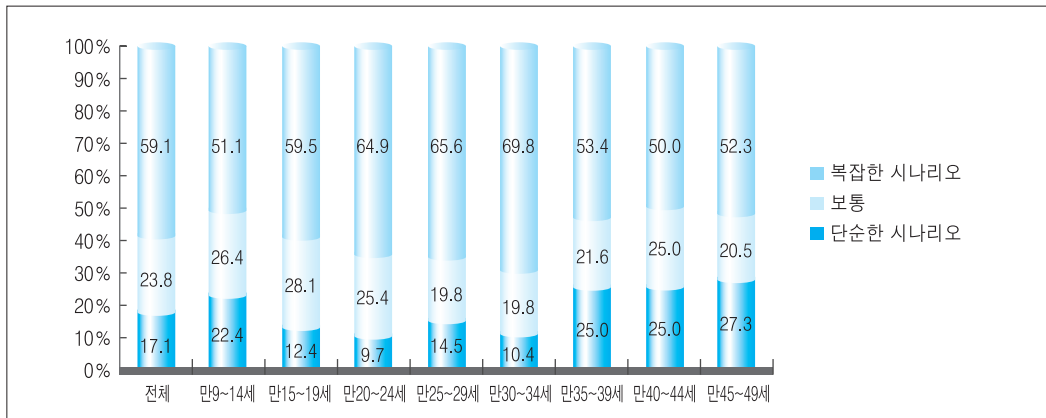
〈그림 2-1-3-25〉 연령별 게임취향 - 그래픽



〈그림 2-1-3-26〉 성별 게임취향 - 시나리오

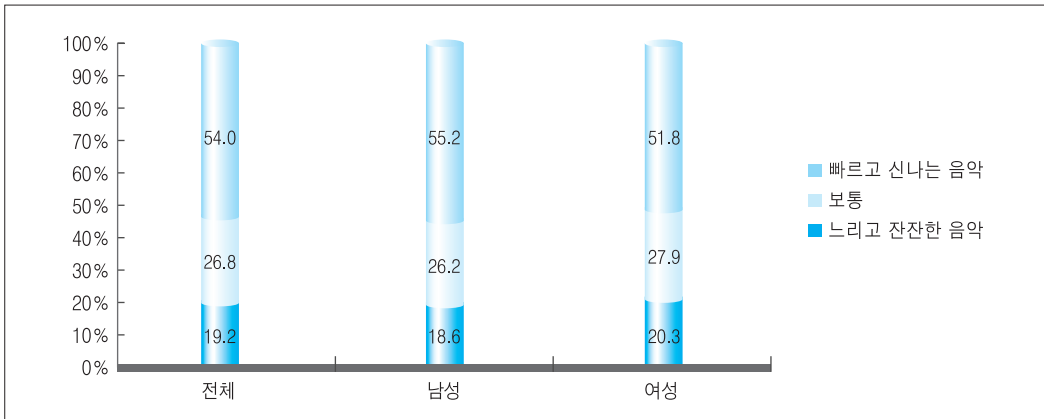


〈그림 2-1-3-27〉 연령별 게임취향 - 시나리오

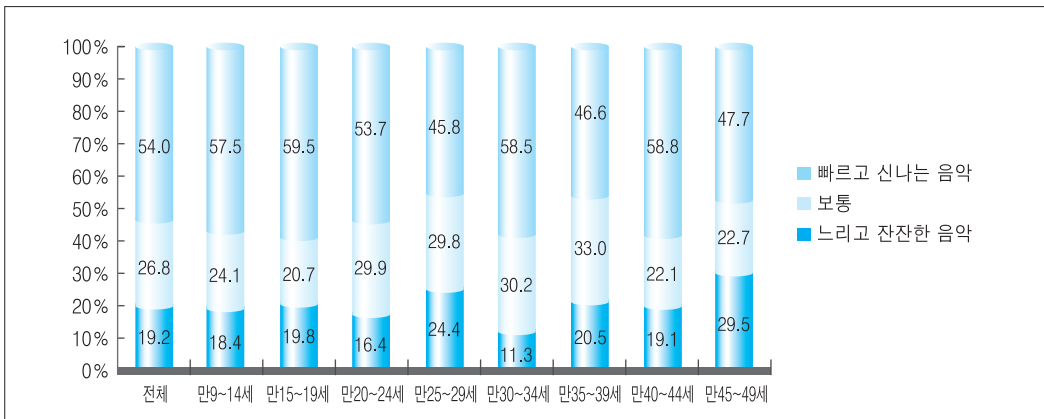




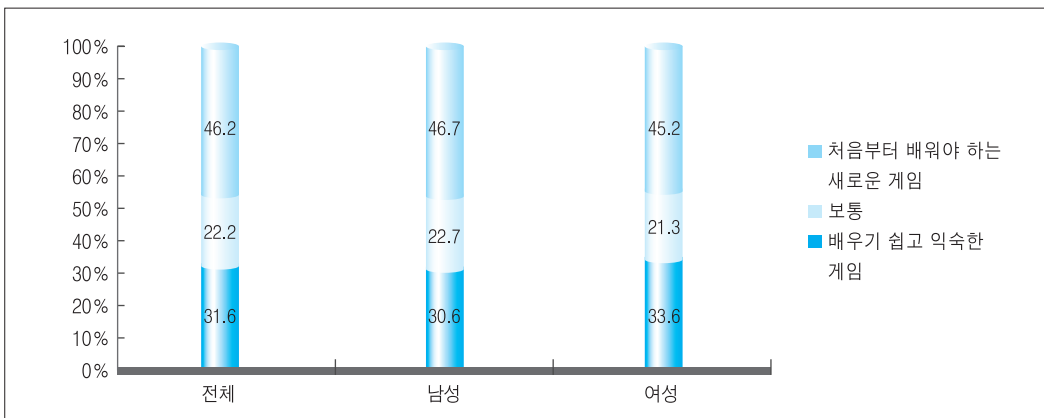
〈그림 2-1-3-28〉 성별 게임취향 - 사운드



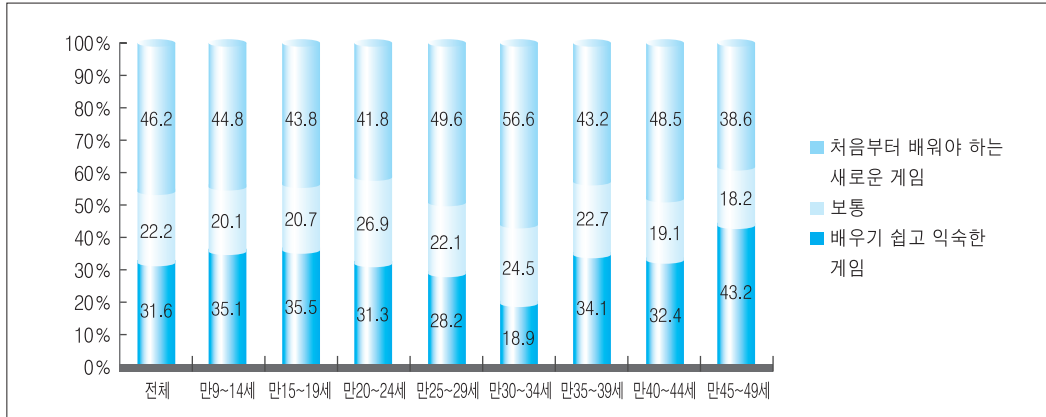
〈그림 2-1-3-29〉 연령별 게임취향 - 사운드



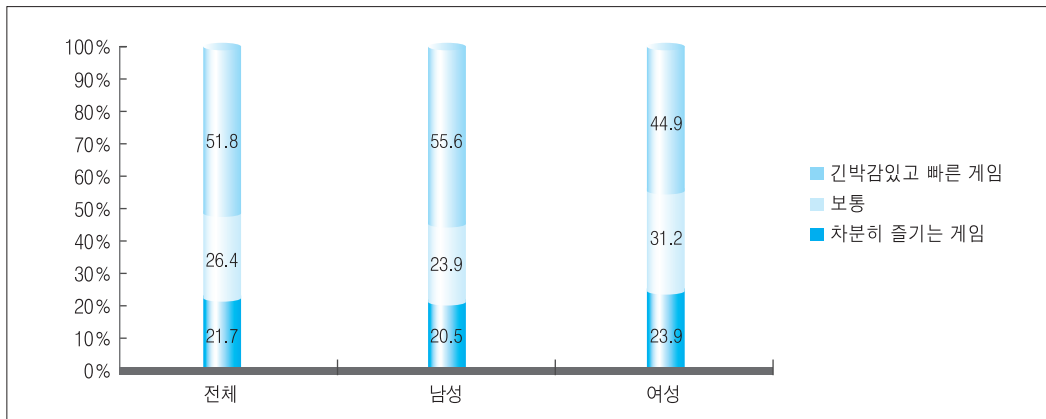
〈그림 2-1-3-30〉 성별 게임취향 - 접근성



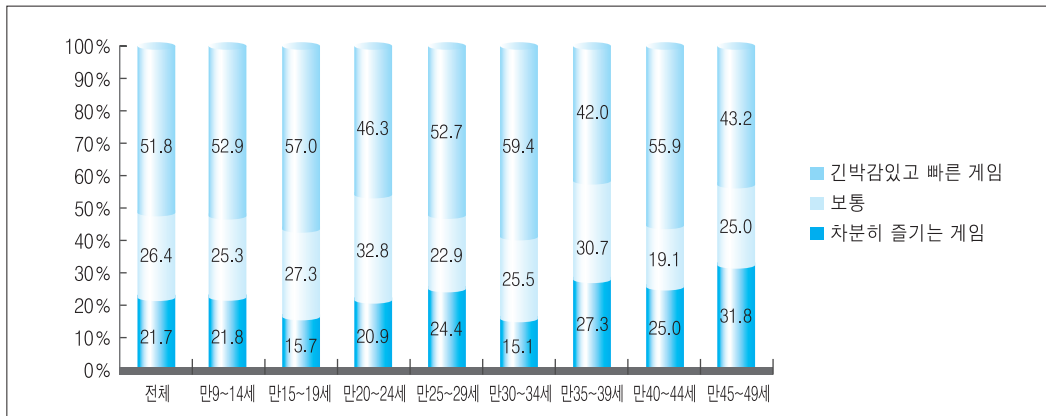
〈그림 2-1-3-31〉 연령별 게임취향 - 접근성



〈그림 2-1-3-32〉 성별 게임취향 - 속도

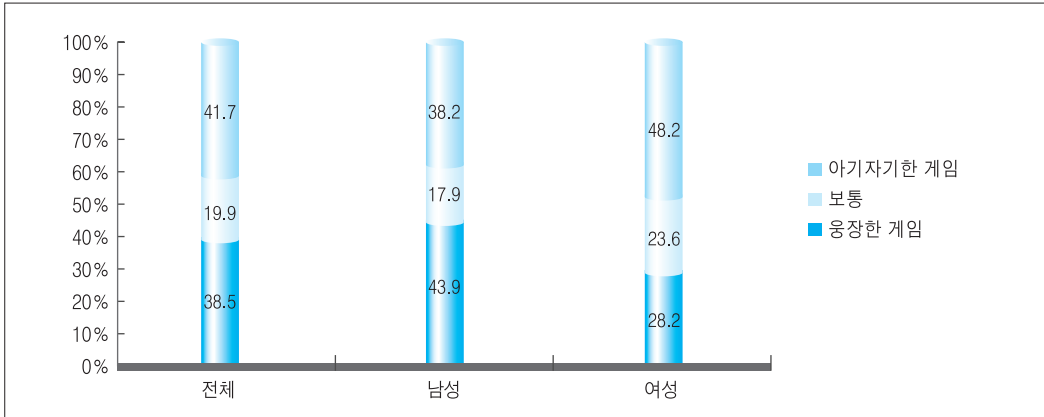


〈그림 2-1-3-33〉 연령별 게임취향 - 속도

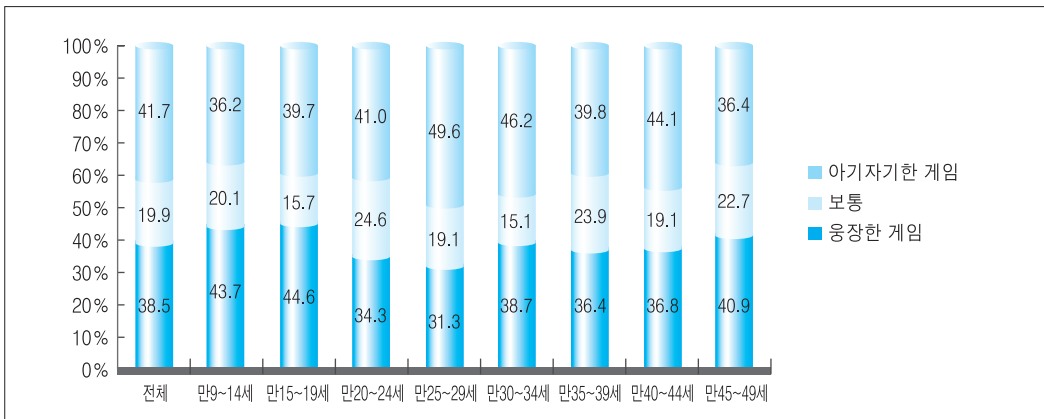




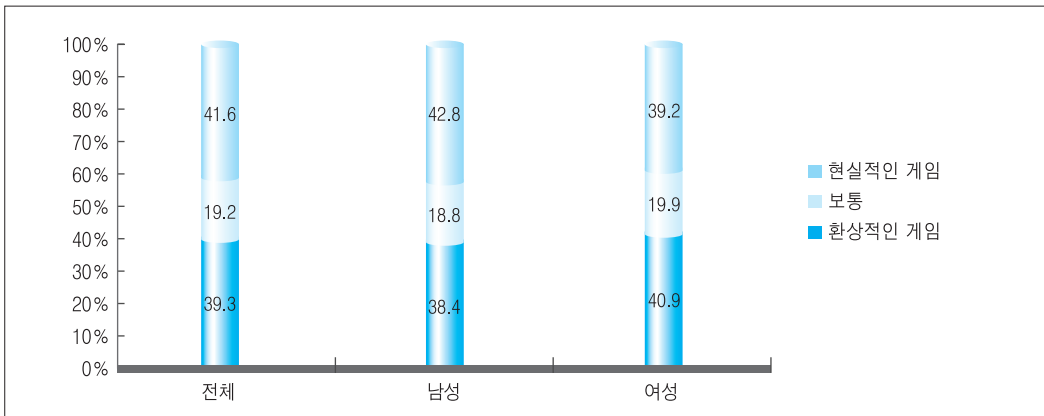
<그림 2-1-3-34> 성별 게임취향 - 분위기/규모



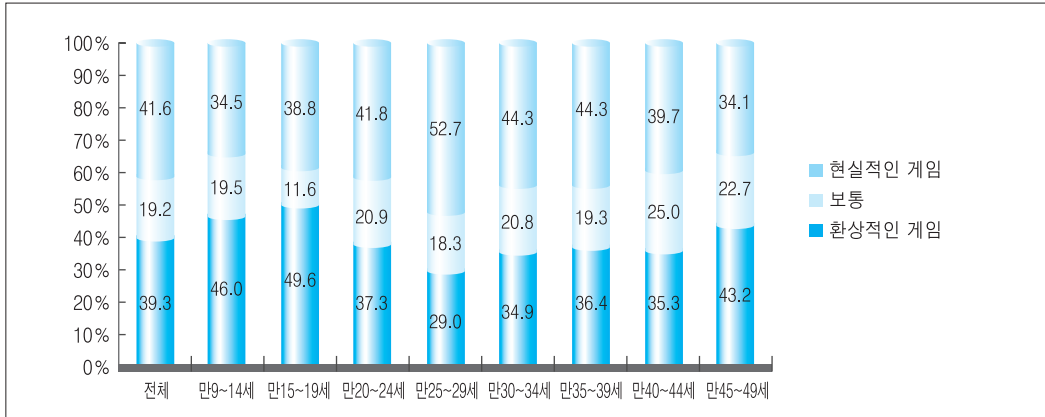
<그림 2-1-3-35> 연령별 게임취향 - 분위기/규모



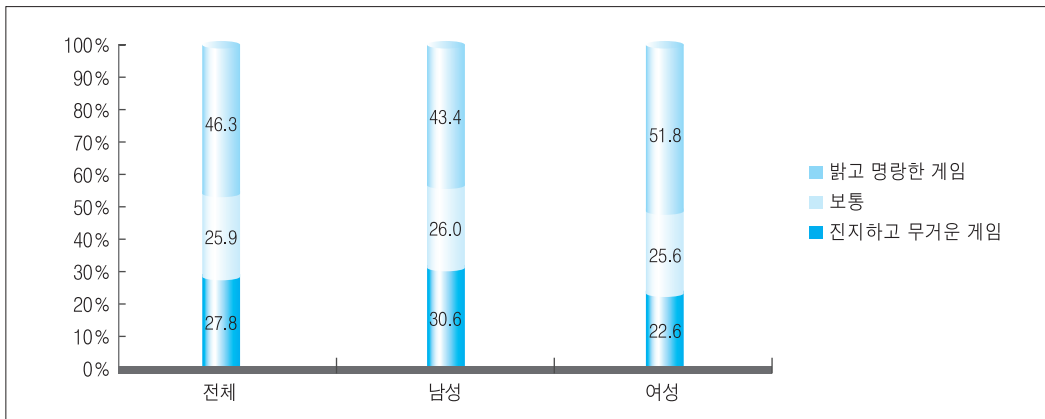
<그림 2-1-3-36> 성별 게임취향 - 분위기/현실성



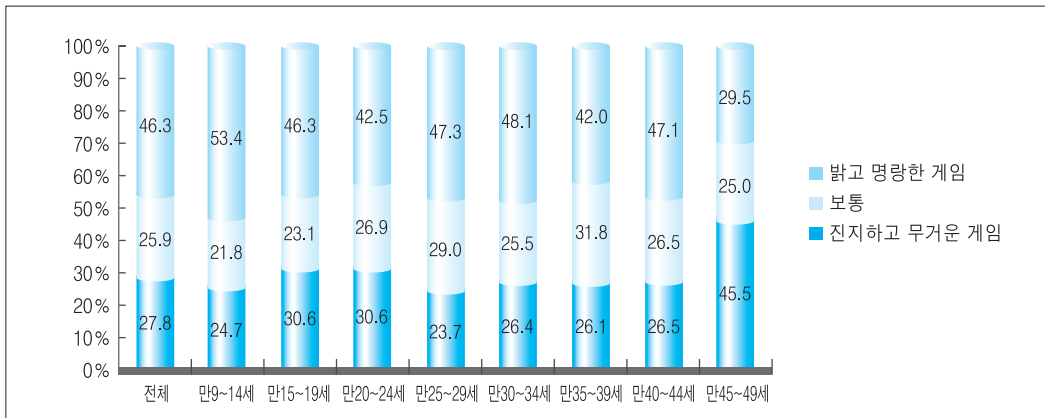
〈그림 2-1-3-37〉 연령별 게임취향 - 분위기/현실성



〈그림 2-1-3-38〉 성별 게임취향 - 분위기/내용



〈그림 2-1-3-39〉 연령별 게임취향 - 분위기/내용





2

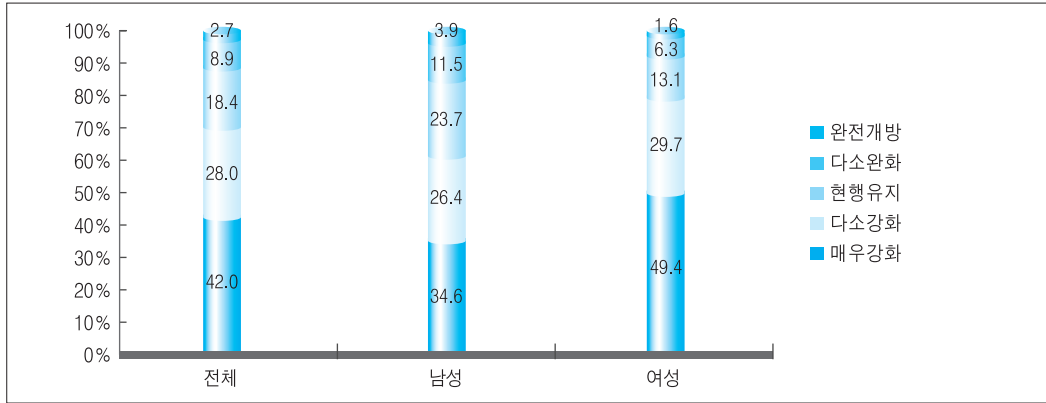
(6) 게임 등급 분류에 대한 견해

청소년 이용불가 심의에 대한 의견을 물어본 결과 전체의 42.0%가 '매우 강화해야 한다'고 응답했으며, 특히 게임의 폭력성이나 외설성에 대한 부정적인 관념이 강한 여성이나 고연령층의 경우 '강화해야 한다'는 응답 비중이 매우 높았다. 게임을 많이 접하고 있는 남성이나 10~20대의 경우에는 '강화해야 한다'는 응답 비중이 다른 연령층에 비해 낮은 것으로 조사되었다. 특히 15~19세의 경우에는 45.0%만이 '강화해야 한다' (다소강화+매우강화)고 응답하

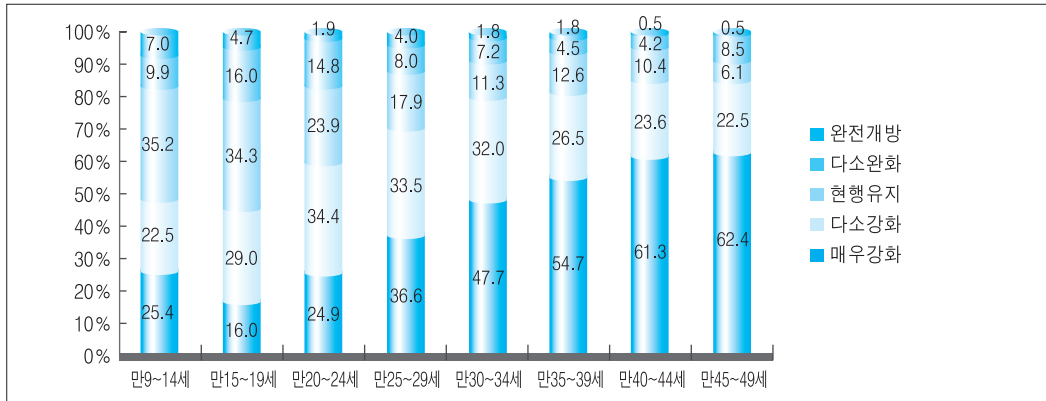
고 있다. 45~49세의 경우, 강화의 의견은 84.9%로 가장 높다.

게임 등급 제도에 관한 의견으로 '엄격하게 시행해야 한다'는 응답이 56.9%로 전체의 절반을 넘어 지난해 조사결과 52.7%에 비해 보수적인 응답비중이 높아졌다. 특히, 이러한 보수적인 응답비중은 여성, 고연령층으로 갈수록 높아지는 경향이 있다. 반면, 10대의 경우에는 '엄격하게 시행해야 한다'는 응답비중이 약 30%대로, 등급분류에 대한 엄격한 시행보다는 다른 등급 분류제도에 대한 의견을 가진 것으로 나타났다.

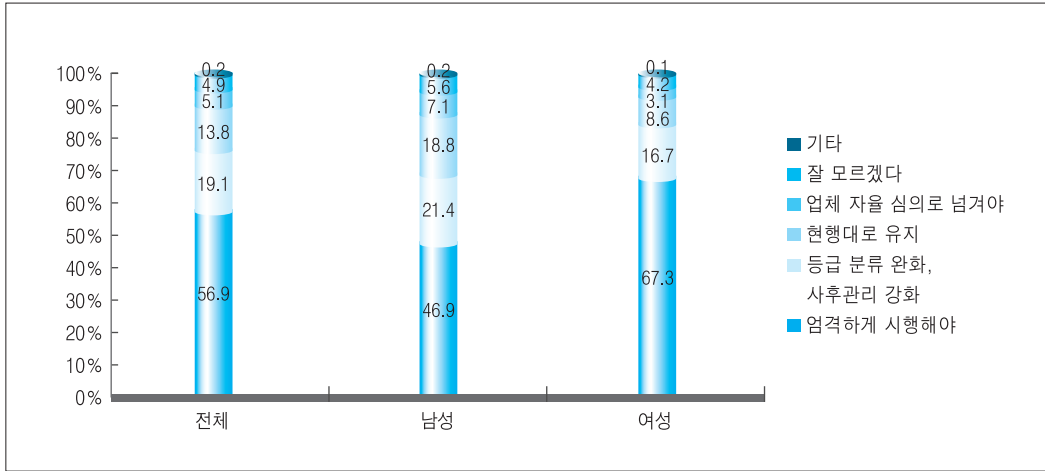
<그림 2-1-3-40> 성별 청소년 이용불가 심의에 관한 의견



<그림 2-1-3-41> 연령별 청소년 이용불가 심의에 관한 의견



〈그림 2-1-3-42〉 성별 게임 등급 분류 제도에 대한 의견



〈그림 2-1-3-43〉 연령별 게임 등급 분류 제도에 대한 의견

