

2008

White Paper on Korean Games

Guide to Korean Game Industry and Culture

Chapter II

이용자 동향

제1장 • 게임이용자의 일반적 동향

제1절 인구통계학적 특성 및 게임이용 관련 생활

제2절 게임 이용 실태

제3절 게임에 대한 견해

제2장 • 플랫폼별 이용자 동향

제1절 이용자별 게임이용 관련 생활 동향

제2절 게임 이용자별 게임 이용 실태

제3절 게임 이용자별 게임에 대한 사회적인 인식

제3장 • 게임 이용자별 동향

제1절 게임 이용자에 따른 분류

제2절 게임 이용자별 동향

(핵심/일반/휴면/잠재 이용자)

제3절 핵심/일반 이용자 동향

제4절 휴면/잠재 이용자 동향

제 1 장

게임이용자의 일반적 동향

본 장에서는 게임이용자의 게임 관련 생활실태와 게임 이용현황을 살펴봄으로써 게임 수요자의 행태를 파악하고 향후, 게임시장을 전망하는 기초자료를 제공하고자 한다. 분석 자료는 2008년 1~2월 한국게임산업진흥원에서 전국 5대 도시의 일반인 1,700명을 대상으로 실시한 '2008 게임인식 및 소비자의식 실태조사'의 결과이다.

본 조사는 만 9세 이상부터 만 49세 이하의 일반인 1,700명을 대상으로 전화 조사를 실시한 후 이메일을 통해 질문지를 배포하고 수거하는 방식으로 조사를 진행했으며, 설문 내용은 이용자의 여가 사용과 게임이용실태, 선호 게임플랫폼, 장르 및 비용 등으로 구성하였다. 시계열적인 분석을 위해 예년과 비슷한 문항으로 설문을 구성하였다.

제 1 절 인구통계학적 특성 및 게임이용 관련 생활

1. 조사대상자의 인구학적 특성

2008년 조사 표본 수는 1,700명으로 2007년 조사대상자 수와 같고, 성별 비율은 남성이 50.9%, 여성이 49.1%로 거의 균등한 분포를 보이고 있다. 2007년에 비해 남성이 0.1% 늘었고 여성이 0.1% 줄었다. 연령구성은 2008년 우리나라 연령별 인구분포를 반영하여 표본을

설계하였다. 따라서, 조사 표본의 연령별 비중은 만 15~19세가 9.6%로 가장 낮은 비중을 차지하고 있고, 만 30~34세가 13.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 지역별로는 서울 53.4%, 부산 18.6%, 대구 13.1%, 광주 7.2%, 대전 7.8%로 역시 전체 인구분포를 반영하여 조사하였다.

〈표 2-1-1-01〉 응답자의 인구통계학적 특성

구분		사례수	비중(%)
성별	남성	865	50.9
	여성	835	49.1
연령별	만9~14세	210	12.4
	만15~19세	163	9.6
	만20~24세	208	12.2
	만25~29세	227	13.4
	만30~34세	233	13.7
	만35~39세	221	13.0
	만40~44세	220	12.9
	만45~49세	218	12.8
학력별	초등학교 재학/졸업	99	5.8
	중학교 재학/졸업	209	12.3
	고등학교 재학/졸업	362	21.3
	대학교 재학	188	11.1
	대학졸업	742	43.6
	대학원 이상	100	5.9
직업별	전문/연구직	128	7.5
	사무직/관리직	377	22.2
	판매/서비스직	74	4.4
	생산/기술직	67	3.9
	공무원	46	2.7
	자영업자	104	6.1
	학생	579	34.1
	주부	239	14.1
	무직/기타	86	5.1
혼인여부	미혼	962	56.6
	기혼	727	42.8
	기타	11	0.6
지역별	서울	907	53.4
	부산	316	18.6
	대구	222	13.1
	광주	123	7.2
	대전	132	7.8
소득별	100만원 미만	87	5.1
	100~200만원 미만	283	16.6
	200~300만원 미만	422	24.8
	300~400만원 미만	385	22.6
	400~500만원 미만	244	14.4
	500만원 이상	279	16.4

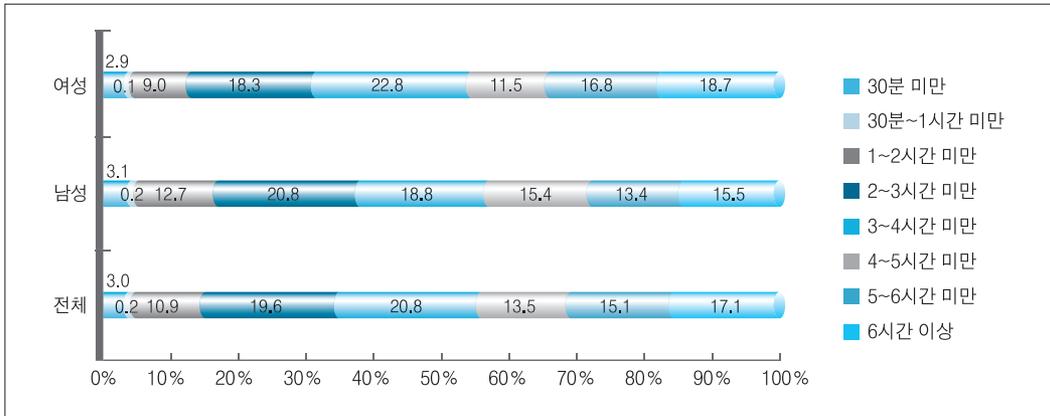
2. 게임이용과 관련한 생활기준 통계

1) 여가시간 활용실태

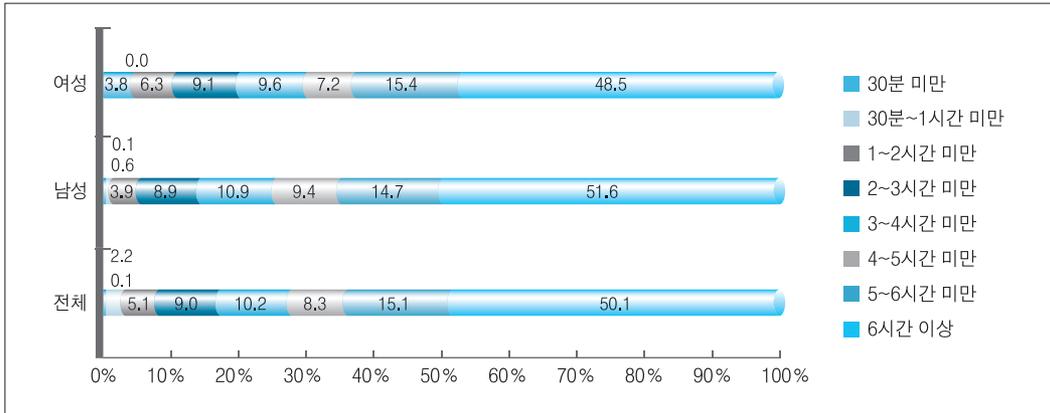
하루 평균 여가시간을 주중과 주말로 나누어 조사한 결과, 주중 하루 평균 여가시간은 약 3시간 30분 정도로 나타났으며, 남녀 간의 여가시간의 차이는 거의 없었으나 여성이 조금 더 많았다. 주중 여가 시간은 '30분~1시간 미만'이 0.2%로 가장 적게 나타났으며, '3~4시간'이 20.8%(남성 18.8%, 여성 22.8%)로 가장 많

았다. 2007년의 조사 결과와 큰 차이점은 나타나지 않았으나, '5~6시간 미만' (2007년 14.2%, 2008년 15.1%) 또는 '6시간 이상' (2007년 15.5%, 2008년 17.1%)의 응답 비율은 증가하였다. 전체 주말 평균 여가시간은 6.3시간으로 2007년에 비해 소폭 감소했다. 남성이 6.5시간, 여성이 6.2시간으로, 남성은 2007년의 7.5시간에서 상대적으로 큰 폭으로 감소했으나 여성은 2007년에도 6.2시간으로 변화가 없었다. 그러나, 여전히 남성이 여성보

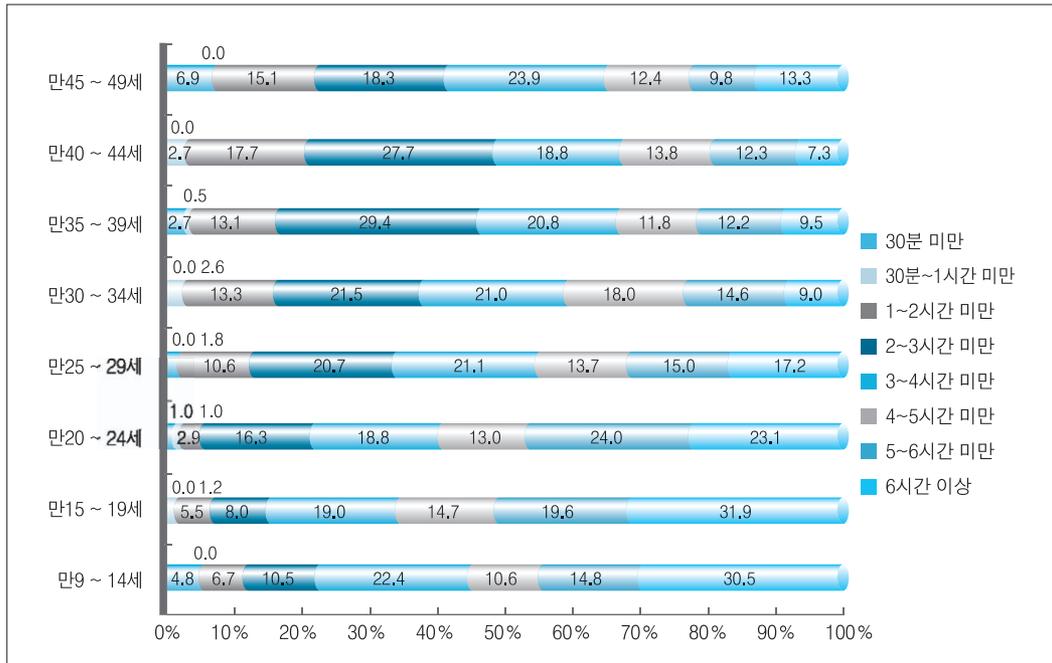
〈그림 2-1-1-01〉 성별 하루 평균 여가시간(주중)



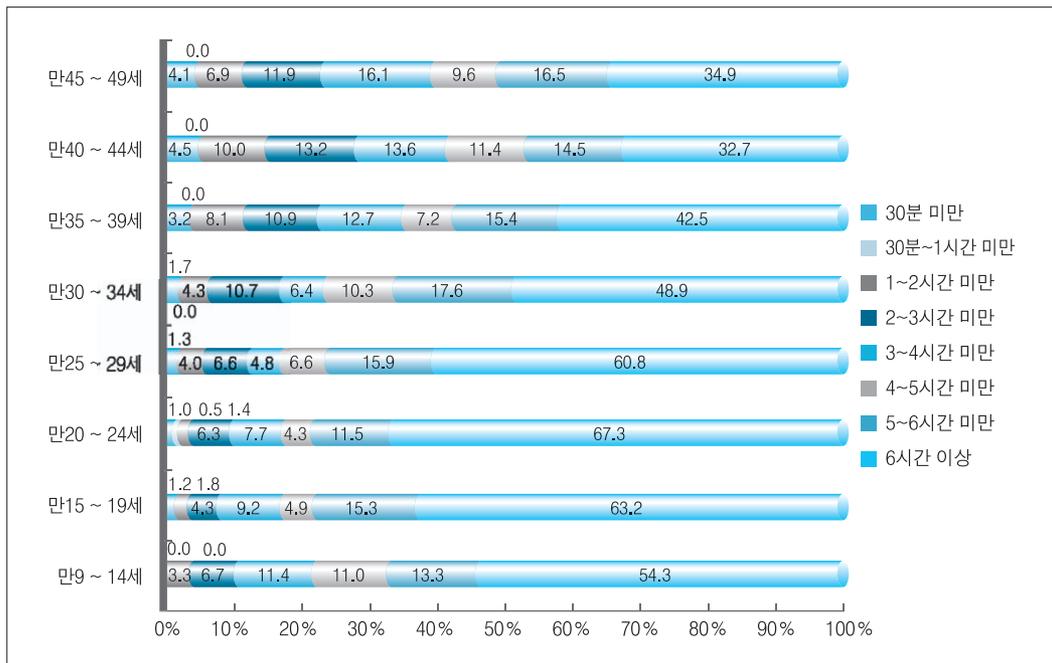
〈그림 2-1-1-02〉 성별 하루 평균 여가시간(주말)



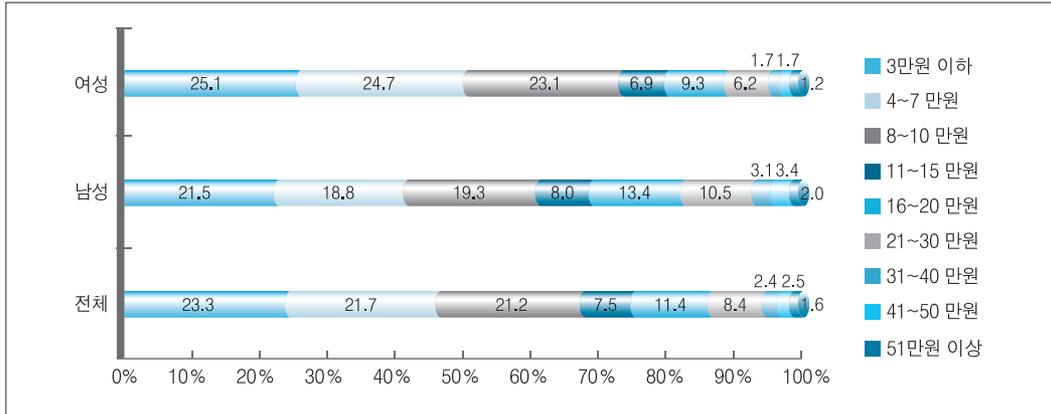
<그림 2-1-1-03> 연령별 하루 평균 여가시간(주중)



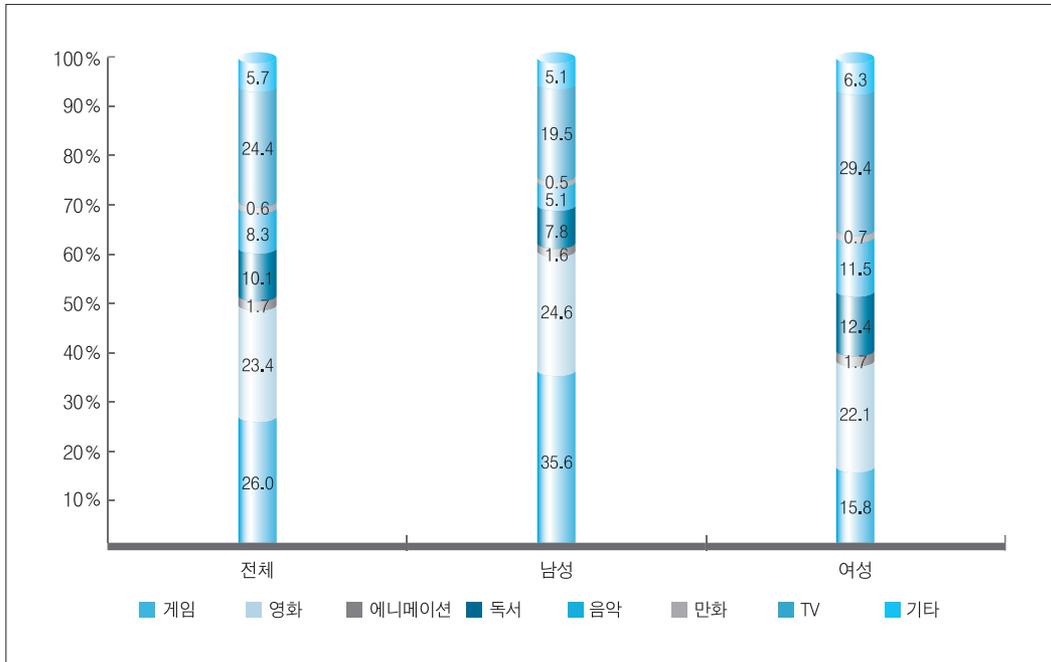
<그림 2-1-1-04> 연령별 하루 평균 여가시간(주말)



〈그림 2-1-1-05〉 성별 한 달 평균 여가비용



〈그림 2-1-1-06〉 성별 여가시간에 즐겨하는 활동(1순위)



다 주말 하루 평균 여가시간이 긴 것으로 나타났다. 연령별로는 30대에 비해 20대의 주말 하루 평균 여가시간이 길고, 14세 미만 어린이의 주말 하루 평균 여가시간이 30대 어른과 비슷한 유형을 보이고 있다. 2007년 조사 응답과

비교해 볼 때, 주중과 주말의 하루 평균 여가시간은 각각 0.4시간과 0.6시간 감소한 것으로 나타났다.

응답자 전체 평균 여가비용은 약 13만원이었다. 이는 2007년의 약 15만원 보다 줄어든

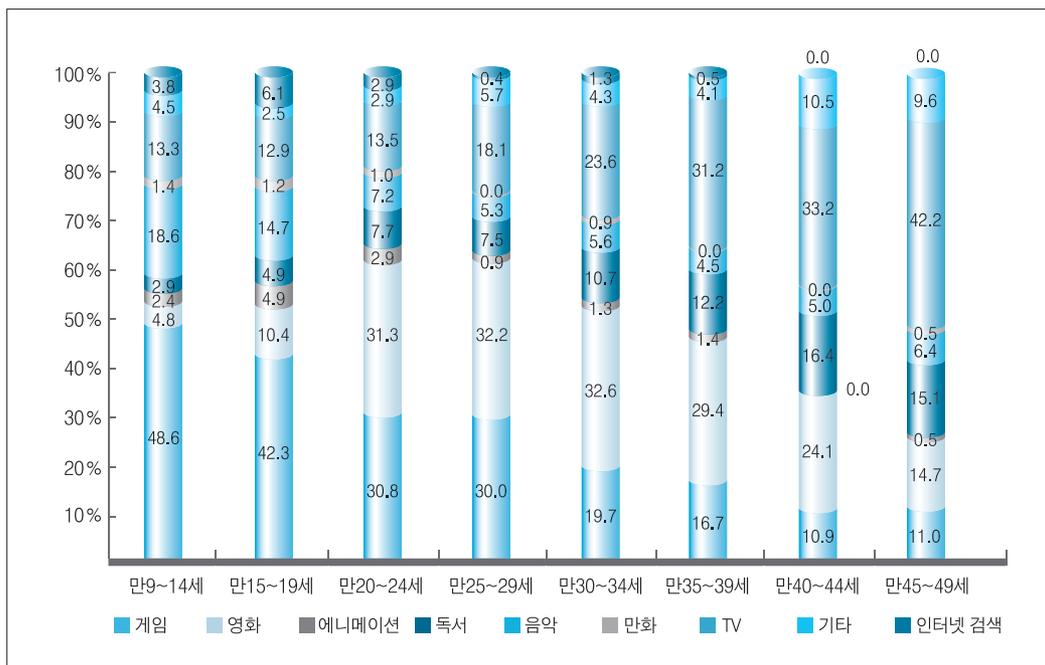
금액이다. 남성은 약 15만원, 여성은 약 11만원으로 나타났다. 2007년과 비교해 볼 때 남성은 약 17만원에서 15만원으로 줄어들었으나 여성의 경우는 거의 변화가 없었다. 10만원 이하의 응답 항목에서는 남성보다 여성의 비율이 높았으나 11만원 이상의 항목에서는 여성보다 남성의 비율이 높았다. '3만원 이하'라는 응답이 23.3%로 가장 높았고, '4만원 이상~7만원 미만' 21.7%, '8만원 이상~10만원 미만'이 21.2% 순으로 10만원 미만의 비중이 66.2%로 2007년 조사결과와 유사한 패턴을 보이고 있다.

다음으로, 여가시간에 주로 이용하는 여가활동 중 1순위는 게임을 한다는 응답이 26.0%로 가장 높게 나타났다. 2007년에는 27.2%로 TV

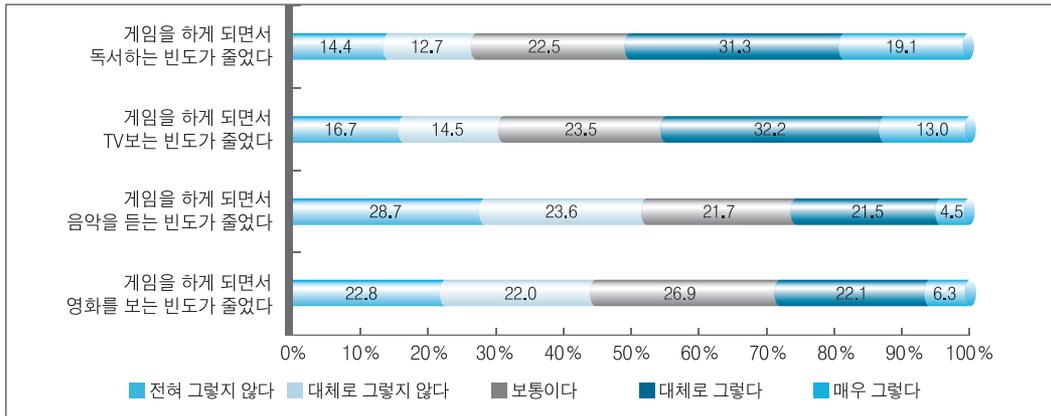
시청이 1순위였다. 2008년에는 TV 시청이 24.4%로 2순위였다. 그 다음이 영화로 23.4%였다. 남성은 여성에 비해 게임을 한다는 응답이 더 높았고(남성 35.6%, 여성 15.8%), TV 시청의 경우, 여성이 더 높아(여성 29.4%, 남성 19.5%), 여가활동에 남녀 차가 있음을 보여주었다.

연령별로 여가활동을 살펴보면, 만9~14세의 경우, 게임이 48.6%로 다른 연령에 비해 상대적으로 여가활동으로 게임을 선호하는 비율이 높으며, 만15~19세는 42.3%, 만20~24세는 30.8%, 만25~29세는 30.0%로 나타났다. 반면, 30대 이후 게임을 선호하는 비율이 감소하는데, 만30~34세는 19.7%, 만35~39세는 16.7%, 만40~44세는 10.9%, 만45~49세는

〈그림 2-1-1-07〉 연령별 여가시간에 즐겨하는 활동

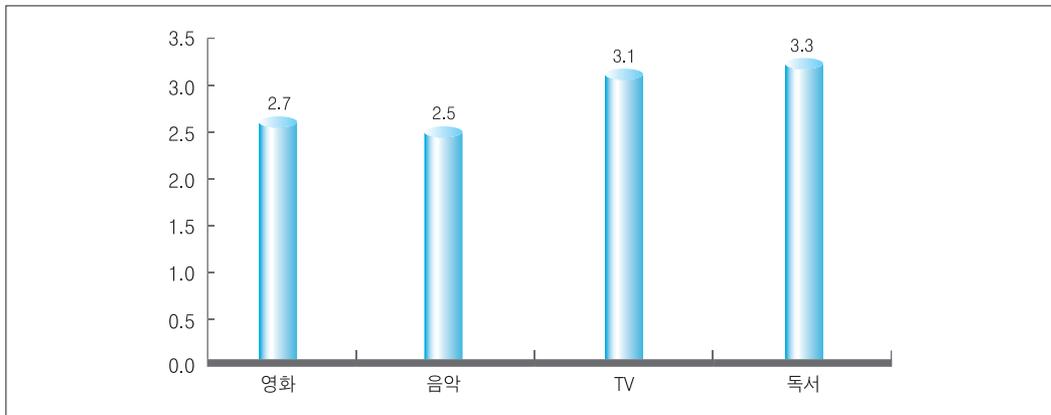


〈그림 2-1-1-08〉 게임이 타 여가활동에 미친 영향

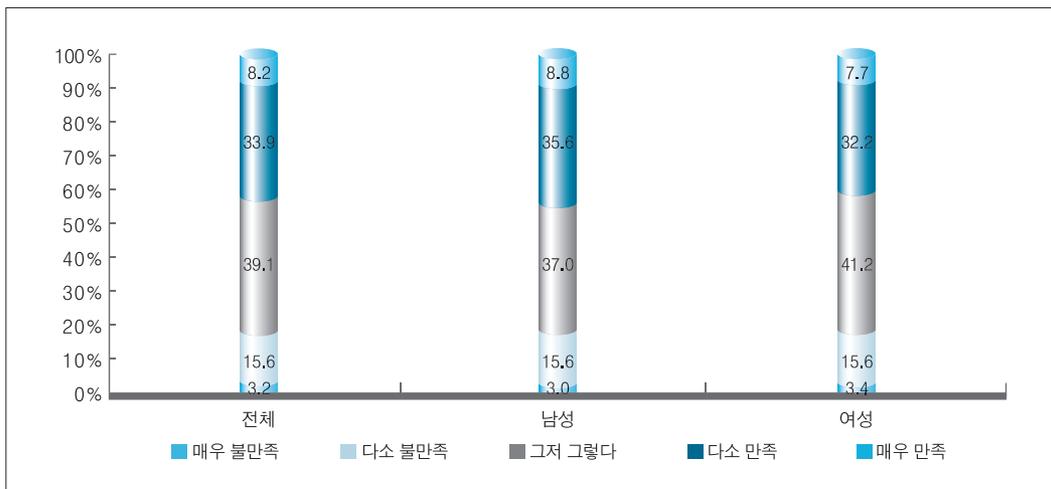


〈그림 2-1-1-09〉 게임이 타 여가활동에 미친 영향 (1점: 영향이 전혀 없음 ~ 5점: 매우 영향이 많음)

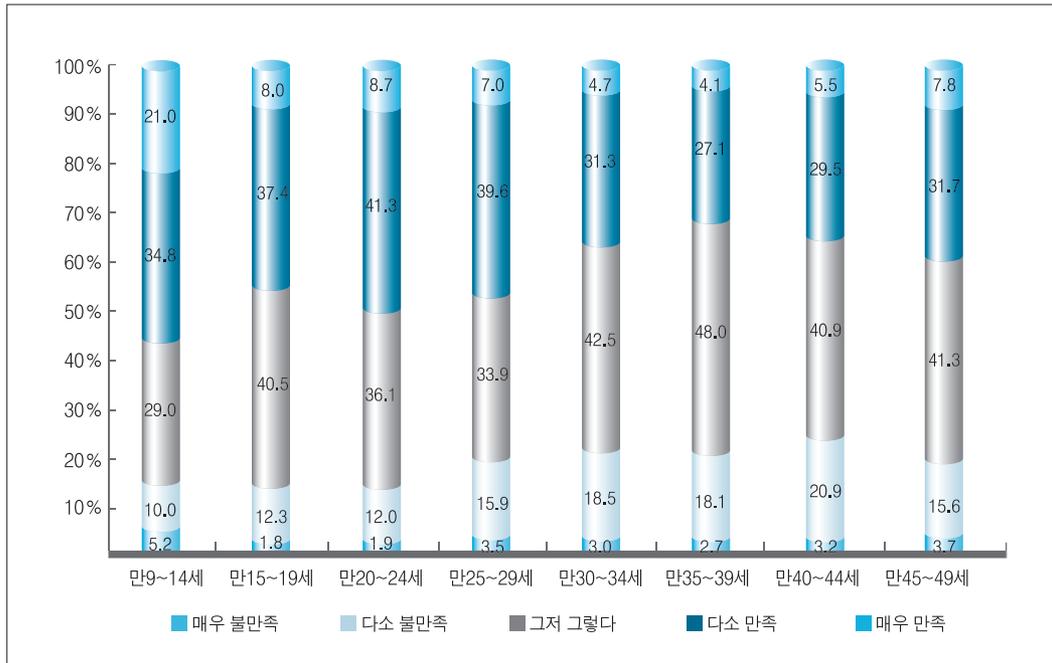
(단위: 점)



〈그림 2-1-1-10〉 성별 여가생활에 대한 만족도



〈그림 2-1-1-11〉 연령별 여가생활에 대한 만족도



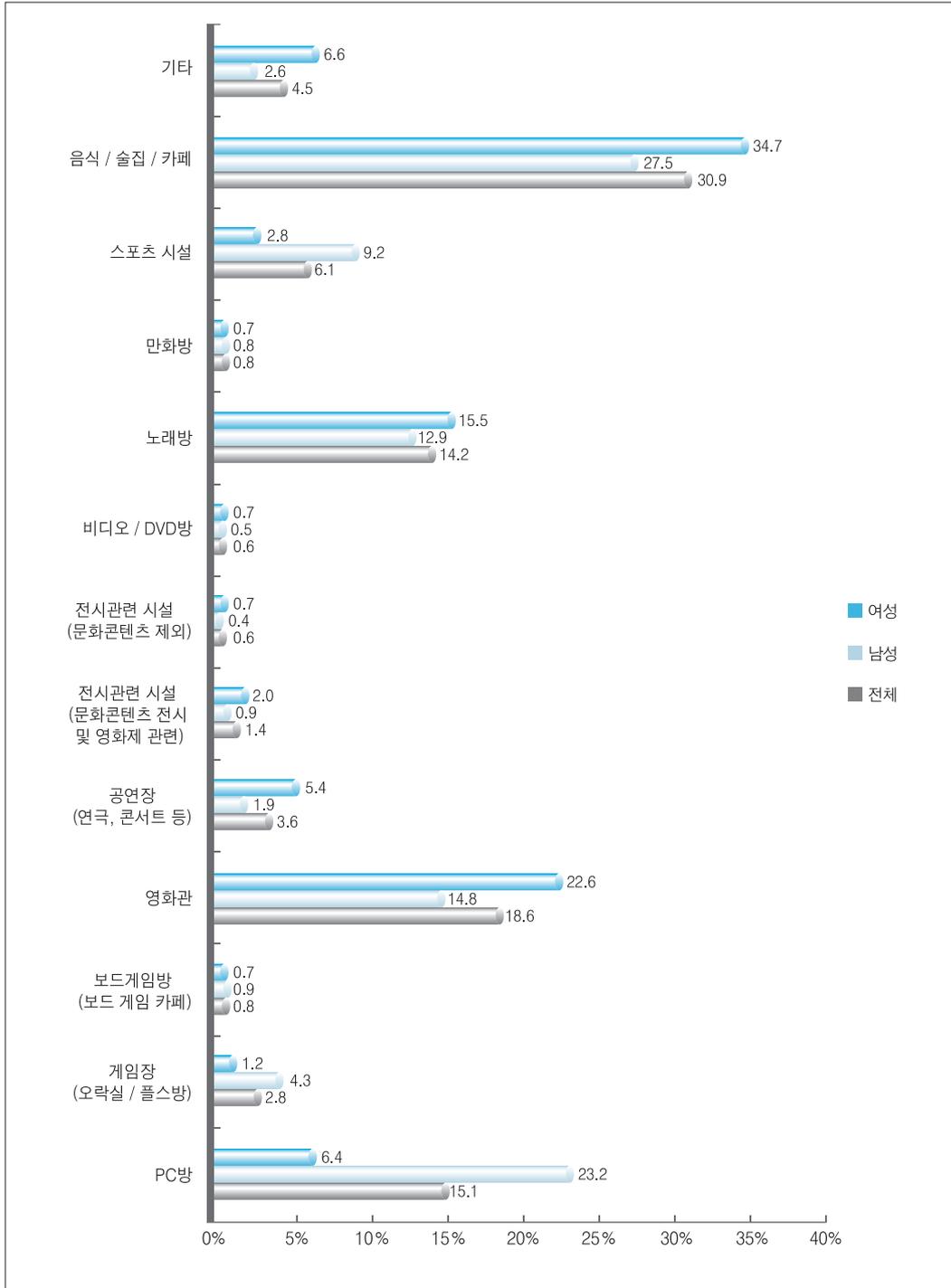
11.0%로 조사되었다. 게임 이외의 활동으로 높은 비율을 차지하고 있는 활동은 TV시청과 영화였는데, 영화의 경우, 만20~44세까지의 연령대에서는 게임과 비슷하거나 게임보다 높은 선호율을 보인 반면, 만9~14세의 연령대에서는 음악 감상이나 TV시청 보다 낮은 선호도를 보였다. TV시청의 경우는 만45~49세의 42.2%가 선호하는 비율을 보여, 장년층의 여가활동에서 TV가 차지하는 점유율이 높았다.

한편, 게임이 다른 여가활동에 미친 영향을 알아본 결과, 독서의 경우, '매우 그렇다'는 의견이 19.1%로 다른 여가활동에 비해 높은 비율을 나타내었다. 음악과 영화는 독서와 TV에 비해 영향을 적게 받는 것으로 나타났다. 멀티태스킹이 가능한 여가활동의 경우는 게임과 병행

하여 할 수 있는 반면, 게임과 병행할 수 없는 여가활동의 경우는 영향을 많이 받는 것이라 할 수 있다. 5점 척도의 점수로 비교해 보면, 영화는 2.7점, 음악은 2.5점, TV는 3.1점, 독서는 3.3점으로 TV와 독서의 점수가 높음을 확인할 수 있다.

여가생활에 대한 만족도를 조사한 결과, 그저 그렇다는 응답이 39.1%이고, 만족스럽다는 의견은 42.1%로 나타났다. 불만족스럽다는 의견은 18.8%로 상대적으로 낮은 비율을 차지하였다. 남성의 경우, 만족스럽다는 의견이 44.4%였고, 그저 그렇다는 의견은 37.0%였다. 불만족스럽다는 의견은 18.6%였다. 여성 역시 남성과 비슷한데 만족스럽다는 의견은 39.9%, 그저 그렇다는 41.2%, 불만족스럽다는

〈그림 2-1-1-12〉 친구들과 주로 어울려 가는 장소(복수응답)





〈표 2-1-1-02〉 연령별 친구들과 어울려서 주로 가는 장소

(단위 : %)

	만9~14세	만15~19세	만20~24세	만25~29세	만30~34세	만35~39세	만40~44세	만45~49세
PC방	27.7	24.0	18.3	18.5	15.8	10.0	5.0	3.5
게임장 (오락실/ 플스방)	4.3	4.2	6.0	2.1	2.1	1.8	1.9	0.3
보드 게임방 (보드게임 카페)	1.1	2.2	0.3	0.7	1.1	0.5	0.0	0.5
영화관	16.7	21.8	20.3	26.1	23.0	20.3	11.9	8.3
공연장 (연극, 콘서트 등)	2.1	2.2	5.0	3.0	4.4	2.6	4.2	5.1
전시 관련 시설 (문화콘텐츠 전시 및 영화제 관련)	0.3	0.3	1.0	1.4	1.8	2.6	2.4	1.3
전시 관련 시설 (문화콘텐츠 제외)	0.6	0.3	0.0	0.2	1.4	0.8	0.8	0.5
비디오 / DVD방	0.6	0.0	1.3	0.5	0.2	0.8	1.3	0.3
노래방	22.0	28.5	10.0	7.4	7.0	11.3	15.5	17.2
스포츠 시설	7.8	3.2	2.8	3.7	4.7	6.2	7.7	14.0
음식/ 술집/ 카페	3.5	9.0	34.4	35.6	36.3	39.6	41.4	43.8
기타	13.4	4.2	0.5	0.9	2.1	3.6	7.9	5.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

19.0%로 조사되었다.

만30세 이후 응답자들의 경우, ‘다소 만족’이라는 의견 비율이 높으며, ‘그저 그렇다’는 의견 역시 많은 것으로 나타났다. 각 연령별 만족한다는 의견 비율은 만9~14세가 55.8%, 만15~19세가 45.4%, 만20~24세가 50.0%, 만25~29세가 46.6%, 만30~24세가 36.0%, 만35~39세가 31.2%, 만40~44세가 35.0%, 만45~49세가 39.5%로 조사되었다.

여가시간에 주로 가는 장소는 음식/술집/카페(30.9%)였다. 여성의 경우, 영화관이 그 다음으로 많았고(22.6%), 남성의 경우, PC방

(23.2%)이 그 다음으로 많았다.

연령별로 응답결과를 알아보면, 9~14세의 경우, ‘PC방’의 응답비중(27.7%)이 가장 높았고, 다음으로 ‘노래방’(22.0%)이라고 응답한 경우가 많았다. 15~19세의 경우, ‘노래방’(28.5%)이라는 응답이 가장 많았고, 다음으로 ‘PC방’(24.0%), ‘영화관’(21.8%)의 순이었다. 만20세 이상의 연령대에서는 친구들과 어울려 주로 가는 장소는 음식집/술집/카페였으며, 35% 이상의 점유율을 보이고 있어 다른 여가활동을 함께 할 수 있는 장소의 비중이 크게 나타나지 않았다.

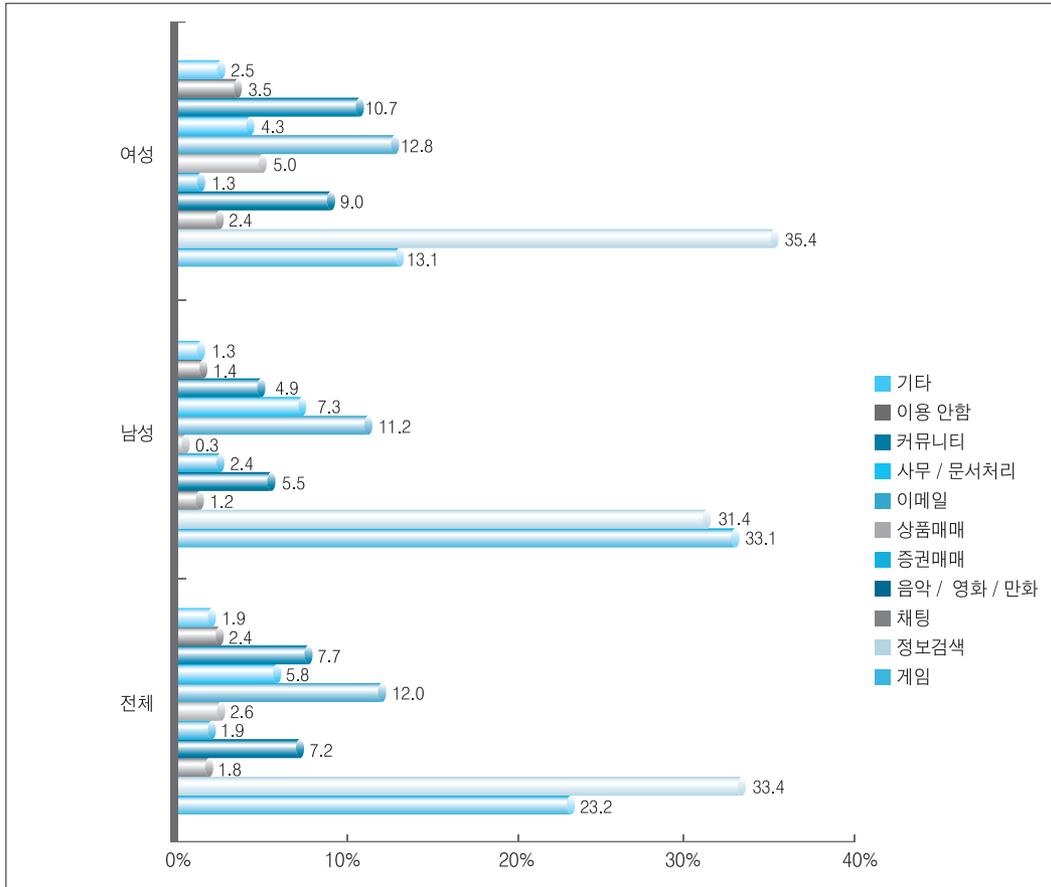
2) 컴퓨터 및 PC방 이용실태

컴퓨터를 이용할 경우, 주로 하는 일은 정보 검색(33.4%)이 가장 높은 비율을 차지했고, 그 다음으로 게임(23.2%)과 이메일(12.0%), 커뮤니티(7.7%), 음악/영화/만화(7.2%), 사무/문서 처리(5.8%)의 순이었다. 성별로 살펴보면, 여성은 정보검색(35.4%)이 독보적으로 높은 비율을 차지한 반면, 남성은 정보검색(31.4%), 게임(33.1%)으로 두 항목이 비슷한 비율을 차지하였으나 게임이 정보검색의 비율을 조금 앞섰

다. 남성의 경우, 컴퓨터 사용의 주요 목적을 '게임'으로 볼 수 있다. 여성의 경우, 정보검색을 뒤이어 커뮤니티, 음악/영화/만화, 이메일 순이었던 2007년과 달리 2008년 조사에서는 정보검색 35.4%를 뒤이어 게임이 13.1%로 2위로 급부상하여 게임에 대한 관심이 큰 폭으로 상승한 것을 알 수 있다.

연령에 따라 인터넷을 이용하여 하는 일이 다르게 나타났는데, 만9~14세는 게임을 가장 많이 이용하고 있고(33.6%), 음악/영화/만화

〈그림 2-1-1-13〉 성별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(복수응답)



(20.6%), 정보검색(15.0%), 커뮤니티(12.1%), 채팅(11.4%)의 순으로 인터넷을 이용하고 있었다. 만15~19세 역시 게임(28.4%)을 가장 많이 이용하고 그 다음으로는 음악/영화/만화(22.5%), 정보검색(17.6%), 커뮤니티(16.3%)를 이용한다고 응답했다.

만20~24세는 정보검색이 26.3%로 가장 많았고, 게임이 23.6%, 음악/영화/만화가 15.6%, 커뮤니티 이용이 13.6%로 그 다음이었다. 만25~29세의 경우, 정보검색이 31.7%로 1위였고, 게임이 21.2%, 이메일 13.3%, 음악/영화/만화 10.4%, 커뮤니티 이용이 8.5%였다.

만30세 이상 응답자의 경우는 정보 검색이 컴퓨터로 하는 일 중 가장 많은 일로 조사되었고, 게임이나 영화/음악/만화책 등을 이용하기 보다는 이메일을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

연령이 높아질수록 컴퓨터를 이용해 정보검색, 이메일, 상품매매를 하는 비율이 늘어났고, 연령이 낮아질수록 게임, 음악/영화/만화, 커뮤니티 이용 비율이 늘어나는 양상을 보였다.

인터넷을 이용하는 장소는 집이 75.1%로 가장 많았으며, PC방(2.3%) 보다는 학교나 사무실(19.6%)에서 더 많이 이용하고 있었다. 여성은 남성보다 집에서 인터넷을 이용한다는 응답이 높게 나타났다(여성 79.4%, 남성 70.9%). 인터넷을 주로 이용하는 장소에 대해서 집이라고 응답한 비율은 2007년에는 81.1%였다. 인터넷을 주로 이용하는 장소가 집이라고 응답한 전체 비율은 낮아졌으나 남성보다 여성의 비율이 높은 것은 2007년과 2008년이 동일했다.

PC방 이용 비율은 2007년과 비교하여 증가하였는데, 2007년의 경우 이용한다는 비율이

전체의 18.0%였던 것에 비하여, 2008년은 29.7%로 높게 나타났다. 남성의 경우 29.2%에서 40.7%로 증가하였고, 여성은 6.5%에서 18.3%로 3배 가량 증가하였다.

PC방 이용 비율이 증가한 반면, 한 달 평균 PC방 이용 횟수는 감소하였는데, 2007년 6.97회에서 6.10회로 줄어들었다. 그러나 여성의 이용 횟수는 2007년 4.61회에서 5.10회로 증가하였다. 또한, 2007년의 경우 만20~24세가 9.71회로 가장 많이 PC방을 이용하였으나 이번 조사에서는 만15~19세가 8.02회로 가장 많이 PC방을 이용하고 있는 것으로 나타났다.

연령별 PC방 이용 횟수를 살펴보면, 전 연령대에서 가장 높은 비율을 차지하고 있는 횟수는 월 1~2회로 PC방 이용 횟수가 그리 많지 않은 수준으로 나타났다. 만9~14세는 1~2회가 31.8%, 3~4회가 27.3%, 5~6회가 19.7%로 나타났다. 만15~19세는 1~2회가 25.5%, 9~10회가 20.0%로 그 다음으로 높은 비율을 차지하였다. 만20~24세 역시 월 1~2회가 25.0%이고, 5~6회가 21.7%로 나타났다. 만 30세 이상의 청장년층은 월 5회 이상 PC방을 이용하는 이용자가 그리 많지 않은 것으로 나타난 반면, 만45~49세의 PC방 이용자 중 15.8%가 월 16회 이상 PC방을 이용한다고 응답해 정기적으로 PC방을 이용하는 사람이 많은 것으로 조사되었다.

PC방에서 주로 하는 일을 살펴보면 게임(85.1%)이 가장 많았으며, 이러한 경향은 남성(89.8%)이 여성(74.5%)보다 더 강하게 나타났다. 여성 중 PC방에서 게임을 이용한다는 응답은 2007년 61.1%와 비교해 볼 때 증가하였다. 정보검색 11.1% 외의 기타 활동은 저조한 수준

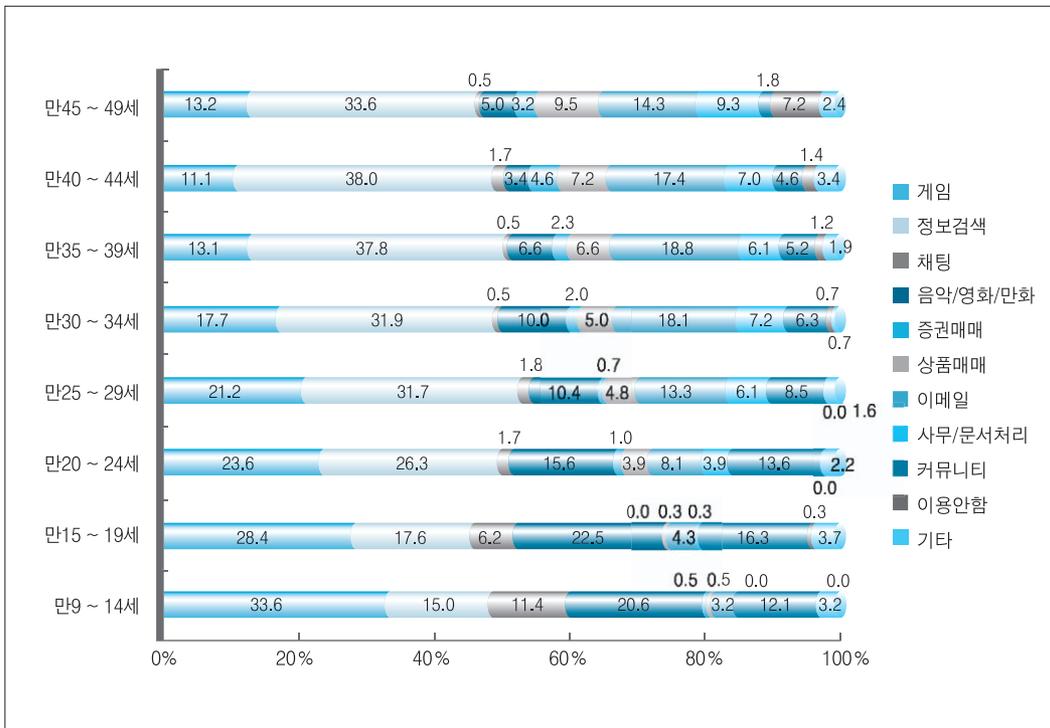
에 그치는 것으로 나타났다. 연령별로는 연령이 낮아질수록 PC방에서 주로 하는 활동 중 게임의 비중이 높은 것으로 나타났다. 특히, 만 15~19세의 경우 게임의 응답비중이 96.4%로, 이는 2007년 87.7%에 비해서도 상당히 증가하였다. PC방에서 주로 하는 일은 게임과 정보검색 및 채팅이 대부분이라고 할 수 있다.

PC방 1회 방문 시 평균 이용시간은 2.6시간으로 조사되었으며, 응답빈도를 중심으로 살펴보면, '2~3시간 미만'의 응답비중이 34.1%로 가장 높다. 성별로 나누어보면, 남녀 모두 '2~3시간 미만'이 가장 높고 각각의 비율은 35.5%, 30.7%이며, 평균 시간은 남성이 2.6시간, 여성이 2.3시간으로 큰 차이가 없었다. PC방에서 계

임을 이용하는 여성의 게임이용 시간이 남성에 비해 크게 차이가 나지 않을 것으로 예상된다.

PC방을 이용하는 이유로는 압도적으로 '친구/동료들과 어울리기 위해서' (58.4%)의 비중이 높다. 다음으로 24.4%가 'PC시설이 좋아서'라고 응답했다. 성별로 나누어 살펴보면, 남성의 경우 여성보다 '친구/동료들과 어울리기 위해서'라는 응답비중이 64.5%(여성 44.4%)로 높아 남성에게 있어 PC방이 주요 놀이공간으로 자리잡은 것을 알 수 있다. 이러한 경향은 연령별로 살펴보면 더 잘 드러나는데 '친구 또는 동료들과 어울리기 위해 PC방에 간다'는 응답이 전 연령대에서 높으나, 특히 만 15~29세에서 70%대로 높고 만40세 이후 큰 폭으로

〈그림 2-1-1-14〉 연령별 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일 (1순위)

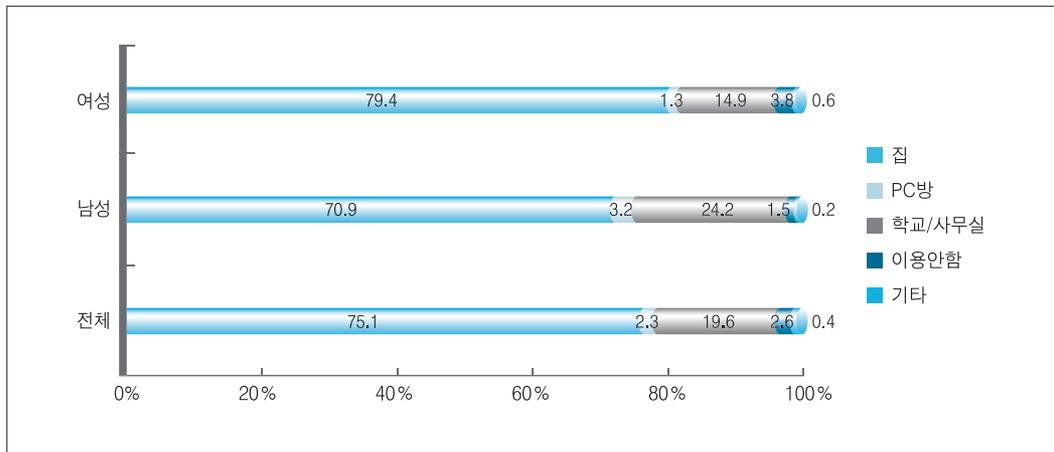


감소하는 것으로 나타났다. 만45~49세가 PC방에 가는 이유는 'PC시설이 좋기 때문'이라는 의견이 1위였고, '개인 컴퓨터가 없어서 PC방에 간다'는 의견이 그 다음으로 많았다.

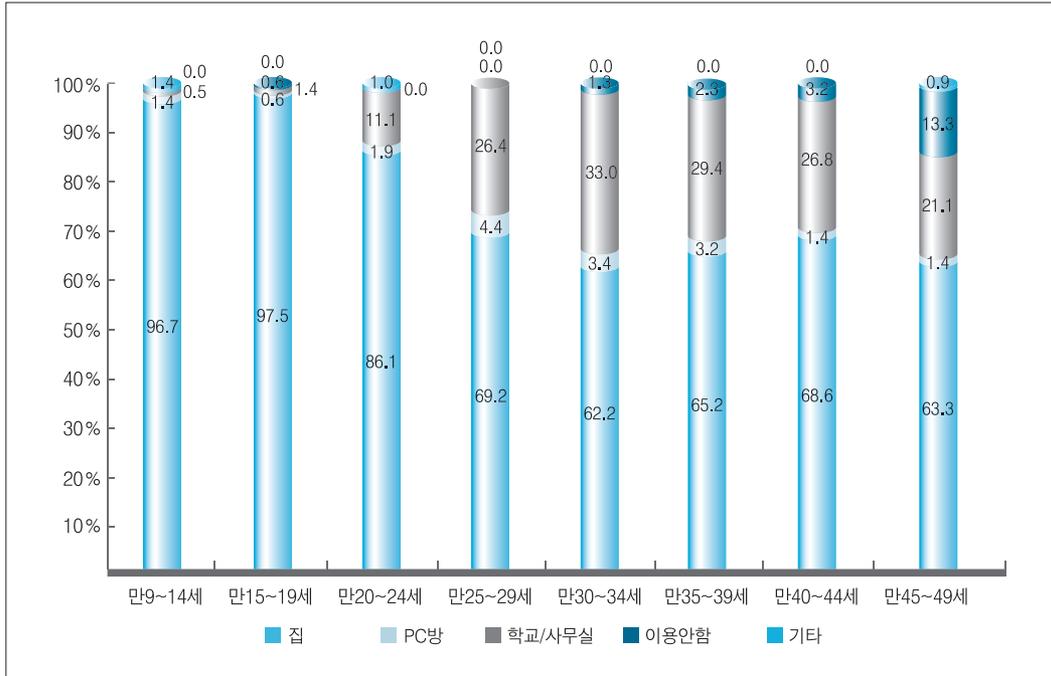
PC방에 대한 의견을 10개의 항목으로 나누어 만족도를 조사해 보았다. 10개의 항목은 '접속속도', '콘텐츠 다양성', '사용료', '편의시설', '관리자 서비스', '실내조명', '흡연시설', '소음', 'PC 사양', '보완성'이었다. 각각의 항목은 응답자가 이용하고 있는 PC방에 대한 만족도를 물어보는 것으로, 전체 PC방에 일괄적으로 적용할 수 없다는 단점을 가지고 있지만 PC방을 이용하고 있는 이용자들의 PC방에 대한 의식이나 경험을 조사할 수 있다는 장점이 있다. 평균값

이 5점에 가까울수록 만족도가 높는데, 가장 만족도가 높은 항목이 접속속도로 4.10점이며, 그 다음의 순으로는 PC사양(3.82점), 콘텐츠 다양성(3.63점), 편의시설(3.34), 사용료(3.33점), 관리자 서비스(3.13점) 등이었다. 그러나, 소음(2.20점)이나 흡연시설(2.20점)과 같은 환경적인 측면에서는 PC방에 대한 만족도가 낮아, PC방 환경이 열악한 업체나 사용자 편의를 고려하지 않는 업주는 고객의 만족도를 높이기 위해 환경적 장치의 개선을 이루어야 할 것으로 보인다. 2007년 역시 소음과 흡연시설에 대한 만족도가 낮았는데(각각 2.62점, 2.47점), 여전히 개선되지 않고 있는 것으로 나타났다.

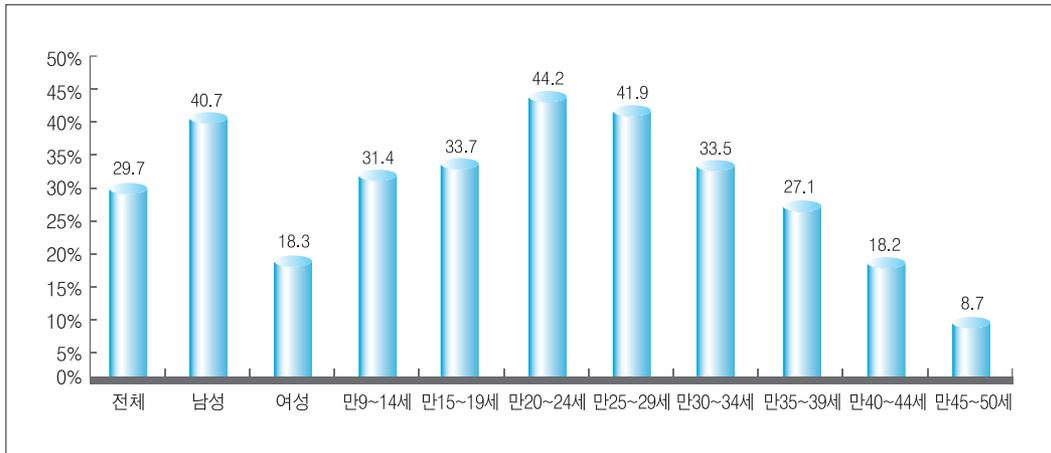
〈그림 2-1-1-15〉 성별 인터넷 주 이용장소



〈그림 2-1-1-16〉 연령별 인터넷 주 이용 장소

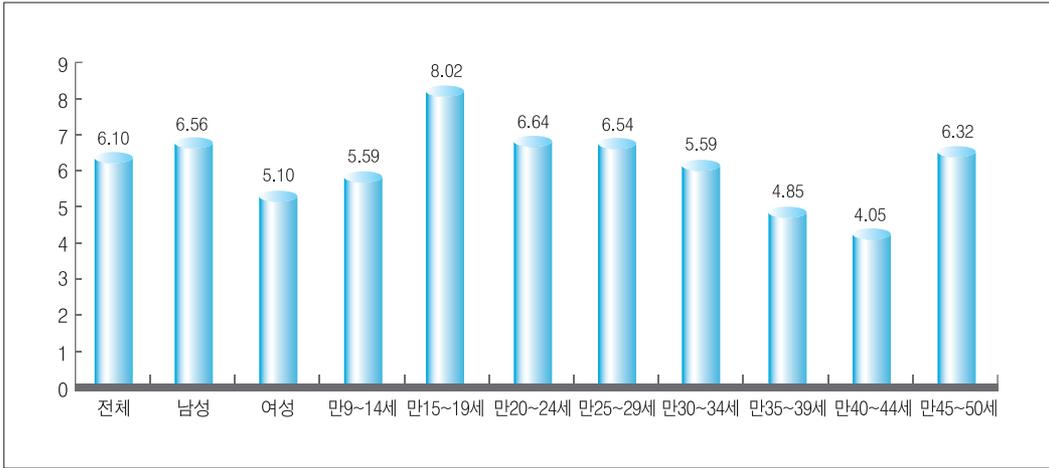


〈그림 2-1-1-17〉 연령별 PC방 이용률

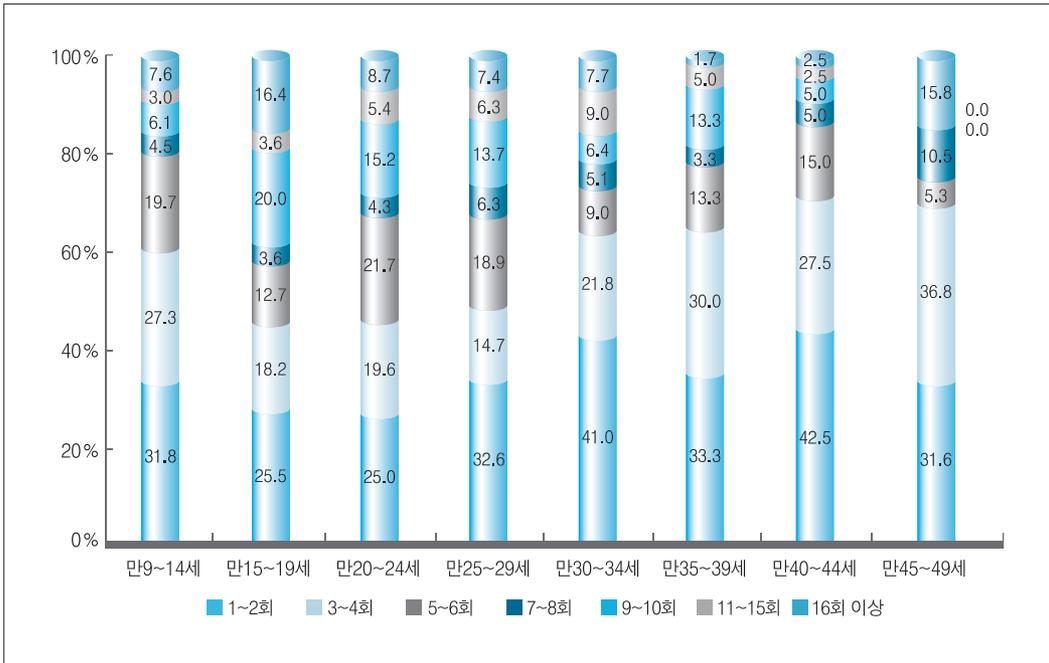


<그림 2-1-1-18> 한 달 평균 PC방 이용 빈도

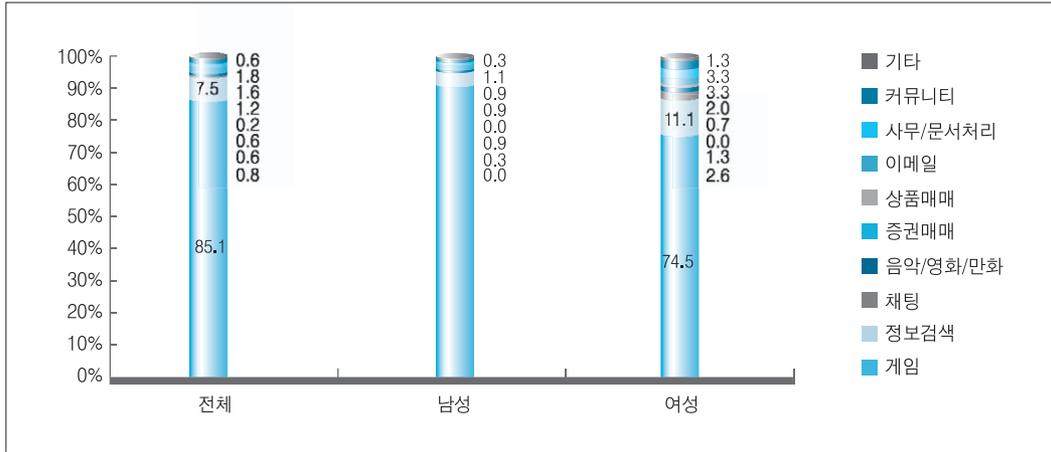
(단위 : 회)



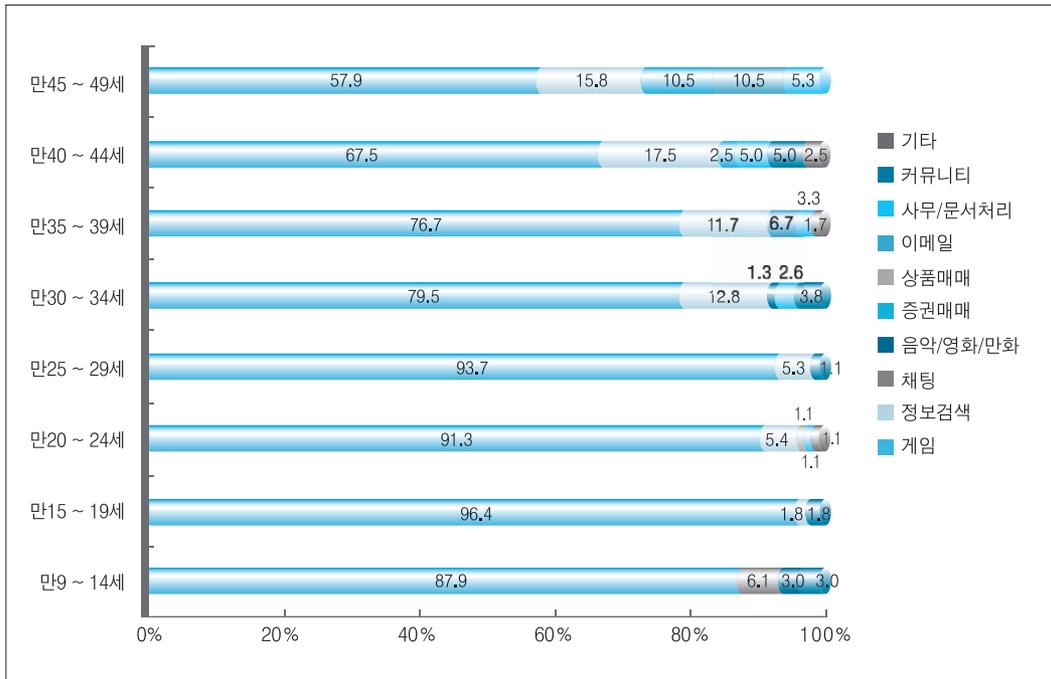
<그림 2-1-1-19> 연령별 한 달 평균 PC방 이용 빈도



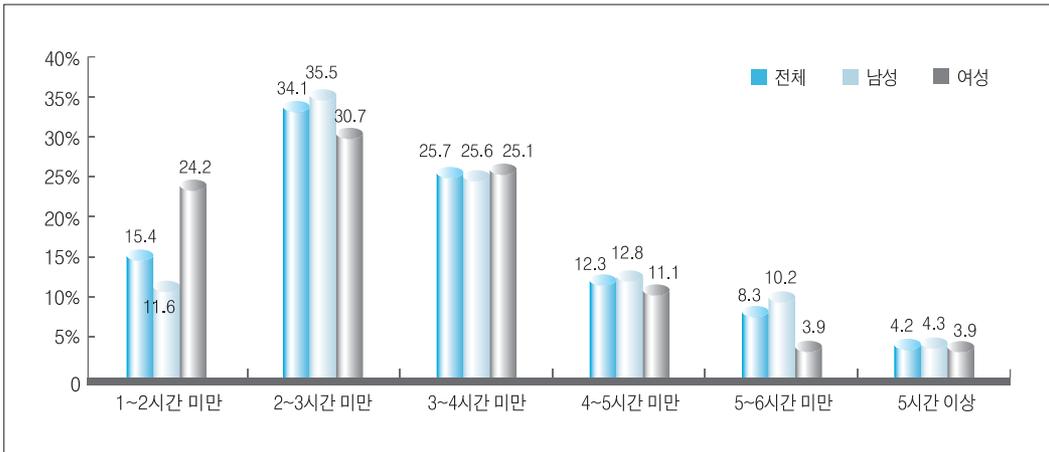
〈그림 2-1-1-20〉 성별 PC방에서 주로 하는 일



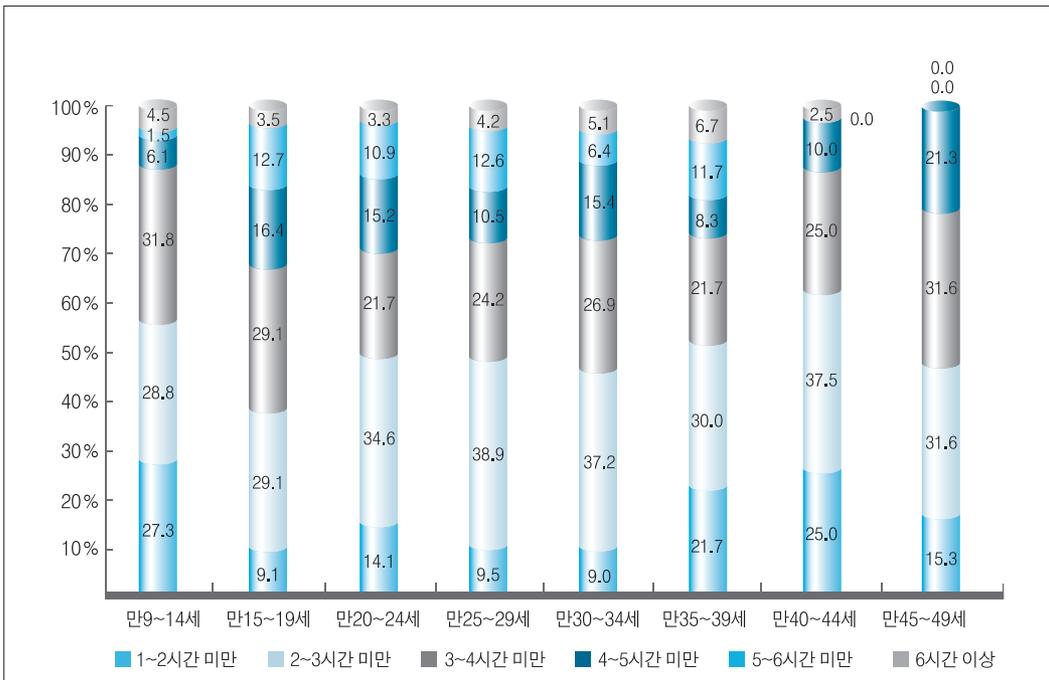
〈그림 2-1-1-21〉 연령별 PC방에서 주로 하는 일



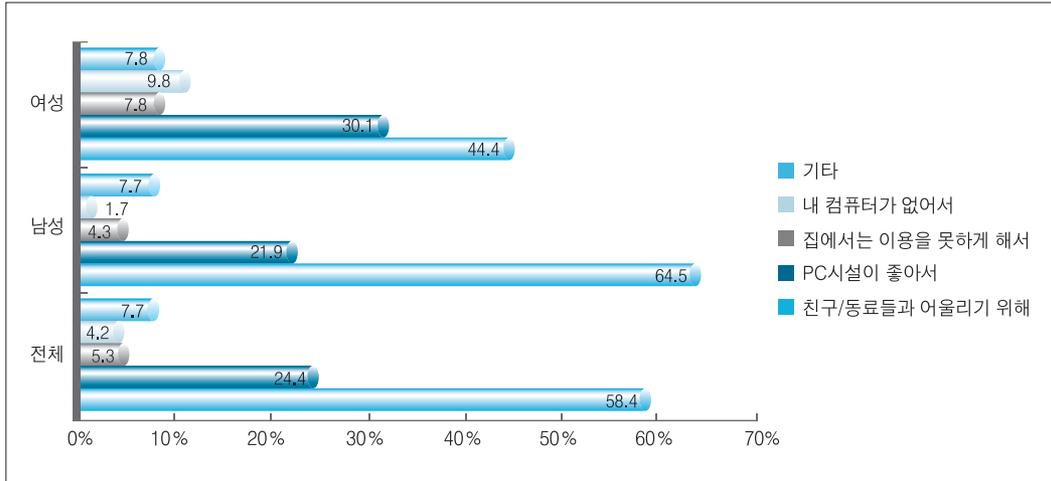
<그림 2-1-1-22> 성별 PC방 1회 이용 시간



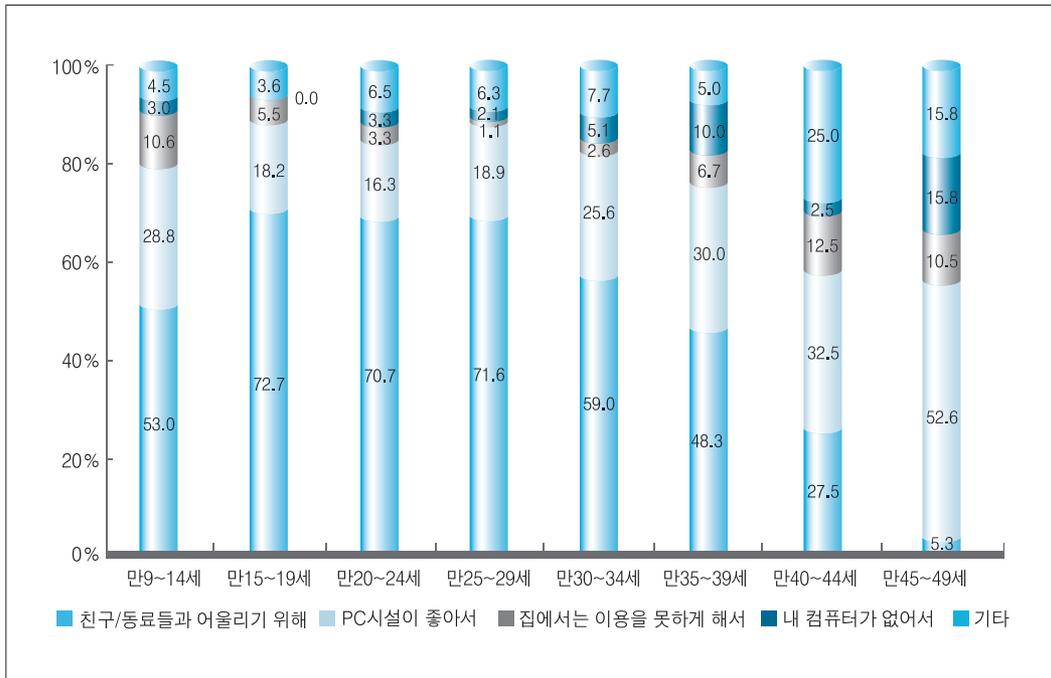
<그림 2-1-1-23> 연령별 PC방 1회 이용 시간



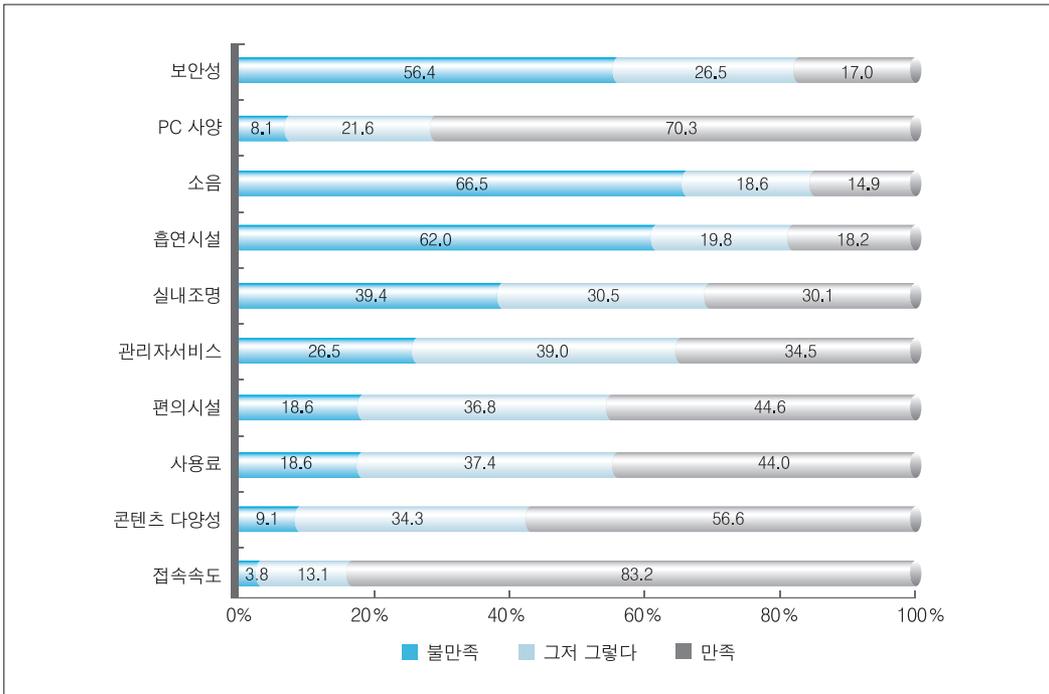
〈그림 2-1-1-24〉 성별 PC방을 이용하는 이유



〈그림 2-1-1-25〉 연령별 PC방을 이용하는 이유

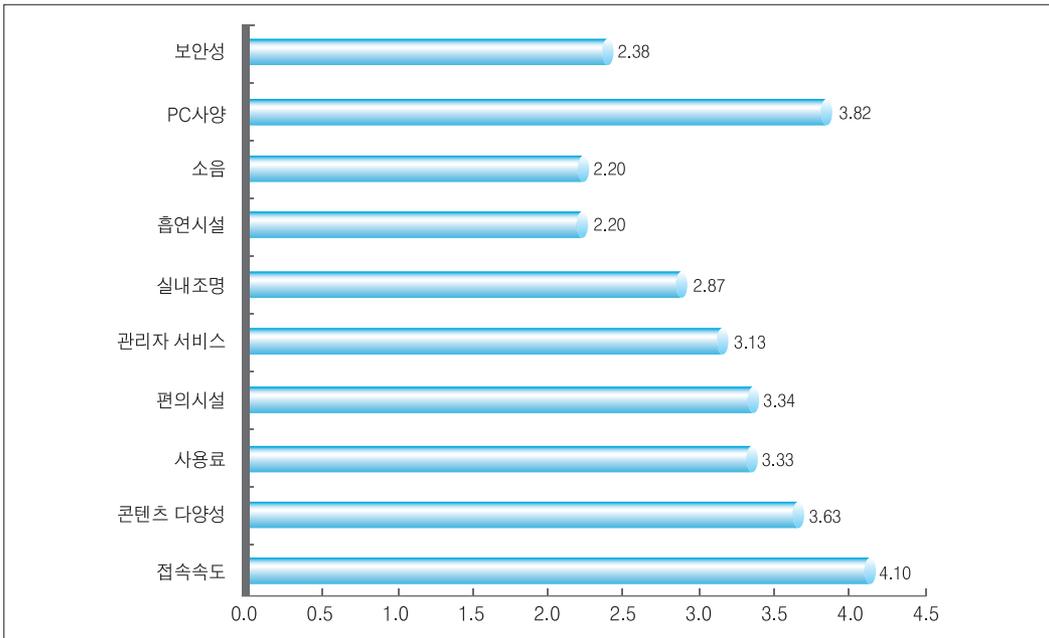


<그림 2-1-1-26> PC방 시설 만족도



<그림 2-1-1-27> PC방 시설만족도 (1점: 전혀 만족하지 않는다 ~ 5점: 매우 만족한다)

(단위: 점)



제2절 게임 이용 실태

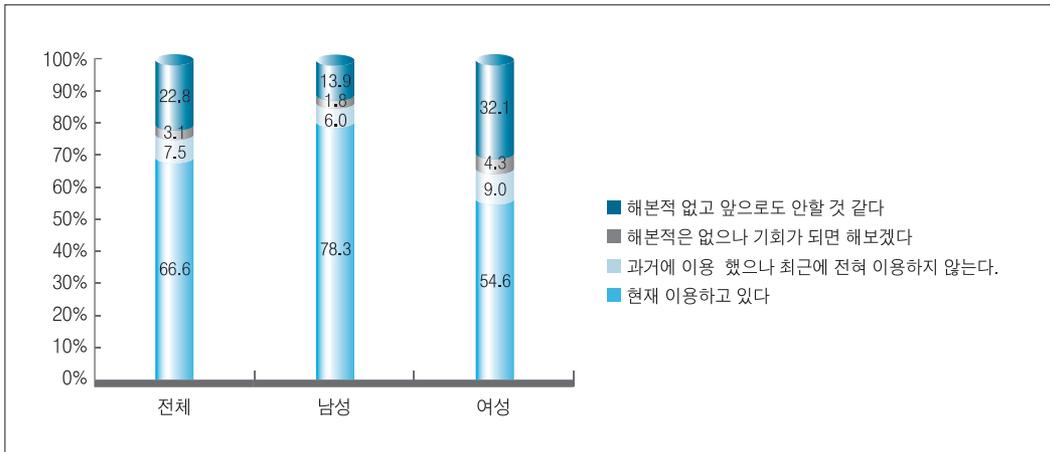
1. 게임 이용여부 및 게임분야 선호도

게임 이용여부를 조사한 결과, 현재 이용하고 있다는 응답이 66.6%였고, 과거에는 이용했으나 최근에는 전혀 이용하고 있지 않다는 응답이 7.5%를 차지하고 있어, 전체 설문 응답자 중 게임 경험이 있는 응답자가 74.1%에 달했다. 남성의 경우, 게임을 현재 이용하고 있다는 응답이 78.3%인 반면 여성은 절반을 상회하는 54.6%로 나타났다. 게임을 해 본 적도 없고, 앞으로도 안 할 것이라는 입장을 밝힌 응답자는 남성 13.9%, 여성 32.1%로 여성이 게임 이용에 대한 관심도가 낮은 것으로 나타났다. 남성의 경우, 게임 경험자의 비율이 84.3%로 나타나 여성보다 남성의 게임 경험률이 높았다. 2007년과 비교해 볼 때 전체적인 게임 경험비율은 별 차이가 없었다. 그러나, 남녀 모두

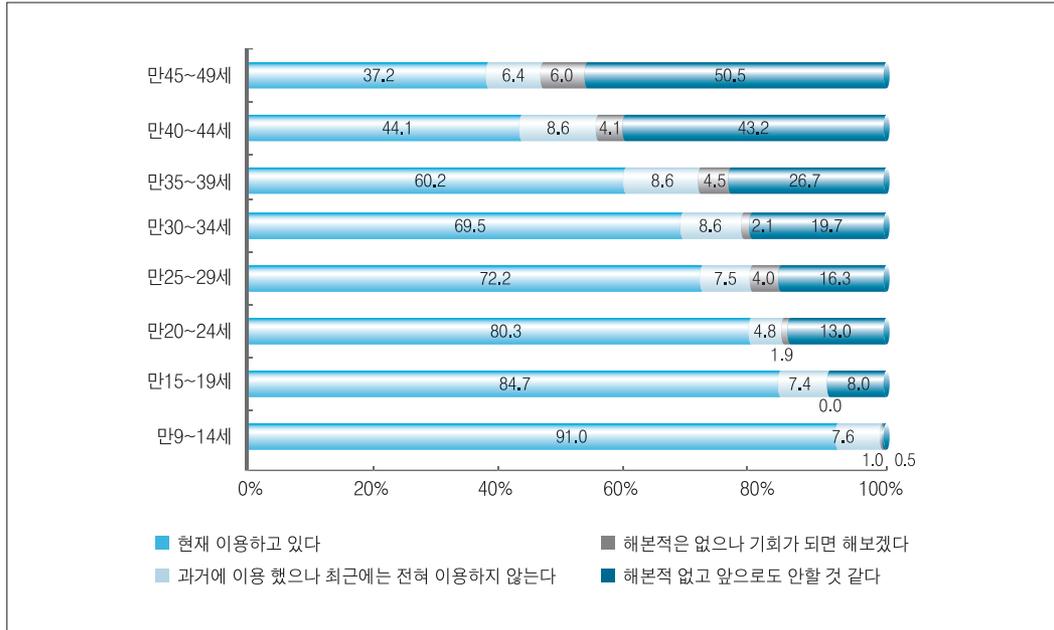
과거에는 게임을 이용했으나 최근에는 이용하고 있지 않다는 응답이 2007년에 비해 현저히 줄어들었고 현재 이용하고 있다는 응답은 늘었다. 특히, 여성에 있어 그 현상이 두드러졌다.

연령별로 게임에 대한 경험 여부를 조사한 결과, '현재 이용하고 있다'고 응답한 비율이 가장 높은 연령대는 만9~14세로 91.0%가 응답하였으며, '과거에 이용했으나 현재는 이용하고 있지 않다'에 7.6%가 응답하여 게임을 경험해 본 만9~14세 어린이가 98.6%로 높게 나타났다. 이는 2007년(98.2%)과 큰 차이는 없었다. 반면, 만45~49세의 응답자는 현재 이용하고 있다는 비율이 37.2%로 낮게 나타났으며, '해 본 적도 없고 앞으로도 안 할 것 같다'는 의견에 50.5%가 응답하여, 게임을 경험해 본 40대 후반의 응답자는 43.6%로 9~14세의 절반 수준에 그쳤다.

〈그림 2-1-2-01〉 성별 게임 이용 경험



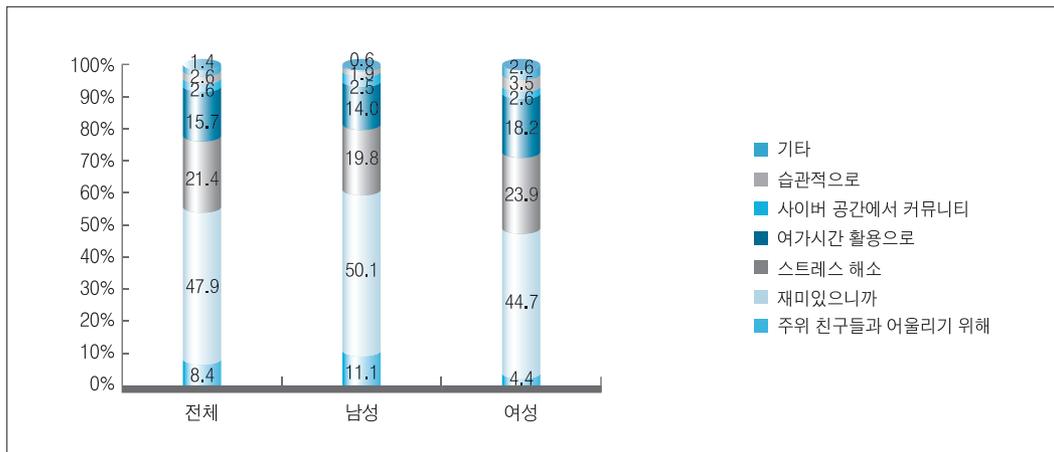
<그림 2-1-2-02> 연령별 게임 이용 경험



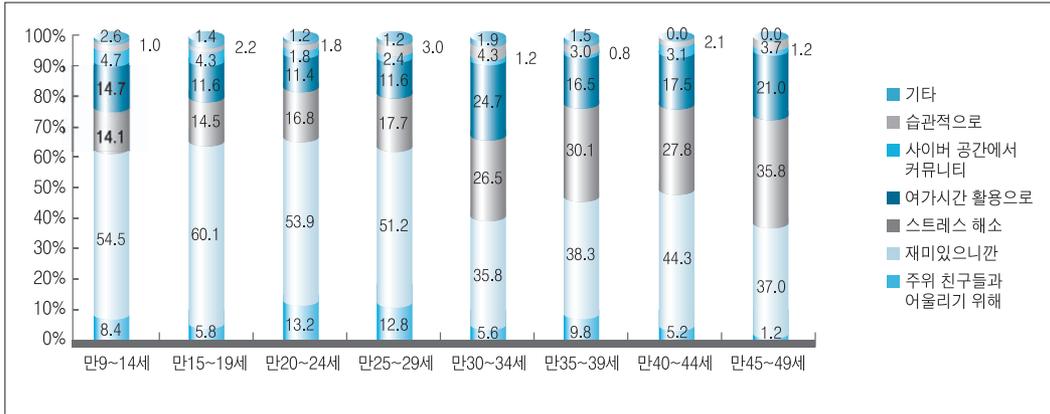
현재 게임을 하지 않는 경우를 대상으로 게임을 하지 않는 이유를 조사한 결과, '게임에 대한 관심이 없어서' 라는 응답이 66.1%로 가장 높게 나타났고, '여유 시간이 없어서' 라는

응답이 12.7%로 그 다음이었다. '흥미를 끄는 내용이 없어서' 라는 응답은 10.7%로 나타났는데, 남성이 여성보다 '흥미를 끄는 내용이 없어서' 게임을 이용하지 않는 경향이 높은 것으로

<그림 2-1-2-03> 성별 게임을 하는 이유 (1순위)



〈그림 2-1-2-04〉 연령별 게임을 하는 이유 (1순위)



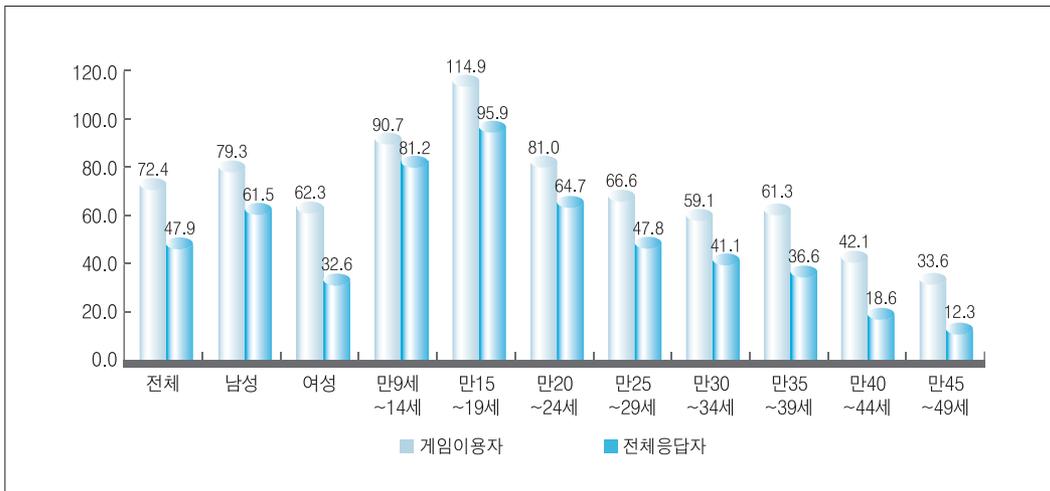
나타났다. 주변에서 게임을 못하게 해서 게임을 하지 않는다는 응답은 0.2%로 낮게 나타났다. 또한, 연령별로 살펴봤을 때 특징적인 것은 만9~14세 중 게임을 이용하지 않는다고 응답한 사람의 100%가 ‘게임에 별로 관심이 없어서’라고 응답하여, 다른 이유 보다는 게임에 대한 관심 자체가 없는 것으로 나타났다. 게임에 대한 사회적 인식이나 내용, 게임을 못하게 하

는 강제적 이유 등과 상관없이 게임 자체에 대한 관심이 없는 것으로 보인다.

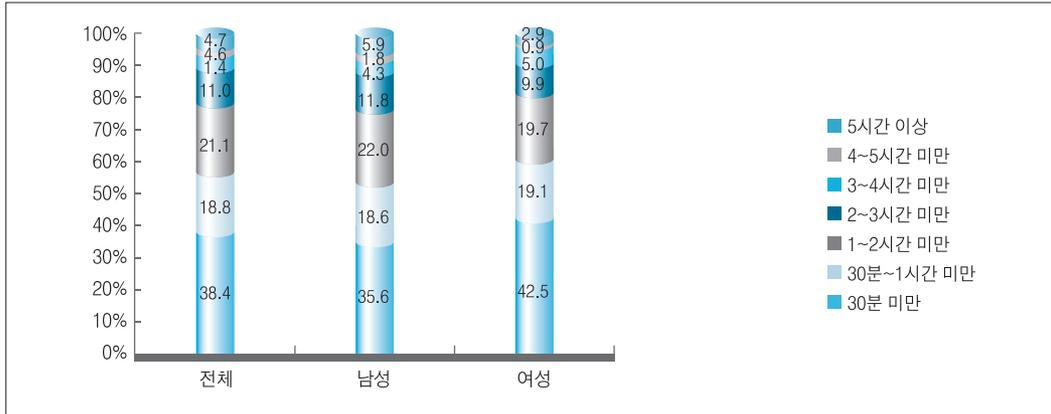
게임을 이용하게 된 이유 중 가장 높은 비율을 차지한 응답은 ‘재미있으니깐’로 47.9%였다. ‘스트레스 해소’가 그 다음으로 21.4%였으며, ‘여가시간 활용으로’ 게임을 이용한다는 의견은 15.7%였다. 남성의 경우, ‘친구들과 어울리기 위해’ 게임을 한다는 의견이 11.1%로

〈그림 2-1-2-05〉 하루평균 게임 이용시간

(단위 : 분)



〈그림 2-1-2-06〉 게임이용자의 성별 하루 평균게임 이용시간



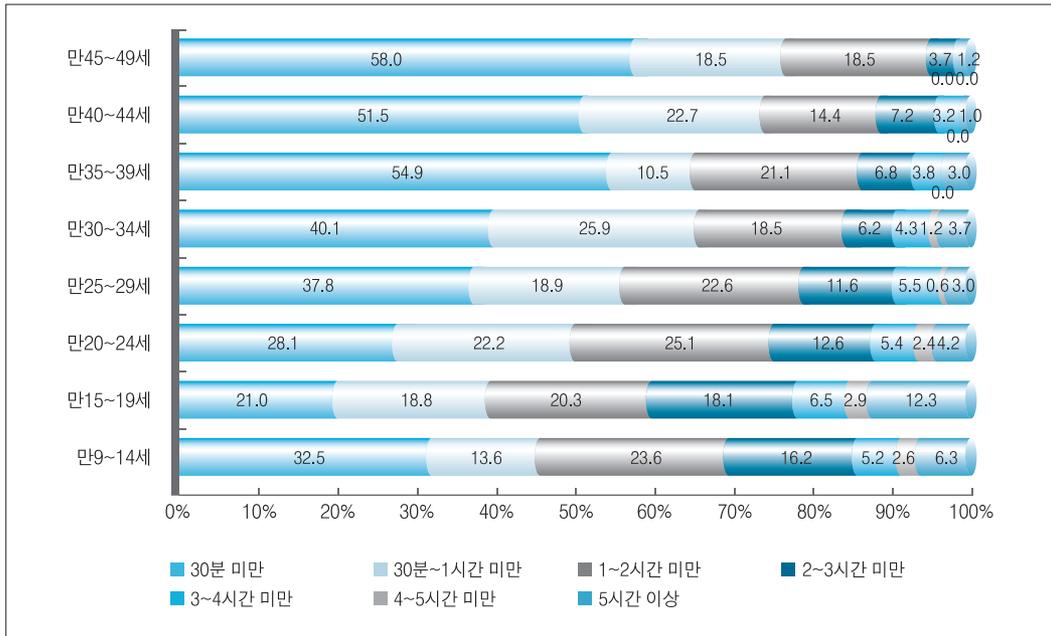
같은 이유의 여성 응답이 4.4%인 것과 비교하여 높게 나타났다.

연령별로는 만9~14세의 54.5%가 재미있기 때문이라고 응답하였고, 14.7%가 여가시간 활용, 14.1%가 스트레스 해소를 위해서 게임을

한다고 하였다. 만15~19세는 재미있기 때문에 게임을 한다고 응답한 비율이 60.1%, 스트레스 해소가 14.5%, 여가시간 활용을 위해가 11.6% 순이었다. 만20~24세는 재미있기 때문이 53.9%, 스트레스 해소가 16.8%, 주위 친구들

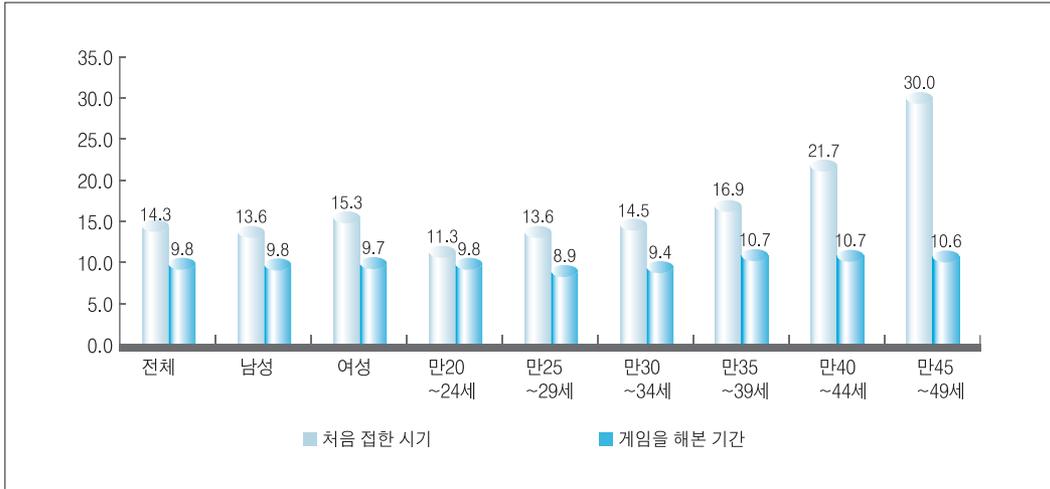


〈그림 2-1-2-07〉 게임이용자의 연령별 하루 평균게임 이용시간



〈그림 2-1-2-08〉 게임에 처음 접한 시기와 게임 지속기간

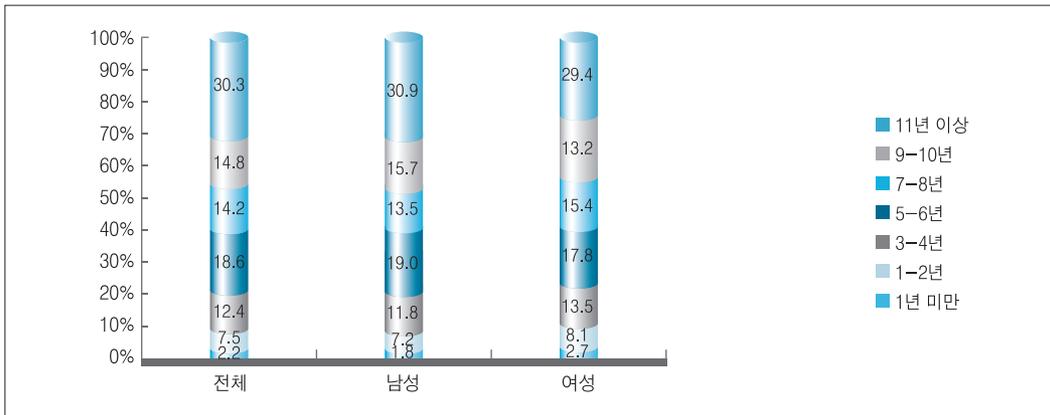
(단위 : 세, 년)



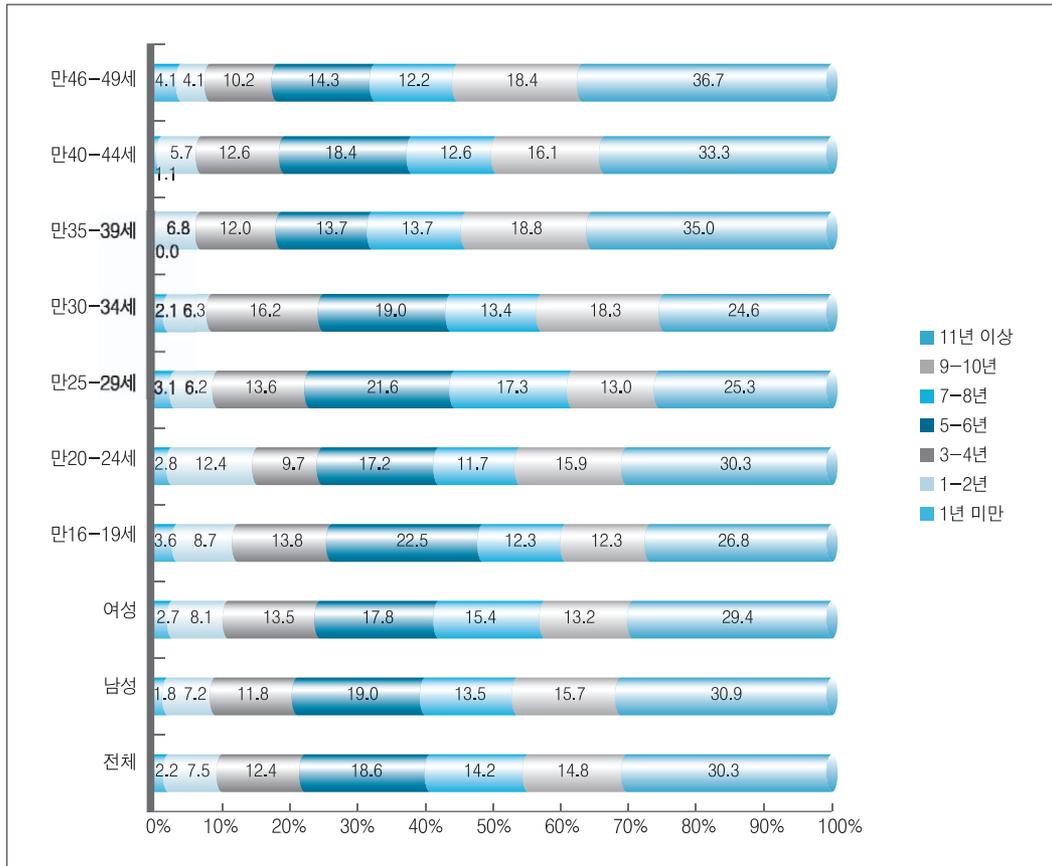
과 어울리기 위해서가 13.2%의 순이었다. 만 25~29세는 재미있으니까 51.2%, 스트레스 해소 17.7%, 친구들과 어울리기 위해 12.8%, 여가시간 활용 11.6%의 순이었다. 만30~만34세는 재미있기 때문에(35.8%), 스트레스 해소를 위해서(26.5%), 여가시간 활용(24.7%) 순이었다. 만35~39세의 경우, 재미있기 때문에 게임을 한다는 응답은 38.3%였고, 스트레스 해소

가 30.1%, 여가시간을 활용하기 위해서라는 응답은 16.5%였다. 만40~만44세 이상의 연령층에서도 재미있으니까(각각 44.3%, 37.0%), 스트레스 해소(각각 27.8%, 35.8%), 여가시간 활용(각각 17.5%, 21.0%)이라는 대답이 대부분을 차지했다. 30대 이상의 연령층에게 게임은 재미뿐만 아니라 스트레스 해소를 위한 방법으로 활용하는 경향이 있다고 할 수 있다.

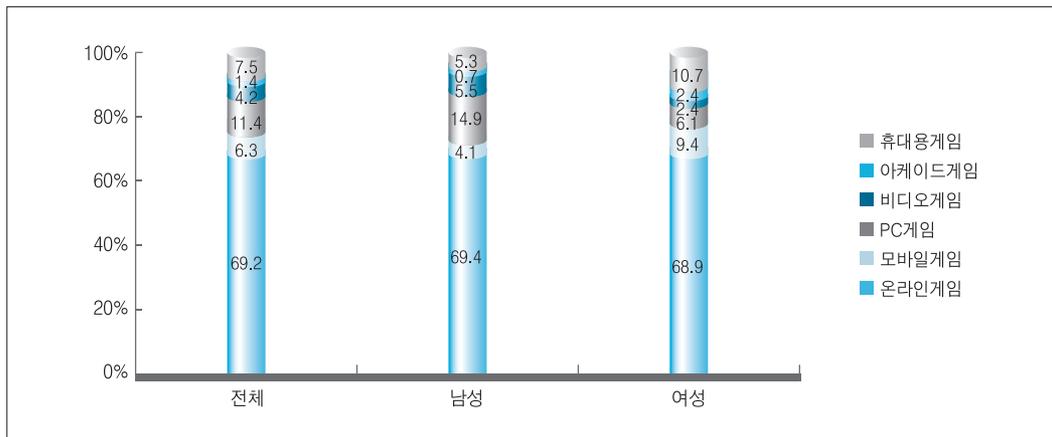
〈그림 2-1-2-09〉 게임이용자의 성별 게임을 지속해 온 기간



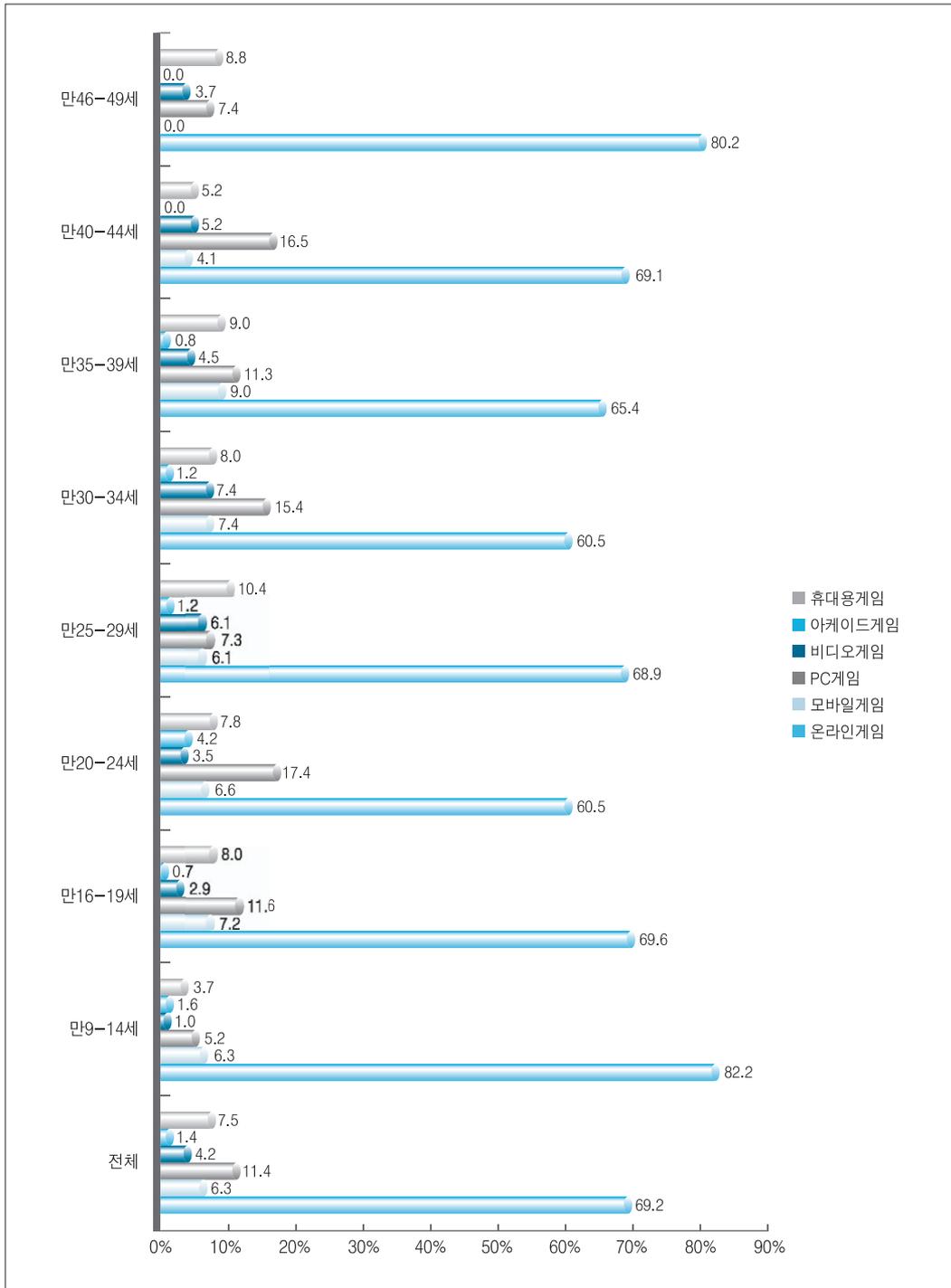
〈그림 2-1-2-10〉 게임이용자의 연령별 게임을 지속해 온 기간



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



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



하루 평균 게임 이용시간을 게임이용자와 게임을 이용하지 않는 응답자를 포함한 전체 응답자로 나누어 조사한 결과, 게임이용자는 하루 평균 72.4분을 게임 이용에 할애하는 것으로 나타났고, 전체 응답자는 47.9분을 게임 이용에 소비하는 것으로 나타났다.

게임을 이용하고 있는 이용자를 대상으로 성별, 연령별로 하루 평균 게임 이용시간을 나누어 분석해 본 결과, 남성은 하루 79.3분, 여성은 하루 62.3분을 게임 이용에 사용하고 있었다. 2007년에는 남성은 하루 79.8분, 여성은 하루 78.5분을 게임에 할애하여 남성은 별 차이를 보이지 않았으나 여성은 16.2분이 줄어들었다. 연령별로는, 만9~14세는 90.7분, 만15~19세는 114.9분, 만20~24세는 81.0분, 만25~29세는 66.6분, 만30~34세는 59.1분, 만35~39세는 61.3분, 만40~44세는 42.1분, 만45~49세는 33.6분으로 각각 나타났다. 연령별 조사에서 가장 많이 게임을 이용하고 있는 연령대는 만15~19세였으며, 만45~49세의 경우가 게임을 가장 적게 이용하고 있었다.

남성이 게임을 처음 접한 연령은 평균 13.6세였고, 여성은 15.3세로 약간 높았다. 만15~19세 층에서 게임을 처음 접한 연령은 9.8세로 작년과 비교하여 연령이 조금 낮아졌다. 만20~24세의 경우는 11.3세이며, 만25~29세의 경우는 13.6세로 조사되었다. 만25~30세의 경우는 30세로 2007년 조사에서 25세 보다 연령대가 높아, 대부분의 연령대에서 게임을 처음 접하게 된 연령이 낮아지고 있음을 알 수 있다. 또한, 게임을 해 온 기간은 9.8년으로 나타났다. 또한, 연령에 따라 큰 차이가 나타나지 않고

있어 유년기에 게임을 접한 이용자가 나이가 들어감에 따라 게임을 앞으로 더 많이 할 가능성이 있을 것으로 보인다.

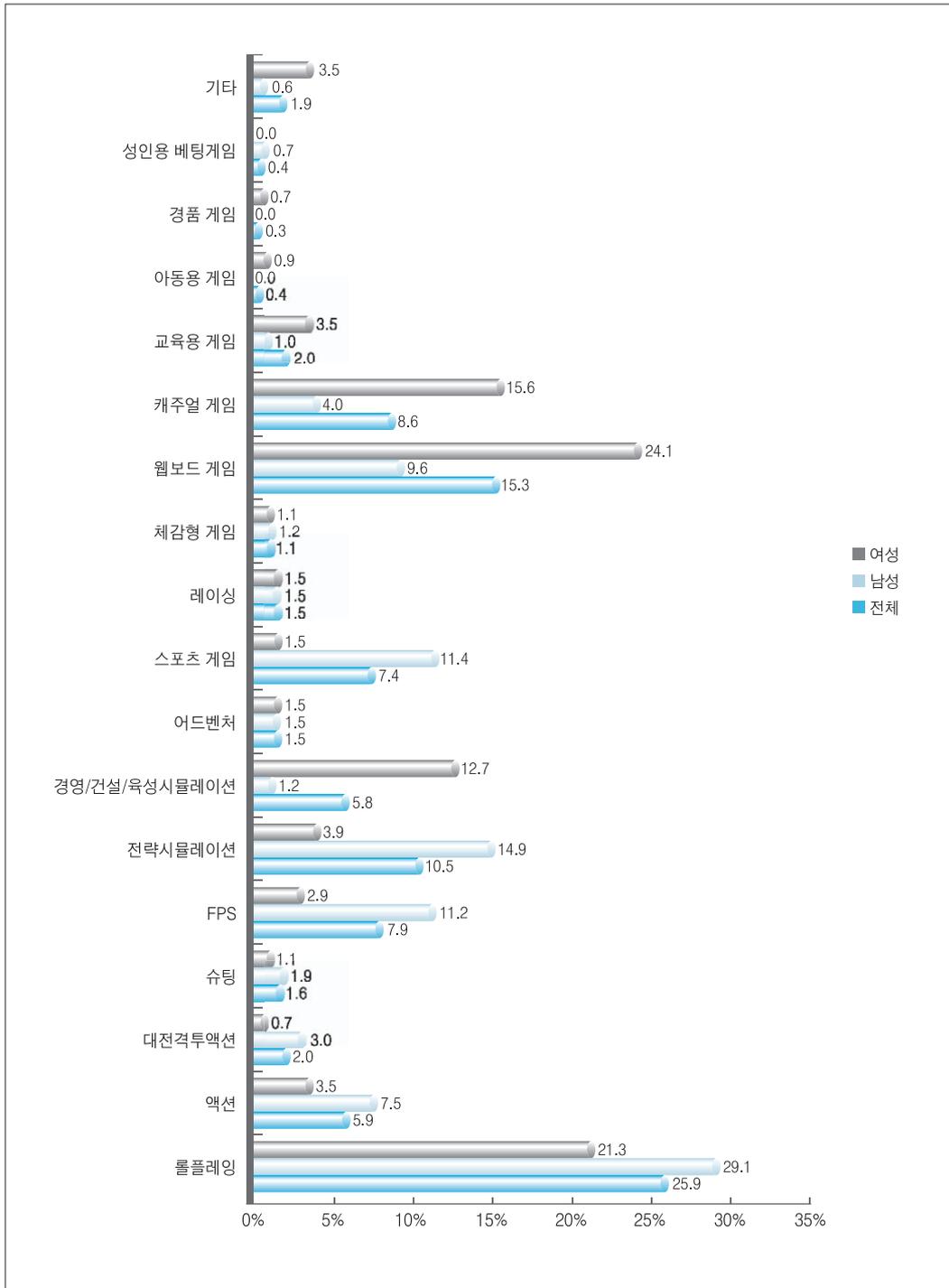
성별로 게임을 꾸준히 해 온 기간을 조사한 결과 남성의 경우 11년 이상 이용해 왔다는 비율은 30.9%로 가장 높게 나타났고, 여성 역시 11년 이상 이용하고 있다는 응답이 29.4%로 높게 나타났다. 연령별로는 만20세 이상의 경우 11년 이상 이용했다는 응답이 높아 게임은 장난감처럼 한 때 이용하다 그만두는 것이 아니라 지속적으로 이용되는 것으로 조사되었다.

주로 이용하는 게임 플랫폼을 조사한 결과, 응답자 중 69.2%가 온라인게임을 이용하고 있으며, PC게임이 11.4%, 휴대용게임이 7.5%, 모바일게임이 6.3%, 비디오게임이 4.2%로 나타났다. 아케이드게임은 1.4%로 낮은 점유율을 보였다. 2007년과 비교하여 볼 때 휴대용게임 이용자가 크게 증가하였으며, 비디오게임 및 모바일게임 이용자 역시 증가한 것으로 나타났다. 이에 비해 온라인게임 이용자는 줄어들었다.

주 이용 게임 분야의 중복 응답 결과에 대한 종합 순위를 살펴보면, 1순위로는 온라인게임을, 2순위로는 PC게임을, 3순위로 휴대용 게임을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 연령별로는 전 연령대에 걸쳐 온라인게임이 독보적으로 선호되었다.

가장 선호하는 게임 장르는 롤플레이팅 게임으로 25.9%를 차지했다. 웹보드가 15.3%로 그 다음이었다. 남성의 경우, 롤플레이팅이 29.1%, 전략시뮬레이션이 14.9%, 스포츠 게임 11.4%, FPS 11.2%의 순으로 나타났다. 여성은 웹보드 게임 24.1%, 롤플레이팅 21.3%, 캐주얼 게임

〈그림 2-1-2-13〉 게임이용자의 성별 선호 게임장르(1순위)



〈표 2-1-2-01〉 게이머의 연령별 선호 게임장르(1순위)

(단위 : %)

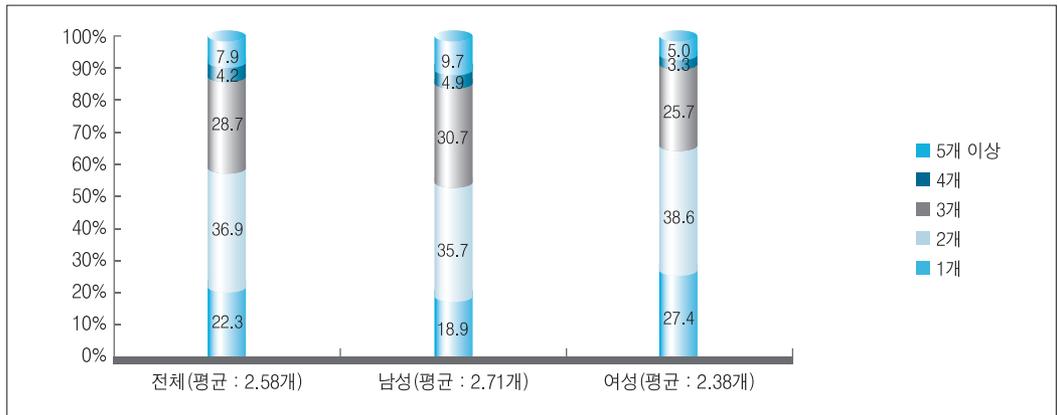
구분	롤플레이	액션	대전격투 액션	슈팅	FPS	전략 시뮬레이션	경영/건설/육성 시뮬레이션	어드벤처	스포츠 게임
전체	25.9	5.9	2.0	1.6	7.9	10.5	5.8	1.5	7.4
만9~14세	21.5	12.0	3.7	2.1	8.4	7.3	6.8	1.0	7.3
만15~19세	26.1	10.1	4.3	0.7	12.3	9.4	13.8	2.2	2.2
만20~24세	31.1	4.8	0.6	0.0	13.2	7.8	12.0	0.6	11.4
만25~29세	34.8	2.4	1.2	2.4	9.8	11.6	4.9	1.2	6.7
만30~34세	32.7	3.1	1.2	0.6	4.3	14.2	2.5	2.5	6.8
만35~39세	23.3	3.8	0.8	3.8	3.8	12.8	1.5	2.3	6.0
만40~44세	18.6	6.2	4.1	3.1	4.1	10.3	0.0	1.0	10.3
만45~49세	7.4	2.5	0.0	0.0	2.5	12.3	0.0	1.2	9.9



(단위 : %)

구분	레이싱	체감형 게임	웹보드 게임	캐주얼 게임	교육용 게임	아동용 게임	경품 게임	성인용 베틱게임	기타
전체	1.5	1.1	15.3	8.6	2.0	0.4	0.3	0.4	1.8
만9~14세	2.1	1.6	1.0	20.4	0.5	1.0	0.0	0.0	3.1
만15~19세	0.7	1.4	1.4	11.6	0.7	0.0	0.0	0.0	2.9
만20~24세	0.6	1.8	5.4	9.6	0.0	0.6	0.0	0.0	0.6
만25~29세	1.8	1.2	15.9	4.3	0.6	0.0	0.6	0.0	0.6
만30~34세	1.2	1.9	14.8	6.2	4.3	0.6	0.0	1.2	1.9
만35~39세	2.3	0.0	24.8	5.3	5.3	0.0	1.5	0.0	3.0
만40~44세	2.1	0.0	28.9	2.1	5.2	0.0	0.0	3.1	1.0
만45~49세	1.2	0.0	60.5	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0

〈그림 2-1-2-14〉 평균 이용 게임 개수



15.6%의 순으로 나타나 남성과 여성의 선호 게임 장르의 차이가 있었다. 남녀 성별에 따른 차이는 2007년과 비슷한 경향을 보이고 있다.

연령별로는 전 연령대에 걸쳐 '롤플레이팅 게임'에 대한 선호가 높은 가운데, 10대들에게는 액션 게임이 인기가 높았고, 30대 중반 이상부터 고연령층으로 갈수록 '웹보드 게임'의 선호가 높았다.

한편, 현재 이용하고 있는 게임 개수는 평균 2.58개이며, 이는 2007년 2.56개보다 조금 증가하였으나, 거의 같은 수준이다. 남성이 2.71개로 여성의 2.38개 보다 많은 것으로 조사되었다. 2007년의 결과와 비교해 본다면, 남성의 경우는 2.59개에서 증가하였으나 여성의 경우는 2.50개에서 감소하였다.

2. 게임이용 장소 및 시간

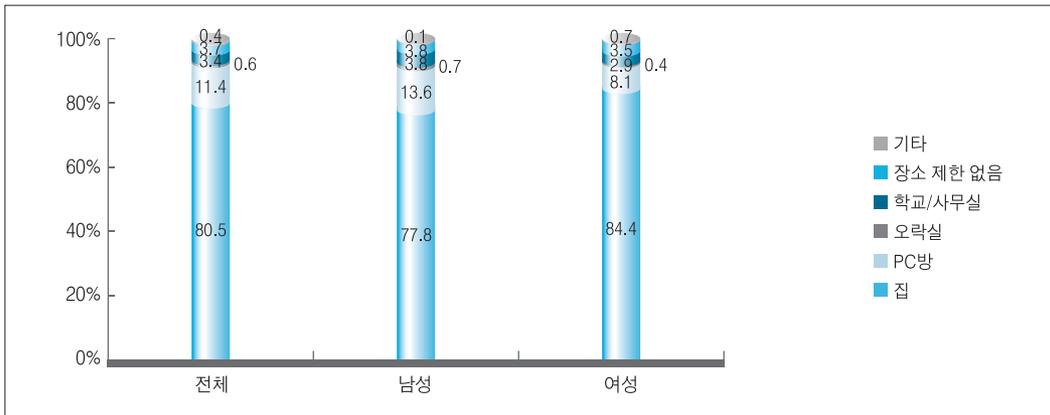
1) 게임 장소, 시간대 및 이용시간

게임을 이용하는 장소는 대부분의 응답자(80.5%)가 '집'이라고 응답했는데 이와 같은

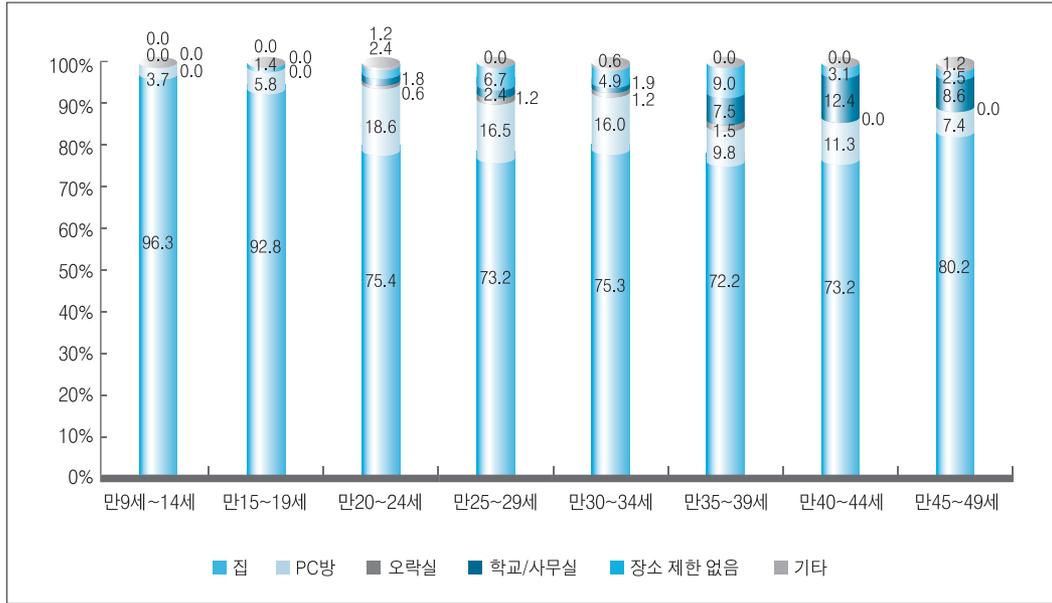
경향은 2003년부터 지속되고 있다. 그 다음으로는 PC방이 11.4%로 많았다. 특히, 남성의 13.6%가 PC방에서 이용한다고 했지만 여성의 경우 8.1%만 PC방에서 게임을 이용한다고 응답하였다. 연령별로 살펴본 결과, 게임을 이용하는 장소로 '집'을 선택한 응답자가 가장 많았다. 이러한 경향은 만9~19세까지 두드러지게 나타났고, 만20~34세까지는 '집'의 응답률이 가장 높은 가운데 PC방 이용도 다른 연령대에 비해서 조금 높았다. 만 35세 이상은 학교/사무실에서 게임을 이용한다는 응답이 다른 연령대에 비해 높게 나왔다.

게임을 이용하는 주 시간대를 조사한 결과, 저녁 6시~밤 10시의 비중이 38.7%로 가장 높았고, 밤 10시~새벽 2시는 30.3%, 낮 12시~저녁 6시는 27.4%의 순으로 나타났다. 연령별로 이용시간대를 비교해 보면, 낮 12시~저녁 6시에 게임을 주로 이용한다는 응답은 연령이 낮을수록 그 비중이 높아지는 경향을 보였고, 연령이 높을수록 밤 10시~새벽 2시의 비중이 높아졌다.

〈그림 2-1-2-15〉 성별 게임 주 이용 장소



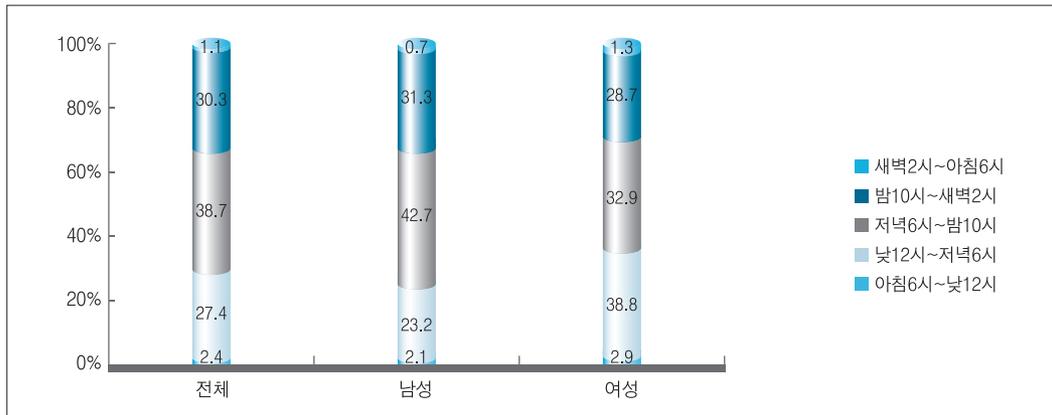
〈그림 2-1-2-16〉 연령별 게임 주 이용 장소



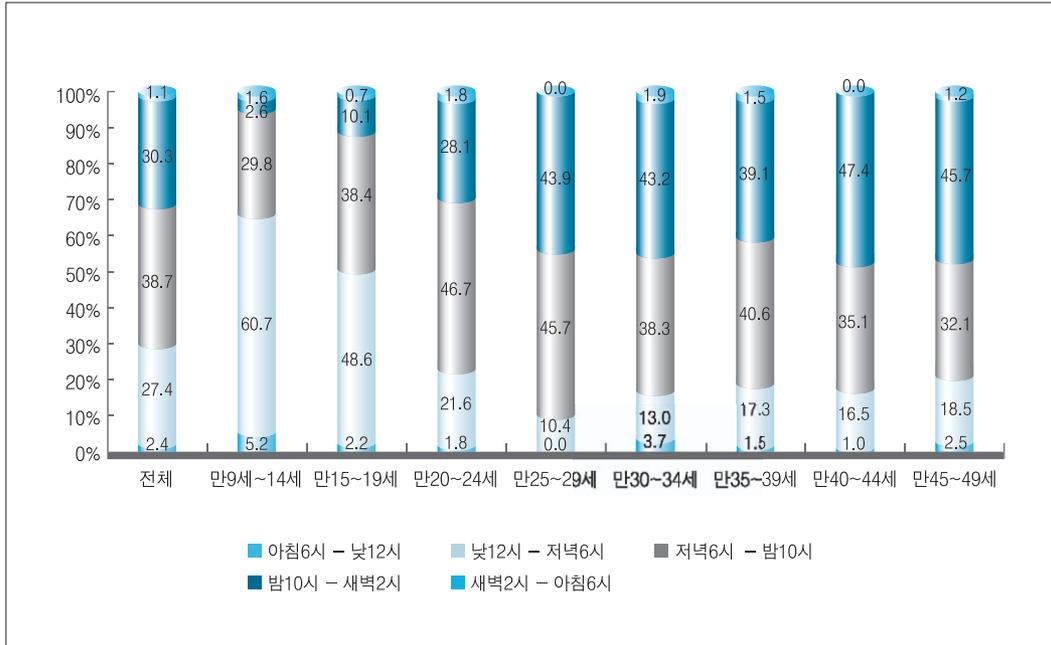
한 달 평균 게임이용 횟수는 평균 19.1회로 나타났으며, 이는 2007년 조사결과 18.9회와 비교하여 조금 증가하였다. 남성의 경우, 월 26~30회가 21.1%로 가장 높은 응답율을 나타내었고, 여성은 월 16~20회가 18.9%로 가장 높은 응답율을 나타내었다. 연령별 월 평균 계

임이용 횟수의 경우 만9~14세가 월 25.4회로 가장 많이 게임을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 만 15~19세가 24.9회였다. 2007년과 비교해 보면, 남성의 월 평균 게임 이용 횟수가 증가한 반면 여성의 경우는 감소하였고, 만9~19세의 월 평균 게임이용 횟수

〈그림 2-1-2-17〉 성별 게임 주 이용 시간대



〈그림 2-1-2-18〉 연령별 게임 주 이용 시간대



가 증가한 반면 만35~49세의 게임이용 횟수는 감소하였다.

게임 1회 이용 시간을 알아본 결과 게임이용자의 전체 평균이 112.8분인 가운데, 남성은 110.4분, 여성은 116.3분으로 여성이 남성보다 1회 이용시간이 길었다. 연령별로는 만15~19세 게임이용자가 149.4분으로 1회당 게임 이용시간이 가장 길게 나타났다. 그 다음으로 만20~만24세가 128.4분, 만9~14세의 게임이용자가 120.1분, 만25~만29세가 118.0분, 만30~34세가 106.7분을 이용하고 있었다. 만30세 이후의 연령대에서는 만35~39세가 130.4분으로 이용시간이 길었다.

게임 비이용자를 포함한 전체 모집단인 만9~49세의 응답자들의 게임 1회 이용시간은 전체 평균 73.3분으로 나타났으며, 남성은 86.6분,

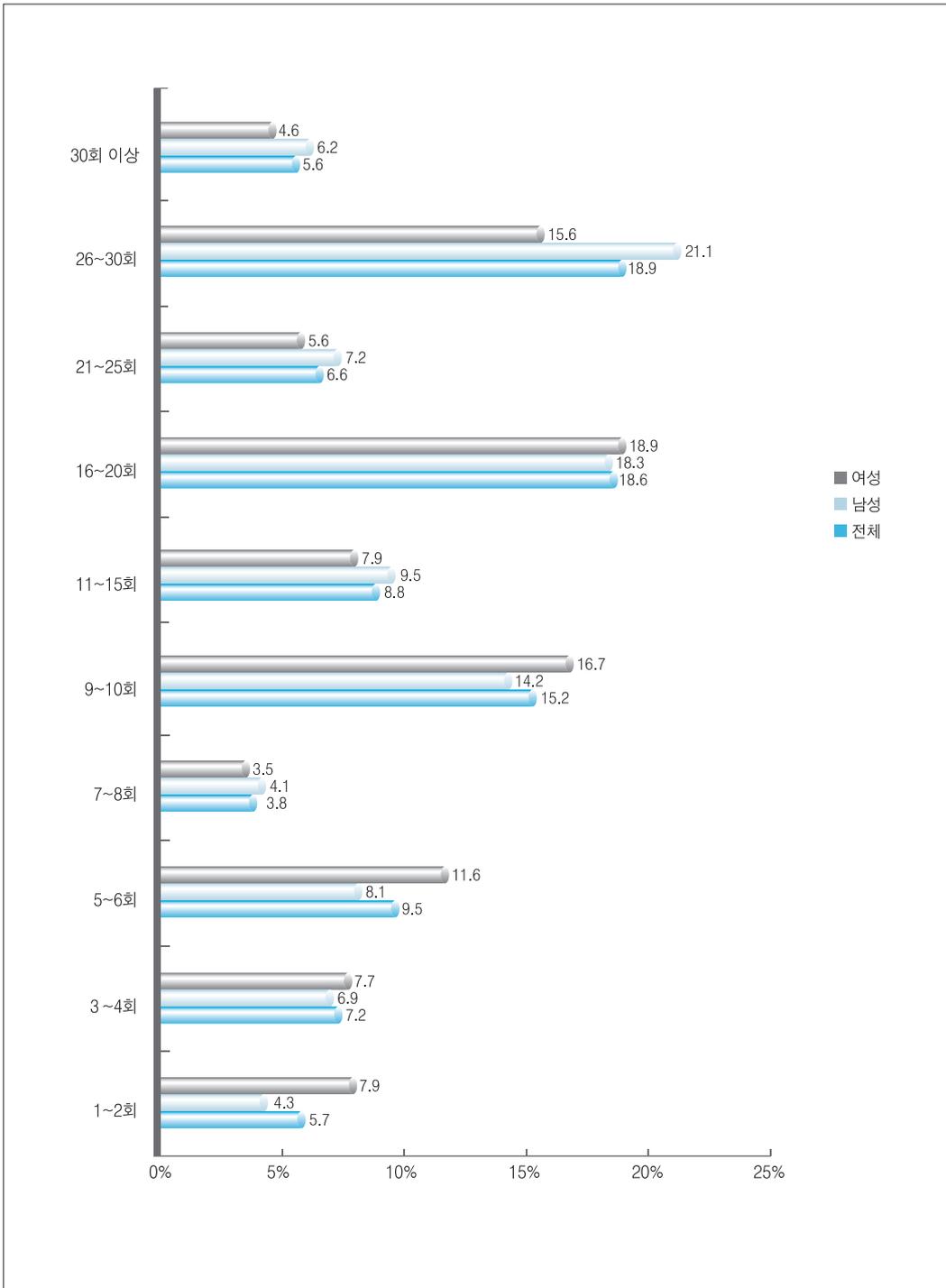
여성 59.7분으로, 전반적으로는 남성이 여성보다 게임을 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

2) 게임분야별 이용기간

최근 6개월 간 게임을 바꾼 경험이 있는지를 조사한 결과, 전체의 46.0%가 바꾼 경험이 있다고 응답하였다. 특히, 10대들에게서 이러한 경향이 크게 나타났다. 플랫폼별로 나누어 살펴보면, 비디오게임 이용자의 경우(60.4%)와 휴대용게임 이용자(55.3%)의 경우가 게임을 바꾼 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 이를 통해, 비디오게임과 휴대용게임을 이용하는 기간이 다른 플랫폼 게임에 비해 짧다는 것을 알 수 있다.

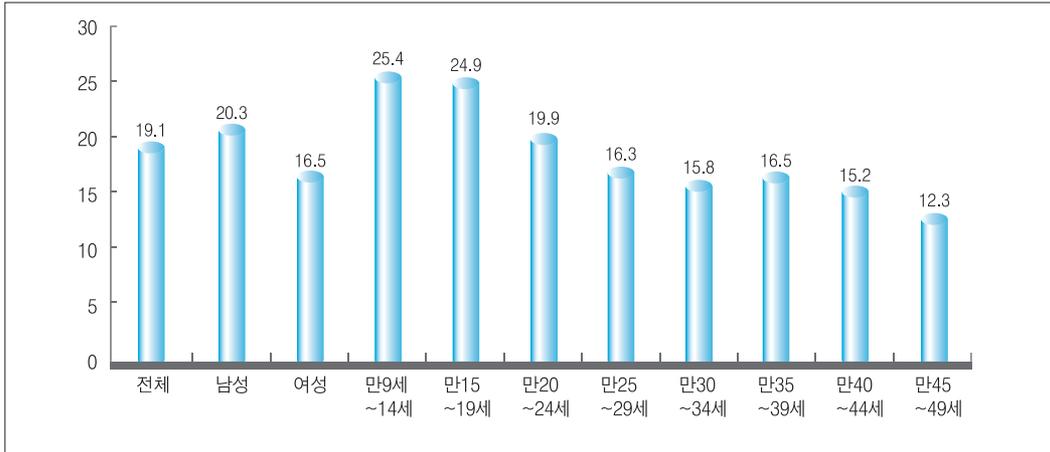
게임을 바꾼 이유로는 '게임이 재미가 없어서'가 33.6%로, 흥미가 떨어지는 경우 게임을 바꾸는 것이 가장 일반적인 것으로 나타났고,

<그림 2-1-2-19> 게이미용자의 월 평균 게임 이용 횟수



〈그림 2-1-2-20〉 게임이용자의 월 평균 게임 이용 횟수

(단위 : 회)

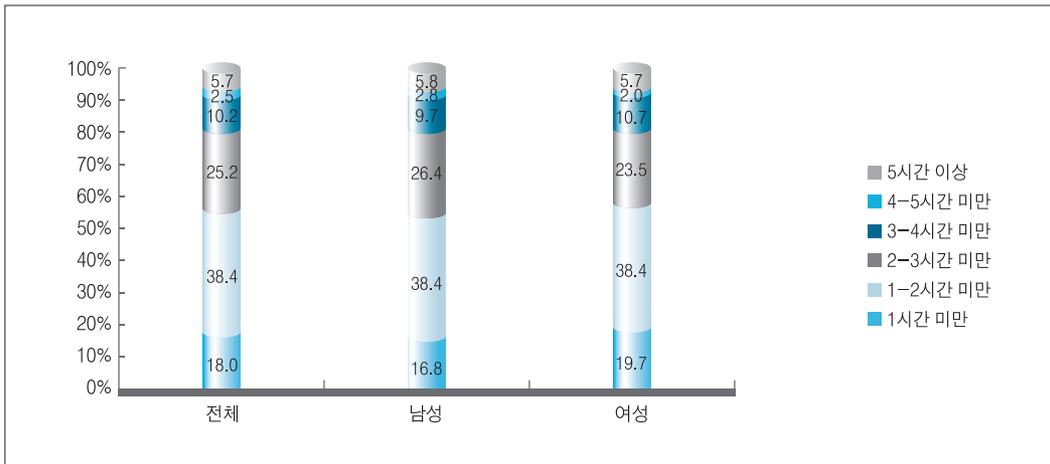


그 다음으로 ‘게임을 마스터해서’ (18.1%), ‘친구의 권유로’ (11.1%)의 순이었다.

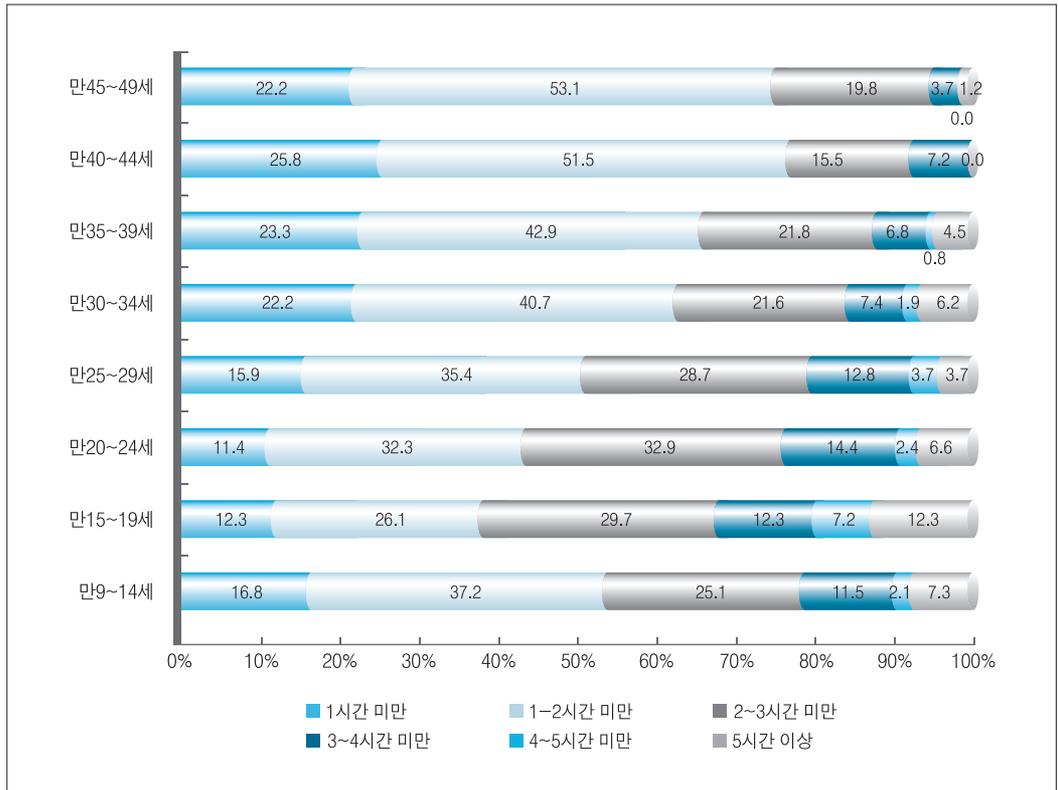
특히 9~19세까지 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 다른 연령층에 비해 높게 나타났는데 10대 청소년의 경우, 포래 문화의 영향으로 친구들과 과 정보를 교류하면서 게임을 즐기는 경우가 많기 때문에 포래들 사이의 유행이 게임을 바꾸는 주 요소로 자리잡고 있음을 알 수 있다.

남성과 여성 모두 게임을 바꾼 이유는 비슷하게 나타났으며, 남녀 모두 ‘게임이 재미없어서’ 바꾸게 되었다는 의견이 각각 32.3%, 36.0%로 가장 많았다. 그 다음으로는 ‘게임을 마스터해서 (남성 17.7%, 여성 18.9%),’ ‘친구의 권유로(남성 10.8%, 여성 11.7%)’ 순이었다.

〈그림 2-1-2-21〉 게임이용자 성별 1회 게임 이용시간

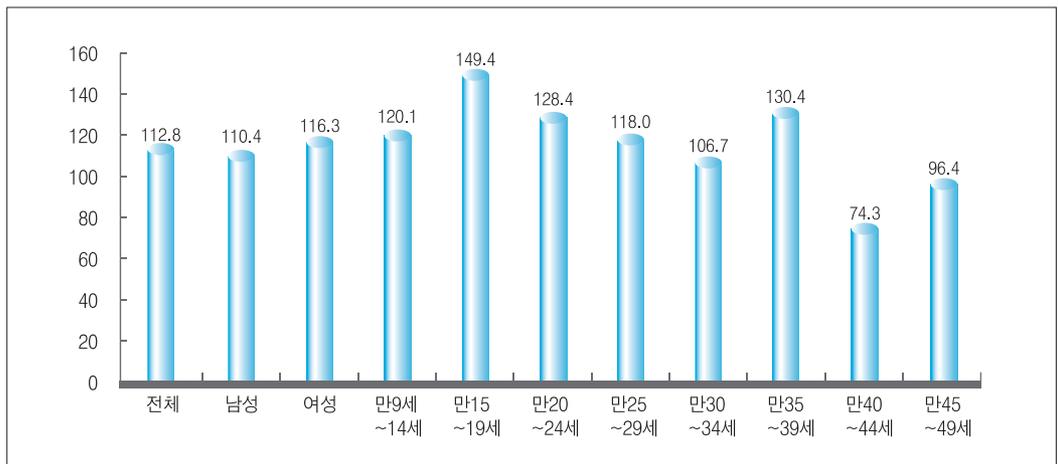


〈그림 2-1-2-22〉 게임이용자 연령별 1회 게임 이용시간

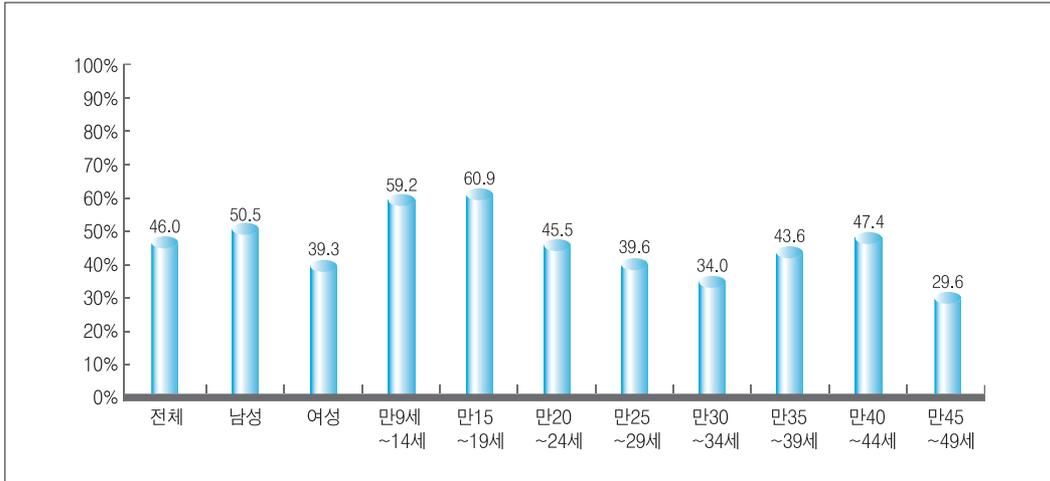


〈그림 2-1-2-23〉 게임이용자의 1회 평균 게임 이용시간

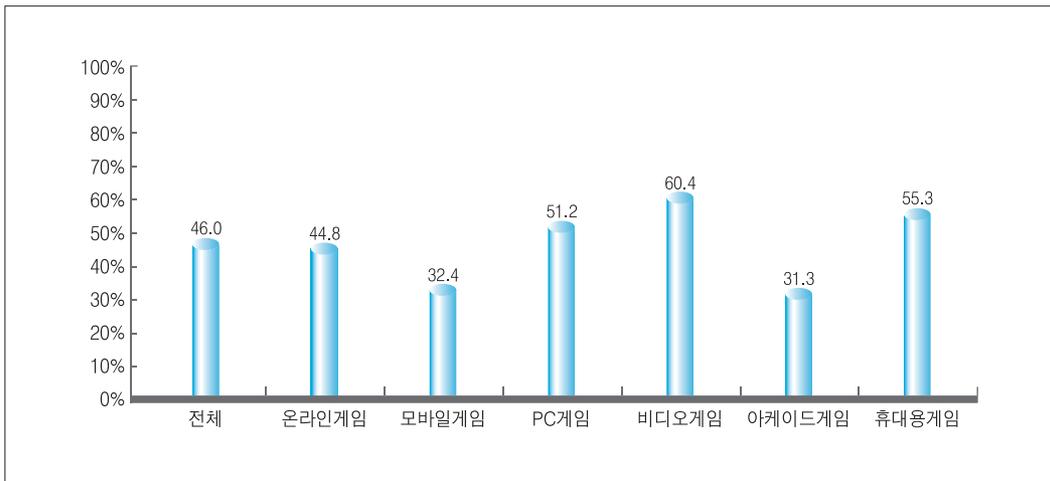
(단위 : 분)



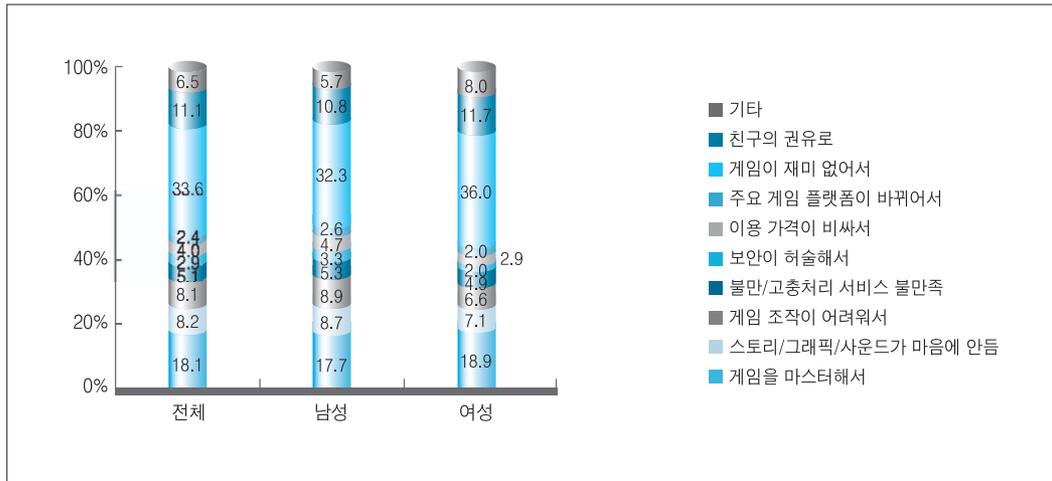
〈그림 2-1-2-24〉 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율



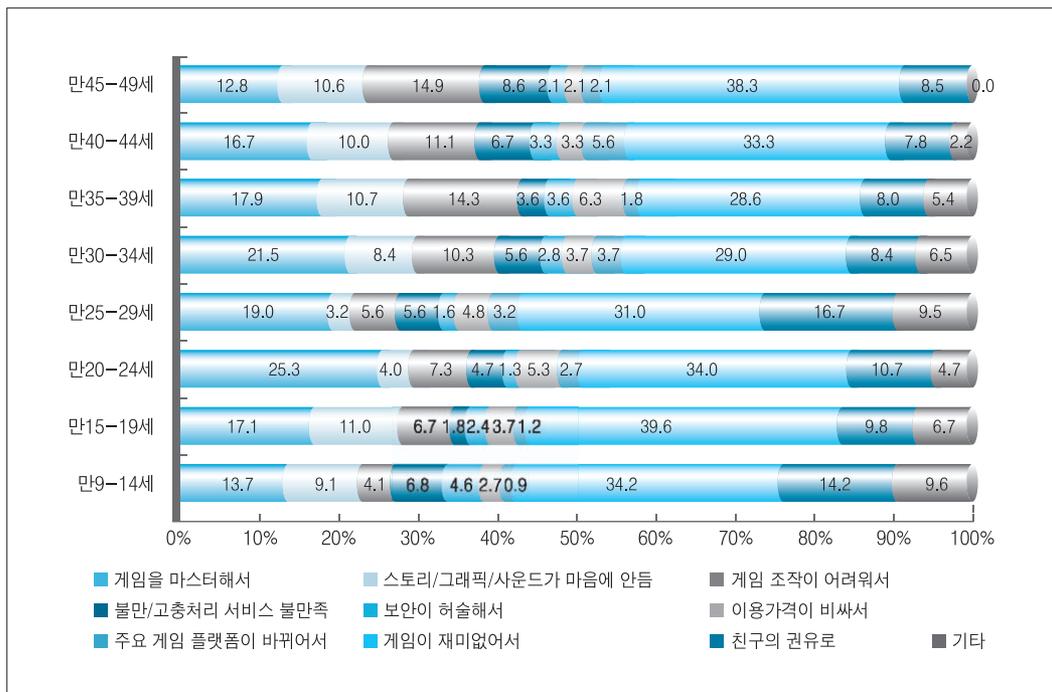
〈그림 2-1-2-25〉 플랫폼별 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율



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



<그림 2-1-2-27> 연령별 게임을 바꾼 이유



3. 게임이용(구입) 비용, 구입 시기 및 구입 장소

1) 게임 이용(구입) 비용

한 달 평균 게임 이용비용을 조사한 결과 한 달 평균 이용비용은 게임 분야별로 편차가 큰 것으로 나타났다. 먼저 아케이드 게임장(오락실)을 이용하는 이용자의 평균 이용금액은 7,529원으로 2007년의 6,884원에 비해 약간 증가하였다.

PC방 이용비는 남성이 한 달 22,647원이었고 여성이 18,703원으로 약간의 차이가 있었

다. PC방 이용비용은 이용자 평균 21,574원으로 전년도 조사결과 19,068원에 비해 평균 이용금액이 상승했다.

온라인게임의 경우, 게임비와 온라인게임 아이템 구입비가 비슷한 수준이어서 무료 게임을 이용하는 이용자라 할지라도 아이템 구입비용이 높을 경우 정액제 온라인게임을 이용하는 것과 비슷한 수준의 게임비를 부담하고 있음을 알 수 있다. 온라인게임 이용자의 게임비용은 17,622원이었고, 온라인게임 아이템 구입비용은 14,374원으로 조사되었다. 성별에 따른 차이도 나타났는데, 남성이 온라인게임에 18,604

〈표 2-1-2-02〉 이용자의 한 달 평균 게임 이용비용 및 구입비용

(단위 : 원)

	아케이드게임	PC방이용	온라인게임	온라인게임 아이템구입	PC게임	비디오게임	모바일게임	휴대용게임
전체	7,529	21,574	17,622	14,374	23,178	46,092	5,302	41,280
남성	8,701	22,647	18,604	15,099	24,782	48,727	5,561	47,761
여성	4,913	18,703	15,728	12,932	19,287	37,610	4,933	29,258
만9~14세	2,878	7,564	12,293	10,480	24,250	88,467	5,038	47,438
만15~19세	3,662	14,260	14,564	13,797	23,438	23,500	5,774	66,208
만20~24세	4,369	20,622	17,357	15,418	24,467	45,261	4,649	42,138
만25~29세	4,309	30,157	17,428	12,865	19,146	37,545	4,619	33,091
만30~34세	13,676	26,623	19,298	18,013	24,895	42,809	5,202	32,176
만35~39세	8,000	21,408	17,918	12,937	17,393	42,905	6,129	34,444
만40~44세	9,125	17,571	26,000	17,972	22,138	47,840	7,281	64,200
만45~49세	33,182	33,833	17,591	16,416	32,353	50,545	5,971	21,833

〈표 2-1-2-03〉 아케이드 게임장(오락실) 월 게임비

	사례수	이용하지 않음	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	71.8%	7.9%	4.4%	4.1%	5.9%	0.1%	3.5%	1.1%	1.2%	100.0%	7,529
남성	677	67.4%	8.7%	5.0%	4.7%	6.9%	0.1%	4.1%	1.2%	1.8%	100.0%	8,701
여성	456	78.3%	6.8%	3.5%	3.1%	4.4%	0.0%	2.6%	0.9%	0.4%	100.0%	4,913



〈표 2-1-2-04〉 PC방 한달 이용료

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	61.1%	13.2%	9.4%	1.7%	4.8%	3.9%	0.4%	5.6%	100.0%	21,574
남성	677	52.6%	14.6%	12.7%	1.9%	6.1%	4.4%	0.6%	7.1%	100.0%	22,647
여성	456	73.7%	11.0%	4.6%	1.3%	2.9%	3.1%	0.0%	3.5%	100.0%	18,703

〈표 2-1-2-05〉 온라인게임 월 이용비(인터넷 사용료 제외)

	사례수	이용하지 않음	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	51.1%	13.0%	10.9%	8.7%	1.2%	5.8%	4.7%	1.6%	3.0%	100.0%	17,622
남성	677	47.7%	12.7%	11.5%	9.5%	1.3%	7.2%	4.4%	1.9%	3.7%	100.0%	18,604
여성	456	56.1%	13.4%	9.9%	7.7%	1.1%	3.7%	5.0%	1.1%	2.0%	100.0%	15,728

〈표 2-1-2-06〉 PC게임 월 구입비(CD, 패키지)

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	81.6%	4.5%	4.5%	0.8%	1.8%	3.0%	1.1%	2.7%	100.0%	23,178
남성	677	78.1%	5.6%	4.4%	0.9%	1.9%	3.8%	1.5%	3.7%	100.0%	24,782
여성	456	86.6%	2.9%	4.6%	0.7%	1.5%	1.8%	0.7%	1.3%	100.0%	19,287

〈표 2-1-2-07〉 비디오게임(PS2등 + 게임DVD) 구입비

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	84.7%	1.9%	2.6%	0.7%	1.9%	2.7%	1.0%	4.4%	100.0%	46,092
남성	677	80.5%	2.5%	2.8%	0.7%	2.4%	4.1%	1.2%	5.8%	100.0%	48,727
여성	456	91.0%	1.1%	2.4%	0.7%	1.1%	0.7%	0.7%	2.4%	100.0%	37,610

〈표 2-1-2-08〉 모바일게임 월 다운로드 비용

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	61.1%	30.8%	5.8%	0.2%	1.0%	0.7%	0.1%	0.4%	100.0%	5,302
남성	677	61.7%	29.7%	5.9%	0.3%	1.0%	0.9%	0.1%	0.3%	100.0%	5,561
여성	456	60.1%	32.5%	5.7%	0.0%	0.9%	0.4%	0.0%	0.4%	100.0%	4,933

〈표 2-1-2-09〉 휴대용게임 월 구입비

	사례수	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균(원)
전체	1,133	84.4%	1.9%	2.6%	0.5%	1.7%	3.6%	1.8%	3.5%	100.0%	41,280
남성	677	83.0%	1.5%	2.8%	0.6%	1.5%	4.0%	2.2%	4.4%	100.0%	47,761
여성	456	86.4%	2.4%	2.4%	0.4%	2.0%	3.1%	1.1%	2.2%	100.0%	29,258

원으로 사용하는데 반해 여성은 15,728원을 소비하고 있다. 온라인게임 아이템 구입비용으로 남성은 15,099원을 여성은 12,932원을 소비하여, 남성의 이용요금이 더 높았다.

PC게임의 경우 한 달 평균 23,178원을 지출하는 것으로 조사되었다. 비디오게임 한 달 구입비는 평균 46,092원, 모바일게임 5,302원, 휴대용게임 41,280원이었다.

2) 온라인게임 결제방식

온라인게임 결제방법으로 신용카드가 전체의 35.0%로 가장 높게 나타났고, 핸드폰 과금이 24.3%로 그 다음이었다. 3순위는 문화상품권으로 19.2%였다. 전년도 순위와 비교해볼 때, 문화상품권의 이용률이 높아지면서 핸드폰 과금은 낮아진 것으로 보이는데 이러한 경향은 성별에 관계없이 동일하게 나타났다.

연령별로 살펴보면, 만9~14세는 문화상품권이 61.3%로 가장 높게 나타났고, 15~19세의 43.4%가 문화상품권을, 26.4%가 무통장입금을 이용한다고 응답하였다. 이는 신용카드와 휴대

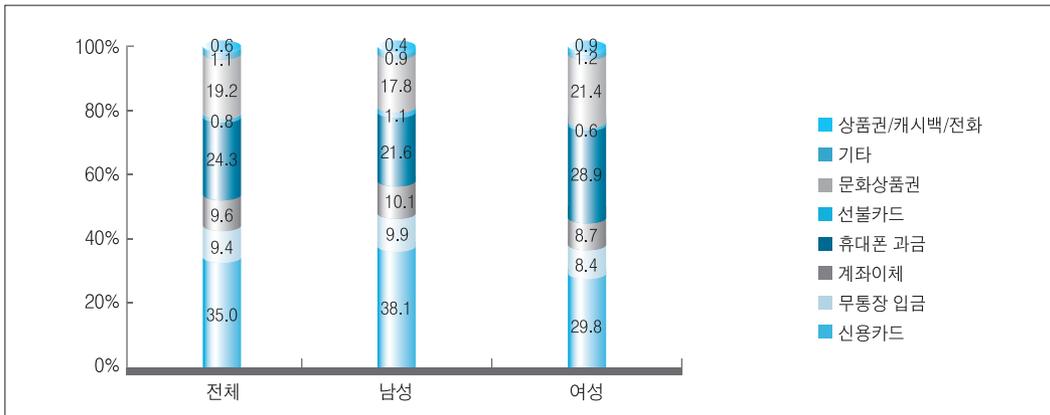
폰 과금과 같이 별도의 인증 절차가 필요치 않은 방법을 20세 미만의 청소년이 많이 이용하고 있음을 나타내고 있다. 20세 이후는 신용카드를 이용한다는 응답이 가장 높았고, 그 다음으로는 휴대폰 과금이 많은 것으로 조사되었다.

온라인게임 이용비 중 선불카드가 차지하는 비중을 조사한 결과 10% 미만이라는 응답이 34.2%로 가장 높게 나타났다. 21~30%라고 응답한 비율은 10.0%로 그 다음으로 높았다. 61% 이상이라는 응답은 5.3%로 조사되었다.

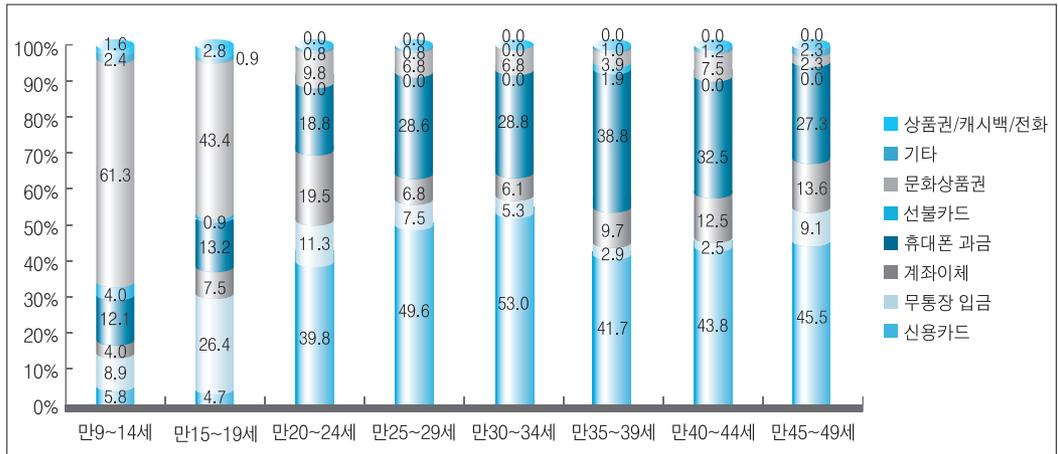
온라인게임 선불카드 구입 장소를 묻는 질문에서 구입한 적 없다는 응답이 83.2%를 차지했다. 구입 장소 중 가장 비율이 높은 장소는 문구점으로 7.1%, PC방은 3.2%로 조사되었다.

한편 게임에 관한 정보를 얻는 곳은 주로 인터넷(49.1%), 친구소개(27.2%), TV/미디어 광고(9.1%), 게임 관련 잡지(7.3%) 순으로 나타났다. 이는 성별, 연령별로 큰 차이를 보이지 않았다.

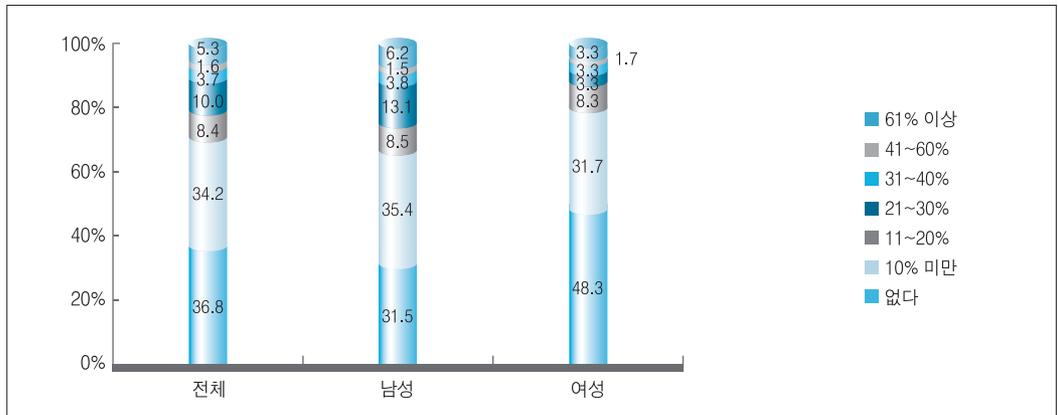
<그림 2-1-2-28> 성별 온라인 게임 결제방법(1순위)



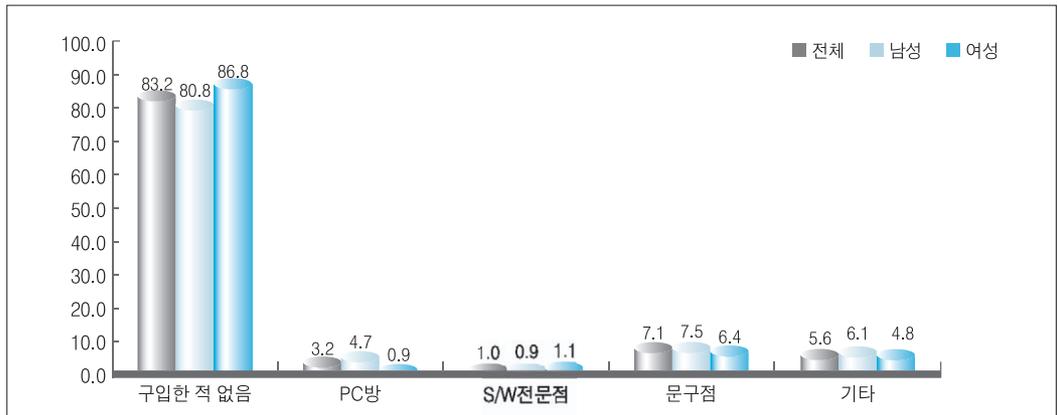
〈그림 2-1-2-29〉 연령별 온라인게임 결제방법(1순위)



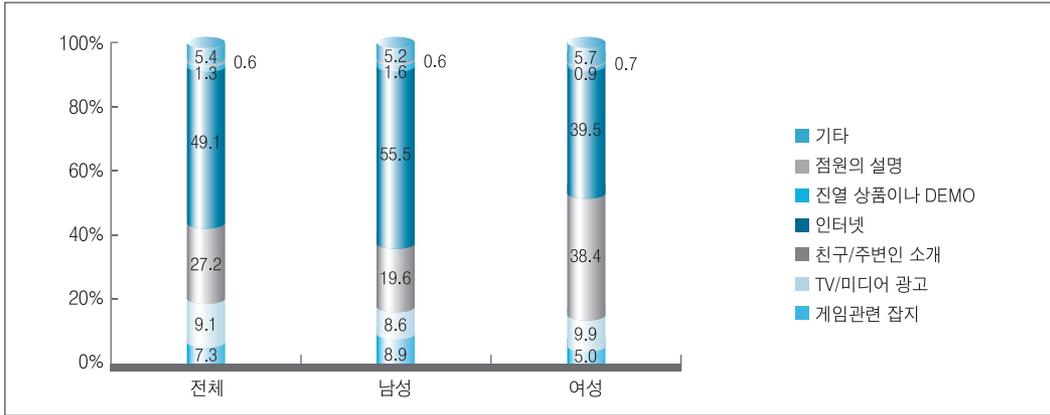
〈그림 2-1-2-30〉 온라인게임 이용비 중 선불카드가 차지하는 비중



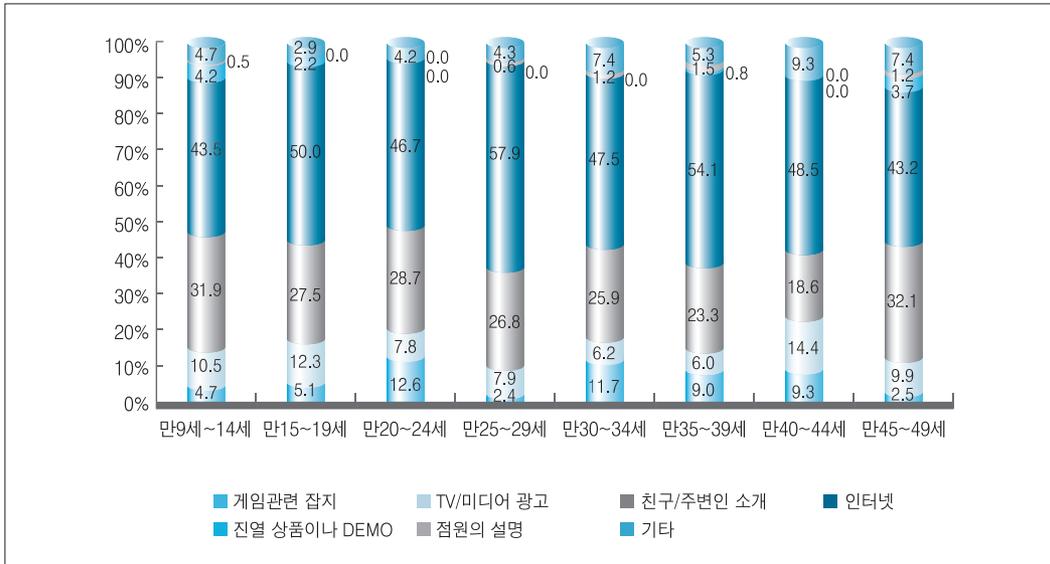
〈그림 2-1-2-31〉 온라인게임 선불카드 구입 장소



〈그림 2-1-2-32〉 성별 게임관련 정보를 얻는 곳



〈그림 2-1-2-33〉 연령별 게임관련 정보를 얻는 곳



3) 게임구입 장소 및 불법복제, 아이템 현금거래

게임(게임기/CD/DVD/롬팩)을 구입하는 장소를 조사한 결과, 36.3%가 인터넷 통신 판매라고 응답했는데, 게임을 구입한 적이 없다는 응답도 26.6%에 달했다. 17.1%는 게임S/W 전문점, 13.9%는 대형 할인마트를 이용하고 있는

것으로 나타났다. 2007년과 비교해 볼 때 인터넷 통신 판매 비중이 소폭 증가하였으며, 게임 S/W 전문점이 줄어들었다. 인터넷 통신 판매 비중은 남녀의 구분 없이 모두 증가하여, 인터넷 통신 판매 위주의 게임 구매가 상당히 보편화되고 있는 추세임을 반영하였다.

아이템 현금거래에 대한 의견을 살펴보면, 응답자의 72.6%가 잘 알고 있다고 응답했으며, 전혀 모르는 경우는 11.3%였다. 남성(80.2%)이 여성(61.2%)보다 알고 있다고 응답한 경우가 더 많았다. 만45~49세를 제외한 전 연령층에서 잘 알고 있다고 응답한 비율이 높아 40대 이상의 게임이용자들이 아이템 현금 거래를 모르는 정도가 다른 연령대의 게임이용자 보다 높은 것으로 나타났다. 대부분의 게임이용자들은 아이템 현금거래를 이용하고 있는 사람을 알거나, 아이템 현금거래 자체를 알고 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 주위에 아이템 현금거래를 하는 사람을 알고 있기 때문에 잘 알고 있다는 의견이 45.9%로 가장 많았고, 아이템 현금거래를 잘 알고 있기는 하지만 주위에 그런 사람은 없다는 의견이 26.7%로 그 다음이었다.

아이템 현금거래를 해 본 적 없다는 응답은 78.8%로 2007년의 조사 결과(87.2%)에 비해 낮게 나타났다. 즉, 아이템 현금거래를 해 본 경험이 있는 게임이용자의 비율이 증가한 것이라고 할 수 있다. 연1~2회 이상의 정기적인 아이템 현금거래를 이용한 경험이 있는 이용자는 15.2%로 2007년의 7.9%와 비교하여 2배 가량 증가하였고, 3개월에 1~2회 정도 이용한다는 응답은 3.0%로 2007년의 1.7%와 비교하여 2배 가까이 증가하였다.

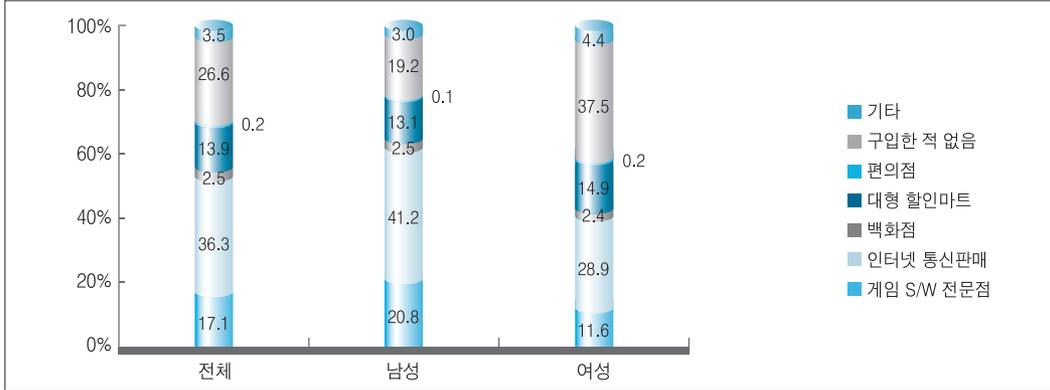
1회 평균 아이템 현금거래 금액은 5천원 미만인 11.7%, 5천원~1만원 미만이 28.2%로 1만원 미만 이용자가 39.9%로 2007년의 42.7%보다 감소하였다. 그러나 1~3만원 미만 이용자가 2007년 21.1%에서 31.5%로 크게 증가하

였다. 이는 여성 게임이용자의 아이템 현금거래 금액 중 1~3만원 미만 이용 비율이 증가하였기 때문인 것으로 나타났다. 2007년 조사에서 여성 중 1~3만원의 현금거래를 이용한다는 응답자는 8.5%에 불과하였으나, 2008년 조사에서는 32.1%로 4배 가량 증가하였다.

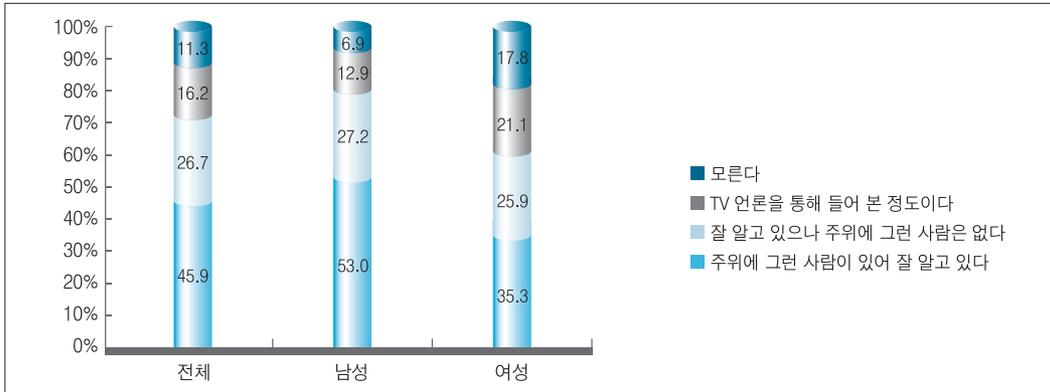
주로 이용하는 아이템 거래 방식으로는 '아이템 거래사이트'를 이용하는 경우가 가장 많았고(74.2%), 여성의 경우 '게임 내에서'(23.2%)와 '게임관련 커뮤니티를 통해'(7.1%)가 남성 응답률에 비해 상대적으로 높은 비율을 차지했다. 남성은 '아이템 거래 중개 사이트를 통해' 아이템을 거래한다는 의견이 79.6%였으며, '게임 내에서' 아이템을 거래한다는 의견이 14.0%로 그 다음이었다. 여성과 달리 남성의 아이템 거래 중개 사이트 이용률이 높았고, 직접적인 거래를 매개로 하는 게임방 내에서의 아이템 거래는 상대적으로 여성의 이용률이 높았다.

아이템 현금거래에 대한 의견은 '엄격한 등급심의로 청소년 접근을 제한해야 한다'는 응답이 31.4%였고 다음으로 '전적으로 금지시켜야 한다'는 응답이 30.2%로 나타났다. '이용자 자신의 문제로 간접 말아야 한다'는 의견도 16.0%였는데, 이는 남성(20.4%)이 여성(9.4%)에 비해 높았다. 연령대별 조사에서 만 15~19세는 25.3%가 자율에 맡겨야 한다고 응답했는데, 이렇게 게임 이용이 많은 남성과 저 연령층의 경우, '개인의 문제로 자율에 맡겨야 한다'는 응답비중이 높아 전면금지 혹은 제한해야 한다는 견해와 더불어 쟁점이 되고 있다.

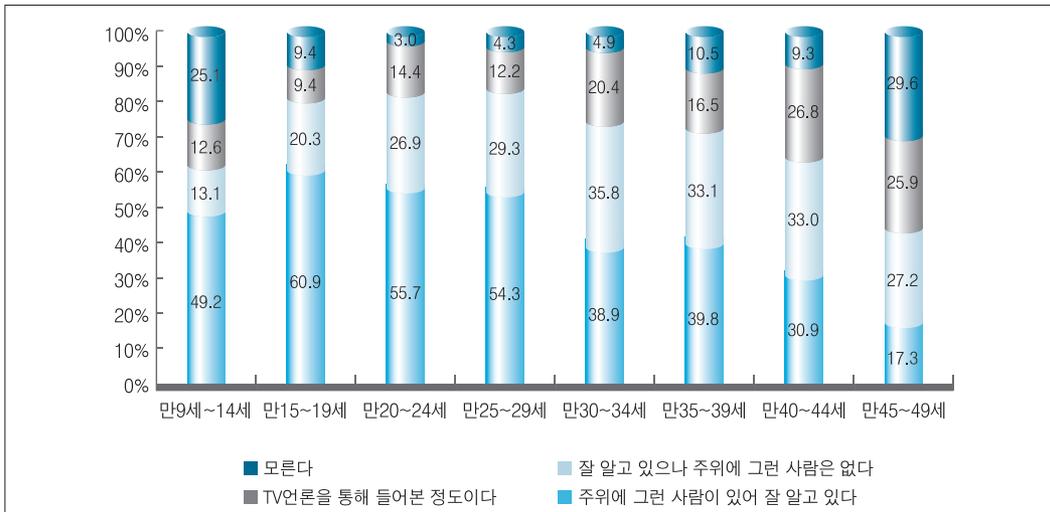
〈그림 2-1-2-34〉 게임구입(게임기/CD/DVD/롬팩) 장소



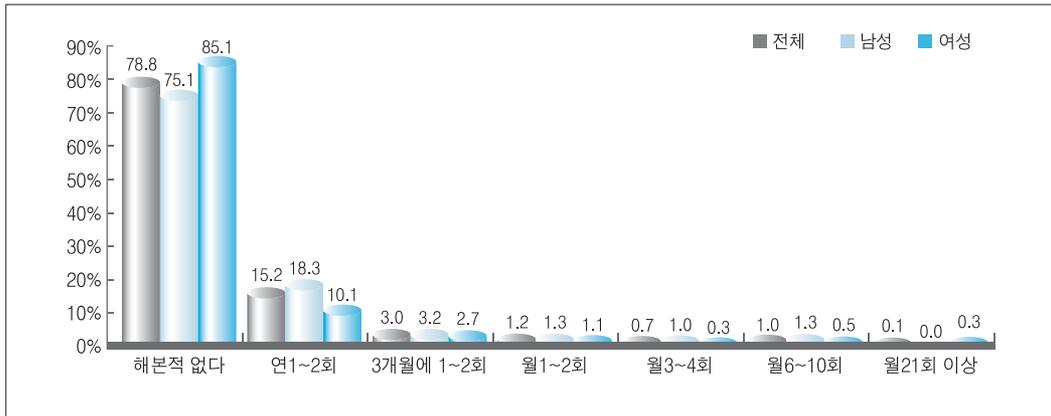
〈그림 2-1-2-35〉 성별 아이템 현금거래 인지여부



〈그림 2-1-2-36〉 연령별 아이템 현금거래 인지여부



〈그림 2-1-2-37〉 성별 아이템 현금거래 경험



〈표 2-1-2-10〉 연령별 아이템 현금거래 경험

(단위 : %)

	해본적 없다	연 1~2회	3개월에 1~2회	월 1~2회	월 3~4회	월 6~10회	월 21회 이상	계
전체	78.8	15.2	3.0	1.2	0.7	1.0	0.1	100.0
만 9~14세	74.1	15.4	4.9	3.5	1.4	0.7	0.0	100.0
만 15~19세	65.6	21.6	4.0	3.2	1.6	4.0	0.0	100.0
만 20~24세	77.8	17.3	3.7	0.0	0.0	0.6	0.6	100.0
만 25~29세	80.9	17.2	0.6	0.6	0.0	0.6	0.0	100.0
만 30~34세	83.1	13.0	2.6	0.6	0.6	0.0	0.0	100.0
만 35~39세	79.8	16.0	2.5	0.0	0.0	1.7	0.0	100.0
만 40~44세	87.5	8.0	2.3	1.1	1.1	0.0	0.0	100.0
만 45~49세	89.5	5.3	3.5	0.0	1.8	0.0	0.0	100.0

〈그림 2-1-2-38〉 성별 1회 평균 아이템거래 금액

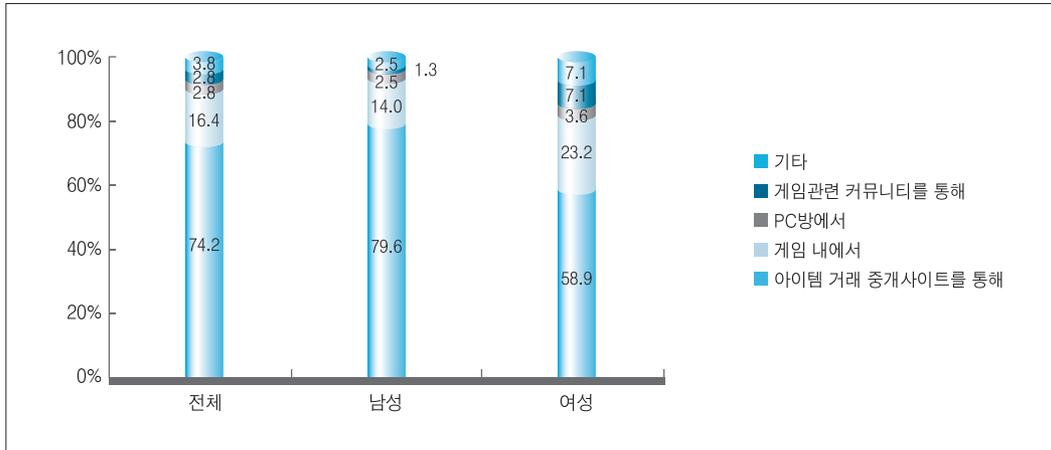


〈표 2-1-2-11〉 연령별 1회 평균 아이템거래 금액

(단위 : %)

	5천원 미만	5천원~1만원 미만	1만~3만원 미만	3만~5만원 미만	5만~10만원 미만	10만~20만원 미만	20만원 이상
전체	11,7	28,2	31,5	10,8	9,9	5,6	2,3
만 9~14세	13,5	51,4	24,3	2,7	5,4	2,7	0,0
만 15~19세	7,0	20,9	44,2	16,3	11,6	0,0	0,0
만 20~24세	8,3	16,7	33,3	11,1	11,1	16,7	2,8
만 25~29세	23,3	20,0	16,7	20,0	10,0	3,3	6,7
만 30~34세	7,7	26,9	34,6	11,5	7,7	7,7	3,8
만 35~39세	12,5	25,0	37,5	4,2	16,7	0,0	4,2
만 40~44세	9,1	45,5	27,3	0,0	9,1	9,1	0,0
만 45~49세	16,7	33,3	16,7	16,7	0,0	16,7	0,0

〈그림 2-1-2-39〉 성별 주로 이용하는 아이템 거래 방식

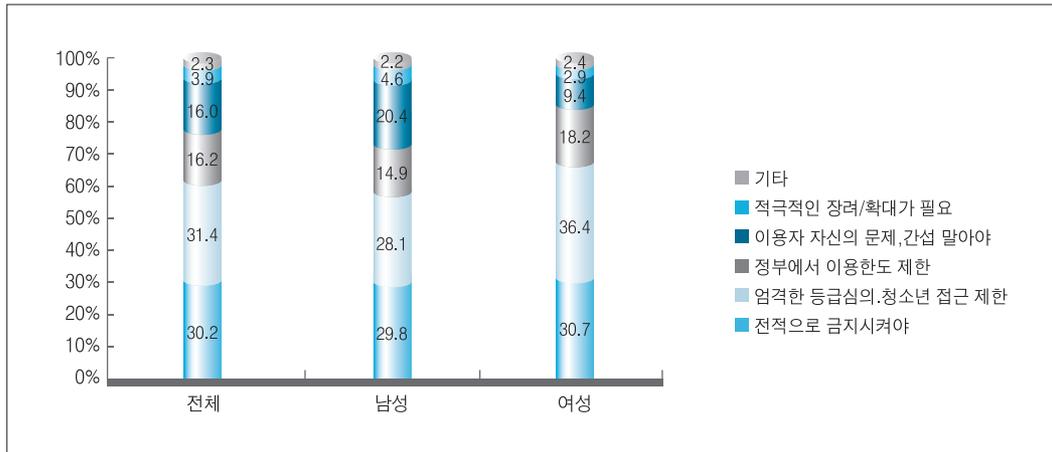


〈표 2-1-2-12〉 연령별 주로 이용하는 아이템 거래 방식

(단위 : %)

	아이템 거래 중개사이트를 통해	게임 내에서	PC방에서	게임관련 커뮤니티를 통해	기타	계
전체	74,2	16,4	2,8	2,8	3,8	100,0
만 9~14세	56,8	18,9	10,8	5,4	8,1	100,0
만 15~19세	86,0	7,0	2,3	2,3	2,3	100,0
만 20~24세	75,0	22,2	0,0	0,0	2,8	100,0
만 25~29세	96,7	0,0	0,0	0,0	3,3	100,0
만 30~34세	84,6	11,5	0,0	0,0	3,8	100,0
만 35~39세	62,5	29,2	0,0	4,2	4,2	100,0
만 40~44세	54,5	27,3	0,0	18,2	0,0	100,0
만 45~49세	16,7	66,7	16,7	0,0	0,0	100,0

〈그림 2-1-2-40〉 성별 아이템 현금거래에 대한 견해



4. 게임 구입 개수

플랫폼별 게임 이용정도를 살펴보면, 우선 아케이드 게임장의 한 달 평균 이용횟수는 1.1 회로 2007년의 1.5회 보다 줄어들었다. 가장 이용횟수가 많은 연령대는 만20~24세로 월 2.2회 정도를 이용한다고 응답하였으며, 만 15~19세와 만25~29세가 1.3회로 같았다. 이에 비해, 만45~49세는 0.4회로 아케이드게임장을 가장 적게 이용하고 있었다.

1년 동안 구매한 PC게임의 수는 평균 3.98개로 남성은 3.96개, 여성은 4.02개를 구입한 것으로 조사되었다. 구입하지 않는 비율이 60.1%로 PC게임 구매자가 매우 한정적임을 알 수 있다. 1년 동안 구매한 비디오게임의 수는 평균 4.61개로 PC게임의 수보다 많았으나

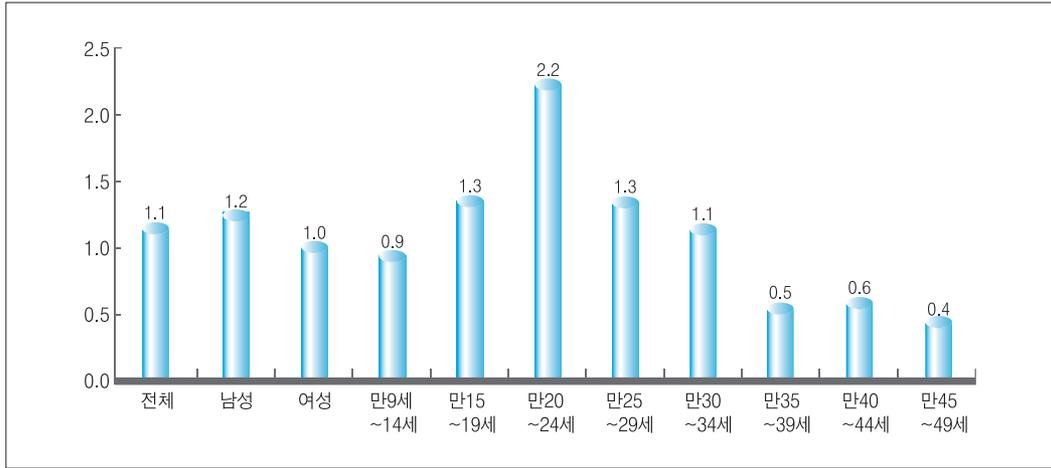
구입하지 않는다고 응답한 비율이 77.8%로 PC게임 보다 더 높았다.

1년 동안 이용한 온라인게임 수는 5.17개로 남성이 6.11개, 여성이 3.63개로 남성의 이용이 더 많았다. 특히, 온라인게임은 이용하지 않는다는 비율이 18.6%로 나타나 대부분의 게임 이용자는 온라인게임을 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 연간 다운로드한 모바일게임의 개수는 평균 4.01개였고, 남성은 4.16개를 여성은 3.78개를 다운로드 받아 이용한 것으로 나타났다. 다운로드하지 않는 비율은 46.2%로 PC게임 및 비디오게임 보다 많은 수가 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 연간 구매한 휴대용게임 개수는 4.12개로 남성이 4.31개, 여성이 3.75개로 남성의 소비량이 더 많았다.



〈그림 2-1-2-41〉 한 달 평균 아케이드 게임장 이용횟수

(단위 : 회)



〈표 2-1-2-13〉 1년 동안 구매한 PC게임 개수

(단위 : %)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	1,133	60.1	22.9	7.0	7.5	2.5	100.0	3.98
남성	677	51.8	29.4	7.2	8.7	2.8	100.0	3.96
여성	456	72.4	13.4	6.6	5.7	2.0	100.0	4.02

〈표 2-1-2-14〉 1년 동안 구매한 비디오게임 개수

(단위 : %)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	1,133	77.8	10.8	3.1	6.2	2.1	100.0	4.61
남성	677	73.1	13.1	3.4	8.0	2.4	100.0	4.50
여성	456	84.9	7.2	2.6	3.5	1.8	100.0	4.88

〈표 2-1-2-15〉 1년 동안 이용한 온라인게임 개수

(단위 : %)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	1,133	18.6	36.7	21.6	17.8	5.3	100.0	5.17
남성	677	15.5	34.9	22.5	20.6	6.5	100.0	6.11
여성	456	23.2	39.5	20.2	13.6	3.5	100.0	3.63

〈표 2-1-2-16〉 1년 동안 다운로드한 모바일게임 개수

(단위 : %)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	1,133	46.2	26.5	12.3	11.9	3.1	100.0	4.01
남성	677	44.8	27.6	11.7	12.1	3.8	100.0	4.16
여성	456	48.5	24.8	13.2	11.6	2.0	100.0	3.78

〈표 2-1-2-17〉 1년 동안 구매한 휴대용게임 개수

(단위 : %)

	사례수	구입하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	구입자 평균 (개수)
전체	1,132	71.5	13.0	6.8	5.1	0.9	1.1	1.7	100.0	4.12
남성	677	68.9	14.2	6.7	6.2	1.2	0.9	1.9	100.0	4.31
여성	456	75.2	11.2	7.0	3.5	0.4	1.3	1.3	100.0	3.75



5. 게임 전용기기 이용 실태

1) 비디오게임기

현재 보유하고 있는 비디오게임기를 조사해 본 결과, 플레이스테이션2(24.0%)가 가장 높은 비율을 보였다. 플레이스테이션2 보유 여부는 성별에 따라 차이가 크게 나타났는데, 남성은 29.8%가 보유하고 있었고 여성은 15.4%만이 보유하고 있었다. 여성은 남성에 비해 다양한 종류의 비디오게임기 보유 양상을 보여주었다. 여성의 경우 플레이스테이션2 다음으로, '닌텐도 게임큐브'가 6.6%, '기타'가 5.9%, '닌텐도 64' 3.9%, '플레이스테이션1' 3.3%, 'Xbox'가 2.0%였다.

한편 앞으로 구입하고 싶은 비디오게임기 1순위로는 '플레이스테이션3' (36.5%)와 'Xbox360' (23.5%)이 높은 응답률을 보였는데, 여기에서도 남녀 차이가 있었다. 남성은 40.1%가 '플레

이스테이션3', 30.1%가 'Xbox360', 15.4%가 '닌텐도 게임큐브'를 구입하기를 희망했는데 비해 여성은 36.4%가 '닌텐도 게임큐브'를, 30.6%가 '플레이스테이션3'를 구입하기 원했고, 구입 희망하는 비디오게임기가 없다는 응답도 10.0%에 달했다.

2) 휴대용게임기

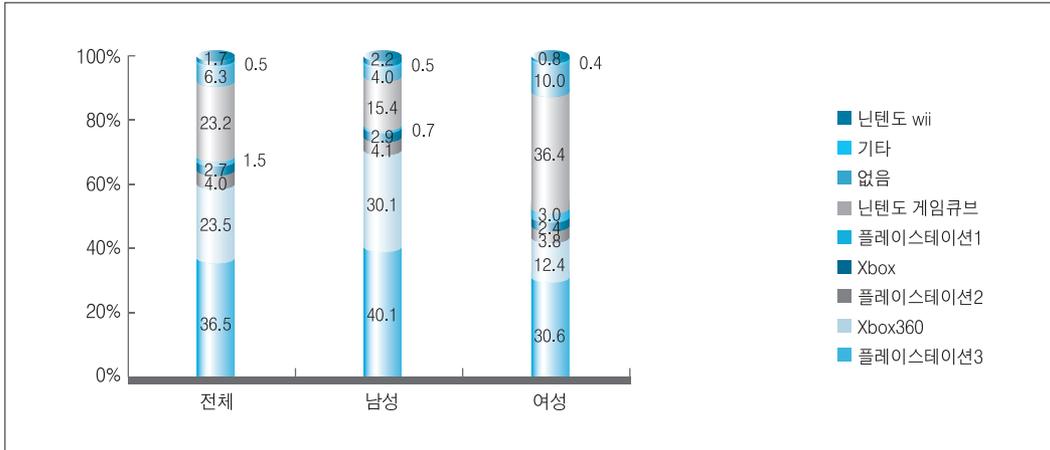
휴대용게임기 선호도를 살펴보면, 현재 보유한 휴대용게임기로는 '닌텐도DS'가 19.7%로 가장 많고, 그 다음 'PSP'가 13.4%로 많았다. 2007년 조사에서는 'PSP'가 10.2%, '닌텐도DS' 3.8%의 순이었는데 1년 사이 휴대용 게임기 구입비율이 역전되었다. 향후, 구입하기를 희망하는 게임기를 조사한 결과, '닌텐도DS'가 44.5%로 가장 높았고 'PSP'가 35.7%로 뒤를 이었다.

2007년의 조사 결과에서는 구입을 희망하는

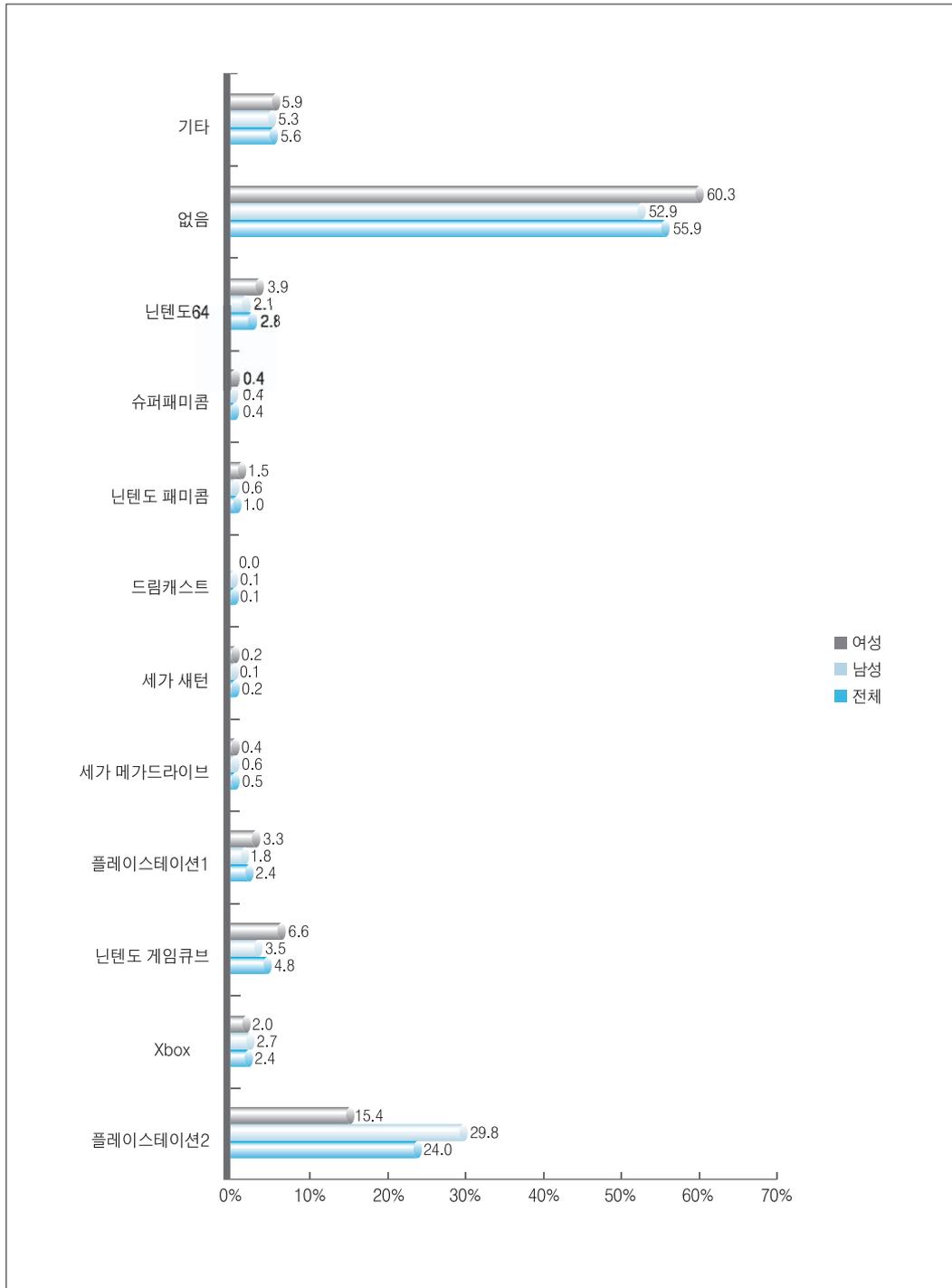
휴대용게임기가 'PSP' (62.1%), '닌텐도DS' (15.8%)였던 것에 비하면 닌텐도DS의 인기로 인해 PSP보다 닌텐도DS를 구매하고자 하는

소비자가 증가하였음을 반영하고 있다. 휴대용 게임기 시장은 다른 게임기가 미미한 가운데 '닌텐도DS'와 'PSP'가 각축을 벌이고 있다.

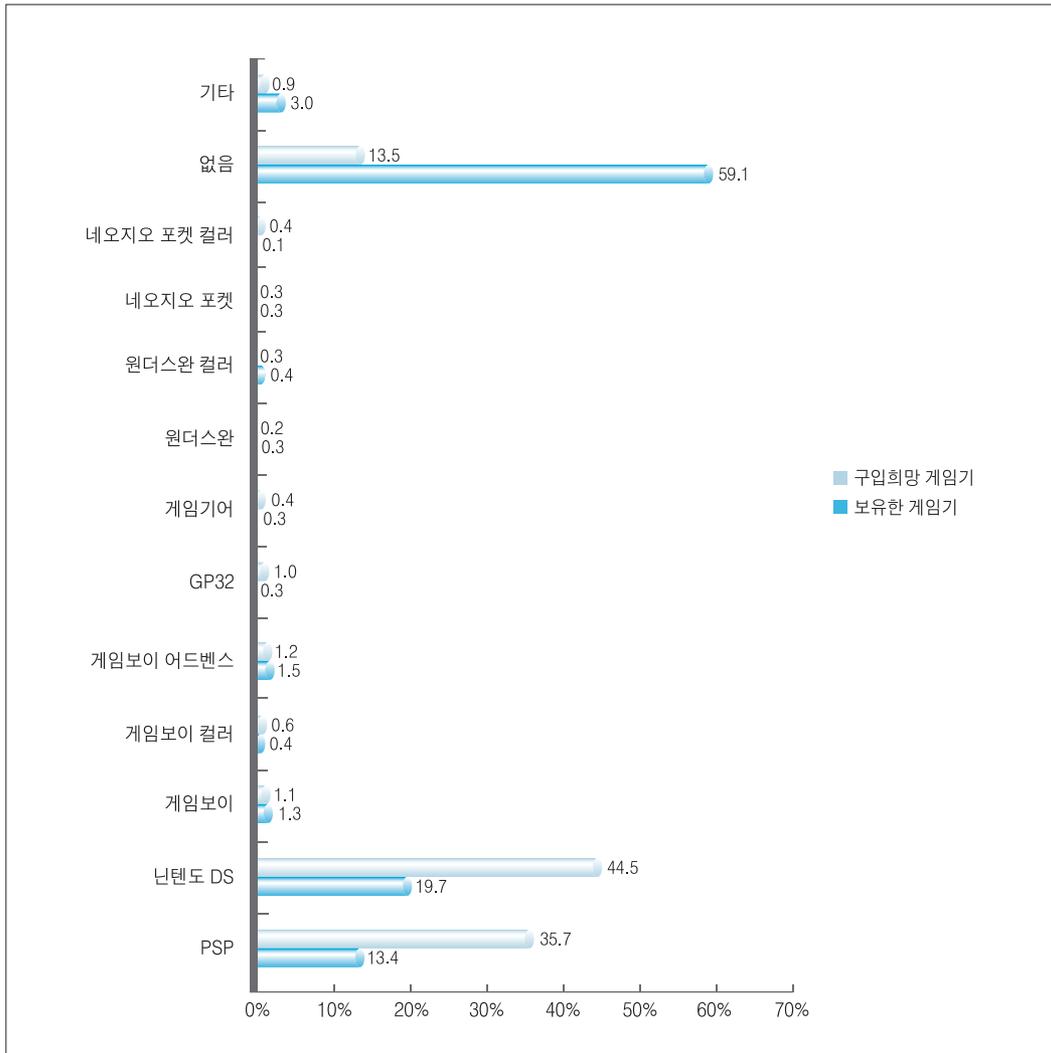
〈그림 2-1-2-42〉 향후 구입하고 싶은 비디오키템기 (1순위)



<그림 2-1-2-43> 현재 보유하고 있는 비디오게임기 (복수 응답)



〈그림 2-1-2-44〉 현재 보유한 휴대용게임기 및 구입 희망 게임기



제3절 게임에 대한 견해

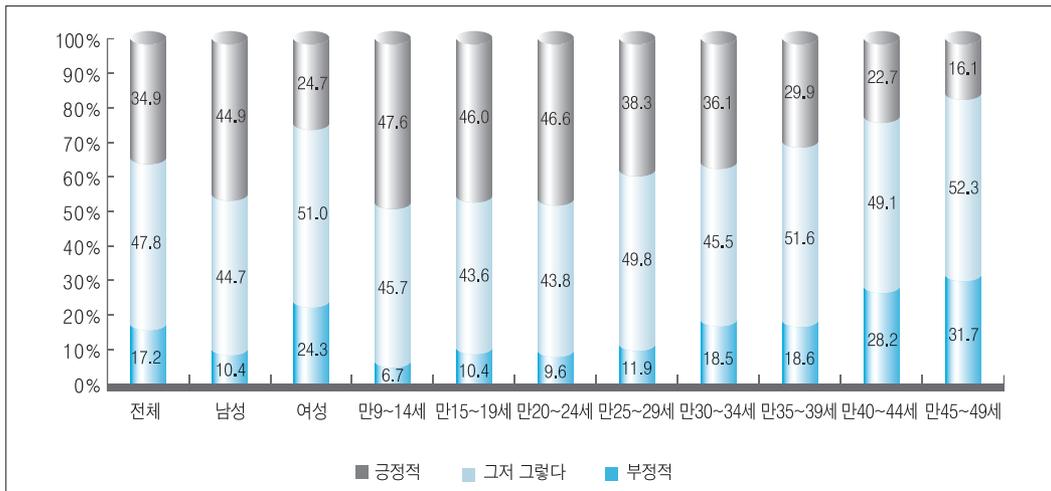
1. 게임에 대한 일반적인 견해

게임에 대한 인식을 조사해 본 결과 남성보다 여성이 부정적인 인식을 가지고 있었고, 연령별

로는 연령이 높아질수록 게임에 대해 부정적인 인식을 가지고 있었다. 전체적으로는 ‘부정적’이라고 생각하는 응답자가 전체의 17.2%, ‘그저 그렇다’는 의견에 동의한 응답자가 47.8%로 가

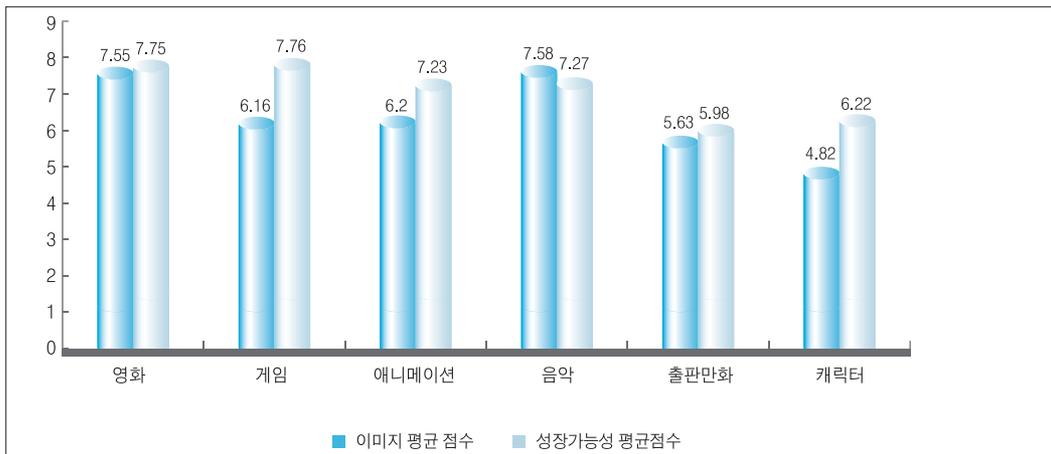


〈그림 2-1-3-01〉 게임에 대한 인식 (성별, 연령별 견해)

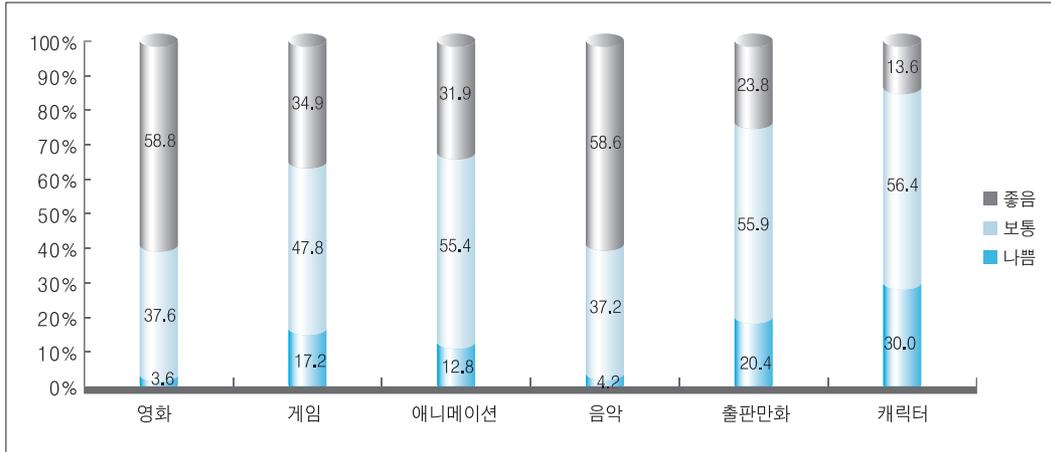


〈그림 2-1-3-02〉 문화콘텐츠 이미지 평균 점수

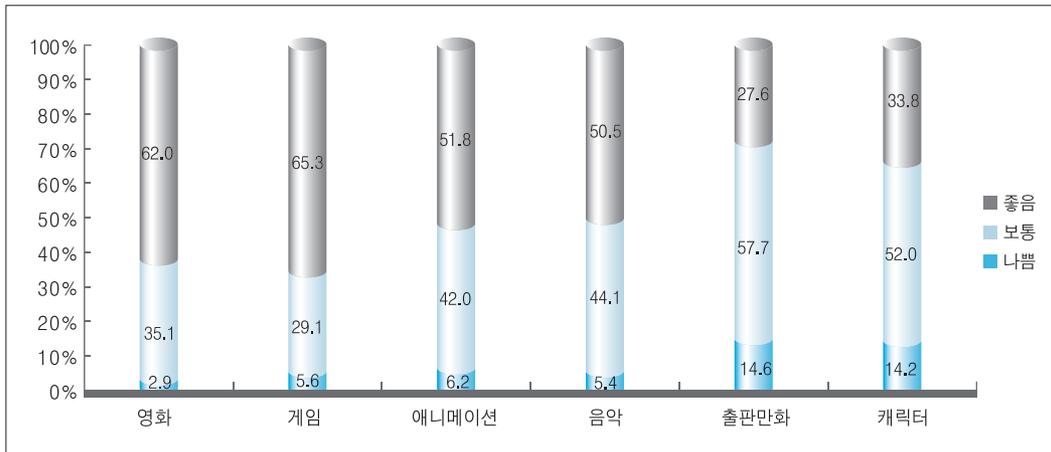
(단위 : 점)



〈그림 2-1-3-03〉 문화콘텐츠별 이미지



〈그림 2-1-3-04〉 문화콘텐츠 향후 성장 가능성



장 많았다. ‘긍정적’이라는 의견에는 34.9%가 동의했다. 남성의 경우, 긍정적이라고 응답한 비율이 44.9%로 절반에 가까웠다.

게임에 대한 전반적인 이미지는 10점 만점에 6.16점으로 영화 7.55점, 음악 7.58점 보다 낮았으나 출판만화(5.63점), 캐릭터(4.82점) 보다 높게 나타났다. 향후, 성장 가능성에 대한 점수는 게임이 7.76점으로 가장 높았으며, 현재 이미지와 성장

가능성의 차이가 가장 큰 분야는 ‘캐릭터’였다.

문화콘텐츠별 이미지에 대한 의견을 조사한 결과, 게임보다 ‘긍정적’인 평가 비율이 높은 분야는 영화, 음악 분야였고, 애니메이션은 31.9%로 게임과 비슷한 수준이었다. 출판만화와 캐릭터는 ‘부정적’인 의견을 가진 응답자가 각각 20.4%, 30.0%로 다른 분야보다 높은 비율을 나타내었다.

성장 가능성을 살펴 본 결과, 영화의 경우 성장

가능성이 높다는 의견이 62.0%였고, 게임은 65.3%였다. 출판만화와 캐릭터를 제외한 나머지 분야의 성장 가능성이 대체로 높게 나타나 문화콘텐츠에 대한 이용자의 기대심리가 높은 것으로 보인다.

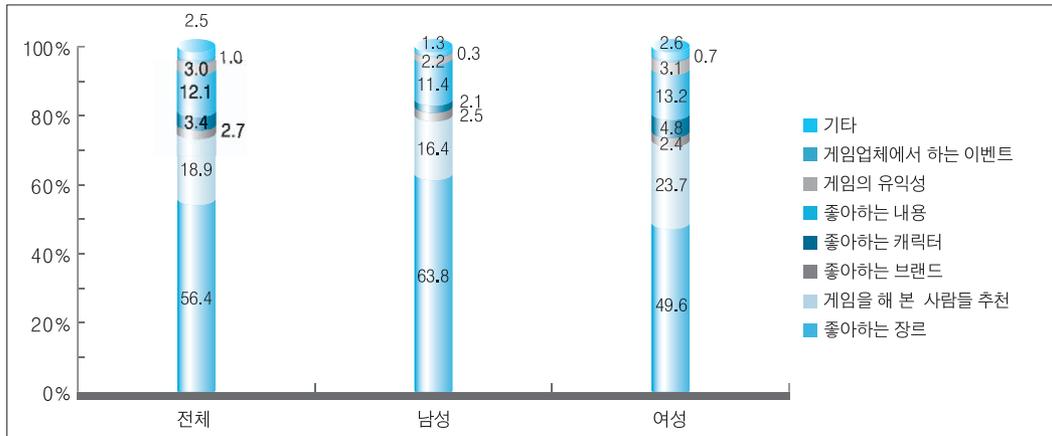
‘좋아하는 장르’를 선택한 응답자가 전체의 56.4%로 가장 많았다. ‘게임을 해 본 사람들 추천’(18.9%), ‘좋아하는 내용’(12.1%)이 그 다음이었다. 성별로 분석해 보면, 남성의 경우 좋아하는 장르로 선택한다는 의견이 63.8%, 게임을 해 본 사람의 추천이 16.4%, 좋아하는 내용이 11.4%인 것으로 나타났다. 여성은 좋아하는 장르가 49.6%, 게임을 해 본 사람의 추천이 23.7%, 좋아하는 내용이 13.2%로 각각 나타나

2. 게임 선택 결정요소 및 불만사항

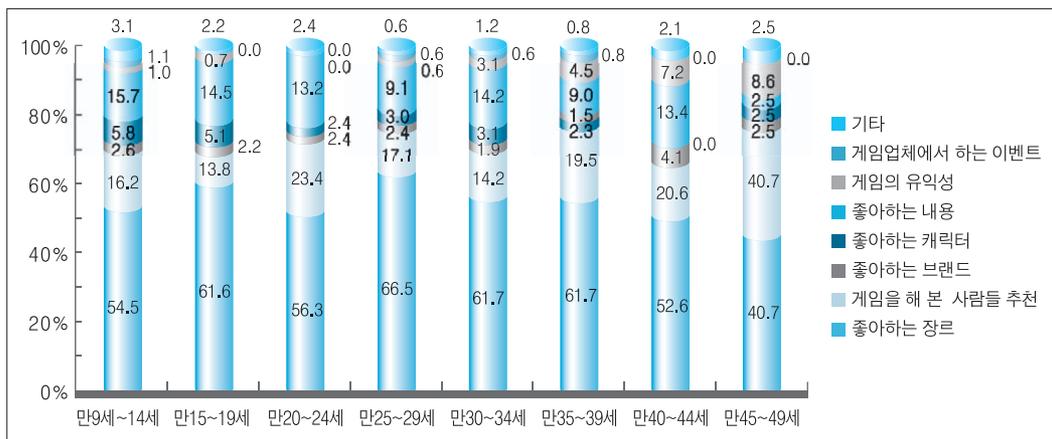
1) 게임 선택 결정요소 및 향후 개발 희망게임

게임을 선택할 때 중요하게 고려하는 요소로

〈그림 2-1-3-05〉 성별 게임을 선택하는 이유 (1순위)



〈그림 2-1-3-06〉 연령별 게임을 선택하는 이유 (1순위)



여성이 타인의 평가를 토대로 게임을 선택하는 경향이 남성보다 좀 더 많다는 것을 알 수 있다.

연령별로 살펴보면, '좋아하는 장르'를 선택한 응답자가 가장 많았고, '좋아하는 내용'과 '게임을 해 본 사람들 추천'은 상대적인 관계를 보이고 있다. 즉, 게임을 이미 해 본 사람들의 추천을 중요하다고 선택한 응답 비율이 높은 연령대는 좋아하는 장르에 따라 선택한다는 응답이 낮았고, 추천의 비율이 낮은 연령대는 선호 장르에 의해 게임을 선택하게 된다는 의견이 높았다. 만30~34세에서 두 항목의 비중이 비슷했다.

2) 개발희망 게임 장르 및 게임 요소별 중요도에 관한 견해

게임과 결합되기를 바라고 있는 분야로 가장 많은 응답은 '교육' (29.8%) 이었다. 그 다음으로 커뮤니티(22.2%), 심리(14.9%), 체감성(10.7%), 치료(10.2%)의 순이었다. 남녀의 차이를 보면, 남성은 여성에 비해 커뮤니티(남성 25.7%, 여성 17.1%)의 희망도가 높았고, 여성의

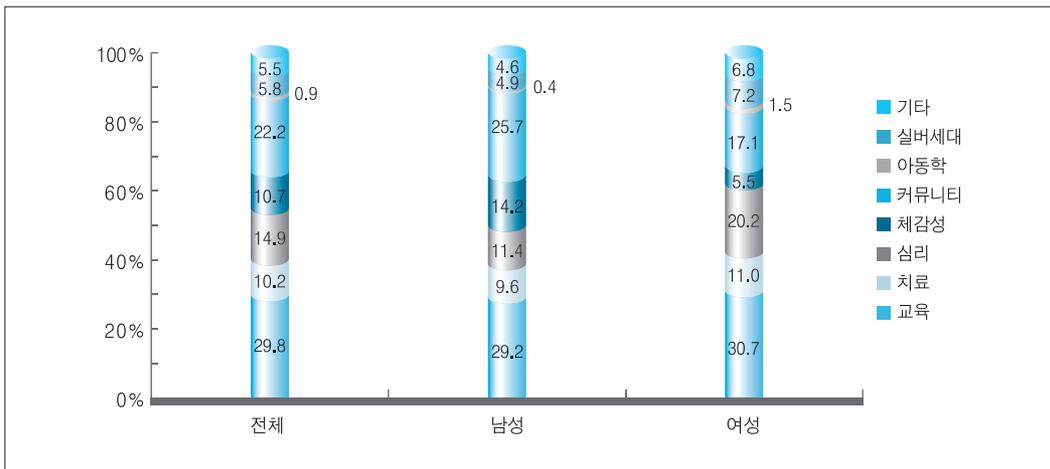
경우 심리(여성 20.2%, 남성 11.4%)의 희망도가 높았다. 남녀 모두 교육과 커뮤니티와 게임이 향후 결합되기를 바라는 경향이 가장 큰 것으로 나타났다.

연령별 게임과 결합되기를 바라는 분야로는 모든 연령대에서 교육과의 결합을 가장 많이 희망하는 가운데, 연령이 낮을수록 커뮤니티와의 결합을 희망하는 양상을 나타냈다.

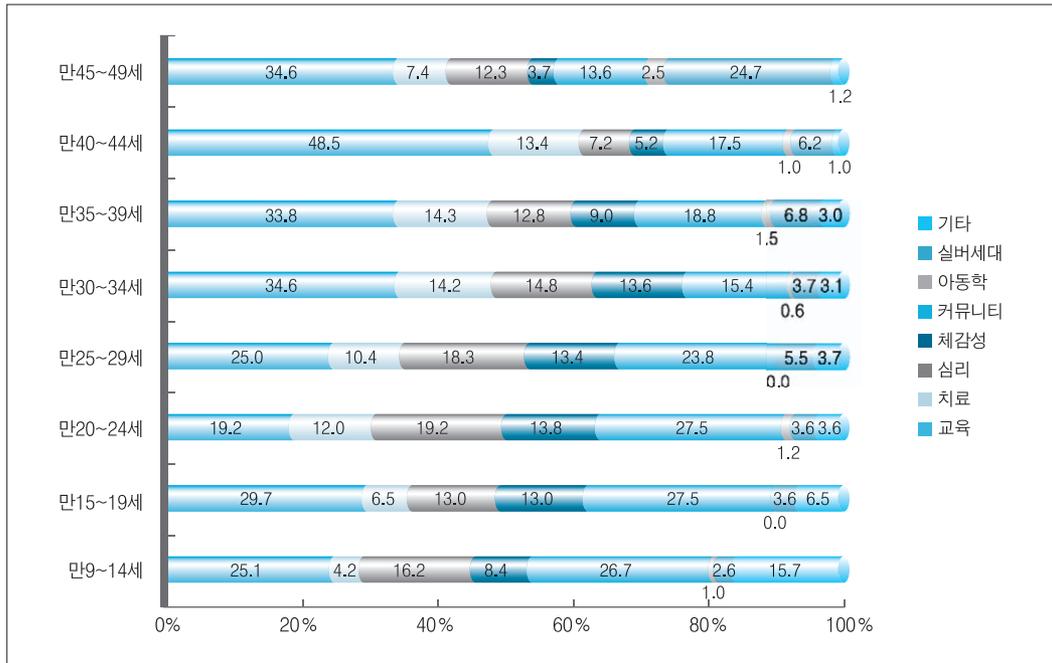
게임하면서 관심있게 보는 부분으로 스토리가 35.7%로 가장 높게 나타났다. 그래픽이 22.5%로 그 다음이었으며 기획이 16.5%, 연출력이 8.3% 순이었다. 2007년과 비교해 볼 때 스토리에 대한 관심은 39.0%에서 35.7%로 줄어들었고, 그래픽 역시 22.8%에서 22.5%로 감소하였고, 반면, 연출력은 7.0%에서 8.3%로 증가하였다. 남녀 차이를 살펴보면, 여성이 남성보다 서비스 수준, 사운드 및 기획을 더 관심 있게 보는 경향이 있는 것으로 나타났다.

게임이용자가 게임을 하면서 관심있게 살펴보는 부분이 스토리, 그래픽, 기획이라는 것은 연

(그림 2-1-3-07) 성별 게임과 결합되기를 희망하는 분야에 대한 견해



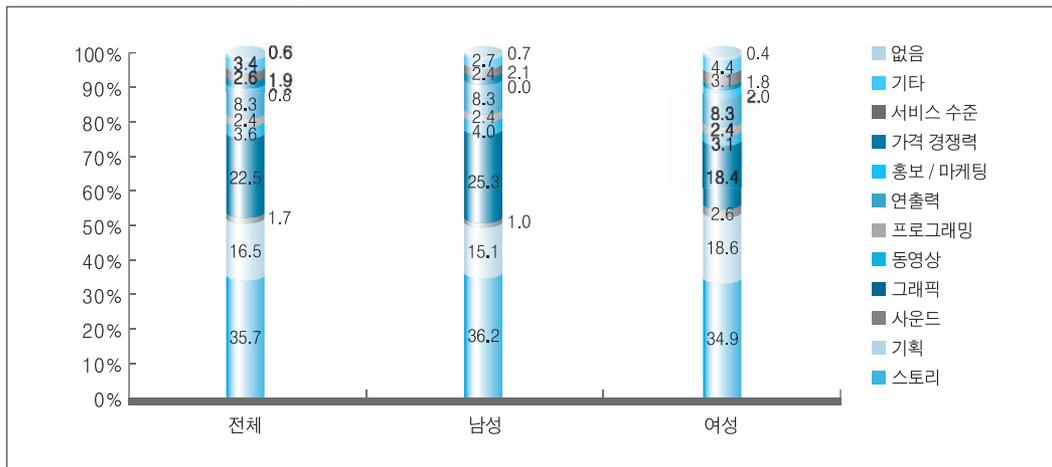
〈그림 2-1-3-08〉 연령별 게임과 결합되기를 희망하는 분야에 대한 견해



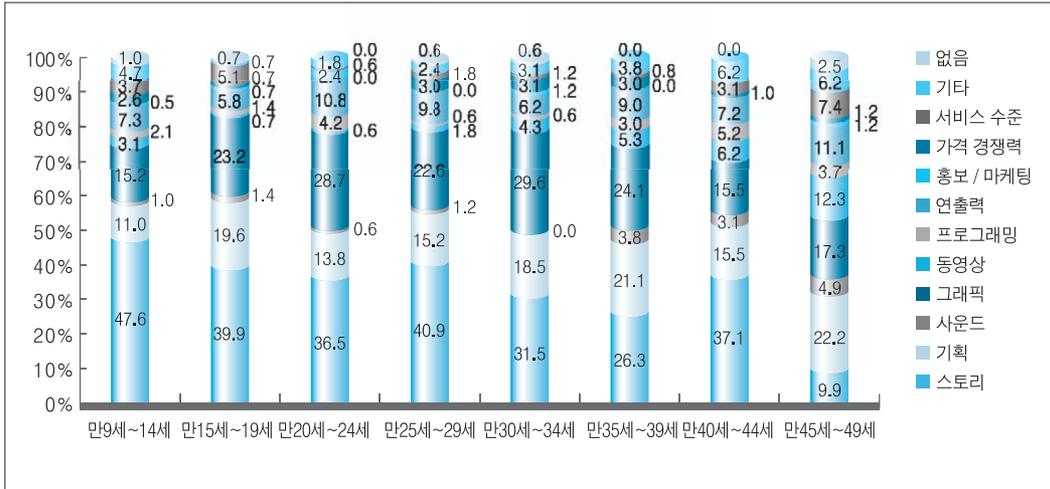
연령대와 상관없이 동일하였다. 만9~14세는 다른 연령대에 비해 스토리(47.6%)를 선택한 비율이 높았고, 기획(11.0%)을 선택한 비율이 다른 연령대와 비교해 볼 때 낮았다. 반면에 만15~19세는

스토리(39.9%), 그래픽(23.2%), 기획(19.6%)의 순으로 응답하였다. 만45~49세는 다른 연령대와 달리 스토리를 관심있게 본다라는 응답이 9.9%로 저조한 반면, 기획이 22.2%로 높았고, 동영

〈그림 2-1-3-09〉 성별 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 요소



〈그림 2-1-3-10〉 연령별 게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 요소



상이 12.3%로 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있다.

3) 게임이용 시 불만사항

게임을 이용할 때 느끼는 불만사항으로 '가격이 너무 비싸다'는 의견이 19.7%로 가장 높게 조사되었다. 컴퓨터 요구사항이 너무 높다는 의견이 그 다음으로 많았고(18.1%), 버그문제(14.8%)와 시나리오 및 아이디어가 떨어진다는 불만이 12.8%로 그 다음이었다. 남성의 경우, 가격이 비싸다는 불만을 가진 비율이 20.5%였고, 컴퓨터 요구사항이 너무 높다는 불만을 가진 비율은 18.9%였다. 또한, 버그 문제와 시나리오/아이디어가 떨어진다는 불만을 가진 응답자는 13.7%로 같았다. 여성의 경우, 가격이 비싸다는 불만이 18.6%로 가장 높게 나타났고, 높은 컴퓨터 요구사항에 대한 불만이 16.8%, 버그 문제가 16.4%로 남성에 비해 버그 문제에 대해 불만을 가진 비율이 높게 나타났다.

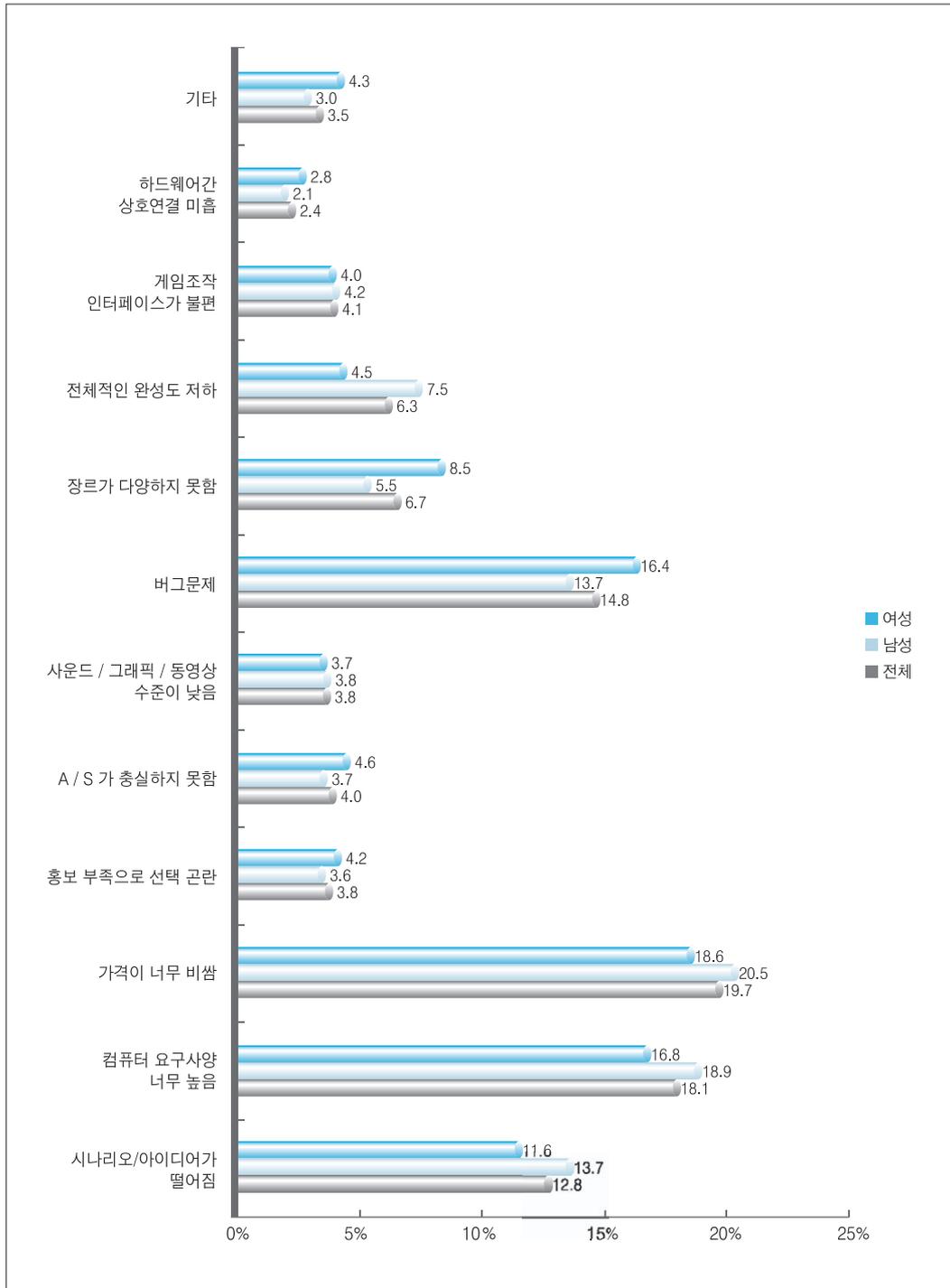
연령별 게임이용 시 불만사항을 살펴보면, 만

9~14세의 응답자의 경우, '버그 문제'가 17.8%로 가장 높은 비율이었다. 다음으로는 비싼 가격(15.9%), 높은 컴퓨터 요구사항(15.9%), 시나리오 및 아이디어의 부족(13.5%) 순이었다. 만 15~19세의 경우, 높은 컴퓨터 사양이 22.1%로 가장 높게 조사되었고, 그 다음으로 비싼 가격이 19.9%, 버그문제 15.4%였다.

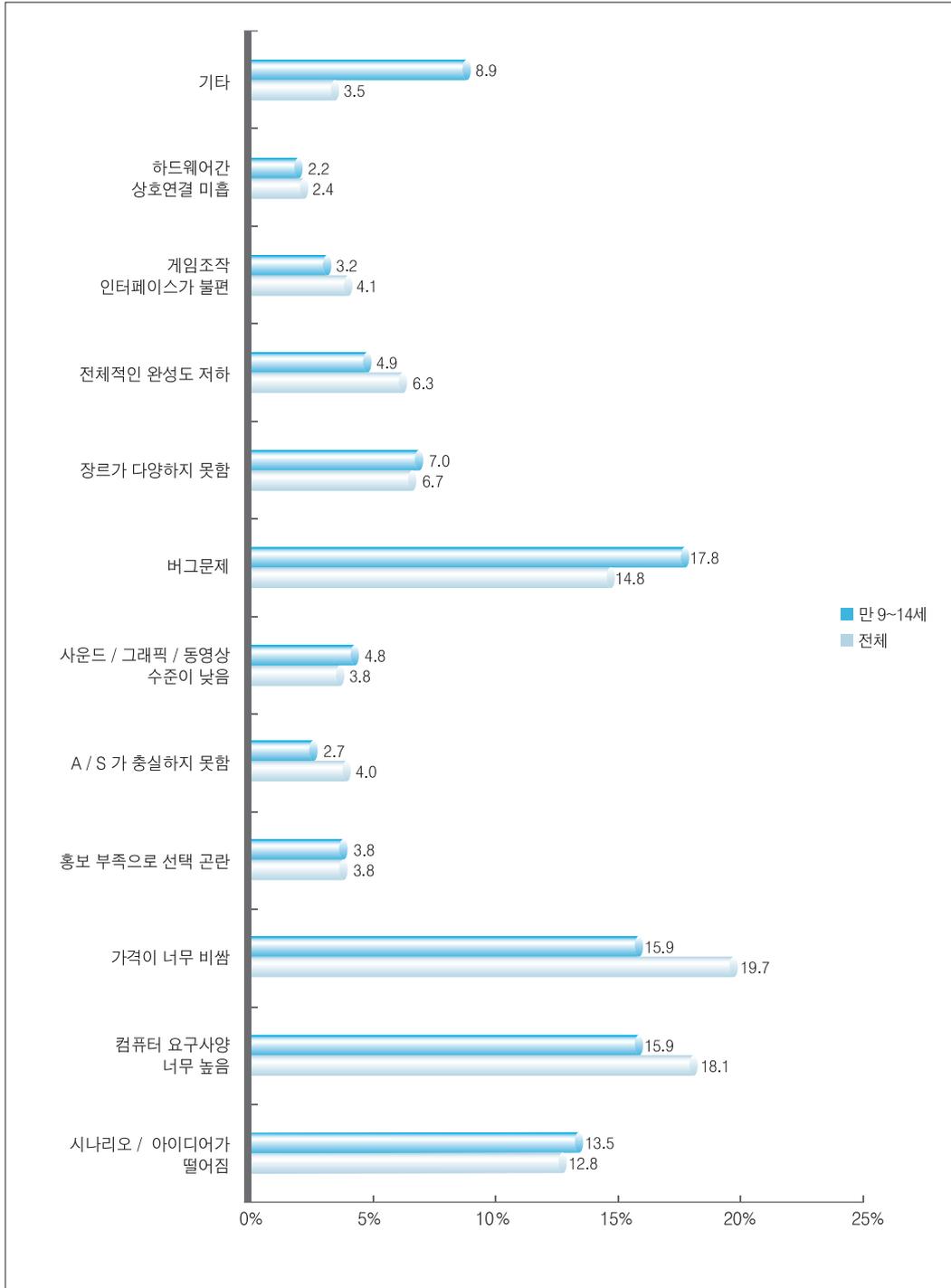
만20~24세는 게임이용 시 불만사항으로 비싼 가격을 가장 많이 선택하였다(21.8%). 그 다음으로는 높은 컴퓨터 요구 사양에 대한 것으로 16.6%가 응답하였고, 버그문제에 대한 불만은 14.8%로 나타났다. 전체적인 완성도에 대한 불만은 게임이용자 전체의 6.3%인것과 비교할때 다른 연령대보다도 만20~24세에게서 상대적으로 높게 나타난 특징을 보이고 있다.

만30~34세의 게임이용자가 게임이용 시 느끼는 불만사항 중 가장 높은 비중을 차지하는 것은 '비싼 가격'으로 21.9%가 응답하였다. 그 다음으로는 높은 컴퓨터 요구사항이 20.3%였고, 버그문제(13.8%), 시나리오와 아이디어의 부족

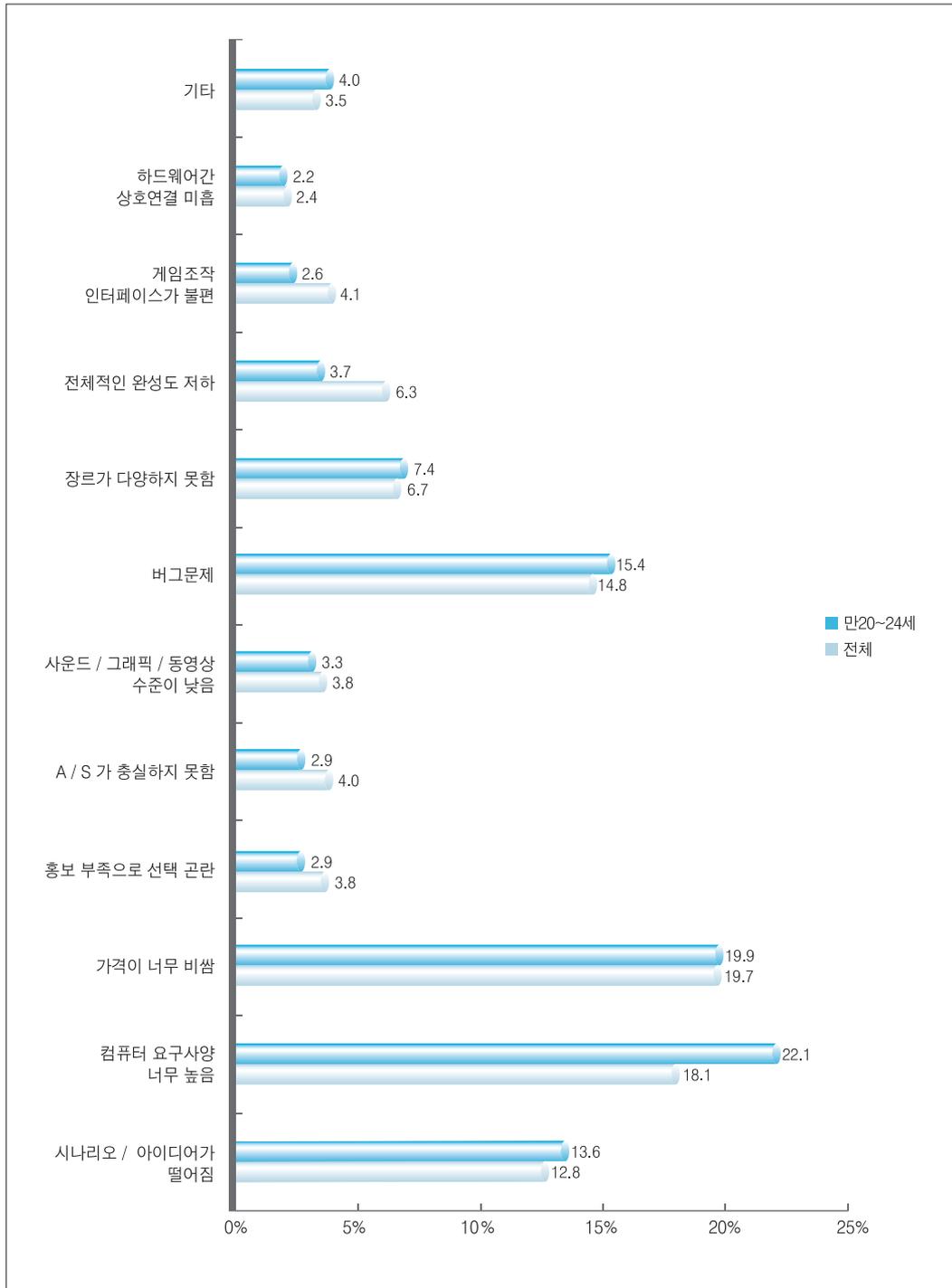
<그림 2-1-3-11> 성별 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



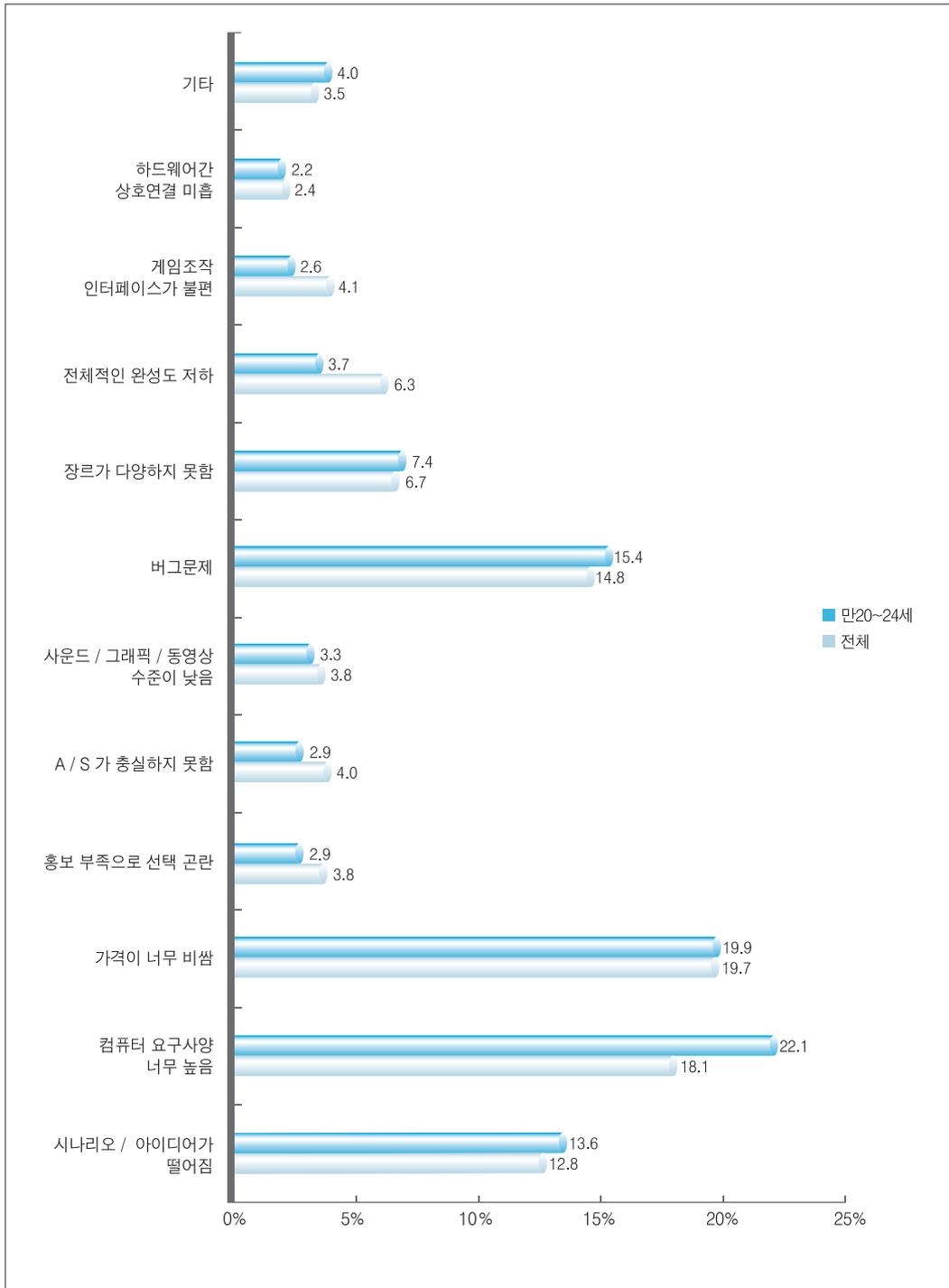
〈그림 2-1-3-12〉 만9~14세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



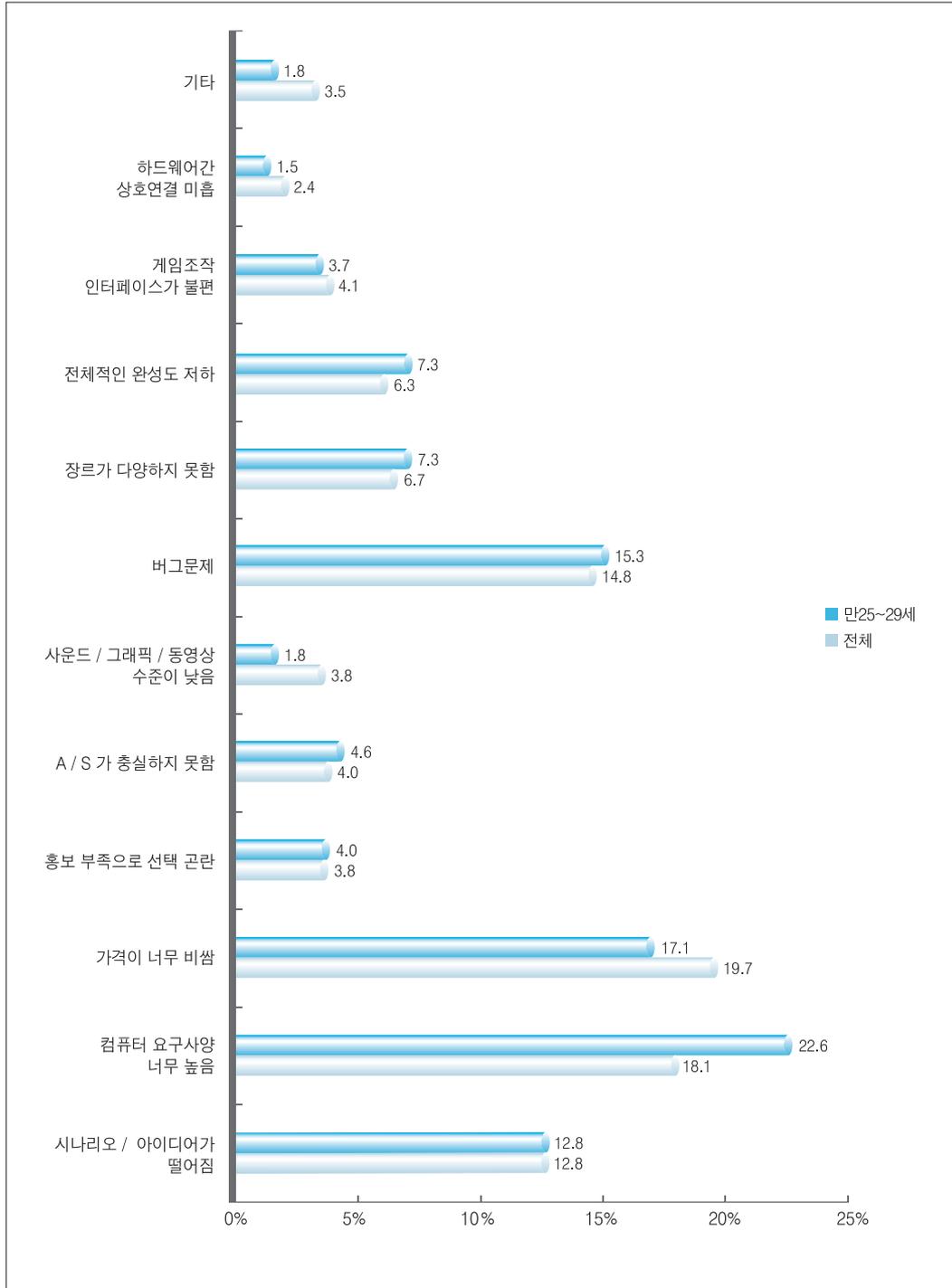
<그림 2-1-3-13> 만15~19세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



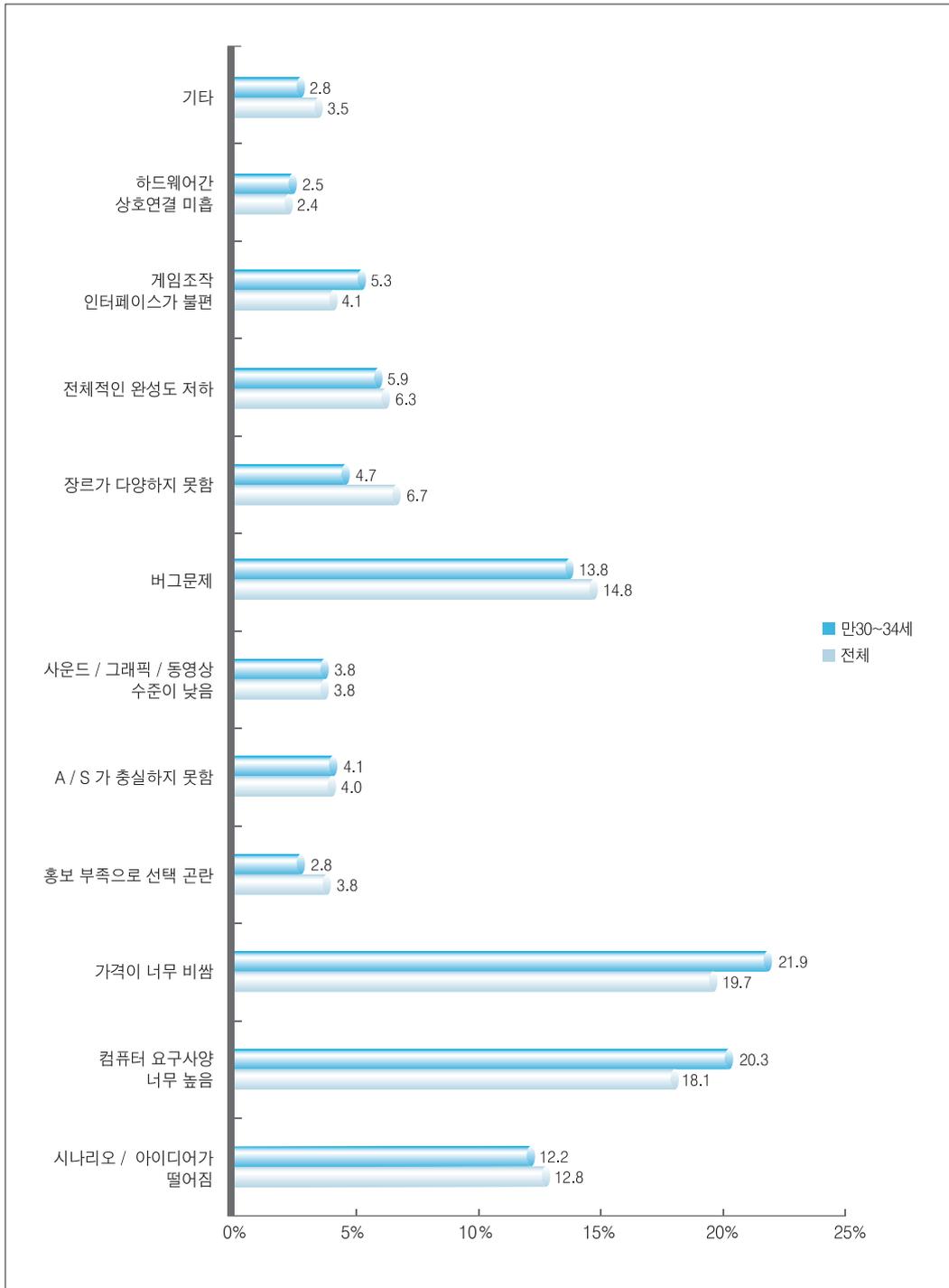
〈그림 2-1-3-14〉 만20~24세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



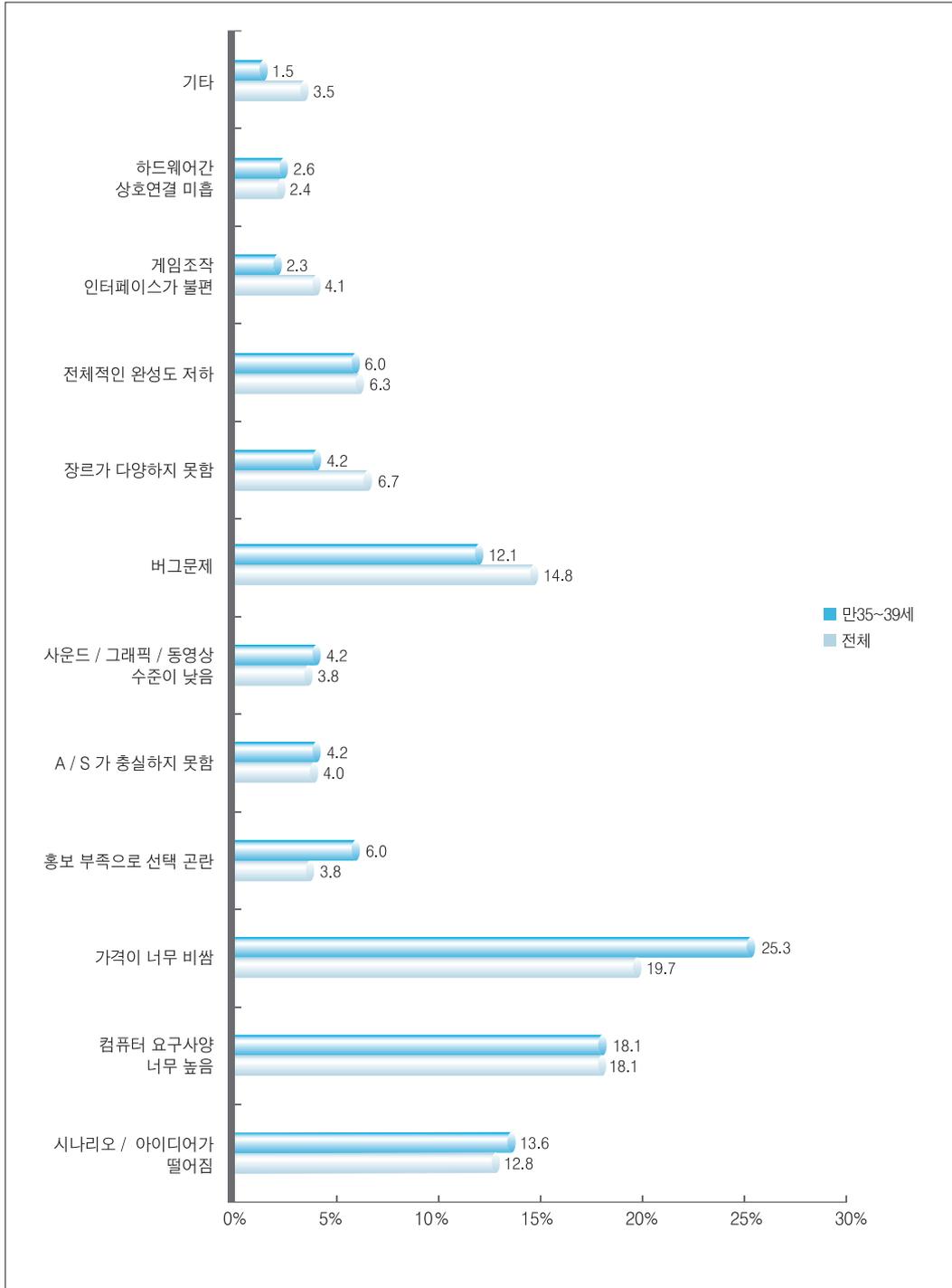
<그림 2-1-3-15> 만25~29세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



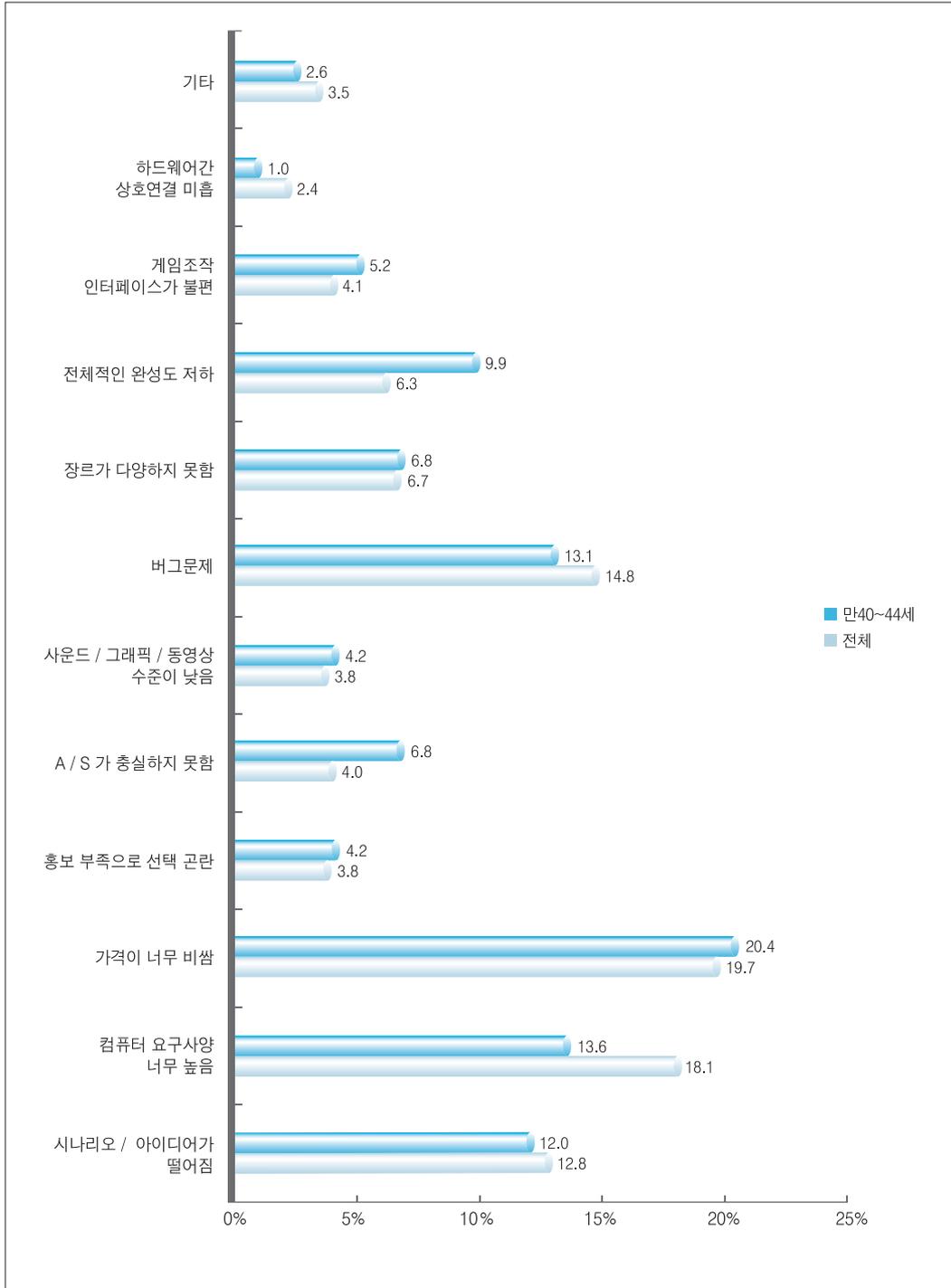
〈그림 2-1-3-16〉 만30~34세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



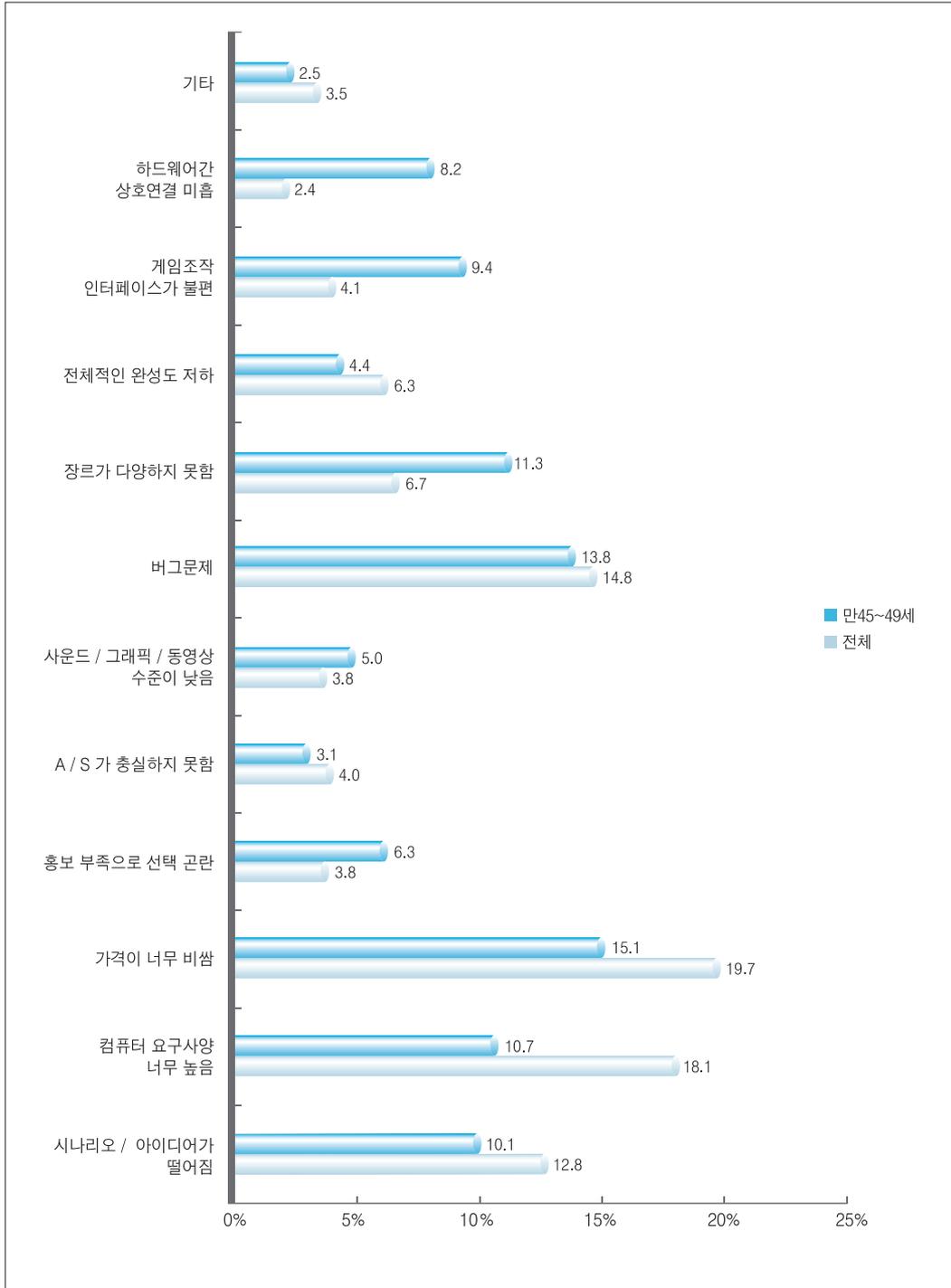
〈그림 2-1-3-17〉 만35~39세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



〈그림 2-1-3-18〉 만40~44세 응답자의 게임이용 시 불만사항 (복수응답)



<그림 2-1-3-19> 45~49세 응답자의 게임이용 시 불만사항(복수응답)



(12.2%) 순으로 나타났다.

만35~39세의 게임이용자에게 게임이용 시 가장 불만스러운 요인은 비싼 가격으로 25.3%를 차지하였다. 높은 컴퓨터 요구사항은 18.1%로 그 다음이었고, 그 외의 요인은 비슷한 수준으로 조사되었다. 다른 연령대보다 비싼 가격에 대한 불만이 상대적으로 높게 나타났다.

만40~44세의 게임이용자는 비싼 가격(20.4%), 높은 컴퓨터 요구사항(13.6%), 버그 문제(13.1%), 시나리오와 아이디어의 부족(12.0%), 전체적인 완성도 저하(9.9%)의 순으로 불만을 나타냈다.

만45~49세 게임이용자의 게임이용 시 불만 사항은 비싼 가격으로 15.1%의 비중을 차지하였다. 버그 문제나 비싼 가격 및 높은 컴퓨터 요구사항의 경우는 전체 게임이용자의 응답비율 보다 낮았다.

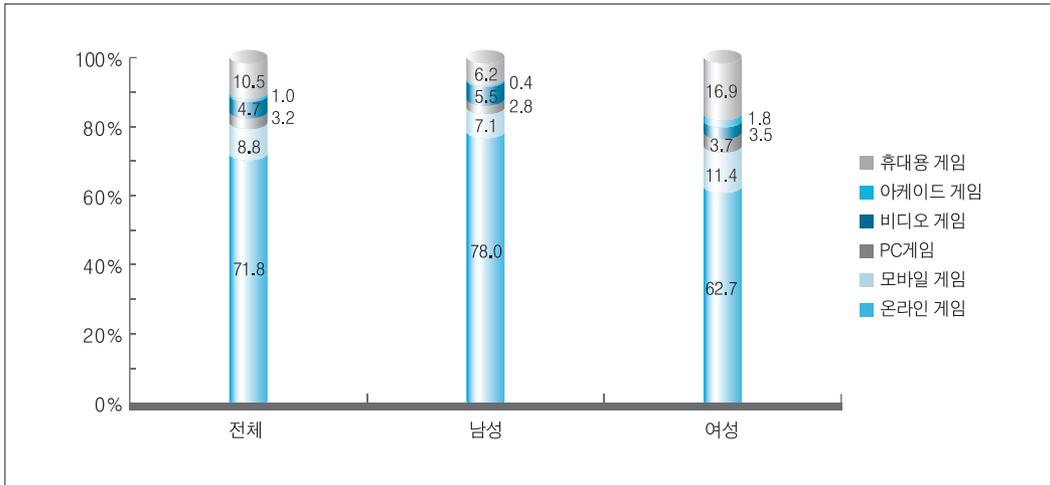
4) 향후 시장 주도할 플랫폼에 대한 견해

향후, 국내 게임시장을 주도할 게임 분야로 가장 유망하다고 생각하는 플랫폼은 2007년과 마찬가지로 온라인게임(71.8%)이었다. 모바일게임(8.8%), PC게임(3.2%)은 전년 대비 감소하였고, 휴대용게임이 10.5%로 2007년과 비교할 때 가장 크게 증가하였다. 특히, 여성 게임이용자들에게 휴대용게임에 대한 시장 성장 가능성이 높게 나타났는데, 2006년 6.6%에서 2007년 16.9%로 2.5배 가량 증가하였다.

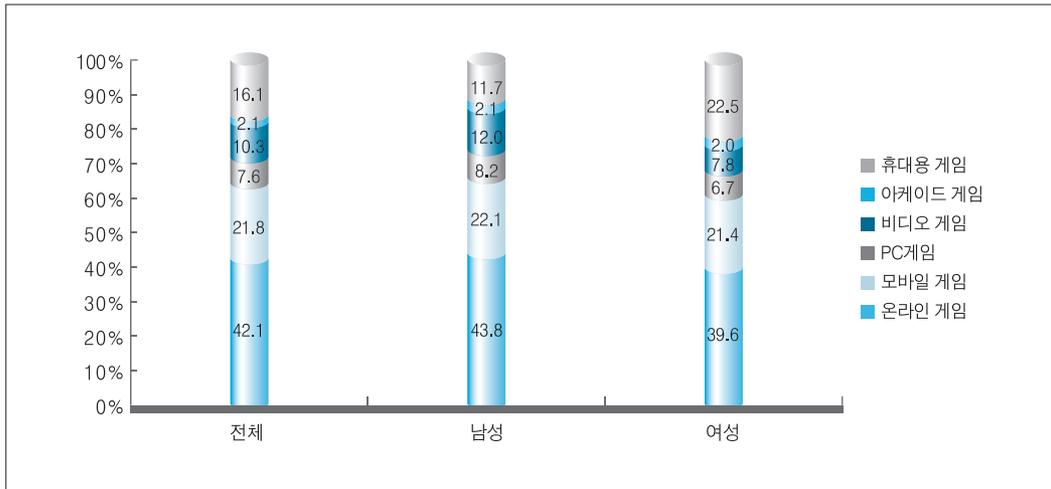
2순위까지의 종합 결과 역시 온라인게임이 42.1%로 국내 게임시장을 주도할 게임 분야로 인식되고 있으며, 모바일게임이 21.8%, 휴대용게임이 16.1%로 조사되었다. 전년대비 휴대용게임의 시장 주도력 비중이 증가하였고, 온라인게임에 대한 의견은 약간 감소하였다.

국내 게임시장을 주도할 게임 장르로는 현재 가장 선호하는 장르인 '롤플레이'가 20.1%로 미래의 가능성도 인정받고 있는 것으로 나타났다.

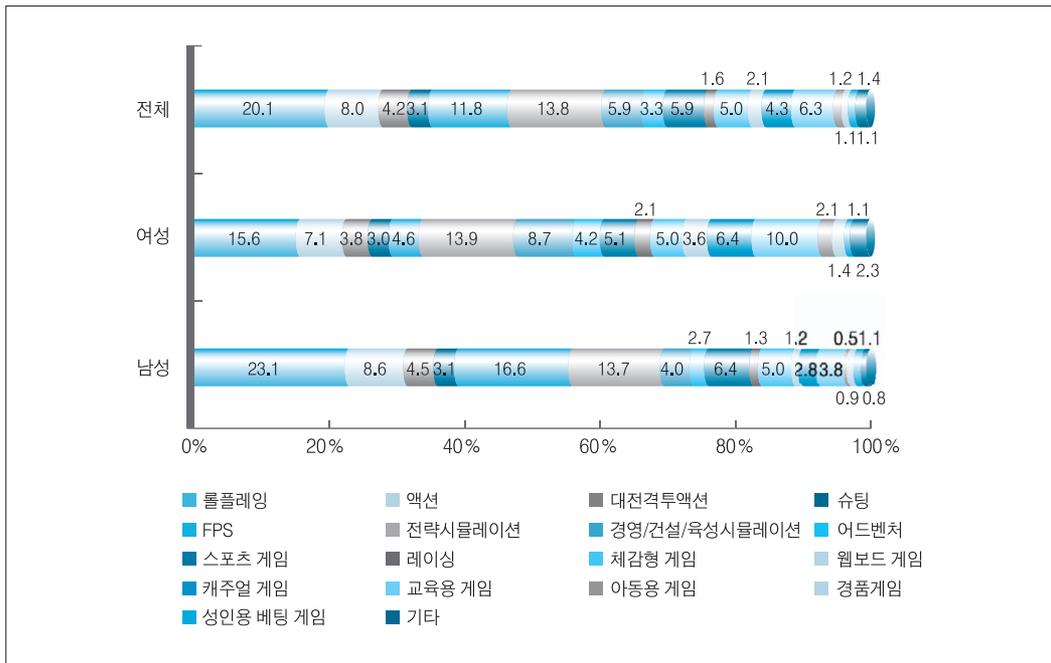
〈그림 2-1-3-20〉 성별 향후 국내 게임 시장을 주도할 게임분야에 대한 의견 (1순위)



<그림 2-1-3-21> 향후 국내 게임 시장을 주도할 게임 분야에 대한 의견(2순위까지 종합)



<그림 2-1-3-22> 향후 게임 시장을 주도할 장르에 대한 의견(순위종합)



〈표 2-1-3-01〉 향후 국내 게임 시장을 주도할 장르에 대한 의견 (연령별 순위종합)

(단위 : %)

	만9~14세	만15~19세	만20~24세	만25~29세	만30~34세	만35~39세	만40~44세	만45~49세
롤플레이	12.6	22.3	24.6	26.6	24.8	19.3	16.6	8.1
액션	10.8	10.9	3.9	6.4	7.8	8.0	11.4	4.4
대전격투액션	5.0	3.3	2.7	3.4	5.6	4.9	4.1	5.0
슈팅	3.2	2.9	3.3	4.9	2.8	1.9	2.1	2.5
FPS	16.1	17.9	17.1	13.1	5.9	8.0	6.2	1.9
전략시뮬레이션	6.3	10.9	14.4	14.4	19.3	19.3	16.1	11.3
경영/건설/육성 시뮬레이션	8.2	5.8	6.3	4.6	4.3	3.4	8.3	6.3
어드벤처	4.2	4.4	1.8	2.4	4.0	3.8	2.6	2.5
스포츠 게임	5.3	4.0	6.6	4.0	5.3	7.6	5.2	12.5
레이싱	2.6	0.4	1.2	1.2	1.6	1.5	2.1	2.5
체감형 게임	5.0	5.1	6.6	5.5	4.7	4.9	4.1	1.9
웹보드 게임	1.1	1.1	0.0	2.1	0.6	1.9	4.1	11.9
캐주얼 게임	8.9	5.1	4.2	4.3	3.4	1.1	1.6	1.9
교육용 게임	5.3	2.6	4.8	5.5	5.9	9.5	10.4	10.0
아동용 게임	0.8	0.4	0.0	0.3	1.2	1.9	2.6	4.4
경품 게임	1.3	0.4	0.6	0.6	1.2	0.4	0.5	5.6
성인용 베팅게임	0.0	1.5	0.9	0.3	0.3	1.1	1.6	6.3
기타	3.4	1.1	1.2	0.3	1.2	1.5	0.5	1.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

그 다음으로는 13.8%의 '전략시뮬레이션' 과 11.8%의 'FPS', 8.0%의 '액션' 의 순서로, 게임시장을 주도할 게임 장르라는 견해였다. 현재, 선호되고 있는 장르가 향후에도 시장을 주도할 것이라는 의견을 가지고 있는 것으로 나타났다. 그러나, 현재 선호 장르 중의 하나인 '웹보드 게임' 의 경우에는 향후 주도 장르로 거의 지목되지 않았다.

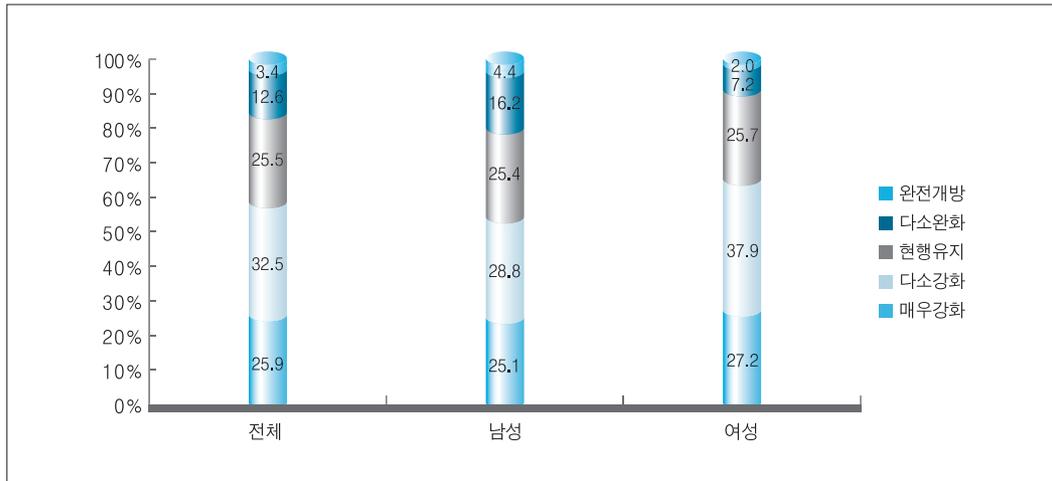
연령별로 향후, 국내 게임시장을 주도할 게임 장르를 조사한 결과 롤플레이 장르와 전략 시뮬레이션 장르의 비율이 높게 나타났다. 특히, 만 15~34세의 게임이용자는 롤플레이 게임 장르를 가장 시장 주도력이 있을 것으로 생각하고 있는

경향이 있고, 만35세 이상의 이용자는 전략시뮬레이션 장르를 향후 시장을 주도할 장르로 생각하고 있었다. 만9~14세는 롤플레이 게임 장르보다 FPS를 선택한 비율이 높게 나타나 다른 연령대와 차이를 나타내었다.

5) 게임 등급분류에 대한 견해

청소년 이용불가 심의에 대한 의견을 물어본 결과, 강화해야 한다는 의견(58.4%)이 절반 이상을 차지했다. 남성(53.9%)보다는 여성(65.1%)이 강화해야 한다는 응답이 더 많은 것으로 조사되었다. 매우 강화해야 한다는 의견은 2007년과

〈그림 2-1-3-23〉 성별 청소년 이용불가 심의에 관한 의견



비교하여 줄어들었는데, 특히 여성의 경우 49.4%에 달하던 비율이 27.2%로 줄어들었다. 반면에 다소 강화해야 한다는 의견은 증가해 전반적으로 강화해야 한다는 의견은 비슷한 수준이었다. 연령별 의견을 살펴보면, 만15~19세의 청소년은 현행 심의 정도를 유지하거나 다소 완화해야 한다는 의견(55.1%)이 높은 반면, 20세 이후로 연령대가 높아질수록 현행 심의 수준을 더욱 강화해야 한다는 의견이 높은 것으로 나타났다.

게임 등급제도에 관한 의견으로 남성보다는 여성이 '엄격하게 시행해야 한다'는 의견을 좀 더 많이 가지고 있는 것으로 나타났다(여성 52.6%, 남성 46.7%), 남성은 등급분류를 완화하거나 현행대로 유지하는 것이 좋겠다는 의견이 상대적으로 조금 더 많았다.

연령별로 등급제도에 대한 의견은 연령층이 낮을수록 엄격하게 시행해야 한다는 의견이 적고 현행대로 유지하거나 업체 자율심으로 심의가 이루어져야 한다는 의견이 상대적으로 많은 것으로

나타났다. 게임 등급분류를 엄격하게 시행해야 한다고 응답한 비율은 만9~14세가 28.3%, 만15~19세가 26.8%인 반면, 만20~24세는 52.1%, 만25~29세는 61.6%로 높은 비율로 나타났으며, 만30~34세는 54.9%, 만 35~39세는 57.1%, 만 40~44세는 64.9%, 만45~49세는 60.5%로 20대와 비슷한 수준의 비율로 조사되었다. 등급분류를 완화하되 사후 관리를 강화해야 한다는 의견에 있어서는 만9~14세의 경우 12.0%로 다른 연령대에 비해 낮은 비율을 차지하였다. 자율심의에 대해서는 만20~24세가 5.4%, 만25~29세가 3.7%, 만30~34세가 7.4%, 만35~39세가 1.5%, 만40~44세가 3.1%, 만45~49세가 2.5%라고 응답하여, 연령대별로 생각하고 있는 자율심의 정도에 차이가 있다. 현행대로 유지해야 한다는 의견에 대해서는 만25~29세가 5.5%로 가장 낮은 비율이었고, 만15~19세가 28.3%로 가장 높은 비율로 조사되었다.

