

제2 장 플랫폼별 이용자 동향

2

본 장에서는 게임 플랫폼(온라인게임, 모바일게임, PC게임, 비디오게임, 아케이드게임, 휴대용게임)별로 이용자의 특성과 게임이용 실태를 살펴본다. 게임 플랫폼별 이용자는 전체 조사대상자 1,700명 중 현재 게임을 하고 있다고 응답한 집단에 대하여 '주로 이용하는 게임 분야'에서 나타난 1순위 응답을 기준으로 집단을 나누어 분석하였다. 물론 한 가지 이상의 계

임 분야를 중복적으로 이용하는 경우도 있었으나 실제 게임 구입, 이용 빈도를 고려해 보았을 때 그 비중이 크지 않은 것으로 판단해 1순위만을 고려하였다. 각 게임 분야별 주 이용자 수는 온라인게임 784명, 모바일게임 71명, PC게임 129명, 비디오게임 48명, 아케이드게임 16명, 휴대용게임 85명이다. 이를 기준으로 하여 게임 분야별 이용실태를 살펴보면 다음과 같다.

제1 절 이용자별 게임이용 관련 생활 동향

1. 게임 분야별 남녀 및 연령 분포

성별로 게임이용 구성(1순위)을 살펴보면, 남녀 모두 '온라인게임'을 가장 많이 이용하고 있는 것으로 나타나는데, 남성의 69.4%, 여성의 68.9%를 차지하고 있다. 전년 조사 결과와 비교해 보면, 남성은 3.9% 감소했고 여성은 14.5% 감소했다. 휴대용 게임기 이용이 증가하면서 주로 이용하는 게임 플랫폼의 변화가 발생한 것으로 판단되는 가운데, 남성(14.9%)은

여성(6.1%)에 비해 2배 가량 PC게임의 이용률이 높았다. 반면에 여성의 모바일게임과 휴대용게임 이용률은 남성에 비해 약 2배 정도 높게 나타났다.

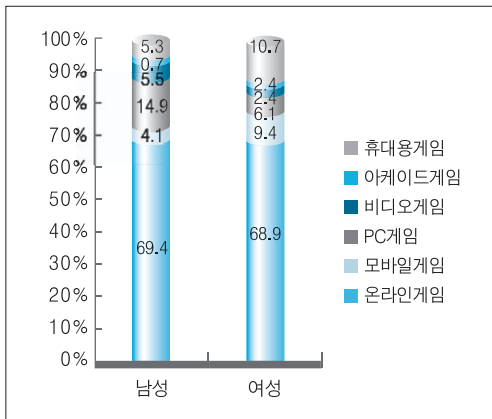
게임 분야별 성별 구성을 살펴보면, 온라인게임, PC게임, 비디오게임은 남성의 비율이 높았고, 모바일게임, 아케이드게임, 휴대용게임은 여성의 비율이 높았다. 모바일, 아케이드게임의 경우 작년과 같은 경향을 보이고 있으나, 휴대용게임의 경우 여성의 이용 비율이 크게

증가하여 여성 게임이용자의 유입을 이끌어 낸 동력으로 작용하였음을 시사하고 있다. 2007년의 경우, 비디오게임은 남성이 90.6%로 절대적인 비율을 점유하였고 PC게임도 남성이 79.7%라는 높은 비율을 차지하였다. 그러나, 2008년 조사에서는 모든 게임 플랫폼에서 여성의 차지 비율이 증가했고 여성과 남성의 차이도 좁혀졌다.

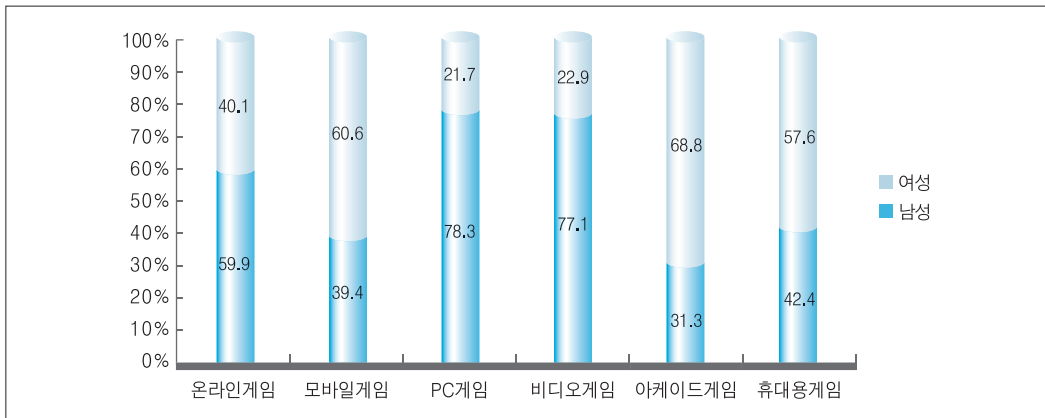
각 게임 분야별 이용자의 연령분포를 살펴보면, 온라인게임과 모바일게임이 비교적 전 연

령층에 고르게 분포되어 있다. 만9~14세가 20.0%로 온라인게임 이용자 중 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 그 다음으로 만25~29세(14.4%), 만20~24세(12.9%), 만30~34세(12.5%), 만15~19세(12.2%), 만35~39세(11.1%)의 순으로 조사되었다. 2007년과 비교하여, 30대의 온라인게임 이용비율이 증가했다. 모바일게임은 만30~34세와 만35~39세, 만9~14세의 비율이 각각 16.9%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 만20~24세가 15.5%로 그 다음이었다. 모바일게임은 온라인게임과 마찬가지로 고른 연령분포를 보이는데, 온라인게임보다 최저 연령층과 최고 연령층을 제외한 그 중간 연령층이 좀 더 넓은 점유 형태를 보였다. PC게임은 만20~24세 22.5%, 만30~34세 19.4%, 만15~19세 및 만40~44세 12.4%의 순이었다. 비디오게임은 만30~34세가 25.0%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음이 만25~29세로 20.8%였다. 비디오게임은 전체 게임 플랫폼 중 10대의 이용비율이 가장 낮은 특징을 보이고 있다. 아케이드게임은 만20~24세

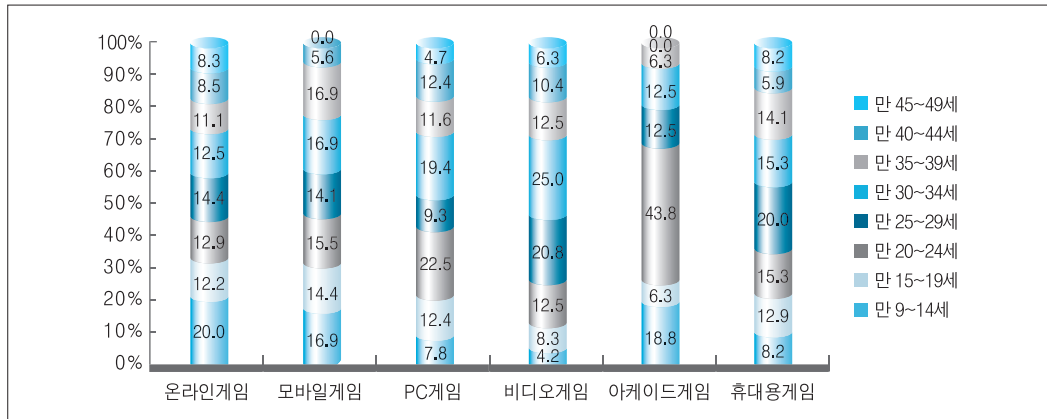
〈그림 2-2-1-01〉 성별 게임이용자 구성(1순위)



〈그림 2-2-1-02〉 게임 이용자별 성별 구성(1순위)



<그림 2-2-1-03> 게임 분야별 연령 분포(1순위)



가 43.8%로 가장 많았으며 전체 게임 플랫폼 중 가장 편중된 이용분포를 보였다. 휴대용게임은 이미 작년과 마찬가지로 만25~29세가 가장 많은 이용률을 보였는데 20.0%였다.

2. 여가시간 활용 방식

게임 이용자별 여가생활에 관한 사항을 비교해 본 결과 이용자별로 하루 평균 여가시간의 차이가 있었다. 전반적으로 주중 하루 평균 여가시간이 '3~4시간'이라는 응답이 가장 높은 비율을 차지한 가운데, PC게임 이용자는 '2~3시간'이라는 응답이 24.0%로 가장 높았다. 휴대용게임 이용자는 '3~4시간'이 20.0%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, '1~2시간'의 응답이 18.8%로 그 다음이었다. 또한, 아케이드게임 이용자는 '6시간 이상'이 31.3%로 가장 높은 비율을 나타내었다.

주말 평균 여가시간에서도 아케이드게임 이용자가 '6시간 이상'이 62.5%로 여가시간이 가장 긴 것으로 조사되었다. 주말 평균 여가시

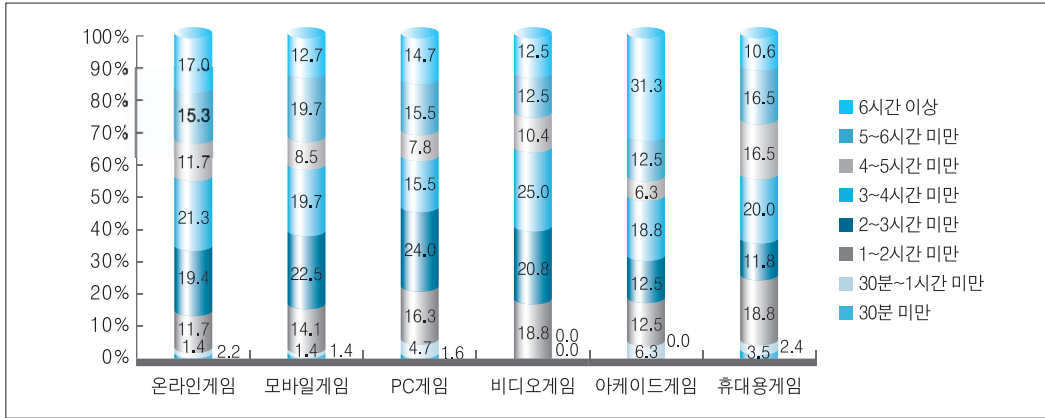
간의 경우, 전 게임 플랫폼에 걸쳐 '6시간 이상'이 제일 많았다.

여가시간에 주로 하는 활동을 조사한 결과 게임, 영화, TV가 높은 응답율을 나타내었다. 온라인게임 이용자는 여가시간에 게임(43.0%)을 가장 즐겨 이용하고 TV와 영화가 그 다음으로 20.4%와 18.5%를 차지하였다. 모바일게임 이용자는 31.0%가 TV, 26.8%는 영화를 본다고 답했고 게임은 9.9%라고 응답하여, 모바일 게임을 주로 이용하지만, 절대적인 이용량에 있어 모바일게임이 차지하는 비율이 낮은 것으로 나타났다. PC게임 이용자는 게임 38.0%, 영화 30.2%, TV 11.6%의 순이었다. 비디오게임 이용자는 게임 39.6%, 영화 18.8%, TV 18.8%로 여가활동을 하고 있었다. 아케이드게임 이용자는 TV 25.0%, 영화 25.0%, 게임 18.8%의 분포였다. 휴대용게임 이용자는 TV 32.9%, 영화 24.7%, 게임 16.5%였다.

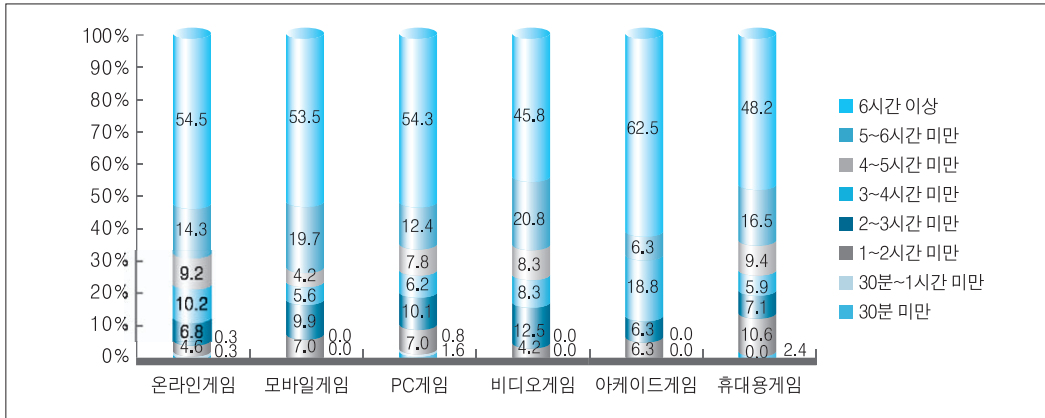
게임 플랫폼 이용자별로 친구/동료들과 주로 가는 장소에 대해 조사한 결과, 전반적으로 영화관, PC방, 노래방이 많았다. 온라인게임 이



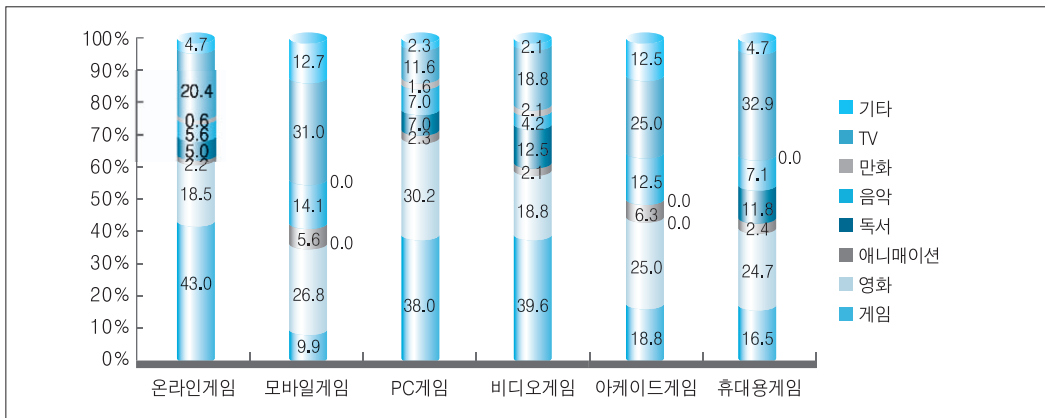
〈그림 2-2-1-04〉 게임 이용자별 주중 하루 평균 여가시간



〈그림 2-2-1-05〉 게임 이용자별 주말 하루 평균 여가시간



〈그림 2-2-1-06〉 게임 이용자별 여가시간에 즐겨하는 문화콘텐츠 관련 활동



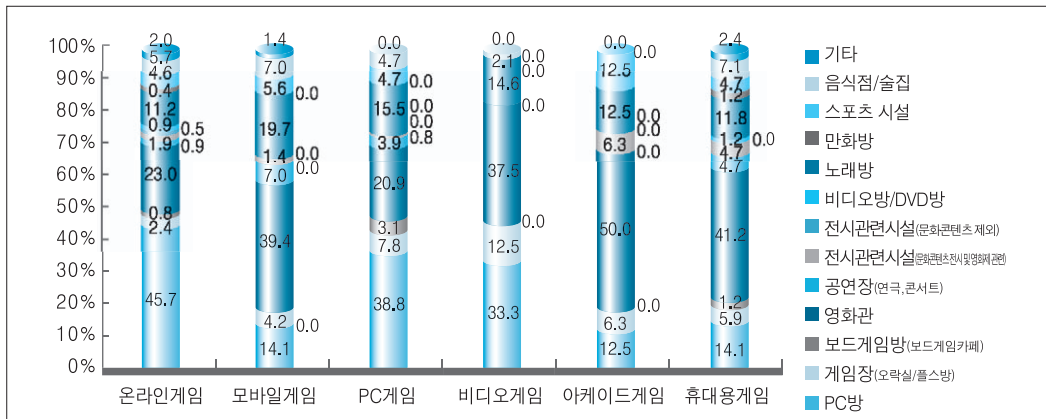
2

용자는 PC방 45.7%, 영화관 23.0%, 노래방 11.2%의 순으로 답했다. 모바일게임 이용자는 영화관이 39.4%로 가장 많았고 노래방 19.7%, PC방 14.1%로 비슷했다. PC게임 이용자는 PC방이 38.8%로 가장 높았고 영화관 20.9%, 노래방 15.5%의 순이었다. 비디오게임 이용자는 영화관이 37.5%로 1순위였고 PC방 33.3%, 노래방 14.6%였다. 아케이드게임 이용자는 영화관이 50.0%로 압도적으로 많았고 노래방과 PC방이 각각 12.5%로 조사되었다. 휴대용계

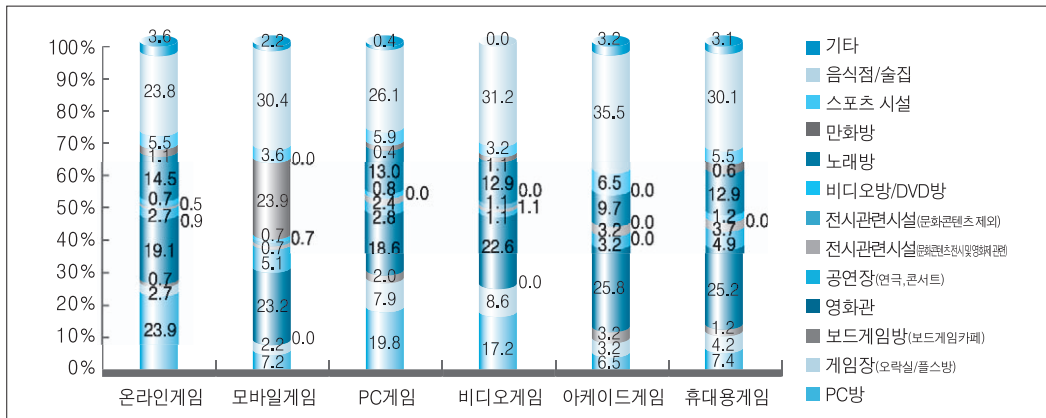
임 이용자는 영화관 41.2%, PC방 14.1%, 노래방이 11.8%였다. PC를 기반으로 하는 게임일 경우 PC방 이용률이 높았으며, 모바일이나 휴대용게임 및 아케이드게임 플랫폼의 경우에는 영화관을 주로 찾는 것으로 조사되었다.

각 게임 플랫폼별 친구들과 자주 가는 장소에 대해 2순위까지 종합해서 살펴본 결과는 1순위 응답과 비슷한데, 음식점/술집의 응답이 높아지는 특징을 보이고 있다. 그 외 인기있는 장소는 PC방, 노래방, 영화관으로 나타나고 있

<그림 2-2-1-07> 게임 이용자별 친구/동료들과 주로 가는 장소(1순위)



<그림 2-2-1-08> 게임 이용자별 친구/동료들과 주로 가는 장소(2순위까지 종합)



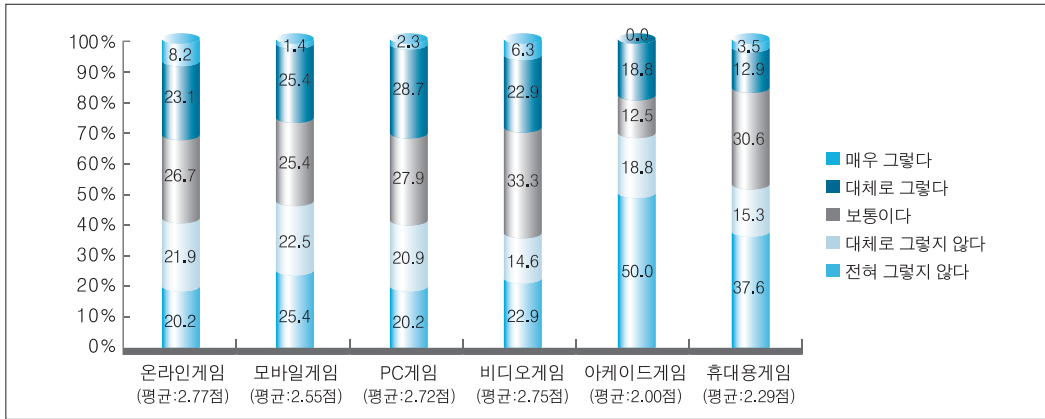
으며, PC방이 친구들과 함께 여가활동을 할 수 있는 장소로 인식되고 있음을 시사하고 있다.

게임과 다른 문화콘텐츠 활동 간의 상관관계를 알아보기 위해 게임을 하게 되면서 나타난 영화, 음악, TV, 독서활동의 변화 여부를 조사하였다. 각 응답은 '전혀 그렇지 않다' 1점 ~ '매우 그렇다' 5점으로 5점 척도로 구성되어 있으며, 5점에 가까울수록 게임을 하게 되면서 다른 문화콘텐츠 활동 빈도가 줄어들었음을 의미한다.

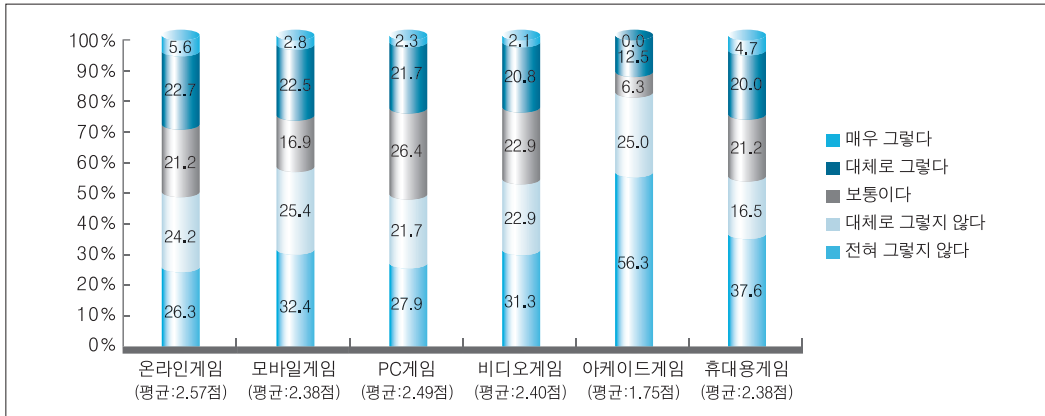
영화의 경우, 모든 게임이용자 평균이 3점 이하로 별다른 영향이 없는 것으로 나타났다. 음악의 경우에도 모든 게임이용자 평균이 3점 이하로 게임이 큰 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 반면, TV의 경우는 영화와 음악과 달리 게임과의 상관관계가 어느 정도 있는 것으로 나타났다.

비디오게임이 3.48점, PC게임 3.23점, 온라인게임 3.21점 순으로 조사되어 다른 플랫폼보다 상대적으로 TV시청에 더 많은 영향을 미치

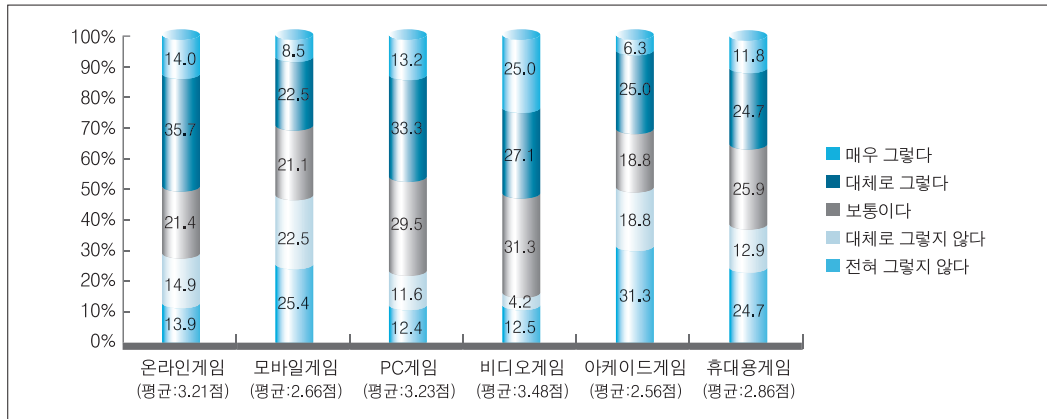
〈그림 2-2-1-09〉 게임을 하게 되면서 영화를 보는 빈도가 줄었다



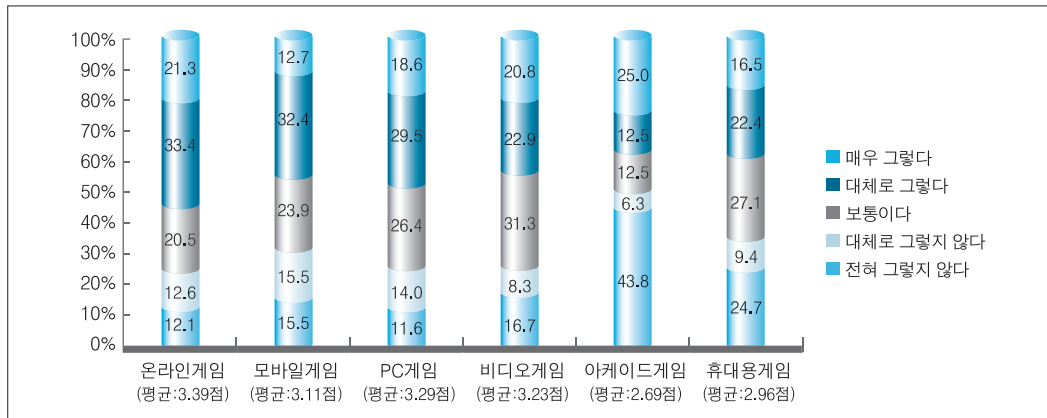
〈그림 2-2-1-10〉 게임을 하게 되면서 음악을 듣는 빈도가 줄었다



<그림 2-2-1-11> 게임을 하게 되면서 TV를 보는 빈도가 줄었다



<그림 2-2-1-12> 게임을 하게 되면서 독서하는 빈도가 줄었다



고 있음을 보여준다.

게임이 독서에 미친 영향은 평균 점수로 볼 때, 온라인게임이 3.39점으로 가장 영향을 많이 받고 있는 것으로 나타났다. PC게임이 3.29점, 비디오게임이 3.23점, 모바일게임이 3.11점의 순으로 조사되었다. 휴대용게임과 아케이드게임은 다른 게임 플랫폼에 비해 적게 영향을 받는 것으로 나타났으나, 평균 2.5점을 넘는 수위를 나타냈다.

매체 간의 경쟁관계에서, TV와 게임은 영상 매체로 같은 범주인 동시에 컴퓨터를 통한 TV 시청이 가능해 게임과 TV의 관계가 불분명해지고 있다. 또한, IPTV의 등장으로 게임과 TV 간의 경계가 더욱 모호해질 것으로 예상되고 있어, TV와 게임은 서로 영향을 주고 받는 관계에 있다고 할 수 있다.



3. 컴퓨터 및 PC방 이용 실태

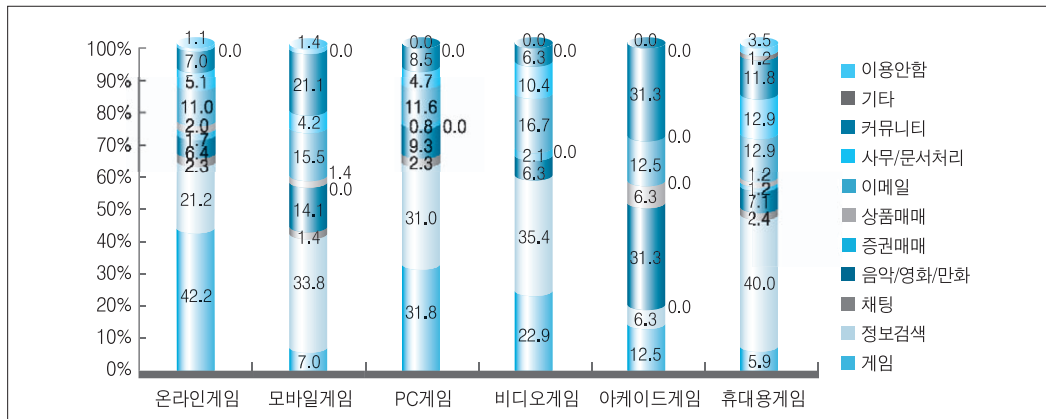
게임 이용자별로 컴퓨터 이용목적은 조사한 결과, 온라인게임 이용자와 PC게임 이용자의 경우는 '게임'이 각각 42.2%, 31.8%로 가장 많았으나 대부분의 다른 게임 플랫폼 이용자는 '정보 검색'이 가장 높은 비율을 차지했다(모바일게임의 경우 33.8%, 비디오게임은 35.4%, 휴대용게임은 40.0%). 컴퓨터가 주요 매체인 온라인게임과 PC게임의 경우 컴퓨터의 이용 목

적이 '게임'인 반면, 모바일게임 및 휴대용게임 을 주로 이용하는 이용자에게 컴퓨터는 게임보다는 정보검색을 위한 매체로 활용되고 있다.

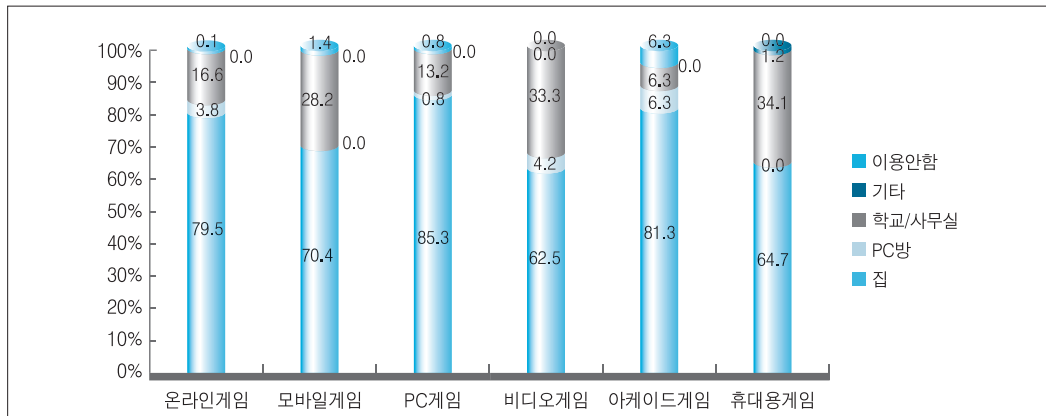
인터넷을 주로 이용하는 장소는 게임 이용자 별 차이가 거의 나타나지 않았다. 대부분 '집'이라고 응답하였으며, '학교/사무실'이라는 응답이 그 다음이었다. 'PC방'이라고 응답한 비율은 낮은 편이었는데, 그 중 아케이드게임 이용자가 6.3%로 가장 높은 비율을 차지하였다.

게임 이용자별 PC방 이용 비중을 알아본 결

〈그림 2-2-1-13〉 게임 이용자별 컴퓨터 이용목적(1순위)



〈그림 2-2-1-14〉 게임 이용자별 인터넷 주 이용장소



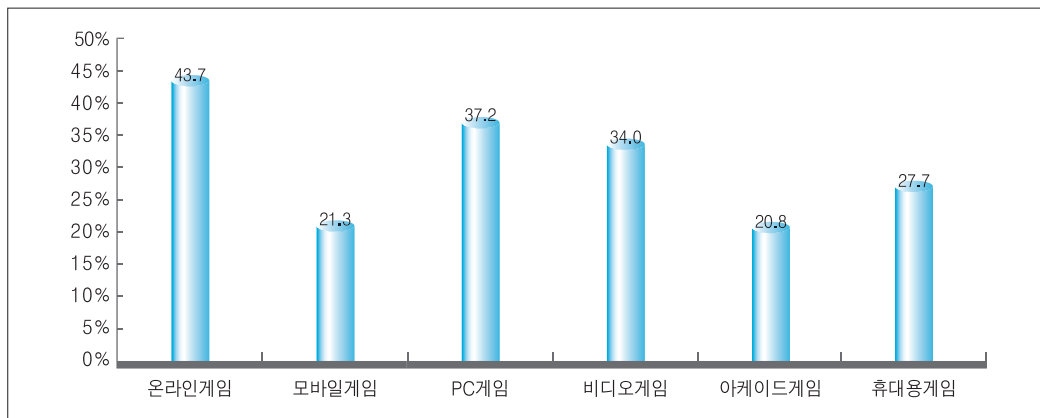
과, 온라인게임 이용자가 43.7%로 PC방을 가장 많이 이용하고 있었으며, PC게임 이용자가 37.2%로 그 다음이었다. 2007년 조사에서 온라인게임 이용자의 PC방 이용률은 29.8%로 나타나, 온라인게임 이용자 중 PC방을 이용하는 비율이 증가한 것으로 조사되었다.

게임 이용자별로 PC방을 이용하는 이유는 전반적으로 '친구/동료들과 어울리기 위해서'라는 응답이 모든 플랫폼에서 가장 높은 비율로 나타났다. PC게임의 경우 66.7%, 온라인게임은 60.6%였으며, 모바일게임이 50.0%, 휴대용게임이 48.0%, 비디오게임이 47.1%, 아케이드게임이 20.0%로 조사되었다. 그러나, 이런 경향 가운데 비디오게임 이용자의 경우, 다른 플랫폼과 달리 'PC시설이 좋아서' PC방을 이용한다는 응답이 52.9%로 상대적으로 높은 비율을 나타내는 특징을 보였다. 이는 2007년의 조사에서도 다른 플랫폼에 비해 비디오게임 이용자가 PC 시설이 좋아 PC방을 이용한다는 응답을 많이 한 것으로 나타나 온라인게임이나 PC게임과 같이 PC 베이스 게임을 주로 이용하지 않

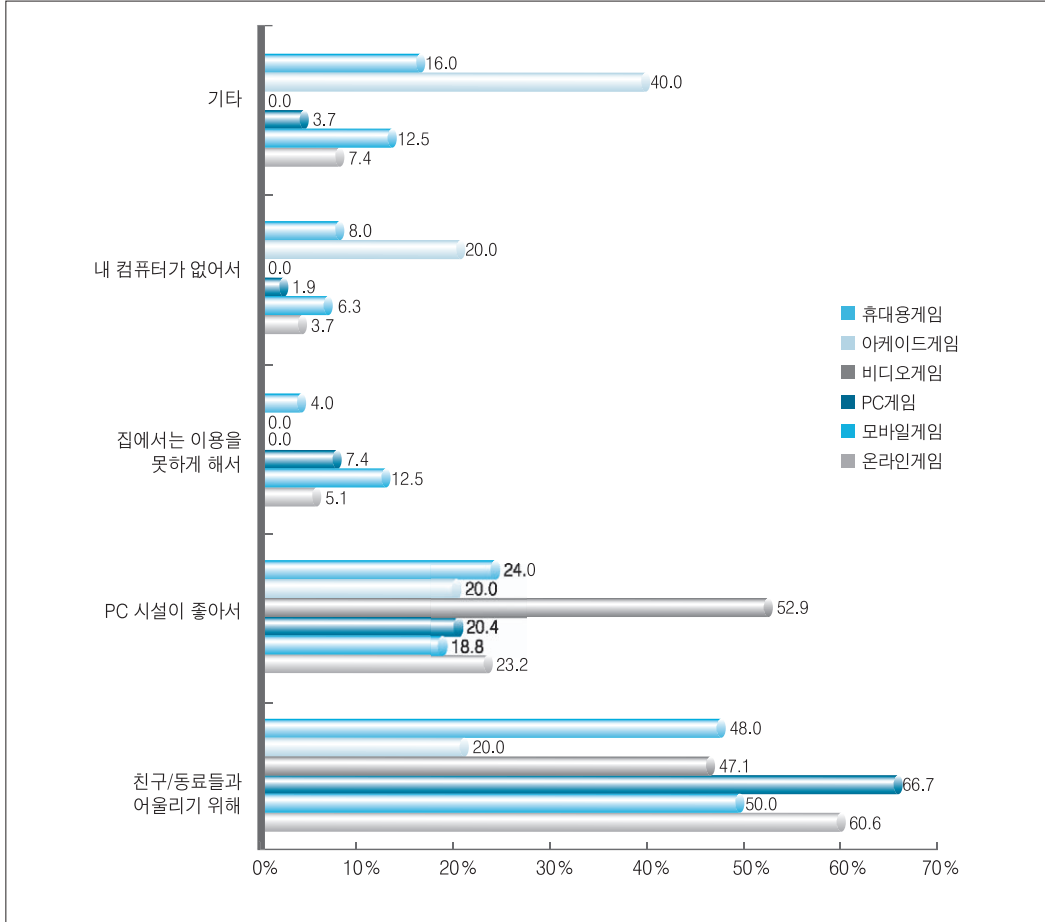
기 때문에 고사양의 PC를 구비하지는 않으나, 온라인게임이나 PC게임도 사용하는 경향을 지니고 있기 때문에 PC방에서 게임을 이용하고자 하는 성향이 있는 집단으로 보인다. '내 컴퓨터가 없어서' 라는 응답에 아케이드게임 이용자가 20.0%의 응답률을 보였는데 아케이드게임 이용자가 타 게임에 비해 높은 연령층의 비율이 높다는 점과 일맥상통하는 것으로 보인다. '기타' 항목에도 아케이드게임 이용자가 40.0%라는 높은 응답률을 보였다.

게임 이용자별로 한 달 평균 PC방 이용 빈도 조사결과를 비교해보면 대체적으로 '1~2회', '3~4회'가 높은 응답률을 보였다. 평균 횟수를 보면 온라인게임 이용자가 6.7회로 가장 많았고 모바일게임 이용자가 3.1회로 가장 적었다. 비디오게임과 휴대용게임 이용자가 '1~2회'라는 응답에 각각 64.7%, 60.0%로 높은 응답률을 나타냈다. 아케이드게임 이용자는 '1~2회'는 20.0%로 저조한 비율을 보였지만 '3~4회'에 40.0%라는 높은 응답 비율을 기록했다. 2007년과 비교해 보면, PC방 한달 이용빈

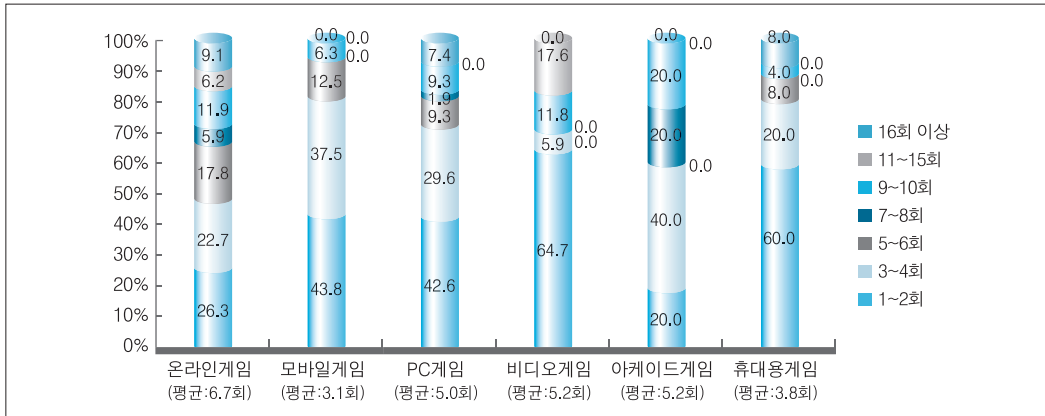
〈그림 2-2-1-15〉 게임 이용자별 PC방 이용비중



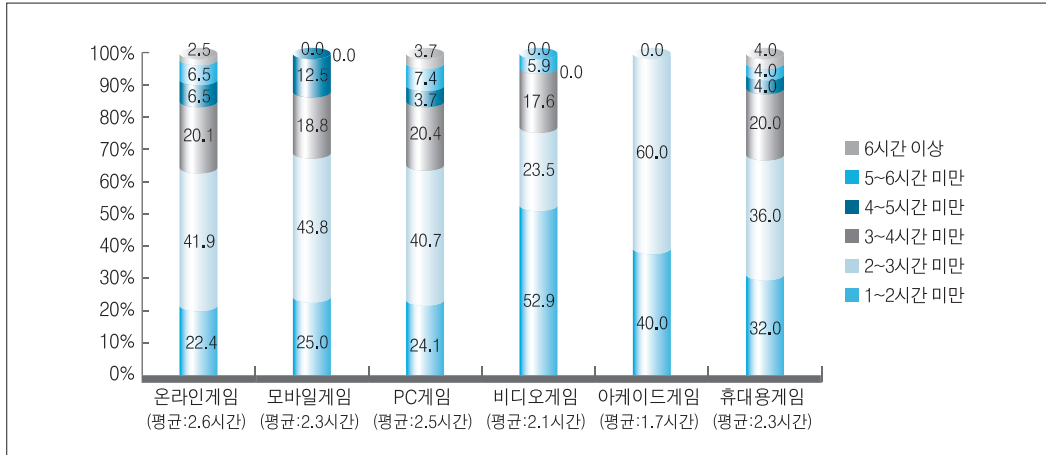
〈그림 2-2-1-16〉 게임 이용자별 PC방 이용 이유



〈그림 2-2-1-17〉 게임 이용자별 PC방 한달 이용빈도



〈그림 2-2-1-18〉 게임 이용자별 PC방 1회 방문 시 이용시간



도는 줄어들었다. 온라인게임의 경우 0.4회, 모바일게임은 2.7회, PC게임은 2.5회, 비디오 게임과 휴대용게임은 각각 3.7회, 3.6회가 줄어든 반면, 아케이드게임만 2.2회 증가하였다.

한편, 게임 이용자별로 PC방 1회 방문 시 이용시간을 살펴 본 결과, 전반적으로 '2~3시간'의 비율이 높았다. 다음으로 '1~2시간'이라는 응답이 많았는데 비디오게임 이용자는 52.9%가 '1~2시간'이라고 가장 많이 응답했고 다음으로 23.5%가 '2~3시간'이라고 답했다. 아케이드게임 이용자의 경우, 다른 게임 플랫폼 이용자와는 다르게 '2~3시간' 60%, '1~2시간' 40%로 나타났다. '6시간 이상'이라는 응답 항목에는 휴대용게임 이용자의 4.0%와 PC게임 이용자가 3.7% 및 온라인게임 이용자

의 2.5%가 응답하였다. 1회 평균 PC방 방문 시 이용시간은 온라인게임 2.6시간, PC게임 2.5시간, 휴대용게임 2.3시간, 모바일게임 2.3시간, 비디오게임 2.1시간, 아케이드게임 1.7시간 순이었다.

PC방 이용 비율의 경우 2007년과 비교해 보면, 온라인게임 이용자의 비율이 증가하였지만, 한 달 평균 이용 빈도와 1회 방문 시간은 감소하여 전반적인 PC방 이용률이 감소한 것으로 볼 수 있다. 휴대용게임기의 인기몰이와 대작 온라인게임 부재라는 다양한 게임 환경 변화 요소가 국내 PC방 게임 이용에 영향을 미친 것으로 판단된다.



제2절 게임 이용자별 게임 이용 실태

1. 게임 이용자별 선호 게임 장르

게임 이용자별 선호 게임 장르를 비교해 보면, '온라인게임'을 선호하는 이용자의 경우 '롤플레이 게임', '웹보드 게임', '캐주얼 게임'을 선호하는 경향이 있으며, 이중 특히 '롤플레이 게임'을 가장 좋아하고 있다(31.1%). '모바일게임' 이용자의 경우 '웹보드 게임', '경영/건설/육성 시뮬레이션', '캐주얼 게임'의 선호가 두드러졌다. 각각의 비율은 22.5%, 15.5%, 12.7%로 2007년과 비교하여 웹보드 및 캐주얼 게임에 대한 선호도는 감소한 경향을 나타내었다. 'PC게임' 이용자는 '전략시뮬레이션(37.2%)', '롤플레이(14.0%)', '스포츠 게임(12.4%)', 'FPS(11.6%)'의 순으로 좋아하는 장르를 응답하였다. '비디오게임' 이용자의 경우 '스포츠 게임(27.1%)', '롤플레이(20.8%)', '액션 게임(14.6%)' 등 활동적인 장르를 좋아했다. '아케이드게임' 이용자의 경우 '캐주얼 게임(31.3%)', '대전 격투액션(18.8%)', '경영/건설/육성 시뮬레이션'과 '롤플레이'(각각 12.5%)의 순으로 선호하는 경향을 보였다. '휴대용게임'을 선호하는 게임이용자는 '롤플레이', '웹보드게임'에 각각 16.5%가 선호한다고 응답하였고, 그 다음으로는 '교육용 게임'이 14.1%로 많았다. '경영/건설/육성 시뮬레이션'은 12.9%로 나타났다. 2007년과 비교하여 볼 때, 아케이드게임과 휴대용게임을 선호하는 게임이용자의 선호 게임 장르에

변화가 있었다. 아케이드게임 이용자는 보다 다양한 장르를 선호하는 것으로 나타났고, 휴대용게임 이용자의 경우는 교육용 게임장르를 선호하는 경향이 높아졌다.

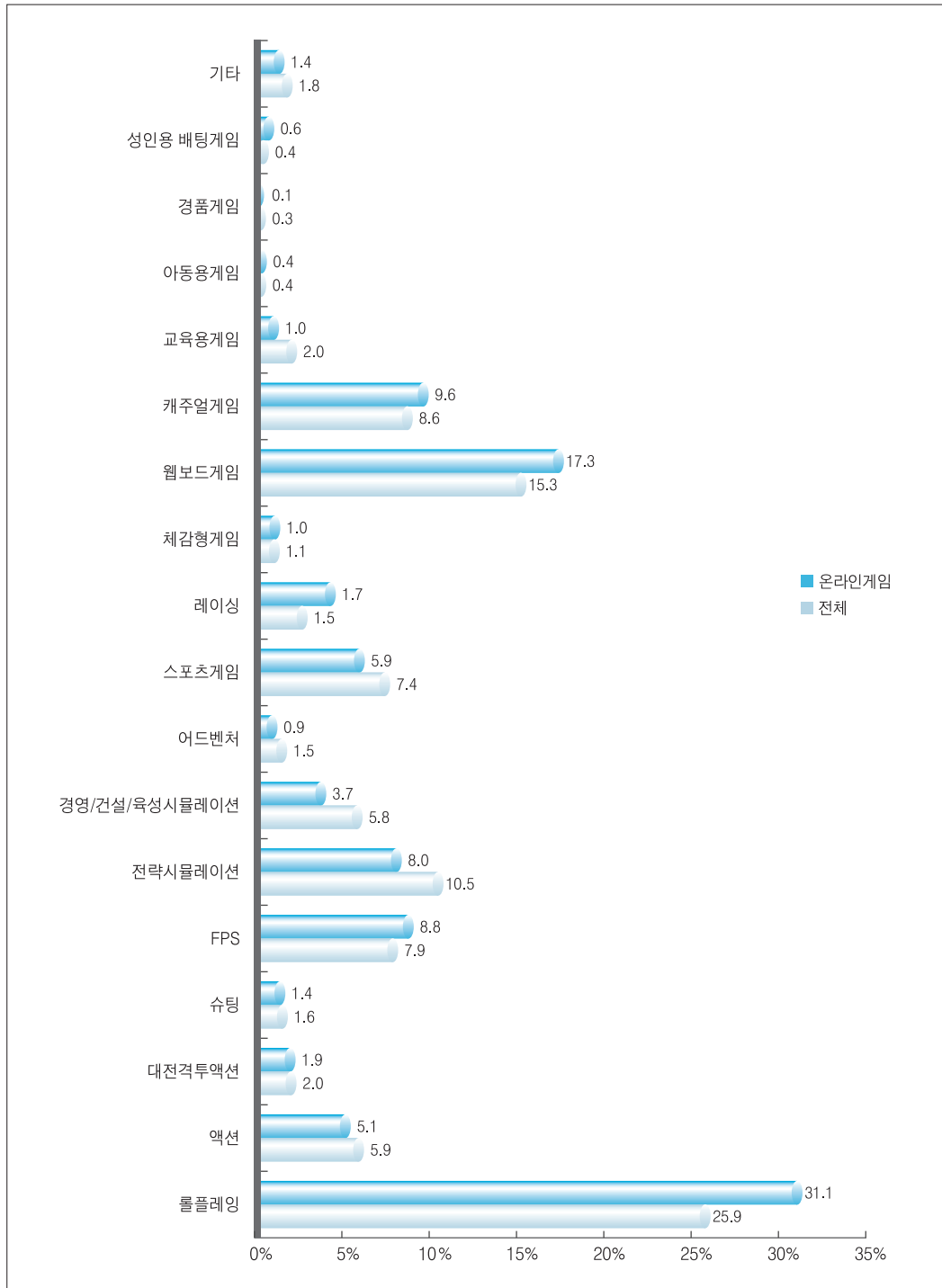
2. 게임 이용 시간

게임 이용자별 게임이용 시간대를 비교해보면, 전체적으로 '저녁6시~밤10시'나 '밤10시~새벽2시'라는 응답이 많은 경향을 보인다. 그 다음으로는 '낮12시~저녁6시'의 응답이 많았다. 비디오게임 및 휴대용게임 이용자의 경우, '밤10시~새벽2시'에 이용한다는 응답이 더 높게 나타났다. 특히 비디오게임 이용자의 경우 '밤10시~새벽2시'에 50.0%가 편중되어 있어, 다른 게임 플랫폼 이용자에 비해 야간 시간대 이용자가 많은 것으로 조사되었다.

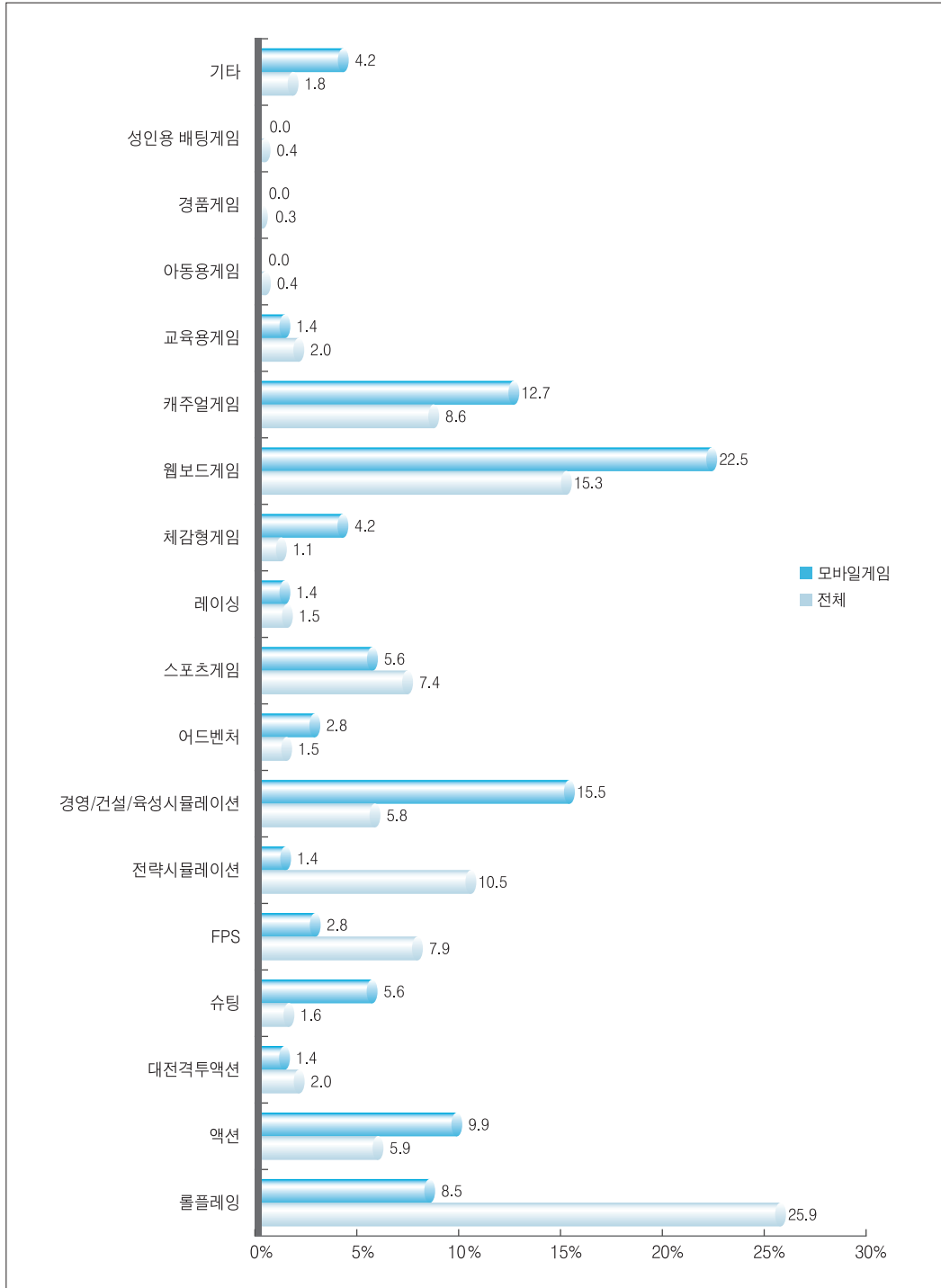
한 달 평균 게임 이용횟수는 PC게임 이용자 20.6회, 온라인게임 이용자 20.0회, 아케이드게임 이용자 17.0회, 비디오게임 이용자 14.9회, 휴대용게임 이용자 14.8회, 모바일게임 이용자 13.9회 순으로, PC게임 이용자의 평균 이용횟수가 가장 많았다.

한달 게임이용 횟수별 분포를 살펴보면, 온라인게임 이용자의 경우 26회~30회가 20.9%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 모바일게임 이용자는 1~2회가 19.7%로 가장 많았다. PC게임 이용자는 비교적 고른 분포를 나타내고 있는데, 가장 높은 비율은 온라인게임과 마찬가지로

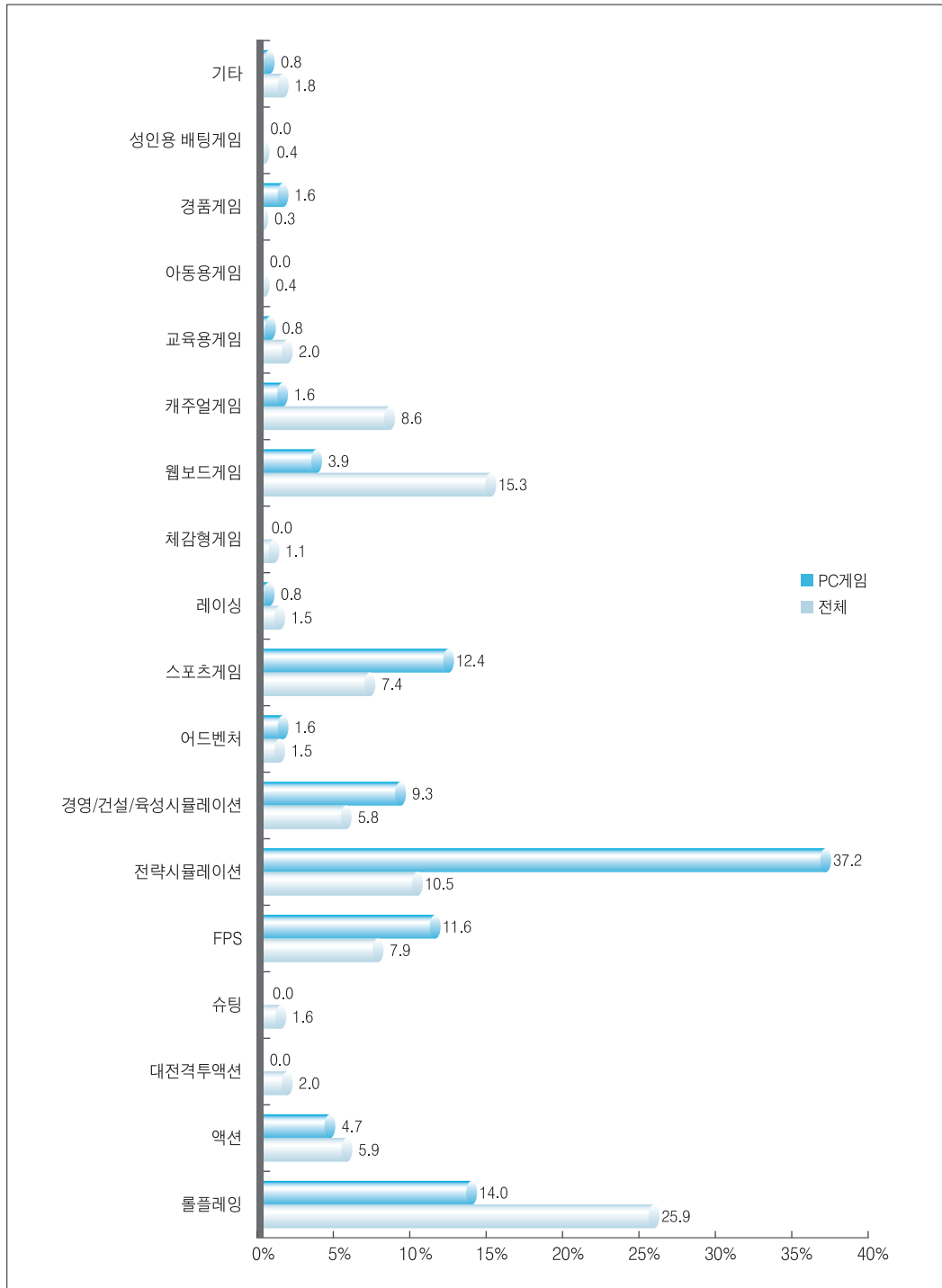
<그림 2-2-2-01> 온라인게임 이용자의 선호 장르(1순위)



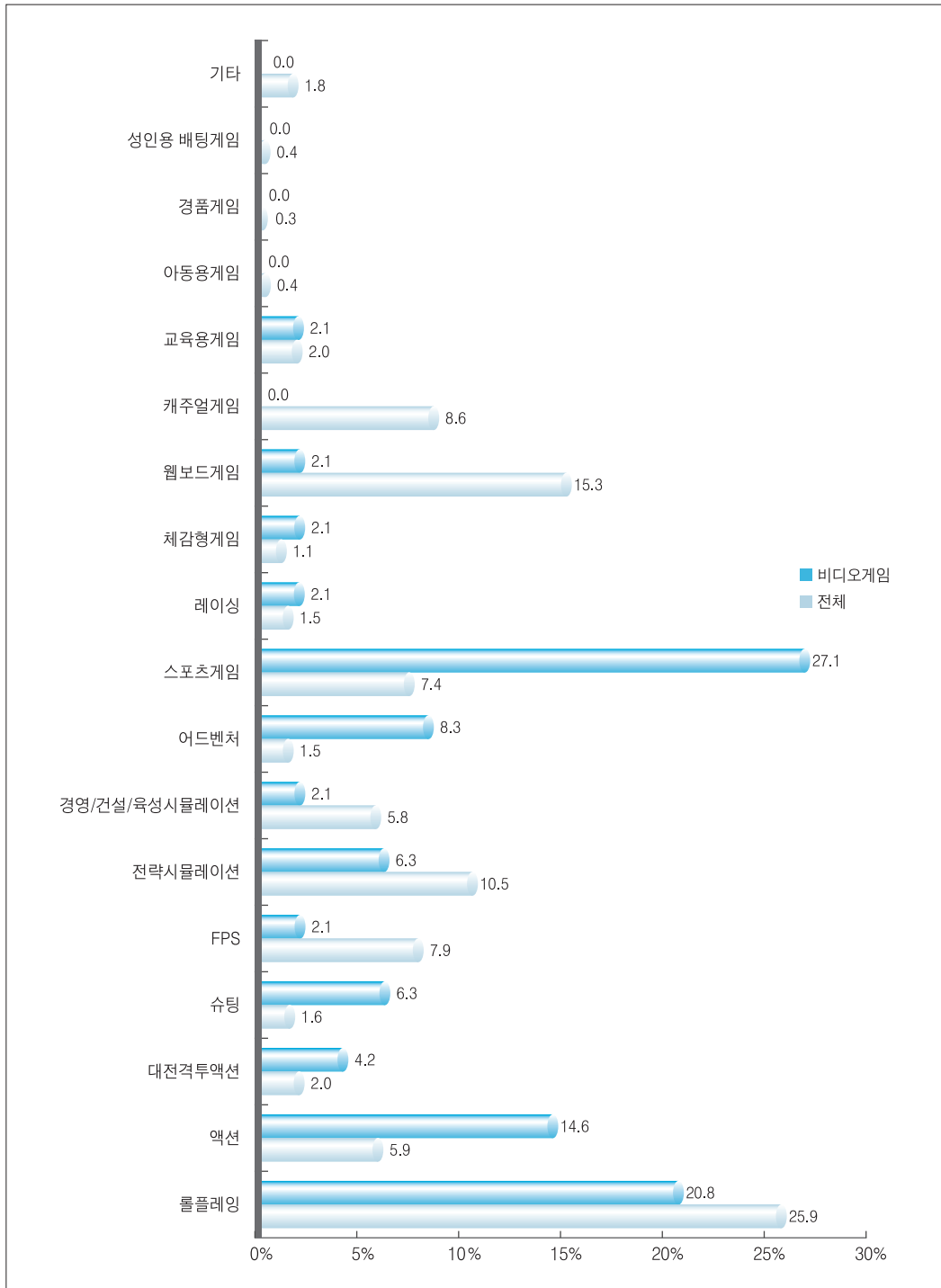
〈그림 2-2-2-02〉 모바일게임 이용자의 선호 장르(1순위)



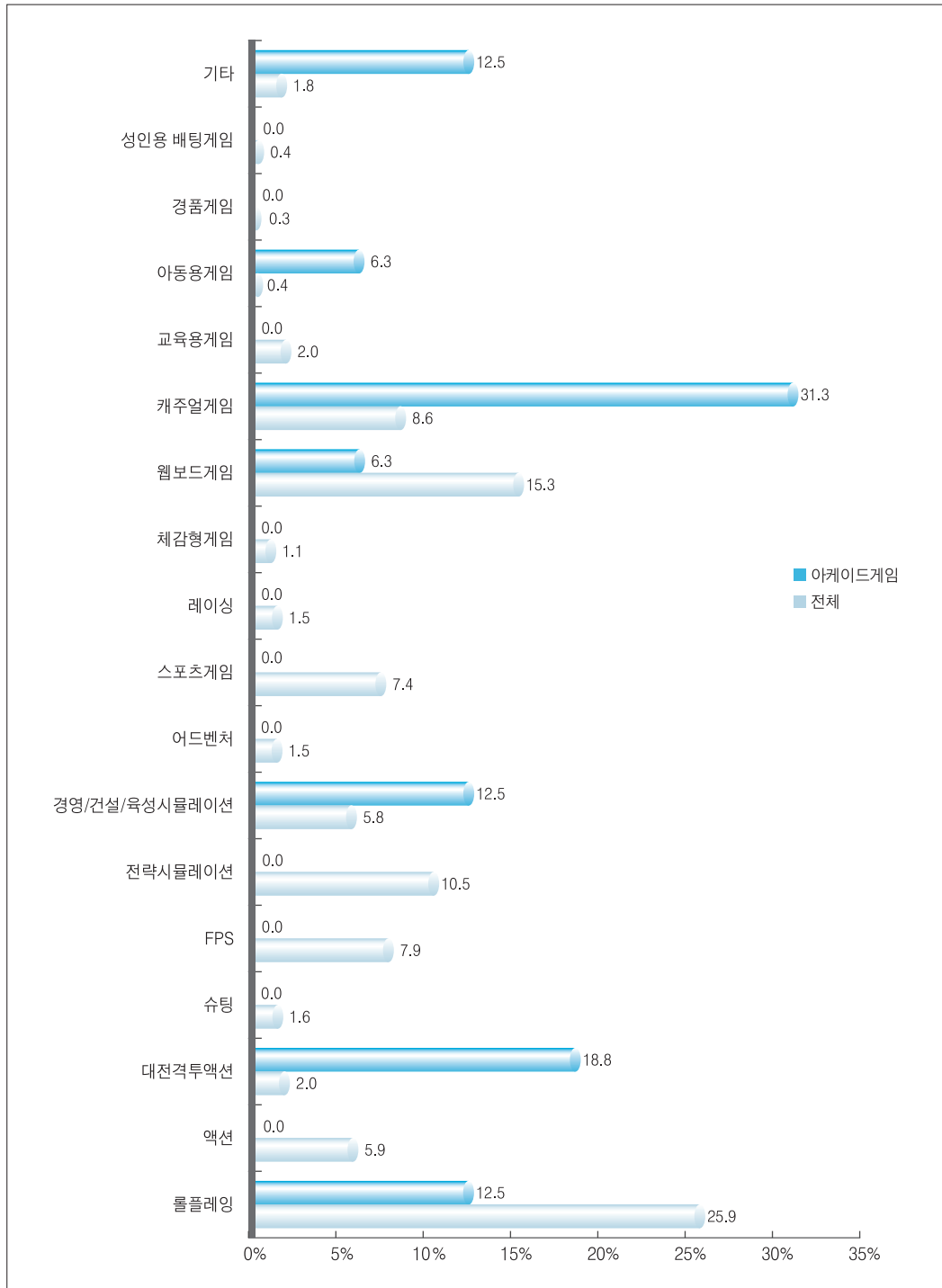
<그림 2-2-2-03> PC게임 이용자의 선호 장르(1순위)



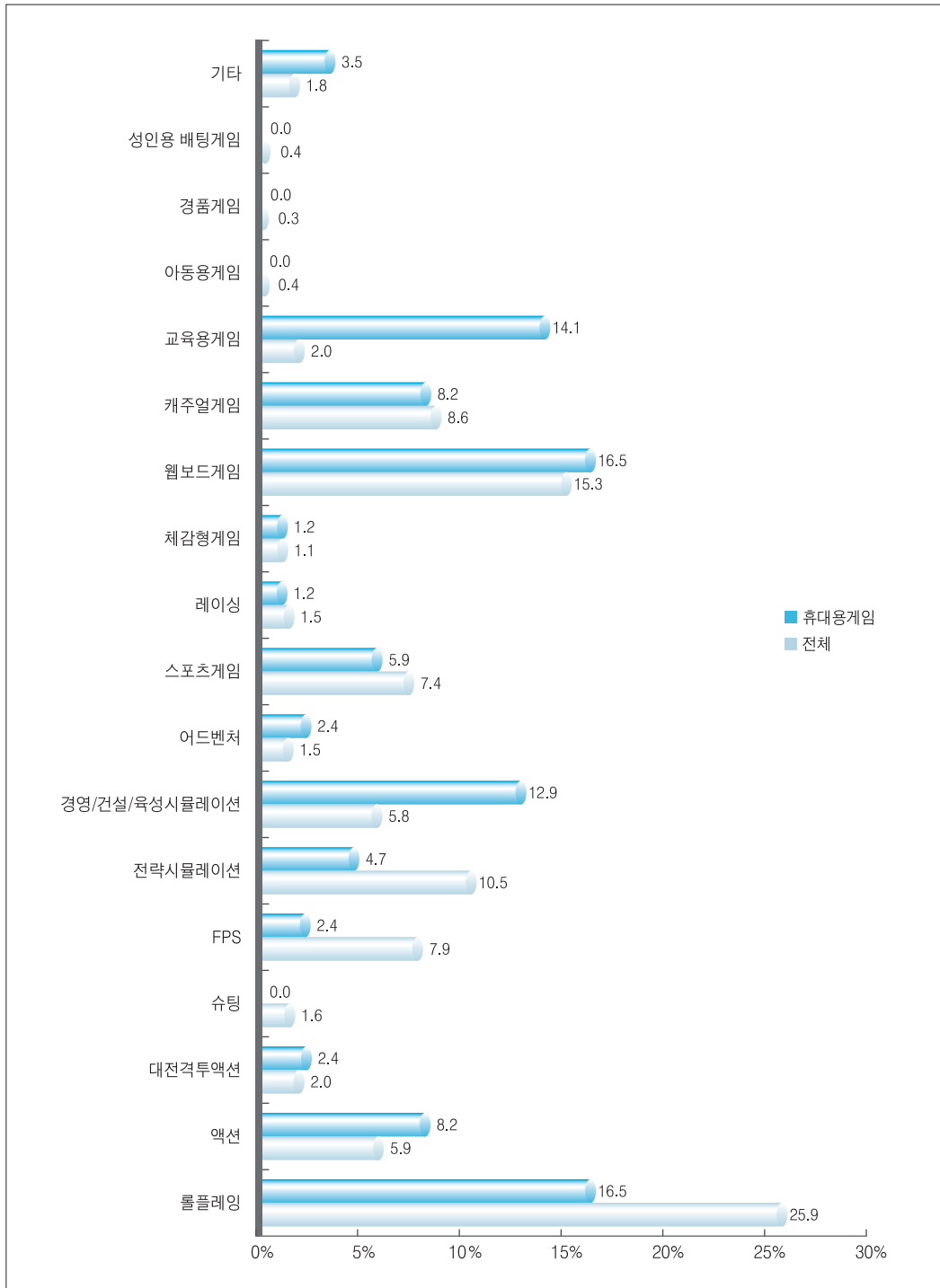
〈그림 2-2-2-04〉 비디오게임 이용자의 선호 장르(1순위)



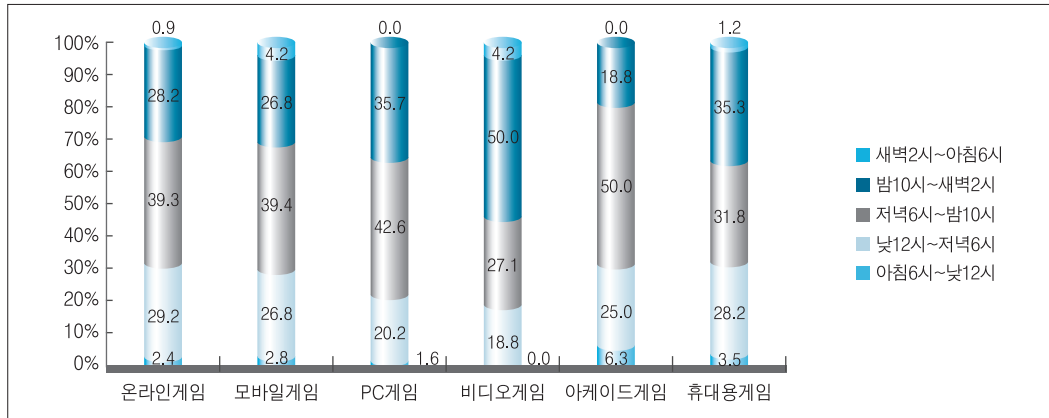
<그림 2-2-2-05> 아케이드게임 이용자의 선호 장르(1순위)



〈그림 2-2-2-06〉 휴대용게임 이용자의 선호 장르(1순위)

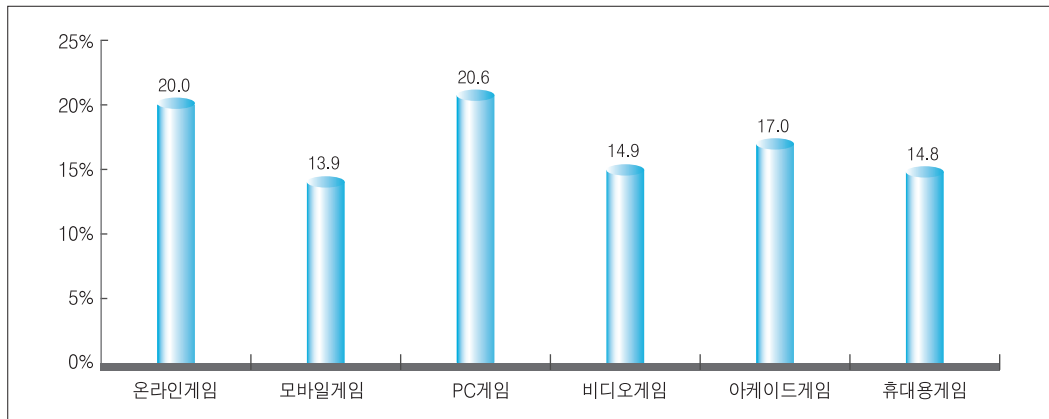


<그림 2-2-2-07> 게임 이용자별 게임이용 시간대

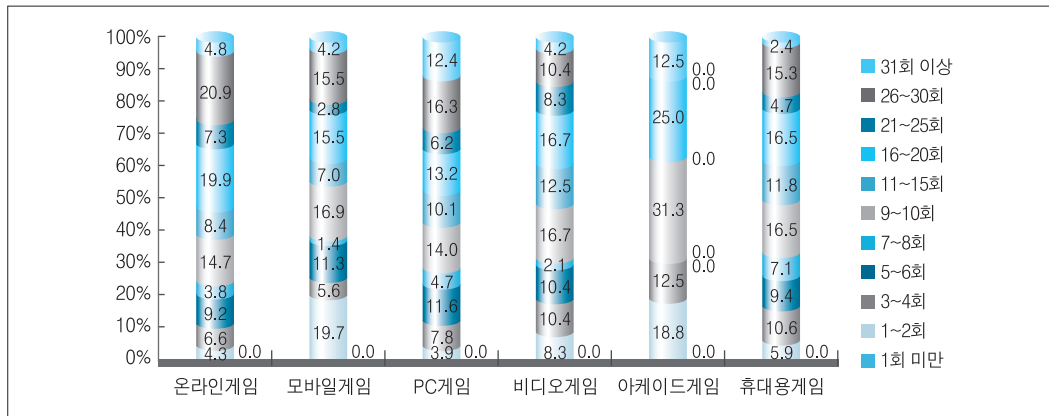


<그림 2-2-2-08> 게임 이용자별 월 평균 게임이용 횟수

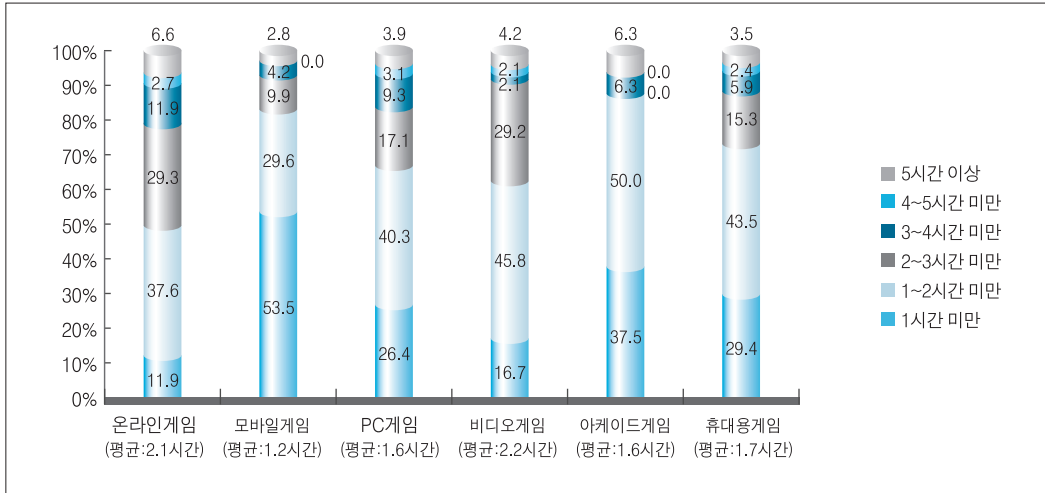
(단위 : 회)



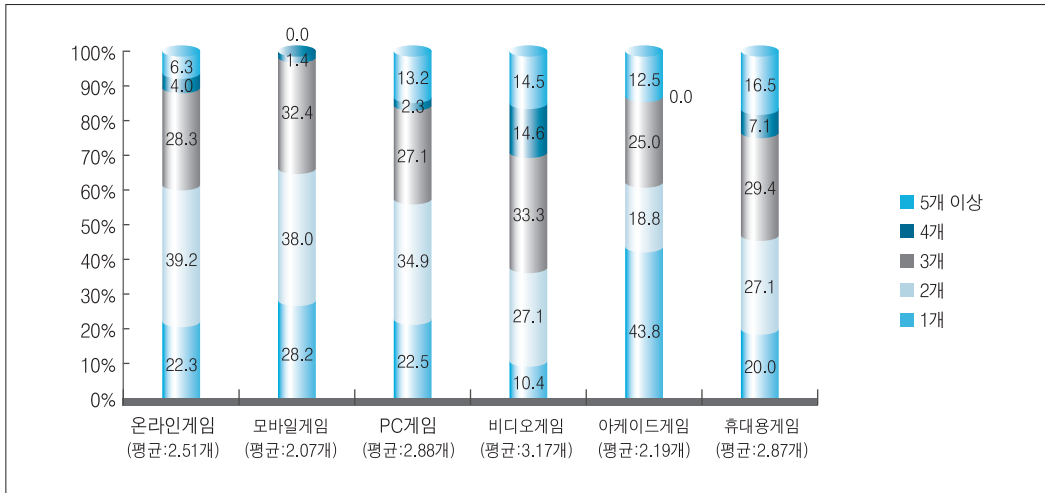
<그림 2-2-2-09> 게임 이용자별 한 달 게임이용 횟수



〈그림 2-2-2-10〉 게임 이용자별 1회 평균 게임이용 시간



〈그림 2-2-2-11〉 게임 이용자별 현재 주로 하는 게임 개수

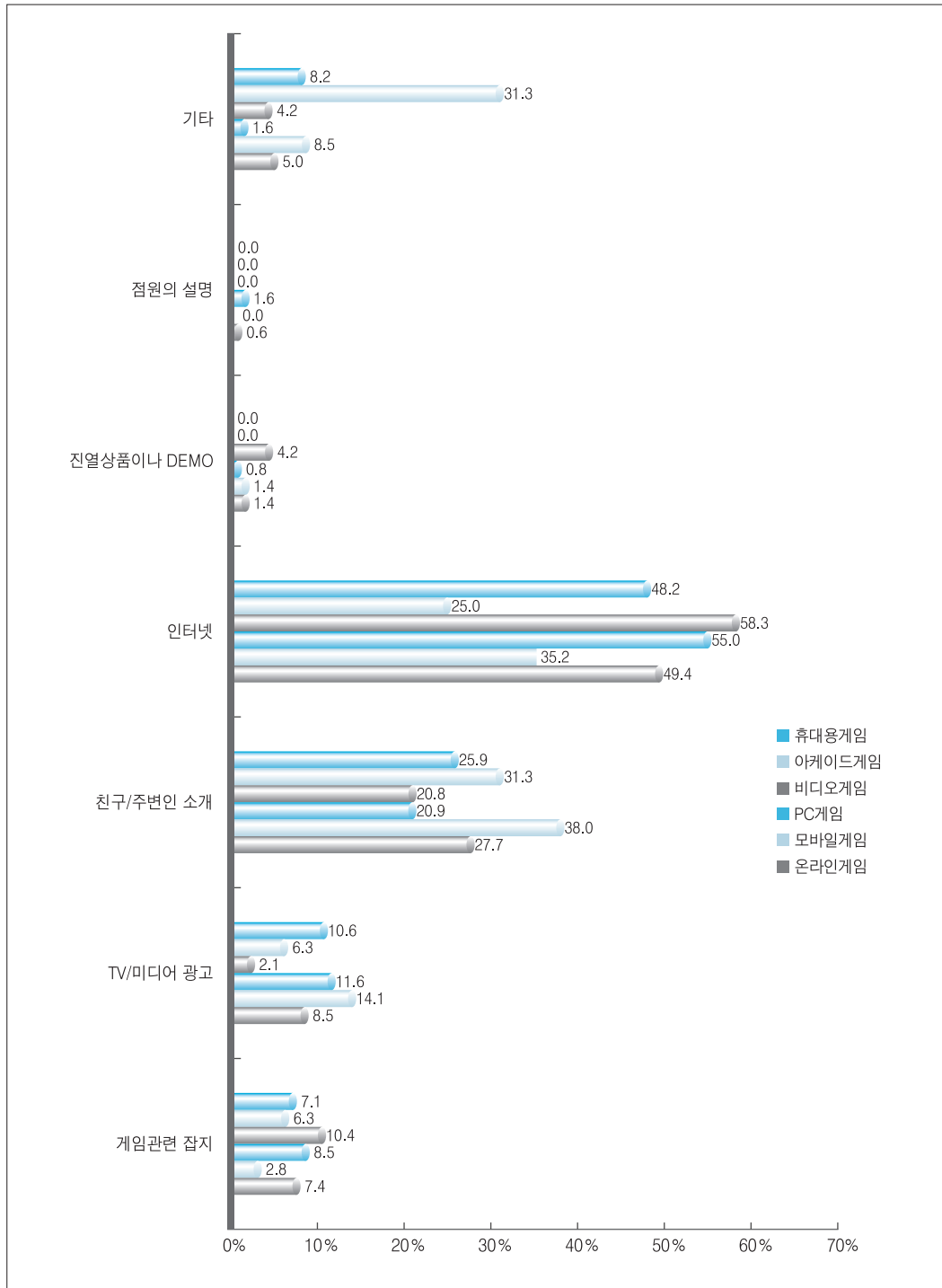


가지인 26회~30회로 16.3%였다. 비디오게임 이용자의 경우에는 9~10회와 16~20회가 각각 16.7%로 가장 높은 비율을 나타내었고, 아케이드게임 이용자는 9~10회가 31.3%로 가장 높았다. 휴대용게임 이용자는 9~10회와 16~20회가 16.5%로 가장 높은 비율을 나타내었다.

게임 이용자별 1회 평균 게임이용 시간을 조

사한 결과, 대부분 2시간 미만에 집중되어 있었다. 모바일게임과 아케이드게임 이용자는 '1시간 미만' 이 각각 53.5%, 37.5%로 다른 게임 플랫폼 이용자에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내었다. '5시간 이상' 이라고 대답한 장시간 이용자가 많은 플랫폼은 온라인게임으로 6.6%가 응답하였다. 각 게임 플랫폼별로 평균

<그림 2-2-2-12> 게임 이용자별 게임 관련 정보를 얻는 곳



시간을 비교해 보면, 비디오게임이 2.2시간으로 가장 많은 시간을 이용하고 있고, 온라인게임이 2.1시간으로 그 다음이었다. 휴대용게임 1.7시간, 아케이드게임 및 PC게임 1.6시간, 모바일게임 1.2시간 순서였다.

게임 이용자별 현재 이용하고 있는 게임 개수는 비디오게임 이용자가 평균 3.17개로 가장 많다. 2007년의 경우 휴대용게임이 4.08개에서 2008년 2.87개로 줄어들어, 이용하는 게임 개수가 가장 많은 플랫폼은 비디오게임으로 조사되었다. 2007년의 경우, 휴대용게임이 일반화되지 않은 시점이었기 때문에 휴대용 게임을 이용하는 일부 마니아층이 포함되어 개수가 많았던 것으로 판단된다. 2008년은 휴대용게임이 큰 호응을 얻으면서, 일부 소수에 의한 이용이 아니라 대중에 의한 소비로 이어졌기 때문에 작년과 다른 양상을 보인다고 할 수 있다. 그 다음으로는 PC게임 2.88개, 온라인게임 2.51개, 아케이드게임 2.19개, 모바일게임 2.07개의 순이었다. 2007년의 조사에서는 PC게임의 이용 개수가 가장 적었으나 이번 조사에서는 모바일게임의 수가 가장 적게 나타났다.

게임 관련 정보를 얻는 곳은 온라인게임 이용자의 49.4%, PC게임 이용자의 55.0%, 비디오게임 이용자의 58.3%, 휴대용게임 이용자의 48.2%가 인터넷이라고 대답했다. 그러나, 모바일게임과 아케이드게임 이용자의 각각 38.0%, 31.3%는 '친구/주변인의 소개'가 더 많은 비중을 차지하고 있었다. 게임 플랫폼별 게임 관련 정보를 얻는 곳이 약간의 차이를 보이고 있으며, 여러 사람과 어울려 게임 플레이를 할 수 있는 게임 플랫폼인 경우 인터넷으로

통해 게임 정보를 얻는 경향이 강한 것으로 보인다. 점원의 설명이나 진열상품 및 DEMO는 소비자에게 게임 관련 정보를 전달하는 역할이 미비한 것으로 나타났다. 2007년과 비교해 볼 때, 아케이드게임의 경우 게임관련 잡지를 통해 정보를 얻는다는 응답이 27.3%였던 것에 비해, 2008년 조사에서는 6.3%에 불과해 아케이드게임 관련 잡지의 정보 의존도가 감소한 것으로 나타났다. 이는 아케이드게임 이용자의 게임에 대한 관심의 저조 또는 아케이드게임 관련 잡지의 폐간과 상관이 있을 것으로 보인다.

3. 게임 이용 비용

각 게임 플랫폼별 이용자의 게임 이용 비용을 알아보기 위해, 우선 온라인게임의 경우 인터넷 사용비를 제외한 금액과 아이템 구입 비용을 나누어 조사하였다. 온라인게임 이용 비용면에서 전체 게임이용자의 온라인게임 이용 비용이 온라인게임 이용자의 이용 요금 보다 조금 더 높게 나타났다.

온라인게임을 주 선호 플랫폼으로 선택한 온라인게임 이용자 집단이 5천원 이하의 이용 비용을 사용하는 비율이 전체 게임이용자 보다 높았으며, 1만원 이하의 경우도 더 높게 나타났다. 즉, 온라인게임을 주 선호 플랫폼으로 선택한 집단의 게임 비용의 소비 패턴은 전체 게임 이용자 보다 적은 것으로 조사되었다.

온라인게임 이용자의 월 평균 아이템 구입 비용을 조사해 본 결과 역시 온라인게임 이용자가 전체 게임이용자보다 아이템 구입 비용을 적게 사용하고 있었다. 5천원 이하, 1만원 이하

〈표 2-2-2-01〉 온라인게임 이용자의 월 평균 온라인게임 이용 비용(인터넷 사용료 제외) (단위 : %)

	무료게임	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전체 게임이용자	51.1	13.0	10.9	8.7	1.2	5.8	4.7	1.6	3.0	100.0	17,622.1
온라인 게임이용자	57.6	0.0	12.6	10.5	1.4	6.7	5.9	1.8	3.3	100.0	17,409.9

〈표 2-2-2-02〉 온라인게임 이용자의 월 평균 아이템 구입 비용 (단위 : %)

	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전체 게임이용자	73.1	10.8	7.2	0.9	2.6	2.6	0.4	2.3	100.0	14,374.4
온라인 게임이용자	68.5	12.4	9.1	1.1	2.8	3.2	0.6	2.3	100.0	13,658.7

〈표 2-2-2-03〉 모바일게임 이용자의 월 평균 모바일게임 다운로드 비용 (단위 : %)

	무료게임	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전체 게임이용자	15.4	45.6	30.8	5.8	0.2	1.0	0.7	0.1	0.4	100.0	5,302.0
모바일 게임이용자	23.1	0.0	60.0	15.4	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	100.0	4,758.0

〈표 2-2-2-04〉 PC게임 이용자의 월 평균 PC게임 구입 비용(CD, 패키지) (단위 : %)

	무료게임	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전체 게임이용자	31.8	49.8	4.5	4.5	0.8	1.8	3.0	1.1	2.7	100.0	23,178.0
PC 게임이용자	55.0	0.0	10.8	8.1	1.8	4.5	9.0	3.6	7.2	100.0	24,637.3

〈표 2-2-2-05〉 아케이드게임 이용자의 월 평균 아케이드게임장(오락실) 이용 비용 (단위 : %)

	이용하지 않음	5천원 이하	1만원 이하	1만5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	평균(원)
전체 게임이용자	71.8	22.0	4.0	0.4	0.7	0.7	0.1	0.4	100.0	7,529.4
아케이드 게임이용자	0.0	60.0	30.0	0.0	0.0	10.1	0.0	0.0	100.0	6,500.0

및 1만 5천원 이하의 이용 금액에서 온라인게임 이용자의 응답 비율이 높게 나타나 온라인게임 이용자의 아이템 구매율은 전체 이용자보다 높지만, 실질적으로 소비하는 돈은 더 적은 것으로 조사되었다.

모바일게임 이용자의 경우, 전체 게임이용자에 비해 무료 게임을 이용하는 비율이 높게 나타났다. 또한, 5천원 이하를 소비하는 이용자가 모바일게임 이용자의 60.0%를 차지하고 있어, 이용 비용 또한 높지 않았다. 따라서, 월 평균 모바일게임 다운로드 비용에 있어서, 모바일게임 이용자가 4,758원으로 전체 게임이용자 보다 더 적게 소비하고 있는 것으로 조사되었다.

PC게임 이용자의 월 평균 PC게임 구입비용

은 24,637원으로 전체 게임이용자의 이용 금액보다 높게 나타났다. 2만원 이상의 PC 구입 비용을 소비하는 PC게임 이용자가 많기 때문인 것으로 보인다.

아케이드게임 이용자의 월 평균 이용 비용은 6,500원으로 전체 게임이용자 중 아케이드게임을 이용하는 이용자의 평균 이용금액인 7,529원 보다 적었다. 5천원 이하의 금액을 소비하는 아케이드게임 이용자가 60.0%였고, 1만원 이하의 경우는 30.0%로 나타나 대부분의 이용자가 1만원 이하의 금액을 소요하고 있는 반면, 전체 이용자의 경우에는 1만원 이상을 소비하는 이용자가 있어 소비 금액이 조금 더 많았다.

제 3 절 게임 이용자별 게임에 대한 사회적인 인식

1. 게임 이용자별 게임에 대한 사회적인 인식

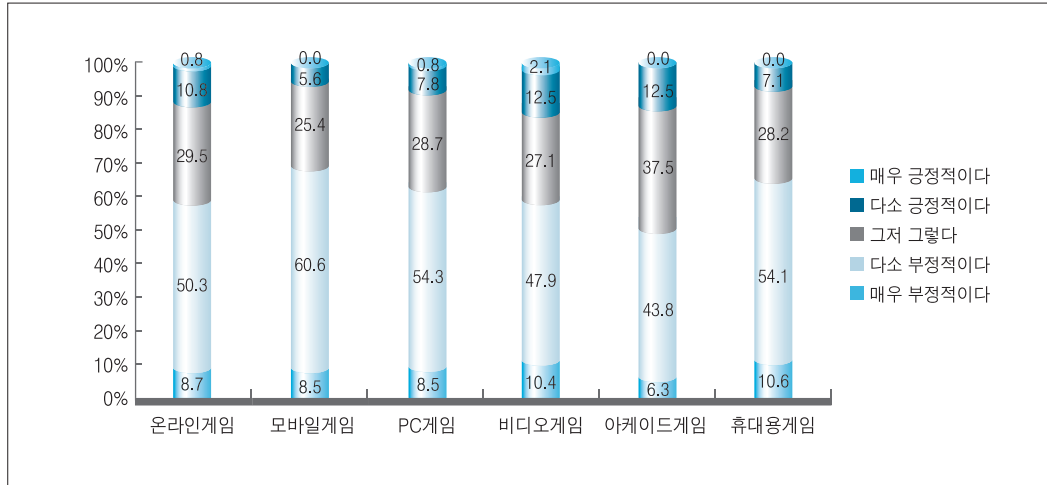
게임이용자에게 게임에 대한 사회적인 인식이 어떠한지를 조사한 결과, 게임이용자들은 대체로 게임이 부정적인 것으로 인식되고 있다고 응답하였다. 모바일게임 이용자 중 게임이 부정적으로 인식되고 있다고 생각하는 비율은 69.1%였고, 온라인게임 이용자 중 59.0%, PC게임 이용자 중 62.8%, 비디오게임 이용자의 58.3%, 휴대용게임 이용자의 64.7%, 아케이드

게임 이용자의 50.1%가 게임이 부정적으로 인식되는 경향이 있다고 응답하였다. 게임 플랫폼별로 게임의 사회적인 인식에 있어서 견해 차이가 있는 것으로 나타났으며, 아케이드게임 이용자가 게임이 부정적으로 인식되는 경향이 적다고 생각하고 있는 것으로 조사되었다.

2. 게임 이용자별 게임 몰입 정도

게임에 대해 몰입하는 정도에 대해 보다 자세한 범주를 나누어 조사를 실시했다. 5점 척

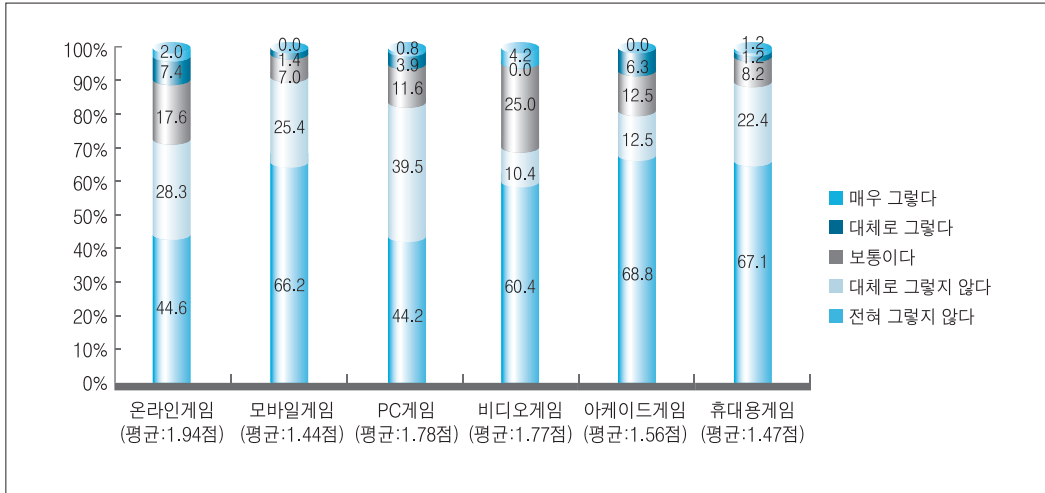
〈그림 2-2-3-01〉 게임 이용자별 게임에 대한 견해



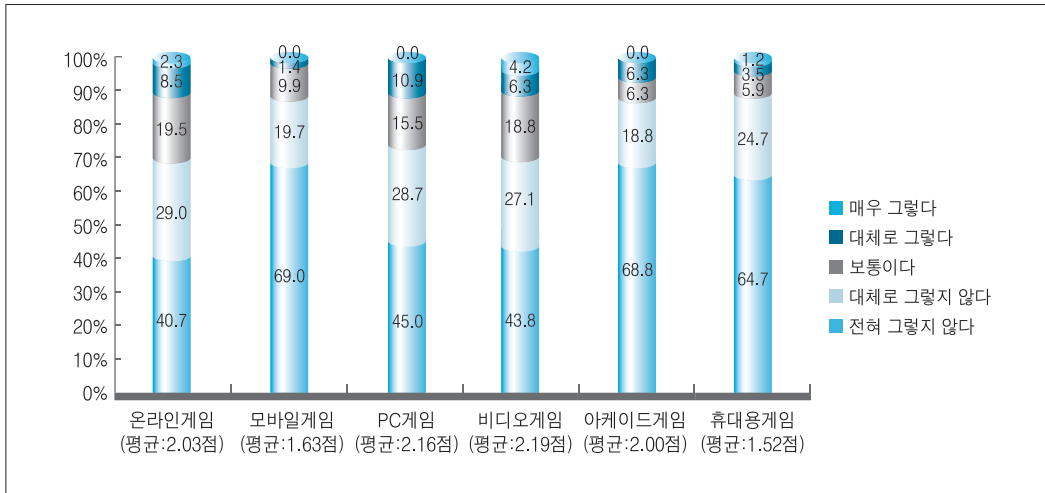
〈표 2-2-3-01〉 게임 과몰입 행동 특성에 대한 측정 항목

구분	세부 설문내용
게임 의존 행동	하루라도 게임을 하지 않으면 다른 일을 하기 어렵다
	내가 하는 이야기는 대부분 게임과 관련되어 있다
	나는 요즘 게임에서 (이전과 동일한 만족감을 얻기 위해서) 점점 많은 시간을 쓰게 되는 것 같다
	게임을 하느라 가족과 이야기하는 시간이 줄었다
자기 통제력저하	게임을 하는 도중 이제 그만 일어나야지라고 생각하면서도 계속하게 된다
	게임하는 시간을 줄이려는 노력을 해보았지만 실패했다
	처음에 생각했던 것보다 더 오래 게임을 하게 된다
	다른 할 일보다 먼저 게임부터 한다
과민성	게임을 하는 중에 방해 받으면 짜증이 나서 참기가 어렵다
	게임을 할 때 옆에서 귀찮게 하면 심하게 화를 낸 적이 있다
	게임을 하는 동안 원하는대로 되지 않으면 짜증이 난다
	게임을 하는 동안 잘 되지 않을까봐 불안하고 조마조마하다
기능저하	게임 때문에 나의 식습관이 변했다 (예: 게임을 하면서 샌드위치를 먹거나 김밥을 먹는다)
	다른 일을 하려고 하면 게임 생각이 나서 일에 집중하기 어렵다
	게임을 하기 전보다 성적이 떨어졌다
	게임을 하기 전보다 학업에 불성실해졌다
몰입	나는 사람들이 게임에 대해 이야기하는 것에 관심이 많고 게임관련 프로는 꼭 시청한다
	나는 게임을 하면서 몰입감을 느끼곤 한다
	며칠 이상 게임을 할 수 없는 곳으로 가는 것은 싫다
	나는 새로운 게임을 처음 사용하는 사람이 되고 싶다

〈그림 2-2-3-02〉 하루라도 게임을 하지 않으면 다른 일을 하기가 어렵다



〈그림 2-2-3-03〉 내가 하는 이야기는 대부분 게임과 관련되어 있다

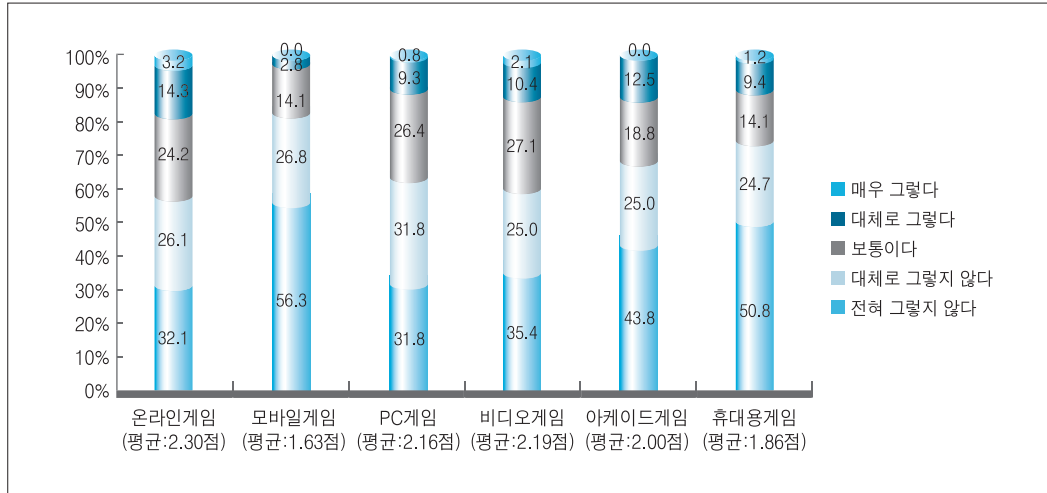


도로 비교했을 때 점수가 0에 가까울수록 증상 경험이 없음을 의미하고, 5에 가까울수록 그러한 증상을 심하게 느끼고 있음을 의미한다. 3점의 경우가 중앙값으로 3점 이하의 경우 증상이 거의 없다고 볼 수 있다.

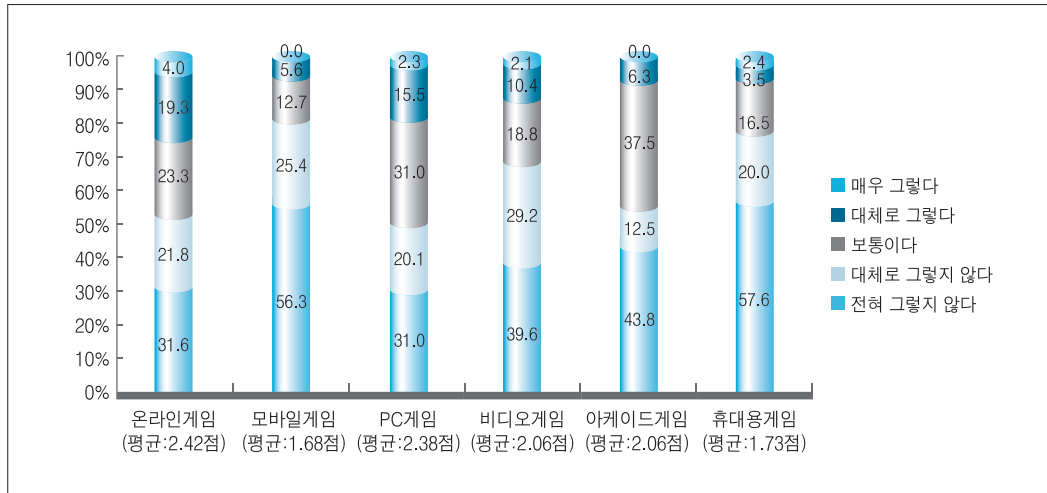
세부 설문내용은 '하루라도 게임을 하지 않으면 다른 일을 하기가 어렵다', '내가 하는 이

이야기는 대부분 게임과 관련되어 있다', '나는 요즘 게임에(이전과 동일한 만족감을 얻기 위해서) 점점 많은 시간을 쓰게 되는 것 같다', '게임을 하느라 가족과 이야기하는 시간이 줄었다', '게임을 하는 도중 이제 그만 일어나야지 생각하면서도 계속하게 된다', '게임하는 시간을 줄이려는 노력을 했지만 실패했다',

<그림 2-2-3-04> 나는 요즘 게임에(이전과 동일한 만족감을 얻기 위해서) 점점 많은 시간을 쓰게 되는 것 같다.



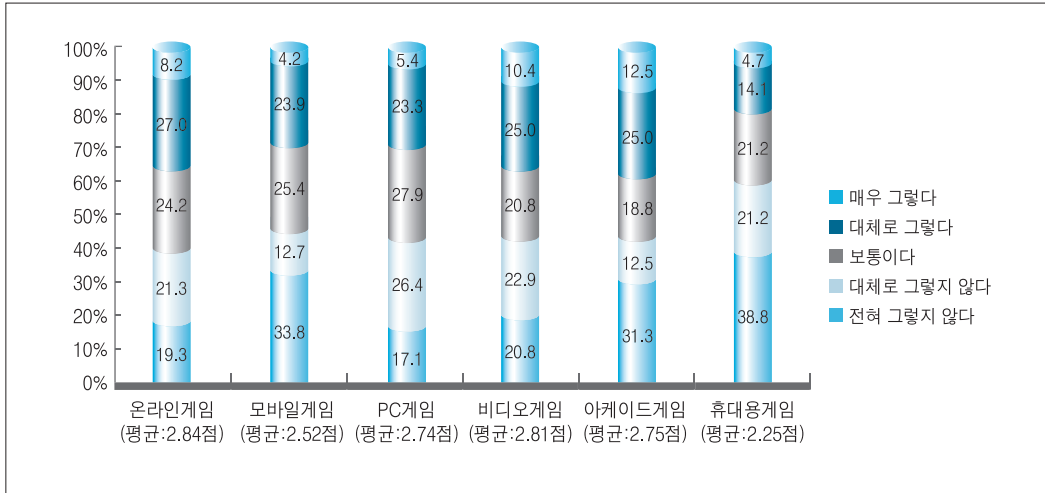
<그림 2-2-3-05> 게임을 하느라 가족과 이야기하는 시간이 줄었다



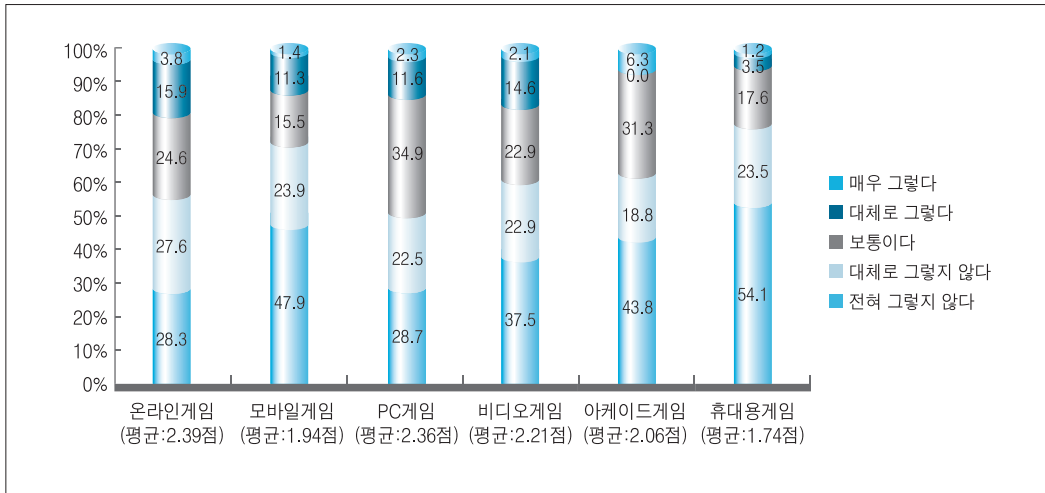
‘처음에 생각했던 것보다 더 오래 게임을 하게 된다’, ‘다른 할 일보다 먼저 게임부터 한다’, ‘게임을 하는 도중에 방해받을 뻔하면 짜증이 나서 참기가 어렵다’, ‘게임을 할 때 옆에서 귀찮게 하면 심하게 화를 낸 적이 있다’, ‘게임을 하는 동안 원하는 대로 되지 않으면 짜증이 난다’, ‘게임을 하는 동안 잘 되지 않을까 봐 불

안하고 조마조마하다’, ‘게임 때문에 나의 식습관이 변했다’, ‘다른 일을 하려고 하면 게임 생각이 나서 일에 집중하기 어렵다’, ‘게임을 하기 전보다 성적이 떨어졌다’, ‘게임을 하기 전보다 모든 학업에 불성실해졌다’, ‘나는 사람들이 게임에 대해 이야기하는 것에 관심이 많고 게임관련 프로그램은 꼭 시청한다’, ‘나

〈그림 2-2-3-06〉 게임을 하는 도중 이제 그만 일어나야지 생각하면서도 계속하게 된다



〈그림 2-2-3-07〉 게임하는 시간을 줄이려는 노력을 했지만 실패했다

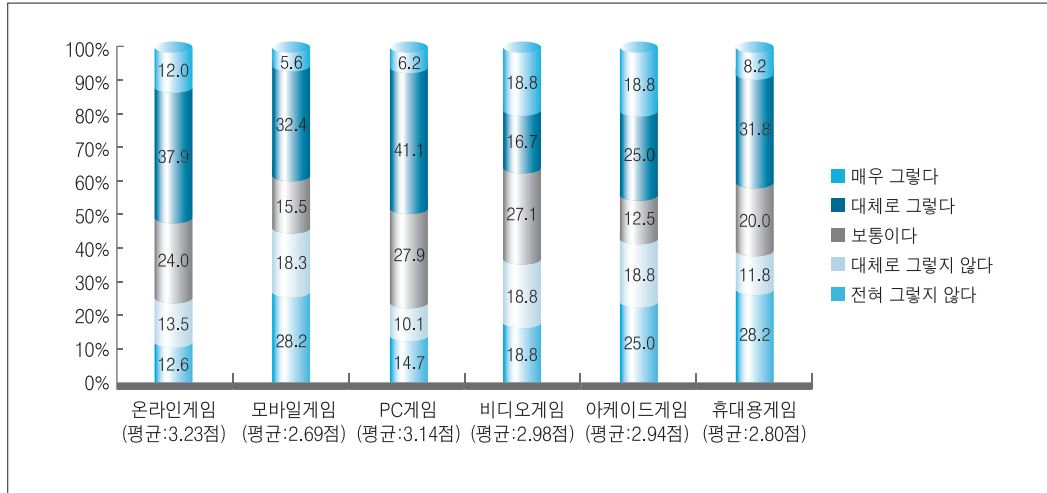


는 게임을 하면서 몰입감을 느끼곤 한다', '며칠 이상 게임을 할 수 없는 곳으로 가는 것이 싫다', '나는 새로운 게임을 처음 사용하는 사람이 되고 싶다.'이다.

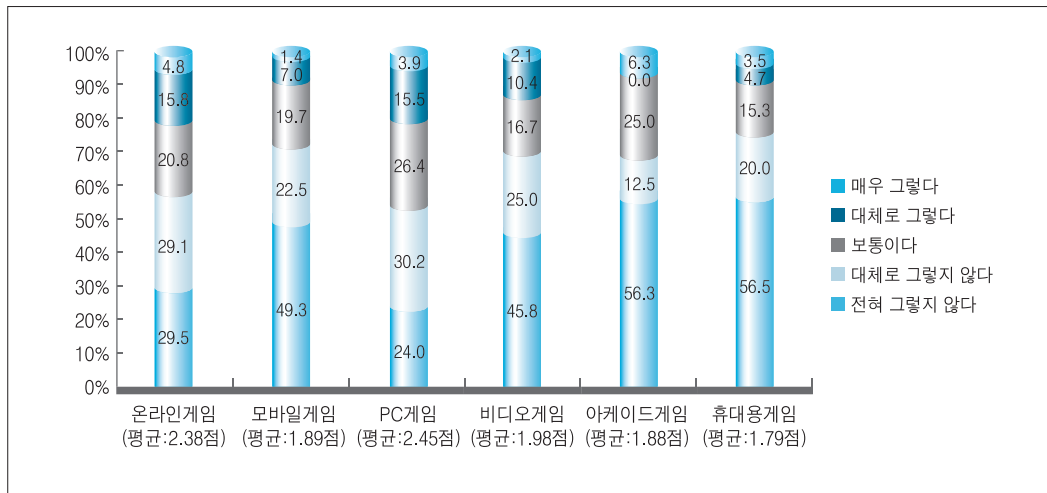
하루라도 게임을 하지 않으면 다른 일을 하기 어렵다는 항목에 온라인게임 이용자는 1.94점, 모바일게임 이용자는 1.44점, PC게임 이용

자는 1.78점, 비디오게임 이용자는 1.77점, 아케이드게임 이용자는 1.56점, 휴대용게임 이용자는 1.47점으로 모두 증상이 거의 없는 것으로 조사되었다. 내가 하는 이야기는 대부분 게임과 관련되어 있다는 항목에서도 온라인게임이 2.03점으로 다른 게임 플랫폼 이용자에 비해 상대적으로 점수가 높았으나, 3점 이하의

<그림 2-2-3-08> 처음에 생각했던 것보다 더 오래 게임을 하게 된다



<그림 2-2-3-09> 다른 할 일보다 먼저 게임부터 한다.



높지 않은 점수를 나타내었다.

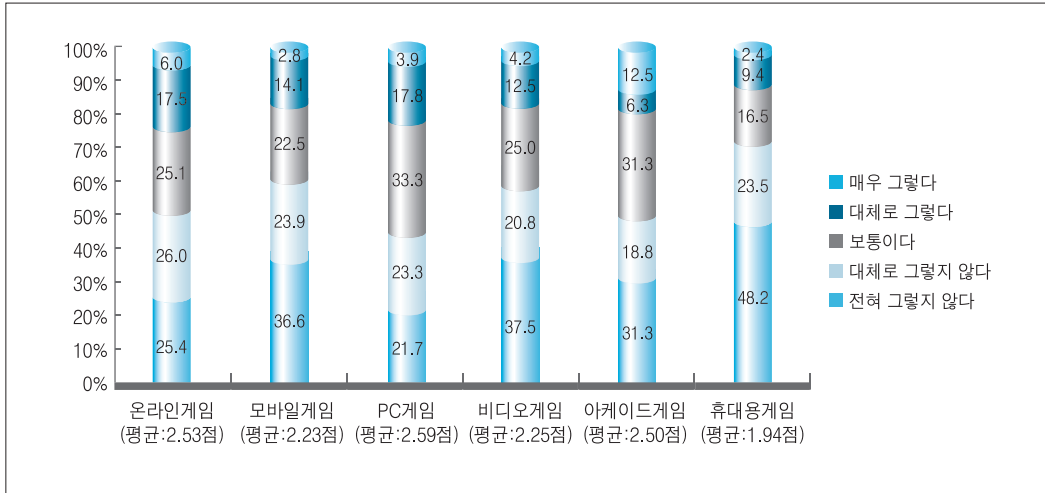
게임에 점점 많은 시간을 쓰고 있다는 항목에 온라인게임 이용자가 평균 2.30점으로 다른 게임 플랫폼 이용자에 비해 높은 점수를 나타내었고, 모바일게임 이용자가 1.63점으로 가장 낮은 점수를 나타냈다. 게임을 하느라 가족과 이야기하는 시간이 줄었다는 항목에서는 온라

인게임 이용자가 2.42점으로 다른 항목 보다 높은 점수를 보였고, PC게임 또한 2.38점으로 비교적 높은 점수를 나타내었다. 그러나 모두 3점 미만으로 증상이 나타나는 정도라고 할 수는 없는 것으로 조사되었다.

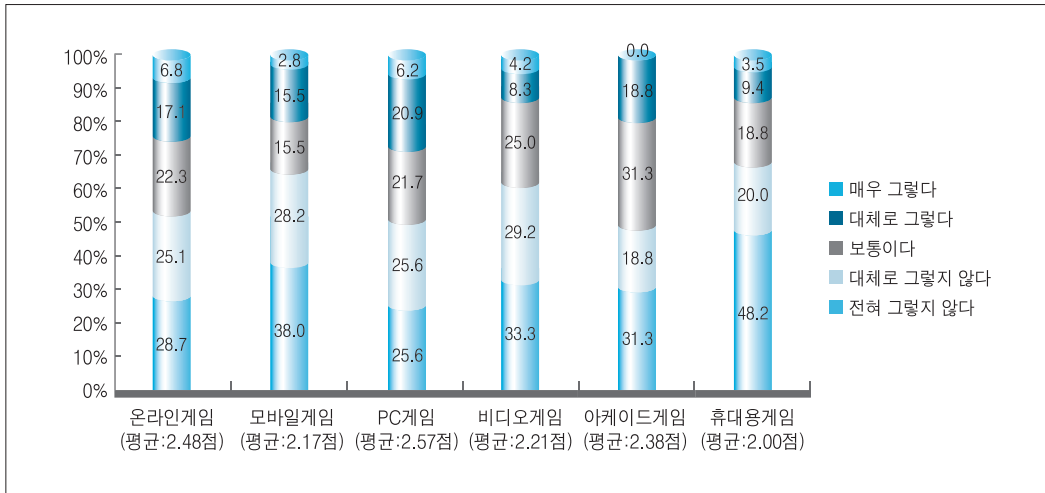
게임을 하는 도중 그만두어야 한다고 생각하면서도 계속하게 되는 게임 이용 조절도를 물



〈그림 2-2-3-10〉 게임을 하는 도중에 방해받으면 짜증이 나서 참가가 어렵다



〈그림 2-2-3-11〉 게임을 할 때 옆에서 귀찮게 하면 심하게 화를 낸 적이 있다

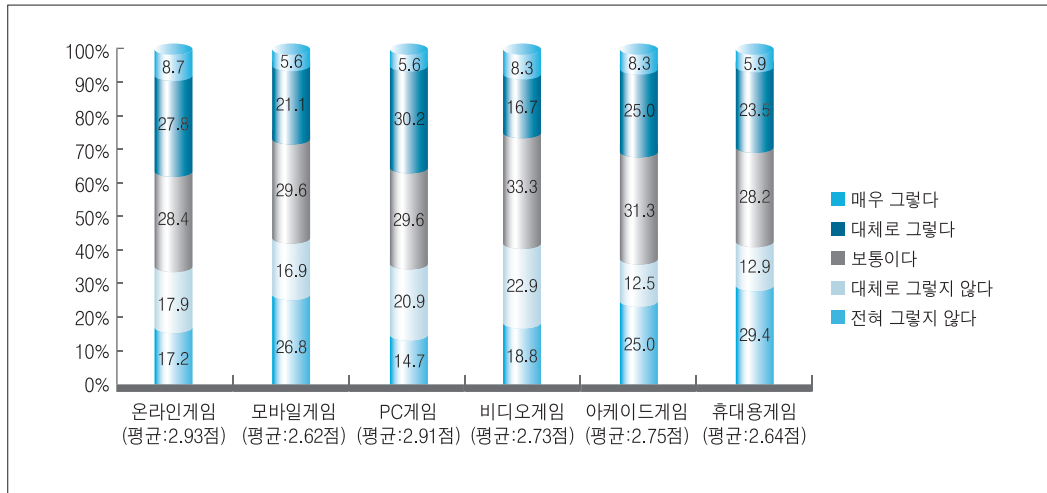


어본 문항에서는 온라인게임 이용자가 2.84점으로 조사되었다. 그 다음으로는 비디오패이 이용자가 2.81점이었고, 아케이드게임과 PC게임이 2.75점, 2.74점으로 근소한 차이였다. 게임하는 시간을 줄이려는 노력을 했지만 실패했다는 항목에서는 휴대용게임이 1.74로 가장 낮은 평균 점수를 나타내었다. 모바일게임도

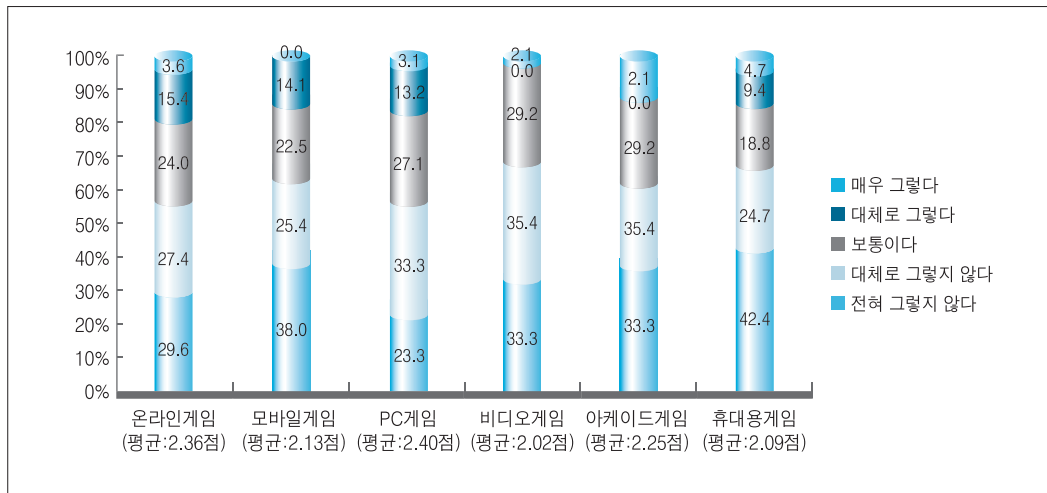
1.94점으로 비교적 낮은 점수를 나타내어, 이동하면서 게임을 이용하게 되는 경향이 많은 휴대용 및 모바일게임이 게임이용 시간의 탄력적 선택이 가능하다는 특성을 보이고 있다.

처음에 생각한 것 보다 더 오래 게임을 한다는 항목에서는 평균 3점 이상의 증상이 있다고 할 수 있는 게임이용자가 나타났는데, 온라인

<그림 2-2-3-12> 게임을 하는 동안 원하는 대로 되지 않으면 짜증이 난다



<그림 2-2-3-13> 게임을 하는 동안 잘 되지 않을까 봐 불안하고 조마조마하다

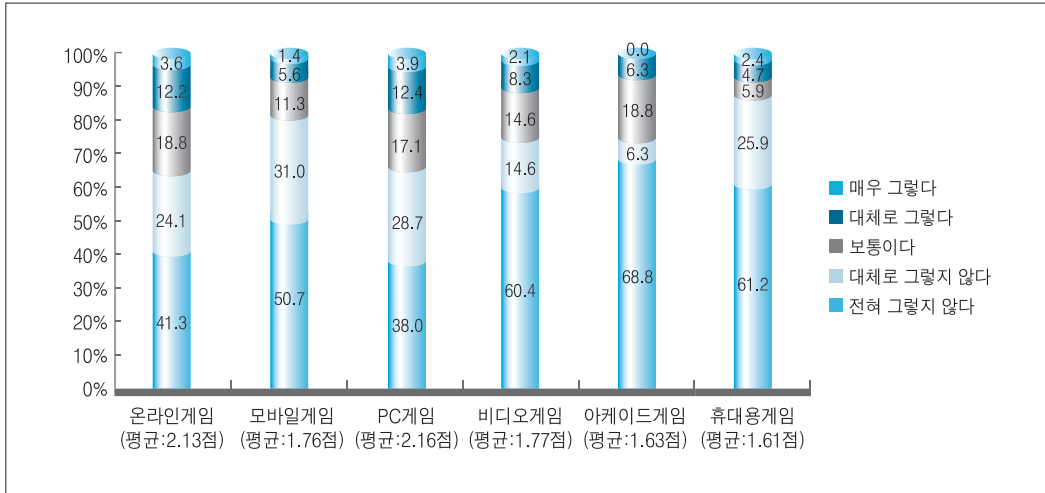


게임 이용자가 3.23점으로 높은 점수를 나타내었고, PC게임 역시 3.14점으로 조사되었다. 온라인게임과 PC게임 이용자에게 게임 이용 시간을 조절하는 능력이 다른 플랫폼보다 결여되어 있는 것으로 보이며, 게임이용자들이 처음 생각한 것보다 더 오래 게임을 이용하는 경향이 있음을 알 수 있다.

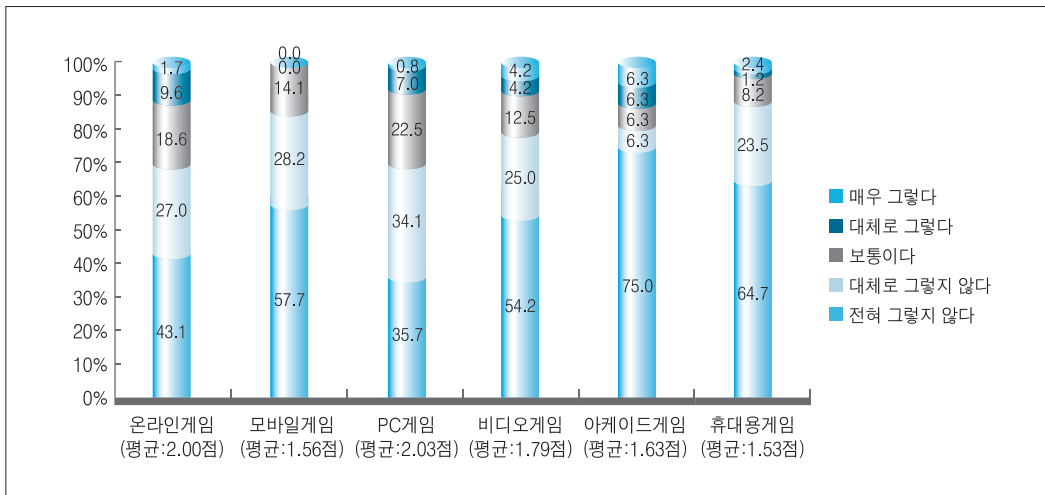
다른 할 일보다 게임을 한다는 항목에서는 PC게임이 2.45점으로 가장 높은 점수였고, 온라인게임 이용자는 2.38점, 비디오게임 이용자가 1.98점으로 조사되었다. 게임을 하는 도중에 방해를 받으면 짜증이 나서 참기 어렵다는 항목에서는 PC게임 이용자가 2.59점으로 가장 높은 점수였으며, 그 다음은 온라인게임 이



〈그림 2-2-3-14〉 게임 때문에 나의 식습관이 변했다



〈그림 2-2-3-15〉 다른 일을 하려고 하면 게임 생각이 나서 일에 집중하기 어렵다

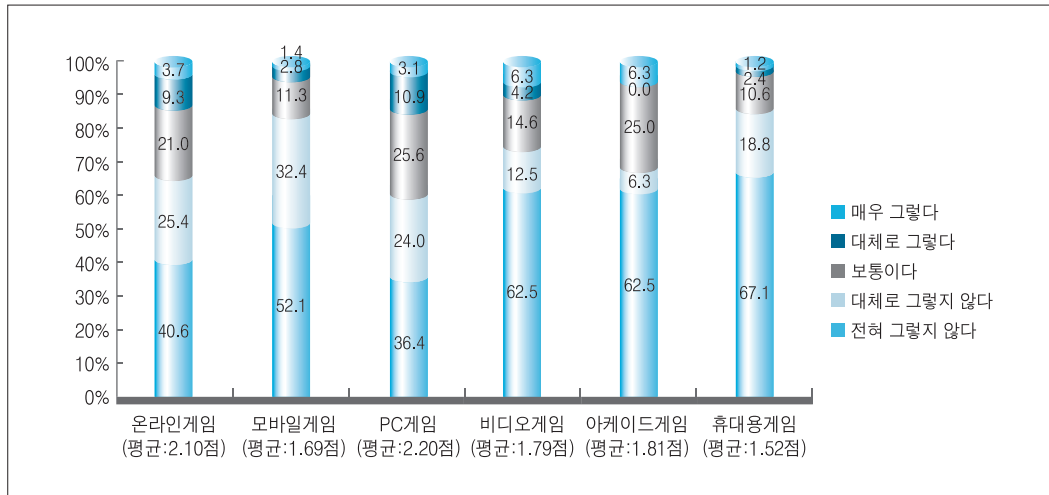


이용자로 평균 2.53점이었다. 휴대용게임 이용자가 1.94점으로 가장 낮은 점수였다.

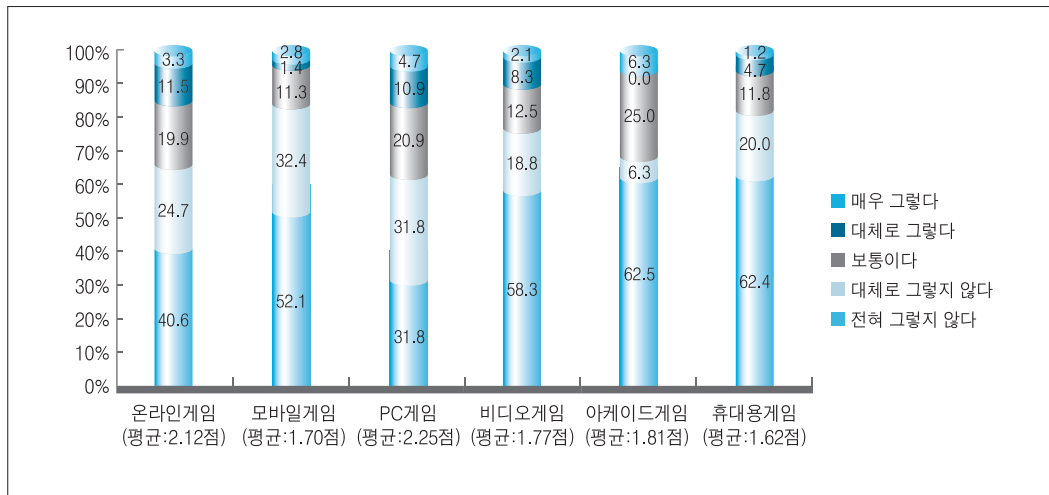
게임을 할 때 귀찮게 하여 화를 낸적이 있다는 경험을 물어본 질문에서 PC게임 이용자가 2.57점으로 가장 높은 점수였으며, 온라인게임 2.48점, 아케이드게임 이용자가 2.38점으로 그 다음 이었다.

게임을 하는 동안 원하는 대로 되지 않으면 짜증이 난다는 항목에서는 온라인게임 이용자(2.93점), PC게임 이용자(2.91점), 아케이드게임 이용자가(2.75점)의 순으로 높은 점수를 나타내었고, 대개의 게임이용자가 게임을 이용하면서 원하는 바를 이루지 못할 때 짜증을 경험하는 것으로 조사되었다. 또한, 게임을 하는 동

<그림 2-2-3-16> 게임을 하기 전보다 성적이 떨어졌다



<그림 2-2-3-17> 게임을 하기 전보다 모든 학업에 불성실해졌다



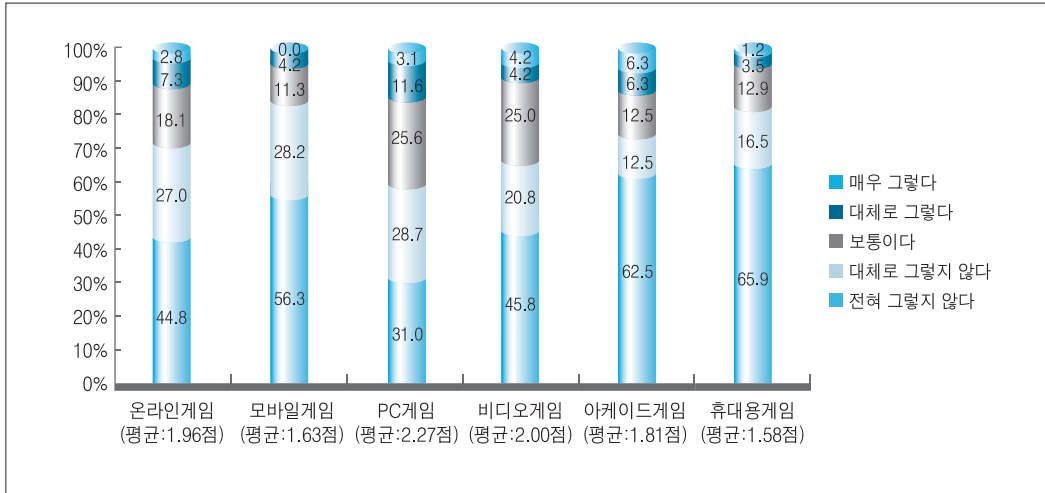
안 불안하고 조마조마한 심리상태를 경험하고 있다고 할 수 있는데, PC게임 이용자가 2.40 점, 온라인게임 이용자가 2.36점으로 높았다.

게임을 지속적으로 이용하다 보니 식사를 거르거나, 간단한 음식으로 식사를 해결하는 식습관의 변화가 발생하는 경우가 있는데, 온라인게임 이용자와 PC게임 이용자가 각각 2.13

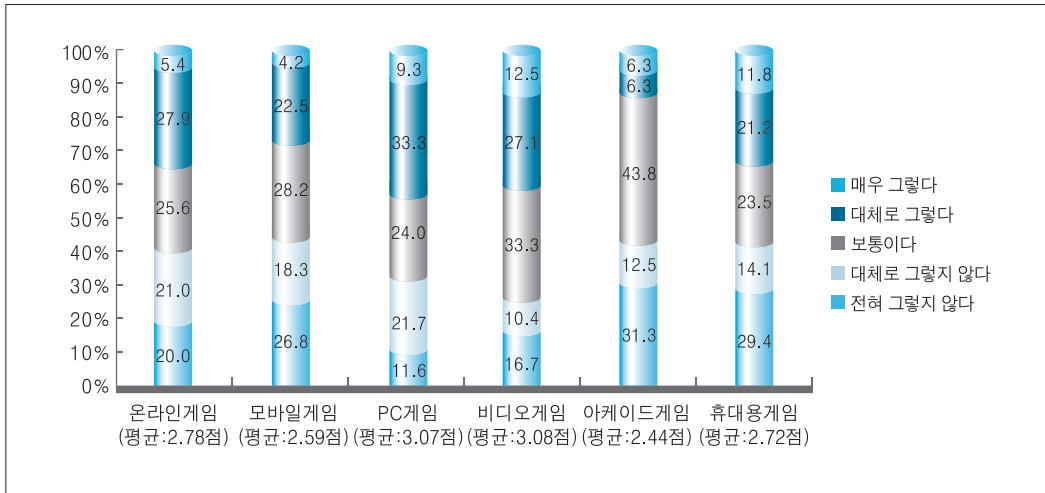
점, 2.16점으로 높았으며, 휴대용게임은 1.61점으로 가장 낮은 평균 점수를 나타내었다.

다른 일을 하려고 하면 게임 생각이 나서 집중하기 어렵다는 항목에서는 대체로 그렇지 않다는 응답을 하고 있어 게임을 이용하고 있지 않은 경우에 게임이 다른 일에만까지 영향을 미치는 정도는 적다고 할 수 있다.

〈그림 2-2-3-18〉 나는 사람들이 게임에 대해 이야기하는 것에 관심이 많고 게임관련 프로그램은 꼭 시청한다



〈그림 2-2-3-19〉 나는 게임을 하면서 몰입감을 느끼곤 한다



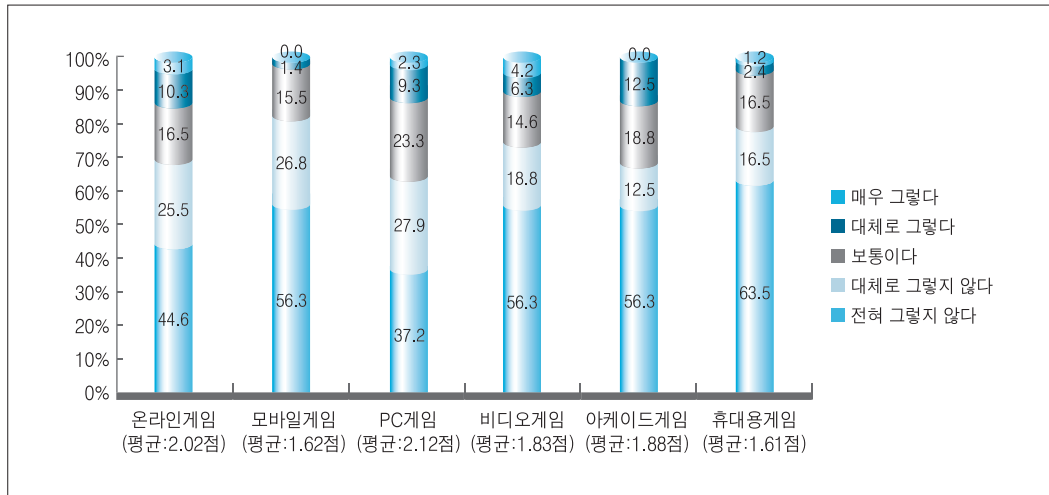
게임을 하기 전보다 성적이 떨어졌다는 항목에서 가장 높은 점수를 나타낸 이용자는 PC게임 이용자로 2.20점이었다. 게임을 하기 전보다 학업에 불성실한 경향을 보이고 있는 집단은 PC게임과 온라인게임 이용자로 평균 2.25점, 2.12점이었다.

게임을 대해서 몰입감을 느끼곤 한다는 경험

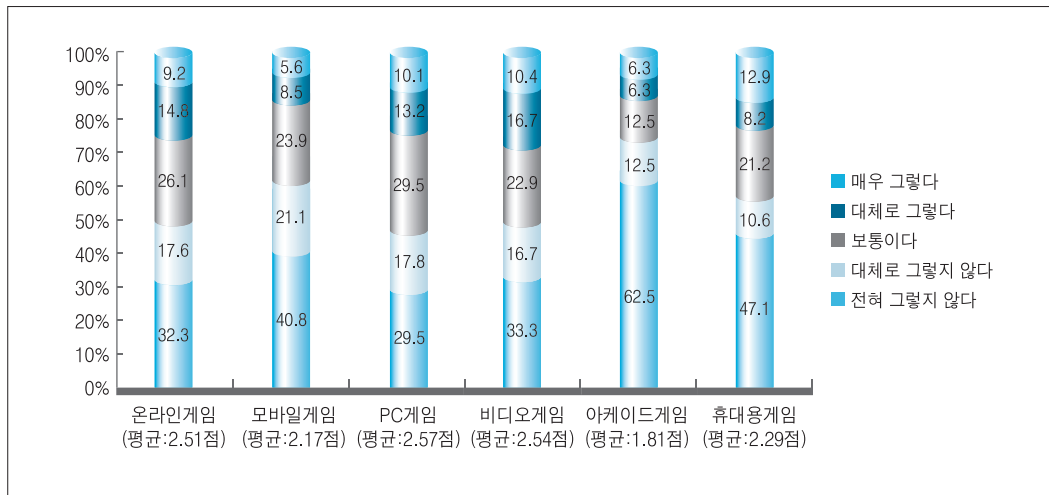
을 물어본 문항에서, 비디오게임 이용자가 3.08점으로 높은 점수를 나타내었다. PC게임 이용자 또한 3.07점으로 어느 정도 증상이 있는 것으로 조사되었다. 아케이드게임 이용자는 2.44점으로 다른 플랫폼 게임이용자보다 낮은 점수를 나타내었다.

며칠 이상 게임을 하지 못하는 곳으로 가

<그림 2-2-3-20> 며칠 이상 게임을 할 수 없는 곳으로 가는 것이 싫다



<그림 2-2-3-21> 나는 새로운 게임을 처음 사용하는 사람이 되고 싶다

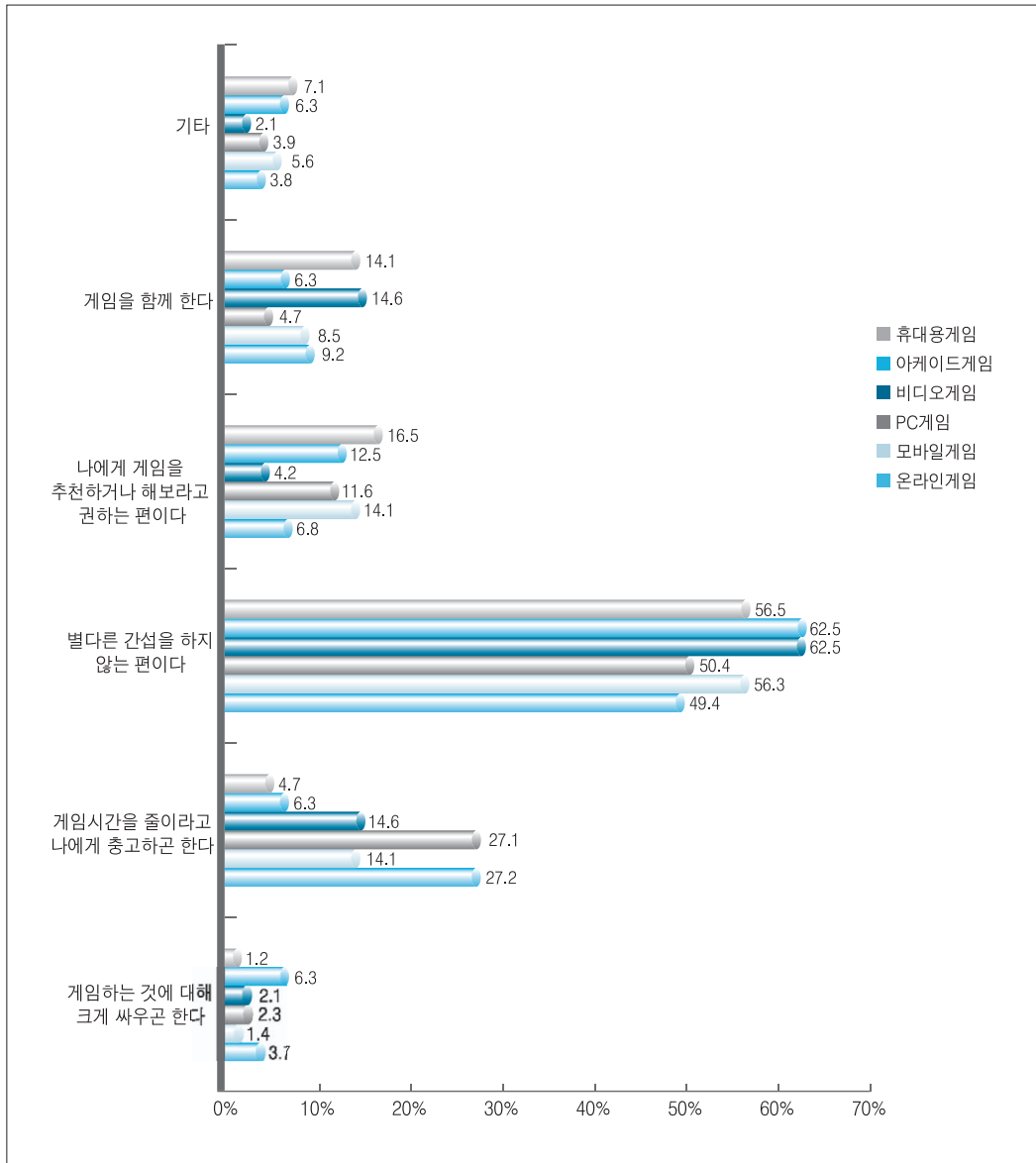


싫다는 항목에서는 대부분이 2점 이하로, 온라인게임과 PC게임 이용자를 제외한 다른 게임 플랫폼 이용자는 상대적으로 그렇지 않은 경향이 높게 나타났다. 새로운 게임을 처음 사용하는 사람이 되고 싶다는 의견에 비디오게임 이용자가 평균 2.54점, PC게임 이용자가 2.57점으로 상대적으로 높은 점수를 나타냈고, 아케

이드게임 이용자가 1.81점으로 가장 낮은 점수였다.

게임 플랫폼별 이용자의 게임 몰입 정도를 알아본 문항에서, '몰입감'을 느끼는 경험과 처음보다 더 오래 게임을 하게 된다는 경향에서 3점 이상의 증상이 있는 이용자가 있는 것으로 조사되었고, 온라인게임과 PC게임 이용

〈그림 2-2-3-22〉 본인의 게임이용에 대한 주변 의견



자가 다른 게임 플랫폼 이용자에 비해 게임 몰입정도가 높은 것으로 조사되었다. 지속적으로 게임을 이용할 수 있는 환경을 제공하고 있는 온라인게임 및 PC게임 이용자가 몰입경험도 높고, 게임이용에 따르는 시간 조절의 어려움을 겪고 있다.

한편, 본인의 게임이용에 대한 주변 의견을 보면, 별다른 간섭을 하지 않는 편이라는 응답이 압도적으로 많았고 다음으로 게임 시간을 줄이라고 충고한다는 응답이 많았다. 게임이용자들이 간섭을 받지 않고 게임을 한다고 응답한 비율은 2007년과 비교해서 비슷한 수준이나, 아케이드게임의 경우 36.3%에서 62.5%로 증가하여 약간의 차이가 나타났다. 또한, 게임을 함께 한다는 응답비율도 2007년의 조사와 차이를 보이고 있는데, 모바일게임 및 휴대용 게임을 함께 이용하는 비율은 감소하였고, 아케이드게임과 비디오게임을 함께 이용한다는 응답은 증가하였다.

3. 게임 선택 결정 요소 및 관심 부문에 대한 견해

1) 게임 선택 결정 요소

게임을 선택하게 하는 결정적인 요소가 무엇인지를 조사한 결과, 게임이용자의 대부분이 '좋아하는 장르'라고 하였고, 그 다음으로 '게임을 해본 사람들의 추천', '좋아하는 내용'의 순이었다. 2007년의 조사 결과와 다르지 않아, 국내 게임이용자에게 게임 선택의 기준이 되는 요소는 '장르'임을 확인할 수 있다.

게임 시 가장 관심 있게 보는 요소는 '스토

리'였는데 게임 선택하게 되는 결정적인 요소로 '좋아하는 내용'을 선택한 것과 관련이 있는 것으로 판단된다. 다음으로 '기획'과 '그래픽'이 주요 순위를 차지했다. '연출력'도 관심 있게 본다는 응답이 상당수 있었는데 특히 비디오게임에서는 16.7%로 그래픽 10.4%보다 높았다. 비디오게임 이용자는 비디오게임의 특성을 감안하여 관심을 가지고 게임을 지켜보고 있으며, 비디오게임에서 중요한 요소로 연출력을 꼽고 있음을 알 수 있다.

2) 개발 희망 장르 및 게임요소별 중요도에 관한 견해

향후 게임과 결합되기를 희망하는 장르 중 가장 많은 것은 '교육'이었다. 이는 각 게임 플랫폼별로 큰 차이 없이 대동소이했다. 다음으로 '커뮤니티', '심리' 등의 응답이 많았는데, '커뮤니티'는 온라인게임(25.0%), 아케이드게임(18.8%), 휴대용게임(17.6%)에서 응답이 많았다. '심리'는 비디오게임(22.9%), 모바일게임(21.1%)에서 많이 희망했다. 온라인게임 및 PC게임의 경우는 현재 인기를 얻고 있는 게임 장르가 국한되어 있고, 이용자층이 다른 게임 플랫폼에 국한되어 있는 경향이 있어, 비교적 향후 결합되기를 바라는 희망 분야가 덜 다양한 것으로 조사되었다.

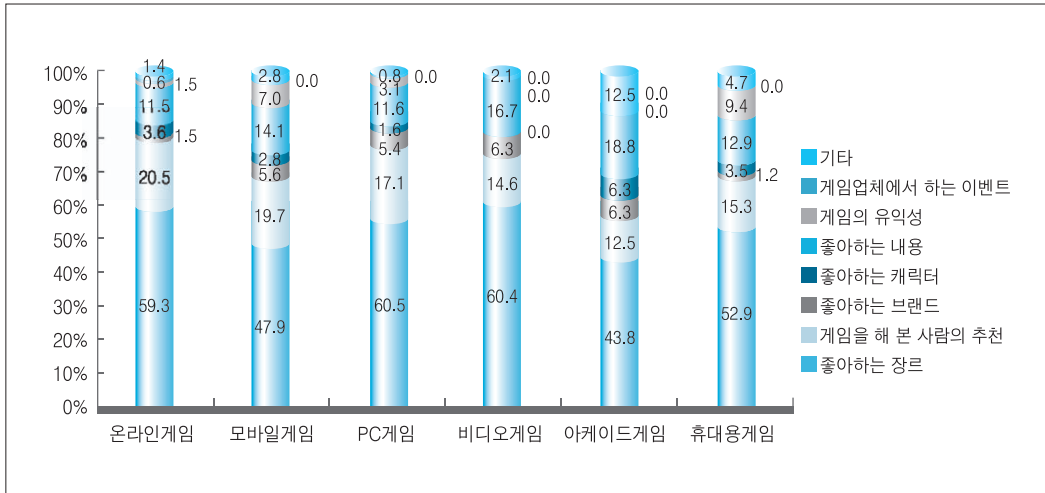
각 게임 이용자별로 게임 이용 시 관심있게 보는 부분에서 플랫폼 간의 차이가 나타나는지 알아보기 위해 게임 이용 시 관심있게 보는 부분에 대해 중복 응답하도록 했다. 1순위 선택과 같이, 전 플랫폼에서 '스토리'가 가장 응답이 많았다. 각 플랫폼별로 살펴보면, 온라인게임

의 경우 스토리 26.2%, 그래픽 21.6%, 기획 16.3%의 순이었고, 모바일게임은 스토리 22.8%, 기획 16.2%, 그래픽 16.9% 순서였다. PC게임은 스토리 27.3%, 그래픽 26.1%, 기획 12.9%의 순으로 답했다. 비디오게임은 기획 28.4%, 스토리 27.4%, 그래픽 17.9% 연출력 11.6%라고 응답했다. 아케이드게임은 기획 29.0%, 스토리 22.6% 순이었다. 휴대용게임

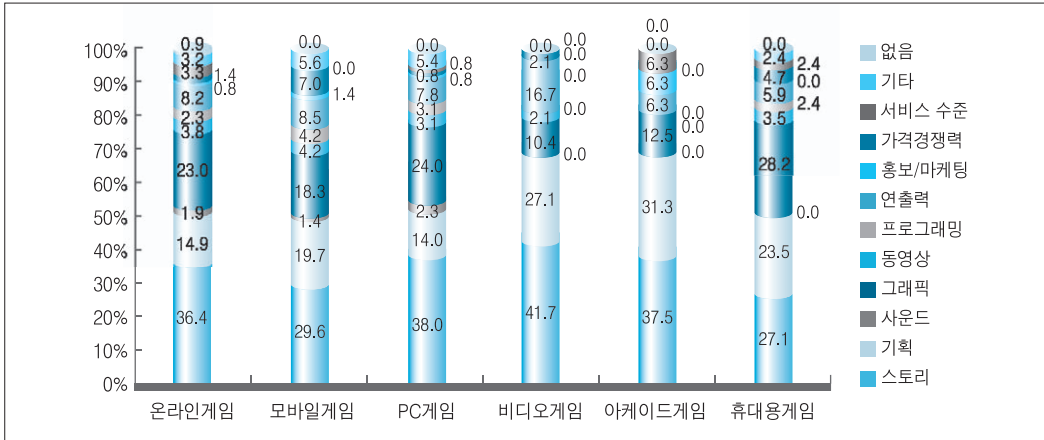
은 스토리가 26.1% 기획이 22.4%, 그래픽이 21.8%로 나타났다.

게임을 이용하면서 느끼는 불만사항(복수응답)을 게임 이용자별로 조사해 보았다. 공통적으로 가격이 비싸다는 의견이 가장 많았다. 그 뒤를 이어 컴퓨터(게임기) 요구사항이 너무 높다는 의견, 버그 문제, 시나리오/아이디어에 대한 불만이 대두되었다.

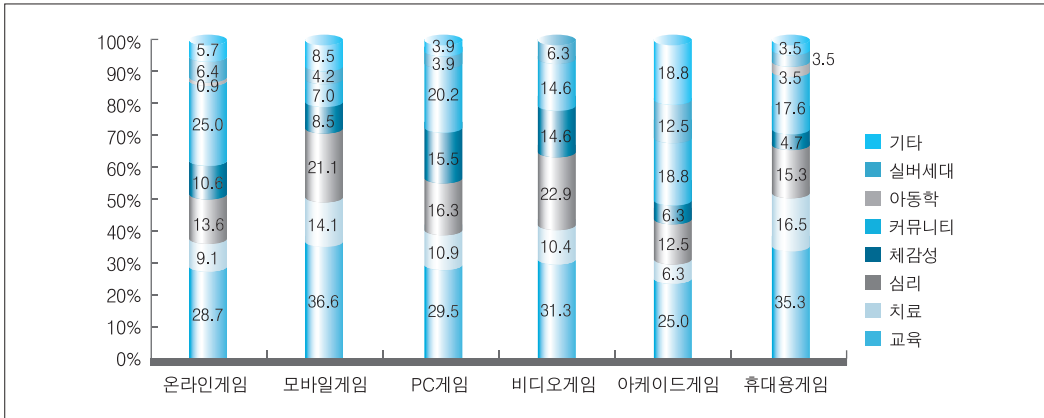
〈그림 2-2-3-23〉 게임 이용자별 게임선택 시 주요 결정요인



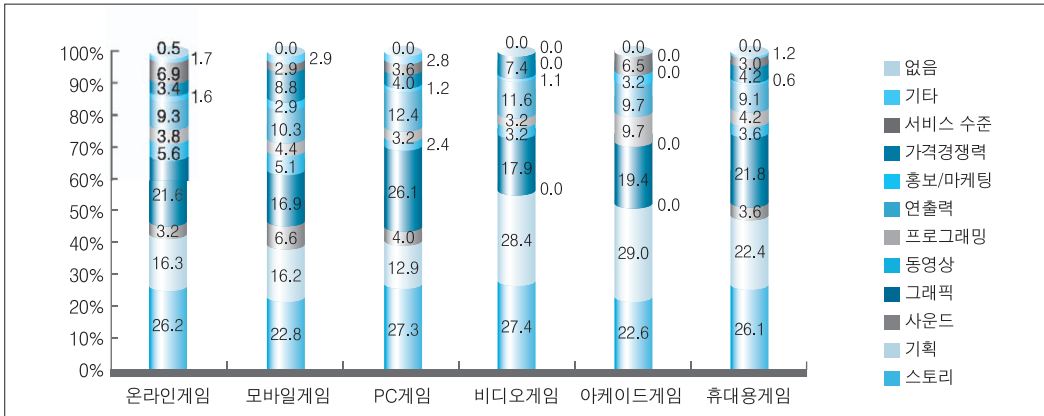
〈그림 2-2-3-24〉 게임 이용자별 게임에 대해 가장 관심 있게 보는 요소(1순위)



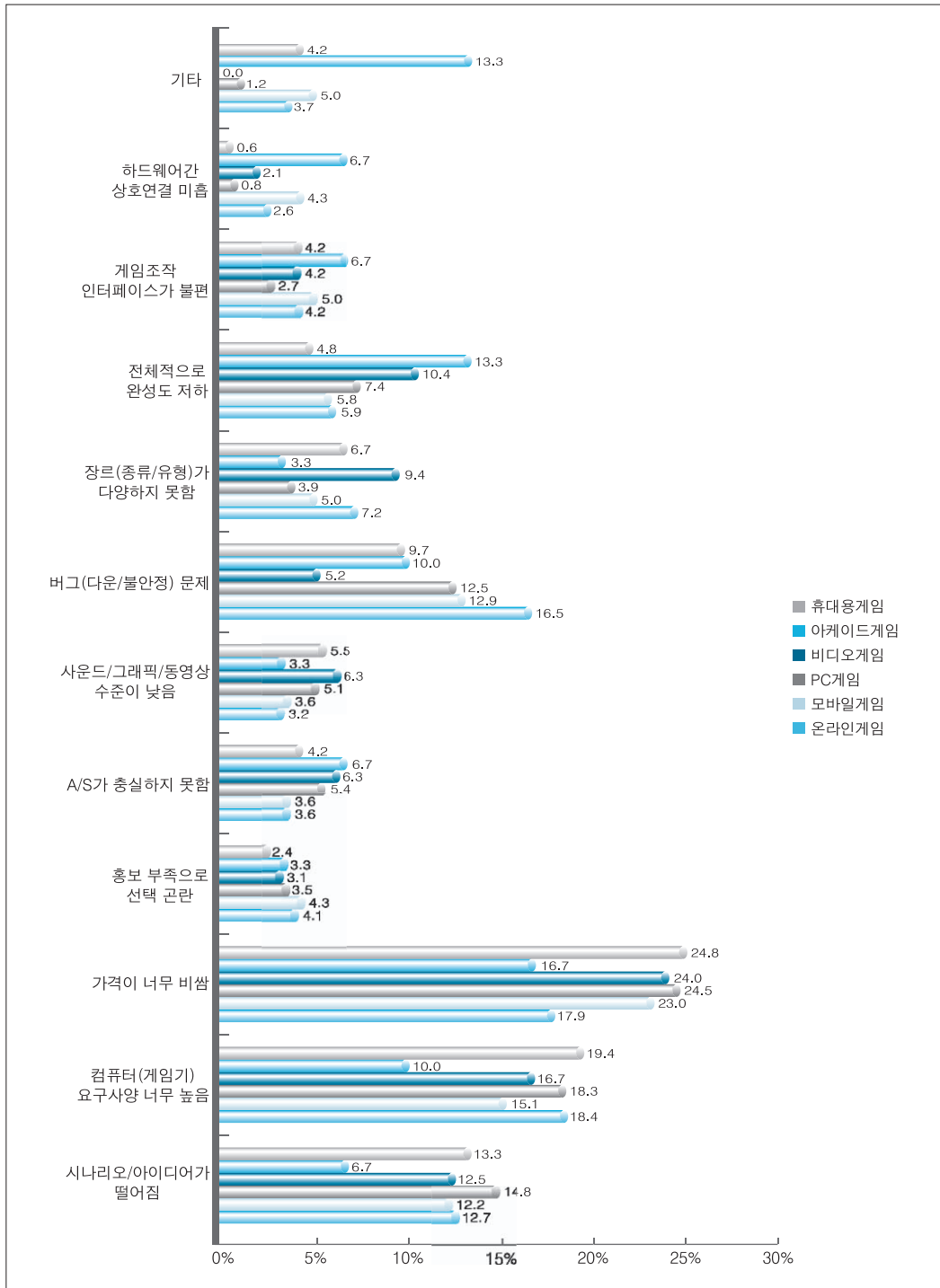
〈그림 2-2-3-25〉 게임 이용자별 향후 게임과 결합되기를 희망하는 분야



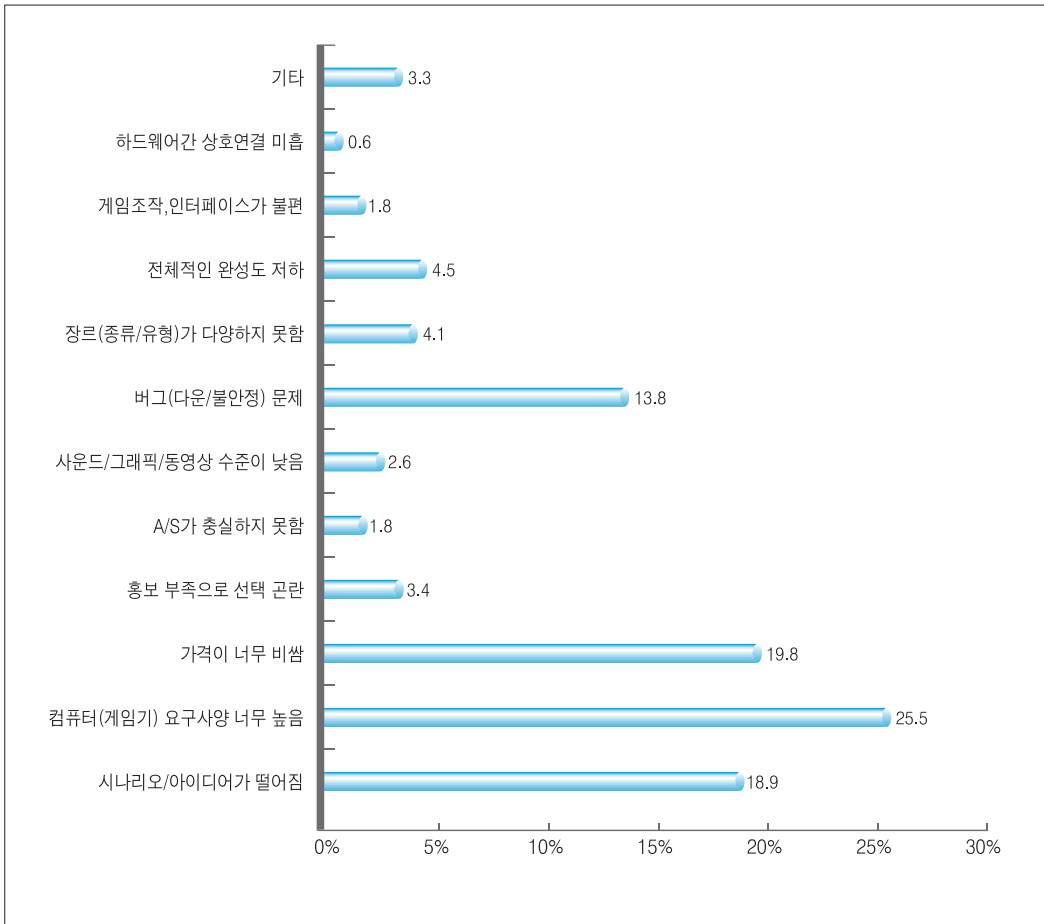
〈그림 2-2-3-26〉 게임 이용자별 게임에 대해 가장 관심 있게 보는 요소(복수응답)



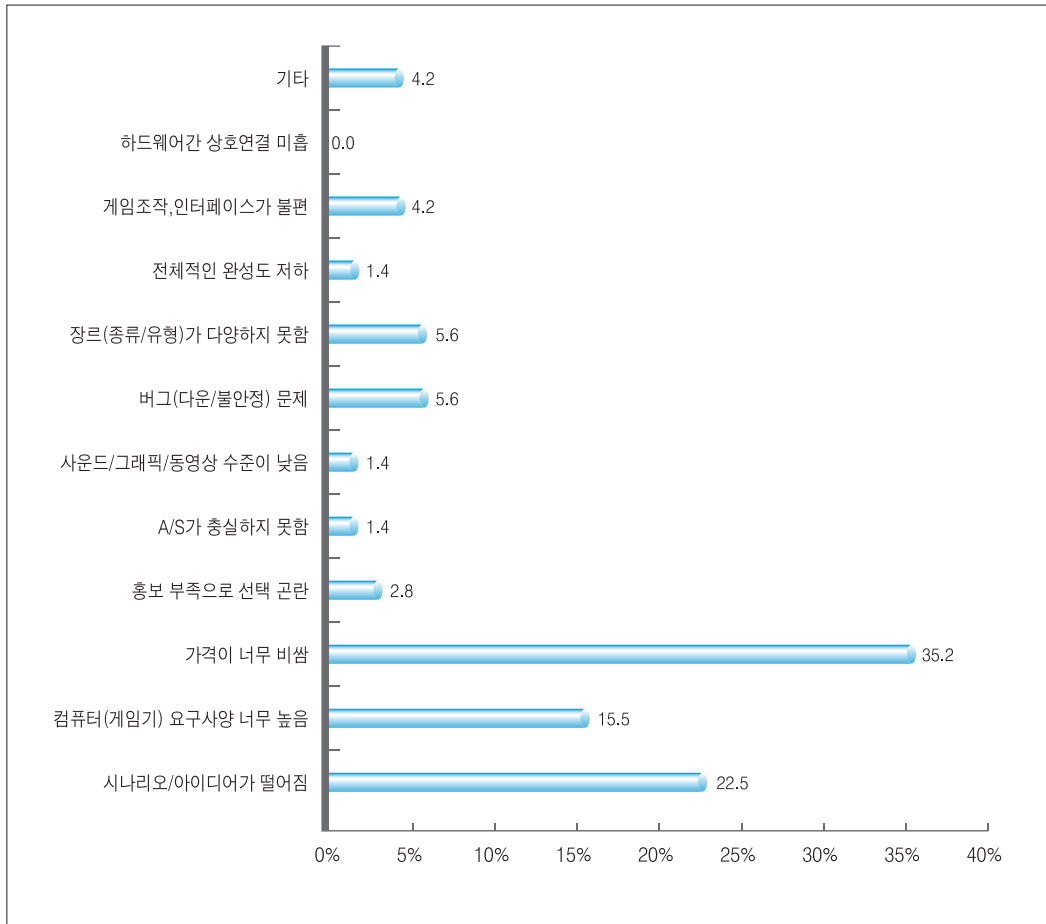
〈그림 2-2-3-27〉 게임이용자별 게임이용 시 가장 큰 불만사항(복수응답)



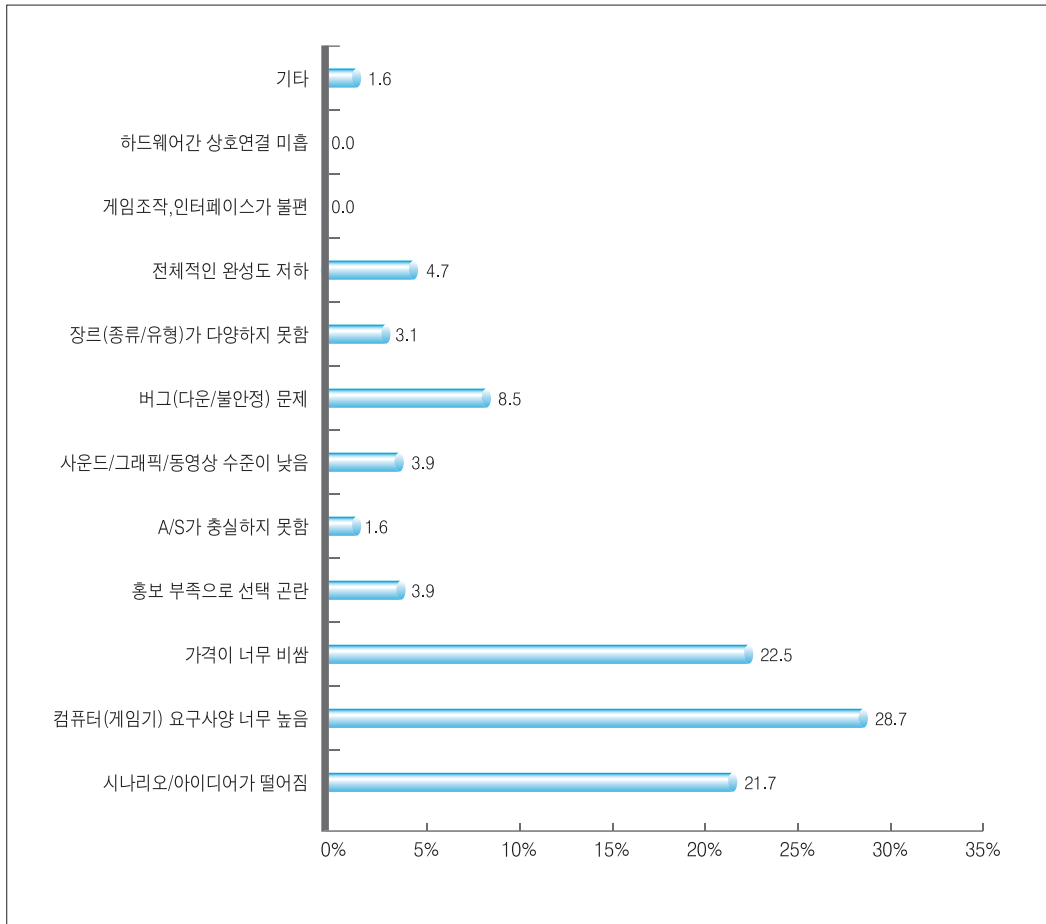
<그림 2-2-3-28> 온라인게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



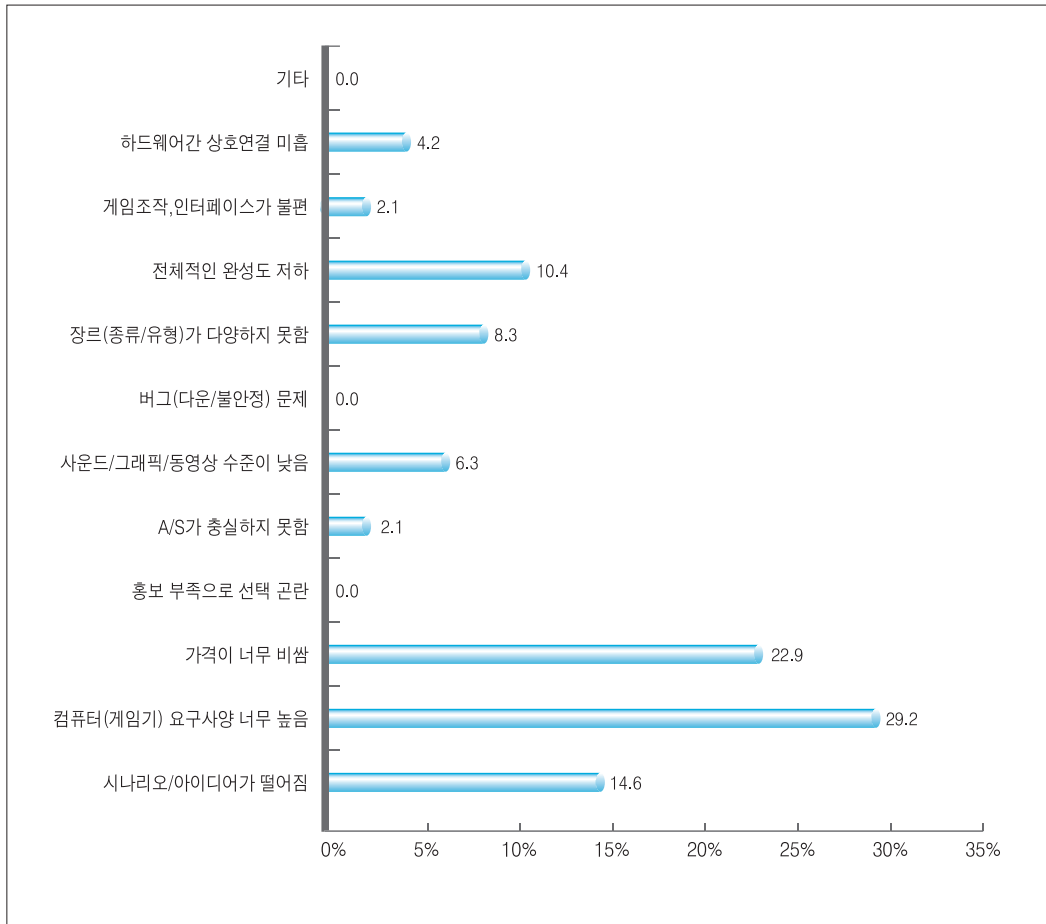
〈그림 2-2-3-29〉 모바일게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



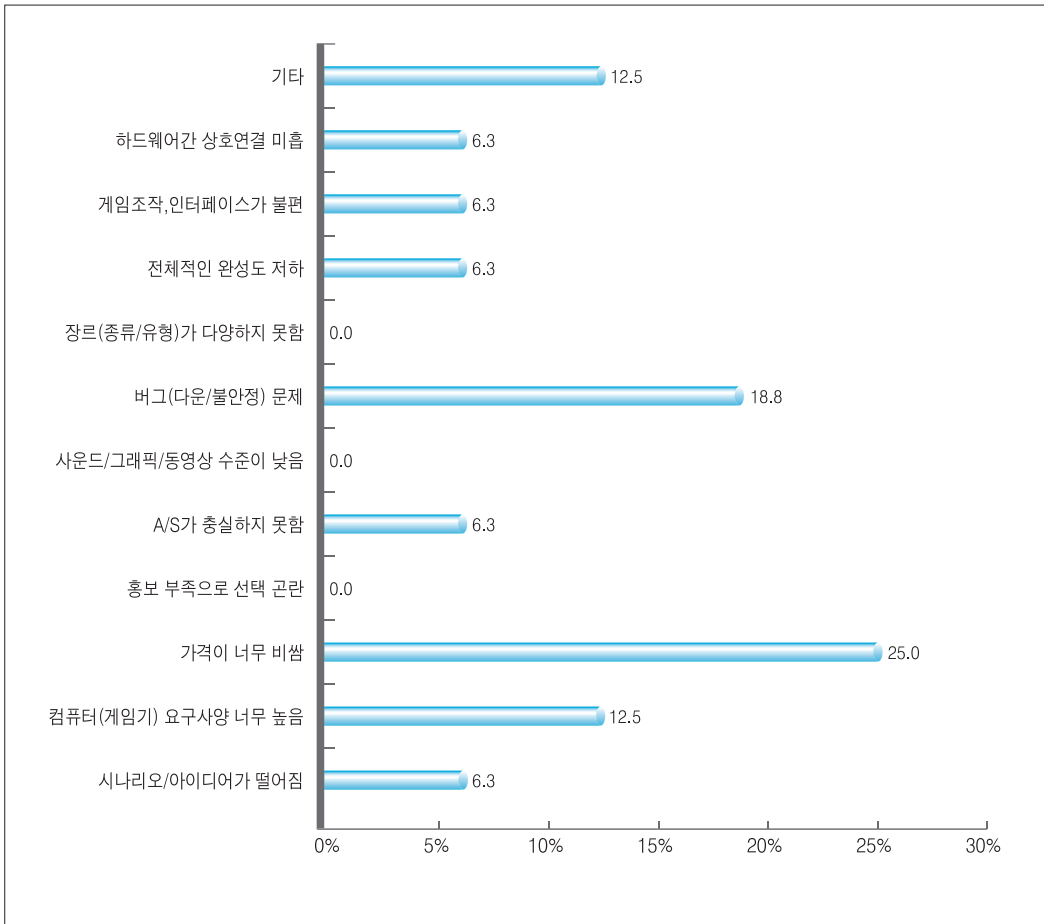
<그림 2-2-3-30> PC게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



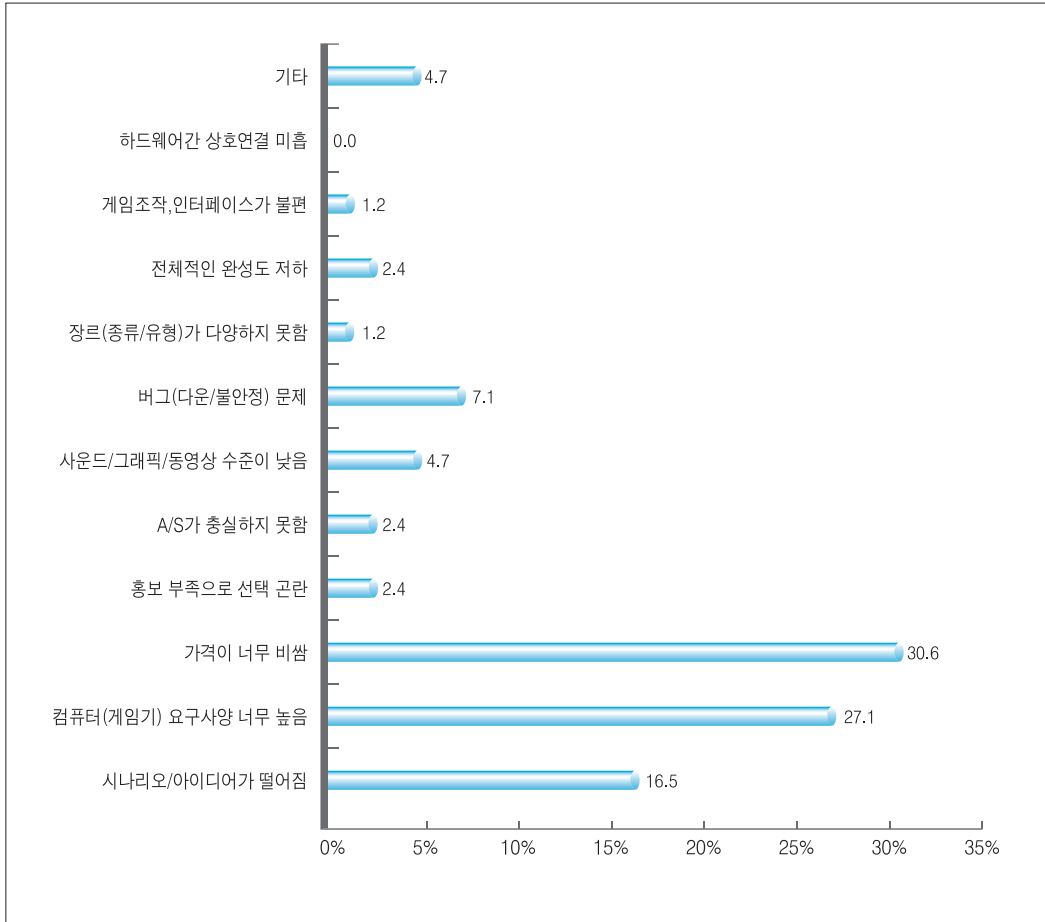
〈그림 2-2-3-31〉 비디오게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



<그림 2-2-3-32> 아케이드게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



〈그림 2-2-3-33〉 휴대용게임 이용자의 게임이용 시 가장 큰 불만사항(1순위)



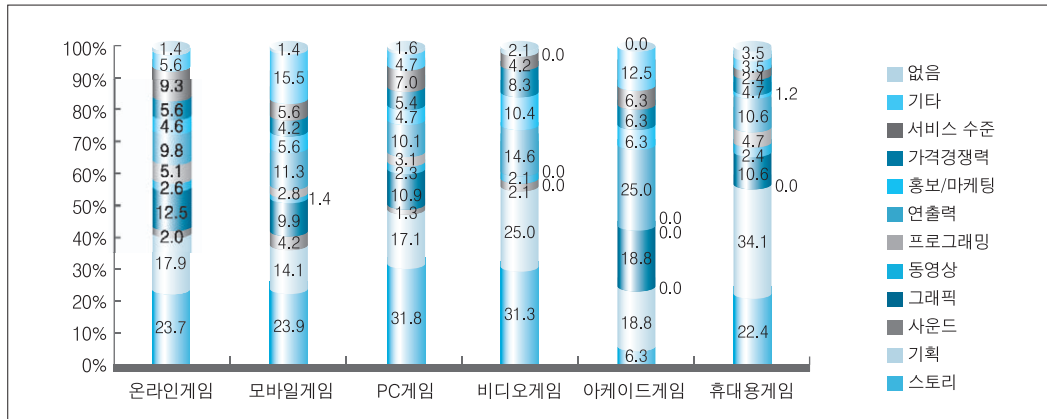
4. 게임 이용자별 국내 게임의 부족한 부분 및 경쟁요인에 대한 견해

국내 게임의 부족한 부분이 무엇인지를 조사한 결과 '스토리', '기획', '연출력' 등이 주요하게 꼽혔다. 이들 요소들은 게임 선택 시 일반적으로 중요하게 고려되는 요소와도 겹쳐 이 분야에 대한 심도 깊은 연구와 확실한 투자가 필요한 것으로 보인다.

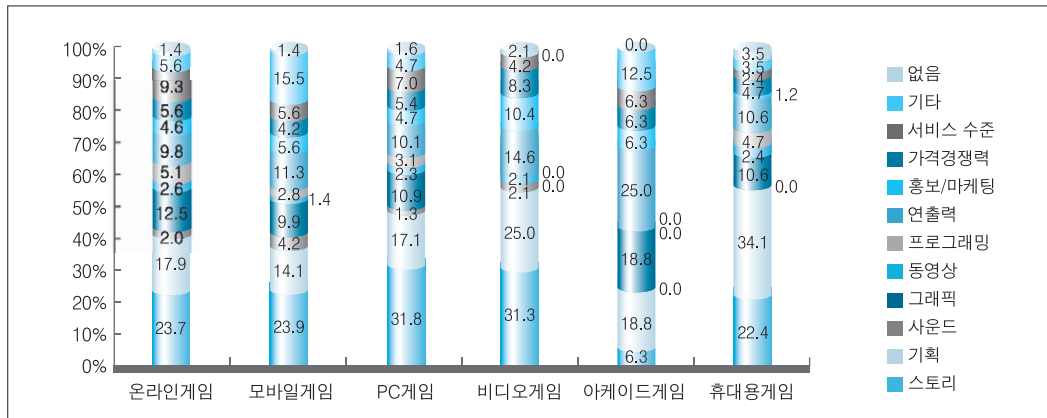
게임 이용자별로 살펴보면 온라인게임 이용자는 '스토리'를 23.7%로 가장 많이 지적했고, '기획' 17.9%, '그래픽'을 12.5%로 뒤이어 선택했다. 모바일게임 이용자의 경우에는 '스토리' 23.9%, '기획' 14.1%, '연출력' 11.3%로 응답했다. PC게임 이용자는 '스토리' 31.8%, '기획' 17.1%, '연출력' 10.1% 순으로 응답했다. 비디오게임 이용자도 같은 순서였다. '스토리' 31.3%, '기획' 25.0%, '연출력' 14.6%였



〈그림 2-2-3-34〉 게임 이용자별 국내 게임의 부족한 부분에 대한 견해(1순위)



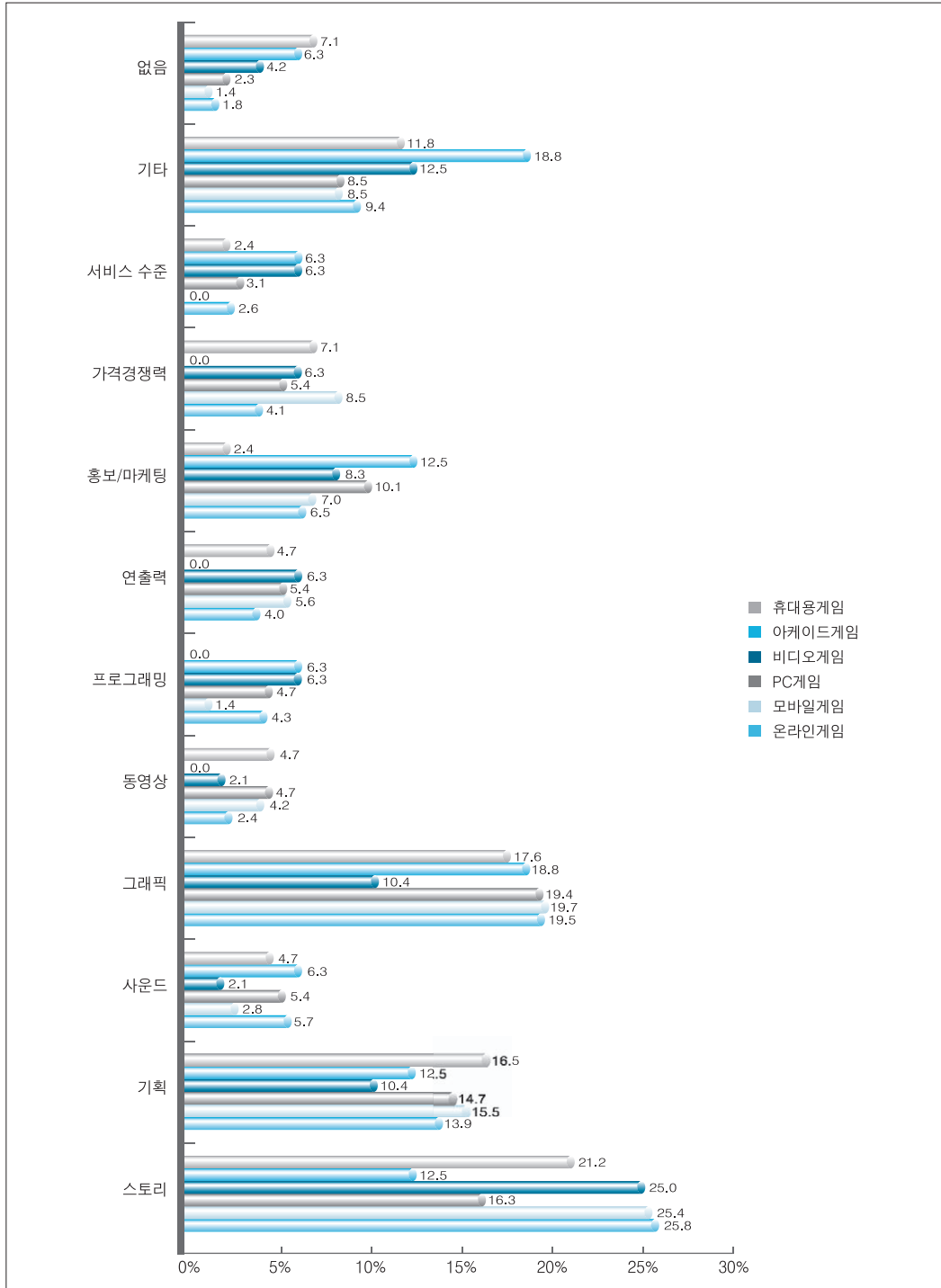
〈그림 2-2-3-35〉 게임 이용자별 국내 게임의 부족한 부분에 대한 견해(2순위까지 종합)



다. 아케이드게임 이용자는 연출력을 25.0%가 선택하여, 다른 게임 플랫폼과 달리 연출력이 부족한 것으로 생각하고 있었다. 다음으로 ‘그래픽’과 기획이 18.8%로 같은 비율로 조사되었다. ‘스토리’는 ‘홍보/마케팅’, ‘가격경쟁력’, ‘기타’와 함께 6.3%에 그쳤다. 휴대용게임 이용자의 경우에는 ‘기획’을 34.1%로 가장 크게 꼽았고, ‘스토리’ 22.4%, ‘연출력’ 10.6%의 순이었다.

국내 게임의 부족한 부분에 대한 견해의 종합 순위 결과를 보면, 대부분의 게임 플랫폼에서 동일하게 지적되는 부분이 ‘스토리’, ‘기획’, ‘연출력’이며, ‘그래픽’은 비율 면에서 조금 낮은 점유율을 보이고 있다. 특히, 스토리와 기획 및 연출력은 프로그래밍이나 그래픽과 같이 기술과 연관된 분야라기보다는 창의적 발현이 중요한 영역에 속하고 있어, 국내 게임산업이 창의 산업의 한 분야이기는 하지만, 지금까

<그림 2-2-3-36> 게임 이용자별 국내 게임의 경쟁요인에 대한 의견(복수응답)



지는 기술의 발전에 의존해 게임을 개발하고, 경쟁력을 키워왔다고 할 수 있을 것이다. 따라서, 부족한 부분에 대한 아쉬움이 발생하게 되었고, 향후의 산업 발전을 위해 스토리(시나리오), 기획 및 연출에 대한 창의성을 집중 개발해야 할 것이다.

다음으로 국내 게임의 경쟁력에 대한 의견을 물어보았다. 게임이용자들은 국내 게임이 가지는 경쟁력의 요소로 ‘스토리’와 ‘그래픽’을 중점적으로 꼽았다. 전년도에는 ‘기획’과 ‘그래픽’이었다. 스토리와 그래픽이 국내 게임에서 부족한 부분이라고 많이 지적하면서도 다른 한편으로 국내 게임의 경쟁력이라고 답하는 아이러니를 빚고 있는데, 스토리와 그래픽이 발전하고 있음에도 여전히 게임이용자에게는 미흡하게 보이고 있는 것으로 해석해 볼 수 있을 것이다. 즉, 이용자들에게 국내 게임의 스토리와 그래픽은 아쉬운 부분이기도 하지만, 그럼에도 불구하고, 성장해 나가고 있다는 느낌을 받고 있는 분야라고 할 수 있을 것이다.

비디오게임 이용자는 ‘스토리’ 25.0%, ‘그래픽’ 10.4%로 답해 ‘스토리’에 두 배 이상 경쟁력의 비중을 두었다. 그 외 게임 플랫폼 이용자들은 ‘스토리’와 ‘그래픽’에 어느 정도 차이를 두고 비중을 배분하였으나 아주 큰 차이를 보이지는 않았다. 게임이용자들은 ‘스토리’와 ‘그래픽’ 다음으로 ‘기획’을 수위로 꼽았는데 ‘기획’ 역시 국내 게임에서 부족한 부분으로

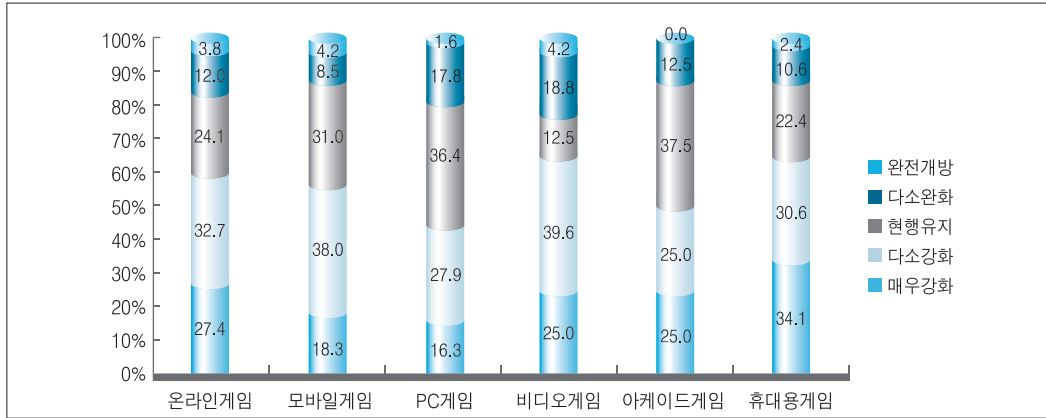
질타했던 항목이어서 부족하다고 하면서도 경쟁력의 요인을 가지고 있다고 응답한 대목을 다시 엿볼 수 있어 국내 게임이용자는 국내 게임에 대한 자부심을 가지고 있는 것으로 해석된다.

5. 게임 이용자별 게임 등급분류에 대한 견해

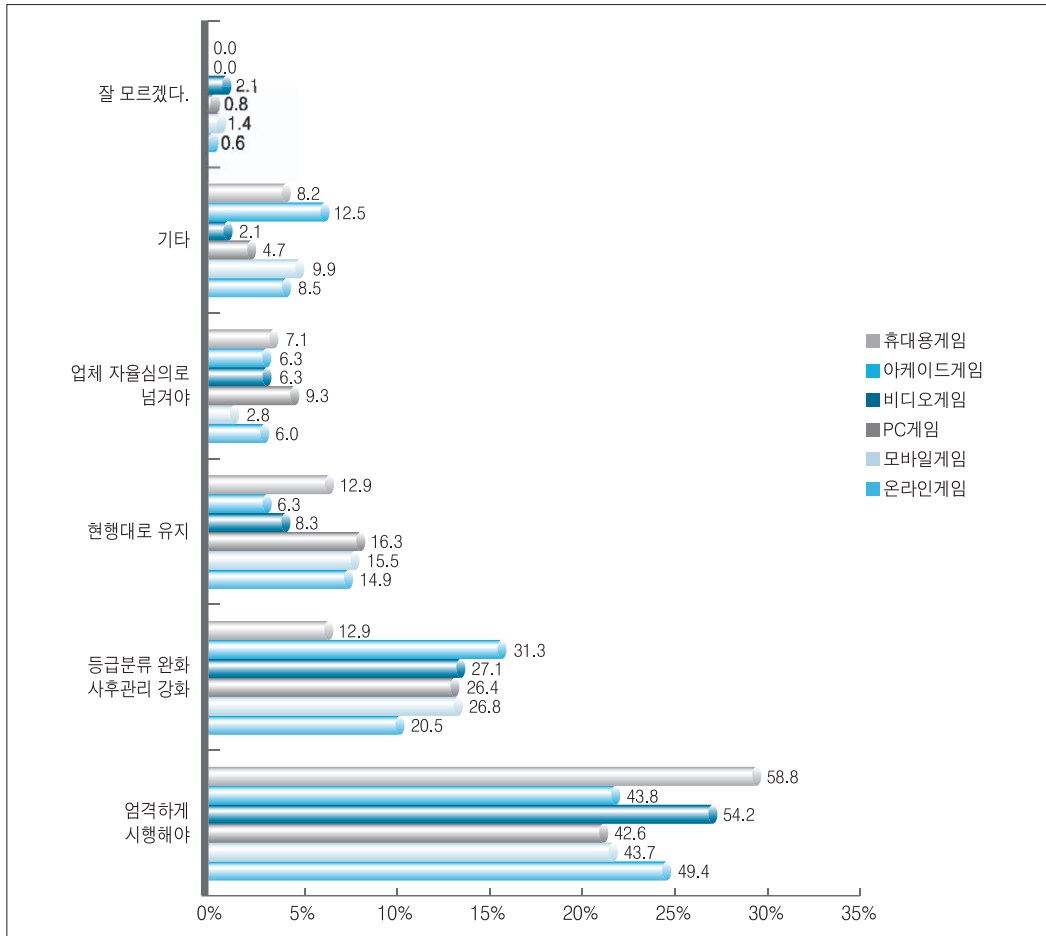
청소년 이용불가 심의에 대한 의견을 조사한 결과, 전체적으로 ‘현행유지’와 ‘다소강화’해야 한다는 응답 비중이 높았다. 특히, 비디오게임 이용자와 휴대용게임 이용자의 경우에는 ‘다소강화’와 ‘매우강화’를 합쳐 강화해야 한다는 응답이 각각 64.6%, 64.7%에 달했다. 온라인게임, 모바일게임, 아케이드게임 이용자의 경우에도 강화해야 한다는 응답이 50%를 넘었으며, PC게임에서만 44.2%에 그쳤다.

청소년 이용불가 심의가 지금보다 완화되어야 한다는 의견에는 PC게임 이용자와 비디오게임 이용자가 각각 17.8%, 18.8%로 답해 다른 게임이용자들보다 높았다. 또한, 게임 등급분류제도에 대해서는 전체적으로 ‘엄격하게 시행해야 한다’는 응답 비율이 두드러지게 높았다. 그러나 휴대용게임 이용자와 아케이드게임 이용자가 전년도에 ‘엄격하게 시행해야 한다’에 60% 넘게 응답했던 것에 비해 올해에는 60%를 넘는 응답 비율이 없었다.

〈그림 2-2-3-37〉 게임 이용자별 청소년 이용불가 심의에 관한 의견



〈그림 2-2-3-38〉 게임 이용자별 게임 등급 분류제도에 대한 의견



제3장 게임 이용자별 동향

2

제1절 게임 이용자에 따른 분류

본 장에서는 게임이용자를 현재 게임 이용 정도에 따라 핵심이용자, 일반이용자, 휴면이용자, 잠재이용자의 4개 집단으로 구분하여 각 게임이용자 집단의 현황을 살펴본다. 이러한 집단 구분은 게임 경험 여부와 하루 평균 게임 이용시간을 기준으로 하였다. 현재 게임을 이용하고 있다고 응답한 경우 하루 평균 2시간 이상 게임을 이용한다고 응답한 집단은 '핵심이용자'로, 2시간 미만 이용한다고 응답한 집단은 '일반이용자'로 구분했다. 게임을 이용하지 않는다고 응답한 경우 과거 게임 이용 경험이 있는 경우를 '휴면이용자'로, 전혀 경험해보지 않은 경우를 '잠재이용자'로 분류하였다. 물론, 잠재이용자의 경우 향후, 게임 이용 의사가 있는 경우와 향후 게임을 이용할 의사가 없는 경우의 성격이 다른 두 집단이 포함되어 있으나, 게임에 대한 부정적인 경험의 결과로 게임에 대해 부정적인 시각을 가졌다기보다는 다른 여가활동에 비해 게임에 대한 관심이 적은 경우가 대다수이기 때문에 향후 다양한 관심사를 반영한 게임이 등장할 경우 게임을 이용할

가능성이 높다고 판단하여 같은 범주로 구분하였다. 이와 같이 이용자를 4개의 집단으로 분류하여 분석하는 것은 일반적으로 게임 비이용자와 이용자만으로 분류하는 것보다 게임 이용 시간에 따른 게임이용 행태의 변화를 알아볼 수 있다는 점뿐만 아니라, 게임을 이용하지 않는 집단 역시 게임 접촉 여부에 따라 게임에 대한 견해나 인식이 어떻게 달라지는지를 알아볼 수 있다는 점에서 유용하다.

1절에서는 4개 집단의 인구통계학적 특성을 알아본다. 2절에서는 4개 집단의 여가생활, 게임과 관련한 의견 등의 일반적인 특성과 동향을 알아본다. 3절에서는 핵심이용자와 일반이용자의 게임 이용실태를 세부적으로 비교해본다. 특히, 이들 양 집단은 게임 이용시간을 기준으로 구분하였기 때문에 게임 노출 시간에 따라, 게임 이용 행태에 어떠한 차이가 있는지를 살펴볼 것이다. 마지막 4절에서는 게임경험이 있는 휴면이용자와 게임 경험이 없는 잠재이용자의 현황과 그들의 게임에 대한 인식과 게임을 하지 않는 이유 등을 살펴본다.