# 2012 게임이용자 조사보고서

2012년 8월

한국콘텐츠진흥원

# 목 차


**제1부 국내 게임이용자 조사 / 1**

**제1장 일반 동향 ····· 3**

**제1절 조사개요 ····· 3**

1. 조사목적 ····· 3
2. 조사방법 ····· 3
3. 자료처리 및 분석방법 ····· 3
4. 조사대상자의 인구사회학적 특성 ····· 3

**제2절 게임 이용관련 생활기준 통계 ····· 5**

1. 여가시간 활용실태 ····· 5
   1) 여가시간에 즐겨 가는 장소 ····· 5
2. 컴퓨터 및 PC방 이용실태 ····· 5
   1) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동 ····· 5
   2) 인터넷을 주로 이용하는 장소 ····· 8
   3) PC방 이용비율 및 이용빈도 ····· 9
   4) PC방에서 주로 하는 일 ····· 12
   5) PC방 1회 이용시간 ····· 13
   6) PC방을 이용하는 이유 ····· 14

**제2장 플랫폼별 이용 현황 ····· 16**

**제1절 게임 이용실태 ····· 16**

1. 게임을 하는 이유 ····· 16
2. 1일 평균 게임 이용시간 ····· 16
3. 게임을 처음 접한 시기와 주로 이용하는 게임플랫폼 ····· 17
4. 게임을 주로 이용하는 시간 ····· 19
5. 월평균 게임 이용 횟수와 1회 평균 이용시간 ····· 20
6. 최근 6개월간 게임을 변경한 비율과 이유 ····· 23
7. 선호 게임플랫폼과 장르 ····· 24
8. 평균 이용 게임개수 ····· 27

**제2절 게임 소비실태 ····· 28**

1. 게임 이용(구입)비용 ····· 28
2. 온라인게임 결제방식 ····· 30

3. 게임 아이템의 현금 거래경험 ····· 31
4. 1회 평균 아이템 현금 거래금액 및 거래방식 ····· 33
5. 아이템 현금 거래에 대한 견해 ····· 35
6. 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율 ····· 36

**제3절 이용자 인식 ····· 38**
1. 게임을 선택하는 이유 ····· 38
2. 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼 ····· 39
3. 향후 게임시장을 주도할 게임장르 ····· 40

**제3장 이용형태별 동향 ····· 41**

**제1절 게임이용자 분류와 동향 ····· 41**
1. 게임이용자의 성별, 연령별 분포 ····· 42
2. 친구/동료들과 어울려서 가는 장소 ····· 43
3. 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일 ····· 44
4. 인터넷을 주로 이용하는 장소 ····· 45
5. PC방 이용여부 및 주로 하는 일 ····· 45

**제2절 핵심/일반이용자 동향 ····· 47**
1. 핵심/일반이용자의 게임 이용현황 ····· 47
1) 1회 평균 게임 이용시간 ····· 47
2) 월 평균 게임 이용빈도 ····· 47
3) 현재 주로 이용하는 게임 개수와 이용동기 ····· 48
4) 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼 및 장르 ····· 49
5) 플랫폼별 게임 이용/구입비용 ····· 52
6) 게임 선택 시 결정 요소 ····· 54
7) 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험과 이유 ····· 55
2. 게임과 게임 산업 관련 견해 ····· 60
1) 국내 게임의 부족한 부분 ····· 60
2) 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼과 장르 ····· 61

**제2부 한·일 게임이용자 조사 / 67**

**제1장 한·일 게임이용 현황 종합비교 ····· 69**

**제1절 한·일 게임이용 특성 비교 ····· 69**
1. 게임 일반에 대한 이용행태 ····· 69
2. 주요 게임 플랫폼 이용특성 비교분석 ····· 70

**제2절 한·일 게임산업 현황 비교 ····· 71**
1. 세계 게임시장 내 매출액 비중 ····· 71
2. 국내 게임시장의 플랫폼별 매출액 비중 비교 ····· 72
3. 게임 플랫폼별 시장규모 및 전망 비교 ····· 74

**제3절 한·일 사회 기초자료 및 정보화 비교 ····· 77**
1. 한국 ····· 77
1) 인구조사와 총인구 ····· 77
2) 교육제도 ····· 77
3) 입사 및 정년 ····· 77
4) 국경일 및 휴일 ····· 77
4) 가계의 소비지출 ····· 78
6) 인터넷, 휴대전화 보급현황 ····· 78
7) 온라인게임, PC방 이용현황 ····· 79
2. 일본 ····· 79
1) 인구조사와 총인구 ····· 79
2) 교육제도 ····· 79
3) 입사 및 정년 ····· 80
4) 축일 및 휴일 ····· 80
5) 가계의 소비지출 ····· 81
6) 인터넷, 브로드밴드 보급상황 ····· 81
7) 휴대전화, PHS 보급상황 ····· 82

**제2장 한국 게임이용자의 현황 및 특성 ····· 83**

**제1절 조사개요 ····· 83**
1. 조사목적 ····· 83
2. 조사방법 ····· 83
3. 자료처리 및 분석방법 ····· 83
4. 조사대상자의 인구사회학적 특성 ····· 83

**제2절 조사결과 ····· 85**
1. 게임 일반에 대한 이용행태 ····· 85
1) 1일 평균 게임 이용시간 ····· 85
2) 게임 주 이용 시간대 ····· 86
3) 여가시간에 즐겨하는 활동 ····· 86
4) 게임을 처음 접한 시기 ····· 88
5) 주로 이용하는 게임 분야 ····· 89
6) 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소 ····· 90
2. 게임 일반에 대한 인식 및 전망 ····· 91
1) 게임을 하는 이유 ····· 91

2) 향후 게임시장을 주도할 플랫폼 ····· 92
3) 향후 게임시장을 주도할 장르 ····· 93
3. 온라인 게임 이용 현황 및 특성 ····· 94
1) 온라인 게임 이용 개수 ····· 94
2) 온라인 게임 월 이용비 ····· 95
3) 온라인 게임 결제방식 ····· 96
4) 아이템 현금거래에 대한 견해 ····· 97
4. 비디오 게임 이용 현황 및 특성 ····· 98
1) 비디오 게임 이용 개수 ····· 98
2) 비디오 게임 월 이용비 ····· 99
5. 모바일 게임 이용 현황 및 특성 ····· 100
1) 모바일 게임 이용 개수 ····· 100
2) 모바일 게임 월 이용비 ····· 101
6. 아케이드 게임 이용 현황 및 특성 ····· 102
1) 아케이드 게임 이용 횟수 ····· 102
2) 아케이드 게임 월 이용비 ····· 103

**제3장 일본 게임이용자의 현황 및 특성 ····· 105**

**제1절 조사개요 ····· 105**
1. 조사목적 ····· 105
2. 조사방법 ····· 105
3. 자료처리 및 분석방법 ····· 105
4. 조사대상자의 인구사회학적 특성 ····· 105

**제2절 조사결과 ····· 107**
1. 게임 일반에 대한 이용행태 ····· 107
1) 게임 이용률 ····· 107
2) 여가시간에 즐겨하는 활동 ····· 108
3) 주로 이용하는 게임 분야 ····· 110
4) 게임 유익활용도 판정 ····· 111
5) 게임 중독도 판정 ····· 112
2. 게임 일반에 대한 인식 및 전망 ····· 113
1) 게임에 대한 호감 ····· 113
2) 게임 이용자에 대한 이미지 ····· 114
3) 게임 영향 및 효과에 대한 이미지 ····· 114
3. 온라인게임 이용 현황 및 특성 ····· 115
1) 온라인게임 인지도 ····· 115
2) 온라인게임 이용 경험 ····· 116
3) 온라인게임 유료 플레이 상황 ····· 117

4) 온라인게임 월 이용비 ····· 118
5) 아이템 현금거래에 대한 견해 ····· 119
6) 향후 온라인게임 이용 의향 ····· 120
4. 비디오게임(콘솔게임) 이용 현황 및 특성 ····· 121
1) 비디오게임 이용 경험 ····· 121
2) 비디오게임기(하드웨어) 보유 상황 ····· 123
3) 보유 중인 비디오게임기(하드웨어) ····· 123
4) 비디오게임기 가동 상황 ····· 124
5) 비디오게임기별 가동 상황 ····· 125
6) 좋아하는 비디오게임 장르 ····· 126
7) 향후 구입하고 싶은 비디오게임기 ····· 127
8) 비디오게임 구입편수 및 구입비(소프트웨어) ····· 127
9) 향후 비디오게임 참가 의향 ····· 129
5. 모바일게임(휴대전화게임) 이용 현황 및 특성 ····· 131
1) 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험 ····· 131
2) 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황 ····· 132
3) 모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용 ····· 133
4) 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향 ····· 134
6. 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 현황 및 특성 ····· 135
1) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 경험 ····· 135
2) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 유료 플레이 상황 ····· 136
3) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 월 이용비 ····· 137
4) 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향 ····· 137
7. 아케이드게임 이용 현황 및 특성 ····· 138
1) 아케이드게임 이용 경험 ····· 138
2) 좋아하는 아케이드게임 종류 ····· 140
3) 향후 아케이드게임 이용 의향 ····· 140

**부 록 / 143**

**부록 1. 한국-2011 게임 인식 및 이용자 실태 조사 ····· 145**

**부록 2. 일본-2011 게임 인식 및 이용자 실태 조사 ····· 152**

# 표 목 차

## [제1부 국내 게임이용자 조사]


〈표 1-1-1〉 PC방에서 주로 하는 일(성별/연령별) ····· 12
〈표 1-1-2〉 PC방을 이용하는 이유(성별/연령별) ····· 15
〈표 1-2-1〉 게임 월 이용/구입비용(인터넷 사용료 제외) ····· 28
〈표 1-2-2〉 온라인 게임 월 이용/구입비용(인터넷 사용료 제외) ····· 28
〈표 1-2-3〉 모바일 게임 월 이용/구입비용 ····· 29
〈표 1-2-4〉 패키지 게임 월 이용/구입비용 ····· 29
〈표 1-2-5〉 비디오 게임기 및 게임 DVD 월 이용/구입비용 ····· 29
〈표 1-2-6〉 휴대용 게임기 및 게임 DVD 월 이용/구입비용 ····· 29
〈표 1-2-7〉 아케이드 게임 월 이용/구입비용 ····· 30
〈표 1-2-8〉 게임 아이템의 현금 거래경험 ····· 32
〈표 1-2-9〉 1회 평균 아이템 현금 거래금액 ····· 33
〈표 1-2-10〉 1회 평균 아이템 현금 거래방식 ····· 34
〈표 1-2-11〉 아이템 현금 거래에 대한 견해 ····· 36
〈표 1-2-12〉 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율 ····· 37
〈표 1-2-13〉 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼 ····· 39
〈표 1-2-14〉 향후 게임시장을 주도할 장르 ····· 40
〈표 1-3-1〉 게임이용자의 이용형태별 분류 방식 ····· 41
〈표 1-3-2〉 게임이용자의 이용형태별 인구학적 특성 ····· 41


## [제2부 한·일 게임이용자 조사]


〈표 2-1-1〉 세계 게임시장 내 한국/일본 게임시장의 매출액 비중 ····· 71
〈표 2-1-2〉 한국 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중 ····· 73
〈표 2-1-3〉 일본 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중 ····· 73
〈표 2-2-1〉 연령별 여가시간에 즐겨하는 활동-한국 ····· 87
〈표 2-2-2〉 게임을 처음 접한 시기-한국 ····· 88
〈표 2-2-3〉 연령별 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국 ····· 91
〈표 2-2-4〉 게임을 하는 이유-한국 ····· 92
〈표 2-2-5〉 향후 게임시장을 주도할 플랫폼-한국 ····· 93
〈표 2-2-6〉 향후 게임시장을 주도할 장르-한국 ····· 94

〈표 2-2-7〉 온라인 게임 이용 개수-한국 ····· 95
〈표 2-2-8〉 온라인 게임 월 이용비-한국 ····· 96
〈표 2-2-9〉 온라인 게임 결제방식-한국 ····· 97
〈표 2-2-10〉 아이템 현금거래에 대한 견해-한국 ····· 98
〈표 2-2-11〉 비디오 게임 이용 개수-한국 ····· 99
〈표 2-2-12〉 비디오 게임 월 이용비-한국 ····· 100
〈표 2-2-13〉 모바일 게임 이용 개수-한국 ····· 101
〈표 2-2-14〉 모바일 게임 월 이용비-한국 ····· 102
〈표 2-2-15〉 아케이드 게임 이용 횟수-한국 ····· 103
〈표 2-2-16〉 아케이드 게임 월 이용비-한국 ····· 104
〈표 2-3-1〉 게임 이용률-일본 ····· 108
〈표 2-3-2〉 주로 이용하는 게임 분야-일본 ····· 110
〈표 2-3-3〉 게임 유익활용도 판정-일본 ····· 111
〈표 2-3-4〉 게임 중독도 판정-일본 ····· 112
〈표 2-3-5〉 게임에 대한 호감-일본 ····· 113
〈표 2-3-6〉 온라인게임 인지도-일본 ····· 116
〈표 2-3-7〉 온라인게임 이용 경험-일본 ····· 117
〈표 2-3-8〉 온라인게임 유료 플레이 상황-일본 ····· 118
〈표 2-3-9〉 아이템 현금거래에 대한 견해-일본 ····· 120
〈표 2-3-10〉 향후 온라인게임 이용 의향-일본 ····· 121
〈표 2-3-11〉 비디오게임 이용 경험-일본 ····· 122
〈표 2-3-12〉 비디오게임기 보유 현황(하드웨어)-일본 ····· 123
〈표 2-3-13〉 6개월 이내 비디오게임기 가동 상황-일본 ····· 125
〈표 2-3-14〉 비디오게임 소프트웨어 구입편수 및 구입비-일본 ····· 129
〈표 2-3-15〉 향후 비디오게임 이용 의향-일본 ····· 130
〈표 2-3-16〉 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험-일본 ····· 131
〈표 2-3-17〉 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황-일본 ····· 133
〈표 2-3-18〉모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용-일본 ····· 134
〈표 2-3-19〉 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향-일본 ····· 135
〈표 2-3-20〉 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용경험-일본 ····· 136
〈표 2-3-21〉 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 유료 플레이 상황-일본 ····· 136
〈표 2-3-22〉 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 월 이용비-일본 ····· 137
〈표 2-3-23〉 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향-일본 ····· 138
〈표 2-3-24〉 아케이드게임 이용 경험-일본 ····· 139
〈표 2-3-25〉 향후 아케이드게임 이용의향-일본 ····· 141

# 그 림 목 차

## [제1부 국내 게임이용자 조사]


〈그림 1-1-1〉 여가시간에 즐겨가는 장소(성별) ····· 6
〈그림 1-1-2〉 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동(성별) ····· 7
〈그림 1-1-3〉 인터넷을 주로 이용하는 장소(성별) ····· 8
〈그림 1-1-4〉 인터넷을 주로 이용하는 장소(연령별) ····· 8
〈그림 1-1-5〉 PC방 이용비율(성별/연령별) ····· 9
〈그림 1-1-6〉 한 달 평균 PC방 이용빈도(성별/연령별) ····· 10
〈그림 1-1-7〉 최근 6개월 내 PC방 이용빈도 추이(성별/연령별) ····· 10
〈그림 1-1-8〉 PC방 이용빈도 감소 이유(성별/연령별) ····· 11
〈그림 1-1-9〉 PC방에서 주로 하는 일(성별) ····· 12
〈그림 1-1-10〉 PC방 1회 이용시간(성별) ····· 13
〈그림 1-1-11〉 PC방 1회 이용시간(연령별) ····· 13
〈그림 1-1-12〉 PC방을 이용하는 이유(성별) ····· 14
〈그림 1-2-1〉 게임을 하는 이유(성별/연령별) ····· 16
〈그림 1-2-2〉 1일 평균 게임 이용시간(성별/연령별) ····· 17
〈그림 1-2-3〉 게임을 처음 접한 시기 ····· 18
〈그림 1-2-4〉 주로 이용하는 게임플랫폼(성별) ····· 18
〈그림 1-2-5〉 주로 이용하는 게임플랫폼(연령별) ····· 19
〈그림 1-2-6〉 게임을 주로 이용하는 시간대(성별) ····· 19
〈그림 1-2-7〉 게임을 주로 이용하는 시간대(연령별) ····· 20
〈그림 1-2-8〉 월평균 게임 이용 횟수(성별/연령별) ····· 21
〈그림 1-2-9〉 1회 게임 이용시간(성별) ····· 21
〈그림 1-2-10〉 1회 게임 이용시간(연령별) ····· 22
〈그림 1-2-11〉 1회 게임 이용시간(성별/연령별) ····· 22
〈그림 1-2-12〉 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율(성별/연령별) ····· 23
〈그림 1-2-13〉 게임을 바꾼 이유 ····· 23
〈그림 1-2-14〉 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(성별) ····· 24
〈그림 1-2-15〉 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(연령별) ····· 25
〈그림 1-2-16〉 선호하는 게임 장르(성별) ····· 26
〈그림 1-2-17〉 이용하는 게임 개수(성별/연령별) ····· 27
〈그림 1-2-18〉 평균 이용 게임 개수(성별/연령별) ····· 27
〈그림 1-2-19〉 온라인게임 결제방식(성별) ····· 30

〈그림 1-2-20〉 온라인게임 결제방식(연령별) ····· 31
〈그림 1-2-21〉 게임 아이템의 현금 거래경험(성별) ····· 32
〈그림 1-2-22〉 1회 평균 아이템 현금 거래금액(성별) ····· 33
〈그림 1-2-23〉 1회 평균 아이템 현금 거래방식(성별) ····· 34
〈그림 1-2-24〉 아이템 현금 거래에 대한 견해(성별) ····· 35
〈그림 1-2-25〉 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율 ····· 36
〈그림 1-2-26〉 게임을 선택하는 이유(성별) ····· 38
〈그림 1-2-27〉 게임을 선택하는 이유(연령별) ····· 38
〈그림 1-2-28〉 향후 국내 게임시장을 주도할 게임 플랫폼(연령별) ····· 39
〈그림 1-2-29〉 향후 게임시장을 주도할 장르 ····· 40
〈그림 1-3-1〉 일반이용자의 성별, 연령별 분포 ····· 42
〈그림 1-3-2〉 핵심이용자의 성별, 연령별 분포 ····· 42
〈그림 1-3-3〉 마니아의 성별, 연령별 분포 ····· 42
〈그림 1-3-4〉 친구/동료들과 어울려서 가는 장소(이용자별) ····· 43
〈그림 1-3-5〉 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(이용자별) ····· 44
〈그림 1-3-6〉 인터넷을 주로 이용하는 장소(이용자별) ····· 45
〈그림 1-3-7〉 PC방 이용 여부(이용자별) ····· 45
〈그림 1-3-8〉 PC방에서 주로 하는 일(이용자별) ····· 46
〈그림 1-3-9〉 핵심/일반이용자의 1회 평균 게임 이용시간(이용자별) ····· 47
〈그림 1-3-10〉 핵심/일반이용자의 월 평균 게임 이용빈도(성별) ····· 48
〈그림 1-3-11〉 핵심/일반이용자의 현재 주로 이용하는 게임 개수 ····· 48
〈그림 1-3-12〉 핵심/일반이용자의 게임 이용동기 ····· 48
〈그림 1-3-13〉 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별) - 1순위 ····· 49
〈그림 1-3-14〉 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별) - 복수응답 ····· 49
〈그림 1-3-15〉 핵심이용자의 선호 게임장르(성별) ····· 50
〈그림 1-3-16〉 일반이용자의 선호 게임장르(성별) ····· 51
〈그림 1-3-17〉 핵심/일반이용자의 온라인게임 이용비용 ····· 52
〈그림 1-3-18〉 핵심/일반이용자의 모바일게임 이용비용 ····· 52
〈그림 1-3-19〉 핵심/일반이용자의 PC게임 이용비용 ····· 53
〈그림 1-3-20〉 핵심/일반이용자의 비디오게임 이용비용 ····· 53
〈그림 1-3-21〉 핵심/일반이용자의 휴대용게임 이용비용 ····· 54
〈그림 1-3-22〉 핵심/일반이용자의 아케이드게임 이용비용 ····· 54
〈그림 1-3-23〉 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별) - 1순위 ····· 55
〈그림 1-3-24〉 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별) - 복수응답 ····· 55
〈그림 1-3-25〉 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험 유무(성별) ····· 56
〈그림 1-3-26〉 핵심이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별) ····· 57
〈그림 1-3-27〉 일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별) ····· 58
〈그림 1-3-28〉 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유 ····· 59
〈그림 1-3-29〉 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별) - 1순위 ····· 60

〈그림 1-3-30〉 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별) - 복수응답 ····· 60
〈그림 1-3-31〉 핵심/일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼(성별) ····· 61
〈그림 1-3-32〉 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 1순위 ····· 62
〈그림 1-3-33〉 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 1순위 ····· 63
〈그림 1-3-34〉 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 복수응답 ····· 64
〈그림 1-3-35〉 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 복수응답 ····· 65

**[제2부 한·일 게임이용자 조사]**

〈그림 2-1-1〉 세계 게임시장 내 한국/일본 게임산업의 매출액 비중 ····· 71
〈그림 2-1-2〉 세계 게임시장 내 한국/일본 게임 플랫폼별 매출액 비중 ····· 72
〈그림 2-1-3〉 한국 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중 ····· 72
〈그림 2-1-4〉 일본 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중 ····· 73
〈그림 2-1-5〉 한국/일본 게임플랫폼별 매출액 비교 ····· 73
〈그림 2-1-6〉 한국/일본 게임플랫폼별 매출액 비중 비교 ····· 74
〈그림 2-1-7〉 한국 온라인게임의 시장규모와 전망 : 2006-2013 ····· 74
〈그림 2-1-8〉 일본 온라인게임의 시장규모와 전망 : 2007-2013 ····· 75
〈그림 2-1-9〉 한국 비디오게임의 시장규모와 전망: 2006-2013 ····· 75
〈그림 2-1-10〉 일본 비디오게임의 시장규모와 전망: 2007-2013 ····· 76
〈그림 2-2-1〉 1일 평균 게임 이용시간-한국 ····· 85
〈그림 2-2-2〉 게임 주 이용 시간대-한국 ····· 86
〈그림 2-2-3〉 여가시간에 즐겨하는 활동-한국 ····· 86
〈그림 2-2-4〉 성별 여가시간에 즐겨하는 활동-한국 ····· 87
〈그림 2-2-5〉 게임을 처음 접한 시기-한국 ····· 88
〈그림 2-2-6〉 주로 이용하는 게임 분야-한국 ····· 89
〈그림 2-2-7〉 성별 주로 이용하는 게임 분야-한국 ····· 89
〈그림 2-2-8〉 연령별 주로 이용하는 게임 분야-한국 ····· 90
〈그림 2-2-9〉 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국 ····· 90
〈그림 2-2-10〉 성별 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국 ····· 91
〈그림 2-2-11〉 게임을 하는 이유-한국 ····· 92
〈그림 2-2-12〉 향후 게임시장을 주도할 플랫폼-한국 ····· 93
〈그림 2-2-13〉 향후 게임시장을 주도할 장르-한국 ····· 94
〈그림 2-2-14〉 온라인 게임 이용 개수-한국 ····· 95
〈그림 2-2-15〉 온라인 게임 월 이용비-한국 ····· 96
〈그림 2-2-16〉 온라인 게임 결제방식-한국 ····· 97
〈그림 2-2-17〉 아이템 현금거래에 대한 견해-한국 ····· 98
〈그림 2-2-18〉 비디오 게임 이용 개수-한국 ····· 99
〈그림 2-2-19〉 비디오 게임 월 이용비-한국 ····· 100

〈그림 2-2-20〉 모바일 게임 이용 개수-한국 ····· 101
〈그림 2-2-21〉 모바일 게임 월 이용비-한국 ····· 102
〈그림 2-2-22〉 아케이드 게임 이용 횟수-한국 ····· 103
〈그림 2-2-23〉 아케이드 게임 월 이용비-한국 ····· 104
〈그림 2-3-1〉 게임 이용률-일본 ····· 107
〈그림 2-3-2〉 여가시간에 즐겨하는 활동-일본 ····· 109
〈그림 2-3-3〉 주로 이용하는 게임 분야-일본 ····· 110
〈그림 2-3-4〉 게임 유익활용도 판정-일본 ····· 111
〈그림 2-3-5〉 게임 중독도 판정-일본 ····· 112
〈그림 2-3-6〉 게임에 대한 호감-일본 ····· 113
〈그림 2-3-7〉 게임 이용자에 대한 이미지-일본 ····· 114
〈그림 2-3-8〉 게임 영향 및 효과에 대한 이미지-일본 ····· 115
〈그림 2-3-9〉 온라인게임 인지도-일본 ····· 116
〈그림 2-3-10〉 온라인게임 이용 경험-일본 ····· 117
〈그림 2-3-11〉 온라인게임 유료 플레이 상황-일본 ····· 118
〈그림 2-3-12〉 온라인게임 월 이용비-일본 ····· 119
〈그림 2-3-13〉 아이템 현금거래에 대한 견해-일본 ····· 119
〈그림 2-3-14〉 향후 온라인게임 이용 의향-일본 ····· 121
〈그림 2-3-15〉 비디오게임 이용 경험-일본 ····· 122
〈그림 2-3-16〉 비디오게임기 보유 상황(하드웨어)-일본 ····· 123
〈그림 2-3-17〉 보유 중인 비디오게임기(하드웨어)-일본 ····· 124
〈그림 2-3-18〉 6개월 이내 비디오게임기 가동 상황-일본 ····· 125
〈그림 2-3-19〉 비디오게임기별 가동 상황-일본 ····· 126
〈그림 2-3-20〉 좋아하는 비디오게임 장르-일본 ····· 126
〈그림 2-3-21〉 향후 구입하고 싶은 비디오게임 장르-일본 ····· 127
〈그림 2-3-22〉 비디오게임 소프트웨어 구입비-일본 ····· 128
〈그림 2-3-23〉 비디오게임 소프트웨어 구입편수-일본 ····· 128
〈그림 2-3-24〉 향후 비디오게임 이용 의향-일본 ····· 130
〈그림 2-3-25〉 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험-일본 ····· 131
〈그림 2-3-26〉 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황-일본 ····· 132
〈그림 2-3-27〉 모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용-일본 ····· 133
〈그림 2-3-28〉 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향-일본 ····· 134
〈그림 2-3-29〉 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용경험-일본 ····· 135
〈그림 2-3-30〉 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향-일본 ····· 138
〈그림 2-3-31〉 아케이드게임 이용 경험-일본 ····· 139
〈그림 2-3-32〉 좋아하는 아케이드게임 종류-일본 ····· 140
〈그림 2-3-33〉 향후 아케이드게임 이용 의향-일본 ····· 141

# 제1부

## 국내 게임이용자 조사

# 제1장 일반 동향

## 제1절 조사개요

### 1. 조사목적

○ 본 조사는 게임 산업 현황/동향 파악을 위한 "수요 측면" 조사의 일환으로, 게임산업의 최종 소비자인 일반 국민의 게임이용률 변화추이 및 게임관련 생활실태와 게임 이용현황을 살펴보고자 함.

○ 또한 게임 수요자의 이용행태를 파악하고, 향후 게임시장을 전망하는 데 필요한 기초자료를 제공하기 위해서 조사를 실시했음.

### 2. 조사방법

| | |
|---|---|
| 조사모집단 | 만9~49세 일반국민 중 최근 6개월 내(조사시점 기준) 게임관련 상품구입 및 이용경험자 |
| 조 사 지 역 | 서울, 부산, 대구, 광주, 대전 |
| 자료수집방법 | On-line 조사 |
| 표 본 틀 | 2010년도 전국 인구 총 조사 |
| 표본추출방법 | 지역/성/연령별 인구크기를 고려한 비례할당 |
| 표 본 수 | 1,700명 |
| 조 사 주 기 | 연 1회 |
| 조 사 기 간 | 2012년 1월 27일 ~ 2012년 2월 7일 |

### 3. 자료처리 및 분석방법

○ 수집된 자료는 Editing - Coding - Punching - Cleaning 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS 13.0 for Windows로 분석함.

### 4. 조사대상자의 인구사회학적 특성

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| 전 체 | | 1,700 | 100.0 |
| 지역 | 서울 | 912 | 53.6 |
| | 부산 | 296 | 17.4 |
| | 대구 | 221 | 13.0 |

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| | 광주 | 132 | 7.8 |
| | 대전 | 139 | 8.2 |
| 성별 | 남자 | 866 | 50.9 |
| | 여자 | 834 | 49.1 |
| 연령 | 만 9~14세 | 133 | 7.8 |
| | 만 15~19세 | 247 | 14.5 |
| | 만 20~24세 | 141 | 8.3 |
| | 만 25~29세 | 260 | 15.3 |
| | 만 30~34세 | 255 | 15.0 |
| | 만 35~39세 | 201 | 11.8 |
| | 만 40~44세 | 329 | 19.4 |
| | 만 45~49세 | 134 | 7.9 |
| 연령구분 | 만 9~24세 | 521 | 30.6 |
| | 만 9~24세의 청소년을 둔 학부모 | 382 | 22.5 |
| | 기타 | 797 | 46.9 |
| 이용형태 | 일반이용자 | 996 | 58.6 |
| | 핵심이용자 | 546 | 32.1 |
| | 마니아 | 158 | 9.3 |
| 결혼여부 | 미혼 | 1,011 | 59.5 |
| | 기혼 | 689 | 40.5 |
| 직업 | 자영업 | 86 | 5.1 |
| | 판매/서비스 | 61 | 3.6 |
| | 기능/숙련직 | 21 | 1.2 |
| | 일반 작업직 | 13 | 0.8 |
| | 사무/ 기술직 | 577 | 33.9 |
| | 경영/ 관리직 | 59 | 3.5 |
| | 전문/ 자유직 | 72 | 4.2 |
| | 가정주부 | 160 | 9.4 |
| | 학생 | 560 | 32.9 |
| | 무직 | 41 | 2.4 |
| | 기타 | 50 | 2.9 |
| 최종학력 | 초등학교 재학/졸업 | 122 | 7.2 |
| | 중학교 재학/졸업 | 34 | 2.0 |
| | 고등학교 재학/졸업 | 343 | 20.2 |
| | 대학교 재학/졸업 | 1,033 | 60.8 |
| | 대학원 이상 | 168 | 9.9 |

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| 주관적 생활수준 | 하 | 115 | 6.8 |
| | 중하 | 553 | 32.5 |
| | 중 | 597 | 35.1 |
| | 중상 | 373 | 21.9 |
| | 상 | 62 | 3.6 |
| 월평균 가구 소득 | 100만원 미만 | 65 | 3.8 |
| | 100~200만원 미만 | 187 | 11.0 |
| | 200~300만원 미만 | 243 | 14.3 |
| | 300~400만원 미만 | 404 | 23.8 |
| | 400~500만원 미만 | 381 | 22.4 |
| | 500만원 이상 | 420 | 24.7 |

## 제2절 게임 이용관련 생활기준 통계

### 1. 여가시간 활용실태

#### 1) 여가시간에 즐겨 가는 장소

○ 여가시간에 주로 가는 장소로는 'PC방'이 45.2%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '영화관'(33.5%), '카페(31.2%)', '주점'(26.2%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별에 따라 친구/동료와 어울릴 때 주로 가는 장소가 확연히 다르게 나타났는데, 남성의 경우 'PC방'(64.8%), '주점'(34.9%), '영화관'(19.5%), '당구장'(18.2%) 등의 순서로 나타난 반면, 여성은 '카페'(51.9%), '영화관'(48.0%), 'PC방'(24.8%), '노래방'(21.7%) 등의 순으로 나타남.

### 2. 컴퓨터 및 PC방 이용실태

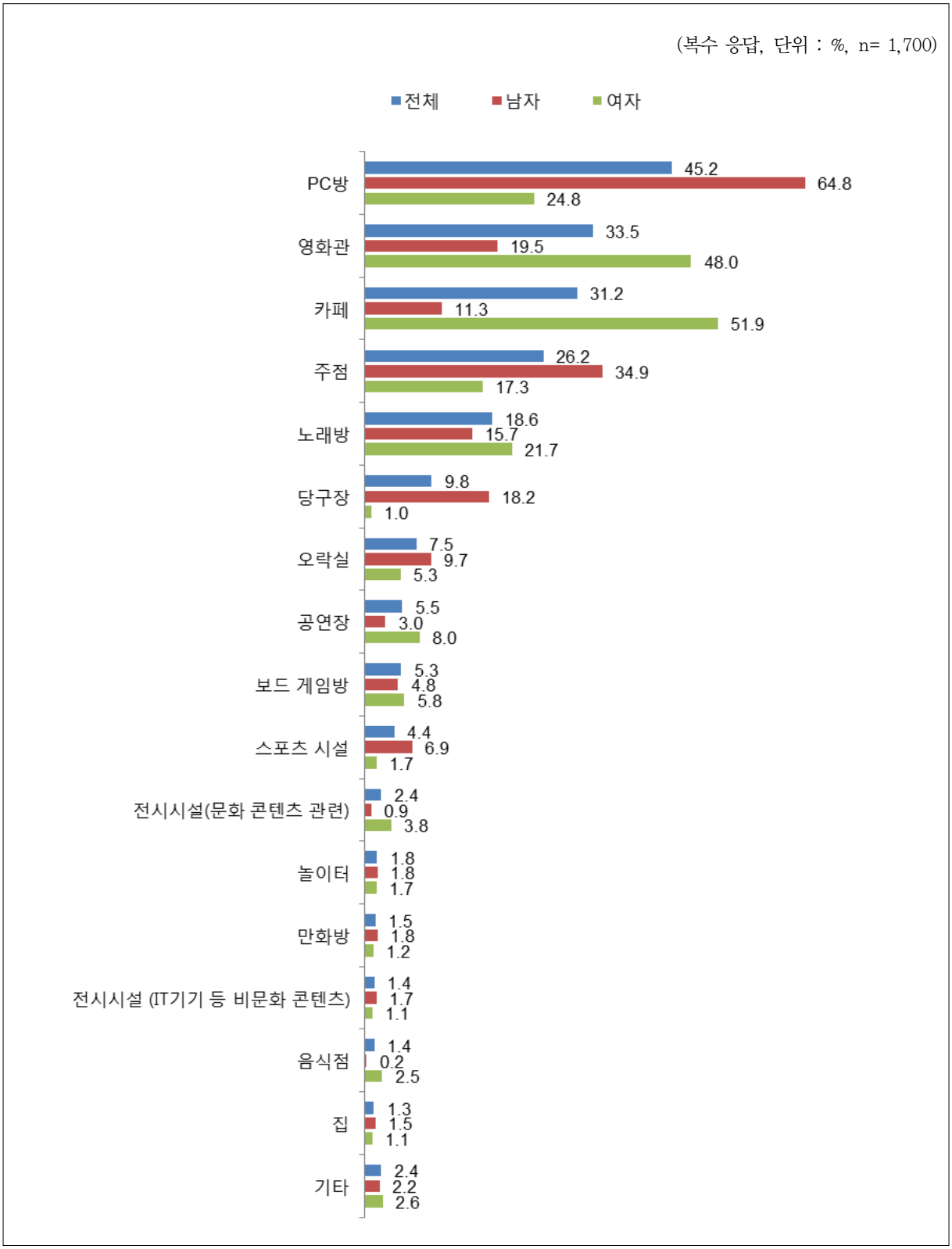
#### 1) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동

○ 컴퓨터를 이용할 때 주로 하는 활동으로는 1순위로 '게임'(26.4%)을 가장 즐겨하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '정보검색'(22.1%), '이메일'(14.7%), '커뮤니티/블로그 활동'(8.6%), '인터넷 쇼핑'(7.7%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로 보면, 남성의 경우에는 '게임'(31.9%)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '정보검색'(22.8%), '이메일'(12.3%), '사무처리 문서작성'(7.9%) 등의 순인 반면, 여성은 '정보검색' (21.3%), '게임'(20.7%), '이메일'(17.1%), '인터넷 쇼핑'(11.1%) 등의 순으로 나타남.

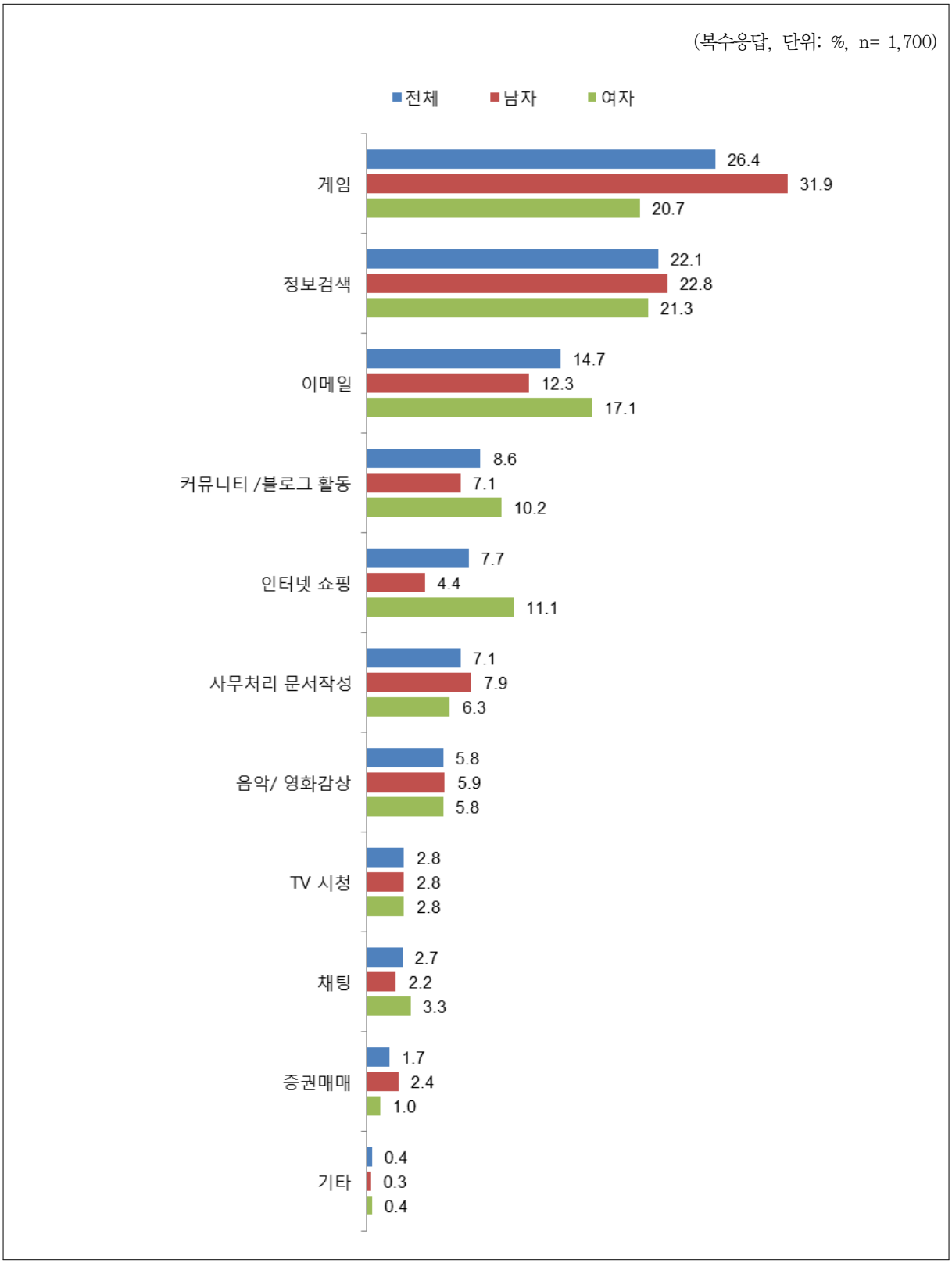
○ 남성은 여성에 비해 '게임' 용도로 컴퓨터를 이용하는 경우가 많고, 여성은 남성에 비해 '정보검색' 및 '이메일' 용도로 컴퓨터를 이용하는 경우가 많았음.

**<그림 1-1-1> 여가시간에 즐겨가는 장소(성별)**



**<그림 1-1-2> 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동(성별)**

(복수응답, 단위: %, n= 1,700)

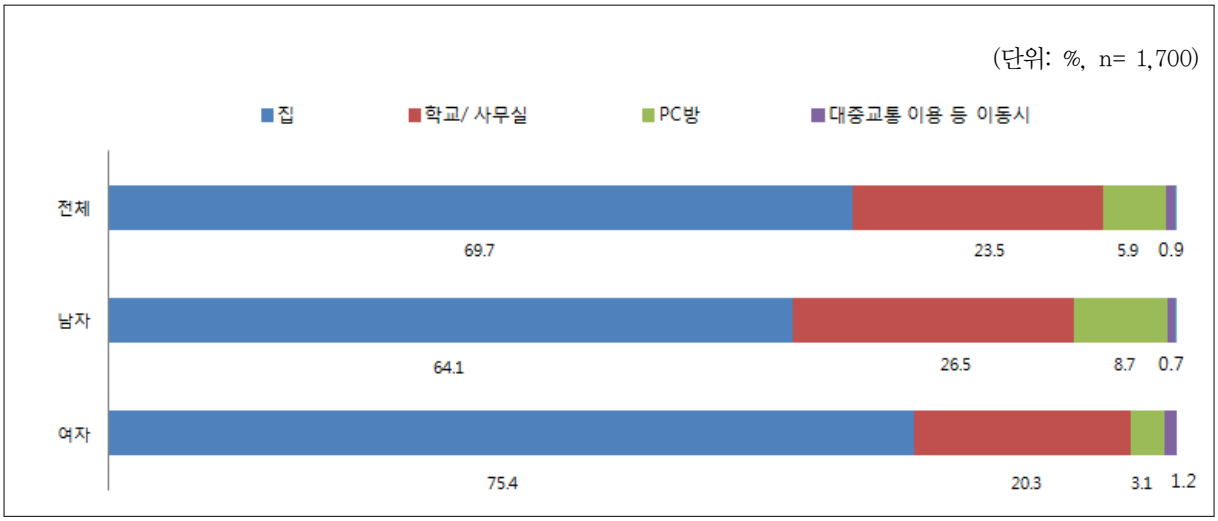


### 2) 인터넷을 주로 이용하는 장소

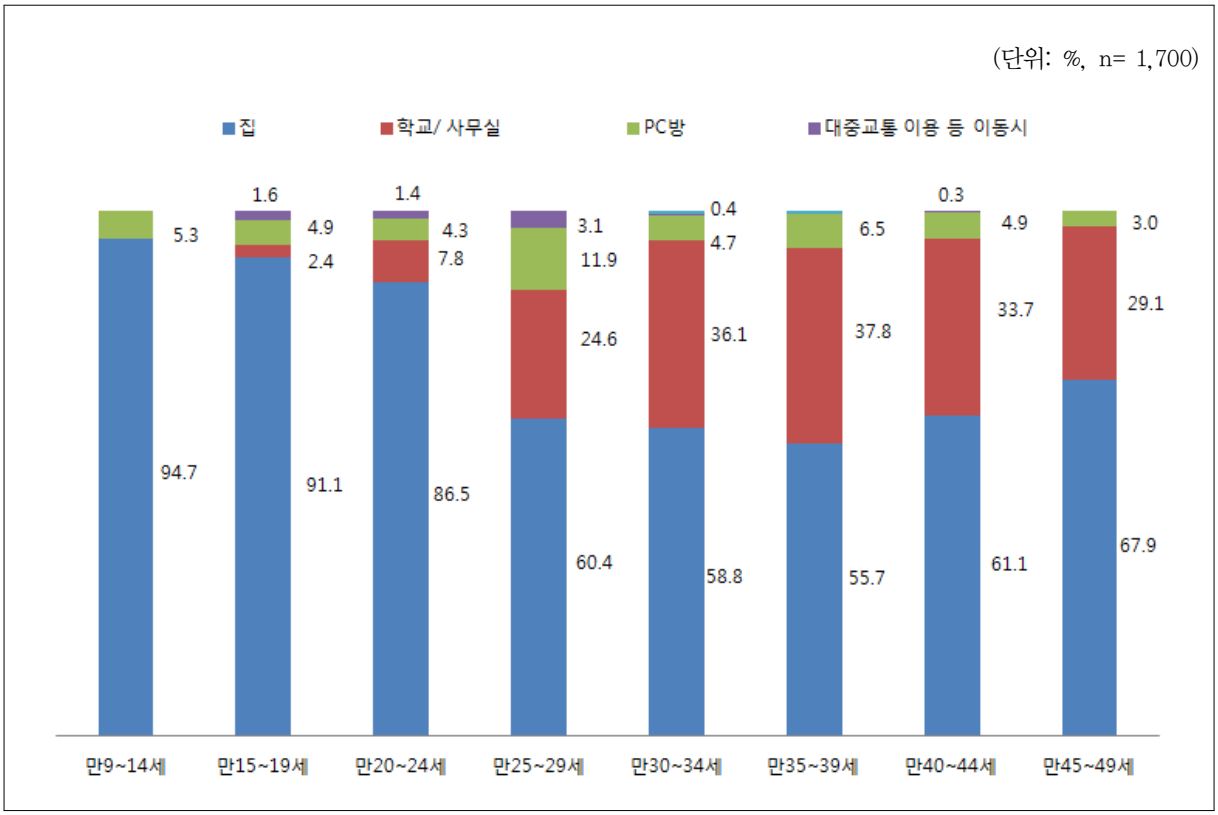
○ 인터넷을 주로 이용하는 장소는 '집'이 69.7%로 가장 많았으며, 다음으로 '학교/사무실'(23.4%)이 높게 나타남.

○ 성별로는 큰 차이가 나지 않았으며, 연령별로는 만 25세 이상부터 '학교/사무실'의 응답비율이 높게 나타남.

**<그림 1-1-3> 인터넷을 주로 이용하는 장소(성별)**




**<그림 1-1-4> 인터넷을 주로 이용하는 장소(연령별)**

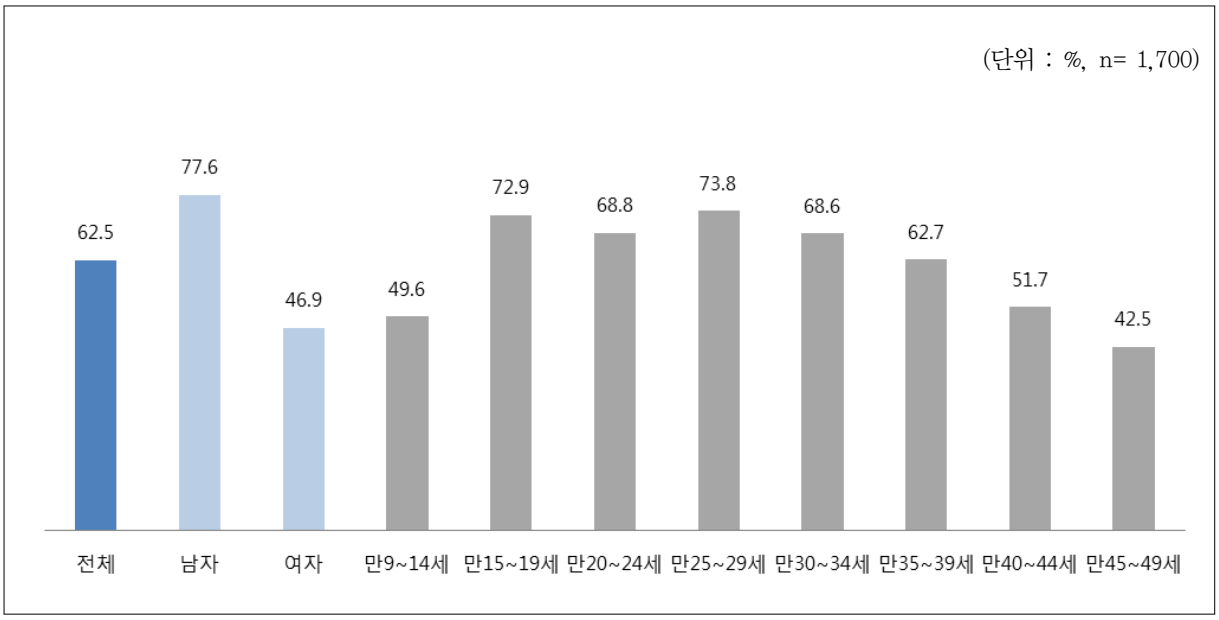


### 3) PC방 이용비율 및 이용빈도

○ 전체 응답자들의 PC방 이용비율은 62.5%이며, 이들이 한 달에 평균적으로 PC방을 이용하는 횟수는 5.4회인 것으로 나타났고, 성별로는 남성이 여성보다 이용 비율(77.6% 대 46.9%)과 이용빈도(6.1회 대 4.1회)에서 모두 높게 나타남.

○ 연령별로는 전년도 조사에서 만9세부터 29세까지의 연령대에서 고르게 PC방 이용비율이 30%대를 기록하였던 것과 달리, 올해 조사에서는 만15세부터 39세까지의 연령대에서 60%이상을 기록한 것으로 나타났고, 한 달 평균 PC방 이용빈도를 보면 만45~49세가 6.5회로 가장 빈번하게 PC방을 이용하는 것으로 나타남.

**<그림 1-1-5> PC방 이용비율(성별/연령별)**

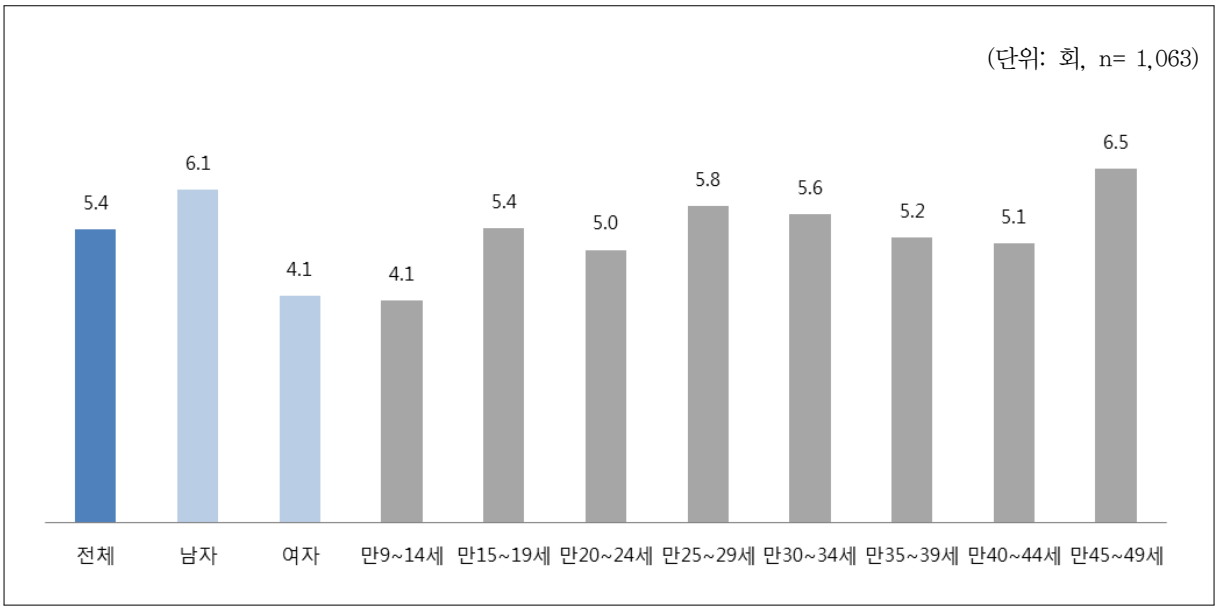



○ 최근 6개월 내 PC방 이용빈도 증감을 살펴보면, '감소했다'는 응답이 49.5%('매우 감소하였다' 10.8%, '감소하였다' 38.7%)로 '증가했다'는 응답비율 13.3%('매우 증가하였다' 0.6%, '증가하였다' 12.7%) 보다 높게 나타남.

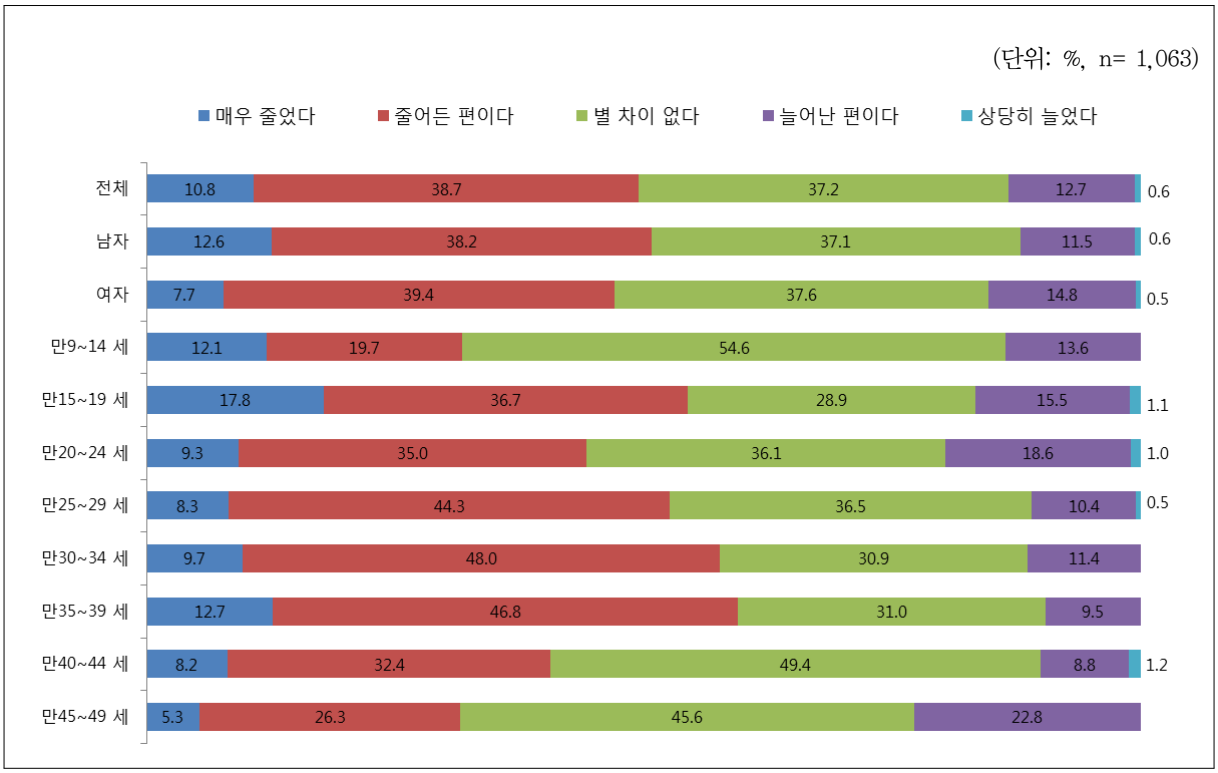
○ 한 달 평균 PC방 이용빈도와 최근 6개월 내 PC방 이용 빈도 추이를 통해 볼 때, 전반적으로 PC방 이용이 감소하고 있음을 알 수 있음.

○ 연령별로는 '만35~39세' 연령층에서 최근 6개월 내 PC방 이용빈도가 '감소했다'('매우 감소하였다' 12.7%, '감소하였다' 46.8%)는 응답이 가장 높게 나타났으며, '만45~49세' 연령층에서 '증가했다'('매우 증가하였다' 0.0%, '증가하였다' 22.8%)는 응답이 22.8%로 가장 높게 나타남.

<그림 1-1-6> 한 달 평균 PC방 이용빈도(성별/연령별)




<그림 1-1-7> 최근 6개월 내 PC방 이용빈도 추이(성별/연령별)

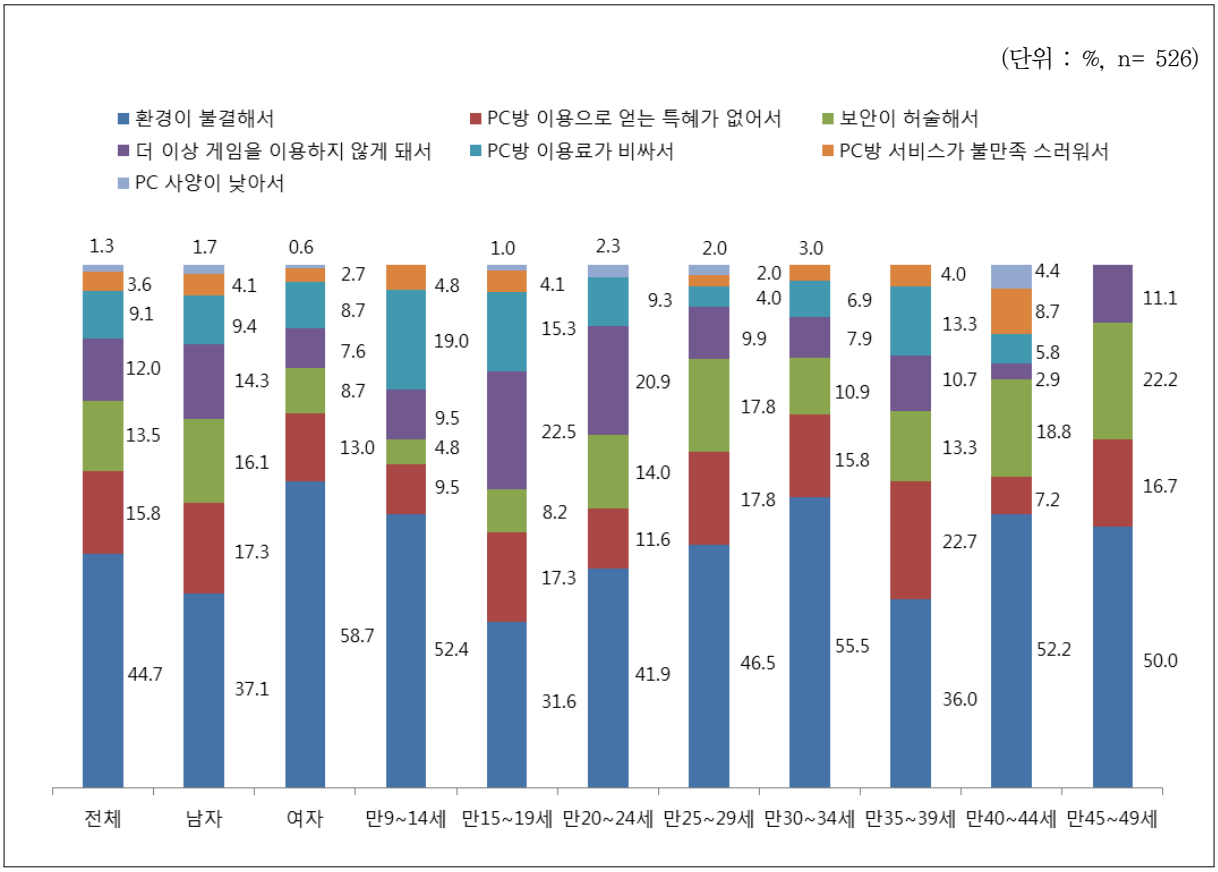


○ 최근 6개월 내 PC방 이용빈도가 감소한 이유를 살펴본 결과, '환경이 불결해서'(44.7%)라는 응답이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 'PC방 이용으로 얻는 특혜가 없어서'(15.8%), '보안이 허술해서'(13.5%), '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서'(12.0%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로 보면 남녀 모두 '환경이 불결해서'라는 응답이 가장 높게 나타났는데 특히 여성(58.7%)이 남성(37.1%) 보다 20% 이상 높게 나타남.

○ 연령별로는 만35~39세의 경우 'PC방 이용으로 얻는 특혜가 없어서'라는 응답이 22.7%로 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 또한 만45~49세의 경우 '보안이 허술해서'라는 응답이 22.2%로 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타남.

**<그림 1-1-8> PC방 이용빈도 감소 이유(성별/연령별)**

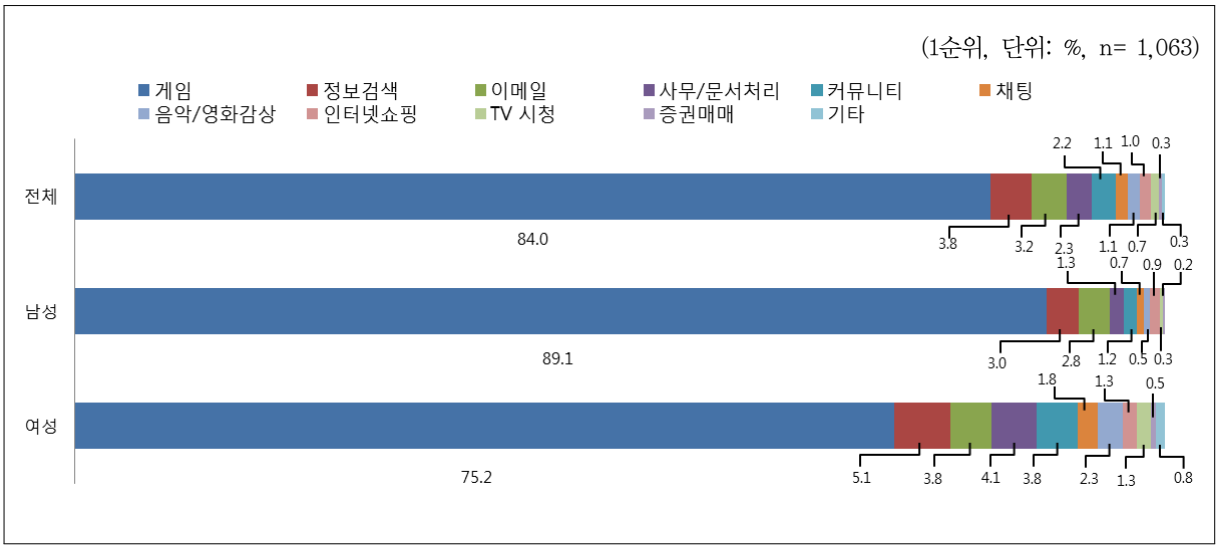


### 4) PC방에서 주로 하는 일

○ PC방에서 주로 하는 일을 살펴보면 '게임'이 84.0%로 압도적으로 높게 나타난 반면, '정보검색'(3.8%) 등의 활동은 미비한 수준으로 나타남.

○ 이러한 경향은 남성(89.1%)이 여성(75.2%) 보다 강했으며, 여성은 '정보검색'(5.1%) 비중이 남성(3.0%)보다 상대적으로 높게 나타났고, 연령별로도 '게임'이 압도적인 우위를 차지하는 가운데 만35~44세에서 '정보검색' 비중이 상대적으로 높게 나타남.

**<그림 1-1-9> PC방에서 주로 하는 일(성별)**




**<표 1-1-1> PC방에서 주로 하는 일(성별/연령별)**

(단위: %)

| 구분 | | 사례수(명) | 게임 | 정보검색 | 이메일 | 사무/문서처리 | 커뮤니티 | 채팅 | 음악/영화감상 | 인터넷쇼핑 | TV 시청 | 증권매매 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 1,063 | 84.0 | 3.8 | 3.2 | 2.4 | 2.2 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | 0.7 | 0.3 | 0.3 |
| 성별 | 남성 | 672 | 89.1 | 3.0 | 2.8 | 1.3 | 1.2 | 0.7 | 0.5 | 0.9 | 0.3 | 0.2 | 0.0 |
| | 여성 | 391 | 75.2 | 5.1 | 3.8 | 4.1 | 3.8 | 1.8 | 2.3 | 1.3 | 1.3 | 0.5 | 0.8 |
| 연령 | 만9~14세 | 66 | 97.0 | 0.0 | 1.5 | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 만15~19세 | 180 | 94.4 | 1.0 | 0.0 | 0.6 | 1.7 | 1.1 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.6 |
| | 만20~24세 | 97 | 85.6 | 1.0 | 0.0 | 5.2 | 3.1 | 1.0 | 2.1 | 1.0 | 1.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 만25~29세 | 192 | 87.0 | 2.1 | 1.6 | 2.6 | 2.1 | 0.5 | 1.6 | 1.0 | 1.0 | 0.0 | 0.5 |
| | 만30~34세 | 175 | 88.6 | 4.5 | 1.7 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 1.1 | 0.6 | 1.1 | 0.6 | 0.0 |
| | 만35~39세 | 126 | 73.8 | 7.9 | 4.8 | 2.4 | 3.1 | 1.6 | 1.6 | 2.4 | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| | 만40~44세 | 170 | 72.3 | 7.1 | 7.1 | 2.9 | 4.1 | 1.8 | 1.2 | 2.3 | 0.6 | 0.6 | 0.0 |
| | 만45~49세 | 57 | 66.7 | 5.3 | 15.8 | 7.0 | 1.7 | 3.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

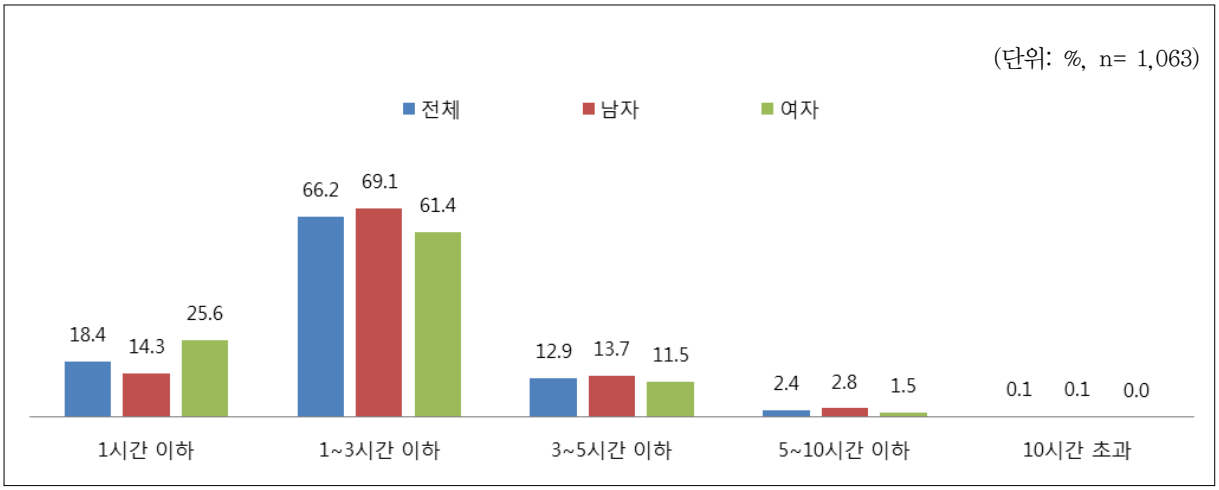
### 5) PC방 1회 이용시간

○ PC방 1회 평균 이용시간은 2.4시간으로 나타났으며, '1~3시간 이하'의 응답 비율이 66.2%로 가장 높게 나타남.

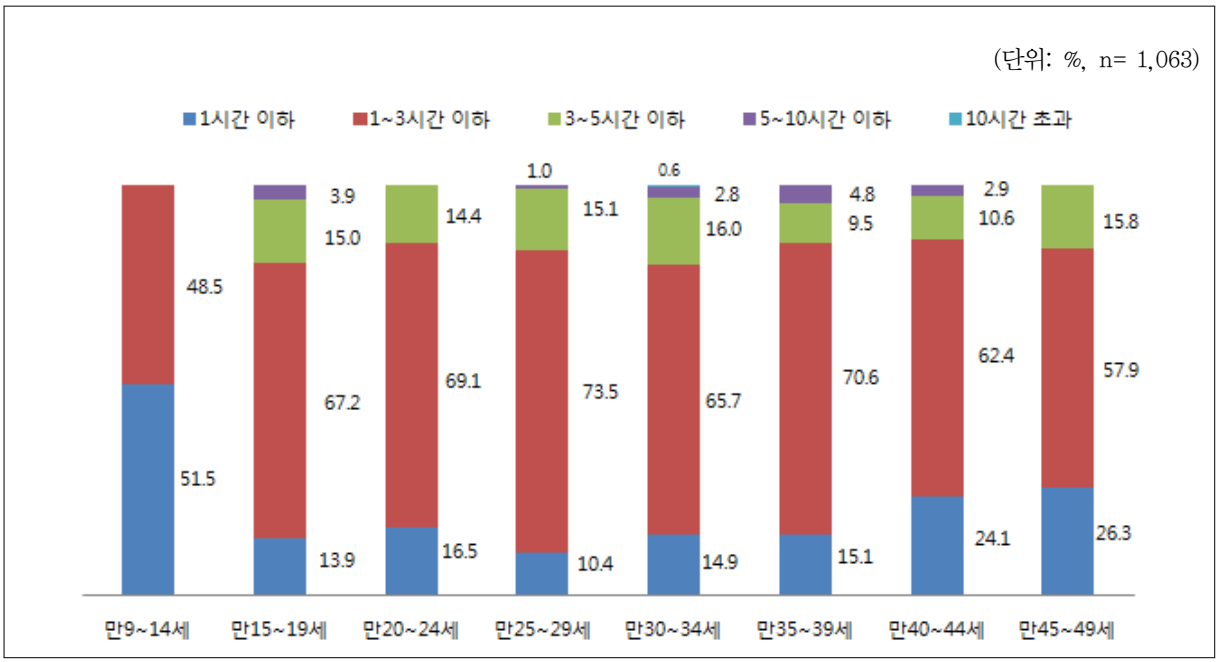
○ 성별로 보면 남성은 평균 2.5시간, 여성은 평균 2.2시간을 기록했으며, 남성과 여성 모두 '1~3시간 이하'가 각각 69.1%, 61.4%로 가장 높게 나타남. 남녀 모두 PC방 1회 이용시간이 3시간 이상인 경우는 많지 않아, 전체의 15.4%만이 3시간 이상 이용하는 것으로 나타남

○ 연령별로도 평균 '1~3시간 이하' PC방을 이용한다고 응답한 이용자가 많은 것으로 나타남.

**<그림 1-1-10> PC방 1회 이용시간(성별)**




**<그림 1-1-11> PC방 1회 이용시간(연령별)**



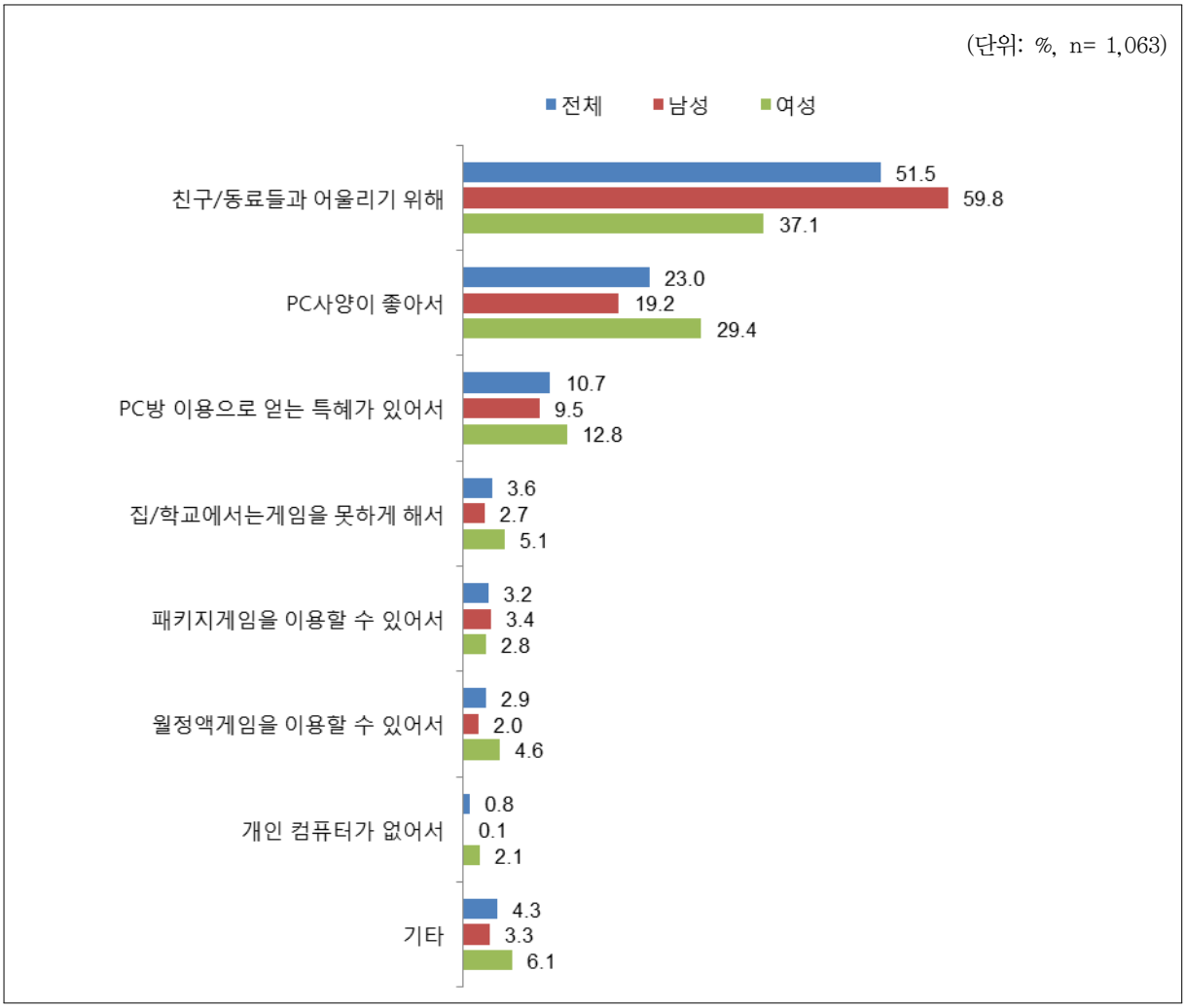
### 6) PC방을 이용하는 이유

○ PC방을 이용하는 이유로는 '친구/동료들과 어울리기 위해'가 51.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 'PC 사양이 좋아서'(23.0%), 'PC방 이용으로 얻는 특혜가 있어서'(10.7%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로는 남녀 모두 '친구/동료들과 어울리기 위해'가 가장 높은 순위를 차지한 가운데, 남성(59.8%)의 응답비율이 여성(37.1%)보다 높아 PC방이 남성들의 주요 놀이공간이라는 사실을 추측해 볼 수 있음.

○ 연령별로도 '친구/동료들과 어울리기 위해'라고 응답한 비중이 가장 높지만, 고연령층으로 갈수록 'PC사양이 좋아서'라는 응답도 높게 나타남.

**<그림 1-1-12> PC방을 이용하는 이유(성별)**



**<표 1-1-2> PC방을 이용하는 이유(성별/연령별)**

(단위: %)

| 구분 | | 사례수 (명) | 친구/ 동료와 어울리기 위해 | PC사양이 좋아서 | PC방 이용으로 얻는 특혜가 있어서 | 집/학교 에서는 게임을 못하게 해서 | 패키지 게임을 이용할 수 있어서 | 월정액 게임을 이용할 수 있어서 | 개인 컴퓨터가 없어서 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 1,063 | 51.5 | 23.0 | 10.7 | 3.6 | 3.2 | 2.9 | 0.8 | 4.3 |
| 성별 | 남성 | 672 | 59.8 | 19.2 | 9.5 | 2.7 | 3.4 | 2.0 | 0.1 | 3.3 |
| | 여성 | 391 | 37.1 | 29.4 | 12.8 | 5.1 | 2.8 | 4.6 | 2.1 | 6.1 |
| 연령 | 만9~14세 | 66 | 53.0 | 34.9 | 1.5 | 9.1 | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 만15~19세 | 180 | 53.9 | 23.9 | 14.4 | 4.4 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 2.2 |
| | 만20~24세 | 97 | 54.6 | 19.6 | 18.6 | 1.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 4.1 |
| | 만25~29세 | 192 | 62.0 | 16.7 | 12.0 | 1.5 | 2.1 | 2.1 | 1.0 | 2.6 |
| | 만30~34세 | 175 | 57.7 | 16.0 | 8.0 | 2.3 | 5.2 | 3.4 | 1.7 | 5.7 |
| | 만35~39세 | 126 | 45.2 | 26.2 | 4.8 | 3.9 | 5.6 | 5.6 | 1.6 | 7.1 |
| | 만40~44세 | 170 | 37.6 | 27.0 | 10.6 | 5.9 | 5.9 | 6.5 | 0.6 | 5.9 |
| | 만45~49세 | 57 | 36.8 | 35.1 | 14.0 | 1.8 | 3.5 | 1.8 | 0.0 | 7.0 |

# 제2장 플랫폼별 이용 현황

## 제1절 게임 이용실태

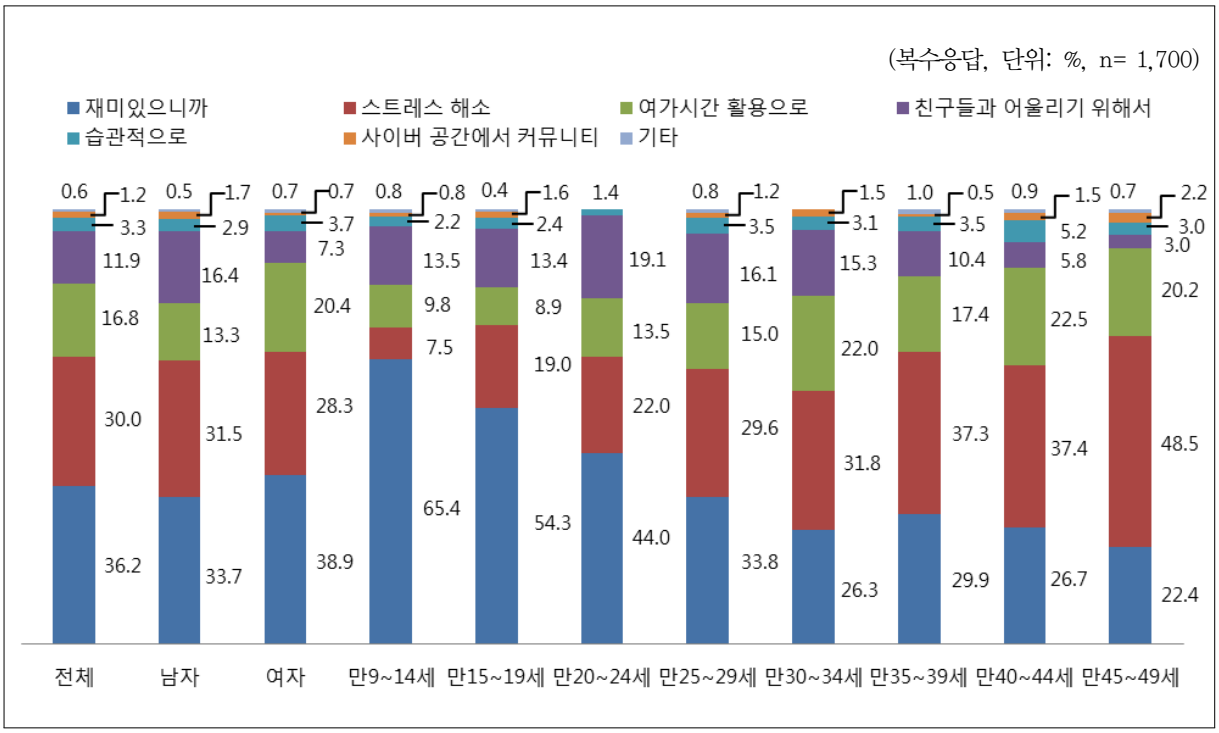
### 1. 게임을 하는 이유

○ 게임을 하는 이유에 대해서 물어본 결과, '재미있으니까'라는 의견이 36.2%로 가장 많았고, 다음으로 '스트레스 해소'(30.0%), '여가시간 활용으로'(16.8%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로 보면, '친구들과 어울리기 위해서'라는 응답에서 '남성'(16.4%)이 '여성'(7.3%)보다 2배 이상 높게 나타남.

○ 연령별로 살펴보면 '재미있으니까'라는 응답이 10대부터 20대까지 높게 나타났으며, 30대 이후에는 '스트레스 해소'라는 응답이 더 높게 나타남.

**<그림 1-2-1> 게임을 하는 이유(성별/연령별)**



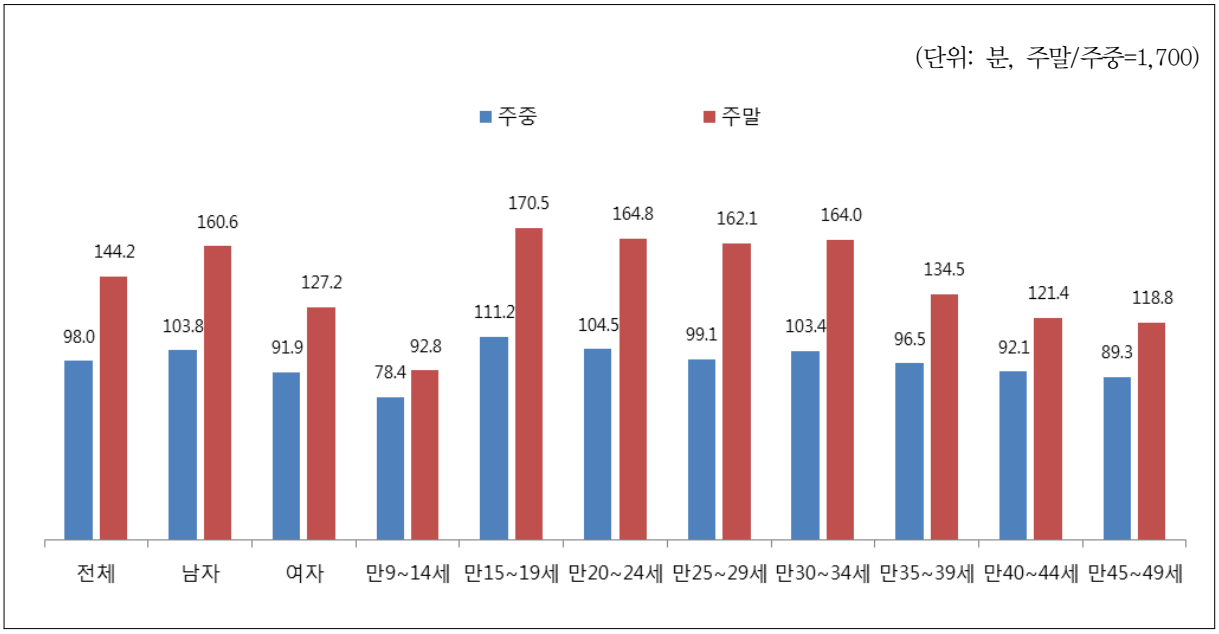

### 2. 1일 평균 게임 이용시간

○ 1일 평균 게임 이용시간을 주중과 주말로 나누어 조사한 결과, 주중에는 1일 평균 98.0분을 게임에 할애하는 것으로 나타났고, 주말에는 1일 평균 144.2분을 게임에 소비하는 것으로 나타남.

○ 주중을 중심으로 살펴보면, 남성의 1일 평균 게임 이용시간이 103.8분으로 여성(91.9분)보다 게임 이용시간이 평균 11.9분 긴 것으로 나타났으며, 연령별로는 만15~19세가 111.2분으로 가장 긴 이용시간을 보임.

○ 주말을 중심으로 살펴보면, 남성(160.6분)이 여성(127.2분)보다 게임 이용시간이 평균 33.4분 긴 것으로 나타났으며, 연령별로는 만15~19세가 170.5분으로 가장 긴 이용시간을 보임. 주말의 경우, 1일 평균 게임 이용시간이 35세를 기준으로 급격하게 하락하는 추세를 보임.

**<그림 1-2-2> 1일 평균 게임 이용시간(성별/연령별)**




## 3. 게임을 처음 접한 시기와 주로 이용하는 게임플랫폼

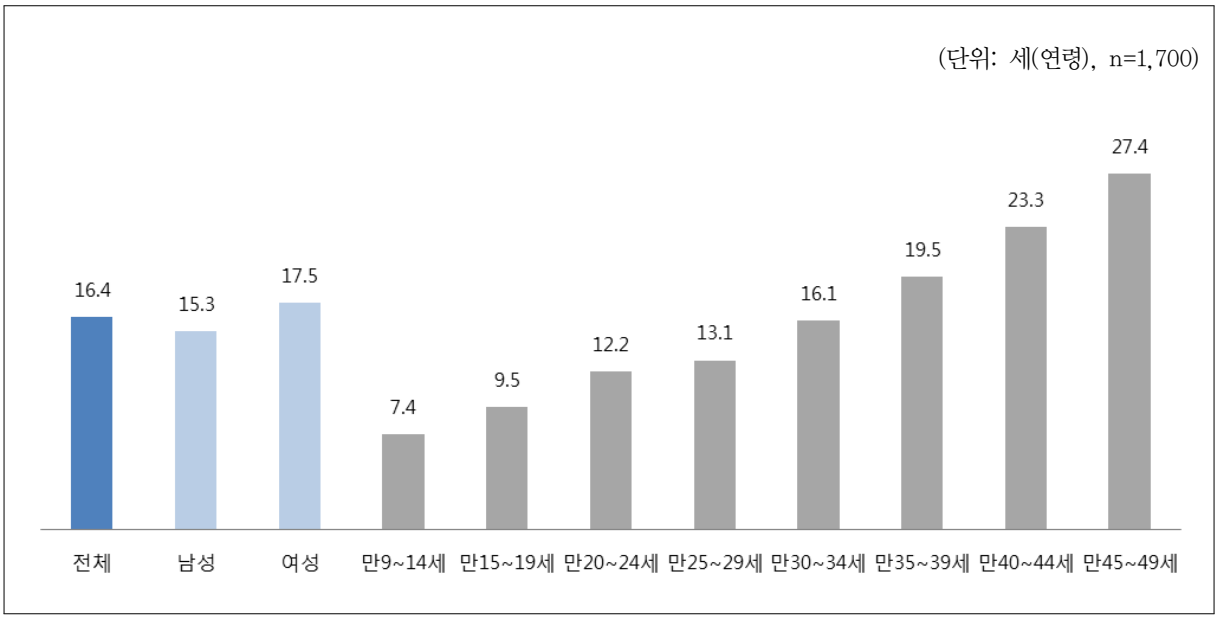
○ 게임을 처음 접한 시기를 묻는 질문에서 응답자들이 게임을 처음 접한 시기는 평균 16.4세로 나타나, 전년에 14.3세였던 것에 비해 다소 늦어진 것으로 나타남.

○ 연령별로 남성은 평균 15.3세, 여성은 평균 17.5세로 남성이 여성보다 다소 이른 시기에 게임을 접한다는 것을 알 수 있으며, 나이가 어릴수록 게임을 처음 접한 시기가 빠른 것으로 나타남.

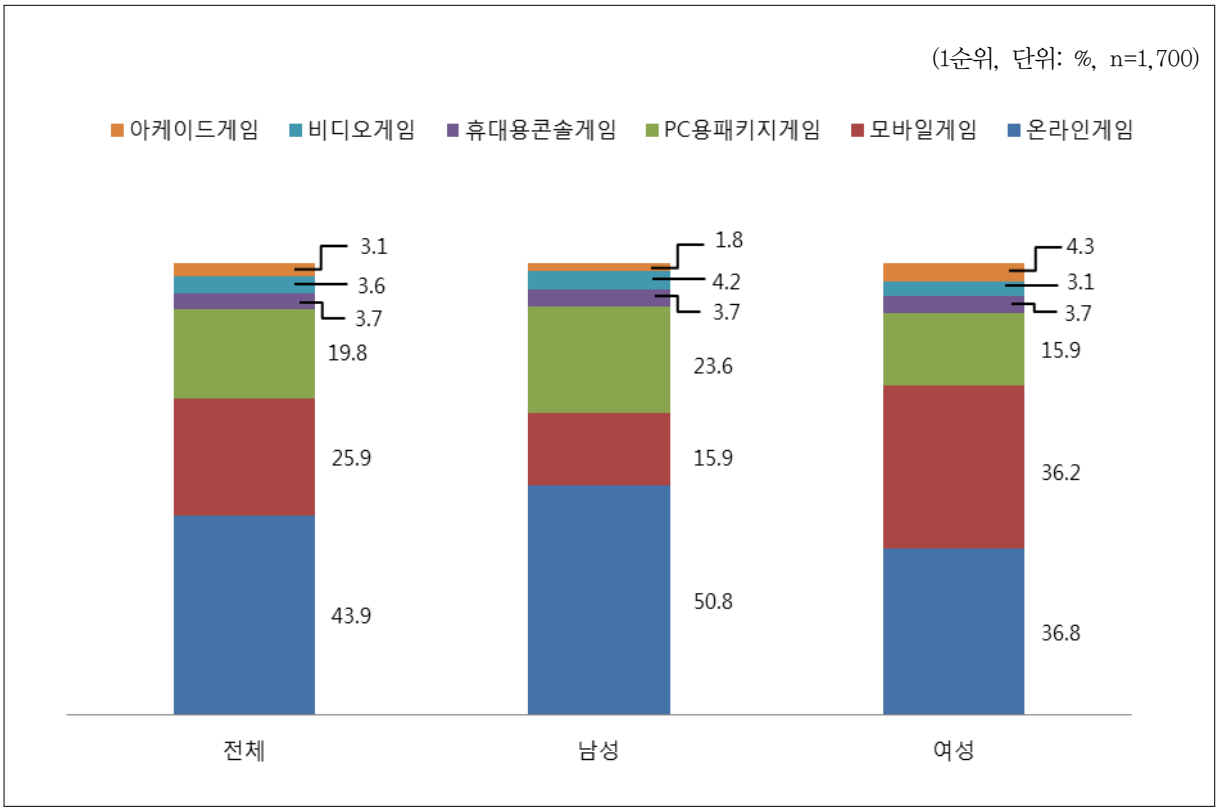
○ 게임 이용자가 주로 이용하는 게임플랫폼을 조사해 본 결과, 응답자의 43.9%가 '온라인 게임'이라고 답했고, 다음으로 '모바일 게임'(25.9), 'PC용 패키지게임'(19.8%) 등의 순으로 나타남. 주목할 만한 것은 모바일게임 이용이 전년(15.3%)에 비해 큰 폭으로 증가했다는 점임.

○ 한편, 성별로는 남성과 여성 모두 '온라인 게임'이 높은 비중을 차지하고 있는 가운데, 여성의 경우 '모바일 게임'의 비율이 36.2%로 남성 이용자(15.9%)보다 상대적으로 높게 나타남.

<그림 1-2-3> 게임을 처음 접한 시기




<그림 1-2-4> 주로 이용하는 게임플랫폼(성별)

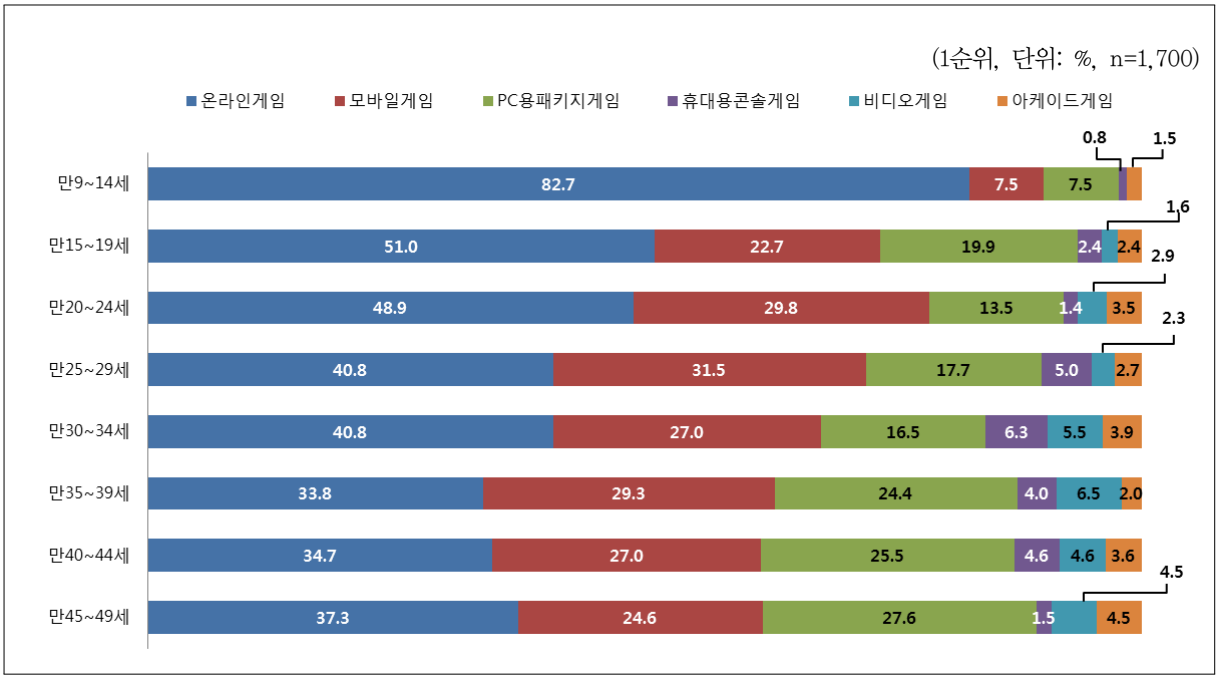



○ 연령별로는 모든 연령층에서 '온라인 게임'이 높게 나타났으며, '만9~14세'(82.7%), '만15~19세'(51.0%), '만20~24세'(48.9%)의 순으로 온라인 게임 이용률이 높음.

○ 저연령층에서는 '온라인게임' 비중이 높게 나타나지만 고연령층일수록 '온라인게임' 비중이 낮아지고, 'PC용 패키지 게임' 등의 비중이 높게 나타나는 경향을 보임.

○ ‘모바일게임’의 경우 만25~29세 연령층에서 31.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘PC용 패키지 게임’은 만45~49세 연령층에서 27.6%로 가장 높게 나타남.

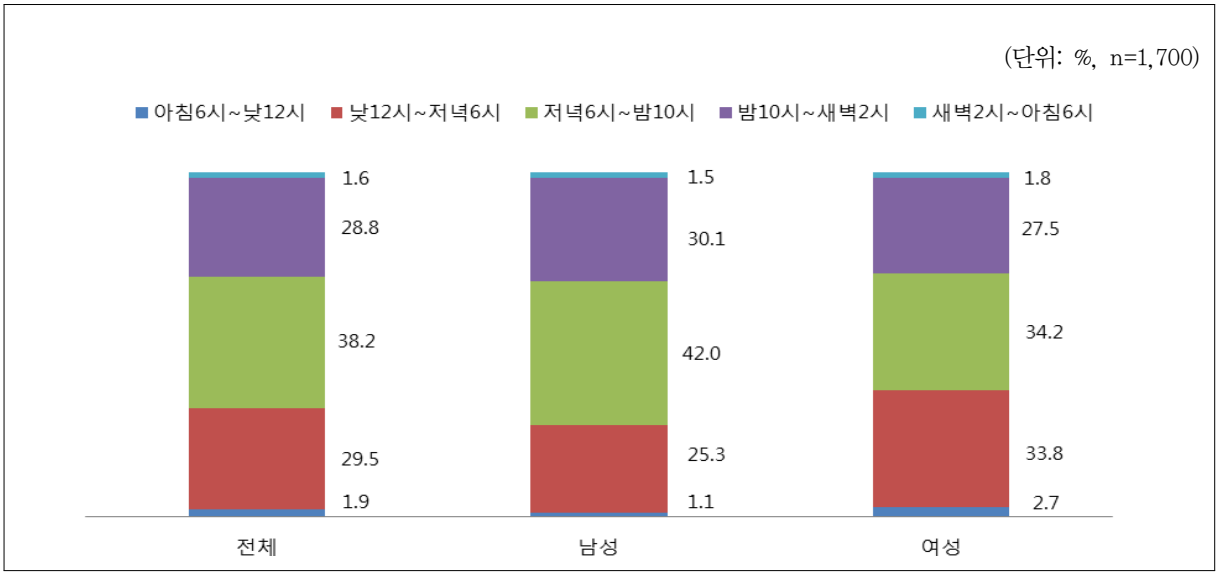
**<그림 1-2-5> 주로 이용하는 게임플랫폼(연령별)**




## 4. 게임을 주로 이용하는 시간

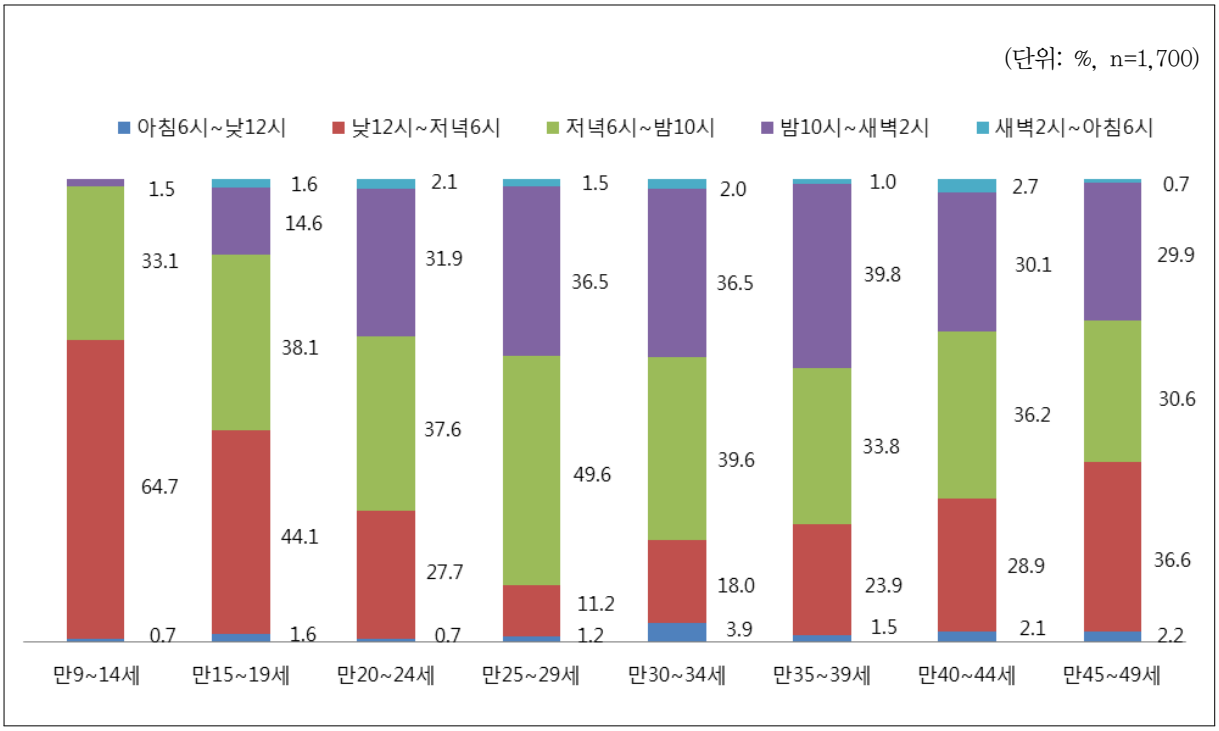
○ 주로 게임을 이용하는 시간대를 조사한 결과, ‘저녁6시~밤10시’의 비중이 38.2%로 가장 높았고, ‘낮12시~저녁6시’는 29.5%, ‘밤10시~새벽2시’는 28.8%로 나타남.

**<그림 1-2-6> 게임을 주로 이용하는 시간대(성별)**



○ 연령별로는 '만9~14세'는 낮 시간과 저녁시간에 주로 게임을 이용하는 반면, '만25~29세'는 주로 저녁과 새벽 시간대에 게임을 이용하는 것으로 나타나, 연령별 게임 이용시간의 패턴이 다른 것으로 나타남.

**<그림 1-2-7> 게임을 주로 이용하는 시간대(연령별)**




## 5. 월평균 게임 이용 횟수와 1회 평균 이용시간

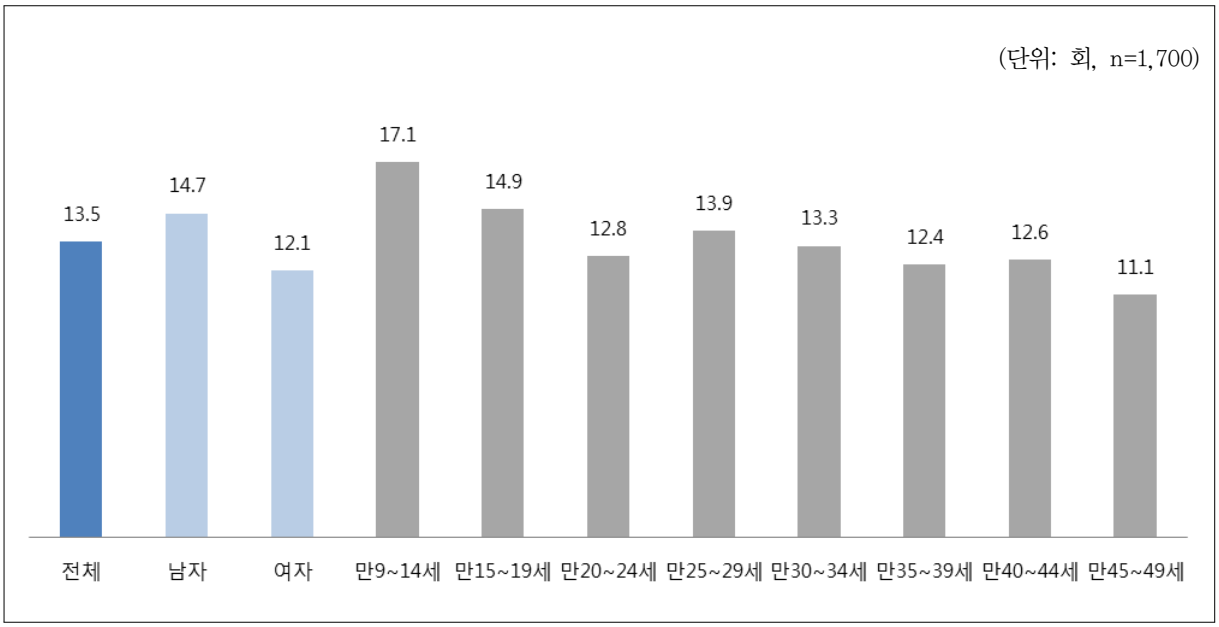
○ 한 달 평균 게임 이용 횟수를 알아본 결과, 전체 평균 이용 횟수는 13.5회로 나타났으며, 전년에 14.3회였던 것에 비해 약간 감소한 것으로 나타남.

○ 월평균 가장 많이 게임을 이용하는 연령대는 '만9~14세'로, 평균 17.1회를 이용하는 것으로 나타남.

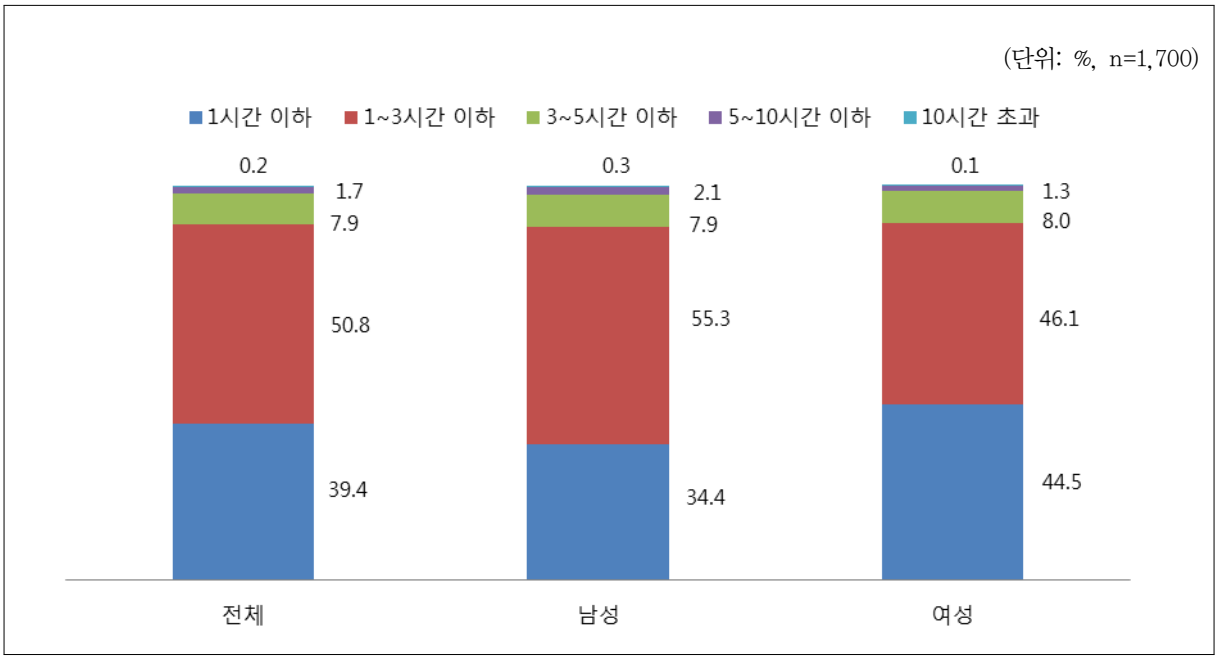
○ 게임이용자의 1회 평균 게임 이용시간은 1.9시간으로 나타났으며, 전체 50.8%의 이용자가 '1~3시간 이하' 이용한 것으로 나타났으며, '1시간 이하'(39.4%)와 '3~5시간 이하'(7.9%)가 뒤를 이음.

○ 전반적으로 남성이 여성보다 1회 게임 이용시간이 길었는데, 남성은 2.0시간, 여성은 1.8시간으로 나타났으며, 연령별로는 '만15~34세'가 2시간 이상으로 게임을 많이 하고 있는 것으로 나타났고, 연령이 증가함에 따라 대체적으로 게임 이용시간은 감소하는 경향을 보임.

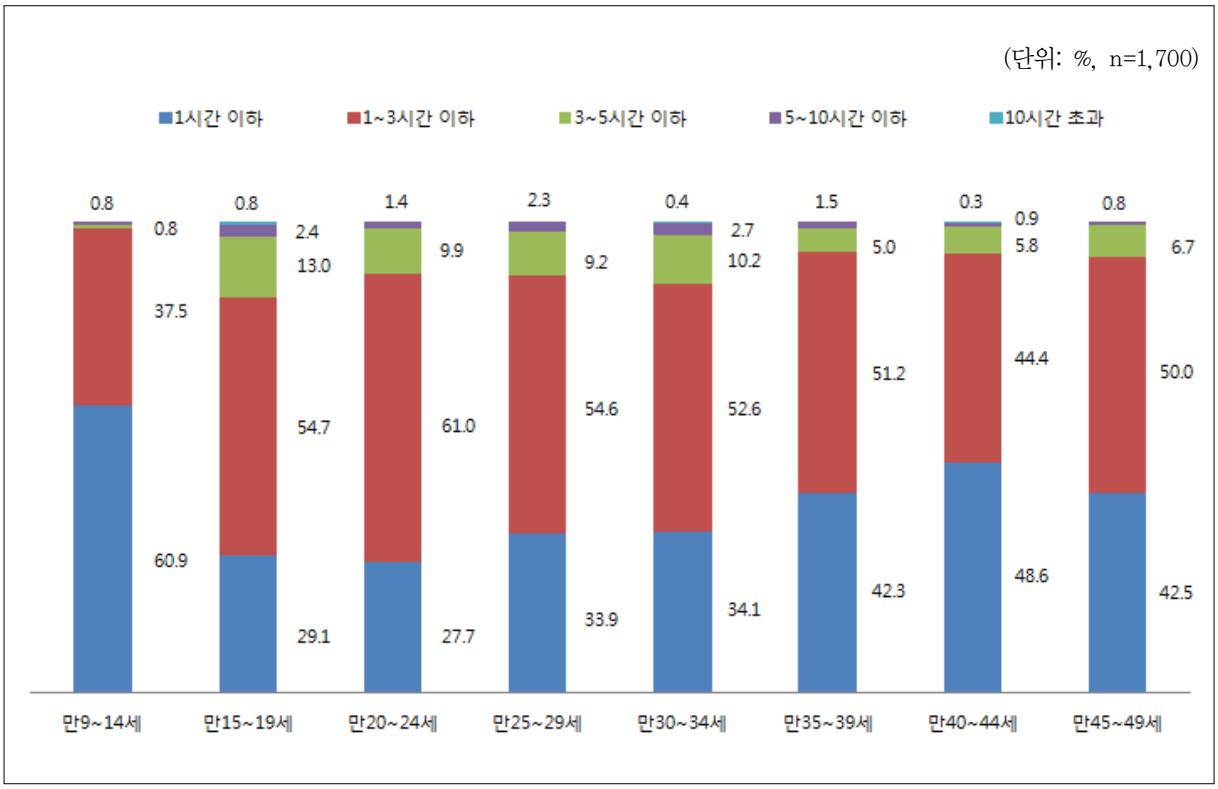
<그림 1-2-8> 월평균 게임 이용 횟수(성별/연령별)



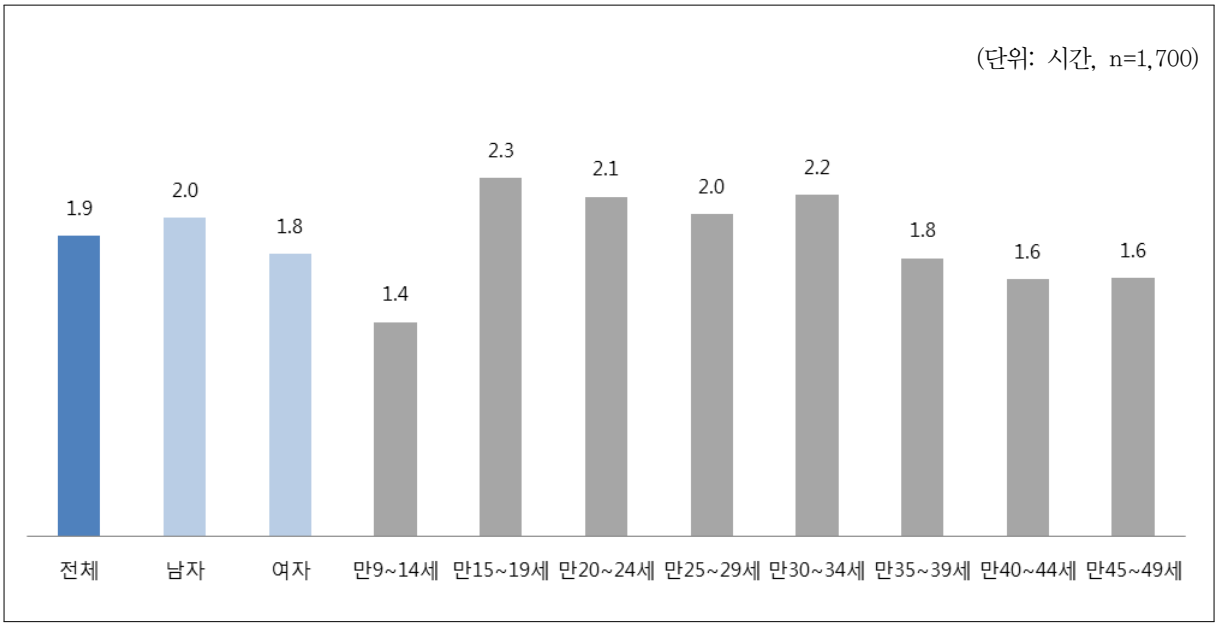

<그림 1-2-9> 1회 게임 이용시간(성별)



<그림 1-2-10> 1회 게임 이용시간(연령별)




<그림 1-2-11> 1회 게임 이용시간(성별/연령별)

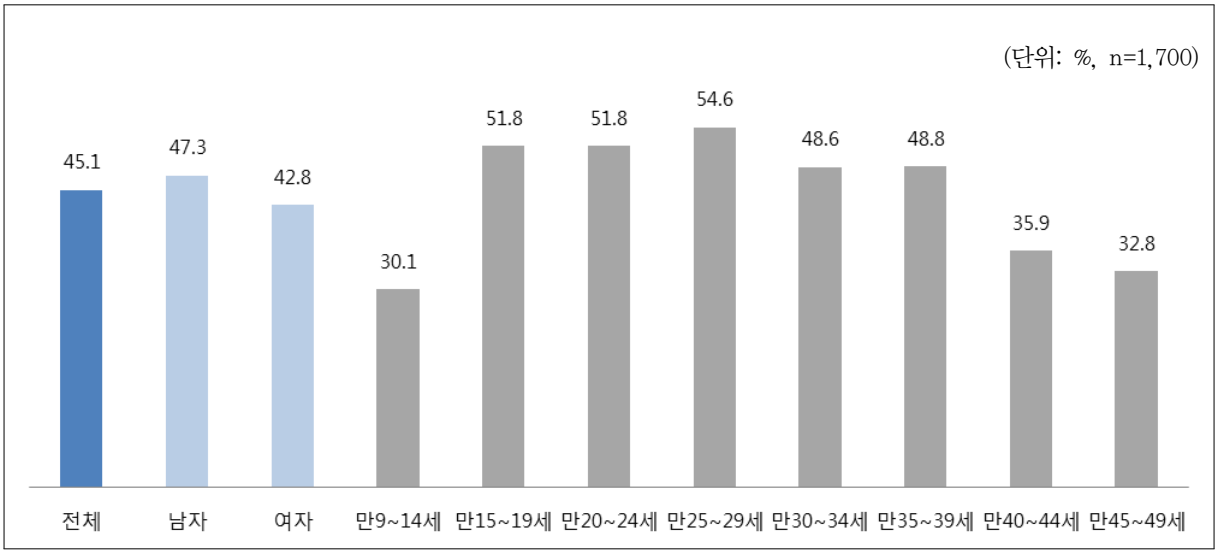


## 6. 최근 6개월간 게임을 변경한 비율과 이유

○ 최근 6개월 이내에 이용하던 게임을 바꾼 경험이 있다는 비율은 전체 응답자의 45.1%로, 남성(47.3%)이 여성(42.8%)보다 게임 변경경험이 많은 것으로 나타남.

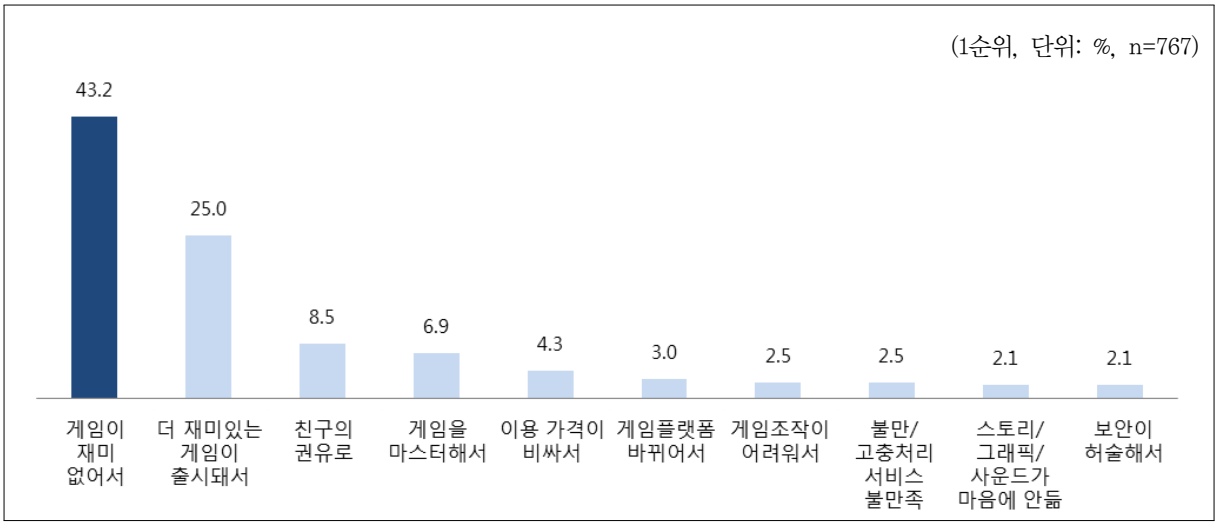
○ 연령별로는 게임 이용시간이 많았던 '만25~29세' 이용자의 게임 변경비율이 54.6%로 가장 높게 나타났으며, 게임 이용시간이 가장 적은 '만9~14세' 이용자(1.4시간)의 게임 변경비율(30.1%)이 가장 적은 것으로 나타남.

**<그림 1-2-12> 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율(성별/연령별)**




○ 최근 6개월 이내에 게임을 변경한 이유로 '게임이 재미없어서'가 43.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시되어서'(25.0%), '친구의 권유로'(8.5%), '게임을 마스터해서'(6.9%) 등인 것으로 나타남.

**<그림 1-2-13> 게임을 바꾼 이유**

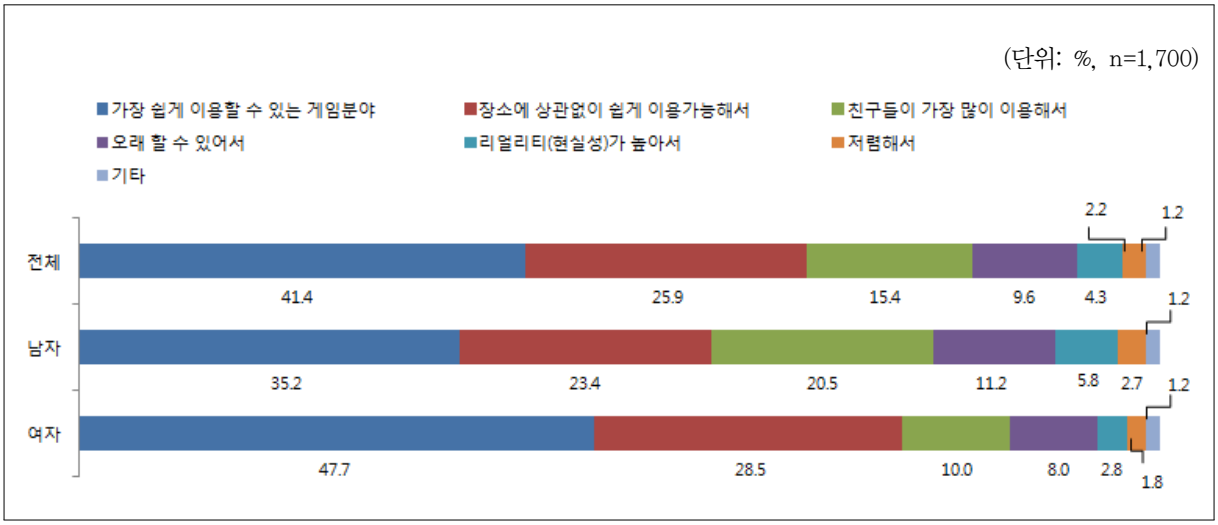


## 7. 선호 게임플랫폼과 장르

○ 전체 41.4%의 응답자는 특정한 게임 플랫폼을 선호하는 이유에 대해서 '가장 쉽게 이용할 수 있는 게임분야'라고 응답하였으며, 그 다음으로 '장소에 상관없이 쉽게 이용가능하기 때문에' (25.9%), '친구들이 가장 많이 이용해서'(15.4%) 등의 순으로 답변함.

○ 성별로는 '친구들이 가장 많이 이용해서'라는 응답이 여성(10.0%)보다 남성(20.5%)이 월등히 높았으며, 이를 통해 여성들에 비해 남성들이 게임을 통해 친구들과 관계를 맺는 경향이 크다는 사실을 알 수 있음.

**<그림 1-2-14> 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(성별)**



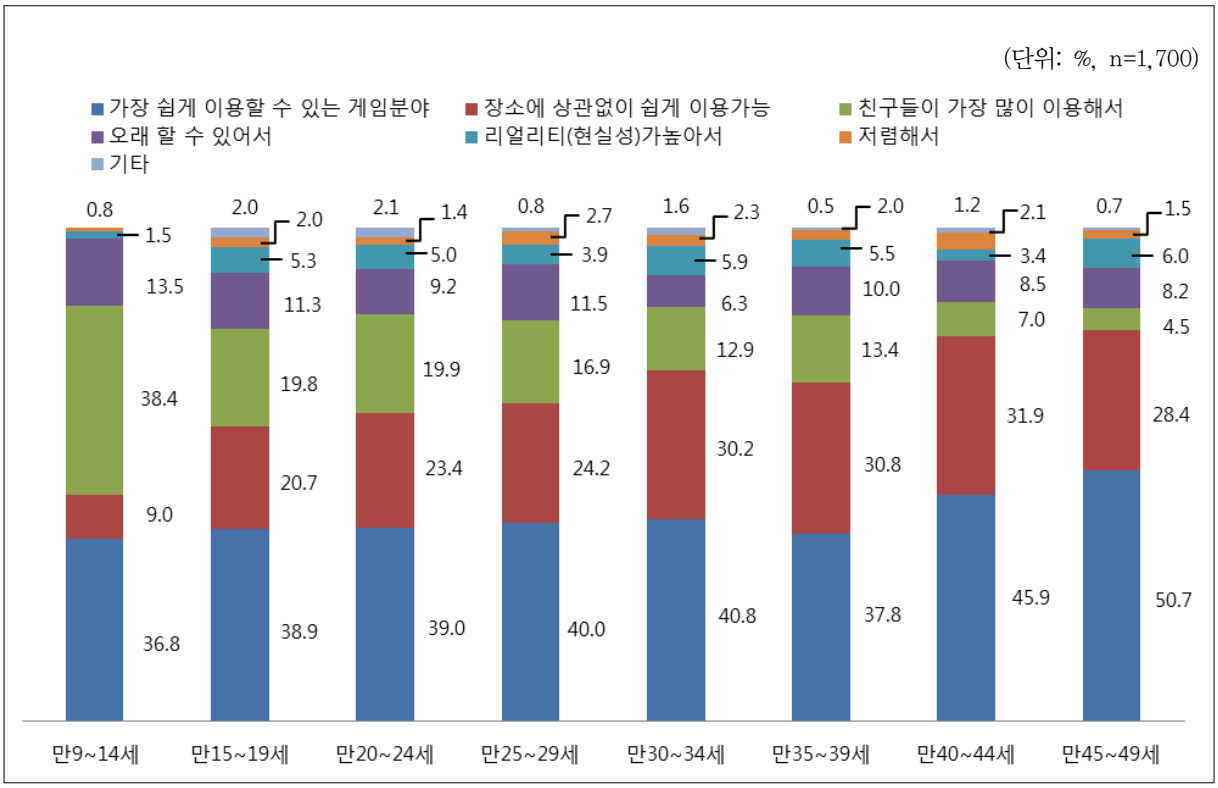

○ 연령별로 살펴보면, '친구들이 가장 많이 사용해서'라는 응답은 10대부터 20대까지 높게 나타났으나 30대 이후로는 감소하는 것을 볼 수 있으며, 연령대가 높아질수록 '가장 쉽게 이용할 수 있는 게임분야'라는 응답이 높아짐.

○ 또한 사회활동이 활발해지는 30대부터 '장소에 상관없이 쉽게 이용가능하다'는 점이 플랫폼을 선택하는 이유에서 차지하는 비중이 증가하는 것으로 나타남.

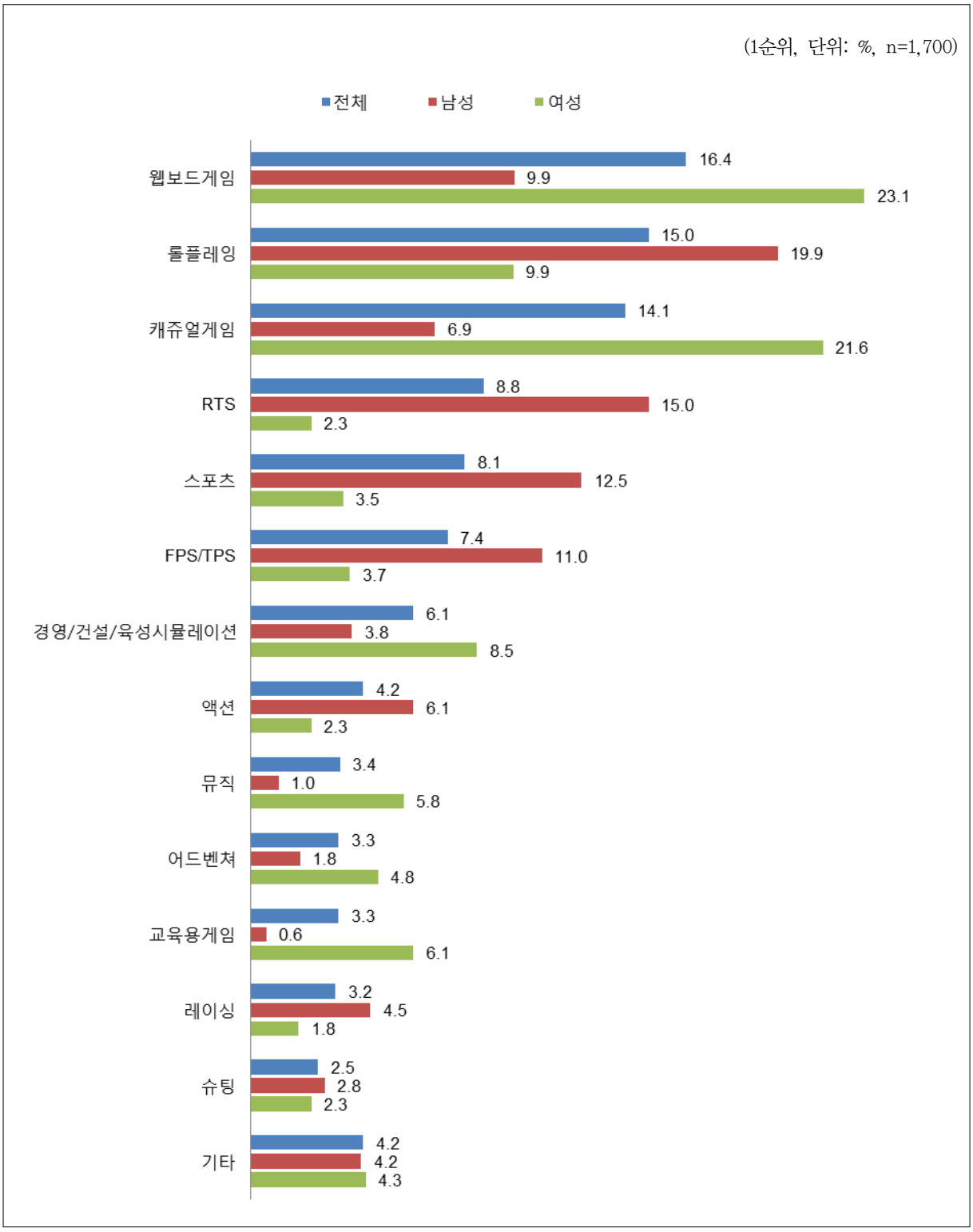
○ 가장 선호하는 게임장르는 '웹보드게임'으로 16.4%를 차지하였으며, 다음으로 '롤플레잉'(15.0%), '캐쥬얼 게임'(14.1%), 'RTS'(8.8%) 등의 순으로 나타남.

○ 그러나 성별에 따른 순위는 많이 다른 양상을 보였는데, 남성의 경우 '롤플레잉'(19.9%), 'RTS'(15.0%), '스포츠'(12.5%) 순으로 나타난 반면, 여성의 경우는 '웹보드게임'(23.1%), '캐쥬얼 게임'(21.6%), '롤플레잉'(9.9%) 순으로 나타남.

**<그림 1-2-15> 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(연령별)**



<그림 1-2-16> 선호하는 게임 장르(성별)

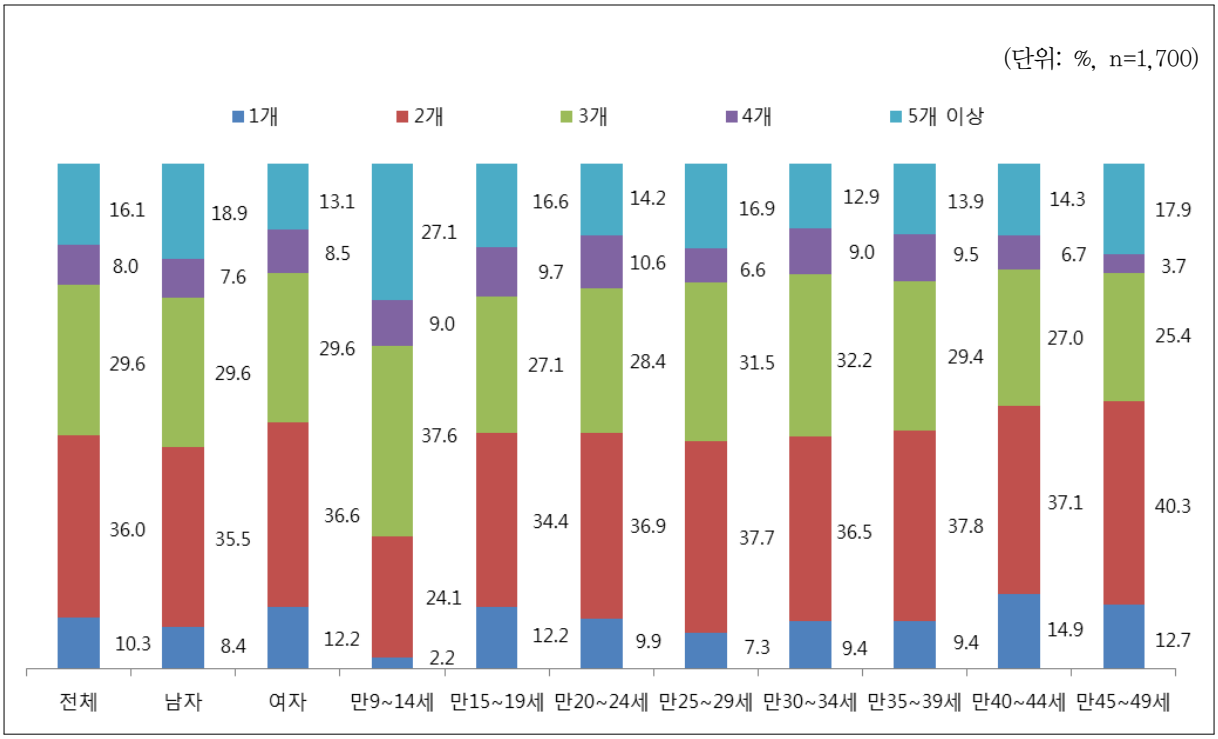


## 8. 평균 이용 게임개수

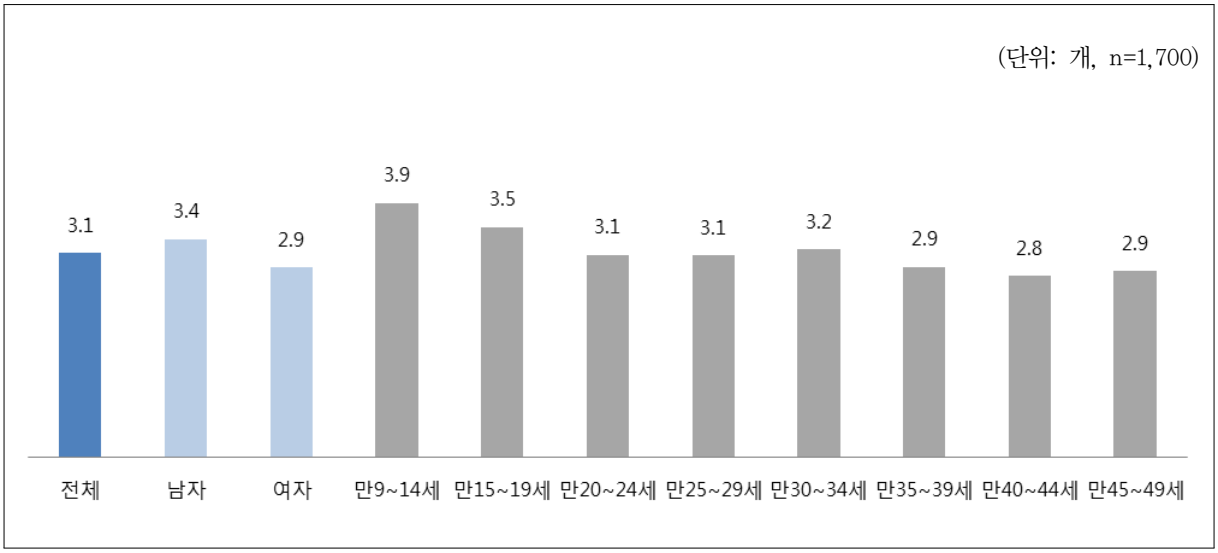
○ 현재 이용하고 있는 게임개수는 평균 3.1개로 전년에 평균 2.6개였던 것에 비해 늘어남.

○ 성별로는 남성(평균 3.4개)이 여성(평균 2.9개) 보다 평균 이용 게임개수가 많았고, 연령별로는 만9~14세가 가장 다양한 게임(평균 3.9개)을 이용하는 것으로 나타남.

**<그림 1-2-17> 이용하는 게임 개수(성별/연령별)**




**<그림 1-2-18> 평균 이용 게임 개수(성별/연령별)**



## 제2절 게임 소비실태

### 1. 게임 이용(구입)비용

○ 한 달 평균 게임 이용비용을 조사한 결과, 게임 이용비용을 가장 많이 쓰는 플랫폼은 '비디오 게임'으로 한 달 평균 23,144원으로 나타남.

○ 다음으로 '휴대용 게임기 및 게임 DVD'(19,393원), '패키지 게임'(18,500원), '온라인 게임'(17,608원), '모바일 게임'(7,819원), '아케이드 게임'(6,787원)의 순으로 나타남.

**<표 1-2-1> 게임 월 이용/구입비용(인터넷 사용료 제외)**

(단위: 원)

| 구분 | | 온라인 게임 | 모바일 게임 | 패키지 게임 | 비디오 게임기/DVD | 휴대용 게임기/DVD | 아케이드 게임 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 17,608 | 7,819 | 18,500 | 23,144 | 19,393 | 6,787 |
| 성별 | 남성 | 18,410 | 7,886 | 21,027 | 24,907 | 19,913 | 7,563 |
| | 여성 | 16,432 | 7,735 | 14,519 | 20,612 | 18,772 | 5,937 |
| 연령 | 만9~14세 | 5,569 | 3,695.7 | 10,278 | 6,000 | 5,056 | 3,127 |
| | 만15~19세 | 16,913 | 6,076.4 | 23,158 | 27,391 | 23,750 | 5,288 |
| | 만20~24세 | 18,147 | 6,502.5 | 27,028 | 22,889 | 21,176 | 4,601 |
| | 만25~29세 | 17,841 | 6,256.5 | 19,871 | 20,974 | 21,682 | 7,141 |
| | 만30~34세 | 22,216 | 8,205.1 | 19,275 | 24,788 | 24,368 | 7,480 |
| | 만35~39세 | 19,324 | 9,644.1 | 20,236 | 25,053 | 17,549 | 9,180 |
| | 만40~44세 | 19,237 | 8,730.3 | 16,093 | 19,714 | 18,770 | 7,248 |
| | 만45~49세 | 13,447 | 9,267.2 | 12,055 | 26,186 | 13,513 | 9,777 |

**<표 1-2-2> 온라인 게임 월 이용/구입비용(인터넷 사용료 제외)**

(단위: %, n=1,475)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~ 1만원 미만 | 1만원~ 3만원 미만 | 3만원~ 5만원 미만 | 5만원~ 10만원 미만 | 10만원~ 20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 57.0 | 6.7 | 21.2 | 7.1 | 5.4 | 2.0 | 0.5 | 100.0 | 17,608 |
| 성별 | 남성 | 49.3 | 8.1 | 24.4 | 8.3 | 6.5 | 3.0 | 0.4 | 100.0 | 18,410 |
| | 여성 | 65.7 | 5.2 | 17.7 | 6.7 | 4.2 | 1.0 | 0.6 | 100.0 | 16,432 |

### <표 1-2-3> 모바일 게임 월 이용/구입비용

(단위: %, n=1,490)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 77.1 | 9.5 | 10.5 | 1.8 | 0.9 | 0.1 | 0.1 | 100.0 | 7,819 |
| 성별 | 남성 | 74.0 | 10.9 | 12.1 | 2.0 | 0.9 | 0.0 | 0.1 | 100.0 | 7,886 |
| | 여성 | 80.2 | 8.2 | 8.9 | 1.6 | 0.9 | 0.1 | 0.0 | 100.0 | 7,735 |

### <표 1-2-4> 패키지 게임 월 이용/구입비용

(단위: %, n=993)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 60.8 | 7.3 | 17.5 | 6.7 | 5.6 | 1.8 | 0.2 | 100.0 | 18,500 |
| 성별 | 남성 | 58.1 | 6.1 | 17.8 | 8.3 | 6.9 | 2.5 | 0.2 | 100.0 | 21,027 |
| | 여성 | 64.8 | 8.9 | 17.1 | 4.5 | 3.7 | 0.7 | 0.2 | 100.0 | 14,519 |

### <표 1-2-5> 비디오 게임기 및 게임 DVD 월 이용/구입비용

(단위: %, n=573)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 38.0 | 8.0 | 24.3 | 14.0 | 10.5 | 3.3 | 1.9 | 100.0 | 23,144 |
| 성별 | 남성 | 36.9 | 8.1 | 24.5 | 12.7 | 12.4 | 3.7 | 1.7 | 100.0 | 24,907 |
| | 여성 | 39.8 | 8.0 | 23.9 | 15.9 | 7.5 | 2.7 | 2.2 | 100.0 | 20,612 |

### <표 1-2-6> 휴대용 게임기 및 게임 DVD 월 이용/구입비용

(단위: %, n=872)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 53.9 | 8.3 | 18.7 | 9.6 | 7.1 | 1.7 | 0.7 | 100.0 | 19,393 |
| 성별 | 남성 | 50.9 | 8.9 | 19.7 | 10.7 | 7.6 | 1.1 | 1.3 | 100.0 | 19,913 |
| | 여성 | 57.1 | 7.5 | 17.9 | 8.5 | 6.6 | 2.4 | 0.0 | 100.0 | 18,772 |

**<표 1-2-7> 아케이드 게임 월 이용/구입비용**

(단위: %, n=687)

| 구분 | | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 계 | 이용자 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 55.9 | 19.5 | 18.8 | 2.8 | 3.1 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 6,787 |
| 성별 | 남성 | 52.1 | 20.9 | 20.3 | 2.8 | 3.9 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 7,563 |
| | 여성 | 60.1 | 18.0 | 17.1 | 2.7 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 5,937 |

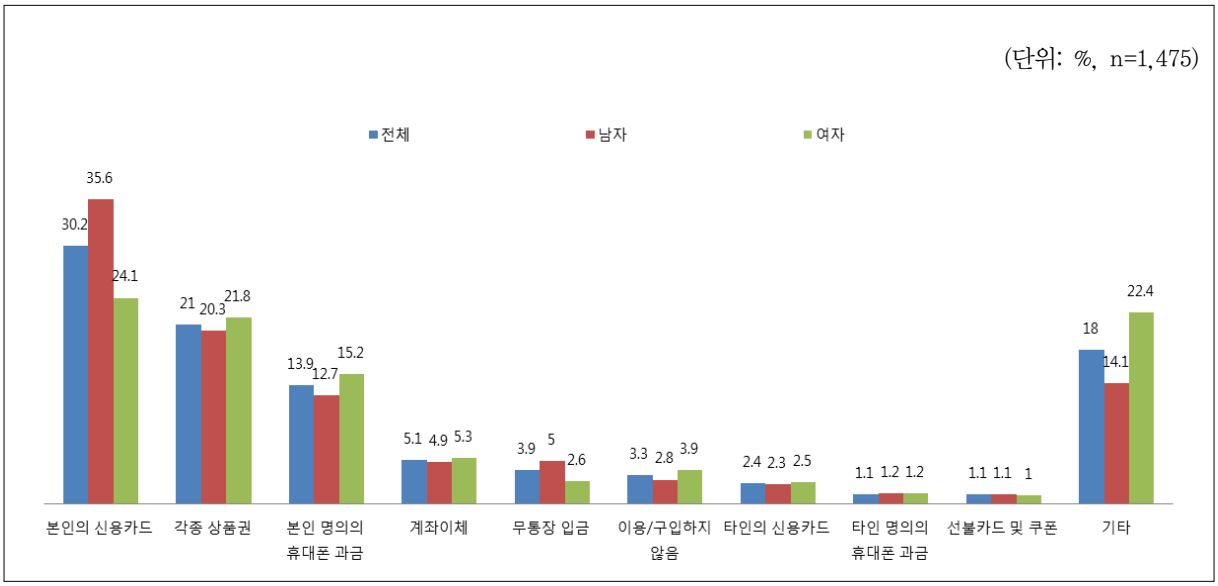
## 2. 온라인게임 결제방식

○ 온라인게임의 주요 결제방식에 대해 '본인의 신용카드'로 결재한다는 응답이 30.2%로 가장 많았고, 다음으로 문화상품권/해피머니 상품권 등 '각종 상품권'(21.0%), '본인 명의의 휴대폰 과금'(13.9%) 등의 순으로 나타남.

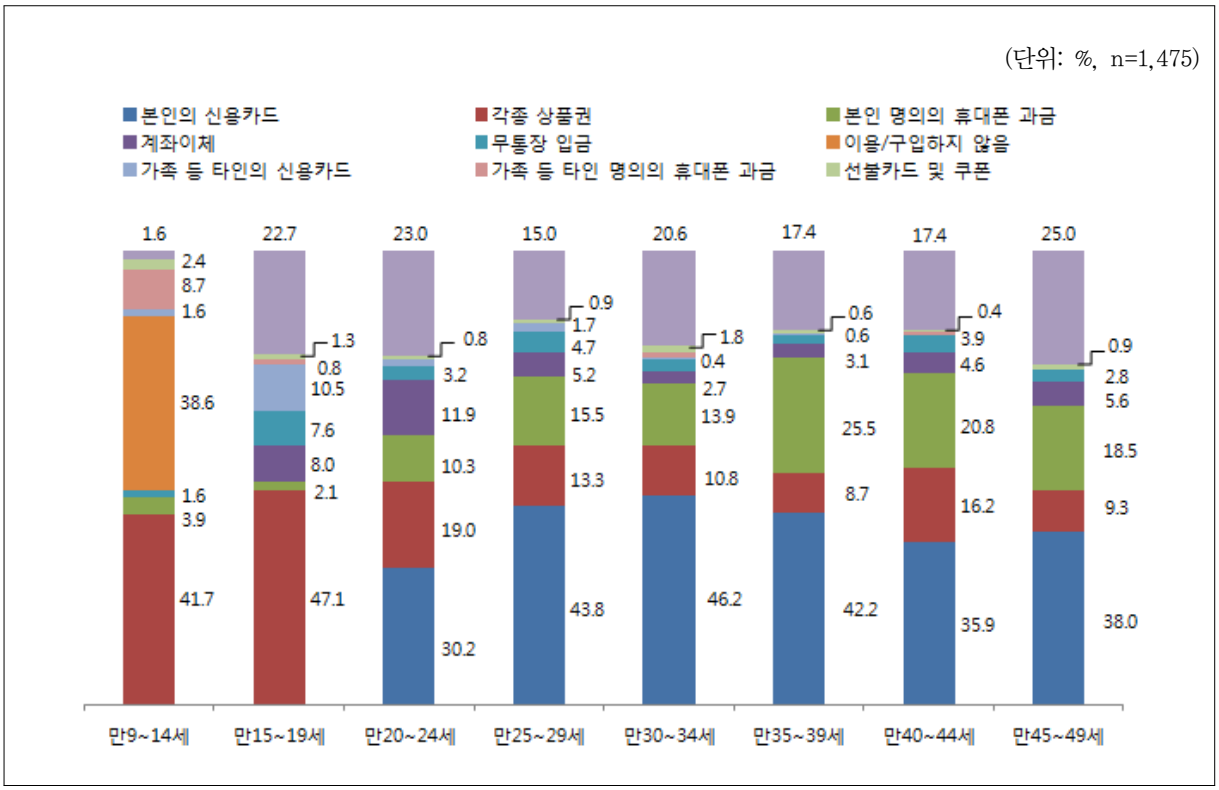
○ 결제방식의 차이는 성별에 따라 확연히 달라지는 것을 알 수 있는데, 남성은 문화상품권/해피머니 상품권 등 '각종 상품권'(20.3%) 보다 '본인의 신용카드'(35.6%)로 온라인게임을 결제하는 경우가 15% 이상 많은 반면, 여성은 '각종 상품권'(21.8%)과 '본인의 신용카드'(24.1%)를 이용하여 결제하는 비율이 비슷한 것으로 나타남.

○ 연령별로 살펴보면, 미성년자인 '만9~14세'(41.7%)와 '만15~19세'(47.0%)는 문화상품권/해피머니 상품권 등 '각종 상품권'을 사용해 결제하는 비율이 가장 높게 나타났으며, 연령이 높을수록 '본인의 신용카드'와 '본인 명의의 휴대폰 과금' 결제가 높은 경향을 보임.

**<그림 1-2-19> 온라인게임 결제방식(성별)**



<그림 1-2-20> 온라인게임 결제방식(연령별)

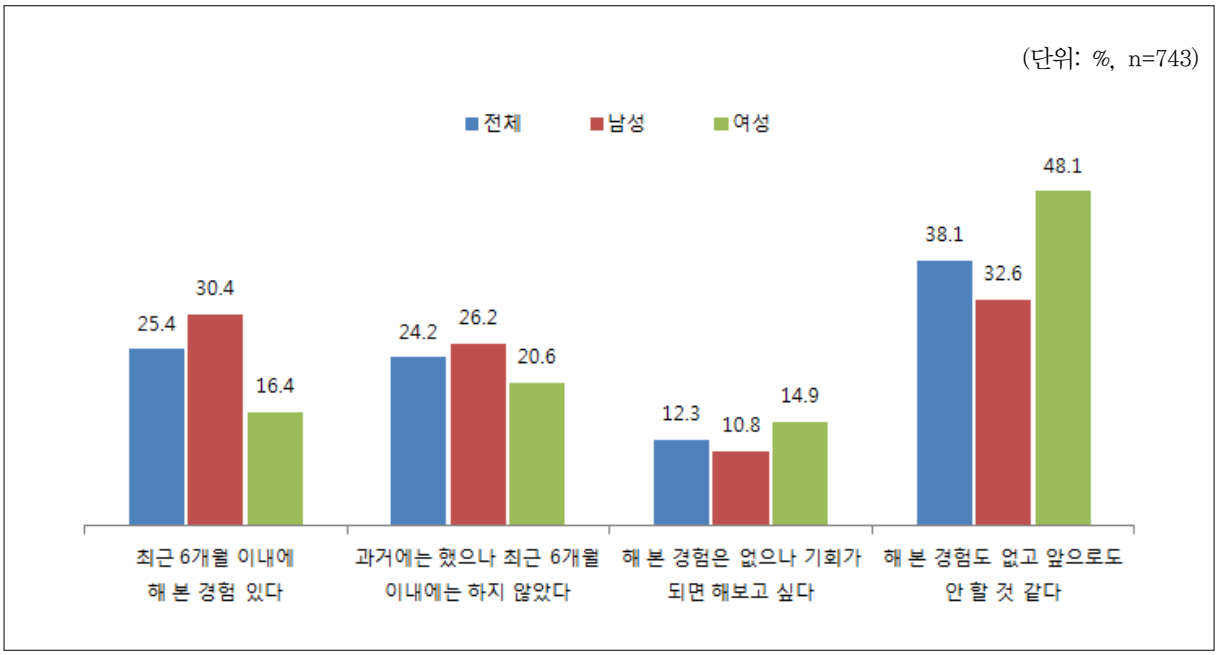



## 3. 게임 아이템의 현금 거래경험

○ 게임 아이템의 현금 거래를 '해 본 경험이 없다'는 응답자가 38.1%로 나타났으며, '해 본 경험 있다'(25.4%), '과거에는 했으나 최근 6개월 이내에는 하지 않았다'(24.2%), '해 본 경험은 없으나 기회가 되면 해보고 싶다'(12.3%)의 순으로 나타남.

○ 성별로는 남성이 여성보다 게임 아이템의 현금 거래경험이 상대적으로 더 많은 것으로 나타났고, 연령별로는 만25~29세가 아이템 현금 거래경험이 가장 많은 것으로 조사됨.

<그림 1-2-21> 게임 아이템의 현금 거래경험(성별)




<표 1-2-8> 게임 아이템의 현금 거래경험

(단위: %)

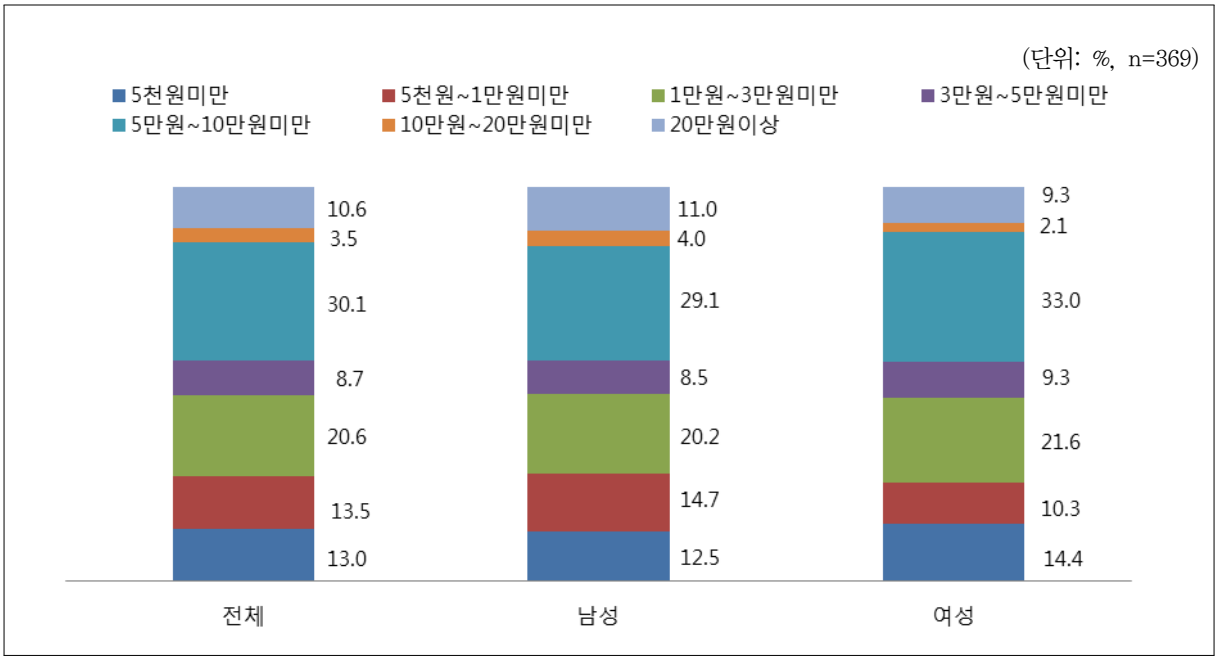
| 구분 | | 사례수 (명) | 있다 | 과거에는 했으나 최근 6개월 이내에는 하지 않았다 | 해 본 경험은 없으나 기회가 되면 해보고 싶다 | 해본 경험도 없고 앞으로도 안할 것 같다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (743) | 25.4 | 24.2 | 12.3 | 38.1 |
| 성별 | 남성 | (481) | 30.4 | 26.2 | 10.8 | 32.6 |
| | 여성 | (262) | 16.4 | 20.6 | 14.9 | 48.1 |
| 연령 | 만9~14세 | (24) | 12.5 | 8.3 | 37.5 | 41.7 |
| | 만15~19세 | (160) | 28.8 | 15.6 | 15.6 | 40.0 |
| | 만20~24세 | (82) | 25.6 | 20.7 | 13.4 | 40.3 |
| | 만25~29세 | (145) | 30.3 | 25.5 | 8.3 | 35.9 |
| | 만30~34세 | (115) | 23.5 | 33.0 | 12.2 | 31.3 |
| | 만35~39세 | (70) | 22.9 | 30.0 | 10.0 | 37.1 |
| | 만40~44세 | (107) | 22.4 | 27.1 | 10.3 | 40.2 |
| | 만45~49세 | (40) | 20.0 | 27.5 | 5.0 | 47.5 |

## 4. 1회 평균 아이템 현금 거래금액 및 거래방식

○ 1회 평균 아이템 현금 거래금액은 '5~10만원 미만'이 30.1%로 가장 많았으며, 다음으로 '1~3만원 미만'(20.6%), '5천원~1만원 미만'(13.5%), '5천원 미만'(13.0%) 등의 순으로 나타남.

○ 연령별로는 연령이 높아질수록 '5~10만원 미만'이 줄어들고, '1~3만원 미만'이 높아지는 경향을 보임.

**<그림 1-2-22> 1회 평균 아이템 현금 거래금액(성별)**




**<표 1-2-9> 1회 평균 아이템 현금 거래금액**

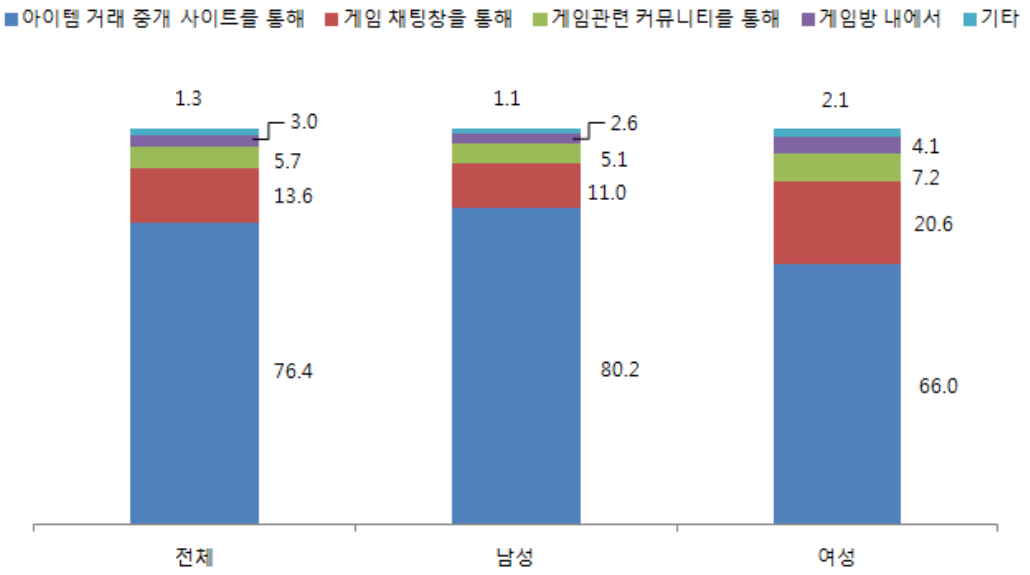
(단위: %)

| 구분 | | 사례수(명) | 5천원 미만 | 5천원~1만원미만 | 1~3만원 미만 | 3~5만원 미만 | 5~10만원 미만 | 10~20만원미만 | 20만원 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (369) | 13.0 | 13.5 | 20.6 | 8.7 | 30.1 | 3.5 | 10.6 |
| 성별 | 남성 | (272) | 12.5 | 14.7 | 20.2 | 8.5 | 29.1 | 4.0 | 11.0 |
| | 여성 | (97) | 14.4 | 10.3 | 21.6 | 9.3 | 33.0 | 2.1 | 9.3 |
| 연령 | 만9~14세 | (5) | 80.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 만15~19세 | (71) | 9.9 | 14.1 | 15.5 | 7.0 | 38.0 | 1.4 | 14.1 |
| | 만20~24세 | (38) | 10.5 | 5.3 | 28.9 | 7.9 | 34.2 | 0.0 | 13.2 |
| | 만25~29세 | (81) | 11.1 | 16.1 | 14.8 | 8.7 | 37.0 | 4.9 | 7.4 |
| | 만30~34세 | (65) | 13.8 | 16.9 | 16.9 | 10.8 | 20.0 | 6.2 | 15.4 |
| | 만35~39세 | (37) | 8.1 | 18.9 | 16.2 | 10.8 | 35.2 | 2.7 | 8.1 |
| | 만40~44세 | (53) | 20.7 | 13.2 | 28.3 | 5.7 | 22.6 | 3.8 | 5.7 |
| | 만45~49세 | (19) | 5.2 | 0.0 | 47.4 | 15.8 | 15.8 | 5.3 | 10.5 |

○ 아이템 현금 거래 이용자들이 주로 이용하는 거래방식은 '아이템거래 중개 사이트를 통해'라는 응답이 76.4%로 대부분이었고, '게임 채팅창 통해'라는 응답도 13.6%를 차지함.

**<그림 1-2-23> 1회 평균 아이템 현금 거래방식(성별)**

(단위: %, n=369)




**<표 1-2-10> 1회 평균 아이템 현금 거래방식**

(단위: %)

| 구분 | | 사례수 (명) | 아이템거래 중개 사이트를 통해 | 게임 채팅창 통해 | 게임관련 커뮤니티 통해 | 게임방 내에서 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (369) | 76.4 | 13.6 | 5.7 | 3.0 | 1.3 |
| 성별 | 남성 | (272) | 80.2 | 11.0 | 5.1 | 2.6 | 1.1 |
| | 여성 | (97) | 66.0 | 20.6 | 7.2 | 4.1 | 2.1 |
| 연령 | 만9~14세 | (5) | 40.0 | 40.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 만15~19세 | (71) | 88.7 | 8.5 | 0.0 | 0.0 | 2.8 |
| | 만20~24세 | (38) | 92.1 | 2.6 | 0.0 | 0.0 | 5.3 |
| | 만25~29세 | (81) | 82.7 | 11.1 | 1.2 | 5.0 | 0.0 |
| | 만30~34세 | (65) | 72.3 | 13.8 | 9.2 | 3.1 | 1.6 |
| | 만35~39세 | (37) | 67.6 | 16.2 | 5.4 | 10.8 | 0.0 |
| | 만40~44세 | (53) | 64.2 | 24.5 | 9.4 | 1.9 | 0.0 |
| | 만45~49세 | (19) | 47.4 | 21.0 | 31.6 | 0.0 | 0.0 |

## 5. 아이템 현금 거래에 대한 견해

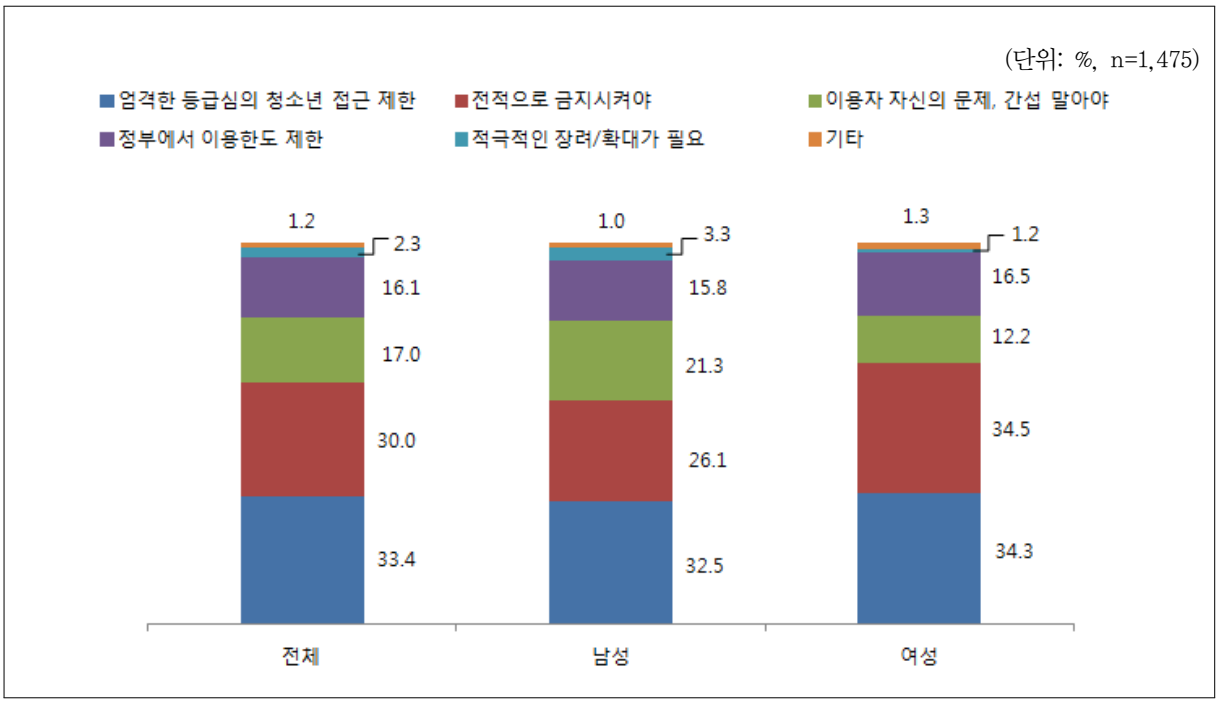
○ 아이템 현금 거래에 대한 의견은 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'는 응답이 33.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '전적으로 금지시켜야 한다'(30.0%), '이용자 자신의 문제이므로, 간섭하지 말아야 한다'(17.0%), '정부에서 거래한도를 제한해야 한다'(16.1%) 등이 개진됨.

○ 남자는 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'는 견해가 32.5%로 가장 높았으며, 여자는 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'와 '전적으로 금지시켜야 한다'는 견해가 각 34.3%, 34.5%로 비슷하게 높게 나타남.

○ 아이템 현금 거래에 대해 '전적으로 금지시켜야 한다'라고 응답한 남성(26.1%)이 여성(34.5%) 보다 낮은 비율을 보인 반면, '이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다'에 대해서는 남성(21.3%)이 여성(12.2%) 보다 높은 비율을 나타냄으로써, 남성이 상대적으로 아이템 현금거래에 긍정적인 것으로 해석됨.

○ 한편, 15~19세 응답자들은 다른 연령층에 비해 '이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다'(27.7%)와 '적극적으로 장려/확대해야 한다'(6.3%)에 가장 높은 호응을 보임으로써 아이템 현금거래를 가장 적극적으로 지지하는 집단임을 확인할 수 있음.

**<그림 1-2-24> 아이템 현금 거래에 대한 견해(성별)**



<표 1-2-11> 아이템 현금 거래에 대한 견해

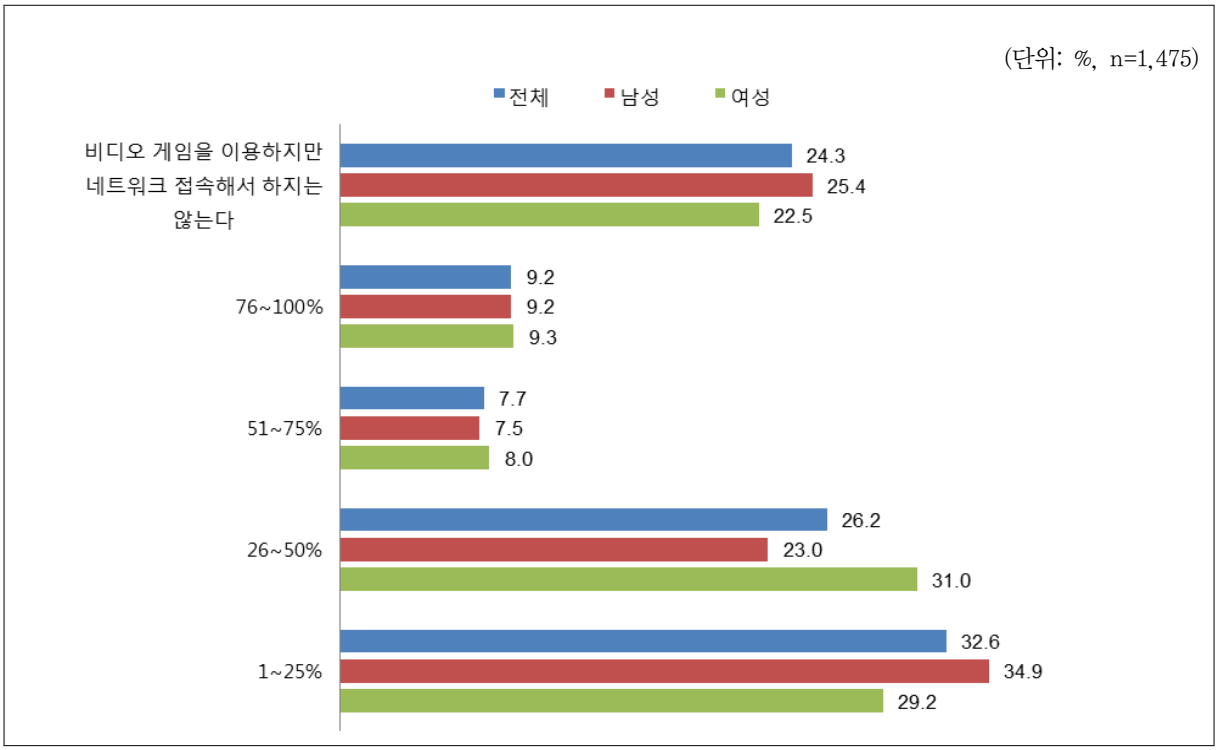
(단위: %)

| 구분 | | 사례수 (명) | 엄격한 등급 심의 청소년 접근 제한 | 전적으로 금지시켜야 | 이용자 자신의 문제, 간섭 말아야 | 정보에서 이용한도 제한 | 적극적인 장려/확대가 필요 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (1,475) | 33.4 | 30.0 | 17.0 | 16.1 | 2.3 | 1.2 |
| 성별 | 남성 | (779) | 32.5 | 26.1 | 21.3 | 15.8 | 3.3 | 1.0 |
| | 여성 | (696) | 34.3 | 34.5 | 12.2 | 16.5 | 1.2 | 1.3 |
| 연령 | 만9~14세 | (127) | 39.3 | 38.6 | 7.9 | 13.4 | 0.0 | 0.8 |
| | 만15~19세 | (238) | 16.0 | 21.0 | 27.7 | 24.8 | 6.3 | 4.2 |
| | 만20~24세 | (126) | 37.3 | 17.5 | 19.8 | 20.6 | 2.4 | 2.4 |
| | 만25~29세 | (233) | 32.2 | 24.1 | 19.7 | 19.7 | 4.3 | 0.0 |
| | 만30~34세 | (223) | 34.1 | 21.5 | 23.8 | 17.9 | 1.8 | 0.9 |
| | 만35~39세 | (161) | 39.2 | 38.5 | 12.4 | 8.7 | 0.6 | 0.6 |
| | 만40~44세 | (259) | 36.3 | 43.2 | 10.8 | 9.3 | 0.4 | 0.0 |
| | 만45~49세 | (108) | 45.4 | 40.7 | 2.8 | 11.1 | 0.0 | 0.0 |

## 6. 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율

○ 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율을 알아본 결과, '1~25%'가 32.6%로 가장 많았고, 그 다음으로 '26~50%'(26.2%), '비디오게임을 이용하지만 네트워크에 접속해서 하지는 않는다'(24.3%) 등의 순으로 나타남.

<그림 1-2-25> 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율



**<표 1-2-12> 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율**

(단위: %)

| 구분 | | 사례수 (명) | 네트워크 접속해서 하지는 않는다 | 1~25% | 26~50% | 51~75% | 76~100% | 평균 (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (573) | 24.3 | 32.6 | 26.2 | 7.7 | 9.2 | 27.9 |
| 성별 | 남성 | (347) | 25.4 | 34.9 | 23.0 | 7.5 | 9.2 | 26.9 |
| | 여성 | (226) | 22.5 | 29.2 | 31.0 | 8.0 | 9.3 | 29.4 |
| 연령 | 만9~14세 | (8) | 0.0 | 37.5 | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 43.1 |
| | 만15~19세 | (64) | 29.7 | 29.7 | 28.1 | 6.3 | 6.2 | 25.8 |
| | 만20~24세 | (47) | 19.1 | 29.8 | 27.7 | 10.6 | 12.8 | 33.6 |
| | 만25~29세 | (108) | 27.8 | 27.8 | 28.7 | 6.5 | 9.2 | 27.9 |
| | 만30~34세 | (100) | 23.0 | 42.0 | 22.0 | 7.0 | 6.0 | 24.8 |
| | 만35~39세 | (88) | 21.6 | 32.9 | 27.3 | 9.1 | 9.1 | 29.2 |
| | 만40~44세 | (109) | 30.3 | 30.3 | 22.9 | 4.6 | 11.9 | 25.8 |
| | 만45~49세 | (49) | 12.2 | 34.7 | 30.6 | 14.3 | 8.2 | 31.1 |

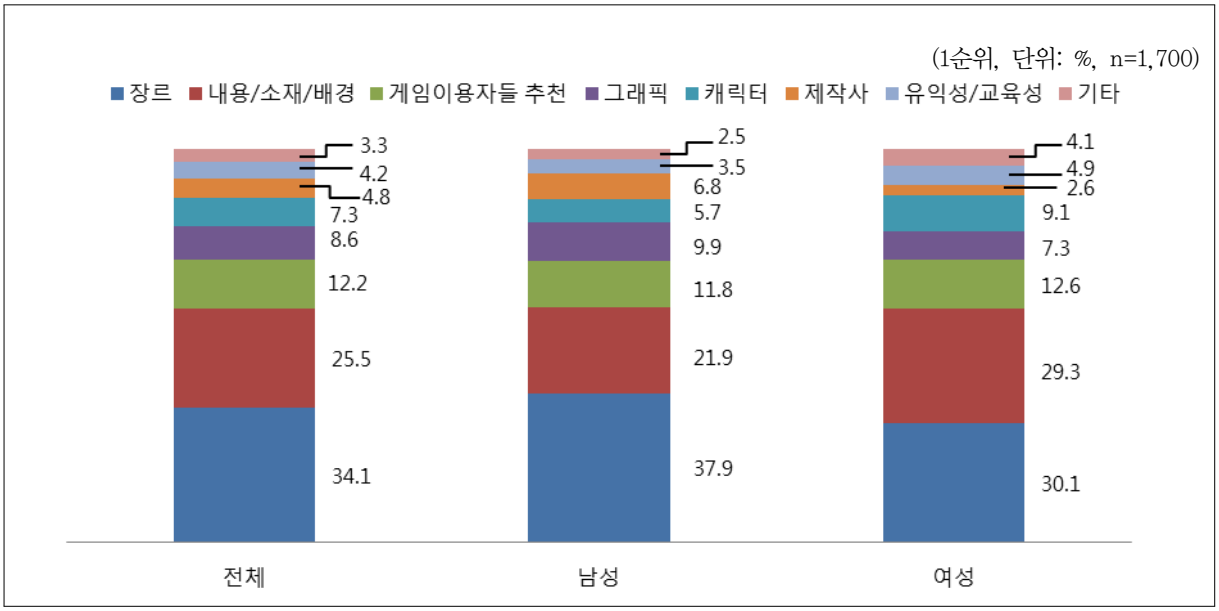
## 제3절 이용자 인식

### 1. 게임을 선택하는 이유

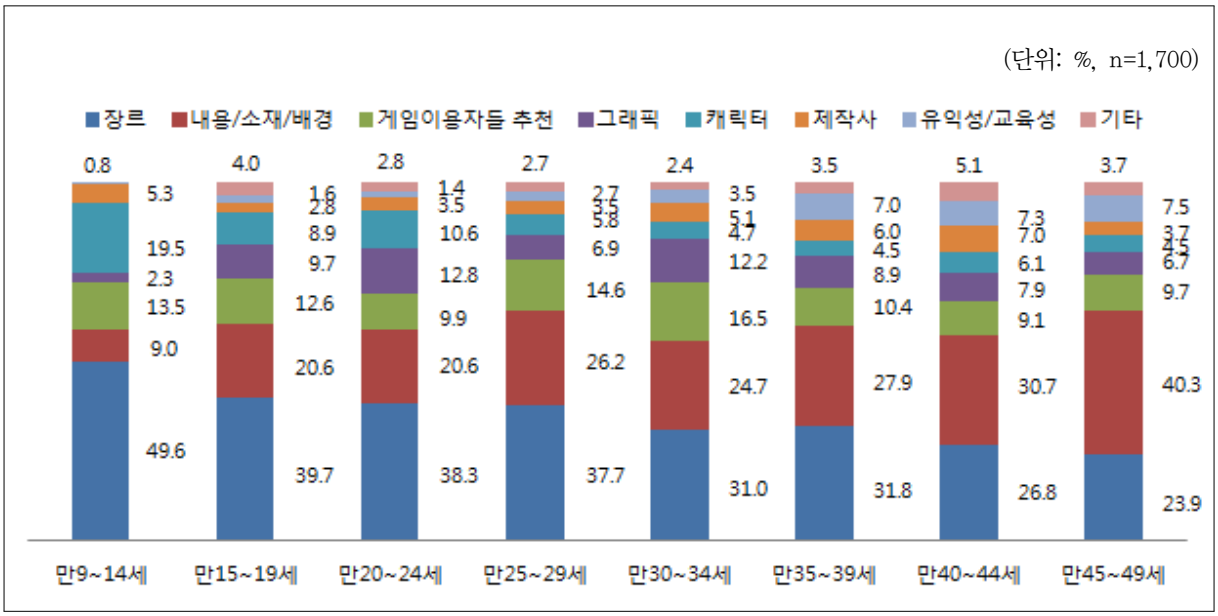
○ 게임을 선택할 때 중요하게 고려하는 요소로 '장르'를 선택한 응답자가 전체의 34.1%로 나타났고, 다음으로 '내용/소재/배경'(25.5%), '게임해 본 사람들의 추천'(12.2%) 등으로 나타남.

○ 여성들보다는 남성들이 '장르'를 고려한다는 응답이 조금 더 높았으며, 여성들은 남성들에 비해 '내용/소재/배경'과 '게임해 본 사람들의 추천'을 고려한다는 응답이 약간씩 높게 나타남.

**<그림 1-2-26> 게임을 선택하는 이유(성별)**




**<그림 1-2-27> 게임을 선택하는 이유(연령별)**



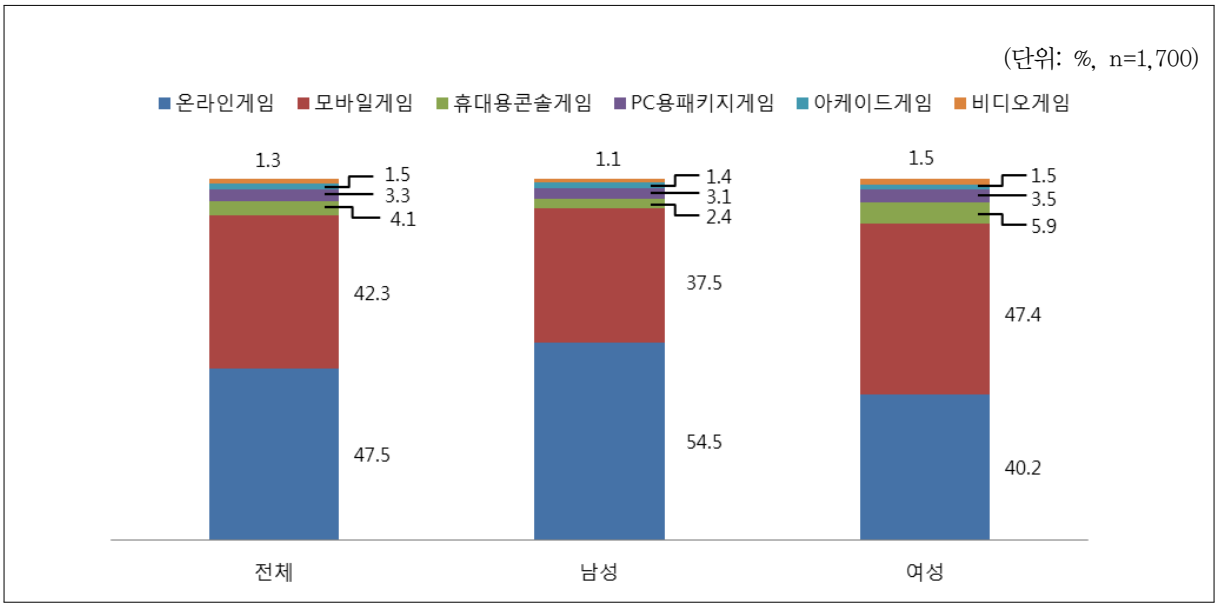
## 2. 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼

○ 향후 국내 게임시장을 주도할 게임 분야로 가장 유망하다고 생각하는 플랫폼 1순위는 '온라인 게임'(47.5%)이 차지했고, 다음으로 '모바일 게임'(42.3%), '휴대용콘솔게임'(4.1%) 등이 뒤를 이었음.

○ '온라인 게임'(47.5%)이 여전히 압도적이지만 전년도 조사결과(65.9%)에 비하면 줄어든 수치이며, 오히려 '모바일 게임'(42.3%)을 선택한 의견이 전년(23.0%)에 비해 증가함.

○ 저연령층에서는 향후 게임시장을 주도할 플랫폼이 '온라인게임'이라고 생각하는 비중이 높았으며, 고연령층에서는 '모바일 게임'이라고 생각하는 비중이 상대적으로 높게 나타남.

**<그림 1-2-28> 향후 국내 게임시장을 주도할 게임 플랫폼(연령별)**




**<표 1-2-13> 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼**

(단위: %)

| 구분 | | 사례수(명) | 온라임 게임 | 모바일 게임 | 휴대용 콘솔게임 | PC용 패키지게임 | 아케이드 게임 | 비디오 게임 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | (1,700) | 47.5 | 42.3 | 4.1 | 3.3 | 1.5 | 1.3 |
| 성별 | 남성 | (866) | 54.5 | 37.5 | 2.4 | 3.1 | 1.4 | 1.1 |
| | 여성 | (834) | 40.2 | 47.4 | 5.9 | 3.5 | 1.5 | 1.5 |
| 연령 | 만9~14세 | (133) | 69.9 | 21.0 | 0.0 | 6.8 | 2.3 | 0.0 |
| | 만15~19세 | (247) | 57.9 | 33.6 | 2.0 | 4.9 | 0.8 | 0.8 |
| | 만20~24세 | (141) | 51.1 | 38.3 | 4.3 | 2.1 | 2.8 | 1.4 |
| | 만25~29세 | (260) | 45.0 | 46.9 | 2.7 | 1.9 | 1.6 | 1.9 |
| | 만30~34세 | (255) | 45.1 | 43.1 | 6.7 | 3.1 | 0.8 | 1.2 |
| | 만35~39세 | (201) | 39.3 | 47.7 | 6.0 | 4.0 | 0.5 | 2.5 |
| | 만40~44세 | (329) | 38.9 | 49.6 | 5.2 | 2.7 | 2.1 | 1.5 |
| | 만45~49세 | (134) | 44.8 | 47.8 | 4.4 | 1.5 | 1.5 | 0.0 |

## 3. 향후 게임시장을 주도할 게임장르

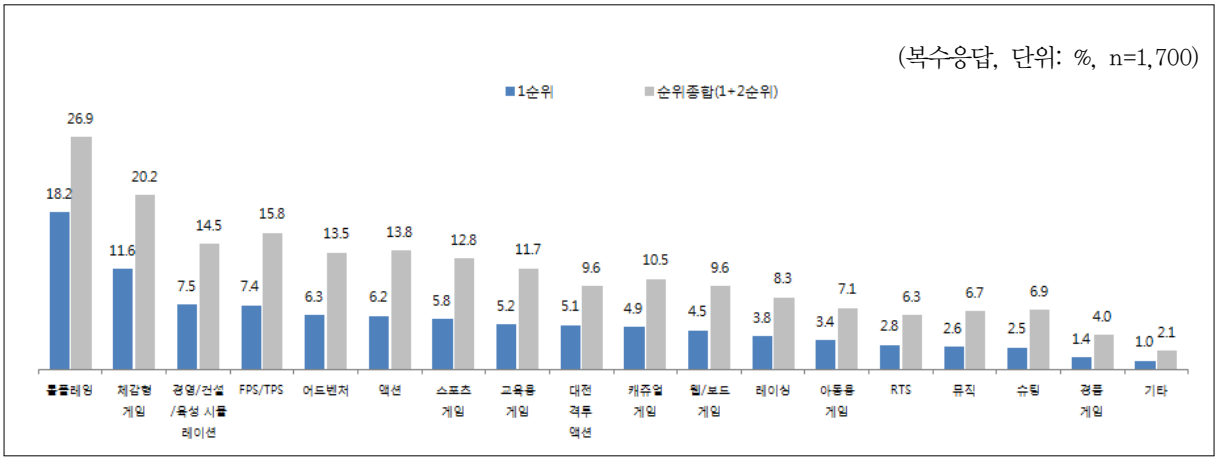
○ 향후 게임시장을 주도할 장르에 대해 1순위 및 복수 응답을 반영한 종합순위에서도 '롤플레잉'(1순위 18.2%, 순위종합 26.9%)의 응답비율이 가장 높게 나타남.

○ 1순위 기준으로 살펴보면 '체감형 게임'(11.6%), '경영/건설/육성 시뮬레이션'(7.5%), 'FPS/TPS'(7.4%) 등이었고, 전체 순위 기준으로는 '체감형 게임'(20.2%), 'FPS/TPS'(15.8%), '경영/건설/육성 시뮬레이션'(14.5%) 순으로 1순위의 응답 순서와 다소 차이를 보임.

○ 남자는 향후 게임시장을 주도할 장르로 '롤플레잉'을 선택한 비중이 23.1%로 가장 높았고, 여자의 경우 '체감형 게임'이 14.1%로 가장 높았음.

○ 저연령층에서는 향후 게임시장을 주도할 장르가 '롤플레잉'이라고 생각하는 비중이 높았으며, 만40세 이상의 연령층에서는 '체감형 게임'이라고 생각하는 비중이 상대적으로 높게 나타남.

**<그림 1-2-29> 향후 게임시장을 주도할 장르**




**<표 1-2-14> 향후 게임시장을 주도할 장르**

(1순위, 상위 10위, 단위: %)

| 구분 | | 사례수(명) | 롤플레잉 | 체감형 게임 | 경영/건설/육성시뮬레이션 | FPS/TPS | 어드벤처 | 액션 | 스포츠 게임 | 교육용 게임 | 대전격투 액션 | 캐쥬얼 게임 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 1,700 | 18.2 | 11.6 | 7.5 | 7.4 | 6.3 | 6.2 | 5.8 | 5.2 | 5.1 | 4.9 |
| 성별 | 남성 | 866 | 23.1 | 9.1 | 5.7 | 11.0 | 4.4 | 6.9 | 6.8 | 3.5 | 4.8 | 4.3 |
| | 여성 | 834 | 13.1 | 14.1 | 9.4 | 3.6 | 8.3 | 5.4 | 4.7 | 7.1 | 5.3 | 5.6 |
| 연령 | 만9~14세 | 133 | 21.1 | 3.0 | 2.3 | 10.5 | 0.8 | 18.0 | 3.8 | 2.3 | 4.5 | 12.0 |
| | 만15~19세 | 247 | 14.6 | 10.1 | 8.9 | 15.8 | 6.9 | 6.1 | 4.5 | 2.0 | 3.2 | 5.7 |
| | 만20~24세 | 141 | 24.8 | 12.8 | 8.5 | 9.9 | 5.0 | 7.8 | 1.4 | 0.7 | 4.3 | 4.3 |
| | 만25~29세 | 260 | 22.3 | 10.4 | 11.2 | 6.2 | 3.1 | 2.3 | 7.3 | 3.5 | 6.5 | 6.9 |
| | 만30~34세 | 255 | 23.1 | 11.8 | 8.2 | 4.7 | 7.5 | 4.3 | 3.9 | 5.5 | 3.9 | 5.1 |
| | 만35~39세 | 201 | 17.4 | 11.9 | 6.5 | 5.0 | 11.9 | 4.0 | 7.0 | 6.0 | 6.5 | 3.0 |
| | 만40~44세 | 329 | 13.1 | 14.9 | 5.5 | 5.5 | 7.3 | 6.1 | 6.7 | 10.3 | 4.6 | 2.4 |
| | 만45~49세 | 134 | 11.2 | 14.9 | 6.7 | 1.5 | 5.2 | 7.5 | 11.2 | 8.2 | 8.2 | 2.2 |

# 제3장 이용형태별 동향

## 제1절 게임이용자 분류와 동향

○ 본 장에서는 게임이용자를 하루 평균 게임 이용 시간에 따라 일반이용자, 핵심이용자, 마니아 등 3개 집단으로 구분하여 각 게임이용자 집단의 현황을 살펴보고자 함.

○ 하루 평균 1시간 이하 게임을 이용한다고 응답한 집단은 '일반이용자'로, 3시간 이하 이용한다고 응답한 집단은 '핵심이용자'로, 3시간 초과 이용한다고 응답한 집단은 '마니아'로 구분함.

○ 게임 이용자별 인구학적 특성을 살펴보면, 전체 조사 대상자 1,700명 중에서 '일반이용자'는 996명(58.6%), '핵심이용자'는 546명(32.1%), '마니아'는 158명(9.3%)의 분포를 나타냄.

○ 각 집단을 성별, 연령별로 나누어 살펴보면 '핵심이용자'의 경우 남성의 비중이 가장 높은 반면, '일반이용자'의 경우 여성의 비중이 가장 높으며, 연령별로는 '핵심이용자'의 경우 '만15~19세'에서 가장 높게 나타났으며, '일반이용자'는 '만40~44세'가 가장 높게 나타남.

**<표 1-3-1> 게임이용자의 이용형태별 분류 방식**

| | 구 분 | | |
|---|---|---|---|
| 현재 게임 이용 여부 | 최근 6개월 내 이용 경험이 있음 | | |
| 게임 이용시간 구분 | 하루 평균 1시간 이하 이용 | 하루 평균 3시간 이하 이용 | 하루 평균 3시간 초과 이용 |
| 게임 경험 이용자 구분 | 일반이용자 | 핵심이용자 | 마니아 |

**<표 1-3-2> 게임이용자의 이용형태별 인구학적 특성**

(N = 1,700)

| 구분 | | 일반이용자 | | 핵심이용자 | | 마니아 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전 체 | | 명 | % | 명 | % | 명 | % |
| 성별 | 남성 | 471 | 47.3 | 312 | 57.1 | 83 | 52.5 |
| | 여성 | 525 | 52.7 | 234 | 42.9 | 75 | 47.5 |
| 연령 | 만9~14세 | 91 | 9.1 | 39 | 7.1 | 3 | 1.9 |
| | 만15~19세 | 124 | 12.5 | 96 | 17.6 | 27 | 17.1 |
| | 만20~24세 | 79 | 7.9 | 45 | 8.2 | 17 | 10.7 |
| | 만25~29세 | 143 | 14.4 | 92 | 16.9 | 25 | 15.8 |
| | 만30~34세 | 151 | 15.2 | 77 | 14.1 | 27 | 17.1 |
| | 만35~39세 | 118 | 11.8 | 66 | 12.1 | 17 | 10.8 |
| | 만40~44세 | 208 | 20.9 | 94 | 17.2 | 27 | 17.1 |
| | 만45~49세 | 82 | 8.2 | 37 | 6.8 | 15 | 9.5 |
| 합 계 | | 996 | 100.0 | 546 | 100.0 | 158 | 100.0 |

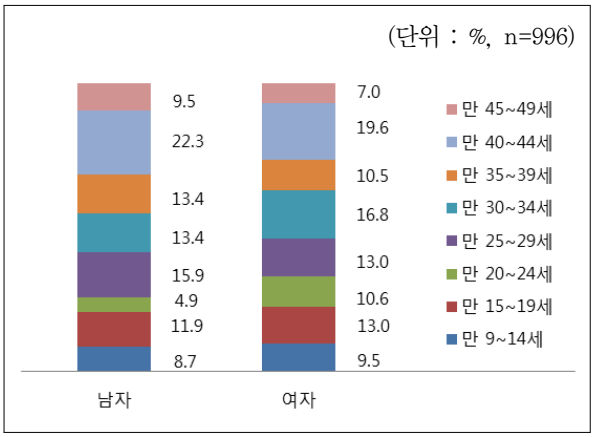
## 1. 게임이용자의 성별, 연령별 분포

○ 이용자별로 연령 분포를 살펴보면, 핵심이용자의 경우 남성은 '만25~29세'(20.5%), '만15~19세'(18.3%) 등의 순으로 나타났으며, 여성은 '만40~44세'(21.8%), '만15~19세'(16.7%)' 등의 순으로 나타남.

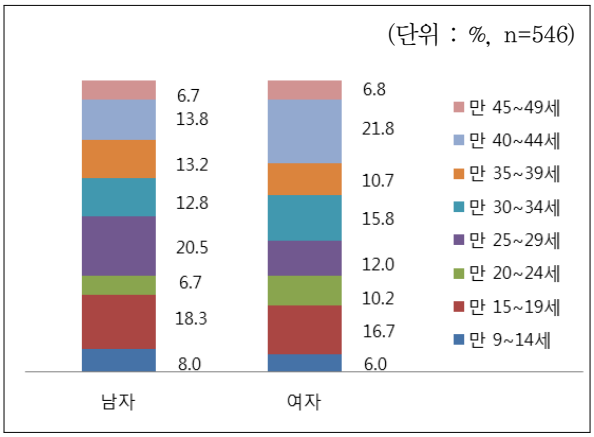
○ 일반이용자의 경우 남성과 여성 모두 '만40~44세'(각각 22.3%, 19.6%) 연령층에서 높은 비율을 차지했으나, 전반적으로 고르게 분포되어 있음을 알 수 있음.

○ 마니아 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있는 연령층은 남성의 경우 '만15~19세'(24.1%)였고, 여성의 경우 '만30~34세'(20.0%)로 나타남.

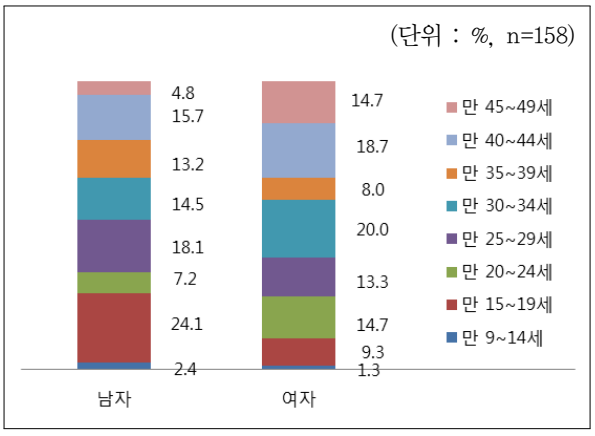
<그림 1-3-1> 일반이용자의 성별, 연령별 분포




<그림 1-3-2> 핵심이용자의 성별, 연령별 분포



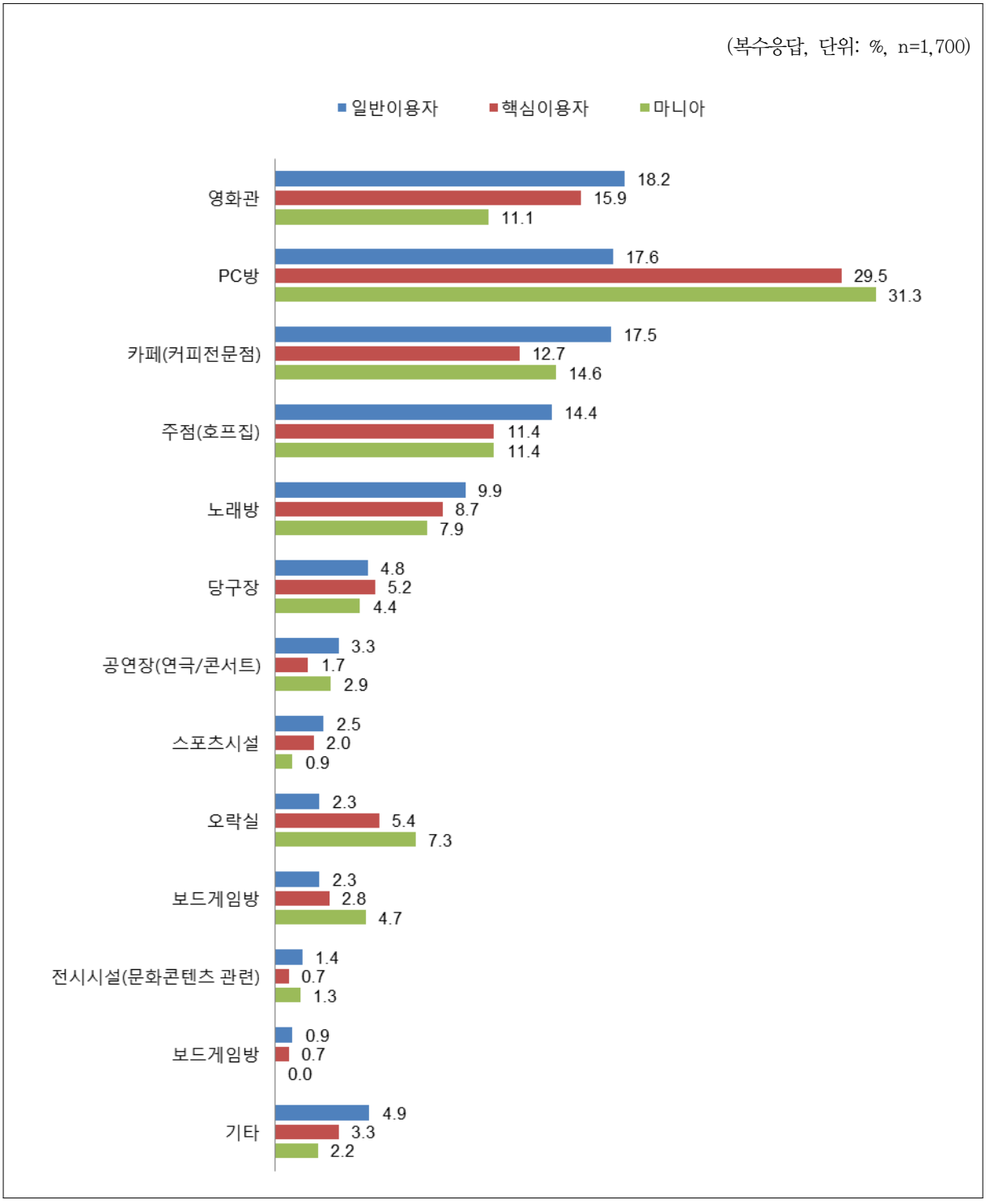

<그림 1-3-3> 마니아의 성별, 연령별 분포



## 2. 친구/동료들과 어울려서 가는 장소

○ 이용자 집단별로 친구/동료들과 즐겨 찾는 장소를 조사한 결과, 핵심이용자/마니아는 'PC방'(각각 29.5%, 31.3%)을 가장 즐겨 찾는 반면, 일반이용자는 '영화관'(18.2%)을 가장 선호하는 것으로 나타남.

**<그림 1-3-4> 친구/동료들과 어울려서 가는 장소(이용자별)**

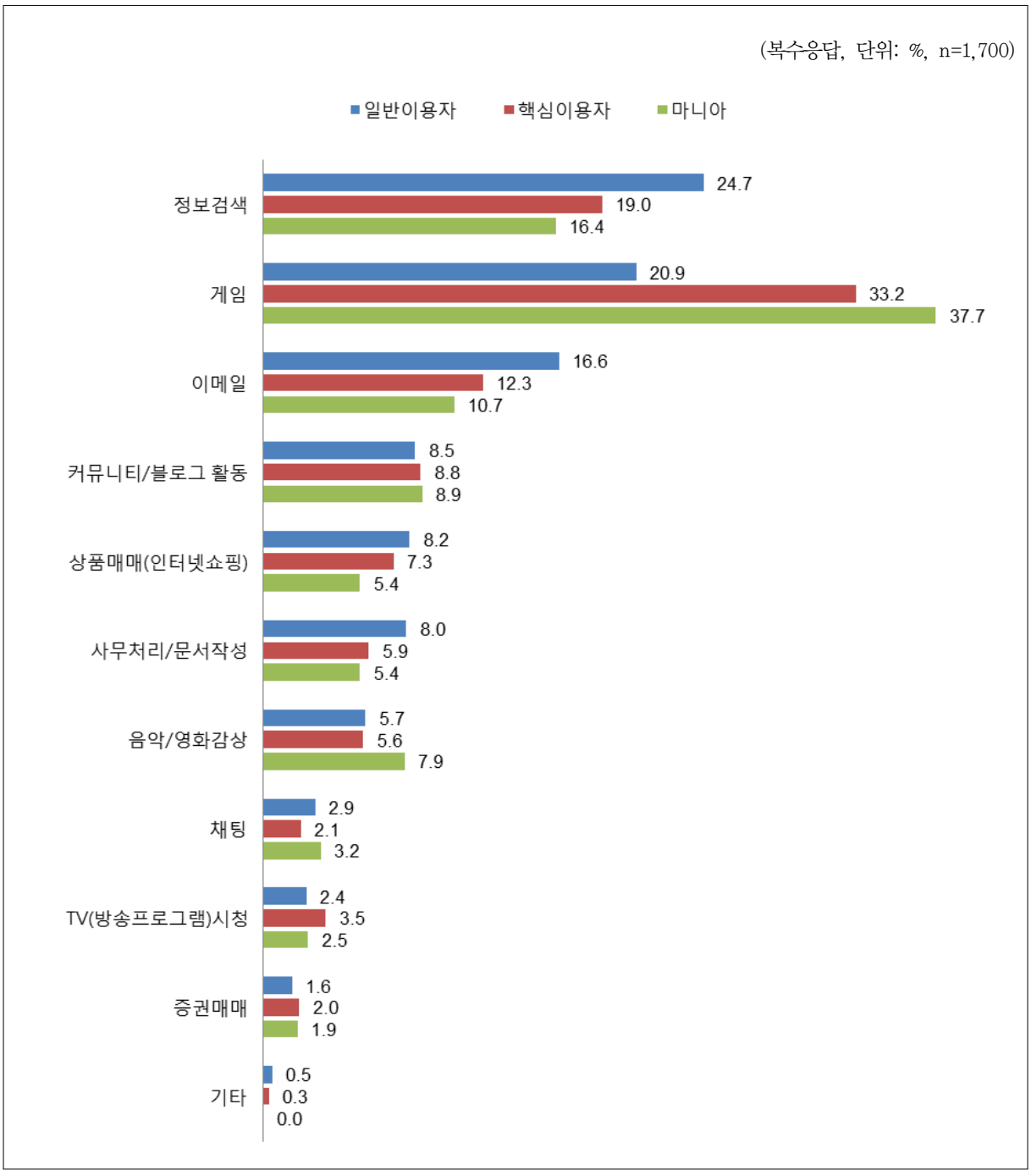


## 3. 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일

○ 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일로 핵심이용자/마니아는 '게임'이라고 응답한 비율이 각각 33.2%, 37.7%로 가장 높은 반면, 일반이용자는 '정보검색'(24.7%) 응답 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

○ 다음으로 핵심이용자/마니아는 '정보검색'(19.0%, 16.4%), '이메일'(12.3%, 10.7%) 등, 일반이용자는 '게임'(20.9%), '이메일'(16.6%) 등을 주로 한다고 응답함.

**<그림 1-3-5> 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(이용자별)**

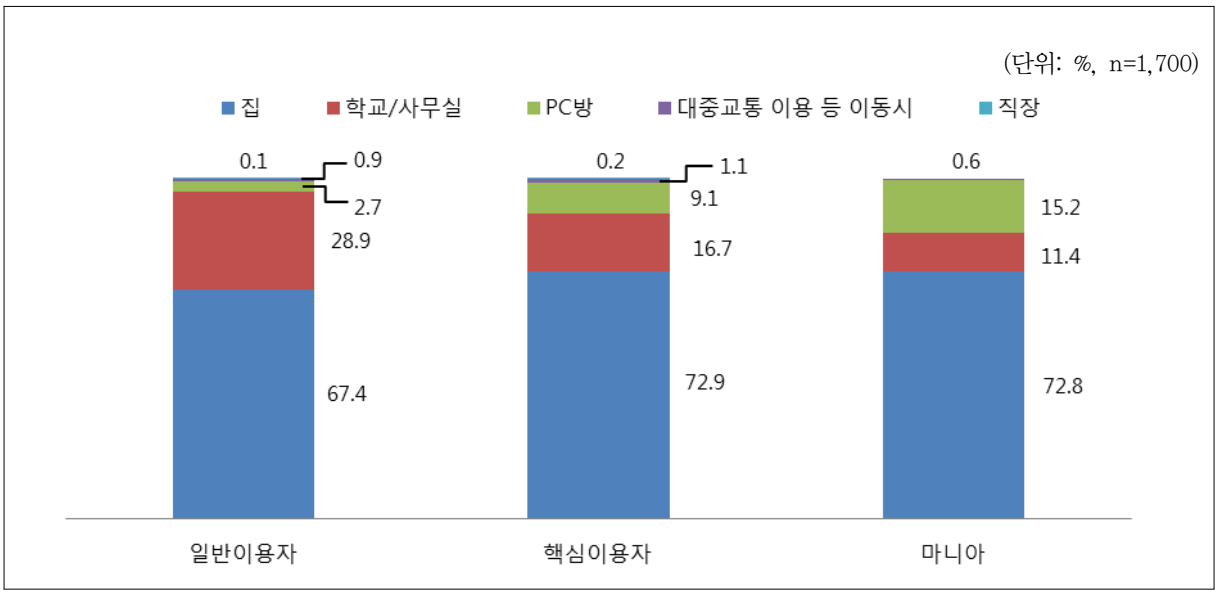


## 4. 인터넷을 주로 이용하는 장소

○ 이용자별로 인터넷을 주로 이용하는 장소를 조사한 결과 일반/핵심/마니아 모든 이용자 집단에서 '집'(각각 67.4%, 72.9%, 72.8%)을 가장 선호하는 것으로 나타남.

○ 다음으로 일반/핵심이용자는 '학교/사무실'(각각 28.9%, 16.7%), 'PC방'(각각 2.7%, 9.1%)의 순으로 나타났으나, 마니아는 'PC방'(15.2%), '학교/사무실'(11.4%)의 순으로 나타남.

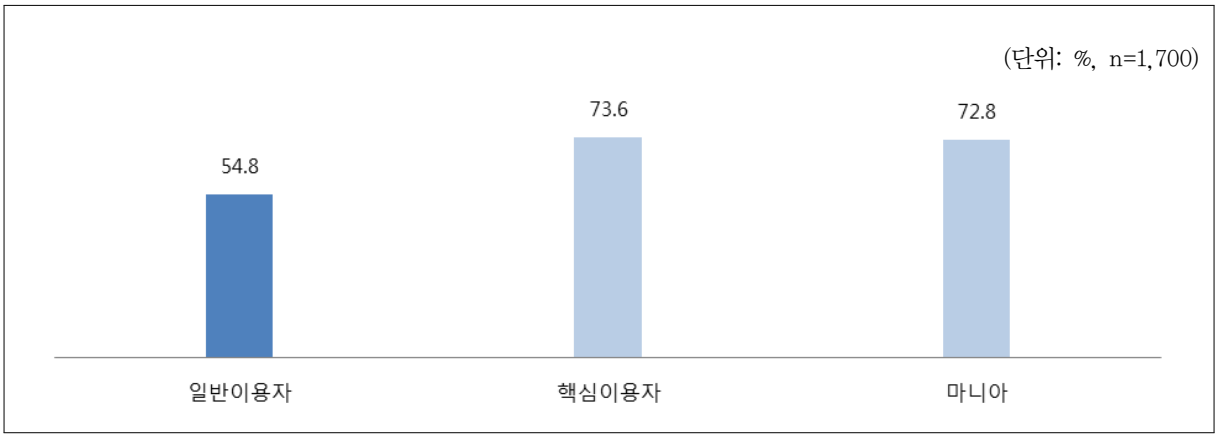
**<그림 1-3-6> 인터넷을 주로 이용하는 장소(이용자별)**




## 5. PC방 이용여부 및 주로 하는 일

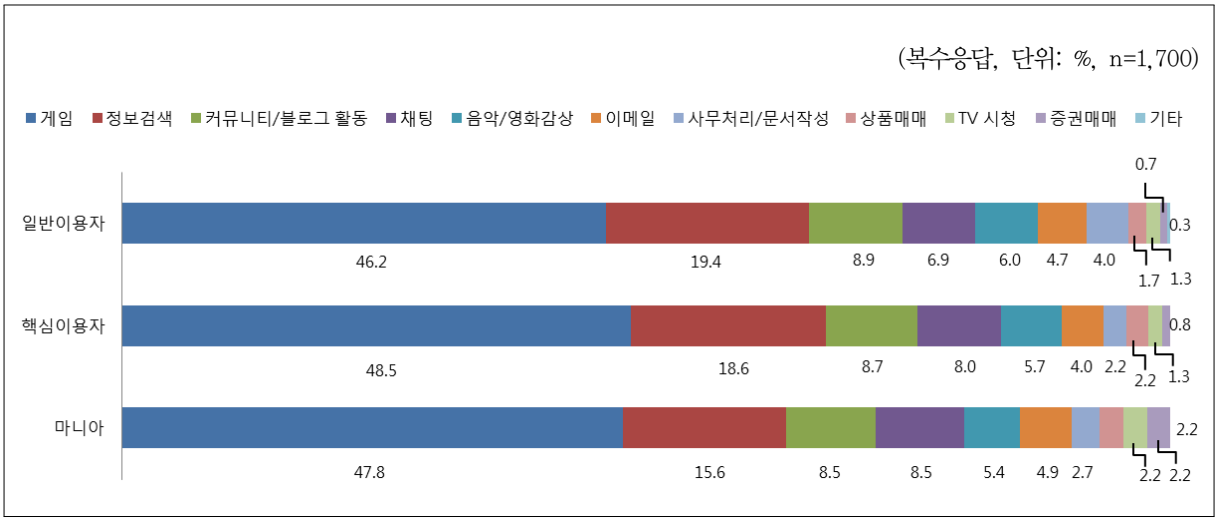
○ 이용자별로 PC방 이용여부를 조사한 결과 핵심이용자(73.6%), 마니아(72.8%), 일반이용자(54.8%)의 순으로 PC방을 이용한다고 응답함.

**<그림 1-3-7> PC방 이용 여부(이용자별)**



○ PC방에서 주로 무슨 일을 하는지에 대해 일반/핵심/마니아 모두 '게임'을 주로 한다는 응답이 각각 46.2%, 48.5%, 47.8%로 높게 나타나, PC방 이용자의 절반 정도는 게임을 이용한다는 사실을 알 수 있음.

**<그림 1-3-8> PC방에서 주로 하는 일(이용자별)**



## 제2절 핵심/일반이용자 동향

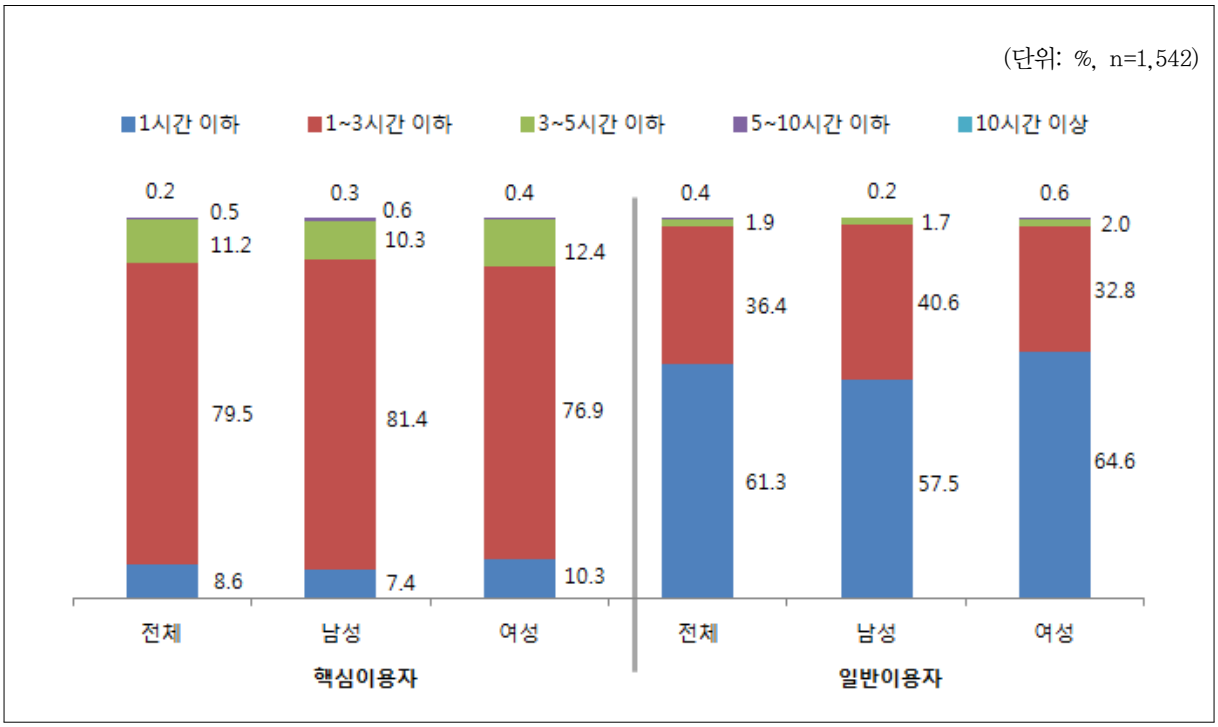
### 1. 핵심/일반이용자의 게임 이용현황

#### 1) 1회 평균 게임 이용시간

○ 핵심/일반이용자의 1회 평균 게임 이용시간을 조사한 결과 핵심이용자는 평균 2.4시간을 이용한 반면, 일반이용자는 1.4시간을 이용하는 것으로 나타남.

○ 비율별로 보면, 핵심이용자는 '1~3시간 이하'(79.5%)가 주를 이루며, 일반이용자는 '1시간 이하'(61.3%), '1~3시간 이하'(36.4%)의 순으로 나타남.

**<그림 1-3-9> 핵심/일반이용자의 1회 평균 게임 이용시간(이용자별)**



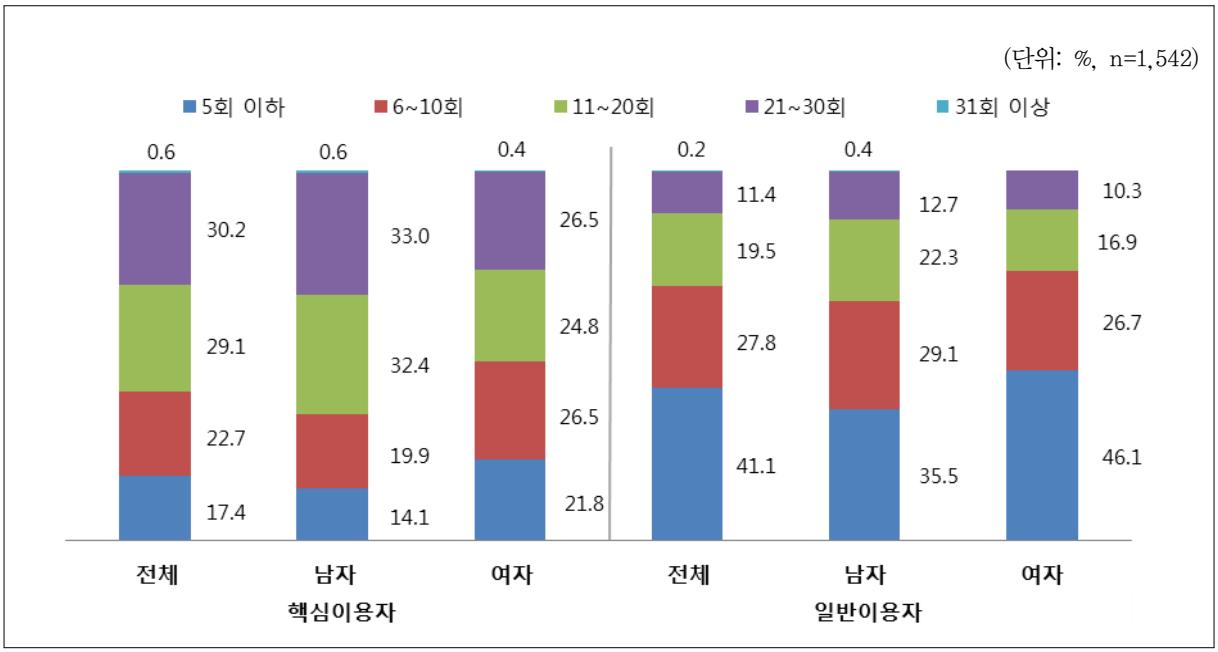

#### 2) 월 평균 게임 이용빈도

○ 핵심/일반이용자의 월 평균 게임 이용 횟수를 비교한 결과 핵심이용자는 평균 16.9회를 이용하였으며, 일반이용자의 경우는 월 평균 10.7회를 이용한 것으로 나타남.

○ 비율별로 살펴보면, 핵심이용자는 '21~30회'가 30.2%로 가장 많았으며, 일반이용자는 '5회 이하'의 이용비율이 41.1%로 가장 높게 나타남.

○ 성별에 따른 차이는 크지 않았으나, 핵심이용자와 일반이용자의 경우 모두 남성의 게임 이용 빈도가 높다는 사실을 알 수 있음.

<그림 1-3-10> 핵심/일반이용자의 월 평균 게임 이용빈도(성별)



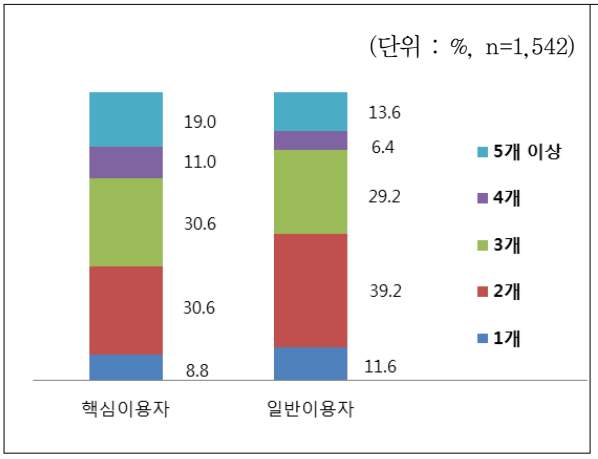

### 3) 현재 주로 이용하는 게임 개수와 이용동기

○ 현재 주로 이용하고 있는 게임 개수에 대해 핵심/일반이용자 모두 '2개'(각각 30.6%, 39.2%)와 '3개'(각각 30.6%, 29.2%)의 비율이 높게 나타났으며, 평균적으로는 현재 주로 이용하고 있는 게임 개수가 핵심이용자는 평균 3.4개, 일반이용자는 2.9개인 것으로 나타남.

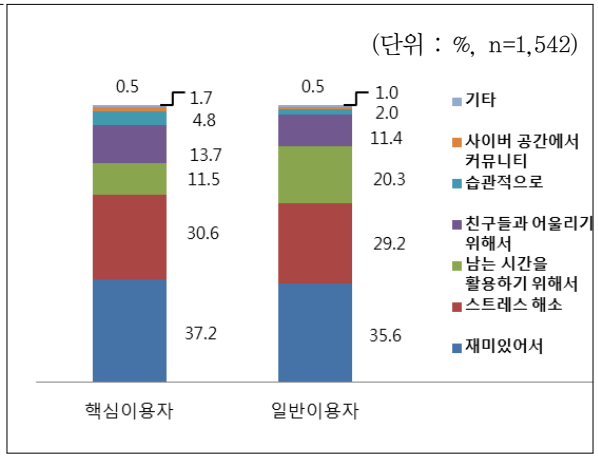
○ 게임을 이용하는 동기에 대해 핵심/일반이용자 모두 '재미있으니까'라는 응답이 각각 37.2%, 35.6%로 가장 많았으며, 다음으로 '스트레스 해소'(각각 30.6%, 29.2%)가 높게 나타남.

○ 일반이용자의 경우 '남는 시간을 활용하기 위해서'라는 응답이 핵심이용자에 비해 높게 나타나 일반이용자는 핵심이용자에 비해 상대적으로 시간적 여유가 있을 때 게임을 이용하고 있다는 사실을 알 수 있음.

<그림 1-3-11> 핵심/일반이용자의 현재 주로 이용하는 게임 개수




<그림 1-3-12> 핵심/일반이용자의 게임 이용동기

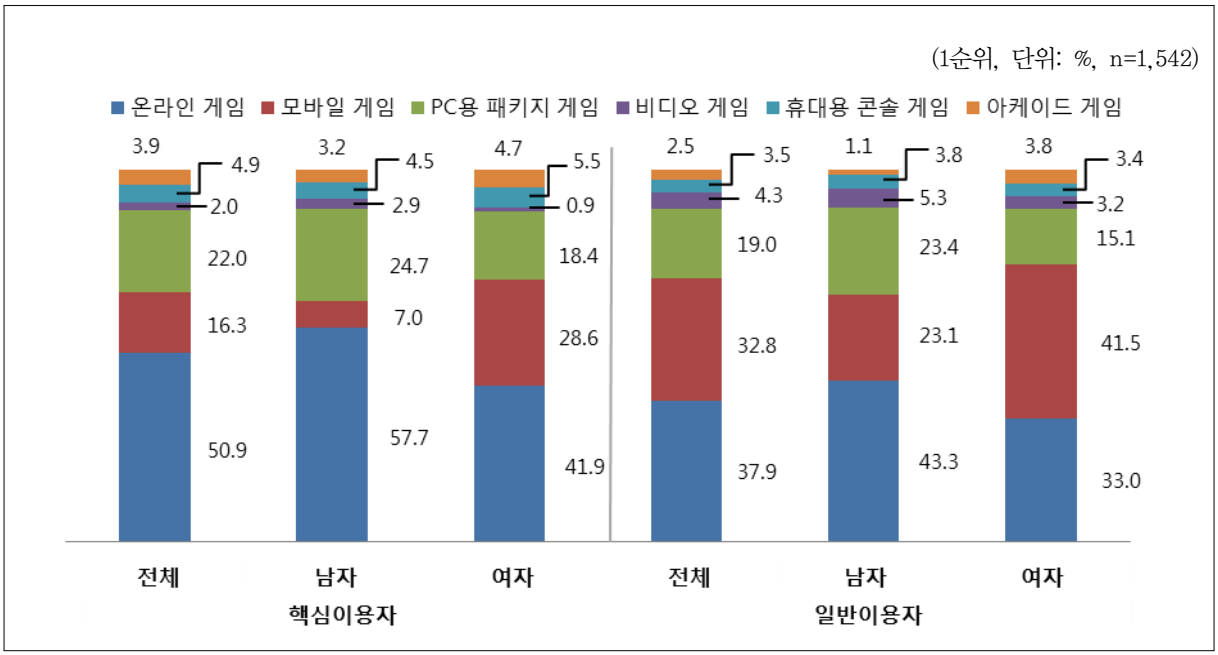


### 4) 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼 및 장르

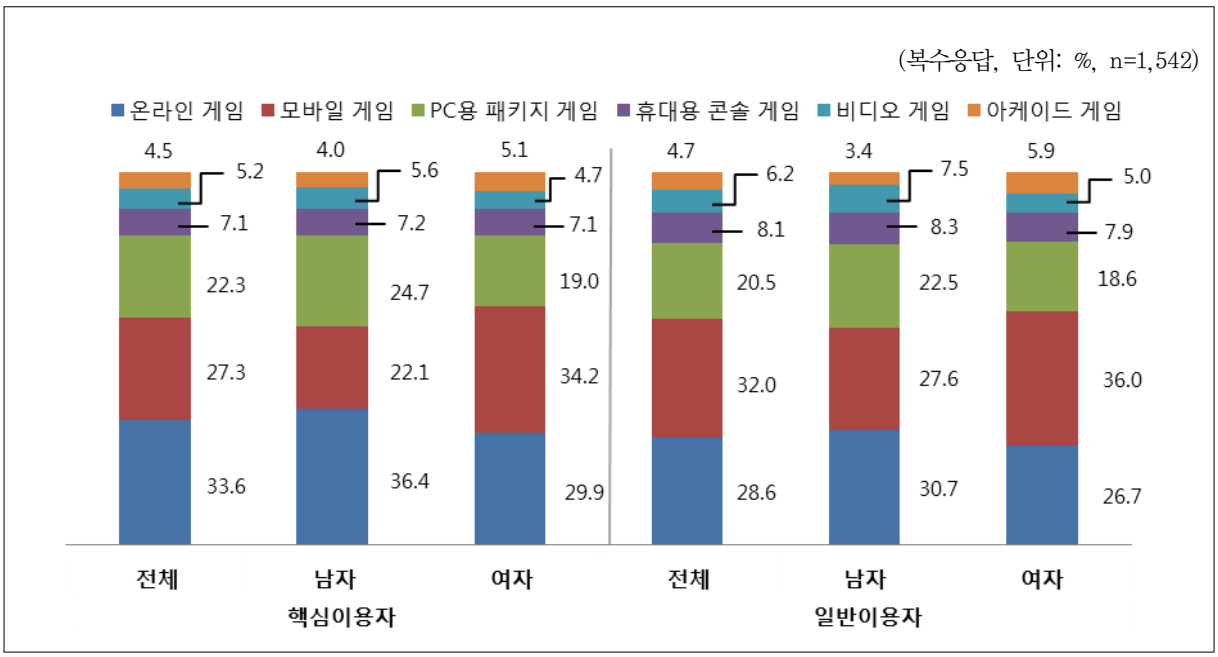
○ 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼에 대한 1순위 조사 결과, 두 집단 모두 각각 50.9%, 37.9%로 '온라인 게임'을 가장 선호하는 것으로 나타남.

○ 성별로는 핵심이용자의 경우 남성과 여성 모두 '온라인게임'을 가장 선호하는데, 일반이용자는 남성이 '온라인게임'을, 여성이 '모바일게임'을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 응답자 모두 여성이 남성에 비해 '모바일게임'을 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타남.

**<그림 1-3-13> 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별) - 1순위**



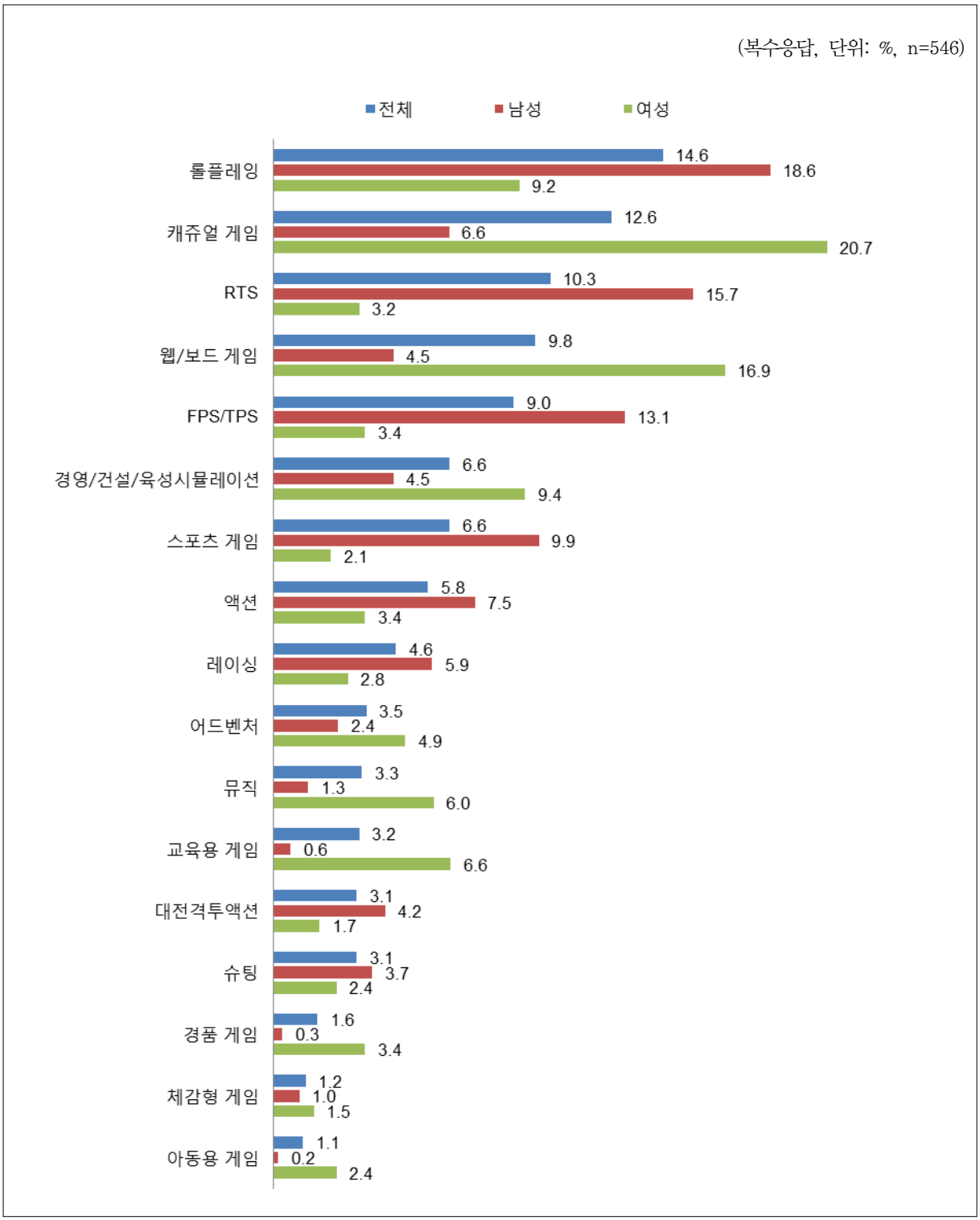

**<그림 1-3-14> 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별) - 복수응답**



○ 핵심이용자의 선호 게임 장르를 살펴보면, '롤플레잉' 장르를 선호하는 비율이 14.6%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '캐쥬얼 게임'(12.6%), 'RTS'(10.3%), '웹/보드게임'(9.8%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로는 남녀 모두 선호하는 '롤플레잉'을 제외하면, 남성은 'RTS'(15.7%), 'FPS/TPS'(13.1%) 등의 순으로 선호도를 보였고, 여성은 '캐쥬얼 게임'(20.7%), '웹/보드게임'(16.9%) 등의 순으로 선호한다고 응답함.

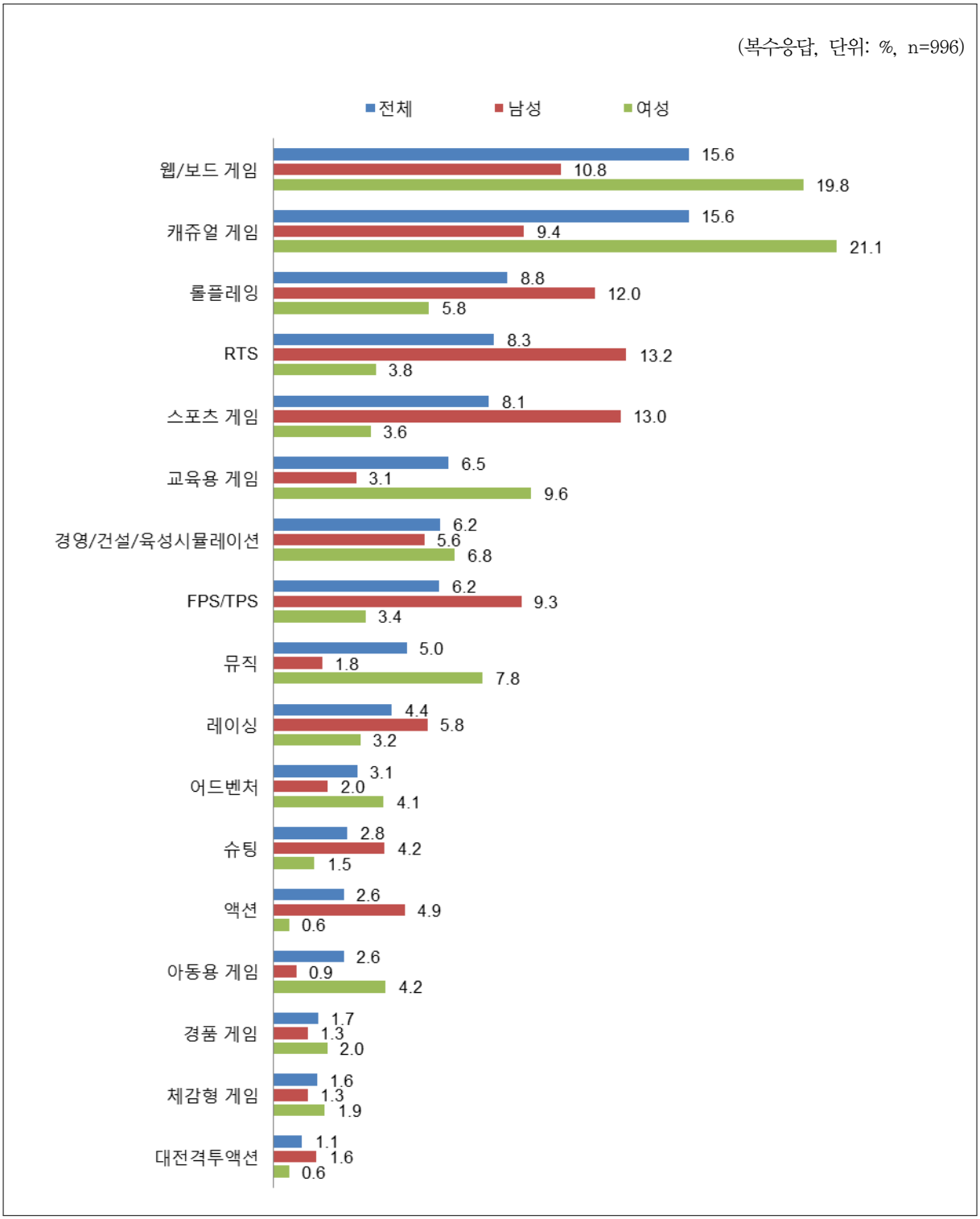
**<그림 1-3-15> 핵심이용자의 선호 게임장르(성별)**



○ 일반이용자의 선호 게임 장르를 살펴보면, ‘웹/보드게임’ 및 ‘캐쥬얼 게임’ 장르를 선호하는 비율이 각각 15.6%로 가장 높았고, 다음으로 ‘롤플레잉’(8.8%), ‘RTS’(8.3%) 등의 순으로 나타남.

○ 성별로 보면, 남성은 ‘RTS’(13.2%), '스포츠게임'(13.0%), ‘롤플레잉’(12.0%) 등의 순으로 선호를 하였고, 여성은 ‘캐쥬얼 게임’(21.1%), ‘웹/보드게임’(19.8%) 등의 순으로 선호도가 나타남.

**<그림 1-3-16> 일반이용자의 선호 게임장르(성별)**

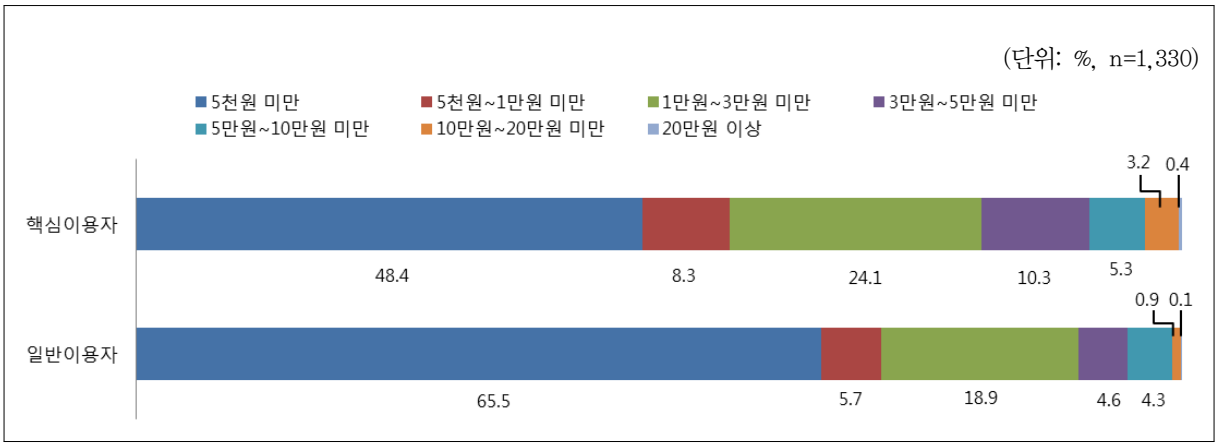


### 5) 플랫폼별 게임 이용/구입비용

○ 핵심/일반이용자들의 플랫폼별 게임 이용/구입비용을 조사한 결과, 모든 플랫폼에서 핵심이용자가 일반이용자보다 이용료가 높은 것으로 나타남.

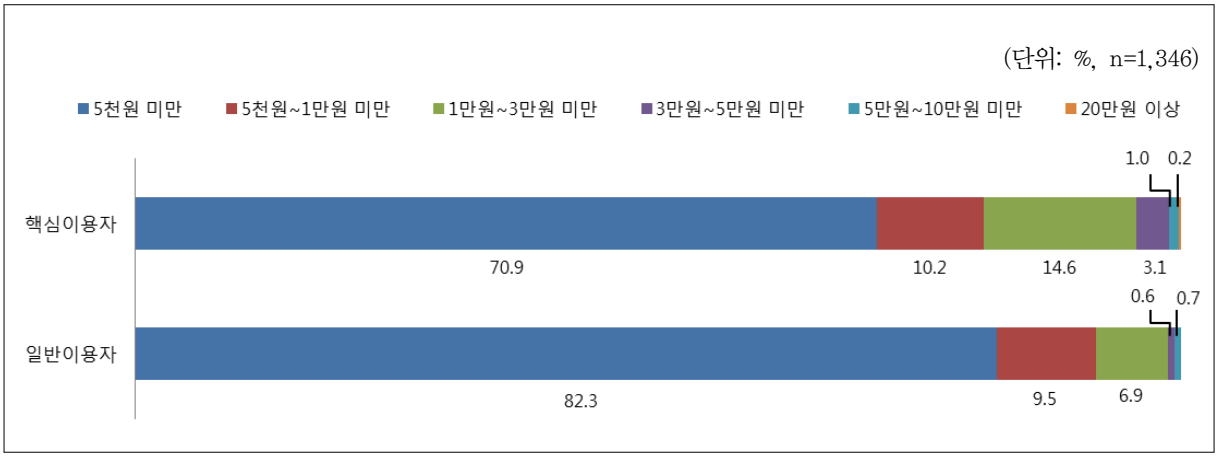
○ 우선 인터넷 사용료를 제외한 온라인게임 이용비를 조사한 결과, 핵심이용자가 평균 18,993원, 일반 이용자가 15,421원의 이용/구입비용을 지불한 것으로 나타났으며, 특히 '3~5만원 미만'의 비용을 지출하는 핵심이용자(10.3%)는 같은 항목의 일반이용자(4.6%)의 2배 이상 높게 나타남.

**<그림 1-3-17> 핵심/일반이용자의 온라인게임 이용비용**



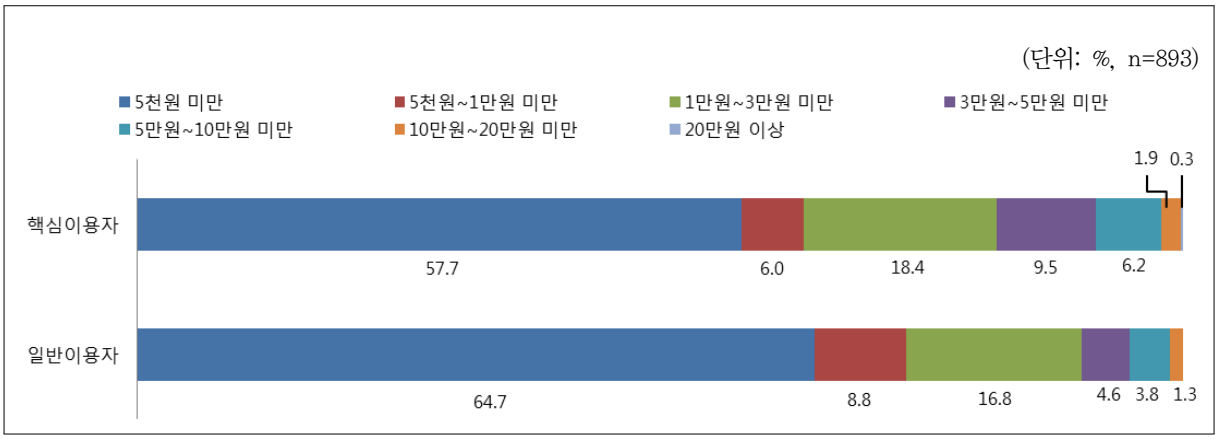

○ 모바일게임은 핵심이용자가 평균 9,371원, 일반이용자가 평균 5,728원의 이용비용을 지불한 것으로 나타났으며, 가장 많은 비중을 차지하는 항목은 '5천원 미만'으로, 사람들이 모바일게임을 소액으로 즐기고 있음을 알 수 있음.

**<그림 1-3-18> 핵심/일반이용자의 모바일게임 이용비용**



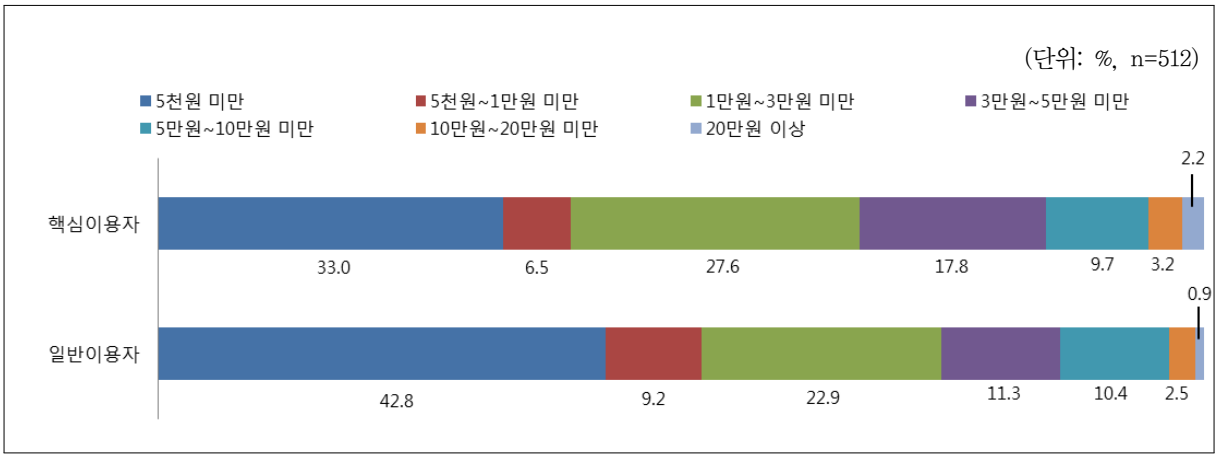

○ PC게임의 경우 핵심이용자는 평균 20,005원, 일반이용자는 15,606원을 지불한 것으로 나타났으며, 핵심이용자의 경우 '3~5만원 미만', '5~10만원 미만' 항목의 응답이 일반이용자의 2배에 달해, 상대적으로 일반이용자에 비해 많은 비용을 소비하는 것을 알 수 있음.

<그림 1-3-19> 핵심/일반이용자의 PC게임 이용비용




○ 비디오게임은 핵심이용자가 평균 22,197원, 일반이용자가 23,248원의 이용비용을 지불하는 것으로 나타났으며, 다른 게임 플랫폼과 다르게 이용/구입비용이 '3~5만원 미만'(각각 17.8%, 11.3%), '5~10만원 미만'(9.7%, 10.4%)이라고 답한 응답자가 높은 비중을 차지함.

<그림 1-3-20> 핵심/일반이용자의 비디오게임 이용비용

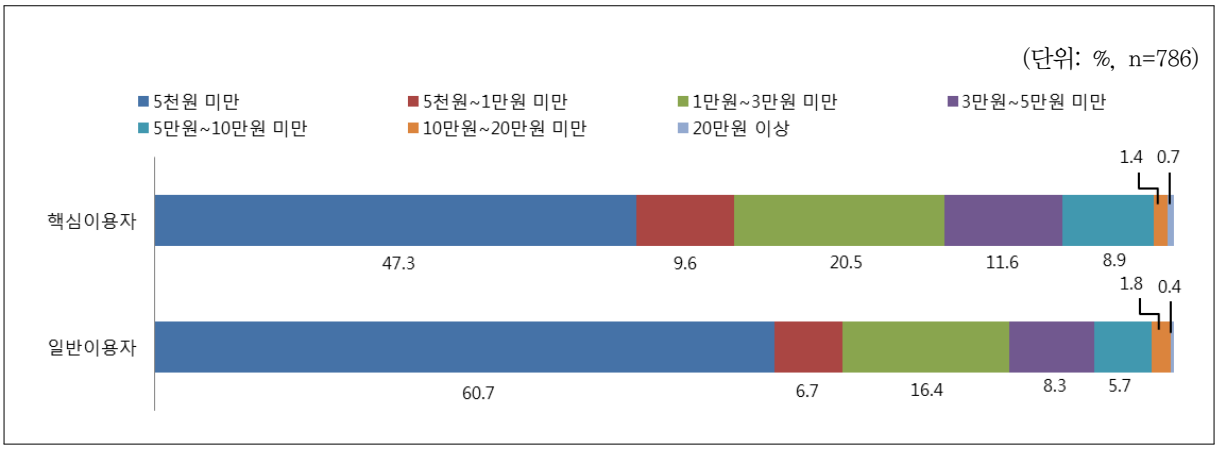



○ 휴대용게임에서는 핵심이용자가 평균 20,388원, 일반이용자가 18,214원을 지출하는 것으로 나타나 이용/구입비용은 두 이용자 간 큰 차이를 보이지 않음.

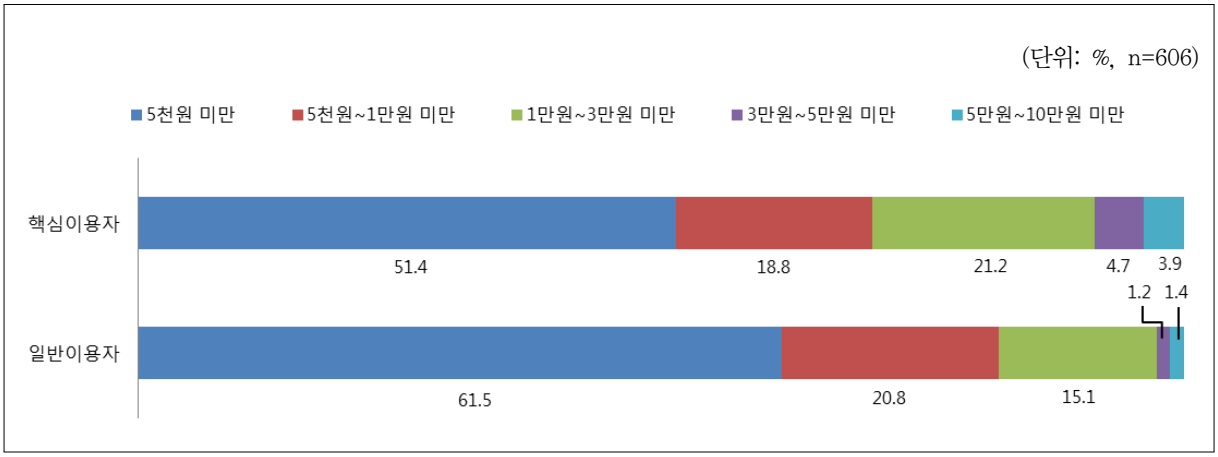
○ 휴대용게임에서 가장 많은 비중을 차지하는 항목은 '5천원 미만'(각각 47.3%, 60.7%)으로, 사람들이 휴대용게임을 소액으로 즐기고 있음을 확인할 수 있음.

○ 아케이드게임은 핵심이용자가 평균 8,550원, 일반이용자가 4,765원을 지출하는 것으로 나타났으며, 가장 많은 비중을 차지하는 항목은 '5천원 미만'(각각 51.4%, 61.5%)으로, 사람들이 아케이드게임을 소액으로 즐기고 있음을 확인할 수 있음.

<그림 1-3-21> 핵심/일반이용자의 휴대용게임 이용비용




<그림 1-3-22> 핵심/일반이용자의 아케이드게임 이용비용

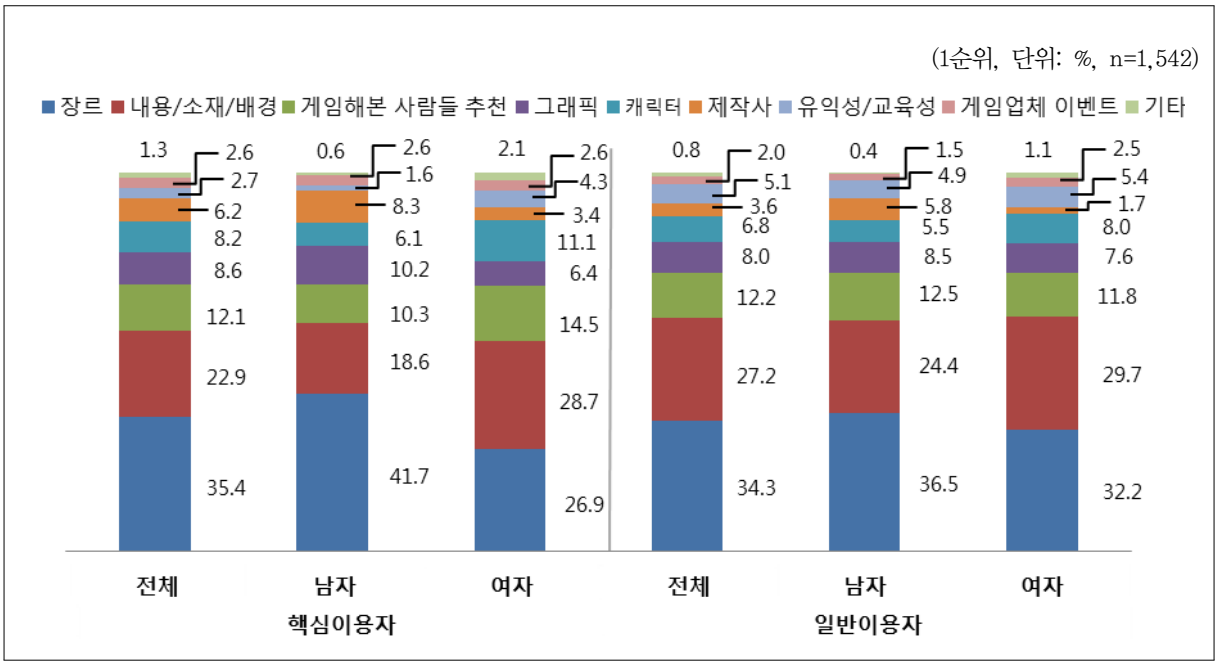



### 6) 게임 선택 시 결정 요소

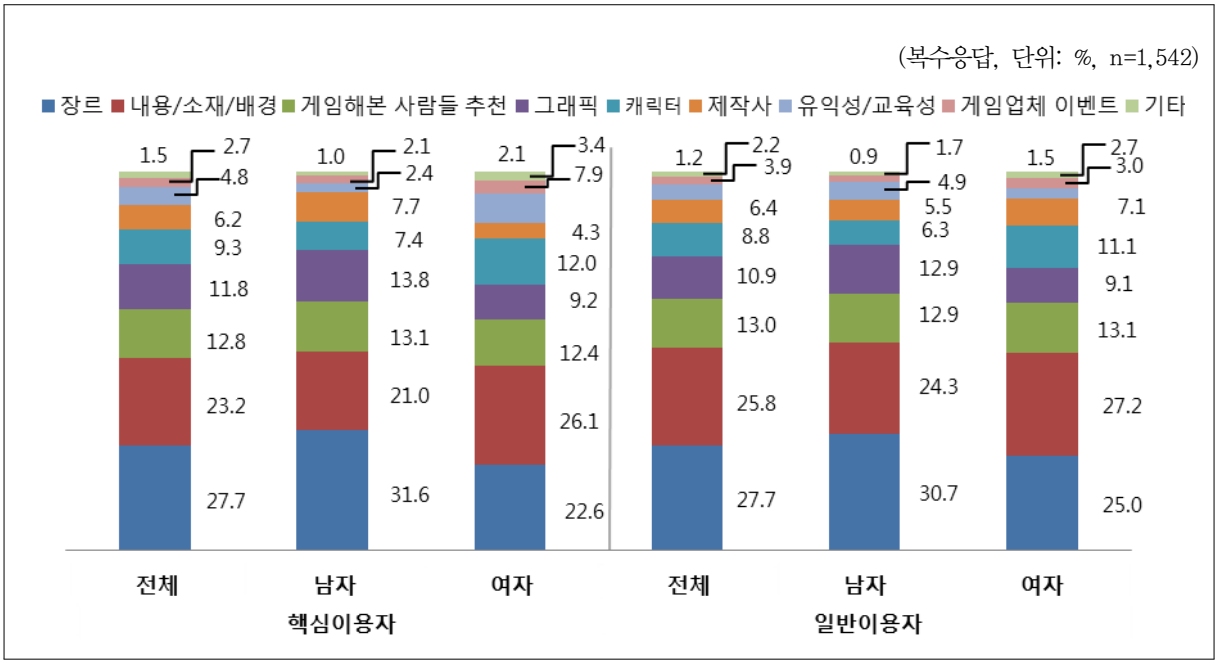
○ 핵심/일반이용자가 게임을 선택하는 결정 요소가 무엇인지를 알아본 결과, 핵심/일반이용자 모두 '장르'(핵심 35.4%, 일반 34.3%)가 게임을 선택하는 결정 요소라고 응답하였으며, 다음으로 '내용/소재/배경'(핵심 22.9%, 일반 27.2%), '게임해본 사람들 추천'(핵심 12.1%, 일반 12.2%) 순으로 나타남.

○ 다른 응답군들과 비교할 때 상대적으로 여성 핵심이용자는 '캐릭터'를 중요한 결정요소라고 생각하는 것으로 나타남.

<그림 1-3-23> 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별) - 1순위




<그림 1-3-24> 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별) - 복수응답

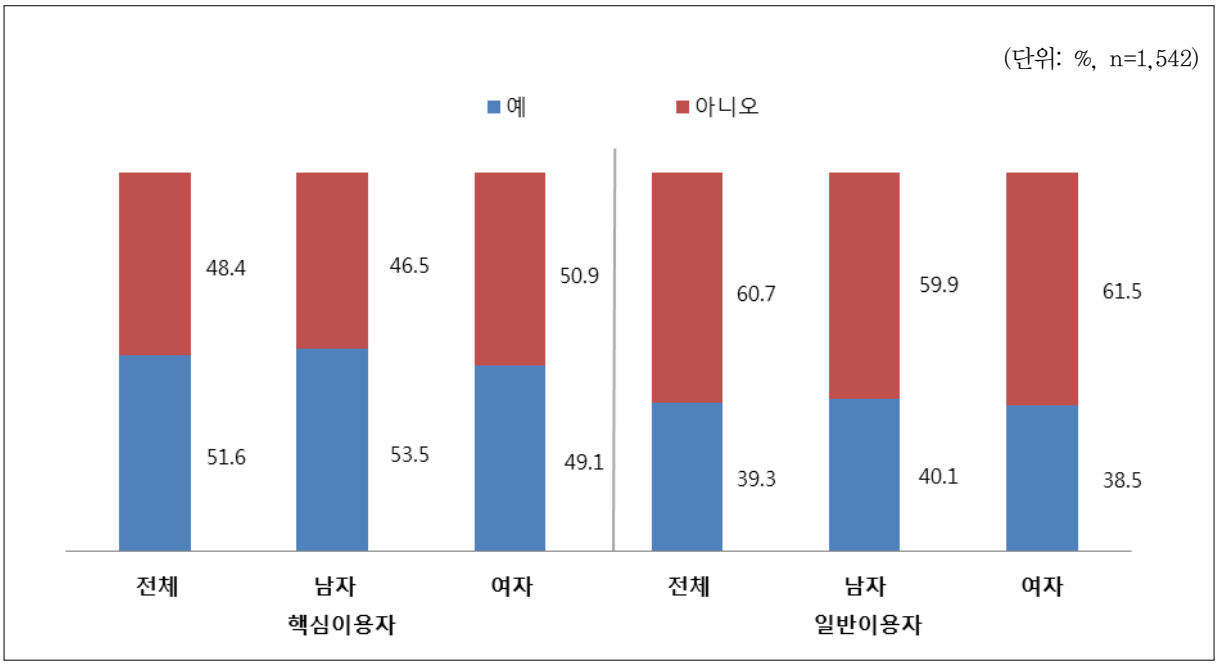



## 7) 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험과 이유

○ 최근 6개월 이내에 게임을 바꾼 경험이 있는지를 조사한 결과, 핵심이용자(51.6%)가 일반이용자(39.3%)에 비해 게임을 바꾼 경험이 많은 것으로 나타남.

○ 전반적으로 핵심이용자의 게임 변경 경험이 많은 가운데, 성별로는 핵심/일반이용자 모두 남성이 여성보다 게임 변경 경험이 더 많은 것으로 나타남.

**<그림 1-3-25> 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험 유무(성별)**

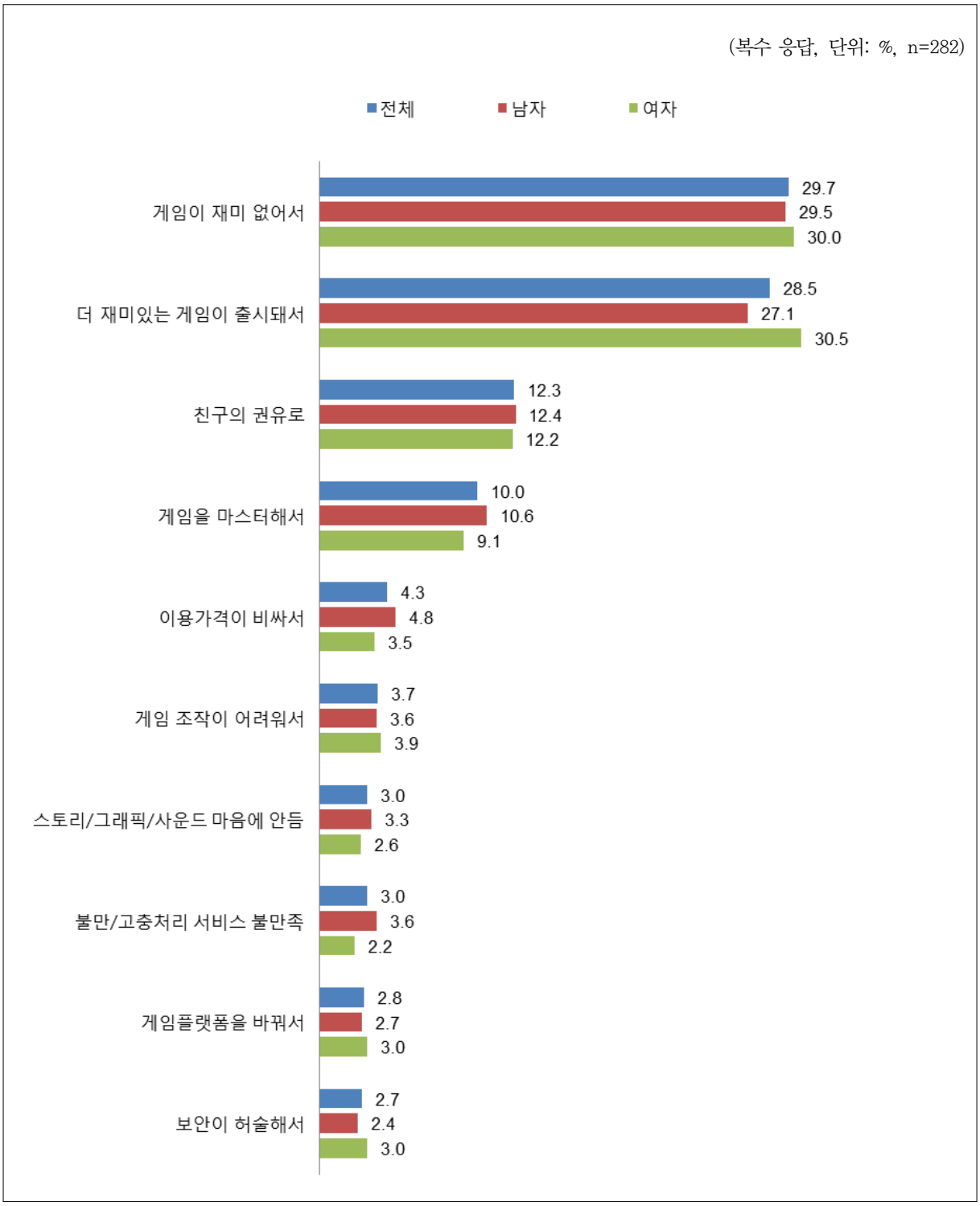



○ 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 이유에 대해 핵심이용자는 '게임이 재미 없어서'(29.7%)를 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시돼서(28.5%)', '친구의 권유로(12.3%)', '게임을 마스터해서(10.0%)' 순으로 나타남.

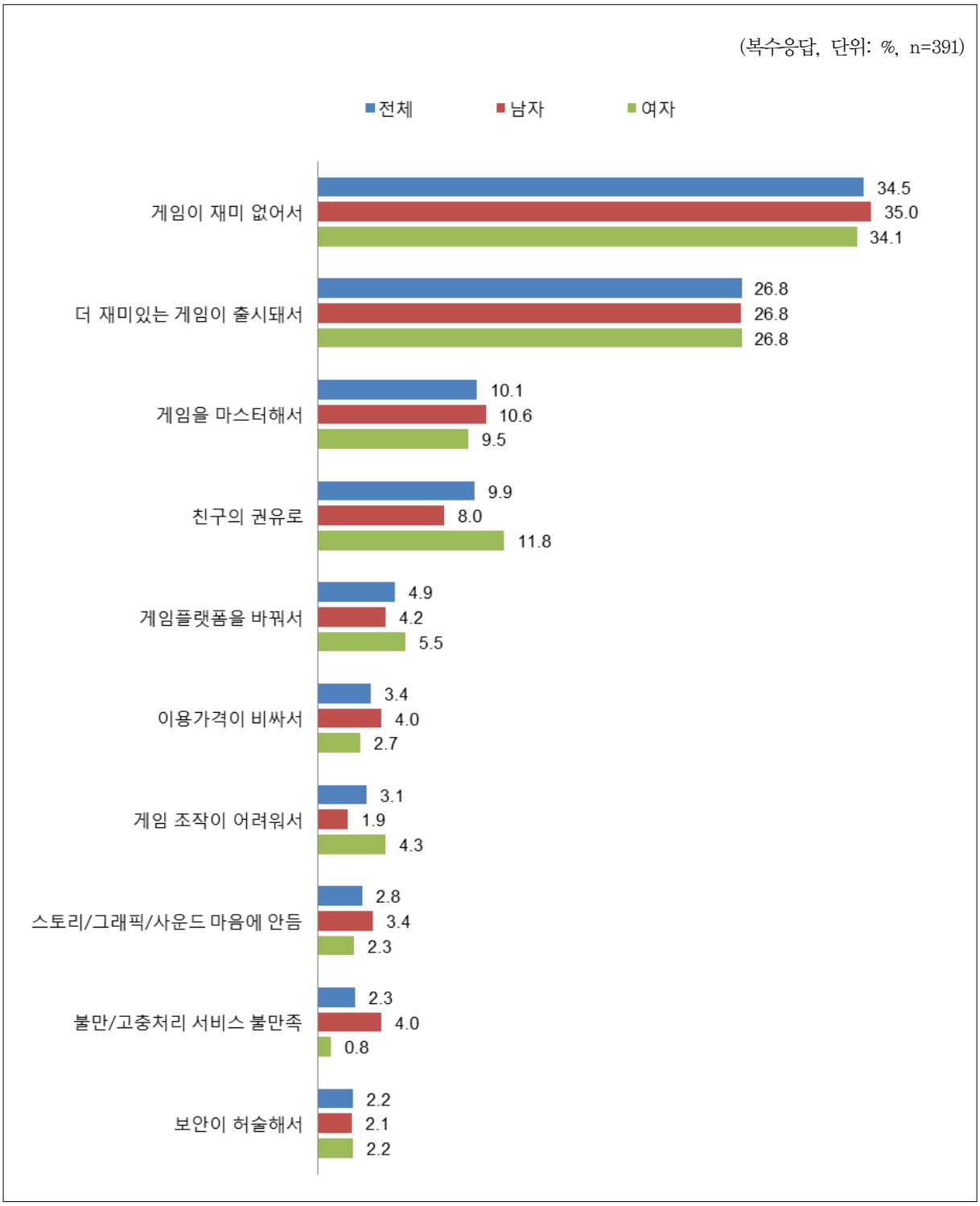
○ 일반이용자에게 역시 최근 게임을 바꾼 이유를 물어본 결과, 핵심이용자와 마찬가지로 '게임이 재미없어서(34.5%)'를 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시돼서(26.8%)', '게임을 마스터해서(10.1%)', '친구의 권유로(9.9%)' 등의 응답을 보임.

○ 게임을 변경한 이유에 대해 핵심/일반이용자를 비교한 결과, 두 집단 모두 '게임이 재미없어서'라는 이유가 각각 29.7%, 34.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시돼서'라는 응답이 각각 28.5%, 26.8%로 나타남. 이를 통해 게임을 선택하는데 있어 가장 핵심적인 요소는 '재미'임을 확인할 수 있었음.

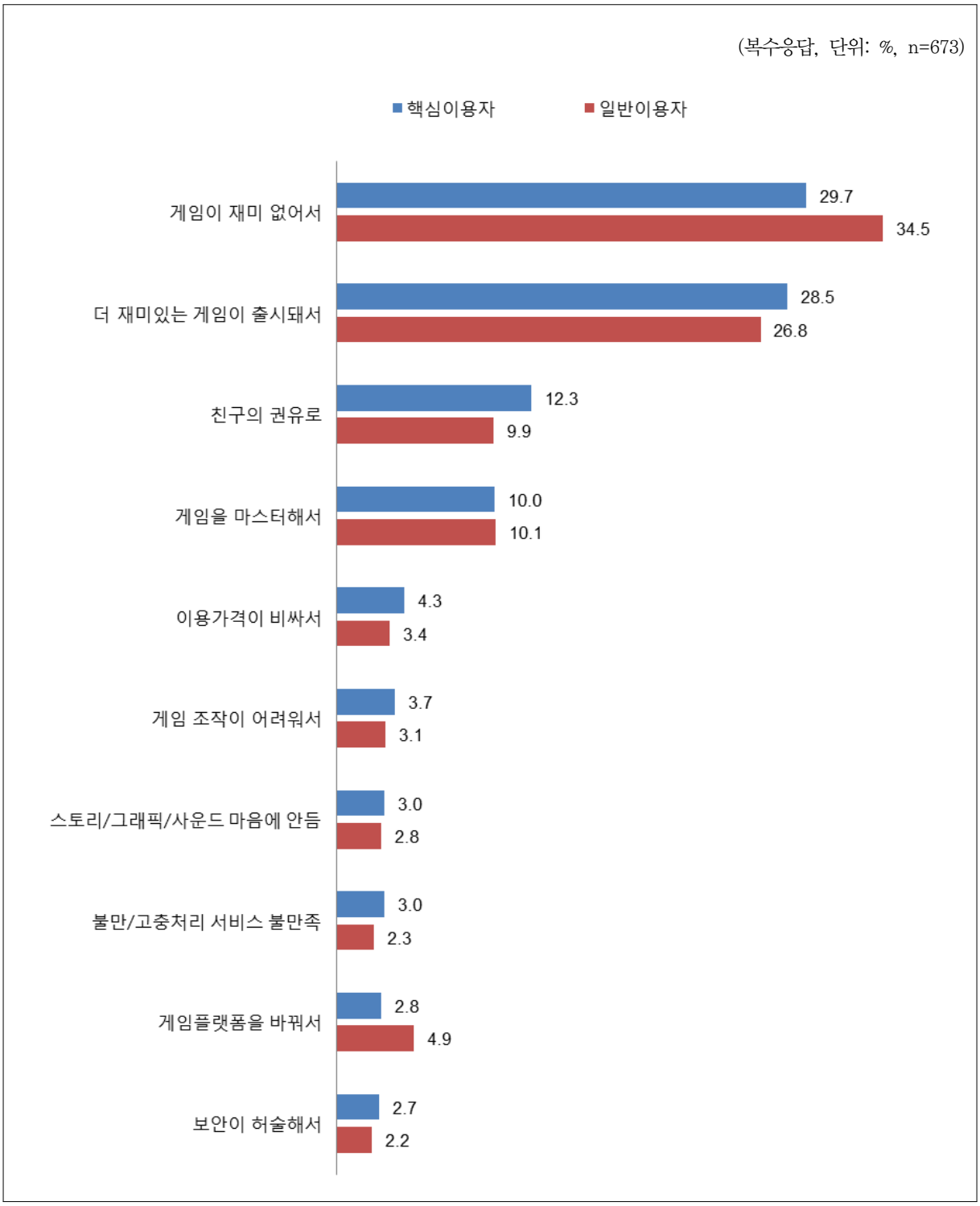
<그림 1-3-26> 핵심이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별)



<그림 1-3-27> 일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별)



**<그림 1-3-28> 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유**



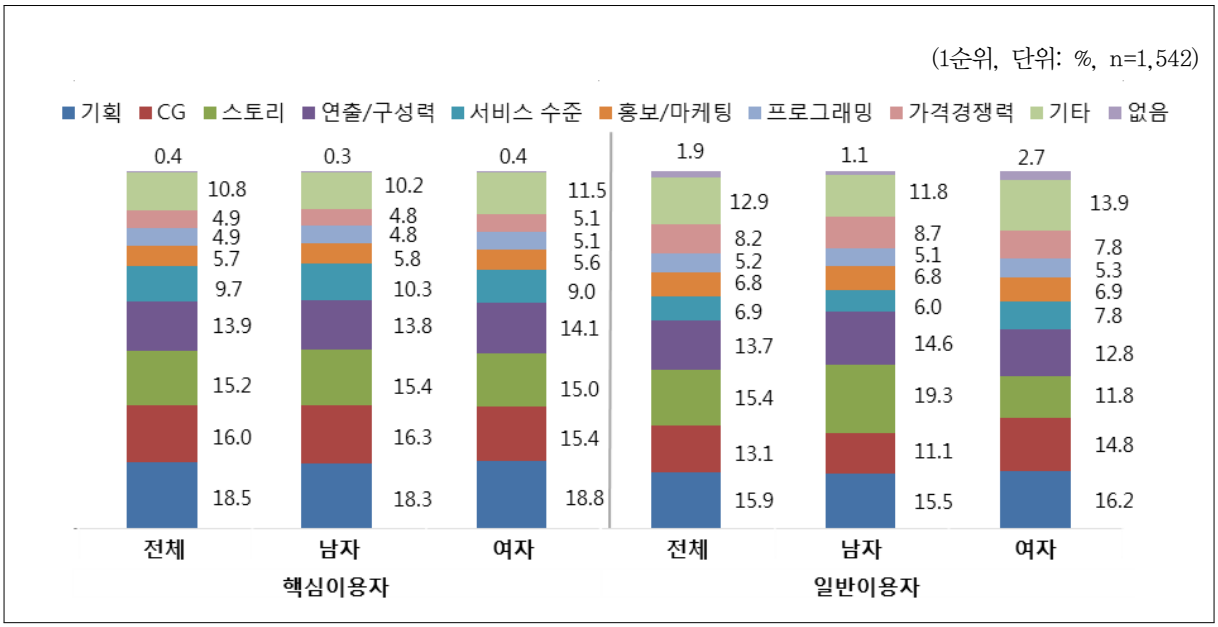
## 2. 게임과 게임 산업 관련 견해

### 1) 국내 게임의 부족한 부분

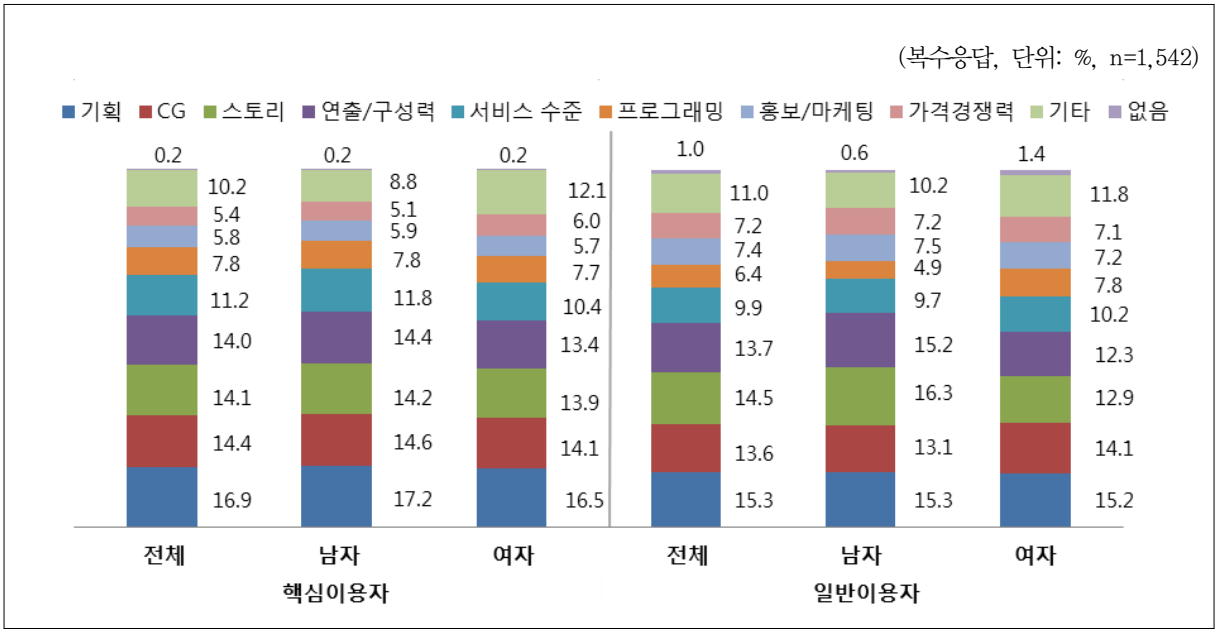
○ 국내 게임의 부족한 부분에 대해 핵심이용자는 '기획'(18.5%), 'CG'(16.0%)를 주로 지적한 반면, 일반이용자는 '기획'(15.9%), '스토리'(15.4%)를 부족한 부분으로 인식함.

○ 특히 게임을 실제로 오랜 시간 이용하는 핵심이용자가 '서비스 수준'이 부족하다고 응답한 비중이 일반이용자에 비해 높게 나타남.

**<그림 1-3-29> 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별) - 1순위**




**<그림 1-3-30> 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별) - 복수응답**

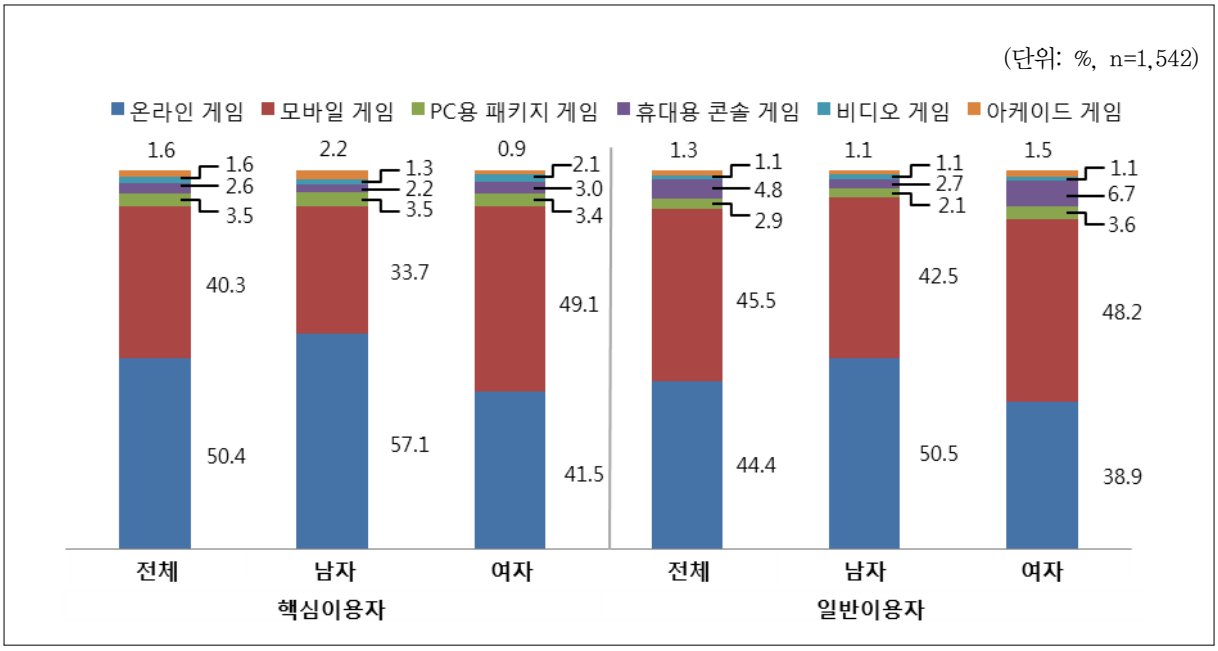


### 2) 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼과 장르

○ 향후 국제 게임시장의 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼으로 핵심이용자는 '온라인게임'(50.4%)을 가장 많이 선택했으며, 일반이용자는 '모바일게임'(45.5%)을 가장 많이 선택한 것으로 나타남.

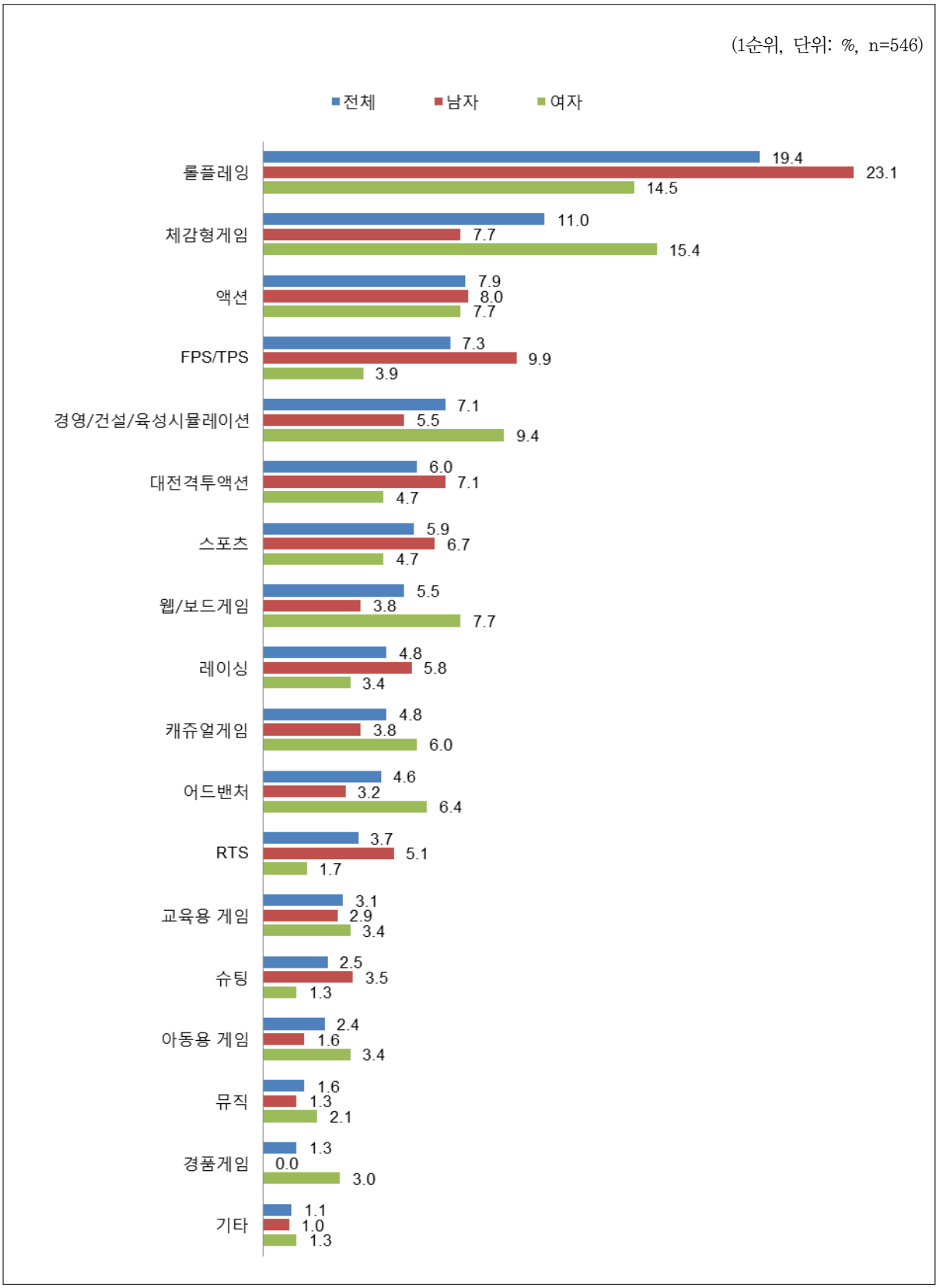
○ '온라인게임'이 대부분을 차지한 가운데, '모바일게임'이라고 응답한 응답자는 전년도 조사결과(핵심 12.0%, 일반 27.3%)에 비해 훨씬 증가하여 '모바일게임'에 대한 이용자들의 기대를 보여줌.

**<그림 1-3-31> 핵심/일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼(성별)**




○ 향후 주도적인 장르에 대해서 핵심이용자는 '롤플레잉'(19.4%)이라고 응답한 비율이 가장 높았고, 그 다음으로 '체감형 게임'(11.0%), '액션'(7.9%) 등의 순으로 나타남.

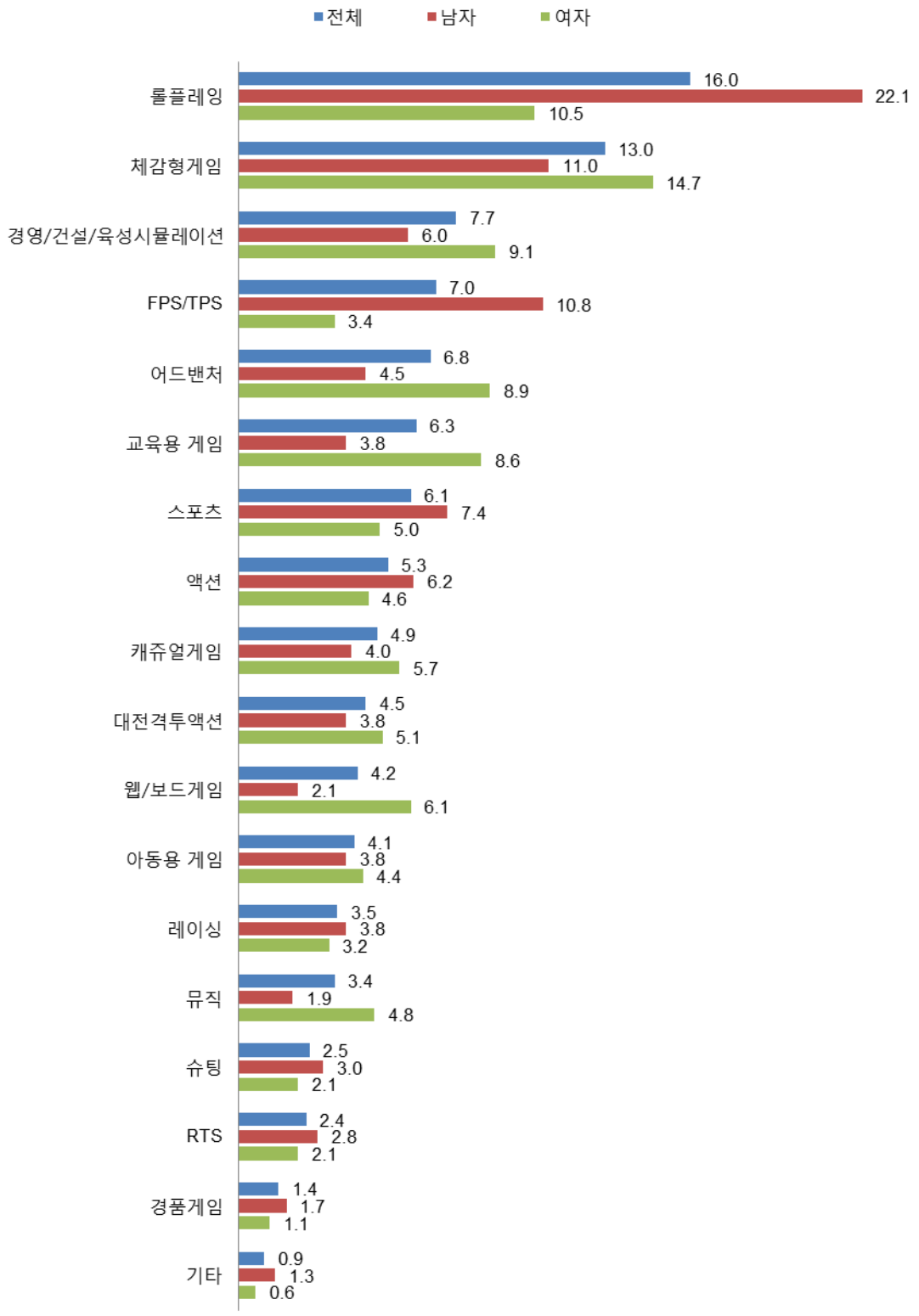
**<그림 1-3-32> 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 1순위**



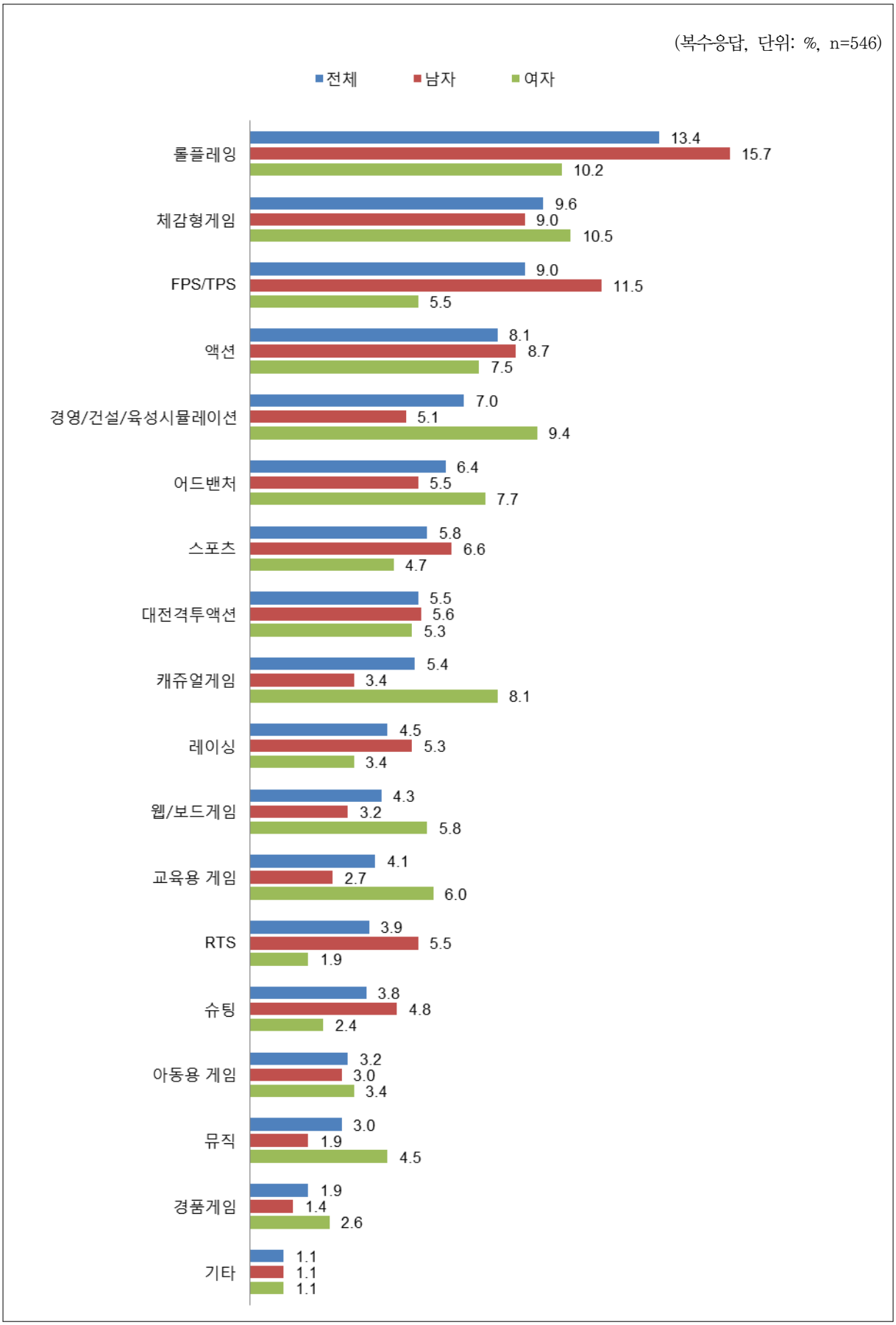

○ 일반이용자 역시 '롤플레잉'(16.0%)이라고 답한 경우가 가장 많았고, 그 다음으로 '체감형 게임'(13.0%), '경영/건설/육성시뮬레이션'(7.7%) 등의 순으로 응답함.

**<그림 1-3-33> 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 1순위**

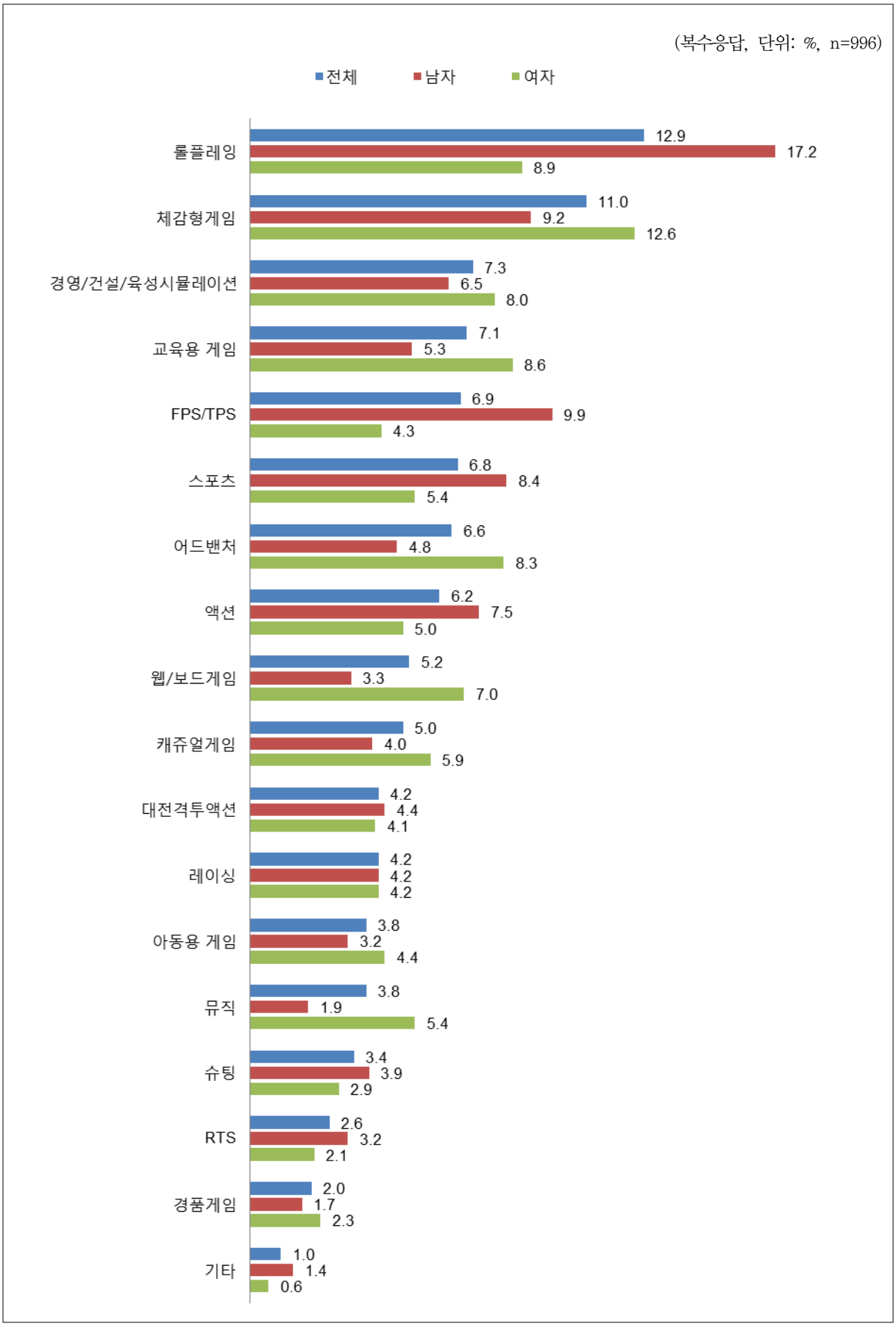
(1순위, 단위: %, n=996)



<그림 1-3-34> 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 복수응답



**<그림 1-3-35> 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별) - 복수응답**



# 제2부

# 한·일 게임이용자 조사

# 제1장 한·일 게임이용 현황 종합비교

## 제1절 한·일 게임이용 특성 비교

### 1. 게임 일반에 대한 이용행태

○ 2012년 조사(2011년 기준)에서는 한국과 일본의 조사모집단, 조사방법, 선택항목 등이 다르기 때문에 직접적인 비교가 불가능한 항목이 있으며, 이 경우 한국의 2011년 조사결과(2010년 기준)를 바탕으로 비교했음

○ 전체 응답자 중 현재 게임을 이용하고 있는 비율을 살펴본 결과, 한국은 58.6%(2010년 기준), 일본은 45.1%(2011년 기준)를 기록하여 기준년도는 다르지만 한국이 10%포인트 가량 많은 것으로 나타남

- 현재 게임을 이용하고 있는 응답자들의 성별 비율은 한국(2010년 기준)이 남성 73.2%, 여성 44.9%로 나타난 반면, 일본(2011년 기준)은 남성 51.5%, 여성38.7%를 각각 기록하여, 전반적으로 남성의 게임 이용 비율이 높은 가운데 특히, 한국 남성의 게임이용률이 매우 높음을 알 수 있음

○ 한국의 게임 이용자가 여가시간에 주로 가는 장소는 복수응답으로 집계한 결과 'PC방'이 45.2%였으며 '영화관'(33.5%), '카페'(31.2%), '주점'(26.2%) 등의 순으로 나타났음. 이에 비해 게임 비이용자를 포함한 일본은 복수응답으로 집계한 결과, '영화, 연극, 드라마'(52.2%)가 1위, '여행'(42.1%)이 2위를 차지한 가운데, '독서'(39.2%)와 '음악 감상'(38.2%)이 그 뒤를 이었으며, '컴퓨터, 인터넷'(33.5%)은 6위였음

- 여가시간에 즐겨하는 활동의 경우, 조사모집단과 조사방법, 선택항목의 차이가 존재하기 때문에 정확한 비교는 힘들지만, 한국은 게임이용을 가장 많이 선택한 반면, 일본은 영화, 연극관람이나 여행, 독서 등을 가장 애호하고 있다고 할 수 있음

○ 주로 이용하는 게임분야에서 한일 양국은 확연한 차이를 보임. 즉, 한국은 전체 응답자의 43.9%가 선택한 '온라인게임'이 1위를 차지한 가운데, '모바일게임'(25.9%)과 'PC용 패키지게임'(19.8%) 등의 순이었으며, 특히 지난해와 비교해 '온라인게임'은 크게 감소한 반면, '모바일게임'이 큰 폭으로 증가한 것으로 나타남. 이에 비해 일본은 휴대용게임이 24.2%로 1위를 기록했고 '비디오게임'(18.9%), '소셜게임'(9.1%), '모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임(소셜게임 이외))'(8.5%) 등이 그 뒤를 이음

- 한국에서 응답자 43.9%가 선택해 1위를 차지한 '온라인게임'은 일본에서 3.5%로 최하위에 머무른 반면, 일본에서 24.2%의 응답자가 선택하여 1위에 오른 '휴대용게임'은 한국에서 3.7%로 4위에 그쳐 한일 양국의 게임이용자들이 선호하는 게임 장르가 매우 상이하다는 사실을 확인할 수 있음

○ 게임에 대한 인식 또는 게임 영향이나 효과에 대한 이미지를 물어본 결과, 한국과 일본 공히 부정적인 견해가 긍정적인 대답보다 많게 나타났음

- 구체적으로 한국(2010년 기준)은 게임에 대한 사회적 인식에 대해 부정적으로 생각하는 응답자(50.6%)가 긍정적인 응답자(20.9%)보다 2배 이상 많았음. 일본(2011년 기준) 역시 게임의 영향 및 효과에 대한 설문에서 부정적인 이미지를 가진 응답자(37.3%)가 긍정적인 이미지를 가진 응답자(18.2%)보다 2배 가량 많았음

- 따라서 게임에 대한 인식 또는 사회적 이미지에서 한일 양국 공히 부정적인 시각이 긍정적인 평가보다 우세함을 확인할 수 있었고, 다만 일본의 경우 한국보다는 부정적인 시각이 상대적으로 적게 나타남

## 2. 주요 게임 플랫폼 이용특성 비교분석

○ 먼저 온라인게임의 경우, 한국에서는 게임이용자의 44% 가까이 이용하는 최고 인기플랫폼이지만, 일본에서는 온라인게임에 대한 기본적인 인지도에서 44.2%가 알지 못한다고 응답했고, 63.3%는 지금까지 한 번도 온라인게임을 한 적이 없다고 대답하여 한일 양국 간 차이를 극명하게 확인할 수 있음

- 온라인게임 이용자들을 대상으로 월 이용비(인터넷 사용료 제외)를 조사한 결과, 한국은 평균 17,608원이었고, 일본은 평균 943엔(한화, 14,030원)으로 나타나 한국이 일본보다 1.25배 많았음
- 구체적인 비용 지출내역을 살펴보면, 일본(2011년 기준)은 월 이용비의 83.0%인 783엔을 아이템과 아바타 과금에 지출했고 정액과금에 161엔을 사용한 반면, 한국(2010년 기준)은 월 이용비의 약 80%를 게임 아이템 구입을 위해 지출했음

○ 콘솔게임으로도 불리는 비디오게임은 일본에서 큰 인기를 끌고 있는 반면, 한국에서는 아직 많이 확산되지 않은 장르라고 할 수 있음. 이를 입증하듯이, 한국의 게임이용자 가운데 비디오게임을 '주로 이용하는 게임 플랫폼'이라고 답한 응답자는 3.6%에 머물렀으며, 일본은 전체 응답자 중 비디오게임을 이용했거나 이용하고 있는 사람이 60.4%였고, 가정용 콘솔을 보유하고 있는 비율도 76.5%를 기록함

- 현재 보유 중인 비디오게임기의 경우, 일본(2011년 기준)은 '닌텐도 DS/DS Lite'(47.5%)가 1위를 했고 그 뒤를 'Wii'(45.9%)와 '플레이스테이션2'(36.9%)가 따르고 있는 반면, 한국(2010년 기준)은 'Wii'(31.5%)와 '플레이스테이션2'(30.4%)가 다수를 차지했음
- 향후 구입하고 싶은 비디오게임의 경우, 일본(2011년 기준)은 '닌텐도3DS'(11.9%), 'Wii'(9.9%), 'Wii U'(9.9%)의 순인 반면, 한국(2010년 기준)은 Wii'(27.2%), '플레이스테이션3'(26.6%), 'X-BOX 360'(16.3%)의 순이었음

○ 한일 양국에서 향후 성장세가 예상되는 유망 플랫폼이라 할 수 있는 모바일게임과 관련해서, 한국은 전체 응답자의 25.9%, 일본은 응답자의 13.6%(스마트폰, 태블릿용 게임 8.9% + 휴대전화게임 4.7%)가 현재 이용하고 있는 것으로 조사됨

- 모바일게임 유료 이용자를 대상으로 월 이용/구입비용을 비교하면, 한국은 평균 7,819원이고, 일본은 평균 1,741엔(스마트폰, 태블릿용 게임 514엔 + 휴대전화 게임 1,227엔, 한화 25,805원)을 기록함

○ 마지막으로 아케이드게임의 경우, 일본에서 활발하게 이용되고 있음을 확인할 수 있음. 즉, 한국에서 주로 이용하는 게임플랫폼이 아케이드게임이라는 응답자 비율은 3.1%인 반면, 일본은 4.7%이었으며 현재도 이용하고 있는 응답자 비율이 11.8%, 과거에 이용 경험이 있는 응답자는 69.5%(이전엔 자주 했지만 지금은 하지 않음 33.6% + 1~2번 해본 적이 있음 35.9%)로 나타남

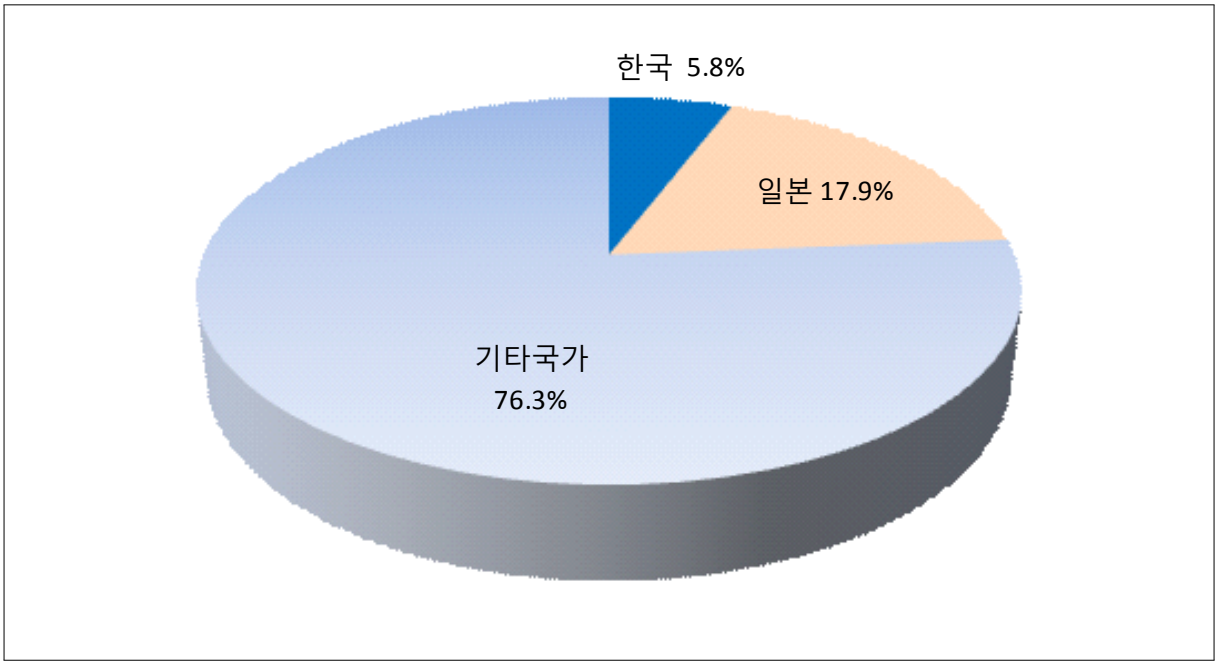
## 제2절 한·일 게임산업 현황 비교

### 1. 세계 게임시장 내 매출액 비중

○ 2010년 현재 세계 게임시장에서 한국 게임산업의 매출액 비중은 5.8%인 반면, 일본 게임산업의 매출액 비중은 17.9%를 기록하여, 일본이 한국보다 시장규모가 3배 정도 큰 것으로 나타남

○ 주요 플랫폼별 매출액 및 비중을 살펴보면, 한국은 온라인 게임(41.23억 달러, 25.9%), 일본은 아케이드 게임(72.08억 달러, 30.7%)에서 각각 강세를 보이고 있음

**<그림 2-1-1> 세계 게임시장 내 한국/일본 게임산업의 매출액 비중**

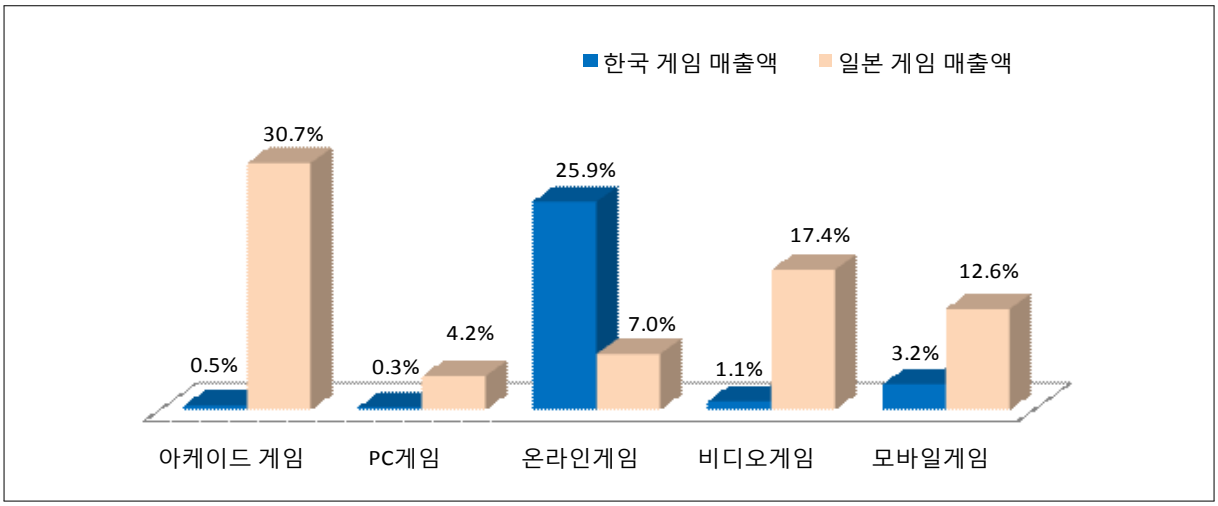



**<표 2-1-1> 세계 게임시장 내 한국/일본 게임시장의 매출액 비중**

(단위 : 억 달러)

| 구분 | | 아케이드게임 | PC게임 | 온라인게임 | 비디오게임 | 모바일게임 | 전체 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 세계 | | 234.81 | 30.68 | 159.13 | 337.88 | 85.69 | 848.18 |
| 한국 | 매출액 | 1.28 | 0.10 | 41.23 | 3.69 | 2.74 | 49.05 |
| | 비중 | 0.5% | 0.3% | 25.9% | 1.1% | 3.2% | 5.8% |
| 일본 | 매출액 | 72.08 | 1.29 | 11.08 | 58.88 | 10.76 | 152.10 |
| | 비중 | 30.7% | 4.2% | 7.0% | 17.4% | 12.6% | 17.9% |

<그림 2-1-2> 세계 게임시장 내 한국/일본 게임 플랫폼별 매출액 비중



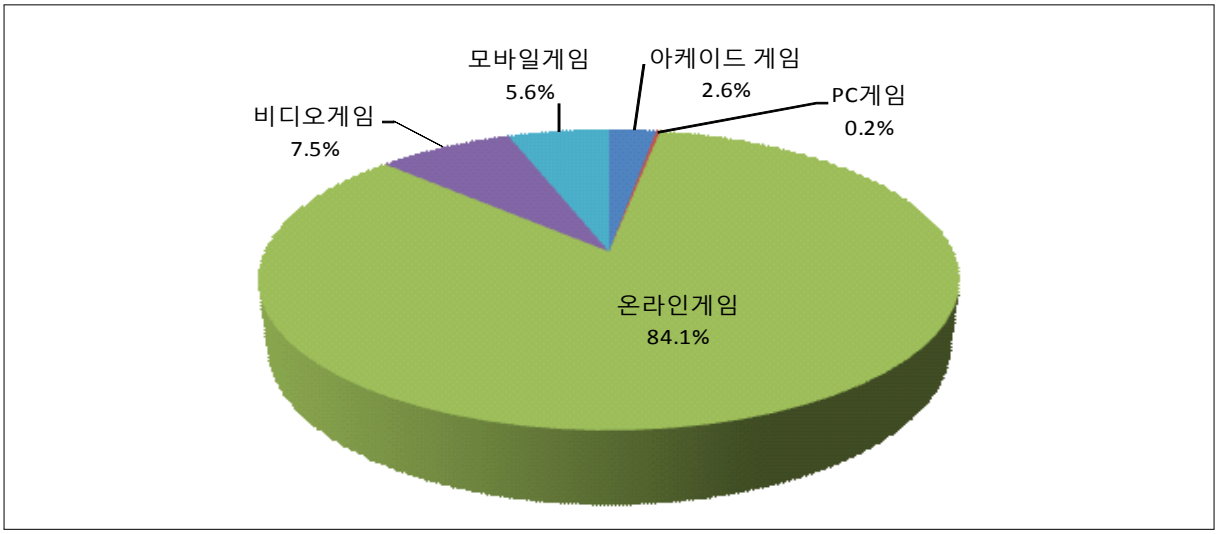

## 2. 국내 게임시장의 플랫폼별 매출액 비중 비교

○ 자국 내 게임시장에서 한국과 일본의 주요 플랫폼별 매출액 비중을 살펴보면, 한국은 온라인게임(84.1%), 비디오게임(7.5%), 모바일게임(5.6%) 순으로 나타난 반면, 일본은 아케이드게임(47.4%), 비디오게임(38.7%), 모바일게임(7.1%) 순으로 매출액 비중이 큰 것으로 조사됨

○ 주요 플랫폼별 양국의 매출액 규모에서는 온라인게임(한국 41.23억 달러, 일본 11.08억 달러)을 제외한 모든 플랫폼에서 일본이 한국을 크게 압도하는 것으로 나타났고, 특히 일본의 아케이드게임(72.08억 달러)과 비디오게임(58.88억 달러)의 매출액은 한국의 아케이드게임(1.28억 달러)과 비디오게임(3.69억 달러)의 매출액과 상당한 격차를 나타냄

○ 전체적으로 보았을 때, 한국은 온라인게임의 매출액과 비중이 여타 플랫폼에 비해 압도적인 우위를 차지하는 일극 구조인데 비해, 일본은 아케이드게임과 비디오게임이 게임시장을 주도하는 양극 구조인 것으로 이해할 수 있음

<그림 2-1-3> 한국 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중

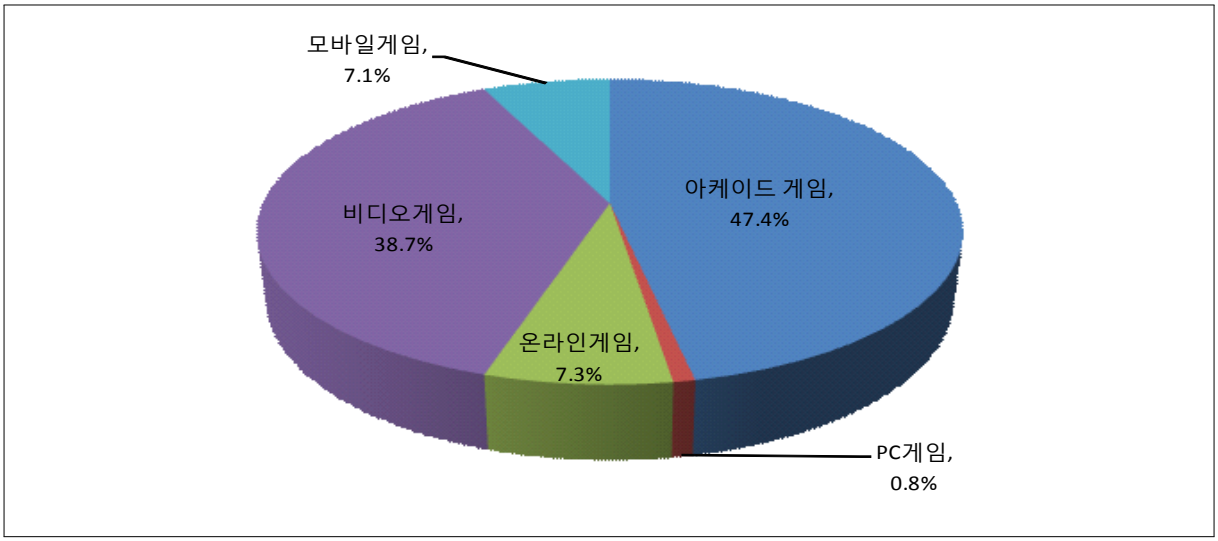


**<표 2-1-2> 한국 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중**

(단위: 억 달러)

| 구분 | 아케이드게임 | PC게임 | 온라인게임 | 비디오게임 | 모바일게임 | 전체 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 매출액 | 1.28 | 0.10 | 41.23 | 3.69 | 2.74 | 49.05 |
| 비중 | 2.6% | 0.2% | 84.1% | 7.5% | 5.6% | 100.0% |

**<그림 2-1-4> 일본 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중**

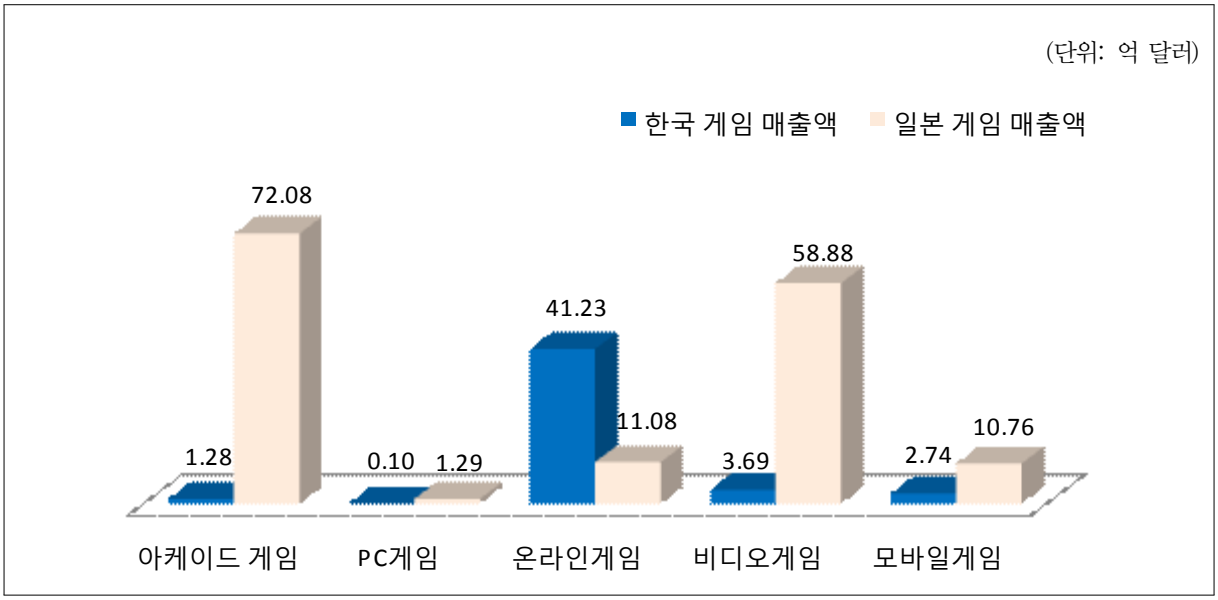



**<표 2-1-3> 일본 게임시장에서 주요 플랫폼별 비중**

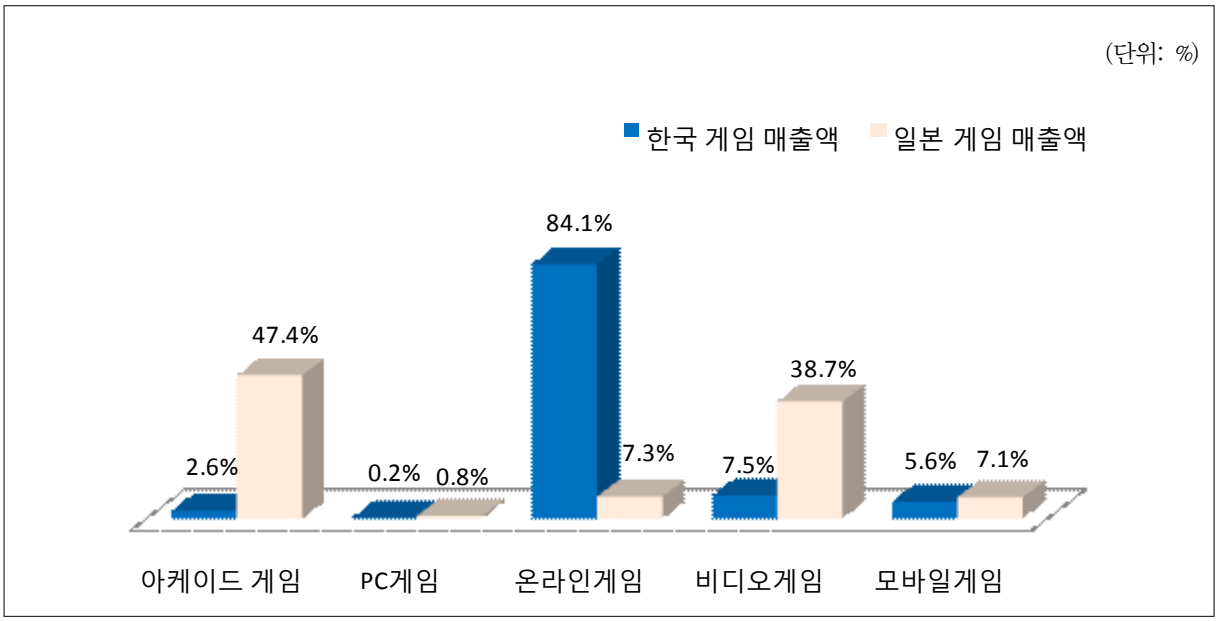
(단위: 억 달러)

| 구분 | 아케이드게임 | PC게임 | 온라인게임 | 비디오게임 | 모바일게임 | 전체 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 매출액 | 72.08 | 1.29 | 11.08 | 58.88 | 10.76 | 152.10 |
| 비중 | 47.4% | 0.8% | 7.3% | 38.7% | 7.1% | 100.0% |

**<그림 2-1-5> 한국/일본 게임플랫폼별 매출액 비교**



<그림 2-1-6> 한국/일본 게임플랫폼별 매출액 비중 비교

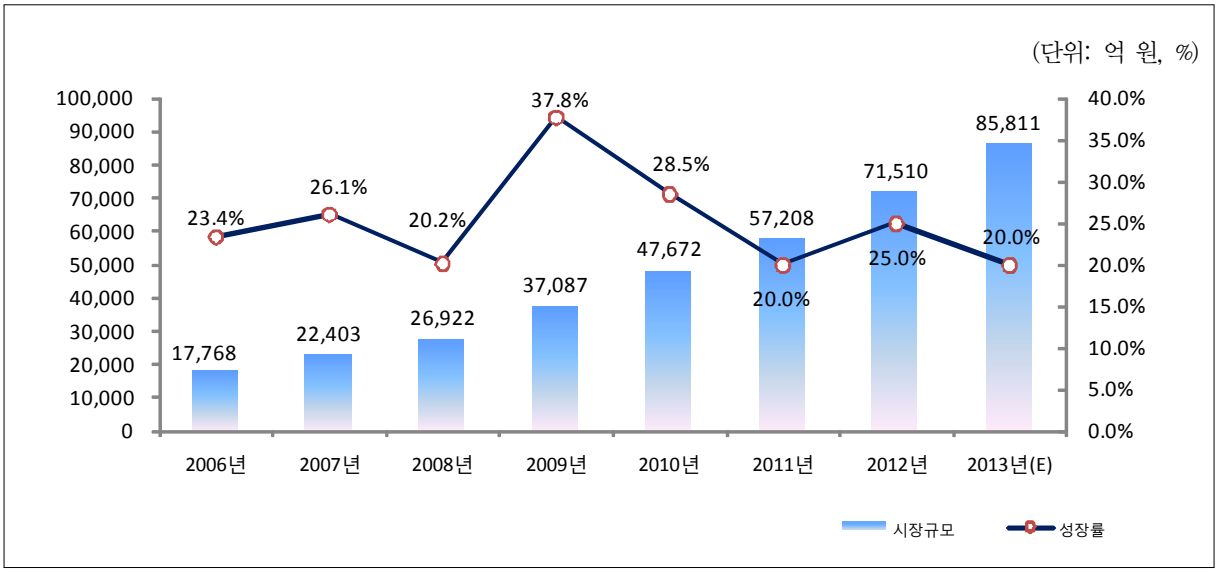



## 3. 게임 플랫폼별 시장규모 및 전망 비교

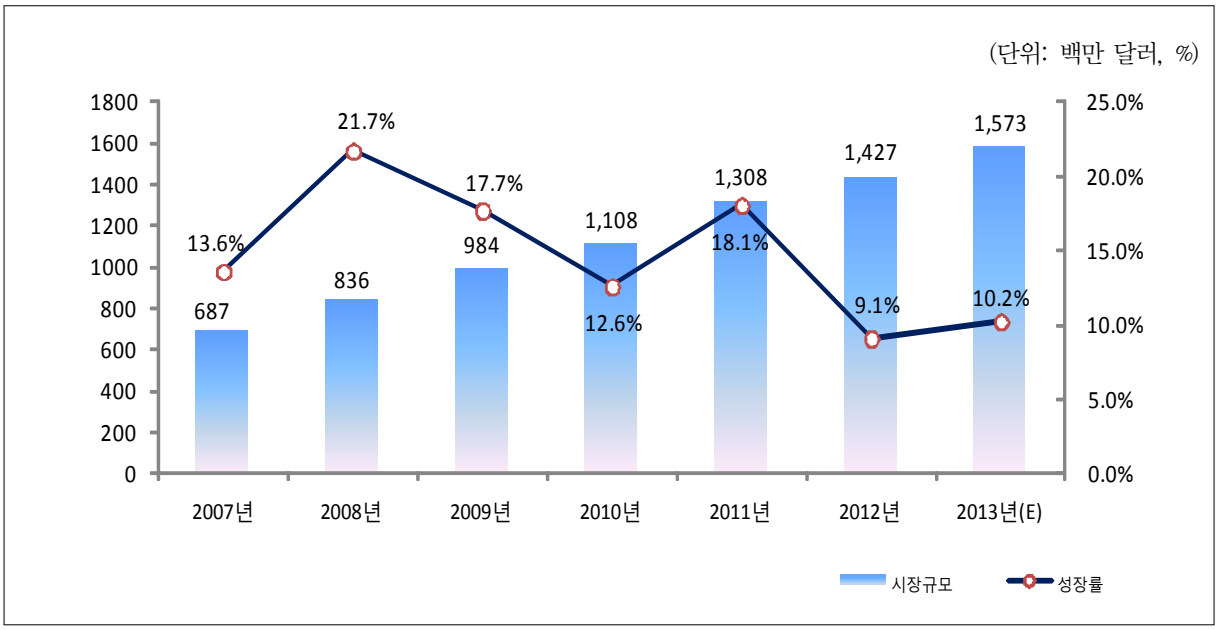
○ 한국의 온라인게임 시장 규모는 2006년 1조 7,768억 원을 기록한 이후, 높은 성장세를 보이면서, 2011년에는 5조 7,280억 원에 도달할 전망인 반면, 일본은 완만한 성장을 지속하여 2013년에 18억 5,811만 달러에 이를 전망

○ 또한 한국의 온라인게임 성장률은 66.8%로 정점을 기록한 2003년 이후 매년 20~40% 정도의 고속 성장을 거듭하고 있지만, 일본은 45.0%의 높은 성장을 기록한 2006년 이후 매년 10~20% 소폭의 성장을 지속하고 있음

<그림 2-1-7> 한국 온라인게임의 시장규모와 전망 : 2006-2013



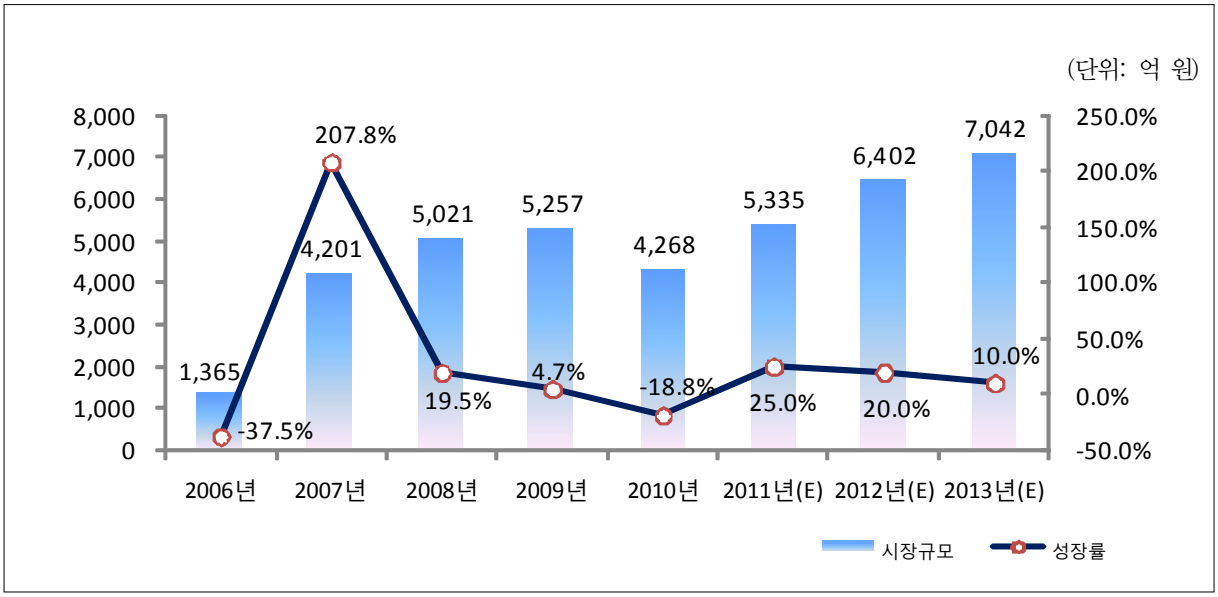
<그림 2-1-8> 일본 온라인게임의 시장규모와 전망 : 2007-2013



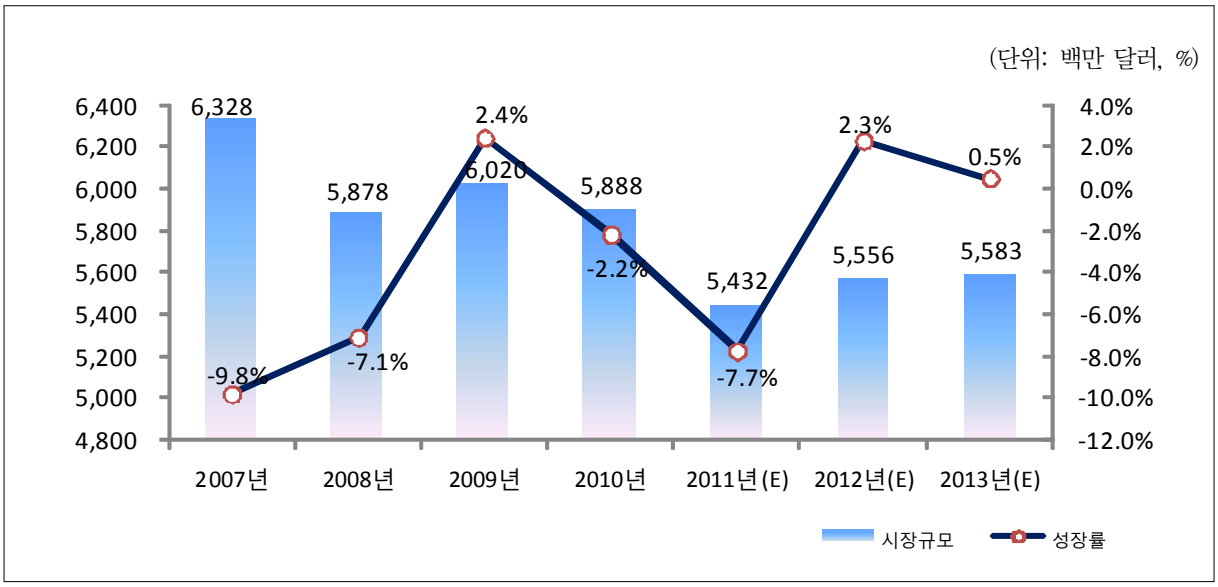

○ 한국은 비디오게임의 시장규모가 2011년 25% 성장에 그칠 전망이나, 2012년에는 20.0%, 2013년에는 10.0%의 비교적 높은 성장을 보일 것으로 관측됨

○ 이에 비해, 일본의 비디오게임 규모는 2011년까지 마이너스 성장을 한 이후, 2012년부터 0%에서 3% 사이의 완만한 성장을 이어나갈 것으로 예측됨

<그림 2-1-9> 한국 비디오게임의 시장규모와 전망: 2006-2013



<그림 2-1-10> 일본 비디오게임의 시장규모와 전망: 2007-2013




○ 향후 주요 플랫폼별 시장규모 추이를 살펴보면, 온라인게임 및 비디오게임 시장은 양국 간 성장률의 차이에도 불구하고 향 후 지속적인 시장규모 확대가 이뤄질 것으로 전망됨

## 제3절 한·일 사회 기초자료 및 정보화 비교

### 1. 한국

#### 1) 인구조사와 총인구

○ 통계청 「인구주책총조사」 (2010년)
5년마다 인구조사를 실시

〈2010년 인구주택총조사 결과〉

【총인구】 4,858만 명 【세대수】 1,734만 세대

【성별비】 남성 : 49.7%(2,417만 명) / 여성 : 50.3%(2,441만 명)

○ 통계청 「장래인구추계」 (2011년)

【총인구】 4,978만 명 (남성 : 2,494만 명 / 여성 : 2,484만 명)

* 2010년 인구주택총조사 결과를 기초로 최근의 인구학적 추이(출생, 사망, 국제이동)를 반영하여 작성한 장래인구추계 결과임
* 참고 : 통계청(http://kostat.go.kr)

#### 2) 교육제도

○ 유치원-초등학교(6년)-중학교(3년)-고등학교(3년)-대학(2~4년)

* 초등학교, 중학교까지는 의무교육

○ 초등학교 입학연령 : 6세(한국의 나이로는 8세)

#### 3) 입사 및 정년

○ 징병제도(주로 2년 정도 복무, 군별에 따라 3개월 ~ 3년 정도까지 기간 상이)가 있기 때문에 남성의 경우 대학 졸업 후 바로 입사하는 연령이 평균 26세 정도(대부분이 군대기간을 포함해 3년 정도 휴학)

○ 일반기업의 정년은 법률로 정해져 있지 않기 때문에 각 기업의 사규로 정함. 일반적으로 55세가 정년이지만, 장기불황의 영향으로 조기퇴직이나 구조조정이 늘어 최근에는 40대 중반 퇴직도 많이 있음

#### 4) 국경일 및 휴일

○ 「관공서의 휴일에 관한 규정」에 따라 정해져 있는 관공서의 휴일은 아래와 같음

1. 일요일
2. 국경일 중 3·1절, 광복절 및 개천절
3. 1월 1일
4. 설날 전날, 설날, 설날 다음날 (음력 12월 말일, 1월 1일, 2일)
5. 석가탄신일 (음력 4월 8일)
6. 5월 5일 (어린이날)
7. 6월 6일 (현충일)
8. 추석 전날, 추석, 추석 다음날 (음력 8월 14일, 15일, 16일)
9. 12월 25일 (기독탄신일)
9의2. 「공직선거법」 제34조에 따른 임기만료에 의한 선거의 선거일
10. 기타 정부에서 수시 지정하는 날

* 2005년 7월 1일부터 행정기관 주 40시간 근무제의 도입과 균형을 맞춰, 공직 및 사회전반의 효율성을 유지하기 위해 관공서의 휴일 가운데 2006년부터 식목일(4월 5일), 제헌절(7월 17일)이 제외됨

### 4) 가계의 소비지출

○ 소비지출(월 평균액) : 2,392,700원 (2011년 전 세대 평균)

○ 그 중 식재료비(월 평균액) : 339,400원 (2011년 평균)
→ 엥겔지수(소비에서 차지하는 식재료 비율) : 14.19%

* 참고 : 통계청(http://kostat.go.kr)

### 5) 인터넷, 휴대전화 보급현황

○ 인터넷 이용자 수(만 3세 이상) : 37,180,000명 (만3세 이상 전체인구의 78.0%)
* 참고 : 한국인터넷진흥원, 〈2011년 인터넷이용실태조사〉(2011. 11.)

○ 초고속인터넷 가입자 수: 17,828,743명
* 참고 : 방송통신위원회, 〈초고속인터넷가입자 현황〉(2011. 11.)

○ 휴대전화 가입자 수 : 52,373,557명
SKT : 26,489,013명 (점유율: 50.6%)
KT : 16,544,727명 (점유율: 31.6%)
LGU+ : 9,339,817명 (점유율: 17.8%)

○ 무선인터넷 가입자수 : 47,598,777명
SKT : 22,454,069명 (점유율: 47.2%)
KT : 16,486,527명 (점유율: 34.6%)

LGU+ : 8,658,181명 (점유율: 18.2%)

* 참고 : 방송통신위원회, 〈유무선 가입자 통계현황〉(2011. 11.)

### 7) 온라인게임, PC방 이용현황

○ 게임이용자별 선호 게임 장르

- 전체이용자 : 롤플레잉(30.4%)-웹보드게임(12.7%)-전략시뮬레이션(9.1%)
- 핵심이용자 : 롤플레잉(23.7%)-FPS(13.0%)-전략시뮬레이션(12.2%)
- 일반이용자 : 롤플레잉(12.6%)-웹보드게임(12.6%)-전략시뮬레이션(9.9%)

○ 온라인게임 결제수단

문화상품권(26.9%)-신용카드(23.9%)-휴대폰과금(20.0%)

○ 온라인게임 이용비용 : 월 평균 30,809원 (인터넷 사용료 제외)

모바일 게임 다운로드 비용 : 월 평균 10,914원

○ 인터넷PC방 (2010년 12월 31일 기준)

- 업소 수 : 19,014개 (2009년 21,547개소에 비해 11.8% 감소)
- PC방당 평균 보유 PC대수 : 69.1대 (게임트릭스, 2011.1~12)
- PC방당 일 평균 사용률 : 24.5% (게임트릭스, 2011.1~12)

## 2. 일본

### 1) 인구조사와 총인구

○ 5년마다 인구 조사 실시

〈2010년 「국세조사」 결과〉 (총무성 통계국 2010년 10월 1일 현재)

【총인구】 1억 2,805만 7천 명 【세대수】 5,195만 세대

【성별비】 남성 : 48.7%, 여성 : 51.3%

○ 2011년 10월 1일 현재 추계 인구 (총무성 통계국)

【총인구】 1억 2,780만 명 (남성 : 6,218만 명, 여성 : 6,562만 명)

* 참고 : 총무성 통계국 http://www.stat.go.jp/

### 2) 교육제도

○ 유치원-소학교(6년)-중학교(3년)-고등학교(3년)-대학교(4년)

* 소학교 및 중학교 의무교육

○ 소학교 입학 연령 : 6세

### 3) 입사 및 정년

○ 졸업자 취업률 (문부과학성 2011년도 「학교 기본조사」 )

중학교 졸업자 : 0.4% (전년 대비 ±0)

고등학교(전일제・정시제) 졸업자 : 16.3% (전년 대비 +0.5 포인트)

68.2% (전년 대비 +2.8 포인트)

단기대학교 졸업자 : 54.3% (전년 대비 +2.8 포인트)

고등전문학교 졸업자 : 61.6% (전년 대비 +0.8 포인트)

대학교(학부) 졸업자 : 72.6% (전년 대비 +1.2포인트)

대학원(석사과정) 수료자 : 63.9% (전년 대비 +2.0 포인트)

대학원(박사과정) 수료자

○ 대부분의 일반기업은 정년제를 도입하고 있으며, 일반적으로 정년 나이는 60세. 그러나 인구 구성의 고령화가 급속하게 진행되고 연금수급연령이 65세로 올라감에 따라 고 연령자의 고용 확보 요청이 계속해서 올라가고 있음. 이에 고 연령자 고용안정법이 개정되어 정년 나이가 65세로 올라갔으며, 기업에는 계속고용제도의 도입과 정년제 폐지 중 어느 하나의 조치를 취해야만 하는 의무가 부과됨

### 4) 축일 및 휴일

○ 축일 ( 「국민 축일에 관한 법률」 )

1월 1일 : 설날

1월 둘째 주 월요일 : 성년의 날

2월 11일 : 건국기념일

춘분 (예년 3월 20일 전후) : 춘분의 날

4월 29일 : 쇼와(昭和)의 날

5월 3일 : 헌법기념일

5월 4일 : 녹색(みどり)의 날

5월 5일 어린이 날

7월 셋째 주 월요일 : 바다의 날

9월 셋째 주 월요일 : 경로의 날

추분 (예년 9월 23일 전후) : 추분의 날

10월 둘째 주 월요일 : 체육의 날

11월 3일 : 문화의 날

11월 23일 : 근로감사의 날

12월 23일 : 천황탄생일

* 「국민 축일」이 일요일인 경우, 그 날짜로부터 가장 가까운 「국민 축일」이 아닌 날을 휴일로 함
예 : 5월 3일 (헌법기념일)이 일요일인 경우, 5월 6일이 휴일이 됨

* 전날 및 다음 날이 「국민 축일」인 경우(「국민 축일」이 아닌 날에 한함)는 휴일로 함
예 : 9월 셋째 주 월요일(경로의 날)이 9월 21일, 추분이 9월 23일(추분의 날)인 경우, 9월 22일은 휴일이 됨

○ 기타 휴일

많은 기업 및 관공서, 학교에서는 주 2일 휴일제(토・일 휴일)를 채택

또한 기업이나 업종에 따라 다르지만 대부분 연말・연시 휴가(12월 29일~1월 3일 전후)와 오　봉야스미(お盆休み : 일본의 추석) 제도를 도입하고 있음

### 5) 가계의 소비지출

○ 소비지출(월 평균액) : 252,328엔 (2010년 총 세대 평균) [전년 대비 각 항목 0.5% 감소, 실질적으로는 0.3% 증가]

○ 이 중 식료품비(월 평균액) : 58,635엔 (2010년 총 세대 평균) [전년 대비 각 항목 1.1% 감소, 실질적으로는 0.8% 감소] → 엥겔계수 (소비지출 중에서 식료품비가 차지하는 비율) : 23.2%

* 「총 세대」 : 「2인 이상 세대」와 「단독 세대」를 합친 세대 (평균 세대 인원 : 2.47명, 세대주 평균 연령 : 56.4세)

* 참고 : 총무성 〈가계조사연보(2010년)〉

### 6) 인터넷, 브로드밴드 보급상황

○ 인터넷 이용자수 : 9,462만 명 [인구보급률 : 78.2%] (2010년 12월 말)

《이용단말기별》

컴퓨터 : 8,706만 명 (2010년 12월 말)

휴대전화・PHS・PDA・태블릿 등 : 7,878만 명 (2010년 12월 말)

가정용 게임기・TV 등　　: 715만 명 (2010년 12월 말)

○ 브로드밴드 계약수 : 3,459만 계약 (2010년 12월 말)

《회선 종류별》

FTTH : 1,977만 계약 (2010년 12월 말)

DSL : 859만 계약 (2010년 12월 말)

CATV : 568만 계약 (2010년 12월 말)

FWA(고정무선회선) : 1만 계약 (2010년 12월 말)

BWA(무선 브로드밴드 회선(Broadband Wireless Access)) : 53만 계약 (2010년 12월 말)

* 참고 : 총무성 〈정보통신백서(2011년)〉

### 7) 휴대전화, PHS 보급상황

○ 휴대전화 계약수 : 12,176만 계약 (2011년 12월 말)

《사업자별》

NTT 도코모 : 5,962만 계약 [점유율 : 49.0%] (2011년 12월 말)

au : 3,430만 계약 [점유율 : 28.2%] (2011년 12월 말)

소프트뱅크 : 2,784만 계약 [점유율 : 22.9%] (2011년 12월 말)

* 2011년 12월부터 e Access 주식회사(EMOBILE) 정보제공 중단

○ 휴대 IP접속 서비스 계약수 : 10,112만 계약 (2011년 12월 말)

《서비스별》

NTT 도코모【i모드 / sp모드】 : 5,171만 계약 [점유율 : 51.1%] (2011년 12월 말)

au【EZweb / ISNET】 : 2,808만 계약 [점유율 : 27.8%] (2011년 12월 말)

소프트뱅크【Yahoo! ケータイ(Yahoo! 휴대폰) 등】 : 2,133만 계약 [점유율 : 21.1%] (2011년 12월 말)

○ PHS 계약수 《윌콤》 : 431만 계약 (2011년 12월 말)

○ BWA(무선 브로드밴드 회선(Broadband Wireless Access)) 계약수 : 169만 계약 (2011년 12월 말)

○ 무선 호출기(pager, bleeper, pocket bell) 계약수 : 15만 계약 (2011년 11월 말)

# 제2장 한국 게임이용자의 현황 및 특성

## 제1절 조사개요

### 1. 조사목적

○ 본 조사는 게임산업 현황 및 동향 파악을 위한 조사로서, 게임산업의 최종 소비자인 일반국민의 게임이용률 변화추이와 게임관련 이용실태, 게임 이용특성 등을 파악하고자 함

○ 또한 게임 콘텐츠 이용자에 대한 합리적인 정책수립과 기업의 비즈니스 마케팅 활동을 지원하는 근거지표로 활용하기 위해 본 조사를 실시함

### 2. 조사방법

| | |
|---|---|
| 조 사 모 집 단 | 만 9~49세 일반국민 중 최근 6개월 내(조사시점 기준) 게임관련 상품구입 및 이용경험자 |
| 조 사 지 역 | 서울, 부산, 대구, 광주, 대전 |
| 자 료 수 집 방 법 | On-line 조사 |
| 표 본 틀 | 2010년도 전국 인구 총 조사 |
| 표 본 추 출 방 법 | 지역/성/연령별 인구크기를 고려한 비례할당 |
| 표 본 수 | 1,700명 |
| 조 사 주 기 | 연 1회 |
| 조 사 기 간 | 2012년 1월 27일 ~ 2012년 2월 7일 |

### 3. 자료처리 및 분석방법

○ 수집된 자료는 Editing - Coding - Punching - Cleaning 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS 13.0 for Windows로 분석함

### 4. 조사대상자의 인구사회학적 특성

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| 전 체 | | 1,700 | 100.0 |
| ▣ 지 역 | 서울 | 912 | 53.6 |
| | 부산 | 296 | 17.4 |
| | 대구 | 221 | 13.0 |

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| | 광주 | 132 | 7.8 |
| | 대전 | 139 | 8.2 |
| ▣ 성 별 | 남자 | 866 | 50.9 |
| | 여자 | 834 | 49.1 |
| ▣ 연 령 | 만 9~14세 | 133 | 7.8 |
| | 만 15~19세 | 247 | 14.5 |
| | 만 20~24세 | 141 | 8.3 |
| | 만 25~29세 | 260 | 15.3 |
| | 만 30~34세 | 255 | 15.0 |
| | 만 35~39세 | 201 | 11.8 |
| | 만 40~44세 | 329 | 19.4 |
| | 만 45~49세 | 134 | 7.9 |
| ▣ 연 령 구 분 | 만 9~24세 | 521 | 30.6 |
| | 만 9~24세의 청소년을 둔 학부모 | 382 | 22.5 |
| | 기타 | 797 | 46.9 |
| ▣ 결 혼 여 부 | 미혼 | 1,011 | 59.5 |
| | 기혼 | 689 | 40.5 |
| ▣ 직 업 | 자영업 | 86 | 5.1 |
| | 판매/서비스 | 61 | 3.6 |
| | 기능/숙련직 | 21 | 1.2 |
| | 일반 작업직 | 13 | 0.8 |
| | 사무/ 기술직 | 577 | 33.9 |
| | 경영/ 관리직 | 59 | 3.5 |
| | 전문/ 자유직 | 72 | 4.2 |
| | 가정주부 | 160 | 9.4 |
| | 학생 | 560 | 32.9 |
| | 무직 | 41 | 2.4 |
| | 기타 | 50 | 2.9 |
| ▣ 최 종 학 력 | 초등학교 재학/졸업 | 122 | 7.2 |
| | 중학교 재학/졸업 | 34 | 2.0 |
| | 고등학교 재학/졸업 | 343 | 20.2 |
| | 대학교 재학/졸업 | 1,033 | 60.8 |
| | 대학원 이상 | 168 | 9.9 |
| ▣ 주관적 생활수준 | 하 | 115 | 6.8 |
| | 중하 | 553 | 32.5 |
| | 중 | 597 | 35.1 |
| | 중상 | 373 | 21.9 |

| | | 결 과 | |
|---|---|---|---|
| | | 사례수 | 비율(%) |
| | 상 | 62 | 3.6 |
| ▣ 월평균 가구 소득 | 100만원 미만 | 65 | 3.8 |
| | 100~200만원 미만 | 187 | 11.0 |
| | 200~300만원 미만 | 243 | 14.3 |
| | 300~400만원 미만 | 404 | 23.8 |
| | 400~500만원 미만 | 381 | 22.4 |
| | 500만원 이상 | 420 | 24.7 |

## 제2절 조사결과

### 1. 게임 일반에 대한 이용행태

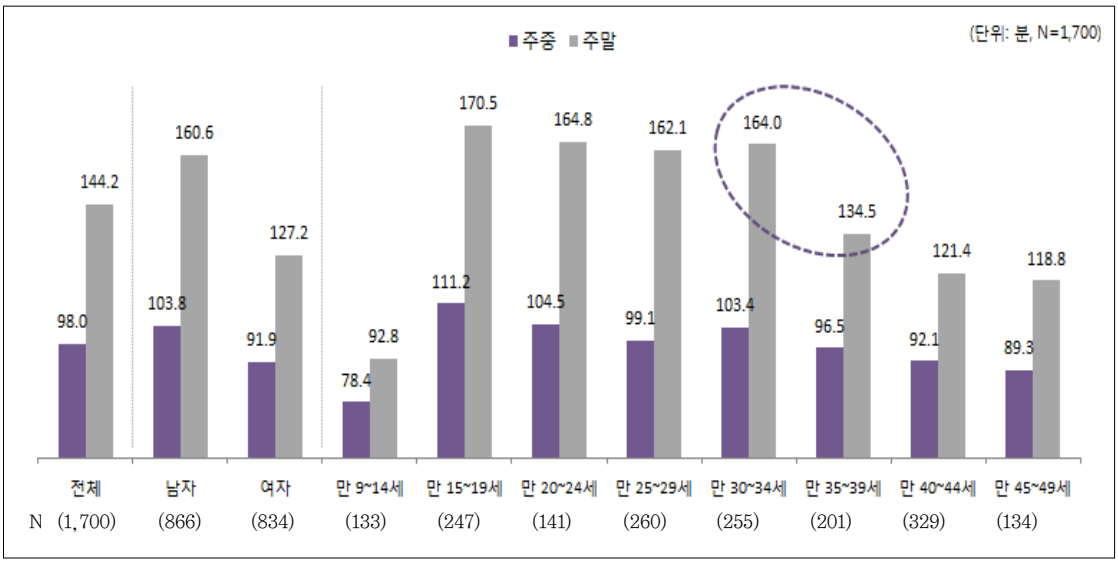
#### 1) 1일 평균 게임 이용시간

○ 게임 이용자의 1일 평균 게임 이용시간은 '주중' 98.0분, '주말' 144.2분으로 나타남

○ 남자의 1일 평균 게임 이용시간은 '주중' 103.8분, '주말' 160.6분이며, 여자의 경우 '주중' 91.9분, '주말' 127.2분으로 전반적으로 남자의 게임 이용시간이 여자에 비해 상대적으로 높게 나타남. 또한 남자와 여자의 '주중' 게임 이용시간은 남자가 11.9분 더 많은 반면, '주말' 게임 이용시간은 남자가 33.4분 더 많은 것으로 나타나 요일별 게임 이용시간에도 차이를 보임

○ 전반적으로 만 9~14세를 제외하고 연령이 높을수록 1일 평균 게임 이용시간이 적어지며, 특히 '주말'의 경우 만 34세 이후 게임 이용시간이 급격히 감소하는 형태를 보임

<그림 2-2-1> 1일 평균 게임 이용시간-한국



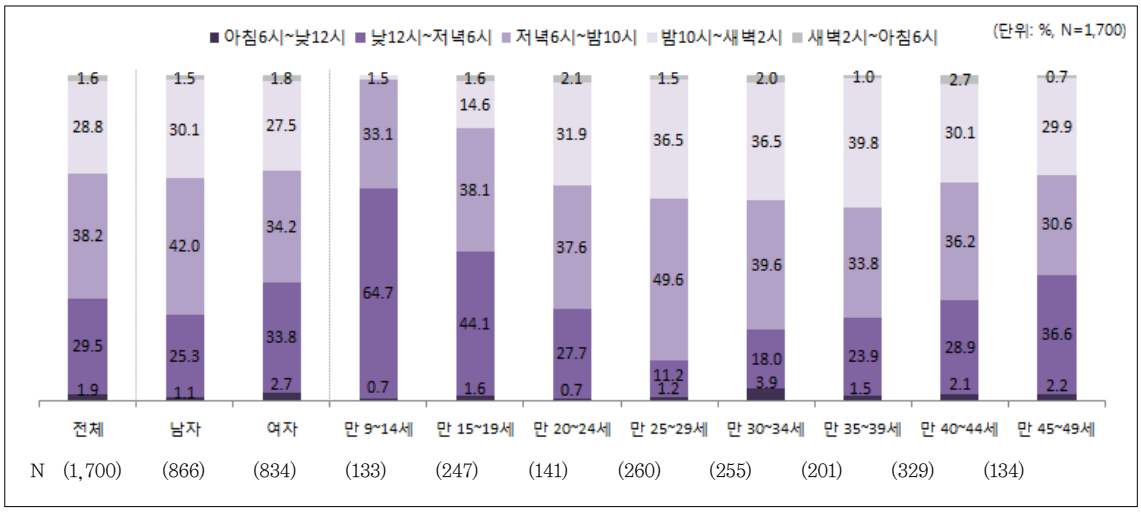
## 2) 게임 주 이용 시간대

○ 응답자들이 게임을 주로 이용하는 시간대는 '저녁6시~밤10시'가 38.2%로 가장 높았고, '낮12시~저녁6시'(29.5%), '밤10시~새벽2시'(28.8%)의 순으로 나타남

○ 남자는 '저녁6시~밤10시'에 게임을 주로 이용하는 비중이 42.0%로 가장 높았으나, 여자의 경우 '저녁6시~밤10시'와 '낮12시~저녁6시'에 이용하는 비중이 각 34.2%, 33.8%로 비슷한 수준인 것으로 나타남

○ 만9~19세, 만45~49세의 경우 '낮12시~저녁6시'에 게임을 주로 이용하는 비중이 가장 높았고, 만20~34세, 만40~44세는 '저녁6시~밤10시'에 이용하는 비중이 가장 높았으며, 만35~39세는 '밤10시~새벽2시'에 이용하는 비중이 가장 높게 나타남

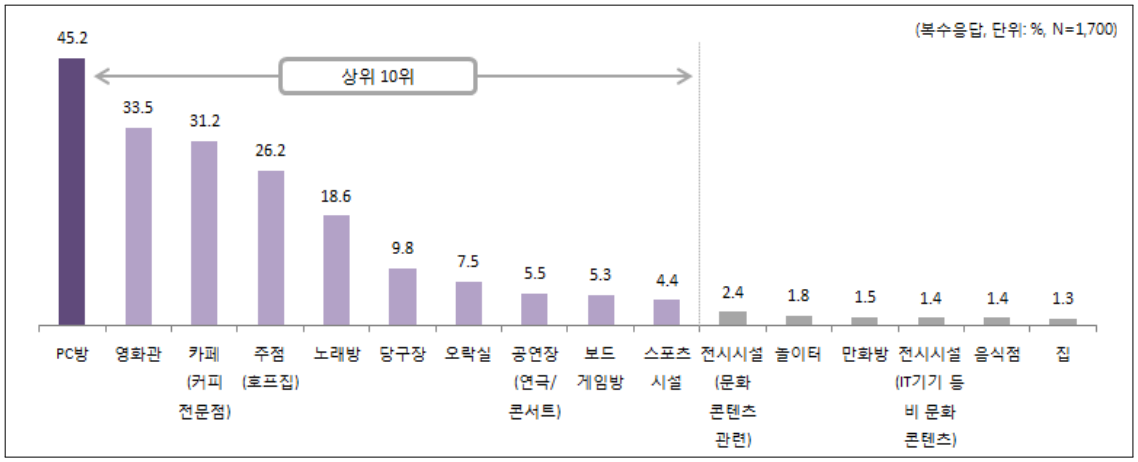
**<그림 2-2-2> 게임 주 이용 시간대-한국**




## 3) 여가시간에 즐겨하는 활동

○ 여가시간에 즐겨하는 활동은 'PC방'이 45.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '영화관'(33.5%), '카페(커피 전문점)'(31.2%), '주점(호프집)'(26.2%), '노래방'(18.6%)의 순으로 나타남

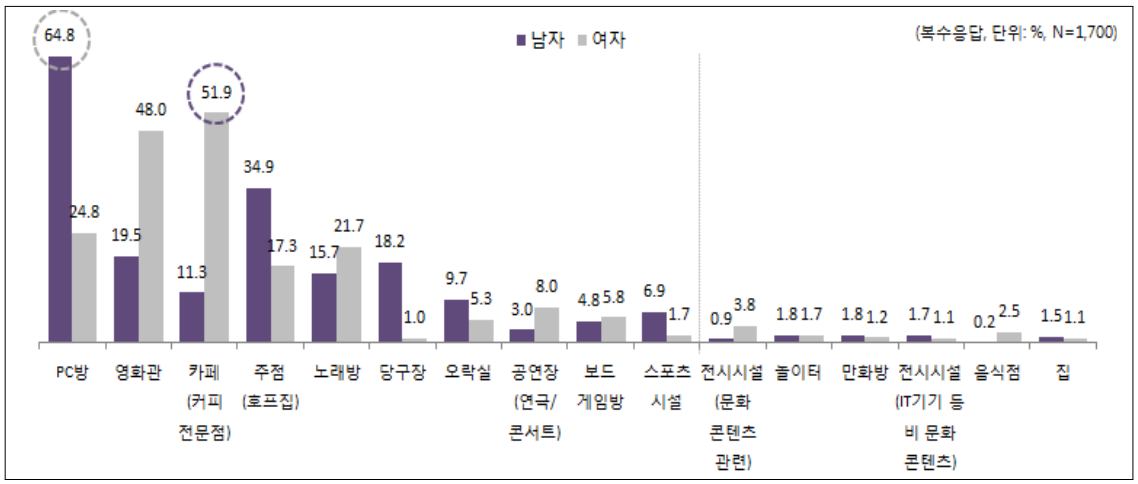
**<그림 2-2-3> 여가시간에 즐겨하는 활동-한국**



* 1% 이상만 제시함

○ 남자는 여가시간에 즐겨하는 활동으로 'PC방'이 64.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '주점(호프집)'(34.9%), '영화관'(19.5%), '당구장'(18.2%), '노래방'(15.7%)의 순으로 나타남.
여자의 경우 '카페(커피전문점)'이 51.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '영화관'(48.0%), 'PC방'(24.8%), '노래방'(21.7%), '주점(호프집)'(17.3%)의 순으로 나타남

**<그림 2-2-4> 성별 여가시간에 즐겨하는 활동-한국**




○ 만9~39세는 여가시간에 즐겨하는 활동으로 'PC방'이 가장 높게 나타났으며, 만40~44세는 '주점(호프집)'이 39.5%로 가장 높았고, 만45~49세는 '카페(커피전문점)'이 41.8%로 가장 높았음

**<표 2-2-1> 연령별 여가시간에 즐겨하는 활동-한국**

(복수응답, 단위: %, N=1,700)

| 활동 / 응답자 | PC방 | 영화관 | 카페 (커피 전문점) | 주점 (호프집) | 노래방 | 당구장 | 오락실 | 공연장 (연극/ 콘서트) | 보드 게임방 | 스포츠 시설 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 만 9~14세 | 41.4 | 25.6 | 1.5 | 0.0 | 30.1 | 0.0 | 16.5 | 0.0 | 2.3 | 7.5 |
| 만 15~19세 | 59.9 | 39.3 | 25.1 | 4.0 | 41.7 | 5.3 | 9.3 | 2.4 | 4.5 | 0.4 |
| 만 20~24세 | 46.1 | 45.4 | 43.3 | 15.6 | 22.0 | 3.5 | 7.1 | 3.5 | 5.7 | 1.4 |
| 만 25~29세 | 56.9 | 28.8 | 32.7 | 30.0 | 10.8 | 10.4 | 10.0 | 5.4 | 5.8 | 3.5 |
| 만 30~34세 | 51.0 | 35.7 | 31.8 | 30.6 | 9.8 | 11.0 | 7.1 | 7.5 | 6.3 | 3.5 |
| 만 35~39세 | 44.3 | 30.8 | 30.8 | 39.8 | 10.4 | 18.9 | 1.5 | 5.5 | 5.5 | 3.5 |
| 만 40~44세 | 31.9 | 30.7 | 37.1 | 39.5 | 13.7 | 11.2 | 6.1 | 8.5 | 5.8 | 6.4 |
| 만 45~49세 | 20.9 | 33.6 | 41.8 | 35.8 | 17.9 | 13.4 | 4.5 | 7.5 | 5.2 | 11.2 |

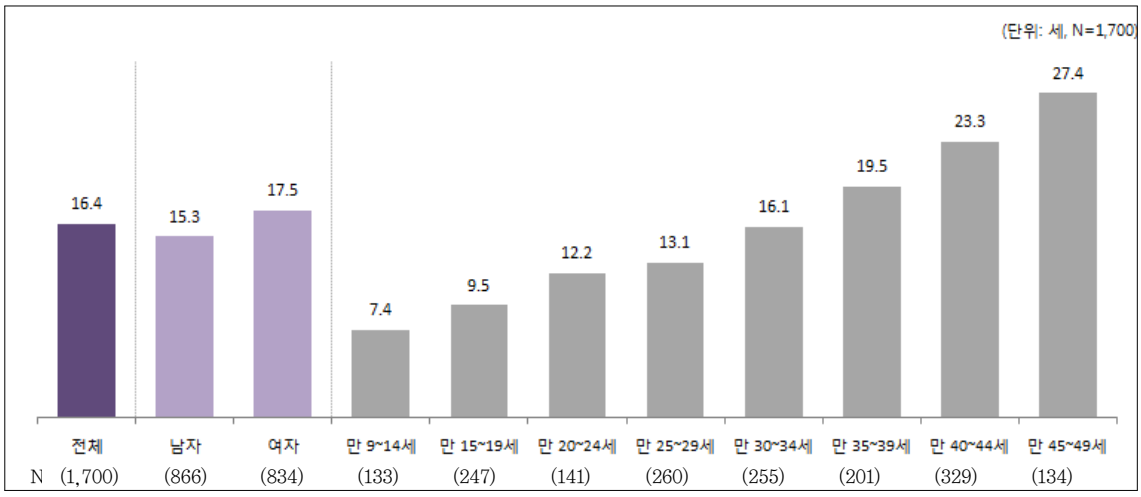
* 상위 10위만 제시

### 4) 게임을 처음 접한 시기

○ 응답자들이 게임을 처음 접한 시기는 평균 16.4세로 나타났으며, 남자의 경우 게임을 처음 접한 시기가 평균 15.3세로 여자(17.5세)에 비해 다소 이른 것으로 나타남

○ 만 19세 이하는 게임을 처음 접한 시기가 평균 10세 미만인 것으로 나타났고, 만20~39세 연령층은 평균 10대에 게임을 처음 접한 것으로 나타났으며, 만 40세 이상은 평균 20대에 게임을 처음 접한 것으로 나타남

**<그림 2-2-5> 게임을 처음 접한 시기-한국**




○ 게임을 처음 접한 시기는 '9~14세'가 29.2%로 가장 많았으며, '9세 미만'은 19.6%로 나타남

**<표 2-2-2> 게임을 처음 접한 시기-한국**

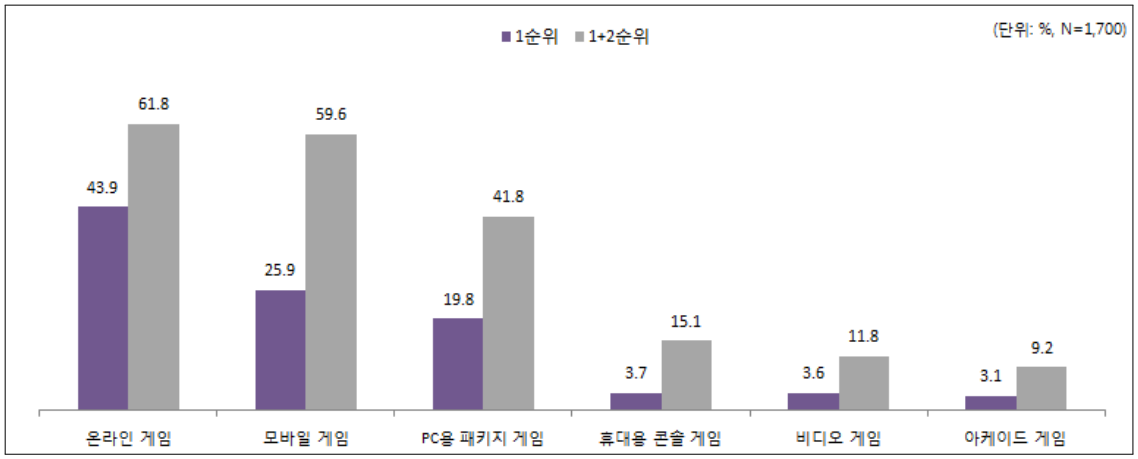
(단위: %, N=1,700)

| 응답자 \ 시기 | | 9세 미만 | 9~14세 | 15~19세 | 20~24세 | 25~29세 | 30~34세 | 35~39세 | 40~44세 | 45~49세 | 평균(세) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 19.6 | 29.2 | 18.4 | 14.4 | 6.8 | 6.6 | 3.1 | 1.7 | 0.2 | 16.4 |
| 성 | 남자 | 23.2 | 31.1 | 17.9 | 12.8 | 6.0 | 5.6 | 2.5 | 0.8 | 0.1 | 15.3 |
| | 여자 | 15.8 | 27.2 | 19.0 | 16.1 | 7.7 | 7.8 | 3.6 | 2.6 | 0.2 | 17.5 |
| 연령 | 만 9~14세 | 73.7 | 26.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 7.4 |
| | 만 15~19세 | 44.1 | 49.0 | 6.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.5 |
| | 만 20~24세 | 18.4 | 55.3 | 21.3 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.2 |
| | 만 25~29세 | 17.3 | 43.1 | 33.4 | 5.8 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.1 |
| | 만 30~34세 | 10.2 | 25.9 | 29.8 | 27.4 | 5.1 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16.1 |
| | 만 35~39세 | 9.4 | 16.4 | 19.9 | 24.9 | 16.9 | 7.5 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 19.5 |
| | 만 40~44세 | 2.7 | 14.0 | 14.6 | 21.3 | 16.7 | 18.8 | 7.9 | 4.0 | 0.0 | 23.3 |
| | 만 45~49세 | 0.8 | 3.7 | 11.2 | 24.6 | 9.7 | 23.9 | 12.0 | 11.9 | 2.2 | 27.4 |

### 5) 주로 이용하는 게임 분야

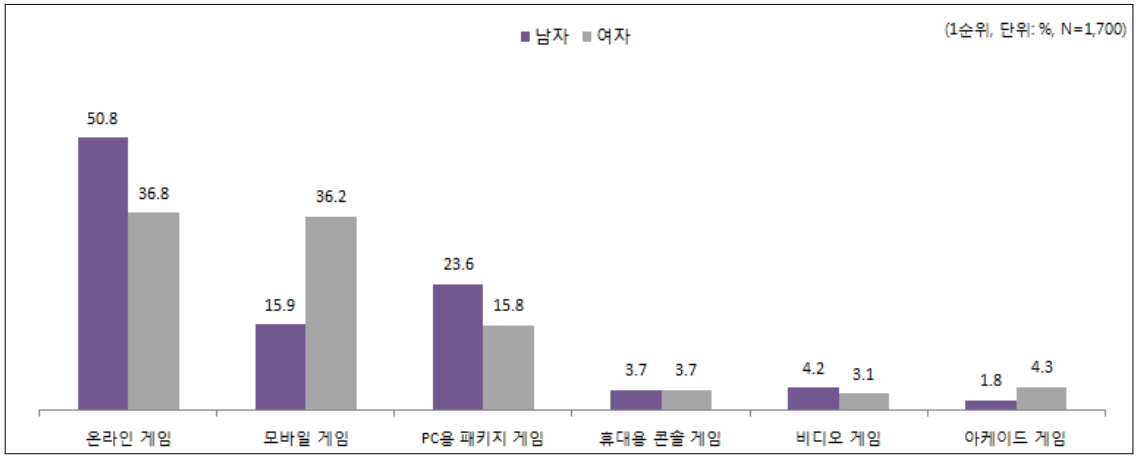
○ 주로 이용하는 게임 분야는 '온라인 게임'이 43.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '모바일 게임(25.9%)', 'PC용 패키지 게임(19.8%)'의 순으로 나타남

**<그림 2-2-6> 주로 이용하는 게임 분야-한국**




○ 남자는 주로 이용하는 게임 분야로 '온라인 게임'을 선택한 비중이 절반이상인 50.8%로 다른 게임 분야에 비해 압도적으로 높게 나타났으나, 여자의 경우 주로 이용하는 게임분야로 '온라인 게임'과 '모바일 게임'을 선택한 비중이 각각 36.8%, 36.2%로 비슷하게 높게 나타남

**<그림 2-2-7> 성별 주로 이용하는 게임 분야-한국**

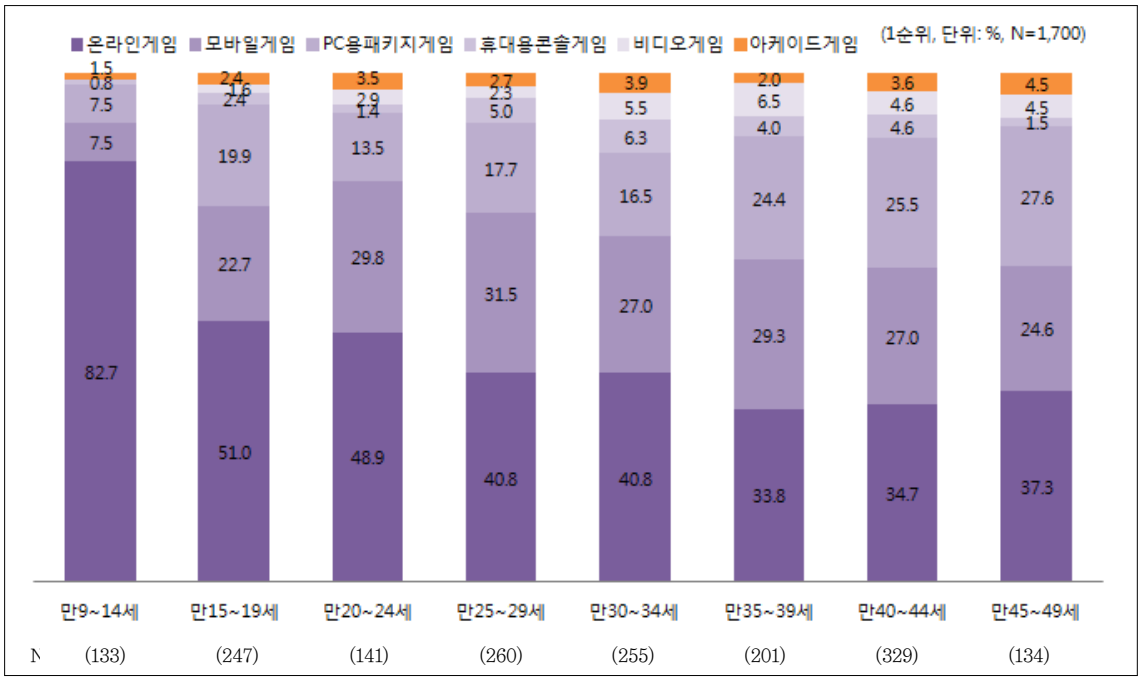



○ 전연령층에서 주로 이용하는 게임 분야로 '온라인 게임'을 가장 많이 선택했으나, 고연령층으로 갈수록 저연령층에 비해 상대적으로 '온라인 게임'의 비중이 낮아지는 경향을 보임.

○ 응답자들이 '온라인 게임' 다음으로 주로 이용하는 게임 분야로 '모바일 게임'과 'PC용 패키지 게임'을 선택했는데, '모바일 게임'은 만25~29세 연령층에서 31.5%로 가장 높게 나타났고, 'PC용 패키지 게임'은 만45~49세 연령층에서 27.6%로 가장 높게 나타남. 특히 만45~49세 연령층에서는 주로 이용하는 게임 분야

로 '모바일 게임' 보다 'PC용 패키지 게임'을 더 많이 선택한 것으로 나타남

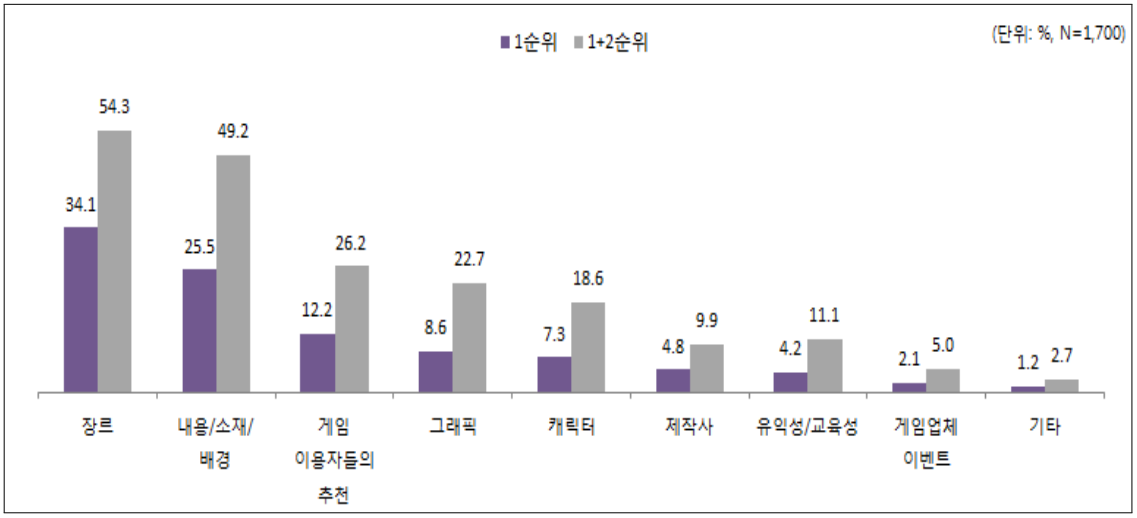
**<그림 2-2-8> 연령별 주로 이용하는 게임 분야-한국**




## 6) 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

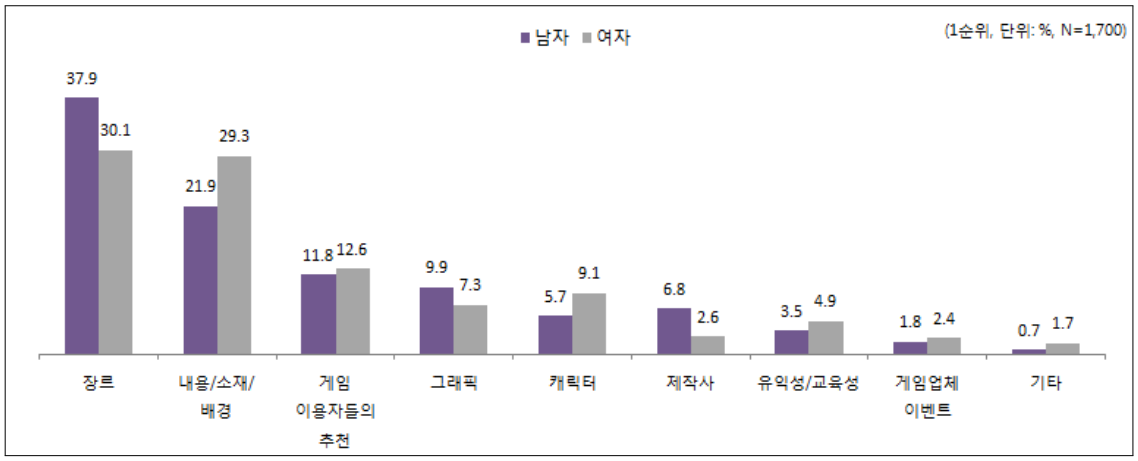
○ 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소로는 '장르'가 34.1%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '내용/소재/배경'(25.5%), '게임 이용자들의 추천'(12.2%)의 순으로 나타남

**<그림 2-2-9> 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국**




○ 남자는 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소로 '장르'를 선택한 비중이 37.9%로 가장 높게 나타났으며, 여자의 경우 '장르'와 '내용/소재/배경'을 선택한 비중이 각 30.1%, 29.3%로 비슷하게 높았음

<그림 2-2-10> 성별 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국




○ 만9~39세는 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소로 '장르'를 가장 많이 선택했으며, 만40~49세는 '내용/소재/배경'을 가장 많이 선택함

<표 2-2-3> 연령별 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소-한국

(1순위, 단위: %, N=1,700)

| 요소 / 응답자 | 장르 | 내용/소재/배경 | 게임 이용자들의 추천 | 그래픽 | 캐릭터 | 제작사 | 유익성/교육성 | 게임업체 이벤트 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 만 9~14세 | 49.6 | 9.0 | 13.5 | 2.3 | 19.5 | 5.3 | 0.8 | 0.0 | 0.0 |
| 만 15~19세 | 39.7 | 20.7 | 12.6 | 9.7 | 8.9 | 2.8 | 1.6 | 2.4 | 1.6 |
| 만 20~24세 | 38.3 | 20.6 | 9.9 | 12.8 | 10.6 | 3.6 | 1.4 | 0.7 | 2.1 |
| 만 25~29세 | 37.7 | 26.2 | 14.6 | 6.9 | 5.8 | 3.5 | 2.7 | 1.5 | 1.1 |
| 만 30~34세 | 31.0 | 24.7 | 16.5 | 12.1 | 4.7 | 5.1 | 3.5 | 1.6 | 0.8 |
| 만 35~39세 | 31.8 | 27.9 | 10.4 | 8.9 | 4.5 | 6.0 | 7.0 | 3.0 | 0.5 |
| 만 40~44세 | 26.8 | 30.7 | 9.1 | 7.9 | 6.1 | 7.0 | 7.3 | 3.6 | 1.5 |
| 만 45~49세 | 23.9 | 40.3 | 9.7 | 6.7 | 4.5 | 3.7 | 7.5 | 2.2 | 1.5 |

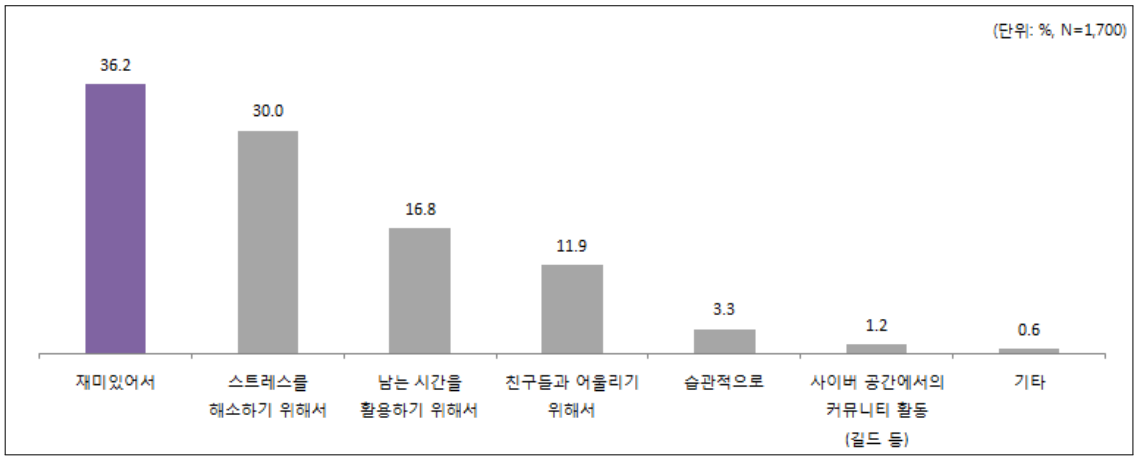
## 2. 게임 일반에 대한 인식 및 전망

### 1) 게임을 하는 이유

○ 게임을 하는 이유로는 '재미있어서'가 36.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '스트레스를 해소하기 위해서'(30.0%), '남는 시간을 활용하기 위해서'(16.8%)의 순으로 나타남

○ 만29세 이하 연령층의 경우 게임을 하는 이유로 '재미있어서'를 가장 많이 선택했으며, 만30세 이상 연령층은 '스트레스를 해소하기 위해서'라는 응답이 가장 많았음

<그림 2-2-11> 게임을 하는 이유-한국




<표 2-2-4> 게임을 하는 이유-한국

(단위: %, N=1,700)

| 응답자 \ 이유 | | 사례수 (명) | 재미있어서 | 스트레스를 해소하기 위해서 | 남는 시간을 활용하기 위해서 | 친구들과 어울리기 위해서 | 습관적으로 | 사이버공간에서의 커뮤니티 활동 (길드 등) | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,700 | 36.2 | 30.0 | 16.8 | 11.9 | 3.3 | 1.2 | 0.6 |
| 성 | 남자 | 866 | 33.7 | 31.5 | 13.3 | 16.4 | 2.9 | 1.7 | 0.5 |
| | 여자 | 834 | 38.9 | 28.3 | 20.4 | 7.3 | 3.7 | 0.7 | 0.7 |
| 연령 | 만 9~14세 | 133 | 65.4 | 7.5 | 9.8 | 13.5 | 2.3 | 0.8 | 0.7 |
| | 만 15~19세 | 247 | 54.3 | 19.0 | 8.9 | 13.4 | 2.4 | 1.6 | 0.4 |
| | 만 20~24세 | 141 | 44.0 | 22.0 | 13.5 | 19.1 | 1.4 | 0.0 | 0.0 |
| | 만 25~29세 | 260 | 33.8 | 29.6 | 15.0 | 16.2 | 3.5 | 1.1 | 0.8 |
| | 만 30~34세 | 255 | 26.3 | 31.8 | 21.9 | 15.3 | 3.1 | 1.6 | 0.0 |
| | 만 35~39세 | 201 | 29.9 | 37.3 | 17.4 | 10.4 | 3.5 | 0.5 | 1.0 |
| | 만 40~44세 | 329 | 26.7 | 37.4 | 22.5 | 5.8 | 5.2 | 1.5 | 0.9 |
| | 만 45~49세 | 134 | 22.4 | 48.5 | 20.2 | 3.0 | 3.0 | 2.2 | 0.7 |

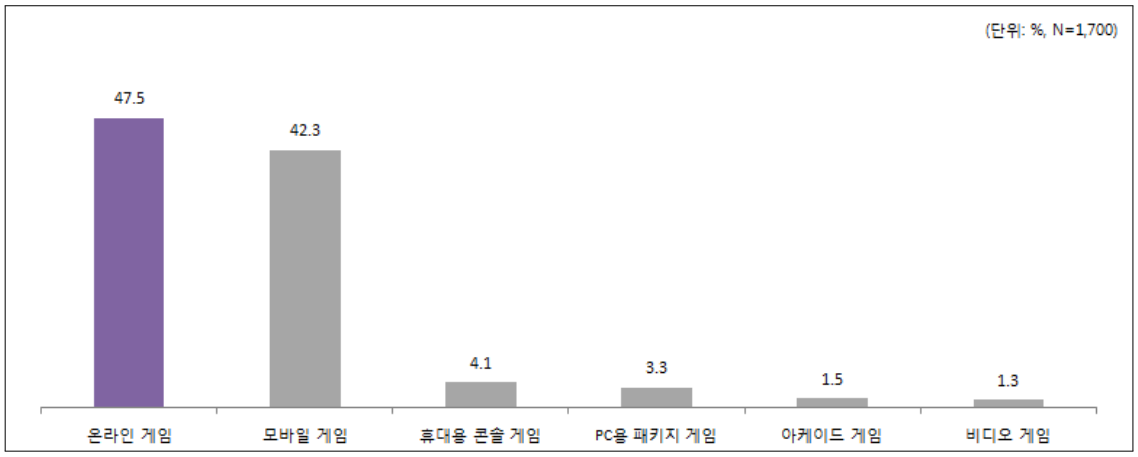
## 2) 향후 게임시장을 주도할 플랫폼

○ 향후 게임시장을 주도할 플랫폼으로 '온라인 게임'을 선택한 비중이 47.5%로 가장 높았고, 다음으로 '모바일 게임'을 42.3%가 선택해 약 90%가 '온라인 게임'과 '모바일 게임'을 향후 게임시장을 주도할 플랫폼이라고 생각하는 것으로 나타남

○ 남자는 향후 게임시장을 주도할 플랫폼으로 '온라인 게임'을 선택한 비중이 54.5%로 가장 높았고, 여자의 경우 '모바일 게임'을 선택한 비중이 47.4%로 가장 높았음

○ 저연령층에서는 향후 게임시장을 주도할 플랫폼이 '온라인 게임'이라고 생각하는 비중이 높았으며, 고연령층에서는 '모바일 게임'이라고 생각하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

<그림 2-2-12> 향후 게임시장을 주도할 플랫폼-한국




<표 2-2-5> 향후 게임시장을 주도할 플랫폼-한국

(단위: %, N=1,700)

| 응답자 \ 플랫폼 | | 사례수 (명) | 온라인 게임 | 모바일 게임 | 휴대용 콘솔 게임 | PC용 패키지 게임 | 아케이드 게임 | 비디오 게임 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,700 | 47.5 | 42.3 | 4.1 | 3.3 | 1.5 | 1.3 |
| 성 | 남자 | 866 | 54.5 | 37.5 | 2.4 | 3.1 | 1.4 | 1.1 |
| | 여자 | 834 | 40.2 | 47.4 | 5.9 | 3.5 | 1.5 | 1.5 |
| 연령 | 만 9~14세 | 133 | 69.9 | 21.0 | 0.0 | 6.8 | 2.3 | 0.0 |
| | 만 15~19세 | 247 | 57.9 | 33.6 | 2.0 | 4.9 | 0.8 | 0.8 |
| | 만 20~24세 | 141 | 51.1 | 38.3 | 4.3 | 2.1 | 2.8 | 1.4 |
| | 만 25~29세 | 260 | 45.0 | 46.9 | 2.7 | 1.9 | 1.6 | 1.9 |
| | 만 30~34세 | 255 | 45.1 | 43.1 | 6.7 | 3.1 | 0.8 | 1.2 |
| | 만 35~39세 | 201 | 39.3 | 47.7 | 6.0 | 4.0 | 0.5 | 2.5 |
| | 만 40~44세 | 329 | 38.9 | 49.6 | 5.2 | 2.7 | 2.1 | 1.5 |
| | 만 45~49세 | 134 | 44.8 | 47.7 | 4.5 | 1.5 | 1.5 | 0.0 |

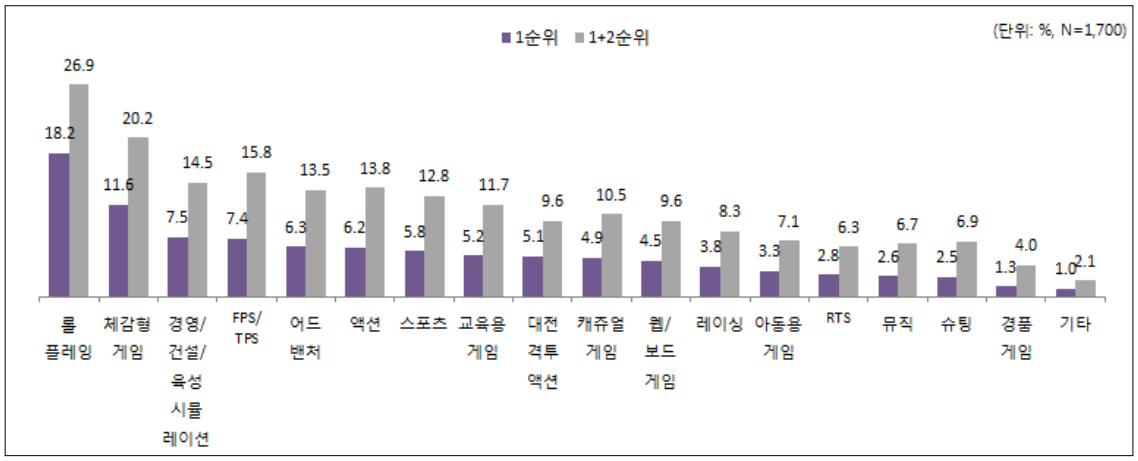
### 3) 향후 게임시장을 주도할 장르

○ 향후 게임시장을 주도할 장르로 '롤플레잉'을 선택한 비중이 18.2%로 가장 높았고, 다음으로 '체감형 게임'(11.6%), '경영/건설/육성 시뮬레이션'(7.5%), 'FPS/TPS'(7.4%)의 순으로 나타남

○ 남자는 향후 게임시장을 주도할 장르로 '롤플레잉'을 선택한 비중이 23.1%로 가장 높았고, 여자의 경우 '체감형 게임'을 선택한 비중이 14.1%로 가장 높았음

○ 저연령층에서는 향후 게임시장을 주도할 장르가 '롤플레잉'이라고 생각하는 비중이 높았으며, 고연령층에서는 '체감형 게임'이라고 생각하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

<그림 2-2-13> 향후 게임시장을 주도할 장르-한국




<표 2-2-6> 향후 게임시장을 주도할 장르-한국

(1순위, 상위 10위, 단위: %, N=1,700)

| 응답자 \ 장르 | | 사례수(명) | 롤 플레잉 | 체감형 게임 | 경영/건설/육성 시뮬레이션 | FPS/TPS | 어드밴처 | 액션 | 스포츠 | 교육용 게임 | 대전 격투 액션 | 캐쥬얼 게임 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,700 | 18.2 | 11.6 | 7.5 | 7.4 | 6.3 | 6.2 | 5.8 | 5.2 | 5.1 | 4.9 |
| 성 | 남자 | 866 | 23.1 | 9.1 | 5.7 | 11.0 | 4.4 | 6.9 | 6.8 | 3.5 | 4.8 | 4.3 |
| | 여자 | 834 | 13.1 | 14.1 | 9.4 | 3.6 | 8.3 | 5.4 | 4.7 | 7.1 | 5.3 | 5.6 |
| 연령 | 만 9~14세 | 133 | 21.1 | 3.0 | 2.3 | 10.5 | 0.7 | 18.0 | 3.8 | 2.3 | 4.5 | 12.0 |
| | 만 15~19세 | 247 | 14.6 | 10.1 | 8.9 | 15.8 | 6.9 | 6.1 | 4.5 | 2.0 | 3.2 | 5.7 |
| | 만 20~24세 | 141 | 24.8 | 12.8 | 8.5 | 9.9 | 5.0 | 7.8 | 1.4 | 0.7 | 4.3 | 4.3 |
| | 만 25~29세 | 260 | 22.3 | 10.4 | 11.2 | 6.2 | 3.1 | 2.3 | 7.3 | 3.5 | 6.5 | 6.9 |
| | 만 30~34세 | 255 | 23.1 | 11.8 | 8.2 | 4.7 | 7.5 | 4.3 | 3.9 | 5.5 | 3.9 | 5.1 |
| | 만 35~39세 | 201 | 17.4 | 11.9 | 6.5 | 5.0 | 11.9 | 4.0 | 6.9 | 6.0 | 6.4 | 3.0 |
| | 만 40~44세 | 329 | 13.1 | 14.9 | 5.5 | 5.5 | 7.3 | 6.1 | 6.7 | 10.3 | 4.6 | 2.4 |
| | 만 45~49세 | 134 | 11.2 | 14.9 | 6.7 | 1.5 | 5.2 | 7.5 | 11.2 | 8.2 | 8.2 | 2.2 |

## 3. 온라인 게임 이용 현황 및 특성

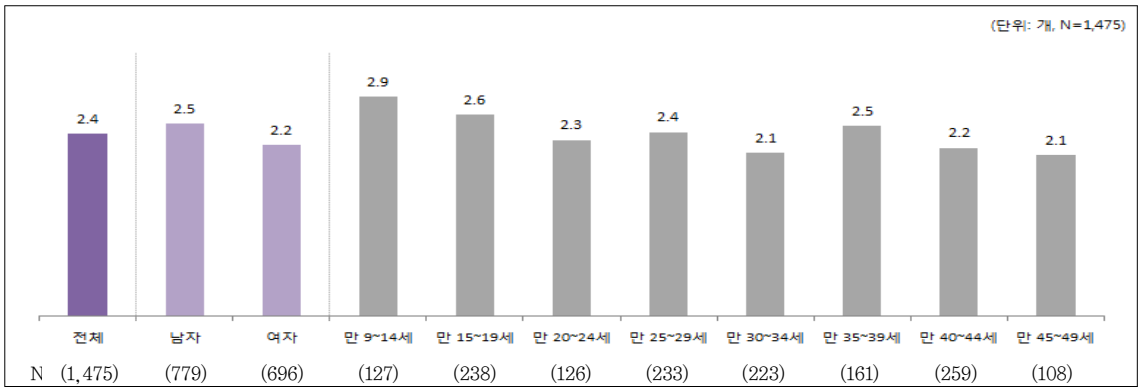
※ 온라인 게임 이용자를 대상으로 조사한 결과임

### 1) 온라인 게임 이용 개수

○ 온라인 게임 이용자들이 최근 6개월 이내(2011년 하반기~2012년 초) 온라인 게임을 이용한 개수는 평균 2.4개로 나타났으며, 남자의 최근 6개월 이내 온라인 게임 이용 개수는 평균 2.5개로 여자(2.2개)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만9~14세의 온라인 게임 평균 이용 개수가 2.9개로 가장 많았고, 다음으로 만15~19세(2.6개), 만 35~39세(2.5개)의 순으로 나타남

<그림 2-2-14> 온라인 게임 이용 개수-한국




<표 2-2-7> 온라인 게임 이용 개수-한국

(단위: %, N=1,475)

| 응답자 \ 이용 개수 | | 사례수(명) | 1개 | 2~5개 | 6~10개 | 11~20개 | 21개 이상 | 평균(개) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,475 | 29.0 | 67.6 | 2.7 | 0.6 | 0.1 | 2.4 |
| 성 | 남자 | 779 | 25.3 | 70.5 | 3.4 | 0.8 | 0.0 | 2.5 |
| | 여자 | 696 | 33.2 | 64.4 | 1.9 | 0.4 | 0.1 | 2.2 |
| 연령 | 만 9~14세 | 127 | 11.0 | 86.6 | 1.6 | 0.0 | 0.8 | 2.9 |
| | 만 15~19세 | 238 | 26.9 | 66.0 | 5.9 | 1.2 | 0.0 | 2.6 |
| | 만 20~24세 | 126 | 34.1 | 64.3 | 0.8 | 0.8 | 0.0 | 2.3 |
| | 만 25~29세 | 233 | 30.9 | 64.8 | 3.4 | 0.9 | 0.0 | 2.4 |
| | 만 30~34세 | 223 | 31.4 | 67.7 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | 2.1 |
| | 만 35~39세 | 161 | 28.0 | 67.1 | 4.3 | 0.6 | 0.0 | 2.5 |
| | 만 40~44세 | 259 | 31.7 | 65.6 | 2.3 | 0.4 | 0.0 | 2.2 |
| | 만 45~49세 | 108 | 35.2 | 63.9 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 2.1 |

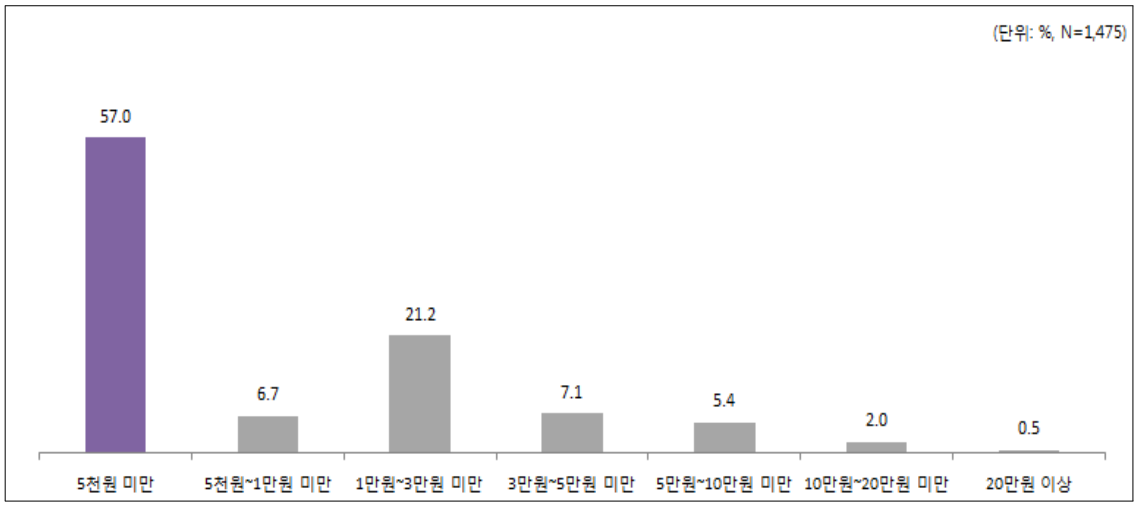
## 2) 온라인 게임 월 이용비

○ 온라인 게임 이용자들의 온라인 게임 월 이용비는 평균 17,608원으로 나타났으며, 남자의 온라인 게임 월 이용비는 평균 18,410원으로 여자(16,432원)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 온라인 게임 이용자들은 월 이용비의 약 53.6%인 9,441원을 게임 아이템 구입비로 사용하는 것으로 나타남

○ 만30~34세의 온라인 게임 월 이용비는 평균 22,216원으로 가장 많은 이용비를 지불하는 연령층으로 나타났고, 만9~14세는 이용비의 약 78.7%를 게임 아이템 구입비로 사용하는 것으로 조사되어 온라인 게임 월 이용비 대비 아이템 구입 비중이 가장 높은 연령층인 것으로 나타남

<그림 2-2-15> 온라인 게임 월 이용비-한국




<표 2-2-8> 온라인 게임 월 이용비-한국

(단위: %, N=1,475)

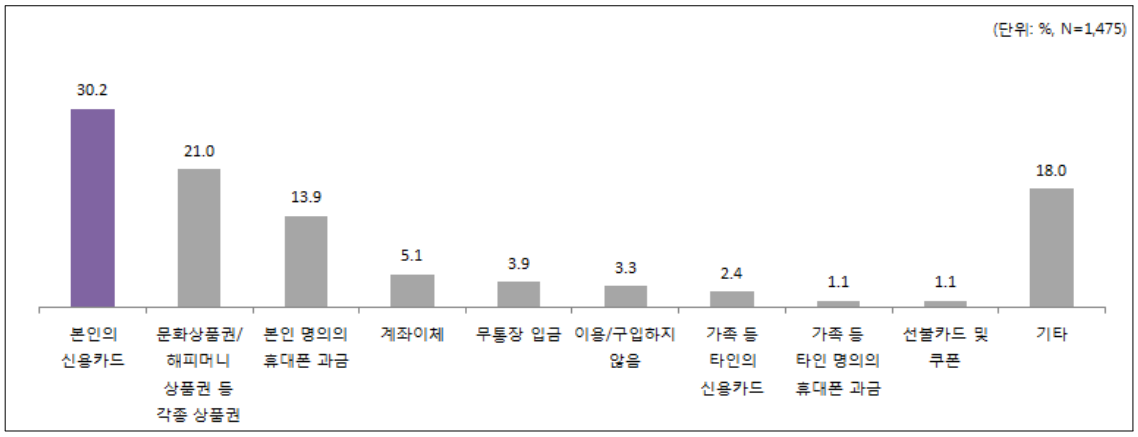
| 응답자 \ 월 이용비 | | 사례수 (명) | 5천원 미만 | 5천원~1만원 미만 | 1만원~3만원 미만 | 3만원~5만원 미만 | 5만원~10만원 미만 | 10만원~20만원 미만 | 20만원 이상 | 전체 평균 (원) | 게임 아이템 구입비 (원) | 월 이용비 대비 아이템 구입 비중(%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,475 | 57.0 | 6.7 | 21.2 | 7.1 | 5.4 | 2.1 | 0.5 | 17,608 | 9,441 | 53.6 |
| 성 | 남자 | 779 | 49.3 | 8.1 | 24.4 | 8.3 | 6.5 | 3.0 | 0.4 | 18,410 | 9,913 | 53.8 |
| | 여자 | 696 | 65.6 | 5.2 | 17.7 | 5.7 | 4.2 | 1.0 | 0.6 | 16,432 | 8,750 | 53.2 |
| 연령 | 만 9~14세 | 127 | 74.0 | 17.3 | 7.9 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 5,569 | 4,385 | 78.7 |
| | 만 15~19세 | 238 | 76.9 | 3.4 | 11.8 | 4.6 | 2.5 | 0.8 | 0.0 | 16,913 | 10,018 | 59.2 |
| | 만 20~24세 | 126 | 68.2 | 3.2 | 18.2 | 5.6 | 4.0 | 0.0 | 0.8 | 18,147 | 9,907 | 54.6 |
| | 만 25~29세 | 233 | 54.1 | 7.7 | 23.6 | 8.2 | 4.7 | 1.3 | 0.4 | 17,841 | 8,415 | 47.2 |
| | 만 30~34세 | 223 | 45.7 | 5.8 | 25.6 | 11.2 | 9.0 | 2.2 | 0.5 | 22,216 | 10,697 | 48.1 |
| | 만 35~39세 | 161 | 47.8 | 2.5 | 27.3 | 11.2 | 7.5 | 3.7 | 0.0 | 19,324 | 10,781 | 55.8 |
| | 만 40~44세 | 259 | 46.0 | 8.1 | 26.6 | 7.7 | 8.1 | 3.5 | 0.0 | 19,237 | 10,561 | 54.9 |
| | 만 45~49세 | 108 | 50.0 | 8.4 | 25.0 | 4.6 | 3.7 | 4.6 | 3.7 | 13,447 | 8,136 | 60.5 |

### 3) 온라인 게임 결제방식

○ 온라인 게임 결제방식으로는 '본인의 신용카드'가 30.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 '문화상품권/해피머니상품권 등 각종 상품권'(21.0%), '본인 명의의 휴대폰 과금'(13.9%)의 순으로 나타남

○ 연령별로는 만19세 이하의 연령층에서 온라인 게임 결재방식으로 '문화상품권/해피머니상품권 등 각종 상품권'을 이용하는 비중이 높았으며, 만20세 이상의 연령층에서는 '본인의 신용카드'를 이용하는 비중이 높았음

<그림 2-2-16> 온라인 게임 결제방식-한국




<표 2-2-9> 온라인 게임 결제방식-한국

(단위: %, N=1,475)

| 응답자 \ 결제방식 | | 사례수 (명) | 본인의 신용 카드 | 문화 상품권/ 해피머니 상품권 등 각종 상품권 | 본인 명의의 휴대폰과 금 | 계좌 이체 | 무통장 입금 | 이용/ 구입하지 않음 | 가족 등 타인의 신용 카드 | 가족 등 타인 명의의 휴대폰 과금 | 선불 카드 및 쿠폰 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,475 | 30.2 | 21.0 | 13.9 | 5.1 | 3.9 | 3.3 | 2.4 | 1.1 | 1.1 | 18.0 |
| 성 | 남자 | 779 | 35.6 | 20.3 | 12.7 | 4.9 | 5.0 | 2.8 | 2.3 | 1.2 | 1.1 | 14.1 |
| | 여자 | 696 | 24.1 | 21.8 | 15.2 | 5.3 | 2.6 | 3.9 | 2.5 | 1.2 | 1.0 | 22.4 |
| 연령 | 만 9~14세 | 127 | 0.0 | 41.7 | 3.9 | 0.0 | 1.6 | 38.6 | 1.6 | 8.6 | 2.4 | 1.6 |
| | 만 15~19세 | 238 | 0.0 | 47.0 | 2.1 | 8.0 | 7.6 | 0.0 | 10.5 | 0.8 | 1.3 | 22.7 |
| | 만 20~24세 | 126 | 30.2 | 19.0 | 10.3 | 11.9 | 3.2 | 0.0 | 1.6 | 0.0 | 0.8 | 23.0 |
| | 만 25~29세 | 233 | 43.8 | 13.3 | 15.5 | 5.1 | 4.7 | 0.0 | 1.7 | 0.0 | 0.9 | 15.0 |
| | 만 30~34세 | 223 | 46.2 | 10.8 | 13.9 | 2.7 | 2.7 | 0.0 | 0.4 | 0.9 | 1.8 | 20.6 |
| | 만 35~39세 | 161 | 42.2 | 8.7 | 25.5 | 3.1 | 1.9 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 17.4 |
| | 만 40~44세 | 259 | 35.9 | 16.2 | 20.8 | 4.6 | 3.9 | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.4 | 17.4 |
| | 만 45~49세 | 108 | 38.0 | 9.3 | 18.5 | 5.5 | 2.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 25.0 |

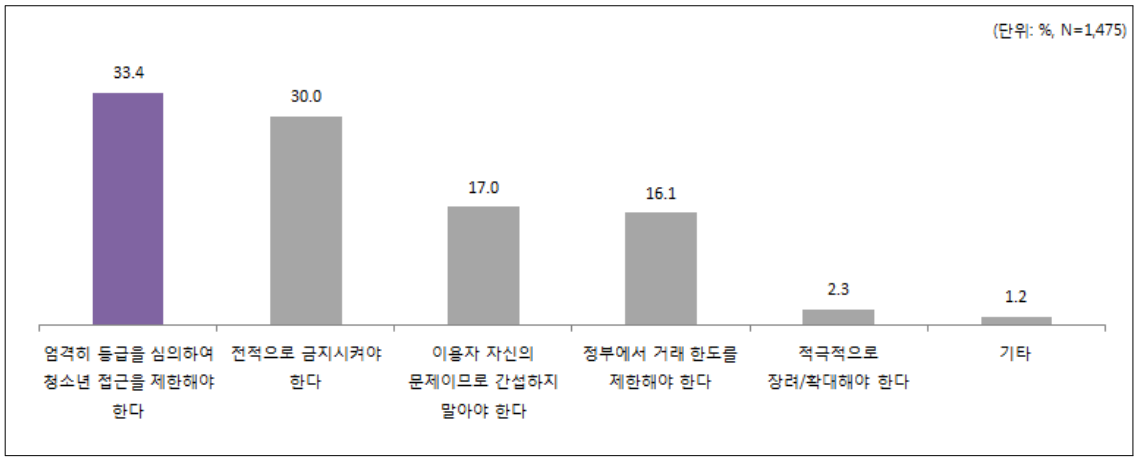
### 4) 아이템 현금거래에 대한 견해

○ 아이템 현금거래에 대한 견해는 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'는 응답이 33.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 '전적으로 금지시켜야 한다'(30.0%), '이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다'(17.0%)의 순으로 나타남

○ 남자는 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'는 견해가 32.5%로 가장 높았으며, 여자는 '엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다'와 '전적으로 금지시켜야 한다'는 견해가 각 34.3%, 34.5%로 비슷하게 높게 나타남

○ 만15~19세는 '이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다'(27.7%)와 '정부에서 거래 한도를 제한해야 한다'(24.8%)는 의견의 비중이 높게 나타나 아이템 현금거래에 대해 가장 긍정적으로 생각하는 연령층인 것으로 나타남

<그림 2-2-17> 아이템 현금거래에 대한 견해-한국




<표 2-2-10> 아이템 현금거래에 대한 견해-한국

(단위: %, N=1,475)

| 견해 / 응답자 | | 사례수 (명) | 엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다 | 전적으로 금지시켜야 한다 | 이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다 | 정부에서 거래 한도를 제한해야 한다 | 적극적으로 장려/확대해야 한다 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,475 | 33.4 | 30.0 | 17.0 | 16.1 | 2.3 | 1.2 |
| 성 | 남자 | 779 | 32.5 | 26.1 | 21.3 | 15.8 | 3.3 | 1.0 |
| | 여자 | 696 | 34.3 | 34.5 | 12.2 | 16.5 | 1.2 | 1.3 |
| 연령 | 만 9~14세 | 127 | 39.3 | 38.6 | 7.9 | 13.4 | 0.0 | 0.8 |
| | 만 15~19세 | 238 | 16.0 | 21.0 | 27.7 | 24.8 | 6.3 | 4.2 |
| | 만 20~24세 | 126 | 37.3 | 17.5 | 19.8 | 20.6 | 2.4 | 2.4 |
| | 만 25~29세 | 233 | 32.2 | 24.0 | 19.8 | 19.7 | 4.3 | 0.0 |
| | 만 30~34세 | 223 | 34.1 | 21.5 | 23.8 | 17.9 | 1.8 | 0.9 |
| | 만 35~39세 | 161 | 39.2 | 38.5 | 12.4 | 8.7 | 0.6 | 0.6 |
| | 만 40~44세 | 259 | 36.3 | 43.2 | 10.8 | 9.3 | 0.4 | 0.0 |
| | 만 45~49세 | 108 | 45.4 | 40.7 | 2.8 | 11.1 | 0.0 | 0.0 |

## 4. 비디오 게임 이용 현황 및 특성

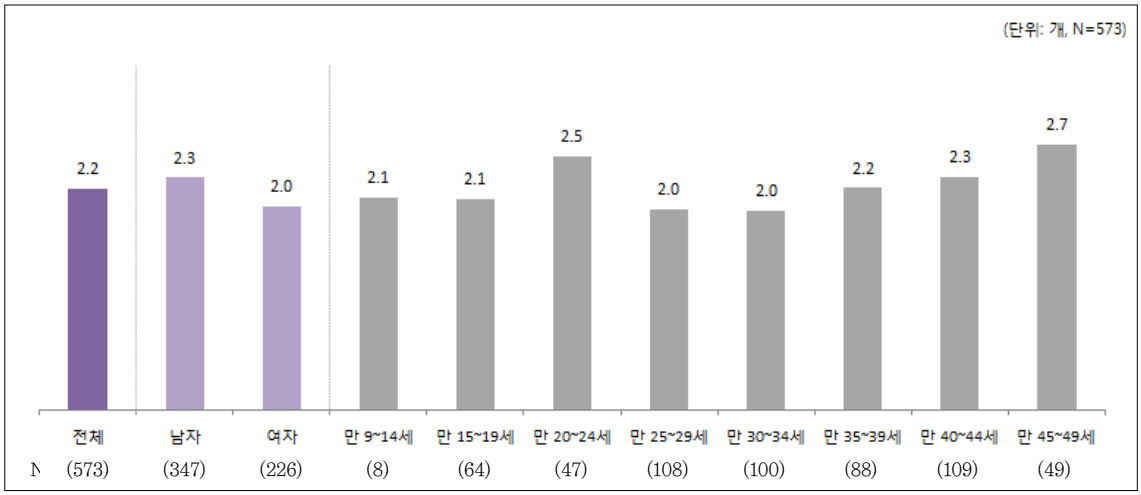
※ 비디오 게임 이용자를 대상으로 조사한 결과임

### 1) 비디오 게임 이용 개수

○ 비디오 게임 이용자들이 최근 6개월 이내(2011년 하반기~2012년 초) 비디오 게임을 이용한 개수는 평균 2.2개로 나타났으며, 남자의 최근 6개월 이내 비디오 게임 이용 개수는 평균 2.3개로 여자(2.0개)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만45~49세의 비디오 게임 평균 이용 개수가 2.7개로 가장 많았으며, 만20~24세(2.5개), 만40~44세(2.3개)의 순으로 나타남

**<그림 2-2-18> 비디오 게임 이용 개수-한국**




**<표 2-2-11> 비디오 게임 이용 개수-한국**

(단위: %, N=573)

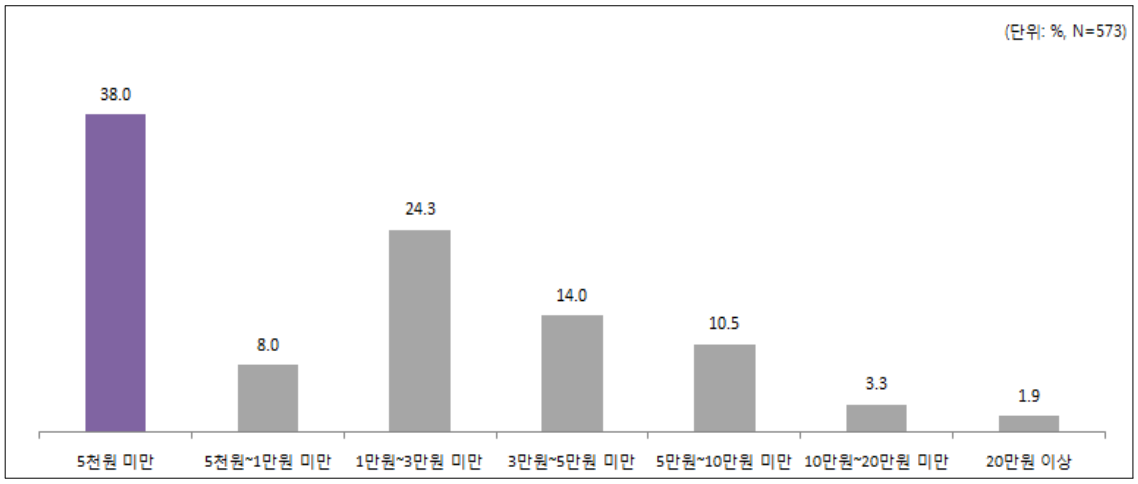
| 응답자 \ 이용 개수 | | 사례수 (명) | 1개 | 2~5개 | 6~10개 | 11~20개 | 21개 이상 | 평균 (개) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 573 | 47.6 | 48.2 | 3.1 | 0.9 | 0.2 | 2.2 |
| 성 | 남자 | 347 | 44.7 | 50.4 | 4.0 | 0.9 | 0.0 | 2.3 |
| | 여자 | 226 | 52.2 | 44.7 | 1.8 | 0.9 | 0.4 | 2.0 |
| 연령 | 만 9~14세 | 8 | 37.5 | 62.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.1 |
| | 만 15~19세 | 64 | 40.6 | 57.8 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 2.1 |
| | 만 20~24세 | 47 | 48.9 | 42.5 | 4.3 | 4.3 | 0.0 | 2.5 |
| | 만 25~29세 | 108 | 49.1 | 49.1 | 1.8 | 0.0 | 0.0 | 2.0 |
| | 만 30~34세 | 100 | 43.0 | 55.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 |
| | 만 35~39세 | 88 | 47.7 | 47.7 | 4.6 | 0.0 | 0.0 | 2.2 |
| | 만 40~44세 | 109 | 53.2 | 39.5 | 5.5 | 1.8 | 0.0 | 2.3 |
| | 만 45~49세 | 49 | 51.0 | 42.9 | 2.1 | 2.0 | 2.0 | 2.7 |

## 2) 비디오 게임 월 이용비

○ 비디오 게임 이용자들의 비디오 게임 월 이용비는 평균 23,144원으로 나타났으며, 남자의 비디오 게임 월 이용비는 평균 24,907원으로 여자(20,612원)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만15~19세의 비디오 게임 월 평균 이용비가 27,391원으로 가장 많았고, 만45~49세(26,186원), 만35~39세(25,053원)의 순으로 나타나 고연령층도 저연령층 못지 않게 비디오 게임 비용을 많이 지불하는 것으로 나타남

<그림 2-2-19> 비디오 게임 월 이용비-한국




<표 2-2-12> 비디오 게임 월 이용비-한국

(단위: %, N=573)

| 응답자 \ 월 이용비 | | 사례수 (명) | 5천원 미만 | 5천원~ 1만원 미만 | 1만원~ 3만원 미만 | 3만원~ 5만원 미만 | 5만원~ 10만원 미만 | 10만원~ 20만원 미만 | 20만원 이상 | 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 573 | 38.0 | 8.0 | 24.3 | 14.0 | 10.5 | 3.3 | 1.9 | 23,144 |
| 성 | 남자 | 347 | 36.9 | 8.1 | 24.5 | 12.7 | 12.4 | 3.7 | 1.7 | 24,907 |
| | 여자 | 226 | 39.8 | 8.0 | 23.9 | 15.9 | 7.5 | 2.7 | 2.2 | 20,612 |
| 연령 | 만 9~14세 | 8 | 62.5 | 25.0 | 12.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6,000 |
| | 만 15~19세 | 64 | 54.7 | 3.1 | 10.9 | 14.1 | 10.9 | 4.7 | 1.6 | 27,391 |
| | 만 20~24세 | 47 | 36.2 | 12.8 | 19.1 | 12.8 | 8.5 | 4.2 | 6.4 | 22,889 |
| | 만 25~29세 | 108 | 48.1 | 7.4 | 20.4 | 12.0 | 7.4 | 1.9 | 2.8 | 20,974 |
| | 만 30~34세 | 100 | 29.0 | 7.0 | 33.0 | 15.0 | 14.0 | 1.0 | 1.0 | 24,788 |
| | 만 35~39세 | 88 | 33.0 | 2.3 | 30.7 | 17.0 | 11.4 | 4.5 | 1.1 | 25,053 |
| | 만 40~44세 | 109 | 33.0 | 11.9 | 28.4 | 14.7 | 8.3 | 2.8 | 0.9 | 19,714 |
| | 만 45~49세 | 49 | 30.6 | 12.3 | 18.4 | 12.2 | 16.3 | 8.2 | 2.0 | 26,186 |

## 5. 모바일 게임 이용 현황 및 특성

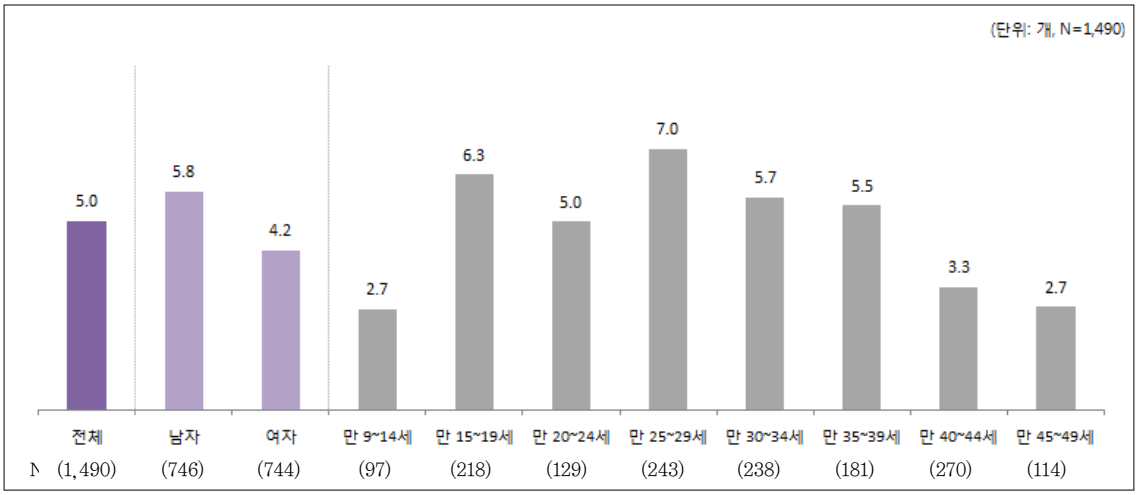
※ 모바일 게임 이용자를 대상으로 조사한 결과임

### 1) 모바일 게임 이용 개수

○ 모바일 게임 이용자들이 최근 6개월 이내(2011년 하반기~2012년 초) 모바일 게임을 이용한 개수는 평균 5.0개로 나타났으며, 남자의 최근 6개월 이내 모바일 게임 이용 개수는 평균 5.8개로 여자(4.2개)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만25~29세의 모바일 게임 평균 이용 개수가 7.0개로 가장 많았고, 그 다음으로 만15~19세(6.3개), 만30~34세(5.7개)의 순으로 나타남

**<그림 2-2-20> 모바일 게임 이용 개수-한국**




**<표 2-2-13> 모바일 게임 이용 개수-한국**

(단위: %, N=1,490)

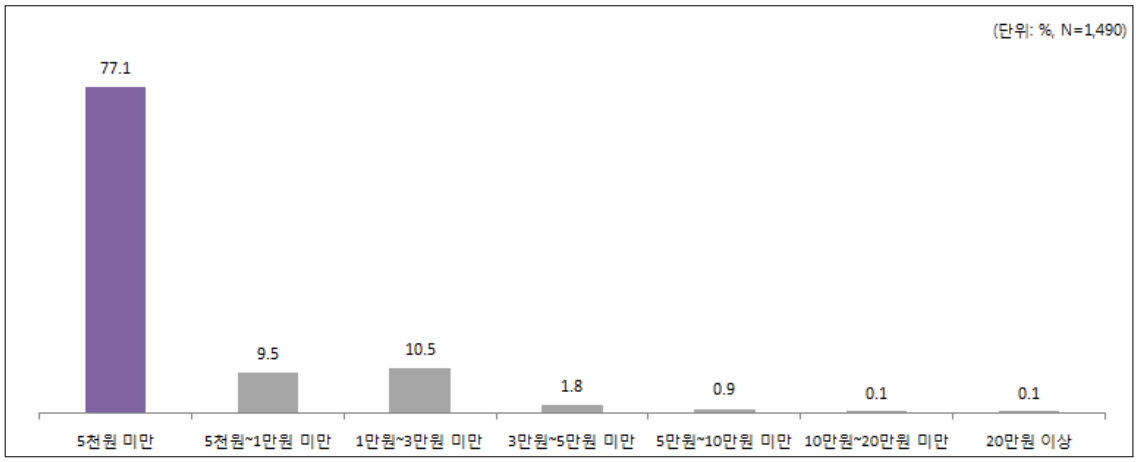
| 응답자 \ 이용 개수 | | 사례수 (명) | 1개 | 2~5개 | 6~10개 | 11~20개 | 21개 이상 | 평균 (개) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,490 | 23.2 | 54.5 | 14.4 | 5.1 | 2.8 | 5.0 |
| 성 | 남자 | 746 | 23.7 | 50.3 | 16.1 | 5.9 | 4.0 | 5.8 |
| | 여자 | 744 | 22.6 | 58.7 | 12.8 | 4.3 | 1.6 | 4.2 |
| 연령 | 만 9~14세 | 97 | 29.9 | 62.9 | 7.2 | 0.0 | 0.0 | 2.7 |
| | 만 15~19세 | 218 | 17.0 | 51.8 | 17.0 | 9.6 | 4.6 | 6.3 |
| | 만 20~24세 | 129 | 14.7 | 58.9 | 18.6 | 7.0 | 0.8 | 5.0 |
| | 만 25~29세 | 243 | 18.9 | 46.5 | 21.8 | 7.8 | 5.0 | 7.0 |
| | 만 30~34세 | 238 | 16.8 | 59.3 | 15.1 | 4.6 | 4.2 | 5.7 |
| | 만 35~39세 | 181 | 22.7 | 54.7 | 14.9 | 3.3 | 4.4 | 5.5 |
| | 만 40~44세 | 270 | 35.2 | 52.2 | 8.9 | 3.3 | 0.4 | 3.3 |
| | 만 45~49세 | 114 | 33.3 | 59.7 | 6.1 | 0.9 | 0.0 | 2.7 |

## 2) 모바일 게임 월 이용비

○ 모바일 게임 이용자들의 모바일 게임 월 이용비는 평균 7,819원으로 나타났으며, 남자의 모바일 게임 월 이용비는 평균 7,886원으로 여자(7,735원)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만35~39세의 모바일 게임 월 평균 이용비가 9,644원으로 가장 많았으며, 만30세 이상 연령층의 월 평균 이용비가 8,000원 이상인 것으로 나타나 고연령층에서 상대적으로 모바일 게임 이용비를 많이 지불하는 것으로 나타남

<그림 2-2-21> 모바일 게임 월 이용비-한국




<표 2-2-14> 모바일 게임 월 이용비-한국

(단위: %, N=1,490)

| 응답자 \ 월 이용비 | | 사례수 (명) | 5천원 미만 | 5천원~ 1만원 미만 | 1만원~ 3만원 미만 | 3만원~ 5만원 미만 | 5만원~ 10만원 미만 | 10만원~ 20만원 미만 | 20만원 이상 | 전체 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,490 | 77.1 | 9.5 | 10.5 | 1.8 | 0.9 | 0.1 | 0.1 | 7,819 |
| 성 | 남자 | 746 | 74.0 | 10.9 | 12.1 | 2.0 | 0.9 | 0.0 | 0.1 | 7,886 |
| | 여자 | 744 | 80.3 | 8.2 | 8.9 | 1.6 | 0.9 | 0.1 | 0.0 | 7,735 |
| 연령 | 만 9~14세 | 97 | 93.8 | 4.1 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3,696 |
| | 만 15~19세 | 218 | 86.3 | 6.4 | 6.4 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6,076 |
| | 만 20~24세 | 129 | 83.7 | 9.3 | 6.2 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 6,503 |
| | 만 25~29세 | 243 | 78.6 | 9.5 | 11.1 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6,256 |
| | 만 30~34세 | 238 | 76.1 | 8.4 | 10.9 | 2.5 | 1.7 | 0.0 | 0.4 | 8,205 |
| | 만 35~39세 | 181 | 68.5 | 12.7 | 13.8 | 2.2 | 2.8 | 0.0 | 0.0 | 9,644 |
| | 만 40~44세 | 270 | 70.0 | 11.9 | 13.3 | 4.1 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 8,730 |
| | 만 45~49세 | 114 | 67.5 | 12.3 | 15.8 | 1.8 | 1.7 | 0.9 | 0.0 | 9,267 |

## 6. 아케이드 게임 이용 현황 및 특성

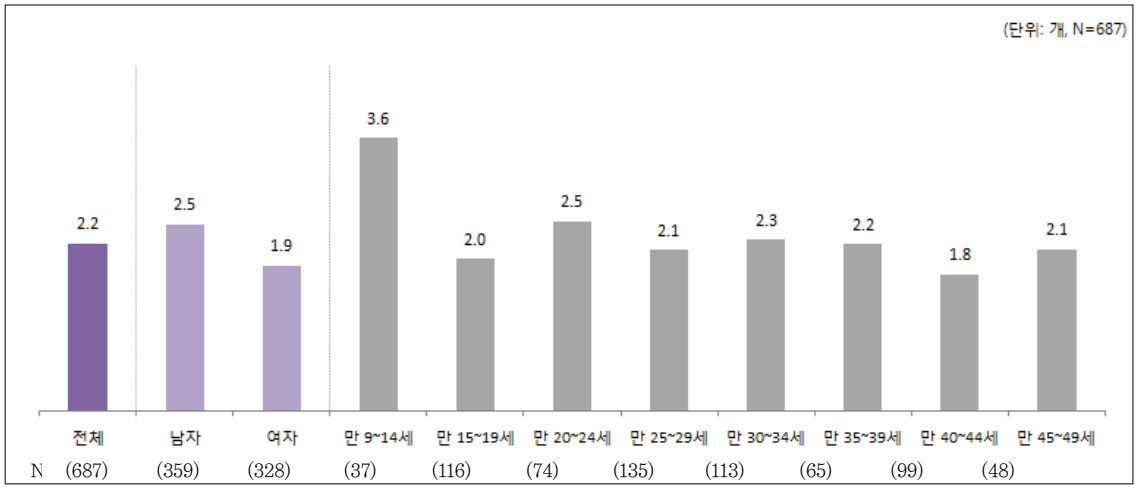
※ 아케이드 게임 이용자를 대상으로 조사한 결과임

### 1) 아케이드 게임 이용 횟수

○ 아케이드 게임 이용자들의 최근 6개월 이내(2011년 하반기~2012년 초) 아케이드 게임을 이용한 횟수는 평균 2.2회로 나타났으며, 남자의 최근 6개월 이내 아케이드 게임 이용 횟수는 평균 2.5회로 여자(1.9회)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만9~14세의 아케이드 게임 평균 이용 횟수가 3.6회로 가장 많았으며, 만20~24세(2.5회), 만30~34세(2.3회)의 순으로 나타남

**<그림 2-2-22> 아케이드 게임 이용 횟수-한국**




**<표 2-2-15> 아케이드 게임 이용 횟수-한국**

(단위: %, N=687)

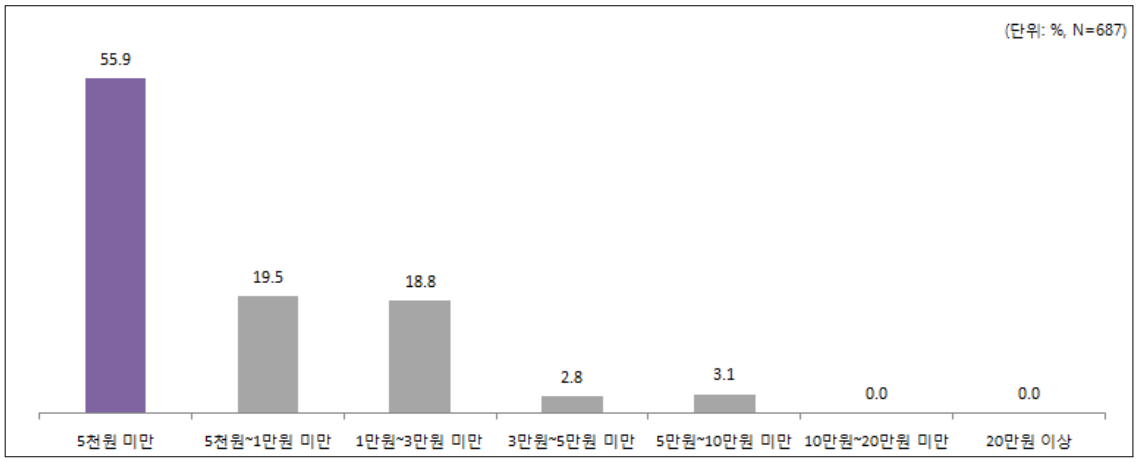
| 응답자 \ 이용 횟수 | | 사례수 (명) | 1회 | 2~5회 | 6~10회 | 11~20회 | 21회 이상 | 평균 (회) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 687 | 54.0 | 41.6 | 3.2 | 0.9 | 0.3 | 2.2 |
| 성 | 남자 | 359 | 47.3 | 47.1 | 4.5 | 0.8 | 0.3 | 2.5 |
| | 여자 | 328 | 61.3 | 35.7 | 1.8 | 0.9 | 0.3 | 1.9 |
| 연령 | 만 9~14세 | 37 | 8.1 | 86.5 | 2.7 | 2.7 | 0.0 | 3.6 |
| | 만 15~19세 | 116 | 61.2 | 35.3 | 2.6 | 0.9 | 0.0 | 2.0 |
| | 만 20~24세 | 74 | 55.4 | 40.5 | 0.0 | 1.4 | 2.7 | 2.5 |
| | 만 25~29세 | 135 | 47.4 | 46.7 | 5.9 | 0.0 | 0.0 | 2.1 |
| | 만 30~34세 | 113 | 56.6 | 38.1 | 4.4 | 0.9 | 0.0 | 2.3 |
| | 만 35~39세 | 65 | 52.3 | 43.1 | 3.1 | 1.5 | 0.0 | 2.2 |
| | 만 40~44세 | 99 | 63.6 | 34.4 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 1.8 |
| | 만 45~49세 | 48 | 64.6 | 31.2 | 2.1 | 2.1 | 0.0 | 2.1 |

### 2) 아케이드 게임 월 이용비

○ 아케이드 게임 이용자들의 아케이드 게임 월 이용비는 평균 6,787원으로 나타났으며, 남자의 아케이드 게임 월 이용비는 평균 7,563원으로 여자(5,937원)에 비해 다소 많은 것으로 나타남

○ 연령별로는 만45~49세의 아케이드 게임 월 평균 이용비가 9,777원으로 가장 많았으며, 만35~39세(9,180원), 만30~34세(7,480원)의 순으로 나타나 고연령층의 아케이드 게임 월 이용비 지출이 많은 것으로 나타남

<그림 2-2-23> 아케이드 게임 월 이용비-한국




<표 2-2-16> 아케이드 게임 월 이용비-한국

(단위: %, N=687)

| 월 이용비 / 응답자 | | 사례수 (명) | 5천원 미만 | 5천원~ 1만원 미만 | 1만원~ 3만원 미만 | 3만원~ 5만원 미만 | 5만원~ 10만원 미만 | 10만원~ 20만원 미만 | 20만원 이상 | 전체 평균 (원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 687 | 55.9 | 19.5 | 18.8 | 2.8 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 6,787 |
| 성 | 남자 | 359 | 52.1 | 20.9 | 20.3 | 2.8 | 3.9 | 0.0 | 0.0 | 7,563 |
| | 여자 | 328 | 60.1 | 18.0 | 17.1 | 2.7 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 5,937 |
| 연령 | 만 9~14세 | 37 | 86.5 | 5.4 | 8.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3,127 |
| | 만 15~19세 | 116 | 62.1 | 19.8 | 16.4 | 0.0 | 1.7 | 0.0 | 0.0 | 5,288 |
| | 만 20~24세 | 74 | 64.9 | 18.9 | 14.9 | 0.0 | 1.3 | 0.0 | 0.0 | 4,601 |
| | 만 25~29세 | 135 | 63.0 | 11.9 | 17.0 | 4.4 | 3.7 | 0.0 | 0.0 | 7,141 |
| | 만 30~34세 | 113 | 46.9 | 23.9 | 22.1 | 3.6 | 3.5 | 0.0 | 0.0 | 7,480 |
| | 만 35~39세 | 65 | 41.5 | 18.5 | 30.8 | 4.6 | 4.6 | 0.0 | 0.0 | 9,180 |
| | 만 40~44세 | 99 | 49.5 | 24.3 | 19.2 | 4.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 7,248 |
| | 만 45~49세 | 48 | 37.5 | 33.3 | 18.8 | 4.2 | 6.2 | 0.0 | 0.0 | 9,777 |

# 제3장 일본 게임이용자의 현황 및 특성

## 제1절 조사개요

### 1. 조사목적

○ 이 조사는 일본의 게임산업 현황 및 동향을 파악하기 위해 실시된 조사로, 게임산업의 최종 소비자인 일반 국민들의 게임에 대한 인식 및 게임 관련 생활실태와 게임 이용현황을 살펴보고자 함

○ 또한 게임 이용자의 이용행태를 파악하고, 향후 게임시장의 모습을 예측하는데 필요한 기초자료를 제공하기 위해 실시되었음

### 2. 조사방법

○ 조사대상 : 3~79세 일반 국민

○ 조사방법 : 우편에 의한 자기 기술식 앙케이트

○ 조사지역 : 수도권, 케이한신(교토, 오사카, 나고야), 기타 지역

○ 조사기간 : 2012년 1월 11일(수) ~ 2월 6일(월)

○ 표본수 : 총 1,127명(유효회수율: 70.4%)

○ 표본추출방법 : 지역, 성, 연령별 인구크기를 고려한 비례할당추출법

### 3. 자료처리 및 분석방법

○ 수집된 자료는 성, 연령, 거주지를 중심으로 한 크로스(cross) 방식으로 분석됨

### 4. 조사대상자의 인구사회학적 특성

| | | 사례수 | 비율(%) |
|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 100.0 |
| 성별 | 남성 | 559 | 49.6 |
| | 여성 | 568 | 50.4 |
| 연령별 | 3~9세 | 71 | 6.3 |
| | 10~14세 | 63 | 5.6 |
| | 15~19세 | 69 | 6.1 |
| | 20~24세 | 104 | 9.2 |
| | 25~39세 | 262 | 23.2 |

| | | 사례수 | 비율(%) |
|---|---|---|---|
| | 40~49세 | 151 | 13.4 |
| | 50~59세 | 141 | 12.5 |
| | 60~69세 | 157 | 13.9 |
| | 70~79세 | 109 | 9.7 |
| 지역 | 수도권 | 304 | 27.0 |
| | 케이한신 | 192 | 17.0 |
| | 기타 | 631 | 56.0 |
| 직업 | 유아 | 36 | 3.2 |
| | 초, 중학생 | 114 | 10.1 |
| | 고등학생 | 35 | 3.1 |
| | 대학생 | 67 | 5.9 |
| | 기타 학생 | 14 | 1.2 |
| | 회사원/공무원(사무직) | 93 | 8.3 |
| | 회사원/공무원(기술직) | 97 | 8.6 |
| | 회사원/공무원(기타) | 108 | 9.6 |
| | 회사임원/자영업 | 80 | 7.1 |
| | 자유업/전문직 | 35 | 3.1 |
| | 시간제/파견직 | 156 | 13.8 |
| | 전업주부, 주부 | 160 | 14.2 |
| | 무직 | 104 | 9.2 |
| | 기타 | 28 | 2.5 |
| | 무효, 무응답 | 0 | 0.0 |
| 가정용 게임고객 분류 | 현 참가자 | 330 | 29.3 |
| | 휴면고객 | 216 | 19.2 |
| | 신규기대고객 | 102 | 9.0 |
| | 비수용층 | 474 | 42.1 |
| | 고객 분류 불명 | 5 | 0.4 |
| 생활비 외 월평균 용돈 | 없음/미결정 | 306 | 27.2 |
| | 3천 엔 미만 | 52 | 4.6 |
| | 3천~5천엔 미만 | 45 | 4.0 |
| | 5천~1만 엔 미만 | 95 | 8.4 |
| | 1만~3만 엔 미만 | 304 | 27.0 |
| | 3만~5만 엔 미만 | 199 | 17.7 |
| | 5만~7만 엔 미만 | 69 | 6.1 |
| | 7만~10만 엔 미만 | 23 | 2.0 |
| | 10만 엔 이상 | 26 | 2.3 |
| | 무효 무응답 | 8 | 0.7 |

## 제2절 조사결과

### 1. 게임 일반에 대한 이용행태

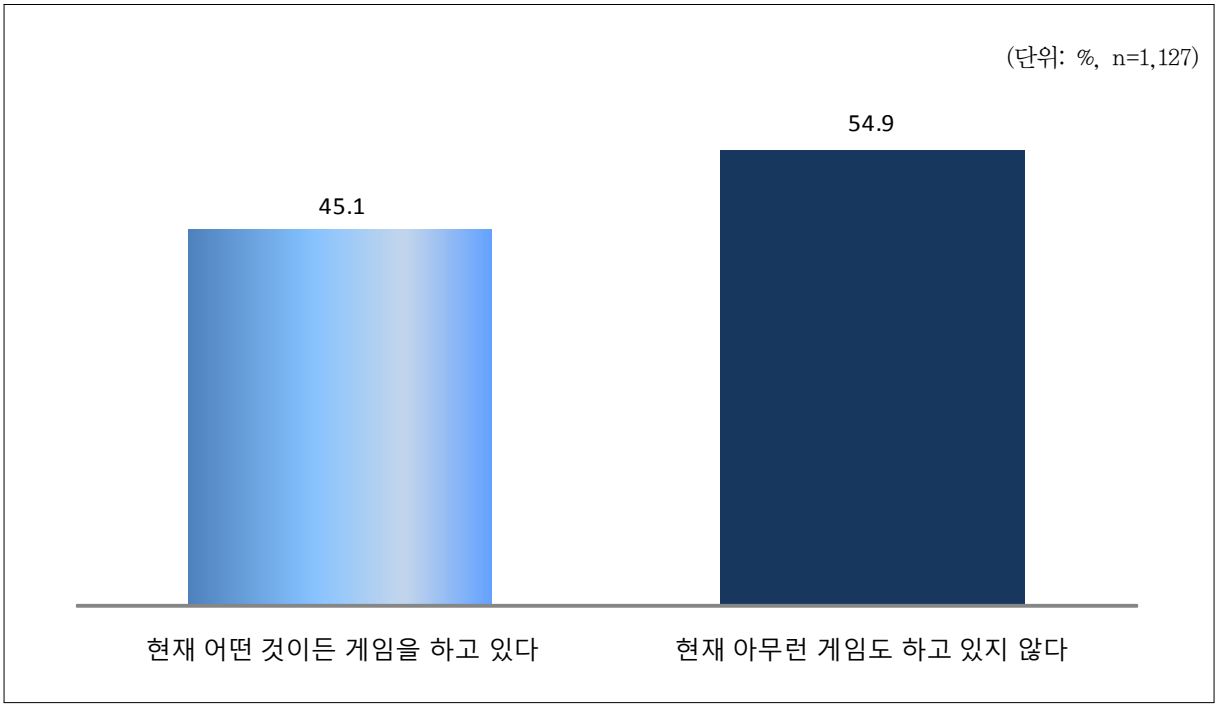
#### 1) 게임 이용률

○ 전체 응답자들 중에서 게임을 '어떤 것이든 이용하고 있다'는 응답자가 45.1%, '현재 아무런 게임도 이용하고 있지 않다'고 답한 응답자가 54.9%로 나타나, 게임을 이용하지 않는 응답자가 9.8% 많음을 확인할 수 있음

○ 성별로 살펴보면, 남성이 51.5%, 여성이 38.7%로 남성이 여성보다 게임 이용비율이 높았으며, 연령별로는 10~14세의 응답자들이 84.1%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 3~9세(80.3%), 15~19세(75.4%), 20~24세(74.0%) 등의 순이었음

○ 40세 이후로는 연령이 높을수록 게임 이용률이 급격히 낮아져 70~79세는 9.2%를 기록했는데, 이는 10~14세(84.1%)와 비교했을 때 74.9%p나 적은 수치임

**<그림 2-3-1> 게임 이용률-일본**



**<표 2-3-1> 게임 이용률-일본**

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수(명) | 현재 어떤 것이든 게임을 하고 있다 | 현재 아무런 게임도 하고 있지 않다 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 45.1 | 54.9 |
| 성 | 남성 | 559 | 51.5 | 48.5 |
| | 여성 | 568 | 38.7 | 61.3 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 80.3 | 19.7 |
| | 10~14세 | 63 | 84.1 | 15.9 |
| | 15~19세 | 69 | 75.4 | 24.6 |
| | 20~24세 | 104 | 74.0 | 26.0 |
| | 25~29세 | 67 | 61.2 | 38.8 |
| | 30~34세 | 68 | 48.5 | 51.5 |
| | 35~39세 | 127 | 58.3 | 41.7 |
| | 40~49세 | 151 | 38.4 | 61.6 |
| | 50~59세 | 141 | 22.0 | 78.0 |
| | 60~69세 | 157 | 14.0 | 86.0 |
| | 70~79세 | 109 | 9.2 | 90.8 |

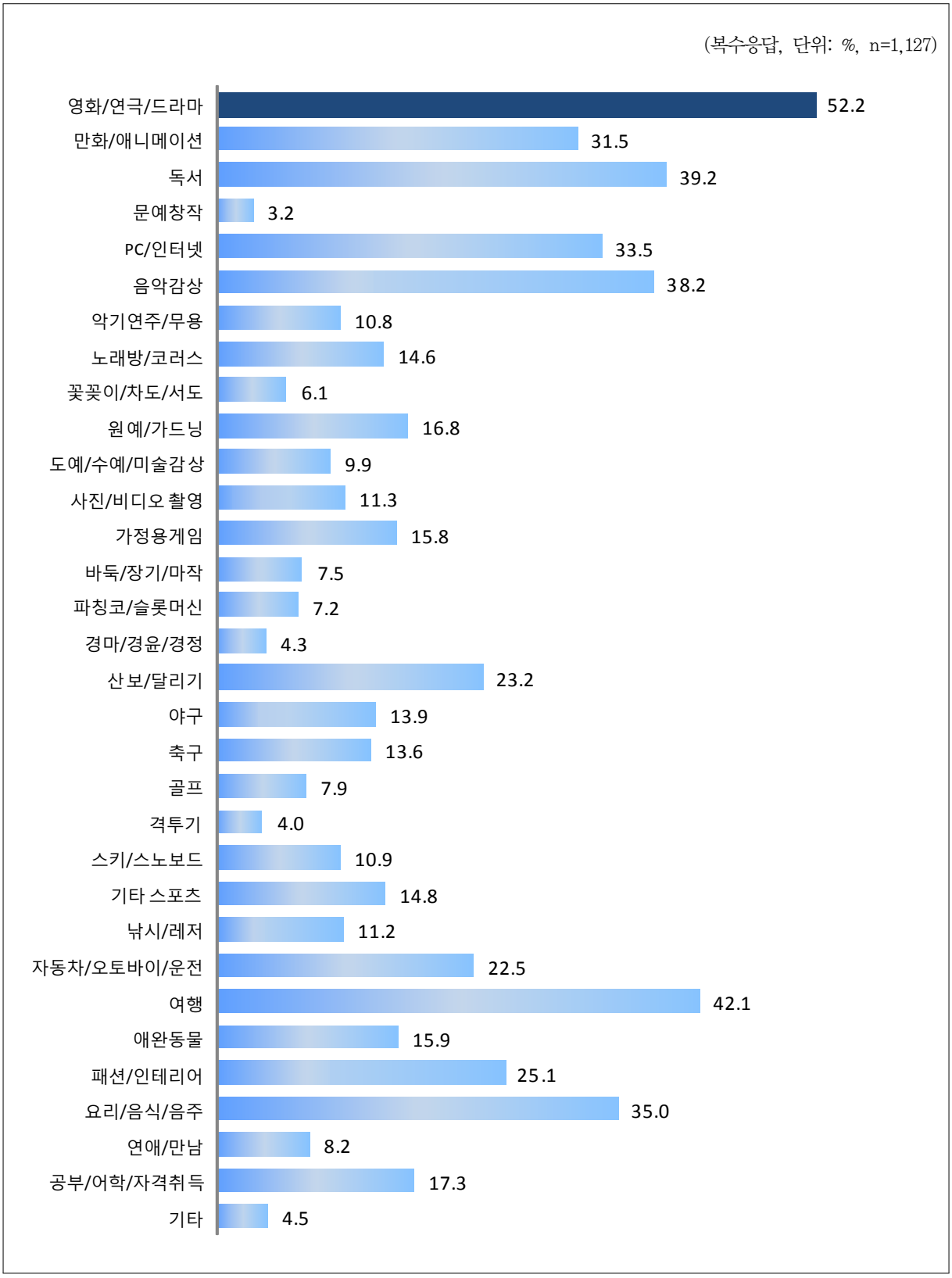
### 2) 여가시간에 즐겨하는 활동

○ 여가시간에 즐겨하는 활동 1순위는 '영화, 연극, 드라마'(52.2%)로 나타났으며, 다음으로 '여행'(42.1%), '독서'(39.2%), '음악 감상'(38.2%), '요리, 음식, 음주'(35.0%), '컴퓨터, 인터넷'(33.5%) 등의 순이었음

○ 반면, 상대적으로 '문예창작'(3.2%), '격투기'(4.0%) '경마, 경륜, 경정'(4.3%) 등의 활동은 저조한 편임

**<그림 2-3-2> 여가시간에 즐겨하는 활동-일본**

(복수응답, 단위: %, n=1,127)



### 3) 주로 이용하는 게임 분야

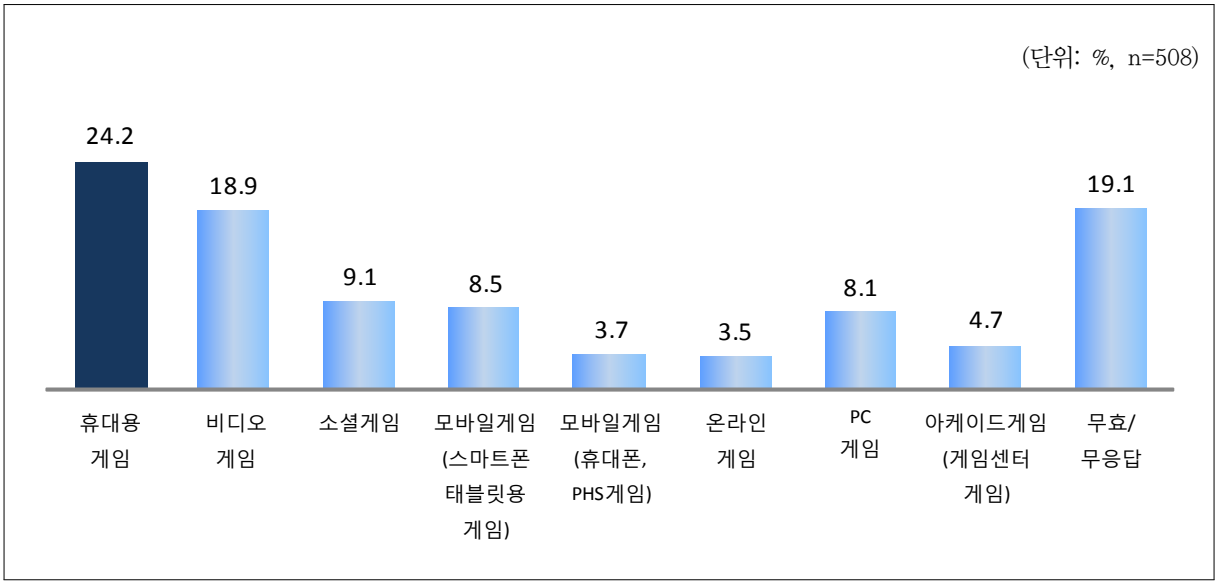
○ 주로 이용하는 게임플랫폼에 대해 살펴보면, 1순위로 '휴대용게임'이 24.2%를 차지했으며, 다음으로 '비디오게임'(18.9%), '소셜게임'(9.1%), '모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임(소셜게임 이외))'(8.5%)의 순이었음

○ '온라인게임'의 이용은 전체 응답자 중 3.5%로 다른 게임에 비해 낮은 비율임을 확인할 수 있음

○ 가장 높은 비율을 보인 '휴대용게임'의 경우, 여성이 25.9%, 남성이 22.9%로 거의 비슷한 비율을 보였으나, 2순위인 '비디오게임'의 경우, 남성 21.5%, 여성이 15.5%로 남성의 이용이 조금 더 높은 것으로 나타남

○ 14세 이하 연령층의 경우, '휴대용게임'을 주로 이용했지만, 15세 이상 연령층에서는 '비디오게임'의 이용도 많았으며, 40~59세 여성(28.9%)과 60~79세 남성(20.0%)은 'PC게임(온라인게임 이외)'의 이용이 가장 높아 연령별 차이를 확인할 수 있음

**<그림 2-3-3> 주로 이용하는 게임 분야-일본**




**<표 2-3-2> 주로 이용하는 게임 분야-일본**

(단위: %, n=508)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 휴대용게임 | 비디오게임 | 소셜 게임 | 모바일게임 (스마트폰 태블릿용 게임) | 모바일게임 (휴대폰, PHS 게임) | 온라인 게임 | PC 게임 | 아케이드 게임(게임 센터 게임) | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 508 | 24.2 | 18.9 | 9.1 | 8.5 | 3.7 | 3.5 | 8.1 | 4.7 | 19.1 |
| 성 | 남성 | 288 | 22.9 | 21.5 | 10.4 | 6.9 | 3.8 | 5.9 | 6.9 | 4.5 | 17.0 |
| | 여성 | 220 | 25.9 | 15.5 | 7.3 | 10.5 | 3.6 | 0.5 | 9.5 | 5.0 | 21.8 |
| 연령 | 3~14세 | 110 | 47.3 | 21.8 | 0.9 | 0.9 | 2.7 | 0.0 | 3.6 | 2.7 | 20.0 |
| | 15~24세 | 129 | 19.4 | 13.2 | 11.6 | 15.5 | 0.8 | 7.7 | 3.9 | 7.7 | 20.1 |
| | 25~39세 | 148 | 20.9 | 21.6 | 16.2 | 8.1 | 6.1 | 2.7 | 6.7 | 4.1 | 13.5 |
| | 40~59세 | 89 | 11.2 | 20.2 | 6.7 | 10.1 | 3.4 | 2.2 | 19.1 | 4.5 | 22.5 |
| | 60~79세 | 32 | 15.6 | 15.6 | 0.0 | 3.1 | 9.4 | 6.3 | 12.5 | 3.1 | 28.1 |

### 4) 게임 유익활용도 판정

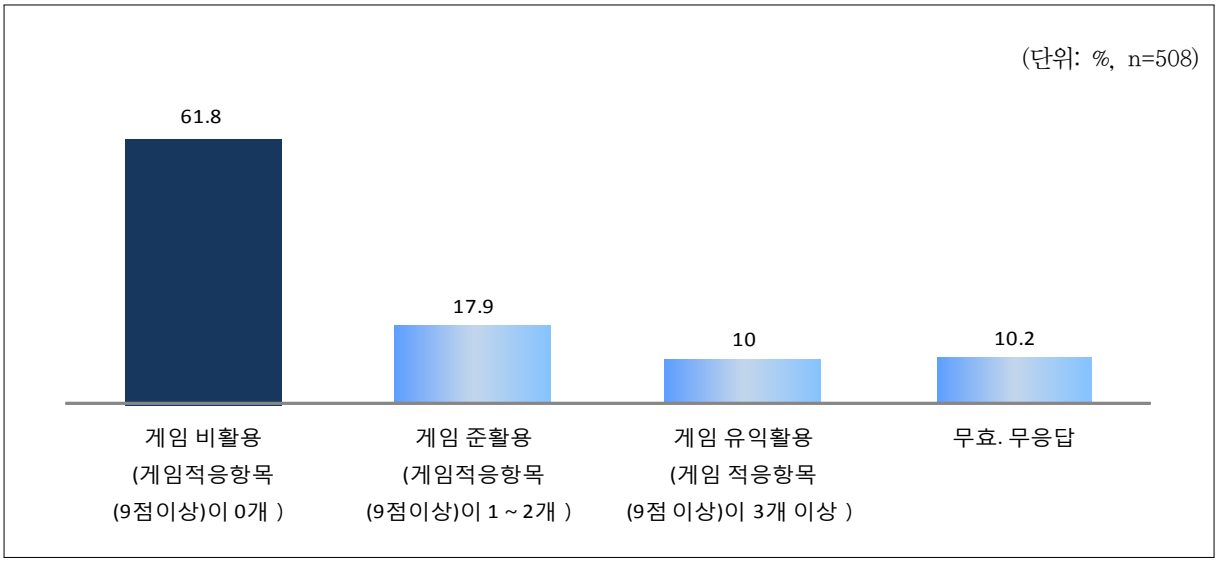
○ 게임 이용자들의 게임 유익활용도를 알아보기 위해서 '게임 유익활용도 판정'(총 7가지 항목 : '생활에 의욕, 활기', '시야 확대, 미지 세계에 대한 개안', '의미 있는 여가시간, 스트레스 해소', '집중력 발휘', '자기 기능에 대한 만족감', '자제심, 평상심 획득', '이해자, 공감자와의 만남')을 진행했음

○ 그 결과, '게임 비활용'을 보인 응답자가 61.8%로 가장 높았고, 그 뒤로는 '게임 준활용'(17.9%), '게임 유익활용'(10.0%) 등의 순이었음

○ '게임 비활용'은 남녀가 같았으며(61.8%), '게임 유익활용'의 경우 남성(13.2%)이 여성(5.9%)보다 비율이 더 높음을 확인할 수 있음

○ 연령별로 살펴보면, 40~59세(77.5%)가 '게임 비활용' 비율이 가장 높았고, 3~14세(20.0%)는 다른 연령층보다 '게임 유익활용'이 높았음

**<그림 2-3-4> 게임 유익활용도 판정-일본**




**<표 2-3-3> 게임 유익활용도 판정-일본**

(단위: %, n=508)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 게임 비활용 (게임적응항목(9점이상)이 0개) | 게임 준활용 (게임적응항목(9점 이상)이 1~2개) | 게임 유익활용 (게임 적응항목(9점 이상)이 3개 이상) | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 508 | 61.8 | 17.9 | 10.0 | 10.2 |
| 성 | 남성 | 288 | 61.8 | 16.3 | 13.2 | 8.7 |
| | 여성 | 220 | 61.8 | 20.0 | 5.9 | 11.8 |
| 연령 | 3~14세 | 110 | 47.3 | 21.8 | 20.0 | 10.9 |
| | 15~24세 | 129 | 57.4 | 22.5 | 9.3 | 10.8 |
| | 25~39세 | 148 | 63.5 | 18.2 | 9.5 | 8.8 |
| | 40~59세 | 89 | 77.5 | 11.2 | 3.4 | 7.9 |
| | 60~79세 | 32 | 78.1 | 3.1 | 0.0 | 18.8 |

### 5) 게임 중독도 판정

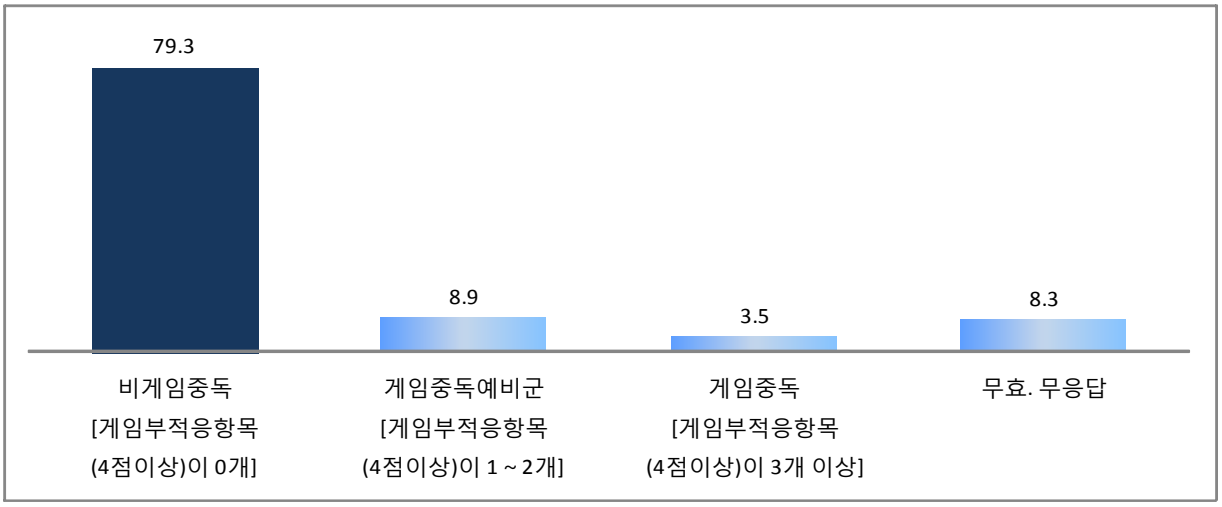
○ 게임 이용자들을 대상으로 게임 중독도를 알아보기 위해 '게임 중독도 판정'(총 7가지 항목 : '만족을 얻기 위한 내성 둔화', '게임을 하지 않을 때 금단 증상', '플레이 시간의 장시간화', '플레이 중지, 시간 단축 곤란', '몰두성, 맹목적성', '일상생활에 지장', '일상생활 무시, 경시')을 실시하였음

○ '비게임중독'이 79.3%로 나타나, 다수의 응답자들은 게임중독 증세가 낮음을 확인할 수 있었으며, '게임중독예비군'은 8.9%, '게임중독'은 3.5%로 나타남

○ '게임중독'의 경우, 남성이 4.9%, 여성이 1.8%로 상대적으로 남성의 비율이 높았으며, 연령별로는 3~14세의 '게임중독' 비율이 9.1%로 가장 높았고, '게임중독예비군'의 비율은 3~14세, 15~24세에서 높게 나타나 24세 이하의 연령층에서 게임중독 위험이 상대적으로 높다는 것을 알 수 있음

**<그림 2-3-5> 게임 중독도 판정-일본**

(단위: %, n=508)




**<표 2-3-4> 게임 중독도 판정-일본**

(단위: %, n=508)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 비게임중독 [게임부적응항목 (4점이상)이 0개] | 게임중독예비군 [게임부적응항목 (4점이상)이 1~2개] | 게임중독 [게임부적응항목 (4점이상)이 3개 이상] | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 508 | 79.3 | 8.9 | 3.5 | 8.3 |
| 성 | 남성 | 288 | 80.2 | 7.6 | 4.9 | 7.3 |
| | 여성 | 220 | 78.2 | 10.5 | 1.8 | 9.5 |
| 연령 | 3~14세 | 110 | 70.9 | 15.4 | 9.1 | 4.6 |
| | 15~24세 | 129 | 75.2 | 12.4 | 2.3 | 10.1 |
| | 25~39세 | 148 | 84.5 | 5.4 | 2.7 | 7.4 |
| | 40~59세 | 89 | 85.4 | 4.5 | 1.1 | 9.0 |
| | 60~79세 | 32 | 84.4 | 0.0 | 0.0 | 15.6 |

## 2. 게임 일반에 대한 인식 및 전망

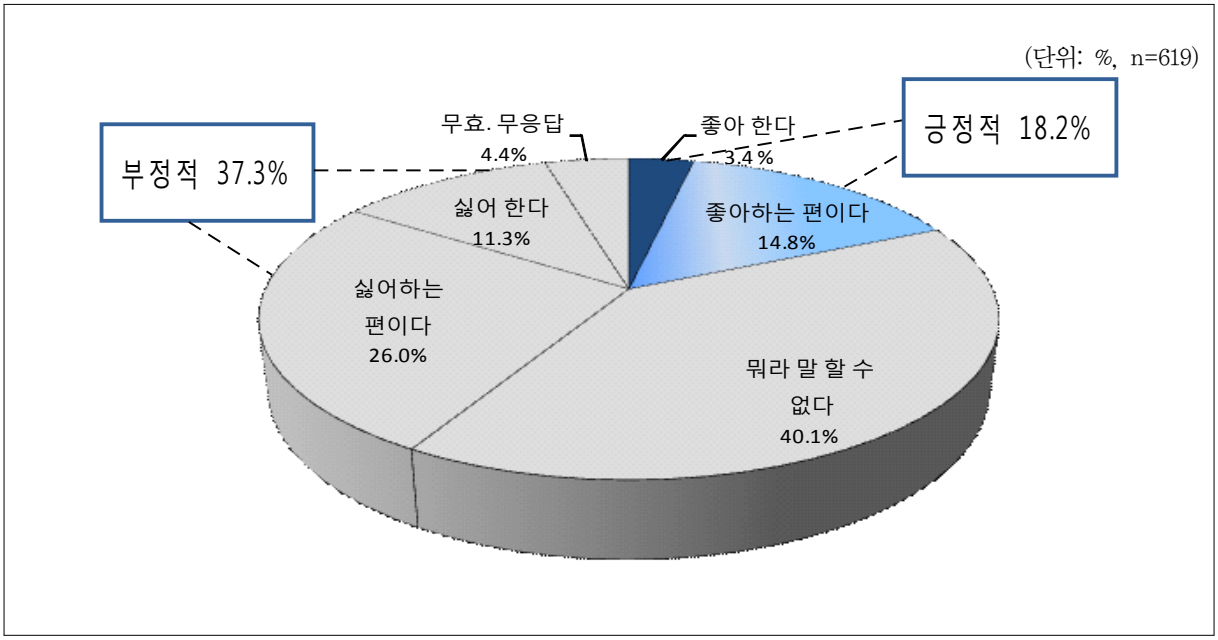
### 1) 게임에 대한 호감

○ 게임을 이용하지 않은 비이용자를 대상으로 게임 호감 여부를 물어본 결과, 게임에 대한 부정적 감정이 37.3%(싫어한다: 11.3% + 싫어하는 편이다: 26.0%)로, 긍정적 감정 18.2%(좋아한다: 3.4% + 좋아하는 편이다: 14.8%)보다 높다는 것을 확인할 수 있음

○ 남성(18.5%)이 여성(18.1%)보다 게임에 대해 긍정적인 감정을 가진 응답자가 조금 많았고, 부정적인 감정을 가진 응답자는 여성(39.9%)이 남성(34.0%)보다 많아 남성이 여성보다 게임에 대한 호감이 높게 나타남

○ 게임에 대한 부정적 감정을 가진 응답자 중, 3~14세가 8.3%, 60~79세가 48.7%로 연령이 높아질수록 게임에 대해 부정적인 감정이 높다는 것을 알 수 있음

**<그림 2-3-6> 게임에 대한 호감-일본**




**<표 2-3-5> 게임에 대한 호감-일본**

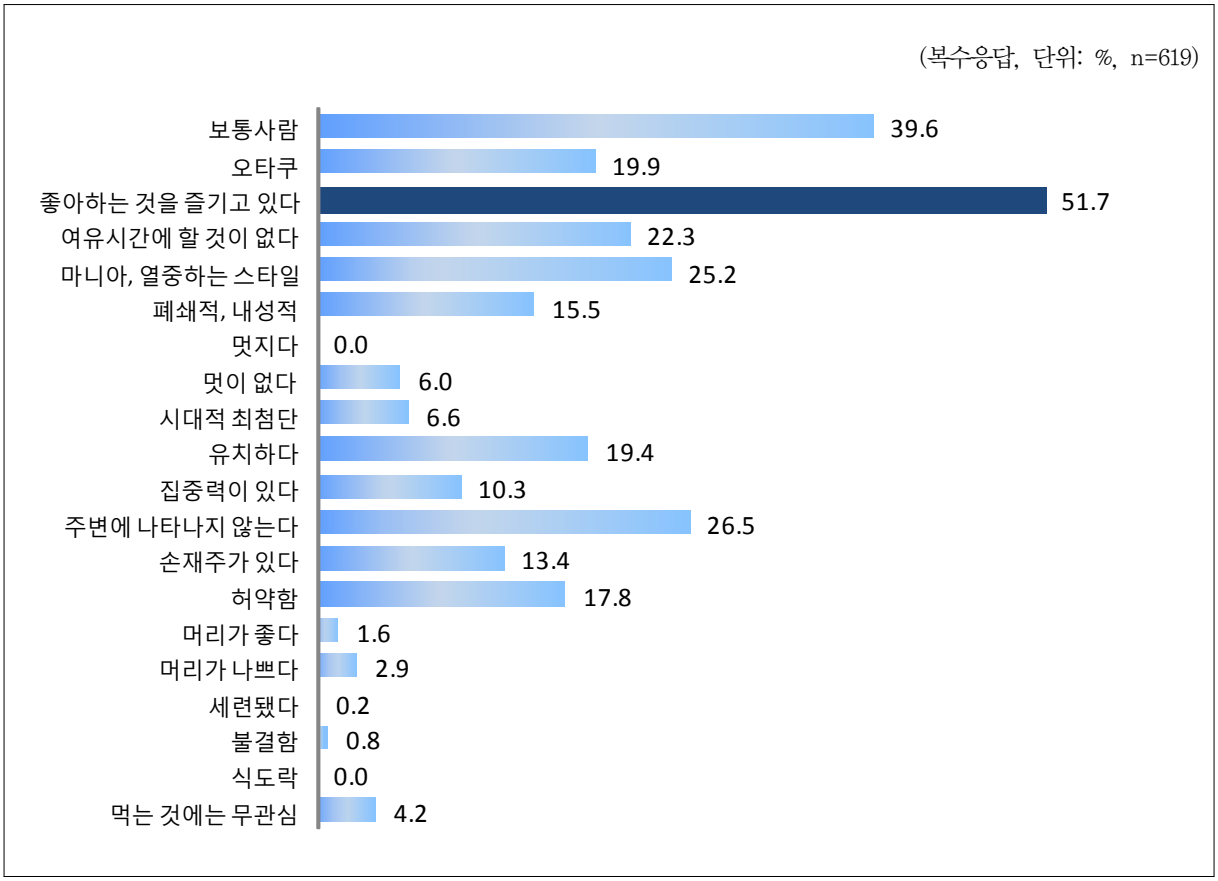
(단위: %, n=619)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 좋아 한다 | 좋아하는 편이다 | 뭐라 말 할 수 없다 | 싫어하는 편이다 | 싫어 한다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 619 | 3.4 | 14.8 | 40.1 | 26.0 | 11.3 | 4.4 |
| 성 | 남성 | 271 | 4.1 | 14.4 | 42.1 | 24.4 | 9.6 | 5.5 |
| | 여성 | 348 | 2.9 | 15.2 | 38.5 | 27.3 | 12.6 | 3.4 |
| 연령 | 3~14세 | 24 | 8.3 | 20.8 | 50.0 | 8.3 | 0.0 | 12.5 |
| | 15~24세 | 44 | 2.3 | 25.0 | 40.9 | 20.5 | 4.5 | 6.8 |
| | 25~39세 | 114 | 9.6 | 16.7 | 38.6 | 22.8 | 4.4 | 7.9 |
| | 40~59세 | 203 | 1.5 | 20.2 | 39.4 | 28.6 | 7.4 | 3.0 |
| | 60~79세 | 234 | 1.7 | 6.8 | 40.2 | 28.2 | 20.5 | 2.6 |

### 2) 게임 이용자에 대한 이미지

○ 게임 비이용자들이 갖고 있는 게임 이용자에 대한 이미지를 살펴 본 결과, 51.7%의 응답자들이 '좋아하는 것을 즐기고 있다'고 생각한다고 답했으며, 다음으로 '보통사람'(39.6%), '주변에 무관심'(26.5%), '마니아/집착'(25.2%), '여가시간에 달리 할 일이 없다'(22.3%) 등으로 나타남

**<그림 2-3-7> 게임 이용자에 대한 이미지-일본**

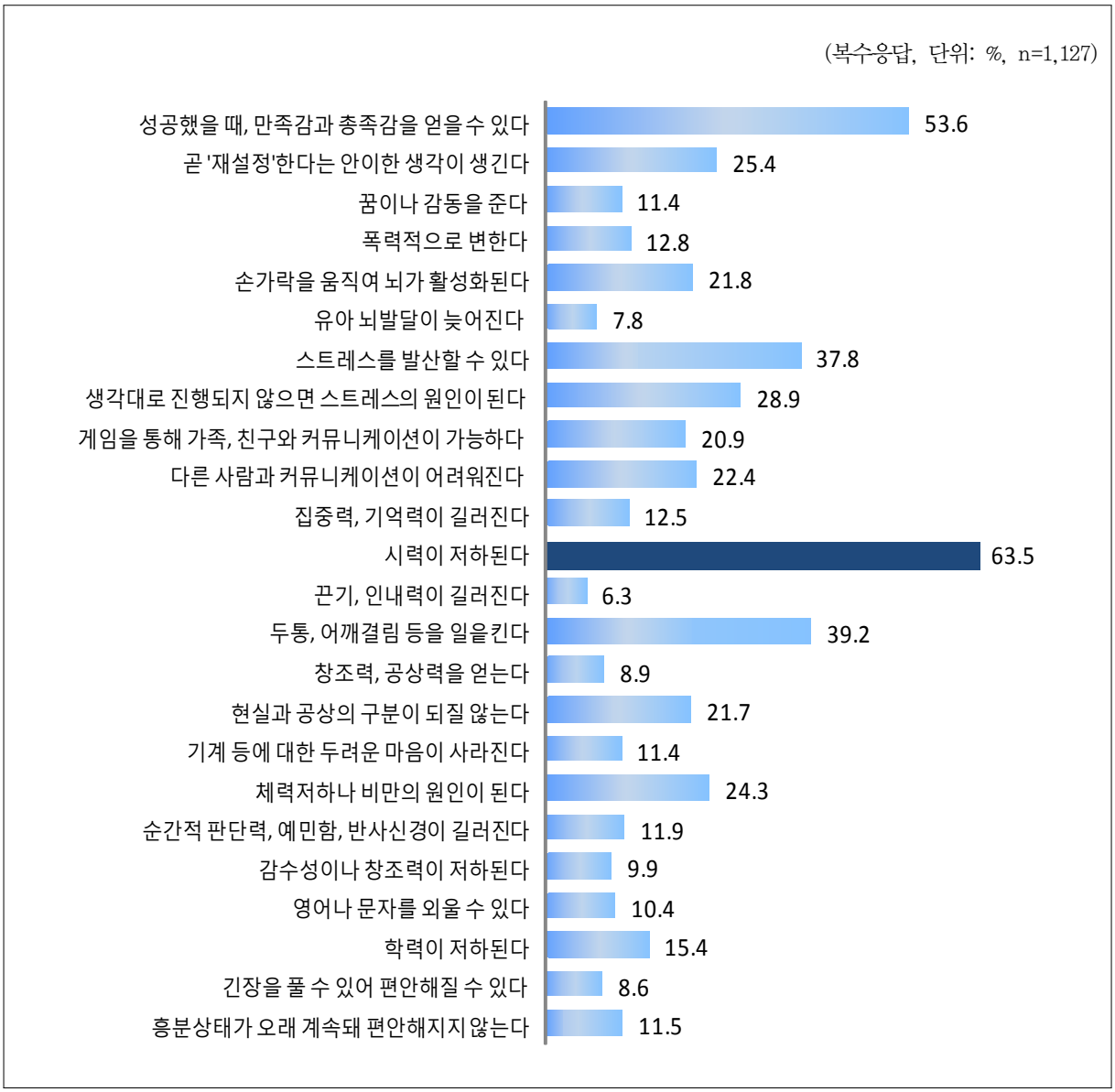



### 3) 게임 영향 및 효과에 대한 이미지

○ 전체 응답자를 대상으로 게임의 영향 및 효과에 대해 조사한 결과, '시력이 저하된다'라는 응답이 63.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '완수했을 때 만족감, 충실감을 얻을 수 있다'(53.6%), '두통, 어깨결림 등이 생긴다'(39.2%), '스트레스를 발산할 수 있다'(37.8%) 등으로 확인됨

○ 게임 영향 및 효과에 대해 긍정적인 이미지를 가진 응답자는 43.2%로 부정적인 이미지를 가진 응답자 56.8%보다 낮게 나타나, 응답자들이 게임의 영향 및 효과에 대해 부정적인 이미지를 더 많이 갖는 경향이 있다는 것을 알 수 있음(위에서부터 홀수 항목 사례 수의 백분위를 긍정적인 이미지로, 짝수 항목 사례 수의 백분위를 부정적인 이미지로 각각 분류)

<그림 2-3-8> 게임 영향 및 효과에 대한 이미지-일본



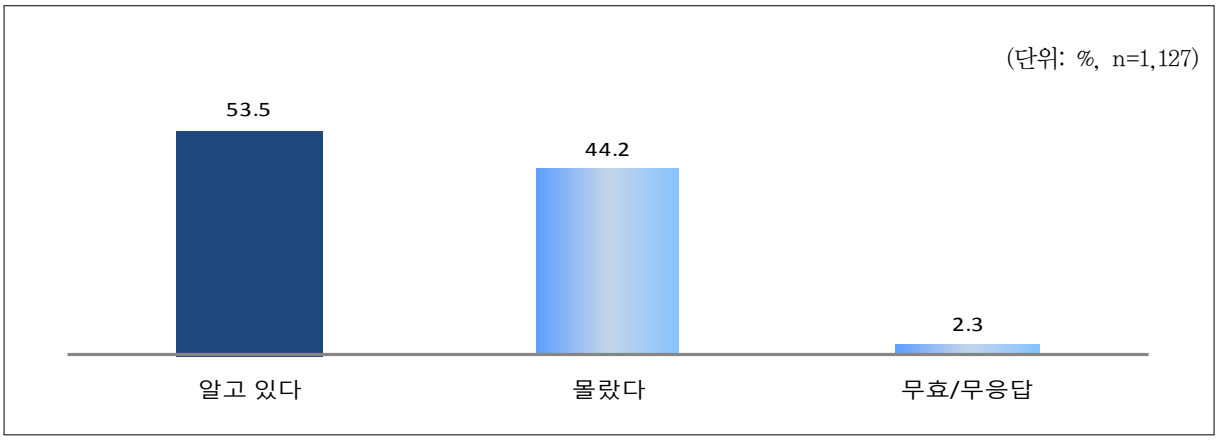

## 3. 온라인게임 이용 현황 및 특성

### 1) 온라인게임 인지도

○ 온라인게임의 인지도에 대해 알아본 결과, 53.5%는 '알고 있다'고 답했으나 44.2%는 '모르고 있다'고 답해, 온라인게임을 잘 모르는 응답자도 적지 않은 것으로 나타남

○ 성별로는 남성이 59.7%, 여성이 47.4%로 남성이 여성보다 온라인게임에 대해 더 많이 알고 있는 것으로 나타났으며, 연령별로는 15~19세의 응답자들이 80% 이상을 기록하여 온라인게임에 대한 높은 인지도를 보임

<그림 2-3-9> 온라인게임 인지도-일본




<표 2-3-6> 온라인게임 인지도-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수(명) | 알고 있다 | 몰랐다 | 무효/무응답 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 53.5 | 44.2 | 2.3 |
| 성 | 남성 | 559 | 59.7 | 38.5 | 1.8 |
| | 여성 | 568 | 47.4 | 49.8 | 2.8 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 26.8 | 69.0 | 4.2 |
| | 10~14세 | 63 | 41.3 | 55.5 | 3.2 |
| | 15~19세 | 69 | 85.5 | 14.5 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 76.0 | 23.1 | 0.9 |
| | 25~29세 | 67 | 77.6 | 19.4 | 3.0 |
| | 30~34세 | 68 | 70.6 | 29.4 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 74.8 | 22.8 | 2.4 |
| | 40~49세 | 151 | 62.9 | 34.4 | 2.6 |
| | 50~59세 | 141 | 48.2 | 50.4 | 1.4 |
| | 60~69세 | 157 | 30.0 | 68.1 | 1.9 |
| | 70~79세 | 109 | 13.8 | 80.7 | 5.5 |

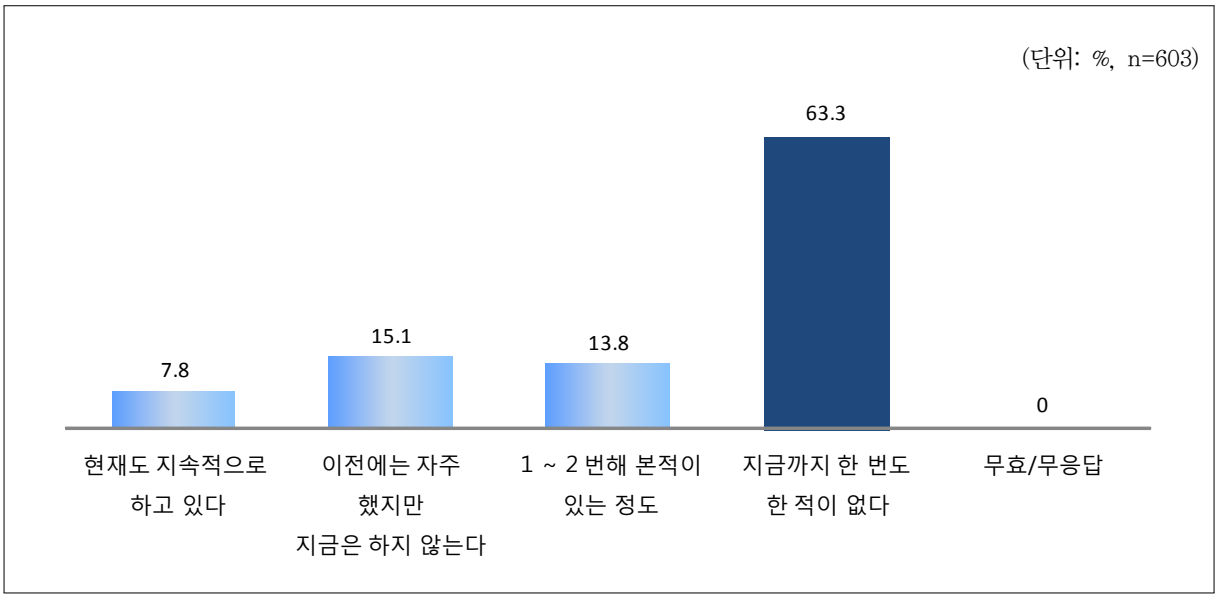
## 2) 온라인게임 이용 경험

○ 응답자들은 온라인게임 이용 경험에 대해 '지금까지 한 번도 한 적이 없다'가 63.3%로 가장 높았으며, '이전에는 자주 했지만, 지금은 하지 않는다'(15.1%), '1~2번 해 본적이 있는 정도'(13.8%)라는 응답 비율은 지난해보다는 늘어났지만 아직까지는 상대적으로 매우 낮았음

○ 여성(73.6%)이 남성(55.1%)보다 온라인게임 무경험 비율이 높은 것으로 나타났고, 같은 맥락에서 현재 온라인게임을 지속적으로 즐기고 있는 이용자의 경우에는 남성(10.8%)이 여성(4.1%)보다 높게 나타났음

○ 온라인게임 무경험 비율은 60~69세에서 80% 이상으로 높게 나타나, 온라인게임에 대한 인지도뿐만 아니라 온라인게임 이용 경험도 매우 낮은 것을 알 수 있음

<그림 2-3-10> 온라인게임 이용 경험-일본




<표 2-3-7> 온라인게임 이용 경험-일본

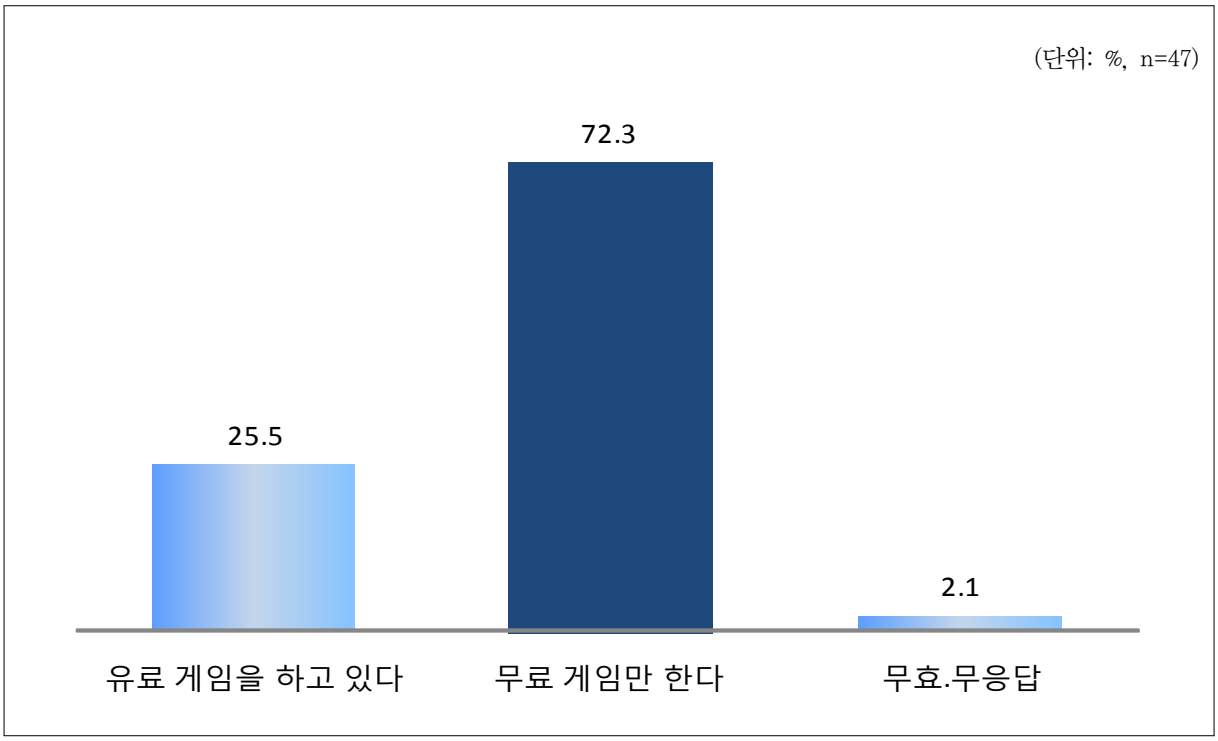
(단위: %, n=603)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재도 지속적으로 하고 있다 | 이전에는 자주 했지만 지금은 하지 않는다 | 1 ~ 2 번해 본적이 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 603 | 7.8 | 15.1 | 13.8 | 63.3 | 0.0 |
| 성 | 남성 | 334 | 10.8 | 18.3 | 15.9 | 55.1 | 0.0 |
| | 여성 | 269 | 4.1 | 11.2 | 11.2 | 73.6 | 0.0 |
| 연령 | 3~9세 | 19 | 10.5 | 15.8 | 10.5 | 63.2 | 0.0 |
| | 10~14세 | 26 | 11.5 | 26.9 | 15.9 | 46.2 | 0.0 |
| | 15~19세 | 59 | 15.3 | 23.7 | 20.3 | 40.7 | 0.0 |
| | 20~24세 | 69 | 13.0 | 27.5 | 21.7 | 37.7 | 0.0 |
| | 25~29세 | 52 | 3.8 | 17.3 | 7.7 | 71.2 | 0.0 |
| | 30~34세 | 48 | 4.2 | 14.6 | 12.5 | 68.8 | 0.0 |
| | 35~39세 | 95 | 8.4 | 16.8 | 12.6 | 62.1 | 0.0 |
| | 40~49세 | 95 | 3.2 | 8.4 | 12.6 | 75.8 | 0.0 |
| | 50~59세 | 78 | 2.6 | 9.0 | 12.8 | 62.8 | 0.0 |
| | 60~69세 | 47 | 6.4 | 2.1 | 8.5 | 83.0 | 0.0 |
| | 70~79세 | 15 | 26.7 | 0.0 | 13.3 | 60.0 | 0.0 |

### 3) 온라인게임 유료 플레이 상황

○ 온라인게임 이용자들을 대상으로 유료 플레이 상황을 알아본 결과, 72.3%의 응답자가 무료게임만 즐기는 것으로 나타나 유료게임 이용자가 무료게임 이용자보다 상대적으로 적은 것을 확인할 수 있음

<그림 2-3-11> 온라인게임 유료 플레이 상황-일본




<표 2-3-8> 온라인게임 유료 플레이 상황-일본

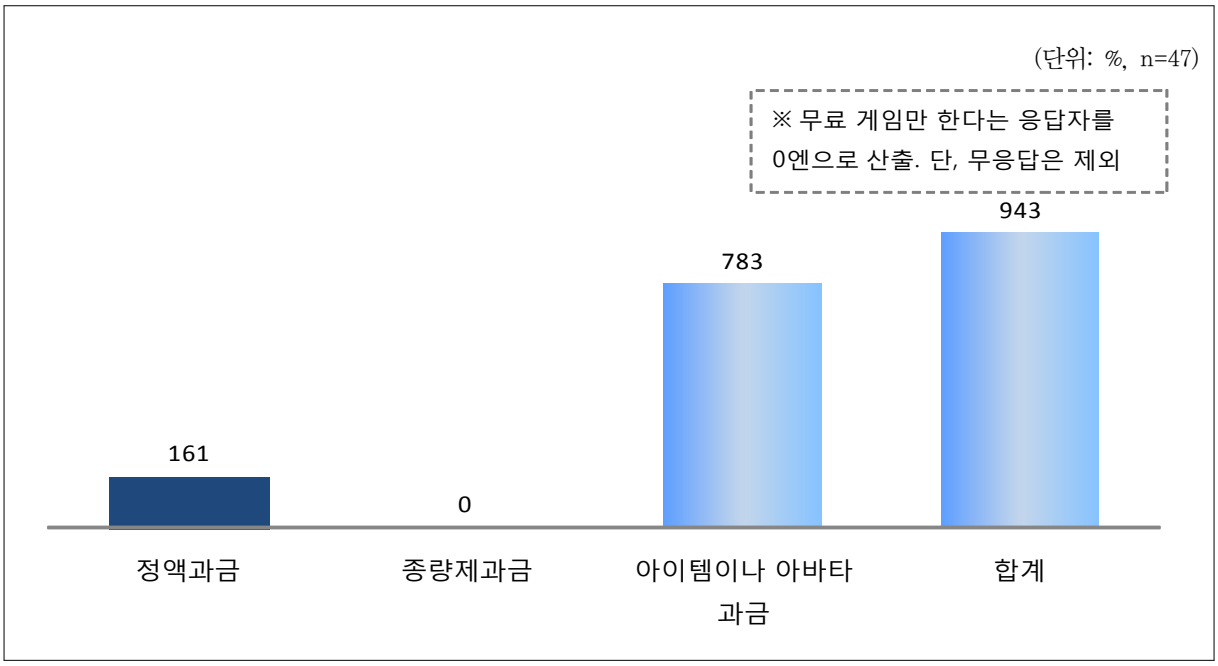
(단위: %, n=47)

| 구분 | | 사례 수(명) | 유료 게임을 하고 있다 | 무료 게임만 한다 | 무효.무응답 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 47 | 25.5 | 72.3 | 2.1 |
| 성 | 남성 | 36 | 30.6 | 66.7 | 2.8 |
| | 여성 | 11 | 9.1 | 90.9 | 0.0 |
| 연령 | 3~14세 | 5 | 20.0 | 80.0 | 0.0 |
| | 15~24세 | 18 | 27.8 | 72.2 | 0.0 |
| | 25~39세 | 12 | 33.3 | 58.3 | 8.3 |
| | 40~59세 | 5 | 40.0 | 60.0 | 0.0 |
| | 60~79세 | 7 | 0.0 | 100.0 | 0.0 |

### 4) 온라인게임 월 이용비

○ 온라인게임 이용자를 대상으로 온라인게임 월 이용비를 확인한 결과, 평균 943엔을 지불하고 있는 것으로 조사되었고, 아이템과 아바타 과금으로 사용한 금액이 783엔으로 가장 많았으며, 정액과금 161엔, 종량과금 0엔을 사용하는 것으로 나타남

<그림 2-3-12> 온라인게임 월 이용비-일본

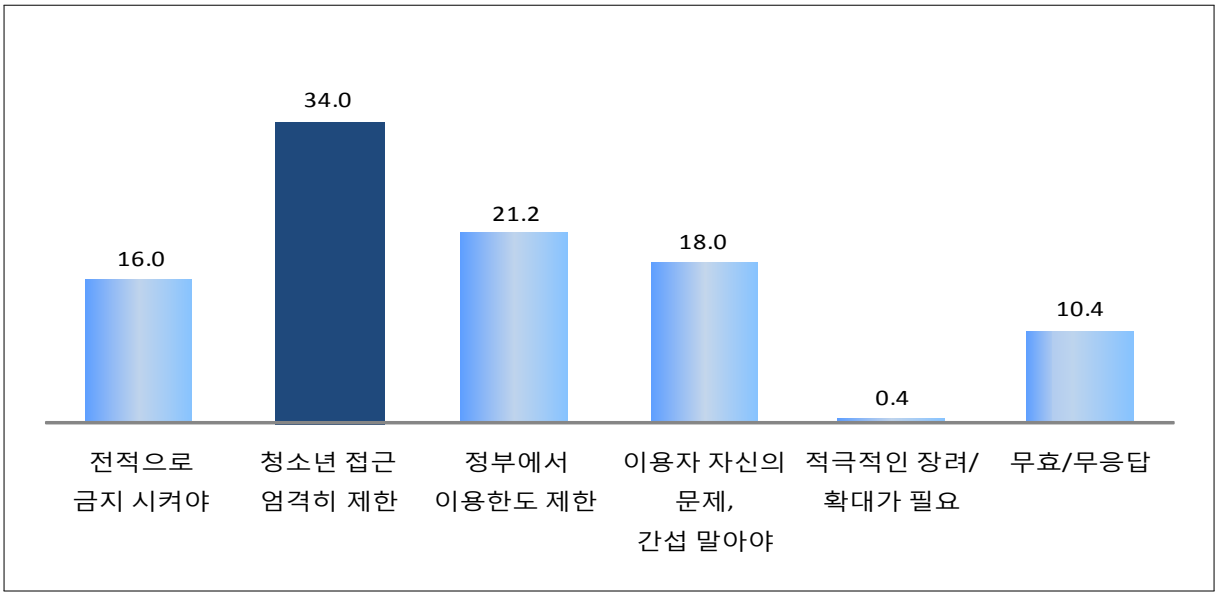



### 5) 아이템 현금거래에 대한 견해

○ 아이템 현금거래에 대한 의견은 '청소년 접근을 엄격히 제한해야 한다'는 응답이 34.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '정부에서 이용한도 제한'(21.2%), '이용자 자신의 문제로 간섭하지 말아야 한다'(18.0%) 순이었음

○ 35~39세 응답자의 경우 '청소년 접근을 엄격히 제한해야 한다'가 42.5%로 가장 높게 나타난 반면, 아이템 현금거래에 대해 가장 높은 호응을 보인 연령은 20~24세로 34.6%가 '이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다'고 대답함

<그림 2-3-13> 아이템 현금거래에 대한 견해-일본



**<표 2-3-9> 아이템 현금거래에 대한 견해-일본**

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 전적으로 금지 시켜야 | 청소년 접근 엄격히 제한 | 정부에서 이용한도 제한 | 이용자 자신의 문제, 간섭 말아야 | 적극적인 장려/ 확대가 필요 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 16.0 | 34.0 | 21.2 | 18.0 | 0.4 | 10.4 |
| 성 | 남성 | 559 | 16.3 | 32.7 | 19.5 | 20.6 | 0.7 | 10.2 |
| | 여성 | 568 | 15.7 | 35.2 | 22.9 | 15.5 | 0.2 | 10.6 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 22.5 | 33.8 | 14.1 | 12.7 | 0.0 | 16.9 |
| | 10~14세 | 63 | 25.4 | 27.0 | 23.8 | 14.3 | 0.0 | 9.5 |
| | 15~19세 | 69 | 8.7 | 18.8 | 44.9 | 26.1 | 0.0 | 1.4 |
| | 20~24세 | 104 | 9.6 | 31.7 | 20.2 | 34.6 | 1.0 | 2.9 |
| | 25~29세 | 67 | 9.0 | 35.8 | 23.9 | 29.9 | 1.5 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 20.6 | 29.4 | 22.1 | 22.1 | 1.5 | 4.4 |
| | 35~39세 | 127 | 8.7 | 42.5 | 26.8 | 13.4 | 0.8 | 7.9 |
| | 40~49세 | 151 | 17.9 | 40.4 | 21.9 | 12.6 | 0.0 | 7.3 |
| | 50~59세 | 141 | 12.1 | 37.6 | 20.6 | 17.0 | 0.7 | 12.1 |
| | 60~69세 | 157 | 21.0 | 33.1 | 13.4 | 13.4 | 0.0 | 19.1 |
| | 70~79세 | 109 | 22.0 | 29.4 | 12.8 | 13.8 | 0.0 | 22.0 |

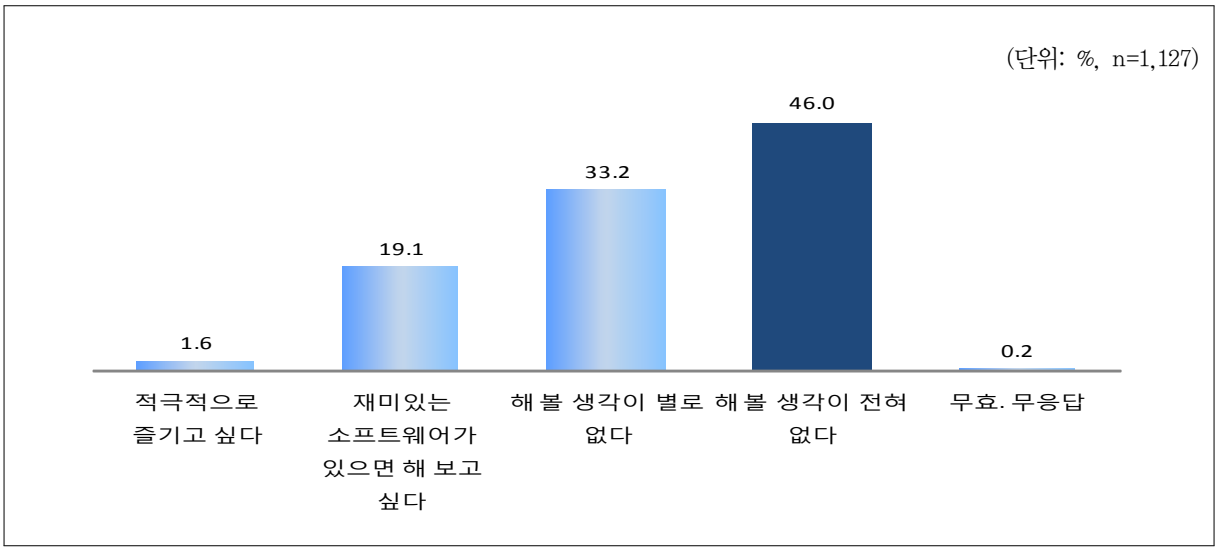
### 6) 향후 온라인게임 이용 의향

○ 향후 온라인게임 이용자의 추계를 알아보기 위해 이용 의향에 대해 알아본 결과, '해볼 생각이 전혀 없다'고 답한 응답자의 비율이 46.0%로 가장 높았으며, '해볼 생각이 별로 없다'(33.2%), '재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다'(19.1%), '적극적으로 즐기고 싶다'(1.6%) 등으로 나타나, 향후 온라인게임 이용 의향이 낮음을 확인할 수 있음

○ 온라인게임을 '해 볼 생각이 전혀 없다'고 답한 응답자 중 여성이 52.3%로 남성 39.5% 보다 높게 나타난 반면, '적극적으로 즐기고 싶다'고 응답한 남성이 2.0%로 여성 1.2%보다 조금 높게 나타나 향후 남성이 여성보다 온라인게임을 즐길 가능성이 높을 것으로 예상됨

○ 15~19세 응답자들의 5.8%는 '적극적으로 즐기고 싶다', 47.8%는 '재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다'고 대답해, 다른 연령대에 비해 향후 온라인게임 이용 의향이 매우 높다는 것을 알 수 있음

<그림 2-3-14> 향후 온라인게임 이용 의향-일본




<표 2-3-10> 향후 온라인게임 이용 의향-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 적극적으로 즐기고 싶다 | 재미있는 소프트웨어가 있으면 해 보고 싶다 | 해 볼 생각이 별로 없다 | 해 볼 생각이 전혀 없다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 1.6 | 19.1 | 33.2 | 46.0 | 0.2 |
| 성 | 남성 | 559 | 2.0 | 24.7 | 33.5 | 39.5 | 0.4 |
| | 여성 | 568 | 1.2 | 13.6 | 32.9 | 52.3 | 0.0 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 2.8 | 18.3 | 39.4 | 38.0 | 1.4 |
| | 10~14세 | 63 | 1.6 | 28.6 | 41.3 | 28.6 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 5.8 | 47.8 | 31.9 | 14.5 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 2.9 | 31.7 | 35.6 | 29.8 | 0.0 |
| | 25~29세 | 67 | 0.0 | 31.3 | 32.8 | 35.8 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 2.9 | 20.6 | 32.4 | 44.1 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 2.4 | 28.3 | 37.8 | 31.5 | 0.0 |
| | 40~49세 | 151 | 0.7 | 11.9 | 35.1 | 52.3 | 0.0 |
| | 50~59세 | 141 | 1.4 | 9.2 | 38.3 | 51.1 | 0.0 |
| | 60~69세 | 157 | 0.0 | 7.6 | 22.3 | 69.4 | 0.6 |
| | 70~79세 | 109 | 0.0 | 3.7 | 24.8 | 71.6 | 0.0 |

## 4. 비디오게임(콘솔게임) 이용 현황 및 특성

### 1) 비디오게임 이용 경험

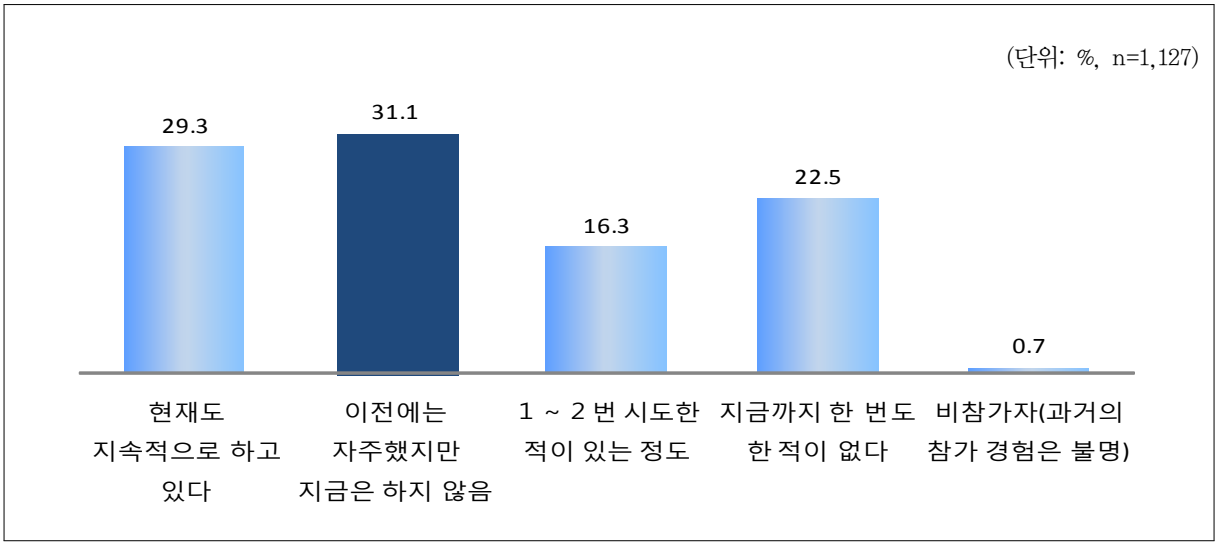
○ 비디오게임 이용 경험에 대해 알아본 결과, 전체 응답자 중 31.1%가 '이전에는 자주 했지만 지금은 하지

않는다'고 답했으며, 다음으로 '현재도 지속적으로 하고 있다'(29.3%), '지금까지 한 번도 한 적이 없다'(22.5%), '1~2번 시도한 적이 있는 정도'(16.3%) 등의 순이었음

○ '현재도 지속적으로 가정용게임을 즐기고 있다'는 응답자는 남성(35.6%)이 여성(23.1%)보다 높은 것으로 나타남

○ 연령별로도 차이를 확인할 수 있는데, 특히 10~14세의 가정용게임 이용자 비율이 79.4%로 가장 높게 나타났으며, 이는 70~79세(7.3%)와 비교했을 때 70.0%p 이상 많은 수치임

**<그림 2-3-15> 비디오게임 이용 경험-일본**




**<표 2-3-11> 비디오게임 이용 경험-일본**

(단위: %, n=1,127)

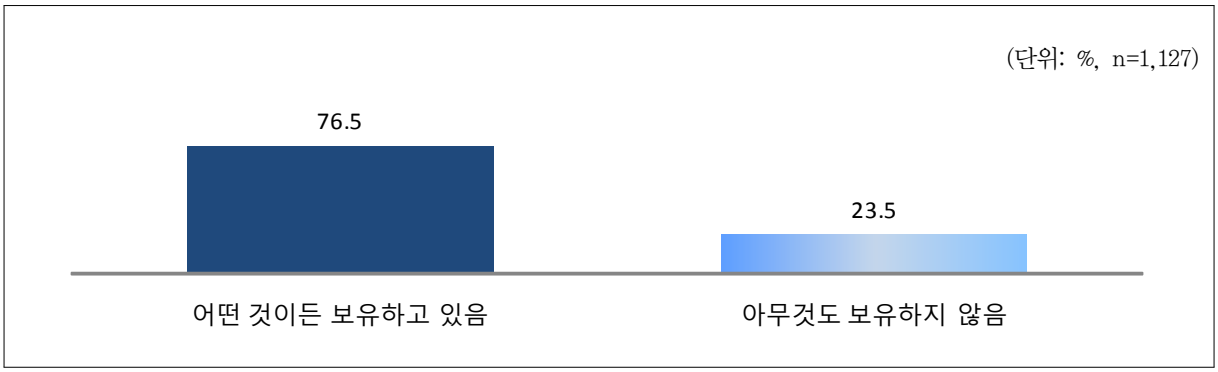
| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재도 지속적으로 하고 있다 | 이전에는 자주했지만 지금은 하지 않음 | 1~2번 시도한 적이 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 비참가자 (과거의 참가 경험은 불명) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 29.3 | 31.1 | 16.3 | 22.5 | 0.7 |
| 성 | 남성 | 559 | 35.6 | 30.8 | 11.8 | 20.9 | 0.9 |
| | 여성 | 568 | 23.1 | 31.5 | 20.8 | 24.1 | 0.5 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 69.0 | 8.5 | 8.5 | 14.1 | 0.0 |
| | 10~14세 | 63 | 79.4 | 17.5 | 3.2 | 0.0 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 46.4 | 49.3 | 2.9 | 1.4 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 33.7 | 54.8 | 7.7 | 1.0 | 0.0 |
| | 25~29세 | 67 | 20.9 | 41.8 | 14.9 | 7.5 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 29.4 | 45.6 | 10.3 | 14.7 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 43.3 | 35.4 | 15.7 | 5.5 | 0.0 |
| | 40~49세 | 151 | 23.2 | 39.1 | 29.1 | 8.6 | 0.0 |
| | 50~59세 | 141 | 8.5 | 31.9 | 31.9 | 26.2 | 1.4 |
| | 60~69세 | 157 | 6.4 | 14.0 | 18.5 | 58.0 | 3.2 |
| | 70~79세 | 109 | 7.3 | 11.9 | 10.1 | 69.7 | 0.9 |

## 2) 비디오게임기(하드웨어) 보유 상황

○ 전체 응답자를 대상으로 종류에 상관없이 비디오게임기 하드웨어를 보유하고 있는지 알아본 결과, 76.5%가 '어떤 것이든 보유하고 있다'고 답했으며, 23.5%는 '아무것도 보유하고 있지 않다'고 답해 보유자의 비율이 비보유자보다 3배 이상 높음을 알 수 있음

○ 15~19세의 가정용게임 하드웨어 보유율이 97.1%로 가장 높아 응답자 대부분이 가정용게임 하드웨어를 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 10~14세(95.2%), 40~49세(94.7%)가 그 뒤를 이었음

**<그림 2-3-16> 비디오게임기 보유 상황(하드웨어)-일본**




**<표 2-3-12> 비디오게임기 보유 현황(하드웨어)-일본**

(단위: %, n=1,127)

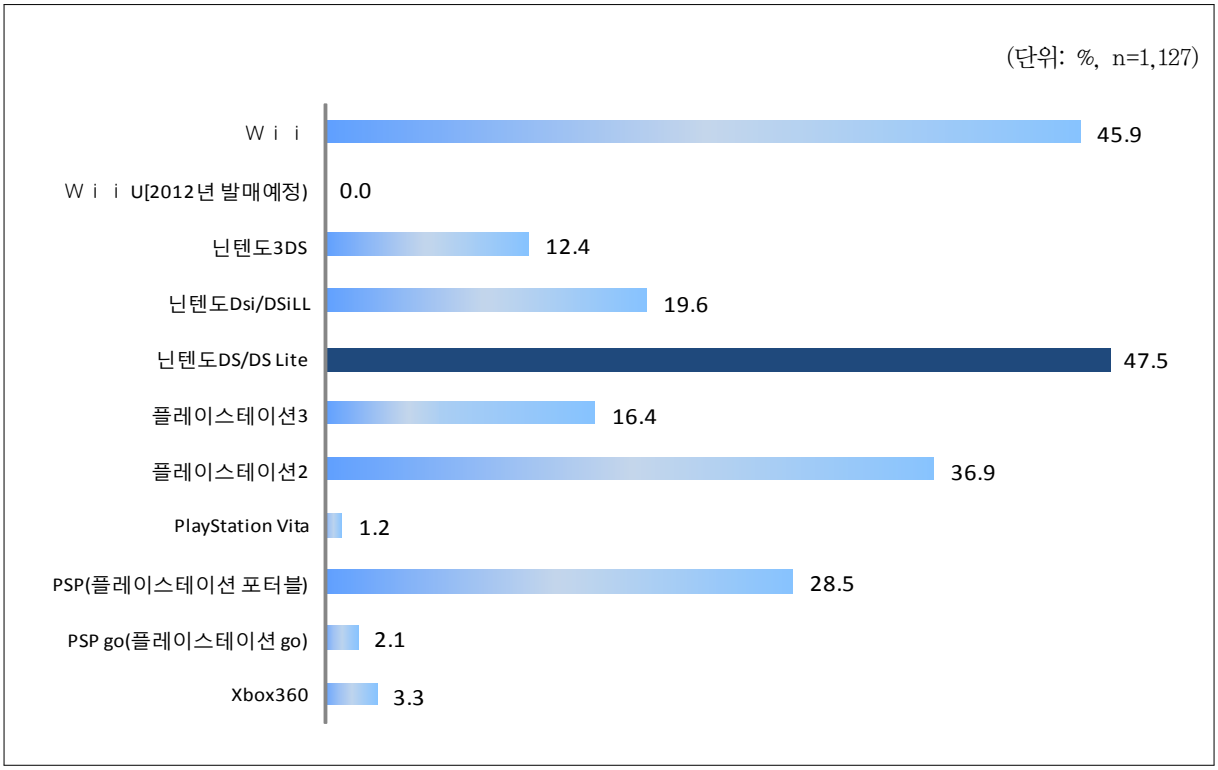
| 구분 | | 사례 수(명) | 어떤 것이든 보유하고 있음(%) | 아무것도 보유하지 않음(%) |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 76.5 | 23.5 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 90.1 | 9.9 |
| | 10~14세 | 63 | 95.2 | 4.8 |
| | 15~19세 | 69 | 97.1 | 2.9 |
| | 20~24세 | 104 | 87.5 | 12.5 |
| | 25~29세 | 67 | 80.6 | 19.4 |
| | 30~34세 | 68 | 82.4 | 17.6 |
| | 35~39세 | 127 | 84.3 | 15.7 |
| | 40~49세 | 151 | 94.7 | 5.3 |
| | 50~59세 | 141 | 78.0 | 22.0 |
| | 60~69세 | 157 | 42.7 | 57.3 |
| | 70~79세 | 109 | 39.4 | 60.6 |

## 3) 보유 중인 비디오게임기(하드웨어)

○ 현재 보유하고 있는 비디오게임 하드웨어를 조사해 본 결과, '닌텐도 DS/DS Lite'가 47.5%로 가장 많았으며, 다음으로 'Wii'(45.9%), '플레이스테이션2'(36.9%) 등의 순으로 나타남

○ 남성(46.0%)과 여성(48.9%) 모두 보유 중인 비디오게임 하드웨어 중 '닌텐도 DS/DS Lite'의 비중이 가장 높은 것을 확인할 수 있었으며, 닌텐도3DS와 닌텐도Dsi/DSiLL, PlayStation Vita에서 여성의 보유 비율이 높은 경우를 제외하고 비디오게임 하드웨어는 남성의 보유 비율이 높았음

**<그림 2-3-17> 보유 중인 비디오게임기(하드웨어)-일본**

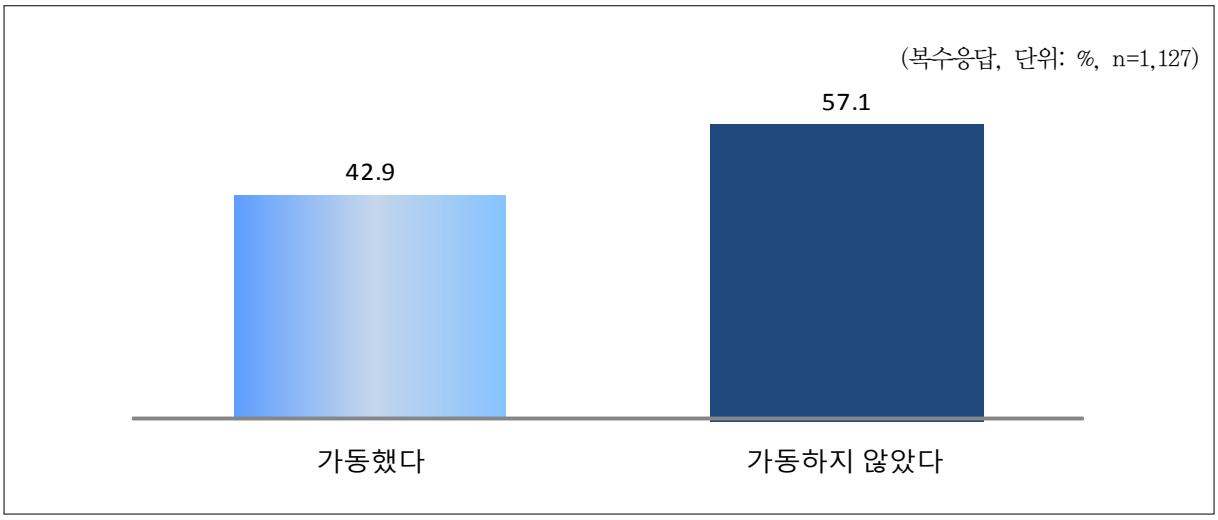



## 4) 비디오게임기 가동 상황

○ 6개월 이내(2011년 하반기~2012년 초) 비디오게임 하드웨어를 가동했는지 물은 결과, 전체 응답자의 42.9%가 가동했으며, 57.1%가 가동하지 않은 것으로 나타나, 비디오게임기를 소유하고 있지만 최근 가동하지 않은 사람들이 절반가량임을 확인할 수 있음

○ 10~14세의 경우 87.3%가 6개월 이내 비디오게임기를 '가동한 적이 있다'고 답해 가동률이 가장 높았으며, 다음으로 3~9세(71.8%), 15~19세(68.1%), 30~34세(61.8%) 등의 순이었음

<그림 2-3-18> 6개월 이내 비디오게임기 가동 상황-일본




<표 2-3-13> 6개월 이내 비디오게임기 가동 상황-일본

(복수응답, 단위: %, n=1,127)

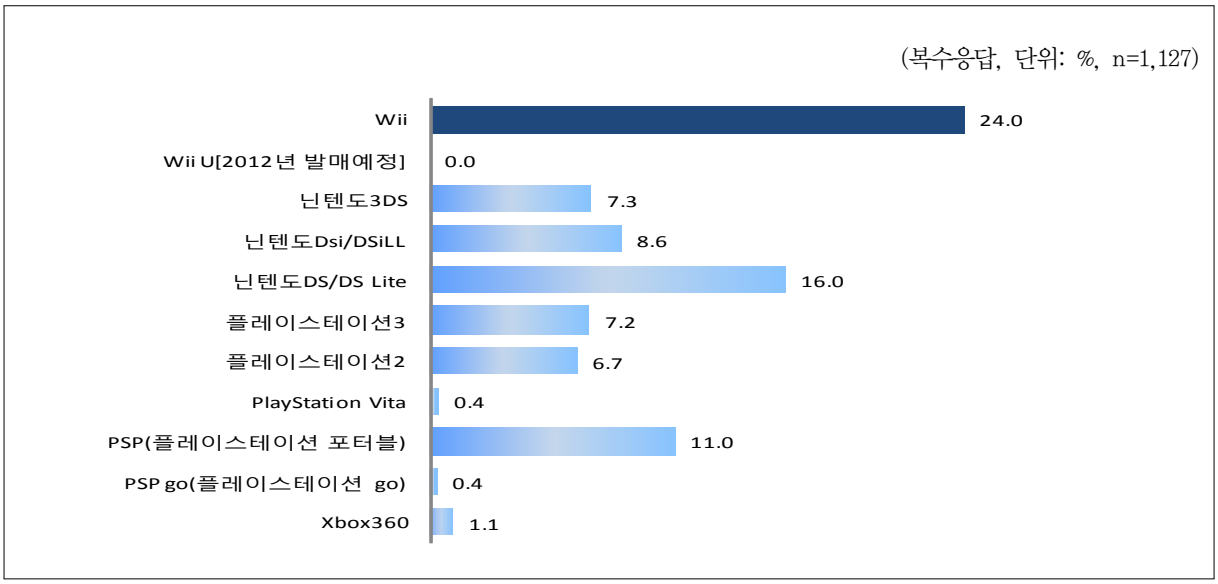
| 구분 | | 사례 수(명) | 가동했다 | 가동하지 않았다 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 42.9 | 57.1 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 71.8 | 28.2 |
| | 10~14세 | 63 | 87.3 | 12.7 |
| | 15~19세 | 69 | 68.1 | 31.9 |
| | 20~24세 | 104 | 55.8 | 44.2 |
| | 25~29세 | 67 | 49.3 | 50.7 |
| | 30~34세 | 68 | 61.8 | 38.2 |
| | 35~39세 | 127 | 57.5 | 42.5 |
| | 40~49세 | 151 | 43.0 | 57.0 |
| | 50~59세 | 141 | 22.0 | 78.0 |
| | 60~69세 | 157 | 10.2 | 89.8 |
| | 70~79세 | 109 | 11.9 | 88.1 |

### 5) 비디오게임기별 가동 상황

○ 비디오게임 하드웨어별로 가동 상황을 알아본 결과, 'Wii'가 24.0%로 가동률이 가장 높았으며, '닌텐도 DS/DS Lite'(16.0%), 'PSP'(11.0%) 등이 그 뒤를 이음

○ 앞서 살펴본 보유율의 경우, '닌텐도 DS/DS Lite'가 47.5%로 가장 많았고 다음으로 'Wii'(45.9%), '플레이스테이션2'(36.9%)의 순이었으나, 6개월 내 가동한 하드웨어 순위는 이와 다르게 '닌텐도 DS/DS Lite'보다 'Wii'가 높게 나타남

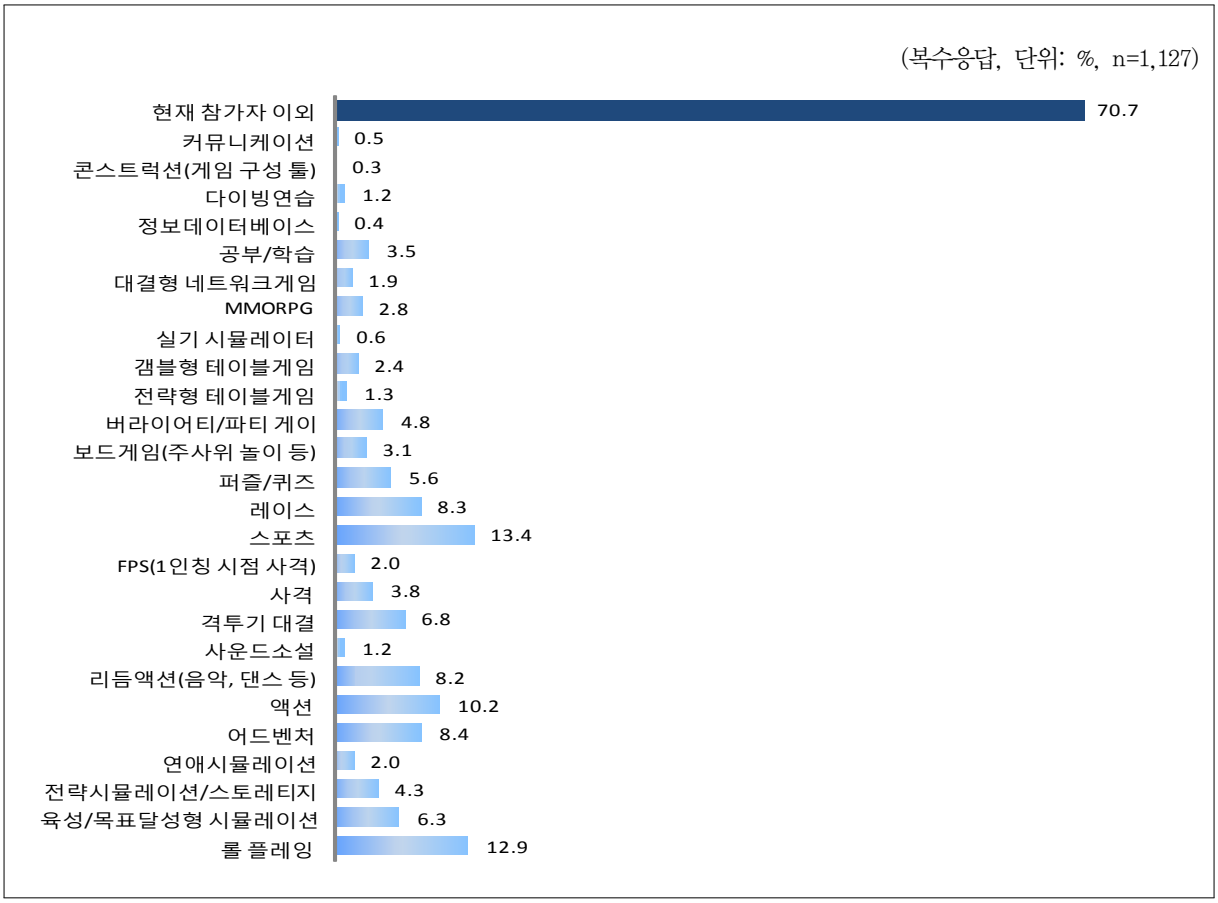
<그림 2-3-19> 비디오게임기별 가동 상황-일본




## 6) 좋아하는 비디오게임 장르

○ 전체 응답자를 대상으로 좋아하는 비디오게임 장르에 대해 조사한 결과, '스포츠'가 13.4%로 가장 많은 비중을 차지했고, 다음으로 '롤플레잉'(12.9%), '액션'(10.2%), '어드벤처'(8.4%) 등의 순이었음

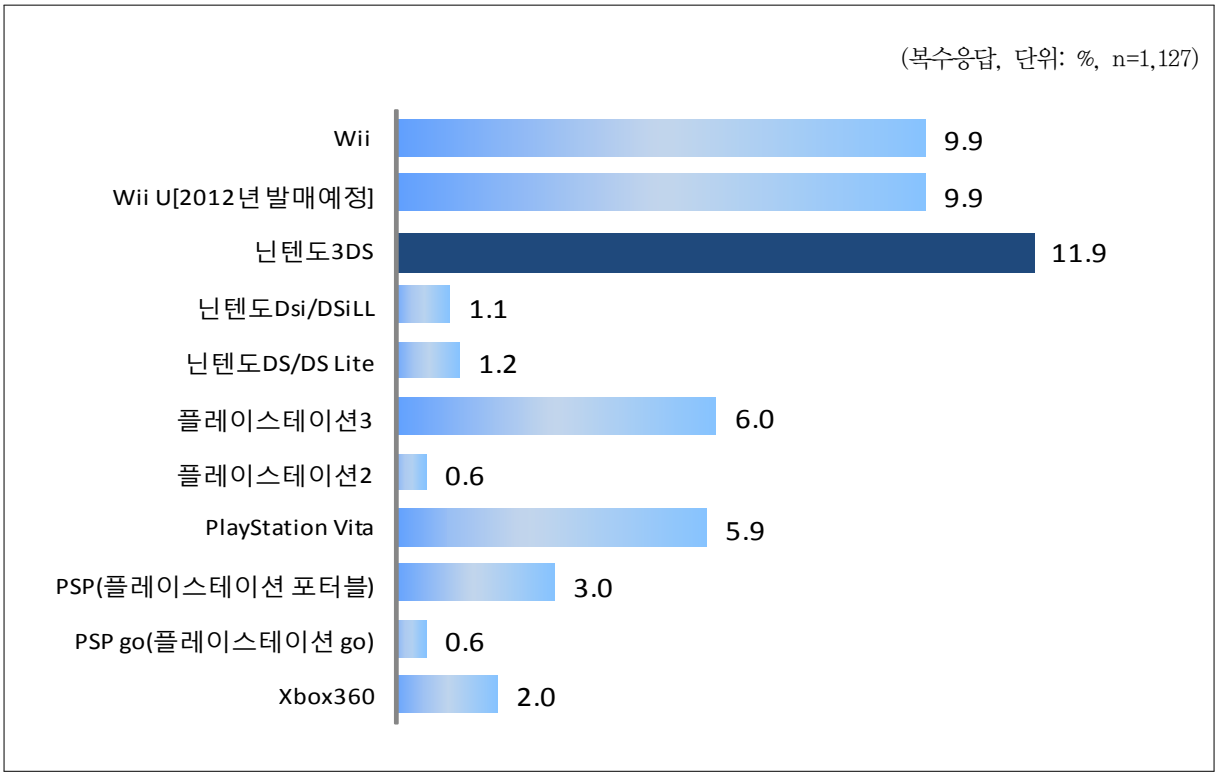
<그림 2-3-20> 좋아하는 비디오게임 장르-일본



### 7) 향후 구입하고 싶은 비디오게임기

○ 향후 구입하고 싶은 비디오게임기 1순위는 '닌텐도 3DS'가 11.9%로 가장 높았으며, 다음으로 'Wii'(9.9%)와 'Wii U'(9.9%), '플레이스테이션3'(6.0%) 등의 순이었음

**<그림 2-3-21> 향후 구입하고 싶은 비디오게임 장르-일본**




### 8) 비디오게임 구입편수 및 구입비(소프트웨어)

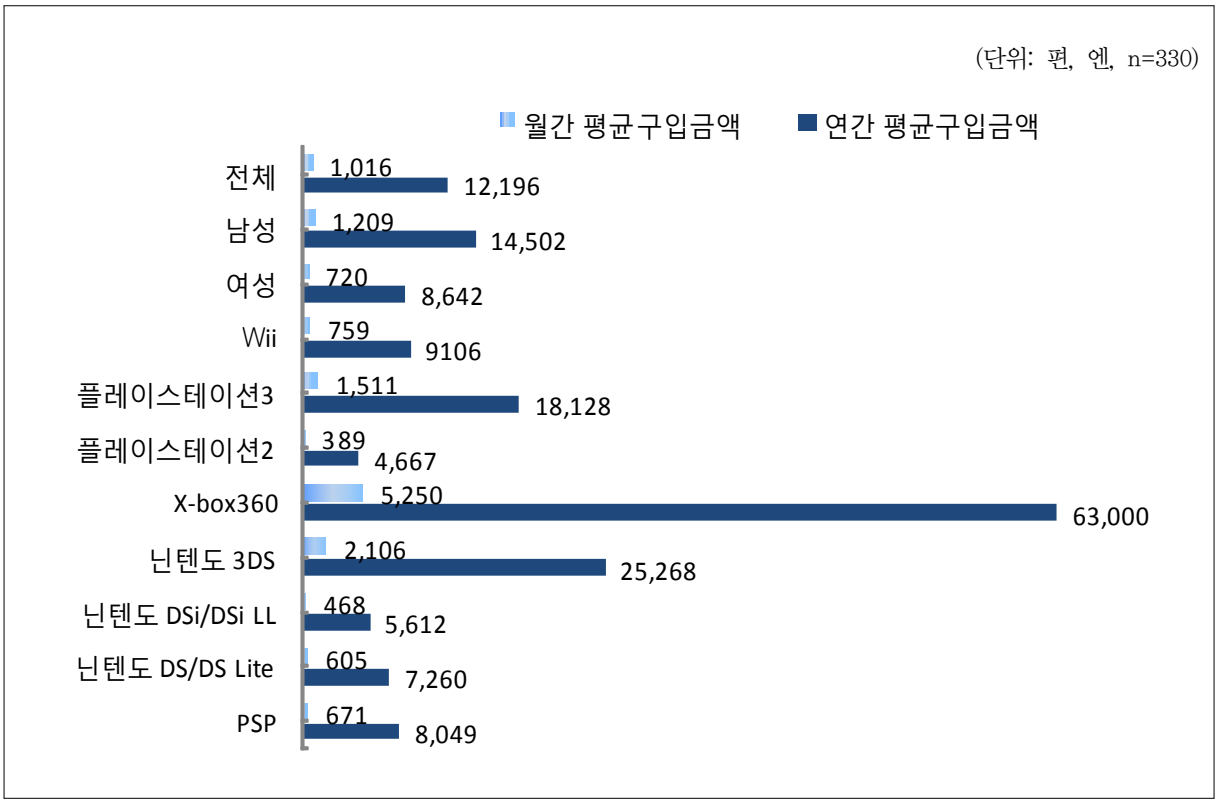
○ 비디오게임 소프트웨어 구입비용에 대해 알아본 결과, 연간 평균구입비는 12,196엔, 월간 평균구입비는 1,016엔으로 나타남

○ 게임기 종류별로 살펴보면, 'X-box360'의 소프트웨어 구입비가 63,000엔으로 가장 높았으며, 다음으로 '닌텐도3DS'(25,268엔), '플레이스테이션3'(18,128엔) 등의 순이었음

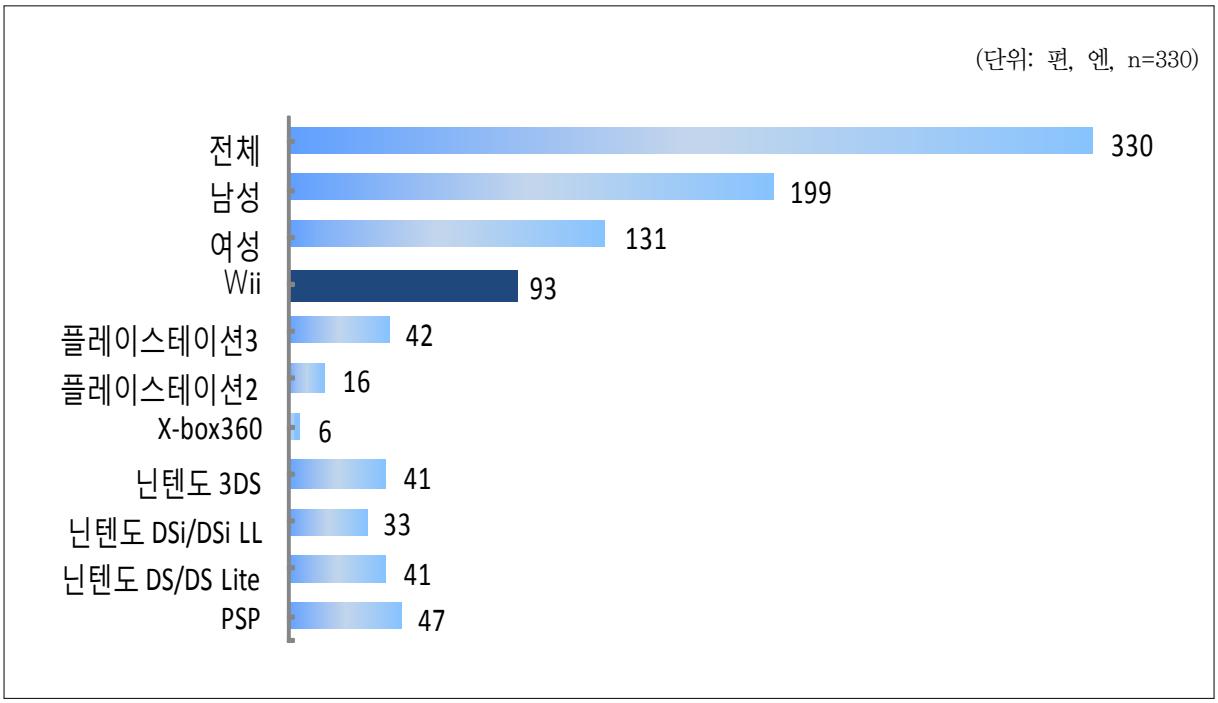
○ 남성과 여성의 연간 평균구입비는 각각 14,502엔과 8,642엔으로 나타나, 남성이 여성보다 비디오게임 소프트웨어의 구입비가 더 많은 것을 알 수 있음

○ 종류별로 구입한 소프트웨어의 편수를 살펴보면, 전체 330편 중 'Wii'가 93편으로 1순위, 'PSP'가 47편으로 2순위로 나타나, 다른 소프트웨어와 큰 차이를 보였음(구입비는 X-box360이 가장 높았으나 구입편수는 'Wii'와 'PSP'가 많은 것으로 나타나 X-box360 소프트웨어의 가격이 Wii나 PSP 보다 상대적으로 매우 높다는 것을 알 수 있음)

<그림 2-3-22> 비디오게임 소프트웨어 구입비-일본




<그림 2-3-23> 비디오게임 소프트웨어 구입편수-일본



**<표 2-3-14> 비디오게임 소프트웨어 구입편수 및 구입비-일본**

(단위: 편, 엔, n=330)

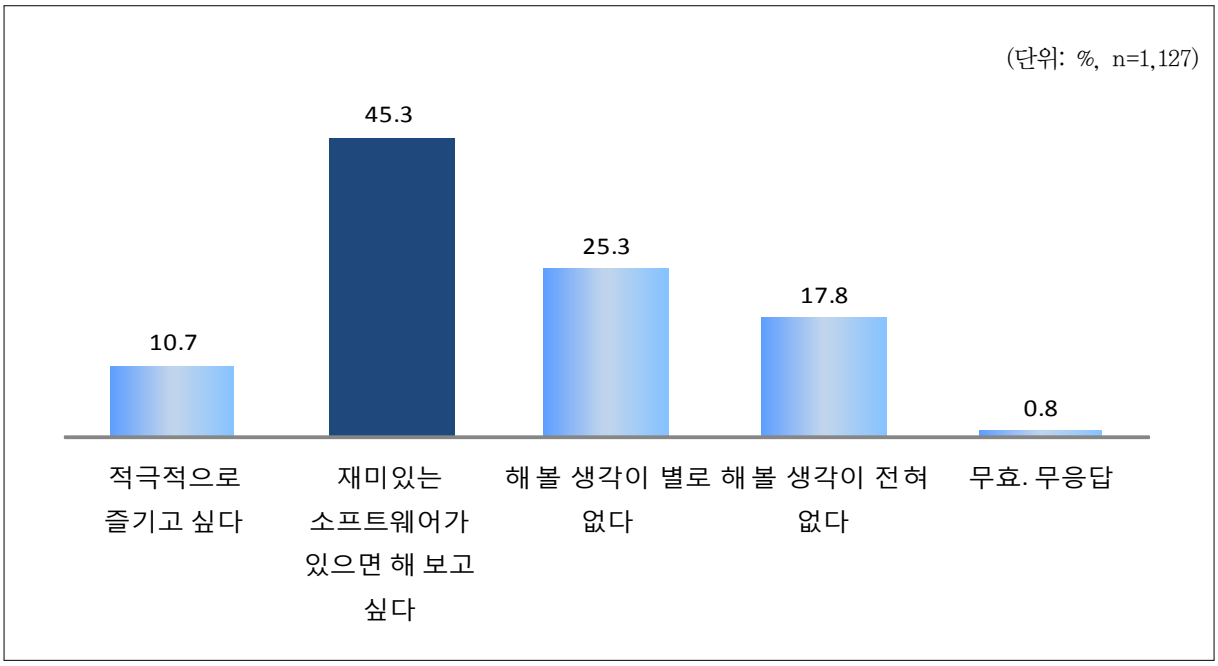
| 구분 | | 총 편수(편) | 연간 평균구입금액 | 월간 평균구입금액 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 330 | 12,196 | 1,016 |
| 성 | 남성 | 199 | 14,502 | 1,209 |
| | 여성 | 131 | 8,642 | 720 |
| 남성 | 3~14세 | 54 | 7,539 | 628 |
| | 15~24세 | 46 | 16,374 | 1,365 |
| | 25~39세 | 59 | 21,216 | 1,768 |
| | 40~59세 | 30 | 11,818 | 985 |
| | 60~79세 | 10 | 11,300 | 942 |
| 여성 | 3~14세 | 45 | 4,714 | 393 |
| | 15~24세 | 21 | 5,275 | 440 |
| | 25~39세 | 40 | 16,960 | 1,413 |
| | 40~59세 | 17 | 7,429 | 619 |
| | 60~79세 | 8 | 714 | 60 |
| 최다사용 하드웨어 (복수응답) | Wii | 93 | 9,106 | 759 |
| | 플레이스테이션3 | 42 | 18,128 | 1,511 |
| | 플레이스테이션2 | 16 | 4,667 | 389 |
| | X-box360 | 6 | 63,000 | 5,250 |
| | 닌텐도 3DS | 41 | 25,268 | 2,106 |
| | 닌텐도 DSi/DSi LL | 33 | 5,612 | 468 |
| | 닌텐도 DS/DS Lite | 41 | 7,260 | 605 |
| | PSP | 47 | 8,049 | 671 |

### 9) 향후 비디오게임 참가 의향

○ 향후 비디오게임 참가 의향에 대해 알아본 결과, '재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다'고 답한 응답자가 45.3%, '적극적으로 즐기고 싶다'고 답한 응답자가 10.7%로 나타나 향후 참가에 대한 긍정적인 의견이 다소 많음을 알 수 있음

○ 적극적으로 비디오게임에 참가할 의향이 있는 연령은 10~14세가 43.4%로 가장 높았으며, 70~79세의 경우 37.6%가 비디오게임에 참가할 의향이 전혀 없다고 답해 연령별 차이가 존재함

<그림 2-3-24> 향후 비디오게임 이용 의향-일본




<표 2-3-15> 향후 비디오게임 이용 의향-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 적극적으로 즐기고 싶다 | 재미있는 소프트웨어가 있으면 해 보고 싶다 | 해 볼 생각이 별로 없다 | 해 볼 생각이 전혀 없다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 10.7 | 45.3 | 25.3 | 17.8 | 0.8 |
| 성 | 남성 | 559 | 13.4 | 46.0 | 21.6 | 18.2 | 0.7 |
| | 여성 | 568 | 8.1 | 44.7 | 28.9 | 17.4 | 0.9 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 10.6 | 44.3 | 27.6 | 16.6 | 0.8 |
| | 10~14세 | 63 | 43.4 | 48.7 | 3.9 | 2.6 | 1.3 |
| | 15~19세 | 69 | 26.8 | 57.1 | 12.5 | 1.8 | 1.8 |
| | 20~24세 | 104 | 17.2 | 58.6 | 20.2 | 4.0 | 0.0 |
| | 25~29세 | 67 | 6.4 | 67.9 | 19.2 | 6.4 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 10.8 | 56.9 | 23.1 | 9.2 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 13.0 | 67.0 | 14.0 | 6.0 | 0.0 |
| | 40~49세 | 151 | 3.8 | 59.5 | 29.0 | 6.9 | 0.8 |
| | 50~59세 | 141 | 2.1 | 39.7 | 36.3 | 21.2 | 0.7 |
| | 60~69세 | 157 | 1.3 | 29.7 | 33.5 | 34.8 | 0.6 |
| | 70~79세 | 109 | 0.8 | 20.8 | 39.2 | 37.6 | 1.6 |

## 5. 모바일게임(휴대전화게임) 이용 현황 및 특성

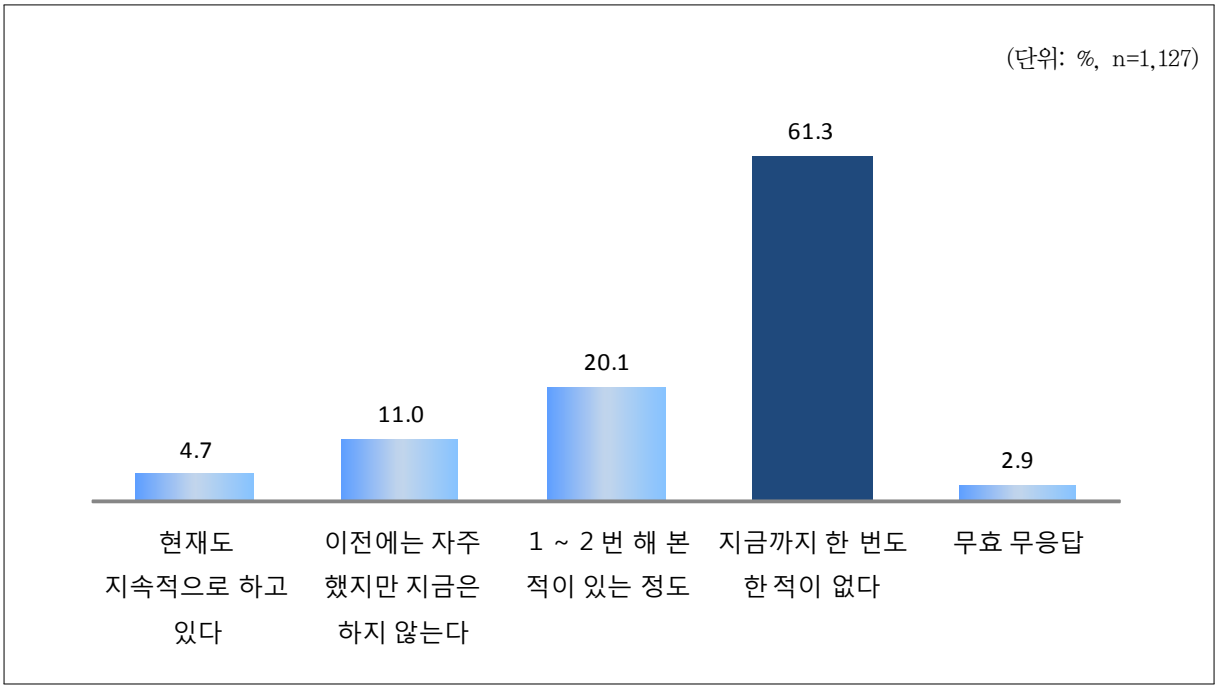
### 1) 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험

○ 전체 응답자 중 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험에 대한 물음에 61.3%가 모바일게임(휴대전화게임)을 '지금까지 한 번도 한 적이 없다'고 답했고, 다음으로 '1~2번 해본 적이 있는 정도'(20.1%), '전에는 자주했지만, 지금은 거의 하지 않는다'(11.0%), '현재도 지속적으로 하고 있다'(4.7%) 등으로 나타남

○ '현재도 지속적으로 하고 있다'고 답한 응답자 중 15~19세가 14.5%로 가장 많았으며, 다음으로 10~14세와 35~39세가 7.9%, 30~34세가 7.4% 등의 순이었음

○ 60~70대 연령층에서 모바일게임(휴대전화게임) 비경험자가 80%이상으로 가장 높게 나타났고, 10~14세는 74.6%, 3~9세는 66.2%가 비경험자로 확인되어, 어린 연령층에서도 모바일게임(휴대전화게임) 비경험자가 적지 않음을 알 수 있음

**<그림 2-3-25> 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험-일본**




**<표 2-3-16> 모바일게임(휴대전화게임) 이용 경험-일본**

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재도 지속적으로 하고 있다 | 이전에는 자주 했지만 지금은 하지 않는다 | 1 ~ 2번 해 본 적이 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 4.7 | 11.0 | 20.1 | 61.3 | 2.9 |
| 성 | 남성 | 559 | 4.8 | 12.7 | 22.7 | 57.2 | 2.5 |
| | 여성 | 568 | 4.6 | 9.3 | 17.4 | 65.3 | 3.3 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 4.2 | 4.2 | 19.7 | 66.2 | 5.6 |

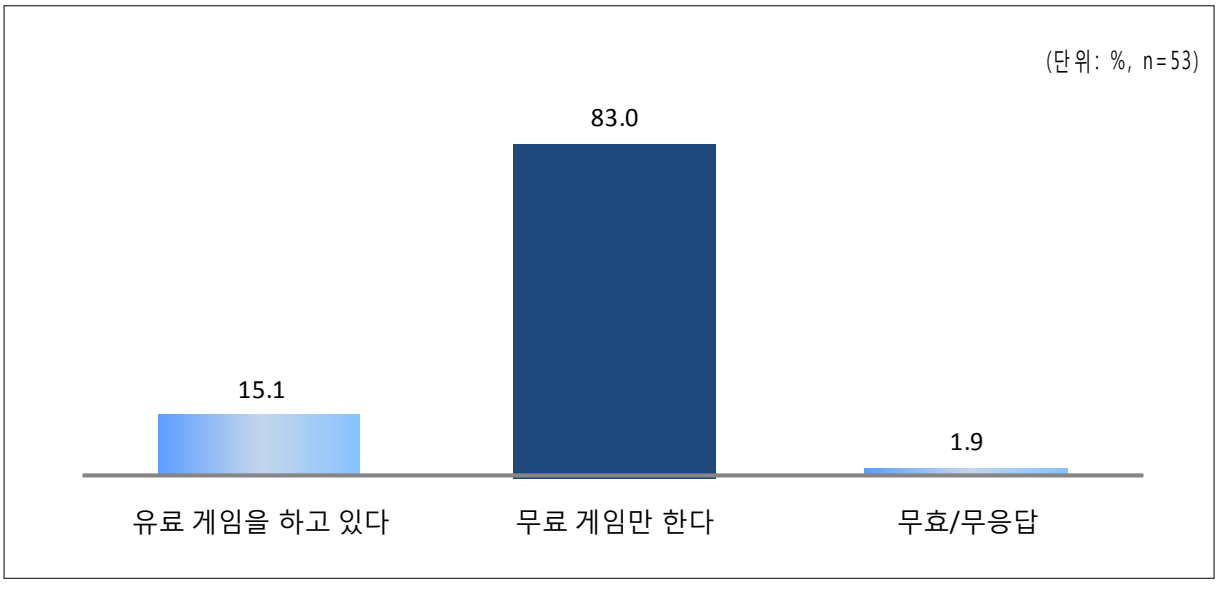
| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재도 지속적으로 하고 있다 | 이전에는 자주 했지만 지금은 하지 않는다 | 1~2번 해 본 적이 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10~14세 | 63 | 7.9 | 4.8 | 12.7 | 74.6 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 14.5 | 21.7 | 29.0 | 34.8 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 4.8 | 28.8 | 26.9 | 34.6 | 4.8 |
| | 25~29세 | 67 | 6.0 | 16.4 | 35.8 | 40.3 | 1.5 |
| | 30~34세 | 68 | 7.4 | 16.2 | 30.9 | 44.1 | 1.5 |
| | 35~39세 | 127 | 7.9 | 15.0 | 24.4 | 48.8 | 3.9 |
| | 40~49세 | 151 | 3.3 | 10.6 | 21.2 | 63.6 | 1.3 |
| | 50~59세 | 141 | 2.8 | 9.2 | 20.6 | 65.2 | 2.1 |
| | 60~69세 | 157 | 0.6 | 1.3 | 8.9 | 84.7 | 4.5 |
| | 70~79세 | 109 | 0.9 | 0.9 | 4.6 | 89.0 | 4.6 |

### 2) 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황

○ 현재 모바일게임(휴대전화게임)을 이용하고 있는 이용자들을 대상으로 유료 플레이 상황을 알아본 결과, 83.0%의 응답자가 무료게임만 즐기는 것으로 나타나 유료게임 이용 비율이 무료게임 이용 비율보다 매우 낮음을 확인할 수 있음

○ 15~24세의 경우, 모바일게임(휴대전화게임) 이용자는 다른 연령에 비해 상대적으로 유료게임을 즐기는 비율이 26.7%로 가장 높게 나타났으며, 3~14세의 응답자들은 유료 플레이를 전혀 하지 않는 것으로 나타남

**<그림 2-3-26> 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황-일본**



<표 2-3-17> 모바일게임(휴대전화게임) 유료 플레이 상황-일본

(단위: %, n=53)

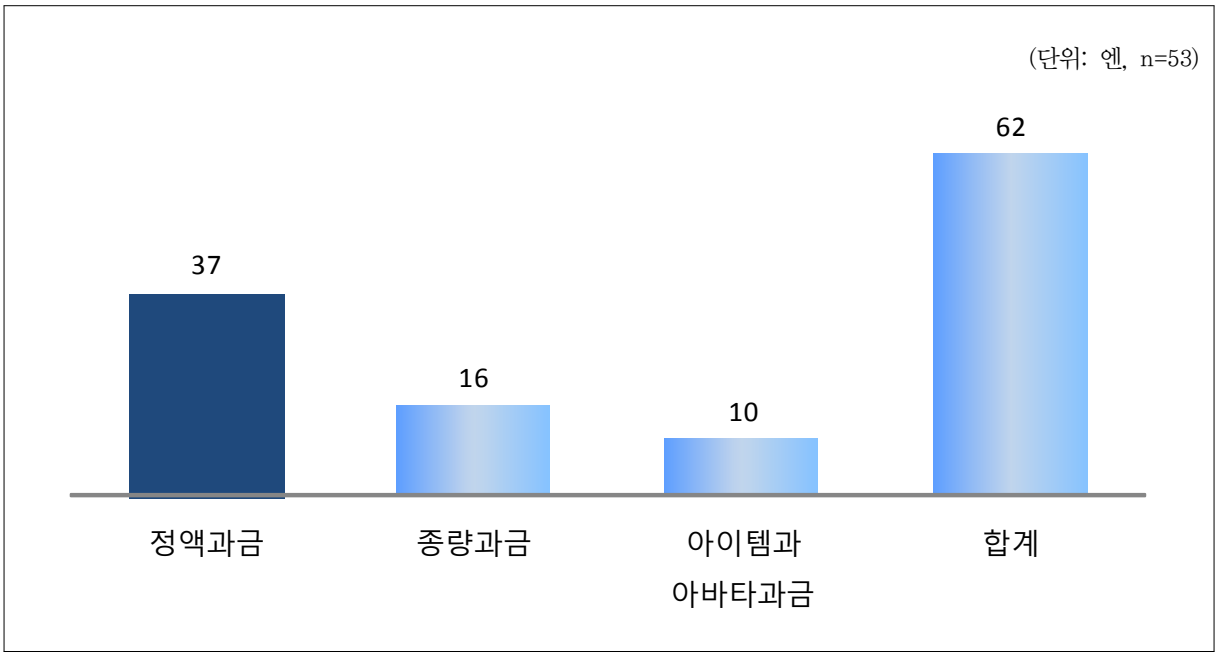
| 구분 | | 사례 수(명) | 유료 게임을 하고 있다 | 무료 게임만 한다 | 무효/무응답 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 53 | 15.1 | 83.0 | 1.9 |
| 성 | 남성 | 27 | 14.8 | 81.5 | 3.7 |
| | 여성 | 26 | 15.4 | 84.6 | 0.0 |
| 연령 | 3~14세 | 8 | 0.0 | 100.0 | 0.0 |
| | 15~24세 | 15 | 26.7 | 83.3 | 0.0 |
| | 25~39세 | 19 | 15.8 | 78.9 | 5.3 |
| | 40~59세 | 9 | 11.1 | 88.9 | 0.0 |
| | 60~79세 | 2 | 0.0 | 100.0 | 0.0 |

### 3) 모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용

○ 모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용은 평균 62엔이었고, 이 중에서 '정액과금'(37엔)으로 가장 많은 비용을 지출했으며, '종량과금'(16엔)과 '아이템과 아바타과금'(10엔)의 지출은 상대적으로 적은 것으로 나타남

○ 15~24세의 남성은 '아이템과 아바타과금'(83엔)에 가장 많은 비용을 사용했으며, 여성은 '아이템과 아바타과금'은 0엔으로 '정액과금'이나 '종량제'를 이용하는 것으로 나타났음

<그림 2-3-27> 모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용-일본



**<표 2-3-18>모바일게임(휴대전화게임) 월 다운로드 비용-일본**

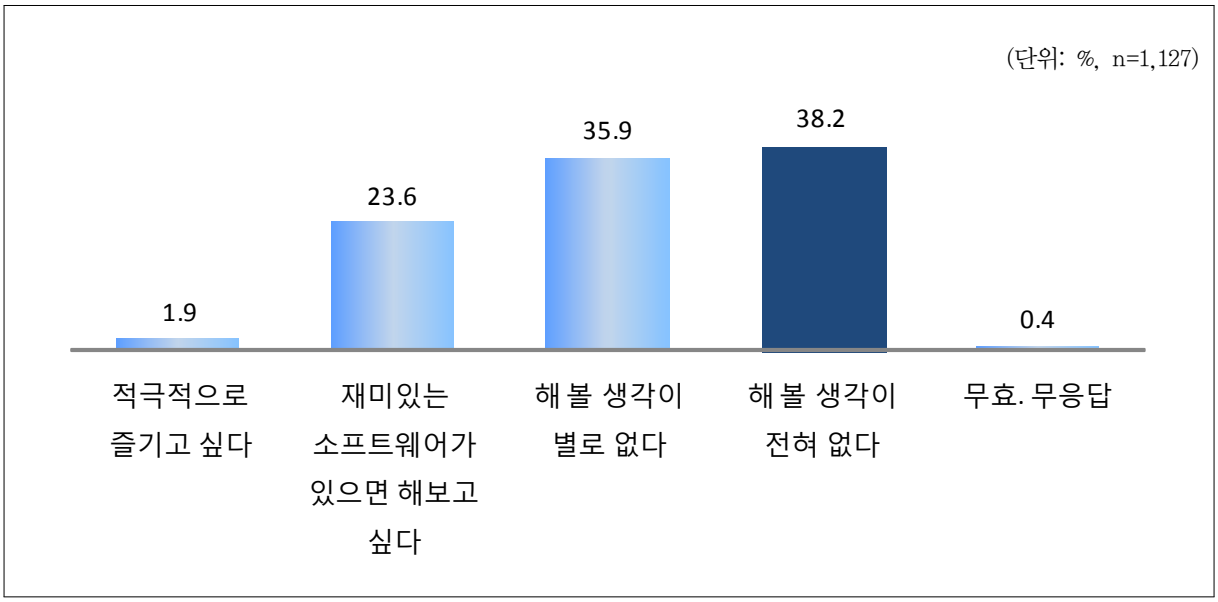
(단위: 엔, n=53)

| 구분 | | 사례 수(명) | 정액과금 | 종량과금 | 아이템과 아바타과금 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 53 | 37 | 16 | 10 | 62 |
| 성 | 남성 | 27 | 36 | 0 | 19 | 55 |
| | 여성 | 26 | 38 | 31 | 0 | 69 |
| 남성 | 3~14세 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 15~24세 | 6 | 53 | 0 | 83 | 137 |
| | 25~39세 | 8 | 45 | 0 | 0 | 45 |
| | 40~59세 | 5 | 60 | 0 | 0 | 60 |
| | 60~79세 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 여성 | 3~14세 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 15~24세 | 9 | 70 | 91 | 0 | 161 |
| | 25~39세 | 11 | 32 | 0 | 0 | 32 |
| | 40~59세 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 60~79세 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

### 4) 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향

○ 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향에 대해 물은 결과, 부정적인 의견을 나타낸 응답자가 74.1%(해볼 생각이 별로 없다: 35.9%+해볼 생각이 전혀 없다: 38.2%)로 나타나 긍정적인 응답자 25.5%(적극적으로 즐기고 싶다: 1.9%+재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다: 23.6%)보다 높다는 것을 확인할 수 있음

**<그림 2-3-28> 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향-일본**



<표 2-3-19> 향후 모바일게임(휴대전화게임) 이용 의향-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 적극적으로 즐기고 싶다 | 재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다 | 해 볼 생각이 별로 없다 | 해 볼 생각이 전혀 없다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 1.9 | 23.6 | 35.9 | 38.2 | 0.4 |
| 성 | 남성 | 559 | 2.3 | 23.8 | 36.0 | 37.4 | 0.5 |
| | 여성 | 568 | 1.4 | 23.4 | 35.9 | 39.1 | 0.2 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 9.9 | 32.4 | 26.8 | 31.0 | 0.0 |
| | 10~14세 | 63 | 3.2 | 36.5 | 38.1 | 22.2 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 2.9 | 50.7 | 26.1 | 20.3 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 1.0 | 30.8 | 36.5 | 30.8 | 1.0 |
| | 25~29세 | 67 | 0.0 | 23.9 | 32.8 | 43.3 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 2.9 | 26.5 | 38.2 | 30.9 | 1.5 |
| | 35~39세 | 125 | 3.1 | 29.9 | 38.6 | 27.6 | 0.8 |
| | 40~49세 | 151 | 1.3 | 21.2 | 41.7 | 35.8 | 0.0 |
| | 50~59세 | 141 | 0.0 | 17.0 | 44.0 | 39.0 | 0.0 |
| | 60~69세 | 157 | 0.0 | 12.7 | 34.4 | 52.2 | 0.6 |
| | 70~79세 | 109 | 0.9 | 4.6 | 27.5 | 67.0 | 0.0 |

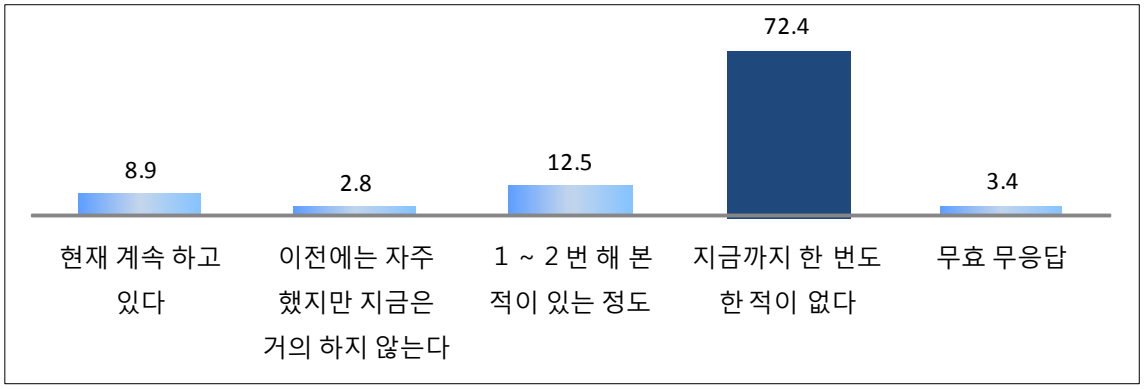
## 6. 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 현황 및 특성

### 1) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 경험

○ 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 경험에 대한 조사 결과를 살펴보면, '지금까지 한 번도 한 적이 없다'고 답한 비경험자가 72.4%로 가장 많은 반면, 현재 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임)을 이용하고 있는 응답자는 8.9%로 매우 낮은 수치로 나타남

<그림 2-3-29> 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용경험-일본

(단위: %, n=1,127)



**<표 2-3-20> 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용경험-일본**

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재 계속 하고 있다 | 이전에는 자주 했지만 지금은 거의 하지 않는다 | 1~2번 해 본 적이 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 8.9 | 2.8 | 12.5 | 72.4 | 3.4 |
| 성 | 남성 | 559 | 9.3 | 3.8 | 12.7 | 70.8 | 3.4 |
| | 여성 | 568 | 8.5 | 1.9 | 12.3 | 73.9 | 3.3 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 14.1 | 1.4 | 14.1 | 66.2 | 4.2 |
| | 10~14세 | 63 | 7.9 | 3.2 | 12.7 | 73.0 | 3.2 |
| | 15~19세 | 69 | 18.8 | 4.3 | 20.3 | 53.6 | 2.9 |
| | 20~24세 | 104 | 21.2 | 5.8 | 26.0 | 43.3 | 3.8 |
| | 25~29세 | 67 | 16.4 | 4.5 | 20.9 | 56.7 | 1.5 |
| | 30~34세 | 68 | 11.8 | 10.3 | 16.2 | 58.8 | 2.9 |
| | 35~39세 | 127 | 10.2 | 0.0 | 15.0 | 72.4 | 2.4 |
| | 40~49세 | 151 | 8.6 | 2.6 | 11.9 | 72.8 | 4.0 |
| | 50~59세 | 141 | 2.1 | 2.8 | 12.1 | 80.1 | 2.8 |
| | 60~69세 | 157 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 95.5 | 2.5 |
| | 70~79세 | 109 | 0.9 | 0.9 | 1.8 | 89.9 | 6.4 |

## 2) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 유료 플레이 상황

○ 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 유료 플레이 상황을 알아본 결과, '유료 게임을 하고 있다'는 응답자는 11.0%, '무료 게임만 한다'고 답한 응답자는 87.0%로 상당수의 응답자들이 무료게임만 즐기는 것을 알 수 있음

○ 25~39세와 40~59세의 경우 '유료 게임을 하고 있다'고 답한 응답자가 18.8%로 나타났으며, 15~24세는 '무료 게임만 한다'고 답한 응답자가 94.2%로 연령별 차이를 보임

**<표 2-3-21> 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 유료 플레이 상황-일본**

(단위: %, n=100)

| 구분 | | 사례 수(명) | 유료 게임을 하고 있다 | 무료 게임만 한다 | 무효/무응답 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 100 | 11.0 | 87.0 | 2.0 |
| 성 | 남성 | 52 | 11.5 | 84.6 | 3.8 |
| | 여성 | 48 | 10.4 | 89.6 | 0.0 |
| 연령 | 3~14세 | 15 | 6.7 | 93.3 | 0.0 |
| | 15~24세 | 35 | 2.9 | 94.2 | 2.9 |
| | 25~39세 | 32 | 18.8 | 78.1 | 3.1 |
| | 40~59세 | 16 | 18.8 | 81.2 | 0.0 |
| | 60~79세 | 2 | 0.0 | 100.0 | 0.0 |

### 3) 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 월 이용비

○ 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임)의 월 평균요금은 53엔으로 나타났으며, 남성(51엔)보다 여성(55엔)이 많은 비용을 사용하고 있는 것을 확인할 수 있음

○ 남성은 25~39세의 월 평균요금이 133엔으로 가장 많은 반면, 여성은 3~14세에서 222엔으로 가장 많았고 15~24세와 40세 이상에서는 이용비가 전혀 없어 성과 연령에 따른 차이가 상당히 크게 나타남

**<표 2-3-22> 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 월 이용비-일본**

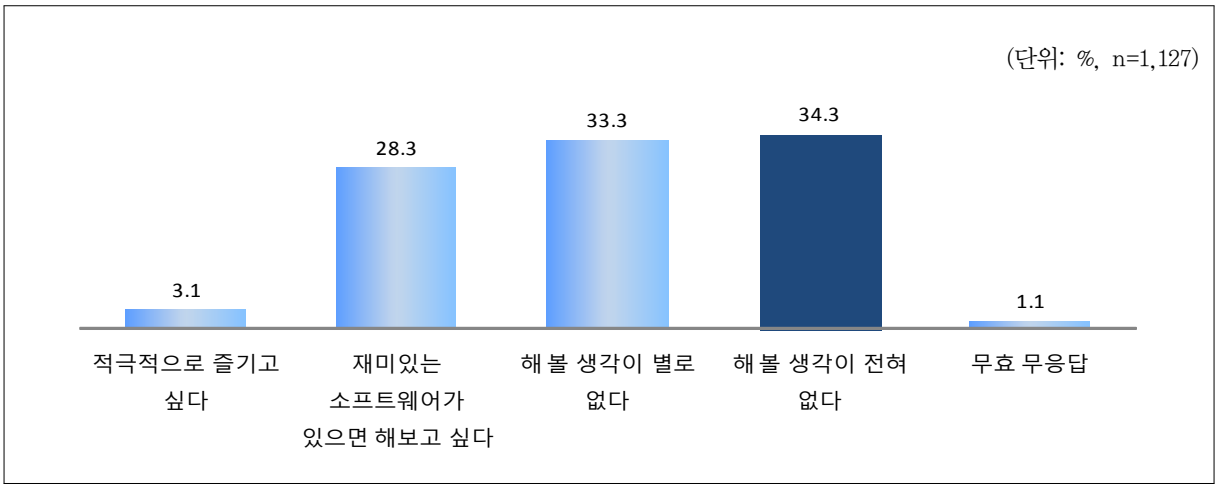
(단위: %, n=100)

| 구분 | | 사례 수(명) | 월 평균요금(엔) |
|---|---|---|---|
| 전체 | | 100 | 53 |
| 성 | 남성 | 52 | 51 |
| | 여성 | 48 | 55 |
| 남성 | 3~14세 | 6 | 0 |
| | 15~24세 | 19 | 9 |
| | 25~39세 | 16 | 133 |
| | 40~59세 | 10 | 37 |
| | 60~79세 | 1 | 0 |
| 여성 | 3~14세 | 9 | 222 |
| | 15~24세 | 16 | 0 |
| | 25~39세 | 16 | 38 |
| | 40~59세 | 6 | 0 |
| | 60~79세 | 1 | 0 |

### 4) 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향

○ 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향에 대해 질문한 결과, 34.3%가 '해볼 생각이 전혀 없다'고 답해 가장 많았으며, '해볼 생각이 별로 없다'(33.3%), '재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다'(28.3%), '적극적으로 즐기고 싶다'(3.1%) 등의 순이었음

<그림 2-3-30> 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향-일본




<표 2-3-23> 향후 모바일게임(스마트폰, 태블릿용 게임) 이용 의향-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 적극적으로 즐기고 싶다 | 재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다 | 해 볼 생각이 별로 없다 | 해 볼 생각이 전혀 없다 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 3.1 | 28.3 | 33.3 | 34.3 | 1.1 |
| 성 | 남성 | 559 | 2.7 | 31.8 | 32.4 | 32.4 | 0.7 |
| | 여성 | 568 | 3.5 | 24.8 | 34.2 | 36.1 | 1.4 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 12.7 | 29.6 | 28.2 | 28.2 | 1.4 |
| | 10~14세 | 63 | 4.8 | 34.9 | 39.7 | 20.6 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 8.7 | 56.5 | 21.7 | 10.1 | 2.9 |
| | 20~24세 | 104 | 6.7 | 45.2 | 28.8 | 18.3 | 1.0 |
| | 25~29세 | 67 | 3.0 | 50.7 | 25.4 | 20.9 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 1.5 | 36.8 | 26.5 | 33.8 | 1.5 |
| | 35~39세 | 127 | 3.1 | 36.2 | 34.6 | 25.2 | 0.8 |
| | 40~49세 | 151 | 0.0 | 25.2 | 42.4 | 31.8 | 0.7 |
| | 50~59세 | 141 | 1.4 | 15.6 | 43.3 | 39.7 | 0.0 |
| | 60~69세 | 157 | 0.0 | 11.5 | 30.6 | 55.4 | 2.5 |
| | 70~79세 | 109 | 0.9 | 6.4 | 30.3 | 61.5 | 0.9 |

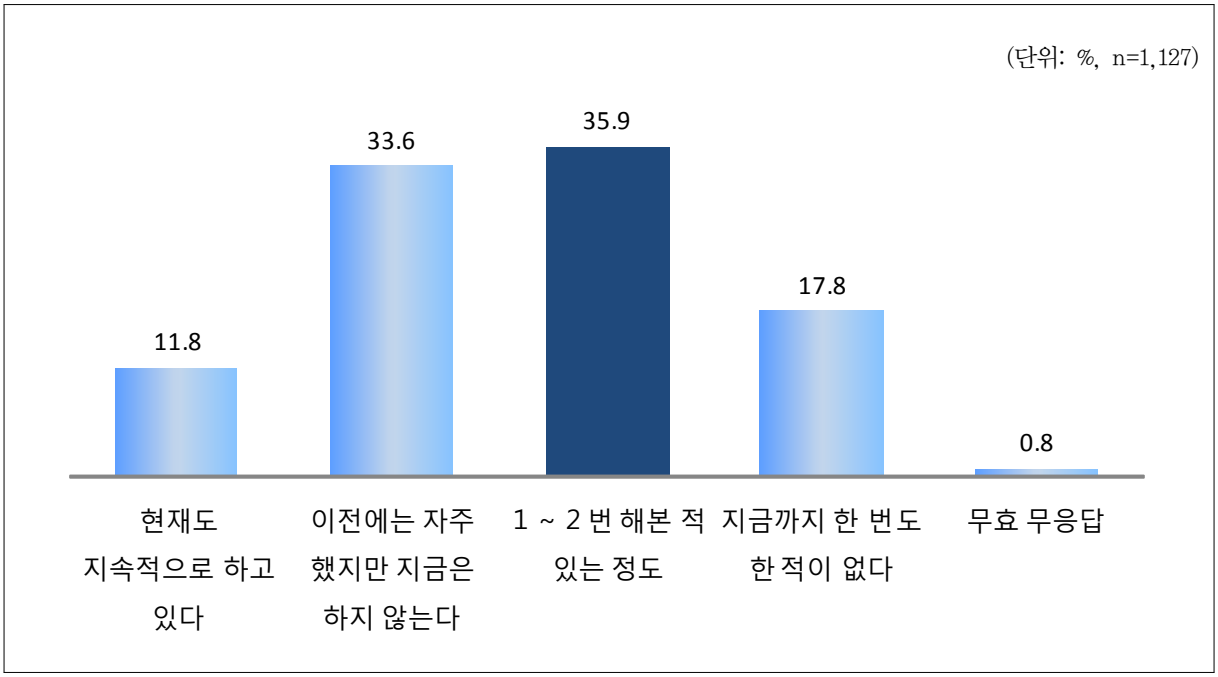
## 7. 아케이드게임 이용 현황 및 특성

### 1) 아케이드게임 이용 경험

○ 아케이드게임 이용 경험에 대한 물음에 전체 응답자의 35.9%가 '1~2번 해 본 적이 있는 정도'라고 답해 가장 많았고, 다음으로 '이전에는 자주 했지만 지금은 하지 않는다'(33.6%), '지금까지 한 번도 한 적이 없다'(17.8%) 등의 순이었음

○ 아케이드게임 현 이용자 비율은 3~9세(46.5%)가 가장 높았고, 다음으로 15~19세(29.0%), 10~14세(22.2%)의 순으로 나타났음. 이에 비해 '지금까지 한 번도 한 적이 없다'고 답한 비경험자는 70~79세(66.1%)가 가장 높았음

**<그림 2-3-31> 아케이드게임 이용 경험-일본**




**<표 2-3-24> 아케이드게임 이용 경험-일본**

(단위: %, n=1,127)

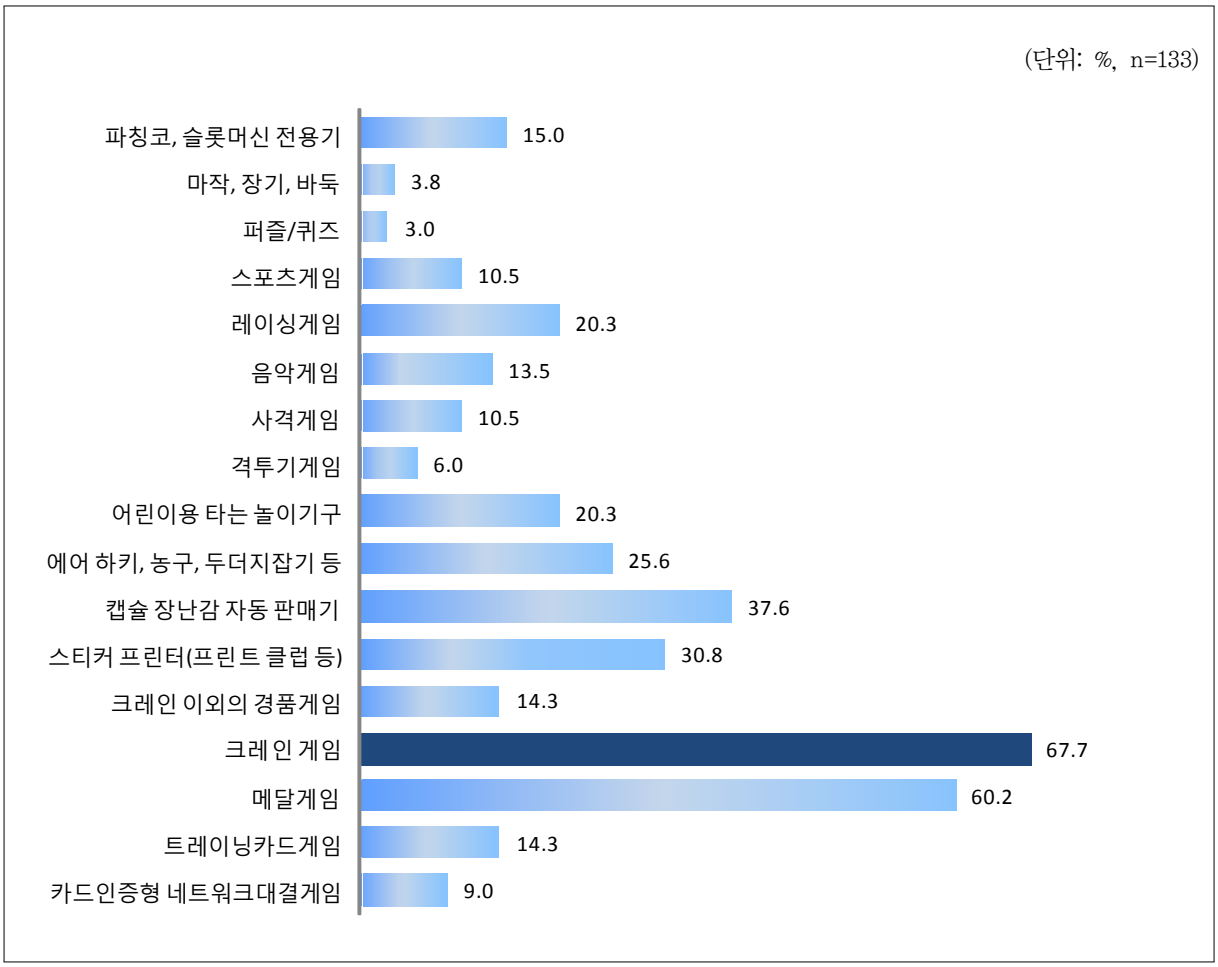
| 구분 | | 사례 수 (명) | 현재도 지속적으로 하고 있다 | 이전에는 자주 했지만 지금은 하지 않는다 | 1 ~ 2 번 해본 적 있는 정도 | 지금까지 한 번도 한 적이 없다 | 무효 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 11.8 | 33.6 | 35.9 | 17.8 | 0.8 |
| 성 | 남성 | 559 | 12.5 | 39.4 | 31.1 | 16.1 | 0.9 |
| | 여성 | 568 | 11.1 | 28.0 | 40.7 | 19.5 | 0.0 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 46.5 | 14.1 | 28.2 | 11.2 | 0.0 |
| | 10~14세 | 63 | 22.2 | 39.7 | 33.3 | 4.8 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 29.0 | 43.5 | 24.6 | 2.9 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 12.5 | 48.1 | 35.5 | 2.9 | 1.0 |
| | 25~29세 | 67 | 10.4 | 53.7 | 29.9 | 6.0 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 11.8 | 42.6 | 41.2 | 4.4 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 16.5 | 41.7 | 39.4 | 2.4 | 0.0 |
| | 40~49세 | 151 | 6.0 | 52.3 | 39.7 | 2.0 | 0.0 |
| | 50~59세 | 141 | 2.8 | 34.0 | 50.4 | 12.8 | 0.0 |
| | 60~69세 | 157 | 1.3 | 9.6 | 34.4 | 52.2 | 2.5 |
| | 70~79세 | 109 | 2.8 | 5.5 | 35.8 | 68.8 | 1.8 |

### 2) 좋아하는 아케이드게임 종류

○ 아케이드게임 참여자를 대상으로 좋아하는 게임 종류를 살펴본 결과, '크레인게임'이 67.7%로 가장 높았고, 다음으로 '메달게임'(60.2%), '캡슐 장난감 자동 판매기'(37.6%) 등의 순으로 나타났음

○ 이에 비해, '퍼즐/퀴즈'(3.0%), '마작/장기/바둑'(3.8%), '격투기게임'(6.0%) 등은 상대적으로 좋아하는 비율이 낮았음

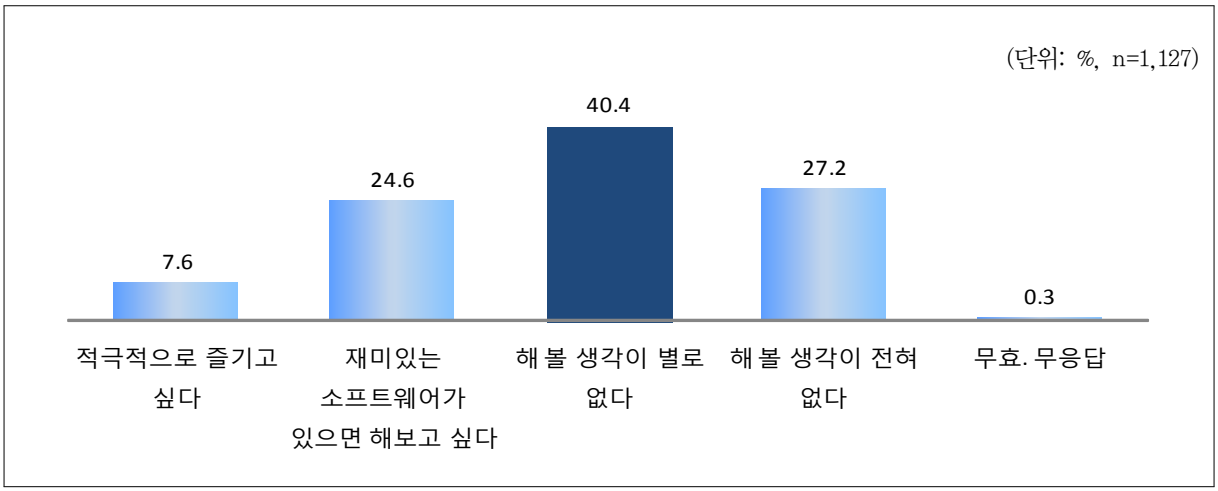
**<그림 2-3-32> 좋아하는 아케이드게임 종류-일본**




### 3) 향후 아케이드게임 이용 의향

○ 향후 아케이드게임의 이용 의향에 대해 알아본 결과, 긍정적인 대답을 한 응답자는 32.2%(적극적으로 즐기고 싶다: 7.6% + 재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다: 24.6%), 부정적인 의향을 나타낸 응답자는 67.6%(해볼 생각이 별로 없다: 40.4% + 해볼 생각이 전혀 없다: 27.2%)로 부정적인 의견이 더 많음을 확인할 수 있음

<그림 2-3-33> 향후 아케이드게임 이용 의향-일본




<표 2-3-25> 향후 아케이드게임 이용의향-일본

(단위: %, n=1,127)

| 구분 | | 사례 수 (명) | 적극적으로 즐기고 싶다 | 재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다 | 해 볼 생각이 별로 없다 | 해 볼 생각이 전혀 없다 | 무효. 무응답 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,127 | 7.6 | 24.6 | 40.4 | 27.2 | 0.3 |
| 성 | 남성 | 559 | 8.9 | 25.0 | 40.3 | 25.4 | 0.4 |
| | 여성 | 568 | 6.3 | 24.1 | 40.5 | 28.9 | 0.2 |
| 연령 | 3~9세 | 71 | 38.0 | 40.9 | 15.5 | 5.6 | 0.0 |
| | 10~14세 | 63 | 12.7 | 49.2 | 27.0 | 11.1 | 0.0 |
| | 15~19세 | 69 | 20.3 | 39.1 | 34.8 | 5.8 | 0.0 |
| | 20~24세 | 104 | 7.7 | 42.3 | 37.5 | 12.5 | 0.0 |
| | 25~29세 | 67 | 9.0 | 32.8 | 40.3 | 17.9 | 0.0 |
| | 30~34세 | 68 | 10.3 | 25.0 | 41.2 | 23.5 | 0.0 |
| | 35~39세 | 127 | 5.5 | 32.3 | 47.2 | 15.0 | 0.0 |
| | 40~49세 | 151 | 3.3 | 22.5 | 51.0 | 22.5 | 0.7 |
| | 50~59세 | 141 | 1.4 | 12.1 | 53.2 | 33.3 | 0.0 |
| | 60~69세 | 157 | 0.0 | 7.6 | 41.4 | 50.3 | 0.6 |
| | 70~79세 | 109 | 1.8 | 2.8 | 29.4 | 65.1 | 0.9 |

# 부 록

# 부록 1. 한국-2011 게임 인식 및 이용자 실태 조사

GH Korea
Research & Consulting

GH - 11080009FF

## 2012년 게임이용자조사

ID

안녕하십니까? 저는 여론조사 전문기관인 'GH코리아' 면접원 ○○○입니다.
이번에 저희 회사에서는 한국콘텐츠진흥원의 의뢰로 게임에 관한 소비자 의견을 청취하고 있습니다.
본 조사 결과는 통계법에 의해 엄격하게 보호되고 통계처리에만 이용될 뿐, 외부 유출이나 조사 목적 이외에는 달리 이용되는 일이 없으니 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내시어 응답해 주시면 감사하겠습니다.

■ 면접일시 : 2012년 2월
■ 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원
■ 수행기관 : (주)지에이치코리아

■ 조사 관련 문의
(주)지에이치코리아 연구3팀 차승정 대리
대표전화 : 02-3438-1738
이 메 일 : siosyche@ghkor.co.kr

| List ID | | 면접원 성명 | |
|---|---|---|---|
| 응답자 성명 | | 응답자전화번호 | |

**"게임" 은 온라인, 모바일, PC게임(CD패키지), 비디오게임, 아케이드게임, 휴대용 게임기 등을 이용하여 즐기는 놀이를 말하며, 호텔 카지노, 경마장 관람 등은 게임에 해당되지 않습니다.**

문1) 귀하께서는 게임을 이용하고 계십니까?(단, 호텔 카지노, 경마장 관람 등은 비포함)
1. 최근 6개월 내 이용 경험이 있다 → 문2로 이동
2. 과거에 이용했으나, 최근에는 전혀 이용하지 않고 있다 → 면접종료
3. 해본적은 없으나 기회가 되면 해보겠다 → 면접종료
4. 해본적 없고, 앞으로도 안할 것 같다 → 면접종료

문2) 현재 귀하께서 거주하시는 지역은 어디십니까?
1. 서울
2. 부산
3. 대구
4. 광주
5. 대전
6. 그 외 지역 → 면접종료

문3) 귀하의 성별은 무엇입니까?
1. 남자
2. 여자

문4) 귀하의 연령은 만으로 몇 세이십니까?
1. 만 9~14세
2. 만 15~19세
3. 만 20~24세
4. 만 25~29세
5. 만 30~34세
6. 만 35~39세
7. 만 40~44세
8. 만 45~49세
9. 만 50세 이상→면접 중단

**다음은 게임 이용자의 여가활용 실태에 대한 질문입니다.**

A1) 친구/동료와 어울릴 때 주로 가는 장소를 **2가지만** 말씀해 주십시오.
1. PC방
2. 오락실
3. 보드게임방
4. 영화관
5. 공연장(연극/콘서트)
6. 전시시설(문화콘텐츠 관련)
7. 전시시설(IT기기 등 비문화콘텐츠)
8. 노래방
9. 만화방
10. 스포츠시설
11. 주점(호프집)
12. 당구장
13. 카페(커피전문점)
14. 기타(_____)

A2) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 것을 **순서대로 2가지만** 말씀해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 게임
2. 정보검색
3. 채팅
4. 음악/영화감상
5. 증권매매
6. 상품매매(인터넷쇼핑)
7. 이메일
8. 사무처리/문서작성
9. 커뮤니티/블로그 활동
10. TV(방송프로그램)시청
11. 기타(_____)
12. 컴퓨터 이용 안함

A3) 인터넷을 주로 이용하는 장소는 어디입니까? **한곳만** 말씀해주십시오.
1. 집
2. PC방
3. 학교/사무실
4. 대중교통 이용 등 이동시
5. 기타(_____)
6. 인터넷 이용 안함

A4) 평소에 PC방을 이용하십니까?
1. 예(→ A4-1로 이동)
2. 아니오(→ B1으로 이동)

A4-1) **한 달에** PC방은 몇 회 정도 이용하십니까?
_____ 분

A4-2) PC방을 한 번 이용할 때 보통 어느 정도 이용하십니까?
_____ 시간 _____ 분

A4-3) PC방을 이용하는 이유는 무엇입니까?
1. 친구/동료와 어울리기 위해(팀게임, 듀얼매치)
2. PC 사양이 좋아서
3. PC방 이용으로 얻는 특혜(PC방 프리미엄)가 있어서
4. 패키지게임(스타크래프트 등)을 이용할 수 있어서
5. 웹 정액 게임(아이온, 리니지 등)을 이용할 수 있어서
6. 집/학교에서는 PC(게임)이용을 못하게 해서
7. 개인 컴퓨터가 없어서(다른 사람이 주로 사용해서)
8. 기타(_____)

A4-4) PC방에서 주로 이용하는 하는 것을 **순서대로 두가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 게임
2. 정보검색
3. 채팅
4. 음악/영화감상
5. 증권매매
6. 상품매매(인터넷쇼핑)
7. 이메일
8. 사무처리/문서작성
9. 커뮤니티/블로그 활동
10. TV(방송프로그램)시청
11. 기타(_____)

A4-5) 다음 PC방 관련 항목에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까? 10개 항목 모두 말씀해주십시오.

①--------②--------③--------④--------⑤
전혀 만족하지 않는다 별로 만족하지 않는다 보통이다 다소 만족한다 매우 만족한다

| 항 목 | A4-5. PC방 요소별 만족도 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. 접속 속도 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. 콘텐츠 다양성(유료게임 구비 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. 이용요금 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. 편의시설 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. 관리자 서비스 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. 실내조명/환기 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. 흡연/환기시설 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. 소음 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 9. PC사양 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 10. 보안성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

A4-6) 예전에 비해 PC방 이용이 줄었습니까? 늘었습니까?

①--------②--------③--------④--------⑤
매우 줄었다 줄어든 편이다 별 차이 없다 늘어난 편이다 상당히 늘었다

A4-7) **(A4-6의 ①,②응답자만)**PC방 이용이 줄어든 이유는 무엇입니까?

1. 더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서
2. PC방 이용료가 비싸서
3. PC방 이용으로 얻는 득혜(이익,장점)가 없어서
4. PC방 서비스(재떨이, 커피)가 불만족스러워서
5. 보안이 허술해서
6. PC사양이 낮아서
7. 환경이 불결해서(담배냄새, 소음, 키보드/마우스 불결)

**다음은 게임 이용실태에 대한 질문입니다.**

**"게임" 은 온라인, 모바일, PC게임(CD패키지), 비디오게임, 아케이드게임, 휴대용 게임기 등을 이용하여 즐기는 놀이를 말하며, 호텔 카지노, 경마장 관람 등은 게임에 해당되지 않습니다.**

B1) 귀하께서는 몇 세에 처음 게임을 시작하였습니까?

[ ] 세

B2) **한 달에** 게임을 몇 회 정도 이용하십니까?

[ ] 회

B3) **한 번에** 보통 어느 정도 게임을 이용하십니까?

[ ] 시간 [ ] 분

B4) **하루에** 평균적으로 어느 정도 게임을 이용하십니까?

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 주중 | [ ] | 시간 | [ ] | 분 |
| 주말 | [ ] | 시간 | [ ] | 분 |

B5) 귀하께서는 주로 어느 시간대에 게임을 이용하십니까?

1. 아침6시~낮12시
2. 낮12시~저녁6시
3. 저녁6시~밤10시
4. 밤10시~새벽2시
5. 새벽2시~아침6시

B6) 귀하께서는 주로 어떤 이유로 게임을 이용하십니까?

1. 친구들과 어울리기 위해서
2. 재미있어서
3. 스트레스를 해소하기 위해서
4. 남는 시간을 활용하기 위해서
5. 사이버 공간에서의 커뮤니티 활동(길드 등)
6. 습관적으로
7. 기타(_____)

B7) 주로 이용하시는 게임 분야를 **순서대로 두가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 온라인 게임(MMORPG, 웹보드게임 등)
2. 모바일 게임(스마트폰, 일반휴대폰을 이용하는 게임)
3. PC용 패키지 게임
4. 비디오 게임(플레이스테이션, Wii, X-BOX 등)
5. 아케이드 게임(오락실)
6. 휴대용 콘솔 게임(PSP, 닌텐도DS 등)

B8) **위 B7에 응답하신 1순위 게임분야를** 주로 이용하는 이유는 무엇입니까?

1. 친구들이 주로 이용해서
2. 가장 쉽게 이용할 수 있는 분야라서
3. 장소에 상관없이 이용하기 편리해서
4. 저렴해서
5. 오래 즐길 수 있어서
6. 리얼리티(현실성)가 높아서
7. 기타(_____)

B9) 전반적으로 게임을 선택할 때 중요하게 생각하는 점을 **순서대로 2가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 장르(FPS, MMORPG, 레이싱 등)
2. 게임 이용자들의 추천
3. 제작사(NC소프트, 네오위즈, 블리자드 등)
4. 캐릭터
5. 내용/소재/배경
6. 유익성/교육성
7. 게임업체 이벤트
8. 그래픽
9. 기타(_____)

B10) 주로 이용하시는 게임 장르를 **순서대로 2가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 롤플레잉(아이온, 리니지, 월드오브워크래프트 등)
2. 액션(진삼국무쌍, 귀무자, 메탈슬러그 등)
3. 대전격투액션(철권, DOA, 버추어파이터 등)
4. 슈팅(라이덴, 스트라이커스1945 등)
5. FPS/TPS(서든어택, 스페셜포스, 기어스오브워 등)
6. RTS(스타크래프트, 워크래프트, C&C 등)
7. 경영/건설/육성시뮬레이션(문명, 심즈, 삼국지 등)
8. 어드벤처(언차티드, 툼레이더, 페르시아의 왕자 등)
9. 스포츠(위닝일레븐, FIFA, NBA 등)
10. 레이싱(그란투리스모, 포르자모터스, 니드포스피드 등)
11. 체감형 게임(타임크라이시스, DDR, 펌프잇업 등)
12. 웹/보드 게임(바둑, 장기, 카드 등)
13. 캐쥬얼 게임(카트라이더, 팡야, 캐치마인드 등)
14. 경품 게임(해피자이로, 해피크레인(인형뽑기) 등)
15. 교육용 게임(영어학습, 두뇌트레이닝 등)
16. 아동용 게임(키니위니, 카툰네트워크, 초코하나 등)
17. 뮤직(오디션, 디제이 맥스 포터블, 탭소닉 등)

B11) 주로 이용하시는 게임은 몇 개 입니까? 분야, 장르 구분 없이 **모두** 말씀해주십시오.

[ ] 개

B12) 귀하께서는 이용하시던 게임을 그만두고, **최근 6개월 이내** 다른 게임을 시작한 경험이 있으십니까?
1. 예(→ B12-1로 이동) 2. 아니오(→ B13으로 이동)

B12-1) 그렇다면, 이용하시던 게임을 그만둔 이유는 무엇인지 **순서대로 두가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 게임을 마스터해서
2. 스토리/그래픽/사운드가 마음에 안들어서
3. 게임 조작이 어려워서
4. 불만/고충처리 서비스가 불만족스러워서
5. 보안이 허술해서
6. 이용가격이 비싸서(월정액 비용이 부담스러워서)
7. 게임플랫폼을 바꿔서(예. 휴대용 콘솔게임을 하다가 휴대폰 모바일 게임으로 바꿈)
8. 더 이상 재미가 없어져서
9. 친구의 권유로
10. 더 재미있는 게임이 나와서

B13) 귀하께서는 **셧다운 제도** 에 대해 알고 계십니까?
1. 잘 알고 있다
2. 들어봤으나 자세히는 모른다
3. 들어본 적 없다

B14) 셧다운제도는 오전 0시부터 오전 6시까지 18세 미만 청소년의 인터넷게임 접속을 차단하는 제도입니다. 셧다운제도에 대한 귀하의 의견은 어떠하십니까?

①--------②--------③--------④--------⑤

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 더욱 강화해야 한다 | 다소 강화해야 한다 | 현행대로 유지해야 한다 | 다소 완화해야 한다 | 청소년들이 자율적으로 이용하도록 해야한다 |

**다음은 온라인 게임 이용실태에 대한 질문입니다.**

**"온라인 게임" 은 게임 CD패키지의 인스톨 없이 PC를 통해 인터넷에 접속하여 이용하는 게임을 말합니다(예. MMORPG, 웹보드게임 등)**

C1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 온라인 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?
1. 있다(→ C2로 이동) 2. 없다(→ D1로 이동)

C2) 귀하께서 하나의 온라인 게임을 즐기는 기간은 보통 어느 정도입니까?

[ ] 개월

C3) 귀하께서 **최근 6개월 동안** 이용한 온라인 게임은 모두 몇 개 입니까?

[ ] 개

C4) 온라인 게임 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까? 인터넷 사용료는 제외하고 말씀해주십시오.

[ ] 원

C4-1) 그렇다면, 한 달 평균 온라인 게임 이용/구입 비용 중에서 **게임 아이템 구입비용**은 어느 정도 입니까?

[ ] 원

C4-2) 게임 아이템 구입비용 등 온라인 게임 이용/구입 비용은 주로 어떻게 지불하십니까?
1. 본인의 신용카드
2. 가족 등 타인의 신용카드
3. 무통장 입금
4. 계좌이체
5. 본인 명의의 휴대폰 과금
6. 가족 등 타인 명의의 휴대폰 과금
7. 선불카드 및 쿠폰
8. 문화상품권/해피머니상품권 등 각종 상품권
9. 기타

C5) 온라인 게임머니/아이템 등을 개인이나 중개사이트를 통해 현금으로 매매하는 '아이템 현금거래' 에 대해 알고 계십니까?
1. 잘 알고 있다
2. 들어봤으나 자세히는 모른다(→ C6로 이동)
3. 들어본 적 없다(→ C6로 이동)

C5-1) **(C5의 ①응답자만)**아이템 현금거래를 해 본 경험이 있으십니까?
1. 있다
2. 과거에는 했으나 최근 6개월 이내에는 하지 않았다
3. 해 본 경험은 없으나 기회가 되면 해보고 싶다
4. 해 본 경험도 없고 앞으로도 안할 것 같다

C5-2) **(C5-1의 ①,②응답자만)** 1회 평균 거래 금액은 어느 정도입니까?

1. 5천원 미만
2. 5천원~1만원 미만
3. 1만원~3만원 미만
4. 3만원~5만원 미만
5. 5만원~10만원 미만
6. 10만원~20만원 미만
7. 20만원 이상

C5-3) **(C5-1의 ①,②응답자만)** 아이템 현금거래는 어떤 방식으로 하십니까?

1. 아이템 거래 중개사이트(아이템베이 등)를 통해서 거래
2. 게임 채팅창에서 거래
3. PC방에서 직접 만나서 거래
4. 게임관련 커뮤니티를 통해서 거래
5. 기타

C6) 아이템 현금거래에 대해 어떻게 생각하십니까?

1. 전적으로 금지시켜야 한다
2. 엄격히 등급을 심의하여 청소년 접근을 제한해야 한다
3. 정부에서 거래 한도를 제한해야 한다
4. 이용자 자신의 문제이므로 간섭하지 말아야 한다
5. 적극적으로 장려/확대해야 한다
6. 기타

C7) 귀하께서는 온라인 게임 사설서버(프리서버)를 이용해 본 경험이 있습니까?

1. 있다
2. 없다

C8) 귀하께서는 온라인 게임 사설서버(프리서버)를 이용하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

① 확실히 불법적임 ② 아마 불법적일 것 ③ 아마 합법적일 것 ④ 합법적임 ⑤ 잘 모르겠음

C9) 귀하께서는 온라인 게임 사설서버(프리서버) 이용이 얼마나 심각하다고 생각하십니까?

① 매우 심각함 ② 대체로 심각함 ③ 별로 심각하지 않음 ④ 전혀 심각하지 않음 ⑤ 잘 모르겠음

C10) **(C7의 ①응답자만)** 귀하께서는 온라인 게임 사설서버(프리서버)를 계속 이용할 의향이 있으십니까?

① 확실히 이용할 것 ② 아마 이용할 것 ③ 아마 이용하지 않을 것 ④ 절대 이용하지 않을 것 ⑤ 잘 모르겠음

**다음은 모바일 게임 이용실태에 대한 질문입니다.**

**"모바일 게임" 은 스마트폰이나 일반휴대폰(피처폰), PDA를 이용하는 게임을 말합니다(예. 아이폰, 안드로이드폰용 게임 등)**

D1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 모바일 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?

1. 있다(→ D2로 이동)
2. 없다(→ E1로 이동)

D2) 귀하께서 하나의 모바일 게임을 즐기는 기간은 보통 어느 정도입니까?

[ ] 개월

D3) 귀하께서 **최근 6개월 동안** 이용(다운로드)한 모바일 게임은 모두 몇 개 입니까?

[ ] 개

D4) 모바일 게임 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까? 통신비와 데이터 요금은 제외하고 말씀해주십시오.

[ ] 원

D5) 모바일 게임에 있어서 향후 더욱 보안해야 할 점이 무엇이라고 생각하십니까?

1. 로딩 시 게임이 다운되는 현상 방지
2. 게임 조작 방법 개선
3. 한글화(번역) 작업
4. 기종에 상관없이 모든 모바일 기기에서 즐길 수 있도록
5. PC게임 수준의 모바일 MMORPG 등 다양한 장르 개발
6. 기타(_____)

**다음은 패키지 게임 이용실태에 대한 질문입니다.**

**"패키지 게임" 은 CD를 PC에 설치한 후 이용하는 게임을 말합니다(예. 스타크래프트, 디아블로, 문명 등)**

E1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 패키지 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?

1. 있다(→ E2로 이동)
2. 없다(→ F1로 이동)

E2) 귀하께서 하나의 패키지 게임을 즐기는 기간은 보통 어느 정도입니까?

[ ] 개월

E3) 귀하께서 **최근 6개월 동안** 이용한 패키지 게임은 모두 몇 개 입니까?

[ ] 개

E4) 패키지 게임 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까? PC방 이용료는 제외하고 말씀해주십시오.

[ ] 원

E5) 귀하께서는 정품이 아닌 복제한 패키지 게임을 이용해 본 경험이 있습니까?

1. 있다
2. 없다

E6) 귀하께서는 복제한 패키지 게임을 이용하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 확실히 불법적임 | 아마 불법적일 것 | 아마 합법적일 것 | 합법적임 | 잘 모르겠음 |

E7) 귀하께서는 복제한 패키지 게임 이용이 얼마나 심각하다고 생각하십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 매우 심각함 | 대체로 심각함 | 보통 | 별로 심각하지 않음 | 전혀 심각하지 않음 |

E8) **(E5의 ①응답자만)**귀하께서는 복제한 패키지 게임을 계속 이용할 의향이 있으십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 확실히 이용할 것 | 아마 이용할 것 | 아마 이용하지 않을 것 | 절대 이용하지 않을 것 | 잘 모르겠음 |

## 다음은 비디오 게임 이용실태에 대한 질문입니다.

**"비디오 게임" 은 게임 전용기기(콘솔)을 통해 이용하는 게임을 말합니다(예. PS3, X-BOX360 등)**

F1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 비디오 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?
1. 있다(→ F2로 이동) 2. 없다(→ G1로 이동)

F2) 귀하께서 하나의 비디오 게임을 즐기는 기간은 보통 어느 정도입니까?

[ ] 개월

F3) 귀하께서 **최근 6개월 동안** 이용한 비디오 게임은 모두 몇 개 입니까?

[ ] 개

F4) 비디오 게임기 및 게임DVD 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까? 게임방 이용료는 제외하고 말씀해주십시오

[ ] 원

F5) 귀하께서는 정품이 아닌 복제한 비디오 게임을 이용해 본 경험이 있습니까?
1. 있다 2. 없다

F6) 귀하께서는 복제한 비디오 게임을 이용하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 확실히 불법적임 | 아마 불법적일 것 | 아마 합법적일 것 | 합법적임 | 잘 모르겠음 |

F7) 귀하께서는 복제한 비디오 게임 이용이 얼마나 심각하다고 생각하십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 매우 심각함 | 대체로 심각함 | 보통 | 별로 심각하지 않음 | 전혀 심각하지 않음 |

F8) **(F5의 ①응답자만)**귀하께서는 복제한 비디오 게임을 계속 이용할 의향이 있으십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|---|---|---|---|---|
| 확실히 이용할 것 | 아마 이용할 것 | 아마 이용하지 않을 것 | 절대 이용하지 않을 것 | 잘 모르겠음 |

F9) 귀하께서 비디오 게임을 할 때, 네트워크에 접속하는 비율은 보통 얼마나 되십니까?

[ ] %

## 다음은 휴대용 게임 이용실태에 대한 질문입니다.

**"휴대용 게임" 은 휴대용 게임 전용기기를 통해 이용하는 게임을 말합니다(예. PSP, 닌텐도DS 등)**

G1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 휴대용 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?
1. 있다(→ G2로 이동) 2. 없다(→ H1로 이동)

G2) 귀하께서 하나의 휴대용 게임을 즐기는 기간은 보통 어느 정도입니까?

[ ] 개월

G3) 귀하께서 **최근 6개월 동안** 이용한 휴대용 게임은 모두 몇 개 입니까?

[ ] 개

G4) 휴대용 게임기 및 게임DVD 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까?

[ ] 원

## 다음은 아케이드 게임 이용실태에 대한 질문입니다.

**"아케이드 게임" 은 오락실에서 이용하는 게임을 말합니다**

H1) 귀하께서는 **최근 6개월 이내** 아케이드 게임을 이용해본 경험이 있으십니까?
1. 있다(→ H2로 이동) 2. 없다(→ I1로 이동)

H2) 귀하께서 **한 달에** 보통 아케이드 게임장에 몇 번 정도 가십니까? [ ] 회

H3) 아케이드 게임 이용/구입 비용은 **한 달 평균** 어느 정도입니까? [ ] 원

H4) 귀하께서는 아케이드 게임에 대한 사회적 인식이 어떻다고 생각하십니까?

①매우 부정적 ②다소 부정적 ③보통 ④다소 긍정적 ⑤매우 긍정적

## 다음은 게임 인식 및 태도에 대한 질문입니다.

I1) 국내 게임이 외국산 게임에 비해 부족한 점을 **순서대로 두 가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 스토리
2. 기획(아이디어/소재)
3. 사운드(배경음악, 효과음)
4. CG(컴퓨터 그래픽)
5. 동영상
6. 프로그래밍(디버깅 등)
7. 연출/구성력
8. 홍보/마케팅
9. 가격경쟁력
10. 서비스 수준
11. 기타
12. 없음

I2) 국내 게임이 외국산 게임에 비해 앞서는 점을 **순서대로 두 가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 스토리
2. 기획(아이디어/소재)
3. 사운드(배경음악, 효과음)
4. CG(컴퓨터 그래픽)
5. 동영상
6. 프로그래밍(디버깅 등)
7. 연출/구성력
8. 홍보/마케팅
9. 가격경쟁력
10. 서비스 수준
11. 기타
12. 없음

I3) 귀하께서는 향후 국내 게임시장을 주도할 **분야**가 무엇이라고 생각하십니까?

1. 온라인 게임
2. 모바일 게임
3. PC용 패키지 게임
4. 비디오 게임
5. 아케이드 게임
6. 휴대용 콘솔 게임

I4) 귀하께서는 향후 국내 게임시장을 주도할 장르가 무엇이라고 생각하시는지 **순서대로 두 가지만** 말씀해주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

1. 롤플레잉
2. 액션
3. 대전격투액션
4. 슈팅
5. FPS/TPS
6. RTS
7. 경영/건설/육성시뮬레이션
8. 어드벤처
9. 스포츠
10. 레이싱
11. 체감형게임
12. 웹/보드게임
13. 캐쥬얼게임
14. 경품게임
15. 교육용 게임
16. 아동용 게임
17. 퓨직
18. 기타

I5) 다음 각 문항별로 귀하의 생각과 일치하는 곳에 ✓ 표시해 주십시오.

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않은 편이다 ③그런 편이다 ④매우 그렇다 ⑤잘 모르겠다

| 항 목 | I5. 일치도 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. 게임으로 인해 내 생활에 생기가 생겼다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. 게임을 통해서 내 생각이나 비전이 확장되었다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. 게임을 통해서 여가시간을 유용하게 보낸다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. 게임을 통해서 몰입을 경험 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. 게임 기술을 발휘하여 자긍심을 느낀다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. 게임을 통해서 나 자신을 잘 통제할 수 있게 되었다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. 게임을 통해 나의 고민을 이야기할 수 있는 사람들이 생겼다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. 게임을 통해서 스트레스를 해소 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

I6) 귀하께서는 게임대회나 게임리그에 대해 알고 계십니까?
1. 잘 알고 있으며, 관람한 경험이 있다
2. 잘 알고 있다
3. 들어봤으나 자세히는 모른다
4. 들어본 적 없다

I7) 귀하께서는 게임방송을 시청해 본 경험이 있으십니까?
1. 자주 시청하고 있다
2. 가끔 시청하고 있다
3. 거의 시청하지 않는 편이다
4. 게임방송에 대해 들어보았으나 시청한 적은 없다
5. 게임방송에 대해 들어본 적 없다

I8) 본인의 연령대는 어떻게 되십니까?
1. 만 9~24세(→ I9로 이동)
2. 만 9~24세의 청소년을 둔 학부모(→ I16으로 이동)
3. 기타

I9) **09~15는 I8의 ①응답자만** 부모님은 귀하께서 게임을 하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

①매우 부정적 ②다소 부정적 ③보통 ④다소 긍정적 ⑤매우 긍정적

I10) 귀하의 부모님은 맞벌이를 하십니까?
1. 예 2. 아니오

I11) 게임이용에 대해 부모님께 주로 어떤 제약을 받습니까?
1. 전혀 제약을 받지 않는다
2. 부모님과 약속한 시간에만 게임을 하라고 하신다
3. 숙제를 먼저 하고 게임을 하라고 하신다
4. 성적이 좋아야 게임을 할 수 있게 하신다
5. 특정 게임만 하라고(하지 말라고) 하신다
6. PC방이 아니라 집에서 게임을 하라고 하신다
7. 기타

I12) 귀하가 이용하는 게임의 내용, 규칙 등 게임 관련 사항에 대해 부모님께서는 어느 정도 알고 계십니까?

①전혀 모르신다 ②모르시는 편이다 ③보통이다 ④아시는 편이다 ⑤상당히 잘 아신다

I13) 귀하는 부모님과 함께 게임을 하십니까?

| ①전혀 안 한다 | ②거의 안 한다 | ③가끔 한다 | ④자주 한다 | ⑤상당히 자주 한다 |
|---|---|---|---|---|

I14) 부모님은 PC를 어느 정도 다룰 줄 아십니까?

| ①전혀 다룰줄 모르시다 | ②모르시는 편이다 | ③보통이다 | ④아시는 편이다 | ⑤상당히 잘 아십니다 |
|---|---|---|---|---|

I15) 귀하의 학교 성적은 어떻습니까?
1. 매우 잘 한다(상위 10% 이내, 학급 1~2등)
2. 잘 한다(상위 11~30%, 학급 3~10등)
3. 잘 하는 편이다(상위 31~50%, 학급 10~15등)
4. 잘 못하는 편이다(상위 51~70%, 학급 16~20등)
5. 잘 못한다(상위 71~90%, 학급 21~30등
6. 매우 못한다(상위 91~100%, 학급 31등 밖)

I16) **(I16~19는 I8의 ②응답자만)**자녀의 게임 이용에 대해 어떻게 대응하십니까?

| ①절대 못하게 한다 | ②못하게 한다 | ③지켜보는 편이다 | ④권장한다 | ⑤적극적으로 권장한다 |
|---|---|---|---|---|

I17) 귀하의 자녀들은 게임 구입/이용 비용을 주로 어떻게 마련합니까?
1. 부모가 준 용돈
2. 아르바이트
3. 아이템 거래
4. 전화결제/부모님 카드 등 타인이 결제
5. 기타

I18) 게임이 자녀의 일상에 지장을 주고 있다고 생각하십니까?

| ①전혀 그렇지 않다 | ②별로 그렇지 않다 | ③그런 편이다 | ④매우 그렇다 | ⑤잘 모르겠다 |
|---|---|---|---|---|

I19) 귀하는 자녀와 함께 게임을 하십니까?

| ①전혀 안 한다 | ②거의 안 한다 | ③가끔 한다 | ④자주 한다 | ⑤상당히 자주 한다 |
|---|---|---|---|---|

## 다음은 통계처리를 위한 질문입니다.

J1) 귀하께서는 결혼을 하셨습니까?
1. 미혼 2. 기혼

J2) 귀하의 가족 구성원을 모두 말씀해주십시오
1. (외)할아버지 5. 형제/자매
2. (외)할머니 6. 친척(삼촌, 사촌 등)
3. 아버지 7. 배우자
4. 어머니 8. 자녀 9. 기타

J3) 귀하의 직업은 무엇입니까?
1. 농업/임업/어업
2. 자영업(상업, 소규모 상업, 개인택시 등)
3. 판매/서비스(점원, 영업 등)
4. 기능/숙련직(운전사, 선반, 목공 등)
5. 일반 작업직(현장작업, 청소, 경비 등)
6. 사무/기술직(차장 이하 사무직, 기술직, 교사 등)
7. 경영/관리직(부장 이상 사무직, 5급 이상 공무원 등)
8. 전문/자유직(변호사, 의사, 건축사, 교수 등)
9. 가정주부(가사 전담)
10. 학생
11. 무직
12. 기타

J4) 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?
1. 초등학교 재학 6. 고등학교 졸업
2. 초등학교 졸업 7. 대학교 재학
3. 중학교 재학 8. 대학교 졸업
4. 중학교 졸업 9. 대학원 재학
5. 고등학교 재학 10. 대학원 졸업

J5) 귀하의 생활 수준은 어떠하십니까?
1. 하 4. 중상
2. 중하 5. 상
3. 중

J6) 귀하의 **한 달 총 가구소득**은 얼마나 되십니까?
1. 100만원 미만 4. 300~400만원 미만
2. 100~200만원 미만 5. 400~500만원 미만
3. 200~300만원 미만 6. 500만원 이상

J7) 게임과 관련하여 정부나 기업에 제시할 의견 혹은 불만/고충이 있으시면 무엇이든 자유롭게 말씀해주십시오

**소중한 시간 내시어 응답해 주셔서 감사합니다.**

# 부록 2. 일본–2011 게임 인식 및 이용자 실태 조사

あなたご自身のことについてお聞きします。

**質問1** あなたの(1)性別、(2)年齢、(3)未既婚の別、(4)お住まいの都道府県をお教えください。

| (1) 性別 (ひとつだけ○印) | (2) 年齢 (ご記入ください) | (3) 未既婚 (ひとつだけ○印) | (4) 都道府県(ご記入ください) |
|---|---|---|---|
| 1. 男性　2. 女性 | 才 | 1. 未婚<br>2. 既婚(離別・死別含む) | 都道<br>府県 |

**質問2** あなたのご職業もしくは、学生の方は現在通っている学校をお教えください。(ひとつだけ○印)

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 幼児 | 5. その他学生 | 9. 会社役員・自営業 | 13. 無職 |
| 2. 小・中学生 | 6. 会社員・公務員(事務系) | 10. 自由業・専門職 | 14. その他 |
| 3. 高校生 | 7. 会社員・公務員(技術系) | 11. パート・アルバイト・派遣社員 | |
| 4. 大学生 | 8. 会社員・公務員(その他) | 12. 専業主婦・主夫 | |

**質問3** あなたが生活費以外に自由に使える「おこづかい」は、平均すると月にいくらくらいですか。(ひとつだけ○印)

| | | |
|---|---|---|
| 1. なし／決まっていない | 4. 5千～1万円未満 | 7. 5万～7万円未満 |
| 2. 3千円未満 | 5. 1万～3万円未満 | 8. 7万～10万円未満 |
| 3. 3千～5千円未満 | 6. 3万～5万円未満 | 9. 10万円以上 |

「家庭用ゲーム」についてお聞きします。

**ご注意** ここで「家庭用ゲーム」というのは、**『家庭用ゲーム機』**を使ってプレイするゲームのことをさします。
家庭用のテレビに接続する据え置き型ゲーム機と、モニターが内蔵された携帯型ゲーム機とがあります。
具体的には、以下の「質問4」のような機種です。

**※パソコンのゲーム、スマートフォン(iPhone、Android携帯など)・タブレット(iPad、GALAXY Tabなど)向けゲーム、携帯電話・PHSのゲーム、ゲームセンターでのゲームは含みません。**

**質問4** 家庭用ゲーム機について お聞きします。

**(1)～(3)についてのご注意**
**2011年12月31日**の時点で
ご家庭にあったものについて
お答えください。
今年(2012年1月以降)に
購入されたものは含みません。

| (それぞれいくつでも○印) | (1) あなたの**ご家庭にあるもの**をすべてお選びください。 | (2) (1)で回答した中で、**昨年(2011年)にご購入になったもの**をすべてお選びください。また、それぞれについて**購入した月**をご記入ください。 | (3) (1)で回答した中で、あなたご自身が**最近6ヶ月間におつかいになったもの**をすべてお選びください。 | (4) あなたご自身が**今後買いたいと思われるもの**をすべてお選びください。 |
|---|---|---|---|---|
| | ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |
| 1. Wii | 1 | 1 (　月) | 1 | 1 |
| 2. Wii U【2012年発売予定】 | — | — | — | 2 |
| 3. ニンテンドー3DS | 3 | 3 (　月) | 3 | 3 |
| 4. ニンテンドーDSi / DSi LL | 4 | 4 (　月) | 4 | 4 |
| 5. ニンテンドーDS / DS Lite | 5 | 5 (　月) | 5 | 5 |
| 6. プレイステーション3 | 6 | 6 (　月) | 6 | 6 |
| 7. プレイステーション2 | 7 | 7 (　月) | 7 | 7 |
| 8. PlayStation Vita(プレイステーション ヴィータ) | 8 | 8 (　月) | 8 | 8 |
| 9. PSP「プレイステーション・ポータブル」 | 9 | 9 (　月) | 9 | 9 |
| 10. PSP go (PSP「プレイステーション・ポータブル」go) | 10 | 10 (　月) | 10 | 10 |
| 11. Xbox360 | 11 | 11 (　月) | 11 | 11 |

**質問5** あなたは、左ページ[質問4]に挙げたような家庭用ゲーム機を使って「家庭用ゲーム」をしたことがありますか。
(ひとつだけ○印)

1. 現在も継続的にしている → [質問6]へ
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない → P. 5[質問12]へ
3. 1～2度試したことがある程度
4. 今まで1度もしたことがない → P. 6[質問13]へ

**【[質問5]で、「1. 現在も継続的にしている」とお答えの方にお聞きします】 ([質問6]～P. 5[質問11]まで)**

**質問6** 左ページ[質問4](3)「あなたご自身が最近6ヶ月間にお使いになった家庭用ゲーム機」で○をつけたもののうち、あなたが現在最も多く使用しているのはどの家庭用ゲーム機ですか。
番号をひとつだけお書きください。 → [　　] 番

**質問7** (1) あなたは、家庭用ゲームを週(または月、年)に何日(何回)くらいしていますか。(ひとつだけ○印)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1. ほとんど毎日 | 3. 週に2～3日 | 5. 月に2～3日 | 7. 年に6～11回 | 9. 年に1回だけ |
| 2. 週に4～5日 | 4. 週に1日 | 6. 月に1日 | 8. 年に2～5回 | |

(2) あなたは、家庭用ゲームを1回あたり何分くらいしていますか。平日・休日それぞれご記入ください。
※平日・休日いずれかだけにしている場合は、していない方に「0(ゼロ)」とご記入ください。

■平日 :1回あたり [　　] 分くらい　　■休日 :1回あたり [　　] 分くらい

**質問8** (1) 以下のうち、あなたの好きな家庭用ゲームのジャンルをいくつでもお教えください。(いくつでも○印)

| | | |
|---|---|---|
| 1. ロールプレイング | 12. スポーツ | 20. MMORPG(多人数参加型オンラインロールプレイング) |
| 2. 育成・目標達成型シミュレーション | 13. レース | |
| 3. 戦略シミュレーション・ストラテジー | 14. パズル・クイズ | 21. 対戦型ネットワークゲーム |
| 4. 恋愛シミュレーション | 15. ボードゲーム(すごろくなど) | 22. 勉強・学習・トレーニング |
| 5. アドベンチャー | 16. バラエティ・パーティゲーム | 23. 情報データベース・実用ソフト |
| 6. アクション | 17. 戦略型テーブルゲーム(囲碁・将棋・チェスなど) | 24. タイピング練習 |
| 7. リズムアクション(音楽・ダンスなど) | | 25. コンストラクション(ゲーム作成ツール) |
| 8. サウンドノベル(音付きの小説形式ゲーム) | 18. ギャンブル型テーブルゲーム(花札・麻雀・トランプなど) | |
| 9. 対戦格闘 | | 26. コミュニケーション |
| 10. シューティング | 19. 実機シミュレーター(パチンコ・パチスロなど) | 27. 占い |
| 11. FPS(一人称視点のシューティング) | | |

(2) 上記(1)で○をつけた好きな家庭用ゲームのジャンルのうち、最も好きなのはどのジャンルですか。番号をひとつだけお書きください。 → [　　] 番

**質問9** 以下の家庭用ゲームの周辺機器のうち、あなたが現在使っているものをすべてお教えください。(いくつでも○印)

| | | |
|---|---|---|
| 【Wii向け】 | 【プレイステーション3向け】 | |
| 1. Wiiモーションプラス | 7. PlayStation Move(プレイステーション・ムーヴ) | |
| 2. Wiiハンドル | 8. PlayStation Move(プレイステーション・ムーヴ)シューティング アタッチメント | |
| 3. Wiiザッパー | 9. PlayStation Eye(プレイステーション・アイ) | |
| 4. バランスWiiボード | 10. torne(トルネ) | |
| 【ニンテンドー3DS向け】 | 【PSP(プレイステーション・ポータブル)向け】 | 【Xbox360向け】 |
| 5. 拡張スライドパッド | 11. GPSレシーバー | 14. Kinect(キネクト) |
| 【ニンテンドー3DS／DS向け】 | 12. ワンセグチューナー | 15. Xbox360ワイヤレス スピードホイール |
| 6. ワンセグ受信アダプタ DSテレビ | 13. ちょっとショット | |

**質問10** (1) あなたは、昨年(2011年)1年間に、家庭用ゲーム機用のゲームソフトを購入しましたか。(ひとつだけ○印)

※ここではパソコン用のゲームソフトは含みません。また、家庭用ゲームのダウンロード販売サービスによる
ダウンロード購入(P.5[質問11])も含みません。

**昨年(2011年1~12月)**に
購入されたものをお答えください。
今年(2012年1月以降)に
購入されたものは含みません。

1. 購入した → **(2)~(4)もお答えください**
2. 購入していない → **P.5[質問11]へ**

昨年(2011年1~12月)に購入されたものをお答えください。今年(2012年1月以降)に購入されたものは含みません。

**【(1)で「1. 購入した」とお答えの方にお聞きします】**

(2) 昨年1年間に購入した家庭用ゲーム機用のゲームソフトの本数について、以下の①~⑨のハードウェア別に、「(a)新品(通常価格版)」「(b)新品(低価格版※)」「(c)中古」で購入した本数をそれぞれご記入ください。

※低価格版:「プレイステーション・ザ・ベスト」「ファミコンミニ」などメーカー希望小売価格3000円以下のものが目安です。

| | (a) 新品(通常価格版) | (b) 新品(低価格版※) | (c) 中古 |
|---|---|---|---|
| ①Wii → | 本 | 本 | 本 |
| ②ニンテンドー3DS → | 本 | 本 | 本 |
| ③ニンテンドーDS (DSi LL・DSi・DS Lite含む) → | 本 | 本 | 本 |
| ④プレイステーション3 → | 本 | 本 | 本 |
| ⑤プレイステーション2 → | 本 | 本 | 本 |
| ⑥PlayStation Vita(プレイステーション ヴィータ) → | 本 | 本 | 本 |
| ⑦PSP「プレイステーション・ポータブル」 → | 本 | 本 | 本 |
| ⑧Xbox360 → | 本 | 本 | 本 |
| ⑨その他 [具体的に: ] → | 本 | 本 | 本 |

【(2)で①~⑨のうち
**「(a)新品(通常価格版)」「(b)新品(低価格版)」**のいずれかを「1」本以上購入したとお答えの方
(=何らかの新品ソフトを購入した方)にお聞きします】

※「(a)」「(b)」いずれも「0」本の方
(=中古ソフトのみ購入し、新品ソフトは購入しなかった方) →(3)へ

(2-2) あなたが昨年1年間に購入した新品の家庭用ゲームソフトのうち、満足したタイトルがあれば、具体的なタイトル名およびその機種名をお書きください。

| タイトル名: | 機種名: |
|---|---|
| | |

**【引き続き、(3)にお進みください】**

(3) 家庭用ゲーム機用のゲームソフトを購入したのは、昨年(2011年)の何月でしたか。
購入した月をすべてお選びください。(いくつでも○印)

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. 1月 | 3. 3月 | 5. 5月 | 7. 7月 | 9. 9月 | 11. 11月 |
| 2. 2月 | 4. 4月 | 6. 6月 | 8. 8月 | 10. 10月 | 12. 12月 |

(4) 昨年1年間に、あなたご自身では家庭用ゲーム機用のゲームソフト(パッケージ)にお金をいくら支出しましたか。「年間計」「月平均」のうち、いずれかをご記入ください。
※家族や他の人が支払ったものは除きます。支出していない場合は、「0(ゼロ)」とご記入ください。

■年間計: 円 ← いずれかに記入 → ■月平均: 円

**質問11** （1）あなたは、昨年（2011年）1年間に、以下の①～④の家庭用ゲーム機専用のダウンロード販売サービスで、家庭用ゲームソフトをダウンロード購入しましたか。（ひとつずつ○印）
購入した方は年間合計の購入本数およびおおよその購入金額をお書きください。
※体験版などの無料のものや、ビデオ・アニメなどゲーム以外のコンテンツは除きます。

**昨年（2011年1～12月）**に購入されたものをお答えください。
今年（2012年1月以降）に購入されたものは含みません。

①Wiiショッピングチャンネル ［Wii］
●Wiiウェア ●バーチャルコンソール（Wii）

| 1. 購入した → | 本 | 円（ポイント） | 2. 購入していない |
|---|---|---|---|

②ニンテンドーeショップ／ニンテンドーDSiショップ ［ニンテンドー3DS、ニンテンドーDSi、ニンテンドーDSi LL］
●ニンテンドー3DSダウンロードソフト ●ニンテンドーDSiウェア ●バーチャルコンソール（3DS）

| 1. 購入した → | 本 | 円（ポイント） | 2. 購入していない |
|---|---|---|---|

③プレイステーションストア ［プレイステーション3、PlayStation Vita、PSPr プレイステーション・ポータブル」、PSP go］
●PS3配信タイトル ●PS Vita配信タイトル ●PSP配信タイトル ●ゲームアーカイブス

| 1. 購入した → | 本 | 円（ポイント） | 2. 購入していない |
|---|---|---|---|

④Xbox LIVEマーケットプレース ［Xbox360］ ※1マイクロソフトポイント＝1.4円にて換算してください。
●Xbox LIVEアーケード ●ゲームオンデマンド ●Xboxクラシックス

| 1. 購入した → | 本 | 円 | 2. 購入していない |
|---|---|---|---|

（2）あなたは、昨年（2011年）1年間に、以下の①～②の家庭用ゲーム機専用のダウンロード販売サービスで、追加ダウンロードアイテム（※）をダウンロード購入しましたか。（ひとつずつ○印）
購入した方は年間合計のおおよその購入金額をお書きください。
※「追加ダウンロードアイテム」にはアイテム課金型のオンラインゲーム（P. 10［質問23］（4－2））は含みません。ビデオ・アニメなどゲーム以外のコンテンツは除きます。

**昨年（2011年1～12月）**に購入されたものをお答えください。
今年（2012年1月以降）に購入されたものは含みません。

①プレイステーションストア ［プレイステーション3、PlayStation Vita、PSPr プレイステーション・ポータブル」、PSP go］

| 1. 購入した → | 円（ポイント） | 2. 購入していない |
|---|---|---|

②Xbox LIVEマーケットプレース ［Xbox360］ ※1マイクロソフトポイント＝1.4円にて換算してください。

| 1. 購入した → | 円 | 2. 購入していない |
|---|---|---|

**【ここまでご回答が終わりましたら、P. 7［質問14］にお進みください】**

**【P. 3［質問5］で、「2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない」とお答えの方にお聞きします】**

**質問12** 家庭用ゲームをしなくなった代わりに、どのようなことをしている時間が増えましたか。
以下のうち当てはまるものをいくつでもお答えください。（いくつでも○印）

| | | |
|---|---|---|
| 1. 仕事 | 9. DVD・ビデオの鑑賞 | 17. スマートフォンでゲームをする |
| 2. 勉強 | 10. 音楽鑑賞 | 18. スマートフォンでの通話・メール・ネット |
| 3. 家事・育児・介護 | 11. テレビを見る | 19. 携帯電話・PHSでゲームをする |
| 4. アルバイト | 12. 読書（書籍・雑誌・マンガを含む） | 20. 携帯電話・PHSでの通話・メール・ネット |
| 5. 部活動・サークル活動 | 13. スポーツ・散歩 | 21. ゲームセンターでゲームをする |
| 6. 友人と過ごす | 14. ドライブ・ツーリング | 22. パチンコ・パチスロ |
| 7. 家族と過ごす | 15. パソコンでゲームをする | 23. その他 ［具体的に: ］ |
| 8. 映画館での映画鑑賞 | 16. パソコン・インターネット | |

**【引き続き、P. 6［質問13］にお進みください】**

【P．3[質問5]で、「2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない」、「3. 1～2度試したことがある程度」
または「4. 今まで1度もしたことがない」とお答えの方（＝現在家庭用ゲームをしていない方）にお聞きします】

**質問13**

（1）あなたが家庭用ゲームをしない、またはしなくなった理由は何ですか。
以下の中からあてはまるものをすべてお選びください。（いくつでも○印）

| | | |
|---|---|---|
| 1. 面白そうなソフトがない（少ない） | 5. ゲームの内容が子供っぽい | A ゲームの内容に不満がある |
| 2. どんなゲームがあるかわからない | 6. 過激なシーンが多い | |
| 3. ソフトの種類が多すぎる | 7. マニア化していそう | |
| 4. ゲームの内容が複雑になりすぎ | 8. 昔のゲームの方がよかった | |
| 9. ゲームの操作がわかりにくい・複雑そう | 12. 新しいゲーム機を揃えるのが大変 | B ゲームの操作性や手間の面に不満がある |
| 10. ゲームがうまくできない | 13. いちいちセッティングするのが面倒 | |
| 11. クリアするまでに時間がかかりすぎる | 14. ゲーム機が場所をとる（片付けてある） | |
| 15. ゲームソフトの値段が高い | 16. ゲームハードの値段が高い | C ゲームの価格が高い |
| 17. ゲームのことを考えたこともない | 20. ゲームからは何も得られない | D ゲームに対して興味・関心がない |
| 18. ゲーム自体に悪いイメージを持っている | 21. ゲームをすることが虚しい | |
| 19. ゲームの面白さが理解できない | 22. ゲームに飽きてしまった | |
| 23. ゲームはゲームセンターでできる | 25. ゲームは携帯電話でできる | E 家庭用ゲーム機以外でゲームはできる |
| 24. ゲームはパソコンでできる | 26. ゲームはスマートフォンでできる | |
| 27. 仕事が忙しくゲームをする時間がない | | F ゲームをする時間がない |
| 28. 勉強・塾が忙しくゲームをする時間がない | | |
| 29. 部活動や、クラブ・サークルなどの課外活動が忙しくゲームをする時間がない | | |
| 30. 家事・育児が忙しくゲームをする時間がない | | |
| 31. ゲームソフトを買うのが恥ずかしい | | G ゲームを購入したり参加するのに遠慮してしまう |
| 32. 男性主体のイメージがあり女性が参加しづらい | | |
| 33. 子供や若い人達と一緒にやるのが照れくさい | | |
| 34. 他の遊びの方が面白い | 36. ゲームの他に欲しい物がある | H 他にやりたいことや欲しい物がある |
| 35. 他にやりたいことがある | | |
| 37. 目が疲れる・視力が悪くなる | 42. 善悪の判断がつかなくなる | I 身体面・精神面に悪影響がありそう |
| 38. 肩や手が疲れる | 43. 勉強がおろそかになる | |
| 39. 姿勢が悪くなる | 44. 室内にこもりがちになる | |
| 40. 現実感に乏しくなる | 45. 暴力的になる | |
| 41. 情緒不安定になる | 46. 「ゲーム脳」になる | |
| 47. 家族から反対されている | 49. 家族や友人と一緒に遊べない | J 周囲の影響や反対による |
| 48. ゲームに触れる機会がなかった | 50. 周囲で話題にならなくなった | |
| 51. その他 具体的に: | | K その他 |

（2）上記1.～51.の理由を、A～Kの11個に分類しました。このA～Kのうち、家庭用ゲームをしない、またはしなくなった一番の理由はどれですか。A～Kのうちひとつだけご記入ください。 →

【引き続き、P．7[質問14]へお進みください】

## 【全員の方にお聞きします】

**質問14** あなたは、今後、家庭用ゲーム機で「家庭用ゲーム」をしてみたいと思いますか。(ひとつだけ○印)

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみたいとは思わない
4. 全くするつもりはない

SNSおよびソーシャルゲーム」についてお聞きします。

**ご注意** ここで「SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)」とは、「Mobage(モバゲー)」「GREE」「mixi」「Facebook」といった、会員制のインターネット交流サイトをいいます。「ソーシャルゲーム」には、SNSで遊べるゲームをすべて含みます。

**質問15** あなたは、上記のような「ソーシャルゲーム」というものをご存知でしたか。(ひとつだけ○印)

1. 知っていた → **[質問16](1)もお答えください**
2. 知らなかった → **P. 8[質問17]へ**

## 【[質問15]で「1. 知っていた」とお答えの方にお聞きします】

**質問16** (1) あなたは、以下の①~④のSNSを利用していますか。
また、そのSNSのソーシャルゲームで遊んでいますか。
最も近いものをお選びください。(それぞれひとつずつ○印)

| | |
|---|---|
| ①Mobage(モバゲー)/Yahoo! Mobage | 1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる<br>2. 利用している/ソーシャルゲームは遊んでいない<br>3. 利用していない |
| ②GREE | 1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる<br>2. 利用している/ソーシャルゲームは遊んでいない<br>3. 利用していない |
| ③mixi | 1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる<br>2. 利用している/ソーシャルゲームは遊んでいない<br>3. 利用していない |
| ④Facebook | 1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる<br>2. 利用している/ソーシャルゲームは遊んでいない<br>3. 利用していない |

**【(1)で①~④それぞれ1または2に○印の方に】**

(2) そのSNSを利用する際に使用するハードウェアをすべてお選びください。
(それぞれいくつでも○印)
※「スマートフォン」:iPhone・Android携帯など
※「タブレット」:iPad、GALAXY Tabなど

| | |
|---|---|
| ①Mobage(モバゲー)/Yahoo! Mobage | 1. パソコン<br>2. 携帯電話・PHS<br>3. スマートフォン<br>4. タブレット |
| ②GREE | 1. パソコン<br>2. 携帯電話・PHS<br>3. スマートフォン<br>4. タブレット |
| ③mixi | 1. パソコン<br>2. 携帯電話・PHS<br>3. スマートフォン<br>4. タブレット |
| ④Facebook | 1. パソコン<br>2. 携帯電話・PHS<br>3. スマートフォン<br>4. タブレット |

**【(1)で①~④のいずれかで「1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる」とお答えの方(=いずれかのソーシャルゲームで遊んでいる方)】** →P. 8 (3)~(5)もお答えください

**【(1)で①~④のいずれかも「1. 利用している/ソーシャルゲームで遊んでいる」とお答えでない方(=いずれかのソーシャルゲームでも遊んでいない方)** →P. 8[質問17]へ

**【P．7[質問16](1)で①～④のいずれかで「1．利用している／ソーシャルゲームで遊んでいる」とお答えの方(＝いずれかのソーシャルゲームで遊んでいる方)にお聞きします】**

(3) 1週間で合計すると、何分くらいソーシャルゲームで遊んでいますか。 → [　　] 分くらい

(4) ソーシャルゲームで遊ぶ際、追加課金を支払っていますか。(ひとつだけ○印)
支払っている方は、1ヶ月合計の平均支払額(税込)をお書きください。 ※通信費・パケット料金は除きます。

1. 追加課金を支払っている　→月額 [　　] 円(税込)くらい
2. 追加課金は支払っていない

(5) 現在あなたが主に遊んでいるソーシャルゲームの具体的なタイトル名、およびそのゲームが提供されているSNSの名前をお書きください。

| タイトル名： | SNS名： |
|---|---|
| | |

**【全員の方にお聞きします】**

**質問17** あなたは、今後、ソーシャルゲームをしてみたいと思いますか。(ひとつだけ○印)

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

スマートフォン(iPhone、Android携帯など)・タブレット(iPad、GALAXY Tabなど)向けゲーム(ソーシャルゲーム以外)についてお聞きします。 **※ダウンロードアプリのゲームについてのみお答えください。ソーシャルゲームは除きます。**

**ご注意** ここで「スマートフォン」とは、iPhoneやAndroid携帯など、携帯電話・PHSと携帯情報端末(PDA)を融合させた携帯端末をいいます。「タブレット」とは、iPadやGALAXY Tabなど、平板状で、タッチパネル式の携帯端末をいいます。

**質問18** (1) あなたは、スマートフォン(iPhone、Android携帯など)・タブレット(iPad、GALAXY Tabなど)向けのダウンロードアプリのゲーム(ソーシャルゲーム以外)をしたことがありますか。(ひとつだけ○印)

1. 現在も継続的にしている → (2)(3)もお答えください
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない → [質問19]へ
3. 1～2度試したことがある程度 → [質問19]へ
4. 今まで1度もしたことがない → [質問19]へ

**【(1)で「1．現在も継続的にしている」とお答えの方にお聞きします】**

(2) 1週間で合計すると、何分くらいスマートフォン・タブレット向けゲームをしていますか。 [　　] 分くらい

(3) スマートフォン・タブレット向けゲームのうち、有料のゲーム(アプリ)をダウンロードして遊んでいますか。(ひとつだけ○印)
有料のゲーム(アプリ)をダウンロードして遊んでいる方は、1ヶ月合計の平均支払額(税込)をお書きください。 ※通信費・パケット料金は除きます。

1. 有料のゲーム(アプリ)をダウンロードして遊んでいる　→月額 [　　] 円(税込)くらい
2. 無料のゲーム(アプリ)しか遊ばない

**【全員の方にお聞きします】**

**質問19** あなたは今後、スマートフォン(iPhone、Android携帯など)・タブレット(iPad、GALAXY Tabなど)向けのダウンロードアプリのゲーム(ソーシャルゲーム以外)をしたいと思いますか。(ひとつだけ○印)

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

(3) 平均すると週に何日くらいソーシャルゲームで遊んでいますか。(ひとつだけ○印)

1. ほとんど毎日
2. 週に4～5日
3. 週に2～3日
4. 週に1日
5. 月に2～3日
6. 月に1日以下

(4) 平均すると1日合計で何分間らいソーシャルゲームで遊んでいますか。平日・休日ごとにお教えください。

■平日　：1回あたり [　　] 分くらい　　■休日　：1回あたり [　　] 分くらい

携帯電話・PHSのゲーム（スマートフォン・タブレット向けゲーム、ソーシャルゲーム以外）についてお聞きします。

**※スマートフォン（iPhone、Android携帯など）以外の携帯電話・PHSのゲームについてのみお答えください。**

**※ダウンロードまたは内蔵アプリのゲームについてのみお答えください。ソーシャルゲームは除きます。**

**質問20** （1）あなたは、携帯電話・PHSでソーシャルゲーム以外のゲームをしたことがありますか。（ひとつだけ○印）

1. 現在も継続的にしている → **（2）（3）もお答えください**
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない
3. 1～2度試したことがある程度 → **[質問21]へ**
4. 今まで1度もしたことがない

**【（1）で「1. 現在も継続的にしている」とお答えの方にお聞きします】**

（2） 1週間で合計すると、何分くらい携帯電話・PHSでゲームをしていますか。 [　　] 分くらい

（3） 携帯電話・PHSのゲームのうち、月額制、従量制、アイテム課金などの有料のゲームをしていますか。（ひとつだけ○印） ※通信費・パケット料金は除きます。

1. 有料のゲームをしている → **（3－2）もお答えください**
2. 無料のゲームしかしない → **[質問21]へ**

**【（3）で「1. 有料のゲームをしている」とお答えの方にお聞きします】**

（3－2） その有料のゲームはどのような課金形態ですか。以下のうち、当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも○印） また、当てはまる課金形態については、それぞれの1ヶ月合計の利用料金（月額料金、アイテム料金など）の平均額（税込）をお書きください。
※通信費・パケット料金は除きます。

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 定額課金（月額固定料金による課金） | 月額料金 | 約 [　　] | 円（税込） |
| 2. 従量課金（1ゲームまたは一定時間ごとの課金） | 1ヶ月合計 | 約 [　　] | 円（税込） |
| 3. アイテムやアバターへの課金 | 1ヶ月合計 | 約 [　　] | 円（税込） |

**【全員の方にお聞きします】**

**質問21** あなたは、今後、携帯電話・PHSでソーシャルゲーム以外のゲームをしてみたいと思いますか。（ひとつだけ○印）

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

オンラインゲーム（ソーシャルゲーム以外）についてお聞きします。

**ご注意** ここで「オンラインゲーム」とは、家庭用ゲーム機またはパソコンをインターネットに接続してプレイするゲームをいいます。
複数の人が同時に参加して交流しながら対戦や冒険をする「**MMORPG**」や、インターネット上で即作動する「**Webブラウザゲーム**」（パズルやカードゲームなど）を含みますが、**SNSで提供されるソーシャルゲームは除きます。**
また、携帯電話・PHSのオンラインゲームや、ゲームセンターの通信機能付きゲームも除きます。

**質問22** あなたは、上記のような「オンラインゲーム」というものをご存知でしたか。（ひとつだけ○印）

1. 知っていた → **P. 10[質問23]（1）もお答えください**
2. 知らなかった → **P. 11[質問24]へ**

**【P. 9[質問22]で「1. 知っていた」とお答えの方にお聞きします】**

**質問23** （1）あなたは、オンラインゲーム（ソーシャルゲーム以外）をしたことがありますか。（ひとつだけ○印）

1. 現在も継続的にしている → （2）～（4）もお答えください
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない
3. 1～2度試したことがある程度 → [質問24]へ
4. 今まで1度もしたことがない → [質問24]へ

**【（1）で「1. 現在も継続的にしている」とお答えの方にお聞きします】**

（2）あなたが現在遊んでいるオンラインゲームの具体的なタイトル名をご記入ください。

タイトル名：

（3）1週間で合計すると、何分くらいオンラインゲームをしていますか。 → 約 [　　] 分

（4）オンラインゲームのうち、定額制、従量制、アイテム課金などの有料のゲームをしていますか。
（ひとつだけ○印） ※通信費・パッケージソフト料金・複合カフェ利用料は除きます。

1. 有料のゲームをしている → （4－2）もお答えください
2. 無料のゲームしかしない → [質問24]へ

**【（4）で「1. 有料のゲームをしている」とお答えの方にお聞きします】**

（4－2）その有料のゲームはどのような課金形態ですか。以下のうち、当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも○印） また、当てはまる課金形態については、それぞれの1ヶ月合計の利用料金（月額料金、アイテム料金など）の平均額（税込）をお書きください。

※「アイテムやアバターへの課金」には、アイテムの個人間での現金売買（＝「リアル・マネー・トレード（RMT）」[質問24]（1））、および家庭用ゲームのダウンロード販売サービスによる「追加ダウンロードアイテム」のダウンロード購入（P. 5[質問11]（2））は含みません。

※通信費・パッケージソフト料金・複合カフェ利用料は除きます。

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1. 定額課金（月額固定料金による課金） | → | 月額料金 | 約 [　　] | 円（税込） |
| 2. 従量課金（1ゲームまたは一定時間ごとの課金） | → | 1ヶ月合計 | 約 [　　] | 円（税込） |
| 3. アイテムやアバターへの課金 | → | 1ヶ月合計 | 約 [　　] | 円（税込） |

**【全員の方にお聞きします】**

**質問24** （1）あなたは、オンラインゲームにおいて、ゲームのアイテム（武器・防具などの装備品、アクセサリ等）を個人間で実際の現金によって売買する「リアル・マネー・トレード（RMT）」というものをご存知ですか。（ひとつだけ○印）
ご自分でRMTをしている方は、1ヶ月合計の購入料金および売却金額の平均額をそれぞれお書きください。

※オンラインゲーム事業者に対するアイテム課金の支払い（[質問23]（4－2））は含みません。

1. よく知っており、自分で取引をしている　【購入金額】月額約 [　　] 円　【売却金額】月額約 [　　] 円
2. よく知っているが、自分で取引はしていない
3. 詳しくは知らないが、聞いたことはある
4. 知らなかった

（2）あなたは「リアル・マネー・トレード（RMT）」についてどうお考えですか。（ひとつだけ○印）

1. 全面的に禁止すべき
2. 厳格な基準を設けて青少年の利用を防ぐべき
3. 目安を示して、一定限度を超えないようにすべき
4. 利用者自らが決める問題で、第三者が介入すべきでない
5. ゲームに必要な要素なので、さらに奨励・拡大すべき

**【全員の方にお聞きします】**

**質問25** あなたは、今後、オンラインゲーム（ソーシャルゲーム以外）をしてみたいと思いますか。（ひとつだけ○印）

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

パソコンのゲーム（オンラインゲーム・ソーシャルゲーム以外）についてお聞きします。

**質問26** あなたは、パソコンでオンラインゲーム・ソーシャルゲーム以外のゲームをしたことがありますか。（ひとつだけ○印）

1. 現在も継続的にしている
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない
3. 1～2度試したことがある程度
4. 今まで1度もしたことがない

**質問27** あなたは、今後、パソコンでオンラインゲーム・ソーシャルゲーム以外のゲームをしてみたいと思いますか。（ひとつだけ○印）

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

ゲームセンターのゲームについてお聞きします。

**質問28** （1）あなたは、ゲームセンターでゲームをしたことがありますか。（ひとつだけ○印）

1. 現在も継続的にしている → （2）もお答えください
2. 以前はよくしていたが、今はほとんどしない → [質問29]へ
3. 1～2度試したことがある程度 → [質問29]へ
4. 今まで1度もしたことがない → [質問29]へ

**【（1）で「1. 現在も継続的にしている」とお答えの方にお聞きします】**

（2）ゲームセンターでは、どのようなゲームをしていますか。以下の中からいくつでもお選びください。（いくつでも○印）

1. カード認証型ネットワーク対戦ゲーム
（「機動戦士ガンダム 戦場の絆」「頭文字D ARCADE STAGE」シリーズ、「ダービーオーナーズクラブ」シリーズなど）
2. トレーディングカードゲーム
（「機動戦士ガンダム0079カードビルダー」「ポケモンバトリオ」「ドラゴンクエスト モンスターバトルロード」「三国志大戦」など）
3. メダルゲーム
（「モノポリー・ザ・メダル」などのメダル落下型、キッズメダル、スロット、カジノ、1以外の競馬ゲームなど）
4. クレーンゲーム （「UFOキャッチャー」など）
5. クレーン以外のプライズ（景品）ゲーム （「スウィートランド」など）
6. プリントシール機 （「プリント倶楽部」など）
7. ガチャガチャ、ガシャポンなどの販売機
8. エアホッケー、バスケットボール、モグラたたきなど
9. 子ども向けの乗り物など
10. 格闘ゲーム
11. シューティングゲーム
12. 音楽ゲーム
13. レーシングゲーム
14. スポーツゲーム
15. パズル・クイズ
16. 麻雀・将棋・囲碁
17. パチンコ・パチスロの転用機

**【全員の方にお聞きします】**

**質問29** あなたは、今後、ゲームセンターでゲームをしてみたいと思いますか。（ひとつだけ○印）

1. 積極的に楽しんでいきたい
2. 自分にとって面白いソフトがあればしてみたい
3. あまりしてみようとは思わない
4. 全くするつもりはない

ゲーム全般についてお聞きします。

- 家庭用ゲーム機のゲーム（P. 2[質問4]）
- ソーシャルゲーム（P. 7[質問16](1)）
- スマートフォン・タブレット向けゲーム(P. 8[質問18](1))
- 携帯電話・PHSのゲーム（P. 9[質問20](1)）
- オンラインゲーム（P. 10[質問23](1)）
- パソコンのゲーム(オンラインゲーム以外)（P. 11[質問26])
- ゲームセンターのゲーム（P. 11[質問28](1)）

いずれかの質問で、ひとつでも「現在も継続的にしている」または「利用している／ソーシャルゲームで遊んでいる」と回答した方
**（現在何らかのゲームをしている方）**
→ [質問30]へ

いずれの質問でも、ひとつも「現在も継続的にしている」または「利用している／ソーシャルゲームで遊んでいる」と回答しなかった方
**（現在全くゲームをしていない方）**
→ P. 13[質問34]へ

## 【現在、何らかのゲームをしている方にお聞きします】（[質問30]～P. 13[質問33]まで）

**質問30** 以下のゲームのうち、あなたがよくプレイする順に3位まで選んで、番号を記入してください。

1. 携帯型ゲーム機(ニンテンドーDSやPSPなど)のゲーム 《オンラインゲーム以外》
2. 家庭用ゲーム機のゲーム 《オンラインゲーム以外》
3. ソーシャルゲーム
4. スマートフォン・タブレット向けゲーム 《ソーシャルゲーム以外》
5. 携帯電話・PHSのゲーム 《ソーシャルゲーム以外》
6. オンラインゲーム 《ソーシャルゲーム以外》
7. パソコンのゲーム 《オンラインゲーム・ソーシャルゲーム以外》
8. ゲームセンターのゲーム

1位: ＿＿
2位: ＿＿
3位: ＿＿

**質問31** 以下の(1)～(21)について、あなたご自身にあてはまるものを、それぞれお選びください。（それぞれひとつずつ○印）

| | | | 1. 全くない | 2. 時々ある | 3. よくある | 4. いつもそうである |
|---|---|---|---|---|---|---|
| (1) | ゲームによって生活に張り合いができた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (2) | ゲームを通して物の考え方や視野が広くなった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (3) | ゲームによって余暇時間を有意義に使うことができている | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (4) | ゲームの世界にすっかり入り込むような経験ができる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (5) | ゲームのテクニックを発揮できたとき、自分を誇らしく思う | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (6) | ゲームを通して自制心が働くようになった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (7) | ゲームを通して悩みを話せる人ができた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (8) | ゲームによって生活は活気にあふれている | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (9) | ゲームを通して生活に活かせる新しいアイデアが生まれるようになった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (10) | ゲームによってストレスを解消できている | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (11) | ゲームをプレイするときは信じられない集中力を発揮する | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (12) | ゲームのテクニックを発揮できたとき、自分が有能だと感じる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (13) | ゲームを通して衝動を抑えることができるようになった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (14) | ゲームを通して喜怒哀楽を共有する人ができた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (15) | ゲームによって楽しく過ごすエネルギーができた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (16) | ゲームを通して今まで知らなかった新しい世界に出会えた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (17) | ゲームによって余暇時間を楽しく過ごすことができている | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (18) | ゲームをプレイするときは完全にゲームに夢中になることが多い | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (19) | ゲームのテクニックを発揮して自分の才能に満足するのが心地いい | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (20) | ゲームを通して気持ちを平静に保つことができるようになった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (21) | ゲームを通して自分を理解してくれる人ができた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |

**質問32** 以下の(1)～(21)について、あなたご自身に あてはまるものを、それぞれお選びください。（それぞれひとつずつ○印）

| | | | 1. 全くない | 2. 時々ある | 3. よくある | 4. いつもそうである |
|---|---|---|---|---|---|---|
| (1) | ゲームで満足感を得るためには、前より長い時間プレイしなければならない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (2) | ゲームができなくなったりゲームの時間を急に減らすと、不安に襲われる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (3) | ゲームを始める前に予定した時間よりもっと長くゲームをする | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (4) | 何度もゲームをやめようと思ったが、やめられない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (5) | 一日のほとんどの時間をゲームのことを考えて過ごす | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (6) | ゲームにより、学校の成績や、仕事・家事の効率が大きく落ちた | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (7) | 体調を崩しても、ゲームをプレイする | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (8) | ゲームをすればするほど、より長い時間プレイしたいと思う | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (9) | ゲームができなくなったりゲームの時間を急に減らすと、無気力になり憂鬱になる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (10) | ゲームをいったんプレイし始めたら、なかなかやめられない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (11) | ゲームのプレイ時間はこれ以上減らせない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (12) | ゲームをプレイしないで一日過ごしたことがほとんどない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (13) | ゲームにより、家族との行事や娯楽に参加しないようになった | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (14) | 勉強や仕事・家事などに支障があっても、ゲームをプレイする | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (15) | どんどんゲームのプレイ時間を長くしないと、満足できなくなる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (16) | ゲームができなくなったり、ゲームの時間を減らすとイライラして怒りっぽくなる | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (17) | 予定した時間よりはるかに長い時間ゲームをプレイすることがよくある | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (18) | 何度もゲームのプレイ時間を減らそうとしてみたが、減らせない | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (19) | 他のことにはほとんど興味がなく、ゲームのアイテムを獲得したり、レベルアップすることに夢中である | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (20) | ゲームにより友人関係が疎遠になった（例：仲間外れや絶交など） | → | 1 | 2 | 3 | 4 |
| (21) | 家族から反対されても、ゲームをプレイする | → | 1 | 2 | 3 | 4 |

**質問33** （1）あなたは昨年3月の東日本大震災の後、ゲームをする時間が増えましたか。それとも減りましたか。（ひとつだけ○印）

1. 増えた　2. 変わらない　3. 減った

（2）あなたは被災者支援のためにどのようなことをしましたか。以下のうち、当てはまるものをいくつでもお選びください。（いくつでも○印）

1. 義援金の寄付
2. 現地ボランティア
3. 被災地産商品の購入
4. ゲーム内の寄付アイテムの購入
5. チャリティーゲームソフトの購入
6. チャリティーオークションでゲーム関連グッズの購入
7. その他 [具体的に: ]

**【ここまでご回答が終わりましたら、P. 14[質問37]にお進みください】**

## 【現在、全くゲームをしていない方にお聞きします】（[質問34]～P. 14[質問36]まで）

**質問34** あなたは、ゲームそのものは好きですか、それとも嫌いですか。（ひとつだけ○印）

1. 好き　2. どちらかといえば好き　3. どちらともいえない　4. どちらかといえば嫌い　5. 嫌い

**質問35** 以下のうち、あなた自身にあてはまることをいくつでもお選びください。（いくつでも○印）

1. テレビで、ゲームのCMを見たことがある
2. 新聞や雑誌で、ゲームの広告や記事を見たことがある
3. 家族や友人の間でゲームについて話題になることがある
4. ゲームをしている家族や友人がいる
5. 外出中に、携帯型ゲーム機（ニンテンドーDS・PSPなど）や携帯電話でゲームをしている人を見かける

**質問36** あなたは、ゲームをしている人に対してどんなイメージを持っていますか。いくつでもお選びください。(いくつでも○印)

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 普通の人 | 6. 閉鎖的・内向的 | 11. 集中力がある | 16. 頭が悪い |
| 2. オタク | 7. 格好いい | 12. 周りが見えていない | 17. オシャレ |
| 3. 好きなことを楽しんでいる | 8. 格好悪い | 13. 手先が器用 | 18. 不潔 |
| 4. 暇で、他にやることがない | 9. 時代の最先端 | 14. 不健康 | 19. グルメ |
| 5. マニア・凝り性 | 10. 子供っぽい | 15. 頭がいい | 20. 食事には無頓着 |

**【全員の方にお聞きします】**

**質問37** あなたは、「ゲーム」にはどんな影響または効果があると思いますか。いくつでもお選びください。(いくつでも○印)

| | |
|---|---|
| 1. クリアしたときに満足感・充実感が得られる | 13. 根気・忍耐力が培われる |
| 2. すぐ「リセット」するという安易な考えが生まれる | 14. 頭痛・肩こりなどを起こす |
| 3. 夢や感動を与えてくれる | 15. 創造力・空想力が身に付く |
| 4. 暴力的になる | 16. 現実と空想の区別が付かなくなる |
| 5. 指を動かすことにより脳が活性化される | 17. 機械モノに対する苦手意識がなくなる |
| 6. 幼児の脳の発達が遅れる | 18. 体力の低下や肥満の原因になる |
| 7. ストレスが発散できる | 19. 瞬間の判断力・俊敏性・反射神経が養われる |
| 8. 思うように進まないとストレスの原因になる | 20. 感受性や創造力が低下する |
| 9. ゲームを通じて家族・友人とコミュニケーションができる | 21. 英語や文字を覚えられる |
| 10. 人とコミュニケーションがとれなくなる | 22. 学力が低下する |
| 11. 集中力・記憶力が養われる | 23. 緊張が解けリラックスできる |
| 12. 視力が低下する | 24. 興奮状態が長く続きリラックスできない |

**質問38** あなたは、青少年がゲームをすることについてどのようにお考えですか。(ひとつだけ○印)

1. 賛成　2. どちらかといえば賛成　3. どちらともいえない　4. どちらかといえば反対　5. 反対

**質問39** (1) あなたに、お子様はいらっしゃいますか。また、そのお子様はゲームをしていますか。(ひとつだけ○印)

1. 子供がおり、ゲームをしている → **(2)～(4)もお答えください**
2. 子供はいるが、ゲームはしていない(しているかどうかわからない) → **(4)もお答えください**
3. 子供はいない → **P. 15[質問40]へ**

**【(1)で「1. 子供がおり、ゲームをしている」とお答えの方にお聞きします】**

(2) あなたは、ご自分のお子様がゲームをする際、どのように対応していますか。(ひとつだけ○印)

1. おおいに制約　2. 少し制約　3. どちらでもない　4. 勧めている　5. おおいに勧めている

(3) あなたは、ご自分のお子様と一緒にゲームをしますか。(ひとつだけ○印)

| | | |
|---|---|---|
| 1. いつも一緒にしている | 3. たまに一緒にしている | 5. 一緒にしたことは全くない |
| 2. よく一緒にしている | 4. 一緒にすることはほとんどない | |

**【引き続き、(4)にお進みください】**

**【(1)で「1. 子供がおり、ゲームをしている」「2. 子供はいるが、ゲームはしていない(しているかどうかわからない)」とお答えの方(=お子様がいらっしゃる方)にお聞きします】**

(4) あなたは、今後、ご自分のお子様と一緒にゲームをしたいと思いますか。(ひとつだけ○印)

| | |
|---|---|
| 1. 一緒に楽しんでいきたい | 3. あまり一緒にしてみようとは思わない |
| 2. 一緒にできるソフトがあればしてみたい | 4. 全く一緒にしようとは思わない |

**【全員の方にお聞きします】**

**質問40** あなたやあなたの周囲（家族・友人・知人など）において、①携帯型ゲーム機および②家庭用（据置型）ゲーム機のゲームをプレイする際、違法コピー製品を使用したり、違法ダウンロードをしている割合は、ご自身で見た範囲でどのくらいだと思いますか。（それぞれひとつずつ○印）

①携帯型ゲーム機（ニンテンドーDS、PSP「プレイステーション・ポータブル」など）のゲーム

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 自分の周囲では見かけない | 3. 20～40%未満 | 5. 60～80%未満 | 7. 100%（周囲すべて） |
| 2. 1～20%未満 | 4. 40～60%未満 | 6. 80～100%未満 | |

②家庭用（据置型）ゲーム機（Wii、プレイステーション3、プレイステーション2、Xbox360など）のゲーム

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 自分の周囲では見かけない | 3. 20～40%未満 | 5. 60～80%未満 | 7. 100%（周囲すべて） |
| 2. 1～20%未満 | 4. 40～60%未満 | 6. 80～100%未満 | |

**質問41** 優れたコンピュータエンターテインメントソフトウェア作品を選考し表彰する「日本ゲーム大賞」という賞があります。あなたはこの賞をご存知でしたか。（ひとつだけ○印）

1. よく知っている　2. 聞いたことはある　3. 知らなかった

**質問42** （1）以下の①～⑤の映像についてはそれぞれ倫理審査機関があり、映像の審査をしています。あなたはこのことをご存知でしたか。（それぞれひとつずつ○印）

| | | 1. 知っていた | 2. 知らなかった |
|---|---|---|---|
| ① | 映画…「映画倫理委員会」（映倫） → | 1 | 2 |
| ② | ビデオ…「映像倫理機構」（映像倫） → | 1 | 2 |
| ③ | パソコンソフト…「コンピュータソフトウェア倫理機構」（ソフ倫） → | 1 | 2 |
| ④ | ゲームセンターのゲーム…「日本アミューズメントマシン工業協会」（JAMMA） → | 1 | 2 |
| ⑤ | 家庭用ゲームソフト…「コンピュータエンターテインメントレーティング機構」（CERO） → | 1 | 2 |

（2）家庭用ゲームソフトに「レーティングマーク」が表示されていることをご存知でしたか。（ひとつだけ○印）

1. 知っていて、実際にマークがついた商品を見たことがある
2. 知っているが、実際にマークがついた商品を見たことはない
3. 知らなかった

**（3）（4）もお答えください**

**P. 16[質問43]へ**

**【（2）で「1. 知っていて、実際にマークがついた商品を見たことがある」「2. 知っているが、実際にマークがついた商品を見たことはない」とお答えの方にお聞きします】**

（3）「レーティングマーク」がどのような内容を表示しているかをご存知ですか。（ひとつだけ○印）
ご存知の方はその内容をお書きください。

1. よく知っている　2. だいたい知っている　3. あまり知らない　4. 全く知らない

**1または2に○印の方**　ご存知の内容：

（4）レーティングマークに「Z（18才以上のみ対象）」という区分があることをご存知ですか。（ひとつだけ○印）

1. 知っていて、実際にマークがついた商品を見たことがある
2. 知っているが、実際にマークがついた商品を見たことはない
3. 知らなかった

## 【全員の方にお聞きします】

**質問43** あなたの趣味、または関心を持っている事は何ですか。いくつでもお選びください。(いくつでも○印)

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1. 映画・演劇・ドラマ | 9. 華道・茶道・書道 | 17. 散歩・ランニング | 25. 車・バイク・ドライブ |
| 2. マンガ・アニメ | 10. 園芸・ガーデニング | 18. 野球 | 26. 旅行 |
| 3. 読書 | 11. 陶芸・手芸・美術鑑賞 | 19. サッカー | 27. ペット |
| 4. 文芸創作 | 12. 写真・ビデオ撮影 | 20. ゴルフ | 28. ファッション・インテリア |
| 5. パソコン・インターネット | 13. 家庭用ゲーム | 21. 格闘技 | 29. 料理・グルメ・酒 |
| 6. 音楽鑑賞 | 14. 囲碁・将棋・麻雀 | 22. スキー・スノーボード | 30. 恋愛・出会い |
| 7. 楽器演奏・舞踊 | 15. パチンコ・パチスロ | 23. 17～22以外のスポーツ | 31. 勉強・語学・資格取得 |
| 8. カラオケ・コーラス | 16. 競馬・競輪・競艇 | 24. 釣り・アウトドア | 32. その他 |

**質問44** (1) ゲームは最近、単に遊ぶ以外にさまざまな分野で有効に活用されています。以下に挙げたゲームの新しい取り組みを、あなたはご存知でしたか。

| | | 1. 知っていた | 2. 知らなかった |
|---|---|---|---|
| ① | 目の見えない人(視覚障害者)でも音の強弱とステレオ効果で遊べる「スペースインベーダー フォー ブラインド」が開発された。 → | 1 | 2 |
| ② | 単調で苦しいリハビリテーションを楽しく取り組めるよう「ワニワニパニック」を活用し、高齢者のトレーニング意欲や身体機能向上に貢献している。 → | 1 | 2 |
| ③ | 国際世界食糧計画(WFP)の宣伝・普及のためのゲーム「FoodForce」を開発。有料アイテムの収益はWFPの学校給食プログラムへ寄付される。 → | 1 | 2 |
| ④ | 米国・ウェストバージニア州の公立学校で「DanceDanceRevolusion」を使用した肥満防止・健康維持増進プログラムが採用されている。 → | 1 | 2 |
| ⑤ | 疾病の原因を究明するための分散コンピューティングプロジェクト「Folding@Home」にプレイステーション3を通じて参加が可能。 → | 1 | 2 |
| ⑥ | 私立東京女子学園中学校で、教科書「NEW HORIZON」のニンテンドーDS版ソフトを活用した授業を実施している。 → | 1 | 2 |
| ⑦ | バンダイナムコゲームス社が小学校向け教科書を共同制作。2010年に教科書検定に合格し、2011年より使用が開始された。 → | 1 | 2 |

(2) あなたがゲームを単に遊ぶ以外の目的で使うとしたら、どんな使い方をして世の中に良い影響を与えたいと思いますか。なにかアイディアがございましたら、ご自由にお書きください。

**質問45** ゲームメーカー、クリエイター、流通・販売店、ゲームソフト、その他ゲーム業界に関して、期待することや不満なことなど、ご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください。

**質問46** 最後の質問です。夢がひとつ叶うとしたら、あなたは今、一番何が欲しいですか。または、何をして欲しい(したい)ですか。ゲームのことに限らず、ご自由にお書きください。

**★以上でアンケートは終わりです。長い時間、ご協力ありがとうございました。★**

# 2012 게임이용자 조사보고서


**집필진**

**한국콘텐츠진흥원**

감　　수　노준석(통계정보팀 팀장)

내부집필　노준석(통계정보팀 팀장), 유은영(통계정보팀 주임)

**외부집필**

김명준 이사(글로벌리서치), 차수정 연구원(글로벌리서치),
김현희 연구원(글로벌리서치), 안창현 박사



**발 행 인**　홍 상 표

**발 행 일**　2012년 8월 21일

**발 행 처**　한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동 1602 문화콘텐츠센터(12층)

ISBN : 978-89-6514-208-9　　가격 : 비매품



본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(http://www.kocca.kr)에 게재되는 보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시길 바랍니다.