

# 미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

한국콘텐츠진흥원  
미국사무소



## 주간 심층이슈

### 『미국 컴퓨터 및 비디오게임 산업 주요 자료 분석』

#### ◎ 작성취지

- 미국 게임 산업의 최근 현황과 소비자 분석 자료 정리

#### ◎ 작성순서

- 들어가기
- 미국 게임 산업 현황
- 사용자 분석
- 정리 및 시사점

### 1. 들어가기

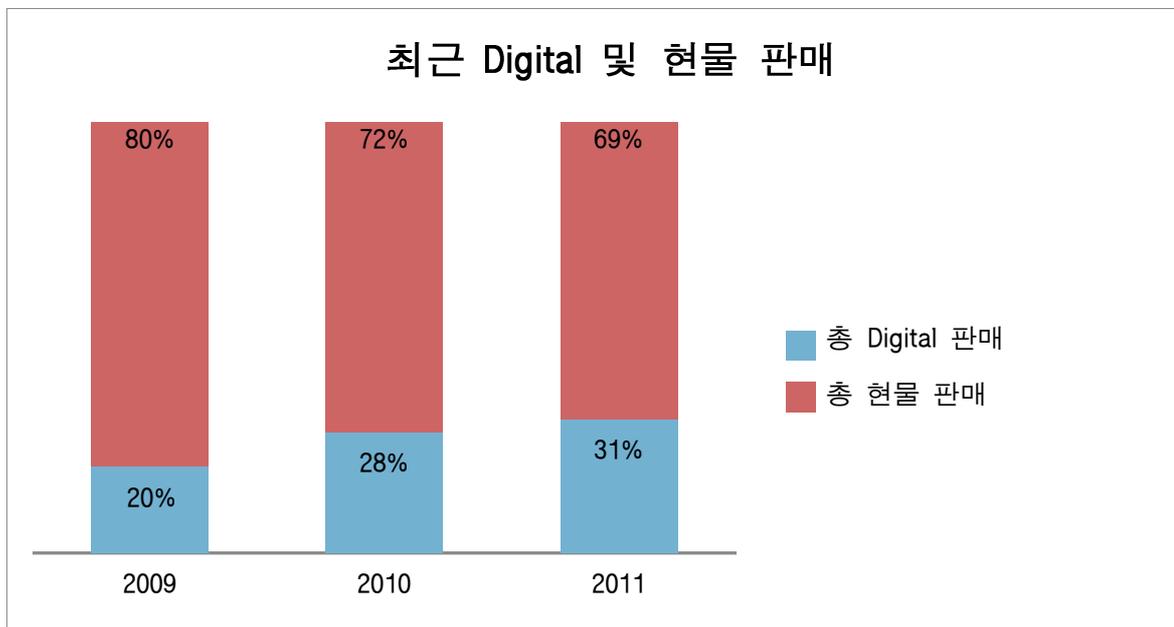
- 미국의 평균 가구는 콘솔, PC 혹은 스마트폰 형태로 최소한 1대 이상의 전용 게임기를 구매
- 49%의 미국가구가 전용 게임 콘솔을 보유하고 있으며, 평균적으로 각 가구당 2대를 보유하고 있다고 조사됨
- 3년 전에 비해 게임을 더 많이 한다는 사용자의 59%가 보드게임 구매, 50%가 영화관 방문, 47%가 TV시청, 47%가 영화감상(재택)에 사용하는 비용을 줄였다고 응답함
- 게임 콘솔 사용자 중의 40%가 영화감상, 20%가 음악청취, 17%가

TV시청에 콘솔을 사용하고 있음

- 62%의 사용자가 온라인 또는 직접적으로 다른 사용자와 게임을 즐김
- 다른 사람과 함께 게임을 즐긴다는 사용자의 78%가 일주일에 최소한 1시간을 한다고 응답함
- 그 중 33%의 사용자가 소셜 게임을 사용함
- 다른 사람과 함께 게임을 즐긴다는 사용자의 대부분은 친구 또는 가족과 함께함
- 16%가 부모, 34%가 부모외 다른 가족, 40%가 친구, 17%가 배우자 또는 다른 사람들과 함께 사용함
- 사용자들은 평균 12년 동안 게임을 한 것으로 응답함
- 성인 사용자들은 평균 14년간 게임을 한 것으로 응답함 (남자는 평균 16년, 여자는 평균 12년)

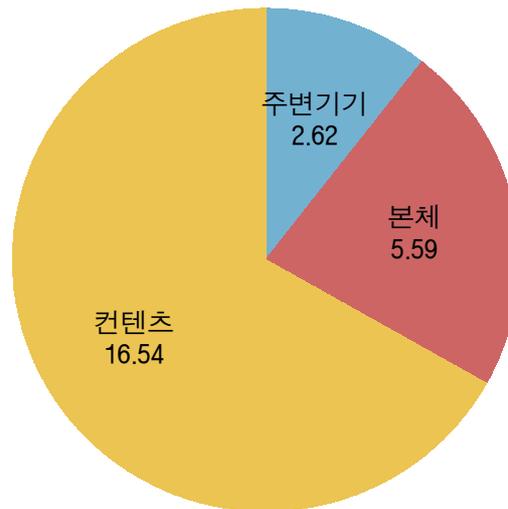
## 2. 미국 게임 산업 현황

- 2011년 소비자가 게임 산업에 지출한 비용이 총 247.5억 달러를 기록함
- 그 중 67%가 콘텐츠 관련 판매였음
- 나머지 33%가 온라인 판매



## 2011년 소비자의 게임 산업에 대한 지출

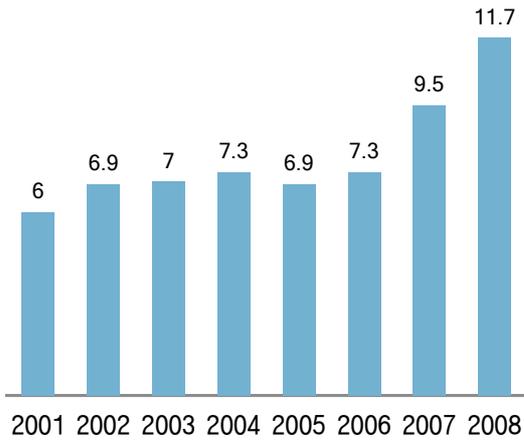
단위: 10억 달러



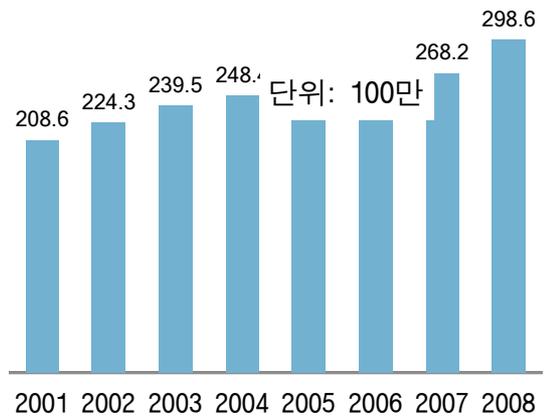
### ■ 비디오 및 컴퓨터게임 판매액 및 판매량

- 2011년 총 166억 달러 판매됨
- 그 중 53%가 비디오게임, 44%가 컴퓨터게임
- 최근 3년간 컴퓨터게임 판매액 비중이 33%에서 43%로 증가함
- 비디오 게임이 전체 판매량의 94%를 차지함
- 최근 3년간 컴퓨터게임 판매량 비중이 12%에서 6.4%로 급격히 감소함

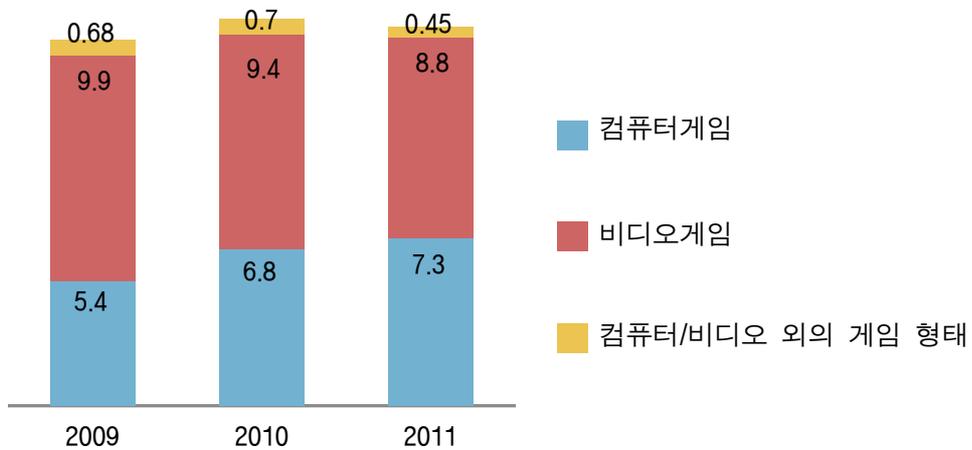
미국 컴퓨터 및 비디오게임 판매액

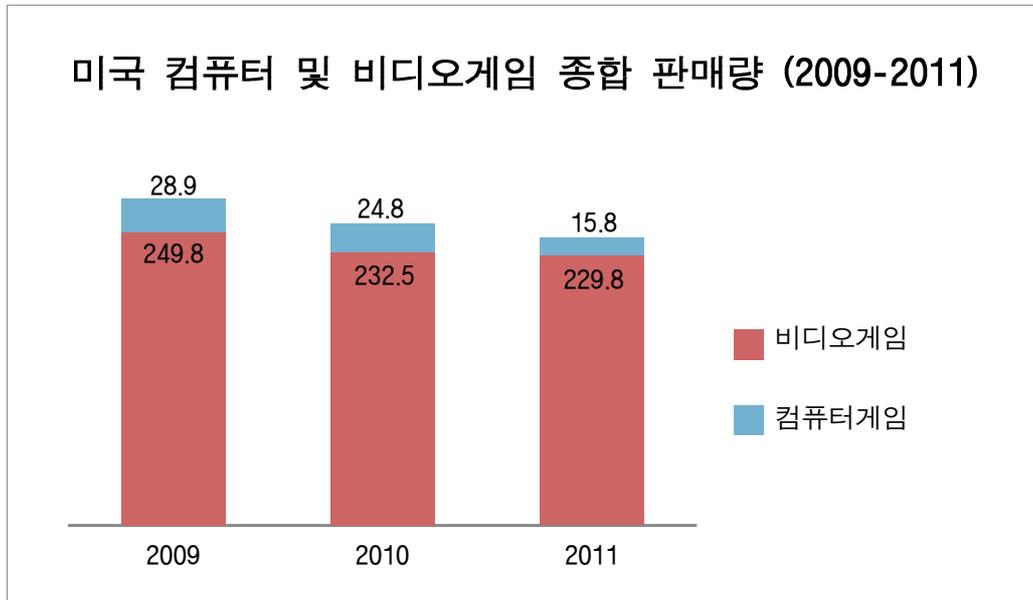


미국 컴퓨터 및 비디오게임 판매량



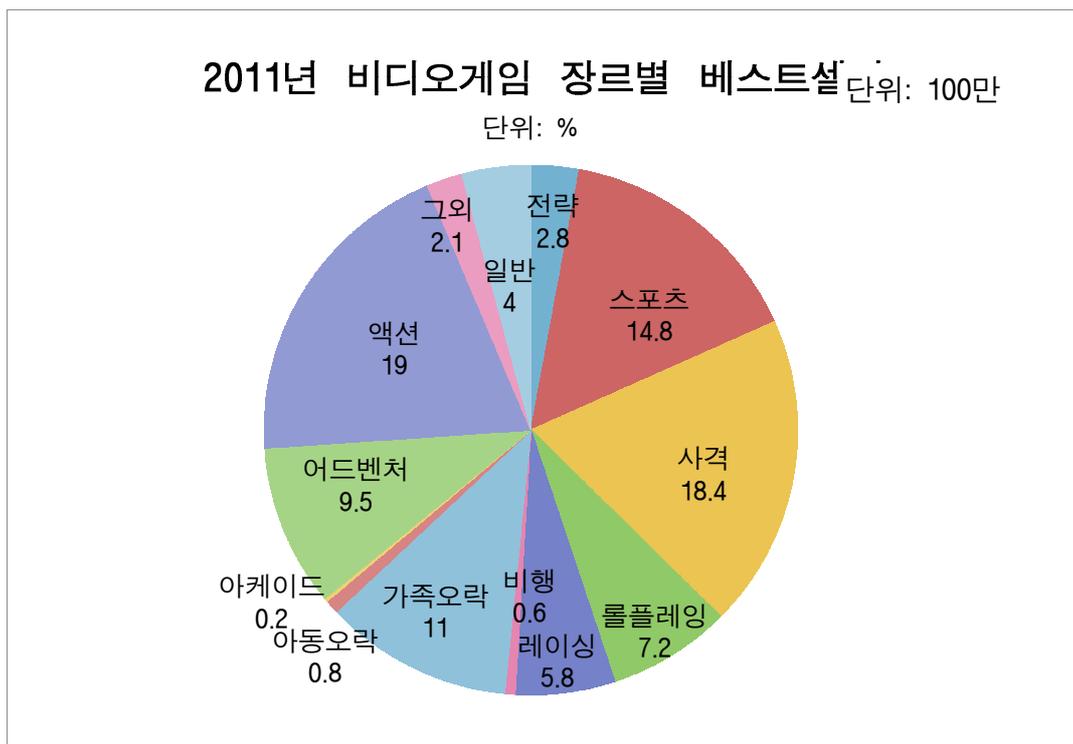
미국 컴퓨터 및 비디오게임 종합 판매액 (2009-2011)

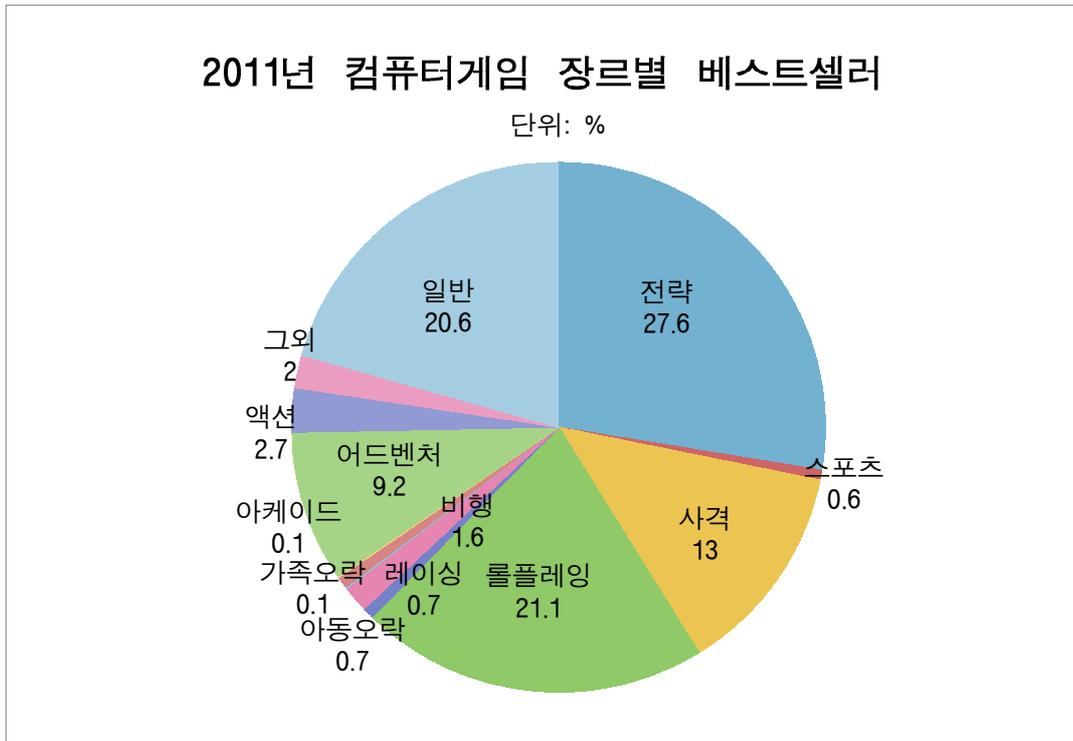




#### 장르별 비디오 및 컴퓨터게임 판매

- 비디오게임은 액션, 사격 및 스포츠 게임이 전체의 절반 이상을 차지
- 컴퓨터게임은 전략 및 롤플레이팅 게임이 전체의 절반 가까이를 차지





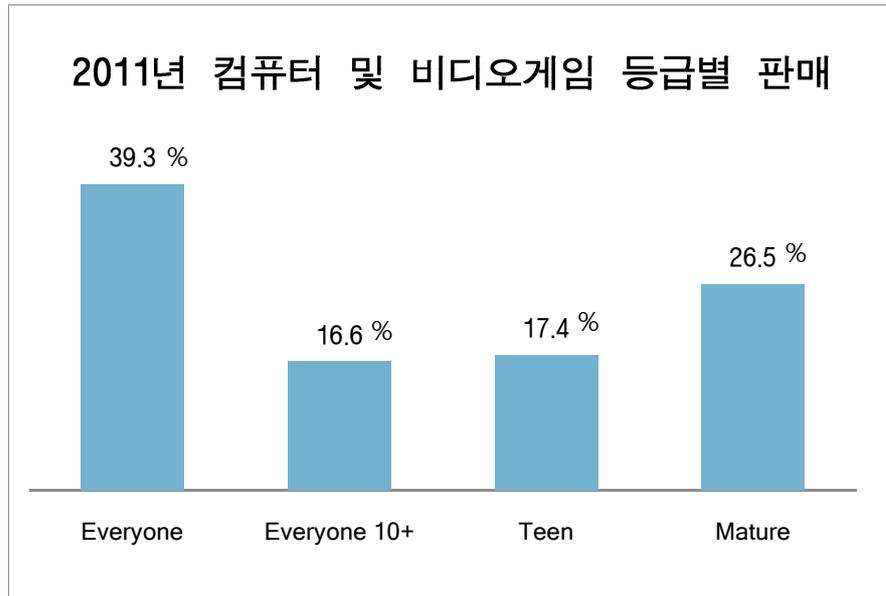
## ■ 게임 등급제도

- ESRB(Entertainment Software Rating Board)에 의해 총 8개의 등급으로 구분



## ○ 게임 등급별 판매량

- 8개의 등급 중 Everyone 등급과 Mature 등급이 전체 판매의 66%를 차지



#### ■ 비디오 및 컴퓨터게임 베스트셀러 20

- 비디오게임에서는 Everyone등급과 Mature등급이 8개씩으로 대부분을 차지
- 컴퓨터게임에서는 Teen 등급이 14개로 대다수를 차지

## ○ 2011년 비디오게임 베스트셀러 20

순위	게임	등급
1	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3	Mature
2	JUST DANCE 3	Everyone 10+
3	MADDEN NFL 12	Everyone
4	ELDER SCROLLS V: SKYRIM	Mature
5	BATTLEFIELD 3	Mature
6	CALL OF DUTY: BLACK OPS	Mature
7	BATMAN: ARKHAM CITY	Teen
8	GEARS OF WAR 3	Mature
9	JUST DANCE 2	Everyone
10	ASSASSIN'S CREED: REVELATIONS	Mature
11	POKEMON WHITE VERSION	Everyone
12	ZUMBA FITNESS: JOIN THE PARTY	Everyone
13	NBA 2K12	Everyone
14	LEGO STAR WARS III: THE CLONE WARS	Everyone 10+
15	POKEMON BLACK VERSION	Everyone
16	NBA 2K11	Everyone
17	MORTAL KOMBAT 2011	Mature
18	MICHAEL JACKSON THE EXPERIENCE	Everyone 10+
19	NCAA FOOTBALL 12	Everyone
20	L.A. NOIRE	Mature

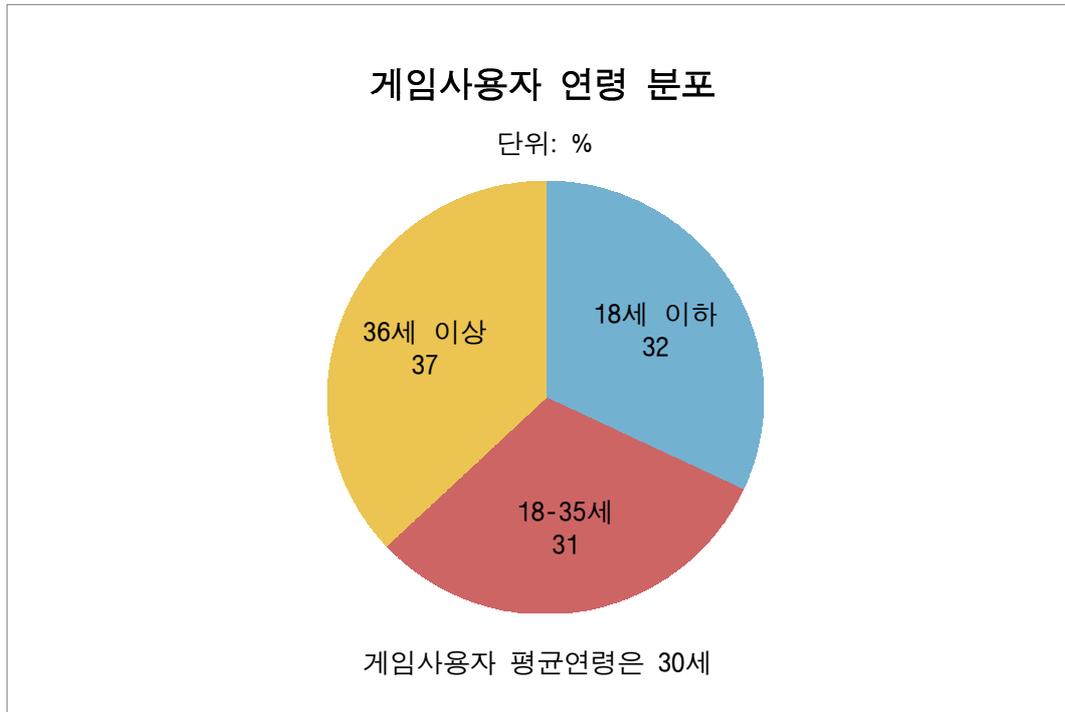
## ○ 2011년 컴퓨터게임 베스트셀러 20

순위	게임	등급
1	STAR WARS: THE OLD REPUBLIC	Teen
2	ELDER SCROLLS V: SKYRIM	Mature
3	STARCRAFT II: WINGS OF LIBERTY	Teen
4	THE SIMS 3	Teen
5	WORLD OF WARCRAFT: CATAclysm	Teen
6	BATTLEFIELD 3	Mature
7	THE SIMS 3: GENERATIONS	Teen
8	THE SIMS: MEDIEVAL	Teen
9	THE SIMS 3: PETS	Teen
10	PORTAL 2	Everyone 10+
11	RIFT	Teen
12	DRAGON AGE II	Mature
13	THE SIMS 3: LATE NIGHT EXPANSION PACK	Teen
14	THE SIMS 3 DELUXE	Teen
15	CIVILIZATION V	Everyone 10+
16	WORLD OF WARCRAFT: BATTLE CHEST	Teen
17	WORLD OF WARCRAFT: WRATH OF THE LICH KING EXPANSION PACK	Teen
18	SHOGUN 2: TOTAL WAR	Teen
19	THE SIMS 3: OUTDOOR LIVING STUFF	Teen
20	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3	Mature

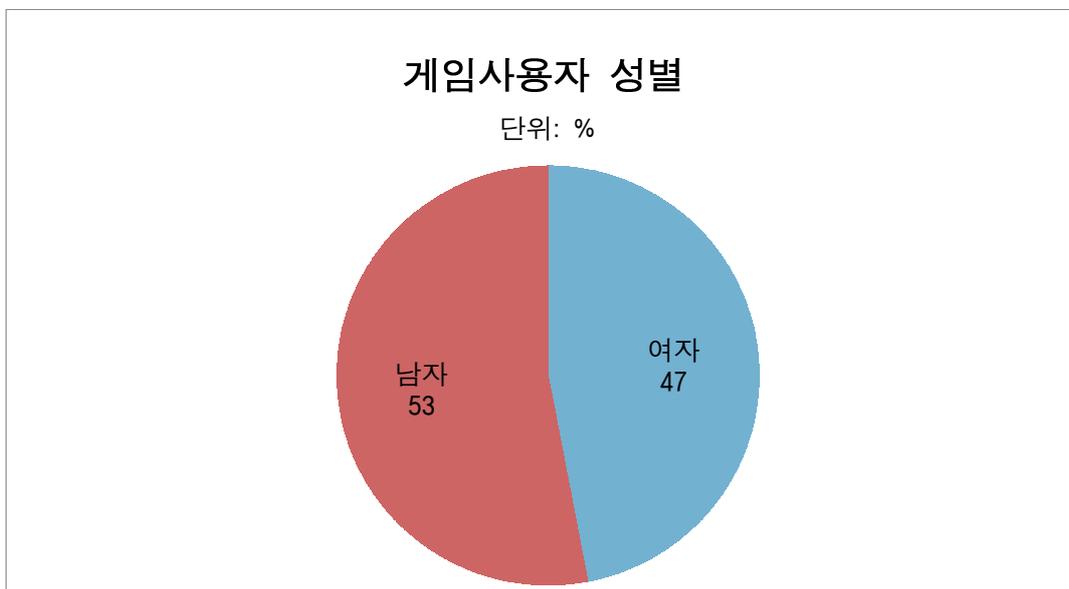
### 3. 사용자 분석

#### ■ 사용자연령 및 성별분포

- 사용자의 평균연령은 30세로 나타남



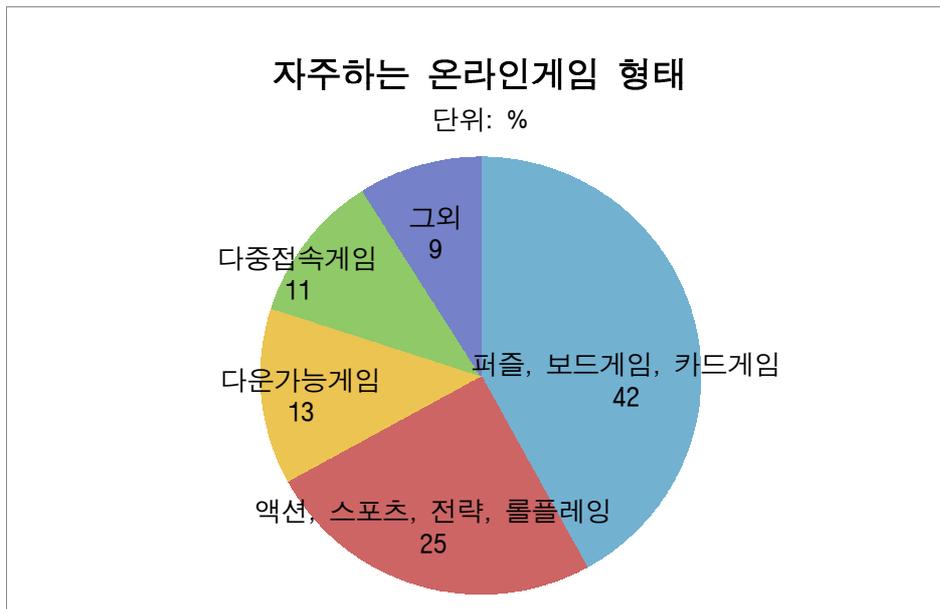
- 사용자의 53%가 남자, 47%가 여자로 나타남

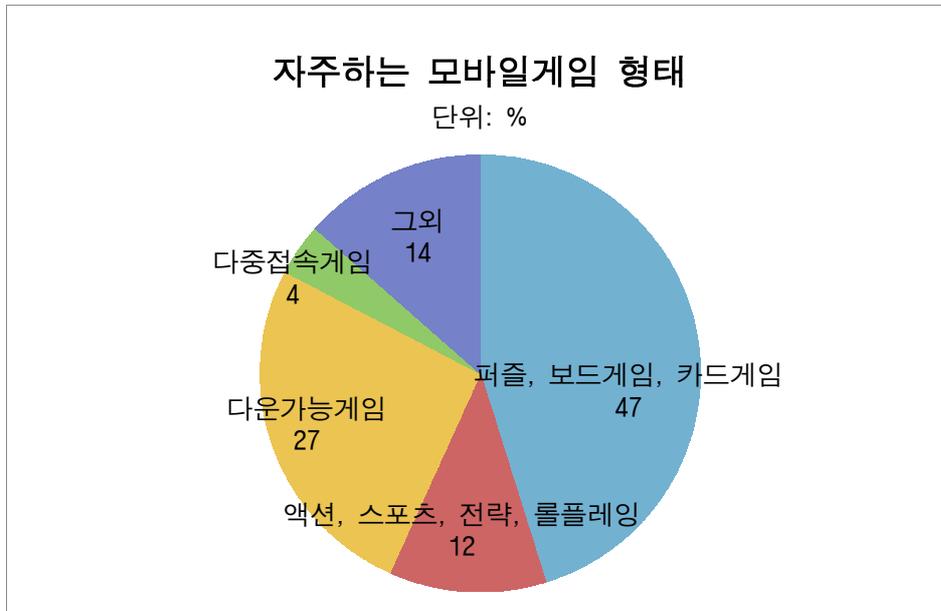


- 18세 이상의 여자 사용자가(30%) 17세 이하 남자사용자(18%) 보다 월등히 많음
- 가장 빈번한 구매층의 평균연령은 35세로 나타남
- 가장 빈번한 구매층의 52%가 남자, 48%가 여자로 드러남
- 42%의 사용자는 DVD나 음악, 영화에 비해 게임이 가장 가치 있는 구매로 인식
- 46%의 사용자가 2012년에 한 개 이상의 게임을 구매하였거나 구매할 계획
- 게임의 그래픽, 스토리라인, 인기작의 후속편, 입소문 등이 게임 구매에 가장 중요한 고려사항이라고 밝힘
- 가장 빈번한 사용자들의 15%가 유료 온라인게임 사용 중

■ 자주하는 온라인 게임 및 모바일 게임 형태

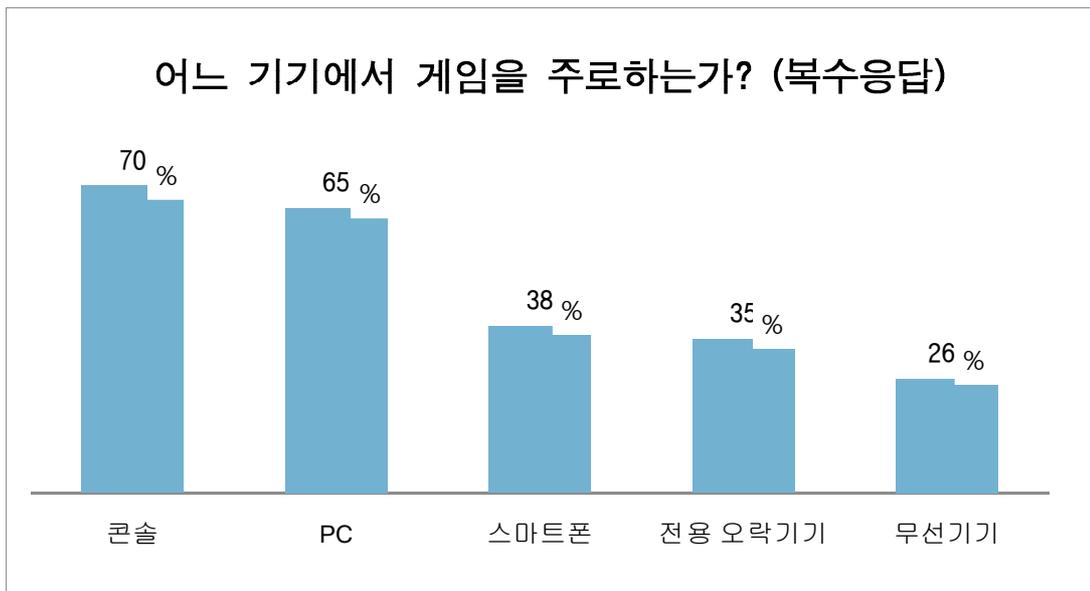
- 퍼즐, 보드게임, 카드 게임이나 액션, 스포츠, 전략, 롤플레잉그룹이 온라인게임의 65%, 모바일 게임의 60%를 차지함





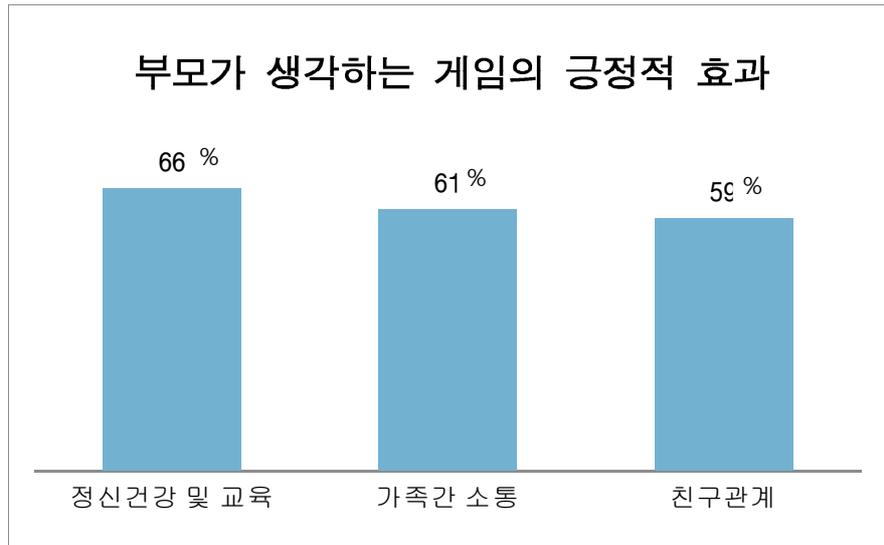
## ▣ 주로 사용하는 기기

- 콘솔과 PC사용이 가장 많으나, 모바일 게임사용도 증가하는 추세임
- 모바일 게임을 사용하는 사람의 33%가 스마트폰, 25%가 전용 오락기기를 이용함



## ■ 미국 부모들이 생각하는 게임의 긍정적 효과

- 대부분의 미국 부모들은 게임이 자녀들의 정신건강 및 교육에 긍정적인 영향을 미친다고 생각함



- 85%의 부모들은 미국 게임 등급체제 (ESRB: Entertainment Software Rating Board)를 알고 있으며, 98%의 부모들이 ESRB 등급제가 게임 선택에 도움이 된다고 생각함
- 73%의 부모들이 새로운 콘솔에서의 부모동의 및 조정 기능이 유용하다고 생각하며, 다른 오락 형태에 비해 게임에 더욱 민감한 것으로 응답함
- 84%의 부모가 게임시간 제한함
- 79%의 부모가 인터넷 사용시간 제한함
- 78%의 부모가 TV 시청시간 제한함
- 72%의 부모가 영화 감상시간 제한함
- 91%의 부모가 자녀들이 사용하는 게임 내용에 주의를 기울임
- 90%의 게임구매 및 대여가 부모와 함께 이루어짐
- 82%의 게임구매 및 대여가 부모의 허락으로 이루어짐
- 40%의 부모가 최소 일주일에 한번, 59%의 부모가 최소한 한 달에 한번은 자녀들과 함께 게임을 하는 것으로 응답함
- 52%의 부모가 게임이 자녀들의 인생에 긍정적인 부분이라고 인식함
- 미국 부모들이 자녀와 게임을 하는 다섯 가지 주요 이유 '온 가족이

즐길 수 있다'가 90%, '자녀들이 원해서'가 85%, '자녀와의 소통에 좋아서'가 79%, '자녀의 게임 내용을 알기 위해서'가 56%, '부모 자신들이 게임을 좋아해서'가 48%를 차지함 (복수응답)

#### 4. 정리 및 시사점

- 전체적인 게임 산업 규모는 최근 3년간 약간 감소함
  - 게임 산업 규모의 감소는 콘텐츠의 판매 감소보다는 콘솔 판매 감소에 그 이유가 있다고 분석 됨
  - 2005년에 출시된 마이크로 소프트의 'Xbox' 와 2006년에 출시된 닌텐도의 'Wii', 소니의 'PS3' 등의 콘솔은 게임 사용자들이 이미 보유하고 있기 때문에 판매량이 늘지 않음
  - 닌텐도는 올해 말, 마이크로 소프트와 소니는 내년에 새로운 콘솔 출시를 앞두고 있어 게임 산업 규모가 다시 늘어날 것으로 전망
- 디지털, 모바일 및 중고시장의 비중이 확대됨
  - 특히, 디지털 배급이 미국뿐만 아니라 전 세계적으로 강세를 보임
  - 콘솔이 여전히 대부분을 차지하나, 모바일게임의 빠른 성장세가 두드러짐
  - 모바일 게임 산업은 2016년 까지 두 배로 성장할 것으로 기대 됨
- 게임이 하나의 대표적인 문화생활로 여겨진다고 평가할 수 있음
  - 게임 사용자 평균연령은 30세로 나타남
  - 빈번하게 게임을 하는 사용자 중 15%가 유료 온라인게임을 즐기는 것으로 나타나 유료 온라인게임의 충성도가 높다고 할 수 있음
  - 퍼즐, 보드게임, 카드게임이 온라인게임과 모바일게임 분야에서 모두 가장 인기 있는 장르로 분석 됨
  - 미국 부모들의 98%가 게임 선택에 게임등급제를 참고한다고 응답해 게임등급제의 강한 영향력에 주목할 필요가 있음