

Nick Parker

Parker Consulting Ltd

세계 게임시장 전망세미나

2008년 1월 17일

nick@parkerconsulting.biz

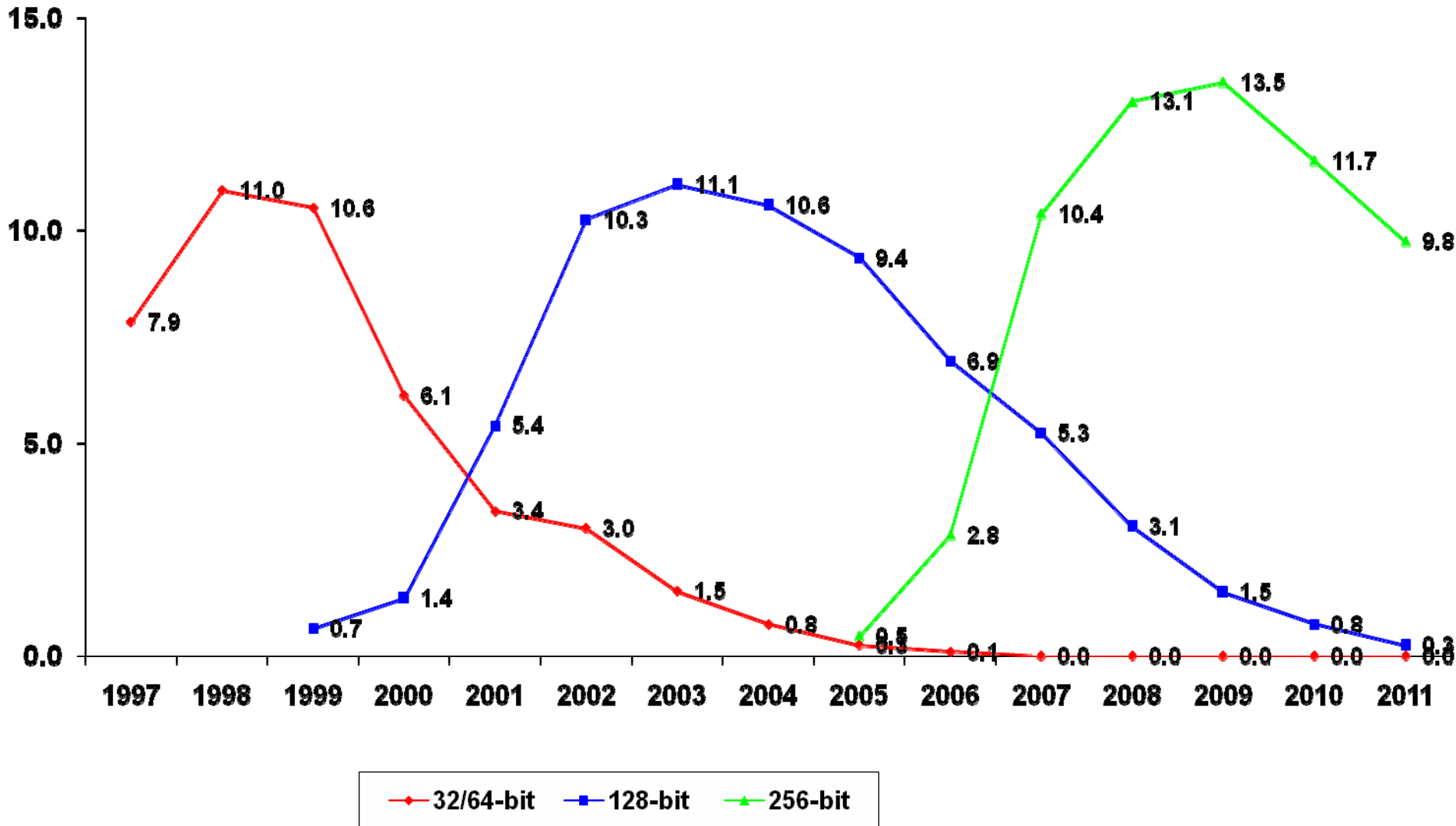
총 유럽 게임 시장 규모 (단위 : 백만 유로)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
MMOGs	41.6	59.3	173.1	238.7	306.2	378.0	435.1	478.1	512.4
패키지 소프트웨어	5,342.3	5,895.3	5,832.7	6,122.4	6,766.1	7,283.4	7,237.9	6,772.6	5,871.7
패키지 소프트웨어 대비 MMOG 비율	0.8%	1.0%	3.0%	3.9%	4.5%	5.2%	6.0%	7.1%	8.7%

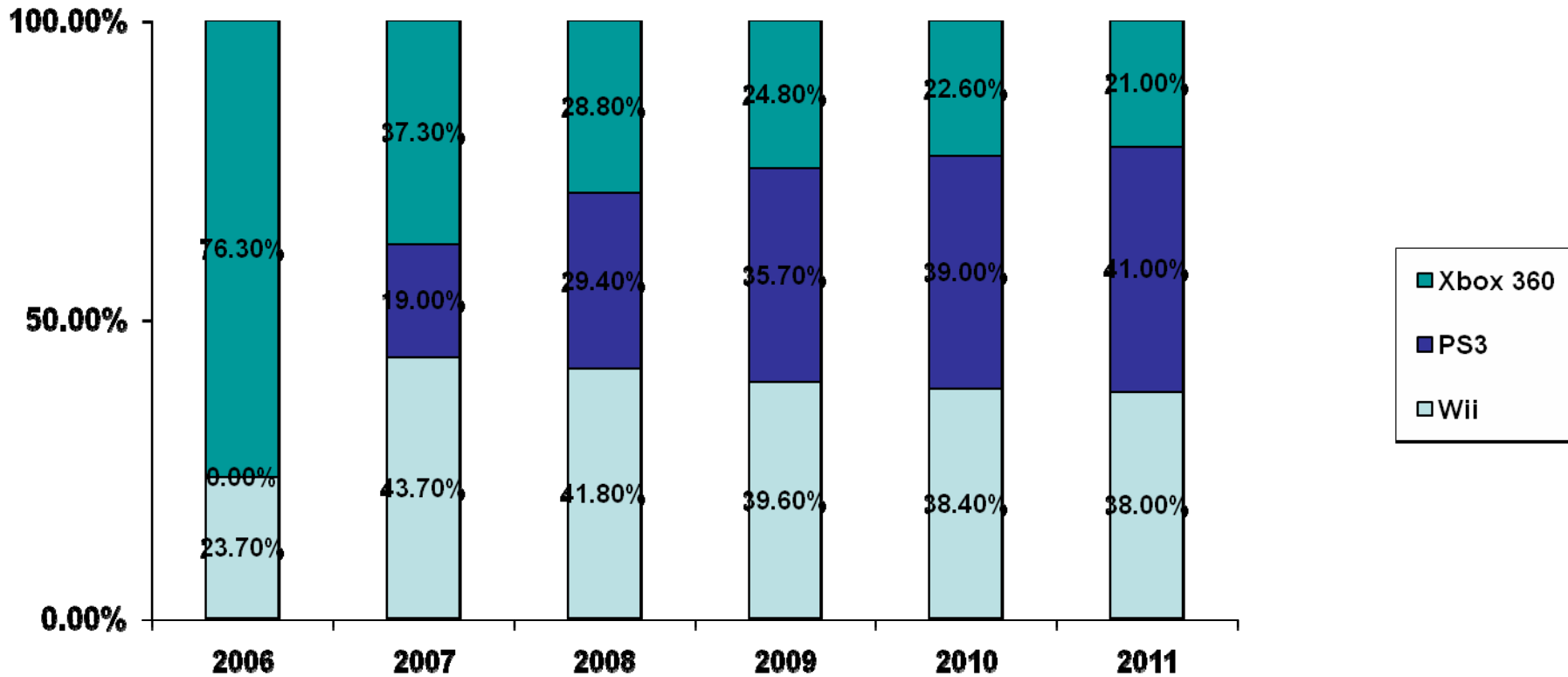
인스톨 베이스- 2007년 9월말 (12월 추정)

	<u>미국</u>	<u>PAL</u>	<u>일본</u>
PS2	39.30m	44.77m	20.90m
Xbox	14.54m	7.15m	0.47m
GameCube	11.64m	5.05m	4.00m
Xbox 360	6.76m (9.3)	3.72m (5.1)	0.47m (0.6)
PS3	1.86m (3.5)	1.55m (2.6)	1.23m (1.7)
Wii	4.50m (7.3)	3.41m (6.0)	3.62m (4.7)
GBA SP	21.10m	11.22m	5.94m
Nintendo DS	13.20m (16.6)	16.06m (20.8)	19.53m (21.5)
PSP	8.60m (10.2)	8.97m (11.1)	6.50m (7.6)

PAL 하드웨어 판매량 (단위 : 백만대)

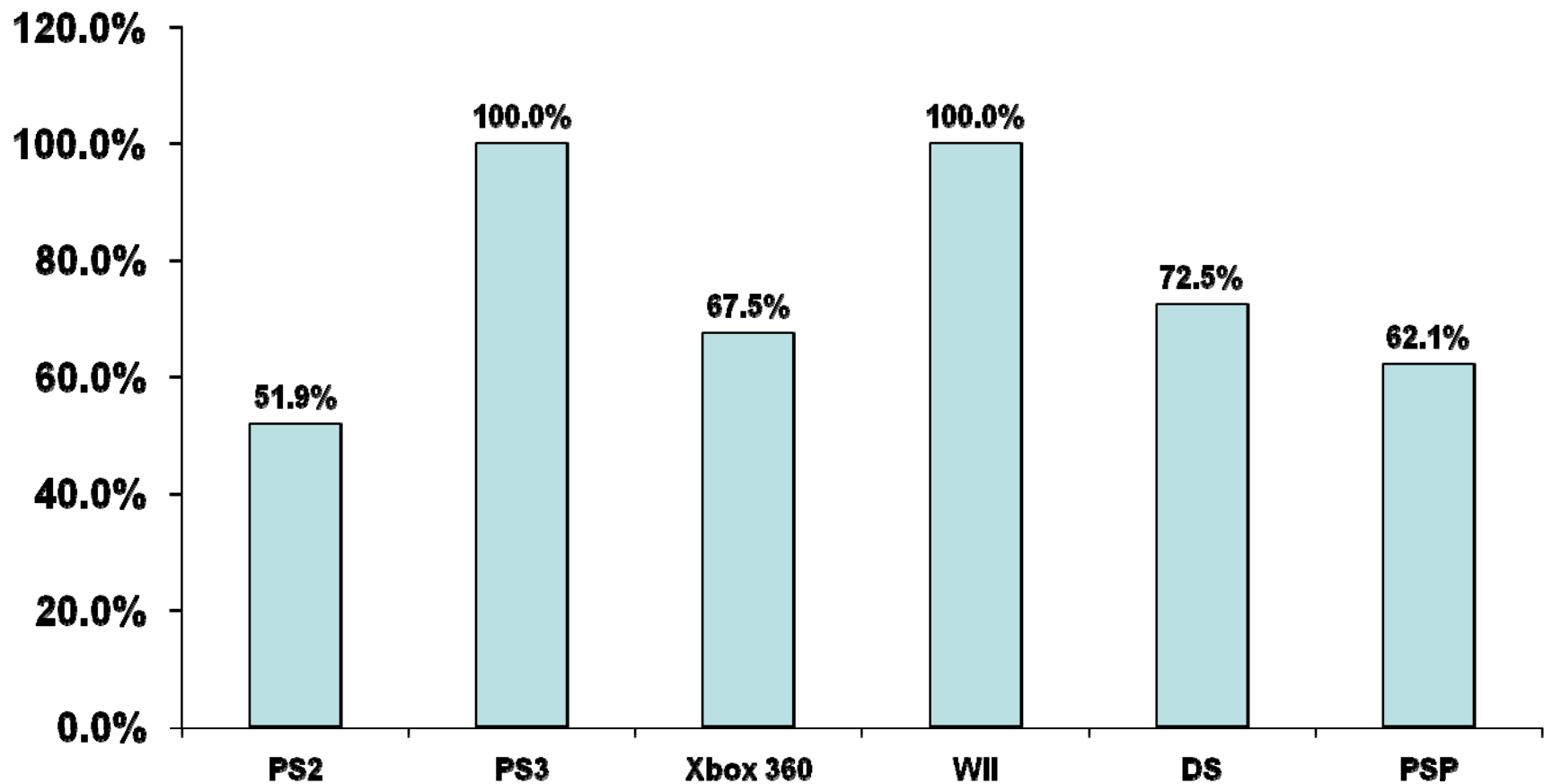


PAL 콘솔 인스톨 베이스 (단위 : 백만대)

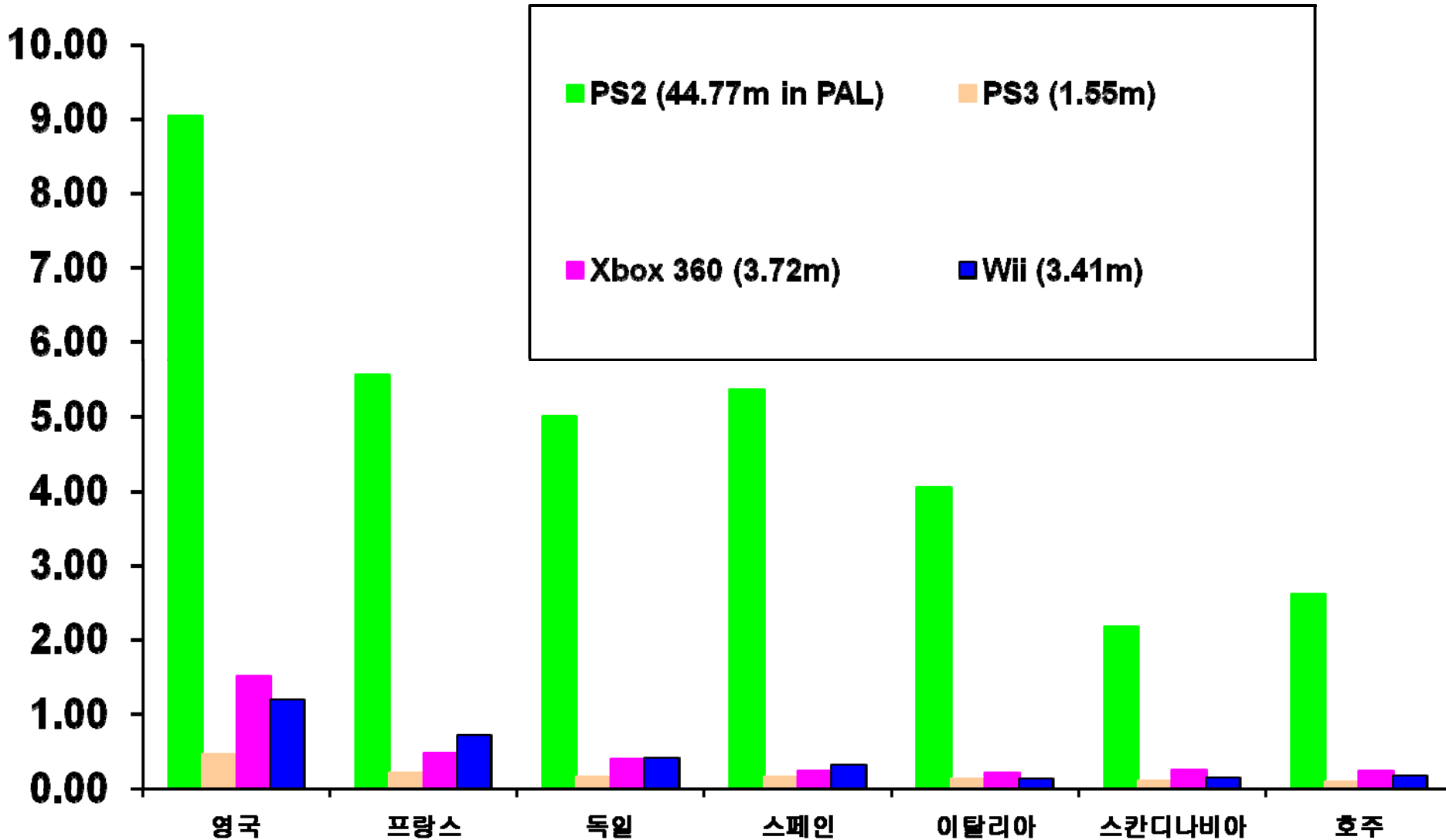


	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Xbox 360	2.5	5.1	7.7	10.0	11.7	13.0
PS3	-	2.6	7.9	14.4	20.3	25.3
Wii	0.8	6.0	11.2	15.9	19.9	23.4

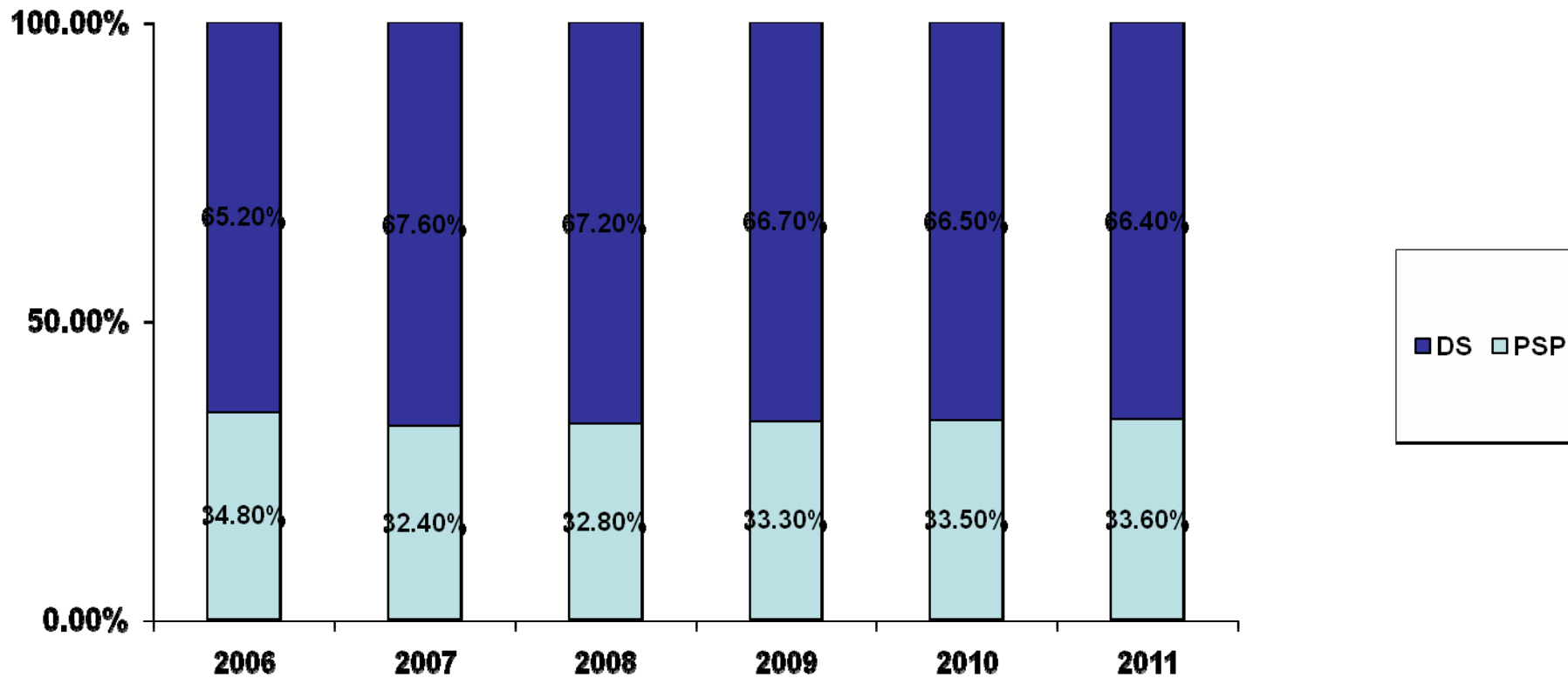
현재 가용한 유럽 인스톨 베이스 비율



인스톨 베이스-2007년 9월말 기준

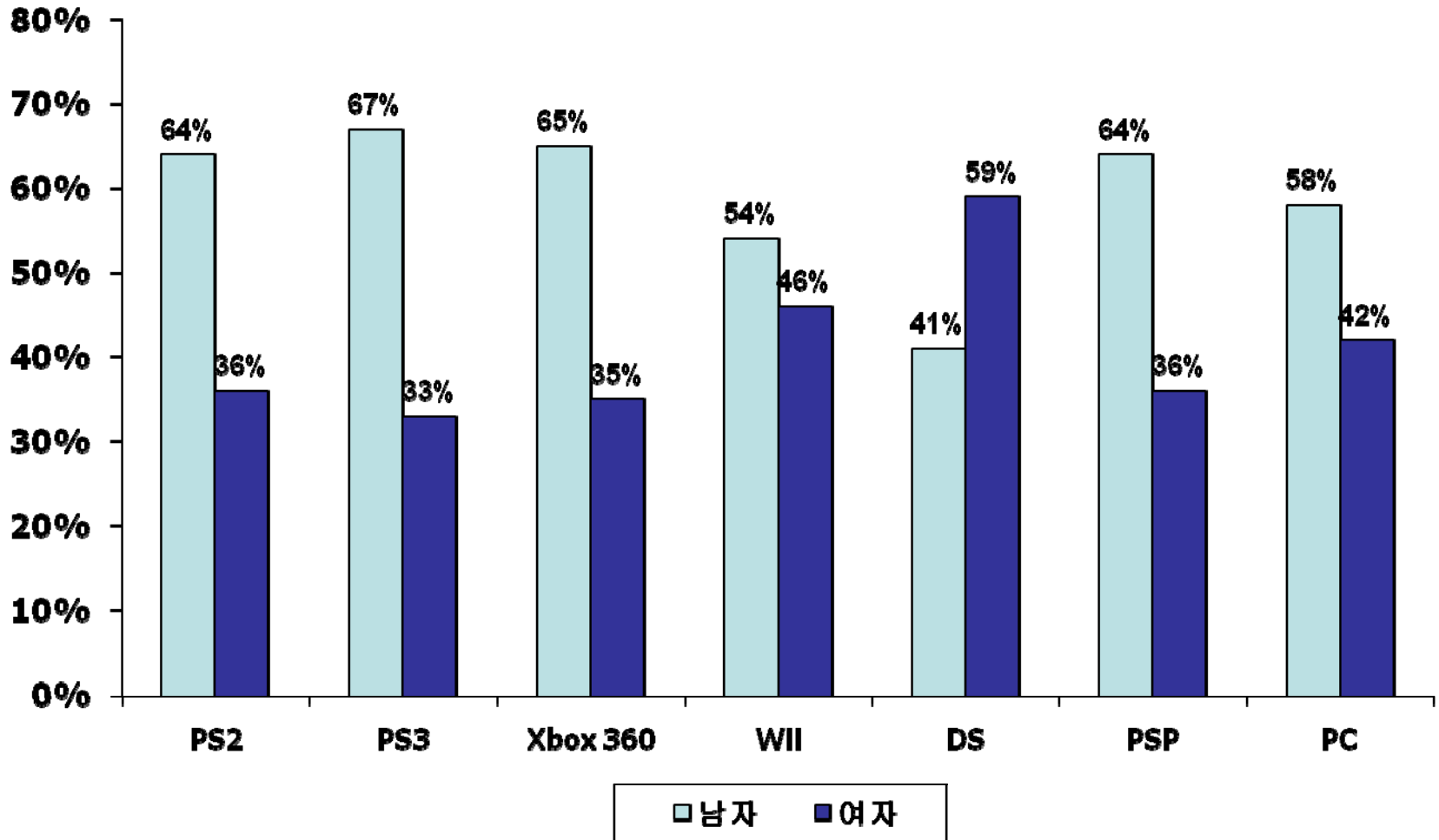


전세계 휴대용 게임기 인스톨 베이스 (단위 : 백만대)



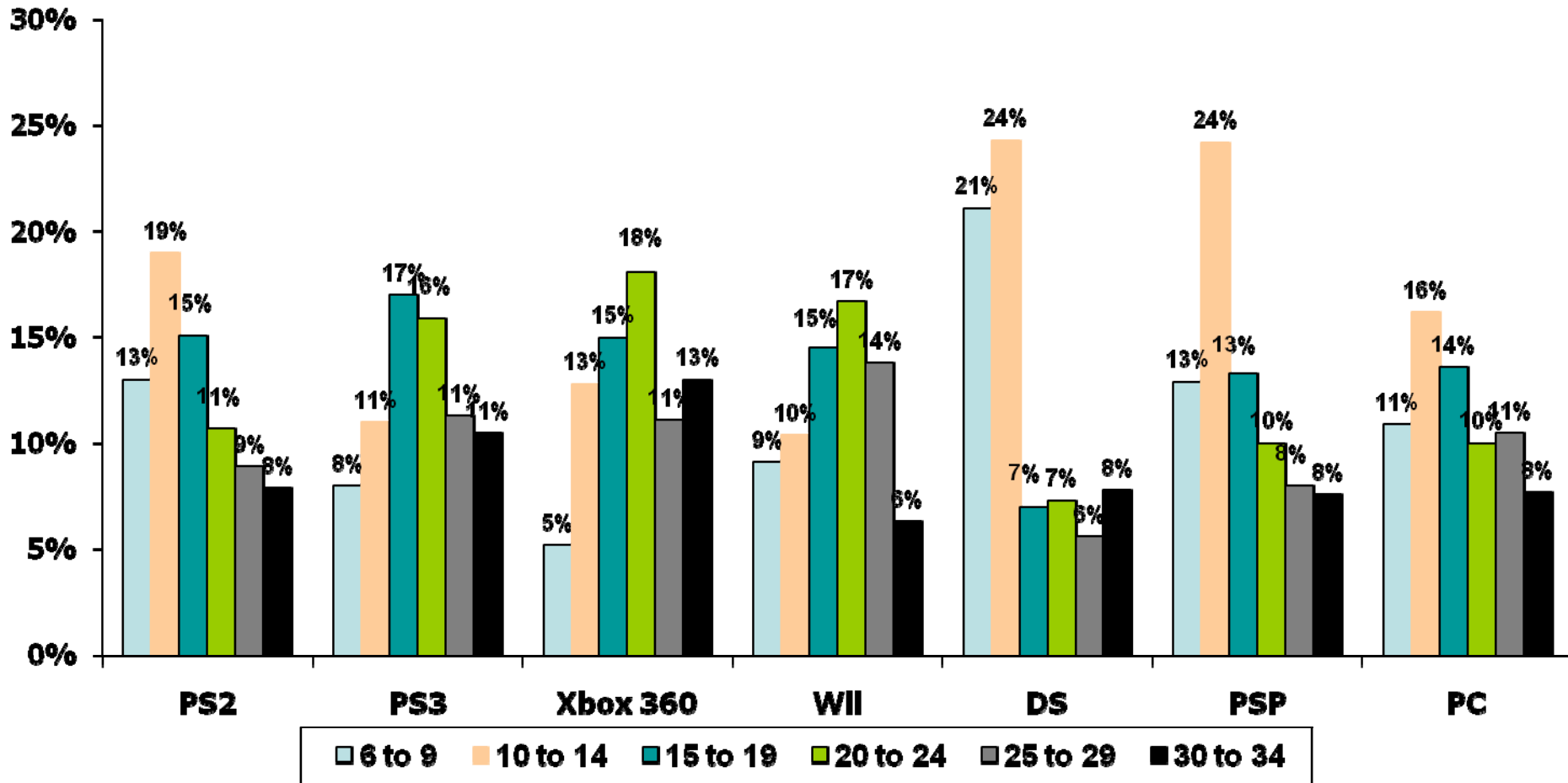
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
DS	33.9	60.3	82.3	99.3	118.6	140.5
PSP	18.1	28.9	40.1	49.6	59.8	71.0

플랫폼에 따른 성별 게이머 비중



- 보다 많은 수의 여성 액티브 게이머들이 DS사용
- Xbox 360은 이미 여성 게이머들에게 어필하고 있음- XBLA?
- PSP 는 PS2와 비교해 동일한 여성 사용자율을 보여주고 있음

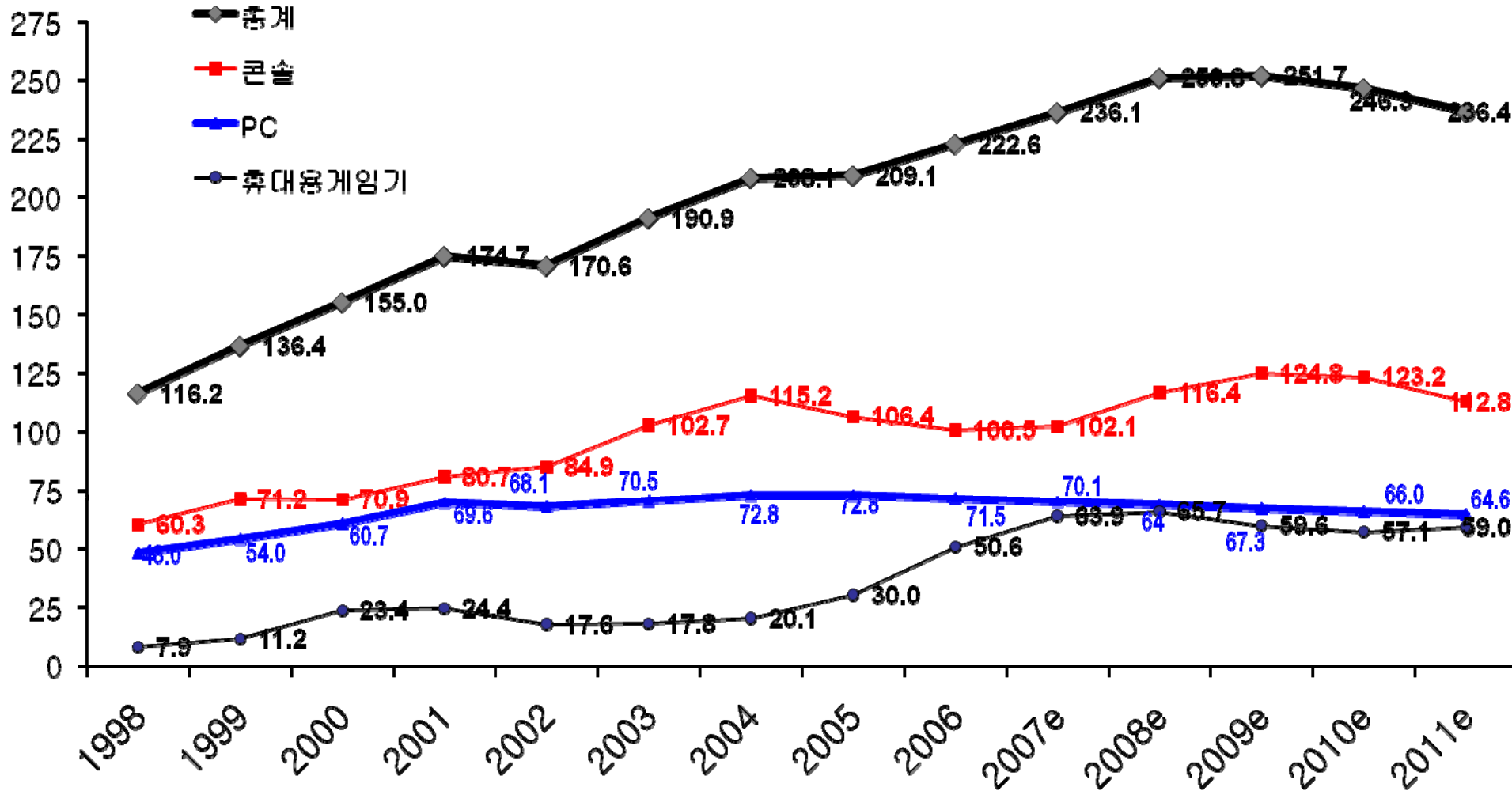
플랫폼에 따른 연령별 게이머 비중



- 10 - 14세 연령층은 게임시장 (특히 구형 플랫폼) 최대의 그룹임
- DS는 가장 어린 연령층의 사용자를 보유한 동시에 고연령 층에서도 꾸준히 인기를 얻고 있음
- PC 게임자의 49%는 25세 이상으로 다른 플랫폼의 평균인 43%를 넘음
- Wii는 가장 고른 연령층 분포를 보이고 있으며 연령층에 상관없이 고연령층에서도 예상외의 인기를 끌고 있음

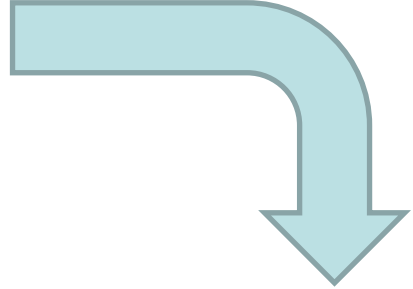
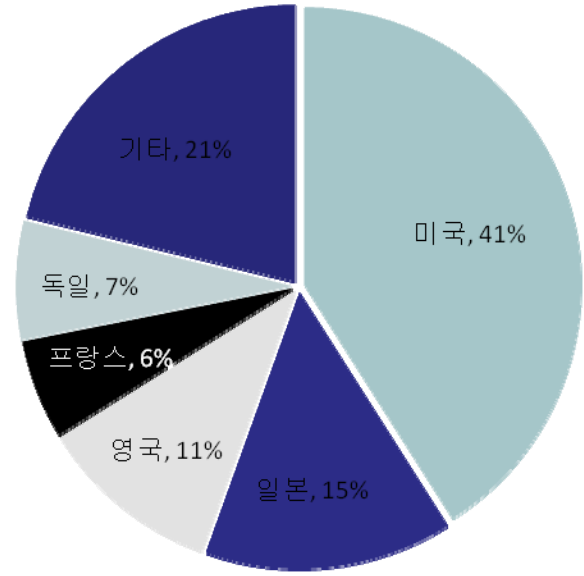
PAL 플랫폼별 소프트웨어 연간 판매 추이

(단위 : 백만대)

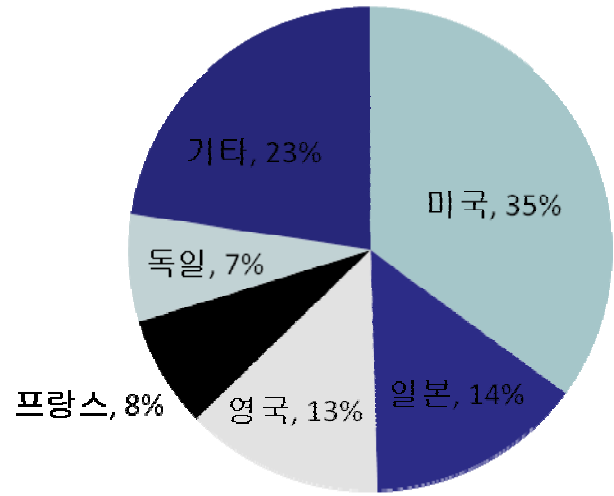


소프트웨어 믹스 (Software Mix)

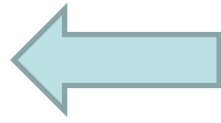
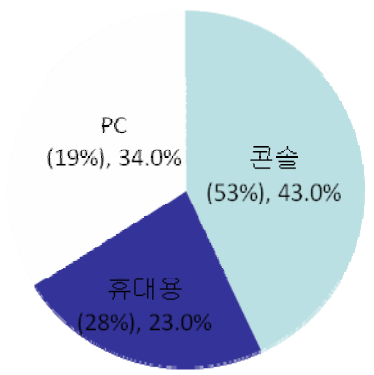
규모



판매액 (\$s)



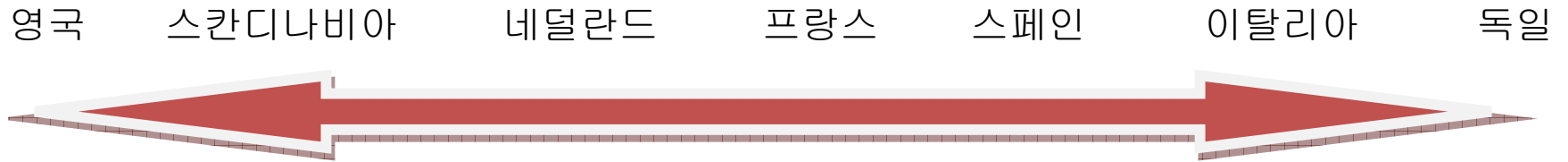
독일 판매



소비자 인식-상위 20대 타이틀 (TV와 영화 라이선스 제외)

가장 잘 알고 있음	과거 6개월간 최다 플레이	가장 즐길 (평균 7.5 이상)
The Sims	The Sims	Wii Sports
Super Mario Bros	Tetris	SingStar
Lara Croft - Tomb Raider	Dr Kawashima's Brain Training	Zelda
Tetris	Super Mario Bros	Halo
FIFA	Nintendogs	Guild Wars
Pokemon	FIFA	Fable
Sim City	Wii Sports	Gears of War
Mario Kart	GTA/Grand Theft Auto	Ratchet & Clank
Sonic	Mario Kart	Canis Canem Edit
Nintendogs	Need 4 Speed	Final Fantasy
Dr Kawashima's Brain Training	Pro Evolution Soccer	Anno
Donkey Kong	Sim City	Crash Bandicoot
Gran Turismo	Gran Turismo	Phoenix Wright: Ace Attorney
Final Fantasy	Sonic	Command and Conquer
Zelda	Singstar	Resident Evil
Resident Evil	Zelda	GTA/Grand Theft Auto
Age of Empires	Lara Croft - Tomb Raider	Mario Party
Prince of Persia	Big Brain Academy	Kingdom Hearts
Rayman	Rayman	Burnout
Need 4 Speed	Pokemon	Civilisation

게이머들의 문화적 다양성



앵글로색슨- 영국, 미국 및 호주/뉴질랜드와 북유럽 지역의 사람들은 본토 유럽이나 일본의 게이머들과는 대비되는 별도의 그룹으로 규정될 수 있다. 그들은 좀 더 심각하고 도시적이며 헌신적이다.

일본은 모바일게임 면에서는 이탈리아, 만화책에서는 프랑스와 같이 부분적으로 유럽과 매우 흡사하다. 가족형 장르와 귀여운 아이콘이 급격히 증가하고 있다.

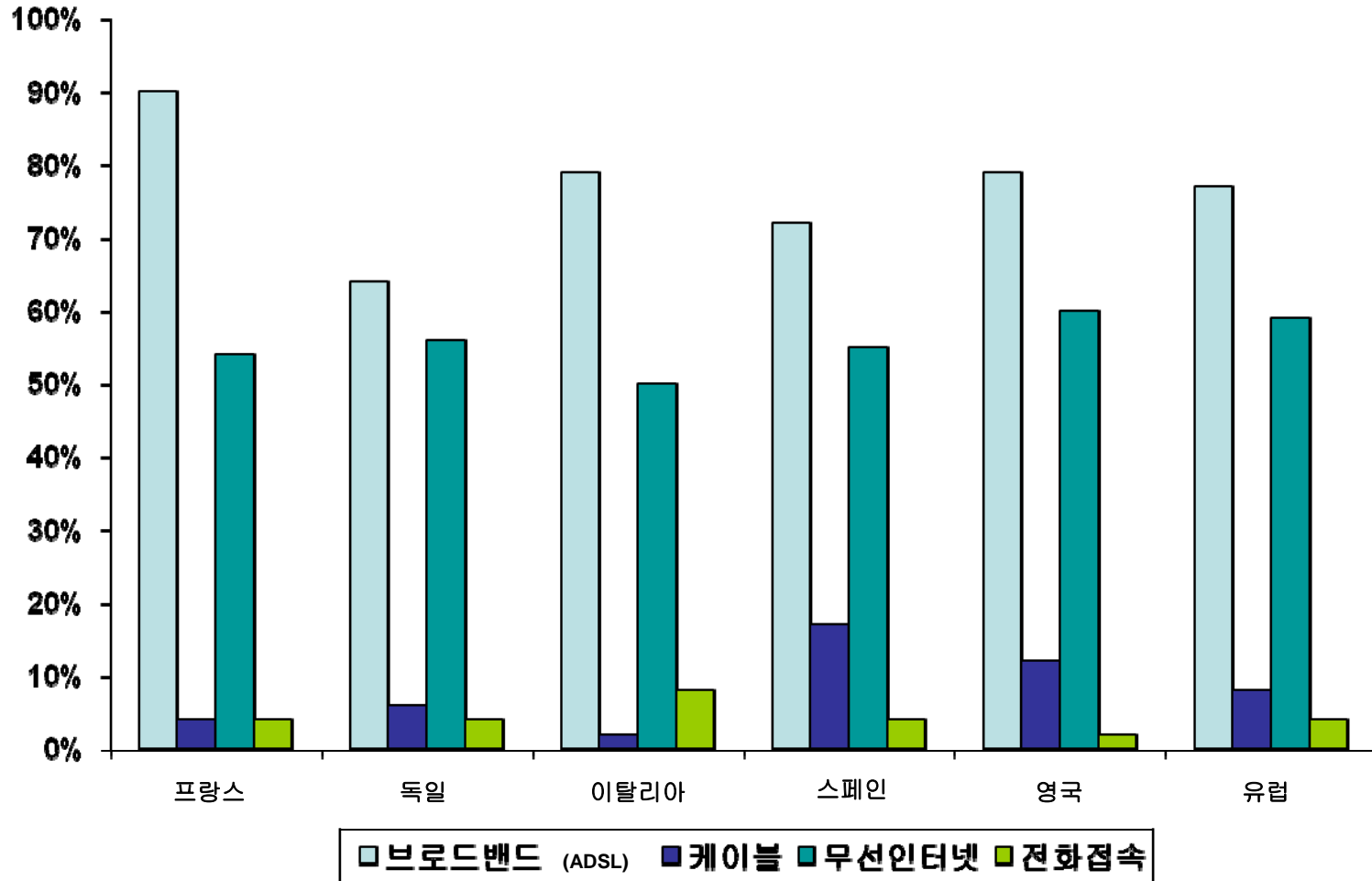
하드코어/캐주얼 시장점유율

구분	유럽 (06년 가을)	유럽 (07년 봄)	유럽 (07년 가을)
울트라 캐주얼 게이머	17.4%	21.4%	27.5%
캐주얼 게이머	14.9%	15.1%	15.5%
일반 게이머	44.4%	41.0%	37.6%
하드코어 게이머	20.6%	20.1%	17.3%
게임광	2.8%	2.4%	2.1%
합계	100.0%	100.0%	100.0%

과거 3개월간 게임을 구입하기 위해 방문한 Shops

영국		프랑스		독일		이탈리아		스페인	
방문한 상점 명		방문한 상점 명		방문한 상점 명		방문한 상점 명		방문한 상점 명	
Game	60.4%	Micromania	53.9%	Media Markt	65.1%	Media marke	63.3%	Carrefour	53.9%
GameStation	42.1%	Carrefour	53.4%	Saturn	47.8%	Auchan	39.0%	El Corte Ingle	53.0%
Woolworths	41.7%	Fnac	50.3%	Real/Wal-Ma	30.3%	Carrefour	38.6%	Media Markt	51.9%
Tesco	41.3%	Auchan	40.7%	Karstadt	28.9%	Blockbuster	33.5%	Fnac	32.2%
HMV	40.7%	Leclerc	34.2%	Other	22.4%	Other	29.4%	Other	27.1%
ASDA	34.9%	Score Game:	28.4%	Pro Markt	19.6%	Mondadori	18.3%	Alcampo	26.3%
Argos	30.5%	Virgin	18.0%	Kaufhof	19.1%	Saturn	17.1%	Game - Cent	23.4%
PC World	24.1%	Other	17.5%	Toys R Us	13.8%	Fnac	16.6%	Toys R Us	19.2%
Virgin	21.9%	Toys R Us	15.0%	EB Games	10.3%	La Rinascent	12.3%	PC City	10.6%
Play.com	19.1%	Casino	12.6%	Expert	8.0%	Ipercoop	11.3%	Saturn	7.0%
Other	17.8%	Cora	11.8%	Toom	6.5%	Euronics	6.6%		
Blockbuster	15.6%	Supermarket	4.5%	Euronics/ Rec	4.4%	Unieuro	4.6%		
Toys R Us	15.4%	Geant	4.4%	Medi Max	3.8%	Trony	4.5%		
Currys	12.1%	Maxxi Games	3.8%	Real	3.7%	EB Games	4.0%		
Comet	9.9%	Cdiscount	1.7%	Ebay	3.2%	Coop	3.0%		
Dixons	8.8%	ebay	1.6%	Kaufland	2.9%	Ebay	1.3%		
Amazon	5.6%	Dock Games	1.3%	Amazon	2.7%				
Sainsbury	1.7%			Mueller	2.3%				
				Marktkauf	1.9%				

게이머들의 인터넷 접속 유형



과거 3개월간 가장 많이 즐긴 온라인 게임

게임	2007년 가을		변화		2007년 봄	
	사용 순위	사용	순위 변화	사용	사용 순위	사용
World of Warcraft	1	15.0%	▶ 0	-3.0%	1	18.0%
Counter Strike	2	10.5%	▶ 0	0.6%	2	9.9%
Guild Wars	3	6.9%	▲ 2	2.4%	5=	4.5%
Call of Duty	4	5.2%	▶ 0	0.6%	4	4.6%
Pro Evolution Soccer	5	5.1%	▶ 0	0.6%	5=	4.5%
Mario Football	6	4.3%	n/a	n/a	n/a	n/a
Halo	7	4.1%	▲ 6	1.6%	13	2.5%
Warcraft	8	4.1%	▼ 1	0.2%	7	3.9%
Gears of War	9	3.8%	▼ 1	0.5%	8	3.3%
Mario Kart	10=	3.6%	▶ 0	0.6%	10=	2.9%
Battlefield	10=	3.6%	▼ 7	-2.6%	3	6.2%
Command and Conquer	12	3.2%	▲ 9	1.5%	21	1.6%
FIFA	13	2.6%	▼ 4	-0.4%	9	3.0%
Runescape	14	2.5%	▼ 4	-0.5%	10=	2.9%
Ghost Recon	15=	2.3%	▲ 16	1.6%	31=	0.8%
Age of Empires	15=	2.2%	▲ 1	0.3%	16=	1.9%
Half Life	17=	2.0%	▼ 3	-0.1%	14	2.1%
Unreal Tournament	17=	2.0%	▼ 2	0.0%	15	2.0%
Pokemon	19	2.0%	▲ 110	1.9%	129=	0.1%
Tetris	20=	1.9%	▼ 1	0.2%	19=	1.7%

온라인게임 확산의 주요 장애물

	영국	프랑스	독일	이탈리아	스페인	2007년 가을
종류에 상관없이 게임을 즐길 시간적 여유가 없어서	19.3%	8.2%	15.4%	13.2%	17.2%	14.4%
아직 온라인 게임은 시도해 본 적이 없어서	8.8%	10.6%	7.5%	12.1%	8.7%	9.3%
혼자 하는 게임을 선호해서	9.3%	7.7%	10.4%	6.3%	10.0%	8.9%
낯선 사람들과 게임하는 것이 싫어서	5.3%	4.8%	3.2%	4.2%	5.8%	4.6%
온라인 게임을 좋아하지 않아서 (언어와 태도 측면)	3.7%	4.8%	3.2%	5.5%	4.7%	4.2%
매달 이용료를 내고 싶지 않아서	16.5%	22.4%	22.0%	22.4%	16.6%	20.2%
인터넷 연결 속도가 느려서	1.5%	3.1%	2.2%	3.9%	3.8%	2.7%
같은 공간에서 인터넷을 함께 사용하는 경우가 많아서	6.4%	5.4%	6.3%	5.1%	4.9%	5.8%
바이러스의 위험 때문에	3.9%	4.8%	2.9%	7.0%	4.0%	4.2%
온라인에서 제공되는 게임에는 관심이 없어서	7.9%	5.1%	5.7%	3.2%	6.6%	5.9%
온라인게임은 시간이 많이 소요되어서/한번에 끝나는 게임을 선호해서	2.9%	5.9%	3.0%	2.7%	1.5%	3.5%
온라인 게임은 결말이 나지 않아서 (결말을 지을 수 있는 게임을 선호)	1.7%	1.8%	2.4%	4.0%	1.9%	2.2%
온라인 게임을 즐기려면 그것에만 전념해야 해서	2.3%	3.5%	5.1%	4.3%	7.6%	4.2%
부모님이 허락하지 않아서	0.8%	1.9%	0.0%	0.0%	1.1%	0.8%
기타	4.9%	5.9%	4.5%	2.8%	3.4%	4.6%
상위 어떤 이유도 아님	4.7%	4.1%	6.3%	3.4%	2.3%	4.5%

과거 6개월간 이용한 게임 웹사이트

	영국	프랑스	독일	이탈리아	스페인
msn games	17.4%	11.9%	6.8%	n/a	n/a
yahoo games	16.9%	10.4%	9.1%	23.1%	16.1%
Miniclip	19.7%	9.9%	6.7%	9.9%	13.4%
Pogo	6.8%	n/a	n/a	n/a	n/a
bored.com	6.5%	n/a	n/a	n/a	n/a
bestarcade.com	2.1%	n/a	n/a	n/a	n/a
freeonlinegames.com	13.1%	n/a	n/a	n/a	n/a
Flash Games	n/a	11.9%	5.2%	21.6%	10.0%
gamuz.com	n/a	4.1%	n/a	n/a	n/a
webjeux.com	n/a	3.4%	n/a	n/a	n/a
secteurjeux.com	n/a	2.4%	n/a	n/a	n/a
onlinespiele.org	n/a	n/a	5.6%	n/a	n/a
flashgames.de	n/a	n/a	6.2%	n/a	n/a
play.de	n/a	n/a	3.3%	n/a	n/a
Games.it	n/a	n/a	n/a	15.1%	n/a
gamesmass.com	n/a	n/a	n/a	4.4%	n/a
smarcade.com	n/a	n/a	n/a	73.8%	2.7%
MiniJuegos.com	n/a	n/a	n/a	n/a	32.5%
jugarjuegos.com	n/a	n/a	n/a	n/a	7.6%
newgamez.net	n/a	n/a	n/a	5.0%	n/a
juegos.webspacemanía.com	n/a	n/a	n/a	n/a	1.9%

감사합니다

nick@parkerconsulting.biz