



2010 White Paper
on Korean Games
Guide to Korean Games Industry and Culture

Chapter 02 이용자 동향

제1장 _ 일반 동향

제1절 조사개요 및 인구통계학적 특성

제2절 게임 이용 관련 생활기준 통계

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제1절 게임 이용 장소/시간 및 선호게임

제2절 게임 이용 비용, 구입 방식 및 보유 현황

제3절 게임에 대한 견해

제3장 _ 이용형태별 동향

제1절 게임 이용자에 따른 분류

제2절 게임 이용자별 동향

제3절 핵심/일반 이용자 동향

제4절 휴면/잠재 이용자 동향

제1장

일반 동향



본 장에서는 게임이용자의 게임 관련 생활상태와 게임이용 현황을 살펴봄으로써, 게임수요자의 행태를 파악하고 향후 게임시장을 전망하는 기초 자료를 제공하고자 한다. 이를 위해 한국콘텐츠진흥원은 2010년 1월 31일부터 2월 26일까지 서울, 부산, 대구, 광주, 대전 등 전국 5대 도시에서 만 9세부터 만 49세까지 일반국민들을 대상으로 설문 조사를 실시했다.

조사대상 규모는 지역, 성, 연령별 인구크기를 고려한 비례할당추출법을 통해 선출된 1,700명이었다. 설문조사는 전화조사 및 온라인조사를 병행한 2단계 멀티모드(multi-mode) 방식을 채택했다. 이는 전화조사를 실시한 후 이메일을 통해 질문지를 배포하고 수거해 조사를 진행하는 방식이다. 설문 내용은 이용자의 여가사용과 게임이용상태, 선호 게임플랫폼, 장르 및 비용 등으로 구성했다.

▶ 제1절 조사개요 및 인구통계학적 특성

2010년의 조사 표본은 1,700명으로, 성별 비율은 남성이 50.7%, 여성이 49.3%로 거의 균등한 분포를 보였다. 연령 구성은 2010년 우리나라 연령별 인구 분포를 반영하여 표본을 설계했다. 조사 표본의 연령별 비중은 만 35~39세가 13.9%로 가장 높은 비중을 차지했다. 지역별로는 서울 53.5%, 부산 17.7%, 대구 13.1%, 광주 7.5%, 대전 8.2%로 전체 인구 분포를 반영하여 조사했다.

그밖에 응답자 중에서 미혼과 기혼의 비율은

56.1% 대 42.6%를 나타냈고, 직업에서는 학생(33.8%)과 사무직/관리직(25.5%)이 가장 높은 비중을 보였다. 최종 학력을 확인한 결과, 대학 재학 이상이 60.5%를 기록했고, 고등학교 재학 및 졸업이 24.9%로 그 뒤를 이었다. 마지막으로 주관적인 계층의식을 확인한 결과, 절반 정도(52.5%)가 중류층이라고 응답했고, 평균 가구소득은 200~300만원 미만이 30.6%로 가장 많았다.

표 2-1-01 응답자의 인구통계학적 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		1,700	100.0
성	남성	862	50.7
	여성	838	49.3
연령	만 9~14세	201	11.8
	만 15~19세	181	10.6
	만 20~24세	180	10.6
	만 25~29세	239	14.1
	만 30~34세	218	12.8
	만 35~39세	236	13.9
	만 40~44세	224	13.2
	만 45~49세	221	13.0
지역	서울	910	53.5
	부산	301	17.7
	대구	222	13.1
	광주	128	7.5
	대전	139	8.2
혼인 여부	미혼	954	56.1
	기혼	725	42.6
	기타	21	1.2
직업	전문/연구직	103	6.1
	사무직/관리직	434	25.5
	판매/서비스직	90	5.3
	생산/기술직	48	2.8
	공무원	40	2.4
	자영업자	149	8.8
	학생	574	33.8
	주부	188	11.1
무직/기타	74	4.4	
최종 학력	초등학교 재학/졸업	90	5.3
	중학교 재학/졸업	158	9.3
	고등학교 재학/졸업	423	24.9
	대학교 재학	252	14.8
	대학 졸업	689	40.5
대학원 이상	88	5.2	
주관적 계층의식	상층	308	18.1
	중층	892	52.5
	하층	500	29.4
평균 가구소득	100만 원 미만	58	3.4
	100~200만 원 미만	203	11.9
	200~300만 원 미만	520	30.6
	300~400만 원 미만	365	21.5
	400~500만 원 미만	241	14.2
	500만 원 이상	313	18.4

▶ 제2절 게임 이용 관련 생활기준 통계

1. 여가시간 활용실태

1) 성별·연령별 여가시간

여가시간을 주중과 주말로 나누어 살펴본 결과, 주중 하루 평균 여가시간은 2.8시간(168분)으로 2009년과 동일하게 나타났다. 성별로는 2009

년(남성 2.9시간, 여성 2.8시간)과 비교했을 때 2010년은 남성 2.8시간, 여성 2.9시간을 기록했다. 주중 여가시간은 '2~3시간 미만'이라고 대답한 응답자가 23.4%(남성 23.9%, 여성 22.9%)를 기록하여 2009년(25.9%)과 마찬가지로 가장 높은 분포율을 보였다. '30분 미만' (9.2%)과

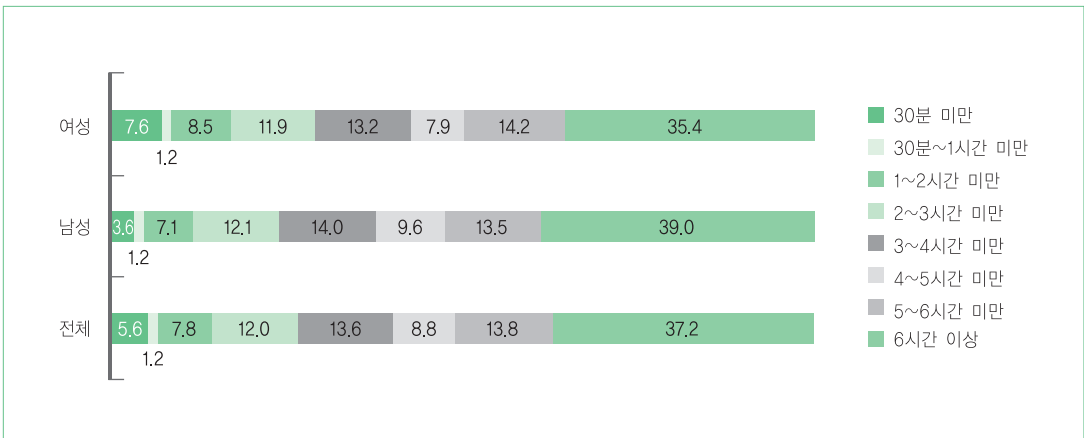
그림 2-1-01 주중 평균 여가시간(성별)

(단위: %, n=1,700)



그림 2-1-02 주말 평균 여가시간(성별)

(단위: %, n=1,700)



‘1~2시간 미만’ (16.1%)이라는 응답은 2009년 (8.8%, 15.4%)에 비해 증가한 반면, ‘5~6시간

미만’ (8.9%)과 ‘6시간 이상’ (8.1%)이라는 응답은 2009년(9.6%, 10.0%)에 비해 감소한 것으로

그림 2-1-03 주중 평균 여가시간(연령별)

(단위: %, n=1,700)

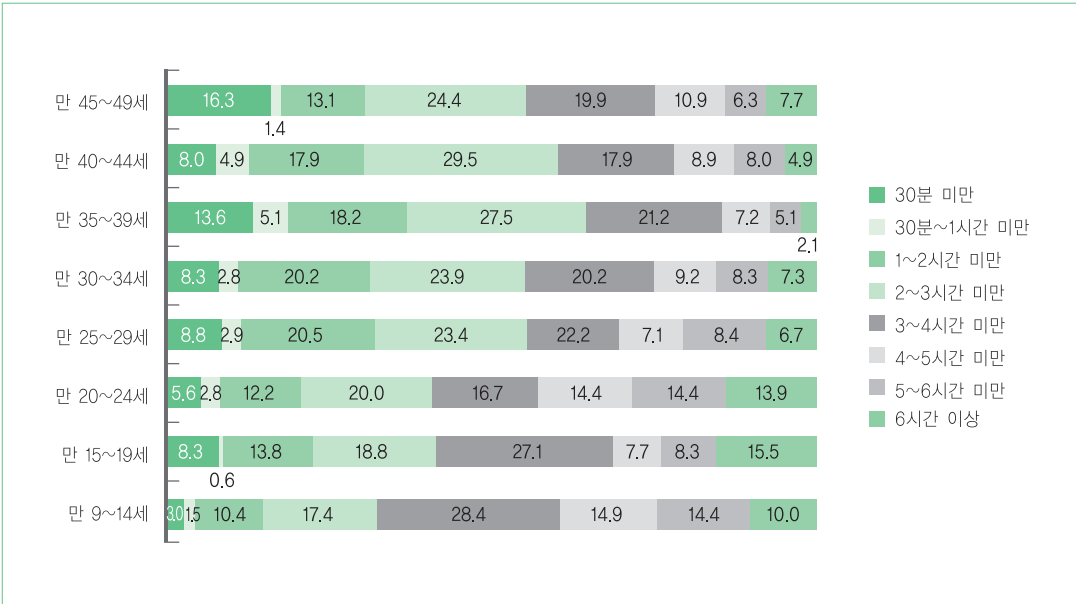
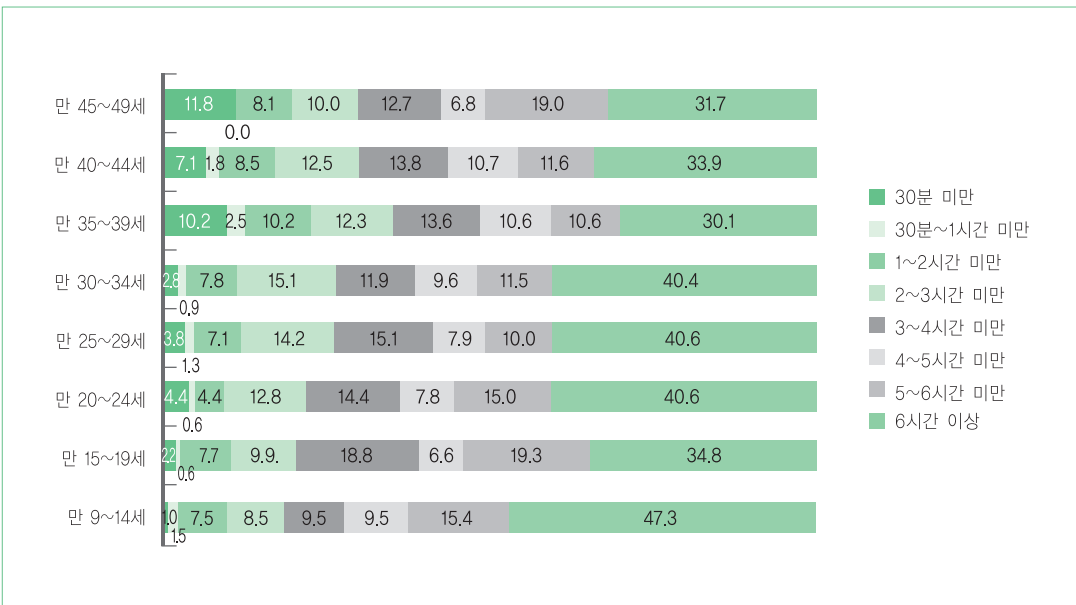


그림 2-1-04 주말 평균 여가시간(연령별)

(단위: %, n=1,700)



나타났다.

한편 주말 평균 여가시간은 5.3시간(318분)으로 조사되었는데, 이는 주중 여가시간보다 2.5시간이나 증가했으며, 2009년의 5.1시간에 비해서도 0.2시간 늘어난 수치다. 성별로는 남성이 5.5시간, 여성이 5.1시간으로, 2009년에 비해 남성(5.5시간)은 동일했지만, 여성(4.7시간)의 여가활동이 증가했음을 확인할 수 있다. 구체적으로 '6시간 이상'이라고 답한 사람이 37.2%를 기록하여, 작년(36.3%)과 마찬가지로 가장 높게 나타났다.

연령별로는 전 연령층에 걸쳐 주중 하루 평균 여가시간이 '2~3시간 미만'이라고 응답한 비율이 가장 높았다. 구체적으로 10대 이하의 '3~4시간 미만'이 가장 많은 반면, 20대 이상은 '2~3시간 미만'의 비중이 가장 크게 나타났다. 특히 45세 이상의 응답자 중에는 여가시간이 30분 미만이라고 대답한 비율이 16.3%로 가장 높았다. 주말 하루 평균 여가시간은 2009년 조사결과와 마찬가지로 전 연령층에 걸쳐 '6시간 이상'에 가장 많이 응답했다. 주중과 달리, 주말에는 '5~6시간 미만'의 응답 비중도 높게 나타나, 상대적으로 주말에 많은 여가시간을 즐기고 있음을 확인할 수 있다.

2) 여가시간에 즐겨하는 활동

여가 시간에 주로 이용하는 활동을 조사한 결과, 1순위는 '게임' (28.3%), 2순위는 'TV시청' (22.1%)인 것으로 나타났다. 2008년에는 '게임' (26.0%)이, 2009년은 TV시청(24.5%)이 1순위를 차지했으나, 이번 조사결과, 전통적인 여가활동인 'TV시청' 보다는 신세대 여가활동인 '게임이용'에 대한 선호도가 확실하게 우세함을 알 수 있다.

성별로는 다소 차이를 보였다. 남성의 경우, 여가시간에 즐겨하는 활동 1순위가 '게임(39.9%)'이었고, 다음으로 'TV시청' (19.4%), '영화' (15.9%) 순이었지만, 여성은 'TV시청'이 24.9%로 가장 높은 가운데, '영화' (23.6%), '게임' (16.3%)순으로 답했다. 그러나 여성의 여가 활동에서 주목해야할 부분은 게임의 순위 변동이다. 2009년에는 여성이 가장 즐겨하는 활동 1순위가 '영화' (28.2%), 2순위가 'TV시청' (26.6%)이었고, '게임'은 10.7%로 5위에 머물렀다. 하지만 2010년 조사에서는 2순위를 기록한 '영화' (23.6%)의 뒤를 '게임' (16.3%)이 차지함으로써, 여성의 게임 이용이 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

연령별로는 40대 미만이 '게임'을 선호하고, 40대

그림 2-1-05 여가시간에 즐겨하는 활동(성별, 1순위)

(단위: %, n=1,700)



그림 2-1-06 여가시간에 즐겨하는 활동(연령별, 1순위)

(단위: %, n=1,700)



이상의 연령층은 'TV시청'과 '영화'를 선호하는 것으로 나타났다. 2009년 조사에서는 '게임'을 주로 이용하는 연령층이 30대 미만이었었는데, 1년 사이에 40대로 상향조정된 셈이다. 특히 15세 미만의 청소년들의 경우, 여가시간에 즐겨하는 활동으로 '게임'을 꼽은 경우가 43.8%으로 가장 높았다. 2009년과 마찬가지로, 연령층이 높아질수록 '게임'의 비중이 줄어든 반면, 'TV시청'의 비중이 높아지는 경향을 나타냈다.

3) 여가생활에 대한 만족도

여가생활에 대한 만족도를 조사한 결과, 만족스럽다는 비율(매우 만족 37.4%, 다소 만족 40.5%)이 45.3%를 기록하여, 2009년의 41.1%에 비해 다소 증가했음을 알 수 있다. '그저 그렇다'는 응답은 40.5%였고, 불만족스럽다는 응답(매우 불만족 3.1%, 다소 불만족 10.4%)은 13.5%였다. 참고로 2009년에는 불만족스럽다는 응답(매우 불만족 3.0%, 다소 불만족 11.4%)은

그림 2-1-07 여가생활에 대한 만족도(성별)

(단위: %, n=1,700)

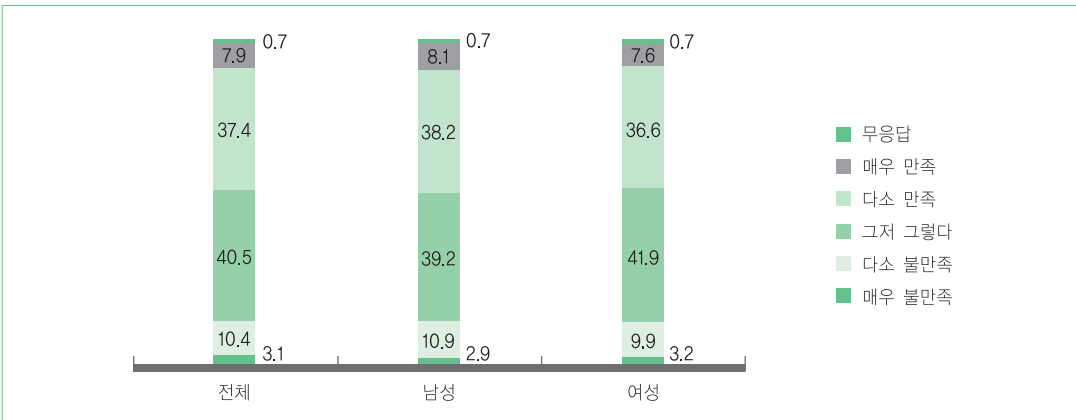
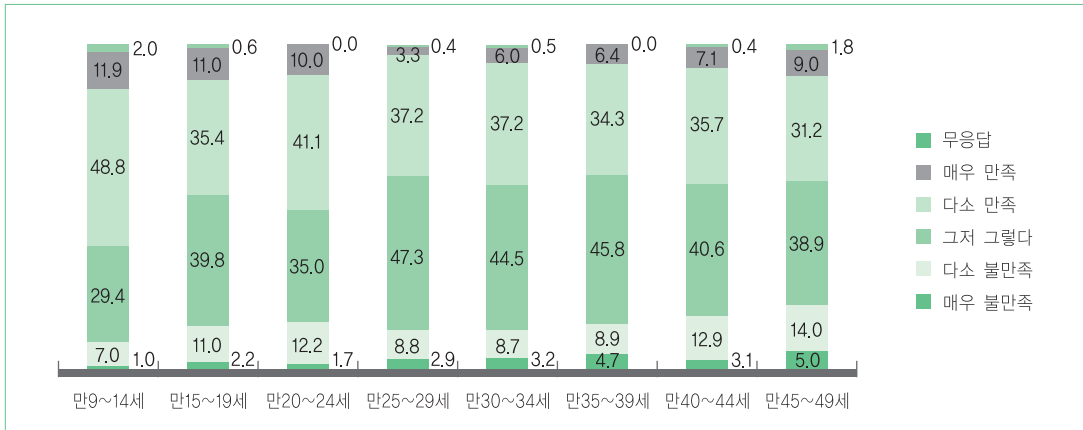


그림 2-1-08 여가생활에 대한 만족도(연령별)

(단위: %, n=1,700)



14.4%였다.

성별로는 큰 차이가 발견되지 않았고, 연령별로는 '만 9~14세'가 70.7%의 만족도를 보인 반면, '만 15~19세'는 46.4%의 만족도를 기록하여 중고등학생들이 공부 압박으로 인해 비교적 불만족스러운 여가활동을 하고 있음을 알 수 있다. 반면, 대학생에 해당하는 '만 20~24세'의 경우, 여가생활에 만족한다는 응답이 51.1%로 다시 상승했다. 이러한 만족도 비증은 응답자 연령이 증가하면서, 이와 반비례하여 하락하는 경향을 보였다.

4) 여가시간에 즐겨가는 장소

여가시간에 즐겨가는 장소로는 '영화관'이 21.7%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '기타'(15.0%), 음식점/주점/카페(13.9%), 'PC방'(13.4%) 순이었다. 성별에 따라 즐겨가는 장소가 확연하게 구분되었다. 즉, 남성의 경우, 'PC방'(21.1%)을 가장 즐겨갔고, '노래방'(15.8%), '영화관'(15.5%), '기타'(14.0%)의 순으로 나타났다. 반면, 여성은 '영화관'(28.2%)을 가장 선호한 가운데, '노래방'과 '음식/주점/카페'(18.0%)가 공동 2위를 차지했고, 'PC방'을 즐겨가는 여성 응답자는 5.1%에 불과했다.

2. 컴퓨터 및 PC방 이용실태

1) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동

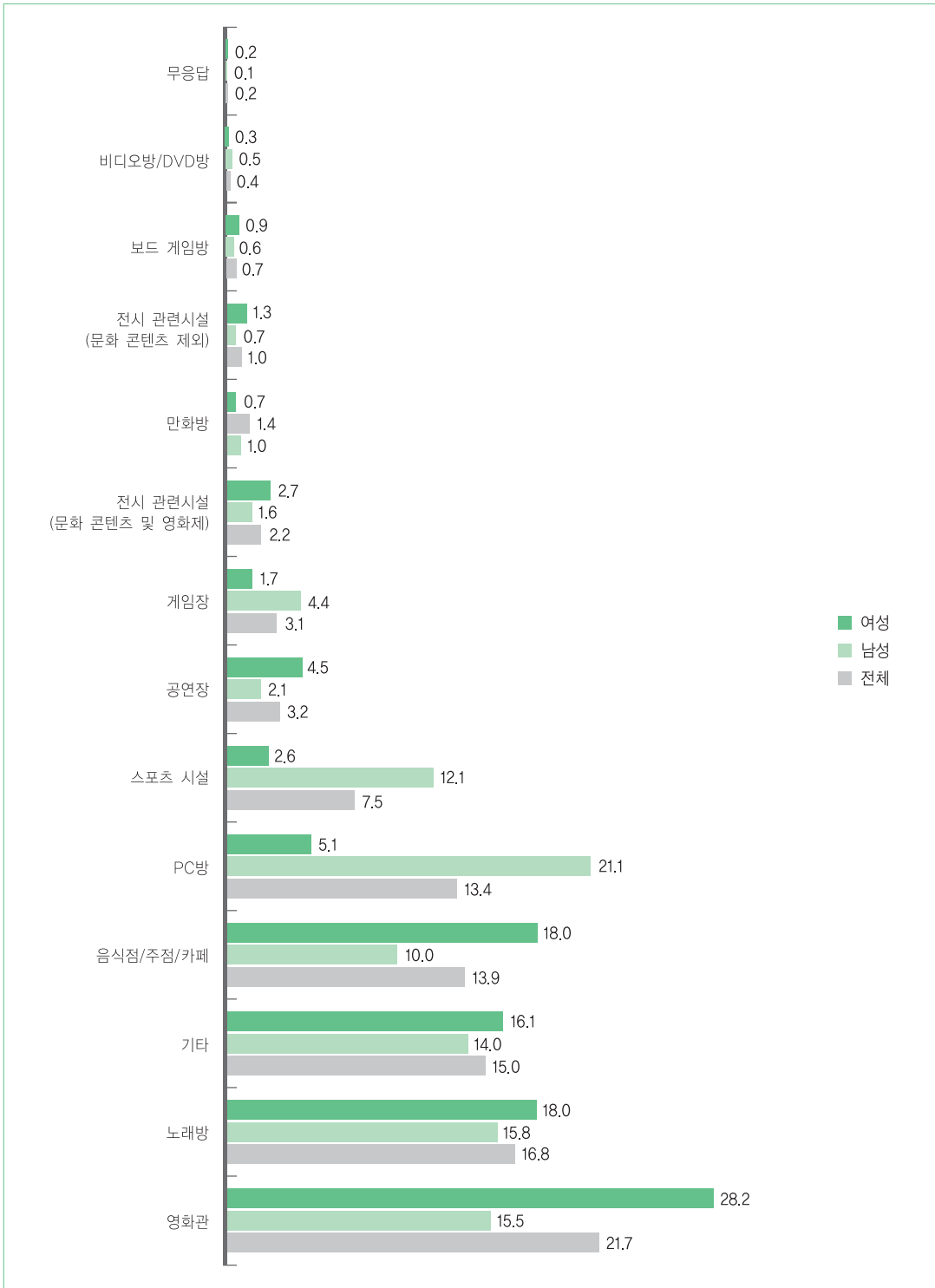
전체 응답자를 대상으로 컴퓨터를 이용할 경우 주로 하는 활동을 물어본 결과, '정보검색'이 33.5%로 가장 높은 비율을 차지했고, 다음으로 '게임'(18.2%), '이메일'(10.4%), '음악/영화/만화'(9.2%) 등의 순이었다. 성별로는 여성이 '정보검색'(34.3%), '게임'(11.6%), '음악/영화/만화'(9.8%), '커뮤니티'(8.2%), '상품구매'(7.3%) 순으로 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 조사됐다. 2009년 조사와 마찬가지로 여성이 컴퓨터를 이용하는 주요 활동은 '정보검색'이었다. 남성의 경우에는 '정보검색'(32.7%), '게임'(24.6%), '이메일'(11.3%), '음악/영화/만화'(9.2%)의 순으로 컴퓨터를 이용했다. 여성에 비해 남성의 게임이용 비중이 높았지만, 여전히 컴퓨터를 이용하는 주된 목적은 '정보검색'임을 확인할 수 있다.

2) 인터넷을 주로 이용하는 장소

인터넷을 주로 이용하는 장소는 '집'이 69.6%로 가장 많은 가운데, '학교/사무실'(24.2%)이 그 뒤를 이었다. 성별로는 별 차이가 나지 않았지만, 연령별

그림 2-1-09 여가시간에 즐겨가는 장소(복수응답)

(단위: %, n=1,700)



제1장 - 일반 동향

제2장 - 플랫폼별 이용 현황

제3장 - 이용형태별 동향

그림 2-1-10 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(성별, 순위종합)

(단위: %, n=1,700)

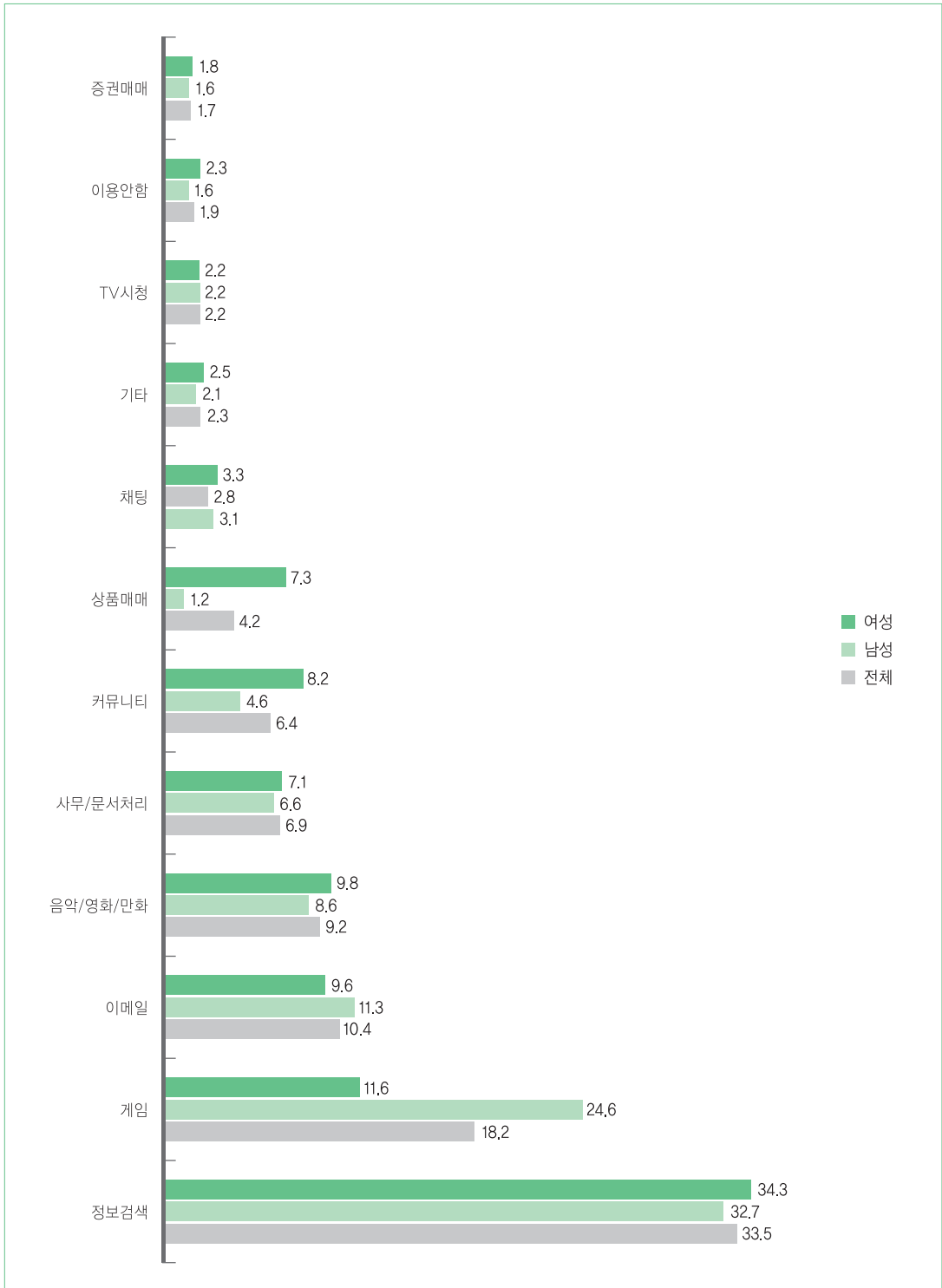


그림 2-1-11 인터넷을 주로 이용하는 장소(성별)

(단위: %, n=1,700)

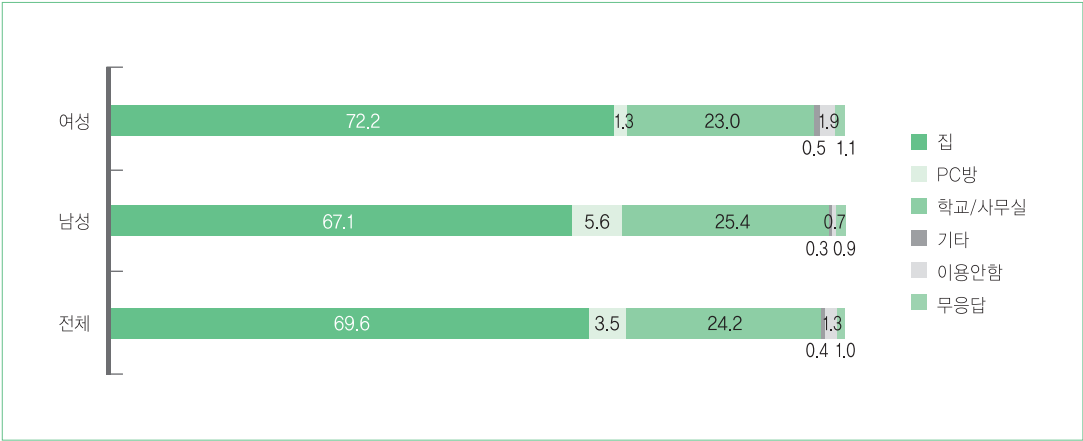
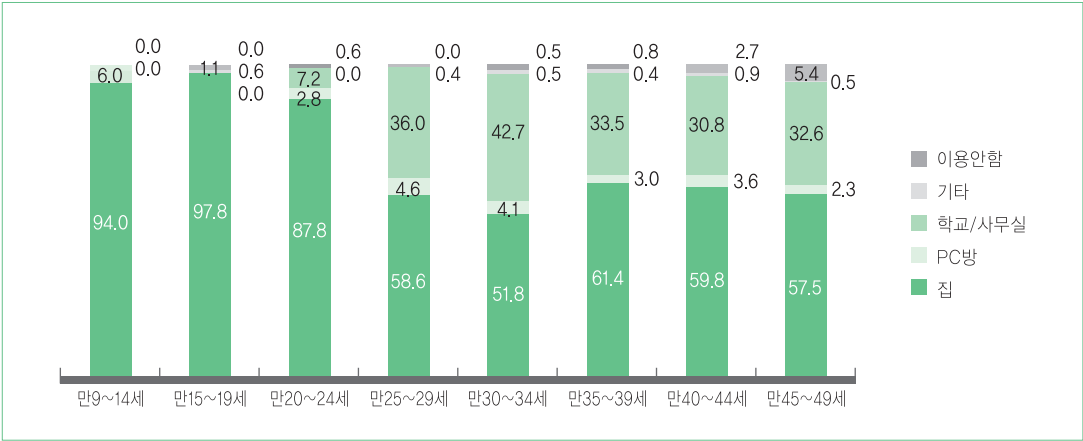


그림 2-1-12 인터넷을 주로 이용하는 장소(연령별)

(단위: %, n=1,700, 무응답 제외)



로는 직장생활을 하는 20대 이상부터 '학교/사무실'의 응답 비율이 높게 나타났다. 특히, '만 30~34세'의 '학교/사무실' 이용 비중이 42.7%로 가장 높게 나왔다. 낮은 수치지만 '만 40~44세'와 '만 45~49세' 중에서는 인터넷을 아예 이용하지 않는 경우도 2.7%와 5.4%를 각각 기록했다.

3) PC방 이용 비율 및 이용 빈도

PC방 이용 비율은 29.8%를 기록하여 2008년 수

준을 회복했다(2008년 29.7%에서 2009년 21.2%로 하락). 남성은 40.7%(2009년 30.7%), 여성은 18.6%(2009년 11.5%)를 기록하여 전년대비 모두 증가했음을 알 수 있다. 이처럼 PC방 이용률은 증가한 반면, 한달 평균 PC방 이용 빈도는 2009년 6.41회에서 2010년 6.1회로 약간 감소했다.

남성이 여성에 비해 이용률(40.7% 대 18.6%)과 이용 빈도(6.7회 대 4.8회)에서 모두 높은 수치를 기록했다. 연령별로는 '만 40세~44세' (9.2회)가

그림 2-1-13 PC방 이용 비율(성별, 연령별)

(단위: %, n=1,700)

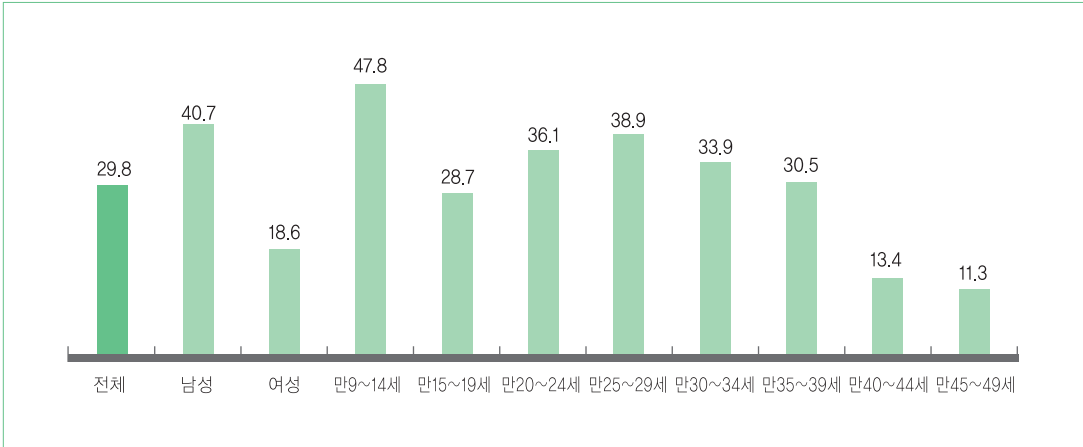
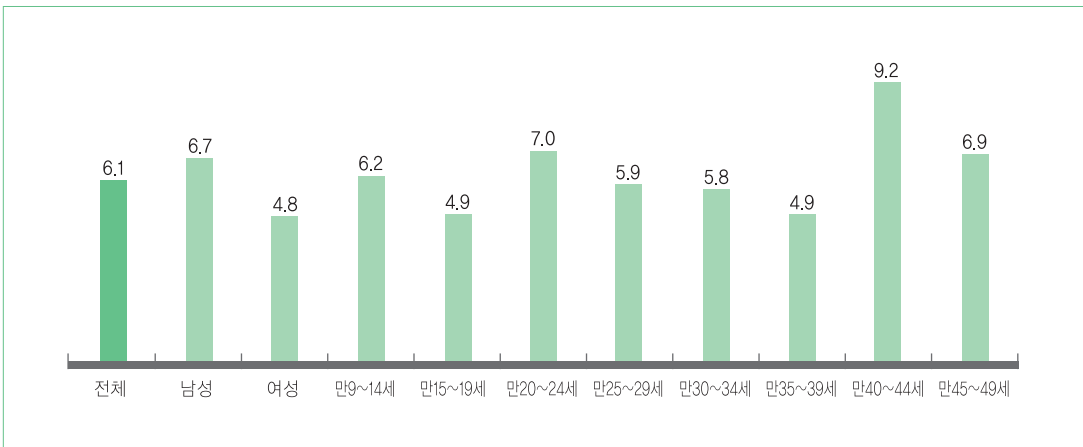


그림 2-1-14 한 달 평균 PC방 이용 빈도(성별, 연령별)

(단위: 회, n=507)



PC방을 가장 빈번하게 이용하는 것으로 나타났다. 참고로 2009년에는 '만 35세~39세'가 8.38회로 가장 높은 이용 빈도를 기록했다.

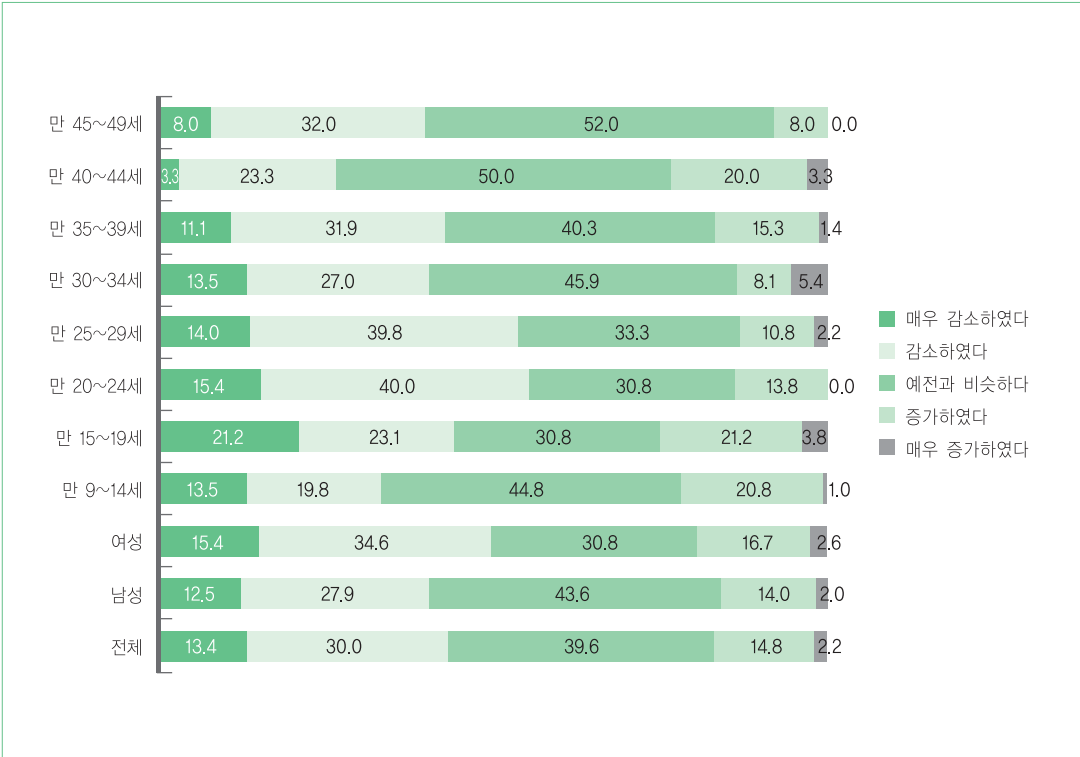
최근 6개월 내 PC방 이용 빈도의 증감을 살펴보면, 감소했다('매우 감소했다' 13.4%, '감소했다' 30.0%)가 43.4%였고, '예전과 비슷하다'는 응답이 39.6%, 증가했다('매우 증가했다' 2.2%, '증가했다' 14.8%)가 17%를 각각 기록했다. 따라서 전반적으로 PC방 이용 빈도가 감소하고 있음을 알 수 있다.

성별로는 남성의 40.4%('매우 감소했다' 12.5%, '감소했다' 27.9%)와 여성의 50.0%('매우 감소했다' 15.4%, '감소했다' 34.6%)가 감소했다고 응답했다. 연령별로는 '만 15~19세' 응답자의 증가했다('매우 증가했다' 3.8%, '증가했다' 21.2%)는 응답이 25%로 가장 높게 나타난 반면, '만 20~24세' 응답자의 감소했다('매우 감소했다' 15.4%, '감소했다' 40.0%)는 응답이 55.4%로 가장 높았다.

그렇다면 어떤 이유로 PC방 이용 빈도가 감소했

그림 2-1-15 최근 6개월 내 PC방 이용 빈도 추이

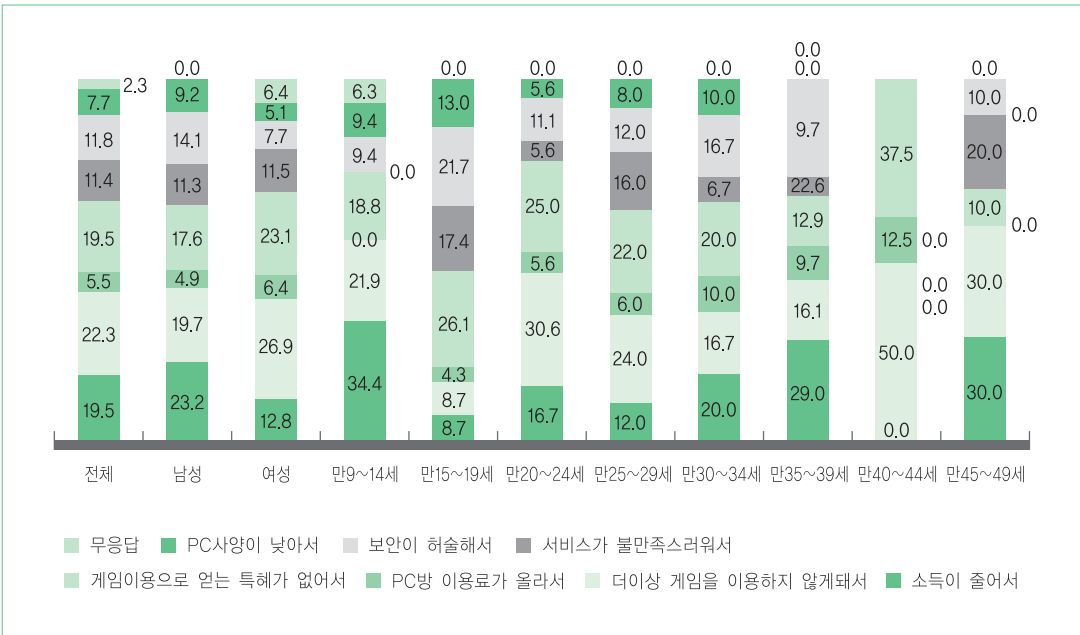
(단위: %, n=507)



제1장 _ 일반 동향

그림 2-1-16 PC방 이용빈도 감소 이유

(단위: %, n=220)



제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 이용형태별 동향

는지 살펴보았다. 그 결과, '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' 라는 응답이 22.3%로 가장 높게 나타났다, 그 다음으로 '소득이 줄어서' 및 '게임이용으로 얻는 혜택이 없어서'가 각각 19.5%로 동률을 기록했다. 그리고 '보안이 허술해서' (11.8%)와 '서비스가 불만족스러워서' (11.4%) 등이 뒤를 이었다.

남성의 경우에는 '소득이 줄어서'란 응답이 23.2%를 기록하여 PC방 이용 빈도를 감소시킨 가장 큰 이유로 나타났고, 다음으로는 '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' (19.7%)가 차지했다. 여성

의 경우에는 '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' (26.9%)와 '게임이용으로 얻는 혜택이 없어서' (23.1%) 순으로 나타났다. 특히하게도, '만 40세~44세'의 응답자는 '보안이 허술해서' (50.0%)를 가장 큰 이용 빈도 감소 이유로 꼽았다.

4) PC방에서 주로 하는 일

PC방에서 주로 하는 일이 무엇인지 조사한 결과, '게임' (82.4%)이 압도적인 1위를 차지했고, '정보검색' (7.1%) 등 기타 활동들이 뒤를 이었다. 이러한

그림 2-1-17 PC방에서 주로 하는 일

(단위: %, n=507, 무응답 제외)

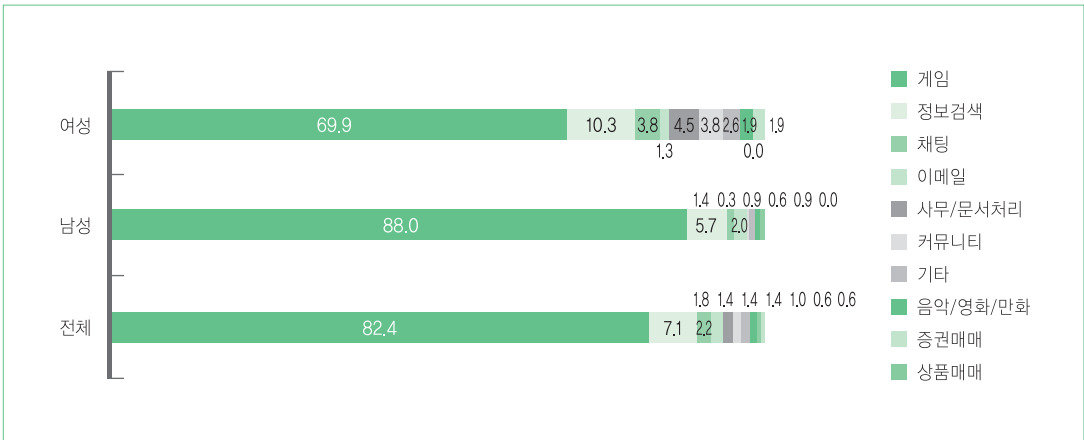


표 2-1-02 PC방에서 주로 하는 일(1순위)

구분	사례수 (명)	게임	정보 검색	채팅	이메일	사무/ 문서 처리	커뮤니티	음악/ 영화/ 만화	증권 매매	상품 매매	기타	무응답	
전체	507	82.4	7.1	2.2	1.8	1.4	1.4	1.0	0.6	0.6	1.4	0.2	
성	남성	351	88.0	5.7	1.4	2.0	0.0	0.3	0.6	0.9	0.0	0.9	0.3
	여성	156	69.9	10.3	3.8	1.3	4.5	3.8	1.9	0.0	1.9	2.6	0.0
연령	만 9~14세	96	90.6	3.1	4.2	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	만 15~19세	52	80.8	1.9	5.8	3.8	1.9	3.8	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0
	만 20~24세	65	83.1	4.6	3.1	0.0	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	4.6	1.5
	만 25~29세	93	83.9	6.5	1.1	1.1	2.2	4.3	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0
	만 30~34세	74	83.8	8.1	0.0	2.7	1.4	0.0	1.4	1.4	0.0	1.4	0.0
	만 35~39세	72	83.3	9.7	1.4	1.4	2.8	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	만 40~44세	30	60.0	16.7	0.0	10.0	0.0	0.0	3.3	0.0	6.7	3.3	0.0
	만 45~49세	25	68.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	4.0	0.0

경향은 남성(88.0%)이 여성(69.9%)보다 더 강했다. 다만 여성이 PC방에서 '정보검색' (10.3%)을 하는 경우가 남성에 비해 많았다. 연령별로도 모든 연령층에서 '게임' 을 주로 하는 것으로 나타난 가운데, 40세 이상의 이용자들은 '정보검색' 비중이 상대적으로 높았다.

며, '2~3시간 미만' 의 응답 비율이 34.1%로 가장 높았다. 성별로는 남성이 평균 2.6시간, 여성이 평균 2.4시간을 각각 기록했다. 남성의 경우, '2~3시간 미만' 이 38.2%로 가장 높은 응답률을 보인 반면, 여성의 경우에는 '1~2시간 미만' 의 응답률이 38.5%로 가장 높았다. 남녀 공히 PC방 1회 평균 이용시간이 4시간 이상일 경우는 비교적 드물었다.

5) PC방 1회 이용시간

PC방 1회 평균 이용시간은 2.5시간으로 나타났다

연령별로 살펴볼 때, '만 9~14세' 의 응답자는 '2~3시간 미만' 이 38.5%로 가장 많았고(2009년

그림 2-1-18 PC방 1회 이용시간(성별)

(단위: %, n=507)

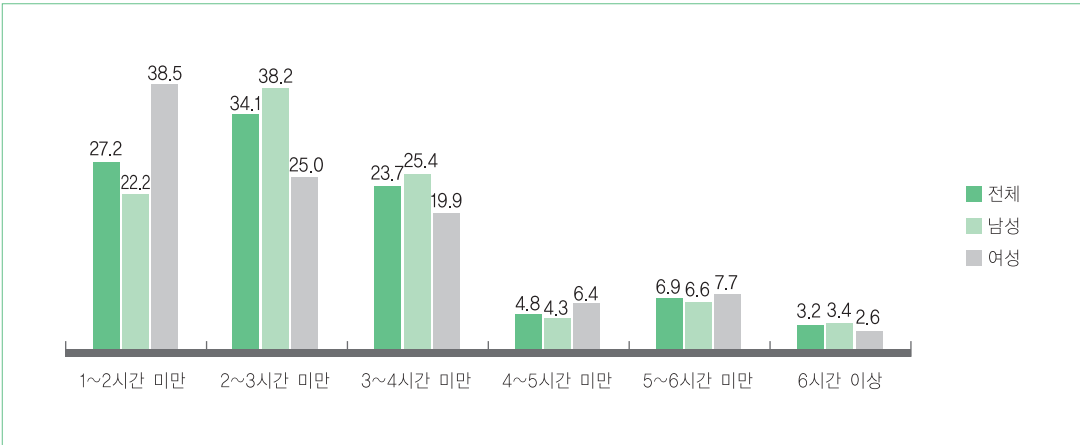
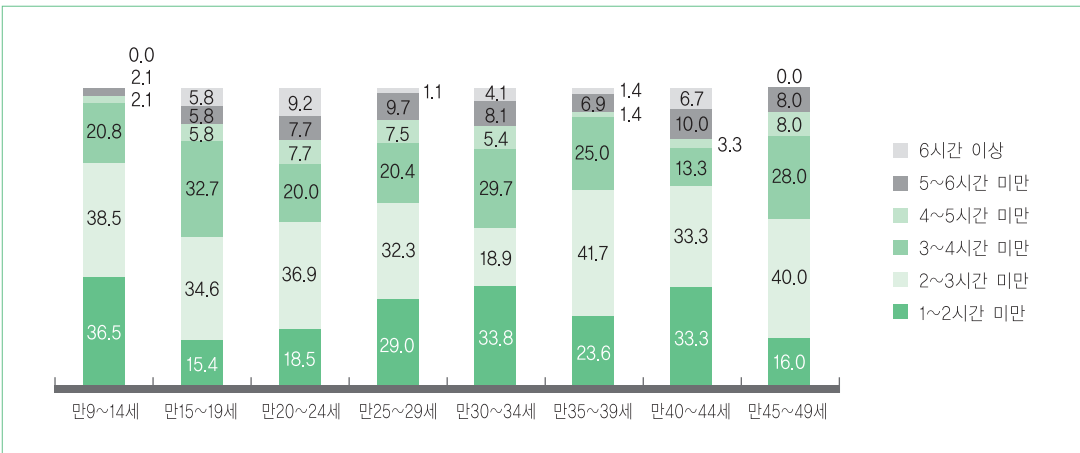


그림 2-1-19 PC방 1회 이용시간(연령별)

(단위: %, n=507)



에는 '1~2시간 미만'이 42.9%로 가장 많음), '만 15~19세', '만 20~24세', '만 25세~29세', '만 35~39세', '만 45~49세'의 응답자 역시 '2~3시간 미만'을 가장 많이 선택했다. 반면 '만 30세~34세'의 응답자는 '1~2시간 미만'이 33.8%로 가장 높았고, '만 40~44세'는 '1~2시간 미만'과 '2~3시간 미만'이 33.3%로 같은 비율을 보였다.

6) PC방을 이용하는 이유

PC방을 이용하는 이유를 조사한 결과, '친구/동료들과 어울리기 위해'가 48.9%로 가장 비중이 높았다. 다음으로 'PC시설이 좋아서'(23.1%), 'PC방 이용특혜가 있기 때문'(12.2%) 등의 순으로 나타났다. 2009년에 18.5%였던 'PC시설이 좋아서'의 응답 비중이 2010년에는 23.1%로 증

그림 2-1-20 PC방을 이용하는 이유(성별)

(단위: %, n=507)

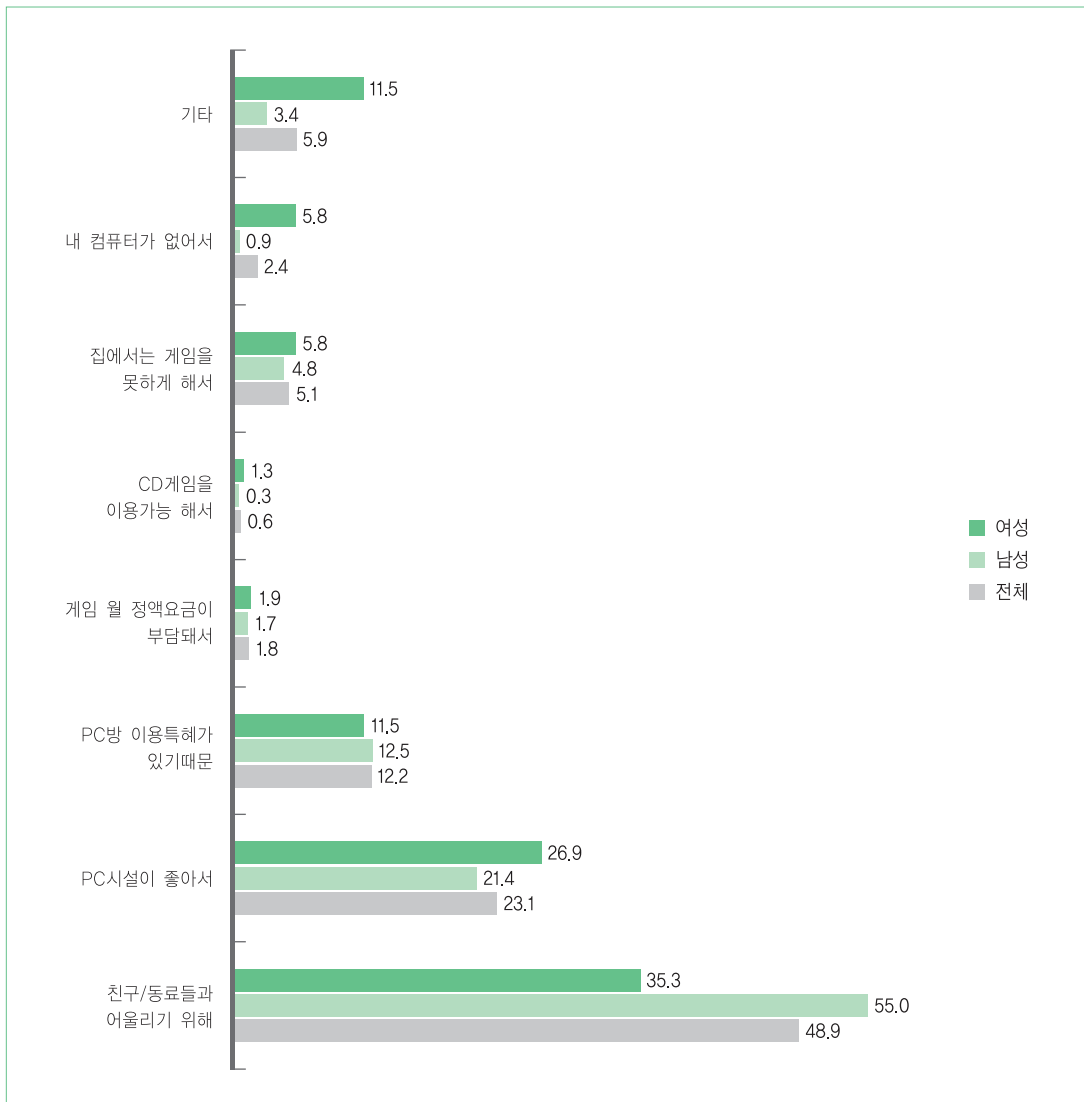


표 2-1-03 PC방을 이용하는 이유(성별, 연령별)

구분	사례수(명)	친구/ 동료들과 어울리기 위해 (%)	PC 시설이 좋아서 (%)	PC방 이용특혜가 있기때문 (%)	집에서는 게임을 못하게 해서 (%)	내 컴퓨터가 없어서 (%)	게임 월 정액요금 부담돼서 (%)	CD 게임을 이용가능 해서 (%)	기타 (%)	
전체	507	48.9	23.1	12.2	5.1	2.4	1.8	0.6	5.9	
성	남성	351	55.0	21.4	12.5	4.8	0.9	1.7	0.3	3.4
	여성	156	35.3	26.9	11.5	5.8	5.8	1.9	1.3	11.5
연령	만 9~14세	96	67.7	16.7	5.2	7.3	2.1	0.0	1.0	0.0
	만 15~19세	52	46.2	17.3	17.3	7.7	1.9	1.9	0.0	7.7
	만 20~24세	65	49.2	21.5	18.5	4.6	3.1	1.5	0.0	1.5
	만 25~29세	93	53.8	18.3	9.7	1.1	3.2	0.0	0.0	14.0
	만 30~34세	74	43.2	21.6	18.9	5.4	0.0	5.4	0.0	5.4
	만 35~39세	72	43.1	30.6	8.3	4.2	2.8	2.8	2.8	5.6
	만 40~44세	30	20.0	40.0	16.7	6.7	6.7	0.0	0.0	10.0
	만 45~49세	25	32.0	44.0	8.0	8.0	0.0	4.0	0.0	4.0

가하여, PC방 시설이 점차 개선되고 있음을 알 수 있다.

성별로 살펴보면, 남녀 모두 '친구/동료들과 어울리기 위해서'의 비중이 가장 높은 가운데, 특히 남성이 여성보다 20%나 많이 이 항목을 선택하여, 남성들에게는 PC방이 주요 놀이공간으로 자리 잡

았다고 판단할 수 있다. 연령별로도 '친구/ 동료들과 어울리기 위해서'라고 응답한 비중이 가장 높았지만, 40세 이상의 응답자들은 'PC시설이 좋아서'를 1순위로 꼽아, 젊은 세대들과는 달리 혼자서 PC방을 출입하고 비교적 개인적으로 이용하는 것으로 나타났다.

제2장 플랫폼별 이용 현황



▶ 제1절 게임 이용 장소/시간 및 선호게임

1. 게임 이용 경험

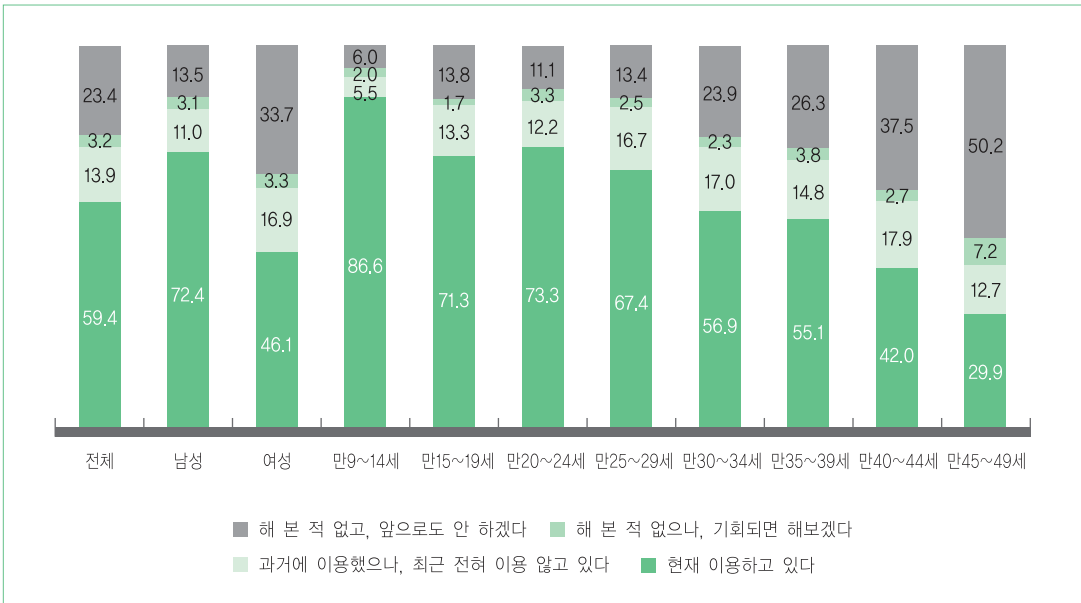
게임 이용 여부에 관한 문항에서, '현재 이용하고 있다'는 응답이 59.4%로 가장 높았다. '과거에는 이용했으나, 최근에는 전혀 이용하고 있지 않

다'는 응답이 13.9%를 차지하고 있음을 고려할 때, 전체 설문 응답자 중에서 게임 경험이 있는 응답자의 비중은 73.3%에 달했다.

성별로 보면, 남성의 경우, 게임을 '현재 이용하고 있다'는 응답이 72.4%인 반면 여성은 46.1%로 나타

그림 2-2-01 게임 이용 경험

(단위: %, n=1,700)



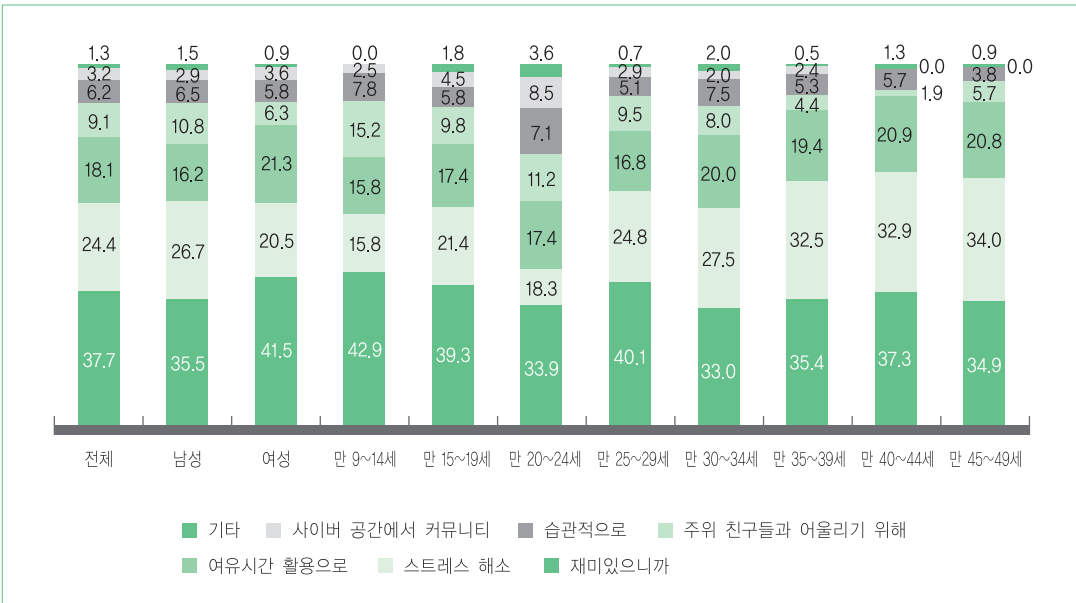
났다. 연령별로는 '현재 이용하고 있다'는 항목에 만 9세~14세 응답자가 86.6%로 가장 높은 비율을 기록한 반면, 만 45세~49세의 응답자는 '현재 이용하고 있다'는 비율이 29.9%로 가장 낮게 나타났다.

2. 게임을 하는 이유

게임을 하는 이유에 대해 물어본 결과, '재미있으니까'라는 의견이 37.7%로 가장 많았고, 다음으로 '스트레스 해소' (24.4%), '여유시간 활용으로' (18.1%), '주위 친구들과 어울리기 위해' (9.1%) 순으로 나타났다. 2009년 조사 결과와 비교해 보았을 때, 주로 재미와 오락, 스트레스 해소 측면에서 게임을 하고 있는 것은 동일했다. 다만 전년에 비해 '재미있으니까'와 '스트레스 해소'의 비중이 상대적으로 낮아진 가운데, '여유시간 활용으로'의 비중이 높아졌음을 알 수 있다(11.2% → 20.8%).

그림 2-2-02 게임을 하는 이유(순위)

(단위: %, n=1,010)



3. 하루 평균 게임 이용시간

하루 평균 게임 이용 시간을 주중과 주말로 나누어 조사한 결과, 주중에는 평균 2.0시간, 주말은 평균 3.0시간을 게임에 소비하는 것으로 조사되었다. 주중에는 만 15~19세, 만 20~24세에서 각각 2.8시간으로 가장 높았고, 주말에는 만 15~19세가 4.2시간으로 게임을 가장 많이 사용했다. 성별로는, 주중·주말 모두 남성이 여성보다 평균 이용시간이 많았다. 주중의 경우에는 남성 2.0시간, 여성 1.9시간으로 큰 차이가 없었지만, 주말에는 남성 3.2시간, 여성 2.7시간으로 나타나, 남성이 여성보다 30분 이상 게임을 더 이용했다.

4. 게임을 처음 접한 시기와 주로 이용하는 장르

게임을 언제 처음으로 접했는지 물어본 결과, 응

그림 2-2-03 하루 평균 게임 이용 시간

(단위: 시간, n=1,010)

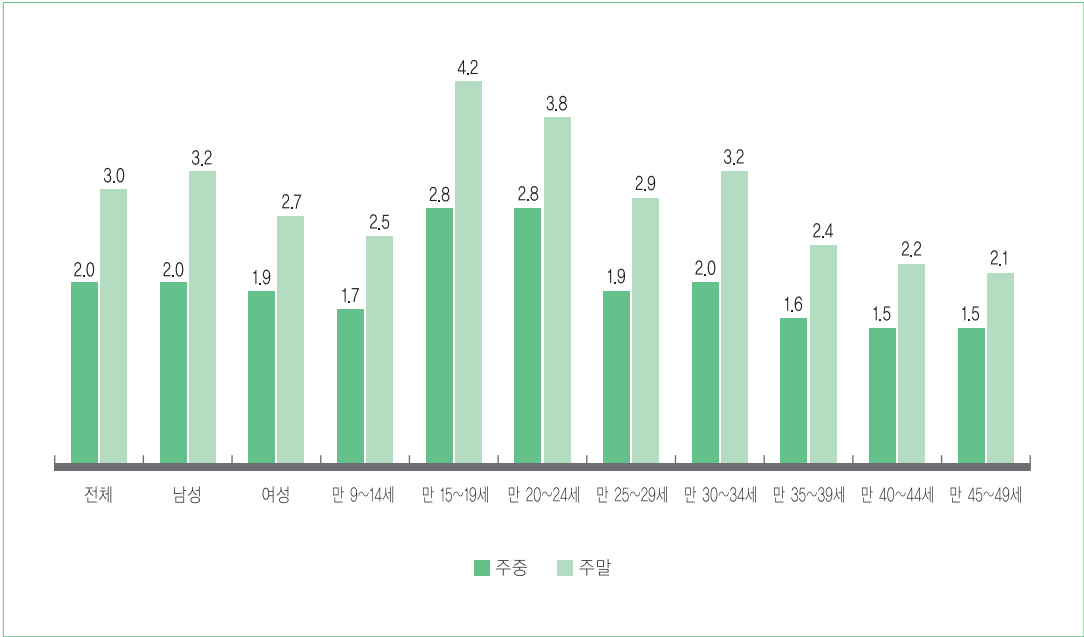
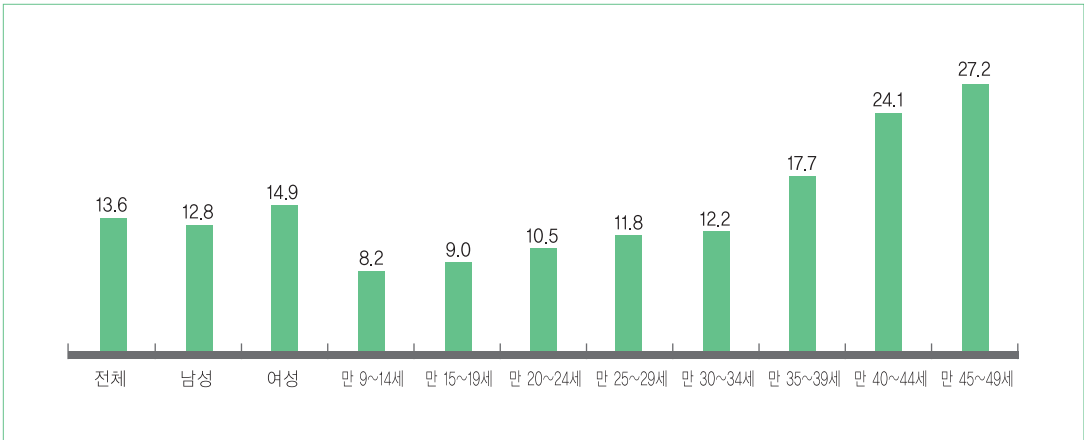


그림 2-2-04 게임을 처음 접한 시기

(단위: 세(연령), n=1,010)



답자들은 평균 13.6세라고 대답했다. 남성(12.8세)이 여성(14.9세)보다 2세 정도 빨랐고, 나이가 어릴수록 게임을 처음 접한 시기가 빨라지고 있음을 알 수 있다.

그렇다면 주로 어떤 게임을 이용하는지 확인해 보았다. 그 결과, 응답자의 72.9%가 '온라인게임'을 선택했

고, 그 다음으로 'PC게임' (8.8%), '모바일게임' (8.4%) 등의 순이었다. 성별로 살펴보면, 남성은 '온라인게임' 72.4%, 'PC게임' 11.7%, '모바일게임' 5.4%, '비디오 게임' 4.6%, '휴대용게임' 4.5%, '아케이드게임' 1.3%의 순이었고, 여성은 '온라인게임' 73.6%, '모바일게

임 13.2%, '휴대용게임' 4.9%, 'PC게임' 4.1%, '비디오게임' 3.4%, '아케이드게임' 0.8%의 순이었다. 남성은 여성에 비해 PC게임을 2배 이상 이용했고, 여성은 남성에 비해 모바일게임을 2배 이상 즐기고 있었다.

연령별로는 모든 연령층에서 '온라인게임'을 압도적으로 선호하고 있었다. 구체적으로 온라인게임은

'만 9~14세'(82.8%)와 '만 45~49세'(80.3%), PC게임은 '만 15~19세'(11.6%)와 '만 35~39세'(11.5%), 모바일게임은 '만 35~39세'(12.3%)와 '만 30~34세'(9.7%), 비디오게임은 '만 30~34세'(8.9%)와 '만 25~29세'(7.5%)의 응답자가 가장 좋아하고 있는 것으로 나타났다.

그림 2-2-05 주로 이용하는 게임 분야(성별, 1순위)

(단위: %, n=1,010)

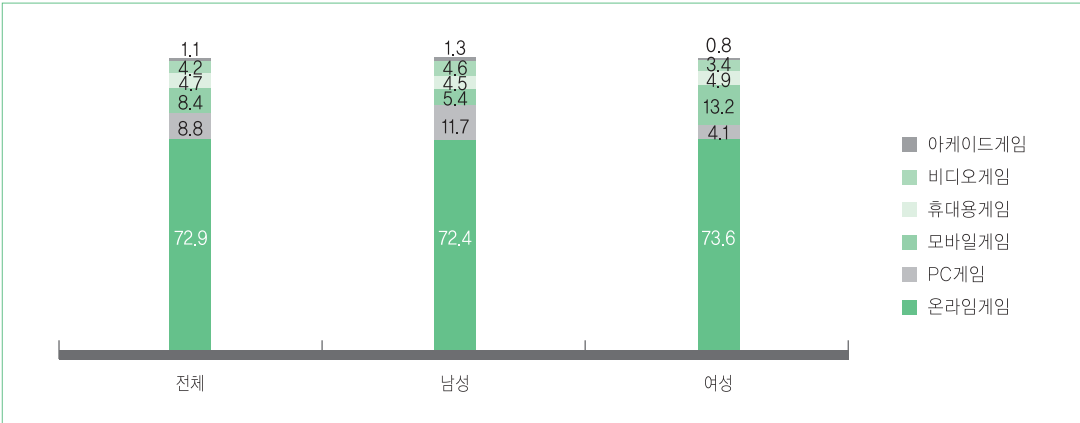
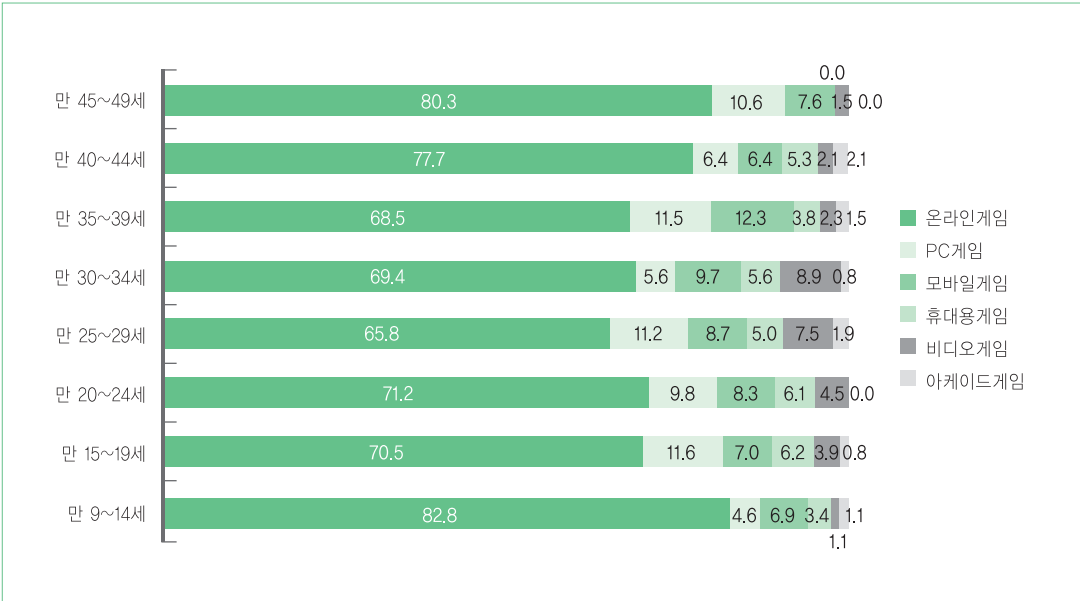


그림 2-2-06 주로 이용하는 게임 분야(연령별, 1순위)

(단위: %, n=1,010)



5. 게임을 주로 이용하는 장소와 시간

게임을 이용하는 장소를 확인한 결과, 대부분의 응답자가 ‘집’ (82.9%)이라고 응답했고, 그 뒤를 ‘PC방’ (12.0%), ‘학교/사무실’ (3.9%) 등이 있었

다. 성별로는 남성의 PC방 이용률(14.9%)이 여성의 PC방 이용률(7.3%)보다 2배 이상 많았다. 연령별로도 ‘집’을 가장 많이 선택한 가운데, 만 25세 이상은 학교/사무실에서 게임을 이용한다는 비율이 높았다. 흥미로운 점은 만 9~14세의 경우, 지난

그림 2-2-07 게임을 주로 이용하는 장소(성별)

(단위 %, n=1,010)

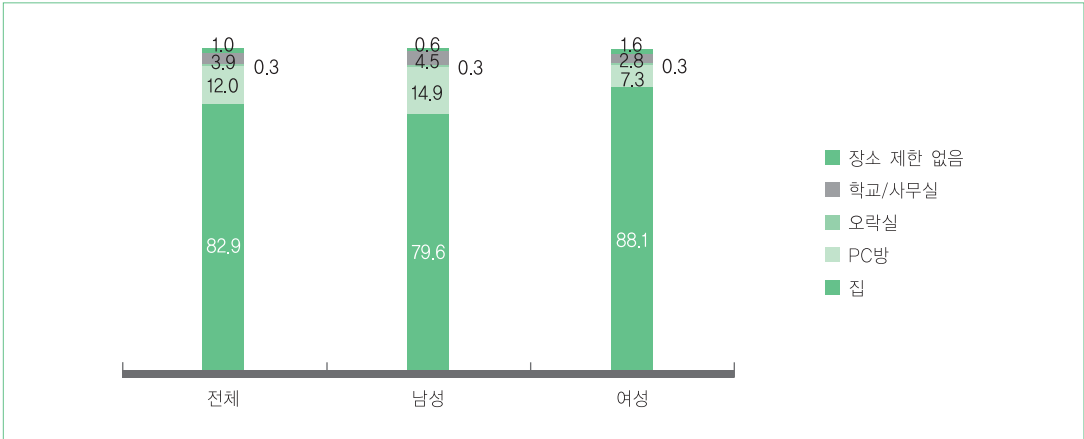
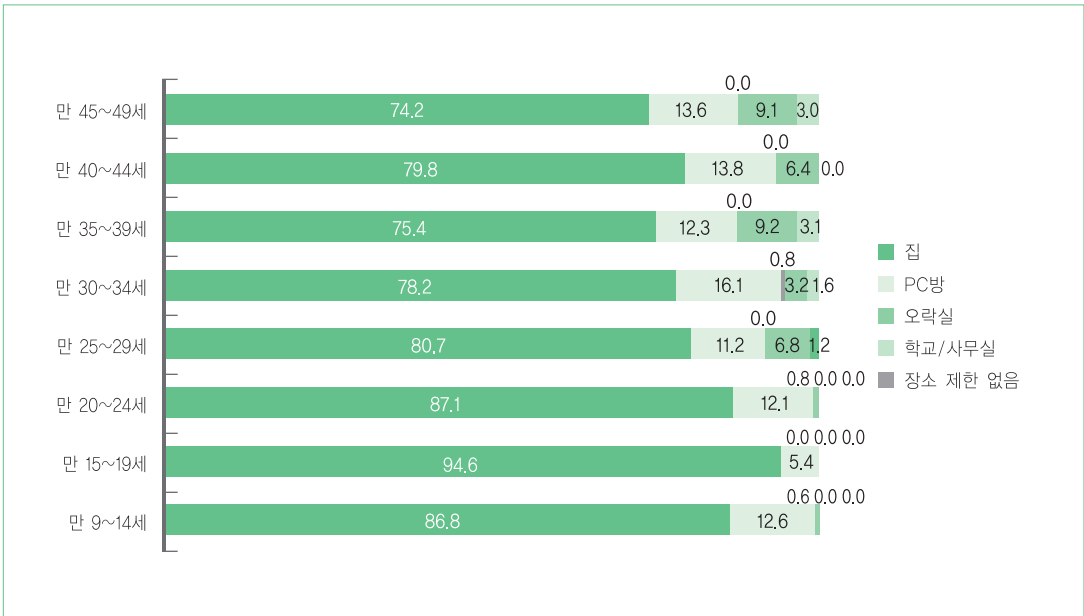


그림 2-2-08 게임을 주로 이용하는 장소(연령별)

(단위 %, n=1,010)



해에는 PC방 이용비율이 3.8%에 불과했지만, 이번에는 12.6%를 기록했다는 사실이다. 초·중·등 학생들의 PC방 이용률이 3배 이상 높아졌음을 알 수 있다.

한편 게임을 주로 이용하는 시간대는 '저녁 6시~밤 10시' (38.2%)가 가장 높았고 다음으로 '밤 10시~새벽 2시' (31.8%), '낮 12시~저녁 6시' (26.8%)가 차지했다. 성별로 살펴보면, 남성은 '저녁 6시~밤 10시' (41.5%)와 '밤 10시~새벽 2시' (33.2%)의

비중이 높은 반면, 여성은 '저녁 6시~밤 10시' (32.9%)와 '낮 12시~저녁 6시' (32.4%)가 비슷한 비중을 차지했다.

연령별로 살펴보면, 만 15세부터 29세까지의 응답자들은 '저녁 6시~밤 10시'를 가장 선호했고, 만 30세부터 44세까지의 응답자들은 '밤 10시~새벽 2시'에 주로 게임을 이용하는 것으로 나타났다. 만 9세부터 14세까지의 응답자들은 '낮 12시~저녁 6시'를 가장 많이 선택했다.

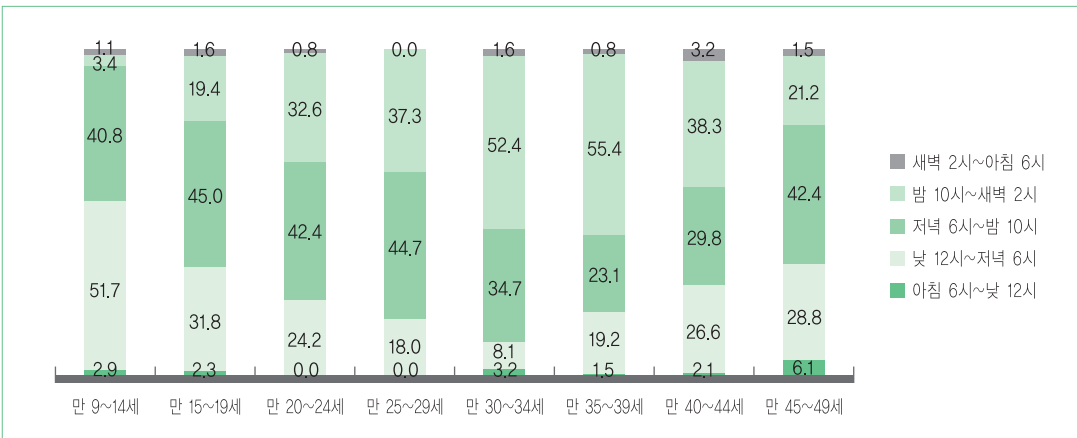
그림 2-2-09 게임을 주로 이용하는 시간대(성별)

(단위: %, n=1,010)



그림 2-2-10 게임을 주로 이용하는 시간대(연령별)

(단위: %, n=1,010)



6. 월 평균 게임 이용횟수와 1회 평균 이용시간

한 달에 평균적으로 게임을 얼마나 이용하는지 확인했다. 그 결과, 전체 평균 이용 횟수가 16.6회로 나타난 가운데, 남성이 17.4회로 여성 15.3회보다 2회 이상 많았다. 연령별로는 '만 20~24세'가 21.2회로 가장 많이 이용했고, '만 15~19세'가 18.9회, '만 9~14세'가 17.2회로 그 뒤를 이어, 10세

부터 25세까지의 연령층에서 월 평균 게임 이용 횟수가 가장 높은 것으로 나타났다.

다음으로 게임을 1회 이용할 때 얼마나 많은 시간을 소비하는지 알아보았다. 시간대별로 구분하여 확인한 결과, '2~3시간 미만' (31.2%)과 '1~2시간 미만' (30.3%)이 근소한 차이로 1, 2위를 기록했고, '3~4시간 미만' (23.1%)이 그 뒤를 이었다. 구체적인 게임 이용 시간을 조사한 결과, 1회 평균 2시간을 사용하고 있다고 응답했다. 성별로는 남성이 2.1시간,

그림 2-2-11 월 평균 게임 이용 횟수

(단위: 회, n=1,010)

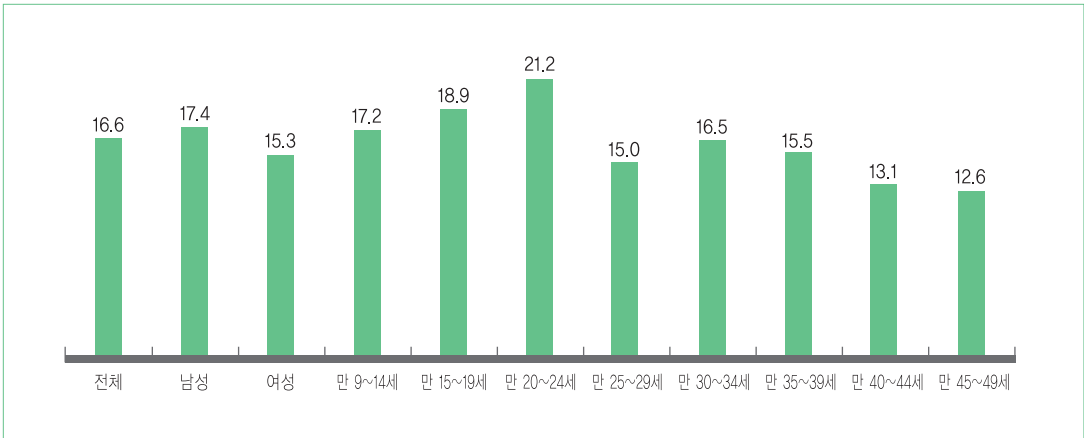


그림 2-2-12 성별 1회 게임 이용 시간

(단위: %, n=1,010)

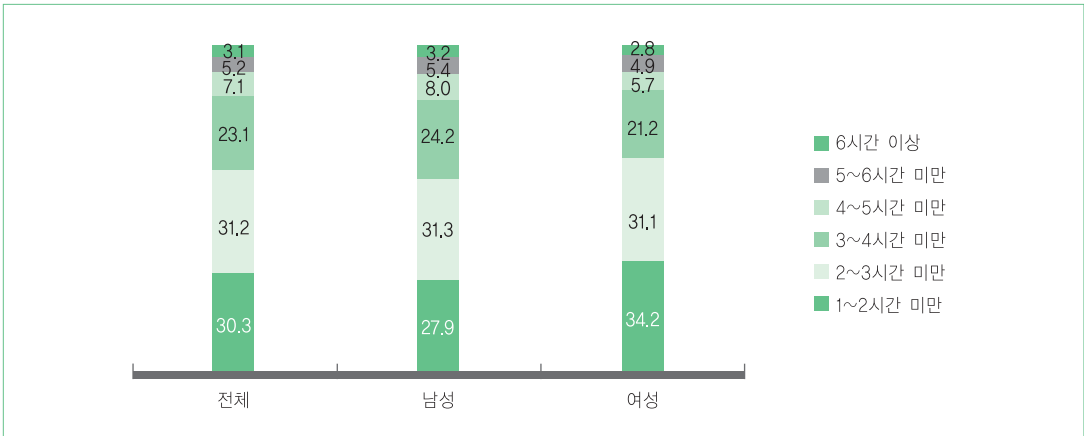


그림 2-2-13 연령별 1회 게임 이용 시간

(단위: %, n=1,010)

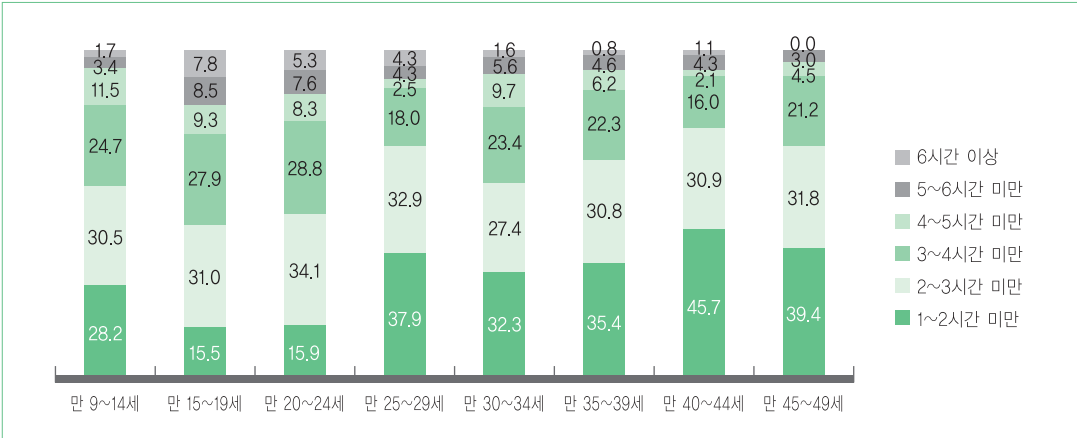
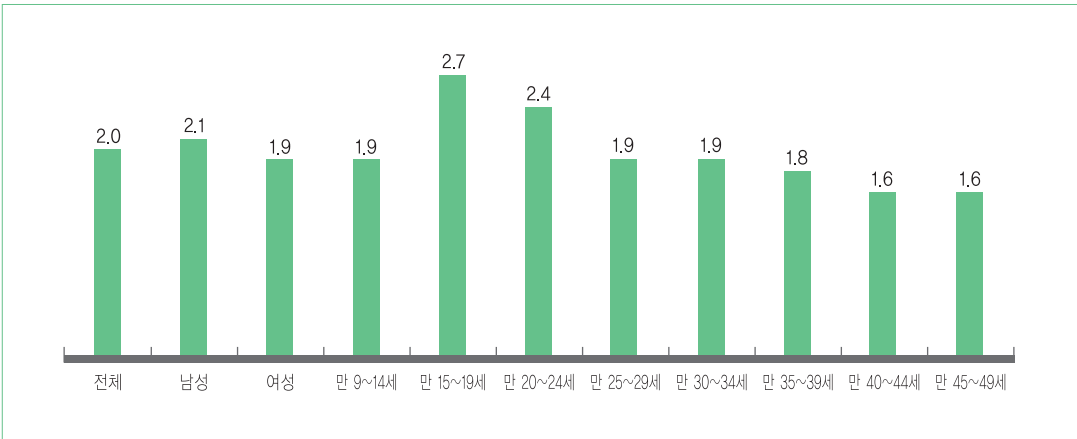


그림 2-2-14 1회 게임 이용 시간

(단위: 시간, n=1,010)



여성이 1.9시간이었고, 연령별로는 '만 9~14세'가 2.7시간, '만 20~24세'가 2.4시간 동안 1회 게임 이용 시 소비하는 것으로 조사되어, 다른 연령대보다 게임을 많이 하고 있음을 확인했다.

7. 최근 6개월간 게임을 변경한 비율과 이유

최근 6개월 이내에 이용하던 게임을 바꾼 경험

이 있다는 비율은 전체 응답자의 34.8%였다. 남성(36.7%)이 여성(31.6%)보다 게임 변경 비율이 많았다. 연령별로 살펴보면, 1회 게임 이용시간이 가장 많았던 '만 15~19세'의 게임 변경 비율이 48.8%로 가장 높은 반면, 1회 게임 이용시간이 가장 적었던 '만 40~44세'의 게임 변경 비율은 14.9%로 가장 낮았다.

게임을 변경하게 된 이유로는 '게임이 재미가 없어서'(28.5%)가 가장 컸고, 그 다음으로 '더 재밌

그림 2-2-15 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율

(단위: %, n=1,010)

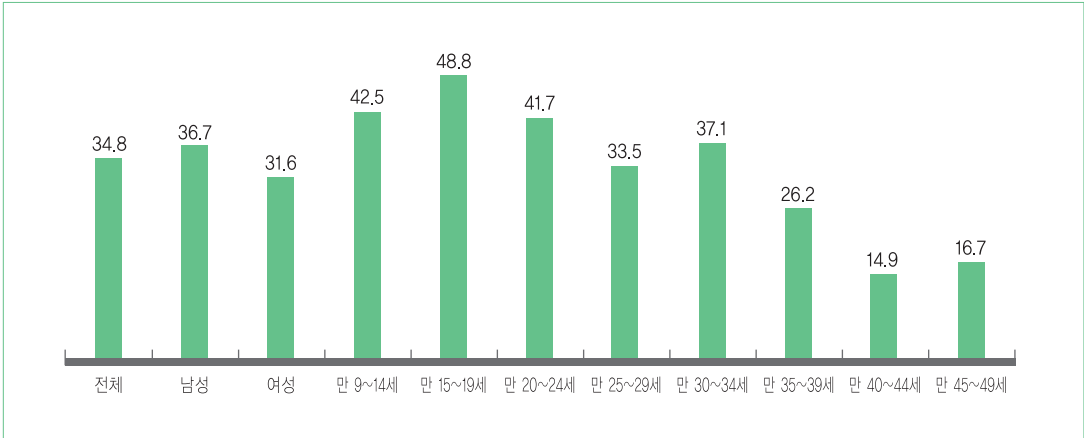
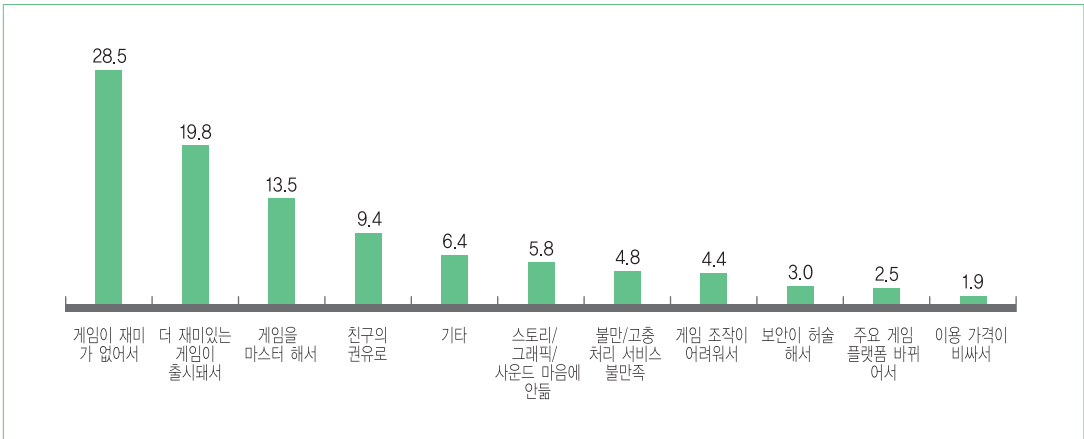


그림 2-2-16 게임을 바꾼 이유(복수 응답)

(단위: %, n=351)



는 게임이 출시되어서’ (19.8%), ‘게임을 마스터해서’ (13.5%), ‘친구의 권유로’ (9.4%) 등이 나타났다.

8. 선호하는 게임 플랫폼과 장르

응답자의 절반 이상(50.6%)은 특정한 게임 플랫폼을 선호하는 이유가 ‘가장 쉽게 이용할 수 있는 게

임 분야이기 때문에’ 라고 응답했다. 다음으로 ‘친구들이 가장 많이 이용해서’ (16.0%), ‘집이나 학교 등 실내와 밖에서도 쉽게 이용 가능’하기 때문에 (15.0%), ‘저렴해서’ (3.7%), ‘오래할 수 있어서’ (6.9%), ‘기타’ (6.7%), ‘놀이기구 타는 듯한 체험이 가능해서’ (1.1%) 등의 순이었다. 만 35세 이상의 60% 이상이 ‘가장 쉽게 이용할 수 있는 게임 분야’라고 응답한 반면, ‘만 9~14세’는 35.6%가 ‘친구들이 가장 많이 이용해서’ 라고 대답했다.

그림 2-2-17 선호하는 게임 플랫폼을 선택한 이유(성별)

(단위: %, n=1,010)

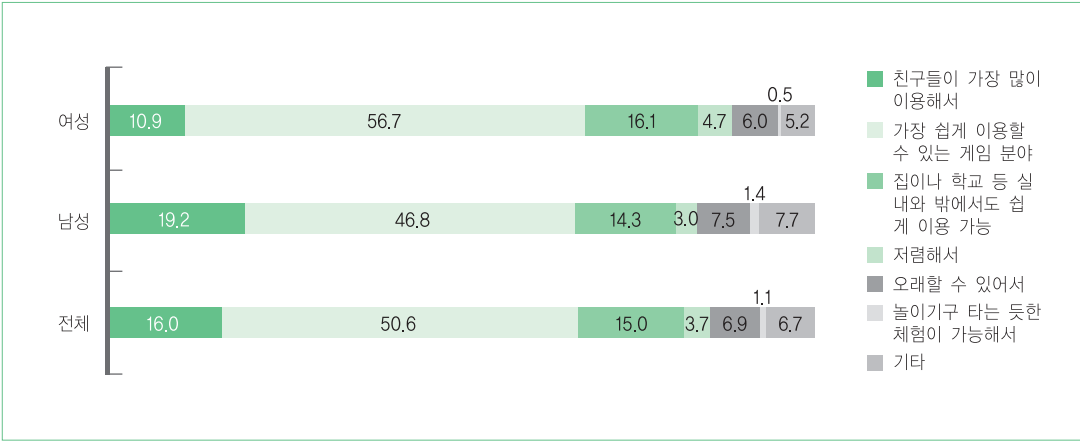
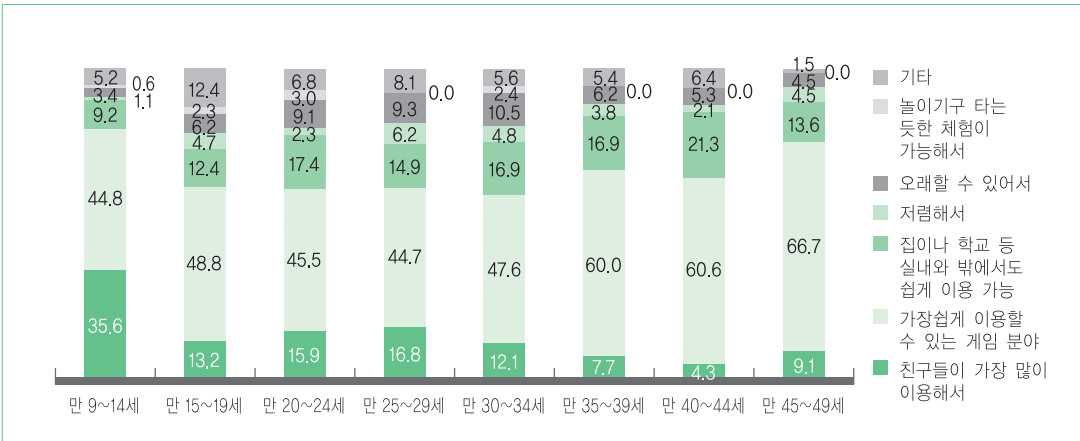


그림 2-2-18 선호하는 게임 플랫폼을 선택한 이유(연령별)

(단위: %, n=1,010)



가장 선호하는 게임장르는 ‘롤플레이’ 으로 32.3%를 차지했다. 다음으로 ‘웹보드게임’ (14.4%), ‘전략시물레이션’ (9.6%), ‘FPS’ (8.6%), ‘액션’ (6.7%), ‘캐주얼게임’ (6.3%), ‘스포츠게임’ (5.5%) 등의 선호도를 나타냈다. 남성의 경우, ‘롤플레이’ 이 34.6%, ‘전략시물레이션’ 이 13.0%, ‘FPS’ 11.7%, ‘스포츠게임’ 7.7%의 순으로 나타났고, 여성은 ‘롤플레이’ 28.5%, ‘웹보드게임’ 22.8%, ‘캐주얼게임’ 11.4%, ‘경영/건설/육성 시물

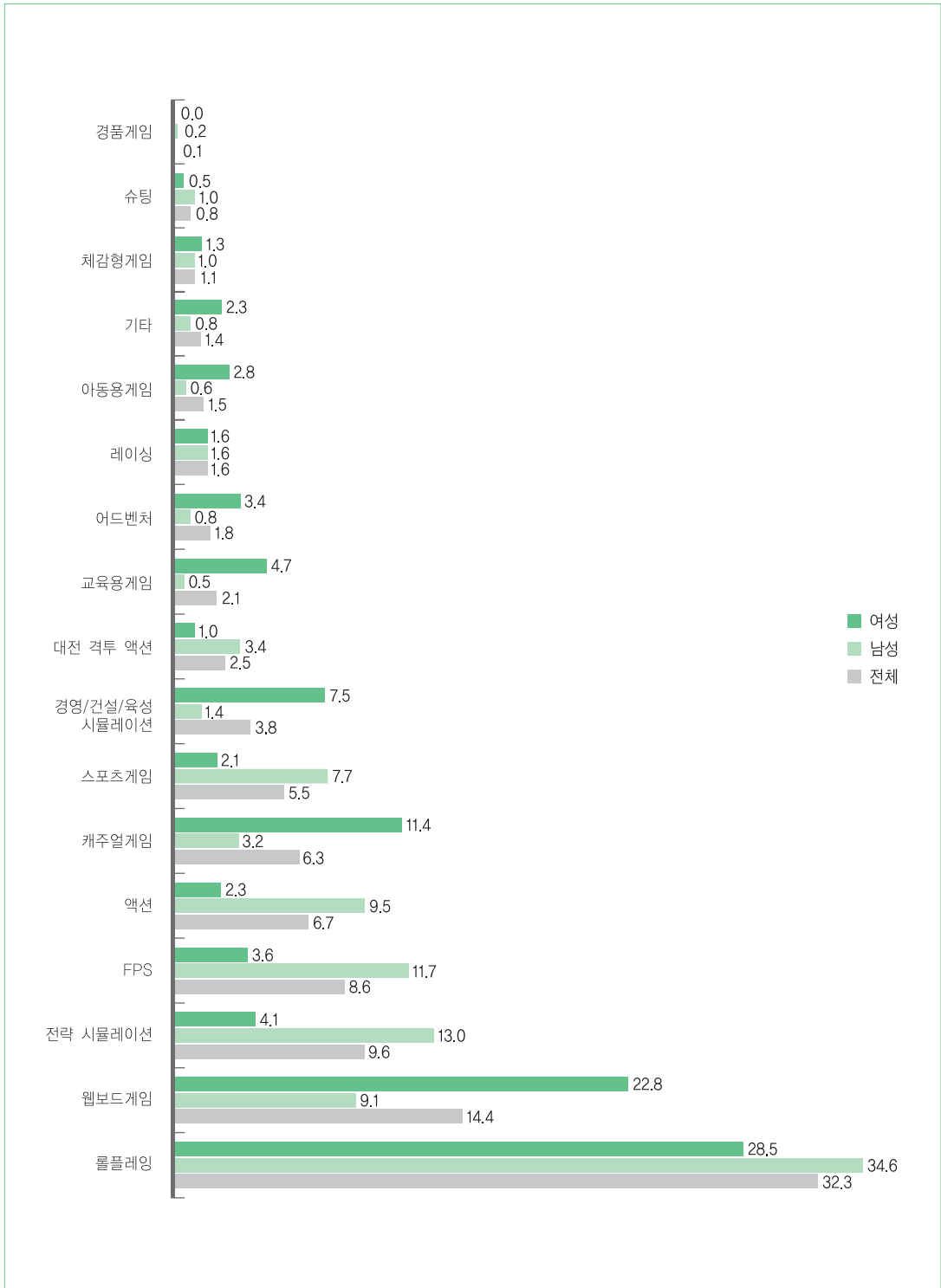
레이션’ 7.5%의 순으로 나타났다. 남녀 모두 ‘롤플레이’ 을 1위로 선택한 가운데, 남성은 ‘전략시물레이션’ 과 ‘FPS’ 를 그 다음으로 꼽은 반면, 여성은 ‘웹보드게임’ 과 ‘캐주얼게임’ 을 선호했다.

9. 평균 이용 게임 개수

현재 이용하고 있는 게임의 평균 개수는 2.6개

그림 2-2-19 선호하는 게임 장르(성별, 1순위)

(단위 %, n=1,010)

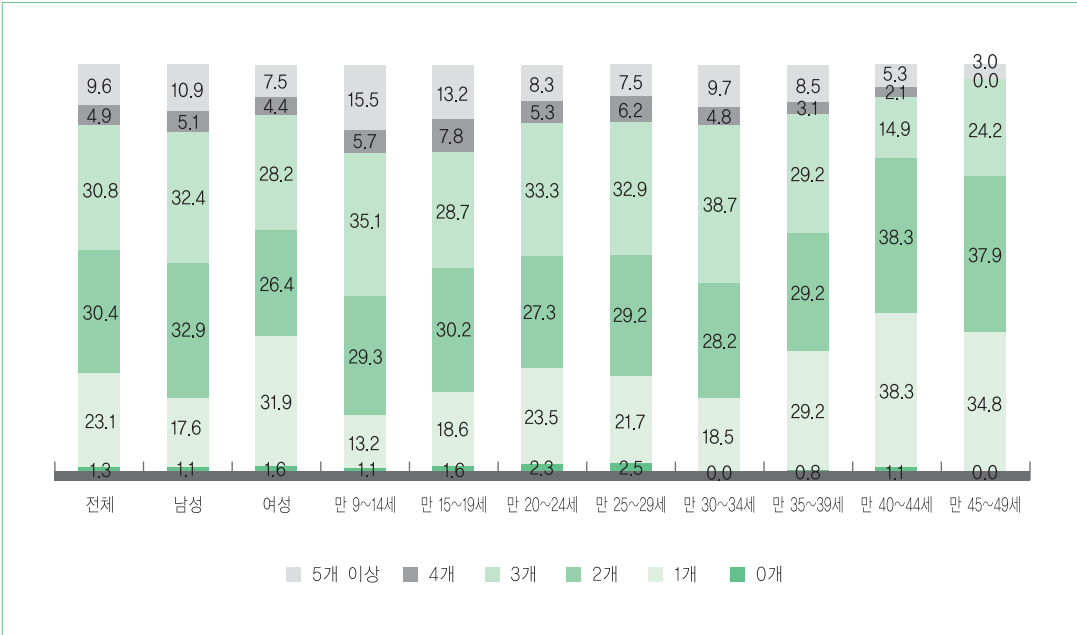


로 나타났다. 2008년의 2.58개, 2009년의 2.4개와 비교했을 때 대동소이한 수치다. 성별로는 남성(2.8개)이 여성(2.3개)보다 평균 이용 개수가 많았

고, 연령별로는 '만 9~14세'와 '만 30~34세'의 이용 게임 개수가 다른 연령층에 비해 다소 높게 나타났다.

그림 2-2-20 평균 이용 게임 개수

(단위: %, n=1,010)



▶ 제2절 게임 이용 비용, 구입 방식 및 보유 현황

1. 게임 이용(구입) 비용

한 달 동안 게임을 이용하거나 구입하기 위해 평균적으로 지출하는 비용을 조사한 결과, 가장 많이 지출한 게임플랫폼은 '온라인게임' (아이템 구입비 포함) 이고 비용은 5만 320원인 것으로 나타났다. '비디오

게임' 이 3만 7,734원을 기록하여 그 뒤를 이었고, '휴대용게임' (2만 7,979원)과 'PC게임' (2만 7,149원)이 3, 4위를 차지했다. '모바일게임' (7,493원)과 '아케이드게임' (6,968원)의 지출 비용은 1만 원 이하였다. 게임아이템 구입비를 제외하고 순수 플랫폼 이용(구입) 비용만을 놓고 보면, '비디오게임' 이 1위를 기록했다.

표 2-2-01 게임 이용(구입)비용

(단위 : %, n=879)

		온라인게임	온라인게임 아이템구입	모바일게임	PC게임	비디오게임	휴대용게임	아케이드게임
전체		27,548	22,772	7,493	27,149	37,734	27,979	6,968
성	남성	29,066	23,544	8,011	28,002	37,878	27,736	7,740
	여성	24,366	21,357	6,682	23,945	37,178	28,531	5,308
연령	만 9~14세	6,176	7,412	6,522	15,215	22,792	22,435	3,960
	만 15~19세	17,012	10,355	6,487	16,307	30,529	22,294	6,503
	만 20~24세	22,379	23,059	6,613	45,427	47,550	47,442	5,857
	만 25~29세	30,271	26,473	5,361	29,036	37,970	27,163	6,093
	만 30~34세	38,906	29,500	7,388	27,411	48,364	27,061	5,100
	만 35~39세	32,289	32,725	7,418	17,680	28,645	22,218	11,333
	만 40~44세	35,875	17,760	8,298	28,340	28,636	17,088	6,563
만 45~49세	27,976	35,600	29,893	34,233	44,429	36,100	25,500	

표 2-2-02 온라인게임 월 이용비(인터넷 사용료 제외)

(단위 : %, n=879)

구분	이용하지 않음	5천 원 이하	1만 원 이하	1만 5천 원 이하	2만 원 이하	3만 원 이하	4만 원 이하	4만 원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	66.6	8.3	6.8	0.9	5.7	5.1	1.1	5.5	100.0	27,548
남성	64.1	6.5	8.7	0.9	6.1	6.0	1.1	6.7	100.0	29,066
여성	70.8	11.4	3.7	0.9	4.9	3.7	1.2	3.4	100.0	24,366

표 2-2-03 모바일게임 월 다운로드 비용

(단위 : %, n=555)

구분	이용하지 않음	5천 원 이하	1만 원 이하	1만 5천 원 이하	2만 원 이하	3만 원 이하	4만 원 이하	4만 원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	34.4	46.8	10.5	2.3	2.0	1.4	0.5	2.0	100.0	7,493
남성	31.5	48.5	11.1	2.2	1.9	1.5	0.9	2.5	100.0	8,011
여성	38.5	44.6	9.5	2.6	2.2	1.3	0.0	1.3	100.0	6,682

표 2-2-04 PC게임 월 구입비(CD, 패키지)

(단위 : %, n=518)

구분	이용하지 않음	5천 원 이하	1만 원 이하	1만 5천 원 이하	2만 원 이하	3만 원 이하	4만 원 이하	4만 원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	66.0	8.7	6.6	1.9	3.3	6.2	1.2	6.2	100.0	27,149
남성	63.9	9.4	6.5	2.6	3.6	6.2	0.8	7.0	100.0	28,002
여성	72.2	6.8	6.8	0.0	2.3	6.0	2.3	3.8	100.0	23,945

표 2-2-05 비디오게임(PS2등+게임DVD) 구입비

(단위 : %, n=335)

구분	이용하지 않음	5천 원 이하	1만 원 이하	1만 5천 원 이하	2만 원 이하	3만 원 이하	4만 원 이하	4만 원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	53.7	6.9	7.5	0.6	4.2	10.4	3.6	13.1	100.0	37,734
남성	50.4	6.5	7.3	0.8	4.0	11.7	4.0	15.3	100.0	37,878
여성	63.2	8.0	8.0	0.0	4.6	6.9	2.3	6.9	100.0	37,178

표 2-2-06 휴대용게임 월 구입비

(단위 : %, n=456)

구분	이용하지 않음	5천 원 이하	1만 원 이하	1만 5천 원 이하	2만 원 이하	3만 원 이하	4만 원 이하	4만 원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	57.7	10.3	7.9	2.4	4.4	6.6	3.7	7.0	100.0	27,979
남성	52.7	10.2	8.5	3.2	6.4	6.7	4.6	7.8	100.0	27,736
여성	65.9	10.4	6.9	1.2	1.2	6.4	2.3	5.8	100.0	28,531

표 2-2-07 아케이드게임장(오락실) 월 게임비

(단위 : %, n=338)

구분	이용하지 않음	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	31.1	16.0	10.1	13.3	13.6	1.2	8.3	3.6	3.0	100.0	6,968
남성	27.4	19.2	11.0	11.4	13.7	1.4	8.2	4.1	3.7	100.0	7,740
여성	37.8	10.1	8.4	16.8	13.4	0.8	8.4	2.5	1.7	100.0	5,308

2. 온라인게임 결제방식

온라인게임의 결제방식으로 ‘휴대폰 과금’이 23.0%로 가장 높았다(2009년에는 ‘문화상품권’이 33.9%로 1위). 다음으로는 ‘문화상품권’(21.6%), ‘신용카드’(19.9%) 등으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 미성년자인 ‘만 9~14세’와 ‘만 15~19세’는

‘문화상품권’으로 결제하는 경우가 가장 많았다. 다만 ‘만 15~19세’의 경우, ‘휴대폰 과금’과 ‘신용카드’를 사용한다는 응답이 각각 6.8%를 기록했음에 유의할 필요가 있다. 전반적으로 보았을 때, 연령이 낮을수록 ‘문화상품권’의 이용률이 높았고, 연령이 높을수록 ‘신용카드’와 ‘휴대폰 과금’의 이용률이 높게 나타났다.

그림 2-2-21 온라인게임 결제 방식(성별, 1순위)

(단위 : %, n=879)

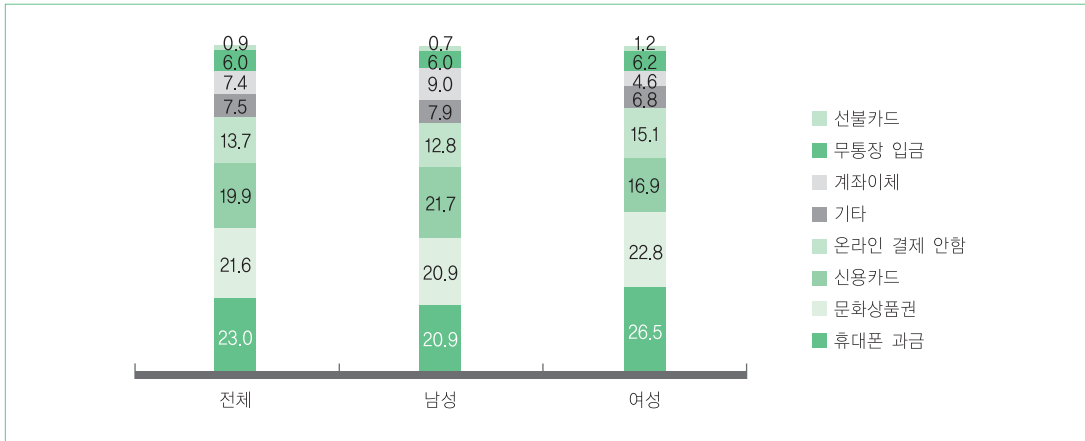
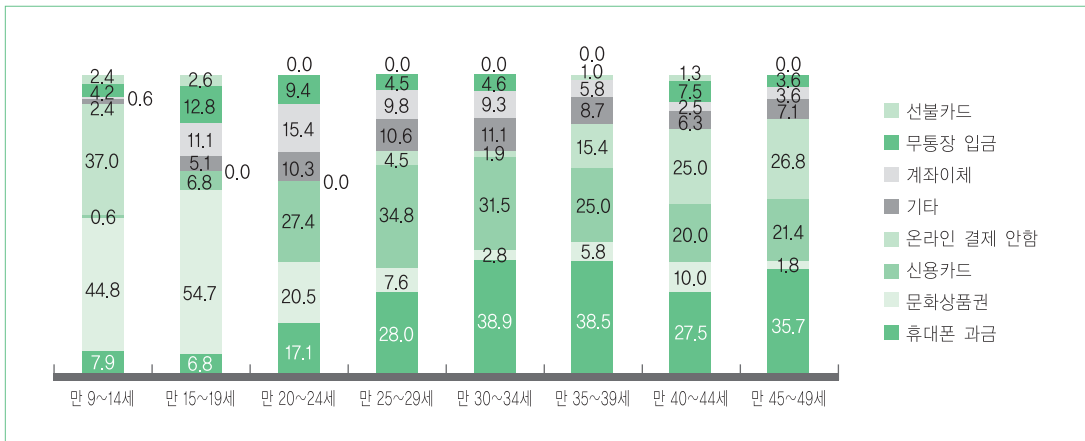


그림 2-2-22 온라인게임 결제 방식(연령별, 1순위)

(단위 : %, n=879)



3. 게임 아이템의 현금 거래 경험

게임 아이템의 현금 거래를 '해본 적 없다'는 응답자가 75.8%로 나타났다. 4명 중 3명은 아이템 현금 거래를 해본 경험이 없는 셈이다. 아이템 현금 거래를 경험했다고 응답한 이용자 중에는 '연 1~2회'가 17.0%로 가장 많았고, '3개월에 1~2회'가 3.5%, '월 1~2회'가 2.7%를 기록했다. 성별로는 남성이, 연령별로는 '만 20~24세'에서 아이템 현금 거래

경험이 상대적으로 높았다.

4. 1회 평균 아이템 현금거래 금액 및 거래 방식

1회 평균 아이템 현금거래 금액은 '1~3만 원 미만'이 31.0%로 가장 많았다. 다음으로 '3~5만 원 미만' (18.7%), '5천 원~1만 원 미만' (18.2%) 등의 순위를

그림 2-2-23 게임 아이템의 현금 거래 경험

(단위 : %, n=772)

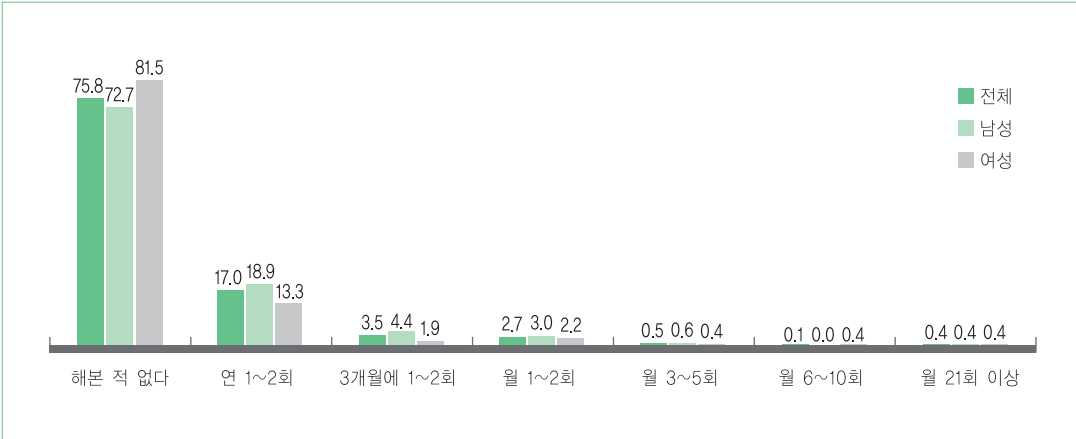


표 2-2-08 게임 아이템의 현금 거래 경험

(단위 : %)

		사레수(명)	해본적 없다	연 1~2회	3개월에 1~2회	월 1~2회	월 3~5회	월 6~10회	월 21회 이상
전체		772	75.8	17.0	3.5	2.7	0.5	0.1	0.4
성	남성	502	72.7	18.9	4.4	3.0	0.6	0.0	0.4
	여성	270	81.5	13.3	1.9	2.2	0.4	0.4	0.4
연령	만 9~14세	107	79.4	15.9	1.9	1.9	0.9	0.0	0.0
	만 15~19세	112	74.1	17.9	4.5	2.7	0.9	0.0	0.0
	만 20~24세	112	62.5	26.8	6.3	3.6	0.9	0.0	0.0
	만 25~29세	128	76.6	18.8	1.6	0.8	0.0	0.8	1.6
	만 30~34세	104	70.2	19.2	5.8	2.9	1.0	0.0	1.0
	만 35~39세	97	76.3	12.4	4.1	7.2	0.0	0.0	0.0
	만 40~44세	63	92.1	6.3	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	만 45~49세	49	89.8	8.2	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0

보였다. 이는 '5천 원 미만'과 '5천 원~1만 원 미만' 이용자의 비율이 1,2위를 차지했던 2009년에 비해 평균 현금 거래 금액이 높아졌음을 의미한다.

남성은 '1~3만 원 미만' (37.2%)이 가장 많은 가운데, '3만원~5만 원 미만' (19.0%)과 '5만 원~10만 원 미만' (13.1%)이 뒤를 이었고, 여성은 '5천 원~1만 원 미만' (38.0%)이 가장 많은 가운데, '3만 원~5만 원 미만' (18.0%), '1~3만 원 미만' (14.0%) 순이었다. 여성에 비해 남성의 아이템 현금 거래 금액이 많다

는 사실을 알 수 있다. 연령별로 살펴보면, 미성년자인 만 19세 이하에서는 3만 원 미만이라는 응답이 50% 이상을 차지한 반면, 20대 게임 이용자들은 아이템 현금 거래 경험이나 거래 금액에서 모두 최고를 기록했다.

그렇다면 아이템 현금 거래 이용자들이 주로 이용하는 거래 방식은 무엇인지 살펴보았다. 그 결과, '아이템 거래 중개 사이트를 통해'라고 대답한 비율이 86.1%를 차지하여, 대부분 이 방식으로 이

그림 2-2-24 1회 평균 아이템 현금 거래 금액

(단위 : %, n=187)



표 2-2-09 1회 평균 아이템 현금 거래 금액

(단위 : %)

		사례수(명)	5천 원 미만	5천 원 ~ 1만 원 미만	1~3만 원 미만	3~5만 원 미만	5~10만 원 미만	10~20만 원 미만	20만 원 이상
전체		187	9.6	18.2	31.0	18.7	12.3	7.5	2.7
성	남성	137	8.8	10.9	37.2	19.0	13.1	9.5	1.5
	여성	50	12.0	38.0	14.0	18.0	10.0	2.0	6.0
연령	만 9~14세	22	31.8	18.2	31.8	13.6	4.5	0.0	0.0
	만 15~19세	29	6.9	13.8	48.3	20.7	10.3	0.0	0.0
	만 20~24세	42	2.4	21.4	40.5	14.3	16.7	4.8	0.0
	만 25~29세	30	3.3	13.3	16.7	26.7	13.3	20.0	6.7
	만 30~34세	31	9.7	16.1	22.6	22.6	12.9	9.7	6.5
	만 35~39세	23	4.3	26.1	26.1	17.4	17.4	8.7	0.0
	만 40~44세	5	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0
만 45~49세	5	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	

그림 2-2-25 게임 아이템의 현금 거래 방식

(단위 : %, n=187)

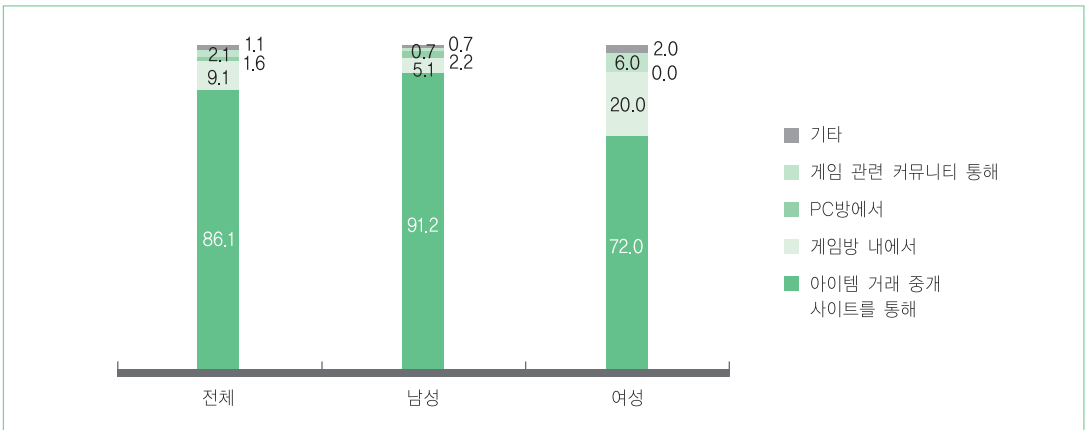


표 2-2-10 게임 아이템의 현금 거래 방식

(단위 : %)

		사례수(명)	아이템 거래 중개 사이트를 통해	게임방 내에서	게임 관련 커뮤니티 통해	PC방에서	기타
전체		187	86.1	9.1	2.1	1.6	1.1
성	남성	137	91.2	5.1	0.7	2.2	0.7
	여성	50	72.0	20.0	6.0	0.0	2.0
연령	만 9~14세	22	77.3	22.7	0.0	0.0	0.0
	만 15~19세	29	89.7	6.9	0.0	0.0	3.4
	만 20~24세	42	90.5	2.4	4.8	2.4	0.0
	만 25~29세	30	90.0	6.7	0.0	0.0	3.3
	만 30~34세	31	90.3	6.5	0.0	3.2	0.0
	만 35~39세	23	82.6	13.0	4.3	0.0	0.0
	만 40~44세	5	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	만 45~49세	5	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0

그림 2-2-26 아이템 현금 거래에 대한 견해

(단위 : %, n=772)

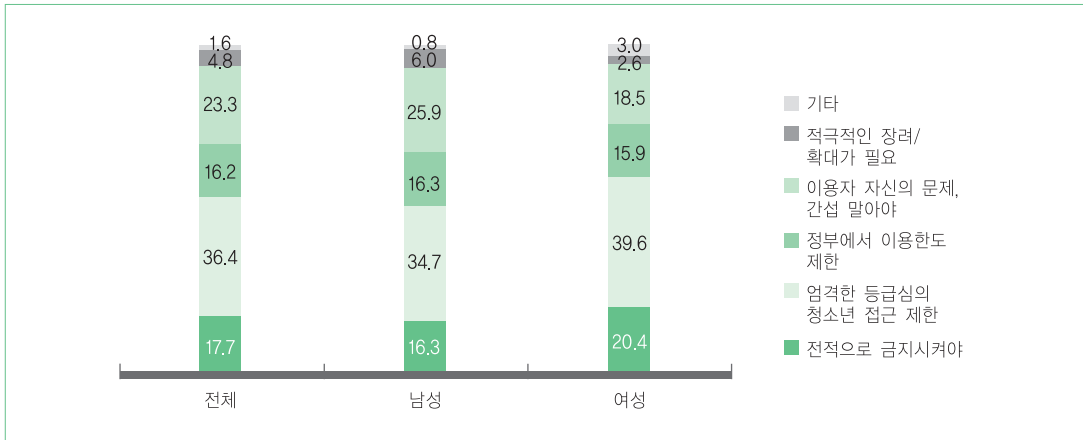


표 2-2-11 아이템 현금 거래에 대한 견해

(단위 : %)

		사례수(명)	엄격한 등급 심의 청소년 접근 제한	이용자 자신의 문제, 간섭 말아야	전적으로 금지 시켜야	정부에서 이용 한도 제한	적극적인 장려/확대가 필요	기타
전체		772	36.4	23.3	17.7	16.2	4.8	1.6
성	남성	502	34.7	25.9	16.3	16.3	6.0	0.8
	여성	270	39.6	18.5	20.4	15.9	2.6	3.0
연령	만 9~14세	107	29.9	26.2	22.4	15.9	3.7	1.9
	만 15~19세	112	23.2	33.0	8.9	19.6	12.5	2.7
	만 20~24세	112	37.5	25.9	8.9	18.8	7.1	1.8
	만 25~29세	128	39.1	25.8	10.2	20.3	3.1	1.6
	만 30~34세	104	42.3	24.0	18.3	10.6	2.9	1.9
	만 35~39세	97	41.2	16.5	23.7	14.4	3.1	1.0
	만 40~44세	63	41.3	11.1	38.1	9.5	0.0	0.0
	만 45~49세	49	42.9	10.2	28.6	16.3	2.0	0.0

루어지고 있음을 확인할 수 있다. 이는 2009년 조사결과(64.2%)보다 20% 이상 증가한 수치다. 그 다음으로는 ‘게임방 내에서’가 9.1%를 차지했다. 여성보다 남성이 아이템 거래 중개 사이트를 많이 이용했고, 만 20~34세의 게임 이용자 중에는 90% 이상이 아이템 거래 중개 사이트를 이용한 것으로 밝혀졌다.

로 가장 높았다. 다음으로 ‘이용자 자신의 문제로 간섭하지 말아야’(23.3%), ‘전적으로 금지시켜야’(17.7%) 등이 높게 나타났다. 2009년에 ‘엄격한 등급심으로 청소년 접근 제한’이 25.5%, ‘이용자 자신의 문제로 간섭 말아야’가 22.7%를 기록한 것과 비교해 볼 때, 자율적 방식보다는 타율적 규제를 선호하는 방향으로 전환되었음을 알 수 있다.

5. 아이템 현금 거래에 대한 견해

아이템 현금거래에 대해서는 ‘엄격한 등급심으로 청소년 접근 제한’을 선택한 응답자들이 36.4%

6. 게임 이용 횟수

플랫폼별로 게임 이용 횟수를 살펴보았다. 먼저 아케이드게임장의 경우, 한 달 평균 이용 횟수는

그림 2-2-27 한 달 평균 아케이드게임장 이용 횟수

(단위 : 회, n=338)

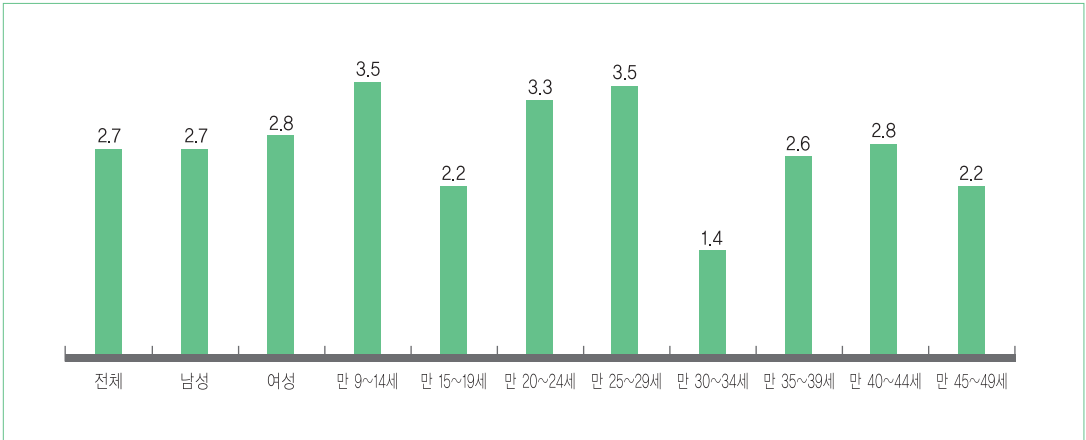


표 2-2-12 1년 동안 이용한 온라인게임 개수

(단위 : %, n=879)

구분	구분	이용하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	잘모름	계	이용자 평균 (개)
국산	전체	4.8	54.6	23.5	10.2	1.7	3.2	1.7	0.2	100.0	3.0
	남성	4.9	54.9	23.1	10.3	1.4	3.2	2.0	0.2	100.0	3.1
	여성	4.6	54.2	24.3	10.2	2.2	3.1	1.2	0.3	100.0	2.8
외산	전체	55.6	36.2	3.9	2.5	0.3	0.9	0.5	0.1	100.0	2.2
	남성	48.4	42.4	4.2	3.2	0.4	0.7	0.7	0.0	100.0	2.2
	여성	68.0	25.5	3.4	1.2	0.3	1.2	0.0	0.3	100.0	2.0

표 2-2-13 1년 동안 이용한 모바일게임 개수

(단위 : %, n=555)

구분	구분	이용하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국산	전체	2.7	55.7	18.4	11.4	1.8	5.2	4.9	100.0	3.6
	남성	2.5	55.9	15.4	13.0	1.9	6.2	5.2	100.0	3.8
	여성	3.0	55.4	22.5	9.1	1.7	3.9	4.3	100.0	3.3
외산	전체	80.7	13.0	3.4	0.7	0.5	1.1	0.5	100.0	3.1
	남성	80.2	12.7	3.4	0.9	0.9	1.5	0.3	100.0	3.0
	여성	81.4	13.4	3.5	0.4	0.0	0.4	0.9	100.0	3.3

표 2-2-14 1년 동안 이용한 PC게임 개수

(단위 : %, n=518)

구분	구분	이용하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국산	전체	49.2	33.6	9.5	4.8	0.8	1.2	1.0	100.0	2.7
	남성	51.9	32.2	8.8	3.9	0.5	1.3	1.3	100.0	2.8
	여성	41.4	37.6	11.3	7.5	1.5	0.8	0.0	100.0	2.4
외산	전체	34.2	44.8	11.4	4.2	1.5	1.2	2.7	100.0	3.3
	남성	27.8	49.4	11.9	4.9	1.6	1.3	3.1	100.0	3.3
	여성	52.6	31.6	9.8	2.3	1.5	0.8	1.5	100.0	3.4

표 2-2-15 1년 동안 이용한 비디오게임 개수

(단위 : %, n=335)

구분	구분	이용하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국산	전체	63.9	26.6	4.2	2.4	0.3	0.6	2.1	100.0	2.7
	남성	65.3	25.0	4.4	2.4	0.0	0.0	2.8	100.0	2.8
	여성	59.8	31.0	3.4	2.3	1.1	2.3	0.0	100.0	2.2
외산	전체	38.5	33.7	10.1	6.9	2.1	3.6	5.1	100.0	4.5
	남성	37.5	32.7	11.3	8.5	1.2	3.2	5.6	100.0	4.9
	여성	41.4	36.8	6.9	2.3	4.6	4.6	3.4	100.0	3.5

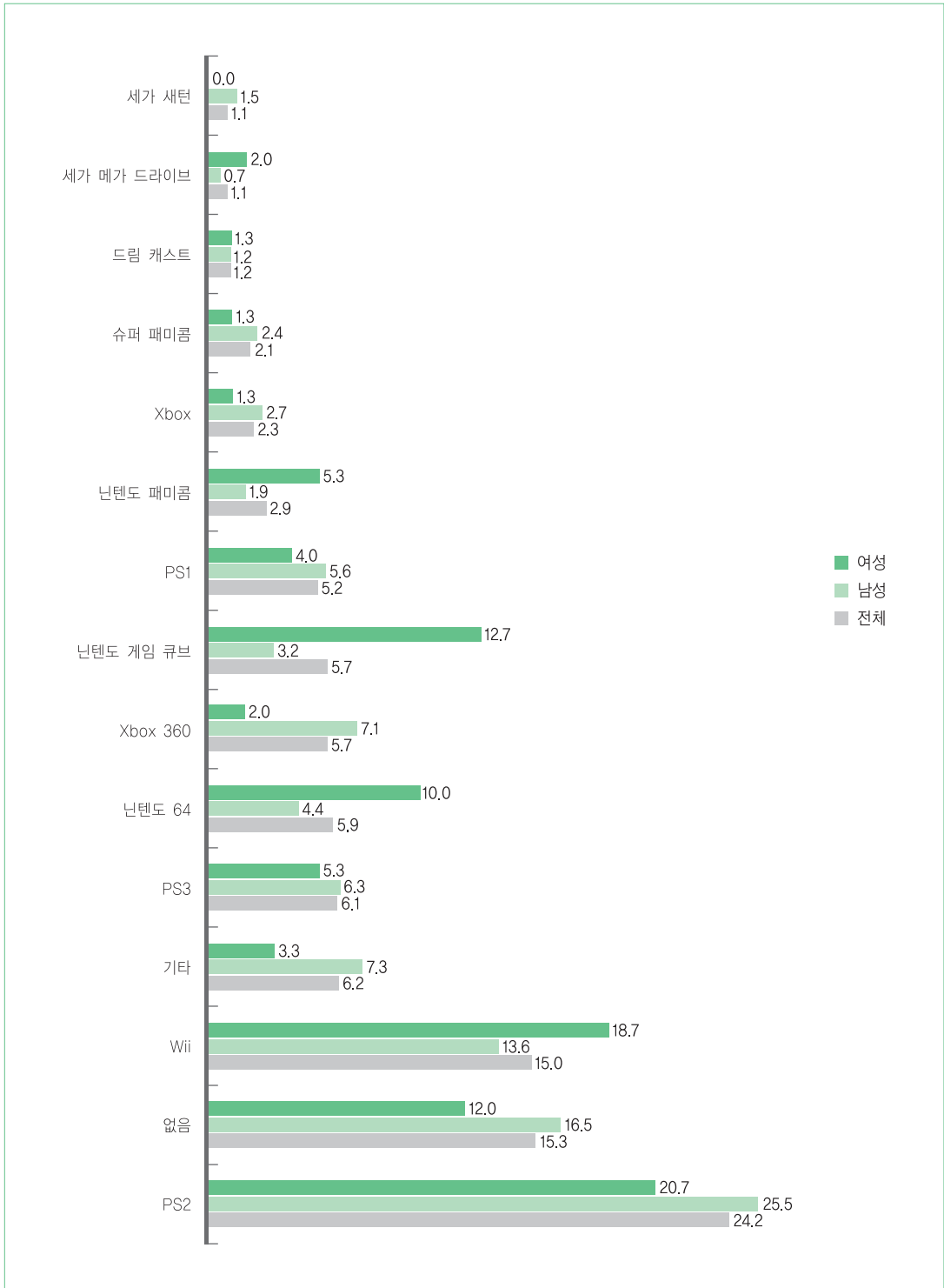
표 2-2-16 1년 동안 이용한 휴대용게임 개수

(단위 : %, n=456)

구분	구분	이용하지 않음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상	잘 모름	계	이용자 평균 (개)
국산	전체	38.4	40.8	11.6	4.4	0.2	2.0	2.4	0.2	100.0	3.7
	남성	39.6	41.7	9.9	4.2	0.0	1.4	2.8	0.4	100.0	4.1
	여성	36.4	39.3	14.5	4.6	0.6	2.9	1.7	0.0	100.0	3.0
외산	전체	46.9	25.9	9.4	6.8	1.1	4.6	5.0	0.2	100.0	5.5
	남성	41.7	27.2	11.0	8.1	1.1	4.6	6.0	0.4	100.0	5.8
	여성	55.5	23.7	6.9	4.6	1.2	4.6	3.5	0.0	100.0	4.9

그림 2-2-28 현재 보유하고 있는 비디오게임기(복수응답)

(단위 : %, n=335)



2.7회를 기록하여, 2009년 1.8회보다 상승했음을 알 수 있다. 만 9~14세와 만 25~29세의 이용자들이 가장 많이 이용한 것으로 나타났다.

2009년 한 해 동안 이용한 국산 온라인게임 개수는 전체 평균 3.0개(남성 3.1개, 여성 2.8개)였고, 해외 온라인게임 개수는 전체 평균 2.2개(남성은 2.2개, 여성은 2.0개)였다. 모바일게임 개수의 경우, 국산 게임은 3.6개, 외산 게임은 3.1개를 각각 이용한 것으로 조사되었다.

이에 비해, PC게임, 비디오게임, 휴대용게임은 국산 게임보다 외산 게임을 더 많이 이용한 것으로 나타났다. 먼저 PC게임은 국산 게임 2.7개, 외산 게임 3.3개를 각각 이용했고, 비디오게임은 국산 게임이 2.7개, 외산 게임이 4.5개를 기록했다. 그리고 휴대용게임은 국산 게임이 3.7개, 외산 게임이 5.5개였다.

7. 현재 보유하고 있는 비디오게임기

현재 보유하고 있는 비디오게임기를 조사해 본 결과, '플레이스테이션2'가 24.2%로 가장 많고, 다음으

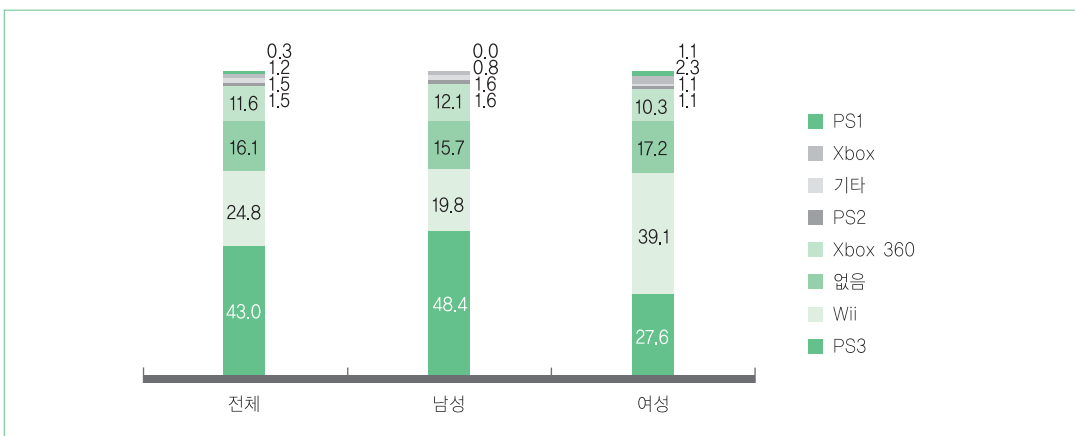
로 'Wii' (15.0%), '기타' (6.2%), '플레이스테이션3' (6.1%), '닌텐도64' (5.9%) 등의 순으로 나타났다. 반면 '없다'는 응답은 15.3%로 나타났다. 남성 이용자 중에서는 25.5%가, 여성 이용자 중에서는 20.7%가 각각 보유하고 있는 것으로 확인되었다. 남성이 '플레이스테이션2'에 집중되어 있는 반면, 여성은 '플레이스테이션2'와 'Wii', '닌텐도 게임큐브' 등 보유하고 있는 비디오게임기의 기종이 다양했다.

8. 향후 구입하고 싶은 비디오게임기

향후 구입하고 싶은 비디오게임기 1순위는 2009년(37.1%)과 마찬가지로 '플레이스테이션3' (43.0%)가 차지했다. 다음으로 'Wii' (24.8%), 'Xbox 360' (11.6%) 등으로 나타났다. 반면 '없다'는 응답은 16.1%로 나타났다. 남성은 '플레이스테이션3' 48.4%, 'Wii' 19.8%, 'Xbox 360' 12.1% 순인데 비해, 여성은 'Wii' 39.1%, '플레이스테이션3' 27.6%, 'Xbox 360' 10.3% 순이었다. 남성은 '플레이스테이션3'을, 여성은 'Wii'를 가장 선호하고 있음을 알 수 있다.

그림 2-2-29 향후 구입하고 싶은 비디오게임기(1순위)

(단위 : %, n=335)



9. 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율

비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율을 알아본 결과, '비디오게임을 이용하지만 네트워크에 접속해서 하지는 않는다.'는 응답이 전체의 43.0%로 아직은 가장 많은 비중을 차지했다. 다음으로

'10% 미만'이 32.2%로 2위를 차지했다. 참고로 2009년 조사에서서는 '비디오게임을 이용하지 않는다'는 응답이 21.4%였지만, 이번 조사에서는 0.3%를 기록하여, 비디오게임의 대중화가 상당히 이루어졌음을 알 수 있다.

그림 2-2-30 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율

(단위 : %, n=335)

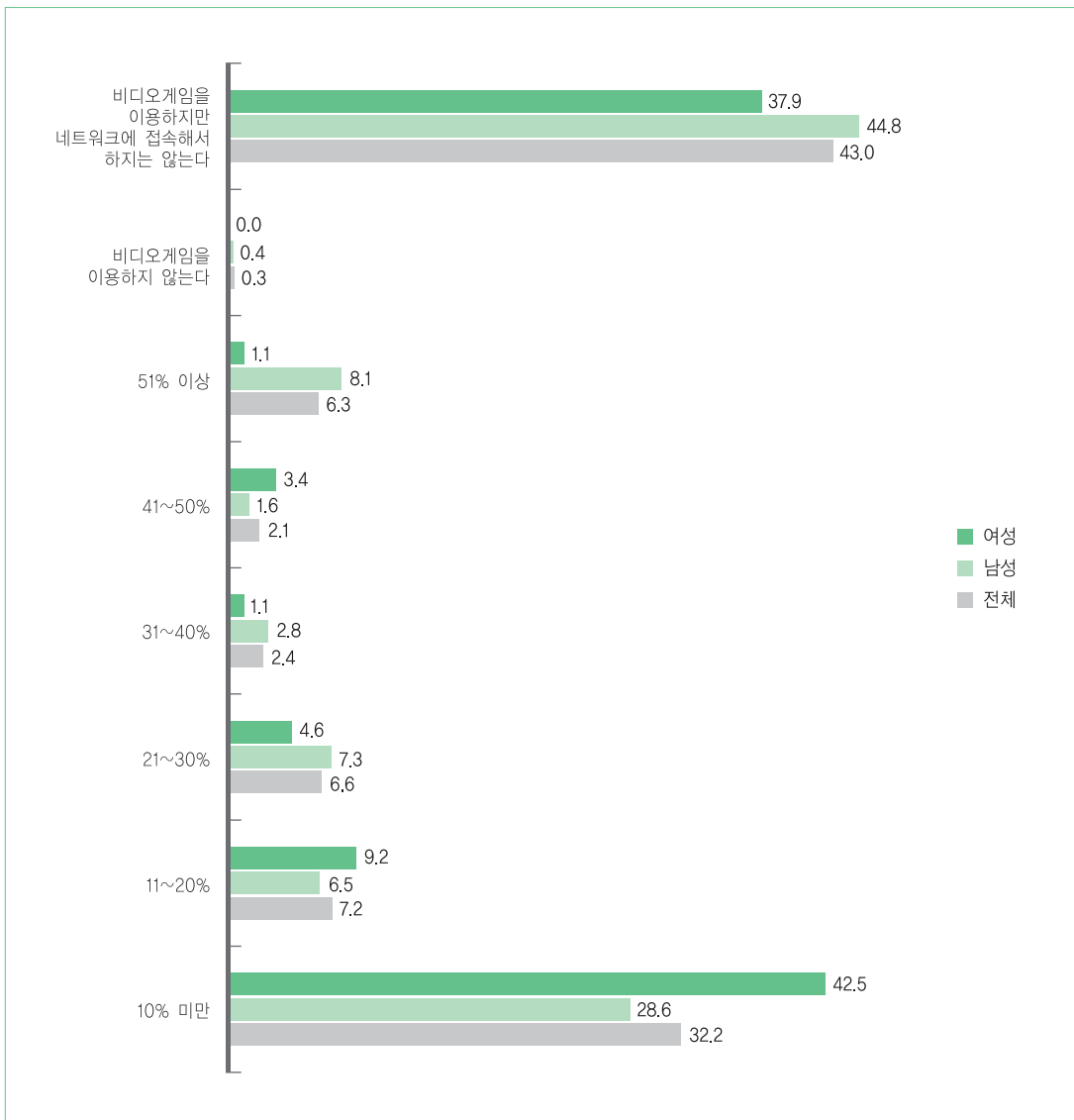
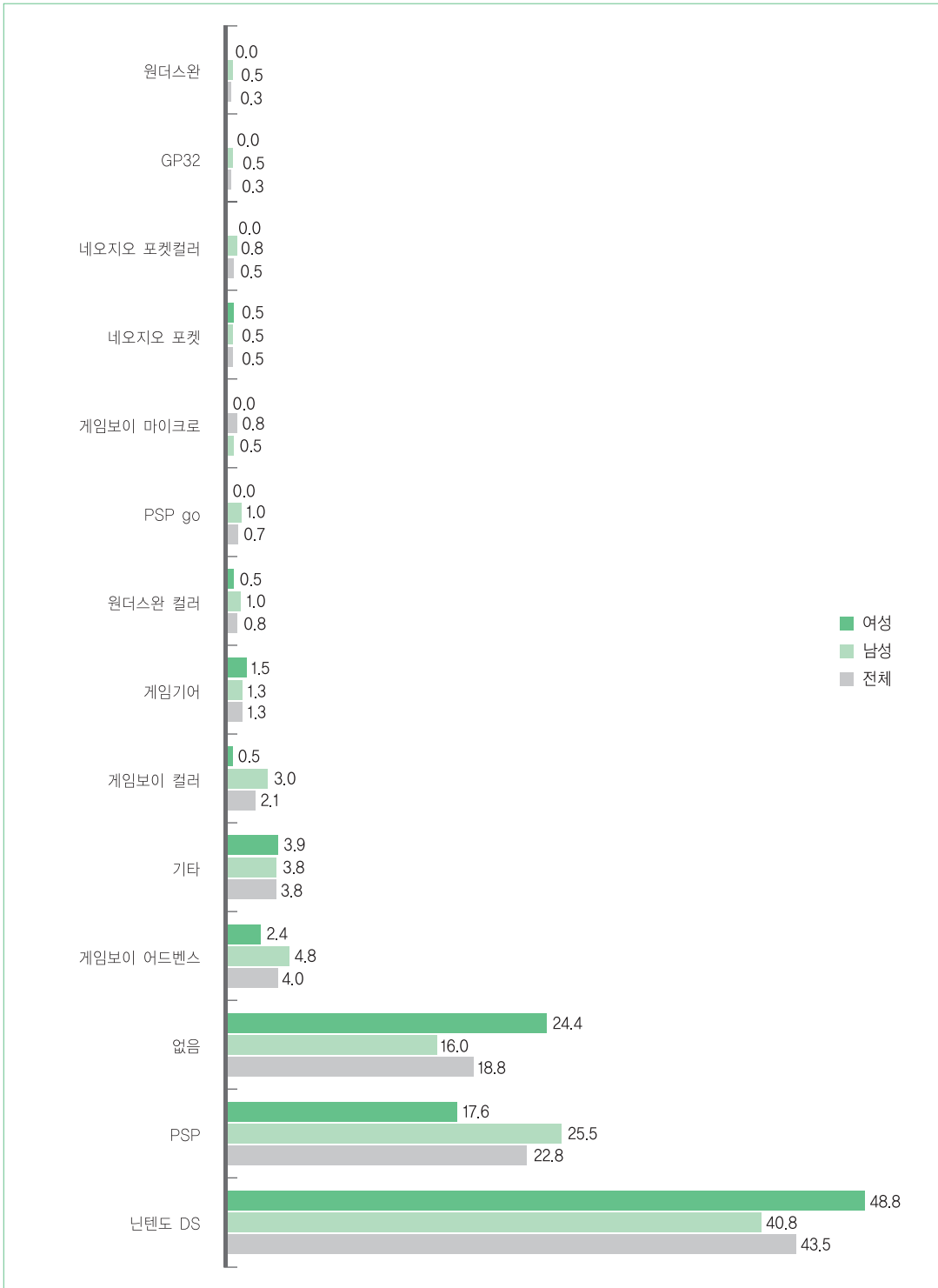


그림 2-2-31 현재 보유하고 있는 휴대용게임기

(단위 : %, n=456)



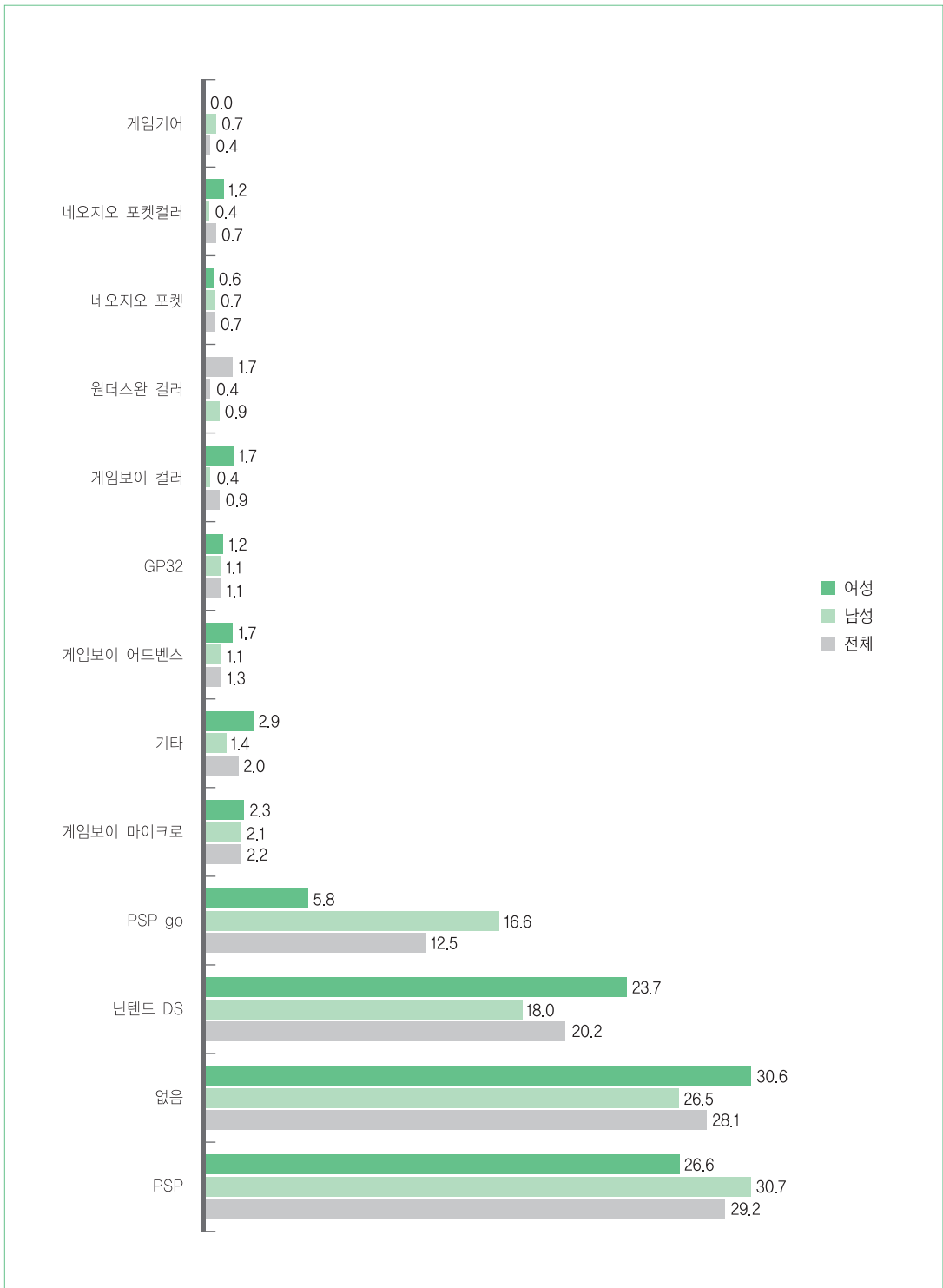
제1장 - 일반 동향

제2장 - 플랫폼별 이용 현황

제3장 - 이용형태별 동향

그림 2-2-32 향후 구입하고 싶은 휴대용게임기(성별, 1순위)

(단위 : %, n=456)



10. 현재 보유/향후 구입 휴대용게임기

현재 보유한 휴대용게임기로는 '닌텐도DS'가 43.5%로 가장 많았으며, 'PSP'가 22.8%로 그 뒤를 이었다. '없다'는 응답은 18.8%였고, 전반적으로 2009년과 비교하여, 순위에 큰 변동은 없었다.

향후 구입하기를 희망하는 게임기를 조사한 결과, 2009년(44.4%)보다는 비중이 감소했지만 여전

히 'PSP'가 29.2%로 1순위를 차지했다. 그 뒤를 이어, '닌텐도DS' (20.2%), 'PSP go' (12.5%) 등이 선택되었고, '없다'는 응답도 28.1%를 기록했다. 남성의 30.7%, 여성의 26.6%가 'PSP'를 가장 구입하고 싶은 휴대용게임기로 선정한 가운데, 여성 이용자들은 '닌텐도 DS' (23.7%)에 대해서도 구매를 희망했다.

한국 '온라인게임', 일본 '휴대용게임' 최고 인기 확인

- <2010 한·일 게이미용자 조사보고서>, 한국과 일본에서 동시 발간 -
한국콘텐츠진흥원과 일본 CESA(사단법인 컴퓨터엔터테인먼트협회)가 2004년부터 매년 진행해 온 <한·일 게이미용자 조사보고서>가 4월 27일 양국 공동으로 발간되었다. 한국콘텐츠진흥원과 일본 CESA는 게임백서 정보교환 및 상호협력 등을 위해 지난 2002년 MOU를 체결한 바 있다.

이번에 발간된 <2010년 한·일 게이미용자 조사보고서>는 지역, 성, 연령별 비례할당추출법에 의해 표집된 한국의 일반국민 1,700명과 일본의 일반국민 1,103명을 대상으로 다양한 설문조사가 이루어졌다.

이번 보고서에서 한·일 게이미용의 특성을 비교한 결과, 한국은 '온라인게임'을, 일본은 '휴대용게임'을 가장 선호하고 있음을 확인할 수 있었다. 주로 이용하는 게임 장르의 경우, 한국은 응답자의 72.9%가 '온라인게임'을 선택했고 그 다음으로는 'PC게임' (8.8%)과 '모바일게임' (8.4%)을 이용한다는 응답이 많았다. 반면 일본은 닌텐도DS나 PSP 등을 이용하는 '휴대용게임'이 39.0%로 1위를 차지한 가운데 비디오게임(25.5%)과 모바일게임(12.9%)이 뒤를 이었다.

전체 응답자 중 현재 게임을 이용하고 있는 비율을 살펴본 결과, 한국은 53.9%, 일본은 44.4%를 기록하여 한국이 10%포인트 가량 높은 것으로 나타났다. 현재 게임을 이용하고 있는 응답자의 성별 비율은 한국이 남성 68.1%, 여성 13.5%인 반면, 일본은 남성 50.1%, 여성 39.1%로 나타나, 전반적으로 남성의 게임 이용비율이 높은 가운데 일본의 경우 여성들의 게이미용률이 비교적 높음을 확인할 수 있었다.

주요 게임 플랫폼별 이용특성 비교분석한 결과, 먼저 온라인게임의 경우, 한국에서는 게이미용자 중 70% 이상이 이용하는 최고 인기 게임 플랫폼이지만, 일본에서는 온라인게임에 대한 기본적인 인지도에서 37.3%가 알지 못한다고 응답했고 84.8%는 지금까지 한 번도 온라인 게임을 한 적이 없다고 대답하여 한일 양국 간 뚜렷한 차이를 보였다.

콘솔게임으로도 불리는 비디오게임은 일본에서 큰 인기를 끌고 있는 반면, 한국에서는 아직 많이 확산되지 않은 장르라고 할 수 있다. 이를 입증하듯이, 한국에서는 비디오게임 이용자 중에서 콘솔이나 게임 DVD를 구입하지 않은 사람의 비율이 53.7%나 된 반면, 일본은 전체 응답자 중 비디오게임을 이용했거나 하고 있는 사람이 58.2%였고, 가정용 콘솔을 보유하고 있는 비율도 75.2%를 기록했다.

현재 보유 중인 비디오게임기의 경우, 한국은 '플레이스테이션2' (40.6%)와 'Wi' (25.1%)가 다수를 차지하고 있는 반면, 일본은 '닌텐도 DS/DSLite' (51.9%)가 1위를 했고 그 뒤를 '플레이스테이션2' (36.4%)와 'Wi' (36.1%)가 이었다. 향후 구입하고 싶은 비디오게임의 경우, 한국은 '플레이스테이션3' (43.0%), 'Wi' (24.8%), 'Xbox 360' (18.6%)의 순이었고, 일본은 'Wi' (23.0%), '플레이스테이션3' (11.5%), '닌텐도 DS/DSLite' (9.3%)의 순이었다.

▶ 제3절 게임에 대한 견해

1. 게임 이용에 대한 가족이나 친구의 반응

게임 이용자들은 본인의 게임 이용에 대해 가족이나 친구들이 어떤 반응이나 의견을 보이는지 확인해보았다. 그 결과, '별다른 간섭을 하지 않는 편이다'는 응답이 60.2%로 가장 많았고, '게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다'가 28.1%로 그 뒤를 이었다. '별다른 간섭을 하지 않는 편이다'라는 응답 비중은 여성이 높은 반면, '게임시간을 줄이라는 충고를 더 많이 듣는다'는 응답 비중은 남성이 많았다. 연령대 별로는 만 20세 이하의 게임 이용자들의 40% 이상이 '게임시간을 줄이라는 충고를 더 많이 듣는다'고 대답했다.

2. 게임을 선택하는 이유

게임을 선택할 때 중요하게 고려하는 요소로 '좋아하는 장르'를 선택한 응답자가 전체의 57.3%로 나타나, 가장 중요한 요소임을 입증했다. 다음으로 '게임을 해본 사람들의 추천'(15.1%), '좋아하는 내용'(13.7%) 등이 선택되었다. '좋아하는 장르로 선택한다'고 대답한 남성(62.7%)이 여성(48.7%)보다 많은 반면, '게임해 본 사람들의 추천'이라고 응답한 남성(12.8%)보다 여성(18.9%)이 많은 것으로 나타났다. 남성에 비해 여성이 타인의 평가를 토대로 게임을 선택하는 경향이 강함을 알 수 있다. 연령별로는 대부분의 연령에서 '좋아하는 장르'로 게임을 선택한다는 대답이 50% 이상을 차지하며 1위를 차지했다.

그림 2-2-33 게임 이용에 대한 가족이나 친구의 반응

(단위 %, n=1,010)

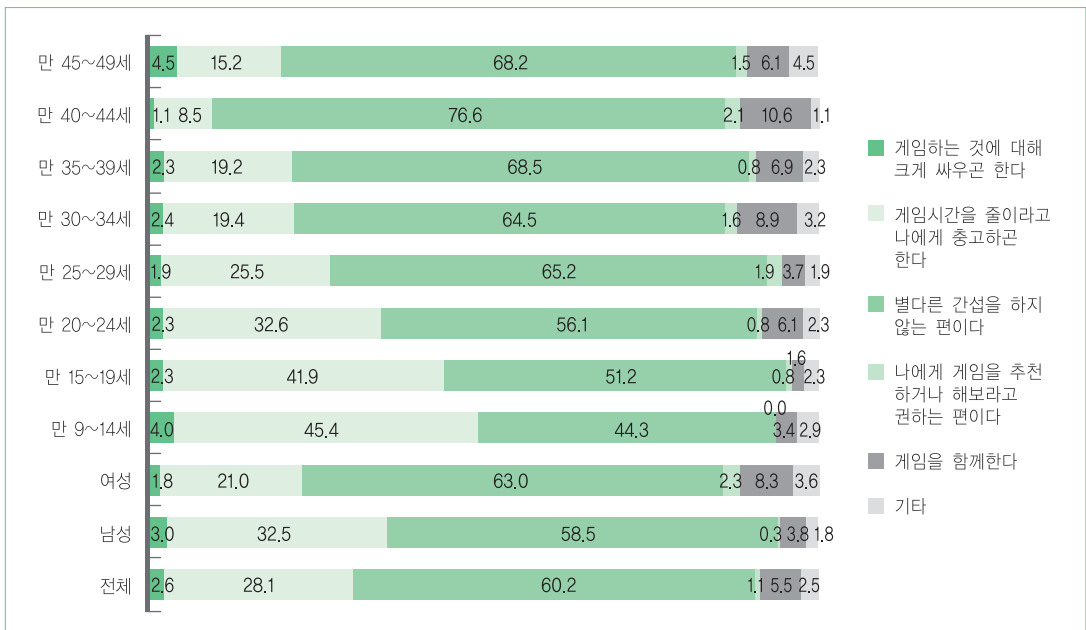


그림 2-2-34 게임을 선택하는 이유(성별)

(단위: %, n=1,010)

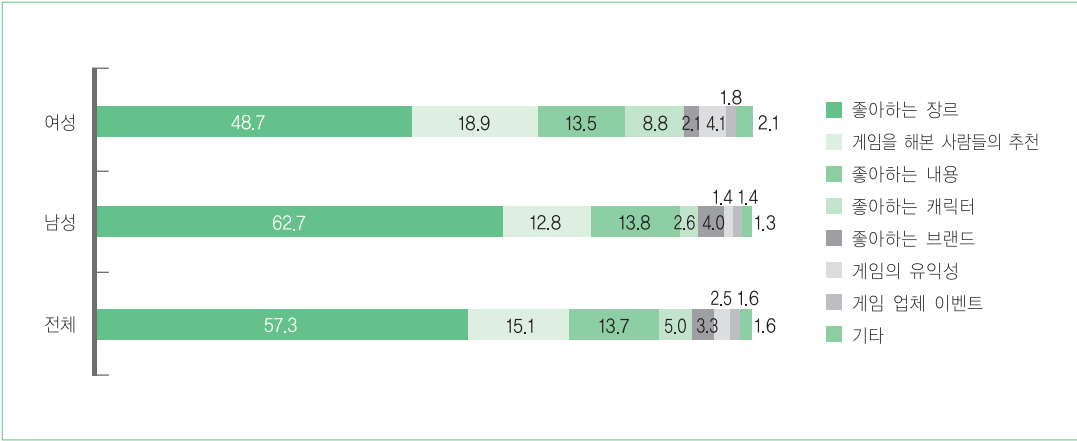
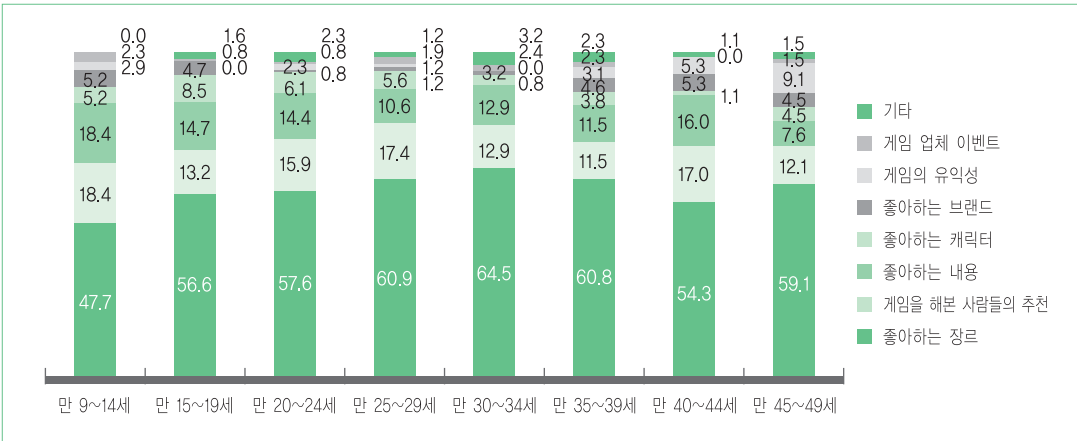


그림 2-2-35 게임을 선택하는 이유(연령별)

(단위: %, n=1,010)



3. 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

게임을 하면서 가장 관심 있게 보는 부분은 남성과 여성 이용자 모두 '스토리' (34.1%)인 것으로 조사되었다. 그 다음으로 남성은 'CG 그래픽' (24.5%)과 '기획' (18.1%)을 선택한 반면, 여성은 '기획' (20.2%)과 'CG 그래픽' (19.7%)을 선택하여 다소 차이를 드러냈다. 연령별로도 '스토리'를 가장 관심 있게 보는 가운데, 'CG 그래픽'과 '스토리'가

2, 3위를 번갈아 차지했다.

4. 게임 이용 시 불만사항

게임을 이용할 때 느끼는 불만사항으로는 '가격이 너무 비싸다'는 의견이 19.1%로 가장 많았다. 2009년 조사 결과(21.3%)와 비교해서 다소 감소한 수치지만, 게임 이용자들은 게임을 이용하거나 구

그림 2-2-36 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

(단위 %, n=1,010)

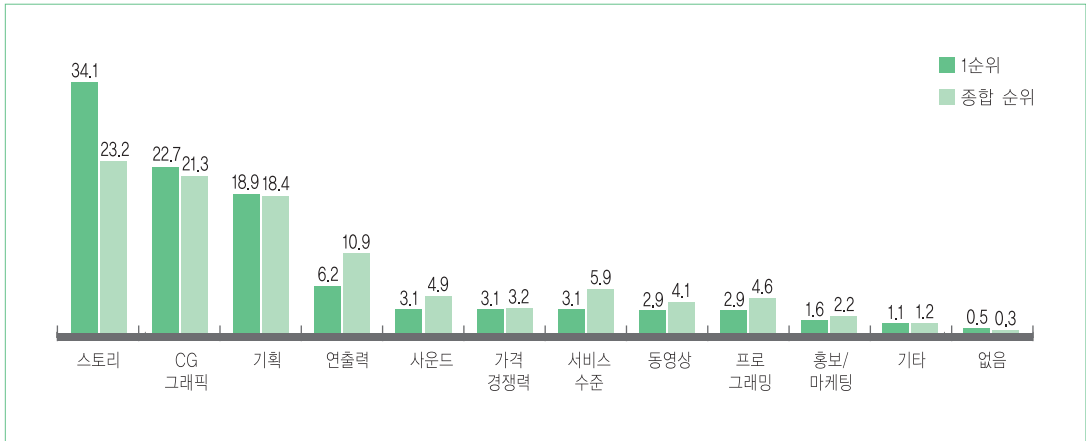


표 2-1-17 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소(1순위)

(단위 %)

	사례수 (명)	스토리	CG 그래픽	기획	연출력	사운드	가격 경쟁력	서비스 수준	동영상	프로 그래밍	홍보/ 마케팅	기타	없음	
전체	1,010	34.1	22.7	18.9	6.2	3.1	3.1	3.1	2.9	2.9	1.6	1.1	0.5	
성	남성	624	35.1	24.5	18.1	5.4	2.2	2.2	3.5	2.4	3.0	1.8	1.1	0.5
	여성	386	32.4	19.7	20.2	7.5	4.4	4.4	2.3	3.6	2.6	1.3	1.0	0.5
연령	만 9~14세	174	45.4	17.2	12.1	3.4	3.4	2.3	2.3	4.0	4.6	3.4	0.6	1.1
	만 15~19세	129	31.0	28.7	20.9	7.8	1.6	1.6	2.3	1.6	0.8	0.8	3.1	0.0
	만 20~24세	132	29.5	27.3	19.7	6.8	3.8	3.8	1.5	1.5	3.0	1.5	1.5	0.0
	만 25~29세	161	32.3	24.8	17.4	11.8	1.9	2.5	3.1	3.1	1.2	1.2	0.6	0.0
	만 30~34세	124	28.2	20.2	21.8	5.6	1.6	7.3	4.8	4.0	3.2	1.6	1.6	0.0
	만 35~39세	130	32.3	24.6	20.8	4.6	3.1	3.1	3.1	3.8	3.1	0.0	0.8	0.8
	만 40~44세	94	35.1	18.1	21.3	5.3	4.3	3.2	4.3	1.1	3.2	2.1	0.0	2.1
	만 45~49세	66	36.4	18.2	22.7	1.5	7.6	0.0	4.5	3.0	4.5	1.5	0.0	0.0

입할 때 가격 문제에 가장 큰 불만을 느끼고 있음을 확인할 수 있다. 그 다음으로는 '컴퓨터 요구 사양이 너무 높다' (18.1%), '버그문제' (15.6%), '시나리오/아이디어가 떨어진다' (11.4%) 등이 뒤를 이었다. 이는 2009년과 비교해서 크게 달라진 점이 없는 조사 결과였다.

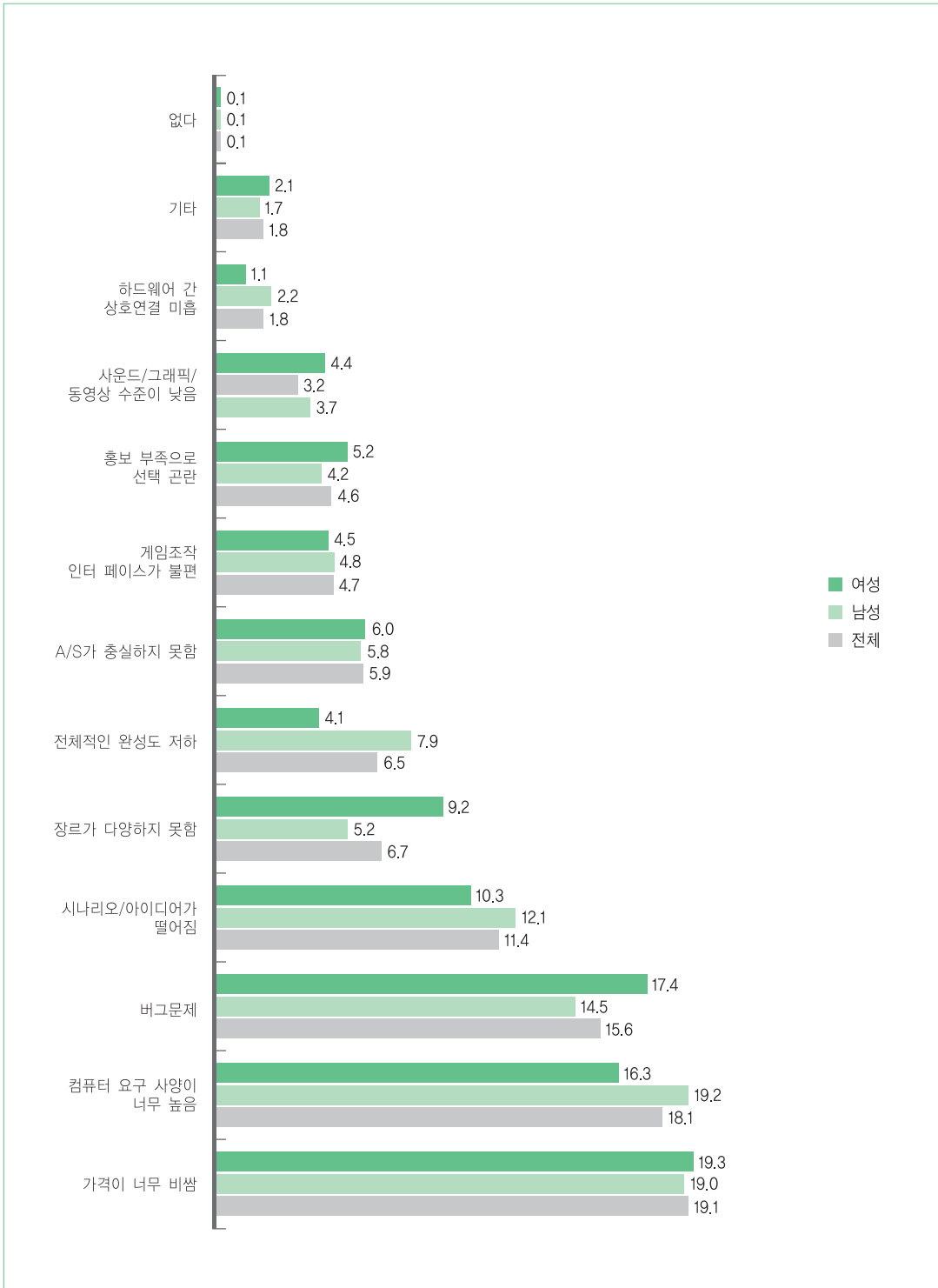
남성의 경우, '컴퓨터 요구 사양이 너무 높음' (19.2%), '가격이 너무 비쌌' (19.0%), '버그문제' (14.5%), '시나리오/아이디어가 떨어짐' (12.1%) 순 이었고, 여성은 '가격이 너무 비쌌' (19.3%), '버그

문제' (17.4%), '컴퓨터 요구 사양이 너무 높음' (16.3%), '시나리오/아이디어가 떨어짐' (10.3%)의 순이었다.

이번에는 각 연령대 별로 전체 평균과 비교했을 때 불만사항이 어떻게 다르게 나타났는지 구체적으로 살펴보았다. 먼저 만 9~14세의 경우에는 '사운드/그래픽/동영상 수준' 과 '버그문제' 에 대한 불만이 다른 연령대에 비해 큰 반면, '전체적인 완성도' 와 'A/S' 에 대해서는 불만이 적었다. 만 15~19세의 게임 이용자들은 '컴퓨터 요구 사양이 너무 높음'

그림 2-2-37 게임 이용 시 불만사항(성별)

(단위: %, n=1,010)



제1장 - 일반 동향

제2장 - 플랫폼별 이용 현황

제3장 - 이용형태별 동향

그림 2-2-38 게임 이용 시 불만사항(만 9~14세)

(단위 %, n=1,010)

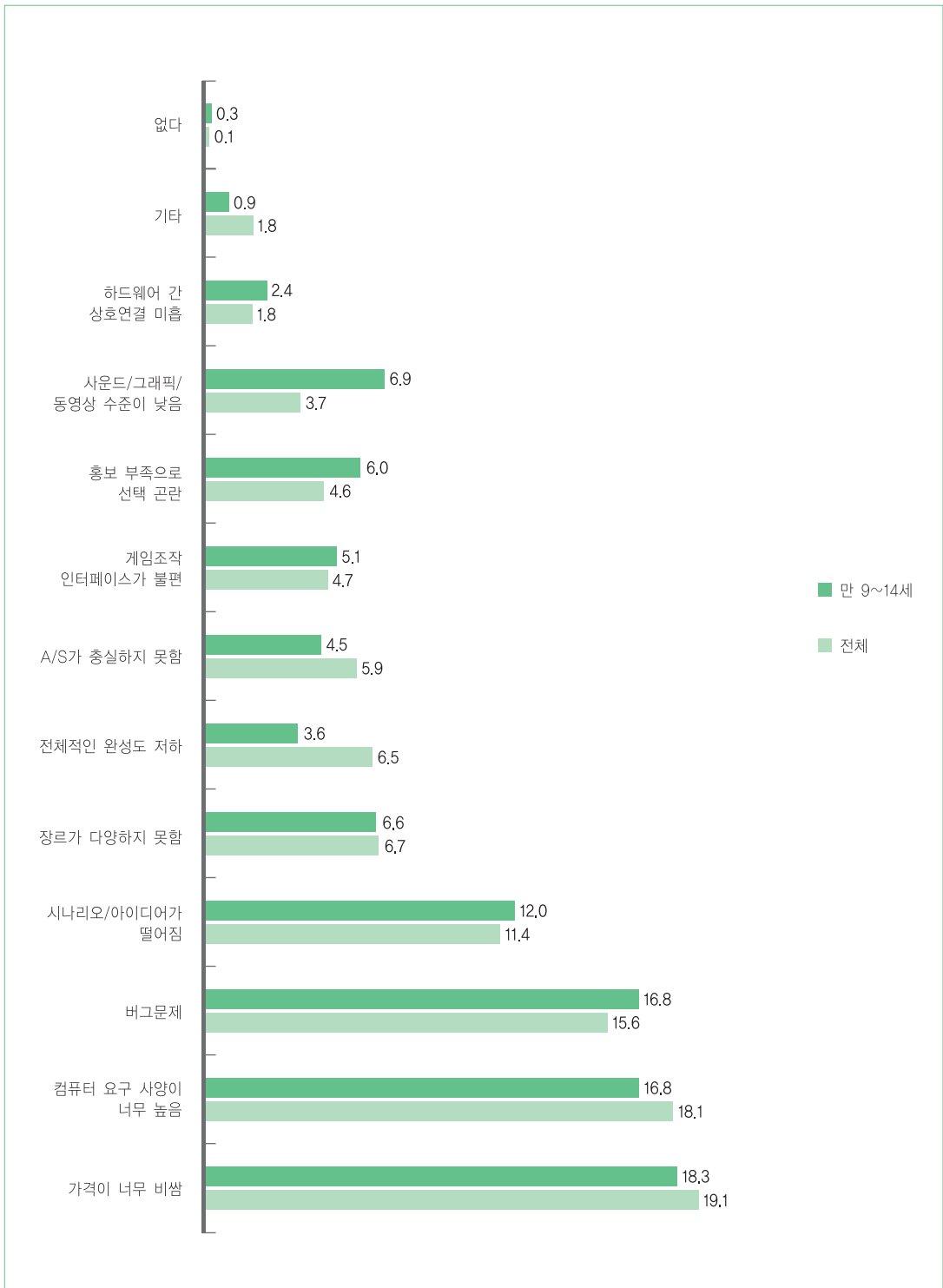
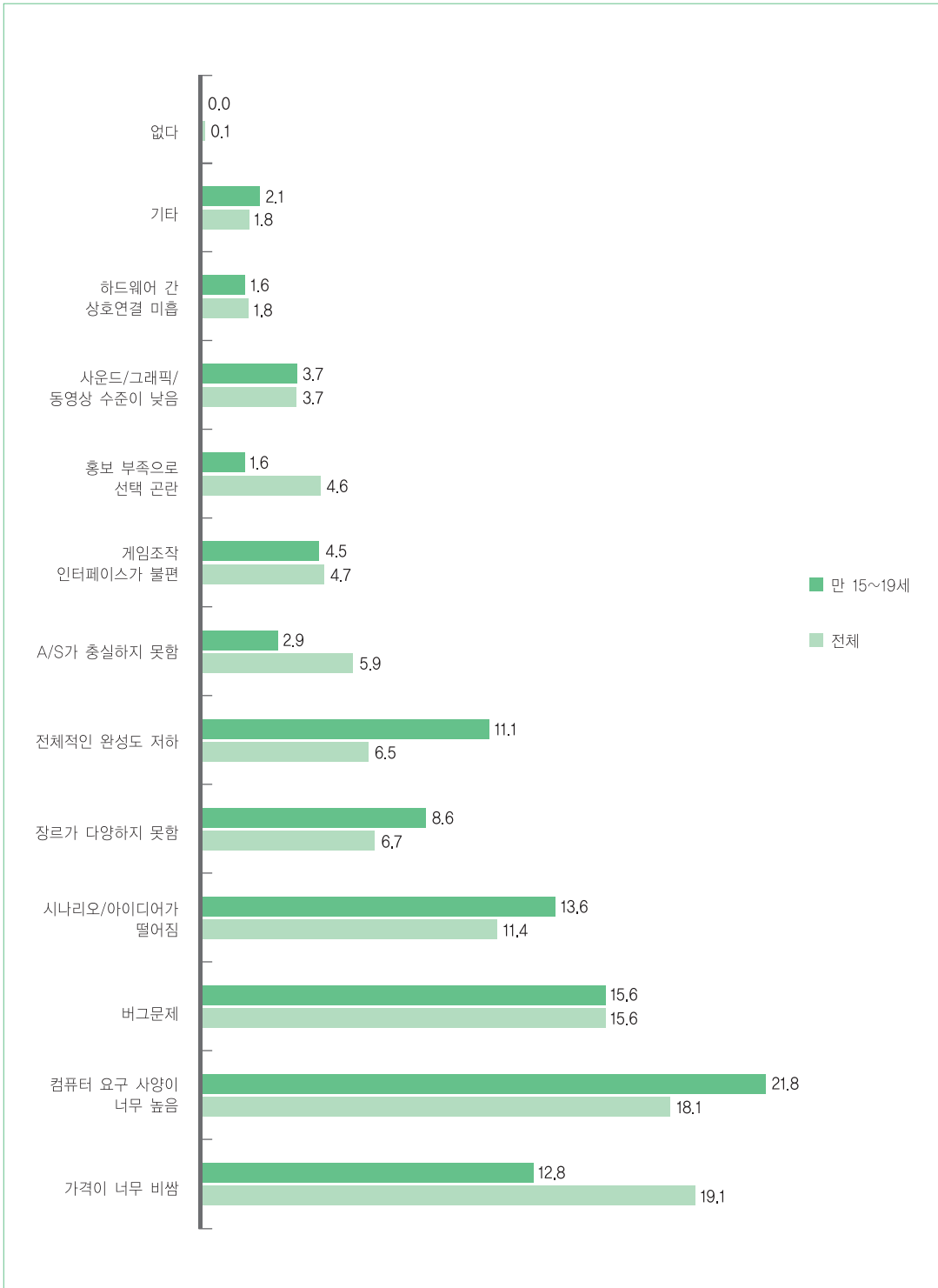


그림 2-2-39 게임 이용 시 불만사항(만 15~19세)

(단위: %, n=1,010)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 이용형태별 동향

그림 2-2-40 게임 이용 시 불만사항(만 20~24세)

(단위 %, n=1,010)

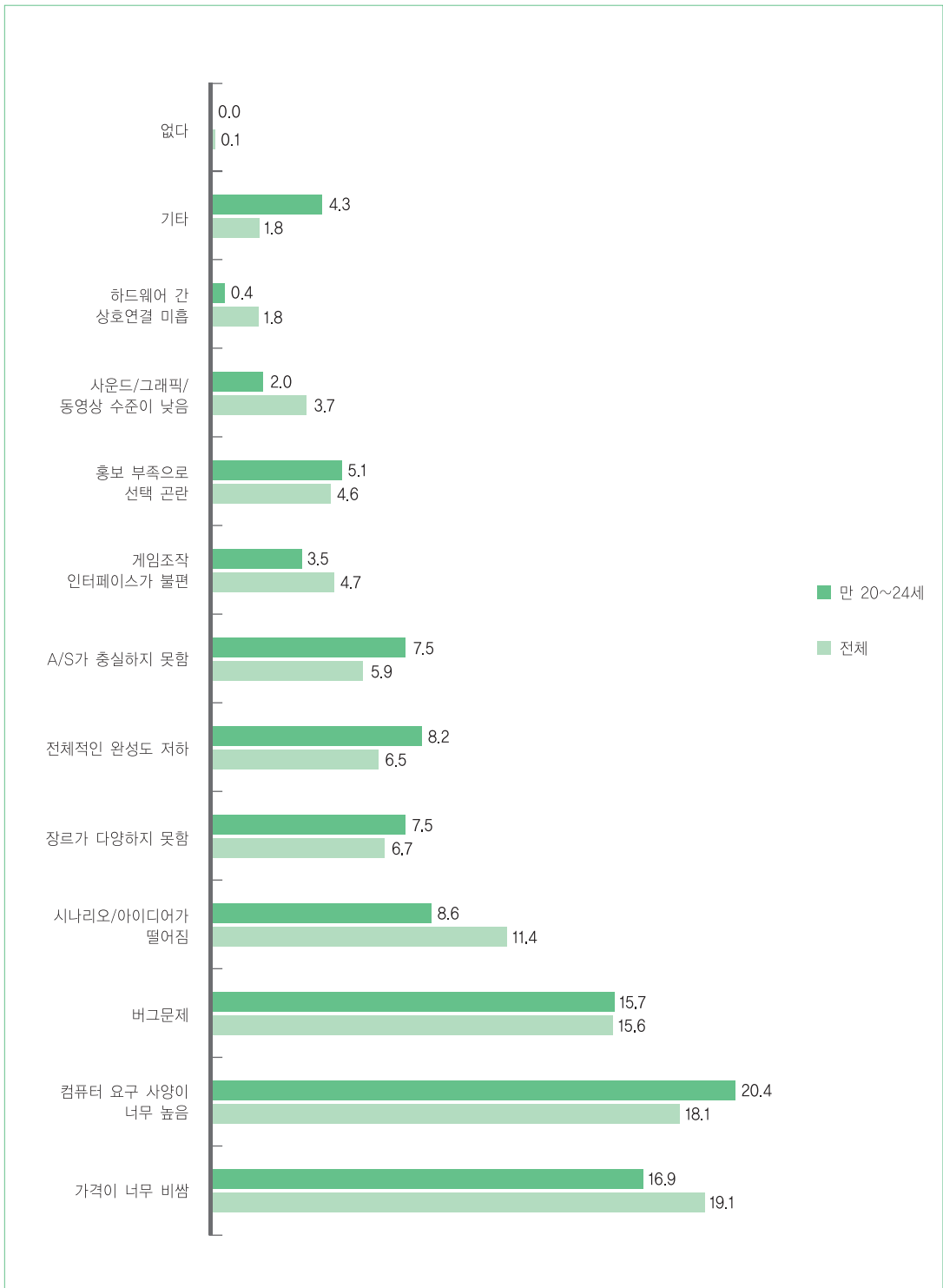
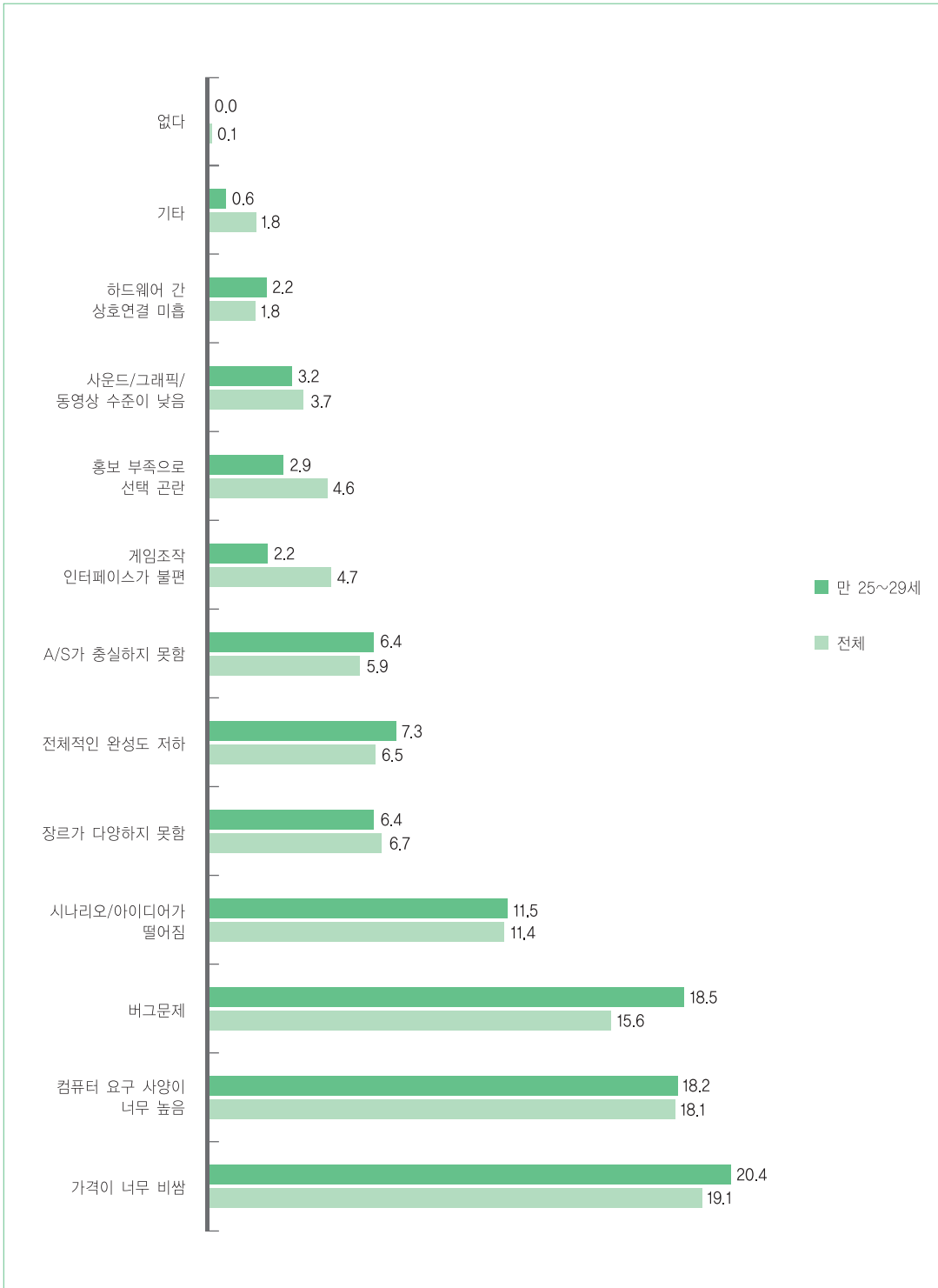


그림 2-2-41 게임 이용 시 불만사항(만 25~29세)

(단위: %, n=1,010)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 이용형태별 동향

그림 2-2-42 게임 이용 시 불만사항(만 30~34세)

(단위 %, n=1,010)

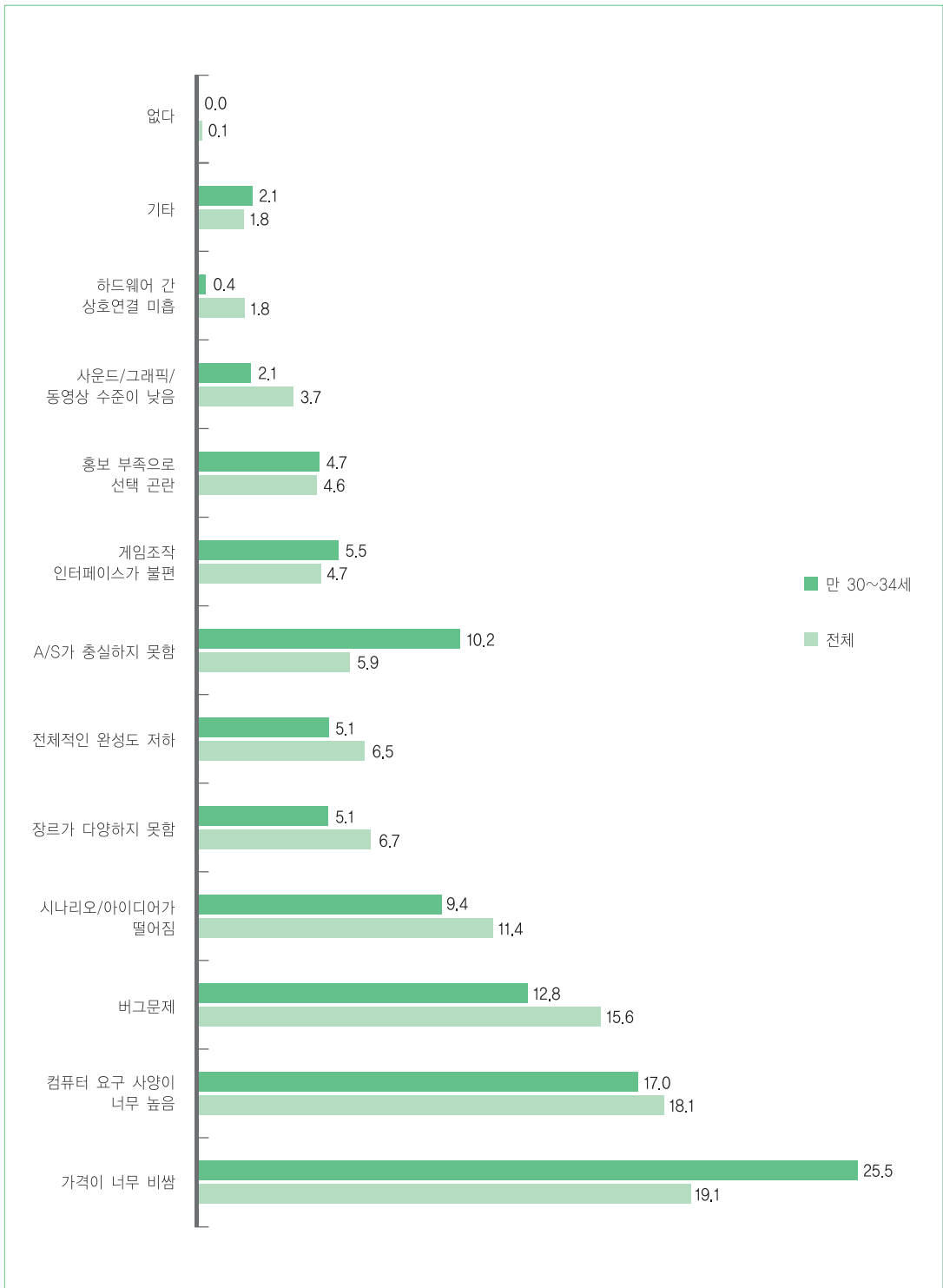
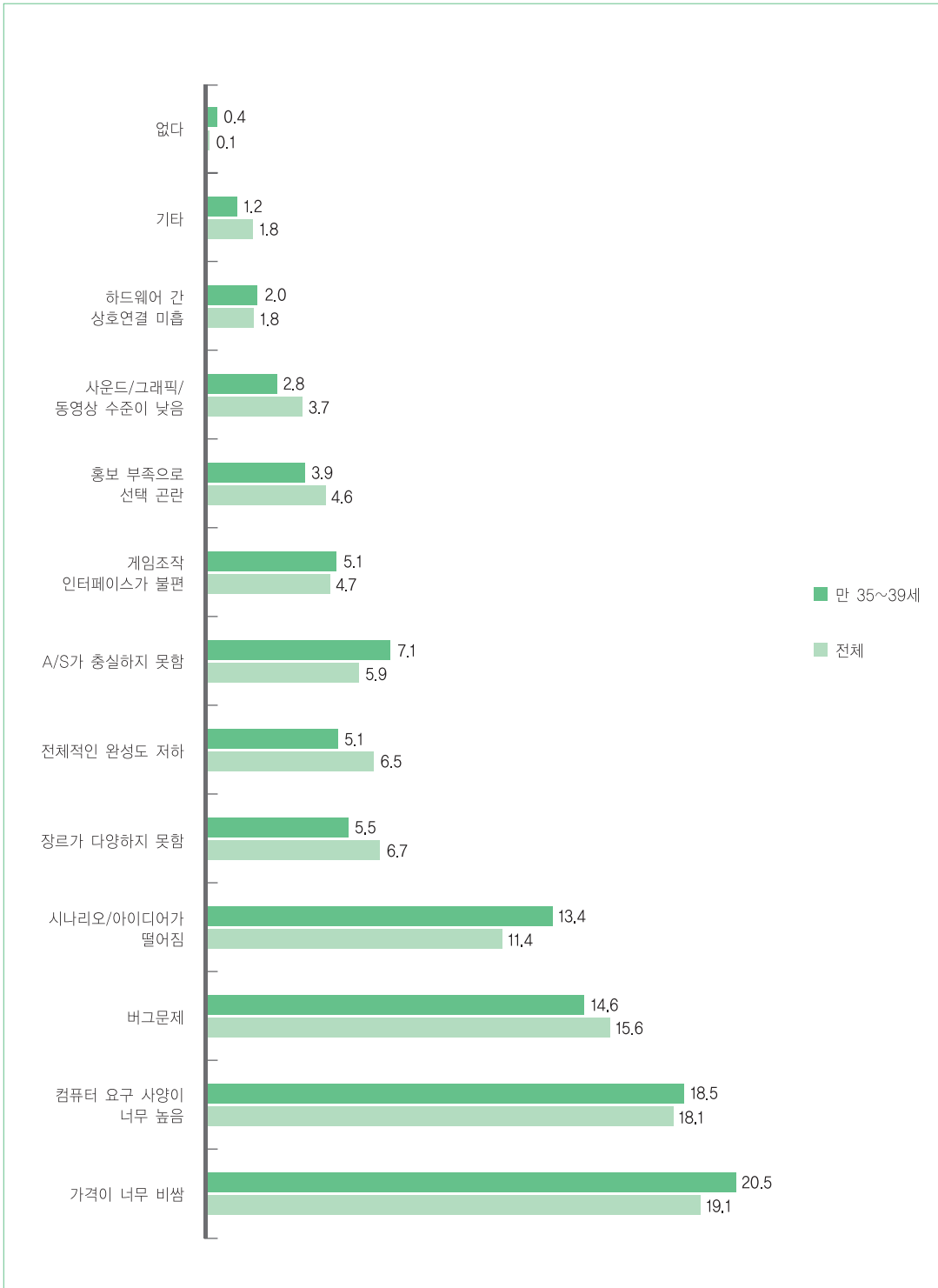


그림 2-2-43 게임 이용 시 불만사항(만 35~39세)

(단위: %, n=1,010)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 이용형태별 동향

그림 2-2-44 게임 이용 시 불만사항(만 40~44세)

(단위 %, n=1,010)

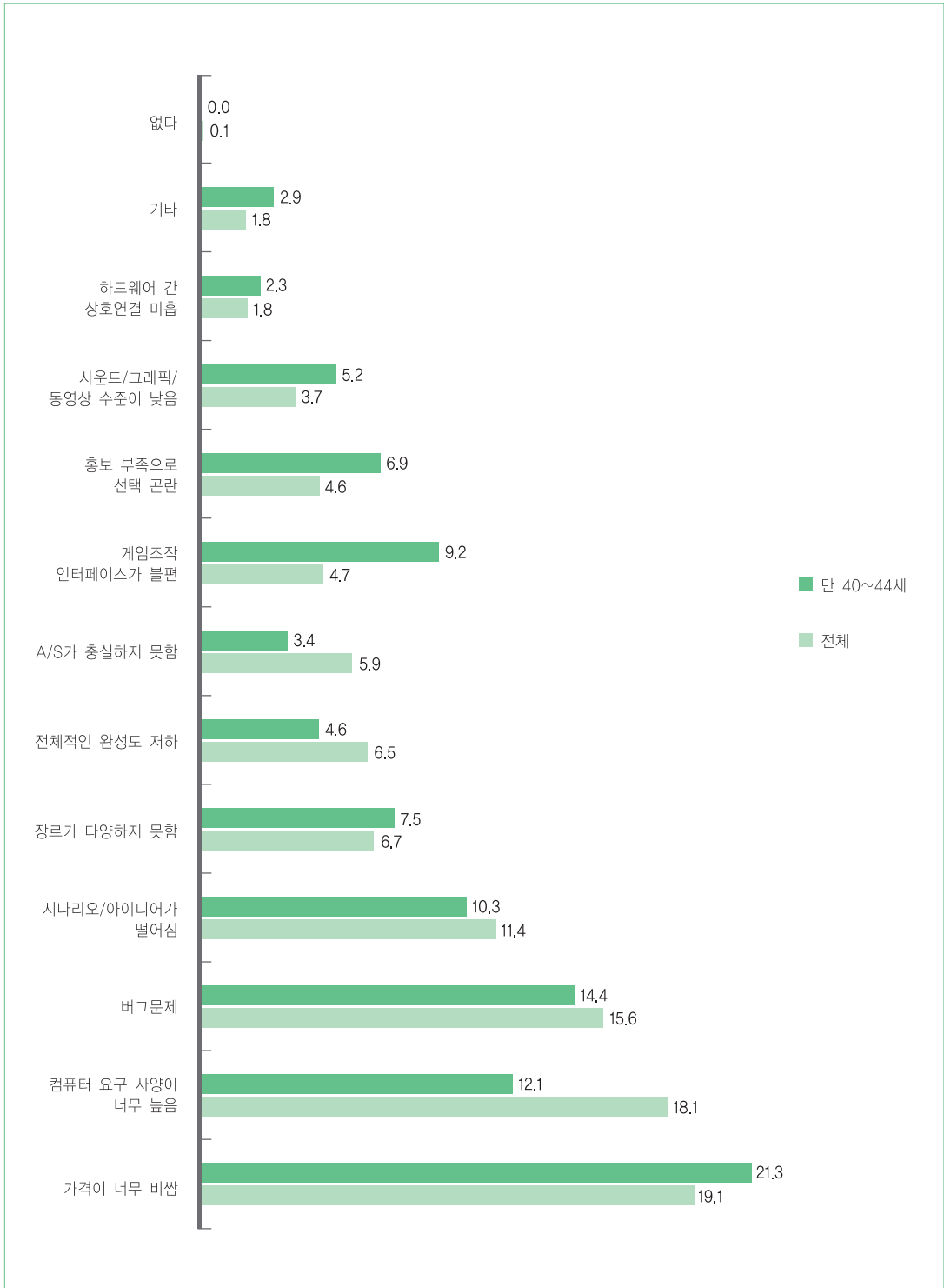
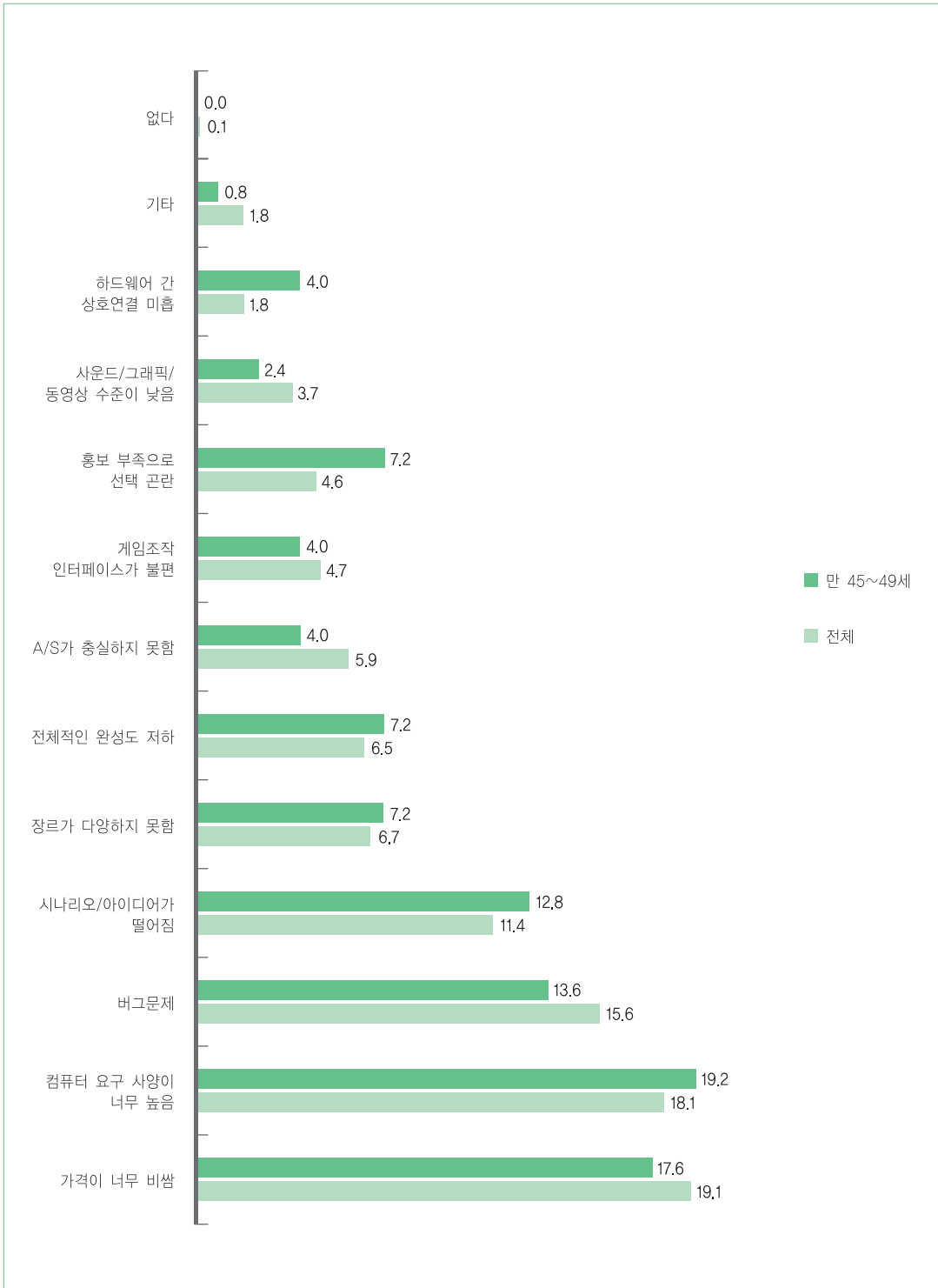


그림 2-2-45 게임 이용 시 불만사항(만 45~49세)

(단위: %, n=1,010)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 이용형태별 동향

과 '전체적인 완성도 저하'에 대한 불만이 가장 컸고, '가격이 너무 비쌌'이나 'A/S가 충실하지 못함' 항목에 대해서는 선택 비율이 낮은 편이었다.

만 20세~24세는 '컴퓨터 요구 사양 너무 높음'이 가장 불만스러웠고, 만 25~29세는 '가격이 너무 비쌌'과 '버그문제'에 대한 불만이 컸다. 만 30세~34세는 '가격이 너무 비쌌'이라고 응답한 비율이 다른 연령대에 비해 많은 가운데, 'A/S가 충실하지 못함' 항목도 비교적 높은 비중을 나타냈다. 만 35세~39세는 전체 응답 비율과 큰 차이가 없었고, 만

40~44세는 '가격이 너무 비쌌'이 1위를 차지한 가운데, '게임 조작 인터페이스가 불편'하다는 응답이 다른 연령대보다 2배 가량 많았다.

5. 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼

향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼으로 '온라인게임'(72.3%)이 압도적인 1위를 차지했다. 2009년 조사(75.6%)에 비해 다소 줄어든 수치지만, 게임이

그림 2-2-46 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼(성별, 1순위)

(단위: %, n=1,010)

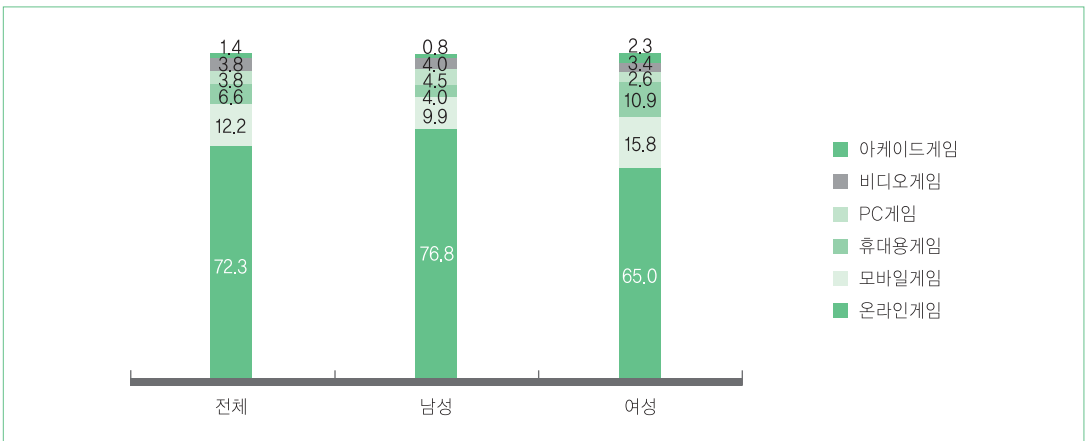


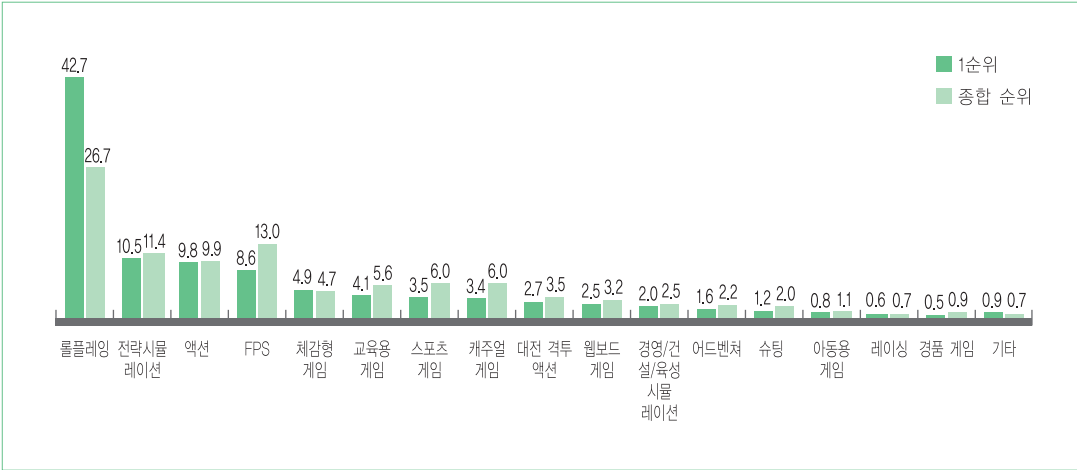
표 2-1-18 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼

(단위: %)

		사례수 (명)	온라인 게임	모바일 게임	휴대용 게임	PC게임	비디오 게임	아케이드 게임
전체		1,010	72.3	12.2	6.6	3.8	3.8	1.4
성	남성	624	76.8	9.9	4.0	4.5	4.0	0.8
	여성	386	65.0	15.8	10.9	2.6	3.4	2.3
연령	만 9~14세	174	72.4	5.2	5.2	9.2	2.9	5.2
	만 15~19세	129	79.8	9.3	5.4	1.6	3.1	0.8
	만 20~24세	132	77.3	7.6	3.8	2.3	9.1	0.0
	만 25~29세	161	69.6	14.3	8.1	2.5	4.3	1.2
	만 30~34세	124	73.4	12.9	8.1	2.4	2.4	0.8
	만 35~39세	130	66.2	20.8	6.9	3.1	2.3	0.8
	만 40~44세	94	66.0	19.1	7.4	3.2	4.3	0.0
	만 45~49세	66	72.7	12.1	10.6	4.5	0.0	0.0

그림 2-2-47 향후 국내 게임시장을 주도할 장르(복수응답)

(단위: %, n=1,010)



용자들은 여전히 ‘온라인게임’이 국내 시장을 주도할 게임플랫폼으로 선택한 것이다. 그 뒤를 ‘모바일 게임’ (12.2%)과 ‘휴대용게임’ (6.6%)이 이었다. ‘모바일게임’은 2009년 조사(8.1%)와 비교할 때 3% 이상 증가하여, 향후 기대되는 게임플랫폼임을 입증했다.

6. 향후 국내 게임시장을 주도할 게임장르

게임 이용자들은 향후 국내 게임시장을 주도할

장르가 ‘롤플레이’이라고 대답했다. 응답자의 42.7%가 1순위로 ‘롤플레이’을 선택했고, 복수 응답을 반영한 종합 순위에서도 26.7%가 ‘롤플레이’을 선택했다. 2위부터 4위까지는 큰 차이 없이 촘촘하게 자리를 잡았다. 1순위 기준에서는 ‘전략시물레이션’ (10.5%), ‘액션’ (9.8%), ‘FPS’ (8.6%) 순이었고, 복수응답을 통한 전체 순위에서는 ‘FPS’ (13.0%), ‘전략시물레이션’ (11.4%), ‘액션’ (9.9%) 순으로 나타났다.

제3장 이용 형태별 동향



▶ 제1절 게임 이용자에 따른 분류

본 장에서는 게임 이용자를 게임 이용 정도에 따라 핵심 이용자, 일반 이용자, 휴면 이용자, 잠재 이용자 등 4개 집단으로 구분하여 각 게임 이용자 집단의 현황을 살펴보기로 한다. 집단을 구분하는 기준은 두 가지인데, 하나는 게임 경험 여부와, 또 하나는 하루 평균 게임 이용시간이다. 현재 게임을 이용하고 있다고 응답한 경우에 하루 평균 2시간 이상 게임을 이용한다고 응답한 집단은 '핵심 이용자'로, 2시간 미만 사용한다고 응답한 집단은 '일반 이용자'로 구분하였다. 게임을 이용하지 않는다고 응답한 경우, 과거 게임 이용 경험이 있는 이용자는 '휴면 이용자'로, 전혀 게임을 경험해 보지 않은 경우에는 '잠재 이용자'로 분류하였다.

물론, 잠재 이용자는 향후 게임 이용 의사가 있는 경우와 향후 게임을 이용할 의사가 없는 경우의 성격이 다른 두 집단이 포함되어 있다. 그러나 이는 게임에 대한 부정적인 경험의 결과 때문이라기보다는, 다른 여가활동에 비해 게임에 대한 관심이 상대적으로 적은 경우가 대부분이기 때문에 향후 다양한 관심을 반영한 게임이 등장할 경우 게임을 이용할 가능성이 높다고 판단하여 같은 범주로 구분하였다. 일반적으로 게임 비용자와 게임 이용자만으로 단순하게 분류하는 것보다, 이와 같이 이용자를 4개의 집단으로 분류하여 분석하는 것은 게임 이용 시간에 따른 게임 이용 행태의 변화를 알아볼 수 있다는 점에서 장점이 있다. 뿐만 아니라, 게임을 이용

표 2-3-01 게임 이용자의 이용 행태별 분류 방식

게임 경험 여부	게임 경험 있음		게임 경험 없음	
현재 게임 이용 여부	현재 이용하고 있음(6개월 이내 게임 이용 포함)		현재 이용 안함	-
게임 이용시간 구분	하루 평균 2시간 이상 사용	하루 평균 2시간 미만 사용	-	-
게임 경험 이용자 구분	핵심 이용자	일반 이용자	휴면 이용자	잠재 이용자

※ 게임이용시간은 각각의 주간과 주말의 평균이용시간을 하루 평균으로 계산
계산방법 : ((주간평균 × 5) + (주말평균 × 2)) / 7

표 2-3-02 게임 이용자의 특성

구분	핵심 이용자		일반 이용자		휴면 이용자		잠재 이용자	
	명	%	명	%	명	%	명	%
남성	264	66.7	360	58.6	95	40.1	143	31.6
여성	132	33.3	254	41.4	142	59.9	310	68.4
만 9~14세	67	16.9	107	17.4	11	4.6	16	3.5
만 15~19세	73	18.4	56	9.1	24	10.1	28	6.2
만 20~24세	67	16.9	65	10.6	22	9.3	26	5.7
만 25~29세	52	13.1	109	17.8	40	16.9	38	8.4
만 30~34세	56	14.1	68	11.1	37	15.6	57	12.6
만 35~39세	41	10.4	89	14.5	35	14.8	71	15.7
만 40~44세	24	6.1	70	11.4	40	16.9	90	19.9
만 45~49세	16	4.0	50	8.1	28	11.8	127	28.0
합계	396	100.0	614	100.0	237	100.0	453	100.0

하지 않는 집단 역시 게임 접촉 여부에 따라 게임에 대한 견해나 인식이 어떻게 달라지는지를 알아볼 수 있다는 점에서 유용하다.

게임 이용자별 인구학적 특성을 살펴보면, 전체 조사 대상자 1,700명 중에서 '핵심 이용자'는 396명(23.3%), '일반 이용자'는 614명(36.1%), '휴면

이용자'는 237명(13.9%), '잠재 이용자'는 453명(26.6%)의 분포를 나타냈다. 각 집단을 성별, 연령별로 나누어 살펴보면 핵심 이용자 중에서는 남성의 비율이 66.7%로 여성과 비교하여 2배 이상 높은 비율로 나타났으며, 휴면 이용자는 여성의 비율이 59.9%를 기록했다.

▶ 제2절 게임 이용자별 동향

1. 성별, 연령별 분포

1) 핵심/일반 이용자

핵심 이용자 중 남성은 '만 15~39세'가 18.9%로 가장 많았고, '만 20~24세'가 17.8%로 그 뒤를 이었다. 여성의 경우에는 '만 30~34세'가 18.9%로 1위, '만 15~19세'가 17.4%로 2위를 각각 차지했다. 남성은 10대와 20대에서 핵심 이용자가 가장 많은 반면, 여성은 30대 초반의 비중이 가장 높은 것이 특이했다. 일반 이용자의 경우, 남성은 '만 25~29세', 여성은 '만 9~14세'에서

가장 높은 비율을 차지했다.

2) 휴면/잠재 이용자

휴면 이용자 중에서 가장 높은 비중을 차지하고 있는 연령층을 살펴본 결과, 남성은 '만 40~44세'(21.1%), 여성은 '만 25~29세'(17.6%)가 각각 가장 높게 나타났다. 잠재 이용자의 경우에는 남녀 모두 '만 45~49세'가 차지하는 비중이 가장 높은 것으로 조사되었다. 이와 같은 조사 결과는 지난해와 크게 다르지 않은 수치다.

그림 2-3-01 핵심 이용자의 성별, 연령별 분포



그림 2-3-02 일반 이용자의 성별, 연령별 분포

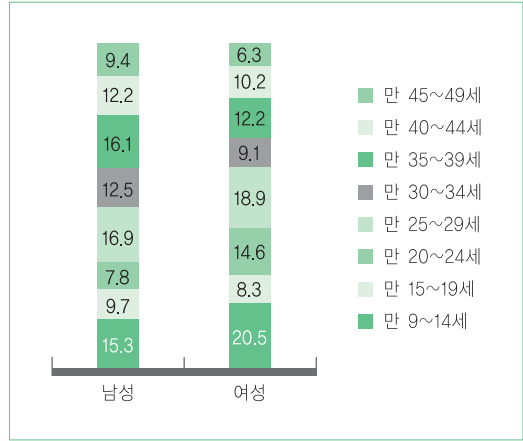


그림 2-3-03 휴면 이용자의 성별, 연령별 분포

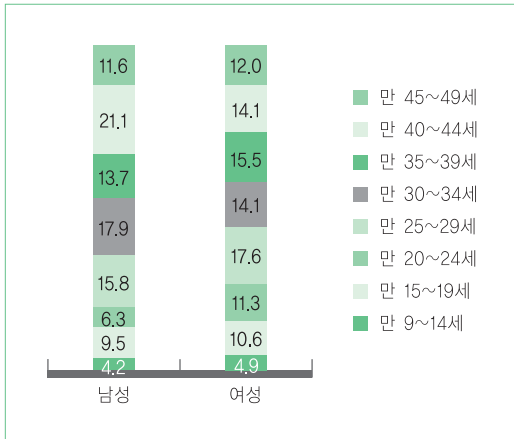
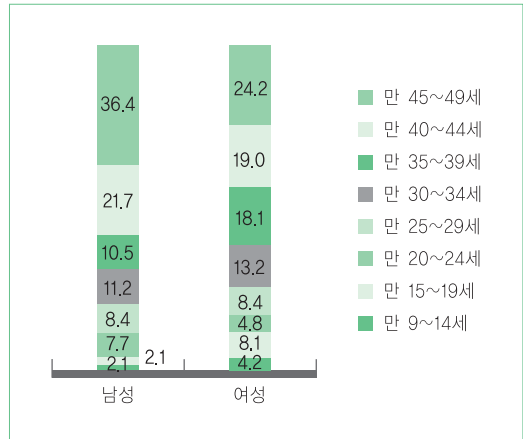


그림 2-3-04 잠재 이용자의 성별, 연령별 분포



2. 여가시간에 즐겨 하는 활동과 만족도

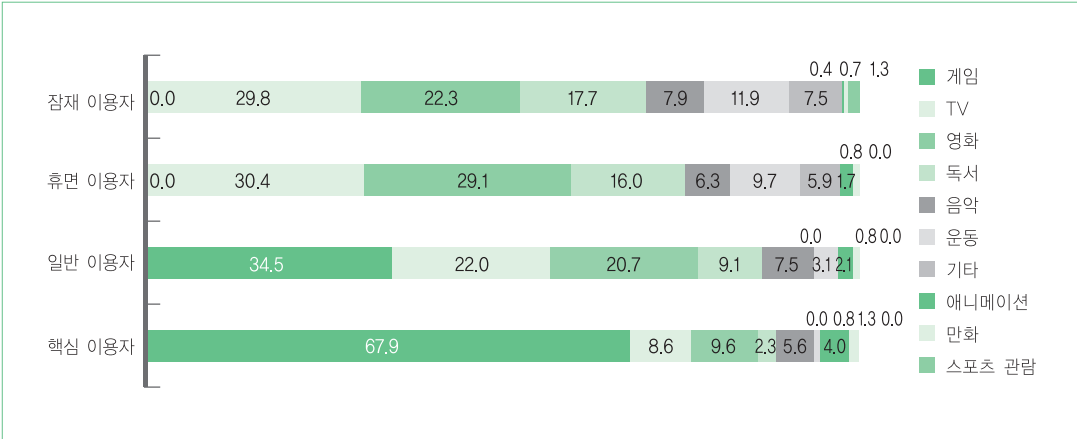
이용자 집단별로 여가시간에 즐겨하는 활동을 조사했다. 핵심 이용자는 역시 '게임'이 67.9%로 압도적인 비율을 나타냈고, 일반 이용자는 '게임' 34.5%, 'TV' 22.0%, '영화' 20.7%의 순으로 나타났다. 휴면 이용자와 잠재 이용자는 핵심/일반 이용자와는 달리 'TV 시청'이 가장 높은 비율을 차지했고, 이어서 '영화', '독서' 등의 순으로 나타났다. 또한 이용자 집단별 여

가생활 만족도를 살펴보면, 핵심 이용자들만 유일하게 '다소 만족'의 비율이 높았고, 일반·휴면·잠재 이용자들은 '그저 그렇다'는 의견이 제일 많았다.

3. 친구/동료들과 어울려서 가는 장소

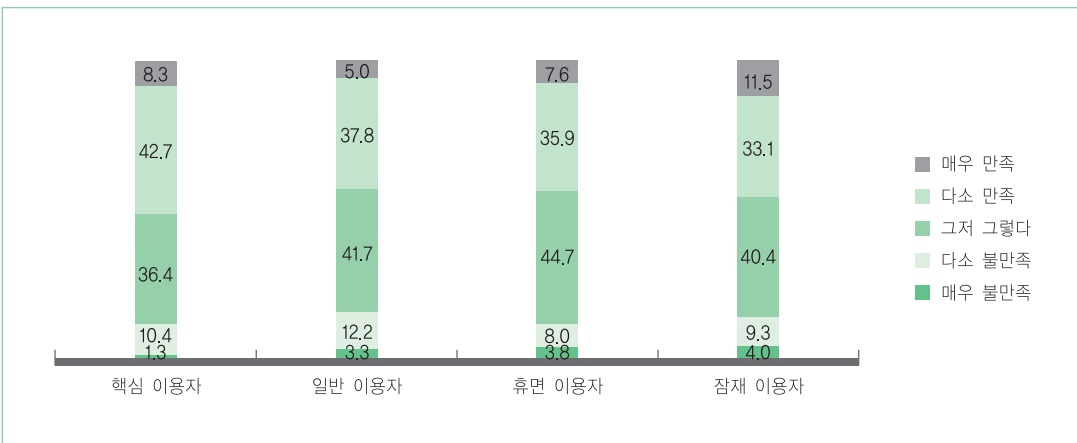
이용자 집단별로 친구/동료들과 즐겨 찾는 장소를 조사한 결과, 핵심 이용자는 'PC방' (29.6%)을 가

그림 2-3-05 이용자별 여가시간에 즐겨 하는 활동(1순위)



※ '없음' 일반 이용자 0.2%, 잠재 이용자 0.4%

그림 2-3-06 이용자별 여가생활 만족도



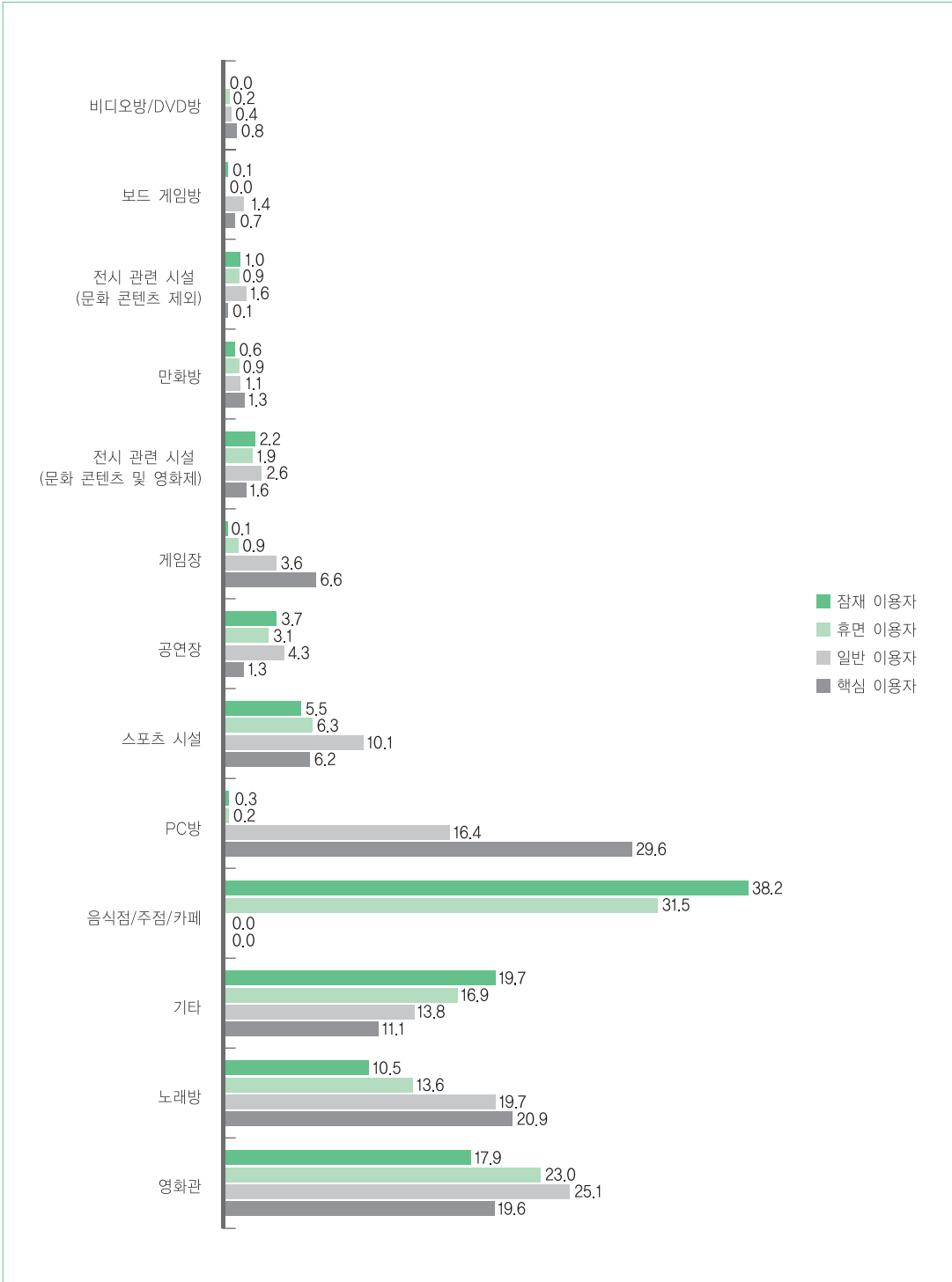
※ '무응답' 핵심 이용자 1.0%, 잠재 이용자 1.8%

장 즐겨 찾는 반면, 일반 이용자는 '영화관' (25.1%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 두 이용자 모두 다음으로 잘 가는 장소로 노래방을 선택했다. 휴면 이용자와 잠재 이용자의 경우에는 '음식점/주점/카페' (31.5%, 38.2%)를 가장 많이 간다고 대답한 가운데, 잠재 이용자는 기타, 영화관, 노래방(19.7%, 17.9%, 10.5%) 등 모든 장소에서 골고루 친구/동료들과 어울려 즐긴 것으로 조사되었다.

4. 컴퓨터 사용 시 주로 하는 일

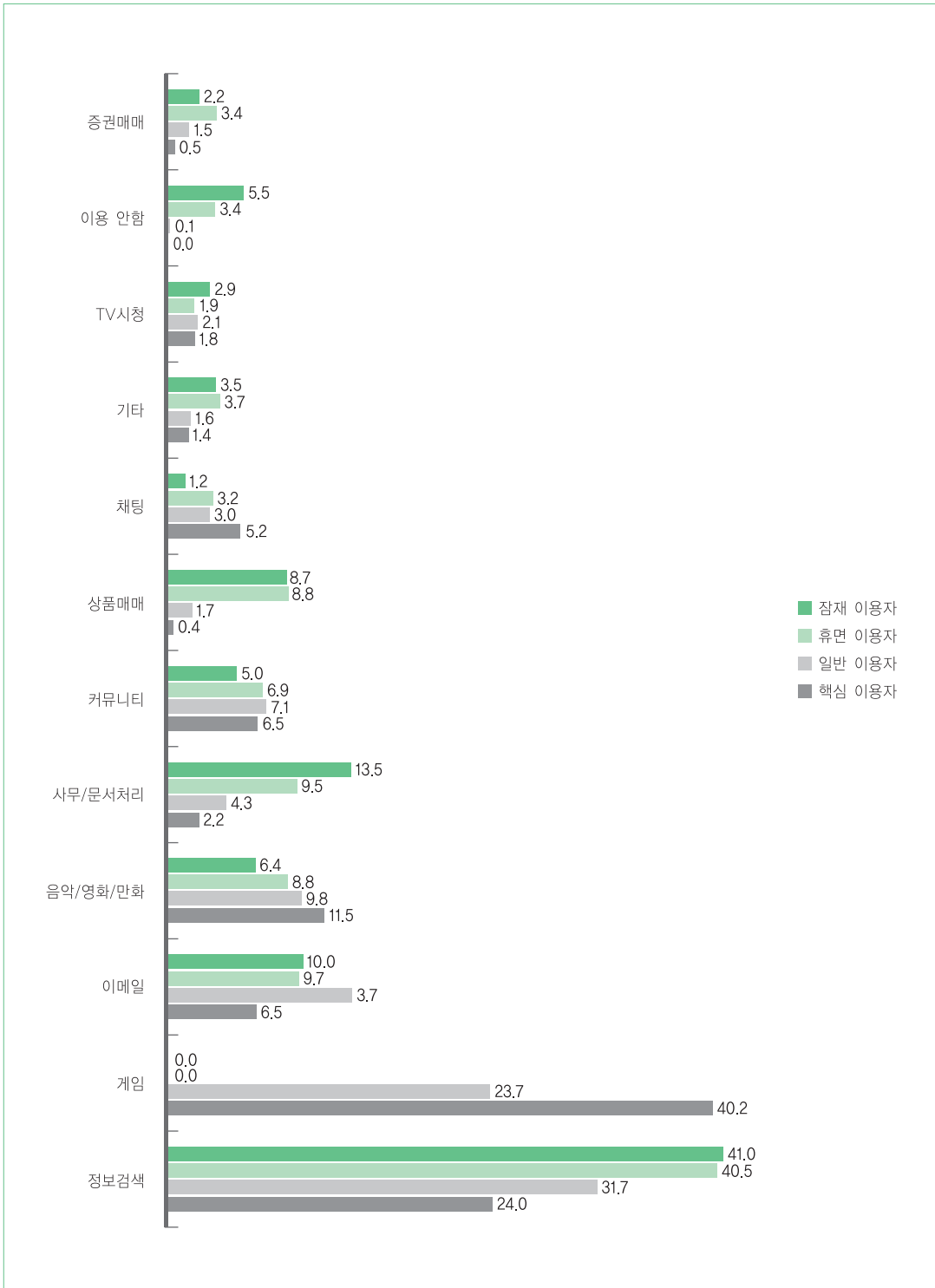
컴퓨터 사용 시 주로 하는 일 역시 이용자 집단 별로 상이하게 나타났다. 먼저 핵심 이용자는 '게임' (40.2%)이 가장 많았고, '정보검색'(24.0%)과 '음악/영화/만화' (11.5%)가 뒤를 이었다. 이에 비해, 일반·휴면·잠재 이용자들은 컴퓨터 사용 시 '정보검색'(31.7%, 40.5%, 41.0%)을 가장 많이 한

그림 2-3-07 친구/동료들과 어울려서 가는 장소(복수응답)



* '무응답' 핵심 이용자 0.1%, 휴면 이용자 0.5%, 잠재 이용자 0.3%

그림 2-3-08 컴퓨터 사용 시 주로 하는 일(순위 종합)



다고 대답했다. 다음으로 일반 이용자는 ‘게임’ (23.7%)과 ‘이메일’ (13.7%), 휴면 이용자는 ‘이메일’ (9.7%)과 ‘사무/문서처리’ (9.5%), 잠재 이용자는 ‘사무/문서처리’ (13.5%)와 ‘이메일’ (10.0%)을 주로 한다고 대답했다.

5. 인터넷을 주로 사용하는 장소

이용자 집단별로 인터넷을 주로 사용하는 장소를 조사했다. 그 결과, 모든 집단에서 ‘집’을 가장 선호하는 것으로 나타났고, 핵심-일반-휴면-잠재 이용자 순으로 선호 비중도 점차 낮아졌다. 특히 핵심 이용자의 경우, 80.8%가 집에서 인터넷을 사용한다고 답하여, 10대와 20대 게임 이용자들이 주로 가정에서 게임을 이용하고 있으며, 초고속 인터넷 인프라가 대부분 가정에 도달해 있음을 알 수 있다. 반면 휴면 이용자와 잠재 이용자는 ‘학교/사무실’ (34.6%, 34.2%)에서 인터넷을 이용하는 비중이 다른 집단들에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

6. PC방 이용 여부 및 주로 하는 일

이용자 집단별로 PC방 이용 여부를 조사한 결과, 예상했던 것처럼, 핵심-일반-휴면-잠재 이용자 순으로 PC방을 많이 이용한다고 응답했다. 2009년 조사에 비해, 모든 집단에서 PC방 이용비율이 증가했음을 알 수 있다. 특히 핵심 이용자는 50.0%에서 57.1%로, 일반 이용자는 37.0%에서 40.2%로 증가했다.

다음으로 이용자들은 PC방에서 주로 무슨 일을 하는지 조사했다. 그 결과, 핵심 이용자 중에서 50.6%와 일반 이용자 중에서 48.8%가 ‘게임’을 주로 한다고 대답하여, PC방 이용자의 절반 가량이 게임을 이용하고 있음을 확인할 수 있다. 반면, 휴면 이용자와 잠재 이용자의 경우, ‘정보검색’ (각각 38.5%, 25.0%)이 가장 높은 비중을 차지했고, 게임은 전혀 하지 않았다.

그림 2-3-09 인터넷을 주로 사용하는 장소

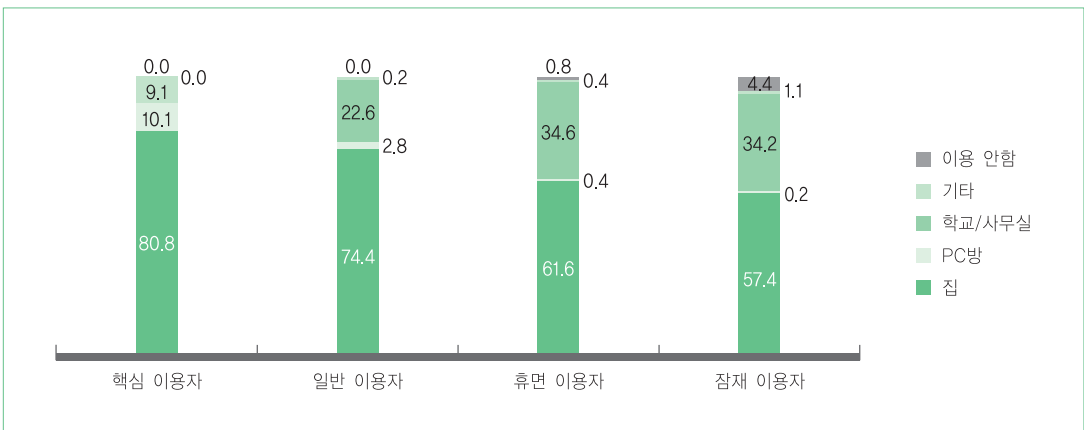


그림 2-3-10 PC방 이용 여부

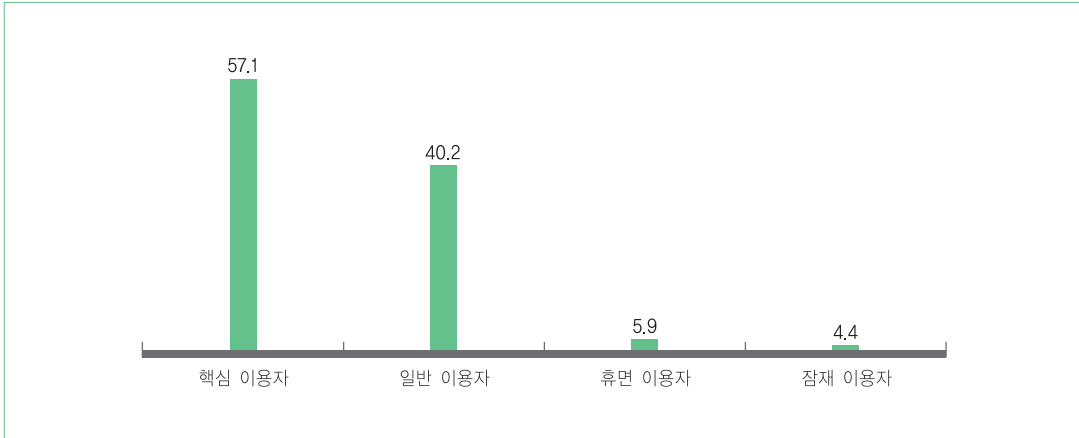
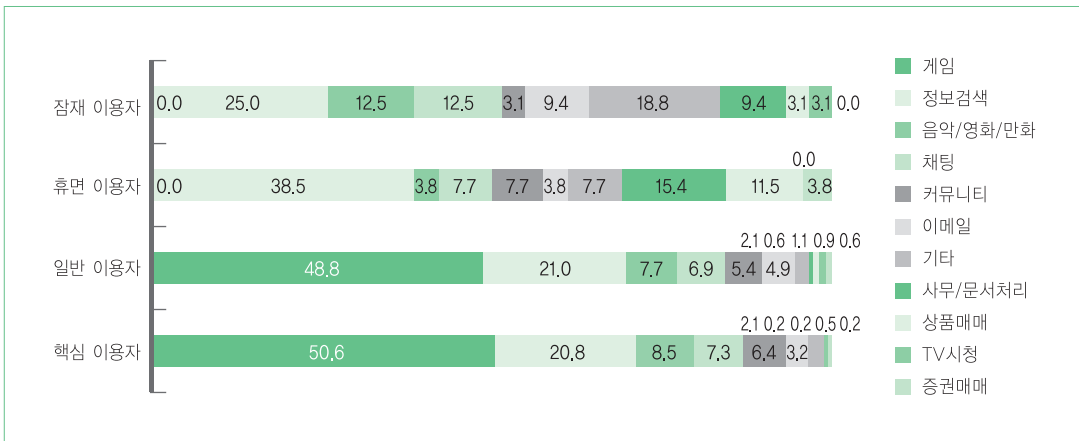


그림 2-3-11 PC방에서 주로 하는 일(순위 종합)



▶ 제3절 핵심/일반 이용자 동향

1. 게임 이용 현황

1) 게임 이용 시간

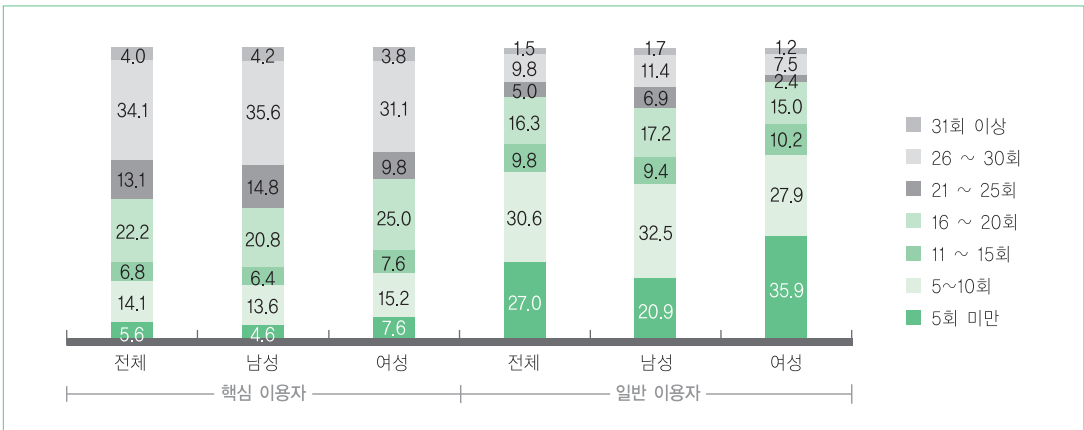
핵심/일반 이용자의 1회 평균 게임 이용시간을 조사한 결과, 핵심 이용자는 평균 2.9시간을 이용한 반면, 일반 이용자는 1.4시간을 이용하는 것으로 나타

났다. 이용 시간대별 비율로 살펴보면, 핵심 이용자는 '2~3시간 미만' (34.1%)과 '3~4시간 미만' (28.3%)이 많았고, 일반 이용자는 '1~2시간 미만' 이 46.3%를 차지하여 가장 비중이 높았다. 특히 핵심 이용자 중에서 '3~4시간 미만' 비중이 2009년에는 17.5%였으나, 2010년에는 28.3%로 증가했고, 일반

그림 2-3-12 핵심/일반 이용자의 1회 평균 게임 이용 시간(성별)



그림 2-3-13 핵심/일반 이용자의 월 평균 게임 이용 빈도(성별)



이용자의 경우에도 '3~4시간 미만' 비중이 2009년 2.3%에서 2010년 19.7%로 늘어났다.

2) 월 평균 게임 이용 빈도

핵심/일반 이용자의 월 평균 게임 이용 횟수를 비교했다. 핵심 이용자는 평균 22.2회를 이용했고, 일반 이용자의 경우는 평균 13.0회를 이용한 것으로 나타났다. 핵심 이용자는 '26~30회 이하'의 비중이 34.1%로 가장 높은 비율을 차지한 반면, 일반 이용자는 '5회~10회'의 비율이 30.6%로 가장 높게 나타났다.

핵심 이용자 중에서 남성의 35.6%가 '26~30회'라고 답했지만, 여성은 31.1%가 '16~20회'라고 답했다. 일반 이용자 경우에는 해당 집단 안에서 유사한 패턴을 보여 성별에 따른 차이는 별로 없는 것으로 조사됐다.

3) 주로 이용하는 게임 개수와 이용 동기

현재 주로 이용하고 있는 게임 개수를 물어본 결과, 핵심 이용자는 '3개' (33.6%), 일반 이용자는 '2개' (32.9%)를 가장 많이 선택했다. 2009년에는 핵심/일반 이용자 모두 게임기를 2개 보유하고 있는 경우가 많았지만, 2010년 핵심 이용자의 게임 보유수가 3개임을 고려할 때, 게임을 좋아하는 사람들의 게임기 소유 비율이 높아졌음을 알 수 있다. 평균적으로는 핵심 이용자가 3.1개, 일반 이용자가 2.3개의 게임을 즐기는 것으로 나타났다.

게임을 이용하는 동기에 대해 핵심/일반 이용자 모두 '재미있으니까'라는 응답이 각각 38.9%, 37.0%로 1위를 차지했다. 다음으로 '스트레스 해소', '여가시간 활용으로' 등이 선택되었다. 일반 이용자의 경우, '여유시간 활용으로' 항목을 선택한 비율이 핵심 이용자들보다 높은 점을 감안하면 (일반 20.4%, 핵심 14.6%) 게임을 위해 특정한 시간을 할애하기보다 시간 여유가 있을 때 게임을

그림 2-3-14 핵심/일반 이용자가 현재 주로 이용하는 게임 개수

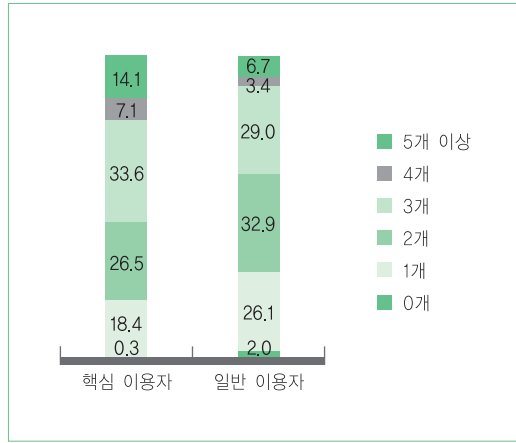
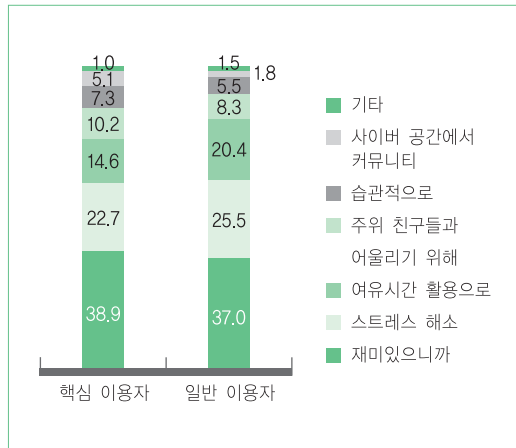


그림 2-3-15 핵심/일반 이용자의 게임 이용 동기



이용하고 있음을 도출할 수 있다.

4) 핵심/일반 이용자의 선호 게임플랫폼 및 장르

핵심/일반 이용자들은 '온라인게임'을 가장 선호하되(핵심 81.3%, 일반 67.4%), 핵심 이용자들은 10명 중 8명 이상이 '온라인게임'을 즐겨하고 있는 것으로 나타났다. 성별로도 남녀 모두 '온라인게임'을 가장 선호하는 가운데, 남성은 'PC게임' (9.8%, 13.1%),

여성은 '모바일게임' (6.1%, 16.9%)을 좀 더 선호하는 것으로 나타났다.

한편 핵심 이용자들이 선호하는 게임 장르를 살펴본 결과, '롤플레이'이 22.0%로 1위를 차지했고, '전략시뮬레이션' (12.5%), 'FPS' (11.6%), '액션' (9.0%) 등이 뒤를 이었다. 성별로는 남녀 모두 '롤플레이'을 가장 선호하는 가운데, 남성은 '전략' (14.9%), 'FPS'(13.9%), '액션' (11.1%) 등을 선호했고, 여성은 '캐주얼게임' (13.8%), '웹보드게임' (12.0%), '경영/

건설/육성 시뮬레이션' (7.9%) 등을 좋아했다.

일반 이용자의 경우, '웹보드게임' (14.0%) 장르를 가장 선호했고, 다음으로 '롤플레이' (12.9%), '전략시뮬레이션' (11.5%), '캐주얼게임' (10.0%) 등의 순이었다. 남성은 '전략시뮬레이션' (15.6%), '롤플레이' (15.1%), '스포츠게임' (11.2%) 및 'FPS' (11.2%) 등의 순을 기록한 반면, 여성은 '웹보드게임' (19.9%), '캐주얼게임' (17.5%), '롤플레이' (9.7%) 등의 순으로 선호 장르를 응답했다.

그림 2-3-16 핵심/일반 이용자의 선호 게임 플랫폼(1순위)

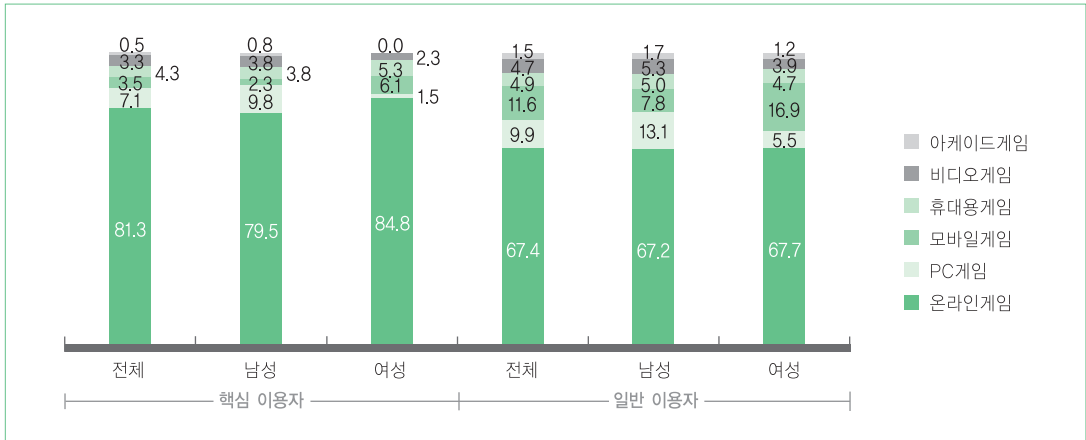


그림 2-3-17 핵심/일반 이용자의 선호 게임 플랫폼(순위 종합)

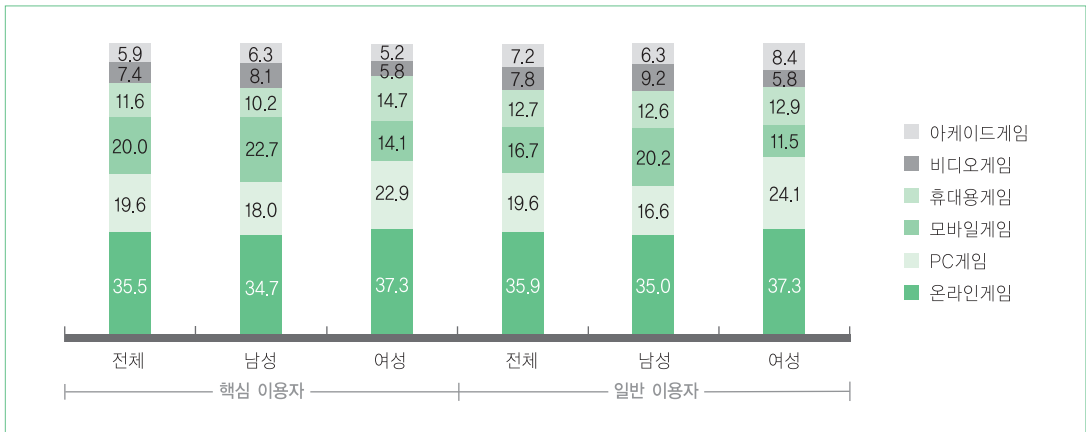
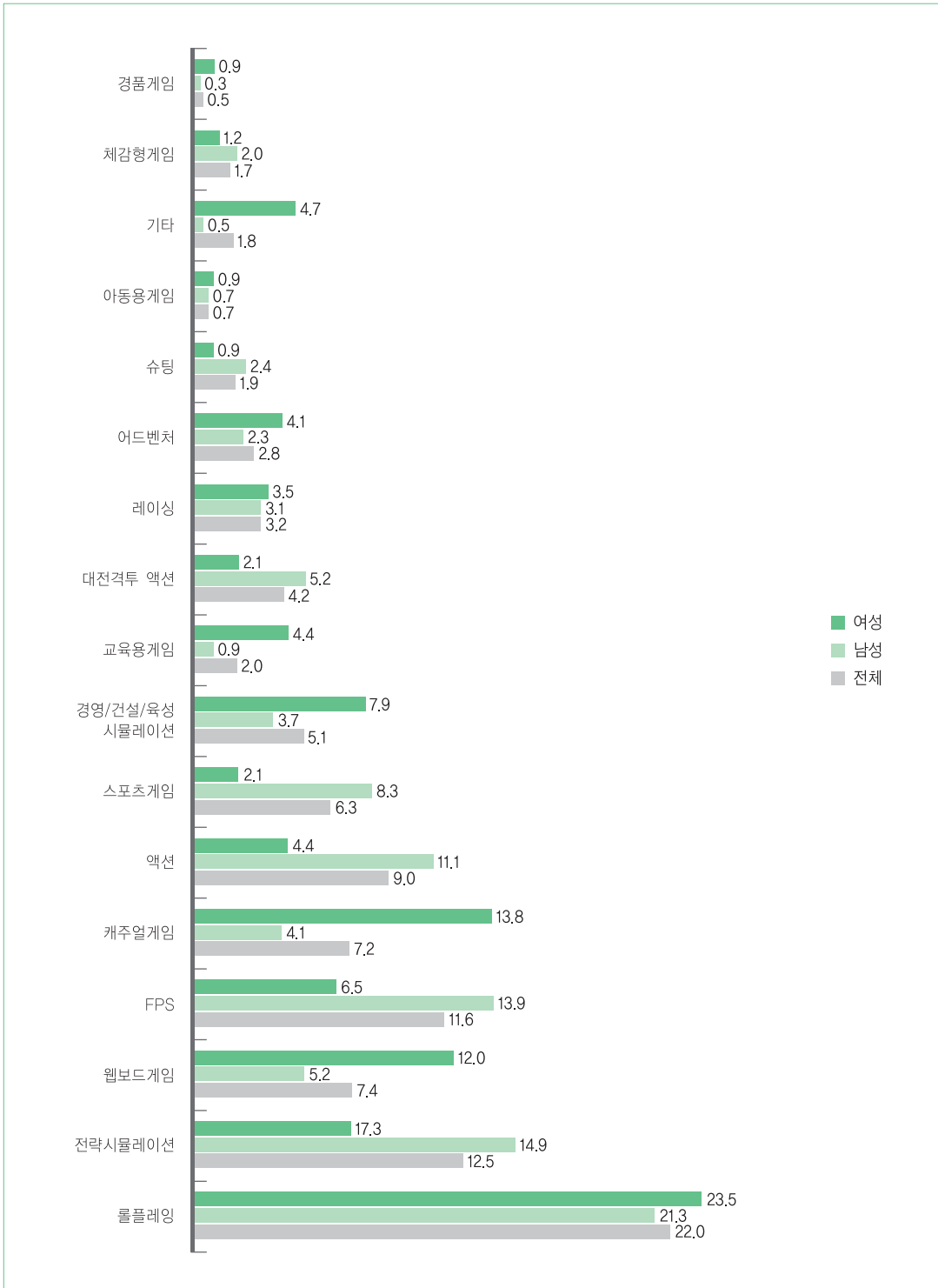


그림 2-3-18 핵심 이용자의 선호 게임 장르(성별, 순위 종합)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

그림 2-3-19 일반 이용자의 선호 게임 장르(성별, 순위 종합)

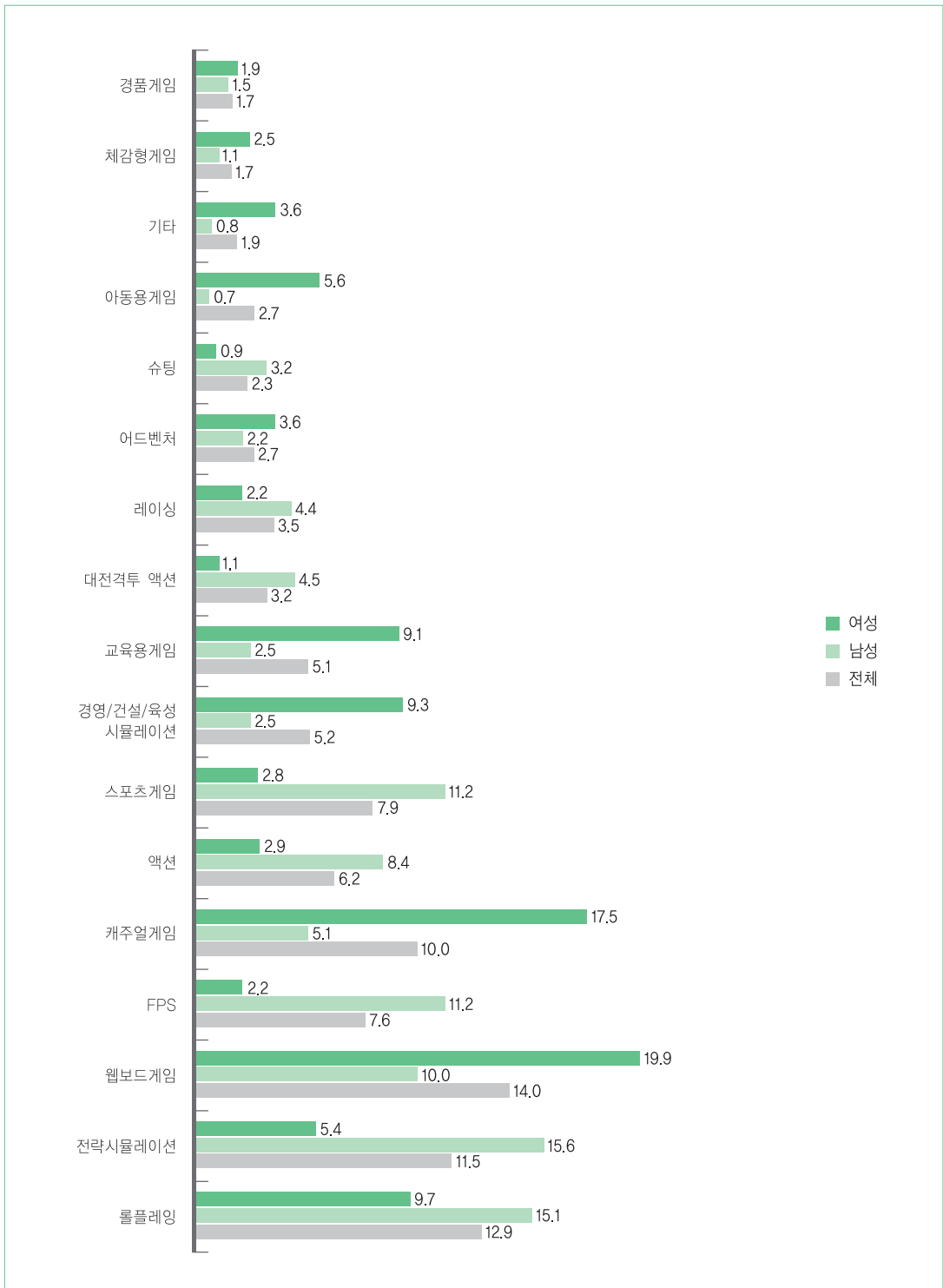
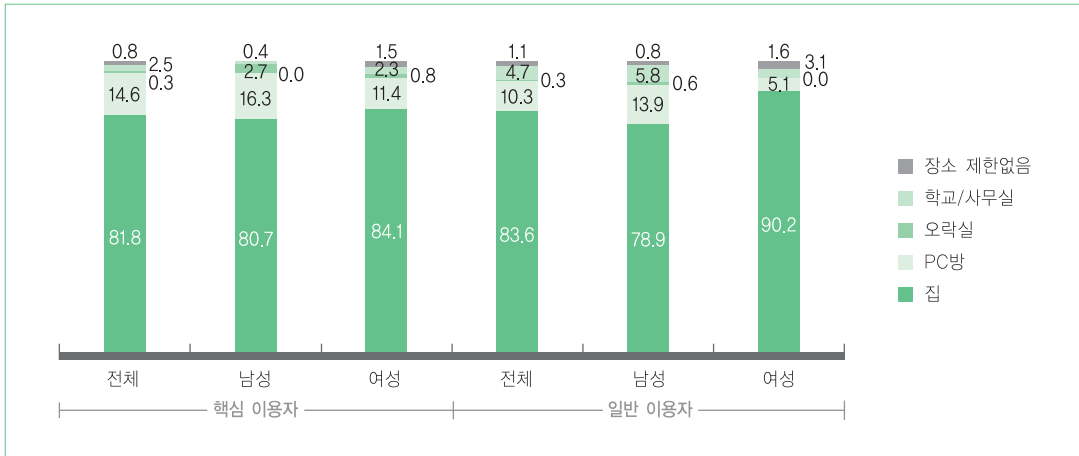


그림 2-3-20 핵심/일반 이용자의 게임 이용 장소



5) 게임 이용 장소

핵심/일반 이용자가 주로 게임을 이용하는 장소를 조사한 결과, 80% 이상이 '집'에서 게임을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 핵심 이용자의 81.8%, 일반 이용자의 83.6%가 집을 선호한다고 응답했다. 성별로는 여성이 남성보다 '집'에서 게임을 이용하는 비율이 높은 반면, 남성은 'PC방'에서 게임을 즐기는 비율이 상대적으로 여성보다 높게 나타났다. PC방을 찾는 핵심 이용자의 경우 남성(16.3%)이 여성(11.4%)보다 약 5% 높았고, 일반 이용자의 경우에는 남성(13.9%)이 여성(5.1%)보다 8% 이상 높았다.

6) 플랫폼별 게임 이용/구입 비용

핵심/일반 사용자들의 플랫폼별 게임 이용/구입 비용을 조사한 결과, 모든 플랫폼에서 핵심 이용자가 일반 이용자보다 이용료가 높은 것으로 나타났다.

먼저 온라인게임에서는 핵심 이용자가 평균 3만 6,141원, 일반 이용자가 평균 1만 7,700원으로 나타나, 2배 이상의 차이를 보였다. 특히 4만 원 이상의 비용을 지출하는 응답자는 일반 이용자(3.0%)보다

핵심 이용자(8.9%)가 3배 가량 많았다.

모바일게임은 핵심 이용자가 7,949원, 일반 이용자가 7,106원을 평균 이용했다. 아예 모바일게임을 이용하지 않는 사람은 일반 이용자(39.2%)가 핵심 이용자(27.7%)보다 많았다. 하지만 '5천 원 이하' 비용을 지출하는 사람들이 이용하지 않는 사람보다 많음을 고려할 때 모바일게임은 많은 이용자들이 소액으로 즐기고 있음을 확인할 수 있다.

PC게임의 경우, 핵심 이용자는 3만 1,023원, 일반 이용자는 2만 3,094원을 사용했다. 이용하지 않는 사람들을 제외하고는 '5천 원 이상 1만 원 이하' 항목의 비중이 높은 가운데, 핵심 이용자의 경우 8.1%가 '3만 원 이하' 금액을 선택하여, 일반 이용자(4.6%)와 격차가 많이 났다.

비디오게임은 핵심 이용자가 4만 4,174원, 일반 이용자가 3만 2,957원을 평균적으로 지불한 것으로 나타났다. 다른 게임들과 마찬가지로, 이용하지 않는다는 비율의 경우, 핵심 이용자보다 일반 이용자가 많았다. '4만 원 초과'의 이용료를 쓰는 핵심 이용자는 19.0%로 일반 이용자 9.1%보다 두 배 이상의 차이를 보였다.

휴대용게임에서는 핵심 이용자가 3만 4,300원, 일반 이용자가 22,898원을 지출했다. 핵심 이용자는 '3만 원 이하' (10.1%)와 '1만 원 이하' (9.6%)를 많이 선택한 반면, 일반 이용자의 '5천 원 이하'가 12.2%로 가장 많았다.

마지막으로 아케이드게임은 핵심 이용자가 평균 7,704원, 일반 이용자가 평균 6,287원을 지불한 것으로 나타났다. 아케이드게임은 다른 게임보다 이용하지 않는다는 비율이 낮게 나타났다. 대체적으로

일반 이용자보다 핵심 이용자가 더 많이 지출하고 있지만, 2만 원 이하의 금액에서는 아케이드게임을 골고루 사용하고 있었다.

7) 게임 선택 시 결정요소

핵심/일반 이용자들에게 게임을 선택하는 결정요소가 무엇인지를 알아본 결과, 두 집단 공히 '좋아하는 장르' (핵심 57.8%, 일반 57.0%)라고 대답했다. '게임을 해 본 사람들의 추천' (핵심 16.2%,

그림 2-3-21 핵심/일반 이용자의 온라인게임 이용료

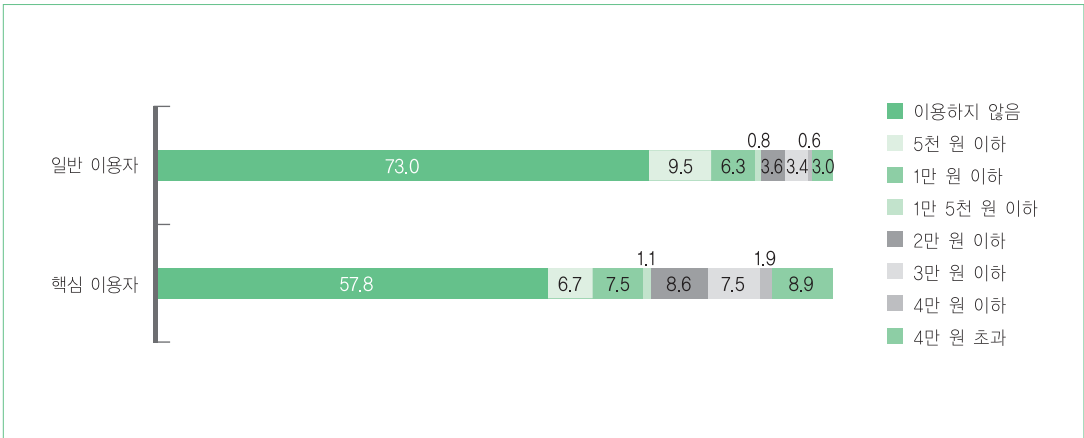


그림 2-3-22 핵심/일반 이용자의 모바일게임 이용료

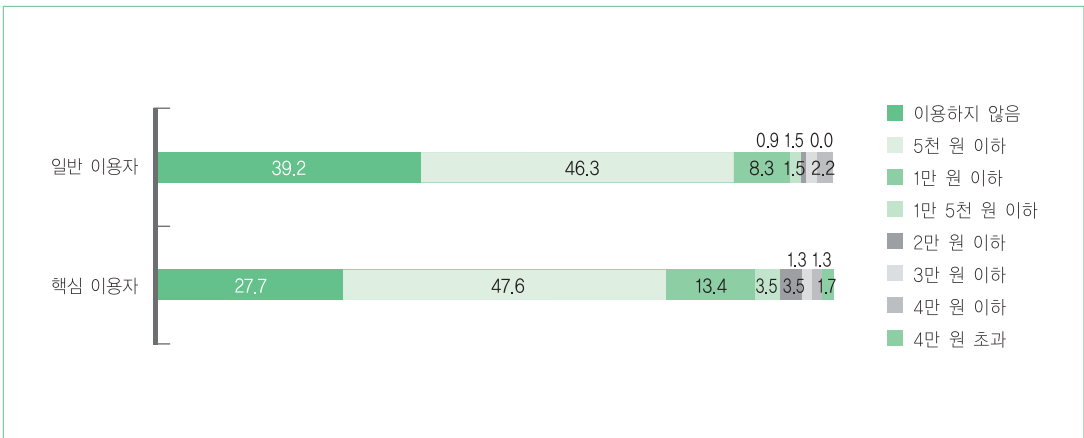


그림 2-3-23 핵심/일반 이용자의 PC게임 이용료

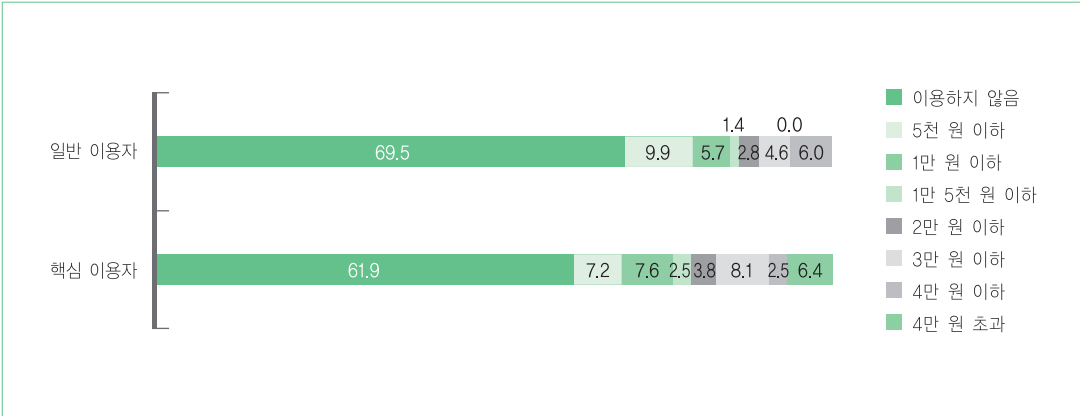


그림 2-3-24 핵심/일반 이용자의 비디오게임 이용료

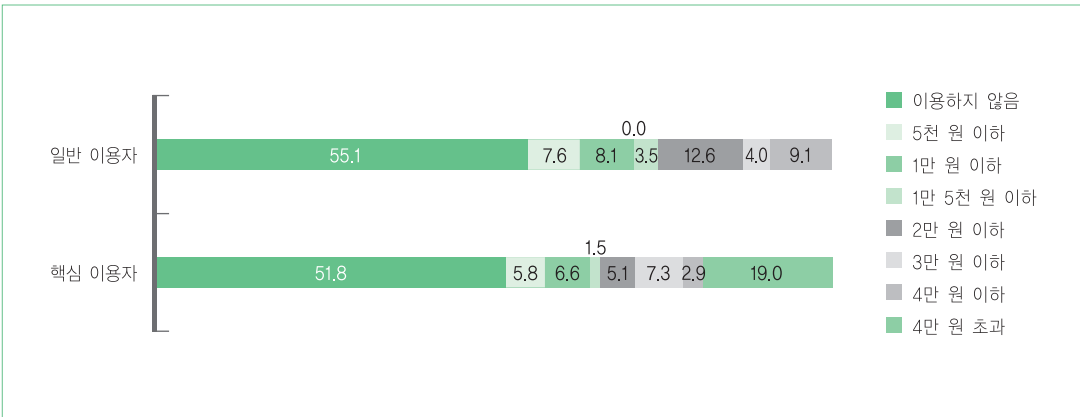


그림 2-3-25 핵심/일반 이용자의 휴대용게임 이용료

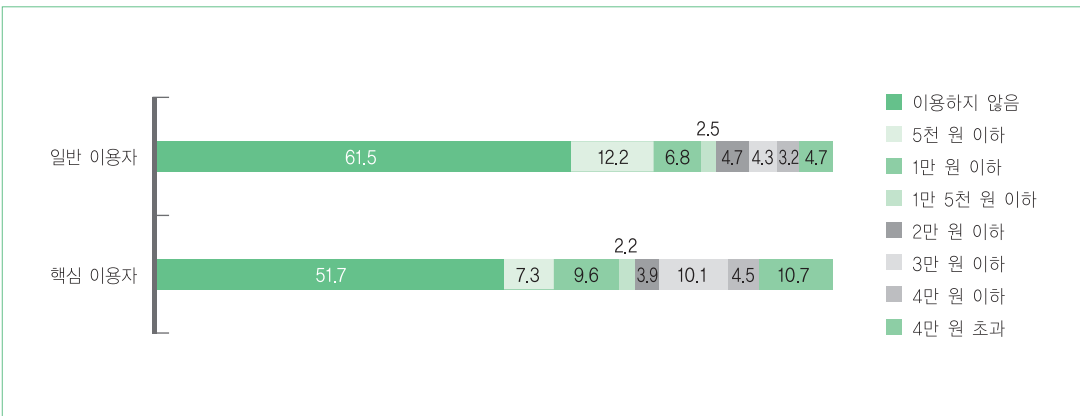
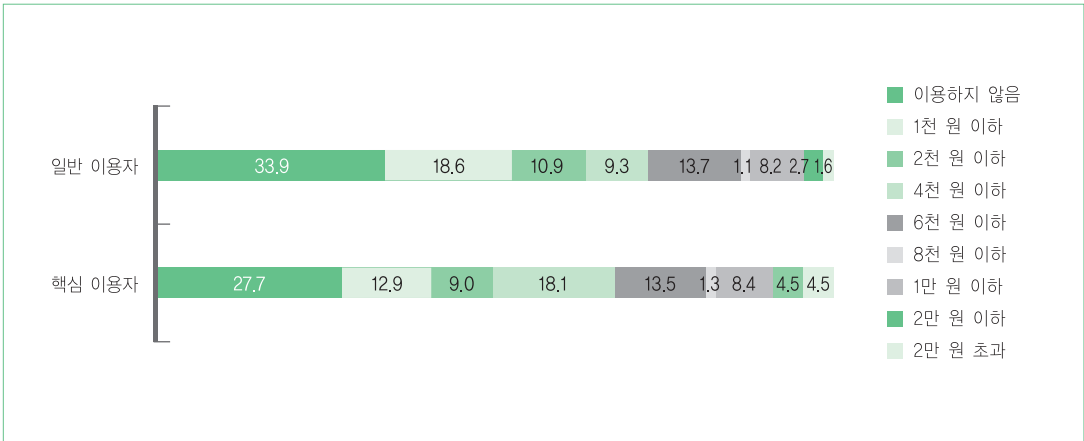


그림 2-3-26 핵심/일반 이용자의 아케이드게임 이용료



일반 14.5%)과 '좋아하는 내용' (핵심 12.9%, 일반 14.2%) 때문에 게임을 선택한다는 대답이 그 뒤를 이었다. 성별로는 남성의 60% 이상이 '좋아하는 장르'를 선택한 반면, 여성은 '게임을 해본 사람들의 추천' (핵심 22.7%, 일반 16.9%)을 상대적으로 많이 선택했다.

8) 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험과 이유

최근 6개월 이내에 게임을 바꾼 경험이 있는지를

조사한 결과, 핵심 이용자는 6 : 4, 일반 이용자는 7 : 3의 비율로 바꾸지 않았다는 대답이 많았다.

다음으로 게임을 바꾼 이유가 무엇인지를 확인해 보았다. 그 결과, 핵심 이용자들은 '게임이 재미가 없어서' (26.7%), '더 재미있는 게임이 출시되어서' (21.8%), '게임을 마스터해서' (12.6%), '친구의 권유로' (11.5%) 등을 주된 이유로 꼽았다. 일반 이용자들이 게임을 바꾼 이유 역시 핵심 이용자와 유사했다. '게임이 재미가 없어서' (30.0%)를 가장

그림 2-3-27 핵심/일반 이용자의 게임 선택 시 결정요소(1순위)

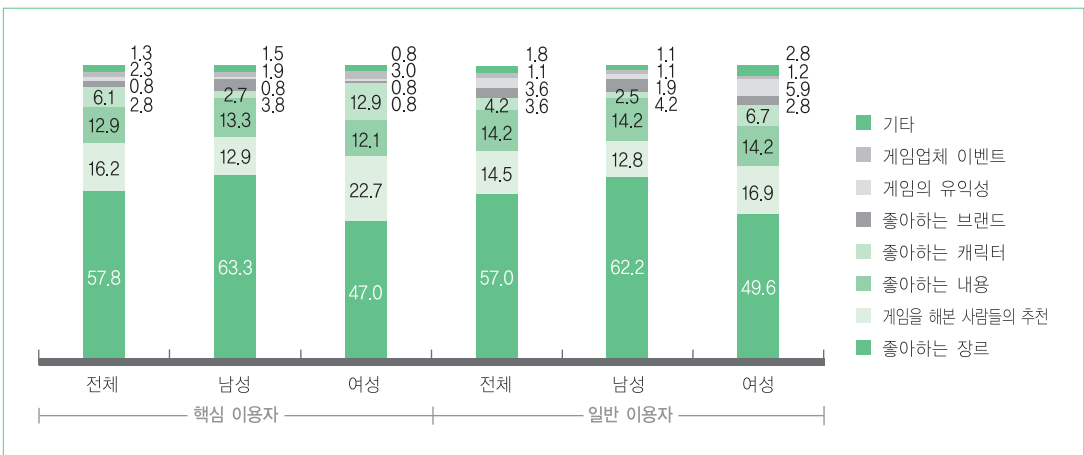
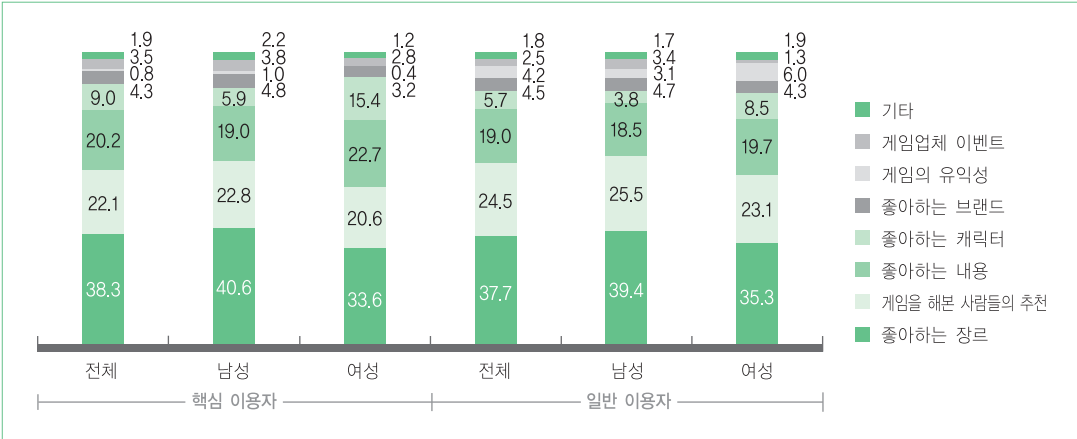


그림 2-3-28 핵심/일반 이용자의 게임 선택 시 결정 요소(순위 종합)



많이 선택한 가운데, ‘더 재미있는 게임이 출시되어서’ (18.2%), ‘게임을 마스터해서’ (14.2%), ‘친구의 권유로’ (7.6%) 등의 순이었다.

요컨대, 게임을 선택함에 있어 ‘재미’가 핵심 요소를 확인할 수 있고, 상대적으로 일반 이용자는 ‘게임 조작’ (6.3%)이나 ‘스토리/사운드/그래픽’ (7.3%)에 관심을 보인 반면, 핵심 이용자는 ‘AS’ (6.5%)나 ‘보안’ (3.4%) 문제에 좀 더 신경 쓰고 있음을 확인할 수 있다.

9) 게임 이용 시 관심 있게 보는 것

핵심/일반 이용자들은 게임을 이용하면서 ‘스토리’ (핵심 32.1%, 일반 35.3%)를 가장 관심 있게 본다고 대답했다. 다음으로는 ‘CG그래픽’ (25.5%, 20.8%), ‘기획’ (18.6%) 등의 순으로 나타났다. 게임을 진행하는 내용 전개와 비주얼적인 측면에 주목하고 있었다.

핵심 이용자의 남성은 여성보다 ‘스토리’와 ‘CG그래픽’을 36.4%, 26.1%로 더 관심있게 보는

그림 2-3-29 핵심/일반 이용자가 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험 유무

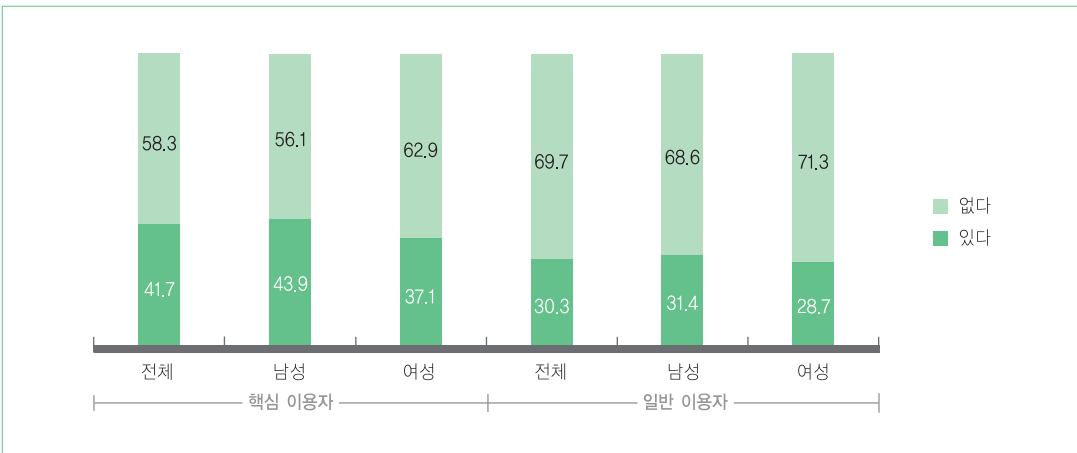


그림 2-3-30 핵심 이용자가 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(복수응답)

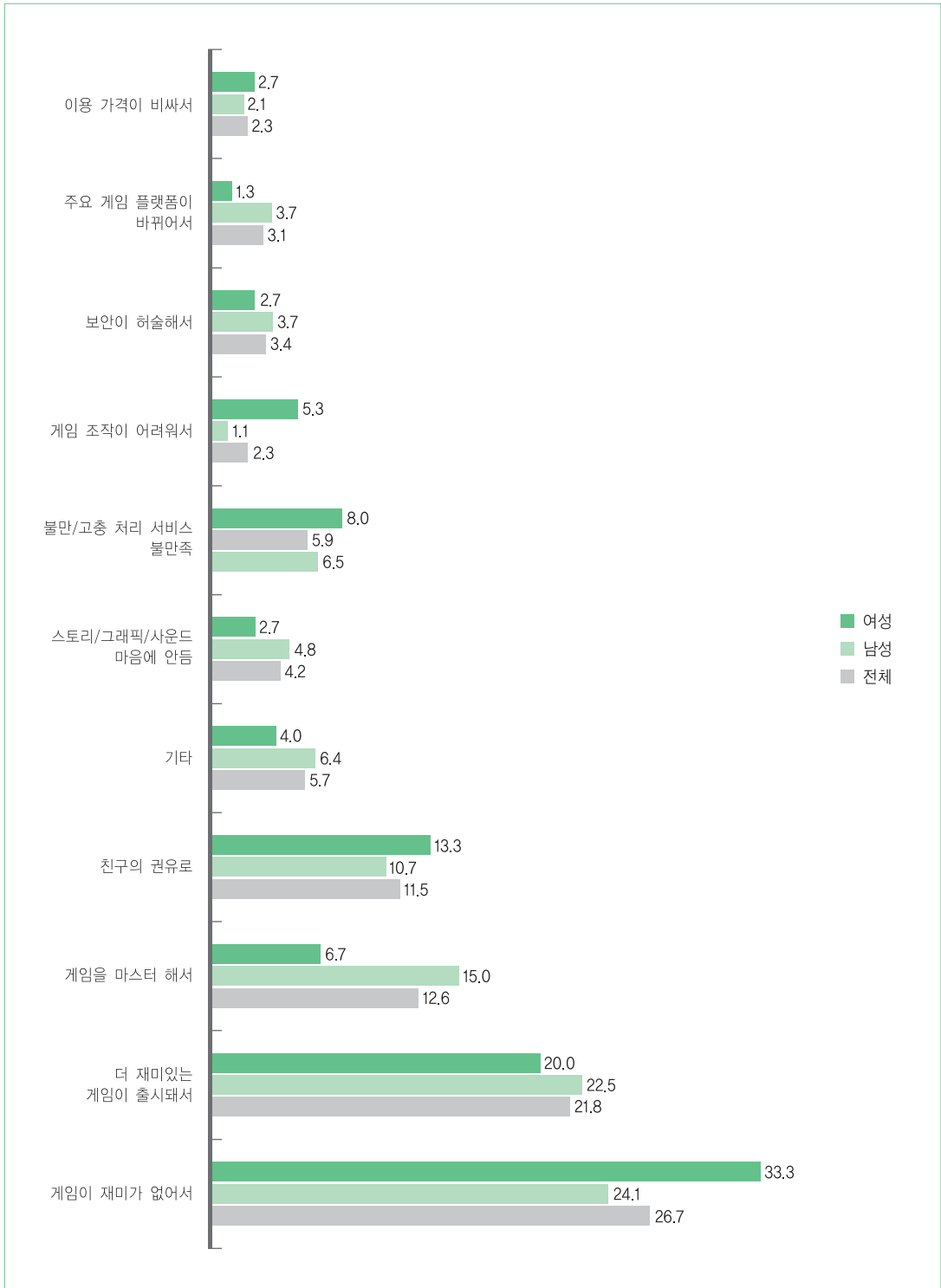
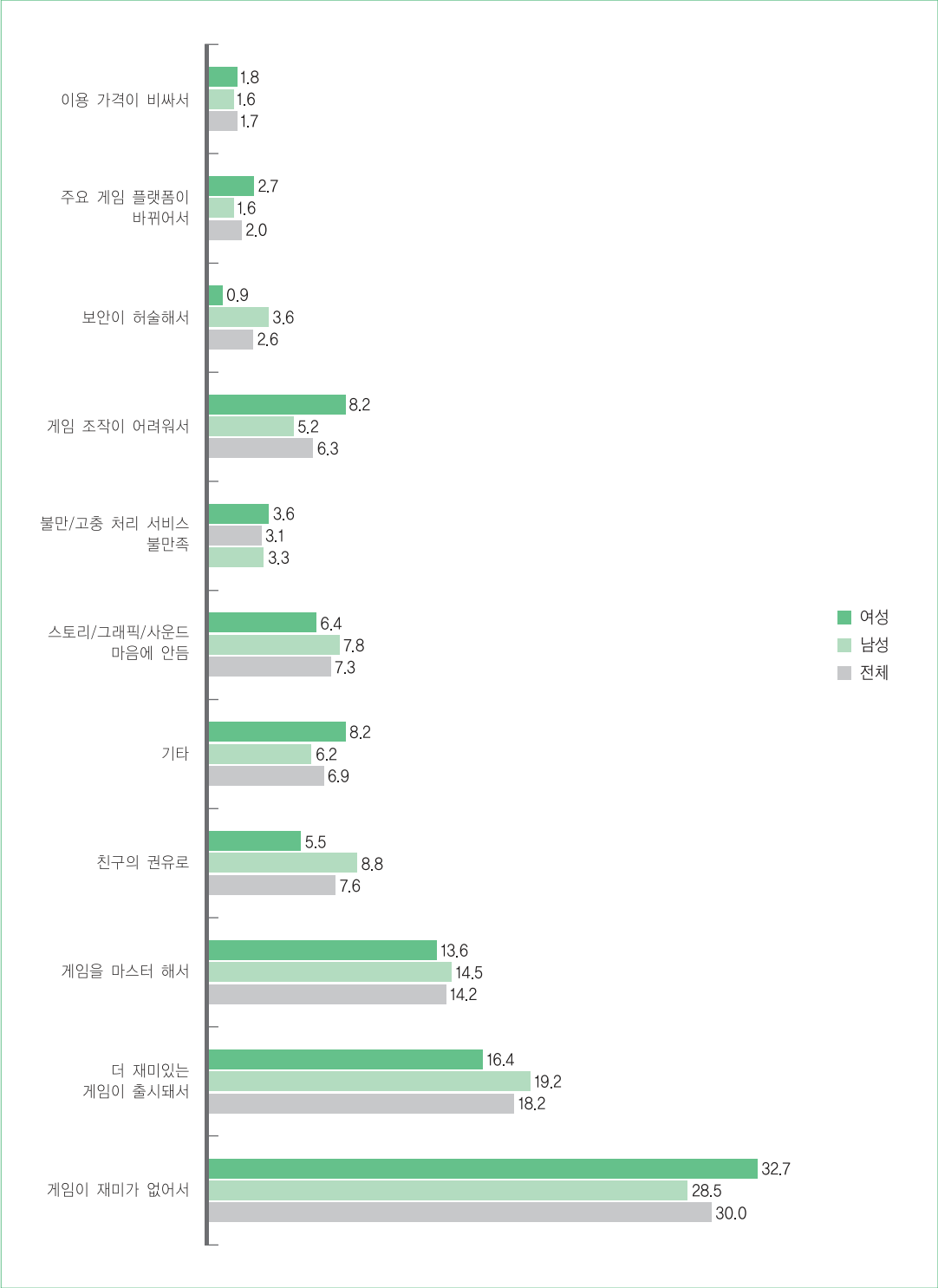


그림 2-3-31 일반 이용자가 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(복수응답)

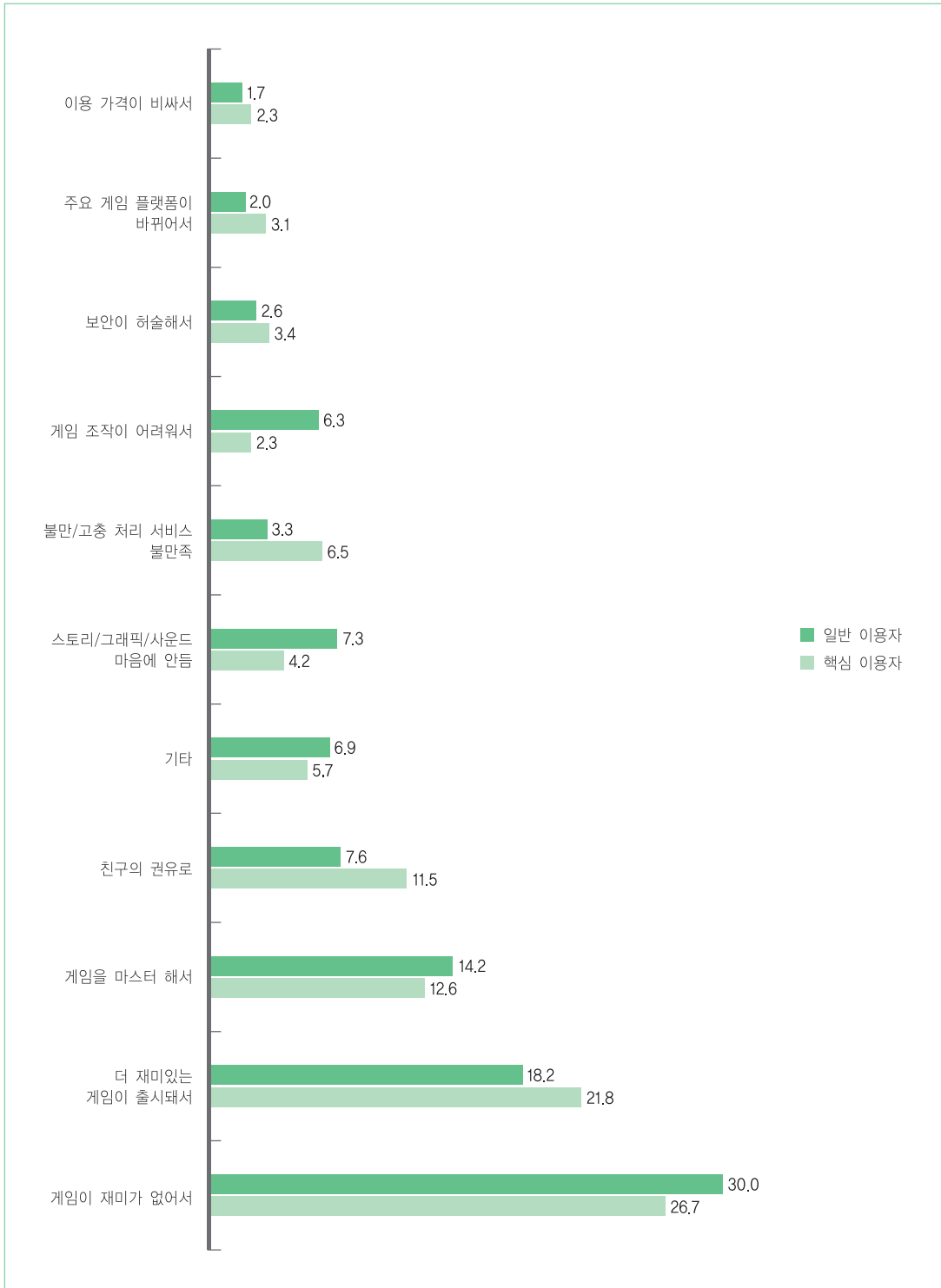


제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

그림 2-3-32 핵심/일반 이용자가 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유



반면 ‘기획’ 측면은 여성이 23.5%로 남성보다 좀 더 주목했다. 많지 않은 차이지만 일반 이용자에서는 여성(37.0%)이 남성(34.2%)보다 스토리에 관심

을 보였다. 하지만 ‘CG그래픽’, ‘기획’에는 여성보다 남성이 더 주목했다.

그림 2-3-33 핵심/일반 이용자가 게임 이용 시 관심 있게 보는 것(1순위)

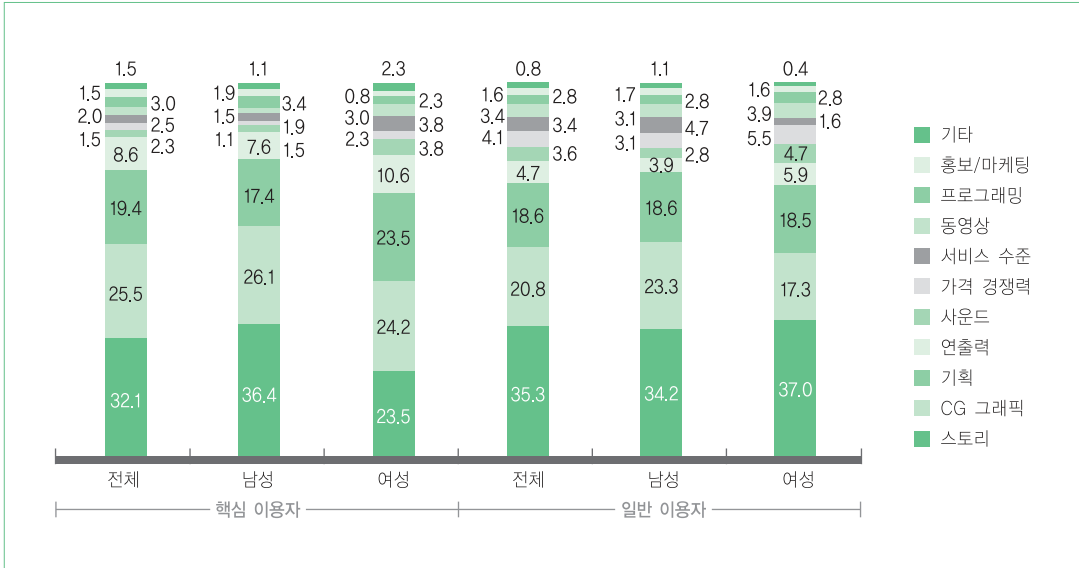
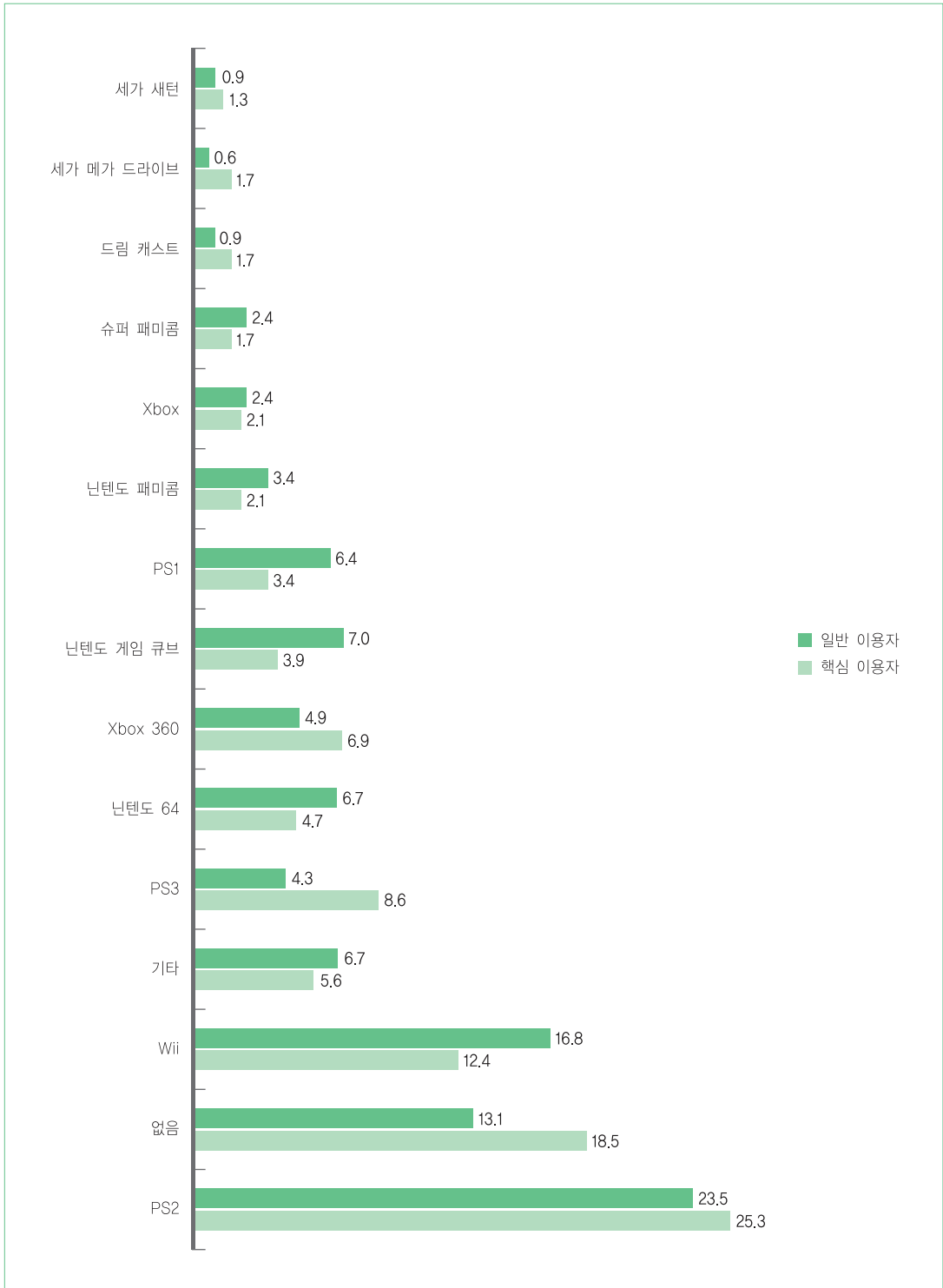


그림 2-3-34 핵심/일반 이용자가 게임 이용 시 관심 있게 보는 것(순위 종합)



그림 2-3-35 핵심/일반 이용자가 현재 보유 중인 비디오게임기



2. 게임기 현황

1) 현재 보유 중인 비디오게임기

현재 보유하고 있는 비디오게임기를 확인한 결과, 핵심/일반 이용자 모두 '플레이스테이션2' (핵심 25.3%, 일반 23.5%)를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 핵심 이용자의 경우에는 그 다음으로 'Wii'(12.4%), '플레이스테이션3' (8.6%), 'X-BOX 360' (6.9%) 등의 순이었고, 일반 이용자는 'Wii' (16.8%), '닌텐도 게임 큐브' (7.0%) 등의 순으로 집계됐다. 흥미로운 점은 핵심 이용자일수록 일반 이용자보다 기기를 많이 소유하고 있을 거라 예상되었지만, 실제로는 게임기를 보유하고 있지 않다는 비율이 일반 이용자(12.4%)보다 핵심 이용자(18.5%)가 더 높았다는 사실이다. 또한 게임을 하며 운동도 즐길 수 있는 'Wii' 게임은 핵심 이용자(12.4%)보다 일반 이용자 (16.8%)에게 인기가 더 많았다.

2) 향후 구입 희망 비디오게임기

핵심/일반 이용자 모두 향후 구입을 희망하는 비디오게임 기종으로 '플레이스테이션3' (핵심 38.2%, 일반 35.7%)를 선택했다. 다음으로 'Wii' (핵심 25.5%, 일반 26.7%)와 'X-BOX 360' (핵심 20.9%, 일반 18.0%)가 구입 희망 기종으로 꼽혔다.

3) 현재 보유 중인 휴대용게임기

현재 보유하고 있는 휴대용게임기로 핵심/일반 이용자 모두 '닌텐도DS' (핵심 36.8%, 일반 48.0%)와 'PSP' (핵심 30.4%, 일반 17.6%)를 선택했다. 핵심 이용자들은 '닌텐도DS'와 'PSP'의 보유 비중에 큰 차이가 없었지만, 일반 이용자들은 '닌텐도DS'를 압도적으로 선호했다. 휴대용게임기를 보유하고 있지 않은 이용자의 비중은 2009년(핵심 24.7%, 일반 20.7%)보다 2010년

그림 2-3-36 핵심/일반 이용자가 향후 구입 희망하는 비디오게임기(순위 종합)

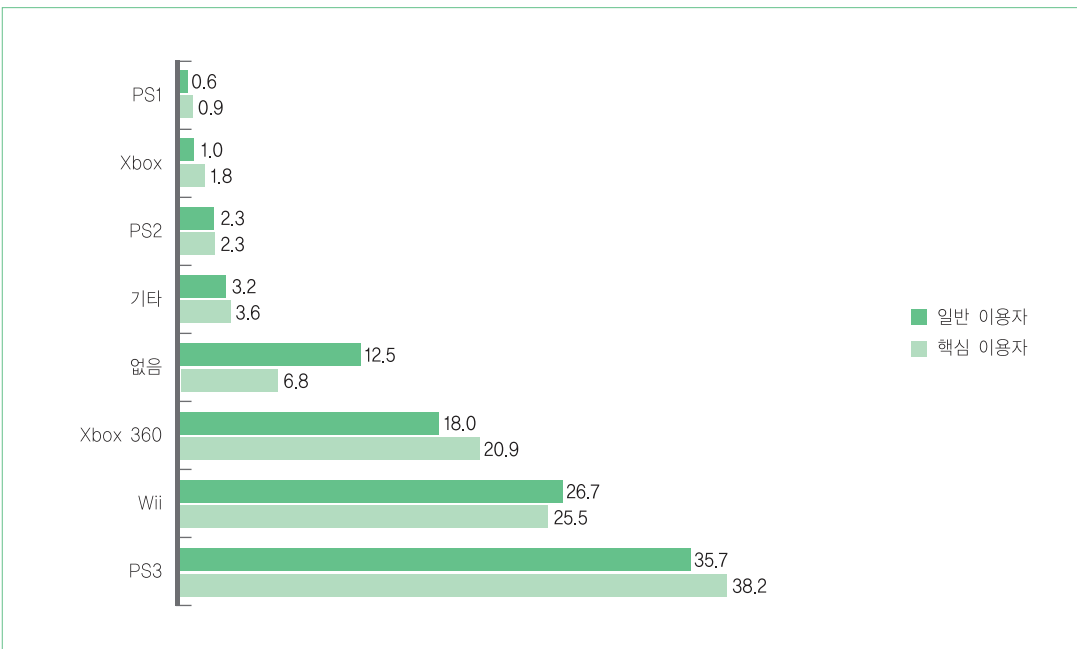
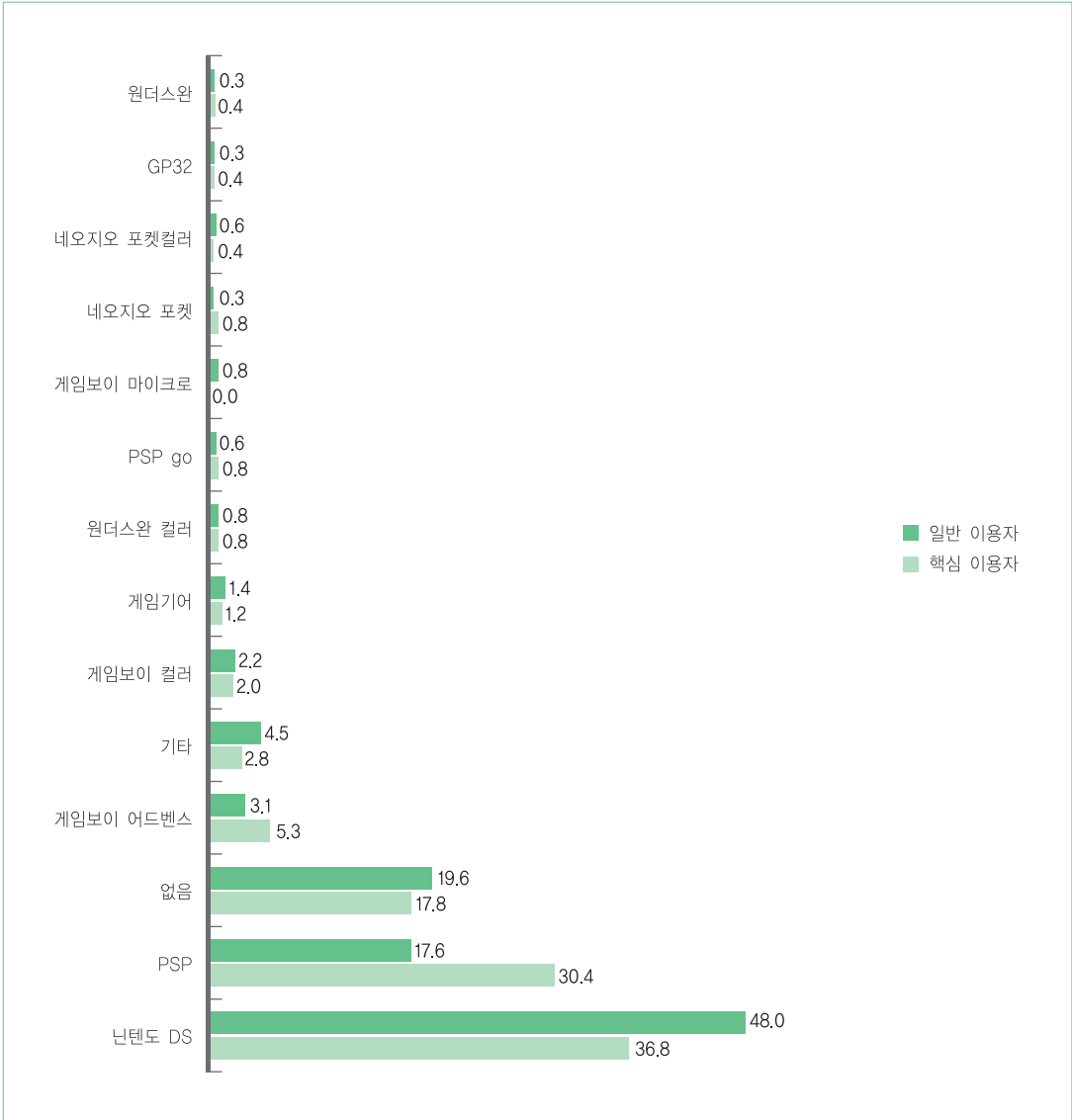


그림 2-3-37 핵심/일반 이용자가 현재 보유 중인 휴대용게임기



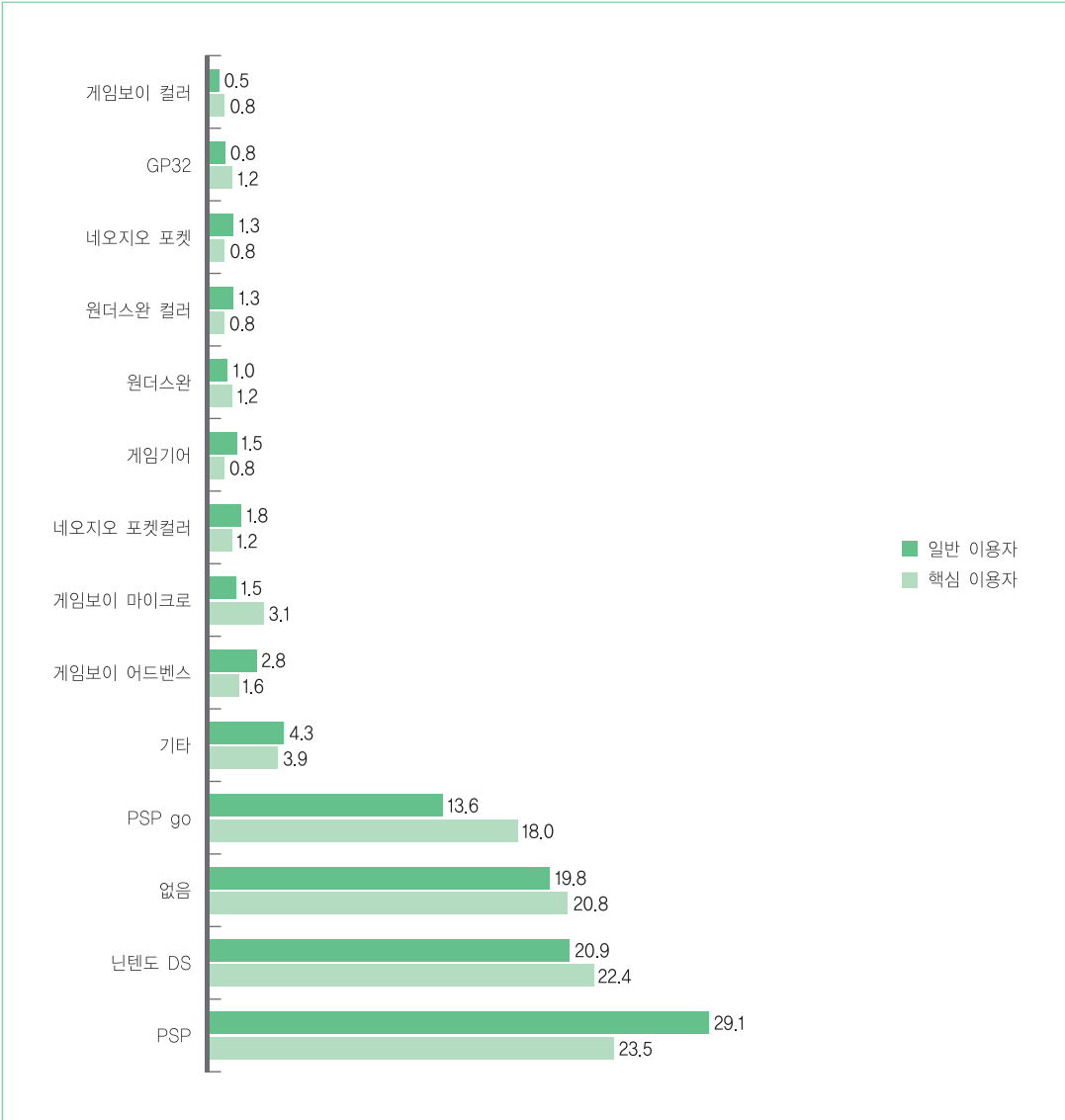
(핵심 6.8%, 일반 12.5%)에 많이 줄어들었음을 알 수 있다.

4) 향후 구입 희망 휴대용게임기

향후 구입을 희망하는 휴대용게임기로 핵심/일반 이용자 모두 'PSP' (핵심 23.5%, 일반 29.1%)

를 가장 많이 선택했다. 핵심 이용자들은 'PSP'에 못지 않게 '닌텐도 DS' (22.4%)를 선호했지만, 일반 이용자들은 'PSP'에 비해 '닌텐도 DS' (20.9%)에 대한 구매 의욕이 적었다. 2009년과 다른 점은, 2010년에는 3순위로 'PSP go' (핵심 18.0%, 일반 13.6%)가 새롭게 등장했다는 사실이다.

그림 2-3-38 핵심/일반 이용자가 향후 구입 희망하는 휴대용게임기(순위 종합)



3. 게임에 대한 견해

1) 국내 게임의 부족한 부분

국내 게임의 부족한 부분에 대해 핵심 이용자는 ‘스토리’ (20.7%), ‘기획’ (18.4%), ‘서비스 수준’ (16.4%) 순으로 지적한 반면, 일반 이용자는 ‘기

획’ (19.4%), ‘스토리’ (17.3%), ‘CG그래픽’ (12.9%) 순으로 대답했다. 향후 국내 게임을 개발하는 과정에서 ‘스토리’와 ‘기획’ 같은 콘텐츠 구성 측면에 좀 더 충실할 필요가 있음을 알 수 있다.

그림 2-3-39 핵심/일반 이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(1순위)

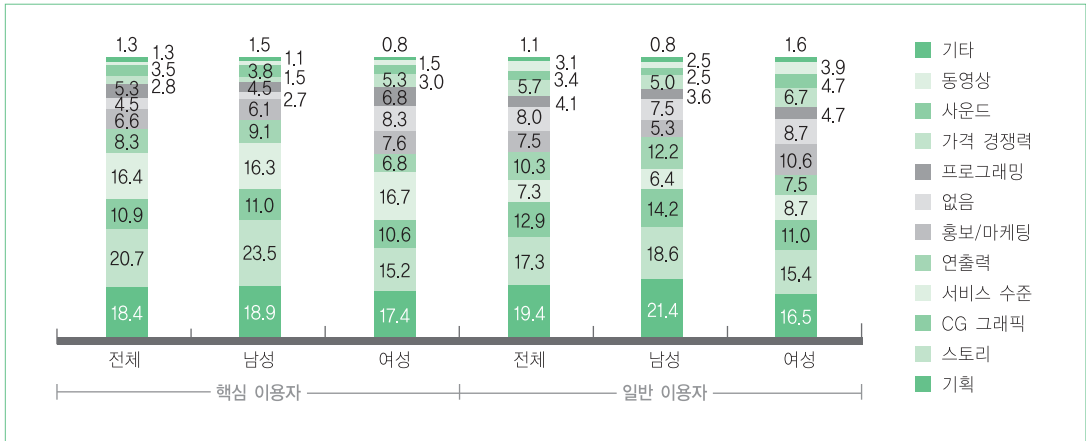
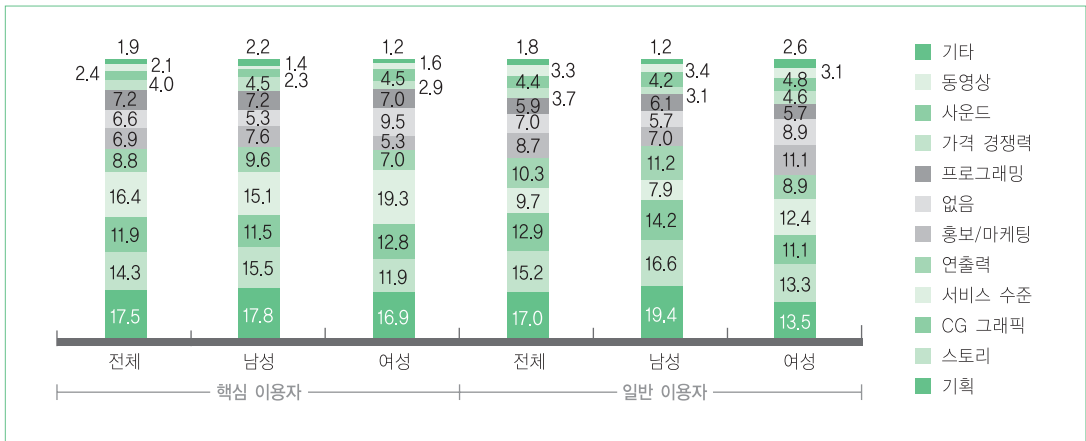


그림 2-3-40 핵심/일반 이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(순위 종합)



2) 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼과 장르

향후 국내 게임시장에서 주도적인 역할을 담당하게 될 게임플랫폼이 무엇인지 확인해보니, 핵심/일반 사용자 모두 ‘온라인게임’(핵심 79.5%, 일반 67.6%)이라는 대답했다. 다음으로 ‘모바일게임’(핵심 6.3%, 일반 16.0%), ‘휴대용게임’(5.8%, 7.2%), ‘PC게임’(3.8%, 3.7%) 순위였다. 핵심 사용자보다 일반 사용자가 ‘모바일게임’에 더 기대를 걸고 있

었고, 세계 게임시장을 주도하고 있는 ‘비디오게임’에 대해서는 두 집단 모두 큰 기대를 하지 않는 것으로 조사되었다(핵심 3.8%, 일반 3.7%).

향후 국내 게임시장을 주도하게 될 게임 장르로 핵심 이용자는 ‘롤플레이’(49.2%)를 가장 많이 꼽았다. 다음으로 ‘FPS’(9.6%), ‘전략시뮬레이션’(9.3%), ‘액션’(9.1%) 등의 순으로 집계됐다. 일반 이용자도 핵심 이용자와 같이 향후 시장을 주도하게 될 게임 장르로 ‘롤플레이’(38.4%)를 선택했

그림 2-3-41 핵심/일반 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 플랫폼에 대한 견해(1순위)

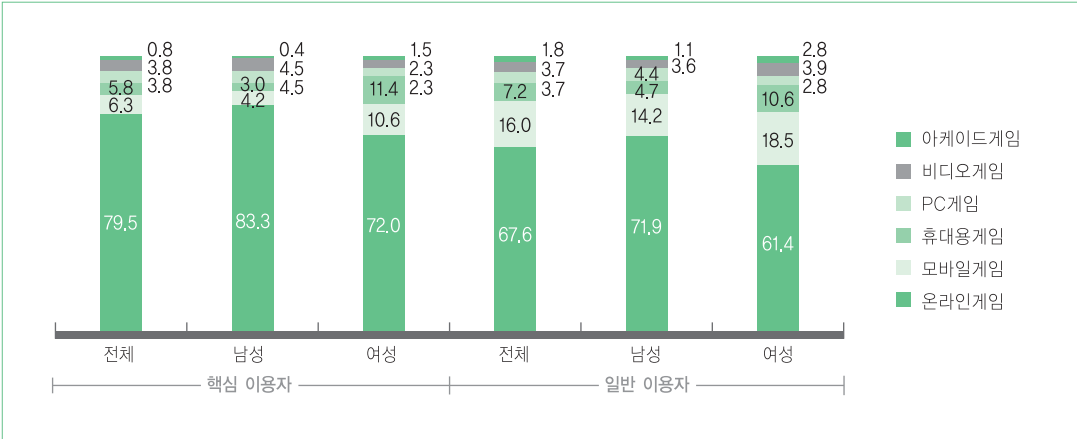
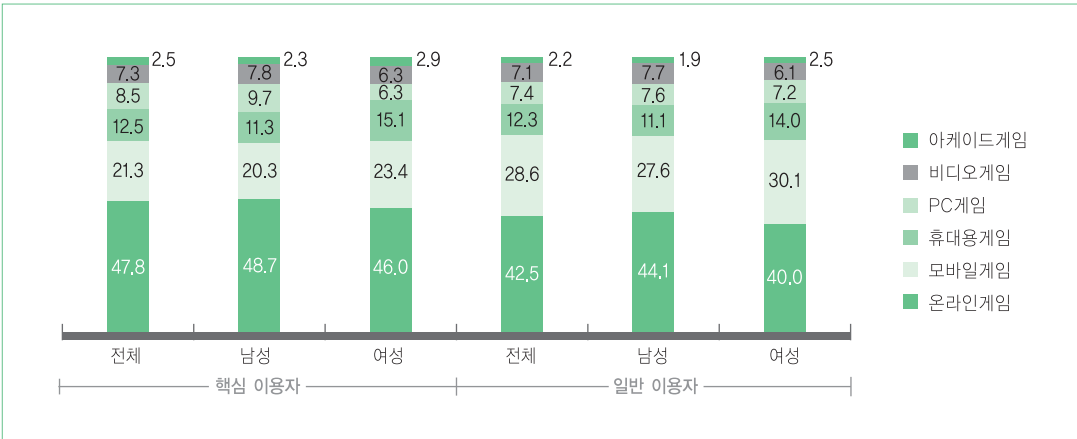


그림 2-3-42 핵심/일반 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 플랫폼에 대한 견해(순위 종합)



며, 계속해서 ‘전략시뮬레이션’ (11.2%), ‘액션’ (10.3%), ‘FPS’ (8.0%) 등에 많은 점수를 주었다. 핵심 이용자에 비해 일반 이용자의 응답은 비교적 각 장르에 고르게 분포되어 있었다.

성별로는 핵심 이용자 집단에서 여성은 남성보다 ‘전략적 시뮬레이션’에 더 큰 비중을 두었고, 일반 이용자 집단에서 여성은 남성보다 ‘액션’과 ‘체감형게임’ ‘교육용 게임’ ‘캐주얼게임’ 등에 대해 후하게 평가했다.

3) 게임 이용에 대한 주변 반응

본인이 게임을 이용하는 것을 주변 사람들은 어떻게 생각하고 있는지를 조사했다. 가장 많이 응답한 답변은 핵심/일반 이용자 모두 ‘별다른 간섭을 하지 않는 편이다’ (핵심 49.0%, 일반 67.4%)였다. 그 다음으로 ‘게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다’ (핵심 37.0%, 일반 21.8%), ‘게임을 함께 한다’ (핵심 6.8%, 일반 4.7%)의 순이었다. 예상대로 일반 이용자가 핵심 이용자들보다 간섭을 많이 받지 않는

그림 2-3-43 핵심 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 장르에 대한 견해(1순위)

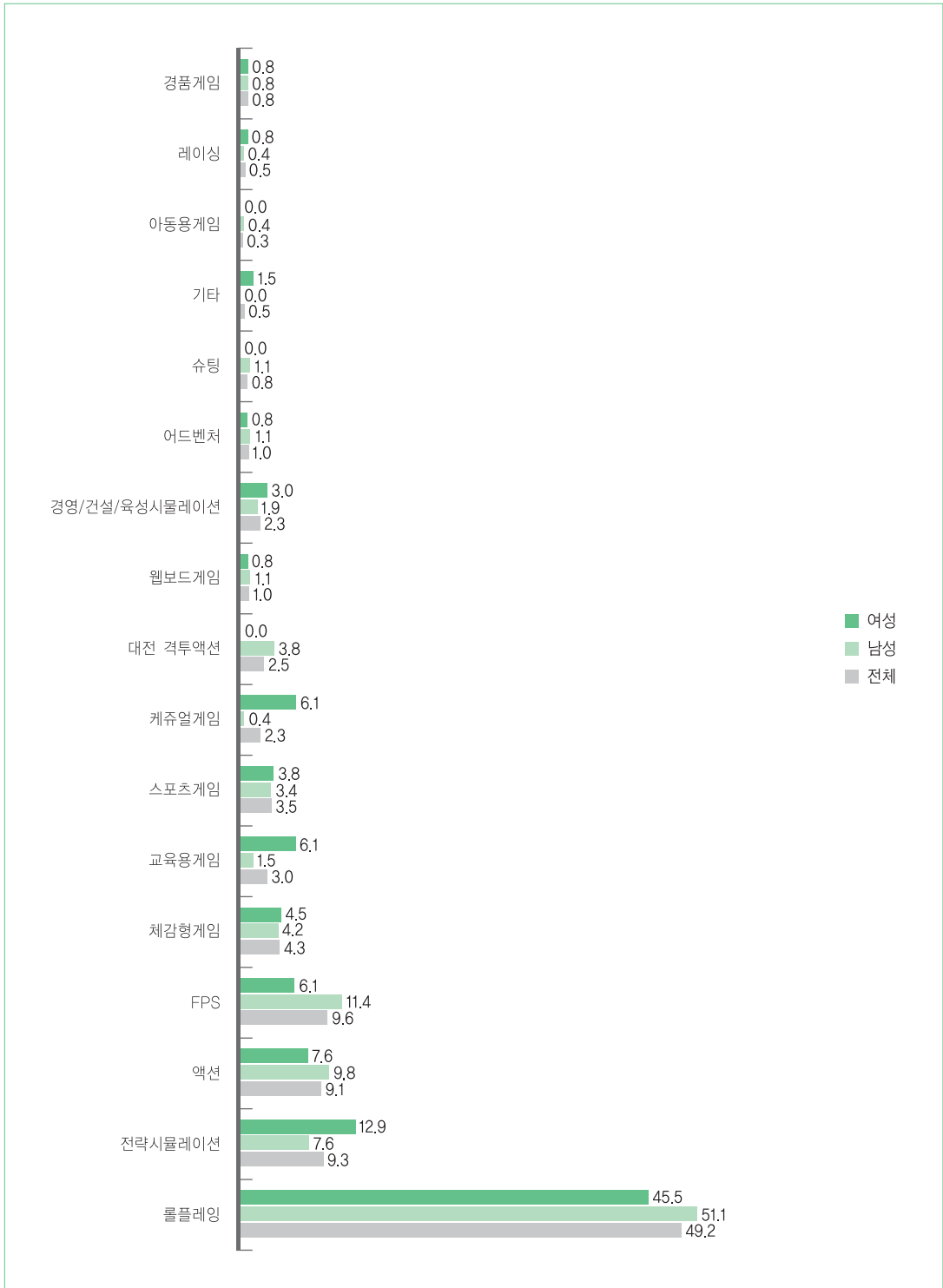
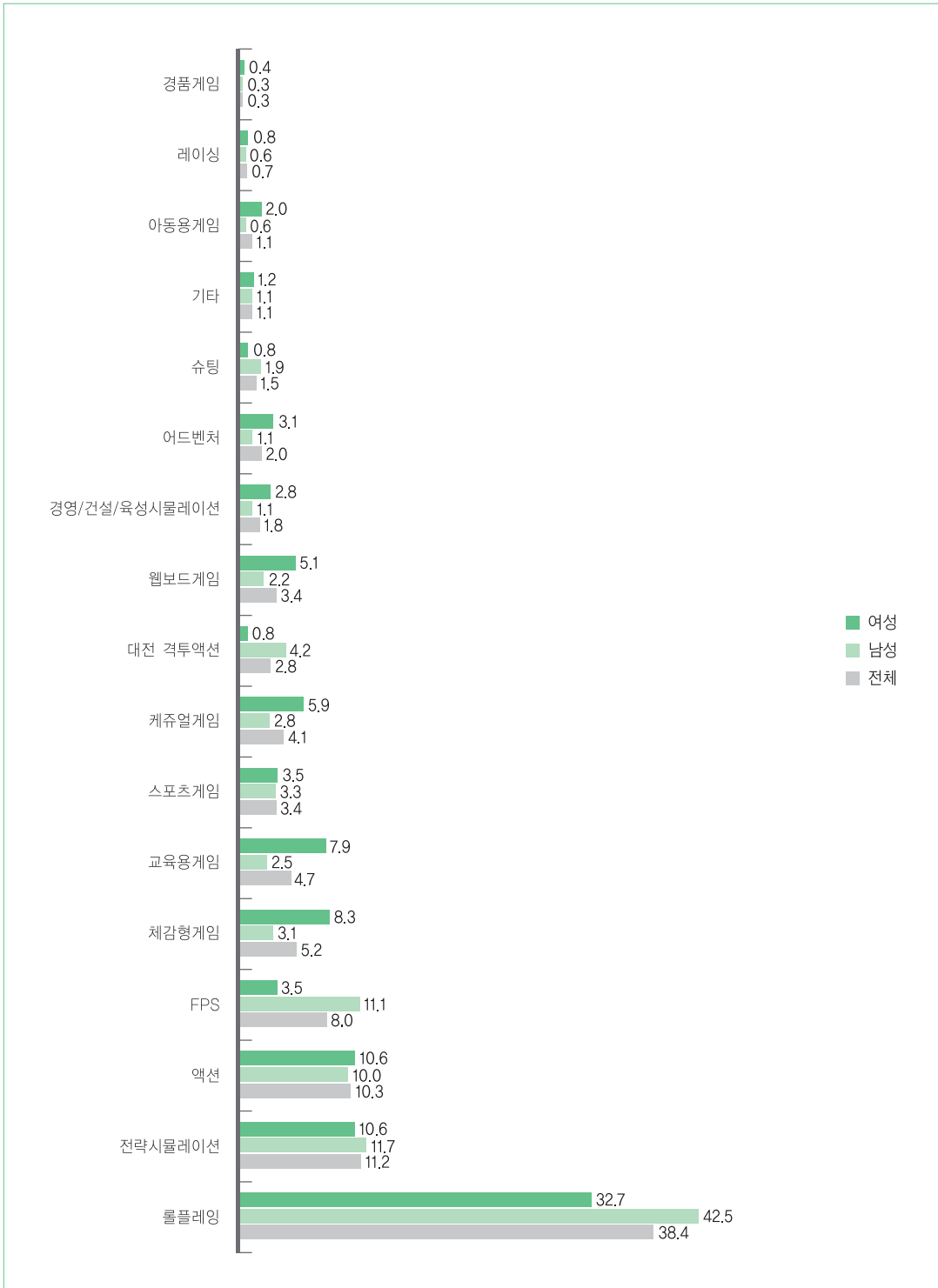


그림 2-3-44 일반 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 장르에 대한 견해(1순위)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

그림 2-3-45 핵심 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 장르에 대한 견해(순위 종합)

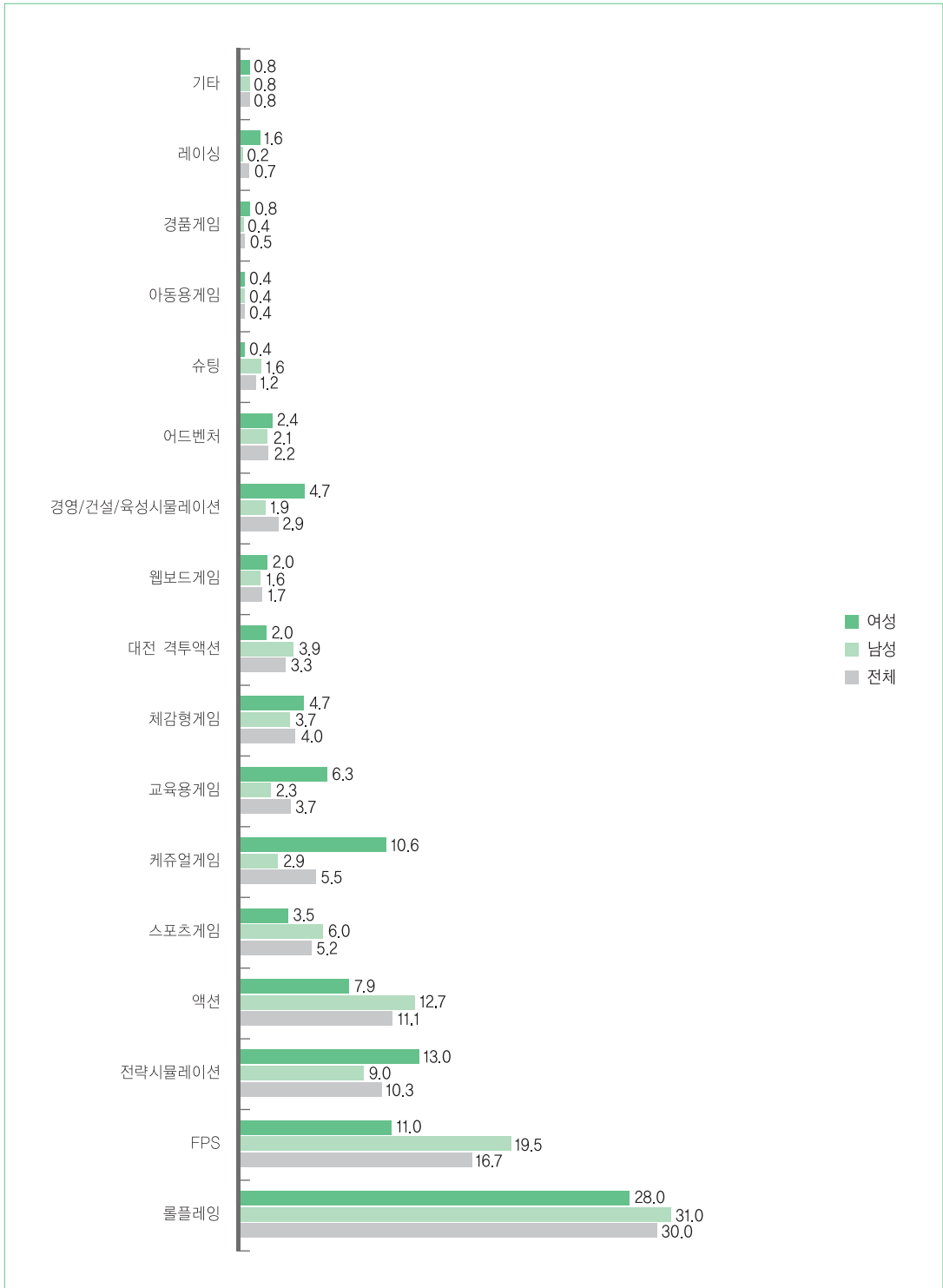
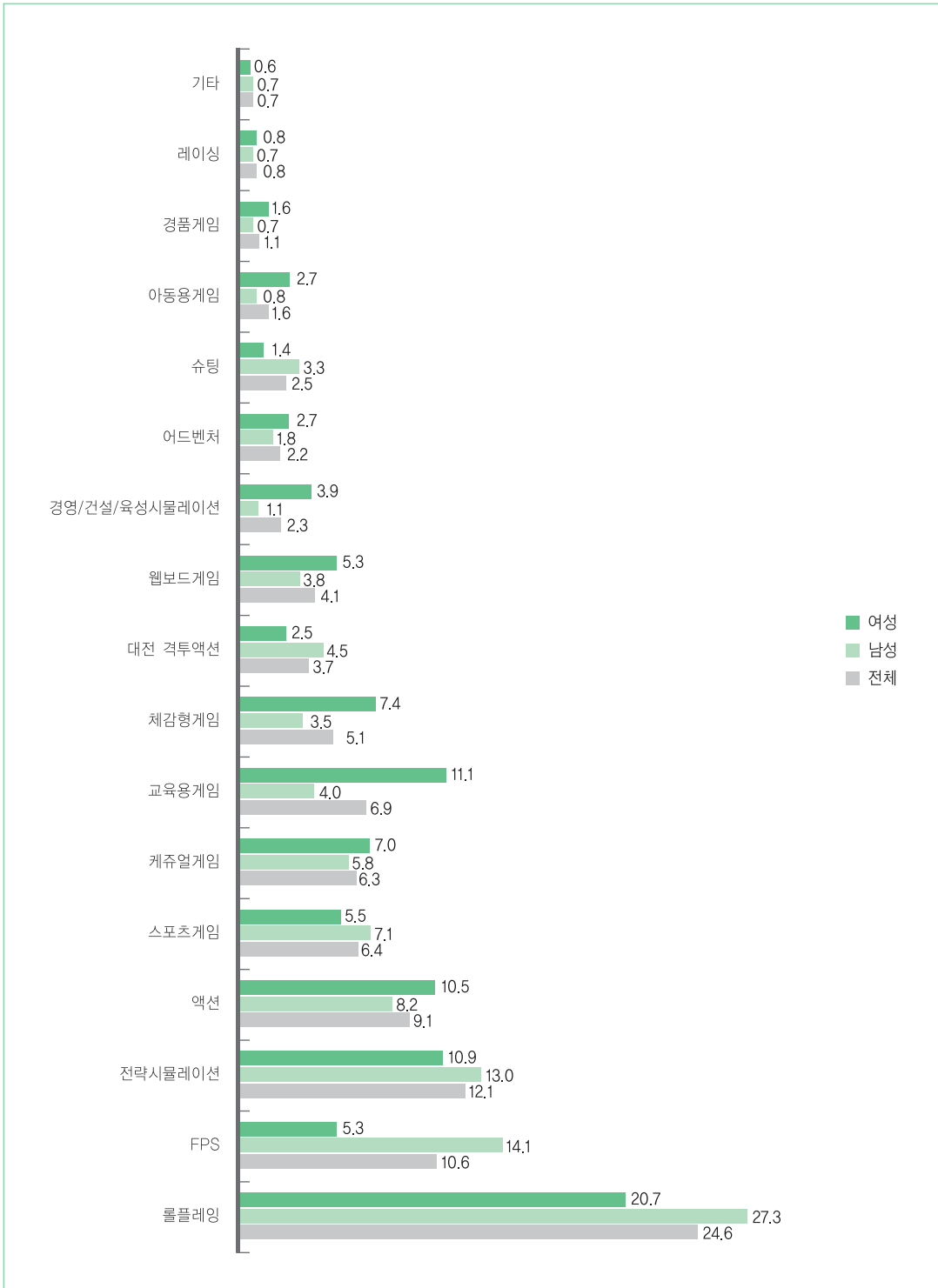


그림 2-3-46 일반 이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임 장르에 대한 견해(순위 종합)

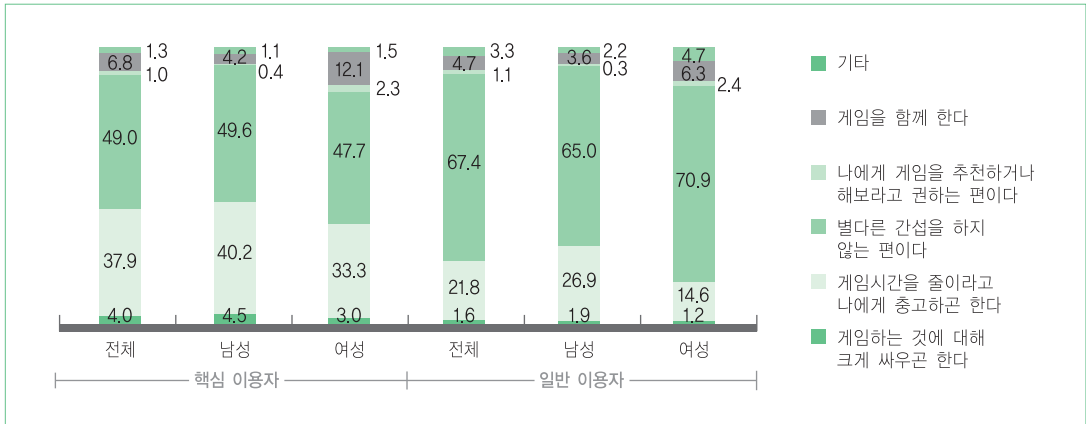


제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

그림 2-3-47 핵심/일반 이용자의 게임 이용에 대한 주변 반응



다는 결과가 나왔다. 또한 핵심 이용자는 일반 이용자보다 좀 더 스스로에게 게임을 줄이라고 충고하는 편이었다.

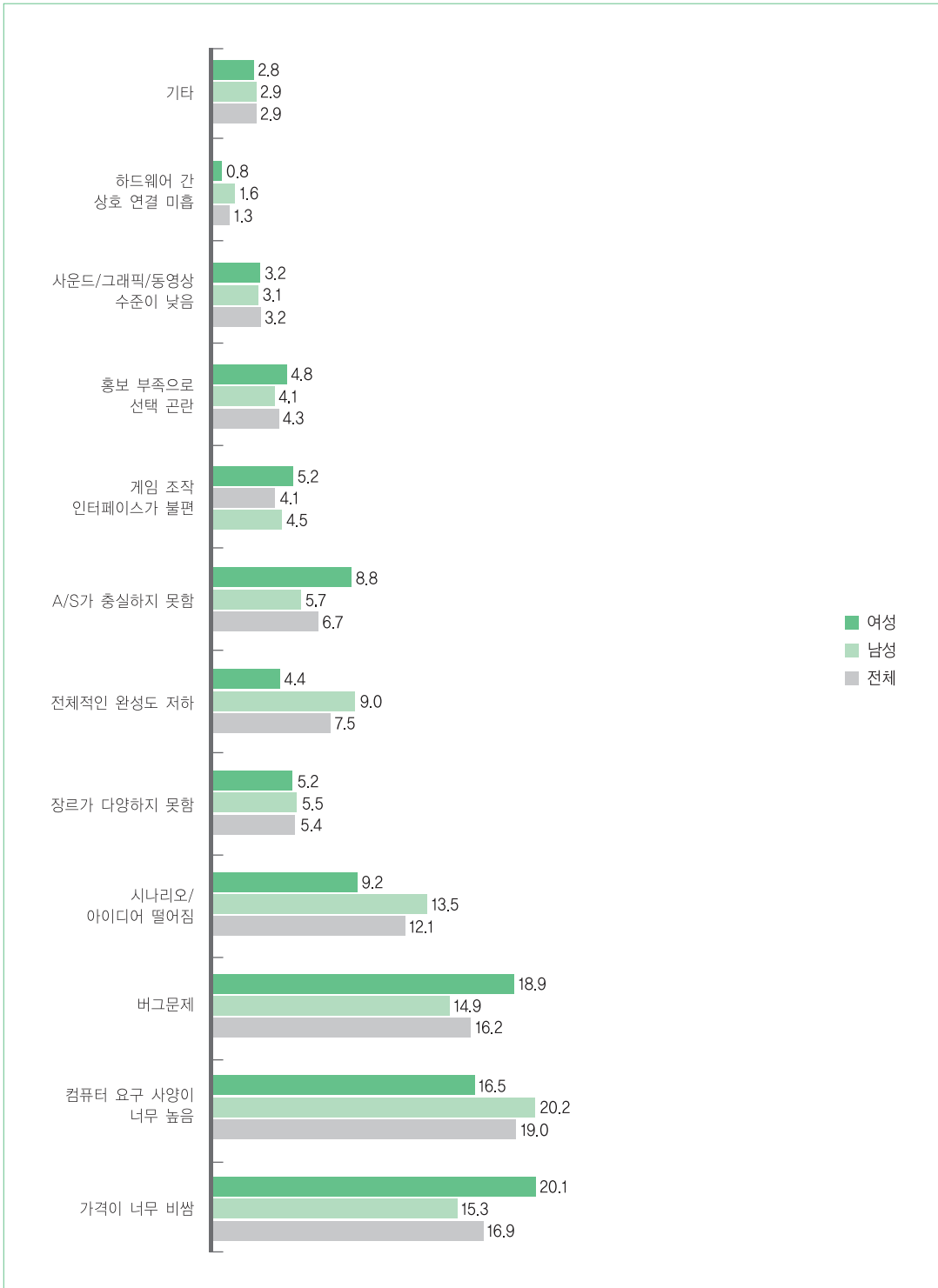
4) 게임 이용 시 불만사항

게임을 이용할 때의 불만사항을 조사한 결과, 핵심 이용자는 ‘컴퓨터 요구 사양이 너무 높음’이 19.0%로 가장 많았고, ‘가격이 너무 비쌌’ (16.9%), ‘버그문제’ (16.2%), ‘시나리오/아이디어 떨어짐’ (12.1%) 등이 뒤를 이었다. 남성은 ‘버그문제’

(14.9%)와 ‘시나리오/아이디어 떨어짐’ (13.5%)을 주로 지적한 반면, 여성은 ‘가격이 너무 비쌌’ (20.1%)과 ‘버그문제’ (18.9%)에 대해 불만을 토로했다.

일반 이용자의 경우에는 ‘가격이 너무 비쌌’이 20.6%로 가장 많았다. 그 다음으로 ‘컴퓨터 요구 사양이 너무 높음’ (17.5%), ‘버그문제’ (15.2%), ‘시나리오/아이디어 떨어짐’ (11.0%) 등의 순을 기록했다. 특히 여성은 ‘버그문제’ (16.6%), ‘장르가 다양하지 못함’ (11.2%)을 지적했다.

그림 2-3-48 핵심 이용자의 게임 이용 시 불만 사항(복수응답)

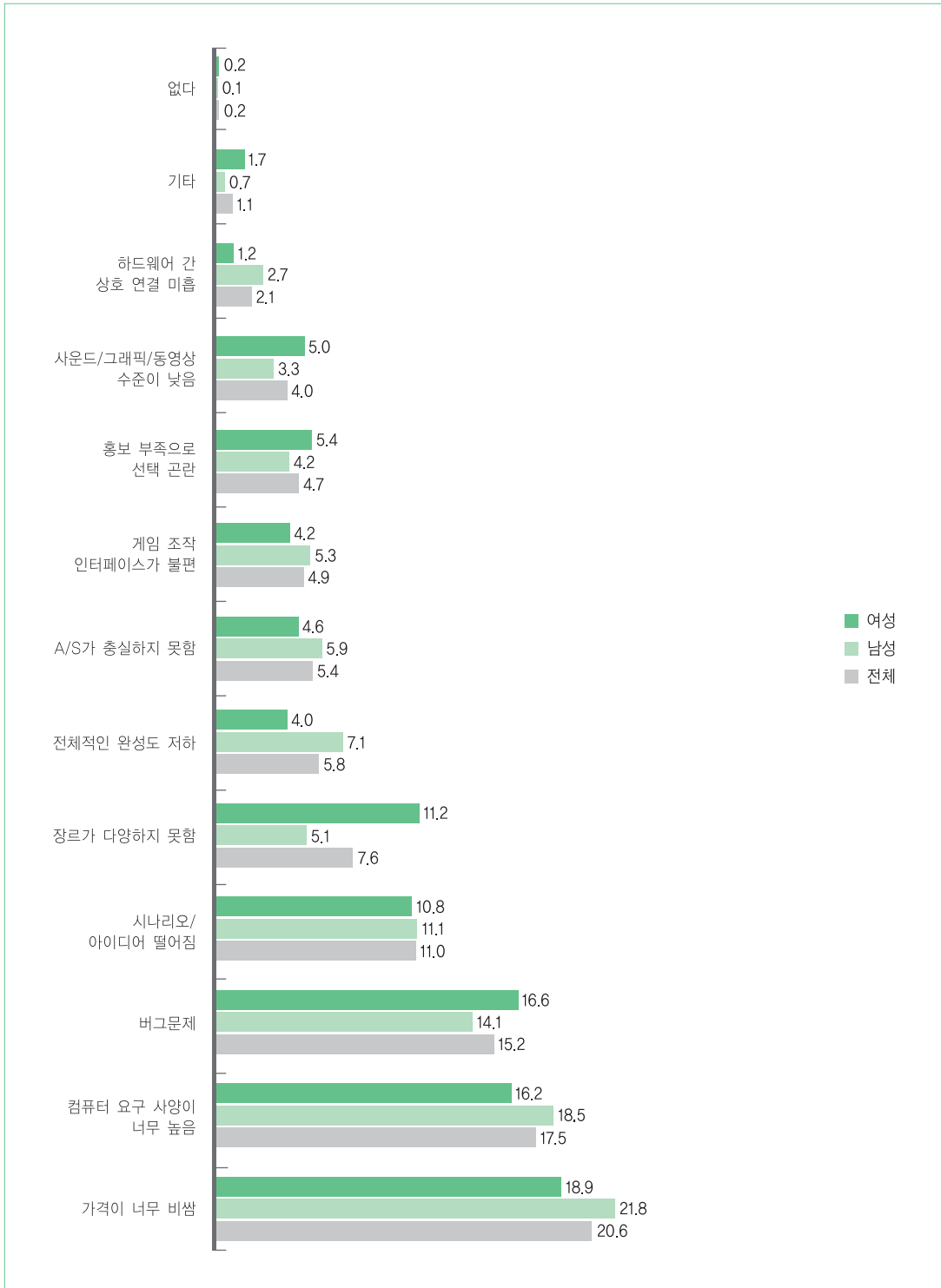


제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

그림 2-3-49 일반 이용자의 게임 이용 시 불만 사항(복수응답)



▶ 제4절 휴면/잠재 이용자 동향

1. 여가시간 활용 현황

1) 여가시간 분포

휴면/잠재 이용자의 여가시간 분포를 살펴보면, 휴면 이용자의 주중 여가시간은 평균 2.8시간이고 주말 여가시간은 평균 5.2시간이었다. 주중 2.6시간, 주말 평균 4.4시간이었던 2009년도 조사 결과와 비교했을 때 여가시간이 소폭 증가했다. 잠재 이용자의 주중 여가시간은 평균 2.5시간, 주말 여가시간은 평균 5.1시간으로 주중, 주말 모두 휴면 이용자의 여가시간이 더 긴 것으로 나타났다. 2009년 조사 결과와 마찬가지로 주중에는 대체로 골고루 여가 시간이 분포되었지만, 주말에는 6시간 이상(휴면 37.6%, 잠재 38.4%)이 가장 많은 응답률을 보였다. 주말에 좀 더 여유로운 여가시간을 이용하고 있음을 확인할 수 있다.

2) 여가시간에 주로 하는 활동

여가시간에 즐겨 하는 활동을 확인한 결과, 휴면/

잠재 이용자 모두 'TV' (휴면 30.4%, 잠재 29.8%)을 가장 많이 하고 있는 것으로 밝혀졌다. 2009년 조사에서는 휴면 이용자가 가장 즐겨하는 활동 영역이 영화(32.4%)였는데, 이번 조사에서는 'TV'로 바뀌었다. 'TV'에 이어 두 번째로 주로 하는 활동으로 휴면/잠재 이용자 모두 '영화' (휴면 29.1%, 잠재 22.3%), '독서' (휴면 16.0%, 잠재 17.7%) 등을 꼽았다.

3) 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소

휴면/잠재 이용자가 여가시간에 친구나 동료들과 주로 어울려가는 장소를 알아보았다. 2009년에는 휴면/잠재 이용자 모두 영화관이 41.9%, 44.2%로 가장 높은 응답률을 보였지만, 2010년에는 '음식점/주점/카페'를 자주 이용한다는 응답이 31.5%, 38.2%로 가장 높게 나타났다. 휴면 이용자는 다음으로 '영화관' (23.0%), '기타' (16.9%), '노래방' (13.6%) 등을 주로 이용했다. 잠재 이용자는 2009년과 마찬가지로 '기타'의 응답률이 높았으며, '음식점/주점/카페' 다음으로 '기타' (19.7%),

그림 2-3-50 휴면/잠재 이용자의 여가시간 분포

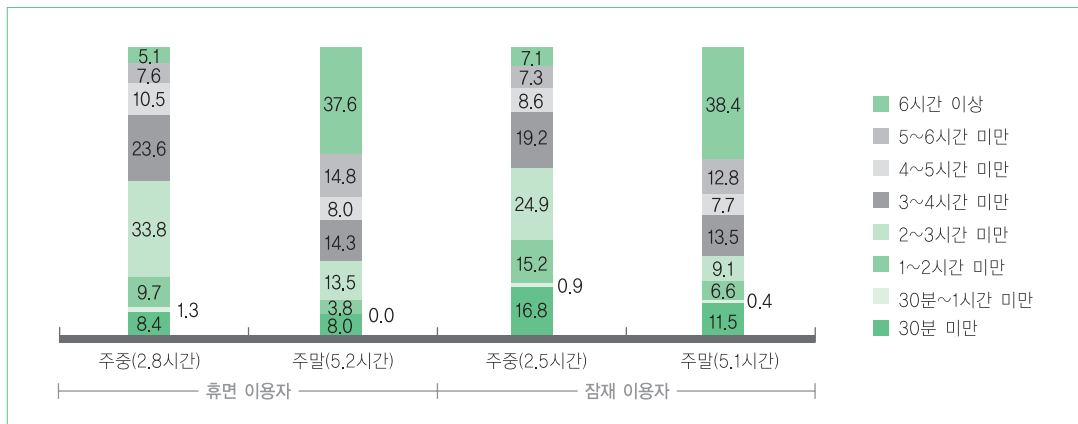


그림 2-3-51 휴면/잠재 이용자가 여가시간에 주로 하는 활동(1순위)

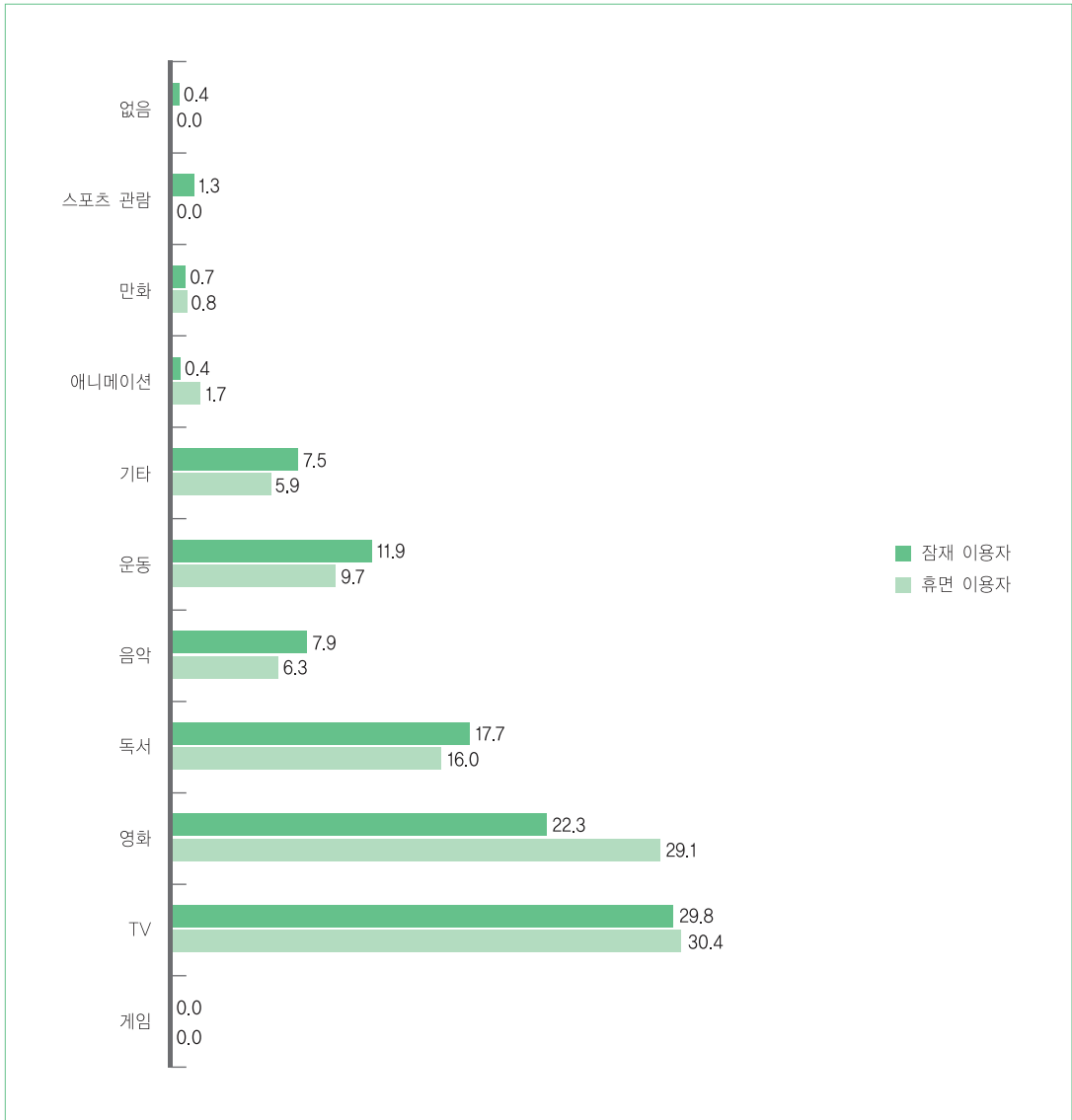


그림 2-3-52 휴면/잠재 이용자가 여가시간에 주로 하는 활동(순위 종합)

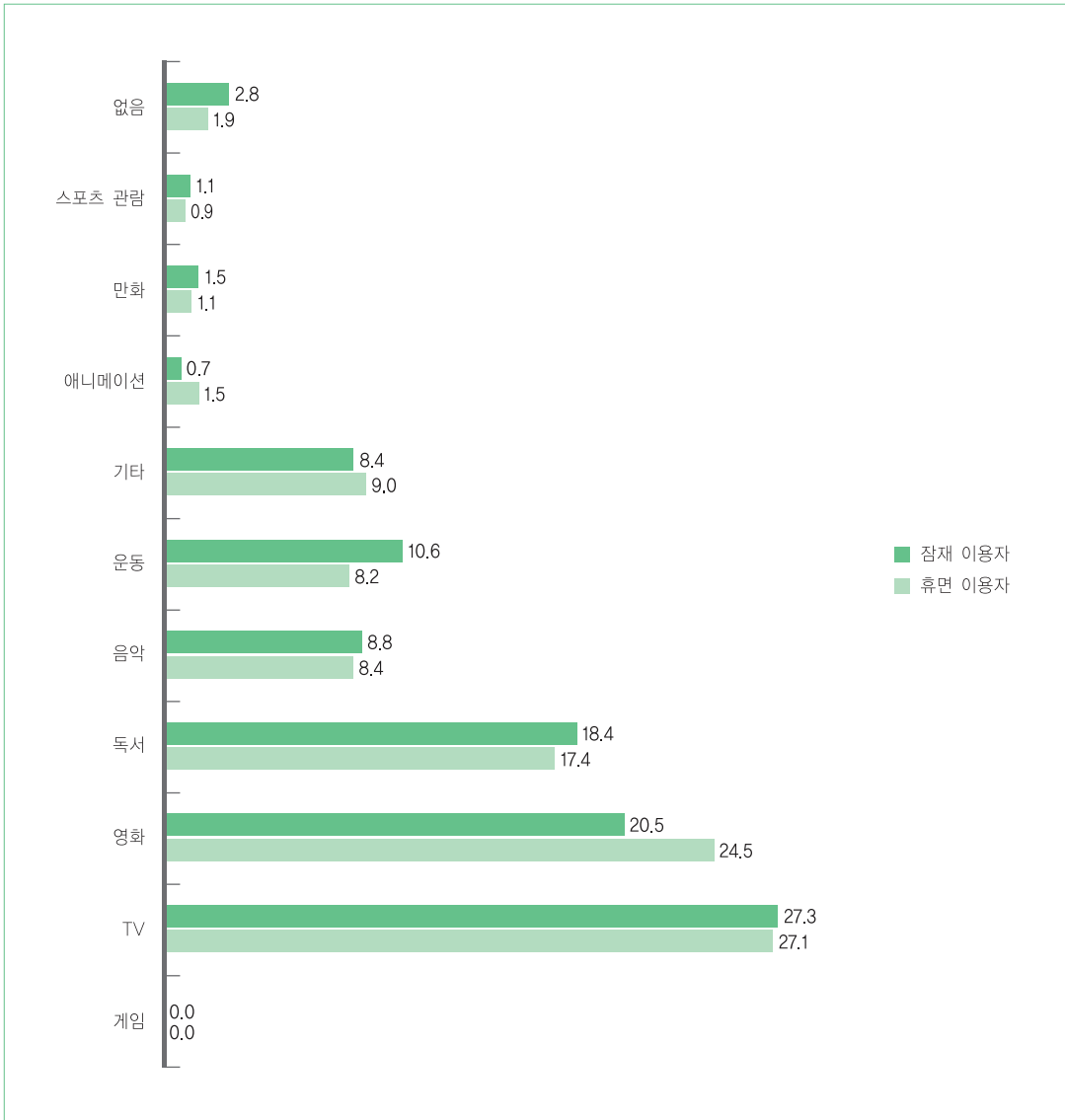


그림 2-3-53 휴면 이용자의 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소(복수응답)

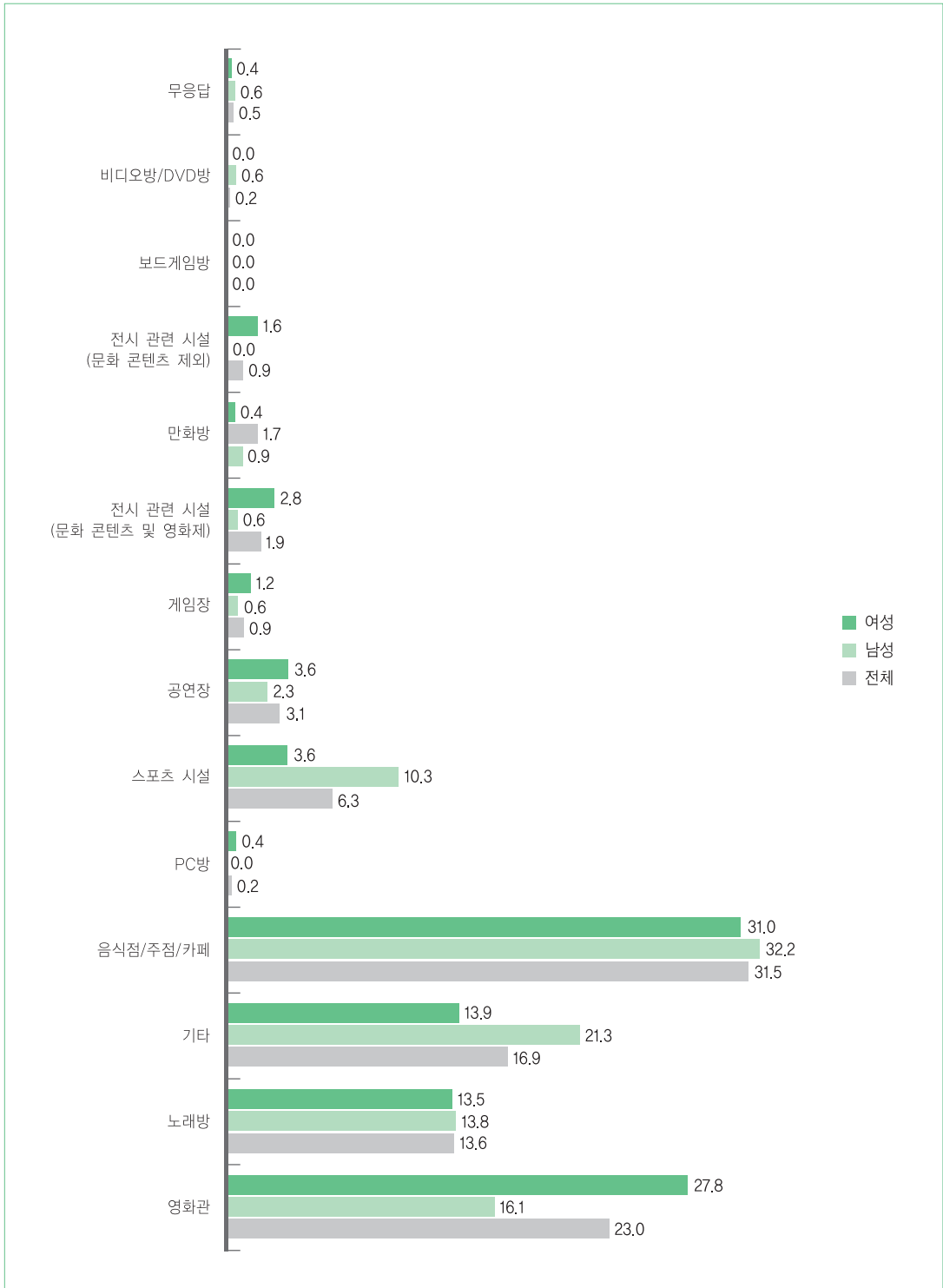
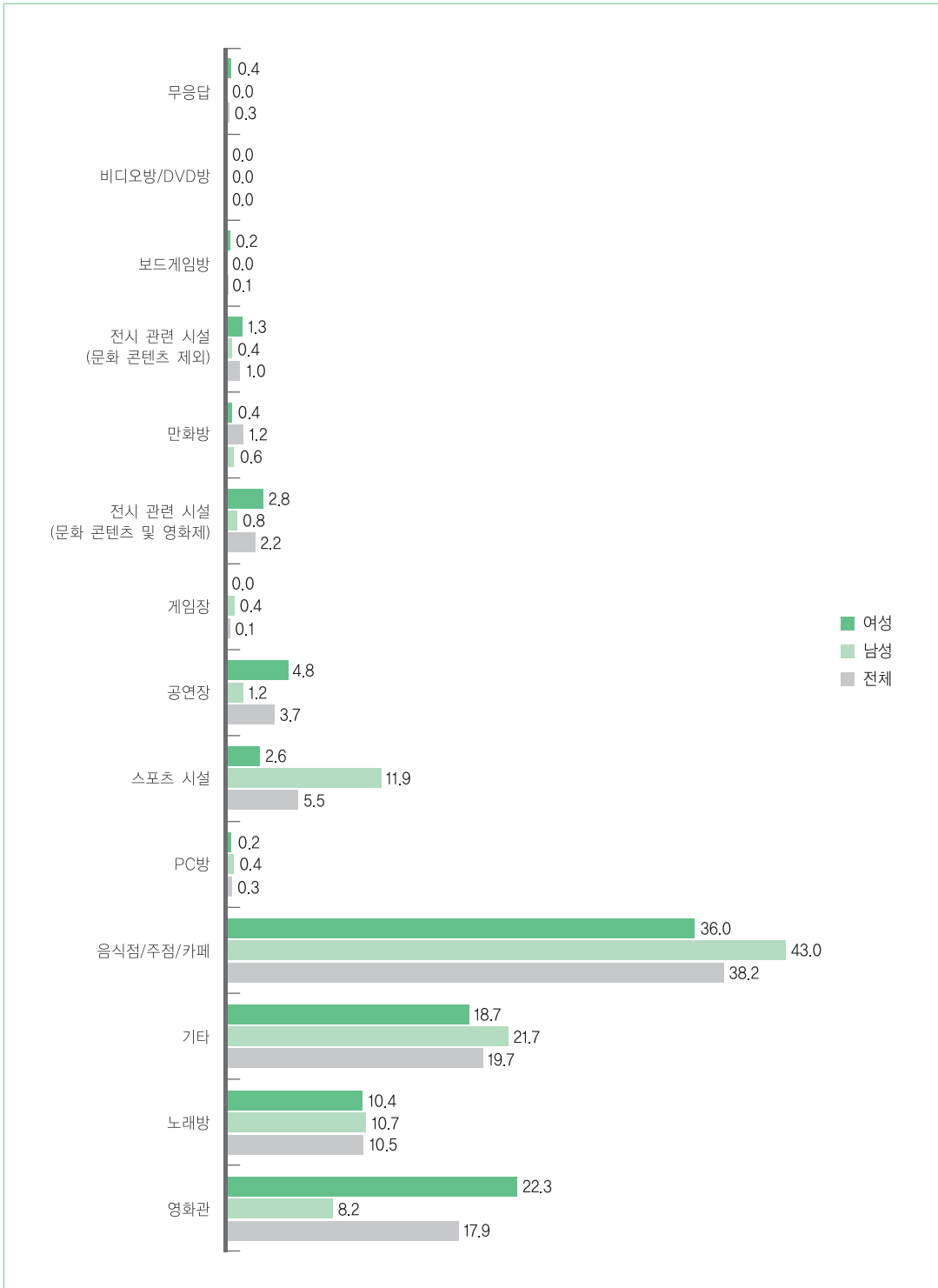


그림 2-3-54 잠재 이용자의 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소(복수응답)



제1장 _ 일반 동향

제2장 _ 플랫폼별 이용 현황

제3장 _ 게임 이용형태별 동향

‘영화관’ (17.9%), ‘노래방’ (10.5%) 등을 여가시간에 주로 가는 장소로 보였다.

휴면/잠재 이용자 모두 여성은 영화관(휴면 27.3%, 잠재 22.3%)을 남성보다 더 선호했고, 남성은 여성보다 ‘스포츠시설’ (휴면 10.3%, 잠재 11.9%)에 더 많이 가는 것으로 나타났다.

2. 컴퓨터 활용 현황

1) 컴퓨터 사용 시 주로 하는 일

휴면/잠재 이용자의 컴퓨터 활용 형태를 살펴본다. 두 집단 모두 ‘정보검색’ (휴면 52.3%, 잠재 50.3%)을 주로 하는 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘사무/문서처리’ (휴면 13.5%, 잠재 15.2%), 이메일 (휴면 6.8%, 잠재 6.0%) 등을 이용한다는 응답률이 높았다. 잠재 이용자의 경우, ‘이용 안함’ 항목을 선택한 비율이 6.2%로 휴면 이용자들(1.7%)보다 높아 디지털 환경 활동이 저조함을 짐작하게 한다.

휴면 이용자 남성(12.6%)은 여성(2.8%)보다 ‘이메일’ 하는 비율이 매우 높은 반면, 휴면/잠재 이용자 여성은 남성보다 컴퓨터를 통한 ‘커뮤니티’ (휴

면 5.6%, 잠재 5.5%)와 ‘음악/영화/만화’ (휴면 7.7%, 잠재 5.5%)에 더 치중하고 있었다.

2) 인터넷 이용 장소

인터넷을 주로 이용하는 장소는 휴면/잠재 이용자 모두 ‘집’ (휴면 61.6%, 잠재 57.4%)으로 나타났다. 핵심/일반 이용자와 마찬가지로, 인터넷을 이용하는 공간이 공공장소보다는 개인의 가정으로 집중되는 경향을 알 수 있다. 다음은 ‘학교/사무실’ (휴면 34.6%, 잠재 34.2%)이 차지했다.

성별에 따라 큰 차이를 보였는데, 휴면/잠재 이용자 모두 여성은 ‘집’ (휴면 68.3%, 잠재 62.9%)을 선호한 반면, 남성은 ‘학교/사무실’ (휴면 44.2%, 잠재 44.8%)에서 인터넷을 더 많이 이용하고 있었다. 휴면 이용자(0.8%)보다는 잠재 이용자(4.4%)가 ‘이용 안함’ 의 응답을 더 많이 했다.

3) PC방 이용 여부

휴면/잠재 이용자의 PC방 이용률을 보면, 휴면 이용자는 5.9%, 잠재 이용자는 4.4%로 매우 미미한 것으로 나타났다. 휴면/잠재 이용자의 90% 이상이 PC방을 이용하지 않았다.

그림 2-3-55 휴면/잠재 이용자의 컴퓨터 사용 시 주로 하는 일(순위)

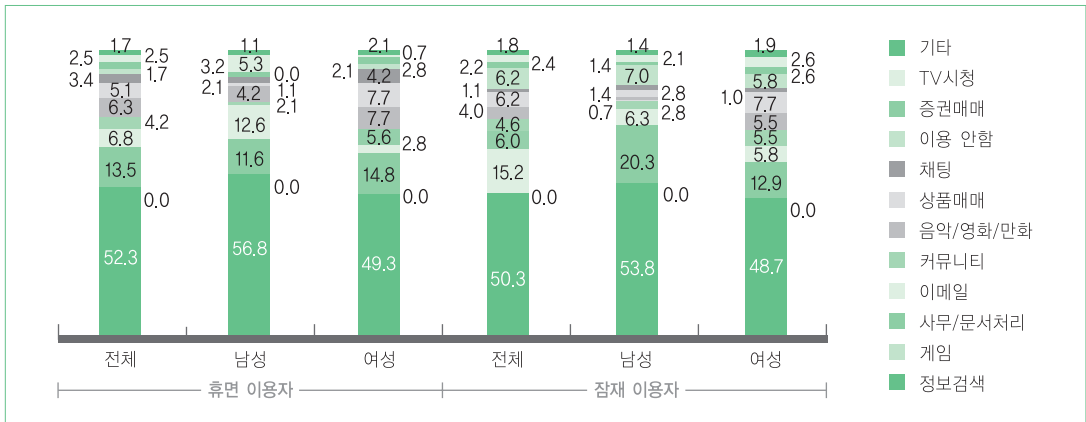


그림 2-3-56 휴면/잠재 이용자의 인터넷 이용 장소

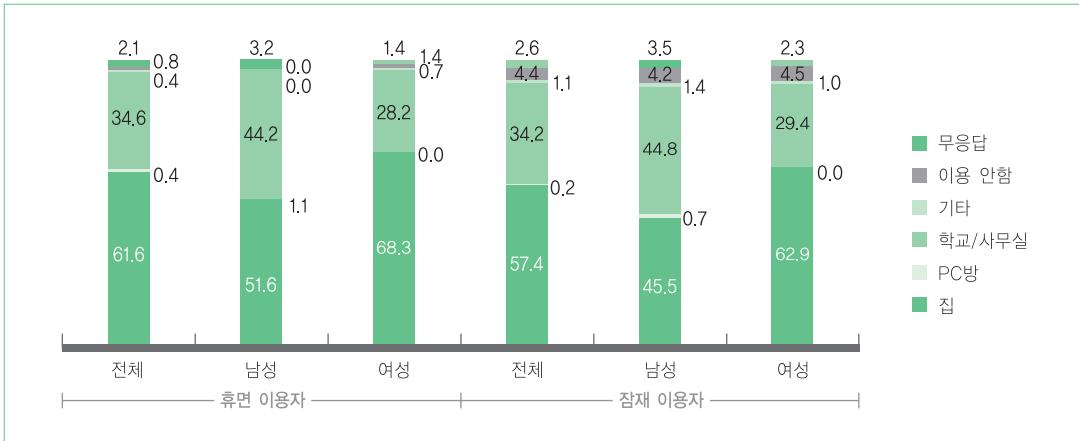


그림 2-3-57 휴면/잠재 이용자의 PC방 이용 여부

