

## ● ● 발 간 사 ● ●

국내외 게임산업은 고도성장을 지속하고 있으며, 단지 주목받는 산업에 그치지 않고 국가의 미래와 인간생활을 선도하는 산업의 하나로 확고한 위상을 지니게 되었습니다. 이미 국내 게임시장 규모는 4조원을 넘어섰으며, 국내 뿐만 아니라 해외 시장을 향한 힘찬 경주를 진행하고 있습니다. 게임분야는 이러한 산업적인 성장과 함께 그 내용면에서도 게임콘텐츠의 종류 및 범위도 다양해지고 있으며, 그만큼 게임이용자도 매년 증가하고 있습니다. 주로 10대 및 20대의 남성에게 국한되던 시기를 벗어나 여성과 유년층 및 중·장년층의 게임이용도 매년 증가하고 있는 추세입니다. 이러한 측면에서 게임산업이 소비자의 수요와 요구에 적절한 창의적 콘텐츠를 개발하고 국내 이용자와는 다른 해외 이용자의 독특한 수요에 맞춘 게임을 만들고 홍보하는 것은 게임시장의 지속적인 성장과 해외 수출의 전략적인 진출을 도모하는 기본적인 정보가 될 것입니다.

이에, 한국게임산업개발원은 일본 CESA(컴퓨터엔터테인먼트협회)와 함께 양국의 게임이용자의 전반적인 특성과 게임이용 방식 및 게임에 대한 의식과 태도에 초점을 맞춰 <韓·日 게임이용자 조사 보고서>를 공동발간하게 되었습니다. 본 <韓·日 게임이용자 조사 보고서>는 지난 2004년의 <韓·日 게임이용자 조사 보고서>와 올해 초의 <韓·日 중·장년층 게임이용 조사보고서>에 이어 세 번째로 韓·일간 공동발간되는 보고서입니다. 양국의 9세~49세에 이르는 연령대를 각각 1,500명(한국), 1,000여명(일본) 설문조사하여 결과 데이터를 상호 교환하는 방식으로 진행하였으며, 설문내용은 게임이용자의 비율과 게임이용의 특성 및 태도에 대해 구체적으로 살펴보고자 하였습니다.

일본은 지리적으로도 가장 가까운 나라이면서 게임분야에 있어서는 우리나라와 매우 밀접한 연관을 맺고 있는 국가입니다. 한국과 일본은 주도적인 위치를 점하고 있는 게임플랫폼은 각각 다르지만 게임 개발의 기술과 해외수출의 측면에서 경쟁적인 관계이면서 동시에 협력이 필수적인 관계이기도 합니다. 본 보고서를 통해 양국의 게임이용자의 특성에 맞춘 게임콘텐츠 개발 방향을 제시해 줄 수 있을 뿐 아니라, 한국과 일본 양국의 게임이용자 실태에 대한 비교조사는 점에서 해외수출 전략의 기초자료로서도 매우 유익한 내용을 담았다고 생각합니다. <韓·日 게임이용자 조사 보고서>는 앞으로도 주기적으로 조사, 보완해 나갈 것이며, 모쪼록 본 보고서가 관련 실무에 도움이 되어 업계가 지속적인 성장을 이루어나가는데 보탬이 되었으면 합니다.

2005년 4월

(재)한국게임산업개발원 원장 우 종 식

## - 일 리 두 기 -

### ■ 게임 플랫폼

- 아케이드 게임
  - 게임장(오락실)에 설치된 게임으로서, 동전을 투입하여 사용하는 게임
- 온라인 게임
  - 원격지에 떨어져있는 서버급 컴퓨터 통신망에 접속하고 접속되어 있는 타인과 게임을 진행하는 유형의 게임(일본에서는 온라인게임과 함께 네트워크가 가능한 비디오게임 일부를 포함하여 ‘네트워크 게임’으로 분류하기도 함)
- PC 게임
  - 개인용 컴퓨터를 기반으로 CD나 DVD 등의 저장장치에 수록되어 유통되는 게임
- 비디오 게임
  - 가정의 TV 또는 모니터에 게임기를 연결하고, 조이스틱이나 조이패드 등을 게임 콘솔에 연결하여 이용하는 게임(일본에서는 ‘TV 게임’으로 지칭하기도 함)
- 모바일게임
  - 휴대용 전화기나 PDA를 이용하여 즐기는 게임(여기서는 휴대용 게임기도 모바일게임에 포함)

### ■ 게임 이용 장소

- PC방
  - 인터넷 카페. 인터넷 접속 및 온라인게임을 이용할 수 있도록 PC를 설치하여 운영하는 장소
- 게임장
  - 오락실 및 게임센터를 지칭. 아케이드게임을 설치하여 이용할 수 있도록 한 장소
- 비디오게임방
  - 플스방(플레이스테이션방)으로 지칭하기도 하며, 비디오게임기(비디오게임 콘솔)를 설치하여 게임을 할 수 있도록 한 장소

# ● ● 차 례 ● ●

제1장 한국 게임이용자 현황과 특성 .....	9
---------------------------	---

<b>2. 현황과 특성(통계자료) .....</b>	<b>12</b>
(1) 게임이용환경 .....	13
(2) 컴퓨터 및 인터넷 사용 목적 .....	16
(3) 인터넷 PC방 이용목적과 이용시간 .....	18
(4) 게임이용비율 .....	23
(5) 게임이용이유 .....	25
(6) 선호 플랫폼과 선호 장르 간의 관계 .....	26
(7) 선호플랫폼-연령별, 성별별 .....	29
(8) 선호 장르 .....	31
(9) 게임을 바꾸는 경험 및 이유 .....	33
(10) 게임선택요인 .....	35
(11) 게임취향 .....	37
(12) 게임을 하는 장소 및 시간 .....	47
(13) 향후 개발희망 장르 .....	51
(14) 게임구입경로 및 게임관련 정보를 얻는 방법 .....	53
(15) 게임등급제에 대한 견해 .....	55
(16) 아이템거래에 대한 견해 .....	58
(17) 한국 게임의 문제점 및 경쟁력 .....	59

제2장 일본 게임이용자 동향 및 현황과 특성 .....	65
--------------------------------	----

<b>2. 현황과 특성 통계자료 .....</b>	<b>68</b>
(1) 게임이용환경 .....	69
(2) 게임 이용자 일반 현황 .....	71
(3) 게임 잠재수요규모 .....	76
(4) 비게임 이용자 특성 .....	83
(5) 비디오게임기(TV 게임기) 보유실태 .....	90

(6) 게임 이용 빈도 및 시간 .....	98
(7) 좋아하는 게임소프트웨어 장르(TV게임을 중심으로) .....	99
(8) 좋아하는 게임 유형(TV게임을 중심으로) .....	100
(9) 게임 콘텐츠 구입행동 .....	102
(10) 게임의 시작 시기 및 동기 .....	103
(11) 게임 이용자의 게임 중단 경험 .....	105
(12) 휴대폰 게임콘텐츠 이용실태 .....	107
(13) PC게임 이용 실태 .....	111
(14) 네트워크게임 이용실태 .....	112
(15) 등급분류(연령구분) 마크 인지현황 .....	116
(16) 게임 수위에 대한 견해 .....	118
(17) 게임 선택시 가장 중시하는 것 .....	121
(18) 게임의 영향 및 효과 .....	123
(19) 게임에 대한 이미지 .....	126

제3장 한·일 게임이용자 비교 동향 및 현황과 특성 ..... 133

<b>2. 현황과 특성 비교(통계자료) .....</b>	<b>135</b>
(1) 여가활동 .....	135
(2) 인터넷 및 PC방 이용행태 .....	137
(3) 게임경험여부 .....	142
(4) 게임이용현황 및 행태 .....	144
(5) 게임에 대한 인식, 몰입도 .....	159

부록 - 2005 게임인식 및 소비자 의식 실태 조사 ..... 167

<b>1. &lt;한국&gt; 게임이용 조사 설문지 .....</b>	<b>169</b>
<b>2. &lt;일본&gt; 게임이용 조사 설문지 .....</b>	<b>183</b>

# 제 1 장

---

## 한국 게임이용자 현황과 특성

# 제 1 장 한국 게임이용자 현황과 특성

게임이용자의 성향은 게임수요자의 이용실태를 파악하고 미래의 게임시장을 전망하는 데 기초 자료가 된다. 특히 각 국가별 게임이용자의 성향은 게임산업적 특성을 반영하고 있어 국가 간 산업, 정책적 시사점을 발견하고 교류하는 데에 중요한 데이터로 활용할 수 있다.

지난 2005년 3월에 한국게임산업개발원에서 실시한 <게임인식 및 소비자의식 실태조사>에서는 만 9세 이상부터 만49세 이하의 일반인 1,500명을 대상으로 면접 조사방식으로 진행되었으며, 면접설문 내용은 이용자의 컴퓨터 및 여가 이용실태와 게임 이용실태 및 선호하는 게임 플랫폼(온라인게임, 휴대폰/모바일게임, PC게임, 비디오게임, 아케이드게임)과 게임장르 등을 중심으로 구성되었다.

## ‘게임’은 주요 여가활동의 하나

여가시간에 즐겨하는 활동은 무엇인지에 대한 설문결과, ‘야외스포츠’, ‘TV’, ‘인터넷(게임 외)’에 이어 근소한 차이로 상위에 위치해 주요 여가 활동의 하나인 것으로 나타났다. 특히 성별로 구분해 보았을 때 ‘남성’의 경우 가장 선호하는 여가활동으로 ‘게임’을 꼽았으며, 연령별로는 ‘15~19세’가 40.1%의 높은 선호를 보였다.

게임을 이용하는 동기는 무엇인지에 대한 조사(2가지 선택)에서는 ‘재미있으니까’ 및 ‘스트레스 해소’라는 응답이 각각 36.9%, 27.1%로 가장 높은 비율을 보였고, 남성의 경우 ‘주위친구들과 어울리기 위해(12.1%)’라고 응답한 비중도 높았다.

또한 여성은 컴퓨터를 정보검색이나 이메일 용도도 활용하는 빈도가 높은 반면 남성은 ‘게임’을 위해 컴퓨터를 사용하는 경우가 많았다.

## ‘게임’에 대한 인식 변화

게임에 대해 어떻게 생각하는지를 묻는 문항의 조사결과, ‘매우 긍정적’ 및 ‘다소 긍정적’을 포함하는 긍정적인 응답률은 36.6%로, ‘다소 부정적’ 및 ‘매우 부정적’을 포함하는 부정적인 응답률 20.9%에 비해 높게 나타났다. 그러나 2004년도 결과와 비교해 보았을 때, 부정적인 응답률은 4.1%정도 늘었고, 긍정적인 응답률은 10%정도 감소한 경향을 보이고 있어, 게임에 대한 사회적인 인식이 게임경험의 증가와 함께 긍정적으로만 확산되고 있는 것은 아님을 엿볼 수 있다. 그리고 문화 콘텐츠로서의 게임에 대한 이미지 역시 ‘나쁨’에 해당하는 23.4%와 ‘ 좋음’에 해당하는 24.7% 사이에 큰 차이가 없어 아직까지 문화 콘텐츠로서 뚜렷한 인상을 주지 못하고 있음을 볼 수 있다.

## ‘PC방’의 주 이용목적은 ‘게임’

집에서 인터넷을 이용하는 빈도(78.1%)가 매우 높음에도 불구하고 PC방을 이용해 본 경험이 75.7%로 매우 높게 나타나고 있다. 한 달 평균 PC방 이용 빈도는 8.5회이며, 1회 평균 이용시간

은 1~2시간미만이라고 답한 비율이 가장 많았다. PC방에서 주로 하는 일은 81.9%가 ‘게임’이라고 답해 전년도 조사 결과 74.6%보다 PC방 주 사용 목적이 ‘게임’으로 수렴하는 경향이 더 높아졌음을 볼 수 있다. 또한 PC방을 이용하는 사유에 대해서는 65.4%가 ‘친구들과 어울리기 위해서’라고 응답하였고, 그 다음으로 17.6%가 ‘PC시설 사양이 좋아서’라고 답하였다. 이러한 경향이 남성, 저연령층에서 더 뚜렷이 나타나는 것을 볼 때, PC방의 주된 기능이 친구들과 어울려 게임을 하는 친교의 장임을 파악할 수 있다.

#### 온라인게임을 가장 선호, 모바일게임에 대한 관심 증가

주로 이용하는 게임 플랫폼이 무엇인가에 대한 설문결과, ‘온라인게임’이 68.3%로 여전히 가장 높게 나타났고(2004년 66.3%보다 다소 증가), 이어 ‘PC게임(18.7%)’, ‘휴대폰/모바일게임(6.6%)’의 순으로 나타났다. 초고속 통신망 등 인터넷 인프라가 세계적으로 잘 갖추어진 만큼 온라인게임에 대한 선호도 및 이용률이 가장 높게 나타났다.

이러한 결과를 2003, 2004년도 조사결과와 비교해 보면, ‘PC게임’, ‘아케이드게임’의 선호도는 약간씩 감소하는 추세를 보이고 있으며, 2002년 말 ‘플레이스테이션2’ 출시와 함께 본격적인 시장형성을 시작한 비디오 게임분야는 2004년 상승했다가 그 후 특별한 신상품 출시가 없이 주춤했고, 고성능단말기의 확산으로 ‘모바일게임’분야의 선호도가 조금씩 증가하고 있음을 알 수 있다. 특히 향후 주도적인 게임플랫폼이 무엇인가 라는 질문에 ‘휴대폰/모바일게임’분야를 지목한 비율이 상대적으로 높았다는 것을 감안해 보면 모바일 게임에 대한 관심이 상당히 높아지고 있음을 알 수 있다.

#### 게임시장의 확산과 장르의 다양성 감소 가능성

가장 선호하는 게임 장르에 대한 조사결과 ‘웹보드게임(33.2%)’, ‘롤플레이팅게임(22.2%)’, ‘전략시뮬레이션게임(20.9%)’ 순으로 선호도가 나타나는데, 이를 과거와 비교해 보면 전체적으로 ‘웹보드게임’에 대한 선호가 증가하는 추세이다.

웹보드게임은 게임플레이 시간이 짧고 게임자체가 단순하고 쉬워서 게임을 이용한지 얼마 되지 않은 초보자들을 쉽게 게임에 접할 수 있게 하는 장점이 있으며, 2003년부터 본격적으로 한국 게임 산업 성장을 주도하고 있는 ‘게임포털(Game Portal)’의 확산과 마케팅을 통해 캐주얼 게이머의 시장 편입을 촉진한 결과 ‘웹보드 게이머’의 증가를 가져온 것으로 보인다. 그러나 이러한 ‘게임포털’이 ‘웹보드게임’을 내용적으로 다양하게 제공하기 보다는 고스톱류 게임에 집중되는 경향을 보여, 향후 보다 다양한 게임장르의 제공이 필요할 것으로 보인다.

#### 게임과 관련한 외부 규제의 필요성 인식 증가

성인등급심의(18세)에 대해서 전체 응답자의 53.4%가 현행보다 강화해야 한다고 답하고 있다. 또한 게임등급분류제도의 시행에 관해서도 업체나 이용자 자율에 맡기자는 의견보다 ‘엄격하게 시행해야 한다(42.2%)’ 및 ‘등급분류완화/사후관리 강화(21.9%)’와 같이 외부적인 규제를 요청하는 의견이 다수를 차지했다.

게임 아이템거래에 관한 설문에서는 게임 아이템거래가 주변에서 빈번하게 이루어지지 않는다고 생각하는 빈도가 높았으며, 과반수 이상이 게임 아이템거래를 규제의 대상으로 인식하고 있었다.

< 한국 게임산업 관련 기본 정보 >

■ PC보급률 및 인터넷이용

- PC보급률 : 2003년 전체 PC보급은 325만대
- 인터넷전용망 가입자수 : 2003년말 기준 인구 100명당 23.3명

■ 인터넷PC방(멀티미디어 문화콘텐츠 설비제공업)

- 전국적으로 2만여 개, 한 업소당 평균 49대 정도의 PC를 보유(2004년 기준).
- 일본의 복합카페(PC방+만화방) 형태는 거의 없으며, 음료스넥 등의 편의시설 겸비
- 밤10시(22시)이후에는 청소년의 출입을 금지하고 있음(청소년보호법)
- 1시간당 이용요금은 1,000원에서 1,500원선

■ 플랫폼 구분

- 온라인게임 : PC 네트워크 게임을 통칭(통신망을 통한 다운로드 형태)
- 비디오게임 : 콘솔게임기를 통해 TV모니터에 연결해 사용하는 DVD 게임
- 모바일게임 : 휴대전화, PDA, 휴대용게임기 등을 이용하는 게임
- PC게임 : PC를 이용해 사용하는 CD 패키지게임(스탠드얼론형)
- 아케이드게임 : 게임장(게임센터)에서 이용하는 게임

■ 비디오(콘솔)게임

- 2002년 2월 SONY의 플레이스테이션2(PS2)가 최초로 수입개방  
2002년 12월에는 MS의 X-BOX와 닌텐도의 게임큐브가 정식발매를 실시  
2004년 1월부터 일본어 버전 게임물도 수입개방
- 2004년 12월 현재, PS2 약 103만대, X-BOX 약 11만대 누적판매 기록

■ 온라인게임<가장 보편화된 플랫폼>

- 온라인게임 이용자 수 : 1,068만명(2005 이용자 조사 중 게임이용율 및 플랫폼별 선호도를 기준으로 산정)
- 한달 이용 요금(MMO의경우) : 15,000원 ~ 30,000원선
- 선호 장르 : 웹보드게임, RPG게임, 전략시물레이션이 80%가량을 차지

■ 휴대폰 가입자와 모바일게임

- 전체 휴대전화 가입자 : 3,359만명 (2003년말 기준, 전 인구의 70% 이상)
- 무선 인터넷 가입자수(단말기 보급 대수 기준) : 3,143만명(2003년말 기준)
- 모바일게임 이용자 수 : 약 530만명(2005 이용자 조사 중 게임이용율 및 플랫폼별 선호도를 기준으로 산정)

\* 자료 : 2004 대한민국 게임백서, 2005 이용자 조사  
2004 한국인터넷통계집, 한국인터넷진흥원



## 2. 현황과 특성(통계자료)

본 장에서는 2005년 3월 만9세 이상부터 만49세 이하의 일반인(총1,500명)을 대상으로 면접조사 한 결과를 분석하여 게임이용자의 성향을 파악해 보기로 한다.

< 응답자 분류표 >

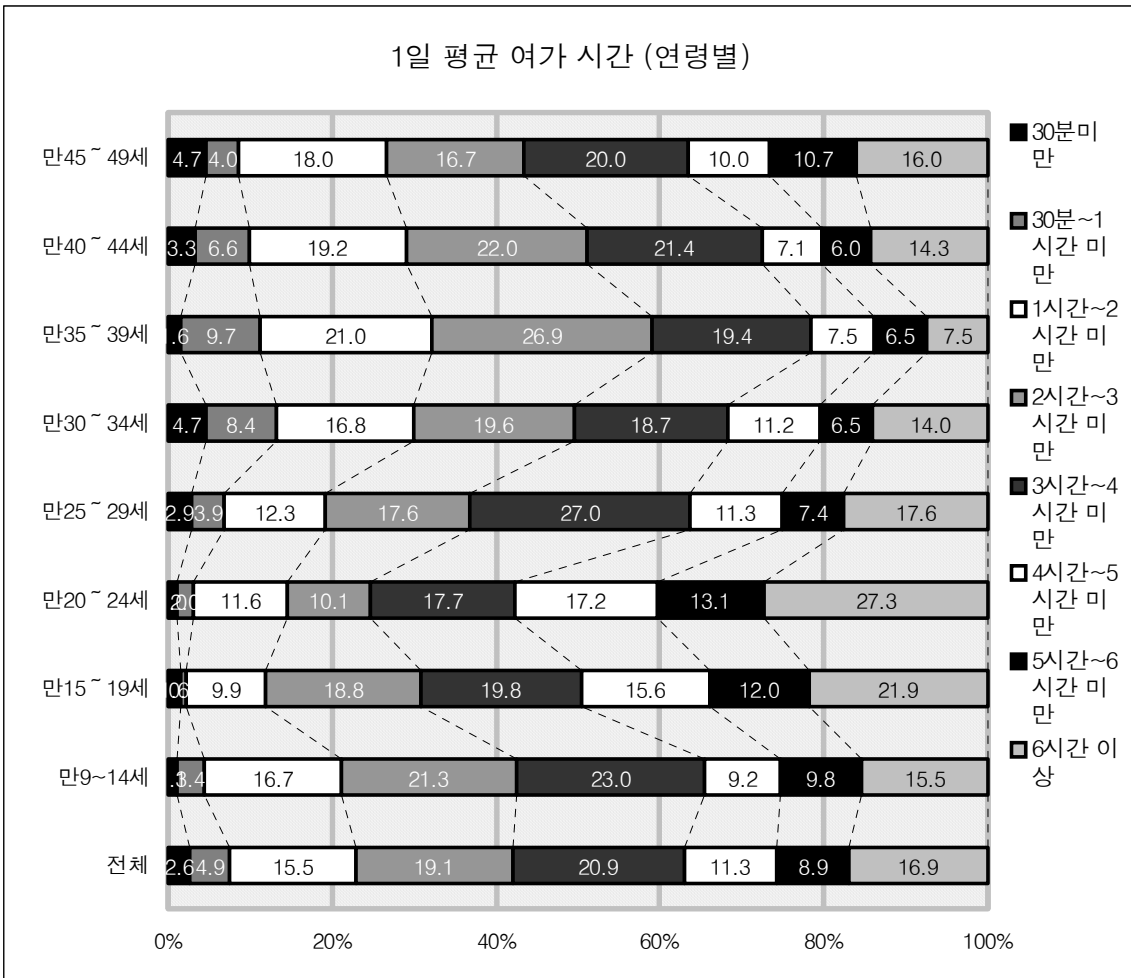
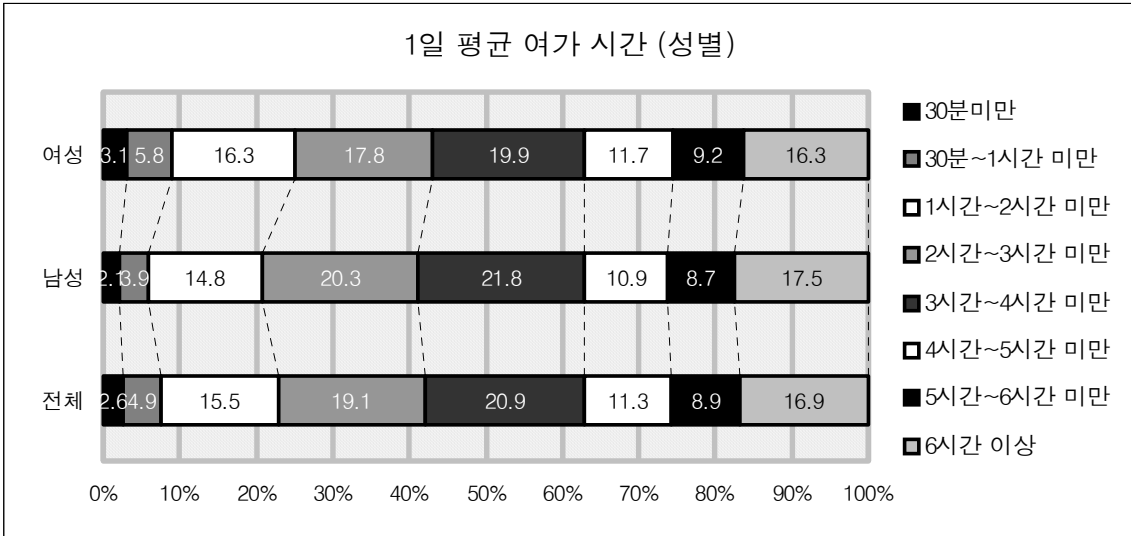
구분		사례수	%
전체		1500	100
성별	남성	762	50.8
	여성	738	49.2
연령별	만9~14세	174	11.6
	만15~19세	192	12.8
	만20~24세	198	13.2
	만25~29세	204	13.6
	만30~34세	214	14.3
	만35~39세	186	12.4
	만40~44세	182	12.1
	만45~49세	150	10
	학력별	초등학교 재학/졸업	83
중학교 재학/졸업		149	9.9
고등학교 재학/졸업		379	25.3
대학교 재학		227	15.1
대학 졸업		551	36.7
대학원 이상		111	7.4
직업별	전문/연구직	157	10.5
	사무직/관리직	206	13.7
	판매/서비스직	56	3.7
	생산/기술직	56	3.7
	공무원	49	3.3
	자영업자	80	5.3
	학생	599	39.9
	주부	243	16.2
	무직/기타	54	3.6
	결혼여부		
	미혼	861	57.4
	기혼	635	42.3
	기타	4	0.3
	지역별	서울	798
부산		286	19.1
대구		195	13
광주		108	7.2
대전		113	7.5

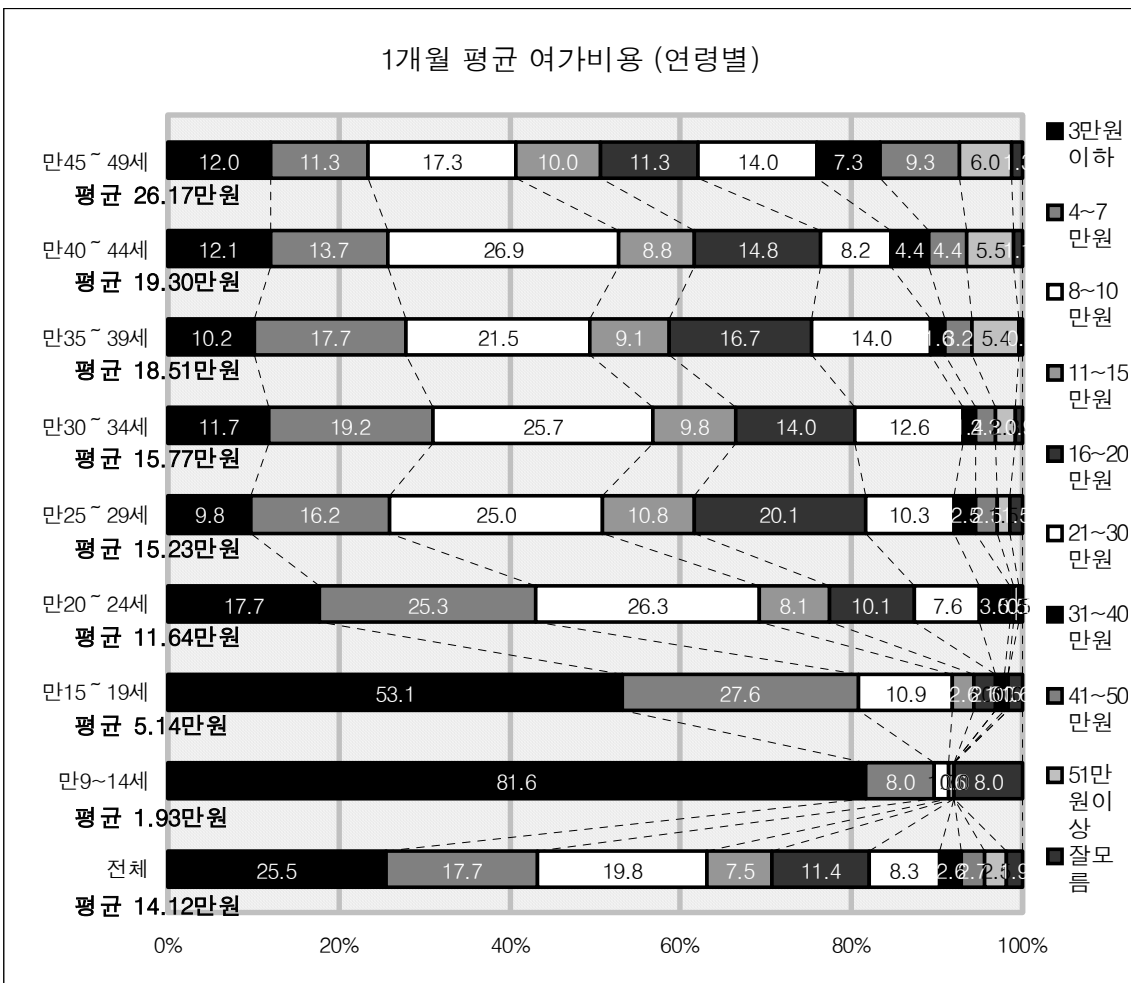
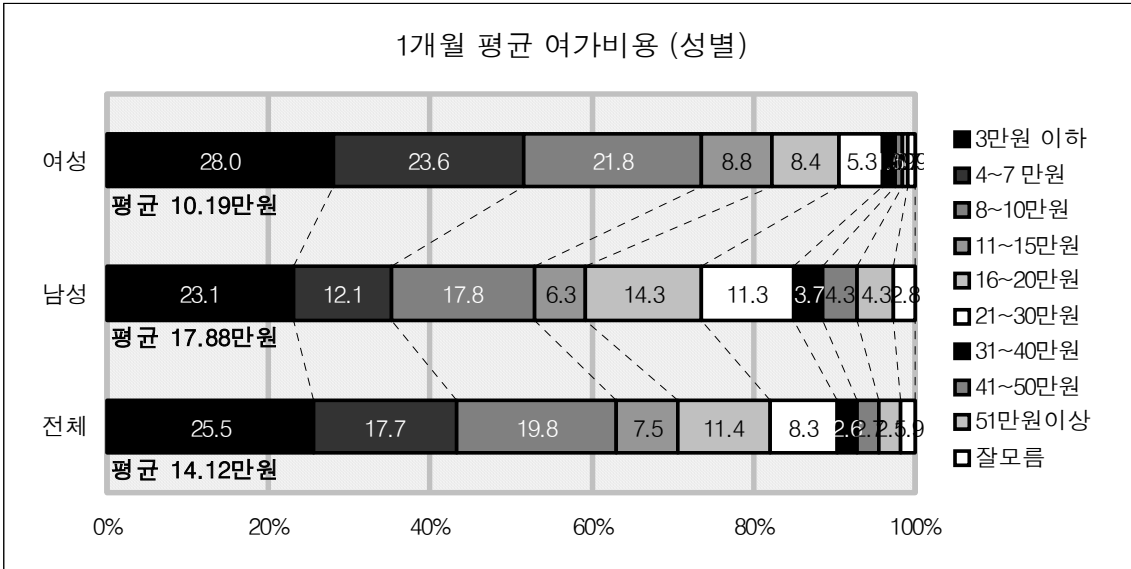
구분		사례수	%
소득별	100만원 미만	90	6
	100~ 200만원 미만	292	19.5
	200~ 300만원 미만	450	30
	300~ 5400만원 미만	351	23.4
	400~ 500만원 미만	163	10.9
	500만원 이상	154	10.3
일평균이동시간	1시간 미만	714	47.6
	1시간 ~ 2시간 미만	437	29.1
	2시간 ~ 3시간 미만	207	13.8
	3시간 이상	142	9.5
선호게임분야	온라인 게임	626	68.3
	휴대폰/ 모바일 게임	60	6.6
	PC게임	171	18.7
	비디오 게임	42	4.6
	아케이드	17	1.9

(1) 게임이용환경

하루 평균 여가시간은 ‘3시간~4시간미만’이라는 응답이 20.9%로 가장 많이 나왔고, 그 다음으로 는 ‘2시간~3시간미만’이 19.1%로 높게 나타났다. 이는 2004년의 조사 때, ‘1시간~2시간미만’이 22.8%로 가장 높게 나왔던 것과 대비해 전반적으로 여가 시간이 길어지는 추세에 있음을 보여주고 있다. 또한 ‘5시간 이상’의 응답빈도가 높아진 것도 경기상황과 관련하여 주목할 만한 추세이다.

한 달 평균 여가 비용은 평균 141,200원이며, ‘3만원 미만’이 25.5%로 가장 빈도가 높았고, 8~10만원 미만이 19.8%, 4~7만원 미만이 17.7%로 2004년 보다 10만원 미만의 비율이 66.6%에서 63%로 감소 한 것으로 나타나, 아주 근소한 차이지만 여가비용도 약간 증가 추세에 있는 것으로 보인다. 성별별로는 남성 178,800원, 여성 101,900원으로 남성의 평균 여가 비용이 여성보다 더 높다.

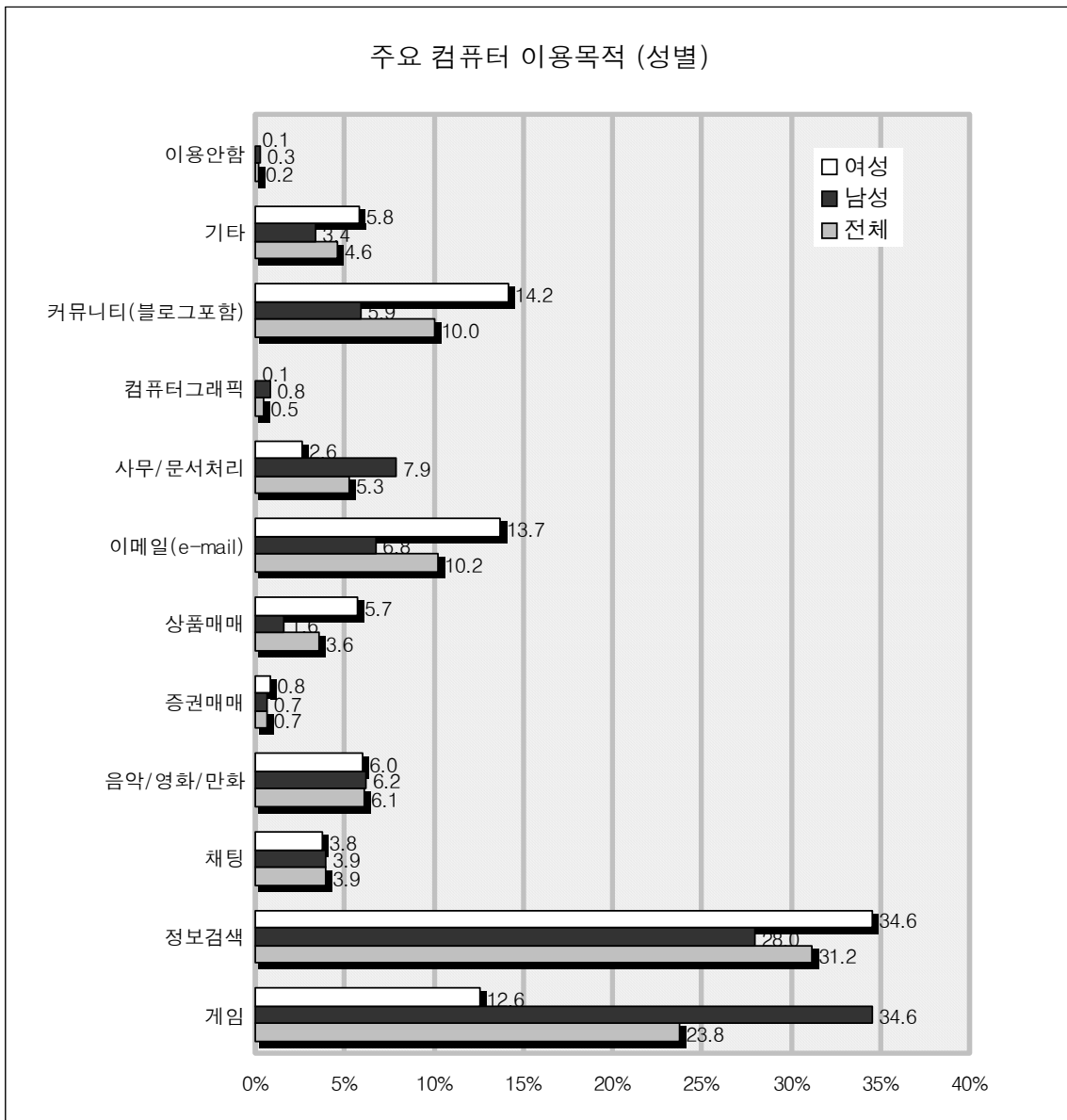




(2) 컴퓨터 및 인터넷 사용 목적

컴퓨터 이용목적에 대한 질문에서 ‘정보검색’이 31.2%, ‘게임’이 23.8%, ‘이메일’ 10.2%, ‘영화/음악/만화’가 6.1%의 순으로 ‘정보검색’에 이어 게임을 위해 컴퓨터를 사용하는 비중이 높다. 특히 남성의 경우 ‘게임’이라는 응답이 34.6%로, 주요 컴퓨터 사용 목적이 ‘게임’에 있는 것으로 나타나고 있다. 또한 순위를 종합한 결과를 보면 여성의 경우 정보검색, 게임 이외에 ‘이메일’ 25.3%와 ‘커뮤니티’ 23.7%로 보다 관계지향적인 컴퓨터 사용 행태를 보임을 알 수 있다.

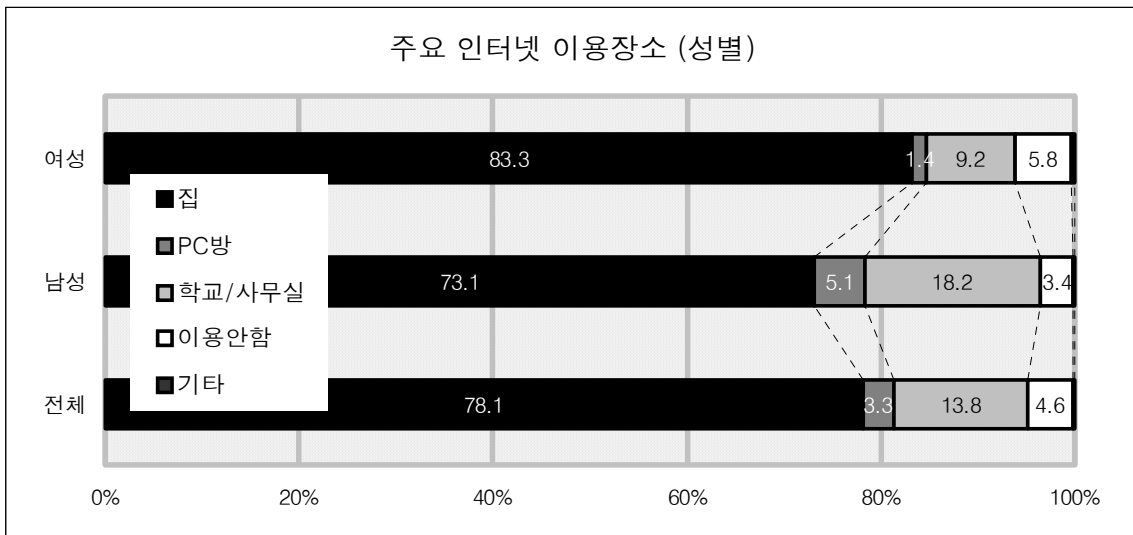
인터넷을 주로 사용하는 장소에 대해서는 78.1%가 ‘집’이라고 답하였는데, 이는 2004년 조사에서 ‘집’이라고 응답한 비율 72.9%보다 증가한 것이다. 특히 10대(95.5%)와 여성(83.3%)의 높은 ‘집’ 비중을 통해 가정의 인터넷 보급 환경이 좋아지고 있음을 유추해 볼 수 있다.

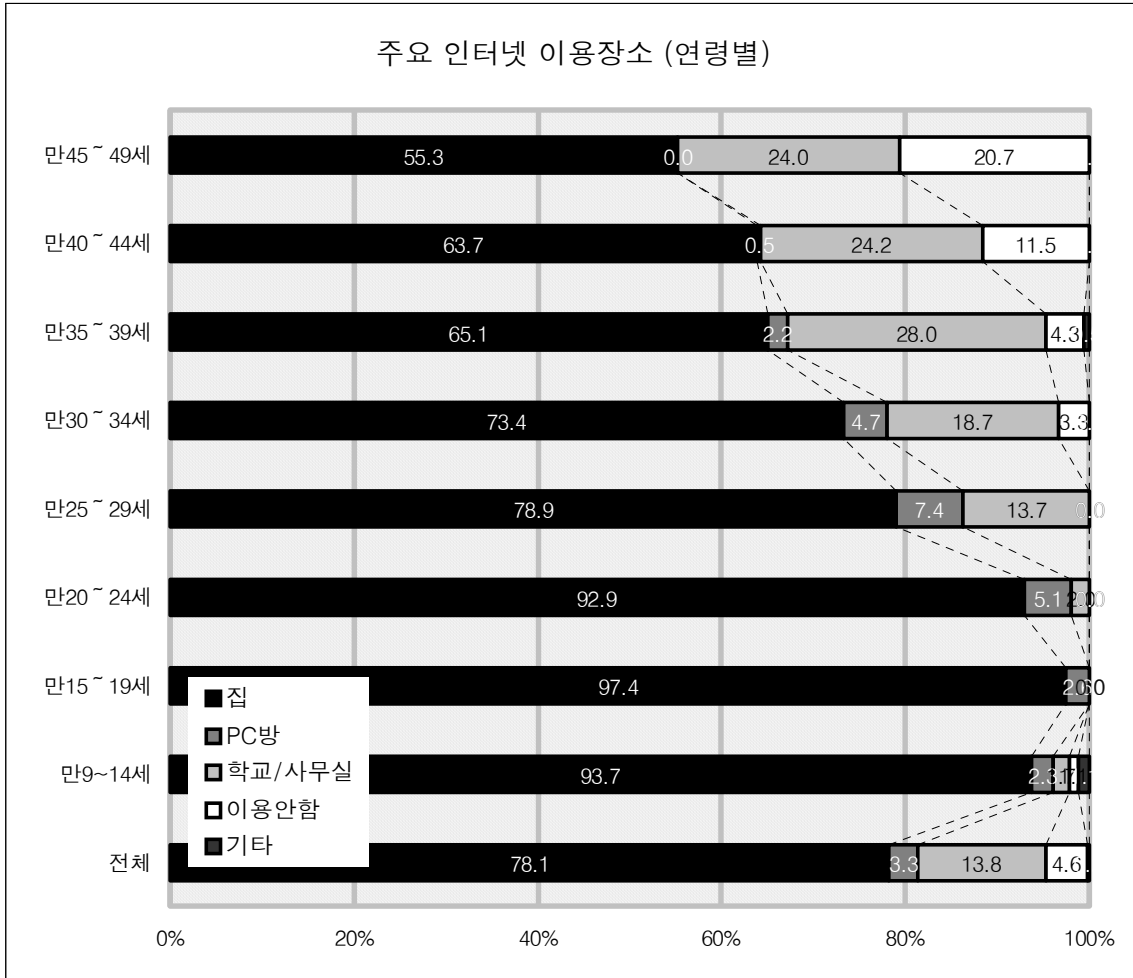


< 주요 컴퓨터 이용목적(연령별) >

	사례수	게임	정보검색	채팅	음악/영화/만화	증권매매	상품매매	이메일 (e-mail)	사무/문서처리	컴퓨터그래픽	커뮤니티(블로그포함)	기타	이용안함	계
전체	1500	23.8	31.2	3.9	6.1	0.7	3.6	10.2	5.3	0.5	10	4.6	0.2	100
19~14	174	50.6	10.9	13.2	4.6	0	0	7.5	1.1	0	10.3	1.1	0.6	100
15~19	192	35.9	15.6	10.4	10.9	0	2.1	7.8	0.5	0	16.1	0	0.5	100
20~24	198	23.7	25.3	3	10.6	0	4.5	10.6	0.5	0	21.7	0	0	100
25~29	204	21.1	37.3	2	4.4	0	3.4	14.2	2.9	0.5	14.2	0	0	100
30~34	214	18.7	38.8	1.9	5.6	0.9	3.3	13.6	7.9	0.9	5.1	3.3	0	100
35~39	186	15.6	40.9	0	4.3	1.6	8.6	11.3	8.6	0.5	4.3	4.3	0	100
40~44	182	14.3	43.4	0	2.7	1.1	3.3	6.6	11.5	1.1	3.8	11.5	0.5	100
45~49	150	10	36.7	0.7	4.7	2.7	3.3	8.7	10	0.7	2	20.7	0	100

주요 인터넷 이용장소 (성별)



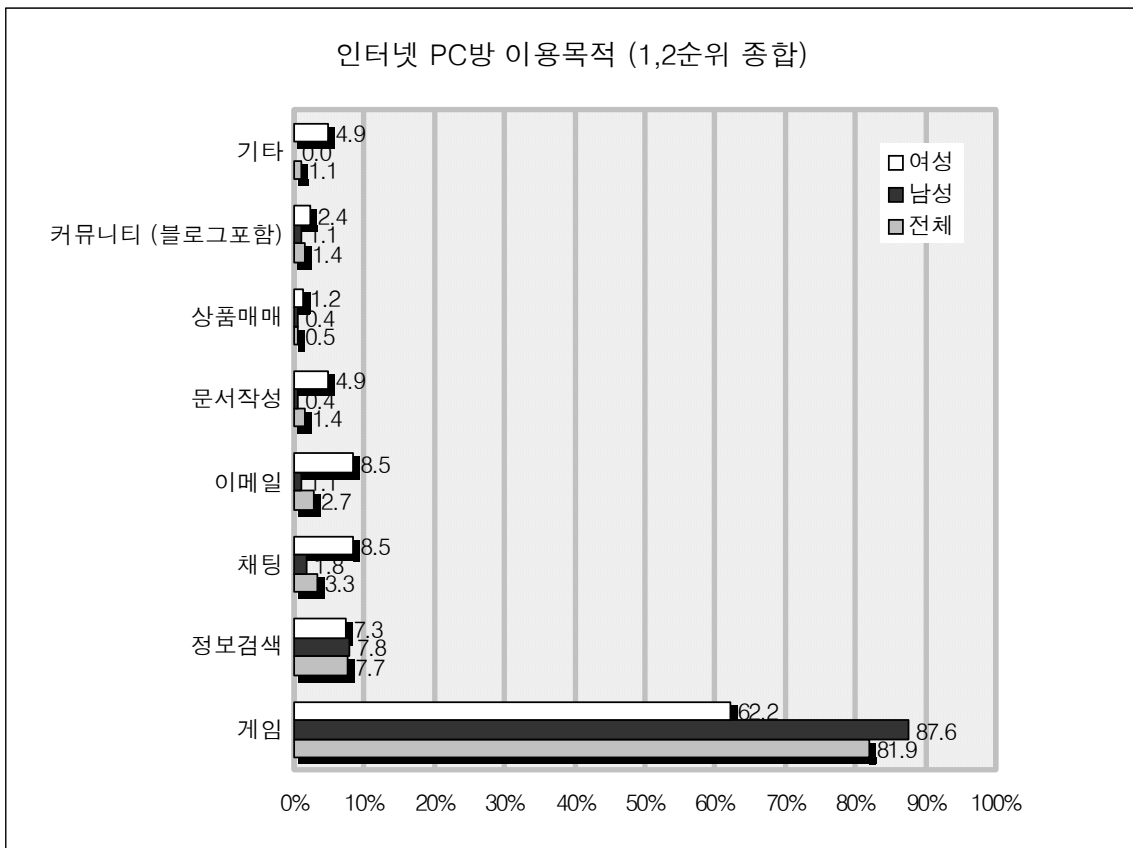
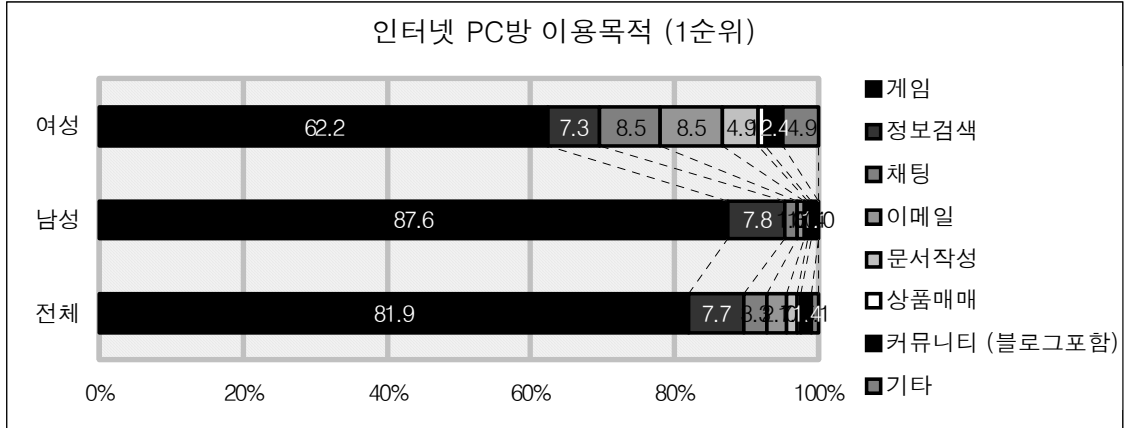


### (3) 인터넷 PC방 이용목적과 이용시간

PC방(인터넷 카페)을 이용하는 주된 목적은 ‘게임’ 81.9%, ‘정보검색’ 7.7%, ‘채팅’ 3.3%로 주된 PC방 사용목적이 ‘게임’이며, 2004년의 ‘게임’이 47.2%였던 것에서 거의 두 배의 증가를 보여 이제는 ‘PC방=게임방’의 개념이 무색하지 않음을 볼 수 있다. 그리고 PC를 이용하는 주된 이유가 ‘친구/동료들과 어울리기 위해서’ 65.4%, ‘PC시설이 좋아서’ 17.6%임을 볼 때 PC방을 주로 친구·동료들과 어울려 게임을 즐기는 시설로 여기고 있음을 반증하고 있다.

PC방 1회 방문당 평균이용시간도 2004년의 ‘1시간~2시간미만’이 45%이던 것이 41.8%로 줄어든 반면 ‘2시간~3시간미만’이 27%에서 30.5%로 증가한 것으로 보아 전반적으로 1회 PC방 사용시간이 증가하는 추세에 있음을 알 수 있다.

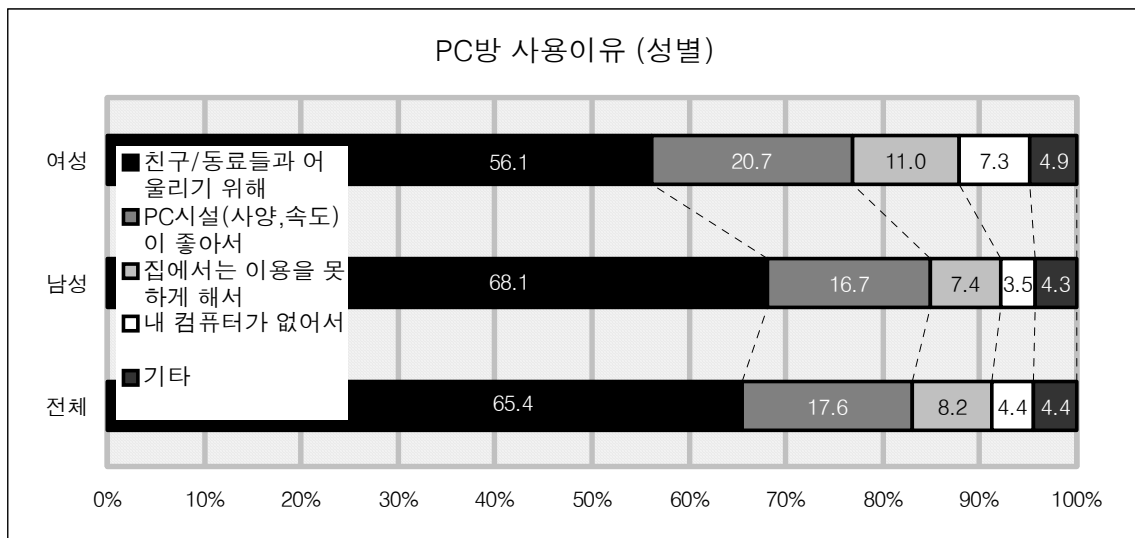
PC방의 한 달간 방문 빈도는 평균 8.5회이고, ‘월3~4회’ 방문한다고 응답한 비율이 22.3%로 가장 많았다.

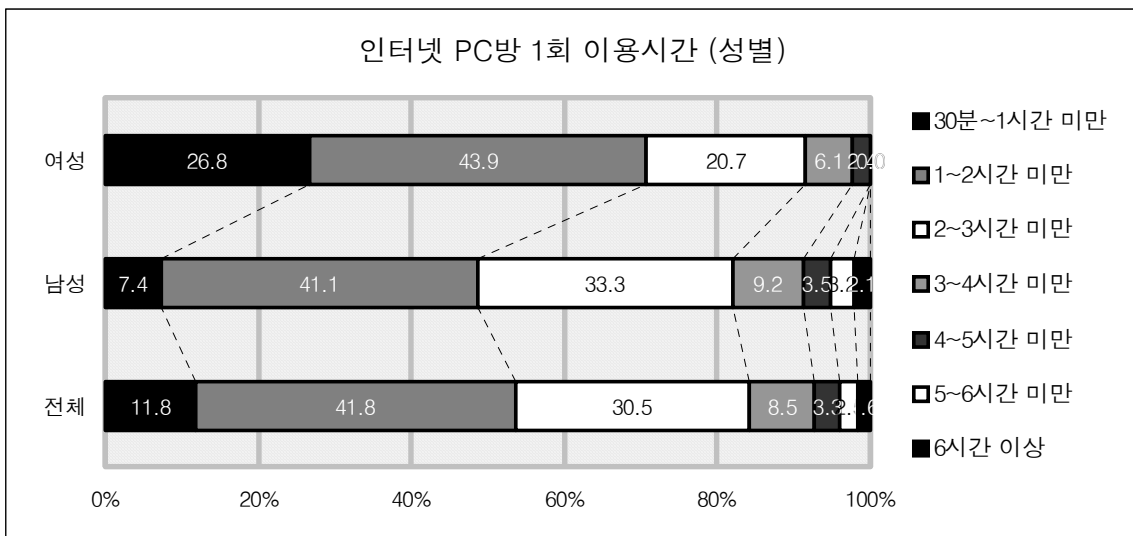
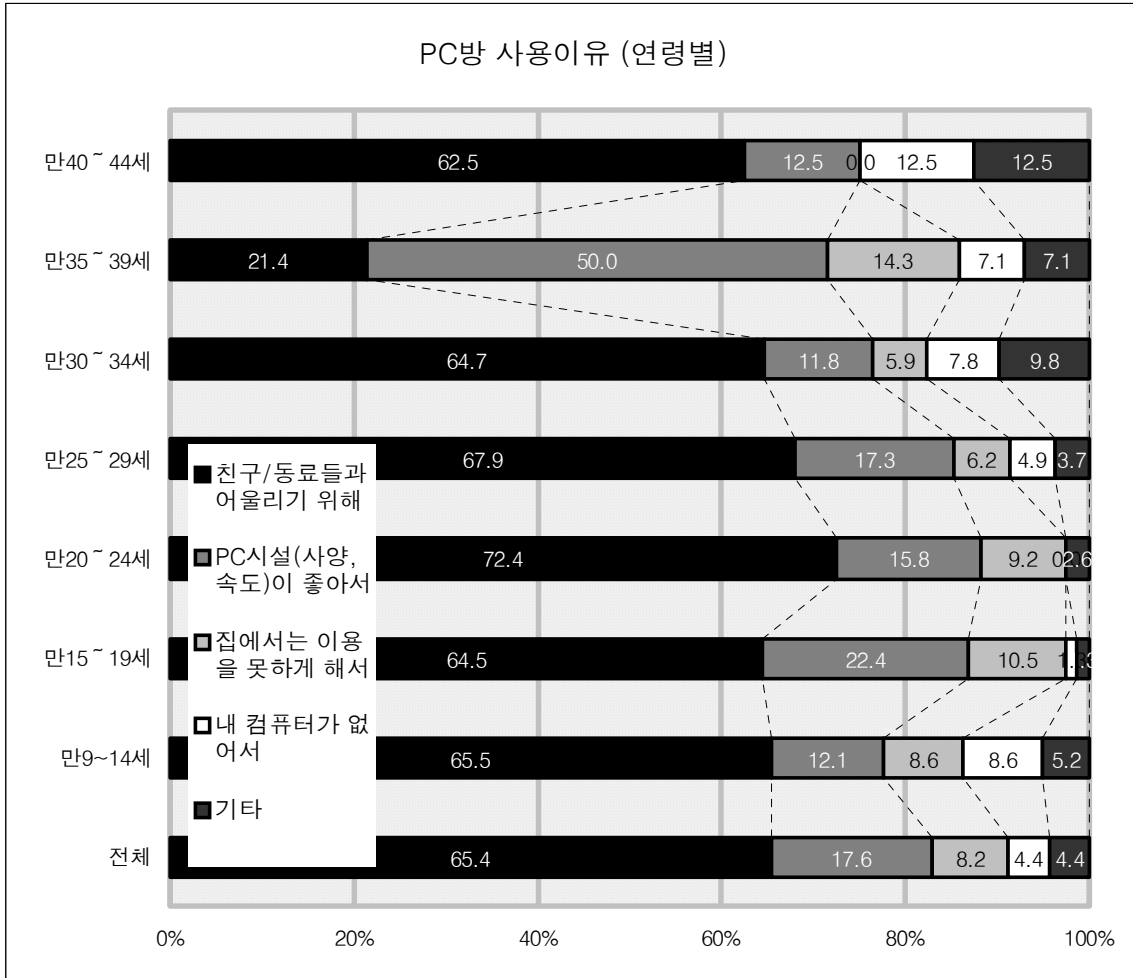


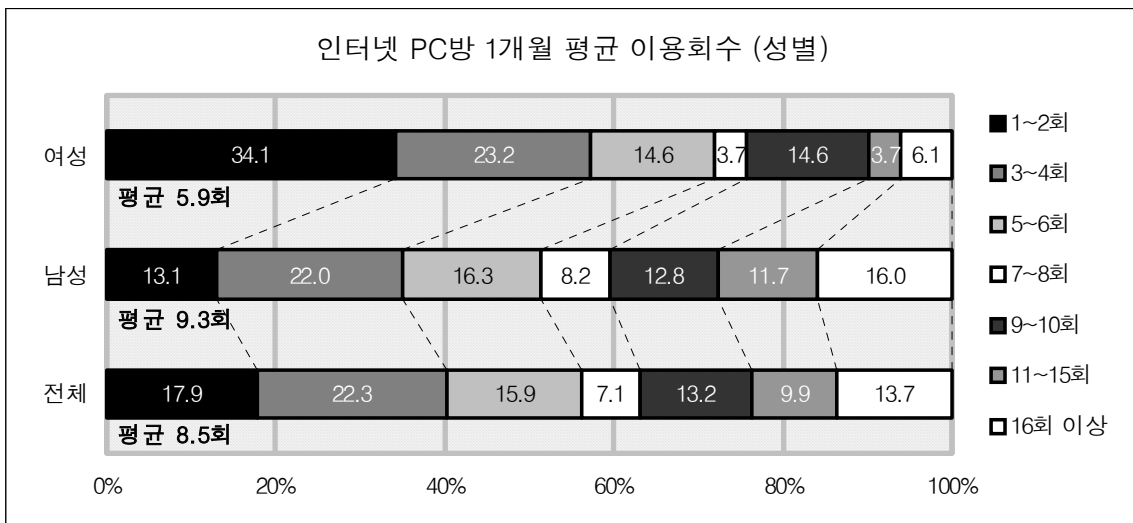
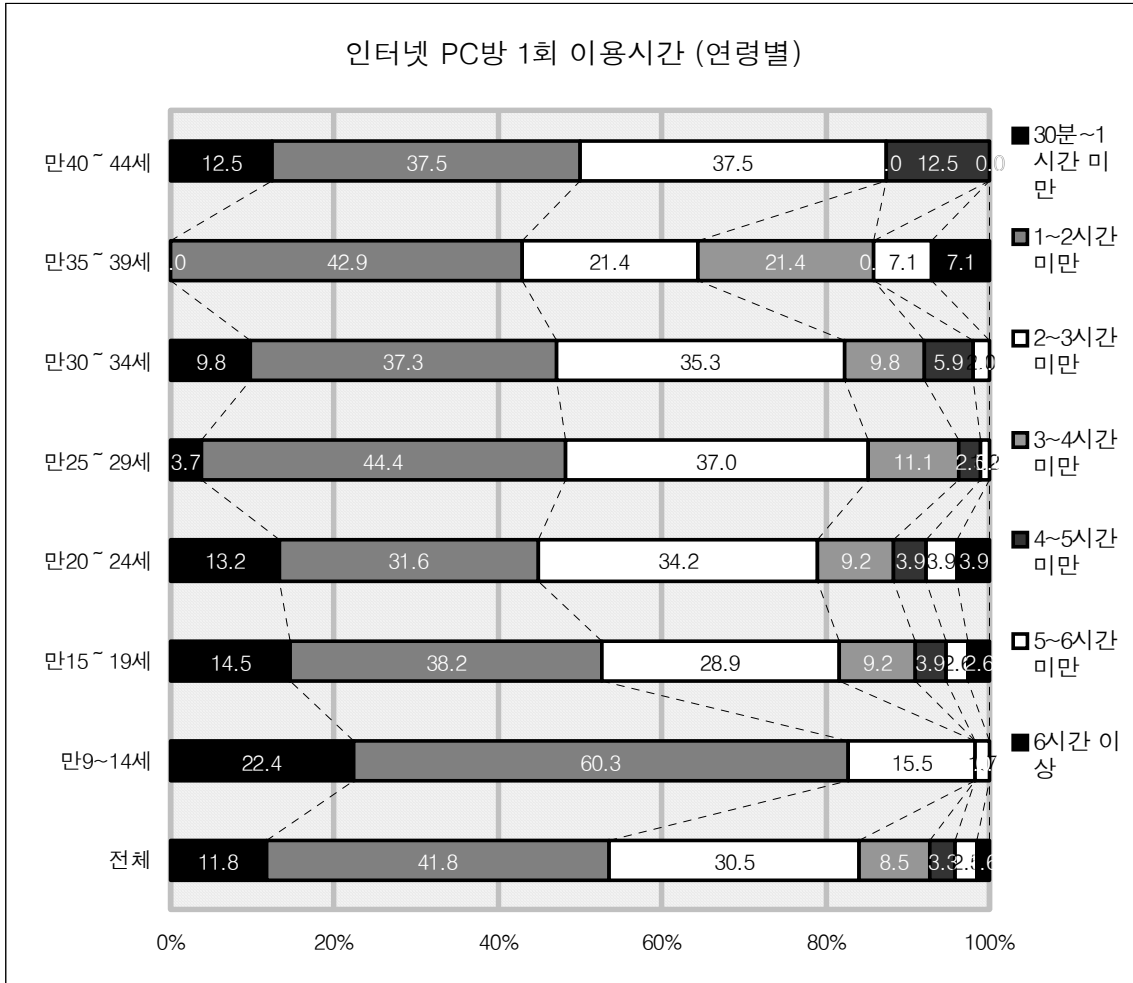


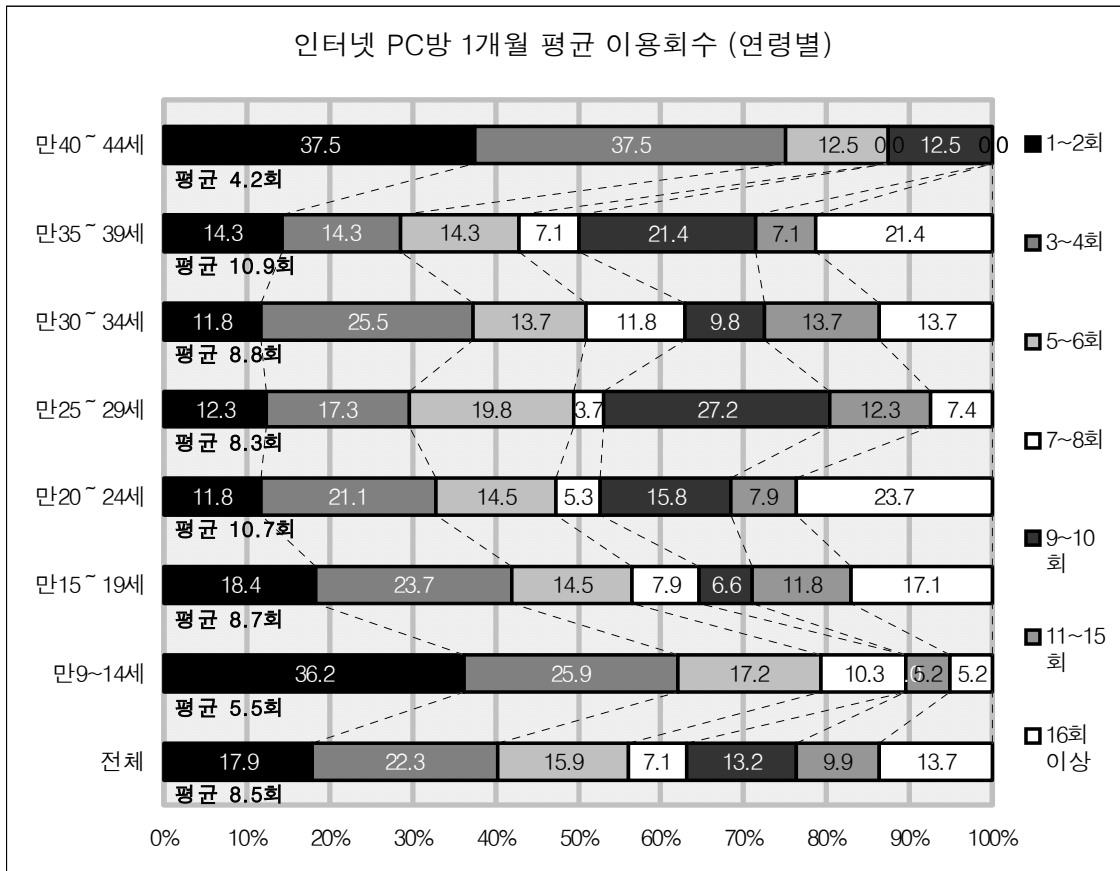
< 인터넷 PC방 이용목적-연령별 >

	게임	정보검색	채팅	이메일	문서작성	상품구매	커뮤니티 (블로그포함)	기타	계
전체	81.9	7.7	3.3	2.7	1.4	0.5	1.4	1.1	100
만9~14세	87.9	1.7	6.9	0	0	0	3.4	0	100
만15~19세	84.2	0	7.9	1.3	0	0	1.3	5.3	100
만20~24세	78.9	7.9	2.6	3.9	3.9	1.3	1.3	0	100
만25~29세	81.5	8.6	0	6.2	1.2	1.2	1.2	0	100
만30~34세	86.3	9.8	0	2	2	0	0	0	100
만35~39세	42.9	57.1	0	0	0	0	0	0	100
만40~44세	87.5	12.5	0	0	0	0	0	0	100





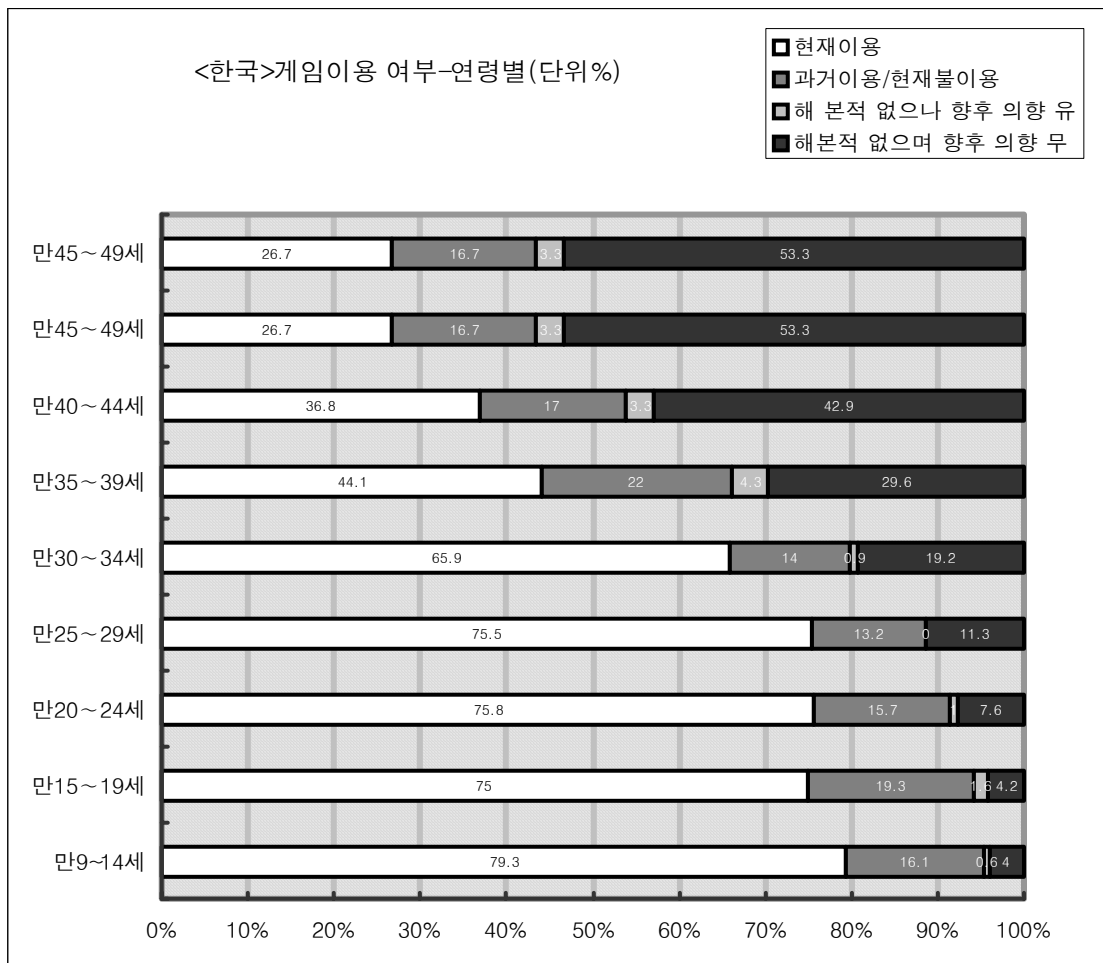
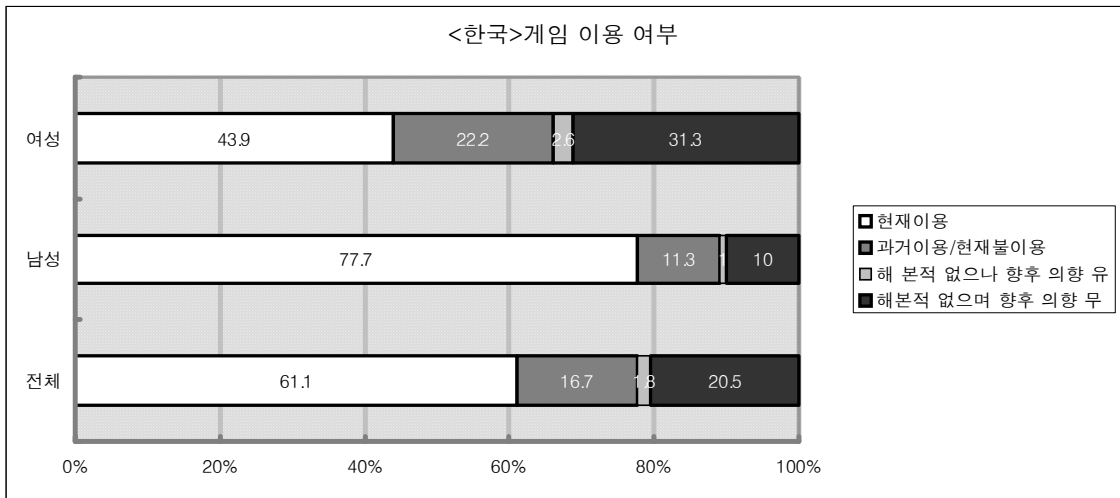


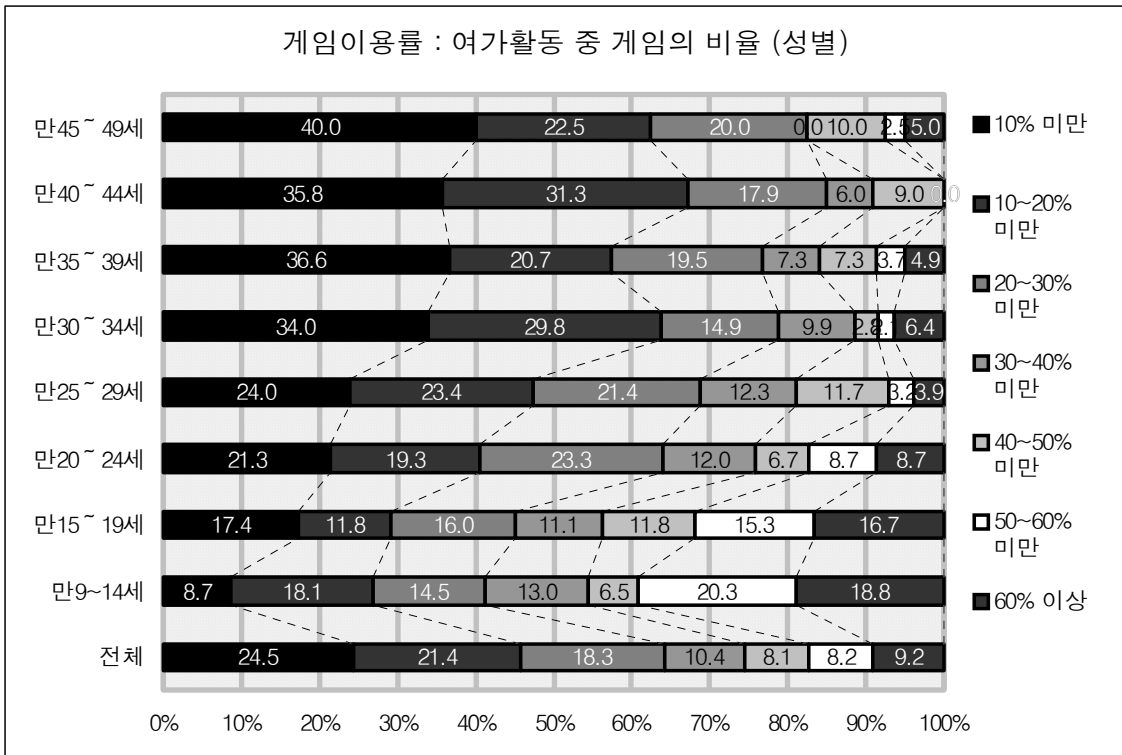
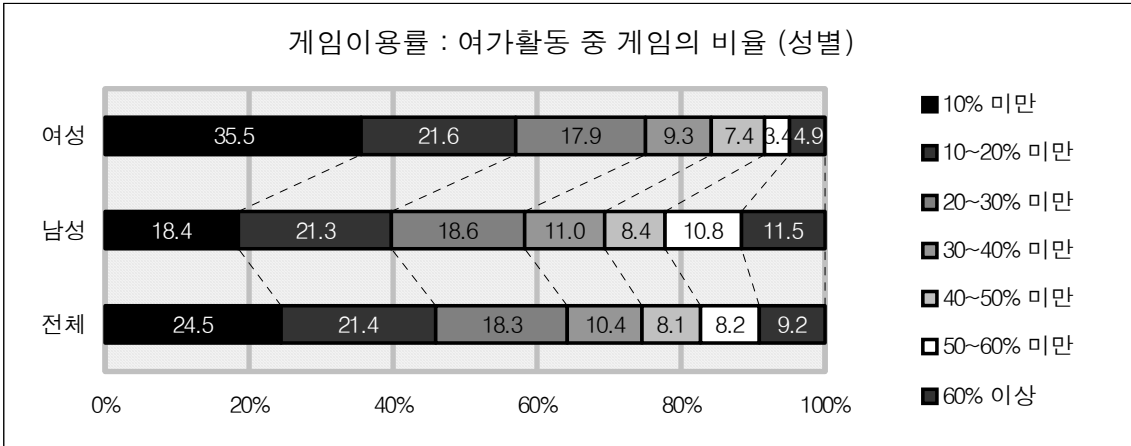


#### (4) 게임이용비율

게임 경험여부에 대한 질문에서 ‘게임을 해 본 경험이 있다’고 응답한 비율이 77.8%로 전년도 조사의 75.3%에 비해 증가하였다. 성별로 구분해 보면 남성의 경우 전년도 83.9%에서 다소 증가한 89%가 ‘게임을 해 보았거나, 현재 이용하고 있는 것’으로 응답하였고, 여성의 경우는 그 증가 추세가 더 낮음을 볼 수 있다. 또한 남성의 경우 여성보다 게임 경험률이 높을 뿐 아니라 현재 게임을 이용하고 있는 비율에 있어 앞서고 있다. 연령별로는 연령이 낮을수록 게임경험과 '현재 게임을 이용하고 있다'고 응답한 비율이 높다.

또한 여가 활동 중 게임의 비율에 대한 질문에서는 여가활동에서 ‘게임’이 차지하는 비율이 50% 이상이라고 답한 빈도가 17.4%로 꾸준히 증가하는 추세이다. 특히 남성의 경우나 연령이 낮을수록(남성은 여가활동 중 게임이 차지하는 비중이 50% 이상이라고 답한 비율이 22.3%, 9~14세는 39.1%, 15~19세는 32%) 전체 여가활동 중에서 ‘게임’이 차지하는 비율이 높음을 확인할 수 있다.



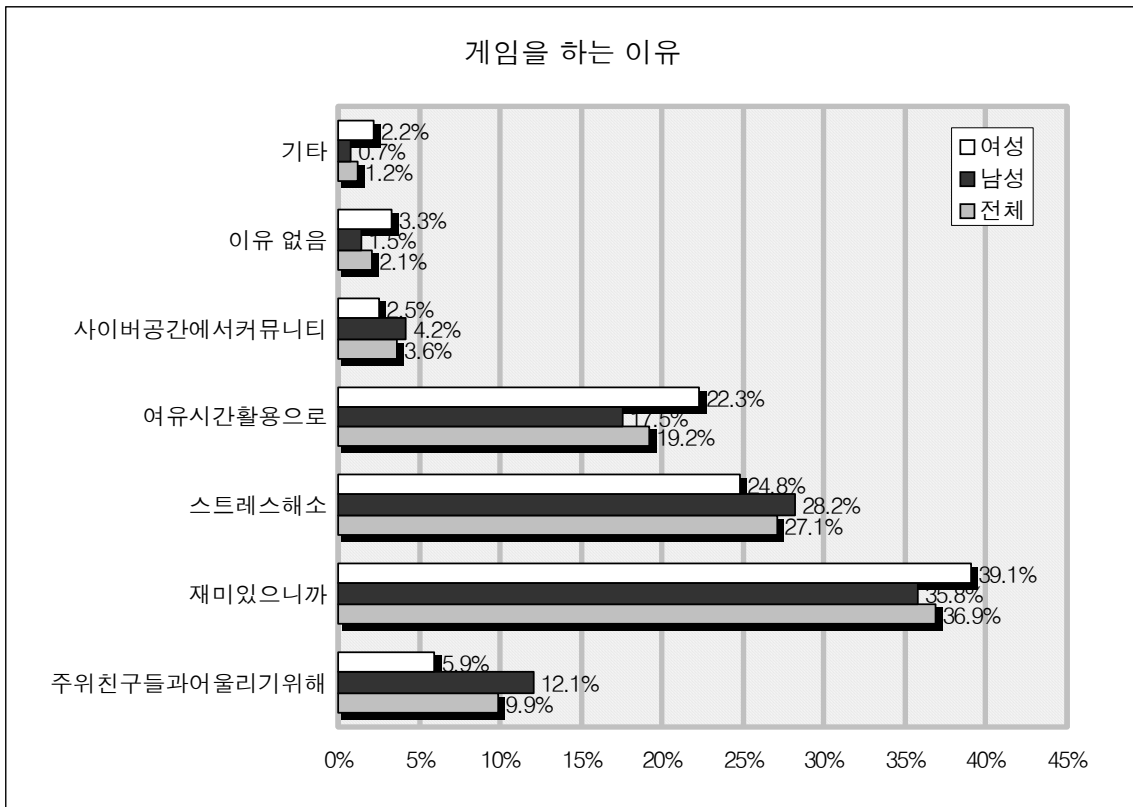


(5) 게임이용이유

게임을 하는 이유에 대해서는 59.7%가 ‘재미있으니까’라는 답을 보이고 있어, 게임의 기능 중에서 ‘오락(entertainment)’으로서의 효과가 가장 부각되고 있음을 확인할 수 있다. 그러나 남성의 경우와 10대 연령층에서 ‘스트레스 해소(46.3%)’나 ‘친구들과 어울리기 위해(19.8)’의 빈도가 상대적으로 높은 것으로 보아 게임이 장르에 따라 기분 전환 및 카타르시스 효과나 하위 문화코드로서의 기능도 상당히 담당하고 있음을 추측해 볼 수 있다.

<게임을 하는 이유-연령별>

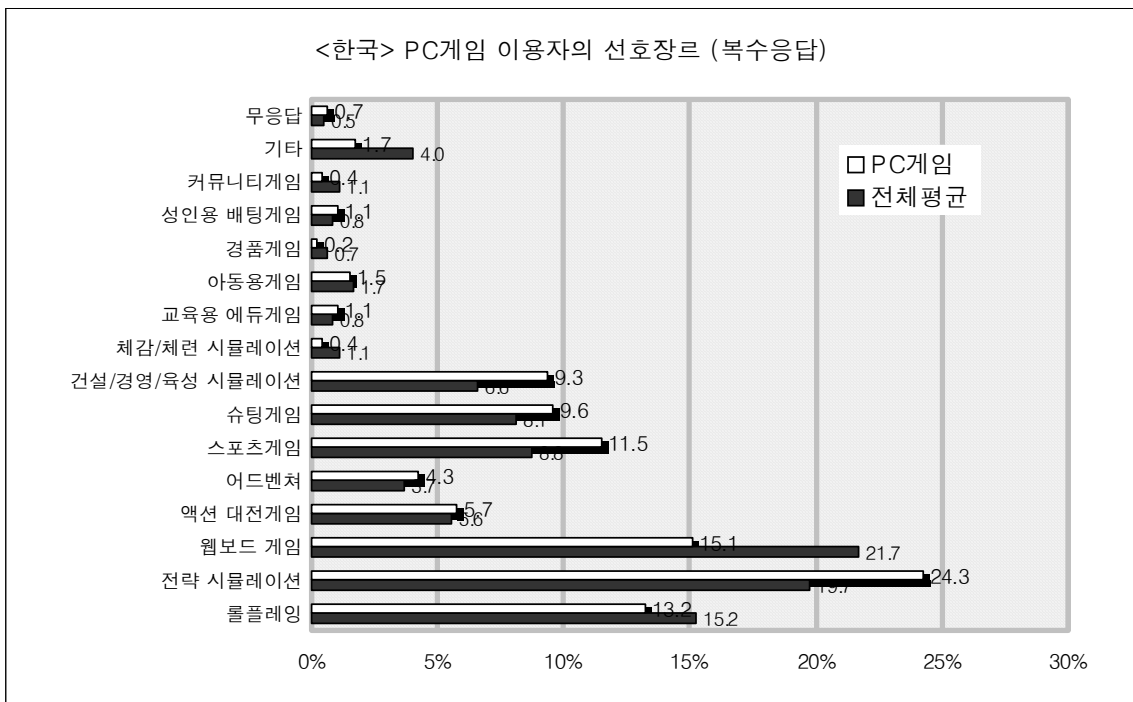
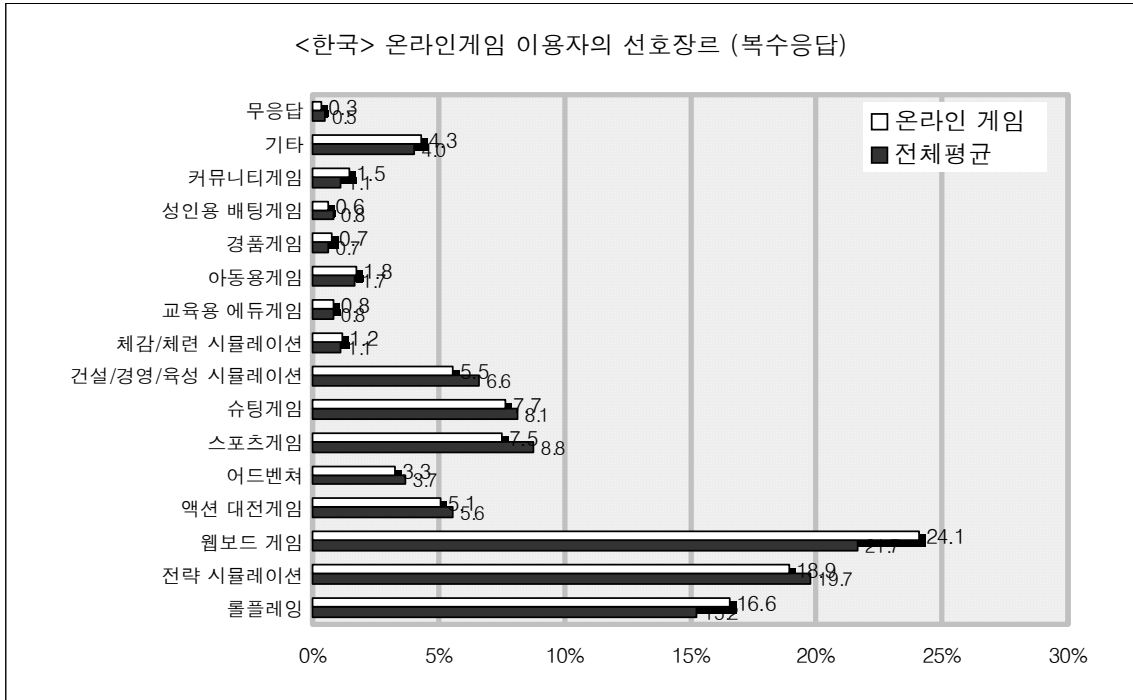
	주위친구들 과어울리기 위해	재미있으니 까	스트레스해 소	여유시간활 용으로	사이버공간 에서커뮤니 티	이유 없음	기타	계
전체	9.9%	36.9%	27.1%	19.2%	3.6%	2.1%	1.2%	100
만9~14세	12.7%	46.4%	17.3%	18.2%	3.2%	1.4%	0.9%	100
만15~19세	14.8%	44.7%	19.0%	15.2%	3.8%	1.3%	1.3%	100
만20~24세	13.8%	38.3%	22.2%	20.7%	1.6%	3.0%	0.4%	100
만25~29세	8.8%	35.2%	30.6%	18.8%	3.7%	2.1%	0.8%	100
만30~34세	7.1%	33.0%	31.7%	21.9%	3.6%	1.3%	1.3%	100
만35~39세	4.6%	26.7%	40.5%	16.8%	6.1%	3.8%	1.5%	100
만40~44세	3.9%	24.3%	40.8%	21.3%	2.9%	2.9%	3.9%	100
만45~49세	1.5%	31.3%	31.3%	23.9%	9.0%	1.5%	1.5%	100



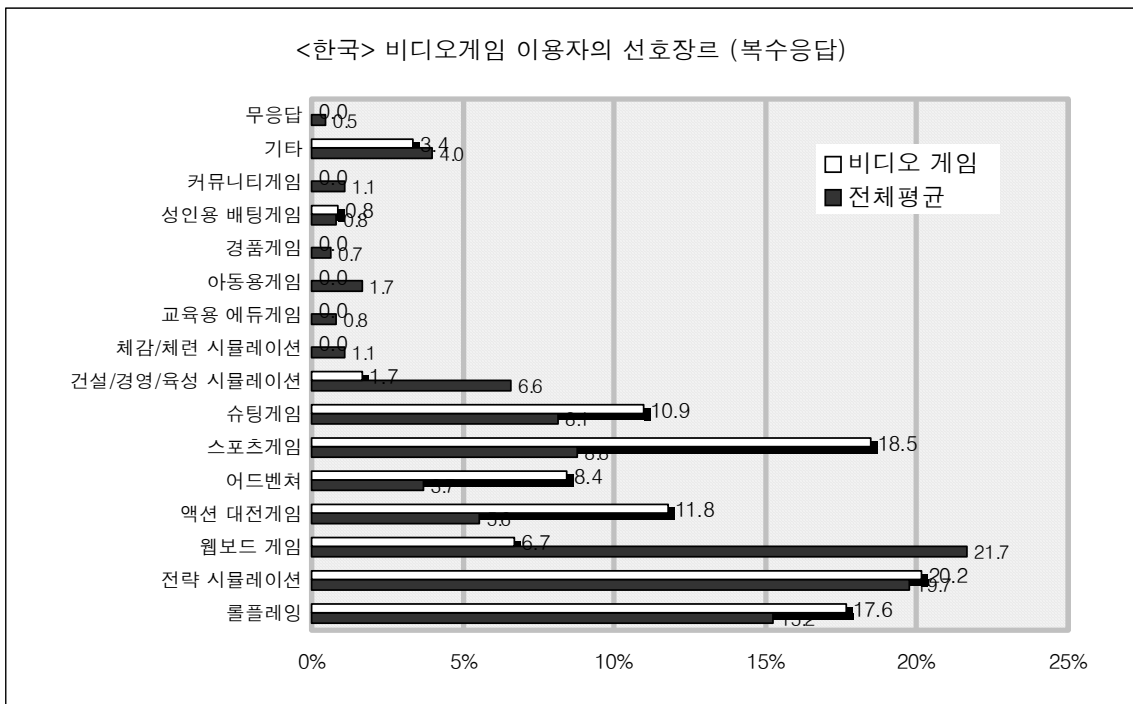
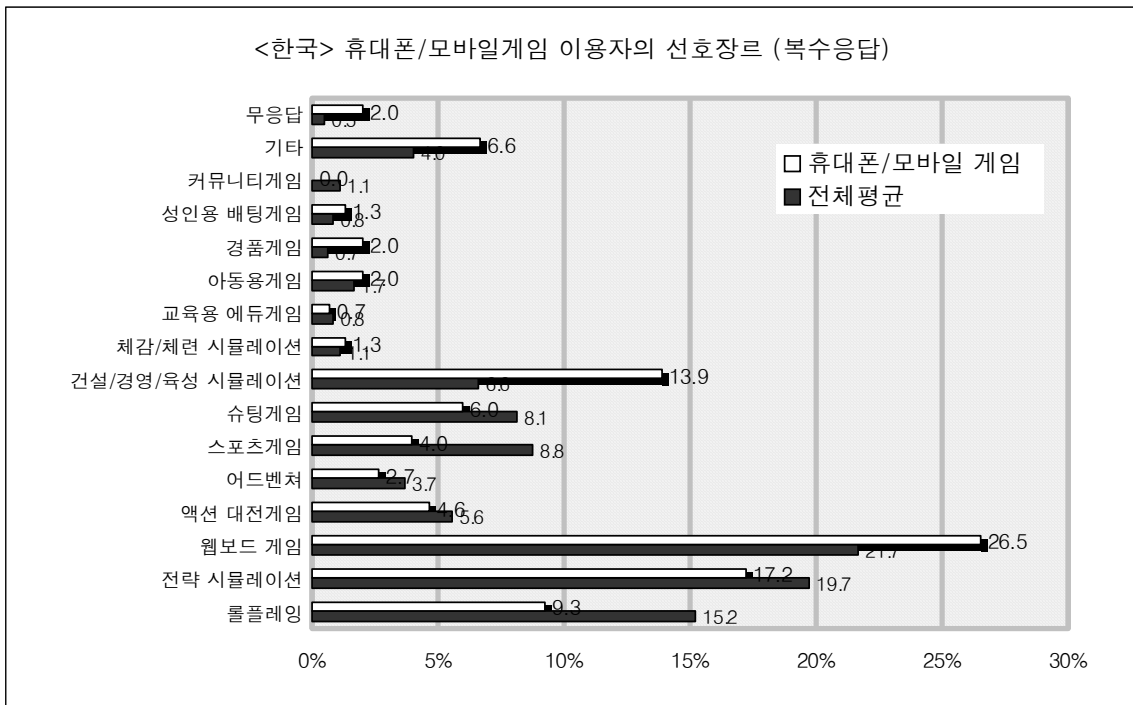
(6) 선호 플랫폼과 선호 장르 간의 관계

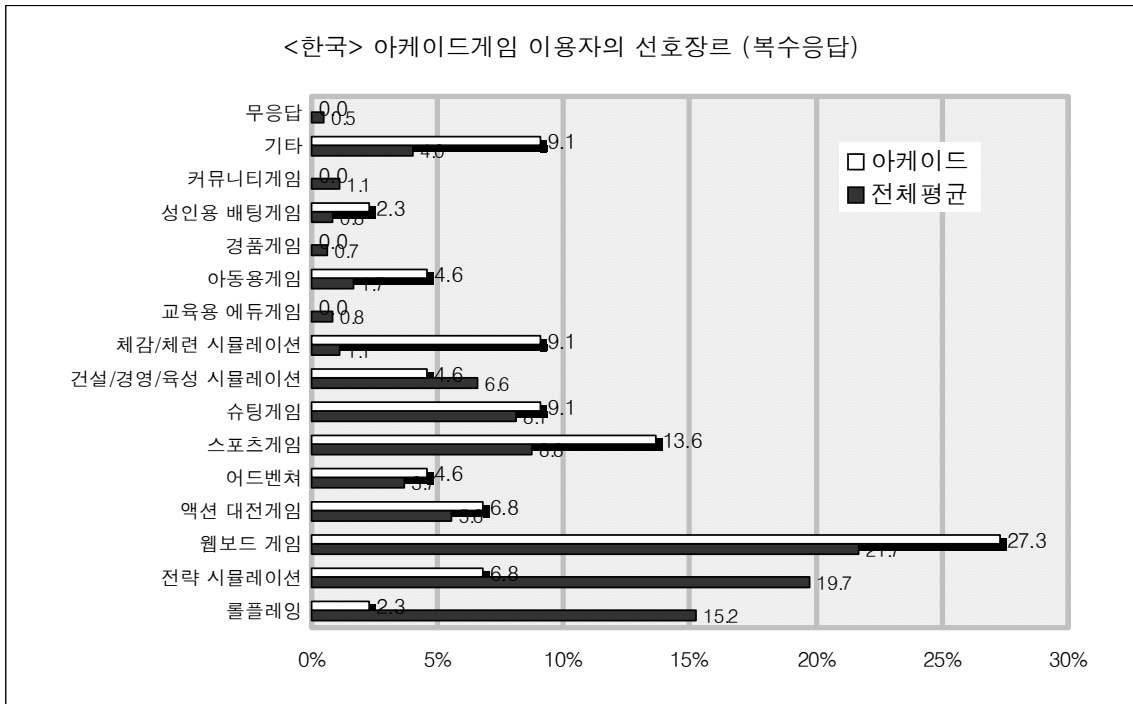
선호 플랫폼과 선호 장르간의 상관관계를 알아보기 위해 교차표를 구성하였다. 선호장르에 대한 응답형태가 복수응답이었다는 것을 감안하여, 선호 플랫폼별 선호장르에 대한 상관관계를 살펴보면 각 값을 직접 비교하는 것 보다 전체선호 평균값과 해당 플랫폼 선호자의 응답비율을 비교해보는 것이 더 타당할 것이다. 이렇게 전체평균값과 비교해 보면, ‘온라인게임’을 선호하는 사람의 경우 ‘웹보드게임’을 선호하는 경향이 높으며, ‘PC게임’ 이용자의 경우 ‘전략시뮬레이션 게임’

을, ‘비디오게임’과 ‘아케이드게임’ 선호자의 경우 ‘스포츠게임’을 선호하는 경향이 있음을 볼 수 있다. 이러한 경향을 통해 ‘비디오 게임’ 플랫폼 환경이 ‘스포츠 게임’과 같이 동작 수행성이 높은 게임에 적합하며, ‘온라인 게임’ 플랫폼 환경이 ‘웹보드게임’에, ‘PC게임’의 이용환경이 ‘전략시물레이션게임’과 같은 사고/판단 수행성이 높은 게임에 적합함을 짐작해 볼 수 있다.



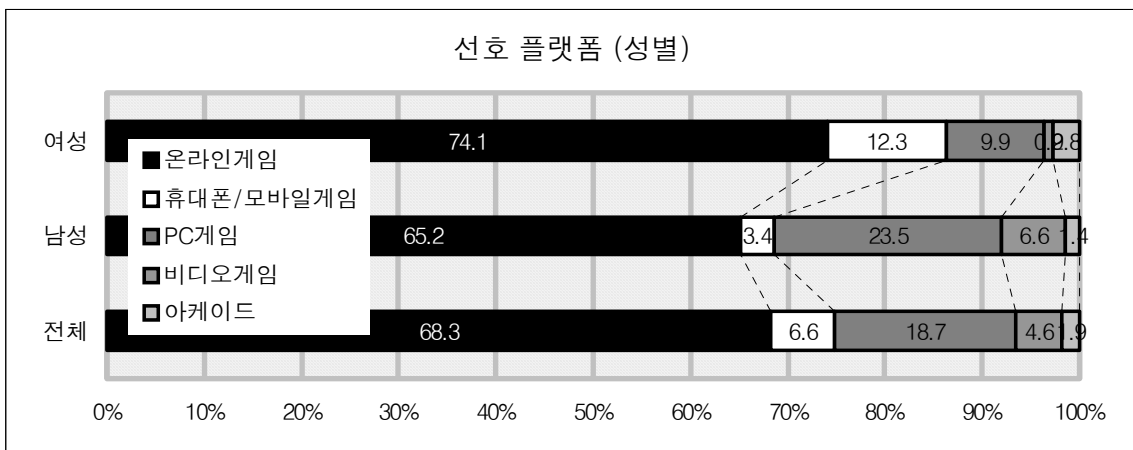


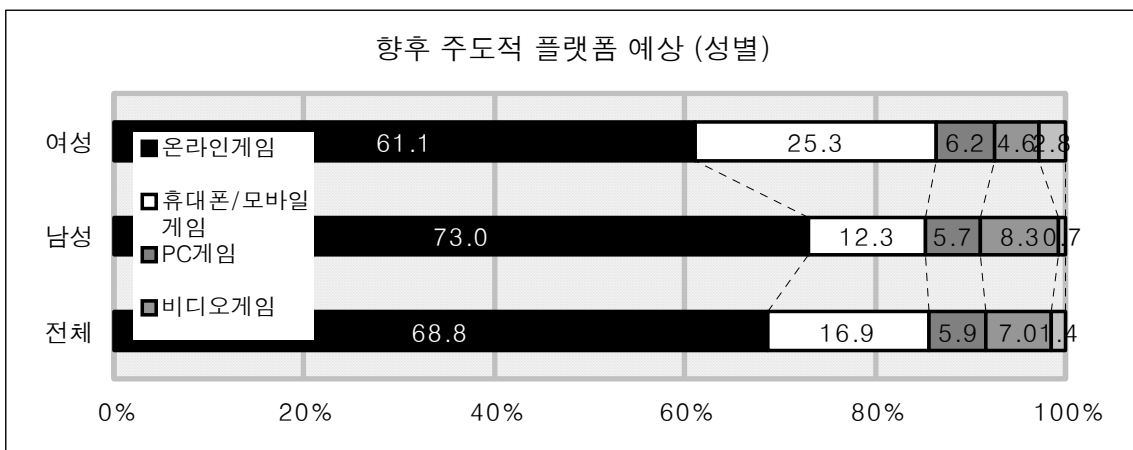
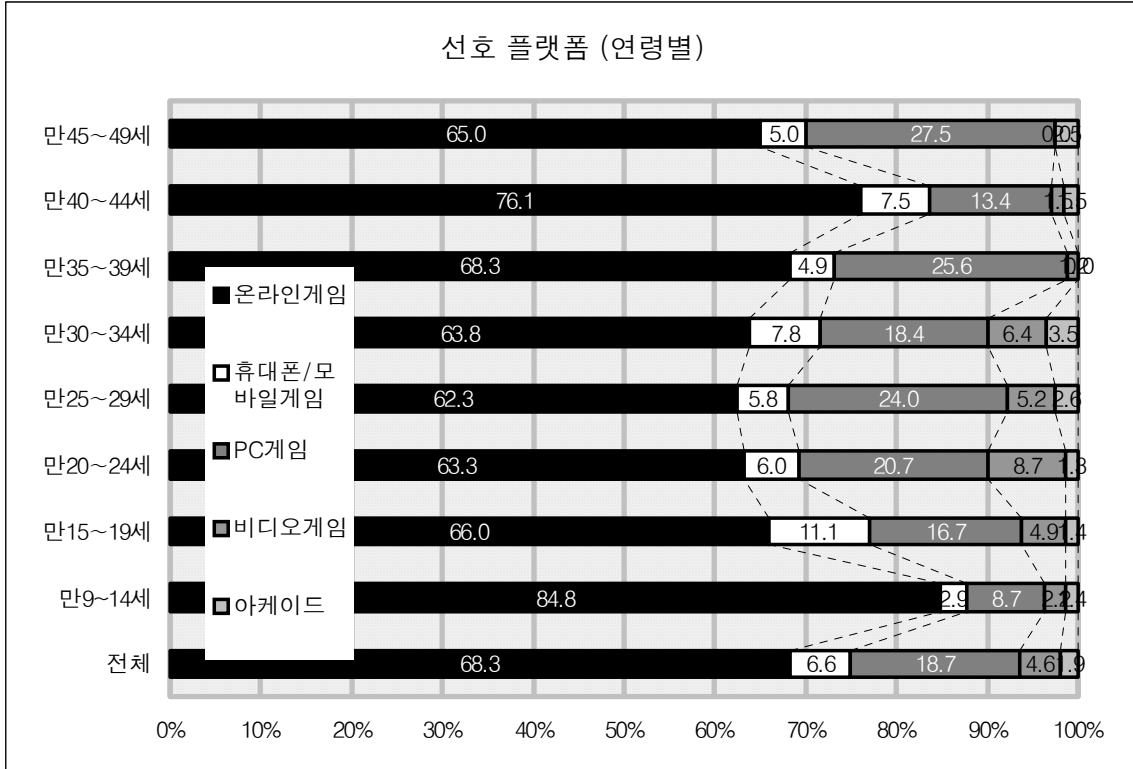


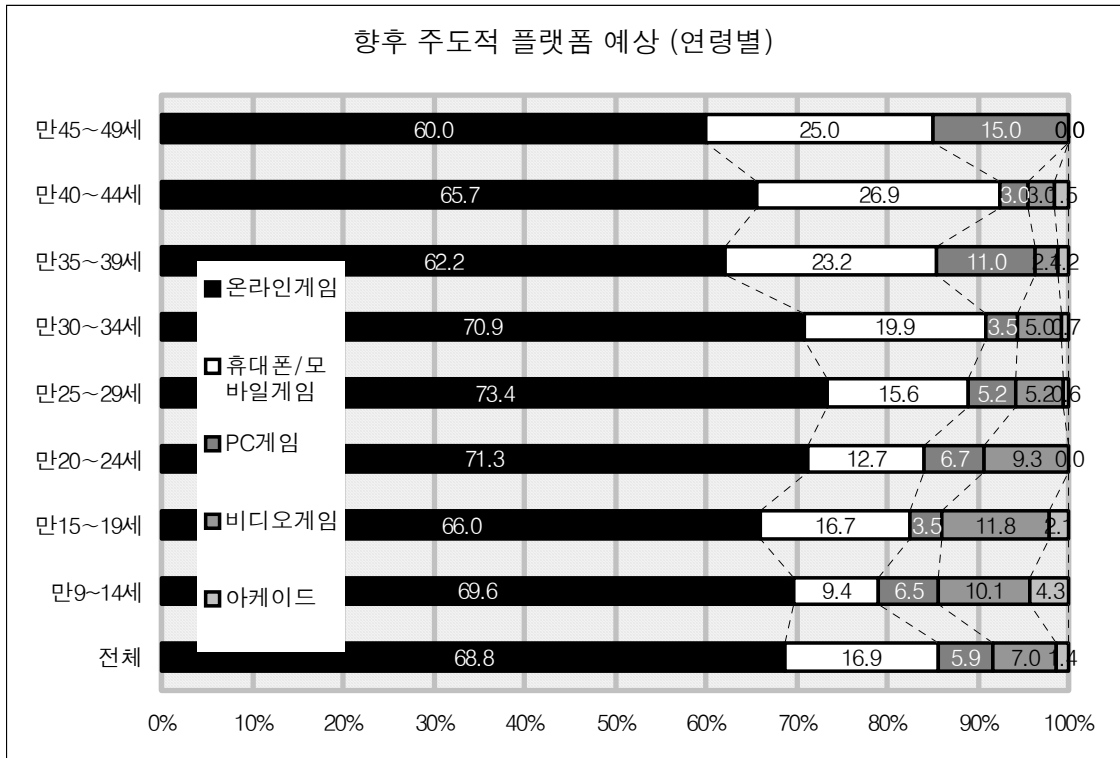


(7) 선호플랫폼-연령별, 성별별

주로 이용하는 게임플랫폼에 대한 조사결과는 ‘온라인 게임’이 68.3%로 가장 높게 나왔는데 이는 전년도 50.6%에 비해 상당히 증가한 것이며, 그 다음으로는 ‘PC게임(18.6%)’, ‘휴대폰/모바일 게임(6%)’의 순위이다. 이러한 경향은 전반적인 플랫폼 선호가 ‘온라인 게임’으로 수렴되어가는 것으로 볼 수 있다. 성별에 따른 경향을 살펴보면, 남성의 경우 여성에 비해 ‘PC게임’, ‘비디오 게임’에 대한 선호가 더 높으며, 여성의 경우 ‘모바일게임’에 상대적으로 높은 선호를 보이고 있다. 이는 “향후 주도적인 플랫폼이 무엇이 될 것인가”라는 질문에서 여성응답자의 25.3%가 ‘휴대폰/모바일게임’을 지목한 것과도 관련이 있다. 즉, 남성에 비해 ‘휴대폰/모바일 게임’에 대한 호감도가 높음을 유추해 볼 수 있다.







(8) 선호 장르

주로 이용하는 게임 장르에 대한 문항에서는 ‘웹보드 게임’이 33.2%(04년 조사 29.9%)로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘롤플레이 게임(22.2)’, ‘전략시뮬레이션 게임(20.9%)의 순으로 나타났다.

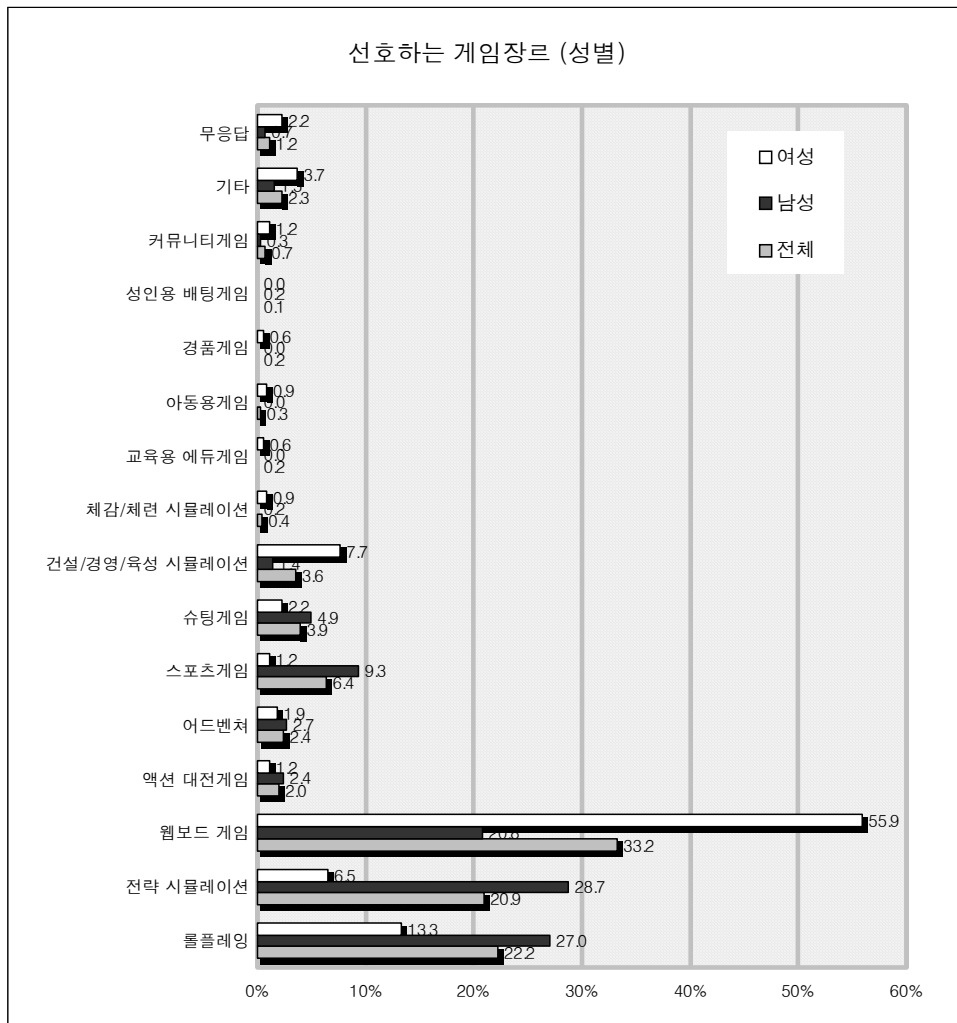
주로 이용하는 게임 장르에 대한 응답결과를 성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘전략시뮬레이션 게임(28.7%)’, ‘롤플레이 게임(27.0%)’에 대해 높은 선호를 보이는 반면, 여성의 경우는 ‘보드 게임(55.9%)’, ‘롤플레이 게임(13.3)’, ‘건설/육성/시뮬레이션 게임(7.7%)’순의 선호를 보인다.

연령별로는 연령이 낮을수록 ‘롤플레이게임’에 대한 선호가 높고, 20대를 중심으로는 ‘전략 시뮬레이션 게임’의 선호가 높으며, 30대 중반이상부터 고 연령층으로 갈수록 ‘보드 게임’의 선호가 높다.

선호 장르에 대한 연도별 추세를 살펴보면 전체적으로 ‘보드 게임’에 대한 선호가 증가하고 있다. 남성의 경우 04년 조사에서 ‘보드 게임’선호가 17.0%이던 것이 올해 20.8%로 증가 추세를 보였고, ‘전략 시뮬레이션 게임’, ‘롤 플레이 게임’의 선호가 작년 30%이상을 차지하던 것이 20%대로 감소하였다. 여성의 경우도 마찬가지로 작년 51.3%의 ‘보드 게임’ 선호 비율이 올해 55.9%로 상승하였고, 이는 연령별로도 같은 경향을 보이고 있다. 즉 게임포털의 등장과 함께 게임의 기호가 ‘보드게임’ 분야로 이동하고 있는 것이다. 이러한 경향은 손쉽게 접근 할 수 있는 ‘보드게임’의 특성으로 인해 게임인구의 확산을 가져왔다는 긍정적인 효과와 함께 보드게임의 세부 장르가 주로 고스톱 등의 장르에만 제한되는 경향을 보인다는 점에서 게임 기호의 다양성 확대가 필요함을 시사하고 있다.

< 선호하는 게임장르-연령별 >

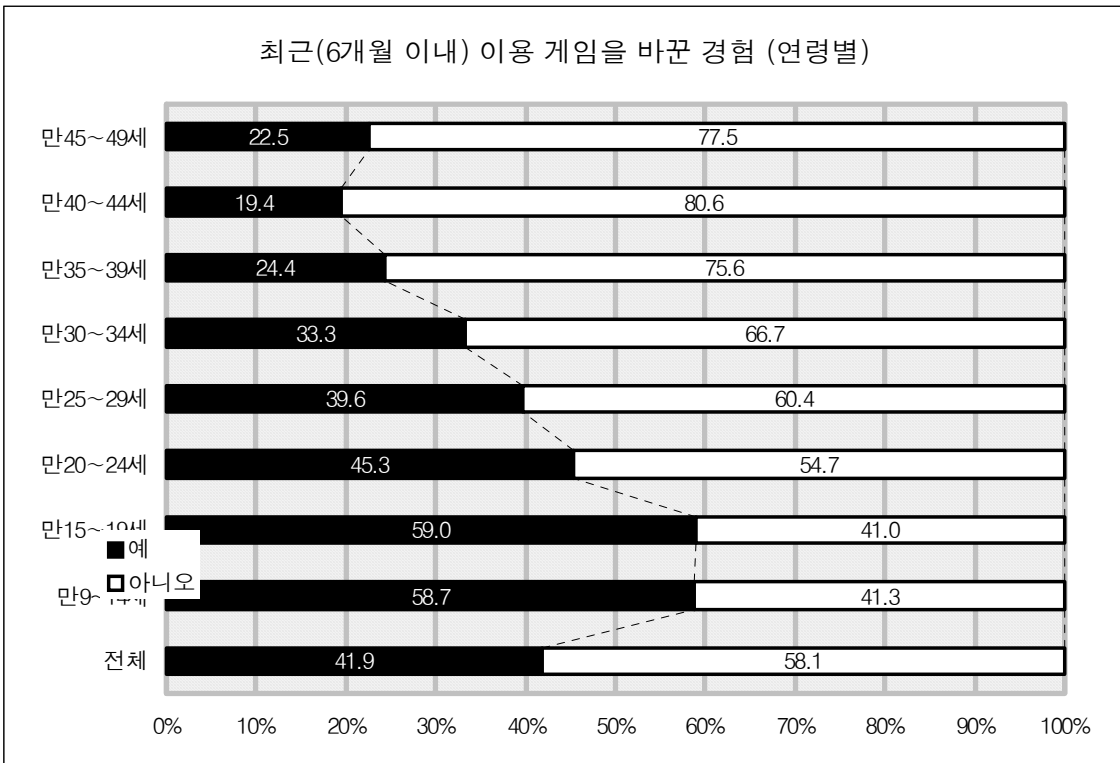
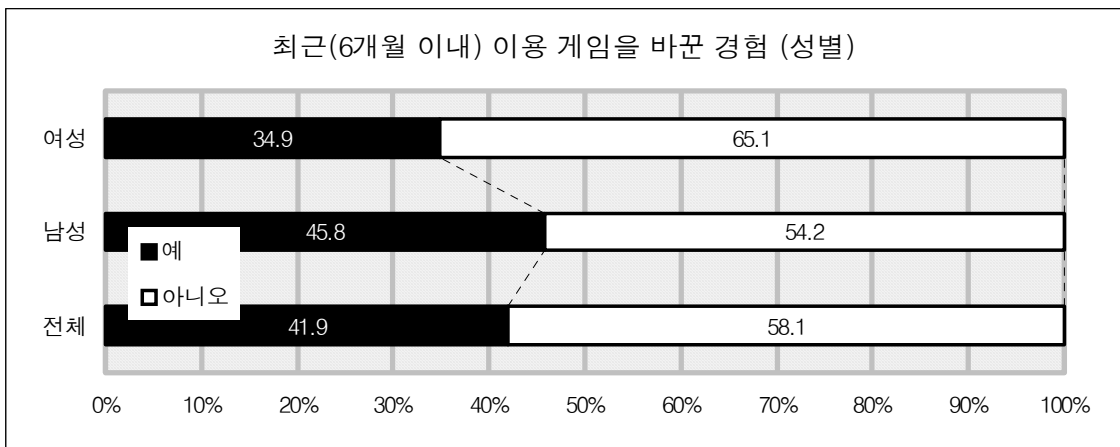
	롤플레잉	전략 시뮬레이션	웹보드 게임	액션 대전게임	어드벤처	스포츠게임	슈팅게임	건설/경영/육성 시뮬레이션	계
전체	22.2	20.9	33.2	2	2.4	6.4	3.9	3.6	100
만9~14세	31.2	17.4	18.1	4.3	4.3	7.2	1.4	8.7	100
만15~19세	32.6	22.9	15.3	1.4	2.1	10.4	5.6	5.6	100
만20~24세	20.7	24.7	30	2	0.7	10.7	5.3	4	100
만25~29세	27.3	21.4	27.9	1.3	1.3	5.8	5.2	1.9	100
만30~34세	18.4	26.2	38.3	2.1	3.5	3.5	4.3	0.7	100
만35~39세	7.3	24.4	52.4	2.4	3.7	1.2	2.4	2.4	100
만40~44세	9	10.4	59.7	0	0	4.5	3	1.5	100
만45~49세	5	0	80	0	5	0	0	0	100
	체감/체런 시뮬레이션	교육용 에듀게임	아동용게임	경품게임	성인용 배팅게임	커뮤니티게임	기타	무응답	계
전체	0.4	0.2	0.3	0.2	0.1	0.7	2.3	1.2	100
만9~14세	1.4	0	0.7	0	0	0.7	4.3	0	100
만15~19세	0.7	0.7	0	0	0	0.7	2.1	0	100
만20~24세	0	0	0	0	0	0.7	0.7	0.7	100
만25~29세	0.6	0	0	0.6	0	1.9	3.2	1.3	100
만30~34세	0	0	0	0	0	0	2.8	0	100
만35~39세	0	0	0	0	0	0	0	3.7	100
만40~44세	0	1.5	1.5	0	1.5	0	3	4.5	100
만45~49세	0	0	2.5	2.5	0	0	0	5	100

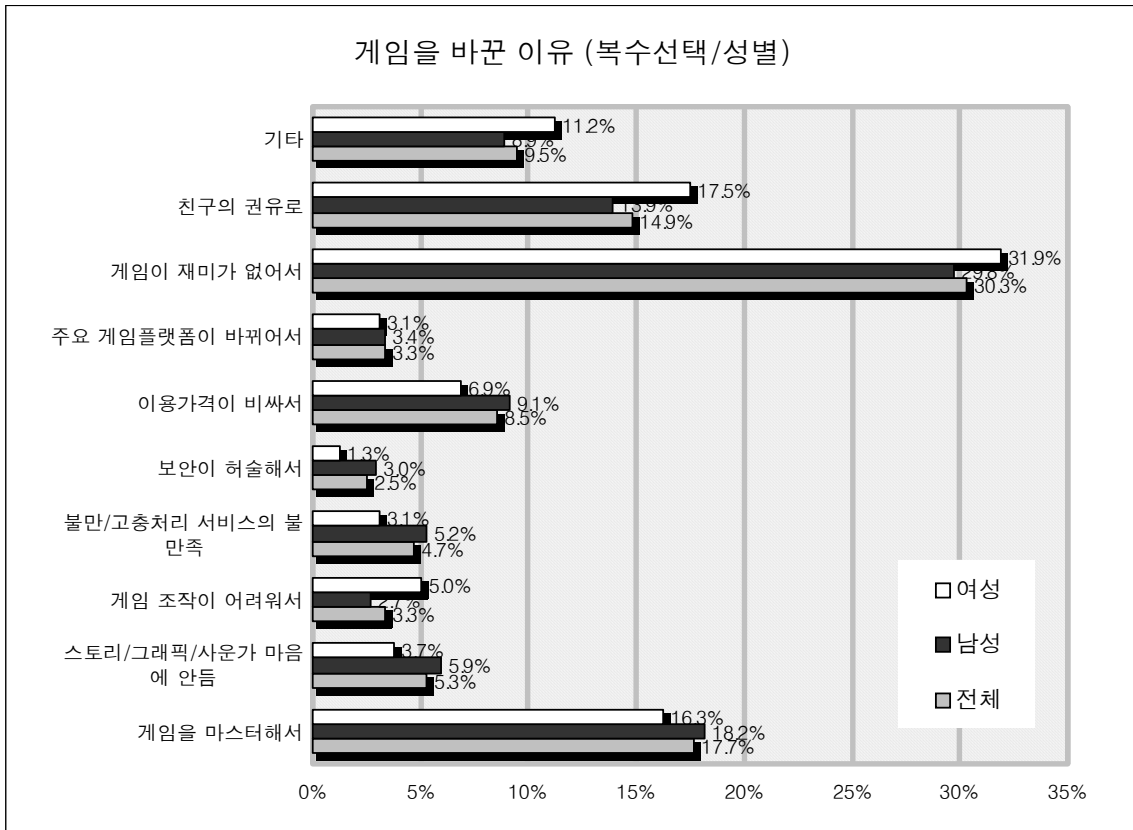


(9) 게임을 바꾸는 경험 및 이유

최근 6개월 내에 자신이 이용하던 게임을 다른 게임으로 바꾼 경험이 있는지를 묻는 설문결과, 약41.9%가 이용 게임을 바꾼 경험이 있는 것으로 나타났다. 이는 2004년 조사 결과 52.5%에 감소한 추세이다. 성별별로는 남성이 여성보다 게임을 바꾼 경험이 더 많은 것으로 나타나고 있으며, 연령별로는 연령이 낮을수록 게임을 바꾼 경험이 많은 것으로 보인다.

게임을 바꾼 이유에 대해서는 30.3%가 ‘재미가 없어서’, 17.7%가 ‘게임을 마스터해서’, 17.5%가 ‘친구의 권유로’로 응답하고 있으며, ‘이용가격이 비싸서’도 8.5%의 빈도를 보이고 있다. 특히 저연령층일수록 게임의 재미에 민감하며, 20대의 경우 ‘게임을 마스터해서’의 비율이 높다.





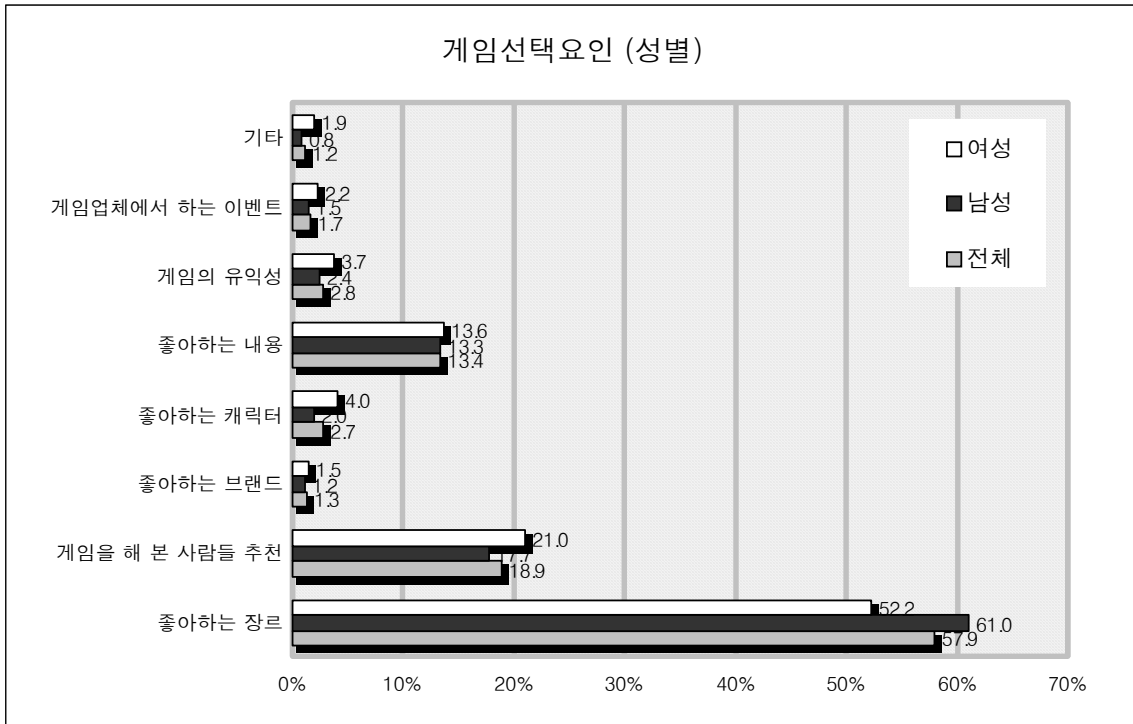
< 게임을 바꾼 이유-연령별 >

	사례수	이유					계
		게임을 마스터해서	스토리/그래픽/사운드가 마음에 안듦	게임 조작이 어려워서	불만/고충처리 서비스의 불만족	보안이 허술해서	
전체	384	17.7%	5.3%	3.3%	4.7%	2.5%	
만9~14세	81	12.5%	7.0%	3.1%	1.6%	3.9%	
만15~19세	85	19.0%	4.9%	2.1%	4.9%	2.1%	
만20~24세	68	25.5%	3.6%	0.0%	7.3%	1.8%	
만25~29세	61	16.5%	4.4%	4.4%	4.4%	1.1%	
만30~34세	47	16.9%	4.6%	6.2%	4.6%	1.5%	
만35~39세	20	26.7%	3.3%	3.3%	3.3%	6.7%	
만40~44세	13	5.3%	15.8%	10.5%	5.3%	0.0%	
만45~49세	9	0.0%	6.7%	13.3%	13.3%	6.7%	
		이용가격이 비싸서	주요 게임플랫폼이 바뀌어서	게임이 재미가 없어서	친구의 권유로	기타	
전체		8.5%	3.3%	30.3%	14.9%	9.5%	100
만9~14세		3.9%	1.6%	39.8%	14.0%	12.5%	100
만15~19세		6.3%	2.8%	33.1%	15.5%	9.2%	100
만20~24세		10.9%	3.6%	24.5%	15.5%	7.3%	100
만25~29세		15.4%	2.2%	23.0%	19.8%	8.8%	100
만30~34세		9.3%	7.7%	27.7%	7.7%	13.8%	100
만35~39세		6.7%	0.0%	26.7%	16.7%	6.7%	100
만40~44세		10.5%	10.5%	26.3%	15.8%	0.0%	100
만45~49세		6.7%	6.7%	33.4%	6.7%	6.7%	100

(10) 게임선택요인

게임을 선택하게 하는 요인에 대한 문항에서는 57.9%가 ‘좋아하는 장르’라고 답하고 있어, 게임의 ‘장르’가 가장 중요한 게임선택의 요인임을 알 수 있다. ‘장르’ 다음의 요인으로는 ‘게임을 해 본 사람들의 추천(18.9%)’, ‘좋아하는 내용(13.4%)’의 순으로 나타났다. 성별로는 여성이 남성보다 ‘주변사람의 추천’에 더 민감함을 볼 수 있다.

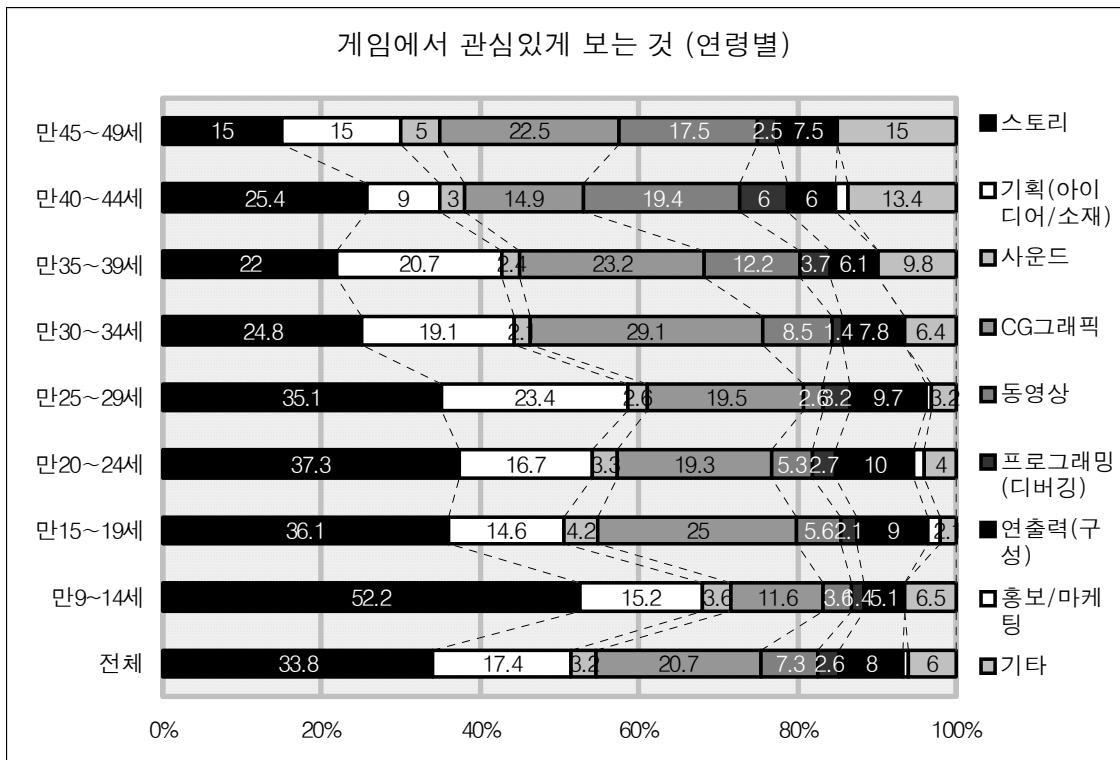
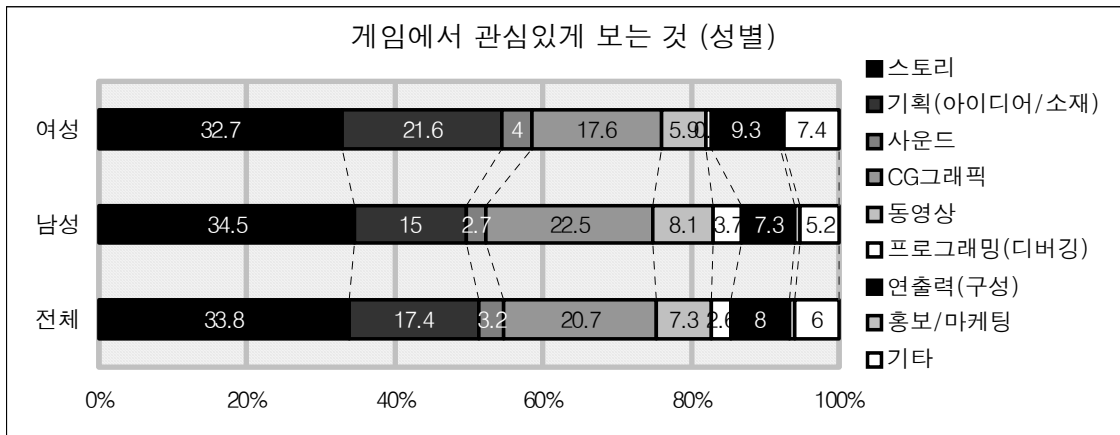
또한 게임을 하면서 관심 있게 보는 것이 무엇인가에 대한 문항에서는 33.8%가 ‘스토리’라고 답하고 있으며, 20.7%가 CG그래픽, 17.4%가 기획(아이디어/소재)라고 답하고 있어 게임의 내용이 게임을 하는데 있어 주된 관심사임을 알 수 있다. 여성의 경우 ‘스토리’, ‘기획’의 항목에 각각 32.7%와 21.6%로 답하였고, 9~14세의 연령층에서 ‘스토리’에 52.2%, ‘기획’에 15.2%라고 답해 여성과 저 연령층일수록 이야기구조와 참신한 아이템을 중시하는 경향이 두드러짐을 알 수 있다. 반면 남성, 30대의 경우는 ‘CG그래픽’, ‘사운드’와 같은 미디어적 요소도 많이 고려함을 볼 수 있다.





< 게임선택요인-연령별 >

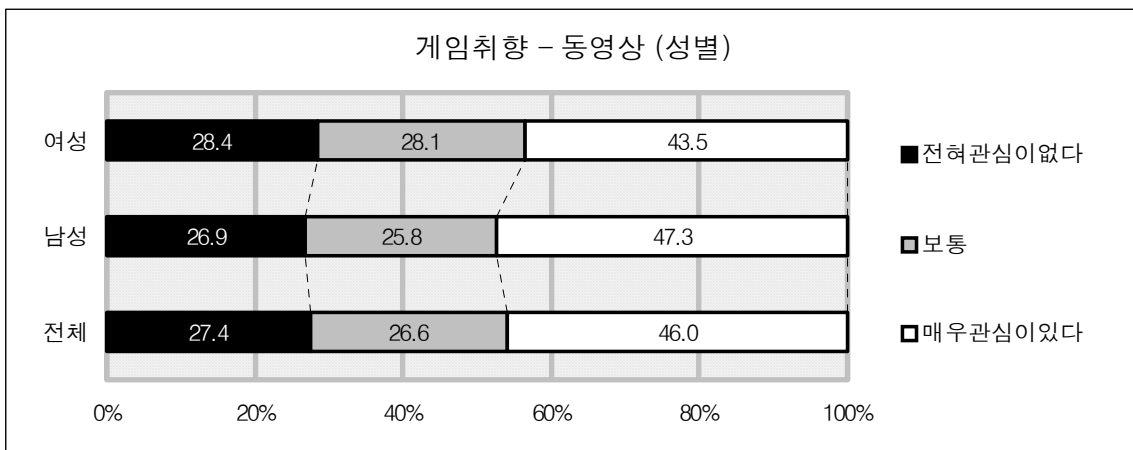
	좋아하는 장르	게임을 해 본 사람들 추천	좋아하는 브랜드	좋아하는 캐릭터	좋아하는 내용	게임의 유익성	게임업체에서 하는 이벤트	기타
전체	57.9	18.9	1.3	2.7	13.4	2.8	1.7	1.2
만9~14세	52.2	24.6	1.4	4.3	13.8	0.7	1.4	1.4
만15~19세	61.1	16	0	3.5	15.3	2.8	0.7	0.7
만20~24세	59.3	18	0.7	4.7	16.7	0	0.7	0
만25~29세	55.8	24	1.3	0.6	13	1.9	1.3	1.9
만30~34세	60.3	15.6	1.4	2.1	15.6	2.1	2.8	0
만35~39세	58.5	17.1	2.4	0	9.8	4.9	4.9	2.4
만40~44세	61.2	13.4	3	1.5	7.5	9	1.5	3
만45~49세	52.5	17.5	2.5	5	5	12.5	2.5	2.5

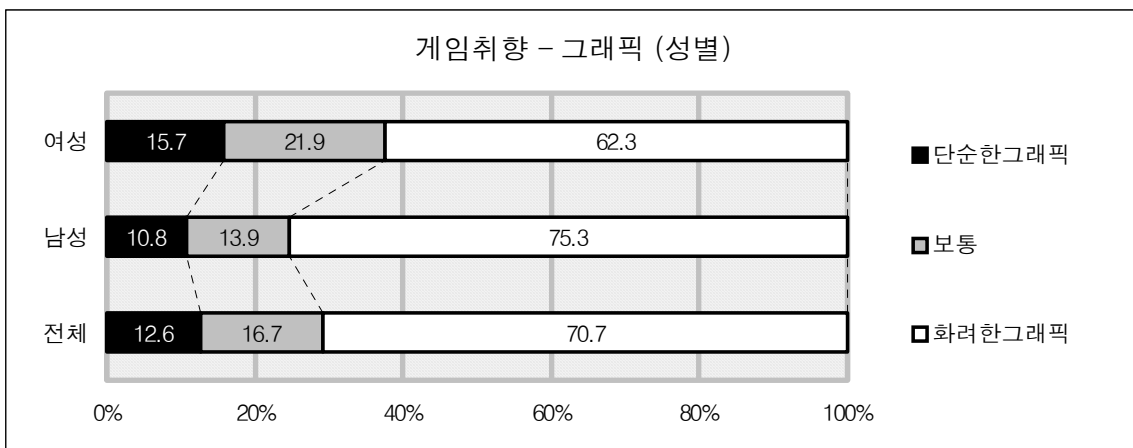
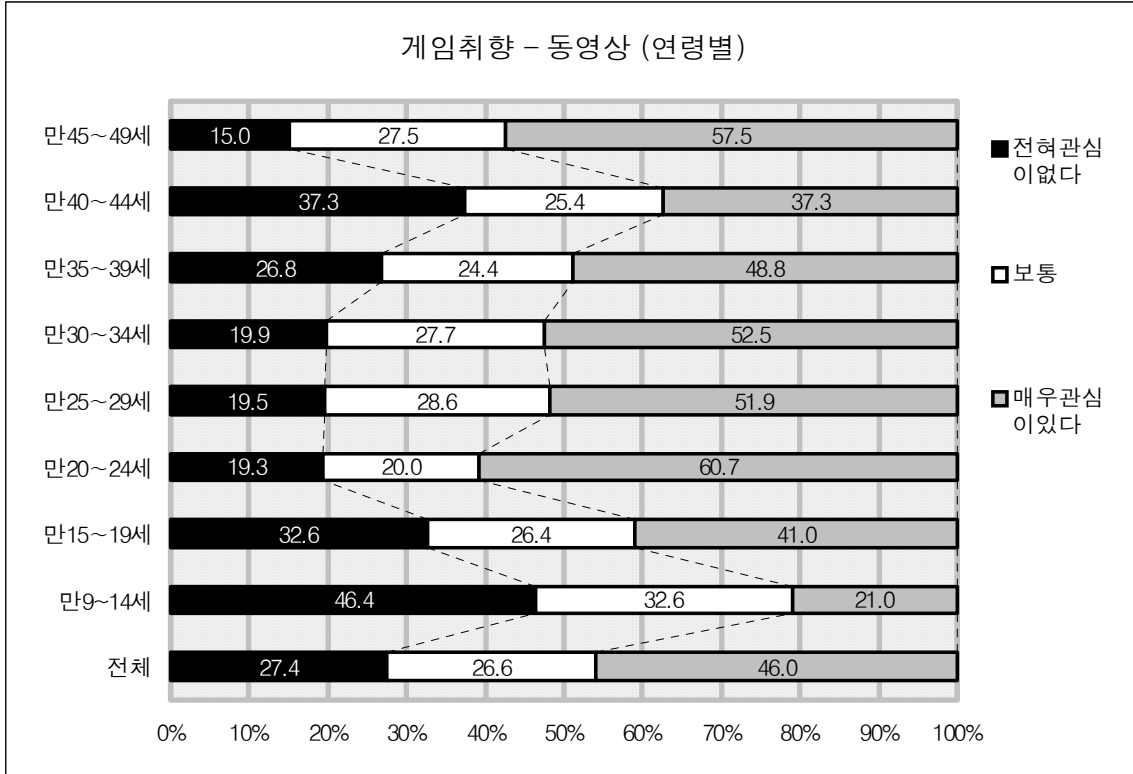


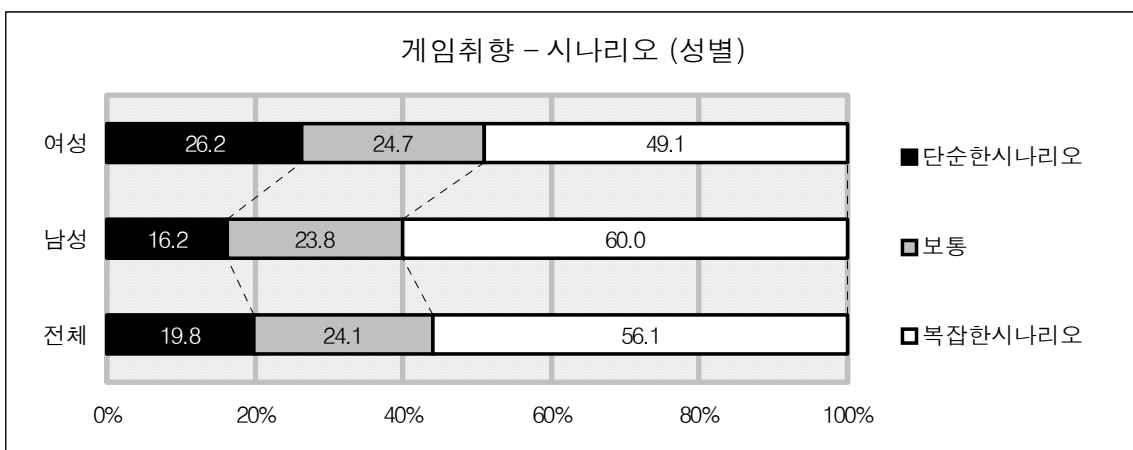
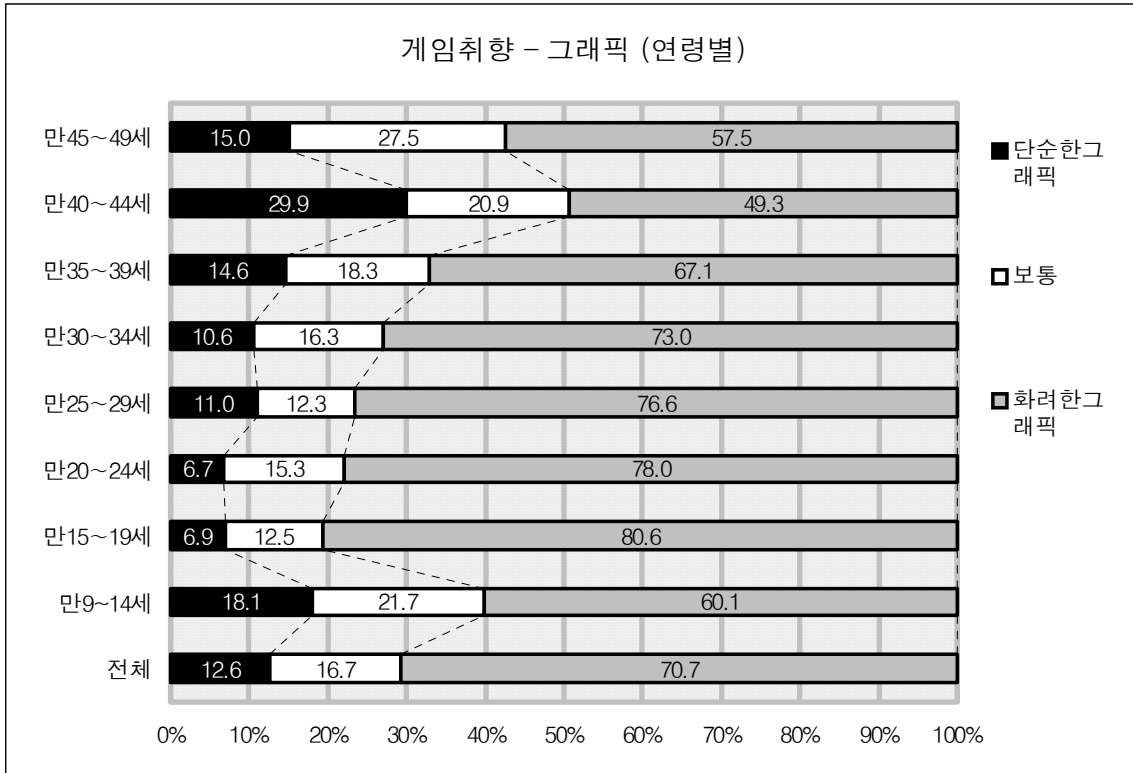
(11) 게임취향

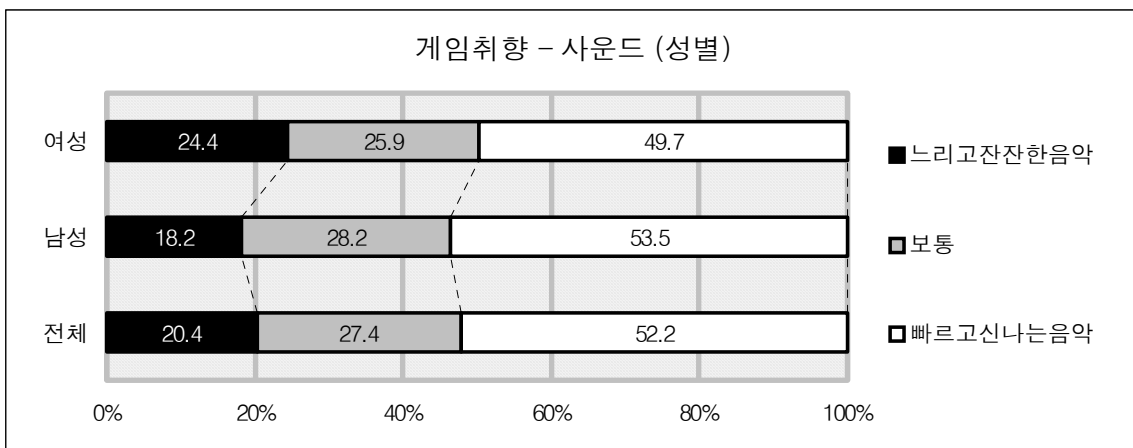
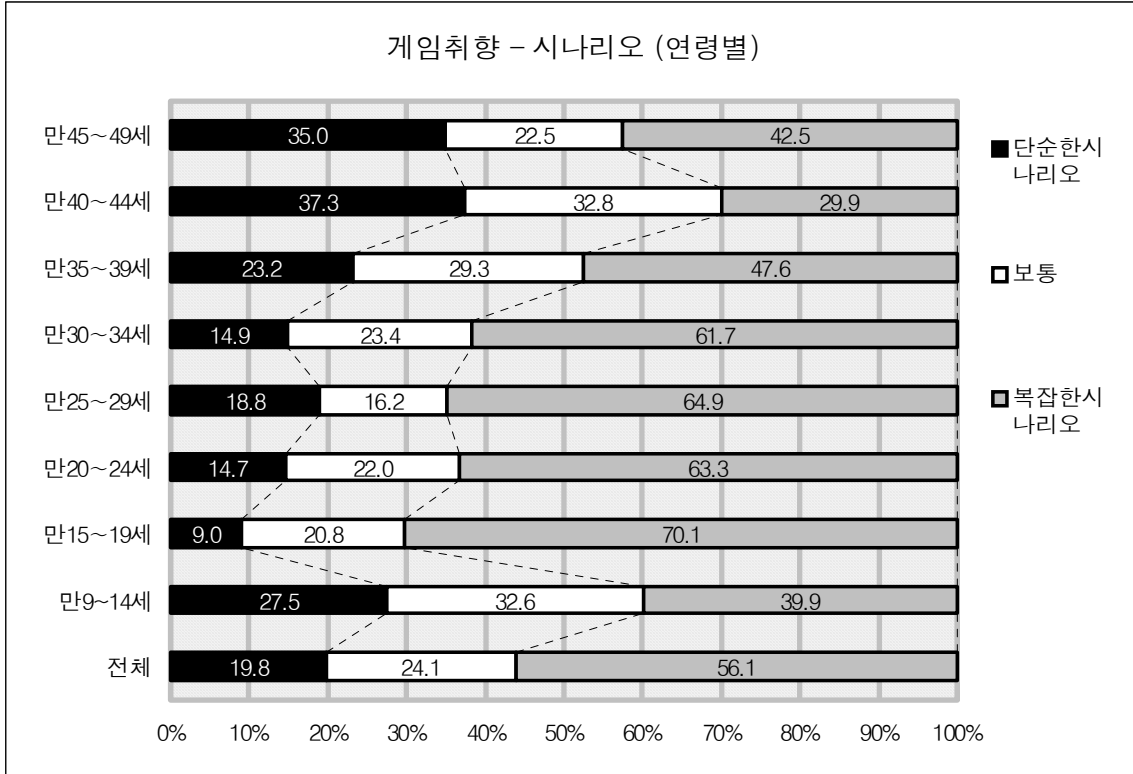
게임취향은 동영상, 그래픽, 시나리오, 사운드, 접근성, 게임속도, 게임분위기, 목표설정, 난이도, 입체표현, 인칭설정의 항목으로 나누어 질문하였다. 동영상에 관해서는 ‘관심이 있다(46%)’고 응답한 비율이 ‘관심이 없다(27.4%)’고 한 비율보다 높다. 또한 아주 근소한 차이지만 남성이 여성보다 동영상에 관심이 더 많은 경향이 있음을 볼 수 있다. 그래픽의 경우는 ‘단순한 그래픽(12.6%)’ 보다는 ‘화려한 그래픽(70.7%)’을 선호하는 경향이 훨씬 높으며, 성별로는 역시 남성이 ‘화려한 그래픽’을 더욱 선호하고 있다. 시나리오의 경우는 56.1%가 ‘복잡한 시나리오’를 선호한다고 응답하였고, 남성(60%)이 여성(49.1%)보다 ‘복잡한 시나리오’를 선호하는 비율이 높다. 연령별로는 10대 중반부터 30대 중반까지의 연령층이 ‘복잡한 시나리오’를 선호하는 것을 알 수 있다. 사운드의 경우는 ‘빠르고 신나는 음악’을 선호하는 비율이 52.2%로 ‘느리고 잔잔한 음악’을 선호하는 20.4%보다 높은 빈도를 보이고 있다. 접근성 항목에서는 남성의 경우 ‘처음부터 배워야하는 새로운 게임’의 빈도가 41.6%로 높은 편이고, 여성의 경우 ‘배우기 쉽고 익숙한 게임’을 선호하는 빈도가 42%로 우세하다.

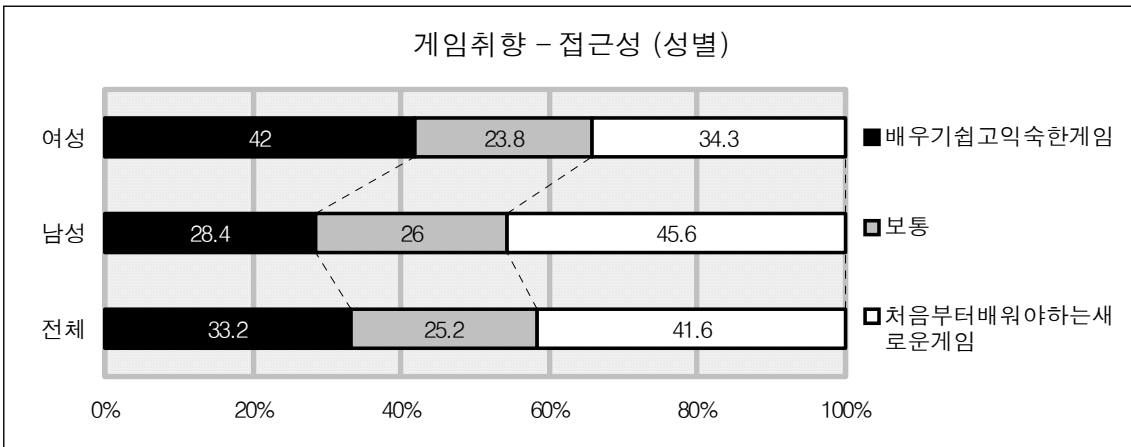
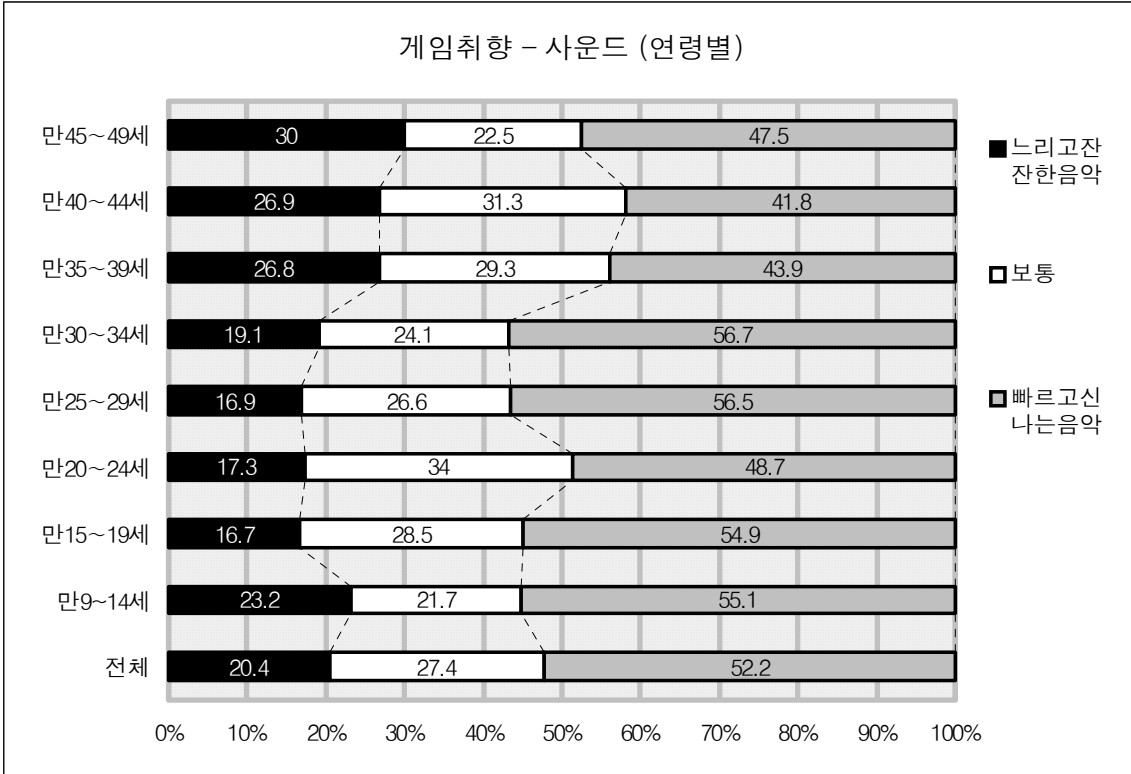
게임속도는 ‘긴박감 있고 빠른 게임(52.9%)’을 선호하는 경향이 강하다. 또한 게임분위기는 남성의 경우 ‘웅장한 게임(42.9%)’을 선호하고, 여성의 경우 ‘아기자기한 게임(44.8%)’을 선호하며, ‘환상적인 게임(40.3%)’을 선호하는 경향이 우세하다. 내용면에서는 ‘진지하고 무거운 게임’보다는 ‘밝고 명랑한 게임’을 선호하는 비율이 각각 25.7%와 46.9%로 ‘밝고 명랑한 게임’을 선호하는 빈도가 더 높다. 특히 이러한 경향은 연령이 어릴수록 강한 것을 볼 수 있다. 입체표현방식은 ‘3D’가 44.4%로 가장 선호도가 높은 형식으로 나타났다.

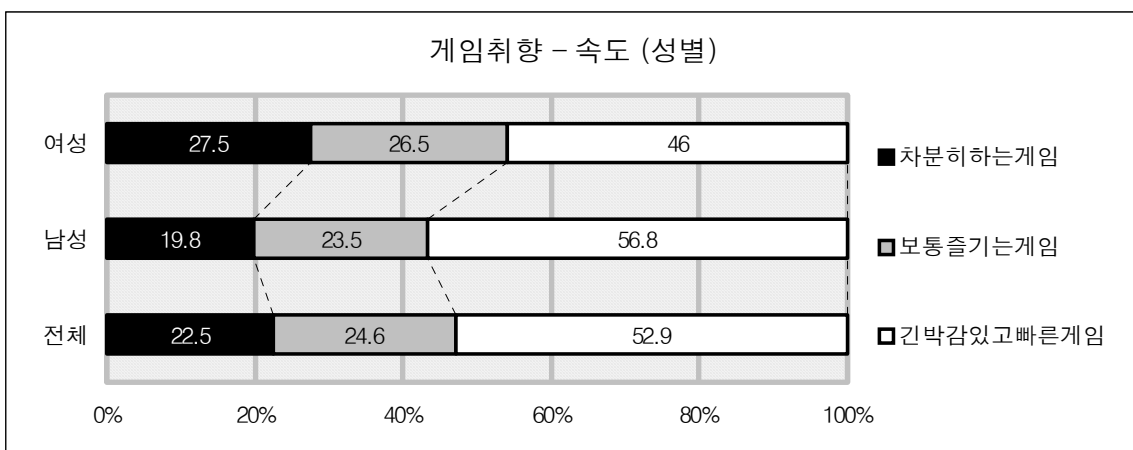
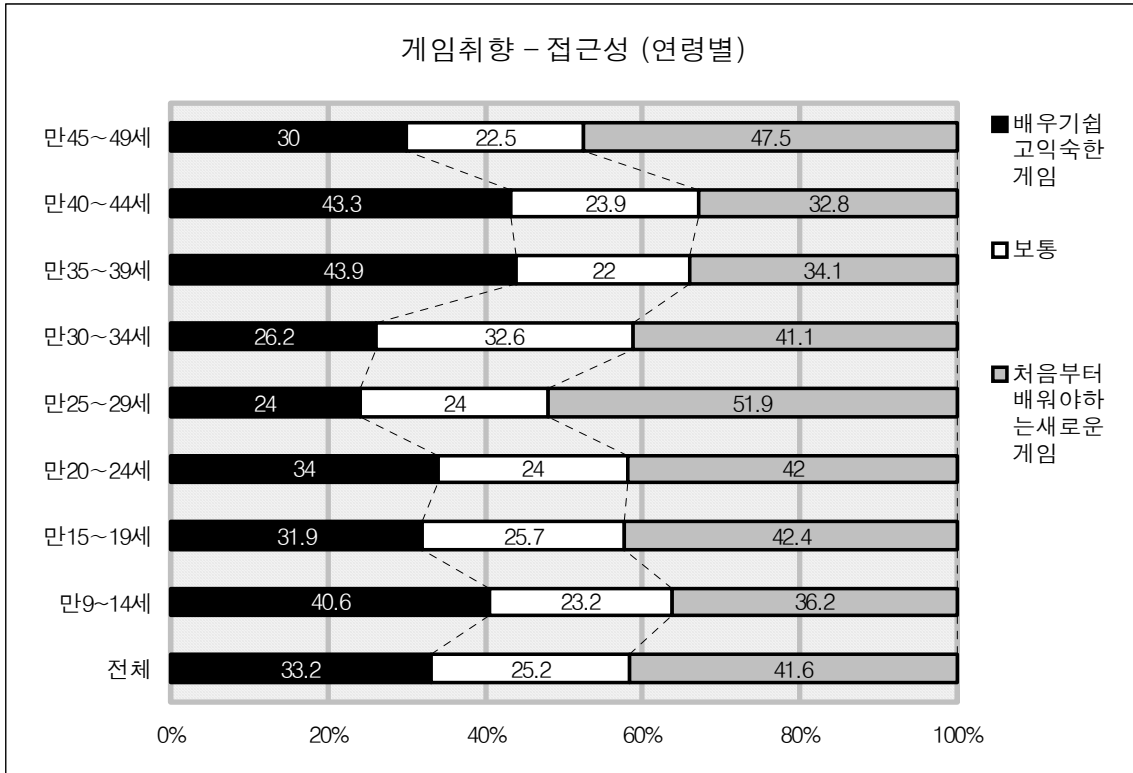


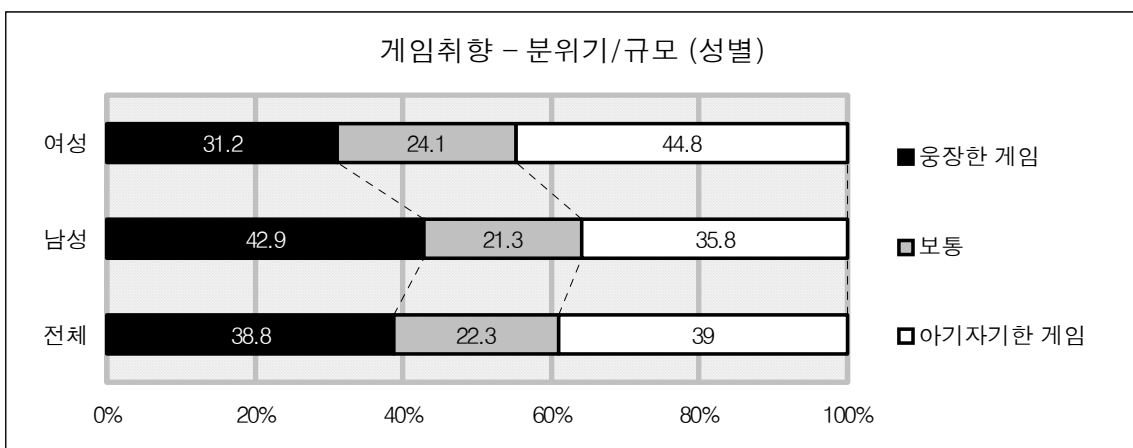
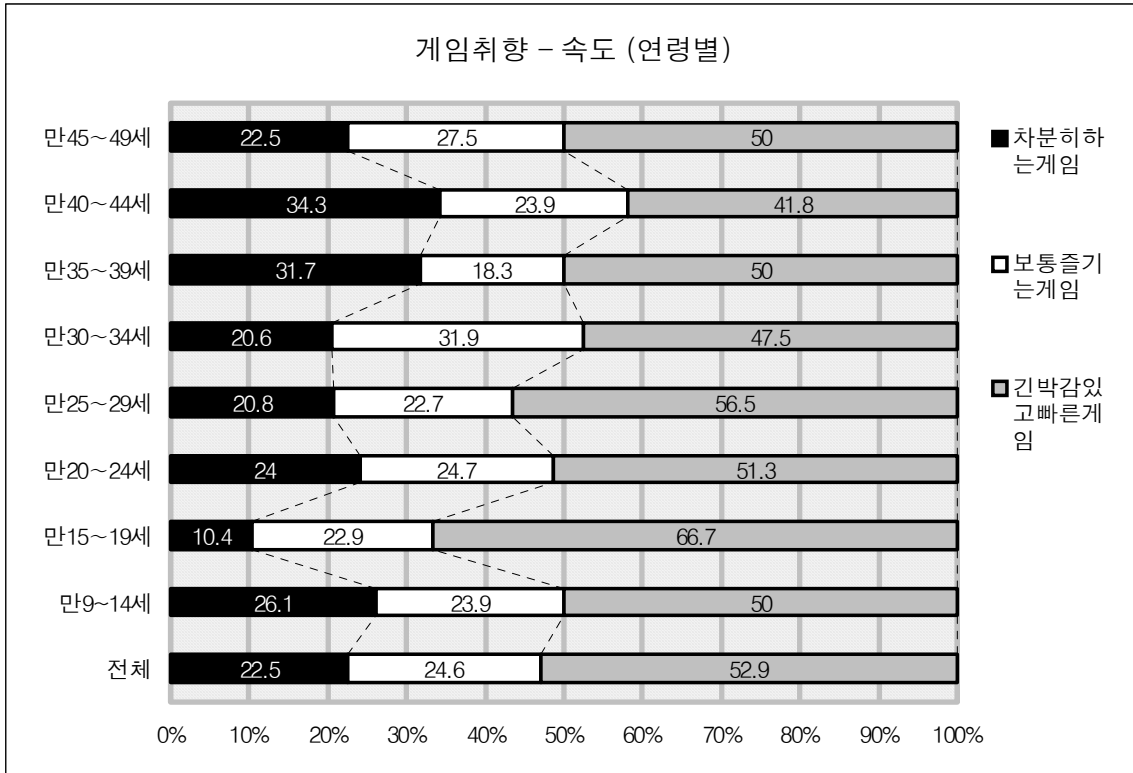




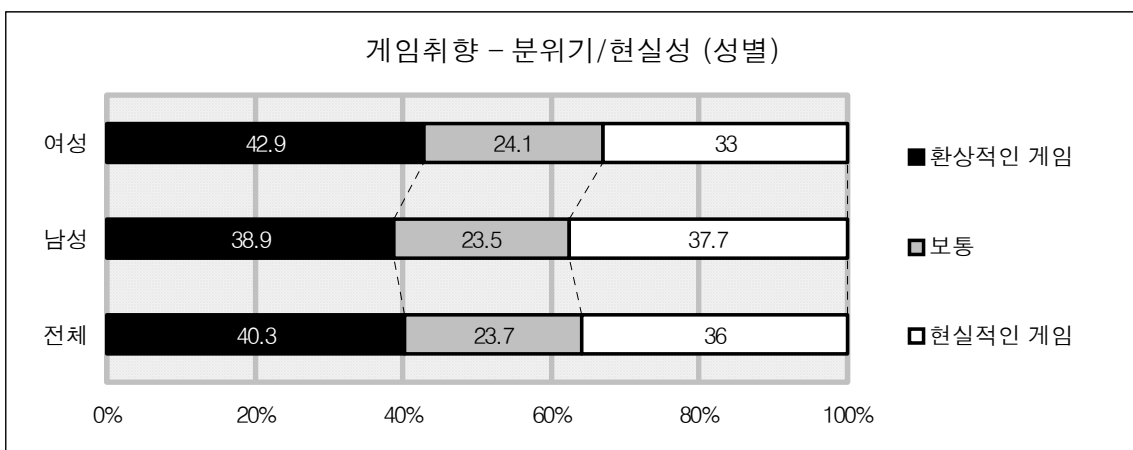
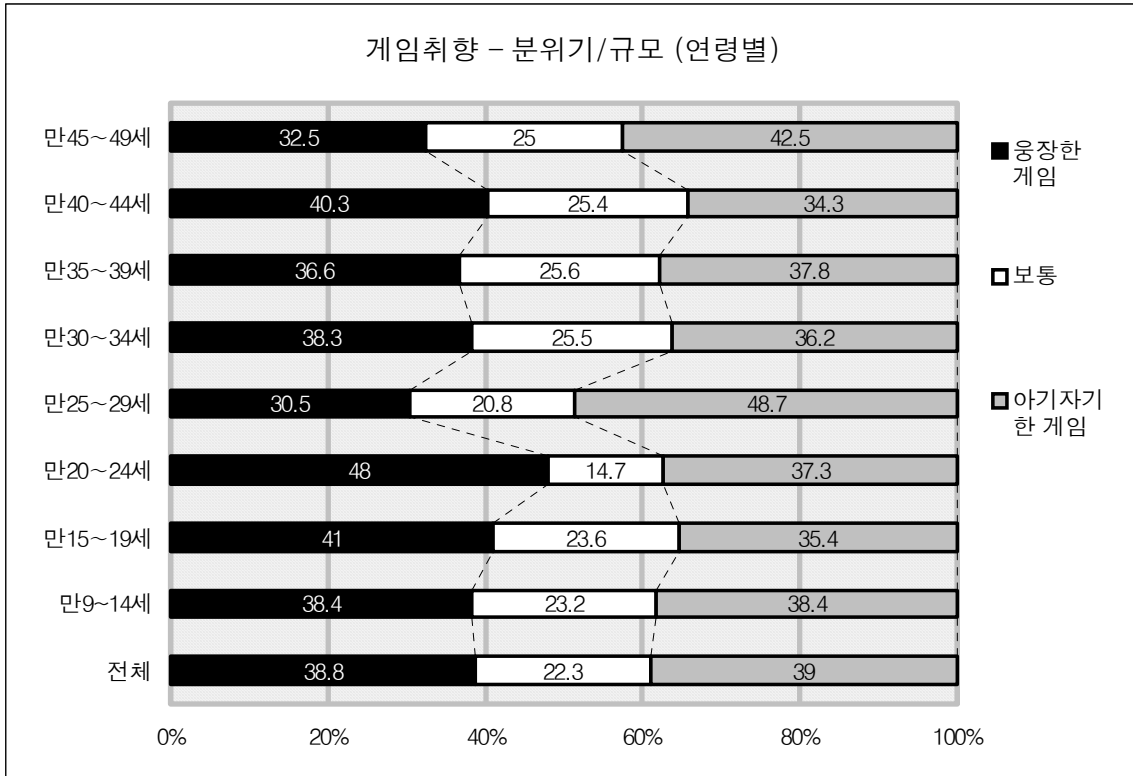


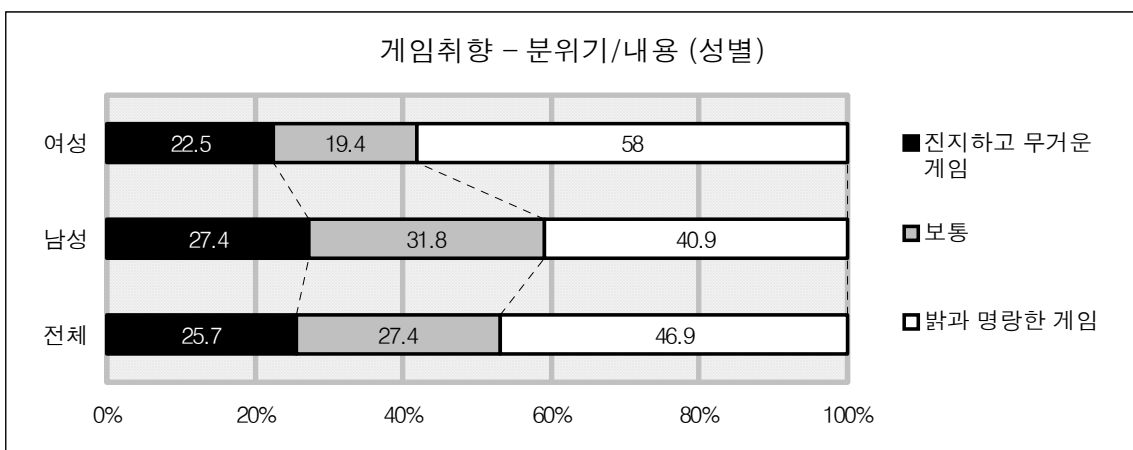
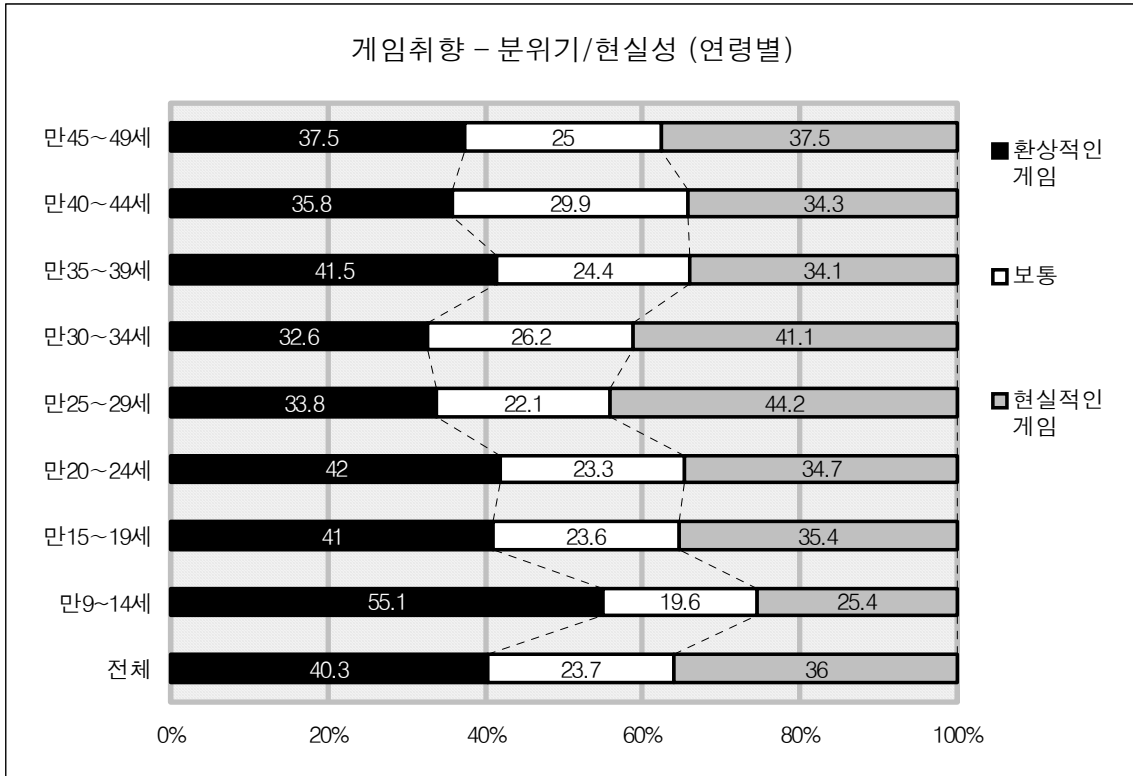


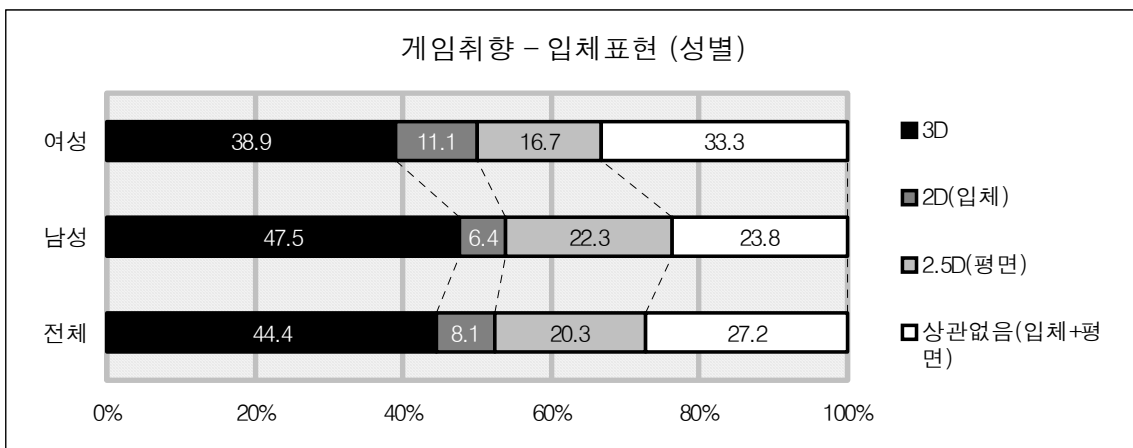
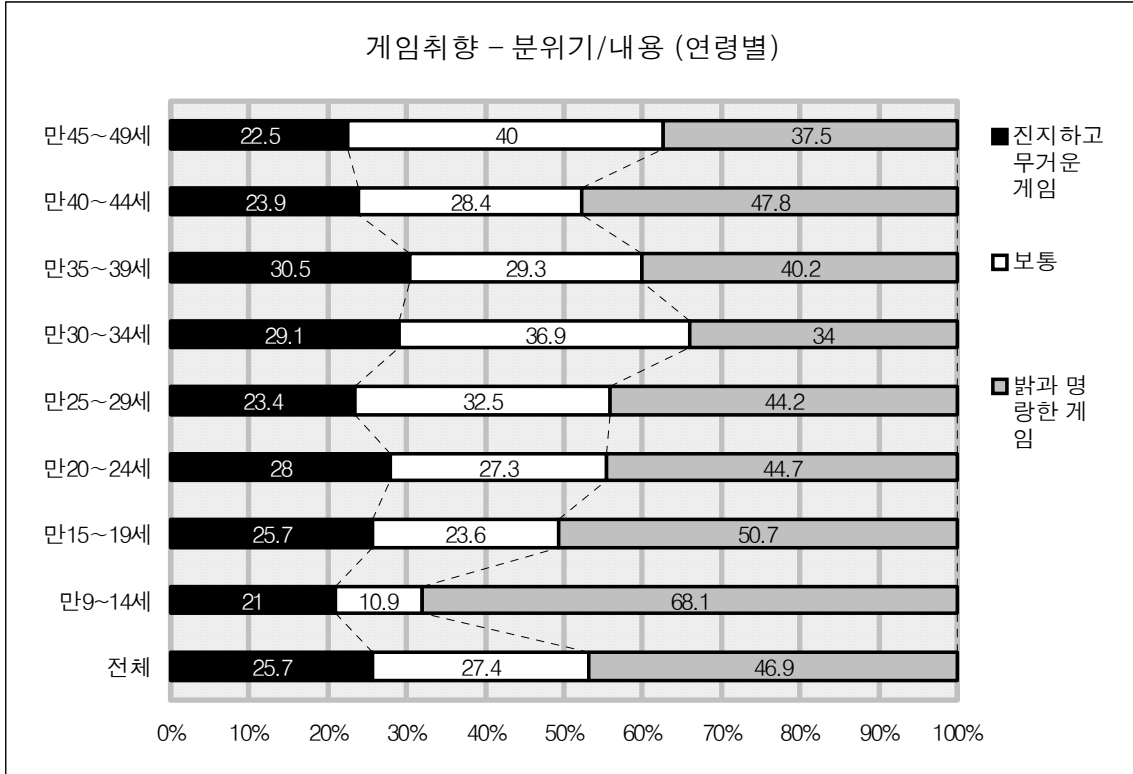


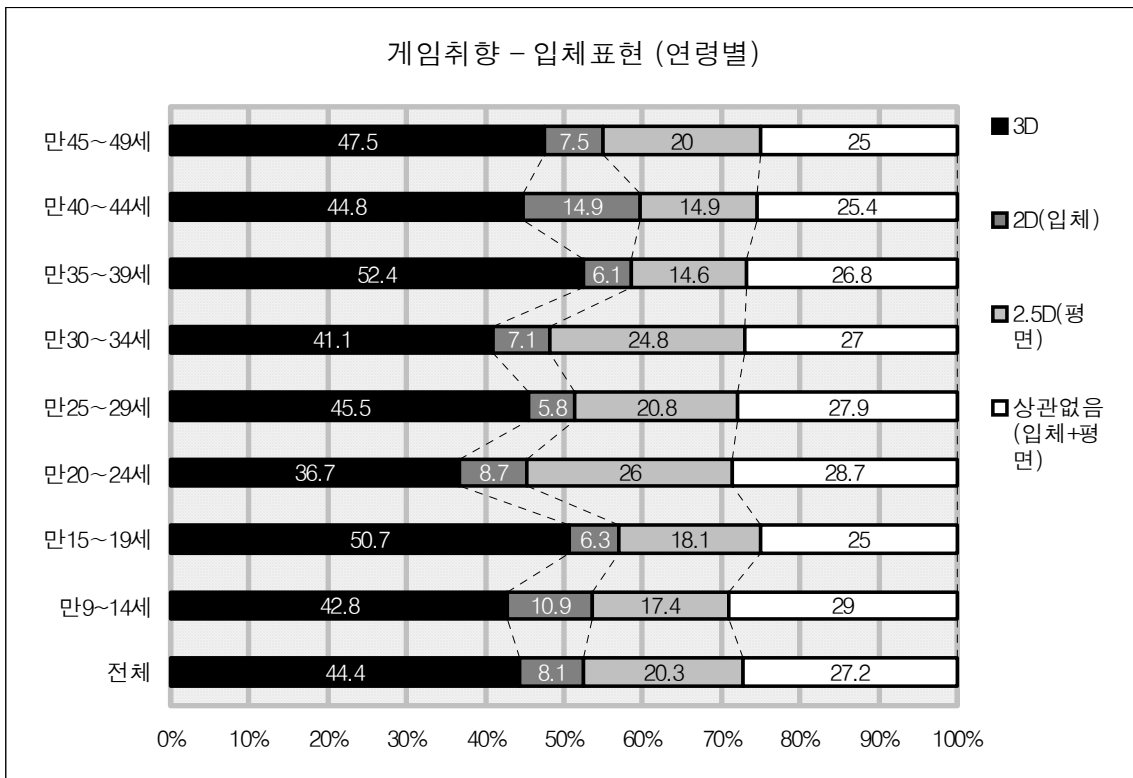








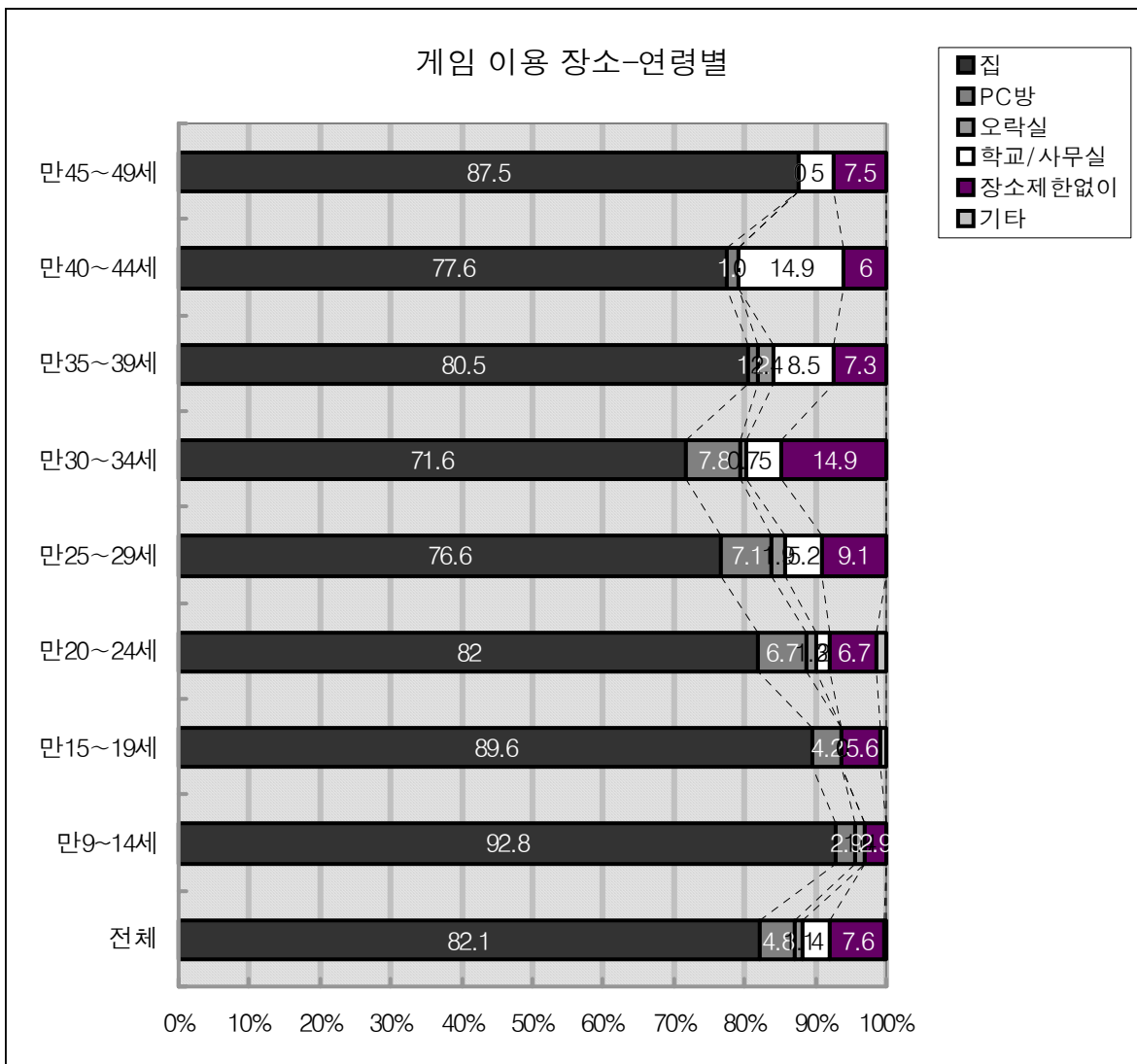
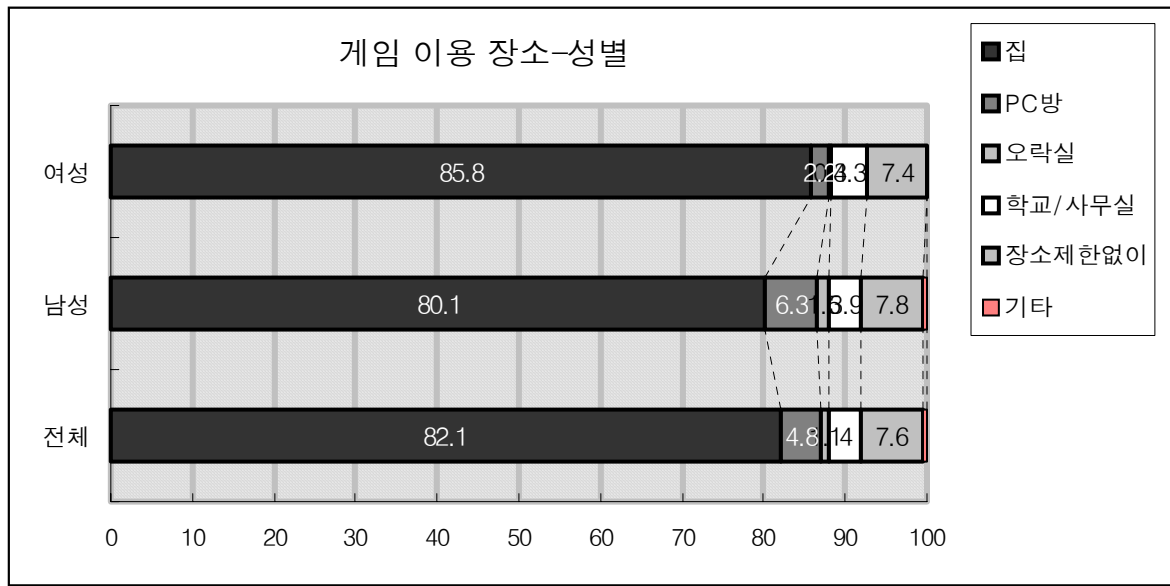


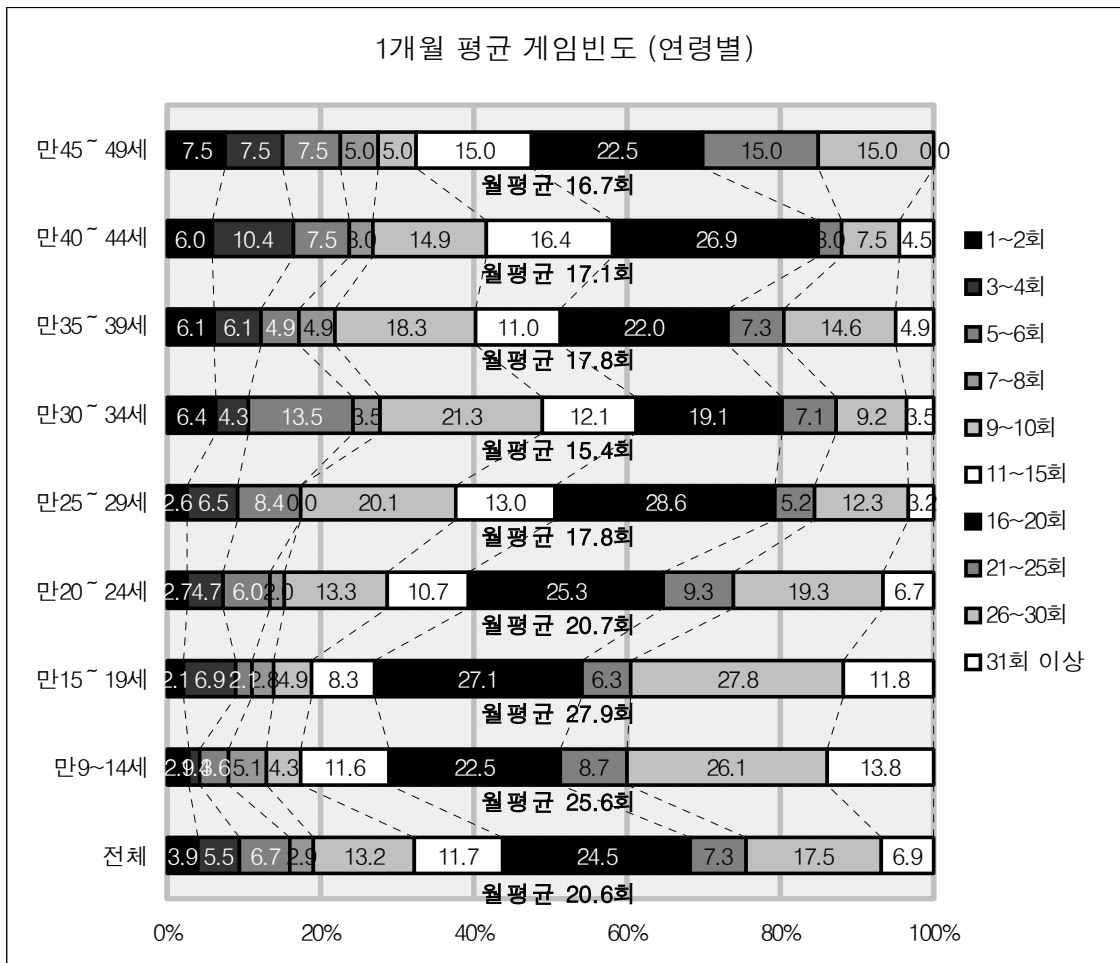
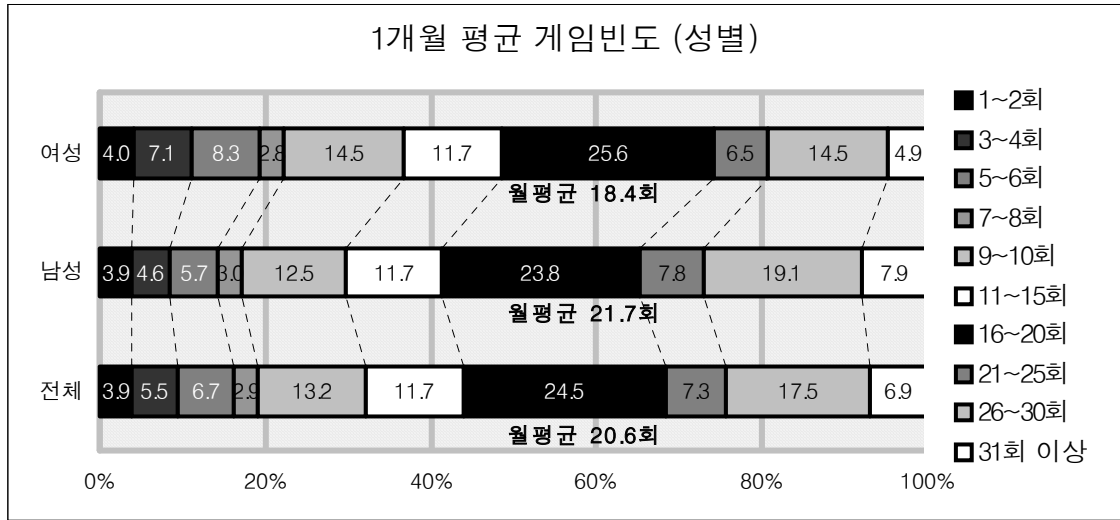


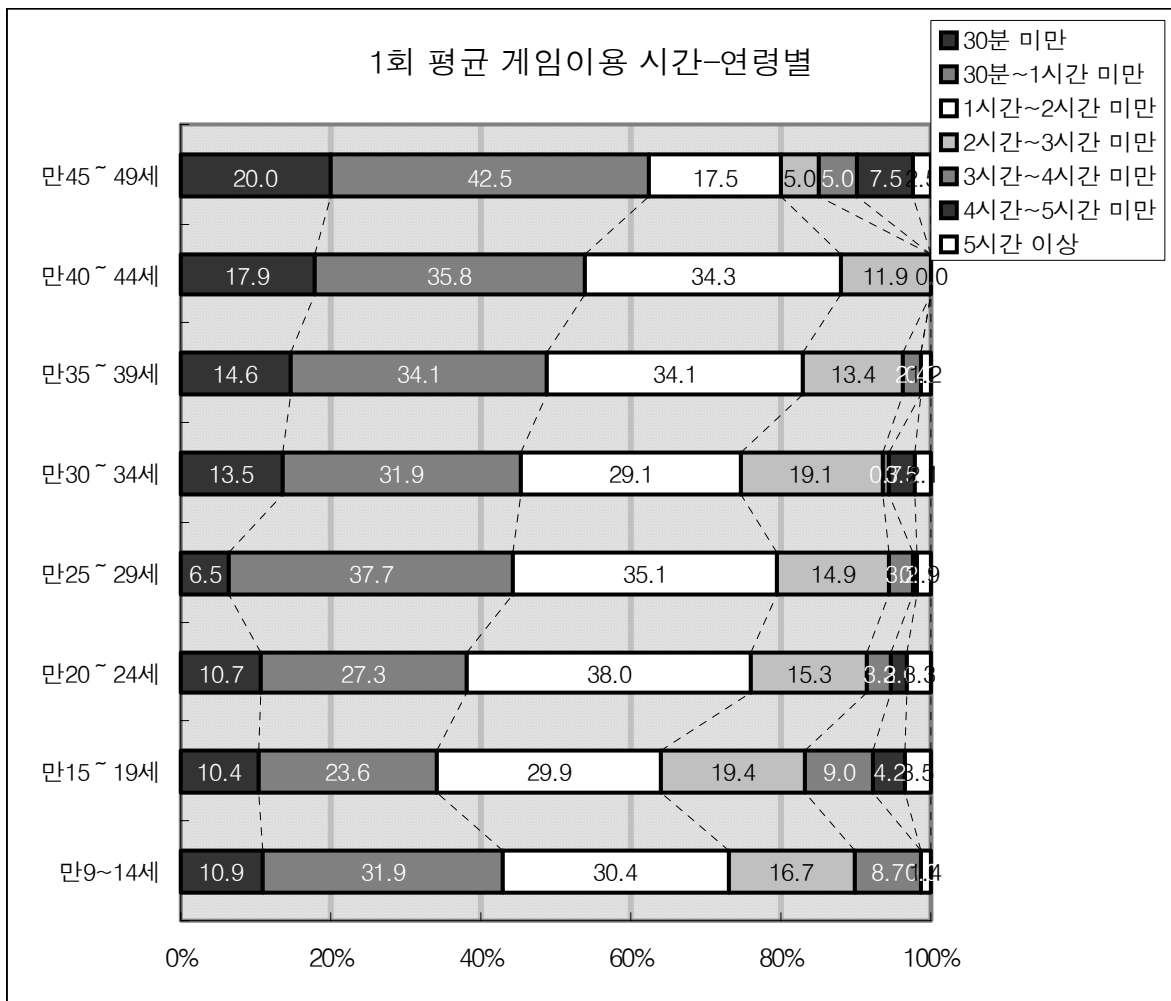
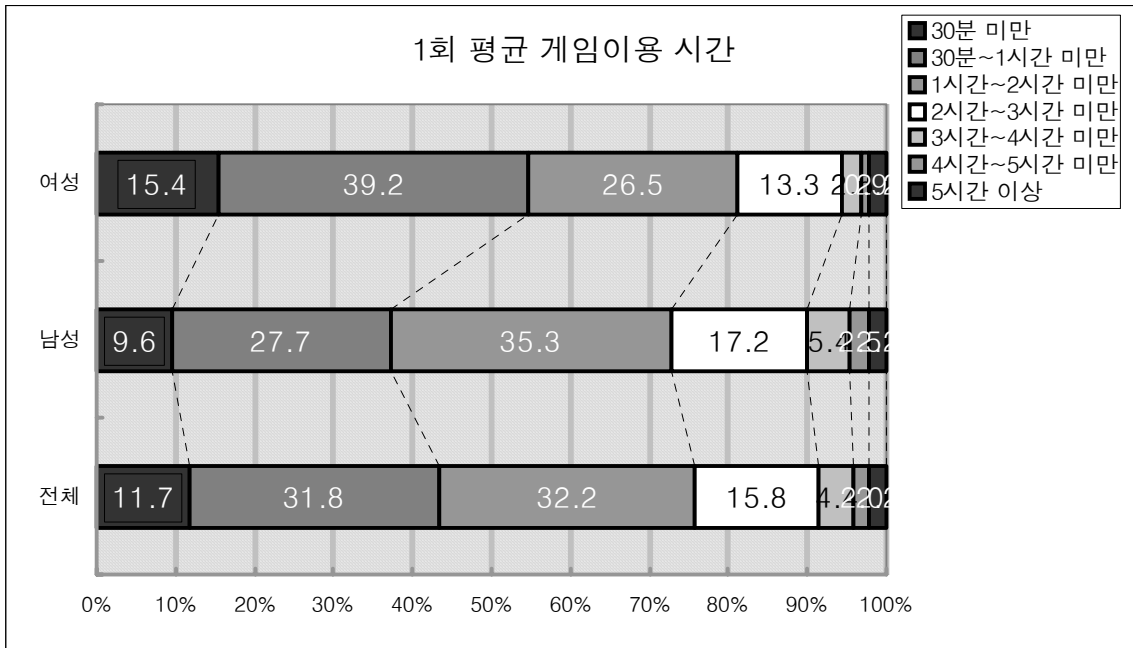
(12) 게임을 하는 장소 및 시간

게임을 하는 장소에 대한 문항에서는 82.1%가 ‘집’이라고 응답하였는데, 이는 전년도 조사결과 77.0%에 비해 응답빈도가 증가한 것으로 점차 가정 내 인터넷 보급률 증가와 접속이 간편하고 높은 사양이 요구되지 않는 게임포털 이용의 증가와 관련이 있는 것으로 보인다. 이러한 경향은 연령별 응답에도 반영되어 있는데, ‘보드게임’을 많이 이용하는 고 연령층이 주로 게임을 이용하는 장소가 ‘집’임을 통해서도 간접적으로 파악할 수 있다.

또한 한 달 평균 게임빈도는 20.6회이며, 한 달 평균 ‘16회에서 20회’정도 게임을 한다는 응답이 24.5%로 가장 높았다. 성별로는 ‘여성’의 평균이 18.4회로 ‘남성’의 21.7회 보다 낮았고, 연령별로는 ‘15세~19세’가 27.9회로 가장 높았다. 또한 1회 평균 게임시간은 ‘1~2시간 미만’이 가장 높은 응답률(32.2%)을 보였고, 그 다음은 ‘1시간 미만’이 31.8%, ‘2~3시간 미만’ 15.8% 순으로 나타나고 있으며, 남성이 여성보다 1회 평균 게임이용시간이 긴 것으로 나타나고 있다.

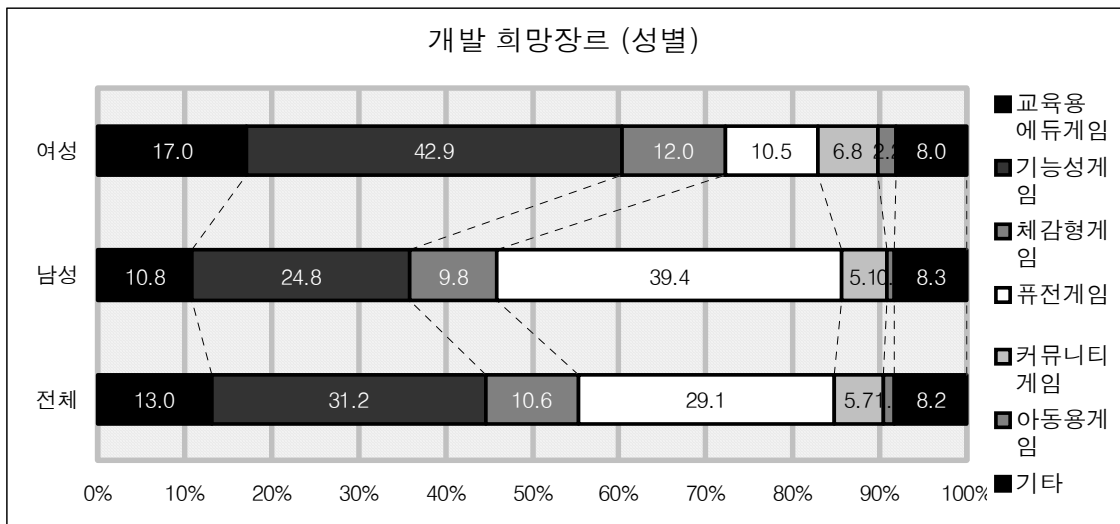




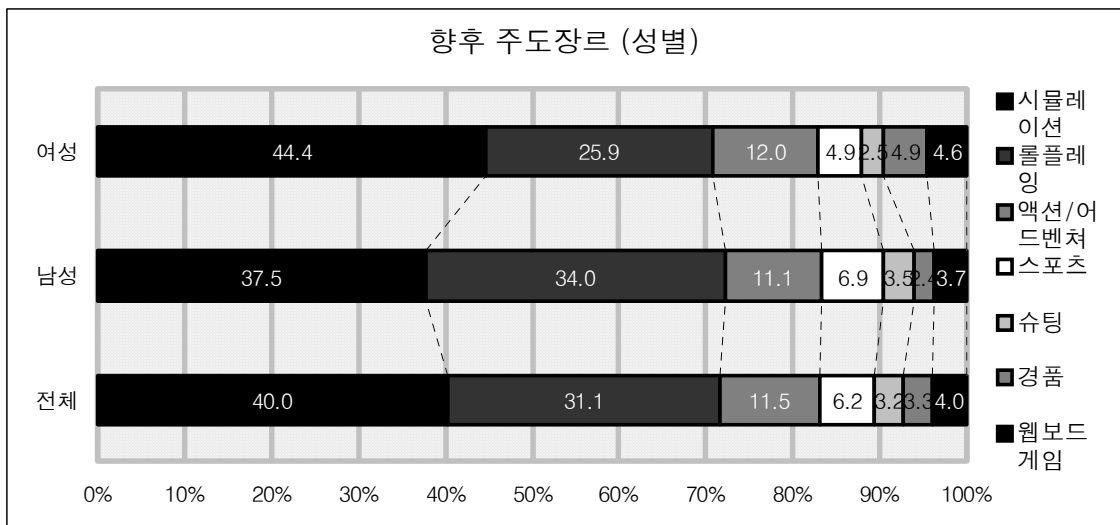
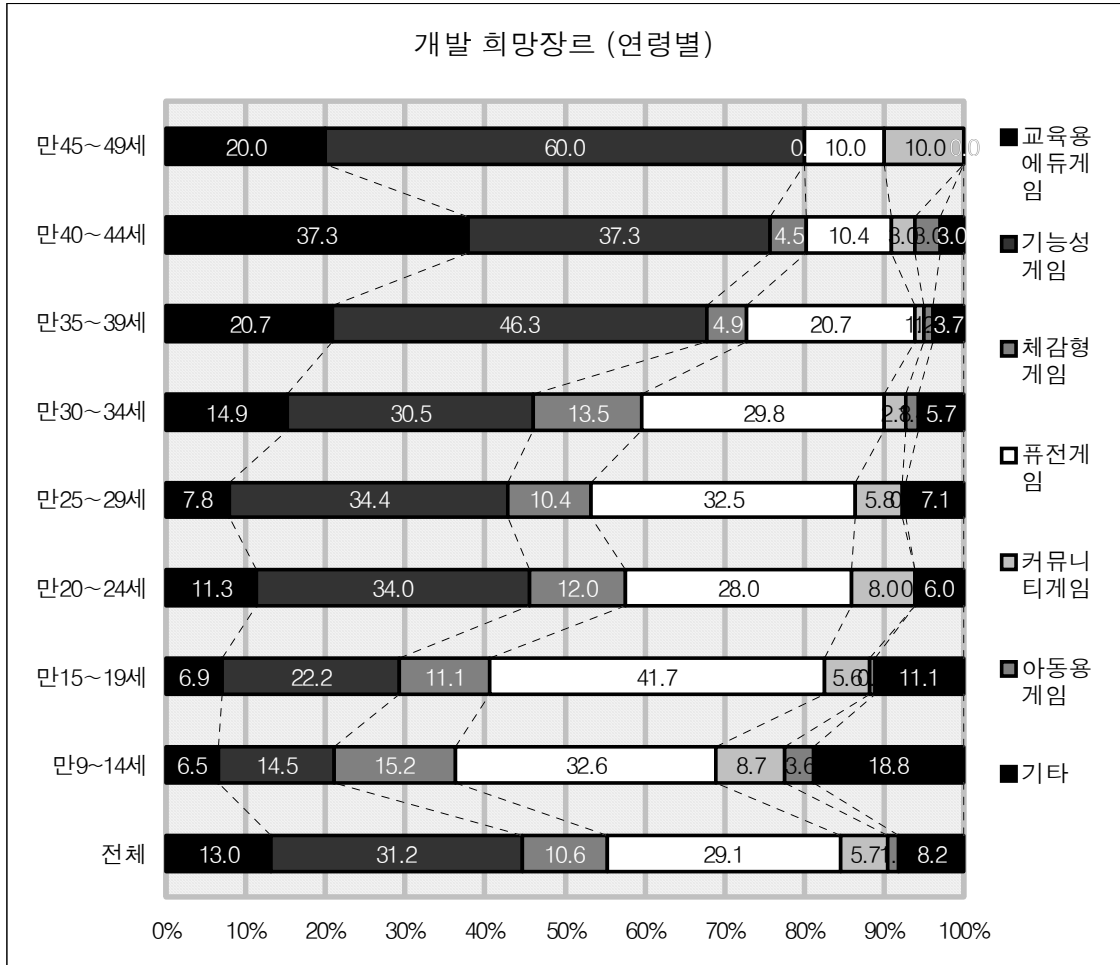


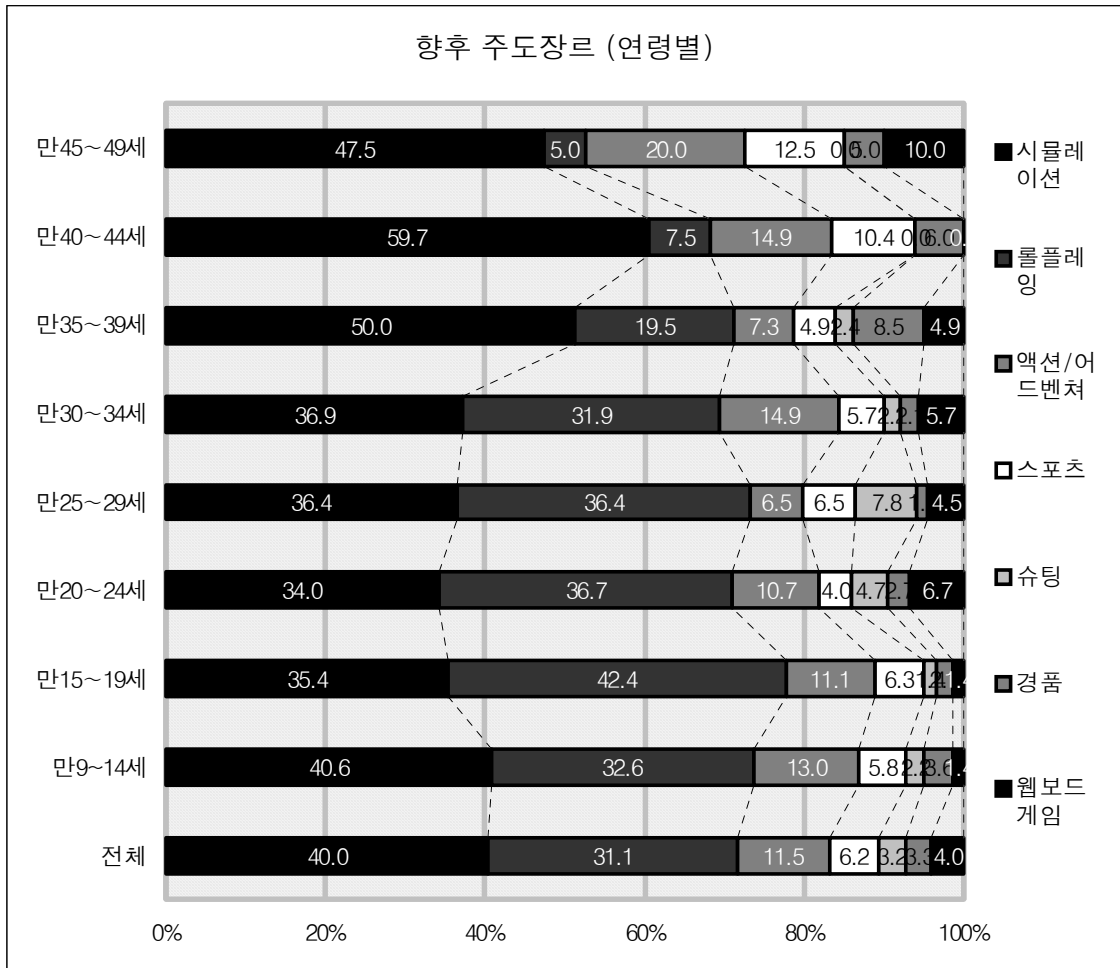
(13) 향후 개발희망 장르

향후 개발되었으면 하는 게임이 무엇인지를 묻는 질문에서는 ‘기능성게임(31.2%)’, ‘퓨전게임(29.1%)’, ‘교육용게임(13%)’로 나타나 게임의 오락적인 기능 이외의 다른 효과를 기대하는 잠재적인 수요가 있음을 보여주고 있다. 특히 이러한 경향은 여성에게 더 크게 나타나는데 이는 현재 게임 장르가 남성중심적인 내용구조나 효과를 담고 있는 경향이 크다는 것을 반증하는 것으로 볼 수 있다. 또한 향후 주도적인 게임 장르에 대해서는 40.0%가 ‘전략시뮬레이션 게임’이라고 응답하였고, 31.1%가 롤플레이팅 게임이라고 답하여, ‘전략시뮬레이션 게임’과 ‘롤플레이팅 게임’의 가능성을 높게 보고 있는 것을 알 수 있다. 또한 실제 게임 이용률이 높은 ‘보드게임’에 대한 응답이 저조한 것은 주로 이용하는 ‘보드게임’의 내용이 제한적이어서 흥미를 느끼는 정도가 높지 않음을 반영한 것으로 보인다.





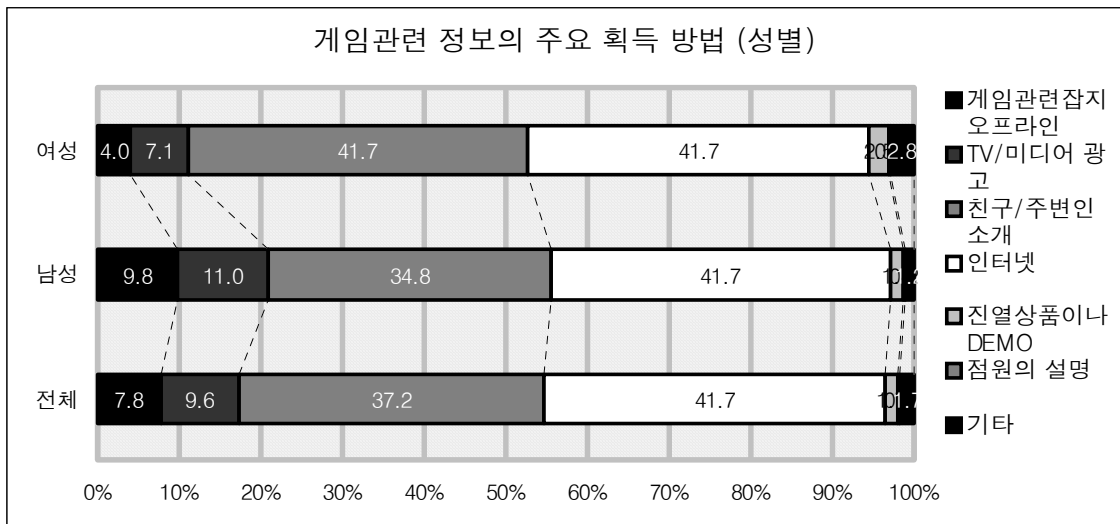
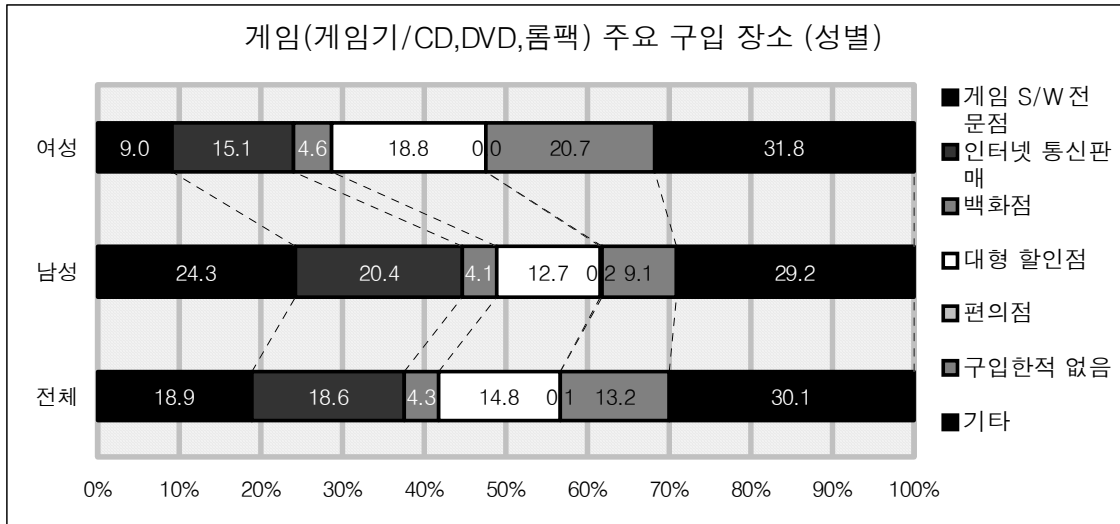


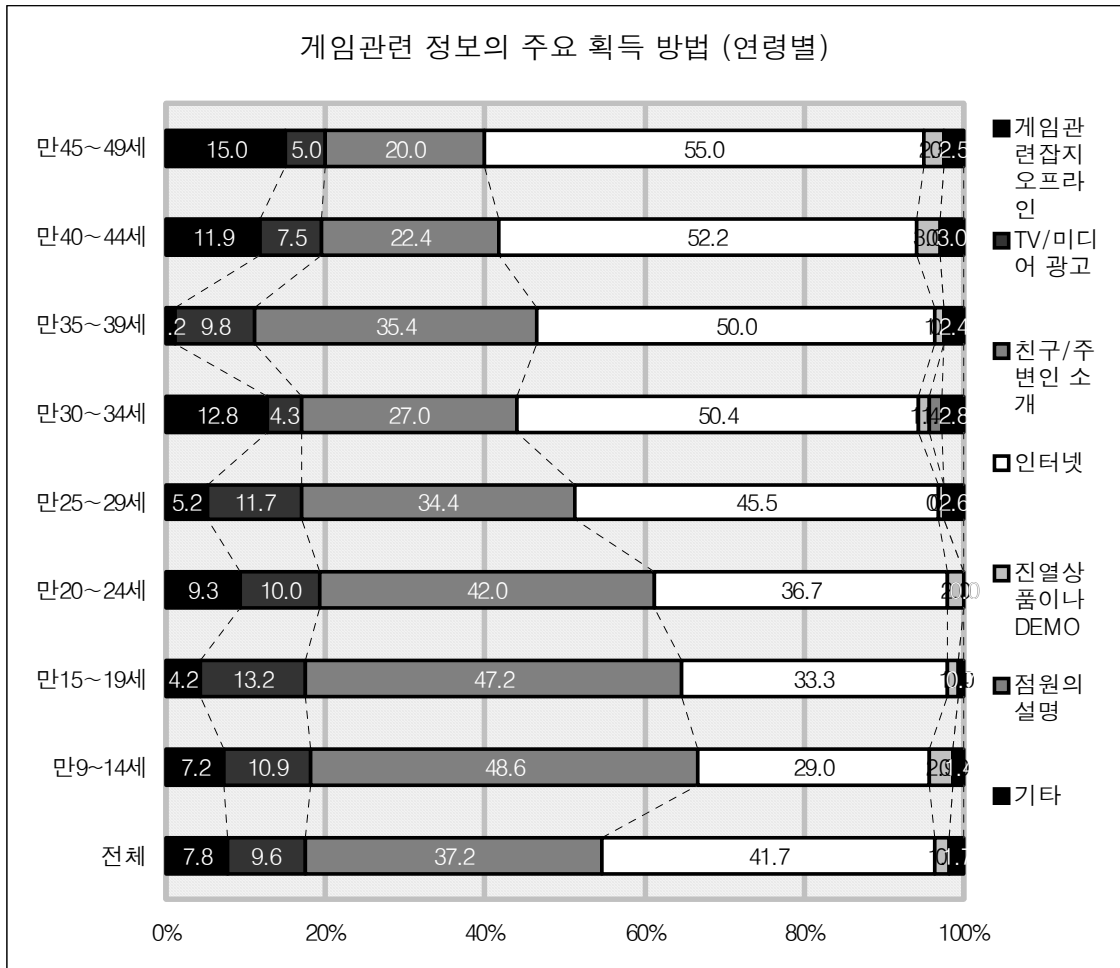


(14) 게임구입경로 및 게임관련 정보를 얻는 방법

게임을 주로 구입하는 장소에 대한 조사결과, ‘게임S/W 전문점’ 및 ‘인터넷 통신판매’의 비율이 각각 18.9%, 18.6%로 주된 구매처로 볼 수 있으며, ‘구입한적 없음’, ‘기타’의 빈도가 13.2%와 30.1%로 전년보다 크게 늘어 정상적인 게임 구입 빈도 보다 예외적인 방법의 유통이 늘고 있는 추세를 알 수 있다.

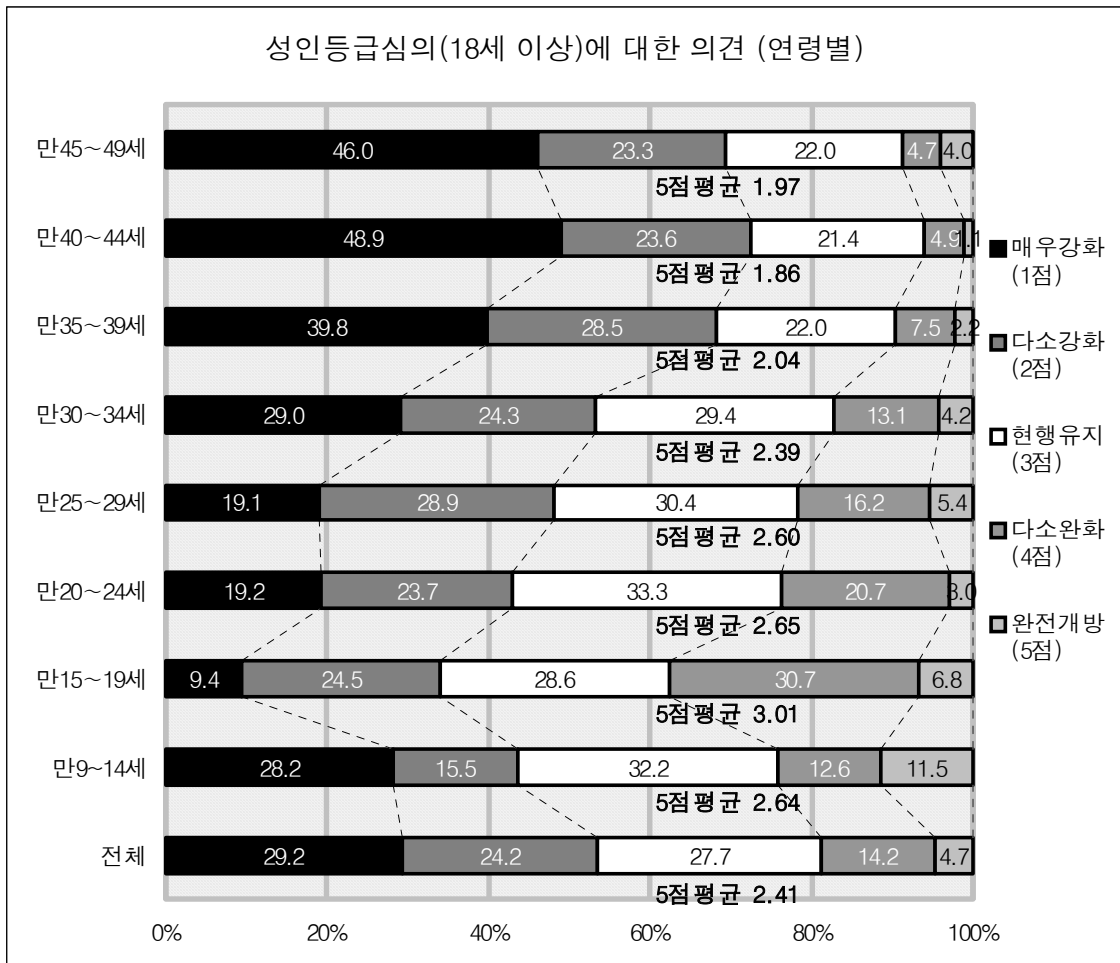
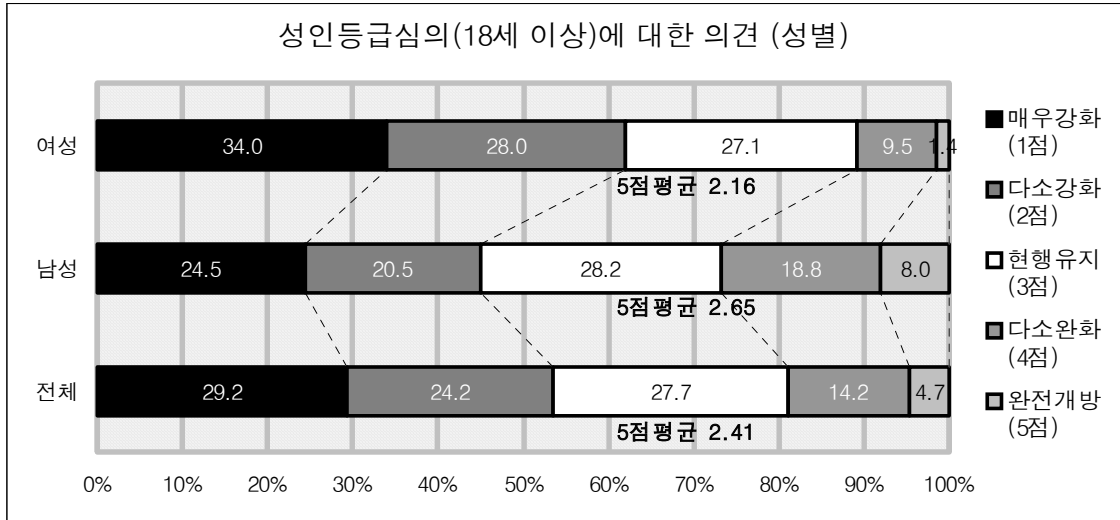
한편, 게임관련 정보를 주로 얻는 방법에 대한 조사에서는 ‘인터넷(웹진/광고)’를 통해 정보를 얻는다고 응답한 비율이 41.7%로 가장 높았고, ‘친구/주변인의 소개’라는 응답도 37.2%로 그 뒤를 따르고 있다. 특히 연령별로 구분해 보면, 연령이 낮아질수록 ‘친구/주변인의 소개’항목의 응답비율이 높아지고, 연령이 높아질수록 ‘인터넷’을 통해 정보를 얻는다고 답한 비율이 높다.

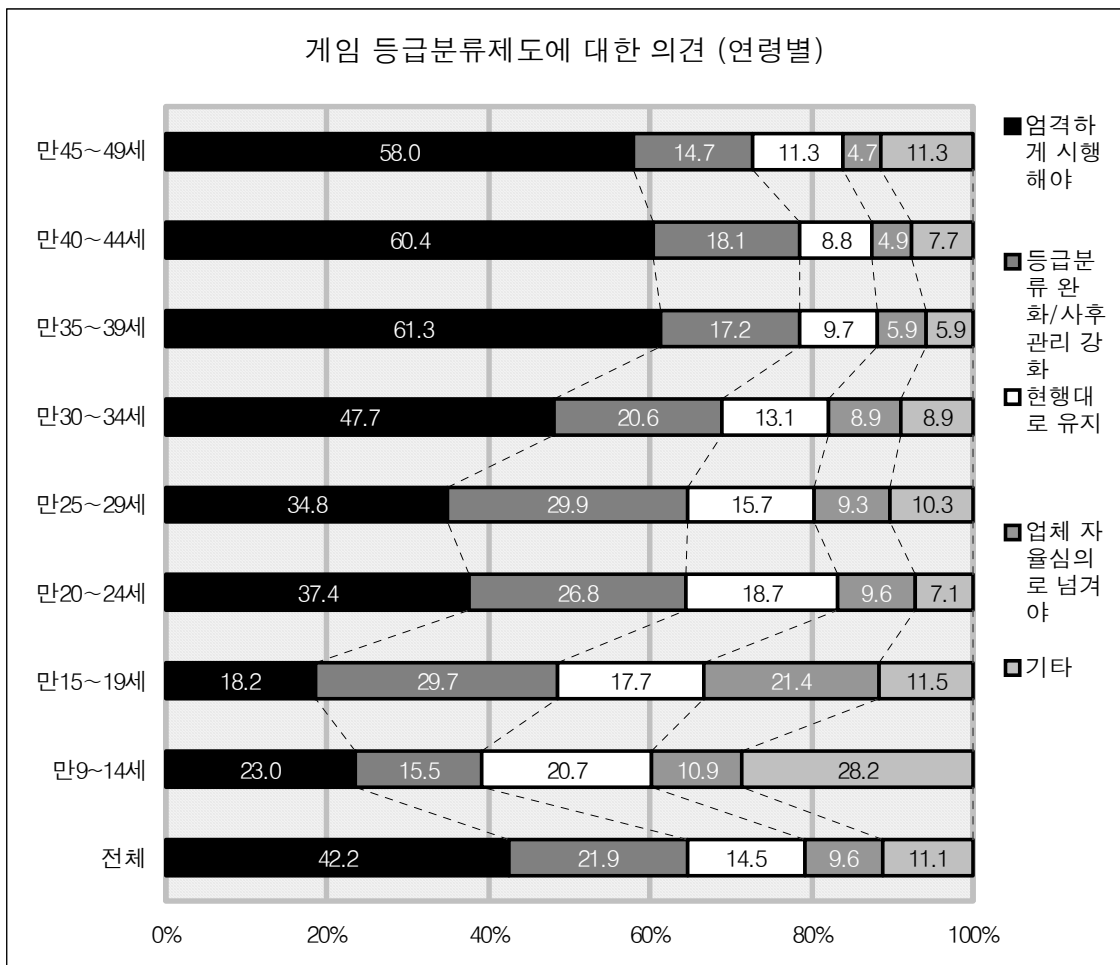
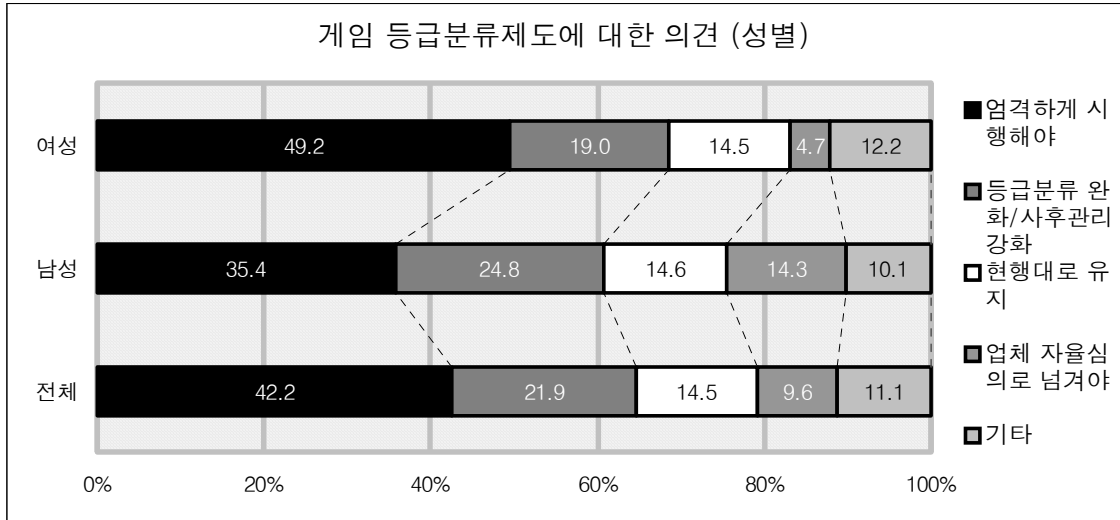




(15) 게임등급제에 대한 견해

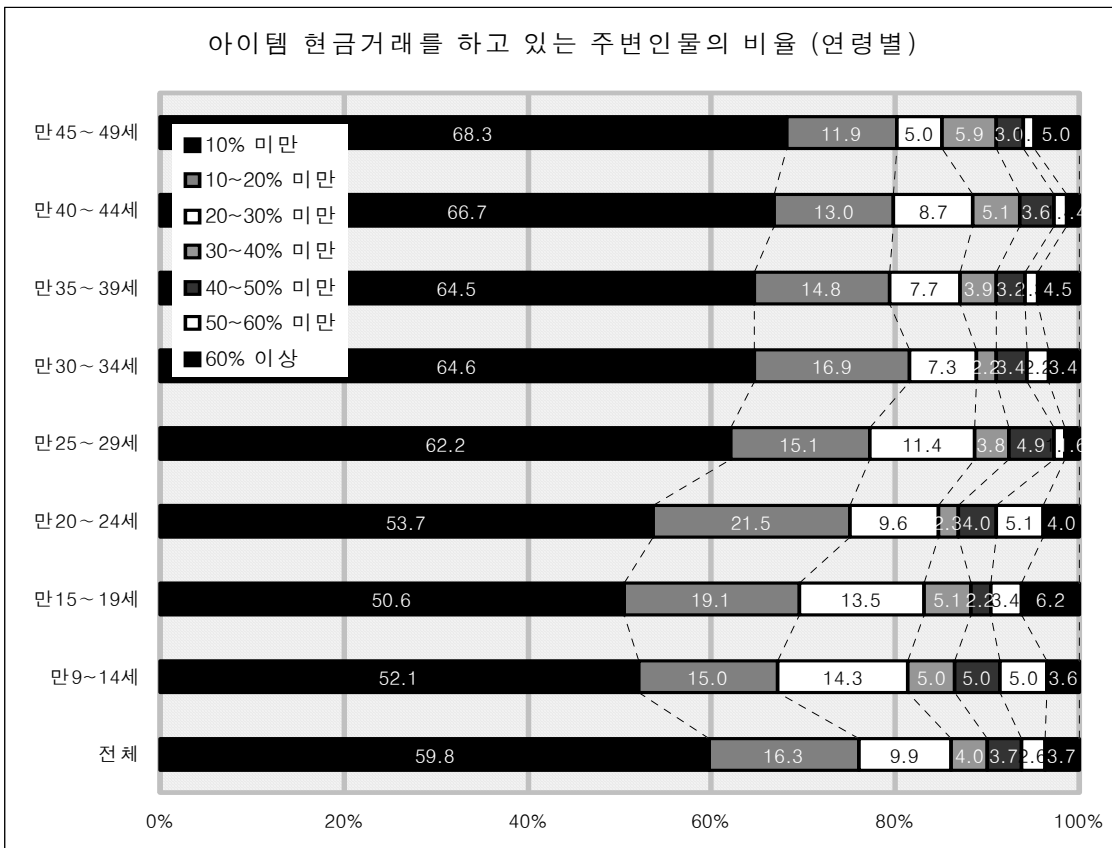
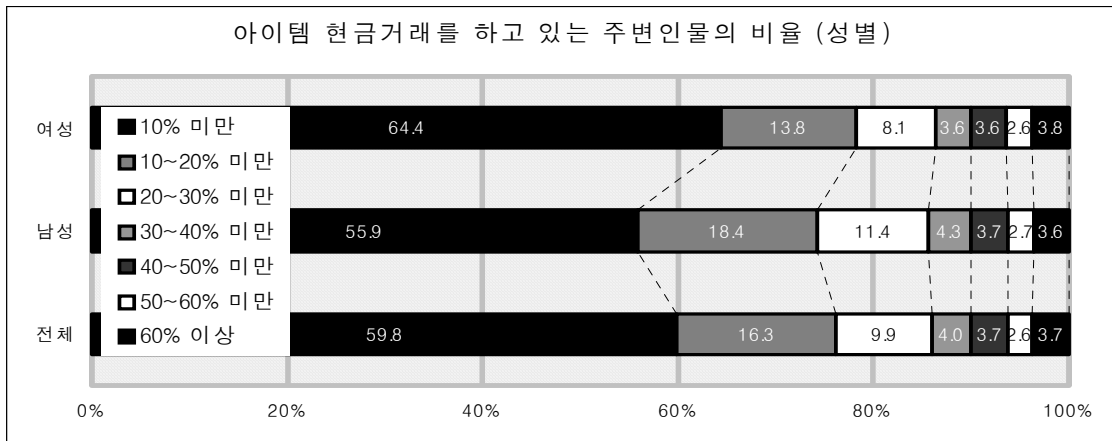
성인등급심의(18세)에 대한 의견을 묻는 문항에서는 전체 응답자의 53.4%(매우강화 29.2% + 다소강화24.2%)가 현행보다 강화해야 한다고 답하고 있으며, 여성의 경우와 고 연령층에서 현행보다 강화해야 한다는 의견이 더 지배적으로 나왔다. 또한 게임등급분류제도의 시행에 관해서도 42.2%가 ‘엄격하게 시행해야 한다’고 답하였고, 뒤이어 21.9%가 ‘등급분류 완화/사후관리 강화’라고 답하고 있어 전반적으로 게임 내용에 대한 등급제 및 시행에 대한 필요성을 강하게 인식하고 있음을 볼 수 있다. 특히 여성의 경우는 49.2%가 게임등급제도를 ‘엄격하게 시행해야 한다’고 답하고 있어 게임 콘텐츠에 대한 보수적인 견해를 가지고 있음을 알 수 있다.

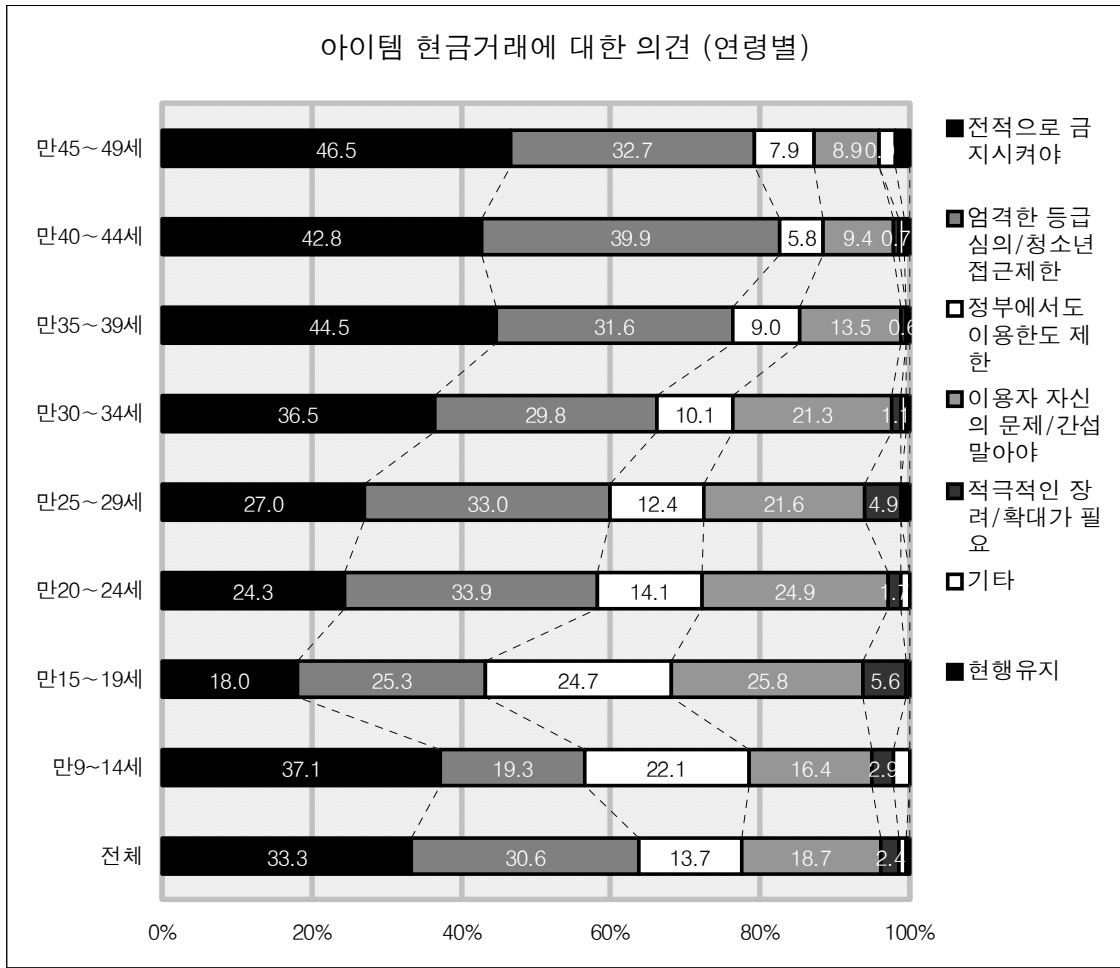




(16) 아이템거래에 대한 견해

아이템 현금거래를 하고 있는 주변 친구가 어느 정도 된다고 생각하느냐는 질문에 대해 전체의 59.8%가 10%미만이라고 답하고 있어, 게임 아이템 거래가 그다지 전면적으로 이루어지고 있는 상황은 아님을 유추해 볼 수 있다. 또한 아이템 현금거래에 대한 의견을 묻는 문항의 응답결과는 33.3%가 ‘전적으로 금지시켜야 한다’고 답하였고, 30.6%가 ‘엄격한 등급심의/청소년의 접근제한’이 필요하다고 응답해, 상당수가 게임 아이템 거래를 규제의 대상으로 인식하고 있음을 반영하고 있다.

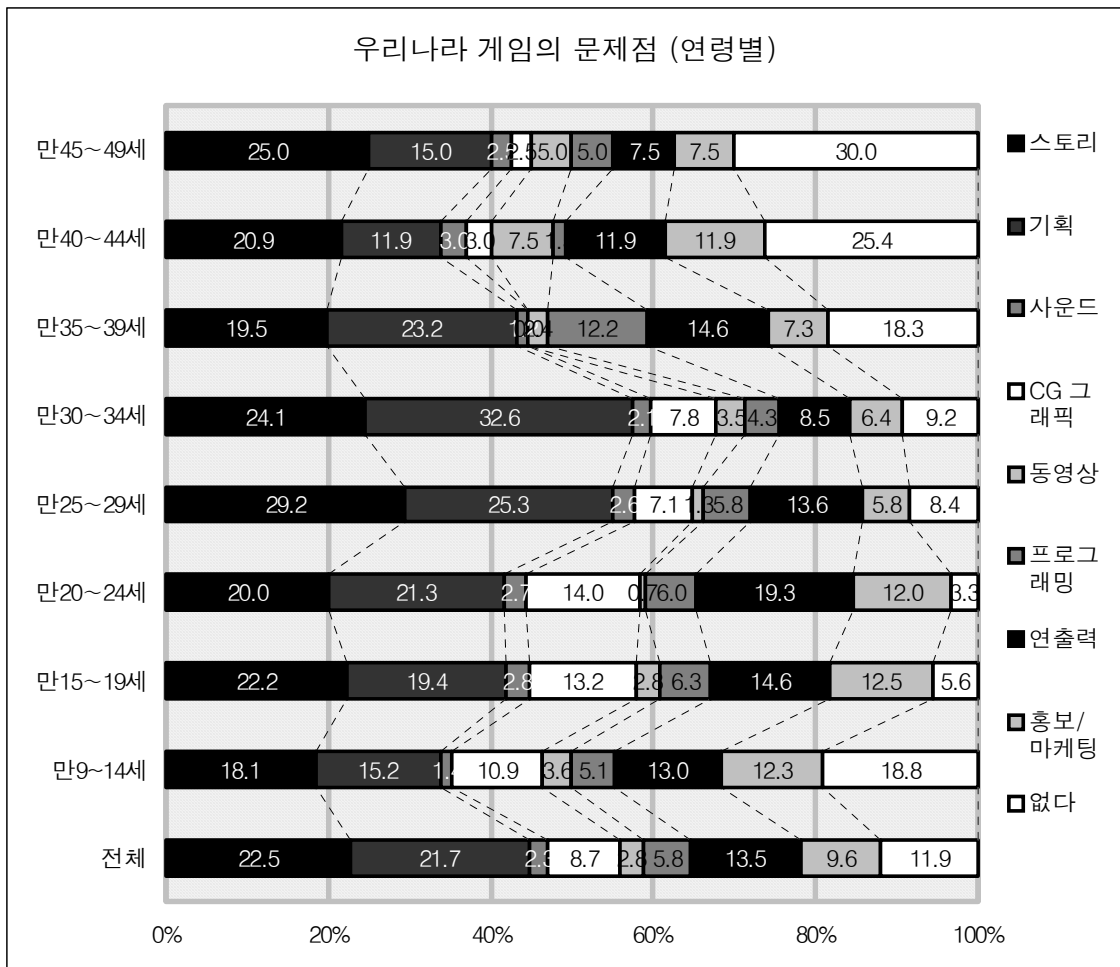
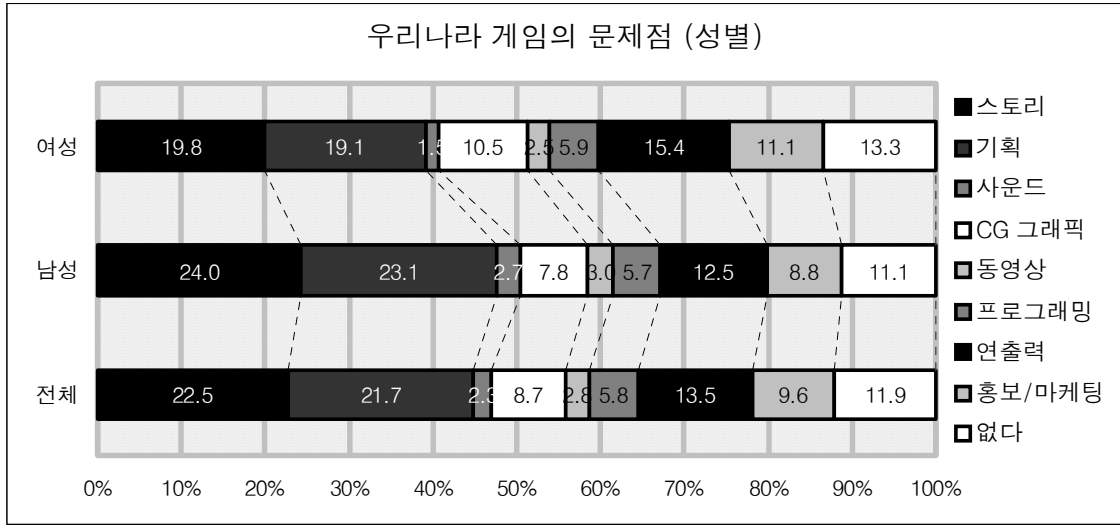


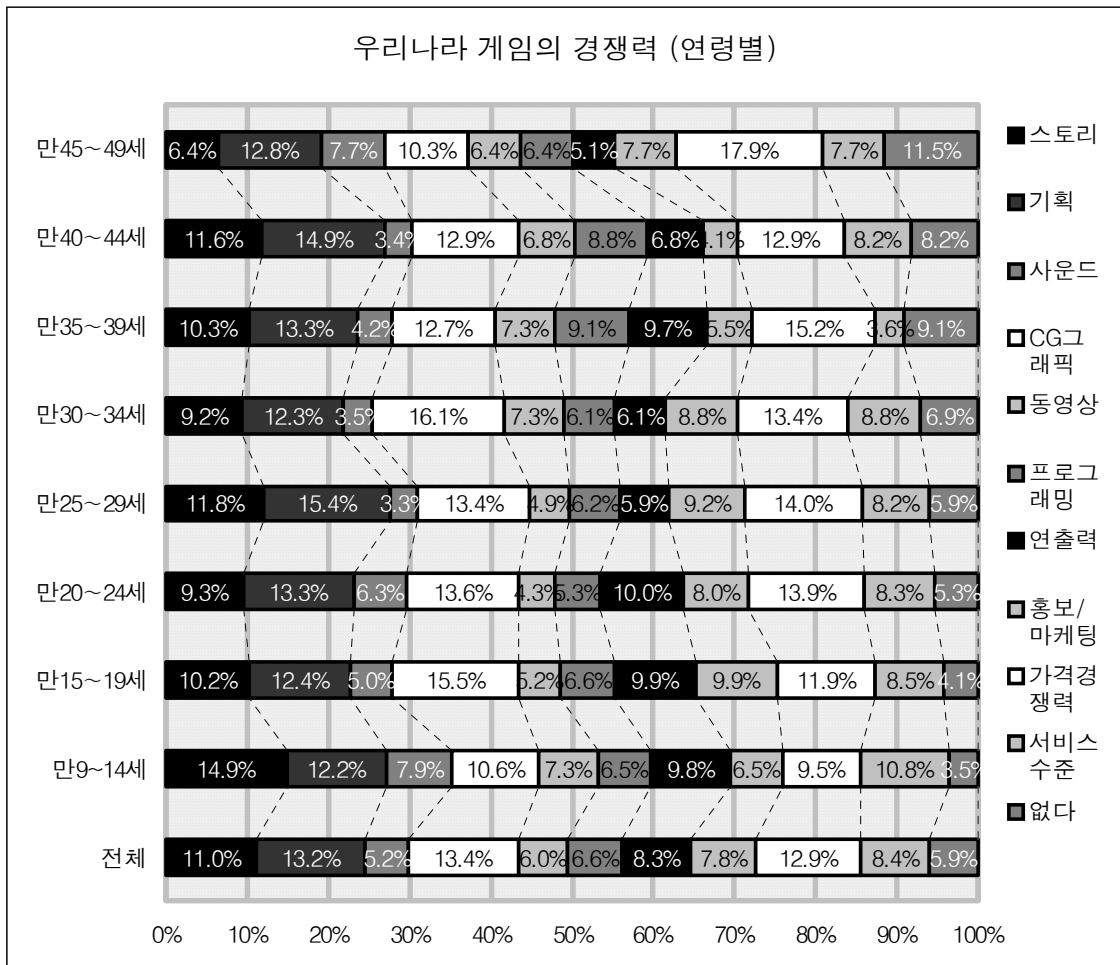
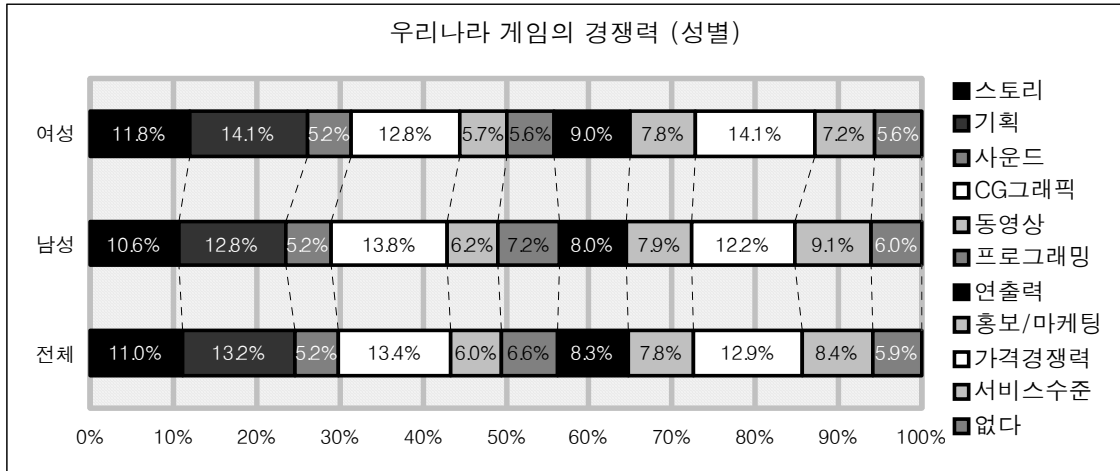


(17) 한국 게임의 문제점 및 경쟁력

우리나라게임의 문제점에 대해서는 22.5%가 ‘스토리’, 21.7%가 ‘기획’, 13.5%가 ‘연출력’이라고 응답해 내용구성면에서의 문제점이 두드러짐을 볼 수 있다. 또한 우리나라 게임의 경쟁력으로 지목한 것은 ‘CG그래픽(13.4%)’과 ‘기획(13.2%)’, ‘가격 서비스(12.9%)’라고 하여, 향후 한국 게임 산업에 있어 내용적인 부분에 대한 보완과 고부가가치의 콘텐츠로의 전환이 필요할 것으로 여겨진다.









# 제 2 장

---

## 일본 게이미용자 동향 및 현황과 특성



## 제 2 장 일본 게임이용자 동향 및 현황과 특성

2005년 2월, 일본 CESA가 일본에서 일반인 1043명을 대상으로 실시한 <일반인을 대상으로 한 비디오 게임에 관한 설문조사>는 수도권, 교토 및 한신 지역에 거주하는 만 3세~59세의 남녀로 그 표본을 구성하였고, 우편을 이용한 자필기입식으로 진행되었다.

본 조사의 내용은 응답자의 여가 및 컴퓨터 이용실태와 게임의 전반적인 이용현황, 플랫폼별 이용실태와 선호하는 게임장르 그리고 게임에 대한 견해를 중심으로 구성되었다.

### 게임 이용률의 증가

게임이용 현황에 대한 질문에 대해 한 가지 이상의 게임을 하고 있는 것으로 추정되는 응답이 49.7%로 전년도의 39.3%에 비해 높은 증가를 보이고 있다. 더욱이 1999년의 39.3%를 절정으로 3년 연속 감소가 이어져, 2002년 25.6%로 저점을 쳤다. 그러나 2002년 이후 추세가 역전되어 매년 10% 남짓의 성장세를 보이고 있다.

이러한 증가의 원인으로 '과거에 게임을 자주 했으나 현재는 하지 않고 있으며', '언제든 구미에 맞는 게임 콘텐츠가 있다면 해볼 의향이 있는', '휴면고객'층의 감소를 생각해 볼 수 있다. 이러한 휴면고객의 비율이 각 게임 플랫폼별로 20%이하로 줄어들어 2002년 이후로 계속 감소하는 경향을 띠는 것과 게임이용자 증가 사이에 상관성이 있을 것으로 보인다. 이는 휴면고객이 게임이용자층으로 흡수되고 있음을 의미한다.

### 인터넷/휴대폰 네트워크게임, 복합카페 이용률 미약

주택에서 인터넷을 이용하는 비율이 매우 높아 가정 내 PC 및 인터넷 보급률이 높음에도 불구하고 인터넷을 이용한 네트워크게임의 이용률이 다른 게임플랫폼에 비해 매우 미미한 수준이다. 그러나 주 PC이용행태와 비교해 보았을 때, PC의 장시간 이용활동이 전반적으로 적은 것으로 보아 높은 인터넷 사용료로 인해 많은 시간을 할애해야 하는 네트워크게임분야의 확산이 어려운 것으로 여겨진다. 이러한 점은 네트워크게임의 경우 이용경험자 자체가 매우 적다는 점에서도 뒷받침된다.

일본의 휴대폰 보유율은 80%이상 이며, 인터넷 접속기능 대응률도 90.9%로, 휴대폰을 이용한 인터넷 접속가능환경이 조성되어 있다. 그러나 휴대폰 임베디드 게임이나 다운로드 게임(스탠드얼론형)의 경험률은 27.5%로, 휴대폰 보유자의 절반에도 못 미치는 수가 경험해 본 수준이다.

한편 복합카페의 이용률은 전체 여가활동 비율 중 18%로 매우 낮은 편이며, 특히 아동과 청소년층의 이용 빈도가 나타나지 않아 복합카페는 성인을 위한 공간임을 알 수 있었고, 이용목적도 주로 만화나 잡지를 읽는 빈도가 높아 아직 PC/네트워크 이용확대 환경이 갖추어지지 않은 것으로 볼 수 있다.

### 게임 흥미도와 이용시간 극복이 관건

게임을 이용하지 않는 사람들이 게임을 하지 않게 된 가장 중요한 이유를 ‘게임보다 하고 싶은 일이 있어서’ ‘게임을 할 여유시간이 없다’로 꼽아, 시간을 내서라도 할 만큼 즐겁고 유익한 여가 활동으로 인식하고 있지 않음을 알 수 있다. 또한 게임의 효과가 ‘시력의 감소와 눈의 피로’, ‘어깨 결림/두통의 원인’, ‘스트레스의 원인’이라는 응답이 많아 가벼운 여가활동이 될 수 있는 흥미로운 콘텐츠 개발이 관건임을 보여 주고 있다.

### 휴대용(모바일) 게임기의 약진

휴면고객의 시장진입을 촉진한 요인 중의 하나가 게임기 보유율이 증가하면서 모바일 게임의 확산일 것으로 추측해 볼 수 있다. 시간과 장소에 구애받지 않고 게임을 즐길 수 있는 간편함과 아동들의 주요 게임 선택 요인 중 하나인 ‘그래픽’ 성능의 향상, 그리고 다양한 콘텐츠 제공으로 여유시간이 부족한 휴면고객의 게임 저해 요인을 완화시키는 데 큰 기여를 한 것으로 평가 할 수 있다.

### 게임의 부정적인 인식과 낮은 등급제 인지도

게임의 연령등급제가 존재하는 것을 모르고 있다는 응답이 80%이상으로 나타나 등급제에 대한 인식이 낮고 게임에 대한 부정적 인식이 큼을 알 수 있다. 아울러 게임 내용 수위에 대해서도 개선해야 한다는 응답이 높게 나타나고 있다.

## &lt;일본 게임산업 관련 기본 정보&gt;

## ■ 일본의 인구수와 특성

- 일본 총인구
  - 2000년 10월 1일 현재 (일본 총무성 통계국)
    - 총 인구 1억 2,693만명, 4,706만 세대
    - 남녀 비율 : 남자 48.8%, 여자 51.2%
  - 2004년 10월 1일 현재 (일본 총무성 통계국)
    - 총 인구 1억 2,768만 7천명
    - 남녀 수 : 남자 6,229만 5천명(48.8%), 여자 6,539만 2천명(51.2%)

## ■ 인터넷(네트워크) 이용 현황

- 인터넷이용자 : 6,942만명(2002년 기준)
  - PC를 통한 인터넷 이용자 : 5,722만명(82.4%)
  - 휴대폰을 통한 인터넷 이용자 : 2,794만명(40.2%)
  - 비디오게임기(콘솔)을 통한 네트워크 이용자 : 364만명(5.2%)
- 초고속통신망(브로드밴드) 가입자 : 1,955만명(2002년 기준)

## ■ 휴대폰 이용 현황

- 휴대폰 보급수 : 7,566만 대 가입
- 휴대폰게임 이용요금 : 100엔-300엔(월정액 다운로드 비용, 통신료 제외)

## ■ 복합카페(PC방 + 만화방) 현황

- 2004년 9월 기준 전국적으로 2,500여개(추정), PC이용과 만화방을 복합적으로 사용
- 전국 복합카페 수는 2009년 4,300여개, 2014년 6,300여개로 증가할 것으로 추정
- 복합카페의 시장규모는 2004년 1,500억엔, 2009년 2,570억엔으로 예측(2004 일본복합 카페협회 자료)

## ■ 플랫폼별 게임 이용률

- ※ 일본은 비디오게임(가정용), 아케이드게임(영업용)으로만 구분되어 있으며, 온라인게임, 휴대폰게임, PC 패키지게임 등은 특별히 구분하고 있지 않음
- 게이미용률은 65%정도(지속적 사용자는 50%정도)
- 게이미용자의 60% 이상이 비디오(콘솔)게임을 주로 이용
  - 보급률은 SONY 플레이스테이션2, 닌텐도 슈퍼패미콤, 게임보이 순

\* 자료 : 일본 총무성 통계국 [www.stat.go.jp](http://www.stat.go.jp)

일본 총무성 <2004 정보통신백서>

일본 CESA 자료, 2005 이용자 조사 결과, 2004 일본 복합카페협회 자료



## 2. 현황과 특성 통계자료

본 장에서는 2005년 2월에 일본 CESA가 일본에서 실시한 <일반인을 대상으로 한 비디오 게임에 관한 설문조사> 결과를 분석하여 일본 게임 이용자의 성향을 파악하였다.

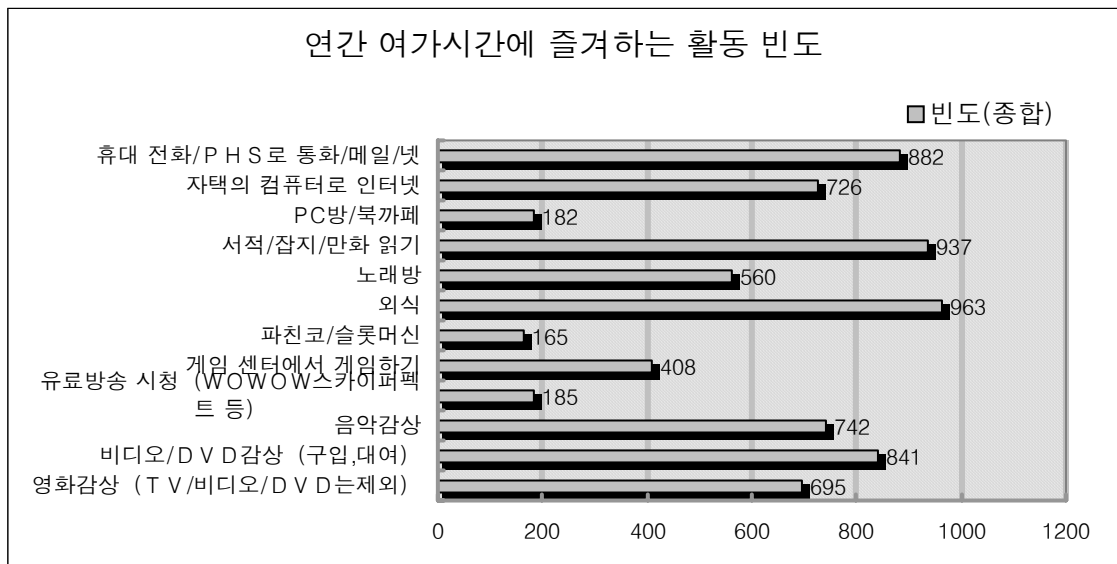
<응답자 분류표>

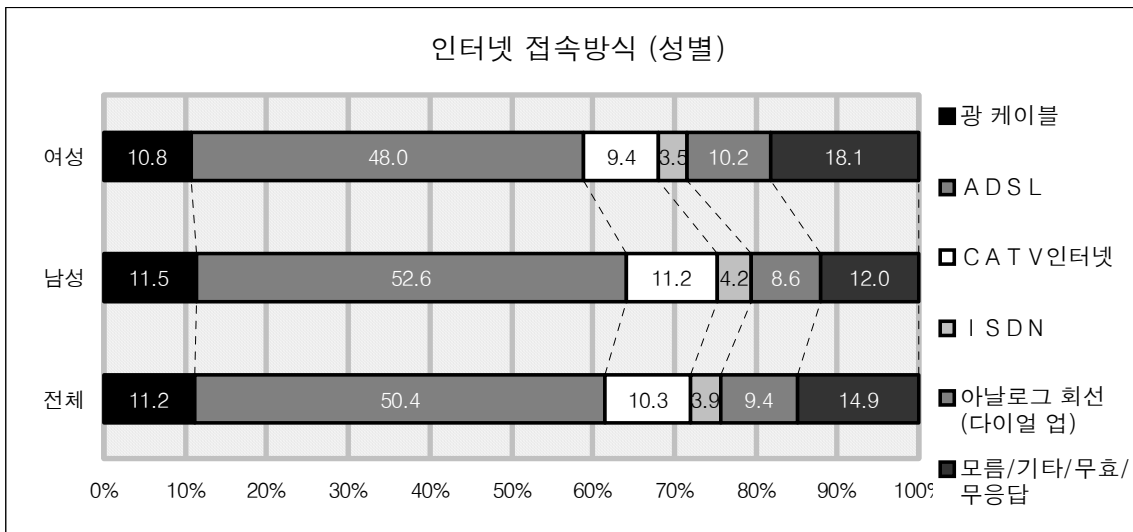
구분		사례수	%
전체		1043	100
성별	남성	536	51.4
	여성	507	48.6
연령별	3~6세	37	3.5
	7~12세	72	6.9
	13~15세	33	3.2
	16~18세	47	4.5
	19~20세	25	2.4
	21~24세	128	12.3
	25~29세	155	14.9
	30~34세	120	11.5
	35~39세	148	14.2
	40~49세	149	14.3
직업별	유아	36	3.5
	초·중학생	105	10.1
	고등학생	44	4.2
	대학생	69	6.6
	기타 학생	23	2.2
	회사원(사무직)	182	17.4
	회사원(기술직)	145	13.9
	회사원(기타)	119	11.4
	상공업	37	3.5
	자유업	19	1.8
결혼여부	미혼	582	55.8
	기혼	461	44.2
지역별	수도권	657	63.0
	교토/오사카/나고야	386	37.0
1개월용돈	없음/미결정	245	23.5
	3만원 미만	57	5.5
	3만~5만	33	3.2
	5만~10만	62	5.9
	10만~30만	252	24.2
	30만~50만	208	19.9
	50만~70만	93	8.9
	70만~100만	46	4.4

구분		사례수	%
1개월용돈	100만 이상	39	3.7
	무효/무응답	8	0.8
일 평균 왕복 통근/통학시간	없음	179	17.2
	30분 미만	239	22.9
	30분~1시간	273	26.2
	1시간~1시간 반	161	15.4
	1시간 반~2시간	98	9.4
	2시간 이상	83	8.0
	무효/무응답	10	1.0

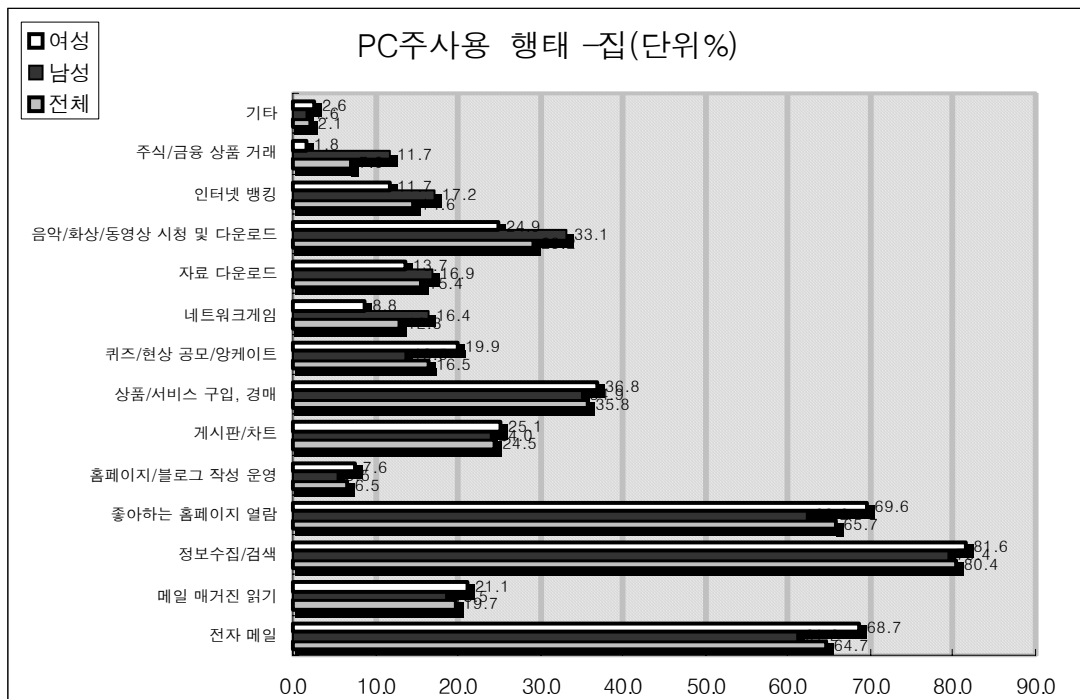
## (1) 게이미용환경

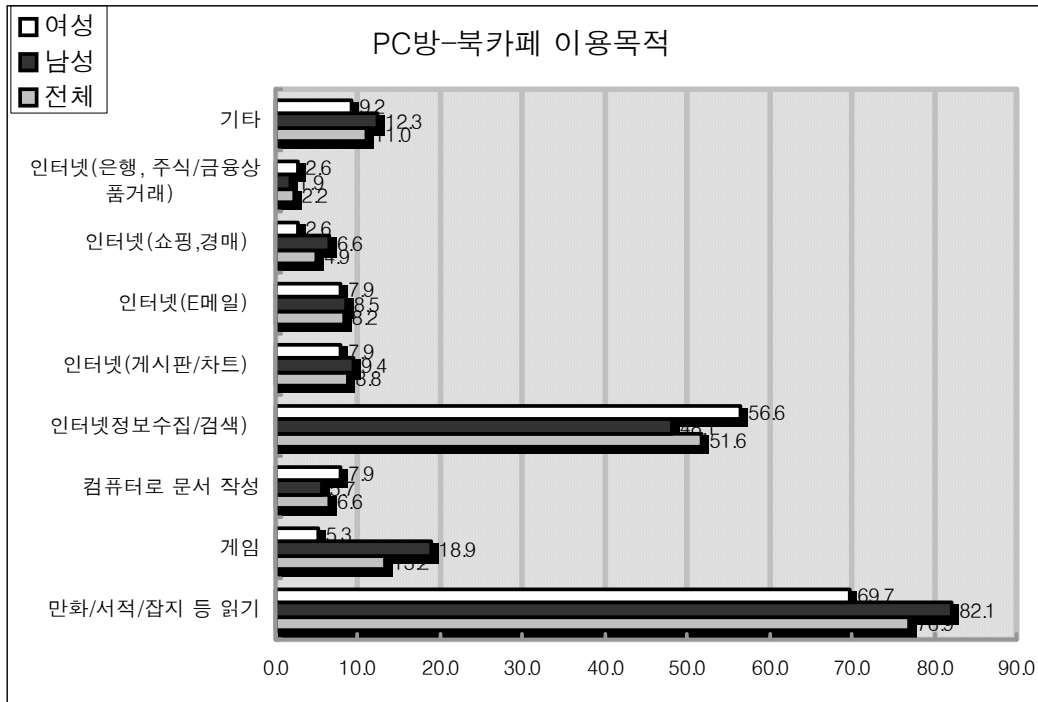
연간 여가시간에 가장 즐겨하는 활동의 빈도를 복수 선택하는 문항의 응답결과 ‘외식’ ‘독서’ ‘휴대폰/PHS로 통화/메일/넷’의 빈도가 가장 높았다. 인터넷 접속방식은 ‘ADSL’방식이 ‘50%’로 가장 빈번하였다.





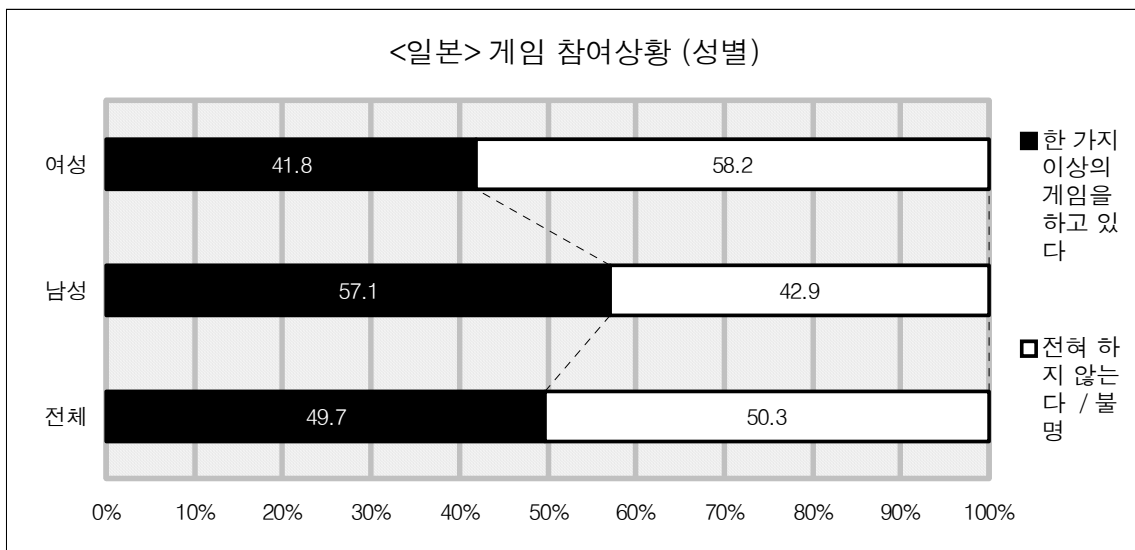
PC의 주사용 용도를 설문한 결과, ‘정보수집검색’, ‘전자메일’이 가장 높은 빈도를 보였다. 이러한 ‘정보검색’, ‘메일확인’, ‘상품구매’, ‘음악/화상/동영상 시청 및 다운로드’는 비교적 실용적이며, 단시간 사용하는 활동으로 볼 수 있어, ‘오락활동 도구’로서 PC나 인터넷 이용이 보편화되지는 않았음을 알 수 있다. 특히 이러한 경향은 일본의 비교적 높은 인터넷 사용료와도 관련이 있을 것으로 여겨진다. 이러한 경향은 복합카페의 이용목적 응답결과와도 맥을 같이 한다.

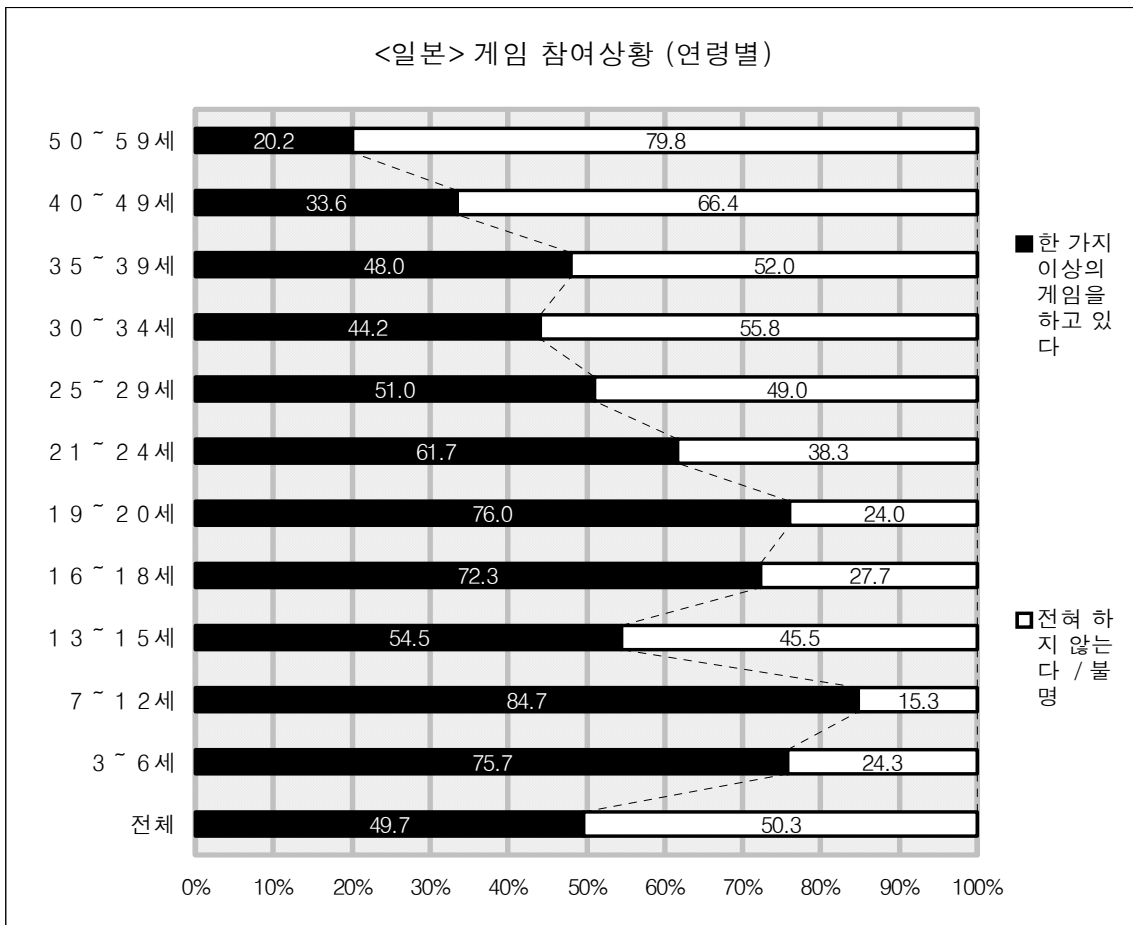




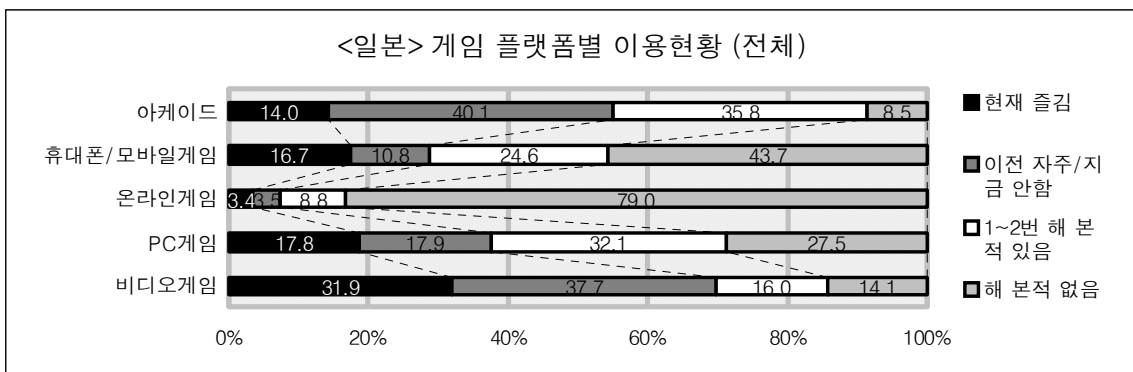
(2) 게임 이용자 일반 현황

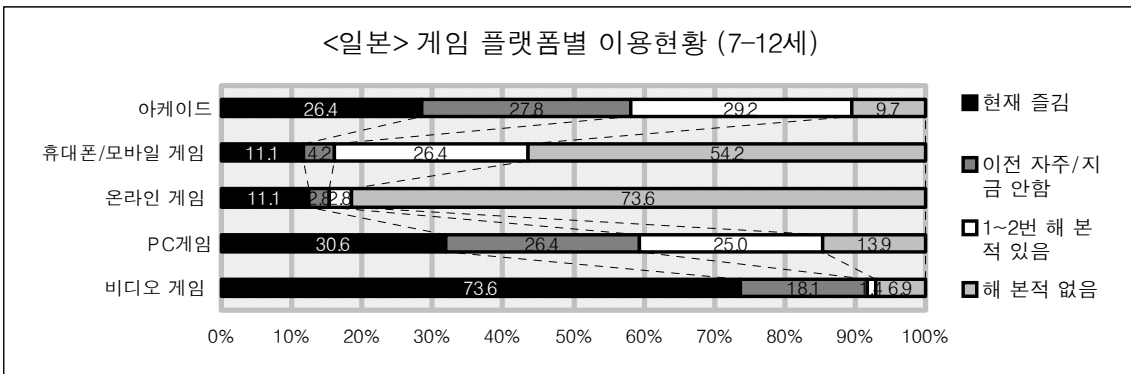
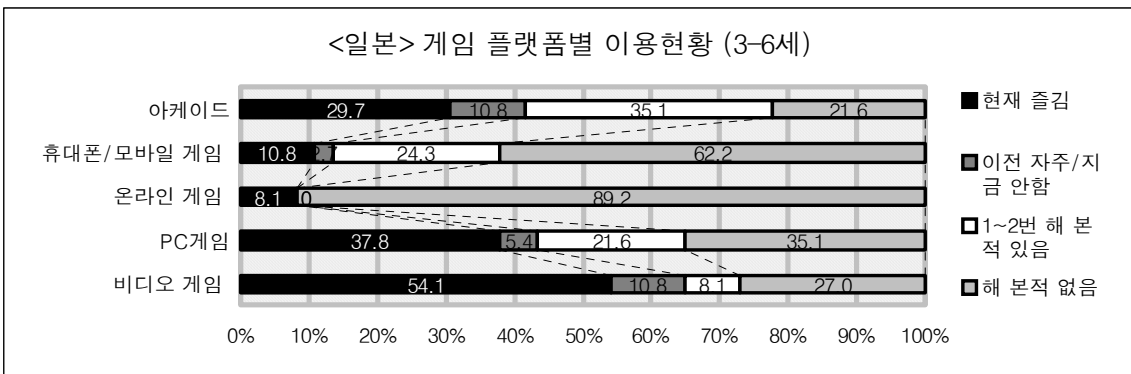
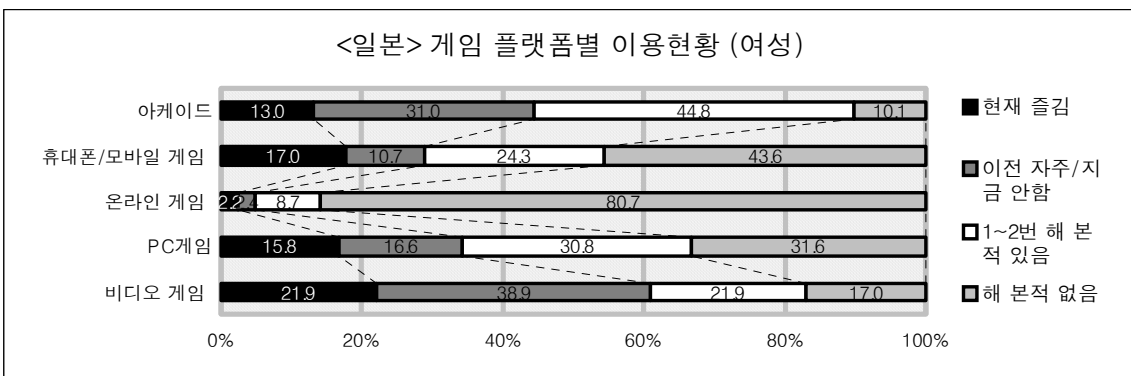
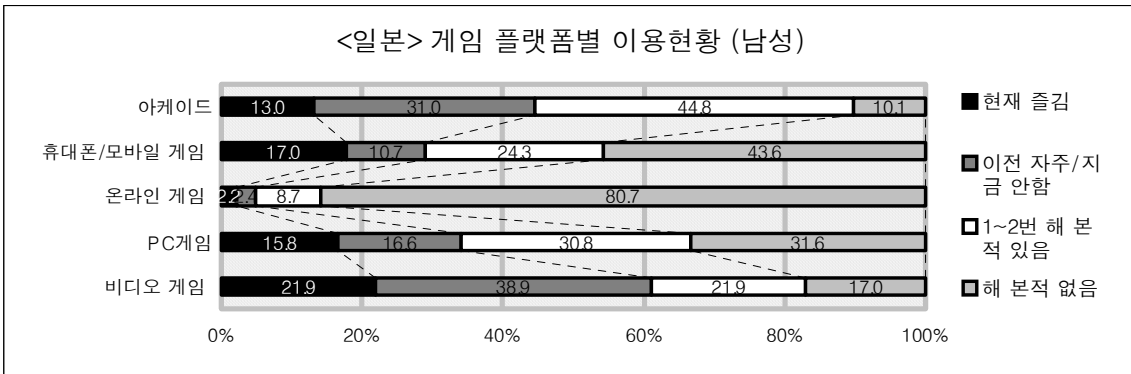
게임을 이용여부를 묻는 설문결과 전체의 조사 대상자의 49.7%가 한 가지 이상의 게임을 이용하고 있는 것을 알 수 있다. 성별별로는 ‘남성’이 ‘여성’보다 게임을 하고 있는 비율이 좀 더 높다. 연령별로는 어린 연령층일수록 게임을 이용하고 있는 비율이 높으며, 특히 7~12세의 84.7%가 게임을 이용하고 있는 것으로 나타나고 있다.

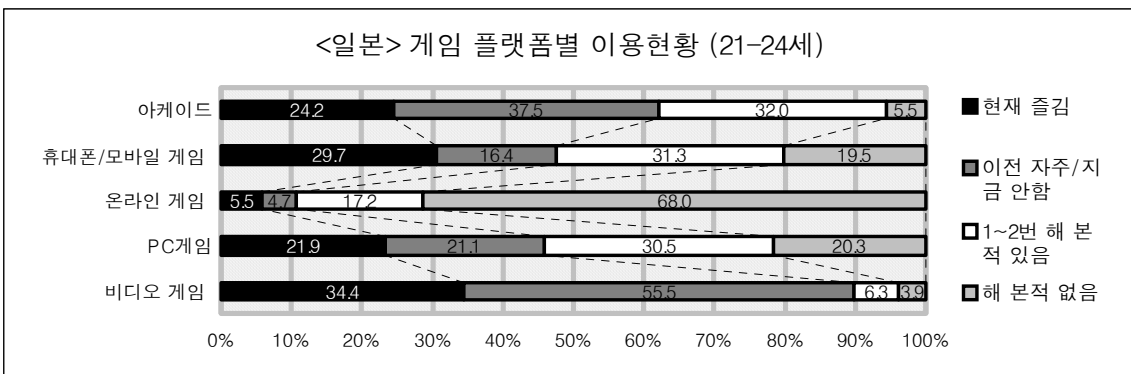
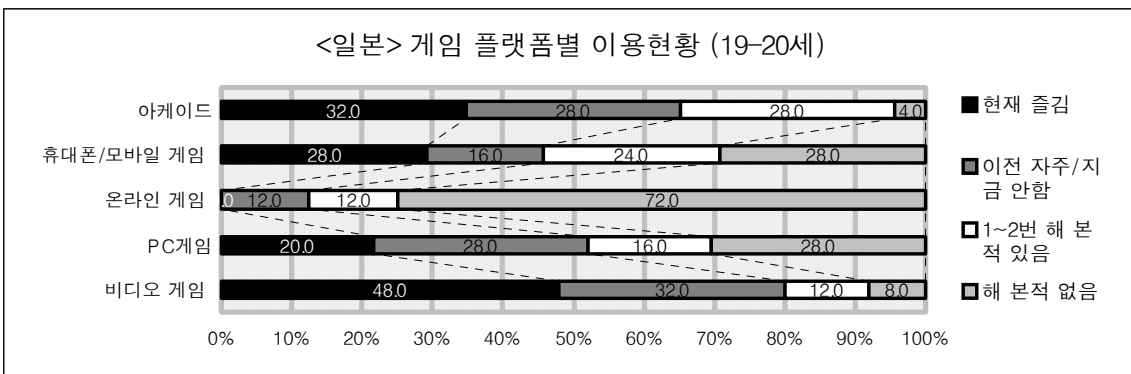
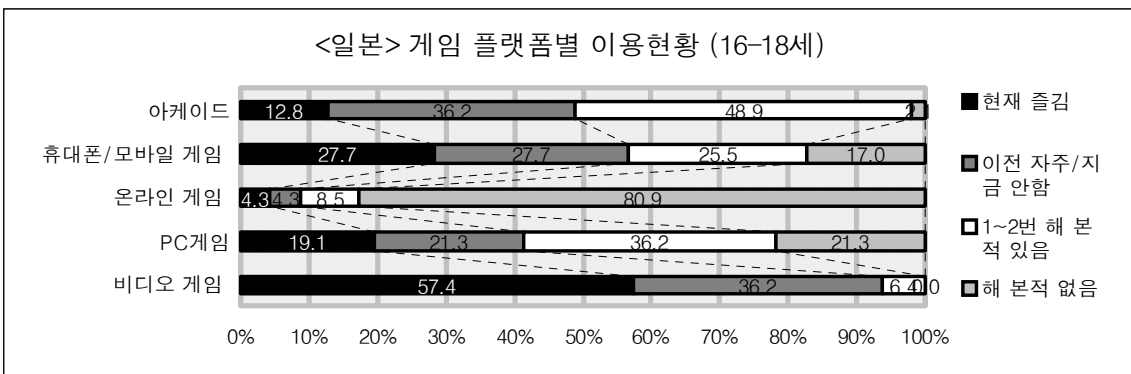
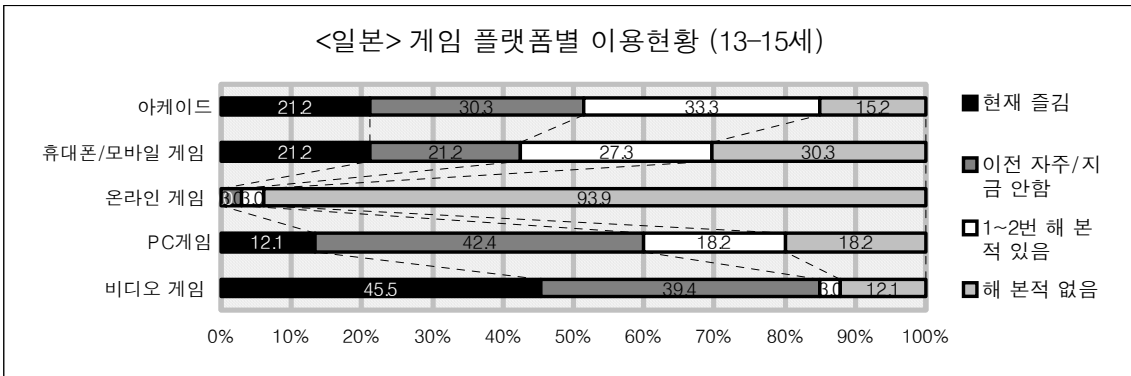


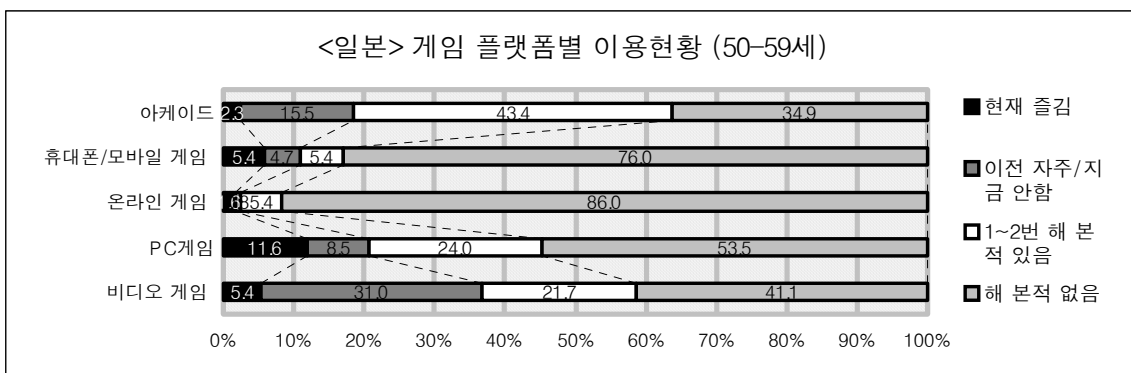
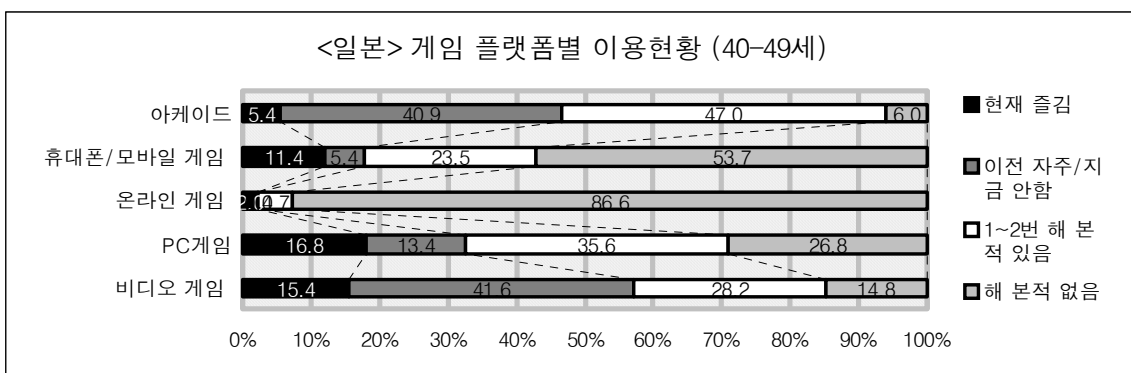
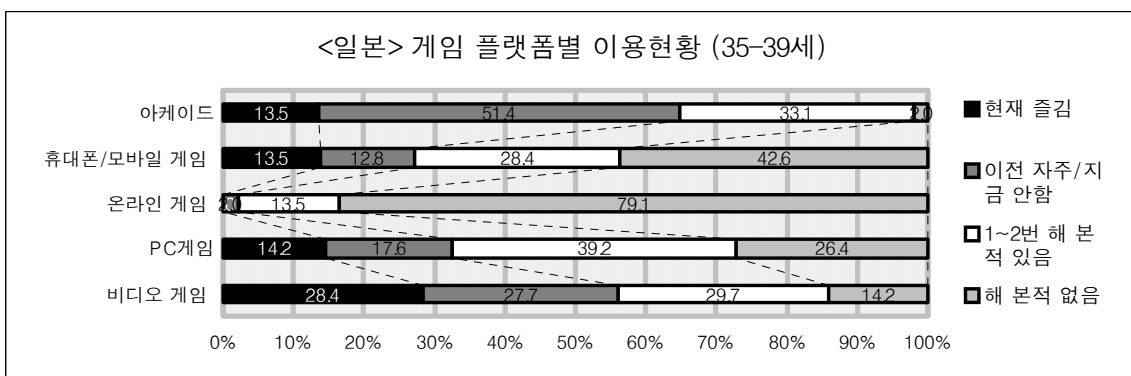
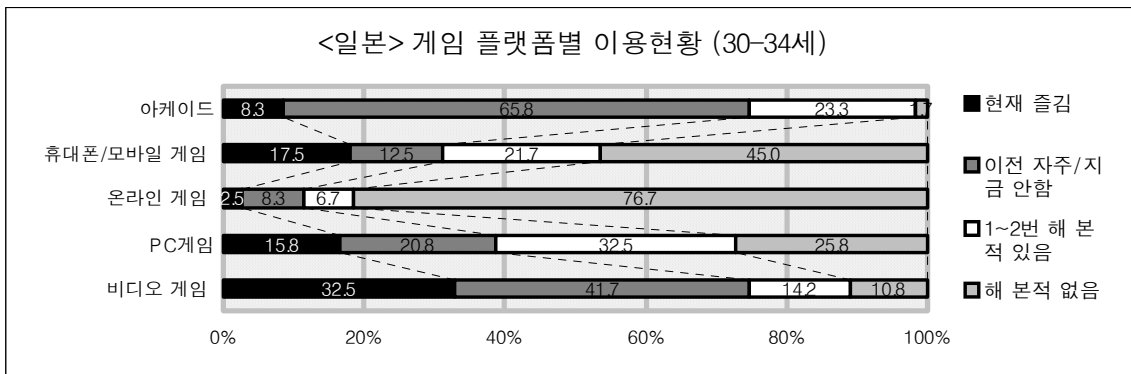


또한 게임플랫폼별로 이용현황을 살펴보면, 현재 가장 많이 이용하고 있는 게임플랫폼은 ‘비디오게임(31.9%)’이었으며, ‘모바일게임’과 ‘온라인게임’의 경우는 ‘이용해본 적 없다’는 응답이 각각 43.7%와 79%로, 아직 일본에서는 초기단계에 있는 플랫폼인 것으로 볼 수 있다. 또한 ‘비디오 게임’과 ‘아케이드게임’의 경우는 ‘이전에는 자주 이용했으나 지금은 안 한다’는 응답이 37.7%와 40.1%로 높은 비중을 차지하고 있어 게임을 경험해 본 층이 두터운 것을 볼 수 있다.











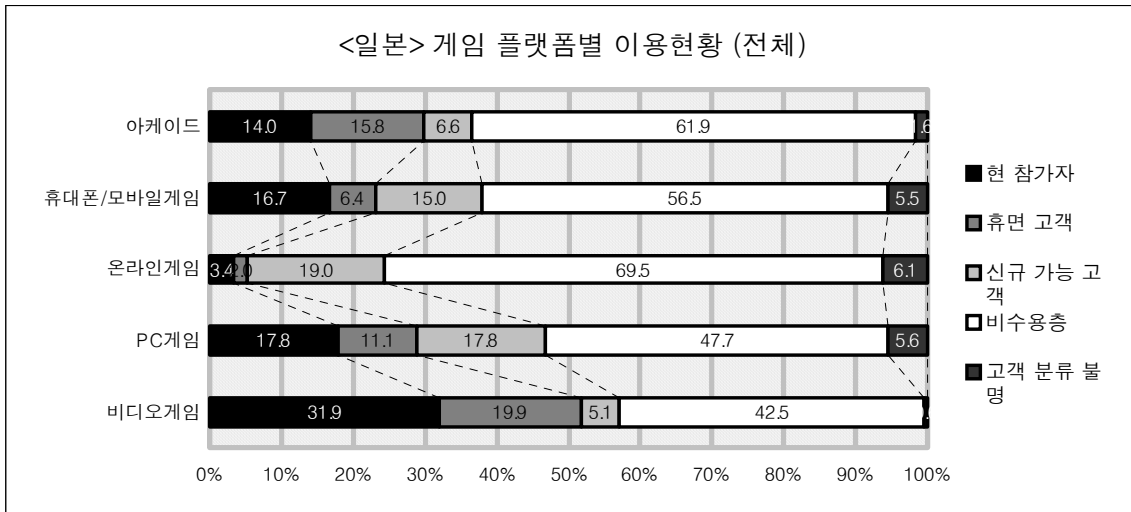
(3) 게임 잠재수요규모

게임을 이용하는지의 여부와 향후 게임 이용의사를 교차하여 게임 고객층을 ‘현 이용자’ ‘휴면 고객’ ‘신규기대고객’ ‘게임 비수용층’으로 나눌 수 있다. ‘현 게임 참가자’는 ‘요즘도 꾸준히 하고 있다’고 응답한 경우를, ‘휴면고객’은 이용여부에서 ‘전에는 자주 했는데 지금은 거의 안 한다’고 응답하고 향후 이용의사에서 ‘적극적으로 이용하고 싶다’, ‘재미있는 게임이 있으면 하고 싶다’라고 응답한 경우, ‘신규기대고객’은 이용여부에 ‘한두 번 시험 삼아 해보았다’, ‘한 번도 해 본 적이 없다’고 답하고 이용의사에서 ‘적극적으로 이용해보고 싶다’, ‘재미있는 게임이 있으면 하고 싶다’고 답한 경우, ‘게임 비수용층’은 현재 이용하고 있지 않다고 응답했으며 향후 별로 게임을 할 의사가 없는 경우이다.

이러한 분류를 토대로 게임 장르별 고객 분포를 구성해 본 결과 ‘비디오게임’의 현 게임 참가자의 비율이 39.6%로 가장 높고, 게임 비수용층의 비율이 가장 높은 게임 플랫폼은 69.8%로 ‘온라인 게임’이 이었다. ‘비디오게임’과 ‘아케이드게임’은 오랜 역사를 가진 게임분야답게 ‘휴면고객’의 비율이 높아 이들 ‘휴면고객’들을 흡수할 수 있는 새로운 콘텐츠 개발에 주력하여야 할 것으로 보인다. 또한 ‘온라인게임’, ‘PC게임’, ‘휴대폰/모바일게임’의 경우는 게임 비수용층 뿐 만 아니라 신규기대고객의 비율도 상대적으로 높은 것으로 보아 향후 ‘온라인 게임’의 발전가능성이 상당히 높음을 예측해 볼 수 있다.

<게임 이용자 분류표>

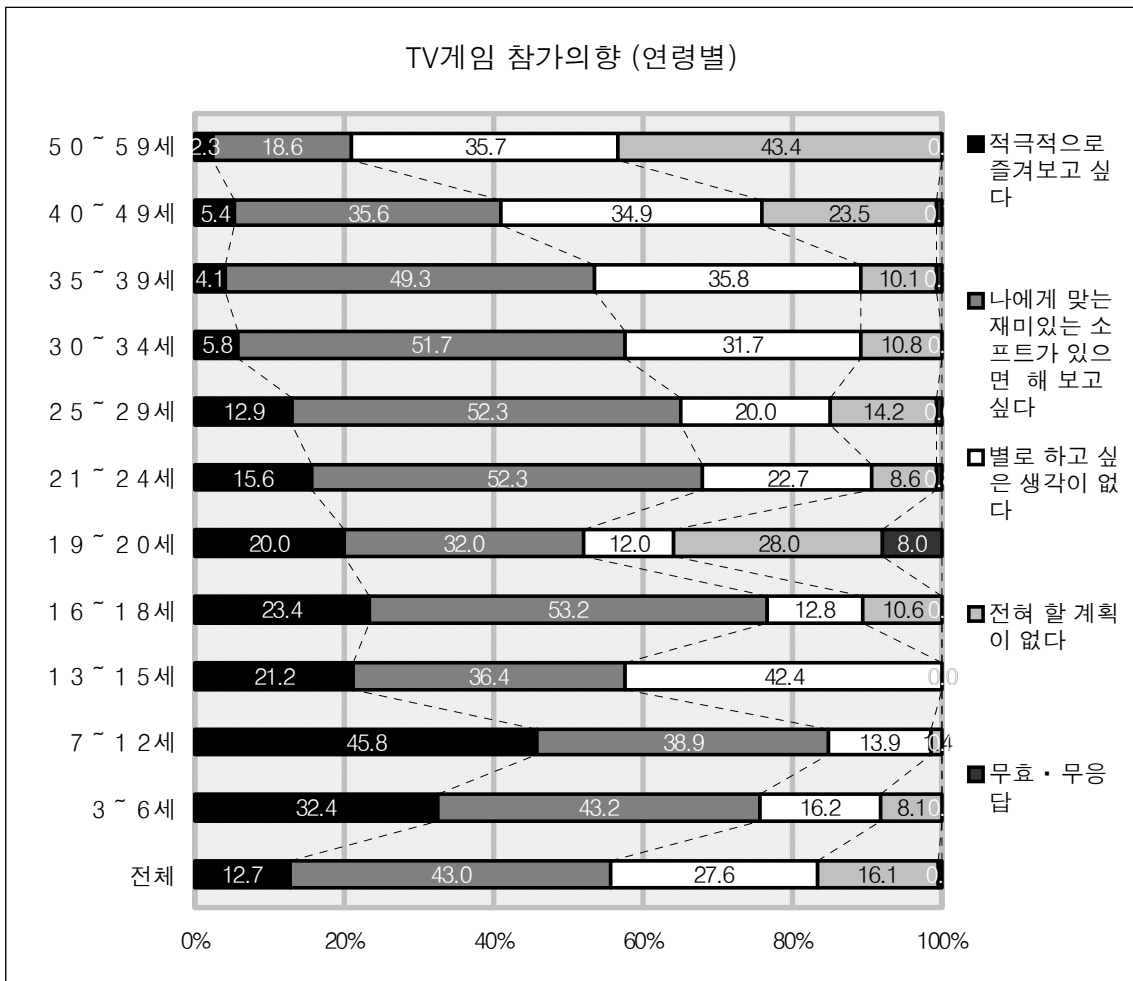
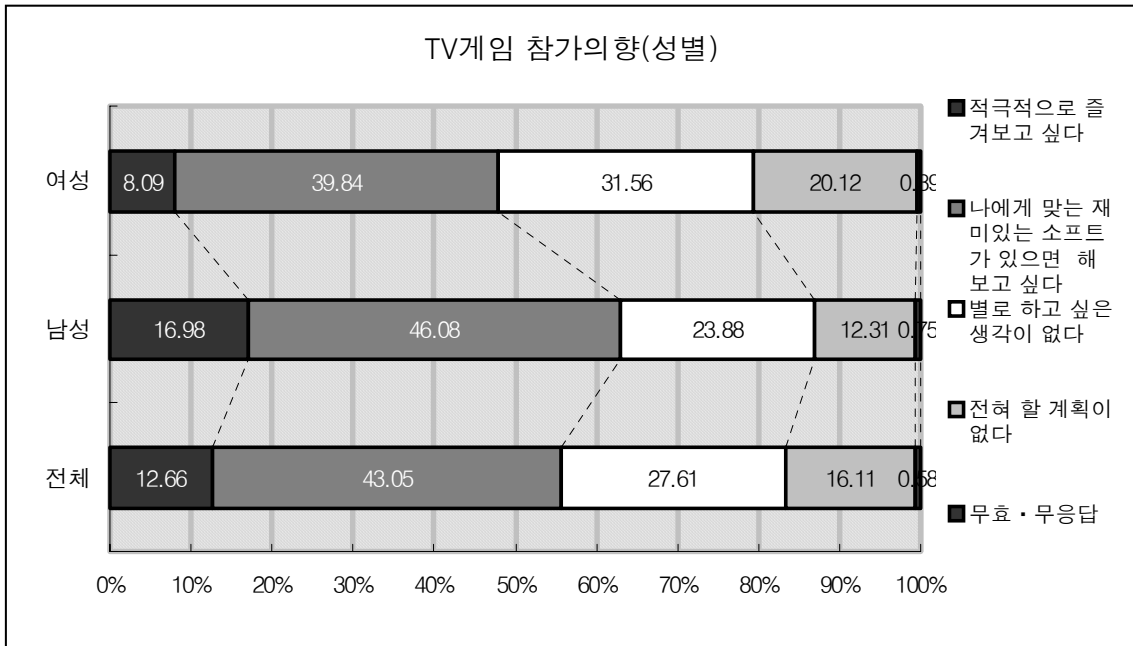
	요즘도 꾸준히 하고 있다	전에는 자주 했는데, 지금은 거의 안한다	한두 번 시험삼아 해 본 정도	한 번도 해 본 적이 없다
적극적으로 이용하고 싶다	현 게 임 참 가	휴면고객	신규기대고객	
재미있는 게임이 있으면 하고 싶다				
별로 할 생각이 없다		게임 비수용층		
전혀 할 생각이 없다				

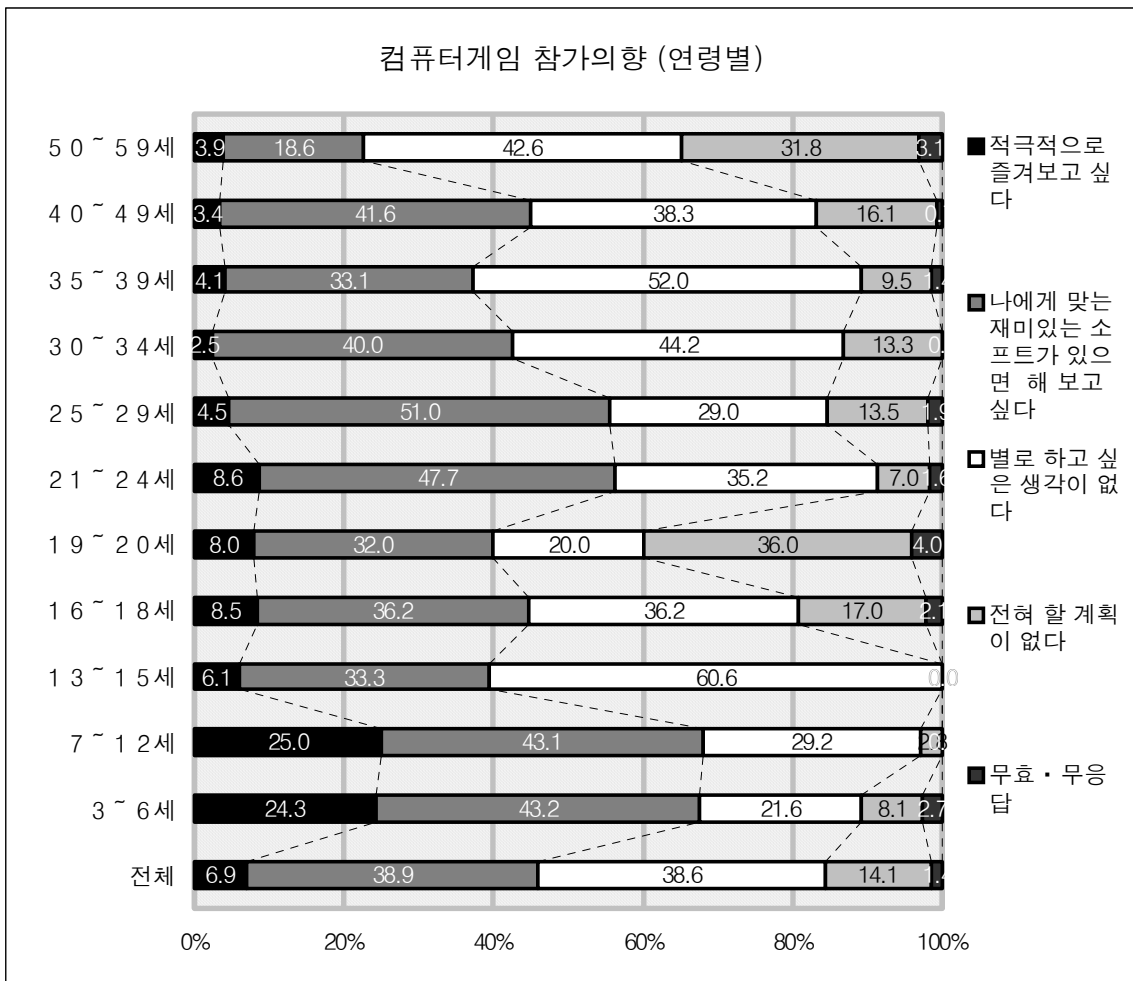
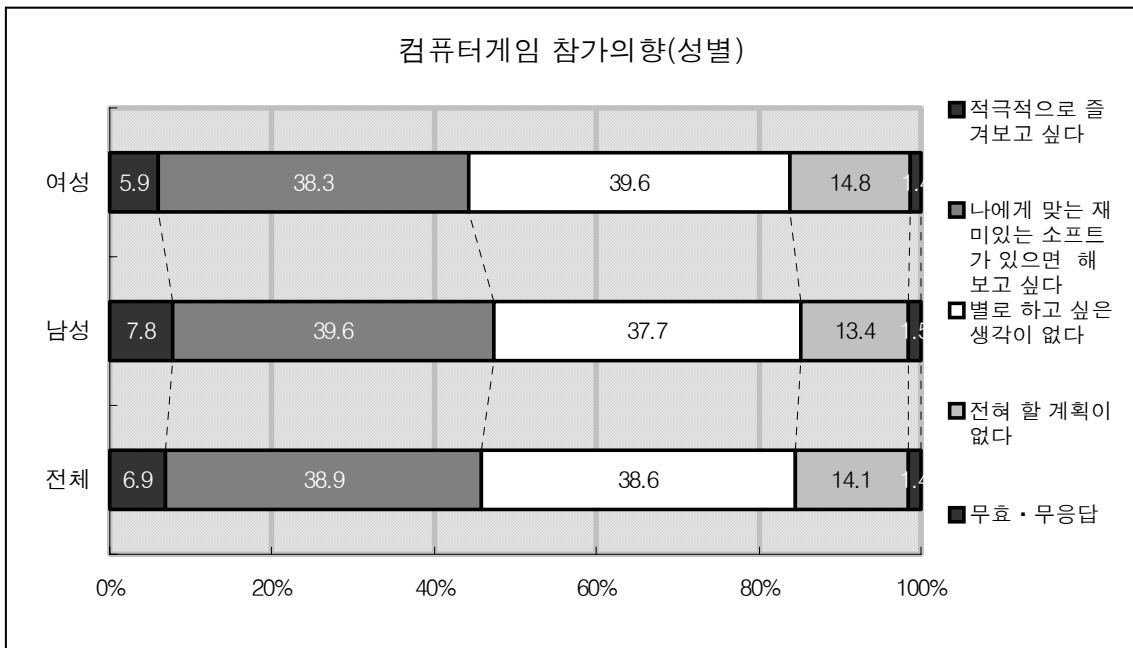


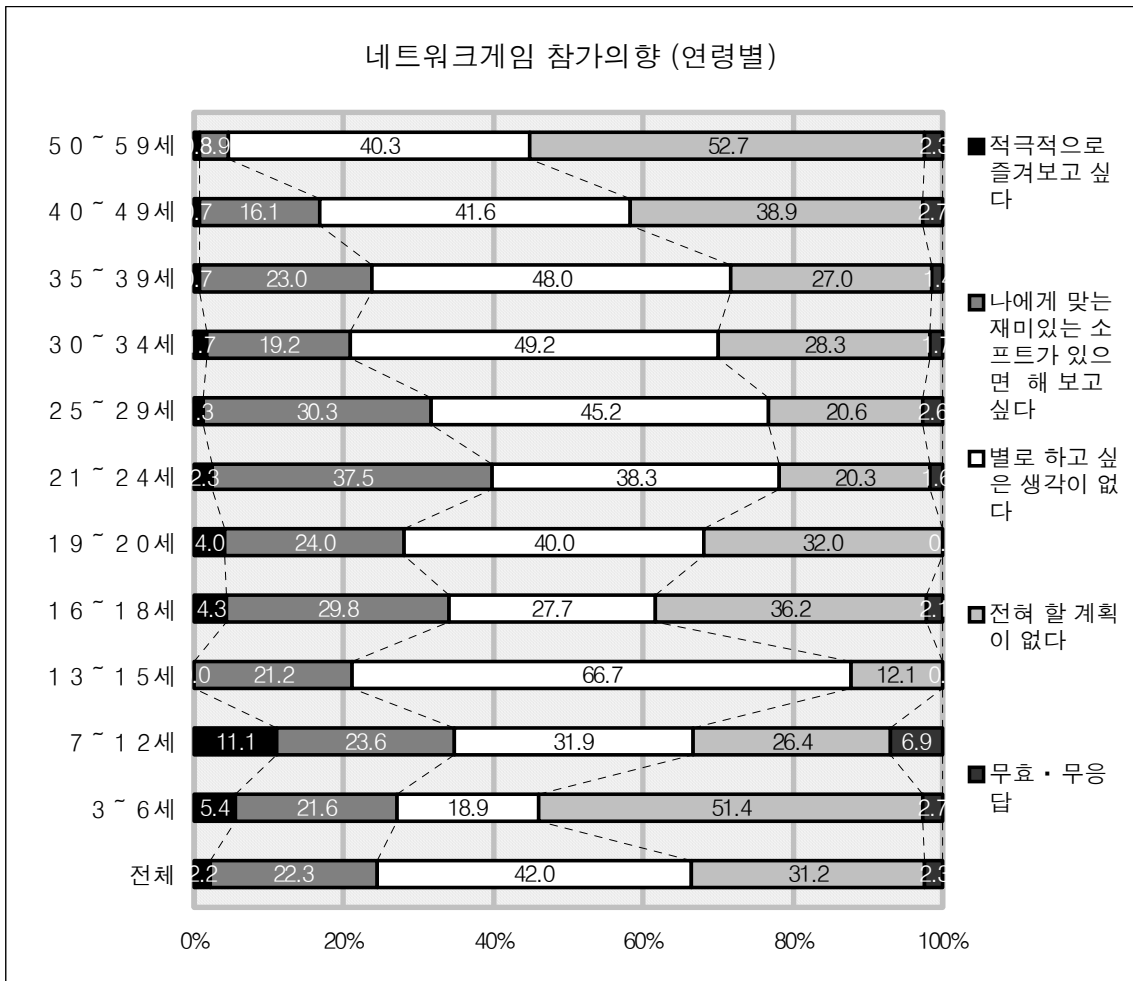
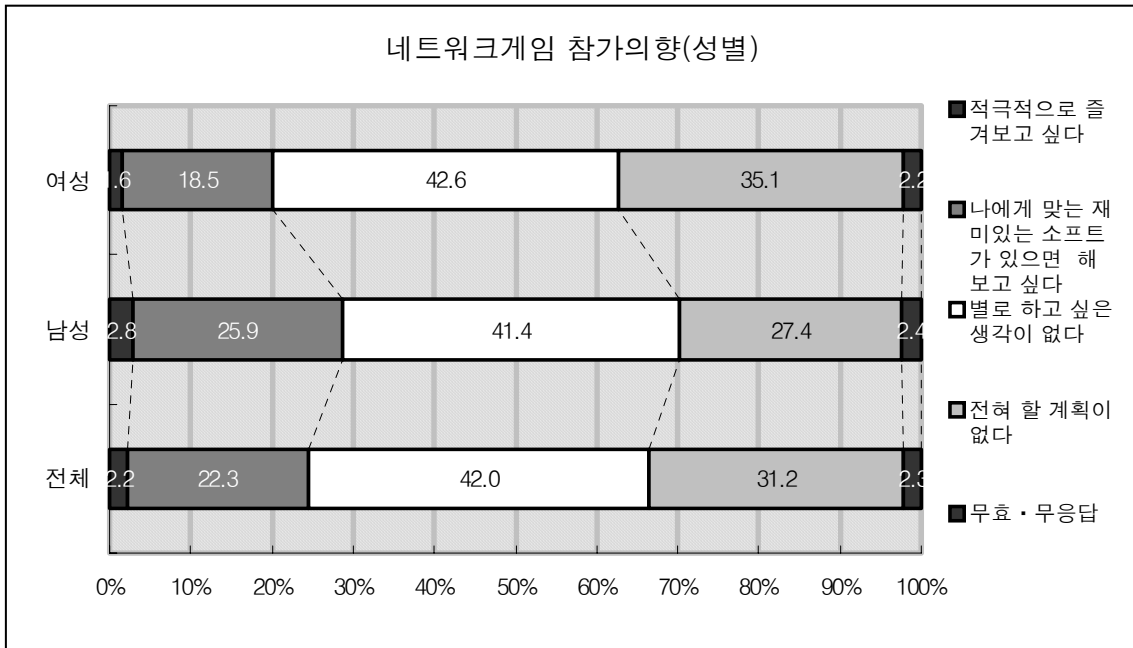
각 플랫폼 별로 향후 이용의사와 앞에서 다룬 게임경험 여부를 연결해 분석해 보면, 비디오게임(TV 게임)의 경우는 앞서 살펴본 결과 게임 경험률이 가장 높아 휴면고객층이 많다고 볼 수 있다. 특히 ‘나에게 맞는 재미있는 소프트웨어가 있으면 해보고 싶다’는 응답의 비중이 43.05%로, 흥미를 유발할 수 있는 게임콘텐츠를 개발하여 ‘휴면고객’층을 흡수하여야 할 것으로 보인다. 비디오게임(TV게임)을 향후 ‘적극적으로 즐겨보고 싶다’라는 응답은 전 연령에 걸쳐 다른 플랫폼에 비해 상대적으로 높은 편이며, 특히 낮은 연령층일수록 향후 게임을 이용할 의사가 높게 나타나고 있다.

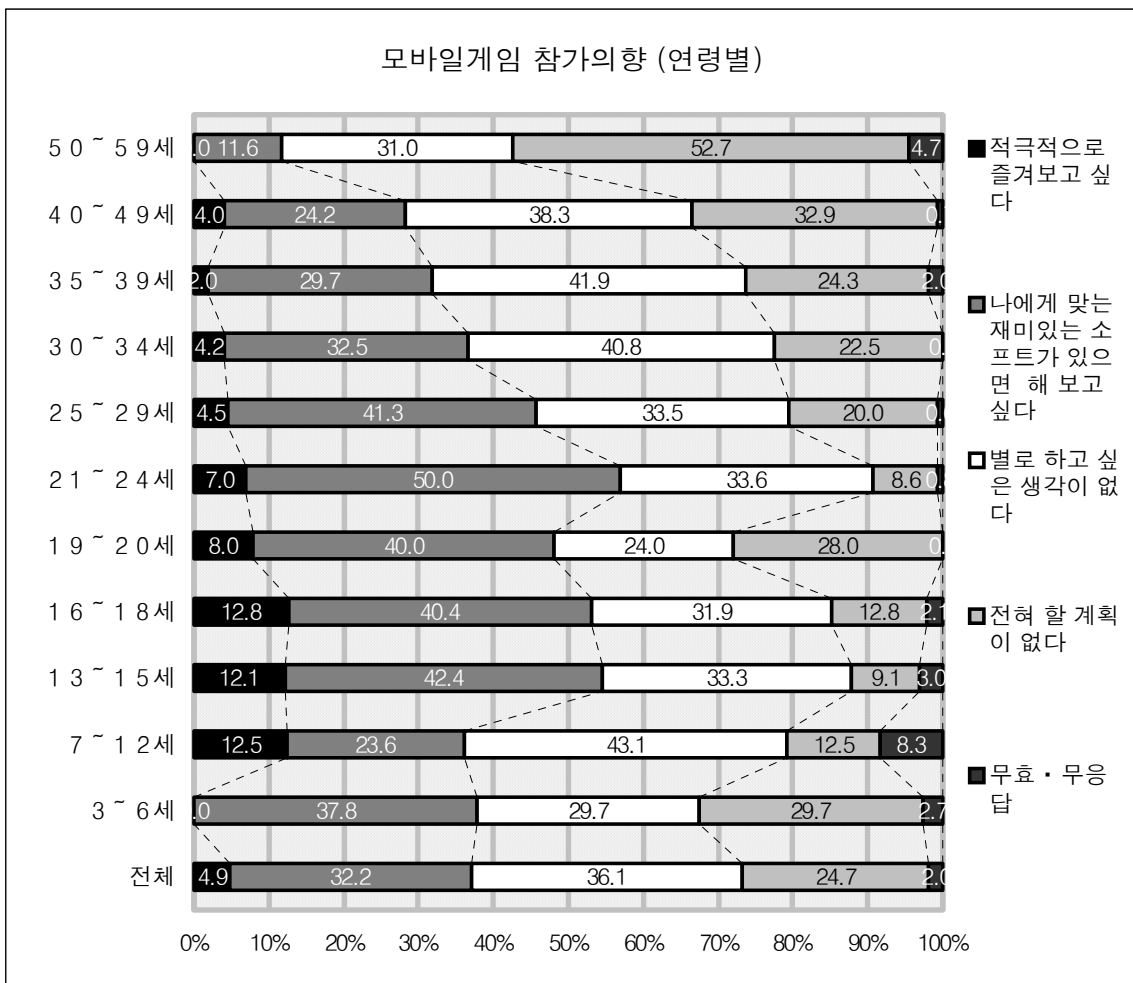
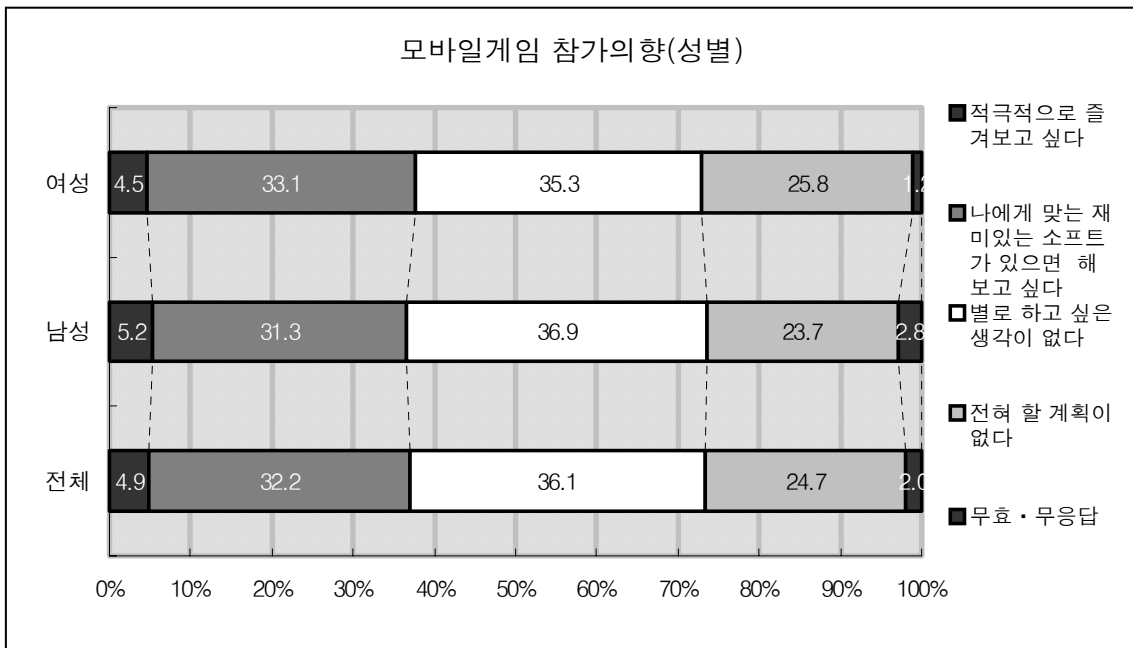
PC게임과 네트워크게임, 모바일 게임은 서로 유사한 경향을 보이고 있는데, 이 게임들은 아직 경험도도 낮고, 아직 비디오게임(TV게임)만큼 많은 장르의 게임 출시되지 않아서 ‘신규 기대고객’과 ‘게임 비수용층’이 많다고 볼 수 있다.

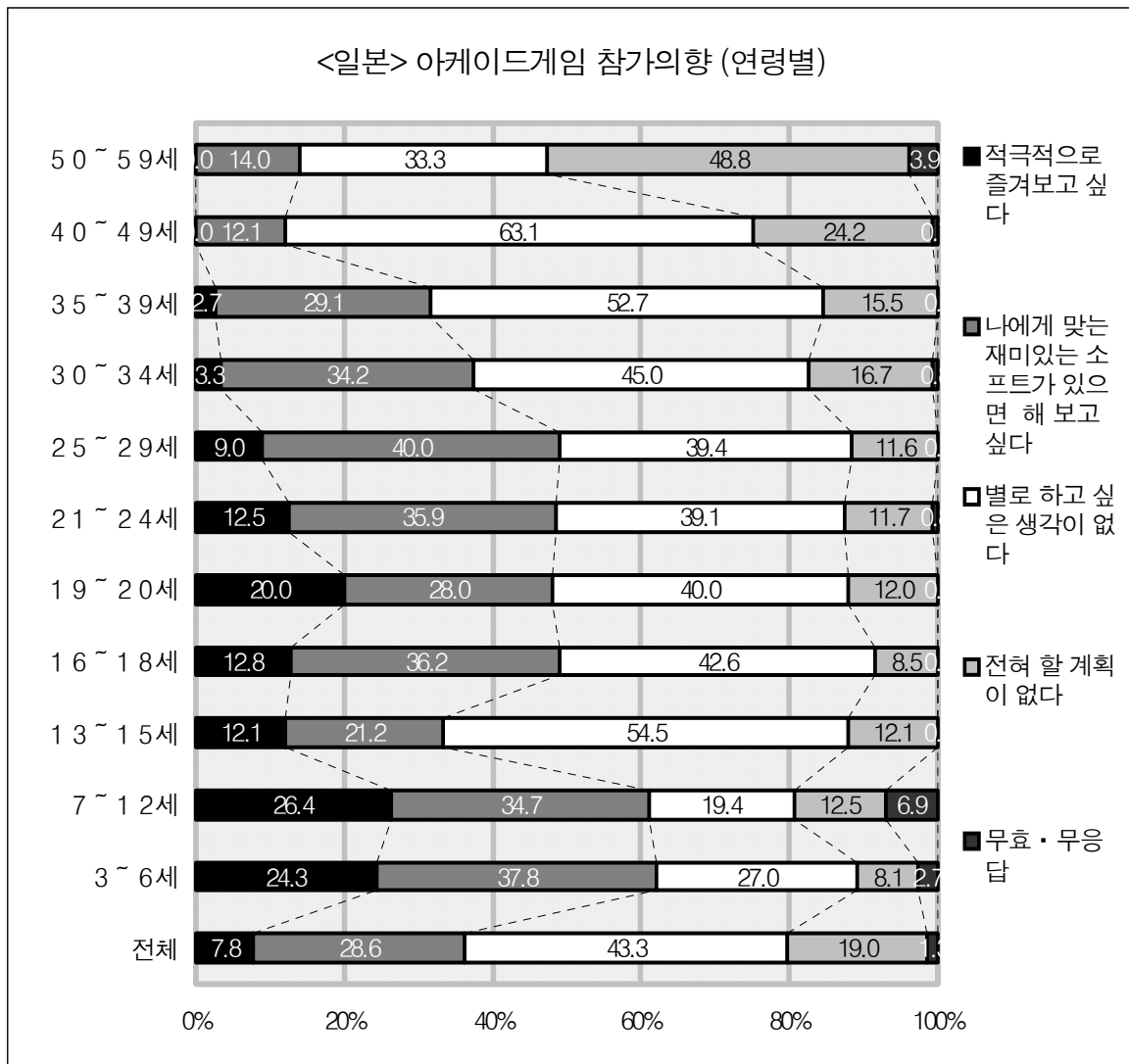
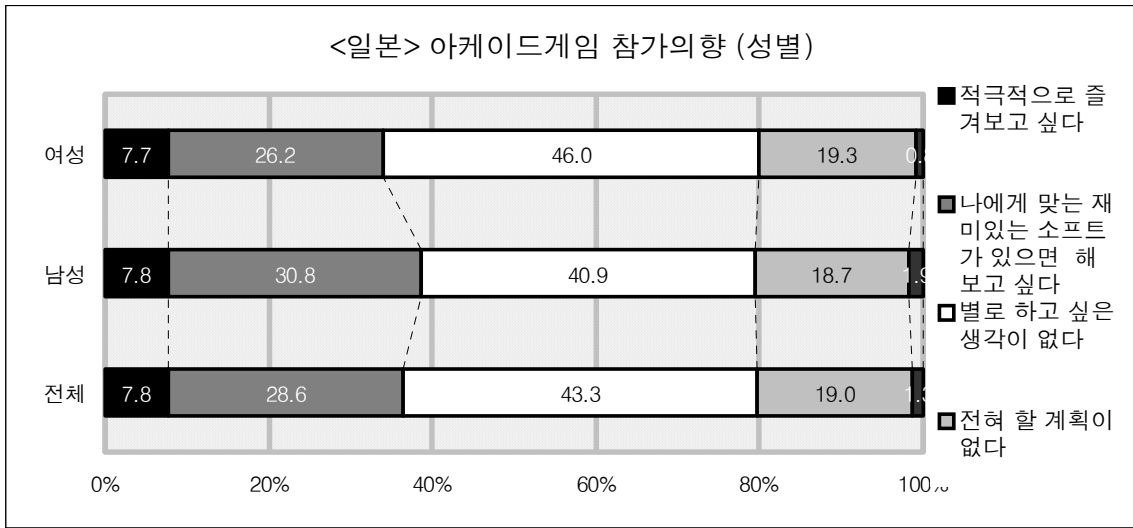
아케이드게임의 경우도 비디오게임(TV게임)과 유사한 형태가 나타난다. 성별로는 남성(‘적극적으로 즐겨보고 싶다’+‘재미있는 소프트웨어가 나오면 해보고 싶다’의 빈도 38.6%), 연령별로는 3~6세(62.1%), 7~12세(61.1%)가 이 장르에 비교적 많은 관심을 가진 것으로 나타나고 있다.





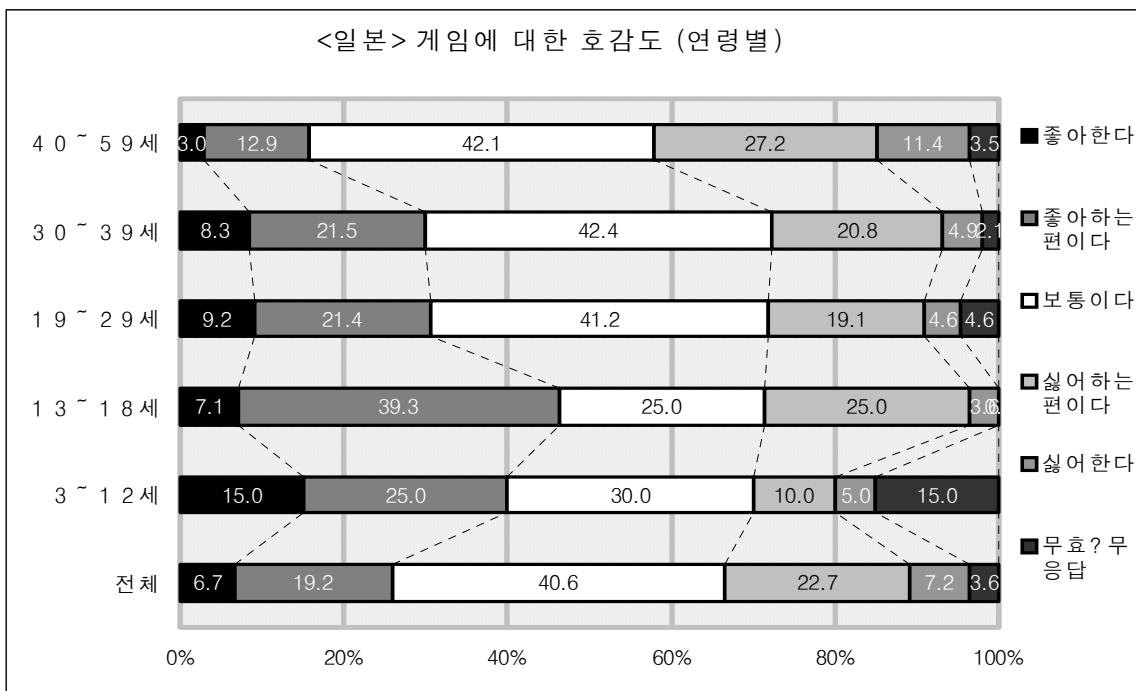
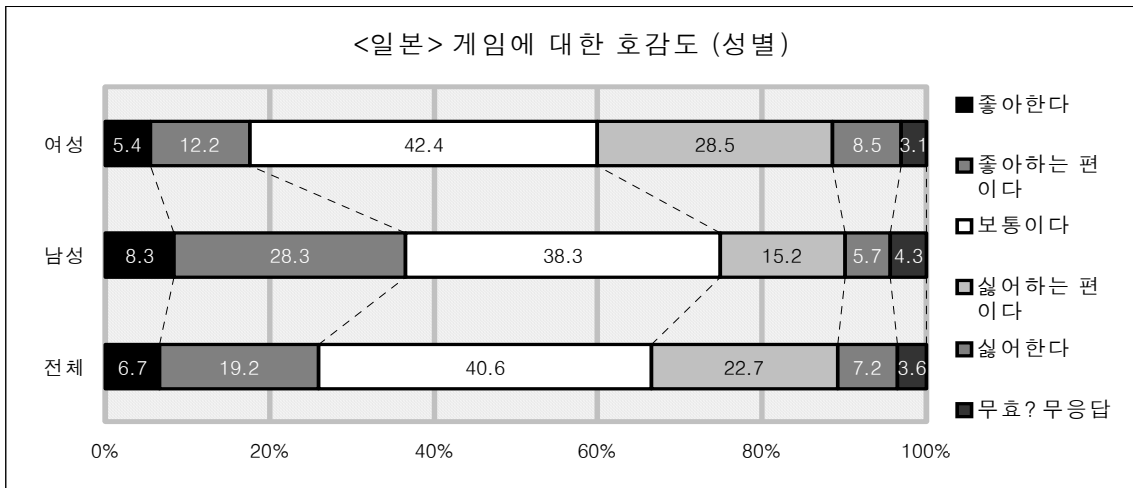




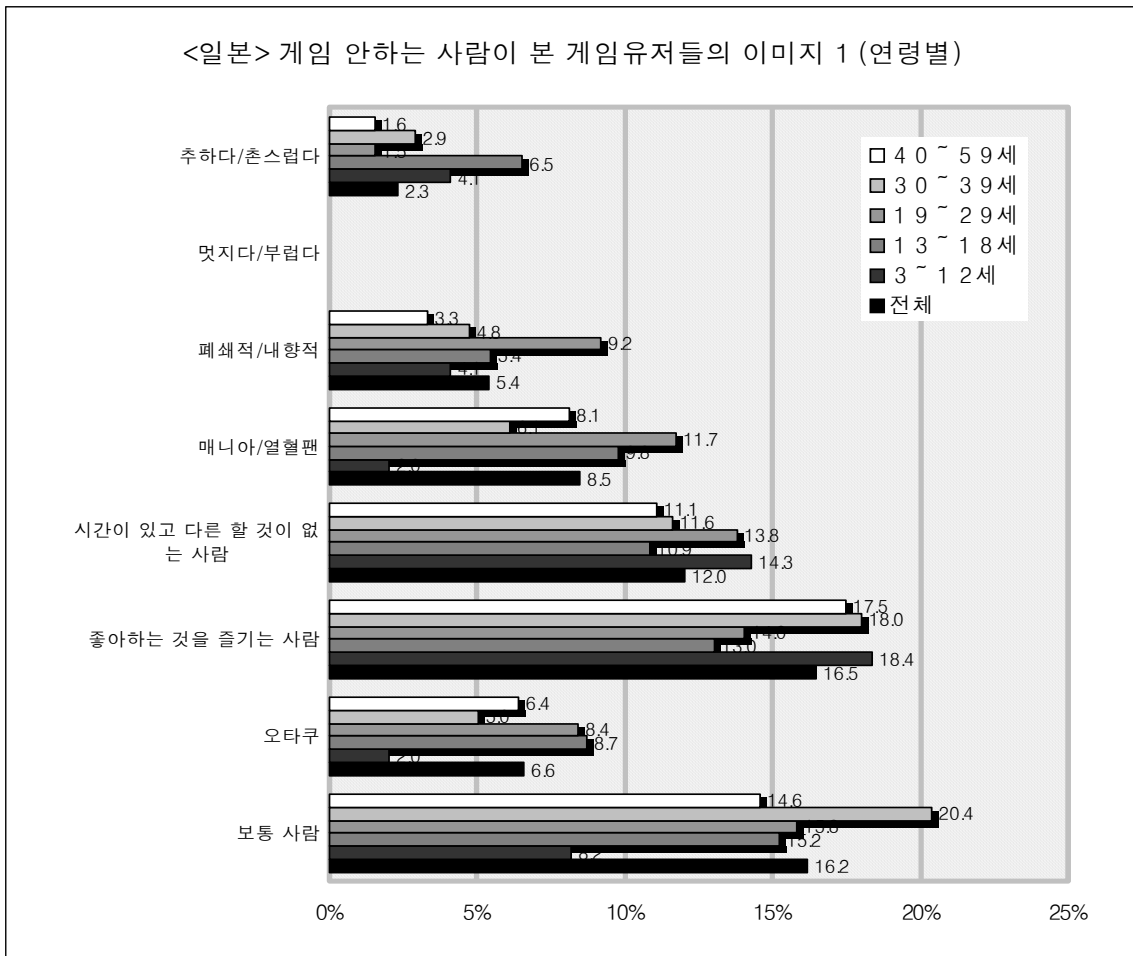
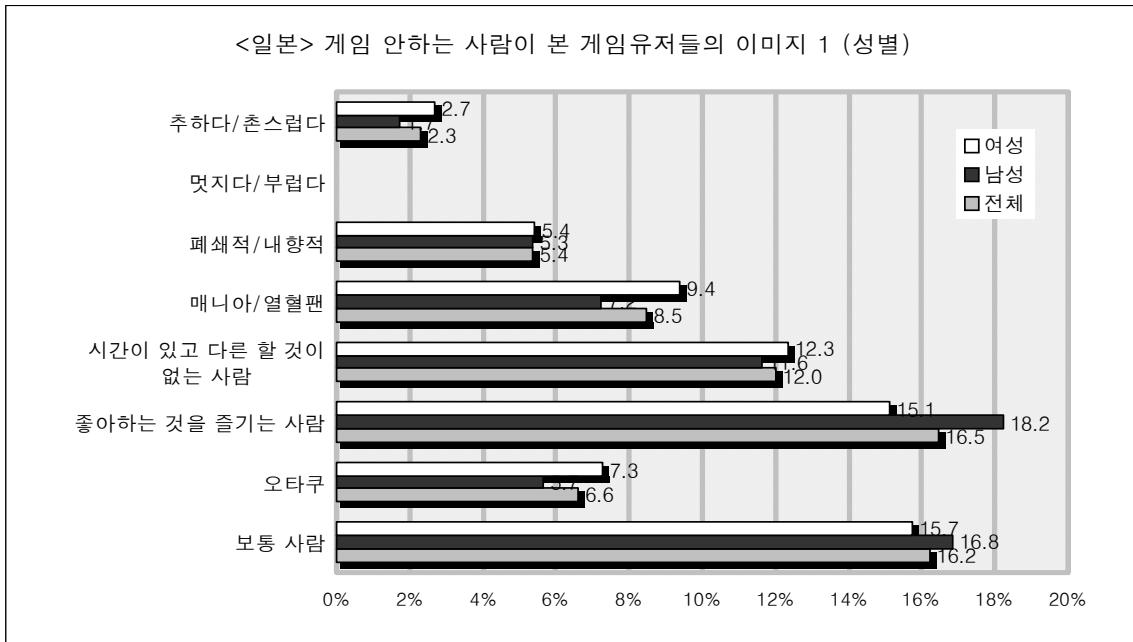


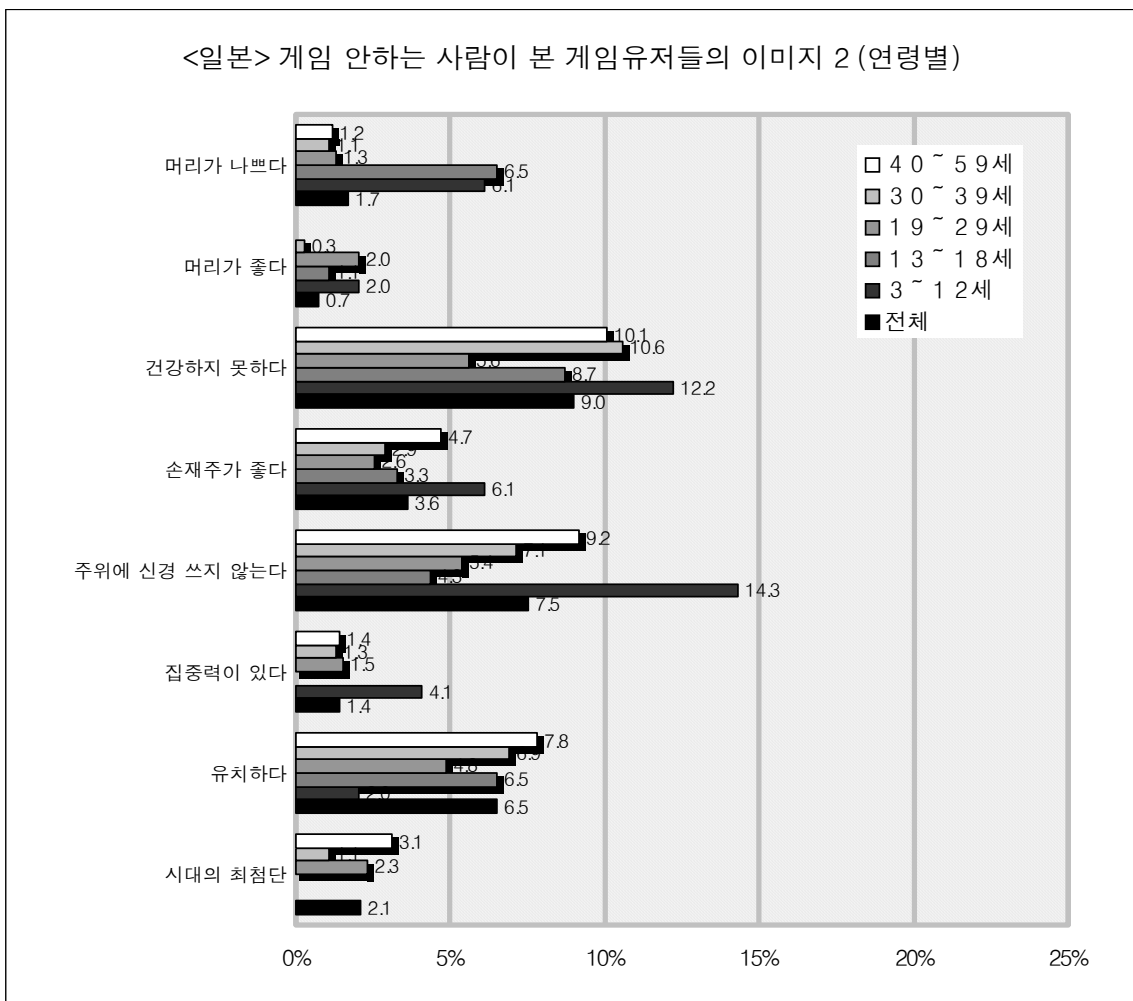
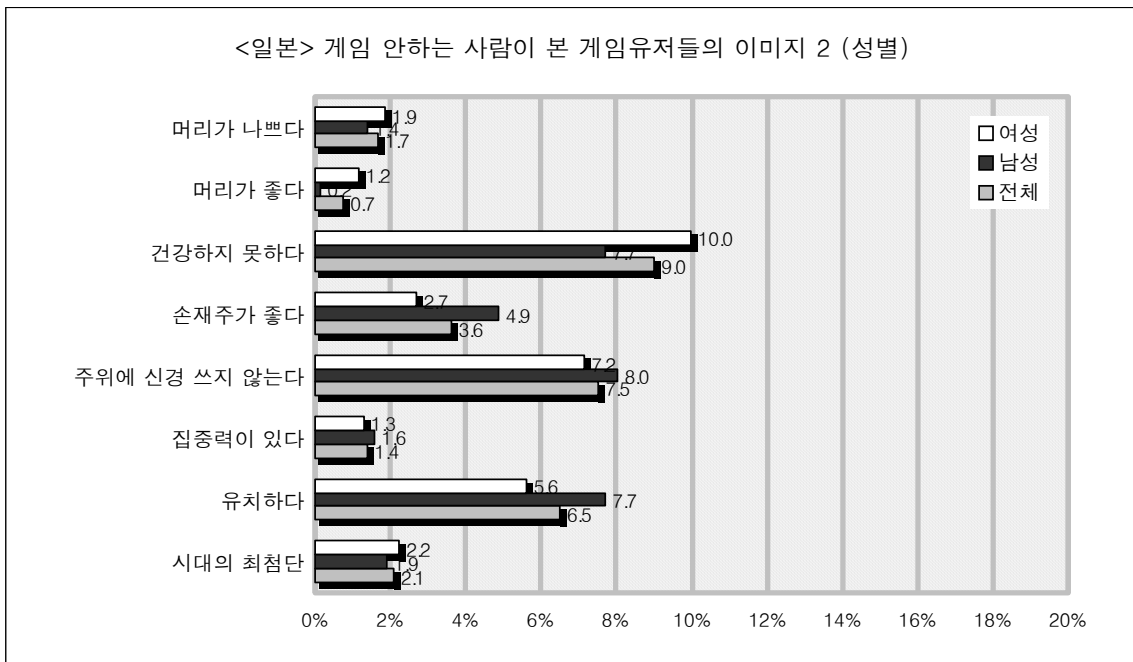
(4) 비게임 이용자 특성

‘한 가지 게임플랫폼도 이용하지 않고 있다’고 응답한 비게임 이용자의 게이머 자체에 대한 호감도를 조사한 결과 게임에 ‘보통이다’라고 답한 유보적인 입장이 40.6%로 가장 높았고, ‘싫어한다’ ‘싫어하는 편이다’라고 답한 부정적인 입장이 29.9%로, ‘좋아하는 편이다’ ‘좋아 한다’는 긍정적인 입장 25.7%보다 약간 높다. 성별로는 남성보다 여성이 ‘좋다’라는 응답(17.6%)보다 ‘싫다’라는 응답(37%)이 배로 높아 여성의 경우 게이머 자체를 좋아하지 않아서 게임을 이용하지 않는 경향이 높다고 볼 수 있다. 연령별로는 ‘13~18세’가 ‘좋다’ 범주에 대한 응답이 46.4%로 가장 높았고, 유보적인 입장이 25%로 가장 적었으며, ‘싫다’는 범주에 대한 응답도 28.6%로 전체 평균보다 높아 게임에 대한 ‘호’ 또는 ‘불호’의 태도가 가장 분명하게 갈리고 있다.









비디오게임(TV게임) 비이용자를 대상으로 비디오게임(TV게임)을 하지 않는 이유를 묻는 설문결과, 거의 모든 항목이 고른 분포를 보였지만 그 중 가장 높은 비율을 차지한 것은 ‘다른 하고 싶은 것이나 갖고 싶은 것이 있다(14.2%)’와 ‘게임을 할 시간이 없다(16.4%)’는 응답이었다. 이는 비디오게임(TV게임)이 다른 여가 활동 장르에 비해 특별히 흥미를 끌만한 요인이 부족하며, 시간을 때우는 정도로 인식되고 있음을 반증하는 것으로 볼 수도 있다. 또한 ‘눈이 피로해지고 시력이 나빠진다’는 응답도 상대적으로 높게 나와 향후 게임 개발시 게임그래픽의 시각효과와 같은 부분도 감안해야 할 것으로 보인다.

< (비디오)게임을 하지 않는 이유 >

대분류	응답 자수	소분류	전체	남성	여성	3-12 세	13-1 8세	19-2 9세	30-3 9세	40-5 9세
게임 내용에 불만이 있다.	317	재미있을 것 같은 소프트가 없다(적다).	89	55.1	44.9	0.0	11.2	42.7	22.5	23.6
		어떤 게임이 있는지 모른다.	112	35.7	64.3	2.7	6.3	27.7	33.9	29.5
		소프트의 종류가 너무 많다.	68	35.3	64.7	2.9	7.4	33.8	32.4	23.5
		게임의 내용이 너무 복잡하다.	141	43.3	56.7	1.4	3.5	29.8	37.6	27.7
		게임 내용이 유치하다.	24	45.8	54.2	0.0	20.8	54.2	4.2	20.8
		과격한 장면이 너무 많다.	30	33.3	66.7	0.0	3.3	36.7	23.3	36.7
		매니아화 되어 있는 것 같다.	37	40.5	59.5	0.0	2.7	37.8	32.4	27.0
		옛날 게임이 더 좋았다.	83	43.4	56.6	0.0	1.2	37.3	22.9	38.6
게임의 조작성이나 다루기에 불만이 있다.	319	게임 조작성이 어렵고 복잡하다.	153	33.3	66.7	3.9	4.6	20.9	37.3	33.3
		게임을 잘 못하겠다.	89	30.3	69.7	7.9	9.0	25.8	32.6	24.7
		끝낼 때까지 시간이 너무 오래 걸린다.	109	42.2	57.8	3.7	4.6	33.9	34.9	22.9
		새 게임 기종을 구비하기 힘들다.	113	43.4	56.6	1.8	10.6	33.6	32.7	21.2
		하나하나 세팅하기 귀찮다.	87	39.1	60.9	5.7	9.2	32.2	32.2	20.7
		게임기가 자리를 차지한다.(정리문제)	37	32.4	67.6	5.4	18.9	16.2	27.0	32.4
게임 비용이 비싸다.	189	게임 소프트의 가격이 비싸다.	166	47.6	52.4	4.2	7.2	32.5	27.7	28.3
		게임 하드의 가격이 비싸다.	104	46.2	53.8	6.7	10.6	32.7	28.8	21.2

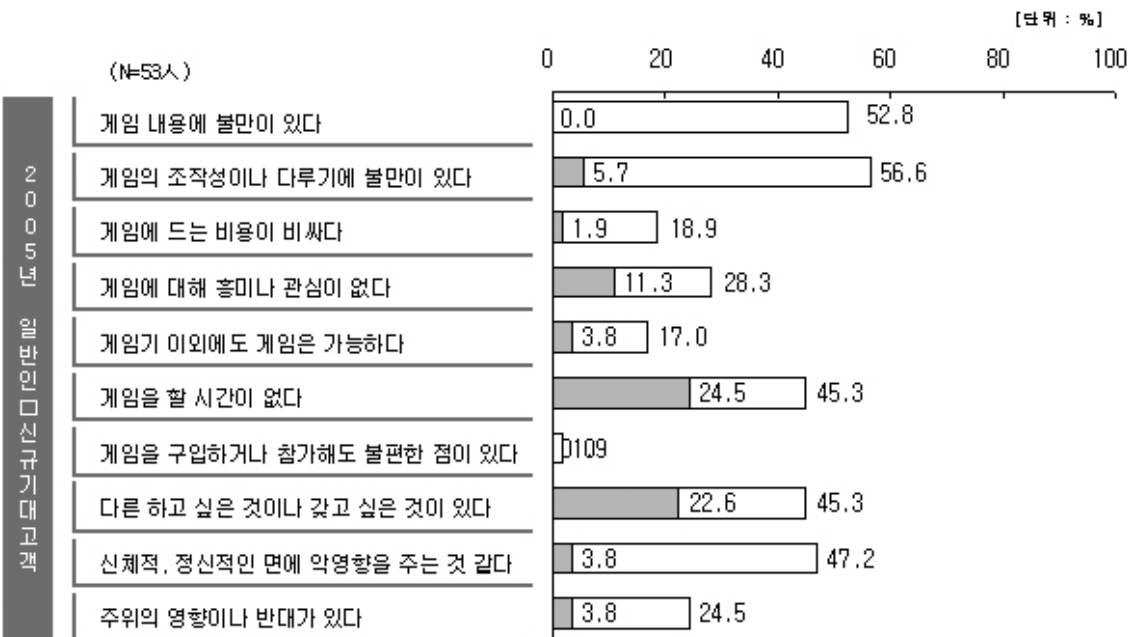
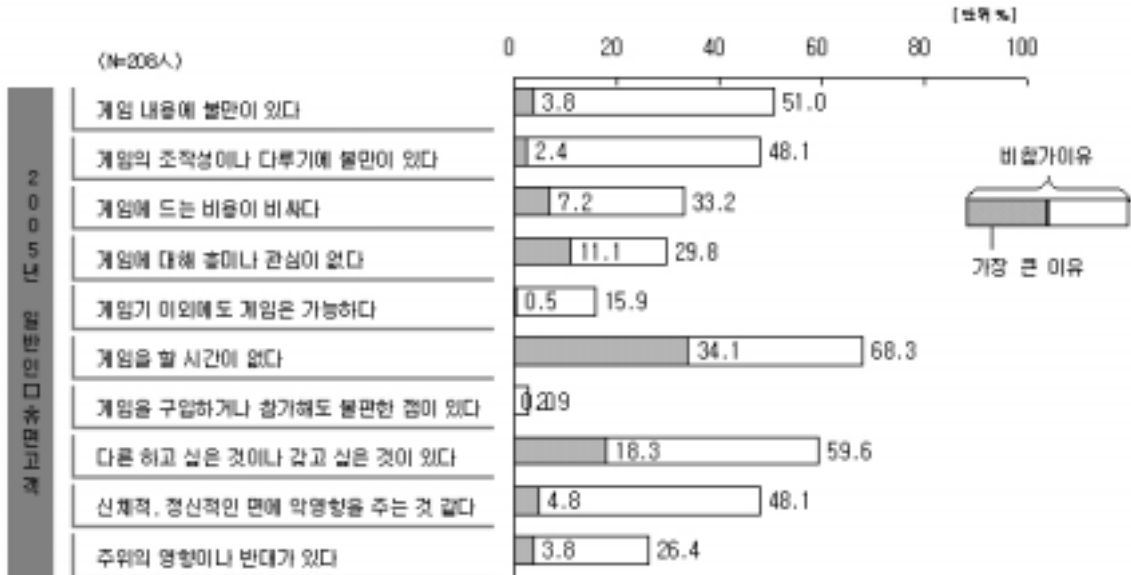
대분류	응답 자수	소분류	전체	남성	여성	3-12 세	13-1 8세	19-2 9세	30-3 9세	40-5 9세
게임에 대해 흥미나 관심이 없다.	359	게임에 관해 생각해 본 적도 없다.	137	38.7	61.3	4.4	2.2	15.3	29.9	48.2
		게임 자체에 나쁜 이미지를 갖고 있다.	39	28.2	71.8	7.7	12.8	15.4	17.9	46.2
		게임이 왜 재미있는지 이해할 수 없다.	98	33.7	66.3	5.1	3.1	21.4	29.6	40.8
		게임에서는 아무 것도 얻을 게 없다.	89	49.4	50.6	4.5	6.7	25.8	22.5	40.4
		게임을 하는 것은 공허하다.	63	49.2	50.8	0.0	6.3	39.7	30.2	23.8
		게임에 질려버렸다.	124	58.1	41.9	2.4	4.0	46.8	24.2	22.6
게임기 이외에도 게임은	115	게임은 게임 센터에서도 할 수 있다.	27	48.1	51.9	7.4	7.4	33.3	33.3	18.5

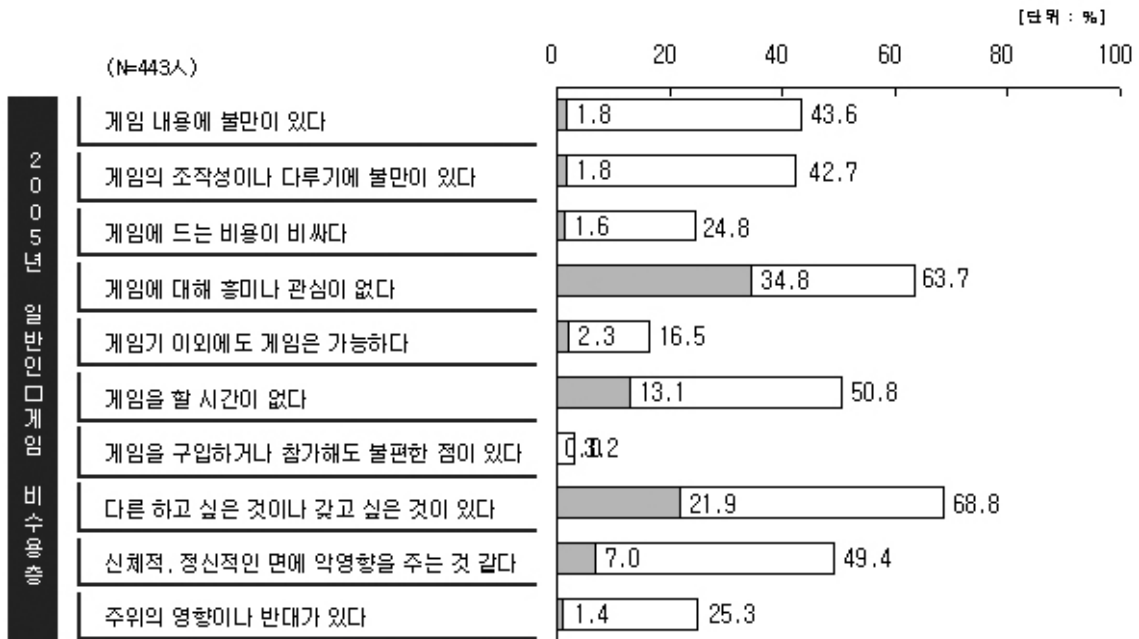
가능하다.		게임은 컴퓨터로도 할 수 있다.	82	41.5	58.5	9.8	4.9	23.2	24.4	37.8
		게임은 휴대 전화로도 할 수 있다.	40	27.5	72.5	5.0	10.0	37.5	20.0	27.5
게임을 할 시간이 없다.	391	일에 바빠 게임을 할 시간이 없다.	269	51.7	48.3	0.0	0.4	37.2	26.4	36.1
		공부/학원에 바빠 게임이 없다.	80	45.0	55.0	10.0	25.0	43.8	13.8	7.5
		가사/육아에 바빠 게임시간이 없다.	109	5.5	94.5	0.0	0.0	12.8	36.7	50.5
게임을 구입하거나 참가해도 불편한 점이 있다.	21	게임 소프트웨어를 사는 것이 부끄럽다.	9	33.3	66.7	11.1	0.0	33.3	55.6	0.0
		남성 중심이라는 이미지가 있어 여성은 참가하기 힘들다.	11	0.0	100.0	9.1	9.1	36.4	27.3	18.2
		아이/젊은이들과 함께하기에 쑥스럽다.	3	0.0	100.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
하고 싶거나 갖고 싶은 다른 것이 있다.	453	다른 놀이가 더 재미있다.	218	47.2	52.8	6.9	6.9	36.7	25.7	23.9
		하고 싶은 다른 것이 있다.	372	43.3	56.7	4.3	4.3	30.6	25.3	35.5
		게임 외에 갖고 싶은 것이 있다.	167	41.9	58.1	4.2	9.0	46.1	25.1	15.6

대분류	응답 자수	소분류	전체	남성	여성	3-12 세	13-1 8세	19-2 9세	30-3 9세	40-5 9세
신체적, 정신적인 면에 나쁜 영향을 주는 것 같다.	344	눈이 피로해지고 시력이 나빠진다.	292	35.3	64.7	4.1	6.5	25.0	26.7	37.7
		어깨나 손이 결린다.	147	26.5	73.5	2.7	9.5	27.2	27.2	33.3
		자세가 나빠진다.	91	36.3	63.7	1.1	8.8	30.8	23.1	36.3
		현실감을 떨어뜨린다.	48	41.7	58.3	2.1	6.3	43.8	27.1	20.8
		정서가 불안해진다.	18	38.9	61.1	5.6	16.7	27.8	27.8	22.2
		선악에 대한 판단력이 흐려진다.	19	31.6	68.4	0.0	0.0	31.6	15.8	52.6
		공부를 소홀히 하게 된다.	31	38.7	61.3	3.2	25.8	38.7	16.1	16.1
		실내에만 있게 된다.	91	41.8	58.2	2.2	6.6	35.2	23.1	33.0
		폭력적인 사람이 된다.	11	27.3	72.7	0.0	0.0	18.2	9.1	72.7
머릿속이 게임으로 가득 차게 된다.	41	36.6	63.4	4.9	0.0	29.3	34.1	31.7		
주위의 영향이나 반대가 있다.	180	가족들이 반대한다.	25	72.0	28.0	48.0	16.0	16.0	16.0	4.0
		게임에 접할 기회가 없었다.	94	25.5	74.5	17.0	5.3	27.7	25.5	24.5
		가족/친구와 함께 놀지 못하게 된다.	30	70.0	30.0	3.3	6.7	56.7	6.7	26.7
		주위에서 화제가 되지 않는다.	64	28.1	71.9	1.6	4.7	54.7	15.6	23.4
기타	59	기타	59	44.1	55.9	10.2	1.7	25.4	28.8	33.9

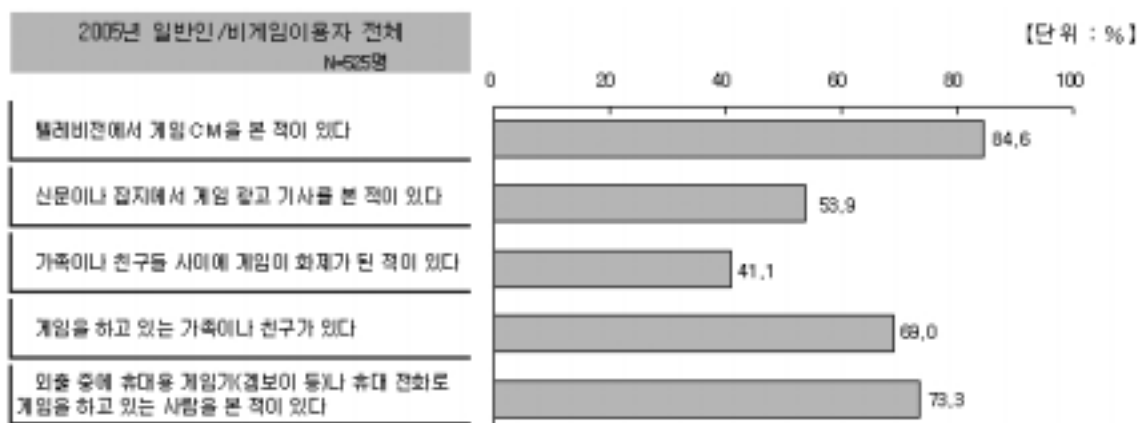
응답결과를 고객구분에 따라 나누어 보면, ‘휴면고객’의 경우에는 ‘게임을 할 시간이 없다’는 응답이 68.3%로 가장 높은 빈도를 보였고, 가장 큰 이유도 역시 ‘게임할 시간이 없다’를 꼽았다. 신규기대고객의 경우는 ‘게임의 조작성이나 다루기에 불만이 있다’의 빈도가 56.6%로 가장 높았고, 가장 큰 이유는 ‘게임을 할 시간이 없다’였다. 게임 비수용층의 경우에는 ‘다른 하고 싶은 것이나

갖고 싶은 것이 있다'가 가장 높은 빈도를 보였고, 가장 큰 이유는 '게임에 대해 흥미나 관심이 없다'였다.





‘당신은 현재 게임과 어떤 면에서 연관성이 있습니까?’ 라는 문항의 응답을 통해 게임이용실태와 게임접촉빈도 사이의 관계를 알 수 있다. 비게임 이용자의 경우도 게임에 대한 광고노출빈도가 높았으며, 게임을 하고 있는 사람들을 본 경험이나 게임을 하고 있는 가족이나 친지가 있다고 응답한 비율이 높았다. 이를 통해 비게임 이용자는 게임에 대한 정보가 부족해서 게임을 하지 않는 것은 아니라는 점을 알 수 있다. 다만 ‘가족이나 친구들 사이에 게임이 화제가 된 적이 있다’라는 질문에 대한 응답은 41.1%로 낮은 편이어서 유행이나 주변의 권유와 게임 이용 간에 어느 정도 연관이 있음을 짐작해 볼 수 있다.



가장 기억에 남는 게임은 무엇인가에 대한 조사결과는 다음과 같다. ‘인베이터’와 같은 슈팅게임을 가장 기억에 남는 게임으로 꼽았고, 임무수행형+슈팅게임의 성격이 강했던 ‘슈퍼마리오시리즈’가 그 뒤를 이었다.

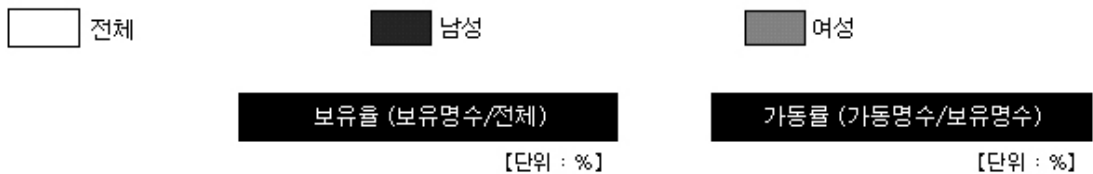
(게임 경험이 있는 비게이미용자 589명 중 유효응답 N=230명)

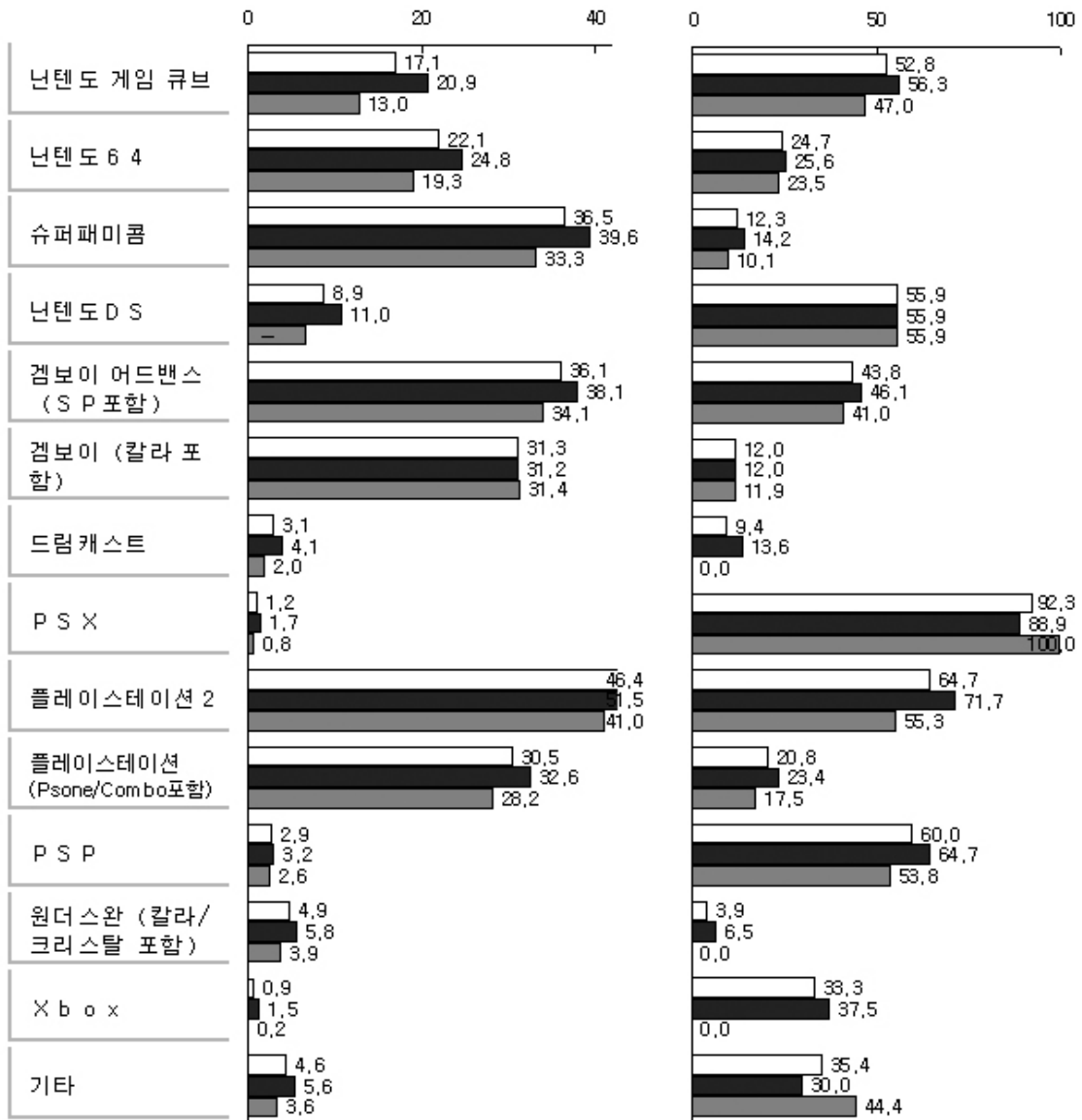
인베이더	8 명
슈퍼마리오 / 슈퍼마리오 3 / 마리오 시리즈 /마리오 브라더스	7 명
S a - G a 2 / S a - G a 3	2 명
쿠니오군의 대운동회 / 쿠니오 군 시리즈 (대운동회/금메달/축구/시더극 e t c)	2 명
트윈비	2 명
드래곤 퀘스트 / 드래곤 퀘스트 2	2 명
팩맨	2 명
여신전생 / 여신전생 1	2 명
가타하시 명인 / 고교명인/모험도	2 명
슈퍼마리오 돈키콩 / 돈키콩	2 명

(이하 각 한 명)		
1 9 4 2 등의 슈팅 게임	젤다의 전설 (초기)	마리오 테니스 G C
에어 매니지먼트	테트리스	몬스터 랜드
에메랄드 드래곤	파워 프로	유에프오 캐처
카트짱 켄짱	핀볼	렐리어트
건스타히어로즈	파이어 엠블렘	리블라블
갤러그 플러스	패밀리 테니스	로드러너
킹킹스	블럭깨기	영의 전설
스파르탄 엑스	보코스카 워즈	깃발 들기 게임
제비우스	팝픈뮤직	풍운 다케시 성

(5) 비디오게임기(TV 게임기) 보유실태

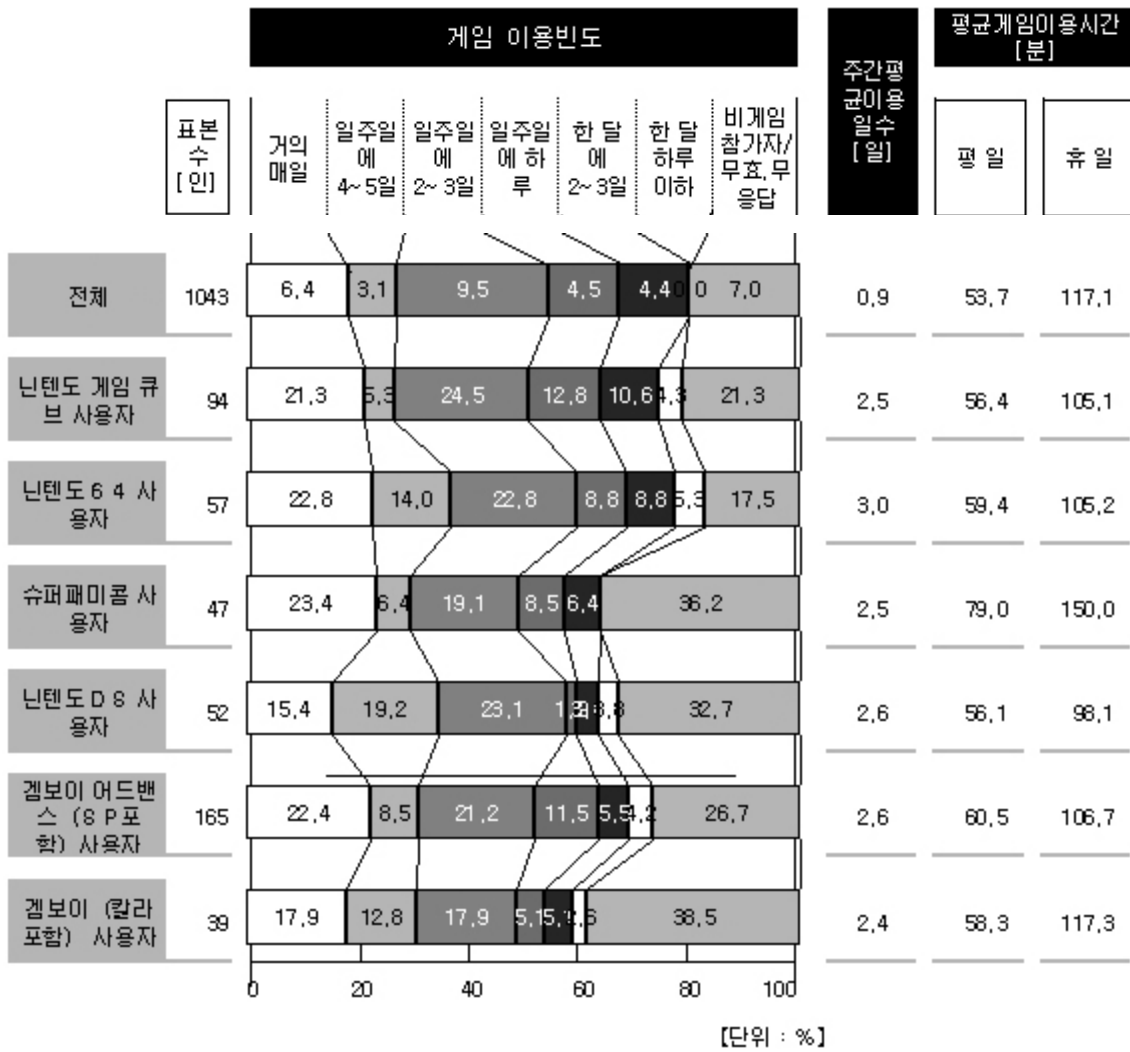
비디오게임기(TV게임기) 기종별 보유실태와 사용실태를 살펴보면 ‘플레이스테이션2’을 보유하고 있는 빈도가 가장 높았으며, 가동률 면에서도 55.5%로 높은 편에 속했다. 보유율과 가동률이 고른 경우는 ‘닌텐도 게임큐브’였다. 'PSX', 'PSP', 'X-box', '드림캐스트'의 경우에는 보유한 사례수가 적어 모집단의 특성을 반영한다고 보기는 어렵지만 ‘PSX’의 경우에는 보유율 대비 가동률이 매우 높게 나타나 있다.





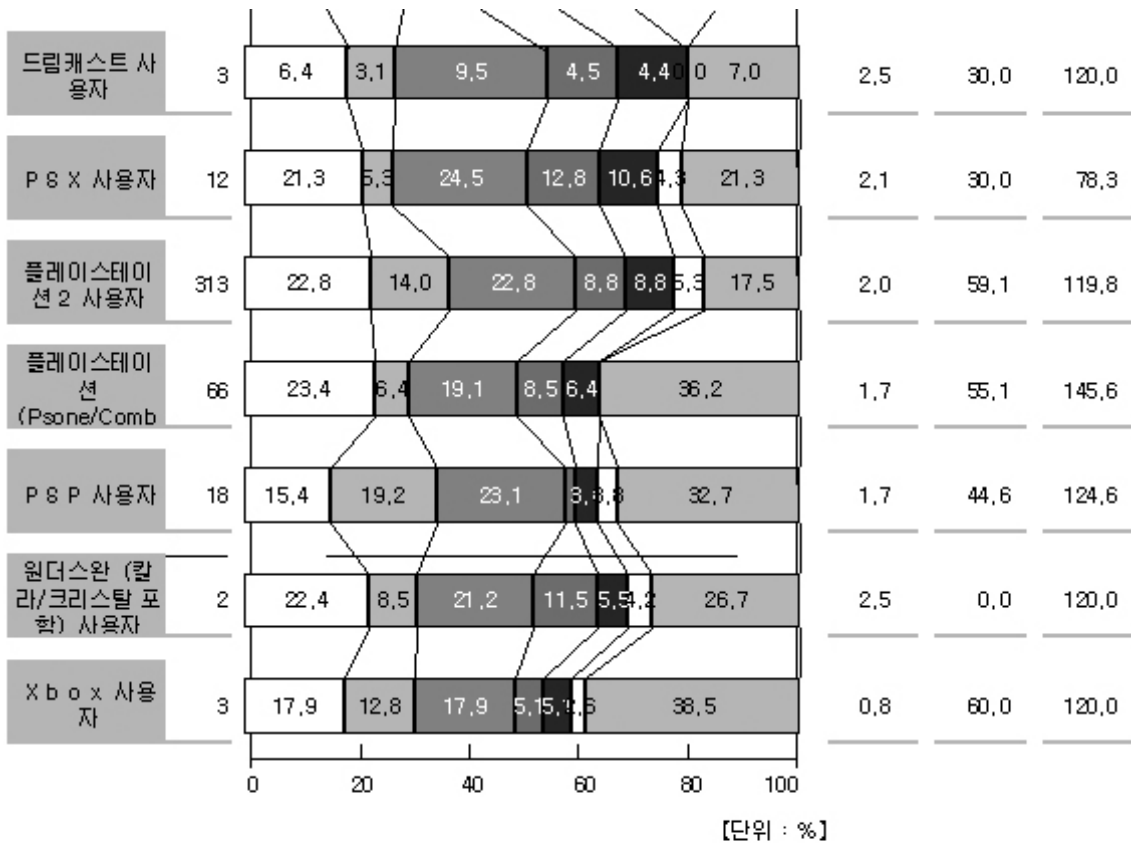
기종별 이용 빈도를 살펴보면 비디오게임기(TV게임기) 전체 사례수를 기준으로 하여 보았을 때는 ‘일주일에 2~3일 사용 한다’의 빈도가 가장 높았고, 주간 평균 이용일 수는 0.9일이고 평일은 한 시간 정도, 휴일은 두 시간정도 게임을 이용하는 것으로 나타났다. 게임 기종을 중심으로 살펴 보면 ‘거의 매일 사용 한다’의 빈도가 가장 높은 기종은 ‘슈퍼 패미콤’이었고, 평균 게임 이용시간이 가장 긴 기종 역시 ‘슈퍼 패미콤’이었는데, 이를 가동률과 비교해보면 실제 ‘슈퍼 패미콤’을 최근 6개월 안에 사용한 적이 있다고 응답한 비율이 보유자의 10.1%에 불과해 본 조사에 매니아급의 이용자가 포함되어 평균 이용시간이 증가한 것으로 보인다. ‘슈퍼 패미콤’을 제외하고는 전반적으로 ‘플레이 스테이션’의 평균 이용시간이 긴 것으로 나타났다(평균시간 평일은 ‘플레이 스테이션2’, 주말평균 이용시간은 ‘플레이 스테이션 Psone’).





**게임 이용빈도**

표본 수 [인]	거의 매일	일주일 에 4~5일	일주일 에 2~3일	일주일 에 하루	한 달 에 2~3일	한 달 하루 이하	비게임 참가자/무효, 무응답	주간 평균 이용 일수 [일]	평균 게이미용 시간 [분]	
									평 일	휴 일



※) 주간플레이일수 산출방법  
 「거의 매일」 : 7일 「일주일에 4 ~ 6일」 : 4.6일 「일주일에 2 ~ 3일」 : 2.6일  
 「일주일에 하루」 : 1일 「한 달에 2 ~ 3일」 : 0.3일 「한 달에 하루 이하」 : 0.1일로 계산  
 「비게임참가자/무효/무응답」은 산출분모에서 제외

기종별 선호유형을 교차해 본 결과, 전체 사용자가 가장 선호하는 게임유형은 ‘모험/판타지’인 것으로 나타났다. 기종별로도 ‘젬보이’, ‘PSP’, ‘원더스완’을 제외한 나머지 기종 사용자 모두가 ‘모험/판타지’를 일순위로 꼽은 빈도가 높았다. 반면 ‘젬보이’ 이용자는 ‘캐릭터’유형을, ‘PSP’이용자는 ‘시리즈’유형을 선호하는 것으로 나타났다.

<기종별 선호유형 1>

	1위	2위	3위	4위	5위
전체 사용자 (N=1,043명)	모험/판타지 19,1	캐릭터물 11,0	시리즈물 10,2	전쟁/역사 7,3	육성형 게임 6,1
닌텐도 게임 큐브 사용자 (N=94명)	모험/판타지 45,7	캐릭터물 39,4	시리즈물 23,4	전쟁/역사 13,8	8 F 12,8
닌텐도 64 사용자 (N=57명)	모험/판타지 50,9	캐릭터물 43,9	전쟁/역사 24,6	시리즈물 24,6	8 F 22,8
슈퍼패미콤 사용자 (N=47명)	모험/판타지 46,8	캐릭터물 31,9	8 F 29,8	시리즈물 25,5	전쟁/역사 21,3
닌텐도 DS 사용자 (N=52명)	모험/판타지 44,2	캐릭터물 36,5	수수께끼 풀이 19,2	8 F 15,4	시리즈물 13,5
겜보이 어드밴스 (8 P 포함) 사용자 (N=165명)	모험/판타지 46,7	캐릭터물 35,8	시리즈물 21,8	육성형 게임 17,0	수수께끼 풀이 15,8
겜보이 (칼라 포함) 사용자 (N=39명)	캐릭터물 41,0	모험/판타지 38,5	8 F 10,3	육성형 게임 10,3	수수께끼 풀이, 드라마게임, 옴니버스 7,7

## &lt;기종별 선호유형2&gt;

	1위	2위	3위	4위	5위
드림캐스트 사용자 (N=3명)	모험/판타지 33,3	폭력 액션 33,3	수수께끼 풀이 33,3	취미볼드형 33,3	시리즈물, 기타 33,3
P S X 사용자 (N=12명)	모험/판타지 41,7	S F 25,0	호러 25,0	육성형 게임 25,0	캐릭터물 25,0
플레이스테이션 2 사용자 (N=313명)	모험/판타지 45,4	시리즈물 25,6	전쟁/역사 19,5	캐릭터물 17,9	S F 14,7
플레이스테이션 (Pstone/Combo 포함) 사용자 (N=66명)	모험/판타지 28,8	캐릭터물 19,7	전쟁/역사 18,2	시리즈물 18,2	육성형 게임 15,2
P S P 사용자 (N=18명)	시리즈물 50,0	전쟁/역사 33,3	모험/판타지 33,3	수수께끼 풀이 16,7	육성형 게임 16,7
원더스완(칼라/크리스탈포함) 사용자 (N=2명)	전쟁/역사 100,0	모험/판타지 100,0	S F 100,0	캐릭터물 100,0	나머지 0,0
X b o x 사용자 (N=3명)	모험/판타지 33,3	폭력 액션 33,3	수수께끼 풀이 33,3	나머지 0,0	

기종별 선호 장르를 교차한 결과는 전반적으로 ‘롤플레이게임’을 가장 선호하고, 그다음 ‘액션’, ‘스포츠’, ‘어드벤처’ ‘육성/목표달성/시뮬레이션’ 장르의 순으로 선호빈도가 높았다.

<게임기종별 선호 장르1>

	1위	2위	3위	4위	5위
전체 사용자 (N=1,043명)	론펀레이징 20,9	액션 9,7	스포츠 9,2	어드벤처 7,8	육성/목표 달성 형 시뮬레이션 7,5
닌텐도 게임 큐브 사용자 (N=94명)	론펀레이징 45,7	대전격투 31,9	어드벤처 23,4	레이스 23,4	액션 22,3
닌텐도 64 사용자 (N=57명)	론펀레이징 43,9	대전격투 43,9	액션 38,6	어드벤처 33,3	스포츠 28,1
슈퍼패미콤 사용자 (N=47명)	론펀레이징 46,8	액션 27,7	레이스 27,7	대전격투 25,5	육성/목표 달성 형 시뮬레이션, 어드벤처 23,4
닌텐도 D8 사용자 (N=52명)	론펀레이징 46,2	대전격투 26,9	퍼즐/퀴즈 26,9	어드벤처 25,0	액션 23,1
겜보이 어드밴스 (8P 포함) 사용자 (N=165명)	론펀레이징 52,1	액션 26,7	대전격투 26,1	어드벤처 21,8	육성/목표 달성 형 시뮬레이션 18,8
겜보이 (칼라 포 합) 사용자 (N=39명)	론펀레이징 35,9	액션 25,6	레이스 23,1	퍼즐/퀴즈 23,1	대전격투, 보드 게임 (주사위 놀이 등) 20,5

## &lt;기종별 선호 장르2&gt;

	1위	2위	3위	4위	5위
드림캐스트 사용자 (N=3명)	액션 100,0	어드벤처 66,7	대전격투 66,7	스포츠 66,7	론펀레이팅, 레이스, 기타 33,3
P S X 사용자 (N=12명)	론펀레이팅 66,7	액션 33,3	대전격투 33,3	스포츠 33,3	어드벤처 25,0
플레이스테이션 2 사용자 (N=313명)	론펀레이팅 49,5	액션 24,6	스포츠 19,8	전략 시뮬레이션/스트레티지 (strategy) 17,9	레이스 17,6
플레이스테이션 (Pstone/Combo 포함) 사용자 (N=66명)	론펀레이팅 43,9	육성/목표 달성형 시뮬레이션 16,7	액션 16,7	대전격투 13,6	슈팅 게임, 레이스 13,6
P S P 사용자 (N=18명)	액션 50,0	스포츠 44,4	론펀레이팅 38,9	퍼즐/퀴즈 27,8	대전격투 22,2
원더스완 (칼라/크리스탈 포함) 사용자 (N=2명)	론펀레이팅 100,0	어드벤처 100,0	액션 100,0	대전격투 100,0	스포츠, 레이스, 버라이어티/파티 게임 100,0
X b o x 사용자 (N=3명)	론펀레이팅 33,3	어드벤처 33,3	액션 33,3	대전격투 33,3	스포츠 33,3

(6) 게임 이용 빈도 및 시간

게이미용자의 게이미용 빈도에 대한 조사는 게임장(게임센터)와 비디오게임(TV게임)에 대해서만 이루어 졌다. 그 결과를 플랫폼별로 살펴보면, 게임센터는 연간 평균 15.48회를 이용하고, TV게임을 연간 147.09회를 이용한 것으로 나타나 TV게임의 이용 빈도가 압도적으로 높음을 알 수 있다.

게임의 이용시간에 대한 조사가 '게임센터'와 'TV게임'에 대해서는 1회 평균 이용시간에 대해 이루어졌고 'PC게임', '네트워크게임', '휴대폰/모바일게임'에 대해서는 주간평균시간으로 이루어져 직접적인 비교는 불가능하므로, '게임센터'와 'TV게임'의 게이미용시간을 주간으로 바꾸어서 비교해 보면 '네트워크'게임의 주간 이용시간이 '9.85시간'으로 가장 긴 것으로 나타났다. 이를 이용빈도를 감안해보면, 'TV게임'의 빈도에 비해 네트워크게임의 이용빈도가 낮아 1회 이용시간이 가장 긴 플랫폼은 '네트워크'게임임을 알 수 있다.

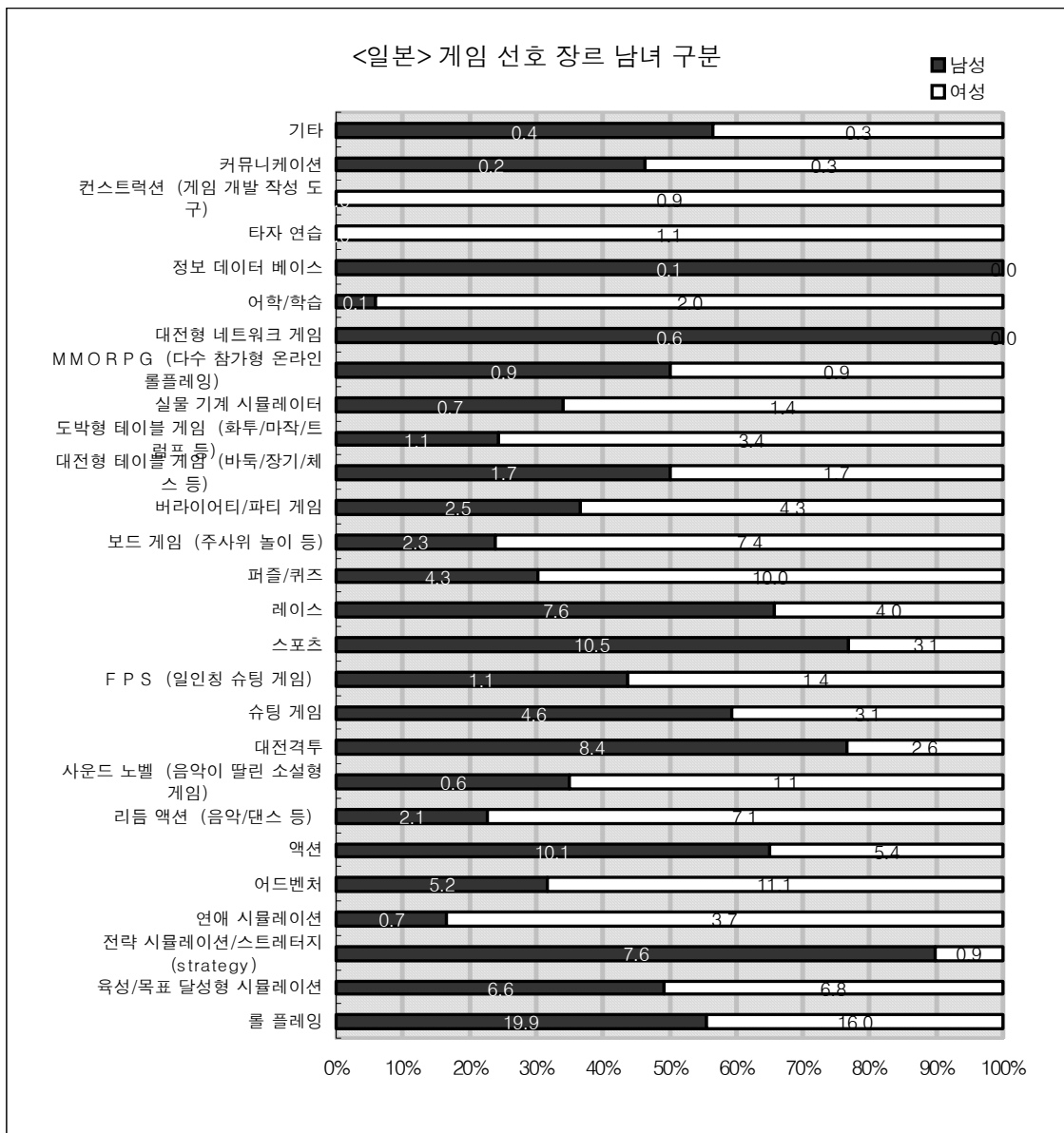
<이용 빈도 및 시간>

	게임센터	TV게임	PC게임	네트워크게임	휴대폰/ 모바일게임
전체응답자	1043	1043	1043	1043	1043
이용했다	39.1%	31.9%	17.8%	3.4%	16.7%
이용하지 않았다	59.4%	68.1%	82.2%	96.6%	83.3%
연간 평균 이용 회수 (전체)	6.06회	46.96회			
연간 평균 이용 회수 (이용자)	15.48회	147.09회			
주간 평균 이용 회수 (전체)	0.12회	0.90회			
주간 평균 이용 회수 (이용자)	0.30회	2.83회			
1 회 평균 이용 시간 (전체)	18.86분 (0.31시간)	22.54분 (0.38시간)			
1 회 평균 이용 시간 (이용자)	58.00분 (0.97시간)	71.83분 (1.20시간)			
주간 평균 이용 시간 (전체)	2.19분 (0.04시간)	20.35분 (0.34시간)	29.77분 (0.50시간)	19.83분 (0.33시간)	20.72분 (0.35시간)
주간 평균 이용 시간 (이용자)	17.22분 (0.29시간)	203.18분 (3.39시간)	166.93분 (2.78시간)	590.81분 (9.85시간)	124.21분 (2.07시간)

(7) 좋아하는 게임소프트웨어 장르(TV게임을 중심으로)

이용자별 선호 비디오게임(TV게임) 선호장르를 조사한 설문결과, 남녀모두 ‘롤플레이нг’장르를 선호하는 빈도가 가장 높았다(남성 19.9%, 여성16%). 그 다음 순위는 남성은 ‘스포츠(10.5%)’, ‘액션(10.1%)’, ‘전략시뮬레이션(7.6%)’, ‘레이스(7.6%)’의 순이었고, 여성의 경우는 ‘어드벤처(11.1%)’, ‘퍼즐/퀴즈(10%)’, ‘리듬액션-음악/댄스(7.1%)’의 순으로 남녀의 차이를 보였다.

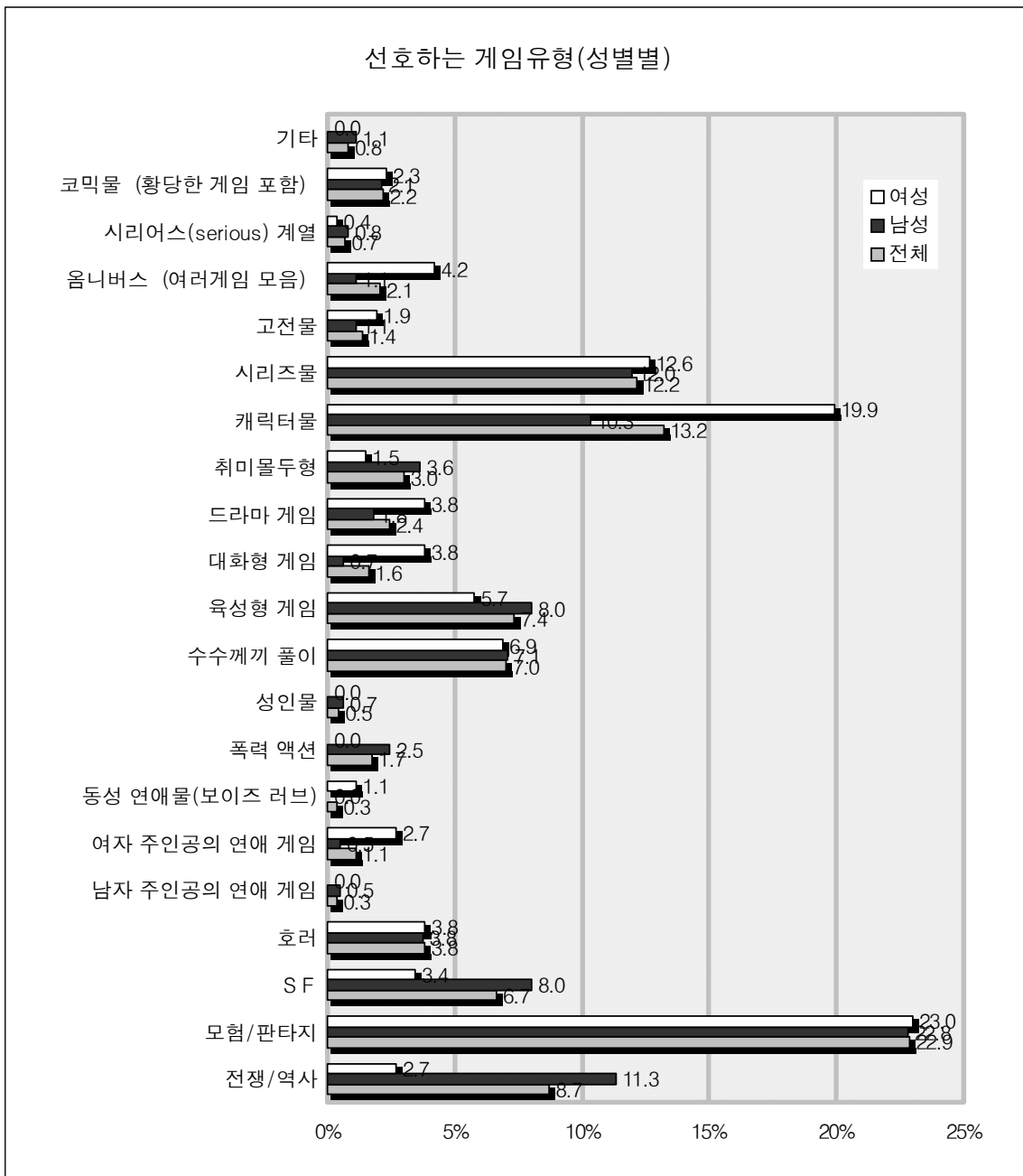
결과적으로 가장 보편적인 선호 장르는 ‘롤플레이нг’으로 볼 수 있고, 남성은 ‘활동수행성’이 높은 장르를 선호하는 반면, 여성은 ‘사고/반응 수행성’이 높은 장르를 선호하고 있음을 알 수 있다.





(8) 좋아하는 게임 유형(TV게임을 중심으로)

좋아하는 게임 유형을 복수 선택하는 질문의 결과를 살펴보면 남녀 및 모든 연령층에서 가장 선호되는 유형은 ‘모험/판타지(22.9%)’, ‘시리즈물’이었다. 그 다음의 유형은 성별, 연령별로 차이를 보였는데, 남성은 ‘전쟁/역사(11.3%)’ ‘SF(8.0%)’를 선호하였고, 여성은 ‘캐릭터게임’을 좋아한다고 한 응답비율이 19.9%로 높은 편이다. 또한 3~12세의 아동이 가장선호하는 유형은 ‘캐릭터물’로 39.4%를 차지하였다.



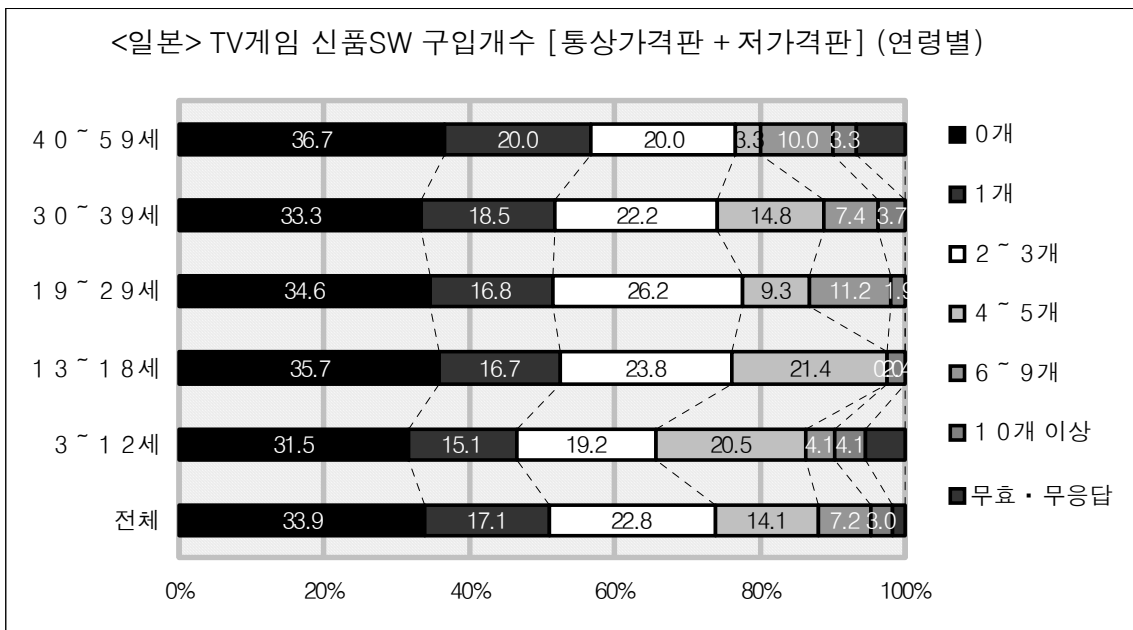
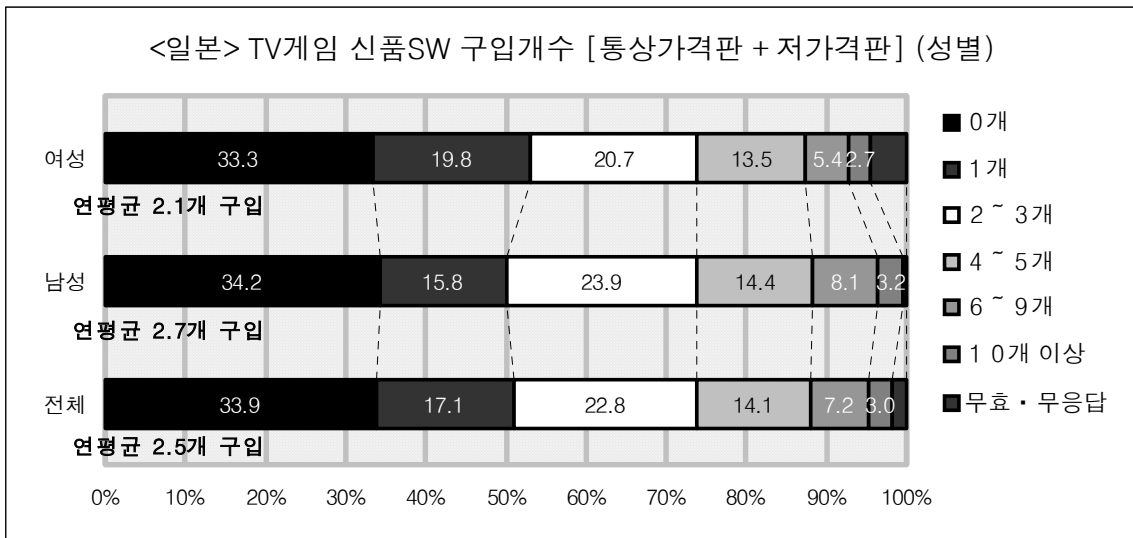
&lt; 좋아하는 게임 유형-연령별 표 &gt;

	전쟁/역사	모험/판타지	S F	호러	남자 주인공의 연애 게임	여자 주인공의 연애 게임	동성 연애물(보 이즈 러브)
전체	8.7	22.9	6.7	3.8	0.3	1.1	0.3
남성	11.3	22.8	8.0	3.8	0.5	0.5	0.0
여성	2.7	23.0	3.4	3.8	0.0	2.7	1.1
	폭력 액션	성인물	수수께끼 풀이	육성형 게임	대화형 게임	드라마 게임	취미물두형
전체	1.7	0.5	7.0	7.4	1.6	2.4	3.0
남성	2.5	0.7	7.1	8.0	0.7	1.8	3.6
여성	0.0	0.0	6.9	5.7	3.8	3.8	1.5
	캐릭터물	시리즈물	고전문물	옵니버스 (여 러게임 모음)	시리우스 (serious) 계열	코믹물 (황당 한 게임 포함)	기타
전체	13.2	12.2	1.4	2.1	0.7	2.2	0.8
남성	10.3	12.0	1.1	1.1	0.8	2.1	1.1
여성	19.9	12.6	1.9	4.2	0.4	2.3	0.0

	전쟁/역사	모험/판타지	S F	호러	남자 주인공의 연애 게임	여자 주인공의 연애 게임	동성 연애물(보 이즈 러브)
전체	8.7	22.9	6.7	3.8	0.3	1.1	0.3
3 ~ 12세	3.2	21.9	5.8	1.3	0.0	0.6	0.0
13 ~ 18세	13.7	17.6	10.5	5.9	0.7	0.0	0.7
19 ~ 29세	8.5	23.9	6.5	4.4	0.0	2.0	0.7
30 ~ 39세	8.1	23.4	4.6	2.5	0.0	0.5	0.0
40 ~ 59세	12.5	30.6	6.9	5.6	2.8	2.8	0.0
	폭력 액션	성인물	수수께끼 풀이	육성형 게임	대화형 게임	드라마 게임	취미물두형
전체	1.7	0.5	7.0	7.4	1.6	2.4	3.0
3 ~ 12세	0.0	0.0	3.9	3.9	0.0	0.0	0.0
13 ~ 18세	2.0	0.0	3.3	5.9	3.3	2.6	2.6
19 ~ 29세	2.4	0.7	7.2	9.9	1.7	3.8	2.7
30 ~ 39세	2.5	1.0	10.7	8.1	2.0	1.5	6.1
40 ~ 59세	0.0	0.0	11.1	5.6	0.0	4.2	2.8
	캐릭터물	시리즈물	고전문물	옵니버스 (여 러게임 모음)	시리우스 (serious) 계열	코믹물 (황당 한 게임 포함)	기타
전체	13.2	12.2	1.4	2.1	0.7	2.2	0.8
3 ~ 12세	39.4	10.3	1.3	3.2	0.0	2.6	2.6
13 ~ 18세	7.2	16.3	0.7	2.0	3.3	2.0	0.0
19 ~ 29세	6.5	13.0	2.0	1.0	0.3	2.4	0.3
30 ~ 39세	9.6	10.7	1.5	3.6	0.0	2.5	1.0
40 ~ 59세	6.9	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

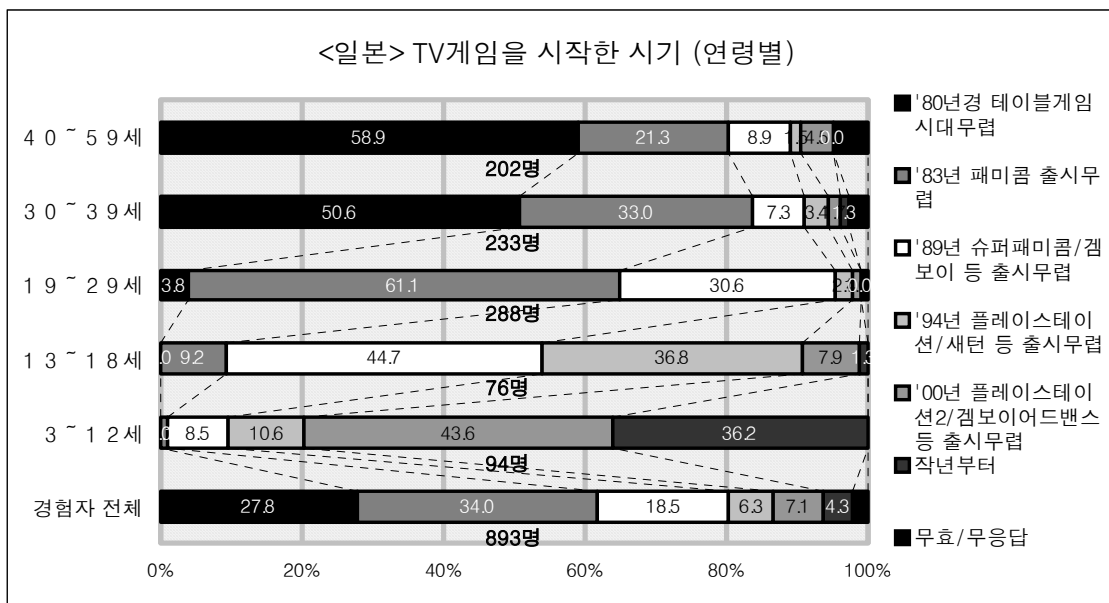
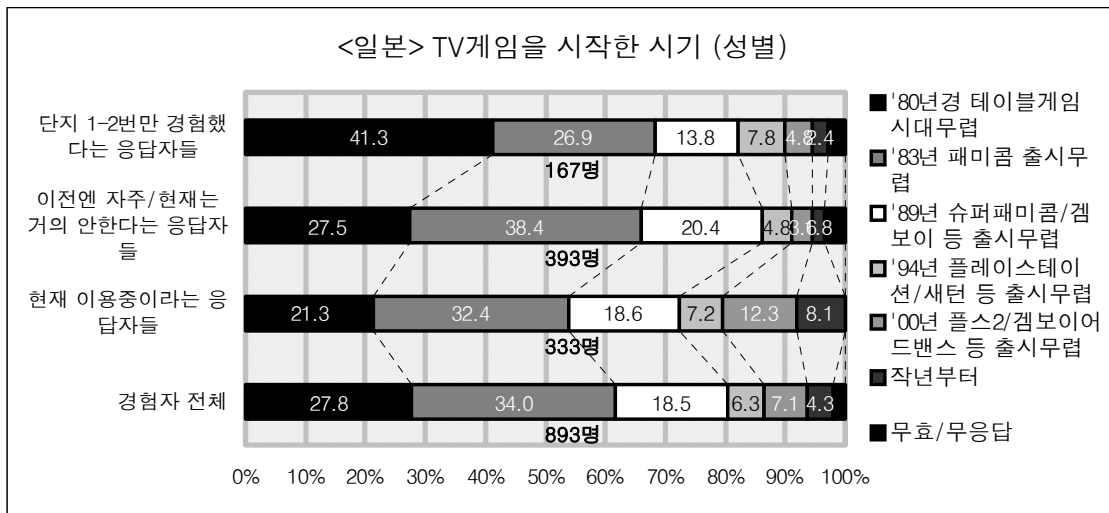
(9) 게임 콘텐츠 구입행동

게임 콘텐츠를 일 년에 몇 개 구입하는가 라는 문항의 응답결과, 연평균 2.5개를 구입하는 것으로 나타났고, 남성평균이 2.7개, 여성평균이 2.1개로 남성이 여성보다 게임을 구입하는 빈도가 높은 것으로 나타나고 있다.

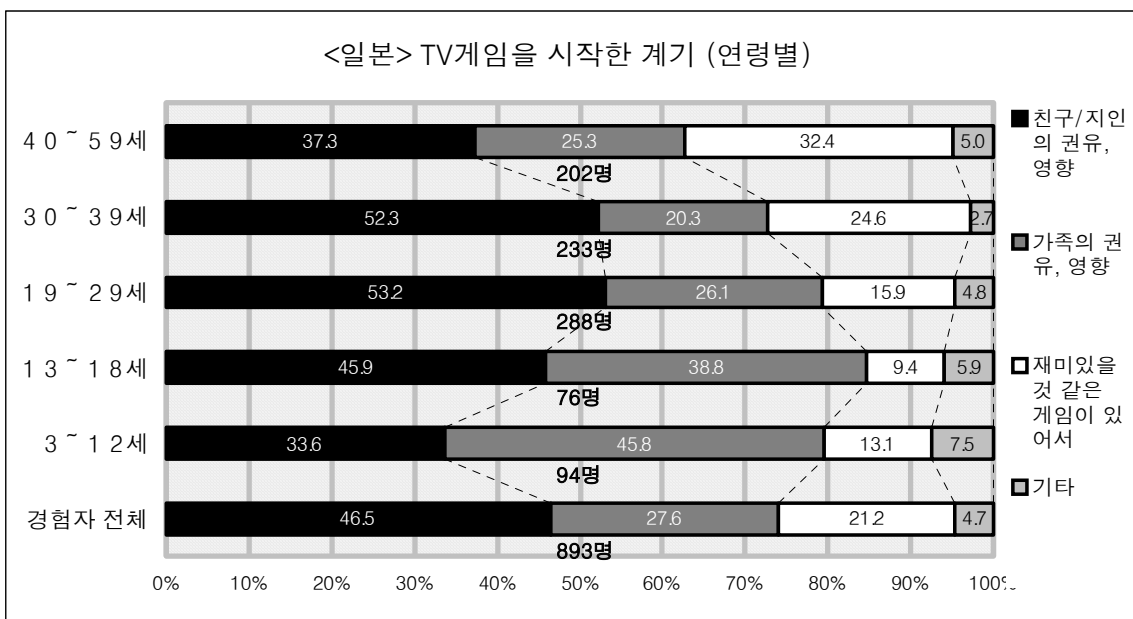
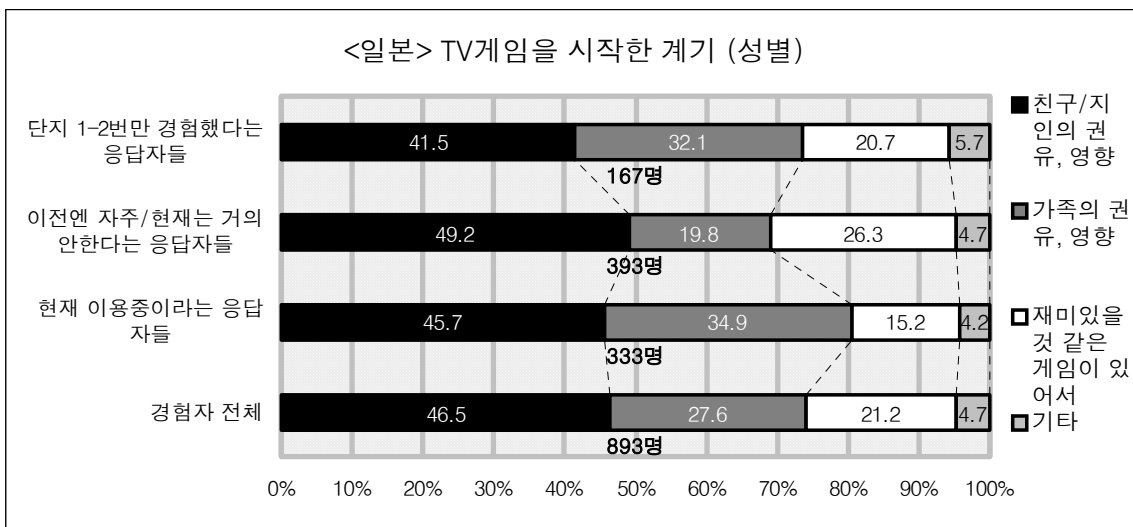


(10) 게임의 시작 시기 및 동기

게임을 시작한 시기에 대한 응답을 게임이용경험과 교차한 결과, 게임경험자 전체는 ‘1983년 패미컴 출시 무렵’이라는 응답이 가장 많았다. 게임 이용 상황별 결과를 살펴보면 ‘1~2번 이용해 보았다’는 응답자의 경우는 ‘80년경 테이블게임 시대 무렵’이라는 응답이 41.3%로 가장 많아 과거에 1~2번 해본 이후 현재까지 게임을 이용하지 않는 층의 다수가 80년대 훨씬 이전에 출생한 연령층이 많다는 것을 알 수 있다. 또한 ‘이전에는 자주 하였지만 현재는 거의 안하는’ 층의 경우에는 ‘83년 패미컴 출시 무렵’이라는 응답과 ‘89년 슈퍼 패미컴/겜보이 출시 무렵’이 각각 38.4%, 20.4%로 높다. 또한 ‘현재 이용 중’인 응답자의 경우도 ‘83년 패미컴 출시 무렵’이라는 빈도가 높아 현재 20~30대인 장기 사용자/혹은 게임에 대한 관심과 충성도가 높은 사람들도 상당히 존재함을 알 수 있으며, ‘2000년 플레이스테이션/겜보이 어드밴스가 출시’되면서 이용하기 시작한 빈도도 늘었다.

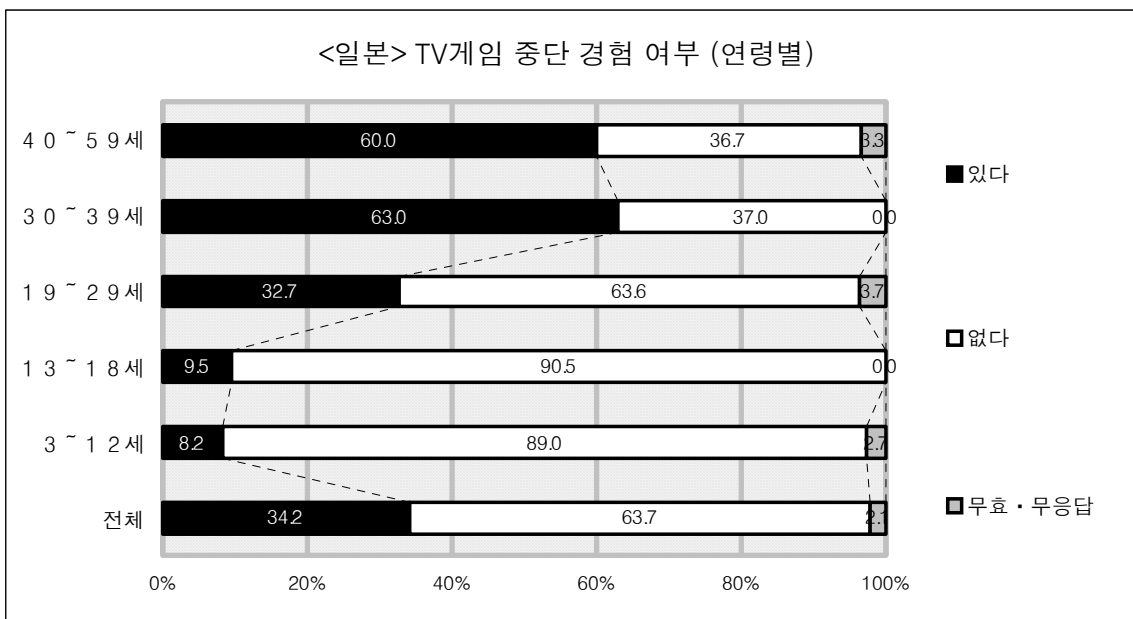
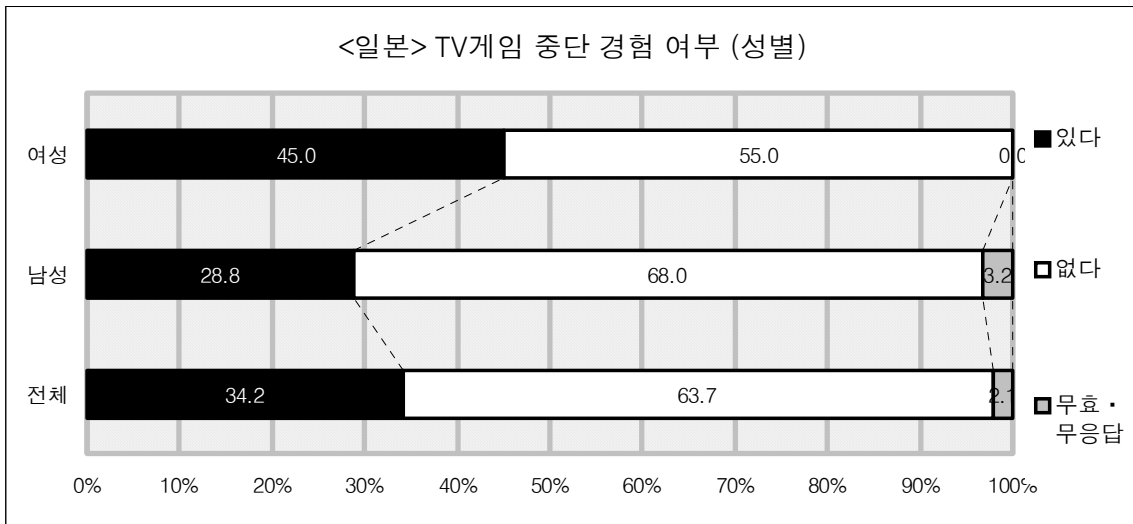


게임을 시작한 계기를 묻는 문항에 대해서는 전체 경험자의 46.5%가 ‘친구/지인의 권유나 영향’이라고 답해 동료집단의 영향이 게임시작의 가장 주된 계기가 됨을 알 수 있다. 또한 ‘재미있을 것 같은 게임이 있어서(27.6%)’라는 응답보다 주변인들의 권유나 영향이 계기가 되었다는 응답(친구/지인+가족 74.1%) 빈도가 두 배 이상 높아 자발적인 시도보다는 주변의 영향을 많이 받는 것으로 볼 수 있다. 연령별로 살펴보면 ‘3~12세’의 아동의 경우, 또래보다 가족의 영향을 많이 받는 것으로 나타나 부모님이나 나이가 많은 형제가 게임을 하는 경우 본인도 게임을 시작하게 되는 빈도가 높음을 알 수 있다.

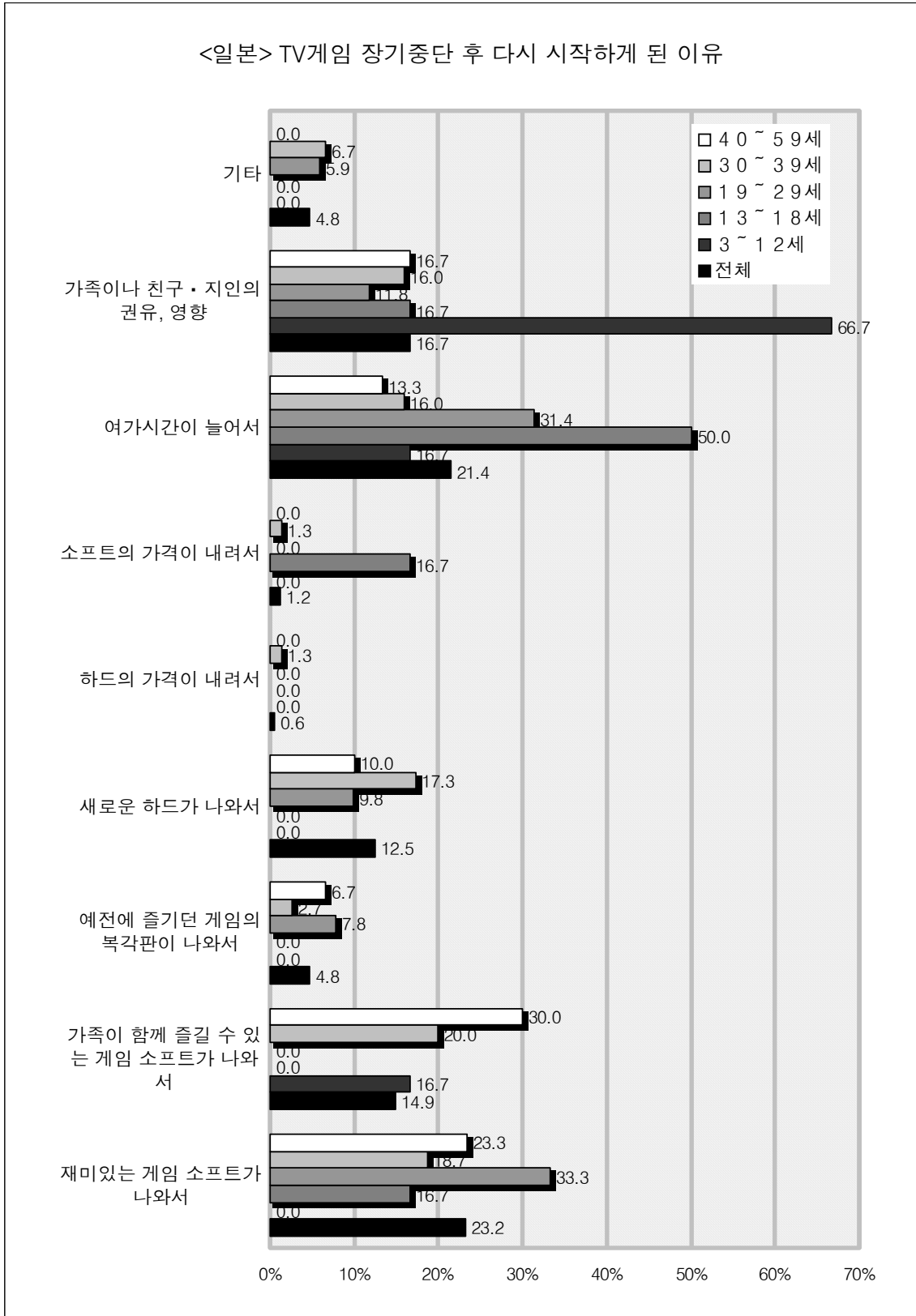


(11) 게임 이용자의 게임 중단 경험

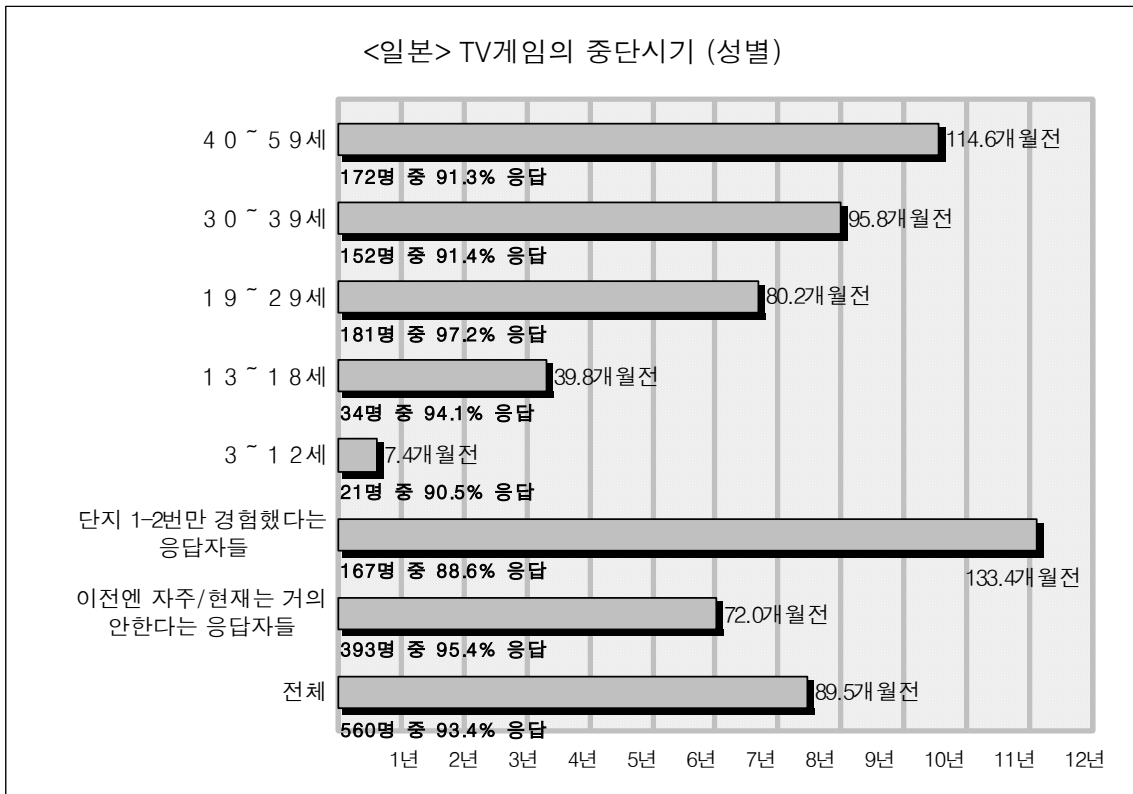
비디오게임(TV게임) 사용자 중에서 게임을 중간에 그만둔 경험이 있는지의 여부를 묻는 질문의 응답을 살펴보면 전체의 63.7%가 ‘중단 경험이 없다’고 답해, 현 게임 이용자의 경우 게임을 중단하지 않고 지속적으로 이용해 온 경우가 더 많음을 알 수 있다. 성별로 구분해 보면 남성 게임 이용자의 경우가 게임 중단 경험이 없다고 답한 비율이 68%나 되어 지속적으로 게임을 이용해 온 경향이 크다는 것을 알 수 있고, 여성의 경우는 ‘중단경험이 있다’는 응답이 45%로 남성에 비해 중간에 휴면기간이 있었던 비율이 높다. 연령별로는 연령이 낮을수록 게임을 지속적으로 사용하는 빈도가 높은 경향을 볼 수 있다.



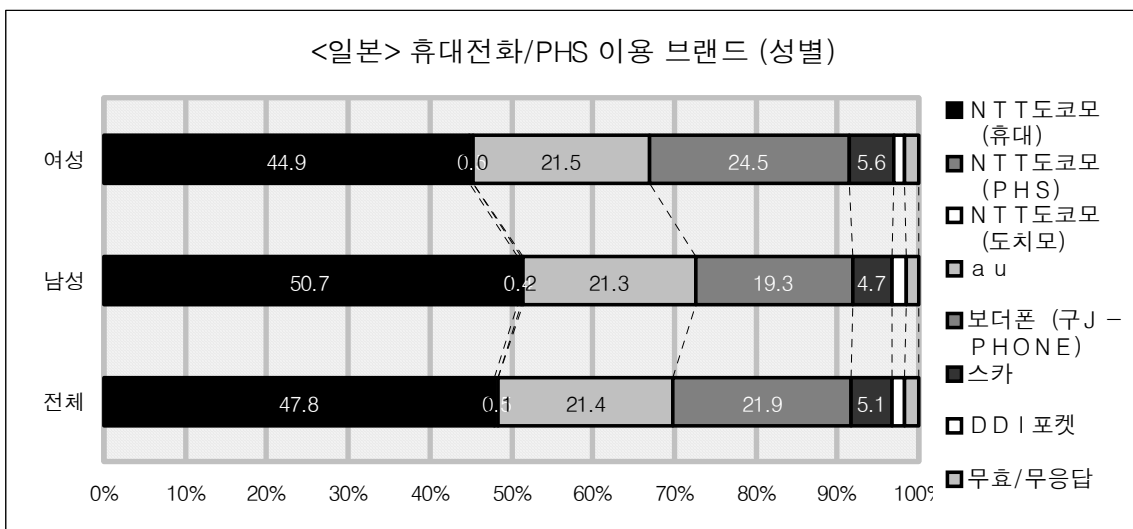
‘게임을 중단한 경험이 있다’는 응답자를 대상으로 재사용사유를 묻은 결과 전체적으로 ‘재미있는 게임이 나와서(23.2%)’, ‘여가시간이 늘어서(21.4%)’의 빈도가 가장 높았다.



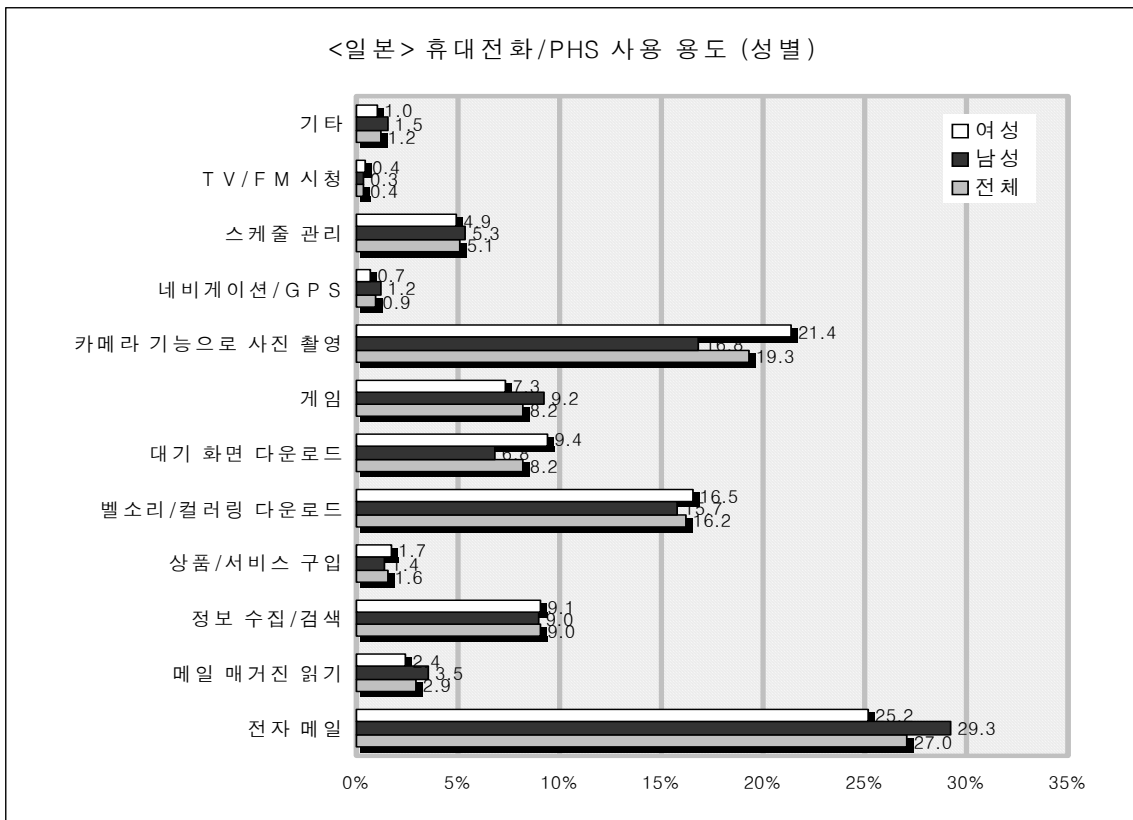
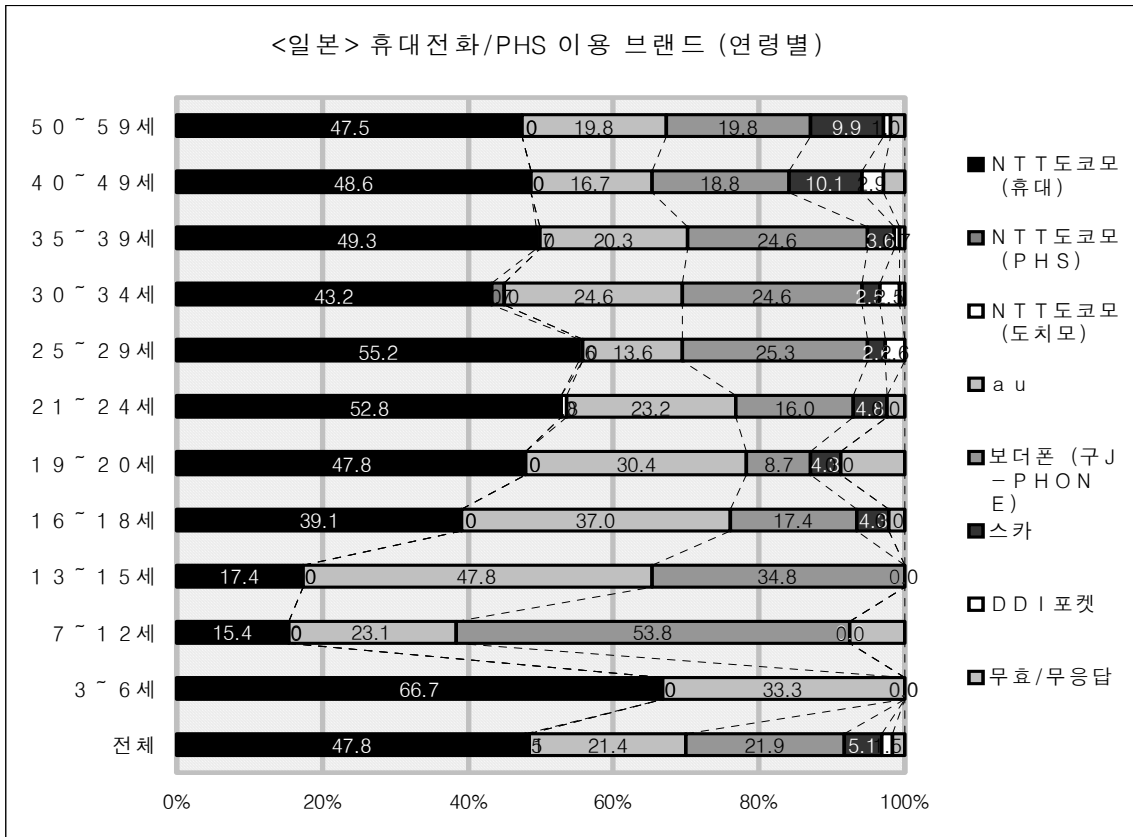
비디오게임(TV게임) ‘휴면고객’의 휴면시기를 살펴보면, 전체 평균 89개월 전으로 년도로 환산해 보면 7년 5개월 전이 된다. 게이미용시의 게임빈도별로 나누어 보면 ‘이전에는 자주 사용했지만, 현재는 거의 안 한다’는 응답자의 경우 평균 75개월로 년 기준으로 6년3개월 전 정도가 되며, ‘1~2번만 경험했다’는 응답자들의 경우 133.4개월, 11년 4개월 전으로 ‘이전에 자주 사용했다’고 답한 응답자들보다 중단시기가 더 오래전이다.



(12) 휴대폰 게임콘텐츠 이용실태



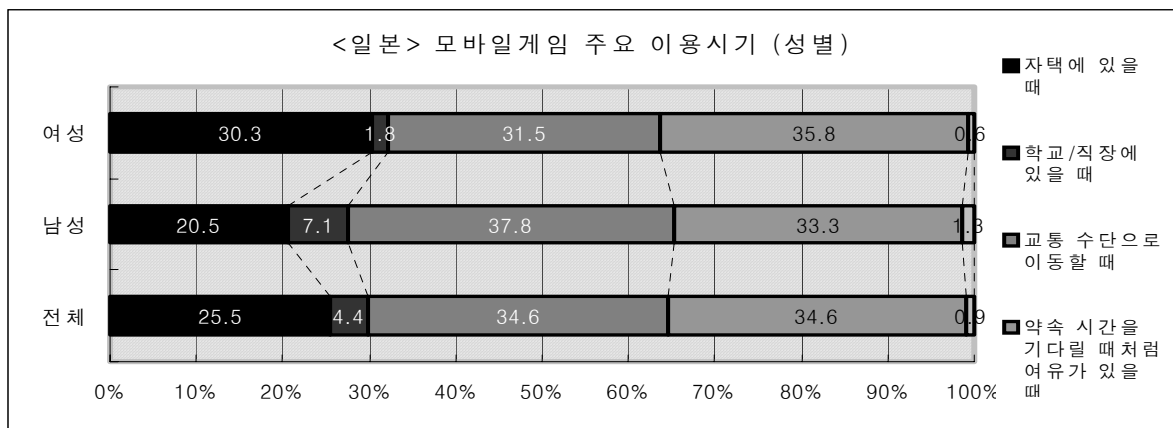


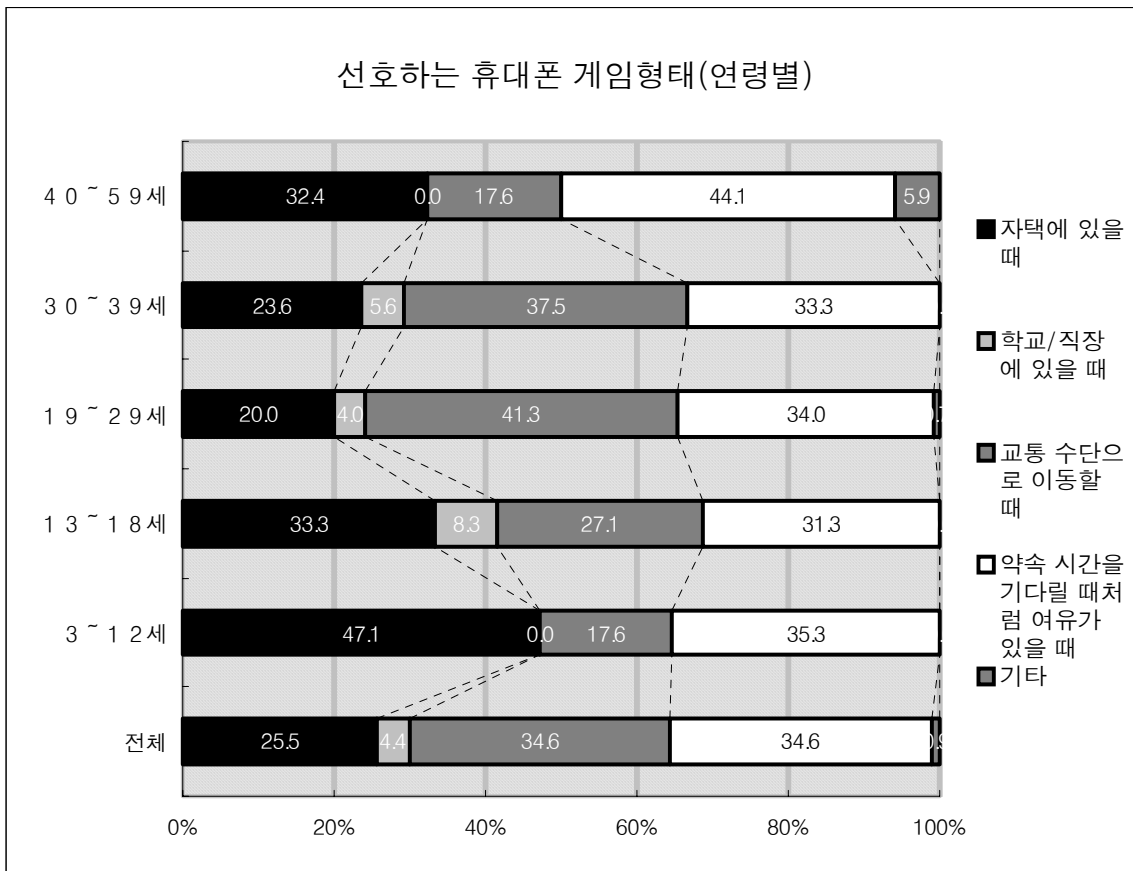


< 휴대전화/PHS 사용 용도(연령)표 >

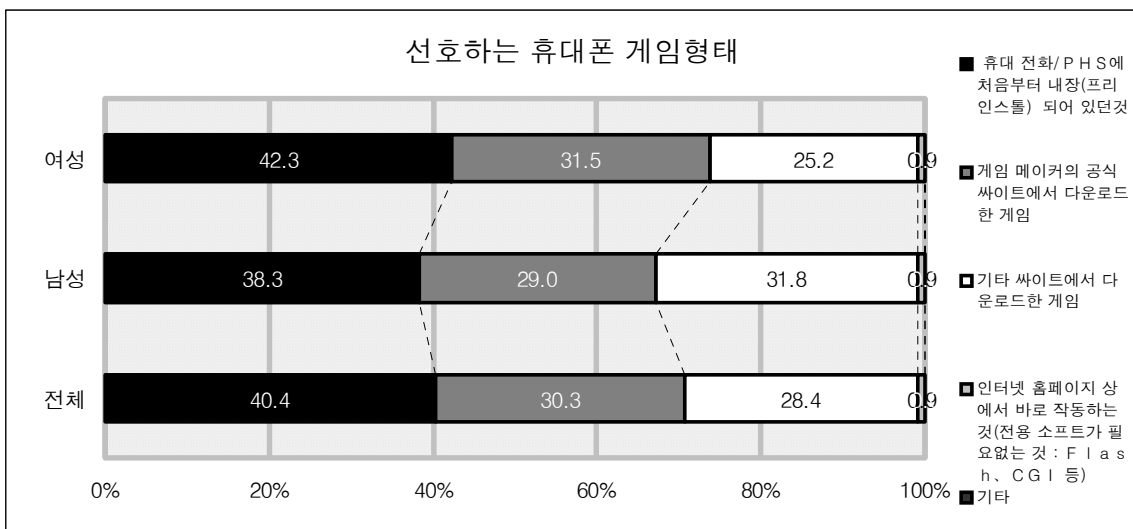
	응답자수	전자 메일	메일 매거진 읽기	정보 수집/검색	상품/서비스 구입	벨소리/컬러링 다운로드	대기 화면 다운로드
전체	882	27.0	2.9	9.0	1.6	16.2	8.2
3~6세	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
7~12세	13	33.3	0.0	0.0	0.0	8.3	4.2
13~15세	23	25.4	0.0	1.4	0.0	28.2	9.9
16~18세	46	18.7	2.3	6.8	0.5	19.6	16.0
19~20세	23	21.1	1.3	10.5	0.0	22.4	9.2
21~24세	125	21.5	3.9	11.2	1.4	16.8	8.6
25~29세	154	25.4	4.0	9.2	2.8	15.7	9.9
30~34세	118	30.7	2.8	10.5	1.7	16.0	5.5
35~39세	138	28.0	3.9	10.4	2.9	15.9	6.3
40~49세	138	35.4	1.3	7.0	0.3	13.4	5.1
50~59세	101	35.8	0.5	6.4	0.0	11.8	7.5
	게임	카메라 기능으로 사진 촬영	네비게이션/GPS	스케줄 관리	T V / F M 시청	기타	계
전체	8.2	19.3	0.9	5.1	0.4	1.2	100.0
3~6세	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
7~12세	20.8	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
13~15세	9.9	21.1	0.0	4.2	0.0	0.0	100.0
16~18세	14.2	15.5	0.0	5.0	1.4	0.0	100.0
19~20세	7.9	21.1	1.3	3.9	0.0	1.3	100.0
21~24세	10.4	17.0	1.6	6.1	0.4	1.2	100.0
25~29세	8.9	17.9	1.0	4.4	0.2	0.5	100.0
30~34세	7.2	19.1	0.8	4.1	0.3	1.4	100.0
35~39세	5.8	19.5	1.2	5.1	0.2	1.0	100.0
40~49세	5.4	22.0	0.3	6.1	0.6	3.2	100.0
50~59세	2.1	25.7	0.5	7.0	0.0	2.7	100.0

휴대폰의 주된 이용용도는 ‘전자메일(문자메시지)’, ‘사진촬영기능’, ‘벨소리/컬러링 다운로드’, ‘정보검색’의 순으로 나타났으며, ‘게임’의 빈도는 상대적으로 낮았다. 성별로는 남성이 여성이 휴대폰 게임기능을 이용하는 빈도가 다소 높았다. 휴대폰 이용시기는 ‘이동시간’, ‘약속을 기다리는’ 등 짧은 여유시간을 활용하는 경우가 많았다.





주로 선호하는 휴대폰 게임형태는 ‘휴대전화에 내장되어 있는 형태’라고 응답하여 임베디드 게임의 선호도가 가장 우세하였다. 또한 ‘게임메이커의 공식 사이트에서 다운로드’한 비율도 상당히 높았다. 성별로는 남성의 경우가 ‘게임공식 사이트에서 다운로드한 게임’을 이용하는 빈도 보다 ‘기타사이트에서 다운로드한 게임’의 이용 빈도가 높았다.

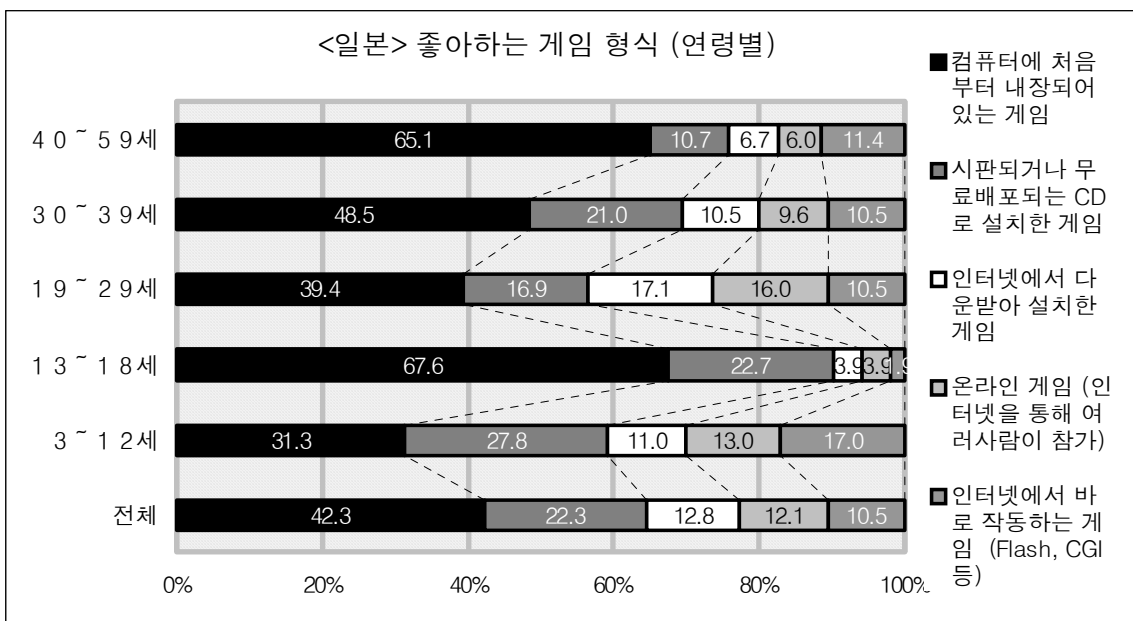
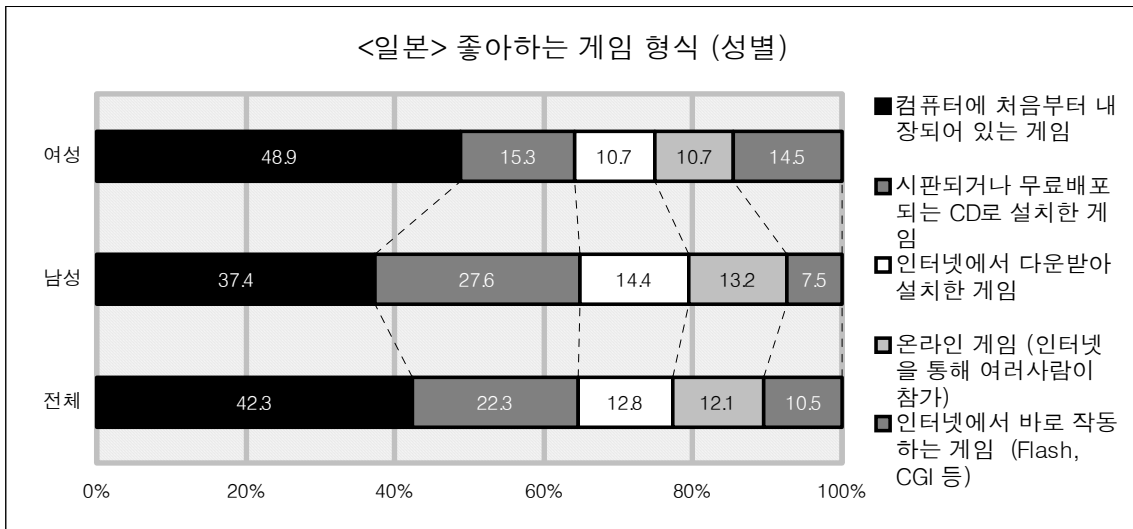


(13) PC게임 이용 실태

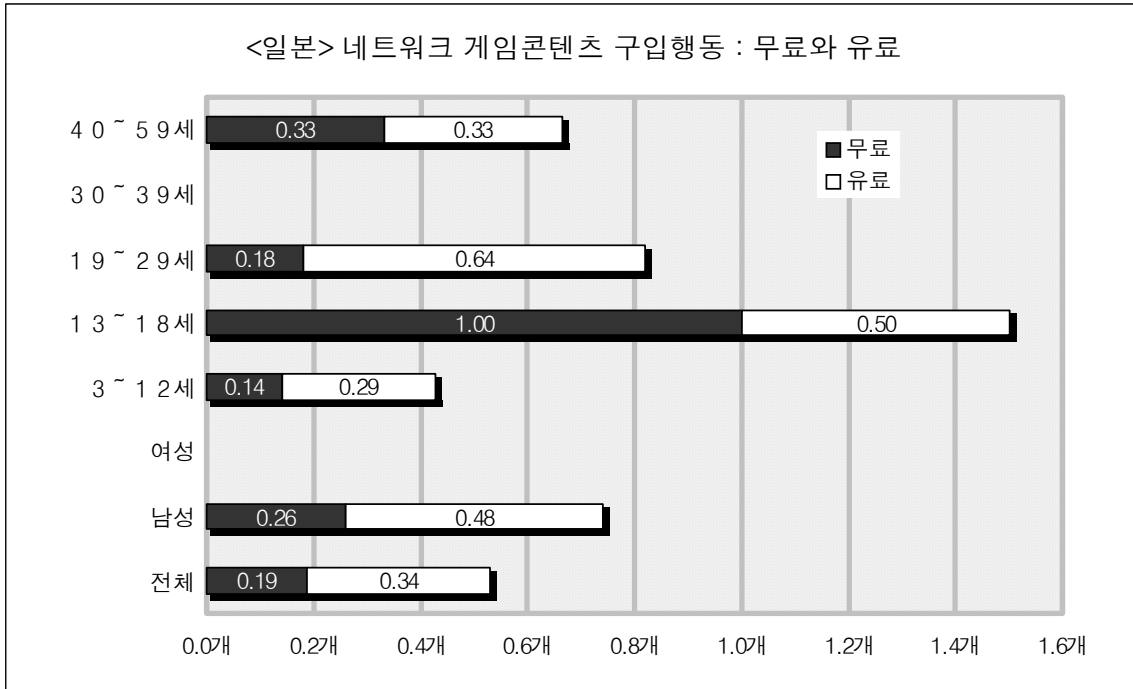
PC게임 이용형태에 대한 조사결과를 살펴보기에 앞서 PC게임을 이용한다는 표본수가 매우적음을 감안해야 할 것이다. 전체 이용자의 무료 콘텐츠 이용빈도가 유료 이용에 비해 다소 높게 나타나고 있으며, 평균 1.77개의 콘텐츠를 이용하고, 월평균이용시간은 715분(11.9시간)인 것으로 나타나고 있다. 또한 남성이 여성에 비해 PC게임을 이용하는 빈도가 더 높으며, 연령별로는 19~29세 층이 이용 게임콘텐츠 개수 및 이용금액, 이용시간 모두에서 가장 많이 이용하는 계층임을 볼 수 있다.

좋아하는 PC게임 형식은 ‘컴퓨터에 처음부터 내장되어 있는 게임’을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

<PC게임 평균 이용시간 및 이용비용>

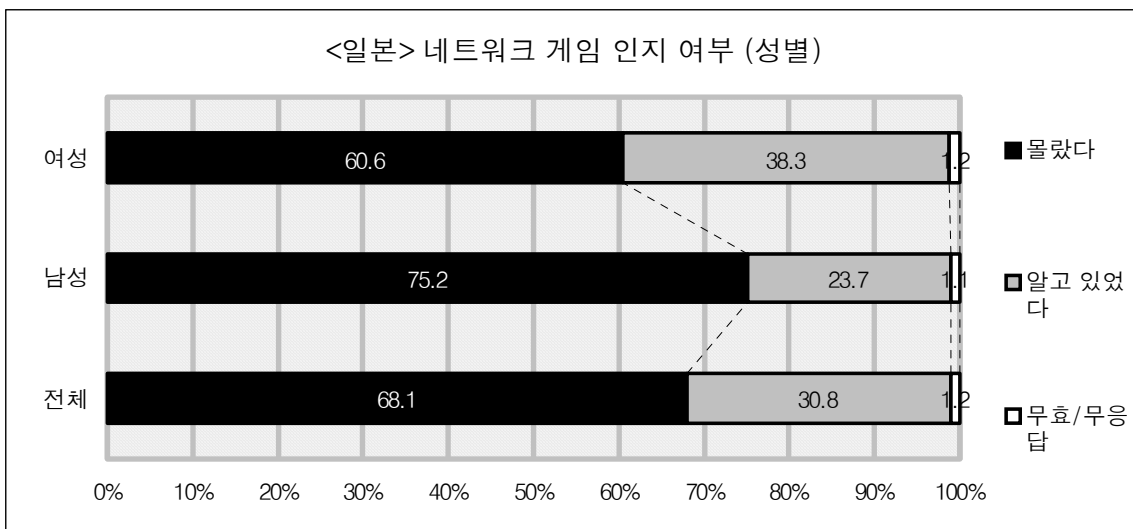


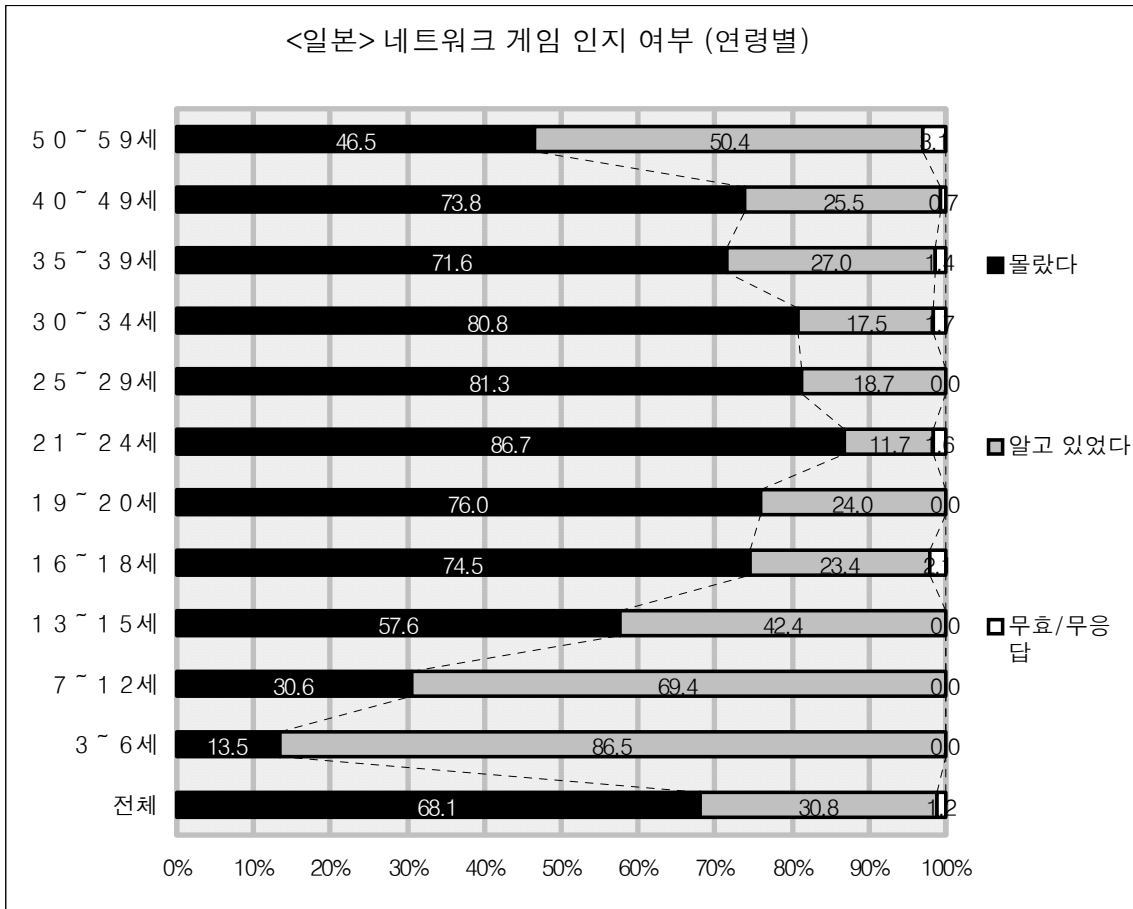
PC게임 SW구입 행태에 대한 조사결과를 보면, 무료 SW를 이용하는 빈도가 훨씬 높은 것을 알 수 있다.



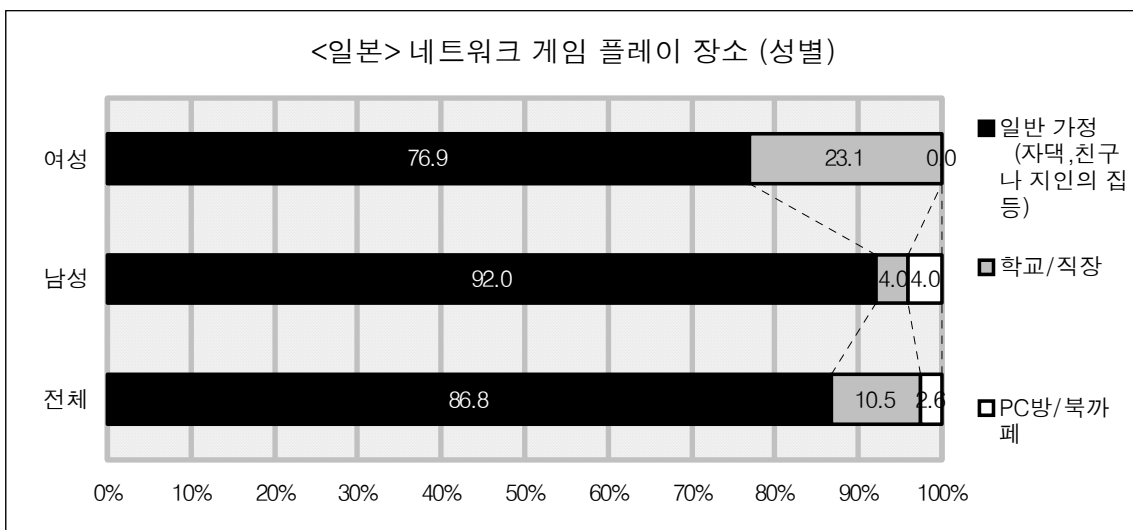
(14) 네트워크게임 이용실태

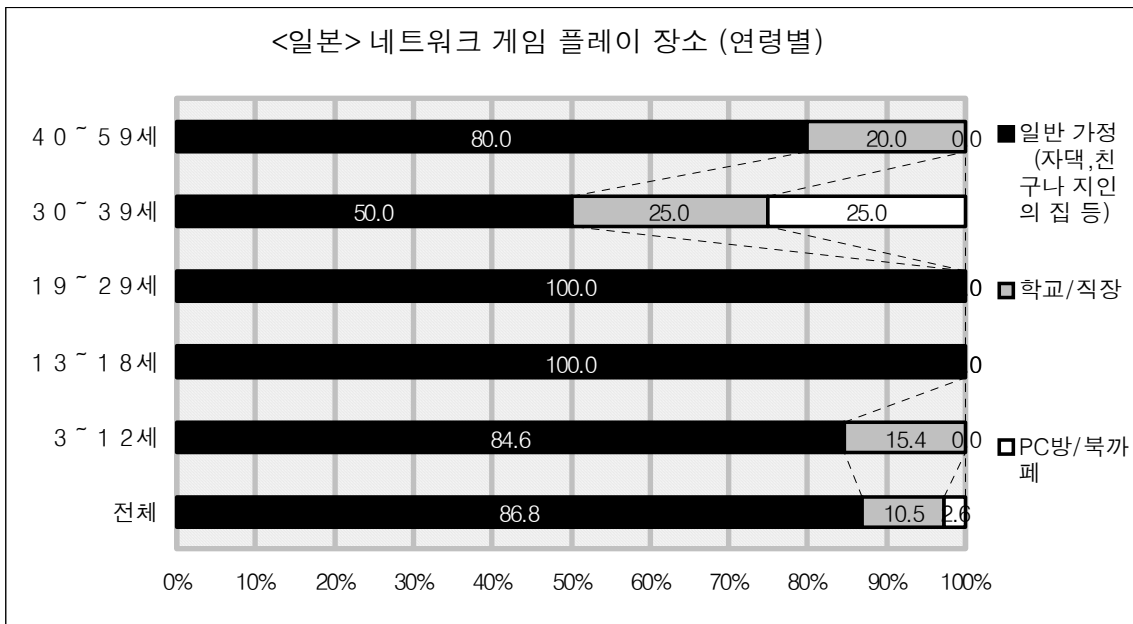
전체 조사대상자에게 네트워크게임을 알고 있었는지를 묻는 설문결과 조사대상의 68.1%가 네트워크 게임자체에 대해 알지 못하는 경우가 굉장히 높은 것을 볼 수 있다. 그러나 연령별로는 12세 이하의 아동의 경우 ‘네트워크게임’ 인지도가 상대적으로 높은 것을 알 수 있다.



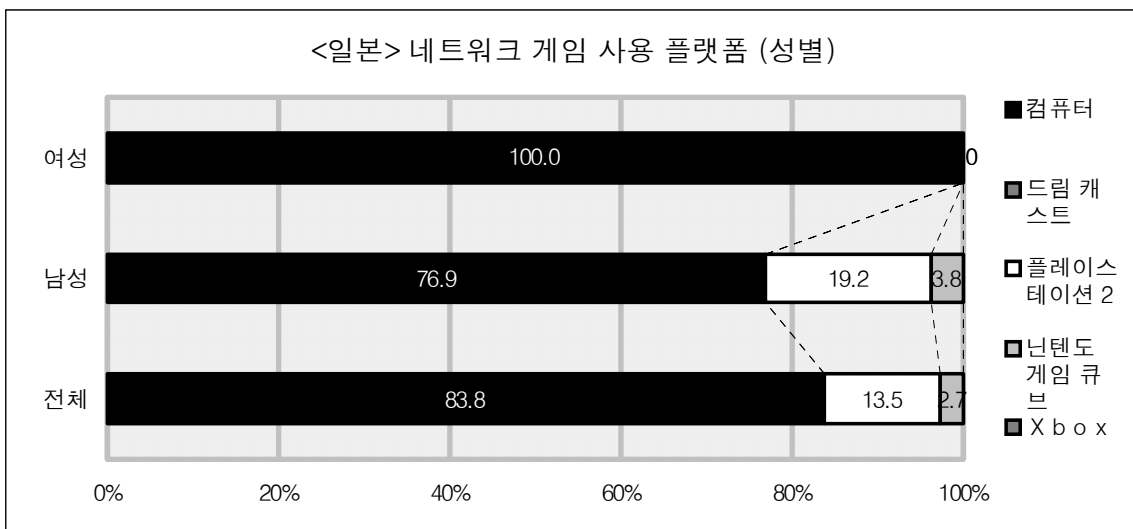


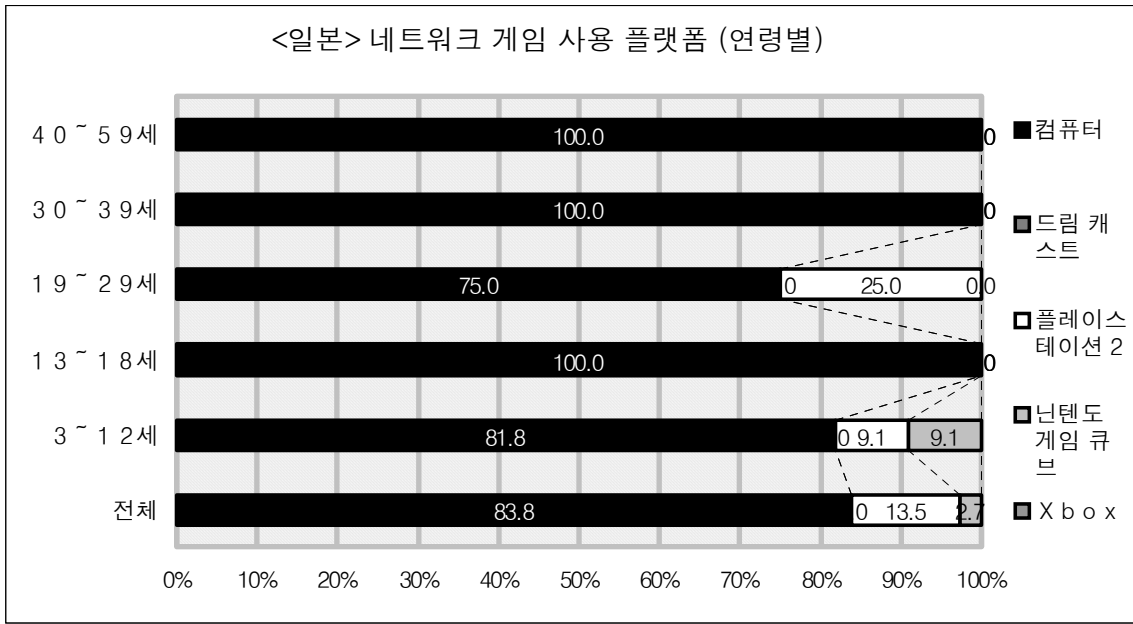
네트워크게임 이용자 역시 표본수가 매우 적어 모집단의 특성을 그대로 반영하기 어렵다는 것을 감안하여 조사결과를 인지하여야 한다. 네트워크게임 이용자를 대상으로 네트워크게임을 즐기는 장소에 대해 조사한 결과 ‘집’에서 이용하는 빈도가 높아 ‘복합카페’의 이용률과 상관관계를 나타내고 있다. 직장인에 해당하는 ‘30~59세’연령층의 경우에는 상대적으로 학교/직장에서의 이용 빈도가 높게 나타났다.



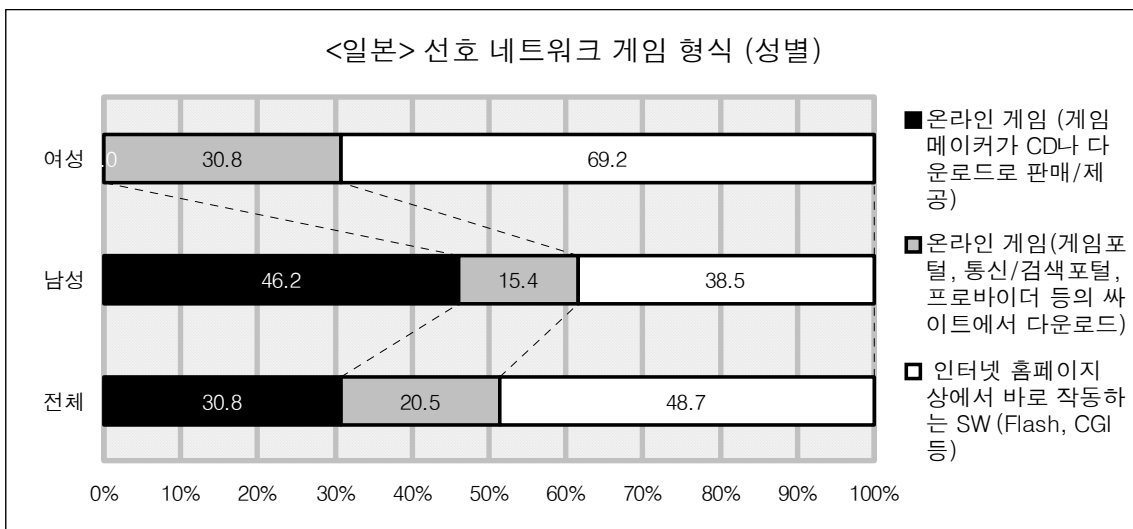


네트워크게임을 이용하는 플랫폼이 무엇인지를 묻는 설문결과 전체의 83.8%가 컴퓨터라고 응답하였다. 성별별로 구분해 보면, 여성의 경우 100%가 ‘컴퓨터’라고 응답하였고, 남성의 경우에는 ‘플레이스테이션’의 빈도도 19.2%로 남성이 여성보다 다양한 게임기를 이용하여 네트워크게임을 사용하고 있다고 볼 수 있다.

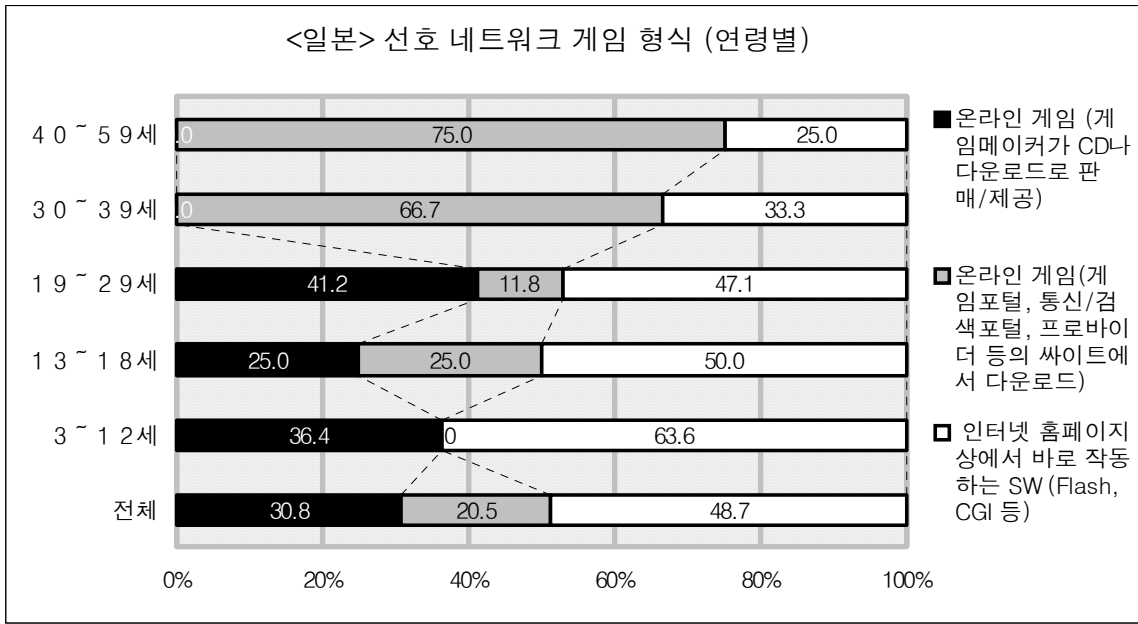




이용자를 대상으로 선호하는 네트워크게임의 형식을 조사한 결과 ‘인터넷 홈페이지에서 바로 작동하는 SW’의 선호가 가장 높게 나타났다. 이러한 결과로 보아 네트워크 게임 이용자의 경우 번거롭게 CD를 구입하거나 따로 프로그램을 다운받는 방식보다 접속만으로 게임을 즐기는 ‘간편한’ 방식을 선호하는 것으로 유추해 볼 수 있다.

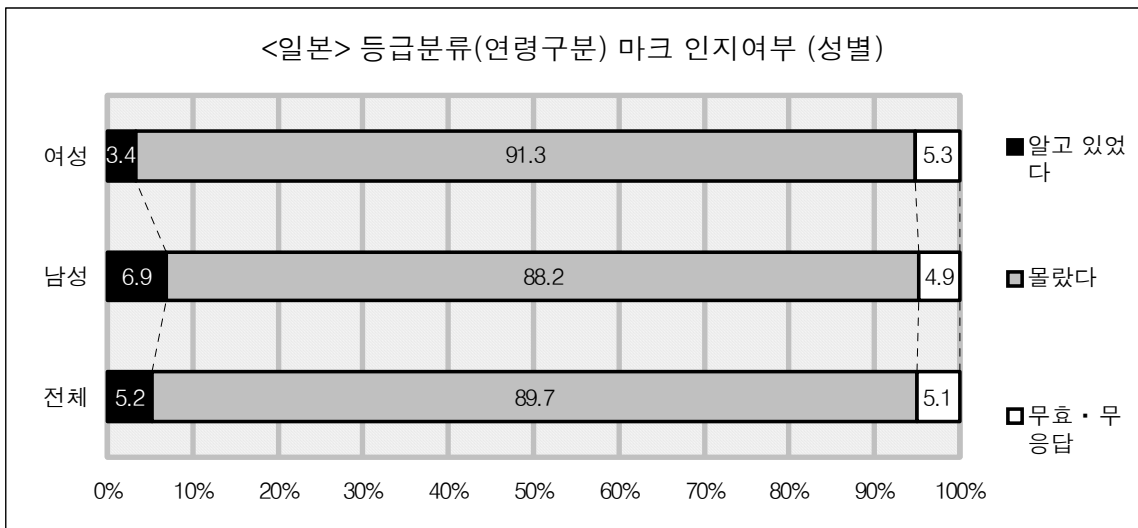


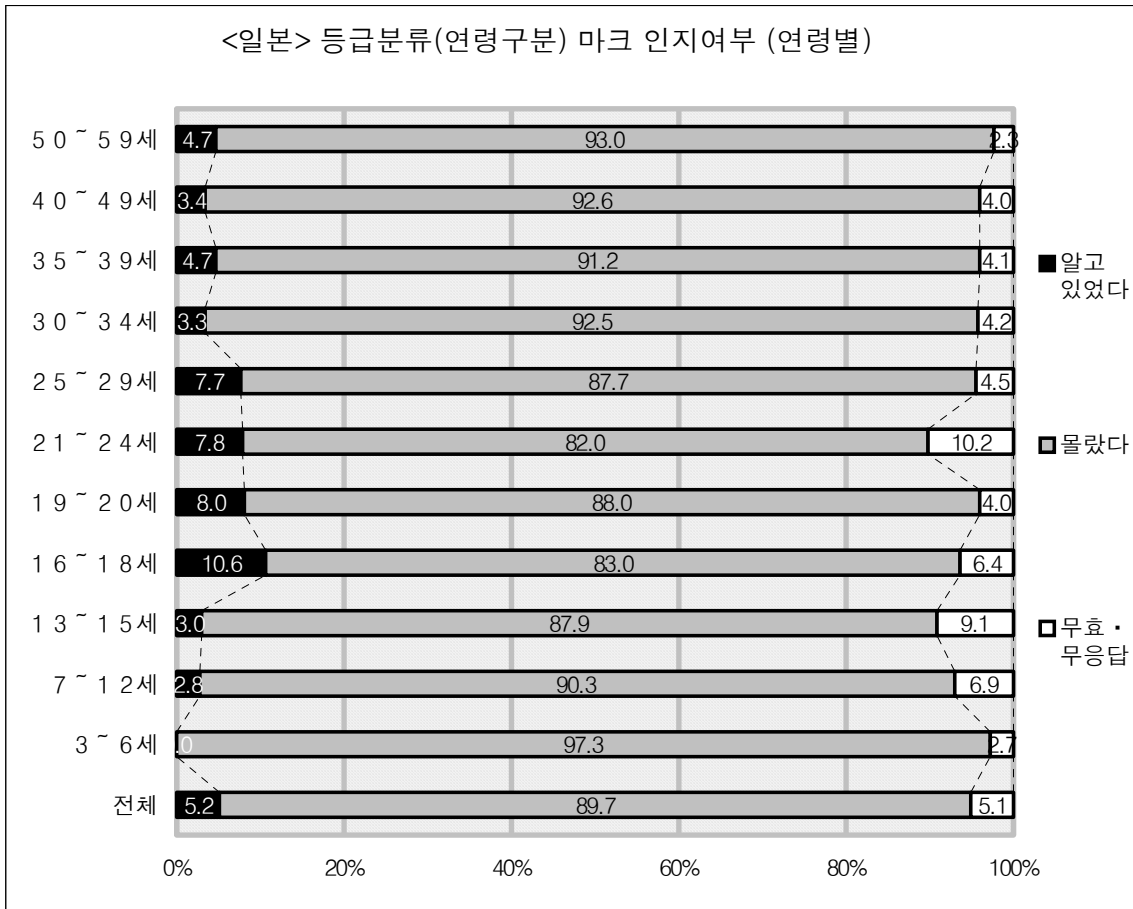




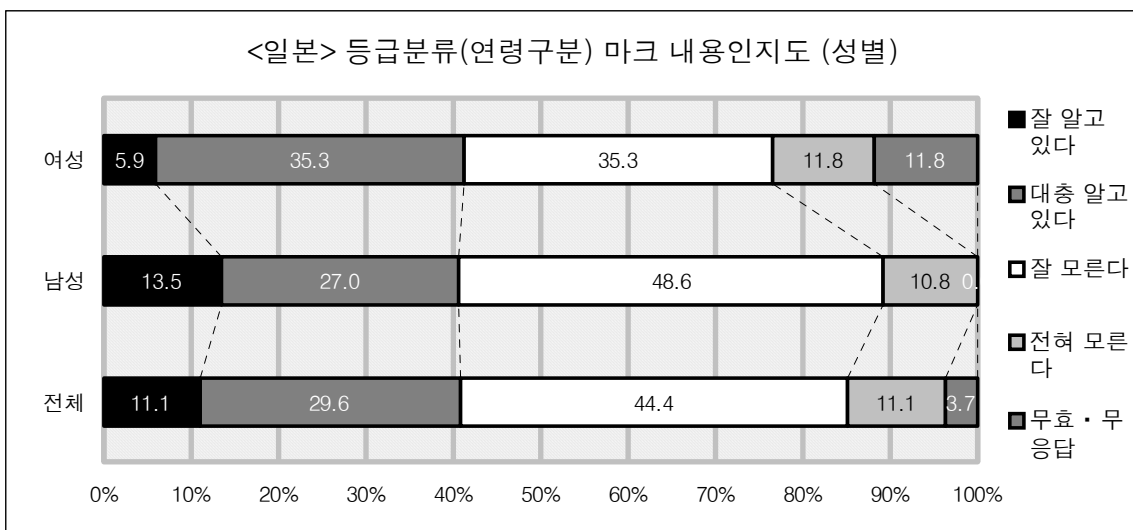
(15) 등급분류(연령구분) 마크 인지현황

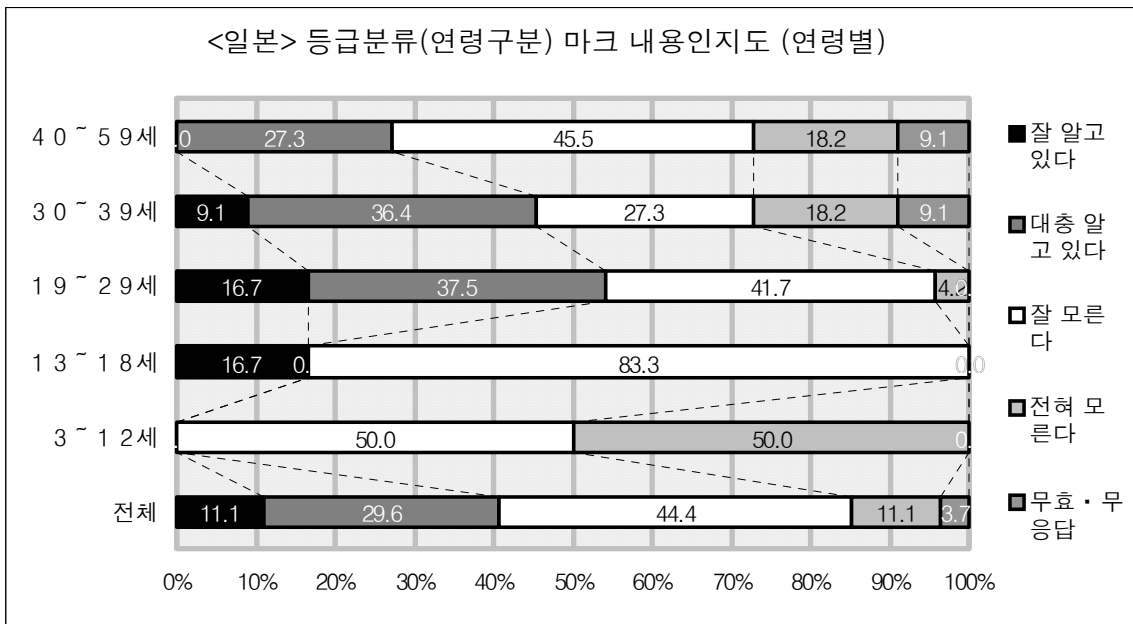
전체 조사대상자에게 게임 등급분류가 존재하는 것을 알고 있는지에 대한 질문을 한 결과 전체의 89%가 ‘몰랐다’고 답해 게임 등급분류에 대한 인지도가 매우 낮은 것을 알 수 있다.





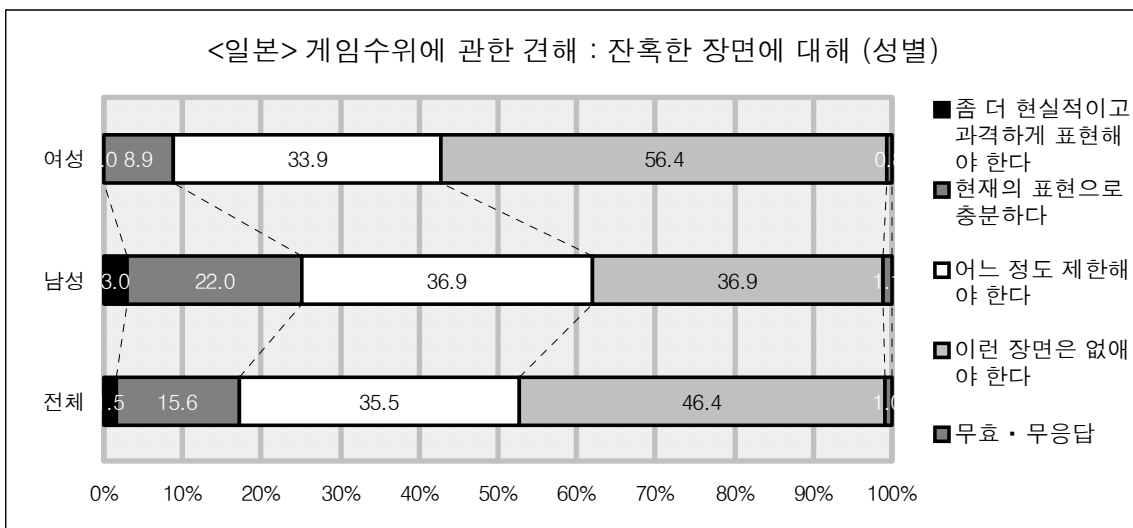
또한 ‘게임등급제에 대해 알고 있다’고 응답한 사람들에게 ‘게임등급제의 내용을 알고 있는지’를 설문한 결과 내용을 잘 모르고 있는 경우가 44.4%로 가장 높았고, 전혀 모르고 있는 경우도 11.1%였다. 따라서 게임사용자의 경우도 연령구분을 확인하지 않은 채 게임을 이용하는 사례가 많을 것으로 추측할 수 있다.

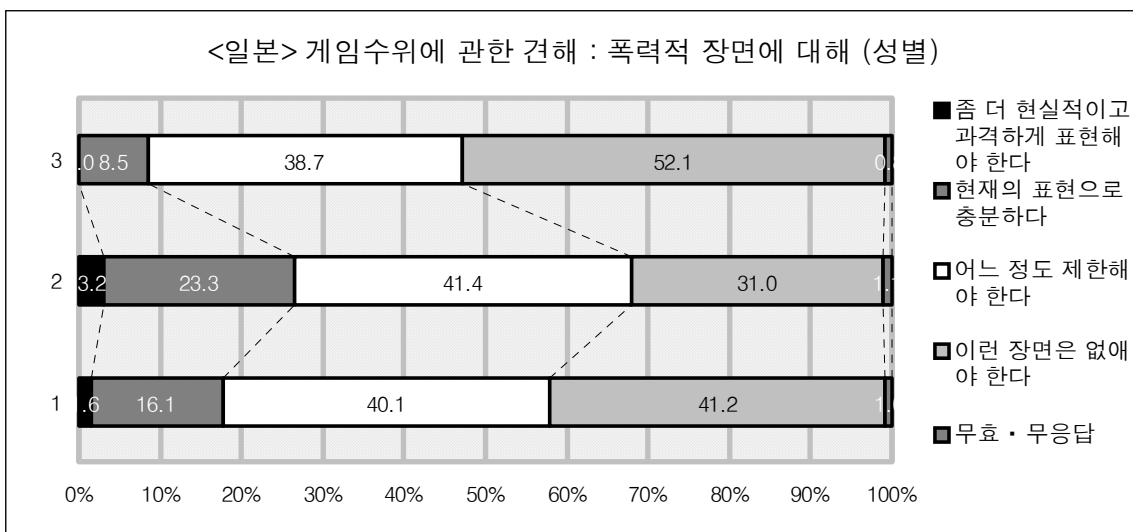
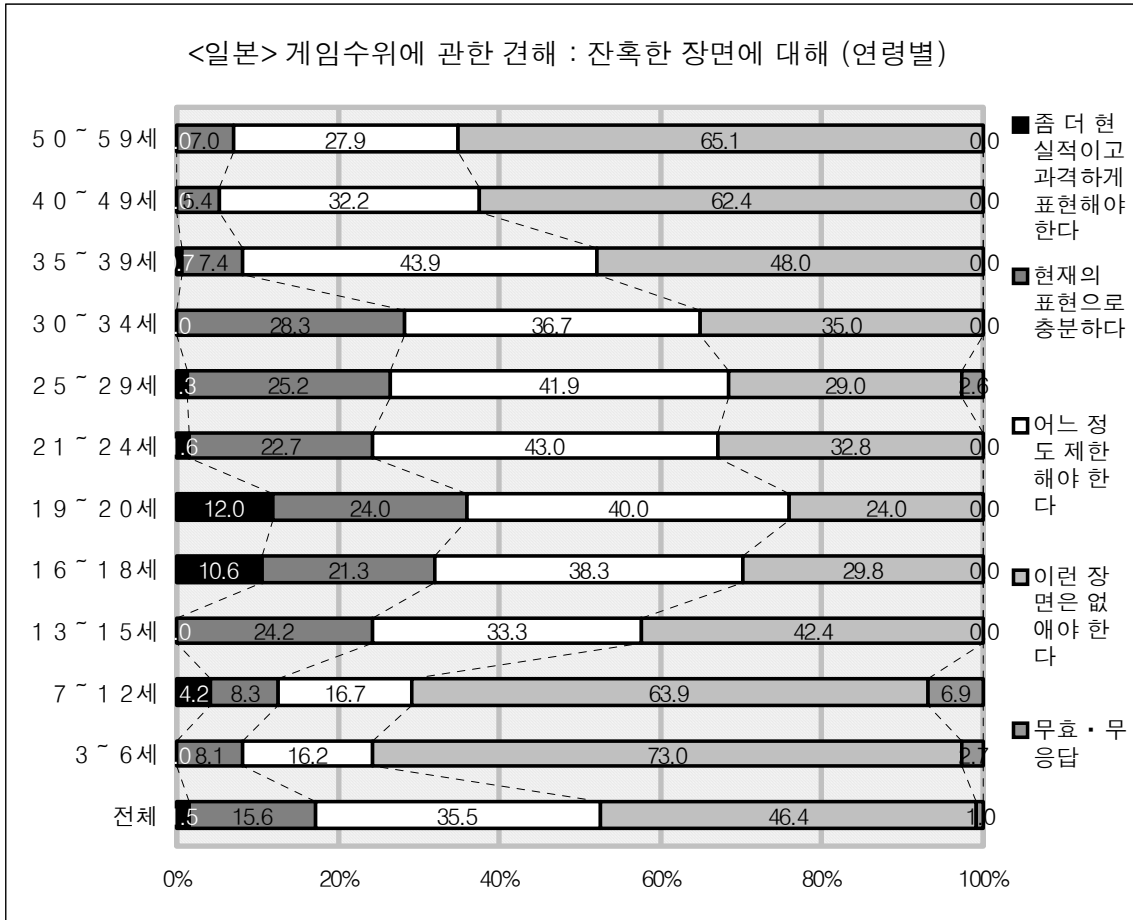


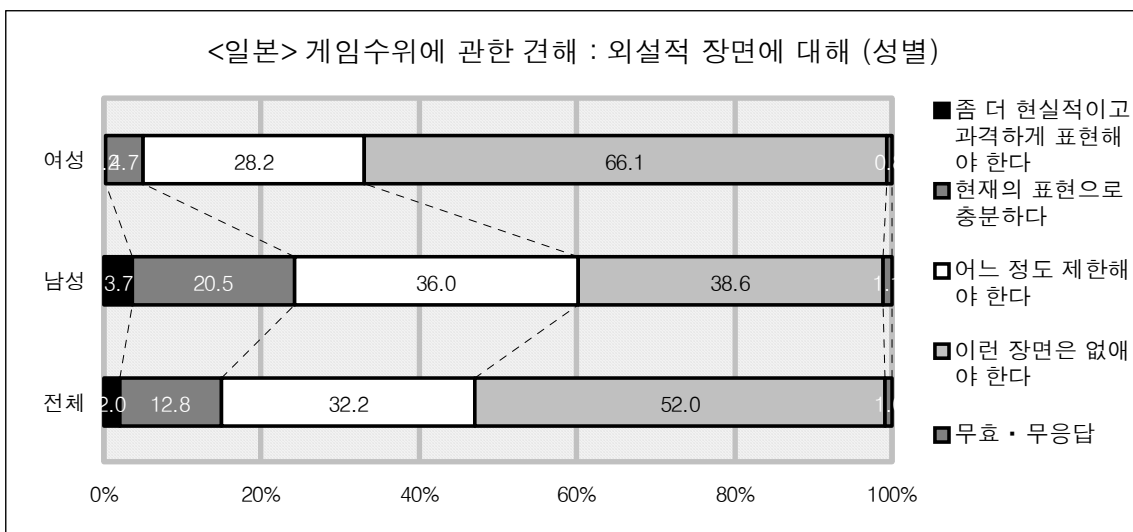
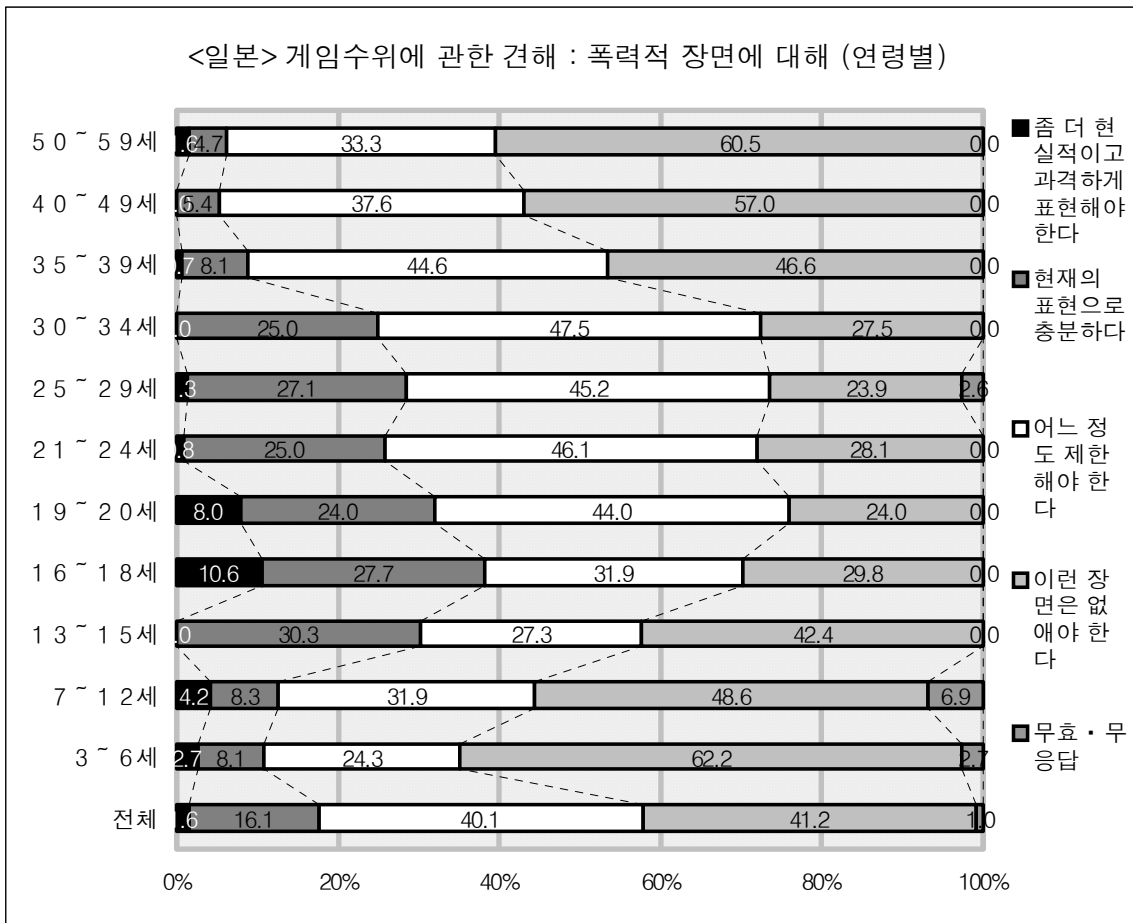


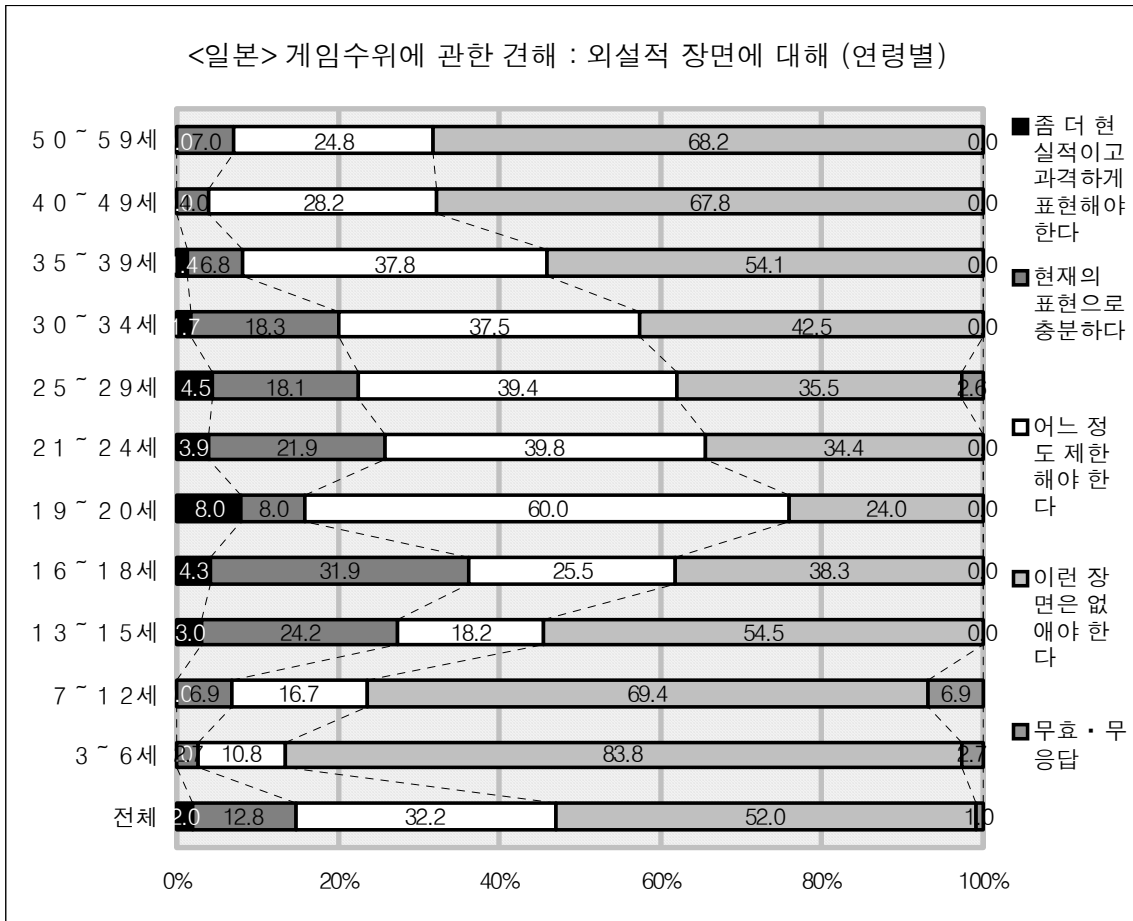
(16) 게임 수위에 대한 견해

게임 표현 수위에 대한 질문은 ‘잔혹한 장면’, ‘폭력적 장면’, ‘외설적장면’으로 나누어 설문하였는데 세 항목 모두 제한하거나 삭제해야 한다는 의견이 매우 높게 나타나고 있다.



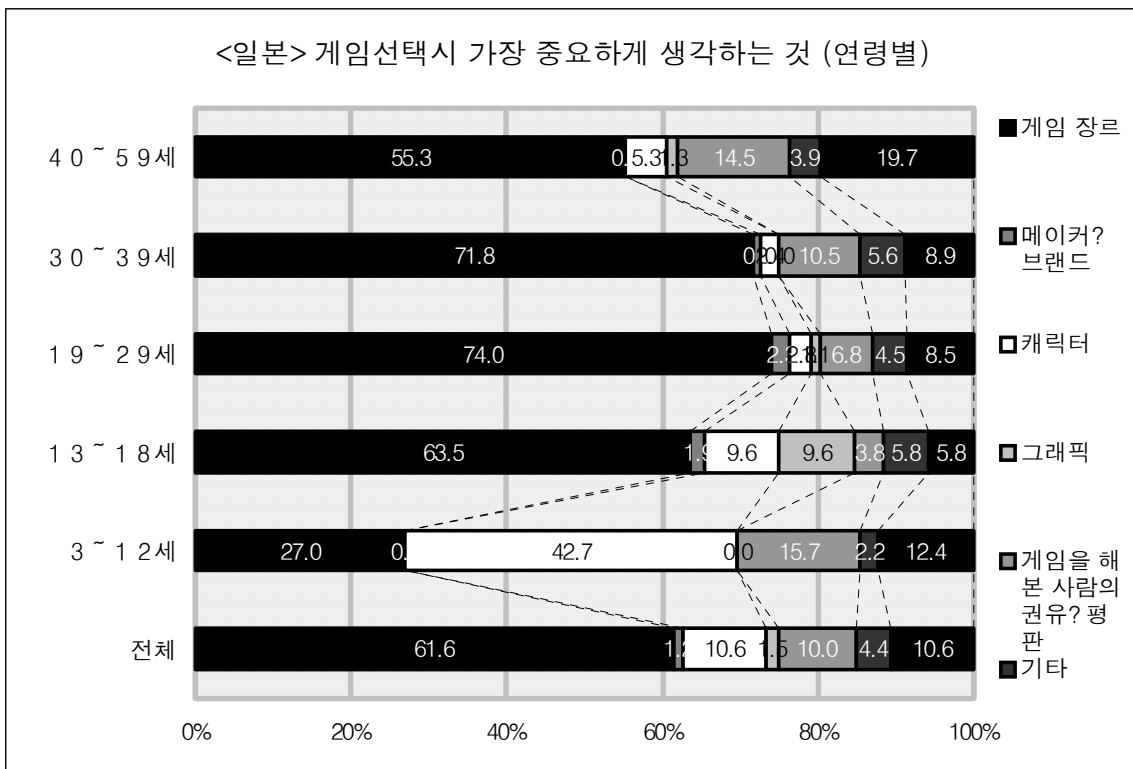
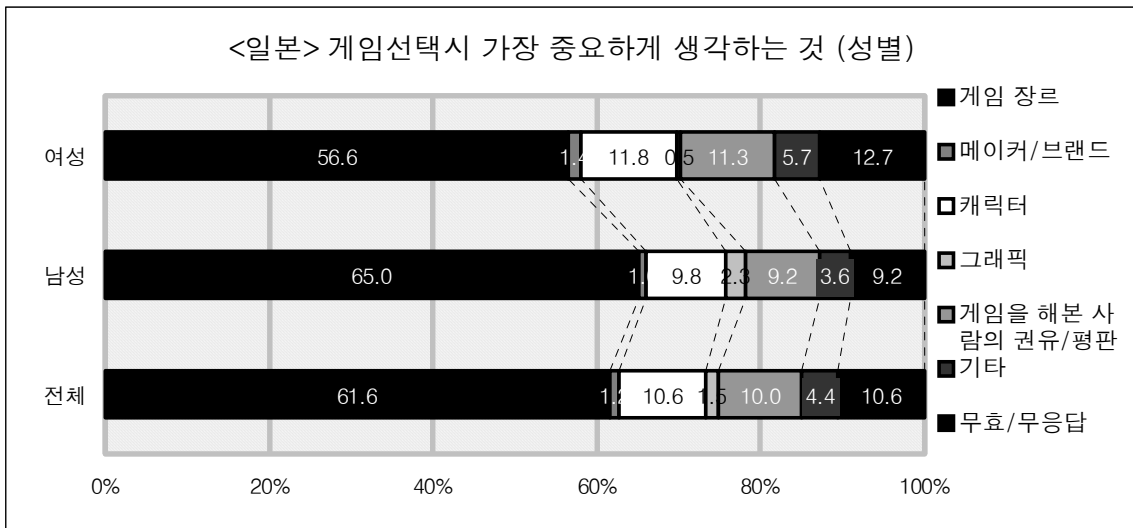






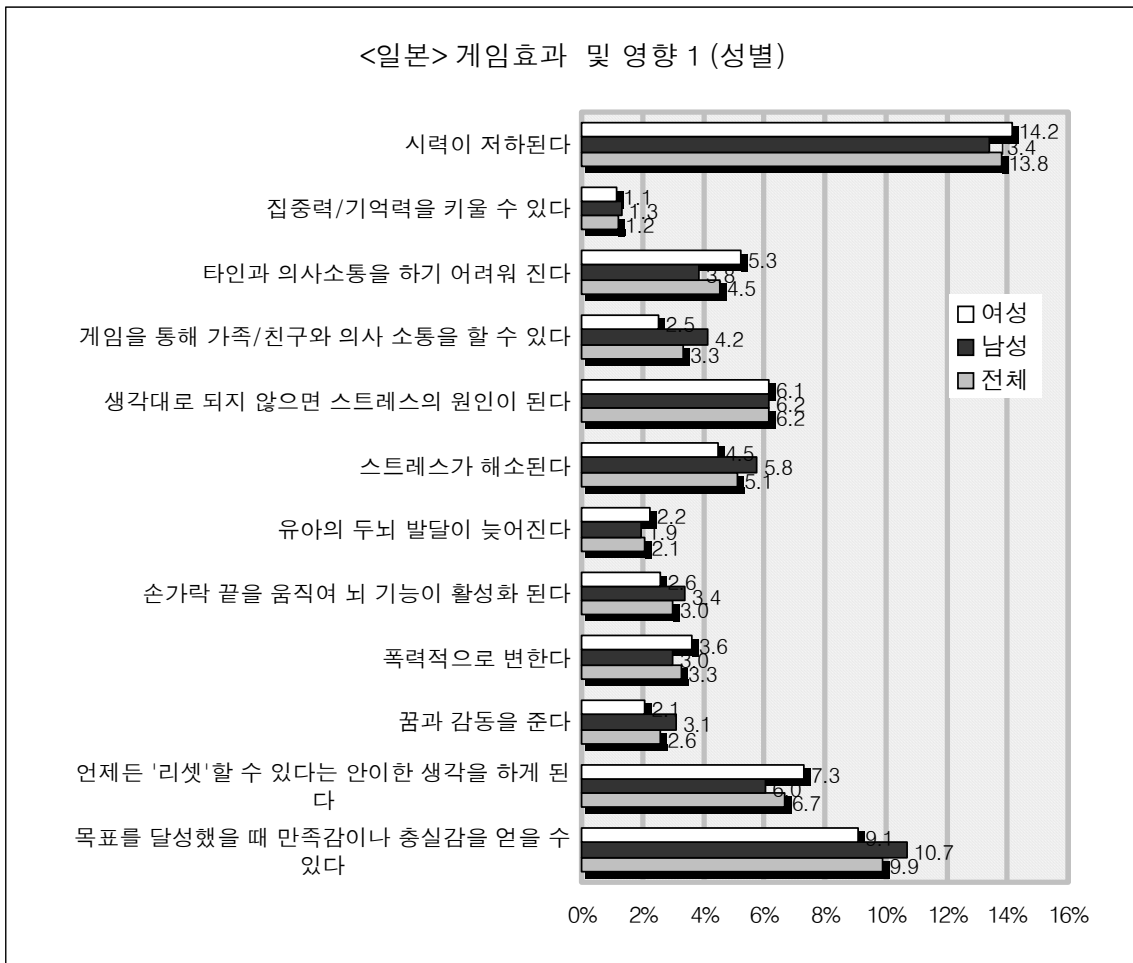
(17) 게임 선택시 가장 중시하는 것

게임을 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 것이 무엇인지에 대한 조사 결과 전체의 61%가 ‘게임 장르’라고 답하였다. 한편 3~12세의 아동의 경우는 ‘게임 캐릭터’가 47.4%를 차지하였고, 성인의 경우에는 ‘게임 장르’가 가장 중요한 게임 선택요인인 반면 아동의 경우에는 ‘캐릭터’가 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있다. 또한 성별로 구분해 보면 여성이 남성보다 ‘캐릭터’나 ‘게임을 해본 사람의 권유/평판’에 더 민감함을 알 수 있다.



(18) 게임의 영향 및 효과

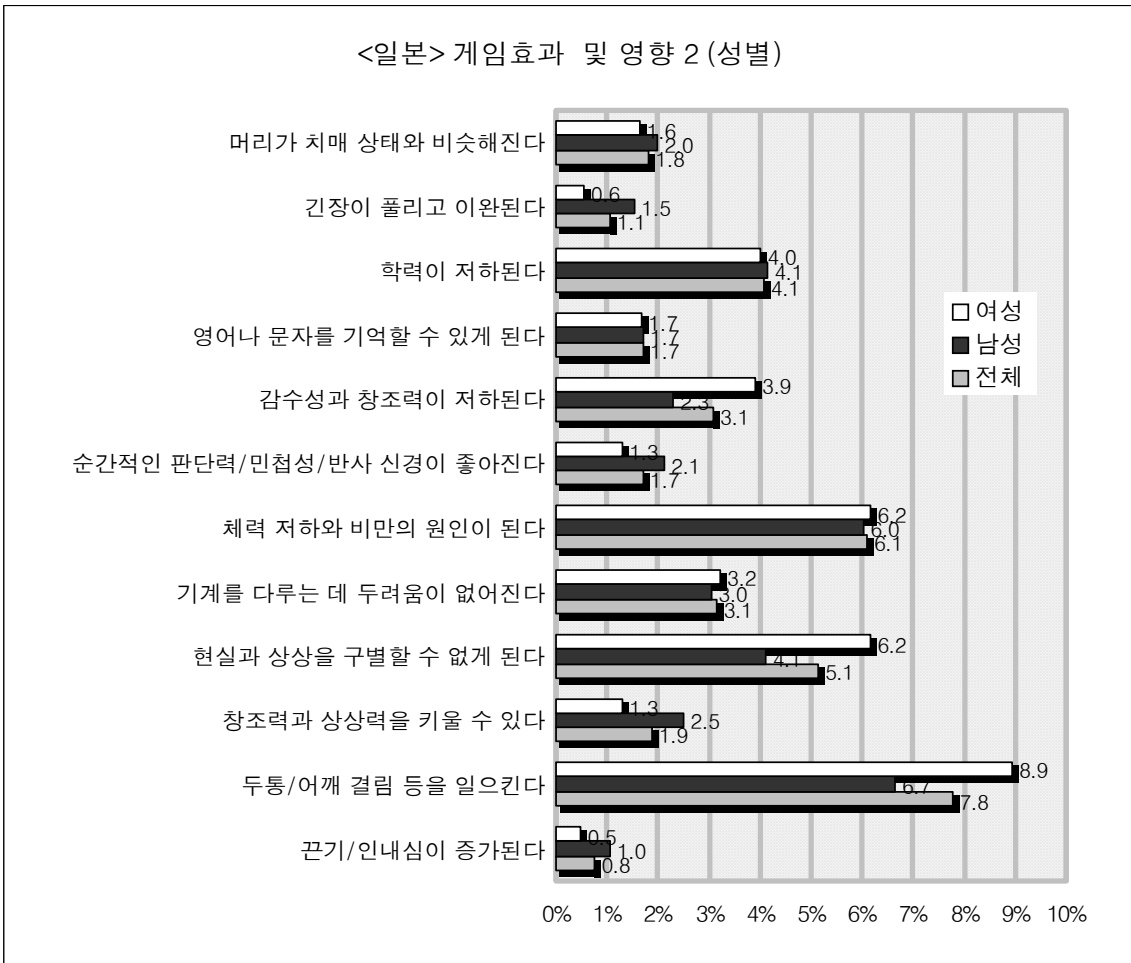
게임의 영향 및 효과를 묻는 질문에서는 ‘시력이 나빠진다’는 응답의 빈도가 가장 높았고 그 다음으로 ‘목표를 달성했을 때 만족감이나 충실감을 얻을 수 있다’, ‘언제든 리셋할 수 있다는 안이한 생각을 하게 된다’, ‘게임이 뜻대로 되지 않으면 스트레스가 된다’, ‘스트레스가 해소 된다’는 순으로 나타났다. 또한 ‘두통/어깨 결림을 일으킨다’는 응답도 높았다.





<게임의 효과 및 영향(연령)>

	목표를 달성했을 때 만족감이나 충실감을 얻을 수 있다	언제든 '리셋'할 수 있다는 안이한 생각을 하게 된다	꿈과 감동을 준다	폭력적으로 변한다	손가락 끝을 움직여 뇌 기능이 활성화 된다	유아의 두뇌 발달이 늦어진다
전체	9.9	6.7	2.6	3.3	3.0	2.1
3 ~ 6세	18.3	3.8	4.8	2.9	1.9	1.9
7 ~ 12세	14.4	4.5	3.4	4.2	0.8	2.5
13 ~ 15세	10.1	3.8	3.8	1.9	2.4	1.9
16 ~ 18세	10.9	4.6	4.3	1.0	1.0	2.6
19 ~ 20세	9.3	4.9	3.3	3.3	2.7	1.1
21 ~ 24세	9.5	6.5	3.9	4.5	3.1	1.7
25 ~ 29세	11.0	7.6	3.6	2.4	3.3	1.4
30 ~ 34세	10.0	7.5	3.3	3.2	3.8	2.2
35 ~ 39세	8.4	8.4	0.9	4.7	1.9	2.7
40 ~ 49세	9.3	7.3	0.8	3.0	2.9	2.4
50 ~ 59세	7.5	5.7	0.9	2.5	5.4	1.9
	스트레스가 해소된다	생각대로 되지 않으면 스트레스의 원인이 된다	게임을 통해 가족/친구와 의사 소통을 할 수 있다	타인과 의사소통을 하기 어려워진다	집중력/기억력을 키울 수 있다	시력이 저하된다
전체	5.1	6.2	3.3	4.5	1.2	13.8
3 ~ 6세	1.9	4.8	9.6	2.9	1.9	14.4
7 ~ 12세	7.1	7.6	6.8	2.3	0.6	15.3
13 ~ 15세	6.7	5.3	2.4	3.4	3.8	13.0
16 ~ 18세	8.3	6.6	3.3	3.6	1.0	13.5
19 ~ 20세	6.6	3.3	3.3	2.7	1.6	10.4
21 ~ 24세	4.9	6.3	3.1	4.4	1.2	12.2
25 ~ 29세	5.1	6.5	3.1	4.9	1.6	13.0
30 ~ 34세	5.3	6.0	3.0	3.7	1.7	13.1
35 ~ 39세	3.3	6.5	2.8	5.4	0.9	14.7
40 ~ 49세	4.0	6.3	3.3	5.0	0.3	15.1
50 ~ 59세	6.2	5.4	2.6	6.2	1.2	15.4



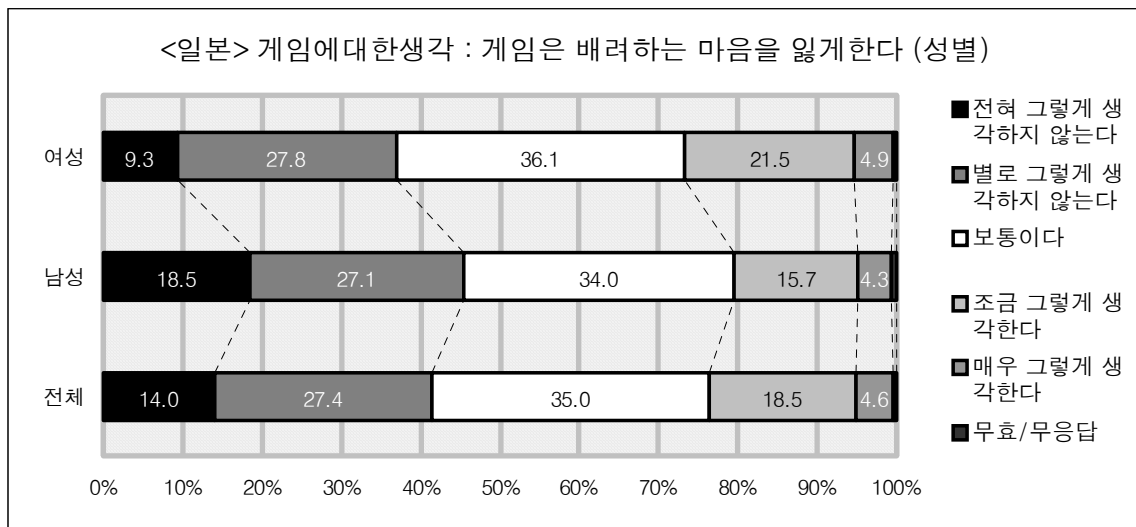
**<게임의 효과 및 영향1(연령)>**

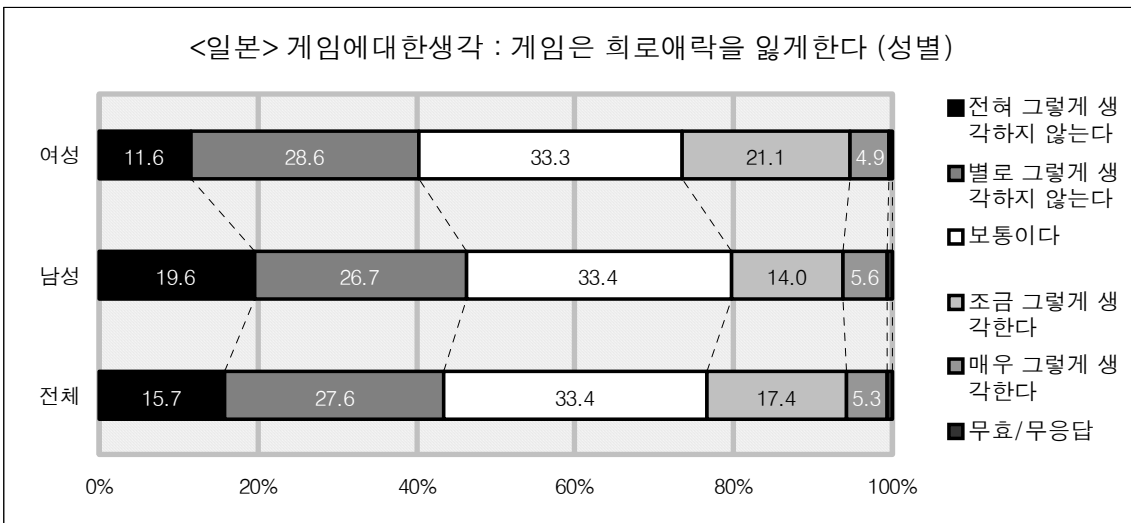
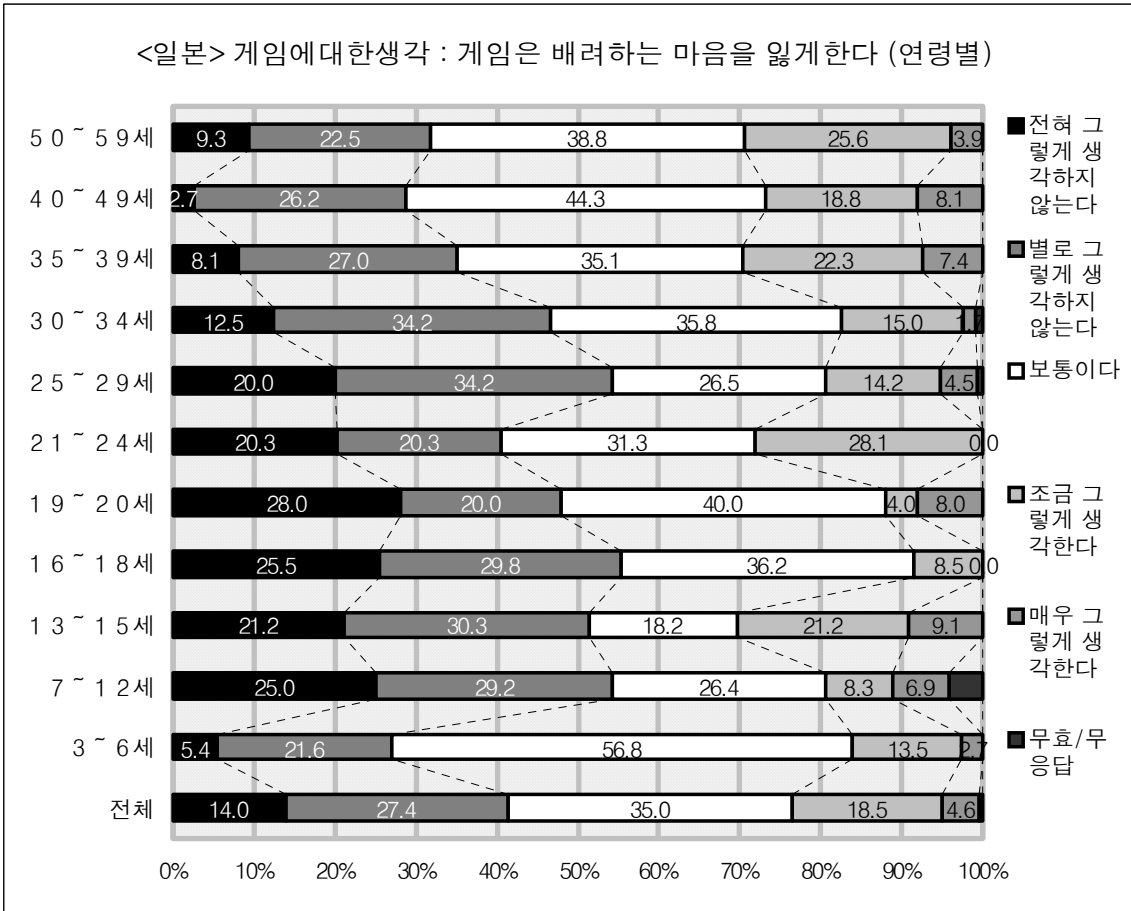
	끈기/인내심이 증가된다	두통/어깨 결림 등을 일으킨다	창조력과 상상력을 키울 수 있다	현실과 상상을 구별할 수 없게 된다	기계를 다루는 데 두려움이 없어진다	체력 저하와 비만의 원인이 된다
전체	0.8	7.8	1.9	5.1	3.1	6.1
3 ~ 6세	1.0	4.8	1.0	3.8	3.8	2.9
7 ~ 12세	0.3	6.8	0.6	2.0	1.4	3.1
13 ~ 15세	2.9	6.3	3.4	1.9	4.8	3.8
16 ~ 18세	1.7	8.9	3.6	2.6	3.0	6.6
19 ~ 20세	1.1	9.3	4.4	5.5	1.1	10.4
21 ~ 24세	0.4	7.8	3.3	5.2	2.9	7.8
25 ~ 29세	0.6	8.0	2.6	4.6	4.3	6.1
30 ~ 34세	0.9	7.9	2.6	4.9	2.9	6.7
35 ~ 39세	0.7	7.7	0.8	6.8	2.6	5.4
40 ~ 49세	0.4	7.7	0.1	6.8	2.5	6.2
50 ~ 59세	0.9	8.2	0.6	5.9	4.4	5.3

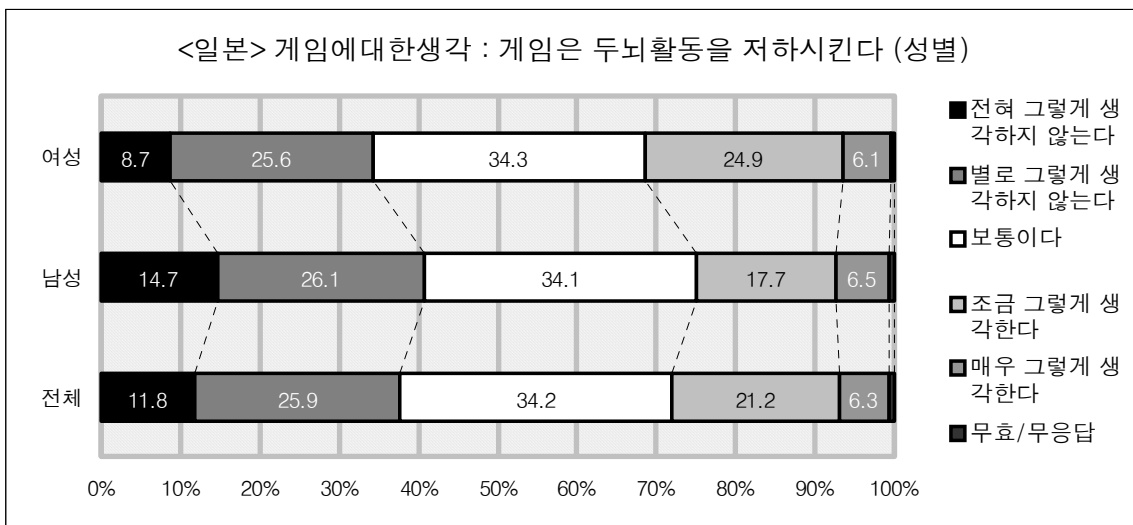
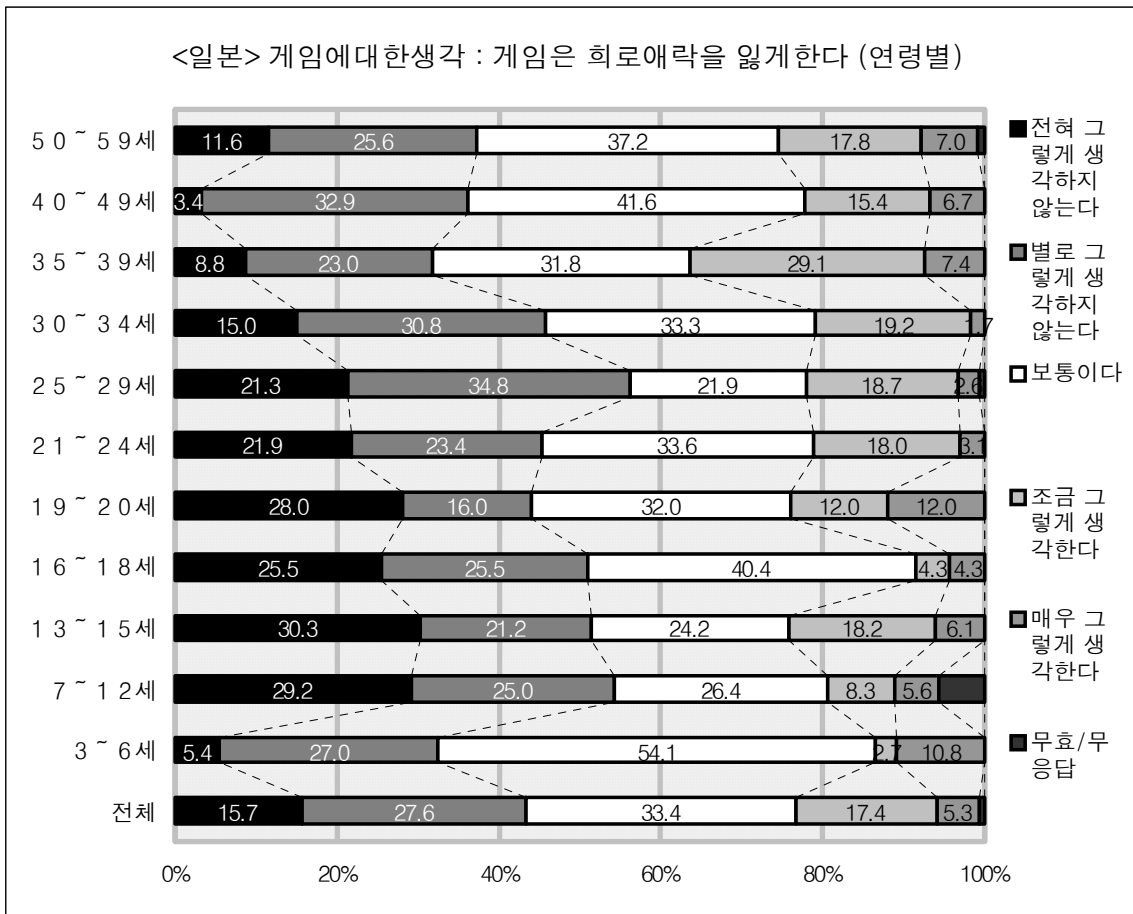
	순간적인 판단력/민첩성/반사 신경이 좋아진다	감수성과 창조력이 저하된다	영어나 문자를 기억할 수 있게 된다	학력이 저하된다	긴장이 풀리고 이완된다	머리가 치매 상태와 비슷해진다
전체	1.7	3.1	1.7	4.1	1.1	1.8
3 ~ 6세	3.8	1.9	4.8	1.9	0.0	1.0
7 ~ 12세	1.1	2.0	4.2	5.7	1.1	2.0
13 ~ 15세	1.9	2.9	4.3	5.8	1.9	1.4
16 ~ 18세	2.0	1.0	3.3	2.6	1.7	2.3
19 ~ 20세	0.5	2.7	3.3	5.5	0.5	2.7
21 ~ 24세	1.1	2.9	1.5	3.9	1.0	1.0
25 ~ 29세	1.4	2.0	1.8	4.0	0.7	0.4
30 ~ 34세	2.2	2.1	0.7	2.8	1.8	1.7
35 ~ 39세	1.8	4.6	1.8	3.5	0.6	3.1
40 ~ 49세	1.3	4.7	0.8	5.3	1.1	3.4
50 ~ 59세	2.9	4.0	0.3	4.4	1.0	1.2

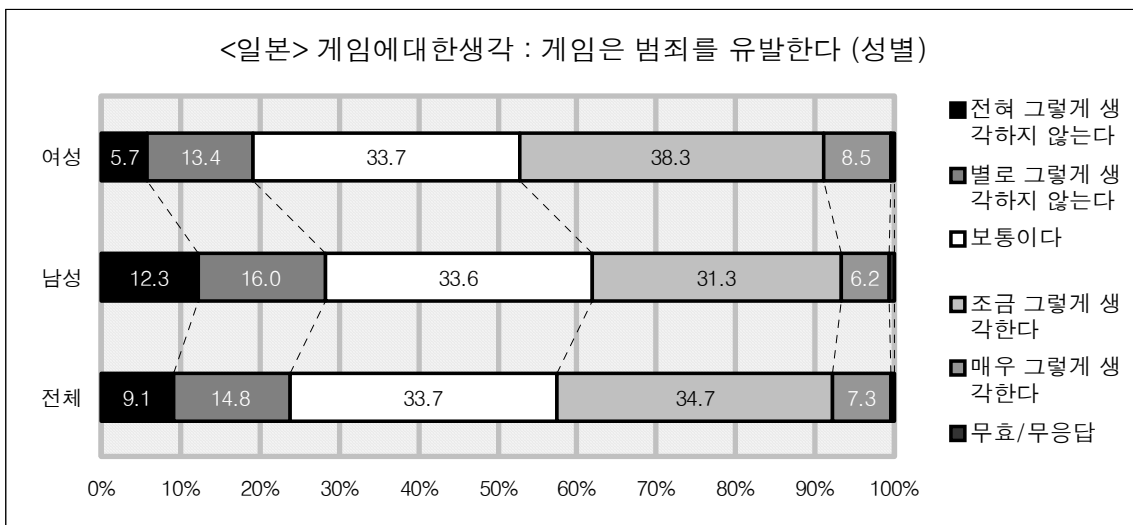
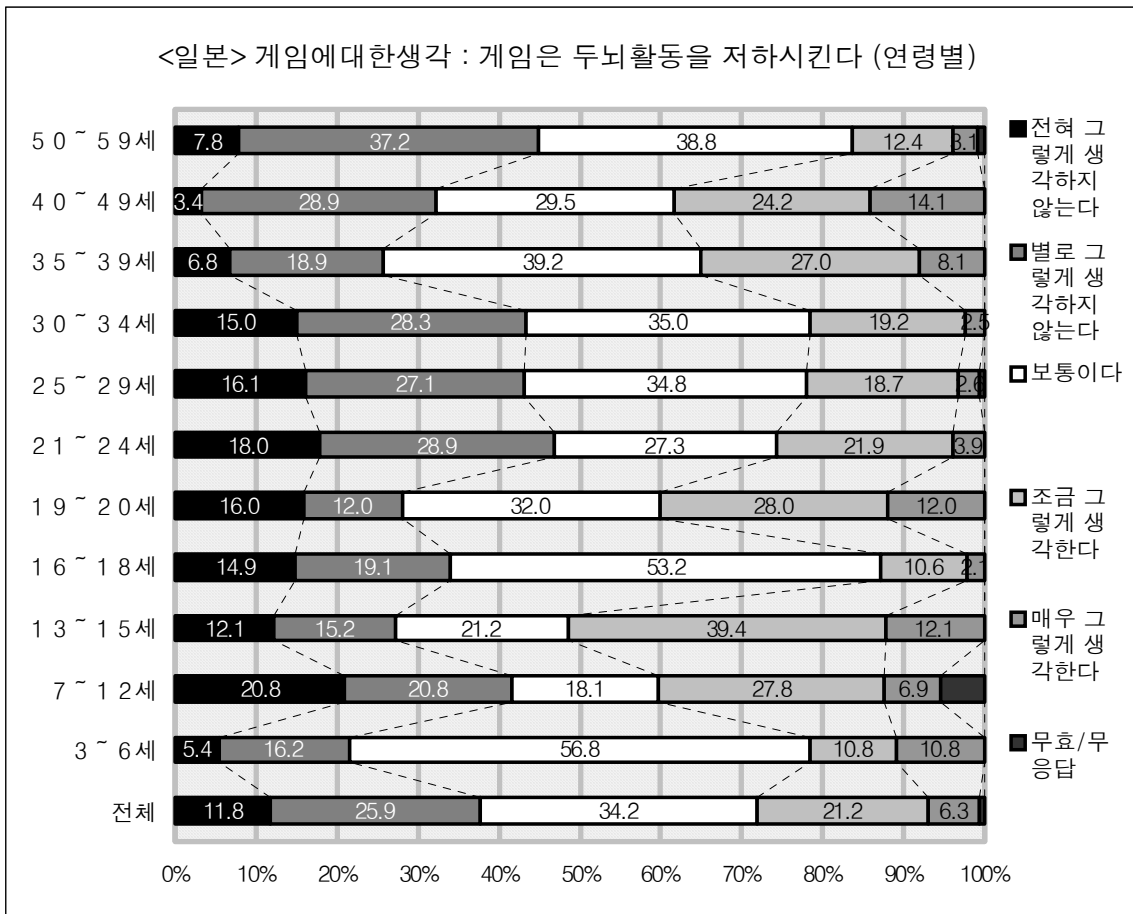
(19) 게임에 대한 이미지

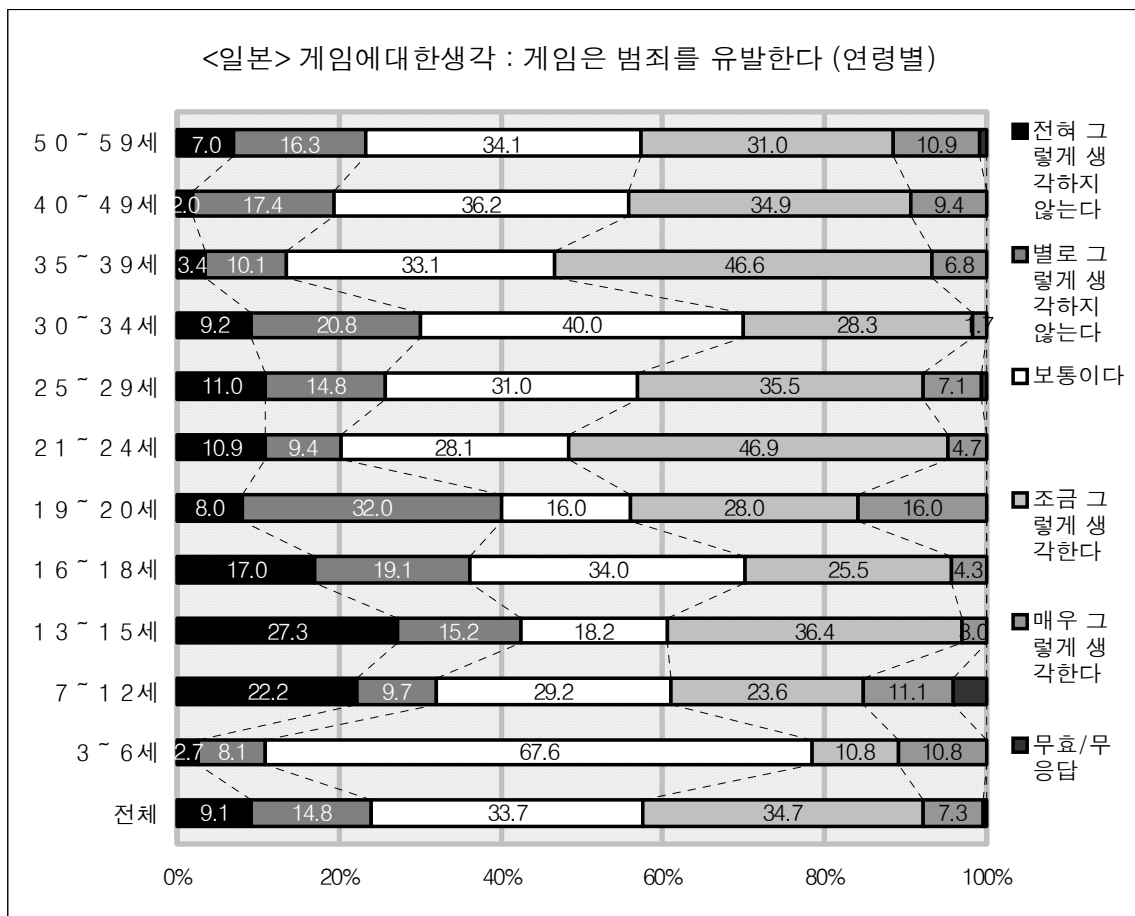
게임에 대한 이미지를 알아보기 위해 ‘게임은 배려하는 마음을 잃게 한다’ ‘게임은 희로애락을 잃게 한다’ ‘게임은 두뇌활동을 저하 시킨다’ ‘게임은 범죄를 유발한다’는 네 가지 항목에 대한 조사대상자의 인식을 조사한 결과 부정적인 인식이 긍정적인 인식보다 큰 것을 알 수 있다. 즉 전반적으로 ‘게임은 배려하는 마음을 잃게 한다’ ‘게임은 희로애락을 잃게 한다’ ‘게임은 두뇌활동을 저하 시킨다’ ‘게임은 범죄를 유발한다’고 생각하는 경우가 그렇게 생각하지 않는 경우 보다 많아서 게임에 대한 부정적인 인식이 긍정적인 인식보다 높은 것을 알 수 있었다.











# 제 3 장

---

한·일 게이미용자 비교 동향 및 현황과 특성





## 제3장 한·일 게이미용자 비교 동향 및 현황과 특성

여가활동에서 ‘게임’이 차지하는 비율은 여전히 한국이 우세

한국의 경우 여전히 남성/10대를 중심으로 여가시간에 가장 즐겨하는 활동이 ‘게임’임에 비해, 일본의 경우에는 매일하는 활동으로는 ‘휴대폰 통화, 문자메시지’, 주4~5회 하는 활동으로는 ‘자택의 컴퓨터/인터넷’, 주2~3회 하는 활동으로는 ‘서적/잡지 읽기’가 높은 비중을 차지하고 있는 반면에 ‘게임’을 이용한다는 응답을 적은 것을 확인 할 수 있다.

한국 PC방은 게임방문화 형성, 일본 PC방(복합카페)은 만화-인터넷 방

인터넷/PC 이용과 관련한 질문을 비교해 보면, 양국 모두 ‘집’에서 인터넷을 사용하는 빈도가 매우 높아 양국 모두 가정의 PC 보급률과 인터넷 보급률이 매우 높음을 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 한국의 경우에는 PC방을 ‘이용한다’는 응답률이 75.7%로 2004년 조사 보다 오히려 증가하고 있다. 반면에 일본의 경우는 PC방/북 카페를 ‘이용한다’는 응답이 18%로 전년 조사보다는 증가하였으나 아직 5명에 1명꼴로 이용하여 한국에 비해 대중화가 이루어졌다고 보기는 어렵다.

또한, 한국의 PC방 사용 행태를 살펴보면, PC방 사용목적은 묻는 질문에서 ‘게임’의 빈도가 가장 높아 PC방을 친구들과 어울려 게임을 하는 ‘게임방’으로 인식하고 있음을 볼 수 있다.

반면에 일본의 경우는 PC방/북 카페의 주 이용 목적이 ‘만화/잡지 읽기’이며, 부수적으로 인터넷(게임제외)을 이용하는 장소로 여기고 있어 양국의 PC방의 이용행태에서도 큰 차이가 있음을 볼 수 있다.

한국은 게이미용률 증가, 일본은 게이미용률 감소

현재를 기준으로 게임을 하고 있는지에 대한 조사결과 일본의 경우는 50.3%가 ‘전혀 하지 않는다’고 답하고 있어 전년 대비 이용률의 감소세를 보이고 있으며, 한국의 경우 ‘현재 이용하고 있다’고 응답한 비율이 61.1%이며, 남성의 경우는 77.7%에 이른다.

한국은 온라인 게임이 주도적, 일본은 비디오 게임이 지배적

주로 이용하는 게임플랫폼에 대한 조사 결과 한국의 경우 ‘온라인게임’이 68.3%로 가장 높은 선호를 보였고, 그 다음으로 ‘비디오게임’, ‘휴대폰/모바일 게임’의 순이었다. 이에 비해 일본의 경우에는 ‘가정용 텔레비전 게임기’의 우세가 39.6%로 두드러졌고, ‘컴퓨터 네트워크게임’, ‘휴대용 게임기’의 순위가 나타났다. 이러한 양국의 선호 플랫폼의 차이는 양국 게이미용자의 게임장르 선호 행태에도 영향을 미치고 있다. 아울러 양국의 게임 콘텐츠 구입처도 플랫폼 선호의 특성을 반영하고 있다.

한편 여성의 경우 양국 모두 선호 장르에서 ‘웹보드게임’이 높은 순위를 차지하고 있어, ‘전략 시뮬레이션게임’이나 ‘롤플레이팅게임’을 선호하는 남성의 취향과 차이를 보이고 있다.

### 게임 선택시 '좋아하는 장르'가 우선

게임을 선택하는 데에 가장 중요하게 생각하는 요소가 무엇인지에 대한 설문결과, 한국과 일본 모두 '좋아하는 장르'라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다. 그러나 한국의 경우에는 '게임을 해본 사람의 권유'에도 높은 응답을 보여 유행에 민감한 특성을 게임 선택에서도 찾을 수 있다.

### 게임에 대한 유보적 태도 증가

게임에 대한 인식을 묻는 질문에서는 한국과 일본 모두 '그저 그렇다'와 '보통이다'의 비중이 매우 늘어났음을 볼 수 있다. 특히 일본의 경우에는 유보적인 견해와 함께 부정적인 응답률도 늘었다.

### 문화 콘텐츠로서의 게임 이미지 '유보적'

문화 콘텐츠로서 게임이미지가 어떠한지에 대한 한국의 문향과 게임을 문화로 생각하느냐는 일본 문향의 결과를 비교해 보면, 한국의 경우 '보통'의 빈도가 51.2% 가장 높게 나타났다. 이를 성별로 구분해 보면, 여성의 경우는 13%가 '좋음'이라고 답하였고, 남성은 35.8%가 '좋음'이라고 답해 남성이 전반적으로 게임을 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타나 성별에 따라 인식의 차이가 매우 큼을 알 수 있다.

한편, 일본의 경우는 게임을 문화하고 생각하느냐는 질문에서 57.3%가 '그렇다'라고 답하고 있으며, 문화라고 생각하는 이유를 '이미 영화, 대중음악과 같은 주요 오락 활동으로 자리 잡아서'라고 답하여 게임의 문화 콘텐츠로 인식하고 있음을 알 수 있다. 성별로 응답을 살펴보면 남성의 63.6%, 여성의 51.7%가 '그렇다'라고 답해 남성이 여성보다 게임을 문화 콘텐츠로 받아들이는데 더욱 우호적임을 알 수 있다.

## 2. 현황과 특성 비교(통계자료)

### (1) 여가활동

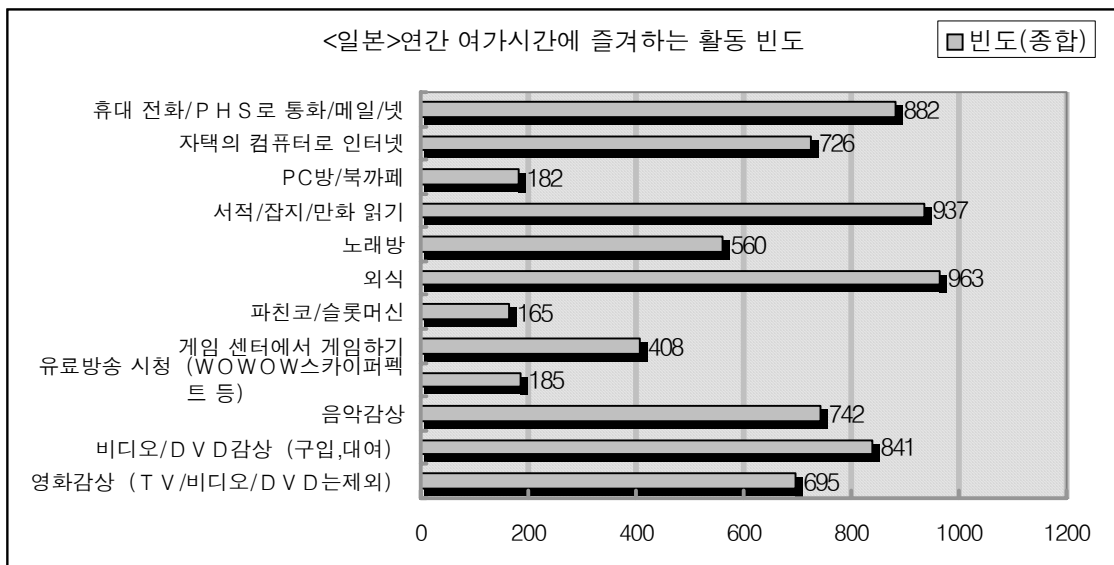
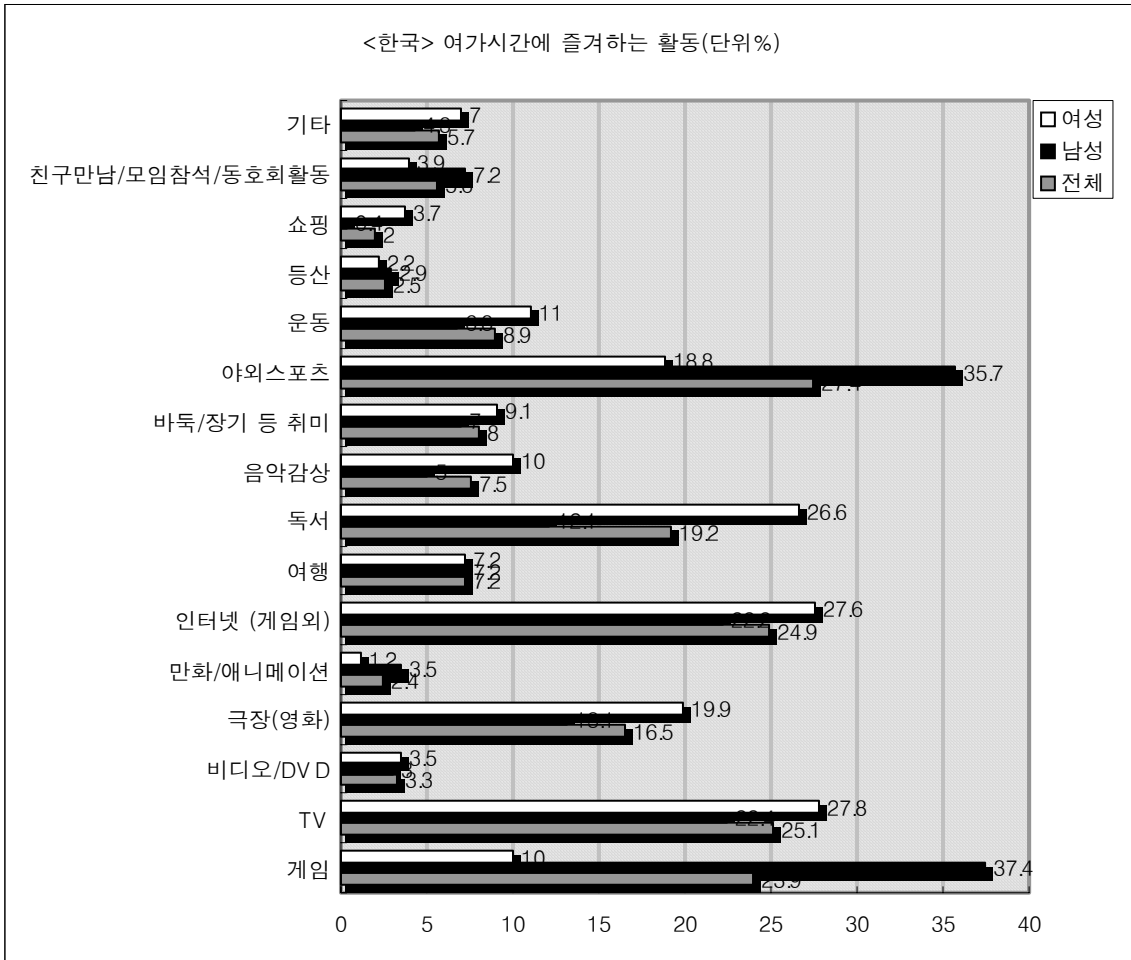
여가활동에 대한 한국과 일본의 조사는 한국의 경우 ‘여가시간에 즐겨하는 활동은 무엇입니까?(2개 선택)’로, 일본의 경우에는 각 여가활동별 이용하는 빈도(거의 매일, 일주일에 4~5일, 일주일에 2~3일, 일주일에 한번, 한 달에 2~3일)를 표기하는 질문으로 각기 응답의 형태가 달랐다.

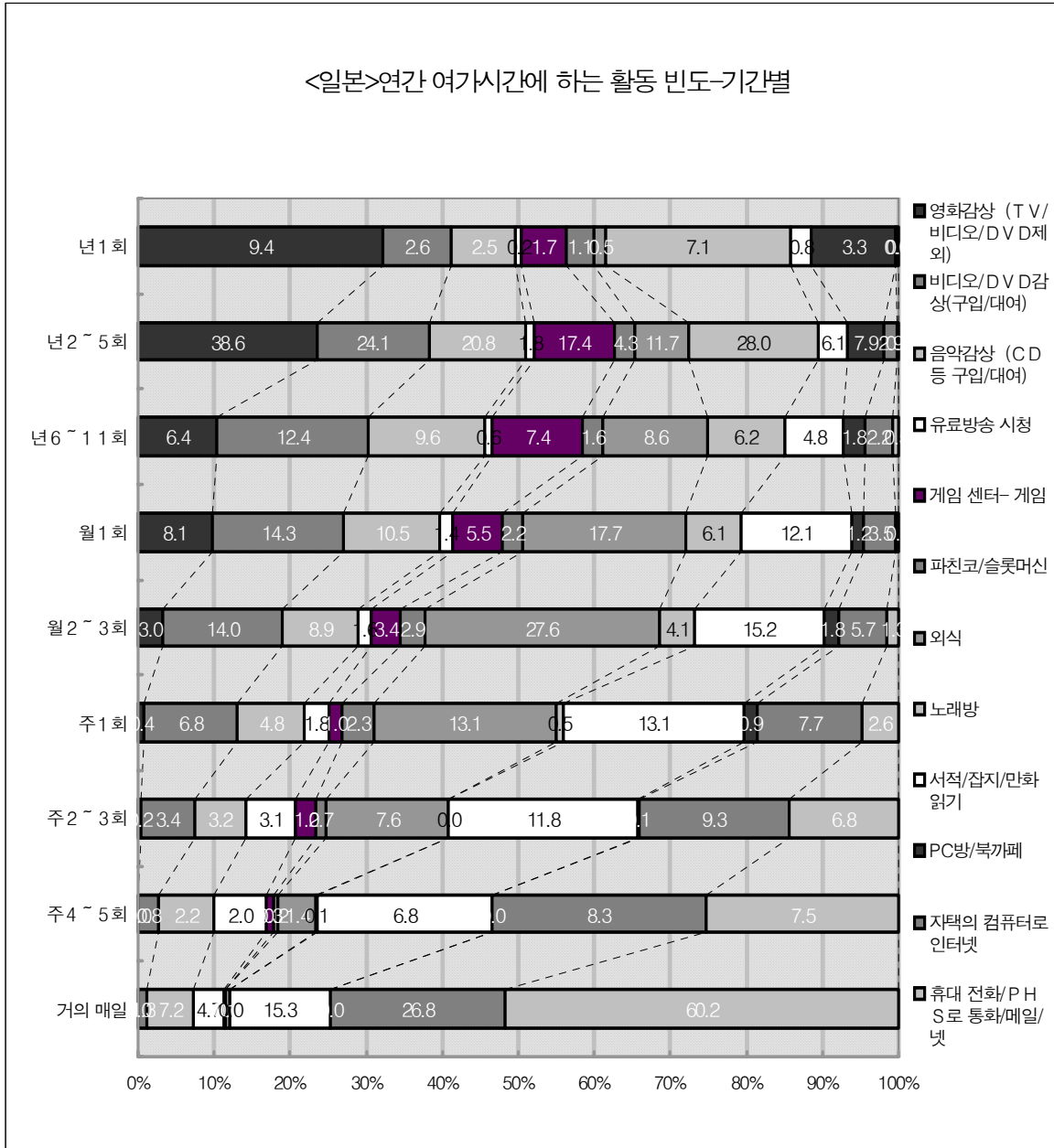
질문형태가 다르고 응답 항목의 분류 차이를 고려하여 각 반응을 살펴보면, 한국의 경우 여가시간에 즐겨하는 활동(2개 선택)에 대한 반응에서 ‘게임’이(23.9%)로 ‘야외스포츠(27.4%)’, ‘TV(25.1%)’, ‘인터넷(게임 외/ 24.9%)’에 이어 아주 근소한 차이로 상위권에 머물렀다. 이는 2004년 조사에서 ‘게임’이 가장 높은 순위(24.2%)를 차지했던 것에 비해 순위와 빈도 면에서는 약간씩 감소한 것이다. 그러나 성별로 구분해 보면 남성의 경우 ‘게임’의 빈도가 37.4%로 여전히 가장 높으며, 연령별로 구분해 보아도 15~19세에서 40.1%의 높은 선호가 나타난다. 따라서 한국의 경우 성별로는 남성, 연령별로는 10대를 중심으로 ‘게임’이 여가에서 중요한 비중을 차지하고 있다고 볼 수 있다.

반면에 일본의 경우는 전체 빈도에서 ‘게임’이 차지하는 빈도가 ‘휴대폰 통화 문자메세지’(거의 매일한다 65.3%), ‘자택의 컴퓨터 사용’(거의 매일한다 26.8%), ‘서적, 잡지, 만화’(거의 매일한다 15.3%)등에 훨씬 못 미치는 수준으로 ‘거의 매일한다 1%’, ‘연2~5회17.3%’의 매우 낮은 빈도를 보이고 있다.

결론적으로 ‘게임’은 한국 여가활동에서 중요한 비중을 차지하고 있으며, 10대~20대 초반 남성의 가장 주된 여가활동임에 비해, 일본에서는 ‘게임’(비디오 게임, 보드게임 망라)은 전체 여가활동에서 그리 큰 비중을 차지하지 않음을 볼 수 있다.

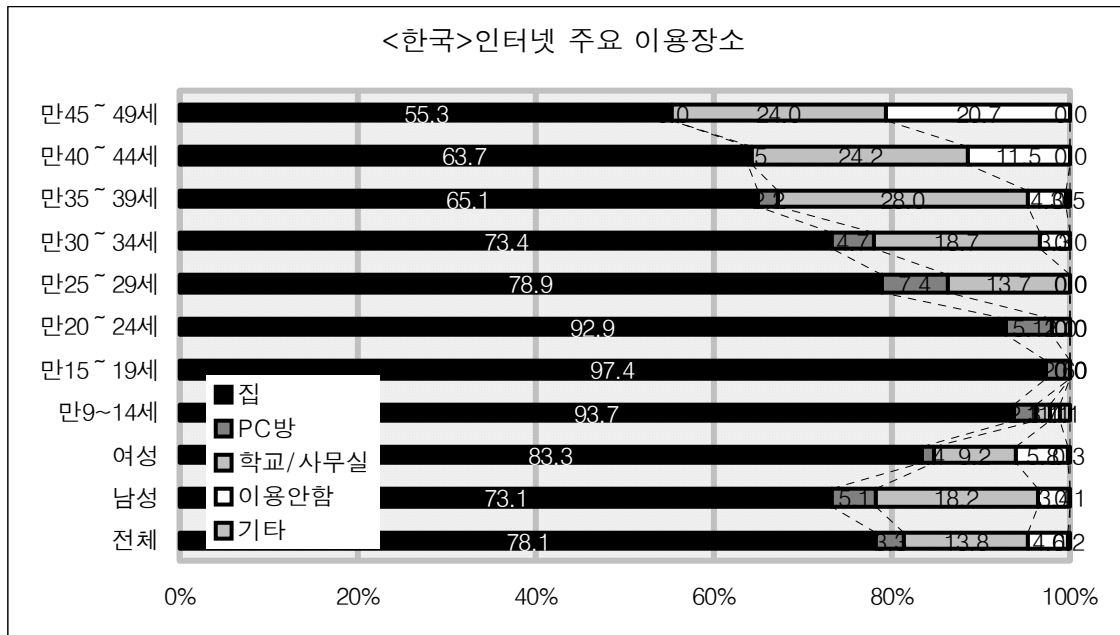
그러나 덧붙이자면, 2004년 한국 조사에서 별로 큰 비중을 차지하지 않았던 ‘야외스포츠’ 항목이 남성을 중심으로 급부상한 점과 같이 한국 여가활동에도 큰 변화가 일어나고 있는 것으로 보아 외식, 여행 산업이 확장되고 있고, 고급사양 모바일 보급률이 매우 높아지고 있는 상황에 맞추어 ‘휴대폰 통화, 문자메시지’, ‘외식’의 항목이 포함되었다면 약간 다른 결과가 나타났을 것으로 예측할 수 있다.



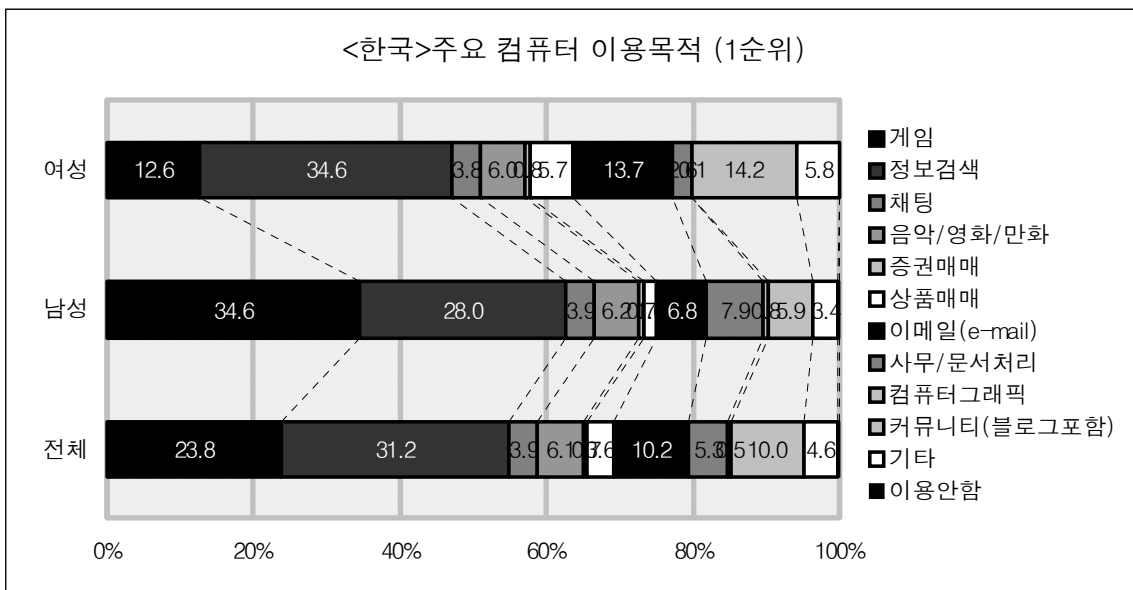


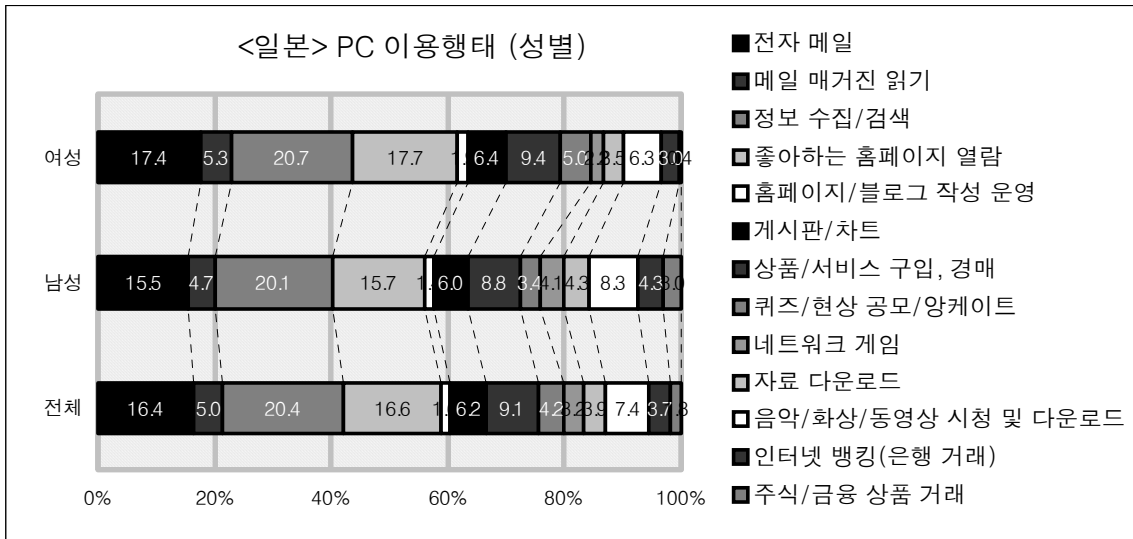
(2) 인터넷 및 PC방 이용행태

인터넷과 PC 이용행태와 관련하여, 한국의 ‘인터넷을 주로 이용하는 장소는 어디입니까?’에 대한 응답결과와 직접비교에는 무리가 있지만 일본의 여가시간을 보내는 장소에 대한 문항을 간접적으로 비교해 보면, 양국 모두 ‘집’에서 PC를 사용하는 빈도가 높은 것을 볼 수 있다. 이를 통해 한국과 일본 모두 가정의 컴퓨터 보급률과 인터넷 보급률이 매우 높아 가정의 PC사용과 인터넷 사용이 매우 보편적인 상태임을 알 수 있다.

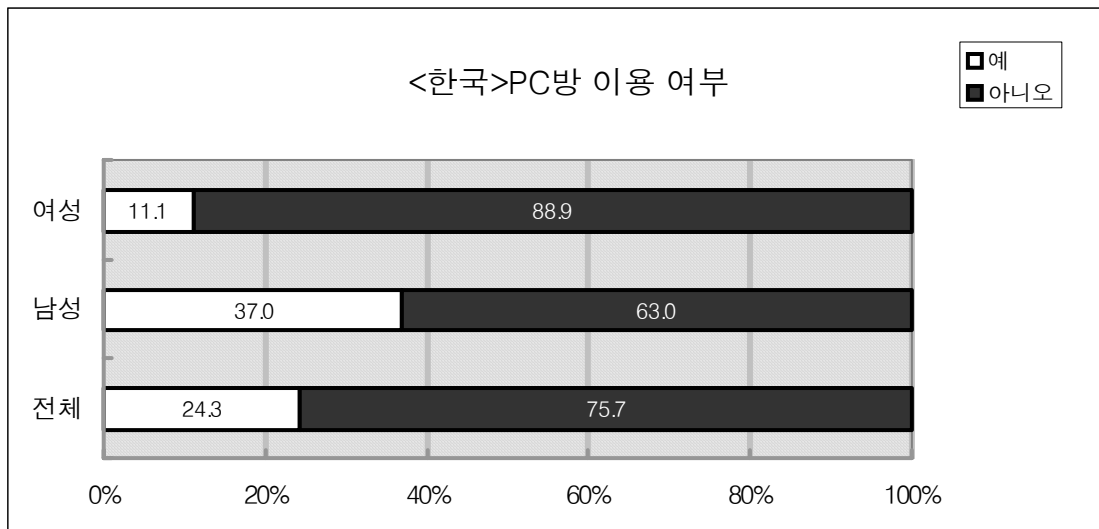


PC사용행태를 비교해보면 한국의 경우 ‘정보검색(34.6%)’에 이어 ‘게임(23.8%)’이 PC사용의 주요 목적인 것으로 나타난다. 특히 남성의 경우 PC를 ‘게임’을 하는데 주로 사용하고 있음을 볼 수 있다(34.6%). 일본의 경우 PC/인터넷 이용내용을 모두 표시하는 문항을 토대로 살펴보면 ‘정보수집(20.4%)’, ‘홈페이지열람(16.6%)’, ‘전자메일(16.4%)’이 가장 높은 비율을 보이고 ‘게임’은 3.2%로 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 이와 같이 한국과 일본의 가정에서 PC사용 행태에 차이를 보이는 데에는 가정 내 인터넷 접속방식과 시용비용에 차이가 있는 점도 고려해야 할 것이다. 한국의 경우 일본에 비해 인터넷 접속 비용이 높지 않은데 비해 일본은 접속비용이 높기 때문에 PC/인터넷 사용이 주로 접속시간이 짧은 활동 빈도가 높은 것으로도 볼 수 있다.

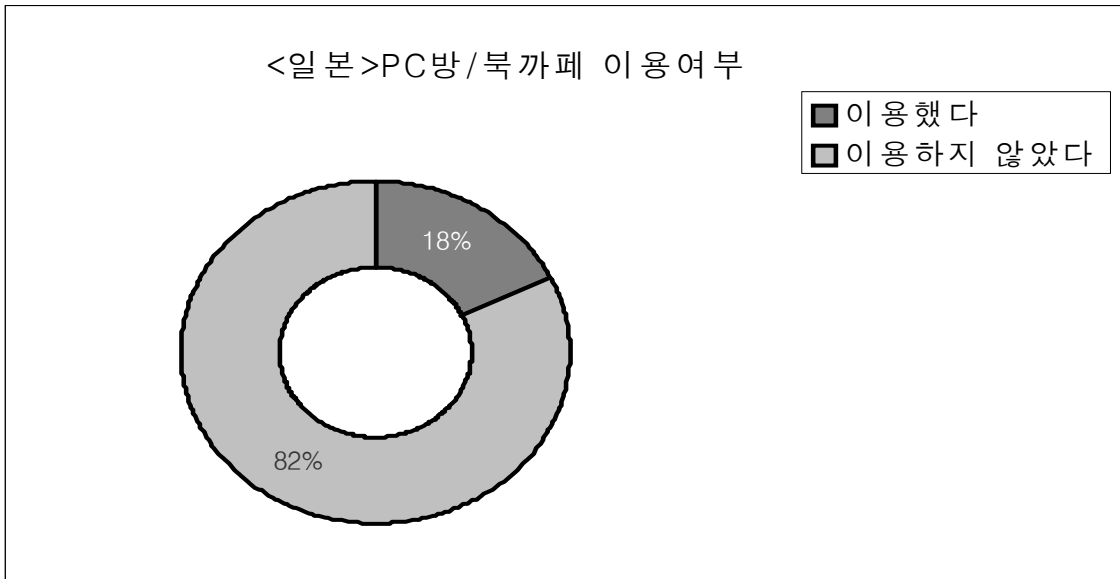




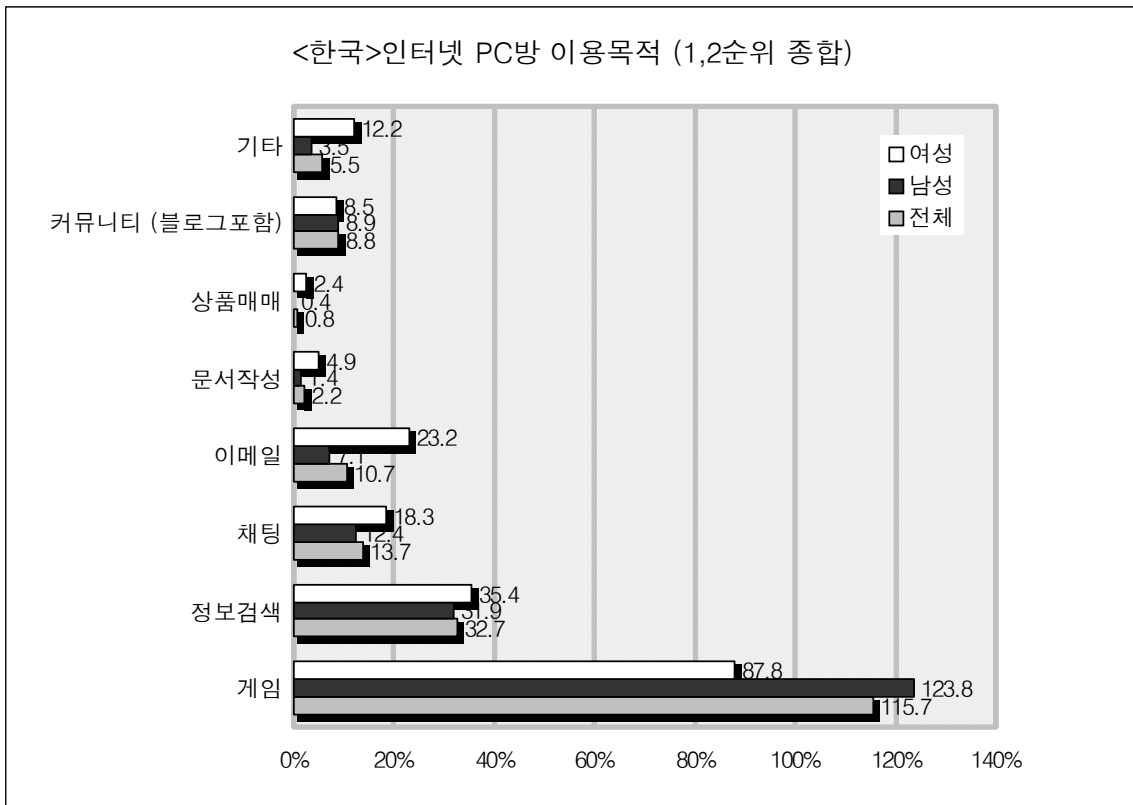
한국의 PC방과 일본의 복합카페(PC방, 북카페 등)의 이용현황을 비교해 보면 양국 간의 PC방의 물리적인 환경만큼이나 이용행태에서도 차이가 나타나는 것을 볼 수 있다. 한국의 경우 약 75.7%가 PC방을 ‘이용하고 있다’고 응답한 반면, 일본의 경우에는 ‘이용하고 있지 않다’고 응답한 비율이 82%로 여전히 한국에서는 PC방이 남녀노소를 막론한 대중적인 공간인 반면, 일본에서는 아직 PC방이 아직 보편적으로 자리를 잡지는 못한 것으로 평가 할 수 있다.

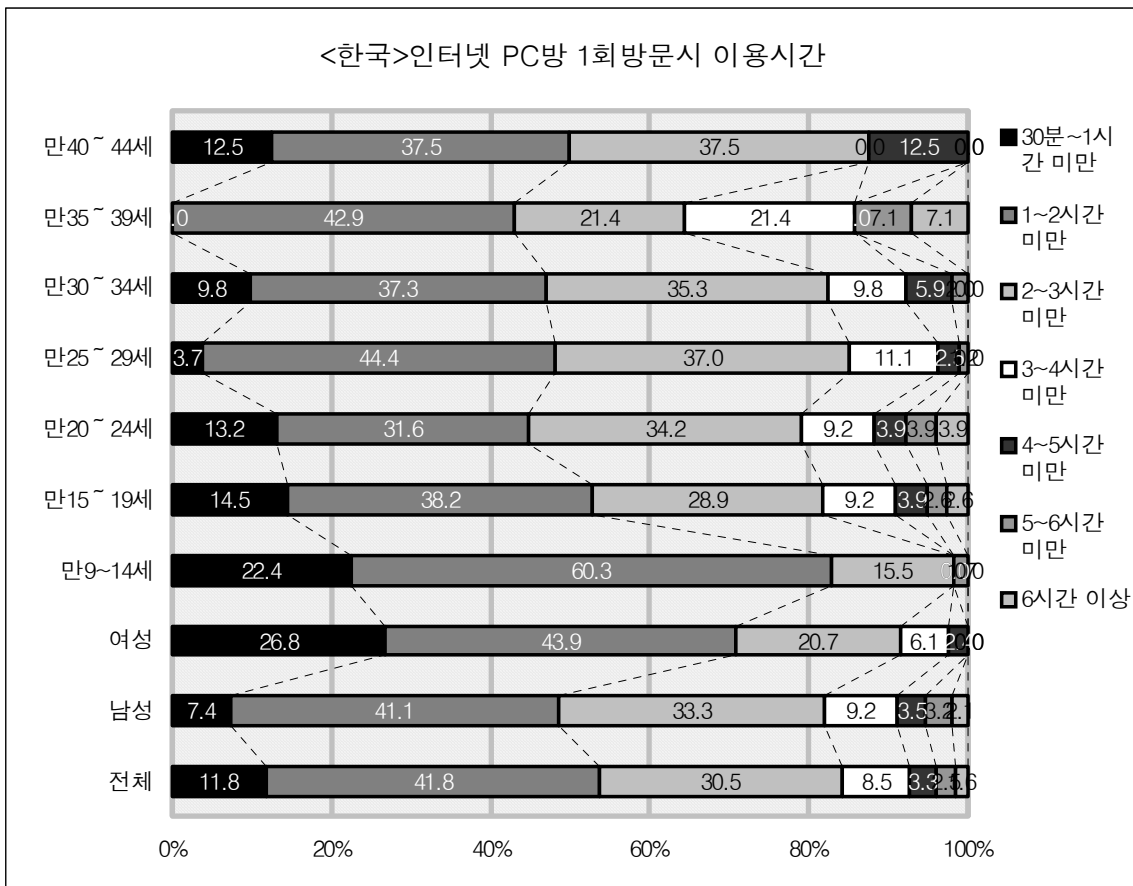
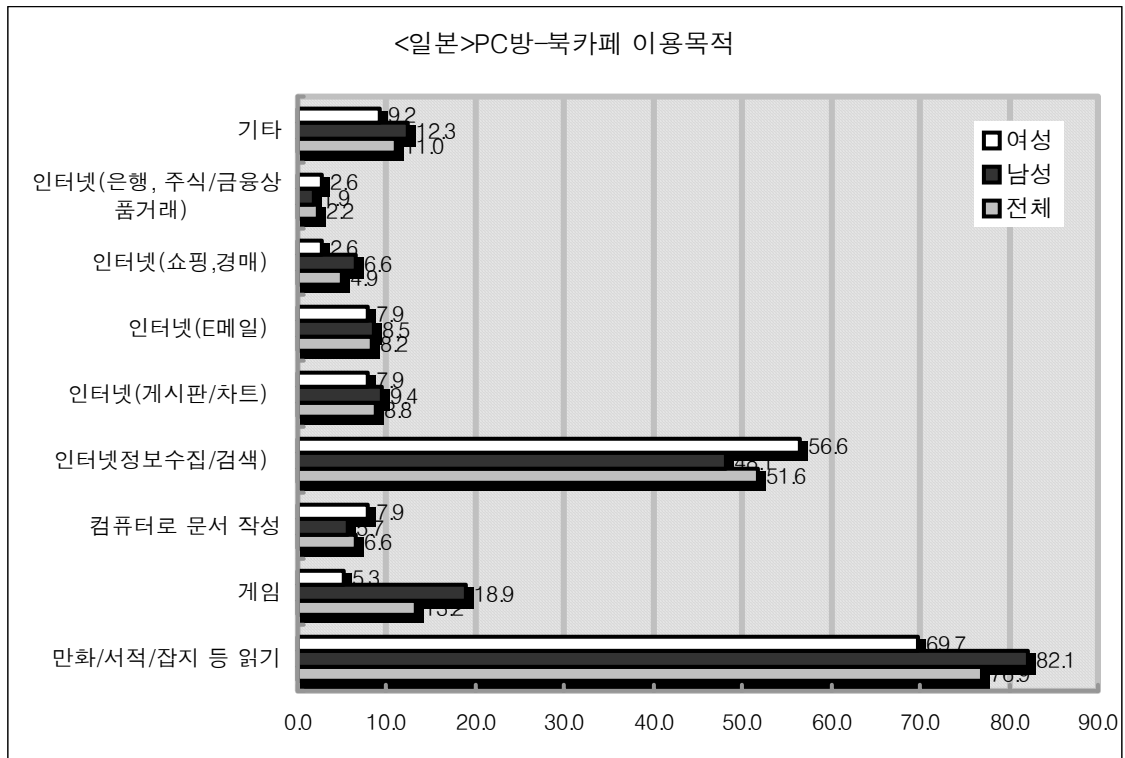






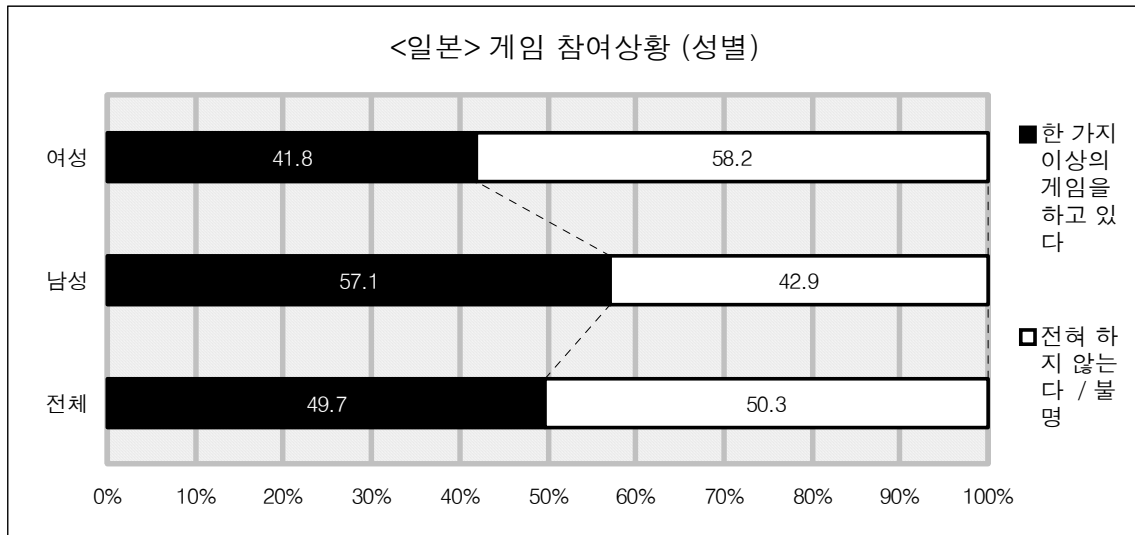
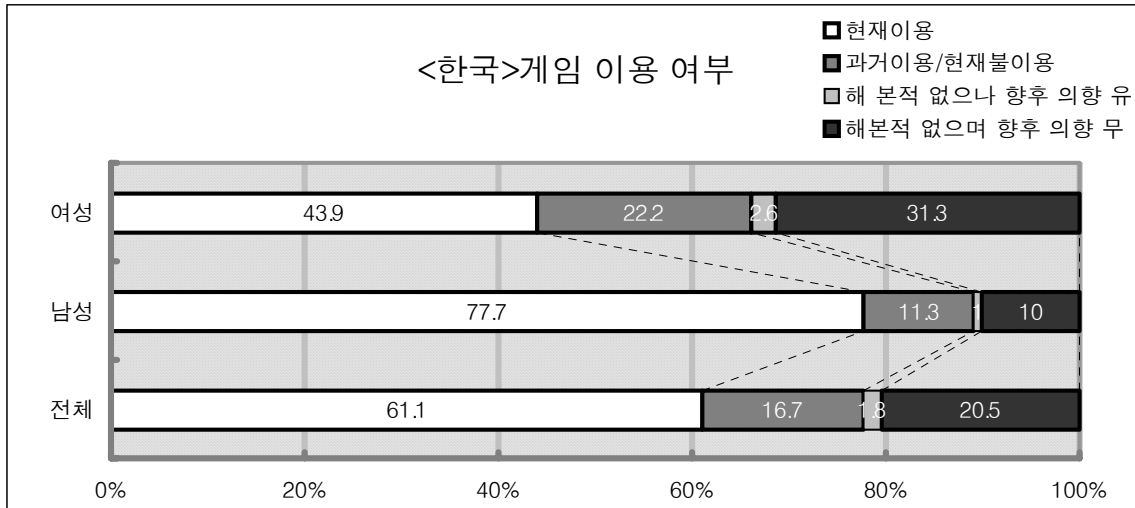
한국의 PC방 및 일본의 복합카페(PC방, 만화방 등) 이용목적에 대한 응답결과에서도 한국과 일본의 차이가 있다. 한국의 경우 ‘게임’을 하기 위해 PC방을 이용한다고 응답한 비율이 50% 이상을 차지하고 있으나, 만화방을 겸하고 있는 일본의 복합카페를 이용하는 목적에서는 ‘만화책 읽기’, ‘정보검색, 수집’이 가장 높은 비율을 보이고 ‘게임’은 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 일본의 PC방 1회 평균 이용시간은 2시간20분이다.





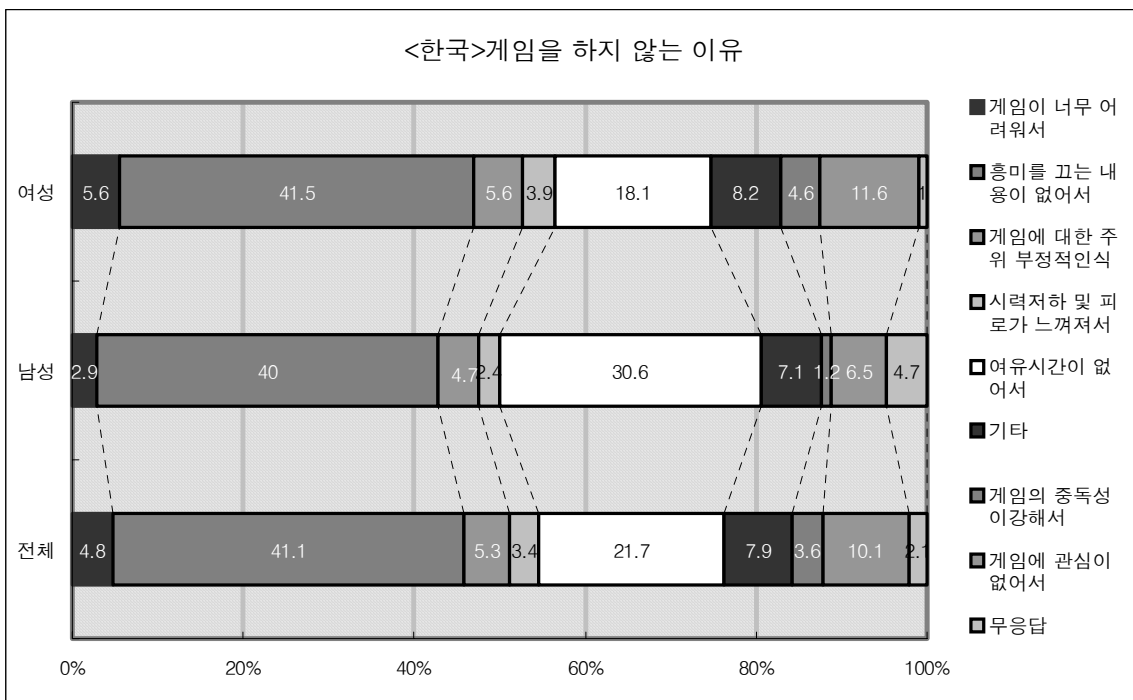
(3) 게임경험여부

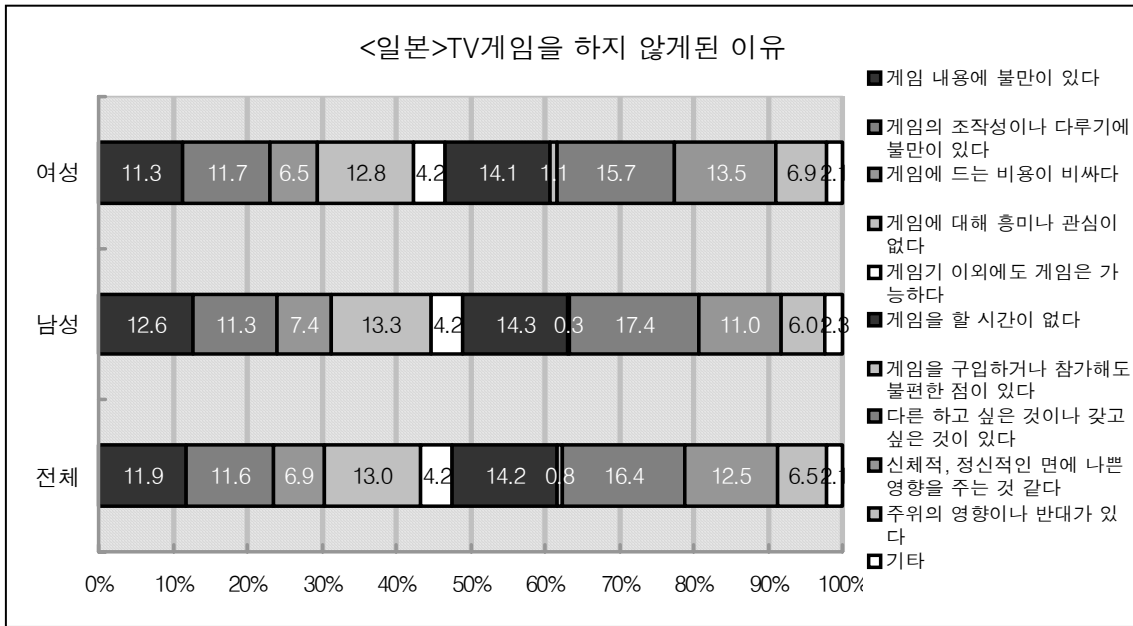
게임을 해본 적이 있는지에 대한 게임 경험 여부를 조사한 결과 현재 게임을 이용하고 있는 비율은 한국이 61.1%, 일본이 49.7%로 한국이 현재 게임을 이용하고 있는 비율이 더 높은 것으로 나타났다.



현재 게임을 이용하지 않는 응답자를 대상으로 왜 게임을 이용하지 않는지를 질문한 결과를 비교하는 것은 한국은 모든 장르의 게임을 망라하여 게임을 하지 않는 대상에 대한 질문이고, 일본은 비디오게임(TV게임)을 중심으로 한 질문이며, 응답보기 항목에도 차이가 있어 직접적인 비교는 어렵지만 일본의 주된 게임 플랫폼이 비디오게임(TV게임)이라는 점을 염두하여 전반적인 경향을 파악하는 데는 큰 무리가 없을 것이다. 응답보기의 차이를 감안하여 결과를 비교해 보면 한국의 경우 ‘흥미를 끄는 내용이 없어서’가 41.1%로 높은 비율을 차지하였고, 그 다음은 ‘여유시간이

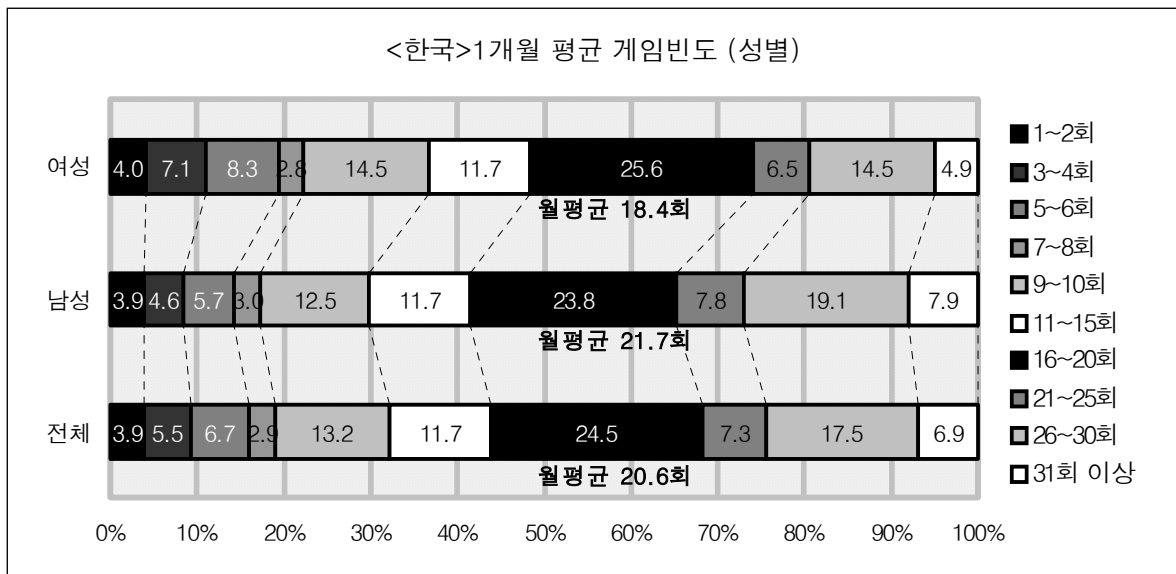
없어서'가 21.7%로 그 다음을 차지하였다. 일본의 경우는 '다른 하고 싶은 것, 갖고 싶은 것이 있어서'가 16.4%로 가장 높은 빈도를 보였고, '게임을 할 시간이 없어서'가 14.2%, '게임에 관심이 없어서'가 13.0%, '신체적, 정신적으로 나쁜 영향을 주는 것 같다' 12.5%, '게임 내용에 불만이 있다' 11.9%로 근소한 차이의 응답이 그 뒤를 이었다. 이는 한국의 경우에는 게임 자체에 대한 관심이 없거나 거부감이 있다기보다는 게임의 내용상의 흥미가 떨어져서 게임을 안하는 경우가 많은 것으로 볼 수 있고, 일본의 경우는 게임 자체에 대한 관심이 다른 여가활동들 보다 높지 않고, 게임 자체의 부정적인 인식 때문에 게임을 하지 않는 경우가 많은 것으로 해석할 수 있다. 또한 양국 모두 '시간이 없어서'가 높은 비율을 보이고 있어 게임을 하는 데는 다른 여가활동 보다 많은 시간이 든다는 관념을 가지고 있는 것으로도 볼 수 있다.





(4) 게이미용현황 및 행태

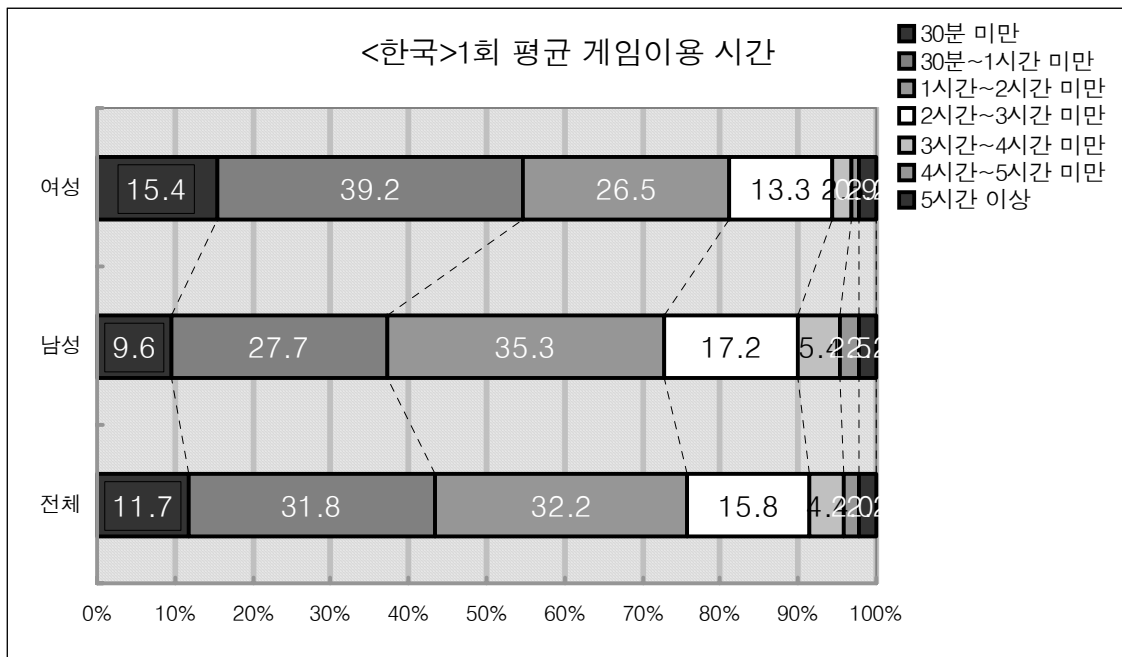
평균 게이미용 빈도에 대한 조사결과에서는 한국은 모든 게임을 합해서 빈도를 묻는 질문 문항이었고, 일본은 ‘게임센터’, ‘TV게임’에 대해서는 연간 빈도를 묻는 질문이고, 그 외의 게이 플랫폼의 경우는 빈도를 묻는 문항이 없었다. 따라서 양국의 게이 이용 빈도를 본 데이터로 직접 비교하는 것은 어려움이 있다. 그러나 이를 감안하고 살펴보면, 일본의 경우는 ‘비디오게임(TV게임)’ 선호율이 가장 높기 때문에 ‘비디오게임(TV게임)’의 이용 빈도가 거의 일본 게이 이용 빈도를 반영한다고 보고 간접적으로 비교해 보면 일본보다 한국의 게이빈도가 높은 경향임을 추측해 볼 수 있다.



<일본> TV게임, 게임센터 게임 이용 빈도(연간)

	게임센터	게임
년간 평균 이용 회수 (전체)	6.06회	46.96회
년간 평균 이용 회수 (이용자)	15.48회	147.09회
주간 평균 이용 회수 (전체)	0.12회	0.90회
주간 평균 이용 회수 (이용자)	0.30회	2.83회

또한 한국과 일본의 1회 평균 게임시간을 살펴보면, 한국의 경우 전체 게임 플랫폼을 망라 하여 1회 평균 이용시간을 선택하는 문향이었고, 일본의 경우는 각 게임 플랫폼 별로 이용시간을 시간을 기입하는 방식이어서 양국의 1회 평균 이용시간을 직접 비교하기에는 난점이 있다. 그러나 전반적인 경향을 파악하기 위해 일본의 ‘비디오게임(TV게임)’과 ‘게임센터’의 연간 1회 평균 이용시간과 ‘PC게임’, ‘네트워크게임’, ‘휴대폰/모바일게임’의 주간 이용시간을 토대로 1회 평균 이용시간을 추산해 보면, 한국의 평균 이용시간을 ‘1시간~2시간 미만’으로 본다면, 일본이 평균 0.96시간 즉 57.6분으로 다소 짧은 편임을 알 수 있다.



<일본> 1회 평균 게임이용시간-평일/휴일 구분

	평일 1회 평균 이용 시간 (전체)	평일 1회 평균 이용 시간 (이용자)	휴일 1회 평균 이용 시간 (전체)	휴일 1회 평균 이용 시간 (이용자)
전체	16.90분 (0.28시간)	53.71분 (0.90시간)	36.62분 (0.61시간)	117.12분 (1.95시간)
남성	23.90분 (0.40시간)	58.17분 (0.97시간)	53.42분 (0.89시간)	130.37분 (2.17시간)
여성	9.48분 (0.16시간)	44.58분 (0.74시간)	18.78분 (0.31시간)	89.62분 (1.49시간)

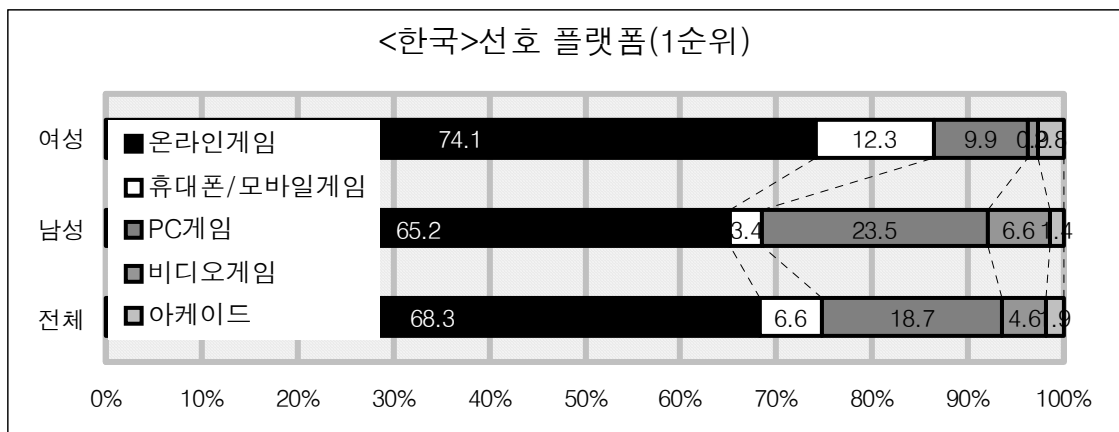
<일본> 1회 평균 게이미용시간-평일/휴일 평균

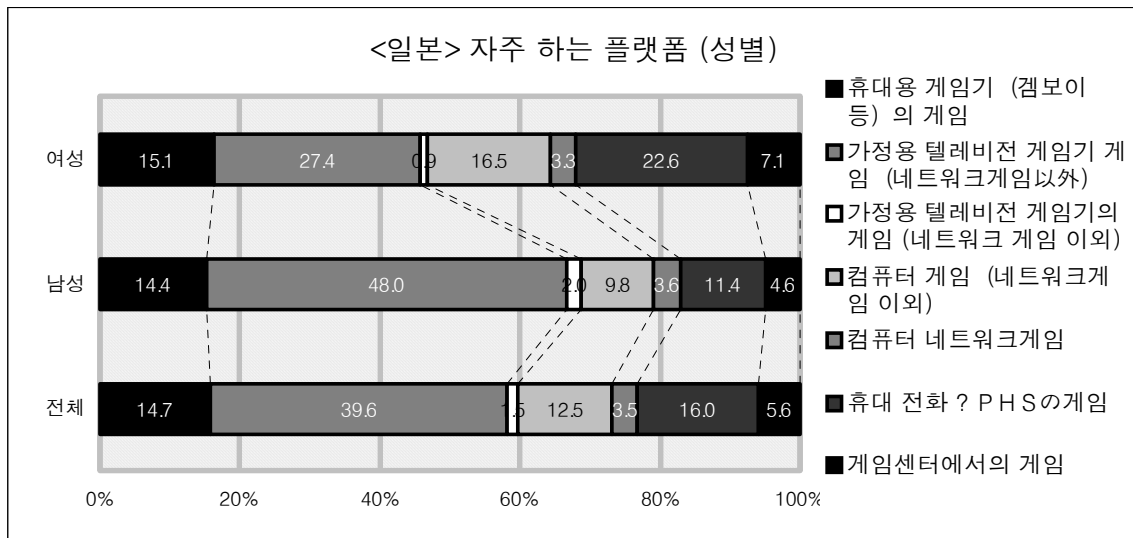
	1회 평균 이용 시간 (전체)	1회 평균 이용 시간 (이용자)
전체	22.54분 (0.38시간)	71.83분 (0.90시간)
남성	32.34분 (0.54시간)	58.17분 (0.97시간)
여성	12.14분 (0.20시간)	57.45분 (0.96시간)

주로 이용하는 게임플랫폼에 대한 조사결과를 보면 한국의 경우 ‘온라인게임’이 68.3%로 가장 선호 대상이었고, 그 다음으로 ‘PC게임’, ‘휴대폰/모바일게임’의 순이었다. 이에 비해 일본의 경우는 ‘가정용 게임기’가 39.6%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 이어 ‘네트워크게임(16.0%)’, ‘휴대용게임기(14.7%)’의 순으로 나타났다.

전년도와 비교해 보았을 때 주목할 만 한 점은 한국에서 ‘휴대폰/모바일 게임’의 선호가 늘었다는 점과 일본의 ‘네트워크 게임’ 선호가 증가했다는 점이다. 한국의 경우 고급사양 휴대폰 보급의 증가와 함께 모바일 콘텐츠에 대한 관심이 증가하고 있는 경향이 게임에도 역시 반영되고 있는 것으로 보인다. 일본의 네트워크게임은 한국의 PC를 중심으로 한 온라인 네트워크 게임 뿐 아니라 플레이스테이션과 같은 TV게임 중심의 네트워크 게임을 포함한다는 점을 고려해서 보면 ‘TV 게임’ 선호 강세라는 큰 경향을 벗어나지는 않고 있는 것으로 볼 수 있다. 결과적으로 한국은 ‘PC를 중심으로 한 온라인게임’이 주류 게임 플랫폼으로 지위를 공고히 하고 있는데 반해 일본은 ‘TV/비디오 게임’이 주요 장르임을 알 수 있다.

<한국>선호 플랫폼(1순위)





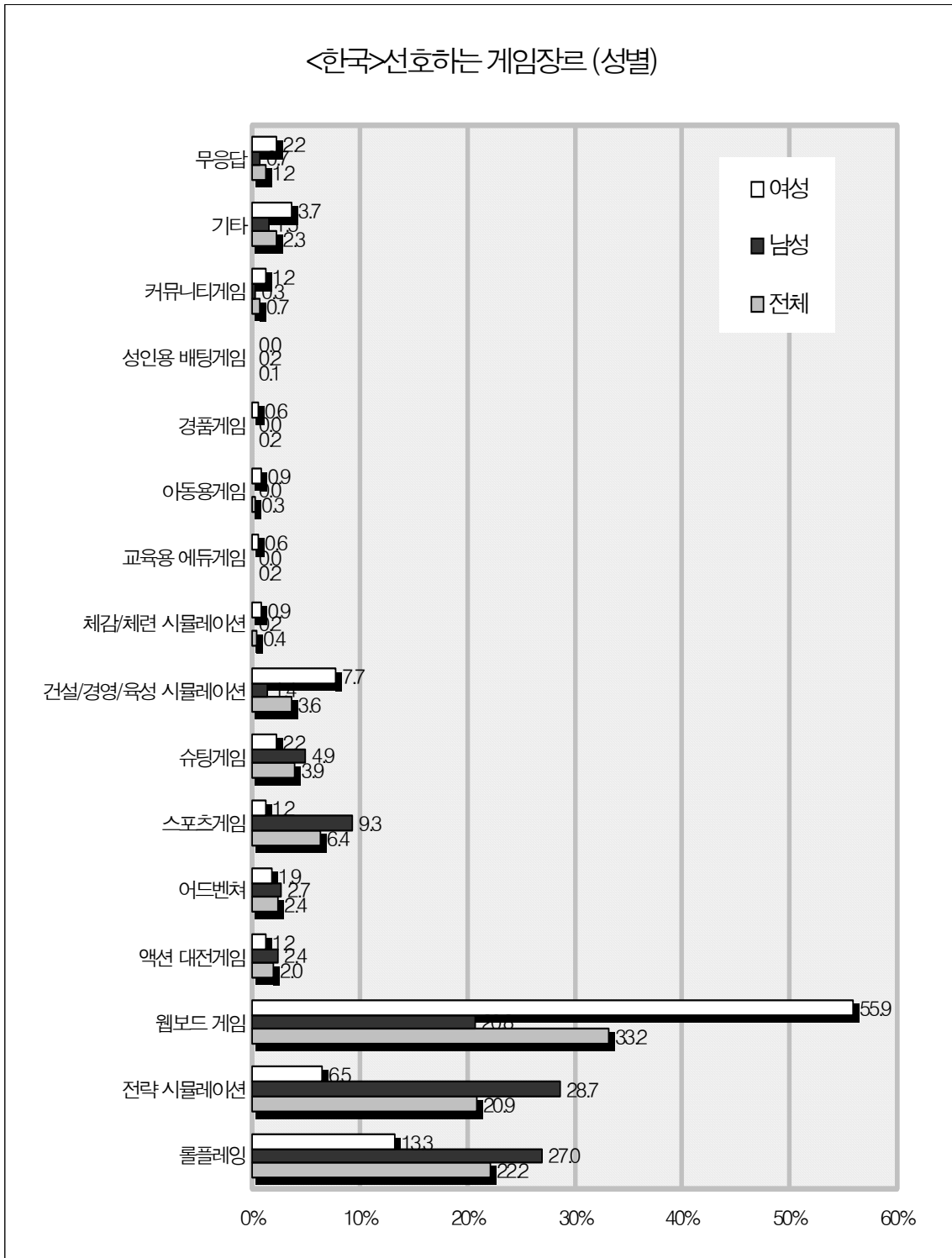
양국의 주로 이용하는 게임 장르를 비교해 보면 한국의 경우에는 ‘웹보드게임’, ‘롤플레이게임’, ‘전략시뮬레이션게임’의 선호가 높게 나타난 반면, 일본은 ‘롤플레이게임’, ‘액션게임’, ‘스포츠게임’의 선호가 우세했다. 그런데 여기서 ‘롤플레이게임’은 한국과 일본에서 각각 의미가 다른 장르로 해석되어야 한다. 왜냐하면 한국과 일본의 주류 플랫폼이 ‘PC 중심의 온라인게임’과 ‘TV/비디오 게임’으로 각기 다른 상황을 고려하여 비교하면, 한국의 ‘롤플레이 게임’ 장르는 온라인 게임의 주요 장르인 MMORPG를 의미하는 것으로, 일본의 ‘롤플레이게임’ 장르는 비디오 게임의 RPG게임으로 보는 것이 적절하다. 또한 한국과 일본의 선택항목이 다르다는 것을 고려해서 보면 일본의 경우 한국의 ‘보드게임’ 범주에 포함되는 ‘퍼즐/퀴즈’ 6.0%, ‘보드게임(주사위 놀이)’ 3.9%, ‘도박형 테이블게임(화투/마작/트럼프)’ 1.8%, ‘대전형 테이블게임(바둑/장기/체스 등)’ 1.7%를 전부 합산하여 비교하면, 일본의 경우도 13.4%로 비교적 높은 선호도를 나타내는 것으로 볼 수 있다.

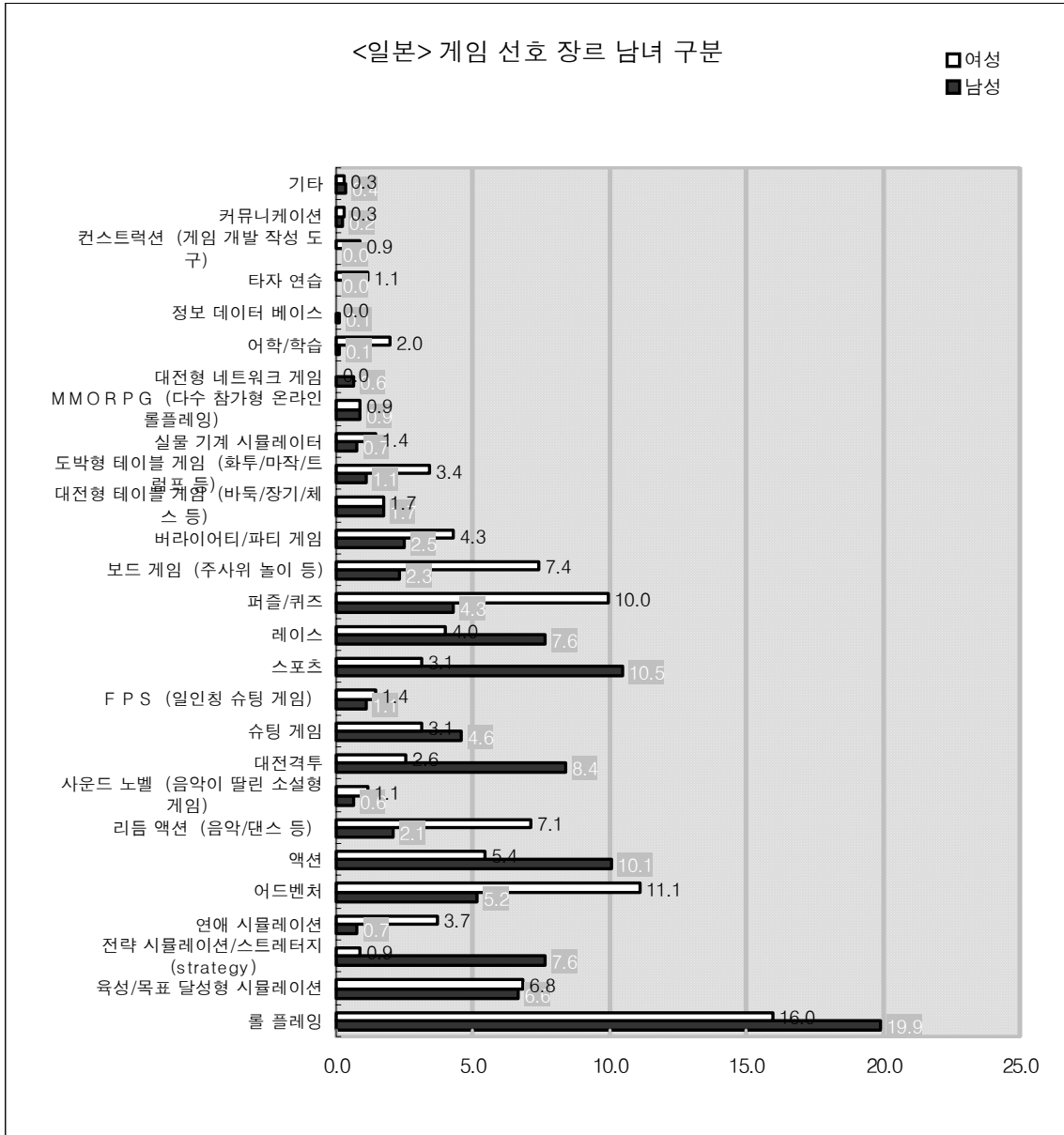
덧붙여서 그 외의 주요 선호 장르인 한국의 ‘전략시뮬레이션게임’과 같은 장르는 PC/온라인을 기반으로 발전해 온 장르이며, 일본의 ‘액션게임’, ‘스포츠게임’의 경우는 비디오 게임기를 중심으로 발전해 온 장르라는 점에서 각국의 선호 게임 장르는 두 나라의 플랫폼 선호와 높은 상관관계를 가지고 있음을 알 수 있다. 결과적으로 한국과 일본의 게임이용자들이 게임선호 행태는 양국의 주요 게임플랫폼의 특성을 상당히 반영하고 있다는 결론을 얻을 수 있다.

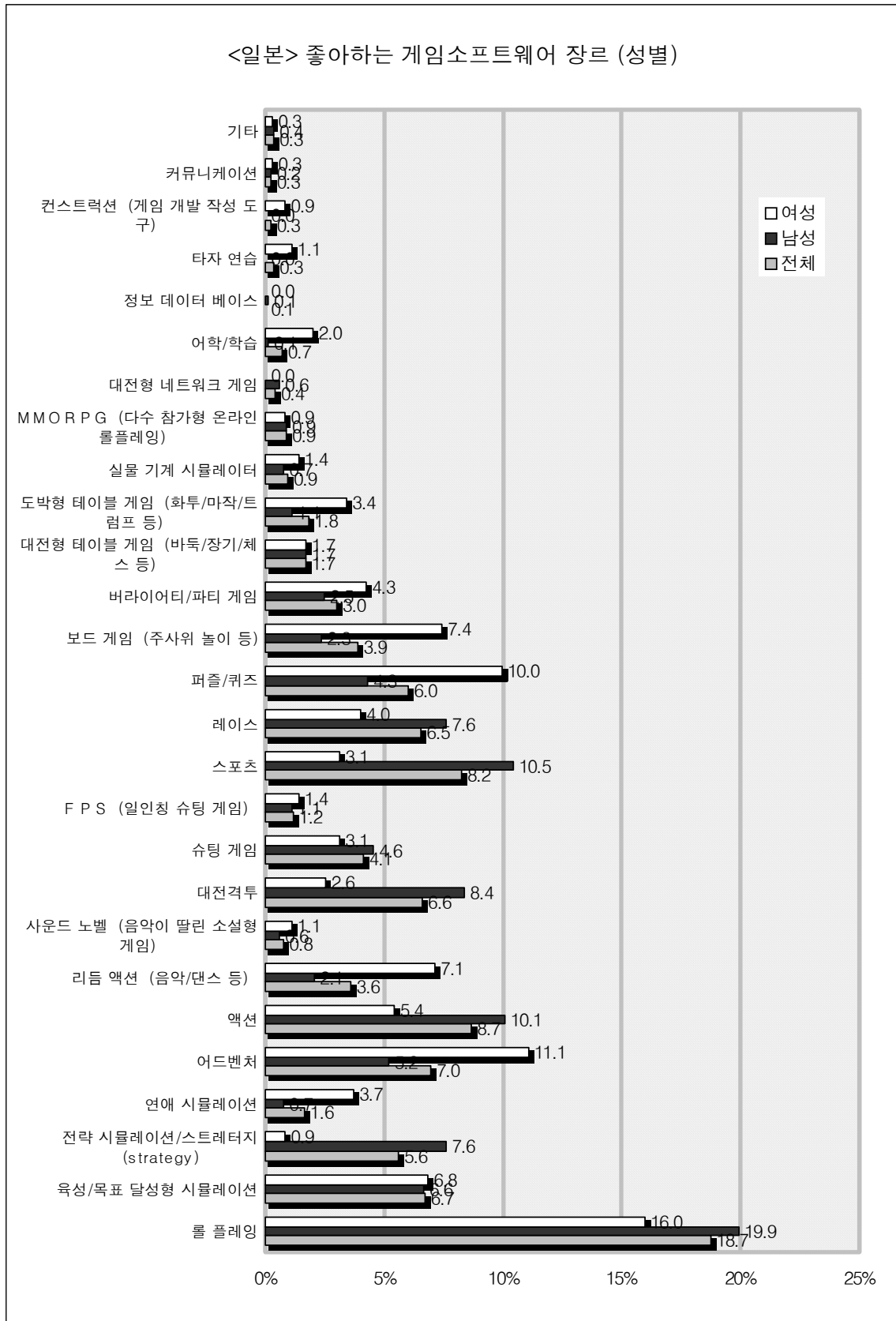
주로 이용하는 게임장르를 성별로 구분해보면, 양국에서 유사한 경향을 발견 할 수 있다. 여성의 경우, 한국은 게임포털을 중심으로 한 ‘웹보드게임’의 이용률이 매우 높으며, 그 다음으로 ‘롤플레이 게임’, ‘건설/경영/육성 시뮬레이션게임’의 순으로 나타났으며, 일본의 경우에도 ‘보드게임’ 전체<일본의 ‘퍼즐/퀴즈’, ‘보드게임(주사위 놀이)’, ‘도박형 테이블게임(화투/마작/트럼프)’, ‘대전형 테이블게임(바둑/장기/체스 등)’>가 전체의 22.5%로 가장 높은 빈도를 보였다. 따라서 양국의 여성 게임이용자들은 복잡하지 않고 이용하기 쉬운 게임을 선호한다는 공통점이 있음을 알 수 있다. 아울러 ‘롤플레이게임’과 ‘전략시뮬레이션 게임’의 내용, 주제가 전쟁, SF, 격투기와 같은 남성 선호 분야에 치우쳐 있다는 것 또한 여성 게임이용자들의 이들 게임장르에 대한 선호도가 낮은 것과 관련이 있는 것을 것으로 여겨진다.



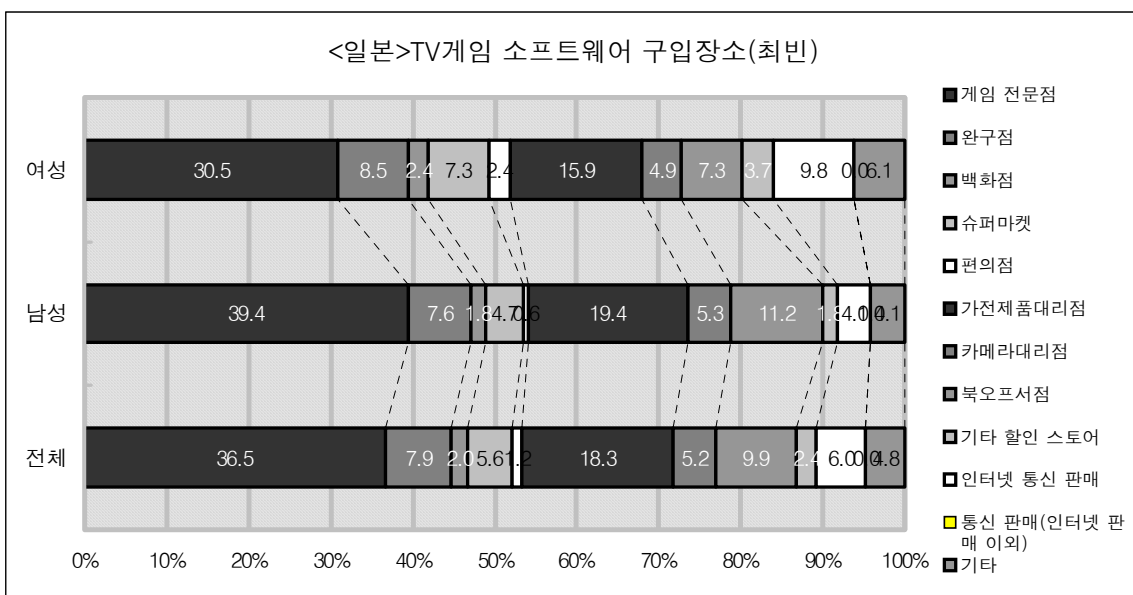
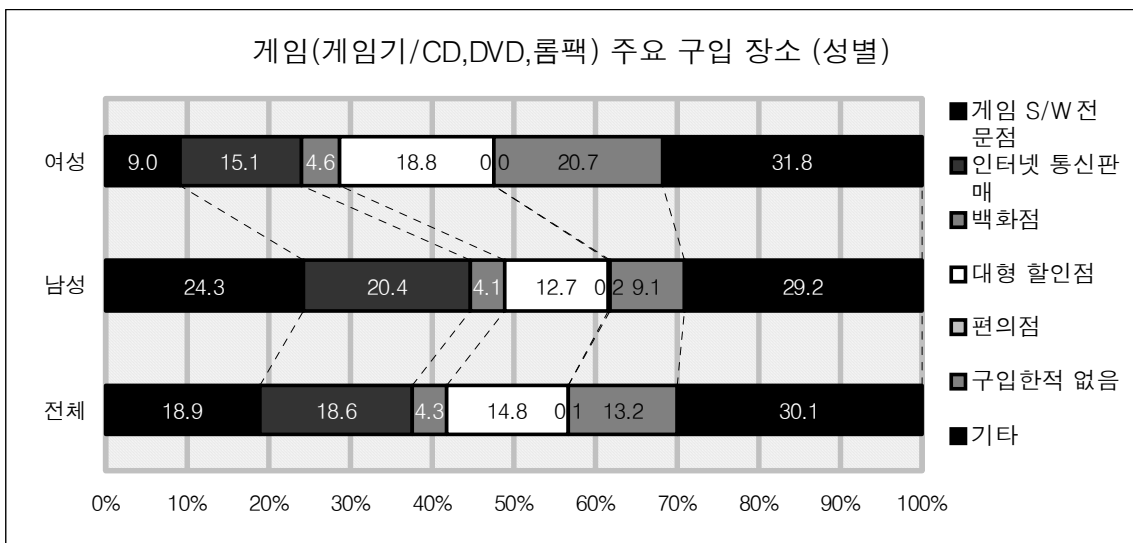
남성의 경우는 앞서 논의하였던 전체 응답자의 게임장르 조사결과와 유사한 경향이 나타난다. 한국의 경우 ‘전략 시뮬레이션’, ‘롤플레이’에 대한 높은 선호가 드러나며, 일본의 경우에는 ‘롤플레이’, ‘스포츠게임’의 빈도가 높다.



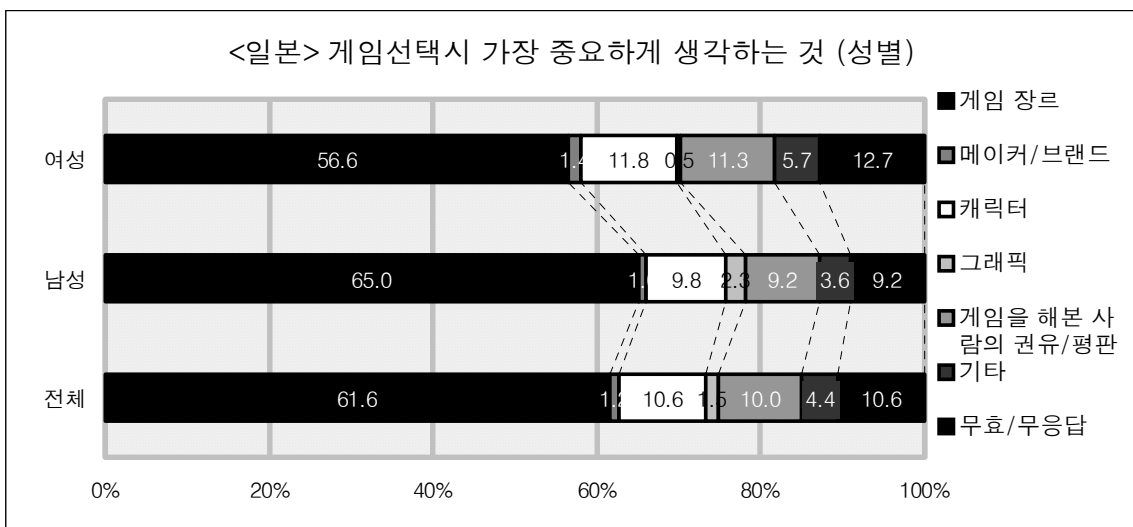
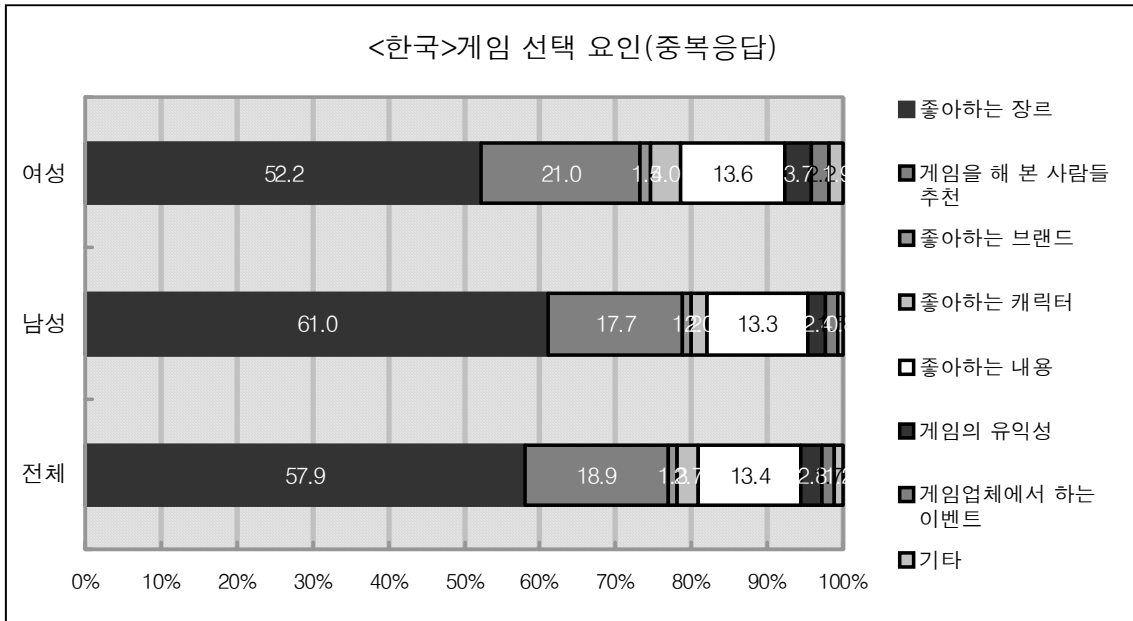




주요 게임 구입 장소에 대한 설문결과, 한국과 일본 모두 약 30%의 게이미용자가 게임을 구입하지 않은 것으로 나타났고, ‘게임 S/W 전문점’(한국 18.9%, ‘게임전문점’(일본) 49.6%에서 구입하는 빈도가 비교적 높은 편인 것으로 나타났다. 주목할만한 점은 양국의 게임 플랫폼 선호 양상이 게임의 구매 행태에도 반영되어 있다는 것이다. ‘PC중심의 온라인 게임’을 선호하는 한국의 경우는 ‘인터넷, 통신판매(18.6%)’의 빈도가 매우 높으며, ‘TV/비디오게임’을 선호도가 높은 일본의 경우는 ‘가전제품대리점(18.3%)’이 높은 빈도를 보인다. 성별로 나눠서 살펴보면 양국 모두 남성이 여성에 비해 게임을 구입하는 빈도가 높은 것을 알 수 있다. 또한 한국의 경우 ‘기타’의 빈도가 높아 불법복제본의 유통이 있음을 유추해 볼 수 있다.

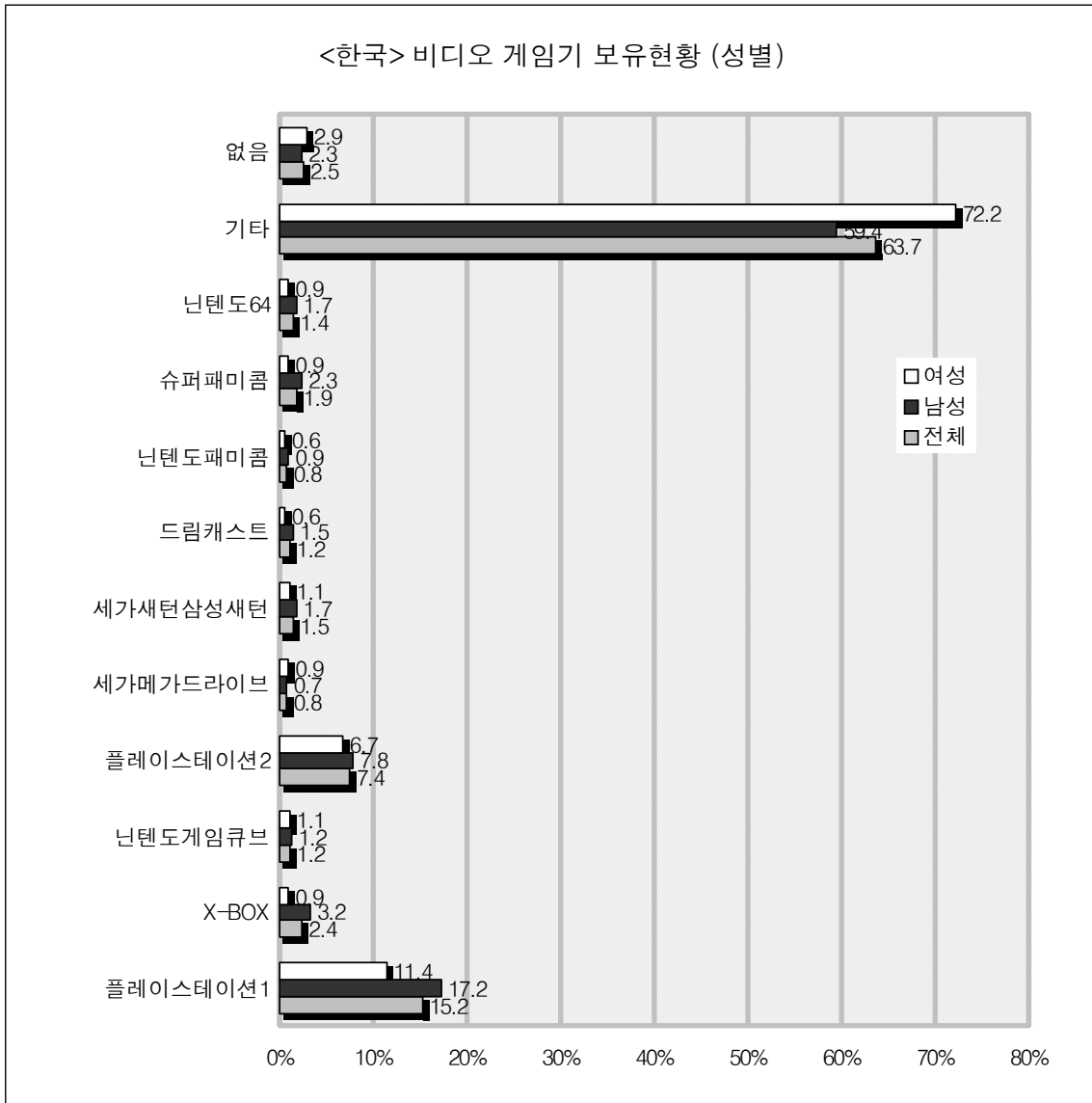


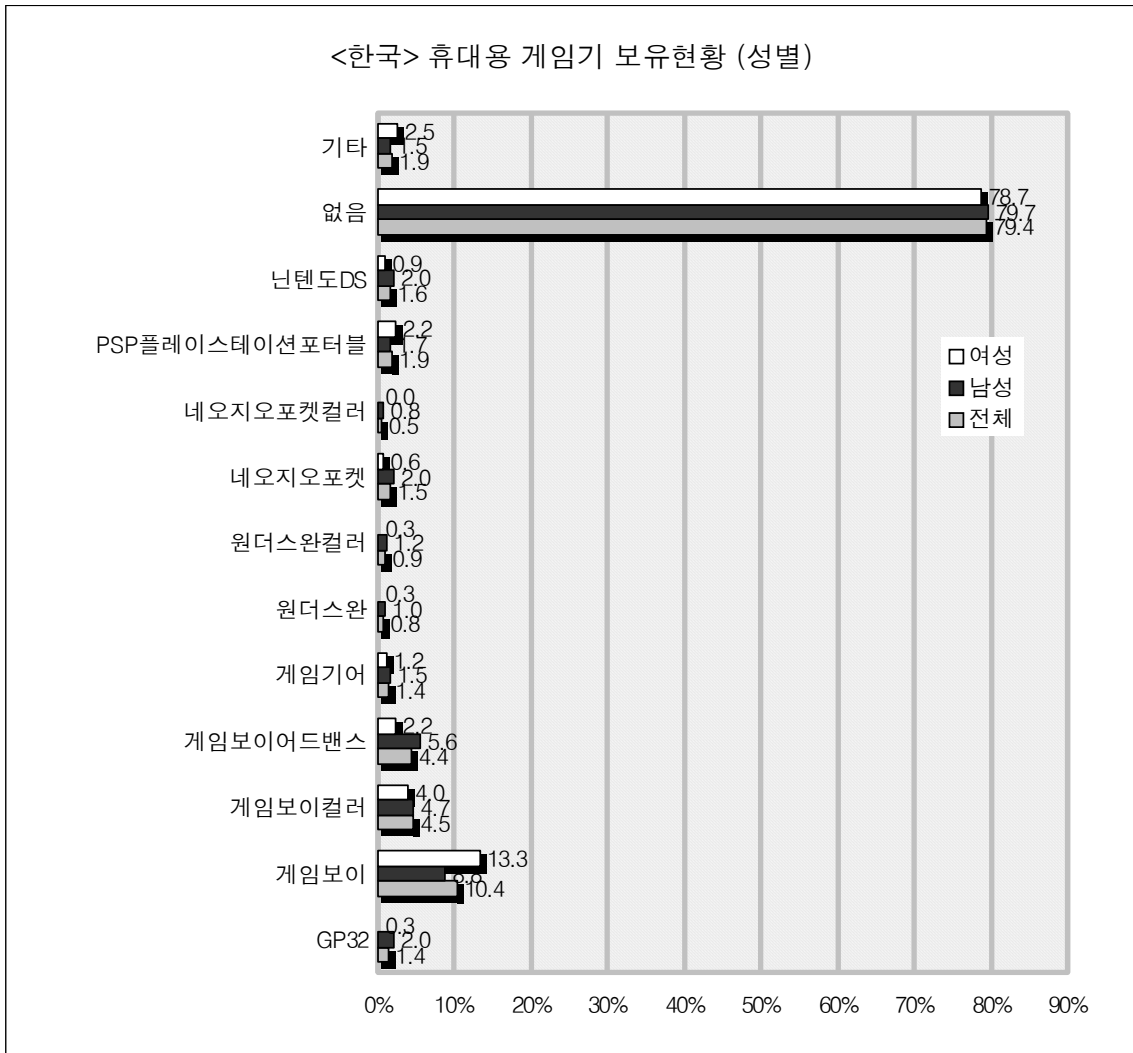
게임 선택에 있어 주된 요인이 무엇인지에 관한 문항의 응답을 살펴보면 다음과 같다. 물론 이 경우에도 양국의 응답 항목 분류가 달라서 직접적인 비교는 어렵지만, 공통항목이 존재하여 경향을 살펴는 데는 도움이 된다. 양국 모두 ‘게임장르’가 가장 중요한 요인이라고 답하고 있다. 또한 한국의 경우에는 ‘게임을 해 본 사람들의 추천’이 상당히 높은 빈도를 보이고 있다.

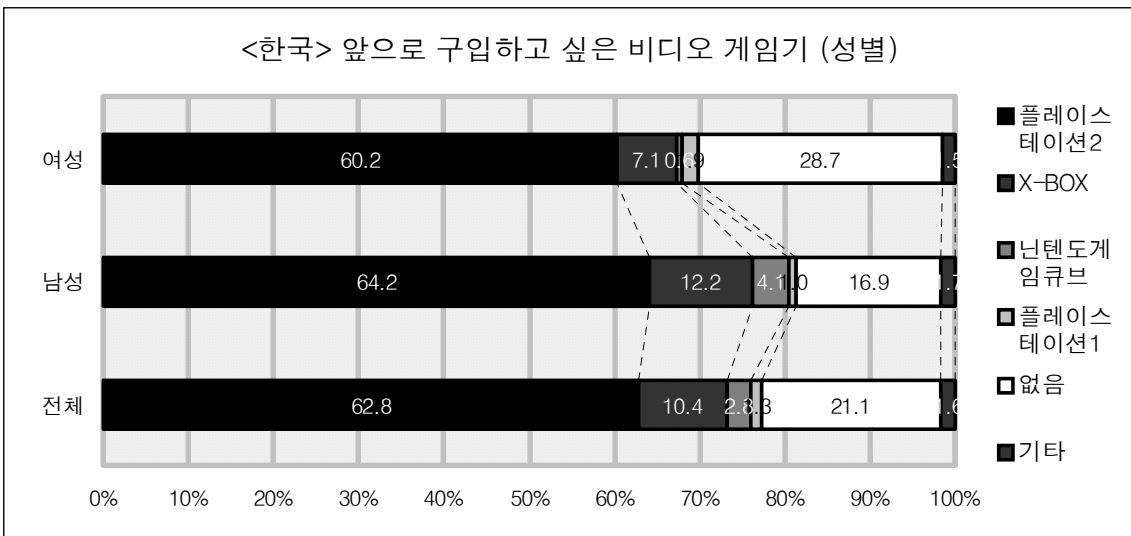
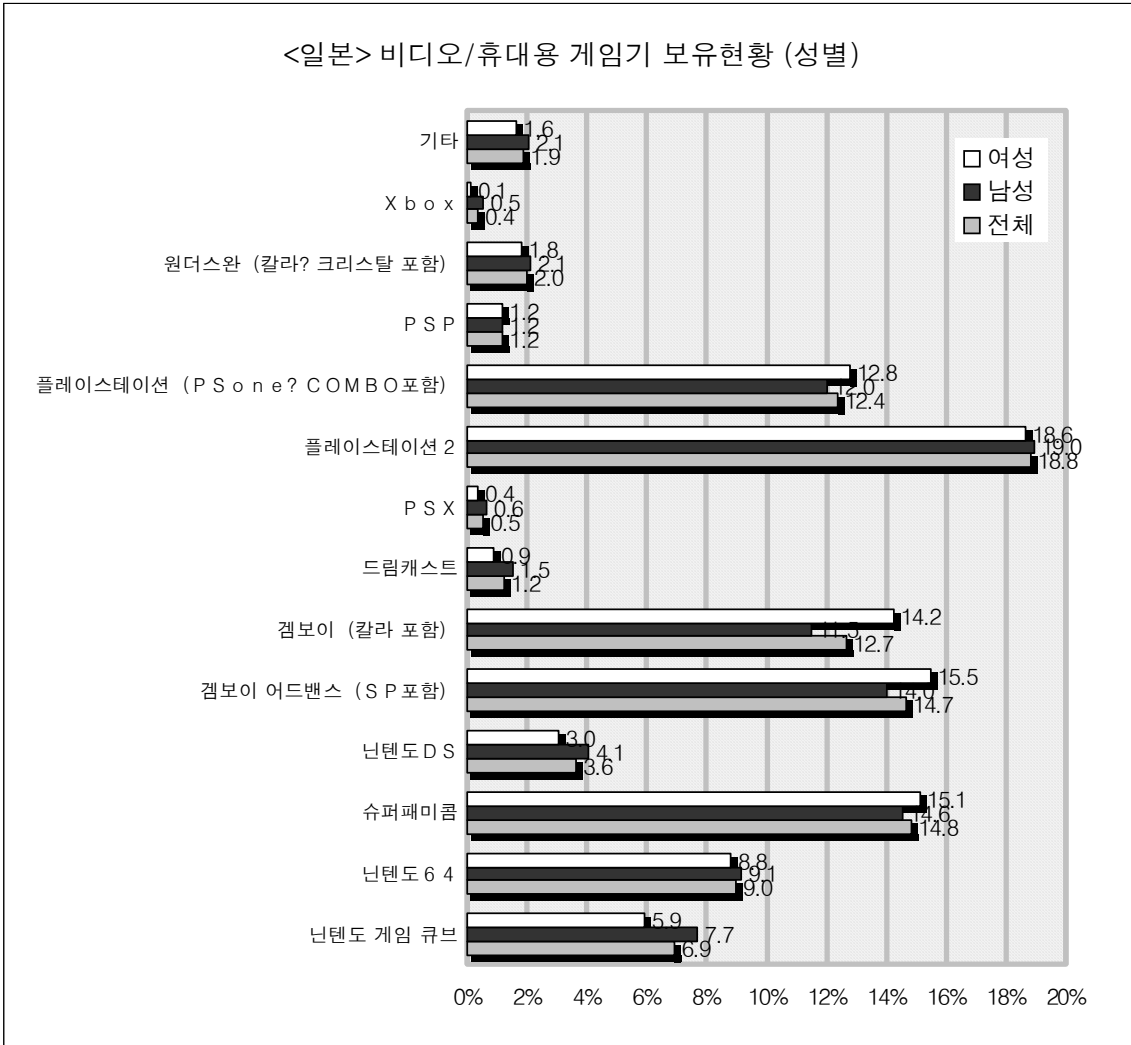


비디오게임기와 휴대용게임기의 보유현황을 비교해보면, 우선 한국의 경우 게임기를 보유하고 있는 비율이 일본에 비해 매우 적음을 볼 수 있다. 이와 같은 한국의 낮은 게임기보유율에도 불구하고 한국과 일본 모두 가장 많이 보유하고 있는 비디오게임기는 ‘플레이스테이션2’이고, 휴대용 게임기는 ‘게임보이’(게임보이+게임보이 어드밴스)인 것으로 나타난다.

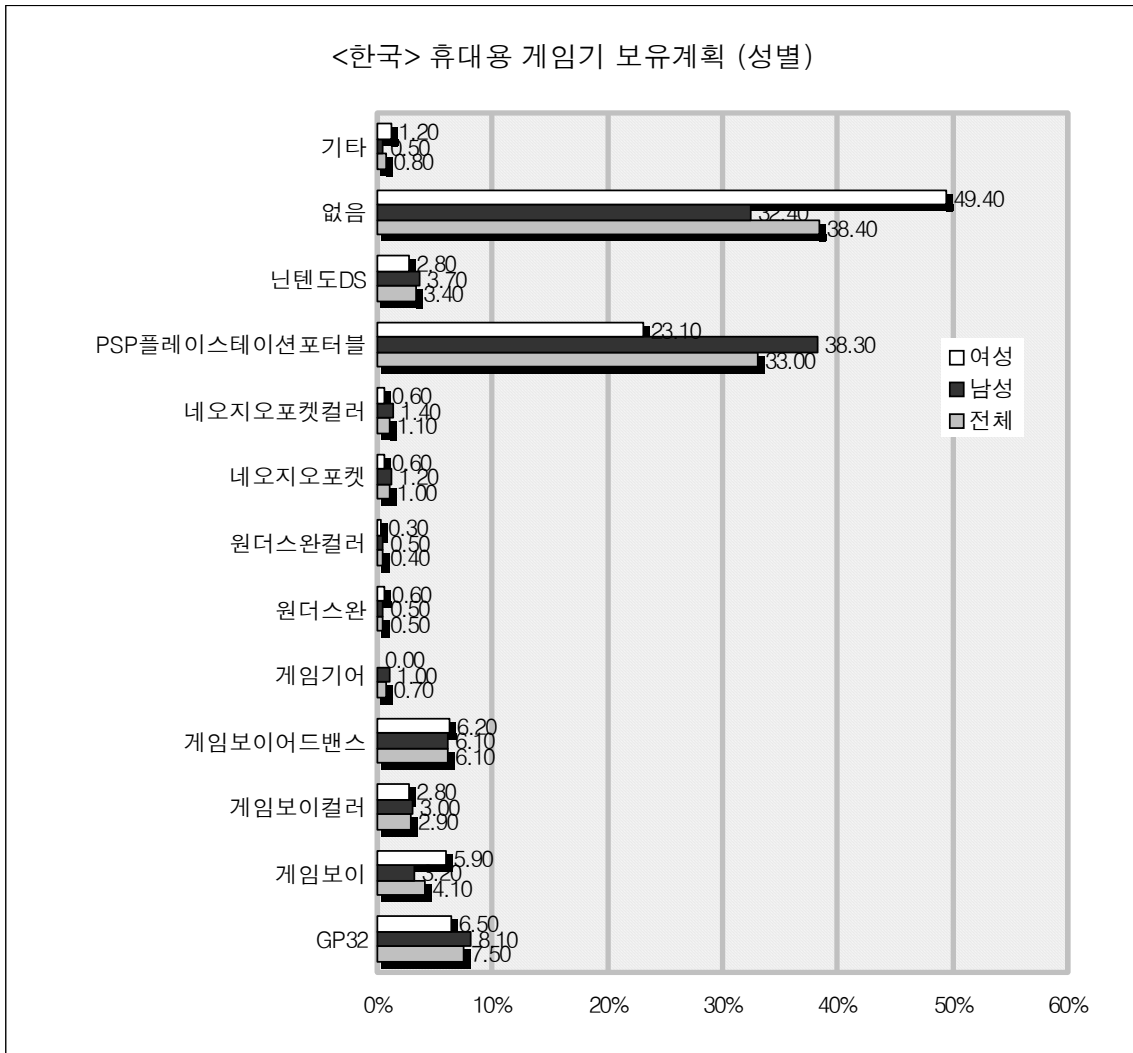
또한 앞으로 구입하고 싶은 비디오게임기 및 휴대용게임기는 양국 모두 ‘플레이스테이션2’와 ‘플레이스테이션 포터블’이다.

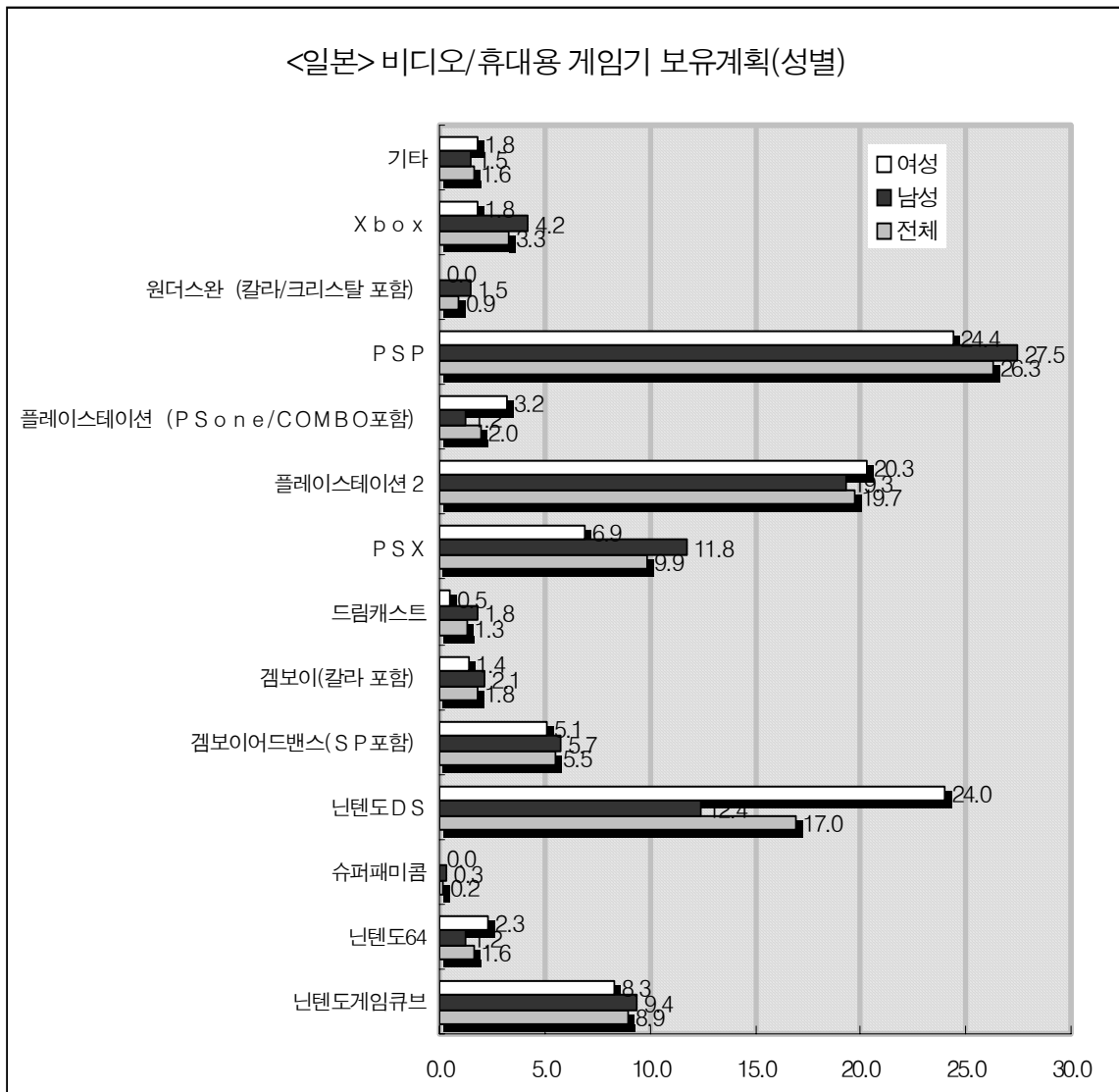




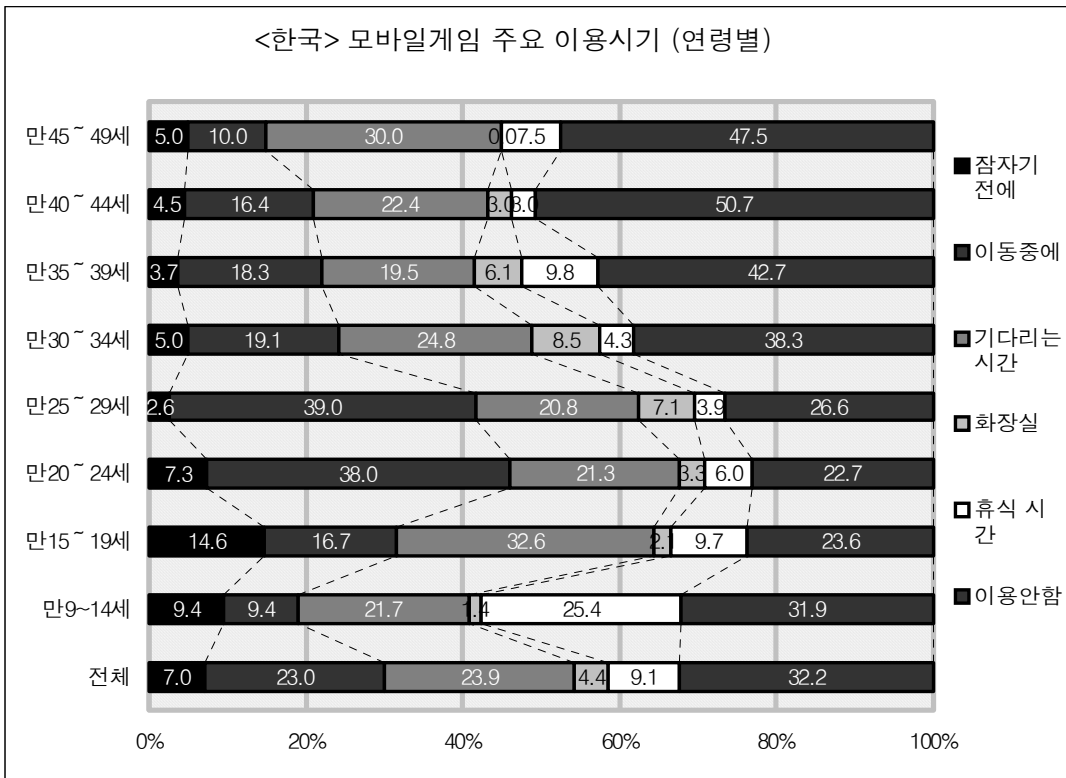
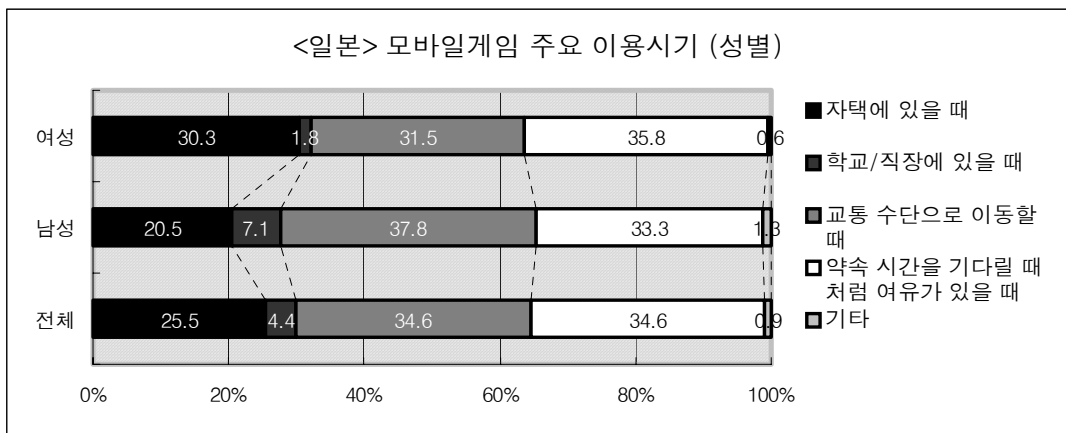
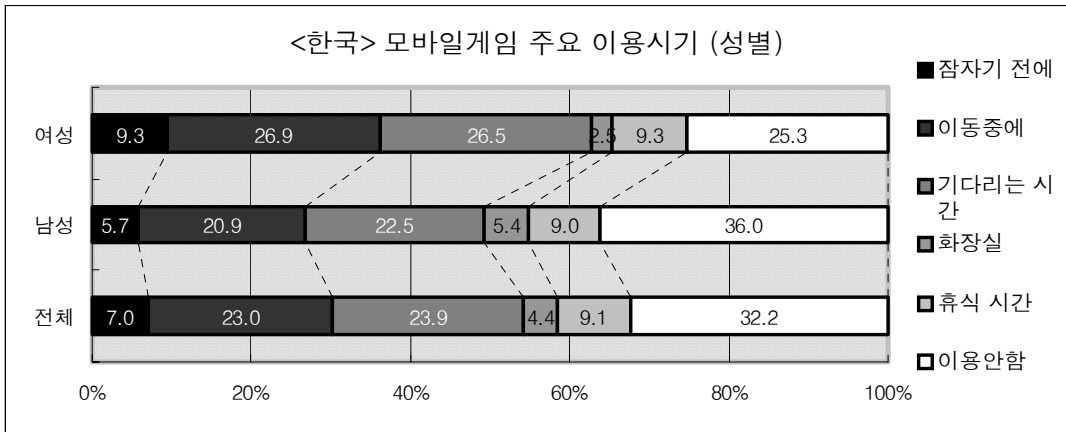


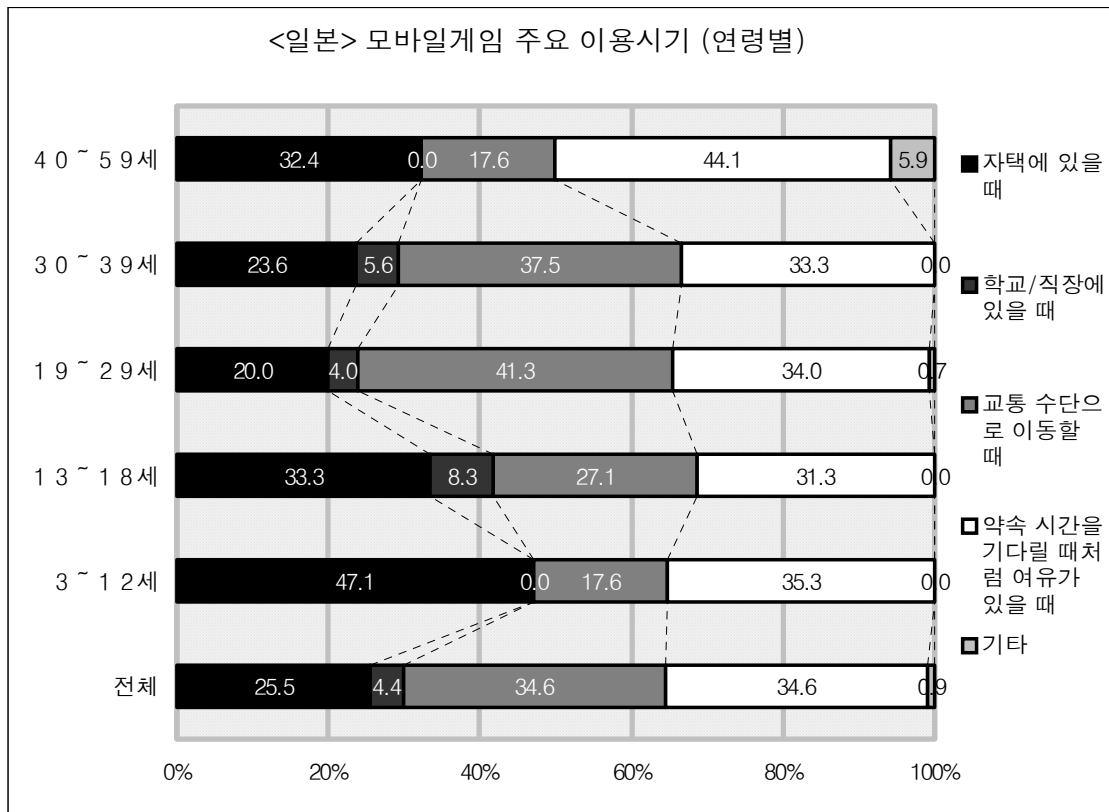






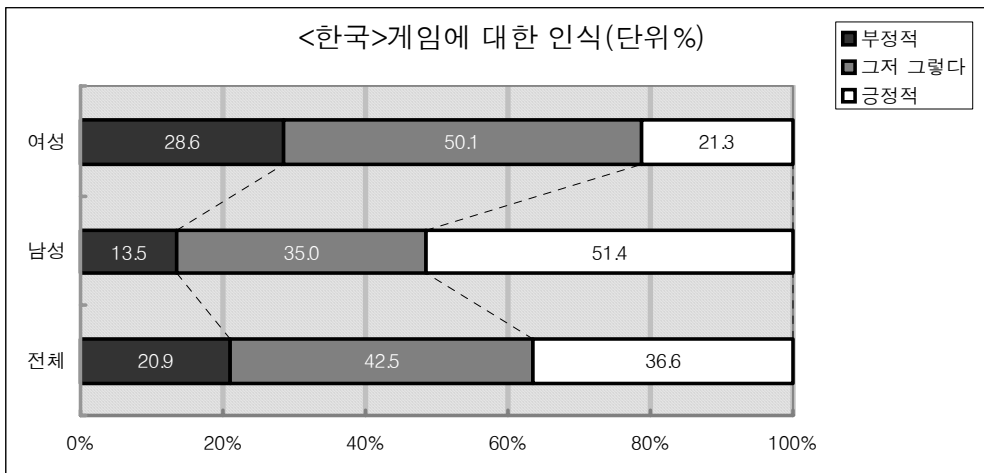
휴대폰/모바일 게임을 언제 이용하는지를 조사한 결과에서는 양국의 설문지가 한국은 시간을 중심으로, 일본은 장소를 중심으로 구성되어 있어 차이가 있지만, 전반적으로 ‘이동 중에(한국)’ ‘교통수단으로 이동 할 때(일본)’와 ‘기다리는 시간(한국)’, ‘약속시간을 기다릴 때처럼 여유가 있을 때(일본)’의 빈도가 높아 유사한 이용행태를 보이고 있다. 한편, 일본의 경우 ‘자택에 있을 때’라는 응답도 많이 나와 짧은 여유시간을 활용하는 측면에서 모바일게임을 이용하는 경우 외에 모바일 게임을 여가수단을 보내는 방법의 하나로 여기고 있음을 유추해 볼 수 있다.

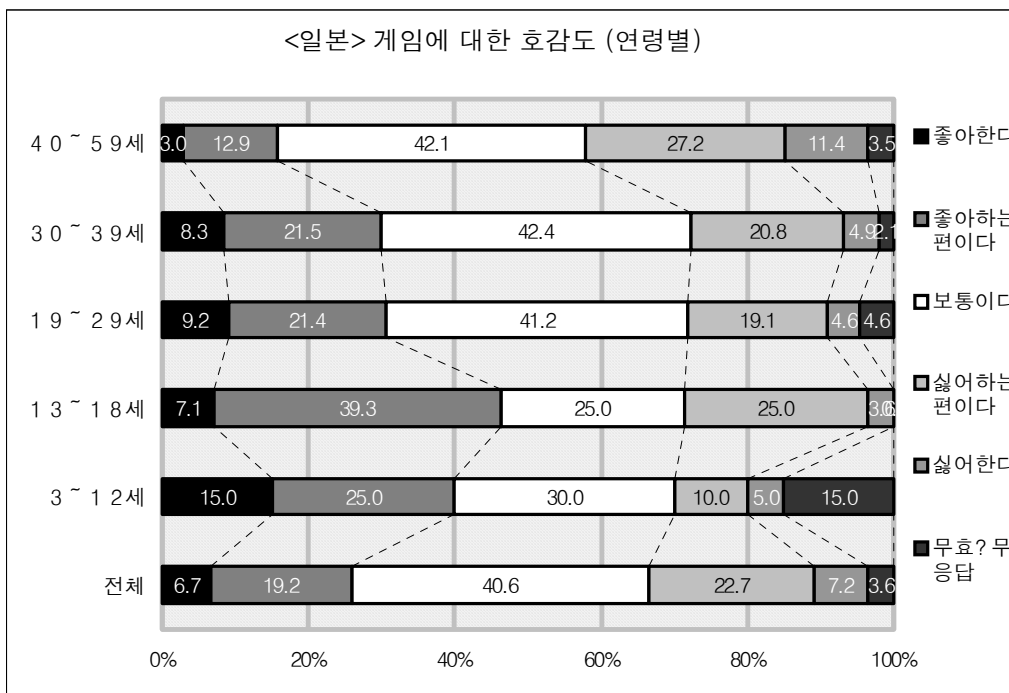
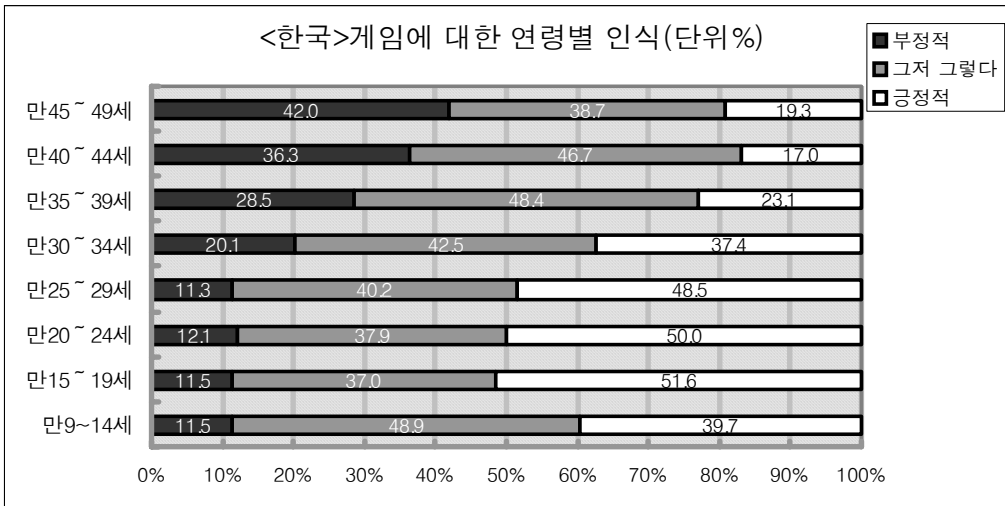
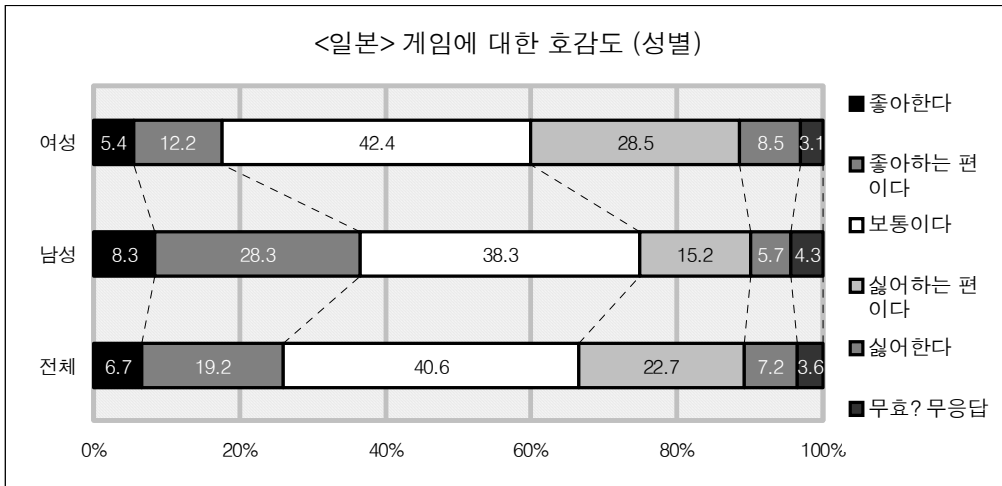




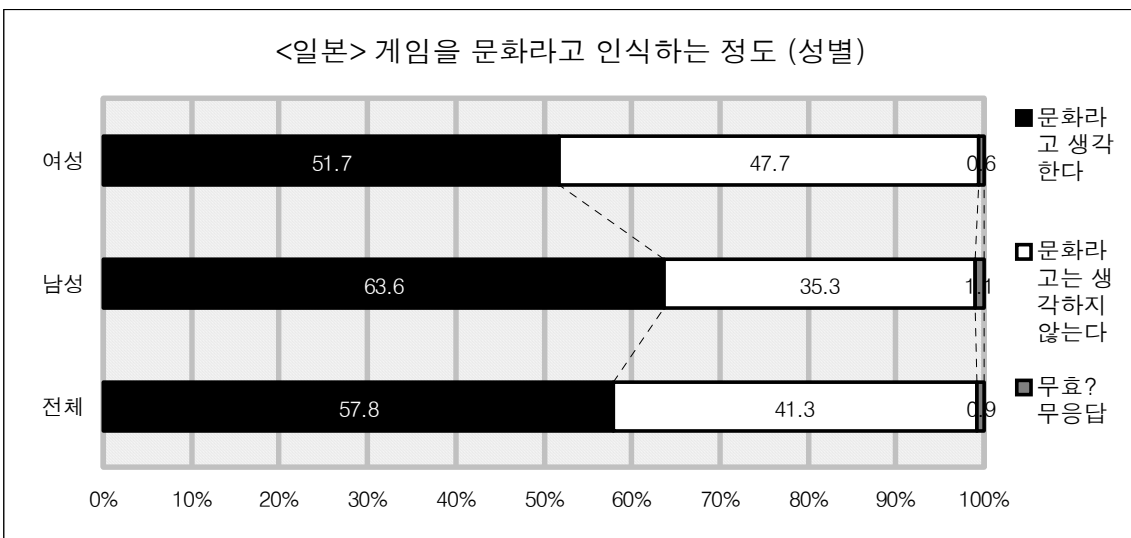
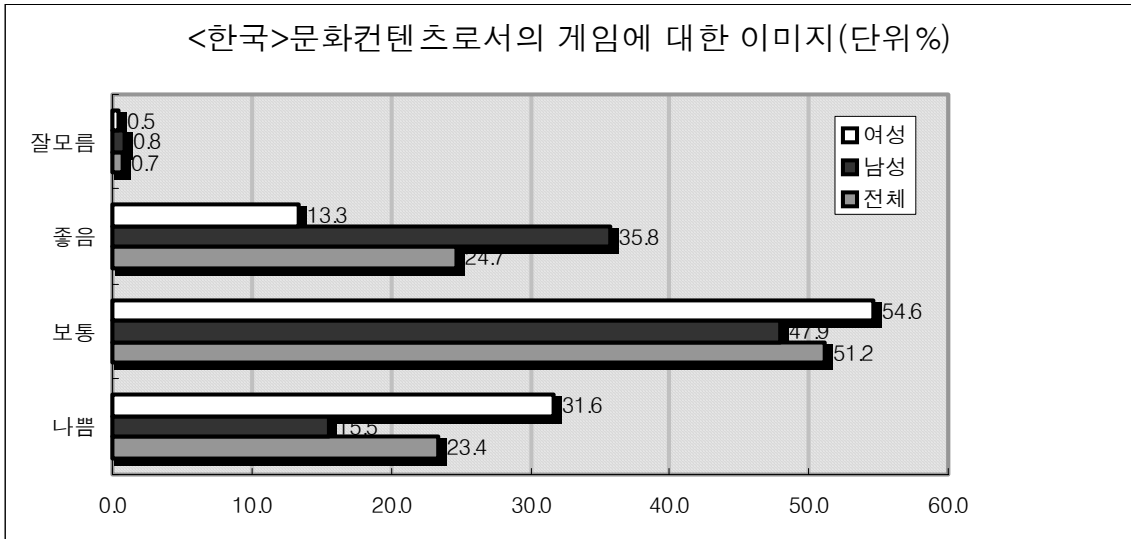
(5) 게임에 대한 인식, 몰입도

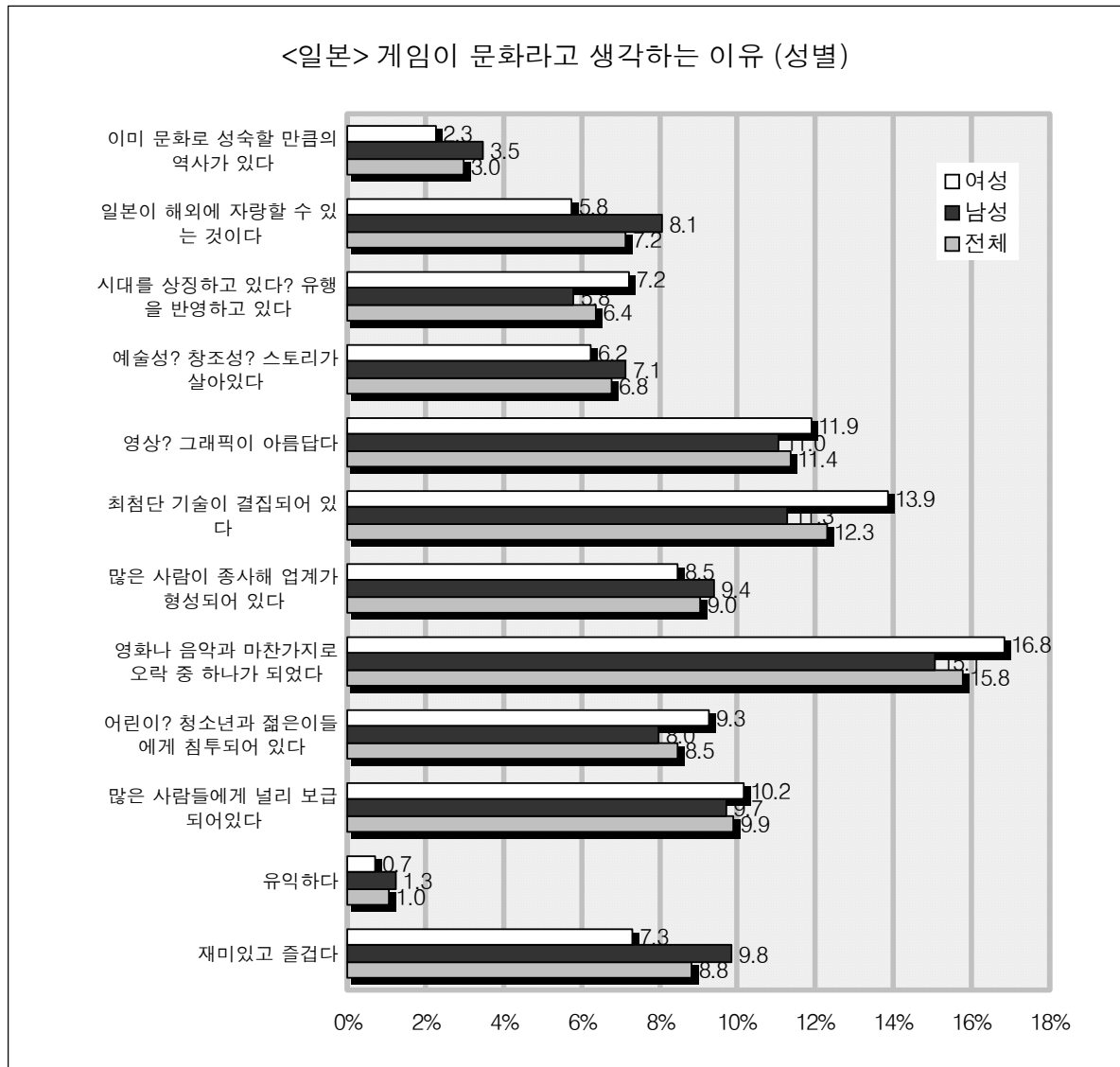
게임에 대한 인식이 어떠한지를 묻는 한국 문항과 게임에 대한 호감도를 묻는 일본 문항에 대한 응답을 비교해 보면, 양국 모두 주로 유보적인 태도를 보이고 있는 것으로 나타났다. 또한 한국의 경우에는 ‘부정적’이라는 견해 보다는 ‘긍정적’이라고 답한 비율이 더 높지만, 일본의 경우에는 ‘싫어하는 편이다’와 ‘싫어한다’라는 부정적인 견해가 다소 높다. 이러한 경향은 2004년의 조사와 비교했을 때, 게임에 대한 유보적인 태도와 부정적인 인식이 늘어난 것이다. 특히 이러한 경향은 남성에 비해 여성에게서 더 두드러지게 나타난다.

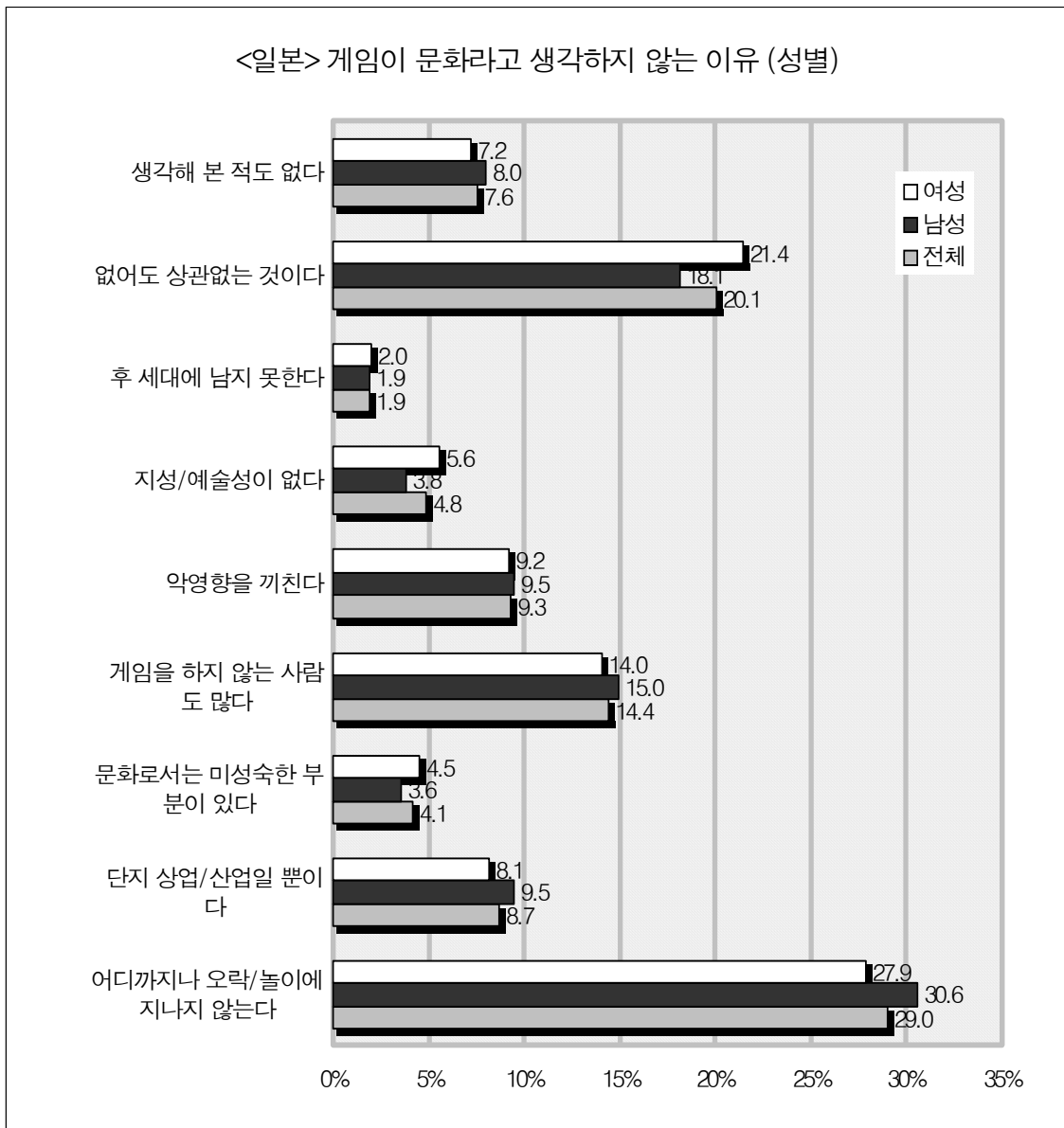




문화 콘텐츠로서의 게임에 대한 이미지는 한국의 ‘문화 콘텐츠와 관련해서, 귀하의 생각을 1점(매우 나쁨)~10점(매우 좋음)의 점수로 매겨 주십시오’라는 질문과 일본의 ‘당신은 게임은 문화라고 생각합니까? 문화라고 생각하는 이유와 그렇지 않다고 생각하는 이유를 선택하라’는 질문을 통해 간접 비교해 볼 수 있다. 양 국 모두 게임을 문화로 생각하는 경향이 부정적인 경향보다 다소 높게 나타나 있다. 성별로 분리해서 살펴보면, 양 국 모두 남성이 좀 더 게임을 문화 콘텐츠로서 긍정적으로 파악하고, 문화라고 간주하는 경향이 높은 반면에 여성은 게임을 문화 콘텐츠로서 보는데 있어 더 유보적인 태도를 보이고 있다. 또한 참고로 일본의 설문 중 게임을 문화로 생각하는 이유와 그렇게 생각하지 않는 이유에 대한 응답을 살펴보면, 게임을 문화로 보는 이유 중에서 ‘영화나 음악과 마찬가지로 오락 중 하나가 되었다’는 응답이 가장 많아 게임의 문화산업적인 가치를 인정하고 있음을 엿볼 수 있다. 또한 게임을 문화라고 생각하지 않는 이유 중에서는 ‘어디까지나 오락/놀이에 지나지 않는다’고 응답한 빈도가 높아 놀이를 문화로 생각하지 않는 경향이 반영되어 있음을 볼 수 있다.





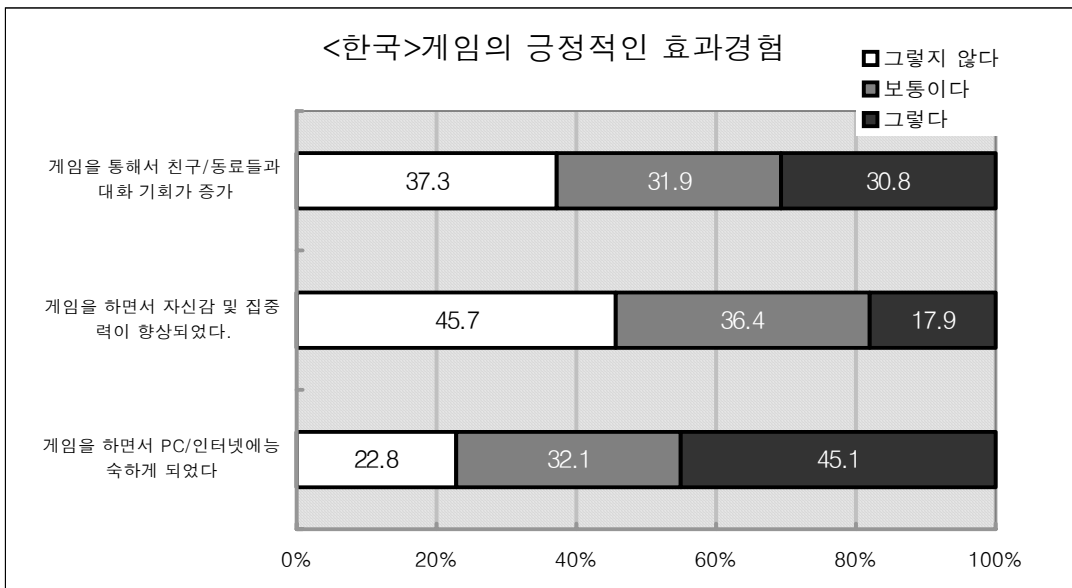
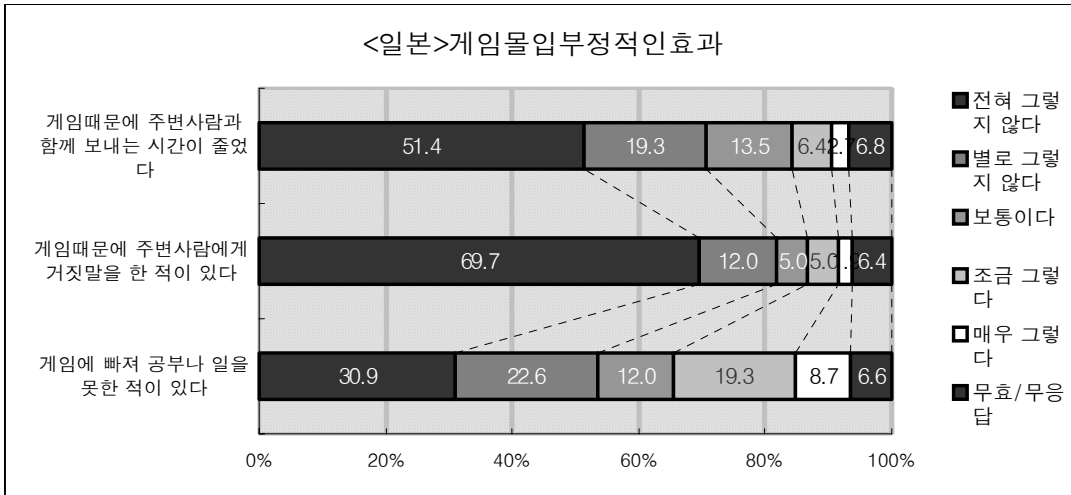
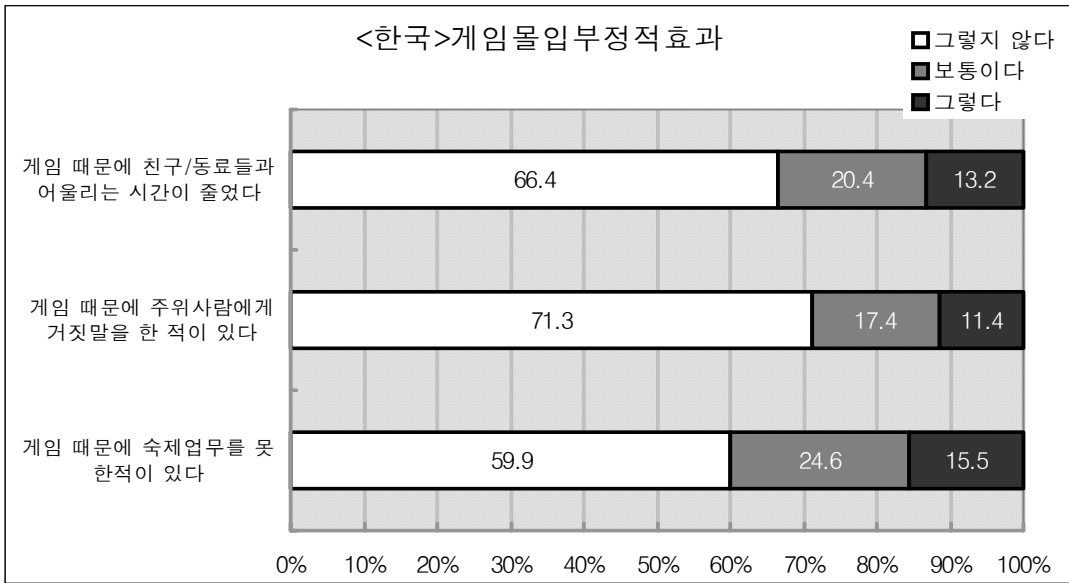


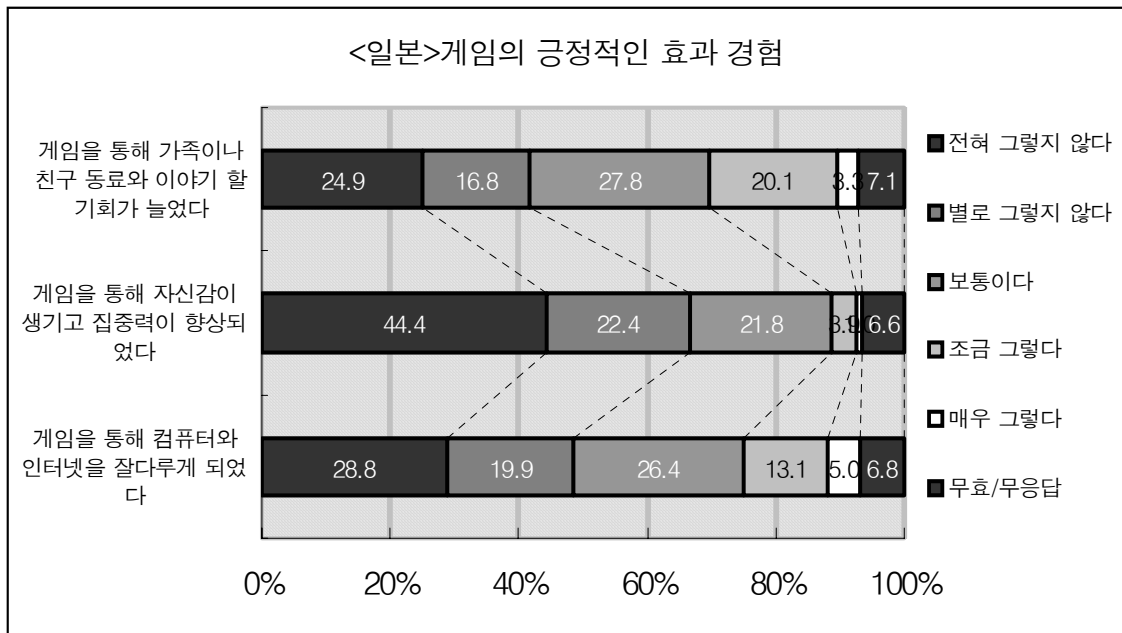
게임 이용을 통해 얻을 수 있는 부정적인 효과와 긍정적인 효과를 얼마나 경험했는가에 대한 질문에 대한 응답을 비교해 보면, 우선 부정적인 효과에 대해서는 ‘그렇지 않다’의 비율이 전반적으로 높다. 그러나 양국 모두 ‘게임 때문에 공부나 일을 못한 적이 있다’라는 문항에는 ‘그렇다’라는 응답이 상대적으로 많다.

또한 게임을 통해서 얻는 긍정적인 효과에 대해서는 한국의 경우에는 45.1%가 ‘게임을 하면서 PC/인터넷에 능숙하게 되었다’에 ‘그렇다’ 답하고 있어 한국의 선호 게임 플랫폼의 영향을 반영하고 있는 것을 알 수 있다. 즉, PC게임을 통해 컴퓨터를 사용하기 시작하거나 인터넷을 더욱 적극적으로 사용하게 되는 경우가 많음을 알 수 있다.

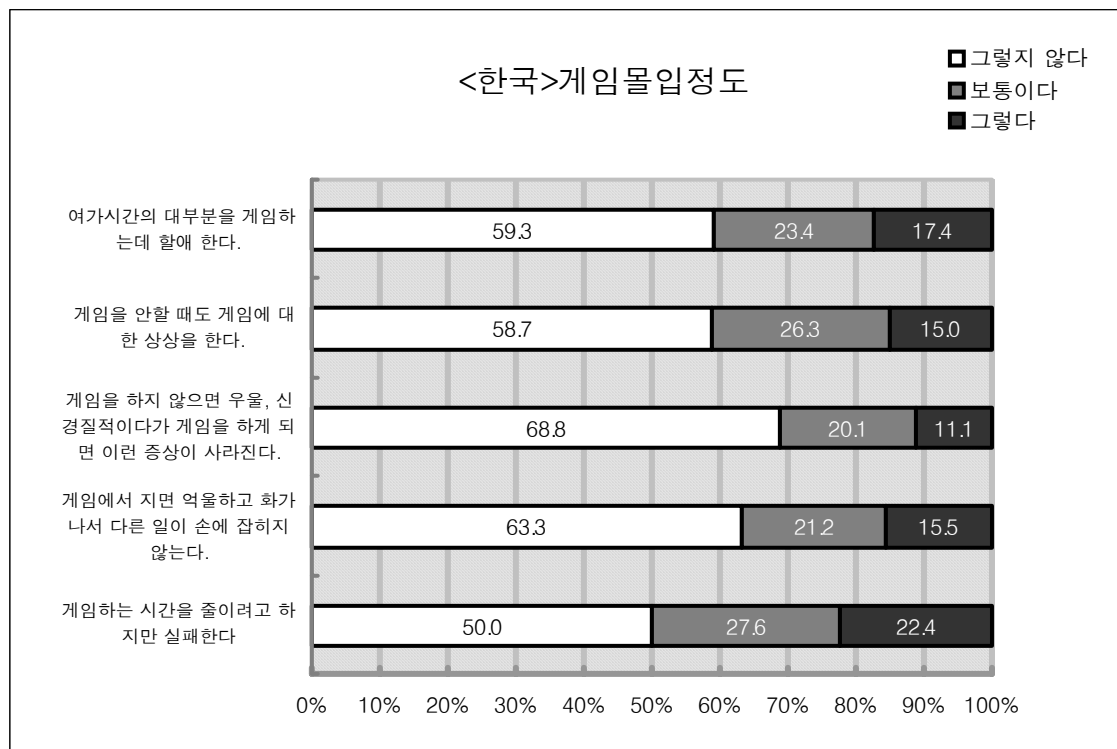
반면에 일본의 경우에는 ‘게임을 통해 가족이나 친구/동료와 이야기 할 기회가 늘었다’에 ‘그렇다(매우 그렇다 3.3%+조금 그렇다 20.1%)’고 답한 비율이 상대적으로 높아 역시 일본의 선호 플랫폼의 영향이 반영되어 있음을 볼 수 있다.

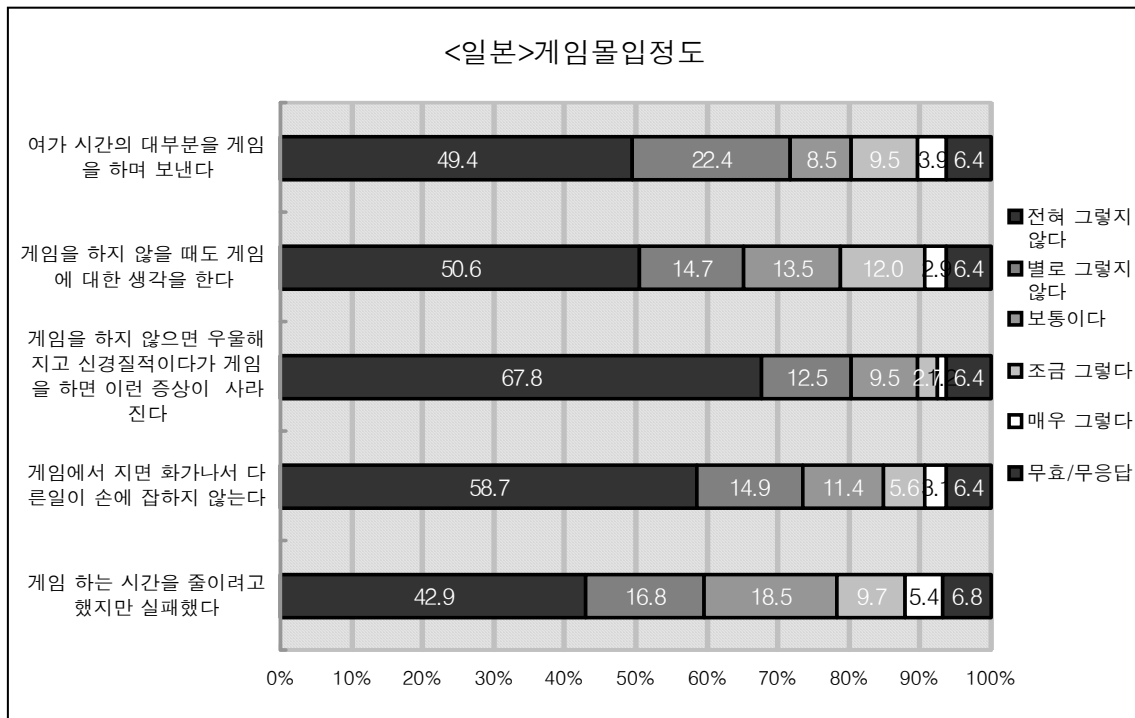






게임의 몰입정도를 묻는 질문에 대한 응답을 비교해 보면 전반적으로 근소하지만 일본의 게이미용자들의 게이밍 몰입도가 높은 경향임을 발견할 수 있다.





# 부 록

---

**2005 게임인식 및 소비자 의식 실태 조사**



<b>ID</b>				
-----------	--	--	--	--

## 2005 게임인식 및 소비자 의식 실태 조사

안녕하십니까? 저는 시장조사전문기관인 (주)현대리서치연구소의 면접원 ○○○입니다.

이번에 저희 연구소에서는 <문화관광부>의 의뢰를 받아 <한국게임산업개발원>과 함께 ‘게임인식 및 소비자의식 실태조사’를 통해 게임산업의 정책적 방향을 제시하고자 설문조사를 하고 있습니다.

바쁘시더라도 잠시만 시간을 내시어 게임산업의 발전을 위해 성실하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

본 설문조사의 자료들은 무기명으로만 통계처리 되어 응답자에 대한 비밀을 철저히 보장합니다. 설문지에 대해 의문사항이 있으시면 아래 연락처로 문의해 주십시오.

다시 한번 귀하의 협조에 감사드립니다.

연구주관기관	<한국게임산업개발원>
연구자	홍유진 과장 (02-3424-4117)
조사수행기관	<b>hrj</b> 현대리서치연구소
담당연구원	김종욱 과장
문의전화	02-3218-9613

### 면접원 기록란

응답자 성명	전화번호	면접일시 및 소요시간	조사원 이름	검증확인	에디팅 확인	감독원 확인
	( ) -	3월 일 시 (총__분간)				

응답자 분류	성 별	<input type="checkbox"/> 1) 남자 <input type="checkbox"/> 2) 여자	
	연령별	<input type="checkbox"/> 1) 만 9~14세 <input type="checkbox"/> 2) 만15~19세 <input type="checkbox"/> 3) 만20~24세 <input type="checkbox"/> 4) 만25~29세 <input type="checkbox"/> 5) 만30~34세 <input type="checkbox"/> 7) 만35~39세 <input type="checkbox"/> 8) 만40~44세 <input type="checkbox"/> 9) 만45~49세	
	지 역	<input type="checkbox"/> 1) 서울 <input type="checkbox"/> 2) 부산 <input type="checkbox"/> 3) 대구 <input type="checkbox"/> 4) 광주 <input type="checkbox"/> 5) 대전	

다음은 귀하의 여가 생활에 관한 질문입니다.

문1. 하루 평균 여가시간은 어느 정도입니까?

- 1) 30분 미만                      2) 30분~1시간 미만                      3) 1~2시간 미만  
4) 2~3시간 미만                      5) 3~4시간 미만                      6) 4~5시간 미만  
7) 5~6시간 미만                      8) 6시간 이상

문2. 여가생활에 어느 정도 만족하십니까?

<b>응답 척도</b>	매우 불만족	다소 불만족	그저 그렇다	다소 만족	매우 만족
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문3. 여가 활동에 대한 몇 가지 의견입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 √ 표시해 주십시오.

설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1) 여가활동은 시간을 현명하게 활용하는 것이다	1	2	3	4	5
2) 여가활동과 관련된 모임에 참여하고 싶다	1	2	3	4	5
3) 여가활동을 위해 더욱 시간/노력을 기울이겠다	1	2	3	4	5
4) 여유가 있다면 여가를 위한 물품/장비를 구입하겠다	1	2	3	4	5
5) 여가는 사람들을 사귄 수 있는 좋은 기회이다	1	2	3	4	5

문4. 여가시간에 즐겨하는 활동은 무엇입니까? 2가지만 말씀해 주십시오.

- 1) 게임                                      2) TV                                      3) 비디오/DVD  
4) 극장(영화)                              5) 만화/애니메이션                      6) 인터넷(게임 외)  
7) 여행                                      8) 독서                                      9) 음악감상  
10) 바둑/장기 등 취미                      11) 야외 스포츠                      12) 기타\_\_\_\_\_

문5. 친구(동료)들과 어울릴 때 가는 장소는 어디입니까? 2가지만 말씀해 주십시오.

- 1) PC방                                      2) 게임장(오락실/플스방)                      3) 영화/연극  
4) 비디오/노래/만화방                      5) 도서관/학원 등                      6) 쇼핑  
7) 커피숍/호프집 등                      8) 당구/탁구/볼링장                      9) 집  
10) 보드게임방                      11) 기타\_\_\_\_\_

문6. 문화콘텐츠와 관련해서, 귀하의 생각을 1점(매우 나쁨)~10점(매우 좋음)의 점수를 매겨주십시오.

설 문 문 항	이 분야에 대한 전반적인 이미지가 어떠십니까?	향후 성장가능성이 어떠리라고 생각하십니까?
1) 영화	_____점	_____점
2) 게임	_____점	_____점
3) 애니메이션	_____점	_____점
4) 음악	_____점	_____점
5) 만화책(출판 만화)	_____점	_____점
6) 캐릭터	_____점	_____점





문14. **【PC방 이용자만】** PC방에 대한 자신의 의견을 해당란에 체크해 주세요.

설 문 문 항	전혀 불만족한다	다소 불만족한다	그저 그렇다	다소 만족한다	매우 만족한다
1) 접속 속도	1	2	3	4	5
2) 콘텐츠 다양성	1	2	3	4	5
3) 사용료	1	2	3	4	5
4) 편의 시설	1	2	3	4	5
5) 관리자 서비스	1	2	3	4	5
6) 실내 조명	1	2	3	4	5
7) 흡연 시설	1	2	3	4	5
8) 소음	1	2	3	4	5
9) PC 사양	1	2	3	4	5
10) 보안성	1	2	3	4	5

지금부터 나오는 “게임”은 인터넷, 게임기, PC, 오락실, 휴대폰 등을 이용하여 즐기는 놀이를 말하며, 호텔 카지노, 경마장 관람 등은 게임에 해당되지 않습니다.

문15. 게임에 대해 어떻게 생각하십니까?

<b>응답 척도</b>	매우 부정적이다	다소 부정적이다	그저 그렇다	다소 긍정적이다	매우 긍정적이다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문16. 귀하는 게임을 이용하고 계십니까?

- 1) 현재 이용하고 있다 (조금이라도) (✓문18로)
- 2) 과거에 이용했으나, 최근에는 전혀 이용하지 않고 있다 (✓문17으로)
- 3) 해 본 적은 없으나, 기회가 되면 해 보겠다 (✓문17으로)
- 4) 해 본 적 없고, 앞으로도 안 할 것 같다 (✓문17으로)

문17. **【게임 비이용자】** 현재 게임을 이용하지 않는 이유는 무엇입니까? (✓응답후 문54로)

- 1) 게임이 너무 어려워서
- 2) 흥미를 끄는 내용(콘텐츠)이 없어서
- 3) 게임에 대한 주위 인식이 안 좋아서
- 4) 시력저하 및 피로가 느껴져서
- 5) 여유 시간이 없어서
- 6) 기타\_\_\_\_\_

문18. 여가활동 중 게임이용 비율은 어느 정도입니까?

- 1) 10% 미만
- 2) 10~20% 미만
- 3) 20~30% 미만
- 4) 30~40% 미만
- 5) 40~50% 미만
- 6) 50~60% 미만
- 7) 60% 이상

문19. 게임을 처음 접한 시기는 언제입니까? \_\_\_\_\_년 \_\_\_\_\_개월 전부터

문20. 하루 평균 게임을 어느정도 이용하십니까?

- 1) 30분 미만
- 2) 30분 ~ 1시간 미만
- 3) 1 ~ 2시간 미만
- 4) 2 ~ 3시간 미만
- 5) 3 ~ 4시간 미만
- 6) 4 ~ 5시간 미만
- 7) 5시간 이상

문21-1. 한달에 게임을 어느 정도 이용하십니까? 한달에  회 정도  
 (✓1회 미만 게임 이용자 문54으로)

문21-2. 1회 평균 게임 이용시간은 어느 정도입니까?  
1) 30분 미만                      2) 30분~1시간 미만                      3) 1~2시간 미만  
4) 2~3시간 미만                      5) 3~4시간 미만                      6) 4~5시간 미만  
7) 5시간 이상

문22. 주로 어디에서 게임을 하십니까? 1가지만 선택하여 주십시오.  
1) 집                                      2) PC방                                      3) 오락실  
4) 학교/사무실                      5) 장소 제한 없음                      6) 기타\_\_\_\_\_

문23. 귀하의 게임 이용 동기는 무엇입니까? 주로 이용하는 동기 2가지만 선택하여 주십시오.  
1) 주위 친구들과 어울리기 위해                      2) 재미있으니까  
3) 스트레스 해소                      4) 여유시간 활용으로  
5) 사이버 공간에서의 커뮤니티(채팅, 동호회 등)                      6) 이유 없음  
7) 기타\_\_\_\_\_

문24. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 √ 표시해 주십시오.

설 문 문 항	전혀 그렇지않다	대체로 그렇지않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1) 게임 때문에 숙제/업무 등을 못한 적 있다.	1	2	3	4	5
2) 게임 때문에 주위 사람에게 거짓말 한 적 있다.	1	2	3	4	5
3) 게임으로 친구/동료들과 어울리는 시간이 줄었다.	1	2	3	4	5
4) 게임하면서 컴퓨터/인터넷에 능숙하게 되었다.	1	2	3	4	5
5) 게임을 하면서 자신감 및 집중력이 향상되었다.	1	2	3	4	5
6) 게임을 통해서 친구/동료들과의 대화 기회가 증가	1	2	3	4	5
7) 게임하는 시간을 줄이려고 하지만 실패한다.	1	2	3	4	5
8) 게임에 지면 억울하고 화가 나서 다른 일이 손에 잡히지 않는다.	1	2	3	4	5
9) 게임을 하지 않을 때는 우울, 신경질적이다가 게임을 하게 되면 이런 마음들이 사라진다.	1	2	3	4	5
10) 게임을 안 할 때도 게임에 대한 상상을 한다.	1	2	3	4	5
11) 여가시간의 대부분을 게임하는데 할애한다.	1	2	3	4	5

문25. 주로 이용하는 게임 분야를 순서대로 3개 선택하십시오.

1순위 , 2순위 , 3순위

- |                      |                  |                |
|----------------------|------------------|----------------|
| 1) 온라인게임             | 2) 휴대폰/모바일게임     | 3) PC게임(CD패키지) |
| 4) 비디오게임(PS2 등 게임기용) | 5) 아케이드게임(오락실게임) |                |

- \* '온라인게임' : 게임CD의 인스톨없이, 인터넷에 접속하여 이용하는 게임(MMORPG, 웹보드게임 등)
- \* '휴대폰/모바일게임' : 휴대폰이나 PDA 등으로 이용하는 게임 및 휴대용게임(포터블게임, 게임보이 등)
- \* 'PC게임(CD패키지)' : CD를 통해서 인스톨한 후에 이용하는 컴퓨터게임
- \* '비디오게임(PS2 등 게임기용)' : 게임전용기기를 통해 이용하는 게임(PS2 및 X-BOX 등)
- \* '아케이드게임(오락실게임)' : 오락실에서 이용할 수 있는 게임



문34. 지난(2003년) 1년 동안 구입한 게임 개수는? (구입하지 않으신 분은 '0'이라고 기입할 것)

게임 분류	1. 국산 게임 구입 갯수	2. 총 게임 구입 갯수 (외산+국산)
1. PC게임 (CD)	_____개	_____개
2. 비디오게임 (DVD)	_____개	_____개
3. 모바일게임 (다운로드)	_____개	_____개

문35. 지난(2003년) 1년 동안 이용한 온라인게임 개수는? (이용하지 않으신 분은 '0'으로 기입할 것)

게임 분류	이용한 온라인게임 개수
1. 외산 게임수	_____개
2. 국산 게임수	_____개

문36. 게임(게임기/CD/DVD/롬팩)을 주로 구입하는 장소는? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 게임 S/W 전문점      2) 인터넷 통신판매      3) 백화점  
4) 대형 할인점      5) 편의점      6) 기타 \_\_\_\_\_  
7) 구입한 적 없음

문37. 게임 관련 정보를 주로 얻는 곳은? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 게임관련 잡지 (오프라인)      2) TV/미디어 광고  
3) 친구/주변인 소개 (온라인, 오프라인 동호회 포함)  
4) 인터넷 (웹진/광고)      5) 진열상품이나 DEMO  
6) 점원의 설명      7) 기타 \_\_\_\_\_

문38. 게임을 선택하는 가장 중요한 요소를 순서대로 선택하여 주십시오.

- 1순위 , 2순위
- 1) 좋아하는 장르      2) 게임을 해 본 사람들 추천  
3) 좋아하는 브랜드      4) 좋아하는 캐릭터  
5) 좋아하는 내용 (소재/배경/스토리)      6) 게임의 유익성 (교육효과 등)  
7) 게임업체에서 하는 이벤트      8) 기타 \_\_\_\_\_

문39. 게임 이용/구입 비용은 한달 평균 어느 정도입니까? (이용/구입하지 않으신 분은 '0'으로 기입)

게임 분류	한달 평균 비용	게임 분류	한달 평균 비용
1) 오락실 게임비	_____원	5) 비디오게임 구입비 (PS2등+ 게임DVD)	_____원
2) PC방 이용비	_____원	6) 휴대폰/모바일게임 다운로드 비용	_____원
3) 온라인게임 이용비 (인터넷사용료 제외)	_____원	7) 휴대용게임 구입비 (게임보이 + 롬팩)	_____원
4) PC게임구입비 (CD, 패키지)	_____원		

문40. 보유하고 계신 <비디오게임기>는 무엇입니까? 보유하고 계신 게임기를 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 플레이스테이션2      2) X-BOX      3) 닌텐도 게임큐브  
4) 플레이스테이션1      5) 세가메가드라이브      6) 세가새턴 (삼성새턴)  
7) 드림캐스트      8) 닌텐도 패미콤      9) 슈퍼패미콤  
10) 닌텐도64      11) PSP(플레이스테이션 포터블)  
12) 닌텐도 DS      13) 기타 \_\_\_\_\_      14) 없음

문41. 앞으로 구입하고 싶은 <비디오게임기>는? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

1) 플레이스테이션 2	2) X-BOX	3) 닌텐도 게임큐브
4) 플레이스테이션 1	5) 기타_____	6) 없음

문42. 보유하고 계신 <휴대용 게임기>는? 모두 선택하여 주십시오.

- |   |                                     |  |
|---|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) GP32              | <input type="checkbox"/> 2) 게임보이    | <input type="checkbox"/> 3) 게임보이 컬러    |
| <input type="checkbox"/> 4) 게임보이 어드밴스         | <input type="checkbox"/> 5) 게임기어    | <input type="checkbox"/> 6) 원더스완       |
| <input type="checkbox"/> 7) 원더스완 컬러           | <input type="checkbox"/> 8) 네오지오 포켓 | <input type="checkbox"/> 9) 네오지오 포켓 컬러 |
| <input type="checkbox"/> 10) PSP(플레이스테이션 포터블) | <input type="checkbox"/> 11) 닌텐도 DS | <input type="checkbox"/> 12) 기타_____   |
| <input type="checkbox"/> 13) 없음               |                                     |  |

문43. 앞으로 구입하고 싶은 <휴대용 게임기>는? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

1) GP32	2) 게임보이	3) 게임보이 컬러
4) 게임보이 어드밴스	5) 게임기어	6) 원더스완
7) 원더스완 컬러	8) 네오지오 포켓	9) 네오지오 포켓 컬러
10) PSP(플레이스테이션 포터블)	11) 닌텐도 DS	12) 기타_____
13) 없음		

문44. 휴대폰/모바일게임 사용에 주요한 문제점은 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 과도한 이용료    | <input type="checkbox"/> 2) 핸드폰 사양(용량/해상도 등) |
| <input type="checkbox"/> 3) 게임다양성 부족   | <input type="checkbox"/> 4) 게임 수준이 떨어짐       |
| <input type="checkbox"/> 5) 게임홍보 부족    | <input type="checkbox"/> 6) 조작이 불편함          |
| <input type="checkbox"/> 7) 불필요한 안내 절차 | <input type="checkbox"/> 8) 기타_____          |
| <input type="checkbox"/> 9) 이용 안함      |  |

문45. 휴대폰/모바일 게임을 주로 이용하는 때는 언제입니까? 1가지만 선택하여 주십시오.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 잠자기 전에            | <input type="checkbox"/> 2) 이동 중(출퇴근, 등교 등) |
| <input type="checkbox"/> 3) 기다리는 시간(약속, 공장 등) | <input type="checkbox"/> 4) 화장실             |
| <input type="checkbox"/> 5) 휴식 시간             | <input type="checkbox"/> 6) 기타_____         |
| <input type="checkbox"/> 7) 이용 안함             |   |

문46. **【PS2, X-BOX, 게임보이 등 비디오/휴대용게임기 이용자만】** 게임전용기기를 이용하는 이유는 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 게임 종류가 다양해서        | <input type="checkbox"/> 2) 뛰어난 그래픽 기능 |
| <input type="checkbox"/> 3) DVD/오디오 등 부가기능 때문에 | <input type="checkbox"/> 4) 게임조작이 쉬워서  |
| <input type="checkbox"/> 5) 컴퓨터보다 가격이 싸기 때문에   | <input type="checkbox"/> 6) 주위에서 많이 해서 |
| <input type="checkbox"/> 7) 가족/애인/친구와 같이 하려고   | <input type="checkbox"/> 8) 기타_____    |
| <input type="checkbox"/> 9) 이용안함               |  |

문47. 다음중 귀하의 게임취향은 무엇입니까? 귀하의 생각과 일치하는 곳에 v표시해 주십시오.

1)	동영상(테모)	전혀 관심이 없다 □1   □2   □3   □4   □5	매우 관심이 있다 □6   □7
2)	그래픽	단순한 그래픽 □1   □2   □3   □4   □5	화려한 그래픽 □6   □7
3)	시나리오	단순한 시나리오 □1   □2   □3   □4   □5	복잡한 시나리오 □6   □7
4)	사운드	느리고 잔잔한 음악 □1   □2   □3   □4   □5	빠르고 신나는 음악 □6   □7
5)	접근성	배우기 쉽고 익숙한 게임 □1   □2   □3   □4   □5	처음부터 배워야하는 새로운 게임 □6   □7
6)	게임 속도	차분히 즐기는 게임 □1   □2   □3   □4   □5	긴박감있고 빠른 게임 □6   □7
7)	게임분위기	웅장한 게임 □1   □2   □3   □4   □5	아기자기한 게임 □6   □7
		환상적인 게임 □1   □2   □3   □4   □5	현실적인 게임 □6   □7
		진지하고 무거운 게임 □1   □2   □3   □4   □5	밝고 명랑한 게임 □6   □7
8)	목표 설정	한가지 목표만 설정한 게임 □1   □2   □3   □4   □5	새로운 목표가 연속적으로 제시되는 게임 □6   □7
9)	난이도	쉬운 게임 □1   □2   □3   □4   □5	어려운 게임 □6   □7
10)	입체 표현	□1) 3D(입체)   □2) 2D(평면)   □3) 2.5D(입체+평면)   □4) 상관없음	
11)	인칭 설정	□1) 1인칭 시점   □2) 3인칭 시점   □3) 상관없음	

문48-1 게임을 하면서 관심 있게 보는 것은? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

문48-2. 국내 게임의 부족한 부분은 무엇이라 생각하십니까? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

1) 스토리	2) 기획(아이디어/소재)	3) 사운드
4) CG 그래픽	5) 동영상	6) 프로그래밍(디버깅 등)
7) 연출력(구성)	8) 홍보/마케팅	9) 기타_____
10) 없음		

문49. 국내 게임이 외국산 게임보다 앞서서 '경쟁요인'은 무엇이라고 생각하십니까? 해당되는 항목을 모두 선택하여 주십시오.

- |                                     |   |  |
|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 스토리     | <input type="checkbox"/> 2) 기획(아이디어/소재) | <input type="checkbox"/> 3) 사운드          |
| <input type="checkbox"/> 4) CG 그래픽  | <input type="checkbox"/> 5) 동영상         | <input type="checkbox"/> 6) 프로그래밍(디버깅 등) |
| <input type="checkbox"/> 7) 연출력(구성) | <input type="checkbox"/> 8) 홍보/마케팅      | <input type="checkbox"/> 9) 가격 경쟁력       |
| <input type="checkbox"/> 10) 서비스 수준 | <input type="checkbox"/> 11) 기타_____    | <input type="checkbox"/> 12) 없음          |

문50. 향후 국내게임시장을 주도할 분야는 무엇이라고 생각하십니까? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

- 1) 온라인게임                      2) 휴대폰/모바일게임                      3) PC게임(CD패키지)  
4) 비디오게임(PS2 등 콘솔용)                      5) 아케이드(오락실, 게임)

문51. 향후 국내 게임시장을 주도할 장르는 무엇이라고 생각하십니까? 순서대로 2가지만 말씀해 주십시오.

1순위 , 2순위

- 1) 시뮬레이션                      2) 롤플레이팅                      3) 액션/어드벤처  
4) 스포츠                      5) 슈팅                      6) 경품  
7) 웹보드게임                      8) 기타\_\_\_\_\_

문52. 게임을 이용할 때 가장 큰 불만 사항은 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 시나리오/아이디어가 떨어짐                      2) 컴퓨터(게임기) 요구사양 너무 높음  
3) 가격이 너무 비쌌                      4) 홍보 부족으로 선택 곤란  
5) A/S가 충실하지 못함                      6) 사운드/그래픽/동영상 수준이 낮음  
7) 버그(다운/불안정) 문제                      8) 장르(종류/유형)가 다양하지 못함  
9) 전체적인 완성도 저하                      10) 게임조작, 인터페이스가 불편  
11) 하드웨어간 상호연결 미흡                      12) 기타\_\_\_\_\_

문53. 자신의 게임이용에 대해 가족이나 친구가 어떻게 생각하니까?

- 1) 게임하는 것에 대해 크게 싸우곤 한다  
2) 게임시간을 줄이라고 충고하곤 한다  
3) 별다른 간섭을 하지 않는 편이다  
4) 게임을 함께 한다  
5) 기타\_\_\_\_\_

문54. 성인등급심의(18세)에 대한 의견은 어떻습니까?

응답 척도	매우 강화	다소 강화	현행 유지	다소 완화	완전 개방
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문55. 게임 등급분류제도에 대한 귀하의 의견은?

- 1) 엄격하게 시행해야  
2) 등급분류 완화, 사후관리 강화  
3) 현행대로 유지  
4) 업체 자율심의로 넘겨야  
5) 기타\_\_\_\_\_  
6) 잘 모르겠다

문56. 온라인 게임에서 아이템(방어구, 장신구, 무기 등)을 현금으로 매매하는 “아이템 현금거래”를 알고 계십니까?

- 1) 주위에 그런 사람이 있어 잘 알고 있다  
2) 잘 알고 있으나 주위에 그런 사람은 없다  
3) TV나 언론을 통해 들어본 정도이다  
4) 모른다 (✓문59로)

- 문57. 주위에 아이템 현금거래를 하고 있는 친구(동료)는 어느 정도 된다고 생각하십니까?  
1) 10% 미만                      2) 10~20% 미만                      3) 20~30% 미만  
4) 30~40% 미만                      5) 40~50% 미만                      6) 50~60% 미만  
7) 60% 이상

- 문58. 아이템현금거래에 대해 어떻게 생각하십니까?  
1) 전적으로 금지시켜야                      2) 엄격한 등급심의, 청소년접근 제한  
3) 정부에서 이용한도 제한                      4) 이용자 자신의 문제, 간섭 말아야  
5) 적극적인 장려/확대가 필요                      6) 기타 \_\_\_\_\_

- 문59. 현재 참여하고 있는 동아리/동호회(온라인/오프라인 포함)는 주로 어떤 것입니까? 해당되는 항목을 모두 선택하여 주십시오.  
1) 종교모임                      2) 영화,음악,만화 등 문화관련모임  
3) 게임관련 동호회                      4) 게임을 제외한 컴퓨터관련모임  
5) 환경,사회봉사관련모임                      6) 독서나 학습관련모임  
7) 스포츠관련모임                      8) 동창회  
9) 학생회                      10) 기타 \_\_\_\_\_  
11) 없다 (✓문61로)

- 문60. 참여 동아리/동호회에 적극 참여하는 편입니까?  

<b>응답 척도</b>	전혀 참여하지 않는 편이다	다소 참여하지 않는 편이다	보통이다	다소 참여하는 편이다	적극 참여하는 편이다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

- 문61. 주위 친구(동료)들이 사용하는 게임물(CD/DVD,롬팩) 중 복제품은 어느 정도 된다고 생각하십니까?  
1) 10% 미만                      2) 10~20% 미만                      3) 20~30% 미만  
4) 30~40% 미만                      5) 40~50% 미만                      6) 50~60% 미만  
7) 60% 이상

- 문62. 본인의 연령대는?  
1) 만9세~만24세(청소년) (✓문63으로)  
2) 게임을 이용하는 자녀를 둔 학부모 (✓문69로)  
3) 기타 (✓문74로)

문 59~문64는 청소년(만 9세~만 24세 이하)에 해당하는 질문입니다.

- 문63. 부모님은 본인의 게임이용을 어떻게 생각하십니까?  

<b>응답 척도</b>	매우 부정적이다	다소 부정적이다	보통이다	다소 허용한다	적극 권장한다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5



문64. 게임 비용(CD/온라인 이용료/게임기 구입 등)은 주로 어떻게 마련합니까? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 부모이 주시는 용돈 2) 본인이 아르바이트를 해서
- 3) 부모님의 용돈+본인의 아르바이트 비용으로
- 4) 아이템/캐릭터 거래로 5) 전화결제/부모님의 카드 등을 통해
- 6) 기타\_\_\_\_\_

문65. 장차 어떤 분야를 직업으로 선택하고 싶으십니까? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 인문분야(문학, 어학 등) 2) 경제·사회분야
- 3) 법·정치(법, 행정, 정치 등) 4) 컴퓨터분야(소프트·하드웨어)
- 5) 게임관련 계열(게임개발 관련) 6) 공학분야(전기, 전자)
- 7) 공학분야(기계, 건축/토목, 화학) 8) 의학분야(의학, 약학, 한의학)
- 9) 예능분야(디자인, 미술, 음악) 10) 체육분야
- 11) 기타\_\_\_\_\_

문66. 집에서 게임하면 부모님에 의해 제약을 받습니까?

- 1) 제약이 없다 2) 하루 이용시간에 제한을 받는다
- 3) 숙제를 먼저 해야 이용 4) 좋은 성적을 유지해야 이용 가능
- 5) 특정 게임만 이용 가능 6) 기타\_\_\_\_\_

문67. 부모님은 PC를 어느 정도 다룰 줄 아십니까?

<b>응답 척도</b>	매우 모르신다	모르신다	보통이다	아신다	잘 아신다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문68. 귀하의 학교성적은 어떤 편에 속하십니까? (✓응답후 문74로)

- 1) (최상) 상위 10% 이내 2) (상위) 11~30% 3) (중상) 31~50%
- 4) (중하) 51~70% 5) (하위) 71~90% 6) (최하) 10% 미만

문65~문69는 게이미용 자녀를 둔 부모님께만 해당하는 질문입니다.

문69. 자녀의 게이미용에 대한 대응은 어떠십니까?

<b>응답 척도</b>	매우 제재한다	다소 제재한다	보통이다	다소 권장한다	적극 권장한다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문70. 자녀(들)는 게임비용(게임 CD 및 온라인 이용료 등)을 주로 어떻게 마련합니까? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 부모님이 주시는 용돈 2) 본인이 아르바이트를 해서
- 3) 부모님의 용돈+본인의 아르바이트 비용으로
- 4) 아이템/캐릭터 거래로 5) 전화결제/부모님의 카드 등을 통해
- 6) 기타\_\_\_\_\_

문71. 게임 때문에 자녀의 일상생활이 지장을 받고 있습니까?

응답 척도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문72. 얼마나 자주 자녀와 함께 게임을 이용하십니까?

응답 척도	전혀 안한다	거의 안한다 (1년 1~2회)	가끔 한다 (3개월 1회)	종종 한다 (1달 1회)	매우 자주 한다 (매주 1회)
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

문73. 맥의 자녀가 심각한 게임중독이라면 어떻게 하겠습니까? 1가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 강제력을 동원해서라도 사용을 못하게 한다
- 2) 게임관련 상담기관이나 치료센터에 도움을 청한다
- 3) 게임내용을 살펴보고 부모와 함께 해결하는 방법을 찾아본다
- 4) 학교 교사의 도움을 청한다
- 5) 기타\_\_\_\_\_

다음은 통계처리를 위한 질문입니다.

문74. 귀하의 혼인여부는?

- 1) 미혼
- 2) 기혼
- 3) 기타\_\_\_\_\_

문75. 귀하의 직업은?

- 1) 전문/연구직
- 2) 사무직/관리직
- 3) 판매/서비스직
- 4) 생산/기술직
- 5) 농/임/어업
- 6) 공무원/교원/경찰
- 7) 자영업자
- 8) 학생
- 9) 주부
- 10) 무직
- 11) 기타\_\_\_\_\_

문76. 귀하의 종교는?

- 1) 불교
- 2) 기독교
- 3) 천주교
- 4) 무교
- 5) 기타\_\_\_\_\_

문77. 귀하의 최종학력은?

- 1) 초등학교 재학
- 2) 초등학교 졸업
- 3) 중학교 재학
- 4) 중학교 졸업
- 5) 고등학교 재학
- 6) 고등학교 졸업
- 7) 대학교(전문대 포함) 재학
- 8) 2년제 대학 졸업
- 9) 4년제 대학 졸업
- 10) 대학원(석사) 이상

문78. 귀하의 생활수준은 어디에 속한다고 생각하십니까?

- 1) 하
- 2) 중하
- 3) 중
- 4) 중상
- 5) 상

문79. 귀하의 전 가족 한달 평균소득(보너스포함)은 얼마입니까?

- 1) 100만원 미만
- 2) 100만원-200만원 미만
- 3) 200만원-300만원 미만
- 4) 300만원-400만원미만
- 5) 400만원-500만원미만
- 6) 500만원이상

문80. 귀하의 하루 평균 이동시간은? (출퇴근/ 등하교 등)

- |                                      |  |                                      |
|--------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) 30분 미만   | <input type="checkbox"/> 2) 30분~1시간 미만 | <input type="checkbox"/> 3) 1~2시간 미만 |
| <input type="checkbox"/> 4) 2~3시간 미만 | <input type="checkbox"/> 5) 3~4시간 미만   | <input type="checkbox"/> 6) 4~5시간 미만 |
| <input type="checkbox"/> 7) 5시간 이상   |  |                                      |

문81. 한국게임산업개발원 또는 정부당국에 제시할 의견이 있으신 분은 자유롭게 적어주시면 감사하겠습니다(부족분은 뒷면에).

---

바쁘신 중에 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다.  
귀하의 의견이 반드시 정책에 반영되도록 노력하겠습니다.



**질문 7** 귀하께서는 작년 (2004년) 1년 동안 아래에 열거한 ①~⑩의 취미나 오락을 즐기거나 이용한 적이 있습니까?

(1) 귀하께서 작년 1년 동안 즐기거나 이용한 적이 있는지 여부를 표시해 주십시오. (각 항목당 한 개 항목에만 ○ 표시)	1. ( )		2. ( )		【 (1) 에서 「1」 이용했다 에 표시한 빈칸에 큰 쪽 (2) (4) 에도 대답해 주십시오 】	(2) 작년 1년 동안 평균적으로(주당(혹은 월간, 연간) 몇 회 정도 이용했는지 표시해 주십시오. (각 항목당 한 개 항목에만 ○ 표시)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9.									(3) 1 기 회 입 당 해 평 주 심 시 오 .	(4) 작년 1년 동안 귀하가 쓴 소요 비용은 어느 정도인지 기입해 주십시오(가족이나 다른 사람이 지출한 경우는 제외). ※ 「연간 합계」, 「월평균」 중 계산하기 쉬운 곳에 기입하시면 됩니다.
	이 용 했 다	이 용 하 지 않 았 다	1	2			거 의 매 일	주 4 ~ 5 회	주 2 ~ 3 회	주 1 회	월 2 ~ 3 회	월 1 회	연 6 ~ 1 1 회	연 2 ~ 5 회	연 1 회		
① 영화관에서 영화감상 ※ TV·비디오·DVD는	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
② 비디오·DVD감상 (구입·대여)	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
③ 음악감상 (CD 등구입·대여)	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
④ 유료 방송 시청 (위성방송 WOWOW, 스카이퍼펙트 등)	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑤ 게임센터(오락실)에서 게임 플레이	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑥ 슬롯머신	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑦ 외식 ※ 일상적인 식사는 제외	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑧ 노래방	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑨ 서적·잡지·만화책 읽기 ※ 북카페는 제외	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑩ PC방 ·북카페	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑪ 자택의 컴퓨터로 인터넷	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	
⑫ 휴대 전화·PHS로 통화·메일·넷	→	1	2	→	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	원	원	

※인터넷 이용 요금을 기입(컴퓨터 본체 및 접속 기기 등 설비비 제외) ▼

1	2	3	4	5	6	7	8	9	연간 합계	원
									월 평균	원

※휴대 전화·PHS 이용 요금을 기입 (휴대 전화·PHS 본체 비용 제외) ▼

1	2	3	4	5	6	7	8	9	연간 합계	원
									월 평균	원

【 [질문 7 (1)] 에서 작년 1년 동안 「⑩PC방·북카페」 를 「1. 이용했다」 라고 대답한 분들에게 묻는 질문입니다.】

**질문 8** PC방·북카페를 어떠한 형식으로 이용하셨습니다까? 복수 선택이 가능합니다.(해당 항목 모두 ○표시)

1. 만화·서적·잡지 등 읽기	4. 인터넷 (정보 수집·검색)	7. 인터넷 (상품 구입·경매)
2. 게임	5. 인터넷 (게시판·차트)	8. 인터넷 (은행, 주식·금융 상품 거래)
3. 컴퓨터로 문서 작성	6. 인터넷 (전자메일)	9. 기타 [구체적으로 : ]

【 [ 7 ( 1 ) ] 1 「 」 「 1. 」 】

9 ( 1 ) ? ( )

- |         |         |    |       |    |
|---------|---------|----|-------|----|
| 1.      | 3. CATV | 5. | ( )   | 7. |
| 2. ADSL | 4. ISDN | 6. | [ : ] |    |

( 2 ) ? 가 . ( )

- |    |     |           |
|----|-----|-----------|
| 1. | 6.  | 11.       |
| 2. | 7.  |           |
| 3. | 8.  | 12. ( )   |
| 4. | 9.  | 13.       |
| 5. | 10. | 14. [ : ] |

【 [ 7 ( 1 ) ] 1 「 」 PHS 「 1. 」 】

10 ( 1 ) PHS ? ( )

- |                |                    |        |
|----------------|--------------------|--------|
| 1. NTT ( )     | 4. au              | 7. DDI |
| 2. NTT ( PHS ) | 5. ( , J - PHONE ) | 8.     |
| 3. NTT ( )     | 6.                 | 9.     |

( 2 ) PHS ? 가 . ( )

- |    |    |             |
|----|----|-------------|
| 1. | 5. | 9. GPS      |
| 2. | 6. | 10.         |
| 3. | 7. | 11. TV · FM |
| 4. | 8. | 12. [ : ]   |

【 [ 11 ] 】

【 ]

11 AV .

	( 1 ) 가 ?	( 2 ) ( 1 ) ( 2004 ) ? )	( 3 ) ( 1 ) 6 가 ? )	( 4 ) ?
1. ( )	1	1	1	1
2. DVD ( HDD · VHS )	2	2	2	2
3.	3	3	3	3
4.	4	4	4	4
5.	5	5	5	5
6. ( PDA / )	6	6	6	6
7. ( iPod )	7	7	7	7
8.	8	8	8	8

12

가

[Empty rectangular box]

「 」

[Dashed border box containing text: 가 「 」 가 가 가 [ 13 ] PHS ]

13 가

	(1) 가 ?	(2) (1) (2004) ?	(3) (1) 가 6 ?	(4) ?
	( 가 )	( 가 )	( 가 )	( 가 )
1.	1	1	1	1
2. 64	2	2	2	2
3.	3	3	3	3
4. DS	4	4	4	4
5. (SP)	5	5	5	5
6. ( )	6	6	6	6
7.	7	7	7	7
8. PSX	8	8	8	8
9. 2	9	9	9	9
10. (PSone·COMBO)	10	10	10	10
11. PSP	11	11	11	11
12. ( )	12	12	12	12
13. Xbox	13	13	13	13
14. [ : ]	14	14	14	14

14

가

「 」

? ( )

1.	→	P. 5 [ 15 ]
2.	→	P. 7 [ 22 ]
3. 1 ~ 2	→	P. 8 [ 25 ]
4.	→	

【 [ 14] 、 「1. \_\_\_\_\_」 】

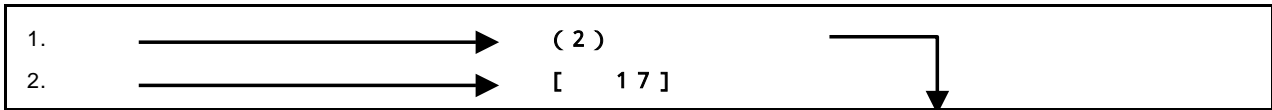
15 (1 가 \_\_\_\_\_ ?( \_\_\_\_\_ )

1. 가 \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) < 1980 ~ >
2. \_\_\_\_\_ < 1983 ~ >
3. \_\_\_\_\_ < 1989 ~ >
4. \_\_\_\_\_ < 1994 ~ >
5. 2. \_\_\_\_\_ < 2000 ~ >
6. < 2004 ~ >

(2 가 \_\_\_\_\_ ? 가 \_\_\_\_\_ . ( \_\_\_\_\_ )

1. \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 가  :
2. 가 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ 4. [ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ]

16 (1 \_\_\_\_\_ (1 \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ ?( \_\_\_\_\_ )

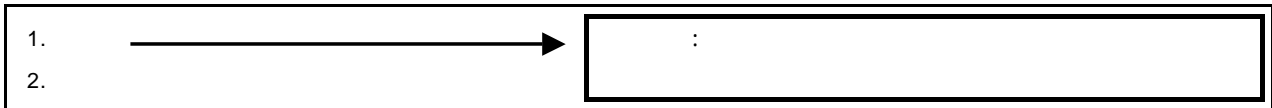


【 (1) 「1. \_\_\_\_\_」 】

(2) \_\_\_\_\_ ? 가 \_\_\_\_\_ . ( \_\_\_\_\_ )

- |              |            |                      |
|--------------|------------|----------------------|
| 1. _____ 가   | 4. _____ 가 | 7. _____ 가           |
| 2. 가 _____ 가 | 5. _____ 가 | 8. 가 _____ ,         |
| 3. _____     | 6. _____ 가 | 9. [ _____ : _____ ] |

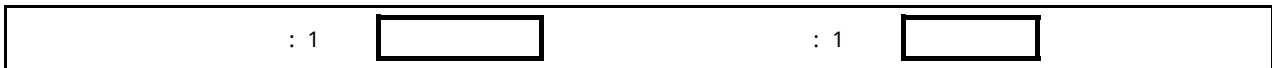
17 (가 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ ?( \_\_\_\_\_ ) 「 \_\_\_\_\_ 」



18 (1 \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ ) ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ ?( \_\_\_\_\_ )

- |          |          |          |           |      |
|----------|----------|----------|-----------|------|
| 1. _____ | 3. 2 ~ 3 | 5. 2 ~ 3 | 7. 6 ~ 11 | 9. 1 |
| 2. 4 ~ 5 | 4. 1     | 6. 1     | 8. 2 ~ 5  |      |

(2 \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ ? \_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ 「 0 ( \_\_\_\_\_ ) 」 \_\_\_\_\_ .





1. → ( 2 ) ~ ( 6 )

2. → P. 7 [ 20 ]

【 ( 1 ) 「 1. \_\_\_\_\_ 」 】

( 2 ( 2004 ) ? )  
.( )

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

( 3 1 ? )  
.( )

1.	5.	9.
2.	6. 가	10.
3.	7.	11. ( )
4.	8.	12. [ : ]

( 4 ( 3 ) 1 가 ? )  
( 3 ) \_\_\_\_\_ [ ]

( 5 1 ~ )  
「 ( a ) ( 가 ) 」, 「 ( b ) ( 가 ) 」 「 ( c ) 」  
가 ; 「 가 3

	( a ) ( 가 )	( b ) ( 가 )	( c )
6 4			
-DS			
( SP )			
( )			
2 ( PSX )			
( PSone·COMBI			
PSP			
( . )			
Xbox			
[ : ]			

( 6 1 ? )  
「 가 」, 「 가 」  
가 「 0 ( ) 」

: [ ] : [ ]

20 가 ? 가 . ( )

- |             |         |            |
|-------------|---------|------------|
| 1.          | 12.     | 20. MMORPG |
| 2.          | 13.     | ( 가 )      |
| 3.          | (str14. | 21.        |
| 4.          | 15. ( ) | 22.        |
| 5.          | 16.     | 23.        |
| 6.          | 17.     | 24.        |
| 7. ( )      | ( )     | 25. ( )    |
| 8. (        | 18.     | 26.        |
| 9.          | ( )     | 27.        |
| 10.         | 19.     | [ : ]      |
| 11. FPS ( ) | ( )     |            |

21 가 ? 가 . ( )

- |        |     |               |
|--------|-----|---------------|
| 1.     | 8.  | 15.           |
| 2.     | 9.  | 16.           |
| 3. SF  | 10. | 17.           |
| 4.     | 11. | 18. ( 가 )     |
| 5.     | 12. | 19. (serious) |
| 6.     | 13. | 20. ( )       |
| 7. ( ) | 14. | 21. [ : ]     |

【 9 [ 26 ] 가 .】

【 [ 14 ] 「2. , 「3. 1 ~ 2 」 (= ) .】

22 ( 1 가 ? ( ) )

- |                     |
|---------------------|
| 1. 가 ( ) < 1980 ~ > |
| 2. < 1983 ~ >       |
| 3. < 1989 ~ >       |
| 4. < 1994 ~ >       |
| 5. 2. < 2000 ~ >    |
| 6. < 2004 ~ >       |

( 2 가 ? 가 . ( ) )

- |                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| 1. , 3. 가       | <input type="text"/> |
| 2. 가 , 4. [ : ] | <input type="text"/> |

23 가 가

24 가

【8 [ 25 ]】

【 14 ] 「2. \_\_\_\_\_」, 「3. 1 ~ 2 \_\_\_\_\_」  
 「4. \_\_\_\_\_」 ( = ) ]

25 ( 1 가 ?  
 1. ~ 49. \_\_\_\_\_ . ( )

1. 가 ( 5.	A
2. 6.	
3. 가 7.	
4. 8.	
9. 12.	B
10. 13.	
11. 14. 가 ( )	
15. 가 16. 가	C
17. 20.	D
18. 21.	
19. 22.	
23. 25.	E 가 가
24.	F
26.	
27. .	
28. 가 .	G 가
29.	
30. 가 가	
31.	H
32. 가 34.	
33.	
35. 40.	I ,
36. 41.	
37. 가 42.	
38. 43.	
39. 가 44. 가	
45. 가 47. 가	J 가
46. 가 48. 가	
49. <input type="text"/> :	K

( 2 1. ~ 49. A ~ K 11 . A ~ K  
 가 ? A ~ K \_\_\_\_\_ .

↓





· PHS

. ( 가

)

3 2

( 1

· PHS

? (

)

1.

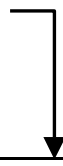
→ ( 2 ) ~ ( 5 )

2.

3. 1 ~ 2

4.

→ [ 3 3 ]



【 ( 1 )

「 1. \_\_\_\_\_ 」

】

( 2

· PHS

?

가

(

)

1.

3.

5. [

:

]

2.

4.

가

( 3 가

· PHS

?

가

. (

)

1.

· PHS

(

)

2.

3.

4.

[

:

(

가

: Flash, CGI

)

5.

[

:

]

( 4

· PHS

(

)

?

.

.

.

.

.

.

.

.

.

「 0 (

) 」

( 5 \_\_\_\_\_

· PHS

?



3 3

· PHS

? (

)

1.

3.

2.

가

4.

3 4

? (

)

1.

2.

3. 1 ~ 2

4.

3 5

? (

)

1.

3.

2.

가

4.

가

PHS

가 ( 「 」 )

( 「 」 )

[ 36 ]

13 [ 40 ]

[ ]

36 가 3

1. ( ) 5. PHS

2. 가 ( ) 6. PHS

3. 가 7. ( )

4. ( )

1 :

2 :

3 :

37 가가 ? ( )

1. 3. 5. .

2. . 4. 6. [ : ]

38 ( 1 「가 」 「가 」 「 」 「 」 )

?가 가 . ( )

1. 3. 180×180×90 cm ( ) 5.

2. 180×90×60 cm ( 4. 6.

( 2 가 . 가 ?

가 가 . ( )

1. . 3. .

2.

39 ( 1 ) ~ ( 11 )

1. ~ 5. 가

( )

	1.	2.	3.	4.	5.
( 1 )	1	2	3	4	5
( 2 )	1	2	3	4	5
( 3 )	1	2	3	4	5
( 4 )	1	2	3	4	5
( 5 )	1	2	3	4	5
( 6 ) 가 , 가	1	2	3	4	5
( 7 )	1	2	3	4	5
( 8 ) 가	1	2	3	4	5
( 9 ) ,	1	2	3	4	5
( 10 )	1	2	3	4	5
( 11 ) 가	1	2	3	4	5

**【 40 】**

40 . ( )  
1. 2. 3. 4. 5.

**【 41 】**

41 가 . ( )  
1. CM 4. 가 가  
2. 5. ( )  
3. 가 가

**【 42 】**

42 가 ? 가 . ( )  
1. 5. . 9. 13. 가  
2. 6. . 10. 14.  
3. 7. . 11. 15. 가  
4. 8. . 12. 16. 가

**【 [ 43 ] 】**

**【 43 】**

43 ? ( )  
1. 2. 3. 4. 5.

**【 44 】**

44 ( 1 가 ? 가 ? ( )  
1. 가 (2) ~ (4)  
2. ( ) (4)  
3. 가 14 [ 45 ]

**【 (1) 「1. 가 」 】**

( 2 가 ? ( )  
1. 2. 3. 4. 5.

( 3 ? ( )  
1. 3. 가 5.  
2. 4.

**【 (4) 】**

**【 (1) 「1. 가 」 「2. ( = 가 ) 」 】**

( 4 ? ( )  
1. 3.  
2. 가 4.

**【 14 [ 45 ] 】**



45

「 」 가 ? 가 . ( )

1.		13.	가
2.	「 」	14.	
3.		15.	
4.		16.	
5.	가	17.	
6.		18.	
7.	가	19.	
8.		20.	
9.	가	21.	
10.		22.	
11.		23.	
12.		24.	가

46

(1) ~ (4) 1. ~ 5. 가 가 .  
( )

	1.	2.	3.	4.	5.
(1)	1	2	3	4	5
(2)	1	2	3	4	5
(3)	1	2	3	4	5
(4)	1	2	3	4	5

47

(1) ~ (3) 1. ~ 4. 가 가 .  
( )

	1.	2.	3.	4.
(1)	1	2	3	4
(2)	1	2	3	4
(3)	1	2	3	4

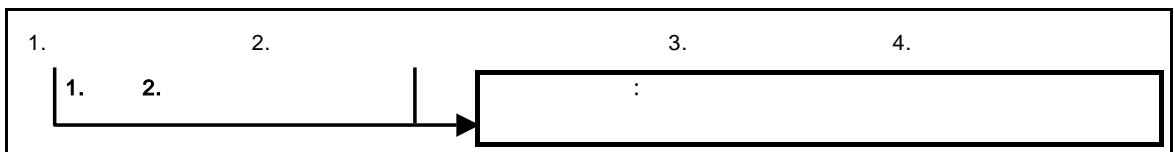
48

(1 2 0 0 2 「 」 가 ? ( )



【 (1) 「1. \_\_\_\_\_」 】

(2 「 」 ? ( )



【 15 [ 49 ] 】

49

1. 2. 3. 4. 5.

50

( 1 ? ( )  
1. →(2)  
2. →(3)

【(1) 「1. 」】

( 2 ? 가 .( )  
1. 7.  
2. 8. .  
3. 9. . 가  
4. 10. .  
5. 가 가 11.  
6. 가 12. 가

【[ 51 ] 가 】

【(1) 「2. 」】

( 3 ? 가 .( )  
1. 4. 7.  
2. 5. 8.  
3. 6. 9.

【[ 51 ] 】

51

「 」

52

53

. 가 가 ?  
\_\_\_\_\_

본 조사보고서는 한국게임산업개발원과 일본CESA와의 상호 정보교류의 일환으로 양국간 게임이용자 조사자료 교환을 통해 이루어졌으며, 한일 양국에서 동시에 발간되었습니다. 위 조사내용과 관련한 문의사항은 한국게임산업개발원 산업정책팀(Tel. 02-3424-4117)으로 연락주시기 바랍니다.

<조사보고서 제작>

김민규 (한국게임산업개발원 산업정책팀 팀장)

홍유진 (한국게임산업개발원 산업정책팀 선임연구원)

김혜인 (한국게임산업개발원 산업정책팀)

서해림 (이화여자대학교대학원 석사)

## 2005 韓·日 게임이용자 조사보고서

---

발행일 : 2005년 4월 25일

발행인 : 우종식

발행처 : 한국게임산업개발원

연구기관 : 한국게임산업개발원 산업정책팀

---