

<산업> 게임 콘솔 시장의 한계

소비자 전자제품을 만들어내는 회사들은 점차 판매가 줄어들고 있는데 그 이유는 그들은 구매자들이 그들의 장치들을 적절하게 이용하도록 이해시키는데 실패하고 있기 때문이라고 Forrester Reserch는 보고서를 통해서 발표하였다.

이 보고서는 회사들은 부가적 상품들, 서비스, 그리고 콘텐츠들의 판매를 향상시킴으로서 이 장치들을 그들의 일상에 가져올 수 있도록 만들어야한다고 말하고 있다.

Forrester Research는 구매자들이 인터넷에 접속된 장비들에서 콘텐츠와 서비스들에 접속을 시도할 때 매우 심각한 문제가 발생하고 있다고 설명하고 있다.

이 애널리스트 회사는 만약 현재의 판매량을 유지하기 위해서 새로운 전략을 마련하지 않는다면, 2010년이 될 때까지 판매는 38억 달러의 손해를 입게 될 것이라고 경고하고 있다.

“소비자들은 그들의 디지털 라이프스타일의 다른 요소들이 더욱 강력하게 모아지기를 원하고 있다. 그래서 그들은 현재의 기기들이 융합될 것을 기대하고 있다. 하지만 현재 이것을 구비하고 있지 못하고 있다.”라고 테드 스크래들러(Ted Schradler)는 말했다. 그는 Forrester Research의 부사장이다.

게임 회사들이 새로운 도전에 직면해

게임 콘솔이 미디어 세계의 중심이 되기 위한 계획과 게임이 그 자체로 새로운 대중 시장을 개척하기 위한 계획들이 게임 산업에 의해서 증폭되어져가고 있다.

이것은 리서치 회사 Forrester의 새로운 보고서의 결론 중의 하나이다.

이 연구는 게임산업에서 점차적인 진화가 사람들이 게임을 하고, 콘솔을 이용하는 방법에서의 진화보다 더욱 강력하게 이루어지고 있다고 한다.

비록 게임기 산업이 그 자체로 거대한 하나의 독자적 산업임에도 불구하고, 이 보고서는 이윤 창출은 점차 어려워지고 있다고 경고하고 있다. 게임을 만드는데 드는 비용이 점차 증가되어지고 있으며, 이것은 게임산업이 이윤을 창출하는 것을 어렵게 만들고 있다고 이 보고서는 말하고 있다.

마이크로소프트, 소니, 그리고 닌텐도와 같은 플레이어들의 경우에, 게임과 콘솔 양자를 모두 생산하는데 드는 비용들이 점차 증가하고 있으며, 이런 상황은 시장에서의 비용을 증가시키고 있다. 바로 이러한 사항은 얻어들이 수 있는 이윤의 경계를 그들이 예측하는 것보다 더욱 커지지 않는다는 것을 의미하고 있는 것이다. 실제로 이들 회사들은 게임과 콘솔 모두를 개발하고 있으며, 이 과정에서 막대한 비용을 들이고 있다. 당연히 비용의 증가는 이윤의 확대를 위축시키는 요소가 될 수밖에 없다. 따라서 이들의 입장에서 그들이 기대하고 예

측하는 만큼의 이윤을 창출하는 것이 어렵게 되어가고 있다.

게임 내 광고

또한 이 보고서는 모바일 폰과 휴대용 미디어 플레이어들이 닌텐도 DS와 소니 PSP와 같은 휴대용 게임 콘솔들의 위치를 빼앗을 것이라고 경고하고 있다.

이 보고서의 책임 저자인 폴 잭슨(Paul Jackson)은 다음과 같이 경고하고 있다.

“<휴대용 게임 콘솔>은 다양한 기능을 갖춘 모바일 휴대폰과 게임이 가능한 휴대용 미디어 플레이어들과 비교하면 단 하나의 기능만을 가진 조랑말 수준이다. 모바일 휴대폰과 미디어 플레이어들은 게임을 플레이할 뿐만 아니라, 동영상, 음악 등의 재생이 가능한 다양한 기능을 탑재하고 있다. 그들은 소비자들의 주머니 속에 이미 자리잡고 있다.”

미디어간의 융합은 이제 일반화된 현상이다. 더 이상 방송과 통신의 융합은 낯선 말이 아니며, 각 미디어 기기들도 그들의 고유한 기능들을 통합시키는 방향으로 진화하고 있다. 최근 라스베이거스에서 벌어진 소비자 전자쇼(Consumer Electronics Show)에서도 모바일 휴대폰과 미디어 플레이어들의 융합이 주요 테마였다. 그러나 폴 잭슨은 엔터테인먼트 허브로서의 역할을 게임 콘솔이 하게 될 것이라고 확신하지 않는다고 말하고 있다.

사실 최근 출시한 엑스박스 360, 그리고 2006년 봄에 출시할 플레이스테이션 3와 같은 새로운 콘솔들의 등장으로 인해, 가정 내에서의 미디어 허브로서의 게임 콘솔의 역할에 대한 이야기들이 제기되고 있다. 그럼에도 불구하고 폴 잭슨의 이번 보고서에서는 휴대용 게임기 시장에서의 기존 콘솔들의 시장 확대의 한계를 이야기하고 있다. 이는 미디어융합이 가장 큰 요인임에 분명하다. 모바일 휴대폰들이 전화기로서의 기능뿐만 아니라, 방송, 동영상, 음악 등의 재생을 가능하게 하는 기능을 가지고 있으며, 게임 기능까지도 확대시켜나가고 있다는 것은 휴대용 게임 콘솔 시장에 위협이 되지 않을 수 없다. 휴대용 게임 콘솔 시장의 또 다른 위협은 기존의 미디어 플레이어들이다. 이들도 또한 게임 기능을 가능하도록 변화를 보여주고 있다. 이런 시장상황의 변화에서 과연 휴대용 게임 콘솔이 엔터테인먼트의 허브가 될 것인가에 대해서 폴 잭슨은 자신의 보고서에서 회의적인 전망을 내놓고 있는 것이다.

“게이머들이 게임 이외의 활동을 위해서 새로운 콘솔을 이용하는 경향이 늘어가는 경향을 보여주고 있다. 게임 이외의 기능들은 비게이머들에게 콘솔을 구입하도록 끌어당길 확신을 심어주지 못할 것이다. 그리고 이것은 비게이머들에게 그들의 디지털 융합의 꿈을 실현하는 도구가 아닌 것이다.”라고 그는 말했다.

게임 회사들은 게임과 콘솔의 제작에 비용이 들어갈수록 돈을 벌어들일 수 있는 새로운 시장을 발견할 필요가 있으며, 그 시장은 점차 분할되어져가고 있다고 보고서는 말하고 있다. 현재의 게임 회사들은 점차 늘어가는 비용 투입을 회수할 수 있는 새로운 잉여창출을 위한 시장을 개척해내어야만 하고, 이것은 점차 첨예해지는 시장경쟁 속에서 살아남기 위한 반드시

시 필요한 방법인 셈이다.



Red Bull과 같은 브랜드들은 점차 게임 내 광고를 늘려가고 있다.

보다 광범위한 수용자들을 대상으로 한 게임을 디자인 하는 것, 월 이용요금을 내는 온라인 게임 모델을 양성시키는 것, 그리고 게임 내 광고를 점차 확장시켜나가는 것. 이 모두는 게임 회사들이 새로운 잉여창출을 위해서 고안해낸 방법들 중의 하나라고 이 보고서는 말하고 있다.

남성의 시장 지배

게임기는 분명 수십억원 달러의 산업적 가치를 가지고 있다. 그리고 이들의 영향력은 사실 추정하기 어려울 정도로 거대하다.

NPD 그룹에 따르면, 게임기 산업은 2004년 미국에서 99억 달러의 매출 규모를 만들었으며, 비디오 게임기는 TV 프로그램들, 영화와 공동으로 투자를 이끌어내었으며, 비디오 게임 사운드 트랙의 판매까지도 만들어내는 엄청난 사회적 영향력을 보여주었다.

게임기 시장은 젊은 남성들에 의해서 지배되어지고 있다. 그리고 Forrester는 미국 내의 16-25세 연령대 남성들 중의 77%가 정기적으로 비디오 게임을 하고 있다는 사실을 발견해내었다.

12-17세 연령대들 중에서는 이 수치는 더욱 높아지는 경향을 보여주었다. 이 연령대의 94%는 정기적으로 게임을 플레이하는 것에 탐닉하고 있다는 사실을 수치로 보여주었다.

이런 수치들은 게임 시장이 아직도 개척할 여지가 남겨져 있다는 것을 말해주고 있다고 잭슨은 생각하고 있다. 사실, 이 같은 남성들의 시장 지배는 이제까지 역사상 유례없는 일이며, 그래서 이것은 새로운 가능성을 남겨두고 있다.

“더욱 젊은 여성 게이머들은 휴대용 게임콘솔과 가정용 콘솔 게임을 이용하고 있다. 게이머들의 연령대가 높아질수록 포커 혹은 브릿지와 같은 캐주얼 멀티플레이어 게임들을 즐기며, 게임 월회원 서비스에 가입하는 경향을 보이고 있다. 그러나 이것은 단지 산업에 이윤을 증가시켜줄 유일한 효과를 낼 것으로 보인다.”라고 그는 말했다.

폴 잭슨의 이야기에 따르면, 현재의 게임 산업들이 개척해야 할 새로운 시장은 여성게이머, 그리고 25세 이상의 중, 장년층을 개척해야 한다는 사실이다. 재미있는 것은 여성 게이머들은 주로 가정용 콘솔과, 휴대용 게임들을 즐기고 있으며, 연령대가 높을수록 포커와 브릿지류의 멀티플레이어 캐주얼 게임을 즐긴다는 사실이다. 이는 분명 게임산업들이 틈새시장의 개척을 위해서 고려해야 할 사항으로 보인다. 또한 게임 산업의 이윤 창출의 새로운 전략은 역시 온라인상으로 펼쳐지는 게임들이 현재 보여주는 월정액제의 회원형의 서비스를 구축해야 한다는 지적인 셈이다.

이 보고서는 PC 게임 산업에게는 현재 눈앞에 상당히 좋은 기회가 놓여져 있으며, 호황기가 펼쳐질 것이라고 예측하고 있다. PC게임 산업은 실제로 이전의 몇 년 동안은 전체 수입면에서 감소를 보여주었다. 그러나 이 보고서의 예측에 의하면, 다시금 증가세로 돌아설 것이라는 점을 강조하고 있다.

게임 콘솔 중독자들이 있음에도 불구하고, 영국, 프랑스, 스페인의 게이머들을 제외하고는 게임 콘솔보다는 가정용 PC에서 게임을 플레이하는 소비자들이 점차 증가하고 있다고 이 보고서는 말하고 있다. 게임 콘솔의 등장 이후 PC 게임을 즐기는 게이머들은 점차 감소하였으며, 시장에서의 위치도 약화되었다. 그리고 전체 게임산업에서의 수입면에서도 다소 약화된 경향을 보여주었다. 하지만 최근 PC 게임 플레이어들이 증가하고 있다는 것은 게임 콘솔 시장에게는 분명 위협요소임에 분명하다. 하지만 게임기 산업에서 이 같은 요소는 온라인 게임의 등장에 의해서도 다시한번 새로운 가능성을 발견하게 될 전망이다.

브로드밴드 게임 가입자 서비스들과 대중시장을 겨냥한 온라인 게임들은 그들의 PC를 이용하는 더욱 많은 소비자들을 만들어내고 있으며, Forrester는 향후 2년 이내에 가정 내에서의 또 다른 이용자 4%가 미국과 유럽에서 게임 산업을 지배하게 될 것이라고 예측하고 있다. 이런 온라인 기반의 서비스들이 PC를 이용하여 게임을 하는 이용자들을 확대시키는 또 다른 요인이기도 하다. 그리고 온라인 서비스는 점차 게임 산업 내에서 큰 영향력을 미칠 것으로 예측되어지고 있다.

현재까지 미국 가정이 40%, 그리고 유럽 가정의 27%가 PC 게임 시장에 집중하고 있는 것으로 분석되었다. 하지만, PC 게임의 인기가 점차 상승하는 것이 반드시 이윤창출을 보장해주는 것은 아니다.

사실, 많은 PC 게이머들은 무료 온라인 게임들을 즐긴다. 그리고 이들은 새로우며, 유료이며, 포장된 게임들에 투자를 하려고 하지 않으며, 혹은 게임 서비스들에 유료로 가입하지 않으려는 경향을 보인다고 이 보고서는 말하고 있다.

현재까지 유럽 소비자들의 15%가 온라인 소비자이며, 미국 온라인 소비자의 46%가 단지 인터넷에 기반한 게임들을 플레이하는 것으로 분석되었다.

이들이 즐겨하는 게임들은 월드 오브 워크래프트와 같은 머리를 사용하는 복잡한 게임들에

서부터 단순한 멀티 플레이어 카드, 골프, 혹은 레이싱 게임들을 즐기는 것으로 나타났다.

월드 오브 워크래프트와 같은 게임의 잠재력은 엄청나다. 이것은 현재 전세계적으로 250만 가입자를 가지고 있으며, 이 가입자들은 게임에 참여하기 위해서 매월 8파운드를 지불하고 있다.

기존의 게임방식은 초기 게임을 구매할 때 비용을 지불한다. 그래서 추후에 더 이상의 판매를 이끌어내는 것이 힘들었다. 하지만, 월드 오브 워크래프트와 같은 온라인 게임 서비스는 매월 가입자들로부터 비용을 받는다. 그리고 이것은 게임산업으로서는 훨씬 많은 수익을 가져다줄 장치임에 분명하다. 그리고 적어도 월드 오브 워크래프트는 온라인 게임 서비스가 가진 가입자 방식의 유료화 정책이 가진 가능성을 충분히 보여주고 있다.

결론의 요약

게임산업의 성장에 대해서 자랑스럽게 이야기하고 있는 보고서의 내용을 보면, 게임산업이 전세계적으로 중요한 산업으로 부상하고 있으며, 게임 산업의 주요 플레이어들도 점차 늘어가는 추세를 보이고 있다고 한다. 비디오게임의 황금기의 새벽이 차세대 게임 콘솔의 도착과 함께 열릴 것이라고 이 보고서는 또한 전망하고 있다.

사실, 리서치 그룹인 Forrester의 보고서에서 언급한 사항에 따르면, 최소한 비디오 게임 산업은 성장 추세를 보이지 않을 것이라고 이야기하고 있다. 시장 조사는 게임 산업은 인기 측면에서 계속해서 증가하는 추세를 보일 것이라고 결론을 맺었다. 그리고 게임산업은 여전히 거의 젊은 남성들에 의해서 지배되어질 것이라는 관측을 보였다.

이 사실은 우리가 믿고 있듯이, 비디오 게임산업이 전체 엔터테인먼트 산업을 리드하는 대중시장의 플레이어로 성장하지 않을 것이라는 점을 말해주고 있다. 즉, 비디오 게임산업이 차세대 게임 콘솔의 런칭과 함께 자체적으로 황금기를 열게 될 것임에는 분명하지만, 이것이 비디오 게임산업이 전체 엔터테인먼트 시장을 리드할 대중 시장에서의 지배력을 확대하게 될 것으로는 예측되지 않는다는 사실을 말하고 있다. 이는 비디오 게임산업이 여전히 유지하고 있는 수용자 층의 한계성에 있다. 비디오 게임산업은 젊은 남성 플레이어들에게 집중되어 있다. 더욱이 최신의 하드웨어를 개발하는데 드는 비용은 수용자들의 성장을 훨씬 뛰어넘고 있다. 이것은 이윤 한계가 점차 비디오 게임 산업을 압박하는 강도가 강해질 것이라는 것을 의미한다고 이 보고서는 말하고 있다.

사실, Forrester 애널리스트인 폴 잭슨은 미래에, 게임 메이커들은 이윤을 창출하기 위해서 다른 모델들을 강구해야할 것이라고 믿고 있다. 그들이 강구해야할 방안으로는 게임 내 광고, 틈새시장의 개척, 그리고 가입자 모델 게임과 같은 것들을 제시했다. 우리가 PSP, 혹은 범위를 좁혀 닌텐도 DS와 같은 강력한 다목적의 다양한 기능을 갖춘 장치들에 초점을 두는 동안에, 얼마나 많은 게임들이 대중 시장을 개척할 것인가라는 점에 대해서도 함께 고민을 해야 할 것이다. 잭슨의 보고서는 이들 장치들이 실제로 모바일 휴대폰 그리고 유사한 기즈모에 의해서 그들의 위치를 빼앗기게 될 것이라고 전망하고 있다. 그리고 이들은 게임

을 제공할 뿐만 아니라, 각종 부가상품들을 만들어내고 있다. 휴대용 콘솔이 아니라, 전화기는 이 보고서의 결론에 의하면, 혁신적인 융합의 중심에 위치하게 될 것이라고 말하고 있다.

이 보고서는 게임 산업이 점차 서서히 성장할 것이라는 것을 부정하고 있지는 않고 있다. 그리고 이 보고서는 특히 현재 대중적인 인기를 얻으며, 성장하고 있는 MMOG(Massively Multiplayer Online Game)게임들의 성장으로 인해서, PC 게임 산업이 중요한 르네상스의 시작을 알리게 될 것이라고 예측하고 있다.

또한 콘솔의 성장이 점차 그 속도가 느려질 것이고, 전체 시장의 침투율도 거의 한계에 다다르고 있다는 상황에 대한 우려를 드러내고 있다. 게임 산업의 잠재력은 여전히 거대하게 남겨져 있지만, 향후의 이들의 성공적인 팡파레가 울려 퍼지도록 남겨져 있는 곳은 현재 이들이 주력하고 있는 거실이 아닐 것으로 추측되어지고 있다. 그러나 연구에서는 이러한 성공의 장소로 높은 이윤 창출의 가능성을 지닌 가입자 토대의 게임들을 지적하고 있다. 이런 비즈니스 모델을 가진 게임들의 개척을 통해서 우리는 지속적으로 게임 산업의 성장을 지켜 볼 수 있을 것이다.

출처 : <http://www.computeractive.co.uk>, <http://www.bbc.co.uk>, <http://www.ferrago.com>
번역 및 정리 : 진 병 희 / 게임산업저널 영국통신원