



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의  
라이선스 계약에 의해 국문으로  
제공됩니다

미국 게임 판매량: 2009년 1월 수치 분석  
(NPD: Behind the Numbers, January 2009)

매트 매튜스(Matt Matthews)  
가마수트라 등록일(2009, 2, 15)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/3932/npd\\_behind\\_the\\_numbers\\_january\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3932/npd_behind_the_numbers_january_.php)

*[게임산업 관련 가장 많이 읽히는 NPD 분석, 닌텐도의 독점에서 콜오브듀티의 진화까지  
2009 년으로 들어서는 미국 게임시장의 현황을 가마수트라 분석가 매트 매튜스가 살펴본다.]*

2009 년이 열리면서, 비디오게임 산업은 스스로 재편되고 있다. 발매사들은 구조를 개편하고 제품 스케줄을 조정하는 한편 일부 개발사는 해체된 상태이다.

그러나, 이것은 소매 분야에서는 아직 몇 달 동안은 느끼지 못 할 변화들이다. 따라서 2008 년 12 월부터의 완만한 매출 성장은 새로운 해에도 계속 이어져, 분석가들은 2009 년 대부분에 걸쳐 적절한 이익 확대를 기대한다.

현실은 닌텐도가 이 산업을 지배한다는 것이다. 닌텐도의 양대 발전소인 위와 닌텐도 DS 의 하드웨어, 소프트웨어 및 액세서리 매출은 2008 년 전체 수익의 거의 반을 차지했다.

새로운 해의 첫 달간 닌텐도 플랫폼은 작년 동일 기간의 33%에서 올라, 전체 산업 달러액의 거의 52%를 점유하였다.

소니의 플랫폼들이 차츰 쇠약해지는 것으로 보이는 반면, 엑스박스 360 은 역사상 높은 비율로 하드웨어 판매를 지속하며 자사의 굳건한 소프트웨어 매출을 견지하고 있다.

발매사들이 지속적으로 플레이스테이션 3 와 엑스박스 360 의 거대예산 크로스플랫폼 게임들을 정당화할 수 있을지는 - 위(Wii) 소프트웨어가 매출 차트에서 최고의 자리를 독점한다 해도 - 올해가 결정할 것 같다.

#### 닌텐도의 부족기피, 마이크로소프트의 쇄도

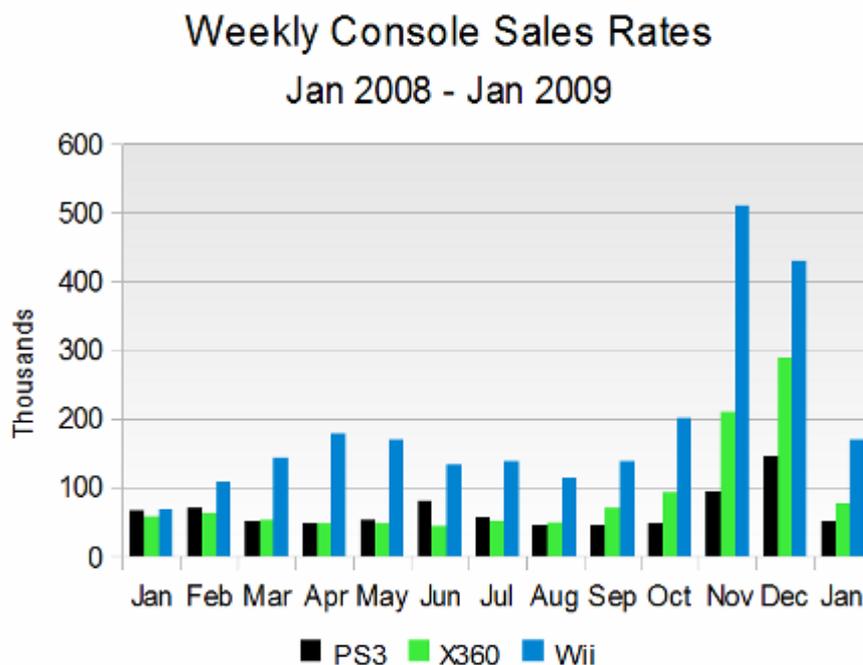
2006 년 후반기에, 닌텐도 DS 라이트 버전이 소개된 이후, 매달 헤드라인은 이 소형 듀얼스크린의 비상한 매출수치를 공표했다.

닌텐도 위가 발매된 이래, 그 주목할 만한 매출과 함께, 매달 NPD 그룹에 의해 보고되는 새로운 수치로, 닌텐도가 소형과 콘솔 모두에서 주도하는 것을 보는 것은 거의 진부한 일이 되었다.

닌텐도 위는 이전 연속 15 개월간 그랬듯이, 다시 한번 2009 년 콘솔 매출을 주도했다. 12 월의 정점에서는 내려왔지만, 닌텐도는 여전히 주당 거의 17 만 개의 시스템을 팔고 있고, 이것은 전년도 1 월에 팔린 시스템 수의 거의 2.5 배에 달한다.

2008 년의 닌텐도는 그 해 첫 달 동안에 위(그리고 닌텐도 DS) 하드웨어 공급을 간신히 맞추는 것으로 보였는데, 2009 년 초에는 그러한 문제들이 해결된 것으로 보인다.

<2008 년 1 월 - 2009 년 1 월, 주간 콘솔 매출 비율> - 단위 천



마이크로소프트는 그 달에 주당 7 만 7 천 개가 넘는 엑스박스 360 시스템을 팔았고, 이것은 상당한 강세로 간주되어야 할 것이다.

엑스박스 360 의 주간 매출이 더 높았던 유일한 달들이 휴가 달들(11 월, 12 월), <헤일로 3> 시판 기간(2007 년 9 월, 10 월), 2008 년 휴가 시즌으로 이어진 강세의 10 월 등이었음을 비교할 때 더욱 그렇다.

#### 2009 년 엑스박스 360 의 성장

엑스박스 360 이 2009 년간 얼마나 팔릴 것인지 하는 생각에 대해서는, 작년 초 소니의 위치를 살펴보는 것이 유익하다. 플레이스테이션 3 는 2007 년 말에서 2008 년 초까지 PS3 가 400/500 달러라는 새로운 가격구조로 전환된 후 매출 파도를 즐겼다.

그 파도가 차츰 진정되니, 월간 매출은 새로운 가격정책 이전에 보였던 주당 2 만 내지 4 만 개 시스템에서 오른, 4 만 5 천 내지 6 만 개의 범위 내로 정착되는 듯 보였다.

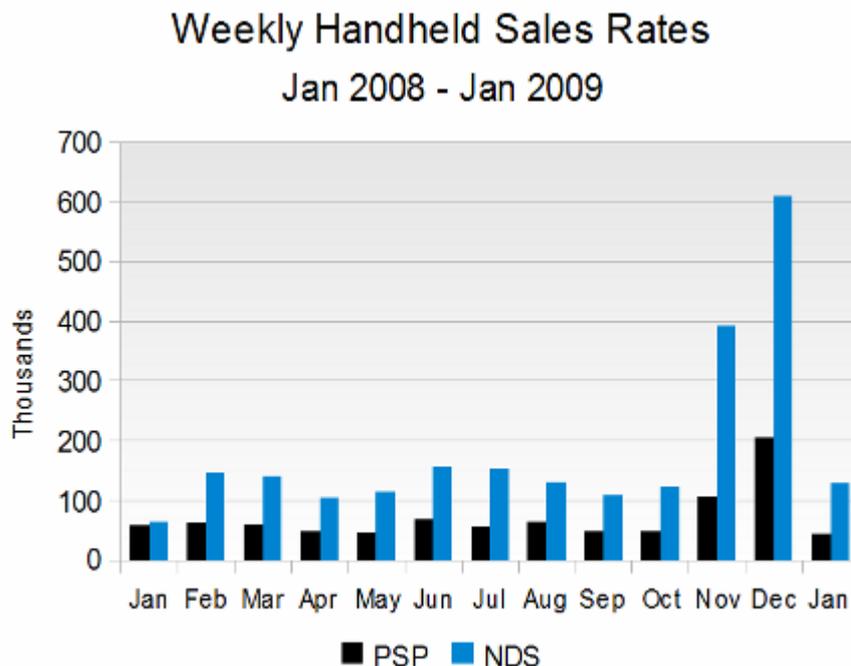
마이크로소프트는 2008 년 후반기를 지나면서 엑스박스 360 모델들의 전면적 가격인하를 단행했고, 엑스박스 360 의 더 높아진 1 월 매출은, 2008 년 소니와 PS3 에서 보았듯, 2009 년 마이크로소프트 시스템 매출이 강세를 보일 것임을 시사한다.

2008 년 첫 3 분기 평균 비율로 엑스박스 360 시스템이 주당 5 만 개를 갓 넘었었고, 따라서 이것은 우리가 다가오는 달들에 있어 엑스박스 360 매출 상의 변화를 측정할 기선으로 간주되어야 할 것이다.

### 떨어지는 소니 매출

소니에게 있어, 우울은 거의 말라가는 것으로 보인다. 자사의 주력상품인 플레이스테이션 3 의 매출이 2009 년 1 월 전년 대비 25% 하락-주당 6 만 7 천 개에서 5 만 1 천 개로-했을 뿐 아니라, 플레이스테이션 2 와 플레이스테이션포터블(PSP) 역시 각각 62%와 25% 감소하는 판매율을 보였다.

<2008 년 1 월-2009 년 1 월 주간 소형 매출 비율> - 단위 천



PS2 매출이 장 기간에 걸쳐 약화되어온 반면, PSP 매출의 하락은 소니에게는 불편한 신호가 될 수 있다. 소형 하드웨어 매출은 변함 없는 소프트웨어 매출 약화에도 불구하고 확고부동하게 남아있었다.

그러나 PSP 는 여전히 비싼 편이고, 어두운 경제 뉴스로 소비자가 소형 게임기기에 170 내지 200 달러를 소비하는 경향이 덜해졌을 가능성이 있다. (그에 대비, 닌텐도 DS 는 소매가 단일 130 달러, 번들은 150 달러 이상이다.)

위(Wii)와 같은 닌텐도 DS 는 2008 년 휴가 시즌에서 벗어나 강세 달을 즐겼다.

1 월이 이 더블스크린 소형기기의 지난 2 년 각각에서 최고 약세 달(2007 년에 주당 4 만 8 천, 2008 년 주당 6 만 3 천 시스템)이었던 반면, 닌텐도는 2009 년 1 월 주당 거의 12 만 8 천 개 시스템으로 전환되면서 공급이 수요에 맞추는 것으로 보인다.

사실상 소비자가 가격을 더욱 의식하게 된다면, 올해 말 닌텐도 DSi 를 출시할 때 닌텐도는 가격 책정을 신중히 고려할 필요가 있을 것이다.

지금까지의 기존 분별력으로는 시스템을 일본의 시스템 가격에 맞먹는 160 달러에 책정했다. 업그레이드된 하드웨어와 강력한 소프트웨어 라이브러리는 시스템의 가격에 대한 인식을 누그러뜨릴 수 있음을 염두에 두자.

### **변화하는 수익**

닌텐도의 플랫폼들이 잘 해오고 있을 때, 업체는 월간 NPD 관련 보도자료의 주요 데이터를 조명하는 데 있어 더욱 호의적이었다.

이번 달 보도자료에서, 업체는 전체 산업이 겨우 1 억 5 천만 달러 상승하는 사이 닌텐도 플랫폼으로 인한 1 월 수익이 전년 대비 3 억 달러 상승했다고 밝혔다.

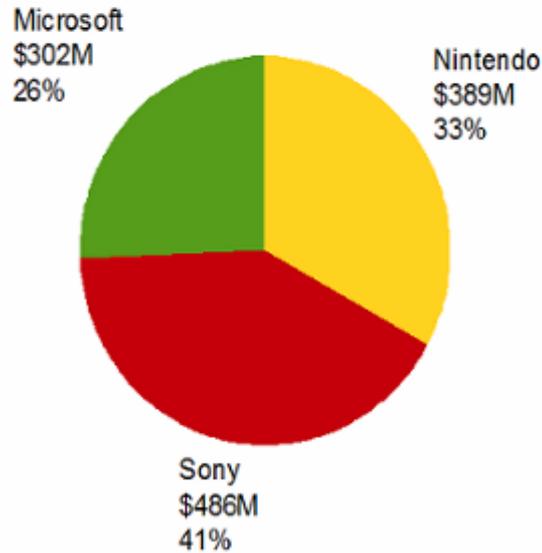
향측된 의미는 분명하다: 본 산업이 약간이나마 성장한 것은 오로지 닌텐도가 더 많이 성장했기 때문이다.

나머지 두 플랫폼홀더들의 시스템 수익을 합해 보면, 마이크로소프트와 소니는 분명 하락이다.

작년 미국 비디오게임 산업에서의 주요 선수들을 돌아보면, 2008 년 1 월 수익 분배는 다음과 같은 모습을 보였다:

<2008 년 1 월 플랫폼홀더 별 산업 수익>

## Industry Revenue in January 2008 Divided by Platform Holder

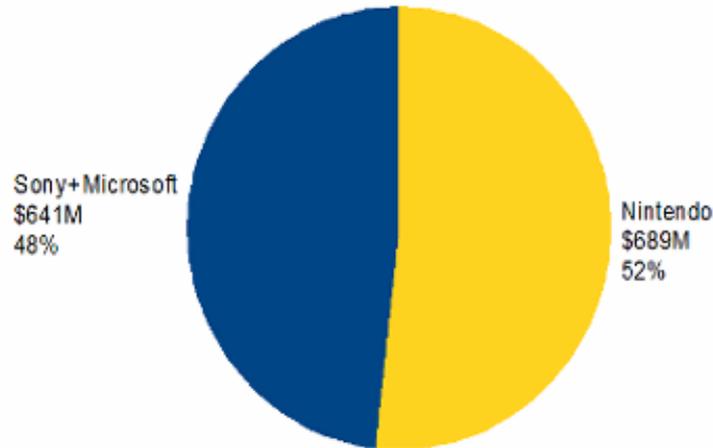


이것은 강건한 세 경쟁자가 경쟁하고 있는 산업의 그림이며, 각각은 시장에서 꽤 큰 조각을 차지하고 있다. 소니의 파이 조각이 3 개의 시스템(PS2, PS3, PSP)에서 오는 반면, 닌텐도의 파이 조각은 게임보이 어드밴스에서 오는 약간의 추정액 외에 본질적으로 2 개의 시스템(위, 닌텐도 DS)에서 나오는 것에 유의하라. 마이크로소프트의 해당 부분은 주로 엑스박스 360 에 의한 것이고 적은 몇 프로는 오리지널 엑스박스 매출로 인한 것이다.

2009 년 1 월 소니와 마이크로소프트의 개별 수치는 우리가 가지고 있지 않은 반면, 닌텐도에 대한 수치는 가지고 있고, 이것으로 변화를 보여주기에 충분하다.

<2009 년 1 월 플랫폼홀더 별 산업 수익>

## Industry Revenue in January 2009 Divided by Platform Holder



닌텐도 플랫폼으로 인한 수익은 일 년이라는 시간 만에 시장의 33%에서 52%로 성장했다. 지난 달 산업 개요에서, 우리는 닌텐도 플랫폼의 하드웨어, 소프트웨어 및 액세서리가 2008 년 전체 비디오게임 수익의 48%를 차지하는 것을 보았다.

2009 년 1 월 수치는 그 단편과 일치하는 것으로 닌텐도의 우세가 더 진행되리라는 것을 시사한다.

### 누가 무엇을 잃었나?

남은 커다란 질문: 누구의 수익이 감소했는가? 소니인가, 마이크로소프트인가, 아니면 둘 다인가? 우리에게 가능한 수치로부터 몇 가지 사항을 결정할 수 있다. 하드웨어 판매대수 하락과 플레이스테이션 평균소매가격이 407 달러(NPD 에 따르면)로 하락한 것으로 인해, 소니의 월간 하드웨어 수익이 2008 년 1 월의 그것으로부터 거의 6 천 8 백억 달러 떨어진 것으로 보인다.

워드부시 모건 증권의 분석가인 마이클 패치터에 따르면, 2009 년 플레이스테이션 2 소프트웨어 매출은 전년 대비 57% 하락하였고, 이것이 소니 플랫폼 수익을 추가로 침체시켰을 것이다.

플레이스테이션 3 소프트웨어 매출이 60 달러 가격에 110 만 개 증가해 낮아진 하드웨어 수익을 겨우 보충했을 것이다.

우리가 알기로 마이크로소프트는 자사 하드웨어 수익과 써드파티 소프트웨어 매출을 합쳐 대략 2 억 2 천 2 백만 달러에 달했다. (NPD 에 따르면, 엑스박스 360 은 지금 소매가 평균 268 달러이며, 작년의 시스템 가격하락 이전 시판까지의 평균 376 달러에서 내린 것이다.)

전체 퍼스트파티 엑스박스 360 소프트웨어 매출과 엑스박스 360 액세서리 매출은 전년 대비 변함 없는 플랫폼 수익으로 2009 년 1 월에 8 천만 달러에 달했을 것이다. 가능한 하겠지만, 이 범주에서 그런 매출 강세는 기대하기 어렵다.

더 정확한 진술을 할 만한 자료는 부족하나, 소니와 마이크로소프트 모두 1 월 플랫폼 수익이 하락한 것으로 보였고, 전자가 후자보다 상대적으로 더 큰 타격이었다.

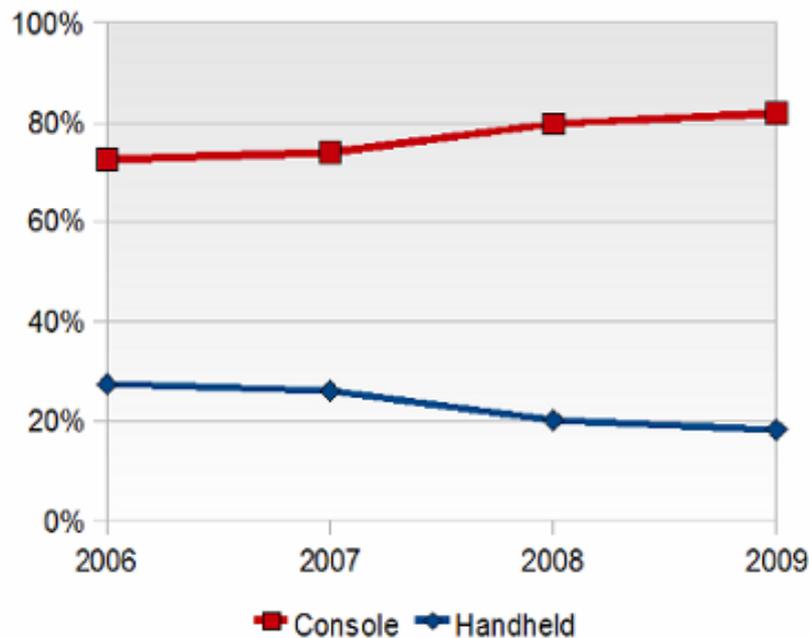
### 콘솔의 상승

닌텐도 DS 가 주도 플랫폼으로 떠오른 것이 인상적이었던 반면, 진정한 소프트웨어 수익은 콘솔에서 만들어지고 있다. 2006 년에서 2008 년에 이르기까지, 1 월 콘솔 및 소형 소프트웨어 수익 혼합비는 전체 년도 혼합비를 시사한다.

예를 들면, 2006 년 1 월 소프트웨어 수익은 콘솔과 소형 간 73%대 27%로 나뉘었다. 2006 년 전체는 74%대 26%로 나뉘어 시장은 본질적으로 같았다.

<1 월 플랫폼 유형(콘솔/소형)별 소프트웨어 수익>

## January Software Revenue By Platform Type



카윈 앤 컴퍼니의 자료에 따르면, 2009 년 1 월 본 산업 소프트웨어 수익의 거의 82%는 콘솔로 인한 것이었다. 사실상, 위의 수치가 보여주듯, 콘솔로 인한 소프트웨어 수익 비율은 2006 년 이래로 매년 증가해오고 있다.

두 가지 요인이 이렇게 커지는 격차로 몰고 있는 듯하다: 첫째, <기타히어로>나 <위핏>같은 프리미엄 가격 콘솔제품의 증가, 둘째, 20 달러 이하로 가치 가격화된 닌텐도 DS 소프트웨어의 폭발.

이러한 요인들은 위의 격차가 더욱 명백하게 커진 반면, 실제 콘솔과 소형 매출대수도 동시에 거의 같은 비율로 변한 것은 아닐 수도 있다는 것을 시사할 것이다.

### 닌텐도, 소프트웨어 매출 최고 석권

거의 일상이 되었지만, 닌텐도의 히트 소프트웨어-〈위핏〉, 〈위플레이〉, 〈마리오카트 위〉-는 2009년 1월 소프트웨어 차트의 최고 3 자리를 차지했다.

2009년 1월 소프트웨어 Top 20				
순위	제목	플랫폼	발매사	단위
1	위핏(w/밸런스보드)	위	닌텐도	777K
2	위플레이(w/리모트)	위	닌텐도	415K
3	마리오카트(w/휠)	위	닌텐도	292K
4	레프트 4 데드	X360	EA	243K
5	콜오브듀티: 월드앳워*	X360	액티비전 블리자드	235K
6	스케이트 2	X360	EA	199K
7	기타히어로: 월드투어	위	액티비전 블리자드	155K
8	뉴수퍼마리오브라더스	NDS	닌텐도	135K
9	마리오카트 DS	NDS	닌텐도	132K
10	반지의제왕: 컨퀘스트	X360	EA	113K
11	콜오브듀티: 월드앳워	PS3	액티비전 블리자드	108K
12	기어즈오브워 2*	X360	마이크로소프트	--
13	폴아웃 3*	X360	베데스다	--
14	질리언마이클스 피트니스얼티미텀 2009	위	마제스코	--
15	링크스 크로스보우 트레이닝	위	닌텐도	--
16	마이 피트니스 코치	위	유비소프트	--
17	록밴드 2*	X360	MTV/EA	--
18	기타히어로: 월드투어*	X360	액티비전 블리자드	--
19	콜오브듀티: 월드앳워	위	액티비전 블리자드	--
20	레고스타워즈: 컴플릿사가	위	루카스아츠	--
*컬렉터, 리미티드, 레젠더리, 번들(기타) 에디션 포함			출처: NPD 그룹	

최고 10 위는 섬뜩하게도 2008 년 1 월 차트를 상기시킨다. 작년 최고 10 위에 모두 위(Wii)인 <위플레이>, <기타히어로 III>, <수퍼마리오갤럭시>가, 둘 모두 닌텐도 DS 인 <마리오파티>와 <마리오&소닉 올림픽게임>과 더불어 포함되어 있었던 것을 생각해 보라.

대비하여, 올해 차트에는 모두 위(Wii)인 <위플레이>, <기타히어로: 월드투어>, <마리오카트>, 둘 모두 닌텐도 DS 인 <뉴수퍼마리오브라더스>, <마리오카트 DS>와 더불어 들어 있다.

두 차트 모두에 <콜 오브 듀티> 타이틀을 던져 넣으면, 섬뜩하게도 닳아 있다.

최고 10 위와 20 위 소프트웨어 타이틀에서 보이는 트렌드에 너무 중점을 두어서는 안 된다. 하지만, 이들은 가장 많은 수익을 내는 게임들이다.

워드부시 모건의 패치터 씨에 의하면, 2009 년 1 월 최고 10 위 타이틀은 겨우 14%의 판매대수로 27%의 소프트웨어 달러매출을 거머쥐었다.

차트의 아래로 더 내려가 보면, 닌텐도는 2009 년 1 월 최고 타이틀 30 위에 20 개의 자사 시스템 타이틀이 포함되어 있다고 발표했다. 최고 20 위에 열거된 타이틀과 합쳐, 최고 30 위에 대해 추론할 수 있는 것은 다음과 같다:

- 닌텐도 DS 와 닌텐도 위 타이틀 20 개
- 엑스박스 360 타이틀 8 개
- 플레이스테이션 3 타이틀 1 개
- 비 닌텐도 시스템 타이틀 1 개

마지막 타이틀의 후보는 엑스박스 360 의 <NBA 2K9>, PS2 의 <기타히어로: 월드투어>, 아니면 PS3 의 <스케이트 2>이다. 이러한 선택이 주어졌을 때, 마지막 게임은 소니 시스템일 가능성이 가장 많다. (개인적으로, 우리는 PS2 의 <GH:WT>였으리라는 혐의를 둔다.)

앞서 말했듯, 마이크로소프트의 소프트웨어는 지속적으로 잘 팔리고 있으며, 마이크로소프트에 따르면 자사 이자보상비율은 콘솔 오너당 8.1 개의 소프트웨어 타이틀을 유지해왔다. 이로써 엑스박스 360 소프트웨어 판매대수는 39 개월 후에 시장에서 거의 1 억 1 천 5 백만 개에 이른다.

최고 30 위 권에 플레이스테이션 소프트웨어가 부족한 것은 소니에게는 위험 신호다. 이것은 플레이스테이션 2 소프트웨어 시장의 급격한 둔화뿐 아니라, 플레이스테이션 3 소프트웨어 매출의 본질적인 약화를 시사하는 것이다. 플레이스테이션 3 만큼 개발 비용이 많이 드는 플랫폼은 최고 30 위권에 1 개의 타이틀만으로는 건강한 실체를 이끌 수 없을 가능성이 있다.

앞서 암시했듯, 소니는 똑 같은 무기로-플레이스테이션 3- 동시에 두 가지 전쟁을 치루었는지도 모르며, 그 결과 둘 모두에서 패했다.

플레이스테이션 3 는 블루레이 플레이어의 시장 침투와 더 저렴한 플레이어 시장 경영에 중요한 역할을 해온 것으로 보인다. 하지만, 그 똑 같은 소비자들은 플레이스테이션 3 소프트웨어에 거의 또는 아예 관심이 없는 지 모른다.

현재 HDTV 와 블루레이 플레이어 매출 약세로, 소니는 비디오 및 비디오게임 시장 모두에서 급격히 적절성을 잃고 있는 값비싼 제품을 짊어지고 있다.

### 콜오브듀티 매출 분석

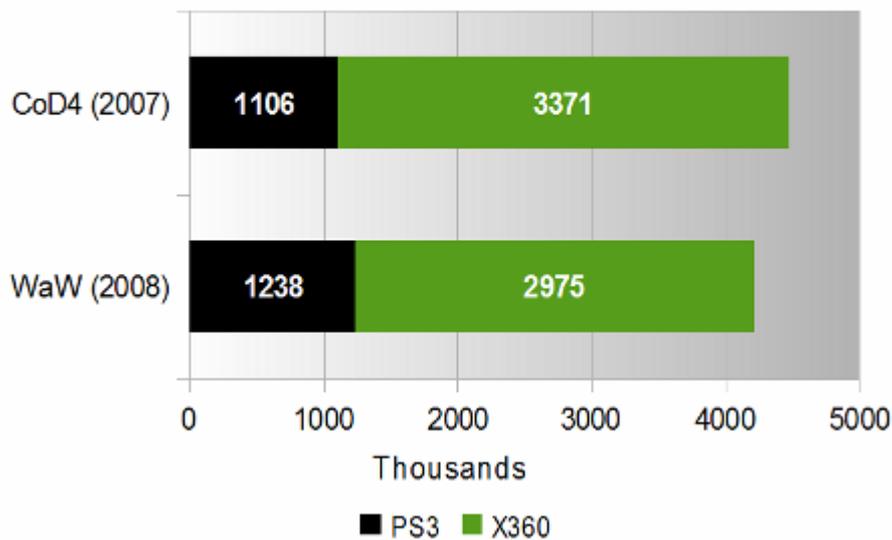
2 년간의 경영에서 액티비전의 <콜오브듀티> 시리즈는 매우 강한 매출을 즐겨왔다. 그러나, 게임의 이전 판인 <콜오브듀티 4: 모던워패어> 과 최근 버전 <콜오브듀티: 월드앳워>의 매출에 대해서 몇 가지 지적할 점이 있다.

다음 수치가 이 각 게임들의 발매 후 첫 3 개월간 엑스박스 360 과 플레이스테이션 3 매출을 보여주고 있다고 생각해 보자:

<11 월-1 월, HD 콘솔 콜오브듀티 시리즈 매출> - 단위 천

### Call of Duty Series Sales, HD Consoles

November through January



위의 수치가 보여주듯, <콜오브듀티: 월드앳워>는 그 결정적인 매출기간 동안에 전임자만큼 그렇게 잘 팔리지 않았다.

게다가, 두 플랫폼의 결과는 엇갈려 있었다: PS3 의 <월드앳워> 매출이 <CoD4>와 비교해 높았던 반면, 엑스박스 360 의 <월드앳워>는 <CoD4>가 세웠던 수준에서 하락했다.

하지만, 여전히 현 세대 콘솔에서는 <콜오브듀티: 월드앳워>가 유사 기간의 <콜오브듀티 4>를 앞선다. 여기서의 열쇠는 위(Wii) 포트인데, 2008 년 12 월 간 36 만 6 천 개가 넘게 팔린 것으로 알려져 있다.

위(Wii) 버전은 1 월 최고 20 위 리스트에서 19 위에 보였고, 이 추가 매출은 분명 액티비전이 향후 <콜오브듀티> 타이틀에 또 하나의 위 포트를 생산하게 만드는 자극제가 될 것이다.

*[늘 그렇듯, 매달 비디오게임 산업 자료를 발표하는 NPD 그룹에게 감사한다. 심화된 내용은 웨드부시 모건 증권의 분석가인 마이클 패치터의 산업분석에 의존한 것이다. 카원 앤 컴퍼니에게도 감사한다. 더불어, 나의 가마수트라와 네오 GAF 동료들과의 유용한 대화에도 감사한다.]*