



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의  
라이선스 계약에 의해 국문으로  
제공됩니다

## 미국 게임 판매량: 2009년 2월 수치 분석 (NPD: Behind the Numbers, February 2009)

매트 매튜스(Matt Matthews)  
가마수트라 등록일(2009.03.21)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/3969/npd\\_behind\\_the\\_numbers\\_february\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3969/npd_behind_the_numbers_february_.php)

*[돌아온 NPD 북미 게임산업 통계의 주도적 분석칼럼, 엑스박스 360 매출에서 소프트웨어에 관한 놀라운 소식들에 이르기까지, 2009년 2월의 동향을 살펴본다.]*

목요일에 발표된 최신 NPD 그룹의 자료에 따르면, 2009년 2월을 지나면서 닌텐도 DS와 위는 시스템 소프트웨어가 최고 소프트웨어 목록 석권을 지속하는 한편, 하드웨어 매출 독점도 지속하였다.

마이크로소프트 엑스박스 360은 1월의 좋은 성과에 탄력을 얻었고, 20대 소프트웨어에서도 역시 좋은 성과를 거두었다. 한편 소니의 플랫폼은, 독점 <킬존 2>가 단 이틀간의 매출로 플레이스테이션 3에서 좋은 성과를 보였음에도 불구하고, 한결같이 세력을 잃었다.

### 현 세대 콘솔 하드웨어 기반

닌텐도 위는 2009년 2월에도 다시 한번 좋은 성과를 보여 753,000개 시스템이 팔렸는데 이것은 주당 188,000개 시스템이 넘는 비율이다. 마이크로소프트의 엑스박스 360은 월간 391,000개, 주간 97,750개의 시스템 매출로, 닌텐도의 가장 강력한 경쟁자였다.

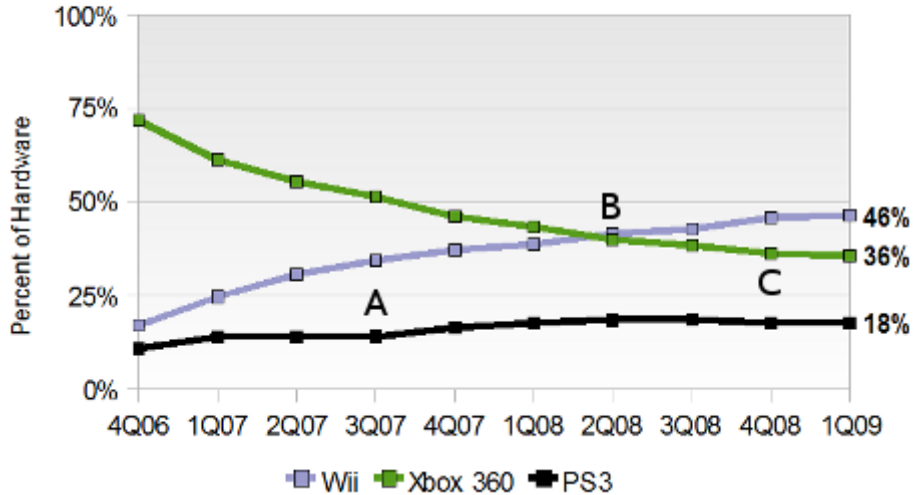
현 세대 하드웨어가 전면 진행 중이던 2006년 11월말 닌텐도와 소니가 겨우 자사의 하드웨어를 시장에 내놓고 있는 동안 엑스박스 360은 꼬박 일 년의 선두를 누렸다. 위와 플레이스테이션 3가 시판되기 전, 엑스박스 360은 100% 현 세대 콘솔 하드웨어 베이스를 가지고 있었다.

아래 그래프는 시간이 지남에 따라 하드웨어 베이스의 각 시스템 점유가 어떻게 변화했는지 보여준다. (자료는 월별 및 시즌별 주름을 매끄럽게 하기 위해 분기별로 되어 있다.)

<현 세대 콘솔 하드웨어 베이스>-2009 년 1 분기의 현재까지

### Current Generation Console Hardware Base

(Note: Quarter to Date for 1Q09)



관심 포인트는 그래프에 문자로 표시되어 있다.

**A:** 소니는 60GB 시스템을 500 달러로 첫 할인함으로써 최초로 가격이 움직이다가, 40GB 하드드라이브에 플레이스테이션 2 로의 호환성이 없는 400 달러의 모델을 소개한다. 소니의 시장점유율은 증가하기 시작한다.

**B:** 위는 하드웨어 점유율에서 공식적으로 엑스박스 360 을 추월한다.

**C:** 마이크로소프트의 가격인하 정책이 보상받기 시작하여 경쟁사들에 대한 시장점유율 상실이 둔화된다. 플레이스테이션 3 의 점유율은 처음으로 19%에서 18%로 떨어진다.

2009 년 1 분기말에 가까워지면서, 위(Wii)는 50%표시의 몇 퍼센트 포인트 안쪽에 자리하고 있다.

그러나 엑스박스 360 의 더 강건한 매출과 플레이스테이션 3 의 완만한(그러나 시들해지는) 매출은 적어도 이 잣대에서는 닌텐도 콘솔의 점유율 성장을 늦추었다.

#### 엑스박스 360 하드웨어 매출 강세

마이크로소프트는 종종 엑스박스 360 의 아케이드 모델과 200 달러라는 가격이 하드웨어 매출에 효과적이라며 추켜세우곤 한다. 이 모두가 마케팅용의 허튼소리만은 아니다. 실제로 이 시스템은 최근에 매출 강세를 보여왔다.

가장 많이 팔린 3 달은 2008 년, 2007 년, 2006 년(매출의 감소 순으로) 12 월이었다.

그 다음으로 가장 많이 팔린 달들은 2008 년, 2007 년, 2006 년(역시 매출의 감소 순) 11 월이었다.

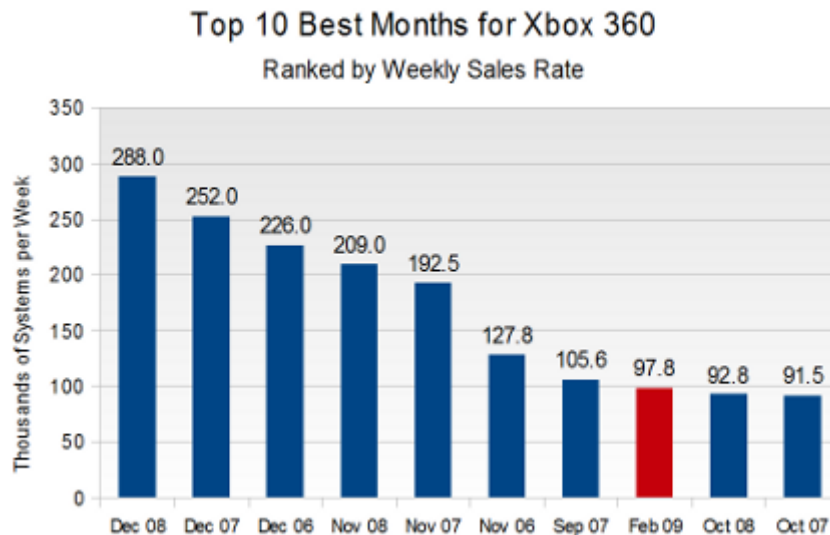
7 번째 달은 2007 년 9 월이었고, 그 달 소비자들은 3 백만 카피가 넘는 헤일로 3 를 구매했다.

2009 년 2 월을 살펴보면 엑스박스 360 에게는 8 번째로 가장 많이 팔린 달이다.

순위 안의 앞선 달들과 달리, 이달은 휴가 달도 아니고 킬러앱이 출시된 달도 아니다. 2008 년 2 월과 비교해, 엑스박스 360 의 매출은 54% 올랐다.

엑스박스 360 의 최저점이었던 2006 년 봄을 기점으로 삼아 상기하는 것이 도움이 되는데, 그때 이 시스템은 주당 겨우 38,400 개로 바닥이었다.

<엑스박스 360 최고 10 대 달> - 주간 매출 비율에 따른 순위 (시스템 단위 천)



(주: 공정한 비교를 위해 우리는 월간 수치 대신 주간 수치를 이용한다. NPD 그룹은 다른 모든 달에 4 주를 포함시키거나 각 분기의 마지막 달은 5 주의 매출을 측정한다. 달력과 일치시키기 위해 가끔 한 달에다 1 주를 추가하기도 한다. 예를 들어, 1 월은 보통은 4 주인데 2007 년에는 5 주였다.)

2009 년 1 월 자료가 발표된 이후 우리가 주장했던 것을 재차 강조하자면: 마이크로소프트의 2008 년 가을 가격인하는 효과적이었고, 우리는 엑스박스 360 의 연중 매출 상승을 보리라 기대한다.

가격인하 이후 석 달의 비 휴가 달(2008 년 9 월과 2009 년 1,2 월)에는 주당 평균 8 만 개 시스템이 넘어 충분히 실제적이었고, 이는 앞선 8 개 비 휴가 달 평균보다 57% 더 높은 것이다.

### 플레이스테이션 3 하드웨어 저조, 하지만...

특히 전년 대비 시스템이 하락한 비교들을 가리키며, 소니는 플레이스테이션 3 가격을 낮추라는 지속적인 압박을 받고 있다. 그러나, 우리는 그 수치를 완화하는 적절한 비교가 하나 더 있다고 믿는다.

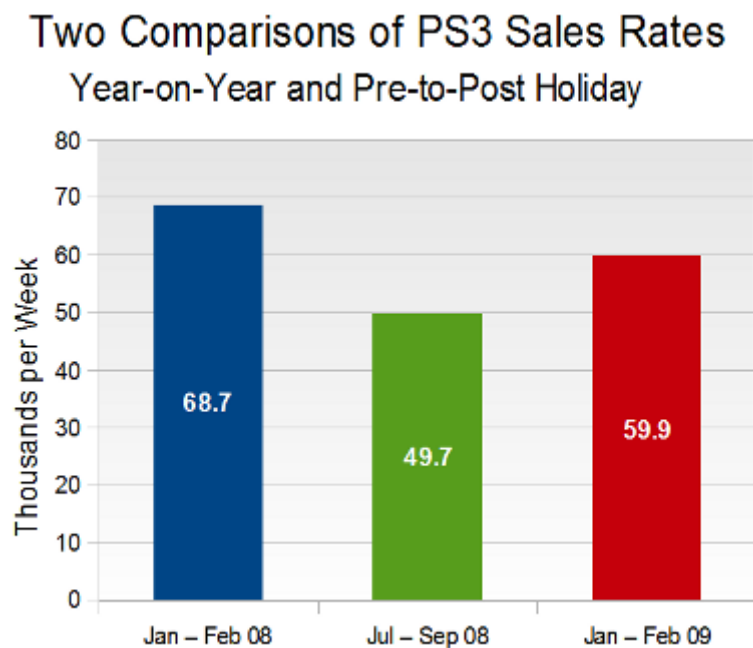
다음은 표준 의견이다: 2008 년 12 월 이래로, PS3 매출은 전체 181 만 개(2007 년 11 월-2008 년 2 월)에서 158 만 개(2008 년 11 월-2009 년 2 월)로 떨어지며, 전년 대비 매달 낮았다. 이 13% 하락은 중대한 것으로, 유념할 만하다.

하지만 위에서 엑스박스 360 이 가을에서 봄으로 넘어가는 추이를 보았듯, 2008 년 휴가로 넘어가는 수치도 비교해야 한다.

2008 년 7 월부터 2008 년 9 월까지 플레이스테이션 3 는 주당 평균 겨우 49,700 개 시스템이었다. (2008 년 10 월도 포함한다면, 평균은 주당 49,100 개 시스템으로 내려간다.)

이 5 만 아래의 숫자와 휴가시즌 이후 주간 평균인 1 월 50,800 개, 2 월 69,000 개를 비교해 보라. 올 초에서 오늘에 이르기까지, 이 시스템의 주당 평균은 휴가 이전 평균보다 20% 이상 더 상승하여 거의 6 만 개이다.

<PS3 매출 비율의 두 가지 비교> - 전년 대비 및 휴가 이전, 이후 대비 (주당 천 단위)



물론 소니는 2008 년 초에 해낸 것과 똑 같은 PS3 매출수치를 보여주었으면 하고 바란다. 하지만 2008 년 성탄절로 향하면서 매출이 얼마나 둔했는지를 감안하면, 이후의 매출 도약은 어떻게 풀이될지?

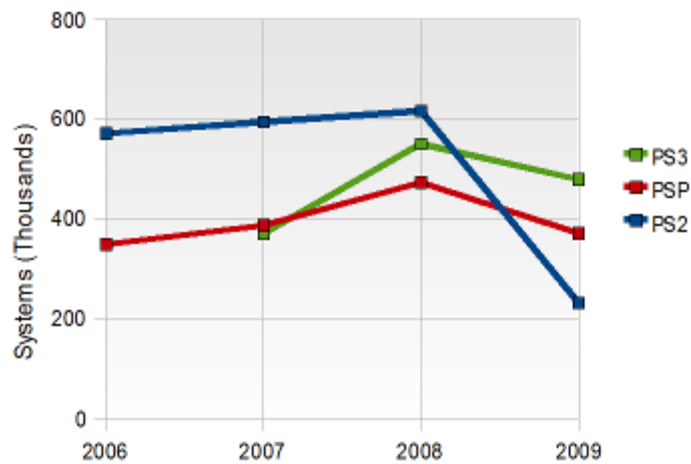
비디오게임 산업 외의 모든 신호가, 2008 년 8, 9 월보다 현재 더 소비자에게 현금이 궁하다고 지적하는데, 플레이스테이션 3 의 매출은 20% 더 올랐다.

#### 플레이스테이션 패밀리 매출, 가격인하

2007 년과 2008 년의 얼마간, 소니는 PS3 가 설 자리를 찾기 위해 애쓰면서도 튼실한 PSP 및 PS2 시장을 가리킬 수 있었다. 하지만, 올해 PS2 는 저 아래로 떨어졌고, PSP 도 마찬가지로 둔화되고 있는 것으로 보인다.

<플레이스테이션 하드웨어 매출> - 1,2 월 합산 (시스템 단위 천)

PlayStation Hardware Sales  
January and February Combined



2007 년, 2008 년 두 연초의 증가 이후, PS2 는 결국 낭떠러지로 추락해 버렸다. 시장에서 가장 오래된 콘솔의 매출이 2008 년 첫 두 달 간 600,000 개 이상에서 2009 년 초에는 232,000 개로 떨어졌다. PSP 가 그 같은 상실을 겪지 않았다 해도, 22% 하락은 가볍게 무시되어서는 안 된다. 소니가 가격인하로 자사의 전체 시스템 매출에 활력을 줄 수는 있겠지만, 그럴 만한 이유도 그리 뚜렷하지 않다. 각 시스템 매출로 보아 이 회사는 플레이스테이션 3 로 여전히 밀치고 있는지도- 아니면 심지어 붕괴 중인지도- 모른다.

이윤을 추구하는 회사로서, 올해 2 분기에 들어서도 플레이스테이션 3 의 가격이 떨어지지 않을 가능성은 희박해 보인다. 웨드부시 모건 증권의 마이클 패치터 씨는 올해의 중반쯤 가격하락이 기대된다고 말했는데, 그 말은 우리가 아닌 것으로 보인다.

그때까지 소니는 실제 가격을 낮추기보다 번들링으로 시스템 가격을 올리는 것을 선택할지 모른다.

PS2 와 PSP 에 대해서는 반드시 물어보아야 한다: 가격하락이 하드웨어 매출 증가와 수익성 하드웨어의 업체 마진 축소 이외에 무엇을 이룰 것인지?

130 달러 옆에 걸쳐 100 달러에 이르는 PS2 를 갖기 위해 기다리고 있는 소비자라면, 가격을 의식하여 비싼 새 소프트웨어는 다분히 기피하며, 대신 게임스탑 같은 소매점에서 가능한 거대 중고게임 풀에서 게임을 선택한다.

PSP 측면에서, 소프트웨어는 이미 너무 부실하게 팔리고 있고 새로운 킬러타이틀이 너무 드물어, 소니는 아마도 하드웨어에서 더 많은 수익을 유지하는 게 나을 것이다.

### 소프트웨어 Top 20: 새롭게 등장한 구 게임

2009 년 2 월의 최고 20 대 소프트웨어는 아래와 같다. 정기 구독자라면 복귀하는 몇 개의 타이틀을 알아 볼 것이다.

2009년 2월 소프트웨어 Top 20				
순위	제목	플랫폼	발매사	단위
1	위핏(w/밸런스보드)	위	닌텐도	
2	스트리트파이터 IV*	X360	캡콤	
3	스트리트파이터 IV*	PS3	캡콤	
4	위플레이(w/리모트)	위	닌텐도	
5	킬존 2	PS3	소니	
6	마리오카트(w/휠)	위	닌텐도	
7	콜오브듀티: 월드앳워*	X360	액티비전 블리자드	
8	마리오카트 DS	NDS	닌텐도	
9	뉴수퍼마리오브라더스	NDS	닌텐도	
10	기타히어로: 월드투어*	위	액티비전 블리자드	
11	F.E.A.R 2: 프로젝트 오리진	X360	워너 인터랙티브	
12	스케이트 2	X360	EA	
13	레프트 4 데드	X360	EA	
14	NBA 2K9	X360	테이크 2	
15	해일로 3*	X360	마이크로소프트	
16	콜오브듀티: 월드앳워	PS3	액티비전 블리자드	
17	레고스타워즈: 컴플릿사가	위	루카스아츠	
18	기타히어로: 월드투어*	X360	액티비전 블리자드	
19	마이 피트니스 코치	위	유비소프트	
20	플아웃 3*	X360	베데스다	
*컬렉터, 리미티드, 레젠더리, 번들(기타) 에디션 포함				출처: NPD 그룹

닌텐도의 <위핏>은 다시 차트의 1 위 자리를 차지했고, 한편 나머지 위(Wii) 정규병 <위플레이>와 <마리오카트>는 각각 4 위와 6 위를 차지했다. 이 타이틀들의 매출이 4 월까지 계속된다면 (그리고 그렇지 않다고 의심할 당장의 이유가 없다면) 3 가지 모두 함께 올해 전체 Top 10 에 남아 있게 될 것이다.

나아가 2 월은 <위플레이>가 정규 10 위 차트 내의 세 번째 해가 될지도 모를 첫 달을 점한다. 그 밖에 이달 Top 20 의 빅스토리는 엑스박스 360 소프트웨어군이 거둔 좋은 성과이다. 엑스박스 360 버전 캡콤의 <스트리트파이터 IV>가 446,000 개(플레이스테이션 3 의 그것보다 약 43,000 개 앞선)로 월간 2 위를 차지한 것을 비롯하여, 이 시스템은 Top 20 에서 총 9 개의 타이틀을 획득하였다.

최근 히트인 <콜오브듀티: 월드앳워>, <레프트 4 데드>, <플아웃 3>와 함께, 이 시스템의 최대 게임 중 하나인 <해일로 3>가 여러 달 만에 처음으로 Top 20 로 복귀했다.

이달 소니의 플레이스테이션 3 소프트웨어를 주도하는 것은 오래 기다려온 <킬존 2>였고, 이것은 시장에서 겨우 이들 동안 대단하게도 323,000 개를 팔았다.

Top 20 에 모습을 드러내는 그 밖의 유일한 소니 시스템 게임은 <스트리트파이터 IV>(3 위)와 <콜오브듀티: 월드앳워>(16 위)였다. 플레이스테이션 2 나 플레이스테이션 포터블의 소프트웨어 어느 것도 2009 년 2 월 Top 20 에 도달하지 못 했다.

Top 20 에 구 소프트웨어가 등장하는 것은 새롭지는 않지만, 점점 더 흔한 일이 되고 있는 것으로 보인다. 닌텐도 DS 의 <마리오카트>로 말하면 Top 20 에 이제 연속 4 달째 모습을 나타냈고, 한편 <뉴수퍼마리오브라더스(역시 닌텐도 DS 의)>는 두 번째 복귀했다. 2009 년 2 월 Top 20 에서 7 개 타이틀은 아홉 달 이상 된 것들이다.

이러한 경향을 어떻게 보아야 할까? 건실한 하드웨어 매출—본래 닌텐도 위와 닌텐도 DS 지만, 이제 엑스박스 360 까지도 포함하여—은 꽤 오래된 인기 있는 타이틀일지라도 그 매출을 증가시키고 있다.

앞으로의 Top 20 들에 정규 위(Wii) 타이틀인 <기타히어로: 월드투어(아마도 역시 위(Wii)의)>나 최소한 <콜오브듀티: 월드앳워> 버전 중 하나가 계속 포함될 가능성이 있어 보인다.

### **로스트앤덤드**

<그랜드테프트오토 4>의 엑스박스 360 독점 에피소드인 <로스트앤덤드>는 2 월에 발표되었지만 위에 열거된 20 대 게임에는 보이지 않았다. 마이크로소프트 엑스박스 라이브 서비스를 통해 배포된 이래로, 게임은 점포에서 물리적 상품으로 판매되지 않았고, 따라서 다른 게임 소프트웨어처럼 NPD 그룹에 의해 추적되지 못 했다.

하지만 구매자들이 엑스박스 라이브에서 <로스트앤덤드> 카피를 다운로드할 수 있게 하는 포인트카드와 흡사한 리테일카드는 추적 가능했다. 이 카드는 NPD 에 의해 추적되었지만 게임이 아닌 액세서리로 분류되었다.

그리고 여기에서 상황은 꽤 흥미로워진다. 이 카드는 2009 년 2 월 최고 액세서리 10 위 안에서 보이지 않았다. 우리는 지난 주 초 만일 카드가 잘 팔렸으면 리스트에 모습을 보이리라고 확신했다.

대신, 이전 2009 년 1 월 차트를 차지했던 것과 똑 같은 10 개의 액세서리가 2009 년 2 월 차트를 차지했다. 이는 <로스트앤덤드> 리테일카드가 사실상은 마이크로소프트가 부가 콘텐츠로 주장해온 매출의 작은 부분이었다는 것을 시사한다.

워드부시 모건 증권의 마이클 패치터는, 이 에피소드가 그 달에 약 1 백만 카피 팔린 것으로 추정한다. 이것이 리테일패키지였다면, 그리고 그와 같이 잘 팔렸더라면, 그 달의 가장 잘 팔린 게임이었을 것이다.

알 수 없는 것은, 마이크로소프트의 애런 그린버그가 지난 주 목요일의 가마수트라 인터뷰에서 한 말이다. <로스트앤덤드>를 두고 그는, “만일 이 콘텐츠가 소매로 팔렸다면, 전체 플랫폼에

걸쳐 베스트셀러였을 것이다”라고 말하고 나서 그것이 “<킬존 2>보다 많이 팔렸을 것”이라고 했다.

이는 해당 분기 경쟁사의 최고 타이틀을 꼬집어서 험담하며 공격한 말이다. 허나 <로스트앤덤드>가 그 달 가장 많이 팔린 게임이 될 수도 있었다면, 왜 대신 그 사실을 팔지 않는지?

지금은 NPD 그룹이 어떤 식으로든 온라인으로 게임 매출을 추적하고 있다는 것을 우리가 알고 있지만, 그 이상 공들이기는 거부한 상태다. 산업이 온라인 보급쪽으로 이동하여 배급사에게는 추적이 더욱 쉽지만 대중에게는 덜 분명할 때, 적어도 우리는 그것을 관심 있게 지켜볼 것이다.

*[늘 그렇듯, 매달 비디오게임 산업 자료를 발표하는 NPD 그룹에게 감사한다. 부가적인 내용은 웨드부시 모건 증권 분석가인 마이클 패치터의 산업 분석에 의존한 것이다. 더불어, 나의 가마수트라와 네오 GAF 동료들과의 유용한 여러 대화에도 감사한다.]*