



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

NPD: 2009년 4월, 수치 분석

(NPD: Behind the Numbers, April 2009)

매트 매튜즈(Matt Matthews)

가마수트라 등록일 (2009.05.18)

http://www.gamasutra.com/view/feature/4029/npd_behind_the_numbers_april_2009.php

[가마수트라의 매트 매튜즈는 통상의 2009년 4월 NPD 수치들을 심도 있게 살펴보고, 소니의 성과와 이론화된 가격인하 계획에서부터 소프트웨어 매출하락 이면의 숫자에 이르기까지 실망스러운 한 달을 다각적으로 고찰한다.]

흔히 '경기를 타지 않는다'고 하는 비디오게임 산업이 마침내 다른 여러 경제분야에 영향을 끼쳐온 글로벌 경기하락을 느끼고 있는 것으로 보인다.

미국 내 소매 매출을 추적하는 NPD그룹에 따르면, 2009년 4월 비디오게임 매출은 작년 같은 기간에서 17% 하락하였다.

하락에는 많은 이유가 있으며, 불경기는 그저 그럴 가능성이 있는 한 가지 원인일 뿐이다. 하드웨어 시장의 원동력(경이로운 닌텐도 DSi 포함)으로부터 소프트웨어 차트의 답답한 정체상태에 이르기까지, 하드웨어 가격으로부터 액세서리 매출 속에 숨겨진 동향에 이르기까지, 우리는 한 해의 최대 트레이드 쇼인 2009년 E3를 코 앞에 둔 산업이 어디쯤에 서 있는지 이해하는 데에 필수적인 맥락을 제시하고자 할 것이다.

닌텐도 선두주자들의 하드웨어 매출

우리가 지난 달 보고한 대로, 닌텐도 DSi의 자정 론칭 매출 5만 8천 개가 NPD그룹에 의해 2009년 3월 수치에 포함되어 기록되었다. 이러한 개시 매출은 또 하나의 성공적인 닌텐도 시스템이 될 것으로 보이는 무언가에게는 말 그대로 빙산의 일각이었다.

워드부시 모건 증권의 분석가인 마이클 패치터 씨에 의하면, 2009 년 4 월 동안 추가로 82 만 7 천 개, 또는 주당 20 만 6 천 7 백 50 개의 닌텐도 DSi 가 팔려 나갔다. 이것은 개시로서는 대단한 강세이며, 특히나 비디오게임 산업이 대체로 더 부진했던 한달 동안의 것이다.

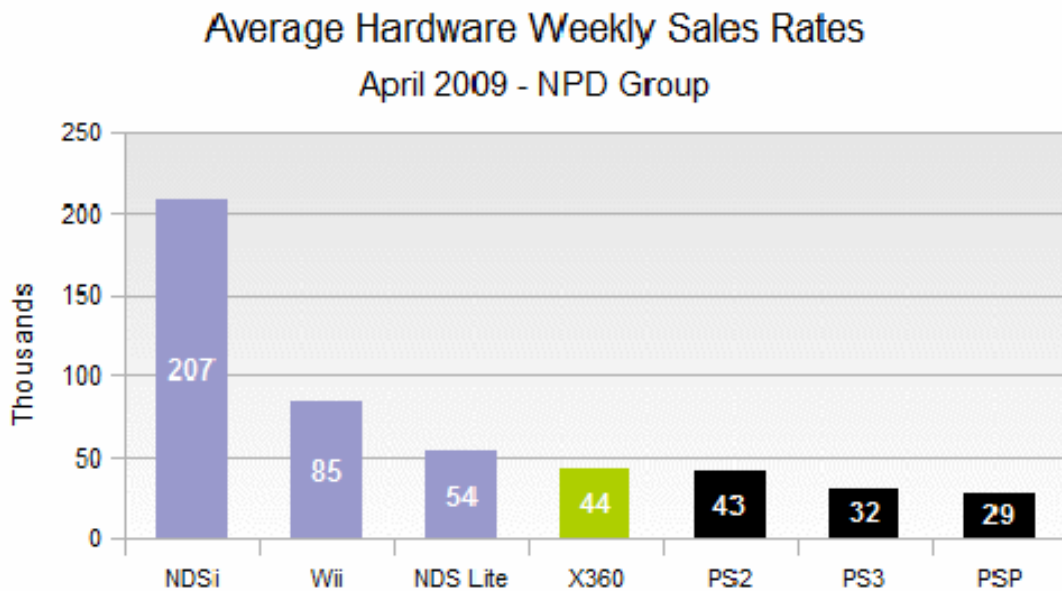
닌텐도 DS 라이트와 닌텐도 DSi 를 합쳐서 그 달에 백만 4 백 개 이상의 시스템이 팔렸다 (주당 26 만 개).

닌텐도 DS 라이트는 전달 (2009 년 3 월) 매출과 비교해 57% 하락하였으나, 21 만 5 천 개로 닌텐도 DS, 닌텐도 위(Wii)에 이어 해당 달 3 위의 베스트셀러 시스템이라 할 수 있을 것이다.

대충 판단하자면, 2004 년 11 월에 론칭된 오리지널 닌텐도 DS 매출은 아마도 대략 5 백만 개에 이를 것이다.

최초의 개정판인 닌텐도 DS 라이트는 이제 막 2 천 5 백만 개에 도달한 반면, 두 번째 개정판인 DSi 는 4 월 말 현재 90 만 개 바로 밀이었고 아마도 이 글을 쓰고 있는 현재는 족히 1 백만 이상에 이르렀을 것이다.

<주간 평균 하드웨어 매출비율> 2009 년 4 월 - NPD 그룹 (단위: 천)



4 월의 2 위 베스트셀러인 닌텐도 위(Wii)는 해당 달에 시스템 34 만 개, 주당 8 만 5 천 개가 움직였다. 이 수치는 위(Wii)로서는 시스템이 심각한 휴가 이후의 부족현상을 겪은 때인 2008 년 1 월 이후 가장 저조한 것이다.

그 밖의 위(Wii)가 더 저조한 매출을 보였던 달들은 모두 2007 년 7 월 이전이었고, 이때 닌텐도는 여전히 놀라운 글로벌 시스템 수요와 씨름하고 있었다.

위(Wii) 매출이 2009 년 4 월 하락한 반면, 과거로 보아 4 월이라는 달치고는 여전히 높았고 사실상 단지 시스템이 최근에 그랬던 것처럼 그렇게 미친 듯이 성공적이지는 않았다는 의미에서 실망스러울 뿐이었다.

지난번 히트 시스템인 플레이스테이션 2 는 2009 년 4 월의 위(Wii) 매출만큼 그렇게 강한 적이 없었다. 또한 닌텐도 위(Wii)의 올 초에서 해당일까지(YTD)의 매출이 작년 같은 시기보다 여전히 11% 높다는 점을 생각해 보시라.

마지막으로, 닌텐도의 자사 소프트웨어는 하드웨어 매출의 물이꾼인데 그 정도까지 이 회사가 2008 년 11 월 <위 뮤직> 이후 월간 Top 10 에 게임을 내놓고 있지 않다.

이러한 고려와 함께, 만일 다른 플랫폼 모두에 걸쳐서 보인 하락추세가 정말로 경제상황이 비디오게임 소비자들 간의 열광을 침식하기 시작하고 있는 신호라면, 위(Wii)와 같이 인기 있는 시스템도 매출감소를 보이리라 예상하는 것은 타당한 일일 것이다.

엑스박스 360 파도

지난달에 언급하였듯이, 엑스박스 360 은 2009 년에 대단히 성공적인 1 분기를 맞았다. 매출이 4 월에 17 만 5 천 개로 하락한 한편, 마이크로소프트의 시스템은 2008 년 위치와 비교해 여전히 당기 상승해 있다.

숫자들을 훑어보면서 우리는 엑스박스 360 의 지난 6 개월 매출이 전년 대비 성장 속에서 상승과 하락이라는 흥미로운 양상을 보였음을 알게 되었다. (<해일로 3> 론칭이 2007 년 상응하는 달들에 미쳤던 영향 때문에 2008 년 9 월과 10 월의 비교는 어렵다.)

비율들은 아래 도표의 마지막 줄에 보인다:

Xbox 360 Year-on-year Comparison

	Nov 2007	Dec 2007	Jan 2008	Feb 2008	Mar 2008	Apr 2008
Avg. Weekly Rate	193K	252K	58K	64K	52K	47K
	Nov 2008	Dec 2008	Jan 2009	Feb 2009	Mar 2009	Apr 2009
Avg. Weekly Rate	209K	288K	77K	98K	66K	44K
YOY Change	+8.6%	+14.3%	+34.3%	+53.6%	+26.0%	-6.9%

<엑스박스 360 전년 대비 비교> 평균 주간 비율, 전년 대비 변화

2008년 11월을 시작으로 이 플랫폼은 2009년 2월에 거의 54%에 이르는 전년 대비 증가 추세의 성장 파도를 보였다. 이러한 전년 대비 성장은 이후 3월에 26%로 떨어졌고 4월에는 약 7%의 전년 대비 감소로 마감했다.

아마도 이러한 숫자에서 우리는 2008년 가격인하에서 얻은 탄력이 무너지는 것을 확인하고 있는지도 모른다. 위(Wii)에서와 마찬가지로, 소프트웨어 환경 역시 한 원인일 수 있다. 비록 최근의 <레지던트 이블 5>와 <스트리트파이터 IV>는 다른 암시를 줄 수도 있겠지만.

결국 둔화되고 있는 엑스박스 360의 매출 성장 파도 속에서 다시 한번 전반적인 경제상황으로 다시 돌아가게 된다.

NPD 그룹에 따르면, 엑스박스 360 하드웨어의 평균 가격은 (세 가지 모델을 모두 포함하여) 현재 270 달러이며, 이것은 이보다 상위인 두 개 시스템의 300 달러와 400 달러보다 꽤 낮은 것이다.

이는 2008년 가을보다 3 내지 5 달러 정도의 하락으로 보여지며, 점차 200 달러 모델을 향해 기울고 있음을 시사하는 것이다. 이러한 변화는 사실상 경제뉴스에 놀라고 그에 따라 가격에 더욱 민감해지는 소비자들 사이에서 예상되는 일일 것이다.

머니 메이커로서의 엑스박스 360의 내재된 힘을 알려주는 한 가지 신호라고 생각하는 것을 NPD 그룹에 의해 매달 발표되는 엑세서리 top 10 리스트들에서 볼 수 있다.

올해 1월에 엑스박斯拉이프 1600 포인트카드는, 위 년척(1위), 재킷 딸린 위 리모콘(2위), PS3 듀얼쇼크(3위), 재킷 없는 위 리모콘(4위)이 최상위의 네 자리를 차지한 것과 함께 6위에 랭크되었다.

이러한 위(Wii)와 플레이스테이션 3 액세서리들은 계속해서 차트의 높은 자리에 남아있지만, 1600 포인트카드는 2월에 4위로 움직였고 3월에는 2위, 마침내 4월에는 1위에 올랐다.

1600 포인트카드의 인기가 올라간 것일까, 아니면 위 액세서리와 듀얼쇼크의 인기가 떨어진 것일까? 유감스럽게도 NPD 그룹 정책 상 액세서리 판매대수 수치 발표를 금하고 있어서, 확실히 알 수 있는 것은 아니지만 그 두 가지가 섞여 있다고 감히 말하겠다.

같은 기간 동안 3달, 1달짜리 엑스박스라이브카드와 무선 헤드셋 같은 기타 엑스박스 360 액세서리들은 다른 플랫폼용 액세서리들에 비해 비슷한 인기도 상승을 보였다.

소비자에게 엑스박스라이브 포인트 및 유료회원 카드를 정기적으로 구입하게 하는 것이 마이크로소프트의 비디오게임 사업 마진 확대 전략의 열쇠이며, 이 회사는 액세서리 부문에서의 지난 몇 달간의 성과에 만족해야 한다.

벼랑 끝에 서 있는 소니

2007년에 그리고 2008년에 가끔, 소니는 초기 플레이스테이션 3의 주춤거리는 매출로부터 관심을 딛 데로 돌리기 위해 플레이스테이션 3와 플레이스테이션 2, 플레이스테이션 포터블(PSP)을 함께 묶는 플레이스테이션 하드웨어 패밀리 매출을 언급하곤 했다.

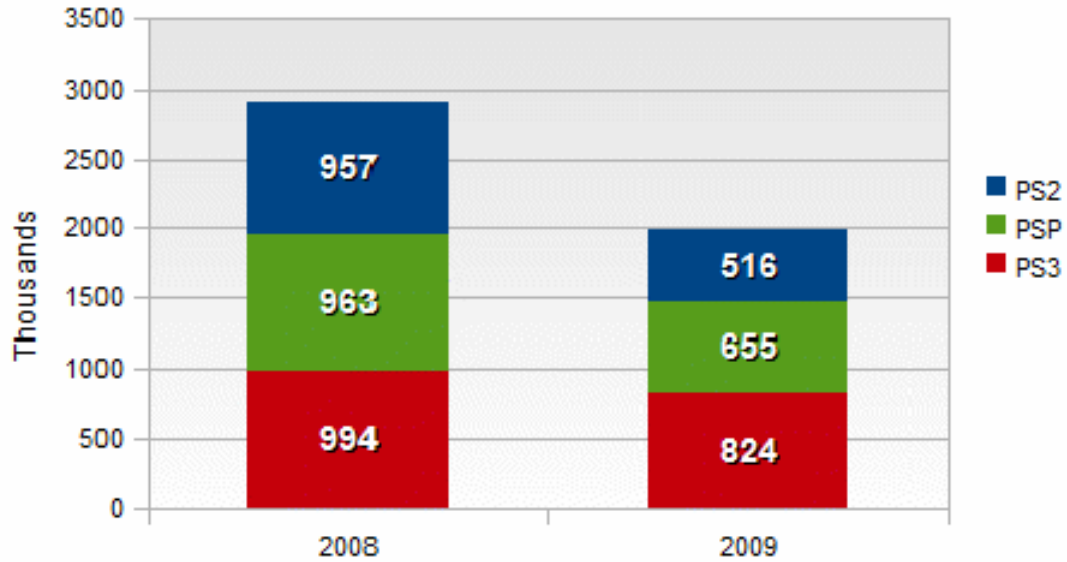
그런 술책을 써도 세 가지 플랫폼에 걸쳐 겨우 41만 5천 개 시스템을 달성한 소니의 보잘것없는 4월 하드웨어 매출에 대한 불편함을 덜지는 못 했을 것이다.

플레이스테이션 2 매출이 100달러로의 가격하락에 상당히 기운을 낸 반면, PSP와 PS3는 모두 극도의 약세를 보였다. 플레이스테이션 2 소프트웨어 역시 상응하는 증가를 보이지 못 했고, 웨드부시 모건의 패치터 씨에 따르면, 사실상 이 노화되어 가는 플랫폼의 소프트웨어 매출은 작년 같은 기간보다 47% 하락하였다.

해당 달에 12만 7천 개의 시스템(주당 3만 1천 7백 50개)으로, 플레이스테이션 3는 낮춘 400달러 가격에 40기가 시스템을 소개하기 직전인 2007년 10월 이후 최악을 보이고 말았다.

게다가 소니가 5월에 가격을 변동시키지 않아, 6월 중순에 이번 달 성과가 보고될 때는 심지어 숫자가 더욱 낮아질 가능성이 아주 높다.

PlayStation Hardware Family Sales for Jan - Apr 2008 and 2009



<플레이스테이션 하드웨어 패밀리> 2008 년, 2009 년 1-4 월 매출 (단위: 천)

400 달러 모델이 500 달러 모델에 비해 얼마나 매력적인지에 대한 이해만을 위한다면, 플레이스테이션 3 하드웨어의 평균 판매가격(NPD 그룹이 우리에게 제공한)은 좀더 저렴한 모델이 더 비싼 모델 보다 약 9 대 1 의 비율로 더 많이 팔리고 있다는 것을 말해준다.

결과적으로 소니는 PS3 하드웨어 가격인하에 직면해 있다. 발매사들과 소매상들은 한결같이 이를 요청하고 있으며, 소니의 딜리 씨는 최근 인터뷰에서 가까운 시일 내의 가격인하가 감추어져 것으로 해석될 수 있는 언급을 했다. (그러한 기대는 유감스럽게도 5 월 매출을 심지어 좀더 부진하게 할 수도 있다.)

플레이스테이션 3 가격인하에 대한 핵심 질문은 '언제' 그리고 '얼마나'이다.

소니의 가장 최근 재무 결과에 따르면, 소니는 2009 년 4 월부터 2010 년 3 월까지 전세계적으로 1 천 3 백만 개의 플레이스테이션 3 시스템을 팔 수 있다고 믿고 있다. 이것은 이전 회계연도에 팔린 1 천만 개에서 오른 것이며, 이러한 PS3 매출의 30%라는 증가가 더욱 열악해진 경제상황(전세계적은 아니라 해도, 적어도 미국에서의 더 높아진 실업률과 소비자의 소비감소로) 속에서 일어나리라는 것이다.

그러나 우리는 이미 미국 PS3 매출이 새로운 당 회계연도에 적어도 두 달(4 월과 5 월)간은 현저하게 떨어질 것을 알고 있다. 플레이스테이션 3 는 5 월 매출이 4 월의 그것과 같다고 해도 소니의 현 회계연도 첫 두 달간 거의 50% 하락할 것이다.

이런 이유로 우리는, 소니가 매출 손실을 보상한 후 불리한 경제상황 속에서 전년 대비 매출을 증가시키기 위해 2009 년 E3 에서 100 달러 가격인하를 발표할 것이라 믿는다. 더 오래 지체할수록, 그리고 인하 폭이 적을수록, 소니는 회계연도 하드웨어 매출 목표를 달성하는 것이 더 힘들어 질 것이다.

다른 일각에서 인하는 나중에 올 수도 있고 겨우 50 달러만일 수 있다고 믿는 것에 우리는 주목하고 있다. 최근 보도내용들이 사실이고 소니가 400 달러 PS3 한 개당 여전히 40 달러 손실을 보고 있는 것이라면, 좀더 소폭의 가격인하는 확실히 소니의 최종 결론으로 더 적당할 것이다.

PSP 에 있어서는, 소니가 계획해온 것을 이야기하기 어렵다. UMD 드라이브를 금하는 개정 하드웨어에 대한 소문이 증폭되고 있는 것과 더불어 최근 다운로드 전용으로 <파타폰 2>를 발표한 것은, 소니가 현재의 소매 중심 모델을 그만두고 플레이스테이션 스토어를 주된 소프트웨어 판매구로 이용하는 것을 고려할 것임을 말해 준다.

심지어 이전에 소비자들에게 그렇게 매력적이었던 PSP 하드웨어 번들도, 200 달러 번들 두 개에 170 달러 가격의 코어시스템 3 개(NPD 그룹에 의해 제공된 평균 판매가격 숫자들로부터 추정된 것임)로 호소력을 상실했다. 코어 전용 모델들과 온라인 소프트웨어 보급으로의 전환은 이해가 되는 일일 것이다.

2009 년 4 월 PSP top 10 소프트웨어 타이틀에, 2009 년 3 월에 발표된 게임 겨우 2 개(자사 게임들도 그 수준), 2008 년 3 개, 2007 년 3 개, 2006 년 1 개, 2005 년 1 개를 보여주었다는 사실을 생각해 보시라.

새로 발매된 PSP 소프트웨어들의 빈약한 매출로 보아, 소니와 써드파티들이 다시 론칭한 시스템과 온라인 스토어에서 잃을 게 무엇이겠는가? 실상 PSP 에서 누구도 많은 수익을 내고 있는 것 같지 않고, 소프트웨어 매출 사슬에서 소매상을 제거하는 것이 발매사들에게 더 매력적인 시스템으로 만드는 것일지도 모른다.

소프트웨어, 폭탄을 맞다

4 월에 비디오게임 하드웨어 수익이 작년 같은 기간에 비해 8% 하락한 한편, 소프트웨어는 훨씬 더 가파른 하락을 보였다. 달려라는 관점에서만 보면, 소프트웨어 매출이 23% 떨어졌다. 그러나 수익은 단지 판매대수나 평균 판매가격(ASP)과 더불어 소프트웨어 시장의 한 가지 척도일 뿐이다. 우리는 이 모든 것을 다음에서 자세히 볼 것이다.

소프트웨어 매출의 하락을 이해하기 위한 첫 번째 방법은, 1 년 전 뜨겁게 기대를 모았던 3 개의 시판제품들이면서 그 달 최고 3 대 게임인 엑스박스 360, 플레이스테이션 2 의 <그랜드테프트 오토 IV>와 위(Wii) <마리오카트>가 2008 년 4 월에 이들만 거의 4 백만 개의 소프트웨어가 팔렸었음을 상기하는 것이다.

모두 합해 그 달의 top 10 타이틀들은, 5 백 60 만 개의 소프트웨어 또는 모든 소프트웨어 판매대수의 34%를 차지했었다.

일렉트로닉 아츠의 <대부 II>(엑스박스 360 과 플레이스테이션 3) 외에, 2009 년 4 월 top 20 중에 새롭게 발매된 것은 닌텐도 DS <리듬천국>밖에 없었다.

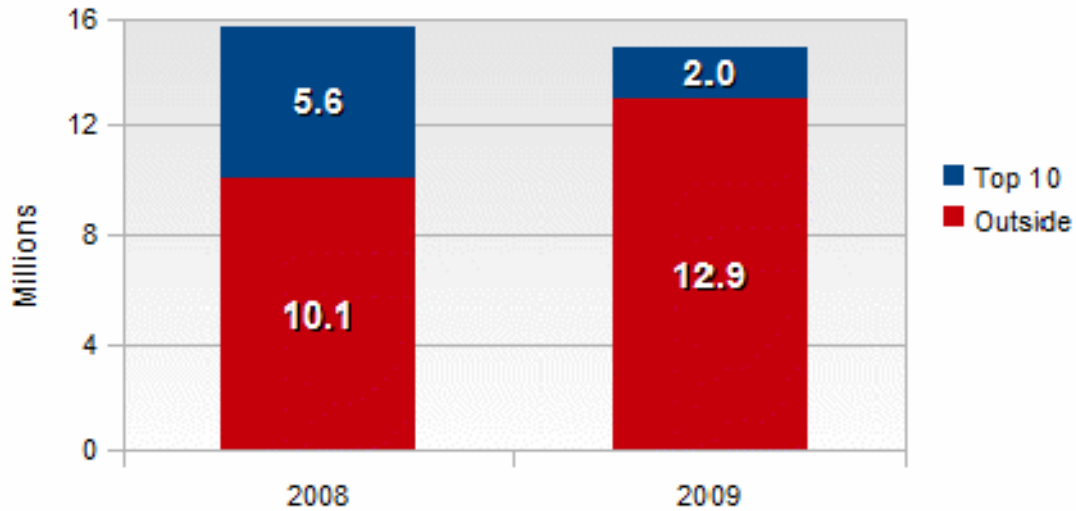
사실상 4 월 top 10 타이틀들은 총 2 백만 개도 안 되었고 전체 소프트웨어 단위 수의 겨우 13%를 차지했다(2008 년 5 백 60 만 개와 전체 34%였던 것과 비교하여).

그러나 top 10 소프트웨어 차트나 심지어 top 20 도, 시장의 완전한 역동성을 포착할 수는 없다.

전년 대비 10 위권에서 3 백 60 만 개를 잃은 것으로 보이는 것에도 불구하고, 전체 시장의 단위 매출에 있어 실제적 손실은 사실상 70 만 개 미만이었다. 위의 숫자는 소프트웨어 판도가 2008 년 4 월과 비교하여 2009 년 4 월에 어떻게 변화했는지 분명하게 한다.

아래 도표에서는 그저 top 10 매출 수치가 2008 년 4 월에 얼마나 지배적이었는지, 그리고 2009 년에 시장이 어떻게 더 넓은지, 그럼에도 꼭 그렇게 상당히 더 적은 것은 아님을 더 명확하게 하고자 한다.

Software Unit Sales April 2008 and 2009 Top 10 vs. Outside Top 10



<소프트웨어 단위 매출> - 2008년, 2009년 4월 Top 10 대 Top 10 외 - (단위: 백만)

그랜드테프트오토 IV 와 같은 소수의 새로운 블록버스터 타이틀들을 대신하여, 그보다 오래된 소프트웨어 타이틀들은 적당한 숫자로 더 낮은 평균 판매가격(ASP)에 팔렸다.

많은 매체 보도들이 초점을 맞춘 달러매출 23% 하락으로 몰아넣은 것은 정확하게 말하면, 약간 더 낮아진 총 판매대수와 그에 상응하는 ASP(average sales price)의 하락이라는 이러한 이중의 타격이다.

차이나타운 워즈 160K 돌파

금요일에 NPD그룹은 2009년 4월의 가장 잘 팔린 20대 소프트웨어 타이틀을 발표했다.

<위핏>, <마리오카트>, <위플레이> 등 평소의 용의자들이 리스트의 맨 위 가까이 보였던 한편, 리스트를 연장해 보면 아마도 닌텐도 DSi 의 강세에 힘입어서인지, 닌텐도 DS 소프트웨어 매출의 급상승이 나타났다.

해당 달 2 위 자리에 있는 <포켓몬 다이아몬드>와 <펠>의 향상된 리메이크인 <포켓몬 플래티넘>과 함께, 6 개의 닌텐도 DS 타이틀들이 top 20 를 구성하였다.

이는 <뉴수퍼마리오브라더스>(7 위), <마리오카트>(8 위), <마리오&소닉 올림픽게임>(12 위), <리듬천국>(13 위), <레이튼 교수와 이상한 마을>(15 위), <그랜드테프트오토: 차이나타운 워즈>(18 위)였다.

6 개의 타이틀로 엑스박스 360 이 top 20 에 그 다음으로 가장 많이 보였고, 위(Wii)와 플레이스테이션 3 각각 3 개, 그리고 싱글 플레이스테이션 2 게임이 차트를 구성했다.

2009 년 4 월 미국 콘솔부문 소매 최고매출 20 대 게임 리스트는 아래와 같다:

2009 년 4 월의 소프트웨어 Top 20				
순위	제목	플랫폼	발매사	단위
1	위핏(w/밸런스보드)	위	닌텐도	471K
2	포켓몬스터 플래티넘	NDS	닌텐도	433K
3	마리오카트(w/휠)	위	닌텐도	210K
4	위플레이(w/리모트)	위	닌텐도	170K
5	대부 II	X360	EA	155K
6	레지던트 이블 5*	X360	캡콤	122K
7	뉴수퍼마리오브라더스	NDS	닌텐도	119K
8	마리오카트	NDS	닌텐도	112K
9	기타히어로: 에어로스미스*	X360	액티비전 블리자드	110K
10	대부 II	PS3	EA	91K
11	기타히어로: 메탈리카*	X360	액티비전 블리자드	-
12	마리오&소닉: 올림픽게임	NDS	세가	-
13	리듬천국	NDS	닌텐도	-
14	MLB'09: 더 쇼	PS3	소니	-
15	레이튼 교수: 이상한 마을	NDS	닌텐도	-
16	레지던트 이블 5*	PS3	캡콤	-
17	콜 오브 듀티: 월드 앳 워*	X360	액티비전 블리자드	-
18	그랜드테프트오토: 차이나타운 워즈	NDS	테이크 2	74K
19	기타히어로: 메탈리카*	PS2	액티비전 블리자드	-
20	메이저리그 베이스볼 2K9	X360	테이크 2	58K
*컬렉터, 리미티드, 레전더리, 번들(기타)			출처: NPD 그룹	

이 밖에 해당 달의 소프트웨어 매출 데이터 상에 몇 가지 흥미로운 점들이 있다.

- 테이크 2 의 <차이나타운 워즈>가 출범된 3 월 동안의 매출에 분석가들이 목소리를 내며 실망했던 반면, NPD그룹이 가마수트라에게 제공한 수치에 따르면 그 두 번째 달에는 7 만 4 천 개가 추가되어 상대적으로 강세를 보인 후속 달이었다.

추가적인 4 월 매출로, 이 타이틀의 탄생일부터 해당일까지의 매출은 16 만 3 천 개에 이르고 있다. 이 게임의 매출은 특히 Best Buy가 4 월에 일시적으로 게임을 35 달러에서 20 달러로 할인하자 이에 기운을 얻은 것인지 모르겠다.

- 4 월 현재 <위핏>은 12 회 연속 top 10 리스트에 모습을 보였고 7 백만 개의 LTD(launch-to-date) 매출을 달성했다. 동시에 <마리오카트 위>는 총 5 백만 9 천 개로 연속 13 번째 차트에 모습을 보였고 <위 플레이>는 1 천만 6 천 개가 넘어 연속 27 번째 모습을 보였다.
- <기타히어로: 에어로스미스>는 2009 년 4 월 동안 몇몇 소매상에서 크게 할인 판매했다. 엑스박스 360 버전은 전체 차트에서 9 위로 올랐고 플레이스테이션 3, 플레이스테이션 2, 위(Wii) 버전은 각각 해당 플랫폼으로 top 10 리스트에 올랐다.
- 새로 나온 콘솔게임으로서 해당 달 top 20 에 들지 못한 유일한 게임은 일렉트로닉 아츠의 <대부 II>였다. 엑스박스 360 버전은 15 만 5 천 개로 올라 5 위를 차지한 반면 플레이스테이션 3 버전은 겨우 9 만 1 천개가 팔려 10 위를 차지했다.
- 이 보고를 위해 가마수트라에 제공된 데이터에 의하면, 소니의 <킬존 2>는 해당 달에 5 만 8 천 개가 팔려 top 20 에서 떨어져 나갔고, LTD 매출은 67 만 7 천 개가 되었다.
- <킬존 2> 수치의 결과로, 우리는 플레이스테이션 2 의 <기타히어로: 메탈리카>와 엑스박스 360 의 <메이저리그 베이스볼 2K9>의 판매가 각각 4 월에 5 만 8 천 개를 초과했다는 것을 알 수 있다.
- 엑스박스 360 <리딕 연대기: 어썰트 온 다크 아테나>는 4 월 매출이 top 20 에 미치지 못 했지만, 우리에게 제공된 NPD 그룹 데이터로 해당 달 매출이 5 만 7 천 개였음을 알 수 있었다.
- 엑스박스 360 소프트웨어 차트에서의 <다크 아테나>의 위치로 보아, <해일로 3>와 <해일로 워즈>의 판매 수치는 각각 5 만 7 천과 7 만 4 천 개 사이의 어딘가에 있다는 것을 추론할 수 있다.

[늘 그렇듯, 매달 비디오게임 산업 자료를 발표하는 NPD그룹에게 감사한다. 추가적인 내용은 웨드부시 모건 증권의 분석가인 마이클 패치터의 산업 분석에 의존한 것이다. 더불어, 나의 가마수트라와 네오GAF 동료들과의 유용한 여러 대화에도 감사한다.]