



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

NPD: 수치의 이면, 2009년 5월

Matt Matthews

가마수트라 등록일(2009. 6. 15)

(http://www.gamasutra.com/view/feature/4051/npd_behind_the_numbers_may_2009.php)

[2009년 5월 미국 콘솔하드웨어와 게임 판매량에 대한 가마수트라 의 업체주도 분석에서는 심각한 산업 불황에 대한 시각을 제시하고, 또한 Wii 하드웨어의 성장둔화와 PSP Go 가격책정에 대해 논의한다.]

그것은 공식적이다: 비디오 게임 업계가 세계의 거의 모든 다른 업계와 마찬가지로 세계적 경기하강의 고통을 겪고 있다. 소매업 트래커인 NPD 그룹에 따르면 전체 미국 시장은 지난해와 비교했을 때 5월에 23%가 하락했다.

Xbox 360 과 Nintendo DS/DSi 를 제외한 모든 시스템에서 하드웨어 판매수량은 하락했으며 2008년 9월부터 Xbox 360 의 가격인하와 결부되어 하드웨어 수익은 올해 현재까지 6% 하락했다.

소프트웨어 판매수량과 상응하는 가격은 하락했으며 그 결과 소프트웨어의 수익은 2009년 동기에 비해 8% 하락했다. 부속품들도 전년대비 5% 하락했다.

아래에서 좀 더 상세하게 그 피해를 다루겠지만 현재 업계에 잔존하고 있는 암울함을 완화시킬 근거가 확실한 이유 또한 지적할 것이다.

업계 통계수치 일람

최근의 NPD 그룹 데이터는 2009년 5월 모든 주요 카테고리에서 미국의 비디오게임 산업이 하락했음을 보여준다. 다음은 최고 상태의 수치가 제시된 것이다.

May 2009 NPD Data – At a Glance Overview				
	May 2008	May 2009	YTD 2008	YTD 2009
Overall	\$1,122.7	\$863.4 (-23%)	\$6,604.80	\$6,134.4 (-7.1%)
Hardware	\$433.0	\$302.5 (-30%)	\$2,273.70	\$2,127.8 (-6.4%)
Software	\$540.0	\$448.9 (-17%)	\$3,440.20	\$3,162.6 (-8.1%)
Accessories	\$149.7	\$112.0 (-25%)	\$890.9	\$844.0 (-5.3%)
All amounts in millions of dollars.			Source: NPD Group	

1 월과 2 월의 높은 판매실적이 연초대비(YTD) 수치에 대한 완충물의 구실을 했다.

Wedbush Morgan Securities 의 Michael Pachter 와 EEDAR 의 Jesse Divnich 와 같은 많은 분석가들은 올해 말까지 연간 중간 한 자릿수 성장을 아직 기대하고 있지만 이렇게 성장하기 위해서는 올해 하반기 특히 휴가철 내내 높은 판매 실적이 있어야 할 것이다

통찰을 위한 세가지 사실

올해 1 월과 2 월 사이에 이 업계가 어떻게 정점에 이르렀는지 곧 보여주겠지만 우선은 업계의 불황에 관해 통찰해 보자. 현재의 경제상황과는 상관없이, 2009 년 5 월의 전년 동기 대비 낮은 판매실적에 영향을 준 세가지 이유가 여기에 있다.

- 첫째, 5 월은 일반적으로 비디오 게임 달력에서 실적이 가장 낮은 달 중 하나라는 점에 주목하라. 예를 들어, 5 월은 2006 년과 2007 년에 수익률이 가장 낮은 주가 들어 있는 달이었다. 2005 년과 2008 년에 또다시 5 월은 세 번째로 수익이 낮은 달이었고 다시 주간 수익률로 측정되었다.

하절기 초는 이 한 달 동안 업계의 실적이 낮아지는 주요 이유라고 종종 언급된다. 대부분의 학생들이 학기를 마치고 여름방학이나 일을 시작하기 때문에 제품의 주된 소비자 인구가 텔레비전 앞이나 휴대용 게임기를 들고 앉아 실내에서 보내는 시간이 적다.

- 둘째, 하드웨어와 소프트웨어 판매실적은 2008 년 초반에 보통 때와 달랐다. 경제 호황 속에서도 이 업계는 성장은 커녕 보조를 맞추는데도 어려움을 겪었을 것이다.

하드웨어 면에서, 닌텐도는 2008 년 상반기에만 350 만 대 이상의 Wii 시스템을 팔았다. 플레이스테이션 2 가 가장 인기 있었을 때도 비슷한 기간 동안 250 만 시스템의 장벽을 깨지 못했던 것을 고려하라

닌텐도 DS는 꽤 실적이 좋아서 2008 년 상반기 동안 320 만대를 팔았다. 게다가

플레이스테이션 3 은 2007 년 11 월 가격 인하 때로부터 내려가기 시작하다가 *Metal Gear Solid 4* 의 출시로 잠깐 정점에 도달했기 때문에 2008 년 상반기는 가장 판매실적이 높은 시기였다.

이제 하드웨어 기반의 성장과 동반한 소프트웨어 슬레이트인 *Super Smash Bros. Brawl* (2008 년 3 월 270 만), *Grand Theft Auto IV* (2008 년 4 월 290 만), *Mario Kart Wii* (2008 년 4 월 110 만)를 살펴보자. 3 월에 150 만개를 조금 넘어서서, *Resident Evil 5* 만 2009 년 출시된 달에 거의 대성공을 거두었다.

- 마지막으로, *Guitar Hero*, *Rock Band*, *Wii Fit* 같은 비싼 게임은 우선은 갈 때까지 갔을 것이다.

확실히, 비싼 게임은 경제 불황 속에서 타격을 입는다. 그러나 닌텐도가 미국에서 Wii콘솔 세 개를 팔 때마다 *Wii Fit* 시스템을 팔고 시장이 문자 그대로 플라스틱 기타로 넘쳐 났을 때, 이 시장은 조정될 가능성이 있다. 이 음악 게임과 *Wii Fit* 번들로만 벌어들인 수익의 감소는 업계 판매실적의 일부가 둔화된 것을 설명할 수 있을 만큼 뚜렷하다.

이것은 비디오게임 업계의 수익을 둔화 시킨 한 요소로서 경제상황을 제외하는 것이 아니다. 오히려 반대로, 경제상황은 실제로 판매실적이 감소하는 주요 요인이 될 수 있다.

그러나, 위에 열거된 바와 같이 업체에 쌓여 있는 데크만 가지고도, 업계 수익이 올해 말까지 여전히 완만한 성장을 보여줄 것이라는 것을 유념할 필요가 있다.

업계는 일시적으로 최고 기록을 냈다.

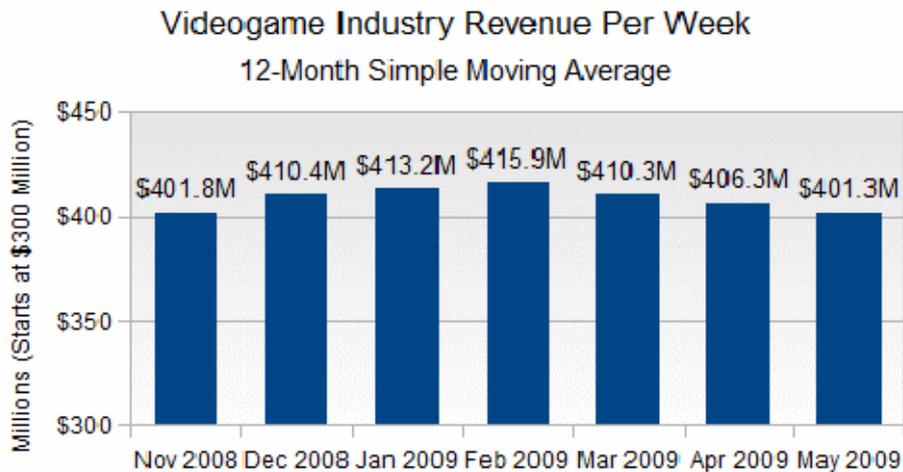
주간 수익의 12 개월 단순 이동 평균을 살펴봄으로써 비디오 게임 산업의 건전성을 측정할 수 있다.

예를 들어, 아래 수치에서 2009 년 2 월의 주간 4 억 1590 만 달러는 2008 년 3 월에서 2009 년 2 월까지의 수익률을 더하고 나서 수익이 발생한 주수로 나누어서 계산한 것이다.

각각의 12 개월 기간에는 일 개월 비교를 상당히 왜곡시키는 11 월과 12 월이 정확히 한 번씩 들어 있기 때문에 이런 방법으로 데이터를 검토하면 계절조정의 격차가 없어진다.

한 달을 제외했을 때(2008 년 9 월), 이 단순 이동 평균은 2006 년 2 월 주간 1 억 9930 만 달러에서 2009 년 2 월 주당 4 억 1590 억 달러로 3 년 이상 매월 증가했다.

정점에 있을 때 업계는 수익 합계가 12 개월 동안 216 억 달러 이상으로 역사상 가장 높은 점수를 기록하고 있었다. 비교하자면, 2008 년의 공식 합계는 213 억 달러였다.



(신뢰성 있는 자사의 업계 수익 데이터는 2004 까지 이어지지 않아서 이 추세를 더 이상 되짚어 볼 수 없다.)

그러다가 2009 년 3 월에 이 비율은 주간 4 억 1030 만 달러로 떨어졌다. 4 월에는 다시 떨어졌고 5 월에도 떨어져 주간 4 억 130 만 달러로 마감했다.

이러한 하락은 우리가 취급하는 데이터에서 전례 없는 것이었고, 소매기반 게임 업계의 운명에 갑작스럽고도 극적인 변화가 일어났다는 증거가 된다. 이전의 모든 하락은 1 개월짜리였고 그 후 시장 수익은 다시 오르기 시작했었다.

업계의 전체 수익을 2008 년과 맞추려면, 이 이동평균은 2009 년 12 월까지 주간 4 억 1 천만 달러까지 올라가야 할 것이다. 그렇게 되려면 올해 후반 대여섯 달 동안 전년동기대비 매우 완만한 성장을 하거나 몇 개월 간 초고속 성장을 해야 할 것이다.

몇 달 후에는, 소매 업계의 건전성에 대한 이 측정치를 다시 보고 하강이 완화되었는지 또는 다시 상승하기 시작했는지 확인할 수 있다.

(NPD 월간 보고서에 들어있지 않으며, 온라인 게임가입과 소액결제에 포함된, 의미 있고 성장 가능성이 있는 디지털 수익이 있다는 것은 언급할 가치가 있다. 이것은 앞으로도 평가하기가 어렵고 믿을 수 없을 것이다.)

Wii의 속도는 완화되고 마이크로는 성장한다

많은 분석가들이 Wii 하드웨어의 판매실적이 둔화될 것이라 예상했지만 Wii 하드웨어의 판매실적이 주간 75,000 개 아래로 떨어지는 것을 보는 것은 아직 신기하다. Wii 는 지난 두 달 동안만 판매가 둔화되었다.

첫 번째는 2007 년 3 월로 주간 약 52,000 개의 비율이었으며 하드웨어 생산의 증가 직전에 마지막으로 소매업자에게 도달했다.

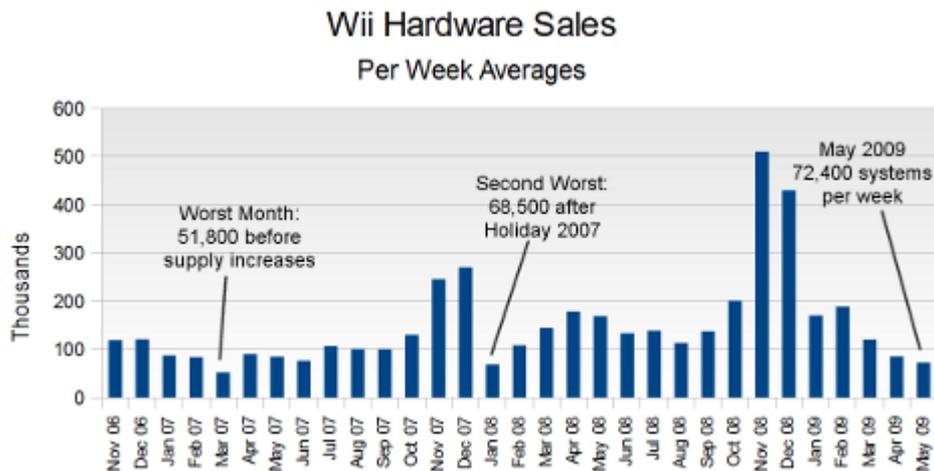
두 번째는 2008 년 1 월이었으며 이때는 Holiday 2007 세일로 인해 입수 할 수 있는 모든 기기는 소매상에서 다 빠져나가 2008 년 첫 달에 팔 것을 거의 남겨 두지 않은 후라 주간 68,500 시스템으로 떨어졌다.

2009 년 5 월의 하락이 의미 있는가? 그럴진 하지만 닌텐도의 영업에 문제가 있기 때문만은 아니다. 이전의 판매 실적 기록 보유자인 플레이스테이션 2 는 2003 년 출시된 지 삼 년째인 5 월에는 71,000 대가 조금 못 되는 주간 판매실적을 그럭저럭 유지하고 있었다.

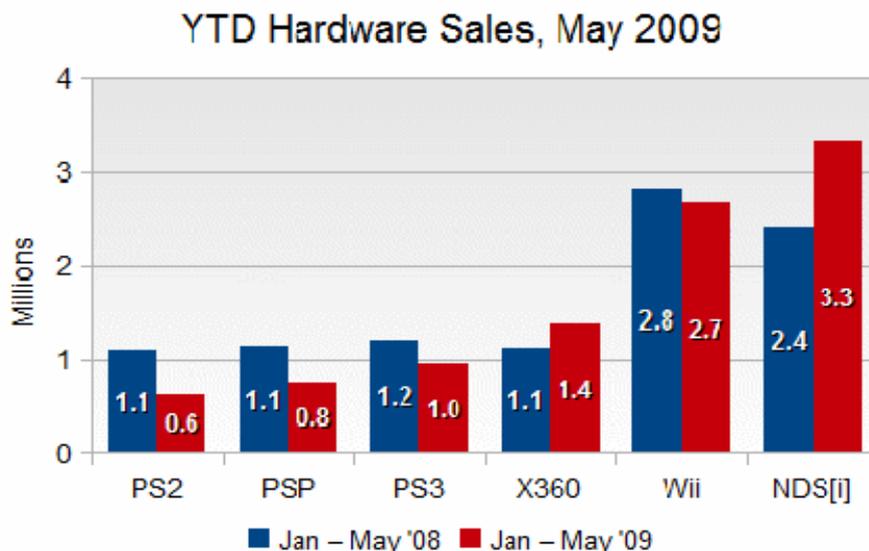
정말로 공급이 마침내 수요를 능가한 것이라면, 2009 년 5 월의 수치가 닌텐도 Wii 의 새로운 표준 판매실적 수준이 되는 것이 당연하다. 그것은 역사적인 Wii 판매실적 수준보다 낮지만, 가장 가까운 경쟁자인 Xbox 360 보다는 주간 기준 25,000 개 이상 많다.

소니와 마이크로소프트 둘 다 아마도 자신들의 주력 플랫폼이 5 월의 Wii 만큼 판매실적이 좋아졌다고 주장하게 되어 기쁠 것이라고만 말해두자.

판매실적을 전체적 시야로 보아, 아래 수치에서 Wii 의 3 개월간 실적이 유난히 둔화되었다는 데 주목했다.



지난 주 목요일 NPD 그룹 데이터의 발표 후, 마이크로소프트는 자사의 Xbox 360 이 2009 년에 성장한 유일한 콘솔이라고 논평했다. 이 말이 사실이긴 하지만 배경설명이 필요하다.



예를 들어, 연초대비 (YTD) Wii 판매실적은 2009 년 이 시기에 하락했으며 Xbox 360 판매실적은 올라갔지만 이것은 결정적인 두 수치의 상대적 크기를 놓친 것이다.

마이크로소프트는 2009 년 현재까지 약 140 만개의 Xbox 360 시스템을 판 반면 닌텐도는 약 270 만개의 Wii 콘솔을 팔았는데 상대적인 성장과 하락만 비교할 때 간과되기 쉬운 아주 중요한 사실이다.

게다가, Xbox 360 의 2008 년 초반 판매실적은 더 저조했다. 2008 년의 가격인하로, 판매량은 실질적으로 증가했다(2007 년 11 월 가격 인하 시 플레이스테이션 3 에 일어난 결과와 같다). 더 이상 가격을 내리지 않는다면, Xbox 360 은 거의 혹은 전혀 성장하지 않고 2008 년을 마감할 가능성이 있다.

영구한 세대 순위?

정확히 1 년 동안, 닌텐도 Wii 는 현재의 모든 세대 시스템 중 가장 넓은 하드웨어 설치 기반을 가지게 되었다. Xbox 360 은 2 위인 반면 플레이스테이션 3 은 멀찍이 떨어져서 3 위를 달리고 있었다. 2009 년 5 월부로, 이들 시스템의 설치 기반은 각각 2020 만, 1530 만, 775 만 개이다.

현재의 시스템이 정말 10 년의 하드웨어 주기로 되어 있다면, 이 순위는 끝까지 지속될 것이다.

Xbox 360 가 출시 10 년 후인 2015 년 11 월까지 살아있는 시스템으로 간주되고, 플레이스테이션 3 이 그때까지는 따라잡는다고 추정해보자. 그 기간 동안, 플레이스테이션 3 을 주간 평균 19,000 시스템 이상 Xbox 360 보다 많이 팔아야 할 것이다.

PS3 이 6 월 한달 동안 Xbox 360 보다 주간 37,000 개 더 많이 팔리는데 메탈기어솔리드 4 의 출시가 도움이 된 2008 년 6 월을 제외하고는, PS3 는 어떤 달에든 많아야 주간 9,800 시스템만큼 마이크로소프트 시스템을 앞섰다.

아마도 더 놀라운 것은 PS3 이 두 시스템이 시판되었던 31 개월 중 5 개월동안만 Xbox 360 보다 잘 팔렸다는 점이다. 그리고 2009 년 현재까지 Xbox 360 는 주간 20,000 개 이상 HD 경쟁자보다 많이 팔렸다.

주간 20,000 시스템 뒤쳐진 것을 주간 19,000 시스템 앞서도록, 소니가 역할을 완전히 역전시키는 것은 놀라운 모멘텀의 변화가 될 것이며 플레이스테이션 3 하드웨어의 가장 후한(그러나 현실적인) 가격 인하로도 불가능해 보인다.

값싼 소프트웨어를 구매하는 소비자들

Cowen & Company 가 제공한 데이터에 따르면, 시장침체에 의해 콘솔 소프트웨어 수익률은 휴대용 소프트웨어보다 더 큰 타격을 입었다

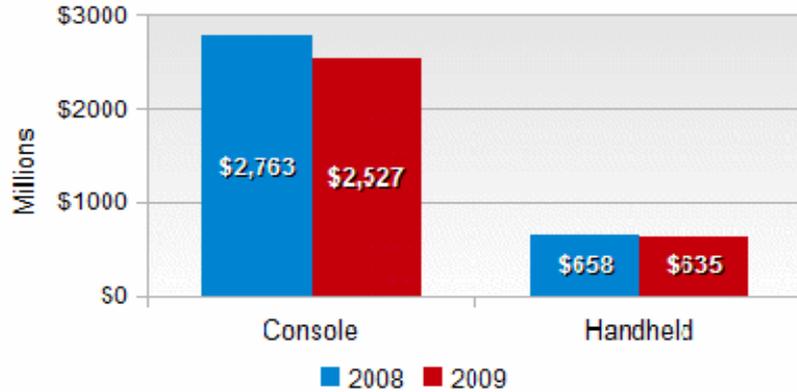
콘솔용 소프트웨어는 일반적으로 휴대용 소프트웨어보다 훨씬 높은 평균 판매가격(ASP)에 판매되므로 콘솔 판매량의 감소는 휴대용 판매량의 하락보다 훨씬 민감하게 느껴진다.

원칙적으로는 콘솔과 휴대용 소프트웨어에 대해 세 개의 관련 수치 즉, 판매수량, 수익, ASP 를 비교할 수 있을 것이다. 그러나 우리는 수익 수치만 이용할 수 있고 이것은 많은 것을 나타낸다.

편의상, 관련수치를 아래의 그래프로 나타냈다.

Software Revenue by Segment

January to May Period



YTD 2008 년 수치를 YTD 2009 수치와 비교할 때, 위의 수치는 콘솔 소프트웨어 수익이 2 억 3 천만 달러 이상 감소했다는 것을 보여준다. 비교해 보면 휴대용 소프트웨어는 좀 더 완만하게 3300 만 달러가 감소했다.

상대적으로 보면, 휴대용 소프트웨어는 겨우 3.5% 하락한 반면, 콘솔 소프트웨어 수익은 8.5%가 하락했다는 의미이다

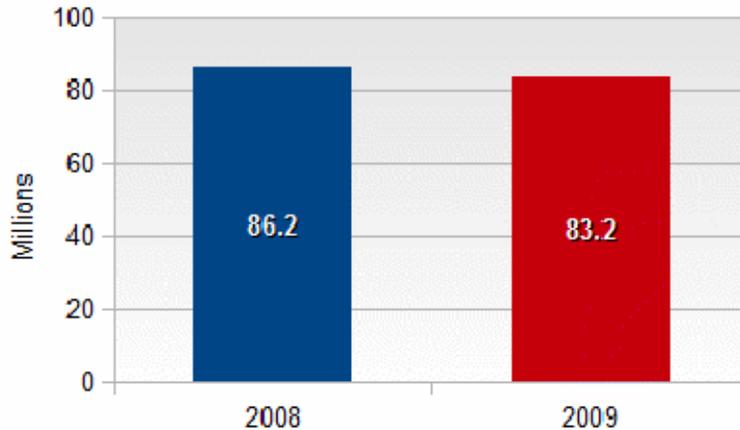
우리는 이들 각 부문에 대한 판매수량 정보를 갖고 있지 않지만, Wedbush Morgan Securities 의 Pachter 가 소프트웨어 전반의 판매수량에 관한 통찰력을 제공했다.

2008 년 1 월에서 5 월까지 구매된 모든 소프트웨어는 평균판매가격(ASP)이 39.89 달러였던 반면 2009 년 같은 기간에는 소프트웨어 ASP 가 겨우 38.01 달러로 1.88 달러 하락한 것이다(즉 4.7%). Pachter 는 부분적으로는 이 변화의 원인이 카탈로그(구형) 타이틀을 좀 더 사고 신제품은 덜 사는 소비자들에게 있다고 본다.

이 수치에 나타난 것과 같이, 그 해 판매수량이 거의 하락하지 않은 점을 고려하라.

YTD Software Unit Sales

January to May Period



2008 년에서 2009 년까지 겨우 3 백만 개의 소프트웨어가 판매 감소된 상황에서, 소비자들이 전반적으로 소프트웨어 타이틀을 눈에 띄게 덜 사고 있는 것이라고 주장하기는 어렵다.

사실, Super Smash Bros. Brawl 나 Grand Theft Auto IV 의 규모로 한 번 대규모 출시를 했으면 수익이 아니면 적어도 판매수량 면에서, 손실에서 이익으로 돌아서 올해의 소프트웨어 시장을 뒤집어 놓았을 것이다.

(지난 주 금요일, 우리는 상위 20 개 소프트웨어 차트에 대한 분석을 제시했다.)

PSP 하드웨어 가격결정과 PSP

먼저, 약간의 득점 기록. 소니가 6 월초의 E3 2009 중에 플레이스테이션 3 하드웨어의 가격인하를 발표할 것 같다고 지난 달에 우리는 예측했었다. 우리가 틀렸고 보도에 따르면 소비자 제품 쇼는 가격 인하를 발표하기에 좋은 장소와 때는 아니라고 소니가 생각했다고 한다

2009 년 8 월 Madden NFL 2010 출시에 대비해 PS3 의 가격이 조만간 100 달러 인하될 것이라고 일부 분석가들은 현재 예상한다. 그렇지 않으면 아마도 9 월 늦게 도쿄 게임 쇼에서 아마 50 달러의 소폭 인하와 번들을 발표할 것이라 Wedbush Morgan 의 Pachter 는 예상한다.

100 달러의 가격인하를 하지 않으면 소니가 현 회계연도에 스스로 공언한 PS3 판매실적 목표에 도달하는 것은 어려울 것이라고 우리는 아직 믿고 있다.

가격인하와 다른 시스템 용 번들에 대한 소문도 늘어나고 있다. 그 전략의 효과를 거두기 위해 반드시 가격을 인하할 필요는 없지만 예를 들면 다른 팩인이 들어 있는 Wii 는 휴가철용일 가능성이 있다.

게다가, 지난번 가격 인하의 효과가 약해지고 있는 것으로 보이기 때문에 특히 소프트웨어는 소니의 가격인하에 대응하여 하는 수 없이 가격결정과 번들링을 변경할 수 있다.

마지막으로, 올해 10 월에 나올 예정인, 플레이스테이션 휴대용 플랫폼에 대한 소니의 최신 업데이트 버전인 PSP Go 에 대한 논의로 끝을 맺으려 한다.

새로운 시스템은 더 작은 크기를 위해 슬라이드 아웃 컨트롤을 채택하고 UMD 메커니즘을 피하여 그것을 16 기가바이트 플래시 메모리로 대체하며, 250 달러에 소매한다. 소매업자에게서 나올 수 있는 반응과 가격책정에 초점을 두고 논의한다.

하드웨어 마케팅 이사인 소니의 John Koller는 “마진의 가능성 때문에 3000 모델을 변경했다고 Ars Technica의 Ben Kuchera 에게 말했으며 소매업자들은 소매 가격인 250 달러보다 더 할인 받을 수 있을 것임을 시사했다. 그러나 우리는 이메일로 Wedbush Morgan의 Pachter와 이야기를 나누었고 그는 “가격을 높게 책정하는 것이 소매업자들에게 돌아갈 이윤을 높이는 것과 관계가 있다”고는 생각하지 않는다.

소매업자들이 자력으로 이익을 올리기 위해서는 케이스, 미디어, 기타 부속품을 추가하여, 처음부터 PSP Go 을 대량 번들 판매할 것을 우리가 제안하고 Pachter 는 동의했다

PSP 소프트웨어의 수익은 전체 소프트웨어 수익의 약 4% 밖에 되지 않기 때문에(2009 년 5 월에는 약 1800 만 달러일 것이다), 대부분의 대규모 소매업체는 UMD 판매실적의 하락을 받아들이고 고급 소비자용 전자제품으로서 PSP Go 를 눈에 잘 띄는 곳에 쌓아둘 것이다

(일화로, Target, Wal-Mart, Best Buy 와 같은 몇몇 소매업체에서 PSP 진열공간이 상당히 줄어들었다는 것을 목격했다. 디지털 배포 PSP Go 는 그 공간에 잘 맞을 것이다)

더 비싼 물건을 사고자 하는 기존(아마도 하드코어) PSP 소유자에게 PSP Go 는 잘 팔릴 것이라고 Pachter 는 설명했다. 그 결과, 소니는 출시할 때 이들로부터의 수익을 최대화하기 위해 그 시스템의 가격을 책정했다고 생각하며, 소니 측도 같은 시도를 할 것이므로 소매업자들의 그 시스템 번들은 시스템의 가격을 훨씬 더 높일 것이다.

[평소와 같이, 비디오게임 업계 데이터를 매달 발표하는 NPD 그룹에 매우 감사한다. 또한 자사의 업계 분석을 해 준 Wedbush MorganSecurities 의 분석가 Michael Pachter 와 Cowen

*& Company 의 Doug Creutz 에게 감사한다. 마지막으로 가마수트라 의 동료들과 많은 유익한
논의를 해 주신 NeoGAF 의 코멘터들에게 매우 감사한다.]*