

□ 2010년 최신 모바일 게임 동향

◦ 출처 : 모바일 엔터테인먼트 (2010/01/19)

주요내용

• 모바일 미디어

- 유럽과 미국 시장을 비교했을 때 미국 소비자의 35%가 모바일 미디어를 적극적으로 사용하는 사용자들로 분류되면서 이 사람들은 핸드폰으로 웹 브라우징을 하고 다운로드를 받는 등 핸드폰을 통해서 미디어를 활발히 이용함
- 유럽에서는 소비자들의 약 27%가 이런 모바일 미디어 사용자로 분류되면서 미국보다 적은 수의 소비자들이 핸드폰으로 미디어를 이용하지만 유럽 소비자들은 SMS 사용을 미국 소비자들보다 더 적극적으로 하는 것으로 나타남, 유럽 소비자들의 58%가 SMS를 사용하는 반면 미국 소비자들은 31%가 SMS를 사용함, 미국 소비자들이 유럽 소비자들보다 모바일 미디어를 더 활발히 이용하는 이유는 무한대의 데이터 요금과 함께 제공되는 3G 스마트폰이 더 널리 보급되고 스마트폰이 유럽보다 미국에서 더 많이 사용되기 때문임
- 2006년도에 미국과 유럽 모두 모바일 미디어 사용량은 약 26%로 비슷했지만 유럽에서는 2007년도에 비싼 데이터 요금으로 사용량이 급격히 감소한 반면 미국에서는 계속 증가해서 사용량이 약 35%까지 오름
- 최근에는 유럽에서도 모바일 미디어 사용이 다시 증가하고 있는 추세로 모바일 미디어를 사용하는 평균 연령대는 33세이고 총 사용자의 40%가 여성인 것으로 나타남, 그러나 모바일 게임 부분에서는 남성과 여성 사용

자 모두 골고루 사용하는 것으로 나타났고 게임을 구매하는 평균 연령대는 31세임, 연령층이 낮은 사용자들은 그들 고유의 벨소리를 제작하고 친목 도모 네트워크 서비스를 사용하며 음악을 감상하는 등 자유자재로 다양하게 이용함

- 유럽의 총 모바일 미디어 사용자들 중 약 9%는 아이폰(iPhone)을 사용하고 총 핸드셋의 20%는 모바일 미디어 사용자들 중 약 79%를 차지함
- 흥미롭게도 유럽 주요 5개국 시장에서 모바일 미디어 사용을 위한 가장 인기가 많은 장치는 **노키아(Nokia)의 5800 Xpress Music**로 아이폰(9%)과 비교했을 때 노키아의 이 모델은 모바일 미디어 사용자들 중 약 34%가 사용하고 있다고 나타남
- **모바일 미디어 산업에게 모바일 친목 도모 네트워킹은 크게 중요한 자리로 남아있고 그 이유는 친목 도모 네트워킹이 사람들이 모바일 미디어를 사용을 권장하는 큰 작용을 하고 있기 때문**, 페이스북(Facebook)을 모바일로 사용하는 모바일 미디어 사용자들은 하루에 평균적으로 약 3.3번 페이스북을 방문하고 약 24분을 소비함, 반면 컴퓨터로 페이스북을 사용하는 PC 사용자들은 평균적으로 하루에 약 2.3번 방문하고 27.5분을 소비함

• 모바일 게임

- 모바일 게임 산업은 현재 안정적인 속도로 성장 중에 있음, **유럽에서 게임을 다운로드 하는 사람들의 수는 해마다 23%씩 성장하고 있지만 게임을 구매하는 사람들은 큰 변화 없이 비교적 성장이 안정적임, 무료 게임을 다운로드 하는 사람들의 수는 30%까지 증가함**
- **게임 구매와 모바일 장치 소유 기간 사이에도 밀접한 관계가 있는데 새로운 모바일 장치를 구매한 지 얼마 되지 않은 소비자들은 그 중 약 5%가 게임을 구매한 적이 있었지만 18개월 이상 같은 모바일을 소유하는 소비자들 중에는 약 1%만 게임을 구매했다고 밝힘**
- 하지만 아이폰을 쓰는 사용자들 부분에서는 조금 다른 동향이 보이는데 아이폰을 새롭게 장만한 소비자들 중 약 16%가 게임을 구매를 한 것으로 나타났고 18개월 이상 아이폰을 소유한 사람들도 그 중 약 13%가 게임을 구입한다고 나타나면서 크게 차이가 나지 않는 것으로 밝혀짐
- **비슷한 특징과 소프트웨어 종류들로 구성된 안드로이드(Android)와 같은 많은 장치들이 소비자들에게 소개되면서 모바일 게임 산업을 위한 이런 모든 요소들이 다 같이 조화를 이루어 효과적으로 적용되면 총 수익은 급**

격히 증가할 것임

• 인구 통계 프로필

- 모바일 게임을 구매하는 소비자들의 종류로는 크게 두 개의 그룹으로 나눌 수 있으며 하나는 종합적으로 카드, 퀴즈, 아케이드, 글자 등의 캐주얼 게임을 구매하는 소비자들이고 다른 하나는 주로 낮은 연령층의 남자 아이들로 구성되어 복잡하고 게임적인 요소가 더 첨가된 게임(하드코어 게임) 구매하는 그룹임
- 애플(Apple)과 노키아(Nokia)가 모바일 게임 구매 분야를 장악하고 있는데 이 두 회사 모두 모바일 게임 구매자들을 위한 시장의 25%의 시장 주식을 가지고 있음, 미국에서는 애플이 27%로 시장의 좀 더 많은 부분을 차지하고 있음
- 유럽에서 모바일 게임 구매와 사용을 위한 핸드셋으로 가장 많이 판매되는 모델은 모두 아이폰으로 8GB 3G, 16GB 3G, 16GB 3GS, 32GB 3GS 순서이고 노키아의 5800 XpressMusic이 그 뒤를 이어 다섯 번째로 가장 많이 판매됨
- 다운로드 통계에 따르면 페이스북이 미국에서 가장 많이 다운로드 된 아이폰 어플리케이션이고 샤잠(Shazam)은 유럽에서 가장 많이 다운로드 된 어플리케이션임, 그리고 영국에서는 특히 칼링의 아이포인트(Carling's iPint)가 많이 다운로드 됨
- 유럽의 주요 5개국 시장에서 가장 많이 판매된 아이폰 유료 게임들 탑 5는 아래의 순서와 같음

- i. Crash Bandicoot Nitro Kart 3D (Vivendi)
- ii. Texas Hold'em (Apple)
- iii. Flick Fishing (Freeverse)
- iv. Cro-Mag Rally (Pangea)
- v. Super Monkey Ball (Sega)

- 아이폰을 사용하는 유럽 소비자 한 사람당 평균적으로 약 21개의 어플리케이션과 11개의 게임을 다운로드 받는다고 나타남

• 모바일 광고

- EA가 2009년 11월 영국의 모바일 광고 분야에서 가장 큰 광고자였고 계

임 회사들이 광고에 지출을 하면서 현재 모바일 게임이 영국의 모바일 광고 부분에서 두 번째로 가장 큰 부분을 차지하고 있음

- 게임 산업 분야에서는 소비자들이 어느 특정의 모바일 인터넷 사이트에서 게임을 구매할 수 있는 다른 사이트로 자연스럽게 이동할 수 있도록 크고 작은 다양한 적극적인 활동이 이루어지고 있음
- 영국의 18~34세 연령층의 남자들 중 60% 이상이 모바일 미디어를 사용하기 때문에 모바일 게임 회사들은 이 인구 연령층을 겨냥한 모바일 배너 광고를 이용함, 다른 브랜드들도 이런 방법으로 광고를 시작하고 있고 처칠 보험(Churchill Insurance), 다이렉트 라인(Direct Line), Natwest 은행과 같은 기관들도 배너 캠페인을 사용함
- 애플의 앱스토어(App Store)가 2009년에 다운로드 된 모든 모바일 어플리케이션들 중 약 99.4%를 차지했고 블랙베리 사용자 한 사람당 평균보다 더 많은 게임들을 구매한다고 나타남