



※ 본 기사는 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

NPD : 2010년 4월의 비디오게임 시장 분석
(NPD: Behind the Numbers, April 2010)

매트 매튜스([Matt Matthews](#))

가마수트라 등록일(2010. 05. 17)

http://www.gamasutra.com/view/feature/4420/npd_behind_the_numbers_april_2010.php

[가마수트라 애널리스트인 매트 매튜스가 NPD U.S 4월의 콘솔 소매 판매와 관련된 분석을 시행하였다. 26%의 큰 폭의 감소세의 이유와 향후의 전망에 대하여 분석한다.]

한 달 정도의 숨돌리기 이후, NPD 그룹에서 발표한 최근의 비디오게임 소매 수치는 거의 모든 부문에서 하락한 것으로 나타났다. 소프트웨어 판매에 있어서 약간 증가하고, 콘솔 하드웨어 판매가 적당히 이루어졌을 것이라는 기대가 있었기 때문에 이러한 결과에 의구심이 들었다.

최종 기록에서, 4월 소프트웨어 판매는 22% 하락했고, 하드웨어 판매는 16% 하락했다. 지난 달 안정적인 성장을 했던 액세서리 부문에서도 거의 9%가 하락했다.

조사를 시행하면서, 몇 가지 핵심적인 의문사항이 발생했다. 도대체 4월 소프트웨어 판매에 무슨 일이 일어났는가? 하드웨어 판매가 이렇게 더딘 것은 왜 일까? 4월의 결과로 예상할 수 있는 5월 실적은 어떠할까?

참혹한 세부 사항

기존의 하드웨어 판매의 기록에서는 4월이 최고였지만, 이번에는 금액적으로 1억 4,300백만 달러, 퍼센트로는 37%로 급감하였다.

이전에 여러 번 설명했던 바로는 콘솔 하드웨어기의 가격 하락이 지난 몇 달 동안의 하드웨어 수익을 감소시켰다고 할 수 있다. 그러나 이러한 막대한 감소에 대해서는 이 한가지의 이유로 설명할 수는 없을 것 같다.

사실, 하드웨어 평균 가격이 2009년 4월에 비하여 2010년 4월에 조금 상승하였다는 것을 명기할 필요가 있다. 가격이 올랐다는 것이 불가능해 보일 수 있는데, 소니 플레이스테이션 3와 닌텐도 wii가 작년에 가격을 내렸지만, 소비자들이 Xbox360 모델을 더 많이 선택하였기 때문에 전반적인 가격은 상향되었다는 것이 설명력을 가진다.

2009년 4월의 현 세대 하드웨어는 전체 하드웨어 중 33%를 차지하고 있었지만 2010년 4월에는 53%가 넘었다. 하드웨어 가격이 200 달러 가량이라고 하였을 때, 늘어난 비중 만큼 하드웨어 범주에서 평균 가격을 향상시켰다.

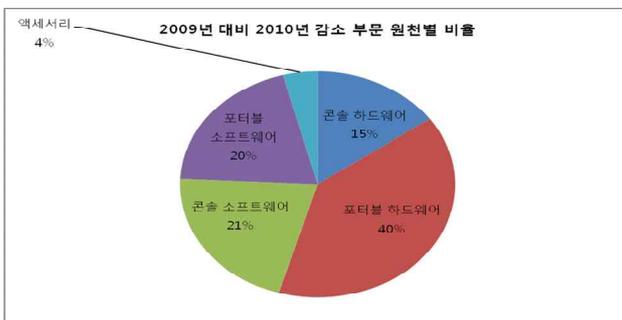
소프트웨어 분야에서는 22%가 하락했다고 알고 있지만, 풀 스토리는 조금 더 복잡하다. Wedbush Securities의 애널리스트인 Michael Pachter에 따르면, 소프트웨어 가격은 2009년 4월에 비해 7.3%가 올랐고, 이에 따라 판매 가격으로만 따져 본다면 판매된 수량은 22% 이상으로 감소했음을 알 수 있다. 줄잡아 소프트웨어 판매는 25% 하락했다고 할 수 있다.

NPD 그룹의 애널리스트 Anita Frazier의 분석에 의하면, 포터블 하드웨어, 소프트웨어 및 액세서리를 포함한 포터블 부문이 전체 수익의 하락 금액인 2억 6,800만 달러의 1억 6,000만 달러를 넘었다고 한다.

지난 5월, 닌텐도에서 발표한 Nintendo DSi와 Nintendo DS Lite의 판매량과 같은 달 NPD 그룹에서 발표한 PSP 하드웨어 판매량과 하드웨어 가격 추정치를 근거로, 감소한 수익의 1억 달러 이상이 포터블 하드웨어 부문에서 발생했다는 것을 알 수 있다.

2009년 4월부터 2010년 4월까지의 포터블 액세서리가 1천만 달러 이상의 수익 감소를 차지하고 있다고 추정되며, 포터블 부문의 소프트웨어 수익 감소는 5천만 달러 이상이라고 할 수 있다.

우리가 알고 있는 하드웨어, 소프트웨어 및 액세서리 부문의 각각의 손실을 근거로, 우리는 다음의 그림과 같은 추정치를 만들 수 있다. 아래의 수치는 2010년 4월에 2억 6,800달러의 손실이 각각의 게임 부문에서 얼마만큼의 손실로 빚어진 결과인가를 나타낸다.



아래의 표에 더 자세한 사항을 덧붙였는데, 위의 수치에서 핵심적인 손실은 콘솔 소프트웨어 부문에 의한 것이라고 생각한다. 포터블 부문은 손실 타격이 가장 커 보이지만, 더 작은 시장이다. 콘솔 소프트웨어 부문은 6 천 만개 이상이 인스톨되어 있는 강건한 시장이지만, 판매량은 건강한 콘솔 소프트웨어 시장의 소매 분량에 강한 인상을 남겨주지 못할 정도이다.

아래의 표는 NPD 그룹의 2010 년 4 월 보고서에 근거한 월별 및 회계연도 기준의 수익을 요약한 것이다.

2010 년 NPD 데이터

	2009 년 4 월	2010 년 4 월	2009 년	2010 년
전체	\$1,033.9	766.2(-26%)	\$5,289.9	4712.9(-11%)
하드웨어	\$392.3	249.3(-37%)	\$1,830.4	1469.9(-20%)
소프트웨어	\$512.0	398.5(-22%)	\$2,726.3	2496.1(-8.4%)
액세서리	\$129.6	118.4(-8.6%)	\$733.1	746.9(+1.9%)

단위 : 백만달러

위의 표에서 볼 수 있듯이, 지금까지 올해 성장세를 보이는 부문은 액세서리 부문뿐이다. 이것이 변하고 있는 시장에 대한 그림을 그려볼 수 있게 하는 단서가 될 지도 모른다.

위의 수치는 미국 시장의 소매 수익에 관한 것이다. 그리고 Xbox360, wii 및 플레이스테이션 3 의 온라인 스토어를 통해 판매되는 소프트웨어나 다운로드가능한 콘텐츠의 판매량은 반영되지 않았다.

소프트웨어 어떤 일이 발생했나?

우리의 추정치에 따라, 1 천만 달러 이상의 4 월 손실은 소프트웨어 판매의 감소의 영향이 크다고 할 수 있는데, 이에 대한 여러 가지 설명이 가능한데, 각각의 세부 사항을 짚어 보기로 한다.

- **부활절** - NPD 그룹의 Anita Frazier 에 따르면, 부활절 시기가 판매에 영향을 미쳤을 것이라고 한다. 부활절 일요일 이전의 토요일이었던 4 월 3 일까지의 보고된 2010 년 3 월 NPD 조사 결과에 기록된 판매량은 비디오게임 관련된 선물을 구매한 성인의 판매량이 포함되어 있다. Wedbush 의 Michael Pachter, EEDAR 의 Jesse Divnich, Cowen & Company 의 Doug Creutz 도 같은 의견을 피력했다.

우리는 위에서 언급된 전문가의 데이터 소스 보다 적은 데이터에 접근했기 때문에 전문가 의견을 따랐다. 그러나 우리가 접근할 수 있는 데이터를 살펴 본 결과 몇 가지 의문점이 생겼다. 예를 들어, 주간 소프트웨어 수익이 2005 년, 2007 년, 20090 년, 2010 년의 부활절이 있던 달 동안 감소하였다. 2005 년, 2007 년, 2009 년의 세 해 동안에, 소프트웨어 수익은 부활절 이후에도 계속해서 감소하였다.

반면에, 2006 년, 2007 년, 2008 년의 부활절 달은 소프트웨어 수익이 매우 증가하였다.

- **닌텐도 wii** - EEDAR 의 Divnich 는 다른 게임에 비하여 닌텐도 게임이 부활절 판매로부터 더 많은 수익이 발생했다고 하였다. 닌텐도의 소프트웨어 시장에서의 우세한 위치로 판단하건데, 그들의 손실이 전반적인 산업계의 일반적인 상황으로 받아들여 질 것이다.

이것을 근거로 할 때, 닌텐도는 부활절 이후에 소프트웨어 판매를 확대하는데 어려움이 있었음을 알 수 있다. Wedbush 의 Pachter 는 2010 년에 들어 평균적으로 wii 를 가진 사람들이 2 개 미만의 소프트웨어를 구매했을 것이라고 제시했다. 그는 이 수치가 “전례없는” 상황이라고 하였다.

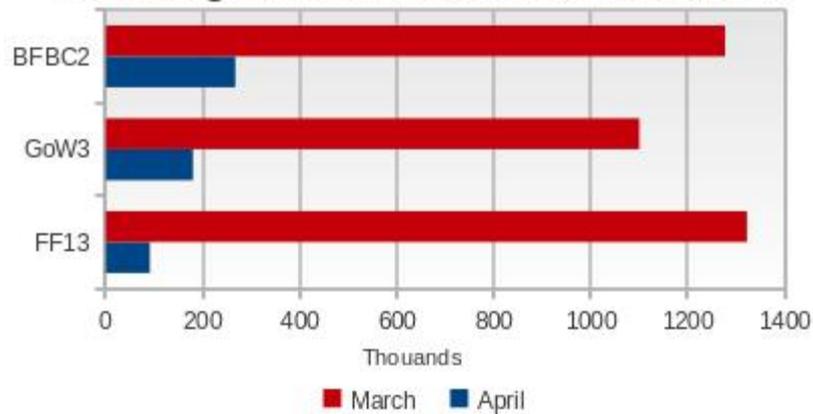
Pachter 의 월간 리포트에 의하면, wii 소프트웨어는 2010 년에 들어 연간 비교를 통해 볼 때 부정적인 성장을 해 왔다고 한다. Wii Sports Resort 는 새로운 wii 시스템을 필요로 하고 있어, Pachter 는 wii 하드웨어 판매가 강화될 것이지만 소프트웨어 판매는 패키지에 포함된 소프트웨어로 인해 감소할 수 있다고 한다.

- **중고 싱글플레이어 게임** - Cowen & Company 의 Creutz 는 4 월의 감소가 3 월의 새로운 소프트웨어 출시로 인한 판매량 감소라고 분석하였다. NPD 의 Frazier 도 이 의견에 동의하였는데, 3 월부터 4 월까지 새 타이틀이 75% 줄어들었고, 2009 년 3 월에서 4 월까지의 같은 기간의 수치는 54%였다.

그러나 Creutz 는 3 월의 *God of War III*, *Final Fantasy XIII* 의 싱글 플레이어의 특성이 4 월의 판매에 영향을 준 이유가 소비자가 새 타이틀을 구매하기 보다는 중고 타이틀을 구매하려는 경향이 있었기 때문이라는 분석을 하였다.

그는 또한 *Battlefield: Bad Company 2* 는 강한 멀티플레이어 요소를 가지고 있고, 3 월 초에 출시되어 다음 달까지 판매량이 높아 싱글 플레이어인 2 개의 게임 보다 4 월 판매량이 많았다고 분석하였다.

Declining Sales of March 2010 Releases



이 특정한 예의 주요한 약점은 *God of War III*가 첫달과 비교하여 두번째 달에 84% 감소한 반면, *Battlefield: Bad Company 2*는 79% 감소하였다는 것이다. 이 두 게임의 차이가 더 강하게 나타났다면 이 주장이 조금 더 설득적으로 보일수 있을 것이다.

- 4 월 소프트웨어 판매 감소에 대한 이러한 설명이 가능한 가운데, 우리는 우리가 분석한 바를 조금 덧붙이겠다.

닌텐도 DSi 론칭 - 2009 년 4 월에 닌텐도 DSi 가 한달 동안 판매되었다. 그리고 닌텐도에 따르면, 그 기간 동안 828,000 대의 기기가 팔렸다. 새로운 닌텐도 DSi XL 이 2010 년 4 월에 상대적으로 잘 판매된 반면, 거의 600,000 이상의 닌텐도 DS 기기가 2009 년 4 월에 판매되었다.

이를 통해, 지난 해 4 월 닌텐도 DSi 에 의해 발생한 소프트웨어 수익이 최소 2 천만 달러이고, 이 금액이 올해 새로운 시스템 소프트웨어 구매로 만회되지 않았다고 할 수 있다. 이 사실만으로도 전반적인 소프트웨어 수익 감소의 20% 정도를 차지하고 있으며, 포터블 소프트웨어 부문 그 자체에서는 36% 감소분을 차지한다.

Modern Warfare 2 자극 - NPD 그룹의 2010 년 4 월 보고 기간은 Xbox360(3 월 30 일), 플레이스테이션 3(5 월 4 일)이 출시한 Infinity Ward 의 Call of Duty : Modern Warfare 2 에 의해 일괄적으로 끝났다. 추가적인 비용은 15 달러였고 Activision 은 Xbox360 하나 만으로, 첫 주의 전세계 다운로드로 2 백 5 십만 달러가 판매되었다고 발표했다.

EEDAR 의 Divnich 의 이전 언급에서, 이 중 60%가 미국에서 다운로드 되었다고 추정할 수 있으며, 상이한 론칭 시기 동안인 5 주동안 3 천만 달러가 발생했다고 할 수 있다.

3 천만 달러는 2010 년 4 월 동안의 소프트웨어 소매 수익의 10% 정도가 될 것이고, 2009 년 4 월에서 2010 년 4 까지의 소프트웨어 판매 감소분의 25% 정도이다.

기간이 완벽히 동일하지 않다고 하더라도, Modern Warfare 2 에 소비한 15 달러로 인해 다음 게임을 구매하는 것을 늦추었다고 하기는 어렵다.

게다가, 이전에 소프트웨어를 소비한 소비자의 돈이 액세서리 부문으로 고려되어 질 수 있다고 판단된다. NPD 그룹은 콘솔 스토어의 포인트 판매와 Xbox Live 월이용 카드 판매를 추정하였다. 이전에 소프트웨어 분류되었던 수익 부문의 이동으로 액세서리 부문이 2%의 증가를 보인 것을 쉽게 설명할 수 있다.

물론, 요인화 될 수 있는 더 큰 온라인 시장이 있다. NPD 의 미국 소매 판매 추정은 페이스북 게임 마이크로트랜잭션과 같은 주요한 온라인게임 부문을 고려하지 않고 이루어졌다. 이 부문은 수익 발생을 추적하기 어려운데, 소매 게임의 비용과 같이 전반적인 수익이 빠르게 증가될 것이라고 판단된다.

지금까지의 분석은 2009 년 대비 2010 년 소프트웨어 수익이 상대적으로 감소한 것에 대한 설명이었다. 이 분석의 일부나 또는 전체가 시장 상황을 설명하는 요소가 될 수 있다고 본다.

하드웨어에 무슨 일이 있었나?

4 월에 소프트웨어의 하락과 동시에 하드웨어 역시 어려운 시기를 보냈는데, 1 천 2 백만 개 이하의 판매량을 보였다. Wedbush 의 Pachter 와 EEDAR 의 Divnich 의 예상 추정치였던 1 천 6 백만개에 훨씬 미치지 못했다.

소니의 오래된 기기는 특히 판매량이 저조하였고, 플레이스테이션 포터블만이 65,500 개 팔렸으며, 플레이스테이션 2 는 4 월 한달 동안 이 판매량에도 미치지 못했다. Wedbush 의 Pachter 에 따르면, PSP 와 PS2 는 기대 이하에 머물렀고, 작년과 비교하여 각각 50%, 70%의 판매량 감소를 보였다고 한다.

플레이스테이션 2 판매는 NPD 그룹이 더 이상 보도자료를 통해 기록을 제공하지 않을 정도로까지 감소하였다.

이는 NPD 그룹이 마이크로소프트의 오리지널 Xbox 와 닌텐도의 게임큐브를 2006 년에 더 이상 보도자료를 내지 않았던 때를 연상시킨다. 이 게임기들은 한달 동안 50,000 대 이하의 판매량을 보이게 되면서 이러한 결과를 초래하였다.

아래의 수치는 PS2의 판매가 작년 대비 달라졌음을 보여주고 있는데, 각각의 바는 매월의 평균 주간 비율을 나타낸다.



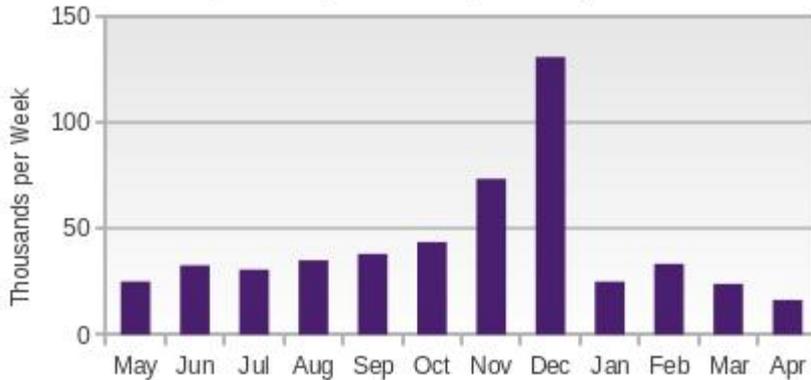
4월 이전에, PSP 소프트웨어 판매는 꽤 부진했는데, 특히 천 7백만 개의 기기가 판매된 것과 비교한다면 훨씬 더 부진했다고 할 수 있다. 하드웨어 판매의 급락으로, 상황은 견잡을 수 없이 어려워졌다. 4월 한달 동안 매 2주마다 소매점에서 평균 3개 미만의 기기를 팔았다는 것이다. 온라인 판매로 매주 1개의 기기를 판매하였고, 때로는 그 이하일 때도 있었다.

소니의 선택은 무엇일까? 우리는 오랫동안 PSP 후임 모델이 2010년 중에는 발표되어야만 한다고 제안해왔다. 실질적인 기기의 론칭이 2010년 말이나 2011년 중반에 이루어진다고 하더라도 말이다. 또 다른 선택은 금욕적으로 어려운 일을 계속해 나가면서 UMD와 PSN 플레이스테이션 스토어의 소프트웨어를 계속해서 제공하는 것이다. 이렇게 하지 않으면, PSP 브랜드를 지키지 못하게 될 것이고, 이는 더 심각한 악화를 초래할 것이다.

아래의 수치는 PSP 판매가 지난 12개월 동안 변화해 온 것을 보여준다. 2010년 4월의 판매 실적이 가장 저조한 결과를 초래했다.

Last 12 Months of PSP Hardware Sales

Average Weekly Rates, May 2009 - April 2010



소니 플레이스테이션 3 가 32% 성장세를 보였지만, 181,000 의 월간 판매량은 산업계의 기대에 미치지 못했다. 4 월 판매량에 대하여 SCEA 대표 Jack Tretton 은 올해 초의 부진한 PS3 판매의 주 요인으로, 회사가 제시해왔던 하드웨어 부족이라는 언급을 하지 못했다. 소니는 분명히 2010 년에 좋은 기록을 내었다. NPD 의 Frazier 는 PS3 가 유일하게 성장을 기록한 부문이지만, 그 하드웨어도 지체되고 있다고 밝혔다.

소니가 대표 기기를 2 월에 매 주 90,000 대 판매하다가 4 월에는 45,000 대를 판매하게 되었는지를 잘 설명할 수 있다면, 우리는 이것을 흥미롭게 들어줄 것이다. 아마도 회사는 여전히 하드웨어를 소매업자에게 전달해 주는 것에 어려움을 겪고 있는 듯 하다. 운이 좋게도, 회사는 5 월, 6 월, 7 월에 매우 저조한 비교치를 가지고 있고, 적어도 8 월까지는 작년과 대비하여 판매량 증가를 보여줄 수 있을 것이다.

마이크로소프트의 Xbox 360 은 1 사분기에 또 다른 기록을 세웠는데, 2009 년의 같은 기간의 기록과 비교하여 저조하지 않았다는 것이다. 이달 말에, 기기는 2 천만대의 장벽을 넘어섰고, 이 글을 쓰고 있는 동안에도 중요한 단계를 넘어설 것이라는데 의심의 여지가 없다. 소니 PS3 판매가 향상되었다고 하더라도, Xbox 360 은 주요 경쟁자를 이기고 선두를 지킬 것으로 보인다.

전통적인 시각에서는 마이크로소프트가 갑자기 기기의 가격을 올릴 수 있다고 생각하고 있고, 올해 말 경에 필요할 때 이러한 영향력을 실행할 것으로 생각된다. 특히 Natal 이 올해 말에 번들로 기기에 포함된다면, 이것이 합리적이라고 생각한다.

닌텐도의 wii 는 2009 년 중반 이래로 최하의 판매성적을 보였으나, 새로운 하드웨어 번들이 같은 기간 내에 기기 판매를 강화하게 될 것으로 보인다.

닌텐도 DS 플랫폼과 Lite, DSi, DSi XL 을 살펴보면, 2010 년 4 월의 결과는 매우 고무적이다. Pachter 와의 담화에서, 그는 닌텐도 DSi XL 판매가 한달 동안 PSP 판매 수준의 3 배 정도를

넘었다고 밝혔다. 3월에 출시 때 보여준 시스템 판매 보다는 저조하였지만, 신규 모델의 더 커진 스크린과 이에 상응하는 190 달러 이상의 가격이 플랫폼 판매의 40% 이상을 차지하였다 결과에 인상 깊었다.

정확한 하드웨어 판매 감소가 공개적으로 밝혀지지 않았다 하더라도, 닌텐도 DS 플랫폼이 2004년 론칭하였던 때의 가격인 150 달러 보다 적어도 8 달러 인상된 평균 가격으로 판매되고 있다고 추정할 수 있다. 지금까지 첫 출시 이후에 5년 이상이 지난 때까지 가격을 이 이상 인상한 콘솔이나 포터블 기기가 없었다.

5월에 대한 일부 낙관적 전망

4월의 나쁜 소식은 여러 가지였다 : 소프트웨어는 작년 대비 20% 이상 하락하였고(전체 수익이나 전체 판매 대수로 추정한 결과) 하드웨어는 35% 이상 감소하였다(전체 수익이나 판매 대수로 측정한 결과). 4월의 결과가 뜻밖의 결과물일 수 있다는 견해가 있어, 5월의 결과가 2010년의 1-3월까지의 결과와 비슷해 질 것이라 보인다.

첫째, Wedbush의 Pachte가 전하는 말로, 5월에 출시하는 소프트웨어가 “모든 사람을 위한 어떤 것”을 제공할 것으로 보인다. *Super Mario Galaxy 2*와 *Alan Wake*와 같은 독점적으로 인기 물이를 할 것 같은 타이틀이 매 달 출시되는 것은 아니다.

2010년 5월의 소프트웨어 출시에 대한 유일한 걱정 거리는 충분히 인기를 끌만한 게임도 소비자에게 외면당했던 2008년의 가을 상황이 되풀이 되어서는 안 된다는 것이다.

애널리스트들은 5월 소프트웨어 수익이 작년에 비해 15-30%이상 상승하고, 유의미한 성장을 기록할 것이라고 의견 일치를 보고 있는 듯 하다. 그러나, 다른 문맥에서 이 추정을 보자면, 30%의 성장률이 2010년 5월이 여전히 올해 소프트웨어 판매에 있어서 두번째로 저조한 달이 될 것이라는 것이다(물론 4월에 뒤이은 두번째).

하드웨어 판매가 작년의 수준으로 되돌아 오고, 액세서리 판매가 어느 정도의 성장으로 전체 업계 수익에 보탬이 된다고 하더라도, 작년에 비해 15% 오른 10억 달러 정도에 수익이 미칠겠지만, 2010년 1월과 2월에 비하면 저조한 실적이 될 것이다. 이 추정은 소프트웨어 판매가 30% 성장한다는 시나리오 기반한 것이다.

근본적으로 우리는 소매 산업계가 정점에 달해왔고, 수익은 NPD 그룹의 소매 추정치로 측정되지 않는 다른 부문으로 달아나 버렸다는 점에 우려를 나타내고 있다.

우리는 Cowen & Company의 Doug Creutz가 소셜 네트워킹 사이트의 게임, 아이폰 게임, 다운로드 가능한 콘솔 게임과 다른 소매 형태가 4월의 저조한 판매에 대한 설명력을 가진다는

한 분석에 동의한다. 이러한 요인의 영향력은 충분히 양적으로 검토되지 않았지만, 소매 시스템에 공격적으로 큰 타격을 주고 있지 않다고 자신할 수 없다.

하나의 외부 요인이 현 상황의 콘솔/포터블 게임 시장에 위협을 가하지 않는다고 하더라도, 전통적인 게임 플랫폼이 외부의 경쟁 상황으로부터 수천 가지의 좌절을 겪게 된다고 생각하는 것이 합리적일 것이다. 부가적인 소매 구매에 대한 장벽을 만들기 위해서는 소비자가 게임을 하는 시간이나 소비하는 돈을 충분히 감소시킬 수 있도록 하는 일이 필요하다. 그러나 소비가 완전히 격감되어서는 안 된다.

Call of Duty:Modern Warfare 2 DLC 를 가지고 이미 언급했듯이, 게임의 출시의 전체적인 효과는 온라인 판매의 가치를 쉽게 초과하였다. 소비자의 지출이 15 달러로 국한되었을 뿐 아니라 15 달러 구매로 할 수 있는 다른 일과 비교하여 게임에 할애하는 시간이 더 줄어들었다.

우리는 여기서 효과에 대해서 짐작하고 있는 중이다. 우리는 개방적으로 우리가 가외의 소매 시장의 중요성을 오해하고 있다는 것을 인정한다. 그러나 우리는 적어도 관련 있다고 생각되는 소매 회사로부터 데이터를 가질 수 있었다.

최신의 1 년 동안의 결과를 가지고 전문 소매업자 GameSpot 은 비즈니스 모델을 위협하고 있는 방법에 대하여 아래와 같이 의견을 제시하였다.

현재 차세대 비디오게임기에서 다운로드 할 수 있는 비디오게임 콘텐츠가 제한적이라고 하더라도, 향후에는 이 기술이 더 보편적이 될 것이다. 기술의 진보가 계속되어 새로운 형태의 브라우저와 캐주얼 게임 뿐만 아니라 비디오게임, PC 엔터테인먼트 소프트웨어 및 증가하는 게임 콘텐츠에 대한 소비자의 접근성이 확장된다면, 소비자는 더 이상 상점에서 비디오게임이나 PC 엔터테인먼트 소프트웨어를 구입하지 않을지도 모른다.

올해 3 월 말에 이루어진 기록은 GameSpot 이 심각하게 현 세대 콘솔의 다운로드 게임, 다운로드 가능한 콘텐츠와 캐주얼게임에 대하여 처음으로 언급한 시기였다. 세계에서 가장 큰 비디오게임 소매업자가 걱정하고 있다면, 이런 부문에서 발생하는 수익이 하찮지 않다는 것을 알 수 있다.

[항상 그렇듯이, NPD 그룹의 월간 비디오게임 산업 데이터의 제공에 감사한다. 또한 David Riley 와 Anita Frazier 의 도움에 감사한다. 부가적인 분석은 Michael Pachter 의 덕분인데, 그의 분석력과 훌륭한 답변 덕이었다. 이 리포트에 대한 Doug Creutz(Cowen & Co), Jesse Divnich(EEDAR)의 코멘트와 인사이트에 너무나 감사한다. 마지막으로 가마수트라 동료들에게 감사하고, 특히 정기적으로 많은 토론을 통해 코멘트를 주는 NeoGAF에 감사한다.]