



ISSUE PAPER

『2010년 25호 ‘주간 심층이슈’』



『아케이드게임 시장동향과 제 48회 어뮤즈먼트머신쇼』

○ 작성 취지

- 아케이드게임시장은 불경기 및 체험형 게임기 등장으로 매년 축소되는 상황임.
 - ‘어뮤즈먼트머신쇼’는 일본의 관련협회인 (사)일본어뮤즈먼트머신공업협회(JAMMA)와 전일본유원시설협회(JAPEA)가 공동으로 주최하고 있는 일본 최대 국제 아케이드 등 게임기기 전시회임.
 - 일본에서 가장 인기 있는 게임관련 전시회로는 도쿄게임쇼(TGS)가 인기를 모으고 있으며, 도쿄게임쇼가 콘솔게임으로 대표하는 패키지게임의 전시가 메인이라면, 어뮤즈먼트머신쇼는 게임센터, 쇼핑센터 등에서 볼 수 있는 아케이드 게임기기의 전시가 메인인 B2C 성격이 강한 전시회임
 - 이번 어뮤즈먼트머신쇼 참관을 통해 확인한 최근 일본의 아케이드 게임기기 트렌드 및 일본 어뮤즈먼트 시장 전반에 대한 고찰의 기회를 갖고자 함
- ※ 출처 : (사)일본어뮤즈먼트머신공업협회 실태조사 보고서 및 행사 참관

○ 작성 순서

1. 「일본의 어뮤즈먼트 시장 동향」
2. 「제48회 어뮤즈먼트머신쇼」 개요
3. 「제48회 어뮤즈먼트머신쇼」 행사구성
4. 「시사점」

1. 『일본의 아케이드게임 시장 동향』

□ 어뮤즈먼트산업계 시장 규모

○ 매출 현황

- 2009년도(2009년 4월~2010년 3월) 실태조사에 따른 시장규모 전체액

은 2조 8,780억엔으로, 본 조사개시 이래 최저치를 기록

☞ 작년도 시장규모는 3조 6,770억엔으로 전년대비 78.3% 규모로 하락

- 분야별로 보면 가정용게임기(하드&소프트)가 2조 2,041억엔으로 전년대비 75.8% 하락, 업무용 어뮤즈먼트산업계는 6,739억엔으로 전년대비 87.6%로 하락

☞ 업무용어뮤즈먼트산업계 : 게임기기 판매액+게임센터(코너) 매출액

- 가정용게임기관련 매출과 게임센터관련 매출을 단순 비교하면 약 3:1의 시장을 차지하고 있어, 한국과 같이 아케이드 게임기기와 소비자 이용 비율은 그리 높지 않음을 알 수 있음

○ 어뮤즈먼트산업계 시장규모 추이

(단위 : 억엔)

연도	2004	2005	2006	2007	2008	2009
업무용AM기기 제품 매출	1,806	1,992	2,234	2,191	1,962	1,696
게임센터 매출	6,492	6,825	7,029	6,781	5,731	5,043
소계	8,298	8,817	9,262	8,972	7,693	6,739
전년대비	101.7%	106.3%	105.1%	96.9%	85.7%	87.6%
가정용게임기(하드&소프트) 매출	9,200	13,647	18,264	30,189	29,077	22,041
전년대비	86.0%	148.3%	133.8%	165.3%	96.3%	75.8%
합계	17,498	22,464	27,526	39,160	36,770	28,780
전년대비(시장전체)	92.8%	128.4%	122.5%	142.3%	93.9%	78.3%

※ AM : 어뮤즈먼트(Amusement)의 약자

□ 어뮤즈먼트산업계 시장 현황

○ 시장의 악화

- 업무용 어뮤즈먼트기기 제품은 2006년을 정점으로 매년 매출이 하락하고 있는 추세임
- 반면, 가정용게임기 기기 및 소프트웨어 매출은 2007년 정점을 이루었는데, 2006년말 3세대 게임기로 대표되는 닌텐도의 체험형 게임기 Wii와 소니의 Blu-ray 플레이어 기능이 부과된 Play Station 3가 발매되며 이에 따른 히트게임이 등장하여 이례적인 매출 기록을 하였기 때문임.
- 업무용 어뮤즈먼트산업의 매출축소의 최대 원인은 경제악화에 따른 소비자하와 체험형 게임기의 등장으로 게임센터 집객감소 때문임.
- 향후 업무용 어뮤즈먼트기기의 성장은 기존의 게임센터뿐만 아니라, 대

형쇼핑몰이나 소규모 슈퍼마켓 등에 얼마나 많은 게임기기 등을 보급 .
확대시키는가가 최대 쟁점이 되고 있는 상황임

2. 『제48회 어뮤즈먼트머신쇼』 개요

□ 행사 성격 및 개요

○ 「행사성격」

- 어뮤즈먼트머신쇼는 올 해로 48회째를 맞는 일본에서는 가장 오래된 게임콘텐츠관련 이벤트로, 경제산업성 및 국토교통성의 후원을 받고 있는 B2C성향이 강한 이벤트임
- 각 참가사는 전국 어뮤즈먼트 시설에 설치되어 있거나 새로이 보급하고자 하는 새로운 어뮤즈먼트 기기를 발표하는 장으로 활용하기 위해, 상설 시연장 등을 운영하는 등 업계 관계자 및 게임센터 유저들에게는 매력적인 이벤트로 정착되어 있음
- 매년 소비지출의 저하와 체험형 가정용 게임기 보급으로 매년 시장은 줄고 있는 상황이고 부스 참가사도 줄고 있지만, 기존의 게임센터에 보급되는 게임기 이외에 다양한 체험형, 경품용 게임기기 등의 전시가 비교적 확대 전시되고 있는 상황임.
- 예년보다 눈에 띄는 전시물로서는 경품용 게임기기에 납품되고 있는 캐릭터상품을 들 수 있음

○ 「행사개요」

구분	내 용
행 사 명	제48회 어뮤즈먼트머신쇼 / The 48th Amusement machine Show
주 최	(사)일본어뮤즈먼트머신공업협회(JAMMA) 전일본유원시설협회(JAPEA)
후 원	경제산업성, 국토교통성, 일본경제신문사
개최테마	모두 놀자
개최목적	세계를 리드하는 일본의 어뮤즈먼트 엔터테인먼트산업의 종합전시회로서 동 산업의 진흥 및 보급을 목적으로 개최
개최일시	2010년 9월 9일(목) ~ 9월 11일(토) - 비즈니스데이 : 9일/10일(10:00~17:00) (업계관계자 초청 티켓 소지자 한정 참관) - 일반공개일 : 11일(10:00~17:00) (중학생 이상 : 1,000엔, 초등학생이하, 60세 이상 : 무료)
행사장소	마쿠하리멧세 4·5홀(치바 소재)
출 전 사	어뮤즈먼트머신 제조관련 기업, 어뮤즈먼트 시설관련 기업, 유원지 시설 제조관련 기업 (합계 37사)
U R L	http://www.am-show.jp

□ 주최 기관 개요

○ (사)일본어뮤즈먼트머신공업협회(JAMMA) 개요

기 관 명	(사)일본어뮤즈먼트머신공업협회(JAMMA) Japan Amusement Machinery Manufacturers Association
주 소	8F, Hiei Kudan Bldg., 3-8-11, Kudanminami, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0074, Japan
설립연도	1988년
회 장	사토미 하지메(里見 治 / Sega Sammy Holdings 회장)
전 화	+81-3-3556-5522
F A X	+81-3-3556-5524
회원사	총 80개사(2010년 5월 현재) - 정회원 : 61개사, 참조회원 : 19개사
U R L	http://www.jamma.or.jp

○ 전일본유원시설협회(JAPEA) 개요

기관명	전일본유원시설협회(JAPEA) Japan Amusement Park Equipment Association
주소	1002, Star Plaza Aoyama, 1-10-3, Shibuya, Shibuya-ku, Tokyo 150-0002, Japan
설립연도	1981년
회장	나카미치 야스노부(中道保信 / Sanoyas Hishino Meisho 전무)
전화	+81-3-3498-4767
F A X	+81-3-3498-0544

3. 『제48회 어뮤즈먼트머신쇼』 행사구성

□ 행사 구성

○ 「주요 행사장 구성」

- 전시회면적 : 13,590m² / 전시부스수 : 577부스

No.	구분	내용
1	아케이드 존	비디오게임기, 스티커프린터기, 시뮬레이션게임기, 경품머신, 메달게임기 등 일반 아케이드게임기
2	패밀리 존	초등학생 이하 또는 패밀리층을 대상으로 한 아케이드게임기와 승차머신, 유원지용 놀이기기
3	경품 존	경품머신용 경품
4	관련 존	어뮤즈먼트 및 엔터테인먼트 관련기기와 상품
5	출판 존	출판물

○ 「전시회 참가사 리스트」

- 총 34사 참가(코너별 중복은 제외)

구분	내 용
아케이드 존(16사)	RS, Amuzy, AQ인터랙티브, ABC, SOSHO, TOPRO, 후지전자, FURYU, PRO, MINE's, YUAI, LUCKY, 반다이남코게임즈, 타이토, 세가, RS, 카가어뮤즈먼트
패밀리 존(3사)	다카라토미, HOPE, A2 Lesure
경품 존(9사)	SK JAPAN, 후쿠야, 브레이크, 세가, 타이토, 반프레스토, EIKOH, FURYU, 시스템서비스
관련 존(6사)	아사히세이코, SANWA전자, 세이미츠, TOKEN, 히카리신세이, FIRST LOCK
출판 존(3사)	어뮤즈먼트산업출판, 어뮤즈먼트저널, 종합유니콤

○ 「전시회 운영 결과」

구분	2010	2009	비고
입장객수	합계 : 31,247명 비즈니스데이 : 19,638명 일반공개일 : 11,259명	합계 : 30,192명 비즈니스데이 : 18,599명 일반공개일 : 11,287명	1,055명 증가
취재자	350명	306명	44명 증가
참가사수	39사	34사	5사 감소
부스수	616부스	577부스	39부스 감소

※ 입장객수는 조금 늘었으나, 전반적인 업계 참가사 및 부스규모는 줄었음

○ 「주요 참가 부스 풍경」



행사장 전경(좌)

행사장 전경(우)



SEGA

각종 어뮤즈먼트기기 개발, 제조, 판매 및
어뮤즈먼트센터 기획, 개발
게임소프트웨어 개발, 판매



TAITO

어뮤즈먼트 시설 기획, 운영 및 경품사업
어뮤즈먼트기기 개발, 제조, 판매, 대여 및
어뮤즈먼트기기 유지보수 서비스
휴대폰, 인터넷콘텐츠 기획, 개발, 운영 및 서비스



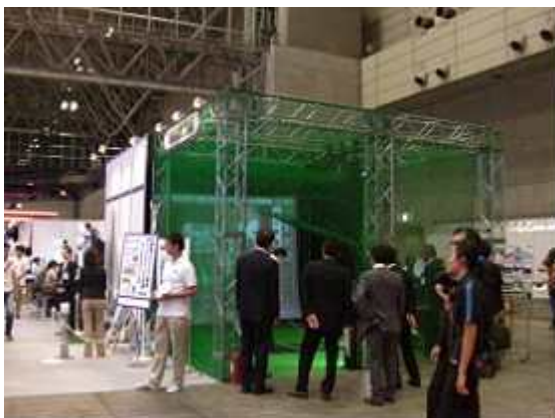
HOPE

어뮤즈먼트기기 기획, 제조, 개발, 판매 및 시설
기획, 설계, 시공, 운영업체



PRO

어뮤즈먼트기기 개발, 제조, 판매, 대여 및
어뮤즈먼트시설 운영업체



SEGA부스의 스크린골프게임코너
(Let's Go Golf)



R5

디지털다트게임코너로 온라인 연결 리얼타임 대전
및 랭킹 검색 가능

4. 『시사점』

- 저출산, 고령화, 경제불황 등 외적인 사회환경 변화와 더불어 가정용게임기의 하이테크화에 따른 보급확대로 게임센터, 유원지 등에서의 아케이드 게임기기 이용자가 줄고 있는 상황에서 이벤트 참가사수도 작년 39사 616부스에서 34사 577부스로 매년 행사규모가 줄고 있음
- 업계현황조사를 봐도 업계 매출은 높지 않은 상황에서 가정용게임기와 차별화된 게임기기 제조나 새로운 아이템 발굴에 관한 꾸준한 노력이 엿보이는 행사이나 해외로부터의 부스참가는 없었음
- 반면, 경품기기에 납품을 하는 라이선스상품 제조업체들의 부스 확대는 새로운 판로를 엿볼 수 있는 사례로, 한국의 아이디어상품이나 캐릭터상품 등의 라이선스 업체들의 부스참가는 향후 전략적으로 고려해볼 만함.