

## NPD: Behind the Numbers, March 2011

NPD : 2011년 3월 숫자들 뒤에 있는 것

작성자 : 맷 매튜스 [Matt Matthews](#)  
[[Business](#), [Console](#)]

가마수트라 등록일 : 2011년 4월 18일

닌텐도에서 새로운 3D 플랫폼 상품을 발매했음에도 불구하고, NPD그룹은, 2011년 3월 지난주 목요일 미국에서, 모든 콘솔과 핸드헬드(Handheld: 손에 쥘만한 크기의 컴퓨터)의 상품을 위한 비디오게임 하드웨어, 소프트웨어, 부속품 소매, 상을 위해 견적을 전년도 대비 4퍼센트 낮은 가격으로 내놓았다.

가장 중요한 숫자를 깨뜨리는 것에 더불어, 이번 달에 흥미로운 세 가지 특정 분야를 살펴보고자 한다. 우선, 닌텐도 3D 발매를 위한 하드웨어와 소프트웨어의 총계를 조사할 것이고, 그리고 그것을 역사적 맥락에서 살펴보고자 한다. 둘째로, 세 가지 큰 콘솔의 소프트웨어 단위 판매를 알아보고, 소프트웨어 중에서 최근 가장 성장한 부분인 댄스 게임들을 통찰력 있게 살펴볼 것이다. 특히 플레이스테이션3를 위한 가격 하락의 전망도 알아보겠다.

이러한 부분들에 들어가기에 앞서, 먼저 2011년 3월 달 중요 수입 총계를 잠시 살펴보도록 하자.

### 산업의 경향 한눈에 살펴보기

2011년 3월 소매 비디오 게임 산업의 가장 큰 성공부문은 전년도 수준에서 16퍼센트 줄어든 소프트웨어 부문이었다. 2.5 million 개가 이동하였던 Pokémon White/Black의 대거 발매에도 불구하고, 몇몇 눈에 띄는 다른 새로운 제목들이 특히 콘솔 상품 분야에 있었다.

소프트웨어의 성장 약세는 2010년 3월 전례 없는 상품의 발매에 비교하여 구성되어졌다 할 수 있을 것이다. 그 달에는 밀리언셀러 상품이었던 4가지 상품이 있었다. : 갓 오브 워 워(God of War III PS3), 파이널 판타지 (Final Fantasy XIII PS3/Xbox 360), 배틀 필드 (Battlefield), 배드 컴퍼니 (Bad Company 2 PS3/Xbox 360), 포크몬 소울실버/ 하트골드 (Pokémon SoulSilver/HeartGold NDS).

그것은 그렇게 중요한 일은 아니지만, 우리는 올해보다 낮은 소프트웨어 판매가 있었던 2007년 3월로 돌아가 상황을 살펴볼 필요가 있다. 아래의 수치는 콘솔 소프트웨어와 핸드헬드(손에 쥘만한 크기의 컴퓨터) 소프트웨어 판매의 하락을 보여주고 있다.

지난해 하드웨어 부문은 괄목할 만한 성장이 보여 졌고, 이는 오천만 달러에 달하는 판매수치를 올렸다. 더불어 새로운 닌텐도 3DS는 하드웨어 판매에서 억만 달러를 만들어내는 것을 제외하고도, 소프트웨어처럼 하드웨어는 해마다 판매수치가 내려갈 것 같이 보여 진다.

그리고 관례가 있었듯이, 부속품 부문은 13 퍼센트 혹은 \$28 million에 달하는 상당한 성장을 보여주었다. 이는 플레이스테이션 가계와 엑스박스 라이브 시장과 위(Wii) 판매채널에서의 판매와 부속품으로 인한 것이라 할 수 있다.



아래의 표는 2011년 3월과 근래 있었던 판매수치 결과를 요약한 것이다.

March 2011 Retail Data – At a Glance				
	March 2010	March 2011	YTD 2010	YTD 2011
Overall	\$1,530.6	\$1,471.2 (-3.9%)	\$3,983.9	\$3,931.5 (-1.3%)
Hardware	\$440.6	\$494.5 (+12%)	\$1,220.7	\$1,285.4 (+5.3%)
Software	\$875.7	\$735.4 (-16%)	\$2,116.1	\$1,912.8 (-9.6%)
Accessories	\$214.3	\$241.3 (+13%)	\$647.1	\$733.3 (+13%)
All dollar amounts in millions.			Source: NPD Group	

기록에서와 같이, NPD 그룹은 오로지 소매상을 포함한 수치를 보이는 언론 발표를 현재 분명하게 분류하고 있다. 그들은 분기별로 기타 소매상 판매 예상을 제공하고 있으며, 이는 모바일 게임, 다운로드 가능한 내용물, 간단한 게임들을 포함하고 있다. 그러나 그 판매수치들은 위의 표에 포함되지 않았으며 본 분석에서도 직접적으로 고려되지 않았다.

NPD 분석가 애니타 프레이저 (Anita Frazier)는 정보를 정밀하게 설명했다. 만약 시장의 모든 부문들이 고려된다면, 비디오 게임 콘텐츠의 판매총계와 사용된 판매, 실제적, 디지털, 간단한 온라인 게임까지의 모든 수치가 포함되어진 것이다.

## 3DS에 대한 전망

NPD 그룹에 의해 최근 소매상 견적을 닌텐도의 새로운 핸드 헬드, 3DS가 시장에 나온지 처음 일주일을 포함한 것으로 발표되었다. 최근 미국 비디오 게임 산업은 새로운 게임을 할 수 있는 하드웨어 발매가 2006년 11월에 포착되었는데, 이는 소니의 플레이스테이션 (PlayStation)3 와 닌텐도 위 (Nintendo Wii)가 그해 추수감사절 직전에 발매되어진 것이다.

250불정도의 가격으로 특별한 안경은 필요도 없는 인상적인 3D화면에서 스포츠를 즐길 수 있는 새로운 핸드헬드는 새로운 3DS 소프트웨어와 이전에 나왔던 닌텐도 DS/DSi 시스템에 맞춰 설계된 소프트웨어 두 가지 모두에서 작동이 되어 진다. 미국에서 발매된 직후, 미국 닌텐도 회사는 말하길 3DS는 회사 역사상 어떠한 핸드헬드 시스템보다도 첫 날 가장 잘 팔린 상품이며 이후 실제 판매수치도 내려가지도 않았다고 한다.

NPD그룹은 견적을 발표했을 때, 닌텐도가 언론에 공식적 일주일 판매총계가 사십만 개보다 약간 못되는 수치였고, 바클레이 캐피탈(Barclays Capital) 분석가 하루카 모리(Haruka Mori)는 정확히 398,000 이른다고 하였다. NPD 그룹 분석가 애니타 프레이저(Anita Frazier)에 의하면, 가장 많이 팔린 3DS게임은 캡컴(Capcom)에서 나왔던 슈퍼 스트리트 파이터 4 3D 에디션(Super Street Fighter IV 3D Edition)이었다고 한다.

가마수트라에 뒤따르는 평에 따르면, NPD그룹은 미국의 100,000 개의 SSF43DE 판매를 추가 시켰다고 하였다. 결과적으로 닌텐도부터 3자 게임, 모든 다른 게임들은 그 수준보다 낮게 팔렸다고 하였다.

시스템 발매에 대한 평으로는, 웨드부시 시큐리티(Wedbush Securities)분석가 마이클 패처 (Michael Pachter)는 말하길 3DS 소프트웨어 판매는 “참담한” 수준이며 “문자 그대로” 일 대일로 붙인 비율이었다고 한다. 즉, 각개의 새로운 3DS 소유자는 새로운 게임을 평균적으로 한 개씩은 구매했다는 말이다.

우리는 이를 평균 20,000개보다 적게 판매된 15을 셀 수 있는 남겨진 발매 제목을 뜻한다고 할 수 있다.

3DS 발매에는 기본적인 사실이 있는데, 우리는 이를 두 가지 요점으로 조사할 것이다. 첫째는, 3DS 발매가 어떻게 다른 이전 핸드헬드 상품들과 비교될 것인가이다. 특히 소니 PSP와 닌텐도 DS 시스템과 비교했을 경우이다. 그리고 나서 우리는 앞으로 조만간 나올 3DS에서 무엇을 기대할 수 있을지 살펴보겠다.

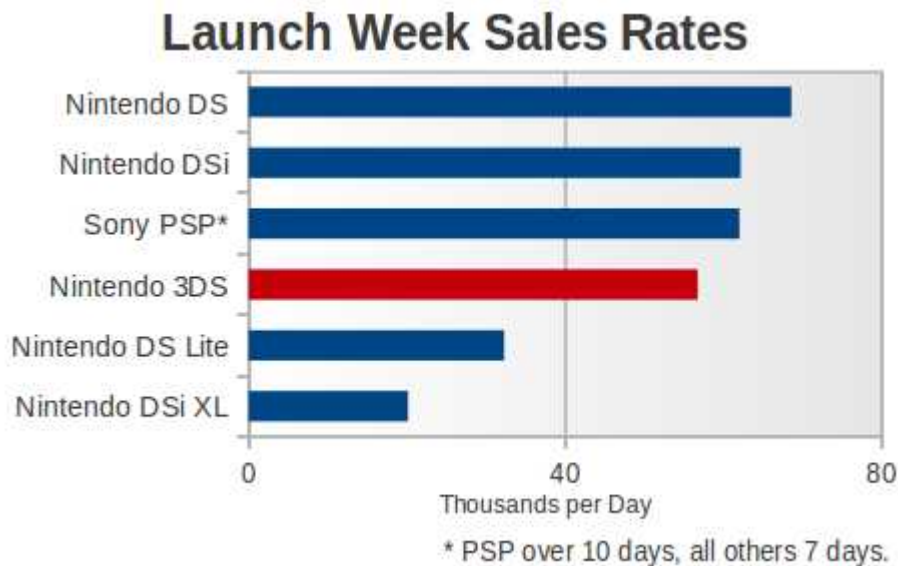
원래 닌텐도 DS는 2004년 11월 21일부터 27일 사이 한 주간 동안 약 480,000개가 처음으로 팔리며 시작되었다. 같은 한 달 동안에는, 닌텐도에서 이전에 나왔던 핸드헬드인 게임 보이 어드밴스(Game Boy Advance)는 소프트웨어 400,000개 약간 못미치게 팔렸고 1.0에 미달되는 첫 주 판매를 보였다.

NPD그룹의 보고에 따르면, 그 다음 시스템으로는 소니의 휴대용 플레이스테이션이 2005년 3월24일에 발매되었는데 620,000개가 단 열흘 안에 팔렸다. 그 보고서에서는 PSP 소프트웨어는 110만개이고, 윈도우 시스템에 대략 1.8 비율 정도 주어졌다고 한다. 그 같은 달 동안에 닌텐도 DS는 150,000개 약간 미달되게 팔렸고, 그해 첫 3개월 동안에 약500,000 정도 약간 못되게 팔렸다고 한다.

닌텐도 3DS의 발매 당시까지는, 오로지 핸드헬드 상품은 닌텐도 DS 혹은 소니 PSP 둘 중에 하나의 개정판정도가 나왔었다. 현재 PSP-2000은 판매 첫 주 데이터가 존재하지 않으므로 어떻게 설명할 도리가 없지만, PSP GO는 예외로 치더라도, PSP 개정판은 기존의 하드웨어를 최상으로 업그레이드 하는 것이었다. 그리고 PSP GO는 소매상에서 판매실적이 영망이었으므로 여기 조사에서 포함시킬 필요가 없어 보인다.

닌텐도 DS의 세 가지 개정판은 여기서 고려해 볼만한 하다. 닌텐도 DS Lite의 2006년 6월 발매는 처음에 놀라운 판매 궤도를 보였다. 심지어는, 닌텐도의 설명에 따르면, 그 첫 주에 226,000개가 다뤄졌다고 한다. 당시에 알아본 바에 따르면, DSi는 2009년 3월에 발매되어 58,000개가 자정까지 팔리고, 처음 한 주간 435000 개의 시스템이 나갔다. 더 커진 DSi XL은 첫 한 주간 141,000개가 무난하게 팔렸다고 한다.

위에 설명한 첫 주간 팔린 수치를 하루에 팔린 개수로 바꾸어 본다면, 다음 아래에 나오는 그래프로 그려진다. 단, PSP의 판매수치는 일주일일 아닌, 열흘간의 평균으로 조사되었다.



이러한 맥락에서 닌텐도 3DS의 발매는 매우 합당해 보인다. 오리지널 닌텐도 DS에 비해 약간 처지지만, 닌텐도 DS는 휴가가 있는 쇼핑 시즌에 나온 것이 아니었고, 가격도 오리지널 DS 발매시보다 100불 더 비싸게 책정되었다.

NPD 그룹과 이전에 우리가 서신왕래 한 것에 따르면, 분석가 리암 칼라한(Liam Callahan)은 3DS에 의해 시장이 공유되었다고 지적하였다. “닌텐도 DS가 3DS보다 3월 하드웨어 판매수치가 높지만, 이는 이전 기록을 고려해본다면 그리 놀랄 일은 아니다. 2004년 11월 닌텐도 DS가 나왔을 때, 게임보이 어드밴스(Game Boy Advance)는 아주 잘 팔리고 있었고, 당시 시장에서 4 번째로 잘 팔린 상품이었다. 그러나 3DS는 닌텐도 DS의 발매 첫 달을 비교해 보건대, 휴대용 하드웨어 판매가 더 높은 비율로 수치를 기록하였다”라고 하였다.

닌텐도 DS와 PSP가 결과적으로 어떻게 된 것인지 알아보기 위하여, 위의 표는 한 주간의 판매 실적이 장기간의 판매 실적으로 이어질 것으로 예견할 수 없다는 것을 구체화시켜준다. 반면에 첫 주간 판매율이 비슷했었던 닌텐도 DS와 PSP에 비해, 현재 이전 것에 설치를 기본으로 하는 프로그램들은 이후에 판매가 2.5배정도 더 늘었다.

게다가, PSP는 초기에 소프트웨어가 더 많이 팔렸으나, 닌텐도 DS는 매우 낮은 비율을 보였다. 시스템이 발매된 이후로 2년간 PSP상에서 소프트웨어 상황이 빠르게 수준이 떨어져서 결코 회복세를 보이지 못했다. 포켓몬 블랙/화이트의 판매는 2001년 3월 2.5million에 달하여, 소프트웨어가 여전히 닌텐도 DS상에서 매우 잘 판매될 수 있음을 극명하게 보여주었다.

이러한 맥락에서 보건대, 닌텐도 3DS는 하드웨어 조건에서 평균점에서 조금 떨어지지만, 여전히 소프트웨어를 파는 데 있어서 가능성을 잘 보여주어야 할 것이다. 이번에는 넘치게 경고나 축하 같은 것은 있을 필요가 없어 보였다.

3DS를 위해 발매되는 소프트웨어 타이틀이 더 많아지고 커질수록, 얼마나 시스템이 경쟁이 치열해질 것인지 보게 될 것이다. 시스템 가격은 평균 소비자의 저항을 맞춰야 할 것이기 때문에, 한 달에 300,000 에서 400,000정도 수준으로 앞으로 판매될 것으로 기대되어진다. 웨드부시 팻처(Wedbush's Pachter)는 4월 달 400,000 - 500,000수준 판매를 기대하며 연간 꾸준히 이렇게 될 것으로 기대했으나, 우리는 그들보다는 판매수치를 더 비관적으로 보았다. 또한, 그는 젤다의 전설 리메이크: 오카리나 시대(remake of The Legend of Zelda: Ocarina of Time)같은 제목들을 가르쳐 시스템 판매를 끌어줄 중요한 상품으로 보았다.

닌텐도가 닌텐도DS 시스템을 제공하는 한, 소비자들은 3DS의 흡수를 방해할 값싼 대체물을 찾을 것이다. 우리에게 제공한 NPD그룹 데이터에 따르면, DS 시스템 상에서는 시스템당 156불정도 평균 팔리고 있다. 매달 평균은 3월 달 포켓몬의 판매 매달 평균에 대해 기울었는데, 156불이란 가격은 이전에 있던 데이터에 일치하였다. 더 큰 상품인 170불짜리 DSi XL를 포함해서, 우리는 소비자가 최신 고급 시스템을 사고 싶은 열망이 있다고 믿는다.

닌텐도 3DS가 200불에 가까워질수록, 자연적으로 3DS 판매는 늘어나겠지만, 이와같이 우리는 150불과 170불짜리 닌텐도 DS 모델에 대한 흥미는 함께 떨어질 것으로 본다. 닌텐도는 DS가 하루의 마지막 휴일 (시스템의 팔 일째 되는 날)를 허락할 것이며, 이는 2012년 3DS 가격 하락을 시키면서, 자연스럽게 단계적 철폐의 수순을 거칠 것으로 본다.

## 콘솔 소프트웨어의 자산가치

때때로 우리는 콘솔 소프트웨어가 가격 수준이나 개당 판매당의 수준에서 살펴 볼 수 있는 기회가 있었다. 이번 달에 우리는 최신 소프트웨어 엑스박스 360, 위, 플레이스테이션3 (Xbox 360, Wii, PlayStation 3)의 비율을 참고해볼 수 있을 것이다. 그리고 그러한 수치들로 얼마나 소프트웨어가 각 플랫폼에서 잘 팔리고 있는지 알아 볼 수 있다.

이 수치들을 보기에 앞서, 분석가마다 의미가 다양하기 때문에, 이 타이 비율(tie ratio)들이 뜻하는 바를 명확히 해야 할 것이다.

소프트웨어 타이 비율에 의하면, 우리는 소프트웨어 플랫폼 당 판매 총계는 그 플랫폼을 판매한 시스템의 총 숫자로 나눠져야 한다.

그래서 예를 들면, 시스템 하나를 기본으로 설치된 것이 천만 개이고 소프트웨어의 육천만 개가 같은 플랫폼을 위해 판매되었다면, 그 타이 비율은 6.0이 된다. (참고로 육천만 개를 천만 개로 나누었음.)

그러나 전형적으로 이전 것은 소프트웨어를 소유한 것에 설치된 것이나 부속품의 퍼센트를 참고한 것이다.

예를 들면, 2011년 3월까지, 슈퍼 스트리트 파이터4 3D 에디션(Super Street Fighter IV 3D Edition)은 25퍼센트였는데, 이것은 100,000 부가 팔렸고 3DS 설치본이 약 400,000 시스템 정도이다.

NPD에서 제공한 배타적 정도에 따르면, 세 가지 큰 콘솔을 위한 타이 비율(tie ratio)이 다음과 같이 나와 있다.

LTD Tie Ratios		
March 2011		
Xbox 360	PS3	Wii
8.9	7.8	7.2

Source: NPD Group

2009년 10월경 8.8정도로 히트를 친 엑스박스 360의 타이 비율은 18개월간 꾸준히 8.8에서 9.0을 유지해 왔다. 왜냐하면 소프트웨어와 하드웨어 모두 한 총계로 합한 소프트웨어타이 비율이기 때문에 두 부문에 큰 영향을 주었다. 엑스박스(Xbox) 360S 모델이 소개된 2010년 6월 이래로, 콘솔 하드웨어 판매수치가 매우 높았다.

게다가 지난해에 엑스박스 라이브를 위한 1600 포인트 카드가 부속품 중에서 최고판매 수치를 여러 달 동안 계속했고, 이것은 전체적으로 볼 때, 많은 소비자들이 소매상에서 디스크로 된 게임을 사기 보다는 마이크로소프트의 온라인 가게에서 다운로드 가능한 게임을 사

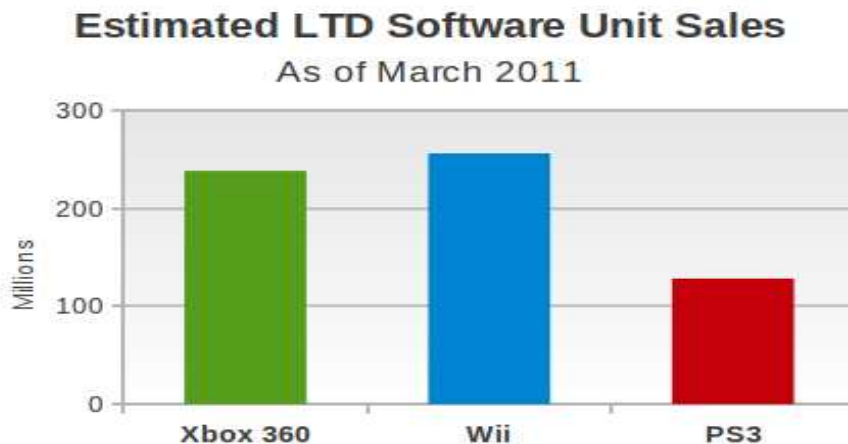
는 것을 선택해왔다는 것을 보여준다.

위(Wii)는 지난 15개월간 꾸준히 비율이 향상 되었는데, 2009년 12월까지, 각각의 위(Wii) 소유자들은 평균 6.5개의 타이틀을 구매해왔고, 2010년 9월까지 6.8개 정도로 증가하여 2010년 12월에는 약 7.1개가 되었다.

위(Wii)하드웨어 판매율은 동시에 극적으로 하락하였는데, 이는 어느 정도는 타이 비율을 높게 움직이게 하는 시스템을 위해 더 쉽게 만들어 주고 있다는 것이다. 현존하는 유저들이 소프트웨어를 사들이는 것을 멈추지 않고 수만 개의 새로운 시스템이 매달 팔리고 있다.

이와 같이, 플레이스테이션3는 수년간 시스템 판매에 있어 작년 9월 시작으로 연간 하락을 보이며, tie ratio 가 2009년 12월에 대략 6.7에서 2010년 12월에 7.7로 증가된 것은 놀랄 만한 일은 아니다.

발매부터 날마다 소프트웨어 판매 조건에서, 우리는 다음과 같은 견적을 조합할 수 있었다.



위(Wii)는 삼천오백만개가 넘는 설치본이 있어서 전체 소프트웨어 판매를 이끌고 있다. 또한 위(Wii)는 엑스박스 Xbox 360이후에 한 해 동안 넘치게 팔렸고 이후 마이크로소프트 플랫폼보다 연간 평균 더 많은 소프트웨어 판매의 수치를 남겼다. 우리의 예상에 따르면, PS3 소프트웨어 약 오천만개 미만의 시스템 라이프타임 동안 팔렸고 이는 엑스박스 360 소프트웨어 라이프타임 수치와 비교될 만한 것이다.

위에 나온 수치는 모든 소프트웨어를 사용하는 플랫폼이 있는 선명한 이미지를 주는 반면에, 또한 더 짧은 기간에 걸쳐 평균판매 실적을 볼 수 있도록 도와준다.

위, 엑스박스360, 플레이스테이션3 (Wii, Xbox 360, and PlayStation 3)를 구성하는 현재 콘솔 시장을 생각해 보자. 15개월째 되는 달에, 위는 소프트웨어 판매의 38퍼센트 정도를 차지했고, 엑스박스360 는 36퍼센트를 차지했다. 그리고 플레이스테이션 3는 26퍼센트를 구성하였다.

그 기간 이전에 (2008년 10월부터 2009년 12월까지), 우리는 위(Wii) 판매가 48퍼센트, 엑스박스 360 는 32퍼센트, 플레이스테이션 3는 20퍼센트를 구성하며 하락한 것으로 추정할 수 있다.

여기서 주요한 역점은 위 (Wii) 소프트웨어 판매가 처음 15개월에서 두 번째 기간까지 25 퍼센트 하락한 점이고, 반면에 플레이스테이션3 소프트웨어는 18퍼센트 상승했다는 점이다. 엑스박스 360 소프트웨어 판매수량은 기본적으로 두 15개월 기간 사이에 평평하게 기록하였다.

우리가 이전에도 지적한 바와 같이, 여기서 다시 강조할 가치가 있는 것은, 위 하드웨어와 소프트웨어 판매는 동시에 여전히 아주 좋은 상태에 있다는 것이다. 그러나 시스템은 정점을 이룬 시점에서 하락했는데, 하락에 대한 어떤 신호는 보이지 않았다. 동시에, 엑스박스 360 와 플레이스테이션 3 는 둘 다 판매가 상승하거나, 이미 시장에서 강한 위치를 차지하고 있었다. (하드웨어는 두 가지 모두, PS3 소프트웨어, 엑스박스 360 는 소프트웨어 부문에서 그렇다.)

일반적으로 소프트웨어 주제의 내용을 마치기에 앞서, 우리는 유비소프트의 저스트 댄스 (Ubisoft's Just Dance 2)와 마이크로소프트의 댄스 센트럴(Microsoft's Dance Central) 같은 댄스 소프트웨어에 대해 주목해 보려 한다. 이 두 가지 제목은 원래 2009년 말에서 2010년 초에 성공적이었던 위의 상품인 저스트 댄스에 덕을 보았다고 할 수 있겠다. 눈에 띄지도 않는 발매에도 불구하고, 시장에 나온 지 5개월 만에 그 상품들은 미국에서 백만 개를 판매하며 성공을 했다.

삼천오백만개가 넘도록 위(Wii)에 설치되었고, 총 소프트웨어가 시장에서 주도적으로 팔렸다. 또한 엑스박스360 이후 한 해 동안 내내 위(Wii) 가 발매되었는데, 마이크로소프트 플랫폼에 깔린 것보다 연평균 소프트웨어 설치 수량이 상당히 많았다. 이것은 시스템 라이프타임 동안에 PS3 소프트웨어에는 약 오천만 개 판매되었고, 이는 엑스박스360 소프트웨어의 라이프타임 동안 판매된 수치보다는 적었다.(2010년 3월 기준)

<b>LTD Dance Game Sales</b>		
<b>As of March 2011</b>		
<b>Title</b>	<b>Units</b>	<b>Release</b>
<b>Just Dance 2</b>	<b>4.4 million</b>	<b>Oct 2010</b>
<b>Dance Central</b>	<b>1.5 million</b>	<b>Nov 2010</b>

Source: NPD Group

NPD 그룹에서 가마수트라에 특별히 제공한 자료에 따르면, 저스트 댄스 2는 미국에서만 사백사십만 개가 팔렸으며, 또한 이는 오로지 위(Wii) 싱글 플랫폼에만 해당하였다. 2010년



9월말 이후 Just Dance 2가 발매가 된 이후로 대략 소프트웨어 열한 개당 한 개가 위(Wii)에 설치되기 위해 팔렸다.

마이크로소프트가 엑스박스 360을 위한 새로운 키넨트 (Kinect) 시스템을 내놓았을 무렵, 댄스 센트럴(Dance Central)의 판매도 또한 지속적인 성장세를 보여주었다. 최근 공식적인 NPD 그룹의 자료에 따르면, 1.5million 개가 그 제목으로 팔렸다고 한다. 키넨트(Kinect)에 설치되는 것은 비교적 적었지만, 그래도 엄청난 성취라고 할 수 있다.

이 시점에 우리가 최근 자료를 없지만, 유비소프트의 보고서에서는 “경험 게임은 매우 강세를 보이며, 엑스박스 360이나 플레이스테이션 3에도 나가고 있고, 이러한 플랫폼에 더 많은 추가적 상품이 있을 것이다”라고 하였다.

이러한 댄스 게임들이 비디오 소프트웨어에서 차세대 주역을 맡을 수 있을 것인가?

우리는 정확히 그런 일이 생길 것이라 생각한다. 그리고 한 해 동안 댄스 게임들이 더 많이 나올 것을 기대하고 있다. 주요한 세 가지 콘솔은 모션 컨트롤 기능이 있는데, 유비소프트와 하모닉스 (Harmonix) 댄스센트럴의 개발자와 함께 이러한 장르에서 이미 기초를 더욱 세우고 있다.

기타 히어로(Guitar Hero)와 록밴드 (Rock Band)와는 달리, 최근에 이 산업에 침투했다.

댄스 장르는 부속품 판매도 수입이 과열된 것처럼 보이지 않는다. 이 경우에, 판매는 거의 순수 소프트웨어 부문이다. 멀티플레이어를 위한 추가적 기본 컨트롤러를 선택하는 플레이어가 있기에 부속품 판매에 어느 정도 영향을 미칠 것으로 보인다.

## 소니의 미래

최근 우리는 여러 플랫폼에 관해 많이 논의 해왔다. 닌텐도 이전 것이나 최신 것 모두, 키넨트로 성공한 마이크로 소프트 등의 플랫폼에 관하여 논의했다. 그러나 소니의 상황에 대해 적절히 언급하지 못한 것 같다. 최신 언론에 발표에 따르면, 소니는 플레이스테이션 3 플랫폼이 오천만 개가 판매가 전 세계 소매상을 통하여 팔렸다고 한다. 그리고 대략 3분의 1에 해당하는 양이 미국에서 팔린 것이다.

어느 정도는 소니가 하락세를 보였지만, 대중적 목표에 맞춰서 가능한 많은 부정적 부분은 내보이지 않았다. 특히, 소니는 NPD 그룹의 이 문제에 답변하기를, 3D 게임 시초가 3D 텔레비전 세트의 사용으로 향상되는 부분에 집중할 것이라 하였다. 무브 컨트롤러와 리틀빅

플래닛, 언차트, 랫쳇앤클랭크, 킬존, 레지스턴스 (LittleBigPlanet, Uncharted, Ratchet & Clank, Killzone, Resistance)와 같은 게임 프로그램들이다.

이는 하드웨어와 소프트웨어 판매에 대한 많은 추측만 남겨놓고 플레이스테이션3에 대한 가격하락이 가능하다는 것을 보였다. 또한, 소니는 시장에서 1퍼센트 정도밖에 하드웨어를 못 파는 플레이스테이션2에서는 이제 분명하게 떠났다. 후자는 이미 성공한 작품이지만 2011년도 발매되어, 비록 미국에서 발매된 것으로 여겨지지 않고 있으나 여러 면에서 의미가 있었다.

2011년을 기억하기로, 우리는 소니가 필수적으로 경쟁사인 마이크로소프트처럼 싱글 플랫폼 회사로 남을 것으로 여겨졌다. 이것을 기억하며, 소니의 자산에 대해 생각해보자.

소니는 플레이스테이션3를 위해 첫 분기를 오히려 더욱 강세를 보이며 나타났다. 특정 자료를 제공할 수 없으나, 플레이스테이션3는 2010년 같은 시기와 비추어 볼 때, 2011년 첫 분기에 5-10퍼센트 정도로 판매에 있어 성장을 보였다.

2010년 첫 분기 동안 플레이스테이션3는 2009년 8월 휴가기간에 300불이란 가격으로 슬림모델로 출시 되었 때 보다 잘 팔렸다. 큰 변화를 보이며 새로운 소프트웨어들이 발매되자, 마지막 가격으로 중요한 개발로, 18개월 동안 판매가 꾸준한 성장을 지속했다.

최근 플레이스테이션3 판매를 촉진하기 위해 소매상에서 가격을 깎아 준다는 것을 추측해 볼 수 있으나, 그러나 NPD 그룹에서 발표한 자료에 따르면, 시스템 가격은 평균 300불을 웃도는 318불 이었다. ( 엑스박스 360의 가격은 반면 287불로 떨어졌다)

게다가, 플랫폼을 위한 소프트웨어 판매는 계속 가속되고 있으며, 우리가 추정한 것처럼 시스템의 판매는 2011년 4월 소프트웨어가 130million을 돌파하였다. 이것은 소니가 리틀빅 플래닛 (LittleBigPlanet) 2를 판매한 것이 도움을 주었다는 것을 의심할 바가 없으며, 이것은 오리지널과 킬존(Killzone) 3.보다 더 잘 판매되고 있는 상품이다.

가마수트라에 특별히 제공된 자료에 따르면, Killzone 3의 라이프타임 판매는 현재 500,000 개에 이른다. 대략 킬존2가 620,000개가 같은 기간에 팔린 것이다. 그러나 킬존3는 NPD 그룹에 의한 플레이스테이션3 하드웨어 게임판매 수치에는 포함되지 않았다. 이와 관계없이, 킬존3는 이전 상품의 뒤를 쫓고 있다.

여기에 소니에 대해 추가적으로 논할 점은 20불짜리 플레이스테이션 네트워크 카드가 가장 잘 팔리는 부속품이라고 NPD 그룹의 애니타 프레이저(Anita Frazier)가 말하였다.

2006년 말 PS3의 발매 이후로, 소니는 마이크로소프트의 엑스박스 라이브 서비스를 따라 잡고 있는 추세이다. 우리가 이번 한 달에 국한된 데이터에 대해 너무 깊이 논의하고 있지만, 이전에 마이크로소프트의 1600 Point 엑스박스 라이브 카드가 지난 수년간 여러 차례 선두주자를 차지했었으나, 현재 소니의 부속품 카드가 시장에서 최고 위치를 차지할 만큼 잘 팔리고 있는 진보는 확실하다.

소프트웨어 판매가 증가함에 따라, 하드웨어 판매도 해마다 상승하여 온라인 서비스에 있어 큰 진보를 보이고 있다. 소니는 더 오랫동안 플레이스테이션3로 인해 시장에서 기쁨을 누릴 것으로 보이며, 2011년 상반기까지는 최소 가격하락은 미뤄질 것으로 보인다.

2007년 11월(\$400 40GB 모델 출시)과 2009년 8월(\$300 PS3 슬림형을 출시)에 소니가 그 가격을 하락시켰던 것을 기억해보자. 소니는 완벽히 시스템 하드웨어의 마진에 상승에 대한 이자 혜택을 지속적으로 보는 효과가 있었고 분석가들이나 소매상이나 다른 제작자들도 의문이 가질 것이지만, 오히려 내부적 목표로 인해 가격을 설정한 것으로 보인다.

[늘 그랬듯이, NPD 그룹이 매달 발표하는 비디오게임 산업 현황 감사하며, 특별히 도움을 주었던 David Riley and Liam Callahan에게 감사를 드립니다. 특히 NPD 그룹 분석가 Anita Frazier 의 매달 분석 보고에 감사하며, Michael Pachter, analyst for Wedbush Securities에서 제공한 산업전망, 지도적 조언과 즐거운 대화가 많은 추가적 도움이 되었습니다.

또한 Cowen and Company의 Doug Creutz와 그의 통찰력에 감사드리며, 마지막으로 가마 수트라에 있는 동료들과 NeoGAF 상에서 평을 주며 도움이 되는 토론을 해준 여러분께 감사를 드립니다.]