

미국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF USA

한국콘텐츠진흥원
미국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『애플 매킨토시 마켓쉐어와 맥용 게임 리서치』

◎ 작성취지

- 최근 아이폰, 아이패드, 맥북 등의 애플 하드웨어 기기들의 수요가 높아지면서 애플용 콘텐츠의 전반적인 현황을 살펴보고 전망을 예측함으로써 향후 한국 맥용 콘텐츠 개발을 위한 정보자료로 활용하고자 함

◎ 작성순서

- 들어가기
- 맥 하드웨어용 게임의 현재
- 시사점

1. 들어가기

■ 애플 맥의 PC 시장 진출

○ 애플의 역사

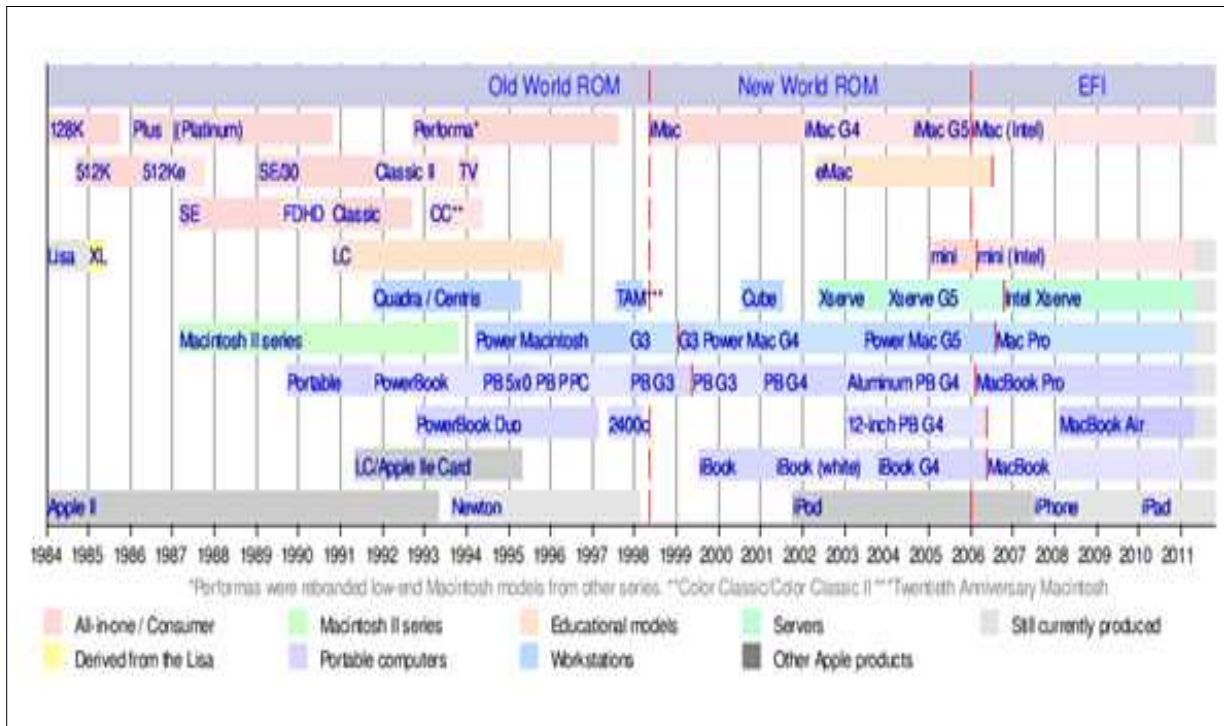
- 애플이 제조하는 컴퓨터인 매킨토시, 혹은 줄여서 맥은 1984년 1월 24일 처음으로 발표된 후 현재까지 많은 업그레이드를 거치면서 발전해 왔음
- 맥은 처음으로 코맨드라인 인터페이스가 아닌 마우스와 그래픽 유저 인터페이스 (GUI)를 탑재한 사실상 상업적으로 성공한 최초의 개인용 컴퓨터

※ 코맨드라인 인터페이스/사용자 인터페이스: 키보드를 통한 명령어로 작업을 수행

※ GUI: 마우스 등을 이용하여 화면의 메뉴 중에서 하나를 선택하여 작업을 지시

- 이후 소위 윈텔 (Wintel)로 불리는 마이크로소프트의 윈도와 인텔칩의 협력에 밀려 시장에서 급격히 시장점유율을 잃었다가, 1998년에 스티브 잡스의 복귀 후 발표된 iMac 이라는 올인원 맥의 발표로 복귀의 신호탄을 쏘
- 이후 iMac은 저가 보급형인 맥 미니, 타워형 워크스테이션 모델인 맥 프로, 노트북인 맥북, 맥북 프로, 맥북 에어 등으로 라인업이 다양화 되었으며, 서버 제품인 Xserve로 특화되기도 하였음

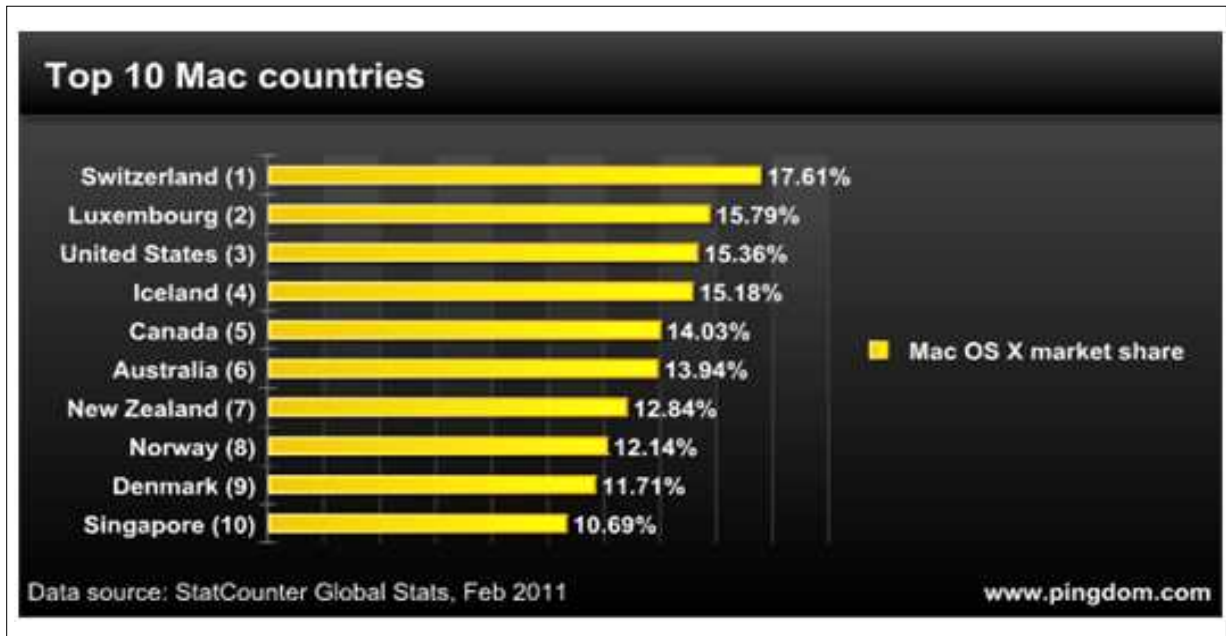
그림 1 맥킨토시 모델 타임라인



- 애플 컴퓨터 기기들은 1984~1994년까지는 모토롤라의 68k 계열의 프로세서를 쓰다가 이후 1994~2006년까지 PowerPC 프로세서를 사용해 PC 호환성이나 퍼포먼스에서 다소 밀린다는 평가를 받은 바 있음
- 하지만 2006년 이후 인텔 계열의 프로세서를 채택, 속도와 윈도우와의 호환성까지 확보하면서 빠른 성장세를 보이기 시작
- 이후 아이폰, 아이팟 터치, 아이패드 등의 애플 제품들의 인기로 맥 계열의 PC까지 동반 판매가 상승하면서 시장의 점유율도 급증

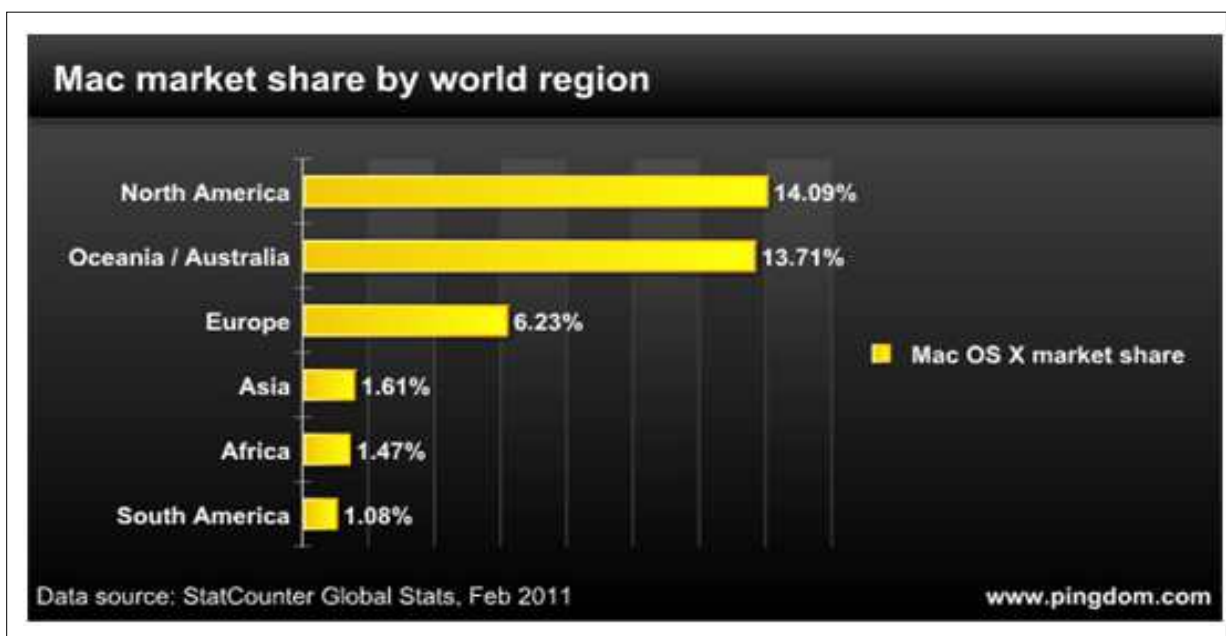
○ 국가별 맥 사용 상위 국가

┃그림 2┃ 맥 시장 점유율이 가장 높은 10개의 국가



- 위의 상위 10개 국가에 뒤이어서 스웨덴, 일본, 영국, 프랑스, 벨기에, 핀란드 등의 국가가 포진

┃그림 3┃ 대륙별 맥 시장 점유율 비교



- 미국의 경우 15.36%에 달하는 3위의 시장의 위치에 있기 때문에, 대륙으로 구분시 북미 대륙이 14.03%의 캐나다를 포함, 세계에서 가장 큰 맥 시장 점유를 기록
- 유럽을 다시 나누어 볼 때 애플은 북유럽 국가에서 매우 좋은 시장 점유율을 기록 중으로 상위 10개국 중 3개국이 북유럽 국가이고, 상위 20개국 중에는 5개의 국가가 포함

○ 맥 판매 트렌드

- 2010년, 애플의 신규 PC 시장 점유율은 8.8%로 이를 업체로 구분시 HP, 델, 에이서 다음으로 4위를 기록
- 2011년 1분기에는 애플의 PC 시장 점유율이 9.7%로 상승. 미국의 맥 판매 시장 점유는 9.3%를 기록

┃ 그림 4 ┃ 2011년 1분기 각 기업별 시장점유율 비교

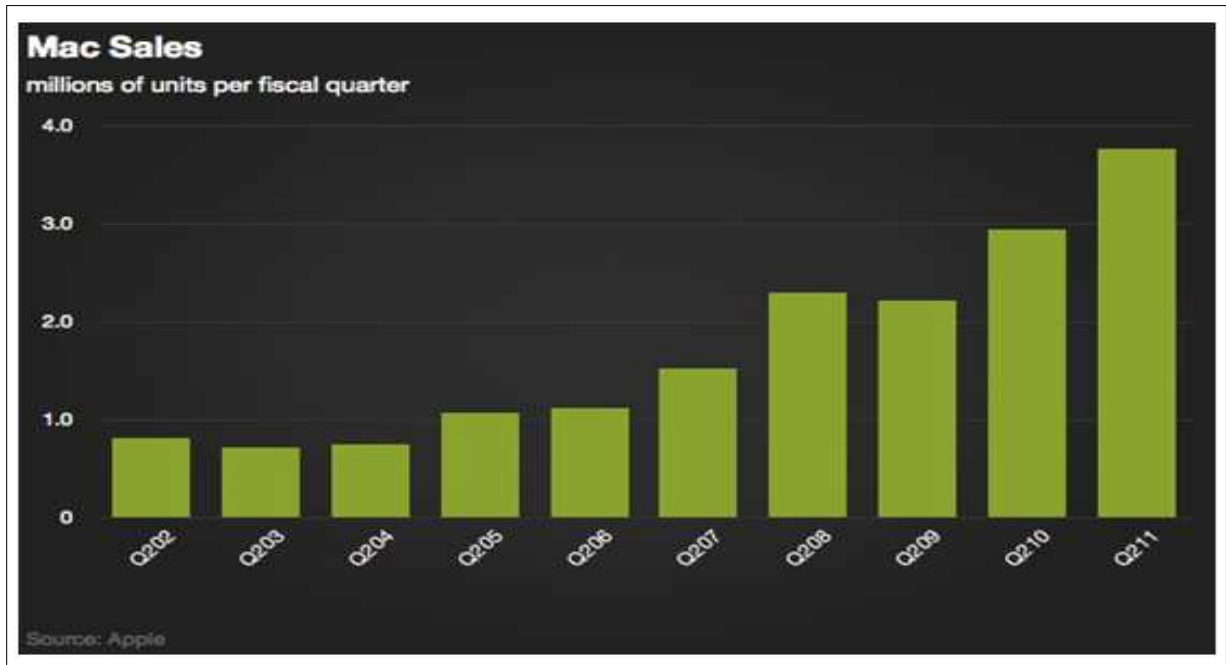
Company	1Q11 Shipments	1Q11 Market Share (%)	1Q10 Shipments	1Q10 Market Share (%)	1Q11-1Q10 Growth (%)
HP	4,214,271	26.2	4,366,543	25.5	-3.5
Dell	3,587,715	22.3	4,080,473	23.8	-12.1
Acer Group	1,828,477	11.3	2,435,084	14.2	-24.9
Toshiba	1,669,700	10.4	1,506,074	8.8	10.9
Apple	1,491,125	9.3	1,254,100	7.3	18.9
Others	3,321,076	20.6	3,514,063	20.5	-5.5
Total	16,112,364	100.0	17,156,338	100.0	-6.1

Note: Data includes desk-based PCs, mobile PCs, including mini-notebooks, but not media tablet such as the iPad.
Source: Gartner (April 2010)

- PC 시장 침체에도 맥의 시장 점유율이 크게 증가한 것은 2010년 3

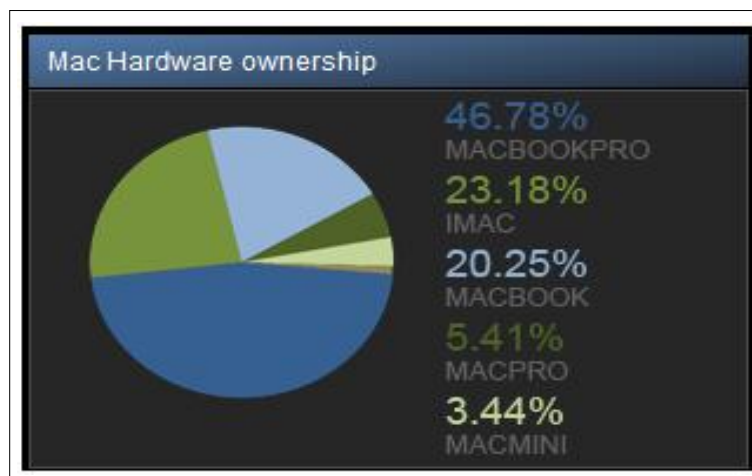
분기에 새로운 맥북 에어, 맥북의 리프레시 버전이 출시된 것이 가장 큰 이유로, 376만대 판매, 전년 대비 28%나 성장한 것으로 분석

┃ 그림 5 ┃ 2002-2011 2분기 맥 판매 비교



- 376만대의 맥 판매 중 275만대는 노트북이며, 이것은 101만대가 판매된 데스크탑에 비해서 월등히 높은 수치
- 이를 구성비로 계산해보면 전체 맥 판매 중 노트북의 판매 비율이 73%에 달함

┃ 그림 6 ┃



2. 맥 하드웨어용 게임의 현재

■ 매킨토시 게임 플레이어의 사용 환경 (2011년 6월 기준)

○ 맥 판매 트렌드

- 전체 게임 시장에서 맥으로 게임을 즐기는 사용자의 비율은 상세한 자료가 많지 않으나, 가장 정확한 데이터를 공개하고 있는 조사기관 밸브시스템의 하드웨어 및 소프트웨어 조사 결과를 참고하면 전체 맥 게이머 중 67%가 맥북으로 게임을 플레이
- 상대적으로 시스템 성능과 비디오 카드의 성능이 우월한 맥북 프로를 전체 맥 게이머의 약 50%가 사용하는 것으로 나타났으며, 31%는 아이맥, 맥북은 12.5%를 차지하였음

■ 그림 7 맥 게이머들의 각 하드웨어 모델 사용 비율

ITEM	MOST POPULAR	PERCENTAGE	CHANGE
Mac Hardware Model Summary			
	MacBookPro	48.91%	-0.56%
	iMac	30.97%	+2.36%
	MacBook	12.45%	-1.01%
	MacPro	5.30%	+0.54%
	MacMini	2.17%	-0.11%
	Other	0.19%	-0.11%

- 비록 최근 출시된 맥북 프로가 나쁘지 않은 비디오 카드를 가지고 있으나, 맥 게이머들에게 가장 많이 사용하는 비디오 카드 구성은 이전 게임용으로 상당히 뒤떨어진 엔비디아의 GeForce 9400M으로 전체의 약 1/4을 차지
- 또한 해가 갈수록 다양화되는 맥 제품 구성으로 인해 비디오 카드의 종류가 대단히 다양해졌지만 이들 중 많은 수가 매우 낮은 성능의 카드들로 고성능 게임에 적합하지 않음

그림 8 맥 게이머들이 사용하는 비디오 카드 비율

Video Card Description (Mac)		
NVIDIA GeForce 9400M	24.20%	-1.38%
NVIDIA GeForce GT 330M	9.71%	+0.99%
NVIDIA GeForce 9600M	7.60%	-0.49%
NVIDIA GeForce 8800M	7.47%	-0.59%
ATI Mobility Radeon HD 4850	7.34%	+0.71%
ATI Mobility Radeon HD 2600	6.96%	+1.03%
NVIDIA GeForce 320M	6.51%	+0.52%
NVIDIA GeForce 9400	4.79%	-0.99%
ATI Mobility Radeon HD 4570	4.09%	+0.60%
ATI Mobility Radeon X1600	2.55%	-0.30%
ATI Mobility Radeon HD 5850	1.79%	+0.31%

- 60%의 맥 게이머들의 비디오 카드는 256MB의 비디오 메모리를 장착, 최근의 비디오 카드의 평균 스펙에 비해 훨씬 낮으며, 27.75%의 유저가 512MB 메모리의 비디오 카드를 장착되어 있음
- 최근 PC에 장착된 비디오 카드의 평균 메모리인 1GB는 단지 5.05%의 사용자만이 보유하고 있음
- 스팀의 맥 게임 플레이어의 사용자 OS의 언어는 90.10%가 영어였는데, 이것은 스팀 서비스의 타겟이 북미 사용자로 하고 있기 때문
- 전체 스팀 플레이어 중 맥에서 게임을 플레이하는 사용자의 비율은 4.12%에 불과했는데, 이것은 스팀에 등록된 맥용 게임 라인업이 한정적이기 때문으로 판단

맥 게임의 개발과 포팅

- ※ 포팅 (Porting): 컴퓨터 프로그램이 원래 설계된 바와 다른 컴퓨팅 환경 (운영 체제, 서드 파티 라이브러리 등)에서 동작할 수 있도록 하는 과정을 가리키며 소프트웨어나 하드웨어가 다른 환경에서 사용할 수 있게 변경되는 것. 소스 하나로 여러 플랫폼에서 사용할 수 있는 크로스 플랫폼과 같은 개념
- 포팅하우스나 변환툴 등의 경우 기존 윈도우용으로 개발된 게임을 내부 맥 개발조직을 두지 않고 상대적으로 저가로 맥용으로 변환이 가능하지만, 더 큰 문제는 매장의 판매장소
- 맥용 게임의 시장 점유율이 대단히 낮은 상황이기 때문에 맥용 소프트웨어의 매장내 위치는 매우 제한된 상황이고, 이로 인해서 맥용 게임의 경우는 매장을 통한 오프라인 판매보다는 스팀과 같은 디지털 다운로드 채널을 주로 이용하는 중

○ 인하우스 포팅

- 현재 단지 몇몇 게임 개발사만이 맥용과 윈도우용 플랫폼 모두로 개발을 진행했거나 현재 진행하고 있는 상황
- 이러한 회사로는 TransGaming, Aspyr, Big Fish Games, Blizzard, Broderbund, Liden Lab, 마이크로소프트 등이 있음

○ 서드파티 포팅

- 대규모 제작비의 게임들 중 맥용으로 나와 있는 게임의 대부분은 원래 윈도우용으로 개발된 것을 소수의 맥용으로 포팅해주는 업체에서 포팅한 것들
- 가장 주목받는 서드파티 업체들은 Aspyr, Feral Interactive, MacSoft Games, Red Marble Games, Coladia Games, MacPlay 등
- 이러한 포팅하우스를 통해 포팅을 결정하는 가장 중요한 기준은 이러한 변환을 통한 맥용 타이틀이 얼마나 팔릴 것인지에 대한 예측
- 성공적인 맥용 게임 타이틀이라 해도 대개 5만~10만 카피 정도만이 판매되는 상황

○ 포팅엔진

- 현재 몇 가지의 윈도우용 게임을 맥용으로 변환해주는 엔진이 공개된 상황
- TransGaming Technologies의 'Cider' 는 이러한 제품군들 중 인기 있는 제품으로 EA 등의 고객사를 확보 중

○ 에뮬레이션 및 가상화

- CodeWeavers, PlayOnMac 같은 회사들은 윈도우를 에뮬레이션(한 컴퓨터가 다른 컴퓨터처럼 똑같이 작동하기 위하여 특별한 프로그램 기술이나 기계적 방법을 사용하는 일)해주는 Wine 기반의 솔루션을 제공
- CodeWeavers의 CrossOver는 이러한 변환 솔루션 중 하나

3. 정리 및 결론

■ 계속해서 시장점유율이 상승할 것으로 예상

○ iOS나 태블릿용 게임 개발 필요

- 최근 들어 맥 OS 기반의 매킨토시 컴퓨터의 판매는 급증하고 있고, iOS의 인기와 함께 판매가 동반 급상승 중
- 이러한 신규 판매는 구매력 있는 구매층에게 더 집중되고 있고, 특히 미래의 주 고객이라고 할 수 있는 대학생들의 경우 맥 구매자 비율이 60%에 달하는 등 이러한 트렌드는 더 강화될 것으로 예상
- 이러한 신규 고객 대상층을 게임 개발사에서도 차츰 주목하고 있는 상황
- 현재 윈도 게임 클라이언트를 맥용으로 변환하는 여러 옵션이 있으나, 포팅 자체를 제외하고도 고려해야 할 시스템 사양, 유통 등의 많은 추가적으로 감안할 요소가 있음
- 애플이 맥용 앱스토어를 직접 운영하기 시작, 주요 유통 채널로서 자리잡고 있는데, 이 경우 30%의 수수료를 애플에 지급해야 하는 것은 감안되어야 할 것
- 맥 시장이 빠르게 성장하고 있으나, 맥보다 더 많은 아이패드가 팔리고 있음
- 2011년 1분기에 애플은 413만대의 맥을 판매했으나 iPad 판매량은 733만 대로, 만일 iPad를 PC의 범주로 고려하면 iPad 한 제품만으로도 PC 시장의 12%를 차지하는 것임
- iPad의 미국 태블릿 시장의 점유율은 82% 임
- 맥용 게임 시장의 경우 개발사들에게 점차 새로운 기회가 되고 있으나, 점차 축소되는 PC 점유율과 급증하는 태블릿 마켓을 감안하면 맥 보다는 iOS나 태블릿용 모바일 버전의 게임 개발을 감안하는 것도 한 방법일 듯함