

제2부 이용자 동향

[제1장 일반 동향]

제1절 조사개요

제2절 게임 이용관련 생활기준 통계

[제2장 플랫폼별 이용 현황]

제1절 게임 이용실태

제2절 게임 소비실태

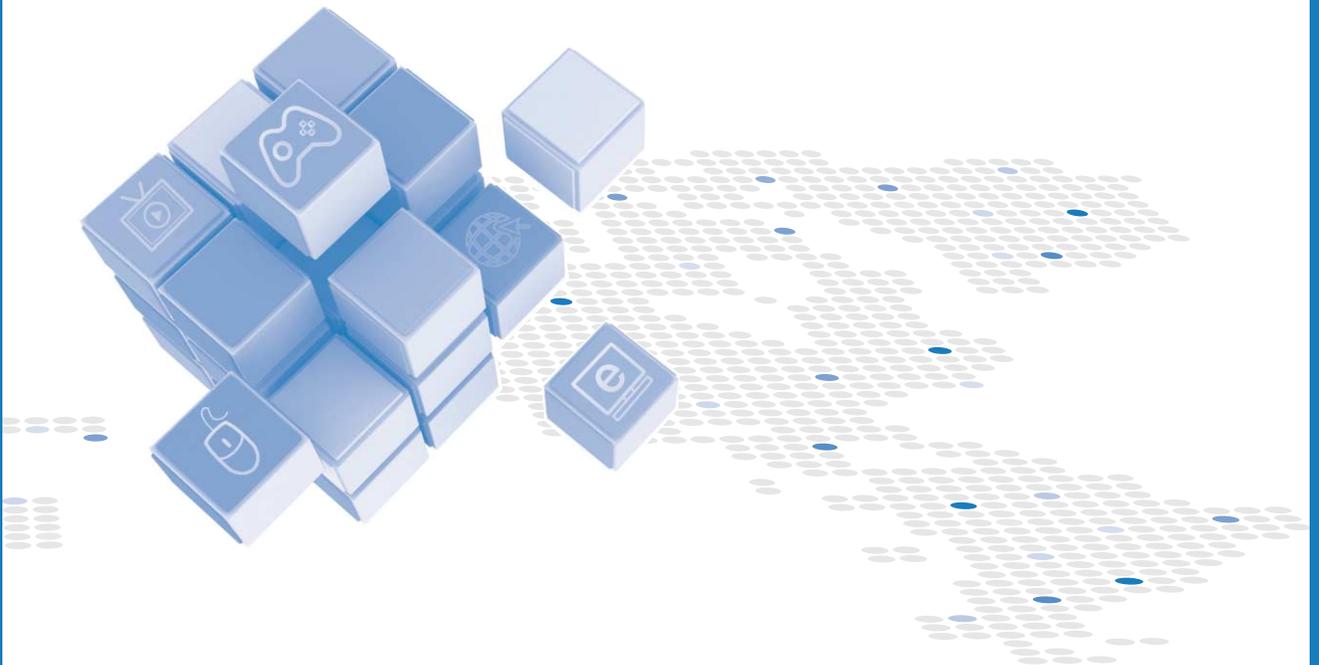
제3절 이용자 인식

[제3장 이용형태별 동향]

제1절 게임이용자 분류와 동향

제2절 핵심/일반이용자 동향

제3절 휴면/잠재이용자 동향



제 1 장 일반 동향



본 장에서는 게임이용자의 게임 관련 생활실태와 게임이용 현황을 살펴봄으로써, 게임수요자의 실태를 파악하고 향후 게임시장을 전망하는 기초자료를 제공하고자 한다. 한국콘텐츠진흥원은 2011년 2월 7일부터 2월 28일까지 서울, 부산, 대구, 광주, 대전 등 전국 5대 도시에서 만9세부터 만 49세까지의 일반국민들을 대상으로 설문을 실시했다.

조사대상은 지역, 성, 연령별 인구크기를 고려한 비례할당추출법을 통해 선출한 1,700명이었다. 설문조사는 전화조사 후 온라인조사를 시행하는 2단계 멀티모드(multi-mode) 방식을 채택했다. 설문 내용은 이용자의 게임이용과 관련한 생활기준, 게임 이용실태 및 소비실태, 게임에 대한 이용자 인식, 그리고 게임이용자별 동향에 관한 것으로 구성했다.

■ 제1절 조사개요

2011년 조사 표본은 1,700명으로 성별 비율은 남성 48.5%, 여성 51.5%의 분포를 보였다. 연령별 비중은 만9~14세가 9.5%로 가장 낮은 반면, 만30~34세가 15.0%로 가장 높았다. 지역별로는 서울 49.7%, 부산 19.0%, 대구 13.4%, 광주 8.6%, 대전 9.2%로 전체 인구분포를 반영하였다.

응답자의 혼인여부는 미혼 62.4%, 기혼 37.1%였고, 직업별로는 사무직/관리직(34.9%)과 학생(31.1%)이 높은 비율을 차지했다. 최종학력은 대학재학/졸업이 절반이 넘는 60.5%였다. 마지막으로 주관적인 계층의식과 평균가구소득을 살펴본 결과, 53.5%가 본인을 중간계층으로 인식하고 있었으며, 소득은 200~300만원 미만이 31.1%로 가장 많았다.

표 2-1-1 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		사례수	비율(%)
전 체		1,700	100.0
성별	남성	825	48.5
	여성	875	51.5
연령	만9~14세	161	9.5
	만15~19세	211	12.4
	만20~24세	205	12.1
	만25~29세	248	14.6
	만30~34세	255	15.0
	만35~39세	209	12.3
	만40~44세	198	11.6
	만45~49세	213	12.5
지역	서울	845	49.7
	부산	323	19.0
	대구	228	13.4
	광주	147	8.6
	대전	157	9.2
혼인여부	미혼	1,060	62.4
	기혼	631	37.1
	기타	9	0.5
직업	전문/연구직	120	7.1
	사무직/관리직	594	34.9
	판매/서비스직	70	4.1
	생산/기술직	55	3.2
	공무원	22	1.3
	자영업자	107	6.3
	학생	529	31.1
	주부	116	6.8
	무직/기타	87	5.1
최종학력	초등학교 재학/졸업	63	3.7
	중학교 재학/졸업	138	8.1
	고등학교 재학/졸업	387	22.8
	대학교 재학	263	15.5
	대학졸업	765	45.0
	대학원 이상	84	4.9
주관적 계층의식	상위층	273	16.1
	중간층	910	53.5
	하위층	517	30.4
평균가구소득	100만원 미만	56	3.3
	100~200만원 미만	244	14.4
	200~300만원 미만	529	31.1
	300~400만원 미만	350	20.6
	400~500만원 미만	222	13.1
	500만원 이상	299	17.6

제2절 게임 이용관련 생활기준 통계

1. 여가시간 활용실태

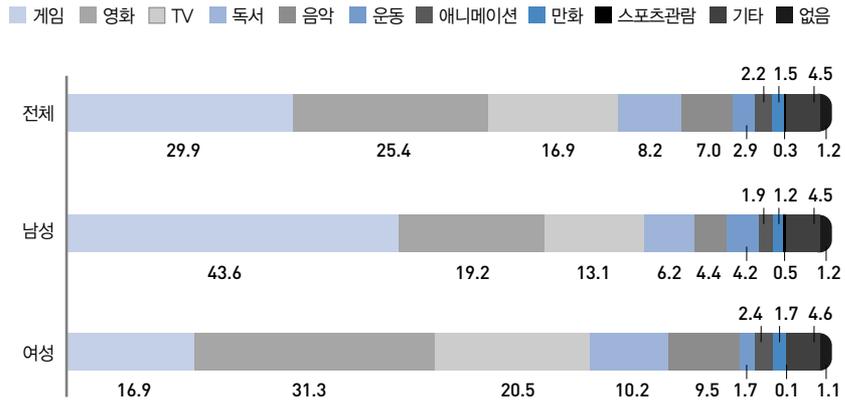
1) 여가시간에 즐겨 하는 활동

여가시간에 즐겨 하는 활동을 조사한 결과, '게임'이 29.9%로 1위를 차지했다. '영화'는 25.4%로 2위를 기록했다. 2009년에는 게임이 20.4%로 3위를 차지했으나 2010년에는 28.3%로 1위를 차지했고, 2011년에도 29.9%로 전년에 비해 소폭 상승하여 1위를 유지하였다.

한편, 성별로는 다소 차이가 나타났다. 여가시간에 즐겨 하는 활동에서 남성은 '게임' (43.6%), '영화' (19.2%), 'TV시청' (13.1%) 등의 순으로 나타난 반면, 여성은 '영화' (31.3%), 'TV시청' (20.5%), '게임' (16.9%) 등의 순으로 나타났다. 특히 남성의 게임 이용은 2009년 29.8%, 2010년 39.9%, 2011년 43.6%로 꾸준한 증가세를 보여주고 있다.

그림 2-1-1 여가시간에 즐겨 하는 활동(성별)

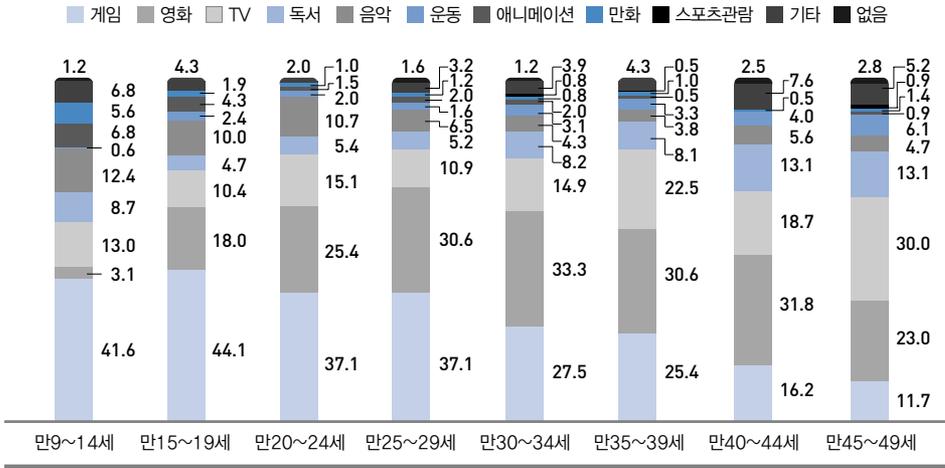
(1순위, 단위 : %, n=1,700)



연령별 결과 30대 미만의 경우 '게임'을 선호하는 비율이 가장 높게 나타난 반면, 30대 이상의 연령층은 '영화'와 'TV시청'을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 만15~19세 청소년들의 경우, 여가시간에 즐겨하는 활동으로 '게임'을 선택한 경우가 44.1%로 전 연령층에서 가장 높은 비율을 보여주었다. 일반적으로 연령층이 높아질수록 '게임'의 비중이 줄어들고 '영화'와 'TV'의 비중이 높아지는 경향이 나타났다.

그림 2-1-2 여가시간에 즐겨 하는 활동(연령별)

(1순위, 단위 : %, n=1,700)



2) 여가시간에 즐겨 가는 장소

여가시간에 주로 가는 장소로는 '영화관'이 25.6%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '노래방' (15.3%), 'PC방' (11.5%), '카페' (7.0%) 순이었다. 성별에 따라서는 친구들과 어울릴 때 주로 가는 장소가 확연히 달랐다. 남성의 경우 'PC방' (19.9%), '영화관' (18.2%), '노래방' (15.1%)의 순서로 나타난 반면, 여성은 '영화관' (32.2%), '노래방' (15.6%), '카페' (11.9%)의 순서로 나타났다. (<그림 2-1-3> 참조)

2. 컴퓨터 및 PC방 이용실태

1) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동

전체 응답자를 대상으로 컴퓨터를 이용할 때 주로 하는 활동을 물어본 결과 정보검색이 32.2%로 가장 높은 비율을 차지했다. 다음으로 '게임' (16.7%), '이메일' (11.7%), 음악/영화/만화(8.8%), '사무/문서처리' (8.5%) 등의 순으로 나타났다. 성별로 보면, 남성은 '정보검색' (32.1%), '게임' (23.2%), '음악/영화/만화' (9.0%), '이메일' (8.4%) 등의 순으로 컴퓨터를 사용한 반면, 여성은 '정보검색' (32.3%), '이메일' (14.9%), '게임' (10.5%), '사무/문서처리' (8.7%) 등의 순으로 나타났다. 남성은 여성에 비해 '게임' 용도로 컴퓨터를 이용하는 경우가 많고, 여성은 남성에 비해 '이메일' 용도로 컴퓨터를 이용하는 경우가 많았다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-1-3 여가시간에 즐겨 가는 장소(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=1,700)

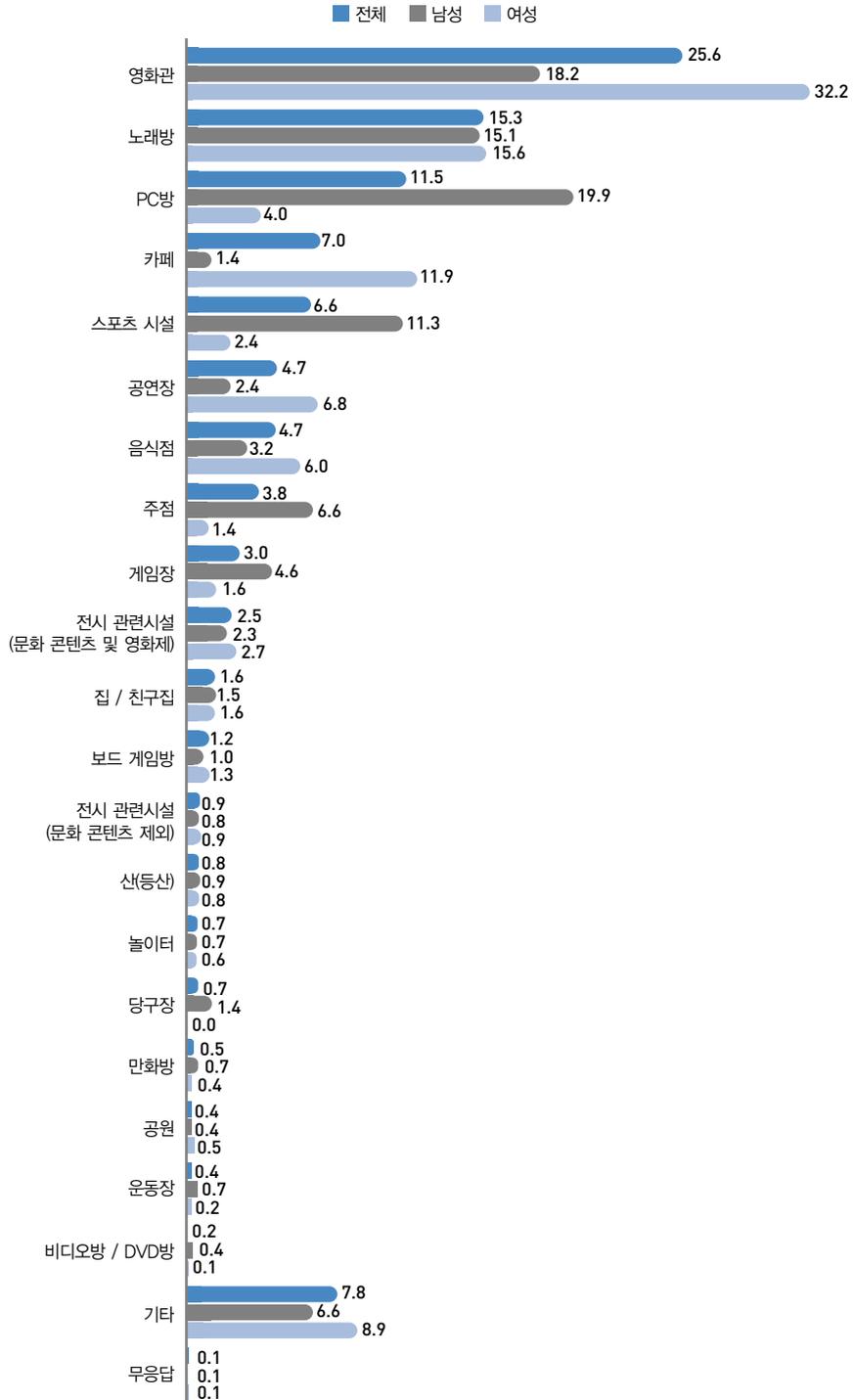
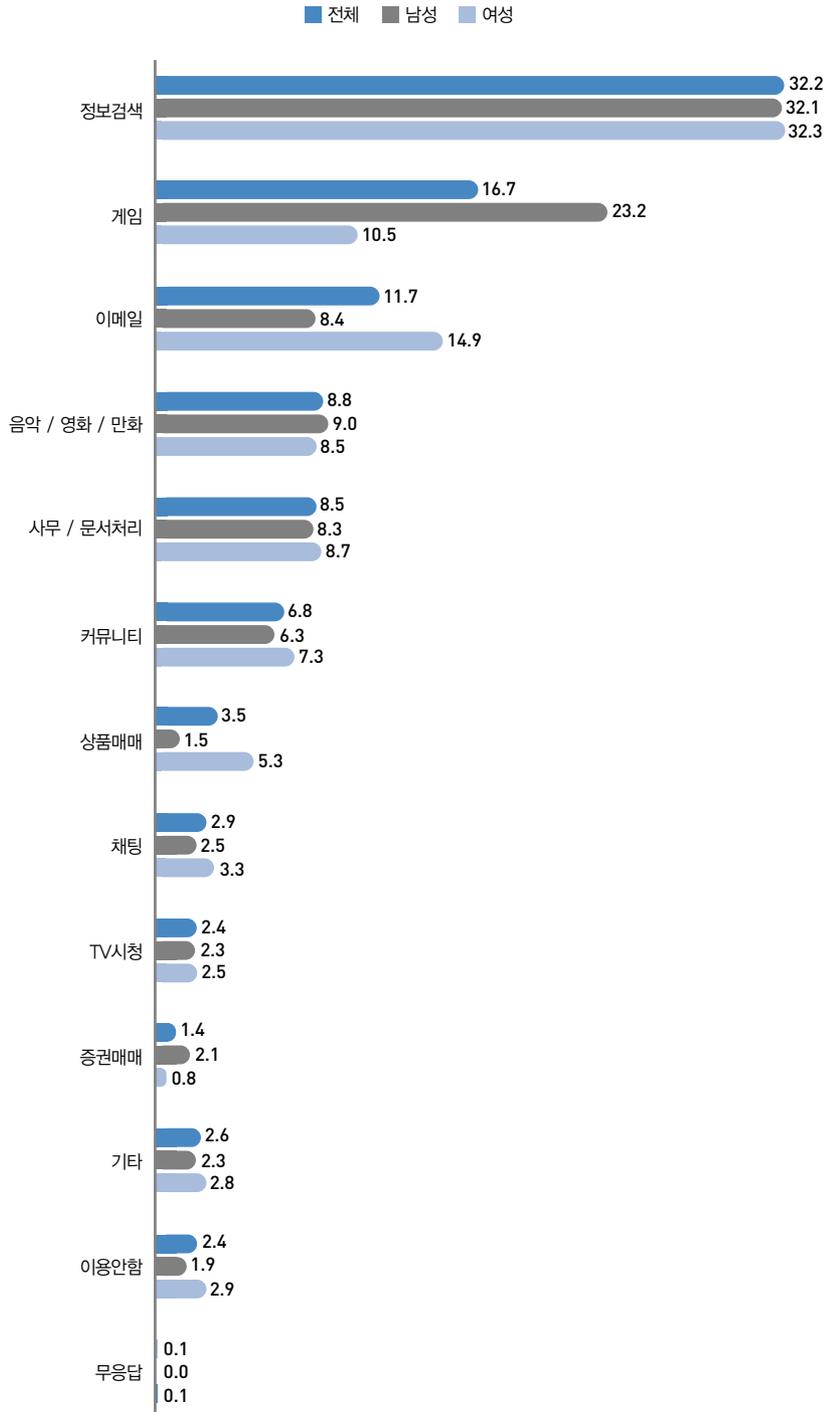


그림 2-1-4 컴퓨터 이용 시 주로 하는 활동(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=1,700)



제2부_ 이용자 동향

2) 인터넷을 주로 이용하는 장소

인터넷을 주로 이용하는 장소는 '집'이 61.8%로 가장 많았으며, 다음으로 '학교/사무실' (34.1%) 이 높았다. 성별로는 큰 차이가 나지 않았으며, 연령별로는 만25~29세부터 '학교/사무실'의 응답 비율이 높게 나타났다. 또한 인터넷을 이용하지 않는다는 응답은 만 45세~49세에서 6.1%로 높게 나타났다.

그림 2-1-5 인터넷을 주로 이용하는 장소(성별)

(단위 : %, n=1,700)

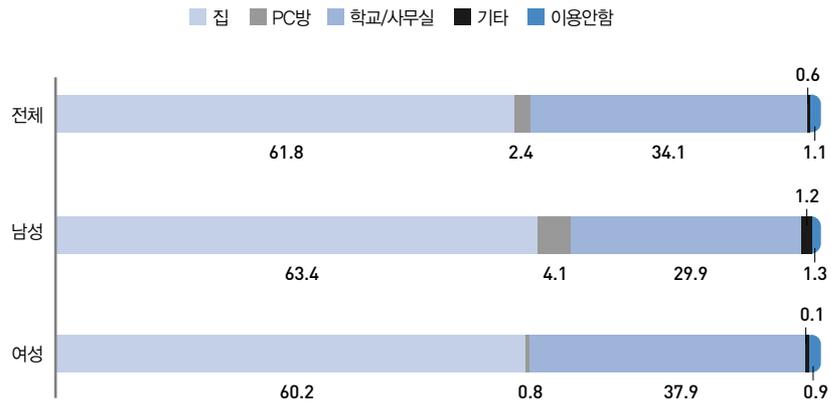
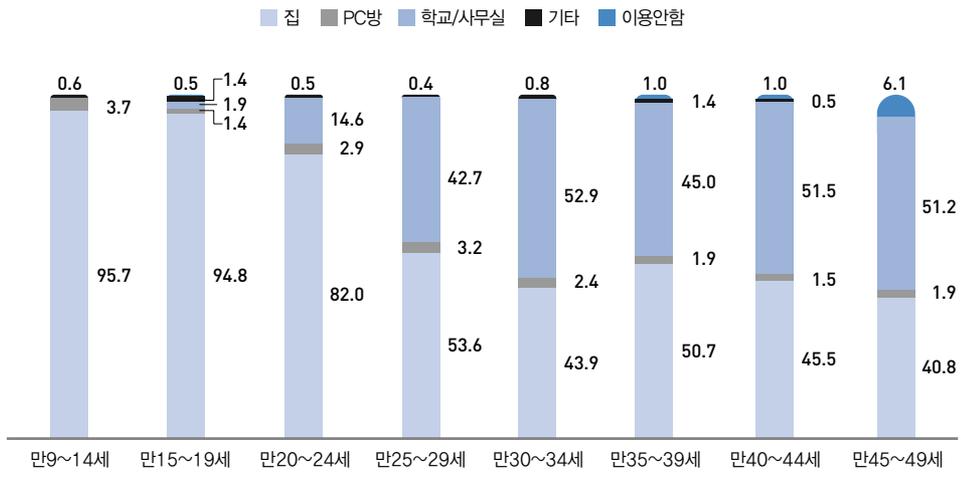


그림 2-1-6 인터넷을 주로 이용하는 장소(연령별)

(단위 : %, n=1,700)



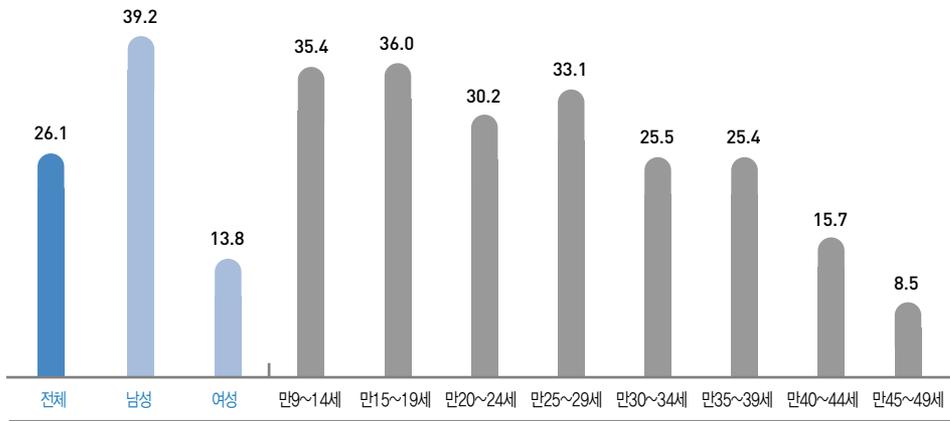
3) PC방 이용비율 및 이용빈도

전체 응답자들의 PC방 이용비율은 26.1%로 전년에 비해 소폭 하락하였다(2009년 21.2%, 2010년 29.8%). 남성은 2010년 40.7%와 비슷한 수준인 39.2%를 기록하였으나, 여성은 2010년 18.6%보다 4.8% 하락한 13.8%를 기록하였다. PC방 이용빈도 역시 감소하였다. 이들은 한 달에 평균적으로 5.8회를 이용했다(2009년 6.41회, 2010년 6.1회).

남성이 여성보다 이용 비율(39.2% 대 13.8%)과 이용빈도(6.1회 대 4.8회)에서 모두 높게 나타났다. PC방 이용비율은 2010년 만9~14세가 47.8%로 가장 높았던 것과 달리, 2011년에는 만9세부터 만29세까지 연령대에서 고르게 30% 이상을 기록하였다. 이용 빈도로 보면 만45~49세가 8.2회로 가장 빈번하게 PC방을 이용하는 것으로 나타났다.

그림 2-1-7 PC방 이용비율(성별/연령별)

(단위 : %, n=1,700)



최근 6개월 내 PC방 이용빈도 증감을 살펴보면, '감소했다'는 응답이 45.7%('매우 감소하였다' 14.4%, '감소하였다' 31.3%)로 '증가했다'는 응답 비율 11.5%('매우 증가하였다' 2.7%, '증가하였다' 8.8%) 보다 높게 나타났다. PC방 이용비율 및 이용빈도와 최근 6개월 내 PC방 이용 빈도 추이를 통해 볼 때, 전반적으로 PC방 이용이 감소하고 있음을 알 수 있다. 연령별로는 '만15~19세' 응답자의 '감소했다' ('매우 감소하였다' 23.7%, '감소하였다' 40.8%)는 응답이 가장 높게 나타났으며, '만9~14세' 응답자의 '증가했다' ('매우 증가하였다' 8.8%, '증가하였다' 14.0%)는 응답이 22.8%로 가장 높았다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-1-8 한 달 평균 PC방 이용빈도(성별/연령별)

(단위 : 회, n=444)

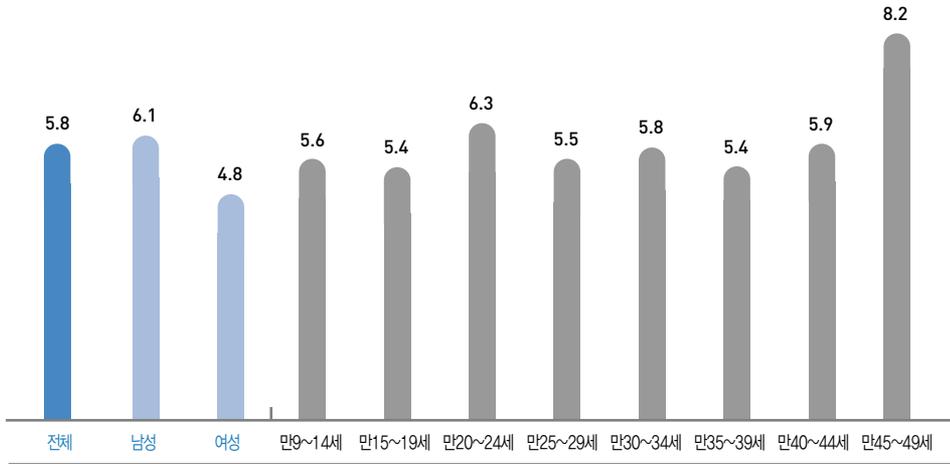
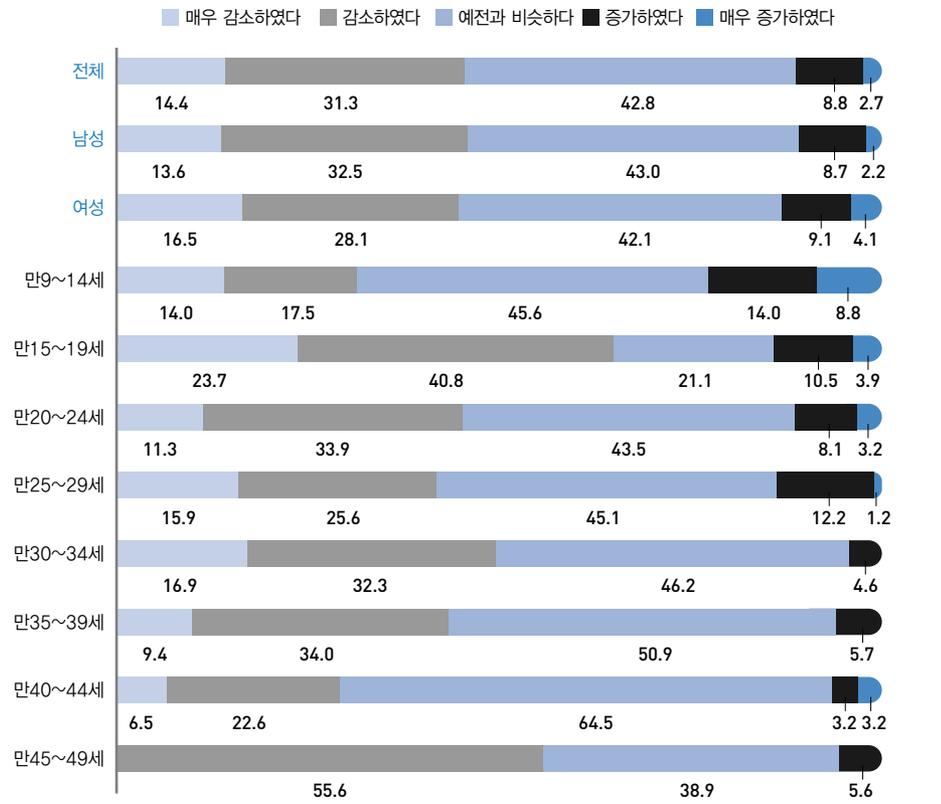


그림 2-1-9 최근 6개월 내 PC방 이용빈도 추이(성별/연령별)

(단위 : %, n=444)

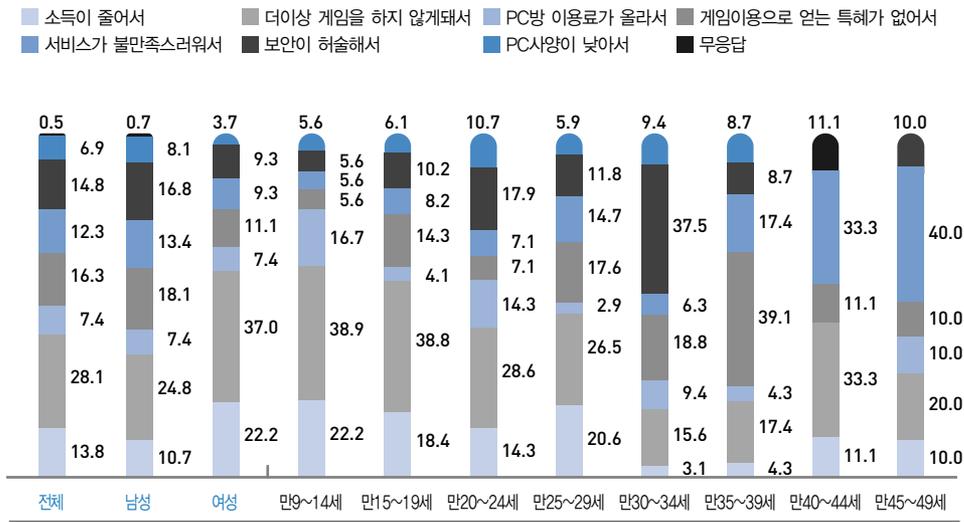


그렇다면 어떤 이유로 PC방 이용빈도가 감소했는지 살펴보았다. 최근 6개월 내 PC방 이용빈도가 감소한 이유를 살펴본 결과, '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' 라는 응답이 28.1%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '게임이용으로 얻는 특혜가 없어서' (16.3%), '보안이 허술해서' (14.8%), '소득이 줄어서' (13.8%), '서비스가 불만족스러워서' (12.3%) 등이 뒤를 이었다.

성별로 보면 남성의 경우에는 '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' (24.8%), '게임이용으로 얻는 특혜가 없어서' (18.1%), '보안이 허술해서' (16.8%) 순으로 나타났으며, 여성의 경우에는 '더 이상 게임을 이용하지 않게 돼서' (37.0%), '소득이 줄어서' (22.2%), '게임이용으로 얻는 특혜가 없어서' (11.1%)의 순으로 나타났다. 연령별로는 만30~34세의 경우 '보안이 허술해서' 라는 응답이 37.5%로 다른 세대에 비해 높게 나타난 점이 특이했다. 또한 만40세 이상에서 '서비스가 불만족스러워서' 라는 응답이 다른 세대 평균에 비해 높은 것도 주목할 만하다.

그림 2-1-10 PC방 이용빈도 감소 이유(성별/연령별)

(단위 : %, n=203)



4) PC방에서 주로 하는 일

PC방에서 주로 하는 일을 살펴보면 '게임'이 82.4%로 압도적으로 높았다. 반면에 '정보검색' (7.4%) 외의 활동은 미비한 수준으로 나타났다. 이러한 경향은 남성(87.6%)이 여성(68.6%)에 비해 강했으며, 여성은 '정보검색' (11.6%) 비율이 남성(5.9%)보다 높았다. 연령별로도 게임이 압도적인 우위를 차지하는 가운데 만35세~44세에서 '정보검색' 비중이 상대적으로 높았다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-1-11 PC방에서 주로 하는 일(성별)

(1순위, 단위 : %, n=444)

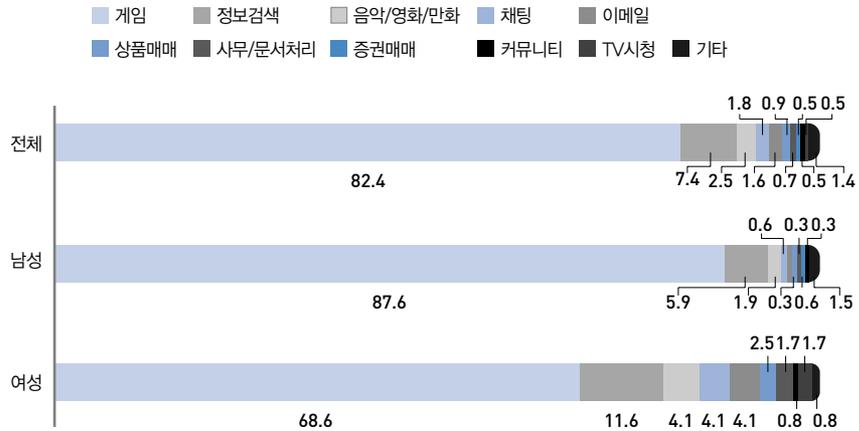


표 2-1-2

구분	사례수(명)	게임	정보 검색	음악/영화/만화	채팅	이메일	상품 매매	사무/문서 처리	증권 매매	커뮤니티	TV 시청	기타
전체	444	82.4	7.4	2.5	1.8	1.6	0.9	0.7	0.5	0.5	0.5	1.4
성별	남성	323	87.6	5.9	1.9	0.9	0.6	0.3	0.3	0.6	0.3	1.5
	여성	121	68.6	11.6	4.1	4.1	4.1	2.5	1.7	0.0	0.8	1.7
연령	만9~14세	57	80.7	7.0	3.5	1.8	1.8	3.5	0.0	0.0	0.0	1.8
	만15~19세	76	86.8	2.6	0.0	3.9	1.3	1.3	0.0	0.0	0.0	2.6
	만20~24세	62	83.9	8.1	1.6	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	1.6
	만25~29세	82	90.2	2.4	3.7	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
	만30~34세	65	84.6	7.7	1.5	0.0	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	1.5
	만35~39세	53	71.7	18.9	3.8	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0
	만40~44세	31	67.7	12.9	6.5	3.2	6.5	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0
	만45~49세	18	77.8	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0

5) PC방 1회 이용시간

PC방 평균 1회 이용시간은 2.8시간으로 나타났으며, '2~3시간 미만'의 응답 비율이 39.6%로 가장 높게 나타났다. 성별로 남성은 평균 2.9시간, 여성은 평균 2.4시간을 기록했다. 남성과 여성의 경우는 모두 '2~3시간 미만'이 각각 39.3%, 40.5%로 가장 높았다. 남녀 모두 PC방 1회 이용시간이 4시간 이상인 경우는 많지 않았으나, 모두 합치면 16.7%를 차지했다. 이는 PC방 1회 이용시간이 '1~2시간 미만'인 이용자(18.9%) 수준이다.

연령별로 보았을 때, 평균적으로 '2~3시간 미만' 이라고 응답한 이용자가 가장 많았다. 2010년 결과와 다르게 '만30~34세'의 경우에도 '2~3시간 미만'이 가장 높은 비율을 차지했으나(2010년 만30~34세 '1~2시간 미만' 33.8%, '2~3시간 미만' 18.9%, '3~4시간 미만' 29.7%), '3~4시간 미만'도 36.9%로 높게 나타났다.

그림 2-1-12 PC방 1회 이용시간(성별)

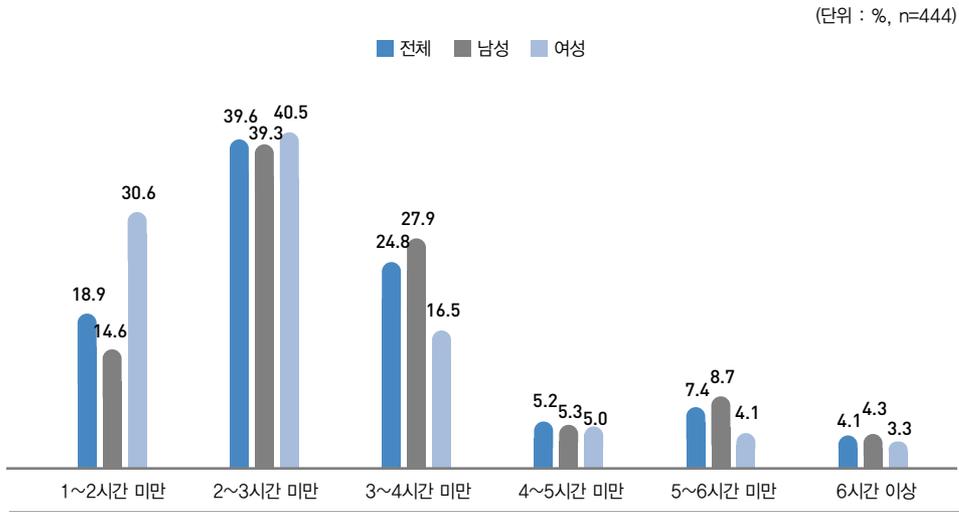
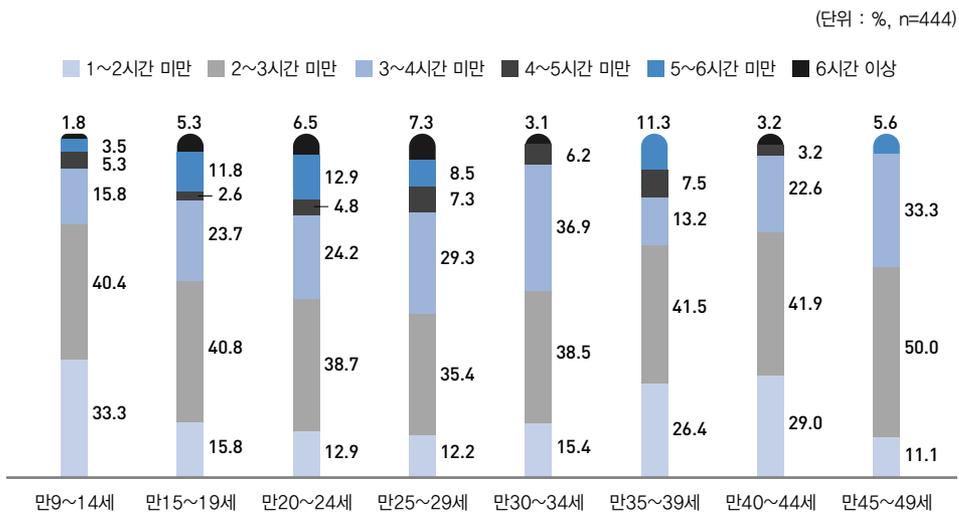


그림 2-1-13 PC방 1회 이용시간(연령별)



6) PC방을 이용하는 이유

PC방을 이용하는 이유로는 '친구/동료들과 어울리기 위해'가 50.5%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 'PC시설이 좋아서'(22.7%), 'PC방 이용특혜 있기 때문'(10.8%) 등의 순으로 나타났다. 남녀 모두 '친구/동료들과 어울리기 위해'가 가장 높은 순위를 차지한 가운데, 남성의 응답비율이 54.8%로 여성(38.8%)보다 높아 PC방이 남성들의 주요 놀이공간이라는 사실을 추측해 볼 수 있었다. 연령 별로도 만9세부터 34세까지가 '친구/동료들과 어울리기 위해서'라고 응답한 비중이 가장 높지만, 만35세 응답자부터는 'PC 시설이 좋아서'라는 응답과 격차가 줄어들기 시작하여 만40세 이상에서는 'PC 시설이 좋아서'라는 응답이 가장 높은 비중을 차지했다.

그림 2-1-14 PC방을 이용하는 이유(성별)

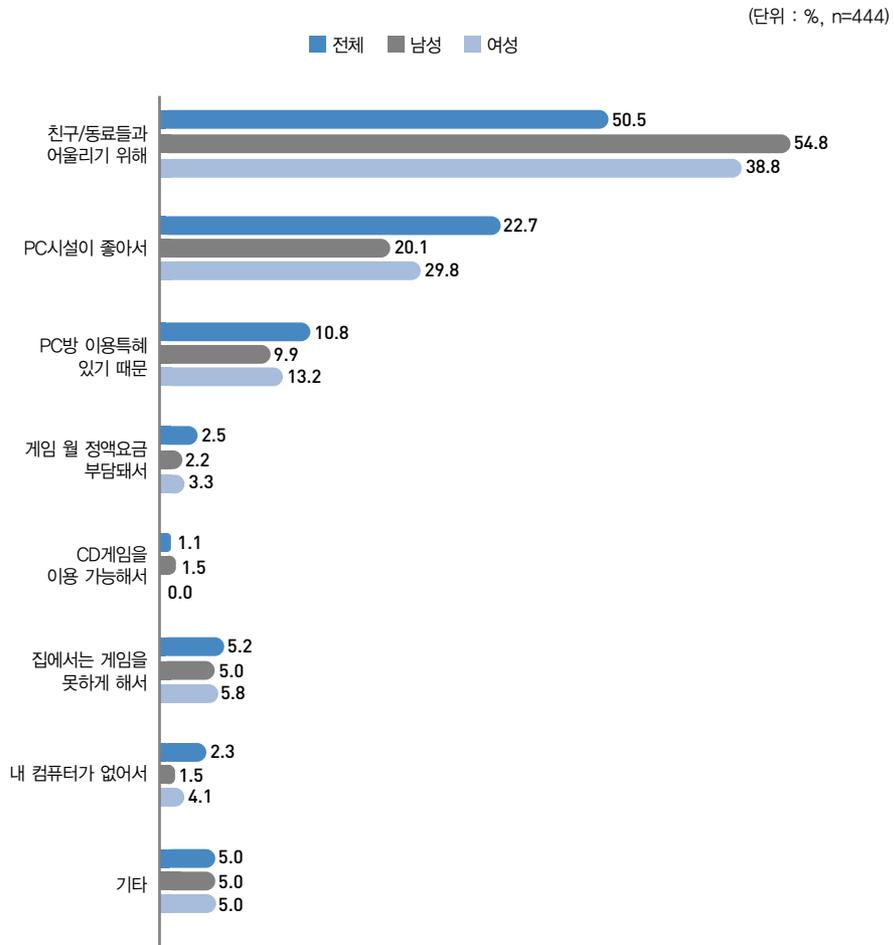


표 2-1-3

PC방을 이용하는 이유(성별/연령별)

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	친구/동료들과 어울리기 위해	PC 시설이 좋아서	PC방 이용특혜 있기때문	게임 월 정액요금 부담돼서	CD 게임을 이용가능 해서	집에서는 게임을 못하게 해서	내 컴퓨터가 없어서	기타
전 체		444	50.5	22.7	10.8	2.5	1.1	5.2	2.3	5.0
성별	남성	323	54.8	20.1	9.9	2.2	1.5	5.0	1.5	5.0
	여성	121	38.8	29.8	13.2	3.3	0.0	5.8	4.1	5.0
연령	만9~14세	57	68.4	12.3	8.8	0.0	0.0	8.8	1.8	0.0
	만15~19세	76	64.5	19.7	3.9	0.0	0.0	9.2	0.0	2.6
	만20~24세	62	51.6	25.8	12.9	1.6	0.0	1.6	1.6	4.8
	만25~29세	82	51.2	19.5	7.3	7.3	1.2	4.9	1.2	7.3
	만30~34세	65	52.3	15.4	15.4	3.1	1.5	0.0	3.1	9.2
	만35~39세	53	35.8	24.5	26.4	0.0	0.0	3.8	7.5	1.9
	만40~44세	31	19.4	45.2	6.5	6.5	6.5	9.7	0.0	6.2
	만45~49세	18	16.7	55.6	0.0	0.0	5.6	5.6	5.6	10.9

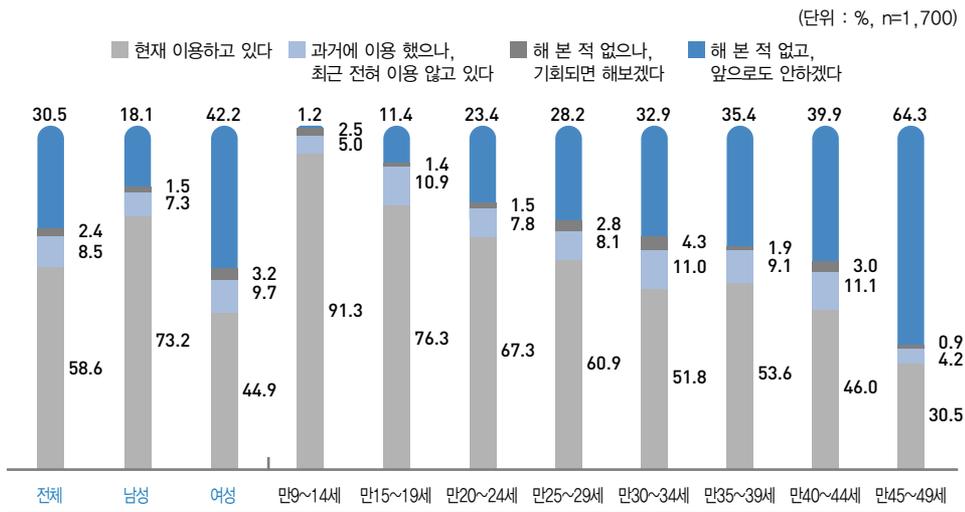
제 2 장 플랫폼별 이용 현황

▣ 제1절 게임 이용실태

1. 게임 이용경험

게임 이용경험을 물어본 질문에서, '현재 이용하고 있다'는 응답이 58.6%(현재 이용 경험자 50.3%+ 최근 6개월 이내 1회 이상 이용자 8.3%), '과거에는 이용했으나 최근에는 전혀 이용하고 있지 않다'는 응답이 8.5%를 차지하고 있어 전체 응답자 중 게임 경험이 있는 응답자는 67.1%로 나타났다. 성별로 보면, 남성의 경우 '현재 이용하고 있다'는 응답이 73.2%인 반면, 여성은 44.9%로 상

그림 2-2-1 게임 이용경험(성별/연령별)

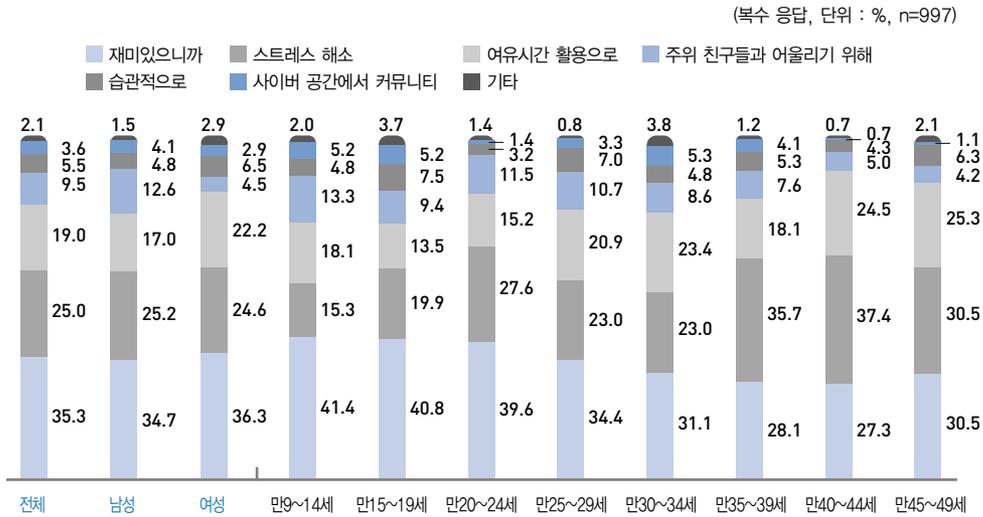


대적으로 적었다. 연령별로는 '만9~14세'에서 '현재 이용하고 있다'는 항목이 91.3%로 전체 연령에서 가장 높은 비율을 보였다. 또한 연령이 증가할수록 '현재 이용하고 있다'는 응답은 줄어드는 반면 '해본 적 없고, 앞으로도 안하겠다'는 응답이 늘어나는 것을 확인할 수 있다.

2. 게임을 하는 이유

게임을 하는 이유에 대해서 물어본 결과, '재미있으니까'라는 의견이 35.3%로 가장 많았고, 다음으로 '스트레스 해소' (25.0%), '여유시간 활용으로' (19.0%) 등의 순으로 나타났다. 성별로 보면, '주위 친구들과 어울리기 위해서'라는 응답에서 남성(12.6%)이 여성(4.5%)보다 높았다.

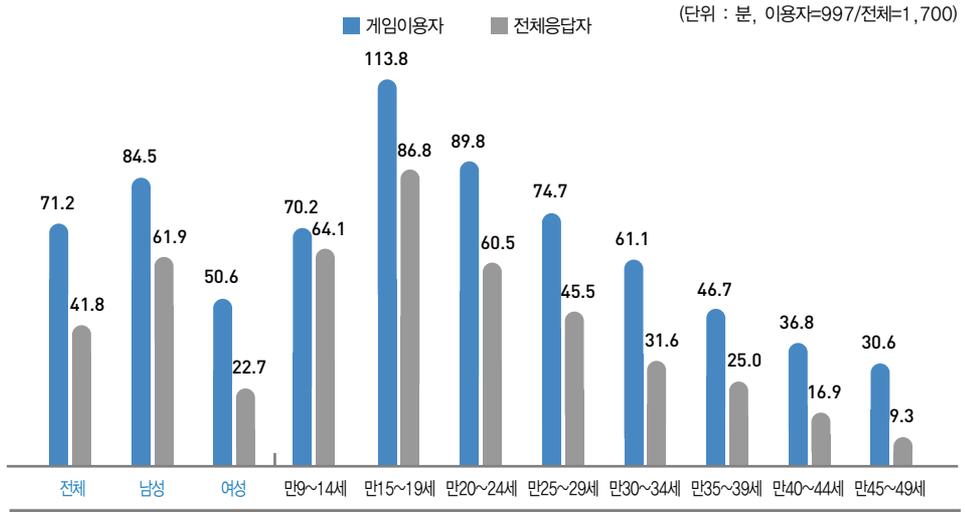
그림 2-2-2 게임을 하는 이유(성별/연령별)



3. 하루 평균 게임 이용시간

하루 평균 게임 이용시간을 게임 이용자와 게임을 이용하지 않는 응답자를 포함한 전체 응답자로 나누어 조사한 결과, 게임이용자는 하루 평균 71.2분을 게임에 할애하는 것으로 나타났고, 전체 응답자는 41.8분을 게임에 소비하는 것으로 나타났다. 게임이용자를 중심으로 살펴보면, 남성(84.5분)이 여성(50.6분)보다 게임 이용시간이 평균 30분 이상 길었다. 연령별로는 만15~19세 게임이용자가 113.8분으로 가장 긴 이용시간을 보였다. 게임 이용은 만15~19세를 정점으로 다시 하락하는 추세를 보였다.

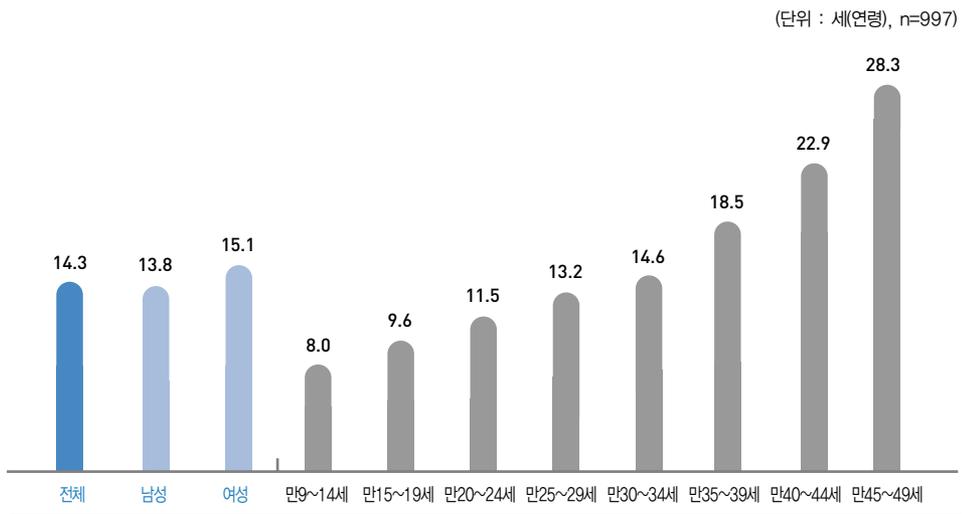
그림 2-2-3 하루 평균 게임 이용시간(성별/연령별)



4. 게임을 처음 접한 시기와 주로 이용하는 게임플랫폼

게임을 처음 접한 시기를 묻는 질문에서 응답자들이 게임을 처음 접한 시기는 평균 14.3세로 나타났다. 남성은 평균 13.8세, 여성은 평균 15.1세로 남성이 여성보다 좀 더 빠른 시기에 게임을 접한다는 것을 알 수 있다. 연령별로는 나이가 어릴수록 게임을 처음 접한 시기가 빨랐다.

그림 2-2-4 게임을 처음 접한 시기



게임 이용자가 주로 이용하는 게임플랫폼을 조사해 본 결과, 응답자의 67.1%가 '온라인게임' 이라고 답했고, 다음으로 '모바일게임' (15.3%), 'PC게임' (8.6%) 등의 순으로 나타났다. 주목할 만

그림 2-2-5 주로 이용하는 게임플랫폼(성별)

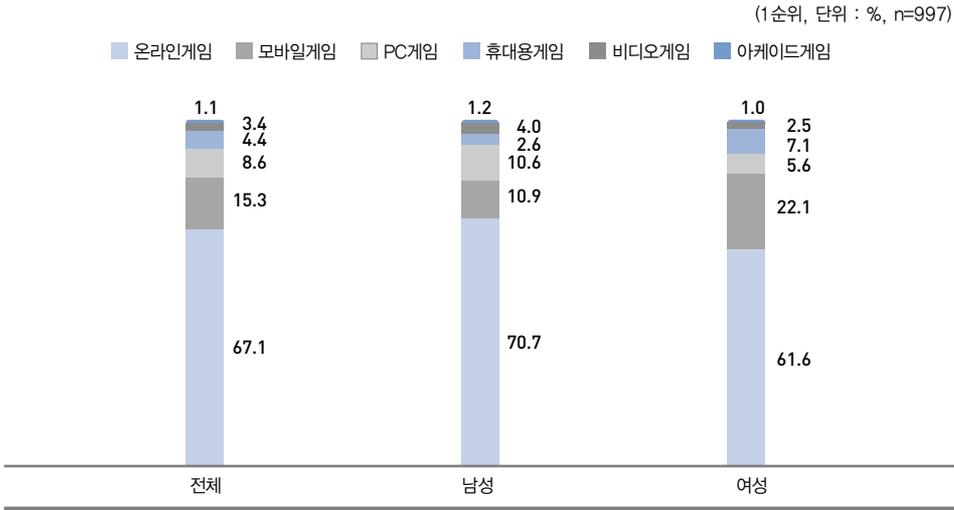
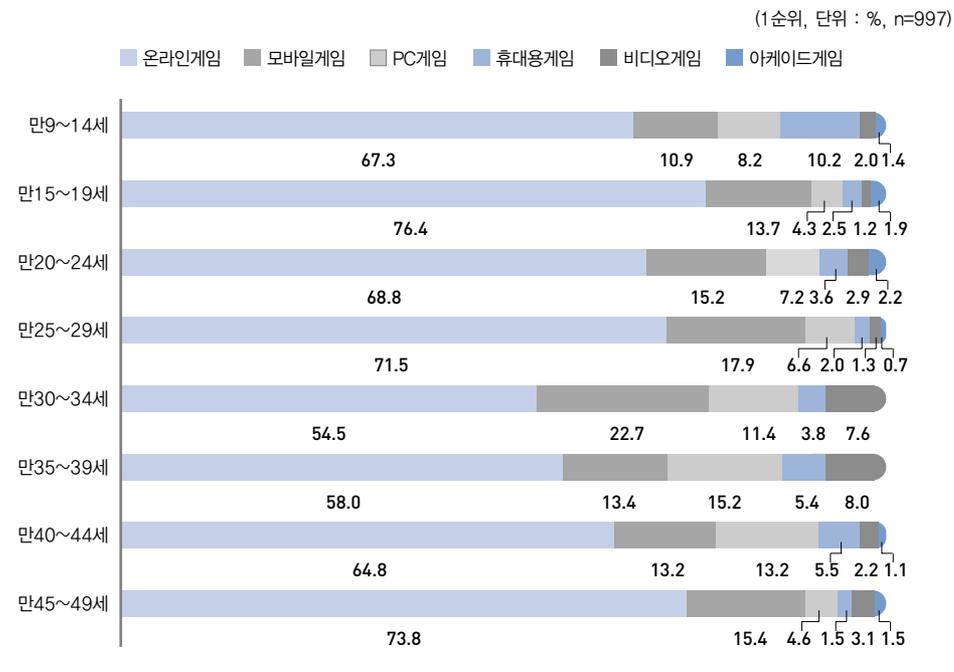


그림 2-2-6 주로 이용하는 게임플랫폼(연령별)



제2부_ 이용자 동향

한 사실은 모바일게임 이용이 2010년 8.4%에서 2011년 15.3%로 큰 폭으로 증가했다는 점이다. 한편, 성별로는 남성과 여성 모두 '온라인게임' 이 가장 높은 비중을 차지하고 있는 가운데, 여성의 경우 '모바일게임' (22.1%) 및 '휴대용게임' (7.1%)의 비율이 남성 이용자보다 상대적으로 높게 나타났다.

연령별로는 모든 연령층에서 '온라인게임' 이 절반 이상을 차지했으며 '만15~19세' 76.4%, '만45~49세' 73.8%, '만25~29세' 71.5%의 순으로 온라인게임 이용률이 높았다. 특히 만30~34세 사이의 응답자에서는 모바일게임의 이용이 높았다.

5. 게임을 주로 이용하는 장소와 시간

게임을 주로 어디에서 이용하는지를 묻는 질문에서 대부분의 응답자가 '집' (80.1%)이라고 응답하였으며, 다음으로 'PC방' (12.6%), '학교/사무실' (3.6%) 등으로 대답했다. 성별로 PC방 이용률을 보면 남성의 이용률(15.6%)이 여성의 이용률(8.1%)보다 높았다. 모든 연령층이 주로 '집' 에서 게임을 이용하는 가운데 만25~29세에서 'PC방' 을 이용한다는 응답(21.2%)이 가장 높았다.

한편 게임을 주로 이용하는 시간대는 '저녁 6시~밤 10시' 가 37.9%로 가장 높았고, 다음으로 '밤 10시~새벽 2시' (28.2%), '낮 12시~저녁 6시' (27.3%)의 순서로 나타났다. 연령별로는 '만9~19세' 는 낮 시간과 저녁시간에 주로 게임을 이용하는 반면, 만20~44세는 주로 저녁과 새벽 시간대에 게임을 이용하는 것으로 나타나, 연령별 게임 이용시간의 패턴이 다르다는 사실을 보여주었다.

그림 2-2-7 게임을 주로 이용하는 장소(성별)

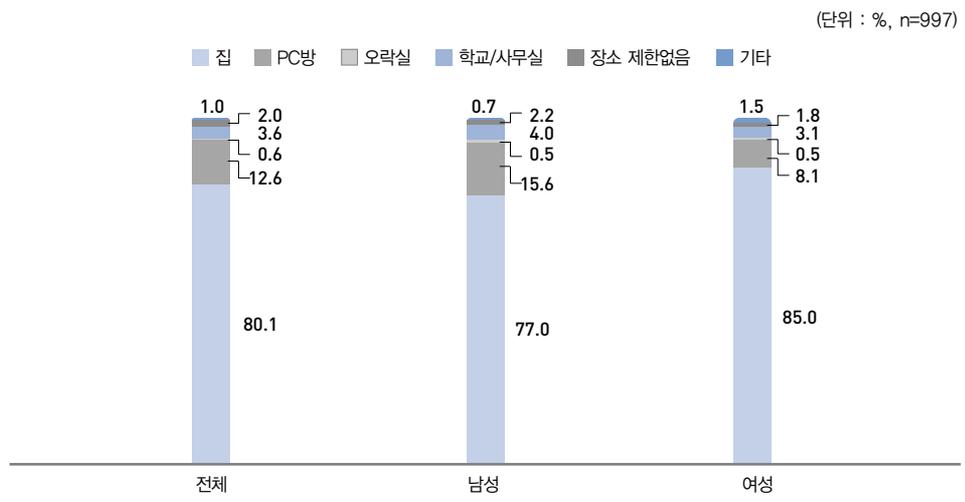


그림 2-2-8 게임을 주로 이용하는 장소(연령별)

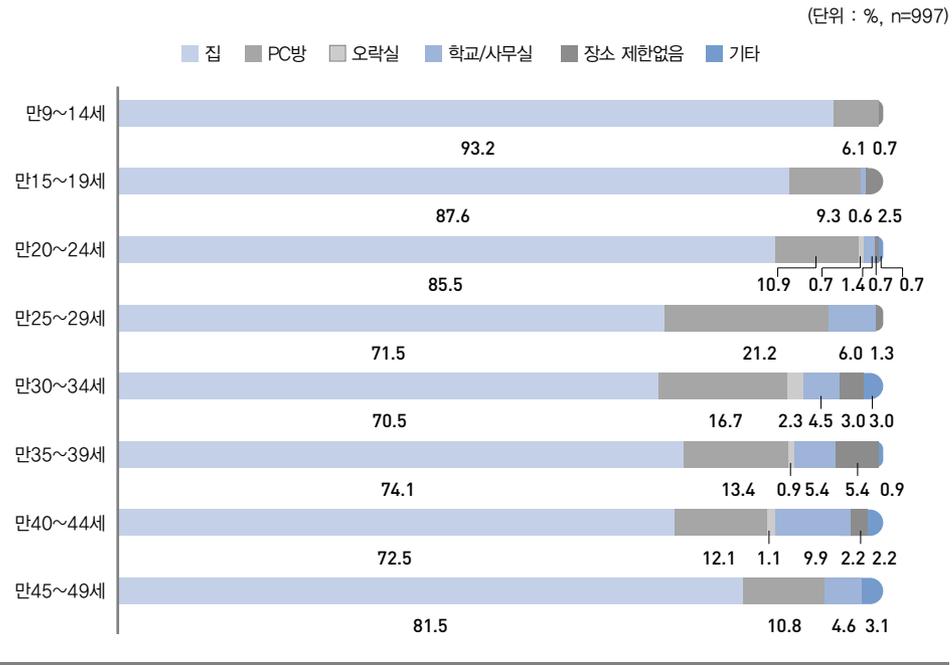


그림 2-2-9 게임을 주로 이용하는 시간대(성별)

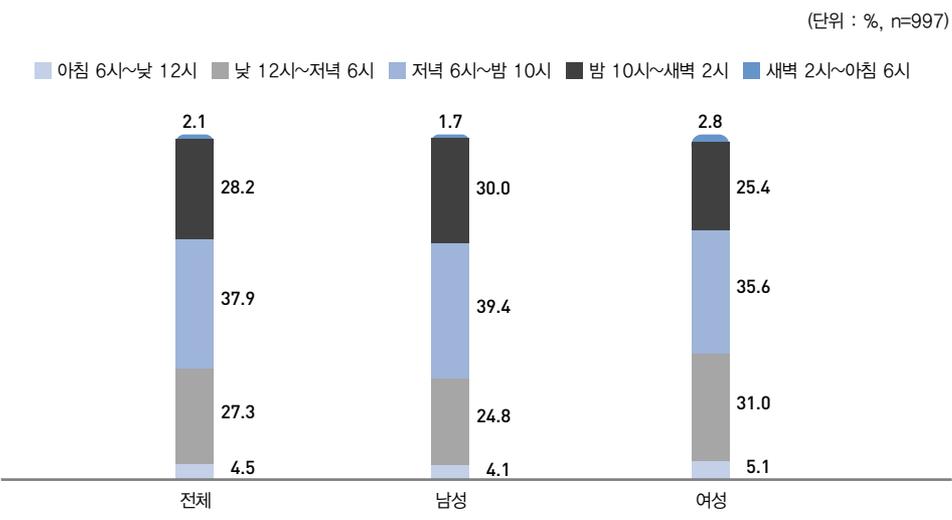
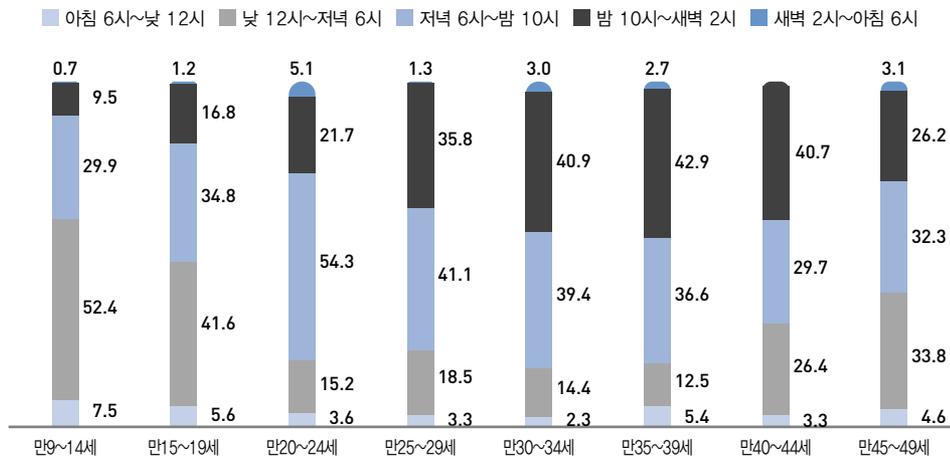


그림 2-2-10 게임을 주로 이용하는 시간대(연령별)

(단위 : %, n=997)

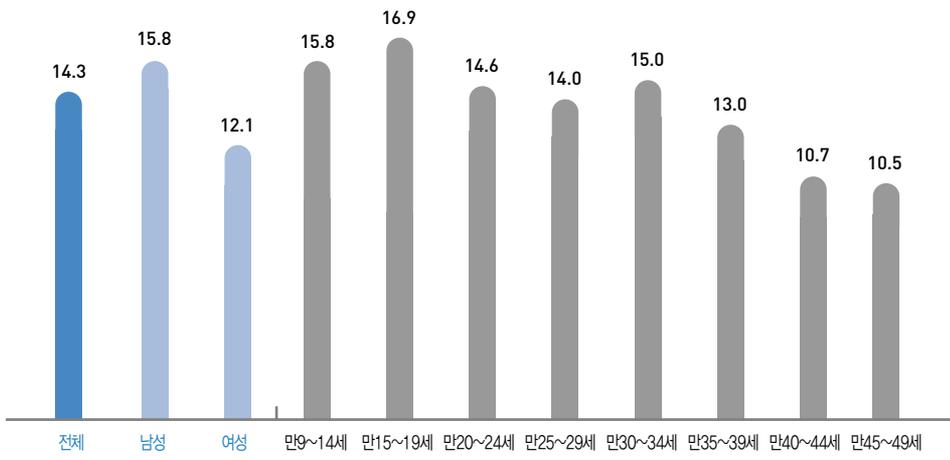


6. 월평균 게임 이용 횟수와 1회 평균 이용시간

한 달 평균 게임 이용 횟수를 알아본 결과, 전체 평균 이용 횟수는 14.3회로 나타났으며, 2010년 16.6회에 비해 약간 감소했다. 성별로는 남성(15.8회)이 여성(12.1회)보다 많은 것으로 나타났다. 월평균 가장 많이 게임을 이용하는 연령대는 만15~19세 로, 평균 16.9회를 이용하는 것으로 나타났다.

그림 2-2-11 월평균 게임 이용 횟수(성별/연령별)

(단위 : 회, n=997)



게임이용자의 1회 평균 게임 이용시간은 2.1시간으로 나타났다. 전체 46.1%의 이용자가 '1~2시간 미만'을 이용했으며, '2~3시간 미만' (28.2%)과 '3~4시간 미만' (16.2%)이 뒤를 이었다. 전반적으로 남성이 여성보다 1회 게임 이용시간이 길었는데, 남성은 2.3시간, 여성은 1.8시간으로 나타났다. 연령별로는 '만15~19세'가 2.7시간, '만20~24세'가 2.6시간으로 타 연령대보다 게임을 많이 하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 만15~19세를 기점으로 연령이 증가함에 따라 게임 이용시간은 감소했다.

그림 2-2-12 1회 게임 이용시간(성별)

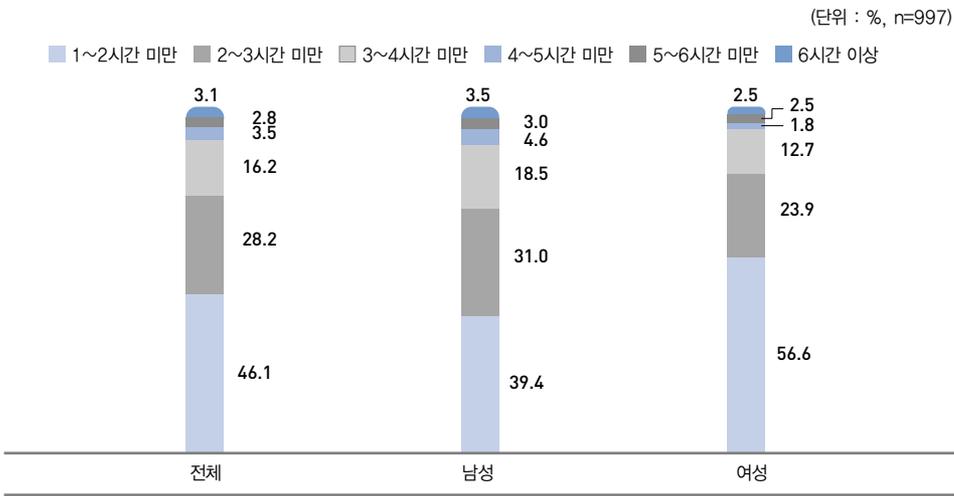


그림 2-2-13 1회 게임 이용시간(연령별)

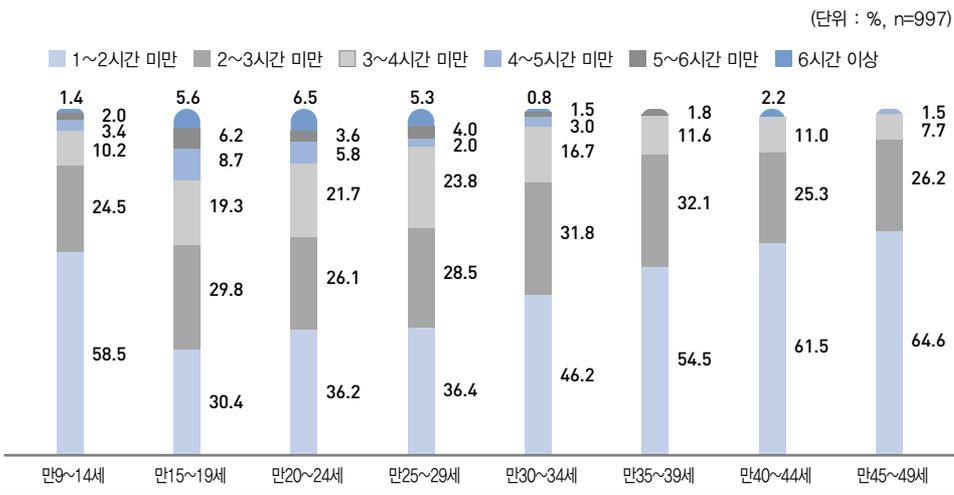
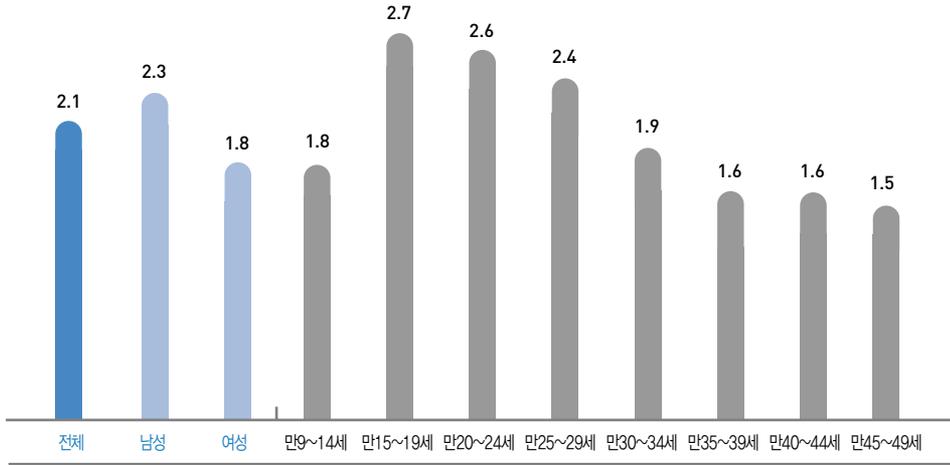


그림 2-2-14 1회 평균 게임 이용시간(성별/연령별)

(단위 : 시간, n=997)

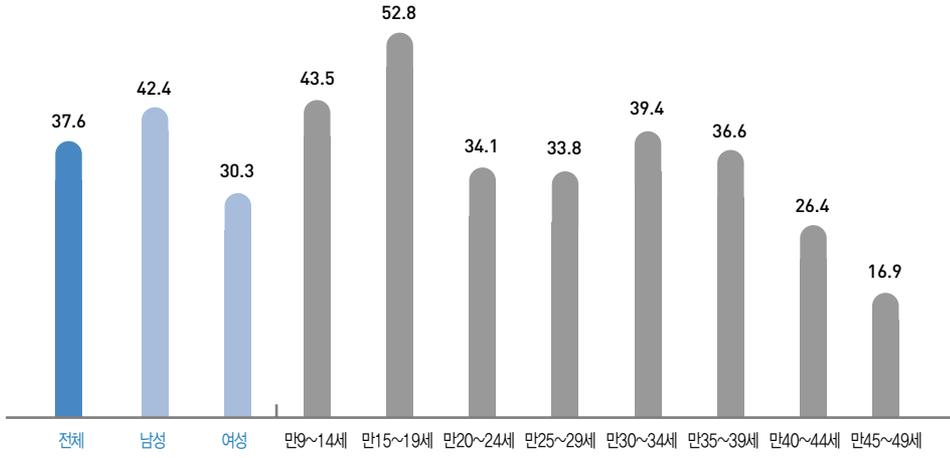


7. 최근 6개월간 게임을 변경한 비율과 이유

최근 6개월 이내에 이용하던 게임을 바꾼 경험이 있다는 비율은 전체 응답자의 37.6%였다. 남성(42.4%)이 여성(30.3%)보다 게임 변경경험이 많은 것으로 나타났다. 연령별로는 1회 게임 이용시간이 가장 많았던 '만15~19세' (2.7시간)가 게임 변경비율(52.8%)도 가장 높았으며, 게임 이용시간이 가장 적은 '만45~49세' 이용자(1.5시간)의 게임 변경비율(16.9%)이 가장 적었다.

그림 2-2-15 최근 6개월간 게임을 바꾼 경험이 있는 비율(성별/연령별)

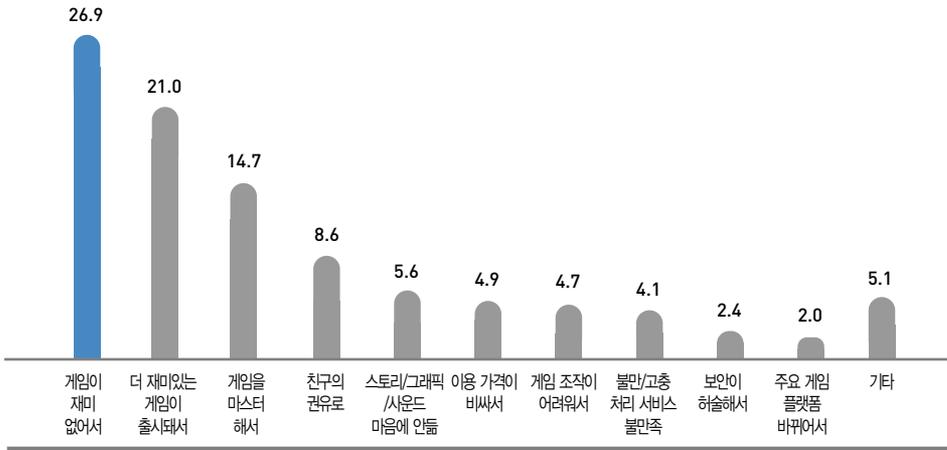
(단위 : %, n=997)



최근 6개월 이내에 게임을 변경한 이유로 '게임이 재미 없어서'가 26.9%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시되어서'(21.0%), '게임을 마스터해서'(14.7%) 등이었으며, '친구의 권유로'(8.6%), '스토리/그래픽/사운드 마음에 안들'(5.6%), '이용 가격이 비싸서'(4.9%), '게임 조작이 어려워서'(4.7%), '불만/고충 처리 서비스 불만족'(4.1%), '보안이 허술해서'(2.4%), '주요 게임 플랫폼 바뀌어서'(2.0%), '기타'(5.1%) 순으로 나타났다.

그림 2-2-16 게임을 바꾼 이유

(복수 응답, 단위 : %, n=375)



8. 선호 게임플랫폼과 장르

응답자의 절반 이상(51.1%)은 특정한 게임 플랫폼을 선호하는 이유에 대해서 '가장 쉽게 이용할 수 있는 게임분야'라고 응답하였다. 다음으로 '집이나 학교 등 실내와 밖에서도 쉽게 이용 가능하기 때문에'(17.0%), '친구들이 가장 많이 이용해서'(16.4%) 등으로 답변했다. 성별로는 '친구들이 가장 많이 이용해서'라는 응답이 여성(7.9%)보다 남성(22.0%)이 월등히 높았으며, 이는 여성들에 비해 남성들이 게임을 통해 친구들과 관계 맺는 경향이 크다는 사실을 추측하게 해 준다. 또한 여성의 경우는 '집이나 학교 등 실내와 밖에서도 쉽게 이용가능'하다는 응답(19.8%)이 남성(15.1%)에 비해 높게 나타나서 여성들이 게임 플랫폼 선택에서 중요하게 생각하는 점들이 남성과는 다르다는 사실을 알 수 있다.

연령별로 살펴보면, '친구들이 가장 많이 사용해서'라는 응답은 10대부터 30대 초반까지 높게 나타났으나 30대 중반 이후로는 감소하는 것을 볼 수 있다. 오히려 연령대가 높아질수록 '가장 쉽게 이용할 수 있는 게임분야'라는 응답이 높아진다. 또한 사회활동이 시작되는 20대 중반부터 '집이나 학교 등 실내와 밖에서도 쉽게 이용가능'하다는 점이 플랫폼을 선택하는 이유에서 차지하는 비중이 증가함을 알 수 있다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-1-17 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(성별)

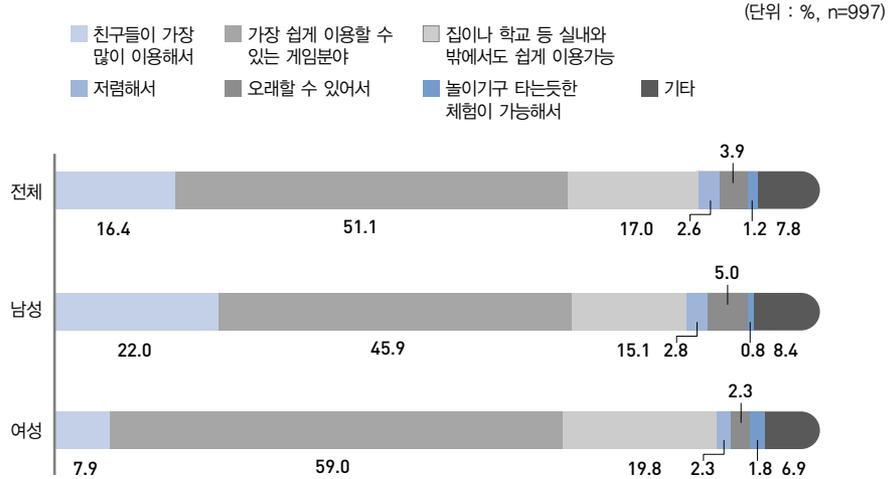
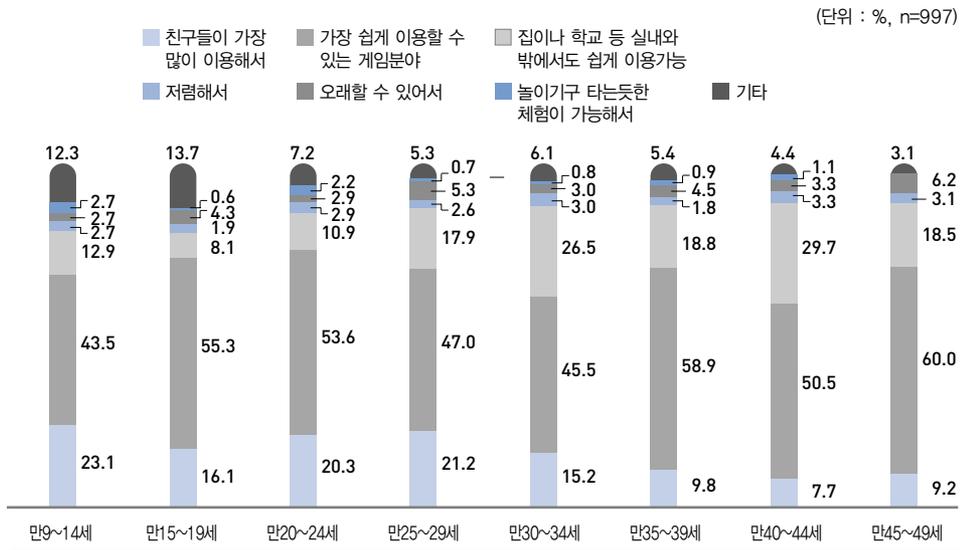
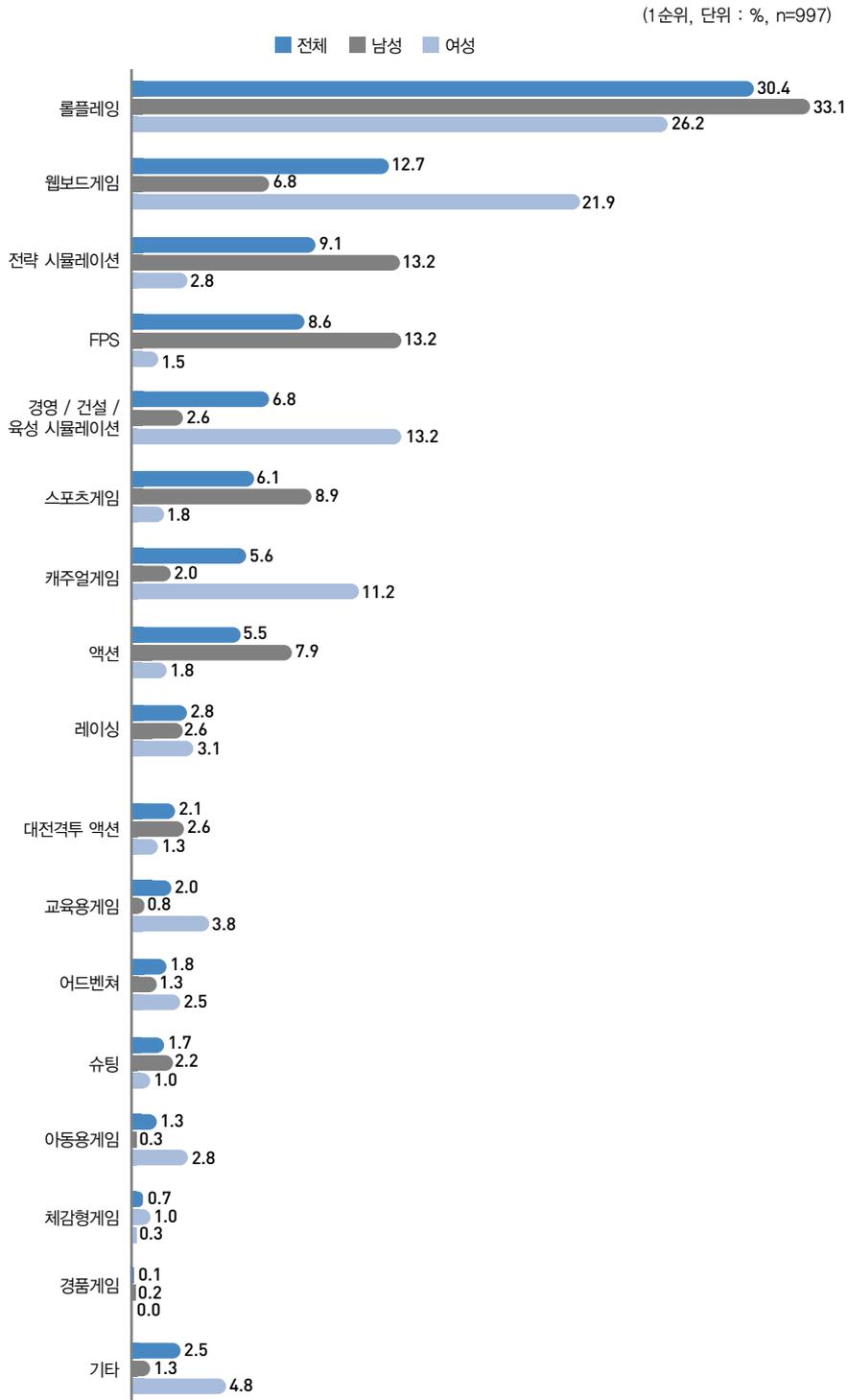


그림 2-1-18 선호하는 게임플랫폼을 선택한 이유(연령별)



가장 선호하는 게임장르는 ‘롤플레이’ 으로, 30.4%를 차지하였다. 다음으로 ‘웹보드게임’ (12.7%), ‘전략 시뮬레이션’ (9.1%), ‘FPS’ (8.6%) 등의 순으로 나타났다. 그러나 성별에 따른 순위는 많이 다른 양상을 보였는데, 남성의 경우 ‘롤플레이’ 33.1%, ‘전략 시뮬레이션’ 13.2%, ‘FPS’ 13.2%, ‘스포츠게임’ 8.9% 순으로 나타났다. 반면 여성의 경우는 ‘롤플레이’ 26.2%, ‘웹보드게임’ 21.9%, ‘경영/건설/육성 시뮬레이션’ 13.2% 순으로 나타났다.

그림 2-1-19 선호하는 게임 장르(성별)



9. 평균 이용 게임개수

현재 이용하고 있는 게임개수는 평균 2.6개로 2010년과 동일했다. 반면 2010년에는 남성(평균 2.8개)이 여성(평균 2.3개)보다 평균 이용 개수가 많았으나, 올해는 남성(평균 2.6개)과 여성(평균 2.5개)의 격차가 줄어든 것으로 나타났다. 게임 이용은 만9~14세가 가장 다양한 숫자의 게임(평균 3.2개)을 이용했다.

그림 2-2-20 이용 게임 개수(성별/연령별)

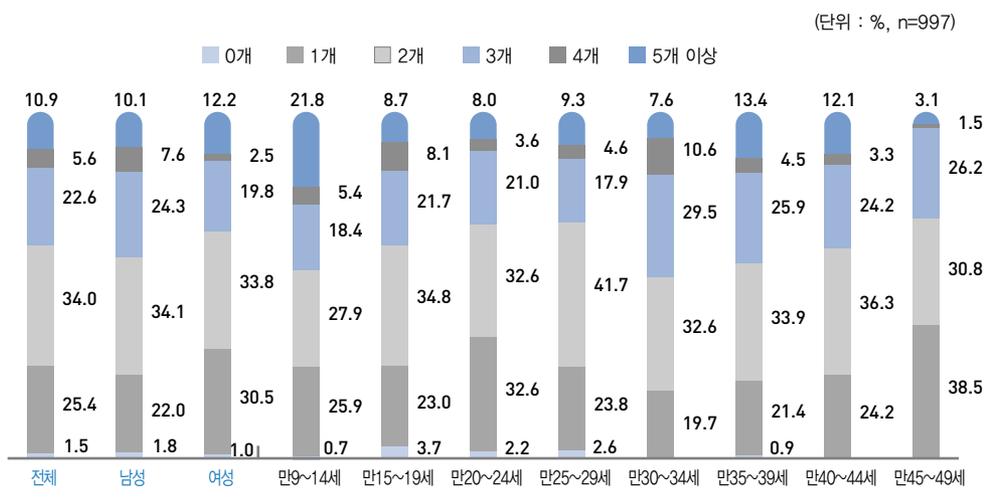
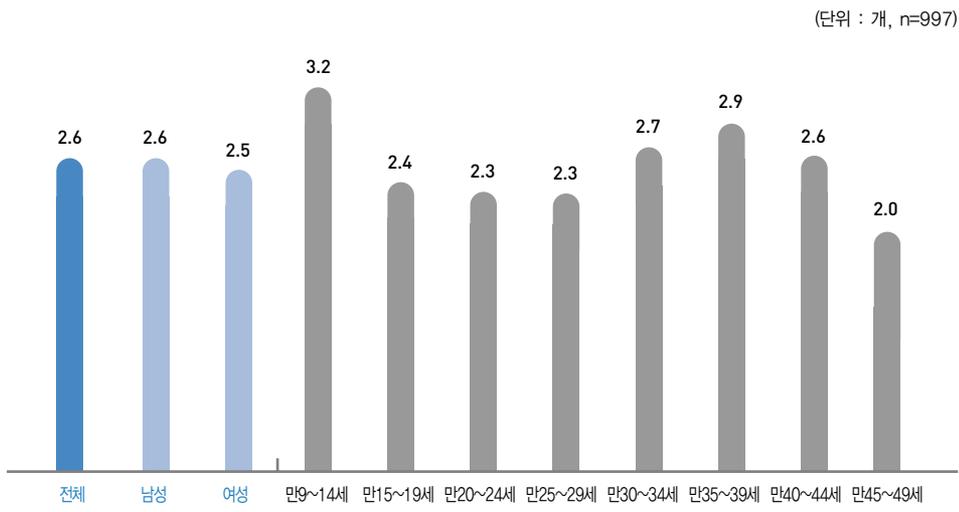


그림 2-2-21 평균 이용 게임 개수(성별/연령별)



제2절 게임 소비실태

1. 게임 이용(구입)비용

한 달 평균 게임 이용비용을 조사한 결과, 게임 이용비용을 가장 많이 쓰는 플랫폼은 '비디오 게임'으로 한 달 평균 41,287원으로 나타났다. 다음으로 '온라인게임' (30,809원), 'PC게임' (24,444원), '휴대용게임' (24,268원), '모바일게임' (10,914원), '아케이드게임' (6,604원)의 순서로 나타났다.

표 2-2-1 게임 이용(구입)비용 (단위 : 원)

구 분		온라인 게임	모바일 게임	PC게임	비디오 게임	휴대용 게임	아케이드 게임
전 체		30,809	10,914	24,444	41,287	24,268	6,604
성별	남성	28,266	9,353	25,043	46,025	26,455	7,219
	여성	38,158	13,174	21,966	24,273	19,755	5,475
연령	만9~14세	15,992	10,710	19,867	71,500	30,958	4,383
	만15~19세	19,970	9,005	35,153	32,000	21,615	6,146
	만20~24세	46,457	4,969	18,479	39,333	31,000	4,725
	만25~29세	24,643	6,559	16,236	36,375	23,605	8,280
	만30~34세	28,204	6,652	20,913	33,826	25,664	3,427
	만35~39세	33,340	11,643	29,156	31,000	18,077	8,113
	만40~44세	37,452	43,292	33,400	46,250	15,679	13,929
	만45~49세	39,800	10,500	24,455	34,286	28,250	12,500

표 2-2-2 온라인게임 월 이용비(인터넷 사용료 제외) (단위 : %, n=830)

구 분	없음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	이용자 평균 (원)
전체	64.9	7.0	6.0	1.3	7.3	5.5	1.3	5.7	0.8	100.0	30,809
남성	57.5	7.1	7.8	1.6	10.0	6.9	1.6	6.5	1.2	100.0	28,266
여성	76.9	6.9	3.1	0.9	3.1	3.4	0.9	4.4	0.3	100.0	38,158

표 2-2-3 모바일게임 월 다운로드 비용 (단위 : %, n=602)

구 분	없음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	이용자 평균 (원)
전체	49.2	34.7	7.3	1.7	2.8	1.5	0.2	1.8	0.8	100.0	10,914
남성	48.7	33.4	7.4	2.0	3.7	1.7	0.0	2.3	0.8	100.0	9,353
여성	49.8	36.5	7.2	1.2	1.6	1.2	0.4	1.2	0.8	100.0	13,174

제2부_ 이용자 동향

표 2-2-4

PC게임 월 구입비(CD, 패키지)

(단위 : %, n=464)

구 분	없음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	이용자 평균 (원)
전체	66.4	7.8	8.6	1.3	2.8	5.0	2.2	4.5	1.5	100.0	24,444
남성	63.1	7.4	9.7	1.5	3.2	6.2	2.1	5.3	1.5	100.0	25,043
여성	75.2	8.8	5.6	0.8	1.6	1.6	2.4	2.4	1.6	100.0	21,966

표 2-2-5

비디오게임(게임기 + 게임타이틀) 구입비

(단위 : %, n=184)

구 분	없음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	계	이용자 평균 (원)
전체	45.1	4.9	13.0	2.2	6.0	7.1	4.9	16.8	100.0	41,287
남성	38.8	2.3	17.1	2.3	6.2	6.2	5.4	21.7	100.0	46,025
여성	60.0	10.9	3.6	1.8	5.5	9.1	3.6	5.5	100.0	24,273

표 2-2-6

휴대용게임 월 구입비

(단위 : %, n=401)

구 분	없음	5천원 이하	1만원 이하	1만 5천원 이하	2만원 이하	3만원 이하	4만원 이하	4만원 초과	잘모름	계	이용자 평균 (원)
전체	61.6	10.5	7.0	1.0	4.5	4.0	3.0	6.0	2.5	100.0	24,268
남성	55.7	10.6	10.2	1.3	3.8	3.8	3.8	7.7	3.0	100.0	26,455
여성	69.9	10.2	2.4	0.6	5.4	4.2	1.8	3.6	1.8	100.0	19,755

표 2-2-7

아케이드게임장(오락실) 월 게임비

(단위 : %, 원, n=247)

구 분	없음	1천원 이하	2천원 이하	4천원 이하	6천원 이하	8천원 이하	1만원 이하	2만원 이하	2만원 초과	잘모름	계	이용자 평균 (원)
전체	33.2	17.4	11.7	6.1	10.5	0.8	8.9	5.7	3.2	2.4	100.0	6,604
남성	30.5	18.2	9.7	7.1	9.1	0.6	11.0	7.1	3.9	2.6	100.0	7,219
여성	37.6	16.1	15.1	4.3	12.9	1.1	5.4	3.2	2.2	2.2	100.0	5,475

2. 온라인게임 결제방식

온라인게임 결제방식으로 '문화상품권' 이 26.9%로 가장 높았고, 다음으로 '신용카드' (23.9%), '휴대폰 과금' (20.0%) 등으로 나타났다. 2009년에는 '문화상품권' 이 33.9%로 1위였고, 2010년에는 '휴대폰 과금' 이 23.0%로 1위였으나, 올해 다시 문화상품권이 1위인 것으로 나타났다. 결제방식의

차이는 성별에 따라 확연히 달라지는 것을 알 수 있다. 연령별로 살펴보면, 미성년자인 '만9~14세'와 '만15~19세'는 '문화상품권'을 사용해 결제하는 비율이 가장 많았다. 전반적으로 연령이 낮을수록 '문화상품권' 이용률이 높고, 연령이 높을수록 '신용카드'와 '휴대폰 과금' 이용률이 높다는 사실을 알 수 있다.

그림 2-2-22 온라인게임 결제방식(성별)

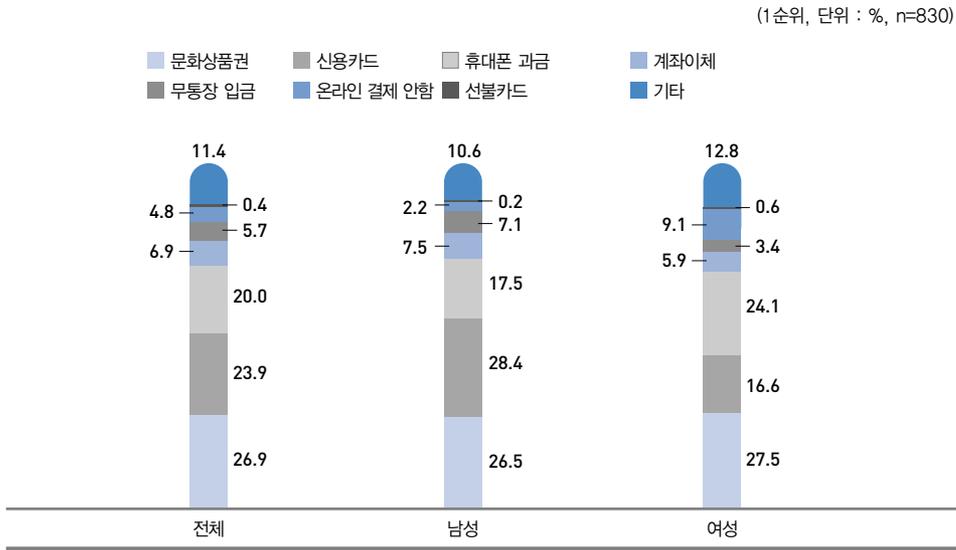
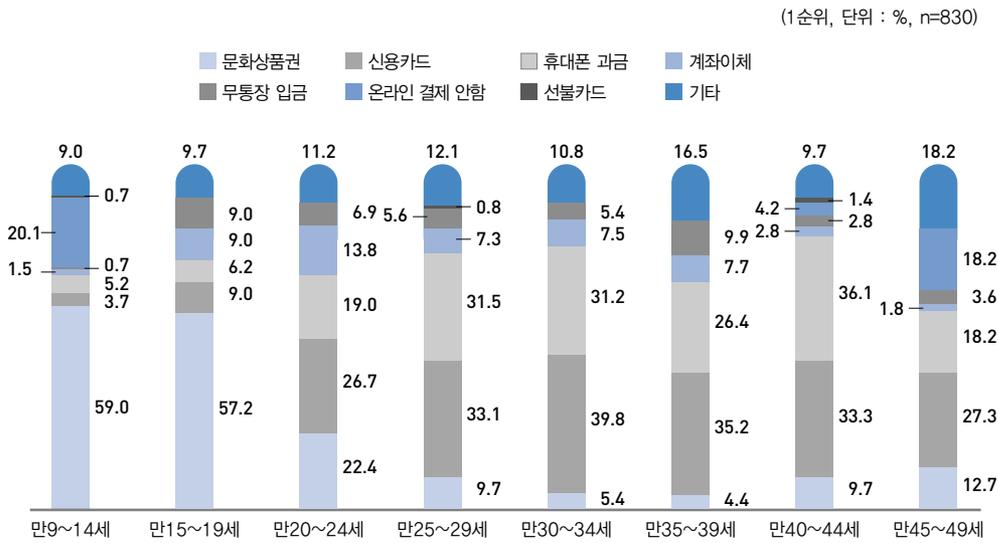


그림 2-2-23 온라인게임 결제방식(연령별)



3. 게임 아이템의 현금 거래경험

게임 아이템의 현금 거래를 '해본 적 없다' 는 응답자는 69.9%로 나타났으며, '연1~2회' 라고 응답한 사람은 21.4%였다. 뒤를 이어 '3개월에 1~2회' (3.5%), '월1~2회' (3.0%) 등의 순서로 나타났다. 한편, 성별로는 남성이 여성보다 게임 아이템의 현금 거래경험이 상대적으로 더 많은 것으로 나타났고, 연령별로는 만30~34세가 게임 아이템 현금 거래경험이 가장 많은 것으로 조사되었다.

그림 2-2-24 게임 아이템의 현금 거래경험(성별)

(단위 : %, n=762)

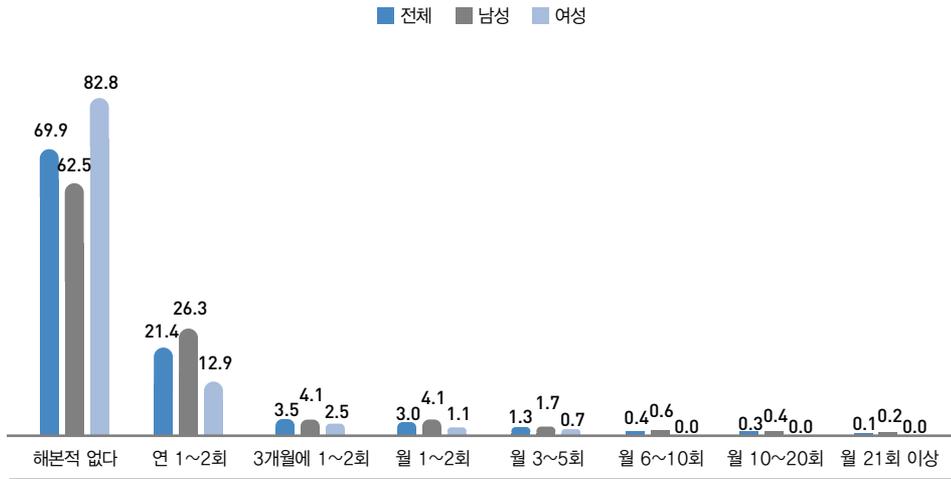


표 2-2-8 게임 아이템의 현금 거래경험

구분	사례수 (명)	해본적 없다	연1~2회	3개월에 1~2회	월1~2회	월3~5회	월6~10회	월10~20회	월21회 이상	
전체	762	69.9	21.4	3.5	3.0	1.3	0.4	0.3	0.1	
성별	남성	483	62.5	26.3	4.1	4.1	1.7	0.6	0.4	0.2
	여성	279	82.8	12.9	2.5	1.1	0.7	0.0	0.0	0.0
연령	만9~14세	107	82.2	10.3	1.9	4.7	0.9	0.0	0.0	0.0
	만15~19세	137	64.2	24.1	4.4	2.9	1.5	1.5	0.7	0.7
	만20~24세	108	64.8	27.8	1.9	2.8	0.9	0.9	0.9	0.0
	만25~29세	120	70.8	20.8	5.0	2.5	0.8	0.0	0.0	0.0
	만30~34세	92	58.7	28.3	5.4	2.2	5.4	0.0	0.0	0.0
	만35~39세	88	65.9	25.0	3.4	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	만40~44세	64	79.7	18.8	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	만45~49세	46	84.8	8.7	4.3	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0

4. 1회 평균 아이템 현금 거래금액 및 거래방식

1회 평균 아이템 현금 거래금액은 '1~3만원 미만' 이 39.7%로 가장 많았다. 다음으로 '3~5만원 미만' (17.5%), '5천원~1만원 미만' (15.7%) 등의 순으로 나타났다. 남성의 경우 '1~3만원 미만' 이 39.8%로 가장 높고, '3~5만원 미만' (20.4%), '5천원~1만원 미만' (15.5%)의 순서를 보였다. 반면 여성의 경우 '1~3만원 미만' (39.6%)이 가장 높고, '5천원 미만' (20.8%), '5천원~1만원 미만' (16.7%)의 순서로 높게 나타나 여성이 남성에 비해 소액거래 비율이 높은 것을 알 수 있었다.

그림 2-2-25 1회 평균 아이템 현금 거래금액(성별)

(단위 : %, n=229)

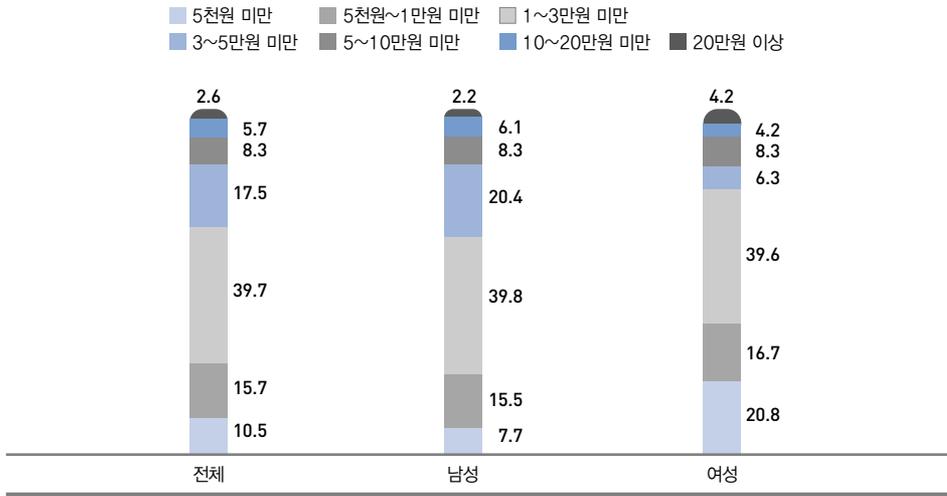


표 2-2-9 1회 평균 아이템 현금 거래금액

구분	사례수 (명)	5천원 미만	5천원 ~ 1만원 미만	1~3만원 미만	3~5만원 미만	5~10만원 미만	10~20만원 미만	20만원 이상	
전체	229	10.5	15.7	39.7	17.5	8.3	5.7	2.6	
성별	남성	181	7.7	15.5	39.8	20.4	8.3	6.1	2.2
	여성	48	20.8	16.7	39.6	6.3	8.3	4.2	4.2
연령	만9~14세	19	21.1	21.1	47.4	10.5	0.0	0.0	0.0
	만15~19세	49	10.2	12.2	38.8	24.5	2.0	8.2	4.1
	만20~24세	38	15.8	15.8	42.1	15.8	7.9	2.6	0.0
	만25~29세	35	5.7	14.3	42.9	17.1	14.3	2.9	2.9
	만30~34세	38	7.9	15.8	31.6	15.8	15.8	7.9	5.3
	만35~39세	30	3.3	20.0	36.7	16.7	10.0	13.3	0.0
	만40~44세	13	7.7	15.4	53.8	15.4	0.0	0.0	7.7
	만45~49세	7	28.6	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0

제2부_ 이용자 동향

그렇다면 아이템 현금 거래 이용자들이 주로 이용하는 방식은 무엇인지 살펴보았다. 아이템 현금 거래 이용자들이 주로 이용하는 거래방식은 ‘아이템 거래 중개 사이트를 통해’ 라는 응답이 81.2%로 대부분이었고, ‘게임방 내에서’ 라는 응답도 13.5%를 차지했다. ‘아이템 거래 중개 사이트를 통해’ 라는 응답은 2010년 86.1%에서 소폭 하락하였지만, ‘게임방 내에서’ 라는 응답은 9.1%보다 증가하였다.

그림 2-2-26 아이템 현금 거래방식(성별)

(단위 : %, n=229)

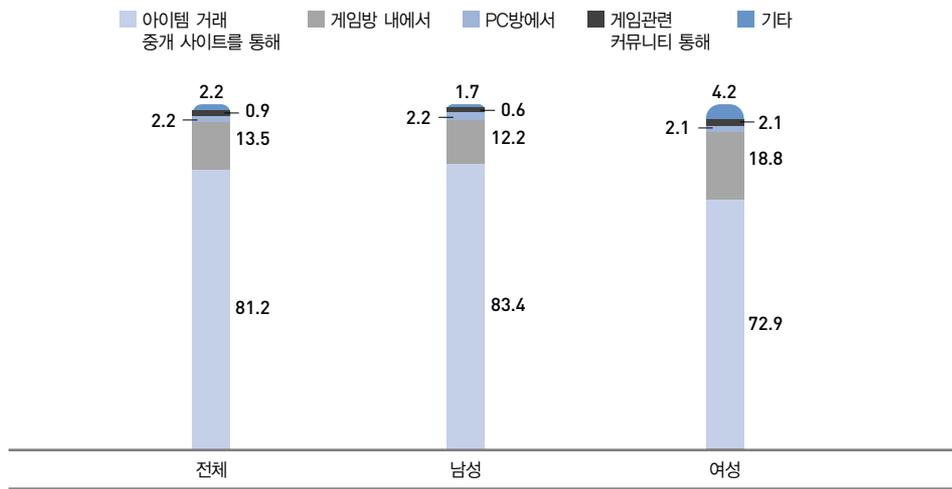


표 2-2-10 게임 아이템 현금 거래방식

구분	사례수 (명)	아이템 거래 중개 사이트를 통해	게임방 내에서	PC방에서	게임관련 커뮤니티 통해	기타	
전체	229	81.2	13.5	2.2	0.9	2.2	
성별	남성	181	83.4	12.2	2.2	0.6	1.7
	여성	48	72.9	18.8	2.1	2.1	4.2
연령	만9~14세	19	68.4	26.3	0.0	0.0	5.3
	만15~19세	49	83.7	14.3	0.0	0.0	2.0
	만20~24세	38	86.8	2.6	2.6	0.0	7.9
	만25~29세	35	80.0	14.3	5.7	0.0	0.0
	만30~34세	38	92.1	2.6	0.0	5.3	0.0
	만35~39세	30	73.3	23.3	3.3	0.0	0.0
	만40~44세	13	69.2	30.8	0.0	0.0	0.0
	만45~49세	7	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0

5. 아이템 현금 거래에 대한 견해

아이템 현금 거래에 대한 의견은 ‘엄격한 등급심으로 청소년 접근을 제한해야한다’는 응답이 35.0%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘이용자 자신의 문제로 간섭 말아야한다’ (21.5%), ‘전적으로 금지시켜야한다’ (17.7%) 등으로 나타났다. 전반적으로 타율적인 규제가 필요하다는 응답이 자율적인 방식에 맡겨야 한다는 응답보다 높았다.

그림 2-2-27 아이템 현금 거래에 대한 견해(성별)

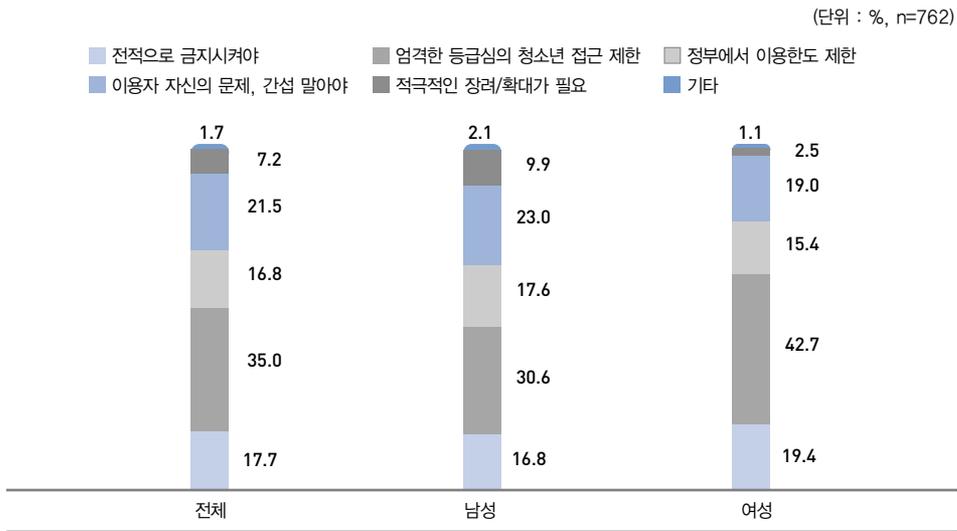


표 2-2-11 아이템 현금 거래에 대한 견해

구분	사례수	전적으로 금지시켜야	엄격한 등급심의 청소년 접근 제한	정부에서 이용한도 제한	이용자 자신의 문제, 간섭 말아야	적극적인 장려/확대가 필요	기타	
전체	762	17.7	35.0	16.8	21.5	7.2	1.7	
성별	남성	483	16.8	30.6	17.6	23.0	9.9	2.1
	여성	279	19.4	42.7	15.4	19.0	2.5	1.1
연령	만9~14세	107	23.4	27.1	18.7	22.4	5.6	2.8
	만15~19세	137	10.2	21.2	24.1	29.9	13.9	0.7
	만20~24세	108	13.0	30.6	16.7	28.7	7.4	3.7
	만25~29세	120	11.7	33.3	20.8	24.2	9.2	0.8
	만30~34세	92	13.0	43.5	13.0	22.8	6.5	1.1
	만35~39세	88	25.0	46.6	13.6	10.2	3.4	1.1
	만40~44세	64	31.3	48.4	6.3	10.9	1.6	1.6
	만45~49세	46	30.4	52.2	8.7	4.3	2.2	2.2

6. 게임 이용 횟수

한 달 평균 플랫폼별 게임 이용 정도를 살펴보면, 아케이드게임장은 한 달 평균 1.7회를 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 온라인게임을 제외한 모든 플랫폼에서 국산보다는 외산의 게임 이용 개수가 더 많은 것으로 나타났다. 온라인게임은 국산 평균 2.9개, 외산 평균 1.9개를 이용했다. 반면, 모바일게임의 경우 국산 4.6개, 외산 6.8개, PC게임은 국산 2.5개, 외산 2.8개, 비디오게임은 국산 2.1개, 외산 4.0개, 휴대용게임은 국산 3.2개, 외산 3.8개로 모두 외산의 게임 이용 개수가 더 많았다.

그림 2-2-28 한 달 평균 아케이드게임장 이용 횟수

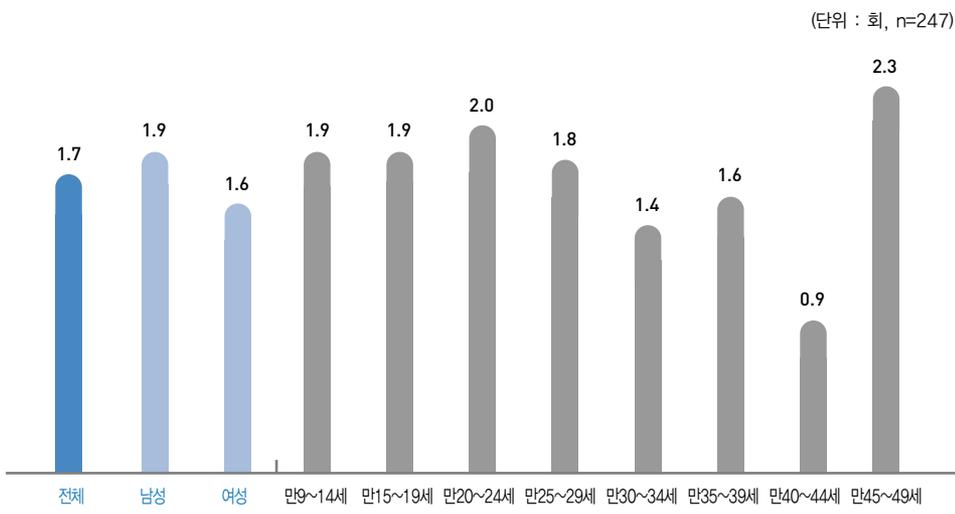


표 2-2-12 1년 동안 이용한 온라인게임 개수

(단위 : %, n=830)

구분		이용 개수							계	이용자 평균 (개)
		없음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10개	11개 이상		
국산	전체	2.4	59.2	22.9	9.8	2.2	2.4	1.2	100.0	2.9
	남성	2.2	57.3	22.7	11.4	2.4	2.5	1.6	100.0	3.1
	여성	2.8	62.2	23.1	7.2	1.9	2.2	0.6	100.0	2.5
외산	전체	57.8	35.3	3.4	1.9	0.2	1.2	0.1	100.0	1.9
	남성	51.8	41.2	3.9	1.8	0.2	1.0	0.2	100.0	1.8
	여성	67.5	25.9	2.5	2.2	0.3	1.6	0.0	100.0	2.2

표 2-2-13 1년 동안 이용한 모바일게임 개수 (단위 : %, n=602)

구 분		없음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10 개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국 산	전체	3.5	52.3	16.9	11.5	2.5	7.6	5.6	100.0	4.6
	남성	3.4	53.3	16.1	10.2	2.0	9.6	5.4	100.0	4.6
	여성	3.6	51.0	18.1	13.3	3.2	4.8	6.0	100.0	4.5
외 산	전체	66.3	19.6	5.5	3.0	0.2	2.2	3.3	100.0	6.8
	남성	62.3	20.7	6.2	3.7	0.3	2.8	4.0	100.0	7.7
	여성	71.9	18.1	4.4	2.0	0.0	1.2	2.4	100.0	5.2

표 2-2-14 1년 동안 이용한 PC게임 개수 (단위 : %, n=464)

구 분		없음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10 개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국 산	전체	38.6	45.3	9.5	3.4	0.9	1.3	1.1	100.0	2.5
	남성	42.5	39.5	10.6	3.8	1.2	0.9	1.5	100.0	2.8
	여성	28.0	60.8	6.4	2.4	0.0	2.4	0.0	100.0	1.9
외 산	전체	27.6	51.7	9.9	4.7	0.9	2.4	2.8	100.0	2.8
	남성	23.0	54.6	10.0	5.9	1.2	2.1	3.2	100.0	2.9
	여성	40.0	44.0	9.6	1.6	0.0	3.2	1.6	100.0	2.6

표 2-2-15 1년 동안 이용한 비디오게임 개수 (단위 : %, n=184)

구 분		없음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10 개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국 산	전체	37.5	49.5	7.6	1.6	1.1	0.5	2.2	100.0	2.1
	남성	44.2	43.4	7.8	0.8	0.8	0.0	3.1	100.0	2.2
	여성	21.8	63.6	7.3	3.6	1.8	1.8	0.0	100.0	1.8
외 산	전체	31.0	38.6	9.8	10.9	1.1	2.7	6.0	100.0	4.0
	남성	24.0	39.5	12.4	12.4	0.8	2.3	8.5	100.0	4.4
	여성	47.3	36.4	3.6	7.3	1.8	3.6	0.0	100.0	2.7

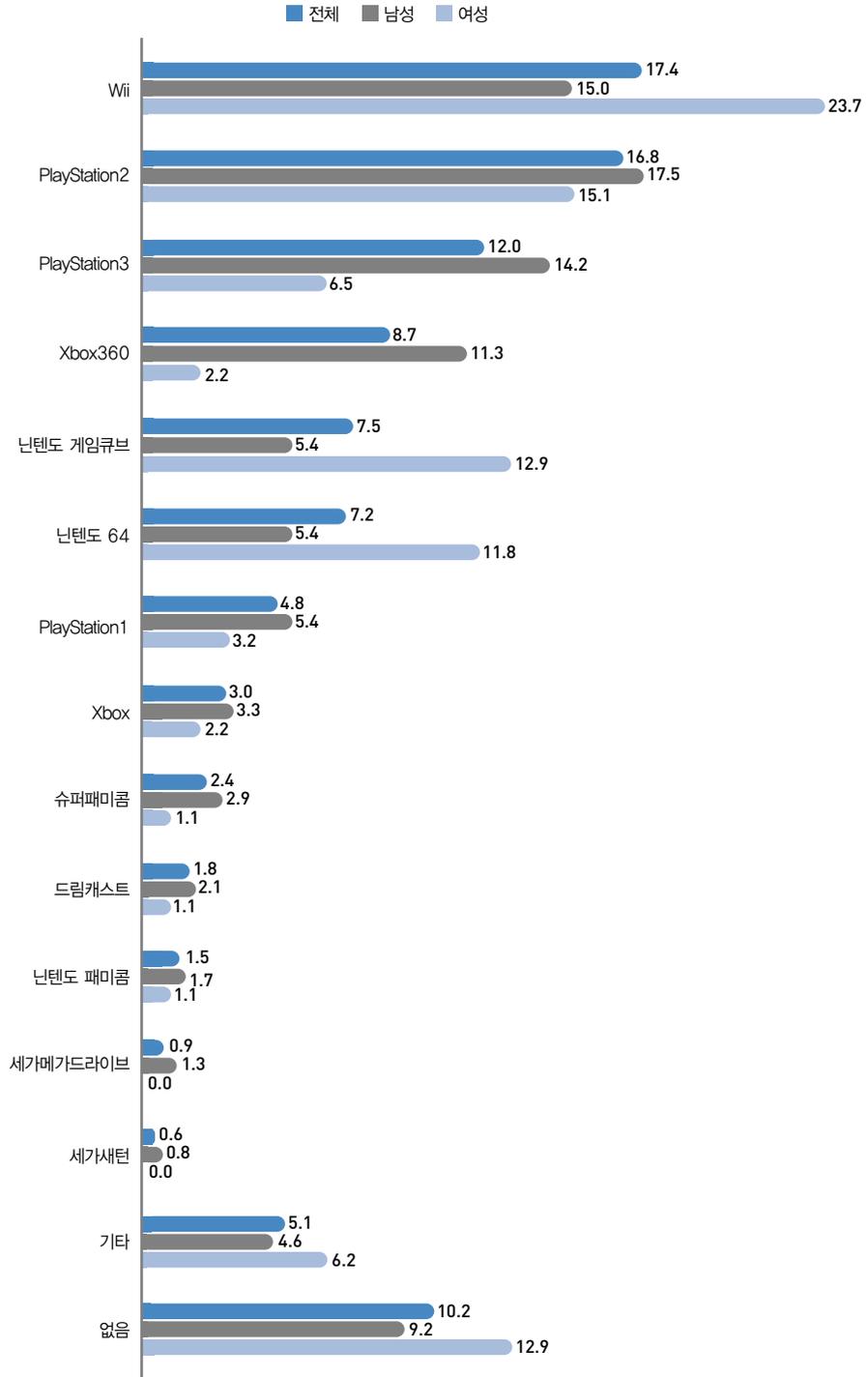
표 2-2-16 1년 동안 이용한 휴대용게임 개수 (단위 : %, n=401)

구 분		없음	1~2개	3~4개	5~6개	7~8개	9~10 개	11개 이상	계	이용자 평균 (개)
국 산	전체	24.7	53.4	9.7	6.0	0.7	2.7	2.7	100.0	3.2
	남성	29.8	52.3	8.5	4.7	0.9	1.7	2.1	100.0	2.6
	여성	17.5	54.8	11.4	7.8	0.6	4.2	3.6	100.0	3.9
외 산	전체	42.9	35.9	7.7	5.2	1.5	3.7	3.0	100.0	3.8
	남성	37.4	38.3	8.5	7.7	1.3	3.8	3.0	100.0	3.4
	여성	50.6	32.5	6.6	1.8	1.8	3.6	3.0	100.0	4.4

제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-29 현재 보유하고 있는 비디오게임기(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=184)



7. 현재 보유하고 있는 비디오게임기

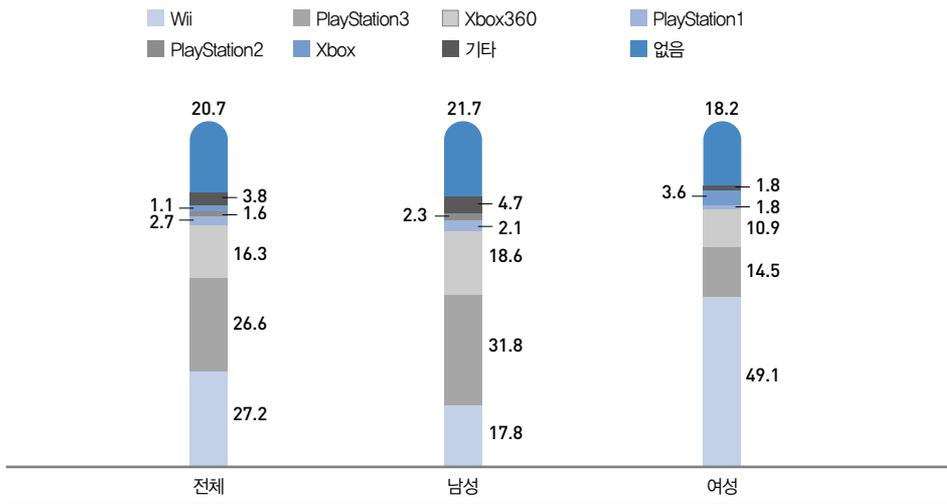
현재 보유하고 있는 비디오게임기를 조사해 본 결과, 'Wii'가 17.4%로 가장 많았다. 다음으로 '플레이스테이션2' (16.8%), '플레이스테이션3' (12.0%), 'Xbox360' (8.7%), '닌텐도 게임큐브' (7.5%), '닌텐도 64' (7.2%) 등으로 나타났다. 반면, '없다'는 응답은 10.2%를 보였다. 2010년 조사에서는 '플레이스테이션2'가 24.2%로 1위를 차지했다. 성별에 따라 살펴보면 남성은 '플레이스테이션3', 'Xbox360' 여성은 'Wii', '닌텐도 64', '닌텐도 게임큐브'를 보유하고 있는 비율이 상대적으로 높았다.

8. 향후 구입하고 싶은 비디오게임기

향후 구입하고 싶은 비디오게임기 1순위는 'Wii'가 27.2%로 가장 많았다. 다음으로 '플레이스테이션3' (26.6%), 'Xbox360' (16.3%) 등으로 나타났다. 2010년 '플레이스테이션3'가 43.0%로 1위를 차지했던 것과는 다른 결과를 보였다. 반면, '없다'는 응답은 20.7%로 나타났다. 눈에 띄는 점은 'Wii'는 '향후 구입하고 싶은 비디오게임기'로 여성들에게서 절반에 가까운 49.1%의 압도적인 지지를 받았다는 점이다. 남성의 경우는 '플레이스테이션3' (31.8%), 'Xbox360' (18.6%), 'Wii' (17.8%)의 순으로 나타났다.

그림 2-2-30 향후 구입하고 싶은 비디오게임기(성별)

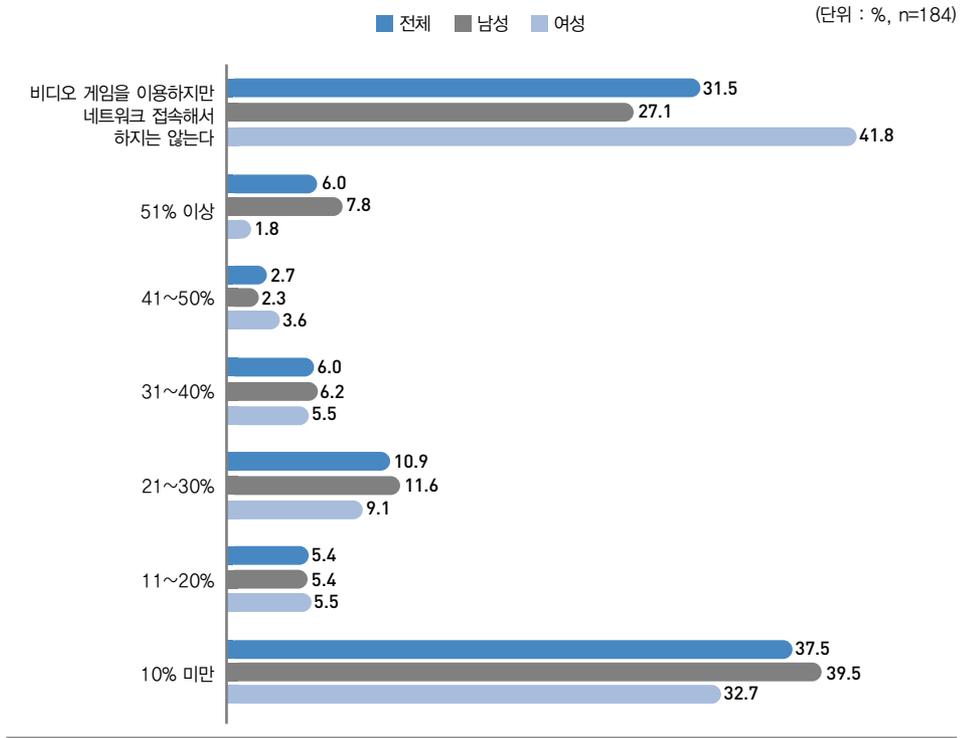
(1순위, 단위 : %, n=184)



9. 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율

비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율을 알아본 결과, '비디오 게임을 이용하지만 네트워크에 접속해서 하지는 않는다' 는 응답이 전체의 31.5%로 가장 많았고, 다음으로 '10% 미만' 이 37.5%로 나타났다.

그림 2-2-31 비디오게임의 네트워크 접속 이용 비율



10. 현재 보유/향후 구입 휴대용게임기

현재 보유하고 휴대용게임기로는 '닌텐도DS' 가 45.1%로 가장 많았으며, 다음으로 'PSP' (21.5%) 로 나타났다. 반면, '없다' 는 응답도 16.5%로 나타났다. 전반적으로 보유한 휴대용게임기 순위는 2009년 이후로 큰 변동이 없었다. 여성 응답자의 절반 이상(52.8%)은 닌텐도DS를 보유하고 있었다.

향후 구입하고 싶은 게임기를 조사한 결과, 'PSP' 가 29.7%로 가장 많았다. 다음으로 '닌텐도DS' (19.7%), 'PSPgo' (11.2%) 등이 뒤를 이었다. 반면, '없다' 는 응답도 28.9%로 나타났다. 구입 희망을 묻는 질문에서도 '닌텐도DS' 를 희망하는 여성응답자는 남성응답자의 2배 정도로 나타나 '닌텐도DS' 에 대한 여성들의 선호가 나타났다.

그림 2-2-32 현재 보유하고 휴대용게임기

(단위 : %, n=401)

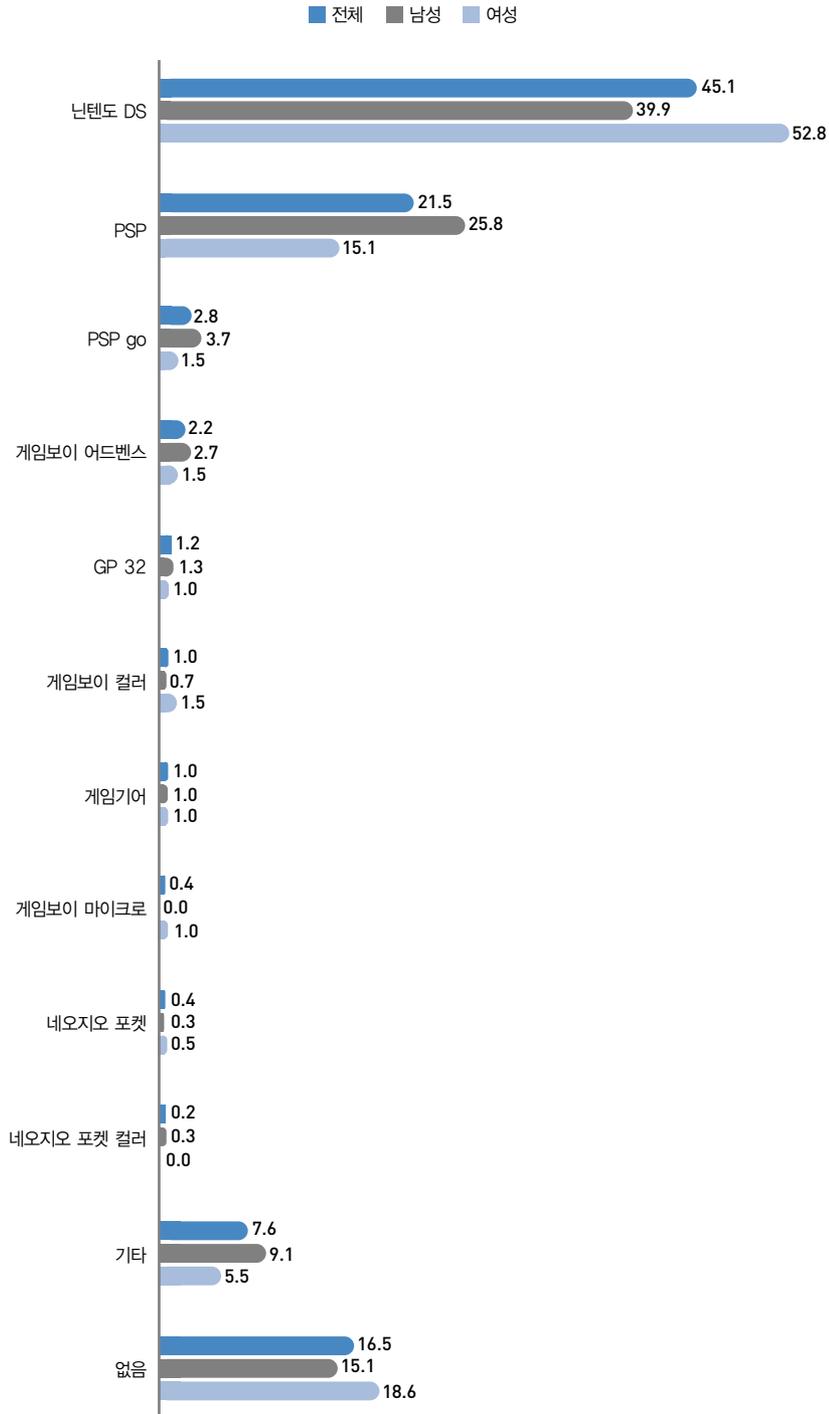
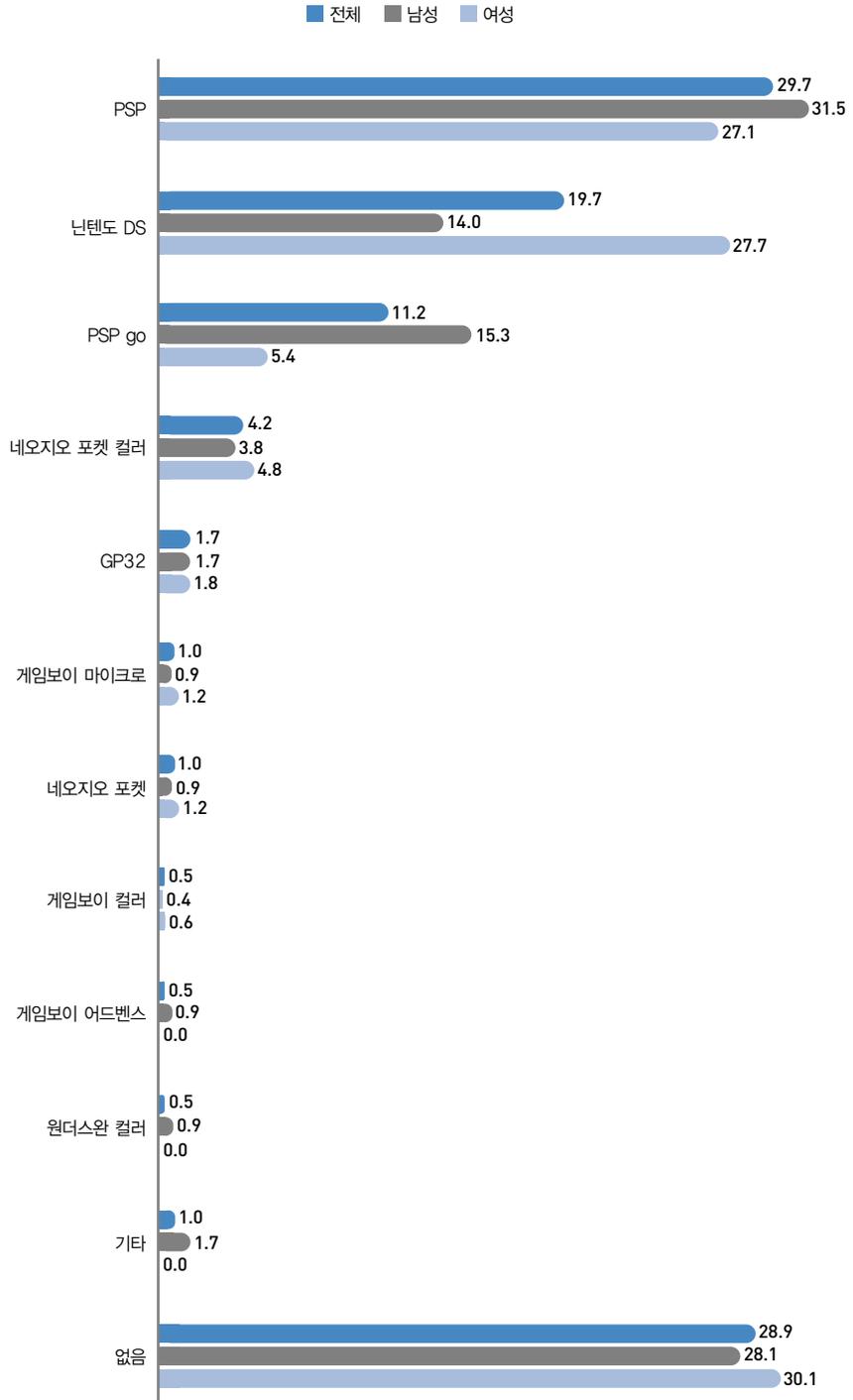


그림 2-2-33 향후 구입 희망 휴대용게임기(성별)

(1순위, 단위 : %, n=401)

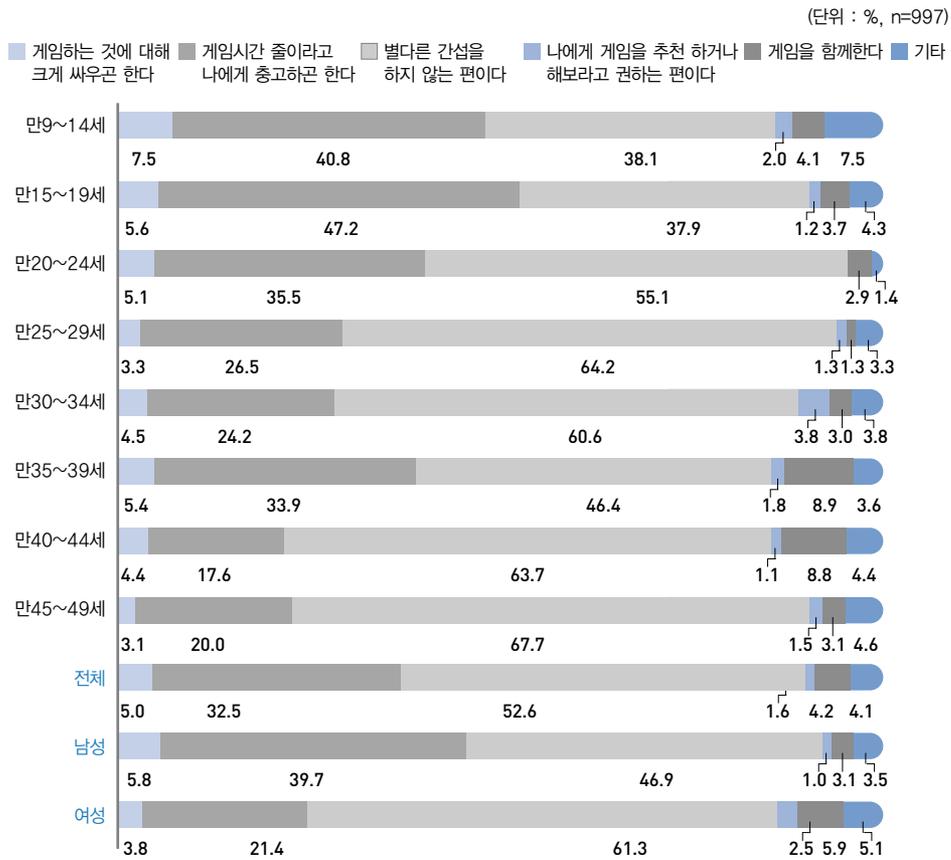


제3절 이용자 인식

1. 게임이용에 대한 가족이나 친구의 반응

‘게임이용자가 느끼는 게임 이용에 대한 가족이나 친구의 반응’에 대해 조사한 결과, 전체적으로 ‘별다른 간섭을 하지 않는 편이다’는 응답이 52.6%로 가장 많았다. 뒤이어 ‘게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다’가 32.5%로 나타났다. 여성은 ‘별다른 간섭을 하지 않는 편이다’라는 응답 비중이 상대적으로 높은 반면, 남성은 ‘게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다’라는 응답 비중이 상대적으로 높았다. 연령별로는 나이가 어릴수록 간섭받는다라는 비율이 높아지는 경향을 보이지만, 특이하게도 ‘만35~39세’ 응답자에서 ‘게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다’는 응답이 ‘만20~24세’ 수준인 33.9%로 나타났다.

그림 2-2-34 게임 이용에 대한 가족이나 친구의 반응



2. 게임을 선택하는 이유

게임을 선택할 때 중요하게 고려하는 요소로 '좋아하는 장르'를 선택한 응답자가 전체의 62.2%로 나타났다. 다음으로 '좋아하는 내용' (14.8%), '게임해 본 사람들의 추천' (10.3%) 등으로 나타났다. 여성들보다는 남성들이 '좋아하는 장르'를 고려한다는 응답이 조금 더 높았으며, 여성들은 남성들에 비해 '좋아하는 내용'이나 '게임해 본 사람들의 추천'을 고려한다는 응답이 약간씩 높았다.

그림 2-2-35 게임을 선택하는 이유(성별)

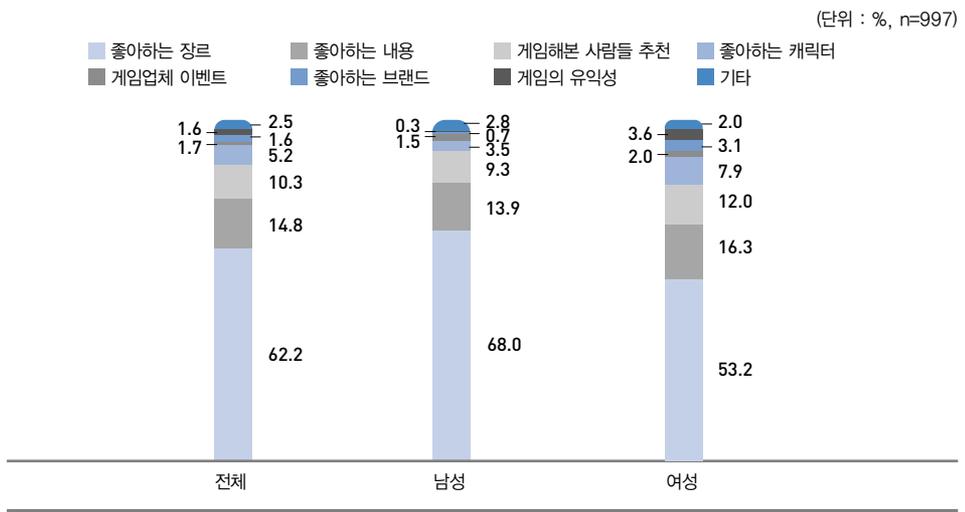
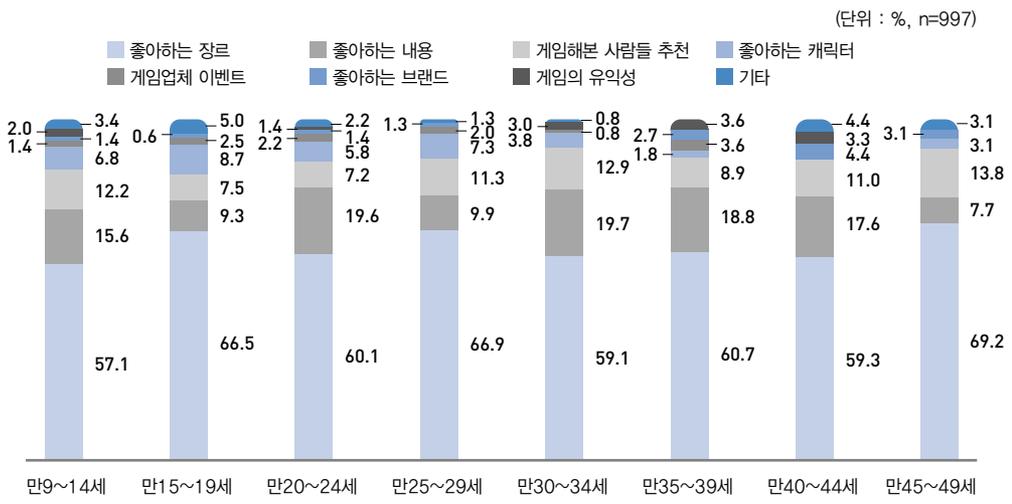


그림 2-2-36 게임을 선택하는 이유(연령별)



3. 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

게임을 하면서 관심 있게 보는 부분으로는 '스토리'가 29.7%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 'CG그래픽'(22.2%), '기획'(20.1%) 순으로 나타났다. 대부분의 연령대에서 '스토리'를 중요한 요소로 생각하는 가운데, '만15~19세', '만40~44세'는 'CG그래픽'(30.4%, 26.4%)을 가장 중요하게 생각한다고 응답했으며, '만30~34세', '만35~39세'는 '기획'(28.8%, 26.8%)을 가장 중요하게 생각했다.

그림 2-2-37 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

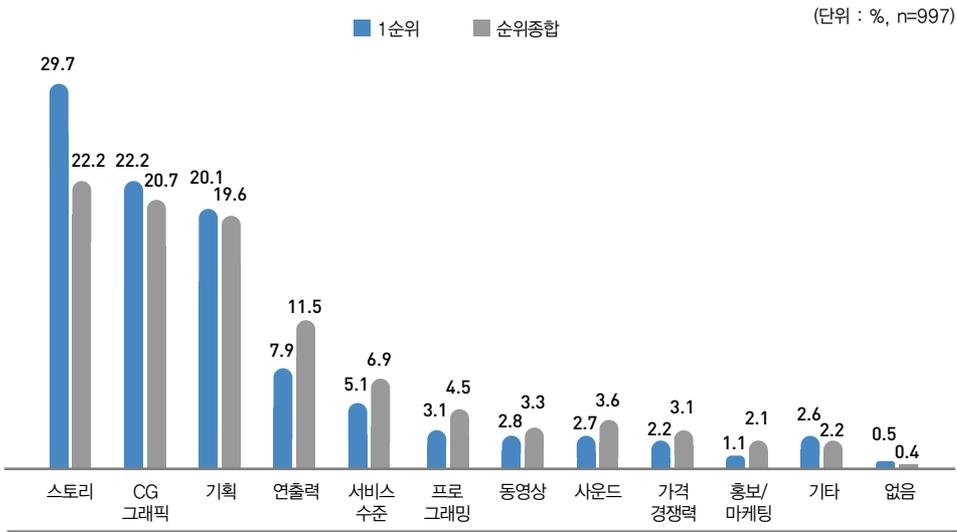


표 2-2-17 게임을 하면서 관심 있게 보는 요소

(1순위, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	스토리	CG 그래픽	기획	연출력	서비스 수준	프로 그래밍	동영상	사운드	가격 경쟁력	홍보/ 마케팅	기타	없음	
전체	997	29.7	22.2	20.1	7.9	5.1	3.1	2.8	2.7	2.2	1.1	2.6	0.5	
성별	남성	604	30.0	23.3	21.4	7.9	5.0	2.5	2.3	2.2	1.8	1.0	2.6	0.0
	여성	393	29.3	20.4	18.1	7.9	5.3	4.1	3.6	3.6	2.8	1.3	2.3	1.3
연령	만9~14세	147	32.7	19.7	12.9	10.2	5.4	2.7	3.4	4.1	1.4	2.0	4.1	1.4
	만15~19세	161	24.8	30.4	18.6	8.7	5.6	3.1	0.6	1.9	2.5	1.2	2.5	0.0
	만20~24세	138	37.0	21.0	15.2	7.2	6.5	2.2	0.0	2.2	3.6	1.4	3.6	0.0
	만25~29세	151	33.1	19.2	21.2	7.9	4.6	4.0	0.7	5.3	1.3	0.7	2.0	0.0
	만30~34세	132	28.0	21.2	28.8	6.1	2.3	3.0	3.8	0.8	3.0	0.8	2.3	0.0
	만35~39세	112	25.9	23.2	26.8	7.1	4.5	0.9	6.3	1.8	1.8	0.9	0.9	0.0
	만40~44세	91	24.2	26.4	18.7	7.7	2.2	5.5	4.4	1.1	3.3	0.0	4.4	2.2
	만45~49세	65	29.2	10.8	20.0	7.7	12.3	4.6	7.7	4.6	0.0	1.5	0.0	1.5

4. 게임 이용 시 불만사항

게임을 이용할 때 느끼는 불만사항으로 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음'의 응답이 20.5%로 가장 많았다. 다음으로 '버그문제' (17.7%), '가격이 너무 비쌌' (17.0%) 등의 순으로 나타났다. 2010년 '가격이 너무 비싸다'는 응답이 가장 높은 순위를 보였고, '컴퓨터 요구사항이 너무 높음', '버그 문제' 순으로 나타난 것과 약간 달라진 결과였다.

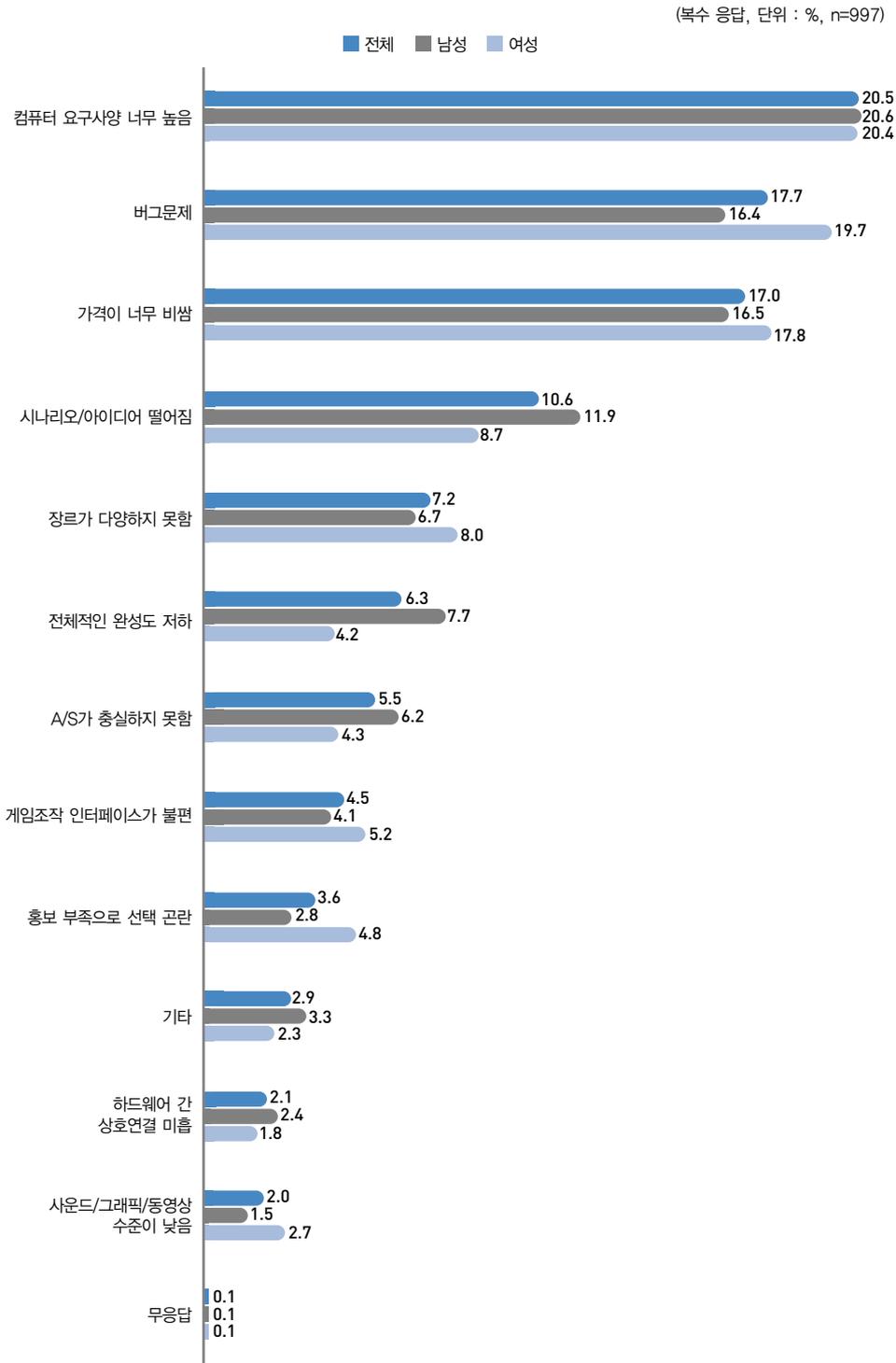
연령대별로 전체 평균과 비교하였을 때 불만사항을 살펴보았다. 먼저 '만9세~14세' 응답자의 경우 '버그문제'라는 응답이 22.8%로 가장 많았고, 다음으로 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음' (21.3%), '가격이 너무 비쌌' (16.5%) 등의 순으로 나타났다. 만15세~19세 응답자의 경우 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음' 및 '버그문제'가 각각 20.1%로 가장 많았고, 다음으로 '가격이 너무 비쌌' 및 '시나리오/아이디어 떨어짐' (각각 14.3%) 등의 불만사항이 나타났다. 만20세~24세 응답자의 경우 '버그 문제'라는 응답이 20.5%로 가장 많았고, 다음으로 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음' (16.9%), '가격이 너무 비쌌' (13.8%) 등의 불만사항이 나타났다. 만25세~29세 응답자의 경우 '버그문제'라는 응답이 22.1%로 가장 많았고, 다음으로 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음' (19.6%), '가격이 너무 비쌌' (16.5%) 등의 불만을 제기했다. 만30세 이전의 세대에서는 전체 평균에 비해 '버그문제', '전체적인 완성도'와 같은 게임 완성도 측면에서 불만을 많이 가지고 있었다.

만30세~34세 응답자의 경우 '가격이 너무 비쌌'이라는 응답이 21.7%로 가장 많았고, 다음으로 '컴퓨터 요구사항 너무 높음' (19.3%), '버그문제' (12.2%), '시나리오/아이디어 떨어짐' (10.6%) 등의 불만이 나타났다. 만35세~39세 응답자의 경우 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음'이라는 응답이 23.8%로 가장 많았고, 만40세~44세와 만45세~49세 응답자 역시 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음'이라는 응답이 각각 23.7%, 21.8%로 가장 많았다. 만30세 이후의 응답자들에게서는 가격에 대한 불만사항이 전체 평균보다 높게 나타났다.

5. 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼

향후 국내 게임시장을 주도할 게임 분야로 가장 유망하다고 생각하는 플랫폼으로는 '온라인게임'이 65.9%로 가장 높았다. 다음으로 '모바일게임' (23.0%), '휴대용게임' (5.9%) 등의 순으로 나타났다. '온라인게임'이 여전히 압도적이지만 2009년과 2010년 조사결과(75.6%, 72.3%)에 비하면 줄어든 수치였다. 오히려 '모바일게임'을 선택한 의견이 2010년 12.2%에서 23.0%로 증가하였다. 연령별로 살펴보면 '모바일게임'을 선택한 응답이 만30세 이상에서 모두 30%를 넘었다.

그림 2-2-38 게임 이용 시 불편사항(성별)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-39 게임 이용 시 불만사항(만9~14세)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

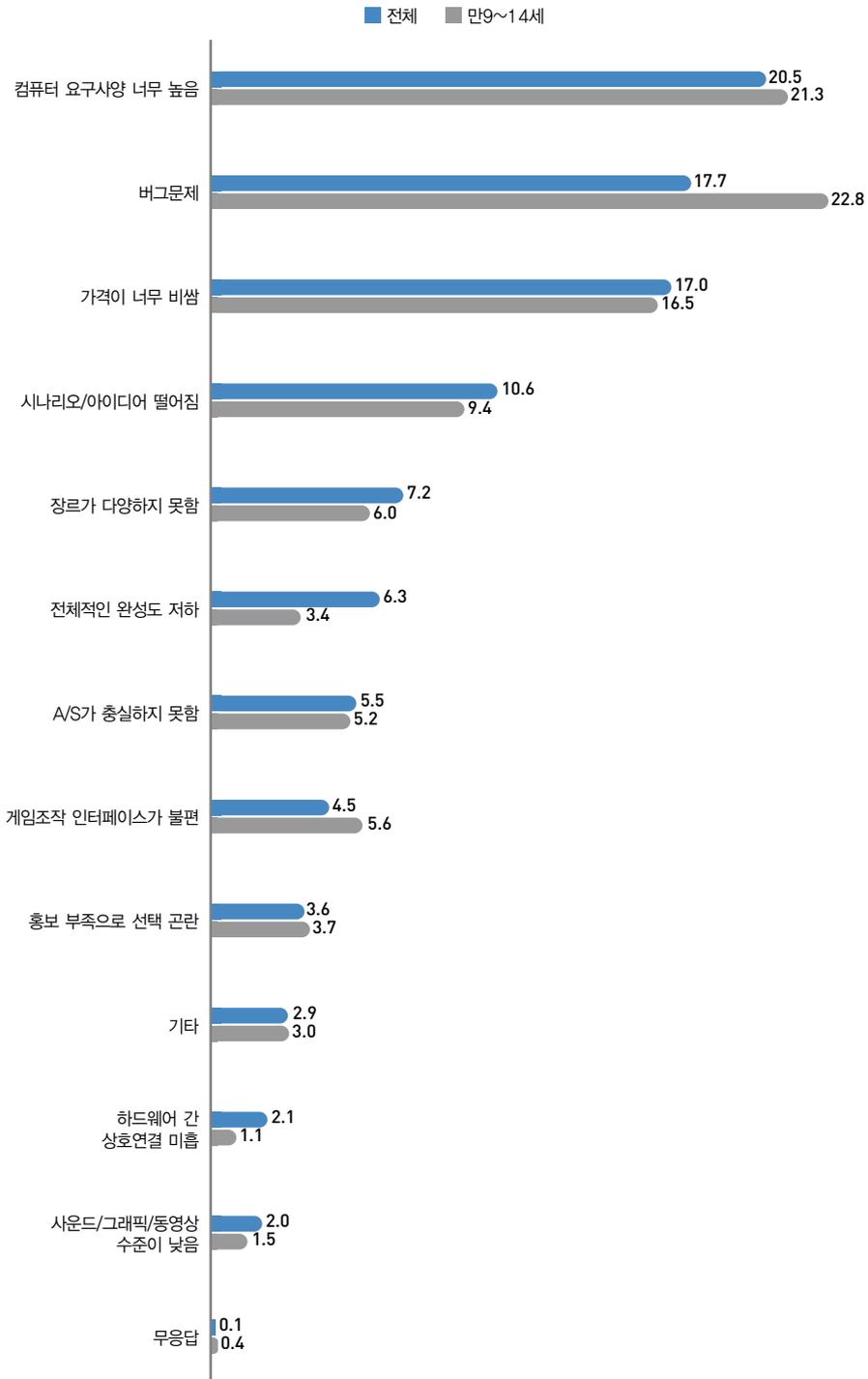
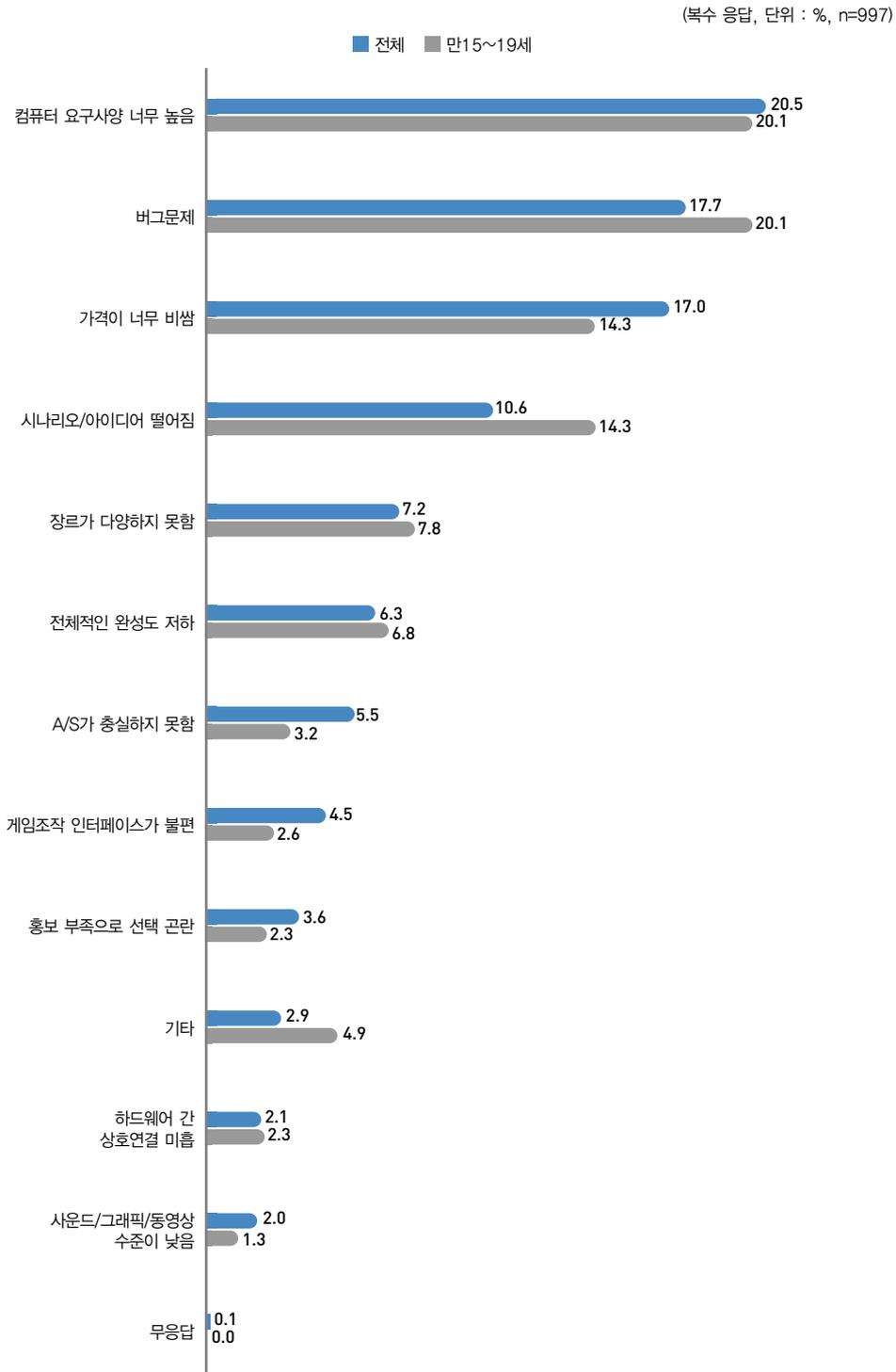


그림 2-2-40 게임 이용 시 불편사항(만15~19세)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-41 게임 이용 시 불만사항(만20~24세)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

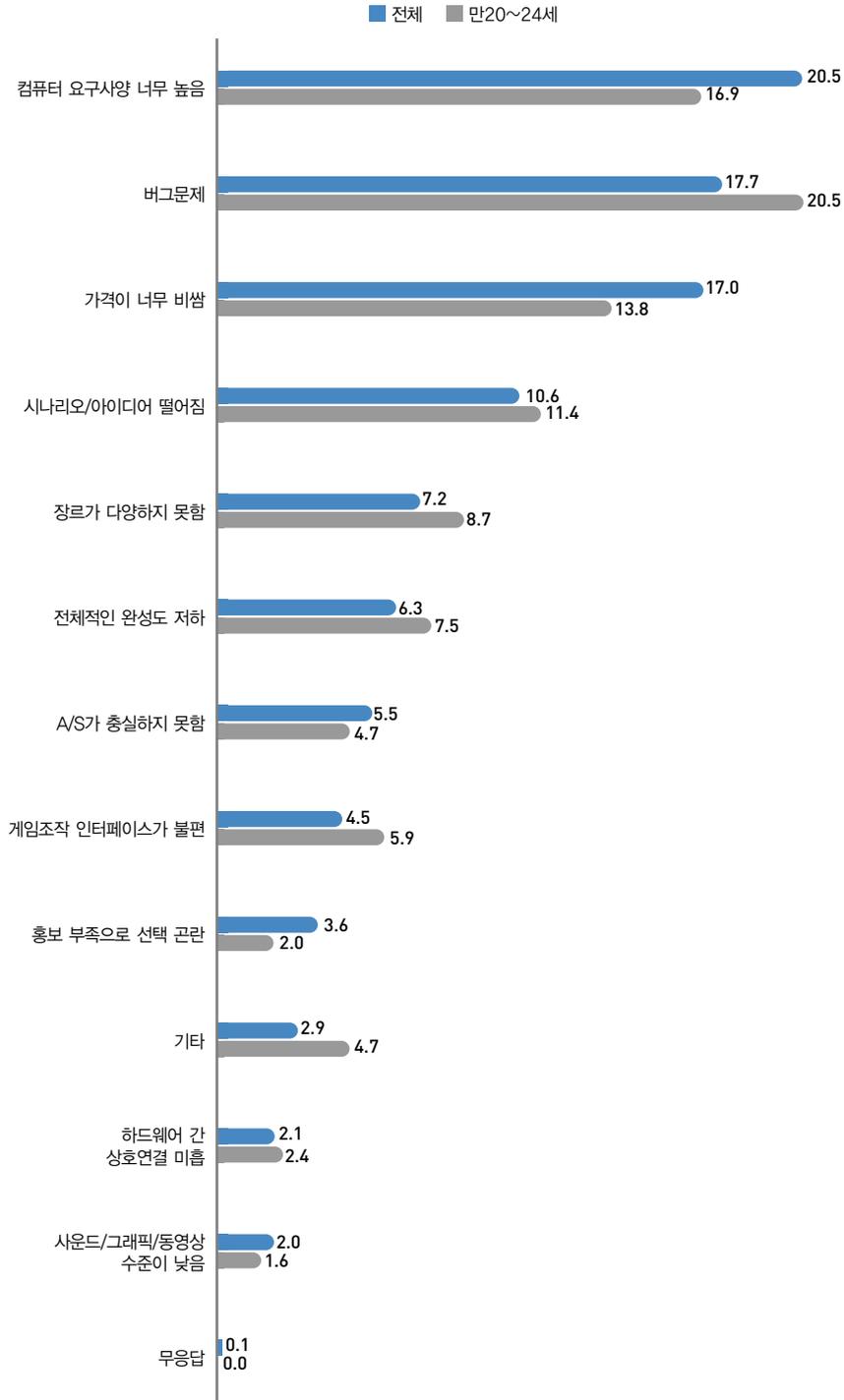
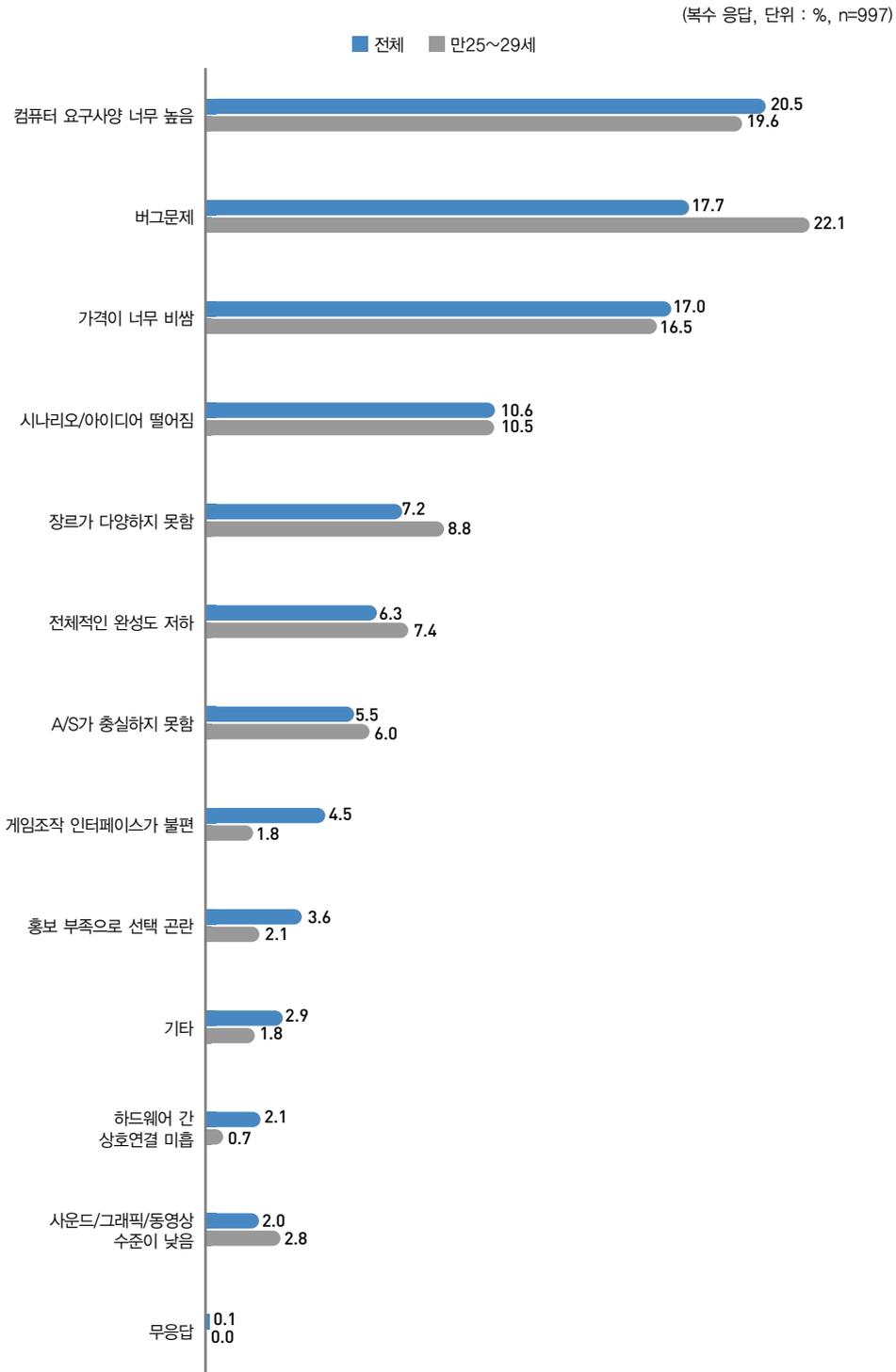


그림 2-2-42 게임 이용 시 불편사항(만25~29세)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-43 게임 이용 시 불만사항(만30~34세)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

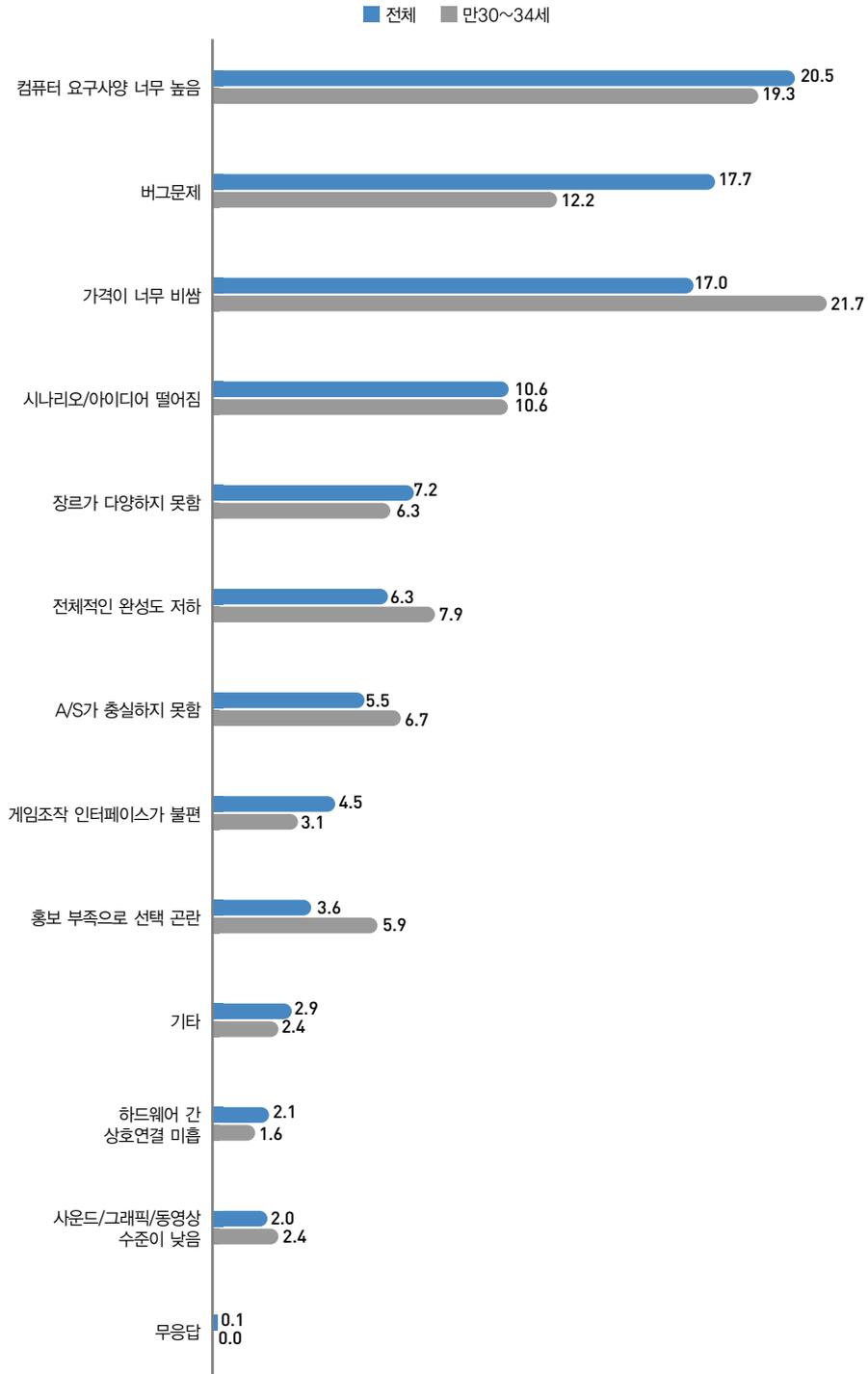
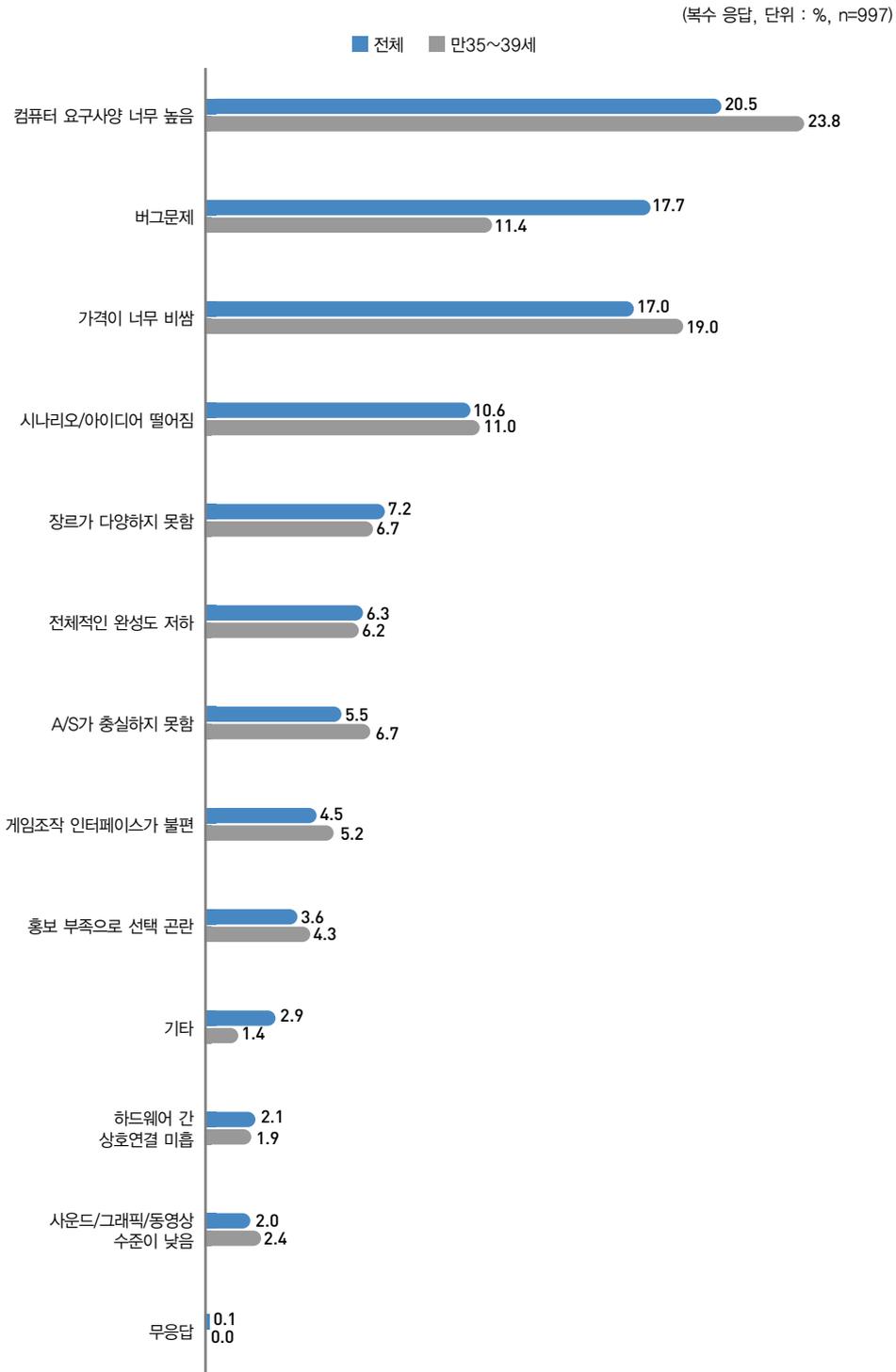


그림 2-2-44 게임 이용 시 불만사항(만35~39세)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-45 게임 이용 시 불만사항(만40~44세)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

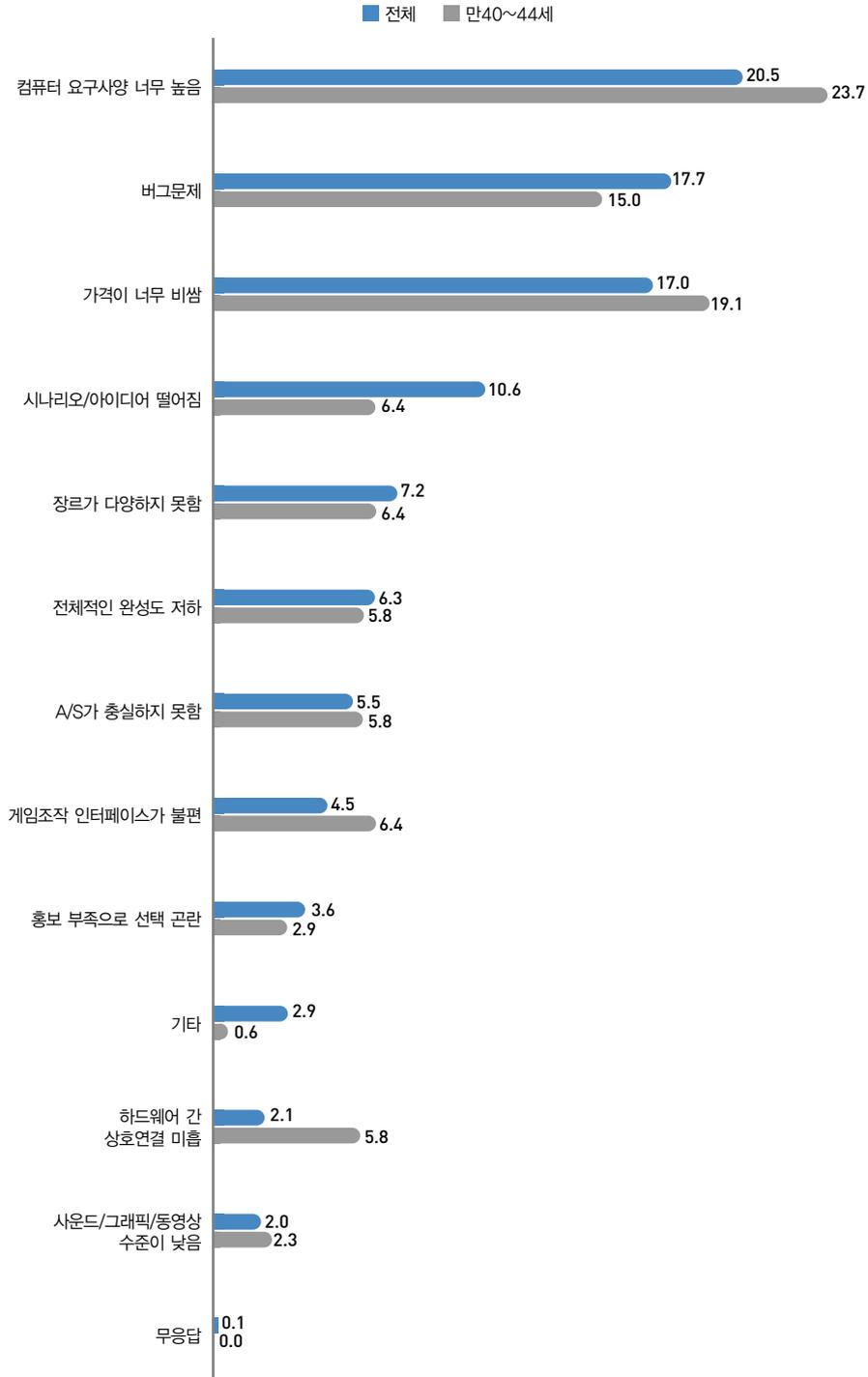
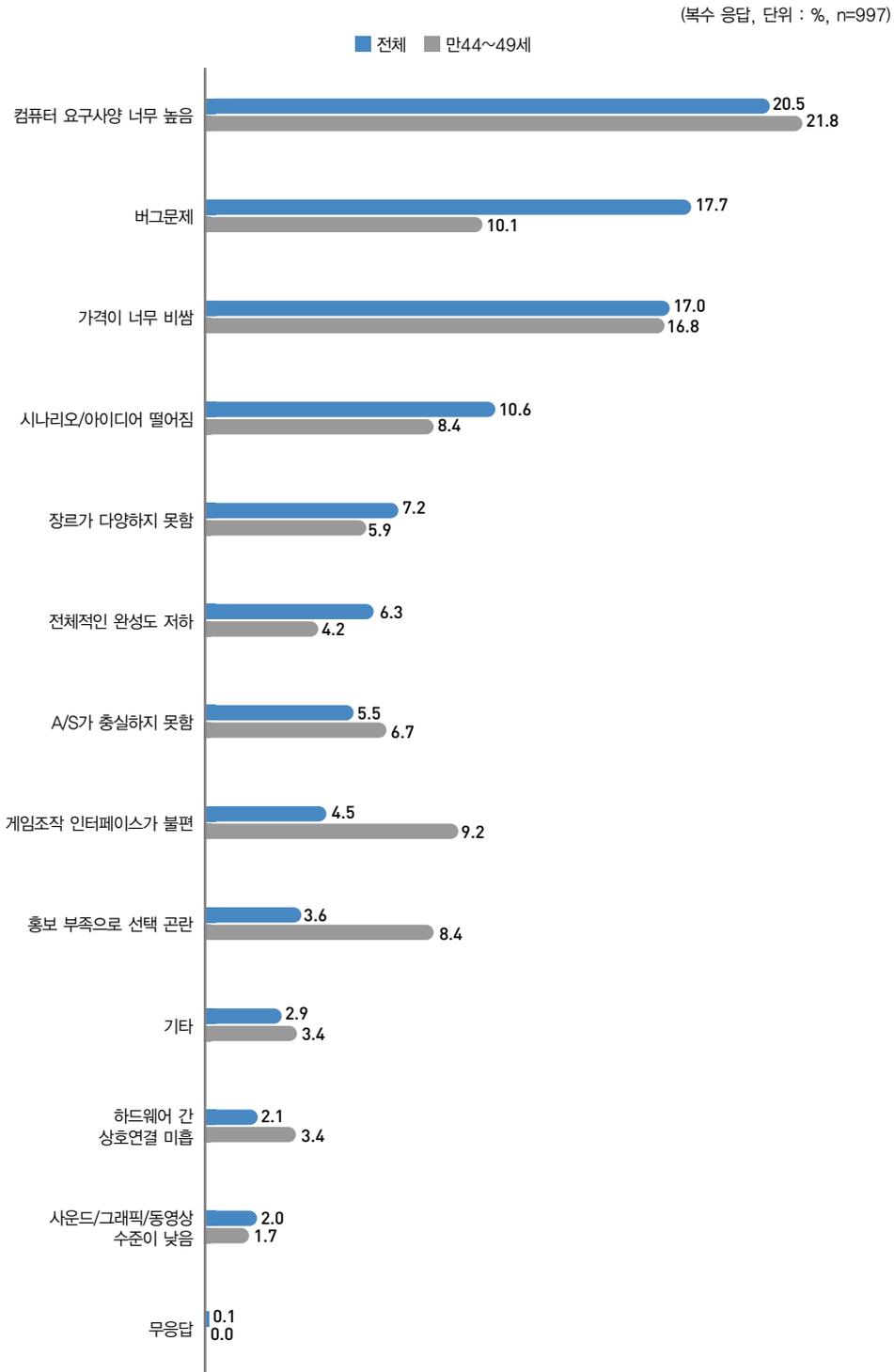


그림 2-2-46 게임 이용 시 불만사항(만44~49세)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-2-47 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼(성별)

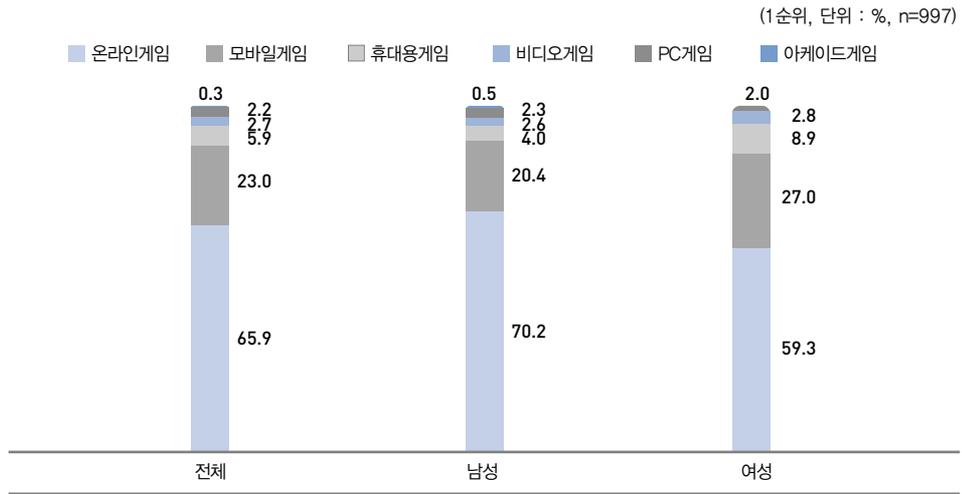


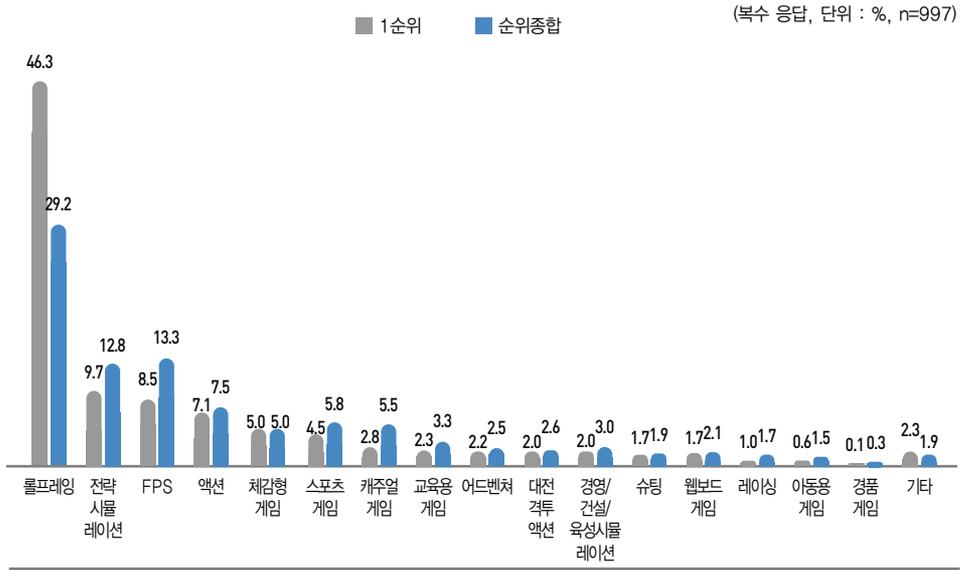
표 2-2-18 향후 국내 게임시장을 주도할 게임플랫폼

구분	사례수 (명)	온라인게임	모바일게임	휴대용게임	비디오게임	PC게임	아케이드게임	
전체	997	65.9	23.0	5.9	2.7	2.2	0.3	
성별	남성	604	70.2	20.4	4.0	2.6	2.3	0.5
	여성	393	59.3	27.0	8.9	2.8	2.0	0.0
연령	만9~14세	147	70.1	11.6	10.2	4.8	3.4	0.0
	만15~19세	161	70.2	13.7	6.2	5.0	3.7	1.2
	만20~24세	138	71.7	16.7	8.0	1.4	1.4	0.7
	만25~29세	151	70.2	25.2	2.0	2.0	0.7	0.0
	만30~34세	132	56.8	34.8	4.5	2.3	1.5	0.0
	만35~39세	112	60.7	31.3	4.5	1.8	1.8	0.0
	만40~44세	91	60.4	30.8	5.5	1.1	2.2	0.0
	만45~49세	65	58.5	30.8	6.2	1.5	3.1	0.0

6. 향후 게임시장을 주도할 게임장르

향후 게임시장을 주도할 장르에 대해 1순위 및 복수 응답을 반영한 종합순위에서도 '롤플레이' (각각 46.3%, 29.2%)의 응답 비율이 가장 높게 나타났으며, 그 이외의 장르는 큰 차이를 보이지 않았다. 1순위 기준으로 살펴보면 '전략시뮬레이션' (9.7%), 'FPS' (8.5%), '액션' (7.1%) 등이었고, 전체 순위 기준으로는 'FPS' (13.3%), '전략시뮬레이션' (12.8%), '액션' (7.5%) 순이었다.

그림 2-2-48 향후 게임시장을 주도할 장르



제 3 장 이용형태별 동향



▣ 제1절 게임이용자 분류와 동향

본 장에서는 게임이용자를 현재 게임 이용 정도에 따라 핵심이용자, 일반이용자, 휴면이용자, 잠재이용자 등 4개 집단으로 구분하여 각 게임이용자 집단의 현황을 살펴보기로 한다. 집단을 구분하는 기준은 두 가지인데, 하나는 게임 경험 여부이고, 다른 하나는 하루 평균 게임 이용시간이다. 현재 게임을 이용한다고 응답한 경우에 하루 평균 2시간 이상 게임을 이용한다고 응답한 집단은 '핵심 이용자'로, 2시간 미만 이용한다고 응답한 집단은 '일반이용자'로 구분하였다. 게임을 이용하지 않는다고 응답한 경우, 과거 게임 이용 경험이 있는 이용자는 '휴면이용자'로, 전혀 게임을 경험해보지 않은 경우에는 '잠재이용자'로 분류하였다.

물론 잠재이용자는 향후 게임 이용 의사가 있는 경우와 이용할 의사가 없는 경우의 성격이 다른 두 집단이 포함되어 있다. 그러나 이는 게임에 대한 부정적인 경험의 결과 때문이라기보다는, 다른 여가활동에 비해 게임에 대한 관심이 상대적으로 적은 경우가 대부분이기 때문에 향후 다양한 관심을 반영한 게임이 등장할 경우 다시 게임을 이용할 가능성이 높다고 판단하여 같은 범주로 구분하였다.

일반적으로 게임 비이용자와 게임이용자만으로 단순하게 분류하는 것보다, 이와 같이 이용자를 4개의 집단으로 분류하여 분석하는 것은 게임 이용 시간에 따른 게임 이용행태의 변화를 알아볼 수 있다는 점에서 장점이 있다. 뿐만 아니라, 게임을 이용하지 않는 집단 역시 게임 접촉 여부에 따라 게임에 대한 견해나 인식이 어떻게 달라지는지를 알아볼 수 있다는 점에서 유용하다.

게임 이용자별 인구학적 특성을 살펴보면, 전체 조사대상자 1,700명 중에서 '핵심이용자'는 284명(16.6%), '일반이용자'는 713명(41.8%), '휴면이용자'는 145명(8.7%), '잠재이용자'는 558명

표 2-3-1 게이미용자의 이용형태별 분류 방식

게임 경험 여부	게임 경험 있음			게임 경험 없음
	현재 이용하고 있음 (최근 6개월 이내 이용자 포함)	현재 이용 안함	현재 이용 안함	
현재 게이밍 여부				-
게임 이용시간 구분	하루 평균 2시간 이상 이용	하루 평균 2시간 미만 이용	-	-
게임 경험 이용자 구분	핵심이용자	일반이용자	휴면이용자	잠재이용자

(32.9%)의 분포를 나타냈다. 각 집단을 성별, 연령별로 나누어 살펴보면 남성의 경우 '일반이용자'의 비중이 가장 높은 반면, 여성의 경우 '잠재이용자'의 비중이 가장 높았다. '핵심이용자'의 경우 '만15~19세'에서 가장 높게 나타났으며, '잠재이용자'는 '만45~49세'가 가장 높았다.

표 2-3-2 게이미용자의 이용형태별 인구학적 특성

구분	핵심이용자		일반이용자		휴면이용자		잠재이용자	
	명	%	명	%	명	%	명	%
남성	207	12.2	397	23.4	60	3.5	161	9.5
여성	77	4.5	316	18.6	85	5.0	397	23.4
만9~14세	41	2.4	106	6.2	8	0.5	6	0.4
만15~19세	63	3.7	98	5.7	23	1.3	27	1.6
만20~24세	46	2.7	92	5.4	16	1.0	51	3.0
만25~29세	52	3.0	99	5.8	20	1.2	77	4.5
만30~34세	42	2.4	90	5.3	28	1.7	95	5.6
만35~39세	23	1.4	89	5.2	19	1.2	78	4.6
만40~44세	13	0.8	78	4.6	22	1.3	85	5.0
만45~49세	4	0.2	61	3.6	9	0.5	139	8.2
합계	284	16.6	713	41.8	145	8.7	558	32.9

1. 게이미용자의 성별, 연령별 분포

이용자별로 성별 연령 분포를 살펴보면, 핵심이용자의 경우 남성은 '만15~19세' (24.2%)가 가장 많았고, '만25~29세' (15.9%)가 뒤를 이었다. 여성은 '만25~29세' (24.7%)가 가장 많았고, '만20~24세' (18.2%)가 뒤를 이어 나타났다. 일반이용자의 경우 남성은 '만35~39세' (14.6%), 여성은 '만9~14세' (17.4%)에서 가장 높은 비율을 차지하나, 전반적으로 고르게 분포되어 있음을 알 수 있다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-1 핵심이용자의 성별, 연령별 분포

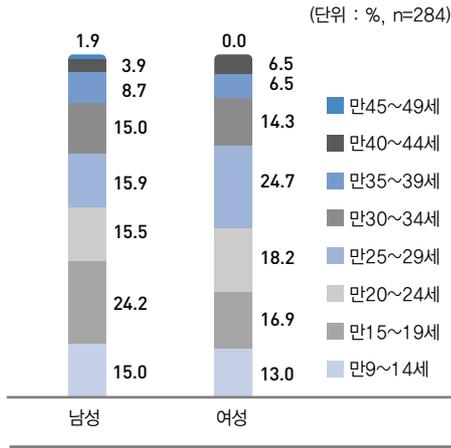


그림 2-3-2 일반이용자의 성별, 연령별 분포

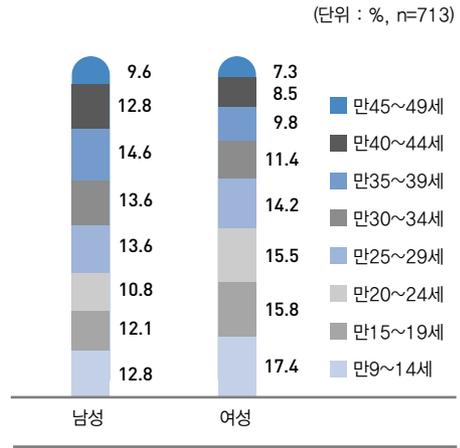


그림 2-3-3 휴면이용자의 성별, 연령별 분포

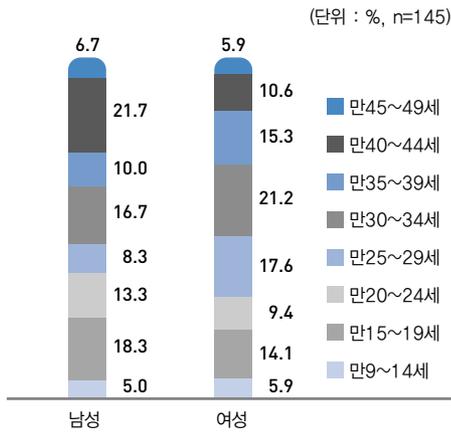
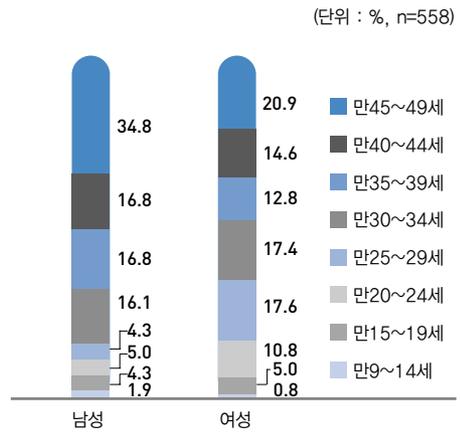


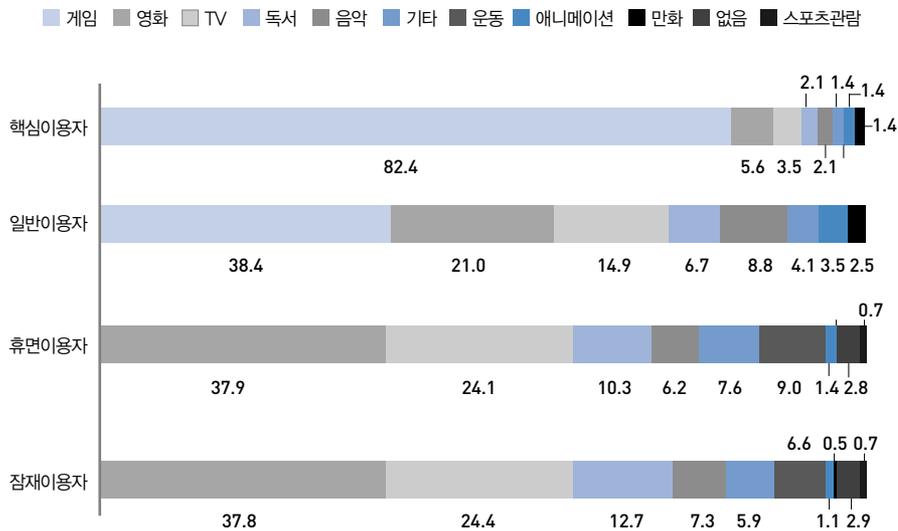
그림 2-3-4 잠재이용자의 성별, 연령별 분포



휴면이용자 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있는 연령층은 남성의 경우 '만40~44세' (21.7%)로 가장 높았으며, 여성의 경우 '만30~34세' (21.2%)의 비율이 높았다. 잠재이용자는 남성과 여성 모두 '만45~49세' (각각 34.8%, 20.9%)에서 높은 비율을 차지해서 지난해와 다르지 않은 결과를 보여 주었다.

그림 2-3-5 여가시간에 즐겨 하는 활동(이용자별)

(1순위, 단위 : %, n=1,700)



2. 여가시간에 즐겨 하는 활동

이용자별로 여가시간에 즐겨 하는 활동을 조사한 결과, 핵심이용자는 역시 ‘게임’이 82.4%로 압도적인 비율을 보여주었다. 일반이용자는 ‘게임’ 38.4%, ‘영화’ 21.0%, ‘TV’ 14.9%의 순으로 나타났다. 휴면이용자와 잠재이용자는 핵심/일반 이용자와는 달리 ‘영화’가 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 ‘TV’, ‘독서’ 등이 뒤를 이었다.

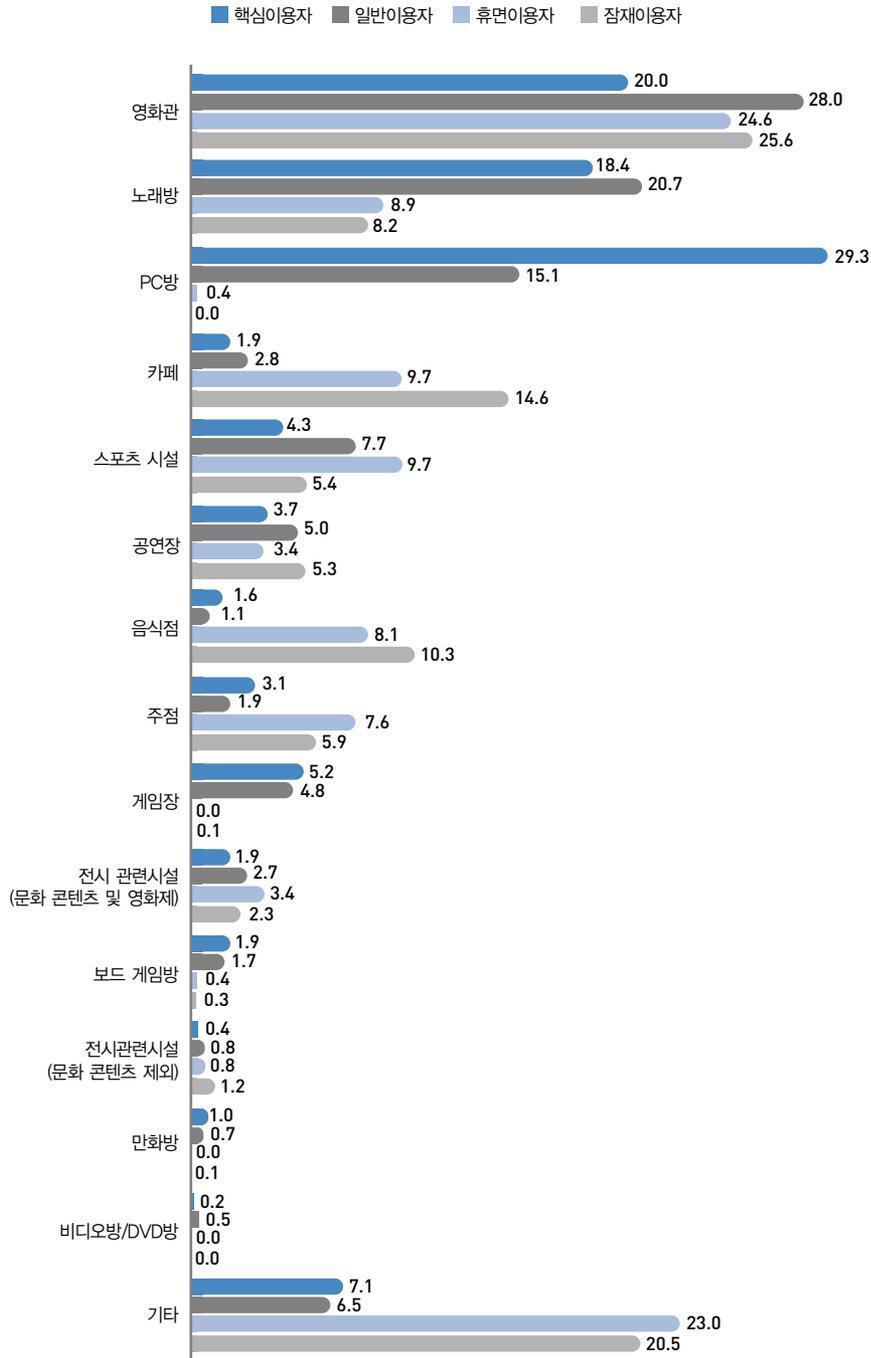
3. 친구/동료들과 어울려서 가는 장소

이용자 집단별로 친구/동료들과 즐겨 찾는 장소를 조사한 결과, 핵심이용자는 ‘PC방’ (29.3%)을 가장 즐겨 찾는 반면, 일반/휴면/잠재이용자는 ‘영화관’ (각각 28.0%, 24.6%, 25.6%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-6 친구/동료들과 어울려서 가는 장소(이용자별)

(복수 응답, 단위 : %, n=1,700)

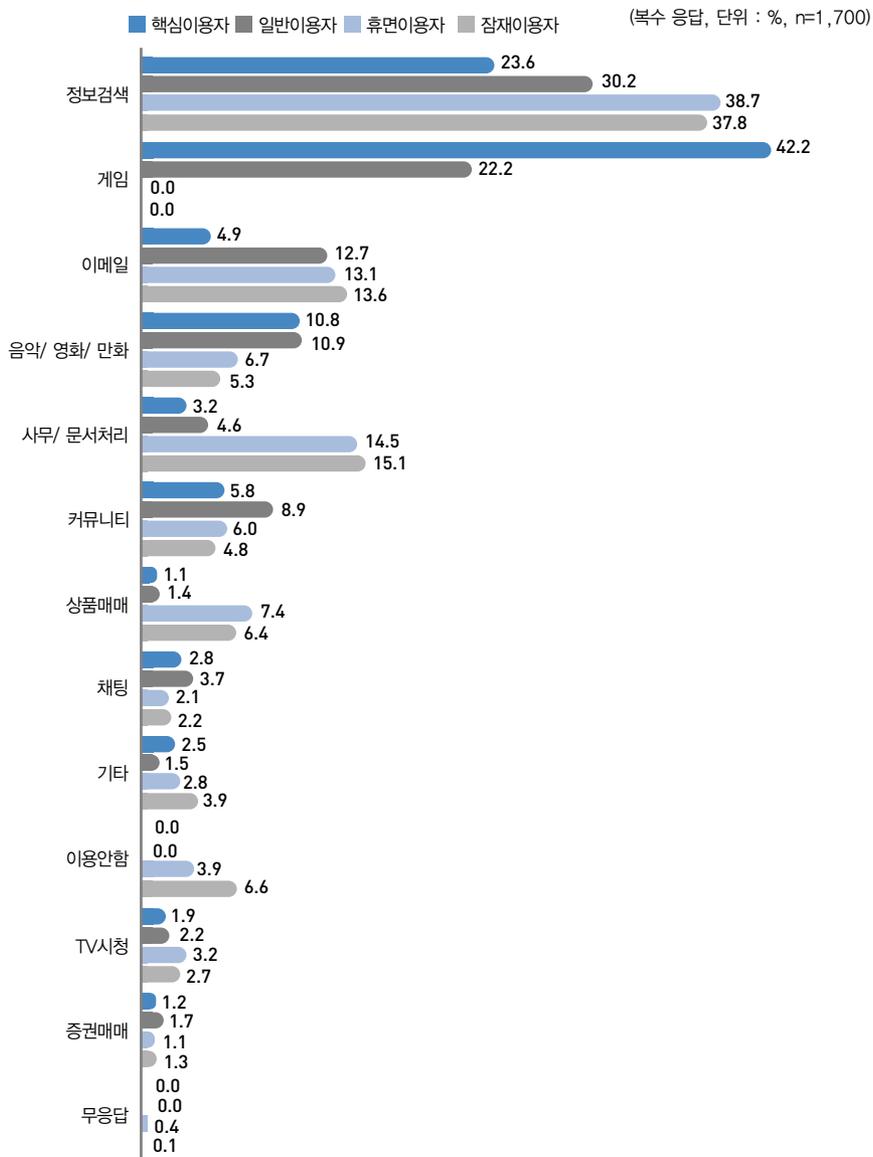


* '무응답' 휴면이용자 0.4%, 잠재이용자 0.2%

4. 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일

컴퓨터 이용 시 주로 하는 일로 핵심이용자는 '게임'의 응답비율이 42.2%로 가장 높은 반면, 그 이외의 일반/휴면/잠재이용자는 모두 '정보검색' (각각 30.2%, 38.7%, 37.8%) 응답 비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 다음으로 일반이용자는 '게임' (22.2%), '이메일' (12.7%) 등, 휴면/잠재 이용자는 '사무/문서처리' (14.5%, 15.1%), '이메일' (13.1%, 13.6%) 등을 주로 한다고 응답하였다.

그림 2-3-7 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(이용자별)

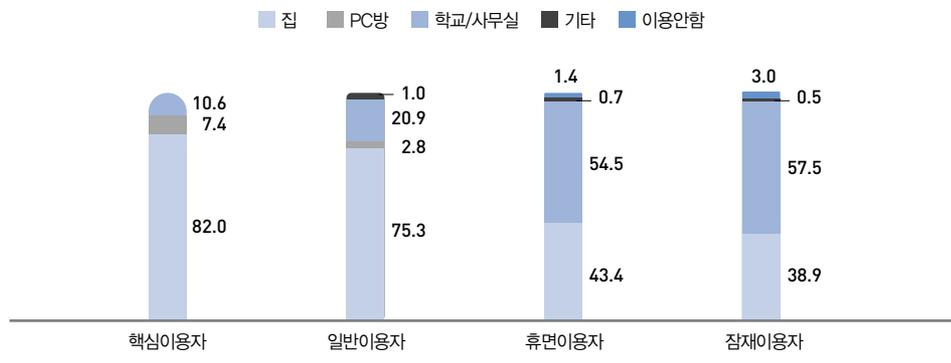


5. 인터넷을 주로 이용하는 장소

이용자별로 인터넷을 주로 이용하는 장소를 조사한 결과 핵심/일반이용자 집단에서는 '집' (각각 82.0%, 75.3%)이라는 응답이 대부분을 차지하고 있는 반면, 휴면/잠재이용자 집단은 '학교/사무실' (각각 54.5%, 57.5%)에서 이용한다는 비율이 높게 나타났다. 2010년에도 핵심 - 일반 - 휴면 - 잠재 이용자 순으로 선호 비중이 점차 낮아지기는 했으나, 모든 이용자 집단에서 '집' 을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 올해 조사결과에서는 휴면/잠재이용자 집단에서 '학교/사무실' 이 높게 나와 다른 결과를 보였다.

그림 2-3-8 인터넷을 주로 이용하는 장소(이용자별)

(단위 : %, n=1,700)

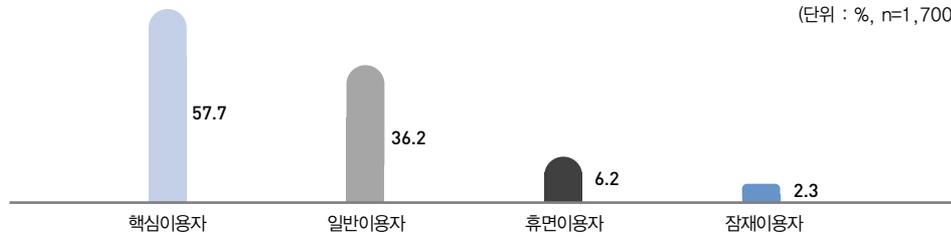


6. PC방 이용여부 및 주로 하는 일

이용자별 PC방 이용여부를 조사한 결과 핵심(57.7%), 일반(36.2%), 휴면(6.2%), 잠재(2.3%) 이용자 순으로 PC방을 이용한다고 응답했다.

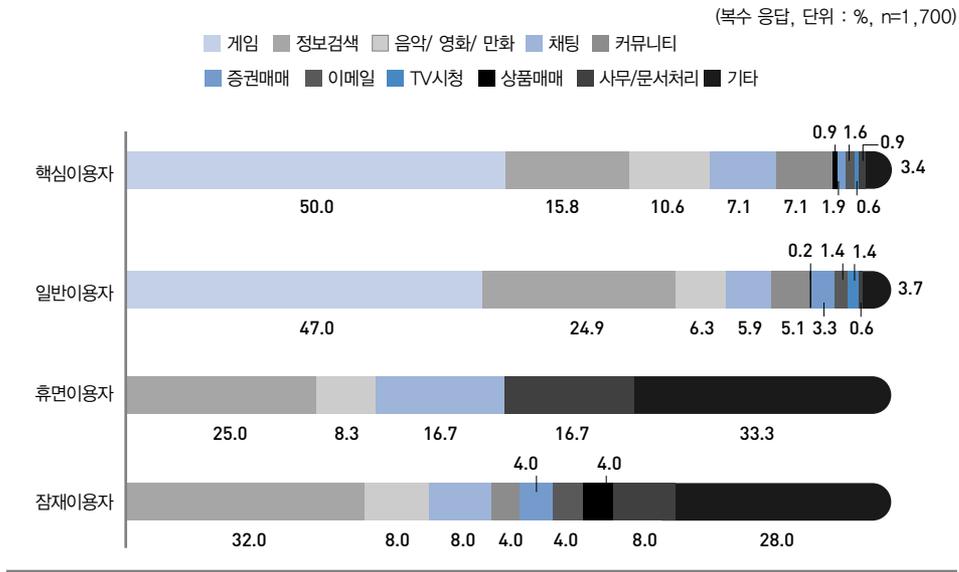
그림 2-3-9 PC방 이용 여부(이용자별)

(단위 : %, n=1,700)



그렇다면 이용자들은 PC방에서 주로 무슨 일을 하는지 살펴보았다. 핵심/일반이용자의 경우 '게임'을 주로 한다는 응답이 각각 50.0%, 47.0%로 높게 나타나, PC방 이용자의 절반 정도는 게임을 이용한다는 사실을 볼 수 있었다. 반면, 휴면/잠재이용자는 '정보검색' (각각 25.0%, 32.0%)을 주로 한다고 응답한 경우가 가장 높은 비중을 차지했다.

그림 2-3-10 PC방에서 주로 하는 일(이용자별)



제2절 핵심/일반이용자 동향

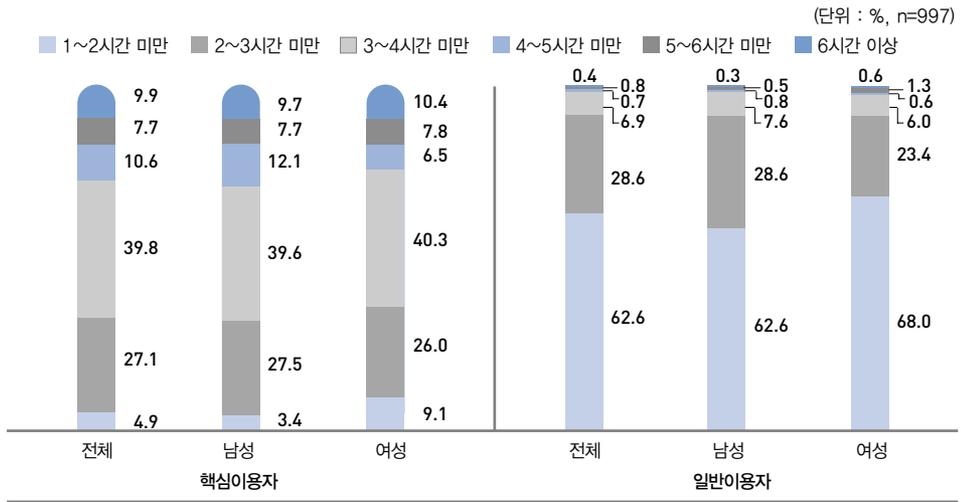
1. 핵심/일반이용자의 게임 이용현황

1) 1회 평균 게임 이용시간

핵심/일반이용자의 1회 평균 게임 이용시간을 조사한 결과 핵심이용자는 평균 3.6시간을 이용한 반면, 일반이용자는 1.5시간을 이용하는 것으로 나타났다. 비율별로 보면, 핵심이용자는 '3~4시간 미만' (39.8%)과 '2~3시간 미만' (27.1%)이 많았고, 일반이용자는 '1~2시간 미만' (62.6%)이 주를 이

제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-11 핵심/일반이용자의 1회 평균 게임 이용시간(성별)

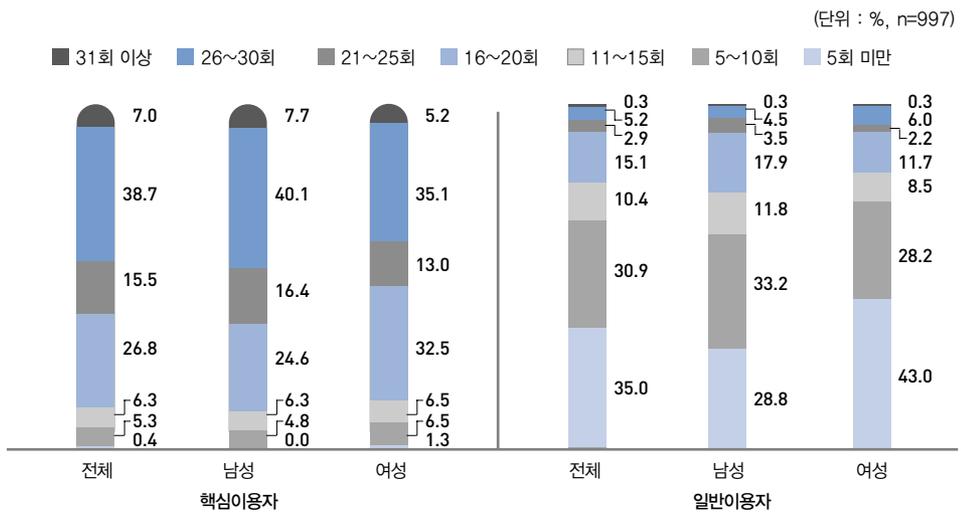


루었다. 특히, 핵심 이용자 중에서 '3~4시간 미만'의 비중은 2009년 17.5%, 2010년 28.3%에서 2011년 39.8%로, '2~3시간 미만'은 점점 줄어들고 '3~4시간 미만'의 비중이 증가하고 있다.

2) 월 평균 게임 이용빈도

핵심/일반이용자의 월 평균 게임 이용 횟수를 비교한 결과 핵심이용자는 평균 25.2회를 이용하

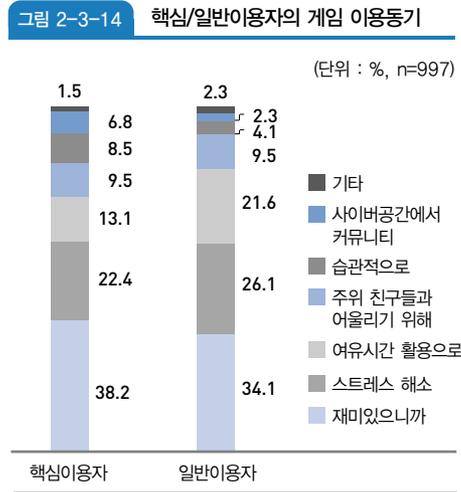
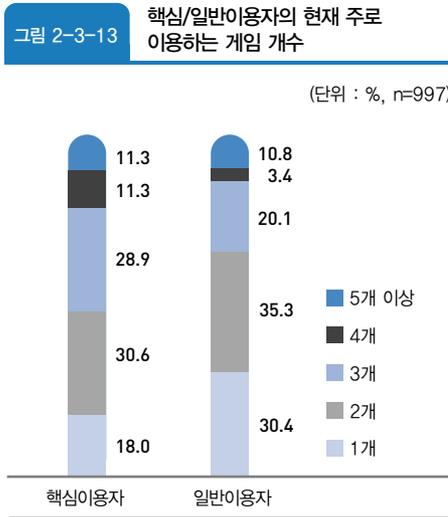
그림 2-3-12 핵심/일반이용자의 월 평균 게임 이용빈도(성별)



였으며, 일반이용자의 경우는 월 평균 10.0회를 이용한 것으로 나타났다. 비율별로 살펴보면, 핵심 이용자는 '26~30회'가 38.7%로 가장 많았으며, 일반이용자는 '5회 미만'의 이용비율이 35.0%로 가장 높게 나타났다. 성별에 따른 차이는 크지 않았으나, 핵심 이용자와 일반이용자의 경우 모두 남성의 게임 이용 빈도가 높다는 사실을 알 수 있다.

3) 현재 주로 이용하는 게임 개수와 이용동기

현재 주로 이용하고 있는 게임 개수에 대해 핵심이용자는 '2개' (30.6%)와 '3개' (28.9%)가 높았고, 일반이용자는 '1개' (30.4%)와 '2개' (35.3%)의 비율이 높게 나타났다. 평균적으로는 현재 주로 이용하고 있는 게임 개수가 핵심이용자는 평균 2.9개, 일반이용자는 평균 2.4개인 것을 알 수 있다.



게임을 이용하는 동기에 대해 핵심/일반이용자 모두 '재미있으니까'라는 응답이 각각 38.2%, 34.1%로 가장 많았으며, 다음으로 '스트레스 해소', '여유시간 활용으로' 등의 의견이 나왔다. 일반이용자의 경우 '여유시간 활용으로', '스트레스 해소'라는 응답이 핵심이용자에 비해 높은 것으로 나타나 시간적 여유가 있거나 필요한 경우에 게임을 이용하고 있다는 사실을 알 수 있다.

4) 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼 및 장르

핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼에 대한 1순위 조사 결과, 두 집단 모두 각각 87.0%, 59.2%로 '온라인게임'을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 성별로도 '온라인게임'을 가장 선호하는데, 남성 에 비해 여성이 '모바일게임'을 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타났다.

제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-15 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별)

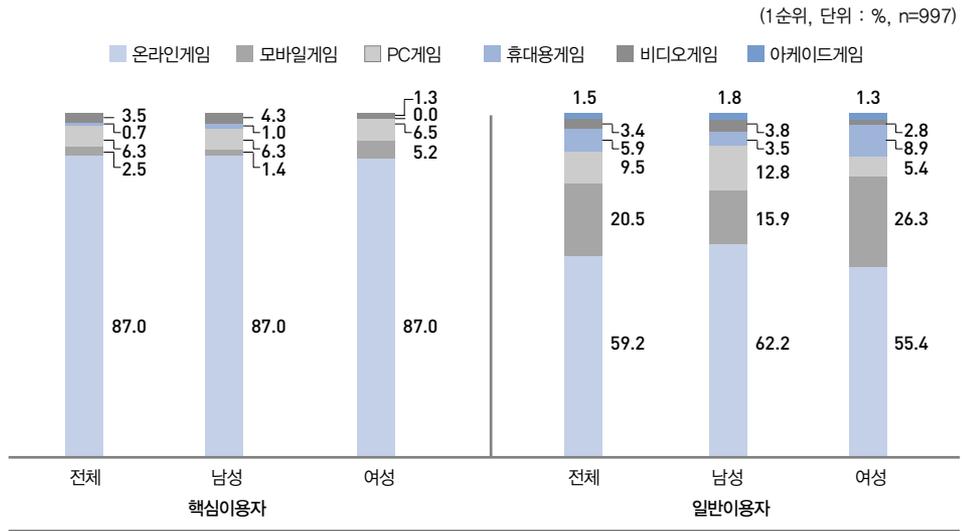
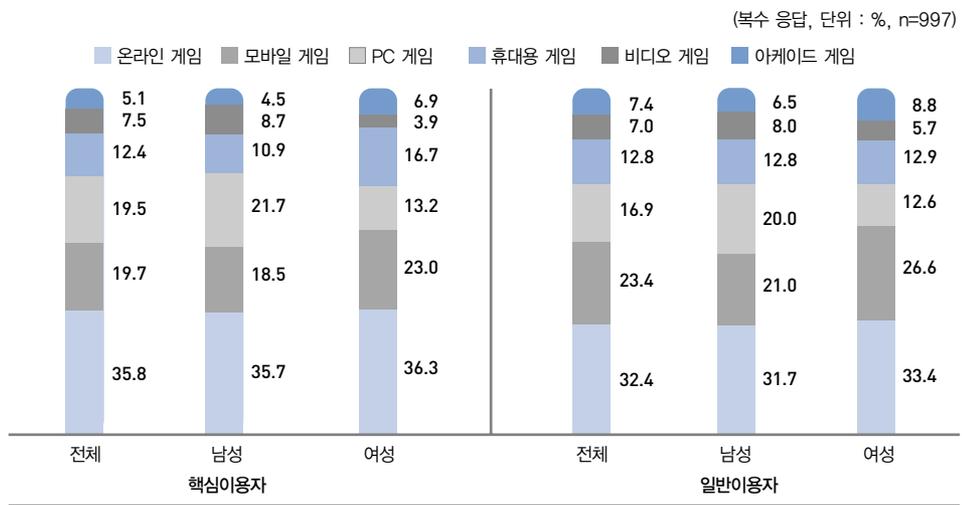
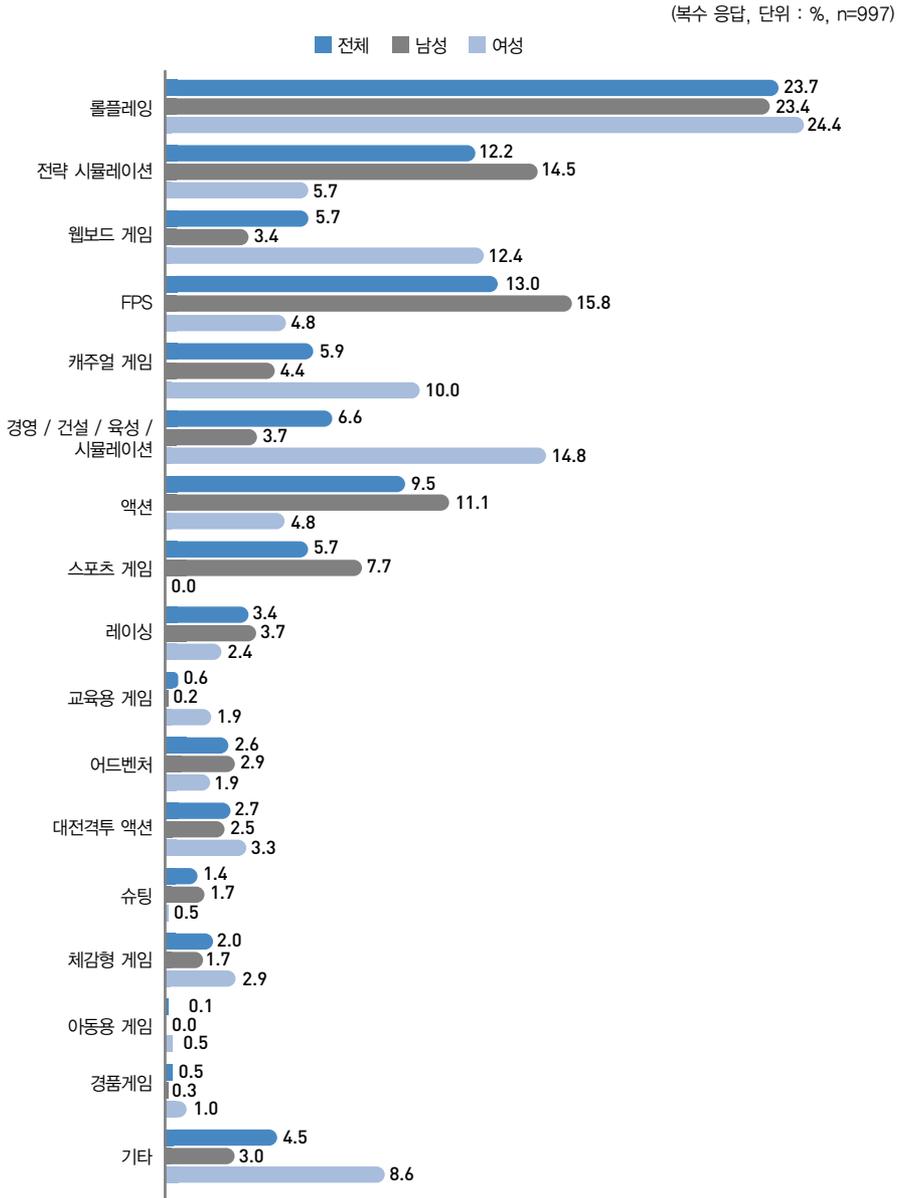


그림 2-3-16 핵심/일반이용자의 선호 게임플랫폼(성별)



핵심이용자의 선호 게임 장르를 살펴보면, '롤플레이' 장르를 선호하는 비율이 23.7%로 가장 높았다. 다음으로 'FPS' (13.0%), '전략시뮬레이션' (12.2%), '액션' (9.5%) 등의 순으로 나타났다. 성별로는 남녀 모두 선호하는 '롤플레이' 을 제외하면, 남성은 'FPS' (15.8%), '전략시뮬레이션' (14.5%), '액션' (11.0%)을 선호했고, 여성은 '경영/건설/육성 시뮬레이션' (14.8%), '웹보드게임' (12.4%), '캐주얼게임' (10.0%)을 선호한다고 응답했다.

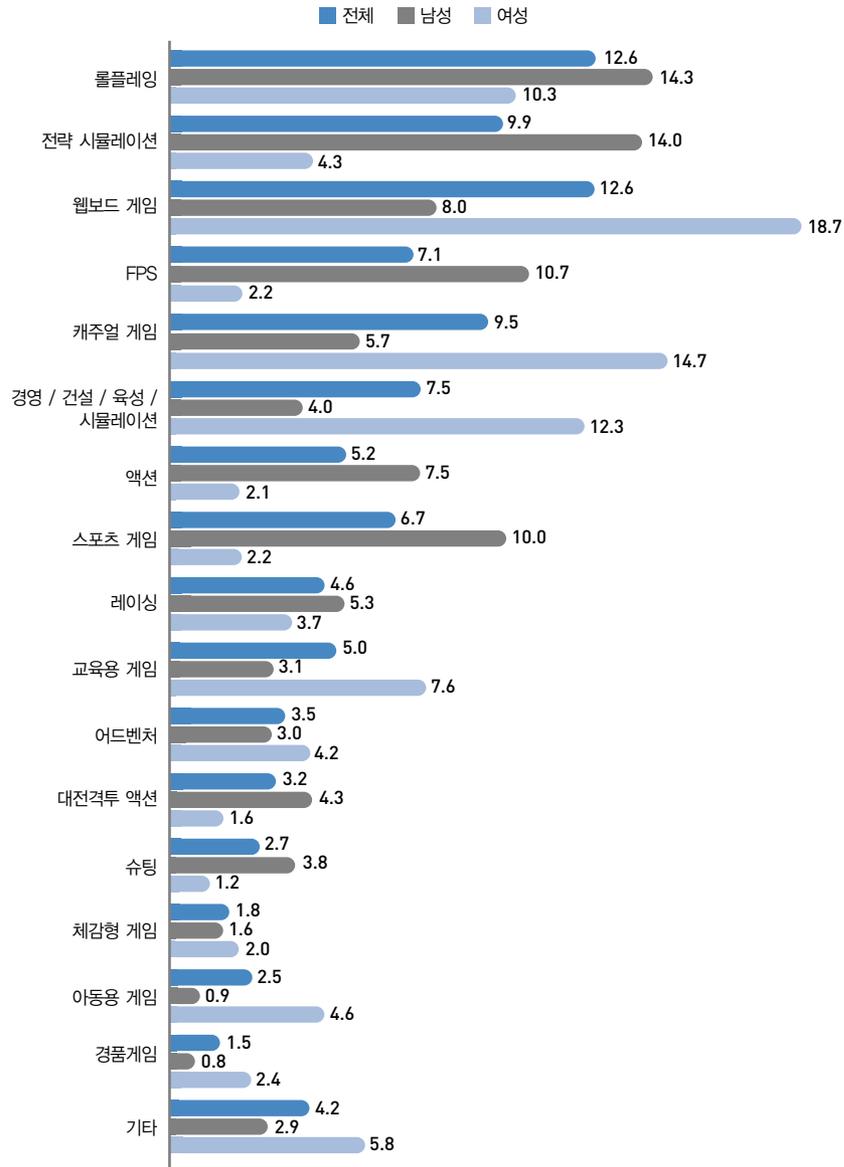
그림 2-3-17 핵심이용자의 선호 게임장르(성별)



일반이용자의 선호 게임 장르를 살펴보면, ‘롤플레이’ 및 ‘웹보드게임’ 장르를 선호하는 비율이 각각 12.6%로 가장 높았고, 다음으로 ‘전략시뮬레이션’ (9.9%), ‘캐주얼게임’ (9.5%) 등의 순으로 나타났다. 성별로 보면, 남성은 ‘롤플레이’ (14.3%), ‘전략시뮬레이션’ (14.0%), ‘FPS’ (10.7%), ‘스포츠 게임’ (10.0%) 등의 순으로 선호를 하였고, 여성은 ‘웹보드게임’ (18.7%), ‘캐주얼게임’ (14.7%), ‘경영/건설/육성시뮬레이션’ (12.3%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-1-18 일반이용자의 선호 게임장르(성별)

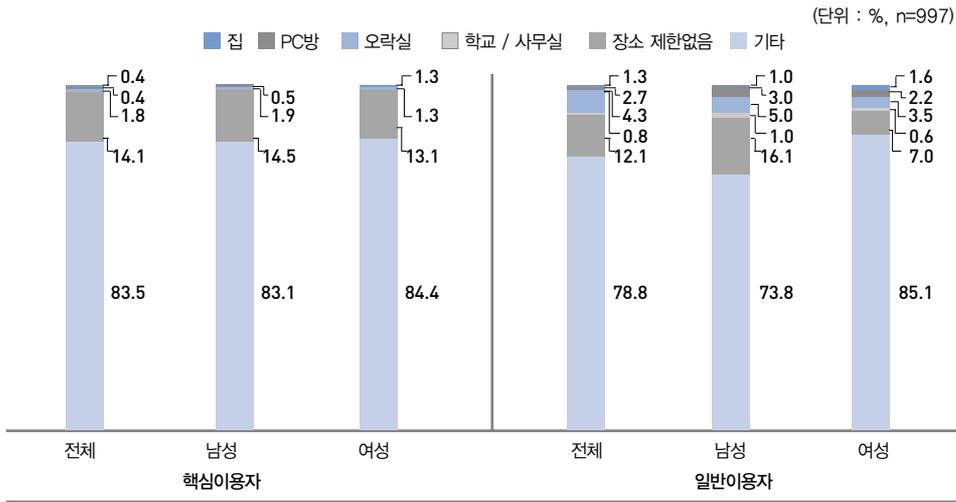
(복수 응답, 단위 : %, n=997)



5) 게임 이용장소

핵심/일반이용자가 주로 게임을 이용하는 장소를 조사한 결과, 게임이용자의 약 80%가 ‘집’에서 게임을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 핵심이용자는 남녀 간의 차이가

그림 2-3-19 핵심/일반이용자의 게임 이용장소(성별)



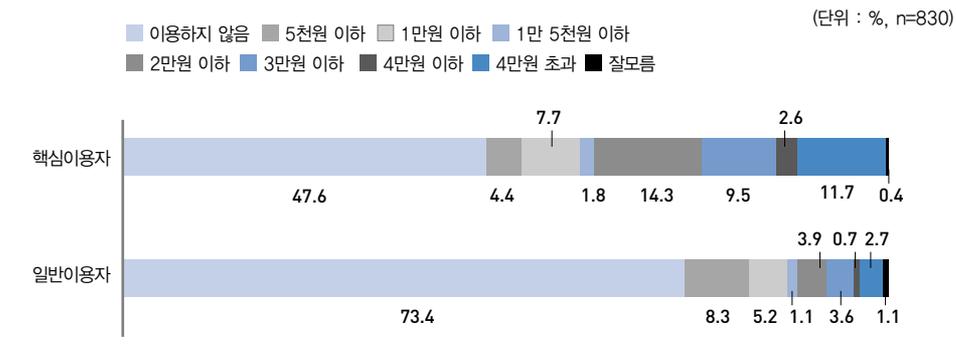
크지 않았으나, 일반이용자는 여성이 남성보다 '집' 에서 게임을 이용하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 반면, 남성은 'PC방' 에서 게임을 즐기는 비율이 상대적으로 높았다.

6) 플랫폼별 게임 이용/구입비용

핵심/일반이용자들의 플랫폼별 게임 이용/구입비용을 조사한 결과, 모든 플랫폼에서 핵심이용자가 일반이용자보다 이용료가 높은 것으로 나타났다.

우선 온라인게임에서 핵심이용자가 평균 40,953원, 일반 이용자가 20,665원의 이용/구입비용을 사용해서 두 배 가까운 차이를 나타냈다. 특히 4만원 이상의 비용을 지출하는 핵심이용자(11.7%)는 같은 항목의 일반이용자(2.7%)의 4배 이상 많았다.

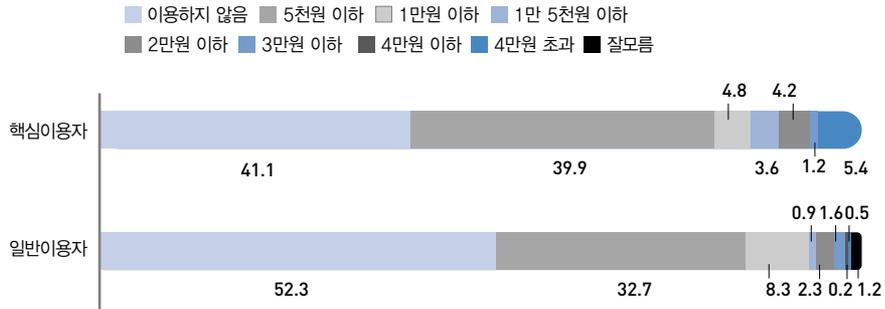
그림 2-3-20 핵심/일반이용자의 온라인게임 이용비용



제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-21 핵심/일반이용자의 모바일게임 이용비용

(단위 : %, n=602)



모바일게임은 핵심이용자가 평균 19,246원, 일반이용자가 평균 6,831원을 이용했다. 모바일게임에서 가장 많은 비중을 차지하는 항목은 '5천원 이하' 로, 사람들이 모바일게임을 소액으로 즐기고 있음을 확인할 수 있다.

PC게임의 경우 핵심이용자는 평균 30,229원, 일반이용자는 20,321원을 지불한 것으로 나타났다. 핵심이용자의 경우 '3만원 이하' '4만원 이하' '4만원 초과' 항목의 응답이 상대적으로 3~4배에 달해, 전반적으로 일반이용자에 비해 많은 비용을 소비하는 것을 알 수 있었다.

비디오게임은 핵심이용자가 평균 58,941원, 일반이용자가 32,328원으로 나타났다. 다른 게임 플랫폼과 다르게 이용/구입비용이 '4만원 초과' 라고 답한 응답자가 높은 비중을 차지했다. 핵심이용자의 경우 29.6%, 일반이용자의 경우 11.5%로 나타났다.

그림 2-3-22 핵심/일반이용자의 PC게임 이용비용

(단위 : %, n=464)

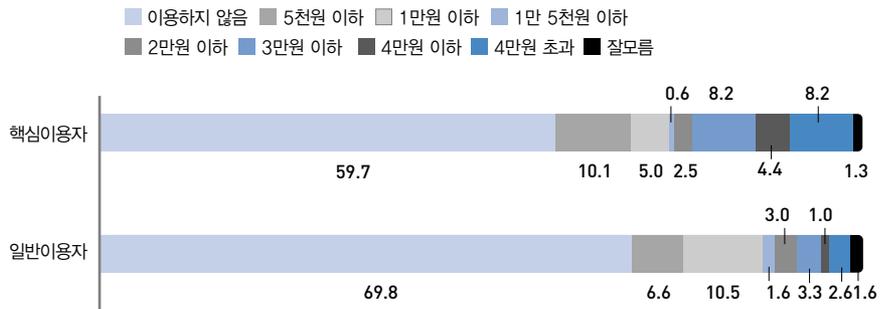
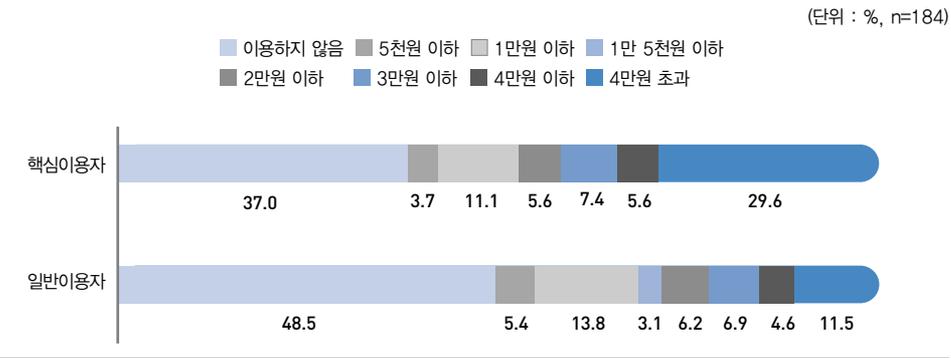


그림 2-3-23 핵심/일반이용자의 비디오게임 이용비용



휴대용게임에서는 핵심이용자가 26,933원, 일반이용자가 22,762원을 지출하는 것으로 나타났다. 낮은 금액의 항목에서는 핵심이용자와 일반이용자가 큰 차이를 보이지 않았으나 '4만원 이상' 항목에서 핵심이용자(10.2%)는 일반이용자(4.2%)보다 두 배 가량 많았다.

아케이드게임은 이용하지 않는다는 응답이 다른 플랫폼에 비해 낮은 편으로 나타났다(핵심 40.6%, 일반 30.3%). 핵심이용자는 평균 7,590원, 일반이용자는 평균 6,262원을 지출하는 것으로 나타났다. 이용/구입비용은 두 이용자 간 큰 차이를 보이지 않았으며, '2만원 이하' 금액에서 골고루 사용하는 모습이 나타났다.

그림 2-3-24 핵심/일반이용자의 휴대용게임 이용비용

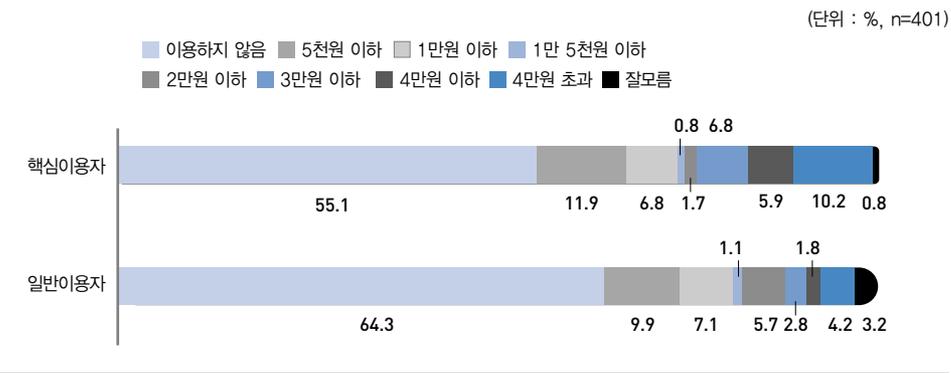
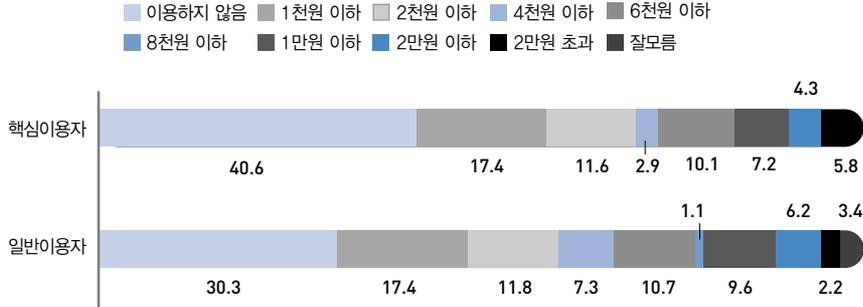


그림 2-3-25 핵심/일반이용자의 아케이드게임 이용비용

(단위 : %, n=247)



7) 게임 선택 시 결정 요소

핵심/일반이용자가 게임을 선택하는 결정 요소가 무엇인지를 알아본 결과, 핵심/일반이용자 모두 '좋아하는 장르' (핵심 65.5%, 일반 60.9%)가 게임을 선택하는 결정 요소라고 응답했다. 다음으로 '좋아하는 내용' (핵심 10.9%, 일반 16.4%), '게임해본 사람들 추천' (핵심 8.8%, 일반 10.9%)순이었다. 특이한 점은 여성 핵심이용자에게서 '좋아하는 장르' 다음으로 많이 선택한 요소가 '좋아하는 캐릭터' (16.9%)라는 점이다. 다른 응답군들과 다르게 여성 핵심이용자는 캐릭터를 중요한 결정 요소로 선택했다.

그림 2-3-26 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별)

(1순위, 단위 : %, n=997)

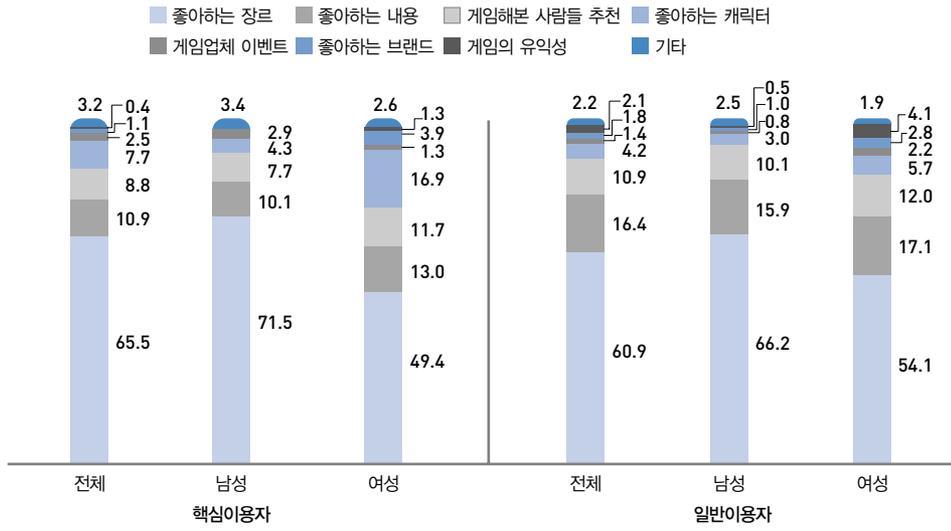
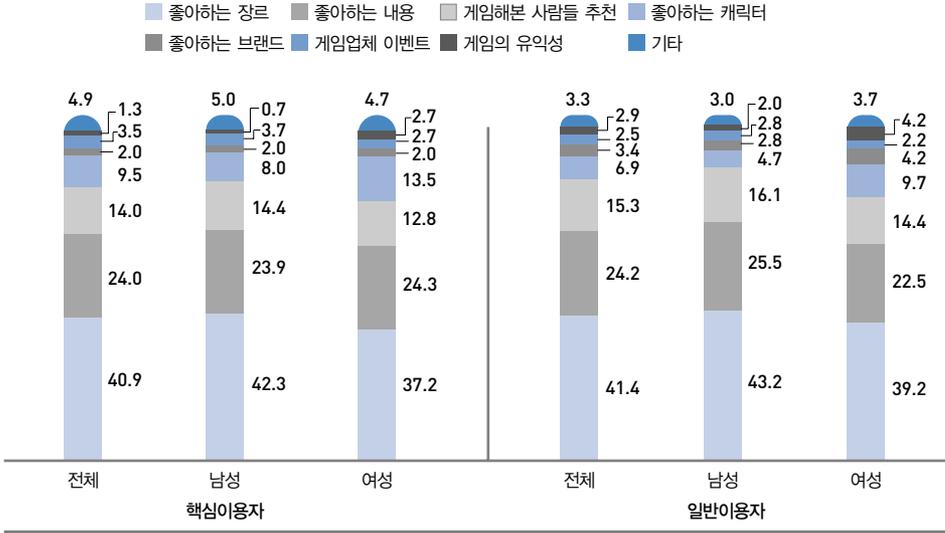


그림 2-3-27 핵심/일반이용자의 게임 선택 시 결정 요소(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

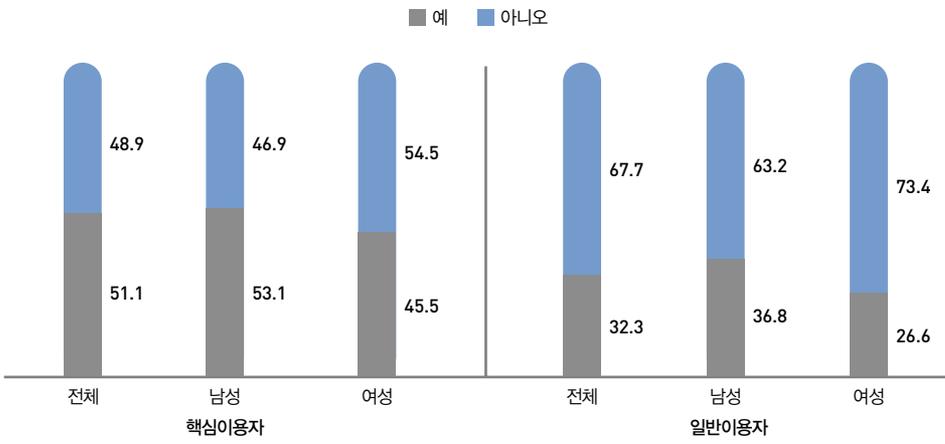


8) 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험과 이유

최근 6개월 이내에 게임을 바꾼 경험이 있는지를 조사한 결과, 핵심이용자(51.1%)가 일반이용자(32.3%)에 비해 게임을 바꾼 경험이 많은 것으로 나타났다. 전반적으로 핵심이용자의 게임 변경 경험이 많은 가운데, 성별로는 핵심/일반이용자 모두 남성이 여성보다 게임 변경 경험이 더 많았다.

그림 2-3-28 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 바꾼 경험 유무(성별)

(단위 : %, n=997)



제2부_ 이용자 동향

그렇다면 게임을 바꾼 이유가 무엇인지 살펴보았다. 핵심이용자에게 최근 게임을 바꾼 이유를 물어본 결과, '게임이 재미 없어서' (26.4%)를 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시되어서' (21.6%), '게임을 마스터해서' (11.7%), '친구의 권유로' (8.7%) 순으로 나타났다. 일반이용자에게 역시 최근 게임을 바꾼 이유를 물어본 결과, 핵심이용자와 마찬가지로 '게임이 재미 없어서' (27.2%)를 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시되어서' (20.6%), '게임을 마스터해서' (16.7%), '친구의 권유로' (8.6%) 등의 응답을 보였다.

게임을 변경한 이유에 대해 핵심/일반이용자를 비교한 결과, 두 집단 모두 '게임이 재미 없어서' 라는 이유가 각각 26.4%, 27.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '더 재미있는 게임이 출시되어서' 라는 응답이 각각 21.6%, 20.6%로 나타났다. 이를 통해 게임을 선택하는데 있어 가장 핵심적인 요소는 '재미'임을 확인할 수 있었다. 또한 상대적으로 핵심이용자는 '불만/고충 처리 서비스' '이용 가격' '보안' 등에 관심을 쏟는 반면 일반이용자는 '게임 인터페이스' '스토리/사운드/그래픽'에 관심을 보인다는 사실을 알 수 있었다.

그림 2-3-29 핵심이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=375)

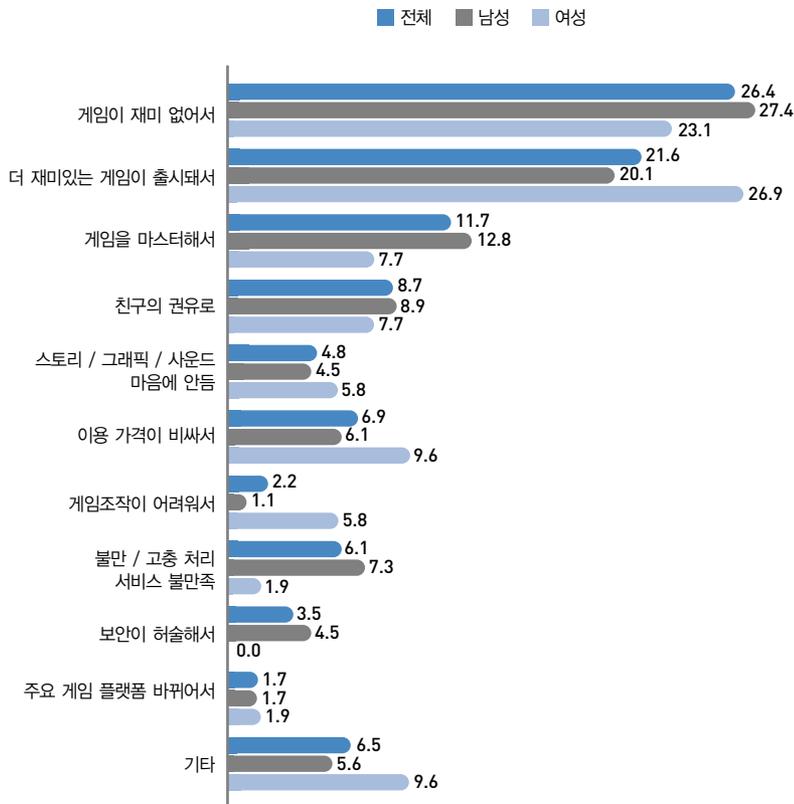


그림 2-3-30 일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=375)

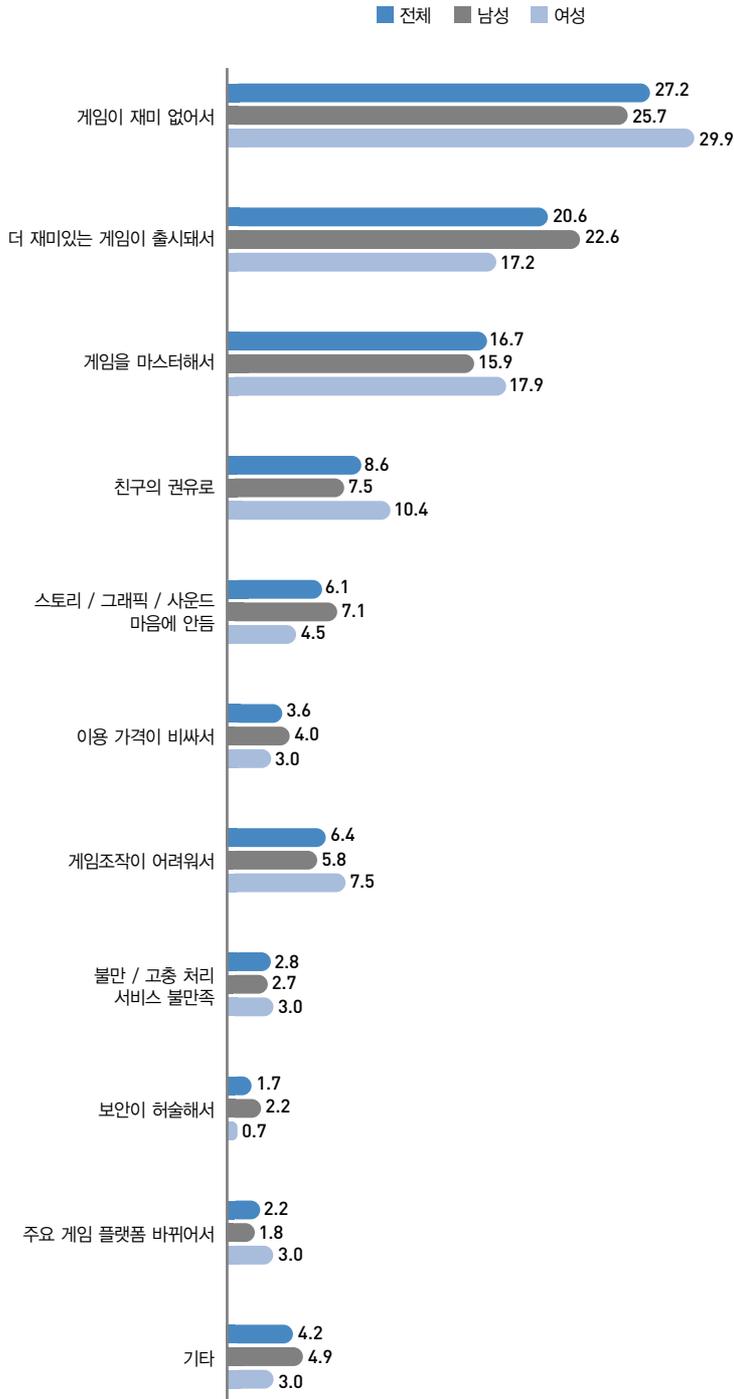
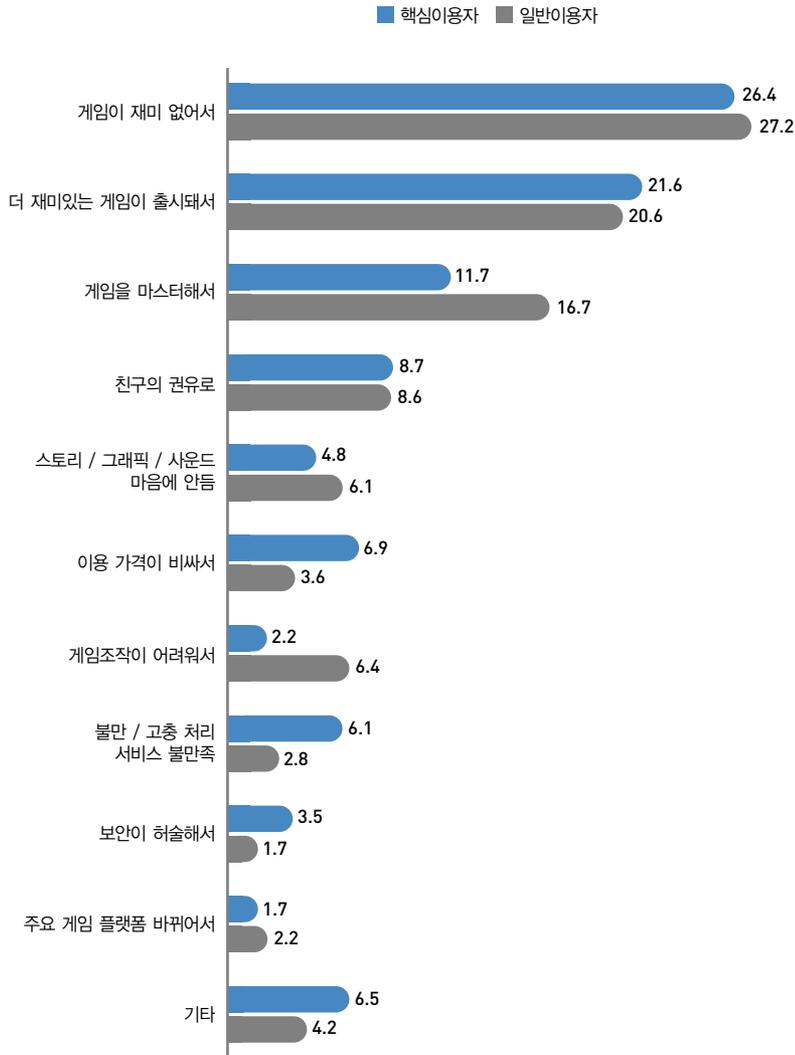


그림 2-3-31 핵심/일반이용자의 최근 6개월 이내 게임을 변경한 이유

(복수 응답, 단위 : %, n=375)



9) 게임 이용 시 관심 있게 보는 것

핵심/일반이용자의 게임이용 시 가장 관심 있게 보는 것에 대해 조사한 결과, 두 집단 모두 '스토리' (핵심 29.9%, 일반 29.6%)라고 응답했다. 다음으로 'CG그래픽' (핵심 24.3%, 일반 21.3%), '기획' (핵심 16.5%, 일반 21.5%) 등의 순서를 보였다. 여성 핵심이용자는 '연출력' 을 관심 있게 본 반면에, 남성은 '기획력' 을 관심 있게 봤다는 점에서 약간의 차이를 나타냈다.

그림 2-3-32 핵심/일반이용자의 게임 이용 시 관심 있게 보는 것(성별)

(1순위, 단위 : %, n=997)

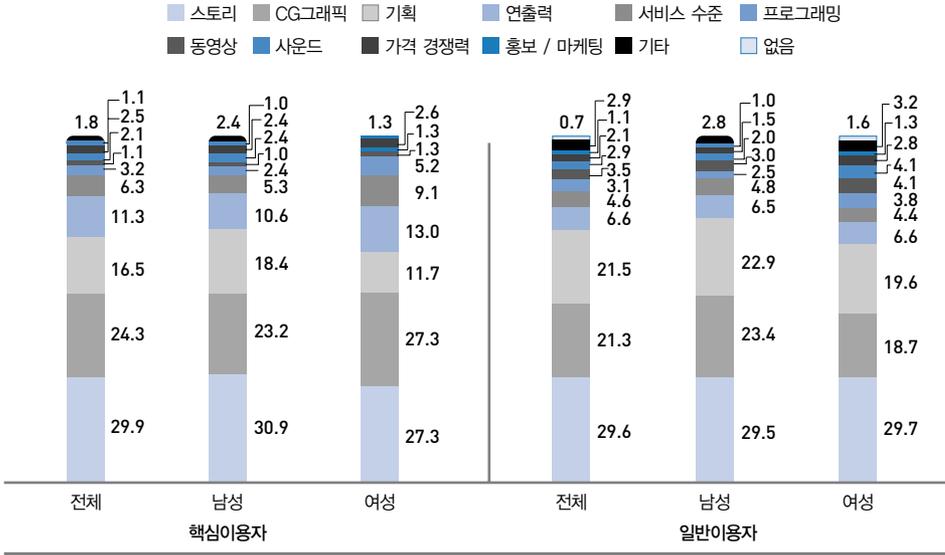
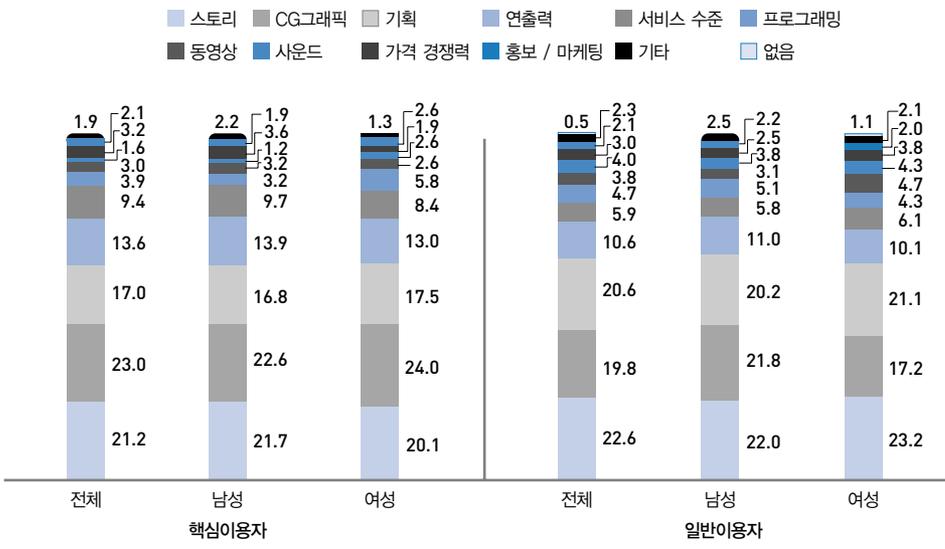


그림 2-3-33 핵심/일반이용자의 게임 이용 시 관심 있게 보는 것(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)



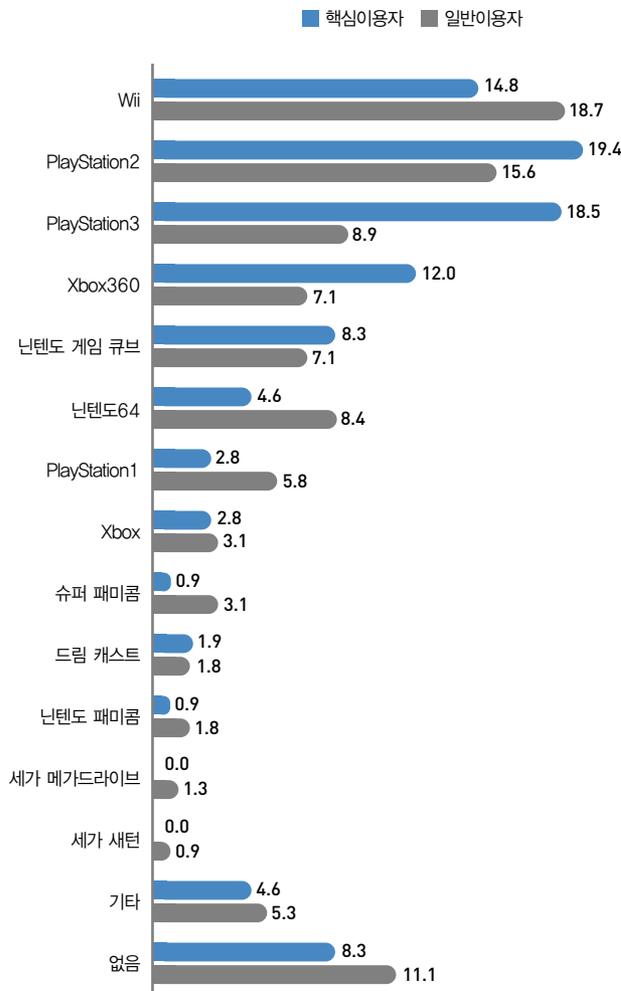
2. 게임기 관련 현황

1) 현재 보유하고 있는 비디오게임기

현재 보유하고 있는 비디오게임기의 경우 핵심이용자는 '플레이스테이션2'가 19.4%로 가장 많았으며, 다음으로 '플레이스테이션3' (18.5%), 'Wii' (14.8%), 'Xbox360'(12.0%) 등의 순으로 나타난 반면, 일반이용자는 'Wii' (18.7%), '플레이스테이션2' (15.6%), '플레이스테이션3' (8.9%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-3-34 핵심/일반이용자가 보유하고 있는 비디오게임기

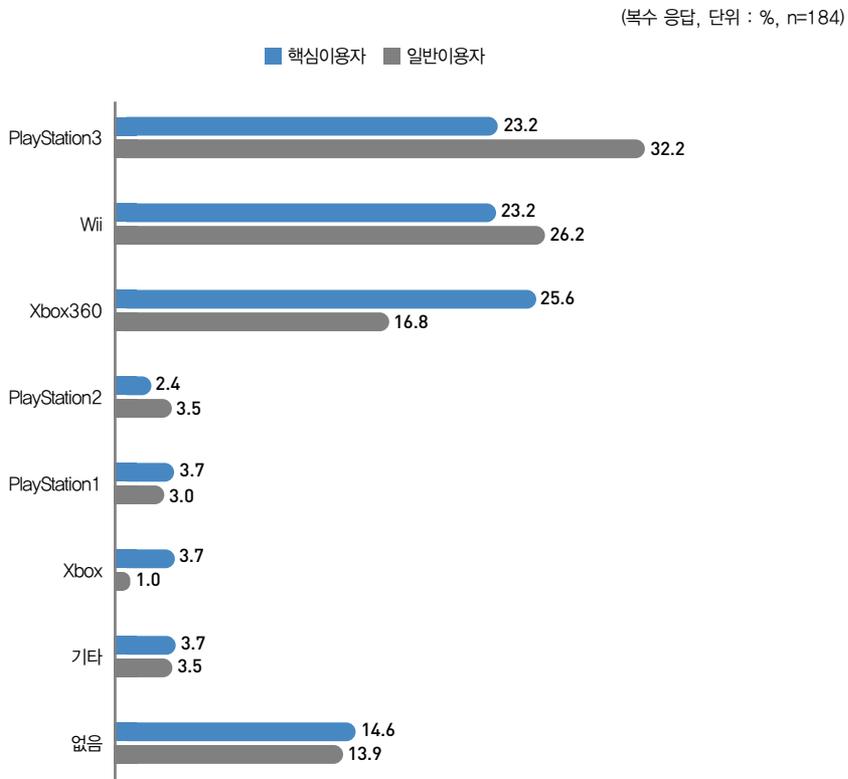
(단위 : %, n=184)



2) 향후 구입 희망 비디오게임기

향후 구입 희망 비디오게임기로 핵심이용자는 'Xbox360' (25.6%)을 선호했으며, 다음으로 '플레이스테이션3' 및 'Wii' (각각 23.2%)로 나타났다. 한편, 일반이용자는 '플레이스테이션3' (32.2%), 'Wii' (26.2%), 'Xbox360' (16.8%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-3-35 핵심/일반이용자의 향후 구입 희망 비디오게임기

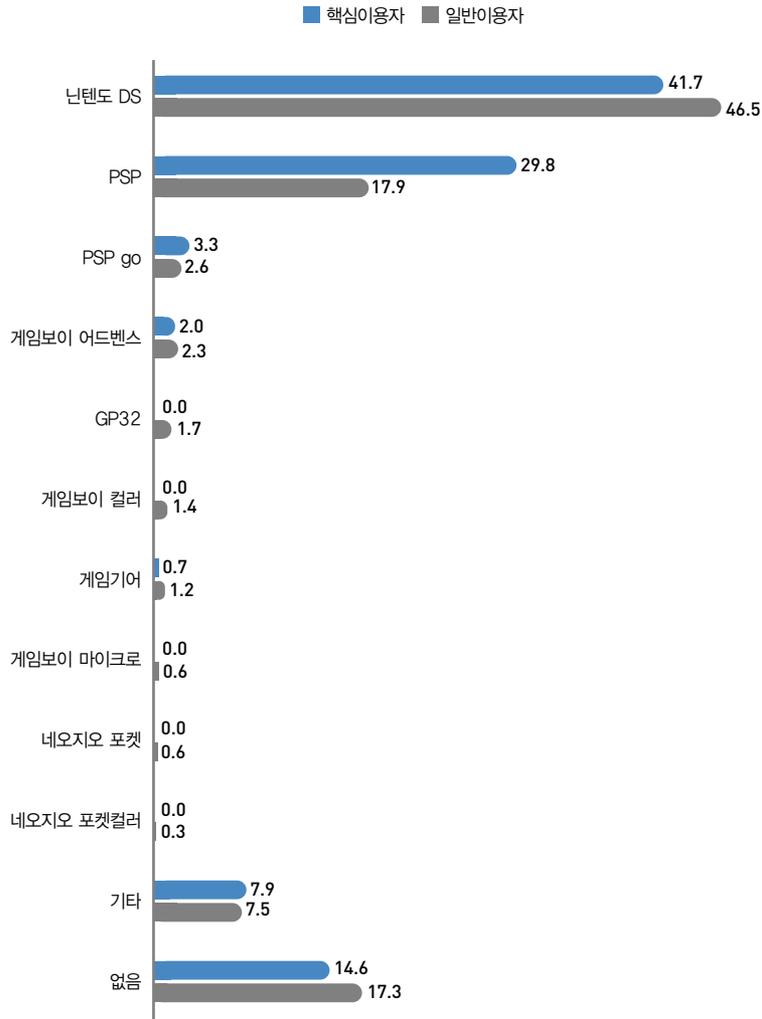


3) 현재 보유하고 있는 휴대용게임기

현재 보유중인 휴대용게임기 조사 결과, 핵심/일반이용자 대부분이 '닌텐도DS' (핵심 41.7%, 일반 46.5%)와 'PSP' (핵심 29.8%, 일반 17.9%)를 선택했다. '닌텐도DS'의 경우 일반이용자에서 높았던 반면, 'PSP'는 핵심이용자에서 훨씬 높게 나타났다. 휴대용게임기를 보유하고 있지 않다는 응답은 2010년 응답(핵심 19.6%, 일반 17.8%)에 비해 줄어든 수치(핵심 14.6%, 일반 17.3%)를 기록했다.

그림 2-3-36 핵심/일반이용자가 보유하고 있는 휴대용게임기

(복수 응답, 단위 : %, n=401)

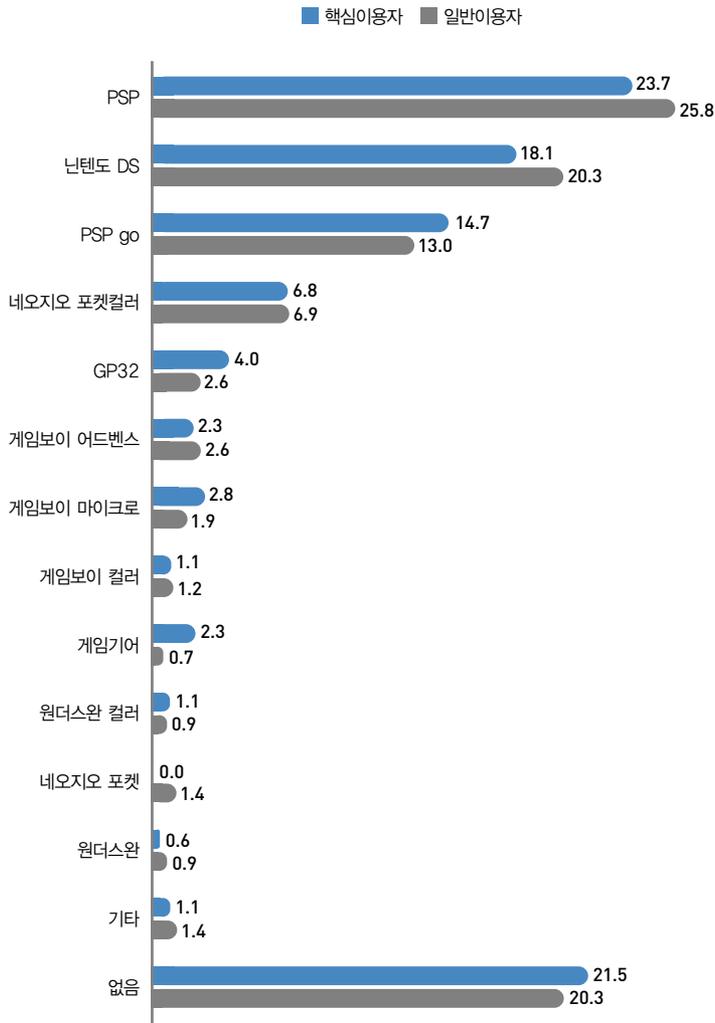


4) 향후 구입 희망 휴대용게임기

향후 구입 희망 휴대용게임기 조사에서는 핵심/일반이용자 모두 'PSP'(핵심 23.7%, 일반 25.8%)를 선택하였으며, 다음으로 '닌텐도DS'(핵심 18.1%, 일반 20.3%), 'PSPgo'(핵심 14.7%, 일반 13.0%) 등을 희망했다. 'PSPgo'를 제외한 'PSP'와 '닌텐도DS'에서는 일반이용자가 핵심이용자보다 휴대용 게임기 구입에 대한 의사가 높았다. 그러나 향후 구입하고 싶은 휴대용게임기가 '없다'는 응답도 핵심 21.5%, 일반 20.3%에 달했다.

그림 2-3-37 핵심/일반이용자의 향후 구입 희망 휴대용게임기

(복수 응답, 단위 : %, n=401)



3. 게임과 게임 산업 관련 견해

1) 국내 게임의 부족한 부분

국내 게임의 부족한 부분에 대해 핵심이용자는 '기획' (20.8%), '스토리' (18.7%), '서비스 수준' (18.3%)을 주로 지적한 반면, 일반이용자는 '스토리' (19.9%), '기획' (18.7%), '서비스 수준' (12.1%)을 부족한 부분으로 인식했다. 핵심이용자와 일반이용자 모두 국내 게임의 부족한 부분에 있어서

제2부_ 이용자 동향

는 큰 이견을 보이지 않았다. 다만 게임을 실제로 오랜 시간 이용하는 핵심이용자가 '서비스 수준'이 부족하다고 응답한 경우가 일반이용자에 비해 높았다.

그림 2-3-38 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별)

(1순위, 단위 : %, n=997)

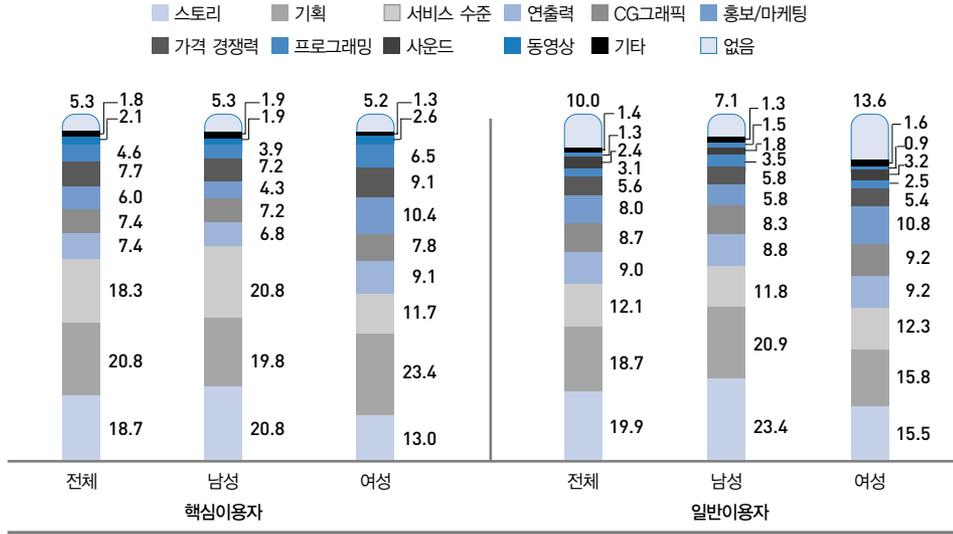
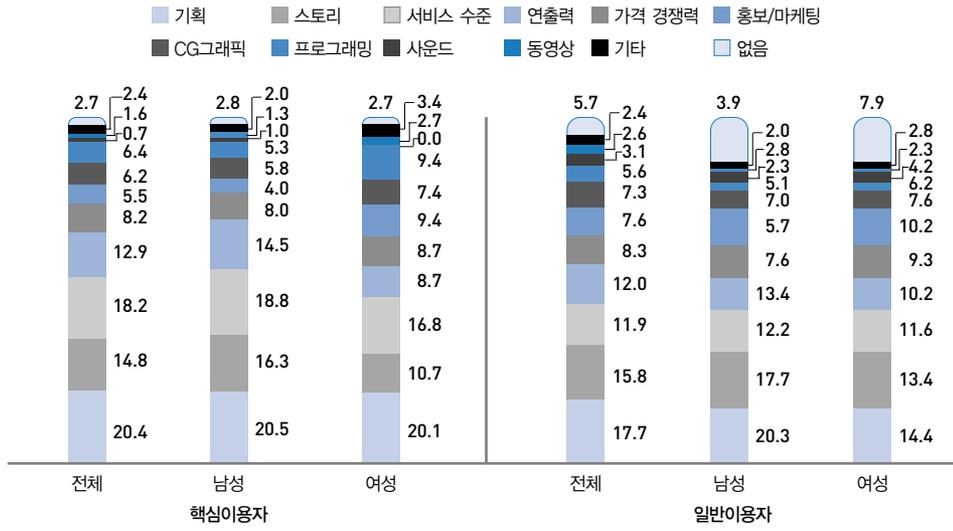


그림 2-3-39 핵심/일반이용자의 국내 게임이 부족한 부분에 대한 견해(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)



2) 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼과 장르

향후 국내 게임시장의 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼에 대해 핵심/일반이용자 모두 '온라인게임' (핵심 78.5%, 일반 60.9%)이라는 의견이 대부분이었다. 다음으로 '모바일게임' (핵심 12.0%, 일반 27.3%), '휴대용게임' (핵심 3.2%, 일반 7.0%) 등의 순으로 나타났다. '온라인 게임' 이 대부분을 차지한 가운데, '모바일게임' 이라고 답한 응답자는 2010년(핵심 6.3%, 일반 16.0%)에 비해 훨씬 증가하여 '모바일게임' 에 대한 사용자들의 기대를 보여주었다.

그림 2-3-40 핵심/일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼(성별)

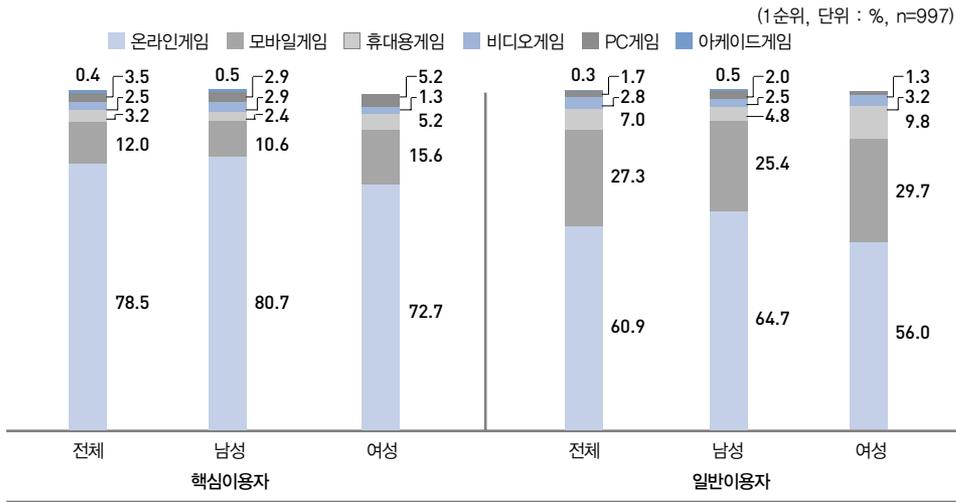
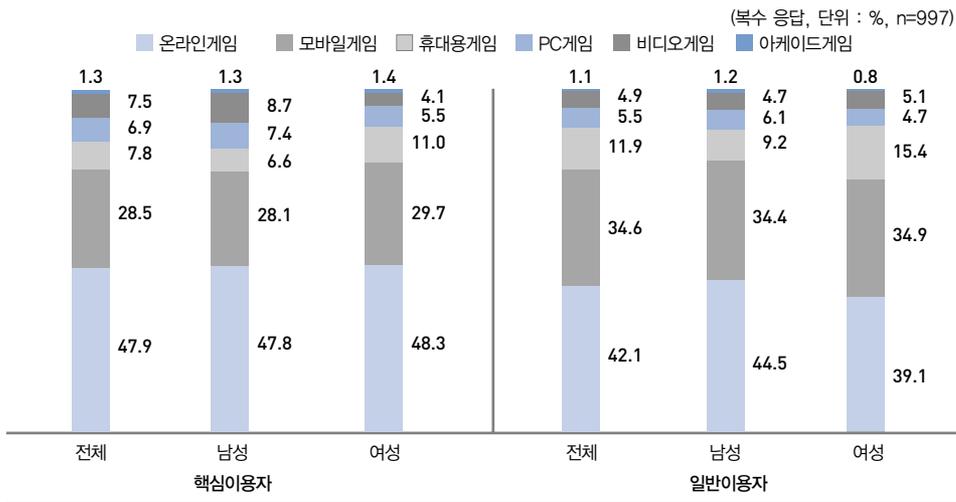


그림 2-3-41 핵심/일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임플랫폼(성별)

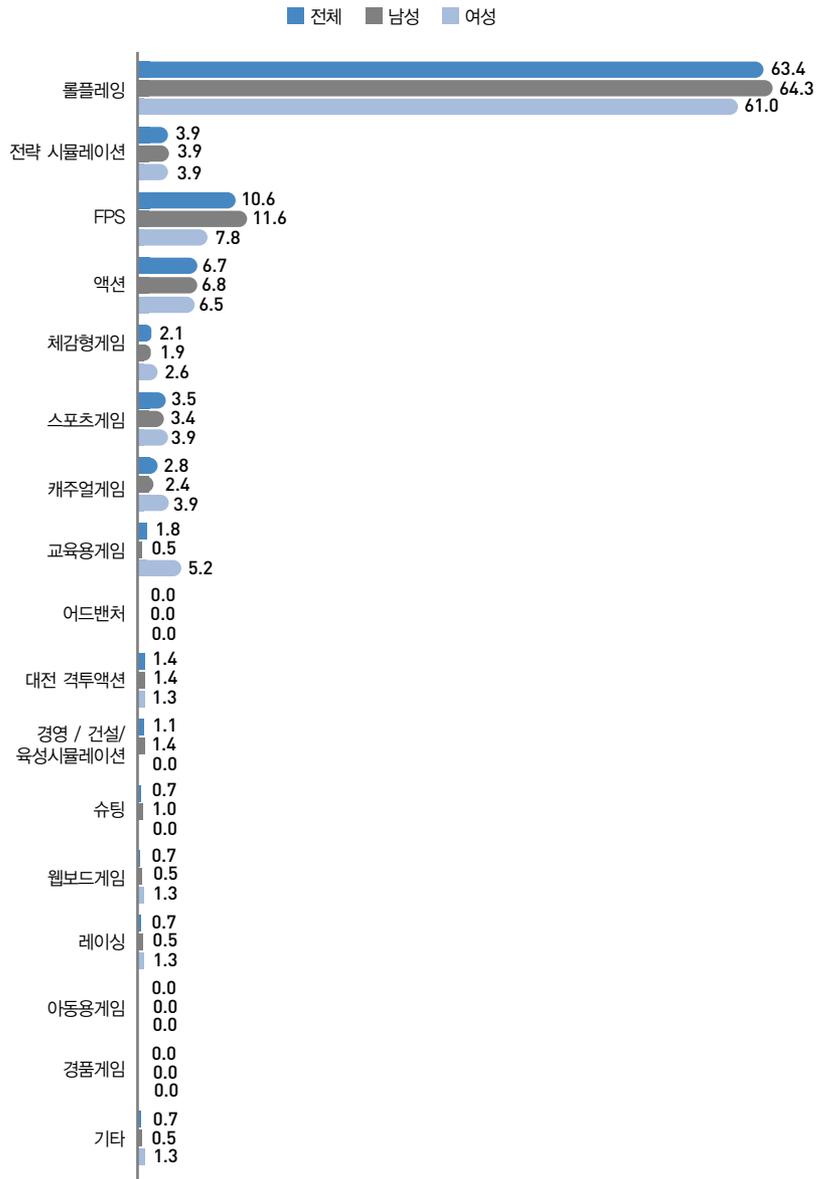


제2부_ 이용자 동향

향후 주도적인 장르에 대해서 핵심이용자는 ‘롤플레이’ (63.4%)에 제일 높은 응답비율을 나타냈고, 그 다음으로 ‘FPS’ (10.6%), ‘액션’ (6.7%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-3-42 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별)

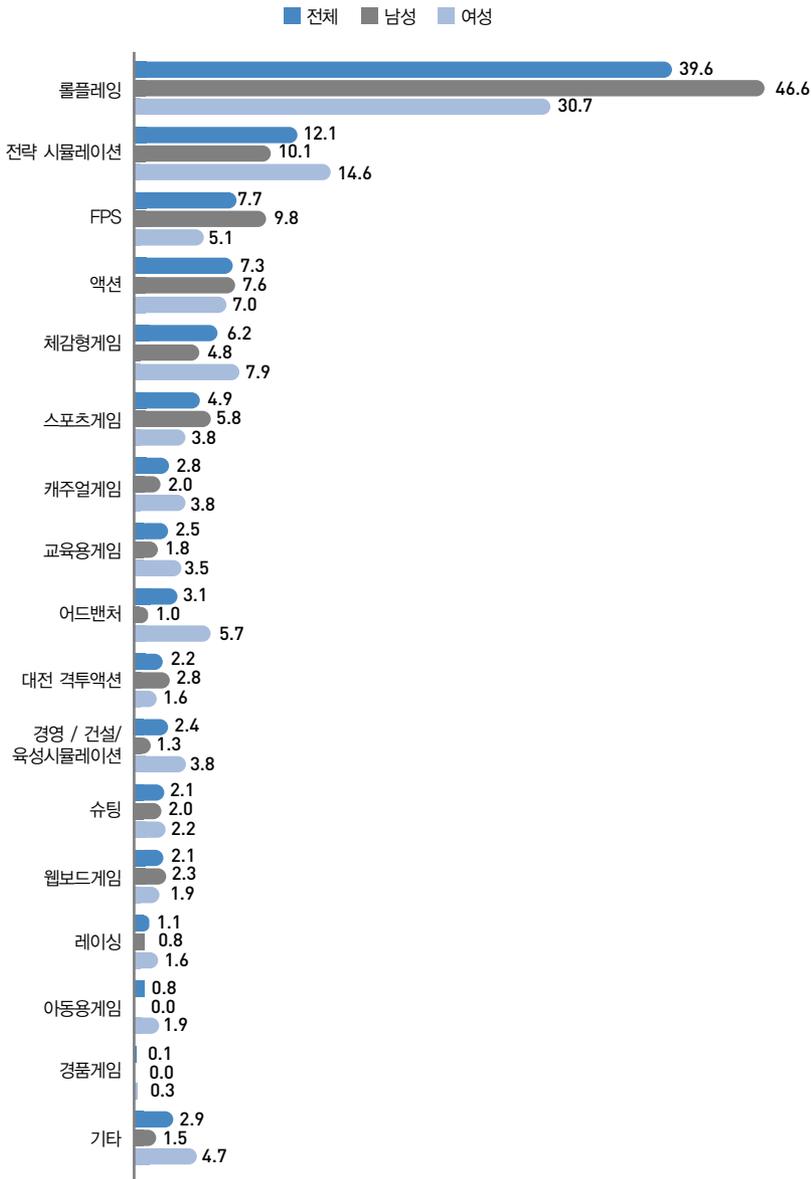
(1순위, 단위 : %, n=997)



일반이용자 역시 ‘롤플레이’ (39.6%)이라고 답한 경우가 가장 많았고, 그 다음으로 ‘전략시물레이션’ (12.1%), ‘FPS’ (7.7%), ‘액션’ (7.3%) 등의 순으로 답했다.

그림 2-3-43 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별)

(1순위, 단위 : %, n=997)



제2부_ 이용자 동향

그림 2-3-44 핵심이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

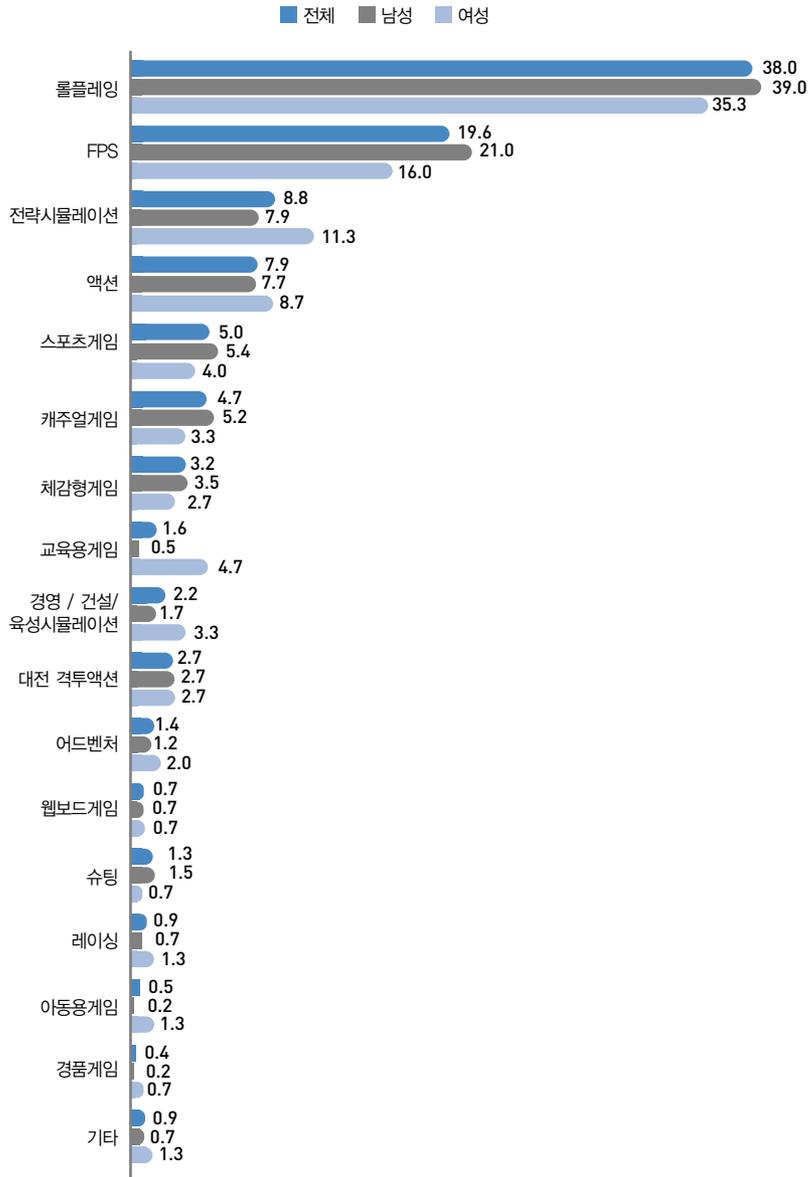
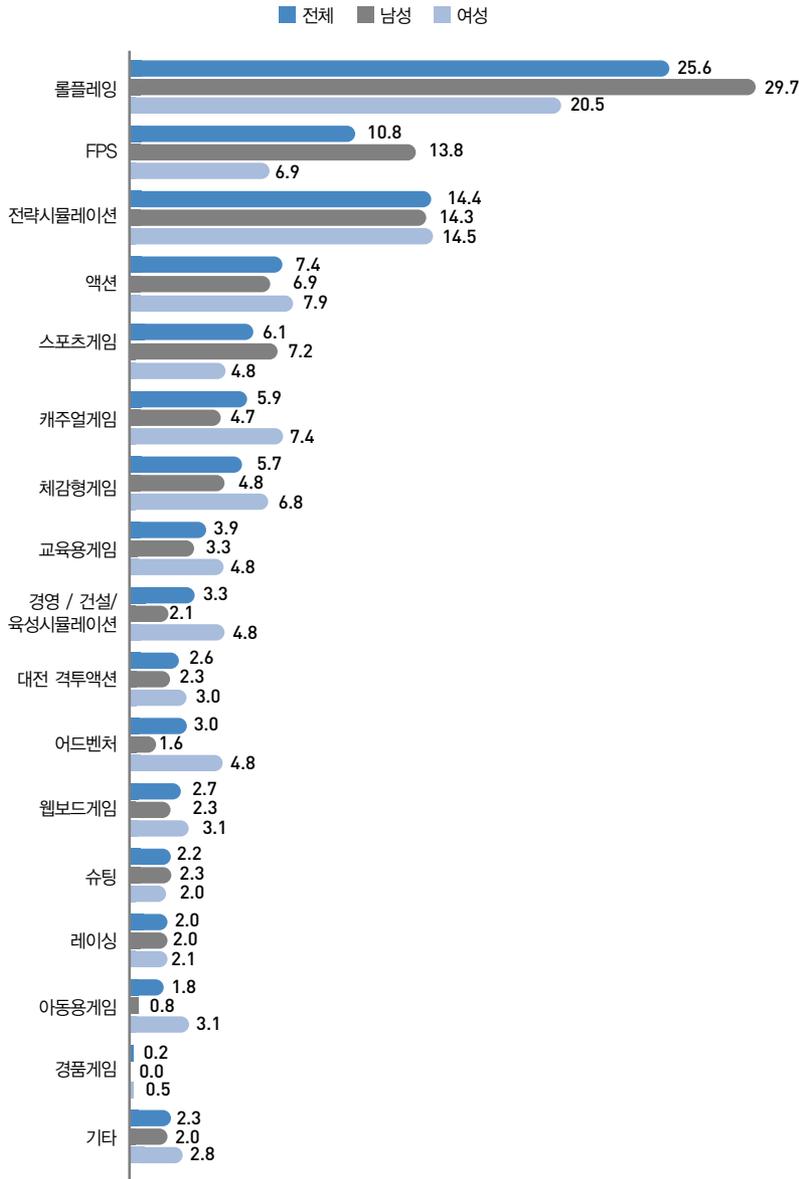


그림 2-3-45 일반이용자의 향후 주도적 역할을 담당하게 될 게임장르(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)



3) 게임 이용에 대한 주변 반응

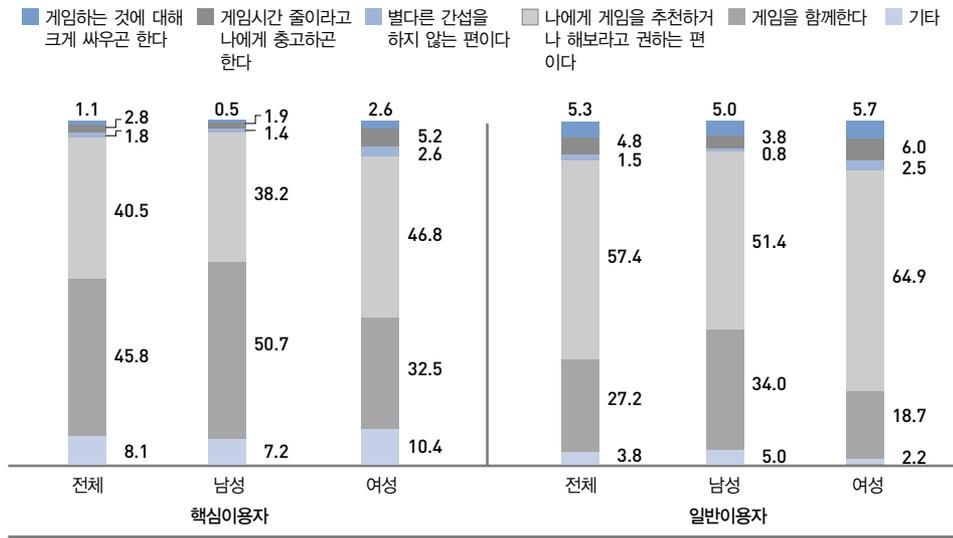
본인이 게임을 이용하는 것을 주변사람들이 어떻게 생각하고 있는지를 알아본 결과, 핵심이용자는 '게임시간을 줄이라고 나에게 충고하곤 한다' (45.8%)는 응답이 높게 나타난 반면, 일반이용

제2부_ 이용자 동향

지는 '별다른 간섭을 하지 않는 편이다' (57.4%)의 응답비율이 높았다. 예상대로 핵심이용자는 일반이용자에 비해 많은 간섭을 받는다는 결과가 나왔다. 또한 '게임하는 것에 대해 크게 싸우곤 한다' 고 응답한 경우도 핵심이용자(8.1%)가 일반이용자(3.8%)의 두 배 가까운 것으로 나타났다.

그림 2-3-46 핵심/일반이용자의 게임 이용에 대한 주변 반응(성별)

(단위 : %, n=997)

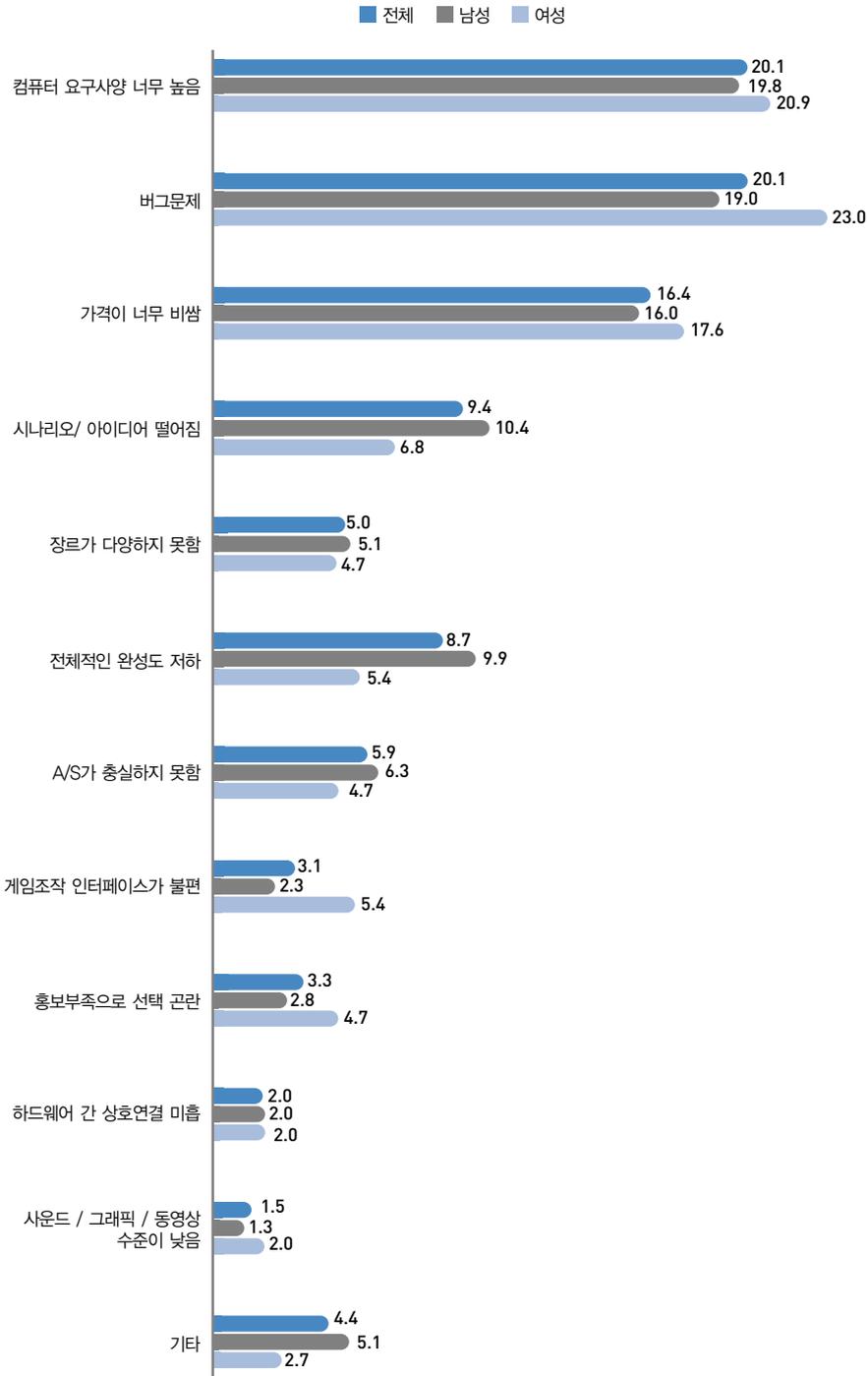


4) 게임 이용 시 불만사항

게임을 이용할 때의 불만사항에 대해 조사한 결과, 핵심이용자의 경우에는 '컴퓨터 요구사항이 너무 높음' 및 '버그문제'가 각각 20.1%로 가장 많았다. 그 다음으로 '가격이 너무 비쌌' (16.4%), '시나리오/아이디어 떨어짐' (9.4%), '전체적인 완성도 저하' (8.7%) 등의 불만사항을 가지고 있었다.

그림 2-3-47 핵심이용자의 게임 이용 시 불만사항(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)

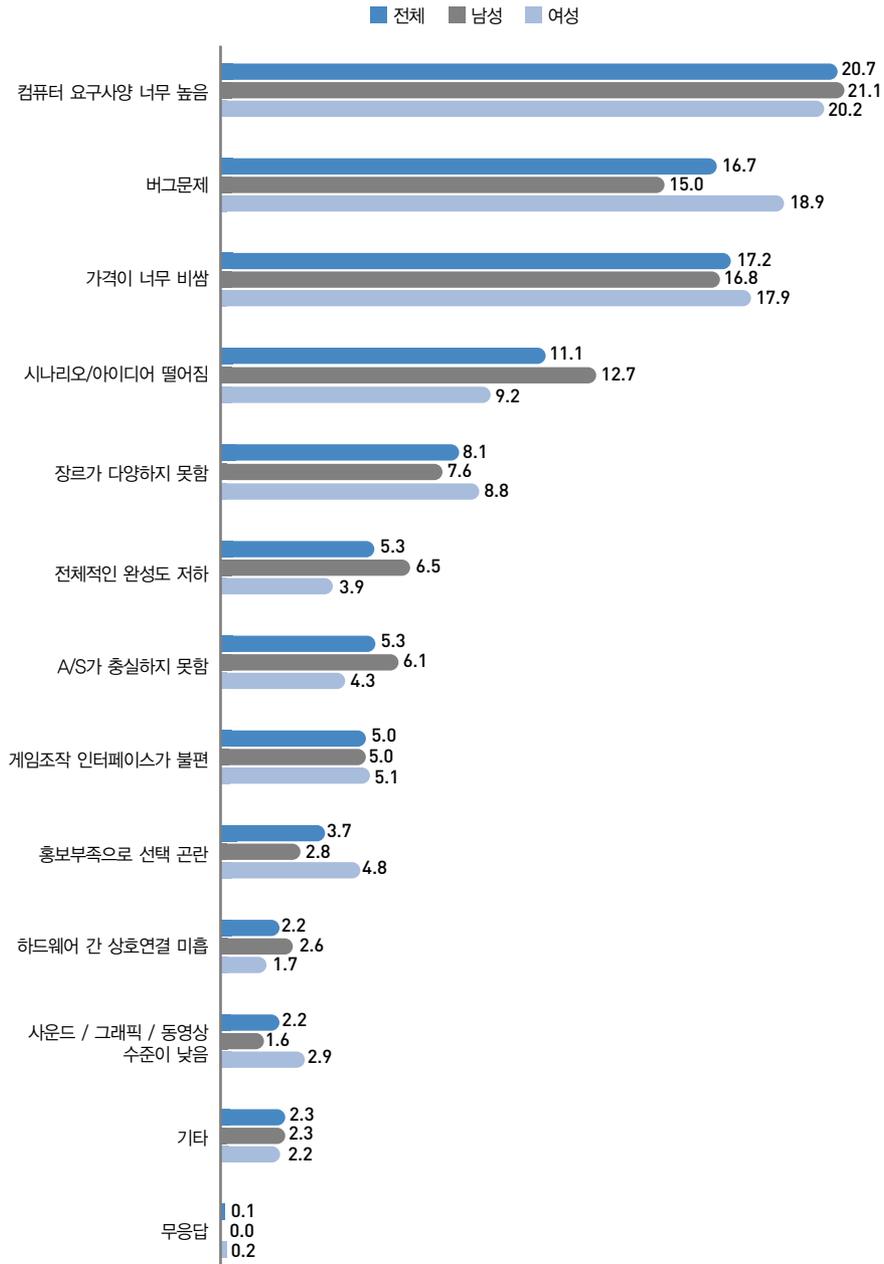


제2부_ 이용자 동향

일반이용자의 경우에는 ‘컴퓨터 요구사항이 너무 높음’이 20.7%로 가장 많았고 그 다음으로 ‘가격이 너무 비쌌’ (17.2%), ‘버그문제’ (16.7%), ‘시나리오/아이디어 떨어짐’ (11.1%) 등의 순서로 나타났다.

그림 2-3-48 일반이용자의 게임 이용 시 불만사항(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=997)



■ 제3절 휴면/잠재이용자 동향

1. 여가시간 활용 현황

1) 여가시간에 주로 하는 활동

여가시간에 즐겨 하는 활동을 살펴보면, ‘영화’ 라고 답한 경우가 휴면이용자 37.9%, 잠재이용자 37.8%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 ‘TV’ (휴면 24.1%, 잠재 24.4%), ‘독서’ (휴면 10.3%, 잠재 12.7%) 등으로 나타났다.

그림 2-3-49 휴면/잠재이용자가 여가시간에 주로 하는 활동

(1순위, 단위 : %, n=1,700)

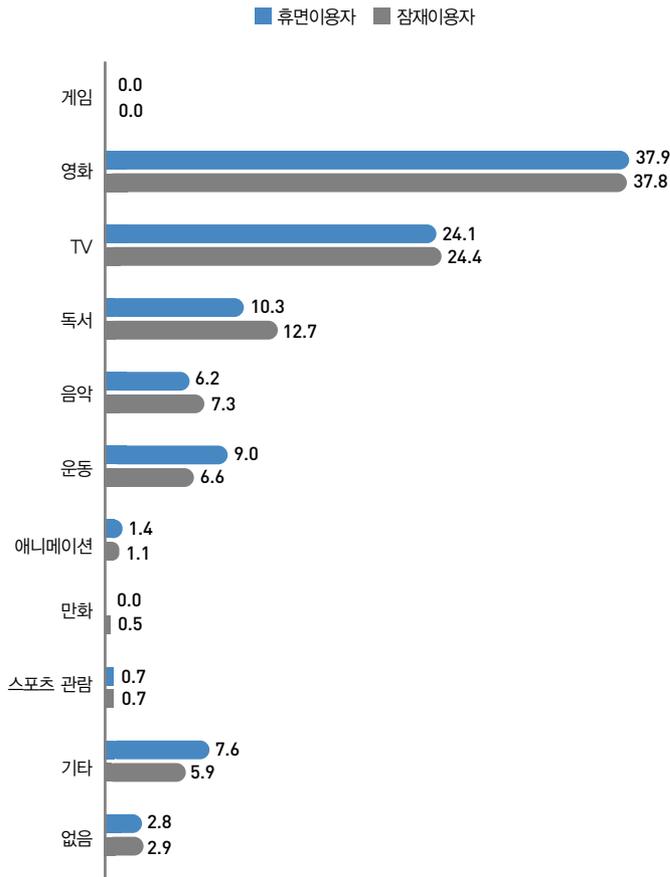
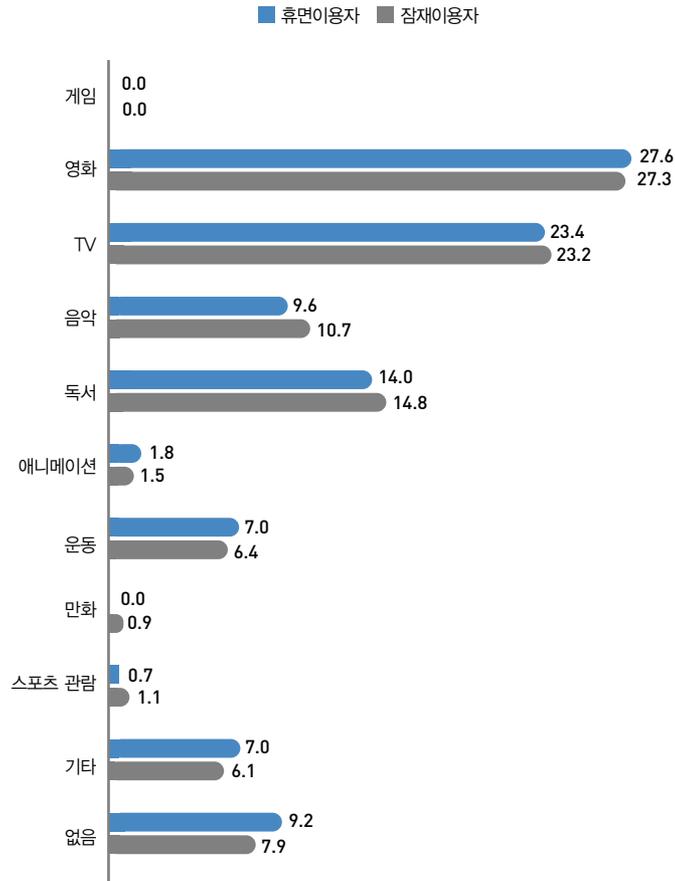


그림 2-3-50 휴면/잠재이용자가 여가시간에 주로 하는 활동

(복수 응답, 단위 : %, n=1,700)

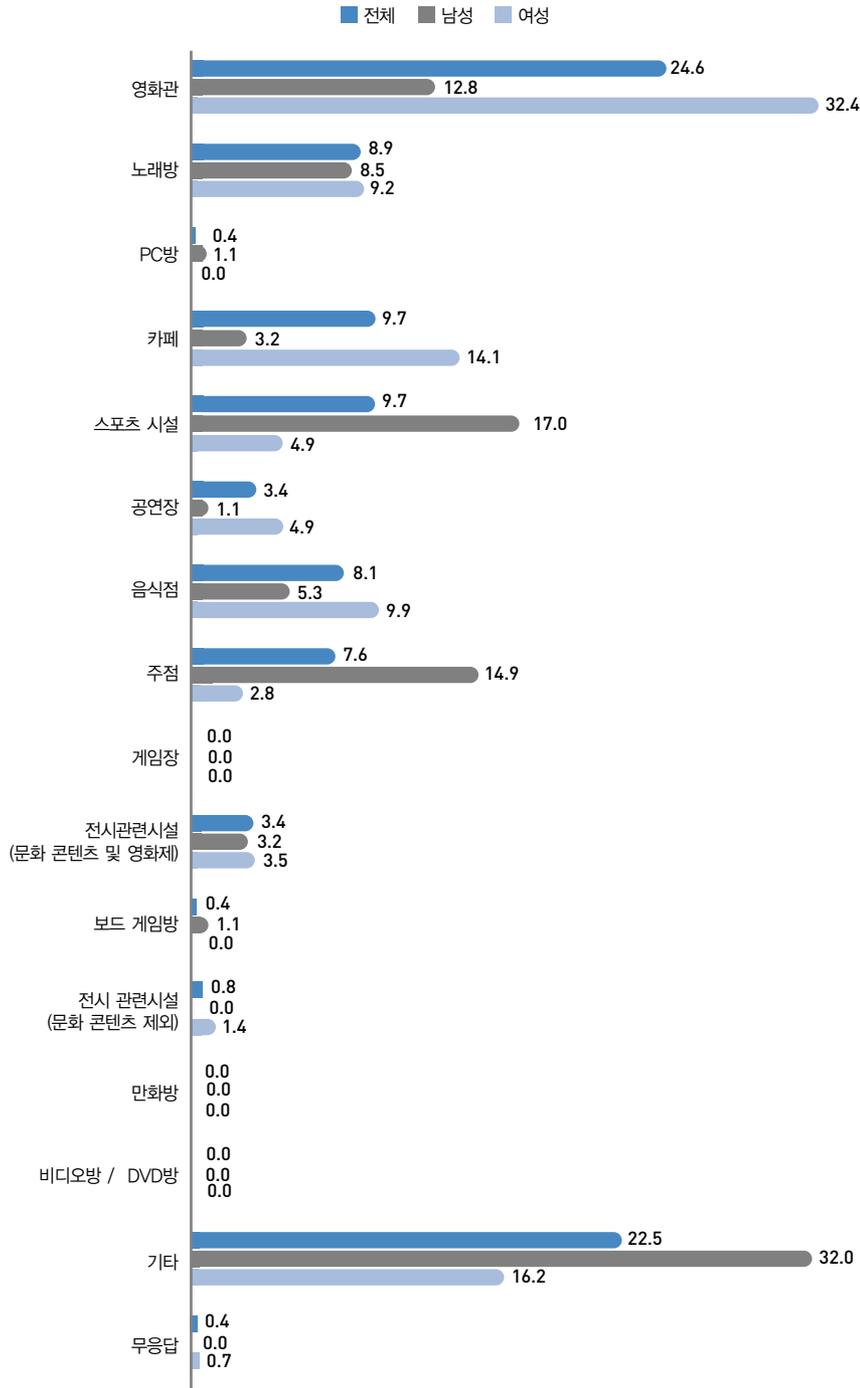


2) 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소

휴면이용자가 여가시간에 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소를 알아본 결과, '영화관'을 자주 이용한다는 응답이 24.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '기타' (22.3%), '카페'와 '스포츠시설' (각각 9.7%), '노래방' (8.9%) 등이 뒤를 이었다.

그림 2-3-51 휴먼이용자가 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=145)



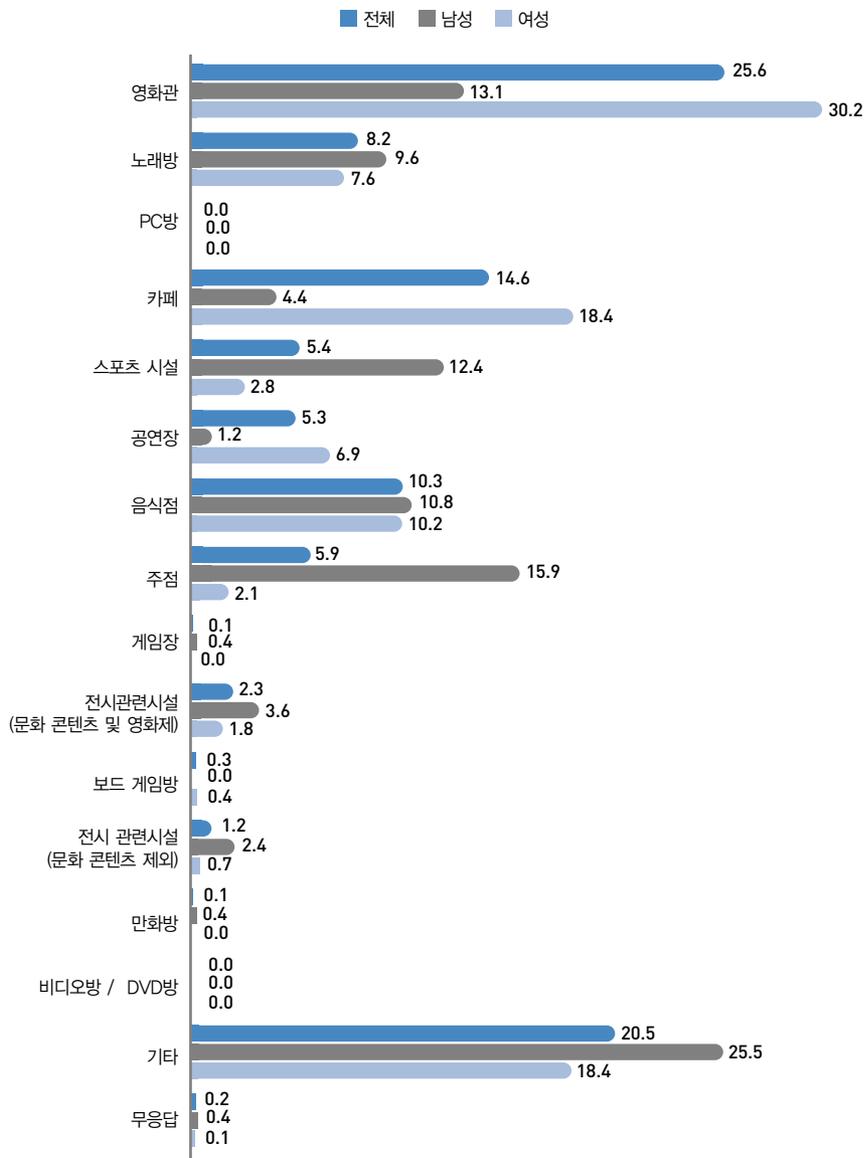
제2부_ 이용자 동향

잠재이용자가 역시 휴면이용자와 마찬가지로 ‘영화관’ 을 자주 이용한다는 응답이 25.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘기타’ (20.5%), ‘카페’ (14.6%), ‘음식점’ (10.3%) 등으로 나타났다.

전반적으로 여성은 ‘영화관’, ‘카페’ 등을 선호한 반면, 남성은 ‘스포츠시설’, ‘주점’ 등을 선호하는 것이 드러났다.

그림 2-3-52 잠재이용자가 친구/동료들과 주로 어울려 가는 장소(성별)

(복수 응답, 단위 : %, n=558)



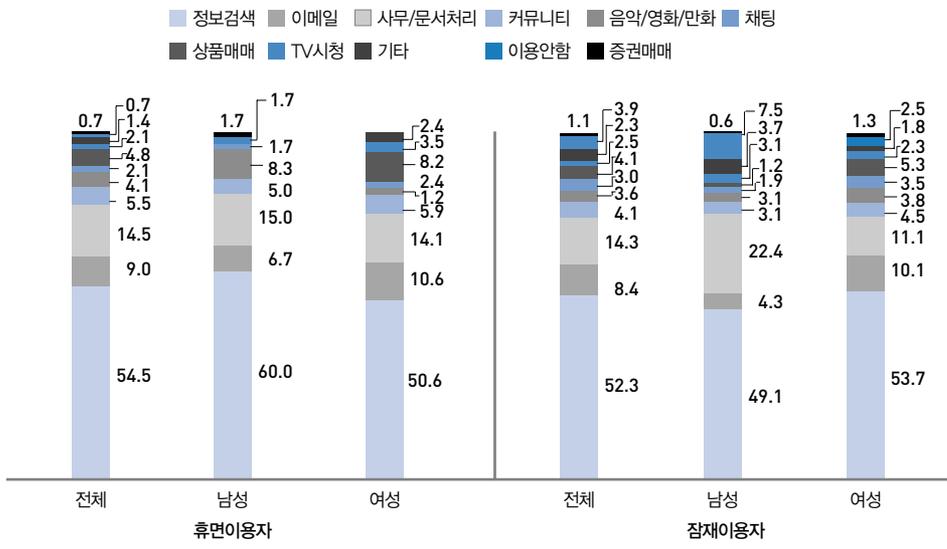
2. 컴퓨터 활용 현황

1) 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일

휴면/잠재이용자의 컴퓨터 활용 형태를 살펴보면, 두 집단 모두 '정보검색' (휴면 54.5%, 잠재 52.3%)을 주로 하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '사무/문서처리' (휴면 14.5%, 잠재 14.3%) 등을 주로 하는 것으로 응답했다. 잠재이용자의 경우 '이용안함'이라는 항목에 대한 응답(3.9%, 특히 남성 7.5%)이 휴면이용자에 비해서 높아 컴퓨터 활용 자체가 저조함을 알 수 있었다.

그림 2-3-53 휴면/잠재이용자가 컴퓨터 이용 시 주로 하는 일(성별)

(1순위, 단위 : %, n=558)

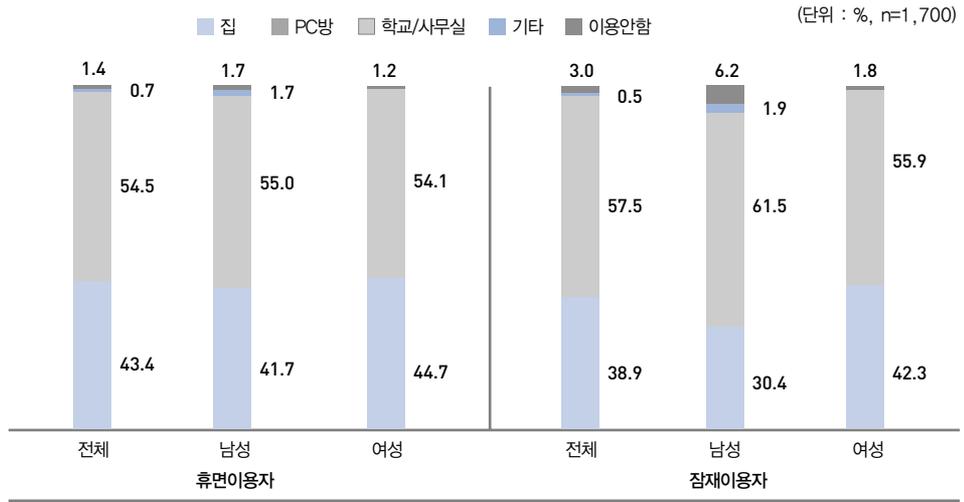


2) 인터넷 이용장소

컴퓨터를 주로 이용하는 장소는 휴면/잠재이용자 모두 '학교/사무실'이 각각 54.5%, 57.5%로 높았으며, 다음으로 '집' (43.4%, 38.9%)이 주를 이루었다. 2010년 응답에서는 휴면/잠재이용자 모두 '집' (휴면 61.6%, 잠재 57.4%)이라고 답했던 것과는 다른 결과를 보여주었다.

성별에 따라서도 큰 차이를 보이지는 않았는데, 남성 잠재이용자의 경우에 '학교/사무실'에서 이용한다는 응답이 조금 더 높았다.

그림 2-3-54 휴면/잠재이용자의 인터넷 이용장소(성별)



3) PC방 이용 여부

휴면/잠재이용자의 PC방 이용률을 보면, 휴면이용자는 6.2%, 잠재이용자는 2.3%로 매우 미비한 것으로 나타났다. 남성 휴면이용자가 소수 PC방을 이용(11.7%)하는 것을 제외하면, 거의 대부분의 휴면/잠재 이용자가 PC방을 이용하지 않는다고 볼 수 있다.

그림 2-3-55 휴면/잠재이용자의 PC방 이용여부(성별)

