1

안녕하세요 2017년 하반기 게임 출시 분석 발표를 맡은 유하민입니다

2

발표 순서는 다음과 같습니다

먼저 문제 상황을 파악하는데, 분석의 배경과 목적을 설명드리겠습니다.

다음으로 분석 내용을 지역별 연간 트렌드를 바탕으로 설명드리겠습니다.

세번째로 분석 내용을 토대로 인사이트를 도출하여 출시할 게임의 세부 사항을 제안할 것입니다.

그후 분석에 대한 총평으로 발표를 마치겠습니다.

3

첫번째 문제상황입니다.

배경은 2017년도 상반기에 진행하는 신작 프로젝트로 설정했습니다.

그 이유를 간략하게 설명드리면 결측치를 제거한 데이터를 연도순으로 정렬하면 다음과 같습니다. 이때 2020년 출시된 게임이 혼자 동떨어져 있는 이상치로 판단되어 게임 이름과 출시일을 검색해본 결과 실제로 이 게임은 2009년에 출시된 게임으로 확인됐습니다. 따라서 이를 수정해준 모든 데이터가 2017년 이전 데이터로 분석 시기를 2017년으로 설정했습니다.

분석의 목적은 2017년 하반기 게임을 출시하기 위한 시장 분석이 목적입니다.

분석의 대상은 이전까지 출시된 게임의 지역별 출고량과 장르, 플랫폼 데이터 입니다.

이 분석을 통해 가장 경쟁력 있는 게임을 설계하여 개발함으로 최대의 성과를 낼 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

4

분석 내용으로 들어가겠습니다.

첫번째 분석은 지역에 따른 게임 선호도를 분석했습니다.

다음은 각 지역별 장르에 따른 총 출고량을 막대 그래프로 나타낸 것입니다. 단위는 밀리언으로 백만이 기본 단위입니다. 즉 북미지역 액션 게임의 경우 8억개 이상의 게임이 출고되었다고 해석할 수 있습니다.

이 그래프를 볼 때 일본을 제외한 지역에서는 액션 스포츠 슈팅 게임 순으로 많이 출고되었고 일본은 롤플레잉 액션 스포츠 순으로 출고가 많이 된 것을 확인할 수 있습니다.

5

다음은 각 지역별 장르에 따른 출시 게임 타이틀 순서를 막대그래프로 나타낸 것입니다. 단위는 개수로 북미 지역의 액션 게임은 1200개 이상의 타이틀이 출시되었다고 해석할 수 있습니다.

그래프를 보면 모든 지역에서 장르별로 출시된 게임의 타이틀은 같은 순서인 것을 확인 할 수 있습니다.

6

앞서 분석한 장르별 출고량과 장르별 출시된 게임 타이틀 수를 나누면 장르별로 출시한 게임의 평균 출고량을 계산할 수 있고 이를 막대그래프로 시각화 한 것입니다.

출고량은 액션이 가장 많았지만 출시된 게임의 타이틀 수도 액션이 가장 많아 평균 출고량은 작아진 것을 눈으로 확인할 수 있습니다. 또한 일본을 제외한 모든 지역에서 스포츠와 슈팅 게임의 평균 출고량인 높은 것을 확인할 수 있습니다.

일본의 경우 롤플레잉 게임의 출고량과 평균 출고량이 모두 높은 것을 볼 수 있습니다.

7

다음은 앞선 3개의 막대그래프를 선그래프로 모아 한곳에 표현한 것입니다.

8

지금까지 분석한 내용을 총 정리하면 다음과 같습니다.

9

그럼 앞선 분석을 토대로 지역에 따른 장르 선호도에 따른 유사성이 있는지 확인해 보았습니다. 이는 상관계수를 통해 분석하였는데, 상관계수는 두 특성이 얼마나 비례하는지를 -1부터 1까지 숫자로 표현한 것으로 1에 가까울수록 유사도가 높다고 이해할 수 있습니다. 다음 그림에서 상아색에 가까울수록 1에 가까운 것으로 유사성이 높은 것입니다.

먼저 첫번째 그림은 각 지역의 전체 출고량에 대한 상관관계 그림으로 일본을 제외한 지역에서 1가 매우 가깝게 나타나 출고량이 유사함을 나타냅니다

두번째 그림은 출시된 게임의 타이틀에 대한 상관관계 그림으로 역시 일본을 제외한 지역에서 유사성이 높게 나타납니다.

마지막 그림은 지역별 평균 출고량에 대한 유사성으로 일본을 제외한 지역에서 높은 유사성을 띄고 있습니다.

따라서 일본 지역을 제외한 북미 유럽 기타 지역은 선호하는 장르가 매우 유사하다는 결론을 얻었습니다.

10

다음은 연도별 게임 트렌드에 대한 분석입니다.

첫번째 그림은 연도별 게임의 총 출고량 변화 추이입니다. 게임 시장이 2000년대 초반 급격하게 성장하다가 2010년대 이후 많이 꺾인 것을 확인할 수 있습니다.

11

이를 각 지역 시장별로 다시 그려본 결과 다음과 같습니다.

12

다음은 게임의 평균 출고량의 연간 변화 추이입니다. 80~90년대 매우 높았던 평균 출고량이 200년대 이후로 많이 낮아진 것을 확인할 수 있습니다.

13

다음은 각 장르별 총 출고량 변화추이를 나타낸 것입니다. 정보가 너무 많이 해석하기 어려운데 여기서 가장 출고량이 높은 장르만 추출하여 막대그래프로 표현하면 다음과 같습니다.

2000년대 이후로 액션 장르의 게임 출고량이 가장 높은 것을 확인 할 수 있습니다.

14

다음은 각 장르별 평균 출고량 변화 추이를 나타낸 것입니다. 이 또한 연도별 가장 높은 장르만 추출하여 막대그래프로 표현하면 다음과 같습니다. 2000년대 이후 총 출고량은 액션 장르가 높았던 것에 비해 평균 출고량은 슈팅 게임이 가장 높게 나타났습니다.

15

마지막으로 게임 프랫폼별 출시된 게임의 타이틀 수를 시각화 했습니다. 2010년대 이후로 모든 플랫폼에서 출시된 게임의 수가 줄었는데, 특히 휴대용 플랫폼이 많이 줄은 것을 확인 할 수 있습니다.

16

지금까지의 분석을 바탕으로 먼저 타겟 시장에 대한 인사이트를 도출해 보겠습니다.

게임 출고량이 가장 높은 시장이 북미인 것을 이 그래프로 확인할 수 있고, 북미시장은 유럽과 기타 지역 시장과의 유사도가 높은 것도 확인 할 수 있습니다. 따라서 북미를 타겟으로 개발하여 선호도가 유사한 다른 지역 시장도 확보하는 것이 유리해 보입니다.

17

다음은 게임 장르 선정입니다. 총 출고량 데이터만 보면 액션장르를 선택하는 것이 유리해 보이지만

18

게임 당 평균 출고량을 확인하면 스포츠나 슈팅 게임을 선택하는 것이 유리해 보입니다. 액션 장르는 출시되는 게임의 양이 많고 출고량이 많은 즉 레드 오션으로 보이고, 스포츠나 슈팅 게임은 출시되는 게임은 양은 적지만, 많이 출고가 되는 블루오션입니다.

19

연간 트렌드 분석 결과를 해석해 보면 2009년도를 기점으로 게임의 출고량이 많이 꺾인 것을 볼 수 있습니다.

이는 두가지 요인이 크게 작용했다고 생각하는데

20

첫번째는 2007년 아이폰 출시입니다. 스마트폰의 출시로 새로운 게임 플랫폼이 등장하였고 빠르게 상용화 되면서 기존 플랫폼에서의 이탈이 많아졌습니다.

또한 다음으로는 2009년 롤 출시 입니다. 롤 출시가 중요한 이유는 바로 부분 유료화라는 시스템입니다. 부분 유료화란 게임을 무료로 즐기고 게임 안에서 결제할 수 있는 아이템을 따로 팔아 수익을 내는 방식입니다. 기존에는 게임을 만들어서 일정 가격에 판매하면 게임을 플레이하는 방식으로 차이가 있습니다.

이는 2001년 한국의 넥슨에서 가장 처음 시작한 정책입니다. 그런데 2009년 롤 출시가 게임 출고량 하락의 더 주요한 요인으로 지목한 이유는 넥슨 게임의 경우 2000년대에 한국 시장이 주 시장이었기 때문에 북미나 유럽 지역에 대한 영향력이 적었고, 롤의 경우 출시 이후 전세계적인 인기를 통해 다양한 시장에서 영향력을 행사했기 때문에 롤의 출시가 기존 포맷의 게임 소비를 줄였다고 해석했습니다.

21

이를 바탕으로 스마트폰에 비해 경쟁력이 떨어지는 휴대용 기기를 제외하여 피시나 콘솔을 타겟으로 개발하는 것이 유리하다는 인사이트를 도출했습니다.

22

분석의 결론을 내리자면

시장 규모가 크고 다른 시장과 선호도 유사성이 높은 북미를 타겟으로 게임을 개발하고

최근 평균 출고량과 지역별 평균 출고량이 높은 스포츠나 슈팅 장르를 선택하며

스마트폰 확대로 인해 선호도가 낮아진 휴대용 기기를 제외한 피시나 콘솔 게임을 개발해야 합니다.

분석의 내용에서 보완해야할 점은 스마트폰 게임 시장에 대한 분석과 부분 유료화를 적용한 게임 시장에 대한 분석이 추가적으로 필요해 보입니다.

23

지금까지 발표를 들어주셔서 감사합니다.