

미국 게임 이용자들의 게임 접촉 경로

- 국가: 미국
- 장르: 게임
- 출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)'

<https://www.kocca.kr/kocca/bbs/view/B0000147/2001824.do?menuNo=204153&categorys=0>

- ▶ (PC 및 온라인 게임) 미국인 이용자를 대상으로 PC/온라인 게임의 접촉 경로에 대해 조사한 결과, 가장 높은 응답률을 보인 것은 '오프라인(57.8%)'이었으며, '온라인/오프라인 광고(44.9%)', '실시간 게임 스트리밍 방송(40.5%)'의 순서로 조사됨
- PC 및 온라인 게임 접촉 경로에 대해 '오프라인'이라고 응답한 비율은 남성(59.4%)이 여성(55.8%)보다 높았으며, 연령별 비율은 40대(62.3%)의 응답률이 타 연령대에 비해 두드러지게 높은 것으로 집계됨

[미국 게임 이용자의 PC/온라인 게임 접촉 경로(중복응답)]

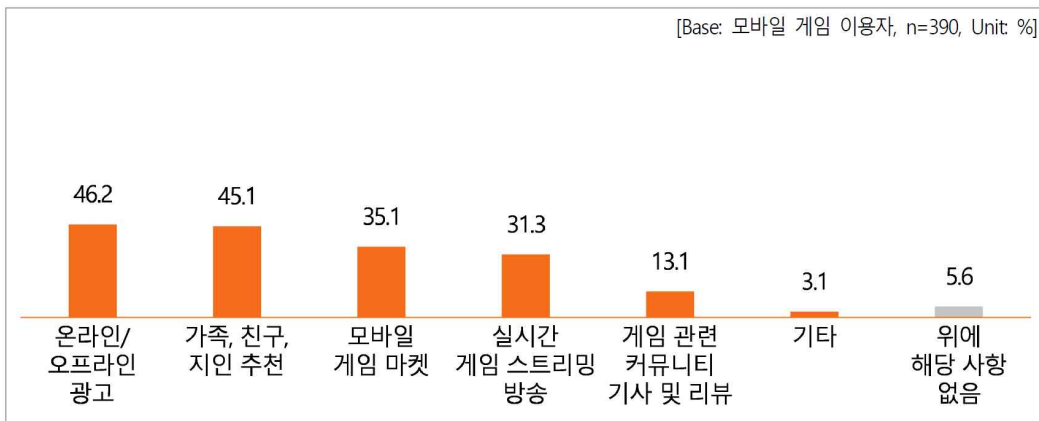
		사례수	오프라인	온라인/ 오프라인 광고	실시간 게임 스트리밍 방송	Steam/ Epic 등 온라인 게임 마켓	게임 관련 커뮤니티 기사 및 리뷰	위에 해당 사항 없음
■ 전체 ■		(341)	57.8	44.9	40.5	36.7	21.7	7.3
성별	남성	(187)	59.4	52.9	43.9	39.0	21.9	3.7
	여성	(154)	55.8	35.1	36.4	33.8	21.4	11.7
연령대	만15~19세	(46)	52.2	43.5	47.8	39.1	17.4	10.9
	20대	(81)	58.0	49.4	48.1	40.7	24.7	4.9
	30대	(87)	56.3	49.4	42.5	35.6	23.0	5.7
	40대	(69)	62.3	46.4	37.7	42.0	21.7	5.8
	50대 이상	(58)	58.6	31.0	24.1	24.1	19.0	12.1

[Unit: %]

출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 56p.

- ▶ (모바일 게임) 모바일 게임의 접촉 경로에 대한 조사 결과, 가장 높은 응답률을 보인 것은 '온라인/오프라인 광고(46.2%)'였으며, 이어 '가족, 친구, 지인 추천(45.1%)', '모바일 게임 마켓(35.1%)'의 순서였음
- '온라인/오프라인 광고'라고 응답한 남성의 비율은 53.3%로 여성(39.9%)보다 높게 나타났으며, 동일 응답에 대해 연령대별로 비교하였을 때, 가장 높은 응답률을 보인 것은 40대(51.2%)임

[미국 게임 이용자의 최근에 다운로드 받은 모바일 게임 접촉 경로(중복응답)]



출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 75p.

[미국 게임 이용자의 성별/연령별 최근에 다운로드 받은 모바일 게임 접촉 경로(중복응답)]

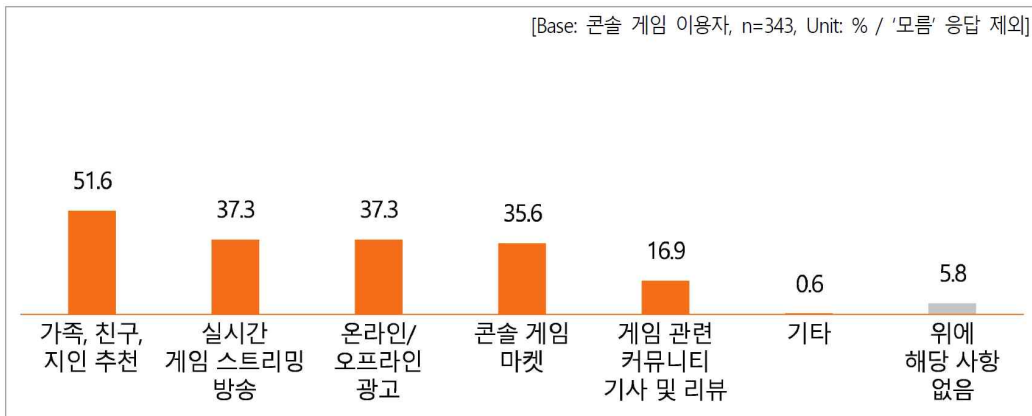
		사례수	온라인/오프라인 광고	가족, 친구, 지인 추천	모바일 게임 마켓	실시간 게임 스트리밍 방송	게임 관련 커뮤니티 기사 및 리뷰	기타	위에 해당 사항 없음
■ 전체 ■		(390)	46.2	45.1	35.1	31.3	13.1	3.1	5.6
성별	남성	(182)	53.3	47.3	41.2	37.9	13.2	2.7	3.3
	여성	(208)	39.9	43.3	29.8	25.5	13.0	3.4	7.7
연령	만15~19세	(47)	44.7	40.4	27.7	27.7	12.8	4.3	6.4
	20대	(100)	48.0	41.0	40.0	31.0	9.0	4.0	6.0
	30대	(97)	42.3	48.5	43.3	35.1	17.5	2.1	6.2
	40대	(86)	51.2	50.0	29.1	36.0	12.8	3.5	3.5
	50대 이상	(60)	43.3	43.3	28.3	21.7	13.3	1.7	6.7

[Unit: %]

출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 75p.

- ▶ (콘솔 게임) 2022년 조사 시점 기준으로 최근 다운로드/구매한 콘솔 게임 접촉 경로에 대해 가장 높은 응답률을 보인 것은 ‘가족, 친구, 지인 추천(51.6%)’였으며, 이어서 ‘실시간 게임 스트리밍 방송(37.3%)’, ‘온라인/오프라인 광고(37.3%)’, ‘콘솔 게임 마켓(35.6%)’ 등 순서로 집계
- 남성의 ‘가족, 친구, 지인 추천’ 응답률은 54.5%로 여성(48.1%)보다 높았으며, 동일 응답에 대한 50대 이상의 응답률은 63.8%로 타 연령대에 비해 압도적으로 높게 나타남

[미국 게임 이용자의 최근에 다운로드/구매한 콘솔 게임 접촉 경로(중복응답)]



출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 93p.

[미국 게임 이용자의 성별/연령별 최근에 다운로드/구매한 콘솔 게임 접촉 경로(중복응답)]

		사례수	가족, 친구, 지인 추천	실시간 게임 스트리밍 방송	온라인/오프라인 광고	콘솔 게임 마켓	게임 관련 커뮤니티 기사 및 리뷰	기타	위에 해당 사항 없음	모름
■ 전체 ■		(343)	51.6	37.3	37.3	35.6	16.9	0.6	5.8	0.6
성별	남성	(187)	54.5	39.0	39.6	38.5	16.0	1.1	3.7	1.1
	여성	(156)	48.1	35.3	34.6	32.1	17.9	0.0	8.3	0.0
연령	만15~19세	(43)	44.2	34.9	27.9	32.6	7.0	2.3	4.7	2.3
	20대	(90)	47.8	35.6	41.1	40.0	24.4	1.1	6.7	0.0
	30대	(90)	51.1	41.1	38.9	40.0	14.4	0.0	7.8	0.0
	40대	(73)	53.4	43.8	39.7	35.6	17.8	0.0	2.7	1.4
	50대 이상	(47)	63.8	25.5	31.9	21.3	14.9	0.0	6.4	0.0

[Unit: %]

출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 93p.

- ▶ (한국 게임 이용 경험) 미국 게임 이용자들에게 한국 게임 접촉 경로에 대해 조사한 결과, 'SNS(43.8%)'가 가장 많은 응답을 받았으며, 다음으로 '실시간 게임 전문 스트리밍 방송(37.8%)', 'Youtube 광고(35.6%)', '온라인 광고(33.2%)' 순으로 나타남
- 한국 게임 접촉 경로에 대해 'SNS'라고 응답한 비율은 남성(44.0%)이 여성(43.6%)보다 상대적으로 높았으며, 연령별로 30대의 응답률이 50.0%로 타 연령대에 비해 높았음

[미국 게임 이용자의 한국 게임 접촉 경로(중복응답)]

	사례수	SNS	실시간 게임 전문 스트리밍 방송	Youtube 광고	온라인 광고	친구의 직접 추천	온라인/모바일 검색	TV/라디오/신문/잡지 등 매스미디어 광고	
■ 전체 ■	(500)	43.8	37.8	35.6	33.2	29.0	26.0	25.8	
성별	남성	(250)	44.0	43.2	41.2	34.4	27.2	29.6	30.8
	여성	(250)	43.6	32.4	30.0	32.0	30.8	22.4	20.8
연령	만15~19세	(70)	38.6	31.4	42.9	22.9	25.7	18.6	24.3
	20대	(120)	49.2	45.8	41.7	36.7	30.0	25.8	35.0
	30대	(120)	50.0	40.8	28.3	31.7	27.5	29.2	25.8
	40대	(100)	48.0	35.0	40.0	44.0	31.0	31.0	23.0
	50대 이상	(90)	27.8	31.1	26.7	26.7	30.0	22.2	17.8

[Unit: %]

	사례수	녹화된 Youtube 게임 동영상	온라인 게임 구매 사이트 인기 순위 또는 장르 순위	온라인 게임 커뮤니티 및 게임 기사 등	Game Show or 게임 전시회 관련	대형 매장 또는 게임 전문 매장	모름	
■ 전체 ■	(500)	24.2	23.0	21.6	13.6	7.2	0.6	
성별	남성	(250)	27.2	25.2	23.6	15.6	8.0	0.0
	여성	(250)	21.2	20.8	19.6	11.6	6.4	1.2
연령	만15~19세	(70)	17.1	14.3	14.3	10.0	5.7	0.0
	20대	(120)	32.5	28.3	21.7	18.3	7.5	0.0
	30대	(120)	27.5	26.7	24.2	13.3	5.0	0.8
	40대	(100)	22.0	29.0	26.0	17.0	9.0	0.0
	50대 이상	(90)	16.7	11.1	18.9	6.7	8.9	2.2

[Unit: %]

출처: 한국콘텐츠진흥원, '2022 해외 시장의 한국 게임 이용자 조사(북미)', 108p.