

여성들의 플레이가 시작됐다!

아시아에서 가장 빠르게 성장 중인 게임 소비층을 사로잡는 핵심 방법

지난 5년 동안 아시아 지역에서 '전형적인 게이머'의 프로파일은 완전히 바뀌었습니다. 게임의 장르가 다양해지고 스토리라인의 폭이 넓어지면서 점점 더 많은 여성 게이머들이 게임에 참여하고 있습니다.

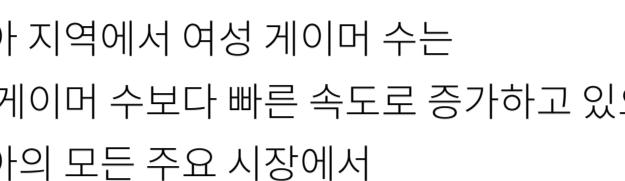
Google이 시장조사 전문 기업 니코 파트너스(Niko Partners)와의 제휴를 통해 조사하여 제공하는 아시아의 게임 시장에 관한 인사이트 첫 번째 시리즈의 주요 내용을 통해 진화하는 게임 시장을 이해하고, 성장하는 고객층인 여성 게이머들을 사로잡을 수 있는 새로운 방법을 알아보세요.



전 세계 게임의 중심지 아시아

아시아는 오랜 기간 동안 비디오 게임 팬덤 현상을 이끌어왔습니다. 2019년 아시아에서의 수익은 전 세계 게임 총 수익 중 거의 절반(48%)에 이릅니다.

2019년 글로벌 게임 시장 수익
1,450억 달러



인터넷 사용량이 증가하고 게임 기술이 지속적으로 발전하면서 게임의 몰입도는 높아지고 대중의 접근성은 향상되었습니다.

매년 수백만 명의 사람들이 게이머의 대열에 합류하는 가운데,

여성들은 성장의 커다란 기폭제가 되어 왔습니다.

아시아 지역에서 여성 게이머 수는 남성 게이머 수보다 빠른 속도로 증가하고 있으며,

아시아의 모든 주요 시장에서 게임 분야를 성장시키고 있습니다.

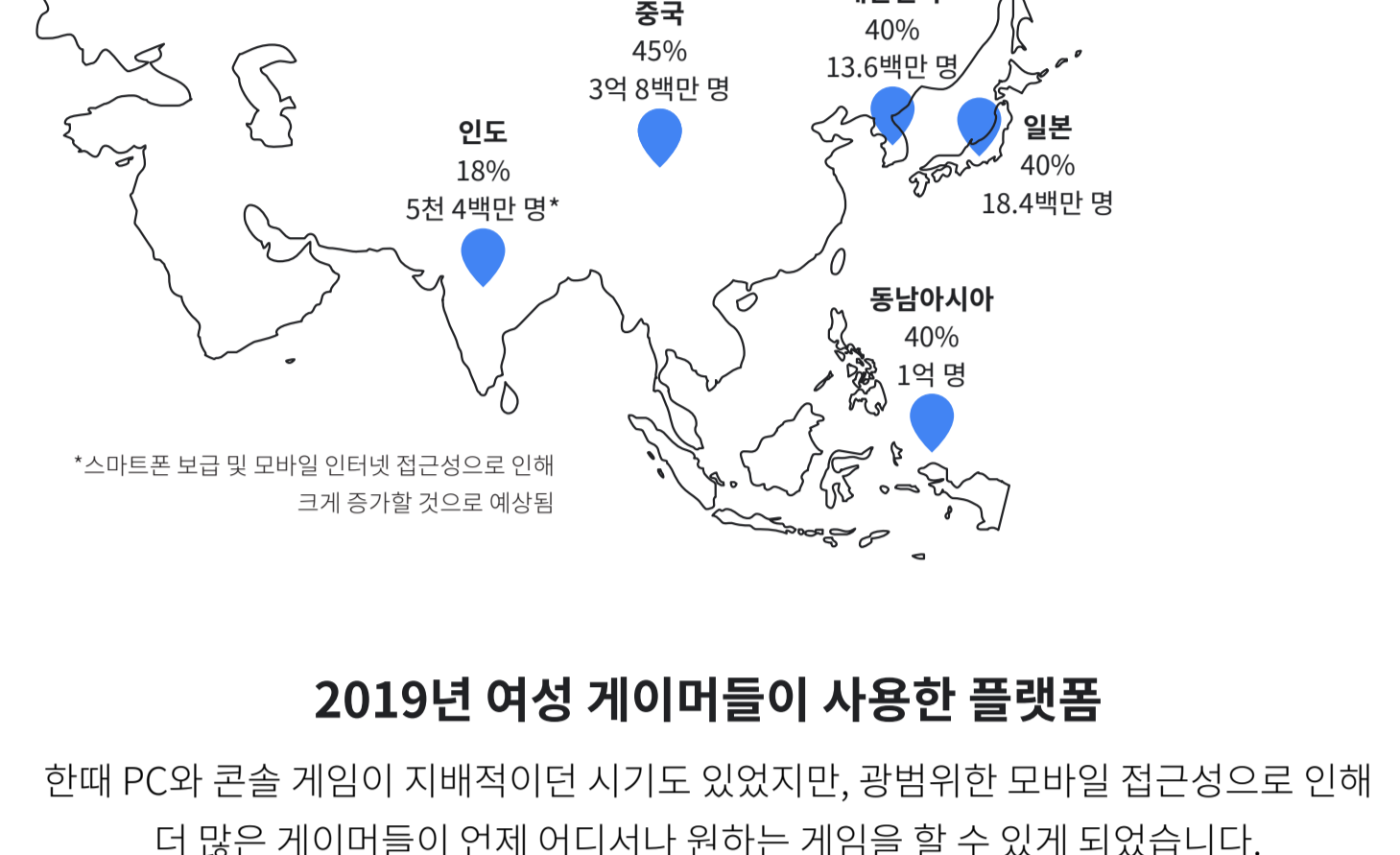
2019년
13억 3천만 명 전체 게이머 수
38% 여성 게이머 비율

2017년
11억 3천만 명 전체 게이머 수
32% 여성 게이머 비율

아시아 게이머 규모 전년 대비 성장률



2019년 여성 게이머 비율



2019년 여성 게이머들이 사용한 플랫폼

한때 PC와 콘솔 게임이 지배적이던 시기도 있었지만, 광범위한 모바일 접근성으로 인해 더 많은 게이머들이 언제 어디서나 원하는 게임을 할 수 있게 되었습니다.

그리고 **모바일**은 여성 게이머들 사이에서 가장 인기 있는 플랫폼이 되었습니다.

5억

총 합계*

*복수 플랫폼 게임 사용자들은 중복 집계

95%

4억7천3백만

모바일

40%

2억1백만

PC

2%

8.5백만

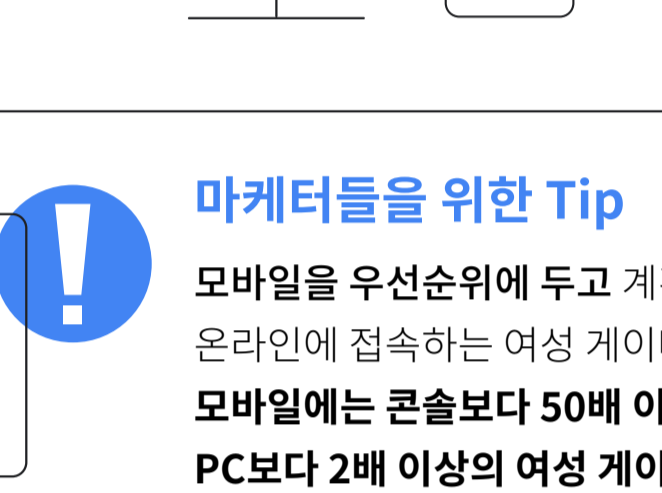
콘솔

여성 게이머들이 가장 많이 사용하는 플랫폼이 무엇인지 살펴보면 한 가지 분명한 사실을 알 수 있습니다.

이동 중에도 사용할 수 있다는 장점 및 다양한 장르 및 타이틀 덕분에 모바일 게임이 자연스럽게 점점 많은 사용자에게 흥미를 불러일으키고 있다는 점입니다.

2019년 여성 게이머들의 지출액

여성 게이머들은 **모바일 게임 매출의 35%**를 차지했습니다. **2020년에** 모바일 게임 매출 비중은 **39%**로 증가할 것으로 예상됩니다.



중국
\$44억 PC 게임

\$66억 모바일 게임

여성 게이머들의 소비 중 **60%**는 **모바일**에서 이루어졌습니다.

마케터들을 위한 Tip

모바일을 우선순위에 두고 계획을 세우는 것이 전략의 중요한 부분일 것입니다.

온라인에 접속하는 여성 게이머의 수가 늘고 있을 뿐만 아니라

모바일에는 콘솔보다 50배 이상,

PC보다 2배 이상의 여성 게이머가 있다는 점을 고려하세요.

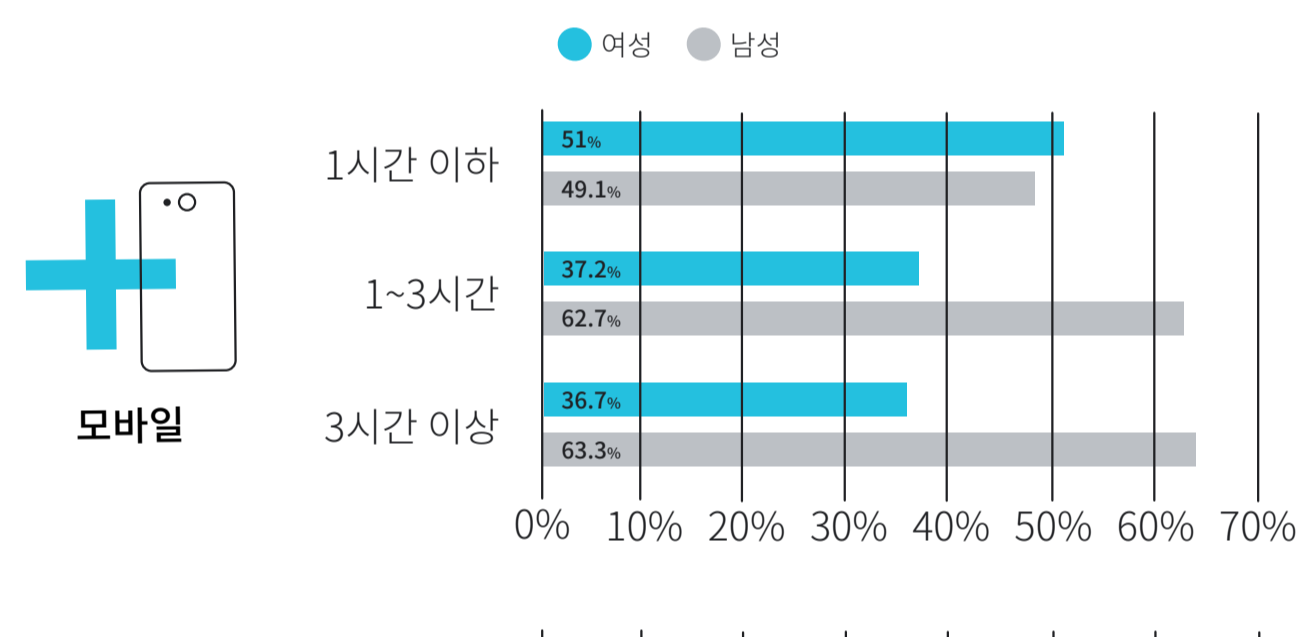
여성 게이머들의 접속 시간 늘리기

여성 게이머들은 좋아하는 게임에 접속하는 시간 면에서 독특한 성향을 보입니다.

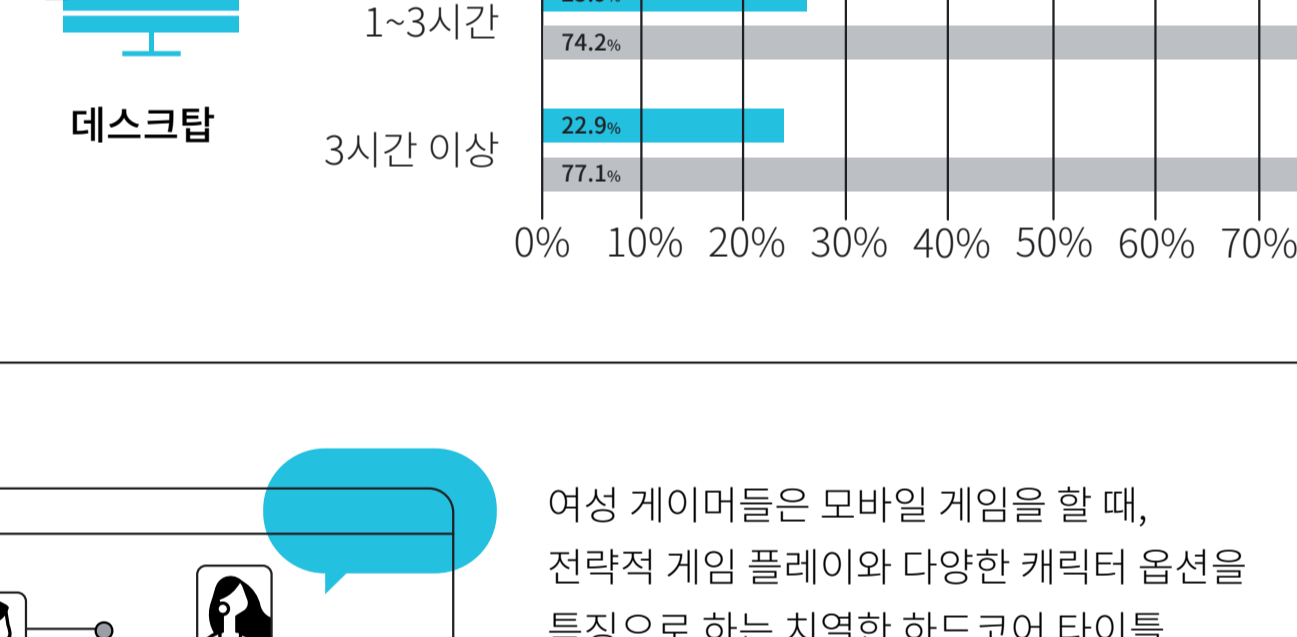
전체 남성 게이머의 절반 이상이 일주일에 8시간 이상 게임을 하는 반면

대부분의 여성 게이머들(**60%**)은 주당 최대 7시간 동안 게임을 즐깁니다.

평균 게임 플레이 시간

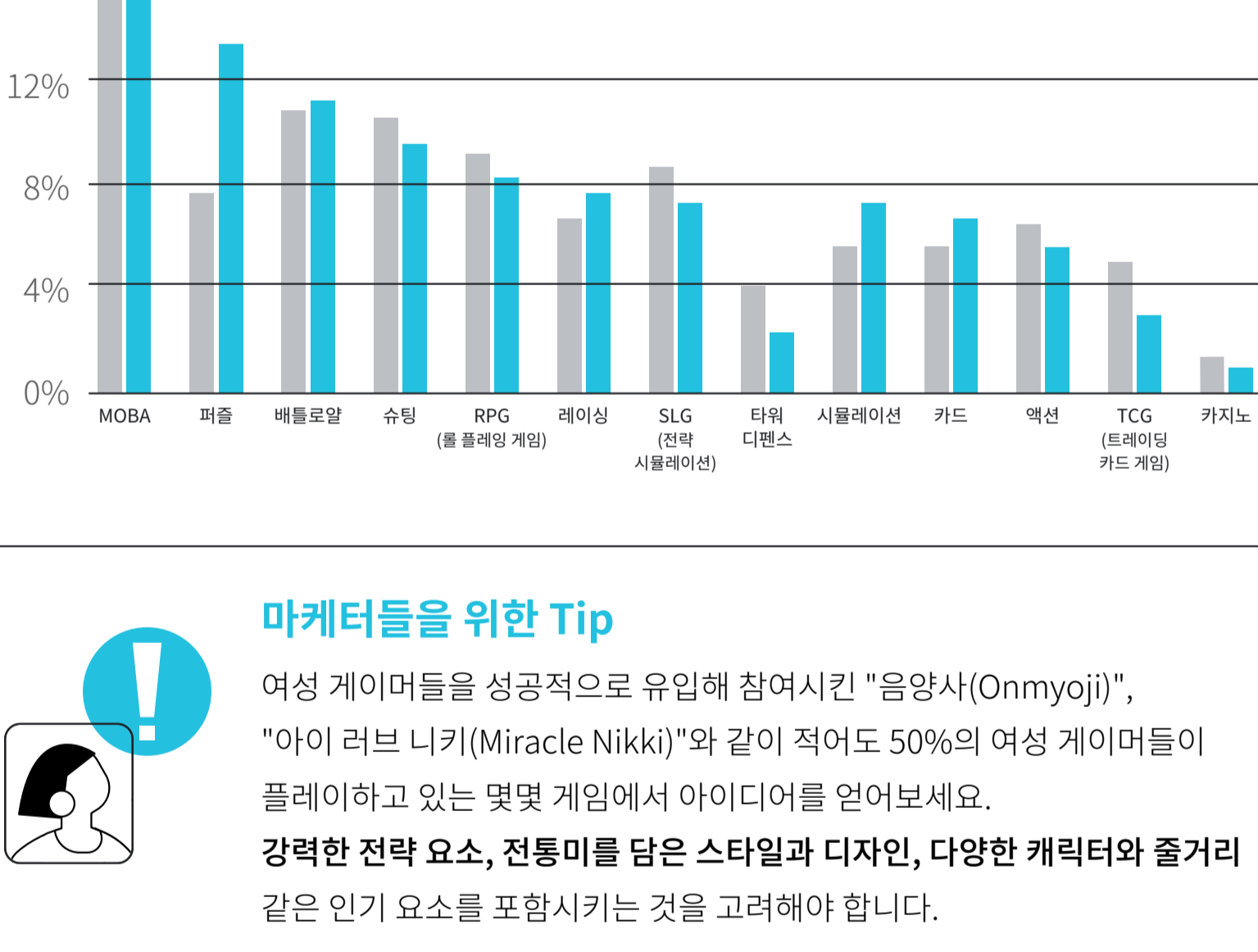


기기별 게임 지속 시간



여성 게이머들은 모바일 게임을 할 때, 전략적 게임 플레이와 다양한 캐릭터 옵션을 특징으로 하는 치열한 하드코어 타이틀, 특히 다중 접속 역할 수행 게임(MMORPG)과 애니메이션, 코믹, 게임(ACC) 뿐만 아니라 다중 접속 대전 게임(MOBA), 슈팅 게임을 선호합니다.

여성 게이머들이 선호하는 모바일 게임 장르



마케터들을 위한 Tip

여성 게이머들을 성공적으로 유입해 참여시킨 "온양사(Onmyoji)",

"아이 러브 니키(Miracle Nikki)"와 같이 적어도 50%의 여성 게이머들이 플레이하고 있는 몇몇 게임에서 아이디어를 얻어보세요.

강력한 전략 요소, 전통미를 담은 스타일과 디자인, 다양한 캐릭터와 줄거리 같은 인기 요소를 포함시키는 것을 고려해야 합니다.

여성 e스포츠 선수와 팬덤

점점 더 많은 여성 게이머들이 e스포츠 이벤트에 참여하고 있을 뿐만 아니라,

팀 전체와 여성 게이머들의 리그가 세계 무대에서 큰 반향을 일으키고 있습니다.

아시아 전역과 중국에서는 특히 여성 e스포츠 팬들이 게임 분야를 성장시키고 있습니다.



스포츠 게임 시장을 이끌고 있는 여성 게임 단체

Female Esports League(FSL)
동남아시아에 서비스를 제공하는 여성 전용 독립 스포츠 리그

Callisto Gaming
2019년에 설립된 여성 게이머들을 대상으로 한 e스포츠 단체

아시아 최고의 여성 e스포츠팀

Girls HK by Logitech
2012년에 설립

Belletron
인도네시아 최고의 여성 e스포츠 단체

Bren Female
2019년도 FSL 모바일 레전드 토너먼트 3위

Asterisk
세계 최초의 여성 "DotA"팀

마케터들을 위한 Tip

e스포츠는 기회로 가득한 완전히 새로운 생태계를 보여줍니다.

여성들이 참여하는 e스포츠 게임은 **더 많은 여성 라이브 스트림 시청자**와

더 많은 여성 팬들을 참여시킬 가능성이 높으며,

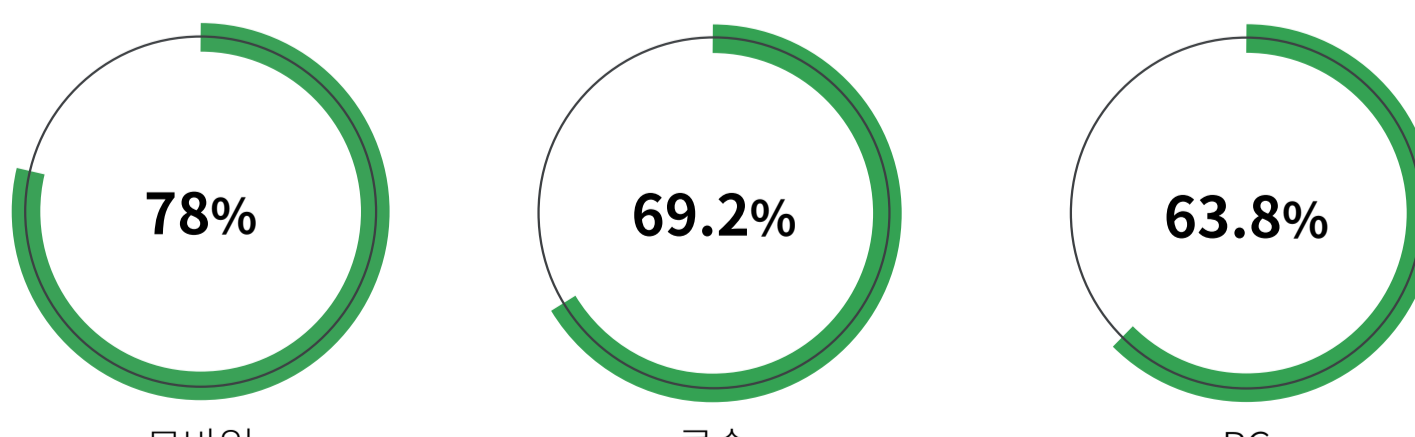
이로 인해 광고주에게 투자 가치가 높아집니다.

코로나19가 아시아 게이머들에게 미친 영향

전 세계의 사회적 거리 두기와 재택 생활은 남성과 여성 모두의 게임 시간 급증을 초래했습니다.

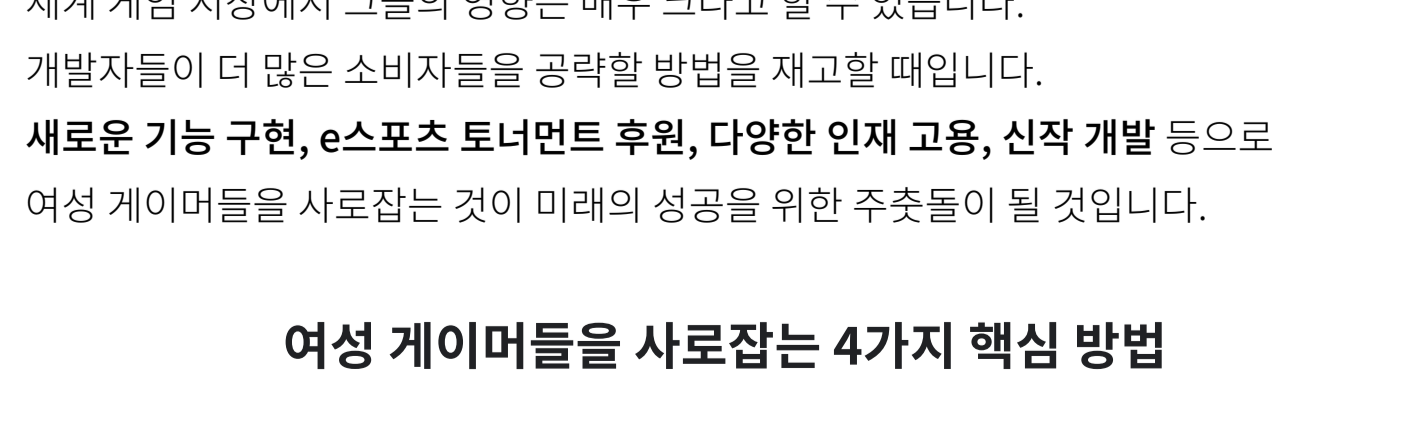
2020년 4월에 아시아 최대 게임 시장인 중국에서 실시한 조사 결과에 따르면 대부분의 여성들은 팬데믹 기간 동안 집에서 게임을 하는 데 더 많은 시간을 보내고 있는 것으로 나타났습니다.

중국 여성들의 게임 플레이 시간 비율



집에서 보내는 여유 시간이 늘어나면서, 여성 게임 소비자들이 가장 좋아하는 게임에 지출하는 비용 역시 증가하고 있습니다.

중국 여성 소비자들의 게임 지출액 증가 비율



여성 게이머들은 빠르게 성장하는 아시아게임 시장의 토대가 되는 중요한 유저층입니다.

특히 사람들이 사회적 거리 두기로 인해 집에서 게임을 하는 데 더 많은 시간을 소비하고 있기 때문에,

세계 게임 시장에서 그들의 영향은 매우 크다고 할 수 있습니다.

개발자들이 더 많은 소비자들을 공략할 방법을 재고할 때입니다.

새로운 기능 구현, e스포츠 토너먼트 후원, 다양한 인제 고용, 신작 개발 등으로 여성 게이머들을 사로잡는 것이 미래의 성공을 위한 주춧돌이 될 것입니다.

여성 게이머들을 사로잡는 4가지 핵심 방법

- 여성 게이머들이 가장 많이 참여하고 있는 모바일을 우선으로 한 경험 계획하기
- 여성 게이머가 선호하는 스토리 라인, 캐릭터 옵션 및 고유한 게임 플레이 요소 추가하기
- 점점 더 많은 여성 팀과 리그가 경쟁하고 있는 e스포츠 커뮤니티 활용하기
- 여성 게이머의 관점과 선호도를 심도 있게 이해할 수 있도록 개발자와 디자이너로 다양한 팀 구성하기