

슈퍼 캐주얼 게임장르와 성공요인에 관한 연구

정성채

고려대학교정보통신대학원 디지털정보미디어공학과
e-mail : misdonna@naver.com

An Analysis on the Success of Super Casual Game

Sung-che Jung

Graduate School of Computer Information & Communication, Korea University

요 약

모바일산업은 스마트폰의 시대를 맞이하여 급성장하였으며 여기에 따른 콘텐츠업 또한 매우 빠른 속도로 급성장하고 있다 이 중 가장 큰 매출을 일으키고 있는 게임 산업에서 소자본으로 개인이나 소규모 기업이 만들 수 있는 슈퍼 캐주얼이라는 게임 장르에 대한 연구를 통하여 기회 시장이라 불리는 모바일 게임시장에서의 성공요인을 제공하고자 한다.

1. 서론

휴대폰 게임 시장은 스마트폰의 등장으로 최근 몇 년동안 급속하게 발전하였다. 빠른 발전 속에 게임의 트렌드는 점차 Pc 게임의 전철을 밟으며 복잡하고 고퀄리티의 게임시장으로 갈 것이라고 예상하였으며 높은 성장과 매출로 대기업과 대규모 자본이 투자된 게임들이 시장에 출시되고 투자되어 캐주얼 게임은 줄어들고 미드코어와 하드코어 게임들만이 살아남을 것이라 예상하였다.

하지만 모바일 게임시장은 이와는 조금 다르게 미드코어의 게임들의 등장과 함께 높은 순위에 랭크되었지만 정통적인 캐주얼 장르의 게임이 인기가 계속 유지 되고 있으며 시장에서 강세를 보이고 있다. 거기에 슈퍼 캐주얼이라고 일컬어지는 저 예산으로 개발되거나 혹은 1 인개발자가 만든 게임이 시장에서 계속 꾸준히 스토어에 출시되고 이런 게임을 찾는 사용자들이 유지되게 됨에 따라 시장의 성숙기인 레드오션이 되어버린 지금의 모바일 게임시장에 계속 존재하며 높은 순위에 이름을 올리고 있다.

본 논문에서는 국내에서는 장르 이름은 생소하지만 스토어를 통해 개발과 출시, 그리고 수요가 계속 이루어지고 있는 슈퍼 캐주얼이라 불리는 게임의 새로운 트렌드적 장르와 게임 개발자 및 사용자들의 니즈(Needs)에 주목하였다.

이는 디바이스가 갖는 특성인 휴대성과 화면의 크기 등으로 인해 게임을 사용하는 사용자들의 니즈가 존재하며 분명 Pc 게임의 트렌드와는 틀린 모바일 및 관련 디바이스만의 게임 특성을 보여주는 장르임이 틀림이 없다고 보여진다.

아직 국내에는 생소하고 해외에서는 주목하고 있는 슈퍼캐주얼이라고 불리는 장르에 대하여 명확한 정의와 요소들을 나열하고 성공요인들을 연구하였다.

2. 이론적 배경

2-1 모바일 시장 현황

국내 모바일 게임시장은 2013 년 급성장으로 인하여 2014 년 성숙기에 접어들 것으로 예상하였다.[1]

모바일 게임 개발 트렌드의 경우 앞서 이야기한대로 지금까지는 캐주얼(casual)게임이 모바일의 대세였으나 보다 복잡하고 치밀한 콘텐츠로 구성된 하드코어(hardcore)게임이 모바일 시장을 이끌 것으로 예상하고 있으며 이미 슈퍼셀의 Clash of Clans 등의 가볍게 즐기면서도 전략성을 요구하는 미드코어(midcore)게임의 성공으로 자리잡은 상황에서 보다 게임에 많은 시간을 할애하고 싶은 게이머 수요가 점차 하드코어로까지 확산될 것으로 보인다.[2] 또 지난 2014 년 가을에 애플이 신제품 발표행사에서 시연된 고사양 개발 엔진을 이용한 모바일 MOBA(Massive Online Battle Arena) 게임인 Vainglory 는 실제 모바일 게임이 PC 게임이 필적하는 하드코어 장르를 제공할 수 있는 수준에 이르렀음을 보여준 대표적인 사례이다.[2]



(그림 1) Vainglory Screenshot

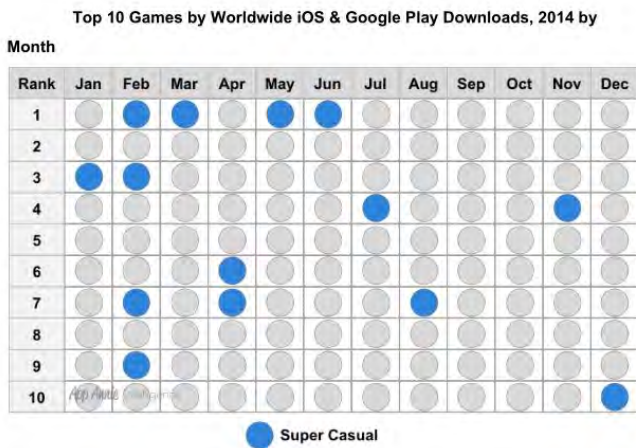
하지만 일각에선 모바일과 PC/콘솔 간의 단순히 기

술적 콘텐츠 구현 수준의 차이보다 플랫폼을 바라보는 이용자의 관점 차이가 더 큰 문제라며, 모바일 플랫폼에 하드코어게임은 어울리지 않는다고 반론을 제기하는 의견이 있으며 게임업계 전문가들은 하드코어게임이 기술적으로 모바일 플랫폼에서 하드코어게임을 즐기는 것이 부적합했기 때문에 여태껏 눈에 띄는 성과가 없었다고 주장하고 있다.[2]

이미 2014 년부터 성숙기에 접어든 모바일 게임시장에서 슈퍼 캐주얼은 2014 년도에 트렌드 장르의 이름을 남기며 매우 번성한 해를 보냈으며 이는 다양한 폭의 모바일 사용자가 단순한 소용량의 게임을 소비한다는 이론에 신빙성이 쌓이는 대목이다.[3]

표 1)은 2014 년 스마트폰 전체 다운로드 순위 중 슈퍼캐주얼 게임이 월별로 10 위안에 들 경우 파란색으로 표시하여 정리한 것이다.[3]

<표 1> 2014 년 월별 전세계 iOS 및 Google play 상위 게임 다운로드 10 위



2-2 모바일 게임 사용자 분석

표 1)에서 슈퍼캐주얼은 2014 년 게임시장의 미드코어 게임들 사이에서 인기를 구가한 것을 알 수 있으며 슈퍼 캐주얼 게임 퍼블리셔 Ketchapp Studio 는 2014 년에 이러한 트렌드의 인기를 누린 회사로 전세계 iOS 및 Googly Play 다운로드 상위 10 위 퍼블리셔에 포함되었다.[3] 그리고 이어 2015 년에도 합산 7 위 에 랭크 되었다.[4] 이로 미루어 보아 슈퍼캐주얼게임이 한때의 유행이 아닌 꾸준한 사용자의 니즈가 있음을 미루어 짐작할 수 있다.

<표 2> 모바일 게임을 하는 이유 (중복응답)

단위 : 중복%/1~2순위

	사례수 (명)	시간을 때우기 위해	어디서든 편리하게 즐길 수 있어서	스트레스 해소용	게임 친구와 경쟁하는 재미가 있어서	자신이나 친구들과 게임을 하고 싶어서	다양한 종류의 게임을 즐길 수 있어서	컨트롤 (조작) 하기 편리해서	다른 사람에게 나의 기록/캐릭터를 보여주는 재미가 있어서	기타
전체	(1,293)	61.6	52.0	39.1	13.5	12.3	10.2	3.8	2.3	0.2
성별	남자 (667)	62.4	52.5	37.0	13.2	13.8	10.5	4.0	1.3	0.1
	여자 (626)	60.9	51.4	41.2	13.9	10.7	9.9	3.5	3.4	0.3
연령	만10~18세 (211)	49.8	49.3	27.5	21.8	17.1	17.1	7.6	5.7	0.0
	만19~29세 (298)	63.1	52.3	31.9	17.1	13.8	12.1	3.7	2.0	0.7
	만30~39세 (306)	69.3	51.3	38.2	9.8	11.8	9.2	3.6	1.3	0.0
	만40~49세 (296)	64.7	54.9	44.4	10.8	8.4	7.0	3.1	2.1	0.3
	만50~59세 (192)	55.7	51.0	56.3	8.9	11.5	6.3	1.0	1.0	0.0

그렇다면 일명 killing time game(시간 죽이기 게임)으로 불리는 슈퍼 캐주얼 게임은 실제 모바일 사용자의 니즈를 충족시켜주는 게임인지 알기 위한 한국콘텐츠진흥원의 온라인 게임 및 모바일 게임 이용자 특성비교에서 국내 사용자 조사의 모바일 게임을 하는 이유를 조사한 표 2)를 통해 예측해볼 수 있다.

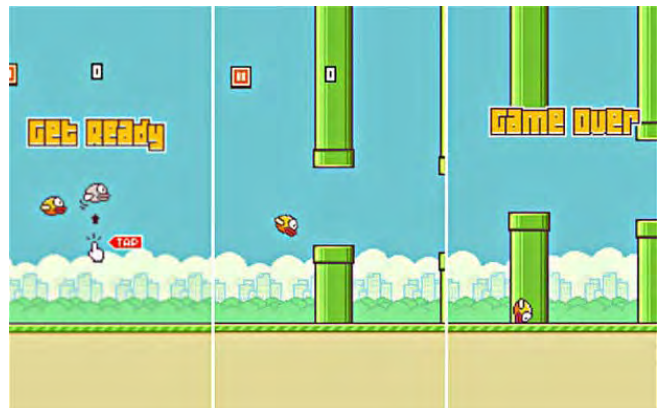
표 2)를 보면 남,여 모두 모바일 게임을 하는 이유에 약 남자 62.4%, 여자 60.9%가 시간을 때우기 위해라는 응답을 하였으며 두 번째로 많은 의견인 어디서든 편리하게 즐길 수 있어서도 남자 52.5%, 여자 51.4%를 차지하며 남녀모두가 모바일 게임을 시간을 때우기 위해 한다는 것을 알 수 있다.[5]

여기에서 모바일 게임은 하드웨어적인 디바이스적 특성으로 인하여 사용자들의 니즈가 다른 디바이스와 틀린 것을 알 수 있다.

2-3 슈퍼 캐주얼이란 새로운 게임장르.

컴퓨터 게임 장르 구분에 있어 실질적인 장르의 구분은 쉽지 않다. 하지만 장르를 구분함에 있어 전영란(2010)은 컴퓨터 게임의 장르 요인 및 특징에 관한 연구에서 다양한 하위장르가 나타날 수 있으며 이는 게임을 출시하는 회사에서 사용자들에게 알려진 게임을 기반으로 새로운 장르를 만드는 경우가 많은 것을 말해주고 있다.[6] 이점에서 슈퍼 캐주얼 장르는 정확한 자료를 찾을 수는 없지만 특정 개발사가 사용한 자료가 없는 것으로 보아 모바일 퍼블리싱 회사에서 만든 단어일 가능성을 앞선 논문을 통해 가능성을 열어놓을 수 있으며 현재 게임업계 사람들은 이 단어를 폭 넓게 사용하고 있다.

또 슈퍼캐주얼 게임에 있어 게임관련 저널리스트 Melissa Varela 등의 전문가들은 Flappy Bird 란 게임을 시초[7]로 보고 있으며 이 게임을 기준으로 이후 비슷한 설정을 한 게임을 슈퍼캐주얼 게임으로 분류하고 있다. 실제로 게임시장은 2014 년 한해 Flappy Bird 가 엄청난 인기를 얻고 스토어에서 개발자가 단기간에 게임을 스토어에 없애면서 비슷한 류의 게임이 엄청나게 출시되어 애플 스토어에서는 이후 Flappy Bird 란 단어를 금지어로 설정할 정도로 많은 비슷한 형태의 클론 게임들이 출시[8]되어 이런 게임들을 슈퍼 캐주얼이라 일컬으며 게임의 장르로 이야기하고 있다.



(그림 2) Flappy Bird Screenshot

2-4 슈퍼 캐주얼 게임의 특징

게임관련 전문가들이 이야기하는 슈퍼 캐주얼 게임의 특징들은 비슷하며 그 중 Evan Fradley-Pereira[9]와 Paul Sonilhac[10]는 그 특징을 4 가지로 정리하고 있다. 첫 번째로 Shot Gameplay Sessions 이다. 매우 짧은 세션을 가진 게임으로 어떤 생활에서도 잠시 플레이하고 바로 놓을 수 있는 구조를 가지고 있다. 두 번째는 Basic Controls 이다. 스마트 폰의 플레이에 있어 가장 기본인 입력인 터치에 기반하고 있으며 한번 터치에 한번 액션을 취하는 형태이다. 세 번째는 skill Based 이다. Based on players natural skills 라고도 이야기하고 있으며 이는 다른 사람들과 경쟁하던 게임 구조에서 다시 자기자신과 경쟁하는 즉 최고점수를 이루어나가는 게임의 목적 구조를 취하고 있다. 마지막으로 네 번째는 Ad Supported 를 기반으로 한 비즈니스 모델 구조이다. 기본적으로 무료게임을 지향하며 광고를 통하여 수익을 창출하는 구조를 취하고 있다.

<표 3> 슈퍼 캐주얼 게임 4 가지 구성

구성	내용
Shot Gameplay Sessions	짧은 게임 세션 구성
Basic Controls	가장 기본 입력인 터치 활용.
skill Based	자신과의 기록 싸움
Ad Supported	광고기반 수익창출

슈퍼 캐주얼 게임이 갖는 장점은 짧은 개발일정으로 개발하여 개발비의 소요가 적으며 그에 비해 좋은 수익을 창출하는 데 있다. 또 게임사용자가 얻는 것은 새로운 게임에 대한 경험이다. 이를 통해 슈퍼 캐주얼 게임은 계속 출시 및 플레이 되고 있다.[11]

3. 선행 연구

이름에서도 볼 수 있듯 슈퍼 캐주얼이라는 단어는 캐주얼이라는 게임장르 안에 속해있는 하위 장르라고 예측해볼 수 있다. 모바일 게임에 있어 캐주얼 게임을 연구한 선행 연구는 게임의 몰입의 관점에서 연구한 백영석, 박성호, 김동욱의 모바일 캐주얼 게임의 특성이 몰입, 이용자의 만족도 및 충성도에 미치는 영향(2015)[12]가 있으며 몰입의 관점으로 모바일 캐주얼 게임을 설명하고 있으며 우란의 캐주얼 레볼루션으로서의 스마트폰 게임 연구(2011)[13]이 에스퍼 율의 연구내용을 기반으로 한 논문이 있다. 여기서 참고한 게임의 상위 장르인 캐주얼 게임의 연구인 에스퍼 율(2010)이 제시한 A Casual Revolution 연구 중 캐주얼 게임의 5 가지 특징[14]를 사용하여 슈퍼 캐주얼 게임이라는 장르에 대한 정의와 게임들에 대한 결론을 내리는 데 활용할 것이다.

<표 4> 에스퍼 율의 캐주얼 게임 5 가지 구성

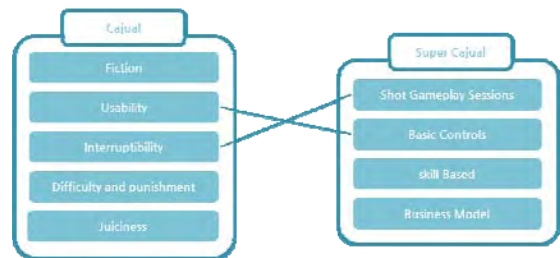
구성	내용
Fiction	감성적으로 긍정적인 허구 배경

Usability	지식없이 사용이 가능
Interruptibility	중단 가능성이 높도록 디자인
Difficulty and Punishment	실패시 도전요구, 벌칙에 관대
Juiciness	과도한 액션과 긍정적 피드백

4. 연구 방법

앞서 하위장르인 슈퍼 캐주얼 게임의 특성과 에스퍼 율의 캐주얼게임의 특성[11]의 공통점과 차이점을 정리하여 슈퍼캐주얼 게임의 조건을 총 7 가지로 수립 및 재정립하였다. 이 중 Basic Controls 와 Usability 의 의미가 상통하여 보다 구체적인 Basic Controls 로 통합하였으며 중단가능성과 짧은 세션이 비슷한 의미를 가지고 있어 합쳐 구성하였다. Ad Supported 를 좀 더 폭을 넓혀 Business Model 로 구성하였다.

<표 5> 슈퍼 캐주얼 게임 7 가지 구성



북미시장을 기준으로 2014 년~2015 년 무료게임순위 중 1~10 위내에 올랐던 슈퍼캐주얼 게임들을 선별하고 이중 데이터의 신뢰성을 높이기 위해 Flappy Bird 와 비슷한 이름이나 그래픽을 사용한 클론 게임들은 제외한 후 앞서 얻은 특징들을 통해 총 59 종의 슈퍼 캐주얼 게임들을 선별하여 정리하였다.

5. 연구결과

5-1 7 가지 조건을 통한 검증

에스퍼 율의 캐주얼 게임의 구성과 슈퍼 캐주얼 게임의 구성을 복합하여 검증한 결과는 아래와 같다.

5-1-1 소재 (Fiction)

슈퍼 캐주얼 게임의 경우 짧은 게임으로 매우 폭넓은 소재를 가지고 매우 단순화 되어 긍정적인 느낌을 줄 수 있는 파스텔톤의 색상이나 캐릭터의 코믹적이거나 귀여운 요소들이 부합하였으나 이보다는 소재가 창의적이고 다양성에 더 가깝다고 볼 수 있었다. 또 게임이 하나의 게임이 히트할 경우 비슷한 게임이 양산화되는 클론 게임의 현상을 볼 수 없이 새로운 게임들이 시장에서 호응을 얻었다. 이를 의미를 변화시켜 Creative Fiction 으로 이야기할 수 있을 것이다.

5-1-2 사용성 (Usability)

사용성에서 역시 캐주얼게임의 구성을 매우 충실하면서 단순하게 따르고 있다. 바로 디바이스적 특성인

단순 화면의 터치만을 이용한 스마트 폰의 가장 기본적인 입력 인터페이스만을 이용하여 게임을 진행하고 있다. 이는 스마트 폰을 사용하는 사용자라면 따로 학습이 필요하지 않은 입력 인터페이스이며 매우 쉽고 직관적이다.

5-1-3 난이도, 벌칙 (Difficulty and Punishment)

게임의 난이도는 여타의 캐주얼 게임에서 볼 수 없는 매우 높은 수준을 유지하고 있다. 게임에 있어 높은 수준을 유지함에 있어 재플레이를 유도하고 있으며 많은 시도를 하게끔 하고 있어 벌칙은 매우 낮고 표현할 수 있을 것이다.

5-1-4 풍성함 (Juiciness)

게임 자체가 단순하여 매우 보상에 적극적이거나 화려하지는 않다. 다만 가장 긴 라이프사이클을 보인 Crossy Road 의 경우 여타의 슈퍼캐주얼 게임보다는 적극적인 보상을 행하고 있는 것으로 보여진다.

5-1-5 짧은 세션 (Shot Gameplay Sessions)

앞서 에스퍼 율의 중단성과 관계되어 있다. 매우 짧은 게임 플레이 시간과 구성을 가지고 있기 때문에 여러 번 플레이하게끔 유도하고 있으며 혹은 조금 길게 유도하는 경우도 있으나 일반 캐주얼 게임에 비교한다면 매우 플레이시간이 짧음을 알 수 있다.

5-1-6 자신과의 싸움 (Skill Based)

온라인을 지원하는 경우도 있으나 다른 유저와의 경쟁을 지원하는 경우는 스토어 회사의 기본 랭킹 기능을 사용하고 있으며 기본 베이스는 자신의 기록을 갱신하는 구조로 모든 게임이 구성되어 있었다.

5-1-7 비즈니스모델 (Business Models)

비즈니스모델은 광고플랫폼을 기반으로 하고 있었다. 이 중 모델을 크게 3 가지로 압축할 수 있었다. 첫째는 플랫폼기반 광고 중 가로 배너 광고이며 둘째는 전체화면을 뜨는 광고이다. 마지막으로 전체화면의 동영상광고로 구성되어 있다. 그 외 반정도의 게임이 부분유료모델방식을 취하고 있었으며 특이점은 레벨에 영향을 주는 모델이 없다는 것이다. 즉 아이템을 구매하지만 게임의 난이도에 영향을 주지 않았다.

5-2 슈퍼캐주얼 게임의 추가 공통점

슈퍼 캐주얼 게임을 분석하던 중 추가 공통점을 발견할 수 있었다. 총 3 가지로 첫째는 게임의 레벨 디자인에 있어 레벨디자인이 단순하거나 혹은 한가지만 존재한다는 점과 대부분 프로그래밍을 통해 무한으로 이루어지도록 설계가 되어 있다. 둘째는 짧은 개발기간을 통한 수익화이며 마지막은 글로벌 출시이다. 많은 게임들이 하나의 나라가 아닌 많은 나라에 서비스하고 여기에 최적화 될 수 있도록 적은 량의 텍스트로 구성이 되어 있는 것을 볼 수 있었다.

<표 6> 슈퍼 캐주얼 게임의 변경 및 추가 공통점

구성	내용
Simple infinite level design	단순하면서 무한 레벨 디자인
A shot for Development	짧은 개발 기간
Global Release	전세계 출시

6. 결론 및 향후 과제

연구를 통해 성공적인 슈퍼 캐주얼 게임의 특징을 알아보았다. 그 특징은 총 10 가지로 요약할 수 있으며 캐주얼 게임의 조건 중 에스퍼 율의 소재 Fiction은 조금 다른 의미로 구체화되었다. 짧은 개발기간에 짧은 게임을 전세계로 출시하여 광고를 통해 주 수익을 얻으며 라이프사이클 또한 대부분 짧은 것이 슈퍼 캐주얼게임의 특징이다. 하지만 Crossy Road 를 통해 라이프사이클을 늘릴 수 있음을 보았으며 Flappy Bird 처럼 큰 이슈가 될 수 있음을 보았다. 게임업계에 있어 골목상권처럼 대기업이 진입하기 힘든 틈새장르가 생겨났다. 1 인이나 인디 개발자들만의 틈새시장이 열려있는 것이다. 마지막으로 본 연구는 있어 실질적으로 좀 더 객관적인 자료 평가와 전문가 평가 등에 대한 연구를 진행하지 못하여 사용자와 관계자를 대상으로 설문조사 및 분석작업 등에 대한 연구가 추후 더 필요해 보인다.

참고문헌

- [1] 2014 White Paper on Korean Games pp. 89-90
- [2] Global Game Industry Trend 2015 the second half pp. 62~66
- [3] App Annie Index: 2014 Retrospective pp. 12
- [4] App Annie Index: 2015 Retrospective pp. 40
- [5] Kocca Statistics Briefing 15-12 pp.7
- [6] Gyong ran Jeon, The Study on the Computer Game Genres, JOURNAL OF GAME INDUSTRY & CULTURE 2005. autumn no10, pp.100
- [7] Melissa Varela, <http://www.chupamobile.com/blog/2015/07/10/cross-promoting-apps-the-secret-to-a-successful-portfolio-of-casual-games/>
- [8] Seon Ung, Choi, APP STORY 2014 March http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=1103&contents_id=53294
- [9] Evan Fradley-Pereira, <https://www.fusepowered.com/blog/2015/04/what-are-super-casual-games/>
- [10] Paul Sonilhac, <http://world350.com/super-casual-games/>
- [11] Evan Fradley-Pereira, <https://www.fusepowered.com/blog/2015/04/5-reasons-you-should-make-a-super-casual-game/>
- [12] Yungsuk Baek, Seong ho Park, Dongwook Kim, The Korea Society of Management information Systems 2015 spring pp.256-262
- [13] Woo Ran Smartphone games as Casual revolution 2011
- [14] Jesper Juul, Casual Revolution: reinventing video games and their players, MIT Press, 2010. pp. 68-69