

## 온라인 게임에서의 새로운 과금 모델에 대한 연구

맹주홍\*, 정민수\*, 서재원\*, 박윤조\*, 김효남<sup>o</sup>

<sup>o</sup>청강문화산업대학교 게임콘텐츠

e-mail: (mcmin, xcs1, dnjs426, dbsw3837)@naver.com\*, hnkim@ck.ac.kr<sup>o</sup>

## A Study on the New Charging Model in the Online Game

Joo-Hong Maeng\*, Min-Soo Jung\*, Jae-Won Seo\*, Yoon-Jo Park\*, Hyo-Nam Kim<sup>o</sup>

<sup>o</sup>Dept. of Game Contents, ChungKang College of Culture Industries

### ● 요약 ●

최근 국내 게임 시장이 12조원을 육박하고 있는 시장 현황에서 게임 매출 부분에서 게임내 어떤 과금정책을 적용할 것인가가 가장 중요한 요소이다. 시중에 출시된 게임 중에서는 P2W 모델이 접하기 쉬운 모델이긴 하지만 최근에는 B2P 모델을 많이 적용하고 있는 과금정책이다. 본 논문에서는 온라인 게임 내 P2W의 과금 모델과 B2P의 과금 모델의 선호도를 조사한다. 그리고 본 논문에서 새롭게 명명한 T2H 모델의 선호도를 조사하여 어떠한 과금 모델이 게임시장에서 더 유리하고 선호도가 높은 모델 인지를 제시한다.

**키워드:** Online Game, P2W, B2P

### I. Introduction

게임내에서 적용하고 있는 과금정책은 게임사의 매출 부분에서 가장 중요한 요소이면서 게임 사용자들게도 게임을 선택하는데 가장 중요하게 고려하는 내용이다. P2W(Pay to win)는 게임 내 아이템을 현금으로 결제하는 방식으로 게임플레이가 무료로 이용이 가능하다는 장점이 있는 과금 모델이다. 특히 2000년대 초중반 게임을 최초 다운로드 할 때 비용을 지불하는 것을 선호하지 않아, 많은 게임 사용자들이 P2W의 과금모델 게임을 이용했다. 하지만 게임 시장에선 과거와 달리 P2W 과금모델에 대한 부정적 인식이 높아졌으며, 게임 이용자들은 재미와 더불어 과금모델의 중요성도 높이 평가하고 있다. 시중에 출시된 게임 중에서는 P2W 모델이 접하기 쉬운 모델이긴 하지만 최근에는 B2P(Buy to play)모델을 많이 적용하고 있는 과금정책이다. P2W와 다르게 B2P는 게임 플레이를 하려면 결제를 해야되는 단점이 있지만, 한번 결제 이후 콘텐츠를 계속 즐길 수 있는 장점으로 최근 게임들이 B2P 모델의 게임을 출시하고 있다. 본 논문에서는 현재 '리그오브레전드(이하LOL)' 게임이 기존 P2W와 B2P 모델과 다른 과금방식으로 게임서비스를 진행중이며, 높은 수익률을 기록하는 것을 확인하고, 이전에 없던 과금모델을 본 논문에서 명명한 과금모델을 기반으로 선호도를 제시한다.

### II. The Main Subject

#### 2.1 P2W와 B2P의 한계점

P2W 모델은 과금유저와 무과금유저의 성장속도와 콘텐츠의 이용 차이가 점점 벌어지고, 게임 운영 또한 과금유저와 무과금유저에게 차별을 두어 게임을 이용하는 유저들에게 큰 반발을 일으키게 만들었다. 이로 인해서 P2W모델은 유저들에게 나쁜 이미지로 인식이 되고 하락세를 띄고 있고 B2P의 경우 초기 플레이시 구매비용 또는 월 정액제 결제를 하면 추가적인 과금 요소가 없는 모델이었지만 점차 P2W모델처럼 구매 이후에도 추가적인 게임벨런스에 문제를 주는 아이템을 출시하려는 등 이용자들에게 P2W와 같이 나쁜 이미지를 가지고 있다. 대표적인 사례로 스타워즈배틀프론트2를 발매한 EA사 측은 개발이 진행되는 동안에는 1주에 \$111를 유지했지만, 발매이후 1주에 \$108까지 하락을 했다[1]. 그 이유로는 발매 이전부터 논란이 되었던 과금요소로 밝혀졌다. 패키지게임임에도 불구하고 게임에 직접적인 영향을 주는 아이템을 랜덤박스로 판매한다는 공지를 했지만, 유저들의 큰 반발로 게임 내 모든 과금 요소를 제거했다. 이처럼 P2W와 B2P에는 명확한 한계점이 존재하고 있음을 알 수 있다.

#### 2.2 T2H 과금 정책의 특징

기존 게임의 과금 모델에서 게임 내 벨런스가 전혀 문제가 없는 과금형식을 T2H(Take to happiness)라고 명명했다. 현재 우리가

명명하는 T2H 과금모델 형태를 대표적으로 적용하고 있는 게임은 앞서 말했듯이 ‘리그오브레전드’를 대표적인 사례로 적용했다. LOL은 한국시장에 처음 상륙했을 당시 큰 충격을 준 게임으로 꼽힌다. 이전까지 한국시장은 B2P의 과금모델이 많은 선호를 보이는 시기에 LOL에서 적용하는 T2H 과금정책은 게임 플레이를 진행하는데 무료로 즐길 수 있고 과금형식 또한 게임밸런스에 전혀 지장을 주지 않기 때문에 오로지 캐릭터들의 외형변화만 주는 과금요소지만 엄청난 선호도와 수익을 올려주는 요인이었다. 2016년도에는 한국뿐만 아니라 세계적으로도 엄청난 수익을 올렸기 때문에 세계 게임시장은 기존의 과금 모델보다 LOL과 같은 과금모델을 선호하기 시작했다. 그 이후 출시된 블리자드의 ‘오버워치’, 블루홀의 ‘배틀그라운드’ 등 한번의 결제 이후 게임밸런스에 전혀 지장없는 과금요소지만 엄청난 수익을 벌었다. 우리는 현재 LOL과 같은 과금모델의 정식명칭이 아직 제대로 정의가 안되었기 때문에 이러한 모델을 T2H 과금모델이라 정의하고 제안한다.

### 2.3 각 과금정책의 설문조사 결과

우리는 새롭게 제시한 과금모델의 선호도를 확인하기 위해 게임을 자주 이용하는 179명의 학생을 대상으로 각각의 모델마다 중복 설문이 가능한 설문조사를 하였다. 첫 번째로 각 과금모델의 플레이 경험에 있는지 조사하였고 그 결과는 그림 1.과 같다.

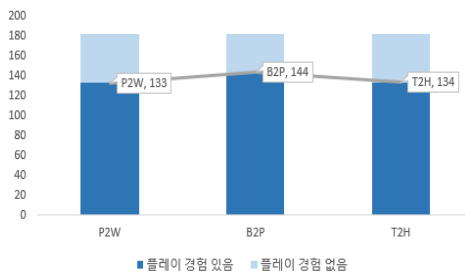


Fig. 1. Charging model play experience graph

플레이 경험에서는 B2P의 모델이 가장 많은 플레이 경험이 있는 모델로 확인하였고, 그 다음으로는 우리가 정의한 T2H모델이 뒤를 이었다. 그 다음 설문조사에서는 우리가 연구자 하는 과금 모델 선호도 결과에 대해서 설문하였고, 설문조사 결과는 그림 2와 같다. 가장 높은 선호도를 보인 모델은 우리가 정의한 T2H 모델이 37%의 선호도를 보였고, B2P의 모델이 두 번째로 높은 선호도를 보인 모델이었다. 가장 낮은 선호도는 P2W모델로 확인되었다. 우리가 제시한 T2H모델의 경우 플레이 경험 유저에서는 2번째로 높은 모델이지만 과금 모델 만족도의 결과에서는 가장 높은 만족도를 보인 모델로 기록되었고, 우리는 현재 게임시장에서 가장 좋은 과금 모델은 새롭게 제시한 T2H모델이라 확인하였다.

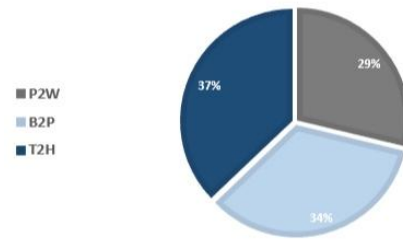


Fig. 2. Charging model preference graph

### III. Conclusions

본 논문에서는 기존에 있던 다양한 P2W 모델의 게임과 B2P 모델의 게임보다는 새로 제안한 T2H모델이 현재 가장 좋고, 선호도가 높은 과금모델이라는 것을 설문을 통해 알 수 있었다. 게임업계에서 과금모델을 고려할 때 새롭게 제시한 T2H 모델을 선택하면 기존 과금 모델보다 높은 선호도를 보일 것이라 제시한다.

### REFERENCES

- [1] <http://www.gamemeca.com/view.php?gid=1411706>
- [2] <http://bbs.ruliweb.com/news>