게임에서의 확률형 아이템 개선방법에 관한 연구

김재형*, 김도경*, 김효남O
*청강문화산업대학교 게임콘텐츠,
O청강문화산업대학교 게임콘텐츠
e-mail: lorelona08@gmail.com*, fewsw7@ck.ac.kr*, hnkim@ck.ac.krO

A Study on the Method Improving of the Probability Items in Game

Jae-Hyung Kim*, Do-Kyung Kim*, Hyo-Nam KimO
*Dept. of Game Contents, ChungKang College of Culture Industries,
ODept. of Game Contents, ChungKang College of Culture Industries

● 요 약 ●

게임 시장에서는 다양한 형태로 확률형 아이템을 판매하고 있다. 그 중 확률형 아이템은 게임사의 주요 수입원이다. 그러나 유저들에게는 확률형 아이템의 랜덤성 때문에 게임을 즐기는 데 있어서 스트레스를 받고 정확하지 않은 과금액과 사행성이 담겨 있는 판매 방식으로 인해 혹평을 내놓는다. 본 논문에서는 설문을 기반으로 유저가 확률형 아이템의 어느 부분에 불만이 있는지 구체적으로 제시하여 기업이 유저들의 불만을 파악하고 줄이는데 도움을 주고자 한다.

키워드: 확률형 아이템(Probability Item), 모바일 게임(Mobile Game), 랜덤성(Randomness)

I. Introduction

게임 시장의 다양한 확률형 아이템은 기업의 주요 수익 모델 중 하나이다. 특히 온라인 PC 게임보다는 모바일 게임에서 그 경향이 특히 도드라진다. 그 원인으로는 모바일 게임의 대부분이 랜덤 뽑기를 통한 아이템 획득을 주요 수익 모델로 삼고 있기 때문이다[1].

예를 들어 구글 플레이 스토어에서 오랫동안 매출 순위 1위를 지키고 있는 리니지 2M(NCsoft, 2019) 의 경우 다양한 뽑기 아이템과 확률적인 아이템의 강화 시스템을 통해서 어마어마한 매출을 올리고 있다[2].

이 같은 수익 모델을 많은 후발 게임 개발자들이 벤치마킹하여 모바일 게임 업계에서 랜덤성을 이용한 수익 모델은 매우 흔하고 수익을 보장받는 모델이 되었다. 확률형 아이템의 기업에게 있어서는 수익성이 매우 뛰어난 사업 모델이지만 유저 입장에서는 확정적으로 아이템을 획득할 수 없고 정확히 얼마를 지불해야 아이템을 획득할 수 있는지 알 수도 없는 사업 모델이다. 때문에 이 같은 사업 모델은 유저들에게는 분명히 문제라고 인식되어지고 있다[3].

이 같은 사업 모델은 유저들로 하여금 기업을 신뢰할 수 없기 하는 모델이다. 진짜 확률을 신뢰할 수 없게 하며, 자신이 지불해야 하는 돈이 얼마인지도 정확히 알 수도 없다. 이 같은 문제를 반드시 해결해야만 유저들이 기업을 신뢰할 수 있다.

본 논문에서는 유저가 기업을 신뢰할 수 없으면 기업이 시도할 수 있는 수가 적어지고 이 같은 현상이 길어지면 기업의 경쟁력 약화로 이어져, 결국엔 시장이 침체된다. 따라서 이 같은 문제를 해결하기 위한 방법을 제안한다.

II. The Main Subject

게임 이용자들의 생각을 알아보기 위해서 108명의 게임 이용자들에게 설문조사를 받았다. 이들은 모두 모바일 게임 이용 경험이 있는 이들이며 인터넷 게임 커뮤니티를 통해 응답을 받았다.

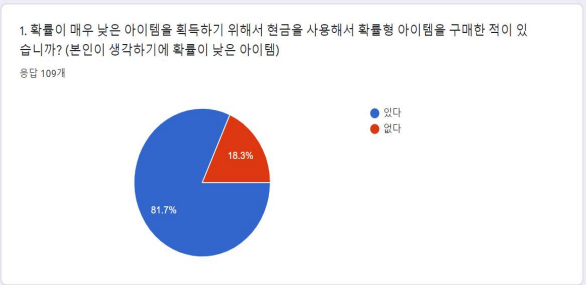

Fig. 1. Probability item purchase experience survey results

응답자중 81.7% 의 이용자들이 게임에서 확률형 아이템을 획득하기 위해서 현금을 사용했다고 응답했다. 매우 높은 비율로 확률형 아이템을 구매한 경험을 갖고 있다.

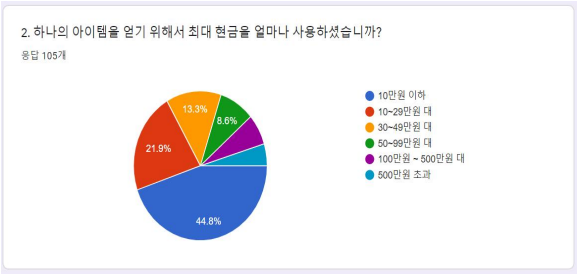

Fig. 2. Probability item maximum purchase amount

확률형 아이템을 구매한 경험을 갖고 있는 이들 중 44.8% 의 비율로 10만원 이하로 현금으로 아이템을 구매해보았다고 응답 했으며, 500만원을 초과하는 금액을 사용한 이용자도 존재했다.

최소 10만원 이상의 현금 구매 경험이 있는 이용자는 55.2% 의 비율을 가지고 있었다.

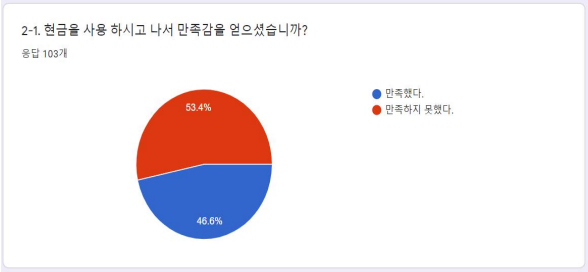

Fig. 3. Satisfaction of purchasing Probability items

그러나 많은 구매 비율과 금액에도 불구하고 구매에 만족한다는 이용자는 46.6% 에 불과했다. 확률형 아이템을 구매하는 절반의 사람들은 구매에 불만족했다.

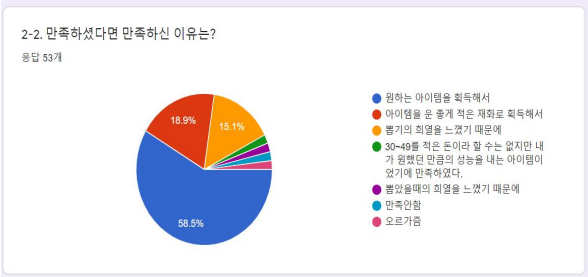

Fig. 4. Reason for purchase satisfaction

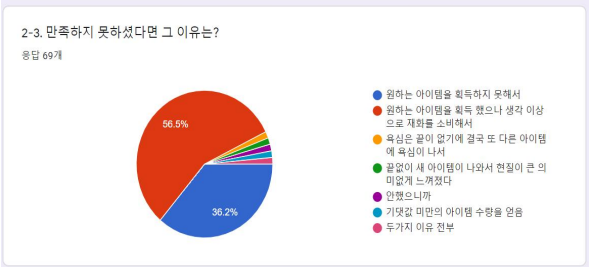

Fig. 5. Reasons for unsatisfactory purchase

구매에 만족한 사람들 중 58.5% 의 사람들은 자신이 구매하길 원하는 아이템을 획득 했기 때문에 만족했다고 응답하였으며, 18.9% 의 사람들은 자신이 예상한 금액보다 덜 썼기 때문에 만족하였다고 응답하였다.

즉 확률형 아이템 구매자 중에서는 77.4% 에 달하는 비율로 자신이 원하는 아이템을 획득해야만 만족했다는 응답이다.

반면 확률형 아이템에 불만족한 사람들은 56.5% 의 비율로 아이템을 획득 했더라도 자신의 생각 이상으로 돈을 써서 불만을 가지고 있었다. 거기에 36.2% 의 사람들은 원하는 아이템을 획득조차 하지 못했다.

무려 92.7% 에 달하는 비중으로 구매 불만족자들은 자신의 생각과 달리 금액을 더 많이 썼거나, 썼더라도 획득하지 못한 것에 큰 불만을 갖고 있었다.

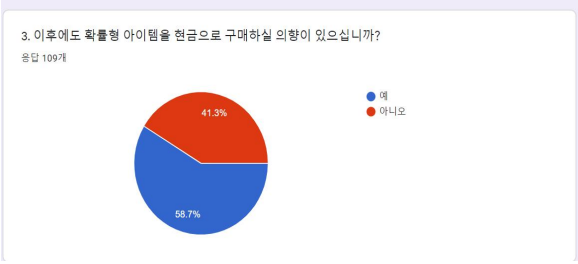

Fig. 6. Intention to purchase probability items

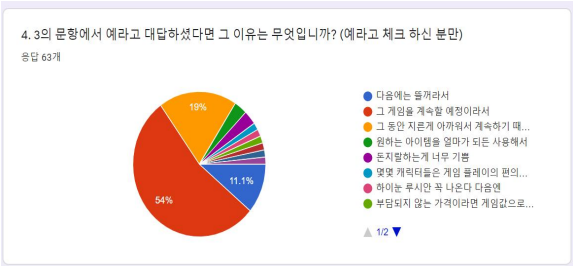

Fig. 7. Reasons to Purchase Probability Items

이후에도 확률형 아이템의 구매를 하겠냐는 질문에 예라고 대답한 비율이 58.7% 로 응답되었다. 그 이유로 가장 큰 것은 해당 게임을 계속하기 때문(54%) 이었다.

게임의 확률형 아이템 구매 경험에 불만족하기 때문에 구매하지 않는 비율이 상당히 높았다. 이미 한번 불합리라고 여겨진 구매 방식을 겪은 이들은 추후에도 구매할 가능성은 낮다. 이 현상이 장기적으로

지속 된다면 이 확률형 아이템이 결국엔 팔리지 않고 수익이 지속적으로 줄어들게 될 것이다.

확률형 아이템의 수익 구조가 붕괴한다면, 이 확률형 아이템의 수익 구조가 사업 모델의 가장 큰 부분을 차지 하고 있는 모바일 게임에서는 큰 위기가 찾아오게 될 것이다[4].

이미 확률형 아이템의 판매가 오래된 만큼 금방 붕괴가 찾아올 것이라 여기긴 힘들다. 하나, 유저들이 이 구매 방식에 대해서 불만을 가지고 있는 것은 확실하다. 이 같은 불만이 쌓일 수 밖에 없는 구조에서 유저들의 불만이 폭발한다면 확률형 아이템의 판매 자체가 힘들어질 수 있다.

Fig. 8. Is there a problem with the probabilistic item?

확률형 아이템을 계속 구매하겠다는 비율이 적지 않게 나왔지만, 그럼에도 확률형 아이템 구매 방식에는 문제가 있다고 응답한 비율이 84.4% 결과를 보이는 것은 게임 사용자들이 확률형 아이템 구매 방식에 불만을 가지고 있음을 알 수 있다.

구매자 대부분이 확률형 아이템의 구매 방식에는 문제가 있다고 느끼고 있었다. 때문에 이 같은 구매 방식은 반드시 어떤 형태로든 문제가 해소 되어야만 하는 문제다.

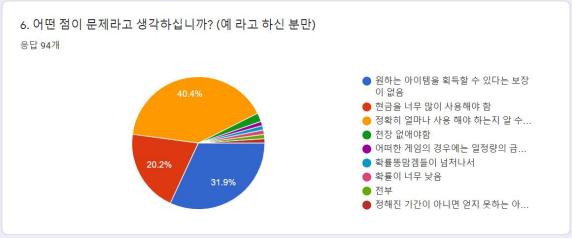

Fig. 9. What's wrong with probabilistic items?

그 중에서도 이용자들이 문제를 느낀 부분은 정확히 얼마를 사용해야 하는지 모른다는 점(40.4%), 원하는 아이템을 획득할 보장이 없다는 점(31.9%), 돈을 너무 많이 사용해야 한다는 점(20.2%) 순으로 응답이 나왔다.

즉 기업들이 알아내야 하는 부분은 정확히 얼마를 사용해야 하는지, 어느 정도를 사용해야 확정으로 획득할 수 있는지, 어느 정도가 합리적인 가격인지, 이 세 가지이다. 이 밖에도 여러 조치가 필요하지만 이 부분이 가장 큰 불만 요소이다.

III. Conclusions

현재 구글 플레이 스토어의 순위권에 있는 매출 상위권의 대부분의 게임이 확률형 아이템을 판매하는 방식으로 많은 매출을 올리고 있다.

다만 이 같은 매출은 이런 확률형 아이템의 판매 방식에 익숙해진 유저들 중 극히 일부가 올려주는 매출이다. 그림2의 설문 응답자 중 극히 일부의 이용자만이 하나의 아이템을 구매하기 위해서 500만원을 초과하는 현금을 사용했다. 이런 이용자는 매우 소수이지만, 500만원을 사용한 이용자 혼자라면 5만원씩 사용하는 유저들 100명분의 매출을 올린셈이다.

돈을 많이 지출하는 극히 일부 유저에게 의존하는 기형적인 수익 모델은 매우 위험하다. 유저가 사라지거나, 투자한 돈에 비해서 아이템을 획득하지 못하는 등의 이유로 게임을 더 이상 플레이 하지 않게 되면 즉시 수익원이 사라지는 것이다. 게임이 붕괴하면 기업이 무너지고, 게임 시장이 결국에는 붕괴된다.

따라서 기업은 유저의 가장 큰 불만족한 점들을 해결하기 위한 방안을 제시하고, 이 같은 모습을 꾸준히 보여주면서 유저들의 신뢰를 얻고 유저들을 지속적으로 끌어 모으는 모습을 보여주어야만 한다.

한 번에 확률형 아이템의 판매 방식을 바꿀 수는 없겠지만 적어도 정확히 얼마를 사용해야 아이템을 확정적으로 무엇을 얻을 수 있는지는 명확하게 표기해야만 하고, 적절한 판매 금액을 책정해야 한다. 유저들의 불만이 모두 사라지진 않겠지만 주요 불만들은 상당히 줄어들 수 있다.

마지막으로 제안하고자 하는 내용은 기업은 꾸준히 변하려는 모습을 보여주고 유저는 변하려는 기업의 게임을 플레이함으로써 이들의 신뢰관계를 계속 구축해나가야 하는 것이 국내 게임 산업의 발전을 도모할 수 있는 방법이라 생각한다. 그렇게 서로의 신뢰관계가 쌓이면 쌓일수록 더욱 더 건강한 게임 시장이 구축될 수 있을 것이다.

REFERENCES

[1] http://www.inews24.com/view/1261198
[2] https://journal.kiso.or.kr/?p=6205
[3] Choi, Seong-Hun, Kim, Seung-In, "A Study on Interaction Design for Improving Usability of Random item box in Korean Mobile Game," Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 9, Issue 2, pp. 137-143, Feb. 2018,
[4] http://www.kocca.kr/cop/bbs/view