

# 모바일게임 이용자의 지속사용 영향요인분석: 성별과 국적에 따른 라이프스타일을 중심으로

심선애\*, 정형원\*\*

광운대학교 일반대학원 홀로그래피3D콘텐츠학과\*

광운대학교 자연과학대학 정보콘텐츠학과\*\*

## An Analysis of Influential Factors from Continuous Use by Mobile Game Users : Lifestyle under Gender and Nationality

Sun-Ae Shim\*, Hyung-Won Jung\*\*

Dept. of Holography 3D Contents, Kwangwoon Graduate School\*

Dept. of Information & Contents, College of Natural Science Kwangwoon univ\*\*

요 약 라이프스타일은 사회전체 또는 사회의 일부 구성원들이 공통으로 가지고 있는 생활양식이므로 소비자 행동을 이해하는 중요한 변수이다. 이에 본 연구는 모바일게임 이용자의 라이프스타일과 게임 지속사용의도 간의 관계를 파악하고자 한국과 중국의 20세 이상 성인 모바일게임 이용자를 대상으로 설문조사를 시행하였으며 수집된 데이터는 통계패키지 프로그램인 SPSS 20.0을 사용하여 위계적 다중회귀분석을 시행하였다. 설문에 참석한 인원은 총 212명으로 성별의 비율은 남성과 여성이 50 대 50이고 국적은 대한민국 107명, 중국 105명이다. 연구결과 첫째, 라이프스타일을 고려하지 않는다면, 남자일수록, 대한민국 국적이 아닐수록(중국 국적일수록) 지속사용의도가 높은 것으로 확인되었다. 둘째, 모바일게임 사용자의 라이프스타일 중 도전추구, 유행추구, 보수 및 과시형은 게임의 지속사용의도에 중요한 원인변수가 될 수 있다. 그러나 이러한 라이프스타일의 영향력은 개인의 성별이나 국적에 따라 다르다는 것과 연관 지어 설명할 수는 없다. 연구결과를 바탕으로 향후 중국 모바일게임 시장에 진출하고자 하는 기업과 정부 정책의 전략적 방안 수립을 위한 기초 자료로 제공하고자 한다.

주제어 : 모바일게임, 라이프스타일, 지속사용의도, 도전추구, 창조지향, 유행추구, 보수 및 과시형

**Abstract** Lifestyle is an important variable to understand consumer behavior because it is a lifestyle that is common to all members of society or some members of society. so In this study, the survey has been performed on adult mobile game users over the age of 20 in Korea and China to evaluate the correlation between lifestyle and will of continuous use of game by mobile game users, and the hierarchical multiple regression analysis has been performed on the collected data by using the statistical package program SPSS 20.0. There were total 212 respondents with the gender ratio of 50:50, and 107 respondents were Korean, and 105 respondents were Chinese. As a result of study, first, regardless of lifestyle, more male and more Chinese respondents showed higher will of continuous use. Second, among mobile game user lifestyles, the challenge-oriented, trend-oriented, conservative, and ostentatious lifestyles could become significant causal variables for the will of continuous use of game. Yet, the influence of such lifestyle was not correlated with individual genders or nationalities. The result of this study will be provided as the basic data to establish the strategic solution for companies and government policies for entrance into the mobile game market of China in the future.

**Key Words** : Mobil game, Lifestyle, Will of Continuous Use, Challenge-oriented, Creation-oriented, Trend-oriented, Conservative and Ostentatious

Received 30 March 2017, Revised 1 May 2017

Accepted 20 May 2017, Published 28 May 2017

Corresponding Author: Hyung-Won Jung

(Dept. of Game Studies, Kwangwoon Graduate School of Information Contents)

Email: hwjung@kw.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial of License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

한국콘텐츠진흥원[1]의 2017년 콘텐츠산업 전망 보고서에 따르면 2017년 국내 게임 산업 매출액은 2016년 대비 2.9% 증가한 11조 6,000억 원, 수출은 6.4% 증가한 36억 7,000만 달러로 기대하고 있다. 2009년 한국 모바일게임 시장의 세계시장 점유율은 2.8%였으나 게임 시장의 규모가 급격하게 커지면서 2015년에는 14.1%로 크게 늘어났다. 하지만 한국 모바일게임 시장의 규모가 거의 최고점에 다다른 것으로 평가되고 있어, 새롭게 시장 성장을 견인해 갈 요인들이 발견되지 않는다면 점차로 모바일게임 시장이 차지하는 비중은 감소해 갈 것으로 예상하고 있다.

국내 게임 시장은 이미 포화상태로 게임 업체들은 해외에 눈을 돌리고 있다. 2015년 수출국 비중을 살펴보면 중화권이 31.6%로 가장 높게 나타났다. 이에 따라 한국 게임 산업의 중국 진출을 위한 많은 연구가 진행되고 있다. 한국 온라인 게임기업의 해외시장 진출 전략-중국사례 연구(곽진, 2008), 한국 온라인게임산업의 중국시장진출 방안 연구(권재현, 2010), 한-중 게임 산업 발전방향 연구-온라인 게임 산업 중심으로(장우상, 2013), 한국 온라인게임기업의 중국진출 전략에 관한 연구(손녕, 2016) 등이 있다.

기존의 연구들은 모바일게임 시장이 아닌 온라인게임 시장을 중심으로 이루어졌으며 특히 모바일게임 이용자에 대한 연구는 부족한 실정이다. 중국 모바일게임 시장은 13억 인구라는 규모에 더해 잠재력과 구매력이 높아 게임업체들의 관심이 집중되어 있지만 그 어떤 시장보다도 모바일게임 시장의 분석이 어려운 시장으로 정평이나 있는 상황이다. 중국진출을 목표로 하는 모바일게임은 제품의 성능에 대한 품질과 함께 중국 모바일게임 이용자에 대한 문화적, 사회적 특성과 환경의 이해가 없으면 성공하기 어려운 시장으로 변모했다[2, 3]. 이러한 환경에서 모바일게임의 지속사용에 영향을 주는 요인 중 라이프스타일을 중심으로 분석하고 인구사회학적 특성인 성별과 국적 간에 어떠한 차이가 나타나는지를 알아보는 연구의 필요성이 제기된다.

이러한 연구의 필요성에 따라 선행연구에서 도출한 모바일게임 라이프스타일과 모바일게임 이용자의 지속사용의도 측정도구를 사용하여 한국과 중국의 20세 이상

성인 모바일게임 이용자를 대상으로 설문조사를 시행하였으며, 수집된 데이터는 통계패키지 프로그램인 SPSS 20.0을 사용하여 위계적 다중회귀분석을 시행하였다. 연구결과를 바탕으로 향후 중국 모바일게임 시장에 진출하고자 하는 기업과 정부 정책의 전략적 방안 수립을 위한 기초 자료로 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 라이프스타일

#### 2.1.1 라이프스타일의 개념

라이프스타일이란 '사회전체 또는 사회의 일부 구성원들이 공통으로 가지고 있는 생활양식'이라고 정의된다[4]. 'style of life'라는 용어를 처음 사용한 Adler는 개인을 행동 주체로써 외부 자극에 대한 능동적이며 목표지향적인 존재로 보았다. 또한, 라이프스타일이란 이러한 개인의 통일성과 일관성을 찾아내어 개인행동을 예측할 수 있는 도구라고 정의했다[5]. 김동기(1993)는 사회 일부 계층이나 전체의 특정 생활양식이 라이프스타일이고, 이것은 심벌이나 행동양식 또는 가치관, 문화, 자원의 총화로 상품이 소비행위를 통해 특정 집단이나 특정 사회의 성격을 반영한다고 설명하였다[6]. 이상의 의견을 종합해 볼 때, 라이프스타일은 '사회의 구성원이 개인에게 내면화되어 있는 개성과 사회가치를 기반으로 하여 사회적 성격을 반영한 공통적인 생활양식'으로 정의할 수 있다.

이러한 라이프스타일이 소비자에 대한 연구에 사용되는 것은 소비자와 의사소통을 하는 등의 소비자 이해나 목표로 삼은 소비자에게 접근할 수 있는 지름길을 제공한다는 데에서 그 의미가 있다[7]. 따라서 1960년대 초반에 소비자행동이나 마케팅 분야에서 라이프스타일에 대한 분석방법이 본격화되었고, 시장 세분화(market segmentation)를 연구하는 하나의 기준으로 활용되기 시작하였다[8].

다양한 라이프스타일 분석법 중 현재 가장 많이 사용되는 것은 AIO(Activities, Interest, Opinions) 분석법, 사 이코그래픽(Psychographics) 분석법, 그리고 VALS(Values and Lifestyles) 분석법으로 나눌 수 있다(Solomon, 1994; 박성연, 1996에서 재인용)[9]. AIO(활동·관심·의견: Activities, Interest, Opinions) 분석법과

‘사이코그래픽 (Psycho-graphic analysis)’ 분석법은 대상자들을 몇 개의 세부 집단으로 분류하여 각 집단의 특성을 비교하는 방법으로 이를 ‘미시적 분석법’으로 분류한다.

VALS 분석법은 Stanford Research Institute(SRI)에서 사용된 분석 방법으로 미국인들의 가치와 생활이 어떻게 그들의 믿음과 행동에 영향을 미치는가를 알아보기 위해 시작되었으며 이것을 ‘거시적 라이프스타일 분석법’으로 분류하고 있다. 이러한 거시적 라이프스타일 분석법은 특정 사회를 구성하고 있는 사람들의 욕구(needs)와 신념(beliefs) 그리고 가치(values)가 어떻게 변화하고 있는지를 포괄적으로 측정하는 방법이다. VALS는 인구통계학적, 행동, 경제, 태도, 제품소비와 소비 행동에 관한 연구에서 주로 사용하고 있다.

반면 AIO 분석법은 소비자 집단을 그들의 주 활동과 관심 영역, 그리고 상품이나 활동에 대한 의견이라는 세 가지 차원과 인구통계학적 변수로 분리하여 분석하는 방법으로 라이프스타일의 이해를 통해 사회를 세분해보는데 주로 사용되고 있다(Plummer, 1974; 최석신, 히로시, 이광배, 2002)[10]. 사이코그래픽 분석법은 개성, 가치, 신념 등 AIO 분석틀 보다는 개인의 특징적 변수들의 외적 행동의 내적/심리적 배경을 파악하는 데 주로 사용되었으며, 사이코그래픽 패턴의 유사성을 가진 소비자들이 각각 세분화된 시장 영역을 차지한다는 전제를 가지고 시장 세분화의 수단으로 활용되어 왔다(박성연, 1996). 이렇듯 지금까지의 라이프스타일에 관한 선행연구는 상황과 필요에 따라 다양한 틀을 변형하여 이용해왔다.

이에 본 연구에서는 모바일게임 이용자의 지속사용 영향요인을 분석함에 있어서 성별이나 국적과 같은 서로 다른 집단의 공통점과 차이점을 함께 살펴보는 것이 목적이므로 거시적 라이프스타일의 분석이 유용한 방법이 될 수 있을 것으로 사료된다.

### 2.1.2 라이프스타일의 구성요소

라이프스타일의 유형은 연구 목적에 따라 다양하게 나뉜다. 기존 선행연구에서의 이론적 고찰과 새롭게 밝혀진 결론을 바탕으로 라이프스타일의 유형을 나누기도 하고 연구 목적에 맞는 독자적인 라이프스타일 유형을 명명한 학자도 있다. 새로운 라이프스타일 유형을 명명한 학자 중 공정에(1990)는 ‘사교형’, ‘무관심형’, ‘신중

형’, ‘욕구불만형’, ‘보수적형’, ‘자기우월지향형’, ‘품위지향형’, ‘자기중심형’ 등 8개로 분류[11]하였고, 안영면(1991)의 연구에서는 ‘개인중심형’, ‘가정중심형’, ‘전통중심형’, ‘실용중심형’, ‘사회중심형’ 등 5개로 라이프스타일을 나누었다[12].

Zuckerman(1979)은 충동적 소비연구에서 라이프스타일의 요인을 네 가지로 구분하였는데 ‘모험추구형’, ‘경험추구형’, ‘억제불능’, 그리고 ‘지루함’들이다[13]. 카지노 방문객의 라이프스타일에 대한 요인을 연구한 유순호(2005)는 ‘안정추구형’, ‘활동추구형’, ‘적극추구형’, ‘외향추구형’, ‘전통추구형’등 5개의 요인으로 구분하였다[14]. 이진희(2005)는 라이프스타일 유형에 따른 관광 상품 개발에 관한 연구에서 ‘사회활동형’, ‘자기성취형’, ‘건강추구형’, ‘패션의식형’, ‘스포츠열광형’ 등 5개의 요인을 선정하였다[15]. 이렇듯 라이프스타일에 관한 연구는 마케팅과 소비자의 행동연구 분야에서 주로 사용됐다는 것을 알 수 있다.

현재 게임과 관련된 라이프스타일 연구는 초기 단계다. N세대의 라이프스타일과 성향 및 게임 이용 실태를 연구한 한상만, 김윤식, 연민홍(2001)의 자료를 보면 ‘관계중심생활 추구형’, ‘현재 개인행복 추구형’, ‘합리적 현실생활 추구형’, ‘과시적생활 추구형’, ‘편의생활 추구형’으로 라이프스타일 유형을 분류[16]하였으며 장근영(2003)의 연구에서는 온라인게임 라이프스타일 요인을 ‘사회지향성’, ‘전통적 규범지향’, ‘반사회적 성향’, ‘게임지상주의’, ‘개인적 성취지향’, ‘물질주의’, ‘수직적 집단주의’, ‘성/연령 차별주의’, ‘반집단주의’로 나누었다[8]. 인터넷 사용자의 라이프스타일과 온라인게임의 이용 동기와의 관계를 연구한 전호찬(2001)은 라이프스타일을 구성하는 요인을 ‘콘텐츠’, ‘커머스’, ‘커뮤니티’, ‘커뮤니케이션’의 요인으로 구분[17]하였으며 베이비붐세대의 라이프스타일에 따른 스마트폰 사용행태를 연구한 안민혜(2012)는 라이프스타일 측정 항목의 요인을 ‘성취도전’, ‘물질추구’, ‘유행추구’, ‘안전지향’, ‘종교지향’, ‘전통보수’, ‘건강추구’로 선정하였다[18]. 배수경(2009)은 라이프스타일 요인이 개인적 가치와 게임 선호도에 미치는 영향관계를 분석하였는데 분석결과 라이프스타일 요인 중 ‘유행추구요인’, ‘보수 및 과시형’, ‘창조지향요인’이 개인적 가치와 게임 선호도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다[19].

본 연구에서는 모바일게임 이용자의 라이프스타일과

지속사용의도와와의 영향요인에 관한 연구이므로 배수경 (2009)의 연구에서 사용된 라이프스타일 네 가지 요인(도 전추구, 창조지향, 유행추구, 보수 및 과시형)을 사용하였다.

## 2.2 지속사용의도

지속사용의도란 어떤 제품이나 서비스에 대하여 고객이 미래에도 그 제품이나 서비스를 지속해서 이용할 가능성을 말한다[20]. 원일석(2014)은 사용의도에 대해 '사용자가 어떤 대상에 대한 태도를 형성하고 특정한 미래 행동으로 나타내려는 사용자의 의지와 신념'으로 설명했다[21]. 정보시스템에서는 지속사용에 대한 설명을 일회성 행동이 아닌 일상의 일부가 된 행동양식이라고 했다. 마케팅과 관련된 연구들은 상품이나 서비스의 성공은 소비자의 최초 사용이 아니라 지속사용에서 비롯된다고 주장하고 있다[22]. 그리고 이 행위가 브랜드나 상품에 접목되었을 때, 지속적 사용의도(Intention of Continuous Use)라는 개념이 도출되며, 이는 '특정 기업이나 브랜드 또는 소프트웨어나 서비스와의 관계를 지속하고자 하는 의지'를 의미하고, 이 의지가 행동으로 변화할 수 있는 주관적인 가능성을 포함하며, '거래지속의도'나 '상품의 재구매 의도'와 같은 개념과 유사하게 된다고 설명한다[23].

이상의 개념을 종합해 볼 때, '지속사용'은 '특정 기업의 브랜드나 서비스와의 관계나 상품을 사용하고자 하는 의지가 행동으로 변화할 수 있는 소비자의 주관적 가능성'으로 정의할 수 있다.

지속적 사용의도의 중요성은 선행연구에서 입증된 바가 있다. Zeithaml et al(1996)은 '기존 고객은 신규고객의 상품구매량에 비해 더 많은 제품을 구매하고 비용 또한 더 많이 지급하고 있으므로 신규 고객 유치보다는 기존 고객의 유지가 매출 증가에 유리하다'고 설명[24]하였고 고객 유지율이 5% 상승하면 이윤은 25~95% 증가하며 마케팅 비율은 18% 감소한다고 밝혀졌다[25]. 이런 이유로 원일석(2014)은 '경쟁사의 신작에 대항하는 새로운 게임을 만드는 것보다는 자사의 안정적인 매출 증진을 도와 줄 수 있는 지속적 사용의도를 가진 사용자를 확보하여 기존 성공한 게임을 가지고 서비스를 견고하게 유지하는 것이 중요하다'고 설명했다[21].

이에 본 연구에서는 모바일게임 이용자가 모바일게임을 지속사용하게 되는 영향요인을 발견하기 위해 원일석(2014)의 지속사용 측정 방식을 모바일게임에 맞게 연구

문항을 수정하여 사용하였다.

## 2.3 선행연구

게임이용자에 대한 연구에서 최근 청소년을 대상으로 한 경우는 교육학적 관점에서 중독이나 사행성과 같은 부정적인 효과에 대한 연구가 진행되고, 이때 게임 이용자의 인구사회학적 특성에 대한 보고에서는 성별 간 차이가 있다는 데 관심을 기울인다[26]. 즉, 청소년에 대해서는 게임이 남자에게 치중되어 있다는 것이다.

그러나 일반 성인 소비자(중국유학생)를 대상으로 한 게임 관련 연구에서는 성별 간 차이에 대해서는 모호한 해석을 내놓고 있다. 즉, 김종무(2013)의 연구를 통해 보고되는 내용을 살펴보면, 게임유형선호도와 이용 빈도의 경우 성별 간 차이는 나타나지 않고 있으며, 성별 간 차이가 있다고 보고되는 내용은 스포츠 게임의 경우는 남자가 많고, 이용 장소의 경우도 남자는 학교나 직장, 대중교통에서, 여자는 집과 대중교통에서 이용하는 경우가 많다고 하였다[27].

이처럼 연구의 대상에 따라 게임 이용자의 인구사회학적 특성 간 차이는 일관되지 않게 나타난다. 사실, 이러한 결과는 2003년 장근영(2003)의 연구보고에서 제시된 바 있었다. 즉, 온라인게임 연구에서 인구사회학적 변인으로는 단편적이고 비일관적인 결과밖에 도출 못 한다고 하였고, 따라서 이용자의 라이프스타일이 중요시된다는 것이다[8]. 게임 관련 연구를 더 조사해 보면, 이용자의 라이프스타일에 주목하는 연구가 많이 보고되고 있다(황상민·장근영, 2003; 배수경, 2009; 이경중·송길섭, 2009; 손영미 외, 2007; 장정훈 외, 2008; 황상민·허미연, 2005).

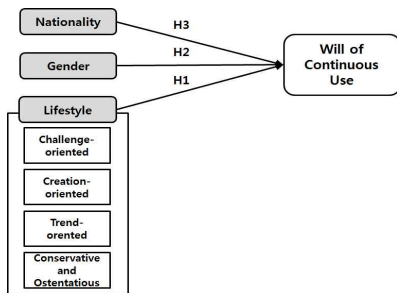
게임 이용자의 라이프스타일이 게임 관련 연구에서 주목받고 있는 이유는 이용자의 라이프스타일에 따라서 게임의 이용 의사가 영향을 받기 때문이다[19]. 하지만, 여전히 게임 이용자의 인구사회학적인 특성은 이 관계에서도 어떠한 결과를 도출할지는 의문이다. 특히나 최근과 같이 스마트폰이 대중화되고, 언제 어디서나 게임을 통한 여가시간 활용이 가능해진 상황에서 게임 이용자의 인구사회학적 특성을 파악하는 것은 더욱 더 중요한 가치를 지닐 수 있다. 뿐만 아니라 우리나라 게임 산업의 세계화를 위한 목적에서 외국의 게임이용자들에 대한 라이프스타일이나 인구사회학적 특성을 파악하는 것은 게임의 경쟁력 확보에 큰 밑거름이 될 수 있다.

따라서 모바일게임 이용자의 라이프스타일과 게임 지속의도에 대한 경로를 살펴봄에 있어서 이용자의 인구사회학적 특성인 성별과 국적 간에 어떠한 차이가 나타나는지를 살펴보는 연구의 필요성이 제기된다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1 연구모형과 가설제시

모바일게임 이용자의 라이프스타일과 지속사용의도와 관련한 선행연구의 내용을 바탕으로 다음의 [Fig. 1] 과 같은 연구모형을 설정하였다.



[Fig. 1] Research model

연구모형을 통해 기존의 모바일게임 이용자의 라이프스타일과 게임 지속사용의도 간의 관계를 파악함과 동시에 한국과 중국의 국적 및 성별 간 차이를 파악함으로써 모바일게임 이용자의 일반적인 경로에 대한 인구사회학적 특성이 나타날 수 있도록 하였다.

구체적인 연구가설은 다음과 같다.

- H1. 모바일게임 이용자의 라이프스타일은 지속사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2. H1의 영향력은 게임 이용자의 성별에 따라 다를 것이다.
- H3. H1의 영향력은 게임 이용자의 국적에 따라 다를 것이다.

#### 3.2 측정도구

##### 3.2.1 라이프스타일

모바일게임 라이프스타일의 요인을 추출하기 위해 Mitchell & Spengler(1983)[28] 에 의해 제안된 Value and Lifestyle (VALSII)라는 24문항의 측정도구를 18문항으

로 수정 사용한 배수경(2009)의 도구를 사용하였다. 이 도구는 도전추구 요인 5개 문항, 창조지향 요인 5개 문항, 유행추구요인 3개 문항, 보수 및 과시형 5개 문항 등 총 18문항이며, Likert형 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

##### 3.2.2 지속사용의도

원일석(2014)의 연구에 기초하여 모바일게임 이용자가 지속사용을 하게 되는 영향요인을 발견하기 위해 지속사용 측정 방식을 모바일게임에 맞게 연구 문항을 수정하여 사용하였다. 모바일게임의 지속사용의지 정도를 측정하는 문항은 4문항이며 Likert형 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

##### 3.2.3 개인적 배경 : 성별과 국적

##### 3.3 자료수집과 분석절차

모바일게임 이용자의 지속사용 영향요인을 분석하기 위해 한국과 중국의 20세 이상 성인 모바일게임 이용자를 대상으로 설문조사를 하였으며, 표본은 무작위표본추출방식으로 하였다. 수집된 데이터는 통계패키지 프로그램인 SPSS 20.0을 사용하여 분석 처리하였으며, 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 데이터의 정제화를 위해 결측치, 정규성, 이상치 조사를 하였다.

둘째, 조사대상자의 인구사회학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 하였다.

셋째, 측정도구의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위하여 탐색적 요인분석과 신뢰도 검증(Cronbach's α)을 실시하였다.

넷째, 연구가설 H1, H2, H3를 검증하기 위하여 위계적 다중회귀분석을 시행하였다.

### 4. 실증분석

#### 4.1 조사대상자의 인구사회학적 특성

본 연구를 위해 실시한 설문조사에 응답한 응답자는 전체 212명이며, 왜도(skew)와 첨도(kurtosis)값은 모두 절댓값 4 미만으로 나타나 정규성이 확보되었으며, 이상치는 없는 것으로 나타났다.

전체 응답자 212명에 대한 인구사회학적 현황을 살펴 보기 위해 실시한 빈도분석 결과는 다음의 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Personal Background

		Frequency	(%)
Gender	Male	106	50
	Female	106	50
Nationality	South Korea	107	50.5
	China	105	49.5
Age	20's	78	36.8
	30's	88	41.5
	40's	46	21.7
Job	University student (postgraduate)	37	17.5
	Office worker	135	63.7
	Etc	40	18.9
Will of future investment of time for use of game	Less than 1 hour	13	6.1
	1 to 2 hours	115	54.2
	2 to 3 hours	44	20.8
	3 to 4 hours	22	10.4
	More than 4 hour	18	8.5
Total		212	100

212명 응답자 중 성별은 남자 106명(50%), 여자 106명(50%), 국적은 대한민국 107명(50.5%), 중국 105명(49.5%)으로 구성되어 있다. 연령은 20대 78명(36.8%), 30대 88명(41.5%), 40대 46명(21.7%) 순으로 나타났다. 직업으로는 대학(원)생 37명(17.5%), 일반사무직 135명(63.7%), 기타 40명(18.9%)으로 나타났다. 그리고 응답자의 모바일게임 향후 이용시간에 대한 의견을 조사한 결과 향후 게임 이용시간 투자의향은 1~2시간, 2~3시간, 3~4시간, 4시간 이상, 1시간 미만 순으로 나타났고, 1~2시간이 절반 이상을 차지하고 있다.

#### 4.2 측정도구의 타당성과 신뢰성 검증

본 연구에서는 라이프스타일, 지속사용의도 측정도구를 사용하였으며, 이 측정도구 구성의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

탐색적 요인분석은 주성분 분석의 Varymax 직각회전 방식을 사용하였으며, 고윳값 1 이상, 요인적재량 0.3 이상의 기준을 적용하였다. 또한 신뢰도 분석의 경우 Cronbach's  $\alpha$ 값을 도출하였으며, 0.6을 기준으로 하여 0.6 이상일 경우 높은 신뢰도를 보이는 것으로 하였다.

#### 4.2.1 라이프스타일 도구의 타당성과 신뢰성

라이프스타일은 도전추구 요인 5개 문항, 창조지향 요인 5개 문항, 유행추구 요인 3개 문항, 보수 및 과시형 5개 문항 등 총 18문항으로 구성되었으며, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석결과는 다음의 <Table 2>와 같이 나타났다.

<Table 2> Feasibility and reliability of tool to measure lifestyle

	Ingredient			
	Challenge-oriented	Trend-oriented	Creation-oriented	Conservative and Ostentatious
Challenge-oriented1	.677	.356	.207	.153
Challenge-oriented2	.667	.253	.219	.011
Challenge-oriented3	.729	.097	.201	.102
Challenge-oriented4	.748	.187	.175	.143
Challenge-oriented5	.759	.250	.131	.238
Creation-oriented1	.106	.010	.642	.349
Creation-oriented2	.219	.242	.770	-.026
Creation-oriented3	.220	.115	.708	-.064
Creation-oriented4	.281	.095	.588	.278
Creation-oriented5	.571	.127	.386	.125
Trend-oriented1	.247	.817	.129	.137
Trend-oriented2	.238	.866	.125	.150
Trend-oriented3	.224	.836	.164	.168
Conservative and Ostentatious1	.402	.295	.065	.542
Conservative and Ostentatious2	.160	.140	-.009	.691
Conservative and Ostentatious3	.321	.371	.132	.562
Conservative and Ostentatious4	.319	-.014	.078	.507
Conservative and Ostentatious5	-.238	.079	.180	.602
Eigen value	3.701	2.761	2.300	2.108

요인분석 결과, 표준형성 적절성의 KMO(Kaiser-Meyer-Olein)측도값은 .811, Bartlett의 구형성 검정에 대한 유의확률 p값은 .000으로 나타나 모형은 적절하게 수립되었다. 6번의 회전 결과 4개의 성분이 도출되었으며, 모든 성분의 고유향은 1 이상으로 나타났고, 누적 분산은 60.391%를 설명하고 있었다.

그리고 각 성분에 해당하는 문항들의 요인적 재량값은 첫 번째 성분에서 도전추구 1, 2, 3, 4, 5번 문항이 최소 0.3 이상으로 나타나 도전추구 요인을 구성하였고, 두 번째 성분에서는 유행추구 1, 2, 3번 문항이 최소 0.3 이상으로 나타나 유행추구 요인을 구성하였으며, 세 번째 성분에서는 창조지향 1, 2, 3, 4, 5번 문항이 최소 0.3 이상으로 나타나 창조지향 요인을 구성하였고, 네 번째 성분에서는 보수 및 과시형 1, 2, 3, 4, 5번 문항이 0.3 이상으로 나타나 보수 및 과시형 요인을 구성하였다.

또한 각 성분의 신뢰도를 조사한 결과 도전추구 5문항은 Cronbach's  $\alpha$ 값이 .864, 유행추구 3문항은 .889, 창조지향 5문항은 .753, 보수 및 과시형 5문항은 .666으로 모두 0.6 이상으로 나타나 높은 신뢰도를 보여주었다.

#### 4.2.2 지속사용의도 도구의 타당성과 신뢰성

지속사용의도 도구는 4문항으로 구성되었으며, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과는 다음의 <Table 3>과 같이 나타났다.

<Table 3> Feasibility and reliability of tool to measure will of continuous use

	Ingredient
	Will of Continuous Use
Will of Continuous Use1	.722
Will of Continuous Use2	.723
Will of Continuous Use3	.688
Will of Continuous Use4	.716
Eigen value	2.030
Variance	50.758
Cumulative Variance	50.758
Cronbach's $\alpha$	0.671

요인분석 결과, 표준형성 적절성의 KMO(Kaiser-Meyer-Olein)측도값은 .616, Bartlett의 구형성 검정에 대한 유의확률 p값은 .000으로 나타나 모형은 적절하게 수립되었다. 성분은 1개가 도출되었으며, 고유향은 1 이상으로 나타났고, 누적 분산은 50.758%를 설명하고 있었다.

그리고 이 성분에 해당하는 문항들의 요인적 재량값은 지속사용의도 1, 2, 3, 4번 문항이 최소 0.3 이상으로 나타나 지속사용의도 요인을 구성하였다.

또한, 이 성분의 신뢰도를 조사한 결과 지속사용의도 4문항은 Cronbach's  $\alpha$ 값이 .671로서 0.6 이상으로 나타나 높은 신뢰도를 보여주었다.

### 4.3 위계적 다중회귀분석 결과

#### 4.3.1 주요변수의 상관관계

연구문제를 검증하기에 앞서 주요변수의 상관관계를 조사하였다. 상관관계는 Pearson's r 값을 살펴보았으며, 분석결과는 다음의 <Table 4>와 같이 나타났다.

<Table 4> An effect of lifestyle on will of continuous use

N=212

	Challenge-oriented	Creation-oriented	Trend-oriented	Conservative and Ostentatious	Will of Continuous Use
Challenge-oriented	1				
Creation-oriented	.595**	1			
Trend-oriented	.551**	.426**	1		
Conservative and Ostentatious	.494**	.436**	.475**	1	
Will of Continuous Use	.546**	.454**	.585**	.505**	1
Average	3.741	3.571	3.302	3.358	3.606
Standard Deviation	0.690	0.626	0.922	0.559	0.570

\*p<.05 \*\*p<.01

라이프스타일과 지속사용의도 간의 상관관계 분석 결과의 도전추구의  $r=.546(p<.01)$ , 창조지향의  $r=.454(p<.01)$ , 유행추구의  $r=.585(p<.01)$ , 보수 및 과시형의  $r=.505(p<.01)$ 로서 모두 유의한 정(+)의 상관을 나타내는 것으로 확인되었다.

#### 4.3.2 위계적 다중회귀분석 결과

본 연구에서 제시한 연구가설을 해결하기 위하여 응답자의 성별과 국적, 라이프스타일을 종속변수인 지속사용의도에 대해 독립변수로서 단계적으로 투입한 위계적

다중회귀분석을 시행하였고, 분석결과는 다음의 <Table 5>와 같이 나타났다.

<Table 5> A study of trend and inclination of game use and lifestyle of N-generation  
control variable : gender, nationality  
N=212

Model	B	S.e	$\beta$	t	p	Tolerance	VIF
1	Constant	3.587	.066		54.516	.000	
	Gender Group	.243	.075	.214	3.224	.001**	1.000
	Nationality Group	-.203	.075	-.178	-2.683	.008**	1.000
2	Constant	1.388	.219		6.328	.000	
	Gender Group	.046	.061	.040	.748	.455	.905
	Nationality Group	-.088	.059	-.077	-1.488	.138	.972
	Challenge-oriented	.160	.060	.193	2.679	.008**	.504
	Creation-oriented	.087	.060	.096	1.453	.148	.607
	Trend-oriented	.203	.040	.329	5.095	.000***	.632
	Conservative and Ostentatious	.197	.064	.193	3.084	.002**	.670
Model 1 : R <sup>2</sup> =.078, adj.R <sup>2</sup> =.069, F=8.878(p=.000***)							
Model 2 : R <sup>2</sup> =.461, adj.R <sup>2</sup> =.446, F=29.267(p=.000***)							

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

성별더미(남자 1), 국적더미(대한민국 1)

분석 결과 Model 1의 경우 adj.R<sup>2</sup>값은 .069로서 모형을 6.9% 설명하였으며, 분산의 F값은 8.878(p<.001)로서 유의하였다. 이 모형에서 공차한계는 1.0이상, 분산팽창지수(VIF)는 10 미만으로서 독립변수 간 다중공선성 문제는 발생하지 않았으며, 지속사용의도에 대한 성별의 영향력은  $\beta$ 값이 .214(p<.01)로서 정(+)의 방향에서 유의하게 나타나 남자일수록 지속사용의도가 높은 것을 알 수 있었다. 그리고 국적의 영향력은  $\beta$ 값이 -.178(p<.01)로서 부(-)의 방향에서 유의하게 나타나 대한민국이 아닐수록 지속사용의도가 높은 것을 알 수 있었다.

Model 2의 경우 adj.R<sup>2</sup>값은 .446으로서 모형을 44.6% 설명하였으며, 분산의 F값은 29.267(p<.001)로서 유의하였다. 이 모형에서 공차한계는 1.0 이상, 분산팽창지수(VIF)는 10 미만으로서 독립변수 간 다중공선성 문제는 발생하지 않았으며, 지속사용의도에 대한 성별의 영향력은  $\beta$ 값이 .040(p>.05)로서 유의하지 않게 나타났고 국적의 영향력도  $\beta$ 값이 -.077(p>.05)로서 유의하지 않게 나

타났다. 라이프스타일의 경우, 도전추구의 영향력은  $\beta$ 값이 .193(p<.01)로서 정(+)의 방향에서 유의하게 나타나 도전추구가 높을수록 지속사용의도가 높은 것을 알 수 있었다. 그리고 유행추구의 영향력은  $\beta$ 값이 .329(p<.001)로서 정(+)의 방향에서 유의하게 나타나 유행추구가 높을수록 지속사용의도가 높은 것을 알 수 있었다. 또한 보수 및 과시형의 영향력은  $\beta$ 값이 .193(p<.01)로서 정(+)의 방향에서 유의하게 나타나 보수 및 과시형이 높을수록 지속사용의도가 높은 것을 알 수 있었다. 하지만 창조지향의 영향력은  $\beta$ 값이 .096(p>.05)로서 유의하지 않게 나타났다.

즉, 모바일게임 이용자의 라이프스타일 중 도전추구, 유행추구, 보수 및 과시형은 게임의 지속사용의도에 중요한 원인변수가 될 수 있다. 그러나 이러한 라이프스타일의 영향력은 개인의 성별이나 국적에 따라 다르다는 것과 연관 지어 설명할 수는 없다. 다만, 라이프스타일을 고려하지 않는다면, 남자일수록, 대한민국 국적이 아닐수록(중국 국적일수록) 지속사용의도가 높다고 할 수 있다.

#### 4. 결론

본 연구는 모바일게임의 지속사용에 영향을 주는 요인 중 라이프스타일을 중심으로 분석하고 인구사회학적 특성인 성별과 국적 간에 어떠한 차이가 나타나는지를 알아보고자 진행되었다. 선행연구에서 도출한 모바일게임 라이프스타일과 이용자의 지속사용의도 측정도구를 사용하여 한국과 중국의 20세 이상 성인 모바일게임 이용자를 대상으로 설문조사를 시행하였으며, 수집된 데이터는 통계패키지 프로그램인 SPSS 20.0을 사용하여 위계적 다중회귀분석을 시행하였다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일을 고려하지 않는다면, 남자일수록, 대한민국 국적이 아닐수록(중국 국적일수록) 지속사용의도가 높게 나타났다.

둘째, 모바일게임 이용자의 라이프스타일이 지속사용의도에 미치는 영향을 알아본 결과 도전추구, 유행추구, 보수 및 과시형은 모두 유의한 정(+)의 상관관계를 나타내는 것으로 확인되었다. 이는 도전추구, 유행추구, 보수 및 과시형은 게임의 지속사용의도에 중요한 원인변수가



될 수 있음을 보여준 결과라고 할 수 있다. 그러나 이러한 라이프스타일의 영향력은 개인의 성별이나 국적에 따라 다르다는 것과 연관 지어 설명할 수는 없다.

이상의 분석결과를 앞서 살펴보았던 선행연구의 조사 결과와 비교해 보면, 모바일게임의 지속사용의도에 있어서 성별이나 국적과 같은 인구사회학적 변인이 중요한 의미를 가지는 것은 유우경(2010), 김종무(2013)가 제시하고 있는 연구결과와 일맥상통하고 있는 것을 알 수 있다. 즉, 유우경(2010)의 경우 청소년에 대해 성별이 게임 중독에 중요한 원인이 되고[24], 김종무(2013)의 경우도 중국 유학생을 대상으로 한 연구에서 게임의 빈도나 이용 장소가 성별 간 차이를 나타낸다고 하였다[25]. 그리고 라이프스타일이 모바일게임의 지속사용의도에 유의미한 영향을 미친다는 연구결과는 선행연구인 장근영(2003)이나 배수경(2009)등의 분석결과와 일맥상통하고 있다[6,17]. 즉, 모바일게임의 이용 의도는 이용자의 라이프스타일에 의해 영향을 받는다는 것이다. 이에 따라 본 연구의 조사 결과는 선행연구들의 결과를 지지하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과는 모바일게임 이용자의 부족한 연구 영역의 확장과 함께 향후 중국 모바일게임 시장에 진출하고자 하는 기업과 정부 정책의 전략적 방안 수립을 위한 기초 자료를 제공하였다는 데 의의를 둘 수 있다. 다만 본 연구가 대한민국 107명, 중국 105명의 인원을 대상으로 한 설문이기에 일반화에 다소 문제가 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 연구를 진행할 필요가 있을 것으로 판단된다.

## REFERENCES

- [1] Korea Creative Content Agency(<http://www.kocca.kr>)
- [2] S. Y. Lee, "Evaluation and Analysis of Software Globalization Capability in Korea", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 1, No. 1, pp.9-17, 2011.
- [3] X. Z. Liu, S. H. Ryu, B. P. Kyung, D. Y. Lee, W. B. Lee, "South Korea and China's Online Game Community System of Comparative Analysis", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 1, No. 1, pp.9-17, 2011.
- [4] Lazer. W., "Lifestyle concepts and marketing in Toward scientific Marketing", ED., S. A. Greyer, Chicago, IL: American Marketing Association, pp.130-139, 1963.
- [5] Adler, A., "The Science of Living", New York, Anchor Book, Doubleday and Co. 1969.
- [6] D. G. Kim, "A Study on the Effect of Customer Loyalty and Lifestyle on Hotel Choice Behavior", Sejong University, 1993.
- [7] Plummer, J. T. "The concept and application of life style segmentation", Journal of Marketing, Vol. 38, No. 1, pp.38-61, 1974.
- [8] G. Y. Jang, "The Study on the Gamers' Lifestyles in On-line Game World-The Emergence of Cyber-Behavior Patterns in two Different Cultural Context of Korea and Japan", Yonsei University, 2003.
- [9] S. Y. Park. "Types and characteristics of lifestyle of Koreans", Korea Marketing Review, Vol. 11, No. 1, pp.19-35, 1996.
- [10] S. S. Choi, K. G. Hiroshi, K. B. Lee, "A Comparative Study on the Consumption Culture between the Koran and the Japanese New Generations - laying emphasis upon their lifestyles and PC applications", Journal of Product Research, No. 27, pp.253-280, 2002.
- [11] J. A. Kong, "A Study on the Recognition of Quality Priority Recognition according to Different Types of Hotel Users", The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, Vol. 2, pp.42-56, 1990.
- [12] Y. M. Ahn, "The Study of Tourist Behavioral Characteristics by Life Style - Case of American Student", The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, Vol. 5, pp.43-73, 1993.
- [13] Zuckerman, M. "Sensation Seeking. Hillsdale, NJ", Lawrence Erlbaum Association, 1979.
- [14] S. H. Yoo, "A Study on the types of casino gambling in choosing behavior-focused on the life style and involvement of Kangwon Land Visitors" Gangneung University, 2005.
- [15] J. H. Lee, "Study on the Tourism Product Demand of Seogwipo Harbour based on the Concept of Life

Style”, The Tourism Sciences Society of Korea, Vol. 28, No. 4, pp.173-191, 2005.

[16] M. H. Youn, “A study of trend and inclination of game use and lifestyle of N-generation”, Sungkyunkwan University, 2000.

[17] H. C. Jeon, “A Study on Relation between the Lifestyle of Internet Users and Motive of Using the On-line Game”, Changwon University, 2001.

[18] M. H. Ahn, “A Study on Motivations for Smart Phone Use and Use Patterns according to Life Style of Baby Boom Generation”, Ewha Womans’ University, 2012.

[19] S. K. Bae, “A Study of the Effects of Lifestyle, Personal Value, Game Participation Attitude, and Pathological gambling tendency on the Casino Game Preference”, Sejong University, 2009.

[20] M. J. Noh, H. Y. Jang, “An Effect of the Quality of the Mobile Banking and Perceived Trust on the Reuse Intention: Focusing on the Moderating Effects of Gender”, Journal of Industrial Economics and Business, Vol. 24, No. 2, pp.927-952, 2011.

[21] I. S. Woon, “A Study on the Influence Factors for User Satisfaction and Continuous Usage of Social Network Game -in Comparison with Common Factors of Online Game and SNS”, Sangmyung University, 2014.

[22] Bhattacharjee, A., “An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance”, Decision Support Systems, Vol. 32, No. 2, pp.210-230, 2001.

[23] Y. Y. Kim, “An empirical study on user evaluation in information systems post-adoption usage context”, Seoul University, 2007.

[24] Zeithaml, Valane A, Leonard L. Berry and A. Parasuraman, “The behavioral consequence of service quality”, Journal of Marketing, Vol. 60, No. 4, pp.31-46, 1996.

[25] Reichheld, F., and Schefter, P., “E-Loyalty, Your Secret Weapon on the Web”, Harvard Business Review, Vol. 78, No. 4, pp.105-114, 2000.

[26] Y. G. Yu, “An Effect of Online game Characteristic

on the Adolescent’s Flow and Addiction of Online Game”, Myongji University, 2010.

[27] J. M. Kim, “A Study on the Pattern of Using Mobile Game -Focusing on Chinese Users”, The Korean Society of Design Culture, Vol. 19, No. 3, pp.109-117, 2013.

[28] Mitchell, A, “The nine American lifestyles; Who we are and where we are going”, New York, : Macmillan Publishing Co., 1982.

심 선 애(Shim, Sun Ae)



- 2014년 3월 : 광운대학교 정보콘텐츠대학원 E-learning 콘텐츠전공 (콘텐츠학 석사)
- 2016년 3월 : 광운대학교 일반대학원 홀로그래피3D콘텐츠학과 (박사 수료)
- 2014년 4월 ~ 현재 : 백석예술대학교, 경민대학교, 용인송담대학교 출강
- 2014년 4월 ~ 현재 : 광운대학교 자연과학대학 출강
- 관심분야 : 게이머, 게임심리, E-learning콘텐츠, 3D콘텐츠
- E-Mail : sunae1466@naver.com

정 형 원(Jung, Hyung Won)



- 2000년 3월 ~ 2010년 2월 : 상명대학교 대학원 게임학 석사, 박사
- 2015년 3월 ~ 현재 : 광운대학교 자연과학대학 정보콘텐츠학과 학과장
- 2010년 1월 ~ 현재 : 게임물관리위원회 재분류 자문위원
- 2010년 1월 ~ 현재 : 한국컴퓨터게임학회 부회장
- 2016년 1월 ~ 현재 : 한국디지털콘텐츠학회 이사
- 관심분야 : 게임법률 정책, 교육용게임, 게임학 이론
- E-Mail : hwjung@kw.ac.kr