



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

최대한 작게: 소니의 PSP 미니 전략

Allen Rausch

가마수트라 등록일(2009. 10. 5)

(http://www.gamasutra.com/view/feature/4150/the_littlest_things_sonys_psp_.php)

100MB도 안 되는 작은 것이 있다. 매력적인 가격으로 다운로드 받을 때도 사용하고, 모든 종류의 압도적인 게임을 검은 색상의 작은 스크린에서 즐길 수도 있다. 대부분의 사람들은 그것이 단지 독창적인 개념에 불과했던 애플사의 아이폰(iPhone)과 아이팟 터치(iPod Touch)를 21세기 초반의 새로운 필수품 목록으로 승화시킨 작은 프로그램인 아이폰 어플리케이션들이 열어주는 놀라운 세상이라고 말한다.

키보드와 열정 만을 가진 아마추어 프로그래머들에게 처음으로 자신들의 창고를 공개하도록 하는 시스템이 시작된 이후에 출범한 수천 개의 아이폰 어플리케이션 중에서 플랫폼의 킬러 어플리케이션이 된 것은 바로 그 게임들이다. 실제로 게임은 애플의 시스템 전략의 일부였다. 애플의 마케팅(특히 터치 마케팅)은 현재 시스템의 게임 선택을 공공연히 강조한다.

최근의 뉴욕타임즈 인터뷰에서, 스티브 잡스는 '터치'가 닌텐도의 DSi와 소니의 새 디지털 전용 PSP Go와 경쟁할 게임기계로 정해졌다고 직접 말했다. 휴대용 기기 시장에서 경쟁자가 나타나도 소니가 무시할 수 있는 것은 당연하다.

그들의 답은 비디오 게임의 PSP 미니스(Minis; 소형 PSP) 라인이다. 이 라인은 디지털 전용이고, 승인과정이 덜 엄격하고, PSP용 플레이스테이션 스토어(Playstation Store)에서 별도의 브랜드로 존재한다.

게임들은 PS3 상의 플레이스테이션 스토어에 접속하거나 초기 PSP를 가지고 직접 플레이스테이션 스토어 브라우징이 가능한 OS 업데이트를 다운로드하면 누구나 이용할 수

있다. 이는 PGP Go가 많은 이용자를 대상으로 삼는다는 뜻이다. PSP 미니스의 출시 타이틀에는 Subatomic Studios의 필드러너(Fieldrunners), Digital Eel의 브레인파이프(BrainPipe), EA의 테트리스(Tetris)와 스도쿠(Sudoku) 등이 있고 소매가는 5~10달러 선이다.

가벼운 터치

특히 지난 주에 전세계에 배포되어 경쟁을 불러일으킨 개정판 PSP Go를 살펴보면, PSP 미니스는 흥미로운 경쟁자가 된 듯하다. 온라인 소니 스토어(Sony Store)에서 다운로드를 통해서만 구할 수 있는 시스템에 아마추어 프로그래머 군단의 사랑을 받는 경쟁자를 만난 PSP 미니스는 가능한 빨리 소니가 많은 어플리케이션을 이용자에게 제공해야만 경쟁을 치러낼 수 있다.

이와 같이 소니는 미니스의 개발 보급계획을 짜면서 새로운 접근법을 택했다. “올해 초 우리는 SDK 가격을 내린다고 발표했습니다. 가격인하와 신판 개발 프로그램을 통해 우리는 소규모 개발자의 시장진입 장벽을 낮추려 했습니다”라고 소니의 플레이스테이션 네트워크 운영 및 전략기획 담당 이사인, 에릭 렘펠은 말했다.

다른 관점에서 보면, 소니는 분명 자신의 약속을 지켜왔다. 평가와 승인은 매우 능률화된 과정이다. 웹을 통해 누구나 초기 개념을 제안할 수 있고 합리적인 방법으로 채택되었다.

사실 회사는 완전한 모습을 갖춘 제안을 끌어내기 위해서 개발 키트를 구매하기 전에도 기술지원을 제공하였다. “우리는 창작의 자유를 주고 싶었습니다. 실전 경험을 높이 평가합니다. 정말로 재미있는 신작이 곧 나올 것이라 기대합니다.”라고 렘펠은 말했다.



필드러너(Fieldrunners)

일단 승인을 받으면 개발의 속도는 개발자의 능력에 달려 있다. 미니스는 전체 PSP 개발에서처럼 단계별 승인 절차가 없다. 대신에 렘펠이 “가벼운 질의 단계(light QA phase)”라 부르는 콘텐츠 심사와 버그 체크 과정만 거치게 된다.

물론 단축된 개발과정은 소니가 어떻게 미니스의 품질을 일정 수준 이상으로(애플은 할 수 없지만 소니가 콘솔에 늘 포함시켰던) 유지할 것인가 하는 의문을 필연적으로 낳게 된다.

렘펠은 “그 중 일부는 선택과정입니다. 우리는 진입장벽을 없애지 않고 낮추려 합니다. 24,000개 모두가 동일한 네 게임의 저질 복제품이라면 시스템 상의 25,000개 미니스는 필요하지 않습니다. 저렴한 가격에서라도 SDK를 구매하고 ESRB 등급을 지불하는 것은 개발자의 헌신과 노력이 일정한 품질에 도달했음을 증명하는 것입니다.”라고 말했다.

렘펠도 모든 미니스가 성공하지 않는다는 걸 알고 있다. “멋진 것도 있고 그렇지 못한 것도 있습니다. 그것이 비즈니스의 본 모습이죠. 당신이 알고 있는 어떤 게임 제작 채널도 훌륭한 제품과 시원찮은 제품을 모두 가지고 있을 겁니다.”라고 그는 말했다.

소니 역시 애플이 따라올 수 없는 잘 짜여진 개발자 네트워크를 가진 게임 제조기업으로써 자신의 경험에 의존한다. 플래시게임 포털과 아이폰 개발업체, 캔디스탠드(Candystand)의 대표이며 현재는 PSP 미니 타이틀을 작업 중인 스캇 태넨(Scott Tannen)은 이것을 중요하게 여기는 개발자로서 “저는 애플 사람들을 좋아합니다. 저를 오해하지는 말아 주세요.”라고 말했다.

“하지만 소니와 우리의 관계는 완전히 다릅니다. 그들은 잘 해나가고 있고 Mini 타이틀을 런칭 단계에서 적극적으로 지원하고 있습니다. 그들은 게임에서 돈을 벌고 있고, 이 때문에 제휴관계를 통해 함께 일하는 것이 매우 매력적으로 보입니다.”

*벡터 타워 디펜스(Vector Tower Defense)*로 잘 알려져 있고 리글리(Wrigley)가 소유했던 캐주얼 게임포탈은, 민첩하게 플레이할 수 있는 캐주얼 타이틀을 만드는 사업에 10여 년간 있었다.

태넌은 “우리가 소니와 일하기 시작했을 때 특별한 기대는 없었습니다. 하지만 소니는 보통의 기대를 뛰어넘는 것을 해냈습니다. 매 단계마다 시원하게 지원했습니다.”라고 말했다.

다른 초기 개발자들은 보다 균형 잡힌 의견을 보인다. Subatomic Studios의 Sergei Gourski (*필드러너*)는 다음과 같이 말했다: “PSP용 개발은 매우 진지한 일이고, 비개발자의 일이 아닙니다.”

“게임 개발 경험은 필수입니다. 개발 키트와 게임 등급을 사는 데 돈도 투자해야 합니다. ESRB 같은 등급을 사는 비용은 생각했던 것보다 훨씬 비쌉니다.”

무거운 손

초기에 일부 개발자들이 보였던 열정을 감안하더라도 작은 어플리케이션(미니 프로그램)이 더 낫다. 이 프로그램은 개발자의 창조성을 무디게 하고 시장을 한정시키는 일련의 단점 때문에 비판을 받기도 하였다.

미니스는 하드용량이 100MB 미만이고 멀티플레이어 용량이나 다운로드 가능한 콘텐츠가 없다.

이것이 바로 가격이 \$9.99에 불과한데도 스퀘어 에닉스의 PSP Go 출시 타이틀인 *텍스더 네오(Thexder Neo)*를 미니급에서 몰아내고 미니급과 풀리테일 게임 사이의 모호한 등급에 제한시킨 이유이다(이 게임은 과거 소매로 배포된 타이틀과 함께 ‘다운로드 PSP게임’에 속한다).



이 계열에 속하는 타이틀이 많다. 동반 출시된 PSP Go 타이틀 중 하나인 Q-Games의

‘픽셀정크 몬스터 디럭스(PixelJunk Monsters Deluxe)’는 소매가가 \$19.99인데 그란 투리스모(Gran Turismo) PSP와 심지어 갓 오브 워(God Of War)와 같은 대형 타이틀과 같은 분류에 속한다. 금주의 제품에 속하는 체인스 오브 올림푸스(Chains Of Olympus)는 좋아진 외부사양과 가격 때문에 역시 PSP 미니스 계열에서 빠졌다.

하지만 렘펠에 따르면 미니스 하위범주를 세심하게 분류하면 개발과정을 빠르고 올바르게 유지할 수 있고 소규모 개발자들이 도전할 수 있다. 그는 “멀티플레이어는 비용은 물론이고 승인에도 많은 시간이 소요된다”라고 말했다.

“우리는 앞으로 그러한 제한을 늘이지도 않을 것이고, 또 그것이 프로그램의 비전에 맞지도 않는다. 우리는 싱글 플레이어가 왕성하게 개발되기를 전적으로 기대한다.”

물론, 캔디스탠드와 같은 회사들은 그렇게 뻥뻥한 일정과 제한 속에서 일해왔다. 태넨은 “우리가 주로 작업했던 콘솔 공간과 무료 시장은 소위 ‘생산해서 퍼뜨리는’ 점에서 많은 공통성을 가진다. 우리는 5MB 이하 짜리 게임을 몇 개를 한 달 안에 만들어야 했다. 우리에게 100MB는 매우 크게 느껴진다.”라고 말했다.

독점권의 미래

PSP Go의 전망이 캔디스탠드의 태넨에게 밝게 보일수록 소니 자체의 궁극적인 목표는 달성하기 어려워진다. 큰 기업이 미니스를 만들 때 대형 퍼블리셔의 높은 인건비를 지불하고도 수익을 낼 수 있는 전략은 거의 없다.

버그와는 거리가 멀지만 소니의 에릭 렘펠은 그것을 특징적으로 본다. “미니스가 우리의 모든 관심사는 아니다. 15년의 역사를 갖고 있는 우리는 PSP Go와 미니스를 우리의 제품들처럼 게이밍 플랫폼으로 본다. 게이머가 기대하는 경험의 종류에 따라 게이밍의 레벨이 달라진다. 우리에게는 크고 왕성한 경험도 있고 작지만 심오한 게임과 5분짜리 간단한 게임도 있다.”라고 그는 말했다.

사실 렘펠은 트위터(Twitter)나 페이스북(Facebook)처럼 非게임 미니스를 내놓을 계획은 없다고 답했다. 소니는 분명 Go를 아이폰 복제품으로 전략시키지는 않을 것이다.

“아무리 봐도 미니스는 단지 또 하나의 게이밍 배급채널이고 우리는 그런 식으로 지원해야 합니다. 사이즈가 작긴 하지만 별도의 마케팅 예산을 두지는 않을 것이고 특정 프로그램을 출시할 계획도 없습니다. 단 PR 관점에서 타이틀을 지원할 것입니다.”

“바이러스나 전자 마케팅 등을 이용할 것이고 개발자의 마케팅도 당연히 지원할 것입니다.”

렘펠에 따르면 미니스의 마케팅 최대 무기는 플레이스테이션 가게 내에 독자적인 공간을 보유한다는 것이다. 소니는 타이틀 머천다이징에 공격적으로 나서고 해당 섹션에 대해 정기적으로 머천다이징 평가를 할 계획이다. 많은 PSP 게임이 현재 플레이스테이션 가게에 넘쳐나는 상황에서(대부분은 상당히 인하된 가격으로 UMD에서 판매되었고 일부는 고급 디지털 상품이였다) 미니스가 언젠가 차별성을 가질 것인지 지켜보는 것은 흥미로운 일이다.

앞서 말했듯, 100개가 넘는 구식 PSP 게임이 지난 주에 다시 매장에 풀렸고 크고 멋진 카탈로그와 함께 \$10 미만에 팔리는데, \$5~\$10 사이의 PSP 미니스가 견뎌낼 수 있을까?

Subatomic의 Gourski는 난국에 빠져들까 걱정하면서 “SCEA는 출시일 현재 미니스 채널과 어떠한 연계도 없다. PSP 가게의 프론트는 물론 뉴스 페이지에도 등장하지 않는다. 그것이 나를 의아하게 만든다.”라고 말했다.



히어로 오브 스파르타(Hero of Sparta)

결국 소니의 개발자용 미니 전략의 궁극적인 목적은 아이폰 보다 약한 경쟁, 낮은 진입장벽 그리고 구식 PSP 소유자와 신형 PSP Go 소비자 모두에게 어필할 기회라고 캔디스탠드의 태넨은 그렇게 생각한다. “모든 것에 대해 속고하는 것이 내 일이다.”

“우리는 Go 채택률이 얼마나 될지 모른다. 우리 모두가 겪는 모험이다. 우리는 소니 제품을 많이 경험했다. 그래서 수익모델과 전략에 대해서 뛰어난 감각을 가지고 있다. 이번에는 걱정할 필요가 없을 것 같다.”

시장에서의 엄격한 통제와 개척자 스타일의 개발자가 없다는 점이 미니스가 실패하지는

않지만 대박은 터트리지는 못한다는 예상으로 이어질 수 있다. 하지만 그런 예상은 스티브 잡스가 눈독을 들이는 시장에서는 통하지 않을 것이다.

그럼에도 불구하고 필드러너의 **Gourski**는 미니스 프로그램 옹호자의 입장에서 “내가 보기에 **PSP** 미니스 프로그램은 개발자에게는 승리이다. 즉, 휴대용 플레이스테이션 개발에 컨셉 승인이 없는 방식과 통지 방식을 도입했다.”라고 자신의 의견을 요약했다.