



## Fighting The Friction: An Overview Of The Android Market For Game Developers 마찰과의 전투 게임 개발자를 위한 안드로이드 시장의 개요

작성자: 앤드류 웹스터 [Andrew Webster](#) [[Business](#), [Smartphone/Tablet](#)]

가마수트라 등록일 : 2011년 5월 26일

[iOS 플랫폼과는 달리, 어떤 앱 스토어가 상업적으로 출시된 게임이 플레이어의 수중에 진입하기 위한 유일한 정당한 방법인지 구글의 안드로이드 플랫폼은 다양한 많은 옵션을 허용한다. 그리고 이 기사에서, 가마수트라는 그들 중 하나를 선택하기 전에 개발자들이 알아야만 하는 것이 무엇인지 해결하기 위해 그들 중 여러 개를 탐구해 보도록 하겠다.]

현재 아이폰(iPhone)보다 더 많은 안드로이드 기반의 휴대폰들이 많다. 하루에 40만개 이상의 새로운 안드로이드 장치들이 활성화된다. 하지만 iOS는 여전히 게임 개발자를 위한 수익성과 보다 대중적인 시장을 남겨두고 있다. 우리는 그 이유들을 모두 들었다: 안드로이드 사용자들은 어플리케이션에 돈을 지출하지 않는다. 다른 장치의 다수와 어플리케이션 스토어들은 조각난 시장으로 향한다.

그러나 모든 문제에 대해서, 안드로이드는 여전히 거대한 시장이며, 이것은 계속 성장해 나갈 공산이 크다. 그래서 이것을 무시하기는 어렵다.

### 애플과 안드로이드 비교

그렇기는 하지만, 플랫폼 전용 타이틀을 창조하는 게임 개발자를 찾기는 드물다. iOS 또는 안드로이드와 같은 것을 복제하려고 시도하는 다른 플랫폼들에서 성공한 개발자를 찾는 것이 훨씬 일반적이다. 판매율 최고의 안드로이드 게임들은 성난 조류나 과일 닌자와 같은 낮은 수익은 얼굴들의 경향이 있다.

안드로이드에서 iOS 히트 게임인 캔 녹다운(Can Knockdown)과 캔 녹다운 2(Can Knockdown 2)의 포트가 출시되자 인피니티 드림즈(Infinte Dreams)는 경로를 이탈했다. 이 시리즈의 첫 번째 게임의 다운로드를 무료였지만, 속편은 \$0.99에 판매되고 있다. 그리고 오리지널 아이폰 버전과 비교해 포트의 매출이 강하지는 않지만, 스튜디오는 여전히 안드로이드 시장은 중요한 시장이라고 믿고 있다.

"여러분이 iOS 판매와 안드로이드 판매를 비교해보면, 안드로이드는 여전히 갈 길이 아직 멀었다는 사실은 분명합니다." 인피니트 드림즈의 부사장 Marek Wyszynski 가 말했다. "안드로이드 장치는 큰 숫자로 판매되지만, 어쨌든 iOS 소유주들은 애플리케이션 구매에 참여하고자 하는 경향이 있습니다. 저는 이것은 시간이 지나면 바뀌고 안드로이드가 따라 잡을 것이라고 믿습니다. 이것이 우리가 안드로이드를 지원하고, 우리의 모든 플랫폼용 제품을 출시하려는 이유입니다."

사실, 인피니티는 자신들 전략의 상당부분인 다중 플랫폼을 만들기 위해 머나먼 길을 가고 있다. Wyszynski 는 유니티 3D를 이용하여 거의 소란을 피우지 않고 두 모바일 플랫폼용 게임을 창조하는 것은 상대적으로 쉽다고 말한다. 하지만 그도 다른 안드로이드 기반의 장치들의 많은 수가 몇 가지 문제점을 야기한다고 인정한다. 따라서, K-렐리 3D 와 같이 새로 나올 타이틀들은 두 플랫폼용으로 동시에 개발되고 있다.

"우리는 가능한 일찍 우리의 게임을 다중 플랫폼 제품으로써 생각하려고 시도합니다.," 그가 말했다. "좋은 [유니티 3D]는 두 플랫폼을 동시에 개발하는 것을 매우 어렵지 않게 만듭니다."

그리고 그것은 개발자들 사이의 일반적인 신념으로 보여진다. 현재 안드로이드 상에서 어떻게 하면 게임을 수익화할 수 있는가의 문제를 해결하는 것은 매우 어려운 반면, 이것에도 불구하고 그 시장의 규모 자체만으로도 매우 매력적이라는 사실이다.

그래서 갯 세트(Get Set)게임들은 이것의 인기 있는 프리미엄(freemium, 기본 서비스는 무료로 제공하고 추가 고급 기능에 대해서는 요금을 받는다) 히트 메가 점프(Mega Jump)가 플랫폼에 복사하기로 결정한 이유이다. 스튜디오는 직원이 5명 밖에 없어서 그 포트는 외부 회사에 의해 처리되었고, OpenFeint 소셜 게임 서비스를 통해 발견되었다. 갯 세트(Get Set)에 대하여, 무엇이 잠재적으로 시장을 수익화할 수 있는지의 한 부분을 단지 포착하고 있는 것은 아니었다. 하지만 이것은 또한 메가 점프(Mega Jump)를 복제하라는 결정을 유도하는 자사의 포트폴리오를 다각화했다.

"비즈니스 관점에서 볼 때, 이것은 거대한 시장인 것이 분명하고, 이것의 성장은 매우 빠르고, 애플보다도 더욱 빠르게 성장하고 있는 것이 사실입니다," 라고 공동 설립자 매트 콤베(Matt Coombe)는 설명한다. "그래서 이것은 우리가 다양한 관점으로부터 하나 이상의 플랫폼이 되기를 원하는 많은 감각을 만들어 냈습니다. 하나 이상의 플랫폼에 있다는 것은 이런 일이 애플에서 발생하고 여러분의 매출이 감소한 다음, 여러분은 다른 매출 흐름을 갖게 되는 것을 의미합니다."(메가 점프의 13번째 iOS 업데이트를 참고하면, 그 업데이트는 스튜디오가 게임을 앱 스토어로부터 일시적으로 내려오게 했음)



무료 게임인 메가 점프는 수익성 유지를 위해 애플리케이션 구매에 의존하고, 갯 세트(Get Set)는 이것은 안드로이드의 문제가 될 수 있다는 것을 배웠다. 멀티 스텝, 그리고 잦은 노력, 애플리케이션에 있어서 가상 아이템 구매를 위한 과정들은 사용자가 실제로 구매로 이어지게 하는데 걸림돌이 되고, 다시 말해 매출이 훨씬 적어진다는 것을 의미한다. 콤베(Coombe)는 이것을 "안드로이드 상 실제 마찰 지역"으로 설명한다.

사용자가 애플리케이션을 설치하여 무료로 가상의 통화를 벌 수 있도록 허용하는 대체 결제 서비스인 탭조이(Tapjoy)를 스튜디오가 구현해 내자 안드로이드 버전의 게임만이 진정으로 재정적으로 실현 가능하게 되었다.

"만약 애플리케이션 구매로만 진행되었다면 우리는 확실하게 돈을 벌지 못했을 것입니다," 콤베(Coombe)가 말했다.

하지만, 이것도 다소 문제가 있는 것으로 판명되었다. 사용자가 안드로이드 게임을 각각 구입할 수 있는 멀티 앱 스토어는 다른 규칙들을 가지고 있고, 메가 점프(Mega Jump)는 실제로 탭조이(Tapjoy) 포함으로 인해 아마존에서 새롭게 개설된 상점에서 거부되었다. 탭조이(Tapjoy)는 알고보니, 아마존 서비스 약관에 위배되는 아마존 외부의 시장에 사용자를 연결해 준다.

많은 다른 앱 스토어들을 다루는 것은 안드로이드를 이것의 경쟁에 비해 훨씬 더 복잡한 옵션으로 만든다.

"이것은 거대한 단일 시장처럼 작동하지 않습니다," 콤베가 말했다. "이것은 아주 많은 작은 시장들처럼 작동합니다. 이것은 우리 매출의 큰 부분으로 변하지 않습니다"

하지만 인피니티 드림즈 (Infinite Dreams) 같이, 안드로이드의 초기 어려움 들은 플랫폼이 결과적으로 매우 중요하게 될 것이라는 것 세트(Get Set)의 신념을 심화시키지는 않았다. 이를 위해, 스튜디오는 올해 초 팀의 다섯 번째 직원을 고용했는데, 그 직원을 팀의 사회적 전략과 또한 해외 안드로이드 사업을 관리하게 하여 나머지 팀원들이 진행 중인 iOS 버전 개발과 곧 있을 다른 프로젝트들에 집중할 수 있도록 했다.

처음에는 금전적 혜택이 좋지 않을 수 있지만, 것 세트(Get Set)는 여전히 안드로이드 초기의 경험이 매우 중요한 것이 되리라는 전망을 하고 있다

"우리의 발을 젖게 하고, 이것을 더욱 잘 이해하고, 이것에 참여하는 것은 정말로 중요합니다," 콤베(Coombe)는 말했다. "그리고 우리가 그것을 해왔고, 어떤 일이 일어나는지 알고 있는 것에 대해 진심으로 기쁩니다. "

## 마찰과의 전투

안드로이드 사용자들의 애플리케이션 구매에 대한 저항의 문제는 다른 플랫폼에서 보다 더 중요한 탭조이(Tapjoy)와 같은 서비스들을 만든다는 것이다. 모바일 게임들의 증가는 무료로 출시되고 있고, 애플리케이션 구입과 같은 새로운 방법 없이 게임들에 수익을 내는 것이 요구된다.

현재 탭조이는 iOS와 안드로이드 상에서 모두 사용 가능하고, 9천 여 개의 네트워크에서 2억 이상의 사용자가 사용하고 있다. 사용자를 위해 무료 가상 통화를 제공하는 것 외에도 게임을 위한 광고도 제공한다. 사용자를 위한 가상통화와 게임용 광고를 제공하는 것 외에도, 이 서비스는 또한 개발자용 가상 통화 호스팅 및 분석과 같은 것들을 제공한다.

탭조이(Tapjoy)의 매트 맥엘리스터(Matt McAllister)의 말에 의하면, 이러한 서비스들은 안드로이드에 있어서 특히 중요하다. 사용자들은 여전히 콘텐츠에 액세스할 수 있지만, 실제 구매에 있어서는 내재된 마찰이 있다. 이것은 사용자가 여전히 돈을 벌 수 있는 개발자의 능력을 손상하지 않으면서 그들이 원하는 것을 얻을 수 있는 윈윈(win/win) 시나리오를 생성한다고 그는 말한다.

"우리는 안드로이드 사용자들이 구글에서 기대할 수 없는 특징의 서비스를 무료로 사용하고 있는 것을 보고 있습니다.," 맥 엘리스터가 말한다. "우리는 확실히 더 많은 사용자들이 iOS 대 안드로이드에서 유료 애플리케이션을 구입하는 것을 보았습니다. 하지만 프리미엄 애플리케이션으로의 모든 이동으로 인해, 게임은 변화하고 있고, 우리는 두 플랫폼에서 모두 프리미엄(freemium) 비즈니스 모델로 더 많은 제목들이 올라오는 것을 보게 될 것에 기대하고 있습니다."

탭조이(Tapjoy)는 현재 아마존에서의 문제를 해결하기 위해 작업하고 있다. 또한 iOS 앱 스토어에서의 자체 마찰에 대해서도 실행해오고 있고, 애플 덕분에 탭조이(Tapjoy)는 그것이 제공하는 제안들의 유형을 제한하도록 결정하였다. 하지만, 회사 또한 개발자들에게 자사의 플랫폼을 더 매력적일 수 있도록 추가 서비스를 선보일 계획이다.

## 가공하지 않은 다이아몬드

안드로이드의 개방성은 또한 iOS와 같은 많은 폐쇄 시스템에 존재할 수 없는 서비스들이 생성되고 있다는 것을 의미한다.

예를 들어, PC 게임 공간에서 몇 년 동안 일한 후, Exent는 최근 가메타니움(Gametanium)이라 불리는 안드로이드 게임용 넷플릭스(Netflix) 스타일 유통 플랫폼을 출시했다. 가메타니움 사용자들은 매월 요금을 지불하고, 종종 자신들의 월간 통신 요금의 일부로서 통합 요금으로 사용자들은 게임의 라이브러리에 무제한 액세스할 수 있다.

이것은 사용자가 게임에 지출한 금액에 따라, 개발자들에게 실제로 보상하는 특별한 결제 구조를 가진 특별한 서비스이다. 게임플레이는 매분 기록되고, 개발자 몫의 로열티는 증가된다. 그래서 여러분의 게임 재생이 길어질수록, 여러분의 수익은 증가된다.

이론적으로, 이 시스템은 더 나은 게임들을 출시한 개발자들을 보상한다. 왜냐하면 사용자들은 그들이 즐기는 게임들을 다시 찾는 경향이 높기 때문이다. Exent의 콘텐츠 및 프로그램 디렉터인 릭 마라찌아니(Rick Marazziani)의 말을 빌리자면, 이 시스템은 안드로이드 시장과의 가장 큰 두 가지 문제점, 수익과 발견을 해결한다고 한다.

"우리는 게임 판매 및 게임 수익성에서 안드로이드는 아주 많은 문제점들을 보았습니다," 그는 설명했다. "구글... 콘텐츠용 수익성과 충전은 그들의 장점이 아닙니다. 그들은 광고와 고객에게 즉답을 잘 해주고, 시선을 통해 이것을 수익화합니다."

"하지만 발견과 마케팅과 프로모션으로 점포를 운영할 때까지, 모든 것들은 우리가 수 년 동안 PC 상에서 해온 것들입니다. 우리의 운영 파트너들을 위해, 발견한 애플리케이션에 대한 우리 자신의 솔루션을 지지해 줄 모든 것을 가져왔고, 애플리케이션 홍보를 위해 그들을 판매하고 그런 다음 정기구독을 통해 수익을 내고, 사용자들이 직접 결제하거나 사용자들의 전화 요금에 통합해서 결제합니다."

가메타니움(Gametanium)은 또한 품질을 통해 자신들이 차별화 되기를 기대한다. 마라찌니(Marazzani)는 현재 안드로이드 게임 수확물의 99.9%는 거의 쓰레기로 설명한다. Exent는 서비스에서 어느 게임이 수익을 낼 것인지 결정하면서 선별화되고 있다. Exent는 100개에 가까운 소프트용 게임을 출시했고, 좋은 게임이 나올 정도로 빠르게 성장할 것이다

이것은 안드로이드 중심 모바일 게임 발행인인 하이퍼비즈(HyperBees)의 사고방식과 유사하다. 늦은 2009년에 게시된 런던 기반의 발행인은 2010년 2월 이 회사의 최초의 게임 출시를 도왔고 그 이후로 다수의 높은 판매율 게임을 발행하였다.

하이퍼비즈(Hyperbees)는 총 4백만 이상의 다운로드된 게임을 발행했고, 스피트엑스 3D(SpeedX 3D)와 임파서블 레벨 게임(Impossible Level Game) 과 같은 타이틀들은 안드로이드 시장에서 결제 부분 상위 10위에 진입했다. 하이퍼비즈는 5위 부분까지 상위 링크되었다. 하이퍼비즈(Hyperbees)가 발행하는 게임이 최고 품질을 보장하기 위해 실제로 제작 과정의 매우 초기에 개발자와 함께 작업을 시작했다.

"개발 과정 시, 우리는 가능한 일찍 참여하는 것을 선호합니다. 또한 우리는 수익에 있어 UX를 통해 게임의 컨셉을 출발하였습니다," 공동 설립자 톰 므레코(Tom Mleko)는 말한다. "어떤 경우에는, 사키타워[출시될 게임 제목]로 예를 들어, 우리는 20개 이상의 반복을 통과했습니다. 저는 하이퍼비즈(Hyperbees)와 함께 작업하는 것은 무언가 힘들 것으로 예상합니다. 성숙되지 않은 게임들을 출시하는 것과 같은 우리가 절대 동의하지 않을 접근 방법들이 몇 가지 있습니다. 그것만 빼면 저는 우리가 합리적인 사람들이라는 것을 믿습니다. 그것들이 이치에 맞지 않는다면 우리는 우리의 아이디어들을 죽이는 것에 문제가 없습니다."

Exent와 같이 하이퍼비즈는 품질 중심 초점은 새로운 애플리케이션 발견의 문제를 완화시키는데 도움을 줄 것을 기대하고 있다. 단지 특정 수준 품질의 게임들을 발표함으로써, 사용자들은 그들이 즐길 게임의 이름을 하이퍼비즈(Hyperbees)의 이름으로 연결할 것이다.

하지만 안드로이드와 같이 붐비는 플랫폼에서, 단순히 좋은 게임이라는 것만으로는 언제나 충분하지만은 않다. 제작자기 그림으로 보여주는 곳이다.

"이 시장에는 너무나 많은 게임들이 존재하는 것이 현실이고, 만약 여러분이 돈을 벌고 싶다면 여러분의 애플리케이션은 매우 훌륭해야 할 뿐만 아니라 광고도 아주 잘 해야 합니다," 므레코는 설명한다. "최소한 어떻게 수익을 창출할 것인지에 대한 경험이나 지식 없이는 너무 쉽게 완료되지 않습니다."

"하이퍼비즈 브랜드는 한 역할을 했습니다: 플레이어들은 이 사실을 알고 있고, 블로거와 커뮤니티도 그 사실을 알고 있습니다. 좋습니다. 우리는 로비오(Rovio)는 아니지만, 저는 우리가 잘 해오고 있다고 생각합니다."

플랫폼을 둘러싼 많은 우려들이 있는 반면, 안드로이드는 매력적인 공간을 만드는 두 가지 요소가 있다: 이것의 개방과 이것이 계속적으로 증가된 사이즈이다. 겿세트(Get Set)와 인피니트 드림즈(Infinite Dreams)가 게임을 안드로이드에 연결해오고 있는 것이 개발자들이 이들을 좋아하는 이유이고, 회사들이 탭조이, 하이퍼비즈, Exent를 좋아하는 이유는 이들이 애플리케이션의 수익성과 홍보를 위한 새로운 방법을 검토하고 있기 때문이다.



## 아마존 진입

하지만 이러한 요소들은 또한 전통적인 게임 또는 심지어 모바일의 외부로부터 큰 이름들을 끌어당기고 있다. 아마존과 같은 이름 말이다. 북미 지역에서 가장 큰 온라인 판매점으로서 이들 자신의 안드로이드 애플리케이션 스토어를 지난 3월에 출시했고, 사용자가 구매하기 전 그들의 컴퓨터에서 무료로 애플리케이션과 주변 프로그램을 재생할 수 있도록 허용하는 "테스트 드라이브"와 같은 독특한 기능을 완성했다.

IGDA는 특별히 가격과 관련하여 아마존 서비스 약관에 대한 우려를 표명했음에도 불구하고, 모바일 시장은 게임 공간의 일부 큰 이름을 유치하기 위해 관리해오고 있다.

앱 스토어는 초기의 "오늘의 무료 애플리케이션" 으로서 신제품 성난 조류 리오(Angry Birds Rio)를 그 당진 출시했고, 최근 팝캡(PopCap)은 자신들의 안드로이드 첫 두 게임인 처즐(Chuzzle)과 식물들 대 좀비들(Plants vs Zombies)은 시한부 독점 판매될 것이라고 발표했고, 팝캡(PopCap)은 결국 구글 시장에 출시하기 전에 아마존의 상점에서 처음 출시했다.

이것은 특이한 맞춤으로 보일 수 있다. 거대한 판매업자와 모바일 앱 스토어... 하지만 아마존과 안드로이드는 실제로 놀라울 정도로 함께 잘 일했다.

"우리는 고객이 우리의 광대한 선택에서 관련 제품을 발견하도록 도와주는 혁신적인 기능을 개발하는데 세월을 보냈고, 우리는 애플리케이션 부문에 이러한 가능성을 적용할 수 있게 된 것에 대해 매우 기쁘게 생각합니다." 아마존의 아론 루벤손(Aaron Rubenson)은 말했다.

"애플리케이션 스토어는 아마존을 위한 논리적인 다음 단계입니다. 우리는 모바일 쇼핑을 매우 신중하게 그리고 회사 전반에 걸쳐 선택했습니다. 우리는 모바일 장치에서 이용 가능한 훌륭한 제품과 서비스를 만들기 위해 열심히 일하고 있습니다."

아마존의 앱 스토어는 안드로이드 시장과 비교해 애플리케이션의 수는 훨씬 더 적지만, 매우 효과적인 맞춤 추천 기능들과 같은 회사의 거대한 고객 기반과 검증된 마케팅과 상품화 기술들이 게임을 출시하기 위한 매력적인 장소로 만든다. 이것은 또한 여러분이 새로운 휴대폰과 애플리케이션을 함께 구입할 수 있는 유일한 장소가 될 가능성이 있다.

로벤손은 회사의 목표는 고객들이 온라인과 그들의 모바일 장치들 모두에서 개발자들의 애플리케이션을 구입할 수 있도록 가능한 간단하게 만드는 것이라고 말했다.



## 전망

전반적으로, 안드로이드는 지금 현재 굉장히 흥미로운 곳이다. 플랫폼은 3년의 짧은 경험 밖에 없지만, 많은 방법으로 여전히 성숙해 가고 있다. 여러분이 애플리케이션을 구입할 수 있는 장소의 수와 실행 가능한 광범위한 하드웨어의 측면에서 볼 때 안드로이드는 매우 세분화된 시장이다. 게임의 실제 개발 과정에서 마케팅과 판매에 이르기까지 모든 것들이 복잡하다.

이 기사는 해결책의 숫자를 관찰하지만, 실제로는 더 많은 것들이 있다. 안드로이드에서 플레이어용 대화식 "채널"로서 함께 추가로 구성되는 Ngmoco의 Mobage 서비스와 같이 이미 출시된 것들과 곧 출시될 것들 모두에서 말이다.

하지만 개발자들이 플랫폼에 모이는 것을 멈추게 하지는 못하고 있다. 안드로이드 게임으로 실제로 돈을 버는 것의 모든 문제들과 어려움들 때문에, 플랫폼이 성장하고 확장하는 것이 나아질 것이라는 의미도 있다.

"4개월에서 6개월 전까지도, 안드로이드는 iOS를 따라잡기 위해 노력했지만, 지금 저는 결국에는 안드로이드가 더욱 매력적인 플랫폼이 될 것이라고 확신합니다." 라고 멜코(Melko)는 말한다.