



소규모 MMO, 큰 기회인가?

(Tiny MMOs, Massive Opportunities?)

작성자: 케일럽 브릿지(Caleb Bridge)

작성일: 2012 년 10 월 11 일

PC 용 MMO 게임이 살아남으려면 많은 변화가 필요하다는 게 일반적인 생각이지만, 소형 스크린용 게임을 개발해서 운을 시험해 보고 있는 개발자들도 있다.

모바일용 MMO 는 아직 초기 단계이다. 모든 모바일 개발자들이 아직 시장을 보가며 신중하게 움직이고 있는 와중에, 접근 방식이 서로 다르기는 하지만 모바일용 MMO 개발을 단행하여 성공한 회사들이 있다.

PC 게임 개발사의 하이브리드 접근

스페이스타임 스튜디오(Spacetime Studios)의 CEO 개리 개티스(Gary Gattis)에 따르면, <포켓 레전드(Pocket Legend)>가 이러한 첫 사례이다. 이 팀은 오랜 MMO 개발 경력이 있다. 주요 직원들이 소니 온라인 엔터테인먼트(Sony Online Entertainment)의 <스타워즈 갤럭시(Star Wars Galaxies)>와 같은 게임 개발에서 중요한 역할을 수행했었다.

스튜디오를 연 후, 개티스와 팀원들은 <블랙스타(Black Star)>라 이름 붙인 공상과학 MMO 를 엔씨소프트(NCSoft)와 함께 개발하기 시작했다. 그러나 <오토 어썰트(Auto Assault)>와 <타블라 라사(Tabula Rasa)>의 실패로 인해 우선 순위가 바뀌어 <블랙스타>는 출시 대상에서 제외되었다. 이어서 스페이스타임은 디즈니와 교육 MMO 를 개발하였으나 결과는 비슷했다.

이런 난관에도 불구하고, 스페이스타임은 자신들에게 MMO 를 계속 개발하기 위한 탄탄한 기술적 기반이 있다는 것을 금방 깨달았다. iOS 시장에 MMO 가 없다는 점에 주목하여 재빨리 <포켓 레전드>를 개발하기 시작했는데, 나중에는 안드로이드와 크롬 웹 스토어를 통한 브라우저까지 포함하게 되었다.

“우리는 기술자들에게 크나큰 실망을 안겨다 주었지만, 그 결과 모바일 세계 그 어디에도 존재하지 않는 기술자들이 생기게 되었습니다.” 개티스는 말한다. “모바일 세계엔 우리 같은 유형의 서버 성능을 가진 3D MMO 기술이 없습니다. 그래서 우리 상품을 PC 에서 모바일로 가져갔을 때, 그것은 페라리에서 엔진을 꺼내서 유모차에 넣은 다음 경주에 나가는 것과 같았습니다.”

스페이스타임 스튜디오는 그러나 곧바로 뛰어들지 않고 모바일 게임 개발에 대한 중요한 사항들을 알아보기 위해 시장과 기술을 테스트했다.

“우리는 점차적으로 모바일용 MMO 를 100 개 정도 팔았습니다. 이윤을 내기 위한 일이 아니라 우리가 모바일용 MMO 로 성공할 수 있는지를 가늠하기 위한 특별 판매품이었습니다.”라고 개티스는 말한다. “우리는 MMO 개발의 위험 요소들을 완화하는 한편, MMO 개발을 위해 우리가 필수적으로 해야 하는 모든 일들을 알아보고 있었습니다. 어떤 이는 애니메이션의 골조를 가지고 있었고, 어떤 이는 자유롭게 콘텐츠를 업데이트했고, 어떤 이는 리더보드를 가지고 있었습니다. 소규모 게임을 여섯 개 정도 개발해 본 후에, ‘우리는 할 수 있어. 해 보자.’고 결심했습니다.”

레전드 시리즈는 처음에는 무료 게임 모델의 형태로 출발했다 – 13 레벨에서부터 유료 서비스가 제공되었다. 추가적으로 투자자들과 상의하고 게임업계의 동향을 연구한 후에, 스페이스타임은 소액결제 모델 기반의 무료 게임으로 완전히 전환했다.



포켓 레전드

개티스는 플레이어 수를 구체적으로 언급하기를 망설였으나, 인터뷰 전 달 기준으로 세 개의 MMO 게임- 판타물인 <포켓 레전드>, 공포물인 <다크 레전드(Dark Legends)>, 공상 과학물인 <스타 레전드(Star Legends)> -에서 주 평균 140 ~150 만 번의 세션 플레이가 있었다고 말했다.

모바일용 MMO 시장에 발을 담근 지 3 년째인 지금, 스페이스타임은 네 번째 MMO 게임을 개발 중이다. 개티스에 의하면, 스튜디오는 현재 “42 피스 퓨전 재즈 오디세이 실험 오케스트라”로 성장했다고 한다. <아케인 레전드(Arcane Legends)>를 모바일용과 데스크탑용 둘 다 크롬 웹 스토어를 통해 공급할 계획이며, 현재 레전드 시리즈 게임들 간에 6 개월 차를 두고 게임을 출시하는 것을 목표로 하고 있다.

또 다른 레전드 시리즈 게임을 출시하면 <포켓 레전드>의 매출이 감소할 수 있기 때문에 처음에는 조심스러웠으나, 기존에 출시한 게임들이 훌륭해서 결국에는 성공할 것이라 믿으며 어쨌든 스페이스타임은 위험을 감수하기로 했다. 위험을 무릅쓴 결과는 성공적이었다. “게임들의 매출이 거의 비슷하게 늘었습니다. 한 게임을 선호하는 사람들은 그 장르를 좋아하는 것이라고 생각합니다. 그러나, 두 게임 모두 하는 사람들도 꽤 되고, 실제로 모든 게임을 할 수 있어서 동반 성장한 것으로 밝혀졌습니다.”라고 개티스는 말한다.

이렇게 장르에 초점을 둔 게임 출시 모델로 인해서 스페이스타임 스튜디오는 게임의 유형을 반복해서 사용할 수도 있다. 새 게임에 같은 게임플레이 시스템을 적용한 후, 변경 사항들을 이전 게임들의 적절한 곳에 반영하는 것이다. 각 게임에 전담 팀을 배치해서 계속해서 플레이어들을 몰입시킬 정도로 콘텐츠와 업데이트가 충분한지 확인하도록 한다.

개티스가 인용한 닐슨(Nielsen)의 한 연구에 따르면 [안드로이드 유저와 iOS 유저는 한 달에 각각 9.8 시간, 14.7 시간 게임을 하는](#)¹ 반면, 평균적인 레전드 플레이어들은 한 달에 약 25 시간 게임을 한다고 한다. “우리는 플레이 세션을 짧게 개발했지만, 사람들이 워낙 게임을 많이 했습니다.”고 개티스가 말한다. “게임 도중에 방전될지 몰라서 핸드폰을 컴퓨터에 연결하고 몇 시간이고 계속 게임을 합니다.”

“하루에 다섯 번 정도 로그인해서 약 세 시간 동안 로그인 상태로 머물러 있고, 한 분기에 약 115 달러 이익을 가져다 주었습니다. – 이들은 게임 초창기부터 우리와 함께 한 이들로, 스쳐 지나가는 이들이 아니라, 우리의 플레이어 가운데 커다란 비중을 차지하고 있습니다.”

이 플레이어들이 게임에 몰입할 수 있도록 유지하는 것은 부분적으로는 빠르고 정기적인 업데이트를 진행하는 스페이스타임의 능력 덕분이기도 하다고 개티스는 말한다. 아마도 스튜디오의 전략에서 가장 중요한 부분이 구글 크롬을 통해 iOS 와 안드로이드에서 업데이트를 동시에 진행하는 것일 거라고 그는 말한다.

현재 그는 징가(Zynga)와 같은 다른 소셜 게임 회사로부터 새로운 인력을 데려와 제작 과정과 플레이어 유지에 대해 더 잘 이해함으로써 회사의 비즈니스 모델을 개선하는 것을 목표로 하고 있다고 한다.

MMO 장르의 순수 모바일 버전

그레이 애리어([Greay Area](#)²)연구소는 <새도우 시티([Shadow Cities](#)³)>를 개발하기 위해 2009 년 초반에 설립되었다. <새도우 시티>는 게임 세계를 현실 세계에 둬으로써 현실 세계의 상호작용을 독려하는 위치 기반 MMO 이다.

¹ 참조 링크: <http://arstechnica.com/apple/2011/07/iphone-users-spend-147-hours-a-month-playing-games/>

² 참조 링크: <http://www.greayrealabs.com/>

“우리는 도시의 사회적 구조보다 더 낫거나 신나는 놀이판은 아마도 없을 것이라고 생각합니다.”고 그레이 애리어 연구소의 공동 창설자이자 CEO 인 빌 베스테리넨(Ville Vesterinen)이 말한다. 세 명으로 시작한 그레이 애리어는 <새도우 시티>의 성공으로 현재 직원이 17 명까지 늘어났다.

게임에는 플레이어가 현실 세계에서 위치한 곳을 나타낸 지도가 사용된다. 이 지도에는 플레이어들이 적과 싸우고 세계와 상호작용하기 위해 마법의 룬 문자를 그릴 수 있도록 하는 기상천외한 오버레이가 있다. <새도우 시티>의 현실 세계 게임 보드가 플레이어들 사이에서 강한 공동체 의식이 생겨나는데 일조했다고 베스테리넨은 말한다.

“우리가 게임을 출시하자마자, 플레이어들은 현실 세계에서 서로 연결될 수 있기를 원했습니다. 위치 기반 게임을 하는 이들 사이에서 나타나는 현상입니다. 왜냐하면 다른 사람들이 게임을 하면서 주위를 다니는 것을 보기 때문이죠.”그는 말한다. “ ‘마법사 점심 클럽’같은 게 여러 곳에 있다고 들었습니다. 사람들이 게임 세계에서뿐만 아니라 현실 세계에서 상호작용하고 있습니다.”

앱스토어에서 판매되는 게임들 가운데 <새도우 시티>에만 위치 기반 게임 플레이가 있는 것은 아니다. 베스테리넨은 다른 위치 기반 게임 플레이 컨셉을 분석해 볼 여지가 많다고 생각한다.

“우리는 위치 기반 게임이 커다란 기회라고 생각하지만, 여전히 훈련 단계에 있습니다.”고 그가 말했다. “우리는 누구나 환영합니다. 매우 일상적인 게임 공간이지만, 수많은 회사가 있고 그 중 다수가 잘 해내고 있기 때문입니다. 우리가 보아온 [위치 기반 게임용] 솔루션들 중 대부분이 지금까지 다소 단순했고, 단지 구글맵 상에 개발된 정도였습니다. 그러나 다른 게임들은 위치 기반의 게임의 목표를 달성하고 있습니다.”

위에서 언급된 레전드 시리즈 게임들, 또는 게임로프트(Gameloft) 사의 <오더 앤 카오스 온라인(Order & Chaos Online)>과 다르게 – 이 게임은 나중에 다룰 것이다 – <새도우 시티>의 게임플레이는 그 어떠한 다른 시스템에서도 복제하기가 매우 어려울 정도로 모바일 장치에 특별하게 맞춰져 있다. 베스테리넨은 <새도우

³ 참조 링크: <http://www.shadowcities.com/>

시티>의 프리미엄 모델(freemium model⁴)이 이러한 점과 결합되어 많은 이들에게 매력적으로 느껴진 것이라고 설명한다.



“처음부터 우리는 앱 내 결제가 성공할 것이라고 생각했습니다.”고 베스테리넨은 말한다. 기본적으로 유료 게임의 경우 게임이 성공하려면 지속적으로 차트의 상위권에 머물도록 해야 하기 때문이다. 궁극적으로, “일회성 지불” 모델은 게임 서비스를 지속적으로 운영하는데 필요한 개발 비용을 감당하지 못한다.

“프리미엄 모델에서는, 게임을 정말로 좋아하는 충성스러운 유저 기반이 확보된 좋은 게임의 경우, 다운로드를 여러 번 할 필요가 없습니다. 우리는 일 평균 1억 6천만 명이나 되는 많은 유저가 필요하지 않습니다. 우리는 틈새시장을 파고드는, 일반인 모두가 아니라 게이머들을 위한 게임을 개발하고 싶습니다.”

그레이 애리어는 스페이스타임에 비해 수익을 밝히는 데 훨씬 더 조심스러웠다. 그러나, 베스테리넨은 유저당 일 평균 수익이 약 20 유로 센트이고, 전환율이 10% 바로 밑을 맴돈다고 했다.

전환율을 유지하는데 있어서, 플레이어들의 의견과 게임의 메트릭으로 알아낼 수 있는 정보 사이에서 균형을 잡는 것이 중요하다고 그는 말한다.

⁴ 기본 서비스는 무료로 제공하고 추가 고급 기능에 대해서는 요금을 받는 모델

“소수 사람들의 의견에 기반해서 게임을 개발한다면, 아마도 유저들에게 폐를 끼치게 될 것입니다. 그래서 숫자를 볼 필요가 있습니다 - 사람들이 무엇을 하고 있는지를 보고, 그들이 말하는 대로 따르지는 않는다는 원칙을 지키되, 그들이 어떻게 행동하는지에 따라 게임을 개선해야 합니다.”

모바일에서의 <WOW(World of Warcraft)> 경험

게임로프트는 다른 퍼블리셔들이 PC 용이나 콘솔용으로 출시한 게임들과 매우 비슷한 iOS 게임들을 출시하는 것으로 악명 높다. 그러나 게임들의 개발사나 퍼블리셔들이 모바일 게임을 거의 제공하지 않기 때문에 성공적이다. <오더 앤 카오스 온라인> - 전세계에서 가장 규모가 큰 서브 스크립션 MMO <WOW>의 게임로프트사 버전 - 도 다르지 않다.



[동영상: <http://youtu.be/ql-iu98XGds>]

“MMO 는 주요 게임 장르입니다. 앱스토어에 MMO 가 하나도 없으면 살아남기 힘들죠. 우리의 목표는 최초의 실시간 온라인 오픈 월드 게임을 출시하고, iOS MMO 의 기준이 되는 것이었습니다.”고 게이로프트사의 대표인 브루노 엠브레그니(Bruno Ambregni)가 말한다.

게이로프트사는 원래 <오더 앤 카오스 온라인>을 - 플레이어들에게 처음에 6.99 달러를 받고 달마다 이용료로 0.99 달러를 받는 - 프리미엄 회원제 게임으로 포지셔닝했다. 게임은 여전히 6.99 달러에 팔지만, 월회비는 앱 내 구매로 대체돼 없어졌다. 게임이 출시된 지 1 년 밖에 되지 않았는데도 불구하고, 10 월 10 일 기준으로 미국 앱스토어에서 아이폰 게임 앱으로 총 판매액 기준 114 위를 했고, 아이패드용 게임 앱으로는 79 위를 한 것으로 미뤄봤을 때, 이 전략이 효과를 거두고 있다고 할 수도 있다.

스페이스타임이 모바일용 MMO 분야에서는 게이로프트사를 앞섰지만, <오더 앤 카오스 온라인>은 게이로프트사의 인지도 덕분에 모바일용 MMO 장르에서 중요한 기준이 되는 게임이 되었다.

iOS 에서 출시된 이후, <오더 앤 카오스>는 안드로이드와 OS X 와 같은 다른 플랫폼으로 진출하였다. 그러나 레전드 시리즈와 달리 게이로프트는 기술상의 어려움을 이유로 다른 플랫폼에서 게임하는 플레이어들이 서로 인터랙션하는 것을 허용하지 않는다. 더불어, 플랫폼 간의 플레이를 허용하면 게임의 빠른 업데이트가 불가능하다고 말한다.

업데이트라는 고된 작업

실시간 업데이트는 MMO 장르의 큰 부분이며, 모바일 게임의 필수적인 부분이기도 하다. 모바일용 MMO 들의 작은 스케일과 사이즈, 그리고 개발, 업데이트, 테스트 속도를 고려했을 때, 일단 개발자들이 포물러를 정리하면, 빨리 변경 사항을 적용시킬 수 있다는 점에 개발사들 모두 동의한다 - 그러나 이러한 접근도 위험 요소가 없는 것은 아니다.

스페이스 타임은 내부 QA 를 하긴 하지만, 테스트를 대부분 유저에게 맡긴다 - 개티스에 의하면 이를 통해 플레이어들이 어떻게 생각하는지 빠르게 알아낼 수

있는 이점이 있다고 한다. “우리는 매우 자유롭게 반복할 수 있고, 플레이어들과 매우 긴밀하게 연결되어 있기 때문에, 테스트를 아주 많이 하지는 않습니다.”

이러한 접근 방식이 항상 효과적인 것은 아니다. 예를 들어, 어머니 날에, 스페이스타임은 전투 시 4.5 배 보너스를 주는 새로운 아이템을 적용했다 - 수익금의 50%는 유방암 연구에 사용될 예정이었다. 이 아이템이 활성화된 후에, 플레이어들은 그 보너스가 PvP 에도 적용된다는 것을 알게 되었다 -- 이 때문에 K/D ratio 가 떨어졌고, 결과적으로 플레이어들은 화가 났다. 스페이스타임은 해당 아이템 판매를 중지하고 문제를 해결한 후 패치를 업로드해서 아이템을 다시 빠르게 내보낼 수 있었다.

스페이스타임 스튜디오에게 - 개티스의 말에 따르면, “MMO 개발이 너무나도 어렵다”는 기본적인 사실과 다르게 - 큰 문제 중 하나는 모바일 개발사들이 PC 개발사들만큼의 역량을 갖추지 못한 것이라고 한다.

“블리자드(Blizzard)같으면 이런 걸 모두 알고 있었겠지만, 전형적인 모바일 개발사에게는 이와 같은 게임을 지원하는데 필요한 만큼의 지식, 규모, 지원 구조가 없습니다.”고 그가 말한다.

그렇긴 하지만, 그는 여전히 MMO 장르와 자신의 회사의 가능성에 대해서 낙관적이다. “우리는 모바일 멀티플레이어 세계에 점점 더 파고들기 위해 항상 고민 중입니다. 왜냐하면 이 시장은 아주 거대해질 것이기 때문이죠.”라고 개티스가 말한다. “이 회사는 과거에 거의 두 번 무너졌지만, 바로 지금 잘 해내고 있고, 아주 크게 성공할 것입니다.”