모바일 게임의 e스포츠화에 대한 연구

방재혁*, 김효남O
*청강문화산업대학교 게임콘텐츠,
O청강문화산업대학교 게임콘텐츠
e-mail: bjason1030@gmail..com*, hnkim@ck.ac.krO

A Study on the Mobile Games on e-Sports

Jae-Hyeok Bang*, Hyo-Nam KimO
*Dept. of Game Contents, ChungKang College of Cultural Industries,
ODept. of Game Contents, ChungKang College of Cultural Industries

● 요 약 ●

현재 세계적으로 e스포츠 시장의 규모가 꾸준히 성장하고 있는 가운데 PC 게임을 다루는 e스포츠 리그뿐만 아니라 모바일 게임을 다루는 e스포츠 리그도 점진적으로 규모가 커지고 있다. 하지만 모바일 e스포츠는 아직 PC e스포츠에 비해 사람들에게 많이 소비되고 있지 않고, 사람들에게서 주류로 인정받지 못하는 시선이 다분하다. 본 논문에서는 모바일 e스포츠 시장이 보다 효율적으로 발전할 수 있도록 어떤 부분 때문에 아직 발전 속도가 더딘지 점검하고, 모바일 e스포츠가 처한 현 상황에 대해 알아보며 앞으로의 성장 가능성에 대해 분석 및 연구하고자 한다.

키워드: e스포츠(e-Sports), 모바일 게임(Mobile Game), 모바일 e스포츠(Mobile e-Sports)

I. Introduction

1990년대 후반에 e스포츠 시장이 형성되기 시작한 지 20년이 지났다. e스포츠 시장은 나날이 빠르게 발전하고 있으며 관련 직종도 선수나 코치 뿐 만이 아니라 마케팅 디렉터, BD 매니저 등 구체적이고 세분화되고 있다. 한국콘텐츠진흥원의 2018 e스포츠 실태조사 보고서에 따르면 세계 e스포츠 시장 매출 규모는 9억 5백만 달러로 전년 대비 38.3% 증가했고 꾸준한 성장세와 함께 추후에도 고속 성장이 전망됐다. 한국 e스포츠 시장도 973억 원의 매출을 기록하며 전년 대비 4.2%의 성장세를 보였다.

이렇듯 시장이 매년 성장을 거듭하고 있는 가운데 모바일 e스포츠도 발전의 움직임을 보이고 있다. 얼마 전 까지는 그저 보조 이벤트 등의 형식을 통해 일회성 행사로 개최되었다면 최근에는 규모도 더욱 커지고 게임에 따라 프로 리그가 출범하는 등 제도적으로도 정비되고 있는 추세이다.

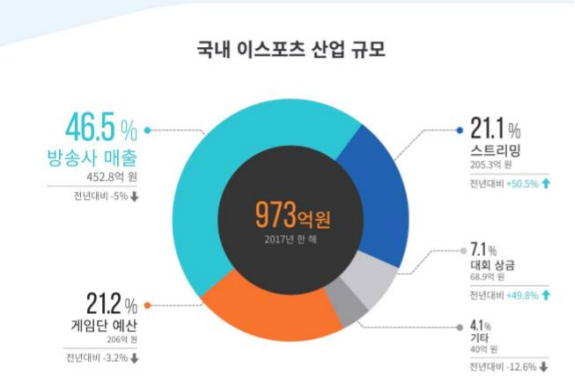

Fig. 1. Industry Scale of the Korea e-sports [1]

하지만 아직 사람들 사이에선 모바일 e스포츠는 주류로 인정하지 않는 분위기가 만연하다. 본 논문에서는 최근 발전 가능성이 보이는 모바일 e스포츠의 더욱 확실하고 안정적인 발전을 위해 현재 흥행중인 e스포츠와 모바일 e스포츠를 비교하고 어떤 부분에서 차이가 있기 때문에 위와 같은 인식이 생겨났는지 연구하며 어떠한 대처 방안이 있는지 제안하고자 한다.

II. The Main Subject

우선 본격적인 시작에 앞서 모바일 e스포츠의 정의부터 내려 보도록 한다. 흔히 모바일 e스포츠라 함은 스마트폰, 태블릿 PC 등의 휴대 가능한 기기로 플레이 할 수 있는 게임을 통해 진행되는 e스포츠를 의미한다. 기존 e스포츠 시장이 PC 혹은 콘솔 위주로 진행되었다면 최근엔 모바일 게임들의 퀄리티가 높아지고 경쟁력을 갖출 수 있는 수준까지 올라와 모바일 e스포츠라는 용어가 새로 탄생하게 되었다고 볼 수 있다. 이는 좁은 범위에서 Clash Royale, Brawl Stars 등의 모바일 기기에서만 플레이 가능한 게임들을 다룬 e스포츠 리그부터 넓은 범위로는 Hearthstone, Shadowverse 등 모바일과 PC의 크로스 플랫폼 플레이가 가능한 게임들을 다룬 e스포츠 리그까지 총망라하여 취급한다.

앱애니에 의하면 2019년 한 해 동안 세계에서 가장 다운로드 수가 많은 모바일 게임은 Garena에서 제작한 Free Fire고, 그 다음으로 많은 게임은 PUBG Mobile 이며 이 둘은 전 세계적 규모로 e스포츠 리그를 개최하고 있다.

Fig. 2. Top 10 Apps & Games by Downloads[2]

총 상금 400,000 달러를 놓고 열린 2019 Free Fire World Series는 최고 시청자 수 200만 명을 상회했다. 이는 가장 흥행하고 있는 e스포츠 리그인 2019 LoL World Championship의 절반에 육박하는 수치다[3]. 또한, PUBG Mobile Club Open final in 2019는 최고 시청자 수가 약 60만 명으로 전년 대비 약 11배 높은 수치가 집계되었다[4]. 이렇듯 여러 부분에서 점차 발전하고 있는 모바일 e스포츠 시장이지만 아직 주류 시장인 PC e스포츠 시장에는 크게 미치지 못하는 것이 현실이다. 그렇다면 어떤 부분 때문에 아직까지 모바일 e스포츠는 비주류적인 시선을 받고 있는 것일까?

우선 그래픽적인 부분을 꼽을 수 있다. 모바일 게임은 디바이스의 구조적 한계인 상대적으로 좁은 화면과 낮은 그래픽 퀄리티 때문에 시청자들이 대회를 볼 때 우선적으로 눈에 와 닿는 부분인 시각적인 부분에서 크게 매력을 느끼지 못 할 수 있다. 더 나아가 모바일 환경에서는 UI나 관전 시스템 등의 부재 및 미흡으로 인해 PC 게임에 비해 시청자들로 하여금 시청 경험의 매력을 저하시킨다고 볼 수 있다.

PC게임에 비해 낮은 수준의 조작감도 전문적인 e스포츠로 나아갈 때 문제가 된다. PC는 키보드와 마우스 등을 통해 보다 섬세한 조작이 가능하지만 모바일 e스포츠 종목들은 모바일 디바이스에 직접 터치, 드래그 하는 형식으로 게임을 진행하다 보니 PC 게임에 비해 상대적으로 섬세한 조작을 하기 어렵다. 또한, 모바일 게임은 인터넷 통신망의 속도가 PC 게임보다 느려 인터넷 지연율이 높게 나오고, 이는 순간적인 반응속도에 직결되는 문제이다. 이는 선수의 전문성으로 연결되는 문제이며, 이렇기 때문에 시청자들이 프로와 일반인의 차이가 극명하지 않다고 여겨져 대중들이 모바일 e스포츠를 전문 e스포츠로 여기지 않을 수 있다.

모바일 게임의 메인 비즈니스 모델이 부분 유료화인 부분도 모바일 게임의 e스포츠화에 장벽이라고 할 수 있다. 모바일 게임은 무료로 간단하게 즐기고자 하는 대중 인식이 높다. 따라서 처음부터 유료인 게임보다는 무료로 시작하여 필요한 캐릭터나 아이템을 수집할 때 돈을 써야 하는 부분 유료의 비중이 큰 편이다. 물론 모바일 e스포츠의 프로 리그에서는 각 선수들이 동등한 조건에서 대결하도록 규칙을 정하지만, 대부분의 모바일 e스포츠 대회는 아직 예선전을 진행할 때는 참가 플레이어의 개인 계정으로 진행하는 경우가 대부분이기에 이는 결코 무시할 수 없는 부분이다.

이러한 문제들을 해결하고 모바일 e스포츠가 더욱 흥행하기 위해서는 어떠한 방안이 필요할까? 위에서 나열한 문제들을 해결하기 위한 방안을 제시해 보겠다.

우선 시각적인 부분을 개선해야 한다. 이 말은 비단 인 게임에서의 그래픽 품질 개선만 이야기하는 것이 아니라 중계 화면, 오프라인 행사에서의 연출 등 대회가 시청자들에게 비춰지는 모든 부분을 이야기하는 것이다. 이는 e스포츠라 함은 온라인 시청자뿐 아니라 오프라인 행사에 참여하는 관중들의 열광도 이끌어낼 필요가 있기 때문이다. 모바일 게임은 PC 게임에 비해 볼륨이 작고 그래픽 퀄리티가 높지 않은 경우가 많다. 따라서 모바일 e스포츠 중계는 시청자들로 하여금 대회에 더 몰입할 수 있도록 더욱 인상적인 연출이 요구된다. PUBG Mobile은 시청자들에게 보다 편한 시청 환경을 제공하고자 선수들의 닉네임, 보유 아이템 현황, 킬 스코어 등에 대한 정보를 레이아웃을 제작하여 실시간으로 송출했다.[5] 또한, Clash Royale은 바닥에 디스플레이를 설치하여 게임 속 배경을 그대로 담아내어 중계의 생동감을 더했다.[6]

Fig. 3. PUBG Mobile Street Challenge 2020[5]

Fig. 4. Clash Royale Crown Championship 2017[6]

다음으로는 기술의 개발을 이야기해 볼 수 있다. 현재 모바일 e스포츠의 대중성과 규모를 봤을 때 PUBG Mobile이나 Free Fire 등의 실시간으로 섬세한 조작을 해야 하는 게임들보다는 Hearthstone이나 Clash Royale처럼 비교적 실시간으로 대처하는 것 보다 시간을 두고 전략적인 플레이를 요구하는 게임들이 더욱 흥행하고 있다. 미래에 기술이 발전하여 모바일 기기로도 PC만큼 섬세한 조작이 가능해진다면 위에서 서술한 인식 문제가 일정 부분 해결될 것으로 생각된다. 또한, 추후에 클라우드 게이밍 등의 기술이 발전하여 플랫폼 간의 차이가 퇴색되는 시기가 온다면 모바일 게임의 한계로 꼽은 문제점을 극복 할 수 있을 것으로 보인다.

마지막으로는 리그를 개최할 때 개최 의도에 맞는 성격의 형식으로 리그를 진행 할 수 있게 방향성을 잡는 것이다. 지금 모바일 e스포츠 시장은 아마추어 리그와 프로 리그 등의 두 가지 형식으로 나뉜다고 볼 수 있다. 아마추어 리그는 참가 접수를 일정 이상의 높지 않은 참가 조건을 만족하는 플레이어들을 대상으로 개최하여 비교적 진입장벽이 낮은 편이기에 많은 플레이어들로 하여금 참가를 유도할 수 있다. 대표적인 아마추어 리그로는 'PUBG Mobile Street Challenge,' 'Brawl Stars Open' 등의 대회가 있다.

Fig. 5. Brawl Stars OPEN - KOREA 2019[7]

프로 리그는 프랜차이즈 형식으로 운영하여 프랜차이즈에 참여하는 팀과 선수들만이 리그에서 뛸 수 있게 하는 구조기에 진입장벽이 높지만 보다 높은 수준의 경기를 볼 수 있기 때문에 시청자들의 관심을 모으기 쉽다. 또한, 대회 수익의 일부를 팀과 선수에게 배부하는 프랜차이즈 수익 구조 덕분에 자생할 수 있는 에코 시스템을 만들 수 도 있다. 대표적인 프로 리그로는 'King Pro League,' 'Shadowverse Pro League' 등이 있다.

Fig. 6. Korea King Pro League 2018[8]

위를 참고하여 대회를 개최할 때 종목보유사가 원하는 성격에 맞춰 효율적으로 대회를 개최한다면 보다 흥행할 수 있을 것으로 보인다.

III. Conclusions

본 논문에서는 모바일 e스포츠가 아직 빠른 속도로 발전하지 못하고 있는 이유에 대해 짚어보고, 해결 할 수 있는 방법과 나아갈 방향을 제시해보았다. 모바일 디바이스의 기술적인 한계 때문에 부족한 부분은 빠른 시일 내에 해결하기는 어렵지만 대회 기획 및 연출, 운영 등의 부분에서는 대회를 보다 매력적으로 만들 수 있는 부분이 충분히 존재한다. 모바일 e스포츠는 앞으로 더욱 발전할 수 있는 가능성이 보이는 시장인 만큼 보다 빠르고 효율적인 발전을 위해 내부적으로 문제가 되는 부분들을 되짚어서 해결하여 소비층의 인식을 바꾸어야 한다.

REFERENCES

[1] www.kocca.kr, The 2018 Survey on the Korean E-sports Industry, KOCCA,

[2] Appannie.com, "A Successful Finale to the Decade: Mobile Highlights of 2019," Digital News of Appannie, December, 2019

[3] https://escharts.com/ko/tournaments/free-fire/free-fire-world-series-2019

[4] https://escharts.com/ko/tournaments/pubg-mobile/pubg-mobile-club-open-fall-split-global-finals

[5] 'PUBG Mobile Street Challenge 2020' online-streaming screenshot, captured by myself https://www.youtube.com/watch?v=ECQWocKEryM

[6] 'Clash Royale Crown Championship 2017' picture by Supercell

[7] 'Brawl Stars OPEN - KOREA 2019' picture by OGN
[8] 'Korea King Pro League 2018' picture by OGN