

## 온라인과 모바일 게임에서 유저의 이탈 원인 연구

최솔이\*, 이종원<sup>o</sup>

\*청강문화산업대학교 게임콘텐츠스쿨,

<sup>o</sup>청강문화산업대학교 게임콘텐츠스쿨

e-mail: yge05056@naver.com\*, jw@ck.ac.kr<sup>o</sup>

## A Study on the Causes of User Leave in Online and Mobile Games

Sol-Yee Choi\*, Jong-Won Lee<sup>o</sup>

\*School of Game, ChungKang College of Culture Industries,

<sup>o</sup>School of Game, ChungKang College of Culture Industries

### ● 요약 ●

일반적으로 게임에서는 유저의 과금이나 광고 시청 등으로 수익을 내기 때문에 게임을 플레이 하는 유저의 수는 곧 그 게임의 수익으로 이어진다. 그러므로 신규 유저의 유입뿐만 아니라 기존 유저의 이탈을 막는 것 또한 매우 중요하다. 유저의 이탈은 짧은 기간 동안 게임을 플레이 한 유저인지 아니면 매우 오래 플레이 하고 과금까지 하던 충성고객인지를 가리지 않고 일어난다. 본 논문은 설문을 통해 온라인과 모바일 게임에서 유저의 이탈 경험과 이탈 원인에 대해서 조사하고 이에 따른 유저의 이탈 예방과 개선 방안을 제시한다.

**키워드:** Mobile Games(모바일 게임), Online Games(온라인게임), User Leaves(유저이탈)

### I. Introduction

일반적으로 유저들은 친구나 유튜버 등 타 매체의 추천, 광고 등을 보고 어떠한 게임에 입문하게 된다. 게임을 플레이하는 유저의 수는 곧 게임의 수익과 흥행으로 이어지기 때문에 게임회사들은 신규 유저의 유입을 위해 여러 홍보와 이벤트를 진행하고, 기존 유저의 이탈을 막기 위해 여러 혜택 제공과 복귀 유저 이벤트 등의 프로그램을 진행한다. 하지만 이런 노력에도 불구하고 한때 대흥행했던 게임들마저 결국 유저의 대거 이탈로 기억에서 잊혀지는 상황들은 매우 빈번하게 일어난다.

왜 유저들은 즐겨 플레이하고 심지어 과금까지 진행할 정도로 몰두하던 게임을 이탈하고 다시는 접속하지 않는 것일까? 유저가 게임을 이탈하게 되는 원인은 아마도 하나의 이유라기 보다는 복합적인 원인들로 인해 일어날 것이다. 유저의 이탈을 막기 위해서 게임 회사들은 이탈 원인을 분석하고 개선해 신규 유입 유저들과 기존 유저들의 이탈을 막고 장기 미 접속 유저들도 다시 게임으로 돌아오게 하려고 노력하고 있을 것이다.

본 논문에서는 오랫동안 흥행을 유지중인 게임의 성공요인과 게임 이탈 경험에 대한 설문조사를 통해 파악한 유저가 게임에서 이탈하지 않는 이유를 비교 분석한다. 비교 분석을 통해 게임의 이탈 원인을 조사하고 유저의 게임 이탈을 방지할 수 있는 개선방향을 제안한다.

### II. The Main Subject

대표적으로 오랜 시간 흥행 중인 게임 중의 하나를 꼽자면 국내에서는 몇 년째 온라인 게임 점유율 1위를 2위부터 20위까지의 타 게임들을 합친 값보다도 높은 43.71%의 수치로 지키고 있는 리그오브레전드가 있다(2022년 4월 기준)[1]. 2017년 즈음 배틀그라운드 흥행으로 1위 자리를 잠시 빼앗긴 적이 있었지만 오랜 시간이 지나지 않아 1위 자리를 탈환했다. 리그 오브 레전드가 이토록 오랜 시간 동안 온라인게임 점유율 1위를 지킬 수 있는 이유는 무엇일까?

이것은 MOBA게임 장르의 특성상 상대가 AI가 아닌 PVP(player vs player) 전투를 하는 구도이기 때문에 같은 챔피언과 스킬 등 동일한 조건의 상황에서도 매 판마다 예측 불가능한 전투를 할 수 있다는 점이다. 하지만 이것만으로 리그 오브 레전드의 흥행을 단정 짓기에는 같은 MOBA 게임들 중에서도 흥행하지 못하고 서비스가 종료된 게임은 매우 많다. 따라서 본 논문에서는 흥행게임에서는 유저의 이탈을 어떻게 방지하는지 알아보고자 게임 플레이 경험이 있는 성인남녀를 대상으로 설문을 진행하였다. 설문 결과와 리그 오브 레전드의 공통점에 관해 분석하며 성공요인을 분석할 것이다. 설문은 71명이 응답하였으려 게임의 이탈 경험 유무와 이탈해 본 적이 있다면 이탈하게 된 원인에 관해 조사했다.

① 설문에 참여한 사람들의 연령대

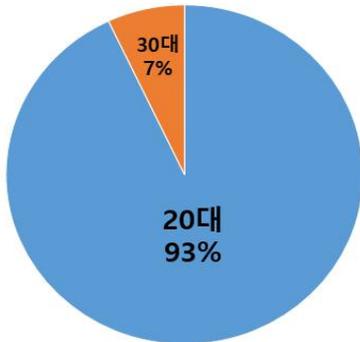


Fig. 1. Age Group of Survey Participants

응답자 71명 중 93%가 20대로 나타났다.

② 게임 이탈 경험 유무

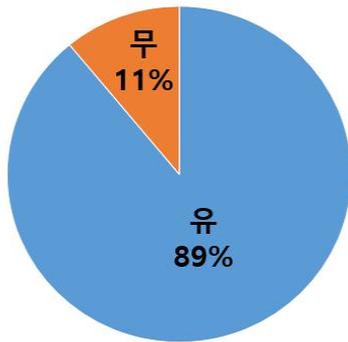


Fig. 2. Experience Leaving the Game

응답자 71명 중 89%는 즐겨 플레이하던 게임을 이탈 해 본 경험이 있다고 밝혔고, 게임 이탈 경험이 없는 응답자는 11%에 그쳤다.

③ 게임 이탈 경험이 있는 플레이어 중 해당 게임을 플레이 한 기간



Fig. 3. Duration of Game Play

② 항목에서 게임 이탈 경험이 있다고 응답한 응답자들을 대상으로 그 게임을 플레이 한 기간을 조사했다. 게임 플레이 기간은 매우 다양했으나 1년 이상 그 게임을 플레이 한 장기 유저 수가 50%로 제일 높게 나타났다. 1년 이상 한 게임을 꾸준히 플레이했다는 점은 그 게임에 애정이 있었다는 것인데 이 유저들은 왜 그 게임을 더 이상 하지 않게 된 것일까? 그래서 다음 항목에서는 그 게임을 더 이상 플레이하지 않게 된 원인을 조사했다.

④ 게임 이탈 경험이 있는 유저가 게임을 이탈하게 된 원인



Fig. 4. Reasons for Leaving the Game

게임 이탈 원인 조사 항목은 중복 선택이 가능하게 했다. 이탈경험이 있는 응답자 63명 중 28명인 44.4%만이 단일 요인으로 게임을 이탈하였으며, 나머지 55.6%는 여러 요인으로 인해 게임을 이탈했다고 응답했다.

게임을 이탈하게 된 원인으로 가장 많은 이유로 꼽힌 원인은 한정적인 재미 요소와 같은 패턴 때문이라는 응답이 44%라는 결과가 나왔다. 그 다음으로는 시간과 체력 부족과 운영방식의 불만족, 과도한 과금 유도가 이어졌으며, 기타에는 난이도와 다른 더 재미있는 게임을 찾아서 등의 의견이 나왔다.

여기서 리그 오브 레전드가 오랜 시간 흥행을 유지할 수 있었던 이유를 알아볼 수 있다. 한정적인 재미 요소와 같은 패턴 때문에 게임을 이탈했다는 부분을 리그 오브 레전드와 비교해볼 수 있다. 리그 오브 레전드는 이미 흥행을 하고 있음에도 불구하고 새로운 챔피언과 아이템, 비주류 챔피언의 리메이크와 새로운 게임 모드 개발 등 꾸준한 업데이트를 이어나가며 유저들에게 새로운 경험을 계속해서 선사해 질릴 틈이 없게 만든다. 난이도 부분에서는 리그 오브 레전드가 신규 유저의 진입 장벽이 있는 편이나, 세세한 튜토리얼과 AI와 게임을 플레이 해볼 수 있는 봇전, 연습 모드를 통해 신규 유저의 게임 정착을 돕고 있다.

리그 오브 레전드의 운영방식 또한 유저들에게 만족을 주는 운영 사례로 유명하다. PvP 게임에서는 필연적으로 일어날 수 밖에 없는 유저간의 욕설과 트롤링 행위 등도 유저 직접 신고 제도를 이용해 제재를 하고 있으며, 반복적으로 신고를 당한 플레이어는 다시는

게임을 플레이 할 수 없게 영구정지 처리가 된다. 또 게임과는 관련 없는 쓸데없이 보일 수 있는 사적인 질문에도 성의 있게 답변해주는 모습을 보여주는 것도 긍정적이다. 게임에 애정을 가지고 있는 유저들은 자신의 생각이 게임에 반영되거나, 그 게임의 운영자와 소통하는 것을 매우 특별한 것으로 여기기 때문에 유저들의 운영방식 만족에 큰 도움을 준다[2].

이탈 원인 중에 과도한 과금 유도로 게임을 이탈했다고 응답한 응답자의 비율도 무시할 수 없는 수치로 나타났는데, 게임에서 과금은 게임의 재미를 올려줄 수 있는 필수 요소이면서도, 과금을 해야만 게임을 이어갈 수 있는 상황이 되면 유저는 굉장한 스트레스를 받게 되고 게임을 이탈하는 경우가 많으며 RPG게임에서 이런 양상이 주로 나타난다. 리그 오브 레전드는 과금을 한다 해도 캐릭터의 외형을 꾸미는 행위(이하 스킨)나 룬 페이지 구입 등 게임의 승패에 직접적인 영향을 미치지 않는 행위만이 가능하기 때문에 게임에 돈을 쓸 수 없는 연령대의 유저들도 부담 없이 즐길 수 있다는 장점이 있다.

다음 설문항목으로는 게임 이탈 경험이 있는 응답자들을 대상으로 게임을 이탈하게 되었던 원인이 모두 개선된다면 게임에 다시 돌아올 의향이 있는지에 대해 조사했다.

⑤ 게임 이탈 원인이 개선된다면 게임에 돌아올 의향이 있는지 여부

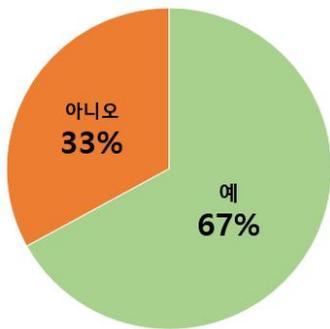


Fig. 5. intent to return to the game

설문 응답자 중 67%는 이탈 원인이 개선된다면 다시 해당 게임을 플레이 할 것이라고 응답했으나, 33%의 응답자는 이탈 원인이 개선되더라도 다시 그 게임을 플레이하지 않을 것이라고 응답했다.

이 항목을 통해 게임을 이탈하게 된 원인이 모두 개선된다 해도 이탈했던 모든 유저가 돌아오는 것은 아니라는 사실을 알 수 있다. 그렇기 때문에 소 잃고 외양간 고치듯 유저가 이탈한 뒤에 게임 내외의 불만사항을 개선하기보다는 게임이 서비스되기 시작한 시점부터 시간, 체력 부족과 같이 불가항력적인 항목을 제외하고, 유저들의 가장 많은 이탈 원인으로 꼽았던 점을 참고하여 한정적이지 않고 늘 새로운 콘텐츠와 재미요소, 거부감을 주지 않을 정도의 적당한 과금 제도, 그리고 유저의 불만사항을 수용하고, 유저의 의견이 게임에 반영될 수 있는 운영방식 등 서비스하기 위해 노력하는 것이 많은 유저들의 사랑을 받으며 흥행작이 될 수 있는 중요한 부분이라고 생각된다.

III. Conclusions

게임에서는 다양한 경로로 인해 유저가 유입되고 그 유저들로 인하여 게임은 수익을 내야 회사 또한 운영될 수 있다. 하지만 유저들의 이탈로 인해 별다른 성과를 거두지 못하고 서비스가 종료되는 게임도 매우 많으며, 이 원인을 분석하기 위해 설문을 진행하였다.

본 논문에서는 오랫동안 흥행을 유지중인 게임의 성공요인과 게임 이탈 경험에 대한 설문조사를 통해 파악한 유저가 게임에서 이탈하지 않는 이유를 비교 분석하였다.

유저들은 게임 재미요소와 새로운 콘텐츠의 부재, 운영방식의 불만족과 과도한 과금 유도로 인한 무과금 유저와 과금 유저의 격차 등으로 게임을 이탈하게 된다는 것을 알 수 있었다. 그리고 흥행 게임을 분석한 결과 흥행 게임은 이러한 불만사항들에 현명하게 대처하는 모습을 볼 수 있었다. 이와 같이 유저의 지속적인 이탈을 막기 위해서는 먼저 현재 게임을 플레이하고 있는 유저들의 목소리에 귀를 기울여 그들의 현재 불만사항이 무엇인지 설문이나 이벤트 등을 통해 파악 후, 유저의 응답에서 가장 많은 수치를 차지한 항목이 한정적인 재미요소와 일정한 패킷이라면 신규 캐릭터나 아이템, 퀘스트의 출시, 밸런스를 조정하는 등 적절하게 대응하는 것이 유저가 게임에 더 만족하며 오래 플레이하는 좋은 방법이 될 수 있을 것이다.

REFERENCES

[1] www.gametrics.com  
 [2] J.Y Choi, Game Management Bible, Mujigaeteo Press, 2013