

소셜 네트워크 게임의 분류 및 발전방향

안광림, 김성환

서울시립대학교 컴퓨터학과/기능성게임연구소

e-mail : kwangrim@uos.ac.kr, swkim7@uos.ac.kr

Classification of SNG (Social Network Game) and Its Future

Kwang-Rim An and Seong-Whan Kim

School of Computer Science, University of Seoul

요 약

SNG(social network game)은 최근 보편화된 SNS(social network service)를 기반으로 하는 게임으로 단순한 인터페이스와 진행방법을 제공하는 캐주얼 게임 위주로 서비스되고 있다. 본 논문에서는 네트워크를 통해 인적관계를 형성시켜주는 SNS 의 정의 및 SNS 에서 발전된 게임모델인 SNG 를 정의하고, SNS 와 SNG 의 결합모델을 3 가지로 분류하고 각각의 사례에 대해 분석한다. SNS 기반 SNG 서비스 모델로, SNS 서비스 1 위 업체인 Facebook 을 중심으로 소개하였으며, SNS 서비스를 이용하는 사용자 규모 및 서비스되고 있는 SNG 의 진행방식 및 특징을 설명한다. 다른 결합유형으로, 기존 온라인 게임 기반의 SNS 서비스 및 신규 SNS/신규 SNG 모델을 소개하고 각각의 예를 소개하였다.

1. 서론

SNS(social network service)는 웹을 기반으로 서비스 되는 인맥관리 서비스를 말한다. SNS 는 다른 사람과의 사회적 관계를 구축해주는 온라인 커뮤니티를 말하는데 대표적 SNS 로는 Facebook (FB), 싸이월드, myspace 등이 있다. 최근 스마트폰과 같이 언제 어디서든 웹에 접근할 수 있게 해주는 장치들이 보편화됨에 따라 SNS 의 이용자 수는 급격히 증가하고 있다. 그에 따라 SNS 를 기반으로 하는 SNG(social network game)역시 큰 폭의 성장을 거듭하고 있는 실정이다. SNG 는 소셜 네트워크를 기반으로 자신의 인맥들과 같이 즐길 수 있는 게임을 말한다.

본 논문 2 장에서는 관련 연구를 통해 SNS 와 SNG 에 대한 설명을 하고, 3 장에서는 SNG 의 특징과 사용자 규모 그리고 현재 SNG 시장에서 선호하는 서비스 방향과 앞으로의 시장의 성장 추이에 대해 알아 본다. 마지막으로 4 장에서는 2 장과 3 장의 내용을 토대로 결론을 제시한다.

2. 관련 연구

본 장에서는 SNS 에 대해 조명 해보고 국내외 유명 SNS 사이트에 대해 조사 하였다. 또한 새로운 형태의 게임인 SNG 의 특성과 기존 온라인 게임의 커뮤니티 차이에 대해 살펴본다.

2.1. SNS(social network service)

Wikipedia 에 따르면 “SNS 는 사람 사이의 공유 관심 및 활동에서 사회적 관계를 구축하는데 초점을 맞춘

온라인 커뮤니티로 정의한다. A social networking service is an online service, platform, or site that focuses on building and reflecting of social networks or social relations among people, who, for example, share interests and/or activities.”[1] Boyd.D.M. 와 Ellison.N.B 는 SNS 란 웹에 기반을 둔 특정한 시스템 내에서 공개 혹은 비공개적으로 개인의 프로필을 제공하고 개인들 간의 관계에 따라 형성된 연결을 공유하며 그 연결을 바탕으로 시스템 안에서 다른 사람들과 상호 작용을 지원하는 웹 기반의 서비스라고 말했다[2]. SNS 는 다른 커뮤니티와는 달리 자기가 중심이 되는 하나의 네트워크를 형성하고 이 네트워크는 다른 사람의 네트워크와 맞물려 하나의 거대한 플랫폼을 이루게 된다. 이렇게 이루어진 플랫폼은 주 서비스인 인맥관리 외에도 부수적인 서비스들이 형성될 수 있는 기반을 제공하는데 SNG 역시 그런 서비스들 중 하나이다. <표 1>은 SNS 를 제공하는 사이트에 대한 정보로 한국 콘텐츠 진흥원의 조사한 결과이다[3]. Facebook 과 Myspace 는 미국에서 개발되었고 전 세계를 대상으로 서비스 중이며 Mixi 는 일본에서 서비스 중이며 싸이월드, 네이버 소셜앱, 다음의 요즘, 버디앱은 한국에서 개발되어 자국 위주의 서비스를 제공 한다.

<표 1> SNS 사례

사이트명	내용
Facebook	-2011년 8억명의 회원을 가지는 전세계 최고의 사이트
MySpace	-myspace에서 24시간 동안 게임을 이

	용하는 사람들의 수는 약 130 만명
Mixi	-2004년 2월 경부터 open social 기반의 플랫폼 서비스를 시작 -1위 SNG 사소차이소목장 경우에는 500만명 이상의 유저 보유
싸이월드	-네이트 앱스토어라는 이름으로 시작 -50개발사/100개 소셜 앱 서비스 -네이트 앱스토어 유저수는 250만명 -유저와 매출 측면의 지속적인 성장세
네이버	-2010년 8월부터 네이버 소셜 앱 시작
다음	-2010년 7월경 소셜 앱 서비스 제공 -소셜 그래프를 활용하는 “요즘” 제공
버디버디	-2010년 5월 버디 앱 서비스 시작 -타겟 유저는 주로 10대 초반~중반

2.2. SNG(social network game)

Wikipedia 에 따르면 “SNG 는 주로 SNS 를 통해 배포하고, 일반적으로 다른 플레이어들과 비동기적 진행을 하는 온라인 게임의 유형으로 정의한다. A social network game is a type of online game that is distributed primarily through social networks, and typically features multiplayer and asynchronous gameplay mechanics.”[1] 그리고 김지용 등에 따르면 Facebook, myspace, 싸이월드 등의 SNS 플랫폼을 기반으로, 사용자의 온라인 인맥과 유대관계를 증진하기 위해 사용자참여 및 관계 맺기를 극대화한 새로운 형태의 사회적 인맥기반의 게임이다. 기존의 SNS 는 현대 사회에 진입하면서 사이버 상의 네트워크를 형성함으로써 지속적이고 추가적인 인맥 관리를 가능하게 해주는 역할을 하고 있다[5]. SNS 안에서 기존 contents 이상의 Rich Experience 요소를 찾게 되었는데, 그 중에서 어플리케이션 방식으로 사용자들에게 제공되고 있는 것이 SNG 이다. SNG 의 특징은 기존의 온라인 게임과 같이 온라인 상에서의 사용자 커뮤니케이션이 가능하지만 기존 온라인 게임에서 동시접속이 유일한 커뮤니케이션 수단이라는 것과는 다르게 off-Line 상태의 커뮤니케이션이 가능하며, 그 비중이 매우 높다고 말한다. 이것은 게임 내에서 어떤 이벤트가 발생하게 되면 해당 메시지는 SNS 을 통해 전달되며 상대방은 게임에 접속해 있지 않더라도 메시지를 확인 할 수 있는 것을 말한다. 그리고 SNG 는 기존 온라인 게임과는 달리 on-line 상에서 만난 사람들 보다는 off-line 의 실제 인맥들과 게임을 즐기게 되며 친구가 없을 경우 게임 진행에 불리함을 받는 경우가 많아 유저 스스로 친구를 초대함으로 마케팅이 자연스럽게 이루어진다. 또 웹을 기반으로 하기 때문에 별도의 다운로드나 설치가 없다.

3. SNG 의 분류 및 발전형태

본 장에서는 SNS 1 위 사이트인 Facebook 의 소셜 네트워크 서비스 Facebook 에서 SNG 를 이용하는 사용자의 규모와 SNS 와 SNG 의 성장으로 인해 새롭게 생겨난 SNG 유형에 대해 설명하고 SNG 가 가지는

서비스 주 목적과 SNG 를 서비스 하는 주요 업체에 대해 소개한다.

3.1. SNG 의 목적

기존의 게임들이 게임자체에 목적을 가진 것과 달리 SNG 는 사람과 사람간에 관계를 돈독히 하는데 그 목적이 있다. 또 SNS 이용자의 대부분이 게임을 많이 즐기지 않은 비(非)게이머인 것을 고려해 off-line 상태에서 게임 진행이 가능하도록 만들어져 게임진행에 대한 부담감이 없으며 게임자체도 누구나 접근할 수 있도록 쉽고 단순하게 만들어진 게임이 대부분이다.

3.2. SNG 의 장르 및 개발 형태

SNG 에서 가장 활발히 서비스되고 있는 장르는 시뮬레이션 장르로 Facebook 의 상위 25개 SNG 중 70% 를 차지하고 있다. 현재 Facebook 의 1~3 위 게임인 Cityville, Farmville, the sims social 역시 시뮬레이션 장르에 해당한다. 최근 교육 및 의료 치료 등의 기능성 게임의 형태로 SNG 장르가 추가되는 점은 주목할 만하다. 구현형태를 보면, 대부분의 SNG 는 웹 브라우저 상의 서비스 형태를 기본형태로 하고 있기 때문에 개발도구로는 웹에서 바로 재생이 가능한 PHP, JavaScript, Adobe Flash 를 사용한다.

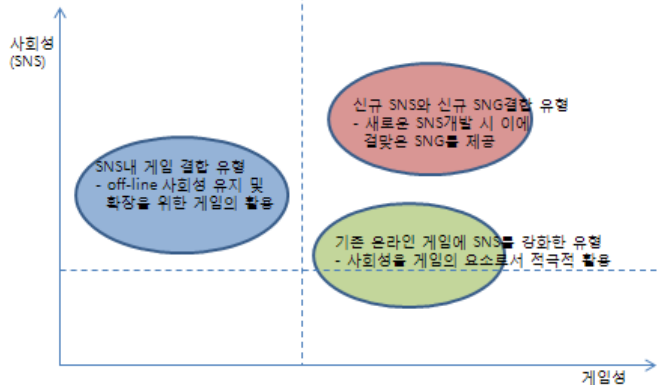
3.3. SNG 의 적용 사례

<표 2>은 한국 콘텐츠 진흥원의 조사한 결과이다[3]. SNS 와 SNG 그리고 기존의 온라인 게임들이 서로 융합되어 새로운 유형의 SNG 들에 대해 보여주고 있다. 유형 1 은 현재 보편적으로 서비스되고 있는 SNS 내 게임서비스 결합 유형으로 SNS 에서의 이웃들과 같이 게임을 하게 되므로 이웃과의 관계를 돈독히 해주는 효과가 있다. 유형 2 으로는 기존 온라인 게임에서 SNS 서비스를 강화한 유형으로 엔씨소프트의 아이온’ 은 아바타북이라는 SNS 를 제공하고 있으며, 넥슨의 ‘넥슨별’ 은 소셜에 많은 비중을 둔 게임이었다. 유형 3 은 신규 SNS 와 신규 SNG 의 결합 유형인데 SNS 와 SNG 를 동시 개발하게 된다.

<표 2> SNS 와 SNG 유형

구분	소셜네트워크 성격	게임 사례
SNS 내 게임서비스 결합 유형	기존 SNS 에 게임을 접목 사회성>게임성	FB 의 FarmVille Nateon 연동게임
기존 온라인 게임에 SNS 서비스를 강화한 유형	기존 게임에 SNS 추가 게임성>사회성	NCSOFT ‘아이온’ + 아바타북 서비스 넥슨의 ‘넥슨별’
신규 SNS 와 SNG 의 결합 유형	특정 주제를 가지는 SNS	Namoco 의 모바일 SNS Plus+와 SNG

<그림 1>은 <표 2>에서 제시된 3 가지 유형에 따른 사회성과 게임성의 요소를 보여주는데 SNS 내 게임 결합의 유형은 게임적인 요소보다는 사회적 요소가 많이 나타나며, 신규 SNS 와 신규 SNG 의 결합 유형은 해당 SNS 에 걸맞은 SNG 를 제공하므로 게임적 요소와 사회적 요소 모두를 가진다. 마지막으로 기존 온라인 게임에 SNS 를 강화한 유형은 사회적 요소 보다는 게임적 요소가 많은 비중을 차지한다[3].

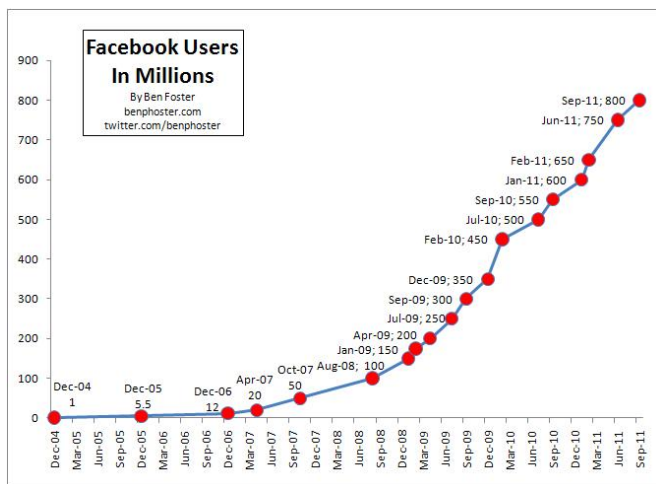


(그림 1) SNS 와 SNG 의 결합 유형

3.4. 유형 1: SNS 기반 SNG 융합모델

SNS 기반 SNG 융합 모델의 구체적인 예로, Facebook 을 예로 들고자 한다. Facebook 은 2004 년 2 월 4 일에 당시 하버드 대학교의 학생이었던 Mark Zuckerber 에 의해 개발되었고 현재 SNS 사이트 중 최대 규모이다. <표 3>은 “benphoster.com”과 “insidesocialgames.com”의 자료로 FB 의 가입자 추이 및 2011 년 9 월 현재 FB 기반으로 제공되는 SNG 의 순위이다[5,6]. 그래프를 보면 매달 전체 가입자의 5%이상에 해당하는 인원이 꾸준히 가입하고 있으며 2011 년 9 월 현재 8 억 명의 가입자를 확보하고 있다. FB 은 총 8 억명의 가입자를 보유하고 있고 하루 평균 방문자는 3 억명이다. 그 중 약 7%에 해당하는 2000 만명이 SNG 를 이용하고 있다.

<표 3> Facebook (FB) 가입자 현황



<표 4>에서 FB SNG 상위 1~3 위까지의 게임 장르를 보게 되면 모두 시뮬레이션기반 게임이 차지하고 있으며, 전체 게임의 공통적인 특징은 (1) 자주 방문을 유도하는 요소가 있다는 점이며, 예를 들어 작물 키우기나 무언가를 돌보고 관리하는 것이다. (2) 게임 플레이 시간에 구매 받지 않는다는 것이다. 기존 온라인 게임들이 실제로 접속을 하여야만 게임을 진행할 수 있는 것과 상이한 점이다. 예를 들면 농장경영 게임의 경우 게임에 접속하지 않더라도 파종한 농작물은 스스로 자라게 된다.

<표 4> FB SNG 순위

Rank	Game	Developer	DAU	Change	(Last Month)
1	CityVille	Zynga	14,073,564	-918,608	14,992,172
2	FarmVille	Zynga	8,311,283	158,261	8,153,022
3	The Sims Social	EA Playfish	7,562,734	N/A	N/A
4	Texas HoldEm Poker	Zynga	6,363,720	-414,401	6,778,121
5	Empires & Allies	Zynga	6,297,859	-889,341	7,187,200
6	Gardens of Time	Playdom	3,740,734	-62,484	3,803,218
7	Pioneer Trail	Zynga	3,186,868	N/A	N/A
8	Words With Friends	Zynga	3,103,590	N/A	N/A
9	Bejeweled Blitz	PopCap Games	3,020,103	250,797	2,769,306
10	Café World	Zynga	2,227,517	-177,406	2,404,923
11	Diamond Dash	Wooga	1,995,255	283,992	1,711,263
12	Bubble Island	Wooga	1,911,411	343,532	1,567,879
13	Games	GSN	1,844,257	228,848	1,615,409
14	Monster World	Wooga	1,648,517	78,934	1,569,583
15	開心水族箱	Happy Elements Ltd.	1,419,671	-194,185	1,613,856
16	The Smurfs & Co	Ubisoft	1,410,332	N/A	N/A
17	Siotomania	Playtika	1,355,819	341,112	1,014,707
18	Tetris Battle	Tetris Online Inc.	1,306,434	187,202	1,119,232
19	Bubble Saga	King.com	1,240,300	-2,210	1,242,510
20	開心農場	ELEX	1,210,971	-77,680	1,288,651
21	Pet Society	EA Playfish	1,096,924	-258,450	1,355,374
22	แฟนพันธุ์แท้	SNSplus Inc.	1,049,055	42,537	1,006,518
23	Mafia Wars	Zynga	1,023,202	-117,067	1,140,269
24	FrontierVille	Zynga	971,096	-2,413,542	3,384,638
25	Backyard Monsters	Kixeye	952,761	-60,830	1,013,591

<그림 2>는 <표 4>에서 기술된 FB 에서 서비스되는 SNG 게임의 일별 순위 1 위인 CityVille(개발사: Zynga)이며, 하루 이용 유저수가 1,400 만 명에 달하며, CityVille 을 포함한 상위 5 개 게임의 하루 이용자 수는 평균 800 만 명에 달한다. CityVille 은 이웃들과 교류하며 건물을 짓고 건물로부터 수입을 얻으며 열차와 배를 이용해 무역을 하는 도시형 소셜 게임이다. 현재 한국의 SNS 서비스 역시 비슷한 유형의 게임으로 시장을 점유하고 있다.



(그림 2) FB SNG 1 위/2 위 게임 CityVille/Farmville

3.5. 유형 2: 기존 온라인 게임에 SNS 추가모델

NCSOFT 의 아이온은 아바타북이라는 기능을 통해 게임 내 친구들의 소식을 듣고 공유할 수 있는 SNS 를 제공하고 있다.

선데이토즈	-초기에 ‘애니팡’, ‘사천성’ 등의 미니게임 유저 확보 -물고기 육성시뮬레이션인 ‘아쿠아 스토리’(100 만명 유저)
-------	---

3.6. 유형 3: 신규 SNS 와 신규 SNG 의 결합 모델

Namoco 의 모바일 SNS Plus+는 게임이 주 관심사인 사람들을 대상으로 하는 SNS 로 게임에 따른 순위와 커뮤니티를 제공한다. 대표 SNG 는 신이 되어 행성을 관리하는 시뮬레이션 게임 Godfinger 가 있다.

3.7. SNG 의 업체 정보 및 매출성장세

SNG 매출은 주로 게임 아이템 판매로 이루어지게 되며, <표 5>의 한국콘텐츠진흥원의 조사한 결과에서 보는 바와 같이, 대부분의 수익을 게임 판매와 광고수익에 의존하고 있다[3]. 해외업체와 국내업체의 매출액과 이용자 규모를 비교하면, 현재 국내업체의 SNG 진입율이 낮은 것을 알 수 있다.

<표 5> SNG 업체 사례

업체정보		내용
미국	Zynga	-2007/107 창립. 현재 소셜게임 시장에서 1 위 매출 -2007 년 Texas HoldEm Poker 게임을 FB 북 상위권에 랭크 -Civville(일 1,400 만명 이상 유저), FarmVille(일 800 만명 이상 유저), MafiaWars (일 100 만명 이상 유저)
	Electronic Arts(EA)	-2009/11, Playfish 사를 3 억달러에 인수, 선두업체로 진입 -2010/10 Chillingo 사 인수 -Playfish 의 Pet Society(일 100 만명 이상 유저)
	Rockyou!	- 원래 슬라이드쇼 관련 어플리케이션을 만들던 회사였으나, FB 플랫폼에서 시장선점 - 2009 년에 ‘락유 아시아’ 라는 법인을 일본에 설립, 자사의 앱들을 한국,일본, 중국 서비스 - Zoo World(2009 년 출시, 일 100 만명 이상 이용)
일본	DeNA	-일본 휴대폰게임 포털사이트인 ‘mobaage’ 으로 유명한 모바일 SNG 업체
중국	Rekoo	-일본 최대의 SNS 인 Mixi 에 ‘선샤인팜’ 서비스 중
	고슴도치플러스	-안철수연구소의 사내벤처 -2009/04 FB 기반 SNG ‘Catch me if you can’(30 만명 유저)

<표 6>은 한국 콘텐츠 진흥원의 조사한 결과이다 [3]. SNG 시장의 규모와 앞으로의 성장규모에 대한 전망에서 보는 바와 같이, SNS 와 SNG 모두 빠른 성장을 하고 있으며, 앞으로도 꾸준한 성장세가 예상된다. 2010 년 약 8 억달러에서 2011 년에는 10 억 달러, 2014 년에는 15 억 달러를 초과할 것으로 전망된다. 이는 1 년간 약 18%이상의 꾸준한 성장을 나타내는 것이다.

<표 6> 세계 SNG 시장 규모와 전망

연도	SNG 시장규모 매출(단위: 백만달러)	증감률
2008 년	76	-
2009 년	639	740.8%
2010 년	826	29.3%
2011 년	1,025	24.1%
2012 년	1,213	18.3%
2013 년	1,372	13.1%
2014 년	1,526	11.2%

4. 결론

사회적 관계 기반의 SNS 의 성공을 기반으로 한 SNG 는 온라인 게임 형태로, 간단하고 쉬운 게임방법과 게임접속에 제한 받지 않는 비동기적 진행방식으로 기존에 게임을 즐기지 않던 비(非)게이머 계층을 공략하는데 성공하였다. 현재 기존 SNS 업체, 온라인 게임업체, 신규 SNG 업체를 중심으로 SNG 서비스를 구성하고 있으며, 본 논문에서는 SNS 와 SNG 의 정의와 특징, 서비스형태, 장르, 개발유형, 시장 규모 등을 중심으로 SNG 전반에 대해 소개하였다. SNG 시장 규모는 매년 성장세를 보여, 2014 년에는 2011 년 현재의 약 150%에 해당하는 15 억달러 규모가 될 것으로 전망된다.

참고문헌

- [1]http://en.wikipedia.org ‘social_network_service’ page, ‘social_network_game’ page
- [2] Boyd.D.M. & Ellison.N.B, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," Journal of Computer-Mediated Communication vol.13, no. 11, p.216, 2007.
- [3] 한국콘텐츠진흥원. "소셜네트워크 게임의 현황과 전망" pp. 7-12
- [4] 김지용, 반영환, 정지홍, 한국디자인학회, 한국디자인학회 봄 국제학술발표대회 논문집 2010 2010.5, page(s): 68
- [5]http://www.benphoster.com/facebook-user-growth-chart-2004-2010/#
- [6] http://www.insidesocialgames.com/2011/09/02/