



GameRefinery
A Liftoff Company

2022년

캐주얼 게임 앱 보고서

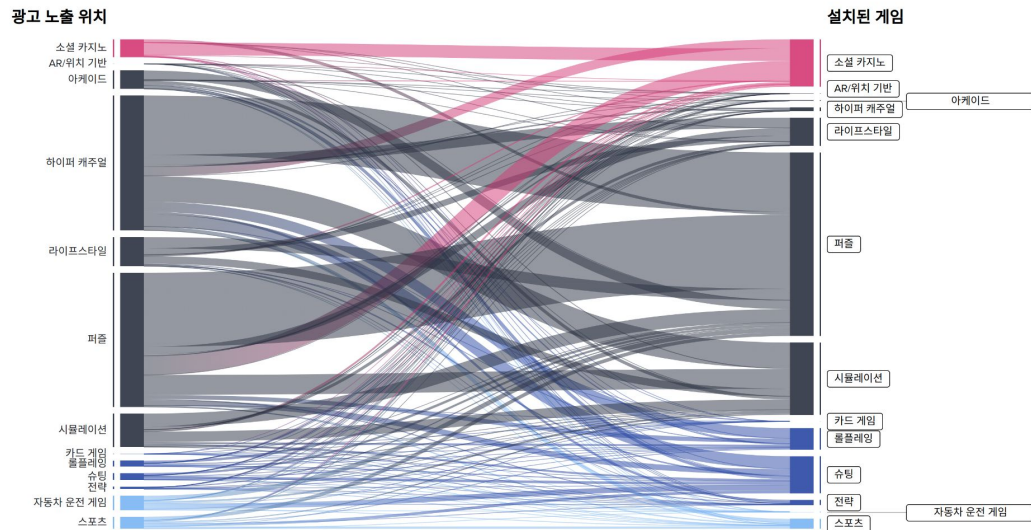
가장 인기 있는 장르의 비결 분석



앱 인스톨은 어디서 발생하고 있나요?

리프트오프의 시각화 툴은 여러 카테고리과 장르,
최고 성과를 내는 하위 장르에 걸쳐 인스톨의 출처를
종합하여 보여줍니다.

새로운 툴을 확인하세요



목차



소개 | 4



GameRefinery의
시장 트렌드 | 17



UA, ROAS 및 광고 완료
벤치마크 | 7



Android와 iOS 비교 | 23



월별 CPI 및 ROAS 트렌드 | 13



지역별 트렌드 | 27

소개

최근 몇 년 동안 팬데믹에 의한 수요로 인해 모바일 게임 지출이 기록적인 수준을 달성했습니다. 전 세계 소비자들은 자신이 좋아하는 캐주얼 게임을 하며 사회적 거리두기 및 락다운에 대처했습니다. 그러나 정책이 바뀌면서 모바일 게임에 대한 소비자 지출은 2022년 Q1에 처음으로 전년 동기 대비 감소했습니다. 팬데믹에 의한 지출이 정점을 찍은 2021년 Q1의 226억 달러에서 하락한 것입니다.

업계의 시장 조정에도 불구하고 모바일 게임은 게임 산업의 60% 이상까지 시장 점유율을 높였습니다. 모바일은 현재 가장 큰 경쟁 플랫폼인 콘솔보다보다 3.3배 더 커졌습니다. 캐주얼 게임 부문도 꾸준히 성장하며 모두를 위한 모바일 게임 장르로 자리매김할 것으로 예상됩니다.

모바일 게임 산업이 계속해서 확장함에 따라 앱 마케터에게는 보유하고 있는 포트폴리오를 확장하기 위해 새로운 접근 방식을 모색하는 것이 그 어느 때보다 중요합니다. 리프트오프는 마케터가 새로운 기회를 포착할 수 있도록 5,800만 건 이상의 설치에 기반한 데이터에서 인사이트를 수집했습니다.

2022년 Liftoff 캐주얼 게임 앱 보고서에는 장르 전반의 CPI, ROAS 및 광고 완료율에 대한 분석이 포함되어 있습니다. 보고서에는 캐주얼 게임 부문에서 최고의 위치에 있는 Mobile Heroes인 Jam City, Socialpoint, Wooga의 인사이트도 포함되어 있습니다.

보고서 하이라이트



유저 확보

작년에 캐주얼 게임의 평균 설치당 비용(CPI)은 1.10달러였습니다. 시뮬레이션 플레이어는 각각 0.91달러로 확보 비용이 가장 낮습니다.



플랫폼 트렌드

ATT 이후 iOS의 CPI(2.27달러)는 Android(0.75달러)의 2배였습니다. Android 및 iOS 유저는 D7과 D30 ROAS가 비슷했습니다.



광고 지출 대비 수익률 (ROAS)

D7 및 D30 ROAS는 2021년에서 2022년 사이 월간 성장률이 안정적인 상태를 유지했습니다. 12개월 동안 D7 및 D30 ROAS는 각각 평균 7.31%와 17.81%였습니다.

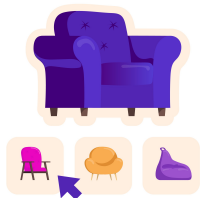


지역 트렌드

아시아 태평양과 라틴아메리카 지역은 1달러 미만의 CPI로 큰 가치를 제공합니다. ROAS는 라틴아메리카를 제외한 모든 지역에서 거의 동일합니다.

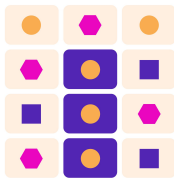
캐주얼 게임 장르를 정의하는 방법

보고서는 가장 크게 세 가지 캐주얼 게임 장르로 나뉩니다.



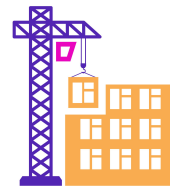
라이프스타일

라이프스타일 게임에는 인터랙티브 스토리(예: *러브링크*), 홈 커스터마이징 및 드레스업 타이틀(디자인 홈 및 *코벳 패션*이 유명한 예), 리듬/음악 게임이 포함됩니다.



퍼즐

퍼즐은 광범위한 장르입니다. 주류인 매치-3은 여전히 가장 인기 있는 퍼즐 중 하나입니다. 또한 솔리테어와 히든 오브젝트(예: *준의 모험*)도 포함되어 있습니다. 단어 게임(*워드 워드 프렌즈*), 색칠하기 게임, 퀴즈 게임과 같은 기타 주목할 만한 게임 유형이 카테고리에도 포함됩니다.



시뮬레이션

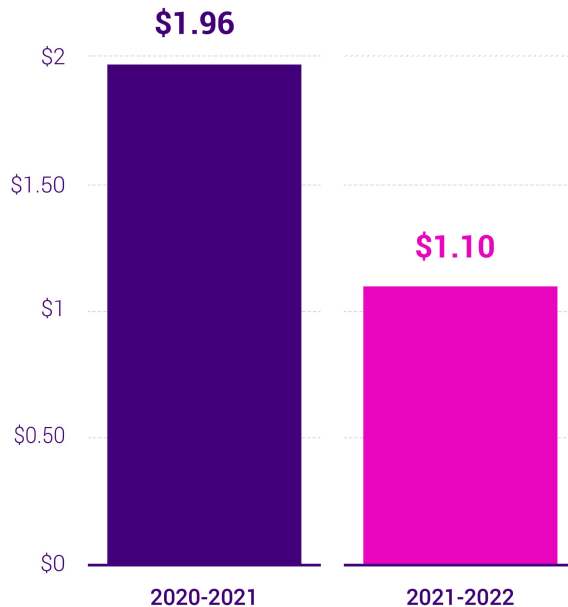
시뮬레이션에는 해외 모험부터 새로운 도시 건설까지, 플레이어가 제국 건설을 맡게 되는 모든 과정이 포함됩니다. 이 장르의 인기 타이틀에는 *롤러코스터 타이쿤*, *쿠킹 다이어리*, 동물 애호가를 위한 다양한 가상 반려동물 시뮬레이션이 있습니다.

UA, ROAS 및 광고 완료 벤치마크

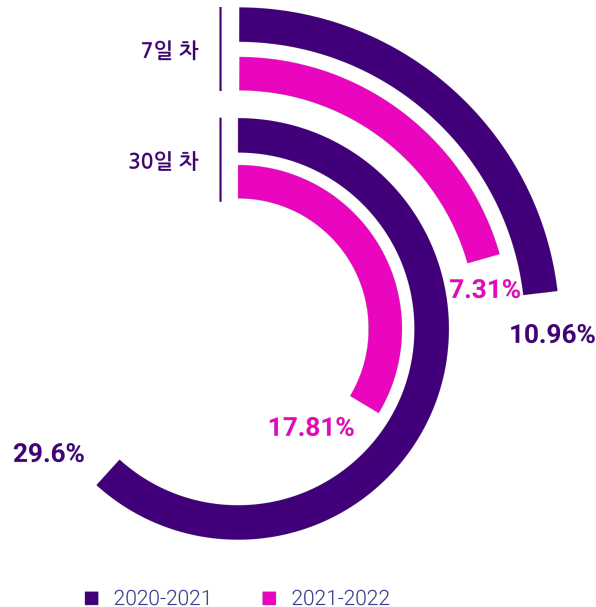
모바일 마케팅의 과제와 보상 및 성과

2021년부터 2022년까지 캐주얼 게임의 평균 CPI는 1.10달러였습니다. 한편 ROAS 비율은 7일차에 평균 7.31%, 30일차에 17.81%였습니다.

CPI, 2020년~2022년

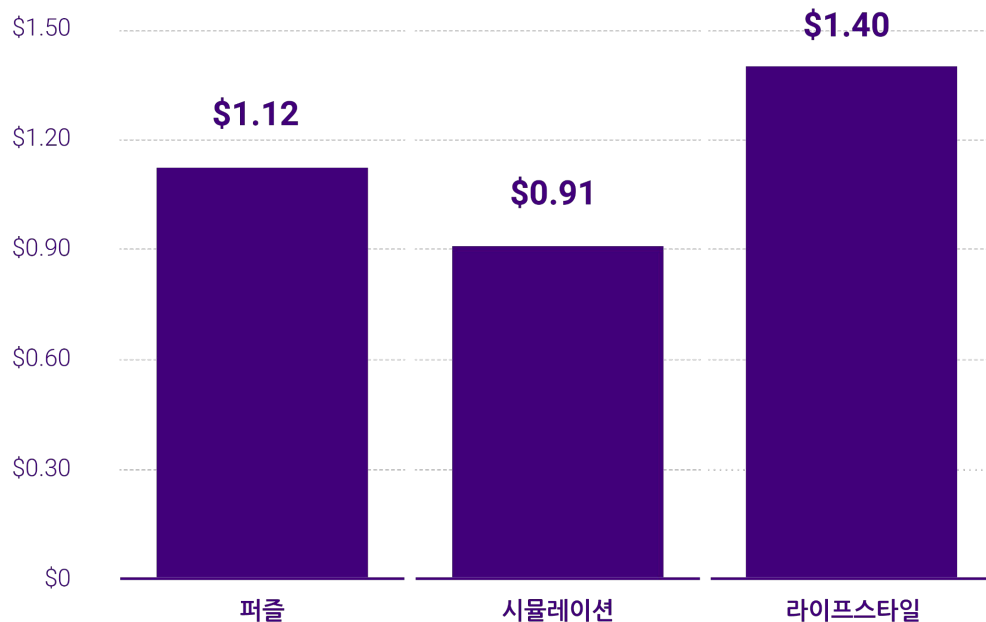


D7 및 D30 ROAS, 2020년~2022년



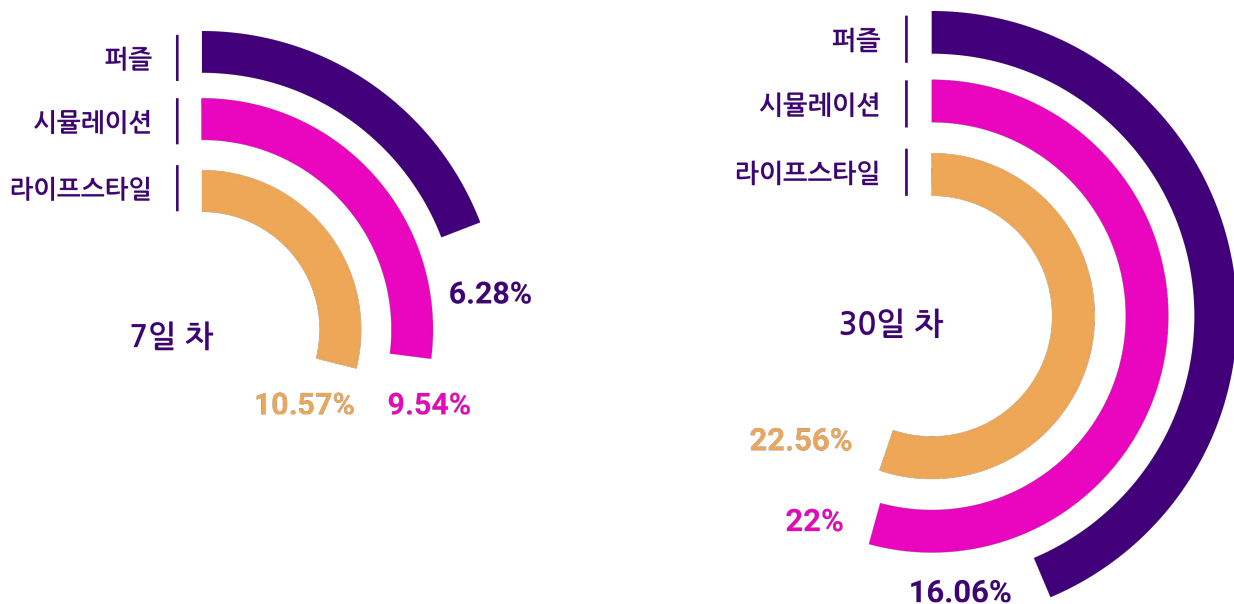
시뮬레이션 플레이어는 CPI가 0.91달러로, 확보 비용이 가장 낮습니다.
퍼즐 플레이어는 설치당 1.12달러로, 비용 효율이 두 번째로 좋습니다.

장르별 CPI



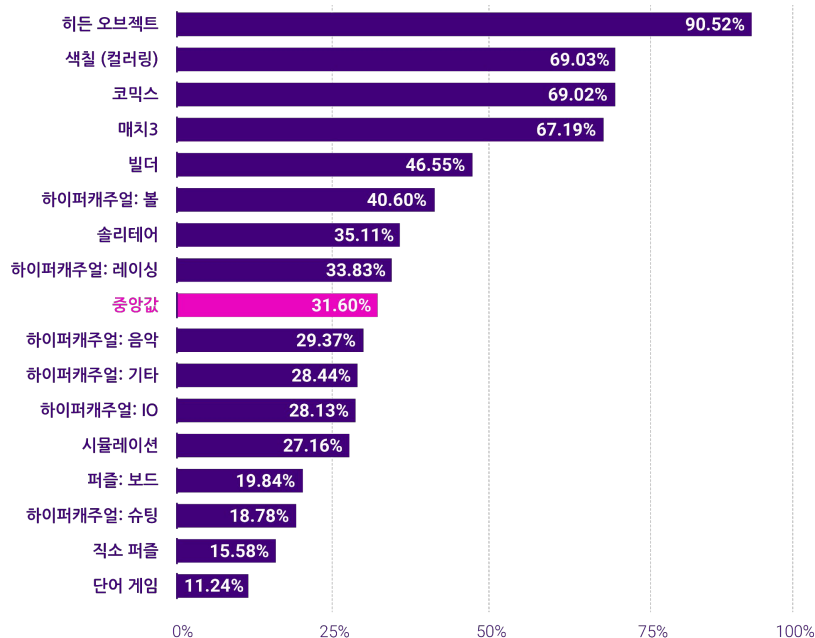
라이프스타일 게임은 CPI가 가장 높을 수 있지만 ROAS 비율이 7일차에 10.57%, 30일차에 22.56%로 가장 높은 수익을 올리기도 합니다.

장르별 ROAS



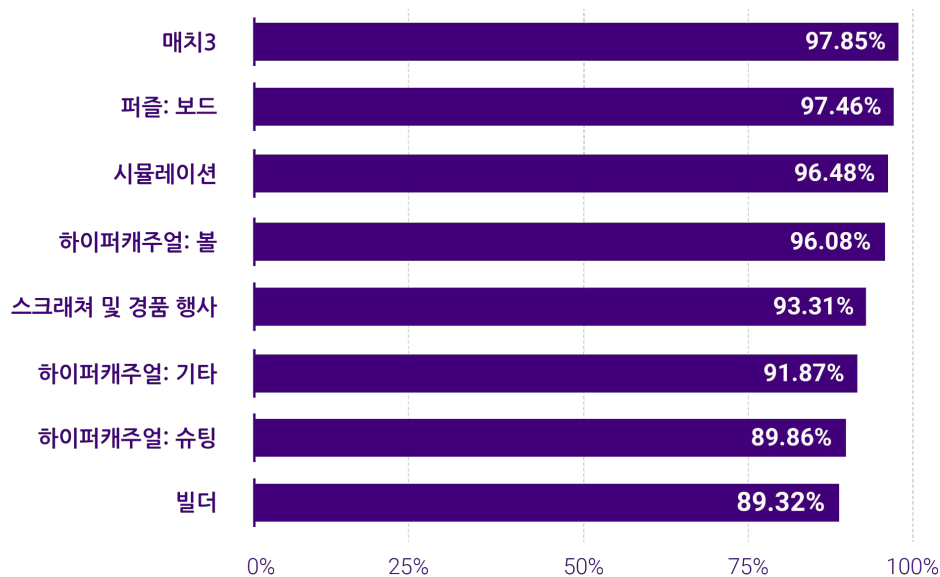
유저의 90% 이상이 히든 오브젝트 게임의 동영상 광고를 끝까지 시청합니다. 중앙값과 거의 60% 포인트 차이나는 수치입니다.

장르별 비디오 광고 완료율



퍼즐과 퍼즐에 가까운 캐주얼 게임의 리워드 동영상 광고는 가장 높은 광고 완료율(97% 이상)을 보인 장르로 선두를 달렸습니다.

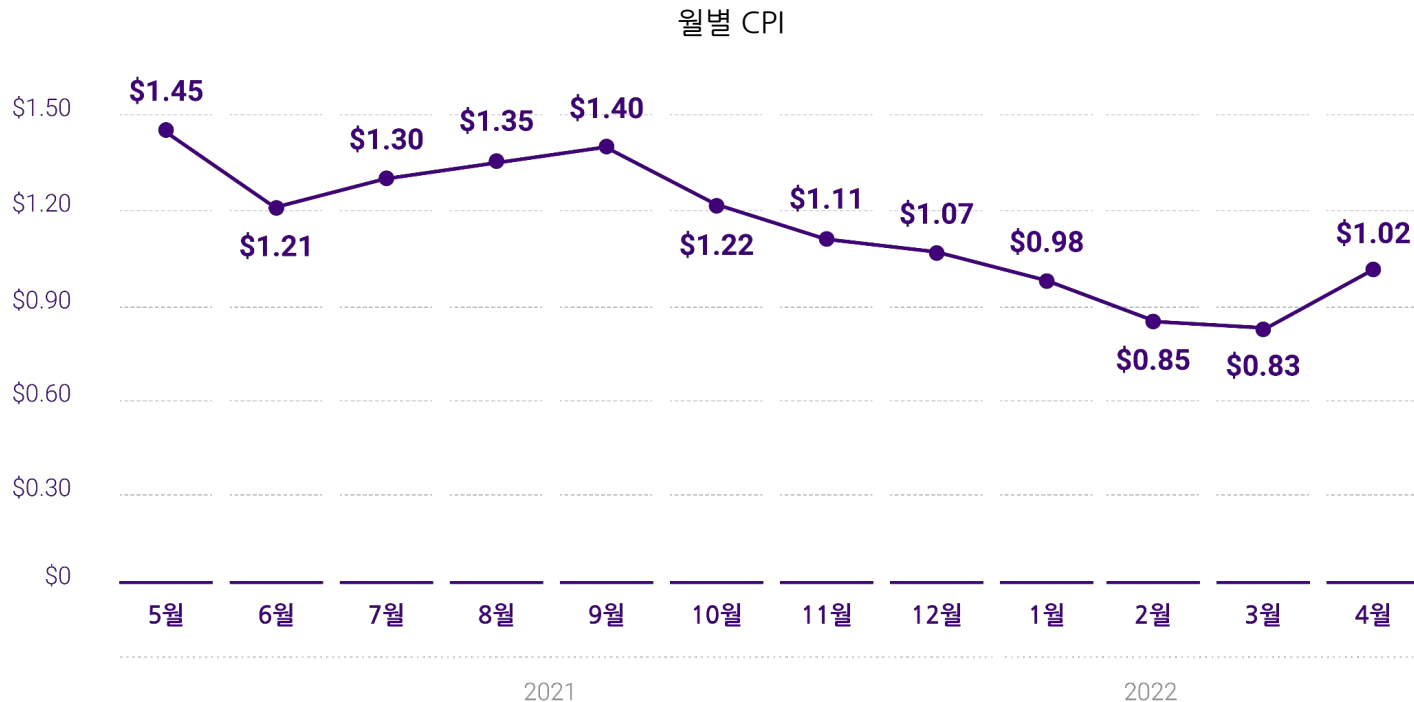
장르별 보상형 비디오 광고 완료율



월별 CPI 및 ROAS 트렌드

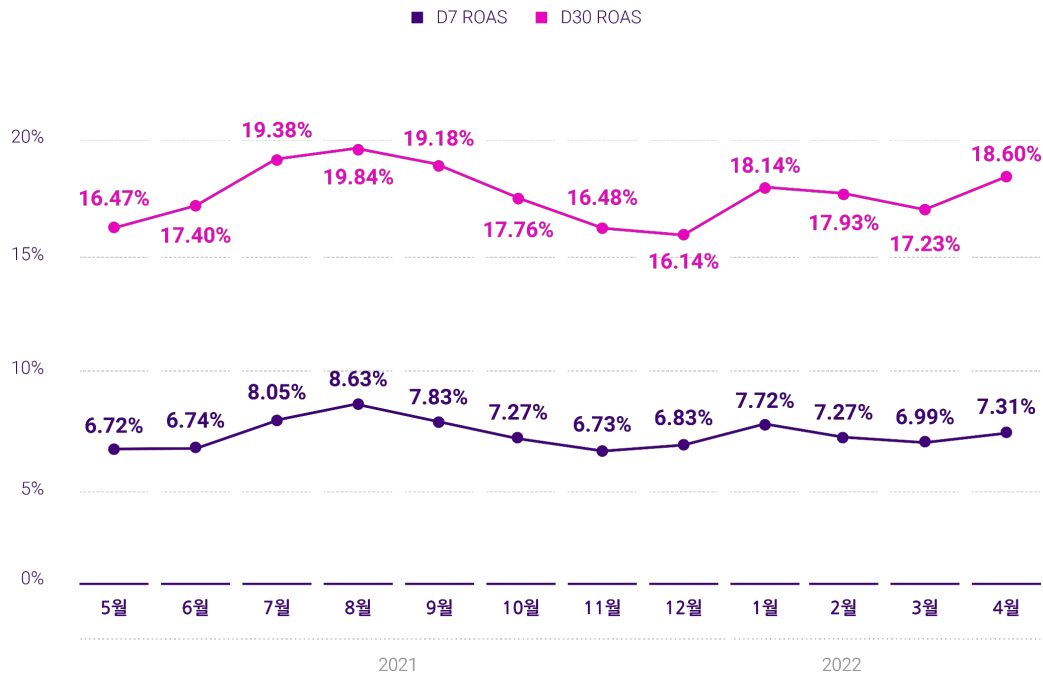
광고 지출 대비 수익 및 효율 높이기

CPI는 2021년 5월 1.45달러를 정점으로 ATT 이후 하락했습니다. 비용은 4월에 반등하기 전에 2022년 초에 1달러 미만 수준에 이르렀습니다.



D7 및 D30 ROAS 비율은 3% 포인트 이상 오르내리지 않고 비교적 안정적인 상태를 유지했습니다.

월별 ROAS



“

D1 리텐션과 같은 허영 지표에 집착하면 최종 목표를 놓치기 쉽습니다. LTV와 CPI도 피상적인 지표가 될 수 있습니다. 결국 100% 수익성에 도달했다면 유저당 1달러를 지출하든 10달러를 지출하든 상관없습니다. 사람들은 비결이 상대적 숫자, 즉 게임의 실제 투자 수익에 있을 때 이러한 절대값에 정말로 집중합니다.

Danika Wilkinson
마케팅 헤드, New Games



인터뷰 전문 읽기



GameRefinery의 시장 트렌드

유저가 게임에서 원하는 것 파헤치기

최고 수익을 올린 모든 게임의 공통점은 무엇일까요? 플레이어가 계속 투자하게 만드는 요소에 의존합니다.



캐주얼 게임의 최고 히트작 자세히 살펴보기: 젠 매치 - 릴랙싱 퍼즐



젠 매치 - 릴랙싱 퍼즐

애널리스트 개요

당사 애널리스트의 핵심 포인트

장르 및 스타일

젠 매치는 **마작과 같은 보드에서 플레이어가 퍼즐 타일을 함께 맞추면서** 유저가 **방의 인테리어 스타일 디자인**도 할 수 있는 **마작 스타일 퍼즐 게임**입니다. 이 게임은 편안한 시청각과 사실적인 삽화 스타일을 제공합니다.

기능 및 진행

- 플레이어들은 **마작 스타일의 매칭 퍼즐**을 통해 진전합니다.
 - 특별 일일 모드 레벨
- 레벨에서 **화폐**를 모아 **젠 방**을 디자인합니다.
- 특별 일일 모드 레벨을 플레이하여 **식물을 업그레이드**합니다

- 장식용 배경 수집
- 단순 반복 이벤트
 - 토너먼트

수익 창출의 예

IAP

- 레벨 완료에 도움이 되는 **소모품 부스터**
- 레벨을 재시도하기 위해 **플레이어의 구매가 계속됨**
- 재충전을 기다리는 대신 **더 많은 생명 구매**

- 돼지 저금통
- 광고 제거
- 배틀 패스
- 기간 한정 오피

광고

- 강제 광고
- 배너 광고

캐주얼 게임의 최고 히트작 자세히 살펴보기: 비트스타



비트스타

애널리스트 개요

당사 애널리스트의 핵심 포인트

장르 및 스타일

비트스타는 휴대폰용으로 만들어진 매끄럽고 단순한 3줄의 리듬 게임입니다. 게임 플레이에는 긴 타일과 스와이프가 포함됩니다. 모든 노래가 점진적으로 어려워집니다. 비트스타 타일은 노래에 주기적으로 나타나며 약간의 속도 향상과 난도 상승을 나타냅니다.

기능 및 진행

- 플레이어는 별 점수를 수집하면서 진전을 이룹니다. **점수가 쌓이고 더 많은 기능과 보상이 열립니다.**
- 게임 플레이에서 정해진 양의 상자 카드를 모아 열 수 있는 **노래 상자**에서 새로운 노래를 얻을 수 있습니다. 한 장르의 상자가 열릴 때마다 상자에는 더 많은 카드가 필요합니다.
- 잠금 해제 슬롯에는 숨겨진 세션 길이 메커니즘이 있습니다. 모든 슬롯이 가득 차면(플레이어가 3x350개의 비트코인을 모으면) 광고를 보거나 무제한 플레이를 구매하지 않고는 더 이상 재생할 수 없습니다.
- **다양한 장르의 다양한 노래**가 있어 플레이어는 위시리스트 상자에서 좋아하는 노래를 선택할 수도 있습니다.
- 극도로 어려운 곡은 별도로 이용할 수 있습니다.
- 로컬 플레이어와 친구를 위한 최고 점수 목록: 친구의 점수를 전달할 때 플레이어는 이모티콘으로 자랑할 수 있습니다.
 - 멀티플레이어 경쟁 이벤트(각각 4~5일간 지속)
 - 이벤트 기간 동안은 매일 두 곡 선택 가능
 - 선택한 곡의 최고 점수를 위한 20분의 PvP 배틀, 챌린지당 2회 시도 무료
 - 순위에 따라 경품 토큰이 지급되며, 이벤트 경품 휠을 돌리는 데 사용됩니다.

캐주얼 게임의 최고 히트작 자세히 살펴보기: 비트스타 II



비트스타

수익 창출

IAP 예시

- 노래 케이스의 잠금 해제 슬롯이 가득 차면 상점에서 무제한 재생을 위한 두 가지 옵션이 제공됩니다.
- 실제 현금으로 구매할 수 있는 보석 50개가 포함된 1주일 구독
- 25개의 보석으로 구매할 수 있는 30분 무제한 플레이
- 노래 상자, 기간 한정 곡 오피 및 번들을 위한 산뜻한 상점
- 보석 팩
- 보석으로 잠금 해제 시간 건너뛰기
- 멀티플레이어 이벤트에 대한 추가 시도 구매
- 다양한 테마의 월별 투어 패스 이벤트:
 - 프리미엄 단계가 하나인 배틀 패스: 플레이어는 일반 게임 플레이와 일일 셔플에서 패스 포인트를 수집합니다(패스 포인트를 두 배로 늘리려면 라이브러리에서 매일 무작위로 두 곡을 재생합니다).
 - 보상에는 자량을 위한 이모티콘, 프로필 배너, 무작위 시즌 곡, 상자 카드, 위시리스트, 무지개 카드가 포함됩니다.
 - 다양한 보상의 30개 단계가 있으며, 이후에는 패스를 구매한 경우 레벨마다 보너스 보상이 부여됩니다.

광고 배치 예시

- 광고는 노래 후, 노래 중 실수 후 재생됩니다.
- 리워드 광고는 매일 무료 보석을 청구한 후 상점에서 5개의 무료 보석을 제공합니다.
- 일반 게임 플레이와 일일 셔플에서 노래를 마칠 때 상자 카드 광고가 나옵니다.

“

우리 Wooga는 플레이어들이 계속해서 경험하고 싶어하고 그래서 참여를 계속할 수 있는 멋진 스토리를 보유하고 있습니다. 우리 게임은 플레이어에 대한 축적된 지식을 바탕으로 개발되었습니다. 플레이어를 파악하고 플레이어와 관련된 콘텐츠를 제공하는 것이 최고의 이탈 방지 전술입니다. 우리는 플레이어 설문조사와 잠재고객 조사를 통해 다양한 방식으로 이들의 의견을 듣고 이들이 실제로 원하는 것이 무엇인지 파악하고 이행합니다.

Melanie Zimmerman
Wooga의 마케팅 책임자



인터뷰 전문 읽기

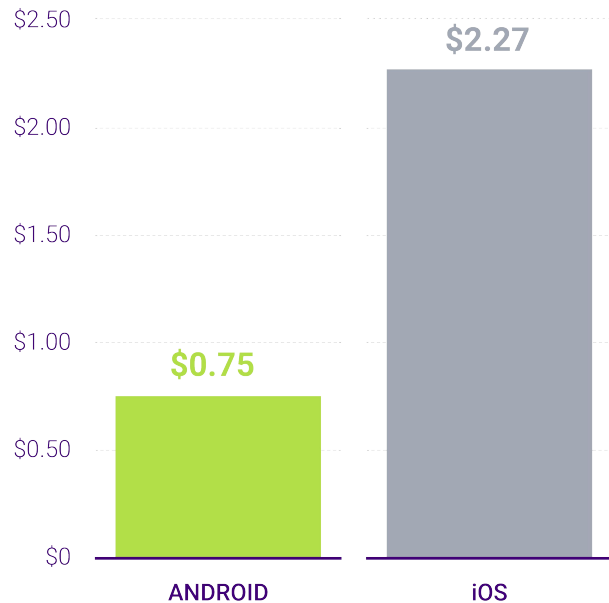


Android와 iOS 비교

플랫폼 트렌드

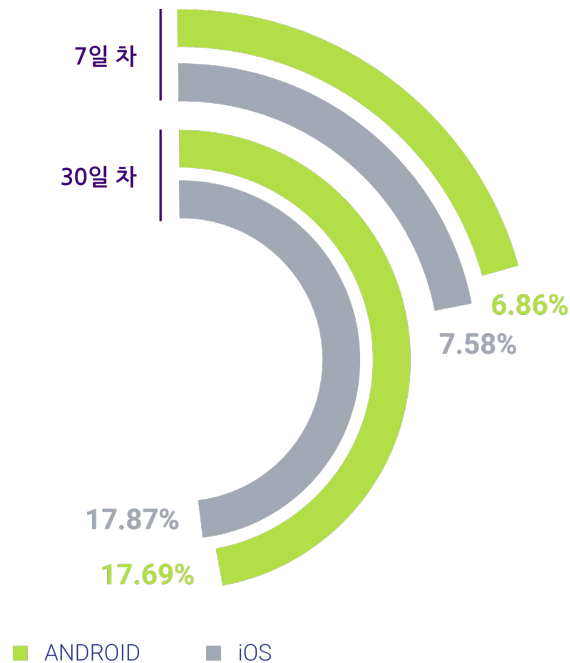
ATT 이후 Android 유저는
iOS 플레이어를 확보하는 데
드는 비용의 절반도 안 됩니다.

플랫폼별 CPI



Android 유저는 D7 및 D30 ROAS 비율이 iOS 유저와 비슷했지만 평균 구매 비용은 0.75달러에 불과했습니다.

플랫폼별 ROAS



“

10년 전만 해도 정확한 데이터를 많이 얻고 이해하기 어려웠습니다. 개인정보 보호가 필수가 되면서 작업할 데이터가 또 다시 줄어들었습니다. 누락된 수치를 창의력으로 보완해야 하기 때문에 마케터에게 창의력과 연구가 훨씬 더 중요해지고 있습니다.

Vinícius Gerez

Wooga의 수석 유저 확보 관리자



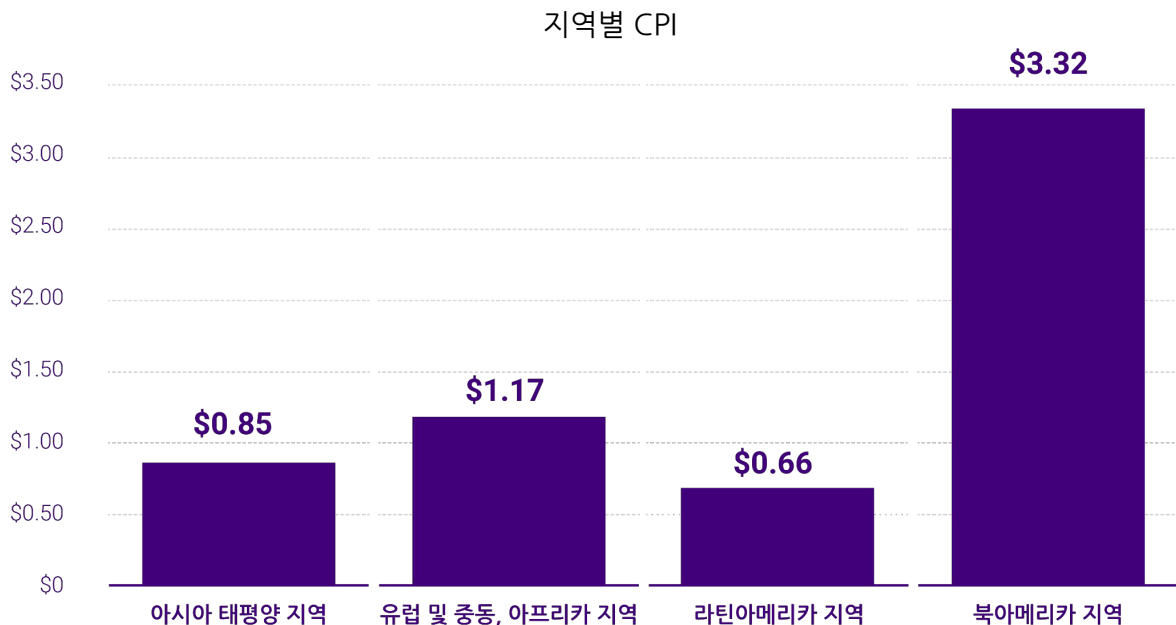
인터뷰 전문 읽기



지역별 트렌드

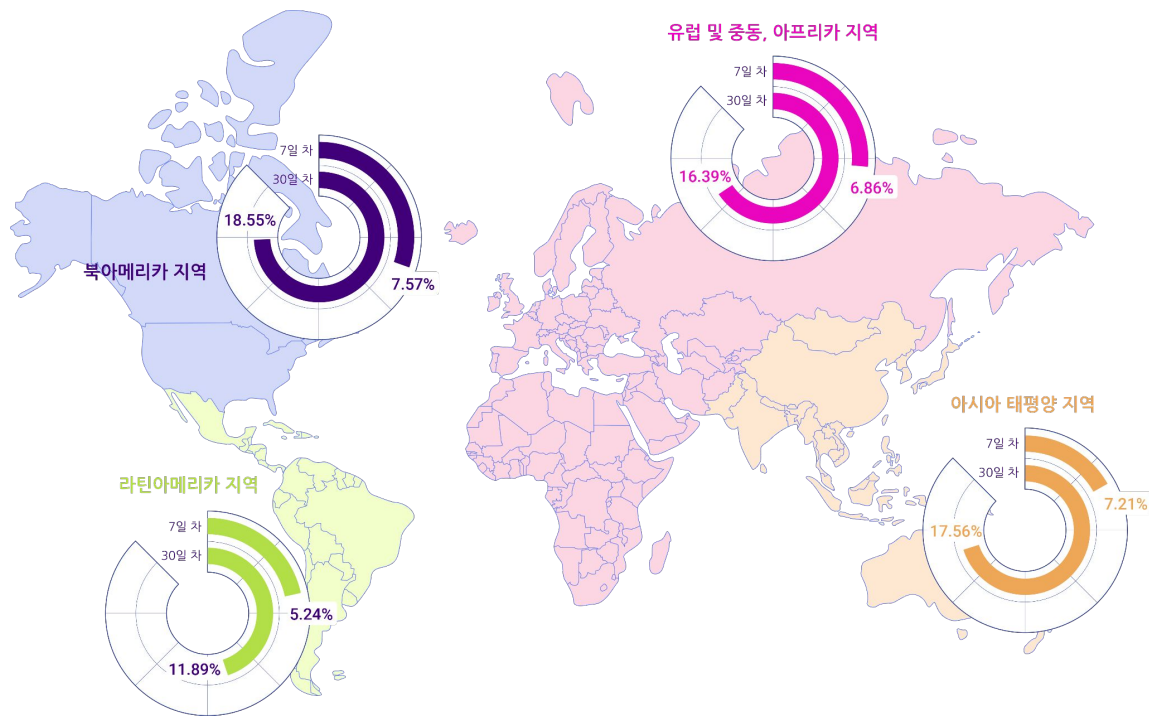
지역간 편차 파악하기

평균 CPI가 0.66달러인 라틴아메리카 지역 플레이어가 가장 비용 효율적입니다. 북미 지역의 캐주얼 게임 플레이어는 다른 지역의 플레이어보다 확보 비용(3.32달러)이 더 많이 듭니다.



아시아 태평양, 유럽 및 중동, 아프리카, 북미 지역은 D7 및 D30 ROAS 비율이 비슷합니다. 한편 라틴아메리카 지역은 두 카테고리 모두 비율이 더 낮습니다.

지역별 ROAS



“

크리에이티브는 큰 지렛대입니다. 업계는 오랫동안 존재해 왔으며 우리가 활용하는 많은 매장과 채널이 있습니다. 그러나 잡음도 많습니다. 궁극적으로 크리에이티브는 첫 번째 접점입니다. 이는 우리가 유저들과 연결하고 이야기하는 첫 번째 영역입니다. 이들에게 우리 제품이 무엇인지, 이들에게 어떻게 어필할 수 있는지, 우리의 가치 제안이 무엇인지, 어떻게 이들을 유입 경로의 다음 부분으로 끌어들이는지 알려줍니다.

Winnie Wen

Jam City의 유저 확보 담당 선임 이사

**JAM
CITY**

인터뷰 전문 읽기



보고서에 대한 참고 사항

보고 방법론

Liftoff 데이터는 다음을 기반으로 합니다.



761만

노출수



34만

클릭수



5,850만

설치수

날짜 범위: 2021년 5월 1일 – 2022년 5월 1일



LIFTOFF 소개

Liftoff는 세계 최대의 모바일 앱 성장 가속화 플랫폼으로 광고주, 퍼블리셔 및 게임 개발사가 마케팅 및 수익화 솔루션을 통해 글로벌 앱 경제에서 매출을 극대화할 수 있도록 도와드립니다.

Liftoff는 Vungle, JetFuel, GameRefinery를 포함한 솔루션을 통해 게임, 소셜, 금융, 이커머스, 엔터테인먼트 등 다양한 산업에 걸쳐 74개국의 6,600개 이상의 모바일 비즈니스를 지원합니다.

Liftoff는 2012년부터 유수의 브랜드 광고주 및 앱 퍼블리셔와 장기간 파트너십을 이어 왔습니다. 본사는 미국 Redwood City에 위치해 있으며 뉴욕, 런던, 파리, 베를린, 싱가포르, 서울 그리고 도쿄에 지사를 뒤 글로벌하게 확장하고 있습니다.



liftoff.io



GAMEREFINERY는 어떤 곳인가?

Liftoff 자회사인 GameRefinery는 수십만 개의 게임에 대한 데이터베이스가 계속 늘어나고 있는 모바일 게임 시장의 주요 기능 레벨 데이터 제공업체입니다. GameRefinery의 고객에는 Zynga, Wargaming, King, FunPlus 등의 주요 모바일 게임 회사가 포함됩니다.

GameRefinery 플랫폼은 고유한 알고리즘과 전문 분석가 팀을 활용하여 개발자, 투자자, 퍼블리셔가 모바일 게임의 구성 요소를 탐구하여 성공의 원동력을 알아내고, 게임이 성공한 이유를 파악하고, 프리프로덕션에서 LiveOps까지 동일한 결과를 달성하는 방법을 이해할 수 있도록 도와줍니다.



gamerefinery.com