



한국게임산업개발원

kotra

동남아 게임시장 동향 정기보고서

[인도네시아]

[주요 내용]

- 인도네시아 신규 온라인게임 전망

2호 - 2006.12월

인도네시아 신규 온라인게임 전망

새 게임으로 온라인게임시장 활성화 모색

12월 중순에 인도네시아의 대표적인 온라인 게임업체인 PT. Lyto Datarindo Fortuna는 새로운 온라인 게임인 'RF(Rising Force) 온라인'을 인도네시아 시장에 발표했다.

이 게임은 Lyto사가 기존에 퍼블리싱했던 다른 온라인게임인 '라그나로크', '갯앰 프드', '썰온라인' 등과 다른 형태의 온라인게임으로 한국의 온라인 게임업체 CCR(주)(대표 윤석호)에서 제작한 SF액션 MMORPG이다.

'RF 온라인'은 Futuristic 온라인 게임으로 분류되는데 이러한 장르는 아직 까지 인도네시아 시장에서 아직 낯선 장르이다 보니 이번 Lyto사의 선택은 인도네시아 시장에서 하나의 '모험'으로 여겨지고 있다.

현재 인도네시아 온라인 게임 시장은 검을 기반으로 하는 중세 배경의 게임들을 선호하고 있는 분위기이기 때문에, 총과 마술을 기반으로 하는 'RF 온라인'같은 Futuristic 게임의 성공가능성은 아직까지는 불투명한 상황이다.

그러나 Andy Suryanto Lyto사 사장은 'RF 온라인'이 비록 Futuristic 게임이라고는 하지만 전통적인 스타일을 기반으로 하고 있고, 검과 매직이 함께 도입될 것이므로 인도네시아 플레이어들이 좋아하게 될 것이라고 확신하고 있다고 밝히고 있다.

'RF 온라인'의 또 다른 특징은 남성 게이머들에게 특화되어 있다는 점인데, 이 부분에 대해서 Lyto사도 남성 게이머들을 주로 공략하기 위한 게임인 점을 충분히 감안하고 도입했다는 입장을 밝히고 있다.

한국의 CCR(주)이 인도네시아 퍼블리셔로 Lyto사와 손을 잡게 된 것에 대해 CCR 측은 Lyto사의 게임에 대한 열정과 이해 그리고 전문성을 높이 샀던 것으로 알려졌다.

만일 Lyto사가 2002년에 발표해 3개월 만에 5만 명의 사용자를 끌어 모았던 '라그나로크'와 같은 성공을 이번에도 이끌어 낼 수 있다면, 'RF 온라인' 2-3년 내에 인도네시아 시장에서 2백만 명의 사용자를 확보할 수 있게 될 것이라는 전망이 나오고 있다.

이러한 전망은 경합하기를 좋아하는 인도네시아 게이머들의 성향을 바탕으로 한 것이다.

게임대회를 통한 온라인 게임의 저변 확대

인도네시아 게이머들은 선수층이 얇은 데도 불구하고 이미 국제 대회에 출전해 좋은 성적들을 거두고 있는 중인데, 이러한 성적은 중소규모의 수많은 국내 대회에서 키워진 경쟁력을 기반으로 하고 있기 때문이다.

<인도네시아 게이머 참가 국제대회 및 성적>

대회명	성적	개최일자
Game and Game World Champion	3위	2006년 9월, 한국
World Cyber Game 2006, Asian Region	3위	2006년 8월, 싱가포르

온라인 게임 대회 주최회사인 Liga Game의 설립자 Eddy Lim에 따르면 '인도네시아 게이머들은 상금이나 상품보다는 온라인 커뮤니티에서 자신의 실력을 입증하려고 경쟁 자체에 집중하는 경향을 가지고 있다'고 한다.

<2006년 Liga사 개최 인도네시아 국내 게임대회>

대회명	게임 종류	개최일자
Interville/XCN Gaming	Counterstrike	4월 1-2일
WIZ Bandung	Counterstrike, Dota	3월 24-25일
Dota Allstar Challenge	Dota	5월 14-21일
Intel Sunday Gaming Dota Competition	Dota	3월 11-12일
WCG Preliminary	Dota, Ran Online 등	2월 7일

따라서 인도네시아 게임시장에서 게임대회는 온라인게임을 홍보하는 중요한 수단이 되고 있으므로 이를 체계적인 마케팅 수단으로 활용하는 진출 전략의 모색이 필요하다고 하겠다.

온라인 게임 강국으로서의 한국 이미지 제고

인도네시아 자카르타에는 2006년 7월에 한국 정보통신부가 정보문화진흥원(KADO)를 통해 4억 원의 예산을 들여 인도네시아 '정보접근센터'를 개소한 바 있는데, 약 400제곱미터 규모에 컴퓨터 55대와 교육장 및 세미나 장이 구비되어 있다.

한국에서 지원한 이러한 시설들을 적절하게 활용해 게임대회를 연다던지 홍보 행사를 개최하는 등, 한국 게임 산업 인도네시아 진출의 제2전성기를 새롭게 조성해 갈 수 있는 전략도 모색해 볼 필요가 있을 것이다.

한국이 경쟁력 있는 시장에 집중하기

인도네시아 게임시장은 S/W의 불법복제가 워낙 성행해서 시내 유명 쇼핑몰 내에도 버젓이 복제CD 판매점들이 들어서 있는 수준이다 보니, 콘솔게임이나 PC용 S/W 정품 CD 판매로는 수익창출이 불가능한 상황이다.

따라서 SONY나 Microsoft도 인도네시아 시장에서 S/W부문의 수익창출을 포기하고, 콘솔기기나 주변장치 등 H/W 쪽에 포커스를 맞춰 인도네시아 시장을 공략하고 있는 중이다.

최근에 미국에서 출시된 PS3가 인도네시아에도 11월에 출시가 되었으나 제한된 수량만 들어오다 보니, 일부 게이머들은 미국 판매가격의 2-3배에 달하는 웃돈을 주고 예약을 해 놓고 있는 실정이다.

이런 H/W 제품들도 결국은 다시 중국제로 복제가 되기는 하겠지만, 복제에 비용과 시간이 많이 들기 때문에 일정 시기동안 H/W마켓은 유지가 되는데 이런 틈새 시장만 챙길 수밖에 없는 것이 인도네시아 게임시장의 현실이다.

따라서 콘솔 H/W 분야에 상대적으로 취약한 한국 게임 산업은 인도네시아 시장 진출 초점을 불법복제 위협에 노출이 적은 온라인 게임이나 모바일게임으로 맞추

는 것이 바람직하다.

다만 현재까지 결제시스템이 우리와 다르고, 인터넷 인프라가 열악해 제대로 게임이 운영되지 않는다는 문제는 있지만 이를 현지 게임기업과의 효과적인 연계로 시장에 맞는 형태로 조정해 가면서 시장에서의 인지도를 높여가는 노력이 필요하다.

이미 인도네시아 시장의 온라인 게임 퍼블리셔들은 한국 게임에 친숙한 상황이고 한국계 기업들도 많이 진출해 있어, 인도네시아 게이머들도 한국 게임에 대해 우호적인 성향을 가지고 있다는 점을 기반으로 적극적인 마케팅을 벌여가야 할 것이다.

인도네시아에서도 2006년 하반기부터 이동통신 분야에서 3G서비스가 개시되었고, 인터넷 통신망도 정부 차원에서 전국적인 광통신망 백본을 건설해 가겠다는 'Palapa rings project'가 추진되고 있어 향후 인도네시아 모바일 및 온라인 게임시장의 비약적인 발전이 예상된다.

자료원 : 자카르타 무역관 게임산업 관계자 인터뷰 종합

KOTRA 자카르타무역관 Ms. DiDi

Tel : (62-21)-574-1522

Fax : (62-21)-572-2187

E-mail : nengdd@yahoo.com