



한국게임산업개발원

**kotra**

## 동남아 게임시장 동향 특별보고서

[인도네시아]

### [주요 내용]

- 인도네시아 온라인게임 운영에 필요한 정보
  - 게임시장 및 마케팅 관련 정보
  - 온라인게임 서비스 환경
  - 온라인게임 서비스 운영 관련 정보

특별 1호 - 2007년 1분기

# 온라인게임 운영을 위한 인도네시아 시장 정보

## 1. 게임 시장 및 마케팅 관련 정보

### □ 인도네시아 5대 게임 웹진사이트

인도네시아 온라인 게임시장이 활성화 됨에 따라 온라인 게임의 정보와 동향을 전문적으로 다루는 미디어들도 늘어나고 있다.

아래 리스트는 인도네시아의 상위 5개 웹 매거진 사이트를 정리한 것인데, 아직까지 인도네시아에서는 웹 매거진은 인쇄물 잡지에 비해 인기가 적은 편이다.

따라서 아래의 대부분의 웹 매거진은 인쇄물 잡지와 병행해서 운영되고 있는 상황이다.

#### <인도네시아 5대 온라인게임 웹진>

웹진명	웹사이트 주소
GameStation	<a href="http://www.gamestationonline.net">www.gamestationonline.net</a>
HotGame	<a href="http://www.hotgame-online.com">www.hotgame-online.com</a>
Game21	<a href="http://www.mediantara.com">www.mediantara.com</a>
Omega	<a href="http://www.omegaonline.com">www.omegaonline.com</a>
Jago Game	<a href="http://www.jagogame.com">www.jagogame.com</a>

자료원) Cakram Magazine

이 중에서 HotGame은 인도네시아 최대 출판사인 Gramedia Group에 의해 1999년에 처음 발간된 게임 잡지로 처음에 출판 당시에는 온라인 게임이 일시적인 유행에 불과하다고 생각해 오랫동안 출판

할 수 있을 것이라고 생각하지 못했다고 한다.

그러나 현재 HotGame 잡지는 온라인 게임시장의 성장에 따라 4만부의 발행부수를 유지하면서 최고의 인기를 유지하고 있다고 한다.

인도네시아 주요 잡지 및 신문발행 그룹인 Jawa Post에 의해 발행되는 Omega도 2-3만부의 발행부수를 가진 온라인 게임 관련 잡지이다. 이 잡지도 온라인 게임커뮤니티와의 연계를 통해 꾸준히 인기를 얻고 있는 게임잡지이다.

가장 많은 발행부수를 가진 온라인 게임잡지는 Megindo Group에 의해서 발간되는 GameStation으로 1998년에 출간되어 매월 발행부수가 급성장해 현재 4-5만부에 달하고 있으며, AC Nielsen 에 따르면 독자수가 13 - 15만 명에 달하고 9~24세가 주 독자층이며, 독자의 70%가 남자로 나타났다고 한다.

#### □ 인도네시아 인터넷 카페 현황

인도네시아 인터넷카페협회 (AWARI : Association Indonesian Internet Café)에 따르면 공식적으로 약 4,000의 인터넷 카페가 있으며, 그 중의 1,000개는 자카르타에 소재하고 있다고 한다.

AWARI 조사에 따르면, 30%의 인터넷 카페가 3-7대의 PC를 가지고 영업을 하는 영세점포라고 하며, 7-14대의 PC를 보유한 인터넷 카페가 45%로 주류를 이루고 있다고 한다.

20대 이상의 PC를 보유한 대형 인터넷 카페는 25% 수준으로 아직은 인터넷 카페의 평균적인 규모가 한국에 비해서는 작은 편이라고 한다.

## □ 게임마케팅 전략, 선호 미디어 및 최신 홍보 동향

인도네시아 시장에 가장 적합한 마케팅 전략으로는 게임센터들과 연계해 온라인 게임 커뮤니티를 조성하거나 온라인게임 경기를 개최해 게이머들에게 실력을 자랑할 수 있는 장을 마련해 주는 것이라고 한다.

이러한 방법이 대부분의 인도네시아 온라인게임 퍼블리셔들이 선호하는 마케팅 전략이며, Ran Online을 서비스했던 PT. Jaspace Net Indonesia는 게임 출시 한 달 만에 경기를 개최해 좋은 효과를 거두었던 것으로 파악되었다.

인도네시아 온라인게이머들은 상대적으로 게임에 대한 충성도가 낮은 상황이어서 이들을 효과적으로 게임에 묶어두는 방법으로 게임 경연대회가 선호되고 있으며, 국내대회보다 국제대회가 개최될수록 더 큰 관심을 불러일으키며 홍보효과를 배가 시킨다고 한다.

따라서 게임 개발업체와 각국의 퍼블리셔들이 연합해 국제대회를 개최해 보는 것도 좋은 홍보수단이 될 것이라고 한다.

이러한 온라인게임 경진대회는 인쇄매체나 텔레비전을 통해 홍보되고 있으며, 유명한 쇼핑몰에서 게임을 개최하는 경우 투입될 비용을 추산해 보면

- 쇼핑몰 홀 임차료 : 10,000,000루피아/일
- 우승 상품: 20,000,000 루피아
- 전기 및 인터넷 연결 : 10,000,000 루피아

만일 온라인게임 퍼블리셔가 게임 경연대회 외의 홍보수단을 생각하고 있다면, 오프라인 잡지에 신제품 홍보광고를 게재하는 것을 고려해 볼 수 있는 데, 이 경우 소요예산은 10,000,000 -

25,000,000루피아 정도가 소요될 것으로 전망되고 있다.

온라인게임의 텔레비전 광고는 너무 비싸고 게임 경진대회를 개최하는 것보다도 홍보효과가 낮은 것으로 알려져 있다.

## □ 5대 온라인게임 및 동시 접속자 수

인도네시아 온라인게임은 아직까지 상대적으로 새로운 비즈니스로 간주되고 있으며, 온라인게임의 종류나 숫자도 다른 나라에 비해 뒤떨어져 있다.

인도네시아 온라인게임의 장르도 아직까지는 다양하지 못한데, 광대역 인터넷이 인프라 부족으로 가동이 안되어 Lineage나 War of Worldcraft 같은 온라인게임은 제대로 작동이 되지를 않고 있다

<인도네시아 5대 온라인 게임>

게임 종류	동시 접속자 수
Ragnarok Online	5,000
Gunbound Online	4,000
Pangya	3,500
Tantra Online	3,000
Risk Your Life	1,000

자료원 : Online Game Publisher Companies,

## 2. 온라인게임 서비스 환경

### □ 게임용 컴퓨터 환경

인도네시아에서 현재 일반적으로 사용되는 컴퓨터 사양은 Pentium 4로 RAM 256MB/512MB, 80~100 GB 하드디스크로 구성되어 있다고 한다.

#### □ 인터넷 연결 및 게임네트워크 확인

인도네시아에서 인터넷 커넥션은 주로 케이블이나 브로드밴드 회선을 사용하고 있다. 그러나 브로드밴드는 단지 자카르타와 같은 대도시에서만 가능하며, 최근에 인도네시아 최대 국영통신기업인 PT. Telkom에서는 Speedy라는 브로드밴드 인터넷 브랜드를 출시한 바 있다.

온라인게임의 결제방법은 주로 선불카드(Voucher)를 활용하고 있는데, 25,000~100,000 루피아의 선불카드를 사서 게임이용시간대로 지불을 하는 방식이다.

인도네시아 모든 온라인 게임 퍼블리셔들이 게임센터나 인터넷카페와 협력해 선금카드 결제방식을 채택하고 있다.

온라인게임 선불카드는 [gudangvoucher.com](http://gudangvoucher.com)에서 구입할 수도 있는데, 이곳에서는 다양한 게임의 선불카드를 취급하고 있다.

### 3. 온라인게임 서비스 운영 관련 정보

#### □ 게임관리자 및 IT 기술인력 임금 수준

게임관리자인 게임마스터나 IT기술인 력의 임금수준은 온라인게임 회사의 수준에 따라 편차가 심한 상황이다.

어느 온라인게임 퍼블리셔에 근무하는 익명의 제보자에 따르면 대략 월 4~6 백만 루피아 수준이라고 한다. 이러한 게임마스터의 급여는 경력에 따라서도 차이가 있다고 한다.

온라인게임의 유지보수를 맡고 있는 IT 기술 인력의 임금 수준은 3~5백만 루피아 수준이라고 하며, 이들 또한 경력과 회사의 규모에 따라 급여차이가 크다고 한다.

인도네시아에서는 게임관리자들을 게임마스터라고 부르며, 보통 4 명의 게임마스터들이 3교대로 8시간씩 24시간 근무체제를 유지한다고 하며, 간혹 오전과 오후 2교대 방식으로 낮 동안에만 서비스를 하는 회사도 있다고 한다. = 끝 =