

KGDI 동향보고서 07-002-1-3

2006 신흥게임시장조사 - 싱가포르 -

2007. 3.



(재)한국게임산업개발원

목 차

I. 게임 시장 조사 개요.....	4
1장. 추진 배경 및 목적.....	5
2장. 조사 내용 및 대상.....	6
3장. 조사 연구 결과.....	7
4장. 조사 연구 기대효과.....	7
II. 국가 일반 현황.....	8
5장. 국가개요.....	9
6장. 문화특성.....	11
7장. 국민현황.....	12
8장. 경제현황.....	12
9장. 종합.....	22
III. 게임산업 인프라 환경 및 동향.....	24
10장. 정보통신 산업.....	25
11장. PC 환경 및 동향.....	27
12장. 인터넷 환경 및 동향.....	29
13장. 모바일 환경 및 동향.....	36
14장. 아케이드 게임.....	37
15장. 인터넷 카페.....	38
16장. 콘솔게임.....	40
IV. 게임 산업 동향.....	42
17장. 게임 산업 동향 및 전망.....	43

18장. 플랫폼 별 게임 산업 동향.....	48
19장. 게임업체 동향 및 전망.....	59
V. 게임 산업 제도 및 정책.....	66
20장. 게임관련 법률 및 정책.....	67
21장. 게임관련 수출입 제도.....	69
22장. 게임관련 외국인 투자 제도와 외자 진출 사례.....	71
23장. 게임시장 유통 및 수익구조.....	77
24장. 게임산업관련 교육기관 및 인력현황.....	78
25장. 종합.....	80
VI. 한국 기업의 게임시장 진출 전략.....	82
26장. 싱가포르 시장 진출 필요성.....	83
27장. 국내 업체의 게임시장 진출 사례.....	83
28장. 싱가포르 게임 진출 전략.....	84
29장. 진출 시 유의사항.....	89
VII. 종합.....	90
30장. 결론.....	91
VIII. 참고자료.....	94

I. 게임 시장 조사 개요

1장. 추진 배경 및 목적

게임시장은 비디오 게임과 PC 게임, 온라인 게임 및 모바일 게임 등으로 분류되며, 그 규모는 2005년 US\$285억에서 2010년에는 US\$420억 정도에 (2005년 DFC 자료) 이를 것으로 추정되고 있다. 싱가포르 국내적으로는 전 지역에 무선인터넷 접속이 가능하도록 하는 Wireless@ SG 프로젝트가 2007년부터 공공장소에서 서비스를 시작하였으며, 이를 계기로 싱가포르 내에 모바일 게임 사용인구가 점차 증가할 것으로 예상된다. 따라서 최근 초고속 통신망의 구축, 인터넷 사용 인구의 급속한 증가와 함께 싱가포르의 게임 시장은 글로벌 경쟁력을 갖춘 국내의 온라인 게임 업체들에게 상당한 가능성을 보유한 시장이 될 것으로 보인다.

지금까지 넥센모바일, 엔씨소프트, 웹젠 등 글로벌 정책을 갖춘 국내의 게임업체들이 속속 해외로 진출하고 있으며, 이 중 경쟁력을 지닌 국내 게임업체들이 다중접속자멀티플레이 게임(MMORPG: Massively Multi-player Online Role Playing Game) 분야의 성장세를 바탕으로 기존의 캐주얼 게임시장과 모바일 게임시장의 성장을 지원하고 있다.

최근 들어 싱가포르에서는 온라인 게임시장이 치열한 경쟁을 거치면서 국내업체들의 수익성 증가세는 둔화되고 있으나, 캐주얼 게임 장르가 빠른 성장세를 기록함에 따라 전반적인 성장세는 유지되고 있다.

싱가포르는 다민족이 주거하는 국제적인 도시로 미국의 PlayStation과 일본, 유럽계 회사의 게임소프트웨어가 시장 선두를 달리고 있으며 한국의 게임소프트웨어의 경우 차별화된 캐릭터와 콘텐츠를 기반으로 싱가포르 시장의 중간 수준을 형성하고 있다.

게임 관련 산업은 지식기반 산업으로, 상대적으로 적은 규모의 자본 투입이 가능하며, 또한 캐릭터, 음악, 영화 등 다양한 분야와 연관 효과가 기대되는 고부가가치 산업이기 때문에 아직 미성숙 단계에 있는 동남아 시장으로의 진출가능성을 고려해 볼 필요가 있다. 이를 위해 글로벌 마인드를 갖추고 게임시장에 대한 세밀한 분석과 새로운 아이디어로 어필한다면 국내 게임 업체들이 동남아 시장 진출을 통하여 높

은 부가가치를 창출할 수 있을 것으로 보인다.

온라인 게임시장은 초고속 통신망의 보급확대와 더불어 세계적으로 고도 성장기에 접어들고 있으며 싱가포르 정부 차원에서도 게임관련 산업 육성을 위해 자금지원에서부터 인큐베이팅 정책 등의 지원을 아끼지 않고 있다. 특히, 해외 게임업체와의 제휴를 통한 게임 콘텐츠 및 디자인 개발을 용이하게 하기 위한 게임 산업의 인프라 환경을 적극 조성하고 있다.

이에 한국의 게임 업체들이 싱가포르 시장 진출을 통해 내수 시장의 한계를 극복하고 수익성을 제고하여 국제경쟁력을 갖춘 업체로 성장할 수 있는 가능성을 더욱 확대시키고, 그 사전 단계로 현지 시장의 정확한 동향과 정보 제공을 위해 본 보고서를 작성하였다.

2장. 조사 내용 및 대상

본 조사는 싱가포르 게임 지원 기관등에서 공식 발표된 통계자료를 바탕으로 서술하였으며, 게임 개발자 협회 및 게임개발업체, 현지시장에 진출한 다국적 미디어 기업, 게임 퍼블리셔, 게임관련 마케팅기업과의 인터뷰나 관련 보고서를 참조하여 현재 싱가포르의 게임시장을 조사하였다.

첫째, 이번 조사는 싱가포르의 MDA(싱가포르 미디어 개발부) 및 EDB의 통계자료와 각 게임사의 마케팅 또는 PR 팀 담당자와 실시한 인터뷰 자료에 기반하여 작성하였다.

둘째, 게임산업을 위한 정보통신 인프라에 관한 통계는 싱가포르 정보통신부 (IDA) 및 기타 정보통신 관련 정부기관, 언론의 통계를 중심으로 조사를 진행하였다.

셋째, 싱가포르 게임협회 및 게임 개발자 협회 등 유관기관과의 인터뷰 및 현지 게임 소프트웨어 유통점을 방문하여 실제 가격 및 판매 현황을 분석하였다.

넷째, 게임 전문잡지인 Game Axis 나 Play Works 를 참조하고, 각종 인터넷 웹사이트 등 온라인 검색을 통해 게임과 관련한 기술과 시장 정보를 입수하였다.

3장. 조사 연구 결과

본 게임시장 조사 및 분석을 통해 싱가포르 정부와 게임개발자 협회, 게임 관련 미디어 기업이 어떻게 상호 협업을 통하여 게임산업을 발전시키기 위한 노력을 하고 있는지 파악할 수 있다. 또한, 게임 및 연관 산업의 연구 결과 싱가포르 게임시장의 현주소를 파악하고 향후 싱가포르 정부가 추진하고자 하는 게임 산업 육성책을 통해 싱가포르 시장 진출을 위한 해외마케팅 방식으로서 직접 진출 또는 현지 게임 업체와 공동 진출, 싱가포르 미디어 산업 특히, 게임산업에 직접적인 투자 또는 공동 투자 등의 다양한 방안을 모색해 볼 수 있을 것으로 기대한다.

4장. 조사 연구 기대효과

싱가포르 게임시장은 불과 4~5년 전에 형성되었으며, 이제 초기 단계에서 벗어나 향후 큰 성장세가 기대되고 있는 시장이다. 또한, 싱가포르 정부는 게임산업을 영화, 애니메이션, 오락, 방송산업 등과 함께 미래의 미디어 종합 지식산업으로 인식하고 정책적인 지원을 통하여 게임 산업 확장에 뛰어들고 있다. 특히, 게임 소프트웨어 개발을 위한 펀드조성과 공동투자 등의 게임산업 육성책을 통하여 게임 분야에서 새롭고 혁신적인 지식산업의 성장을 유도하고 있다.

이에 본 조사자료가 싱가포르 등 동남아 시장 진출을 염두에 두고 있는 한국 게임업체의 글로벌 성장을 위한 게임시장의 분석 및 시장진입에 효과적인 기초 자료로 활용될 수 있을 것이라 기대한다.

II. 국가 일반 현황

5장. 국가개요

(1) 일반사항

<표II-1> 국가개요

국명	싱가포르 (The Republic of Singapore) 현지어명 (말레이어 - Republik Singapura) (중국어 - 新加坡共和國) (타밀어 - Singapore Kudiyarasu)
위치	동남아, 적도 근처
면적	약 699 km ² (서울시 면적보다 약간 큼)
기후	열대성 (연중 고온다습)
수도	싱가포르
인구	435 만 명 (2005년 기준)
주요도시	싱가포르(도시국가)
민족(인종)	중국계 76%, 말레이계 13.7%, 인도계 8.4%, 기타 1.9%
언어	영어 (Language of administration) 중국어 (북경어) 말레이어 (National Language) 타밀어가 공용어임
종교	불교 49.9%, 도교 10%, 회교 17.5%, 기독교 17.1%, 힌두교 4.7%
건국(독립)일	1965년 8월 9일 (말레이시아에서 분리, 독립)
정부형태	내각책임제
국가원수 실권자	대통령 S. R Nathan (2005. 9. 1 취임, 임기 6년) 실권자: 총리 Lee Hsien Loong (2004.8 취임, 임기 5년 / 2006.5 조기 총선 실시 및 집권당 승리로 장기집권체제 돌입)

(2) 경제지표

<표II-2> 경제지표

GDP	US\$ 1,168억 (경상가격, 2005년 기준)
실질경제성장률	6.4% (2005년), 9.4% (2006년 상반기)

1인당 GDP	US\$ 26,833 (2005년)
실업률	3.4% (2005년), 2.9% (2006년 상반기)
물가상승률	0.5% (2005년), 1.3% (2006년 상반기)
화폐단위	싱가포르달러 (S\$)
환율	US\$1 = S\$1.6646 (2005년), S\$1.5897 (2006년 2사분기) 원화 100원 = S\$0.1625 (2005년), S\$0.1674 (2006년 2사분기)
외채	0 (없음)
외환보유고	US\$ 1,166억 (2005년)
산업구조	제조업(28.4%), 무역/도소매업(13.8%), 금융서비스(11.0%), 기업서비스(11.9%), 운송-통신 (10.5%)/ GDP 비중, 2004년 기준
교역규모	US\$ 2,298억 (수출), US\$ 2,002억 (수입) - 2005년 US\$ 1,321억 (수출), US\$ 1,156억 (수입) - 2006년 상반기
교역품목	수출 품목 : 컴퓨터 및 부품, 전자부품, 유류제품 등 수입 품목 : 전자부품, 컴퓨터 및 부품, 원유 등

(3) 한-싱가포르 관계 (2005년 기준)

<표II-3> 한-싱가포르 관계

체결협정	항공협정('72), 이중과세방지협정('79) 해운협정('81), 사증면제협정('82), FTA 체결('05)등 다수
교역규모	US\$12,725백만 불(수출 US\$7,407백만, 수입 US\$ 5,318백만) - 한국의 7대 수출국, 13대 수입국
교역품	반도체, 석유제품, 무선통신기기, 선박, 자동차(한국의 수출) 반도체, 컴퓨터, 석유제품, 석유화학원료, 계측제어분석기 (수입)
투자교류	싱가포르의 한국 투자진출 (90건, US\$ 389백만) 우리나라의 싱가포르 투자진출 (202건, US\$1,164백만(투자기준))
교민	약 13,000여명

6장. 문화특성

(1) 축제

- 음력설(Chinese New Year) : 한국의 풍속과 유사하다
- 6월 싱가포르 국제 용선 축제(Singapore International Dragon Boat Festival): 음력 5월 5일에 개최되는 이 축제는 중국의 시인 구원이 무고로 인해 스스로 강물에 뛰어들었던 것에서 유래한다. 이날 사람들은 물고기가 구원의 몸을 뜯어먹지 못하도록 하기 위해 강물에 쌀을 뿌리며, 마리너만에서는 국제 용선 경주팀의 역동적 레이스를 볼 수 있다.
- 7월 싱가포르 음식 축제 (Singapore Food Festival): 한 달간의 축제 기간동안 싱가포르와 세계 각국의 음식을 맛볼 수 있으며 세계 최고의 요리사들이 모여 저렴한 가격으로 요리를 선보인다.
- 8월 건국기념일 (National Day Celebration): 8월 9일이며, 싱가포르의 건국을 축하하는 날이다. 전통춤과 불꽃놀이가 펼쳐지며, 대규모의 행렬과 화려한 레이저쇼도 있다.
- 9월 월병축제(Mooncake Festival): 음력 8월 15일에 벌어지는 중추절 축제로, 과거 원나라에 대항하기 위해 봉기한 명 태조 주원장이 떡속에 연락문을 넣어 숨겨 다닌 것에서 유래하였다.
- 11월 티미티 축제 (Thimithi Festival): 사우스 브리지 로드의 스리마리아만 사원에서 행해지는 불위를 걷는 특이한 행사로 잘 알려진 이 축제는 “드라우파디”라는 여신을 추모하기 위한 것으로, 힌두교도들은 채식을 엄수하며 3일 동안 하루 한끼만 먹고 마루에서 잠을 잔다.

(2) 의상

싱가포르의 전통의상 이름은 “바틱(Batik)”이다. 그 어원은 ‘작은 점들이 찍힌 옷감’이라는 의미의 ‘암바틱(Ambatik)’, 혹은 ‘옷감을 묶거나

바느질을 해 문양을 낸 부분을 제외한 곳을 염색하는 과정'이라는 의미의 '트리틱(Tritik)'에서 유래했다고 한다. 바틱의 염료는 화학염료가 아닌 풀이나 나무의 뿌리, 껍질, 잎에서 추출한 자연의 색채를 사용하고, 디자인은 기하학적인 무늬, 새, 꽃 등을 주로 사용하지만 현재 대량 생산되고 있는 바틱은 흔히 화학섬유와 프린트 염색을 사용하기도 한다.

(3) 윤리

일부 지역에서의 경마를 제외한 모든 도박행위는 불법이며, 공중 미관을 해치는 행위(쓰레기 투기, 침뱉기, 공공장소 흡연), 무단횡단 등 교통질서 위반, 미성년자 음주 등은 높은 벌금이 부과되는 처벌대상이다.

7장. 국민현황

중국인, 말레이인, 인도-파키스탄인, 유럽인, 유럽-아시아 혼혈인 등이 살고 있으나, 인구의 75%는 중국인이며, 정치 및 경제의 실권은 이들이 쥐고 있다. 언어는 영어, 말레이어, 중국어, 타밀어가 공용어이다. 다종교 국가로서 중국은 불교, 말레이인은 이슬람교, 인도-파키스탄인은 힌두교/이슬람교/시크교, 유럽인과 유럽-아시아 혼혈인은 대체로 기독교를 종교로 가지고 있다.

8장. 경제현황

(1) 싱가포르 시장특성

■ 동남아 최대의 시장규모 및 쇼윈도우(Show Window) 역할

싱가포르는 소규모 도시국가이나, 교역규모로 보면 동남아의 최대 시장이고, 다국적기업들의 아시아 지역 물류 유통의 중심기지 역할을 하고 있다. 전 세계 상품이 싱가포르로 집결되어 인근 각지로 재수출되는 "중계무역센터"로서 연간 총수입액의 40% 정도가 재수출 물량이다. 재수출 대상 지역은 동남아는 물론 서남아, 중동, 나아가 아프리카까지 포함된다.

싱가포르의 최대 교역 품목은 전자제품, 특히 반도체등 전자 부품류와 컴퓨터 및 컴퓨터 부품(디스크 드라이브 등)등이며, 한국과의 수출입거래도 상기 품목들을 중심으로 이루어진다.

■ 자유무역 및 완전경쟁시장

자유무역 정책 하에 술, 담배, 자동차, 유류제품의 4 대 상품군을 제외한 모든 상품이 무관세로 수입되고 있으며 비관세 장벽도 거의 존재하지 않는다. 시장 진출입이 자유롭고 자유무역을 추구함에 따라 싱가포르 시장의 경쟁도는 매우 높다. 이와 같은 치열한 경쟁에서 살아남기 위하여 현지 바이어들은 가격이 저렴하면서 품질이 양호한 제품 발굴 및 신제품 개발에 대한 욕구가 무척 강하다.

■ 대규모 유통업이 발달

연간 약 9 백만명의 관광객과 거주 외국인 및 고소득층을 타깃으로 대규모 유통센터가 발달했으며 유통업 형태는 백화점, 쇼핑몰, 면세점, 할인점, 전문용품점 등으로 다양하다. 특히, 일본계 대형 백화점 및 쇼핑몰의 진출이 두드러진다.

(2) 경제 기본원칙

■ 자유시장경제체제

자유시장경제 및 개방 노력은 부족한 자원을 효율적으로 배분하고 경쟁력을 강화하는 기본 토대가 된다. 정부의 이러한 노력을 통하여 싱가포르는 오늘날 그 어떤 국가보다 기업활동이 활발한 나라로 인정되고 있으며 수많은 다국적기업(MNCs)을 유치하고 현지기업의 경쟁력까지 강화시킬 수 있는 요인이 되었다. 아울러 자유시장 시스템이 가져다 주는 다양한 상품과 저렴한 가격은 고객만족에도 이바지하고 있다.

■ 대외지향적 경제체제

싱가포르의 국가규모와 부존자원의 한계로 외부경제에 의존할 수 밖에 없는 구조를 가지고 있다. 이는 무역과 투자부문에 있어 시장개방으로 이어졌으며, FTA 체결과 같은 각종 역내 협력이 주력하도록 하고 있다.

(3) 주요 집중분야

싱가포르 경제의 지속적 성장 도모 및 장기전략 수립을 위하여 정부가 구성한 Economic Review Committee(ERC)에 의하면, 싱가포르의 경제성장 주요 포인트로 다음이 제시되고 있다.

- a. 글로벌 경제 (Globalised economy)
- b. 창조적이고 기업친화적인 국가 (Creative and entrepreneurial nation)
- c. 제조, 서비스, 그리고 다국적기업과 전통기업이 함께 하는 다양한 경제 (Diversified economy)

싱가포르 정부는 안정적인 비즈니스 환경제공 및 기업활동 촉진, 각종 인프라 구축을 위해 항상 노력하고 있으며 싱가포르를 지식과 재능, 기업의 중심이 되는 능동적인 글로벌 국가로 육성하고 타국가와 차별화하기 위한 각종 정책을 다양하게 전개하고 있다.

2006 년 예산안 수립시 정부는 단지 비용절감 등의 수단이 아닌 서비스와 질, 혁신 등에서 비교우위를 창출하기 위한 전략을 구상하고 싱가포르 경제 재건을 위하여 다음 부문에 집중할 것으로 발표한 바 있다.

- Becoming a Knowledge Hub : 지식기반 허브 달성
 - 과학, 엔지니어링, 바이오 메디컬 부문 등에 있어서 R&D 를 강화하고 Research Incentive Scheme for Companies (RISC) 등을 통해 투자 유치를 진행하고 있다.
 - National Research Foundation (NRF)가 후원하는 Research, Innovation and Enterprise Council(RIEC)을 결성하였다.

- Building on Strengths in Manufacturing and Services: 제조, 서비스 부문 강화
 - EDB(경제 개발청)에서 제조 부문 및 서비스 부문의 고정자산 투자 등을 위해 자금을 확보하고 STB(관광청)은 Tourism 2015 비전 실현을 위해 관광개발기금을 조성하였다.

- Supporting Enterprise and Entrepreneurship: 기업 및 창업 지원 강화
 - 디지털미디어, 환경 및 물(water) 관련 기술 등 신규 분야 활성화를 위해 Economic Development Assistance Scheme (EDAS)를 조성하고 SPRING 은 창업 지원 강화를 위한 예산을 확보하였다.

- Creating Globally Competitive Workforce and Great Workplaces: 글로벌 경쟁력 강화
 - 직원능력향상을 위한 평생학습 강화, Workforce Development Agency(WDA)의 Workforce Skills Qualification system 및 서비스 교육, 외국인 근로자 교육, 노동자 안전 및 건강 보호 프레임강화, 노동자와 정부 혹은 노동자간 관계 강화를 중점목표로 하고 있다.

- Developing Excellent Infrastructure: 인프라스트럭처 구축
 - 토지, 도로교통, 항공, 항만 교통시설 등의 산업 인프라(주로 One-North) 구축을 추진하고 있다.

(4) 주요 육성분야 및 중점 투자유치대상 업종

싱가포르는 소국이자 부존자원과 자본이 없음에도 불구하고 외국자본 유치를 통한 경제 발전 정책을 적극 추진하여 국민소득 US\$ 25000 을 웃도는 선진국 반열에 올라서는 등 글로벌화되는 세계시장에 빠르고 효과적으로 대처한 국가로 평가받고 있다. 현재 싱가포르는 고도로 발달된 선진산업, 상업, 금융국가이며 소비 경제국가의 하나이다.

또한, 동남아를 포함한 아시아 ·태평양 지역에서의 관문 내지는 중개지로서의 전략적 입지를 활용하여 외국인 투자 유치를 위한 최적의

환경 조성을 위해 노력하였다. 그 결과, 오늘날 싱가포르를 매력적인 국제 비즈니스 센터로 인식되고 있으며, 세계 유수의 다국적 기업 대부분이 진출하여 싱가포르의 GDP, 고용, 수출 등에 크게 기여하고 있다.

1950~1960년대 개발도상국들이 경제 개발을 시작할 때 세계적인 추세는 수입대체를 통한 경제발전이었으나, 싱가포르는 처음부터 이러한 세계적 조류와는 반대로 내국 기업 지원책을 사용하지 않고 다국적 기업들을 적극적으로 끌어들여 경제 발전을 시작하였다. 이에 따라 다국적 기업들이 싱가포르를 생산 및 무역의 근거지로 삼아서 내국 기업처럼 지속적으로 고도화해 나갈 수 있는 여건을 만드는 데 정책의 초점을 두었다.

이러한 발전전략은 싱가포르가 처한 독특한 상황에서 기인한다. 영국의 식민통치 직후 말레이시아 연방 편입을 시도하던 시기에 싱가포르는 기타 개발도상국과 마찬가지로 말레이시아라는 국내 시장을 바탕으로 한 수입 대체 산업화 전략을 추진했다. 현재 다국적 기업 투자 유치의 대명사가 되어 있는 싱가포르 경제 개발청 (EDB : Economic Development Board) 관료들 설립 초기 주업무는 수입 대체 발전 전략을 입안하는 것이었다.

그러나 말레이시아와의 갈등이 커지고 화교와 말레이인 간 인종 분규가 유희사태로 까지 발전하자 싱가포르는 1965년 말레이시아 연방으로부터 배척되고 독립국가로 홀로서기에 나섰다. 이에 따라 갑자기 말레이시아라는 내수 시장을 잃고 인구 200만 명에도 못 미치는 도시국가로 남게 된 싱가포르가 택할 수 있는 길은 극히 제한되어 있었다. 특히 말레이시아와의 관계가 나빠지고, 인도네시아에는 수카르노의 사회주의 정권이 들어서 있는 상태에서 이웃 나라들에게 시장과 원료를 의존해서 경제 성장을 바라기는 어려웠다. 이런 상황에서 리관유 (李光耀) 전 수상이 이끄는 국민 행동당 (PAP : People's Action Party) 정부는 다국적 기업 유치를 통해 처음부터 싱가포르를 선진국에 직접적으로 연결시켜 발전하는 전략을 택한 것이다.

한편, 중계무역으로는 무역규모가 증가해도 고용이 늘지 않자, 문제를 인식한 싱가포르 정부는 60 년대와 70 년대에 산업구조 재편을 추진하였다. 고용 효과가 큰 제조업과 금융부문의 외국인투자 유치에 주력하고, 고용기준과 분쟁 절차에 관한 법률을 제정하는 등 투자여건을 개선한 결과 1965-80 년간 연평균 9%의 고성장을 지속하였고, 당초 10%를 상회하던 실업률이 3%로 하락하였는데 이는 적절한 산업 구조 조정과 다양한 투자 우대제도를 운영한 결과이다.

(5) 주요 거시경제지표

<표II-4> 주요 경제 지표

지 표	2001	2002	2003	2004	2005	2006
명목 GDP(US\$억)	856	881	923	1,074	1,167	1,322
1인당 GDP(US\$)	20,816	21,162	22,155	25,352	26,833	29,474
실질성장률(%)	-2.0	2.2	1.4	8.4	6.4	7.7
물가상승률(%)*	1.0	-0.4	0.5	1.7	0.5	1.0
실업률(%)	2.7	4.2	4.4	4.3	3.1	2.7
수출(US\$억)	1,178	1,284	1,441	1,250	2,298	2,716
수입(US\$억)	1,122	1,098	1,279	1,324	2,002	2,385
외환보유고(US\$억)	758	823	963	1,128	1,166	1,368
총 외채(US\$백만)	0	0	0	0	0	0
연평균환율(S\$/US\$)	1.7917	1.7906	1.7422	1.6903	1.6646	1.5889

주 : 물가 상승률은 소비자 가격 지수(CPI) 기준

자료원 : 싱가포르 통계청, Economic Survey of Singapore 2006, 중앙은행(MAS)

<표II-5> 물가 금융 지표

지 표	2001	2002	2003	2004	2005	2006
소비자물가지수	98.2	97.8	98.3	100.0	100.4	101.4
국내공급물가지수	98.3	95.2	97.1	102.1	111.9	117.5

2006 신흥게임시장 조사 보고서

소비자물가상승률 (%)	1.0	-0.4	0.5	1.7	0.5	1.0
통화량 (싱\$백만)	36,083	35,828	38,723	44,162	46,086	52,247
통화증가율(%)	8.6	-0.7	8.1	14	4.4	6.6
주가지수 (STI)	1,624	1,341	1,765	2,066	-	-
연평균 환율 (싱\$/1US\$)	1.7917	1.7906	1.7422	1.6903	1.6646	1.5889
3개월채무부증권 금리 (%)	0.85	0.67	0.71	1.26	-	-
은행우대 대출금리 (%)	5.30	5.35	5.30	5.30	5.30	-

주1 : 소비자 물가지수 : 2004=100

주2 : 국내 공급 물가지수(Domestic Supply Price Index): 2000=100, 2005년 7월이 최근 수치

주3 : 금리 : 각 년도 연말기준

주4 : 통화량 및 통화증가율 : M1 기준

자료원 : 중앙은행(MAS), Monthly Statistical Bulletin

<표II-6> 연도별 GDP/1인당 GDP

연도	GDP		1인당 GDP	
	S\$ mil	US\$ mil	S\$	US\$
2002	157,694.4	88,067.9	37,762	21,089
2003	160,890.4	92,349.0	38,434	22,061
2004	181,539.8	107,400.9	42,833	25,340
2005	194,241.7	116,689.7	44,738	26,876
2006	209,990.9	132,161.2	46,832	29,474

자료원 : 싱가포르 통계청

(6) 무역통계

<표II-7> 싱가포르 수출입 동향

교역실적	연도	2002	2003	2004	2005	2006
------	----	------	------	------	------	------

추이 (단위: S\$억불)	수출	2,239	2,786	3,356	3,825	4,316
	수입	2,083	2,373	2,933	3,332	3,789
	무역수지	156	413	423	493	527

자료원 : IE Singapore

<표II-8> 싱가포르의 주요 수출대상국

(단위 : S\$백만)

순위	국명	2004년		2005년		2006년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
1	말레이시아	46,073	13.7	50,612	13.2	56,372	13.1
2	홍콩	29,807	8.9	35,849	9.4	43,335	10.0
3	미국	37,501	11.1	39,024	10.2	42,829	9.9
4	중국	25,972	7.7	32,909	8.6	42,061	9.7
5	인도네시아	32,139	9.6	36,817	9.6	39,504	9.2
6	일본	19,533	5.8	20,874	5.5	23,590	5.5
7	태국	13,078	3.9	15,662	4.1	17,945	4.2
8	호주	11,168	3.3	14,045	3.7	16,182	3.7
9	대만	14,075	4.2	14,938	3.9	15,065	3.5
10	한국	12,482	3.7	13,412	3.5	13,877	3.2
총액 (기타국포함)		335,615		382,532		431,559	

자료원 : International Enterprise Singapore, 수출입통계 발표자료(STATLINK)

<표II-9> 싱가포르의 주요 수입 대상국

(단위 : S\$백만)

순위	국명	2004년		2005년		2006년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
1	말레이시아	42,201	14.4	45,527	13.7	49,481	13.1
2	미국	34,574	11.8	38,793	11.6	47,474	12.5
3	중국	27,357	9.3	34,170	10.3	43,194	11.4
4	일본	32,267	11.0	32,034	9.6	31,640	8.3

5	대만	15,827	5.4	19,720	5.9	24,207	6.4
6	인도네시아	16,444	5.6	17,400	5.2	23,426	6.2
7	한국	11,851	4.0	14,323	4.3	16,636	4.4
8	사우디아라비아	9,373	3.2	14,894	4.5	14,767	3.9
9	태국	11,330	3.9	12,516	3.8	13,856	3.7
10	독일	9,598	3.3	9,915	3.0	10,794	2.8
총액 (기타국 포함)		293,337		333,191		378,924	

자료원 : International Enterprise Singapore, 수출입 통계 발표자료 (STATLINK)

<표II-10> 싱가포르의 주요 수출입 품목(2006년)

수출 품목	수입 품목
반도체 (19.4%)	반도체 (17.6%)
컴퓨터부품 (5.6%)	원유 (9.3%)
디스크드라이브 (3.3%)	컴퓨터부품 (4.3%)
정유제품 (3.2%)	정유제품 (3.9%)
통신기기 (3.0%)	통신기기 (2.5%)

자료원 : IE Singapore

<표II-11> 한국과 싱가포르간 교역추이

(단위 : US\$백만, %)

구분	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06
총교역	7,234 (25.2)	9,371 (29.6)	7,091 (-24.3)	7,652 (7.9)	8,726 (14.0)	10,114 (15.9)	12,724 (25.8)	15,176 (19.3)
수출	4,922 (21.1)	5,648 (14.8)	4,080 (-27.8)	4,222 (3.5)	4,636 (9.8)	5,654 (22.0)	7,407 (31.0)	9,489 (28.1)
수입	2,312 (35.0)	3,723 (61.1)	3,011 (-19.1)	3,430 (13.9)	4,090 (19.2)	4,461 (9.1)	5,318 (19.2)	5,887 (10.7)
무역수지	2,610	1,925	1,068	791	546	1,193	2,089	3,602

자료원 : KOTIS, ()는 전년대비 증가율

<표II-12> 한국과 싱가포르간 교역품목(대 싱가포르 수출)

(단위 : US\$천, %)

순 위	품목 코드	품목명	2005 년		2006 년	
			금액	증가율	금액	증가율
		총계	7,406,634	31	9,489,300	28.1
1	831	반도체	2,971,414	13.2	4,268,661	43.7
2	133	석유제품	1,087,199	172.7	1,342,124	23.5
3	746	선박해양구조물 및 부품	545,756	237.6	754,292	38.2
4	812	무선통신기기	584,305	-1.4	530,136	-9.3
5	111	금은 및 백금	68,890	53.4	220,918	220.7
6	613	철강관	123,154	17.5	162,605	32
7	813	컴퓨터	142,370	12.5	161,947	13.8
8	741	자동차	176,088	17.5	127,858	-27.4
9	834	기구부품	93,336	26.2	102,791	10.1
10	214	합성수지	90,692	26.4	97,386	7.4
11	850	전선	30,153	64.6	89,497	196.8
12	712	운반하역기계	28,343	679.7	79,397	180.1
13	614	철강관및철강선	65,149	30.8	74,025	13.6
14	836	평판디스플레이 및 센서	21,619	-4.2	73,918	241.9
15	621	알루미늄	43,633	14.9	68,136	56.2
16	751	기계요소	46,919	19.6	64,404	37.3
17	622	동제품	43,145	-7.6	64,180	48.8
18	219	기타석유화학제 품	37,056	25.1	62,868	69.7
19	310	플라스틱 제품	54,544	29	57,220	4.9
20	821	영상기기	70,753	18.5	52,838	-25.3
21	611	형강	39,865	-40.1	51,468	29.1
22	711	원동기 및 펌프	40,979	1.3	46,255	12.9
23	228	정밀화학원료	40,725	1.1	42,602	4.6
24	252	종이제품	40,905	9.7	40,312	-1.4

25	833	수동부품	45,622	22.1	38,605	-15.4
26	732	반도체 제조용 장비	21,245	18.5	37,058	74.4
27	617	주단조품	24,530	44.9	35,666	45.4
28	725	건설광산기계	27,461	15.3	31,922	16.2
29	723	금속공작기계	12,962	-35.2	30,551	135.7
30	835	건전지및축전지	33,759	-24.6	29,976	-11.2
31	815	계측제어분석기	17,279	36.7	29,965	73.4
32	814	전자응용기기	141,104	446.4	28,846	-79.6
33	449	기타섬유제품	27,157	12.2	26,040	-4.1
34	742	자동차부품	24,779	-9.4	23,258	-6.1
35	211	기초유분	29,708	-56.5	23,039	-22.4
36	790	기타기계류	20,455	55.8	22,256	8.8
37	612	선재봉강및철근	56,182	469	20,485	-63.5
38	320	고무제품	14,677	-7.4	18,667	27.2
39	243	유리제품	9,204	14.4	17,848	93.9
40	615	레일및철구조물	8,689	3.6	17,622	102.8

자료원 : KOTIS

9장. 종합

싱가포르는 동남아 적도 근처에 위치한 인구 435만 명의 소국이다. 1965년 말레이시아로부터 독립했으며, 중국계/말레이계/인도계 민족 등으로 이루어진 다민족 국가이다. 언어는 영어, 중국어, 말레이어, 타밀어를 공용어로 하고 있으며 행정계통의 언어는 영어가 사용되고 있다.

1인당 GDP가 USD 26,000수준으로 매우 높으며 주로 컴퓨터 완제품 및 부품, 전자부품, 유류제품 등을 수출하고, 전자부품, 컴퓨터 완제품 및 부품 등을 수입하고 있다.

한국의 7대 수출국이자 13대 수입국이며, 한국교민은 약 13,000명이 거주하고 있다. 양국간 투자교류도 활발하여 2006년 현재 싱가포르는 한국에 90건(USD 389백만), 한국은 싱가포르에 202건(USD 1,164백

만)의 투자를 실시한 바 있다.

동남아 최대의 시장 규모를 가지고 있으며 기타 동아시아 국가와는 달리 전통적으로 자유무역주의를 추구해왔다. 유통시장이 발달해있다는 특징을 가지고 있으며, 제조업과 서비스업도 균형적으로 발달해있다.

Ⅲ. 게임산업 인프라 환경 및 동향

10장. 정보통신 산업

세계은행의 2005년 Annual Report에 의하면 싱가포르의 정보통신 산업에 대한 GDP 대비 지출비율은 9.4%로 나타났다. 아시아의 정보통신 강국인 한국의 해당 비율이 6.9% 수준임을 고려할 때, 싱가포르의 정보산업에 대한 투자비중이 높다는 사실을 알 수 있다. 또한 2008년부터 싱가포르 전 지역의 공공건물에서 무선인터넷 사용을 할 수 있는 인프라 구축을 위해 현재 많은 자금과 인력을 투자하여 사업을 진행하고 있다.

<표III-1> 정보사회지수(Information Society Index) 순위

국가	2003	2004	2005	2006	2009
스웨덴	2	1	1	1	1
덴마크	1	2	2	2	3
미국	3	3	3	4	5
싱가포르	13	4	10	12	15
노르웨이	9	5	7	10	7
스위스	4	6	4	6	9
네덜란드	6	7	6	7	10
호주	12	8	8	5	2
핀란드	7	9	5	8	8
한국	8	10	12	15	11
대만	20	11	11	9	4
캐나다	5	12	13	14	18
영국	10	13	9	3	6
홍콩	11	14	15	11	19
독일	15	15	14	16	14

주 : 2005년부터는 예상 순위

자료원 : International Data Corp, The Business Times 에서 재인용

미국의 IT 분석기관인 IDC(International Data Corp)가 집계한 2004년 정보사회지수(ISI/(Information Society Index)에서는 싱가포르가 4위,

한국이 10위를 차지했다 정보사회지수(Information Society Index)는 컴퓨터, 인터넷, 통신, 사회 등 4가지 인프라 부문의 15개 변수를 기준으로 국가의 정보통신 활용도 등 정보화 수준을 나타내는 지표이다.

- 컴퓨터: 가구별 PC 보유수, GDP중 IT부문 소비지출, GDP중 IT서비스 지출, 소프트웨어 소비지출
- 인터넷: 인터넷 이용자수, 가구별 인터넷 이용정도, 모바일 인터넷 이용자수, 전자상거래 이용정도
- 통신: 브로드밴드 이용정도, 무선인터넷 가입자수, 휴대폰 수출실적
- 사회: 교육 정도, 시민자유, 정부 부패 정도¹⁾

싱가포르는 지역적 이점을 기반으로 정보통신 기술에 대한 투자를 통해 아시아지역 국제화기지로서 발돋움하기 위한 사업을 수행하고 있으며, 이에 따라 정보통신 산업을 통해 얻는 수익의 규모도 점점 커지고 있다. 매년 약 S\$20억 규모의 수익성장세를 나타내고 있는데, 싱가포르의 지리적 크기와 산업규모를 고려하면 S\$20억은 강한 성장세를 나타낸다고 할 수 있다. 2005년도에는 전년도 대비 약 8.9%의 성장을 하여 S\$37.89의 수익을 올렸다.

하드웨어와 원거리 통신 서비스 분야에 대한 수익세가 기타 부분에 비해 뚜렷한데 이는 싱가포르 내에서 정보통신 인프라 구축에 대한 투자와 그 수익률이 점차 커지고 있으며 잠재적으로 이를 이용한 기타 산업의 발전에도 큰 도움을 줄 것으로 예상된다.

<표III-2> 정보, 통신 산업의 연간 수익

(단위: S\$ billions)

	하드웨어	원거리 통신서비스	소프트웨어	IT 서비스	콘텐츠 서비스	전체
2001	11.47	6.14	7.61	3.78	1.64	30.64
2002	13.16	6.40	5.99	4.33	2.29	32.17
2003	15.13	6.64	5.10	3.23	2.73	32.83
2004	16.62	6.82	5.23	3.41	2.69	34.77
2005	19.22	7.15	5.52	3.29	2.71	37.89

¹⁾ KOTRA, 2004에서 인용

정보통신 산업 종사자수도 늘어나 2001년부터 시작하여 2005년까지 꾸준한 성장세를 이어가고 있다. 한해 약 4000여명의 인력이 새롭게 정보통신 산업에 종사를 하고 2005년도에는 전년도 대비 약 3.1%의 증가율을 보여 111,400명의 인력이 정보통신 산업에 종사하고 있는 것으로 조사되었다.

<표III-3> 정보통신 산업 인구

	Infocomm Organizations	End-User Organizations	전체
2001	50,710	51,360	102,070
2002	51,800	52,100	103,900
2003	51,600	52,700	104,300
2004	53,900	54,100	108,000
2005	55,600	55,800	111,400

11장. PC 환경 및 동향

2003년 이후 1가구당 PC 보급률은 74%로 유지되고 있다. 그러나 한 세대 내에서 두 대 이상의 컴퓨터를 보유하고 있는 세대 수는 2005년 전체의 28%로 그 비율이 꾸준히 증가하는 추세이다. 이는 가정용 데스크탑 컴퓨터 이외에 노트북 컴퓨터를 이용한 사무처리, 교육 등의 활용도가 꾸준히 높아지고 있으며, 이로 인해 예전에 한대의 컴퓨터로 전 가족이 사용하던 모습과는 달리 각자 개인 컴퓨터를 전용으로 사용하는 컴퓨터 사용 문화로의 변화를 나타내어 주고 있다.

<표III-4> 세대 수 기준 PC 보급률

	없음	한대	두대	전체
2001	36%	47%	17%	64%
2002	32%	48%	20%	68%
2003	26%	51%	23%	74%
2004	26%	49%	25%	74%
2005	26%	46%	28%	74%

자료원: 2000년 인구센서스: 923,325 세대

주거형태 별 PC 소유 비율을 보면 싱가포르 국민의 상위 10%가 생활하는 고급 주택인 콘도미니움의 PC 소유 비율과 정부가 저렴한 가격으로 임대하는 공공주택인 HDB의 PC소유 비율은 큰 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다. 콘도미니움에 생활하는 주민들의 PC 소유비율은 2001년 81%, 2003년 93%, 그리고 2005년 93%로 그 성장세를 꾸준히 이어가고 있으며 2005년 기준 열 가구 중 아홉 가구 이상이 PC를 소유하고 있음을 알 수 있다. 반면, HDB에서 생활하는 주민들의 PC소유비율은 2004년 70%에 이어 2005년에는 68%로 오히려 소폭 하락하였다. 이는 소득에 따라 정보통신의 접근에 대한 차별화가 이루어지고 있음을 의미한다.

<표III-5> 주거형태 별 PC소유 비율

	민영주택(Condo)	공공주택(HDB)
2001	81%	60%
2002	87%	64%
2003	93%	70%
2004	90%	70%
2005	93%	68%

한편, PC를 소유하지 않는 이유 중 필요성을 느끼지 못한다는 대답이 35%로 1위를 차지하고 있다. 그러나 그 비율은 2004년에 비해 큰 폭으로 감소하였으며, 기술부족, 나이, 어린 자녀 문제로 인하여 PC를 소유하지 않는다는 대답이 증가하였다. 가격은 세 번째 이유로 단지 15%라는 비율을 차지 하고 있어 큰 장애는 되지 않은 것으로 나타났다. 즉, 컴퓨터 소유에 있어서 소득이 직접적인 영향을 미친다기 보다는 소득형태에 따라 종사하는 일의 종류가 다르고 그 일을 수행하는데 있어 필요성을 느끼지 못하거나, PC사용이나 인터넷과 같은 통신기술의 사용에 대한 일반적인 교육이나 지식의 부족이 그 주요 원인으로 나타났다.

<표III-6> PC를 사용하지 않는 이유

이유	2004	2005
불필요	42%	35%

기술부족	19%	32%
가격	16%	15%
나이	9%	12%
어린 자녀 문제	3%	6%
기타사용장소 있음	9%	0%
기타	2%	0%
전체	100%	100%

12장. 인터넷 환경 및 동향

인터넷 사용에 관한 아래 자료를 보면 컴퓨터 사용자의 약 4%를 제외한 나머지 사용자는 모두 인터넷을 사용하는 것으로 나타났다. 한편 세대 수를 기준으로 한 조사에서도 인터넷 이용인구가 2001년 57%에서 2005년 66%로 성장하였다. 2004년 9월 국제전기통신연합(ITU)가 간행한 보고서에 따르면 당시 한국의 인터넷 보급률은 63.3%로 67.5%로 1위인 아이슬란드에 이어 2위를 차지했다. 따라서 2005년 싱가포르의 전체 인구 대비 인터넷 사용비율인 61%, 그리고 세대 수 기준 비율 66%는 상당히 높은 수준이라 할 수 있겠다.

<표Ⅲ-7> 컴퓨터 및 인터넷 사용 비율

(대상: 15세 이상 사용자)

	컴퓨터 사용자	인터넷 사용자
2001	48%	43%
2002	53%	47%
2003	57%	53%
2004	66%	62%
2005	65%	61%

<표Ⅲ-8> 가정용 인터넷 이용자

(전체 세대 수 대비)

	2001	2002	2003	2004	2005
비율	57%	59%	65%	65%	66%

한편, 인터넷 접속 형태를 모뎀사용과 초고속 인터넷으로 크게 두 가지로 나누어 비교해 보았을 때, 전화선을 이용한 모뎀사용인구가 2001년 46.4%에서 2005년 37.2%로 크게 떨어졌으나 여전히 높은 사용률을 보이고 있다.

<표Ⅲ-9> 모뎀 사용자

(전체인구대비)

	가정	사업장	전체	보급률
2001	N/A	N/A	1,917,900	46.40%
2002	N/A	N/A	2,000,700	48%
2003	N/A	N/A	1,796,200	42.90%
2004	1,653,600	60,800	1,714,300	40.40%
2005	1,562,900	55,200	1,618,100	37.20%

세대 수를 기준으로 한 초고속 인터넷 사용에 관한 아래 자료를 살펴보면 그 보급이 2001년 17.7%에서 2005년 51.9%로 큰 폭 상승하였으며, 2003년부터 시작하여 2005년까지 매년 싱가포르 전체 세대의 약 10%가 초고속 인터넷 서비스 가입을 하고 있음을 알 수 있다. The Economist 산하 기구인 Economist Intelligence Unit의 2005년 e-readiness Ranking 보고서에 의하면 우리나라의 초고속 인터넷 보급률은 2005년 기준 75%로 세계 최고 수준인 것으로 보고되어 있으며, 아래 싱가포르의 초고속 인터넷 보급률 51.9%가 어느 정도인지를 미루어 짐작할 수 있다.

<표Ⅲ-10> 초고속 인터넷 사용자수

(전체 세대 수 기준)

	가정	사업장	전체	보급률
2001	N/A	N/A	N/A	17.70%
2002	N/A	N/A	270,500	24.20%
2003	390,000	31,700	421,700	33.30%
2004	464,300	48,100	512,400	42.30%
2005	575,900	62,700	638,600	51.90%

주거형태별 인터넷 사용비율에 대해서 살펴보면 콘도미니엄 세대의 90%가 인터넷을 사용하는 반면, 공공주택 세대에서는 겨우 60%만이

인터넷을 사용하는 것으로 나타났다. PC소유비율과 마찬가지로 주거형태별로 정보접근에 대한 격차가 드러나는 것이 확인되었다.

<표III-11> 주거 형태별 가정용 인터넷 사용 비율

	민영주택 (Condo)	공공주택(HDB)
2001	74%	52%
2002	82%	54%
2003	88%	60%
2004	86%	60%
2005	90%	59%

가정에서 인터넷을 사용하지 않는 이유에 대한 질문에서는, PC를 소유하지 않는 이유에 대한 질문에서 상위를 차지한 불필요 혹은 기술부족이라는 대답과는 달리 사용요금에 대한 부담이 상위를 차지하였다. 싱가포르에서 초고속 인터넷 서비스를 사용하기 위한 요금은 매월 S\$60이다. 정부 공공주택에 거주하는 세대의 소득수준을 고려해 보았을 때, 원화 기준 약 3만5천원인 S\$60은 가계 수입에서 차지하는 비중이 결코 적지 않다.

이는 한국의 초고속 인터넷 이용요금인 4만원 수준과 절대금액으로는 큰 차이가 없지만, 소득과 비교한 실질 수준에서는 그 이상이어서 그 가격에 대한 부담이 결코 적지 않음을 알 수 있다. 그 밖에 기타접속 장소가 있다는 대답, 그리고 PC 소유에 대한 대답과 마찬가지로 필요성을 느끼지 못해서라는 대답이 상위를 차지하였다.

<표III-12> 가정에서 인터넷을 사용하지 않는 이유

	2004	2005
사용요금	18%	29%
기타접속 장소 있음	29%	17%
불필요	24%	16%
흥미부족	0%	11%
유해정보에 노출우려	3%	10%

기타접속 장소 있음	4%	9%
기술 부족	11%	6%
사생활 침해의 우려	2%	1%
보안상 우려	0%	1%
어린 자녀 문제	6%	0%
시간 부족	3%	0%
전체	100%	100%

<표III-13> 초고속 인터넷 사업자

사업자명	홈페이지	전화
Singnet	www.singnet.com.sg	1610
SingTel Magix	www.magix.com.sg	1800-6438-4338
Pacific	www.pacific.net	1800-6872-1455
StarHub	www.starhub.com	1800-825-7900

인터넷 사용의 내용, 용도에 대해서 살펴보면 15세 이상의 인터넷 사용자 중 95%에 달하는 인구가 E-MAIL 서비스를 이용하고 있으며, 채팅, 정보검색, 다운로드, 음악, 온라인 게임 등 기타 서비스도 약 50%를 전후한 인터넷 사용자가 위의 서비스들을 사용하고 있다고 대답하였다.

<표III-14> 인터넷 사용 용도

(대상: 15세 이상 인터넷 사용자)

	이메일	채팅, 메시지	인터넷 SMS	공공기관 행정업무	정보검색
2002	95.4%	52.5%	30.8%	42.1%	59.3%
2003	91.9%	47.5%	38.5%	42.2%	64.1%
2004	95.0%	54.0%	37.0%	56.0%	82.0%

	프로그램 다운로드	사무용 업로드/ 다운로드	디지털사진	음악	온라인게임
2002	44.9%	28.4%	32.2%	41.8%	44.0%

2003	43.1%	36.8%	34.1%	37.1%	48.4%
2004	62.0%	53.0%	48.0%	46.0%	43.0%

2005년에 조사된 구체적인 항목별 인터넷 사용 경향을 살펴보면 이메일, 채팅 등 사회적 교류를 목적으로 한 인터넷사용 비율이 높았으며, 일반적인 정보검색, 그리고 각종 상품과 서비스 검색도 각각 71%와 57%로 비교적 높은 비율을 나타냈다. 한편, 여가 시간을 활용하기 위한 목적으로 인터넷을 사용하는 비율은 약 61%로 커뮤니케이션과 정보검색에 이어 3위를 차지하였으며 그 중 인터넷을 통한 게임과 그 다운로드가 1위를 차지하였다.

<표III-15> 2005년 인터넷 사용용도

사용 용도	사용경험 있음	최근 1년 이내 사용경험 있음
커뮤니케이션	96%	96%
이메일	94%	90%
채팅, 인스턴트 메시지 등 기타 커뮤니케이션	45%	43%
블로그	18%	17%
P2P	12%	11%
인터넷 전화	9%	7%
정보검색	89%	86%
일반적 웹 검색	74%	71%
상품, 서비스 검색	59%	57%
정부기관, 공공기관 정보 검색	54%	52%
건강관련 정보검색	34%	32%
구직, 구인	33%	29%
여가	63%	61%
게임과 그 다운로드	39%	37%
디지털 사진 등 다른 매체의 업/다운로드	38%	36%
음악	30%	28%
뉴스, 잡지, 책	28%	26%

영화, 동영상, 사진감상	24%	23%
인터넷 라디오/방송	15%	14%
정부기관, 공공기관 업무	59%	57%
서류작성	47%	46%
서류 요청, 다운로드	44%	42%
전자결재	29%	28%
거래	43%	43%
온라인 banking	32%	29%
구직신청	22%	19%
물품의 매매	10%	9%
기타	35%	32%
소프트웨어 다운로드, 업그레이드 등	24%	22%
전자교육서비스이용	21%	19%
원거리 접근 및 사용	29%	28%
사무실 외에서 내부 문서/응용프로그램 등 사용	19%	18%
학교 외에서 내부 문서/응용프로그램 등 사용	14%	12%
자택 근무	3%	2%

한편, 인터넷을 통한 각종 전자거래의 성향을 분석함으로써 싱가포르 인터넷 유저들의 유료서비스의 이용에 대한 성향을 알 수 있다. 또한, 인터넷을 통해 새로운 게임서비스를 제공하는 데 있어서 그 규모나 예상되는 수익을 파악하여 사업을 계획하고 계획 단계에서 발생할 수 있는 각종 시행착오를 줄일 수 있다. 2001년 전체 인터넷 사용자의 18%가 온라인을 통해 각종 상품이나 서비스를 구매하였고, 2005년에는 27%까지 그 비율이 올랐다. 평균적으로 한 사람당 S\$1,608를 소비한 것으로 나타났다.

<표III-16> 연도별 온라인 구매 비율

	2001	2002	2003	2004	2005
온라인 구매 경험 있음	18%	18%	20%	27%	27%

그 내용에 있어서는 주로 여행을 목적으로 한 항공권, 숙박, 교통편에 대한 결제가 가장 많았으며, 다음으로 옷, 신발, 악세서리 등 패션에 관련된 용품이 그 뒤를 이었다.

<표III-17> 온라인 구매 목적

구매 목적	사용경험 있음	최근 1년 이내 사용경험 있음
여행	30%	28%
패션용품	27%	26%
각종 공연과 이벤트	20%	19%
컴퓨터 관련 부품	14%	12%
음악, 비디오	13%	12%
금융 상품	10%	8%
식품	8%	6%
각종 매체의 사용(소프트웨어 포함)	7%	6%
사진, 전화	3%	3%

인터넷 사용자의 열명 중 세 명의 비율로 인터넷 구매의 경험이 있으나 주로 여행이나 패션용품 그리고 각종 공연과 이벤트 등에 치중되어 있으며 유료 서비스라고 할 수 있는 온라인 음악과 비디오의 구입 그리고 소프트웨어를 포함한 각종 매체의 사용은 열명 중 한 명 꼴로 그 비중이 낮다. 온라인을 통해 상품이나 서비스를 구매하지 않는 이유에 대하여 아래 표를 살펴보면 관심 부족(34%)과 직접 외출하여 쇼핑하는 것을 선호한다는 대답(32%)이 다른 항목보다 매우 높게 나타났다. 이는 싱가포르의 국토면적과 관련하여 기인을 생각해 볼 수 있다. 온라인을 구매의 배달 사고 혹은 불완전한 정보로 인한 결정 등 위험을 굳이 감수하기 보다는 지하철 역마다 설치된 대규모의 쇼핑센터를 직접 다니며 상품을 구매하는 것이 훨씬 안전하다. 또한, 좁은 국토로 인하여 특별한 여가 활동의 장소가 충분치 않은 싱가포르에서 쇼핑은 주말을 이용하는 하나의 여가 활동으로 인식되어 있다.

<표III-18> 온라인 구매 기피 원인

	2004	2005
관심 부족	17%	34%
직접 외출하여 쇼핑하는 것을 선호	40%	32%

보안상의 우려	25%	14%
품질 보증에 관한 우려	0%	7%
사생활 정보 유출에 대한 우려	0%	6%
기타	4%	5%
기술 부족	2%	2%
결제 수단 없음(신용카드)	8%	0%
상품에 대한 정보의 부족	4%	0%
전체	100%	100%

그리하여 온라인 상품의 구매에 대한 관심이 전체적으로 부족하게 되고, 이는 온라인 서비스 구매에 대한 부족으로도 이어지게 될 가능성이 있다. 또한 구매에 따른 보안상의 우려도 14%로 작지 않은 비율을 나타내었다.

13장. 모바일 환경 및 동향

유엔무역개발회의(UNCTAD)가 발표한 2006년판 <정보경제 보고서>에 따르면, 2005년 전세계 휴대폰 이용자 수는 전년 대비 약 24% 증가한 21억 7천1백만 명으로 나타났다. 국가별 휴대폰 이용자 수는 중국이 약 3억9천3백만 명으로 1위를, 미국이 2억1백65만 명으로 2위, 러시아가 1억2천만 명으로 3위, 일본이 9천4백만 명으로 4위를 기록했다. 한국은 3천8백34만명으로 14위를 기록했다.

싱가포르의 휴대폰 보급률은 홍콩에 이어 아시아 지역에서 가장 높은 편으로 나타났다. 2001년 69.2% 수준이었던 가입자 수가 2005년에는 97.8%까지 올라 매년 약 8%의 성장을 보였다. 참고로 한국의 휴대전화 보급률은 2005년 82% 수준이다.

<표III-19> 휴대폰 서비스 보급률

(매년 12월 기준)

	휴대폰 가입자 수	휴대폰 보급률
2001	2,858,800	69.20%
2002	3,244,800	77.80%
2003	3,471,100	83.10%

2004	3,860,600	91%
2005	4,256,800	97.80%

싱가포르의 모바일 서비스 사업자는 Starhub와 M1 그리고 SingTel이 있으며, SingTel이 시장 선두 업체이다. 1997년 통신시장 자유경쟁 이후로 Free Incoming Call 서비스, 무료 문자메세지 서비스, 캠퍼스 내 무료 통화 제공 등 경쟁이 매우 치열하다. 각 홈페이지를 통하여 다양한 모바일 콘텐츠를 제공한다.

14장. 아케이드 게임

싱가포르의 아케이드 게임장은 영화관 시설과 인접하여 있는 것이 특징이다. 게임이 목적이라기 보다는 영화상영을 기다리는 동안의 남은 시간을 보내기 위한 수단으로 아케이드 게임을 하는 것이다. 대형쇼핑몰 내에 위치한 싱가포르의 아케이드 게임장은 대형화되어 있으며 슈팅게임, 레이싱 게임, 댄스, 음악연주 게임, 크레인 게임 등의 장치성 게임을 비롯하여 기존의 스크린게임도 다양하게 볼 수 있다. 보통 십여가지 이상 종류의 장치성게임이 있는 것은 물론이며, 쿠폰을 통해 각종 상품으로 교환하는 게임도 있다. 보통 스크린 게임은 S\$50, 최신 기종의 스크린 게임은 S\$1이며 인기 슈팅게임이나 레이싱게임은 S\$2로 게임을 즐길 수 있다.

싱가포르의 최대 아케이드 게임 체인은 싱가포르 시내 각 쇼핑센터에 아홉개의 영업장을 보유하고 있는 ZONE X 이며, Downtown East, East Point Mall, Hougang Mall, Lot 1 Shoppers' Mall, Jurong Point, Toa Payoh Entertainment Centre, Jubilee Entertainment Complex, Dhoby Ghaut MRT Station, Jurong Entertainment Centre 에 영업장을 보유하고 있다.

➤ 싱가포르 아케이드 게임 센터

1. Bleeding Edge - Computer Intranet gaming and training.
2. Cybermania Internet Cafe-Network gaming and Internet services.
3. E-Zone - Entertainment centre featuring virtual reality and interactive technology games.

4. Node Room - Offering multiplayer computer gaming.
5. Screenz Digital Universe - Neighbourhood computing centre, featuring.
6. Internet and network gaming and full range of small/home office services.
7. Slipgate Interactive Gaming Center.
8. Virtual ID - Offers surfing, mIRC, ICQ, network, and online games.

15장. 인터넷 카페

<표III-20> 인터넷 카페 리스트

인터넷 카페명	주소	전화번호
Eden Lifestyle Internet Café	501 Orchard Road Wheelock Place #02-08 Singapore 238880	+ 65 8870178
Internet Recreation Centre	35, Selegie Road, Parkland Shopping Mall, #B1-16 Singapore 188307	+ 65 63330308
Cybercup Café	83 Clemenceau Ave, Shell house, #01-31 Singapore 239920	
Bytes and Bite	Blk 510, Bishan Street 13, 3rd Level Singapore 570510	+ 65 3566166
CyberArena-Internet Point	11 Stamford Rd #01-09 Singapore 178884	+ 65 3370075
D-Nexus Internet Café	11, East Coast Road, #01-07 Odeon Katong Shopping Complex Singapore 437844	+ 65 3450596
Surf@Cafe	218 Orchard Road	+ 65

	#02-06 Orchard Emerald Singapore 238851	238851
Click it	200, Victoria Street #03-29 Parco Bugis Junction Singapore 188021	+ 65 8830282
Cyberheart Online	442 Orchard Road, #B1-11 Orchard Hotel Arcade Singapore 238879	+ 65 7343877
G@me CyberCafe	2 Jurong East Street 21 #02-10 IMM Building Singapore 470701	+ 65 5640090

시간당 S\$2~S\$3의 사용료를 받고 있으며, 컴퓨터 기종은 사업장마다 차이가 있으나 온라인 게임 구동에 큰 문제는 없는 것으로 조사되었다. 규모가 큰 곳은 150대 정도의 컴퓨터를 보유하고 있으며 작은 곳은 30대 정도의 컴퓨터 수를 보유하고 있다. 일부 인터넷 카페에서는 게임을 하기 위해서 자리를 옮겨야 하는 불편함이 있기도 하다. 또한 인터넷 속도가 느려서 서버에 접속하여 게임을 하기 보다는, 인터넷 카페 내부 네트워크를 이용하여 친구들과끼리 네트워크 게임을 즐기는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이용고객은 주로 중고등학생들이며 방과 후 가장 붐비고 쇼핑몰 내부에 있는 관계로 쇼핑몰의 영업시간에 인터넷 카페의 영업시간도 결정된다. 대부분 자정이전에 영업을 종료하며 24시간 영업을 하는 곳은 싱가포르에서 오직 한 곳(Eden Lifestyle Internet Café) 밖에 없다.

16장. 콘솔게임

가정용 콘솔게임은 SONY의 Playstation2, PlayStation Portable 과 Microsoft사의 Xbox가 주요한 위치를 점하고 있다. 가격은 한국의 80%이하로 저렴한 편이며, 기계적인 개조나 소프트웨어 불법 복제, 다운로드 등을 통한 음성적인 소프트웨어의 사용비율이 낮은 편이며, 쇼핑센터마다 게임 소프트웨어를 파는 상점이 들어서 있다. 또한 Xbox 게임을 즐길 수 있는 인터넷 카페 형태의 X-SQUARE 라는 게임장이 Downtown East, Lot 1 Shoppers' Mall에 위치하고 있다.

● 콘솔게임 시장 동향

콘솔게임 시장을 주도하는 두 게임기는 마이크로 소프트의 X-box와 SONY의 Play Station이다. 최근 두 업체는 후속작을 내 놓았는데 X-box의 후속작인 X-box 360은 이미 출시되었으며, 게임기는 S\$699, 게임 타이틀은 S\$50-60 정도의 가격에 판매되고 있다. 그 밖에 매장을 가득 채울 만큼의 리모컨, 조이 패드 등 각종 주변기기들도 널리 판매되고 있다. 현재 시장에서 인기 있는 장르로는 액션/레이스/스포츠가 있으며 Need for Speed 시리즈와 FIFA 시리즈가 인기를 얻고 있다.

Play Station의 경우 Play Station 2에 이어 Play Station 3이 출시되었다. 그러나 Play Station 3이 출시된 지 얼마 지나지 않았기 때문에 아직 시장에 보편화 되어있지 않은 상태이다. 보편화된 모델인 Play Station 2의 경우 시장에서 S\$300정도에 거래가 되고 있다.

하지만 Play Station 2는 이미 오래 전에 시장에 출시되었고, 현재 Play Station 3의 출시로 인하여 그 판매량이 낮다. 또한 동남아와 중국을 통하여 들어오는 불법 복제 게임이 보편화 되어 있어서 그 타이틀의 판매도 매출액이 크지가 않은 실정이다. 따라서 현재 싱가포르 콘솔 게임 시장에서는 X-box 360이 가장 높은 판매량을 올리고 있다.

또한 Nintendo의 Game Boy 이후로 마땅한 휴대용 게임기가 없었던 시장에서 SONY의 Play Station Portable (PSP) 가 두각을 나타내기

시작했다. 현재는 Nintendo의 NDS가 후속 주자임에도 불과하고 큰 인기를 얻고 있다. PSP는 현재 두 개의 시장이 형성되어 있는데 1.5버전 시장과 그 밖에 높은 버전의 시장이다. 1.5버전에서는 불법 다운로드 게임이 작동가능하기 때문에 높은 버전의 게임기 보다 높은 가격에 거래되고 있다. 1.5버전의 경우 게임기 가격만 S\$300정도에 거래되고 있으며, 게임 타이틀은 S\$80정도에 거래되고 있다.

차이점이 있다면 NDS는 게임 작동만 가능한 반면 Play Station은 게임은 물론 MP4 포맷의 영화 재생, 인터넷, 사진 감상 등의 기능을 모두 갖추고 있고 최근 전용 카메라가 나오는 등 확장성이 매우 크다는 장점을 갖는다는 점이다. 한편, NDS는 스크린이 아래 위 두 개이며 터치 스크린 기능을 지원한다. 하지만 NDS 또한 불법 소프트웨어의 작동이 가능하다는 취약점을 가지고 있다. 불법 소프트웨어의 사용 문제는 전세계적으로 지적 재산권 보호에 있어 큰 이슈이며 싱가포르 또한 강력한 지적 재산권 보호 방침으로 여타의 나라들 보다 사정이 낮기는 하지만 예외는 아니다.

IV. 게임 산업 동향

17장. 게임 산업 동향 및 전망

17.1. 게임산업 동향 및 전망

싱가포르 게임시장에서는 기존의 게임인 콘솔게임, PC 온라인 상에서 하는 온라인 다자 롤플레이팅게임 등이 상당한 인기를 차지하고 있으며, e-Zone과 같은 아케이드 게임장에서 하는 게임 등이 있다.

<표IV-1> 게임 산업 분류

구분		특징
플랫폼별	온라인 게임	원격지에 떨어져 있는 서버급 컴퓨터에 통신망을 통해 접속하고 서버에 접속되어 있는 타인과 게임을 진행하는 유형의 게임 (최근 MMORPG 게임으로 발전)
	모바일 게임	휴대용 전화기/PDA 등을 이용, 통신망에 접속하여 진행하는 게임
	PC 게임	개인용 컴퓨터를 기반으로 작동하는 게임물, 게임 프로그램이 CD, DVD 등 저장 장치에 수록되어 유통되는 게임
	비디오 게임	가정의 TV 또는 모니터에 게임기를 연결하고, 조이스틱/조이패드 등의 콘솔을 이용하여 진행하는 게임
	아케이드 게임	게임장에 설치된 게임으로서, 조이스틱을 사용하거나 체감형으로 진행
소비 유통별	PC 방	PC 를 구축하여 온라인 게임/PC 게임 등을 즐길 수 있는 게임소비 공간
	게임장	아케이드 게임을 중심으로 구성된 소비 공간으로 최근에 들어 대형 첨단 게임장으로 재편
	복합유통업소	비디오게임방과 보드카페 등 새로운 게임유통시장, PC 방, 게임장 등과 결합한 형태의 복합적인 게임제공업소

자료: 문화관광부, '게임산업 진흥 중장기계획(2003~2007년), 2003.

일반적으로 게임 시장은 게임이 운용되는 하드웨어 즉, 플랫폼(Platform)에 따라 온라인 게임, 모바일 게임, PC 게임, 비디오 게임, 아케이드 게임 등 크게 5가지로 구분할 수 있다. 또한 게임 콘텐츠가 최종적으로 소비되는 장소를 기준으로 할 때 PC방, 게임장, 복합유통업소 등으로 구분할 수 있다.

온라인 게임의 경우 네트워크를 통해 연결된 다수의 유저들이 동시에 게임을 진행하기 때문에 같은 게임을 즐기는 사용자들 간 공통 문화를 바탕으로 한 커뮤니티(Community)가 활성화되는 특성을 지니고 있다. 또한 현재까지 대부분의 온라인 게임이 PC를 기반으로 하고 있으나 향후 비디오 게임기, 모바일 기기 등 타 플랫폼을 통한 온라인 게임이 활성화될 것으로 예상되고 있다.

17.2. 게임 장르

게임 장르(Genre)에는 롤플레이팅 게임(RPG, Role Playing Game), 전략 시뮬레이션(Stratgy Simulation), 슈팅게임(Shooting Game), 어드벤처 게임(Adventure Game) 등이 있다.

먼저 국내 롤플레이팅 게임은 90년대 초반 하이텔, 천리안 등 전화선을 통한 다이얼 업(Dial-up) 통신이 보편화되어 있을 당시 텍스트(Text)로 게임을 플레이하는 MUD(Multi User Dungeon 혹은 Multi User Dialogue) 게임의 개념에서 출발한 것이라고 할 수 있다. 이후 텍스트와 그래픽이 가미된 MUG(Multi User Graphic) 게임이 생겨나게 되고, 네트워크 및 게임 기술 발전 등으로 보다 화려하고 세련된 캐릭터(2차원 또는 3차원)를 통해 게임이 진행되는 롤플레이팅 게임이 출현하게 되었다. 특히 국내 게임 시장은 롤플레이팅 게임의 일종으로 다수의 사용자가 네트워크에 연결되어 각자의 캐릭터(Character)를 가지고 게임을 즐기는 커뮤니티 형 게임인 MMORPG(Massively Multi-player Online Role Playing Game)가 주도하고 있다. 예컨대 엔씨소프트의 리니지, 웹젠의 뮤 등이 대표적인 MMORPG 게임이다.

전투와 같은 모의 상황에서 게임 유저(User)들이 각자의 전략을 통해 승부를 겨루는 게임인 전략 시뮬레이션 게임도 국내에서 가장 인기 있는 게임 장르의 하나다. 국내에서 개발되지는 않았지만 e-

스포츠로까지 발전하며 프로 게임단, 프로 게이머, 대규모 게임 대회, 다양한 방송 콘텐츠 등 다양한 영역에서 국내 게임 산업의 발전 가능성을 제시한 스타크래프트(미국 블리자드사 개발)가 대표적인 전략 시뮬레이션 게임이다.

한편 총이나 포 등의 무기를 이용해 목표한 타겟(target)에 적중시키는 게임인 슈팅 게임, 나름대로의 스토리 진행을 통해 목적을 달성해가는 게임인 어드벤처 게임 등이 있다.

17.3. 게임산업 시장동향

싱가포르는 잘 갖추어진 정보통신망을 가지고 있고, IT분야에 밝은 인재를 갖추고 있다. 이는 싱가포르가 게임산업 개발의 중심지가 될 수 있는 큰 잠재력을 가지고 있음을 의미한다. 전문가 그룹뿐만 아니라 일반적인 대중들의 IT에 대한 지식 수준, 적응력 등 역시도 아시아에서 최고 수준이라고 할 수 있다. 최근 온라인 게임을 즐기는 게이머가 가장 많은 한국과 일본에 이어 싱가포르를 세 번째로 온라인 게이머 비율이 높은 나라로 조사되었으며, 싱가포르의 정부기구인 Economic Development Board(EDB), Infocomm Development Authority of Singapore(IDA) 및 Media Development Authority(MDA)는 싱가포르를 게임개발에 있어서 이상적인 장소로 만들기 위하여 각종 정책적 지원을 하고 있다. 정부가 주도가 되어 인프라 환경을 개선하는 작업부터 시작하여 싱가포르는 지속적으로 성장하는 온라인 게임 시장에 참여하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 수십억 달러에 달하는 글로벌 게임 산업 시장의 점유율을 확대하기 위하여 게임관련업체들에게 싱가포르의 각종 설비와 인력 그리고 금융에 대한 사업적 확신을 심어주는 동시에 정책적으로도 적극적인 지원을 실시하고 있다. 또한 싱가포르의 재능 있는 인재에 대한 대외 개방적인 태도는 위와 같은 잠재성을 기반으로 사업을 의욕적으로 추진하고 있는 게임 공급업체와 개발업체에게 필수적인 인력을 공급한다.

생산과 지역 비즈니스 중심지로서의 역할이 결합된 글로벌 디지털 스튜디오가 되기 위한 싱가포르의 비전은 최근 부흥하기 시작한 게임과 애니메이션 분야에서 성과를 거두어 나가고 있다. 기술적인 능력과 글로벌 시장에 대한 접근 능력은 싱가포르를 디지털 미디어 산업의 선두 국가로 만들고 있다. 또한 지속적인 정책적 노력이 이러한 비전의 실

현을 뒷받침하고 있다.

(1) 아시아 게임시장 분석

<표IV-2> 동남아시아 7개 국가의 게임 산업 분석

기업수/분야	인도	인도 네시아	싱가 포르	태국	말레 이시아	필리핀	홍콩
S/W	3,000 이상	145	1,802	816	1,401	120	1,205
H/W	334	47	312	207	35	58	206
게임 S/W	3	1	3	2	3	7	84
게임 관련	79	20	47	161	55	87	261
게임 도매업	21	7	327	132	59	9	117
컴퓨터 도매 (S/W+ 비디오)	2,032	467	3,000 이상	2,008	958	400	762
컴퓨터, 비디오 소매업	311	92	1,072	1,436	98	68	148
비디오대여	46	21	314	180	2	11	9

참조 : Leipziger Messe International 게임시장 조사 보고서

싱가포르 정부는 게임산업 분야에서 2018년까지 매년 S\$100억 상당의 부가가치 창출을 목표로 하고 있다. 이를 위해 EDB는 향후 10년간 S\$10억의 자금 지원방안을 수립하였는데, 이는 외국 게임 개발업체들을 싱가포르로 유치하는 효과를 가지고 있으며, 싱가포르 게임 개발인력을 일본이나 미국의 최고수준의 게임 개발업체에서 교육을 받도록 지원하고 있는 것도 포함하고 있다.

IDA는 Games Bazaar를 개최하였는데, 이 디지털 바자회는 세계 게임 개발업체들에게 싱가포르가 새로운 게임을 선보이는 출발점으로서의 역할을 할 수 있도록 인식시켜주었으며, 높은 속도의 네트워크를 기반으로 동남아 각 지역에 온라인 게임을 서비스 할 수 있는 역할자로서의 중요성을 인식시켜 주었다. 이 바자회의 Interactive Entertainment Exchange는 싱가포르가 게임서비스의 출발점으로서, 그 역할을 주변 지역의 생산, 관리, 퍼블리싱 및 유통까지 확대하는데 크게 일조할 수

있다는 확신을 주었다. 3G 모바일 네트워크와 같은 싱가포르의 선진 기술 인프라 환경은 3G 게임을 테스트하는데 결정적인 역할을 한다. 게임산업에 대한 추가 지원으로, IDA, Hewlett-Packard, 그리고 SingTel은 Game Bazaar와 협력하여 초기 6개월간 호스트 비용의 80%를 사업체에 지원해주기로 하였다.

정부의 게임산업에 대한 지원은 싱가포르에서 전혀 없는 주목을 받고 있다. 그러나 수익성이 뚜렷한 산업은 다른 게임 경쟁자들 또한 불러 모으고 있다. 더군다나 싱가포르의 작은 인구수는 온라인 게임 산업이 싱가포르에서 이익을 얻는데 제약을 주고 있다. 그 결과, 현재 싱가포르에 진출한 서비스 공급업체들은 온라인 게임 시장에서 겪을 수 있는 어려움을 피하기 위해 그들의 비즈니스 분야를 다양화 하고 있다.

그러나 전술한 바와 같이 싱가포르는 여전히 게임산업에 있어서 이익을 창출할 수 있는 충분한 잠재력을 가지고 있다. 특히 높은 초고속 인터넷 사용률과 휴대폰 보급률은 온라인 게임과 모바일 게임 분야에 있어서 큰 잠재적 성장 가능성을 보여주고 있다.

오늘날 싱가포르의 온라인 게임은 4가지 형태로 나누어 볼 수 있다: PC 게임, 모바일 게임, 콘솔게임, 그리고 아케이드 게임이다. 특히 Massive multiplayer online game(MMOG)는 시장을 선두 하는 장르이다.

한국에서 애널리스트(시스템 전문가)들이 초고속 인터넷의 성공에 크게 기여를 하였고, 이는 온라인 게임의 발전으로 이어졌다. 이러한 공식이 싱가포르에서도 성공을 거둘지는 더 지켜볼 일이다. 게임산업의 발전을 열정적으로 지원하고 고무시키는 한편, 지역 그리고 외국의 재원을 자국 게임 산업의 발전으로 끌어들이는 최종적인 요소는 결국 싱가포르 내에서의 게임산업의 지속적인 발전이다 될 것이다.

● 싱가포르 세계 사이버 게임대회

2006년 11월 싱가포르에서 최종대회가 개최된 세계 사이버게임 대회(World Cyber Games, WCG) 대회를 계기로 싱가포르 정보통신부인 IDA에서 3년 후에는 현재의 게임 산업 규모를 2배로 늘리기 위해 투

자하고 있다.

약 700명의 게이머가 참가한 WCG 최종전 유치를 위한 치열한 각축전 끝에 경쟁자인 밀라노와 타이페이, 하노버 등을 따돌리고 싱가포르가 최종 선정되었다. 단 1개월 만에 싱가포르는 세계적으로 중요한 게임 대회인 2006년 Cyberathlete Professional World Tour와 WGC 2006 Asian Championship 2개의 대회를 유치하였다.

싱가포르 경제개발위원회(EDB)에 따르면 WGC 관광객 유치를 통해 US\$34백만(S\$53백만 싱가포르 달러) 정도의 수익이 발생한 경제적인 부가가치를 창출했다고 자체적으로 분석하고 있다.

- Electronics Entertainment Expo 2006(전자오락엑스포2006)

- ▶ 싱가포르 아시아 비디오 게임시장에 \$140억불 투자

싱가포르 게임 교환 협력(Singapore Games Exchange Alliance(GXA))는 2009년에 동남아시아 게임시장이 \$230억불로 늘어날 것으로 기대됨에 따라 아시아 게임 매니아들을 위한 게임을 현지에 배급하기 위해 협력을 체결하였다.

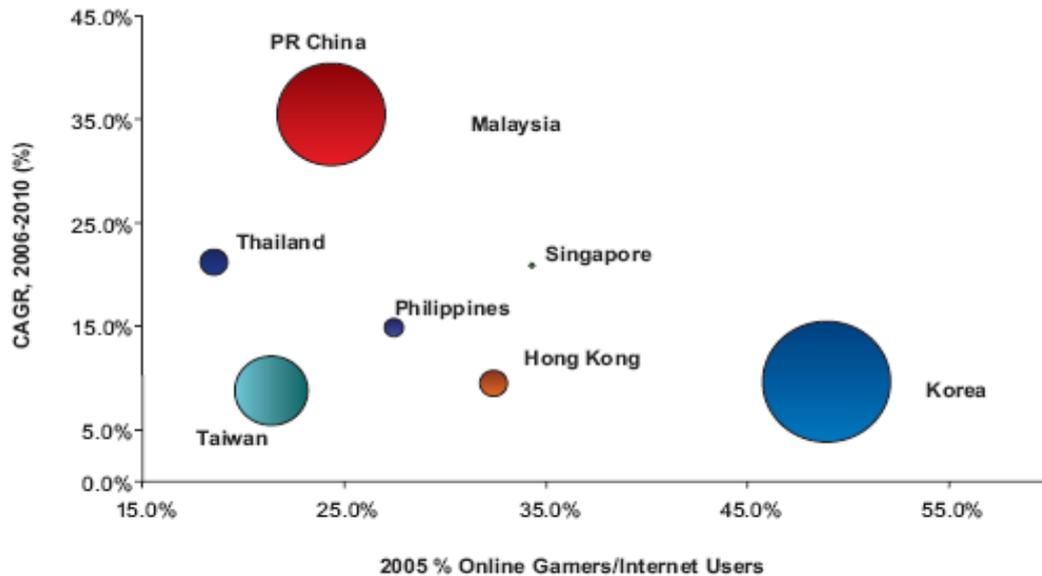
GXA는 게임 개발, 기획, 연출, 솔루션부터 서비스까지 아시아 13개국의 시장 진입을 위해 투자하고 있으며, 싱가포르 정보통신부(Infocomm Development Authority of Singapore)와 게임협의회(GXA)는 E3 전자게임엑스포를 통해 처음으로 싱가포르 게임산업을 주도하기로 합의하였다. 현재 13개인 싱가포르 게임개발사가 참가하는 1,600 s/m 규모의 싱가포르 국가전시관을 IDA와 XGA가 주도하여 참가하였다.

18장. 플랫폼 별 게임 산업 동향

18.1 온라인 게임 및 PC 게임

싱가포르의 게임산업은 규모가 작고, 410만 정도의 작은 인구에 인하

여 상당히 제한적이다.



Source: IDC, 2006

2004년에 측정된 조사자료에 의하면 인구의 35% 또는 840,000명의 인터넷 사용자가 게임을 하고, 그 중 7%만이 실제로 게임을 하기 위해 돈을 지불한다고 하였다. IDC의 2003년 아시아 태평양지역 온라인 게임조사 보고서에 의하면 싱가포르의 멀티플레이 온라인 게임 시장규모는 \$140만 정도로, 아시아에서 한국과 중국에 이어 세 번째로 높은 온라인 게임 보급률을 보이고 있다.

또한, 발전된 정보통신망으로 인해 싱가포르는 잠재적으로 아시아/태평양 지역 게임산업의 허브로의 발전성을 가지고 있다. PC/온라인 게임은 싱가포르에서 시장을 주도하고 있으며, Asiasoft Online Pte Ltd가 배급하는 World of Warcraft(<http://www.playpark.net/warcraft/>)가 가장 인기가 있으며,, 한국산 온라인 게임으로는 남녀 노소가 즐기는 팡야(www.pangyasea.com), 메이플스토리(www.MapleSEA.com),실크로드, Gun bound 및 온라인 댄스 게임인 Audition (www.AuditionSEA.com)도 인기가 있다.



< Warcraft 게임 >



< Audition 게임 >

또한, 일본의 다국적 게임회사인 Mikoishi (www.mikoishi.com)는 미국을 포함 전세계 35개국가를 대상으로 온라인과 모바일, PSP와 같은 핸드헬드(handheld)를 통해 게임 소프트웨어를 서비스하고 있고, 싱가포르에서도 인기가 높다.



<Maple story 게임>



< Pangya 게임 >

총 온라인 게임의 사용인구는 말레이시아와 싱가포르지역에서 약 300만 명 정도인 것으로 파악되고 있다.



<KongKong 게임>



<Boomzap의 Lego 퀴즈 게임>

싱가포르는 2002년 설립한 게임산업 육성을 위한 정부 조직인 MDA를 새롭게 개편한 이후 현재는 유럽, 미국, 일본, 한국, 중국 등으로부터 게임 업계 전문가들을 초빙하여 게임 산업을 중점 육성하기 위해 많은 노력을 하고 있다. 하지만, 싱가포르에 지사를 운영하고 있는 다국적 게임 회사들 대부분은 싱가포르 자체의 국내 시장이 작고 게임 소프트웨어가 인근 국가로부터 불법적으로 복제, 유통되어 PC 게임 프로그램이 잘 팔리지 않아 현재로서는 수익성이 낮다고 판단하고 있다.

Atari (Atari Singapore Pte Ltd)는 4년 동안 한국에 지사를 두고 게임 회사를 운영했던 프랑스 다국적 기업으로 외국계 회사로서 한국 시장 적응에 실패하여, 현재는 한국에서 완전히 철수하였으며 싱가포르 지사에서 한국 영업을 담당하고 있다고 한다.

PC 게임 제작업체인 BoomZap의 공동창업자인 Allan Simonsen 씨의 말에 의하면 몇몇 인기 있는 게임 소프트웨어를 제외하면, 일부 중소 게임 개발업체들은 싱가포르를 내수시장보다는 개발거점으로 보고 있으며 개발제품의 상당수는 미국으로 수출되고 있다고 한다.

2004년부터 싱가포르에 진출하기 시작한 한국의 게임회사들이 초기 싱가포르에 지사를 운영하거나 딜러를 통해 게임 프로그램을 공급하였으나 수익성 악화로 대부분 철수한 상태이며, 현재는 지사를 운영하기 보다는 싱가포르, 말레이시아, 태국, 베트남, 인도네시아 등 동남아 국가를 관할하는 싱가포르 기업과 에이전트 계약을 맺어 게임 프로그램을 공급하고 있다.

18.2 콘솔 게임

(1) 가정용 콘솔게임

콘솔게임 시장을 주도하는 두 게임기는 마이크로 소프트의 X-box와 SONY의 Play Station이다. 최근 두 업체는 후속작을 출시하였는데 X-box의 후속작인 X-box 360은 이미 판매가 시작되어 시장에 보편화된 상태로 게임기는 S\$699, 게임 타이틀은 S\$50-60 정도의 가격에 판매되고 있다. 하지만 실 구매가격은 게임기가 S\$600정도로 거래되고 있다. 그밖에 매장을 가득 채울 만큼의 X-box전용 리모컨, 조이스틱

(Joypad) 등 각종 주변기기들도 널리 판매되고 있다. 현재 시장에서 인기 있는 게임은 액션/레이싱/스포츠 장르인데 Need for Speed 시리즈와 FIFA 시리즈가 인기를 얻고 있다.

싱가포르의 콘솔게임 시장은 Play Station 2가 주도해 왔으나, 2004년 이후 새로운 흐름이 생기고 있다. 2003년 X-box가 시장에 선보인 이후 아시아 지역 매출규모는 130만대였는데 그 중 72,000대가 싱가포르에서 팔렸다. 인구가 450만 정도인 작은 나라에서 아시아 전체 판매량의 5.5%를 차지했다는 것은 주목할 만한 사실이며, 게임 타이틀 매출규모도 120,000개에 달하였다. 이처럼 싱가포르에서의 X-box 시장 규모는 점차 확대되어 가고 있다. 특히, 싱가포르에는 한국에서 쉽게 볼 수 있는 Play Station 전용 콘솔 게임장은 전혀 없고, X-box 전용 콘솔 게임장은 성업 중에 있다. 또한 쇼핑몰에도 Playstation을 전문적으로 취급하는 상점은 없으나 X-box를 전문적으로 취급하는 상점은 있다.

한편, Play Station의 경우 Play Station 2에 이어 Play Station 3가 출시되었다. Play Station 3는 싱가포르에 2007년 3월 공식 판매되었으며, 가격은 현재 60GB의 Play Station 3가 S\$799가 될 것으로 추정되고 있고, 게임 타이틀 3개와 추가 컨트롤러를 합쳐 S\$950에서 S\$1,000 사이의 가격대에서 거래될 것으로 보인다. 그러나 현재 PlayStation 3는 다른 지역과 마찬가지로 출시된 시점이 얼마 지나지 않아서 현재 시장에서 그래픽, 사운드 등 하드웨어적 성능이 가장 좋은 Play Station 3의 기능을 제대로 활용한 타이틀이 시판되지 않은 상황이며, 현재 시장에서 판매되고 있는 타이틀의 수도 적은 편이다. 그러나 수많은 유명 게임을 보유한 Play Station 2의 게임을 Play Station 3에서도 구동할 수 있다. 또한 소니컴퓨터엔터테인먼트아메리카(SCEA)의 필 해리슨 사장은 2006년 3월 22일~24일까지 미국 산호세에서 진행된 GDC(Game Developers Conference)에서 Play Station 3에 지역코드를 적용하지 않으며 무료로 온라인 서비스를 제공할 것이라고 밝힌 바 있는데, 이러한 점들이 싱가포르에서 우세한 위치를 선점하고 있는 X-box시리즈를 넘어설 수 있을지는 미지수로 시장상황을 지켜봐야 한다.

보편화된 모델인 Play Station 2의 경우 시장에서 S\$300이하에 거래가

되고 있다. 하지만 구 모델이라는 한계가 있고, X-box 시리즈로 인하여 그 판매규모가 과거에 비해 현저히 감소하였다. 또한 동남아와 중국을 통하여 들어오는 불법 복제 게임이 보편화 되어 있어서, 정품 타이틀 판매규모도 크지 않은 실정이다.

한국의 경우 X-box 360이 시장에 출시된 직후, 국내에서 바로 불법 소프트웨어를 제작할 수 있는 기계적 개조가 가능해졌지만, 싱가포르의 경우 X-box 360은 개조가 이루어지지 않고 Play Station 2의 개조도 주로 중국이나 동남아 지역을 통해 우회로 들어와서 음성적으로 유통되고 있다. 이는 싱가포르 정부의 강력한 법적 제재와 지적재산권 보호 정책의 영향으로 싱가포르 내에서 불법복제의 가능성은 매우 낮기 때문이다. 단, Play Station 2의 경우 이미 출시된 후 시간이 오래 지났기 때문에 현재 가정에 있는 Play Station 2의 경우 인도네시아 말레이시아, 태국 등 동남아 인근 국가에서 개조되어 들어온 것으로 대부분 불법 소프트웨어를 사용하고 있다.

(2) 휴대용 게임

Nintendo의 Game Boy 이후로 마땅한 휴대용 게임기가 없었던 시장에서 SONY의 Play Station Portable (PSP) 가 휴대용 게임시장에서 두각을 나타냈다. PSP의 출시 이후로 휴대용 게임기 시장의 하드웨어도 많이 향상되어 현재 수익성 있는 하나의 시장을 형성하고 있다. 기존에 인기 있고 거의 유일했던 휴대용 게임이라고 할 수 있는 Nintendo의 Game Boy시리즈에 이어 시장을 주도하였던 PSP는 현재 Nintendo의 NDSL에 서서히 자리를 내어주고 있다. NDSL은 NDS의 후속 모델로서 기존의 NDS에 비하여 외관상으로 훨씬 세련되어지고 가벼워 졌다. 화면 밝기 조정이 되는 등 몇 가지 추가 기능도 생겼으나 기본적으로 NDS와 하드웨어적 차이는 없다.

PSP는 현재 두 개의 시장이 형성되어 있는데 1.5버전 시장과 기타 상위 버전의 시장이다. 1.5버전에서는 불법 복제 게임을 구동할 수 있기 때문에 높은 버전의 게임기 보다 오히려 높은 가격에 거래되고 있는데, 게임기 가격만 S\$280정도에 거래되고 있으며, 게임 타이틀은 버전에 관계없이 S\$80정도에 거래되고 있다. 판매점의 주 수익원은 게임기보다 게임 타이틀이다.

PSP가 NDSL과 비교하여 장점이 있다면 NDSL은 게임 작동만 가능한 반면(동영상 구현도 가능하나, 그래픽 해상도가 낮음), Play Station은 게임은 물론 MP4 포맷의 동영상 재생, 인터넷 등의 기능을 기본 기능으로 모두 갖추고 있고 최근 전용 카메라가 시판되었으며, 일본에서는 지도검색 서비스가 실시되는 등 확장성이 매우 크다는 점이다.

한편, NDS는 스크린이 상하 양쪽에 위치하며, 터치 스크린 기능을 지원한다. 그리고 PSP에 비해 멀티미디어성과 그래픽 등은 떨어지지만 오락성이 강한 게임 타이틀을 많이 보유하고 있으며, 타이틀의 총수도 PSP보다 월등히 많다. 일본에서는 2005년 최고 판매량을 기록한 5개 게임 중 4개가 NDS게임이었고, 전체 판매량에서 차지하는 비중은 41.4%였다. 더욱이 현재 신규 게임은 NDSL위주로 시판되고 있으며, PSP게임은 출시가 점점 느려지고 있는 상황이다. 하지만 NDSL 또한 불법 소프트웨어의 작동이 가능하다는 취약점을 가지고 있다. 최근 ‘닥터’라고 불리는 부속품으로 PSP와 같은 멀티미디어 기능을 구현할 수 있고, 불법복제프로그램도 구동할 수 있다. 불법 소프트웨어의 사용 문제는 전세계적으로 지적 재산권 보호에 있어서 큰 이슈이며 싱가포르 또한 강력한 지적 재산권 보호 방침으로 여타의 나라들 보다 사정이 양호하기는 하나, 예외는 아니다.

싱가포르 Sim Lim Square에서 게임 프로그램 판매 매장을 운영중인 Tan Wei Liang씨에 의하면, 싱가포르도 현재 세계적인 게임시장의 흐름에 부합된 방향으로 소비자의 성향이 변하고 있다고 한다. 예전에는 PSP를 찾는 고객들이 많았으나 현재는 NDSL을 찾는 고객들이 점점 증가하는 추세라는 것이다.

주 구매층의 경우, NDSL은 여성, 청소년이 주 고객인 반면, PSP는 구매자의 대다수가 남성이며, 특히 대학생이나 직장인이 많이 구매하고 있다. 이는 NDSL의 게임들이 간편한 게임들이 많고, PSP는 종합 휴대용 멀티미디어 디바이스로서 확장성이 매우 강하며 그래픽이 좋아서 사운드와 그래픽을 중시하는 유저들이 선호한다는 것에서 기인하고 있는 것으로 보인다.

18.3 모바일 게임

다른 국가와 마찬가지로, 싱가포르도 향후 게임 시장은 모바일 게임 부문이 특세할 것으로 판단하고 있다. 2004년 SingTel은 아시아에서 최초로 LB 다자간 모바일 게임(Location-Based multiplayer mobile game)인 Gunslingers를 서비스하였다. Gunslingers는 개발업체인 Mikoishi사에 의해 개발되었으며, 또한 국제적으로 유명한 모바일 게임 개발 서비스 업체인 Macrospace사도 아시아-태평양 지역 본부를 싱가포르에 설립했다. 정부도 또한 모바일 게임의 성장을 적극 지원하고 있다. 싱가포르 정부의 미디어 개발청(MDA: Media Development Authority)은 일정 요건을 구비한 모바일 게임 개발업체에 \$25,000의 개발비를 지원한다. 이는 싱가포르 모바일 시장이 주목할 만한 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되기 때문이다.



<Gameloft사의 Real Football 게임> <Mikoishi사의 Starwars 게임>

모바일 게임 서비스는 싱가포르의 모바일 서비스 업체인 Starhub, Mobile One, SingTel에서 편리하게 다운을 받을 수 있다. 하나의 게임을 다운 받는데 게임에 따라 S\$3~ S\$8.4의 수준이다.

<표IV-3> SingTel에서 서비스하는 인기게임 탑 10

타이틀	개발사	장르	가격(S\$)
2006 Real Football	Gameloft	Soccer	8.4
Asphalt3:StreetRules	Gameloft	Racing	6.3
F-16 AirFighter	Java SW	비행슈팅	8.4
MiamiNight:SingleInTheCity	Gameloft	시뮬레이션	6.3
Openseason	Gameloft	어드벤처	6.3

PrinceOfPersia3:TheTwoThrones	Gameloft	어드벤처	8.4
SherlockHolmes	Frogware	어드벤처	8.4
SplinterCellDoubleAgent	Ubisoft	어드벤처	8.4
StarWars	THQ Wireless	건슈팅	6.3
WallBreaker2		퍼즐	6.3

SingTel에서 제공하는 모바일 게임 인기순위를 보면 1999년에 창립한 Gameloft의 게임이 높은 순위를 차지하고 있음을 알 수 있다. Gameloft (www.gameloft.com) 사는 모바일, PSP 등과 같은 핸드헬드 비디오 게임을 주로 개발하고 있으며, 뉴욕, 동경 및 서울에도 지사를 운영하고 있고, Ubisoft Entertainment, Universal Pictures, Endemol, Viacom, Sony Pictures, FifPro, Paris Hilton Ent., Lamborghini, Derek Jeter, Reggie Bush, Steven Gerrard, Vijay Singh 이나 Llewton Hewitt와 현지 판매 계약을 체결하여 75개국에 서비스하고 있다.

Gameloft사의 모바일 게임은 타사의 게임과 비교하여 용량이 크고, 기본적인 휴대게임 수준의 그래픽을 보이는 높은 사양의 게임을 다수 제공한다. 가격은 S\$8.4 수준이며, 게임의 장르는 퍼즐, 스포츠, 시뮬레이션, 슈팅, 어드벤처 등 다양하다.

Mobile One(M1)은 각 게임을 장르별로 그리고 개발사별로 제공하고 있으며 Gameloft, SEGA가 약 60개의 게임을 서비스 하고 있다. 그 밖에 디즈니도 15개 정도의 게임을 제공하고 있으며 전체적으로 수 백개의 모바일 게임 다운로드 서비스를 제공하고 있다.

18.4 아케이드 게임

(1) 아케이드 게임 시장 동향

아케이드 게임 시장은 가정용 게임기/인터넷 게임방의 확산으로 상당히 위축된 상태이다. 이와 같은 추세에 따라 아케이드 게임장의 운영에 있어서 새로운 시각으로 접근하고 있다. 아케이드 게임장 고객을 아케이드 게임 자체를 목적으로 하는 고객으로 판단하기 보다는 쇼핑

을 하거나 상영될 영화를 기다리며 시간을 보내는 사람들로 보고 있다. 따라서 게임장의 주요 입지는 쇼핑몰, 그리고 극장 주변 등으로 수익성 있는 입지가 한정되어 있다.

일반 스크린 게임의 종류도 예전과 같이 비교적 오랜 시간이 소요되는 시뮬레이션 게임보다는 짧은 시간에 끝낼 수 있어 회전율이 높은 대전 액션, 스포츠 게임, 슈팅 게임이 주를 이룬다. 또한 짧은 시간에 적은 돈으로 게임을 하여 경품을 얻는 경품 게임도 상당수 찾아볼 수 있다.

<표IV-4> 최근 출시된 게임 목록

게임 이름	장르	가격(\$)	제작사
SPIRITS OF ZEON	로봇 건슈팅 액션 게임	\$2	BANDAI
DANCE DANCE REVOLUTION SUPERNOVA	DDR 게임	\$2	KONAMI
GUITAR FREAKS V3	전자기타 게임	\$1.40	KONAMI
DRUM MANIA V3	전자드럼 게임	\$1.40	KONAMI
WORLD CLUB CHAMPIONSHIP FOOTBALL	축구게임으로 아케이드 게임과 카드 트레이딩 게임의 통합 형태	\$1.50	SEGA
AFTERBURNER CLIMAX	비행 액션 게임	\$1.50	SEGA
LOVE AND BERRY	카드를 이용하여 캐릭터에게 옷을 입히고 춤을 추게 하는 게임	\$1.50	SEGA
DINOSAUR KING	카드 액션 게임	\$1.50	SEGA
FORD RACING FULL BLOWN	자동차 레이싱 게임	\$1.50	SEGA
TIME CRISIS 4	건슈팅 게임	\$1.50	NAMCO
VIRTUA STRIKER 4 Ver.2006	축구게임	메모리 \$6	SEGA
POWER SMASH 3	테니스 게임	메모리 \$6	SEGA
THE HOUSE OF THE	호러 건 슈팅 게임	\$1.50	SEGA

DEAD 4			
COBRA THE ARCADE	건슈팅 액션과 카드 트레이딩이 통합된 형태	\$1.50	NAMCO
MARIOKART ARCADE GP	레이싱 게임	\$2	NINTENDO NAMCO
TEKKEN 5: DARK RESURRECTION	철권 시리즈 5 탄, 대전 액션 게임	메모리 \$6	NAMCO
WANGAN MIDNIGHT MAXIMUM TUNE2	레이싱 게임	\$2	NAMCO
SANGOKUSHI TAISEN V1.10	카드를 통한 전략 시뮬레이션 액션 게임	메모리 \$6	SEGA
KING OF FIGHTERS XI	대전 액션 게임	\$1	SNK
SAMURAI SPIRITS: TENKA ICHI KENKAKUDEN	사무라이 쇼다운 6 편	\$1	SNK
NEOGEO BATTLE COLISEUM	대전 액션 게임	\$1	SNK
BATTLE GEAR 4	레이싱 게임	\$2	TAITO
GHOST SQUAD	건슈팅 게임	메모리 \$5	SEGA

스크린 게임의 경우에도 스포츠 게임 혹은 대전 액션 게임이 주를 이루고 있어 전반적인 변화의 흐름과 같이 가고 있다. 단, 한국과 비교해 보았을 때 싱가포르 아케이드 게임장의 눈에 띄는 특징은 스포츠 게임이 많다는 것이다. 싱가포르가 생활체육이 발달한 것이 게임에서도 많이 드러나는 것으로 분석된다.

아케이드 게임장의 영업시간은 대체로 아래와 같다.

<표IV-5> 아케이드 게임장 영업시간

요일	개점시간	폐점시간
월, 화, 수, 목	10:00	22:30
금, 토	10:00	0:00

일	10:00	23:00
---	-------	-------

* 공휴일, 공휴일 전날, 학교 공휴일에는 운영시간이 달라지기도 함.

게임장이 금요일, 토요일에는 자정까지 운영된다는 사실로 미루어보아 게임장을 즐겨 찾는 이용자들이 단지 젊은 층이나 학생들뿐만이 아니라 성인들도 게임장을 많이 이용하는 것으로 분석된다.

싱가포르 게임장 대부분은 백화점 및 쇼핑몰 등 사람들이 많이 모이는 곳에 밀집되어 있다. 또한 쇼핑몰은 금요일, 토요일에는 직장인을 포함한 소비자들을 위해 연장 영업을 하고 있다. 게임장의 운영시간이 자정까지인 것은 백화점 및 쇼핑몰의 연장 영업과도 밀접한 관련이 있는 것으로 보인다.

싱가포르 게임장에는 다음과 같은 몇 가지 이용규칙이 있다.

- 16세 이하의 어린이들은 오전 7시 30분부터 저녁 6시 30분까지 게임장 출입 금지
- 학교 교복 내지 학교 티셔츠를 입은 학생들은 게임장 출입 금지
- 게임장에서 도박, 노름, 내기 등은 엄격히 제한
이는 학생들이 게임에 중독되거나 탈선하는 것을 예방하기 위해 싱가포르 정부에서 법으로 엄격하게 관리하고 있다고 볼 수 있다.

싱가포르 아케이드 게임장의 특징을 정리하면

- 지하철역(MRT)를 중심으로 한 대형 쇼핑몰에 입점해 있다.
- 장치성 게임이 주를 이룬다.
- 일본업체의 게임이 주를 이룬다.
- 주된 장르는 스포츠, 레이싱, 건슈팅, 대전액션이다.
- 청소년 보호를 위해 이용시간과 복장이 제한된다.

19장. 게임업체 동향 및 전망

싱가포르 국내 게임업체들은 시뮬레이션 게임을 위주로 한 교육용 게임으로 대부분이 e-Learning 업체이며 순수한 오락 게임 회사들은

2~3개에 불과하다. 나머지 회사들은 다국적 기업으로 디스트리뷰터에서부터 퍼블리셔까지의 업무를 전반적으로 담당하며, 미국, 유럽, 일본, 한국, 중국으로부터 수입하여 싱가포르 현지와 동남아 인근 국가에 배포하는 일을 한다. 싱가포르에서 지사를 운영하거나 활발하게 활동하고 있는 주요 게임 회사들을 살펴보면,

- Vivendi Universal Games Pte Ltd는 유명 엔터테인먼트 기업인 SIERRA기업의 게임분야를 맡고 있다. 모든 주요 플랫폼에 게임을 개발, 배포 및 퍼블리싱하고 있다. 주로 유럽과 미국지역에 지사를 운영하고 있다.

- AsiaSoft Online Pte Ltd는 팡야, 실크로드, 쿵쿵 등 주로 한국의 온라인 게임을 수입하여 서비스하고 있으며, 미국의 World of Warcraft를 온라인 서비스하고 있다. 1978년 일본에서 설립된 코에이(Koei)는 첨단 기술로 세계 게임 시장을 주도하고 있으며, 역사 시뮬레이션 게임에 초점을 맞추고 게임을 개발하고 있다.

- Atari는 프로듀싱, 퍼블리싱, 디스트리뷰팅을 하는 소프트웨어 전문업체로 콘솔게임을 비롯하여 PC게임까지 전 플랫폼에 걸쳐서 세계 약 60여 개의 나라를 대상으로 사업을 진행하고 있다. 현지에서 출시한 게임으로는 Driver, Alone in the Dark, V-Rally, Text Drive, Roller Coaster Tycoon, Matrix, Dragon Ball Z, Dungeons & Dragons 등이 있다.

- Playware Studios Asia Pte. Ltd의 경우 1999년 게임 엔진 프로젝트와 함께 출범하여 2001년 첫 전략시뮬레이션 엔진 완성하고 2002년 법인 조직으로 성장하여 자본금 S\$5천만불 종업원 수 58명으로 성장하였으며, 현재는 주로 인도의 문화와 접목한 게임을 주로 개발하여 인도 현지에 판매하고 있다. 주요 게임으로는 Real Cricket(크리켓 훈련, 코칭 시뮬레이션 게임), Lucent Grounds - Mercenaries All(SF 전쟁 MMOG), Air Support anti - tank Helicopter, Submarine Mine Menace, Space Cruiser Battle Arena 등 독창적인 패키지 게임이 다수가 있다.

- 동남아지역에서 가장 큰 배급사인 New Era Group of Companies

의 경우 자본금 S\$10만불, 종업원 수 39명으로 주로 컴퓨터 게임, 컴퓨터 소프트웨어 등 컴퓨터와 관련한 다양한 품목을 판매하고 있다. 주요 영업활동으로는 싱가포르에 본점을 두고 말레이시아, 홍콩, 태국에 지점을 운영하고 있으며, 미국, 독일, 영국, 호주, 캐나다, 일본, 벨기에 등지의 회사들을 대표하여 콘솔과 함께 PC, Mac, PS2, Xbox, Gamecube, DS, GBA, PSP 등 다양한 포맷을 제공하고 있다. 게임패드, 조이스틱, USB운전대, 게임용 키보드, 마우스 등 다양한 컨트롤러 등 게임과 관련한 액세서리를 판매하고 있다.

- Honor Games International은 싱가포르에 본사를 두고 있으며 중국의 샤먼과 베이징에 사무실을 두고 있다. 70여명의 직원과 함께 게임을 개발하고 있다. 중국 아마추어 농구 리그로부터 요청을 받아 중국 농구 리그 온라인 게임을 만들고 있다.

- Ksatria Gameworks Pte Ltd의 경우 2005년 1월 설립된 게임 개발 업체로서 종업원 수는 10명 정도로 베스트셀러 게임 북을 기반으로 하여 게임을 개발하고 있다. 독자적인 house3D 엔진인 kjAPI3D 엔진을 운영하고 있다. 주로 게임 개발 보다는 3D 그래픽 소프트웨어 엔진에 중점을 두고 있다.

- Mikoishi (Asia Pacific) PTE LTD의 싱가포르 지사는 싱가포르 최대 모바일 게임 퍼블리셔로서 북미, 유럽, 아시아 통신사 게임을 지원하고 있으며 GPRS, EDGE, CDMA, WCDMA, EVDO 지원과 모바일 자바 게임 위주로 영업 활동하고 있다. 주요 출시 게임으로 모바일 네트워크 사용한 멀티플레이 게임, 멀티플레이 레이싱 게임인 Mag Racer, 멀티플레이 카지노 게임인 Liar's Dice, 멀티플레이 퍼즐 게임인 Pet Trap 등이 있다. 한국 모바일 시장에 대한 관심 많아 한국인 직원을 모집 중에 있다.

- EA(Electronic Arts Asia Pacific Pte Ltd)의 싱가포르 지사의 CEO인 N. Christopher 씨에 의하면 현재 EA는 싱가포르 시장에 주력하고 있으며, OFF-LINE GAME의 경우 싱가포르 시장의 규모도 상당하다고 한다. 게임의 개발은 미국에서 담당하고 싱가포르 사무실은 매출만을 담당하고 있다. 그러나 자사 개발의 제품이 많아 타 회사의 제품을 판매할 여력은 부족하나 다만, LUCAS ART 사의 제품만은 취급

하고 있다고 한다. 한국산 게임소프트웨어는 온라인 게임으로 콘솔게임이 주력상품인 EA와 큰 연관이 없으며, EA가 개발한 On-line 게임을 시장에 선보이고 수익을 내는데 집중하고 있다. 그러나 한국의 게임소프트웨어는 최근 3년 동안 특징이 있는 게임을 만들지 못하여 싱가포르 내에서 점차 경쟁력을 잃어가고 있다고 보고 있다.

싱가포르에서 온라인 게임이나 모바일 게임 등은 가입비나 제품가격이 낮은 대신 부수적인 장비(서버, 소프트웨어) 등에 소요되는 비용이 많아 수익성이 낮으며, 시장 규모 자체가 한국과 비교가 안될 정도로 작아 인근 국가로 수출을 고려해야 한다.

패키지 상품은 그 다양성으로 인해 시장 자체의 규모는 커지고 있으며 특히 온라인 게임을 하지 못하는 사람들에게는 적격이다. 싱가포르 시장에만 국한할 것이 아니라 인근의 말레이시아, 인도네시아 등으로 시장을 확장해 아세안 시장을 생각한다면 충분히 가능성이 있는 시장으로 보인다.

아세안 시장을 타겟으로 한다면 가격이나 마케팅 기법 등도 중요하다. EA의 경우 온라인 게임도 염두에 두고 있지만, 동남아 시장으로의 진출을 고려하여 마케팅을 하고 있다. 또한 싱가포르는 해적판이 많아서 쉽게 높은 수익을 내기 어렵다. 참고로 EA는 싱가포르 내에서 가장 큰 PC 게임 벤더이다.

<표IV-6> 싱가포르 게임 개발 및 배급 업체 리스트

회사명	주소	전화번호
10tacle Studios Pte Ltd	30 Bukit Pasoh Rd. SG 089844	+ 65 6221 2478
Activate Interactive Pte Ltd	1 Maritime Square #11-20 Harbour Front Centre, SG 099253	+ 65 6837 0366
AsiaSoft Online Pte Ltd	Singapore Post Centre 10 Eunos Rd8 #14-04, SG 408600	+ 65 6740 5500

Atari Singapore Pte Ltd	15B Circular Rd, SG 049291	+ 65 6538 9700
Boomzap Pte Ltd	491 yio Chu Kang Rd #14-05, SG 787078	+ 65 9768 6528
Boonty Asia Pte Ltd	1 Claymore Drive #08-10 Orchard Towers, SG 229594	+ 65 6538 5240
Decision Simulations and Games Pte Ltd	6 East Coast Drive, SG 459141	+ 65 6516 1368
Electronic Arts Asia Pacific Pte Ltd	1 Fifth Avenue #04-07 Guthrie House, SG 268802	+ 65 6415 3088
Envisage Reality Pte Ltd	23-25 Kampong Bahru Road #03-08, SG 169349	+ 65 9152 6404
EyePower Games Pte Ltd	9 Jurong Town Hall Road #01-41, SG 609431	+ 65 6566 8078
Honor Games International	541 Orchard Road #18-01 Liat Towers, SG 238881	+ 65 9682 3067
Interactive Digital Dreams Pte Ltd	3 Temasek Avenue Level 12 Centennial Tower, SG 039190	+ 65 6549 7485
Koei Entertainment Singapore Pte Ltd	18 Cross Street #10-01/02 China Square Central, SG 048423	+ 65 6220 7581
Ksatria Gameworks Pte Ltd	30 Toh Guan Road #08-03A ODC Building, SG 608840	+ 65 6897 3383
Mikoishi Pte Ltd	89 Neil road #02-02/03, SG 088849	+ 65 6325 2820
Mischief Studio Pte Ltd	5001 Beach Road #06-24, SG 199588	+ 65 6392 2263
MXR Corporation Pte Ltd	14 Pri8nce George's Park, SG 118412	+ 65 6778 9896
New Era Entertainment Pte Ltd	205 Henderson Road #06-02 Henderson Industrial Park, SG 159549	+ 65 6275 2338
NexGen Studio Pte Ltd	179 River Valley Road #04- 09, SG 179033	+ 65 6334 3178

Orange Gum Pte Ltd	750A Chai Chee Road #07-02 Suites 08 & 20 Technopark@Chai Chee, SG 469001	+ 65 6442 8640
Play-Interactive Pte Ltd	700 Beach Road #08-07 Incity Lofts, SG 199598	+ 65 6220 9980
Playware Studios Asia Pte Ltd	141 Market Street #04-01 AEC Centre, SG 048944	+ 65 6330 4861
Praxis Studios	4A Boon Tiong Road #30-23, SG 164004	+ 65 9181 8054
Precursor Pte Ltd	993 Bukit Timah Road #02- 21, SG 589631	+ 65 6779 4019
SeaSky Net Joy Pte Ltd	9 Jurong Town Hall Raod #01-09 i HUB, SG 609431	+ 65 6561 4955
SL Interactive Pte Ltd	75 Amoy Street, SG 069894	+ 65 6221 6728
ST Consultancy	18 Nanyang Drive Unit 235 Innovation Centre, SG 632772	+ 65 6264 0556
The Knowledge Hub	291E Bukit Batok Street 24 #16-11, SG 654291	+ 65 9857 4831
Vivendi Universal Games Pte Ltd	150 Beach Road #16-05/08 Gateway West, SG 189720	+ 65 6725 9800
WooWorld Pte Ltd	63A Pagoda Street, SG 059222	+ 65 6222 0610
XYFR Pte Ltd	536 Jelapang Road #16-20, SG 670536	+ 65 6728 9045

싱가포르 현지 게임업체들은 대부분 종업원 수 10명 이하로 소규모이며, 주로 벤처기업 형태로 창업하여 싱가포르 정부의 지원을 받아 영업 활동을 하고 있다. 일례로 Envisage Reality Pte Ltd의 경우 싱가포르 정부인 MDA로부터 지원을 받아 게임을 개발하고 판매하고 있다.

XYFR Pte Ltd 는 2005 년 11 월 싱가포르의 IDA 로부터 자금을 지원 받아 Code-X 온라인 게임을 개발하였으며, 향후 싱가포르 내에서

온라인 게임시장의 미래를 낙관적으로 보고 온라인 게임 개발에 전력하고 있다고 한다.

Interactive Digital Dreams (Interactive Digital Dreams Pte Ltd)는 3D 그래픽 분야에 전문성을 가지고 있다. Singapore 국방부, 난양이공대학, 마이크로소프트를 고객으로 하고 있으며 게임을 개발하기 보다는 3D 그래픽 기술을 서비스하고 있다.

V. 게임 산업 제도 및 정책

20장. 게임관련 법률 및 정책

20.1 싱가포르의 게임 산업 육성 전략

싱가포르 정부는 향후 5년 이후의 미래의 성장산업 전략으로 싱가포르에서 시작단계에 불과한 쌍방향디지털 미디어(IDM-Interactive Digital Media) 산업을 위해 비디오 게임, 애니메이션과 특수 효과에 관한 조사를 위해 펀드를 조성할 계획이다.

IDM 은 미래기술 육성분야인 물 기술, 바이오/의료 과학과 더불어 3 개의 분야 중 하나로 핵심전략 산업으로 선정되었다. IDM 을 촉진시키기 위해 비디오와 같은 디지털 미디어 서비스의 분배를 위해 이동하는 택시를 대상으로 상호 디지털 미디어 서비스를 할 예정이다.

이를 위해 싱가포르 정보통신기술부(ICA)의 Community Development, Youth and Sports 부서는 싱가포르 과학센터에서 2003년 US\$24.8 억, 2015년에는 US\$65 억의 예산을 디지털미디어 개발을 위해 사용할 계획이라고 한다.

또한 비디오게임과 인공지능(AI) 분야의 기술 습득을 위해 향후 US\$3.26 억의 예산을 책정해 놓고 있다. 틈새산업인 디지털 미디어 게임산업분야에 교육을 위해서 싱가포르 내 10 개의 대학에 관련 연구소를 만들 예정이며 300 명의 미디어 분야 전문가들을 MIT (Massachusetts Institute of Technology) 에 연수를 보내기 위해 2006년 10월부터 비밀리에 협상을 해왔다. 현재 19 개 회사 100 명의 지원자를 선정하여 예산을 투입할 계획에 있다.

이중에 하나의 서비스 회사로 선정된 PGK Media 는 택시 승객에게 작은 스크린을 통해 비디오를 볼 수 있도록 상호 광고 서비스를 테스트 할 예정이다. 이 서비스인 e-Voucher 는 여행자가 Orchard Road 근처의 쇼핑몰을 말하면 택시 스크린에 팝업 형태로 쇼핑몰의 위치를 보여주는 서비스이다. 사용자는 스크린에 있는 특수한 카드를 이용하여 쇼핑정보를 e-Voucher 에 저장하여 나중에 쇼핑할 때 할인을 위해 e-Voucher 를 사용한다. 이러한 기술은 위성의 위치추적기술을 이용하여 사용자의 위치를 파악하여 가능하게 된다. 2008년까지 택시에 스마트 스크린 5,000 대를 설치할 예정이다.

20.2 싱가포르의 게임 산업 육성 정책

싱가포르 정부는 미디어 산업을 촉진시키기 위한 정책 실시를 위한 기관들을 다수 운영하고 있으며, 해당 기관들을 통해 싱가포르 미디어 산업의 공정한 경쟁을 장려하고 운영 기반을 제공하기 위해 노력하고 있다.

싱가포르 게임산업을 촉진하는 기관은 다음과 같다.

- 경제개발위원회(Economic Development Board (EDB))
- 정보통신예술부(Ministry of Information, Commuications and Arts (MICA))
- 미디어 개발청(The Media Development Authority (MDA))
- 정보개발청(Infocomm Development Authority of Singapore (IDA))

• 경제개발청 (EDB)

경제개발청은 싱가포르를 비즈니스와 투자를 위한 글로벌 허브로 만들기 위해 계획하고 실행하는 기관으로, 다양한 산업부안에서 지식기반과 혁신지향 환경을 조성하여 보다 부가가치를 높이기 위한 지원활동을 실시하고 있다. 뿐만 아니라, 기업들의 싱가포르 내 비즈니스 센터가 아시아태평양 지역의 중심 기능을 할 수 있도록 지원한다. 특히, 게임산업은 EDB가 주력성장산업으로 추진하는 분야이다.

• 정보통신예술부(MICA)

MICA는 정보통신 업계와 소비자의 요구에 부응하고 정책 및 법규를 수립하는 정부부처이다. IT 비즈니스 발전을 위한 신규 접근방식과 규정 개발을 위해 더욱 강한 권한을 부여받고 있다.

MICA 는 2003년 1월1일부터 전 싱가포르 방송청, 영화출판부서, 싱가포르 영화 위원회를 통합한 새로운 조직인 [Media Development Authority \(MDA\)](#)를 산하기관으로 두어 집행을 담당하게 하고 있다.

- 미디어 개발청 (MDA)

MDA는 MICA의 산하기관으로서, 싱가포르 미디어 콘텐츠 발전을 통해 다민족 국가의 통합을 도모하고, 미디어 사업 허가제도를 집행하며, 교육효과가 높은 콘텐츠의 창작능력을 정부 차원에서 제고하기 위한 기관이다.

싱가포르는 인터넷 콘텐츠와 게임, 콘텐츠 규정의 3가지 큰 골격을 유지하고 있다. 첫째, 건전한 발전과 가치 전달을 위하여 최소한의 표준을 제공하는 사업허가제를 시행하고 있다. 둘째, 업계 차원에서 자체 콘텐츠 정화능력을 갖추도록 하고 있으며, 셋째, 어린이들이 인터넷에 안전하게 접근하도록 부모들의 감독을 장려하기 위하여 활동적인 공공 교육 프로그램을 제공하고 있다.

이를 위해 MDA는 해당 기종의 미디어 플랫폼에 대한 미디어 산업의 규정과 현실이 조화를 이루도록 하며, 더불어 독립 자문위원회와 패널들은 정부의 규제 기준에 적합한 의견과 피드백을 제공하고 있다.

해당 위원회와 패널들은 다양한 기관의 구성원으로 이루어지며, 해당 인사들은 미디어 비즈니스의 성장을 위해 지원하는 것을 목표로 한다.

21장. 게임관련 수출입 제도

(1) 관세 및 내국소비세(內國消費稅)

싱가포르는 자유 무역항이므로 내국소비세 및 수입세가 거의 부과되지 않는다. 원칙적으로 내국소비세는 담배, 석유 제품, 알코올 음료에만 부과되며, 수입세 역시 소수 제품들에만 부과되고 있다. 싱가포르의 과세품들은 주류, 담배, 자동차 및 유류의 4개 제품군이다.

PC 온라인 게임과 소프트웨어는 싱가포르 관세법으로 정해진 과세품 목록에 포함되지 않는다.

(2) GST (Goods & Services Tax)

GST는 소비세로서, 세금은 수입품을 포함한 물건을 구매하거나 서비스를 이용할 때 부과된다. 모든 수입품과 국내에서 생산된 제품에는 관세와(나) GST가 붙게 된다. GST는 모든 과세품과 비과세품의 가격에 따라 정해진다.

(3) 생산 물품의 수입

광 디스크 보관 작품의 사본이나 허가 물품을 수입하고자 하는 자는 반드시 세관장으로부터의 허가를 받아야만 한다. 허가 없이 물품을 수입하는 자는 위법 처리된다.

최초 위법 행위의 경우 100,000 달러(SGD) 이하의 벌금형 혹은 위법한 대상 가격의 세 배 중 더 큰 액수를 지불하도록 한다. 또한 2년 이하의 징역형에 처하거나 벌금형과 징역형 모두 선고 받을 수도 있다. 누적 위법 행위에 대해서는 200,000달러(SGD) 이하의 벌금형 혹은 위법한 대상 가격의 네 배 중 더 큰 액수를 지불하도록 한다. 또한 3년 이하의 징역형에 처하거나 벌금형과 징역형 모두 선고 받을 수도 있다.

- 라이선스 취득을 하지 않기 위해 광 디스크 보관 작품의 사본이나 허가 물품을 세관에 신고하지 않을 경우
 - 수출수입관련법 제28항에 따라 물품을 수입, 수출, 혹은 환적 할 때
 - a) 물품 내용을 정확하게 기재하지 않은 경우
 - b) 부적절하게 기재된 내용의 물품을 판매 혹은 그 외의 목적으로 소유하고 있는 경우
- 위와 같은 경우는 모두 위법으로 간주된다.

최초 위법 행위의 경우 100,000달러(SGD) 이하의 벌금형 혹은 위법 대상 가격의 세 배 중 더 큰 액수를 지불하도록 한다. 혹은 2년 이하의 징역형에 처한다. 2회 이상 위법 행위가 계속될 경우 200,000달러(SGD) 이하의 벌금형 혹은 혹은 위법 대상 가격의 네 배 중 더 큰 액수의 벌금, 혹은 3년 이하의 징역형에 처한다.

- 광 디스크 물품 취급법 제 22항
- 광 디스크 물품 취급법 제 7항

- 수출입 관련법 제 3항
이 조항들은 수출과 선적에 모두 적용된다.

22장. 게임관련 외국인 투자 제도와 외자 진출 사례

22.1 투자 인센티브

싱가포르는 기본적으로 외국인 투자유치를 통한 성장을 추진해온 관계로, 외국인 투자의 역할이 매우 중요하다. 싱가포르의 주력유치품목은 집적회로, 컴퓨터, 산업용 전자장비, 특수 화학 물질 제품 등이다.

싱가포르는 좁은 국토와 인구로 인하여 산업의 자생력이 크게 제한된다는 국가적 한계가 존재한다. 때문에 싱가포르는 다양한 인프라의 완비를 통하여 국가 경쟁력을 키워야 함을 인식하였다. 때문에 고도 기술 산업이라는 제조업과 국제 비즈니스서비스 센터라는 서비스 산업으로 지금까지 장기적인 발전을 도모해 오고 있다.

고도 기술산업의 투자유치는 제조업 분야에 대한 신규투자과 기존 투자설비에 대한 고도화 투자로 구분되고 있다. 특히 80년대 후반 이후 세계 유명기업의 기술연구소를 유치하여 하이테크 도입과 인근지역에 대한 기술 서비스 제공을 추진하고 있다.

또한 국제비즈니스센터 육성을 위해 도입한 제도로 지역본부(OHQ) 지정 우대제도를 비롯, 국제무역회사(AIT; Authorized International Trader)에 대한 조세감면제도, 국제물품구매 사무소(IPO; International Procurement Office) 유치, 국제원유취급회사(AOT; Authorized Oil Trader)에 대한 조세감면제도 등이 있다. 특히 싱가포르는 향후 R&D, Engineering Design, Computer Software 등의 지식 집약산업을 유치하여 보다 고부가가치를 얻을 수 있는 제조업으로의 산업 구조 전환을 추구하고 있다.

22.2 투자 방식

싱가포르에 설립할 수 있는 사업체 형태는 크게 보아 개인사업체

(business firm)과 유한법인(Limited Liability Partnership), 그리고 법인사업체(company)의 세 종류가 있다.

개인사업체는 1명으로 구성되는 단독사업체 (sole proprietorship), 2인 이상 20인 이하로 구성되는 일반사업체 (general partnership 혹은 그냥 partnership)로 구분된다. 개인사업체(business firm)는 법인과 달리 법인격이 없고 조합원간 신뢰가 중시되는 인적 결합 경영 활동체이다. 조합원은 경영 활동으로 발생하는 모든 채무에 대해 무한 연대책임을 진다.

유한책임 법인(Limited Liability Partnership/LLP)이라는 명칭으로 최근 새로이 도입된 기업형태는 법인격이 있는 조합으로서 기존 사업체 형태인 개인사업체(business firm)와 법인(company)의 중간 혼합형으로 볼 수 있다. 일반 개인사업체와 달리 법인격이 부여되기 때문에, LLP 명의로 계약체결, 재산 소유와 처분, 소송과 같은 법률행위가 가능하고 구성 조합원 변동과 상관없이 LLP의 법적 지위가 계속 유지된다. 또한, 성격상 내부 운영에 있어서는 회사와 달리 상당한 자율성이 보장된다.

한편, 법인(company)은 법인격을 가지며, 회사를 구성하는 사원은 자신이 출자한 자본을 한도로 유한책임을 진다. 회사에는 1) 주식유한회사 (company limited by shares), 2) 담보유한회사 (company limited by guarantee), 3) 무한회사 (unlimited company) 의 세 가지가 있다. 담보 유한회사는 주식을 발행하지 않고 사원이 출자한 재산을 물적 기반으로 성립되는데, 일반 비즈니스보다는 교육이나 종교 혹은 자선을 목적으로 한 단체에 적합한 회사 형태다. 무한책임을 지는 무한회사는 현실적으로 드물게 이용되고 있다.

PTE LTD(private limited liability company)가 싱가포르에서 가장 흔한 회사 형태인데, 한자로는 '私人有限公社'라고 표기되고 영문 약어는 Pte Ltd 혹은 Private Ltd 와 같다. Public limited liability company는 Ltd로 표현하고 있다.

<표V-1> 싱가포르의 기업 유형

구분	상세구분	비고
개인사업체 (business firm)	1) 단독사업체 (sole proprietorship) 2) 일반 사업체 (general partnership)	법인이 아님 무한 연대책임
유한책임법인조합 (Limited Liability Partnership / LLP)		조합과 회사의 혼합
법인 (Company)	1) 주식유한회사 (company limited by shares) * 2) 담보유한회사 (company limited by guarantee) 3) 무한회사 (unlimited company)	법인격 보유 유 한 책임 (단, 무한회사는 무한책임)

22.3 조세 제도

싱가포르에서 부과되는 직접세의 종류는 법인세(company income tax), 개인 소득세(personal income tax), 재산세(property tax), 인지세(estate duty and stamp duty)가 있으며, 자본 수익에 대한 세금은 없다. 94년 4월 1일부터 일종의 간접세인 상품·서비스세 (GST; goods and services tax) 가 도입되었다.

(1) 법인세

법인세는 비용, 거래상 손실 및 자선단체에 대한 기부금 등을 공제한 후의 기업소득 (이윤)에 부과되며, 세율은 22%에서 20%로 변경 적용된다. 기업소득세는 거주법인, 비거주 법인 또는 외국회사의 지점을 막론하고 동일한 세율이 적용된다.

싱가포르는 기업이윤을 과세함에 있어서 imputation 제도를 채택하고 있다. 이는 회사가 소득세를 납부한 금액만큼은 주주에게 지급되는 배

당에 귀속할 수 있다. 이것은 회사의 이윤은 이중 과세되지 않는다는 것을 의미하며, 회사가 납부한 세금은, 주주의 세금으로서 배당과 함께 주주에게 귀속되기 때문이다. 배당에 귀속되는 세금은 과세되어서 배당 지급일까지 납부된다.

기업이 배당액에 귀속하도록 할 수 있는 조세공제액을 초과하여 배당을 지불하는 때(납세액에 비해 과다한 배당금을 지불한 경우), 해당 기업은 추가적인 세금을 납부해야 한다. 그러나 이 추가적인 세금은 향후 회사의 소득세 부채분과 상쇄될 수 있고 비거주자에게 지급하는 배당에 원천과세가 되지 않는다는 점에서 외국인 투자는 국내 투자자와 동일하게 취급된다.

(2) 기타 직접세

개인소득세는 소득금액에 따라서 세율이 달라지는 누진세인데 세율은 최저 0%에서 최고 21%까지 적용된다. 싱가포르 거주자는 싱가포르에서 발생하는 소득과 해외에서 송금되어 싱가포르에서 받는 소득에 대해 소득세를 납부해야 한다. 과세대상 소득에는 고용주가 제공하는 복리후생비도 포함된다. 그러나 싱가포르 조세는 국지적 과세이므로 국내 원천소득과 국내로 송금된 국외 원천소득만 과세되고 송금되지 않은 국외소득은 과세되지 않는다.

(3) 상품, 서비스세

싱가포르에서 구입·이용하는 모든 상품과 서비스에는 상품·서비스세(GST)가 부과된다. 1994년 4월부터 도입된 GST의 세율은 3%로 적용되기 시작하였다. 또한 GST는 싱가포르로 수입되는 상품에도 부과되며 조세는 수입 시점에 세관에 납부해야 한다. 단, 제품을 수출하거나 국제 서비스를 제공할 경우 GST는 영세율이 적용된다. 상품서비스세는 2003년에 3%에서 4%로 인상되었고, 2004년에 다시 1% 인상되어 현재 5%로 적용되고 있으며 2007년 7월부터 7%로 인상될 예정이다.

22.4 투자관련 정부기관

▶ 싱가포르 정부 디렉토리

(Singapore Government Directory interactive)

홈페이지 : <http://www.sgdi.gov.sg>

주요 특징 : 해당 웹사이트를 접속하면 정부기관 담당자별 연락처 파악이 가능하다

▶ 통상산업부 (Ministry of Trade and Investment)

주소 : Ministry of Trade & Industry 100 High Street #09-01 The Treasury Singapore 179434

전화 : (+ 65) 6225 9911, 팩스 : (+ 65) 6332 7260

Email: mti_email@mti.gov.sg

홈페이지 : <http://www.mti.gov.sg>

▶ 인력부 (Ministry of Manpower)

주소 : 18 Havelock Road, #07-01 Singapore 059764

전화 : (+ 65) 6438 5122, 팩스 : (+ 65) 6534 4840

Email: mom_hq@mom.gov.sg

홈페이지 : <http://www.mom.gov.sg>

▶ 경제개발청 (Economic Development Board)

주소 : 250 North Bridge Road #28-00 Raffles City Tower Singapore 179101

전화 : (+ 65) 6832 6832, 팩스 : (+ 65) 6832 6565

홈페이지 : <http://www.edb.gov.sg>

▶ 기업등록 및 규정관련

(Accounting & Corporate Regulatory Authority)

주소 : 10 Anson Road #05-01/15 International Plaza Singapore 079903

전화 : (+ 65) 6325 3731/6325 3732, 팩스 : (+ 65) 6225 1676

Email: acra_feedback@acra.gov.sg

홈페이지 : <http://www.acra.gov.sg>

▶ 산업토지 및 공단관련 (JTC)

주소 : The JTC Summit 8 Jurong Town Hall Road Singapore 609434

전화 : (+ 65) 6560 0056, 팩스 : (+ 65) 6565 5301

Email: askjtc@jtc.gov.sg

홈페이지 : <http://www.jtc.gov.sg>

고객포털 : <http://krypton.jtc.gov.sg>

22.5 투자진출 사례

● EA.com(Electronic Arts Asia Pacific Pte Ltd)

Electronic Arts(EA)는 PC 뿐만 아니라 Playstation[®]2, The Playstation[®], Microsoft의 XBOX[™], Nintendo GameCube[™]와 Game Boy[®] 와 같은 진전된 게임시스템을 위한 쌍방향 게임 소프트웨어 개발 및 판매업체이다. Playstaion, Xbox, Gamecube 등의 콘솔게임은 물론 PC게임도 개발 및 공급하고 있다. 미국, 유럽 등에서 700회 이상의 수상경력이 있다.

● 10 Tacle Studios Pte Ltd

2003년 8월에 설립된 독일 국적의 게임산업 선두업체인 10Tacle Studios AG 의 아시아 본부로서 아시아 게임산업의 발전과 아시아 게임유저들을 위한 게임 개발에 앞장서고 있다.

대표작으로는 으로 2007년 출시예정인 PC, Xbox용, 1인칭 어드벤처 게임인 Elevon과 2006년 출시된 PS2, Xbox, PC용, 1인칭 어드벤처 게임인 Black Buccaneer, 2006년 출시된 PC, 레이싱 게임인 GTR2가 있다. 또한 2006년에는 Sinotime 과 함께 US\$20million 상당의 아시아 게임 개발 기금을 조성하였다.

● Boonty Asia Pte Ltd

프랑스 회사로 S\$80만불을 투자하여 싱가포르내에서 스포츠와 레크리에이션과 게임관련 디지털제품을 판매하고 있으며, Yahoo!, AOL, T-online, France Telecom, Tiscali, MSN, Atari, Ubisoft, MC2, Sega, Wildtangent, GameHouse 등을 통하여 게임을 다운로드 형식으로 서비스하고 있다.

● Atari Singapore Pte Ltd

CEO가 호주인으로 Atari Asia Pacific에서 S\$10,000불을 투자하여 지사를 운영하고 있다.

- **Asia Soft Online Pte Ltd**

태국의 Asia Soft International에서 S\$2백만불을 투자하여 2001년도에 지사를 설립하여 운영하고 있다.

- **Intense Animation Studio**

호주의 Sealy Anthony Peter와 싱가포르 기업이 주식회사 형태로 각기 50:50으로 각각 S\$3만불씩 투자하고 2003년에 설립하여 지사를 운영하고 있다.

- **Orange Gum Pte LTd**

총 자본금 S\$2백만불 중 일본의 NEC가 S\$21만불을 투자하고 일본의 Kyosera Communication System에서 S\$16만불을 투자하여 2000년에 회사를 설립하여 운영하고 있다.

- **Redeye Studio**

총 자본금 S\$44만불 중 인도네시아 투자가가 S\$36만불을 투자하여 운영하고 있다.

23장. 게임시장 유통 및 수익구조

싱가포르 내에서의 콘솔 및 PC 게임의 유통구조는 시장의 규모가 작기 때문에 게임업체가 시장에 직접 진출 하기보다는 게임 개발자나 퍼블리셔가 배급자(Distributor)를 통하거나 다국적 기업의 지사를 통하여 유통되는 경우가 많다. 비디오나 콘솔게임은 대부분 SONY나 NINTENDO, MICROSOFT 등 다국적 기업의 현지 지사를 통해 배급되며 이들 다국적 기업으로부터 배분을 받아 소매상에게 유통하게 되는데, 예를 들면 Family-Com Electronics Enterprise 사의 경우 SONY나 NINTENDO의 싱가포르 지사로부터 제품을 공급받아 3개의 콘솔게임과 PC 게임 소프트웨어 판매장에서 판매하고 있다.

온라인 게임의 경우 대부분의 업체들이 시장의 협소함으로 인해 자체 시장만을 수익기반으로 보지 않고 인근 국가를 동시에 관할하고 있다. 예를 들면 인근 국가인 말레이시아, 인도네시아, 태국, 베트남 등지에 서버를 동시에 운영하고 있거나 싱가포르내의 IDC 센터에 서버를 운

영하고 있다. 따라서 인근 국가에 비해 상대적으로 정보통신 환경이 우수한 싱가포르를 통한 인터넷 접속을 하도록 하고 있으며, 수익을 온라인 게임사용자가 인터넷을 통해 가입한 한 후 통해 e-cash의 충전이나 아이템 구입비를 통해 발생하고 있다.

모바일 게임의 경우 판권을 가지고 있는 퍼블리셔가 싱가포르 내의 4개 모바일서비스 제공업체에게 판권 로열티를 받고 있으며 Singnet, SingTel, Magix, Pacific, StarHub는 게임 사용자로부터 가입비와 이용료를 받고 있다.

<표V-2> 모바일 게임 사업자

사업자명	홈페이지	전화번호
Singnet	www.singnet.com.sg	1610
SingTel Magix	www.magix.com.sg	1800-6438-4338
Pacific	www.pacific.net	1800-6872-1455
StarHub	www.starhub.com	1800-825-7900

Pangya, 리니지, Maplestory 등 한국 게임이 인기를 끌고 있는 온라인 게임의 경우 인터넷의 이용과 성장에 따라 온라인 게임 이용자가 늘어나고 있으며 더불어 온라인게임시장의 경쟁도 갈수록 치열해지고 있다. 현지 시장에 진출하기 위해 직접 진출하기보다는 현지에서 충분한 마케팅 능력을 보유하고 있는 업체를 파트너로 선정하여 싱가포르 뿐만 아니라 인근국가에 한국이 강한 분야에서 지속적으로 마케팅 활동을 확대해 나가는 것이 유리할 것으로 보인다.

24장. 게임산업관련 교육기관 및 인력현황

싱가포르는 현재 싱가포르 국립대학내의 소프트웨어 개발 및 디자인 학부와 난양 기술공과대학의 디자인 학부, 난양 예술대학 등 11개의 교육기관에서 게임을 비롯한 미디어 산업 인력을 양성하고 있다. 특히, Nanyang Technological University-GameLAB의 GameLab의 경우 컴퓨터 엔터테인먼트와 각종교육용 게임 프로그램의 성장성을 중시하여 2004년에 설립되었으며, 게임을 통하여 하드웨어, 소프트웨어에 대

한 첨단 지식을 함양하고 R&D와 컴퓨터 디자인을 통해 새로운 분야를 발견하고자 노력하고 있다. 학부생과 대학원생들은 다양한 외부 프로젝트에 참여하여 게임산업, 게임 개발 시스템에 대한 정보를 얻고 있다.

<표V-3> 싱가포르 게임 협회 및 교육기관 리스트

회사명	주소	전화번호
International Game Developers Association Singapore Chapter	www.igda.org/singapore simonsen@rocketmail.com	
Singapore Gamers' Association	Woodlands Post Office PO BOX 299, SG 917313	+ 65 9060 9662
3D sense Media School	1 Selegie Road #04-01 Paradiz Centre, SG 188306	+ 65 6339 9455
Intense Animation Studio	9 Shenton Way #04-07, SG 068813	+ 65 6327 8525
LaSalle-SIA Institute	90 Goodman Road, SG 439053	+ 65 6344 4300
Nanyang Academy of Fine Arts-School of Visual Arts	80 Bencoolen Street, SG 189655	+ 65 6512 4017
Nanyang Polytechnic-School of Design	Nanyang Polytechnic 180 Ang Mo Ko Avenue 8, SG 569830	+ 65 6550 1643
Nanyang Technological University-GameLAB	Nanyang Drive N4-B1b-13, SG 639798	+ 65 6790 6124
National University of Singapore (Communications and New Media Programme Faculty of Arts & Social Sciences)	National University of Singapore #04-15 Block AS3 3 Arts Link, SG 117570	+ 65 6516 4671
Ngee Ann polytechnic School of Infocomm Technology	535 Clementi Road #07-16 Block 27, SG 599489	+ 65 6460 8207
Orita-Sinclair School of	12A Pahang Street, SG 198606	+ 65 6398

Art and New Media		0372
Singapore Polytechnic School of Media and Info- Communication Technology	500 Dover Road, SG 139651	+ 65 6772 1900
Temasek Polytechnic Temasek Design School	21 Tampines Avenue 1, SG 529757	+ 65 6780 5133

LaSalle-SIA Institute는 1984년에 설립된 예술학교로서 미디어 아트를 포함하여 춤, 음악, 아트경영, 첨단 미술, 패션, 보석, 광고 그래픽, 인테리어, 산업 디자인 등의 코스가 마련되어 있다.

Nanyang Polytechnic-School of Design은 디지털 미디어 디자인 프로그램 내부에 디지털 애니메이션, 인터랙티브 미디어, 게임 디자인, 디지털 영화와 비디오 이렇게 4개의 전문가 코스를 마련하여 인재들을 양성하고 있다. 총 3년간의 과정은 상기 4개 분야에 대하여 창의성과 기술적인 측면을 교육과 실습 위주로 교육하고 있다.

Nanyang Academy of Fine Arts-School of Visual Arts는 1938년 설립 이후로 싱가포르에서 창의적인 인재를 기르기 위해 노력을 기울이고 있다. 멀티미디어 프로그램에 3년, 풀타임 학사 학위를 수여하고, 애니메이션, 오디오 비디오, 디자인 등 실용성 있는 교육을 하고 있으며 영국의 Huddersfield 대학(University of Huddersfield in UK)과 1년과정의 BA 멀티미디어 프로그램을 운영하고 있다.

3D sense Media School은 가상공간의 현실화에 그 교육의 목표를 두고 있다. 기본기와 최신의 애니메이션 기법을 교육하고 있으며, Media Development Authority of Singapore이 승인한 매체에 프로그램을 제공하고 있다. MDA(Media Development Authority of Singapore)이 승인한 매체에 프로그램을 제공하고 있으며, 매년 COMGRAPH Asia-Pacific Digital Art and Animation 대회를 운영하고 있다.

25장. 종합

싱가포르의 게임산업은 아직 시작단계에 불과하지만 게임산업을 포함

한 미디어 산업 육성을 위한 정부의 정책과 교육을 통해 인근 동남아 국가에 비해서 상당부분 앞서 있다. 현재 게임산업을 육성하고 장려하기 위한 법적인 제도와 보완장치도 잘 갖추어져 있는 상태이며, 시민단체와 정부의 협력을 통하여 지속적으로 미래산업 육성을 위하여 전략적 접근을 시도하고 있는 것으로 나타났다. 또한 게임 산업 육성을 위해 한국과 같이 관련 기술이 발전한 국가로부터 기술 이전을 위해 전문가를 초빙하는 제도와 게임을 포함하여 세계적으로 우수한 IT/미디어 기업을 유치하기 위하여 외국기업 진입을 위한 외국인 투자제도가 상당부분 효과를 거두고 있는 것으로 나타났다.

한국의 게임 업체가 해외시장으로 진출하기 위해서는, 영어와 중국어 구사가 능통하며, 유럽과 미국 시장의 교차점인 싱가포르에 미국이나 유럽의 게임 개발사들이 게임 개발을 위해 싱가포르에 지사를 두고 있는 점을 눈여겨 봐야 할 것이다.

게임관련 인력 양성을 위한 정부의 적극적인 육성정책에 힘입어 세계적으로 우수한 대학들이 관련학과를 운영하고 있으며, 동남아시아 지역에 비해 우위가 있는 것으로 나타났다. 한국에 비하여 15%~20%정도 임금이 저렴하고 게임을 개발할 수 있는 인력을 구하기 쉬운 싱가포르의 게임산업의 발전 가능성이 높을 것으로 분석하고 있다.

싱가포르의 게임은 유럽산과 미국산, 일본산의 PC, 콘솔게임, 아케이드 게임이 시장을 점유하고 있으며 한국산은 온라인 게임시장에서 중위권을 유지하고 있는 것으로 분석되고 있다.

VI. 한국 기업의 게임시장 진출 전략

26장. 싱가포르 시장 진출 필요성

싱가포르는 게임산업 육성을 위해 정부차원의 진흥책을 실시하고 있으며, 동남아에서 가장 발전된 초고속 정보통신망을 기반으로 한국이 비교우위가 있는 온라인 게임시장의 사용자 수가 증가하고 있는 추세이다. 한국 온라인게임의 시장점유율이 높은 편이나 향후, 유럽과 미국, 그리고 중국과 일본 업체들과의 치열한 경쟁이 예상되고 있다. 따라서 현재의 시장 점유율을 유지하고 새로운 시장을 개발하기 위하여 현지 기업과 조인트 벤처 체결 등 전략적인 접근이 필요하다. 또한, 싱가포르를 기반으로 하여 인근 국가인 말레이시아, 인도네시아, 태국, 베트남 등 동남아 국가를 하나로 보고 현지의 게임 성향과 문화에 적합한 구체적인 시장 진출 전략 수립이 필요한 것으로 분석된다.

27장. 국내 업체의 게임시장 진출 사례

WooWorld Pte Ltd는 Economic Development Board of Singapore의 지원 하에 한국의 우주 e비즈니스 테크놀로지가 Pan Sino Group 등과 파트너십을 체결하여 싱가포르에 진출한 합작회사이다. 주요 활동으로 Wowzai와 Wowgotit를 운영하고 있다. Wowzai는 PC를 기반으로 한 모바일 채팅 프로그램이며, Wowgotit는 약 1200 여개의 모바일 게임을 다운로드 할 수 있는 웹페이지이다.

한국인이 직접 운영하고 있는 모바일 게임 개발 및 퍼블리셔 도급 방식 위주로 활동하는 회사로서, 게임 타이틀로는 Your Always(쇼핑 시뮬레이션 게임), Amazing Mice(퍼즐 게임), Castle Siege Series(고대 전쟁 시뮬레이션 게임) 등이 있다.

또한 2001년도 설립하여 현재 종업원 수 32명 자본금 S\$1,700,000인 SL Interactive Pte. Ltd(<http://www.slinteractive.com>)의 CEO인 이세현 박사는 1996년 한국정부로부터 동탑산업훈장을 수상한바 있다.

○ 모바일 게임 : 넥슨모바일에서 싱가포르 이동통신회사에 게임을 서비스 하기 위한 사전작업을 진행중이며, 싱가포르 미디어 개발청

(MDA) 게임개발 및 조사부서에서는 넥슨모바일의 전문가를 초청하여 2007년 2월부터 콘텐츠제작 기술, 게임 개발 기술 등의 교육을 하기로 하였다.

○ 온라인 다자간 롤플레이링 게임 (MMORPG(Massively Multi-player Online Role Playing Game)): 엔씨소프트(NCSOFT)의 리네지(Lenege), 길드워(Guild Wars), 웹젠의 뮤(MU) 등의 게임이 싱가포르에서 인기가 높다.

○ PC 게임: Pangya 골프게임 등이 싱가포르에 진출하여 10대의 청소년층에 급속하여 퍼져나가 젊은 세대에게 인기가 많다.

28장. 싱가포르 게임 진출 전략

현재 싱가포르 소재 게임 개발사들은 GCC(the Games Creation Community)와 같은 기관을 발판으로 사업을 확장시켜 나가고 있다. GCC는 해외 진출 게임업체들이 게임 개발자, 콘솔 생산자, 배급사, 산업 기관, 미들웨어(middleware) 공급자, 출판사 그리고 벤처 자본가에 이르기까지 광범위한 사업 파트너들과의 협조를 위해 지원한다. GCC 계획의 주된 목적은 1) 신규개발, 2) 생산, 3) 자금조달, 4) 유통 공급의 4개 분야를 지원하는 것이다. GCC는 현재 싱가포르에 기반을 둔 사업체 혹은 창업자들과 사업 파트너 및 전문가들간의 네트워크 형성을 지원한다.. 또한 개발부터 공급에 이르기까지 특정 분야 지원을 위하여 집단 내에서 활발한 Feedback 제공을 담당할 것으로 보인다.

싱가포르 게임 산업에 진출하고자 하는 한국 업체들은 싱가포르 게임 시장을 동남아시아 진출을 위한 거점으로 인식할 필요가 있다. 동남아시아의 게임 시장이 점차적으로 성장하고 있는 것은 사실이나 가장 큰 시장 중 하나인 중국과 비교해보면 그 규모는 적다. 중국의 동시 사용자 비율(게임 이용자수를 파악하는데 기준이 되는 비율)은 630,000이다. 같은 숫자가 인도네시아에서는 15,000이고, 싱가포르에서는 9,000 밖에 되지 않는다. 물론 중국의 게임 이용자들이 한 달에 미화 5달러를 소비하는 반면 싱가포르 이용자들은 그의 두 배 이상인 미화 13달러를 소비하고 있으나, 이 우위가 절대 인구수의 열위를 보완하기에는

한계가 있을 것으로 보인다.

하지만 동남아시아 전체를 하나의 공략지역으로 살펴본다면 싱가포르보다 더 큰 시장을 가지고 있는 말레이시아, 필리핀, 태국 그리고 베트남의 concurrency rate를 모두 합치면 350,000에 이르게 된다. 이는 중국의 반 정도에 미치는 수치이지만 한국인 사업가들에게는 충분히 수익이 될 만하다.

- PC/온라인 게임(PC/Online Games)

싱가포르 게임 시장은 PC/온라인 게임이 장악하고 있다. 인터넷을 빠른 속도로 이용할 수 있기 때문에 싱가포르에서 온라인 게임에 대한 이용자들의 흥미와 수요는 꾸준히 증가해왔다. 최신 PC 게임의 가격은 40달러(SGD)부터 시작되는데, 대량 멀티플레이어 롤 플레이 게임(MMORPGs, massive multiplayer role-playing games)은 반나절에 1달러(SGD), 한 달에 25달러(SGD)면 신청할 수 있다. 60,000명 이상의 싱가포르 게임 이용자가 World of Warcraft's world of Azeroth를 즐기고 있으며 게임 고수들은 새로 게임을 시작한 이용자들에게 게임의 전략 및 규칙에 대해서 알려주기도 한다. 게임을 한 번 시작하면 평균 4-5 시간 동안 쉬지 않고 이용한다.

- 콘솔 게임 (Console Games)

콘솔 게임 시장에서는 마이크로소프트사의 Xbox와 소니사의 플레이스테이션 시리즈가 가장 큰 인기를 얻고 있다. 반면 닌텐도 시리즈는 인기가 떨어지고 있다. 콘솔 게임은 다양한 연령층의 게임 이용자들에게 사랑 받고 있으며 Xbox live starter kit는 현재 88달러(SGD)에 시중에서 판매되고 있다.

- 게임 아케이드 (Game Arcades)

게임방은 단연 학생들과 PMEB(Professionals, Managers, Executives, Businessmen)에게 인기가 높다. 국내 기업들은 1990년대 초에 시작된 이 아케이드 게임 산업에 뛰어들고 있다. 게임방은 주로 커뮤니티 클럽, 작은 쇼핑몰, 시내의 쇼핑몰 등에 위치해 있으며 가장 최근에 개업한 게임방에는 내부 수리비 및 모든 비용을 포함한 12억 달러(SGD)의 예산이 투입되었다.

● 모바일/PDA (Mobile/PDA)

모바일 게임 회사들은 장기간 동안 휴대폰 뿐만 아니라 PDA분야까지 사업영역을 확장하기 위하여 노력해 왔다. 그 결과 현재 휴대폰과 PDA의 메뉴를 통해 게임은 물론 음악에서부터 월 페이퍼에 이르기까지 다양한 콘텐츠를 손쉽게 구매할 수 있게 되었다. 특히 여성 이용자와 학생들에게 모바일 게임은 큰 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다.

가장 주목할 만한 전략으로 각 나라의 최고 온라인 게임 운영자 (게임 타이틀을 판매함으로써 수입을 창출하는)와의 파트너쉽 체결이 있다. 이 마케팅 전략은 아래의 접근방법 중 하나로 진행될 수 있다.

- 제휴: 기존 외국계 회사들의 성공과 명성으로 인해 상대적으로 위험이 적은 편이다. 제휴가 이루어질 경우 업체 성장에 최상의 영향을 줄 수 있다.
- 공동사업체(합작): 미묘한 시장을 개척할 수 있어 상승 효과를 기대할 수 있다.
- 라이선싱: 위험부담이 적은 편이지만 수입 가능성도 적은 직접적인 방식이다.
- 배급: 발행자들은 되도록 많은 경로 확보를 위해 확정된 배급자들을 통해 사업을 진행하고자 한다. 싱가포르 게임 발행자와 개발자들은 싱가포르 외에도 동남 아시아의 다른 시장을 하나 혹은 두 개 이상 개척하려는 경향이 있다. 말레이시아, 인도네시아, 필리핀이 가장 흔한 예이다. 한 게임의 유효수명이 3-6개월 정도 된다는 점을 감안하면 아주 유익한 방식이라고 판단된다.
- 개발: 게임 기술, 시장 등에 비즈니스적 접근을 하기 위해 싱가포르에서 게임을 직접 개발, 발행하는 방식이다.

싱가포르에는 게임 개발자, 발행자에서 지역 온라인 게임 운영자에 이르기까지 60개 이상의 게임관련 회사들이 존재한다. Boonty, Koei, Real Arcade, Electronic Arts 같은 세계적 게임 회사들은 이미 싱가포르에 지사를 두고 있다. 이와 같은 회사들은 싱가포르를 동남 아시아 일대에 게임을 배포하고 운영하기 위한 중심으로 여기고 있다.

싱가포르 게임 개발 및 공급사인 Active Interactive의 CEO인 레슬리 우(Leslie Wou)씨는 싱가포르가 게임 개발을 위한 장소로 비용이 낮지

는 않지만 높은 기술력 확보가 가능하여 복잡하고 기술적으로 정교한 게임을 개발하기에 아주 적합한 장소라고 밝혔다. 또한 그는 싱가포르를 기반으로 하는 개발자들의 경우 반드시 이용자들의 이용 시간을 늘릴 수 있는 ‘높은 품질’과 ‘알찬 콘텐츠’를 생산해 내는데 주력해야 할 것이라고 덧붙였다. 예를 들면 여러 명이 함께 할 수 있는 게임, 멀티플레이어 게임, 인터넷으로 게임 이용자들간의 연결이 가능한 게임 등이 있다. 우 씨는 싱가포르가 신규개발 게임의 시험장으로도 훌륭한 역할을 해낼 것이라고 의견을 밝혔다.

싱가포르 정부는 2007년 1월 10일 게임 및 미디어 산업 R&D 프로젝트에 전력을 다할 것이라고 발표했다. 이 프로젝트는 리서치 기관들의 네트워크를 성장시키고, 공동으로 온라인 포탈을 제작하는 등 싱가포르를 국제적 기반 및 적용 센터로 발전시킬 계획이다. 프로젝트는 정부의 지원하에 향후 5년간 5억 달러(SGD)의 예산으로 진행된다. 오직 R&D 부문만 예산에 접근이 가능하다. 현재 19개의 프로젝트들이 채택된 상태이다. R&D는 애니메이션, 게임, 미디어 매개체 그리고 진행 중인 미디어 서비스에 초점을 맞추고 있다. IDM(The Interactive and Digital Media) R&D 프로그램 사무소는 국내 및 국제 R&D 산업 공동체들로부터 지원을 모집하고 적합한 IDM R&D 프로젝트에 대하여 앞으로 전격 후원할 것이라고 발표했다. 이는 R&D 프로젝트의 선전과 함께 더욱 많은 관심과 참여를 유도할 것으로 보이며 결과적으로 싱가포르 경제 발전에 핵심적인 기여 요소가 될 것으로 기대된다.

효과적인 IDM eco-system을 구축하기 위한 4가지 방식은 다음과 같다. 이는 투자관계자, 산업관계자, IHLs(the institutes of higher learning), 소비자 그리고 공공부문까지 포괄적으로 진행되어야 한다.

가. IDM 서비스 수요 유도

IDM 서비스의 수요를 증폭시키기 위해 IDM R&D 프로그램 사무소는 기업들이 IDM R&D 프로젝트에 투자하도록 유치한다. 이는 새로운 비즈니스 모델을 제작하고 IDM 서비스의 수요를 늘리기 위한 모든 제안을 포함한다.

나. 국내외 IDM 부문의 가능성을 증대 시키기 위한 리서치 기관들의 네트워크 향상

IDM R&D 프로그램 사무소는 IHLs와 Research Institutes(RIs) 측에 주요 분야와 관련된 IDM 격차를 알고, 자국 산업체들의 요구와 R&D 결과를 맞추기 위해 리서치 제안을 요구할 것이다. 또한 사무소는 세계 최고의 RIs와 공동 작업하고 리서치를 수행한 결과 국제 IDM 산업에 긍정적이고 혁신적인 영향을 끼칠 수 있는 방법을 모색 중이다.

이는 2006년 10월 MDA와 MIT(Massachusetts Institute of Technology) 사이의 SMIGL(Singapore-MIT International Game Lab)의 발표로 시작되었다. SMIGL은 전 세계적으로 디지털 리서치를 하고 국제 수준의 게임 기술 관련 교육 프로그램을 개발 구상 중이며 싱가포르를 국제 게임 산업의 중심점으로 삼으려 하고 있다.

다. 차후 IDM R&D 의 전망을 위해 혁신적인 구상과 프로젝트를 장려한다.

온라인 전자교환 플랫폼인 i.Jam은 2007년 7월 전체 계획을 추진하기 전에 1월 계획의 일부를 미리 추진해 볼 생각이다. 소비자들은 i.Jam을 통해 자유롭게 의견을 표출한다. 그리고 의견들은 앞으로 IDM 전망에 기여할 R&D 프로젝트에 반영된다. 잠재력 있는 의견의 경우 IDM R&D 프로그램 사무소에 의해 지원된다. 게다가 i.Jam은 국내외 IDM 공동체로부터 프로젝트에 반영될 좋은 구상들을 집합시킬 플랫폼으로 사용될 계획이다.

라. 싱가포르를 IDM 프로젝트를 위한 국제적 기반으로 발전시킨다.

IDM R&D 프로그램 사무소는 현재 혁신적인 응용법이나 실행 가능한 서비스 모델 제안들을 받아들이고 있다. 이는 현재 MDA, EDB(the Economic Development Board), IDA(the Infocomm Development Authority)와 IDA R&D의 추가 예산으로 관리되고 있다.

R&D 프로젝트의 요점은 아래와 같다.

- (1) 애니메이션, 게임: 기술 R&D, 연장, 플랫폼 개발, 새로운 장르 개척 등과 관련된 투자를 증진시키기 위함
- (2) 미디어 매개 서비스: 조직, 발급자, 디지털 미디어의 기술력을 높이기 위함

- (3) 활동적 미디어 서비스: 항상 이동중인 사람들을 모바일로 연결해 상호 작용할 수 있도록 하는 새로운 방안을 R&D 안에서 모색하기 위함

29장. 진출시 유의사항

첫째, 싱가포르는 다민족, 다종교 국가로 법 적용이 매우 엄격한 현지 문화 때문에 주요 게임 사용 연령층인 어린이에게 유해한 선정성, 도박성 게임 등은 사전 심의를 통과해야만 유통이 가능하다.

둘째, 싱가포르에서 콘솔게임의 인기는 매우 높다. 특히 현재 PlayStation과 Xbox는 상당한 인기를 누리고 있다. 이러한 콘솔게임이 온라인 게임으로 판매된다면, 상대적으로 온라인 게임 시장을 선점하고 있는 국산 온라인 게임업체에게 매우 큰 위협이 될 것으로 보인다.

셋째, 동남아를 대상으로 현지 진출을 고려한다면 현지의 게임 및 미디어 산업관련 마케팅 활동이 활발한 유력한 파트너를 선정하여야 한다.

넷째, 아케이드 게임 시장의 경우, 정부의 규제와 법 적용이 매우 강력하므로 시장 진출에 장벽이 많다는 것을 인식해야만 한다. PC 게임이나 콘솔 게임의 경우는 상당부분 인근 국가나 중국으로부터 유입된 불법 소프트웨어가 범람하고 있으며 정부의 육성정책과 규제에도 불구하고 아직까지 소비자들의 인식도 낮은 수준에 머물러 있는 상태이다.

다섯째, 현지 시장 진출을 위해서는 싱가포르 게임시장만을 보고 시장에 진출하는 것보다는 싱가포르를 동남아시아 시장 진출을 위한 베이스로 활용하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

여섯째, 싱가포르는 향후 2010년까지 미디어 개발청을 통한 게임산업 및 미디어 산업 발전에의 정부 지원이 활발할 것으로 기대된다. 또한 중국 화교권을 바탕으로 한 문화적인 배경과 지리적으로 동남아국가의 교차점이라는 장점을 갖고 동남아 최대 무역 중계국으로 미국과 유럽 문화를 빠르게 흡수하고 있으며, 동남아시아권에서 경제적인 중심지로써 역할을 하고 있다.

VII. 종합

30장. 결론

싱가포르는 다양한 민족과 종교 및 문화가 공존하고 있는 국가로 인구 435 만 명의 도시국가이다. 그러나 연간 교역규모는 동남아시아 최대 규모를 자랑하며 세계적인 다국적기업들의 생산 및 유통기지 역할을 하고 있다. 특히, 자유시장경제원칙에 기반한 정부의 시장개방 노력은 오늘날 싱가포르를 그 어떤 국가보다도 기업 경영에 유리한 국가로 만들었다.

싱가포르는 정보통신기술에 대한 투자를 통하여 아시아 지역의 국제화 기지로 발돋움하기 위해 노력하고 있다. 이에 따라 정보통신산업에 대한 자금 및 인력 투자가 활발하게 이루어 지고 있고, 인프라 구축에 따른 수익률 또한 높아지고 있다. 2005 년 이후 세대 수 기준 PC 보급률은 74%의 수준을 유지해오고 있으며, 세대 수 기준 인터넷 보급률은 66%를 기록하여 게임산업의 활성화를 위한 충분한 기반이 구축되어 있는 것으로 판단된다.

싱가포르 정부는 상호디지털 미디어 산업을 향후 5 년 이후의 미래 성장산업으로 육성하기 위한 전략을 수립하고 이를 위해 펀드 조성 및 투자 등 국가정책을 펴고 있다. 현재 Economic Development Board (EDB), Infocomm Development Authority of Singapore(IDA), Media Development Authority(MDA) 등 다양한 정책 기관이 서로 협력하여 게임산업이 발전할 수 있도록 지원하고 있다.

따라서 싱가포르는 해외 기업에게 유리한 국가적 경영 환경과 게임 시장 활성화를 위한 정보통신 인프라 구축, 미래 성장산업으로서 정부의 정책적 지원 등 한국 게임업체가 진출하기에 더 없이 유리한 조건을 갖춘 것으로 판단된다.

PriceWaterHouse Coopers 의 보고서에 따르면 아시아태평양지역의 온라인게임 및 무선게임 시장은 2009 년까지 45~48% 정도의 성장이 예측된다. 아시아 게임 시장의 높은 성장이 기대되는 만큼 성공적인 싱가포르 진출은 말레이시아, 인도네시아, 태국, 베트남 등을 포함하는 동남아시아 게임시장 진출을 위한 시발점이 될 것으로 기대된다.

참고 문헌 (Reference)

1. 참고 사이트

- <http://www.ida.gov.sg>(싱가포르 정보통신개발청)
- <http://www.mda.gov.sg>(싱가포르 미디어개발청)
- <http://www.ncsoft.co.kr> (엔씨소프트 홈페이지)
- <http://www.webzen.com>(웹젠 홈페이지)
- <http://www.nexonmobile.com/> (넥슨모바일 홈페이지)
- <http://www.nhncorp.co.kr> (NHN 홈페이지)
- <http://www.neowiz.com> (네오위즈 홈페이지)
- <http://www.microsoft.com> (마이크로소프트 홈페이지)
- <http://www.sony.com> (소니 홈페이지)
- 싱가포르 외국인 투자 관련 웹사이트
<http://www.business.gov.sg/EN/StartingUp/RegisterYourBusiness/>
- ASIASOFT ONLINE 웹사이트: www.asiasoft.net
- BOOMZAP 웹사이트: www.boomzap.com
- ATARI 웹사이트: www.atari.com
- Mikoishi 웹사이트: www.mikoishi.com

2. 외국 참고 논문

- DFC Intelligence, "The Online Game Market 2004", 2004.
- Faris, Stephan, "MEET THE NEXT DISNEY." , Fortune, Nov 2005, Vol. 152 Issue 11, p205-214,
- Electronic Gaming Monthly, "NINTENDO DS.", Nov 2005 Issue 197, p24-27
- Gibbs, Colin. Disney trying to see what sticks in content space. RCR Wireless News, Oct 2005, Vol. 24 Issue 40, p3-3,

3. 국내 참고 논문

- 한국게임산업개발원, 「2005 대한민국 게임 백서」, 2005.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA), "2004 미국 게임 산업 보고서", 2005

2006 신흥게임시장 조사 보고서

- 김창권, “블루오션 시대가 도래하고 있는 온라인 게임 산업”, 대우증권, 2006
- 홍유진, “한국 게임산업 현황 및 전망”, 한국게임산업개발원, 2005.
- 김남훈, “온라인 게임의 다양화와 시장변화”, 하나금융연구소, 2005.
- 문화관광부, “게임산업 진흥 중장기 계획(2003년~2007년)”, 2003.

<연구자료>

현지에 진출한 한국 게임

실크 로드(Silk Road), 네존(Nezon), 팡야(Pangya), 카발(Cabal)이 싱가포르와 동남아시아 지역 온라인 게임 시장에 성공적으로 진출하였다. 그 밖에;

실크로드-실크로드 온라인

팡야- 판타지 골프 온라인

넥슨-퀴즈 퀴즈

넥슨-메이플 스토리

넥슨-카트 라이더

카발-더 레볼루션 오브 액션(The Revolution of Action)

VIII. 참고자료

A. 국산 게임의 싱가포르 게임시장 진출 현황

가. 넥슨: 롤플레이 게임인 메이플스토리가 상당히 인기를 누리고 있으며, 카트라이더 게임도 서비스 되고 있다.

나. NCSoft: 엔씨소프트에서 제작하여 배포하는 리니지(Leneye), 길드워(Guild Wars)등의 게임이 싱가포르에서 인기의 수위를 차지하고 있으며 이에 영향을 받아 싱가포르 게임머들 사이에는 한국 게임이 상당히 관심이 많다.

다. 팡야(Pangya): Pangya 골프게임 등이 싱가포르에 진출하여 10대의 청소년층에 급속하여 퍼져나가 젊은 세대에게 인기가 많다.

라. Kong Kong: 다자간 롤프레이팅 온라인 게임

마. Silk road: 다자간 롤프레이팅 온라인 게임

바. 모바일 게임: 싱가포르 3대 이동통신사인 Sintel과 Starhub, M1에서 서비스하는 이동전화기에 넥슨모바일의 게임을 탑재하여 서비스 하고 있다.

B. 게임산업 관련 기관 및 협회, 업체 리스트

< 싱가포르 게임 개발 및 배급 업체 리스트 >

회사명	주소	전화번호
10tacle Studios Pte Ltd	30 Bukit Pasoh Rd. SG 089844	+ 65 6221 2478
Activate Interactive Pte Ltd	1 Maritime Square #11-20 HarbourFront Centre, SG 099253	+ 65 6837 0366
AsiaSoft Online Pte Ltd	Singapore Post Centre 10 Eunos Rd8 #14-04, SG 408600	+ 65 6740 5500
Atari Singapore Pte Ltd	15B Circular Rd, SG 049291	+ 65 6538 9700

Boomzap Pte Ltd	491 yio Chu Kang Rd #14-05, SG 787078	+ 65 9768 6528
Boonty Asia Pte Ltd	1 Claymore Drive #08-10 Orchard Towers, SG 229594	+ 65 6538 5240
Decision Simulations and Games Pte Ltd	6 East Coast Drive, SG 459141	+ 65 6516 1368
Electronic Arts Asia Pacific Pte Ltd	1 Fifth Avenue #04-07 Guthrie House, SG 268802	+ 65 6415 3088
Envisage Reality Pte Ltd	23-25 Kampong Bahru Road #03-08, SG 169349	+ 65 9152 6404
EyePower Games Pte Ltd	9 Jurong Town Hall Road #01- 41, SG 609431	+ 65 6566 8078
Honor Games International	541 Orchard Road #18-01 Liat Towers, SG 238881	+ 65 9682 3067
Interactive Digital Dreams Pte Ltd	3 Temasek Avenue Level 12 Centennial Tower, SG 039190	+ 65 6549 7485
Koei Entertainment Singapore Pte Ltd	18 Cross Street #10-01/02 China Square Central, SG 048423	+ 65 6220 7581
Ksatria Gameworks Pte Ltd	30 Toh Guan Road #08-03A ODC Building, SG 608840	+ 65 6897 3383
Mikoishi Pte Ltd	89 Neil road #02-02/03, SG 088849	+ 65 6325 2820
Mischief Studio Pte Ltd	5001 Beach Road #06-24, SG 199588	+ 65 6392 2263
MXR Corporation Pte Ltd	14 Pri8nce George's Park, SG 118412	+ 65 6778 9896
New Era Entertainment Pte Ltd	205 Henderson Road #06-02 Henderson Industrial Park, SG 159549	+ 65 6275 2338
NexGen Studio Pte Ltd	179 River Valley Road #04-09, SG 179033	+ 65 6334 3178
Orange Gum Pte Ltd	750A Chai Chee Road #07-02 Suites 08 & 20 Technopark@Chai Chee, SG	+ 65 6442 8640

	469001	
Play-Interactive Pte Ltd	700 Beach Road #08-07 Incity Lofts, SG 199598	+ 65 6220 9980
Playware Studios Asia Pte Ltd	141 Market Street #04-01 AEC Centre, SG 048944	+ 65 6330 4861
Praxis Studios	4A Boon Tiong Road #30-23, SG 164004	+ 65 9181 8054
Precursor Pte Ltd	993 Bukit Timah Road #02-21, SG 589631	+ 65 6779 4019
SeaSky Net Joy Pte Ltd	9 Jurong Town Hall Raod #01-09 i HUB, SG 609431	+ 65 6561 4955
SL Interactive Pte Ltd	75 Amoy Street, SG 069894	+ 65 6221 6728
ST Consultancy	18 Nanyang Drive Unit 235 Innovation Centre, SG 632772	+ 65 6264 0556
The Knowledge Hub	291E Bukit Batok Street 24 #16-11, SG 654291	+ 65 9857 4831
Vivendi Universal Games Pte Ltd	150 Beach Road #16-05/08 Gateway West, SG 189720	+ 65 6725 9800
WooWorld Pte Ltd	63A Pagoda Street, SG 059222	+ 65 6222 0610
XYFR Pte Ltd	536 Jelapang Road #16-20, SG 670536	+ 65 6728 9045

<콘솔 게임 소프트웨어 판매장>

회사명	주소	전화번호
Family-Com Electronics Ecterprise (담당자: Jason Ong)	30 Bukit Pasoh Rd. SG 089844	+ 65) 6235-5760
	1 Rochor Canal Road #B1-01 Sim Lim Square Singapore 188504	+ 65) 6339-5696
	No 1 Kim Seng Road Promenade #02-20 Great World City Singapore 247933	+ 65) 6235-6818

C. 싱가포르 게임관련 주요 박람회 리스트

가. 싱가포르 IT show

- 명칭 : 싱가포르 IT show(IT show in Singapore)
 - 웹사이트 : <http://www.itshow.com.sg>
- 일정 : 2007년 3월 8일 - 11일
- 장소 : Singapore International Convention & Exhibition Centre
(Suntec City) Levels 3, 4 & 6
- 주관사 : Eastern Directories Pte Ltd
 - 주소 : Blk 8 Lorong Bakar Batu #07-07 Singapore 348743
 - Tel: 67474620, Fax: 67483489 / 67482893
 - Email: easternd@singnet.com.sg
- 전시회 특징
 - IT 관련 장비, 소프트웨어, 하드웨어 전시회
 - 게임, 모바일, 통신, 방송 등
- 게임 관련 전시 품목

Gaming

- Content, Hardware and Software
- Consoles and Adapters
- Video Systems
- LAN Gaming
- Controllers, wiring and more

나. 싱가포르 정보통신 박람회

- 명칭 : 2007 싱가포르 정보통신 박람회(Communic Asia 2007)
- 기간 : 2007. 6. 19 - 6. 22(4일간)
- 장소 : Singapore Expo
- 주관 : Singapore Exhibition Services Pte
(웹사이트 : www.communicasia.com)
- 주관사 : Singapore Exhibition Service

- 주소 : 47 Scotts Road, 11th Floor Goldbell Towers Singapore
228 233

- Tel : + 65 6738 6776, Fax: + 65 6732 6776

o 전시회 특징

- 초고속 무선소프트웨어 및 하드웨어 장비
- 초고속 통신장비, 디지털 오락게임, 모바일게임, 통신장비, RFID등
- 모바일 콘텐츠, 차세대 네트워크 기술, VoIP, Wi-Fi/WiMAX
- DMB/DVB, IP 기술, IPTV, IP
- Embedded Technology/RFID, Wireless Devices

o 게임 관련 전시 품목

Gaming : 게임 콘텐츠, 디지털게임 소프트웨어, Consoles and Adapters, Mobile Gaming

다. GCA - 싱가포르 게임 전시회의

o 명 칭 : 2007 싱가포르 게임 전시회의

(GCA 2007- Games Convention Asia 2007)

- 웹사이트 : www.gc-asia.sg

o 기 간 : 2007. 9. 7 - 9. 9(3일간)

o 장 소 : Singapore International Convention & Exhibition Centre
(Suntec City) 홀 601~ 603

o 주관사 : 독일 라이프찌히 메세,

CEMS(Conference & Exhibition Management Services Pte Ltd)

- 주 소 : Maritime Square, #09-43 HarbourFront Centre,
Singapore 099253

- 전 화 : + 65) 6278-8666, Fax : + 65) 6278-4077

- e-mail : Jason@cems.com.sg

- 담당자 : Mr. Jason Koh / Mr. Jingshung Li

o 전시회 특징

유럽 최대 게임회의(Games Convention)의 주관사인 독일 라이프찌히 메세에서 CEMS (Conference & Exhibition Management Services Pte Ltd) 와 공동으로 아시아-태평양 지역의 게임 산업과 거래를 활성화

화 시키기 위해 싱가포르에 게임전시회의를 개최하기로 하였다. 아시아 전자게임시장이 빠르게 변화하고 있고 최근 컴퓨터 게임과 하드웨어 쇼케이스 뿐만 아니라 오락 정보, 미디어 교육, 일반적인 게임시장의 성장을 분석하여 아시아지역에서 최초로 게임 전시회의를 개최하는 것으로, 세계 200여 개사의 게임, 퍼블리싱 업체가 참가하게 되는데, 특히, 중국, 일본, 한국, 싱가포르 인도 등의 게임 업체가 참가한다. GCA에는 게임디지털 미디어, 컴퓨터 게임, 오락, 교육용 게임 소프트웨어뿐만 아니라 게임 하드웨어를 선 보이며, 동남아시아 최대 사이버 게임대회와 거래 상담을 촉진 시키기 위한 세미나와 회의를 동시에 개최한다.

○ 전시품목

- 애니메이션 소프트웨어, 애니메이션 기술관련 컴퓨터 하드웨어
- 오락 및 오락 소프트웨어
- 게임 악세사리, 게임 콘솔 및 플랫폼
- 게임 보조장치
- 게임 관련 컴퓨터 제품, 서비스 및 기술
- 모바일 게임 하드웨어 및 소프트웨어
- 온라인 게임 소프트웨어, 서비스 및 기술
- 제작, 배급, 패키징 서비스
- 무선/ 모바일/HandHeld 소프트웨어, 서비스 및 기술

라. 싱가포르 방송전시회

○ 명 칭: 2007 싱가포르 방송전시회 및 Comgraphics & Animation (Broadcasting Asia 2007)

- 웹사이트: www.broadcast-asia.com

○ 기 간: 2007. 6. 18 - 6. 22(4일간)

○ 장 소: Singapore EXPO

○ 주관사: Singapore Exhibition Service

- 주소: 47 Scotts Road, 11th Floor Goldbell Towers Singapore 228 233

- Tel: + 65 6738 6776, Fax: + 65 6732 6776

- Website: www.sesallworld.com

o 전시회 특징

- 컴퓨터 그래픽 소프트웨어와 장비, 상호 TV 시스템, DTV/ HDTV 제품 및 서비스, DVB, DMB 등 위성 방송관련 기술, 컴퓨터 하드웨어, 애니메이션 모션픽처 제품 및 서비스, 멀티미디어 제품 및 서비스, 스트리밍 미디어 제품 및 서비스

C. 게임산업 관련 법률 및 문건

가. 인터넷 정책 프레임워크

통신과 정보 허브로서 비즈니스에 친근한 싱가포르의 위치를 유지하기 위한 노력의 일부로 MDA는 인터넷 규정 프레임워크를 만들었는데 이것은 사회적 가치와 인종과 종교적인 화합을 이루기 위한 안전가이드 임과 동시에 인터넷 성장을 촉진하고 홍보하기 위한 것이다.

어린이의 온라인 활동을 관리하기 위해 부모와 함께 하는 것을 강력히 권장하고 있으며, MDA는 싱가포르에 있는 3개의 인터넷 서비스 제공업체(ISP)와 함께 어린이들에게 해로운 콘텐츠를 걸러내기 위해 가족 접근 네트워크 서비스를 제공하고 있다.

또한 MDA는 위한 S\$5백만불 (US\$328만)의 기금을 만들어 인터넷 공공교육(Internet Public Education (IPE) 접근 관리도구를 개발하여 커뮤니티 그룹과 관련산업을 촉진하고 있으며 호소력 있는 안전한 콘텐츠와 온라인 안전을 주도하기 위한 사업에 착수하였다.

MDA는 인터넷부모자문그룹(Parents Advisory Group for the Internet (PAGi))이나 어린이들이 안전하고 재미있게 인터넷을 사용할 수 있도록 만들기 위해 부모들에게 권한을 부여하는 자원봉사 그룹을 지원하기 위해 노력하고 있다.

➤ 인터넷 규정 프레임워크

인터넷과 같이 글로벌하고 국경이 없는 미디어에 직면하고 있는 국내 법의 한계가 있음을 인식하고 MDA는 공적으로 인터넷 사용을 위한 균형 있고 현명한 접근을 촉진하기 위해 공적인 개입뿐만 아니라 정부와 산업 관련자들을 삼각으로 연결하여 협력하고 있다.

이러한 접근은 다음과 같이 요약할 수 있다.

- 가벼운 법적 제한 규정 프레임의 제정

인터넷에 대한 MDA의 규정 프레임은 방송 고지 2001(Class Licence)로 구현하고 있다. 인터넷 콘텐츠 제공업자와 인터넷 서비스 제공업자는 허가제도에 따라 자동적으로 허가를 받게 되고 허가제도 조건과 인터넷 실행 코드에 합당하게 준수해야 하며 싱가포르의 인종적 종교적 화합을 해치거나 공격적인 내용의 커뮤니티 운영에 관한 개요이다.

- 촉진 산업의 자체 규정

MDA는 관련산업의 자체 규정과 표준을 정할 것을 장려하고 있다. 이러한 측면에서 산업실행코드를 개발하기 위해 자신의 웹사이트에 라벨을 부착하도록 하고 있는데, 이것은 현존하는 인터넷 콘텐츠 규정을 보완하고 산업이 지금보다 성장할 수 있도록 홍보하는 역할을 하며, 자체 규정과 싱가포르의 콘텐츠 제공업자를 장려하기 위한 것이다. 산업의 일부로서 그러한 전향적인 노력은 인터넷 서비스에 있어서 높은 수준의 품질과 신뢰성을 보장함으로써 인터넷 사용을 보다 폭 넓게 장려하고 관련산업을 설립하도록 도와주는 역할을 하고 있다.

- 공적인 교육을 통한 온라인 안전 인식 홍보

MDA는 빠른 정보통신산업의 발전에 발 맞추어 공적 교육의 필요성을 인식하고, 주로 [인터넷부모자문그룹\(Parents Advisory Group for the Internet \(PAGi\)\)](#) 지원을 통하여 교육을 주도하고 있다. PAGi는 공적 교육을 위하여 장기 프로그램을 개발하고 지원하는 일을 하고 있는데, 자녀들의 인터넷 사용 시 부모들이 책임지고 자녀들의 가이드 역할을 할 수 있도록 돕고 있다. MDA는 또한 인터넷을 사용하는 자신의 어린이들을 보다 잘 관리할 수 있도록 돕는 가족 접근 네트워크와 같은 도구를 부모들에게 제공하기도 한다.

나. 비디오 게임

현재 싱가포르에는 비디오 게임에 대한 분류시스템이 없다. 현재의 가이드라인 내에서 콘텐츠의 내용이 게임으로 분류되는 것이라면 수입자가 신고할 필요가 있다. 하지만 만약 확실하지 않다면 MDA에 자문을 구해야 한다. 배급자는 가이드 라인에 반하지 않는 내용이라면 비디오

게임으로 분류하여 배급할 수 있다.

만약 배급자가 가이드라인의 기준에 합당하다고 확신하지 못한다면 배급자는 비디오 게임을 MDA의 결정을 위해 라이선싱 서비스(영화나 출판물) 관련부서 제출하여야 한다. MDA는 신고물품에 대해 게임 타이틀에서 기술한 내용이 공적인 피드백을 기반으로 가이드라인에 적합한지 여부를 판단하기 위해 게임 타이틀을 무작위로 검사를 한다

소비자 지향과 비즈니스 지향의 양쪽 측면에서 파급되는 정보통신 환경을 만들기 위해 IDA는 정책과 규정을 제정한다. 다양한 운영업자와 네트워크 환경 속에서 지속 가능한 성장성과 경쟁을 유도하기 위해 IDA는 단기와 중장기 정보통신 관련 정책이나 표준, 실행코드, 가이드라인의 자문 등 IDA가 수행하는 모든 일- 라이선스의 발급, 내부연결, 자원과 경쟁 관리-을 개발하고 공식화하고 있다.

여기에 IDA는 현재의 정보통신 정책과 규정 프레임들을 효율적이고 적절하게 운영하기 위해 기술 중립성을 유지하는 한편, 국내와 글로벌한 정보통신 시장의 추세와 개발 및 규정의 평가를 모니터링 하기도 한다.

정보통신 산업의 유동적인 본질을 인식하여 IDA는 전향적인 이들 정책들과 규정들을 검토하고 조율하기도 한다. 현재 존재하는 정책의 검토나 새로운 정책을 제정할 때 IDA는 이해관계자인 전문가의 의견과 관심사항을 조율하고 업계와 소비자를 컨설팅 하여 관심을 끌 수 있을 것으로 믿고 있다.

이러한 정책과 규정 작업을 통해 IDA는 다음과 같은 원칙을 세우고 있다.

- 효율적인 홍보과 경쟁의 유지
- 시설기반하의 경쟁은 가능한 범위에서 가장 크게 홍보하는 일
- 시장의 힘에 의존하는 것
- 균형 있는 규정의 채택
- 기술 중립서의 유지
- 투명하고 합리적인 의사결정 과정 제공

싱가포르 정부는 e-society, e-government and e-commerce의 발전이 투명하고 시장 친화적인 규정과 준칙을 요구하고 있다고 믿고 있다. 법적인 규정과 비즈니스 환경은 디지털 경제에서 산업의 개발과 발전을 증진하기 위해 요구되는 것들로 전통적인 기업에 대해 요구하는 것들과는 분명하게 구별되는 것이다.

새로운 디지털 경제에 대해 국내와 국제적인 정책을 채택해야만 하는 것이 정부에 맡겨진 임무이다. 좀더 빨리 그리고 다른 환경에 대해 디자인 된 새로운 환경에서 적절하고 새롭고 혁신적인 서비스의 개발을 위해 우리의 법을 확립하는 일에 대해 지연할 필요가 없는 것이다. 이러한 규정들은 새로운 시장의 성장을 방해하지 않는 한편, 소비자를 보호하고 업계의 발전을 증진하는 일과의 사이에 균형을 유지해야 할 필요가 있다.

새로운 정책과 규정들은 기술의 변화와 새로운 글로벌한 정책에 대해 유연하게 제공할 수 있도록 되어야 한다. 정부는 또한 계속하여 타당한 업계 자체 규정을 만들도록 업계를 지원해야 한다.

현재 법적이면서 규칙인 정책의 평가는 다음의 기관에서 수행한다.

o 전자거래 법령과 규정

공인키 기반시설 (Public Key Infrastructure)과 증명서 발급기관의 허가인증 청(Licensing of Certification Authority)

- 소비자 보호
- 지적재산권
- 컴퓨터 불법 사용 법령
- 도메인 네임
- 스팸 방지 프레임워크

o 지적 재산권 / 저작권에 대한 제도

게임 개발 회사에 대한 중요한 사항으로 지적재산권이나 저작권 보호가 있다. 싱가포르에서는 2002년부터 2004년까지 PERC에 의해 지적재산권에 대한 위험 수준이 가장 낮은 국가로 평가 받았다. 이것은 싱

가포르의 게임 개발사들이 국제시장에 대해 지적 재산을 개발하는데 있어서 확실히 좋은 소식이다. 이제 싱가포르는 아시아에서 가장 강력한 지적 재산 제도를 갖추게 되었다. 이것은 창조적인 작업이 필요한 소유권자에 대한 권리를 보호하는 것과 지적 재산에 대한 공식적인 접근과의 간격을 강화하기 위한 조치이기도 하다. 싱가포르는 저작권 법과 지적재산권 법을 글로벌한 지적재산권(IPR) 법에 맞춰 강화시켜 왔다. 예를 들면 지적재산권은 세계무역기구 (WTO), 베른(Berne)과 파리(Paris) 회의와 같은 국제적 협약 기준에서 제시한 기준에 따라 무역관련 지적재산권(TRIPS)이다.

저작권 법령(제 63조)은 1999년 8월에 수정되었으며 창의적인 혁신, 지식기반 경제와 전자상거래의 성장을 촉진하기 위한 제도로 강력한 지적재산권 제도에 도움이 되도록 하는 싱가포르의 약속을 강화하는 법령이다.

개정(안)의 목적은

저작권보호와 디지털 환경에서 저작권 소유자를 위한 법의 집행 기준을 개선하는 것으로 비즈니스를 위한 인터넷 사용을 증진하는 것이다.

예를 들면, 개정(안)은

- 지적 창조물로 인정받는 멀티미디어 상호 호환 가능한 제품에 대한 확장된 저작권 보호한다.
- 저작권 소유자들이 전자적인 방법으로 작품의 복사를 순식간에 하는 일 등에 관해 보호 한다.
- 저작권 소유권자들이 인터넷 서비스 제공업자들에게 저작권의 해적을 요청할 수 도 있는데 이것은 저작권 침해 행위에 대해 저작권 소유권자들이 침해 행위에 대한 법적인 실행을 주도하기 전에 저작권 침해 행위가 범죄가 될 수 있다는 것을 어떻게 하여 저작권 소유자들이 추가적인 방법을 허용하는 조건을 제공할 것인지를 규정하는 것이다.
- 네트워크 서비스 제공업자와 교육기관과 같은 사용자들에게 저작권 소유자들의 의무와 권리를 명확히 함으로서 인터넷 사용에 있어서 법적인 확실성을 홍보하는 것이다.

예를 들면, 이 개정(안)은 인터넷에서 이용 가능한 매체를 조회할 수 있도록 최종사용자들에게 허용하는 것이다. 또한 중개자인 인터넷 서비스 제공업자들이 책임을 면제를 받을 수 있도록 하는 내용이 담겨 있다.

싱가포르는 아시아에서 자신의 지적재산권 자산을 관리하기 위해 비즈니스를 할 수 있는 원스톱 센터이다. IP 창조에서부터 실험의 보호에 까지 싱가포르의 IP 활동의 전체 스펙트럼을 가로지르는 가치를 부여하고 있다. 싱가포르에서 IP 보호를 선도하는 기관은 싱가포르 저작권 보호 사무실 Intellectual Property Office of Singapore (IPOS)이다. 싱가포르는 IP 영역에 있어서 심지어 IP 비즈니스를 위한 강제적인 장소로 만들기 위해 자체적인 시스템과 산업기반시설을 끊임 없이 검토하고 업그레이드 하고 있다.

다. 저작권 작품의 보호

저작권 보호는 문학과 드라마, 뮤지컬과 예술적인 작품에 해당된다. 보호는 또한 다른 영화나 소리 녹음, 방송, 케이블 프로그램, 연극과 출판물과 같은 작품(가끔 이웃이나 관련된 저작권)을 보호하기도 한다.

저작권 보호는 그림과 단어와 같은 아이디어를 표현하는 것을 보호하며 아이디어 자체를 보호하는 것은 아니다.

o 저작권 관리 법률

저작권법(제 63 조)는 부칙은 싱가포르의 법으로 관리하고 있다.

- 자동보호

싱가포르에서 자신의 작업을 유형의 형태로 표현하고 만듦으로써 저작자는 저작권의 보호를 자동적으로 얻게 된다. 저작권 보호를 받기 위한 등록을 위해 서류철을 할 필요가 없다.

o 싱가포르에서 만든 작품의 해외 저작권 작품 보호

싱가포르 시민이나 거주자가 만든 저작권 작품은 국제 협약의 장점에 따라 해외의 여러 국가에서 보호된다.

국제적인 협약에 의거하여 싱가포르 시민이나 거주자의 작품은 작가가 작품을 제작하고 조약에 서명한 국가에서 보호 받는다. 캐나다나 미국과 같은 일부 국가에서는 저작권 침해 행위에 저작권의 증명을 간편하게 하기 위해 저작권을 등록하도록 하고 있다.

▶ 심볼 ©

심볼의 사용은 저작권이 존재하는 저작권 소유자가 간단하게 저작권 주장을 통지한다. 어떤 실체법상의 권한도 저작권소유에게 주지 않는다.

그러므로 사용하지 않은 심볼 저작권의 손실이나 기권으로 암시하지는 않지만 침해행위에 있어서 적절한 기준이 될 수 있다. 만일 침해 행위 주장에 대해 몰랐다고 주장하는 매체에 대해 법정은 적은 손실만을 감수하도록 고려하는 판단을 하기도 한다. 또한 저작권법 하에서는 침해행위 당사자간의 분쟁을 성공적으로 해결하도록 보호한다.

단지 개인적인 사용을 위해 허용되는 조건을 표시함으로써 심볼을 사용할 수 있다. 심볼을 복사 할 때는 대개 최초로 만들어 이용한 저작권 소유자의 이름을 연도 다음에 표기한다. 예를 들면, ©2005 년 지적재산권 싱가포르 사무소 라고 표기한다.

가끔 ©심볼 옆에 허가된 조건을 표시하는 문장을 표기하기도 한다. 예를 들면 “개인적인 사용만을 위한(for Private Use Only)”이라고 표기한다. 소유자가 사용을 허락하지 않는 경우 ©심볼 뒤에 “All Rights Reserved” 라고 표기한다.

▶ 원천증명

법령에서 작가는 자신의 이익을 지키기 위해 다음과 같은 여러 수단을 사용할 수 있다.

- 자신의 변호사나 수탁자와 함께 자신의 작품을 복사해서 보관한다.
- 자신의 작품을 공개하기 전에 작품의 사진 등을 복사하여 제작일자를 기록하고 날인을 하여 봉투에 담아 사람들에게 우편으로 발송하여 자신의 작품임을 증명한다.

- 선서관리관 앞에서 생성일자와 소유권의 사실증명을 기술함으로써 선언한다.

하지만, 이러한 수단은 원작자를 증명하는 아주 간단한 방법으로 작품이 원래의 것인지, 작가에 의해 만들어 진 것인지를 증명할 수 없다. 분쟁이 발생했을 때 법원은 원작자임을 증명할 수 있는 충분한 증거가 있는지를 보고 결정한다. 이러한 결정과정에서 저작권은 작품이 존재한다는 가정 에서 피고인(작품 도용자) 의 항소가 없다면 고소인의 소유권이 된다.

만일 피고인이 저작권이 존재하는 작품인지 여부에 대한 선의의 의문점에서 항소하게 되거나, 혹은 고소인이 저작권의 소유자인지의 여부와 고소인이 진술서를 적절한 사실증명으로 저작권과 저작권 소유에 대한 존재를 확인하는 것이다.

단순한 작업은 저작권으로 보호되지 않는다.

보호되지 않은 품목은 다음과 같다.

- 아이디어((예시) 문서화 되지 않은 새로운 비즈니스 아이디어)
- 개념((예시), 글로 쓰여지지 않은 새로운 게임 쇼의 개념)
- 발견((예시), 이전에 알려지지 않은 조사 확인)
- 절차((예시), 여행비자 신청시 포함된 단계)
- 방법((예시), 수학적인 문제의 유일한 해결 방법)
- 명백하게 만들지 않은 녹화나 글짓기에 있어서 주제문제((예시), 쓰여지거나 기록되지 않은 연설이나 춤)
- 원래의 저작가 아닌 주제((예시), 표준이나 주간의 날짜와 같은 공공도메인을 다루는 문제)

➤ 저작권: 소유권과 권한

• 소유권

일반적으로 작품을 만든 사람(예시, 작가)이 그 작품의 저작권 소유이다. 하지만 일반적인 규칙의 예외가 있다. 일부의 예외는 다음과 같다.

- 고용: 만일 작품이 고용주에 의해 고용된 사람이 만든 작품이라면 고용 조건의 이행에 따르며 그 작품은 고용주의 소유가 된다.
- 위임: 만일 어떤 사람의 유화/초상화/사진/조각은 또 다른 부분으로 위임된다. 위임 된 부분이 작품에서 저작권의 소유가 된다. 또 다른 작품은 비록 저작권이 위임자와 위임된 부분 의 사이에 있어서 계약에 의해 성립되어 양도되거나 지정된다 하더라도 작품을 만든 사람이 위임된 것이라면 다른 사람이 소유권을 갖게 된다. 저작권의 소유자는 일부의 개체나 전체의 권한을 할당할 수 있다, 부분적으로 권한을 할당하거나 자신의 선택에 의해 권한을 승낙할 수 있다. 분리 권한은 다른 권한과 분리하여 저작권법((예), 재생산 권한)하에서 주어진다.

*** 직업에 대한 특별한 상황**

- 저널리스트나 작가: 신문, 잡지의 저널리스트와 계약에 의한 서비스인 정기간행물의 작가나 견습생이 만든 저작권은 신문사 소유자의 것이며, 신문과 잡지의 정기간행물에 있어서 잡지의 출판과 재생산을 목적으로 한 잡지나 정기간행물의 저작권은 잡지나 정기간행물 소유자의 것이다.
- 사진이나 예술품: 만일 사진이 어떤 사람을 사진으로 찍은 것이라고 입증되거나 작품이 예술가가 사람을 그린 초상화라고 입증된다면 저작권은 개별 소유이다.

• 소유권의 구체적 사례

문학작품, 드라마, 뮤지컬, 예술적인 작품	작가는 다음 사항에 대해 독점권이 있다. <ul style="list-style-type: none"> - 작품의 출판 - 작품의 재생산 - 공적으로 수행한 작품 - 공적으로 의사소통한 작품 - 번안 작품
출판된 문학작품, 드라마 뮤지컬과 예 술작품	출판자는 출판 재생산에 대한 독점권이 있다.
소리 녹음	소리 녹음의 생산자는 다음 사항에 대해 독점권

	<p>이 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소리 녹음을 복사하는 것 - 소리 녹음으로 상업적인 임대하는 것 - 만약 출판되지 않았다면 소리 녹음을 출판하는 것 - 도구에 의한 것과 디지털 오디오 전송장치의 - 일부로 일반이 사용할 수 있도록 소리 녹음하는 것
영화 촬영 필름	<p>필름의 생산자는 다음 사항에 대해 독점권이 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 필름의 복사 - 필름을 일반인에게 보여주는 일 - 필름에 대해 일반에게 공개하는 일
텔레비전과 라디오 방송	<p>방송업자는 다음 사항에 대해 독점권이 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 방송을 위해 필름을 만들거나 소리녹음 - 재방송 - 일반인에게 방송 의견교환 - 독자가 돈을 지불하여 듣거나 보는 방송행위
케이블 프로그램	<p>케이블 프로그램 생산자는 다음 사항에 대해 독점권이 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 케이블 방송을 위해 필름을 만들거나 소리녹음 - 일반인에게 방송 의견교환 - 독자가 돈을 지불하여 듣거나 보는 방송행위.

전자적인 수단에 의해 전송하기 위해 정의된 “통신”(어떤 경로를 거쳐거나 경로의 조합이나 또 다른 방법) 작업이나 다른 내용, 다음 사항이 포함되어 있는지 아닌지의 요청에 대한 반응

- a) 방송
- b) 케이블 프로그램의 포괄
- c) 작품을 가능하게 하거나 다른 어떤 사람이 선택한 시간에 어떤 장소로부터 어떤 사람에 의해 접근된 작품이나 내용(예시, 인터넷을 통한 접속)

▶ 저작권 소유자로부터 허가

저작권 소유자의 승낙이 필요한 저작권 소유자만이 가지고 있는 독점권으로 행할 수 있는 것들(예시, 작품의 재생산). 원천 지식에 대한 단순한 지식은 저작권 소유자가 주어진 자신의 승낙을 의미하지 않는다. 가끔 승낙은 “사적인 용도”라는 허가된 용어로 나타낸다. 그렇지 않다면 저작권 소유자의 허가를 받아야 한다.

이렇게 하기 위해서는 직접 저작권 소유자를 찾거나 저작 매체의 사용을 허가 받기 위해 협상하여야 한다. 아니면 공동체를 통해 허가를 받아야 한다.

공동체는 소유권자 그룹의 행정권 조직이다. 이러한 공동체는 특별조항 하에 이들 구성원의 작품을 사용할 수 있도록 승낙한다.

* 조건

관련된 저작 작품의 종류에 따라 기간이 다양하다.

문학, 드라마, 뮤지컬, 예술적 작품	작가가 사망한 후로 70년
출판된 문학작품, 드라마 뮤지컬과 예술작품	만일 작품이 작가의 사망 이후에 출판되었다면, 작품이 최초로 출판된 년도 말부터 70년
소리 녹음과 필름	출판된 이후 편집이 된 년도 말로부터 25년
방송과 케이블 프로그램	방송되거나 케이블 프로그램이 최초로 만들어진 년도 말로부터 50년
연극	방송되거나 케이블 프로그램이 최초로 만들어진 년도 말로부터 50년

▶ 심판위원회 저작권

법정 저작권은 저작권 소유자와 저작권 매체의 사용자간에 발생하는 어떤 분쟁을 해결하기 위한 포럼이다. 심판위원회의 판결은 저작권 법령(제 63 조) 7 장에 명시되어 있다.

IPOS 는 저작권 심판위원회 사무국이다. 심판위원회는 다음 권한이 주어진다.

- 문학이나 드라마, 뮤지컬 작품과 관련된 방송이나 케이블 프로그램 서비스를 수행하기 위한 허가와 연관되어 발생하는 분쟁의 해결
- 이용 가능한 장소에서 녹화의 측면에서 로열티의 배분, 뮤지컬 작품의 녹화를 위한 로열티의 지불 확정
- 정부가 저작권 매체를 사용하는데 있어서 조건의 결정
- 허가된 방송이나 케이블 프로그램을 위한 필름 예술 작품에 대한 권한 “동등한 보상” 결정
- 비 반복적인 디지털 오디오 전송장치를 통해 일반인에게 소리 녹음하도록 하는 “동등한 보상”에 대한 결정
- 저작권 법령 하에 허가된 될 만한 허용되는 범위 내에서 저작권 매체를 사용할 때 교육기관에 의해 지불되는 “동등한 보상” 결정

저작권 심판위원회는 법률 관점에서 결정을 위해 어떤 문제를 시행하기 이전에 상급법원에 참조하는 권한을 갖고 있다. 이러한 행위는 어떠한 문제에 대한 요청에서나 이러한 자체의 판단에 있어서 결정되는 것이다.

라. 침해

침해는 누군가가 판권 소유자만이 가진 독점적 권리를 그의 동의 없이 사용했거나 혹은 침해에 해당되는 물품을 상업적으로 거래 했을 때 발생한다. 예를 들어, 누군가 저작권자의 동의 없이 물품을 복제하거나 또는 위반되는 물품을 고의적으로 판매하는 경우가 이에 해당된다고 하겠다. 판권이 있는 것 전체를 복제하지 않았다 해도 저작권 침해가 된다는 사실을 아주 중요한 사항이다. 원본의 작은 부분이라도 실제적으로 복제했다면 저작권 침해에 해당된다.

o 구제조치

구제는 법원이 저작권이 침해된 사람을 인정하고 보호하는 구제책이다. 민사소송 시 저작권자의 구제책으로는 금지명령, 손해배상(인정된 실질적인 손해나 법이 인정한 손해) 그리고 이익근거 등이 포함된다. 극도의 침해행위인 경우, 법원은 침해를 행한 이들로 하여금 저작권자에게

추가 손해배상을 지급하도록 명령한다. 법원인정손해일 경우 구제조치는 법원은 침해행위의 결과로 인한 저작권자가 입은 피해의 입증 없이 침해를 행한 가해자에게 배상명령을 할 수도 있다. 침해행위당 최고한도 S\$10,000까지 적용되고 특정한 행위는 총\$200,000까지 적용된다.

o 형사상의 위반행위

싱가포르의 저작권법상 형사위반행위는 아래와 같다.

- 판매를 목적으로 한 저작권을 침해하는 사본 제작
- 저작권을 침해한복제품의 판매
- 판매목적의 침해한 복제품의 소유나 수입, 무역목적의 유통, 판매
- 무역목적으로 저작권 침해사본의 유통

위의 어떤 경우도 가해자가 복제품이 저작권을 침해했다는 것을 당연히 알고 있음이 입증되어야 한다. 더욱이 상당한 부분을 고의적으로 저작권 침해를 하거나 상업적 이익을 얻기 위한 목적으로 침해하는 것 또한 형사상의 위반행위이다.

o 고의적인 침해에 대한 형사상의 책임

상업적인 이익을 얻기 위한 목적으로 고의적인 저작침해행위도 형사상 위반행위이다. 상업적 이익이란 비즈니스나 무역을 통해 얻어지는 재정적인 이익이나 혜택, 어떠한 직접적인 이익도 이에 해당된다. 저작권의 침해 범위가 어느 정도 인지는 침해한 사본의 볼륨, 가치, 침해행위가 저작자에게 미친 실제적인 손해와 그에 따른 모든 관련된 문제에 따라 결정된다.

이 같은 고의적인 저작 침해행위에 대한 페널티는 다음과 같다.

- 처음 위반 시, 벌금 \$20,000미만과/혹은 구속 수감 6개월까지
- 2번째 또는 차후 위반 시, 벌금 \$50,000과/혹은 구속 수감 3년까지
-

그 밖의 다른 민사와 형사책임이 있는 행위들은:

- 범망을 교묘하게 빠져나가는 기술적 한도
- 전자적으로 부착된 물품의 경영정보 권리를 고치거나 부정하게 삭제한 경우

o 그 밖의 저작권 관련 규정

- 경계의 시행대책
- 침해한 사본수입의 제한

저작권자나 특허권 사용권자는 서면으로 본인상품의 저작권을 침해하는 사본의 수입을 반대한다는 명백한 진술을 세관 심의관에게 전달해야 한다. 저작권자는 세관 심의관이 본인이 주장하는 침해된 사본을 확인할 수 있도록 충분한 정보를 제공해야 하고 사본의 수입이 예상되는 장소와 시간을 확인 해야 한다. 저작권자는 또한 사본이 본인의 저작권을 침해하는 복제라는 것을 심의관에게 확인시켜주어야 한다.

그런 통보를 받은 심의관은 침해 수입품 압류를 위한 적절한 조치를 취하고 저작권자와 수입자에게 압류에 대해 알려준다. 저작권자는 비로소 저작권 침해에 대한 소송을 시작할 것인지를 결정하고 압류통보 일로부터 10일 이내에 심의관에게 통지한다. 만약 저작권자가 법원에 소송을 내지 않고 또 압류된 침해 사본에 대한 정부의 몰수에 관해 수입자가 동의한다는 서면상의 통보가 없으면, 세관 심의관은 수입업자에게 압류된 사본을 돌려주게 된다.

o 저작권을 침해한 사본의 억류

어떤 세관공무원 이나 경찰관(관련 경찰관)도 싱가포르로 수입 되거나 또 이곳에서 수출되거나, 싱가포르에 상업적이든 물리적이든 일단 이곳에 머물고 있는 사람에게 맡겨져 이곳을 통과 하는 물품이라도 일단 저작권을 침해하는 사본이라는 합당한 의심이 간다면 그 물품을 억류하는 행동을 취한다.

억류가 되면, 심의관은 저작권자와 수입자/수출자/위탁 맡은 자에게 통보하고, 저작권자가 압류된 침해한 사본의 억류를 연장할 수 있는 정식적 통보 할 수 있도록 48시간 동안 침해사본을 억류하고 있다

만일 저작권자가 그런 통보를 한 후 압류된 사본은 10일 더 억류되게 되며 그 동안 저작권자는 법원에 저작권침해관련 소송을 시작해야 한다.

만약 그렇게 하지 않는다면, 억류물품은 수입/수출/위탁자에게 되돌려지게 된다. 추가로 관계당국의 공무원은 저작권침해와 관련된 사본이라는 확실한 의심이 가는 어떤 물품도, 또 그것이 싱가포르를 통과하는 물품일지라도 검사 할 수 있는 권한을 가지고 있다.

o 저작권침해 행위의 예외

• 공정한 거래

저작권법 산하 “공정거래” 규정 내에는 정당한 목적을 위한 어느 정도의 복제는 가능하다는 규정이 있는데 연구나 조사의 목적을 위한 것으로, 공정거래에 해당되는 한은 문제가 되지 않는다.

공정거래에 해당하는지를 결정하는 여러 요인들은 아래와 같다.

- 목적과 거래의 성격이 상업적 본질이나 비영리의 교육적인 거래 일 때
- 일의 본질이나 적용범위가 예를 들면 사진과 같이, 어떤 한 부분이 전체를 구성하는 것일 때
- 복제되는 부분의 양과 그 실질성에 있어 전 부분 복제와 마찬가지로
- 잠재적인 시장에 미치는 거래의 파급효과나 가치효과가 뛰어날 때
- 합리적인 시간 내 좋은 가격으로 일이나 개작 거래를 얻을 수 있는 가능성이 많을 때

그밖에 비평 이나 평론, 시사보고, 소송절차나 전문적인 의견이 목적인 공정한 거래는 저작권의 침해로 적용되지 않는다.

o 저작권 침해의 예방

디지털 저작권이 재생산되고 유포되는 것이 쉬워짐에 따라서, 저작권을 적절하게 보호하기 위하여, 허가 없는 접근과 사용을 막기 위한 실질적인 방법으로 법률적인 보호장치를 만드는 것이 필요하다.

이것에 대한 실질적인 방법으로 저작권자는 이하의 경우 적절한 조치를 취할 수 있다.

(a) 저작물에 대한 접근을 통제하는 실질적인 어떠한 수단에 고의적으로 침입하는 자

(b) 저작권을 보호하기 위해 정해진 수단을 침해, 침입할 수 있는 어떠한 장치나 생산물, 혹은 부품들을 생산, 수입, 배포, 대중들에게 보급, 또는 공급하거나 운송하는 자: 상기한 장치나 생산물 혹은 부품들은

- i) 저작권 보호 수단을 침해하기 위해 만들어진 것
- ii) 저작권 보호 수단을 침해하는 것 이외에는 상업적으로 중요성이 제한되어 있는 것
- iii) 저작권 보호 수단을 침해하기 위한 목적을 우선으로 하여 고안된 것

(c) 저작권을 보호하기 위한 수단을 침해하는 것과 관련된 어떠한 서비스를 대중에게 제공하는 자; 상기한 서비스는

- i) 저작권을 보호하기 위한 수단을 침해하는 것을 목적으로 개발되거나, 광고되는 것
- ii) 저작권을 보호하기 위한 수단을 침해하는 것 이외에는 상업적으로 중요성이 제한되어 있는 것
- iii) 저작권 보호 수단을 침해하기 위한 목적을 우선으로 하여 고안된 것

* 단어정리: 이상 ‘침해’라고 표현한 단어는 회피, 제거, 해독, 침해, 침투 등의 뜻을 가진다.

o 고의적인 침해에 관한 형사상의 책임

고의적으로 위와 같은 사항을 범하거나, 상업적인 이득을 얻기 위한 목적으로 행하였을 경우, 만약 유죄가 입증된다면, 사건의 당사자는 이하의 책임이 있다.

(i) (a)에 대하여 \$20,000 를 초과하지 않는 벌금형; 또는

(ii) (b)와 (c)에 대하여 2 년 이하의 징역 또는 \$20,000 를 초과하지 않는 벌금형

(b)(i)와 (c)(i)에 대하여, 사건 당사자가 저작권을 침해하기 위한 장치를 스스로 개발, 광고 하거나 혹은 그러한 일에 책임을 지고 있는 자가 아니라면 고의성이 있다고 사료되지 아니한다.

(b)(ii)와 (c)(ii)에 대하여, 사건 당사자가 혐의를 받고 있는 저작권을 침해하는 장치에 대하여 이 것이 저작권을 침해하는 수단 이외에는 다른 상업적으로 중요성이 제한되어 있다는 것을 알고 있지 않은 경우 고의성이 있다고 사료되지 아니한다.

(b)(iii)에 대하여, 사건 당사자가 혐의를 받고 있는 저작권을 침해하는 장치에 대하여 이 것이 주로 저작권을 침해하는데 쓰이는 목적으로 고안된 것임을 모르는 경우 고의성이 있다고 사료되지 아니한다.

(c)(iii)에 대하여, 사건 당사자가 혐의를 받고 있는 저작권을 침해하는 장치에 대하여 이 것이 저작권을 침해하기 위한 목적으로 사용된다는 사실을 알지 못하는 경우 고의성이 있다고 사료되지 아니한다.

o 민사상의 해결

저작권자는 이하에 기술된 사항에 대하여 민사 소송을 취할 수 있다. 저작권자의 민법을 통한 사건의 해결은 이하를 포함한다:

- 금지 명령
- 이득에 관해 손해를 끼친 경우 \$20,000 이하의 손해배상
- 저작권을 침해한 해당 물질을 파괴

o 권익 관리 정보(RIGHTS MANAGEMENT INFORMATION: RMI)

권익 관리 정보는 저작물에 대한 소유권자, 그리고 저작물의 사용에 관한 조건들을 포함하고 있다. 이 디지털 형식의 정보는

- 저작물 사본에 첨부되거나 포함될 수 있다.
- 커뮤니케이션, 저작물 사본을 공개하는 것과 관련하여 만들어 진다.

이 디지털 형식의 정보는 디지털화 작업한 자가 저작권에 대한 일련의 작업을 인지하거나 저작물에 대한 정보를 제공하기 위한 목적으로 사용된다. 권익관리정보의 예로는 디지털 사진의 출처를 법률적으로 입증하는 워터마크가 있다.

저작물에 대한 독점권을 가진 자의 동의 없이 이하의 경우에 해당하는 행위를 하는 경우 사건의 당사자는 법률적인 제한을 받게 된다.

- (a) 어떠한 작업과 관련하여 권익관리정보를 고의로 변경하거나 제거하는 경우
- (b) 권익관리정보가 변경된 어떠한 작업과 관련이 있는 권익관리 정보를 배포하기 위한 수입 혹은 그 권익관리정보의 배포
- (c) 권익관리정보가 제거되거나 변경된 저작물 사본을 공개, 배포를 위한 수입, 배포

o 저작권 침해에 관한 예외

저작권 보호하기 위한 수단을 침해하는 것에 대하여 법률을 적용하여 처벌하는 것에 이하의 경우 예외를 두고 있다.

- 비영리 도서관, 비영리 문서보관소, 교육기관, 장애인을 돕는 기구는 저작권을 가진 저작물에 대해 접근이 가능하다.
- 정보를 해독하기 위한 목적
- 개인적으로 수집이 가능하고 유포가 가능한 저작권을 보호하기 위한 수단을 무력화 시키거나 파악하는 것
- 독립적으로 개발된 컴퓨터 프로그램을 다른 컴퓨터와 공유를 하기 위한 목적
- 소수의 이용자를 인터넷에 게재된 어떤 저작에 대한 접근으로부터 막을 목적

- 컴퓨터, 컴퓨터 시스템 혹은 네트워크의 보안상의 취약점을 고치고, 분석하고, 실험하기 위한 목적
- 법률의 시행, 정보 보호, 국방, 필수적인 보호, 또는 유사한 목적

저작권을 침해하는 도구를 만들거나 서비스를 제공하는 것에 대한 예외 조항

저작권을 침해하는 도구 혹은 서비스를 개발, 수입, 제공, 유포 하는 것에 대한 예외 조항이 있다. 이하의 경우 예외로 간주된다.

- 다른 컴퓨터와 공유를 하기 위한 목적
- 정보를 해독하기 위한 목적
- 소수의 이용자를 인터넷에 개제된 어떤 저작에 대한 접근으로부터 막을 목적
- 컴퓨터, 컴퓨터 시스템 혹은 네트워크의 보안상의 취약점을 고치고, 분석하고, 실험하기 위한 목적
- 법률의 시행, 정보 보호, 국방, 필수적인 보호, 또는 유사한 목적

마. 저작권과 인터넷

o 인터넷상의 저작권

인터넷을 통하여 전송되거나 웹 서버에 저장된 저작물은 다른 매체의 저작물과 동일하게 취급된다. 인터넷을 통해 이용 가능한 형태로 만들었다는 사실은 저작권을 포기하는 것을 의미하지 않으며 저작자의 허락 없이 게시물을 재생산하거나 다운로드가 가능하다는 의미가 아니다.

저작권의 소유자들이 인터넷에 개제된 자료에 대해 저작권을 가진 해당 자료를 만든 날짜를 문서적인 증거로 유지하고, 그 자료에 저작권을 명시하는 것은 실질적인 좋은 방법이다.

o 네트워크 서비스 제공자의 책임

저작권법은 네트워크 서비스 제공자(Network Service Providers: 네트워크서비스제공자)에게 제한적인 법률적 면책을 제공한다.

네트워크서비스제공자란 이하를 지칭한다.

- (a) 데이터의 전송을 위한 연결을 제공하거나 그와 관련된 서비스를 제공하는 자
- (b) 온라인 서비스 또는 네트워크 액세스를 위해 시설을 운용하거나 제공하는 자

특정한 조건 하에서, 네트워크서비스제공자는 전송, 연결, 저장 시스템 제공과 같은 업무를 통한 저작권 침해에 대해 책임을 지지 않는다.

o 전송 또는 연결의 제공

이하의 경우 네트워크서비스제공자는 금전적인 손해배상의 책임을 지지 아니한다.

- 네트워크서비스제공자가 전송을 시작한 것이 아닌 경우
- 전송이 네트워크서비스제공자에 의한 저작물의 선택 없이 자동적인 기술적 과정에 의해 초래된 경우
- 네트워크서비스제공자가 요청에 대한 응답으로서의 전송 이외에, 자료의 수령인을 선정하여 전송한 것이 아닌 경우
- 네트워크서비스제공자가 자료를 수정하지 않은 경우

위와 같은 경우, 법원의 지시는 이하로 제한된다.

- 네트워크서비스제공자는 저작물에 대한 접근을 차단하기 위한 단계적인 조치를 취할 것을 요구된다.
- 네트워크서비스제공자는 저작물 보호에 관한 규정을 위반한 계정을 제거할 것을 요구된다.

o 시스템에 은닉, 저장(System Caching)

이하의 경우 네트워크서비스제공자는 자신의 네트워크를 통해 서비스 되는 저작물의 저장용 복사본을 만드는 것에 대해 금전적인 손해배상의 책임을 지지 아니한다.

- 저장용 복사본의 내용을 수정하지 않은 경우
- 저작권 침해에 관하여 저작권 자로부터 통보를 받은 후 네트워크 상에서 저작물의 저장용 복사본을 합리적인 단계로 신속하게 제거 혹은 접속을 차단한 경우

- 저작물의 저장용 복사본에 대한 어떠한 절차 혹은 조건을 따른 경우

위와 같은 경우, 법원의 지시는 이하로 제한된다.

- 자신의 네트워크 혹은 자신의 또 다른 네트워크에 있는 저작권을 침해한 디지털 복사본을 제거하거나 접근을 차단하기를 요구된다.
- 네트워크서비스제공자는 저작물 보호에 관한 규정을 위반한 계정을 제거할 것을 요구된다.
- 위와 같은 명령은 비 금전적인 명령들 중 네트워크서비스제공자에 최소한의 부담만을 주는 것들이어야 한다.

시스템에 저장하는 것은 네트워크서비스제공자가 자신의 다른 네트워크 상의 디지털 복사본으로부터 자신의 네트워크 상의 저작물에 대한 디지털 복사본을 만드는 경우 발생한다. 이 자동화된 과정은 네트워크를 사용하는 사용자에게 의한 것이고 은닉된 복사본은 사용자가 정보에 대한 효율적인 접근을 하기 위하여 생성된다.

o 저장장치

네트워크서비스제공자는 네트워크를 통해 제공된 콘텐츠의 지적재산권 침해로 금전상의 손해를 보지 않을 수 있다.

- 콘텐츠의 지적재산권이 침해되었다는 사실을 몰랐거나 침해할 가능성이 있다는 사실을 몰랐던 경우
- 지적재산권에 침해되었다는 사실을 인지한 후 본인의 네트워크에서 콘텐츠에 대한 모든 접근을 제거, 불가능하게 만드는 경우
- 지적재산권을 침해한 작품을 통해 아무런 금전적 이익을 얻지 못한 경우
- 콘텐츠의 견본을 만든 후 견본에 지적재산권에 대한 표기를 했을 경우

o 연결

네트워크서비스제공자는 지적재산권이 침해되었다고 생각되는 콘텐츠에 하이퍼링크 등 출처를 밝혔을 경우 금전상의 손해를 보지 않을 수 있다.

- 콘텐츠의 지적재산권이 침해되었다는 사실을 몰랐거나 침해할 가능성이 있다는 사실을 몰랐던 경우
- 지적재산권에 침해되었다는 사실을 인지한 후 본인의 네트워크에서 콘텐츠에 대한 모든 접근을 제거, 불가능하게 만드는 경우
- 지적재산권을 침해한 작품을 통해 아무런 금전적 이익을 얻지 못한 경우
- 콘텐츠의 견본을 만든 후 견본에 지적재산권에 대한 표기를 했을 경우

o 견본품

인터넷에서 접근 가능한 제한된 지적 콘텐츠를 사용하려면 네트워크서비스제공자는 반드시 지적재산권 소유자로부터 인정 받은 표기를 견본품에 포함해야만 한다.

모든 견본품들은 IPOS 에서 승인 받고, 네트워크서비스제공자 s 의 목록에 기록되어 관리되어야 한다.

o 저작권과 소프트웨어 프로그램

소프트웨어의 원시 부호는 리터러리 워크로 보호된다. 프로그램의 레이아웃과 디스플레이도 저작권에 의해 보호된다.

o 저작권과 등록 디자인

그림이나 조각품 같은 예술작품이 상품으로 적용된 경우 혹은 산업적으로 생산된 경우 (예: 50 개 이상의 물품이 생산된 경우) 그 작품의 저작권은 더 이상 효력이 없다. 이는 반드시 등록 디자인 법에 의거해 보호 받아야만 한다. (Cap. 266)

o 교육기관에 관한 특별 조항

학교 혹은 교육기관이 저작권을 가진 작품을 복사하거나 사용하기 위해선 저작권과 관련된 법률에 따라야 한다. 또한, 이들은 반드시 교육 목적으로만 사용되어야 한다.

문학 작품의 경우 위반해서는 안 되는 사용범위가 존재한다.

가) 작품이 장으로 나뉘어져 있는 경우

- 한 개 장 이하 혹은
- 작품 전체 페이지수의 10% 이하

나) 작품이 장으로 나뉘어져 있지 않은 경우

- 작품 전체 페이지수의 10% 이하
 - 작품이 전자매체에 보관되어 있거나 페이지로 나뉘어져 있지 않은 경우
- 작품 전체 바이트수의 10% 이하

그러나 작품을 사용한 학교에서는 반드시 사용기록을 남겨야 할 의무가 있으며 저작권 소유자에게 그들의 요구에 따라 일정량의 보상을 해 주어야만 한다.

바. 그 외의 법률

싱가포르에서 저작권과 관련이 없는 다른 법률은 사람들이 광 디스크에 보관된 합법적인 물품들을 도용하지 못 하도록 막기 위한 것이다.

광 디스크(예: CD, VCD, CD-ROM, DVD-ROM)에 보관된 물품들과 수입된 복사물품 등은 광 디스크 물품 취급법과 수입, 수출 규제법에 따라 각각 규제 받게 된다.

▶ 광 디스크 물품 취급 법

광 디스크에 보관된 물품들은 경제개발부(the Economic Development Board, EDB)에 의해서 관리된다.

광 디스크 물품 취급 법 제 4 항을 참조하면 어느 누구도 허가 없이 CD, VCD, CD-ROM, DVD-ROM 에 보관된 작품들을 상업적 목적으로 사용할 수 없으며 사용시에는 반드시 라이선스의 유효기간과 조건에 따라야만 한다.

라이선스가 없는 광 디스크 물품의 사용은 위법 행위이다. 유죄 판결시 아래와 같은 처벌을 받게 된다.

- 200,000 달러(SGD) 이하의 벌금형에 처한다.

- 2 회 이상 위법 행위가 계속될 경우 400,000 달러(SGD) 이하의 벌금형에 처한다.

그 외의 경우에는 100,000 달러(SGD) 이하의 벌금형이나 12 개월 이하의 징역형을 선고 받는다. 또한 2 회 이상 위법 행위가 계속될 경우 200,000 달러(SGD) 이하의 벌금형이나 2 년 이하의 징역형을 처한다.

어느 누구나 등록 기관에 광 디스크에 보관된 작품의 라이선스 취득을 신청할 수 있다. 등록 기관 관계자는 작품 혹은 물품의 성격에 맞춰 라이선스 유효기간 및 조건을 지정해 줄 것이다.

사. 형법 (224 장)

제 1장

서문

약명

1. 이 조항들은 형법에 해당된다.

싱가포르에서 행해진 위법행위에 대한 처벌

2. 형법 조항을 위배한 모든 자들은 싱가포르내에서 위법 처리되어 처벌 받게 된다.

싱가포르 내에서 발생한 위법행위는 아니나 싱가포르에서 처벌되어야 하는 경우

3. 싱가포르의 범위를 벗어난 곳에서 행해진 위법행위는 이 형법의 조항에 따라 엄격히 처리된다. 싱가포르 내에서 발생한 위법행위와 똑같은 방식으로 처리된다.

이 법의 적용을 받지 않는 특별법

4. 이 법은 폭동을 저지하고 싱가포르 군대 관계자의 업무 불이행을 징벌하기 위한 다른 법들을 폐지, 변경, 중지하지 아니하며 영향을 끼치지 않는다.

* 제 4항은 없다

.

제 2장

개요

이 법률의 대상과 예외를 이해하기 위한 일반적인 설명

6. 여기에 쓰여진 법률과 관련한 모든 위법 행위와 실례들은 예외로

간주된다.

예시

(a) 이 법률의 내용을 살펴보면 7세 이하의 어린이는 이와 같은 범죄를 저지르지 않을 것이라는 이야기는 없으나 일반적으로 7세 이하의 어린이가 저지른 범죄는 위법 처리되지 않는다.

(b) 경찰관 A씨가 소환장 없이 살인을 저지른 Z씨를 체포했을 경우에도 A씨의 행동은 위법 처리되지 않는다. A씨는 법에 의해 체포할 권한을 부여 받았기 때문이다.

D. 게임산업 관련 잡지 및 미디어

싱가포르에서 발간되는 게임잡지는 현재까지 Hardware Zone에서 운영하는 Game Axis 뿐이며 미디어는 인터넷으로 웹 서비스 하는 S&S Media에서 운영하는 SDA Asia(www.sda-asia.com)가 있다. 이 밖에 싱가포르 게임개발자 협회(IGDA)에서 운영하는 인터넷 웹사이트가 있다. 또한 게임 내용을 e-book 형태로 제작하여 소개하는 온라인 잡지로 playworksonline(www.playworksonline.com)에서 운영하는 게임 관련 웹사이트가 있다.



<Gameaxis 게임잡지 표지>



< playworksonline의 온라인 잡지>

E. 모바일 게임사

타이틀	개발사	장르
2006 Real Football	Gameloft	Soccer
Asphalt3:StreetRules	Gameloft	Racing
F-16AirFighter		비행슈팅
MiamiNight:SingleInTheCity	Gameloft	시뮬레이션
Openseason	Gameloft	어드벤처
PrinceOfPersia3:TheTwoThrones	Gameloft	어드벤처
SherlockHolmes	Frogware	어드벤처
SplinterCellDoubleAgent	Ubisoft	어드벤처
StarWars	THQ Wireless	건슈팅
WallBreaker2		퍼즐

사업자명	홈페이지	전화
Singnet	www.singnet.com.sg	1610
SingTel Magix	www.magix.com.sg	1800-6438-4338
Pacific	www.pacific.net	1800-6872-1455
StarHub	www.starhub.com	1800-825-7900

KGDI 동향보고서 07-002-1-3

2006 신흥게임시장조사 - 싱가포르

발행인 : 무종식

발행일 : 2007년 3월 30일

발행처 : 한국게임산업개발원

* 본 보고서 내용의 무단전재를 금하며, 가공·인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.