한국게임산업개발원 kotra

동남아 게임시장 동향 정기보고서

[인도네시아]

주제

- '자카르타 페어'서 선보인 인터랙티브 게임
- 프로게이머들 사이에서 '라그나로크' 큰 인기
- '2007 모바일 콘텐츠 및 애플리케이션 상' 제정

15호 - 2007.7월

인도네시아 게임시장 동향 보고

(2007년 7월 1호)

1. '자카르타페어'에서 선 보인 인터액티브 게임들

자카르타의 수도 지정을 기념하는 행사의 일환으로 매년 인도네시아 정부는 자카르타 북부 끄마요란 지역에서 '자카르타페어(Jakarta Fair)'를 개최하고 있다.

인도네시아에서 가장 붐비는 도시인 자카르타에서 시민들에게 '자카르타페어'는 가장 인기 있는 행사이기도 하다.

금년에는 자카르타 페어가 6월 1일부터 7월 14일까지 개최되고 있는데, 가장 인기 있는 전시회이고 방문객이 1백만을 넘는 행사이다 보니, 해마다 각종 유명 제품들이 이 전시회를 통해 프로모션을 하고 있다.

각 전시부스들이 관람객들의 시선을 끌어들이기 위해 다양한 디자인으로 부스를 꾸미기도 하고 특히 금년에는 퀴즈나 인터액티브(Interactive) 게임을 활용하는 경우가 많았다고 한다.

특히 말보로 담배 부스는 겉에서는 아무 것도 안 보였지만, 일단 안으로 들어가면 재미있는 게임들이 많이 준비되어 있어서 가장 인기가 모았다고 한다.

여러 명이 함께 플레이를 할 수 있는 F1 아케이드 게임에서부터 신분증만 보여주면 Piccadilly 게임을 무료로 할 수 있었다고 한다. 또한 말보로와 경쟁하는 국내 담배제조업체인 삼뿌르나의 부스에서도 프로젝터와 센서가 장착된 바닥을 이용한 인터 액티브 축구게임을 제공해 관객들을 끌어 모았다고 한다.

관객들의 호응을 받았던 또 다른 전시부스는 가루다식품의 부스였는데, 가족 및 아동용 스낵 제조업체답게 소비자들이 즐길 수 있는 '댄스댄스레볼루션'이나 '골프'게임을 제공해 인기를 모았다.

이처럼 금년 전시회에서는 게임을 통한 관객유치가 전년보다 대폭 강화되면서 인터액티브 게임이 전시회의 중요한 매력포인트가 되었다고 한다.

많은 전시회 참가업체들이 방송을 통한 광고보도 인터액티브 게임을 통한 홍보가 더 효과적이라는 생각을 하고 있다고 한다. 특히 아동이나 젊은 세대를 대상으로 한 제품홍보에 효과적인 것으로 인식되고 있다.

인터액티브 게임의 인기와 홍보효과가 계속 상승하고 있으므로 이 분야에 대한 한국 게임업체들의 관심과 참여가 요구되며, 인도네시아에 진출하는 한국기업들과 연계한 제품홍보용 인터액티브 게임 개발도 적극 고려해 볼 필요가 있음.

자료원 : www.kompas.com 기사 및 Mr.Bullit Sezaria(게임개발자) 면담.

2. 최고의 '라그나록' 플레이어를 꿈꾸는 인도네시아 게이머들

지난 4년 동안 PT. Lyto Datarindo Fortuna(이하 Lyto사)에서는 해마다 인도네시아 전국 라그나록(Ragnarok) 챔피언 선발전을 개최해 한국에서 개최되는 라그나록 세계챔피언대회에 파견해 왔다.

금년에도 Lyto사에서는 7월에 한국에서 개최될 라그나록 세계대회에 파견할 대표선수 선발전을 개최한 바 있다.

오랜 시간에 걸친 선발전을 통해 자카르타, 수라바야, 뿐띠아낙 등지에서 선발된 4개 팀이 6월 30일 자카르타 찌뿌뜨라 호텔에서 개최된 인도네시아 대표선수 최종 선발전에 참가하였다.

Lyto 사의 브랜드매니저인 Ms Ostra Ligwina 에 따르면, 라그나록 세계 챔피

언 전에서 승리한 팀에게는 2만 불의 우승상금이 돌아갈 예정인데, 금년 참가열기가 어느 해 보다 높다고 한다.

그래서인지 금년 참가자 수가 급격하게 늘었고, 최종 라운드 진출자중에는 지난해 챔피언 외에도 새로운 팀들이 포함되어 있다고 한다.

Lyto사의 Andi Suryanto 부장에 따르면, 현재 라그나록의 게이머의 숫자가 2백만이라고 하는데, 인도네시아 전체 게임인구 5백만임을 감안할 때 압도적인 숫자라 할 수 있다.

점점 더 게임을 직업적으로 하려는 사람들이 많아지고 있고, 프로 플레이어들의 수가 빠르게 늘고 있다고 하는데 국내외 게임에서 우승을 통해 상금을 확보하는 사람이 늘면서 이러한 추세가 강화되고 있다고 한다.

현재 인도네시아에서 개최되는 국제대회는 아직까지 일반 언론의 주목을 받지 못하고 있으며, 단지 게이머들에게 인기를 끌고 있는 상황이다.

이런 때에 한국의 온라인게임업체가 국제대회를 개최하면서 현지 언론의 스포트라이트를 끌어 모으는 마케팅 전략을 추진한다면 홍보효과를 배가시킬 수 있을 것이다.

현재 많은 기업들이 온라인 게임대회에 스폰서를 하는 것에 관심을 가지기 시작하고 있고, 인도네시아 정부도 게임산업에 대해 예의 주시하고 있는 상황이어서 향후 인도네시아 게임시장의 꾸준한 발전이 예상된다.

자료원 : www.detik.com 및 Jakarta Post 기사 종합

3. '2007 인도네시아 모바일 콘텐츠 및 애플리케이션상' 제정

인도네시아 휴대폰협회(Association of Indonesian Cellular Phone :ATSI) Bambang Riyadhi Oemar 회장에 따르면 2007년 3월 현재 이동통신 가입자가 7천5백만명에 도달했다고 한다.

지난 몇 년간 인도네시아 이동통신 시장은 눈부신 성장을 거듭해 왔으나, 내용면에서는 발전이 더디어서 링백톤이나 SMS(문자메시지), 월페이퍼 등 기본적인 콘텐츠 수준에 머물러 왔다.

게임이나 애니메이션 같은 서비스는 상대적으로 활성화가 덜 되어 있는 상태인데, 7천5백만 사용자 중에서 링백톤 가입자가 3백만인데 비해 모바일게임 사용자는 아직 30만에 불과한 실정이라고 한다.

현재 인도네시아에서 서비스되고 있는 대부분의 모바일 게임들은 주로 싱가포르, 말레이시아, 한국, 미국 등 다른 나라에서 수입이 되고 있으며, 20개 모바일 콘텐츠 서비스 업체 중에서 단지 5개사만이 자체 개발 게임을 서비스하고 있다.

인도네시아 모바일게임/콘텐츠 개발자를 양성하기 위해 인도네시아 상공회의소는 인도네시아 모바일콘텐츠협회 및 인도네시아 애니메이션 콘텐츠협회와 공동으로 '인도네시아 모바일콘텐츠 애플리케이션 상'을 제정하였다.

Haryowirasmo 인도네시아 모바일콘텐츠협회장에 따르면, 이 상을 통해 모바일 콘텐츠에 관심을 가진 젊은이들의 창작력을 경합시킴으로써 작품개발 창의력을 증진시킬 예정이며, 이를 위해 개인을 대상으로 수상자를 결정하게 된다고 한다.

이 대회는 7-8월 중에 개최될 예정이며, 이미 국내 유수 대학인 UI(인도네시아 국립대), ITB(반둥공과대학) 등과 디지털 콘텐츠 분야에서 두각을 나타나고 있는 Bina Nusantara 대학에서 설명회를 개최해 좋은 반응을 얻었다고 한다.

이 상의 주요 평가기준으로는 작품의 독창성, 아이디어, 기술 등이 중시될 것이며 모든 응모작은 실제 휴대폰에서 작동이 가능한 작품이어야 한다고 한다.

자료원: MR. Haryowirasmo,인도네시아 모바일콘텐츠협회(IMOCA) 회장 면담