



한국게임산업개발원

kotra

동남아 게임시장 동향 정기보고서

[인도네시아]

[주요 내용]

- 인도네시아 국산 게임의 성장
- 국내 케이블 TV 게임 방송 편성
- 지원 절실한 인도네시아 게임업계

16호 - 2007. 7월

1. 인도네시아 국산 게임의 성장

자칭 인도네시아 최초의 온라인 게임 개발자라고 하는 David Setiabudi의 작품이었던 Devine Kids라는 작품은 결국 온라인 상에서 게이머들에게 서비스되지 못하고 사장되고 말았다.

그 뒤를 이어 출현한 국산 온라인 게임이 인도네시아 게임 개발업체인 Mythic Perspective에서 개발한 In Spirit Arena였는데, 이 게임은 한국계 퍼블리셔 업체인 Boleh Net Indonesia에 의해 시장에 소개되었다.

In Spirit Arena가 시장에 소개된 이후, 이에 자극을 받아 많은 인도네시아 게임 제작업체들이 인도네시아 게이머들을 위한 자국산 게임 개발에 뛰어들었는데, 그 결과 출시된 2개의 온라인 게임이 시장에서 주목을 받고 있다.

그 첫 번째 작품이 지난 2월 인도네시아 게임시장동향보고에서 소개했던 '릴로온라인(Lilo Online, www.lilogame.com)'이고, 또 다른 작품은 현재 베타버전으로 시장에 소개된 'Angel Love Online'이다.

아직까지 '릴로온라인'은 채팅이나 미니게임 등을 즐기는 수준에 머물고 있으나 앞으로 본격적으로 게임이 가동되면 시장에서 좋은 반향을 불러 일으킬 것으로 기대되고 있다.

'릴로온라인'은 젊은 소설가인 Rachmania Arunita의 작품 아이디어에서 출발한 게임으로 그녀의 성공작인 10대 소설 'Eiffel Im In Love'의 후편 형태로 창작되었다고 한다.

'Lost in Love'라는 제목을 붙인 동 작품에서는 새로운 시도를 하고 있는데, e-book 형태의 게임형식을 접목시키고 휴대폰으로만 다운로드 받을 수 있도록 하고 있다.

'Lost in Love'에서는 주인공인 Tita가 친척이나 연고도 없고, 돈 한푼 없이 파리에 살고 있다는 설정에서 출발해 독립적인 소녀로 성장해 가는 모습을 어드벤처 게임형식으로 승화시켰다.

'릴로온라인' 외의 다른 국산 온라인 게임으로 자카르타 대형 게임센터에 이미 베타버전으로 선을 보이고 있는 Angel Love Online을 들 수 있는데, 아직 일반 게임센터에는 보급이 안된 상황이라고 한다.

오픈베타 버전이 나올 때 쯤이면 일반 게임센터에도 보급이 될 것으로 전망이 되고 있다.

이렇게 인도네시아 국산 온라인게임들이 점차 활성화되면서 온라인이나 모바일 게임 시장 내에서의 경쟁이 점점 더 가열되고 있는 상황이다.

자료원 : Hotgame Magazine 201호(7월). 게임센터주인 Mr. Arya 유선상담

2. 국내 케이블 TV 게임 방송편성

인도네시아 케이블 TV 방송사 중의 하나인 Astro TV가 인도네시아의 포탈 게임업체인 Video Game Indonesia Production과 더불어 'Game Maniax'라는 TV 프로그램을 편성했다.

매주 일요일 오전 11시에 방송될 이 프로그램에서는 Video Game과 관련된 모든 것을 방송주제로 다룰 예정이라고 한다.

인도네시아 게임커뮤니티는 이러한 프로그램 개설에 흥분을 감추지 못하고 있는데, 이는 지금까지 인도네시아에서 게이머들에게 최신게임이나 하드웨어 리뷰, 게임의 역사나 행사 등과 더불어 게임관련 트릭이나 팁 등을 집중적으로 방송하는 프로그램이 방영된 적이 없었기 때문이다.

특히 콘솔게임 플레이어들이 이러한 방송에 대해 환영하는 입장인데, 이들은 특정 게임에서 어떻게 하면 더 좋은 점수를 얻을 수 있는지에 대한 정보를 갈망하고 있다고 한다.

하지만 이 방송을 시청하려면 Astro Kabel에 먼저 가입해야 한다는 것이 장애요소인데, 월 15만루피아를 추가로 지불해야만 이 방송을 볼 수 있게 된

다고 한다.

세 개의 콘솔게임 포럼에 소속된 다수 게이머들은 이 방송을 시청할 수 없다는 것에 대해 불만을 토로하고 있는데, 이들은 게임방송이 전국방송으로 방영되어야 한다는 의견을 제시하고 있는 것으로 알려졌다.

하지만 전국방송들은 게임방송이 시청률이나 시청등급이 높지 않은 분야라는 이유로 Game Maniax와 같은 게임방송의 편성에 소극적인 상황이라고 한다.

이는 전국방송들은 광고수입에 크게 의존하고 있기 때문에 시청률이나 시청등급이 높지 않은 방송프로그램에 대해 별 매력을 못 느끼고 있다고 시장조사기관인 Nielsen Media Research 담당자는 지적한다.

SCTV의 프로그램 디렉터인 Mr. Budi Sutjiawan도 적절한 스폰서가 발굴되지 못한 TV프로그램을 제작 방영하는 것은 어렵다는 점을 강조한다.

따라서 게임방송도 향후 게임시청자들이 늘고 이들을 대상으로 광고를 하고자 하는 기업들이 늘어나기 전에는 전국 TV를 통한 방송이 당분간 어려울 전망이다.

자료원 : www.vgi.web.id 및 Mr. Michael(Editor of Game Station Magazine)

/Mr. Budi Sutjiawan(Programming Director SCTV) 면담.

3. 인큐베이터 지원이 절실한 인도네시아 게임업계

게임산업과 애니메이션 제작업과 같은 창작산업 업체들이 빠르게 성장하기 위해서는 이 들에 대한 인큐베이터 형식의 지원이 절실한 상황이라고 한다.

이들은 인큐베이터 시스템을 통해 필요한 자본을 공급받을 수 있게 된다면 성장을 가속화시킬 수 있을 것이라고 정부의 지원을 촉구하고 있는 중이다.

Digital Studio Workshop의 Andi S Boediman이사는 게임산업에 대한 적극적인 지원을 통해 게임산업을 가장 수익성이 높은 산업으로 이끈 싱가포르의 사례를 인도네시아 정부도 배워야 한다고 지적한다.

인도네시아 시장의 성장잠재력도 크고 인도네시아의 게임산업과 애니메이션 제작업도 동일한 성장잠재력을 가지고 있으므로 정부의 관심과 지원만 있으면 충분히 성장할 수 있다는 것이다.

현재 인도네시아 게임과 애니메이션 콘텐츠 산업은 소규모업체들이 중심이 되어 성장하는 중이고, 아직까지 영상 광고시장의 부수 산업으로 치부되는 수준을 크게 벗어나고 있지 못하므로 벤처 캐피탈이나 엔젤투자와 같은 자본 투자의 길을 적극적으로 열어감으로써 게임산업의 자생력을 키워주어야 한다는 것이다.

인도네시아에서 게임 제작비용은 200-300억 루피아에 달하는데 이는 게임당 2,500불에서 3,000불에 해당하는 금액이다.

인도네시아 게임업체들은 좋은 게임을 제작하는데 충분한 투자를 얻지 못하고 있는 데, 이는 제작의뢰업체들이 게임제작을 단순한 작업으로 인지하는 경우가 대부분이고, 실제 인도네시아 기술로 구현할 수 없는 내용의 제작을 저렴한 비용으로 요구하는 경우까지도 생기고 있어 어려움이 더욱 가중되고 있다고 한다.

인도네시아 게임 업체들은 이러한 어려움 속에서도 능력있는 게임 개발자를 발굴하기 위해 지속적으로 경진대회를 개최하는 등 노력을 하고 있으며, 게임 개발에 총력을 기울이고 있다고 한다.

아울러 인도네시아 정부가 이러한 게임업체들의 고충을 이해하고, 게임산업에 투자를 촉진시킬 수 있는 법과 제도를 정비해 줄 것을 희망하고 있다.

자료원 : Bisnis Indonesia 기사 및 Mr. Wong Lok Dhie

(Director of Mythic Perspective) 인터뷰 종합

= 끝 =