

제6장

동남아시아 게임산업 동향

제1절 동남아시아 게임시장 동향

1. 전체 게임 시장 동향

동남아를 비롯한 아시아 지역의 게임시장은 대부분 온라인게임과 모바일게임에 집중되고 있다. 2004년 기준, 아시아 지역의 온라인게임 시장은 18억불로 세계 게임시장의 절반 이상을 차지하며, 한국을 비롯한 동남아 국가의 인터넷 카페(PC방)의 매출액을 합한다면 그 규모는 2배 이상으로 추정된다.

IDC에 따르면, 동남아 주요국의 온라인게임 시장 가입비를 기준으로 한 시장규모는 2003년 1,250만불 이었으며, 향후 2008년까지 연평균 34.1%의 높은 성장률을 기록할 것으로 전망된다.

동남아 지역의 온라인게임 시장의 높은 성장률은 한국과 대만을 주축으로 한 해외 온라인 게임의 인기 때문이다. 온라인게임 가입비를 기준으로 태국이 689만불로 가장 큰 규모를 형성하고 있으며, 다음으로 필리핀이 280만불, 말레이시아가 206만불, 싱가포르가 79만불 순이다.

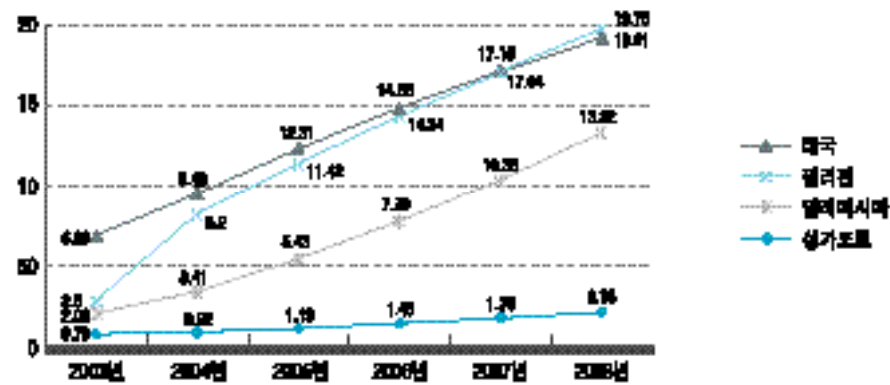
한국, 중국을 비롯한 아시아 지역의 주요 국가들과 동남아 국가들의 시장 규모를 비교해 보면, 아직까지 현저히 작은 수준이다. 그러나 동남아 국가들은 상대적으로 온라인게임 시장의 형성이 늦었던 반면, 향후 성장가능성은 매우 높아 주목받고 있다.

한편, 동남아 모바일게임 시장은 전체 휴대전



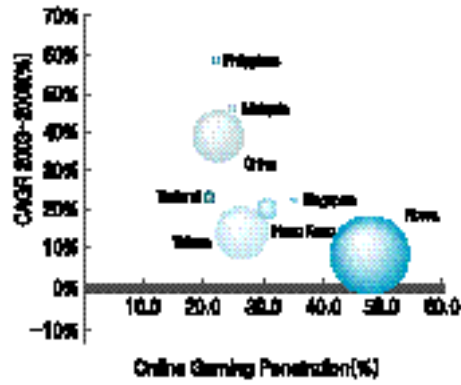
〈그림 4-6-1-01〉 동남아 주요국의 온라인게임 시장 규모(가입비 기준) : 2003-2008

(단위 : 백만불)



※ 자료 : IDC, 2004

〈그림 4-6-1-02〉 아시아 태평양 온라인 게임 가입비 매출 규모 비교 (2003년~2008년 평균)



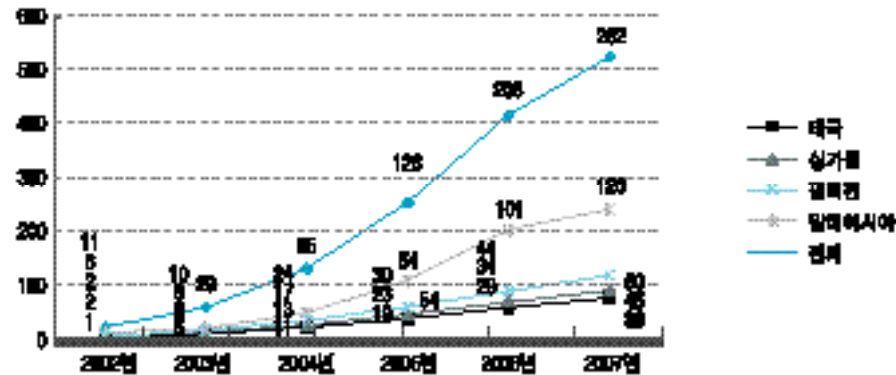
※ 자료 : IDC, 2004

〈표 4-6-1-01〉 동남아 모바일게임 시장 규모 : 2002~2007 (단위: 백만불)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	
태국	매출액	2	8	17	30	44	59
	성장률		300.0%	112.5%	76.5%	46.7%	34.1%
싱가포르	매출액	6	10	24	54	101	120
	성장률		66.7%	140.0%	125.0%	87.0%	18.8%
필리핀	매출액	1	5	11	19	29	38
	성장률		400.0%	120.0%	72.7%	52.6%	31.0%
말레이시아	매출액	2	6	13	23	34	45
	성장률		200.0%	116.7%	76.9%	47.8%	32.4%
전체	매출액	11	29	65	126	208	262
	성장률		163.6%	124.1%	93.8%	65.0%	26.0%

※ 자료 : OVJM, 2003

〈그림 4-6-1-03〉 동남아 주요국의 모바일게임 시장 규모 : 2002~2007 (단위: 백만불)



※ 자료 : OVJM, 2003

화이용자의 증가로 빠르게 성장할 것으로 전망된다. 그러나 동남아 모바일 서비스 분야는 주로 문자메시지서비스(SMS) 기반의 콘텐츠 다운로드와 자바기반 게임, 벨소리 서비스, 애니메이션 축하메시지, 최신키요와 스타사진 등에 집중되어 있으며, 아직까지 '킬러 콘텐츠' 등장에 의한 시장 주도 현상은 나타나지 않고 있다.

2004년 기준 동남아 주요국의 모바일게임 시장규모는 65백만불이며, 향후 2007년에는 4배 이상 증가한 262백만불에 이를 것으로 전망된다. 현재 동남아시아 모바일 게임시장은 싱가포르

동남아시아 모바일 게임관련 기술 동향

〈표 4-6-1-02〉 아시아 각국별 3G모바일 출시 현황(2004.6)

Country	Licensees	Technology	Allocation method	Launch date
China	China Unicom	cdma2000 1x	In-band	1Q 2003
	Up to 5 more	Undecided	Undecided	Licences in 2005
Hong Kong	CSL	WCDMA	Beauty contest/auction	3y 2006
	Hutchison HK	WCDMA	Beauty contest/auction	3y 2006
	Smart Tone	WCDMA	Beauty contest/auction	3y 2006
	Sunday	WCDMA	Beauty contest/auction	3y 2006
	1 more	Undecided	Undecided	No date set
Indonesia	Ratelindo	1x EV-DO	Assignment	4Q 2002
	PT Telkom	cdma2000 1x	Assignment	December 2002
	Cyber Access	Undecided	Auction	End-2005
Japan	J-Phone	WCDMA	Assignment	December 2002
	KDDI	cdma2000 1x	In-band	April 2002
	KDDI	1x EV-DO	In-band	No date set
Malaysia	NTT DoCoMo	cdma2000 1x	Assignment	October 2001
	Maxis	WCDMA	Auction	Late 2004
Philippines	Telecom Malaysia	WCDMA	Auction	December 2003
	1 more	Undecided	Undecided	No date set
Singapore	At least 5	Undecided	Auction	In 2004 or late
	Vodafone	WCDMA	Auction	3y end 2004
	SingTel Mobile	WCDMA	Auction	3y end 2004
	StarHub	WCDMA	Auction	3y end 2004
South Korea	1 more	Undecided	Auction	No date set
	KT/KT COM	cdma2000 1x	In-band	May 2001
	KT/KT COM	1x EV-DO	In-band	May 2002
	KT/KT COM	WCDMA	Beauty contest	December 2003
	LG Telecom	cdma2000 1x	In-band	May 2001
	SK Telecom	cdma2000 1x	In-band	October 2000
	SK Telecom	1x EV-DO	In-band	January 2002
SK Telecom	WCDMA	Beauty contest	December 2003	
Taiwan	APBW	cdma2000 1x	Auction	July 2003
	Chunghwa	WCDMA	Auction	2004/2005
	Taiwan G3	WCDMA	Auction	2004/2005
	Taiwan Cellular	WCDMA	Auction	2004/2005
	Yuan-Ze Telecom	WCDMA	Auction	2004/2005
Thailand	Thai Mobile	WCDMA	Assignment	No data set
	Hutchison CAT	cdma2000 1x	In-band	February 2003
Vietnam	More in future	Undecided		
	Saigon Postel	cdma2000 1x	Assignment	January 2003

※ Paul Burde Communication based on industry data, 2004



〈표 4-6-1-03〉 아시아 2.5G와 3G 기술 분포 (2003)

Country	GPRS	EDGE	WCDMA	1xRTT	1xEV-DO
Brunei		△			
China	△			△	
Hong Kong	△	△	△		
India	△			△	
Indonesia	△			△	△
Japan			△	△	△
Kazakhstan				△	
Macao	△				
Malaysia	△	△		△	
Pakistan	△			△	
Philippines	△	△		△	
Singapore	△		△		
South Korea			△	△	△
Sri Lanka	△				
Taiwan	△		△	△	△
Thailand	△	△		△	
Uzbekistan				△	
Vietnam	△			△	

※ Paul Budde Communication based on industry data 2004

르가 24백만 불로 가장 규모가 크며, 태국이 17백만불, 말레이시아 13백만불, 필리핀 11백만불의 순이다.

2004년 동남아 모바일게임 시장의 성장률은 124.1%로 타 플랫폼에 비해 가장 급부상하고 있는 분야이다. 시장의 규모가 커짐에 따라 성장률은 낮아지지만 향후 2007년에도 26% 이상의 높은 성장률을 기록할 것으로 예상된다.

2 태국

(1) 게임 인프라 현황

① 인터넷

태국은 1995년 약 81만대에 불과했던 PC 보

급대수는 2001년 약 170만대로 늘어나는 등 연간 13.2%의 평균 증가율을 기록했다. 2003년까지는 연평균 14.4%의 증가율을 기록하며 약 238만대까지 늘어났다. 인터넷 이용자 수는 1995년 약 5만 5,000명에서 2001년 350만명으로 매년 100%에 가까운 성장률을 보이다가 2003년에는 560만여 명까지 늘어났다. 1995년부터 2003년까지 인터넷 이용자 수 증가율은 연평균 78.3%를 기록했으며, 2003년부터 2008년까지는 14.4%로 다소 둔화될 전망이다.

② 브로드밴드

지난해 태국 브로드밴드 시장은 전년 대비 200% 이상의 성장률을 기록하면서 잠재 성장

〈표 4-6-1-04〉 태국의 이동통신 이용 현황

(단위:백만명,%)

연 도	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
이동전화	2.5	3.6	8.0	17.0	23.0
무선호출	1.3	1.0	0.5	0.2	0.1

력이 큰 시장으로 평가받고 있다. 특기할 만한 것은 브로드밴드 주요 접속 장소로서 인터넷 카페의 역할이 크다는 사실이다.

태국은 방콕 일부를 제외하곤 대부분 56K 모뎀으로 인터넷을 접속하는 등 인터넷 환경이 뒤떨어진 편이었다. 그러나 태국 정부가 'ICT 시터' 프로젝트를 추진하며 방콕, 푸켓, 치앙마이 등 주요 도시에 초고속인터넷 구축사업에 적극 나서면서 브로드밴드 보급률도 크게 늘

어날 전망이다.

③ 이동통신

모바일게임 시장 확산의 주요 기반이 되는 휴대전화 가입자 수는 2000년 이후 가파른 증가세를 보이고 있다. 2003년 말 기준 전체인구의 34% 수준인 약 2,300만명이 이동통신 서비스에 가입되어 있다. 소득수준과 서비스 지역 등을 감안할 경우 2,800만명까지 추가 가입

〈표 4-6-1-05〉 태국 이동사별 가입자 규모(2003)

Operator	System	Launch	Subscribers	Annual growth
AIS	GSM900	1994	13,239,000	27.7%
AIS	VMT900	1990	0	-100.0%
Hutchison CAT	1xRTT	Feb 2003	450,000	n/a
TAC	GSM1800	1991	6,405,500	21.9%
TAC	AMPS	1991	145,000	-27.5%
TA Orange	GSM1800	2002	1,825,000	36.6%
Digital Phone(DPC)	GSM1800	1998	199,600	31.0%
Thai Mobile	GSM1800	Nov 2002	150,000	n/a
Tota			22,414,100	28.4%

※ 자료 : Paul Budde Communication based on Global Mobile data 2004

〈표 4-6-1-06〉 태국 이동사별 모바일 시장 비중(2003)

Operator	Subscribers	Market share
AIS	13,438,600	60.0%
Hutchison CAT	450,000	2.0%
TAC	6,550,500	29.2%
TA Orange	1,825,000	8.1%
Thai Mobile	150,000	0.7%

※ 자료 : Paul Budde Communication based on Global Mobile data 2004

〈표 4-6-1-07〉 태국 이동사별 선지불(Prepaid) 요금제 가입자수

Company	Prepaid subscribers	Percent of own subscriber base
AIS	11,250,000	85%
DTAC	5,760,000	82%
TA Orange	1,100,000	60%
Digital Phone	152,000	76%
Thai Mobile	115,000	77%
Tota	18,377,000	82%

※ Source : Paul Budde Communication based on industry data



이 가능할 것으로 보이며 이 경우 휴대전화 보급률은 40~50%가 될 것으로 보인다. 또한 카메라폰, 컬러폰, MP3폰 등 고급형 휴대전화 단말기에 대한 수요가 급증하고 있어 다양한 종류의 모바일게임 서비스가 가능한 조건이 마련되고 있다.

(2) 게임시장 현황

태국의 온라인게임 이용자 수는 2004년 기준, 142만명에 이르며 9백만불 이상의 시장 규모를 형성할 것으로 전망된다. 2008년까지는 연평균 13.6%의 증가율을 기록하며 240만명에 육박할 것으로 보인다. 온라인게임 이용자 증가

율은 2004년 21.6%를 기록한 후 점차 증가세가 둔화되겠지만, 유료 게임을 즐기는 이용자의 비중은 꾸준히 늘어날 것으로 기대된다.

특히 태국 게임시장을 최종 매출액 기준으로 살펴보면, 온라인게임 시장은 2002년 13백만불의 매출을 기록했으며, 2007년에는 55백만불로 시장이 지속적으로 성장할 것으로 예상된다. 모바일 게임의 경우에는 타 플랫폼에 비해 폭발적으로 증가하여 2002년에서 2007년까지 연평균 96.8%의 성장을 보일 것으로 전망된다.

태국의 온라인 게임은 현재 한국과 대만 등의 국가에서 수입한 게임들이 시장을 주도하고 있다. 현지 업체들은 자체적인 게임 개발보다는 주

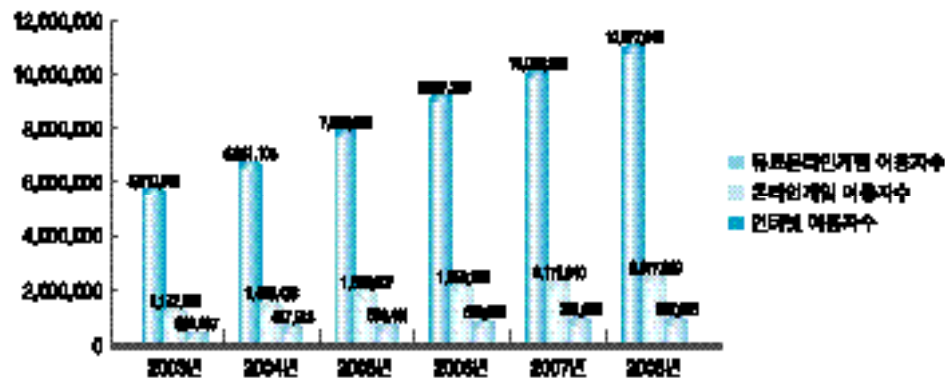
〈표 4-6-1-08〉 태국 온라인게임 이용자 전망(2003~2008)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	
인터넷 이용 인구(명)	5,610,961	6,661,105	7,858,639	9,057,336	10,029,282	10,977,049	
온라인게임 이용자 전체	인구(명)	1,172,691	1,425,476	1,689,607	1,958,196	2,171,340	2,377,629
성장률		21.6%	18.5%	15.9%	10.9%	9.5%	
유료 온라인게임 이용자	인구(명)	382,297	487,513	596,431	699,076	781,682	867,835
성장률		25.7%	22.3%	17.2%	11.8%	11.0%	
온라인게임시장규모	금액(백만불)	6.89	9.49	12.31	14.86	17.04	19.21
가입비기준	성장률		37.8%	29.7%	20.6%	14.7%	12.7%
유료 온라인게임 이용인구 비중		32.6%	34.2%	35.3%	35.7%	36.0%	36.5%

※ 자료 : IDC, 2004

〈그림 4-6-1-04〉 태국 온라인게임 이용자 전망(2003년~2008년)

(단위 : 명)



※ 자료 : OMM, 2003

〈표 4-6-1-09〉 태국 게임 시장 규모(최종 매출액 기준) : 2002~2007

(단위 : 백만불)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	
온라인 게임	매출액	13	19(689)	26(949)	32(1231)	42(1486)	55(1704)
	성장률		46.2%	36.8%	23.1%	31.3%	31.0%
모바일 게임	매출액	2	8	17	30	44	59
	성장률		300.0%	112.5%	76.5%	46.7%	34.1%

※ 자료 : OMM, 2003

※ 온라인게임 매출액의 괄호 안의 수치는 가입비 기준 온라인게임 매출액임

〈표 4-6-1-10〉 태국 인기 온라인게임 : 2004년 기준

순서	Game Title	Opened Date	Game Genre	Developer	Publisher in Thailand
1	King of King		MMORPG	Taiwan	Just Sunday Cybermail Co.
2	Ragnarok	Sep 1, 2002	MMORPG/Cute	Gravity	Asiasoft International/B/M Media(Thailand)
3	Dragon Raja		MMORPG/War	eSoftNet	Asiasoft International/B/M Media(Thailand)
4	Fairy Land		MMORPG/Cute	Taiwan	Just Sunday Cybermail Co.
5	V-age		MMORPG/Cute/Community	eSoftNet	WarHax
6	JY	Dec 11, 2003	MMORPG/IUM Base	Taiwan/Chininess Gamer	Asiasoft International/B/M Media(Thailand)
7	ProjectA3		MMORPG/FULL3D	ACI OZ SOFT CO., LTD	SIAM IN-NII CO., LTD
8	Laghaim		MMORPG/FULL3D	NAKO interactive	Thai System integration Co., Ltd.
9	Mu Online	Dec 1, 2003	MMORPG/FULL3D	Webzen	Neutra interactive
10	Priston Tale		MMORPG/FULL3D	Priston	True Digital Entertainment
11	Fortress 2		Shooting RPG	CCR	Furo Co Ltd.
12	Gunbound		Shooting RPG	SoftNYX	Asiasoft International/B/M Media(Thailand)
13	TS Online		MMORPG/Cute	Taiwan/Chininess Gamer	Asiasoft International/B/M Media(Thailand)
14	Cronous		MMORPG/FULL3D	Lizard Interactive	Exel Media Corporation
15	Arcana	Dec 1, 2003	Jowit Group	Jowit Group	Jowit Group
16	Risk Your Life (RYL)		War RPG	Gamasoft	Winner Online/D/D International
17	Khan		MMORPG/FULL3D	Mirene entertainment	Liberta Technology Co Ltd.
18	Dark of Eden		The First Horror Online Game	SOFT-ION	Polysot member of polydus
19	Laiabell	June 13, 2004	First 3D, Love, Shopping, Community online		Galaxy Fumei(Thailand)Co., Ltd.
20	Toks Club	July 3, 2004	Community Online 3D Avatar Chatting Game	Galaxy Gate/KienPost	Thai System integration Co., Ltd.
21	Lineage II	Dec 1, 2004	MMORPG/FULL3D	NCSoft	NC True Co, Ltd.
22	Fly for fun(F/F)	Planned and announce			Galaxy Fumei(Thailand)Co., Ltd.
23	Maple Story	Planned and announce		Wizet/Nexon	Galaxy Fumei(Thailand)Co., Ltd.
24	Survival Project Sreak Peek	July 20, 2004	Real Time Online Game	Handsoft/ D Entertainment	SIAM IN-NII CO., LTD
25	Getamped	July 27, 2004	Action RPG	Gangho	



로 외국산 게임 수입, 유통에 치중하고 있는 상황이다. 현재 온라인 게임은 대부분 무료로 서비스되고 있다. 일단 유료화 서비스에 들어가기 전에 무료로 서비스하여 시장에 진입, 시장을 확대한 다음 유료로 서비스를 하는 것도 시장을 확대하는 한 전략으로 시도되고 있기 때문이다.

현지 업체가 직접 제작한 게임으로는 조위트(Jowitz)의 '아르카나(Arcana)'가 거의 유일하다. 이 게임은 2004년 초 현재 베타 테스트 단계를 밟고 있다. 향후 태국에서 자체 개발된 온라인 게임들이 더 많이 선보이겠지만, 향후 3년 동안은 여전히 외국산 게임이 시장의 주류를 이룰 전망이다.

2003년 태국 온라인 게임 시장에서는 아시아 소프트가 점유율 면에서 독보적인 위치를 고수하는 가운데, 저스트선데이와 와렉스가 각각 2위와 3위로 그 뒤를 이었다. '라그나로크'의 인기를 앞세운 아시아소프트의 총 매출 점유율이 89%였으며, 저스트선데이와 와렉스의 매출 점유율이 각각 4.4%와 3.4%를 기록했다.

2004년 5월 현재 태국 게임시장에는 7~8개의 주요 업체가 각축을 벌이고 있다. 그 중 아시아소프트를 파트너로 두고 있는 BM 미디어(BM Media)는 '라그나로크(Ragnarok)', '드래곤라자(Dragon Raja)', '건바운드(Gunbound)', '진용(Jinyong)', 'TS 온라인(TS Online)' 등 5개의 게임을 서비스하고 있으며, 이들을 합할 경우 총 가입자 수가 100만 명에 달한다. '뮤 온라인(Mu Online)'을 독점 서비스 중인 뉴 에라(New Era)는 출범 6개월만에 가입자 계정이 80만개를 돌파

하면서 시장 순위 2위로 급부상했다.

이 밖에 저스트선데이의 '페어리랜드(Fairy Land)', 트루 디지털 엔터테인먼트(True Digital Entertainment)의 '프리스톤테일(Priston Tale)', 픽셀 미디어(Bixel Media)의 '크로노스(Cronous)', 와렉스의 '엔 에이지(N-Age)', 워너 온라인(Winner Online)의 '리스크유어 라이프(Risk Your Life)' 등이 인기 게임으로 꼽힌다.

3. 말레이시아

(1) 게임 인프라 현황

① 인터넷

2004년 기준, 말레이시아는 총 인구 2,500만명 중 인터넷 사용자는 약 990만명이며 이동통신 가입자 수는 1,450만명을 넘어섰다. 모델을 이용한 인터넷 접속 가입자 수가 급격히 증가세를 보이고 있으며, broadband에 대한 관심도 최근 본격화되기 시작했다. 2000~2002년 동안 이동통신 이용자는 2배 가량 늘어났다.

② broadband

말레이시아 broadband 시장은 아시아의 다른 국가들보다 아직 규모는 작지만, 2003년 신규 가입자 증가율은 최고치를 기록하였다. 높은 수요는 올해에도 지속될 전망이다. 말레이시아 통신 및 멀티미디어 위원회(MCMC, Malaysian Communications and Multimedia Commission)가 작성한 전략보고서 NBP(National

Broadband Plan)에 따르면, 2007년까지는 말레이시아 전체 가구의 절반이 인터넷 broadband 서비스를 이용할 것으로 보인다.

2003년 말 기준, 말레이시아의 가정용 broadband 보급률은 약 2%로 나타나, 한국 62%, 홍콩 50%, 싱가포르 30%에 비해 크게 뒤떨어진 수준이다. broadband 서비스는 2002년 6월 텔레콤 말레이시아(Telkom Malaysia Bhd.)가 처음 시작되었으나, 낮은 품질과 인지도로 인하여 활성화되지는 못하였다. 이에 정부는 broadband 서비스 가격을 절반으로 낮추는 등 활성화 정책을 지속적으로 추진하여, 향후 2003~2008년 동안 50% 이상의 성장률을 기록할 것으로 예상된다. 특히 통신 인프라에 대한 대대적인 투자로 전 국토에 걸쳐 광케이블망을 잘 갖추었다는 점이 향후 broadband 확산 전망을 밝게 해주는 요소이다.

이상에서 2004년 현재 전체 broadband 접속 중 ADSL 가입 건수가 13만 9,862건으로 전체

〈표 4-6-1-12〉 말레이시아 broadband 가입규모 (2002~2004) (단위: 건)

구분	2002년	2003년	2004/1Q
ADSL	18,511	108,173	139,862
SDSL	542	1,931	2,168
기타	249	302	302
합계	19,302	110,406	142,322

※ 자료: Malaysian communications and Multimedia Commission, 2004

〈표 4-6-1-13〉 말레이시아 휴대전화 가입규모 (단위: 천명, %)

항목	연도	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
가입자수(천명)		2,150	2,717	5,122	7,385	9,053	11,214
성장률(%)		-12.6%	26.4%	88.5	44.2	22.6	22.9
유선전화 가입자 대비(%)		33.0%	38.1%	52.5	61.1	66.0	70.9
전체인구 중 휴대전화가입률		9.7%	12.0	21.8	30.8	36.9	43.9

※ 자료: Malaysian communications and Multimedia Commission, 2004, IDC, 2004

가입건수의 약 98%를 차지하고 있다. broadband 가입규모와 보급률은 앞서 지적한 정부 정책 등의 영향으로 2003년 폭발적인 증가세를 나타냈다.

③ 이동통신

2002년부터 2007년까지 말레이시아 통신시장의 연평균 성장률은 6%로 전망된다. 다른 많은 지역과 마찬가지로 현재 통신시장의 성장은 이동통신 부문이 주도하고 있으며, 2002년 이후 3G 이동통신에 대한 투자가 본격화되면서 이 같은 경향은 더욱 뚜렷해지고 있다.

말레이시아의 휴대폰 가입건수는 지속적인 증가세를 보여 2003년에는 1998년 대비 약 5배 이상의 시장규모에 이르고 있다. 전체 인구 중 휴대전화 가입자 비율은 2003년 43.9%로, 전년대비 24%이상 성장하였다. 현재 말레이시아의 가입자 한달평균 매출액은 약 27.6불로 일본이나 한국에 비해 낮은 편이지만, 향후 게임을 비롯한 엔터테인먼트 분야를 중심으로 급격히 성장할 것으로 기대된다.

(2) 게임시장 현황

2004년 기준 말레이시아의 온라인게임 이용 인구는 252만명 규모이다. 2008년까지 연평균



〈표 4-6-1-11〉 말레이시아 인터넷 사용자 수 증가 추이 (2003~2008) (단위:천명)

	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
인터넷 사용자	8,604	9,913	11,085	12,372	13,306	13,950

※ 자료: IDC, 2004

〈표 4-6-1-14〉 말레이시아 이동사별 모바일 시장 비중(2003)

Operator	System	Launch	Subscribers	Annual growth
Digi.com	GSM-1800	1995	2,207,000	36.6%
Telecom malaysia(Mobikom)	TDMA	1994	7,000	-72.0%
Telecom malaysia(TM Touch)	GSM-1800	1995	n/a	-100%
Telecom malaysia	NMT-450	1985	22,000	-26.7%
Maxis communications	GSM-900	1995	4,464,000	44.1%
Celcom	GSM-900	1995		125.5%
Celcom	ETACS	1989	8,000	-88.5%
Time Cellular	GSM-1800	1995	n/a	-100%
Tota			11,037,000	27.9%

※자료 : Global Mobile, 2004 Note widelydata, 2004

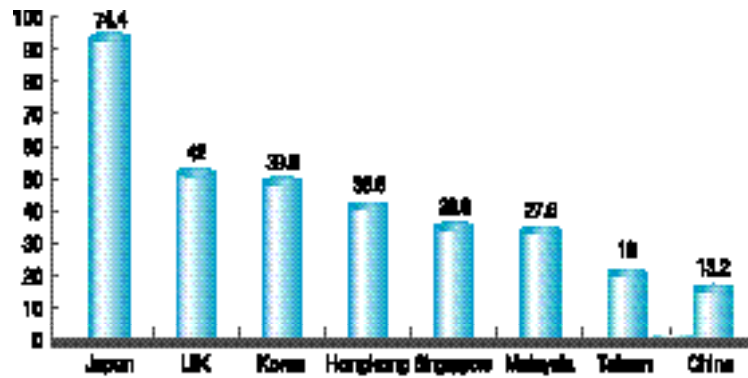
〈표 4-6-1-15〉 태국 이동사별 가입자 규모(2003)

Operator	Subscribers	Market share
Celcom	4,327,000	39.3%
Digi.com	2,207,000	20.0%
Maxis Comms	4,464,000	40.5%
Telecom Malaysia	29,000	0.3%

※자료 : Paul Budde Communication based on Global Mobile data, 2004

〈그림 4-6-1-05〉 세계 각국 대비 말레이시아 ARPU 수준(2003년)

(단위 : 달러)



※ 자료 : ARPU(Average Revenue Per Users) in dollar per Month

※ 자료 : WForum, "Winning and Losing in Mobile Games", 2003

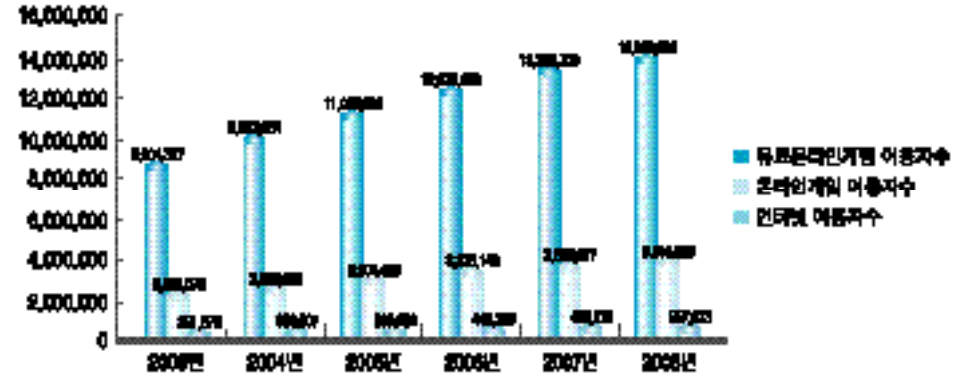
12.2%의 증가율을 기록하며 382만명에 이를 것으로 전망된다. 2004년 온라인게임 인구 중 유료 게임 이용자의 비중은 전년 대비 25.6%로 증가하였으며, 향후 2008년에는 12.1% 수준으로

꾸준히 늘어날 것으로 예상된다.

가입비 매출을 기준으로 한 온라인게임 시장 규모는 2004년에 3.4백만 달러로 전년대비 65.5% 늘어난 후 꾸준한 증가세를 기록하여

〈그림 4-6-1-06〉 말레이시아 온라인게임 이용 인구 전망 : 2003~2008

(단위 : 명)



〈표 4-6-1-16〉 말레이시아 온라인게임 시장규모 전망 (2003~2008)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	
인터넷 이용 인구(명)	8,604,317	9,913,934	11,085,836	12,372,289	13,306,706	13,950,888	
온라인게임 이용자 전체	인구(명)	2,151,079	2,528,053	2,904,489	3,328,146	3,626,077	3,815,568
	성장률		17.5%	14.9%	14.6%	9.0%	5.2%
유료 온라인게임 이용자	인구(명)	251,676	316,007	389,202	449,300	496,773	557,073
	성장률		25.6%	23.2%	15.4%	10.6%	12.1%
온라인게임시장규모	금액(백만 달러)	2.06	3.41	5.43	7.79	10.36	13.32
가입비기준	성장률		65.5%	59.1%	43.4%	33.0%	28.6%
유료 온라인게임 이용인구 비중		11.7%	12.5%	13.4%	13.5%	13.7%	14.6%

※ 자료 : IDC, 2004

2008년 13백만 달러를 넘어설 것으로 예상된다.

말레이시아의 온라인게임 역시 다른 동남아시아 지역과 마찬가지로 MMORPG 중심이며, 외국산 게임이 주를 이룬다. 이러한 추세는 당분간 지속될 전망이다. 자국 게임의 개발 및 현지화 노력도 적극적이다.

말레이시아는 낮은 PC 보급률과, 브로드밴드의 보급률로 인하여 온라인 게임을 확산시키는데 어려움이 있다. 이에 따라 말레이시아는 MMORPG에 의해 주도되는 일반적인 온라인 게임시장 추세와는 달리, 캐주얼 게임과 온라인 기능을 갖춘 PC게임이 MMORPG와 유사한 수준의 시장점유율을 보이고 있다. 그중 대부분의

온라인게임은 한국, 중국, 대만산이며, 이러한 추세는 당분간 지속될 것으로 전망된다. 최근 게임 서비스 제공업체들은 해외 게임의 현지화 버전 혹은 현지에서 직접 제작한 게임도 향후 큰 잠재력을 가질 것으로 보고 있다. 그러나 소개되는 게임이 한국과 대만 등 선진 시장보다 6개월~1년 정도씩 뒤처진다는 점이나 PC 및 브로드밴드 보급률이 상대적으로 낮아 고품질 온라인 게임을 즐기기 어렵다는 점은 극복해야 할 문제이다.

(주)비아글로벌(2004)의 조사에 따르면, 말레이시아 온라인 게임 시장은 소프트웨어(Softworld), 테라ICT(Terra ICT), MOL 등



대형 업체가 전체 시장의 97%를 점유하고 있다. 업계 1위인 소프트월드사는 대만 업체이며 테라 ICT와 MOL은 말레이시아 현지 업체이다.

소프트월드사는 2003년 매출규모가 158만불로, 전년비 57%의 증가율을 기록했다. 게임 서비스 가입자 수가 많고 다양한 종류의 게임들을 제공하고 있어 경쟁력이 높다는 평을 받고 있다. 테라 ICT는 JOC 테크놀로지(JOC Technology)가 이름을 바꾼 업체로, 2003년 매출규모는 32만불을 기록했다. 매출 증가율은 전년대비 295%였다. 이 업체는 게임 유통뿐만 아니라 자체 게임 개발에 나서거나 한국과 중국 등에서 게임 라이선스를 확보하는 등 사업영역을 확대하고 있다.

MOL은 2003년 매출규모 12만불을 기록했다. 2002년에는 온라인 게임 가입비 매출이 전혀 없었으나 2003년부터 매출이 발생하기 시작했고, 그 결과 2002년 시장점유율 순위 5위에서 3위로 도약했다. 그러나 MOL은 외산 MMORPG '세도우베인(ShadowBane)'의 말레이시아 퍼블리셔로 협력했던 엔 트란즈(En-Tranz)가 지난 6월 자금난 등으로 영업을 중단하는 등 실패를 맞보기도 했다. 이밖에 온라인 포털 업체인 게임존(Game Zone)과 타임

넷(TimeNet) 등이 말레이시아 시장의 주요 업체로 꼽힌다.

주요 게임으로는 소프트월드가 제공하는 '라그나 로크'를 비롯해서 '삼국연의 온라인' 등 대만산 게임들, 테라 ICT와 MOL 등이 서비스하는 '크로노스(Cronous)', '나이트 온라인(Knight Online)', '라그하임(Lagnaim)', 'O2잼(O2Jam)', '드래곤라자(Dragon Raja)', '건 바운드(Gun Bound)', '헬브레스(Helbreth)' 등이 있다.

4. 싱가포르

(1) 게임 인프라 현황

① 인터넷

싱가포르의 인구는 423만명이며, 그 중 인터넷 사용자 수는 300만명에 육박한다. 싱가포르의 인터넷 인구는 2003년부터 2008년까지 연평균 8.2%의 증가세를 보이면서 2008년에는 400만명 수준까지 늘어날 전망이다. 싱가포르의 인터넷 데이터 시장 규모는 2003년 38억불 수준으로, 전년도에 비해 11% 증가했다. 통신시장의 발전 수준에 비해 시장규모가 제한적인 것은 인구 규모가 작기 때문이다.

싱가פור는 인터넷 데이터 서비스가 전체 유

〈표 4-6-1-17〉 싱가포르 인터넷 사용자 수 증가 추이(2003~2008)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
인터넷 이용자	2,555	2,841	3,072	3,368	3,584	3,785
성장률		11.2%	8.1%	9.6%	6.4%	5.6%

※ 자료: IDC, 2004

〈표 4-6-1-18〉 싱가포르의 브로드밴드 보급률 (2000~2005)

(단위: 총가구수중 %)

연도	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
보급률 (%)	18.1	11.7	17.2	26.1	34	45.7

※ 자료: eMarketer, 2003

선 통신 서비스 중 46%를 차지하고 있어, 아시아 지역에서 데이터 서비스 비중이 가장 높은 국가에 속한다. 이런 추세는 2005년까지 계속 강화되면서 매출규모가 42억불까지 늘어날 것으로 보인다.

② 브로드밴드

이 지역의 브로드밴드 보급률은 2004년 이미 30%를 넘어서었다. 싱가포르에서는 기존의 회선 임대, ISDN, ADSL, 케이블 모뎀 방식으로 브로드밴드 서비스가 제공된다. 브로드밴드 수요가 급증하면서 2002년 매출 규모는 47백만불에 달했으며, 시장조사업체 가트너(Gartner)는 2006년까지 브로드밴드 접속 인구가 56만 1,900명을 넘어설 것이라고 전망했다.

IDA가 싱가포르 통신 소비자들을 대상으로 실시했던 조사결과 브로드밴드 보급률을 저해하는 주요한 요인으로 비싼 이용료가 꼽히기도 했다. 그러나 최근 ADSL 접속비용이 꾸준히 하락

하면서 브로드밴드 가입 인구는 크게 늘어날 것으로 기대된다. 2003년 26% 수준이던 보급률도 2005년 45.7%를 기록할 것으로 전망된다.

③ 이동통신

이동통신 가입자수는 2003년 330만명에 달해 전년도의 320만명보다 소폭 늘어났다. 보급률이 이미 80%에 달하는 싱가포르 이동통신 시장에서는 음성통신보다는 모바일 데이터 부문의 성장세가 두드러진다. 프로스트&설리번(Frost&Sullivan)에 따르면, 싱가포르의 모바일 데이터 애플리케이션 시장 규모는 현재 75백만불에서 연간 20.7% 수준의 성장률을 보이며 2006년 2.2억불까지 확대될 것으로 전망된다. IDC는 2005년까지 이동통신 가입자 중 40~70%가 데이터 서비스를 사용할 것으로 전망했다. 2004년 이동통신 네트워크에서 모바일 트래픽이 차지하는 비중은 약 45%이다.

〈표 4-6-1-19〉 싱가포르 이동통신사별 가입자 규모(2003)

Operator	System	Launch	Subscribers	Annual growth
SingTel	GSM-900/1800	1995	1,534,000	-1.3%
MobileOne(M1)	GSM-900	1997	1,068,000	1.8%
StarHub	GSM-1800	2000	875,000	36.7%
Tota			3,477,100	7.2%

※ 자료: Global Mobile, 2004

〈표 4-6-1-20〉 싱가포르 3세대 licenses

Licensee	Spectrum	Coverage	Vendor
SingTel	2x 15MHz paired;	Singapore	Ericsson
	1x 5MHz unpaired		
MobileOne	2x 15MHz paired;	Singapore	Nokia
	1x 5MHz unpaired		
StarHub	2x 15MHz paired;	Singapore	Nokia
	1x 5MHz unpaired		

※ 자료: Paul Budde Communication based on industry sources, 2004



(2) 게임시장 현황

싱가포르의 온라인게임 이용자 인구는 2004년 기준 100만 명 규모로 전년 대비 13% 성장하였다. 향후 2008년에는 연평균 8.5%의 증가율을 기록하며 약 141만명까지 늘어날 것으로 보인다.

싱가포르의 온라인게임 시장은 최종 매출액 기준으로 2002년 9백만불 규모를 기록했으며, 2007년에는 39백만불 규모로 성장할 것으로 예상된다. 모바일 게임의 경우에는 2002년 6백만불에 불과하던 매출이 2007년에는 1.2억불로 20배가량 성장할 것으로 전망된다.

2004년 기준 싱가포르의 온라인게임인구 중 유료 이용인구 비중은 8.4%로, 태국이 34.2%, 필리핀이 45.4%에 비해 볼때 현저히 낮은 수준이다. 이는 싱가포르의 인구 규모가 작아 시장확대에 한계가 있다는 것과 함께 국내 업체 진출의 장애 요인이되고 있다. 그러나 싱가포르 온라인게임 시장은 최고 수준의 인프라를 기반으로 높은 수준의 게임 서비스를 할 수 있으며, 동남아 시장 진출의 시험장으로서 중요한 의미를 지니고 있다.

시장조사업체 OVUM에 따르면, 싱가포르의 모바일게임 이용자는 2002년 50만명에서

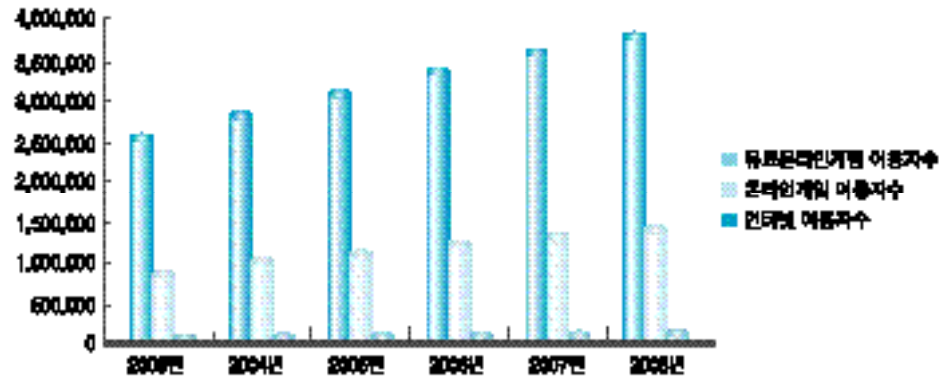
〈표 4-6-1-21〉 싱가포르 온라인게임 시장규모 전망(2003~2008)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
인터넷 이용 인구(경)	2,555,425	2,841,178	3,072,487	3,368,243	3,584,643	3,785,384
온라인게임 이용자 전체	인구(경) 902,065	1,019,983	1,124,530	1,236,145	1,326,318	1,415,733
	성장률	13.1%	10.2%	9.9%	7.3%	6.7%
유료 온라인게임 이용자	인구(경) 63,145	85,679	104,581	123,615	135,284	147,236
	성장률	35.7%	22.1%	18.2%	9.4%	8.8%
온라인게임 시장규모	금액(백 만불) 0.79	0.92	1.13	1.45	1.76	2.13
가입비기준	성장률	16.5%	22.8%	28.3%	21.4%	21.0%
유료 온라인게임 이용인구 비중	7.0%	8.4%	9.3%	10.0%	10.2%	10.4%

※ 자료 : DC, 2004

〈그림 4-6-1-07〉 싱가포르 온라인게임 이용 인구 전망 (2003~2008)

(단위 : 명)



〈표 4-6-1-22〉 싱가포르 게임 시장규모 전망(최종 매출액 기준) (2002~2007)

(단위 : 백만불)

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
온라인 게임	매출액	9	14	19	23	30
	성장률		55.6%	35.7%	21.1%	30.4%
모바일 게임	매출액	6	10	24	54	101
	성장률		66.7%	140.0%	125.0%	87.0%

※ 자료 : OVUM, 2003

2006년에는 360만명에 이르러 연 평균 48.4%의 성장을 할 것으로 전망된다. 주요 고객층은 20대 초반의 남성이며, 이 집단에서는 격투 게임이 가장 인기 있는 장르였다. 한편, 지멘스가 지난 2002년 실시했던 싱가포르의 모바일 라이프 스타일 현황에 따르면 싱가포르인 중 과반수인 57%가 휴대전화 없이는 일상생활을 영위하기 어렵다고 대답할 만큼 이 지역에서 모바일 부문의 비중이 큰 것으로 나타나 모바일게임 시장의 토대가 다른 어느 지역에 못지 않게 탄탄하다는 점을 시사했다.

싱가포르에서 온라인게임은 주로 인터넷을 통해 실시간으로 다른 사용자들과 승부를 겨루는 게임을 의미한다. 2003년에는 싱가포르 인터넷 가입자들 중 39%가 이 같은 온라인게임을 즐긴 것으로 나타났다. 스타허브(Star Hub)는 싱가포르 ISP 업체로는 최초로 리얼네트웍스(Real Networks)가 내놓은 개인용 양방향 온라인게임 접속 주크박스 '리얼아케이드(RealArcade)'를 공급했다. 퍼시픽 인터넷(Pacific Internet, PacNet)은 미국의 게임제작 업체인 페이스타(PaleStar Inc.)와 제휴를 맺고 팬 아시아 게이밍 네트워크(Pan Asia Gaming Network, PAGN)를 통해 '다크스페이스(DarkSpace)'를 서비스했다. 이 게임은 싱가포르 시장에 처음 선보인 3차원 온라인 전략 시뮬레이션 게임이다.

2003년 기준, 싱가포르 시장 1위 업체는 텍와였다. 싱가포르 현지 업체인 텍와는 2003년 매출 점유율 33.6%로 PAGN을 앞섰다. 텍와는 2003년 라이코스로부터 온라인 게임 자회사인 카발(Khabal)을 인수하고, 카발의 게임 포털에 다양한 온라인 콘텐츠들을 부가해 윈스톱 온라인 엔터테인먼트가 가능하도록 지원하고 있다.

PAGN은 퍼시픽 인터넷(Pacific Internet)이라는 주요 ISP와 긴밀한 관계에 있으며, 자체 ISP 브로드밴드 서비스의 홍보를 위해 온라인 게임을 제공하는 비즈니스 모델을 갖추었다는 점에서 경쟁 우위를 가지는 업체이다. 브로드밴드 가입자들을 위한 부가서비스로 온라인게임을 제공하는 전략을 고수하고 있다.

2003년 매출 규모 16만 달러인 화이(Waei)는 2002년 시장진입과 함께 획기적인 마케팅 전략을 내세워 크게 주목받았으나, 2003년 중반까지 그 바람을 이어가지는 못했다. 야심 차게 마련했던 초기 마케팅 전략이 큰 반향을 불러일으키지 못하면서 화이는 싱가포르 직접 진출 전략을 철회하고 대만의 기존 고객 기반을 유지하는 쪽에 초점을 맞추기로 하였다.

텍와가 서비스 중인 대표적인 MMORPG 게임은 '레드문(Redmoon)' 과 '풍운(Fung Wan)', '헬브레스(Hellbreath)' 등이 있고, 통신 강국답게 N-Gage같은 모바일 단말기용 게임들도 다양하게 제공하고 있다.



5. 필리핀

(1) 게임 인프라 현황

① 인터넷

2004년 기준, 필리핀의 인구 8,460만명 중 인터넷 사용자는 1,000만명 수준이다. 인터넷 인구는 1999년 95만명에서 시작해 2000년과 2001년에 각각 190만명과 310만 명으로 폭발적인 증가세를 기록했으며, 2003년부터 2008년까지는 연평균 17.9%의 성장세를 유지할 것으로 전망된다.

② 인터넷 카페

디지털 필리피노(Digital Filipino)의 조사에 따르면, 2000년 기준 필리핀 내 ISP업체는 200개, 인터넷 카페는 1,500여개이다. 필리핀

의 인터넷 이용의 특징은 이용자가 PC를 보유하지 않고 회사나 학교, 인터넷 카페 등에서 접속하는 경우가 많다는 것이다.

인터넷 카페는 필리핀의 인터넷 보급에 매우 큰 역할을 담당하고 있는데, 특히 도시지역보다 농촌 지역에서 인터넷 카페의 이용이 활성화되고 있다. 그 이유는 도시지역에 비해 저렴한 이용 요금 때문인데, 도시지역(마닐라)의 인터넷 카페 이용료가 시간 당 30~150페소(0.6~3달러)인 반면 지방의 경우 시간당 10~35페소(0.2~0.7달러)로 약 1/3 수준이다.

③ 이동통신

이동통신 부문에서는 업체들의 서비스 경쟁과 저렴한 단말기의 보급 등으로 휴대전화 사용자가 전체 인구의 3분의 1 정도까지 급증할 것

으로 전망된다.

ING 파인넬셋 마켓(ING Financial Market)에 따르면, 2003년 5월 도입된 스마트 커뮤니케이션스(Smart Communications)의 소액 재충전 서비스의 성공으로 인해 휴대전화 보급률은 2003년 28%에서 2005년 33%로 상승하게 될 것으로 예상된다. 이러한 추세에 의하면 2005년 휴대전화 사용자는 3,000만명으로, 전체 인구의 1/3 이상을 차지할 것으로 보인다. 특히 필리핀의 휴대전화 게임보급률은 저렴한 선불카드 도입으로 인해 이용료가 낮아지면서 더욱 빠르게 확산될 것으로 전망된다.

(2) 게임시장 현황

2004년 기준 필리핀 온라인게임 시장(가입비 기준)은 8.2백만불 규모이며, 전년 대비 192%라는 놀라운 성장을 하였다. 향후 2007년에는 17백만불 규모로, 2004년과 비교하여 2배 이상 증가할 것으로 전망된다.

온라인게임 이용 인구는 2004년에 302만명을 넘어서고 2003년부터 2008년 까지 연평균 24.7%의 증가율을 기록하며 약 640만명까지 늘어날 것으로 전망되고 있다. 전체 온라인게임 이용 인구 중 유료 이용자가 차지하는 비중은 45% 전후인데, 다른 동남아 국가들과 비교하여 매우 높은 수준이다.

필리핀의 온라인 게임은 MMORPG게임이 강세를 보이고 있으며, 그 중에서도 한국산 게임이 시장을 주도하고 있는 상황이다. 이런 추

세는 당분간 지속될 것으로 보이나, 필리핀의 현지 개발 업체들도 온라인게임에 적극적으로 뛰어 들고 있다.

필리핀에서도 중국에서와 마찬가지로 불법 서버 운영으로 인한 문제가 심각해 온라인게임의 저작권 보호가 아직도 해결해야 할 과제로 남아있다.

필리핀의 온라인게임은 PC방을 중심으로 확산되고 있다. 필리핀의 PC 보급율은 낮은 상태로, 2004년 기준 필리핀 가정의 PC 보급율은 1.7%에 불과하다. 뿐만 아니라 인터넷의 접속 속도도 대도시 지역을 제외하고는 속도가 매우 느려서 현재 수준의 게임을 실행하기 버거운 상태이다. 이에 따라 필리핀에서는 온라인게임을 대부분 회사나, 학교, PC방 등에서 이용하고 있으며, 또한 농촌 지역에서는 저렴한 요금의 PC방을 통하여 즐기고 있다.

필리핀에서는 선불카드 사용이 일반화되어 있으므로 인터넷 카페 등을 대상으로 한 저작권료 수입보다는 가입자들의 게임 이용료를 통한 매출 확보가 더 유리한 것으로 보인다. 이와 유사한 대안적 지불 방식은 제휴업체에서 현금으로 포인트를 구매하면 휴대폰 단말기 등을 통해 포인트가 바로 게임 계정에 충전되는 방식이 있는데, 최근 거래상의 편리함 등을 이유로 인기를 모으고 있다.

현재 필리핀 시장에서는 선두 업체인 레벨업의 활약이 두드러진다. 이 회사의 2003년 가입비 매출은 2.7백만불로 필리핀 온라인게임 시



필리핀 이용자 현황

〈표 4-6-1-23〉 필리핀 이용사별 가입자 규모(2003)

Operator	System	Launch	Subscribers	Annual growth
Touch Mobile *	GSM900	1994	1,501,900	76.1%
Globe Telecom	GSM900	1994	7,358,000	28.6%
Plitel	GSM900	2000	2,867,100	61.6%
Exelcom	AMPS	1991	25,500	-68.2%
Smart	GSM900/1800	1999	10,080,100	47.7%
Digitel	GSM900	2002	900,000	n/a
Total			22,732,600	49.1%

* 자료 : Paul Budde Communication based on Global Mobile data, 2004 ※ 자료 : Global Mobile, 2004

〈표 4-6-1-24〉 필리핀 이용사별 모바일 시장 비중(2003)

Operator	Subscribers	Market share
Globe Telecom/Touch Mobile	8,859,900	39%
Smart/Plitel	12,947,200	57%
Digitel	900,000	4%

* 자료 : Paul Budde Communication based on Global data, 2004 Note: For the purpose of this table, Exelcom's market share is negligible

〈표 4-6-1-25〉 필리핀 인터넷 사용자 수 증가 추이 (2003~2008)

(단위 : 천명)

	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	CAGR
인터넷 사용자	9,415	11,809	14,717	17,299	19,492	21,461	17.9%

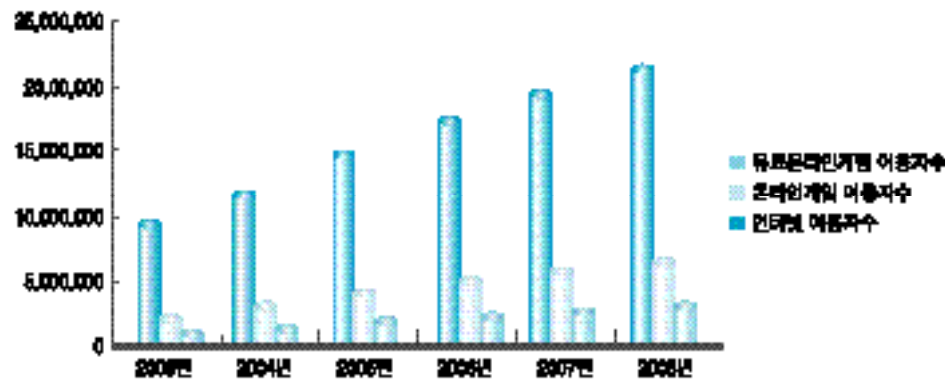
* 자료 : IDC, 2004

〈표 4-6-1-26〉 필리핀 온라인게임 시장 규모 전망(2003~2008)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	
인터넷 이용 인구(경)	9,415,700	11,809,402	14,717,247	17,299,145	19,492,663	21,461,422	
온라인게임 이용자 전체	인구(경)	2,099,701	3,023,207	4,047,243	4,912,957	5,691,858	6,331,120
	성장률		44.0%	33.9%	21.4%	15.9%	11.2%
유료 온라인게임 이용자	인구(경)	942,766	1,372,536	1,849,590	2,269,786	2,646,714	2,969,295
	성장률		45.6%	34.8%	22.7%	16.6%	12.2%
온라인게임 시장규모	금액(백 만불)	2.8	8.2	11.42	14.34	17.15	19.75
	성장률		192.9%	39.3%	25.6%	19.6%	15.2%
유료 온라인게임 이용인구 비중	44.9%	45.4%	45.7%	46.2%	46.5%	46.9%	

※ 자료 : DC, 2004

〈그림 4-6-1-08〉 필리핀 온라인게임 이용 인구 전망 : 2003~2008 (단위:명)



장 전체의 매출 중 거의 대부분을 차지했다. 레벨업은 '오즈월드'와 '라그나로크'의 배급 업체로도 유명하다.

그러나 캐주얼 온라인게임과 해외에서 호스팅하는 게임들이 존재해 레벨업의 완전한 시장 독점체제라고는 할 수 없다. 게다가 '라그나로크'의 대성공 이후 많은 업체들이 필리핀 시장 진출에 나서고 있다. 피비우스 온라인 게임스(Mobius Online Games, 이하 피비우스)는 웹젠의 '뮤 온라인(Mu Online)'을 필리핀에서 독점 공급할 수 있는 라이선스를 획득했다. 특히 피비우스는 다른 온라인게임들의 필리핀 공급 제안을 모두 미루고 '뮤 온라인'에 전력을 기울

이기로 하는 등이 게임에 대한 기대가 크다. 비벤디 유니버설 게임스(Vivendi Universal Games)는 필리핀의 기존 게임 퍼블리셔들을 통해 자사의 게임인 '월드 오브 워크래프트(World of Warcraft)'를 제공하는 방안을 모색하고 있다. 그러나, 2004년 6월 현재 이 게임의 필리핀 독점 공급 라이선스를 요구하는 업체들에게 철저한 비밀을 요구한 것으로 알려져 관련 정보를 구하기는 어려운 상황이다. 이와 함께 필리핀의 현지 게임 개발업체인 아니노 엔터테인먼트 역시 새로운 온라인게임을 자체 개발하는 방안을 모색 중이다. 아니노는 PC 어드벤처 게임인 '아니토(Anito)'의 성공을

발판으로 기존의 한국산 게임들과는 명백하게 차별화 되는 "필리핀산" 온라인게임을 개발하려는 전략을 내세우고 있다.

6. 베트남

(1) 게임 인프라 현황

① 인터넷

베트남의 인터넷 이용자수는 2003년 현재 350만명 수준으로, 전년도에 비해 2배 이상 늘었다. 그러나 인터넷 보급률은 전체 인구의 2%에 불과하고, 대부분 베트남에 진출한 외국 업체가 주 이용자이다.

베트남의 정부는 2005년까지 인터넷 보급률 5% 이상을 목표로 하고 있지만, 인터넷 접속요금이 비싸고 전송 속도가 느릴 뿐만 아니라 정부의 규제가 지나치게 심하다는 점 등이 인터넷 확산의 저해 요인이다.

② 인터넷 카페

베트남의 인터넷 카페는 주로 하노이와 호치민을 중심으로 외국인 관광객을 대상으로 하고 있다. Paul Budde Communication에 따르면, 2004년 인터넷 카페 수는 호치민에 3,000개, 하노이에 500여 개소가 있는 것으로 나타났다. 2001년 8월부터 베트남의 인터넷 카페들은 정부가 인증한 ISP들과 사업 계약을 맺은 후 서비스를 제공할 수 있도록 규제되고 있다. 주 규제 대상은 포르노물과 반정부적인 내용들로 정

부가 직접 인터넷 카페 단속하거나 인터넷 카페 운영자가 고객을 감시하는 등 매우 엄격한 규제가 이루어진다. 2002년 10월부터는 기업이나 단체가 웹 사이트를 개설할 경우 우선 정부의 허가를 받도록 하는 법령도 시행되었다.

③ 이동통신

2003년 7월말 기준 이동통신 가입자수는 190만명으로서 인구 100명당 2.5대의 보급률이다. 2005년까지는 휴대폰 사용자가 400만명으로 확대될 전망이다. 베트남 우정부는 2010년까지 휴대전화 보급대수를 900만~1,000만대까지 늘린다는 계획아래 이를 위한 지원책을 모색하고 있다.

베트남에서는 2003년 7월부터 현지 업체인 사이공 포스트텔(Saigon Postel)과 한국의 SLD 텔레콤(SLD Telecom)의 합작으로 CDMA 휴대폰 서비스인 에스폰(S-Fone) 서비스를 시작했다. 에스폰의 CDMA 서비스는 기존 GSM 방식으로 서비스하고 있는 VMS의 모비폰(MobiFone) 및 비나폰(Vinaphone)과 경쟁체제를 갖추었다.

VMS의 가입자수는 2003년 7월 기준 120만명이었고 비나폰은 70만명의 가입자를 보유했다. 그러나 베트남의 휴대전화 시장은 아직 전화 서비스에 국한되고 있으며 초고속 인터넷, 음악 다운로드 등의 데이터서비스는 충분하지 않다는 것이 에스폰 측의 주장이다.

한편 VMS은 GPRS 기술을 도입해 인터넷

〈표 4-6-1-27〉 베트남 인터넷 사용자 수 증가 추이(1998~2003) (단위: 천명)

연도	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
인터넷 사용자	10	100	200	600	1,500	3,500

※ 출처: Paul Budde Communication, 2004

접속, 저렴한 장거리 전화, 멀티미디어 전송 서비스를 제공하겠다고 발표한 바 있다. 2003년 9월부터 12월까지는 모비폰과 비나폰이 기존의 텍스트 메시지 및 간단한 그림파일 송신 서비스에 이어 사진, 음성, 비디오 클립 기능 추가 서비스를 하노이, 호치민, 다낭, 후에 등에서 시범 실시하기도 했다.

(2) 게임시장 현황

베트남에서는 1990년대부터 온라인 게임 문화가 싹트었으며, PC게임이 중심적인 위치를 차지하고 있다. 2003년 중반까지 호치민에 약 3,000 여개, 하노이에 약 500여 개의 인터넷 카페가 생겼으며 현재 인터넷 카페 수는 4,000여 곳에 달한다. 베트남의 인터넷 카페들은 정부가 인증한 ISP들과 사업 계약을 맺은 후 인터넷 서핑 서비스를 제공한다. 현재 인터넷 카페들은 외국인 관광객들이나 젊은 층들이 주로 이

용하고 있다.

인터넷 카페에서는 다이얼 업 방식의 웹 접속이 주류를 이루며, 이메일 확인, 채팅, 웹 서핑 등을 위한 인터넷 카페 이용이 대부분이다. 온라인 게임도 이뤄지고 있으며, 현재 온라인 게임 타이틀 중에서는 '뮤'가 1위를 기록 중이다. 베트남에서 '뮤'는 인터넷서널 서버 운영으로 인해 무료로 제공되고 있다. 이 밖에 '건바운드' 게임이 있으며, '스타크래프트', 'AOE', '카운터스트라이크' 등이 인기를 끌고 있다.

베트남의 인구 규모는 태국과 비슷한 약 8,000만명 수준이지만 GDP는 태국의 25%에 불과하며 인터넷과 PC 보급률이 낮다는 것도 온라인게임 시장의 발전을 더디게 하는 요소가 되고 있다. 현재 베트남의 현재 인터넷 인구 규모를 고려할 때 2004년 초 기준 온라인게임의 잠재 시장 규모는 약 15만~30만명 수준이 될 것으로 추산된다.

〈표 4-6-1-28〉 베트남 이동통신시장 현황 (2003-08-28)

회사명	비나폰	모비폰	SLD텔레콤
주요주주	VNPI	VNPI, 콤빅	SK텔레콤 등
통신	GSM	GSM	CDMA2000 1x
가입자 (2002년말)	107만명	67만명	20만명
특징	최대사업자	최초사업자	외자합작사

※ 자료 : S D Telecom ※ 2003. 7월말 현재

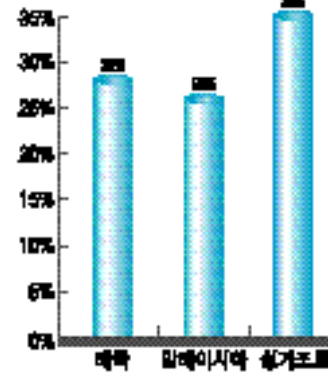
제 2 절 동남아시아 게임이용자 동향

2003년 IDC는 동남아 지역의 온라인게임 수 동향 조사를 실시한 바 있다. 주요 대상국인 태국, 말레이시아, 싱가포르를 중심으로 온라인

게임 이용자 동향을 살펴보면 다음과 같다.

우선 동남아 주요국의 게임 이용 인구 중 온라인게임 이용자의 비중이 30% 전후를 차지하

〈그림 4-6-2-01〉 전체 게임 인구 중 온라인 게임 이용자 비중



자료 : IDC Marco Polo, 2003

는 것으로 나타났다. 특히 싱가포르는 상대적으로 높은 브로드밴드 보급률과 함께 35%의 높은 비중을 차지하고 있다.

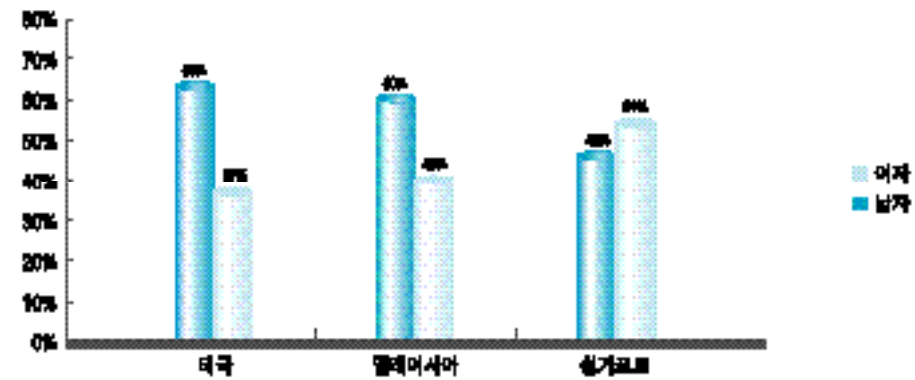
동남아 지역의 온라인게임 이용자는 남성이 여성에 비해 우세하지만, 세계 각 지역과 비교하여 여성의 비중이 높은 편이다. IDC(2003)에 의하면 말레이시아 온라인게임 이용자 중 여성이 40%를 차지하고 있는 것으로 보고하고 있다. 또한 IDC Marco Polo(2003)에 의하면 싱

가포르에서도 여성 온라인게임 이용자는 54%로 남성 이용자보다 더 많은 것으로 나타났다. 그 이유는 이들 국가에서 많은 온라인 게임 업체들이 MMORPG와 같은 코어 유저들을 위한 콘텐츠보다는 캐주얼게임 중심의 콘텐츠 제공에 주력하였기 때문이다.

동남아 지역의 온라인게임 이용 연령별 분포는 25세 이하 젊은 층의 비중이 매우 높다. 싱가포르의 경우 17세 이하의 비율이 44.7%로 가장 높았으며, 태국과 말레이시아는 각각 27.7%와 22%의 순이다. 말레이시아의 경우 나머지 두 국가와는 달리 21~25세가 차지하는 비율이 33.1%로 가장 높았고 그 뒤를 이은 18~20세가 22.8%를 기록했다. 한편, 직업별로는 태국과 싱가포르의 경우 학생의 비율이 60%를 차지했으며, 말레이시아에서도 3/4이 학생인 것으로 나타났다.

동남아 지역의 온라인게임 이용시간은 말레이시아가 34.5시간으로 가장 길었고 태국이 31시간으로 조사되었다. 싱가포르의 경우 게임시간이 16.9시간으로 나타나 다른 두 지역에 비해

〈그림 4-6-2-02〉 온라인 게임 이용자 성별 비중



※ 자료 : DC Marco Polo, 2003



현재까지 짧았다. 이는 싱가포르의 온라인게임 이용자 중 절반 이상이 여성이라는 점과도 관련이 있는 것으로 보인다. 일반적으로 남성들의 게임 이용 시간이 여성들의 경우보다 긴 것으로 알려져 있기 때문이다.

말레이시아와 태국의 경우 온라인게임을 즐기는 장소로는 자기 집이 인터넷 카페에 비해

월등히 높은 비중을 차지했다. 전체 게임 시간 중 70~80%는 자기 집에서 게임을 하는 것으로 나타났고, 인터넷 카페에서 게임을 하는 시간은 22% 미만이었다. 반면, 싱가포르는 자기 집이 차지하는 비율이 2%에 불과했다. 이 지역의 경우, 인터넷 카페는 물론 식당과 찻집 등 다양한 장소에 구축된 핫스팟에서 무선 인터넷 등에 접속해 게임을 할 수 있도록 인프라가 갖춰져 있어 가정이나 인터넷 카페에 대한 의존도가 낮은 것으로 해석할 수 있다.

동남아 온라인게임 이용자들이 주로 즐기는 장르는 국가별로 차이가 나타난다. 우선 태국에서는 MMORPG의 비중이 70%로 압도적으로 높았으며, 온라인 기능을 갖춘 PC게임과 캐주얼게임이 다음으로 많았다. 말레이시아의 경우 캐주얼게임의 비중이 MMORPG보다 다소 높았고 온라인 기능을 갖춘 PC 게임도 상당한 비중 차지하는 등 대체적으로 선호장르의 분포가 고르게 나타났다. 싱가포르에서는 온라인 기능을 갖춘 PC 게임의 비중이 가장 높았고 MMORPG

와 캐주얼 게임이 비슷한 양상을 보였다.

동남아 지역에서 온라인게임 인구는 지속적으로 늘고 있다. 2004년 기준 동남아 주요국(4개국)의 온라인게임 이용 인구는 799만명을 넘어서서, 2008년에는 2배 가량 성장한 13.9백만 명 규모를 이룰 것으로 전망된다. 온라인게임 이용자가 급성장 함에도 불구하고 유료 게임을 즐기는 인구는 전체의 30%를 전후하는 수준에

머무르고 있다. 특히 캐주얼 게임 중심의 온라인게임은 주로 무료로 제공되는 반면, 태국과 같이 MMORPG게임이 중심이 되는 국가에서는 유료게임 이용자가 전체이용자의 절반가량을 차지한다. 향후 MMORPG와 같은 코어 이용자들을 위한 콘텐츠 비중이 높아짐에 따라 유료화가 점차 정착되어 나갈 것으로 전망된다.

〈표 4-6-2-01〉 온라인 게임 이용자 연령분포 현황

연령	태국	말레이시아	싱가포르
17세 미만	27.7%	22.0%	44.7%
18~20세	15.3%	22.8%	16.7%
21~25세	26.3%	33.1%	13.3%
26~30세	18.2%	12.6%	10.0%
31~35세	4.4%	5.5%	8.0%
36~45세	6.6%	3.9%	5.3%
46~55세	1.5%		1.3%
56세 이상			0.7%

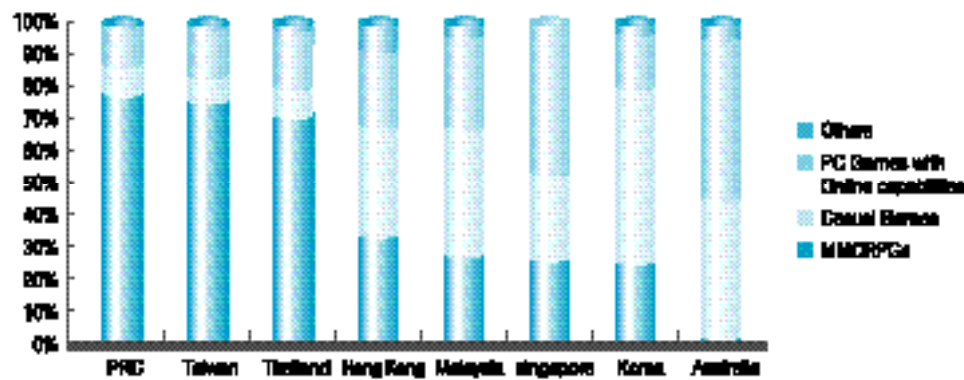
※ 자료: IDC Maroo Polo, 2003

〈표 4-6-2-02〉 온라인게임 이용 장소

국가	싱가포르	태국	말레이시아
가정에서	2%	70%	80%
인터넷카페에서	3%	22%	13%

※ 자료: IDC Maroo Polo, 2003

〈그림 4-6-2-03〉 선호하는 온라인 게임 장르



자료: IDC Maroo Polo, 2003

〈표 4-2-1-03〉 동남아 주요국의 온라인게임 이용 인구: 2003-2008 (단위: 명)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	
태국	전체	1,172,691	1,425,476	1,689,607	1,958,196	2,171,340	2,377,629
	유료	382,297	487,513	596,431	699,076	781,682	867,835
	유료이용인구 비중	32.6%	34.2%	35.3%	35.7%	36%	36.5%
말레이시아	전체	2,151,079	2,528,053	2,904,489	3,328,146	3,626,077	3,815,568
	유료	251,676	316,007	389,202	449,300	496,773	557,073
	유료이용인구 비중	11.7%	12.5%	13.4%	13.5%	13.7%	14.6%
싱가포르	전체	902,065	1,019,983	1,124,530	1,236,145	1,326,318	1,415,733
	유료	63,145	85,679	104,581	123,615	135,284	147,236
	유료이용인구 비중	7.0%	8.4%	9.3%	10.0%	10.2%	10.4%
필리핀	전체	2,099,701	3,023,207	4,047,243	4,912,957	5,691,858	6,331,120
	유료	942,766	1,372,536	1,849,590	2,269,786	2,646,714	2,969,295
	유료이용인구 비중	44.9%	45.4%	45.7%	46.2%	46.5%	46.9%

국산 온라인게임의 동남아 시장 진출 현황

〈표 4-6-2-04〉 태국 진출 국산 게임

게임	업체명	현지 파트너	서비스 시기
라그나 로크	그라비티	아시아소프트	2002년 6월
뮤	웹젠	뉴제라	2003년 5월
A3	액토즈소프트	시암 인피니트	2003년 12월
서바이벌 프로젝트	한빛소프트	시암 인피니트	2003년 11월
프리프	이온소프트	이니쓰리	2004년 3월
셀온라인	그리폰엔터테인먼트	핀박스	2004년 7월
다크에덴	소프트엔터테인먼트	폴리볼드 디지털	2004년 2월
포트리스2블루	CCR	엔플렉스	2003년 12월
칸	미리내엔터테인먼트	리버타	2004년 2월
크로노스	리자드인터랙티브	키셀미디어	2004년 1월
리니지	엔씨소프트	엔씨트루	2004년 7월



〈표 4-6-2-05〉 필리핀 진출 국산 게임

게임	업체명	현지파트너	서비스시기
라그나로크	그라비티	캐벨업	2003년 9월
탄트라	한빛소프트	ABS-CBN 인터랙티브	2004년 7월
라그하임	나코인터랙티브	테라CI	2004년 2월
프리스톤테일	프리스톤	켓틀 케이	2004년 6월
유	웹젠	모비거스온라인게임스	2004년 5월

〈표 4-6-2-06〉 싱가포르 진출 국산게임

게임	업체명	현지파트너	서비스시기
라그나로크	그라비티	게임플라이어	2004년 4월
바람의나라	넥슨	현지법인	2001년
어둠의전설	넥슨	현지법인	2002년
A3	개니파크	아이게임스	2004년 7월
바이탈사인	채널조기	아이게임스	2004년 7월
라그하임	나코인터랙티브	테라CI	2004년 2월

〈표 4-6-2-07〉 말레이시아 진출 국산게임

게임	업체명	현지파트너	서비스시기
라그나로크	그라비티	게임플라이어	2004년 4월
A3	액토즈소프트	아이게임스	2004년 7월
라그하임	나코인터랙티브	테라CI	2004년 2월

〈표 4-6-2-08〉 인도네시아 진출 국산게임

게임	업체명	현지파트너	서비스시기
라그나로크	그라비티	P.LytoDaarindoFortura	2003년 1월
레드문	제이씨엔터테인먼트	GOL	2002년 9월