

제 6 장

기타 국가 게임산업 동향

■ 제 1 절 베트남

1. 게임산업 동향 및 전망

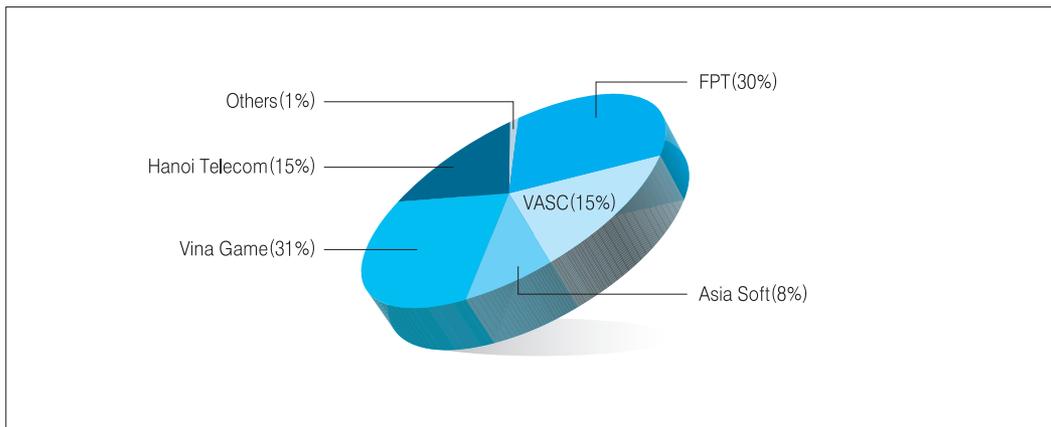
현재 베트남 게임시장은 온라인게임을 중심으로 성장세를 나타내고 있다. 자체적 개발보다는 수입 및 유통중심의 영업에 치중하고 있는 실정으로, <그림 4-6-1-01>에서 보는 바와 같

이 Vina Game, FPT, Hanoi Telecom, VASC 등의 유통시장 점유율이 매우 높다.

특히 온라인게임의 경우 한국 제품이 전체 시장의 약 62.0%를 차지하고 있으며, 대만, 중국이 그 뒤를 잇고 있는 등 동아시아 국가들 제품의 인기가 매우 높다.

4

<그림 4-6-1-01> 베트남의 업체별 시장점유 현황



※ 자료 : www.gamethu.net

(1) 온라인게임

베트남의 온라인게임 시장은 2005년부터 본격적으로 형성되어 현재 발전 단계에 있다고 보여지며, 타 게임 플랫폼에 비해 상대적으로 짧은 기간 빠른 속도로 성장하고 있다. 그러나 게임 개발 기술 및 전문 인력 양성 부족으로 자체 제작 능력은 보유하고 있지 않으며, 한국, 대만, 중국 등으로부터 대부분의 제품을 수입하고 있는 실정이다.

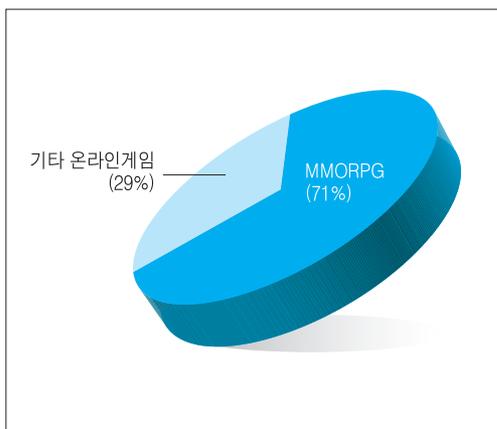
또한, 게임 장르에 있어서는 MMORPG 장르가 전체 온라인게임 시장의 71%를 점유하고 있는 등, MMORPG 장르의 강세가 두드러진다.

〈표 4-6-1-01〉 베트남 온라인게임 시장 현황 (단위 : %)

한국	대만	중국	합계
62	25	13	100

※자료 : 현지 유통망 실사

〈그림 4-6-1-02〉 게임 장르별 시장 점유 현황



※자료 : www.gamethu.net

(2) 모바일게임

2006년 베트남 모바일 가입자수는 1,600만명으

로 전년대비 2배 가까이 증가하였으며, 2008년에는 2,000만명, 2010년에는 2,500만 명의 가입자수를 기록할 것으로 예상되고 있다.

그러나, FPT SMS 통계에 따르면 베트남 모바일게임 제품의 90% 이상은 불법제품으로 알려지고 있으며 수요 증대에 따라 게임 다운로드 지원 및 정품 유통을 위한 시스템 구축이 절실히 요구되고 있다.

(3) PC게임 및 비디오게임

PC 및 비디오게임 등 베트남의 주요 패키지 게임시장 유통 제품 중 85%는 불법 제품이다. 패키지게임의 정품 가격은 미화 약 6달러인 반면 불법복제품의 경우는 약 1달러 이하의 가격에 거래되고 있는 상황이며, 이는 베트남 게임시장을 크게 위축시키는 요인으로 작용하고 있다.

또한 패키지게임 중 PC게임 매출은 하락세를, 비디오게임은 상승세를 보이고 있는데, 이는 콘솔게임기 가격이 큰 폭으로 하락한 데에서 기인한다. 현재 베트남 콘솔 시장은 소니의 PS2가 약 59%를 장악하고 있고, MS사의 Xbox가 33% 수준의 시장 점유율을 기록하고 있다.

2. 게임산업 유관기관 현황 및 업체 동향

게임과 관련한 베트남 정부기관으로 문화정보부, 우정통신부,公安부 등이 있다. 문화정보부는 게임관련 법률 및 정책을 제정하고 우정통신부는 제정된 법률 관련 시행령을 제정하며公安부와 더불어 법률 위반 단속을 규제하고 있다.

베트남 게임시장은 신흥 시장으로 최근 들어



서야 본격적인 게임 시장이 형성되었다고 볼 수 있으며, 한국게임산업진흥원과 같은 게임관련 전문 기관 및 협회 등은 아직 없는 실정이다.

2005년8월께 베트남의 온라인게임업체인 VASC와 FPT 양사간에 경험을 공유하고 서로 협력하는 동시에 고객 및 회원의 권리를 보장하기 위하여 베트남 게임산업 발전을 위한 베트남 게임 협회 설립에 관한 문제에 대해 논의가 진행된 바 있다. 그러나 게임업체들 간 관련 협회의 필요성이 제기되고는 있으나 협회의 설립이 발빠르게 이루어지지 않고 있다.

사실상 베트남 게임시장은 온라인게임의 활성화와 더불어 최근 형성되었으나, 게임업체는 2002년 10개사에서 2006년 현재는 83개사에 달해 단기간에 증가하였다. 한편, 빠르게 증가

한 게임업체 중 온라인게임 플랫폼 업체들이 대다수이며 기존 타 플랫폼 업체들 또한 온라인게임으로 전환하려는 움직임을 보이고 있어 온라인게임 업체들 간의 경쟁이 향후 치열해질 것으로 전망된다.

현재 베트남 온라인게임 시장은 FPT, VASC, Vinagame, AsiaSoft, Hanoi Telecom, VTC-Intecom, VDC-Net2E 등 주요 7개사에 의해 점유되어 있다.

또한, 현재의 베트남 게임업체들은 한국 등 해외업체들과의 제휴를 통해 제품을 유통시키고 있으며, 현재 베트남에서 인기있는 온라인게임은 MU Online, Gunbound, Priston Tale 등의 한국 제품과 Risk Your Life II, Swordsman Online 등의 대만 및 중국제품이다.

4

〈표 4-6-1-02〉 베트남 주요 온라인게임 회사 및 게임

운영 회사	게임
FPT Communications (FPT)	MU Online
	PristonTale (PTV)
VASC Software and Media Company(VASC)	Herrcot
	Risk Your Life II
	Darcania
	Swordsman Online
Vinagame Company (Vinagame)	Vo Lam Truyen Ky
	Guild Wars
	Ragnarok
	Gunbound
AsiaSoft Company Limited (AsiaSoft)	TS Online
	Hiep Khach giang ho
	Khan Online
Hanoi Telecommunications Joint Stock Company (Hanoi Telecom)	Space Cowboy
	Audition
VTC-Intecom	
VDC-Net2E	Silk Road

〈표 4-6-1-03〉 베트남 온라인게임 회사의 제휴 현황

베트남 기업	해외 업체
FPT	Webzen (한국)
	Priston (한국)
VASC	KT (한국)
	GameSoft (한국)
	YouxiLand (대만)
Vinagame	KingSoft (중국)
	Ragnarok(한국)
AsiaSoft	Chinesegamer International Corp(중국)
Hanoi Telecom	Mirinae Entertainment (한국)
VTC-Intecom	Yedang Online (한국)
	MASANG SOFT (한국)
VDC-Net2E	JOYMAX (한국)

〈표 4-6-1-04〉 베트남 시장 인기 온라인게임

게임명	국 가	베트남 운행사
MU Online	한국	FPT Communications
Gunbound	한국	AsiaSoft
PristonTale (PTV)	한국	FPT Communications
Space Cowboy	한국	VTC-Intecom
Audition	한국	VTC-Intecom
Ragnarok	한국	Vinagame
Hercot	한국	VASC
Risk Your Life II	대만	VASC
Darcania	대만	VASC
Swordsman Online	중국	Vinagame
SilkRoad	한국	VDC-Net2E
TS Online	대만	AsiaSoft
Khan Online	한국	Hanoi Telecom

3. 게임관련 제도 및 정책

2005년 중반 이후 베트남 청소년의 온라인 게임 이용이 급속도로 증가함에 따라 베트남 정부는 온라인게임에 대한 규제정책을 마련하였다. 주요 규제 방안은 온라인게임이 가능한 PC방은 학교와 200m 이상 떨어져 있어야 하

며 오후 11시부터 오전 6시까지 야간에는 문을 닫아야 한다. 또한 14세 미만 어린이 및 학생은 반드시 어른과 동행하여야만 게임방 출입이 가능하다. 온라인게임 운전자들에게 3시간 이상 플레이를 한 뒤에는 게임 점수(경험치)를 차감하는 새로운 점수 시스템을 개발하도록 한 바 있다.



제 2 절 말레이시아

1. 게임산업 동향 및 전망

(1) 온라인게임

International Data Corporation(IDC) Malaysia에 따르면, 말레이시아의 온라인게임 시장은 2005년에 전년 대비 매출액 기준 46% 성장한 8억달러의 규모를 나타내고 있다. 또한, IDC는 말레이시아의 온라인게임 시장 성장속도가 주변 국가들에 비해 더욱 빠를 것으로 전망하였으며, 2009년에는 시장 규모가 18억달러에 이를 것으로 분석하고 있다.

온라인 게임 이용자들의 증가와 이로 인한 수익률 증가는 더 많은 온라인게임 서비스 공급자들을 시장으로 불러들여 향후, 치열한 경쟁을 초래할 것으로 예상된다. 대표적 사례로 인터넷과 전자상거래가 주 사업영역인 MOL Access Portal Bhd(MOLAccess)사가 홍콩의 온라인 게임 업체인 Gamania Digital Entertainment

(HK) Co Ltd 사와 말레이시아 및 싱가포르 지역에서의 일부 게임타이틀에 대한 유통 공급계약을 체결한 예가 있다.

현재 말레이시아의 인기 온라인게임은 Knight Online, TS Online, Ragnarok, Fung Wan, Risk Your Life 등이다.

(2) 모바일게임

IDC Malaysia는 말레이시아 이동통신 이용자들의 모바일 콘텐츠 이용률이 2006년부터 2010년까지 연평균 26.7% 성장할 것으로 분석하고 있다.

2005년 조사에 따르면 말레이시아 휴대폰 이용자의 절반(49%) 가량이 1년 내에 모바일 게임 서비스를 이용하겠다고 밝혔는데, 이는 미국의 11%, 유럽의 15%에 비해, 매우 높은 수치이다.



〈표 4-6-2-01〉 1년 이내 다운로드를 고려 중인 모바일 콘텐츠

	아시아 (말레이시아)	유럽 (독일, 이탈리아, 영국)	북미지역 (미국)	남미지역 (브라질)
단위	(%)	(%)	(%)	(%)
게임	49	15	11	30
벨소리	73	20	27	25
뉴스	55	15	13	28
음악	31	15	15	23
스포츠	29	12	10	13
Multimedia Images (images, screen savers)	56	16	13	13
Video clips or movie previews	25	7	7	10
Full feature films	11	8	3	8

※ 자료 : LogicaCMG, May/June 2005, 각 지역의 성인 1,000명을 대상으로 한 설문조사

(3) PC게임

말레이시아의 PC게임은 하드웨어 가격 하락에 따라, 이용자수가 크게 증가한데 반해, PC게임용 소프트웨어 시장은 여전히 불법 복제품이 범람하고 있다.

정부의 불법 복제품에 대한 단속의지가 강력하나, 여전히 소비자들과 상인들에게는 복제품이 인기를 누리고 있다. 이와 관련 미국의 ESA는 말레이시아를 세계 최대의 불법 복제 소프트웨어 수출국으로 지목한 바 있는데, 2005년에 말레이시아에서 압수된 불법 복제 소프트웨어는 총 480만개이며, 이중 상당 부분은 수출용이었던 것으로 알려졌다. 말레이시아에서 PC와 콘솔을 포함하는 비디오게임 산업 내, 불법 복제품들의 시장 규모는 2,340만달러 수준에 달하는 것으로 집계되고 있다.

(4) 비디오게임

비디오게임은 말레이시아에서 가장 인기있는 게임 분야이다. 특히, 소니의 PS3, 닌텐도의 Wii, MS사의 Xbox360 등 신제품의 출시로 인해 말레이시아 비디오게임 시장의 경쟁이 심화되었다. 그러나 PS3는 높은 가격수준으로 인해 현재 점유율이 높지는 않다.

또한, 비디오게임 역시 PC게임과 마찬가지로 불법 복제품이 범람하고 있어 정품시장이 확립되기 위해서는 정부 차원의 노력이 필요할 것으로 보인다.

2. 게임업체 동향 및 전망

게임 산업은 말레이시아에서도 정부가 차세

대산업으로 육성하려는 분야이다. 정부는 게임 산업을 지원하기 위해, 게임개발업체들에 MSC(창작 멀티미디어 클러스터) 지위를 부여해 특혜를 주고 있으며, 게임 인큐베이터 등도 설립해 중소 게임개발업체들의 시장진출을 돕고 있다. 말레이시아 정부의 이러한 게임산업 육성정책은 많은 해외 게임 개발업체들을 국내로 유치하는 효과를 낳고 있다.

이러한 정부의 정책과 더불어 인터넷의 활성화로 인해 점점 더 많은 젊은이들이 게임을 즐기고 있는데, 이에 따라 게임산업도 크게 성장하고 있다. 이런 추세를 반영하여 게임산업의 신규 업체 수도 크게 증가하고 있다.

말레이시아 게임업체 중, E-games Global Sdn. Bhd사는 다양한 장르의 온라인게임을 수입해 퍼블리싱하고 있으며, 일부 게임의 경우 직접 로컬 콘텐츠로 개발하기도 한다. 특히 E-games 사의 많은 게임은 한국산 게임들이 차지하고 있다. E-games사의 최대 주주인 Bintai Kinden Corporation Berhad는 쿠알라룸푸르 주식시장(KLSE)의 상장기업이다. 또한, 서비스 중인 주요 게임으로는 뮤직 게임, 배틀게임인 'Knight Online (KO)' 등이 있다.

또 다른 유명 회사인 Game Flier (M) Sdn. Bhd.사는 대만계 회사로, 2003년 말레이시아에 진출하였다. Game Flier사의 경우, '라그나로크 온라인'에 대한 말레이시아 판권을 보유하고 있으며, 이외에도 'TS Online', 'Ragnarok Battle Offline', 'Ghost Online' 등에 대한 판권을 보유하고 있다. 현재는 중국에서, 'Justice Xwar(JX2)'를 출시할 예정이다.

특히, '라그나로크'는 말레이어 버전으로 출



시된 첫 온라인게임인 동시에 가장 성공한 온라인게임으로 인정받고 있다. Game Flier사 주관으로 열린, RO 카니발 행사는 10만여명의 방문자수를 기록, 말레이시아 게임 역사에 새로운 기록을 세우기도 하였다.

Phoenix Games Studio Sdn Bhd (Malaysia)사는 1999년에 설립되었으며, 'Storm Riders(FungWan) Online'의 제작사인데, 이 게임은 3D MMOG로 많은 인기를 누리고 있다. 2001년6월에 말레이시아에 진출하였으며, 말레이시아 게임업계에서는 선구적 역할을 수행한 것으로 인정받고 있다.

MYGO Solution Sdn Bhd 사는 인터랙티브 TV게임이라는 새로운 개념의 솔루션을 시장에 소개하였다. 이는 TV와 휴대폰 및 인터넷 연결장비를 이용해 이용자가 TV를 통해서 게임에 참여할 수 있는 신개념의 게임이다. 이용자는 휴대폰의 SMS 기능을 이용해 게임을 작동하며, 이는 TV로 다시 방송된다.

3. 게임산업 관련 제도 및 정책

말레이시아는 온라인, 모바일, PC, 콘솔, 비디오게임 분야를 차세대 성장 하이테크 산업으로 육성하는 정책을 추진 중이다. 이러한 정부의 취지는 말레이시아 정부의 MSC 정책을 통해서 구현되고 있는데, 게임 분야는 Creative Multi-media Cluster(창작 멀티미디어 클러스터)로 분류되어 정부로부터 특별 지원을 받게 된다.

말레이시아 정부는 MSC 정책의 성공적 진행을 위해 Cyber Law와 지적재산권 관련법 등을 정비하였으며, 멀티미디어 산업 전반에 대한 장기적인 제도 및 정책을 수립하였다.

정부기관 중 말레이시아의 게임산업을 관할하는 주무기관은 MDC 산하의 Creative Multimedia Department이다. Creative Multimedia department 부위원장인 카밀 오트만에 따르면, 현재 말레이시아는 게임 개발업체를 지원하기 위해, 사이버자야 내에 인큐베이터를 설립해 놓았으며, 이들에게 초기 비용을 지원할 수 있는 펀드를 조성하고 있다고 언급했다.

게임산업 육성을 위한 MDC의 활동사항으로는 2005 Asian Game developers Summit의 유치와 게임 디벨로퍼들의 컨퍼런스 개최, 말레이시아 전역에 걸친 게임 경연대회 주최 등을 꼽을 수 있겠다. 이와 관련해 Multimedia University, Asia Pacific University, College of Technology & Innovation, Help University College 등 대학에서는 컴퓨터게임 디자인과 개발에 대한 전공을 개설하였거나 또는 개설을 준비 중이다.

제3절 싱가포르

1. 게임산업 동향 및 전망

싱가포르에서는 콘솔게임 및 MMORPG게임 등이 상당한 인기를 차지하고 있다. 특히, 싱가포르는 정보통신망이 잘 구축되어 있고, 타 동남아 국가와는 달리 국내 IT 분야 전문가 인력을 다수 배출하고 있다. 이는 싱가포르가 게임산업 개발의 중심지가 될 수 있는 큰 잠재력을 가지고 있음을 의미한다. 또한 전문가 그룹뿐만 아니라 일반 국민의 IT에 대한 지식 수준, 이해도 역시 아시아에서 최고 수준이라 할 수 있다.

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.

(1) 온라인게임 및 PC게임

발전된 정보통신망으로 인해 싱가포르는 아시아/태평양 지역 게임산업 허브로의 발전을 꾀하고 있다. PC 및 온라인게임은 싱가포르 게임시장을 주도하고 있으며, ‘월드 오브 워크래프트’ (미국), ‘팡야’, ‘메이플스토리’, ‘오디션’ (이상 한국게임) 등이 인기를 끌고 있으며, 일본의 다국적 게임회사인 Mikoishi는 미국을 포함한 전세계 35개 국가를 대상으로 온라인과 모바일, PSP와 같은 게임기를 통해 게임 소프트웨어를 서비스하고 있으며 싱가포르에서도 인기가 높다.

그러나, 인구 규모가 적어, 2000년대 초반부터 싱가포르에 진출하기 시작한 외국계 회사들이 초기에는 싱가포르 현지 지사를 다수 운영하였으나 현재에는 지사를 운영하기 보다는 말레이시아, 인도네시아 등 동남아 국가를 관할하는 싱가포르 업체와 에이전트 계약을 맺어 게임 프로그램을 공급하고 있다.

(2) 비디오게임

비디오게임 시장을 주도하는 제품은 MS사의 Xbox와 소니의 PS이다. 최근 두 업체는 신제품인 Xbox360과 PS3를 출시하였는데, 현재 유통 가격은 각각 460달러 및 525달러 수준이다. 2004년까지 싱가포르의 비디오게임 시장은 PS2가 주도해 왔으나, 2005년 이후 새로운 흐름이 생기고 있다. 2003년 Xbox 출시 이후 싱가포르에서 아시아 전체 판매량의 5.5%인 72,000대가 판매되었으며 게임 타이틀도 12만 개가 판매되는 등 Xbox의 약진이 두드러지는 상황이다.

(3) 모바일게임

다른 국가와 마찬가지로, 싱가포르도 향후, 모바일게임이 크게 성장할 것으로 예상된다. 2004년 SingTel은 아시아에서 최초로 개발업체인 Mikoishi사에 의해 개발된 LB 다자간 모바일게임(Location-Based multiplayer mobile game)인 Gunslingers를 서비스하였다. 국제적으로 유명한 모바일게임 개발 서비스업체인 MacroSpace사 역시, 아시아/태평양 지역 본부



를 싱가포르에 설립하였으며, 정부 또한 모바일 게임을 적극 지원하고 있다. 싱가포르 정부의 미디어 개발청(MDA: Media Development Authority)은 일정 요건을 구비한 모바일게임 개발업체에 2만5,000달러의 개발비를 지원한다. 이는 싱가포르 모바일게임 시장이 주목할

만한 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되기 때문이다.

모바일게임 서비스는 싱가포르의 모바일 서비스업체인 Starhub, Mobile One, SingTel에서 편리하게 다운로드할 수 있으며 게임당 다운로드 비용은 2~6달러 수준이다.

〈표 4-6-3-01〉 SingTel사 서비스 인기게임 Top 10

타이틀	개발사	장르	가격(달러)
2006 Real Football	Gameloft	축구	8.4
Asphalt3 : StreetRules	Gameloft	레이싱	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

2. 게임업체 동향 및 전망

싱가포르 국내 게임업체들은 시뮬레이션게임을 위주로 한 교육용게임으로 대부분이 e-Learning 업체이며 순수한 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 다음과 같다.

- Vivendi Universal Games Pte Ltd는 유명 엔터테인먼트 기업인 SIERRA의 게임분야

를 맡고 있다. 모든 주요 플랫폼에 게임을 개발 및 배급하고 있다.

- AsiaSoft Online Pte Ltd는 ‘팡야’, ‘실크로드’, ‘콩콩’ 등 주로 한국의 온라인게임을 수입하여 서비스하고 있으며, 미국의 ‘월드 오브 워크래프트’를 온라인 서비스하고 있다.

- Atari는 프로듀싱, 퍼블리싱, 디스트리뷰팅을 하는 게임 전문업체로 비디오게임을 비롯하여 PC게임까지 전 플랫폼에 걸쳐서 세계 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 엔진을 완성하고 2002년 법인 조직으로 성장하여 자본금 5,000만 달러, 종업원수 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 MMOG), 'Air Support anti-tank Helicopter', 'Submarine Mine Menace', 'Space Cruiser Battle Arena' 등 독창적인 패키지 게임이 다수 있다.

- 동남아 지역에서 가장 큰 배급사인 New Era Group of Companies의 경우 자본금 10만 달러, 종업원수 39명으로 주로 게임 하드웨어 및 소프트웨어, 주변기기 등 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, USB 운전대, 게임용 키보드, 마우스 등 다양한 컨트롤러 등 게임과 관련한 액세서리를 판매하고 있다.

- Honor Games International은 싱가포르에 본사를 두고 있으며 중국의 사면과 베이징에

사무실을 두고 있다. 70여명의 직원과 함께 게임을 개발하고 있다. 중국 아마추어 농구리그로부터 요청을 받아 중국 농구리그 온라인게임을 만들고 있다.

- Ksatria Gameworks Pte Ltd의 경우 2005년1월 설립되어 종업원 수는 10명 정도로 베스트셀러 게임 북을 기반으로 하여 게임을 개발하고 있다. 독자적인 3D 엔진인 kjAPI3D 엔진을 운영하고 있다. 주로 게임 개발보다는 3D 그래픽 소프트웨어 엔진에 중점을 두고 있다.

- Mikoishi (Asia Pacific) Pte Ltd의 싱가포르 지사는 싱가포르 최대 모바일게임 퍼블리셔로서 북미, 유럽, 아시아의 이동통신사에 게임을 퍼블리싱하고 있으며 GPRS, EDGE, CDMA, WCDMA, EVDO 지원과 모바일 자바 게임 위주로 영업 활동하고 있다. 주요 출시 게임으로 네트워크가 가능한 멀티플레이 모바일 게임인, 멀티플레이 레이싱 게임 'Mag Racer', 멀티플레이 카지노게임 'Liar's Dice', 멀티플레이 퍼즐게임 'Pet Trap' 등이 있다. 한국 모바일 시장에 대한 관심 많아 한국인 직원을 모집 중에 있다.

- EA(Electronic Arts Asia Pacific Pte Ltd)는 싱가포르 시장에 주력하고 있다. 게임의 개발은 미국에서 담당하고 싱가포르 사무실은 매출만을 담당하고 있다. 그러나 자사 개발의 제품이 많아 타 회사의 제품을 판매할 여력은 부족하나 LUCAS ART사의 제품만은 취급하고 있다. 한국산 게임 타이틀은 온라인게임으로 콘



솔게임이 주력상품인 EA와 큰 연관이 없으며, EA가 개발한 온라인게임을 시장에 선보이고 수익을 내는 데 집중하고 있다. 그러나, 한국은 최근 3년 동안 특징있는 게임을 만들지 못하여 싱가포르 내에서 점차 경쟁력을 잃어가고 있다.

3. 게임산업 관련 제도 및 정책

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

싱가포르 게임산업을 촉진하는 기관은 다음과 같다.

- 경제개발위원회(Economic Development Board)

경제개발위원회는 싱가포르를 비즈니스와 투자를 위한 글로벌 허브로 만들기 위해 계획하고 실행하는 기관으로, 다양한 부서를 두고 지식 기반과 혁신지향 환경을 조성하여 보다 부가가치를 높이기 위한 지원활동을 실시하고 있다. 뿐만 아니라 싱가포르 내 각 기업의 비즈니스 센터가 아시아/태평양 지역의 중심 기능을 할 수 있도록 지원한다. 특히, 게임산업은 EDB가 주력 성장산업으로 추진하는 분야이다.

- 정보통신예술부(Ministry of Information, Communications and Arts)

MICA는 정보통신업계와 소비자의 요구에 부응하고 정책 및 법규를 수립하는 정부기관이다.

IT 비즈니스 발전을 위한 신규 접근방식과 규정 개발을 위해 더욱 강한 권한을 행사하고 있다.

MICA는 2003년1월1일부터 전 싱가포르 방송청, 영화출판부서, 싱가포르 영화위원회를 통합한 새로운 조직인 Media Development Authority (MDA)를 산하기관으로 두고 있다.

- 미디어 개발청(The Media Development Authority)

MDA는 MICA의 산하기관으로서, 싱가포르의 미디어 콘텐츠 발전을 통해 다민족 국가의 통합을 도모하고, 미디어사업 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 공공교육 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.

4

제 4 절 스페인

1. 게임산업 동향 및 전망

2005년도 스페인 게임관련 시장은 225억 400만유로의 수익을 올려, 유럽시장에서 8.5% (세계시장의 2.2%)를 점유하여, 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아에 이어 5위 자리를 차지하였다.

문화콘텐츠(영화, TV, 비디오, 음악, 비디오 게임) 부문이 스페인 시장에서 86억 유로의 수익을 거두었으며, 특히, 비디오게임은 텔레비전을 제외한, 다른 문화콘텐츠를 제치고 단기간에 수위를 차지하면서 콘텐츠 시장의 주력품목으로 발돋움했다.

(1) 온라인게임

2005년 ISFE의 조사에 따르면 스페인은 프랑스, 독일, 영국에 이어 유럽 4대 온라인게임 국가로 밝혀졌다. 또한, 2005년 Red.es의 조사에 의하면 스페인 인터넷 이용자가 선호하는 서비스 중 20%가 온라인게임이었으며 온라인게임을 즐기는 이유로는 경쟁(60.7%), 온라인게임의 특별한 장점(30.5%), 많은 게이머와 동시게임이 가능한 것(24.5%) 등을 들었다. 반대로 온라인게임을 하지 않는 이유로 테크닉 부족(33.6%), 화면 속도저하(13.7%), 정지현상(7.8%), 다운로드 지연(5.3%) 등을 내세웠다. 온라인게임의 선호장르는 전략(50.0%), 슈팅(30.0%), RPG(19.0%) 순이었고, 온라인게임을 선택할 때 46.9%가 친구나 가족의 권유를 중요하게 생각했으며, 23.4%가 게임 제조업체 브랜드를 주요 선택 이유로 꼽았다.

(2) 모바일게임

스페인 게임시장 내에서 모바일게임 시장 규모는 PC 및 콘솔기반 게임시장 규모에 비해 현저히 적으나 3G 휴대폰의 기술혁신으로 인하여 이동통신사 및 게임 관련 전문업체들은 성장세가 클 것으로 전망하고 있다. 실제로 PC나 비디오게임 관련 다국적 기업들이 모바일게임 시장에 시선을 돌려 이동통신사나 유명 휴대폰 단말기 제조업체들에게 게임을 직거래하거나 또는 모바일게임 개발업체와 제휴하여 간접적으로 시장에 진출(Seга와 Universo USA의 경우)하고 있다. 휴대폰 단말기 제조회사 자체에서도 모바일 게임용 소프트웨어(Nokia의 N-Gage)를 개발, 자사 제품 단말기 이용 소비자들에게 직접 게임 콘텐츠를 제공하는 식의 마케팅 활동들을 펼치고 있는 것으로 볼 때, 모바일게임 시장의 성장 가능성을 충분히 파악할 수 있다. 스페인 이동통신 시장에서도 현재 3G 기술을 기반으로 한 휴대폰 보급이 본격화되어 더 세련되고 정교한 게임을 즐길 수 있게 됨으로써 모바일게임 시장의 확대가 예상된다.

(3) PC 및 비디오게임

스페인 게임산업은 아직까지 PC 또는 비디오기반으로 한 게임이 이끌어가고 있다. 특히 비디오게임이 전체 게임시장에서 주도적 역할을 하고 있으며, 네트워크가 가능한 차세대 게임기가 출시됨에 따라 더욱 성장할 것으로 기대되고 있다.

PC·비디오게임 이용자 입장에서 선호하는



장르를 보면, 어린이용게임이 여성층과 미성년자들 사이에서 가장 인기가 많았고, 남성 유저들과 두가지 플랫폼으로 게임을 하는 유저층은 주로 스포츠와 슈팅, RPG장르를 즐겼으며, 하드코어 유저들 사이에서는 MMORPG장르가, 온라인게임도 함께 즐기는 유저층에서는 전략장르가 가장 선호도가 높았다.

2. 게임산업 제도 및 정책

게임산업 성장의 큰 장애요인 중의 하나는 불법 복제인데, 2005년 한해 동안 엔터테인먼트 분야에서 1억 3,000만유로 이상의 해적판이 불법시장을 통해 유통되었고, 그 중에서 비디오게임 복제품이 5,300만유로로 35%에 달하고 있어 복제품에 대한 강력한 단속과 법적 처벌이 필요하다. 스페인에서는 스페인 문화부에서 주요 방송사 및 언론계를 중심으로 불법 복제품 불매 광고를 펼쳤으며 불법복제 반대단체(FAP: Federacion Anti Pirateria)까지 결성되어 퇴치 운동에 나섰으나 여전히 심각한 상태다.

이렇게 늘어나는 불법 복제 문제를 두고 관세청과 AETIC협회는 정보통신 시장질서 및 기업의 이익을 보장하기 위해 형사적 처벌을 강화하는 양해각서에 서명하였다.

(1) 지적재산권 보호

게임산업 관련법은 복잡한 유통배급 시장구조로 인해 아직까지 통일된 법령은 존재하지 않으며, 게임 개발부터 다운로드 서비스에 도달하기까지 정보통신법 (Ley General de Telecomunicaciones), 콘텐츠 컨트롤 및 서비스법

(LSSICE), 오디오 영상법(Ley Audiovisual) 등과 같은 세가지 법규들이 복합적으로 규율하고 있다.

그러나, 스페인 정부는 이와 같은 복합적 법률구조를 단순화하기 위해 지적재산권보호법을 도입하였다. 급격하게 발전하고 있는 인터넷 관련 정보통신 시장 질서를 보호하기 위하여 마련된 지적재산권법은, 인터넷 관련 모든 거래의 사용 및 운영에서 불법 복제품 사용으로부터 저작자 및 지적재산권을 보호해 주는 법제도이다. 그 감시기관으로 지적재산권위원회(Comision de Propiedad Intelectual)를 두고 지적재산권이 있는 라이선스와 관련한 모든 문제의 중재 및 조정을 담당하게 하였다.

(2) 연령 등급제

스페인 게임개발 유통협회인 aDeSe는 유럽 전체에서 받아들이고 있는 비디오게임에 대한 연령등급제인 PEGI 시스템을 채택, 시행하고 있다. 대부분의 비디오게임 이용자가 아동인 점을 감안하여 마련된 PEGI 제도는 2003년부터 스페인에서 실시되고 있으며, 비디오게임 내용 정도에 따라 3~18세 전후로 등급을 매기지만 미성년자 관련 민간기관측에서는 실제로 등급제가 적당하지 않은 경우가 많다고 주장한다. 특히, 인터넷 사이트를 통해 광고되는 많은 게임은 전혀 연령등급 표시를 하지 않고 있으며 그러한 게임들을 무료로 아무 제한없이 다운로드 받아 볼 수 있는 상황으로 정부에서 인터넷 게임 관련 특별법을 시급히 제정해야 함을 촉구하고 있다.

제5절 루마니아

1. 게임산업 동향 및 전망

2006년 루마니아 게임시장의 매출 규모는 약 600만유로 정도로 추정되며, 성장률은 20.0% 수준을 기록할 것으로 보인다. 게임시장의 발전과 기업들의 매출액 증가에도 불구하고 90.0%에 달하는 불법 복제율로 인해 정품 게임의 수익성은 높지 않은 편이다.

루마니아의 EU 가입으로 인해 콘솔 게임기 가격은 25% 정도 감소했는데, 이는 게임 제품에 대한 관세가 감소했기 때문이다. 반면, 게임 타이틀의 가격은 상승할 것으로 예상되는데, 현재 루마니아에서 판매되고 있는 게임 타이틀 가격이 타 EU회원국 내에서 판매되고 있는 것보다 낮기 때문이다.

(1) PC게임

루마니아의 소비자들은 비디오게임보다 PC게임을 선호하고 있다. 그 이유는 현재 200~300유로인 콘솔게임기의 가격은 루마니아 소비자의 소득 수준에서는 부담스럽기 때문이며, 비디오게임의 복제가 쉽지 않아 PC게임처럼 저렴한 가격에 복제품이 유통되지 않기 때문이다.

2006년 가장 많이 판매된 게임인 '월드 오브 워크래프트'는 루마니아에서 정품 게임으로서는 최초로 10,000개 이상 판매된 게임이다. 'Need for Speed Carbon'은 PS2게임 중 가장 많이 판매된 게임이며, 'Grand Theft Auto

: Liberty City Stories'는 PSP 게임 중 가장 많이 판매된 게임이다.

(2) 비디오게임

- 소니 : PS2 and PS3

PS2는 Best Distribution사가 루마니아에 유통하고 있으며, 전체 게임시장 매출액의 20% 수준을 점유하고 있다. Best Distribution사는 소니의 PS3를 2007년에 출시할 예정이며 가격은 외국과 같은 수준인 500~600유로 선이 될 것이라고 한다. 한편, PS3의 발매 이후에도 PS2를 계속 판매할 것이라고 한다.

- 닌텐도 : GameCube and Wii

Nintendo 콘솔게임은 TNT Games가 루마니아에 유통하고 있다. TNT Games는 2006년 말 Nintendo Wii를 런칭했다.

- Microsoft : Xbox and Xbox360

Microsoft사는 2007년에 엔터테인먼트 & 디바이스(E&D) 사업부를 루마니아에 진출시킬 예정이다. E&D 사업부의 활동 분야는 비디오 게임 하드웨어 및 소프트웨어 수입이 될 것이다. Microsoft사는 2007년 말에 루마니아에 Xbox 게임과, Zune 멀티미디어 플레이어 런칭을 계획하고 있다.

(3) 모바일게임

루마니아 휴대폰 시장은 현재까지도 저사양 터미널 방식이 주도하고 있지만, 스마트폰에 대



한 수요가 증가하고 있다는 것이 특징이다. 3G 기술의 도입으로 휴대폰 사용자들은 보다 높은 수준의 서비스에 접근할 수 있게 되었다.

휴대폰을 통한 영화 시청, 화상 회의, 쌍방향 게임, 초고속 인터넷 접속 등 새로운 기술이 제공하는 다양한 서비스들은 고사양폰 수요를 자극할 것이며, 휴대폰 게임 판매에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다. GPRS 접속의 경우, Java 게임은 온라인 판매가 가능하며, 전쟁이나 전투, 스포츠, 경주, 보드 게임, 어드벤처게임, 버추얼 펫(가상 애완 동물 키우기) 등이 있다.

2. 게임업체 동향 및 전망

루마니아 게임시장은 크게 Ubisoft, Electronics Arts, GameLoft가 주도하고 있다. 이들은 루마니아 내수 시장보다는 해외 수출을 목적으로 하고 있다.

- Ubisoft : 프랑스 Ubisoft 사의 지점이자, 생산 센터로 'Silent Hunter III', 'Blazing Angels' 등이 루마니아에서 개발되었다.
- Gameloft 스튜디오는 Ubisoft 지사와 동일 지역에 소재해 있다. 현재 200명 이상이 Gameloft에 고용되어 있으며, 'Warrior Within' 을 개발했다.
- 2005년 7월, 미국의 Electronic Arts(EA)는 루마니아 휴대폰 전용게임 개발을 위한 거점으로 선택했고, 2006년 173만유로를 투자하였다. 또한, Jamdat Mobile(모바일 게임업체)을 인수한 EA사는 런던, 도쿄, 호놀룰루, 몬트리올에 이어 부카레스트에

Jamdat 사무소를 개설했다. 현재 부카레스트 Jamdat 사무소에는 70여명의 프로그래머, 디자이너, 게임 테스터 등이 근무하고 있다.

- 미국 업체로는 Activision도 있는데, 부카레스트에 위치한 루마니아의 소규모 게임 개발업체인 Fun Labs사를 통해 게임을 개발하고 있다.

또한, 주요 게임 유통업체로는 Best Distribution과 TNT Games가 전체 유통시장의 80%를 점유하고 있다.

3. 게임산업 제도 및 정책

루마니아 정부는 현재 게임산업과 관련된 제도나 정책은 없지만, 전반적인 IT산업 부흥을 위한 정책을 실시하고 있으며, 해당 정책분야 중 세가지가 게임 산업과 관계가 있다.

(1) 불법 복제 대응

루마니아는 세계적으로 높은 소프트웨어 불법 복제율이 높은 국가 중 하나이다. 동유럽에서는 CIS 지역인 우크라이나와 러시아에 이어 세번째로 불법 복제율이 높다. 루마니아의 소프트웨어 불법 복제율은 2005년에 72%를 기록했는데, 2004년에 비해 2% 정도 감소한 것이다. 비록 2003년과 2004년에 비해 감소된 복제율을 보이고 있지만 불법 복제품의 규모는 꾸준히 증가하고 있는데, 2003년에는 4,900만달러, 2004년에는 미화 6,200만달러, 2005년에는 미화 1,100만달러의 규모로 추정된다. 게임 분야는 이러한 불법 복제



에 상당한 영향을 받고 있으며, 게임 제품의 불법 복제율은 90%를 차지한다.

루마니아 정부는 세계 위조 및 복제 방지 협의회와의 협조를 얻어 동유럽 및 중앙아시아 지역의 위조와 복제 방지 협의회를 구성하였는데, 세계 위조 및 복제 방지를 위한 의회는 2006년 7월11~12일 46개국 대표가 참가한 대규모의 위조 및 복제 방지를 위한 의회이다.

또한, 루마니아 정보통신기술 검열 기관(IGCTI)은 해당 분야의 32개 비정부 기관과 함께 지능적 불법 복제에 대응한 협력 협정을 맺었다.

〈그림 4-6-5-01〉 Romania IT 로고



(2) 인터넷 보급에 대한 지원

루마니아 정보통신부는 세계 은행의 지원으로 인터넷과 정보통신 기술 보급을 목적으로 하는 다수의 지역 커뮤니티와 연결된 네트워크 구축을 위해 Knowledge-Based Economy(지식 기반 경제)라는 프로젝트를 시작하였다.

(3) IT 수출 증진을 위한 국가 브랜드 프로모션 활동

루마니아 정보통신부와 경제통상부는 브랜드 사업을 장려하고 이 사업에 대한 프로모션 전략 수행을 위해 최신 정보를 제공하고 있다. 루마니아 IT 산업의 새로운 브랜드인 Romania IT는 IT 분야의 모든 마케팅 및 프로모션 활동을 지원하게 될 것이다. Romania IT 로고는 2007년3월 독일 하노버에서 개최된 Cebit에서 처음 사용되었다.

제6절 호주

1. 게임산업 동향 및 전망

유명 조사기관인 Allen Consulting Group의 보고서에 의하면, 호주의 게임산업 매출액은 전세계 소프트웨어 시장의 0.25% 수준에 불과한 것으로 나타났다. 하지만, 게임에 대한 관점은 보수적인 시각에서 점차 적극적으로 수용하는 자세로 바뀌고 있는데, 2002년 소비자들의 지출이 2001년보다 39% 늘었다는 점이 이를 나타낸다.

〈표 4-6-6-01〉은 2005년도까지 최근 5년

간의 호주 게임산업 소매시장 규모를 조사한 결과에서 알 수 있듯이 게임 콘솔 등 하드웨어 게임 제품의 소매 매출은 2002년도를 기점으로 다소 주춤하는 경향이 있으나, 이는 호주 환율의 강세와 새로운 게임기의 출시 흐름에 따른 자연적인 감소에 기인한 것이다. 반면, 소프트웨어 소매 매출, 즉 게임 타이틀의 매출은 같은 기간 호주 달러의 강세에도 불구하고 지속적인 증가세를 보이고 있다. 이는 단순한 소비자의 증가뿐만 아니라, 기존 소비자들의 소비 지출에도 큰 영향을 받은 때문인 것으로 파악된다.



〈표 4-6-6-01〉 호주 게임시장 규모 : 2001~2005

(단위 : 호주백만달러)

게임 아이템	2001	2002	2003	2004	2005
소매시장 하드웨어	256.4	363.9	309.8	251.8	271.9
소매시장 소프트웨어	336.6	372.4	441.2	536.0	589.4
Game Classified	583	747	661	654	750

※자료 : Inform Pty Ltd, cited by AFC, Get the Picture

호주의 게임산업 직접적인 고용인구는 1,600명 규모이다. 이 중 정규직 고용인구는 1,350명이며, 비정규직 고용인구는 250명 정도인 것으로 파악된다.

연간 매출액이나 고용인구 규모의 80%는 상위 8개 업체에 의한 것이며, 게임 회사들의 80%가 호주 북동부인 퀸즈랜드주와 남부의 빅토리아주에 위치하고 있다. 이에 비해 시드니가 있는 뉴사우스웨일즈주는 관련 업체들이 별로 없는 것으로 조사되었다. 빅토리아주(특히 멜버른)는 호주 게임 기업의 50%가 집중되어 있고 퀸즈랜드주에 18개 업체가 모여 있는데, 가장 큰 게임 개발업체는 멜버른에 있는 것으로 조사되었다.

업체 규모 측면에서 볼 때 대형업체로는 상위 12개 업체를 들 수 있는데, 이 중 5개 업체가 퀸즈랜드주, 또 다른 5개 업체가 빅토리아주에 소재하고 있으며 뉴사우스웨일즈주와 ACT (Australian Capitol Territory)주에는 각각 1개의 업체가 있다. 이들보다 작은 규모의 업체들을 보면 절반 이상이 빅토리아주에 몰려 있고, 4분의 1은 뉴사우스웨일즈주, 그 외의 소형 업체들은 퀸즈랜드주에 위치하고 있는 것으로 파악된다.

빅토리아주의 멜버른에 있는 주요 대형업체들은 다음과 같다.

- Infogrames(France) : 세계에서 네번째로 큰 퍼블리셔로서 아시아 지역 본부를 멜버른에 두고 있다.
- Acclaim Entertainment : 미국 업체로서 역시 아시아/태평양 지역본부를 멜버른에 두고 있다.
- THQ : 미국업체로서 멜버른에 아시아/태평양 지역본부가 있다.
- Electronic Arts : 미국업체로서 배급, 판매, 마케팅을 멜버른에서 총괄한다.
- Nintendo Australia : 일본업체로서 배급, 판매, 마케팅 업무를 멜버른에서 하고 있다.

2. 게임업체 동향 및 전망

호주 게임시장은 향후에도 시장규모 증가율이 크지 않을 것으로 전망되고 있다. 호주 시장은 개발업체들에 새로운 게임 개발에 대한 동기를 유발하기 어려울 정도로 규모가 작은 상황이다. 비록 1인당 엔터테인먼트 제품(하드웨어와 소프트웨어 모두)의 소비수준이 적은 편은 아니



지만, 절대 매출 규모는 크지 않다. 이러한 이유로 호주의 게임개발업체들은 수출지향적인 전략을 펼 수밖에 없는 상황이며, 좁은 호주시장에서 세계적인 업체들과 경쟁을 펼치기 보다는 지리적 이점을 살려 외국 수출에 역점을 두고 있다.

호주에 진출해 있는 Infograme, THQ 등의 대형 외국업체들도 호주 시장을 타깃으로 하기 보다는, 게임 수요가 많은 아시아 시장 진출을 위한 교두보 및 연구개발 기지로 활용하기 위해 호주에 전략 거점을 마련하고 있는 실정이다. 전체적인 수로 따지면 1996년 호주 전체에 6개의 게임개발업체가 있었으나 2003년에 이르러서는 그 수가 50개 업체로 크게 늘어났다.

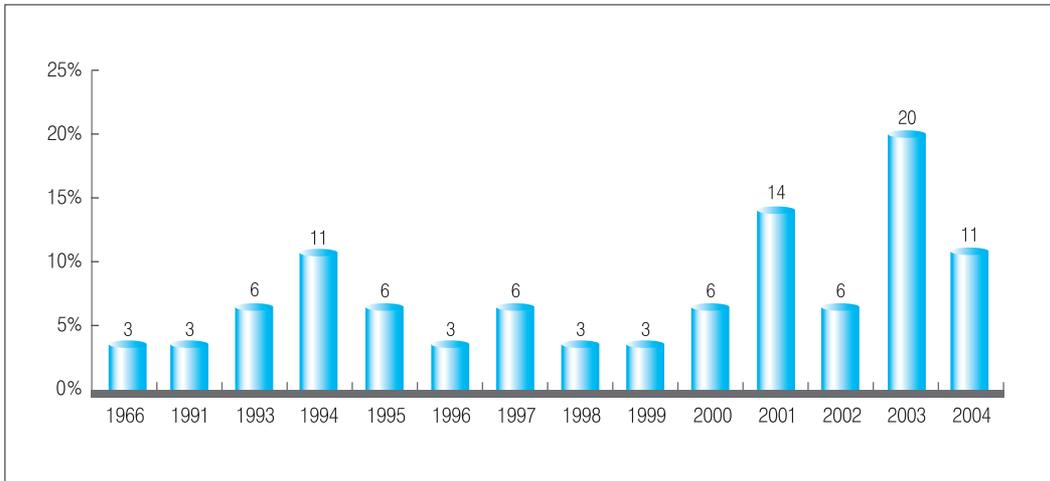
2001년부터 2004년 사이에 설립된 업체가 현재 등록된 업체의 50%에 이르고 있다. 이중 50%가량이 독립회사이며 30% 정도는 다른 업체나 투자자들이 보유하고 있는 것으로 파악된

다. 또 나머지 20%업체는 해외에 본사를 둔 외국업체가 보유하고 있지만 이들 업체는 규모 면에서 순수 호주업체들을 압도하고 있다.

상위 8개 대형업체들의 평균 연 매출액은 400만호주달러 이상이며, 특히 이 중에서 상위 4개 업체들의 매출액은 1,000만호주달러를 넘는 것으로 조사되었다. 나머지 업체들의 경우 약 40%의 업체가 연 매출액 100만호주달러 미만이며, 전체의 57%는 연 매출액 200만호주달러 미만인 것으로 파악된다.

호주의 게임시장이 협소한 관계로 호주 게임 산업은 원천적으로 수출 지향적인데, 규모가 큰 업체일수록 더욱 강한 수출 성향을 보이고 있다. 상위 10개 업체 모두 평균 80% 이상을 수출에 의존하고 있는데, 이 중 1~2개 업체를 제외한 대부분의 업체는 95%의 높은 수출 의존도를 기록한 것으로 파악된다.

〈그림 4-6-6-01〉 연도별 호주 게임개발사 증가비율 : 1966~2004



※자료 : Insight Economics analysis of Quantum Market Research survey of games industry



3. 게임산업 제도 및 정책

(1) 주정부의 게임 지원정책

현재 호주에서는 게임산업이 가장 발달한 빅토리아주와 퀸즐랜드주에서 주정부 차원으로 게임산업 진흥책을 마련하고 있다.

그 중에서 빅토리아주의 지원이 아주 활발한 편인데, 최근 3년간 빅토리아 주정부 활동사항을 다음과 같이 간략하게 요약할 수 있다.

- Australian Game Developers' Conference 개최(멜버른)
- Game Developers' Association of Australia 설립 지원
- 세계 최초로 소니 PS2와 Xbox Development Kit program 마련
 - 현지 컴퓨터 게임업체들의 국내 및 해외 소개
 - Bullant Studios, That Game, Act3 Animation, IR Gurus Interactive, MediaNet Productions 등과 같은 현지 업체들에 대한 개별적인 지원
 - Atari (프랑스), THQ(미국)와 같은 외국 업체의 지역본부 설립에 직·간접적 지원

이를 위해 빅토리아 주정부는 Game Plan : Game On, A Blueprint for Growing the Victorian Computer Game Industry이라는 전략 지침을 세워 놓고 있는데, 주요 내용은 다음과 같다.

- Film Victoria's Digital Media Fund라는

- 기금 조성을 통해 향후 2년간(2004~2005) 37만5,000호주달러 상당의 자금을 현지 업체들의 게임 콘텐츠 개발에 지원
- 2003년부터 2005년까지 Australian Game Developers' Conference를 멜버른에서 개최하도록 로비
- Australian Games Innovation Centre를 멜버른에 설립함으로써 Game Developers' Association of Australia와 Academy of Interactive Entertainment (AIE), 그리고 각종 게임 전시회를 빅토리아주에 유치함

(2) 컴퓨터게임 등급제

게임 산업 관련한 주요 법규로는 Classification (Publications, Films & Computer Games) Act 1995를 들 수 있는데, 해당 법규에 의하면 호주의 Office of Film and Literature Classification(OLFC, www.oflc.gov.au)가 게임 제품을 기본적으로 다음 3개의 등급으로 분류한다.

- G : 모든 연령층에 적합함
- G8+ : 8세 이상의 연령층에 적합함
- M15+ : 15세 이상의 연령층에 적합함

그러나, 상기 3개 등급에 속하지 않는 게임의 경우 RC(Refused Classification) 등급으로 분류되어 생산, 유통, 전시, 판매가 금지된다.

그러나, 현재의 등급제도는 소매유통되는 제품을 대상으로 하고 있기 때문에, 점차 증가하고 있는 P2P 등을 통해 유통되는 제품에 대해서는 적용되지 않는다는 문제점이 있어 이에 대한 대책 수립이 있어야 한다는 목소리가 높아지고 있다.



