



아시아 기타 게임 시장 동향

온라인게임, 아태지역 디지털 콘텐츠 성장 견인

온라인게임 덕으로 성장하는 아시아 온라인콘텐츠 시장

- ◆ 아태지역의 디지털 콘텐츠 시장이 MMORPG 등의 온라인게임 인기로 힘입어 가파른 성장세를 이어가고 있는 것으로 확인됨
 - 시장조사기관인 Frost & Sullivan의 최신 보고서(Asia Pacific Online Content Services Market)에 따르면, 이 지역의 유료 디지털 콘텐츠 시장은 작년 한 해 성장률이 25.6%에 달하고 올해에도 21% 가량의 성장세를 유지해 46억 7,000만 달러 규모에 달할 전망
- ◆ 일본을 제외한 아태지역 12개국의 2007년 디지털 콘텐츠 매출 가운데 게임이 차지하는 비중은 무려 81.3%로 파악됨
 - 반면, 불법공유 등 저작권 침해행위로 인한 피해가 상대적으로 큰 탓인지 디지털 음악과 동영상의 매출비중은 각각 10.8%와 7.9%에 불과함
- ◆ 조사 대상 아태시장들의 디지털 콘텐츠 매출은 2007년 38억 6,000만 달러에서 2013년경 92억 달러로 급증, 연평균 15.6%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨
- ◆ 이 기간 동안 온라인게임 시장은 연평균 14%씩 성장해 2013년 시점으로도 전체 매출의 75.1%(69억 달러)를 차지할 전망이다

중국과 한국이 아태지역 유료 디지털 콘텐츠 매출의 79% 차지

- ◆ 국가별로는 중국과 한국이 2007년 유료 디지털 콘텐츠 매출의 79%를 차지하며 단연 두각을 나타냄
 - 특히 중국의 경우는 온라인게임 부문의 최대 시장이고 향후에도 그럴 가능성이 높아, 2013년에도 아태지역 디지털 콘텐츠 매출의 45.7%를 차지할 것으로 예상됨

아태 지역 인터넷 인구 저변확대에 따라 온라인 콘텐츠 소비층도 함께 증가

- ◆ 인터넷 인구의 저변확대 추세는 여타 아태지역 국가들에서도 다분히 뚜렷함
 - 관련 커버리지 내의 가정들을 기준으로, 이들의 평균 인터넷 보급률은 2007년 말에 벌써 57%를 넘어선 것으로 확인됨
 - 브로드밴드 서비스의 비용장벽이 완화되고 각종 휴대용 단말들이 속속 보급되면서 온라인 콘텐츠의 소비층 자체가 넓어지고 있는 것으로 판단됨
- ◆ 이런 양상이 단순히 양적인 팽창만으로 그치지 않을 것으로 전망됨
- ◆ 관련 업계가 수익확보를 위해 각종 콘텐츠서비스를 출시하면서 네티즌 각각의 인터넷 사용시간 또한 현저히 증가하고 있다는 게 Frost & Sullivan의 진단임

- ◆ 온라인게임업계 일각에서는 이른바 FTP(free-to-play) 형식으로 사용자를 확보한 후 게임 내 아이템이나 광고 등으로 수익을 올리는 사례도 적지 않은 것으로 확인됨
 - 일부 개발도상국에서는 무료 맛보기 버전으로 유료 풀버전 사용을 유도하는 방식 또한 꾸준히 시도되는 추세임

🌐 아태 지역 디지털 콘텐츠 시장 성장 위해 저작권 해적행위 문제 해결 필요

- ◆ 아태지역 디지털 콘텐츠 시장 전반의 본격적인 성장을 위해서는 아직 해결해야 할 문제가 많이 남아 있는 것으로 지적됨
- ◆ 사용자 스스로의 커뮤니티 참여욕구가 일정 부분 담보되는 온라인게임과는 달리 음악이나 동영상은 해적행위에 상대적으로 훨씬 취약할 수밖에 없기 때문임
 - 일례로 중국의 경우는 디지털 음악 다운로드 가운데 99%가 불법인 것으로 나타남

[출처] Frost&Sullivan

베트남, 게임관련 행사 잇따라 열어

🌐 베트남, 게임 관련 13가지 행사 기획, 개시

- ◆ 베트남 소프트웨어협회(Vinasa : Vietnam Software Association)와 베트남 게임&디지털콘텐츠 비즈니스 클럽(VGB : Vietnam Game and Digital Content Business Club)은 베트남의 디지털 엔터테인먼트와 디지털 콘텐츠 산업을 위한 13가지의 이벤트를 기획·개시 예정임
- ◆ 그 시작으로 국제 소프트웨어&게임 전시회(ISGAF 2008 : the International Software and Game Fair 2008), 베트남 게임 어워드 2008(VietGames 2008 Awards), 베트남 게임 대전(VietGames Tournament 2008) 이상 3가지 이벤트가 올 10월 17일-19일 사이 호치민 市에서 개최될 예정임
 - 지난 해 열린 ISGAF 2007은 베트남, 한국, 대만, 일본, 중국, 싱가포르, 말레이시아, 홍콩, 라오스 등에서 온 40여 개 업체, 3만 여명 방문객이 참여함
 - 이 중 베트남 게임 어워드 2008(VietGames 2008 Awards)는 더 많은 베트남 현지 업체들이 양질의 게임을 직접 개발하도록 장려하고, 궁극적으로는 베트남 게임산업을 진흥시키기 위해서 기획됨
 - 또한 베트남 게임 대전(VietGames Tournament 2008)은 베트남에서 개최되는 첫 온라인게임 대회임
- ◆ Vinasa의 부회장인 Pham Tan Cong은 이번 이벤트가 베트남 소프트웨어, 디지털 콘텐츠, 디지털 엔터테인먼트 산업 발전에 매우 중요하다고 강조함

베트남 소프트웨어 산업 시장규모

- ◆ Vinasa에 따르면, 2007년 베트남 소프트웨어 산업의 시장규모는 4억 9,800만 달러에 달하며, 4만 8,000명의 고용효과를 창출하고 있는 것으로 나타남
- ◆ 특히 2007년 디지털 콘텐츠 산업의 경우 3만 2,000명의 고용을 발생시키고, 1억 8,000만 달러 규모의 수익을 올렸는데, 이러한 수익 규모는 2006년 대비 58% 성장한 것임

[출처] VietNamNet Bridge

태국 인터넷 이용자의 27%, 온라인게임 이용

태국 인터넷 이용

- ◆ 시장조사업체인 Synovate이 15-64세의 1,286명의 태국인을 대상으로 실시한 조사에 따르면, 도시 지역 태국인들의 61%가 인터넷을 이용하고 있으며, 이들의 1주일 평균 이용 시간은 21시간에 달하는 것으로 조사됨
- ◆ 또한 남성의 인터넷 이용 시간은 23시간으로, 17시간 이용하는 여성에 비해 높게 나타났으며, 특히 15-24세 도시지역 젊은이들의 인터넷 이용률은 94%로 매우 높게 나타남

태국 인터넷 이용자의 인터넷 이용 목적

- ◆ 인터넷 이용 목적 별로 보면, 정보검색이 89%로 1위를 차지했으며, 검색엔진 이용이 74%, 이메일 및 메신저 이용이 59%, 음악/비디오/SW 다운로드가 33%, 온라인게임 이용이 27%, 인터넷 라디오 청취가 26%로 나타남
- ◆ 또한 블로그 이용은 방콕지역에 상당히 퍼져 있어, 15-24세의 29%가 정기적으로 블로그를 읽거나 쓰고 있는 것으로 나타남
- ◆ 또 22%의 이용자가 온라인 광고를 클릭한다고 응답했고, 25-39세 이용자의 14%가 온라인 banking 서비스를 이용하고 있다고 응답함

태국 인터넷을 통한 콘텐츠 이용 현황 등

- ◆ 이용 콘텐츠 면에서 보면, 뉴스 검색이 57%, 여행·레저 정보가 48%, 교육정보가 33%, 구직정보가 28%, 투자·재테크 정보가 27%를 이루는 것으로 나타남
- ◆ 이용 장소로는 85%가 집에서 이용한다고 응답했으며, 이 중 58%는 회사에서도 인터넷을 이용한다고 응답했으나, PC방을 통해 인터넷을 이용하는 사람은 8%에

그침

- ◆ 이용 방식별로는 응답자의 60%가 브로드밴드를 이용하고 있으며, 전화모뎀은 17%, 무선 인터넷 이용은 4%로 나타남

[출처] Bangkok Post, 2008.07.24.

STAT 인도 인터넷 시장 현황 및 상위 10 개 사이트

● 인도 인터넷 이용 인구 전년대비 27% 증가한 2800만 명에 달해

- ◆ 시장조사업체인 comScore에 따르면, 지난 5월 인도의 인터넷 이용인구(15세 이상)는 전년대비 27% 성장한 2,800만 명에 달하는 것으로 나타남
- ◆ 이는 인도 전체 인구의 3%에 불과한 것으로, 아직까지 인도 시장의 성장가능성은 매우 높음을 시사함

● 인도 인터넷 이용 관련 특기 사항

- ◆ 인도의 인터넷 이용자들의 월 평균 접속횟수는 25회이며, 1회 접속당 이용시간 평균 28분으로, 월평균 12시간 인터넷을 이용하는 것으로 나타남
- ◆ 연령별로는 15-24세 이용자들이 가장 사용량이 많은 것으로 나타남
- ◆ 성장률이 가장 빠른 웹사이트 부문은 지도(64% 증가), 스포츠(60% 증가), 엔터테인먼트-영화(55% 증가), 금융-뉴스/리서치(52% 증가) 순으로 나타남

● 인도 상위 사이트 현황

- ◆ Google은 Google 검색(1,710만 명, 38% 증가), SNS Orkut(920만 명, 39% 증가), Bloggers.com(730만 명, 102% 증가), YouTube(630만 명, 131% 증가) 등 자사 서비스의 성장으로, 지난 5월 전년동기대비 35% 증가한 2,000만 명의 방문자 수를 기록하며, 인도 인터넷 시장에서 방문자 수 1위를 차지함
- ◆ Yahoo는 전년동기대비 18% 증가한 1,870만 명의 방문자 수를 기록해 2위를 차지했고, Microsoft는 전년동기대비 11% 증가한 1,200만 명의 방문자 수를 기록해 그 뒤를 이음
- ◆ 이처럼 현재 인도 인터넷 시장은 Google, Yahoo같은 글로벌 사이트가 주도하고 있지만, 인도 현지 사이트 또한 무서운 기세로 약진하고 있는 것으로 나타남
- ◆ 전년동기대비 19% 증가한 920만 명의 방문자 수를 기록한 인도 현지 포털

글로벌 게임산업 Trend

사이트인 Rediff.com과 600만 명의 방문자 수를 기록한 정부 사이트 NIC.in이 순위권에 포함됨

[출처] comScore, 2008.07.23

Table 인도 사이트 순위(2008년 5월)

사이트	총 순방문자 (단위: 천명)		
	2007년 5월	2008년 5월	증가율
전체	22,805	28,886	27%
Google Sites	14,597	19,746	35%
Yahoo! Sites	14,664	18,704	28%
Microsoft Sites	10,800	11,980	11%
Rediff.com India Ltd	7,740	9,246	19%
AOL LLC	N/A	6,325	N/A
NIC.IN	5,675	5,953	5%
Times Internet Limited	5,002	5,948	19%
Wikipedia Sites	4,353	5,264	21%
Naukri	3,295	5,105	55%
eBay	4,204	5,020	19%
Indian Railways	N/A	4,454	N/A
CNET Networks	3,194	3,841	20%
Ask Network	3,155	3,444	9%
BharatMatrimony.com Pvt Ltd.	2,336	3,420	46%
Monster Worldwide	2,854	3,301	16%

*주: 공용 PC, PC방, 휴대폰/PDA를 통한 접속은 제외됨

[출처] comScore World Metrix, 2008.7