

인도네시아 콘텐츠산업 동향

(2024년 인도네시아 게임산업 현황)

2024년 7호



인도네시아 콘텐츠산업 동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2024년 07호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	2024년 인도네시아 게임산업 현황	비디오 게임, 모바일 게임, e스포츠, 콘솔, PC 게임

작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터
배포 | 2024.08.19.



심층이슈

I. 인도네시아 게임산업 현황

작성 순서

1. 배경
2. 인도네시아 게임산업 현황
3. 결론 및 함의

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 배경



인도네시아는 동남아시아 게임시장에서 상당한 점유율을 차지하고 있으며, 인도네시아의 게이머 수 1억 4,928만 명¹⁾으로 동남아시아 전체 게이머 수의 45.8%를 차지함. 인도네시아 게임시장은 최근 5년간 연평균성장률 12.4%로 2024년 시장규모는 19억 2천만 달러에 이를 것으로 전망되며 국내외 게임 개발사 및 퍼블리셔에 매력적인 목표 시장이 됨

인도네시아 관광창조경제부의 ‘관광 및 창조경제 전망 2023/2024(Tourism and Creative Economy Outlook 2023/2024)’에 따르면 인도네시아 현지 게임의 글로벌 판매량은 3만~15만 개, 총매출은 40만~320만 달러에 이를 것으로 추정됨. Virtual SEA에 따르면 2024년 1월 현재 스팀(Steam) 플랫폼에 등록된 인도네시아산 게임의 수는 256개로 동남아시아에서 태국, 싱가포르 등을 제치고 1위를 차지하며 인도네시아가 세계적으로 경쟁력 있는 고품질 게임을 제작할 수 있는 잠재력을 가지고 있음을 증명함

이에 2024년 2월 12일 인도네시아 정부는 국내 게임산업 개발 가속화를 위한 법안인 ‘대통령령 제19호’를 비준하며 게임 개발 하위 부문의 성장을 도모하고자 함. 이 법안은 총 7개 세부 프로그램인 ① 국내 게임산업의 인적자원 개발, ② 국내 게임산업에 대한 자금조달 및 자본의 개방, ③ 국내 게임시장 진출 확대 및 접근성 확대, ④ 국내 게임산업 발전을 지원하기 위한 적절하고 경쟁력 있는 기술 인프라 제공, ⑤ 국내 게임산업 생태계 강화를 위한 법령 제정, ⑥ 게임 하드웨어산업 발전, 마지막으로 ⑦ 지역 및 글로벌 지역에서의 국내 게임 활성화 등으로 구성됨

해당 규정의 세부 규칙은 2024년 이내에 수립 후에 발표될 예정이나, 인도네시아 게임산업 직접 이해관계자들은 인도네시아에 현지 법인을 설립하지 않는 한 외국 게임 퍼블리셔의 판매를 차단하려는 것이 정부의 규제 계획의 핵심이라고 평가하며 큰 우려를 표명하고 있음. 또한 이 법안이 국내 엔터테인먼트 산업을 억누르고 글로벌 시장 진출을 제한할 수 있다고 우려하고 있지만, 정부는 이 규제를 강행할 계획인 것으로 알려짐

1) 출처: Newzoo, 인도네시아 정보통신부는 2022년 현재 게이머 수는 1억 7,410만 명으로 추정

2 인도네시아 게임산업 현황



1. 인도네시아 게임시장 규모 및 현황

- ✔ 글로벌 컨설팅 기업인 PwC의 최근 보고서인 'PwC Global Entertainment & Media Outlook 2019~2028'에 따르면, 2024년 인도네시아의 비디오 게임 시장규모는 19억 2,000만 달러로 2023년 16억 7,200만 달러 대비 14.8% 급증할 것으로 예상함. 2024년 이후 향후 5년간 연평균성장률(CAGR)은 16%로 괄목할만한 성장세를 보이며 2028년에는 35억 1,500만 달러에 이르러 동남아시아 최대 게임 시장규모를 유지할 것으로 전망됨
- ✔ 최근 5년간 인도네시아 비디오 게임시장의 연평균성장률은 12.4%로 호실적을 보인 가운데 게임 부문별 연평균성장률은 e스포츠 부문이 31.4%로 가장 높았으며, 다음으로 콘솔 부문이 18.8%를 기록하며 소셜/캐주얼 부문(12.4%)을 제치고 두 번째로 높은 성장률을 보임. 한편 통합 광고 부문 5.9%, PC 부문은 0.5% 등임
- ✔ 향후 5년간 연평균성장률은 소셜/캐주얼 부문이 17.6%로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 예상하며, 뒤를 이어 e스포츠 부문 16.9%, 콘솔 부문 10.9%, 통합 광고 부문 4.2%, PC 부문 3.8% 등으로 성장할 것으로 예상함. 인도네시아는 파키스탄과 함께 전 세계에서 세 번째로 빠르게 성장하는 비디오 게임시장임

구분		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
비디오 게임	소셜/캐주얼	799	1,010	1,054	1,333	1,401	1,613	1,867	2,183	2,577	3,080
	콘솔	74	92	110	130	156	183	209	233	255	276
	PC	64	69	69	65	67	70	72	75	78	81
	통합 광고	25	27	29	30	32	34	36	37	39	40
e스포츠		6	7	9	13	16	20	25	29	33	38
합계		968	1,205	1,271	1,571	1,672	1,920	2,209	2,557	2,982	3,515

| 표 1 | 인도네시아 게임시장 규모 및 전망 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- ✔ 인도네시아 비디오 게임시장의 급격한 성장을 견인한 부문은 게임시장의 약 84%를 차지하고 있는 소셜/캐주얼 게임 부문임. 2024년 소셜/캐주얼 시장규모는 전년 대비 15.2% 증가한 16억 1,300만 달러에 이를 것으로 전망됨
- ✔ 2024년 인도네시아 소셜/캐주얼 게임의 세부 분야별 시장규모는 다음과 같음
 - '인앱 게임 광고'는 최근 5년간 연평균성장률 36%로 가장 큰 성장세를 보이며 인도네시아 게임시장 성장을 주도해왔으며 2024년 시장규모는 7억 4,400만 달러에 이를 것으로 예상함. '인앱 게임 광고'는 2026년 12억 2백만 달러를 기록하며 세부 분야 최초로 '앱 기반 소셜/캐주얼 게임(2026년 9억 6,900만 달러 예상)'을 앞지를 것으로 전망되며, 2028년에는 20억 달러로 '앱 기반 소셜/캐주얼 게임(2028년 10억 7천만 달러 예상)'의 두 배 규모로

성장할 것으로 추정됨

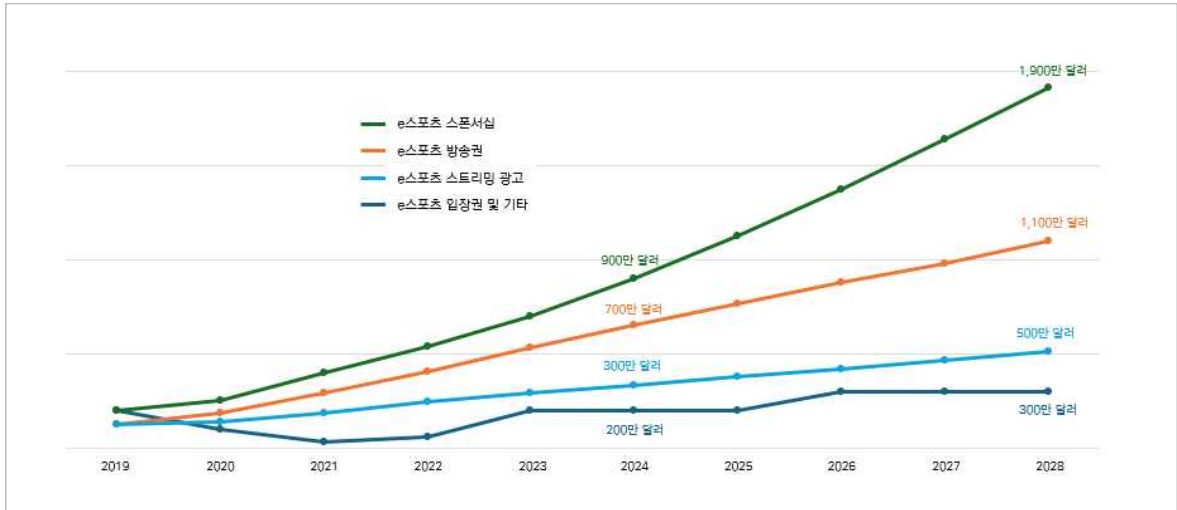
- ‘앱 기반 소셜/캐주얼 게임’은 최근 5년간 연평균성장률 2.6% 증가해 2024년 시장규모는 8억 5,500만 달러로 예상되며, 향후 5년간 연평균성장률은 5.8%로 꾸준한 성장세를 보이며 2028년 시장규모는 10억 7,000만 달러에 이를 것으로 전망됨
- ‘브라우저 소셜/캐주얼 게임’의 2024년 시장규모는 전년 대비 6.7% 감소한 1,400만 달러로 예상되며, 향후 5년간 연평균성장률은 -8.2%를 보이며 감소세가 이어질 것으로 전망됨



| 그림 1 | 소셜/캐주얼 게임 세부 분야별 시장규모 증감 추이 (출처: PwC)

- ❖ 전통적 부문인 콘솔 게임과 PC 게임은 2023년 기준 총 비디오 게임 시장규모의 13.3%에 불과하지만 견고한 성장 추세를 보임. 이러한 성장의 대부분은 콘솔 게임이 견인하고 있으며 2023년 시장규모는 1억 5,600만 달러였으며, 2024년에는 17.4% 증가한 1억 8,300만 달러를 기록할 것으로 예상함. 콘솔 게임은 디지털 콘솔 게임의 빠른 성장과 온라인·마이크로트랜잭션 콘솔 게임의 꾸준한 성장을 기반으로 향후 5년간 연평균성장률 10.9%로 2028년에는 2억 7,600만 달러에 이를 것으로 전망됨
- ❖ PC 게임은 인도네시아의 전통적 게임 시장규모의 일부에 불과하지만, 이 부문은 향후 5년간 3.8%의 성장률로 꾸준한 성장세를 보이며 2028년에는 8,100만 달러 규모를 이를 것으로 예상함
- ❖ 한편 최근 5년간 연평균성장률 31.4%를 기록하며 괄목 성장해온 e스포츠 부문은 2023년 1,600만 달러였으며 2024년에는 25% 증가한 2,000만 달러 규모로 전망됨. 향후 5년간 연평균성장률 16.9%로 2028년에는 3,800만 달러에 이를 것으로 추정됨
- ❖ 인도네시아 e스포츠 부문의 주요 세부 분야별 시장규모는 다음과 같음
 - e스포츠 중 가장 높은 성장률을 보인 분야는 e스포츠 스폰서십으로 최근 5년간 연평균성장률 37.4%를 기록하며 2024년 시장규모는 9백만 달러로 예상하며, 향후 5년간 20.8%의 성장률을 보이며 2028년에는 1,900만 달러로 e스포츠 전체 시장규모의 50%를 차지할 것으로 전망됨
 - e스포츠 스폰서십에 이어 두 번째로 큰 시장규모를 가진 분야는 e스포츠 방송권(media rights)으로 최근 5년간 연평균성장률 37%로 2024년 시장규모는 7백만 달러에 이를 것이며, 향후 5년간 13.9%의 성장률로 2028년에는 1,100만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨

- e 스포츠 스트리밍 광고는 2024년 3백만 달러 규모로 예상하며, 향후 5년간 연평균성장률 11.1%를 기록하며 2028년에는 5백만 달러 규모로 추정됨



| 그림 2 | e스포츠 게임 세부 분야별 시장규모 증감 추이 (출처: PwC)

- ❖ e 스포츠가 2018년 인도네시아 자카르타와 팔렘방에서 개최된 Asian Game 2018에서 최초로 시범 종목으로 도입되면서 인도네시아 정부는 e 스포츠에 큰 관심을 표명하기 시작했으며, 2022년 3월 16일 발효된 스포츠 법을 통해 e 스포츠를 공식화함. 특히 스포츠의 발전에 관한 제 6 장 제 21 조 제 1 항은 “중앙정부와 지방자치단체는 디지털·전자기술을 바탕으로 스포츠를 육성·발전시킨다”라고 규정했으며, 이러한 정부의 규정과 지원은 인도네시아의 e 스포츠 생태계를 동남아시아의 다른 국가에 비교해 더욱 발전시킨 것으로 평가됨
- ❖ 인도네시아 정부는 청소년체육부 산하에 인도네시아 e 스포츠 집행위원회(PBESI, Pengurus Besar Esports Indonesia)를 출범시켜 인도네시아 e 스포츠의 관리 모델, 코칭 프로그램 개발 및 운영, e 스포츠 활동 수행 시 감독위원회 역할을 하거나 감독하는 권한을 가짐. 또한 기술 및 비기술을 포함하는 코칭, 학습 및 훈련 프로그램의 하나로 Garudaku Esports Academy 운영을 통해 e 스포츠 확산에 기여하고 함. 인도네시아 e 스포츠 집행위원회는 국제대회를 위한 e 스포츠 선수를 육성해 여러 국제대회에서 큰 성과를 얻음. 2023년 5월 프놈펜에서 열린 제 32 회 동남아시아(SEA) 게임에서 인도네시아 팀은 e 스포츠 부문에서 금메달 3 개, 은메달 2 개를 획득함
- ❖ 인도네시아 관광창조경제부는 e 스포츠가 창조경제산업에 기여할 것으로 기대하며 e 스포츠 이벤트를 활용한 관광객 유입 효과를 극대화할 수 있는 e 스포츠 관광 전략을 수행함. e 스포츠 관광의 실제 사례로는 2023년 발리에서 Dota2 토너먼트를 위해 개최된 Bali Major 2023 토너먼트를 통해 여러 국가의 많은 플레이어와 관객을 유치하며 발리를 소개하는 가교역할을 함



| 그림 3 | 'Bali Major 2023 Tournament' 관련 이미지

2. 인도네시아 게임산업 주요이슈

- ✔ 2024년 2월 12일 인도네시아 정부는 ‘국내 게임산업 개발 가속화에 관한 대통령령 제 19호’를 발표함. 이는 2024년 1월 24일 제정된 신규 게임 분류에 관한 ‘정보통신부 규정 2024년 제 2호(규정 2/2024)’에 따른 것으로, 디지털 경제 확대를 위한 노력의 일환으로 다양한 이해관계자를 참여시켜 게임산업의 경제적 잠재력을 극대화하기 위한 전략적 방향, 인프라 및 법적 기반을 제공하기 위함
- ✔ ‘국내 게임산업 개발 가속화에 관한 대통령령 제 19호’의 주요 내용은 다음과 같음. 해당 규정의 세부 규칙은 2024년 이내에 수립 후에 발표될 예정임

 - 국내 경기 대회의 정의
 - 국내 게임을 인도네시아 국민 또는 인도네시아 법인이 소유한 게임 제품으로 정의하고 있으며, 이는 지적재산권 증명서 혹은 창작 등록증을 통해 입증함
 - 국내 게임산업 발전 가속화 추진
 - 국내 게임산업 발전 가속화는 ① 중앙정부 및 지방정부가 부문별 정책을 시행하고 국내 게임산업 발전 가속화 프로그램을 후속 조치하는 데 대한 지침과 ② 프로그램을 수행하는 기타 이해관계자에게 지침으로 사용됨
 - 국내 게임산업 발전을 가속하기 위해 중앙정부 및/또는 지방정부는 교육기관, 기업 부문, 산업 부문, 지역 네트워크 및/또는 미디어와 협력할 수 있음
 - 관련 부처/기관을 구성원으로 하는 ‘국내 게임산업 개발팀’의 구성함. 이 팀의 책임자는 해양투자조정부 장관이며, 집행위원회 위원장은 관광창조경제부 장관이 주요 업무를 수행함
 - 국내 게임산업 발전 촉진 프로그램
 - 이 프로그램은 7개 세부 프로그램으로 규정되어 각 세부 프로그램별로 활동, 목표, 완료일, 책임 당사자 및 관련 이해관계자가 명시됨
 - 7개 세부 프로그램은 ① 국내 게임산업의 인적자원 개발, ② 국내 게임산업에 대한 자금조달 및 자본의 개방, ③ 국내 게임시장 진출 확대 및 접근성 확대, ④ 국내 게임산업 발전을 지원하기 위한 적절하고 경쟁력 있는 기술 인프라 제공, ⑤ 국내 게임산업 생태계 강화를 위한 법령 제정, ⑥ 게임 하드웨어산업 발전, 마지막으로 ⑦ 지역 및 글로벌 지역에서의 국내 게임 활성화 등임
- ✔ 해당 규정에 따르면 ‘국내 게임산업 개발팀’에는 7개 세부 프로그램을 위해 해양투자조정부와 관광창조경제부분만 아니라 인력부, 재무부, 무역부, 산업부, 정보통신부의 장관들과 국가연구혁신위원회 위원장도 포함됨
- ✔ 해당 규정의 내용을 고려할 때 인도네시아에 진출·확장하고자 하는 한국을 포함한 해외 기업들은 향후 마련될 세부 규칙 수립의 내용과 방향을 주의 깊게 주시할 필요가 있음. 해당 규정의 주요 이니셔티브는 다음과 같음

 - 게임 퍼블리셔의 요건 (담당: 정보통신부)
 - 해당 규정에 대한 설명은 게임 퍼블리셔를 게임의 홍보자로 정의하고 어떤 경우에는 게임

개발회사일 수 있음(예, Game Studio Inc., DENA Co., Ltd, ZigzaGame Co, Ltd, Mihoyo 등). 이 규정에 따르면 정보통신부가 게임 퍼블리셔를 위한 새로운 사업자 분류 코드(KBLI, Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia)를 만들어 외국 게임 퍼블리셔가 인도네시아 법인을 설립하거나 유한책임회사 형태로 국내 법인과 합작 투자를 할 수 있도록 하도록 규정함. 2024년 이내에 인도네시아에서 운영되는 게임 퍼블리셔가 인도네시아 법인을 설립하거나 인도네시아 법인과 협력할 수 있도록 하는 상세 규정이 마련될 예정이며, 승인을 받지 않은 퍼블리셔는 정보통신부로부터 게임 IP 차단, 법인 폐쇄 등의 조치를 받을 수 있음

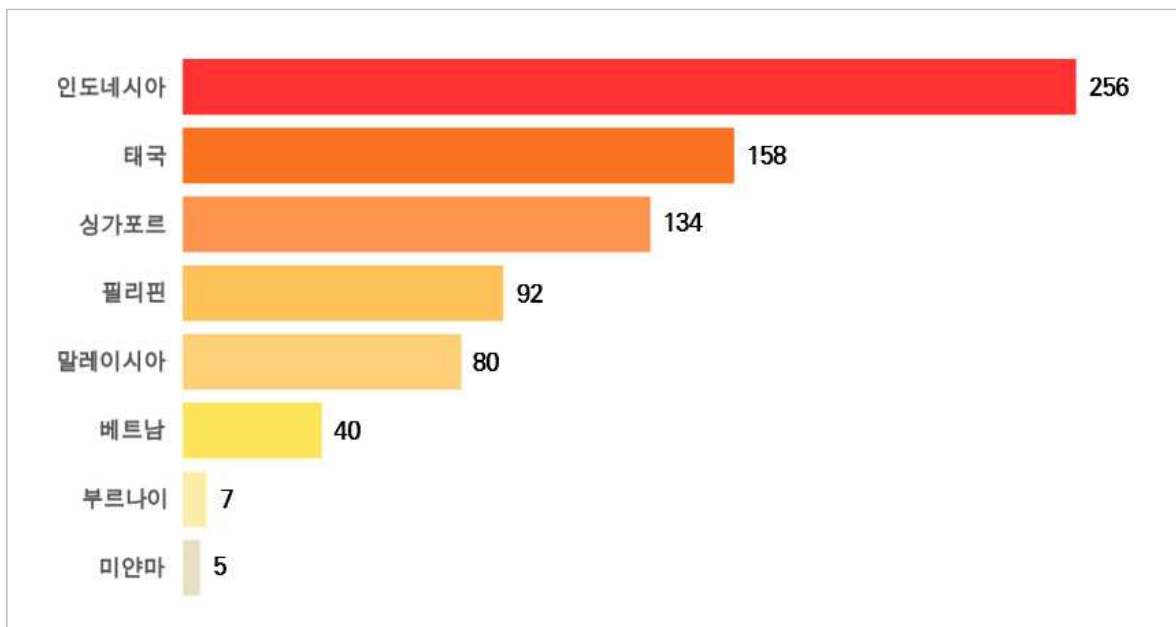
- 우수 인재에 대한 지원 및 인센티브 (담당: 인력부)
 - 인력부는 게임 개발 분야에서 높은 역량을 갖춘 외국인이 인도네시아에서 일할 수 있도록 허가 요건을 간소화하는 정책을 개발하고 시행하는 업무를 담당함
 - 자금조달 및 투자 개방 (담당: 재무부, 관광창조경제부)
 - 재무부는 인도네시아 현지 게임 개발자와 퍼블리셔에게 세제 혜택 제공을 목표로 하는 정책을 시행하도록 지정됨. 이는 게임산업을 경제특구에 포함하고 법인 소득세에 대한 기존 법률을 개정하는 것이 포함됨. 관광창조경제부 장관은 매칭 펀드와 벤처캐피털 형태로 투자자로부터 자금조달 계획을 수립하여 국내 게임 개발자와 퍼블리셔에게 자금을 조달하도록 지정됨. 이에 더해 재무부는 은행이 게임 회사가 지적재산권을 담보로 자금을 조달할 수 있도록 하는 국내 게임산업 자금조달 계획을 개발하도록 지정됐으며, 지적재산권 담보 설정을 위한 지적재산 가치평가 지침 개발이 포함됨
 - 국내외 게임산업에 대한 홍보·접근성 확대 (담당: 무역부)
 - 정부는 국내 게임시장에 대한 홍보와 접근성을 확대하고, 게임 개발자를 지원하기 위한 적절하고 경쟁력 있는 기술 인프라를 구축하는 것을 목표로 함. 이러한 조치에 따라 무역부는 게임 홍보 및 상품을 위한 슬롯을 제공하여 인도네시아의 기존 전자상거래 업체와의 마케팅 시너지를 감독하는 임무를 맡음. 또한 전자상거래 플랫폼에서 결제 게이트웨이 시스템을 시너지화하여 인도네시아의 제삼자 결제(예: OVO, DANA, GoPay, LinkAja 등)에 대한 접근성을 제공하고자 함
 - 국내 게임산업 발전을 위한 경쟁력 있는 기술 인프라 구축 (담당: 산업부)
 - 국내 게임을 위한 하드웨어산업의 성장 촉진을 산업부 장관은 소프트웨어(게임)를 현지 하드웨어 구성 요소 계산에 포함하는 법률 초안할 것으로 예상함. 이 조치는 국내 게임이 하드웨어에 미리 탑재되어 시장을 확대하는 수단으로 볼 수 있음. 또한 산업부는 국내에서 유통되는 게임 제품에 대한 국내부품사용(TKDN, Tingkat Komponen Dalam Negeri) 규정을 적용하기 위한 세부 계획 수립할 예정임
 - 국내부품사용(TKDN)은 인도네시아 자국 내 제조산업 역량을 강화하기 위해 자국산 제품의 사용을 장려하기 위해 만든 규정이며, 산업별·제품별로 국내부품사용 비율이 다름
- ✔ 한편 ‘국내 게임산업 개발 가속화에 관한 대통령령 제 19 호’는 인도네시아 현지뿐만 아니라 해외에서도 많은 논란을 낳고 있음. 인도네시아의 게임산업 전문가들은 인도네시아에 현지 법인을

설립하지 않는 한 외국 게임 퍼블리셔의 판매를 차단하려는 것이 정부의 규제 계획의 핵심이라고 평가하며, 이러한 규정은 국내 게임산업 개발을 가속하는 데 큰 도움이 되지 않을 것이라고 목소리를 높이고 있음

- ❖ 인도네시아 게임 개발사들도 이 규정에 대해 우려를 표명하고 있음. 게임 퍼블리셔는 완성된 게임을 시장에 내놓을 만큼의 충분한 자원을 보유하고 있으며, 개발자가 게임 사용자, 커뮤니티에 다가갈 수 있도록 도와주는 회사임. 외국 퍼블리셔들이 외국 개발사의 게임을 인도네시아 시장에 출시하는 것을 차단하면 국내 개발사가 제작한 게임을 판매할 수 없게 되며, 특히 해외시장에서는 더욱 힘들게 됨. 아직도 많은 인도네시아 게임 개발사가 외국 게임 퍼블리셔와 개발사에 의존해 게임을 출시하고 있으므로 그 심각성은 매우 큼. 또한 게임은 다른 규제 상품과 마찬가지로 결국 다른 경로를 통해 인도네시아 시장에 유입되어 불법 복제율이 증가할 가능성을 우려하고 있음
- ❖ 정보통신부는 자체 조사 결과, 많은 현지 게임 개발사가 필요한 자금을 유치하는 데 어려움을 겪고 있으며, 아직도 많은 개발사가 개인 자금이나 엔젤 투자자에 의존하고 있는 것으로 나타남. 이 규정을 통해 인도네시아 현지 개발사들은 지적재산권을 은행 대출 담보로 사용할 수 있는 토대를 마련했지만, 금융기관들이 게임 지적재산권을 담보로 받아들이기를 꺼릴 것이라는 예상이 지배적이어서 이를 시행하는 데는 여전히 의문이 남아 있음
- ❖ 인도네시아 게임산업을 가로막는 또 다른 장애물로는 현지 개발사들이 글로벌 플레이어에 대응할 만한 경험이 부족하다는 점에 있는데, 이는 외국 퍼블리셔와 협력하여 그들의 기준을 충족시키기 위한 자문과 노하우를 공유하면서 해결 가능함. 그러나 최근 규정은 외국 퍼블리셔와의 협력을 제한할 위험성이 높은 것으로 평가됨
- ❖ 인도네시아 게임 개발사들은 현지 개발자, 특히 외국 퍼블리셔가 선호하는 개발자 인력들이 더 나은 게임 개발 환경을 찾아서 인도네시아를 떠나는 상황이 발생할 것을 상당히 우려하고 있음. 또한 다른 국가와 달리 인도네시아는 여전히 세금 면제와 같은 국내 게임산업 진흥을 위한 인센티브가 부족하며, 이러한 환경에서 외국 퍼블리셔가 최근 규정을 준수할 의지가 있는지는 미지수임
- ❖ 정보통신부의 정보응용사무국 이사인 Samuel Abrijani Pangerapan 은 지난 3 월 15 일 정부가 게임협회와 논의한 결과 오프라인 게임 퍼블리셔보다는 온라인 게임 퍼블리셔를 규제하는 데 중점을 둘 것이라고 밝힘. 그는 주간 미디어 브리핑에서 “우리는 현재 인도네시아에서 게임 퍼블리셔가 합법적으로 등록되도록 하는 장관 규정의 기술적 측면의 초안을 만들고 있으며, 이는 업계 거버넌스를 규제하기 위한 것”이라고 말함. 인도네시아 게임 개발사들은 이러한 규제에 반대하며 이것이 국내 엔터테인먼트 산업을 억누르고 글로벌 시장 진출을 제한할 수 있다고 우려하고 있지만, 정부는 이 규제를 강행할 계획인 것으로 알려짐
- ❖ 인도네시아 최대 게임 개발사이자 퍼블리셔인 Toge Productions 의 CEO 인 Kris Antoni Hadiputra 는 정부의 최신 규정에 대해 “반경쟁적이고 소비자와 업계 관계자 모두에게 이롭지 못하며, 비현실적이고 지속 불가능하다”라고 비판하며, “외국 퍼블리셔와 협력하여 글로벌 시장에 수출하려는 인도네시아 게임 개발자는 퍼블리싱 옵션이 부족하여 한계에 부딪힐 것”이라고 덧붙임. 또한 그는 플랫폼 접근성 제한과 의무적 법인 등록으로 인해 해당 국가에서 진행되는 게임의 약 90%가 차단될 수 있다고 강조함

3. 인도네시아 모바일 게임 현황

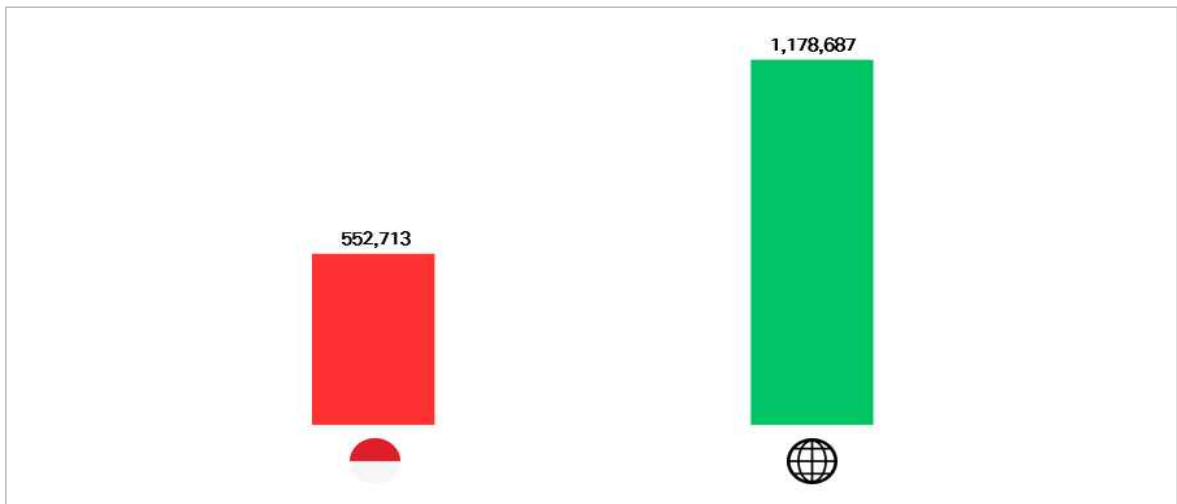
- ✔ 싱가포르에 본사를 둔 세계 최대 미디어 에이전시 중 하나인 Omnicom Media Group Asia Pacific 이 2024년 1월 발간한 보고서인 'Unlocking Gamers in Asia Pacific(아시아-태평양 지역의 게이머 활성화)'에 따르면 인도네시아의 게임 생태계가 주목을 받고 있음. 이 보고서는 인도네시아의 모바일 게임 수용도는 한국, 중국, 말레이시아, 태국 등 아시아-태평양(APAC) 주요 국가들보다 매우 높다고 평가함
- ✔ 해당 보고서의 설문조사 결과에 따르면 인도네시아 응답자 1,021명 중 96%가 게임을 위해 모바일 기기를 사용한다고 밝혔으며, 응답자 중 61%는 매일 게임을 하는 것으로 나타남. 아시아-태평양 주요 국가들의 모바일 게임 사용자 비율은 말레이시아 93%, 중국 93%, 태국 92%, 한국 74% 등임. 인도네시아의 모바일 게임 사용자 비율이 높은 배경에는 인도네시아의 스마트폰 가격이 다른 게임 기기보다 훨씬 저렴하고 접근성이 더 높기 때문임
- ✔ 인도네시아에서 모바일 게임이 게임시장을 주도하고 있음에도 불구하고, 닌텐도 스위치와 같은 휴대용 기기의 인기로 인해 인도네시아의 PC 게임과 콘솔 게임의 인기는 점진적으로 증가하는 추세를 보임. 이는 휴대폰보다 더 몰입감 있는 경험, 더 나은 품질, 더 경쟁적인 수준의 플레이를 촉진하여 사용자로부터 많은 사용 시간을 끌어내고 있음
- ✔ 동남아시아 게임 커뮤니티 사이트인 Virtual SEA에 따르면 2024년 1월 현재 스팀(Steam)²⁾ 플랫폼에 등록된 동남아시아 국가의 게임 중 인도네시아산 게임이 256개로 가장 많음. 이는 2020년 124개 대비 106.5%, 2023년 203개 대비 26.2% 증가한 수치임
- ✔ 인도네시아에 이어 태국 158개, 싱가포르 134개로 각각 2위와 3위를 차지했으며, 필리핀 92개, 말레이시아 80개, 베트남 40개 등으로 나타남. 한편 브루나이 7개, 미얀마 5개 등임



| 그림 4 | Steam 플랫폼 내 국가별 등록 게임 수 (출처: Virtual SEA)

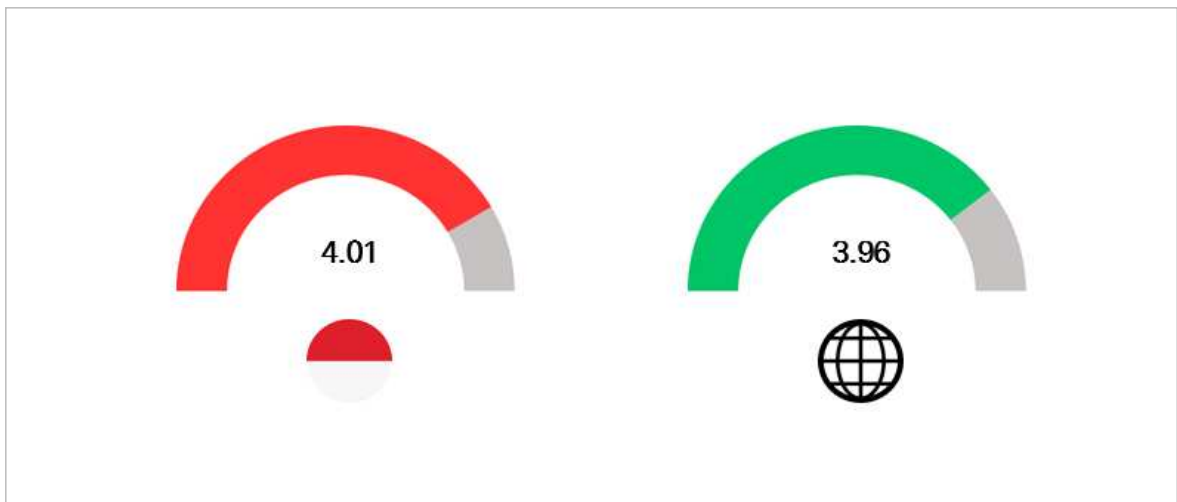
2) 밸브 코퍼레이션이 개발하고 운영 중인 세계 최대 규모의 전자 소프트웨어 플랫폼

- 글로벌 모바일 앱 분석 사이트인 42matters 의 자료에 따르면 2024년 8월 10일 현재 구글 플레이에 등록된 인도네시아 모바일 게임 개발회사 및 퍼블리싱 회사는 총 692개임. 이는 2023년 7월 기준 1,509개의 약 45.9% 수준이며, 2024년 8월 기준 글로벌 총 기업 수 89,813개의 0.77%에 해당함. 또한 구글 플레이에 등록된 인도네시아 게임 개발사가 개발한 모바일 게임 수는 2,533개임. 이는 2023년 7월 기준 5,443개의 약 46.5% 수준이며, 2024년 8월 기준 글로벌 총 등록 게임 수 281,096개의 0.9%에 해당함
- 한편 인도네시아 모바일 게임당 평균 다운로드 수는 552,713 회로 글로벌 평균인 1,178,687 회의 약 46.9% 수준임. 이는 2023년 7월 기준 글로벌 평균 대비 41.9%보다 5% 증가한 수치임



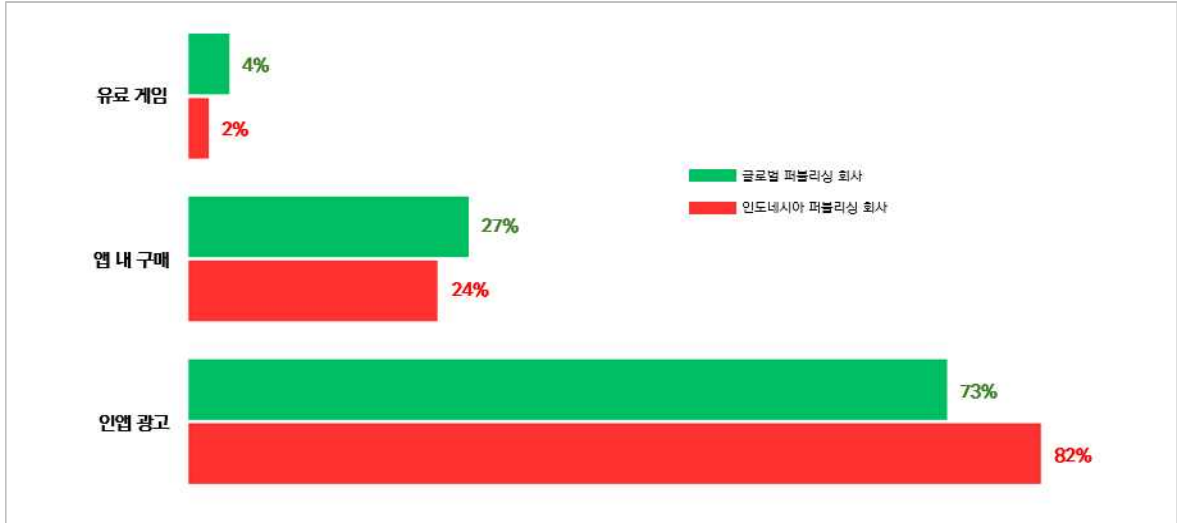
| 그림 5 | 모바일 게임 평균 다운로드 수 (출처: 42matters)

- 구글 플레이에 등록된 인도네시아 모바일 게임의 평균 별점은 4.01 점으로 2023년과 동일한 수준을 보였으며, 이는 글로벌 평균인 3.96 점보다 높게 평가받음. 인도네시아 모바일 게임은 게임당 평균 8,064 개의 리뷰를 받았으며, 이는 글로벌 평균인 12,737 개보다 낮은 수준임



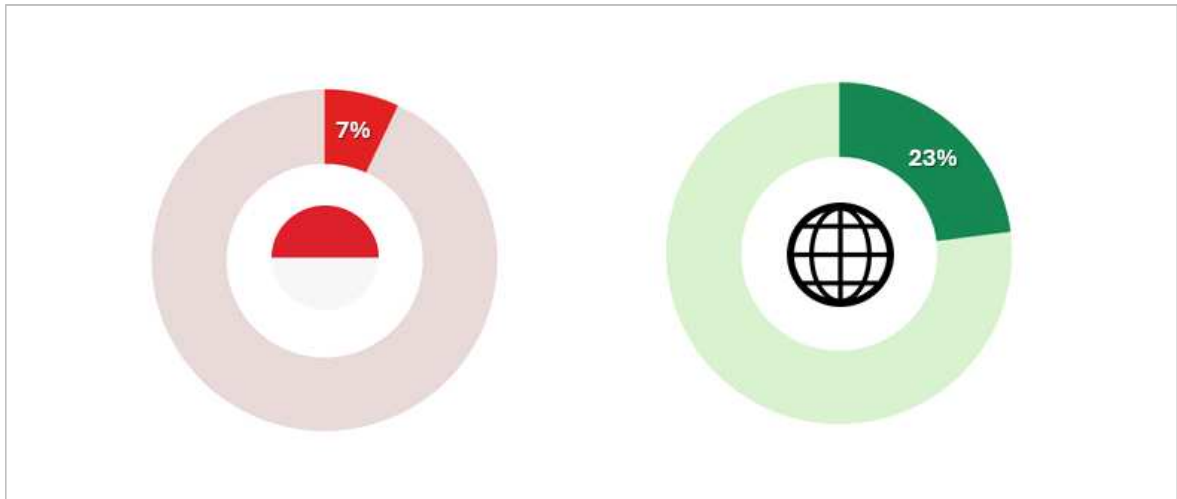
| 그림 6 | 모바일 게임 평균 별점 (출처: 42matters)

- 구글 플레이에 등록된 인도네시아 모바일 게임 개발회사의 매출 창출 형태는 '인앱 광고'가 82%로 가장 높았으며, 이어 '앱 내 구매' 24%, '유료 게임' 2% 등임. 인도네시아는 '인앱 광고'의 경우 글로벌 평균인 73%보다 약 9%가 많았으며, '앱 내 구매'와 '유료 게임'의 비율은 상대적으로 낮음



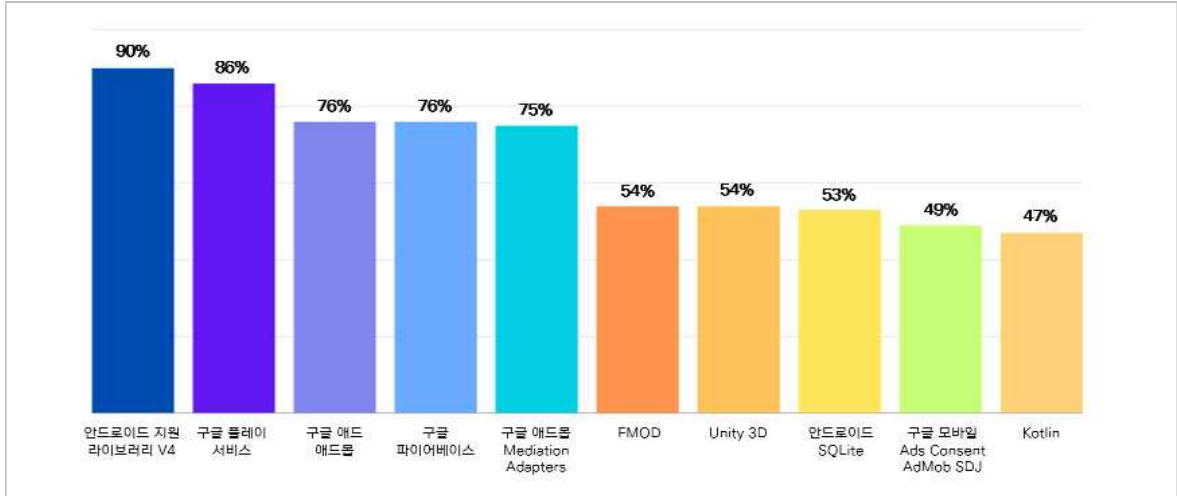
| 그림 7 | 모바일 게임 매출 창출 형태 (출처: 42matters)

- 2024년 인도네시아 현지에서 개발된 모바일 게임 중 안드로이드와 iOS 모두에서 사용할 수 있는 게임은 전체 게임의 7%에 해당하며, 이는 글로벌 평균인 23%에 비해 상당히 낮은 수준임. 이는 인도네시아 모바일 운영체제 시장의 87%를 안드로이드가 점유하고 있기 때문임. 그러나 2023년의 5% 대비 2% 증가한 수치임



| 그림 8 | 안드로이드와 iOS 모두 등록된 모바일 게임 비율 (출처: 42matters)

- 2024년 8월 기준 모바일 SDK(Software Development Kits) 중 인도네시아 모바일 게임 개발을 위해 가장 많이 사용하고 있는 SDK는 '안드로이드 지원 라이브러리 V4'가 90%로 사용 비율이 가장 높았으며, '구글 플레이 서비스'가 86%로 두 번째를 차지함. 뒤를 이어 '구글 애드 애드몹', '구글 파이어베이스' 등이 각각 76%, '구글 애드 애드몹 Mediation Adopters' 75%, 'FMOD'와 'Unity 3D' 등이 각각 54%를 기록함



| 그림 9 | 모바일 SDK 이용 비율 (출처: 42matters)

- ☑ 구글 플레이 자료에 따르면 2024년 8월 10일 현재 인도네시아에서 인기 순위와 매출 순위 중 인도네시아 모바일 게임 개발사의 게임은 각각 7%를 차지하고 있음
- ☑ 특히 2017년 인도네시아에서 설립된 Higgs Game 이 개발한 카드 게임인 ‘Higgs Games Island’는 매출 순위 4위에 기록됨. 이 게임은 2024년 6월 인도네시아에서 온라인 도박에 이용되면서 논란을 낳음. 그러나 개발사인 Higgs Game 은 이 게임이 도박 활동을 위해 설계되지 않았으며, 사용자가 칩이나 계정을 개인적으로 교환하는 것을 허용하지 않으며 도박을 조장하는 기능을 제공하지 않는다고 밝힘

인기 순위			매출 순위		
순위	타이틀	비고	순위	타이틀	비고
1	Schoolboy Runaway - Stealth		1	Mobile Legends: Bang Bang	
2	Mobile Legends: Bang Bang		2	eFootball 2024	
3	Honor of Kings		3	Roblox	
4	Roblox		4	Higgs Games Island	인도네시아 게임
5	Free Fire: 7 th Anniversary		5	Last War: Survival Game	
6	Offline Games(No Wifi Games)		6	Clash of Clans	
7	Stick Party 234 MiniGames		7	Free Fire: 7 th Anniversary	
8	Super Bear Adventure		8	EA Sports FC Mobile Soccer	
9	Village City Life Building		9	Honor of Kings	
10	Subway Surfers		10	Free Fire MAX	

| 표 2 | 인도네시아 모바일 게임 인기·매출 순위 (2024년 8월 10일 기준, 출처: 구글 플레이)

3 결론 및 함의



동남아시아 최대 게임시장으로 자리매김한 인도네시아는 2023년 현재 일일 평균 모바일 사용 시간 6시간 05분으로 세계에서 가장 높은 수준을 보임. 모바일 게임 사용자의 총지출 비용은 2020년 3억 2천만 달러에서 2023년 4억 1천만 달러로 28.1% 증가했으며, 모바일 게임 다운로드 수는 2020년 26억 4천만 건에서 2023년 33억 8천만 건으로 28% 증가함

2024년 인도네시아의 비디오 게임 시장규모는 19억 2,000만 달러로 2023년 16억 7,200만 달러 대비 14.8% 급증할 것으로 예상함. 2024년 이후 향후 5년간 연평균성장률(CAGR)은 16%로 괄목할만한 성장세를 보이며 2028년에는 35억 1,500만 달러에 이르러 동남아시아 최대 게임 시장규모를 유지할 것으로 전망됨

국내 기업의 인도네시아 게임시장 진출을 위해서는 관련 법률 및 문화적 요인을 신중하게 고려해야 함. 인도네시아 휴일은 게임 매출과 사용자 유치에 영향을 미칠 수 있으며, 실제로는 인도네시아 최대 명절이자 가장 긴 휴일인 라마단 기간 중 게임사들의 매출이 증가하는 것으로 나타남. 또한 문화적 요인으로 인도네시아의 무슬림 인구는 총인구의 87%를 차지하므로 게임 개발사와 퍼블리셔는 일부 게임 장면과 캐릭터 구성에 있어 좀 더 신중을 기해 현지화하는 것이 필요함

2024년 2월 인도네시아 정부는 국내 게임산업 개발 가속화를 위한 법안인 ‘대통령령 제19호’를 비준하며 게임 개발 하위 부문의 성장을 도모하고자 외국인 게임 개발자 유치, 법인세 면제 혜택 등을 계획하는 동시에 자국 게임 개발사/퍼블리셔에 대한 자금 지원을 위해 게임산업 발전 기금을 통해 민간 자금 유치를 늘려 매년 4천만 달러를 모금하여 연구 개발 자금 지원, 전문 교육 기관 설립·운영, 지적재산권 제도 개선 등을 계획함

인도네시아 정부는 해당 법안의 세부 규칙은 2024년 이내에 수립해 발표할 계획이지만, 인도네시아 게임산업의 이해관계자들 사이에 많은 논쟁과 우려를 불러일으키고 있음. 인도네시아 정부가 외국 퍼블리셔에 현지 법인 설립을 강요할 경우 많은 외국 퍼블리셔가 인도네시아 시장을 포기할 가능성 크다는 점과 외국 퍼블리셔와의 협력을 통해 해외시장에 수출하려는 인도네시아 현지 게임 개발사들은 퍼블리싱 옵션 부족으로 인해 어려움을 받게 될 것이며, 또한 이러한 법적 제재로 인해 불법 복제 게임이 늘어날 것을 우려하는 목소리가 높음

인도네시아에 진출·확장하고자 하는 한국을 포함한 해외 기업들은 인도네시아 정부의 ‘국내 게임산업 개발 가속화에 관한 대통령령 제19호’ 규정의 내용을 신중히 파악한 후 향후 마련될 세부 규칙 수립의 내용과 방향을 주의 깊게 주시할 필요가 있음

인도네시아비즈니스센터 담당자 연락처

김영수 센터장	+62-21-252-3151	yskim@kocca.kr
김은지 대리	+62-21-252-3151	milykim@kocca.kr

인도네시아 콘텐츠산업 동향

2024년

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 김영수 (인도네시아비즈니스센터장) 김은지 (인도네시아비즈니스센터 대리)

집필자 이현석 (PT EPIN 팀장)

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2024년 08월 19일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”