



## 무안경 3D게임, 인도 모바일 게임시장의 新 성장동력으로 부상

### Key Message

인도 시장조사업체 RNCOS가 최근 공개한 조사 보고서 'Booming Mobile Gaming Market in India'에 따르면, 초고속 모바일 인터넷 서비스 및 보다 큰 사이즈의 디스플레이가 탑재된 고사양 스마트폰 확산에 힘입어 인도 모바일 게임시장이 세계에서 가장 빠른 속도로 성장하고 있는 것으로 나타났다. 아울러 인도 모바일 게임업계에서는 무안경 3D 입체영상 기술 및 3D·CG 관련 기술을 적극 채택함에 따라 2013년부터 3D 모바일 게임이 인도 게임시장의 폭발적 성장을 주도할 것으로 기대되고 있다.

### Briefing

#### 인도 모바일 게임시장, 3D게임 주도 하에 2015년까지 CAGR 43% 기록 전망

- ▶ 인도 시장조사업체 RNCOS는 인도 모바일 게임산업 구조 및 이용 행태, Nazara<sup>1)</sup>를 포함해 인도 주요 모바일 게임 사업자 동향을 다룬 보고서를 통해 인도 모바일 게임시장이 2015년까지 CAGR(연평균 성장률) 약 43%를 기록해 성장세를 이어갈 것으로 예측함<sup>2)</sup>
  - 2012년 인도 모바일 게임시장은 초고속 모바일 인터넷의 확산 및 고사양 스마트폰의 보급 확대에 힘입어 지난 5년(2007년~2011년) 대비 4배 이상의 성장한 것으로 나타남
  - 인도 게임산업의 무게중심이 PC에서 모바일로 이동하면서, 인도 모바일 게임시장의 연평균 성장률은 2015년까지 43%를 기록해 현지 게임 플랫폼 중 가장 큰 비중을 차지할 것으로 전망됨
  - 이와 같은 인도 모바일 게임산업의 성장 배경에는 모바일 부가서비스(MVAS) 시장에서의 게임

1) 인도 뭄바이 소재의 모바일 게임 개발 및 퍼블리싱 전문업체로, Nazara는 독자적인 플랫폼 'Game Club'을 통해 700여개의 모바일 게임을 저렴한 가격에 제공 중이며 미국 메이저 콘솔 게임업체 EA와 협력해 중동, 아프리카, 유럽 등 세계 각지에서 'Need for Speed: The Run', 'FIFA 13' 등 고사양 모바일게임을 배포하고 있음(자회사로 iOS 및 Android OS 기반 콘텐츠 개발·운영업체인 'Playcaso'와 소셜게임 플랫폼 'gCity'도 보유)

2) RNCOS는 모바일 게이머의 이용 행태 분석을 위해 인도의 도시별 조사대상 모집단을 연령별로 4개 그룹(6-12세, 13-21세, 22-35세, 35세 이상)으로 분류하고, 선호하는 모바일 게임 유형 및 이용 장소 등을 전반적으로 살펴봄

애플리케이션의 비중 확대, 콘텐츠 제작비용 감소 등이 원인으로 작용하고 있으며, 궁극적으로 모바일 게임산업 발달이 연관 산업의 성장에도 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대됨

- ▶ 특히 2013년부터는 고품질의 3D게임이 인도 모바일 게임시장 성장을 견인할 것으로 전망됨
  - 3D·CG 애니메이션산업의 수요 증가와 더불어 진화를 거듭하고 있는 무안경 3D 입체영상 기술이 모바일 단말에도 빠르게 도입되면서 3D 모바일 게임이 인도 모바일 게임시장 성장의 견인차로 부상
  - 아울러 증가 일로에 있는 인도의 모바일 게임 개발자들이 게이머들에게 높은 만족감과 다채로운 경험을 가능케 하는 고화질 그래픽과 3D 애니메이션 기법을 적극 활용하고 있음

#### 인도 모바일 게임사 Nazara의 대표 3D게임 'Kick Shot Pool 3D'



출처: Nazara

#### Source

1. MELODIKA.NET, '3D Games to Bring A Paradigm Shift in Indian Mobile Gaming', 2012.11.21  
[http://www.melodika.net/index.php?option=com\\_content&task=view&id=484989&Itemid=50](http://www.melodika.net/index.php?option=com_content&task=view&id=484989&Itemid=50)
2. MarkeZine, '「インドのモバイルゲーム市場調査」結果発表～主流はアンドロイドベースのスマホ', 2012.11.16  
<http://markezine.jp/article/detail/16774>