인도네시아 콘텐츠 산업동향

2021년 1호

동남아시아 스타트업 선도 국가, 인도네시아



KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

인도네시아 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2021년 1호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	▶ 동남아시아 스타트업 선도 국가, 인도네시아 1. 인도네시아 스타트업 환경 2. 인도네시아 주요 스타트업 현황	스타트업 벤처캐피탈 스타트업 생태계 투자

작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터
배포 | 2021.05.03.

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

심층이슈

KOCCA

I. 동남아시아 스타트업 선도 국가, 인도네시아

작성순서

1. 인도네시아 스타트업 환경
2. 인도네시아 주요 스타트업 현황

누구나 콘텐츠로 **일상을 풍요롭게** KOCCA

개요 : 코로나19 유행으로 인해 대면 활동이 줄어들고 주요 전통 산업이 역성장하는 가운데, 비대면 온라인 산업은 탄탄한 성장을 이어가고 있음. 이에 따라 지난 해 인도네시아 인터넷 산업 규모는 전년 대비 10% 성장한 440억 달러(50조 3,140억 원)에 이르고 있음. 인도네시아는 동남아시아 최대의 소비 시장을 보유하고 있어 일찍부터 인터넷 산업 대표 영역의 업체들이[1] 빠르게 성장하면서 유니콘 기업(기업 가치가 10억 달러 이상이며 창업한 지 10년 이하인 비상장 스타트업 기업)이 되었으며, 업체들이 영역을 수직, 수평적으로 확장하면서 스타트업 생태계를 풍성하게 하고 있음.

최근 성공적인 스타트업들이 연이어 나타나면서 해외 벤처캐피털도 활발하게 인도네시아에 투자하고 있음. 현재 대기업을 중심으로 한 국내 벤처캐피털이 투자에 앞장서고 있으며 현지 상황에 맞는 다양한 사업 모델을 발굴하고 있음.

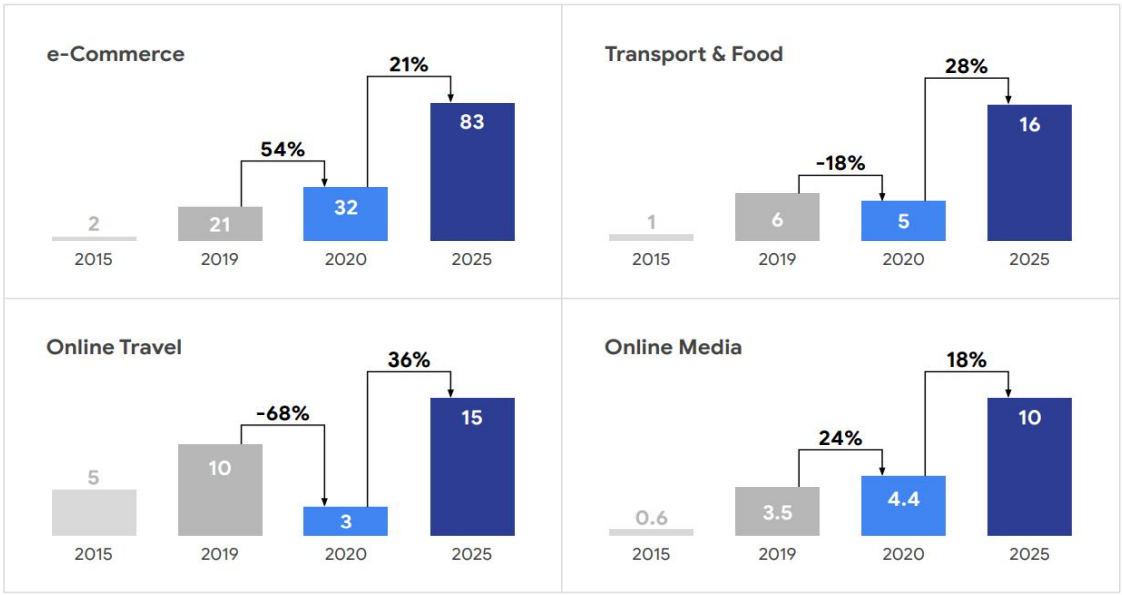
1만 9,000개에 이르는 섬으로 이루어져 있는 지리적인 특성으로 인해 물류, 핀테크 페이먼트(FinTech Payment), 전자상거래 분야에서 혁신을 통한 서비스 개선 수요가 많으며, 팬데믹을 계기로 보건, 교육 분야에서 약점이 노출되면서 해당 분야 스타트업들이 많이 등장하고 있음. 팬데믹 기간에 전국적으로 온라인 의존이 커지면서 대도시 외 지역에서 신규 인터넷 이용자가 늘어나 지난해 전체 인터넷 이용 인구가 전년 대비 6% 성장한 54.4%에 이르고 있음. 포화 상태에 이른 대도시와 달리 지방에서는 인터넷 이용이 늘어날 여지가 많아 인도네시아 인터넷 산업은 꾸준히 성장할 것으로 예상.

1) 라이드 헤일링 서비스(Ride-Hailing Service)-고젝(Gojek), 전자 상거래-토코피디아(Tokopedia) 부까라빡(Bukalapak), 여행-트래블로카(Traveloka), 전자 지급 결제 대행(PG)-오보(OVO) 등이 유니콘 기업으로 성장

1 인도네시아 스타트업 환경

1. 인도네시아 인터넷 산업 개요

- 지난 해 인도네시아 인터넷 산업 규모는 440억 달러(GMV)[2]에 달하고 있으며 코로나19의 영향으로 도시 밖 거주 인구의 인터넷 접속, 디지털 콘텐츠 이용 경험이 빠르게 증가하고 있음. 야외 활동을 크게 제한하면서 온라인 여행, 라이드 헤일링(Ride-Hailing)[3] 분야는 전년에 비해 역성장했지만, 수혜 업종인 전자상거래 이용은 11%나 늘어남.



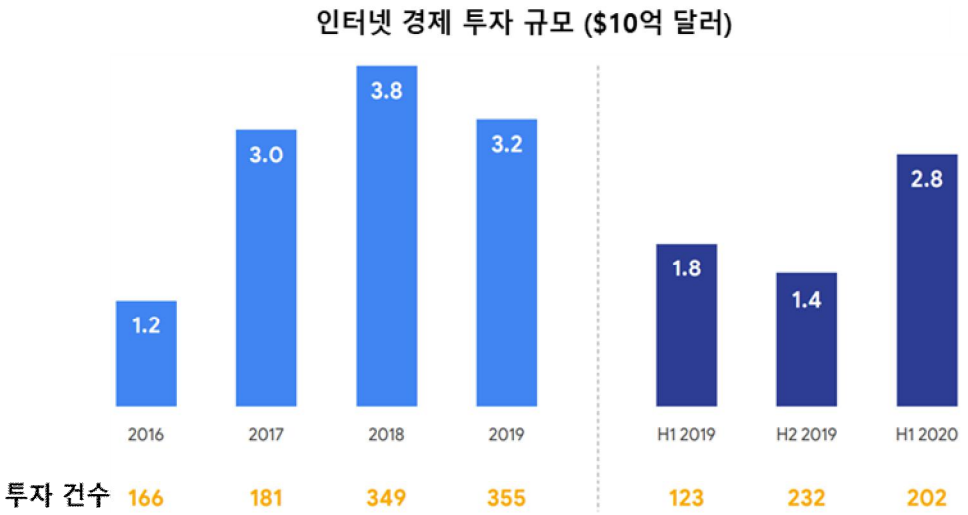
[표 1] 인도네시아 인터넷 경제 분야별 시장 규모
※ 출처 : Google/테마섹/베인, 'e-Conomy SEA 2020'

- 팬데믹 기간 동안 인도네시아 전국에서 광범위한 이동 제한이 실시되면서 인터넷 이용 인구가 크게 늘어남. 전체 디지털 서비스의 37%가 신규 유입된 이용자이며 이들 중 93%는 팬데믹 이후에도 이용을 계속 할 것이라고 밝히고 있음. 스타트업 산업 환경의 기반인 인터넷 이용자 수가 꾸준히 증가하며 디지털 산업화가 빠르게 진행됨.

- 인도네시아 인터넷 이용자는 팬데믹 이전에 일 평균 3.6시간 동안 인터넷 서비스를 이용하였으나, 이동 제한을 실시한 직후에는 일 이용 시간이 4.7시간으로 크게 늘어났으며 현재는 4.3시간을 기록함. 인터넷 이용자의 80%는 팬데믹 기간에 인터넷이 매우 유용했다고 평가하고 있으며, 이는 앞으로도 인터넷 및 디지털 콘텐츠가 일반인들의 일상 생활에서 필수적인 요소로 자리할 것을 시사하고 있음.

2) GMV(Gross Merchandise Value) 주어진 기간 동안 총 상품 판매량을 말하며, 여기서 인터넷 산업은 라이드 헤일링, 온라인 미디어, 여행, 전자상거래를 포함
3) 전화나 스마트폰 어플리케이션 등을 이용하여 차량이나 오토바이를 호출해 이용하는 새로운 형태의 교통수단. 해당 차량을 타고 이동하는 것 뿐만 아니라 음식 배달, 물건 배송, 출장 서비스 호출 등 다양한 형태로 발전

- 외부 활동 제한에 대한 반대 급부로 인도네시아의 전자상거래 분야는 지난 해 폭발적인 성장세를 보임. 전자상거래를 처음 접하는 이용자가 늘어나고 사회 필수 서비스라는 이용자 인식이 예상보다 빨리 자리 잡으면서, 시장이 연 평균 23%씩 성장해 2025년까지 1,240억 달러(141조 8,808억 원) 규모에 이를 것으로 전망됨.



[표 2] 2016-2020년 인도네시아 인터넷 산업 내 투자 금액 및 건수
※ 출처 : Google/테마섹/베인, 'e-Conomy SEA 2020'

- 지난해 외부 활동 봉쇄와 같은 상황 속에서도 인도네시아 내 스타트업에 대한 투자는 활발하게 지속됐으며, 투자자들은 전반적으로 현지 인터넷 산업의 발전을 낙관적으로 전망하고 있음.

- 투자 횟수는 다소 줄어들었지만 잠재력 있는 회사들에 대해 투자 단위가 더 커지고 있음. 과거 인도네시아에서의 투자 기조가 '블리츠스케일링(Blitzscaling)'[4]을 추구하는 방식이었다면, 현재는 보다 지속 가능하고 수익성 있는 회사로 옮겨가는 추세임.

2. 인도네시아 스타트업 환경

- 인도네시아는 전 세계 4위인 2억 7,000만 명의 인구를 보유하고 있는데, 이는 규모의 경제가 특히 중요한 인터넷 산업에서 큰 장점 중 하나임. IMF는 내수 시장 구매력에 기반한 인도네시아의 GDP 규모가 2024년까지 중국, 미국, 인도, 일본에 이어 전 세계 5번째에 이를 것으로 전망하고 있음. 동남아시아 지역에서 스타트업 창업을 고려할 때 인도네시아는 주요 선택 지역으로 꼽히는 국가임.

- 인도네시아 스타트업 생태계의 주요 장점 및 발전 원동력은 i) 2억 명 이상의 인구를 가진 인터넷 경제 규모, ii) 현지 투자 해외 자본, iii) 건별 평균 투자 액수, iv) 고젝, 토코피디아와 같은 초대형 스타트업의 출현 및 관련 산업 생태계, v) 전체 인구 56%(1억 5,200만 명, 2019년)에 이르는 인터넷 이용자 비율과

4) Blitzscaling, 기습 공격을 의미하는 블리츠크리그(Blitzkrieg)와 규모 확장을 의미하는 스케일업(Scale Up)의 합성어로 불확실한 상황에서 위험을 감수하더라도 매우 빠른 속도로 회사를 키워 압도적인 경쟁 우위를 선점하고자 하는 기업의 고도 성장 전략.

지속적인 신규 유입자 수, vi) 발달한 스타트업 산업 생태계 및 성공적 출구 전략 사례들을 꼽을 수 있음.

- 반면 인터넷 기반의 스타트업 발전에 걸림돌로는 스타트업 산업과 관련한 규제가 많은 점, 현지 인력에 대한 고용 유연성이 심하게 떨어지는 등 '사업 복잡성(Business Complexity)'이 크다는 점, 인터넷 관련 사업을 수행할 고급 인력의 부족, 대중 교통의 부재로 인한 후진적인 교통 및 물류 시스템, 새로운 인터넷 서비스에 대한 이용자들의 저항 등이 지목되고 있음. 과거 인도네시아 인터넷 산업 발전의 장애물로 지적받아 온 페이먼트 분야와 인터넷 서비스에 대한 소비자의 낮은 신뢰도는 비교적 빠른 시간 내에 괄목할 만한 개선을 이룬 편임.

- 인터넷 산업 초창기부터 현재까지 성공적으로 안착한 스타트업 대부분은 창업자가 유학 후 귀국해 창업한 것들임. 인도네시아 전자상거래 유니콘 기업인 부까라빡은 해외 유학한 인도네시아 인재들을 채용하기 위해 '집으로 가는 길(Buka Jalan Pulang, 부까 잘란 뿔랑)' 등의 인재 유치 프로그램을 운영하고 있음.



[그림 1] 유니콘 기업 '부까라빡'이 진행하고 있는 인재 유치 프로그램 '부까 잘란 뿔랑'
※ 출처 : 부까라빡 채용 웹사이트(apply.workable.com/bukalapak)

- 인도네시아의 경우 일찍부터 대규모 투자가 이루어지면서 비교적 성숙한 산업 분야(전자상거래, 교통/음식 배달, 여행, 미디어)에서 대형 업체가 출현해, 업계 판도를 정리하고 있는 상황임. 현재는 이런 기업들이 수익을 내는 데에 초점을 맞추면서 소비자의 다양한 수요를 충족시킬 수 있도록 주변 분야와 협력을 확장하고 있음. 주요 분야 중 'DFS(Digital Financial Services, 디지털 금융 서비스)'에서는 아직 대형 업체 간 출혈 경쟁이 벌어지고 있음. 현지의 5개 유니콘 기업을 포함해 추가 투자 유치, 현금 유입을 만들어낼 비즈니스 모델의 조기 안착 여부가 기업 간 경쟁의 관건이 될 것으로 예상함.

2. 스타트업 관련 인도네시아 정부 지원 현황

- 인도네시아는 유니콘 기업들의 등장과 인터넷 경제의 발전으로 수많은 일자리를 창출하고 있으며, 소비자가 실생활에서 광범위한 혁신을 경험하고 있어 스타트업에 대한 관심이 매우 큰 편임. 정부에서도 스타트업을 통한 자원 재분배 효율성 강화, 제조업 중심의 산업 구조 개편, 인적 자원 개발에 관심이 높은 편임.

- 올해 2월 조코 위도도(Joko Widodo) 인도네시아 대통령은 국내 산업에 대한 체계적인 투자를 확대하기 위해 인도네시아 투자청(INA, Indonesia Investment Authority) 출범을 밝히면서 초대 청장으로 뻐르마따(Bank Permata) 은행장이었던 리다 위락쿠스마(Ridha D.M. Wirakusumah)를 선임함.

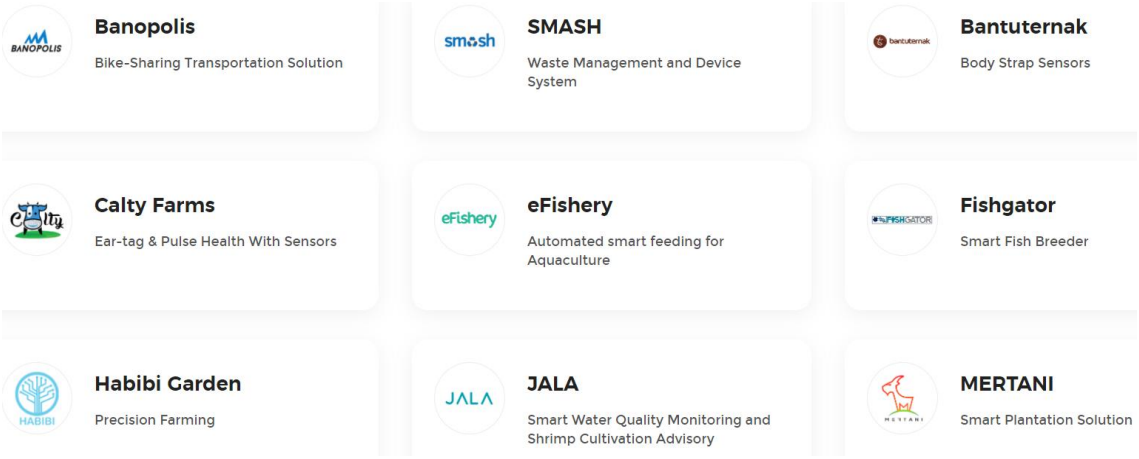
- 인도네시아 정부는 이를 위하여 지난해 국가 예산 15조 루피아(1조 1,850억 원)를 편성하였으며, 올해는 75조 루피아(5조 9,250억 원)를 추가 투입할 예정임. 아랍에미리트, 일본 소프트뱅크(SoftBank Group Corp), 미국 국제개발금융공사(IDFC, International Development Finance Corporation)에서 225조 루피아(약 17조 7,750억 원) 규모의 투자를 유치할 예정이며, 주요 투자 분야는 기반 시설, 보건, 에너지, 자원, 관광, 기술 분야임. 이에 따라 인도네시아의 인터넷 인프라 발전과 함께 다양한 스타트업 기업이 장기적으로 많은 수혜를 입을 것으로 예상함.

기업가치	P2P (개인 소매 고객 대상)	P2P (기업 고객 대상)
$50M and above	Kredivo, akulaku	KOINWORKS
$20-50M	UANGTEMAN	ALAMI, AwanTunai, investree
$0-20M	taralite, JULO	Akseleran, modalku, amartha

[그림 2] 인도네시아 주요 P2P 업체 현황
※ 출처 : Fintech Indonesia Report, Fintechnews

- 인도네시아 정부는 금융 분야에서도 초기에 규제 샌드박스[5]를 적용, 혁신을 장려함. P2P (Peer-to-Peer), 디지털 페이먼트, 오픈 뱅킹 등 다양한 분야에서 소비자들에게 편의를 제공하는 업체가 출현하면서 322개 이상의 스타트업이 인도네시아 내에서 사업 중이며, 이 중 3곳은 기업가치가 5,000만 달러 이상으로 평가받는 대형 P2P 스타트업으로 발전.

5) P2P 서비스(POJK 77/2016, 규제기관 OJK), 크라우드 펀딩(37/POJK.04/2018, 규제 기관 OJK), 결제 서비스(18/40/PBI/2016, 규제 기관 인도네시아 중앙은행), 오픈 뱅킹(2020 오픈 API 규정, 규제기관 인도네시아 중앙은행), 금융상품 내 AI 이용(POJK 13/2018, 규제 기관 OJK), 개인 신용평가(18/POJK.03/2017, 규제 기관 OJK)와 같은 각종 금융 서비스에 대하여 발빠르게 규정을 정비하고 있음.



[그림 3] 텔콤셀(Telekomsel) 창업 인큐베이터 〈이노베이션 센터〉가 지원하는 주요 스타트업 리스트
※ 출처 : Telkomsel Innovation Center 홈페이지(www.tinc.id)

- 인도네시아는 산업 구조 내 국영 기업 비중이 큰 편이며, 국영 기업의 민간 스타트업에 대한 투자 및 지원도 활발한 편. 텔콤(PT. Telkom Indonesia Tbk) 및 산하의 자회사들은 스타트업 인큐베이터[6], 스타트업 지원 전문 CVC[7] 등을 설립하면서 스타트업에 대한 지원에 직간접적으로 나서고 있음.

2 인도네시아 주요 스타트업 현황

1. 핀테크 스타트업의 발전

- 인도네시아는 1만 9,000개에 달하는 섬으로 이뤄진 지리적 특성 때문에 결제 문제가 스타트업 및 인터넷 산업 발전에 큰 걸림돌로 지적되어 왔으나, 현재는 다양한 핀테크 사업이 전개되면서 결제 환경이 크게 개선되고 있음. 인도네시아는 신용카드 발급 비율 및 은행 계좌 보유율이 매우 낮은 편이지만, 스마트폰의 보급과 인터넷 인프라의 발전으로 전자 결제, 전자 지갑, P2P 서비스 이용자를 급속히 늘려가고 있으며, 대규모 투자를 통해 이들 사업 범위를 전국으로 확장하고 있음.

- 핀액셀(FinAccel)사의 크레디보(Kredivo), 아꾸라꾸(Akulaku), 인도다나(Indodana), 홈크레딧(Home Credit) 등은 모바일과 기존 캐피털 서비스를 연결하면서 할부 서비스를 제공, 신용카드 발급이 어려운 현지 이용자들에게 좋은 대안으로 인식됨.

6) 각각 텔콤과 텔콤셀이 운영하는 Indigo 프로그램 및 Telkomsel Innovation Center
7) Corporate Venture Capital, 대기업이 주로 전략적인 목적을 가지고 독립적인 벤처 기업에 투자하기 위해 출자한 벤처 캐피털. 창업 기업에 자금을 투자하고 모기업의 인프라를 제공해 창업 기업이 성장 기반을 마련하도록 지원. 텔콤은 MDI Venture, 텔콤셀은 Telkomsel Mitra Inovasi을 각각 운영하고 있음.

순번	회사명	상세내역
1	Go-Jek	● 분야: 교통(Ride Hailing), 공유 차량, 물류, 핀테크 ● 누적 투자: $20 억 달러 ● 서비스 개요: 오토바이/오토바이 기사를 기반으로 한 공유 차량 운송 서비스에서 출발하여, 고젝페이, 고젝 물류 등 다방면으로 확장
2	Traveloka	● 분야: 여행/관광상품 ● 누적 투자: $6 억 7,000 만 달러 ● 서비스 개요: 호텔, 항공권, 기차, 관광상품 등 원스탑 플랫폼에서 판매
3	FinAccel	● 분야: 소액 캐피탈 및 P2P 대출 ● 누적 투자: $2 억 1,000 만 달러 ● 서비스 개요: 소액 대출 기반으로 소매 금융, 할부 서비스 제공
4	Sicepat	● 분야: 전자상거래용 물류 ● 누적 투자: $1 억 7,000 만 달러 ● 서비스 개요: 전자상거래 중 머천트를 대상으로 배송, 창고 보관, 통관 등의 서비스를 인도네시아 전역에서 제공
5	Ruangguru	● 분야: 교육 및 교육 콘텐츠 ● 누적 투자: $1 억 5,000 만 달러 ● 서비스 개요: 원격 교육 콘텐츠 제공 및 튜터링 서비스 제공
6	Moka	● 분야: 결제 및 송금 ● 누적 투자: $1 억 3,270 만 달러 ● 서비스 개요: 스마트폰 및 모바일 기반의 POS 서비스 제공
7	Kopi Kenangan	● 분야: 식음료(Food & Beverage) ● 누적 투자: $1 억 2,900 만 달러 ● 서비스 개요: 커피를 기반으로 한 식음료 체인점
8	Waresix	● 분야: 물류 ● 누적 투자: $1 억 300 만 달러 ● 서비스 개요: 화주, 운송업체, 창고업체와의 직접 연결을 통한 물류 서비스. 콜드체인, 해상, 육상, 일반 운송 등 담당
9	Bukalapak	● 분야: 마켓플레이스(E-커머스) ● 누적 투자: $1 억 달러 ● 서비스 개요: 일반 제품의 마켓플레이스 전자상거래로 인도네시아 소상공인에 집중

순번	회사명	상세내역
10	LinkAja	● 분야: 결제 및 송금 ● 누적 투자: $1 억 달러 ● 서비스 개요: 소상공인을 타겟으로 한 전자 결제 시스템
11	Sociolla	● 분야: 패션 및 뷰티 제품 전자상거래 ● 누적 투자: $9,800 만 달러 ● 서비스 개요: 패션 의류 및 뷰티 제품에 특화한 온라인 쇼핑몰 현재는 유명 브랜드와 협업하여 독점 상품 등을 출시
12	Xendit	● 분야: 결제 및 송금 ● 누적 투자: $6,660 만 달러 ● 서비스 개요: 인도네시아 전역을 아우르는 전자 결제 시스템 인프라 구축
13	PasarPolis	● 분야: 보험 ● 누적 투자: $5,900 만 달러 ● 서비스 개요: 보험회사와 소비자의 정보 격차를 해소. Insurance Tech 회사
14	Payfazz	● 분야: 결제 및 송금 ● 누적 투자: $5,300 만 달러 ● 서비스 개요: 이용자가 사용할 수 있는 머천트의 확장을 통해 실질적인 편의를 제공하는 전자 결제 서비스
15	Amartha	● 분야: P2P ● 누적 투자: $5,000 만 달러 ● 서비스 개요: 기업 고객을 주요 타겟으로 운영하고 있는 P2P 대부 서비스

[표 3] 인도네시아 누적 투자 상위 15개 스타트업 현황 (최근 2개년 투자 금액 누적 기준)
※ 출처 : 인도네시아 비즈니스 센터 자체 조사

- 이들 핀테크 업체는 주요 전자상거래 서비스와 협업하면서 결제 수단 확장 및 외형 확대를 진행 중임. 기존의 은행이나 전자상거래 업체도 자사 이용자의 데이터베이스를 기반으로 Paylater, BRI Ceria와 같은 상품을 통해 금융 서비스를 제공 중임.

2. 인도네시아 스타트업 최신 동향

물류 산업 분야

- 인도네시아는 교통 인프라의 부재와 수많은 섬으로 이루어진 지리적인 특성으로 인하여 물류 비용이 높은 국가로 꼽혀왔음. 팬데믹으로 인한 전자상거래 이용 증가는 물류 부문의 후진성으로 말미암아, 산업 전체에 과부하를 가져왔으며 동시에 물류 회사들이 비용 절감과 운영 효율화 방안을 모색하는 계기가 됨. 신규 진입한 물류 회사들은 물류 센터 및 창고와 수송을 최적화하여 연계하고 이용 공간을 효율화하기 위해 자동화하고 있음. 웨어식스(Waresix), 리타세(Ritase), 자니오(Janio), 카고(Kargo) 등의 업체는 현재 자동화 및 대형화를 추진하고 있는 대표적인 인도네시아 물류 스타트업으로 대형 투자 유치에도 성공.

- 전자상거래 분야의 올해 GMV 가 전년 대비 54% 성장한 320 억 달러(36 조 6,880 억 원)에 이르면서 라스트 마일 딜리버리(Last Mile Delivery, 상품의 소비자 배송 마지막 과정을 의미)를 담당하는 물류 업체도 외형을 키우고 있음. 주요 전자상거래 사이트인 토코피디아, 쇼피(Shopee), 부까라빡 등에서 배송을 담당하고 있는 시쯔빳(SicCepat Express)은 올해 3 월, 1 억 7,000 만 달러(1,949 억 원) 시리즈 B 투자를 유치 완료함. 유사한 서비스를 제공하고 있는 라이벌 그룹 J&T 익스프레스(J&T Express)는 올해 4 월 언론과의 인터뷰를 통해 연말 미국 나스닥 상장을 준비하고 있으며 현재 세콰이어캐피털(Sequoia Capital Operations, LLC) 등을 통해 추가 투자 유치 중이라고 밝힘.



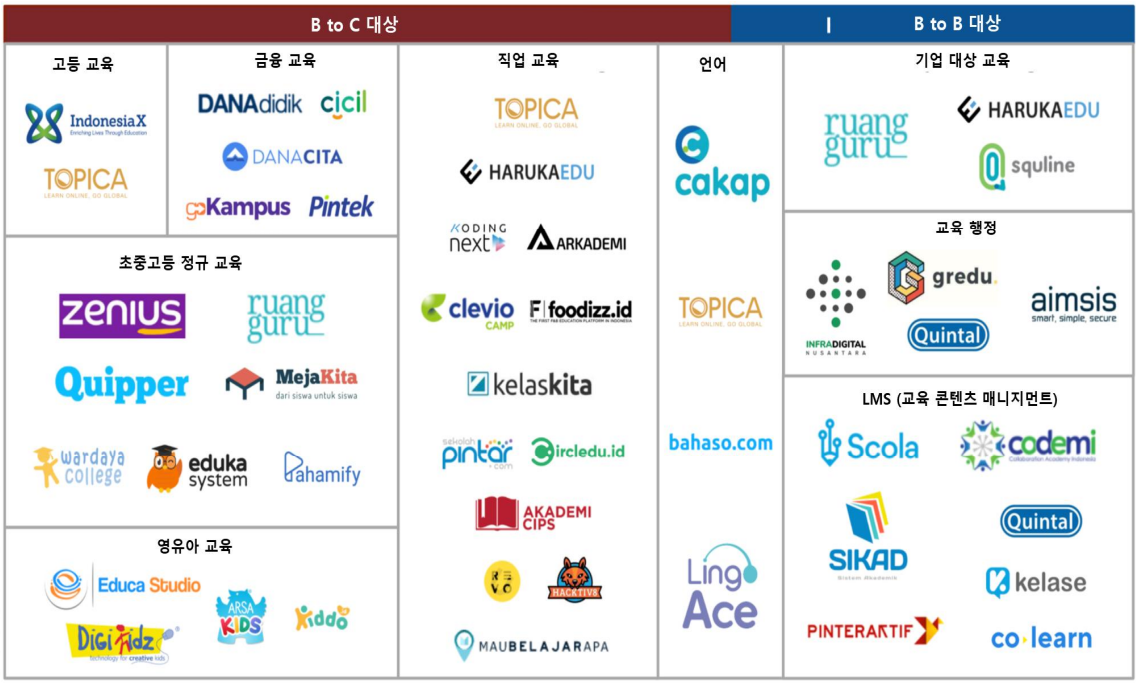
[그림 4] 인도네시아 전자상거래 업체 분류
※ 출처 : Key Players in Indonesia's ecommerce, TechinAsia

전자상거래

- 전자상거래는 인도네시아 인터넷 산업이 시작된 이래 처음으로 대규모 투자가 이뤄졌으며 인터넷 접속 인구가 늘어나면서 지속적으로 시장 규모가 커지고 있음. 초기에는 대형 마켓플레이스들에 투자가 집중되었으나, 현재는 다양한 전문 상품 쇼핑몰로 분화되고 있으며 2017 년부터 2020 년까지 40 여 건에 이르는 투자가 완료됨.

- 전자상거래 부가 산업도 성장하고 있음. 창고 및 CS(Customer Service, 고객 서비스) 대행 등 전자상거래의 복잡한 부분을 대행하는 구당아다(GudangAda)는 지난해 세콰이어캐피털로부터 2,540 만 달러(291 억 원) 시리즈 A 투자를 유치하였으며 엠비즈(Mbiz)는 B2B(Business to Business) 간 MRO(maintenance, repair and operation, 유지 보수 운영) 서비스를 위한 솔루션을 제공하면서 2,000 만 달러(229 억 원) 시리즈 B 투자 유치를 완료하였음.

- 인도네시아 소매 시장에서 재화 유통의 실핏줄 역할을 하고 있는 와룽(Warung)[8] 분야도 기술로 무장한 스타트업들이 주목하면서 변화가 예상됨. 지난해 10 월 고젝은 '고토코(GoToko)' 서비스를 출시하면서 가맹 와룽에 대하여 경쟁력 있는 가격에 안정적인 납품을 할 수 있게 함. 이보다 앞서 2017 년 부까라빡은 유사한 성격의 '미트라 부까라빡(Mitra Bukalapak)'을 출시하였으며, 그랩(Grab)은 '그랩키오스'(GrabKios)를 출시함. 이 밖에 '와룽 삔따르(Warung Pintar)'는 지난 2018 년 3,550 만 달러를 투자 유치하여 와룽 사업의 현대화에 앞장서고 있음.



[그림 5] 인도네시아 에드테크(Ed-Tech) 스타트업 분류
※ 출처 : Key Players in Indonesia's edtech industry, TechinAsia

8) 인도네시아 전역에서 볼 수 있는 간이 상점으로, 간단한 음식과 식음료를 팔거나 생활 필수품을 판매. 가게 형태의 고정식과 바퀴가 부착된 이동식이 있으며 인도네시아 전역에 약 300만 개가 있는 것으로 추산

에드테크(Ed-Tech)

- 대면 활동이 급격히 위축되고 인도네시아 초·중·고등학교의 등교가 중단[9]되면서 원격 교육을 중개하는 에드테크가 큰 관심을 받고 있음. 인도네시아 공교육 시스템이 인프라, 소프트웨어, 인적 자원에 대한 준비를 충분히 하지 않은 상태에서 원격 교육(PJJ, Pembelajaran Jarak Jauh)을 전격 시행하면서 전국적 교육 공백이 발생함. 사회 전반의 높은 수요로 애드테크 업체들이 활발하게 시장에 진입하고 있으며, 다양한 투자도 이끌어내고 있음.

- 팬데믹 이전에 시리즈 C 투자 유치[10]까지 완료한 루앙구루(Ruangguru)가 다양한 초중고 정규 교육 과정을 제공하면서 급성장하였으며, 지난 해 2 월에는 제니우스(Zenius Education)가 싱가포르의 노스스타(Northstar) 캐피탈이 주도하는 2,000 만 달러 규모의 시리즈 A 투자를 유치하였음.

- 루앙구루는 초중등교육 과정을 중점 서비스로 제공하는 가운데 실시간 수업 방식인 '브레인 아카데미(Brain Academy)', '루앙블라자르 플러스(Ruangbelajar+)', 직업 교육 과정 '스킬 아카데미(Skill Academy)', 언어교육 과정 '잉글리시 아카데미(English Academy)' 등으로 서비스 범위를 넓혀가고 있으며 '스타트디(Startdee)', '끼엔구루(KienGuru)' 등을 통해 각각 태국, 베트남 등 해외 시장에도 진출하고 있음.

9) 2020년 3월 24일 교육부 장관령(Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020)으로 원격 교육으로 전환. 이후 교육부는 2021년 6월까지 전국 교직원들의 백신 접종을 전제로 7월 개학을 계획 중

10) 2019년 12월 1억 5,000만 달러(1,719억 원) 규모의 시리즈 C 투자를 GGV 캐피탈 등으로부터 유치하였으며 이후 2021년 4월 미국 타이거글로벌(Tiger Globa)로부터 5,500만 달러(630억 원) 투자 유치를 완료하였음.

인도네시아 비즈니스센터 담당자 연락처		
김영수 센터장	+62-21-2256-2396	splyskim@kocca.kr
주윤지 주임	+62-21-2256-2396	juliajoo@kocca.kr

인도네시아 콘텐츠 산업동향

2021년 01호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	김영수 인도네시아 비즈니스 센터장 ㅣ 주윤지 주임
집필자	신진세 대표 (PT. EPIN) 이수연 과장 (PT. EPIN)
발행인	정경미 (원장직무대행)
발행일	2021년 7월 23일
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"