인도네시아 콘텐츠 산업동향

2021년13호

2021 인도네시아 VR 산업동향

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

인도네시아 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2021 년 13 호

구분 (장르)	제 목	Key Word
심층 이슈	▶ 2021 인도네시아 VR 산업동향 1. 인도네시아 VR/AR 산업 환경 2. 인도네시아 VR/AR 테크놀로지 도입 예시	‣ VR/AR ‣ 콘텐츠 ‣ CPND 생태계
심층 인터뷰	▶ 인도네시아 VR 소프트웨어 기업 〈버르투〉 창업자 인터뷰	‣ 산업용 ‣ VR콘텐츠

작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터
배포 | 2021.10.12.

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

심층 이슈

KOCCA

I. 2021년 인도네시아 VR 산업 동향

작성순서

1. 인도네시아 VR/AR 산업 환경
2. 인도네시아 VR/AR 테크놀로지 도입 예시

누구나 콘텐츠로 **일상을 풍요롭게** KOCCA

개요 인도네시아는 동남아시아 권역에서 가장 큰 인터넷·디지털 시장을 가지고 있으며, 5개의 유니콘 기업을 배출하는 등 스타트업 생태계가 발달되어 있음.

이런 디지털 산업 환경은 인도네시아 VR/AR 산업의 발전에 많은 도움이 되고 있음. 인도네시아 정부가 추진하는 '메이킹 인도네시아 4.0(Making Indonesia 4.0)'에서도 고부가 가치의 4차 산업으로 전환하기 위한 핵심으로 VR/AR 산업을 꼽고 있음.

코로나 팬데믹 환경에서 대면 활동이 제한되면서 VR/AR 테크놀로지가 이를 극복할 대안으로 인식되고 있지만, 일반인들이 사용하는 범용 장비가 현지의 소득 수준에 비추어보면 매우 고가이기 때문에 B2C(Business to Consumer) 시장 확대는 아직 시기상조.

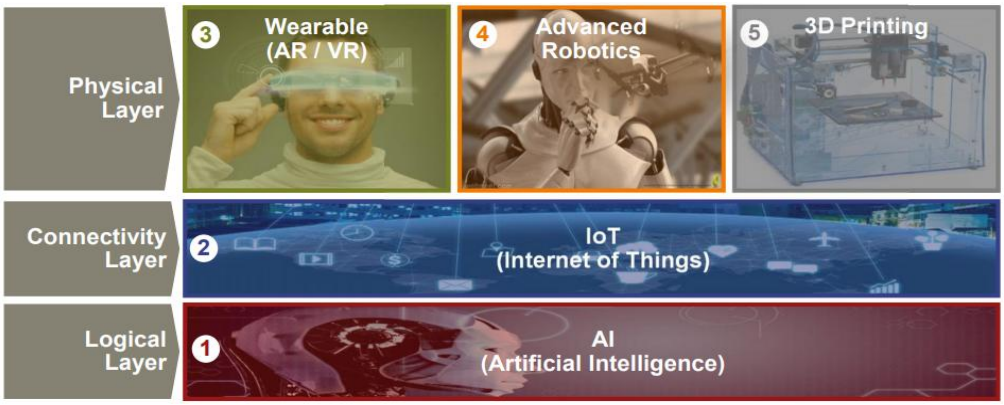
따라서 고가의 비용을 감당할 수 있는 기업에 맞추어 제작된 B2B(Business to Business)용 소프트웨어와 솔루션을 중심으로 초기 시장이 확대되는 중. VR 콘텐츠의 경우 국내에서 자체 제작하면서 현지의 수요를 조금씩 따라가고 있지만, 플랫폼이나 디바이스 부문에서는 해외 업체들의 시장 점유율이 압도적인 상황.

지난해부터 현재까지 원격 수업을 진행하고 있는 학교가 전체의 87%에 달해서, 교육 공백과 격차에 대한 우려가 높아지고 있음. VR 기술을 통해 이를 극복하는 방안이 제시되는 중.

1 인도네시아 VR/AR 산업 환경

1. 인도네시아 VR/AR 산업 개요

- 인도네시아 정부는 제 4차 산업 혁명을 위한 국가 산업 개발 로드맵 〈메이킹 인도네시아(Making Indonesia 4.0)〉를 2018년 4월에 발표한 바 있음. 이 로드맵은 고부가 가치 4차 산업으로 전환하기 위해서 수출 잠재력, GDP 기여도, 인접 산업과의 영향력 등을 종합적으로 평가, 국내 5개(식·음료, 화학, 섬유·봉제, 전자, 자동차) 핵심 제조업 분야를 육성하여 세계 10대 산업국으로 발돋움하겠다는 목표를 가지고 있음.
- 인도네시아는 동남아시아 권역에서 주변국에 비해 IT 기술 분야의 지출 비중[1)]이 크게 떨어지고 있음. 이에 정부는 4차 산업 전환을 위해 발전시켜야 할 5개 중점 기술 분야로 웨어러블(AR/VR), 로보틱스(Advanced Robotics), 3D 프린팅(3D Printing), 사물 인터넷(IoT), 인공 지능(Artificial Intelligence)을 선정함.



[그림 1] Industry 4.0 달성을 위한 5개 기술 영역
| 출처: 인도네시아 상공부 〈Indonesia's Fourth Industrial Revolution〉

- 지난해 상반기부터 산업과 사회의 대면 활동이 제한되면서 VR/AR 기술을 적용하는 사례가 증가하고 있음. B2B 및 B2C 교육, 여행 산업, 공연 행사, 언택트 행사 등 다양한 분야에서 신기술이 시도되면서, 전반적으로 팬데믹 이전보다 VR을 접할 수 있는 기회가 늘어남.
- 인도네시아는 동남아시아 권역에서 가장 큰 인터넷·디지털 시장[2)]을 보유하고 있으며, 유니콘 기업으로 성장한 5개 기업을 중심으로 스타트업 생태계 역시 고도화되어 있음. IT 기술 기반의 VR/AR 산업은 성숙한 스타트업 생태계와 맞물려 앞으로 빠르게 성장할 수 있는 기반을 가지고 있으며, 거대한 게임 시장 생태계가 VR 콘텐츠 개발에 많은 도움을 주고 있음.
- VR/AR 시장 확대를 위해서는 사용자의 신체 활동을 직접 인식할 수 있는 모션 캡쳐, 전방위 트레드밀 등 입력 기기의 보급이 필수적이지만, 인도네시아의 평균 소득 수준에 비추어볼 때 이런 주요 장비들은 상당한 고가임. 따라서 인도네시아의 VR/AR 시장은 사용자가 장비를 구매해야 하는 게임과 엔터테인먼트 콘텐츠 같은 B2C 시장보다, 기업의 개별 수요를 바탕으로 제작되는 B2B용 소프트웨어,

1) 싱가포르(6.6%), 말레이시아(4.5%), 태국(2.4%), 인도(2.2%), 인도네시아(1.3%) 수준 〈Forecast:Enterprise IT Spending by Vertical Industry Market, Worldwide, 2012-2018〉
2) 2020년 인도네시아 인터넷 산업 규모는 약 440억 달러 〈구글, e-Conomy SEA 2020〉

콘텐츠, 솔루션 시장을 중심으로 발전함.

[그림 2] 인도네시아 AR/VR 생태계 | 출처: 인도네시아 비즈니스 센터 자체 조사

- 인도네시아의 AR/VR 산업을 콘텐츠-플랫폼-네트워크-디바이스 생태계(C-P-N-D)로 살펴보면 다음과 같음.
- 콘텐츠 부문에서는 해외 콘텐츠의 인기가 높은 가운데, 국내 기업들도 콘텐츠를 일부 공급하고 있음. 그러나 유통 플랫폼 부문에서는 로컬 스토어, 포털 사이트 등의 부재로 인해 해외 기업에 대한 의존도가 매우 높은 편임.
- 네트워크 부문에서는 차세대 스마트폰 디바이스와 VR 간의 새로운 융합 콘텐츠가 출시되면서, 이동 통신사를 중심으로 5G 등 통신 기술 시범 적용이 서서히 이루어지고 있음. 오큘러스(Oculus, 페이스북 자회사), 바이브(VIVE, HTC 자회사), 플레이스테이션 VR(PlayStation VR) 등 해외 VR 기기 업체가 시장의 대부분을 장악하고 있으며, 인도네시아 국내 업체는 스마트폰용 저가 VR 기기를 통해 디바이스 시장에 참여 중.
- 인도네시아에는 아직 VR/AR과 관련된 원천 기술이 부족하고, VR 기술 표준을 바탕으로 하드웨어를 제작할 수 있을 만큼 시장이 성숙하지 않아서 대체로 소프트웨어 및 콘텐츠 제작이 우선되고 있음. 기존의 콘텐츠를 VR 디바이스를 활용하여 접근하는 방식으로 보급하고 있으며, 증강 현실 기술을 이용한 엔터테인먼트 콘텐츠, 언택트 행사, 원격 콘서트, 메타버스 행사 등이 이미 활발하게 진행되고 있음.
- 지난 10월 2일에 개막한 제20회 인도네시아 전국 체전(PON, Pekan Olahraga Nasional)에서는 어플리케이션 및 스마트워치를 활용한 가상 마라톤 행사가 성황리에 개최된 바 있음. 전국 체전이 열린 빠뿌아 주도 자야뿌라(Jayapura)에서도 5G 인터넷 시스템을 통해 경기를 VR로 라이브 시청할 수 있는 체험관을 설치함.

[그림 3] 전국체전 VR 라이브 시청 5G 체험 부스(좌)
/ 빠뿌아 전국 체전 가상 마라톤 행사 포스터(우)
| 출처: 파푸아 전국 체전 홈페이지 〈www.ponxx2021papua.com〉

2 인도네시아 VR/AR 테크놀로지 도입 예시

1. 교육 분야

- 문화교육부(KEMDIKBUD)에 따르면 지난해 인도네시아 전역에서 원격 교육(PJJ, Pembelajaran Jarak Jauh)을 시행한 학교는 87%에 이르고 있으며, 효율적인 원격 교육을 위해 VR 기술 도입을 적극 추진함. 인도네시아 대기업의 CSR 재단, 정부 기관, 스타트업 등 다양한 기관에서 팬데믹 기간 동안 교육 격차를 최소화하기 위해 VR/AR을 활용한 교육 프로그램을 출시함.
- 삼뿌르나(Sampoerna) 기업이 운영하는 PSF 장학재단은 상공부, 중소기업청(IKMA, Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka)과 함께 구루비나(Guru Binar) 교육 플랫폼을 출시함. 구루비나는 원격 교육 시기에 교사들이 학생들을 원활하게 가르칠 수 있는 교수법 강의, 교육 자재 개발 및 배포, 교사진 교육 등을 진행하고 있음.
- 일본계 VR 회사 신타VR(Shinta VR)은 2019년부터 전국의 초중등 교사진에게 VR 기술과 관련 콘텐츠를 보급하는 밀리어랩(Millealab) 프로그램을 운영 중. 인도네시아 교사협회(IGI, Ikatan Guru Indonesia) 및 연구개발혁신처(BRIN, Badan Riset dan Inovasi National)와 협업해, VR 기술을 이용해 효율적인 학습 환경을 제공하는 방안에 대해 전국의 교사진을 대상으로 세미나를 진행함.

[그림 4] 문화교육부, 상공부, 연구개발혁신처(BRIN) 및 민간 기업이 공동 운영하는 VR앰베서더 프로그램
| 출처: 구루비나 홈페이지(www.gurubina.id)

- 구루비나와 밀리어랩은 VR 기술을 이용한 인도네시아 교육 환경 개선이라는 공통의 목표를 위해 VR 앰버서더(VR Ambassador) 프로그램을 공동 운영 중. VR 앰버서더는 인도네시아 문화교육부(KEMDIKBUD), 상공부, 연구개발혁신처의 지원을 받는, VR/AR 기술을 활용한 교육자 양성 및 네트워크 구성 프로그램. 올해 1월부터 6월까지 프로그램을 진행하여 인도네시아 전역에서 2,500여 명의 교육자 네트워크를 구축하였음.

2. 각종 산업 환경 내 VR 테크놀로지 적용

- 팬데믹 기간 중 대면 활동이 어려워지면서 기업 내 교육 과정도 차질을 빚자, B2B용 가상 현실 교육이 조금씩 도입되고 있음. 인도네시아 GDP의 상당 부분을 차지하고 있는 자원 산업 부문에서 탐사, 중장비 운용, 현장 관리 등의 목적으로 교육용 가상 현실 프로그램을 도입함. 현지의 VR 소프트웨어 및 컨설팅 업체들이 클라이언트별로 맞춤형 교육 과정을 제작하여 제공함.
- 전시회 및 박람회가 온라인으로 전환되면서 가상 박람회, 온라인 비즈니스 매칭, 컨퍼런스콜, 언택트 행사, 메타버스 등이 기존 오프라인 행사를 대체하고 있음. 이런 수요를 잡기 위해 산업용 소프트웨어를 제공하는 인도네시아 스타트업도 다수 설립됨. 자카르타 창조경제위원회(KE JKT, Komite Ekraf Jakarta)는 자카르타 메타버스(Jakarta Metaverse)를 진행하면서 VR/AR을 비롯, 다양한 창조 산업 분야가 서로 교류하는 포럼을 조직함.
- 360도 비디오 및 VR 테크놀로지를 통한 여행 콘텐츠 제작도 활발해지고 있음. 지난해부터 사우디아라비아 메카의 하지(Hajj) 성지 순례자가 대폭 줄어들면서[3] 가상 현실 및 360도 비디오 콘텐츠를 통한 성지 순례가 크게 늘어남. 발리, 코모도섬 등 빼어난 자연 환경을 보유하고 있는 인도네시아는 연간 2,000만 명의 해외 관광객을 유치해온 관광 대국이지만 팬데믹으로 인하여 큰 타격을 입고 있음. 이에 VR 기술을 통한 다양한 콘텐츠 제작을 통해 가상 관광을 활성화하고 있음.
- 신타 VR(Shinta VR), 버르투(Virtu), 옥타곤 스튜디오(Octagon Studio), 위르 그룹(Wir Group), 아루탈라(Arutala), 스마트아이(Smarteye), 몬스터 AR(Monster AR), V큐브(V-Cube) 등 현지 회사에서 각종 산업의 수요에 맞는 VR/AR 콘텐츠 및 소프트웨어를 제작하고 있음.

3. 엔터테인먼트

- B2C용 엔터테인먼트 분야에서는 VR 콘텐츠를 즐기기 위해 하드웨어의 보급이 병행되어야 하지만, 주요 하드웨어의 가격이 매우 높아 소득 상위 계층에서만 일부 소비되고 있음. 가장 인기 있는 VR 하드웨어는 지난해 10월 발매된 오큘러스의 퀘스트2(Quest2)이며, 인도네시아에서 정식 발매되지는 않은 상태. 현재 수입해 유통하고 있으며, 대당 가격은 500만 루피아(40만 원)선.
- 자카르타를 중심으로 10여 개의 VR 콘텐츠 체험관이 있었으나, 집합 관련 업종의 규제로 제한적으로 운영됨. 2019년 글로벌 VR 콘텐츠 체험관 프랜차이즈인 샌드박스VR(SandboxVR)이 자카르타에서 2곳을 론칭하였으나 지난해 철수함.
- 한국 토마토 프로덕션은 2018년 자카르타에 위치한 대형 쇼핑몰 네오소호몰에 인도네시아 최대 규모의 VR 테마파크를 개관한 바 있음. K-팝 및 K-드라마 등 한류를 모티브로 한 다양한 콘텐츠와 함께 게임 콘텐츠도 제공하고 있으며, VR 콘텐츠 제작 및 ICT 기술 활용 교육 플랫폼 운영도 함께 하고 있음.

3) 연간 1,000만 명 수준의 성지 순례자를 각국에 배정하는 사우디아라비아는 팬데믹으로 인하여 2020년 1,000명, 2021년 6만 명(백신접종자 대상)으로 대폭 축소하여 사실상 2년간 성지 순례 입국을 금지하였음.

Name	2021	Category	Location	Organizer
Stand With Palestine Virtual Run	~ 02 Sep	5K/10K/21K • Charity/Virtual Run	Anywhere	Jomrun ...
Virtual Run & Ride Indonesia's Independence Day	~ 04 Sep	Virtual – 26K Run / 50K Ride	Anywhere	VRBdg
Kumparan Virtual Race	~ 04 Sep	Virtual – 10K Run / 21K Ride	Anywhere	Kumpar...
Bali Duahtlon	04-18 Sep	Hybrid – Duathlon	Bali	RajaLA...
Bandung Ultra 100	~~03-05 Sep~~	• Ultra/Trail Run	Bandung	*post-pone* ...
Young Lions Virtual Run	~ 05 Sep	5K/10K/21K/42K/100K • Virtual ...	Anywhere	Lari ID x ...
Happy Panda Fun Run	05 Sep	5K • Fun Run	Bogor	JomRun ...
Borromeus Virtual Run & Ride	~ 06 Sep	• Virtual Run/Ride	Anywhere	IMRR x ...
Iconic Virtual Run – Wayang Series	~ 07 Sep	5K/8K/10K/12K/35K • Virtual Run	Anywhere	Iconic EO
Sprint Celebes 1942 – Jilid V	09-12 Sep	Sprint Orienteering	Bone Bolango	Mapala ...
Menoreh Trail Marathon	11-12 Sep	5K/10K/21K/42K • Charity/Trail ...	Magelang	Longrun...
Hero 50 Virtual Race	~ 12 Sep	Charity/Virtual Run/Ride	Anywhere	99VR x ...
Borobudur Marathon Virtual Challenge Series – Agustus	~ 14 Sep	21K • Virtual Run	Anywhere	Harian K...
Ajak Temanmu Virtual Race	07-14 Sep	7K • Charity/Virtual Run/walk	Anywhere	Gerak I...
Topeng Run – Topeng Yogyakarta	08-15 Sep	Virtual Run/Ride	Anywhere	E-Virtua...
GERAK Indonesia Tangguh	~ 15 Sep	Virtual – 17.8K Run / 76K Ride	Anywhere	Gerak ID
Move for Thalassemia – Virtual Ride & Run	~ 17 Sep	30K/70K • Charity/Virtual Ride/R...	Anywhere	iDea Ru...
Anlene Virtual Race	09-18 Sep	Everyday/Virtual Activity	Anywhere	99VR x ...
Library for Sumba Virtual Race	04-19 Sep	Charity/Virtual Run/Ride	Anywhere	Cause I...
Unpad Manglayang Trail Running	~ 19 Sep	5K/10K/21K/42K • Hybrid/Trail R...	Anywhere / Su...	iDea Ru...

[그림 5] 버추얼런 9월 행사 소개(좌), POMAD 버추어런 행사 포스터(우)
| 출처: 버추얼런 뉴스 홈페이지 (www.lariku.info)

- 각종 집합 시설 및 다중 활동 장소 이용이 어려워지면서 가상 달리기 및 마라톤 행사가 큰 인기. 행사 참여자가 원하는 장소에서 GPS 기반 VR 앱 혹은 스마트 시계를 이용해 달린 거리와 기록을 측정해 등록하는 방식임. 대규모 대면 행사 개최가 어려운 시기에 큰 인기를 얻으며, 월 50여 개의 행사가 인도네시아 전역에서 개최됨. 이용자가 많이 몰리면서 기업들이 행사 후원을 해 대형화되고 있는 중이며, 가상 러닝·마라톤 행사 전문 뉴스 웹사이트, VR 앱 등 다양한 서비스가 출시되고 있음.
- 한국을 비롯한 해외 시장에서 버츄얼 유튜버(Virtual Youtuber)에 대한 관심이 높아지면서, 인도네시아에서도 다양한 버츄얼 유튜버가 활동 중. 일본 V튜버(VTuber) 문화의 영향을 강하게 받은 2D 애니메이션 기반이 많으며, 니지산지(NIJISANJI)[4] 및 홀로라이브(Hololive)[5]앱을 사용한 버추얼 유튜버가 대부분을 차지하고 있음.

4) 버추얼 유튜버 활동을 돕기 위해 일본 애니컬러사가 개발한 앱. 이 앱을 이용한 버추얼 유튜버는 약 30명.
5) 버추얼 유튜버 활동을 돕기 위해 일본 커버사가 개발한 앱. 이 앱을 이용한 버추얼 유튜버는 약 10명.

심층 인터뷰

KOCCA

버르투(VIRTU)
에반 수르야(Evan Surya) 대표

INTERVIEW NOTE

인터뷰 취지

VR 소프트웨어 제작 업체 대표와의 인터뷰를 통해, 인도네시아 VR 산업의 현황과 앞으로 현지에서 적용될 수 있는 각종 VR 기술의 방향성을 확인해보고자 함.

대상자 소개

성 명 에반 수르야 꾸스마 (Evan Surya Kusma)

소 속 버르투(Virtu)

업 무
- 창업자
- 운영, 홍보, 마케팅
- VR 산업 홍보 및 협업 사업 개발

KOCCA

INTERVIEW Q & A

본인 및 버르투 소개

Q 본인 소개를 해달라

A VR 소프트웨어 및 컨설팅 업체 버르투(Virtu) 대표를 맡고 있는 에반이다. 버르투는 공동 창업자인 레인 아리아(Reyn Aria)와 함께 2018 년에 설립했으며, 아직 성장 중인 스타트업이다. 스타트업인 만큼 마케팅, 협업, 운영 모두에 대표인 내가 관여하고 있다.

A 내가 버르투를 설립하기 전에는 인도네시아의 대기업 자럼(Djarum)에서 마케팅 업무를 수행했다. 마케팅 분야 내에서도 시시각각 변화하는 시장 상황과 인도네시아의 지역별 특성을 이해하기 위한 FGD(Focus Group Discussion), 소비자 서베이, 지역 리서치 등을 담당했다.

[그림 6] 버르투에서 제공하는 B2B VR 솔루션 프로그램 | 출처: 버르투 홈페이지(www.virtu.co.id)

Q VR 스타트업인 버르투에 대해서도 소개해달라

A 버르투는 인도네시아의 많은 기업들에게 VR 기술을 활용한 각종 솔루션과 교육 프로그램을 제공하는 B2B 기업이다. 현재 인도네시아와 싱가포르 두 곳에 사무실을 두고 사업을 운영하고 있다. 인도네시아는 자원 부국으로 석유, 석탄, 가스 채굴 등 지하 자원 중심의 1 차 산업이 발달해 있으며, GDP 에서 차지하는 비중도 매우 높은 편이다. 해외의 대기업들도 많이 진출해 있으며, 인도네시아의 대기업들도 자원 채굴로 시작해 다른 산업으로 확장해가는 경우가 많다. 이들 기업은 자원 채굴을 위한 탐사와 교육 과정에 큰 비용을 들이고 있는데, 버르투는 VR 을 이용해 이런 과정을 대체하고 있다.

A 기존에는 현장 교육을 교실에서 책이나 영상을 통해 했다. 그러나 지금은 VR 기술을 통해 보다 종합적이면서도

안전하게 교육을 진행할 수 있게 됐다. 자원 채굴 산업에서는 교육이나 탐사에 워낙 큰 비용이 들기 때문에, 업계에서는 일찍부터 VR 기술을 활용한 대체 교육에 관심을 가져왔다.

A 팬데믹으로 인해 대면 교육이 과거보다 어려워졌기 때문에, VR 을 통한 교육 수요가 많아졌다. 버르투에서도 서비스를 다양한 분야로 확대하고 있으며, 화재 현장 교육, 공항 지상 관리, 메타버스 이벤트 개최 등 B2B 서비스 제공 범위가 늘어나고 있다.

인도네시아 VR 산업

Q 인도네시아의 VR 산업 현황은 어떤가?

A 인도네시아의 VR 산업 생태계는 아직 미성숙한 단계다. VR 을 제대로 경험하기 위해서는 고사양 컴퓨터와 하드웨어 착용이 필수적이다. 이런 것을 준비하기 위해서는 비용이 많이 든다. 국민 소득이 낮은 인도네시아에서 일반 소비자가 접근하기에 어려움이 있다. 그래서 대중화가 아직 멀다.

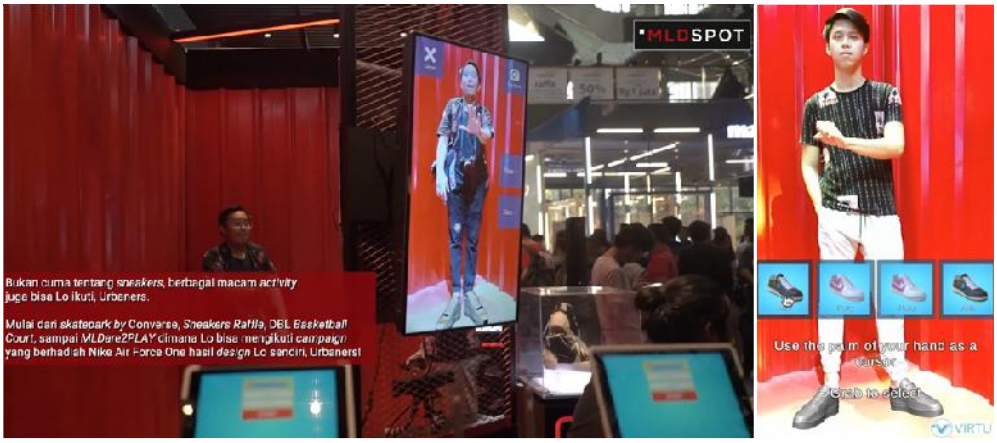
A VR 이 산업적으로 사용되려면 시간이 많이 걸릴 것으로 예상했지만, 팬데믹으로 인한 대면 활동 제한이 VR 활성화에 큰 영향을 미쳤다. 팬데믹 이전에는 VR 기술을 게임이나 콘텐츠 체험 같은 엔터테인먼트의 영역에 국한해 생각했지만, 지금은 많은 사람이 비대면의 대안으로 VR 기술을 자연스럽게 떠올리고 있다. 우리 회사만 해도 설립 초기인 2018 년에는 하이테크놀로지와 인터넷 인프라 등을 고려해 싱가포르 시장을 좀 더 관심 있게 바라봤다. 그러나 지금은 자원 산업을 중심으로 인도네시아 B2B 시장에서 더 큰 시장의 수요를 확인하고 있다.

A VR 이 스마트폰처럼 일상의 보편적 테크놀로지가 되기에는 비용 면에서 어려움이 있다. 그러나 교육과 산업의 영역에서는 그 수요가 확실히 가시적으로 나타나고 있다. 높은 하드웨어 가격이 발전의 걸림돌이 되고 있지만, VR 소프트웨어 부문은 발전의 가능성이 크다. 인도네시아의 IT 분야 유니콘 회사들이 유능한 소프트웨어 개발자를 과거보다 훨씬 많이 국내로 끌어들였다. 그리고 기존의 애니메이션, 게임 개발사들도 VR 산업으로 영역을 확장하거나 전환하는 것이 비교적 쉬운 편이기 때문에, 당분간은 VR 소프트웨어 기업을 중심으로 발전할 것으로 예상된다.

Q 산업 전반에 미친 코로나 19 영향이 매우 크다. VR 산업 분야는 어떤가?

A VR 하드웨어 및 소프트웨어 부문에서 과거에는 생각지도 못했던 인식의 전환이 일어나고 있다. 팬데믹 이전에도 VR 기술이 있었지만, 산업의 여러 영역에 적용할 생각을 하지 못했다. 그러나 지금은 대면 접촉 자체가 어려워지면서 VR 기술 도입을 당연한 수순으로 생각하는 기업이 늘어났다. VR 기술을 한번 시도해본 기업들이 새로운 가능성을 경험하면서, 또 다른 영역으로 확대하는 사례가 많다.

A 우리 회사는 작년에 고가의 스니커즈 신발을 수집하는 단체와 함께 메타버스 형태의 이벤트를 개최한 적이 있다. 오프라인 전시회였다면 참가자의 범위가 해당 도시 인근으로 제한되었겠지만, 메타버스로 만나게 되면서 동남아시아 전역에서 참여가 가능해졌다. 그동안 가상 이벤트와 메타버스는 오프라인 행사를 보조하는 수단으로 여겨왔지만, 이제는 오프라인 행사와 관계없이 더 많은 이용자에게 다가갈 수 있는 독자적 수단이라고 생각하고 있다. 다른 인도네시아의 기업들 역시 메타버스에 대한 생각이 조금씩 바뀌고 있다.



[그림 7] 버르투가 개최한 스니커즈 신발 VR 전시회 부스 | 출처: 버르투 공식 유튜브(youtube.com/channel/UC44m_OOK_1AaF9BwHCd_J1Q/featured)

Q 앞으로 인도네시아의 VR 산업이 어떤 방식으로 발전할 것으로 보는가?

A 일반인을 대상으로 한 VR 대중화까지는 아직 많은 시간이 필요할 것이라고 생각한다. 당분간은 각각의 수요를 가지고 있는 산업을 중심으로 VR 기술이 활용되고, 비용 절감을 할 수 있는 영역을 중심으로 서서히 일반인들에게 퍼질 것으로 생각한다. 크게 보면 소프트웨어 제작 및 아웃소싱 기업의 형태라고 할 수 있을 것이다.

A 우리 회사는 VR 기술이 적용될 수 있는 분야를 찾아서 작지만 의미 있는 시도를 계속하고 있다. 여러 분야에서 VR 기술이 활용될 수 있다는 것을 보여줌으로써 많은 사람이 우리가 제공하는 가치를 느낄 수 있을 것이다. 이를 바탕으로 그 다음 단계가 계속해서 나올 수 있을 거라고 본다.

Q 인도네시아 VR 산업 분야에 진출하고자 하는 한국 회사들에게 조언을 해준다면

A 최근의 한류 열풍이 아니더라도 한국의 최첨단 IT 기술은 인도네시아에서 많은 인기를 얻고 있다. VR 영역에서도 마찬가지다. 하지만 현재 인도네시아에 진출해 있는 한국 VR 회사들은 게임, 엔터테인먼트 분야에 집중되어 있다.

A 인도네시아에서는 높은 비용 때문에 VR 콘텐츠를 엔터테인먼트 목적으로 이용할 수 있는 인구가 너무 적다. 그리고 소비나 공급이 일부 지역에만 몰려 있어 시장이 활성화되기까지 오랜 시간이 걸릴 것으로 생각한다. 하지만 산업, 교육, B2B 영역에서는 그 수요가 가시화되고 있는 만큼, 한국의 뛰어난 기술을 기반으로 한 VR 회사가 진출한다면 좋은 반응을 얻을 수 있을 것으로 예상한다.

A 수도 자카르타는 전 세계의 여느 대도시와 크게 다를 바 없는 도시 인프라를 가지고 있지만, 여기서 조금만 벗어나더라도 통신과 인터넷 인프라의 질이 급격히 떨어지는 것을 확인할 수 있다. 하지만 그런 곳에서도 자카르타와 비슷한 수준의 교육 수요가 존재하기 때문에, B2B 용 VR 시장이 곧 열릴 것으로 전망한다.

A 시장이 곧 열릴 것으로 본다는 말은 아직 어떤 영역에서 VR 기술이 사용될지 모른다는 뜻이기도 하다. 따라서 정부 기관이나 기업들이 개최하는 박람회나 세미나 등에 많이 참여한다면, 현지에서 어떤 기술들이 상업화될 수 있을 것인지 판단하기 쉬워질 것이다. 인도네시아는 사회가 전체적으로 보수적이고 폐쇄적인 비즈니스 환경을 가지고 있다. 그러므로 현지 회사 또는 정부 기관과의 협업이 필수적이다.

A 또한 VR 제품은 아직 표준화된 재화가 아니기 때문에, 보는 사람마다 그 가치를 다르게 해석할 수 있는 여지가 크다. 따라서 이미 B2B 제품이 있다면 단기간에 최대한 많은 영업 인력을 확보해, 인도네시아 시장에서 받아들여질 수 있는 성격의 서비스인지를 빨리 확인하는 것이 중요하다.

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 13호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	김영수 인도네시아 비즈니스 센터장 주윤지 주임
집필자	신진세 대표 (PT. EPIN) 이수연 과장 (PT. EPIN)
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2021년 11월 04일
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"

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락