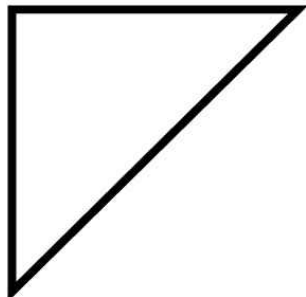


—  
인도네시아  
콘텐츠  
산업동향

Content Industry  
Trend of Indonesia

20

19





# 인도네시아 콘텐츠산업동향

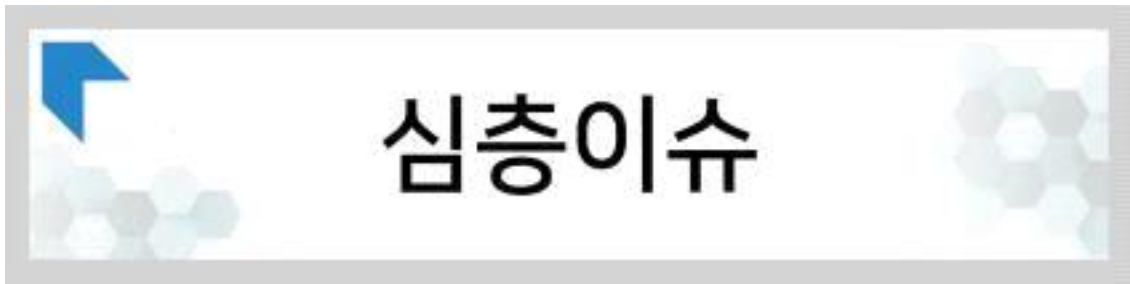
CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2019년 14호

구분(장르)	제 목	Key Word
<p>심층이슈</p>	<p>▶ 『인도네시아 애니메이션 시장 동향』            ⇒ 2019년 인도네시아 영화/애니메이션/비디오 시장 규모는 약 1조 5,682억 루피아를 기록하고 있으며, 전년도 대비 10% 이상 성장하여 창조산업 분야 내에서 두 번째로 높은 성장률을 보이고 있음. 인도네시아는 애니메이션 주요 소비 연령대인 14세 이하 아동 인구가 전체의 26.5%에 달하는 7,132만 명에 이르러 향후 성장 가능성이 매우 큰 편으로 경제성장에 따른 가처분소득의 증가와 여가 활동이 다양화 되면서 꾸준히 성장할 것으로 예상됨. 인도네시아 국내 애니메이션 산업은 1980년대부터 시작된 해외 애니메이션 하청 산업에 집중되어 있었으나 최근에는 이러한 애니메이션 하청을 통해 역량을 축적해온 자국 스튜디오를 중심으로 국산 애니메이션이 빠른 속도로 성장하고 있음</p>	<p>인도네시아 애니메이션 만화</p>

2019.10.25.

한국콘텐츠진흥원  
인도네시아 비즈니스센터



## 『인도네시아 애니메이션 시장 동향』

### ◎ 작성취지

- 2019년 인도네시아 영화/애니메이션/비디오 시장규모는 약 1조 5,682억 루피아를 기록하고 있으며, 전년도 대비 10% 이상 성장하여 창조산업 분야 내에서 두 번째로 높은 성장률을 보이고 있음. 인도네시아는 애니메이션 주요 소비 연령대인 14세 이하 아동 인구가 전체의 26.5%에 달하는 7,132만 명에 이르러 향후 성장 가능성이 매우 큰 편으로 경제성장에 따른 가처분소득의 증가와 여가 활동이 다양화되면서 꾸준히 성장할 것으로 예상됨. 인도네시아 국내 애니메이션 산업은 1980년대부터 시작된 해외 애니메이션 하청 산업에 집중되어 있었으나 최근에는 이러한 애니메이션 하청을 통해 역량을 축적해온 자국 스튜디오를 중심으로 국산 애니메이션이 빠른 속도로 성장하고 있음

### ◎ 작성순서

- 인도네시아 애니메이션 시장 개요
- 인도네시아 애니메이션 소비 현황

## 1. 인도네시아 애니메이션 시장 개요

### ● 인도네시아 애니메이션 시장 현황

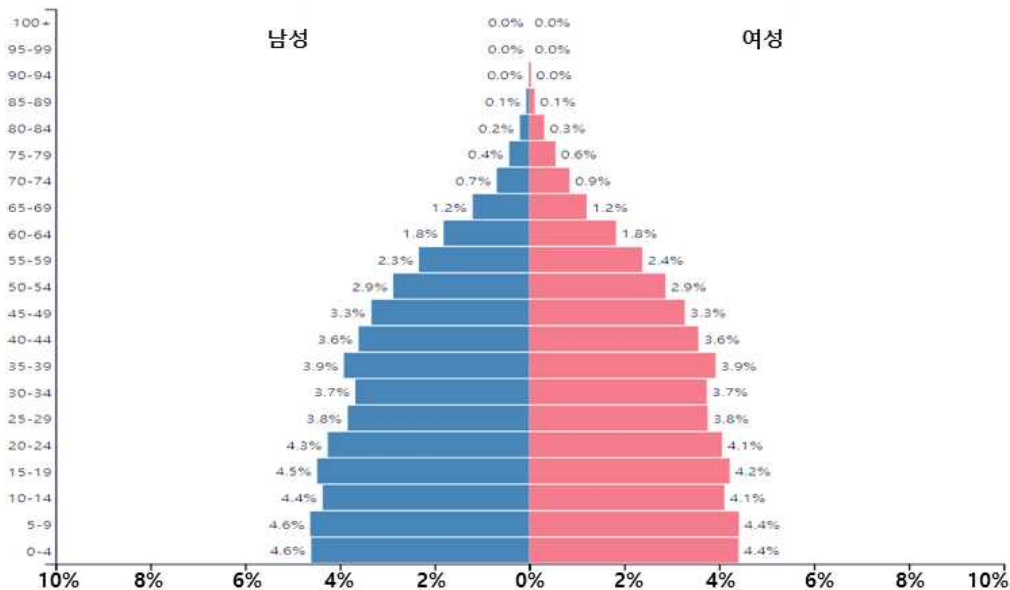
- 2016년 인도네시아 창조산업분야의 국내총생산은 922.5조 루피아<sup>1)</sup>로 전년도 대비 7.44% 성장하였음<sup>2)</sup>. 이 중에서 영화/애니메이션/비디오

1) 한화 약 78조 5,400억 원 상당 (2019년 9월 기준)

분야는 전체 인도네시아 창조 경제 분야의 0.17%에 해당하는 1조 5,682억 루피아를 차지하고 있음.<sup>3)</sup> 특히 영화/애니메이션/비디오 분야는 TV 및 라디오 분야에 이어 가장 높은 성장률을 보여주고 있으며 전년도 대비 10% 이상 성장하였음

- 영화/애니메이션/비디오 분야의 회사는 총 2,418개로 파악되고 있으며, 동 분야의 평균 임금은 237만 루피아로 전체 평균 205만 루피아를 상회하고 있음

[표 1] 2019년 인도네시아 인구 피라미드



※ 출처 : Population Pyramid <Indonesia 2019>

- 2019년 기준 전체 인구 2억 6,913만 명 가운데 14세 이하의 아동 인구가 전체의 26.5%에 달하는 7,132만 명에 이르러 애니메이션 주요 소비 연령대의 시장 규모가 매우 큰 편. 경제성장에 따른 가처분소득의 증가와 아동 소비에 관대한 현지 시장의 특성으로 인해 애니메이션 수요는 지속적으로 커질 것으로 예상됨

2) 출처 : 2019인도네시아 창조경제위원회 <Data Statistik dan Hasil Servey>, 2019년 1월 24일 발표

3) 창조경제 산업 중 전년도 대비하여 각각 TV/라디오 10.3%, 공연예술/공연음악 9.54%, 커뮤니케이션 비주얼 디자인 8.98% 성장하면서 가장 높은 성장률을 보이고 있음

● 인도네시아 애니메이션 발전 과정

- 현대적인 의미의 인도네시아 애니메이션 시초는 국립영화제작소(PPFN, Pusat Produksi Film Negara)<sup>4</sup>)가 1980년대 제작한 <후마의 모험 (Petulangan si Huma)>로 보고 있으며 공중과 텔레비전에서 상영되었음
- 1970년대 중반 자카르타의 몇몇 몇 애니메이터들이 8mm 및 16mm 셀룰로이드 필름을 이용하여 단편 애니메이션을 제작한바 있음. 1974년 드위 코엔도로 (Dwi Koendoro)와 프라모노(Pramono)가 <1년의 돌(Batu Setahun)>을 제작한 이래 고틃 프라코소(Gotot Prakoso), 준 사또하디(Jun Saptohadi), 산토사(Santosa) 등의 애니메이션 제작자들이 단편 애니메이션을 만든 바 있음. 이후 인도네시아의 첫 번째 정식 애니메이터로 일컬어지는 수야디(Suyadi)가 <황금오이(Timun Mas)>, <우닐(Si Unyil)> 등의 제작에 참여하였으며 PPFN이 최종 제작한 <황금오이><sup>5</sup>)는 TVRI 공중과 방송에서 1993년까지 방영되었음
- 1980년대에는 와기오노 수나르토(Wagiono Sunarto) 감독의 지휘 아래 인도네시아의 여러 애니메이션 스튜디오가 협업을 하여 <하늘의 아들 림바(Si Anak Angkasa)>을 제작하면서 분업 시스템이 나타나기 시작하였음
- 1980년대 중반부터 인도네시아 국내의 애니메이션 제작 수요 및 해외 애니메이션의 하청 작업을 수행하기 위하여 애니메이션 스튜디오가 설립되었으며 이 때 대만의 대형 스튜디오인 왕필름애니메이션(Wang Film Animation)이 현지에 설립한 아시아나왕 애니메이션(Asiana Wang Animation)과 에버그린(Evergreen), 마르사 주위따 인다(Marsa Juwita Indah)가 설립되었음
- 아시아나왕 스튜디오는 미국을 비롯한 서구로 수출하였으며, 에버그린 및 마르사 주위따 인다 스튜디오는 일본 애니메이션 하청 작업을 수행하였음. 이후 애니메이션 하청 작업의 질적인 성장을 이루게 되어 현지 애니메이션 스튜디오 설립이 지속적으로 진행되면서 지방으로까지 확대되었으며

4) 1934년 설립된 자바 퍼시픽 필름(Java Pacific Film) 영화사를 전신으로 하는 인도네시아 정부 소유의 국영 영화 제작소. 1975년 현재의 명칭으로 변경.

5) <황금오이는> RCTI 채널에서 2002~2003년, TPI 채널에서 2003년 방영을 지속한 바 있음

반동의 레드로켓 애니메이션(Red Rocket Animation) 스튜디오, 족자의 브닝 스튜디오(Bening Studio), 뜨갈 지역의 뜨갈 카툰(Tegal Kartun) 스튜디오 등이 설립되었음

[그림 1] 인도네시아 국산 애니메이션

후마의 모험 (1980년)



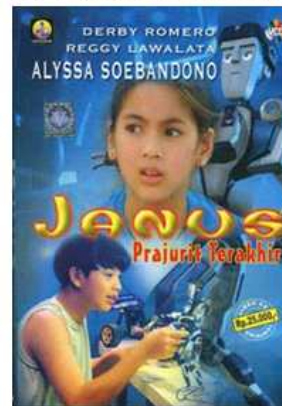
우닐 (1982년)



황금 오이 (1993년)



마지막 영웅 자누스 (2013년)



※ 출처 : 유튜브 Sanggar Cerita 채널

● 인도네시아 애니메이션 산업 방향성

- 각 지역의 풍부한 문화 자원과 역사는 인도네시아 고유의 IP를 확보하기에 좋은 조건을 갖고 있는 것으로 평가되고 있음. 단일 언어권의 거대 내수 시장이 존재하고 있어 초기부터 해외로 수출하여 해외 작품들과 경쟁해야 하는 부담이 없는 부분도 국내 애니메이션 공급 시장의 유리한 점. 오랜 해외 유명 애니메이션 하청경험을 통하여 3D를 포함한 다양한 경험을 보유하고 있으며 최근 애니메이션을 비롯한 창조산업과 관련한 스타트업 열기와 관심도 높은 편이어서 이들 상호간의 연계를 통한 시너지 효과도 기대할 수 있음. 또한 직업고등학교를 비롯하여 애니메이션

관련 고급인력을 배출하는 교육기관이 다수 존재하고 있으며 산학협력을 통하여 관련 산업 클러스터가 자카르타, 수라바야, 족자카르타 등에서 커가고 있다는 점도 향후 발전을 견인할 수 있는 요인으로 꼽히고 있음

- 최첨단 기술을 보유하고 있는 스튜디오들도 일부 있지만 전반적인 기술 수준으로 보았을 때는 상향 평준화되어 있다고 보기 어려우며, 저렴한 인건비에 기반을 둔 단순 기술 수준의 스튜디오가 다수임. 아울러 국산 애니메이션이 제작된다 하더라도 텔레비전 등 유통 채널이 제한되어 있어 규모의 경제를 달성하기가 어려운 부분도 약점으로 지적됨

● 애니메이션 관련 행사 및 기관

- 인도네시아의 애니메이션 제작 역량을 한 곳에 모으고 경쟁력 있는 작품을 만들어내기 위하여 일찍부터 많은 시도를 해왔음. 2000년대 초반부터 말랑(Malang), 족자, 반둥을 대상으로 애니메이션 관련 산업 클러스터를 만들기 위한 <애니메이션 도시(Kampung Animasi)> 프로젝트를 운영해 왔으며, 정보통신부(Ministry of communication and information)과 교육문화부(Ministry of Education and Culture)에서는 직업고등학교(Sekolah-sekolah menengah kejuruan)에서 애니메이션 및 그래픽 디자인 관련 교육 과정을 실시하고 있음
- 창조경제위원회 애니메이션 컨퍼런스(BEACON), 헬로페스트(Hello Fest), 인도네시아 코믹콘(Indonesia Comic Con), 바로스 국제 애니메이션 페스티벌 (Baros International Animation Festival)<sup>6)</sup> 등이 매년 개최되고 있으며 정부에서는 꾸준히 애니메이션 관련 행사를 지원하면서 관련 산업 진흥을 꾀하고 있음

6) BIAF, 서부 자바에 위치한 짜마히(Cimahi)에서 열리는 애니메이션 페스티벌로 해외 강연자를 초청한 세미나, 애니메이션 상영회, 단편 애니메이션 대회, 토크쇼 등이 개최됨

[표 2] 인도네시아 애니메이션 교육 기관 및 협회

순번	교육기관명	현황
1	Institut Seni Indonesia (족자카르타)	- 대통령령에 따라 교육문화부에서 1984년 설립 - 3개 학부 내 11개 학과 (학사 및 석사 과정) - 인도네시아 방송국 및 민간 애니메이션 스튜디오와 협업
2	POLISENI Yogyakarta (족자카르타)	- 교육문화부 장관령에 따라 P4TK7)와 ITB 대학의 협력으로 설립된 디자인, 애니메이션 과정에 특화된 교육 과정 - 2008년 첫 번째 졸업생을 배출
3	Multimedia Training Center(MMTC) (족자카르타)	- 1985년 대통령령에 의해 설립되었으며 정보통신부 산하의 교육 기관 - 일반 방송 분야 및 멀티미디어 교육 과정 특화
4	BINUS University -Animation Study (자카르타)	- 자카르타 내 5개 캠퍼스를 보유한 사립대학교 - 애니메이션 스튜디오와 연계한 실습형 애니메이션 교육 과정 제공
5	Hello Motion School (반뜰)	- 2004년 설립된 사립고등학교 교육 과정 - 헬로모션스쿨, 헬로페스티벌, 다뽀뽀 스튜디오로 구성되어 있으며 애니메이션 특화 과정 운영
6	International Design School (자카르타)	- 디자인, 애니메이션에 특화된 사립 대학교 과정으로 단기 과정도 같이 운영
7	Asosiasi Industri Animasi dan Konten Indonesia (애니메이션 협회)	- 애니메이션 업계를 아우르는 인도네시아 협회 - 총 20개 스튜디오 및 기타 커뮤니티, 정부기관, 협력사가 가입해 있으며 IP 개발, 애니메이션 기술 관련 협회 교육 과정 제공

※ 출처 : 인도네시아 비즈니스센터 자체 조사

7) Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan, 인도네시아 교육문화부 산하의 교육기관으로 특정 부문의 교사직군을 양성









## 2. 인도네시아 애니메이션 소비 현황

### ● 인도네시아 국산 애니메이션

- 해외 애니메이션의 하청 작업을 통해 역량을 축적한 인도네시아 스튜디오들은 1990년대 들어 여러 애니메이션을 만들어내기 시작하였음. 이 시기에 만들어진 주요 작품인 1995년 <부리스라와의 전설(The Legend of Burisrawa)>은 인도네시아 고대 서사시 가운데 하나인 마하바라타(Mahabharata)의 내용을 적극 수용하면서 등장인물을 표현하기 위해 수마트라 지역의 여러 부족을 애니메이션화 하는 등 현지 정서에 맞는 애니메이션을 만들어내기 시작하였음
- TV 방송 산업에서 1990년도 민간 공중파 채널의 설립이 허용되면서 TV 광고용 애니메이션에 대한 수요가 크게 증가하여 이 시기 애니메이션 스튜디오들은 짧은 광고용 애니메이션을 주로 제작하였음. 또한 아동용 프로그램에 대한 방송국의 수요도 늘어났기 때문에 인도네시아의 구전 동화 및 전설을 활용한 <빨간 양파와 하얀 양파(Bawang Merah dan Bawang Putih)>, <간질의 모험(The Adventure of Kancil)> 등이 제작되었으며 국산 애니메이션에 대한 희소성과 함께 큰 인기를 얻었음
- 1990년대 가장 활발하게 국산 애니메이션을 제작했던 스튜디오는 레드로켓 스튜디오로써 수많은 TV 광고용 애니메이션과 프로그램 내 활용되는 범퍼(Bumper) 애니메이션을 제작하였으며 2000년에는 공중파 인도시아르(Indosiar) 채널과 식음료 기업 네슬레(Nestle)의 지원을 받아 8개 에피소드로 만들어진 <너와 나의 이야기(Dongeng Aku dan Kau)>를 방영하면서 큰 인기를 얻었음. <너와 나의 이야기> 또한 인도네시아에 잘 알려진 구전 동화들을 활용하였으며 화려한 2D 화면에 부분적으로 3D 배경을 활용하여 질적으로 큰 발전을 가져왔음. 2001년에는 브닝 스튜디오 또한 16개 에피소드로 구성된 아동용 텔레비전 애니메이션을 제작하였으며 역시 현지 전래 동화의 주제를 활용하여 <두꺼비 왕자(Pangeran Katak)>, <항 뚜아(Hang Tuah)>, <간질(Kancil)> 등을 제작하였음

[표 3] 주요 인도네시아 국산 애니메이션

순번	IP	상세 내역
1		애니메이션명 : KIKO, TV 시리즈 제작사 : MNC Animation 공중파 채널 MNC에서 2014년부터 현재까지 방영 중
2		애니메이션명 : Si Juki The movie, 극장 애니메이션 제작사 : Falcon Pictures 배급, Kumata Studio 제작 2017년 12월 개봉 후 70만명 관객 동원, 2019년 12월 속편 <Si Juki: Harta Pulau Monyet> 개봉 예정
3		애니메이션명 : Keluarga Somat, TV 시리즈 제작사 : Dreamtoon 공중파 채널 Indosiar에서 2013년 ~ 2017년에 걸쳐 방영 하였으며, 편당 약 11분으로 구성. 총 511개 에피소드
4		애니메이션명 : Knight Kris, 극장 애니메이션 제작사 : Viva Fantasia, SSS Pictures 2017년 11월 개봉, SICAF <sup>8)</sup> 후보 등 해외 애니메이션 영 화제 수상
5		애니메이션명 : Adit Sopo Jarwo, TV 시리즈 제작사 : MD Animation MNC TV(2014-2017, 2017-현재), Global TV(2014), Trans TV(2017), TVRI(2018-현재) 방영
6		애니메이션명 : Zak Storm, TV 시리즈 제작사 : MNC Animation(인도네시아) 프랑스, 이탈리아, 미국, 인도네시아 공동 제작 편당 22분, 총 13개 에피소드, 인도네시아에서는 RCTI를 통하여 방영

※ 출처: 인도네시아 비즈니스센터 자체 조사

8) 서울국제만화애니메이션 페스티벌(SICAF, Seoul International Cartoon & Animation Festival)

- TV 방송을 통해 질적으로 성장한 인도네시아 애니메이션 산업은 텔레비전 방영 뿐 만 아니라 비디오CD를 통한 직접 유통도 추진하였으며 1980년대 무협소설로 큰 인기를 누렸던 고팡후(Kho Ping Hoo) 작가의 작품 중 <수마한: 보이지 않는 영웅(Suma-han: Pendekar Maha Sakti)>을 애니메이션화 하였음
- 인도네시아 극장 애니메이션은 2003년에서야 처음으로 등장하였으며 3D 애니메이션과 실사 영화가 복합된 <마지막 영웅 자누스(Janus Prajurit Terakhir)>이 제작되었음. 처음으로 제작된 실사 복합 애니메이션 방식으로 큰 인기를 얻은 이후 텔레비전 애니메이션용으로 <카를로스의 모험(Petualangan Carlos)>이 제작되었으며 2004년에는 동명의 극장용 3D 애니메이션을 까삿따(Kasat Mata) 스튜디오에서 제작하였음

[표 4] 2019년 인도네시아 애니메이션 흥행 순위

순위	제목	개봉일	수익
1	토이스토리 4 (부에나비스타)	2019년 6월 21일	\$6,258,617
2	드래곤 길들이기 3 (유니버설)	2019년 1월 9일	\$4,639,453
3	마이펫의 이중생활 2 (유니버설)	2019년 6월 14일	\$1,124,398
4	앵그리버드 무비 2 (소니/컬럼비아)	2019년 8월 16일	\$774,973
5	레고 무비 2 (워너 브로스)	2019년 2월 8일	\$632,000

※ 출처 : 박스오피스 모조 (www.boxofficemojo.com), 2019년 9월 기준

● 인도네시아 극장 애니메이션

- 극장용 애니메이션은 주로 미국 헐리우드에서 제작한 가족 애니메이션들이 상영되고 있으며 한국 멀티플렉스 영화상영관 CGV를 중심으로 한국, 말레이시아, 일본 등 다양한 국가의 극장 애니메이션을 개봉하고 있음. <보보이보이 무비2(Boboiboy Movie 2, 말레이시아)>, <날씨의 아이(Weathering with you, 일본)>, <원피스 스탬피드(One piece: Stampede), 일본>, <코드 기어스(Code Geass: Lelouch of the re; Surrection, 일본)>, <너의 이름은(Your name), 일본)>, <명탐정 코난: 감청의 권(Detective Conan: The fist of blue Sapphire), 일본>, <헬로카봇: 백악기 시대, 한국>가 2019년에 극장에서 상영

[그림 4] 영화로 개봉된 현지 히어로물 군달라 포스터(좌), 군달라 100만 관객 기념 포스터(우)



※ 출처 : 부미랑잇 스튜디오 홈페이지 (www.bumilangit.com)

- 부미랑잇(Bumin Langit) 스튜디오가 IP를 보유하고 있는 인도네시아 현지 슈퍼히어로물 <군달라: 이 나라는 애국자를 필요로 한다(Gundala: Negeri ini butuh Patriot)>가 지난 8월 29일 인도네시아 전역에 개봉되어 흥행몰이를 하고 있으며 개봉 일주일 만에 100만 관람객을 달성하였음. 군달라는 1969년 하스미(Hasmi) 작가에 의해 만화로 그려져 큰 인기를 얻었던 작품으로 인도네시아를 대표하는 슈퍼히어로 캐릭터 중 하나임

- 현지에서 큰 인기를 얻고 있는 한국 TV 애니메이션
  - 뽀롱뽀롱 뽀로로로 시작된 한국 애니메이션의 인기는 지속적으로 이어지면서 현재 인도네시아 공중파 채널에서 주중에 방영하는 애니메이션의 약 40%가 한국 작품이 차지하고 있음. RTV 채널에서는 <생동감 타임 (Zona Ceria)>, <슈퍼 걸리(Super Girly)> 등으로 시간대를 나누어 아동용 애니메이션을 방영하고 있으며, 이 중에서 <로보카 폴리>, <고고 다이노>, <강철소방대 파이어로보>, <최강전사 미니특공대>, <마스크 마스터즈>, <레인보우 루비><sup>9)</sup> 등 한국 애니메이션 위주로 매일 방영 되고 있음. SCTV에서도 <안녕 자두야>가 지난 6월부터 매주 토요일 오전에 방영 되고 있어 한국 애니메이션의 인도네시아 공중파 채널 방영이 해를 거듭할수록 늘어나고 있는 상황

---

9) 한국 38° C 애니메이션 스튜디오와 CJ E&M, 중국 China Entertainment Corporation, 캐나다 DHX Media 공동 제작

● 인도네시아 비즈니스센터 담당자 연락처 ●

- 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
- 주윤지 주임 : +62-21-2256-2396 / juliajoo@kocca.kr

---

발행인	김영준
발행처	한국콘텐츠진흥원
	전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)
	전화 1566-1114
	<a href="http://www.kocca.kr">www.kocca.kr</a>