

인도네시아
콘텐츠
산업동향

Content Industry
Trend of Indonesia

20

19



인도네시아 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2019년 3호

구분(장르)

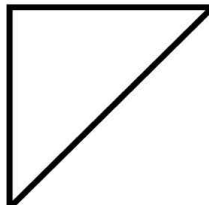
제 목

Key Word

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	<p>▶ 『인도네시아 웹툰시장 동향』</p> <p>⇒ 2015년 라인 웹툰의 인도네시아 웹툰 시장 진출 이래 현지 작가 발굴 등을 통하여 새로운 콘텐츠 시장이 성공적으로 형성되었으며 약 2억 6,000만 명 인구의 인도네시아는 단일 언어권으로써 글로벌 웹툰 사업자들에게 매우 중요한 시장으로 부상하였음. 이에 따라 한국 웹툰 사업자들뿐만 아니라 현지 로컬 업체, 중국 업체 등이 현지 시장에 진출하면서 치열하게 경쟁하고 있으며 다양한 웹툰 및 플랫폼들이 출현하고 있음. 인도네시아 시장에서 새로운 콘텐츠와 트렌드를 만들어가고 있는 여러 사업자들을 살펴봄으로써 웹툰 시장의 전반적인 환경에 대해 알아보고자 함</p>	인도네시아 출판 만화 웹툰

2019.5.10.

한국콘텐츠진흥원
인도네시아 비즈니스센터





『인도네시아 웹툰시장 동향』

◎ 작성취지

- 2015년 라인 웹툰의 인도네시아 진출 이래 꾸준한 현지 작가 발굴 등을 통하여 새로운 콘텐츠 시장이 성공적으로 형성되었으며 약 2억 6,000만 명 인구의 인도네시아는 단일 언어권으로써 글로벌 웹툰 사업자들에게 매우 중요한 시장으로 부상하였음.
- 이에 따라 한국 웹툰 사업자들뿐만 아니라 현지 로컬 업체, 중국 업체 등이 현지 시장에 진출하면서 치열하게 경쟁하고 있으며 다양한 웹툰 및 플랫폼들이 출현하고 있음.
- 인도네시아 시장에서 새로운 콘텐츠와 트렌드를 만들어가고 있는 여러 사업자들을 살펴봄으로써 웹툰 시장의 전반적인 환경에 대해 알아보고자 함

◎ 작성순서

- 인도네시아 출판 및 웹툰 시장 개요
- 인도네시아 웹툰사업자 현황
- 인도네시아 웹툰 소비 트렌드
- 심층 인터뷰

1. 인도네시아 출판 및 웹툰 시장 개요

● 인도네시아 출판 시장 규모

- 2018년 인도네시아 전체 출판 시장 규모는 약 34억 5,300만 달러이며, 이 중 인쇄 신문 시장이 약 27억 6,400만 달러로 전체의 80% 이상을 차지하고 있음. 전체적으로 인쇄출판물의 시장이 매년 축소되고 있는 반면 전자 출판

시장은 지속 성장하고 있음

- 인도네시아의 웹툰 시장은 지난 2015년 네이버 웹툰¹⁾이 현지 시장에 진출 하면서 최초로 소개되었으며, 네이버 웹툰은 2018년 말부터 유료화 비즈니스 모델 런칭을 통해 전체 모바일 안드로이드 매출 순위에서 10위권²⁾에 안착하는 등 시장이 지속적으로 성장하고 있음
- 한국의 카카오도 기존에 인도네시아에서 웹툰 서비스를 하고 있던 한국 업체 웹코믹스(Webcomics)의 지분을 인수하는 형태로 현지 진출하였으며, 이 밖에 Toricomics(한국), Comico(한국), Ciayo(인도네시아), 미스터블루(한국)³⁾, Mangatoon(중국) 등이 웹툰 시장에서 활발하게 활동하고 있음

[표 1] 인도네시아 출판 시장 규모 및 전망 2013-2022

※ 단위 : 백만 달러

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
인쇄 도서	430	424	419	417	413	409	403	399	395	390
전자 도서	5	9	14	20	27	35	42	50	57	63
인쇄 잡지	167	147	150	140	131	124	117	113	108	103
전자 잡지	23	40	51	59	63	68	72	75	77	80
인쇄 신문	2,591	2,748	2,835	2,816	2,791	2,764	2,727	2,685	2,637	2,591
전자 신문	15	24	32	38	45	53	62	72	82	93
	3,231	3,392	3,501	3,490	3,470	3,453	3,423	3,394	3,356	3,320

※ 출처 : PwC Global entertainment & media outlook 2018-2022 보고서

1) 현지 서비스 명 Line Webtoon

2) 2019년 5월 기준

3) 2017년 PT. Mister Blue Indonesia를 설립. 데생, 배경 펜터치, 톤 작업 등 작화 과정을 수행하는 웹툰 생산 법인

- 라인웹툰 서비스의 경우 전체 약 130여 개의 웹툰이 현지에서 연재되고 있으며, 이에 따라 주요 인기 웹툰의 구독자 수가 360만 명⁴⁾에 이르는 등 2018년 8월에 이미 월간 MAU(Monthly Active Users)가 1,700만명에 달할 정도로 웹툰 서비스가 보편화되었음. 웹툰 서비스 업체 별로 실시하고 있는 현지 웹툰 작가 등단 프로세스를 통하여 현지 작가가 큰 인기를 얻을 만큼 현지화도 많이 진행되었으며 현지 작가의 웹툰은 인도네시아 내에서 큰 반향을 얻으면서 각각 애니메이션⁵⁾ 및 실사 영화⁶⁾로 제작되어 개봉한 바 있음. 해외 시장으로 진출하는 웹툰도 매년 꾸준히 이어지면서 전체적으로 인도네시아 웹툰 시장은 공급과 수요가 성장하고 있음

[그림 1] 영화화된 웹툰 원작 애니메이션 및 영화 포스터



※ 출처: IMDB

- 4) 2019년 5월 현재, 라인웹툰 플랫폼 내 아니사 니스피하니(Annisa Nisfihani) 작가의 <파수트리 가제(Pasutri Gaje, 가제씨의 아내)> 구독자 약 360만 명
- 5) 파자 메영(Fazah Meonk)작가의 <시 주끼(Si Juki)>
- 6) 마스 오키스(Mas Okis) 및 SMS 작가의 <떠르랄루 땀뻘(Terlalu Tampan, 너무 잘생겨서)>

2. 인도네시아 웹툰 사업자 현황

- 인도네시아 웹툰 주요 사업자 현황
 - 한국 웹툰 업체들이 시장을 선도해가는 가운데 기타 인도네시아, 중국 업체들이 시장에서 경쟁하고 있으며 다양한 방법으로 자사의 서비스를 마케팅 및 홍보하고 있음

[그림 2] 인도네시아 웹툰 발굴을 위한 웹툰 콘테스트



※ 출처: 라인웹툰 인도네시아 웹사이트 (www.webtoons.com/id)

- 인도네시아 로컬 웹툰에 대한 유저 반응이 좋고, 높은 작품성으로 인해 이웃 동남아국가 진출에서도 좋은 성적을 거두는 작품들이 속속 나타나면서 각 사업자들은 인도네시아에서 현지 작가 및 로컬 프로덕션을 많이 찾고 있음. 각 플랫폼 별로 상시 독자 투고 시스템 운영, 시기 별 작가 등단대회 개최 등을 통하여 현지 웹툰 공급 시스템을 구축하고 있음
- 현지에서 활발하게 사용되는 페이스북을 중심으로 유저와의 쌍방향 의사소통을 이끌어내기 위해 공식 페이지가 사업자 별로 운영되고 있으며, 최근에는 유튜브 공식 페이지 개설을 통하여 오리지널 비디오 콘텐츠도 많이 생성되고 있음
- 인도네시아 시장을 선점하는 웹툰 플랫폼이 되기 위해 유저를 먼저 모으는 무료 모델이 주를 이루었으나, 2018년 하반기부터는 결제하여 신규 웹툰 에피소드를 먼저 볼 수 있거나 결제 프리미엄 유저는 전체 웹툰을 볼 수

있는 유료 비즈니스 모델이 도입되었음. 이 후 코미코 등은 공식 구글플레이 이외의 3자 결제 방식을 도입하여 유저의 결제 편의성을 높이고 있음

[표 2] 인도네시아 주요 웹툰 사업자

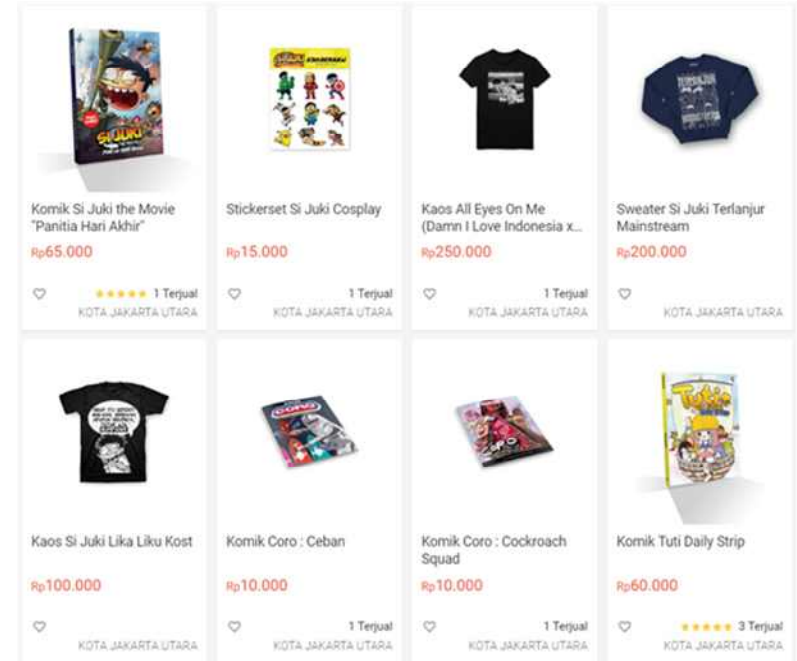
순번	업체명	상세 내역
1		서비스명 : Line Webtoon (네이버) 특징 : 현지 작가발굴 Webtoon Challenge 운영, 공격적 마케팅 2014년 7월 출시, 누적 1,000만 다운로드
2		서비스명 : 토리코믹스 (Toryworks) 특징 : 번역 작가가 직접 참여하는 웹툰 번역 플랫폼 인기 2017년 6월 출시, 누적 1000만 다운로드
3		서비스명 : Webcomics (NeoBazar) 특징 : 웹소설 서비스 같이 진행 2018년 3월 출시, 누적 100만 다운로드
4		서비스명 : Mangatoon (Mangatoon HK Limited) 특징 : 중국 웹툰(영어, 인니어, 중국어, 베트남어, 스페인어) 2018년 7월 출시, 글로벌 누적 100만 다운로드
5		서비스명 : Ciayo Comics (Ciayo Corp) 특징 : 인니 웹툰, 자체 제작 및 현지 작가 발굴하여 서비스 2016년 12월 출시, 글로벌 누적 100만 다운로드
6		서비스명 : Comico (NHN Entertainment) 특징 : 현지 로컬 결제 수단 모바일에 연동 2017년 9월 출시, 글로벌 누적 100만 다운로드
7		서비스명 : Re:On (PT Wahana Inspirasi) 특징 : 인쇄 출판된 현지 만화를 전자책 Version으로 출시 2016년 출시, 모바일 버전은 출시하지 않음

※ 출처: 인도네시아 비즈니스센터 자체 조사

● 인도네시아 웹툰의 진화

- 라인 웹툰의 경우 자체적으로 발굴한 현지 작가군의 웹툰 작품들을 다른 나라에서 서비스하면서 성공하는 사례를 다수 발굴하였음. 아울러 한국을 제외한 기타 국가의 현지 작가들이 만든 웹툰도 인도네시아 내에서 서비스하면서 다양한 색깔과 스토리를 가진 웹툰들이 라인 웹툰 플랫폼의 경쟁력을 지속적으로 강화하고 있음

[그림 3] 피오니코를 통해 공식적으로 판매하고 있는 시 주끼(Si Juki) 머천다이즈 상품



※ 출처: 인터넷 E커머스 토크피디아 셀러 마켓 (www.tokopedia.com)

- 7) 2017년 11월 에그노이드(Eggroid)가 영어로 번역되어 영어권에 소개되었으며, 이후 태국, 대만, 중국, 일본에서 서비스
- 8) 태국에서 큰 인기를 얻어 드라마로도 제작된 태국웹툰 영맘(Young Mom)이 인도네시아 라인 웹툰을 통해 인도네시아에 소개되면서 2019년 5월 현재 전체 라인웹툰 인기 순위 3위에 랭크
- 9) 라인웹툰을 통해 큰 인기를 얻은 바 있는 <시 주끼(Si Juki)>캐릭터 IP를 보유한 인니 콘텐츠 회사

- 라인웹툰은 전세계적인 인기를 얻고 있는 방탄소년단과도 협업을 하여, 방탄소년단의 세계관을 다룬 웹툰 <Save me>를 인도네시아에 출시하면서 기존 웹툰 사업자들과는 차별화된 서비스를 선보인 바 있음
- 짜야요 코믹스의 경우 현지 작가 및 프로덕션이 만든 웹툰을 태국에 판권 수출하는 등 인도네시아 웹툰이 수출되는 발판을 마련하고 있으며, 이러한 시장 확대는 현지 작가들에게 큰 동기 부여가 되면서 작가층이 넓어지는 선순환을 가져오고 있음
- 웹툰의 큰 인기로 인해 인기 웹툰들이 영화¹⁰⁾로 제작되거나 캐릭터 상품으로 제작될 정도로 웹툰 IP 가치가 높이 평가받고 있으며, 특히 웹툰의 영화화는 현지에서 공감하는 스토리를 바탕으로 하고 있기에 앞으로도 지속 될 전망
- 현재 웹툰의 주요 독자층은 여성들이 많은 편이며, 코미코 인도네시아, 웹코믹스의 경우 여성층에 인기가 많은 라이트 노벨을 같이 서비스하고 있음. 코미코 인도네시아는 현지의 웹소설 작가군을 발굴하는 노블 챌린지 (Novel Challenge)를 통하여 오리지널 소설도 연재하고 있으며, 이외에 인도네시아의 대형 출판사인 그라메디아(Gramedia)사와의 협업을 통하여 작품을 수급 중에 있음. 인도네시아는 스토리텔링 플랫폼인 왓패드(Wattpad)¹¹⁾의 인기가 큰 나라로 서적 베스트셀러의 다수가 왓패드에서 연재된 소설책이 포함되며, 영화화¹²⁾도 다수 진행된 바 있음. 이러한 인기가 웹툰 플랫폼에서도 다양한 수요로 나타나고 있으며, 향후 웹툰을 이은 또 하나의 콘텐츠 플랫폼으로 진화할지에 대해서도 기대를 모으고 있음

10) 2018년 12월 자카르타에서 개최된 라인 크리에이티브 행사에서, 라인 인도네시아는 아키텐 레드캣 작가의 <에그노이드(Eggnoird)>, 신씨아 신신혜 작가의 <플로리스(Flawless)>, 나가떠르방 작가의 <사리민(Sarimin)> 작품을 영화로 제작할 예정이라고 발표하였음

11) 창작자를 위한 웹소설 커뮤니티 서비스로, 영미권 최대의 스토리텔링(Story telling) 플랫폼 사이트

12) 2017년 개봉하여 인기를 얻은 바 있는 에리스카 페브리안티 작가의 <나단에게(Dear Nathan)>을 비롯하여 왓패드에서 인도네시아어로 연재되었던 소설이 매년 영화화되고 있음

3. 인도네시아 웹툰 소비 트렌드

- 로맨스, 드라마 장르 큰 인기
 - 자사 웹툰들의 순위를 발표하는 라인웹툰과 웹코믹스에 따르면 로맨스와 드라마 장르 웹툰에 대한 선호가 매우 뚜렷하게 나타나고 있음
 - 라인웹툰이 서비스하는 웹툰 상위 10개 중 인도네시아 현지 작품이 2개, 태국 1개 작품이 포함되어 있으며, 전체 연재 중인 작품으로 범위를 넓혀 보면 약 20여 작품이 인도네시아 작가의 웹툰으로 구성되어 있어 자국 웹툰에 대한 소비 시장이 이미 형성되어 있음을 알 수 있음

[표 3] 플랫폼 별 웹툰 인기 순위

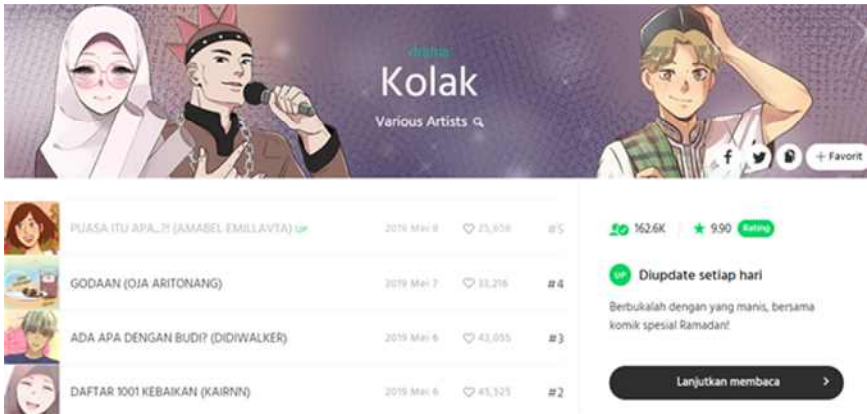
순위	라인 웹툰	웹코믹스 웹툰
1	The secret of angel (로맨스)	Lady Beast (로맨스)
2	Pasutri Gaje (로맨스)-인도네시아	Masalah Asmaraku (로맨스)
3	Young Mom (드라마)-태국	The office blind date (로맨스)
4	Honey honey wedding (로맨스)	Pembalasan Cinta Iris (로맨스)
5	My anti-fan! (로맨스)	Putri dalam dunia novel (로맨스)
6	Lookism (드라마)	Cerminan Jiwa (로맨스)
7	My oppa is an idol (로맨스)	Parcarku Pelayanku (로맨스)
8	Change (로맨스)	Empress of another world (드라마)
9	Eggnoird (로맨스)-인도네시아	The abandoned empress (판타지)
10	Make-Up Man (로맨스)	How to marry your first love in 3 days (로맨스)

※ 출처 : 인도네시아 비즈니스센터 자체 조사(2018년 7월)

- 현지 웹툰의 경우 인도네시아 일상생활, 현지 이슬람 문화에서 오는 정서, 금식기간¹³⁾ 등을 작화와 스토리에 충실히 반영하면서 많은 공감과 함께 고
- 13) 이슬람력의 아홉 번째 달(라마단)에 이슬람 신도들이 행하는 금식으로 해당 기간 중 매일 해가 떠 있는 동안 음식을 먹지 않음. 금식을 행하는 기간이 약 한 달로 매우 긴 편이며, 금식에서 오는 육체적인 고통이 크기 때문에 금식이 해제되는 오후 6시 이후에는 가족, 친지들과 금식 해제를 하는 편이며, 일상생활에 매우 큰 영

정적인 독자를 확보하고 있음

[그림 4] 현지의 문화/정서를 잘 반영하고 있는 라인웹툰 작품 <콜락(Kolak)>



※ 출처 : 라인웹툰 인도네시아 웹사이트 (www.webtoons.com/id)

● 웹툰 서비스 방식

- 웹툰을 서비스하는 방식은 주로 모바일 디바이스에 최적화된 하단 스크롤 방식이 많은 편이지만, 일부 업체들의 웹툰은 인쇄 출판된 만화를 디지털화하는 전자책의 형태도 띄고 있는 편
- 인도네시아 현지 작가의 발굴을 통해 온라인 만화 연재하는 것을 기본 사업 방향으로 하는 리온(re:on)의 경우, 만화를 실제 인쇄 출판하고 온라인 쇼핑몰을 중심으로 판매하고 있으며 인쇄 출판한 만화에 대하여 디지털화한 전자책을 온라인으로 서비스 중. 코미코 인도네시아에서도 서비스하는 웹툰 중 일부를 리온(re:on)에서 작품 공급받아 전자책 형태의 만화를 서비스하고 있으며, 일본에서 출판한 만화 작품도 수급하여 전자책 형태로 서비스하고 있음
- 중국 사업자인 망가툰(Mangatoon)의 경우 전자책 형태로 편집된 만화들이 절반 이상으로 주를 이루고 있으며, 모바일 디바이스에서는 가독성이 떨어지는 경우가 많은 편

향을 주는 명절에 가깝게 간주되어 이슬람 신도들에게 특별한 의미가 있음

[그림 5] 전자책 형태의 웹만화 서비스



※ 출처 : 리온(Re:On) 출간 <Me vs Big Slacker Baby>

3. 심층 인터뷰

- 간략한 본인 소개와 회사에 대한 소개 부탁드립니다.
 - 안녕하세요? 저는 인도네시아 자카르타에 위치한 웹툰 및 만화 프로덕션인 키사이 엔터테인먼트(Kisai Entertainment)의 편집장을 맡고 있는 테사(Tessa)라고 합니다. 2017년 설립된 이후 현재 약 40명 정도의 직원들과 일하고 있습니다. 키사이 엔터테인먼트는 전통적인 만화 프로덕션과는 조금 다른 방식으로 일하고 있는데요. 재능 있는 만화 아티스트들을 여러 경로로 발굴하여, 그들의 작품과 스토리 등을 키워주면서 완성 작품을 여러 웹툰 플랫폼에 신도록 도와주고 있어서 만화계의 탤런트 에이전시 역할도 수행하고 있다고 생각합니다. 아울러 만화가들이 특정 플랫폼에 연재를 시작

한 이후에도 지속적으로 작품에 관여하면서 에디터의 역할을 수행하기 때문에 작가와 저희 회사가 공동으로 작업을 수행한다고 볼 수 있습니다.

저는 일본 만화 회사인 코아믹스(Coamix)¹⁴⁾가 매년 전세계를 대상으로 시행하는 <사일런트 망가 오디션(SMA, Silent Manga Audition)>에 2014년부터 지속적으로 참여하였고 첫해부터 낮은 순위지만 수상할 수 있었습니다. <사일런트 망가 오디션>에 참가하여 수상을 하면 포인트를 모을 수가 있는데, 이 포인트가 일정 수준 이상이 되면 일본 도쿄에서 열리는 마스터 클래스에 초청됩니다. 저희 팀은 2016년 2등 상이라고 할 수 있는 그랜드 프릭스 러너업(Grand Prix runner up)에 선정됨으로써 일본에서 열린 마스터 클래스에 참여하여 일본의 유명 만화작가인 시티 헌터(City Hunter)의 호조 츠카사(Hojo Tsukasa) 선생님 및 여러 작가분들을 만나서 많이 배울 수 있었습니다.

[그림 6] 테사 (TESSA) KISAI PRODUCTION 편집장



※ 출처 : 인도네시아 비즈니스센터 직접 촬영

이후에는 웹툰 회사인 짜야오(Ciayo)에서 잠시 일한 바 있고, 곧 키사이 엔터테인먼트를 만들어 인도네시아에 막 들어오기 시작한 웹툰 플랫폼 및 타

14) 2000년에 설립된 일본의 인쇄만화 출판 및 애니메이션 제작업체. 월간 코믹 제논 (Monthly Comic Zenon) 잡지를 발간하고 있음

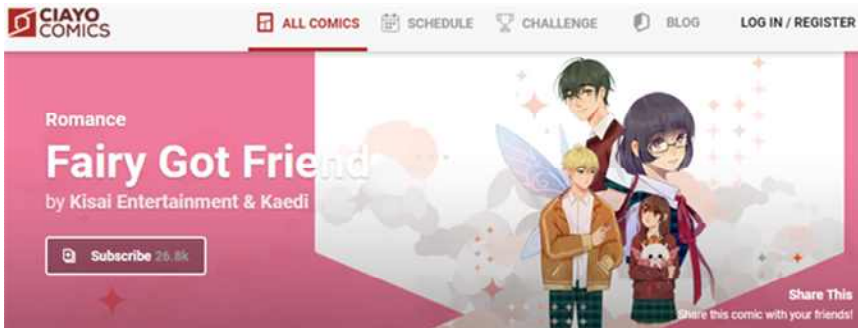
파스(Tapas)와 같은 해외 웹툰 플랫폼에까지 저희 작품을 연재하고 있습니다.

- 말씀 하신 <사일런트 망가 오디션>에서도 매년 인도네시아의 만화팀들이 수상작을 배출하고 있고 인도네시아의 각종 웹툰 플랫폼 내에서도 인도네시아 국내 작품들이 좋은 성적을 거두고 있습니다. 동남아시아의 다른 나라들보다 현지 작가 및 생태계가 더 빨리 크고 있는 것 같습니다. 어떤 점에서 이런 발전이 가능 했을까요?
- 우선 현재의 현지 만화작가군은 기존에 인도네시아 만화 산업이 가지고 있는 잠재력을 잘 보여주는 예시라고 생각합니다. 인도네시아에는 애니메이션 전공을 설치한 직업고등학교¹⁵⁾가 전국에 130여개나 될 정도로 많이 있고, 또한 해외의 유명 애니메이션 업체에서 하청 제작을 수행할 수 있는 뛰어난 실력을 가진 애니메이션 스튜디오가 수 십개 있을 정도로 인력풀이 두텁다고 할 수 있습니다. 하지만 인도네시아의 만화 산업 시장은 그러한 인력규모에 도저히 미치지 못하는 규모라고 할 수 있었습니다. 이는 기존 인쇄만화물 산업구조가 출판사 및 서적 유통망 중심의 구조였기 때문에 일본의 IP 만화를 제외하고는 아무리 그림을 잘 그려도 만화책을 발간하기가 어려운 상황이었습니다. 이러한 상황에서 만화를 마음껏 그릴 수 있고, 그렇게 그려진 만화들이 소비자들에게 널리 읽혀질 수 있는 플랫폼이 조성되다 보니 기존의 욕구가 폭발적으로 반영된 결과라고 볼 수 있을 것 같습니다.
- 현재 인도네시아의 어떤 웹툰 플랫폼들과 어떤 방식으로 같이 일을 하고 있으신지요?
- 코미코, 라인 웹툰, 짜야오 코믹스를 비롯하여 주요 웹툰 업체들에 저희 작품들을 연재하고 있습니다. 미국에서 글로벌을 대상으로 영어로 서비스하는 타파스에도 저희 작품을 연재하고 있습니다.
현지의 많은 플랫폼들이 연재를 위한 일종의 만화 작품 대회 등을 하고

15) SMK, Sekolah Menengah Kejuruan, 직업고등학교

있습니다. 저희 회사 같은 경우는 이름이 다소 알려진 편이고, 여러 업체들에 실제로 연재하고 있기 때문에 그런 과정은 필요 없는 편입니다. 1~3편 정도의 시제품을 가지고 플랫폼 별로 향후의 시놉시스, 주요 스토리 라인을 점검한 후에 게재를 결정하고는 합니다. 비용의 경우는 연재가 결정된다면 월 고정 비용을 지급받으며 이후 수익에 대해서 배분을 하는 방향입니다. 이렇게 처음에는 인도네시아에서 게재를 시작했지만, 나중에는 대만 및 태국에도 진출하여 현지 독자들에게 인기를 얻는 작품들도 여러 개가 있습니다.

[그림 7] 짜야오에 연재중인 키사이 작품(상) / 태국 Ookbee 플랫폼에서 연재 중인 키사이 작품(하)



※ 출처 : 짜야오 및 Ookbee 코믹스 홈페이지 (www.ciayo.com / www.ookbeecomics.com)

● 현지 독자들의 반응에 가장 민감한 웹툰 작가로써, 현지 팬들이 선호하는 플랫폼 및 웹툰은 어떤 것들인가요?

- 확실히 웹툰의 경우에는 인도네시아 작가들이 인도네시아의 정서, 인도네시아스러운 것, 우리 주변에서 볼 수 있는 것들을 그려낸 것에 대해서 좋은 반응이 있는 것 같습니다. 한국의 웹툰이 뛰어난 작화와 탄탄한 스토리를 가지고 독자들에게 좋은 반응을 얻는 편이라면 현지 작가가 그런 웹툰은 각 컷들에서 현지의 느낌이 물론 풍겨난다던지, 특히 현지에서 어필하는 스토리라인을 강조한다던지 하는 방향이어서 앞으로 더욱 좋은 반응을 얻을 것으로 기대 합니다.

전체적으로 현재의 웹툰 독자들이 여성 독자층이 많은 편이어서 로맨스, 드라마에 대한 선호가 매우 높습니다. 로맨스 안에서도 작화에 대한 독자들의 선호가 조금씩 나뉘는 편인데, 최근에는 한국 만화(Manhwa) 스타일의 실사체에 가까운 작화가 큰 인기를 얻고 있습니다. 아울러 인도네시아에서는 일본 만화 스타일의 작화도 오랜 시간 동안 인기를 얻고 있었기 때문에 저희 회사에서는 여러 스타일로 그려낼 수 있는 방식을 오랫동안 분석해 왔습니다.

● 앞으로의 계획과 인도네시아에서 웹툰을 그리고 싶어하는 미래의 웹툰니스트들에게 해주고 싶은 말은 어떤 것이 있나요?

- 우선 키사이 엔터테인먼트는 만화 제작 에이전트이자 프로덕션으로써 이제 막 커나가고 있는 인도네시아 만화 생태계에 큰 희망을 주는 프로덕션이 되고 싶습니다. 인도네시아는 인건비가 아직 매우 낮은 편이기 때문에 만화를 그린다면 금전적으로 매우 적은 수준의 보상을 받는다는 인식이 많이 퍼져있고 그에 따라 전업작가로써 커리어를 밝어나간다는 것에 큰 부담을 느끼는 작가들이 많이 있습니다. 하지만 저희는 커나가는 인도네시아의 웹툰 산업과 함께 그런 인식들을 확실히 불식하고, 키사이 프로덕션이 기여할 수 있는 부분을 되도록 많이 찾으려 노력하고 있습니다. 현재 인도네시아에서는 과거보다 만화를 그리고, 그것을 대중 앞에 선보이는 것이 정말 쉬워졌습니다. 그리고 평균적인 금전 보상도 현지의 공무원

수준으로 많이 좋아지면서 만화 작가가 돈을 벌지 못한다는 것은 이미 선입견이 되고 있습니다. 이미 다양한 웹툰 플랫폼이 인도네시아에 들어와서 치열하게 경쟁하고 있는 것처럼 인도네시아에는 아직까지도 더 많은 현지 작가들이 필요하기 때문에 과감하게 더 도전하는 것이 필요합니다. 인도네시아 시장만 해도 지속적으로 크고 있지만 웹툰이라는 새로운 플랫폼은 한번 성공하기만 한다면 인도네시아 작가가 해외의 시장으로 진출하는 것도 매우 쉽게 가능하게 하므로 더 큰 기회가 눈앞에 있다고 미래의 작가들에게 말씀드리고 싶습니다.

● 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
www.kocca.kr