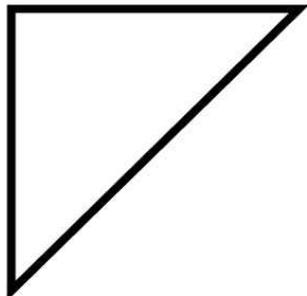


—
인도네시아
콘텐츠
산업동향

Content Industry
Trend of Indonesia

20

19





인도네시아 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2019년 12호

구분(장르)

제 목

Key Word

심층이슈

▶ **『인도네시아 음악공연시장 동향』**

⇒ 2019년 인도네시아의 음악 및 라디오 시장 전체 규모는 약 4억 1,800만 달러로 예상하고 있는 가운데, 음악 공연 시장의 크기는 1억 1,500만 달러 규모를 차지하고 있음. 지속적인 경제성장 및 중산층 증가로 인해 2022년까지 매년 평균 7.8% 성장하면서 1억 4,200만 달러 규모로 커질 것으로 예상하고 있으나, 전 세계 4위의 거대한 인구 규모에 비해서는 그 규모가 아직 작은 편이며 산업 생태계도 성숙단계에 접어들지 못하였음. 음악 공연 이벤트를 주최하는 주체인 음반회사, 에이전시, 프로모터, 이벤트 회사, 공연 주최사 등의 구분이 명확하지 않은 편이나 최근에는 이스마야 그룹의 공연사업부와 자바 페스티벌 프로덕션의 약진이 눈에 띄는 편. 인도네시아는 흡연에 관대한 분위기에 따라 거대 담배회사가 마케팅의 일환으로 음악 공연 산업에 크게 관여하는 등의 현지 특성이 강하게 나타나고 있으며 한국 한류 가수들의 공연도 지속적으로 추진되고 있음에 따라 현지의 음악 공연 산업 동향을 살펴보고자 함

인도네시아
음악
콘서트
음악 공연

2019.9.20.

한국콘텐츠진흥원
인도네시아 비즈니스센터



『인도네시아 음악공연시장 동향』

◎ 작성취지

- 2019년 인도네시아의 음악 및 라디오 시장 전체 규모는 약 4억 1,800만 달러로 예상하고 있는 가운데, 음악 공연 시장의 크기는 1억 1,500만 달러 규모를 차지하고 있음. 지속적인 경제성장 및 중산층 증가로 인해 2022년까지 매년 평균 7.8% 성장하면서 1억 4,200만 달러 규모로 커질 것으로 예상하고 있으나, 전 세계 4위의 거대한 인구 규모에 비해서는 그 규모가 아직 작은 편이며 산업 생태계도 성숙단계에 접어들지 못하였음. 음악 공연 이벤트를 주최하는 주체인 음반회사, 에이전시, 프로모터, 이벤트 회사, 공연 주최사 등의 구분이 명확하지 않은 편이나 최근에는 이스마야 그룹의 공연사업부와 자바 페스티벌 프로덕션의 약진이 눈에 띄는 편. 인도네시아는 흡연에 관대한 분위기에 따라 거대 담배회사가 마케팅의 일환으로 음악 공연 산업에 크게 관여하는 등의 현지 특성이 강하게 나타나고 있으며 한국 한류 가수들의 공연도 지속적으로 추진되고 있음에 따라 현지의 음악 공연 산업 동향을 살펴보고자 함

◎ 작성순서

- 인도네시아 음악 산업 현황
- 인도네시아 음악 공연 산업 현황

1. 인도네시아 음악 산업 현황

- 인도네시아 음악 산업 개요

- 2019년 인도네시아의 음악 및 라디오 시장의 전체 규모는 약 4억 1,800만 달러로 예상하고 있으며 이는 2018년 3억 6,700만 달러 대비하여 약 13.3% 성장하였음. 이 중 2019년 라이브 콘서트 스폰서십을 비롯한 음악 공연 시장의 크기는 1억 1,500만 달러로 전체 인도네시아 음악 시장의 약 27.5%를 차지하고 있음

[표 1] 인도네시아 음악 공연 시장 규모 및 전망 2013-2020

※ 단위 : 백만 달러

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
공연 스폰서십	14	15	16	17	19	20	22	23	25	27
공연 티켓판매	58	62	66	71	78	86	94	103	110	115
합계	72	77	82	89	96	106	115	126	135	142

※ 출처 : PwC Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022

- 2억 6,400만 명¹⁾의 인구에서 비롯한 큰 내수시장으로 인해 해외의 대형 음반사들도 지속적으로 들어오고 있으며, 워너뮤직(Warner Music)은 2016년 인도네시아의 대형 음반사중 하나인 인도 스마르 삭띠(Indo Semar Sakti)를 인수한 바 있음. 인터넷 인프라의 개선과 스마트폰의 보급으로 인하여 실물음반의 크기가 급속도로 줄어들고 스트리밍 어플리케이션이 그 자리를 대체하고 있으며, 중국 텐센트(Tencent)의 죽스(Joox) 서비스가 가장 큰 시장 점유율을 차지하고 있는 가운데 애플뮤직, 디저(Deezer), 구글플레이뮤직, 스포티파이, 랑잇뮤직(Langit Musik), 사운드클라우드 등이 시장에서 격렬한 마케팅 경쟁을 벌이고 있음
- 경제성장으로 인한 중산층 및 가처분소득의 증가로 인하여 인도네시아

1) 출처: 세계은행 (2017년)

음악 공연 시장은 2022년까지 매년 평균 9% 성장하고 있으며 K-Pop 한류스타 뿐만 아니라 해외 대형 뮤지션들의 인도네시아 공연도 지속적으로 늘어나고 있음. 하지만 주변 국가의 2019년 음악 공연 시장을 살펴보면 싱가포르 1억 4,800만 달러, 태국 1억 1,200만 달러, 말레이시아 5,700만 달러 등으로 나타나고 있어 인도네시아의 인구 규모를 고려하였을 때 아직은 음악 공연 관람이 일반인들의 주요 여가 활동으로 볼 수 없는 상황. 인도네시아의 경우 저작권의 인식이 아직 미비하여 인구 규모에 비하여 해외 뮤지션들의 상업적인 결실이 부족한 편이었으며 음반 유통망의 장애를 보다 쉽게 넘을 수 있는 디지털 스트리밍 서비스, 음원 판매 등이 현지에서 활성화되기 전까지는 콘서트 등을 통한 직접적인 공연 티켓 판매를 통해 수익을 얻고자 하는 경향이 강한 시장이었음

2. 인도네시아 음악 공연 산업 현황

- 인도네시아 음악 공연 시장 개요
 - 2000년대 후반 들어 한국의 K-Pop 가수들을 비롯하여 해외 뮤지션들의 인도네시아 공연이 지속적으로 추진되고 있지만 아직도 대형 해외 가수들의 공연은 연간 10회 내외에 그치고 있으며 주로 인도네시아 국내 가수 및 페스티벌 공연을 위주로 진행되고 있음. 최근 인도네시아 음악 공연 시장은 다양한 공연 기획사들이 주최하는 자체 음악 페스티벌들이 성공을 거두면서 대형화하고 있으며 특히 새로운 소비집단으로 부상하고 있는 밀레니얼 세대²⁾에 마케팅하는 효과적인 수단으로 인식되면서 외부 스폰서의 규모가 커지고 있음
 - 현재 인도네시아를 대표하는 공연은 자바 재즈 페스티벌(Java Jazz Festival), 자카르타 웨어하우스 프로젝트(Djakarta Warehouse Project), 위 더 페스트(We The Fest) 등이 있으며 자카르타 웨어하우스 프로젝트는 동남아시아 최대의 EDM³⁾ 페스티벌로 꼽히고 있음

2) 1980년대 초반부터 2000년대 초반까지 출생한 세대

3) Electronic Dance Music, 클럽이나 페스티벌 같은 상업적 파티에서 쓰이는 전자음악들을 통칭

- 아직 인도네시아 음악 공연 시장이 성숙하지 않았으며 최근 들어서야 다양한 콘서트, 음악공연, 음악 페스티벌이 급격하게 증가하였기 때문에 이벤트 회사, 공연 에이전시, 음반회사, 공연 주최사의 역할과 경계가 명확하지 않은 편으로 주로 대형화된 이벤트 회사가 에이전시와 함께 국내외 가수들의 콘서트를 주최하고 있음

[표 2] 인도네시아 음악 공연 산업 생태계



※ 출처 : 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

- 에이전시 및 이벤트 회사들은 콘서트를 주최하면서 프로모터를 겸하고 있으며 음반회사에서도 자사가 보유한 가수들의 공연을 진행하면서 자체적으로 이벤트 회사를 활용하여 공연 음악을 주최하는 경우도 많이 있음

[표 3] 인도네시아 주요 음악 페스티벌

순위	공연명	상세 내역
1		<p>공연명 : Java Jazz Festival</p> <p>주최사 : Java Festival Production</p> <p>2005년 개최, 음악 카테고리를 지속 확장 중</p>
2		<p>공연명 : We The Fest</p> <p>주최사 : Ismaya Live</p> <p>아트, 음악, 패션, 음악이 섞여 있는 공연</p>
3		<p>공연명 : Djakarta Warehouse Project</p> <p>주최사 : Ismaya Live</p> <p>동남아시아 최대의 EDM 페스티벌, 2014년 런칭</p>
4		<p>공연명 : Sunny Side Up Tropical Festival</p> <p>주최사 : Ismaya Live</p> <p>발리에 위치한 수영장에서 개최, DJ 공연</p>
5		<p>공연명 : LaLaLa Festival</p> <p>주최사 : The Group</p> <p>반등에서 열리는 인디음악축제, 입장권 52만 루피아</p>
6		<p>공연명 : Hodgepodge Superfest</p> <p>주최사 : Java Festival Production</p> <p>랩, 락, 힙합 등 Mixed 음악 페스티벌 지향</p>
7		<p>공연명 : SHVR Ground Festival</p> <p>주최사 : HYPE Festival</p> <p>ESM 장르 페스티벌로 양일에 걸쳐 국내외 DJ 공연</p>

※ 출처 : 인도네시아 비즈니스센터 직접 조사

● 주요 음악 페스티벌 현황

- 자바 재즈 페스티벌은 인도네시아 음악 페스티벌 및 공연 문화의 효시로 2005년 처음 시작된 이래 조금씩 공연 규모를 넓혀가고 있으며 현재는 전 세계적으로도 가장 큰 규모의 재즈 공연 페스티벌로 자리매김하고 있음. 매년 3월 초에 열리고 있으며 올해는 3월 1~3일에 걸쳐 JIEXPO(Jakarta International Expo)에서 개최되었으며 국내외 60여 뮤지션이 참여하였음
- 이스마야 그룹⁴⁾ 산하의 이스마야 라이브(Ismaya Live)는 2014년 처음으로 런칭한 <자카르타 웨어하우스 프로젝트>의 대성공 이후로 여러 가지 장르의 음악 페스티벌을 추진하면서 주요 음악 공연 및 콘서트 주최 회사로 발돋움하고 있음. 위 더 페스트, 페스티벌 므신 왁뚜(Festival Mesin Waktu), 썬니 사이드업 트로피컬 페스티벌(Sunny Sideup Tropical Festival) 등의 자체 페스티벌을 지속적으로 출시하였으며 비언어극 스톱프(Stomp) 인도네시아 공연 및 유명 뮤지션의 인도네시아 콘서트도 같이 진행하고 있음

[그림 1] 셉톨컨벤션센터에서 열린 블랙 핑크 공연 전경 (Shopee 행사)



※ 출처 : Detik.com 기사 (pemanasan Blackpink untuk konser tahun depan)

4) 유명 식음료 브랜드의 프랜차이즈 및 유명 식당을 운영하는 외식사업에서 출발하여 현재는 자체 공연, 해외 유명 뮤지션의 콘서트를 개최하는 엔터테인먼트 회사로 확장

● 주요 공연장 현황

- 라이브 공연의 연간 개최 횟수가 적은 편이므로 대형 공연을 수용할 수 있는 공연장이 다소 부족한 편. 대형 공연은 봉카르노 스타디움(Bung Karno Stadium), 자카르타 컨벤션센터(Jakarta Convention Center), JIEXPO, 센툰 컨벤션센터(SICC, Sentul International Convention Center), 인도네시아 컨벤션 전시회장(ICE, Indonesia Convention Exhibition) 등 5개 공연장이 대부분을 콘서트 및 공연을 수용하고 있으며 이 중에서도 SICC와 ICE는 자카르타 위성도시⁵⁾에 위치하고 있음
- 규모가 작은 공연들의 경우 롯데 에비뉴 쇼핑몰의 아이스팰리스, 대형 호텔 연회장, 쇼핑몰 부속 극장 등에서도 진행되고 있으며 EDM 음악 축제, DJ 공연, 뮤직 페스티벌의 경우 자카르타 북부에 위치한 대형 테마파크인 안졸랜드의 해변 및 전시장에서도 공연이 자주 진행되고 있음

● 공연 티켓 판매

- 라이브 공연 전문 티켓 플랫폼 인도티스(Indotix), 북마이쇼(Bookmyshow), 라자카르시스(Rajakarcis) 등이 공연기획사 및 프로모터들과 활발하게 협업하는 가운데 최근에는 종합 티켓 플랫폼들이 공격적으로 마케팅을 하면서 경쟁이 심화되고 있음. 라이브공연의 시장이 크지 않고 아직 온라인을 통한 결제가 한국처럼 원활하지 않기 때문에 고젝(Jojek), 블리블리(Blibli)⁶⁾, 트래블로카와 같은 O2O 종합 플랫폼, 일반전자상거래 사이트, 여행관련 예약 등의 서비스가 기존 유저들을 바탕으로 공연 티켓 플랫폼으로 서비스 영역을 확장하고 있음
- 온라인으로 판매할 경우 자바 재즈 페스티벌, 호지포지 페스트(HodgePodge Fest) 등과 자체 웹사이트 및 프로그램으로 판매하는 경우도 있으나 이스마야 그룹이 주최하는 각종 공연이나 SHVR 그라운드 페스티벌, 유명 콘서트의

5) SICC는 자카르타 남쪽에 위치한 보고르에 위치하고 있으며, ICE는 자카르타 서쪽에 위치한 BSD에 위치. ICE는 2015년에 새로 개관하여 가장 최신 설비를 갖추고 있으며 현재 인도네시아에서 가장 큰 컨벤션 및 전시 센터임

6) 담배회사 자룸(Djarum) 산하의 전자상거래 사이트로 2010년 설립. 블리블리는 2017년 6월 티켓닷컴을 인수하였음

경우 B2B용 티켓 판매 서비스 로켓닷컴(Loket.com)⁷⁾을 통하여 공연 티켓을 판매하고 있음. 이 밖에 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee) 등과 같이 종합 e커머스 및 마켓플레이스들도 티켓박스 파트너로써 활발하게 공연 티켓을 판매하고 있음

[그림 2] 인도마켓에서 판매하고 있는 각종 콘서트 티켓



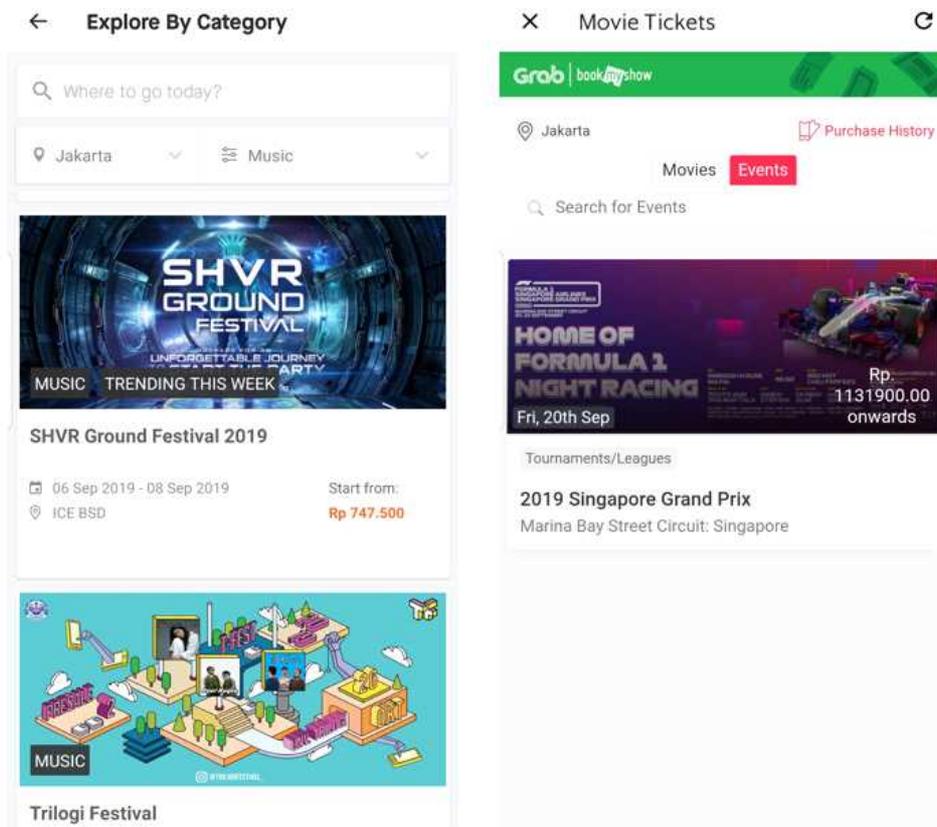
※ 출처 : 인도마켓 홈페이지(www.indomaret.co.id)

- 아직 온라인을 통한 결제 환경에 제약이 있기 때문에 각종 음악공연 및 콘서트들은 라이브 공연 전문 티켓 플랫폼과 협업을 하고 있으며 이러한 플랫폼들은 오프라인에서 티켓을 배포 및 판매 할 수 있는 티켓박스 파트너(Ticket Box Partner) 서비스를 제공하고 있음. 라이브공연전문 티켓 플랫폼들은 자체적으로 다양한 하위 티켓박스 파트너를 보유하고 있으며 오프라인 매장을 보유하고 있는 여행사, 편의점, 학원, 호텔, 카페 프랜차이즈, 은행 등으로 다양함. 공연기획사들은 하위 티켓박스 파트너와 직접 협업도 가능
- 오프라인 배포처가 여전히 중요한 인도네시아 티켓 시장의 특성상 인도네시아

7) 해당 공연 사이트들이 자체적으로 판매 시스템을 구축하지 않고 티켓 판매용 B2B 서비스를 제공하는 로켓닷컴의 시스템과 결제 환경을 이용하여 티켓을 판매하는 시스템

최대의 편의점 프랜차이즈인 인도마트(Indomaret)⁸⁾이 최근 공연기획사와 직접 협업하면서 각종 대형 공연의 공식 티켓 판매처 및 공연 프로모터로 활발하게 활동하고 있음

[그림 3] 모바일 어플리케이션을 통한 공연 티켓 구매 <고젝(좌), 그랩(우)>



※ 출처 : 고젝/그랩 모바일 어플리케이션

- 모바일 종합 포털 서비스로 거듭나고 있는 인도네시아 최대의 O2O 서비스인 고젝과 그랩(Grab) 또한 티켓판매 서비스에 뛰어들고 있음. 고젝은 자사의 전자 지갑 서비스인 고페이(Gopay)를 출시하였으며, 그랩은 리쁘그룹(Lippo Group)의 전자 지갑 서비스인 오보(Ovo)와의 협업을 통하여 페이먼트 게이트웨이로 거듭나고 있으며 오토바이 기사를 통하여 자사의 전자 지갑을 충전할 수 있게 한 후 각종 재화를 구매할 수 있게 함으로써

8) 인도네시아 최대 재벌회사중 하나인 살림그룹(Salim Group) 산하의 편의점 프랜차이즈로 인도네시아 전역에 약 13,000개 인도마트 매장 보유

온라인 결제 장벽을 많이 해소하였음. 이러한 전자지갑을 통하여 손쉽게 모바일로 티켓을 구매할 수 있게 함으로써 앞으로도 공연 티켓 분야에서 그 영향력은 확대될 것으로 전망

● 인도네시아 담배 산업과 음악 공연 시장

- 인도네시아는 15세 이상의 흡연 인구가 인구의 67.4%에 달하고, 13~15세 아동의 흡연율도 36.2%⁹⁾에 이를 만큼 흡연에 관대한 문화를 가지고 있으며, TV에서의 광고도 허용되고 있음¹⁰⁾ 인도네시아의 담배회사들은 이러한 분위기를 타고 대형 음악 콘서트나 락페스티벌 등에 주요 스폰서십을 하고 있으며 자체적으로 뮤직 페스티벌을 만들어 매년 개최하면서 브랜딩을 강화하고 있음. 인도네시아 최대의 공연 음악 콘서트라고 할 수 있는 자바 재즈 페스티벌(Java jazz Festival)에도 2012년에는 담배회사 자룸(Dajrum)이 주요 스폰서로 참여한 바 있으며, 구당 가람(Gudang Garam)사는 자바 락킹랜드(Java Rocking Land)라는 락콘서트를 격년 단위로 개최하면서 스매싱 펌킨스(Smashing Pumpkins), 미스터빅(Mr. Big), 헬로윈(Halloween) 등과 같이 유명 뮤지션들도 초청하여 공연을 진행하였음. 이후 구당가람은 구당가람 인터뮤직 록스타(Intermusic Rockstar)라는 신인 록가수를 발굴하는 이벤트를 정기적으로 개최하면서 인기 가수들을 다수 배출하는 등 현지의 음악 공연 시장에서 담배회사의 역할은 이미 플랫폼화 되어 있음
- 최근 가장 인기 있는 담배회사 주최의 콘서트는 삼뿌르나(Sampoerna)사의 사운드레날린(Soundre Naline)으로 매년 장소를 바꾸어가면서 개최하고, 유명 해외 뮤지션들을 초청하여 큰 인기를 얻고 있음. 2019년에는 현지의 인기 록가수 피위가스킨스(Pee Wee Gaskins)를 비롯하여 약 40여개 그룹이 4개의 서로 다른 스테이지에 참여하는 가운데 9월 7일과 8일에 걸쳐 발리에서 개최. 티켓 가격은 머천다이즈 구성과 1일권, 숙소 포함된

9) World Health Organization, <Factsheet 2018>

10) 담배의 TV광고는 심야시간에만 허용되나, 전체 담배회사의 2016년 TV 광고 집행 규모는 총 6조 3,000억 루피아(한화 약 5,380억원 상당)로 TV 광고 집행 규모를 산업섹터 별로 구분하였을 때 상위 다섯 번째에 해당. 대중에게 무작위로 노출이 가능한 온라인 담배 광고는 지난 6월 전면적으로 금지되었음

티켓까지 여러 종류로 구성되어 있어 약 375,000 루피아¹¹⁾에서 150만 루피아 사이로 구성되어 있음

[그림 4] 삼뿌르나가 주최하는 음악 공연 행사 사운드레날린(SoundnAline) 포스터



※ 출처 : 사운드레날린 홈페이지(www.soundrenaline.co.id)

11) 한화 약 32,000원 상당 (2019년 9월 기준)

● 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