

8. 인도네시아

1) 콘텐츠시장 개요

인도네시아 경제는 2004년 이후 정치, 사회적 안정을 바탕으로 안정적인 경제성장세를 유지해 왔다. 2012년에 경상수지가 적자로 돌아서고 2013년 하반기에는 미국의 양적완화 축소로 환율이 급락하며 금융시장이 불안정해졌으나 2013년 경제성장률은 5.78%로 높은 수치를 유지하고 있다.

인도네시아 콘텐츠시장은 높은 경제성장을 통한 중산층의 소비력 증가의 영향을 받아 전 영역에서 고른 성장세를 나타내고 있다.

높은 비중을 차지하고 있는 출판시장과 방송시장 그리고 광고시장, 지식정보시장의 높은 성장세로 인도네시아 콘텐츠시장은 2013년 전년대비 14.7% 증가한 102억 5,800만 달러로 집계되었다. 향후 5년간 전 분야에서 성장세를 나타내며 10.1%씩 성장세를 바탕으로 2018년에는 166억 400만 달러 규모를 보일 것으로 전망된다.

[그림 9-1] 인도네시아 콘텐츠시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[표 9-1] 인도네시아 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
출판	2,498	2,823	3,214	3,608	3,951	4,232	4,464	4,713	4,952	5,194	5.6
만화	17	21	29	36	36	40	44	49	54	59	10.4
음악	214	203	195	188	181	177	176	179	184	192	1.2
게임	220	249	278	313	356	399	447	497	544	598	10.9
영화	133	152	118	161	178	194	210	225	241	254	7.4
애니메이션	20	23	20	29	36	43	51	59	67	71	14.7
방송	1,439	1,790	2,186	2,632	3,114	3,661	4,133	4,558	5,010	5,493	12.0
광고	2,844	3,427	4,096	4,866	5,557	6,259	6,845	7,406	7,973	8,577	9.1
캐릭터	50	53	53	57	60	65	71	76	81	86	7.4
지식정보	820	1,130	1,407	1,789	2,233	2,707	3,192	3,692	4,144	4,608	15.6
산술합계	8,255	9,871	11,596	13,679	15,702	17,777	19,632	21,454	23,250	25,132	9.9
합계 ³¹⁰⁾	5,530	6,572	7,636	8,945	10,258	11,620	12,886	14,136	15,346	16,604	10.1

출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

2009년 인도네시아의 광고시장은 가장 큰 콘텐츠시장으로 51.4%의 비중을 보여 주었다. 이후 방송시장의 규모는 증가하여 2013년까지 54.2%의 시장으로 성장하였으나 2018년까지 51.7%의 규모로 소폭 감소할 것으로 전망된다.

2009년 출판시장은 광고 콘텐츠시장에 이어 두 번째로 높은 규모의 시장 비중을 보여 45.2%에 이르렀다. 하지만 방송콘텐츠와 지식정보 콘텐츠의 증가로 인해 출판 콘텐츠시장의 규모는 2013년 38.5%로 하락하였고 2018년까지 31.3%로 더욱 축소될 것으로 전망된다. 게임과 만화, 음악 콘텐츠시장은 불법복제로 인한 유통이 심각하여 모두 5%미만의 비중을 보인 것으로 나타났으며 지금과 같은 상황이 유지된다면 2018년까지 해당 콘텐츠는 비중이 더욱 감소할 것으로 전망된다.

310) 중복 시장을 제외한 시장 규모임

- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 게임 광고, 영화의 극장광고, 방송의 TV/라디오 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 9-2] 인도네시아 콘텐츠별 시장점유율, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

제1절

1. 일본

향후 5년간, 인도네시아의 콘텐츠시장은 10.1%라는 경이적인 성장률을 보일 것으로 전망되는데 지식정보시장은 15.6%, 애니메이션시장은 14.7% 성장할 것으로 전망된다. 방송과 게임, 만화 시장도 10%이상의 성장률을 보일 것으로 나타나 지식정보시장의 파급력이 효율적으로 이전되는 상황을 맞이할 것으로 예상된다.

2. 중국

3. 인도

[그림 9-3] 인도네시아 콘텐츠별 연평균성장률 추정, 2013-2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아