



Indonesia

자카르타지사

성장세의 인도네시아 프리미엄 라면 시장

인도네시아, 성장하고 있는 프리미엄 라면 시장

2018년 WINA(World Instant Noodles Association)의 통계에 따르면, 인도네시아는 연간 약 125억 개의 라면을 소비하는 세계 2위의 라면시장이다. 하지만 글로벌 식품업체들이 인도네시아에 진출하면서 소비자가 선택할 수 있는 품목들이 다양해졌고 식습관이 서구화되면서 2014년 연간 소비량 134억 개에서 해마다 숫자가 줄어들고 있는 추세라서 라면업계는 신규 수익창출을 위해 프리미엄 제품 출시에 나서고 있다.

최근 인도네시아 소비자들이 한국이나 일본 스타일의 다양한 라면에 노출되기 시작하면서 새로운 맛의 라면을 찾는 수요가 늘고 있다. 라면제조업체들은, 현지 소비자들의 소득수준 증가 및 웰빙을 추구하는 라이프 스타일 변화에 따라 기존 제품보다 가격이 2~3배 비싸더라도 고급 재료를 사용한 프리미엄 제품을 선호하는 데에 힘입어, 이 시장을 키우고 있다.

2018년 Wings Group은 기존 자사 제품인 'Mie Sedaap'과 비교해 2배 비싼 Rp 5,000(약 424원)에 Mie Sedaap Tasty 제품을 출시했으며 인도네시아에서 인기 있는 음식인 Ayam geprek(삼발소스를 올린 닭고기 음식)에 착안해 Mie Sedaap Tasty Geprek Matah 제품을 출시했다. 인도네시아 라면업계의 70%를 차지하고 있는 인도푸드(Indofood Sukses Makmur)도 고급재료를 사용한 Real Meat 제품라인 출시를 통해 프리미엄 시장 점유율 확대를 위해 노력 중이다. Mayora Group 또한 기존 자사 제품과 비교해 3배 비싼 Rp 8,000(약 678원)에 Bakmi Mewah를 출시했다. 생선을 활용한 fish dumpling 맛 제품출시 등 지속적으로 프리미엄 라면을 선보이고 있는 Mayora Group 관계자에 따르면 프리미엄 제품의 가격이 비교적

높은 데도 불구하고 소비자들의 수요는 이어지고 있어 자카르타와 수라바야 등 지방 대도시를 중심으로 대형유통매장에서 쉽게 찾아볼 수 있다.

한국 라면(1,100원~1,700원)은 그동안 인도네시아 라면(약 180원)과의 현저한 가격차이로 인해 S사의 매운맛 볶음면을 제외하고 판매확대에 어려움을 겪었지만 최근 인도네시아 내 프리미엄 라면시장이 확대되면서 소비자의 가격 수용 범위가 커지고 있어 판매 확대 가능성이 높아질 것으로 기대된다.

| 인도네시아 주요 라면브랜드 프리미엄 제품 |



Key Point

한국 프리미엄 라면
활약 기대

최근 한국의 건면(기름에 튀기지 않은 라면)의 강세가 해외에서도 이어지고 있다. 건강한 라면을 표방하고 있기 때문이다. 일반라면의 6배 이상의 가격인데도 소비자들의 거부감이 없다. 인도네시아 라면시장에 변화가 이는 만큼 건면을 비롯한 국내 프리미엄 라면의 인도네시아 시장 진출 또한 기대된다.