

6. 인도네시아 간편식품, 꾸준한 성장세 보여

자카르타지사

주요내용

▶ 서민부터 중상류층까지 선호하는 라면, 인도미(Indomie)

- 글로벌시장조사업체인 Kantar Worldpanel의 최신 조사에 따르면 인도푸드그룹(Indofood group)의 인스턴트 라면인 인도미(Indomie)는 올해까지 5년 이상 인도네시아 탑 브랜드 자리를 지켰으며, 인도네시아 도시 거주자 중 99.4%가 월평균 3봉지의 인도미를 섭취한 것으로 알려졌다.
- 인스턴트식품 중 라면이 대중적으로 인기가 높은 이유는 저렴한 가격과 간편성 때문이다. 현재 라면 1개의 가격은 2,000루피아 정도로(한화 약 200원) 하루 2달러 미만으로 생활하는 빈곤층에게도 부담이 적은 음식이다.
- 다양한 계층의 소비자가 라면을 소비하고 있기 때문에 전통시장부터 대형유통매장, 편의점등 다양한 유통채널에서 쉽게 구입 가능하다.

▶ 대도시 중심으로 간편식품 가파른 성장세

- 2014년 인도네시아 간편식품 시장규모는 4억 129만 달러를 기록하였으며 2018년까지 연평균 6.17%씩 성장할 것으로 전망된다. 경제발전, 도시의 성장, 여성의 사회진출 증가로 간편하게 조리해 먹을 수 있으면서 본연의 맛을 느낄 수 있는 편의식품의 수요가 증가하고 있다. 특히 너깃, 만두, 소시지 등 요리에 쉽게 활용할 수 있는 냉동 간편식품 구입이 증가하고 있다.

▶ 한국 간편식품, 인도네시아 진출 활발

- 라면, 냉동식품 등 간편식품이 인도네시아 식품시장에서 큰 비중을 차지하고 있는 가운데, 라면, 커피조제품, 냉장즉석식품 등 한국 편의식품의 인도네시아 진출도 활발하다.
- 인도네시아 소비자는 K-POP 등 한류의 영향으로 한국식품에 대해 전반적으로 호감을 갖고 있으며, 특히 라면의 경우 매운맛을 좋아하는 인도네시아인 입맛에 적합한 것으로 알려져 있다.

| 인도미, 미스담 |



| 냉동간편식품 |



| 한국산 편의식품 |



* 참고자료 : 데일리인도네시아 「인도네시아에서 가장 인기있는 브랜드는 인도미」(2017.6.5.)

무역협회 '유망시장 진출보고서 인도네시아'

시사점

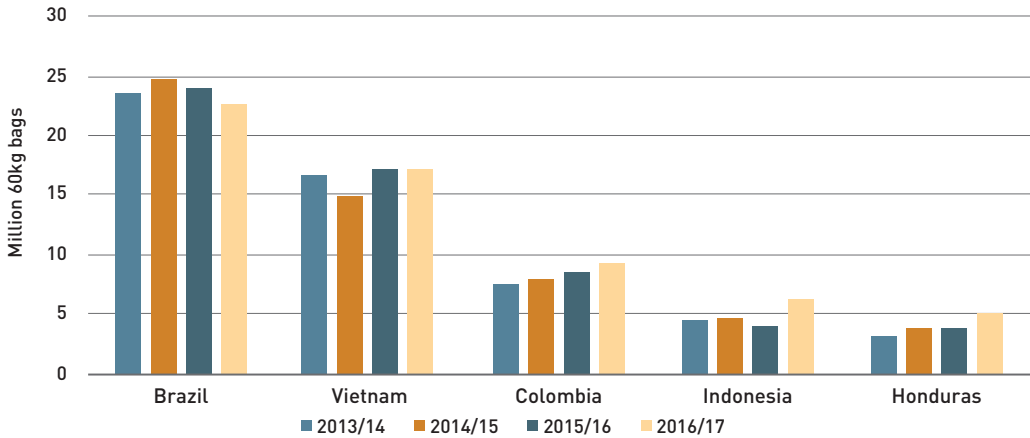
한국식품은 현지 소비자들 사이에서 선호도가 높고 프리미엄 식품으로 인식되고 있기 때문에 이를 포지셔닝과 마케팅에 적절히 활용하는 것이 중요하다. 다만 인도네시아가 동남아 최대 할랄시장인만큼 반드시 사전에 할랄인증 절차를 밟고, 인증을 획득하는 것이 필수적이다.

주요내용

▶ 세계 커피시장 규모

- 2015년 기준 세계 커피시장 규모는 1,256억불이며 액상커피가 전체시장의 35%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 분쇄원두 32.1%, 인스턴트커피 19.9% 및 원두커피 13% 순으로 나타났다.
- 다소 주춤했던 커피시장은 2016년 이후 다시 성장세로 돌아서며 2020년에는 1,680억 불의 시장이 형성될 것이라 전망되고 있다.

Ⅰ 2013 ~ 2017년 세계 5대 커피생산량 Ⅰ



* 출처 : International coffee organization

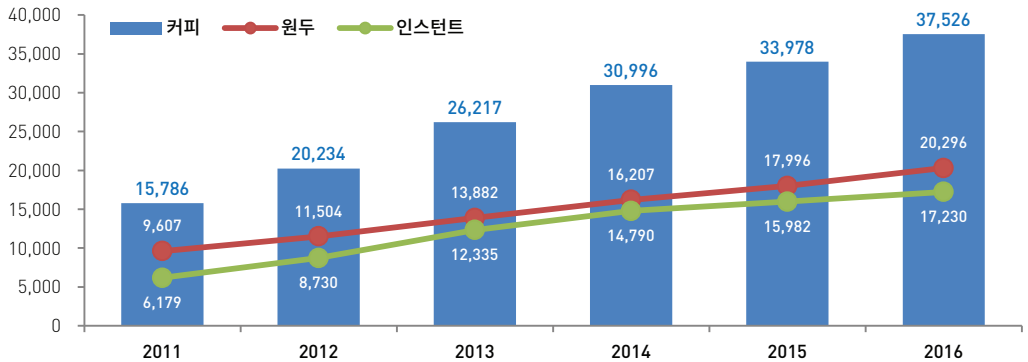
▶ 인도네시아 커피시장 성장세

- 인도네시아 산업부 장관 아이르랑가 하르타르또는 브라질, 베트남 및 콜롬비아에 이어 세계 4대 커피 생산지인 인도네시아의 인스턴트 커피산업이 지속적인 상승세를 보일 것으로 예상했다.
- 유로모니터에 따르면 인도네시아 커피시장은 규모는 2011년부터 평균 18.9%의 성장률을 보이며 2016년 기준 3조 7,526억 루피아(한화 약 3,200억원)로 성장했다. 그 중 원두시장이 2조 296억 루피아, 인스턴트 커피시장이 1조 7,230억 루피아 규모를 차지하고 있다.
- 특히 인스턴트 커피시장과 같은 경우 2011년부터 2016년까지 평균 17.7%을 보이며 급속하게 성장하고 있으며, 인도네시아에서 제조된 인스턴트 커피는 이집트, 대만, 태국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 등 각국으로 수출되고 있다.
- 인도네시아 내 커피 소비량 또한 중산층의 성장과 소비증가로 인해 꾸준히 증가하면서, 조제커피, 솔루블커피 및 액상커피등의 수요가 확대되고 있다.

* 솔루블커피 : 커피 분말을 식수에 용해시켜 마실 수 있는 커피

- 인도네시아에서 커피는 서구적인 라이프스타일의 확대와 커피전문점의 증가로 단순 기호식품이 아닌 문화소비 제품으로 인식되고 있다. 커피 제조업체와 판매점 간의 경쟁이 높아지면서 다양한 마케팅을 통해 브랜드 인지를 강화하고자 하는 시도도 늘어나고 있다.

Ⅰ 2011~2016년 인도네시아 커피시장 규모 Ⅰ



(단위 : 억 루피아)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
커피	15,786	20,234	26,217	30,996	33,978	37,526
- 원두	9,607	11,504	13,882	16,207	17,996	20,296
- 인스턴트	6,179	8,730	12,335	14,790	15,982	17,230

* 출처 : Euromonitor 「Coffee in Indonesia」

- 주로 인도네시아산 커피를 활용하고 있으며, 2015년에는 총 94,060톤을 소비하였음

▶ 인도네시아 자국 인스턴트 커피산업 장려정책

- 인도네시아 정부는 인스턴트 커피산업을 2015~2035년 국가산업건설 계획 내 우선산업으로 지정하여 지속적인 지원정책을 펼치고 있다.
 - 인스턴트커피 수입세 5% -> 20% 인상적용
 - 자와섬 외 지역 커피산업 신규투자자에 대한 수입세 혜택
 - 2016년 1월 17일부터 인스턴트커피에 대한 인도네시아국가표준(SNI) 의무적용
 - 중소기업 대상으로 교육 및 커피 가공기기 무상제공
 - 커피전문가 인재양성
 - 천연비료 사용 장려

* 참고자료 : aT 「2016 가공식품 세분시장 현황, 커피류 시장」

International coffee organization 홈페이지(www.ico.org)

Kompas 「Kinerja Industri Olahan Kopi Meningkatkan Signifikan」

Surabaya Bisnis 「Pasar Kopi: Omzet PT Santos Lewati Rp 10Triliun」

Kontan 「Instant coffee market more attractive」

Kementerian Perindustrian 「Menperin: Gaya Hidup Dorong Industri Kopi Tumbuh」

시사점

인도네시아의 지속적인 인스턴트 커피시장 확대로 인해 커피크리머 등 커피조제품의 수입이 증가하고 있다. 한국산 커피조제품은 2016년 기준 34.6백만불이 인도네시아로 수입되고 있는데, 향후 인도네시아 커피시장이 확대될 것으로 예상되며, 이에 따라 한국 커피조 제품의 수출 확대 기회가 있을 것으로 예상된다.