

## 주요내용

## ▶ 올해 1분기 탄산음료 판매량 전년 동기대비 3~4% 감소

- 인도네시아 청량음료협회(Asrim)측에 따르면 그동안 두 자리 성장을 계속해오던 탄산음료 시장이 2010년부터 국내 판매가 저하되는 등 어려움을 겪고 있으며, 2016년의 성장률은 4%까지 하락한 것으로 나타났다.
- Asrim에 따르면 최근 탄산음료가 건강에 좋지 않다는 인식이 확산되면서 소비자의 구매의사가 크게 줄어 2017년 1분기에 비타민 음료는 15% 이상 매출이 증가한 반면 탄산음료는 15% 이상 감소한 것으로 나타났다.

## ▶ 인니 건강기능성음료 시장은 높은 가능성 보여

- 반면 인도네시아 경제발전으로 인한 중산층 증가와 건강에 대한 관심 고조로 기능성 음료시장이 성장하고 있다. 인도네시아 건강식품 시장은 연 10~15% 성장률을 보이고 있으며, 특히 스포츠드링크와 비타민음료 등 기능성음료의 판매가 급증하고 있다.
- 현재 기능성음료 시장은 네슬레, 다농, 오츠카 등 다국적기업 제품이 시장 판매량의 대부분을 차지하고 있는 상황이며, 면역력 증진 효과로 널리 알려진 한국산 인삼의 경우 인스턴트 커피·차, 홍삼드링크 등의 형태로 유통되고 있다.

## | 유통매장에 판매중인 기능성음료(좌측부터 이온음료, 비타민음료, 에너지드링크) |



\* 자료 : 자카르타경제일보 「탄산음료 판매시장, 구매력 저하로 수축」, 유로모니터 「Soft drinks in indonesia」

## 시사점

- 인도네시아 국민소득 향상 및 대도시를 중심으로한 웰빙 라이프 스타일의 확산은 인도네시아 음료시장의 변화를 가져오고 있다.
- 건강기능성 음료의 경우 인도네시아식약청(BPOM)에서 일반식품이 아닌 기능성식품으로 분류될 수 있기 때문에 한국 수출업체 및 현지 수입 유통업체는 사전에 관련 수입규제사항을 면밀히 파악해야 할 것이다.