

주요내용

▶ 2016년 주류 판매량 회복세

- 2015년 편의점 등 미니마켓에서 5도 이상의 주류 판매가 금지되면서 맥주 제조업체와 편의점 매출에 큰 타격을 입었으나 2016년 들어 회복세를 보였다.
- 2016년 인도네시아 소비자들은 새로운 주류판매 제도에 익숙해지고 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 주류를 구입할 수 있는 매장들을 숙지하기 시작하였다.
- 주요 대도시의 주류 판매업체들은 맥주 배송 서비스를 시작하였으며, 무슬림 소비자들을 위한 다양한 무알코올 맥주를 생산, 판매하여 새로운 수요를 발굴하고 있다
- 또한 인도네시아 고소득층, 거주 외국인, 관광객이 증가하면서 2016년 주류 수요가 함께 증가하였고, 판매량 회복세를 가속시키고 있다.

인도네시아 주류 판매현황

(단위 : 백만리터)

구 분	2012	2013	2014	2015	2016
맥 주	186.7	205.5	218.7	193.6	217.1
사과/배 주	-	0.18	0.25	0.4	0.59
RTD 고도수 혼합주	5.5	6.3	7	4.1	4.1
와인	12.3	11.7	11.2	10.1	9.5
기타 알코올음료	207.4	226.4	233.8	210.7	233.8

\* 출처 : Euromonitor International

▶ 인도네시아 주류시장, 자국 주류업체가 주도

- 인도네시아 주류시장은 PT MULTI BINTANG INDONESIA를 필두로 자국 주류업체들이 대부분 점유하고 있다.
- PT MULTI BINTANG INDONESIA가 업계 선두자리를 유지하고 있는 이유는 주류업계에서의 오랜 경력과 지속적인 매장 내 홍보행사, 빈땅, 기네스, 빈땅 제로, 하이네켄 등 인기 맥주를 생산 취급하는 업체이기 때문이다.

대형 슈퍼마켓에서 판매중인 주류



현지 판매중인 로컬, 수입 맥주



▶ 온 트레이드\* 시장을 중심으로 주류소비 증가

\* On-Trade : 레스토랑, 바, 호텔 등 소비시장

- 최근 인도네시아 주류소비는 주로 레스토랑, 바, 호텔 등 사고모임의 장소에서 증가세를 보이고 있다. 특히 1, 2선 도시의 젊은 소비자를 중심으로 친목도모를 위한 자리에서의 주류 소비가 점차 증가하고 있다.

Ⅰ 인도네시아 On-Trade 업체 현황 Ⅰ

(단위 : 천)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
바/펍	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4
카페	2.2	2.3	2.4	2.5	2.5	2.6
레스토랑	99.8	100.5	101.2	101.7	100.2	100.6
패스트푸드	4.8	5.3	5.7	5.8	5.9	6.2
셀프서비스	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6
길거리음식점	91.8	92.2	92.8	92.9	92.3	92.4

\* 출처 : Euromonitor International

▶ 인도네시아 주류 관세 및 소비세

- 2015년 1월 주류 분류 B(알코올 함유량 5~20%)와 C(알코올 함유량 20% 이상)에 대한 관세가 종량 세에서 증가세로 변경이 되었다. 소주의 경우 원가가 저렴하여 오히려 관세가 낮아졌다.

Ⅰ 인도네시아 주류 관세 및 소비세 Ⅰ

분류	알코올 함유량	수입관세(Bea Masuk)	소비세(Bea Cukai)
A	0-5%	14,000 루피아/리터	13,000 루피아/리터
B	5-20%	CIF 가격 x 90%	44,000 루피아/리터
C	20% 이상	CIF 가격 x 150%	139,000 루피아/리터

▶ 소주, 한국의 대표적인 술로 자리매김

- 소주의 경우 한류의 영향으로 대표적인 한국 술로 자리매김을 하고 있으며, 현지 생산 소주 및 소주를 판매하는 바(Bar)나 레스토랑 등이 증가하고 있다. 하지만 최근 주류 수입에 대한 규정을 엄격하게 적용하고 있어 수입통관에 정체가 되는 사례가 발생되기도 하였다.

\* 참고자료 :

- 인도네시아 무역부 장관령 2015년 6호
- 인도네시아 재무부 장관령 2015년 132호
- Euromonitor 「Alcoholic Drink in Indonesia Report」

## 시사점

- 2016년 기준 대 인도네시아 주류 수출실적은 388,178달러로 소주가 대부분을 차지하고 있다. 최근 인도네시아 젊은 소비층의 저도수 주류 선호현상, 전통주와 같이 특색있는 주류가 인기를 끌고 있으므로 현지 소비자의 취향에 맞는 제품을 수출한다면 경쟁력 있을 것으로 예상된다.
- 한국산 주류는 현지 소비자들에게 생소한 제품이고 가격경쟁력도 높지 않기 때문에 타 주류와 차별화된 과일 맛 소주 소개 등 다양한 소비자 프로모션 활동을 지속적으로 전개하는 접근이 필요하다.