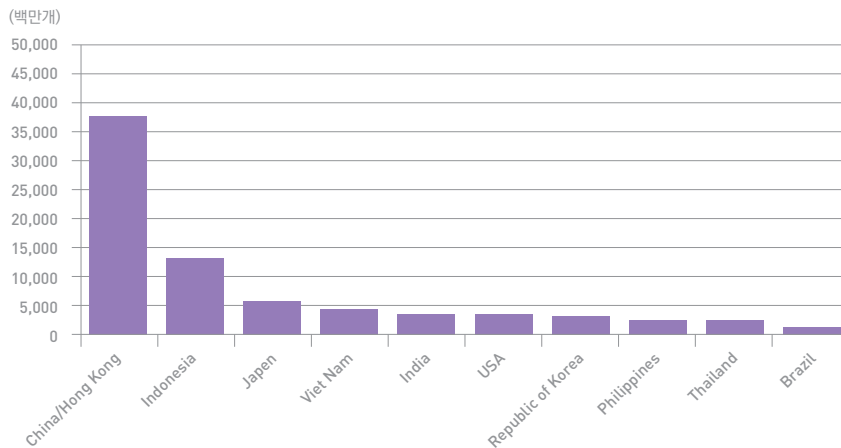


주요내용

▶ 세계 라면시장

- 인스턴트 라면은 일본 닛신에서 1958년 8월 25일 최초로 출시되어 인류 식량난을 해결하며 지난 59년 동안 식생활의 혁명을 가져온 지구촌 먹거리로 부상했다.
- 세계라면협회(Wina, World Instant Noodles Association) 통계에 따르면, 2016년 기준 라면 소비량은 약 975억 개로, 세계 최대 라면 소비국은 중국, 인도네시아, 일본 순이다.
- 인구가 13억이 넘는 인구의 중국은 2016년 총 385억 개의 라면을 소비하였으며, 이는 한국의 연간 라면 소비량 37억 개의 약 10배 규모이다. 라면 소비량 2위는 세계 인구 4위인 인도네시아로, 연간 130억 개의 라면을 소비했다.
- 1인당 라면 소비량은 대한민국이 세계 1위이며, 인도네시아 및 베트남이 공동 2위로 그 뒤를 이었다.

| 국가별 인스턴트라면 소비량 |



▶ 한국라면의 세계 수출동향

- 2017년 1월부터 10월까지 한국라면의 총 수출액은 305.1백만 불로, 전년 동기간 대비 31.2% 증가했다. 중국 온라인 유통망을 통한 한국산 라면 소비확대 및 태국, 베트남 등의 소비자 확대에 따른 입점매장 증가로 인해 수출호조를 지속하고 있다.
- 특히 S사는 매운맛 볶음면의 폭발적인 인기에 힘입어 올해 상반기 해외시장 수출액이 885억원으로 지난해 상반기 245억원의 3배 이상을 달성했다. 수출지역은 작년 40개국 대비 51개국으로 확대되었으며, 국내라면업계 처음으로 라면 6종에 대해 인도네시아 할랄인증(MUI)을 획득하며 세계 식품 시장에서 약 20%를 차지하는 할랄시장을 적극 공략하고 있다.
- 국내 라면시장의 55.8%를 점유하고 있는 N사는 올해 6월 미국 최대 유통업체인 월마트 4,692개 매장 모두 입점하며 미국 라면시장 점유율 3위 자리를 지키고 있다. N사는 해외 매출 1, 2위 시장

인 중국 및 미국을 기점으로 동남아시아와 중남미를 공략해 2025년 매출 7조원, 해외사업 비중을 32%에서 40%로 달성하겠다는 목표를 세웠다.

▶ 세계 라면제조업체 1위, 인도푸드

- 인도푸드(PT. Indofood Sukses Makmur)는 인도네시아 최대 가공식품 제조업체이며, 세계 라면 생산량 1위 업체이다. 총 생산량의 90%는 인도네시아 내에서 소비되며, 아프리카, 중동, 호주, 중국, 미국 등으로 수출되고 있다.
- 2013년 이후 세계 라면 소비량은 다소 하락세를 보였으나, 인도푸드의 생산량은 동일하여 시장점 유율이 증가했다. 인도푸드는 인도네시아 최대 기업인 살림그룹의 계열사이며 관련 계열사로는 유통 분야의 인도마켓, KFC 등이 있다.
- 또한 인도푸드는 인도네시아 브랜드 파워 1위를 차지할 정도로 높은 브랜드 인지도를 가지고 있으며, 아랍, 터키, 이집트, 나이지리아 등의 무슬림 국가 또한 진출해 나가고 있다.

Ⅰ 인도네시아 브랜드 인지도 순위 Ⅰ

순위	브랜드	분류
1	INDOMIE	인스턴트 라면
2	ROYCO	조미료
3	MIE SEDAAP	인스턴트 라면
4	FRISIAN FLAG	유제품
5	SO KLIN	세제
6	KAPAL API	커피
7	INDOFOOD	식음료
8	MASAKO	조미료
9	LIFEBUOY	세제
10	RINSO	세제

- 인도푸드의 인스턴트라면 성공요인은 인도네시아 전 지역 모든 유통채널에 입점되어 있어 쉽게 구매할 수 있으며, 저소득계층도 부담없이 구매할 수 있는 가격경쟁력 때문이다. 또한 인도푸드는 인도네시아 시장변화에 빠르게 적응하고 소비자 취향을 고려한 새로운 맛을 매년 출시하여 소비자의 선택의 폭을 넓히고 있어 꾸준한 인기를 얻고 있다.

Ⅰ 인도푸드의 불고기 맛 인스턴트라면 Ⅰ



▶ 인도네시아 인스턴트라면 수입동향

- 인도네시아 무역부에 따르면 2017년 상반기 기준 한국라면이 8.78백만불(2,157톤)로 가장 많이 수입된 것으로 나타났다. 2위는 중국이나 그 규모가 한국라면의 8.2% 수준인 71만불 정도에 그쳤다.

Ⅰ 인도네시아 브랜드 인지도 순위 Ⅰ

순위	국가	분류	
		물량(톤)	금액(천불)
1	한국	2,157.0	8,780
2	중국	240.0	716
3	일본	11.0	54
4	태국	14.0	53
5	싱가포르	11.0	32
6	UAE	3.8	13
7	대만	1.6	1

* 참고자료

- 세계라면협회(www.instantnoodles.org)
- 한국농촌경제연구원 「세계 라면산업 동향과 우리나라의 라면산업」
- aT한국농수산물유통공사 「농림수산물 수출동향 및 통계」
- Voa Islam(www.voa-islam.com)
- Detik Finance(finance.detik.com)

시사점

- 2016년 對 인도네시아 라면 수출액은 11,255천불로 전년대비 245.7% 증가하였으며, 2017년 10월 현재 13,939천불로 전년 동기 대비 61.4% 증가하여 지속적인 증가세를 보이고 있다.
- 최근 인도네시아에서 일부 한국라면에 돼지 DNA가 검출되어 한국라면 전체에 대한 이미지가 타격을 입었고 일부 유통매장에서는 한국 라면의 유통을 일시 중단 하는 등의 조치를 취하여 성장세가 한풀 꺾인 모습을 보였다.
- 그러나 지난 9월 인도네시아에서 가장 인기 있는 한국라면인 S사의 매운맛 라면이 MUI할랄인증을 취득하면서 적극적인 홍보 및 마케팅 활동을 펼치고 있어 앞으로 판매확대가 기대된다.
- 인도네시아는 2억 6천만 명의 인구를 가진 세계 4위의 인구 대국으로, 그 중 87%가 무슬림으로 단일국가로는 최대 할랄시장임을 감안하여 할랄인증을 통해 인도네시아 소비자들에게 제품에 대한 신뢰를 심어주는 것이 중요한 판매확대 요인이다.