인도네시아 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품 소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색(요약)

Ⅰ. 인도네시아 식품시장 규모 및 유통채널 현황

□ 인도네시아의 소매 식품 2020년 매출액은 전년 대비 17.5% 성장한 미화 2,571억 달러

- 인도네시아 식품시장은 2019년까지 연평균 3~4%의 성장률을 보이며 지속 성장해 왔으며, 2020년 식품시장 성장 트렌드에 급격한 변화로 인해, 식품시장 규모는 미화 2,571억 달러로 전년도 성장률 2.8%의 6배가 넘는 17.5% 성장을 보임
- 2017년 온라인 식품 매출 4억 달러에서 2020년 온라인 식품 매출액 15억 달러를 넘어 2017년 대비 275% 성장을 기록. 지속적인 성장세로 2022년에는 30억 달러에 달할 것으로 예상됨

□ 인도네시아 유통채널은 온라인 시장의 급성장에도 불구하고 여전히 오프라인 유통채널이 강세를 보이고 있음

- 식품의 온라인 매출이 전체 매출에서 차지하는 비율은 2017년 0.2%에 불과 하였으나 2020년에는 3배가 되는 0.6%에 이르렀으며, 2025년에 3%대에 진입할 것으로 전망
- 2020년 식품 온라인 매출이 0.6%로 임계점으로 보고 있는 5%대에 못 미치기 때문에 성장 가능성이 높음. 중국의 경우 온라인 식품 매출기준 시장 점유율 0.4%에서 3% 이상으로 진입하는데 5년이 소요됐고 한국은 1.5%에서 3%로 증가하는데 4년이 걸린바 있음

Ⅱ. 코로나19 이후 인도네시아 식품 트렌드 및 소비자 동향 변화

□ 온라인 쇼핑몰 이용자 및 음식배달 서비스 산업 서비스 성장

- 설문조사에 따르면 응답자의 70%가 코로나 19 기간 동안 인터넷 소비가 평소보다 많아졌다고 답변 하였으며, 특히, 젊은 연령대에서 더욱 두드러지는 것으로 나타남
- 2020년 기준 배달 서비스 사용자 수는 25백만 명에 달하고, 최근 4년간 약 20%의 연평균 성장률을 기록, 2024년에는 이용자 수가 31백만명에 달할 것으로 전망
- 인도네시아 전자상거래 수익은 2020년 30.3십억 달러를 기록하였으며, 2025년에는 56.4십억 달러를 기록할 것으로 전망하고 있음

□ **코로나19로 인한 규제로 쇼핑몰 및 식당 방문이 제한적이며, 홈쿡인구가 증가하면서 편의성과 건강에 대한 관심이 높아짐**

○ 코로나19 팬데믹 기간 동안 구매 결정에 가장 큰 영향을 미친 요소는 편의성과 가격으로, 배송의 편리함과 저렴한 가격이 이용자 증가에 큰 영향을 미침

○ 건강한 식생활에 대한 관심이 높아지면서 채소와 같은 건강식품을 섭취하려고 노력하며 인도네시아에서 첫 코로나19 환자 발생 후 생강과 강황 등의 향신료 소비가 늘어남

○ 홈쿡 인구가 늘어나면서 간편식과 밀키트의 수요가 증가함. 소비자들이 집에서 간단히 요리할 수 있는 것을 찾기 시작함

Ⅲ. 인도네시아 대표 인기 식품 및 인기 한국식품

□ **코로나19 이후 건강식품, 대용량 제품, 간편 조리식품의 인기가 증가**

○ 건강관련 식품들이 조명을 받음. 신선식품, 건강식품 및 김치 등 발효식품에 대한 관심이 증가

○ 온라인 시장을 통해 가장 많이 판매되는 한국 식품은 라면, 떡볶이, 김치, 장류(고추장, 쌈장)와 소스류(떡볶이 소스, 돼지고기 양념소스), 김, 유제품, 어묵, 만두 등이 주를 이룸

○ 코로나19를 계기로 가정 간편식에 대한 수요가 증가하면서, 특히, 라면, 떡볶이 제품의 인기가 높아지고 있으며, 만두, 김말이 등 냉동식품에 대한 관심도 높아짐

○ 인도네시아는 전반적으로 매운 음식에 대한 인기가 높으며, 음식에 매운맛을 첨가하기 위하여 고추를 많이 사용하는 식문화가 있음. 고추 이외에도 마늘, 샬롯, 고추로 만든 삼발 소스 등을 첨가하여 매운맛을 더하기도 함

Ⅳ. 한국 농식품 진출전략

□ **건강식품, 홈쿠킹, 밀키트, 펀(fun)음식, 온라인 쇼핑의 성장과 같은 식품 및 소비자 트렌드에 따라 한국의 라면, 떡볶이, 가정간편식, 스낵류, 음료 품목의 적극적인 제품개발과 홍보가 요구됨**

□ **고가의 한국 제품을 구매하면서 단순히 식품을 소비하는 것이 아니라 한국 매체를 통해서 접한 한국 문화를 소비한다는 자부심과 즐거움을 느낄 수 있는 판매 및 홍보전략 필요**

□ **홈쿠킹 수요 충족을 위해 소포장 제품 개발이 필요하며, 할랄인증 의무화가 예고되어 있어 할랄인증 취득을 통한 제품의 안전성 확보 필요**