

건강간식 선호하는 집콕 소비자들

인도네시아의 코로나19 확진자 수가 고속 증가하고 있어 정부는 학교 휴교령, 재택근무 권고 조치 등을 내렸다. 집에 머무르는 사람들이 늘어나면서 면역력 증가 식품 외에도 간식 수요가 크게 늘고 있으며 간편하게 즐길 수 있는 건강간식을 찾는 추세다. 이에 최근 인도네시아 대표매체 Detik.com에서는 ‘집콕’ 소비자들이 즐겨먹는 대표 건강간식 5가지(견과류, 건조 과일, 요거트, 사과·바나나, 시리얼)를 보도했다.

일자	3.2	3.8	3.10	3.11	3.12	3.16	3.17	3.18	3.19	3.20	증가율
확진자(명)	2	6	19	27	34	117	134	172	227	309	15,350%

* 사망률 8.2% 동남아시아 국가 중 최대수치

① 견과류

인도네시아 소비자들은 일반 볶은 견과류보다 달고 짭짤이 가미된 가공 견과류를 선호하며 밀가루 튀김을 입힌 땅콩(일명 Kacang Atom이라 칭함)을 제일 즐겨먹는다. Garuda Food 및 Dua Kelinci사의 제품이 대표 인기 가공식품으로 가격대는 80gr당 700원대로 판매 되고 있다.

② 건조 과일

건조 과일 중에는 Sun-Maid사에서 수입한 건포도 제품이 대표 품목으로 자리 잡고 있으며 가격대는 250gr당 4,500원대다. 아침 식사로 즐겨먹는 시리얼이나 빵에 첨가하여 즐겨 먹는다.

③ 요거트

오리지널 요거트보다 딸기, 열대과일 등 단맛이 추가된 제품을 선호하며 유명카페(스타벅스) 매장 내에서도 판매되고 있다. 로컬 제품인 Greenfield 브랜드가 대표 제품으로 125gr당 1,000원대다.

④ 사과 및 바나나

신맛이 적고 단맛이 강한 로컬 제품 및 미국·뉴질랜드산 사과를 즐겨 먹으며 작은 크기를 선호하고 있다. 로컬 사과는 kg당 1,900원, 수입 사과는 4,500원에 판매 가격대가 형성되어 있다.

인도네시아 내 바나나는 종류가 다양하며 그중 유명 브랜드인 Sunpride사 바나나가 업계 1위로 판매되고 있는데 kg당 1,500원으로 유아·성인용 간식과 튀김·죽·빵·시럽으로 조리하여 즐겨 먹으며 유제품, 스낵 등 가공식품의 첨가제로도 활용도가 높다.

⑤ 시리얼

곡물, 견과류, 꿀 등을 섞어 오븐에서 구운 곡물 가공품인 시리얼은 맛과 영양을 갖춘 간편 대용식(CMR, Convenient Meal Replacement)으로 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 유통매장에서 인기상품으로 판매중이다. 수입 제품보다는 발리 등 지역제품이 활성화 되어 판매되고 있으며 kg당 9,500원에 판매되고 있다.

Key Point

온라인 판매
먼저 하는 것이 유리

인도네시아 가공식품 시장은 연평균 12%의 성장률을 보이고 있어, 2022년에 500억 원대에 도달할 것으로 전망되며, 건강식품 시장은 국민소득 향상과 건강에 대한 관심 증가로 연 10~15% 성장세를 보인다.

젊은 소비층이 주로 찾았던 건강가공식품은 코로나19가 확산되면서 다른 연령대에게도 사랑받는 제품이 되고 있다. 건강식품의 경우 초기 진출 시 전자상거래 플랫폼, SNS 등 온라인 매장에서 먼저 판매를 시작해 소비자들의 반응을 얻은 후 오프라인 시장에 진출하는 것이 안정적인 판매가능성을 높일 수 있을 것으로 보인다.