

높은 성장세를 보이는 유아식품시장

자카르타지사

건조 유아식품 시장동향

- 인도네시아의 인구는 세계 4위, 동남아 1위 규모로 2018년 기준 약 2억6천5백만 명으로 집계되었으며 2030년 약 2억9천5백만 명에 달할 것으로 예상된다.
- 인도네시아 통계청에 의하면 2017년 평균 출산율은 인구 10명당 24명으로 26명이었던 2012년 대비 다소 감소하였으나, 총 인구대비 영·유아인구가 지속적으로 증가하는 추세다. 이에 따라 푸딩, 스낵, 죽제품 등 유아식품에 대한 소비 역시 꾸준히 증가하고 있다.
- 최근 인도네시아는 최저임금 상승으로 소득수준이 높아지면서 전반적인 식품소비성장률이 상승했다. 특히, 높은 출산율과 더불어 풍부한 영양성분이 함유된 고품질의 유아식품을 선호하는 경향이 점차 강해지고 있다.
- 2018년 기준 건조 유아식품 판매실적(RSP)은 1억1천4백만 불(약 1,293억 원)이며, 2023년에는 48% 증가한 1억6천9백만 불(약 1,916억 원)을 달성할 것으로 예상된다.

다. 유아식품시장의 주요 유통채널인 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓이 인도네시아 전역으로 증가함에 따라 판매실적 역시 상승세를 보이고 있다.

유아식품 생산기업 Best3

- 인도네시아의 대표 유아식품 생산업체는 Nestle, Kalbe Farma 및 Indofood로, 3개사의 시장점유율은 총 90.3%이다. 대표 브랜드로는 Nestle사의 Cerelac, Kalbe사의 Milna, Indofood사의 Promina 등이 있다.
- 제품은 가루 등 곡물가루를 물에 타먹는 이유식 형태가 대부분이며, 해외에서 인기를 끌고 있는 퍼프스낵*, 유기농제품 등의 신제품도 지속적으로 출시되고 있다.

* 퍼프스낵 : 집어 먹기 쉽게 곡식 등으로 만든 아기 전용 과자



① Cerelac (업체명: Nestle)

- 스위스 Nestle사의 대표 유아식품이며 가루형태의 죽 제품 및 퍼프(puff) 스낵 종류가 있다.
- 야채, 과일, 고기 등 총 12가지 맛의 죽 제품이 있으며, 2017년에는 퍼프 종류의 신제품을 첫 판매했다.
- Nestle사 유아식품 시장점유율: 55%



② Milna (업체명: Kalbe Farma)

- 제약업체인 Kalbe사의 대표 유아식품이며, 2017년에는 출시 30주년 기념으로 유기농 원재료를 사용한 신제품을 출시했다. 가루, 비스킷 및 즉석섭취식품(Ready-to-eat) 형태의 죽 제품이다.
- Kalbe사 유아식품 시장점유율: 19.6%



③ Promina (업체명: Indofood)

- 인도네시아 식품업계 1위인 Indofood사가 2004년에 출시한 대표 유아식품이며, 가루 및 비스킷 형태의 죽 제품 외 밥·푸딩·면·스낵 등 종류가 다양한 것이 특징이다.
- Indofood사는 SUN 브랜드의 저가 건조 유아식품도 출시하였으며, 식품종류는 동일하다.
- Indofood사 유아식품 시장점유율: 15.7%
* 전체 생산량 중 유아식품 비중은 0.9%임



한국식품의 브랜드 제고가 필요한 시점

- 인도네시아 소비자들은 유아식품 선택 시 한국소비자들만큼 까다롭고 신중하며 유명브랜드를 선호하는 경향이 있다.
- 한국식품은 전반적으로 안전하고 품질이 좋다는 인식을 가지고 있어 쌀, 현미 등으로 만든 빵튀기 과자 등 유아스낵류를 중심으로 온라인 쇼핑몰 직구 및 SNS를 통한 구입이 증가하고 있으며, 이를 통해 현지시장 판매확대 가능성을 엿볼 수 있다.
- 현재 인도네시아 유아식품시장은 유명브랜드들이 선점하고 있으므로 시장진출 시 현지 유통전문기업과의 협력을 통해 유통망을 확보하는 것이 주효할 것으로 보인다.

출처 : databoks.katadata.co.id (2018.05.18.), swa.co.id (2018.06.08.)
Euromonitor 「Dried Baby Food in Indonesia」 (2018.08.01.)
Euromonitor 「Baby Food in Indonesia」 (2018.08.01.)