

## 달콤하고 매운 맛에 폭빠진 젊은 소비자들

인도네시아에서 떡볶이는 한식당에서 한인들을 위해 판매하던 음식이었다. 하지만 최근 현지 젊은 소비자들에게 달고 매콤한 맛에 중독성이 있다고 인정받으며 입소문과 SNS를 통해 인기가 높아지고 있는 추세다. 외식 레스토랑 추천 및 리뷰 앱인 Zomato에 따르면 떡볶이 판매 레스토랑은 주로 남부 자카르타 지역에 자리잡고 있으며, 현지인이 운영하는 퓨전 레스토랑의 숫자도 늘어나고 있다.

집에서 간편하게 즐기고자 하는 사람들은 인스턴트 떡볶이를 주로 찾고 있다. 현지 유통업체 관계자에 따르면 최근 할랄 인증을 받은 인스턴트 떡볶이의 가격이 다른 즉석식품에 비해 상대적으로 높으나 많은 소비자들이 관심을 보이고 있다. 인스턴트 떡볶이를 맛본 현지 소비자들은 “집에서 손쉽게 만들 수 있어 식사 대용이나 간식으로 많이 먹게 된다” “맵지만 중독성이 있는 맛이다” “인스턴트 제품이지만 떡이 말랑말랑한 식감을 유지해 신기하다”는 긍정적인 반응을 보이고 있다. 최근 직접 떡볶이를 만들며 조리과정과 레시피를 Youtube에 업로드 하는 현지 유튜버들이 크게 늘며 이를 시청한 현지 소비자들의 재료구매로도 자연스럽게 이어지고 있고 실제로 Tokopedia 등 현지 온라인 쇼핑몰에서 떡볶이용 떡이 인기리에 판매중이다.

## 뷔페형 점포와 떡볶이맛 햄버거까지 등장

떡볶이에 대한 인도네시아인들의 수요를 반영하듯 한 국내 프랜차이즈 떡볶이 브랜드가 올해 6월 자카르타의 복합쇼핑몰에 1호점을 오픈했다. 현지 소비자들과의 인터뷰를 통해 해당 레스토랑은 다른 곳과는 다른 ‘뷔페’라는 신선한 콘셉트로 다가섰으며 맛 또한 뛰어나다는 평가를 얻고 있다.

2019년 맥도날드 인도네시아 측은 떡볶이 소스를 활용한 ‘떡볶이 치킨(Topokki Chicken)’과 ‘맥스파이스 블랙 떡볶이(McSpicy Black Topokki)’를 출시해 매출호조를 보이며 현지 소비자들의 한국 사랑을 재확인시키고 있다.

### Key Point

### 식품인증절차와 기호파악 중요

인도네시아에서 한국 음식은 한류의 파장을 이어받아 매우 긍정적인 평가를 받고 있다. 중산층이 늘어나고 전반적인 소득 수준 증가가 이루어지며 한국 식품에 관심을 보이는 소비자들이 대거 늘어나는 모습을 보이고 있으며, 가공식품과 한식재료에 대한 관심도 함께 커지고 있다. 한국 기업들은 할랄, BPOM 등 인도네시아 식품인증절차와 현지인들의 기호를 정확히 파악하고 이 시장 진입에 나서야 할 것이다.

