



# Indonesia

자카르타지사

## 제2의 전성기 맞은 인도네시아 버블티 시장



### 흑당 타피오카 붐에 버블티도 전성기

Big Data Grab에 따르면, 2018년 GrabFood 서비스를 이용한 버블티 주문량이 동남아시아에서 평균 3% 증가했고 인도네시아의 경우 가장 높은 8.5%의 매출 성장을 기록했으며 버블티는 라마단(금식) 기간 중 가장 많이 팔린 3개 품목 중 하나로 선정되었다. 2000년대 초반 인도네시아에 처음으로 대만 버블티 프랜차이즈 'Quickly'가 진출한 이후 Tiger sugar, 'KOI', Chatime, 'Coco', 'Hophop' 등이 꾸준한 인기를 얻어왔으며 올해 들어 흑당 타피오카가 유행하면서 버블티 프랜차이즈는 제 2의 전성기를 맞고 있다.

### 타피오카 버블의 식감이 현지 소비자들에게 인기

인도네시아 내 48개의 매장을 가진 'KOI'는 금색 타피오카 펄, 일명 '골든버블 밀크티'로 인기를 얻고 있으며 'Chatime' 또한 2011년 인도네시아 진출 이후 현재 32개 도시 274개 매장을 보유하고 있다. 현지 매체 Kumparan의 자체조사 결과 100명의 응답자 중 50% 이상이 'Chatime'의 버블티를 가장 선호한다고 응답했으며 외식 레스토랑 추천 및 리뷰 앱, Zomato에 따르면 버블티 매장은 남부 자카르타와 북부 자카르타에 주로 위치해 있는 것으로 나타났다.

버블티를 맛본 소비자들은 "버블의 말랑말랑한 식감이 씹기

좋다", "갈증과 공복감 해소에 제격이다", "차와 스무디 그리고 밀크티 등 다양한 음료와 함께 먹을 수 있어 좋다" 등 긍정적인 반응을 보였으며 "당도 조절을 통해 건강관리도 할 수 있다"는 반응을 보이고 있다. 일부 소비자들은 타피오카 펄을 직접 만들거나 밥, 계란 등과 함께 먹기도 하는 등 새로운 섭취 방식이 꾸준히 개발되고 있고 SNS를 통해 입소문이 나며 소비가 확산되는 추세이다.

버블티에 대한 수요가 증가함에 따라 한국 버블티 프랜차이즈 업체들의 인도네시아 시장 진출도 확대되고 있는 추세다. 국내 대표 밀크티 브랜드 '공차'는 인도네시아에 점포수를 확대하기 시작했고 글로벌 점포수를 현재 900개에서 1,700여개까지 늘릴 계획이며, 한국 커피전문점 '더 리터' 또한 자카르타에 해외 1호점을 열고 흑당 밀크티를 포함한 음료들을 선보이고 있다.



### 타피오카 식감 대체할 식재료 모색할 시기

인도네시아 버블티 시장은 2017~2023년까지 연 평균 7.3% 성장할 것으로 전망되고 있으며, 타피오카 버블을 활용한 다양한 메뉴들이 출시 될 예정이다. 타피오카 버블의 식감에 친숙한 현지 소비자들을 대상으로 타피오카 버블을 대체할 수 있는 쌀로 만든 버블 등 식재료 개발을 통해 수출확대 방안 모색이 필요하다.