



인도네시아는 지금 K-분식 열풍



1

- 1 K-드라마의 인기
- 2 인니 진출 핫도그 프랜차이즈 전문점

2



코로나19 이후 급증한 한국 문화와 K-분식에 대한 관심

코로나19를 거치면서 인도네시아에서는 MZ세대를 중심으로 집에서 유튜브, 넷플릭스 등 한국 콘텐츠를 접하는 소비자들이 증가하였고 동시에 떡볶이와 핫도그를 대표로 하는 K-분식에 대한 관심이 크게 늘어났다. 인도네시아에서 가장 인기 있는 한국 음식으로는 떡볶이*가 꼽히고 있다. 떡볶이는 맵고 짜고 단 맛을 좋아하는 인도네시아 소비자들에게 적합한 음식이며 떡과 유사한 인도네시아 음식(론평)이 있어 식감에 대한 거부감도 덜한 편이다.

1 떡볶이 수출 실적 : ('19)785천 달러 → ('20)3,522 → ('21)5,454

떡볶이와 함께 인기가 증가하는 품목으로 핫도그가 있다. 핫도그는 한류 드라마에서 자주 노출되기 시작하면서 관심이 증가해 현지에 핫도그 전문 분식점과 소매점에 냉동 핫도그 제품이 많이 판매되기 시작했다.

증가하는 K-분식 레스토랑과 SNS 인기

자카르타를 중심으로 K-분식 레스토랑이 점차 증가하고 있는 추세다. 떡볶이 뷔페 프랜차이즈 두끼는 올해 초 6호점을 오픈하였고 현지 K-분식 프랜차이즈 무지개는 60호점까지 운영하고 있다. 무지개는 펜데믹 상황임에도 불구하고 자체 떡볶이 브랜드 제품을 개발하여 판매할 정도로 현지에서 떡볶이는 인기가 있다.

인도네시아는 연중 고온다습하여 몰링 문화가 발달, 중산층 이상의 소비자들에게 쇼핑몰은 복합문화 공간으로 여겨져 주말 및 휴일마다 방문하는 의미 있는 장소로 자리매김하고 있다. 최근에는 이런 대형 쇼핑몰에 1개 이상의 K-분식 레스토랑

을 찾아볼 수 있을 정도로 K-분식에 대한 저변이 확대되고 있는 추세다. K-분식을 판매하는 레스토랑은 한국적인 특색과 분위기를 보여주기 위해 노력하고 있다. 이러한 레스토랑은 K-분식을 즐기러 오는 소비자들에게 한국의 맛을 느끼고 K-팝을 들으면서 한국 문화와 맛을 충족시켜 줄 수 있는 장소로 젊은 소비자들로부터 각광 받고 있다. K-분식에 대한 인기가 증가하면서 K-분식 레스토랑을 찾는 유명 인플루언서도 자연스럽게 증가하여 시너지 효과가 발생하고 있다.

kumparan.com에 따르면, 2022년 1월 인도네시아 SNS 사용자 수는 191.4백만 명으로 SNS를 통한 마케팅과 홍보가 활발하여 K-분식 인기에도 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.



- 3 무지개 분식 내부
- 4 틱톡 인플루언서
- 5 유튜브
- 6 쇼핑몰에서 판매되고 있는 K-분식

자료 www.muji-gae.com, 직접 촬영

작성자 자카르타지사 나디아와티

Key Point

코로나19 확산으로 국가 간의 이동 제한 조치 및 국경 봉쇄는 역설적으로 한국 식문화에 대한 관심의 증가로 이어지는 결과를 초래했다. 한류 열풍과 더불어 인도네시아 투자자들의 K-분식 사업 진출도 증가하여 K-푸드 소비시장의 영역을 넓히는데 긍정적인 영향을 미쳤다. 현지에서 K-분식을 맛본 소비자들은 그 경험을 SNS로 재확산하고 나아가 스스로 만들어보려고 하는 수요도 증가하고 있어 레시피 공유와 SNS를 적극 활용한 K-분식 식재료 홍보가 필요할 것으로 판단된다.