

주요내용

▶ 인도네시아 영유아용품 시장 7년간 2배 성장

- 인도네시아는 영유아 인구수가 많고 중산층 규모가 점점 증가하면서 영유아용품 시장의 성장도 뚜렷하게 나타나고 있다.
- 시장조사기관인 유로모니터에 따르면 인도네시아 영유아용품 시장규모는 2016년 기준 전년대비 10%가량 상승한 약 31억 3700만 달러를 기록했다. 2010년부터 2016년까지 2배 이상 성장함과 동시에 꾸준한 성장세를 보이고 있다.
- 영유아용품 시장에서는 모든 품목이 성장했으며, 그 중 식품시장이 가장 큰 비율을 차지하였고 화장품, 의류시장이 뒤를 이었다. 인도네시아 영유아용품 시장은 로컬브랜드와 품질, 가격경쟁력을 갖춘 외국계 브랜드 등 다양한 제품들이 경쟁하고 있다.
- 도시화 증가, 라이프스타일 변화, 현대적 유통채널 성장에 따른 소매 유통채널 다양화 및 온라인 유통시장의 활성화 등으로 영유아용품 시장이 활발해질 것으로 전망된다.

▶ 인도네시아 분유 유통현황

- 인도네시아 영유아용품 시장에 가장 큰 부분을 차지하고 있는 영유아식품 중 가장 주목받는 품목은 분유제품이다.
- 현재 대형유통매장에서 판매되고 있는 분유제품은 로컬 및 글로벌 브랜드 등 다양하며, 특히 글로벌 브랜드 제품(Enfamil, Nestle 등)은 한 캔(800~900g)당 약 35만 루피아(2만8천원)에 판매되고 있음에도 많은 소비자들이 구매하고 있다.
- 현재 한국분유는 인도네시아와 유제품 검역협상 중이라 아직 수입되고 있지 않지만, 인도네시아 내 한국에 대한 이미지가 좋고 제품의 품질이 높아 인도네시아 유제품 수출이 가능해질 경우 유망품목이 될 것으로 기대된다.

Ⅰ 인도네시아에서 유통 중인 분유 Ⅰ



원산지 네덜란드
브랜드명 Enfamil
가격/용량 353,500Rp/900g



원산지 네덜란드
브랜드명 Frisolac
가격/용량 256,900Rp/900g



원산지 스위스
브랜드명 Nan
가격/용량 325,500Rp/800g



원산지 싱가포르
브랜드명 Promil
가격/용량 292,900Rp/900g



원산지 아일랜드
브랜드명 Similac
가격/용량 240,900Rp/850g



원산지 인도네시아
브랜드명 Morinaga(일본)
가격/용량 242,900Rp/800g

* 참고자료

- 자카르타 경제일보, 「인도네시아 영유아용품 시장, 최근 7년간 2배 성장」(2017.10.26.)

시사점

- 한국분유는 중국시장에서도 경쟁력을 인정받았고 한국에 대한 이미지가 좋은 인도네시아시장에서도 시장확대 가능성이 있을 것으로 판단된다.
- 분유를 인도네시아로 수출하기 위해서는 국가와 제조사가 인도네시아 당국에 수출이 가능한 국가 및 업체로 등록되어 있어야 하며, 할랄인증 또한 필수이다.
- 현재 한국은 인도네시아와 유제품 검역협정이 진행 중에 있으며, 3개 제조회사에서 MUI 할랄인증 등록을 완료한 상태이다.