

인도네시아 소비자신뢰도 급락

인도네시아 경제 둔화가 장기화 조짐을 보이는 가운데 올해 상반기 인도네시아 소비자신뢰도가 급락한 것으로 조사됐다. 마스터카드(MasterCard Inc.) 조사에 따르면 인도네시아 소비자신뢰도가 올 상반기에 급격하게 악화돼 아시아 국가 중 가장 큰 폭으로 하락해, 소비자들이 향후 경제와 증시가 악화될 것으로 예상하는 것으로 나타났다. 2015 상반기 마스터카드 지수(MasterCard index)는 64.3으로 지난해 하반기의 90.1보다 25.8가 하락해 아시아 17개국 중 하락폭이 가장 컸다. 동남아시아 국가 중 태국, 미얀마, 말레이시아 등이 인도네시아와 더불어 하락폭이 컸다. 마스터카드 아시아태평양 책임자 매튜 드라이버는 28일 이번 결과에 대해 2014년 선거의 후광효과(halo effect)가 현저했다고 논평했다. 후광효과란 하나의 뛰어난 특징 때문에 그 전체의 가치를 과대평가하는 것을 의미한다. 이번 조사에서 인도네시아 소비자신뢰도가 지난 3년 이래 최저 수준으로 하락한 것으로 나타났다. **인도네시아 인플레이션이 아시아에서 가장 빠른 속도로 상승하면서 내수소비에 타격을 주었다.** 소비자신뢰도와 지출 의지에 대한 닐슨 글로벌 서베이에 따르면, 2분기 인도네시아 소비자신뢰도는 120포인트로, 인도(131)와 필리핀(122)보다 낮았다. 닐슨 인도네시아의 아구스 나루딘 이사는 29일 “소비자들이 경제가 더 나아질지에 대해 우려하고 있다”고 말했다. 닐슨 인도네시아가 5월 11일부터 29일까지 실시한 조사에서, 인도네시아 경제에 대해 우려하는 소비자 비율이 1분기에 33%에서 2분기에 37%로 4% 증가했다. 아구스 이사는 “경제 침체가 직접적으로 소비자에게 영향을 미치고 있다. 소비자들은 기본적인 지출에 초점을 맞추고 있다”고 말했다. 인도네시아 소비자의 81%는 전자제품, 의류, 옥외 여가활동 등 2차 지출을 줄이고 저축하겠다고 답했다. 이런 현상은 7월 라마단과 이돌피트리 기간에 실제로 확인됐다. 연중 매출이 절정에 이르는 이 시기에 대형 소매유통업체 매출이 소폭 증가했다. 지난 해 라마단과 이돌피트리에는 유통업체의 매출이 평상시의 두 배로 증가했다.

(출처 : 데일리인도네시아 2015/08/03)

□ 시사점

지난 5월 4일 인도네시아 중앙통계청(BPS)이 발표한 4월 소비자물가지수(CPI)는 전년 동월 대비 6.79% 상승했으며, 특히 큰 상승폭을 보인 분야는 식음료 및 담배류이다. 연료 가격이 상승하며 교통요금 및 물류비가 상승하였고, 루피아화의 환율 약세로 인한 수입 가격 상승 또한 식음료 가격 상승에 큰 영향을 미쳤다. 한편, 외국인투자를 포함한 전체적인 투자의 부진, 소비 침체, 인플레이션, 전반적인 경기침체가 맞물리며 한국 농수산 식품의 대인니 수출 감소에도 영향을 끼칠 것으로 예상된다.