

인도네시아 라면 아프리카 판매량 증가



□ 주요내용

- 외무부 소속 의원 살만 알 파리시는 식료품 분야에 관해 아프리카가 새로운 주요 시장이 될 것이라고 밝혔다.
- 살만은 "아프리카 대륙의 가정들은 평균적으로 소득의 70%를 식품을 구매하는데 사용한다. 또한 많은 인구가 사는 아프리카 지역 주민들이 적당한 가격의 식료품을 물색하고 있다"고 설명했다.
- 이에 인도네시아 소비재 생산 대기업 인도푸드 숙세스 막무르(PT Indofood Sukses Makmur)는 나이지리아에 첫 공장을 열어 대성공을 이루었으며 기세를 몰아 모로코와 케냐에 라면 공장을 개소했다.
- 살만은 아프리카 사람들이 매일 소비하는 인도네시아 라면의 양은 인도네시아 국민이 소비하는 것의 2배에 달하기에, 사업 확장은 인도네시아 산 원재료 수출량 증가를 의미한다고 말했다.
- 살만에 따르면 2010년부터 2014년까지 인도네시아는 아프리카 대륙에 매년 미화 100억 달러를 웃도는 금액을 수출해 왔다. 특히 나이지리아,

남아프리카 공화국이 매년 10% 이상의 성장세를 보였다.

- 그는 “더욱이 2015년 경제 둔화에도 불구하고, 아프리카 국가와의 무역량은 증가해 인도네시아가 향후 아프리카 시장에 더욱 집중해야 할 것”이라고 강조했다.

□ 시사점

인도네시아는 전 세계 라면 소비량 세계 2위 국가로 라면의 인기가 높다. 인도네시아 라면 시장을 지배하고 있는 회사인 인도푸드는 맛과 높은 가격경쟁력을 바탕으로 국내시장뿐만 아니라 해외시장 공략에 적극적이다. 특히 최근 세계 경기 둔화에도 불구하고 아프리카 시장에서 높은 성장세를 보이고 있다. 한국산 라면 또한 인도네시아 및 세계 시장에서 수출확대를 유지해 나가려면 가격경쟁력이 필수이며 소량 제품 개발 등 다양한 선택사항을 줄 수 있는 노력이 필요할 것으로 보인다.

자료 : Jakarta Business Weekly(2016-01-28)