

인도네시아 식품 대기업 인도푸드 1분기 38% 증익

□ 주요내용



인도네시아 살림 그룹 산하 인도푸드 속세스 막무르(Indofood Sukses Makmur)의 올해 1분기 순이익은 전년 동기 대비 38% 증가한 1조 23,532억 루피아였다. 동 기간 매출은 10% 증가한 16조 5,158억 루피아로 두 자릿수 증수를 확보했다. 매출 총이익은 0.6포인트 상승한 27.9%이며 영업이익은 7% 증가한 1조 8,789억 루피아였다. 순이익에서 인도미(Indomie) 등 인스턴트 누들과 조미료 과자 등 소비자브랜드상품(CBP) 비중은 52%에 달했으며, 제분 이 24%, 농업이 16%, 배송이 8%를 차지했다. 환율 영향 등을 제외한 핵심 순이익은 3% 감소한 1조 200억 루피아였다. 앤서니 살림 그룹 최고경영자는 지난달 29일 “상품 가격이 침체가 계속되는 가운데에서도 증익을 확보할 수 있었다. 앞으로도 비즈니스 모델을 강화하고 지속 가능한 성장을 목표로 할 것” 이라고 밝혔다.

인도푸드는 일본 그룹과 합작회사를 설립을 논의하면서 새로운 인스턴트 누들을 출시할 의향을 밝힌 바 있다. 한편 지난해 인도푸드의 매출은 2014년 대비 25% 하락했으며 루피아화 환율이 폭락했던 것이 가장 큰 요인으로 꼽혔다. 사측이 인도네시아 증권거래소(IDX)에 제출한 자료에 따르면, 인도푸드의 2015년도 순이익은 2조 9,700억으로 2014년도 순이익인 3조 9,500억 루피아보다 9,800억 감소했다.

(출처 : 자카르타경제일보 2016/05/03)

□ 시사점

인도네시아 최대 식품기업 인도푸드의 순이익 중 인도미 등 인스턴트 누들 및 스낵류가 차지하는 비중이 크며, 인스턴트 누들의 경우 불황에도 꾸준히 대중적으로 인기있는 제품임. 한편 일본 식품관련 기업들이 인도네시아 식품 시장 진출 및 확대를 위해 현지 기업과 합작으로 제품을 출시하는 경우가 증가하고 있음. 한국 기업들도 인도네시아 식품시장 진출 및 현지화를 위한 방안을 모색해야 할 것임.