

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1805 - 22

품 목 : 조제분유(Milk Formula)

국 가 : 인도네시아(Indonesia)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	03
1. 수출환경 및 경제지표	05
2. 식품산업 현황	08
3. 수출입통계	12
II. 시장 트렌드	16
1. 할랄 및 전자상거래 정책 이슈	18
2. 한국제품 및 식료품 소비 트렌드	19
3. 유통망 트렌드	22
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	25
2. 인증정보	32
3. 라벨링	36
4. 위생요건 정보	37
IV. 경쟁제품	39
1. 경쟁제품 선정 및 지표	41
2. 경쟁제품 분석	42
V. 경쟁사	50
1. 경쟁사 선정기준	51
2. 주요 경쟁사 개요	52
VI. 유통채널 현황	55
1. 주요 유통채널 개관 및 현황	56
2. 주요 현지유통업체별 개요	60



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

태평양과 인도양의 중간이자 호주와 동남아시아 대륙 사이에 위치한 인도네시아는 총 1만 7,504개의 섬을 보유한 전 세계에서 가장 큰 도서 국가 중 하나임. 인도네시아는 지각의 교차점에 위치해 화산 및 지진이 자주 발생하며 화산재로 인해 농토가 비옥하고 천연자원이 풍부함. 인도네시아 인구는 2억 6,000만 명으로 전 세계에서 네 번째로 인구가 많으며 생산가능 인구가 67.4%로 많은 비중을 차지함(MARS, 2016).

인도네시아와 한국은 1973년 9월에 외교 관계를 수립하였으며, 2016년 기준 한국은 인도네시아의 7대 수출대상국, 6대 수입대상국임. 한국은 인도네시아에 선박, 경유, 편직물, 합성수지 등을 주로 수출하며 유연탄, 천연가스, 원유, 기타 석탄 등의 자원에 대한 수입 비중이 높음.

주요 정보

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국명: 인도네시아 공화국
(Republic of Indonesia) ▶ 위치: 동남아시아 ▶ 수도: 자카르타(Jakarta) ▶ 대통령: 조코 위도도(제8대 대통령) ▶ 인구: 약 2억 6,000만 명(전 세계 4위) ▶ 면적: 190만 km²(세계 15위, 한반도 19배) ▶ 기후: 열대성 몬순기후, 고온다습 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 종교: 이슬람교 87%, 개신교 7%, 가톨릭 3%, 힌두교 2%, 유교 및 기타 1% ▶ 민족: 자바족(35%), 순다족(13.6%) 등 ▶ 언어: 인도네시아어(Bahasa Indonesia) ▶ 화폐 단위: 루피아(Rupiah) ▶ GDP: 9,321억 달러(2016) ▶ 1인당 GDP: 3,610 달러(2016) ▶ 인터넷 보급률: 50%(2018) |
|---|---|



*출처: CIA World Factbook, World Bank, Statista

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

							등급	등급 전망
D B 1 D B 2 D B 3 D B 4 D B 5 D B 6 D B 7							DB4 ²⁾	안정적
저위험 ← → 고위험								

자료: Dun&Bradstreet(2018.07)

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 풍부한 자원으로 인해 세계적으로 성장 가능성이 높은 시장으로 꼽힘 - 인도네시아 정부는 많은 개혁을 단행하고 있으며, 인프라 개발 사업을 추진하고 있음
부정적	- 자원민족주의의 확산으로 자원에 대한 지배권을 강화하려는 움직임이 있음 - 사업 환경이 전반적으로 뚜렷이 개선되고 있음에도 불구하고 여전히 비즈니스 잠재성과 기회를 실현하기에는 어려움이 있음

자료: Dun&Bradstreet(2018.07)

- 1) D&B의 'DB' 위험지표는 한 국가에서 비즈니스를 수행하는 위험에 대한 상대적인 국가 간 평가를 제공하는 것으로서, 국가 차원의 요인들이 2년의 기간에 걸쳐 수출 결제 및 투자수익에 대한 예측 가능성에 미치는 위험을 나타냄. 'DB' 위험지표는 국가별 위험 카테고리로서 다음의 4가지 종합지수로 구성됨. ▲ 정치위험, ▲ 상업위험, ▲ 거시경제위험, ▲ 외부위험. 첫째, 정치위험은 국내외 안보 상황, 정책역량 및 일관성, 국가가 비즈니스 환경을 조성하는지 여부를 결정하는 기타요인을 포함. 둘째, 상업위험은 계약의 신성함, 사법 능력, 규제 투명성, 체제의 부패 정도, 비즈니스 환경이 상업 거래 이행을 용이하게 하는지 여부를 결정하는 기타요인을 포함. 셋째, 거시경제위험은 물가상승률, 재정적자, 통화공급증가, 국가가 지속 가능한 경제 성장을 제공할 수 있는지 여부와 비즈니스 기회에 상응하는 확장 시킬 수 있는지 여부를 결정하는 모든 거시경제 요인을 포함함. 넷째, 외부위험은 경상수지, 자본 흐름, 외환보유고, 대외채무 규모, 무역 및 대외투자부채를 충당하기에 충분한 외화를 창출할 수 있는지 여부를 결정하는 요인을 포함.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

- 2) 보통위험등급으로 기대수익에 있어서 상당한 불확실성이 내재 되어있어 잠재적인 손실을 기피 하는 고객은 보호할 것을 권고함.

□ 주요 거시경제 지표

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

지표	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
경상수지	-2.0	-1.8	-1.7	-2.5	-2.7	-2.9	-2.2	-2.2
부채상환비율	30.7	35.3	24.0	24.0	24.3	25.0	26.0	26.5
GDP 성장률	-2.0	-1.9	-2.0	-1.5	-1.5	-1.2	-1.4	-1.5
인플레이션율	6.4	3.5	3.8	4.0	4.2	4.0	4.1	4.2
경제성장률	4.9	5.0	5.1	5.5	5.7	6.1	6.0	6.0

자료: Haver Analytics, Dun&Bradstreet(2018.07)

- 경제성장률은 글로벌 경제위기로 인하여 2015년 4%대로 떨어져 주춤 한 듯 보였으나, 최근 3년간 5%대의 안정적 성장률 유지
- 인도네시아 정부는 2020년까지 6%대의 경제성장률을 유지하면서 꾸준히 성장할 것으로 낙관적인 전망을 함
- 내수시장의 증가, 중산층 및 젊은 층이 두터운 인구 구조 등이 안정적 경제 성장세를 유지하는 요인으로 파악됨

□ 통상 및 교역환경

- 투자 및 사업 환경 개선을 위한 규제 완화
 - 인도네시아 정부는 2018년 4월 4일부터 일정 기준 이상의 기업들을 대상으로 면세 기간 범위를 단순화하고 확장하는 법을 시행
 - 현재 17개의 ‘첨단산업’ 분야에서 최소 투자 규모가 5억 IDR (USD 3,600만) 이상인 기업을 대상으로 5-20년 동안 법인세 100% 면제
 - 기존 법률에서는 첨단산업 분야의 기업들에게 최대 15년까지 10-100%의 법인세 감면 혜택을 제공

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	루피아의 지속적 가치하락으로 인한 경기 불안정 - 인도네시아 중앙은행, 2주간 두 번의 금리 인상 단행 • 2018년 5월 17일, 인도네시아 중앙은행(BI)은 금리를 25bp (1bp=0.01%포인트) 인상했으나, 불과 13일 만에 4.50%에서 4.75%로 25bp 추가 인상을 단행 • 미 국채금리 상승, 미 연준의 긴축기조, 미-중 무역전쟁의 심화 등 외부적 요인으로 루피아(인도네시아 화폐단위)의 가치는 2018년에 들어 미 달러 대비 약 6% 하락함 • 자국 화폐의 평가절하로 수입제품의 가격이 상승하면 결국 소비자의 구매력과 경제성장률 하락으로 이어질 수 있다는 우려도 제기됨 국채의 외국인 보유비중 높아 외부충격에 취약한 구조 • 인도네시아의 외국자본에 대한 의존율은 아시아-태평양 지역의 다른 신흥국들에 비해 현저하게 높은 39.3%로, 외국자본 유출과 환율변동에 취약할 수밖에 없는 경제구조임 • 다만, 해외 투자자들의 잠재적 혼란을 안정화하기 위한 중앙은행의 적절한 대응조치로, 외부충격에 대한 경제적 대응능력이 향상되었다는 긍정적 입장도 존재 (Bloomberg) • 5월에 루피아가 가장 최저점인 1달러 대비 14,200 IDR를 기록한 이후 2%를 회복하였고 6월 중순까지 금리인상정책은 효과적인 것으로 드러남
기회	강력해진 신(新) 반테러 정책, 사회적 불안요인 해결 - 5월 25일에 실행된 신(新) 반테러 정책, 인도네시아 안보에 긍정적인 효과 기대 • 테러리즘의 정의에 대한 논쟁으로, 약 2년 동안 중단되었던 법안이 5월에 발생한 수라바야 교회 연쇄 폭탄테러 및 최근 IS 관련 자살 폭탄테러 사건들로 인해 관련 법 제정이 가속화됨 • 신(新) 반테러 정책은 경찰에게 테러음모에 대해 선제적 행동을 취할 수 있는 권한을 부여 • 테러 용의자의 억류 기간이 일주일에서 21일로 연장되었으며 국내외 '테러리스트' 단체 결성 시 벌금 부과

자료: Dun&Bradstreet(2018.07)

2. 산업 현황

1) 가공식품 시장 개요

□ 가공식품 시장규모

- 2017년 가공식품 시장규모는 약 3,901백억 루피아(약 267억 US달러³⁾)이며, 2022년까지 약 6,540백억 루피아로 증가할 것으로 예상
 - 2012-2017년 가공식품 시장규모는 연평균 12%의 꾸준한 성장세를 기록
 - 현대적인 유통망 구조와 인터넷 보급의 확대에 의해 다양한 다국적 기업의 가공식품에 대한 현지 소비자의 접근이 용이해짐
 - 가공식품의 주 소비층인 중·상류층의 구매력 향상에 따라 가공식품의 판매량 증가
- 영유아식품 시장은 2012-2017년 연평균 12%의 높은 성장률을 기록하였으며, 전망 또한 긍정적
 - 가공식품 시장의 성장에 따라 영유아식품 시장 또한 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망

표 1.2 인도네시아 가공식품 시장규모 (2013-2017)

(단위: 10억 루피아)

분류	2013	2014	2015	2016	2017
가공식품	251,869	288,632	317,804	352,904	390,141
영유아 이유식	26,152	30,023	33,285	36,571	40,063

자료: Euromonitor International

표 1.3 인도네시아 가공식품 시장전망 (2018f-2022f)

(단위: 10억 루피아)

분류	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
가공식품	431,748	478,560	530,868	589,117	654,066
영유아 이유식	43,568	47,358	51,394	55,618	60,085

자료: Euromonitor International

3) 10,000루피아(Rupiah)=0.68US 달러(KEB 하나은행 고시 기준, 2018.08.30)

2) 영유아식품 시장현황

□ 도시화에 따른 영유아식품 시장의 성장

- 도시 인구 및 맞벌이 부부의 지속적인 증가⁴⁾로 간편한 이유식 제품에 대한 수요가 꾸준히 증가하는 추세
 - 출산율 제한정책의 성공과 핵가족의 확대는 영유아식품 판매의 부정적인 요소로 작용
 - 그러나 인도네시아 여성들이 모유 수유의 중요성을 인지하고 있음에도 불구하고 안전하고 편리한 조제분유를 찾는 기혼여성 직장인이 증가함에 따라 영유아식품 시장은 성장세

□ 영유아식품 브랜드 시장점유율

- 2017년 인도네시아의 주요 5개 영유아식품 기업은 Danone Groupe, Nestlé SA, Morinaga Milk Industry Co Ltd, Abbott Laboratories Inc이며, 회사별 시장점유율은 각각 29.2%, 23.8%, 14.4%, 13%, 4.8%임
 - 주요 상위 3개 브랜드는 SGM, Frisian Flag, Dancow로 합산 점유율은 44.4%임

표 1.4 2017년 인도네시아 영유아 이유식 브랜드별

순위	회사명칭	주요브랜드	시장점유율(%)
1	Danone, Groupe	SGM	15.6%
2	Royal FrieslandCampina NV	Frisian Flag	14.4%
3	Nestlé SA	Dancow	14.4%
4	Danone, Groupe	Nutricia	13.6%
5	Morinaga Milk Industry Co Ltd	Chil	8.0%
6	Morinaga Milk Industry Co Ltd	Morinaga	5.0%
7	Abbott Laboratories Inc	PediaSure	4.8%
8	Nestlé SA	S-26	3.8%
9	Nestlé SA	Lactogen	3.5%
10	Nestlé SA	Cerelac	2.1%

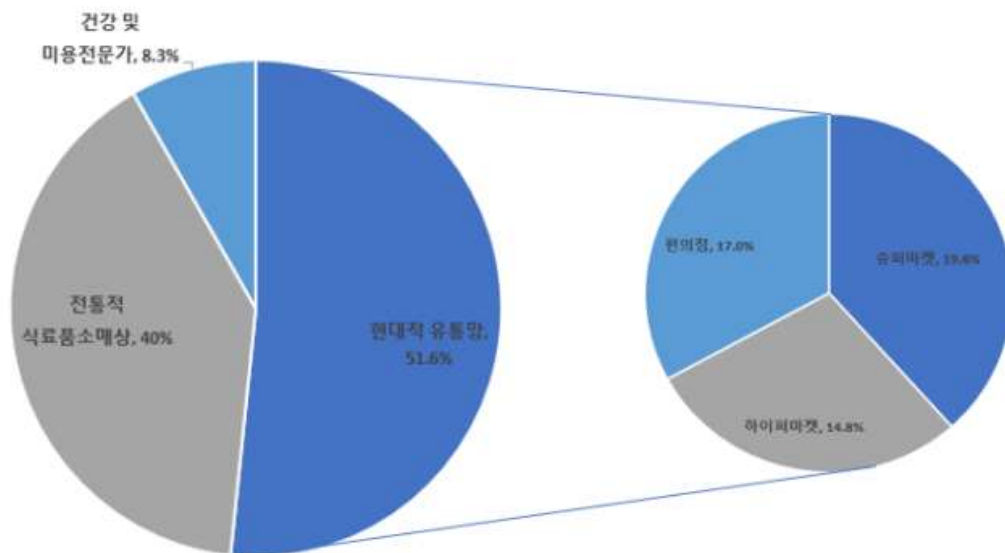
자료: Euromonitor International

4) 세계은행(World Bank)에 따르면, 2000-2010년간 인도네시아 대도시의 도시 인구성장률은 4.1%로 여타 중국(3.8%), 인도(3.1%), 태국(2.8%)보다 높은 상황이며, 이러한 상황에 따라 2025년 인도네시아 도시화율은 68%에 달할 것으로 예상(2016.06.14. 발표)

□ 인도네시아 영유아식품 유통현황

- 하이퍼/수퍼마켓 등의 현대적 유통망이 영유아식품의 주요 유통채널로, 시장 점유율 51.6%를 차지. 반면, 전통적 식료품 소매상과 전문가의 비중은 각각 40.0%, 8.3% 수준
- 현대적 유통망 내에서는 슈퍼마켓이 가장 높은 비중을 차지하며(20%), 편의점 (17%)과 하이퍼마켓(15%)이 그 뒤를 잇고 있음
- 지속적인 경제성장과 도시화 진전으로 현대적 유통망의 비중이 더욱 확대될 것으로 전망

표 1.5 2017년 인도네시아 가공식품 유통망 비중



자료: Euromonitor International

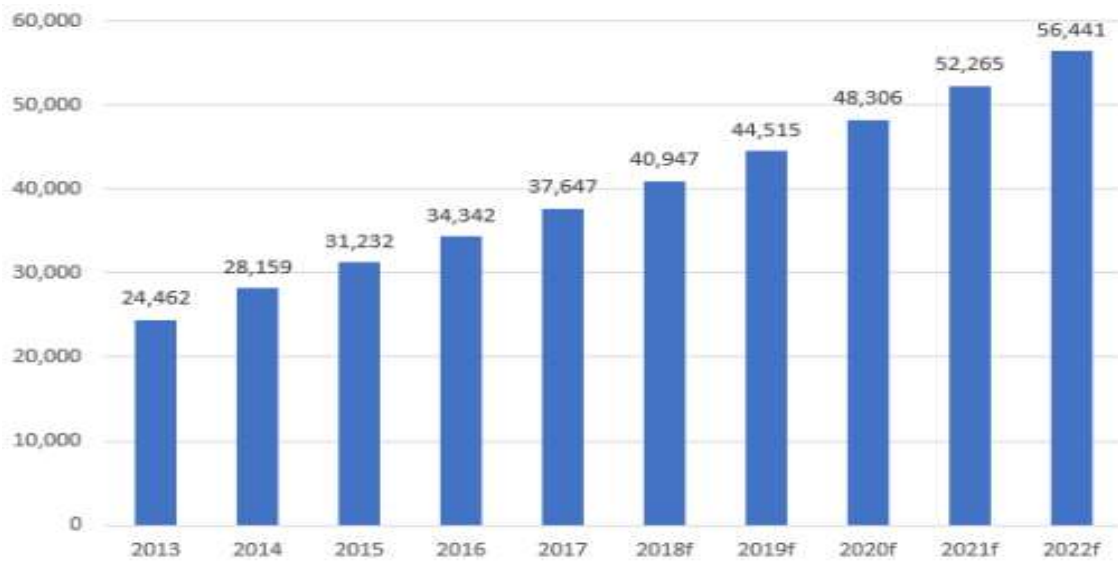
3) 조제분유 시장 동향

□ 조제분유 시장규모 및 추이

- 2017년 조제분유 시장규모는 약 37,647십억 루피아(약 26억 US달러)이며, 2022년까지 약 56,441십억 루피아(약 39억 US달러) 수준으로 성장할 전망
- 2013-2017년 조제분유 시장은 연평균 11%의 성장률을 기록하였으며, 2022년까지 연평균 8%의 성장률을 나타낼 것으로 전망

표 1.6 인도네시아 조제분유 연도별 규모 및 추이

(단위: 10억 루피아)



자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

수출입통계 개요

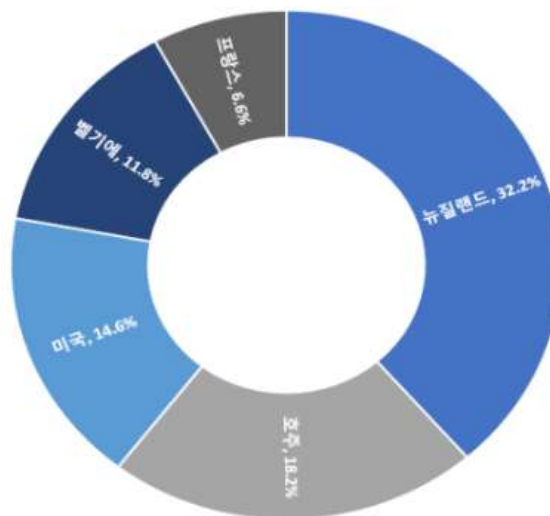
❖ ‘조제분유’ 관련 주요 수치

- 글로벌 조제분유 수입 규모는 한국과 인도네시아 품목 세 번이 상이하여 파악되지 않음
- 인도네시아 HS CODE 0402류 수입 시장점유율을 분석한 결과 한국의 수출 실적은 없으며 뉴질랜드가 1위를 차지 (32.2%) (2017)
- 한국산 조제분유 수출량 약 6,600톤, 약 7천 8백만 달러(2017)

❖ ‘조제분유’ 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1901.10.1010	조제분유
인도네시아	0402류	우유와 크림 (농축하였거나 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 것으로 한정)

❖ 인도네시아의 국가별 HS CODE 0402류 시장점유율 (2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 조제분유(가공식품) 통계 기준 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 0402류, 의뢰제품(조제분유)의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1901.10.1010을 통계 기준으로 설정⁵⁾하고 ‘조제분유’를 품목 키워드로 설정함

□ 조제분유의 해당 HS CODE⁶⁾는 한국 1901.10.1010, 인도네시아 0402류

- 의뢰제품 ‘조제분유’ 한국 HS CODE ‘1901.10.1010’, 인도네시아 HS CODE는 ‘0402류’를 통계 기준으로 설정을 통계 기준으로 설정

표 1.7 조제분유 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문)
한국	1901	맥아추출물과 고운 가루·전분이나 맥아추출물의 조제 식료품	Malt extract, food preparations of flour, groats, meal, starch or malt extract
	1901.10	영유아·어린이용 조제 식료품(소매용으로 한정)	Preparations suitable for infants or young children, put up for retail sale
	1901.10.1010	조제분유	Prepared dry milk
인도네시아	0402 ⁷⁾	우유와 크림 (농축하였거나 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 것으로 한정)	Milk and Cream, concentrated of containing added sugar or other sweetening matter
	0402.10	가루 모양·알갱이 모양이나 그 밖의 고체 상태인 것으로서 지방분이 전 중량의 100분의 1.5 이하인 것	In powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, not exceeding 1.5%
	0402.21	가루 모양·알갱이 모양이나 그 밖의 고체 상태인 것으로서 지방분이 전 중량의 100분의 1.5를 초과하는 것	In powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, exceeding 1.5%

자료: 관세법령 정보 포털(unipass.customs.go.kr), 인도네시아 관세청(2018)

표 1.8 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	인도네시아 관세청	http://intr.insw.go.id

5) 의뢰제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 ‘2016 HS 품목별 수출입통관편람’을 조회하거나, 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 이용하는 방법 등이 있음

6) HS CODE의 6자리는 전 세계 공통으로 구성되어야 하나, 물품에 따라 국가별로 문화와 관습에 따라 관세율표 해석에 차이가 있어 우리나라와 상이한 HS CODE를 분류하는 경우가 있음

7) 0402류에는 5개의 코드로 분류(0402.10, 0402.21, 0402.29, 0402.91, 0402.99)로 나뉘긴 하나, 롯데푸드 홈페이지의 제품 ‘라벨링’을 통해 5개 중 2개로 추려 3개 항목은 보고서에 제외되었음

2) 인도네시아 수입통계 [통계 기준: HS CODE 0402류]

□ 2017년 인도네시아 HS CODE 0402류 수입 시장점유율 1위는 뉴질랜드로 약 32% 차지

- 2017년 인도네시아의 HS CODE 0402류 수입액은 약 4억 9천만 달러로, 이는 2015년 5억 1만 달러 대비 약 1% 감소
- 2017년 기준 인도네시아의 HS CODE 0402류 수입 1위 국가는 뉴질랜드로, 수입액은 약 1억 6천만 달러를 기록하여 인도네시아 내 시장점유율은 약 32.2% 수준
 - 그 뒤를 이어 호주가 약 9천만 달러, 미국이 약 7천 3백만 달러를 수입하여, 각각 18.2%, 14.6%의 시장점유율을 나타냄
- 2017년 한국은 인도네시아의 HS CODE 0402류 수입국 기록에 존재하지 않아, 수입액 및 시장점유율 산정에 반영하지 못함

표 1.9 인도네시아 HS CODE 0402류 수입 규모 추이(2015-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

수입상대국		2015	2016	2017	2017년 시장점유율
		금액	금액	금액	
글로벌		511,922	459,286	497,623	100
1	뉴질랜드	146,763	152,713	160,287	32.2
2	호주	125,598	87,481	90,995	18.2
3	미국	94,252	93,226	73,142	14.6
4	벨기에	41,766	27,193	58,968	11.8
5	프랑스	37,791	32,578	33,064	6.6

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.10 국가별 HS CODE 0402류 시장점유율(2016년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

3) 한국산 수출통계 [통계 기준: HS CODE 1901.10.1010]

□ 한국산 조제분유의 글로벌 수출량 및 수출액은 2016년 최고치를 기록하였으며, 2017년 모두 감소세로 전환

- 한국산 조제분유의 2016년 對 글로벌 수출액 및 수출량은 각각 약 1억 2천만 달러와 9,800톤으로 최고치를 기록하였으나, 2017년 수출량과 수출액 모두 각각 32.6%, 36.0%의 급격한 감소세를 나타냄
- 한국 조제분유 수입국 1위인 중국이 新 조제 분유법 시행으로 인한 감독 당국의 심사와 허가 규제 강화가 조제분유 수출액 감소의 주요 요인으로 분석됨

□ 한국산 조제분유의 인도네시아 수출 실적 없음

- 한국산 조제분유의 대인도네시아 수출 실적은 파악되지 않음

표 1.11 한국 ‘조제분유’ 연간 수출통계(수출대상국: 글로벌)

(단위: \$, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량 (전년 대비 증가율)	9,316,115 (-)	9,767,074 (4.8)	6,585,527 (△32.6)
금액 (전년 대비 증가율)	112,558,397 (-)	121,495,247 (7.9)	77,721,530 (△36.0)

자료: 농수산물식품수출지원정보(www.kati.net)

표 1.12 한국 ‘조제분유’ 연간 수출통계(수출대상국: 인도네시아)

(단위: \$, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량 (전년 대비 증가율)	-	-	-
금액 (전년 대비 증가율)	-	-	-

자료: 농수산물식품수출지원정보(www.kati.net)



II. 정책 이슈 및 시장 트렌드

1. 할랄 및 전자상거래 정책 이슈
2. 한국제품 및 식료품 소비 트렌드
3. 유통망 트렌드

II. 정책 이슈 및 시장 트렌드

정책 이슈 및 시장 트렌드 개요

1. 할랄 및 전자상거래 정책 이슈

❖ 2019년부터 할랄인증(MUI) 의무화

- 2019년부터 인도네시아로 유통되는 모든 식음료 품목은 할랄인증 필수
- 식음료 제조업체는 원재료뿐만 아니라 생산설비, 공정과정도 할랄 방식을 따라야 하므로 이에 대한 대비 필요

❖ 2017-2019년 전자상거래 활성화를 위한 전자상거래 로드맵 발표

- 법제화된 전자상거래 체계 구축을 통해 전자상거래를 활성화할 계획
- 전자상거래에 대한 국가의 정책적 지원으로 온라인 거래가 증가할 것으로 전망

2. 제품 및 소비 트렌드

❖ 인도네시아에 판매되는 한국제품은 가격이 매우 비싼 편이나 한국제품을 경험해 본 소비자의 반응은 긍정적

- 한류에 따른 한국제품의 인지도 상승이 한국제품을 소비하는 계기가 됨
- 한국제품 구매 시, 할랄인증 여부가 매우 중요한 구매 결정 요소가 됨
- 현지 소비자 및 유통업자 모두 높은 가격을 개선사항으로 꼽음

❖ 온라인 및 모바일 플랫폼 시장의 성장

- 그린슈머 중산층의 성장에 따라 온라인 매출 증가
- 심각한 도시 교통난으로 인해 쇼핑에 많은 시간이 소모되는 현지인들에게 온라인 쇼핑이 대안으로 부각
- 인터넷 접근성의 개선 및 확대로 모바일 플랫폼 O2O 서비스인 'Go-Jek'의 높은 인기

3. 유통망 트렌드

❖ 미니마켓 및 편의점의 유통 비중 증가

1. 할랄 및 전자상거래 정책 이슈

□ 2019년부터 적용되는 할랄 인증(MUI)⁸⁾ 의무화 법안

- 2014년에 통과된 할랄 인증 법안의 5년 유예기간이 끝나는 2019년부터 할랄 인증이 의무화될 예정. 다만, 할랄 의무 법안 시행 여부는 현재도 논의가 지속 중
 - 2019년부터 인도네시아로 유통되는 모든 식음료·화장품·화학제품·생물학 제품 등의 품목과 모든 수입제품은 할랄인증 필수
 - 새로 신설된 할랄 인증기관인 BPJPH⁹⁾와 협약을 맺은 기관에서 발급한 인증만 인정
 - 식음료 제조업체는 원재료뿐만 아니라 생산설비, 공정과정도 할랄 방식을 따라야 하므로 이에 대한 대비 필요
- 신설된 종교부 산하의 할랄인증청(BPJPH)과 현 인도네시아 할랄 인증기관인 MUI에 따르면, 2019년 10월부터 인도네시아 시장에 유통 및 판매되는 모든 식품, 화장품, 의약품에 할랄인증 여부의 라벨링 표기가 의무화되어 미인증의 경우에도 강제 표기해야 함¹⁰⁾

□ 2017년 8월, 인도네시아 대통령령으로 2017-2019년 3개년 전자상거래 로드맵 발표

- 전자상거래 운용 가이드라인 제시로 전자상거래 활성화 계획
 - 대통령령 제74호/2017(Presidential Regulation No 74 Year 2017)를 발효하여 전자상거래 관련 각종 시스템과 방식에 대한 운용 가이드라인 제시(전자상거래 거래 시 반드시 참조)
 - 전자상거래 활성화를 위한 실질적인 프로그램과 이해관계자의 활동을 제시
 - 소비자 보호, 정보통신 인프라, 물류, 사이버보안과 관련된 집행기관 설립에 대한 세부규정 등은 2019년 내 추가될 예정
- 전자상거래 체계 구축으로 온라인 교역 규제 심화 전망
 - 범정부 차원의 제도 수립으로, 전자상거래 시장 모니터링 프로그램을 통해 거래행위를 실시간 감시할 예정

8) 할랄(Halal)은 아랍어로 ‘허가된, 허락된’이란 뜻이며, 할랄인증이란 무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법(Shariya)에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에만 부여되는 인증마크임

9) BPJPH(Badan Penyelenggara Jamina Produk Halal)설립으로 인증발급 절차 세분화 되나 기존의 인도네시아 할랄인증기관인 LPPOM MUI의 심사 결정 기능은 계속 유지

10) 할랄인증 여부의 라벨링 표기 의무는 2019년 10월부터 적용될 예정이나, 2017년 6월 한국 라면 4종류(삼양우동, 삼양 김치라면, 농심 신라면 블랙, 오뚜기 열라면)에서 무슬림이 금기시하는 돼지 유전자(DNA)가 검출되고 할랄식품의 여부를 표시하지 않아 문제가 된 사례가 있음. 당시 한국 라면 4종류는 유통된 제품 전량 회수조치가 내려졌고 수입허가도 취소되어 사실상 지금도 할랄 인증여부의 표기는 거의 의무라고 볼 수 있음 (조선닷컴, http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2017/06/19/2017061901986.html, 201706.19)

2. 한국제품 및 식료품 소비 트렌드

□ 한국산 제품 트렌드

표 2.1 한국산 제품 및 조제분유에 대한 현지 인터뷰(종합)

소비자 ¹¹⁾	현지 유통채널 담당자 ¹²⁾
- 한국제품 구매 라면류와 김, 스낵류를 주로 구매. 인터뷰대상자 모두 한국 조제분유는 구매 경험 없음 - 할랄인증 여부 매우 중요 - 한국제품 구매계기(구매 경험 있는 경우) 한국 영화와 드라마를 통해 호기심이 들고 한국제품이 점차 익숙해지면서 구매를 시도함 - 한국제품 구매 경험이 없다면, 그 이유 가격이 너무 비쌌. 한국제품을 구매해 본 지인들의 평은 좋으나, 쉽게 구매하기가 부담스러운 가격임 - 한국제품 구매요인 맛이 다양하고 세련된 맛이므로 선호 - 한국제품에 바라는 개선점 가격 인하. 한국제품가격이 굉장히 비싼 편 - 조제분유 구매 시 고려요인 지인들의 추천을 많이 신뢰하고, 제품의 성분을 고려하나 분유 제품의 가격 편차가 심하여 가격 또한 주요 선택기준이 됨 - 특이점 다른 브랜드보다 가격이 저렴하고 가장 인지도가 높은 Nestle와 Dancow, Chilmil 제품을 주로 구매	- 한국제품에 대한 소비자 반응 한국제품에 대한 소비자 호감도가 높아 소비자의 반응을 반영하여 한국제품 별도 세션을 마련해서 판매 - 한국제품 중 인기 있는 품목 김류, 라면류, 스낵류, 양념류 - 한국제품의 장점 현지제품과는 달리 맛도 다양하고 특색 있는 제품들이 많음 - 한국제품에 바라는 개선점 가격이 로컬제품에 비해 2배 이상 비쌌. 전반적으로 제품의 품질은 좋으나 제품가격이 지나치게 비싸서 외국인들이 주로 구매할 뿐 현지인들은 구매하기에 부담스러움 - 한국제품 유통경로 인도네시아에 있는 Kaifa Food나 무궁화 유통 공급업체 등을 통해 한국제품 납품받음 - 한국산 조제분유의 인지도 및 수출 시 조언 현재 입점 된 한국 분유 제품은 없으며 입점을 원할 경우, 반드시 MUI 할랄인증을 취득하여 준비할 것을 추천하고 인도네시아 식약청(BPOM)의 까다로운 검사절차에 대한 철저한 준비가 필요함에 주의. 또한 현지에서 직접적인 핸들링을 해줄 수 있는 수입업체와의 거래를 추천 - 특이점 제품분실의 우려로 조제분유의 박스 포장(중저가) 제품은 일반 매대에서, 알루미늄 캔(고가) 제품은 계산대 옆에 별도 진열하여 관리함(대부분의 유통점 관리 방법). 고가 제품보다 중저가 제품들의 매출 비중이 높음

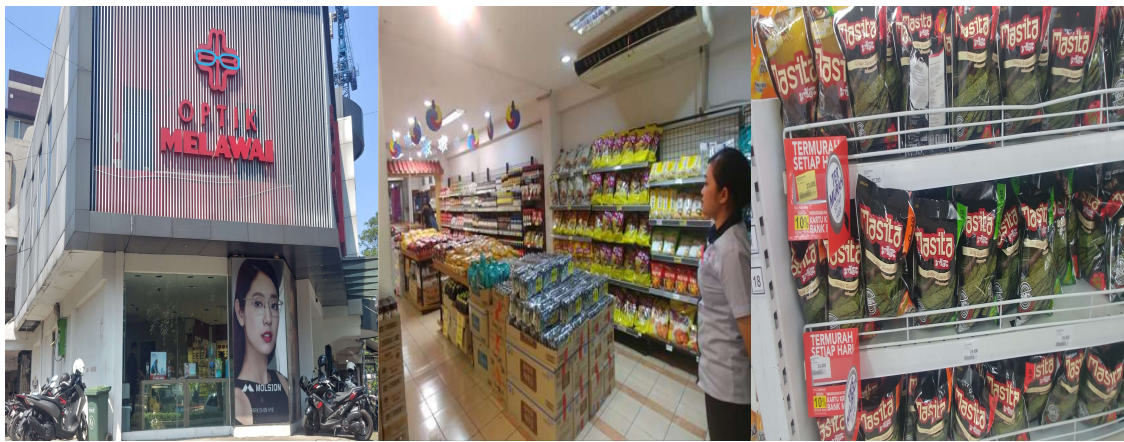
자료: 현지 조사원

11) 인터뷰대상자는 총 3명으로, Mrs. Lidia(여성, 32세, 주부), Mrs. Siti(여성, 35세, 회사원), Mrs. Euis(여성, 31세, 주부)를 대상으로 진행하였으며 인터뷰 진행 유통채널은 Hyper Mart, Griya, Setiabudhi 임

12) 인터뷰대상자는 총 6명으로, 유통업체별 조제분유 판매 담당자인 Mr. Avip(남성, 30대 초반), Mr. Swanto(남성, 20대), 입점 담당자인 Victor(남성, 34세), Mr. Arifin(남성, 매니저, 30대), Mr. Rusli(남성, 매니저, 30대), Mr. Roni(남성, 매니저, 30대)을 대상으로 진행하였으며 인터뷰 진행 유통채널은

□ 한류열풍에 따라 한국제품 인지도 상승

- 한국 드라마, 예능의 영향으로 한국제품에 대한 현지인의 인지도 및 인기 상승
 - 2017년 온라인 마켓 활성화로 한국제품이 이전보다 다양화 되고 광고 빈도수도 증가
 - 현지 업체에서 홍보모델로 '한류스타'를 활용
 - 한류 열풍으로 '한국제품 코너'를 별도로 운영하거나 한글을 마케팅의 한 방법으로 활용하는 사례가 있으며, 간식을 포함한 다양한 한국 가공식품을 쉽게 접할 수 있음



현지 안경업체의
홍보모델로 한류스타 활용

한류열풍으로
'한국제품코너'별도 운영

현지제조사 제품 패키지
전면에 '맛있다' 적어 마케팅

자료: 현지조사원

□ 온라인 매장 및 모바일 플랫폼을 활용한 식품 구매¹³⁾

- 그린 슈머(Greensumer)¹⁴⁾ 중산층의 성장과 함께 온라인 식음료 판매량이 꾸준히 상승하는 추세
 - 소비 트렌드를 주도하는 중산층에서 에코푸드에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 온라인 스토어 소비가 늘어나는 추세
- 교통난이 심한 도시 거주자들에게 시간적 효율성 제공
- 온라인 판매가 편의점의 매출 상승에 기여
 - 온라인 노출빈도가 증가함에 따라 수입 가공식품에 대한 거부감이 줄어들면서 동일, 유사 상품에 대한 소비가 편의점에서도 이루어짐

Setiabudhi, Carrefour, Giant, Griya, Yens Baby Shop 임

13) Euromonitor International(2017), USDA 「Indonesia Exporter Guide, 2017.12.18.」, aT 한국농수산물유통공사

14) 친환경 식품(Ecological Food, 이하 Eco Food로 약칭)에 대한 높은 관심으로 녹색 소비(Green Consumption)를 선호하는 소비자를 일컬음

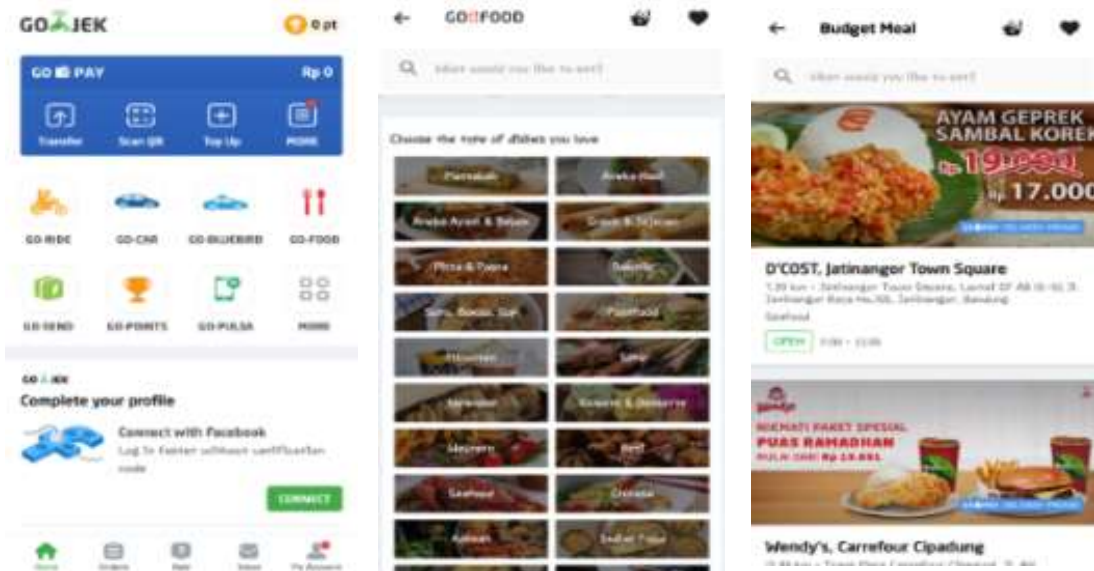
표 2.2 인도네시아 식료품 온라인 리테일 시장 현황

(단위: 10억 루피아)

시장규모					시장전망				
2013	2014	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
45.2	203.9	586.7	762.7	956.5	1,147.8	1,348.7	1,557.8	1,775.8	2,006.7

- o 인터넷 접근성의 개선으로 모바일 플랫폼 O2O 서비스¹⁵⁾인 ‘Go-Jek’의 인기 상승
 - 온라인 서비스의 진입장벽이 낮아지고, 무료 와이파이 제공처가 확대되면서 최근 인도네시아의 인터넷 이용자의 수가 매년 20% 이상 증가
 - 2012년-2017년 온라인 쇼핑 매출액이 470% 증가하였으며, 스마트폰을 통한 온라인 매출이 전체의 65%를 차지
 - 특히, Go-Jek 모바일 플랫폼은 식료품 배달뿐만 아니라 클리너, 마사지 관리자 등의 서비스도 함께 제공함으로써 젊은 도시 소비자층에서 인기 상승

표 2.3 고젝(Go-Jek) 어플리케이션 메인 화면 및 식료품 구매 화면



자료: 현지조사원

15) O2O는 온라인과 오프라인의 결합(Online to Offline) 및 융합을 기반으로 하는 비즈니스 모델을 뜻함. ICT산업의 핫 이슈로 O2O가 지속적으로 거론되고 있으며 국내대표 O2O 서비스로는 ‘배달의 민족’이 있음

3. 유통망 트렌드

□ 현대적 유통소매점을 통한 소비 확대

○ 미니마켓 및 편의점의 비중 증가 및 컨셉의 변화

- 인도네시아 마켓 트레이더 연합(IKAPPI)에 따르면, 2016년까지 미니마켓 산업은 가장 빠르게 성장하여 2006년 대비 약 4배 증가
- 최근 Circle K, Ministop, Lawson 등 다양한 미니마켓 후발업체가 생겨나고 있으며, 식료품 판매뿐만 아니라 식사코너 운영, 영업시간 확대 등 소비자의 편의 제공(기존 생필품 판매 위주에서 다양한 편의 제공의 컨셉으로 변화)
- 미니마켓 및 편의점의 판매 비중이 2017년 2분기까지 전체 유통시장의 9%까지 확대되었으며, 도시화, 가격경쟁력, 편의성, 입지 확대 등에 따라 앞으로 더욱 증가할 것으로 전망

표 2.4 식료품 유통시장에서 미니마켓 및 편의점의 비중



자료: Ipsos Analysis(2017)



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건 정보

통관 및 제도 개요

❖ 인도네시아 식품 수출입 프로세스

프로세스	주요내용	기타
수입신고 전 준비	무역면허(SIUP)	수출자는 수입업자에게 제품과 관련된 관계 서류 및 증명서 등 제공
	무역업/제조업 수입허가서(API)	
	동물성 제품의 수입업자 등록(RI-Animal Product)	
	세적등록(NPWP)	
	관세청 등록증(NIK)	
관세 납부 및 수입신고	관세 납부 후 EDI 통하여 수입신고서 전송	관세액 산정기준은 CIF 금액 기준이며, 사전에 수입신고방식 확인
	통관 세관에 따라 수입신고 방식 상이	
물품검사 및 반출	4가지 통관 채널별 기준 및 검사	Red Channel
		Green Channel
		Yellow Channel
		MITA Channel

❖ 인도네시아 HS CODE 0402류

HS CODE 품명	구분	세율	원산지 기준
0402류 밀크와 크림	실행세율	5%	-
	한-ASEAN FTA	협정세율 0%	체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것

❖ 선적 전 검사제도

선적항에서 수출품을 검사하는 제도로, 인도네시아 확인 결과 0402류는 선적 전 검사제도에
해당 여부 확인 어려우므로 수입업자와 협의 필요

❖ 인증정보

인증 명	발행/검사기관	성격	제출서류
SNI	인도네시아 국가 표준기구	필수 (해당 품목)	LSPRO 관련 서류
ML	인도네시아 식약청	권장	건본, 라벨, 위생증명서 등
HALAL(MUI)	인도네시아 이슬람협회	필수 예정	생산절차, 재료 상세정보 등
HACCP	식품의약품안전처	권장	영업허가증, 생산 또는 영업실적, 운용실적 등

❖ 라벨링

- 라벨에 기재되어 있는 모든 내용을 인도네시아어 번역본을 제출한 뒤, 심사받아야 함
- 수입제품 라벨링에 사용되는 언어는 인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 한정

❖ 위생요건

- 식품첨가물 표기 전 상단에 굵은 체로 작성해야 하며 법규에 명시된 '조제분유' 기준치 한도를
사전에 확인 및 준비할 것

1. 통관 및 검역

1) 수입통관절차

① 수입신고 전 준비

표 3.1 사전 필수 기본 구비서류 항목 및 발급기관

서류 명	상세구분 및 세부사항	발급기관
무역면허(SIUP)	무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan)	One Stop Sho Service
수입 허가서 ¹⁶⁾	제조업 수입허가서(API-P)	무역부 단, 외자법인(PMA)은 투자조정청(BKPM)에서 발급대행
	무역업 수입허가서(API-U)	
세적등록(NPWP)	세적등록(Nomor Pokok Wajib Pajak) : 납세자 식별번호	법인의 주소지 관할 세무서
관세청 등록증(NIK) ¹⁷⁾	관세청 등록증(Nomor Identitas Kepabeanan)	인도네시아 관세청

자료: 주인도네시아 대한민국대사관, 관세사 의뢰

- 수입 물품에 따라 별도로 특별지정품목 수입허가서(NPIK, Nomor Pengenal Importir Khusus, Special Importer Identity Number) 준비¹⁸⁾해야 하며, NPIK는 5년간 유효하고 수입자는 매월 15일 수입 내역을 무역부에 보고해야 함
- 지정 수입자 허가(IT) 구비
- SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상 품목¹⁹⁾의 경우 수출국에서 사전 준비 필요

16) API-P(Angka Pengenal Impotir-produsen)는 생산설비를 보유한 제조업체에 한하여 발급되는 수입 허가서이며, API-U(Angka Pengenal Impotir-umum)는 생산설비가 없는 무역·유통·건설 업종에 발급되는 수입허가서로 수입업자는 하나의 API만 발급 가능

17) NIK(Nomor Induk Kepabeanan)은 관세청의 정보기술 및 입력시스템을 이용하기 위한 개인등록번호로, 인도네시아 관세청 홈페이지에 접속하여 양식다운 뒤 관련 내역을 기재하여 자료를 제출한 이후에 관세청의 실사를 받고 승인을 받으면 됨. 수입자를 포함하여 인도네시아 관세청 통관 서비스를 제공받는 통관사(PPJK), 수출업자, 운송업체, 기타 업체들도 모두 NIK를 구비 해야 함(‘관세청 등록 관련 규정’, 인도네시아 재무부 규정 No. 63/PMK/4/2011)

18) 대상 제품군은 옥수수류(Jagung), 쌀류(Beras), 대두류(Kedelai), 당류(Gula), 직물과 그 제품(Tekstil dan Produk Tekstil), 신발류(Sepatu), 전자제품과 부품(Elektronika dan Komponennya), 어린이용 장난감(Mainan Anak-Anak) 등 8개 품목군으로 관련 법령은 인도네시아 무역부 장관령인 No. 141/MPP/KEP/3/2002와 No.07/M-DAG/PER/3/2008임. 그러나 의뢰제품인 ‘조제분유’는 지정품목에 포함되지 않아 해당 서류준비 불필요

19) SNI는 제품에 대해 품질, 규격, 안정성 등에 대한 국가 공인 인증임. 식품의 경우 밀가루, 설탕, 코코아 파우더, 물, 커피 조제품 등이 SNI 강제표준인증 대상으로 조제분유는 강제인증대상으로 파악되지 않음(SNI 강제인증품목 2014년 4월 기준)

□ 사전 필수 구비서류 및 발급절차

- 무역면허 (SIUP, Surat Izin Usaha Perdagangan)
 - 인도네시아에서 무역 활동을 수행하려는 모든 사업자는 의무적으로 발급을 받아야 함
 - SIUP 는 인도네시아 산업자원부의 One Stop Sho Service(간편 업체 서비스)를 통해 신청할 수 있음

표 3.2 SIUP(무역면허) 발급 상세사항

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) 의 신청	
필요서류	1. 기업 Articles of Association (정관)(사본) 2. 업체 주소 및 위치 확인서 3. 업체 대표자 혹은 이사의 신분증 (사본) 4. 공증된 문서
소요기간	5-9 근무일
비용	소규모 기업의 경우 최소 400,000 - 500,000 IDR 중견기업의 경우 최소 600,000 - 700,000 IDR 대형기업의 경우 최소 750,000 - 1,000,000 IDR에서 출발

- 수입업자 등록 번호 (API, Importer Identification Number)
 - 수입업자의 무역 활동을 위해 NIK와 더불어 수입업자 등록 번호(API)는 필수적 취득 요건²⁰⁾

표 3.3 API 발급 상세사항

Importer Identification Number (API) 의 신청	
필요서류	1. 공증된 기업 Memorandum of Association (설립취지서) (사본) 2. 소재 지역 관할청에서 발급한 기업 본사 소재지증명서 (사본) 3. 투자 등록서 (사본) 4. 투자 Approval in Principle (기본승인서) (사본) 5. BKPM에서 발급한 사업면허 (사본) 6. 납세자 ID 번호 (NPWP) (사본) 7. 기업 등록 증명서 (TDP) (사본) 8. 이사회 임원의 주민 ID 또는 여권 (사본) 9. IMTA (사본) 10. 이사회 전원의 붉은 바탕의 3x4 사진 2매
신청기관	인도네시아 투자조정위원회(BKPM) 산하 통합서비스국(PTSP)
소요기간	5 근무일
비용	6,000 IDR
유효기간	5년

20) 단, 관측제품, 연구개발목적의 제품, 자가 섭취의 제품, 일시적인 기간 내 수입되는 특정제품이나 빈도가 적은 수입제품은 API 없이도 수입 가능(수입업자 등록 번호 관련 규정, 인도네시아 무역부 규정, No. 54M-DAG/PER/9/2009)

- o 동물 및 동물성 제품의 수입업자 등록 (RI-Animal and Animal Product)
 - 동물 및 동물성 제품의 수입업자(RI-Animal and Animal Product)는 정부로부터 수입자로 인정받아야 함

표 3.4 동물 및 동물성 제품의 수입업자 등록 상세사항

RI-Animal and Animal Product 의 신청	
필요서류	RI-Animal and Animal Product로 지정받기 위해 기관 담당자에게 아래의 첨부서류를 전자적으로 제출해야 함 • 사업의 설립 및 변동 증명서 • 무역면허 (SIUP) • 사업자 등록증 (TDP) • 납세자 등록 번호 (NPWP) • 수입업자 등록 번호 (API) • 법령에 따른 번식장 소유권 증빙자료 및 동물보호소 증빙자료 또는 동물보호소의 기준을 충족하는 동물보호소와의 계약서 • 냉장 저장시설 소유권 증빙자료 및 동물성 제품의 운송을 위한 운송수단의 소유권 증빙자료
처리 시간	신청서 제출일로부터 3일
유효 기간	승인은 2년간 유효하며 연장 가능

표 3.5 동물 및 동물성 제품의 수입승인²¹⁾

RI-Animal and Animal Product의 수입 승인 상세사항	
필요서류	RI-Animal and Animal Product로 지정받은 업체가 동물 및 동물성 제품을 수입하려는 경우, 정부로부터 수입승인을 받아야 함 • IT-동물 및 동물성 제품 허가서 (사본) • 6개월에 걸친 동물 및 동물성 제품의 수입 계획 • 동물성 제품 및 신선 동물성 제품의 수입에 대한 농림부 추천서 • 위생증명서 (Certificate of Health)

21) 수입승인을 받기 위해서는 No.46/M-DAG/PER/8/2013 Appendix 1 및 Appendix 2를 따르며, 해당 물품에 따라 상이

② 관세 납부

- 수입신고서 작성 후 관세 납부가 이루어져야 하며, 관세 등 조세 납부 후 EDI(Electronic Data Interchange)를 통하여 수입신고서를 세관에 전송
- 관세액 산정기준은 CIF(Cost, Insurance and Freight, 운송비 보험료 포함) 금액 기준

③ 수입신고

- 통관 세관에 따라 수입신고 방식(EDI, 전자서류, 서류)이 상이하므로 사전에 신고방식 확인 필요

* 수입신고 필요서류

- ▶ 수입신고서
- ▶ 수입 허가증(수입 라이선스)
- ▶ 상업 송장(Commercial Invoice)
- ▶ 포장명세서
- ▶ 선하 증권 또는 항공화물운송장(Bill of Lading)
- ▶ 원산지 증명서 등

④ 물품검사 및 반출

4-1. 서류심사 및 물품검사

- 수입신고 된 화물은 위험도에 따라 4가지 채널로 분류

표 3.6 인도네시아 통관 채널 분류

채널 종류	해당 기준	검사		소요기간
		서류검사	물품심사	
Red Channel (고위험)	신규 및 고위험 품목 수입자 또는 고위험국가 수입제품	○	○	관세 납부 후 5-7일 이내
Yellow Channel (위험)	Red Channel 지정 후 1년간 관세법규 위반 사실이 없는 경우	○	X	관세 납부 후 3-4일 이내
Green Channel (우수)	Yellow Channel 지정 후 3개월간 관세법규 위반 사실 없는 경우	○	X	관세 납부 후 12시간 이내
MITA (Non)Priority Channel (최우수)	신용 및 재정이 매우 우수한 수입업자	X	X	관세 사후 납부

자료: 인도네시아 관세청(INTR, Indonesia National Trade Repository), 관세사 의뢰

4-2. 물품반출

- 서류심사 및 물품검사 결과 이상 없는 경우 통관이 승인되며, 화물 출고동의서가 발급됨
- 화물출고동의서 창고제출 후 물품반출 가능

2) 식품검역

□ 관세제도

- 한국의 관세율표는 분유를 체계상 전지분유(0402.21-1000호), 탈지분유(0402.10-1010호)와 조제분유(1901.10-1010호)로 세분화하여 세번이 각기 상이
 - 조제분유가 전지분유 및 탈지분유와 비교하여 4단위 세번이 상이한 이유는 1901호 해설에 “영유아·어린이의 식용이나 식이요법용으로 사용하는 가루 상태나 액체 상태의 조제품과 2차성분(예: 곡물의 분쇄물·이스트)을 첨가한 밀크로 구성된 조제품”의 규정을 적용하였기 때문에 조제분유는 각종 영양소를 첨가한 1901호에 분류하도록 규정하고 있음
- 그러나 인도네시아에서는 각종 분유(조제분유 포함)에 대하여 0402호에 분류하고 있으며, 제품의 성분함유량에 따라 0402호 내에서 세부 소호를 결정
- 한국에서 수출신고 시의 세번과 인도네시아에서 수입신고 시의 세번이 상이한 점에 대하여 유의

표 3.7 인도네시아 세번 분류

세 번	Description	실행세율	한-아세안 FTA 협정세율
0402	밀크와 크림(농축하였거나 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 것으로 한정)		
0402.10	가루 모양·알갱이 모양이나 그 밖의 고체 상태인 것으로서 지방분이 전 중량의 100분의 1.5 이하인 것	5	0
0402.21	가루 모양·알갱이 모양이나 그 밖의 고체 상태인 것으로서 지방분이 전 중량의 100분의 1.5를 초과하는 것	5	0
0402.29	기타	5	0

□ 유아용 조제분유 검역절차

- 농림검역사무소장 조례 No.436.a/KPIS/PD.670.320/11/07 “우유 및 우유제품의 동물성 제품에 관한 검역항목 및 절차”를 따라야 함

표 3.8 조제분류 검역 내용

순서	내용	상세사항
1	검역 요청	수입업자는 화물 도착 최소 2일 이전에 검역담당관에게 화물의 도착을 알리는 통보서와 검역조사 요청서를 제출
2	서류검사	검역담당관은 다음과 같은 서류가 구비 되었는지를 확인 - 건강증명서 또는 위생증명서 ²²⁾ - 원산지 증명서 - 위험 요인 분석 증명서 - 동물성 제품의 수입과 관련된 API 및 IP 수입 허가서 - 원산지, 생산공정, 성분, 생산자/제조자의 상호, 제품 유형, 유통기한, 생산번호, 목적 등이 표시된 제품등록서 - 우유 또는 크림이 인가된 처리공장에서 이슬람 절차에 따라 처리가 되었다는 Halal 증명서 (또는 유사 증명서)
3	실물조사	서류상의 하자 또는 위반 내용이 없으면 실물조사 수행 - 우유 수송의 Codex 요구조건 충족 여부를 확인하기 위한 운송수단의 검사 - 포장 검사 - 포장 온도 검사 - 적재 방법 - 봉인 및 라벨 - 분류의 실물조사
4	실험실 분석	- Organoleptic (감각기관) 시험 - 중금속 및 기타 유해물질 잔류량 시험
5	증명서 발급	요구조건을 충족하고 검사관들의 이상소견이 없을 경우, 물품 인도 증명서를 발급

□ 선적 전 검사제도(Pengawasan Post Border)

- 무역부 장관이 지정한 감독관이 선적항에서 수출품을 검사하는 제도로 2009년부터 아동용 완구, 신발류, 식음료, 가전제품, 의류, 철강제 등과 같은 품목에 적용
 - 인도네시아 측에 문의해 보았으나 조제분류 품목 HS 코드 0402류는 선적 전 검사 대상 여부 확인이 어려워 바이어를 통한 협의 필요

²²⁾ 원산지 국가의 인가된 기관에 의하여 제품이 위생과 관련된 표준요건을 충족하고, 건강한 동물을 확인하는 축산의 기술요건을 충족하고, HACCP/GMP 요구조건이 충족되었다는 것이 확인되어야 함

3) 한-ASEAN FTA²³⁾

- 원산지 결정기준 (HS CODE: 0402.10호, 0402.21호, 0402.29호 동일)
 - 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한정
 - 계약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정
 - 45% 이상의 역 내부가치가 발생한 것
- 직접운송원칙
 - FTA에 따른 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 △원산지 결정의 충족 △협정당사자 간의 직접운송원칙을 모두 충족해야 함
 - 이에 한국에서 인도네시아로 직접 운송된 경우에만 FTA 적용 가능함 (단, 지리적·운송상의 목적으로 단순 경유 경우는 제외)
- FTA 원산지 증명서²⁴⁾

증명방식	증명 주체	증명서 유효기간	사용횟수	유의 사항
기관증명	정부 기관 한국: 세관/상공회의소	1년	1회 사용원칙 (분할 가능)	A4용지에 컬러로 인쇄되어야 하며, 뒷장에는 반드시 Overleaf notes를 함께 출력

자료: TradeNAVI(2018)

- 한-ASEAN FTA로 협정세율 0% 적용

수입국	FTA 협정	해당국 HS코드	기본세율	협정세율
인도네시아	한-ASEAN FTA	0402.10호 0402.21호 0402.29호	5%	0%

자료: 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id), 관세사 의뢰

- 23) 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨. FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율 (MFN)보다 낮은 FTA 협정세율을 우선으로 상호 적용할 수 있음. 한-ASEAN FTA에서는 양허대상 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문 상의 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정세율을 적용받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음
- 24) 수출 신고필증, 원산지소명서, 제조공정도 등 관련 서류를 구비 하여 전자적인 방법으로도 원산지 증명서 발행 신청이 가능

2. 인증정보

□ 국가표준인증제도(SNI: Standar Nasional Indonesia)

SNI		
인증/검사명	SNI	
인증 설명	- 인도네시아 정부령 2000년 102호(PP. No. 102 Year 2000)에 따라 인도네시아에서 SNI 강제 인증리스트²⁵⁾ 내 품목 수입 및 생산 시 인증이 필요하며 품질 혁신을 도모하고 유해한 제품의 유통을 근절시키기 위해 최근 SNI 인증 의무화가 강화되는 추세 - 현 운영되는 SNI는 국가품질보증 ISO9000을 근간으로 제품의 규격과 생산과정에 관한 국가표준인증제도로 인정 - SNI는 △강제인증 품목과 △자발적 인증품목으로 구분되어 있으며 2014년 4월 기준 강제인증 품목은 268개(밀가루, 설탕 등), 자발적 인증 품목은 7,370개임	
발행/검사기관	Bureau of Standard Nasional (BSN, 인도네시아 국가 표준기구)	
성격	자발적 인증 품목	
제출서류	LSPro (http://lspro.depperin.go.id)에서 관련 서류를 다운로드 및 작성하여 제출하며 신청서는 영어로 작성해도 무방하나 인허가 관련 서류는 인도네시아어 번역본도 제출해야 함	
비용	인도네시아 기업: 평균 US 1,500, 외국기업: 평균 US 5,500	
소요기간	2개월 - 최대 1년	
인증절차	1) SNI 인증신청 - LSPro로 인증 신청서를 제출함 - 인도네시아 현지 법인이나 인도네시아 수입업체(현지 법인이 없는 경우, 기업에서 지정)만 SNI 인증신청이 가능하므로 주의 요망 2) 서류심사 - LSPro 에서 구비 서류를 검토 3) 기술심사 - 샘플 테스트와 공장 실사를 통해 심사함 - 샘플 테스트 검사관 1인과 공장 실사 담당관 2-3인을 통해 SNI 자격 요건 충족 여부를 결정²⁶⁾ - ISO9000 인증을 보유한 경우, 심사 기간을 단축할 수 있으므로 관련 기업은 국제표준인증을 우선적으로 취득한다면 유리함 4) 최종패널 심사 - 의장 1인과 7인의 패널이 서류심사와 기술심사를 바탕으로 SNI 인증 발급 여부를 최종적으로 검토함 5) SNI 인증 발급 - 유효기간은 3년이며 연장신청을 하더라도 재심사 필요	

□ 수입식품 등록제도 : ML (Makanan Luas)

ML 	
인증/검사명	ML
인증 설명	일부 예외품목 ²⁷⁾ 을 제외하고 인도네시아로 수입되는 모든 가공식품은 유통 이전에 인도네시아 식약청(BPOM)에 제품을 등록하고 등록 번호를 발급받아야 함
발행/검사기관	Badan POM (BPOM, 인도네시아 식약청)
성격	의무
제출서류	- 식품의 견본 - 인도네시아 사업면허 - 위생증명서 - 수입업자 정보 - 제품 성분 및 품질증명서 - 라벨 및 소개문 - 생산공장 추천서 - 제품등록서 - 식품 일반 정도 - 생산공정 설명서 등
비용	제품당 약 USD 70-700
소요기간	6개월
인증절차	○ 위 서류를 제출한 뒤, BPOM이 품질관리 및 최종검사를 진행하면 결과에 따라 제품등록이 승인/ 조건부 승인/ 거부로 구분되어 통보됨 ○ 등록평가는 일반 서비스와 신속 서비스, 두 종류로 구분 1) 일반 서비스: 중간 및 높은위험의 식품 또는 첨가물을 평가 - 사전평가 후 은행지급 (추가 데이터 요청) - 등록 승인 2) 신속 서비스: 저위험 식품 및 빠른결정이 가능한 첨가물을 평가 - 사전평가 없이 평가, 은행지급 - 등록 승인 ※ 해외식품인증정보포털 Foodbert의 할랄-국가별정보-인도네시아-수입제도 (진입장벽) 메뉴에서 세부절차 확인 가능

25) 해당 의뢰품목(건과류 조제품)은 강제인증품목에 해당 사항 없음(2014년도 4월 SNI 강제인증품목 기준)
 26) SNI 신청업체가 해외에 소재할 경우 실사 담당관의 항공요금과 체류비용은 업체가 부담해야 하며, 검사관이 채취한 샘플은 제조자가 인도네시아 시험소로 보내 시험을 받음. 정기 공장심사는 매년 1회 요구됨

□ 할랄인증제도: MUI

MUI						
인증/검사명	Halal(MUI)					
취득 요건	- 모든 원재료, 양념, 첨가제, 도구는 하람 요소를 갖지 않아야 함 - 생산과정 시 사용되는 도구는 할랄 제품 생산에만 사용되어야 함 - 생산자는 생산과정, 저장, 운송 및 판매 시 교차오염 가능성을 배제해야 함					
발행/검사기관	LOPPOM MUI ²⁸⁾ (MUI, 인도네시아 이슬람협회 산하기관)					
성격	- 2016년: 축산물 가공식품 및 유제품 의무 - 2019년 전 수입제품 의무(10월부터)					
제출서류	- 기업/사업체 등록증 - 공장 및 창고 설비 위치도 - 주요 재료에 대한 상세정보 - 공정도표 및 생산절차 - 현지 당국의 생산허가증 - 신분증, 여권사본 - 제품 정보 - 생산업체, 재료공급업체 정보 - 포장 재료 정보 - 제품 프로세스 흐름도 등					
비용	제품당 약 USD 15,000					
유효기간 ²⁹⁾	2년					
인증절차	할랄인증 단계는 수행하는 주체에 따라 크게 LPPOM MUI, 기업으로 구분 <table><tr><th>LPPOM MUI</th><th>기업</th></tr><tr><td> · 할랄 인증의 정책 및 절차 · 할랄 보증 시스템(HAS) 기준 · 감사 · 파트와(Fatwa) 위원회 </td><td> · 할랄 보증 시스템(HAS) 매뉴얼 이행 </td></tr></table> [1단계] 사전감사 (서류 적정성 평가): 등록 및 할랄인증 서류 제출 [2단계] 감사 회의 평가 (HAS 평가): 실험실 분석 (동물기반제품, 하람원료제품) [3단계] 파트와(Fatwa) 위원회 회의 [4단계] 요구사항 충족되면 최종 할랄 인증서 발행 ※ 해외식품인증정보포털 Foodberti의 할랄-국가별정보-인도네시아-할랄인 증 매뉴얼에서 세부절차 확인 가능		LPPOM MUI	기업	· 할랄 인증의 정책 및 절차 · 할랄 보증 시스템(HAS) 기준 · 감사 · 파트와(Fatwa) 위원회	· 할랄 보증 시스템(HAS) 매뉴얼 이행
LPPOM MUI	기업					
· 할랄 인증의 정책 및 절차 · 할랄 보증 시스템(HAS) 기준 · 감사 · 파트와(Fatwa) 위원회	· 할랄 보증 시스템(HAS) 매뉴얼 이행					
타국 인증서 교차인정 여부	불인정, 한국이슬람교 중앙회(KMF)에서 발행한 할랄인증도 교차인정 ³⁰⁾ 불가					

27) 예외품목은 △상온에서 7일 이하의 유통기한을 가진 가공식품 △정부 또는 사회복지기관에서 기부되는 가공식품 △BPOM에 등록된 연구 또는 개인섭취 등 특수목적 위해 수입되는 소량의 가공식품

28) LOPPOM MUI는 Limbapa Penkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) 인도네시아 이슬람 단체인 MUI(Majelis Ulama Indonesia, 인도네시아 율법학자위원회) 산하기관으로 할랄 인증을 담당하고 있음

29) 할랄 라벨이 발급되고 나면 사업주는 할랄 라벨을 잘 보이는 제품 표면에 반드시 부착해야 하며 발급 이후에도

□ HACCP (품질 안전인증)³¹⁾

HACCP 	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품안전관리인증원
성격	권장
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원 (인증변경의 경우 10만 원)
소요기간	1년 전후
유효기간	3년
인증절차	1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치

6개월마다 LPPOM-MUI에 주기적으로 보고하고 제품재료 변경 시 변경사항에 대한 별도 허가를 받아야 함
 30) LPPOM-MUI는 교차인증기관으로 JAKIM(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia), MUIS(Majlis Ugama Islam Singapore), Halal Control, IFANCA(Islamic Food and Nutrition Council of America)를 인정하고 있음. 한국이슬람교 중앙회 KMF(Korea Muslim Federation)에서 발행하는 할랄인증은 아직 인정절차 추진 중
 31) 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.co.kr), 한국인증정보원(www.kcis.co.kr)

3. 라벨링

□ 라벨링 주의사항

- 지난해 돼지 DNA 검출 사건 이후, 수입식품등록(ML) 심사과정에서 “돼지고기”가 재료로 직·간접적으로 제품에 들어가 있는 경우, 해당 사항을 표기하도록 함
- 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)에 수입식품 등록 시, 심사과정에서 제품의 포장에 있는 라벨 내용에 대한 적절성과 문구 내용에 대해 심사함
- 인도네시아 외의 언어로 작성되어 있다면 라벨에 기재되어 있는 모든 내용을 인도네시아어 번역본을 제출한 뒤 심사를 받게 되어있으므로 주의해야 함
- 수입제품 라벨링에 사용되는 언어는 인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 한정함

□ 할랄 라벨링 규정사항

- 한국에서 제조된 제품 중 할랄이 인증된 식품의 경우, 할랄 라벨링은 인도네시아 MUI 할랄인증을 받은 제품에만 표기가 허용되고 이외의 할랄 기관의 로고와 표기는 통관에서 불허를 받음
- 할랄 라벨 신청은 식품의 등록 심사 시, 할랄 인증서와 제품 디자인 라벨링을 함께 신청하여 승인을 받아야 함

표 3.9 라벨링 표시사항 예시

표시사항	라벨링 예시
- 제품명 - ML 등록번호 - 수입업체 정보 - 제조업체 정보 - 구성 성분 - 제조코드 - 유통기한 - 순 중량	The image shows a detailed view of a nutritional label on a product container. The title is 'INFORMASI NILAI GIZI'. Below it, it specifies the serving size as 'Takaran Saji : 6 sendok takar (30 g / 200 ml)' and the amount per container as 'Jumlah Sajian Per Kemasan : ± 23'. The main table lists nutrients in Indonesian, such as 'Lemak Total', 'Protein', 'Karbohidrat', and various vitamins and minerals, with columns for the quantity and the percentage of the Recommended Daily Allowance (% AKG). At the bottom, there's a section for ingredients ('Bahan mengandung:') and a warning ('PERHATIAN!') stating 'Tidak cocok untuk bayi berusia di bawah 1 tahun'.

자료: 현지조사원

4. 위생요건 정보

□ 식품첨가물 규정³²⁾

- 식품첨가물 표기 전 상단에 다음과 같은 문구를 굵은 체(bold)로 작성

[인도네시아어] : “Jumlah per sajian”

[한국어] : “1인분 당 함량”

- 표시 규정

표 3.10 표시 규정예시

5mg 미만은 0mg으로 표기함 (예) 4mg의 경우, “Natrium 0mg”
5 - 140mg 사이의 경우, 5단위로 반올림하여 표기함 (예) 28mg의 경우, “Natrium 30mg”
140mg 이상일 경우, 10단위로 반올림하여 표기함 (예) 255mg의 경우, “Natrium 260mg”

자료: 식품산업통계정보

- 나트륨 AKG 표기, 지방함량 표기, 단백질, 콜레스테롤, 식이섬유 등 표기방법 동일

- 식품 미생물 기준

No.	식품 분류	미생물	최대 한도
1	무균 포장 살균 식품	TPC (30c, 72hour)	<10/0.1ml or <10/0.1g
2	기타 가공식품	TPC (30c, 72hour)	1x10 ⁴ / g or ml
		Coliform MPN	<3/g or /ml
		Salmonella sp.	negative/25g or negative/25ml
		Staphylococcus aureus	negative/g or negative/ml

자료: 식품산업통계정보

³²⁾ 인도네시아 수출 시, 인도네시아 식약청(BPOM)이 검사에 가장 중점을 두는 부분은 미생물과 중금속 기준이므로 법규에 명시된 기준에 따른 적정 기준치 이상의 한도를 사전에 확인 및 준비해야 함

o 식품의 중금속 오염물 종류와 최대 한도³³⁾

No.	종류	최대 한도 (ppm or mg/kg)
1	비소(Arsenic)	0.1
2	카드뮴(Cd: Cadmium)	0.1
3	수은(Hg: Mercury)	0.05
4	납(Pb: Plumbum)	0.1

자료: 식품산업통계정보

o 조제분유 미생물 기준

No.	가공식품 종류	미생물 종류	n	c	m	M	분석방법
01.5	분유 및 크림 가루, 유사 분유 (플레인)	TPC	5	2	10 ⁴ colony/g	10 ⁵ colony/g	ISO4833-1:2013; SNI2897 :2008
		Enterobacteriaceae	5	0	10 colony/g	NA	ISO21528- 2:2004 SNI ISO6888-1:2012; SNI2897: 2008
		Staphylococcus aureus	5	2	10 colony/g	10 ² colony/g	SNI ISO 6888-1:2012; SNI2897:2008
		Salmonella	5	0	negative/25g	NA	ISO 6579:2002; SNI 2897:2008

자료: 인도네시아 식약청(BPOM) No.16/2016 규정

o 식품첨가물 19개 금지물질 목록³⁴⁾

- Boric acid
- Salicylic acid and its salt
- Diethylpyrocarronate (DEPC)
- Dulcin
- Formaldehyde
- Potassium bromate
- Potassium chlorate
- Chloramphenicol
- Brominated vegetable oils
- Nitrofurazone
- Dulcamara
- Cocaine
- Nitrobenzene
- Cinnamyl anthranilate
- Dihydrosafrole
- Tonka bean
- Calamus oil
- Tansy oil
- Sasafras oil

33) 식품 분류 목록 중 '건과류 조제품'에 가장 해당이 되는 식품을 기준으로 작성됨

34) 식품첨가물에 대한 보건부 규칙(2012.07.12.), No 33/2012



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정기준 및 지표
2. 경쟁제품 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 OVERVIEW

제품분석 결과(평균)

	평균가격	수입제품: Rp. 176,766 (약 13,664원) 현지제품: Rp. 119,033 (약 9,201원)
	원료(성분)	Vitamin, Protein, Sucrose, Niacin, Folic acid, Zinc, Sodium, Potassium, Iron, DHA, Lactose, Mineral 등
	유통기한	1년 6개월
	포장형태	알루미늄 캔 박스 포장

대표 분석제품 상세

		
위 사진과 같이 박스 포장과 알루미늄 캔으로 된 포장, 두 가지 형태가 있으며 박스 포장 제품이 더 저렴함	대부분 알루미늄 캔 형태로 포장되어 있으며, 영유아 연령에 따라 1-4단계로 나누어 제품에 표기하여 판매	최고급 프리미엄 제품으로 인정 받아 저렴한 제품에 비해 가격이 2배 이상 비싼 편

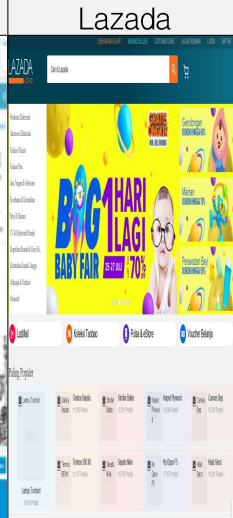
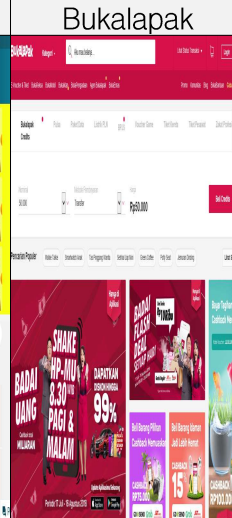
- 온라인상 및 현지 유통되고 있는 조제분유 제품 중 한국제품은 존재하지 않음
- 현지제품과 수입제품의 평균가격은 약 0.5배 차이 남
- 현지에서는 한국 조제분유 제품에 대한 인지도가 거의 없고, 현지 유통되고 있는 제품의 선호도가 강해 현지 진출 및 마케팅 시 고려 필요

1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

○ 분석기준 및 지표설정

- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

○ 대표 방문매장

온라인				
elevenia	Tokopedia	Blibli	Lazada	Bukalapak
				
elevenia.co.id	tokopedia.com	blibli.com	lazada.co.id	bukalapak.com

오프라인 ³⁵⁾			
Carrefour	GS Supermarket	Hyper Mart	Indomaret
			
Kota Bandung, Jawa Barat 40162	Kota Bandung, Jawa Barat 40117	Kota Bandung, Jawa Barat 40117	Bandung, Jawa Barat 40394

35) 다음의 오프라인 매장은 대표로 설정해 놓은 것이며, 방문매장은 전통시장 2곳, 현대적 유통채널 13곳으로 총 15곳을 방문하여 종합 비교하여 선정한 대표 경쟁제품임

2. 경쟁제품 분석

① 온라인

구분		제 품 #1	제 품 #2
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (앞면)		
	제 품 이 미 지 (뒷면)		
제 품 스 펙	제 조 사	Bebelac	SGM
	제 품 명	Bebelove 1 Susu Formula Bayi	SGM Ananda Presinutri 2 Susu Formula
	제 품 특 성	- 1단계: 0-6개월 유아용 - 설탕 무첨가 - 소화기 건강을 위한 FOS 프리 바이오 틱, 칼슘, 철분 및 기타 성분 함유 - 2단계(6-12개월)도 판매	- 2단계: 6-12개월 유아용 - 필수 아미노산, 철분, 콜린 및 프리 바이오 틱 포스 이눌린 함유 - 혈액 세포 형성에 도움
	용 량 (g)	800g	1,000g
	제 품 가 격	126,900 IDR (약 8,524원) ³⁶⁾	79,600 (약 6,023원)

36) 10,000루피아(IDR) = 757원(KRW)(KEB 하나은행 고시 기준, 2018.08.30)

구분		제 품 #3	제 품 #4
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (앞면)		
	제 품 이 미 지 (뒷면/기타)		
제 품 스 펙	제 조 사	Nutrilon	Enfamil
	제 품 명	Nutribaby Royal 2 Pronutra Susu Formula	Enfamil A+ Gentle Care Susu Formula Bayi
	제 품 특 성	- 유아용 수식 우유제품 - 오메가 3과 6, 콜린, 타우린, 프리 바이오틱스 FOS-GOS, AA와 DHA, 미네랄 12개, 비타민 18개 함유 - 재고 여부에 따라 사전통지 없이 제품의 디자인 또는 포장 변경될 수 있음	- 0-12개월 유아용 수식 우유 제품 - 가수 분해 단백질 함유한 우유 사용(알레르기 방지) - DHA 및 ARA 수준 테스트 완료 - 유당 수준을 20%로 하여 아기에게 필요한 영양소 설정
	용량(g)	400g	900g
	제 품 가 격	90,000 IDR (약 6,813원)	343,000 IDR (약 25,965원)

구분		제 품 #6	제 품 #7
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (앞면)		
	제 품 이 미 지 (기타)		
제 품 스 펍	제 조 사	Nestle	Nestle
	제 품 명	Nestle Dancow	Lactogen 1 Susu Bayi Formula
	제 품 특 성	- 유아용은 Nestle Danstart로 판매하며 1-3살의 우유 조제품은 Nestle Dancow로 명하여 판매 - 프로 바이오틱(probiotic), DHA 등을 함유하여 뇌의 신경 섬유와 시냅스 형성에 도움을 줌 - 바닐라 맛 첨가	- 네슬레의 중가 제품 (Nestle Danstart는 중저가 상품) - 1단계: 0-6개월 유아용 제품
	용 량 (g)	800g	750g
	제 품 가 격	82,000 IDR (약 6,207원)	110,000 IDR (약 8,403원)

구분		제 품 #8	제 품 #9
제 품 이 미 지	제 품 이미지 (앞면)		
	제 품 이미지 (기타)		
제 품 스 펙	제 조 사	Morinaga	S-26
	제 품 명	Chilmil SOYA	S26 Promil GOLD 1 Kaleng
	제 품 특 성	- BMT 칠미 콩을 사용한 고급 수유 - 7-11개월 유아용 - 유당이나 우유 단백질에 알레르기가 있는 아이들에게 안전 - 비타민과 미네랄이 풍부	- 1단계: 0-6개월 유아용 - 포물러 우유로 제조된 분유 - 꿀과 바닐라 향료 함유 - 단백질, 리놀레산, 칼슘, 비타민 및 미네랄 함유 - 파우더를 두 번 병에 넣어 뜨거운 물을 부은 뒤, 우유 가루가 녹으면 섭취
	용 량(g)	600g	400g
	제 품 가 격	283,000 IDR (약 21,423원)	137,700 IDR (약 10,424원)

② 오프라인³⁷⁾

구분		제 품 #1	제 품 #2
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (겉)		
	제 품 이 미 지 (뒷면)		
제 품 스펙	제 조 사	PK Kalbe Morinaga Indonesia	PT. Nutricia Indonesia Sejahtera
	제 품 명	Chil Mil	Bebelove
	제 품 특 성	- 2단계: 6-12개월 유아용 제품 - 할랄 인증 - 유통기한: 1년 6개월 - 일본과 인도네시아 합작법인으로 일본의 프리미엄 및 안전제품으로 이미지 구축 - 1-4단계 제품 생산	- 1단계: 0-6개월 유아용 제품 - 할랄 인증 - 1년 6개월 유통기한 - 가격대는 중가 - 현지인 추천 브랜드로 모든 유통점에서 쉽게 볼 수 있음
	포 장 용 기	알루미늄 캔 (종이박스 포장 제품 o)	알루미늄 캔 (종이박스 포장 제품 o)
	성 분	비타민 A,C,D,E,K,B1,B2 등	비타민 A,D3,E,K1,B1,B2,B3,B5 등
	조 사 매 장	하이퍼마트, 까르푸, 롯데마트, 자이언트 및 롯데슈퍼 체인	하이퍼마트, 까르푸, 롯데마트, 자이언트 및 롯데슈퍼 체인, 편의점(알파마트, 인도마켓)
	용 량 (g)	800g	800g
	제 품 가 격	253,950 IDR (약 19,224원)	130,450 IDR (약 9,875원)

37) 오프라인 조사는 현지에서 거주하고 있는 현지조사원 조사를 기반으로 한 현지조사 데이터

구분		제 품 #3	제 품 #4
제 품 이 미 지	제 품 이미지 (겉)		
	제 품 이미지 (뒷면)		
제 품 스 펙	제 조 사	PT. Nutricia Indonesia Sejahtera	Mead Johnson Indonesia
	제 품 명	Nutribaby Royal	Enfamil A+
	제 품 특 성	- 2단계: 6-12개월 유아용 제품 - 외에 1-4단계 모두 판매하며 단계가 올라가면서 Nutribaby에서 Nutrilon으로 명칭이 바뀜 - 할랄인증 - 우유 알레르기가 있는 유아를 위한 콩유 사용 - 우유제품, 바닐라 향, 꿀 포함 등 다양한 제품 판매 - 가격대는 중가	- 할랄인증 - 1년 6개월 유통기한 - 미국브랜드이고 태국에서 생산하며 인도네시아 자회사(Mead Johnson Indonesia)에서 유통함 - 경쟁제품 중 제일 고가제품 - 신생아 분유-12세 아동, 시니어 제품까지 다양한 제품군 존재
	포 장 용 기	알루미늄 캔 (종이박스 포장 제품 o)	알루미늄 캔 (종이박스 포장 제품 o)
	성 분	비타민 A,C,D3,E,K1,B1,B2,B3,B5,B6,B9, B12 등	비타민 A,D,E,K,B6,B12,C 등
	조 사 매 장	하이퍼마트, 가르푸, 롯데마트, 자이언트 및 롯데슈퍼 체인, 편의점(알파마트, 인도마렛)	그리야, 인도마렛 등 조사한 모든 유통업체에서 판매
	용 량 (g)	700g	800g
	제 품 가 격	189,950 IDR (약 14,379원)	324,950 IDR (약 24,599원)

구분		제 품 #5	제 품 #6
제 품 이 미 지	제 품 이미지 (겉)		
	제 품 이미지 (뒷면)		
제 품 스 펙	제 조 사	Nestlé Indonesia	PT Sarihusada
	제 품 명	Danstart	SGM Ananda
	제 품 특 성	- 1단계: 0-6개월 신생아용 - 외에 1-4단계 모두 판매하며 단계가 올라가면서 Danstart에서 Dancow로 명칭이 바뀜 - 할랄인증 - 비교적 저가 판매 - 그 외 12세까지 먹을 수 있는 다양한 제품군 보유	- 할랄인증 - 유통기한; 2년 - SGM Ananda는 신생아용 분유로 1,2단계(0-12개월)만 판매하며 SGM Eksplor는 3-5단계(1년-12세) 제품을 판매 - 그 밖의 Lactamil은 임산부 영양 파우더로 현지에서 큰 인기
	포 장 용 기	박스 포장	박스 포장
	성 분	비타민 A,D,E,K,C,B1,B2,B3,B5,B6,B9,B12 등	비타민 A,D3,E,K,B1,B2,B3,B5,B6,B9,B12,C,H 등
	조 사 매 장	롯데마트, 까르푸, 그리아, 인도마렛 등 조사한 모든 유통업체에서 판매	롯데마트, 까르푸, 그리아, 인도마렛 등 조사한 모든 유통업체에서 판매
	용 량 (g)	400g	400g
	제 품 가 격	22,700 IDR (약 1,718원)	36,700 IDR (약 2,778원)

구분		제 품 #7
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (겉)	
	제 품 이 미 지 (뒷면)	
제 품 스 펍	제 조 사	PT Wyeth Nutrition Sduaenam
	제 품 명	S-26 Promil Gold
	제 품 특 성	- 할랄 인증 - 유통기한; 2년 - 싱가포르에 있는 100년 전통 분유 제조업체
	포 장 용 기	알루미늄 캔
	성 분	비타민 A,D,E,K,B1,B2,B6,B12,C . Choline, Inositol, Taurine, L-carnitine, Mineral, Calcium, Iron, Zink, Fat, Protein, Niacin, Folic Acid, Nucleotides 등
	조 사 매 장	롯데마트, 까르푸, 그리야 등 편의점을 포함한 조사한 모든 유통업체에서 판매
	용 량 (g)	400g
	제 품 가 격	172,230 IDR (약 13,038원)



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정과정**
- 2. 주요 경쟁사 개요**

1. 경쟁사 선정기준

○ 방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 조제분유 (Susu Formula Bayi 등)
- 온라인 쇼핑몰 조사 (6개)
 - 일레브니아 (elevenia)
 - 블리블리 (Bibli)
 - 부칼라팍 (Bukalapak)
 - 토크피디아 (Tokopedia)
 - 라자다 (Lazada)
 - 큐텐 (Qoo10)

○ 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- ‘조제분유’에 대한 현지 조사원 조사 실행
- 현지 유통채널 방문³⁸⁾

표 5.1 오프라인 매장 조사 채널 (13개)

채널 종류	채널명
슈퍼마켓, 하이퍼마켓	SETIABUDHI, Carrefour, Papaya, Giant, Griya, Lotte Mart, Hyper Mart, Hero Supermarket, GS Supermarket
편의점, 미니마켓	Indomaret, Alfa Mart
유아용품 전문샵	Yens baby shop, Mother Care

○ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

일본	스위스	미국		인도네시아	
Morinaga	Nestle	Mead Johnson	Wyeth	Nutricia	Sarihusada
					
온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매

38) 전통 유통채널은 2곳(Paramount, Kosambi)을 방문하였으나, 전통시장에서 수입제품은 판매하지 않아 현대적 유통채널 위주로 조사를 진행하였음. 또한, Yens baby shop과 Mother Care는 현지 유아용품 전문샵으로, Yens baby shop에서는 분유 제품을 판매하여 분석과정에 포함하였으나, Mother Care에서는 분유를 판매하지 않아 경쟁사 및 유통채널 상세조사에서 제외함

2. 주요 경쟁사 개요

□ Morinaga Milk Industry Co., LTD

기업 개요			
	- 본사는 Morinaga Milk Industry Co., Ltd이며, Morinaga Nutritional Foods Inc, Pacific Nutritional Foods Inc, MILEI GmbH 등의 합작투자 업체들이 있음 - 파키스탄 및 다른 아시아 국가에 수출 중이며, 특히 인도네시아에는 현지 법인의 합작투자회사를 통해 생산 및 유통 중 - 현재 유아용 분유(1-4단계)에 초점을 맞추어 제품 개발 및 홍보 중 - 의사들 추천 제품으로, 소비자들에게 매우 안전하다고 인식되어 있음		
	기업 유형	식품 제조유통업	홈페이지
	취급품목	유제품, 식료품, 유아 식품	이메일
	소재지	Tokyo (Japan)	설립연도
	직원 수	3,144명	매출액
대표 제품		  	

자료: Morinaga(www.morinagamilk.co.jp)

□ Nestle Indonesia

기업 개요			
	- 인도네시아에 4개의 공장과 4개의 물류센터, 7개의 영업사무소 존재 - 인도네시아 할랄 LPPOM-MUI 할랄 보증 응용프로그램 평가에서 A를 취득 - 다국적 기업 네슬레 인도네시아 법인에서 생산 및 유통하고 있으며 24시간 고객 상담 서비스 실행 - 다른 제품들에 비해 비교적 저가로 판매, 중가 제품으로는 Lactogen 제품이 있으며 고가제품은 Nestle Nan Ph Pro 시리즈가 있음		
	기업 유형	식품 제조유통업	홈페이지
	취급품목	식음료, 유제품	직원 수
	소재지	Switzerland	설립연도
대표 제품		    	

자료: Nestle Indonesia(www.nestle.co.id)

☐ Mead Johnson

기업 개요			
	- 유아 및 어린이 영양에 중점을 둔 글로벌 기업 - 유럽, 라틴 아메리카, 아시아 등 전 세계 50개국 이상에 70개 이상의 제품을 판매함 - 주력인 “Enfa”브랜드 Enfamil, Enfagrow,, Enfapro, Enfakid 외에 Choco Milk, Lactum, Nutramigen, Sustagen 계열사가 존재함		
	기업 유형	식품 제조유통업	홈페이지 www.meadjohnson.com
	취급품목	영유아 식품	직원 수 7,500명 (2017년)
	소재지	Chicago (US)	설립연도 1905년
대표 제품			

자료: Mead Johnson(www.meadjohnson.com)

☐ PT Wyeth Nutrition Sduaenam

기업 개요			
	- Lazada 앱 쇼핑 시 환불 프로모션을 진행함으로써 앱을 통한 고객의 소비를 유도 (단, 1.4kg 제품 제외) - 영유아제품만을 취급함		
	기업 유형	식품 도매업	홈페이지 www.wyethnutrition.co.id
	설립연도	2009년 10월	이메일 WyethCareline.Indonesia@WyethNutrition.com
	소재지	New Jersey (US)	직원 수 49,732명 (2005년)
대표 제품			

자료: NUTRICIA(www.nutricia.co.id), D&B Hoovers

□ PT. NUTRICIA Indonesia Sejahtera (NIS)

기업 개요			
	- 부모, 보건 종사자, 대학 및 정부 기관과의 파트너십을 통해 연구개발 - 인도네시아 소아과 대학 및 네덜란드 소아 학회가 협력하여 지식 및 장학금 심포지엄을 위한 NUT(Nutricia Indonesia Fund)도 설립 - 초기 Danone Nutricia Early Life Nutrition으로 설립됨		
	기업 유형	식품 제조유통업	홈페이지
	취급품목	식음료	www.nutricia.co.id
	소재지	Jakarta (Indonesia)	설립연도
대표 제품	1896년		
	10만 명 이상		
	  		

자료: NUTRICIA(www.nutricia.co.id)

□ PT. Sarihusada

기업 개요			
	- 1954년 NV Saridale로 시작하여, 1972년 PT Kimia Farma와 PT Tiga Raksa 합작 이후 Sarihusada로 회사명 변경 - 1965년 SGM 브랜드 출시로 획기적인 성과를 거두면서 현재 SGM Bunda, SGM Eksplor, SGM Aktif 및 SGM Progress로 발전해 인기를 유지 - ISO 9001, 14001, 22000, 17025 취득, FSSC 22000와 OHSAS 18001 보유 - 제조업체의 MUI 할랄 인증		
	기업 유형	식품 제조유통업	홈페이지
	취급품목	유제품, 식료품, 유아 식품	www.sarihusada.co.id
	소재지	Yogyakarta (Indonesia)	이메일
대표 제품	-		
	1954년		
	약 1억 9천만 달러		
	  		

자료: Sarihusada(www.sarihusada.co.id)



Ⅵ. 유통채널 현황

1. 주요 유통채널 개관 및 현황
2. 주요 현지유통업체별 개요

1. 주요 유통채널 개관 및 현황

□ 유통구조

- 인도네시아의 수입식품은 현지 법인으로 등록된 유통업자를 거쳐 소비자로 전달하는 채널구조가 일반적
 - 현지 사업자 법인을 보호하는 인도네시아 정책으로 외국인이 직접 수입식품을 유통하기에는 어려움이 있음
 - 현지 유통업자의 주도하에 유통하는 구조

표 6.1 인도네시아 현지 주요 유통구조 정리



자료: USDA 참고하여 연구자 직접 작성

□ 유통채널 현황

(1) 오프라인

- 현대적 유통망이 발달하고 있으나 여전히 전통 재래시장 이용 비중이 높음
 - 빈부격차가 큰 인도네시아에서 저소득층의 대부분은 전통 재래시장을 주요 식료품 구매 채널로 이용
 - 그러나 재래시장은 신선식품 및 공산품의 비중이 높고 수입 가공식품은 판매하지 않아, 조제분유의 유통채널로는 적합하지 않을 것으로 분석됨

표 6.2 인도네시아 전통 재래시장의 모습



자료: 현지 조사원

- 현대적인 유통망이 확대되는 추세
 - 급속한 도시화에 따라 향후 편의점, 슈퍼마켓 등 현대적 유통망 이용 소비자가 빠르게 증가할 것으로 예상
 - 인도네시아 중산층 증가³⁹⁾ 및 생활패턴의 서구화로 인해 현대 유통업체 및 소매점은 향후 지속적으로 증가할 것으로 보임
- 전통적 유통채널에서 소매점의 비중이 여전히 차지하는 비중이 높으나, 현대적 유통망의 확대로 비중이 감소하는 추세
 - 2013년부터 2017년까지 전통적 유통채널의 비중은 1.4% 감소
 - 현대적 유통채널 내에서는 편의점·미니마켓이 가장 높은 비중을 차지하며, 성장 추세에 있음

39) 중산층의 비중은 2017년도 12월 기준 전체 계층의 57%를 차지하고 있으며, 10년 전인 2007년 대비 20% 증가(「Indonesia Retail Foods Update」, USDA, 2017.12.26.)

표 6.3 유통채널 소매점 비중 추이

(단위: %)

	2013	2014	2015	2016	2017
전통적 유통채널	63.5	63.1	62.9	62.5	62.1
현대적 유통채널	35.5	35.9	36.1	36.4	36.8
- 편의점/미니마켓	10.9	11.7	12.1	12.6	13.0
- 하이퍼마켓	11.0	11.0	11.0	11.0	11.0
- 슈퍼마켓	13.5	13.1	12.8	12.7	12.7
- 기타	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1

자료: Euromonitor International

(2) 온라인

○ 온라인 시장현황 및 전망

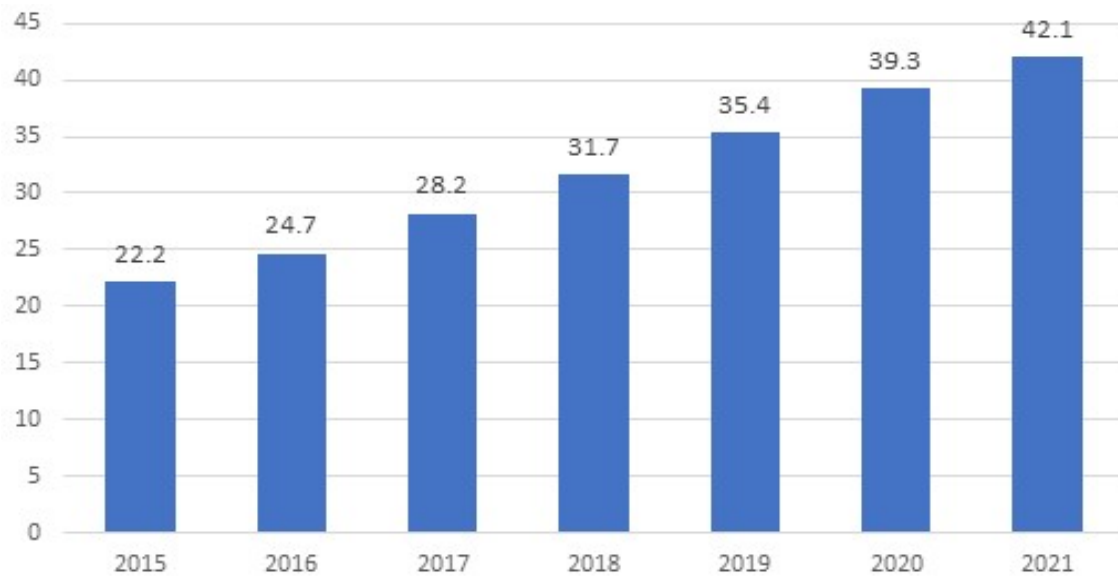
- 인터넷 월드 스탯(Internet World Stats)에 따르면, 인도네시아는 인터넷 사용자 수가 중국, 인도, 미국, 브라질에 이어 세계 5위
- 인도네시아의 인터넷 사용자는 2012년 6,300만 명에 불과했으나, 연간 20%에 달하는 인터넷 보급률에 따라 2016년 9월 기준 전체 인구의 약 50.4%인 1억 3,270만 명을 기록함
- 인도네시아 정부의 전자상거래 확대 정책에 따라 인터넷 보급은 전국에 걸쳐 지속적으로 증가할 것으로 전망
- 온라인 쇼핑 인구가 2015년 2,220만 명에서 2021년 4,210만 명으로 두 배 가까이 증가할 것으로 기대되는 등 전자상거래 시장의 전망 또한 긍정적

○ 소셜 미디어 중 페이스북이 가장 활발한 플랫폼

- 페이스북은 인도네시아에서 가장 인기 있는 소셜 미디어로 전체 인터넷 사용자의 54%인 7,160만 명이 이용 중
- 가장 영향력 있는 미디어인 페이스북을 마케팅 채널로 활용할 경우 다양한 비즈니스 기회 창출 가능

표 6.4 온라인 구매자 추이 (2015-2021년)

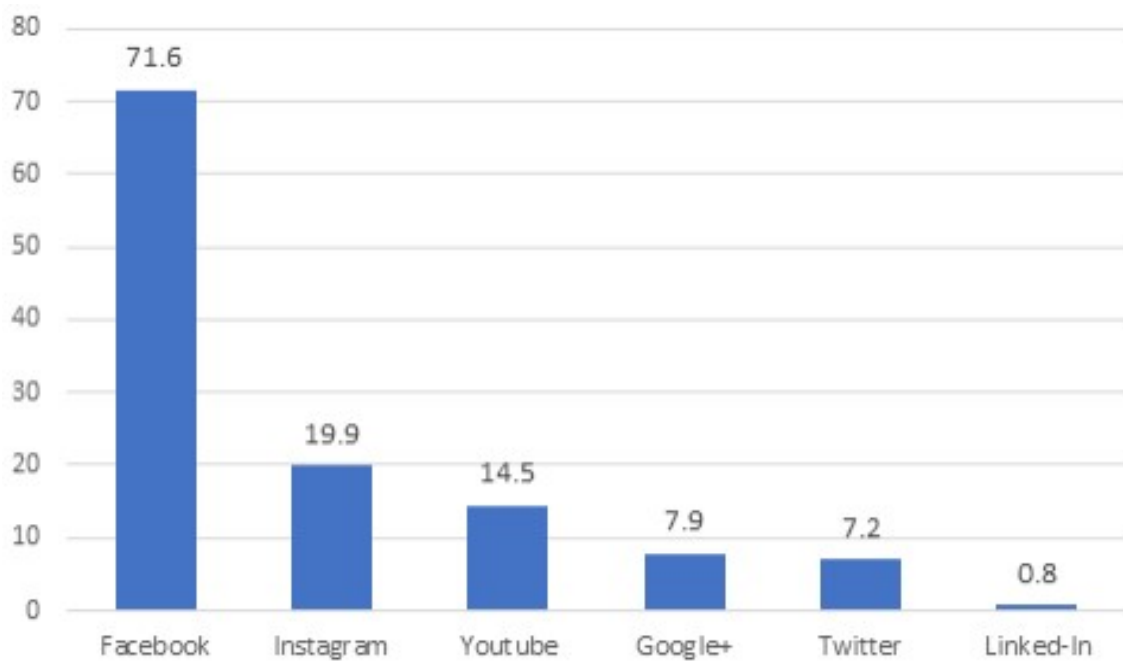
(단위: 백만 명)



자료: Statista

표 6.5 전체 인터넷 사용자 중 소셜 미디어 사용자 (2016년)

(단위: 백만 명)



자료: 인도네시아 인터넷 서비스업체 연합

2. 주요 현지유통업체별 개요

① Carrefour (까르푸)

기업 개요			
	- 4,000여 개의 납품업체 중 70%가 중소기업이며 로컬제품을 주로 판매. 수입제품의 비중은 15% 미만임 (단, 전자제품 품목 제외) - 중산층 타겟의 복합쇼핑몰 - 생활잡화, 식품, 공산품, 그리고 전자제품 품목까지 모두 취급		
	D-U-N-S® Number	72-718-8976	설립연도 1998년 (인도네시아 진출 시기)
	본사 위치	France	종업원 수 약 13,000명 (2014년 기준)
	대표전화	+62-217980388	홈페이지 http://www.carrefour.co.id
	매출액	7800만 달러	점포 수 총 87개 (인도네시아 28개 도시) *Carrefour (대형매장: 84개) *Carrefour Express (중소형 매장: 3개)
입점 절차 ⁴⁰⁾	1. 제품에 대한 제안서 송부 후, 유통업체 구매부서에서 해당 제품에 대해 관심이 있는 경우 별도로 연락을 취함. 2. 제품에 대한 구체적인 자료들(할랄인증, 제품에 대한 성분 및 스펙) 자료를 업체 측에 전달 3. 계약 여부 결정 단, 자세한 내용은 개별 업체상담을 통해서 가능하며, 품목 및 제품과 현지인의 제품 반응에 따라 유동적일 수 있음. email: customer_service@transretail.co.id		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

40) Jl. Soekarno Hatta No. 526 Cijaura Kota Bandung Jawa Barat Phone (022-7530600)의 답변

② Lotte Mart (롯데마트)

기업 개요			
	- 로컬 제품을 주로 판매하며 수입제품의 비중은 20% 정도 차지하며 수입제품 대부분이 한국제품으로 갖춰져 있음 - 중산층 타겟의 대형마트 체인 - 타 슈퍼마켓 체인보다 품목별 다양한 종류의 제품 비치 - 롯데마트와 별도로 롯데 슈퍼마켓, 창고형 매장도 운영		
	D-U-N-S® Number	72-707-1230	설립연도 2008년 10월 (인도네시아 진출 시기)
본사 위치	Korea	종업원 수	-
대표전화	+62-218404080	홈페이지	company.lottemart.com
매출액	23,800만 달러	점포 수	세계: 293개 (중국, 인도네시아, 베트남) 인도네시아: 46개
세부사항	- 인도네시아 Makro 19개 점을 인수하면서 한국 유통업체 중 최초로 인도네시아 시장에 진출 - 특히, 수도 자카르타에 위치한 간다리아 시티점(Gandaria City)은 도매형 매장 컨셉으로, 기존 롯데마트 인도네시아 점포와는 달리 소매형 매장 형태로 구성되었으며 20개 국 2,000여 개의 상품을 글로벌 상품 존으로 구성해 차별화된 매장을 선보임		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 롯데마트(company.lottemart.com), 현지조사원

③ HERO Supermarket

기업 개요			
	- 다양한 수입상품들을 비치해 두고 있으며, 미국, 태국, 한국 산 제품은 별도 코너에 마련 - 매장 디스플레이가 다른 유통채널보다 고급스럽고, 가격은 상대적으로 비쌈 - 판매제품 자체 종류가 다양하고 중저가 슈퍼체인에서 볼 수 없는 고급제품들이 많음		
	D-U-N-S® Number	72-867-9440	설립연도
본사 위치	Jakarta	종업원 수	약 14,000명
대표전화	+62-0800-1-998877	홈페이지	herosupermarket.co.id
매출액	27,600만 루피아	점포 수	234개
세부사항	- HERO Group에서 운영하는 슈퍼체인으로 인도네시아 전 지역에 분포 - 중·상류층과 외국인을 타겟으로 수입식품을 판매하는 고급 마트		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, HERO Supermarket(herosupermarket.co.id), 현지조사원

④ SETIABUDHI SUPERMARKET (스티아부디 슈퍼마켓)

기업 개요			
	- 중산층과 외국인을 타겟으로 제품구성 - 주로 식품/신선식품/ 생활잡화 취급 - 수입제품이 20% 이상으로, 다른 유통망보다 수입제품의 비중이 높은 편		
	본사 위치	Bandung	종업원 수
대표전화	+62-22-2035000	홈페이지	www.setiabudhi-supermarket.co.id
입점 절차 ⁴¹⁾	- 보통 한국제품은 계약 공급 채널을 통해 납품 받으나, 직접적인 판매를 원할 경우, 공급계약을 통해서 가능함 - 회사 오피스에서 제품의 샘플, 가격 리스트, 회사 프로필 등의 서류로 미팅 후에 제반 사항에 대해 논할 수 있음. 제품 없이는 어떤 논의도 불가능하다는 의견이 있으며 제품에 대한 세부사항은 협의 과정에서 조율 - phone: +62-022-2035000		
매장 전경	 		

자료: 현지조사원

41) Jl. Dr. Setiabudi No. 42-46 Kel. Hegarmanah, Kc. Cidadap Jawa Barat, 담당자 Ibu Fany의 답변

⑤ Giant (자이언트)

기업 개요			
	- 말레이시아 업체로 동남아에 널리 알려진 슈퍼체인으로서, 중산층을 타겟으로 함 - Giant는 백화점 외에도 의류, 식품, 생필품 및 일상용품을 판매하는 슈퍼마켓 형태도 있음 - 현재는 Hero Supermarket Group이 소유		
홈페이지	www.giant.co.id	설립연도	1944년
본사 위치	Malaysia	점포 수	150개 (46개의 대형 슈퍼마켓, 104개의 일반 슈퍼마켓)
입점 절차 ⁴²⁾⁴³⁾	1. 판매를 원하는 공급업체는 의뢰서를 작성한 뒤에 해당 유통업체 구매부서로 제출해야 하며, 구매부서 담당자의 개별 연락이 왔을 경우 관련 서류를 추가로 제출 * 업체 송부 자료 • 공급자의 주민등록증(외국업체일 경우 법인장 여권) • 공급회사의 세무번호(NPWP) • 제품의 견본 및 상세제품 설명서 • 해당 제품의 할랄 인증서 2. 서류를 기반으로 심사를 한 뒤, 통과한 제품에 한해서 관련 업체와 미팅을 진행함으로써 구체적인 계약사항을 점검		
매장 전경	 		

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

42) Giant의 입점 절차는 인도네시아 현대적 유통채널 입점 시 공통사항을 작성한 것이며, 입점 절차 항목을 별도로 작성한 Carrefour, SETIABUDHI, Indomaret, Griya는 해당 유통업체만이 가지는 특이 입점 절차 사항을 추가로 작성

⑥ Indomaret (인도마켓)

기업 개요			
	- 모든 세대가 이용하는 인도네시아 No.1 편의점 프랜차이즈 업체이며 24시간 영업은 아님. - 저가 제품을 위주로 진열 - 인도네시아 1위 Indofood를 식품계열사를 가지고 있는 Salim그룹에서 운영 - 2014년 기준 인도마켓 점포 수는 9,238개로 자카르타, 반짚주 땅으랑, 보고르와 브카시 등에 위치		
	D-U-N-S® Number	72-888-7436	설립연도
본사 위치	Jakarta	종업원 수	약 1,000명
대표전화	+62-216914478	홈페이지	www.indomaret.co.id
매출액	9,600만 달러	점포 수	9,238개
입점 절차 ⁴⁴⁾	* 업체 송부 자료 • 거래 제안서 • 가격 리스트 • 샘플 제품 • 회사 프로필 후에, 미팅 일정을 잡은 후, 구체적인 논의 - phone: +62-021-6914478 - email: cs_pga@jkt.indomaret.co.id		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

43) 단, 공급업체는 외국에 있는 수입업체가 될 수 없어 현지 법인이나 인도네시아 유통 에이전트가 존재해야 함. 제품에 문제가 생겼을 때 법적인 책임이나 후속 조치가 필요한 경우 해결해 줄 주체가 필요하기 때문임

44) PT. Indomarc Prismaatama, Jalan Ancol 1, No.9-10, Ancol Barat, Kota Jakarta Utara, DKI Jakarta 본사와 교신하여 얻은 답변

⑦ GRIYA (그리아)

기업 개요			
	- 중부 자바 지방을 중심으로 영업하는 체인 - 다양한 식품, 생활잡화, 공산품을 판매하고 있으며, 특히 신선식품에 강점이 있어 채소와 과일을 구매하기 위해 외국인들이 많이 방문함 - 수입상품이 10% 미만으로 대부분 로컬제품 비치		
	D-U-N-S® Number	72-678-5913	매출액 320만 달러
본사 위치	Bandung	종업원 수	약 100명
대표전화	+62-225423346	홈페이지	-
입점 절차 ⁴⁵⁾	1. 샘플 리스트와 가격 리스트, 회사 프로필 등을 업체로 먼저 송부 2. 구매부서와 직접 미팅 후 제품 선별 3. 최종 확정 후, 계약서류 작성 - phone: +62-022-88884388		
매장 전경	 		

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

45) PT. AKur Pratama ,Jalan Terusan Buah Batu No. 12, Batununggal, Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266, Indonesia의 담당자 Ibu Erin으로부터 얻은 답변

⑧ Yens Baby & Kid Shop

기업 개요			
	- 영유아에게 필요한 옷, 식품, 장난감 등의 다양한 제품을 판매 - 반둥, 자카르타 등 지역에 입점 - 웹 사이트, 페이스북, 트위터 등의 소셜미디어를 통해 제품구매 가능 - 대부분의 입점상당은 공산품을 대상으로 하고 있으며 현재 조제분유의 경우, 매출액이 적고 회전율이 적어 제품구성이 다른 품목에 비해 다양한 편은 아님		
설립연도	1990년	홈페이지	www.yensbabyshop.com
본사 위치	Bandung	대표전화	+62-222038536
입점 절차 ⁴⁶⁾	1. 입점상담⁴⁷⁾ 시, 제품에 대한 관련 서류를 의뢰한 뒤, 모든 자료를 구입하여 작성하여 제출 * 업체 송부 자료 • 수입 및 유통업체에 대한 정보 • 샘플 제품 2. 입점등록 신청서를 작성한 뒤, 구체적인 협의 진행 3. 협의 후, 최종 통보를 하여 판매 계약서 작성 (단, 현재 추가적으로 공급처를 확대할 계획이 없다는 답변) - phone: +62-022-86065284		
매장 전경	 		

자료: Yen's baby & kids shop (www.yensbabyshop.com), 현지조사원

46) Jl. Dakota No. 109 Bandung, 담당자 Ibu Santi로부터 얻은 답변

47) 입점상담 미팅은 매주 수요일 8:30am부터 오피스에서 미팅 가능

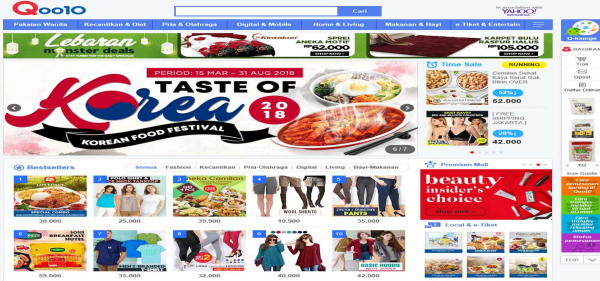
3) 대표 온라인시장

① elevenia [일레브니아]

기업 개요	
이미지	 
홈페이지	www.elevenia.co.id
메일	cs@elevenia.co.id
특성	- B2C 온라인 시장 점유율 상위권 차지하고 있는 일레브니아에서는 2020년 인도네시아 정부의 전자상거래 확대 정책에 맞춰 인도네시아 소비자들 한국제품을 직구 할 수 있도록 새로운 서비스를 런칭함 - 현지소비자들은 소량 또는 대량으로 한국제품을 구매할 수 있으며 직구 전용 홈페이지에서 원하는 물건을 선택하면 해당 업체에서 재고를 확인한 뒤 벤더에게 최종가격을 확인하여 지불한 뒤 물건을 배송 받는 시스템임 - 일레브니아는 직구 서비스 외에도 'Korea Avenue'라는 코너를 따로 만들어 k-beauty, k-food, k-pop 등 한국제품을 판매하고 있음
입점 절차 및 유의 사항 ⁴⁸⁾	- 해당 사이트 셀러로 등록을 한 뒤 거래가 가능하며, 온라인 업체에서 제품의 스펙 및 자료 등을 요청하여 협의할 수 있음 - 셀러 등록 시, 피해보상 및 모든 책임은 판매자가 지는 구조 - 기본적으로 판매자는 판매자의 약관에 따라 거래해야 하며 이를 위반할 시에는 셀러의 지위를 상실할 수 있음

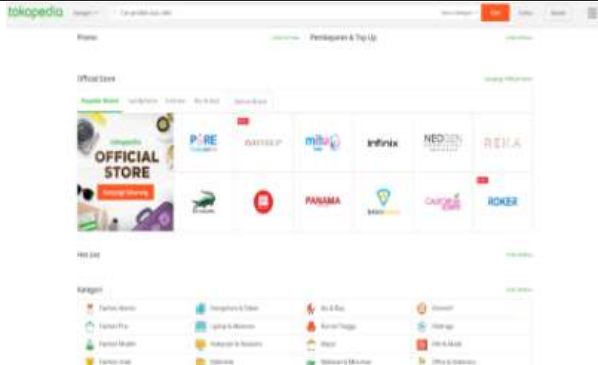
48) 인도네시아 온라인 유통망 Elevenia, Bliibli, Lazada 입점 절차 동일

② Qoo10 [큐텐]

기업 개요		
이미지		
홈페이지	www.qoo10.co.id	
메일	-	
특성	- 식료품에서는 각종 가공식품 및 스낵류, 간식류, 음료 등을 판매 - 시장조사사업체인 닐슨에 따르면 ‘2017년 최고 성장 사이트 및 애플리케이션’의 PC 웹 부문에서 Qoo10이 상위 10곳 중 전자상거래 부문 2위를 차지함⁴⁹⁾ - 2011년 사이트를 오픈하여 2016년과 2017년 기준 월평균 120여만 명이 방문하고 있으며, 연간 거래량은 2016년 기준으로 2,500만 달러임 - 모바일 애플리케이션 개발 및 이를 통한 소비자 유치에 주력했으며, 온라인시장 분야에서 애플리케이션다운 횟수가 가장 많음 - 국내대표 오픈 마켓인 G마켓 창업자 구영배 대표가 2010년 설립한 글로벌 벤처기업 - 싱가포르 전자상거래 1위를 차지하고 있는 등 인도네시아, 말레이시아를 비롯한 동남아시아에서 인지도가 높은 글로벌 쇼핑 플랫폼 - 한류 상품의 비중이 15-20%에 이르는 대표 해외 소재 한국 상품 수출 사이트 - 2017년 총 주문 건수는 전년도 대비 250% 이상이며 방문자 수는 200% 이상 증가함 - 식료품 카테고리 내에 한국제품이 가장 많이 런칭 되어 있음 - 싱가포르, 말레이시아, 중국, 홍콩 등 아시아에 널리 알려진 B2C 사이트	

49) 위 조사의 기준은 2017년 1월부터 11월까지 PC 도달률 1% 이상인 사이트 중 1월 대비 11월 방문자 수 기준 성장률이 가장 높은 사이트를 선정한 것으로, Qoo10은 방문자 수가 66% 증가하여 전자상거래 부문 2위, 전체 7위를 차지함

③ Tokopedia [토코피디아]

기업 개요		
이미지		
홈페이지	www.tokopedia.com	
연락처	+62-021123456789	
특성	- 2009년 2월 6일에 설립되었으며, 본사는 인도네시아 자카르타에 위치함 - 전자기기 및 생활용품 등 다양한 상품을 판매하여 C2C 온라인 시장점유율 1위를 차지	
입점 절차 및 유의 사항 ⁵⁰⁾	- 수출입 통관이 완료된 것을 전제로 현지 로컬판매자 또는 판매업체만이 등록 가능 - 절차 1. 등록절차 • 웹사이트 접속하여 입점절차 신청서 작성하여 E-mail 및 신청서 등록 • 판매자 신상정보(성명, 휴대폰 등) 입력 • 아이디 및 패스워드 신청 • 활성화 번호가 이메일 주소로 전송되면 OTP 코드 입력 • 입점상점 오픈을 클릭하여 입점상점 이름 저장 후 등록 2. 입점업체의 위치정보 전송 • 입점업체의 위치 및 POS 코드 입력 3. 배달서비스로 이용할 택배사 선택 및 등록 • 예시: Tiki, JNE, 우체국 POS, 배달앱 Go Send 등 4. 상품등록 • 판매제품 카테고리 설정 및 등록 5. 기타 • 제품 판매량 조회 및 은행대출 등의 다양한 서비스 전개	

50) 인도네시아 온라인 유통망 Bukalapak과 입점 절차 동일

참고문헌

■ 참고 자료

1. Country Insight Snapshot Indonesia May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05
2. 「Burma-Union of, Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA, 2018.11.01
3. 「Indonesia, Retail Foods」, USDA, 2017.12.26.
4. 「인도네시아 소비시장을 열어라」, 한국무역협회, 2016.07
5. 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」(www.fao.org), 2017.
6. 「인도네시아 수출입 통관 절차에 대한 연구」, 주인도네시아 대한민국 대사관(관세관 백 승래), 2014.05
7. 「Indonesian Approach to Enhance the SMEs Empowerment in Practicing Food Safety Standards」, APEC, 2013.04.10
8. 「Codex- General Principles of Food Hygiene」(www.fao.org)
9. 「Food Safety and Quality Standard」(www.fao.org), 2016.06
10. 「Compliance Program Guidance Manual」, FDA, 2017.09
11. 「국내 조제분유 내수는 주춤, 수출은 활짝」, 농림축산식품부, 2017.12.19

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. International Trade Centre(www.trademap.org)
4. 유엔식량농업기구(www.fao.org)
5. Export.gov (www.export.gov)
6. 무역산업부(www.dti.gov.ph)
7. elevenia (www.elevenia.co.id)
8. USDA (www.usda.gov)
9. Euromonitor International (www.portal.euromonitor.com)
10. 외교부 (www.mofa.go.kr)
11. Deloitte (www2.deloitte.com)
12. Qoo10 (www.qoo10.co.id)
13. World Bank (www.worldbank.org)
14. 한국 수출입은행 (www.koreaexim.go.kr)
15. 국회도서관 (dl.nanet.go.kr)
16. D&B Hoovers (www.hoovers.com)
17. LPPOM MUI (inihalalkorea.com)
18. IMF, International Monetary Fund (www.imf.org)
19. 인도네시아 관세청 (http://intr.insw.go.id)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1805 - 22

품 목 : 조제분유(Milk Formula)

국 가 : 인도네시아(Indonesia)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 aT수출애로상담실
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출애로상담실

02-6300-1119

o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보(www.kati.net)에서
보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.