

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1905-19
- 품목 : 고추장소스 (Gochujang Sauce)
- 국가 : 인도네시아 (Indonesia)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 인도네시아 고추장소스 시장규모	5
2. 인도네시아 고추장소스 수출입 시장규모	6
3. 인도네시아 고추장소스 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 인도네시아 內 한류에 따른 한식 인지도 확산 중	16
2. 한식 중 고추장이 들어간 비빔밥, 떡볶이 인지도 높음	17
3. 현지 매체, 삼발소스의 과도한 나트륨 양 우려	18
4. 고추장과 유사한 소스 인지도 높아	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 인도네시아 고추장소스 유통구조	22
2. 인도네시아 고추장소스 주요 유통업체	23
3. 인도네시아 고추장소스 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	35
1. 인도네시아 고추장소스 인증 취득	36
2. 인도네시아 고추장소스 사전 심사	39
3. 인도네시아 고추장소스 업체·제품 등록	40
4. 인도네시아 고추장소스 라벨 심의	41
5. 인도네시아 고추장소스 서류 준비	44
6. 인도네시아 고추장소스 세금 납부	45
7. 인도네시아 고추장소스 검역 심사	46

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	49
Interview ① 삼원 샵 (Samwon Shop)	50
Interview ② 피티 코인 버미 (PT Koin Bumi)	51
Interview ③ 인도에스피에스 보가타마 슈세스 (Indosps Bogatama Sukses)	52

* 참고문헌	53
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 인도네시아 고추장소스 시장규모
2. 인도네시아 고추장소스 수출입 시장규모
3. 인도네시아 고추장소스 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

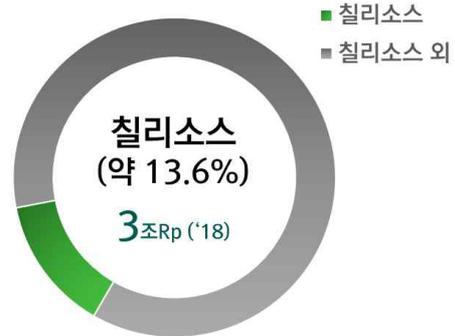
인도네시아 (Indonesia)

고추장소스 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(소스), 원료(고추)

- 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료¹⁾ 시장 규모
..... 23조 루피아('18)
- 인도네시아 칠리 소스²⁾ 시장 규모
..... **3조 루피아('18)**

(*) Euromonitor International



고추장소스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 용도(소스), 원료(고추)

- HS CODE 2103.90³⁾
인도네시아 對 글로벌 '기타 소스와 소스용 조제품' 수입 규모
..... 7,267만 달러('18)
- HS CODE 2103.90
한국 對 인도네시아 '기타 따로 분류되지 않은 조제 식품' 수출 규모
..... **46만 달러('18)**

(*) International Trade Centre, KATI



고추장 소스 소비 시장규모

지표 설정 기준: 고추장 소스는 '매운 맛'이 특징인 '한식 메뉴의 기본 소스'임

이에 수요가 예측되는 '인도네시아 내 재외동포'와 '한류에 관심이 높은 인도네시아 젊은 세대' 규모를 조사함. 이 외 타깃 구매층 설정을 위해 '가계지출 수준에 따른 소비지출 규모⁴⁾'를 확인함

① 인도네시아 재외동포 규모 ('17)

인도네시아 전체	31,091명 (100%)
자카르타 전체	12,484명 (40.2%)

② 인도네시아 인구 분포 ('19)

전체	2억 6,691만 명 (100%)
20-29세	4,364만 명 (16.4%)
30-39세	4,189만 명 (15.7%)

③ 가계지출 수준에 따른 소비지출 규모 ('17)

인도네시아 전체	100%
상위 20%	46.9%
중위 40%	36.1%
하위 40%	17%

(*) Ministry of Foreign Affairs, Katadata, Badan Pusat Statistik

- 1) 소스, 드레싱, 조미료(Sauces, Dressings, Condiments): 토마토 페이스트/푸레, 부용/육수 큐브, 허브와 향신료, 글루탐산소다(MSG)를 비롯한 각종 소스와 드레싱, 조미료를 포함함. 고추장 제품 품목인 '소스'를 기준으로 해당 지표 선정함
- 2) 칠리소스(Chilli Sauces): 소스, 드레싱, 조미료의 하위 품목으로 고추를 주 원료로 사용하여 타 재료 및 감미료와 섞은 매운 테이블 소스나 조미료를 지칭함. 고추장 소스의 원료인 '고추'와 '매운 맛'이 이에 해당되어 지표로 선정함
- 3) HS CODE 2103.90: 기타 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료 및 양념(간장 소스, 토마토 케첩 및 토마토 소스, 겨자, 겨자가루 제외) 지칭함. '기타'에 고추장 소스 원료인 '고추'가 해당되어 지표로 선정함
- 4) 가계지출(家計支出, expenditure): 가계지출은 실질적으로 가계의 자산이 감소되는 지출로써, 소비지출과 비소비지출로 구성. 소비지출 항목은 식료품, 의료, 주거 관련 비용 등이 있으며, 비소비지출 항목은 조세, 공적연금 등이 있음

1. 인도네시아 고추장소스 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보⁸⁾

면적	190만 km ²
인구	2억 6,532만 명
GDP	1조 53억 달러
GDP (1인당)	3,789달러

조사시장: 조사 제품의 품목 ‘소스’, 원료 ‘고추’, ‘매운 맛’이 해당하는 인도네시아 ‘소스, 드레싱, 조미료’ 시장과 ‘칠리 소스’ 시장을 조사함. ‘칠리 소스’ 시장은 고추를 주 원료로 사용하여 타 재료 및 감미료와 섞은 매운 테이블 소스나 조미료를 포괄하여 지표로 선정함

▶ 인도네시아 ‘칠리 소스’ 시장, 2014-2018년 연평균성장률(CAGR)⁵⁾ 9.4%

2018년, 인도네시아의 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장규모는 22조 6,120억 루피아로 과거 5년 동안 평균 9.4% 성장함. ‘칠리 소스’ 시장규모는 2조 7,880억 루피아로 최근 5개년(2014-2018년) 동안 평균 10.3% 증가함. 칠리 소스는 일반 인도네시아 가정에서 필수로 사용하는 소스로서 수요가 안정적임. 2018년, ‘팁탑 핫칠리 소스(Tip Top Hot Chili Sauce)’, ‘맘스 핫 칠리 소스(Mum’s Hot Chili Sauce)’, ‘부 루디(Bu Rudy)’ 등의 지역 브랜드 칠리소스가 인기를 얻으며 자카르타를 포함한 주요 도시로 유통 범위를 넓힌바 있음⁶⁾

▶ 2019년 ‘칠리 소스’ 시장 30조 90억 루피아 예상

2019년, ‘소스, 드레싱 및 조미료’, ‘칠리 소스’ 시장 규모는 각각 24조 4,390억 루피아, 3조 90억 루피아로 추산되며, 향후 5년(2019-2023년)의 성장률은 8.6%와 8.4%로 예상됨

[표 1.1] ‘소스, 드레싱 및 조미료’, ‘칠리 소스’ 시장규모⁷⁾

단위 : 십억 루피아



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 소스, 드레싱, 및 조미료	15,758 (1.3조 원)	17,826 (1.5조 원)	19,933 (1.7조 원)	21,587 (1.8조 원)	22,612 (1.9조 원)	9.4%
해당 품목 칠리 소스	1,884 (1,563억 원)	2,166 (1,798억 원)	2,448 (2,031억 원)	2,668 (2,215억 원)	2,788 (2,314억 원)	10.3%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 소스, 드레싱, 및 조미료	24,439 (2조 원)	26,499 (2.2조 원)	28,772 (2.4조 원)	31,275 (2.6조 원)	34,037 (2.8조 원)	8.6%
해당 품목 칠리 소스	3,009 (2,497억 원)	3,257 (2,703억 원)	3,530 (2,930억 원)	3,829 (3,178억 원)	4,157 (3,450억 원)	8.4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

2. 인도네시아 고추장 소스 수출입 시장규모

HS CODE 2103.90: 기타 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료 및 양념(간장 소스, 토마토 케첩 및 토마토 소스, 겨자, 겨자가루 제외)을 칭함. '기타'에 고추장 소스 원료인 '고추'가 해당되어 지표로 선정함

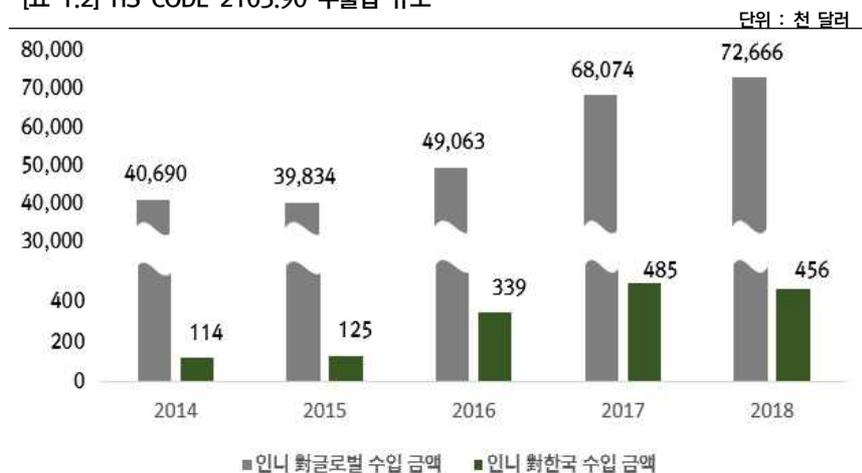
▶ 2014-2018년, 인도네시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 15.6%

2018년 기준 인도네시아 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 7,266만 6,000달러를 기록하였으며, 2018년을 기준으로 최근 5년간(2014-2018년) 15.6%의 연평균성장률을 보임

▶ 2018년 한국 對인도네시아 수출액 45만 6,000달러⁹⁾

농식품수출정보(KATI)에 따르면, 2018년 기준 한국 고추장의 對인도네시아 수출액은 45만 6,000달러로 2014-2018년 사이 연평균 41.5% 성장함

[표 1.2] HS CODE 2103.90 수출입 규모



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* (14-'18)
인도네시아 對글로벌 수입액	40,690 (483억 원)	39,834 (473억 원)	49,063 (582억 원)	68,074 (808억 원)	72,666 (863억 원)	15.6%
한국 對인도네시아 수출액	114 (1.3억 원)	125 (1.4억 원)	339 (4억 원)	485 (5.8억 원)	456 (5.4억 원)	41.5%

자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.90 기준

KATI(Korea Agricultural Trade Information) HS CODE 2103.90.1030¹⁰⁾ 기준

5) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor, 「Sauces, Dressings and Condiments in Indonesia, Country Report」, 2018.11.

7) 100루피아 = 8.30원 (2019.06.17., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr) (외교부 자료는 2018년, 2번째 소비 지표에 사용된 인구자료는 2019년으로 전체 인구 수에 차이 있음)

9) ITC 내 인도네시아 對한국 수입액 5개년 추이 조사가 불가하여, 한국농수산물유통공사에서 운영하는 농식품수출정보(KATI) 활용함

10) HS CODE 2103.90.1030: 고추장

3. 인도네시아 고추장소스 소비 시장규모

1) 인도네시아 재외동포 규모

조사제품 고추장소스는, ‘매운 맛’을 특징으로 하는 ‘한식 메뉴의 기본 소스’임. 이에 수요가 예측되는 ‘인도네시아 내 재외동포’ 및 ‘한류에 관심이 높은 인도네시아 젊은 세대’의 규모를 조사함. 이 외 타깃 구매층 설정 위해 ‘지출 수준에 따른 소비지출 비율’을 확인함

▶ 인도네시아 재외동포 규모, 2015년 대비 24% 감소

2017년 기준 인도네시아 내 전체 재외동포는 31,091명으로, 2015년에 비해 약 24% 감소함. 이는 재외동포의 가장 큰 비율(82.5%)을 차지하는 일반 체류자¹¹⁾가 2015년도 대비 33.7% 감소했기 때문임

자카르타 내 전체 재외동포는 12,484명으로 인도네시아 내 전체 재외동포의 약 40.2%로 나타남. 이 중 일반 체류자가 10,090명으로 가장 많으며, 영주권자가 1,868명으로 두 번째로 많은 것으로 확인됨

[표 1.3] 2017년 인도네시아 한인교민 규모

단위: 명



지역	구분	재외동포 총수	영주권자	재외국민 체류자		계	외국국적 동포 (시민권자)
				일반	유학생		
인도네시아	'15 대비 증감률(%)	-23.69	+268.7	-33.71	+84.78	-24.22	+18.34
	전체	31,091	4,041	25,661	789	30,491	600
	남성	19,481	2,682	15,967	427	19,076	405
	여성	11,610	1,359	9,694	362	11,415	195
자카르타	전체	12,484	1,868	10,090	189	12,147	337
	남성	7,303	1,164	5,822	89	7,075	228
	여성	5,181	704	4,268	100	5,072	109

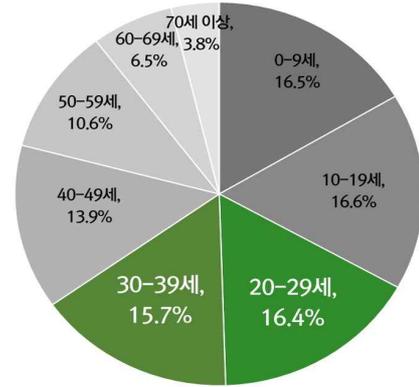
자료 : 외교부

11) 일반 체류자: 90일 이상 일정한 장소에 주거를 정하고 체류 또는 거주하는 대한민국 국민으로서, 주재상사원, 외교관 등을 지칭함

2) 인도네시아 인구 분포

▶ 2019년, 인도네시아 20-30대 32.1%

한류의 영향으로 인도네시아 내 한식에 대한 관심 및 수요가 있음. 특히 인도네시아의 젊은 세대¹²⁾가 한국 음식 문화에 관심을 보이며, 한식 중에서도 떡볶이와 같은 고추장소스에 기반한 음식을 선호함¹³⁾



2019년 기준, 인도네시아 인구의 평균 나이는 30.2세¹⁴⁾이며 젊은 세

대에 해당하는 20-30대의 규모가 총 인구의 32.1%로 나타남. 이 가운데 남성은 4,235만 명, 여성은 4,318만 명으로 여성이 남성보다 약 84만 명 정도 더 많음

자료: 카타데이터(Katadata)

[표 1.4] 2019년 인도네시아 인구 분포

연령	전체	남성	여성	단위: 만 명
				비율
전체	26,691	13,288	13,403	100%
0-9세	4,397	2,161	2,236	16.5%
10-19세	4,434	2,186	2,247	16.6%
20-29세	4,364	2,161	2,204	16.4%
30-39세	4,189	2,074	2,115	15.7%
40-49세	3,718	1,846	1,872	13.9%
50-59세	2,839	1,420	1,419	10.6%
60-69세	1,747	883	864	6.5%
70세 이상	1,003	557	445	3.8%

자료: 카타데이터(Katadata)

12) 자료: 대한무역투자진흥공사, 「떡볶이로 보는 인도네시아 식품 산업동향」, 2018.06.24.

13) 자료: 자카르타글로브(Jakarta Globe), 「Hallyu: Surfin' the Korean Wave in Indonesia」, 2018.05.08.

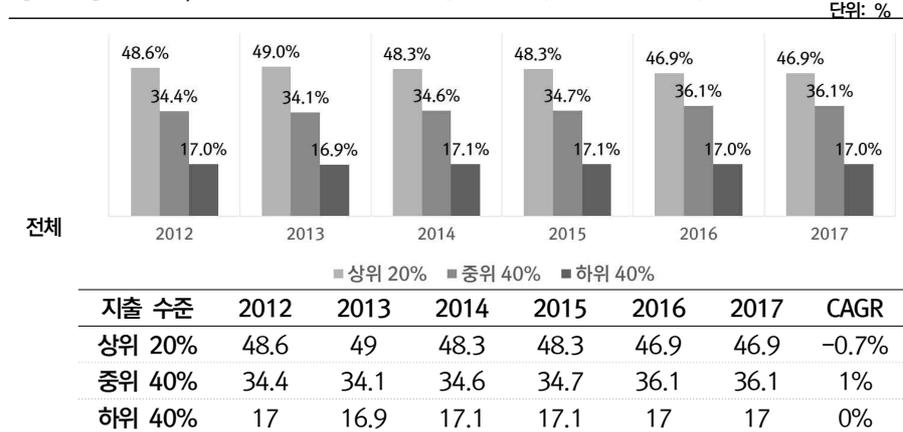
14) 자료: 월드포플레이션리뷰(World Population Review), (www.worldpopulationreview.com), 2019.06.10.

3) 인도네시아 지출 규모에 따른 소비지출 시장 점유율

▶ 2017년 가계지출 그룹 상위 20%, 소비지출 시장의 46.9% 점유

지난 20년 간, 가계지출¹⁵⁾ 규모가 상위 20%에 해당하는 그룹의 소득이 급상승하며 경제적 불평등이 심화됨.¹⁶⁾ 해당 그룹은 2017년 인도네시아 전체 소비지출 시장의 절반이 넘는 46.9%를 차지하는 것으로 나타남. 뒤이어, 중위 40%가 36.1%, 하위 40%가 17%의 점유율 보임. 중위 40%의 시장 점유율은 2012-2017년 동안 1% 증가하였으며, 타 그룹은 감소하거나 변화 없음

[표 1.5] 2017년, 가계지출 수준에 따른 시장 점유율 (인도네시아 전체)



자료: 인도네시아 통계청(Badan Pusat Statistik)

도시의 경우, 가계지출 상위 20%가 소비지출 시장의 59.4%, 중위 40%가 29.3%, 하위 40%가 11.3% 점유함. 2012-2017년 간 상위 20% 그룹의 점유율이 3.7% 증가하였으며 중위 40%와 하위 40%는 모두 감소함

[표 1.6] 2017년, 가계지출 수준에 따른 시장 점유율 (인도네시아 도시 한정)



자료: 인도네시아 통계청(Badan Pusat Statistik)

15) 가계지출(家計支出, expenditure): 가계지출은 실질적으로 가계의 자산이 감소되는 지출로써, 소비지출과 비소비지출로 구성. 소비지출 항목은 식료품, 의류, 주거 관련 비용 등이 있으며, 비소비지출 항목은 조세, 공적연금 등이 있음

16) 자료: 더컨버세이션(The Conversation) (www.theconversation.com), 「Two decades of economic growth benefited only the richest 20%. How severe is inequality in Indonesia?」, 2018.08.28

세계은행(The World Bank) (www.worldbank.org), 「Indonesia's Rising Divide」, 2015.12.07

II. Market Trend

SUMMARY

1. 인도네시아 內 한류에 따른 한식 인지도 확산 중
2. 한식 중 고추장이 들어간 비빔밥, 떡볶이 인지도 높음
3. 현지 매체, 삼발소스의 과도한 나트륨 양 우려
4. 고추장과 유사한 소스 인지도 높아



Market Trend

(시장트렌드)

인도네시아 (Indonesia)

고추장소스 소비 트렌드



K-Drama를 보고 한식당에서 한식 소비
‘한식, 맵지만 맛있고 건강한 요리로 인식’



떡볶이·비빔밥 등 고추장 재료 기반의 한식 인기
‘인도네시아 맥도날드, 떡볶이 햄버거 출시’

Indonesia Issue ①

**인도네시아 내 한류에 따른
한식 인지도 확산 중**

‘K-Drama를 통한 한식 접하는 현지인 늘어’

Indonesia Issue ②

**인도네시아, 비빔밥 및 떡볶이에
대한 인지도 높음**

‘인도네시아 음식과 한국 음식 전반적으로 유사’



매운 맛 소스인 삼발 소스 유명
‘인도네시아, ASEAN 권역에서 매운 요리로 유명’



고추장 소스 선호도는 아직 미미
‘한식을 위한 재료로만 사용되고 있음’

Indonesia Issue ③

**현지 매체,
삼발 소스의 과도한 나트륨 양 우려**

‘나트륨이 과도하게 포함된 삼발 소스, 적정 섭취 필요’

Indonesia Issue ④

**고추장 유사 소스인
칠리 소스, 삼발 소스 인기**

‘고추 기반 소스 인지도 높은 것으로 드러나’

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●

데이터 수집
소스원



(인도네시아 농식품 매체 20개)
(인도네시아 온라인마켓 5개)

●

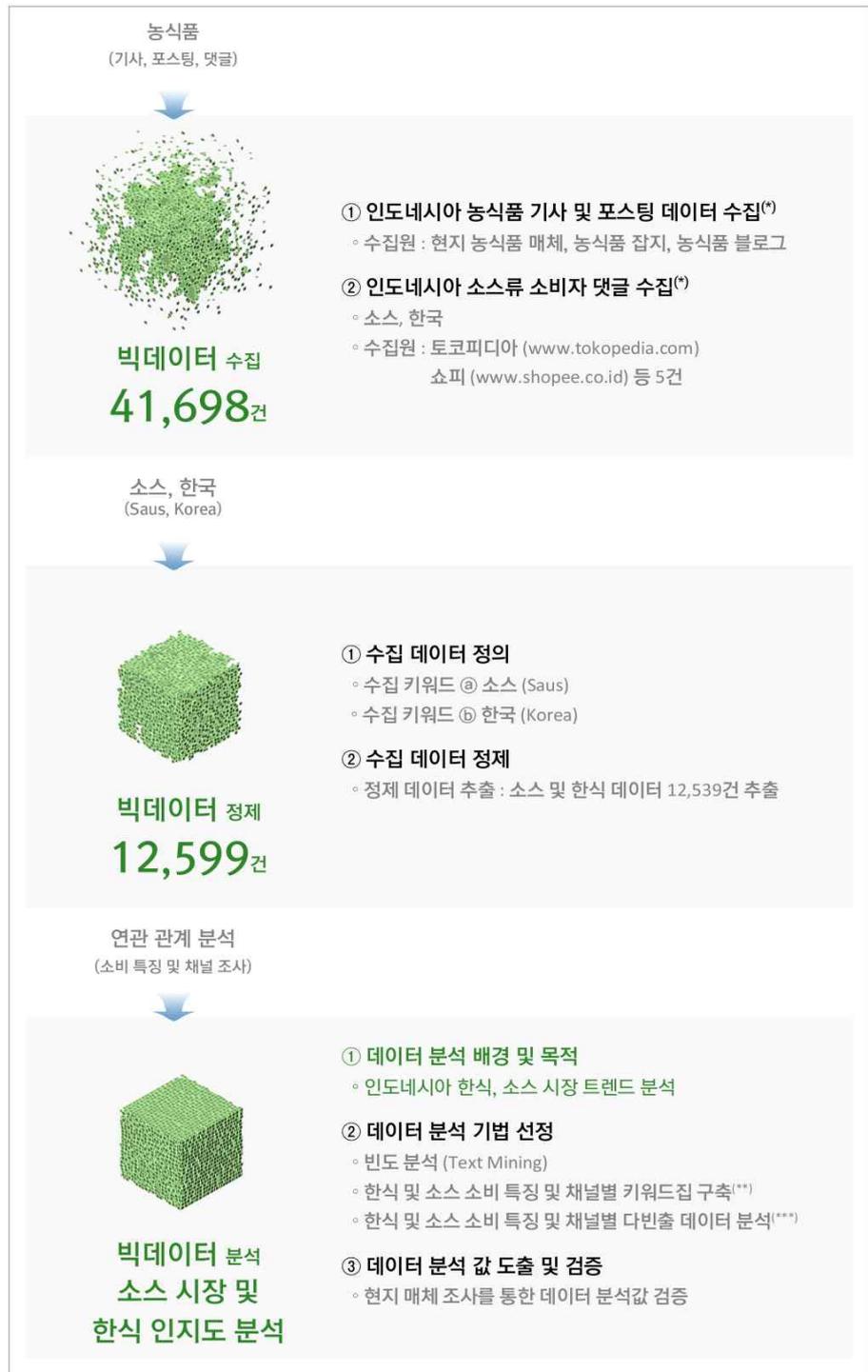
데이터 분류
키워드집



(인도네시아 고추장
연관 키워드집)

●

데이터 분석
빈도 분석



1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.05
수집 데이터	41,968건

데이터 정제

정제 키워드	소스, 한국 (Saus, Korea)
정제 데이터	12,529건

○ 빅데이터 수집

- 인도네시아 농식품 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 인도네시아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Fimel	www.fimela.com	라이프스타일 매거진
02	Indonesia Times	www.idntimes.com/	비즈니스 매체
03	Pikiran Rakyat	www.pikiran-rakyat.com	라이프스타일 매거진
04	Akurat	akurat.co	비즈니스 매체
05	Tribun New	www.tribunnews.com	라이프스타일 매거진
06	Nakita	nakita.grid.id	라이프스타일 매거진
07	Merdeka	www.merdeka.com	라이프스타일 매거진
08	Food Detik	food.detik.com	농식품 매체
09	Liptan6	www.liputan6.com	농식품 매체
10	Faktual News	faktualnews.co	라이프스타일 매거진
11	Cookpad	cookpad.com	레시피 사이트
12	the yummy life	www.theyummlife.com	농식품 매체
13	mykorerankitchen	mykoreankitchen.com	농식품 매체
14	Tribun News	www.tribunnews.com	농식품 매체
15	Honest Docs	www.honestdocs.id	건강 정보지
16	Tirto.id	www.tirto.id	건강 정보지
17	Gatra	www.gatra.com	건강 정보지
18	Pojoksatu	tipstren.pojoksatu.id	라이프스타일 매거진
19	Tempo	cantik.tempco.co	비즈니스 매체
20	Junas	www.jurnas.com	비즈니스 매체

- 소스류 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 인도네시아 소스류 소비자 관련 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	www.shopee.co.id	온라인 쇼핑몰
02	Tokopedia	www.tokopedia.com	온라인 쇼핑몰
03	Bukalapak	www.buklalpak.com	온라인 쇼핑몰
04	Lazada	www.lazada.co.id	온라인 쇼핑몰
05	kaskus	www.kaskus.co.id	커뮤니티 사이트

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 고추장 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 인도네시아 고추장 시장 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
			한국어	영어	참여기업	기타	
참여 기업	한국 개발사	한식	종류	비빔밥	bibimbab		○
	사용 키워드			닭강정	dakgangjeong		○
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립			떡볶이	Topokki		○
				김치	kimchi		○
				잡채	kimbab		○
				라면	japchae		○
				짬뽕	korea Ramyen		○
				자장면	Jjamppong		○
				부침개	Jajangmyeon		○
				불고기	bulgogi		○
				삼계탕	samgeytang		○
				한식	Makanan korea		○
				한식당	resto korea		○
		이미지	맛있다	enak		○	
			맛없다	ga enak		○	
			맵다	pedasnya	○	○	
			빨갱다	merah		○	
			미친	gilak		○	
			좋다	suka		○	
			할랄	halal		○	
			발효	korupt	○		
			싫다	tidak suka / benci		○	
			끈적거리다	norak		○	
소스		종류	칠리소스	sambal	○	○	
			살사소스	salsa	○	○	
			타바스코	tabasco		○	
			굴소스	Tiram		○	
			컷트니	cutney		○	
			깨짬소스	kecap		○	
			고추장	gochujang	○		
			땅콩소스	udang saus		○	
			토마토 소스	menggunakan saus		○	
			간장소스	berbagai macam saus		○	
		맛	신맛 소스	Masam		○	
			짠맛 소스	Rasa asin / ASIN		○	
			매운소스	pedasnya / pedas	○		
홈메이드	buatan sendiri			○			
		단맛소스	Manis		○		

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 인도네시아의 한국 식품에 대한 현지인 선호도 조사
- 인도네시아 소스 시장 트렌드 조사

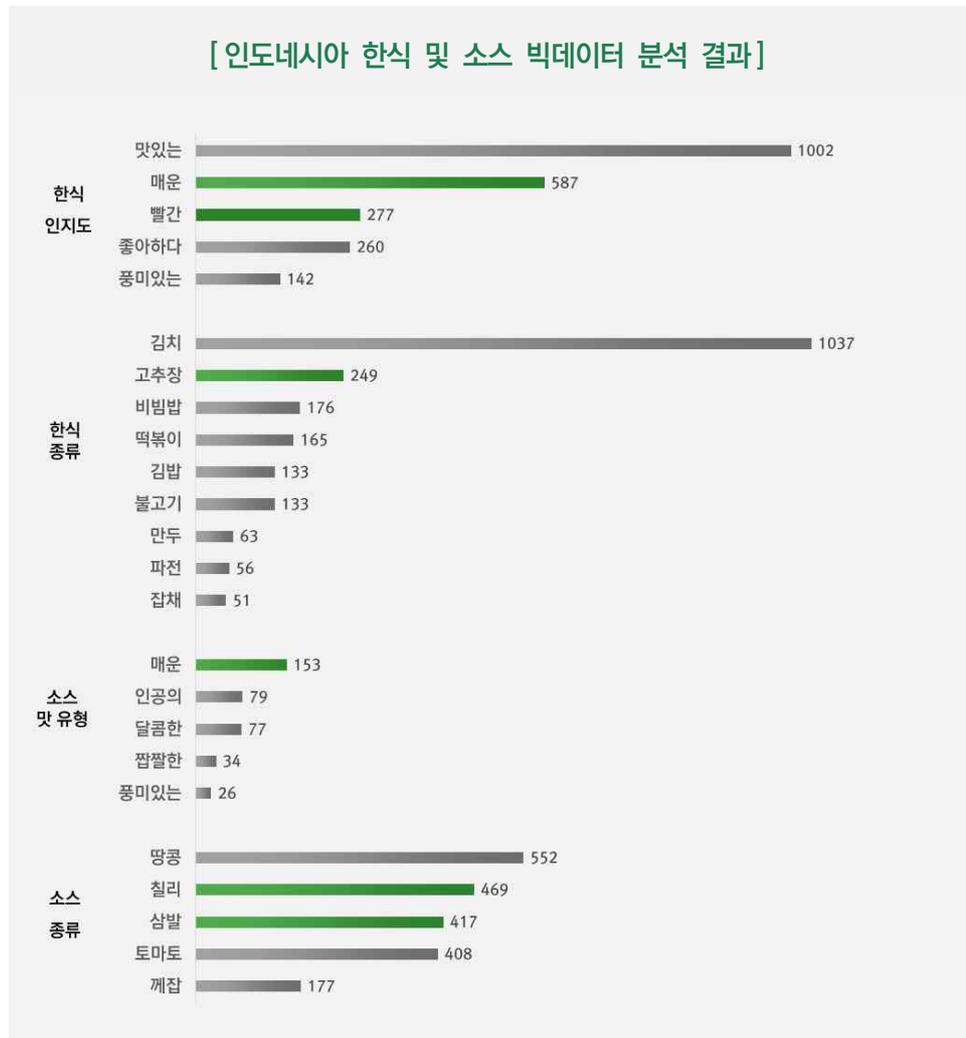
○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 빈도 분석
 - 1) 한식 연관어 빈도 분석 : 인지도, 종류
 - 2) 소스 연관어 빈도 분석 : 맛 유형, 종류

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 한식 및 소스 연관 해당 키워드 발생 건 수

빈도 분석



1. 인도네시아 내 한류에 따른 한식 인지도 확산 중

인도네시아 음식 커뮤니티, 국가별 도출 빈도

국가	도출빈도
인도네시아	17,181
한국	8,234
일본	2,243
일본	930
중국	821
러시아	510
싱가포르	447
말레이시아	378
미국	289
대만	122
브라질	66

자료 : 인도네시아 소스 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 12,592건 분석 (18.01. - 19.05.)

▶ 케이드라마(K-Drama)를 통해 한식 접하는 인도네시아 소비자들

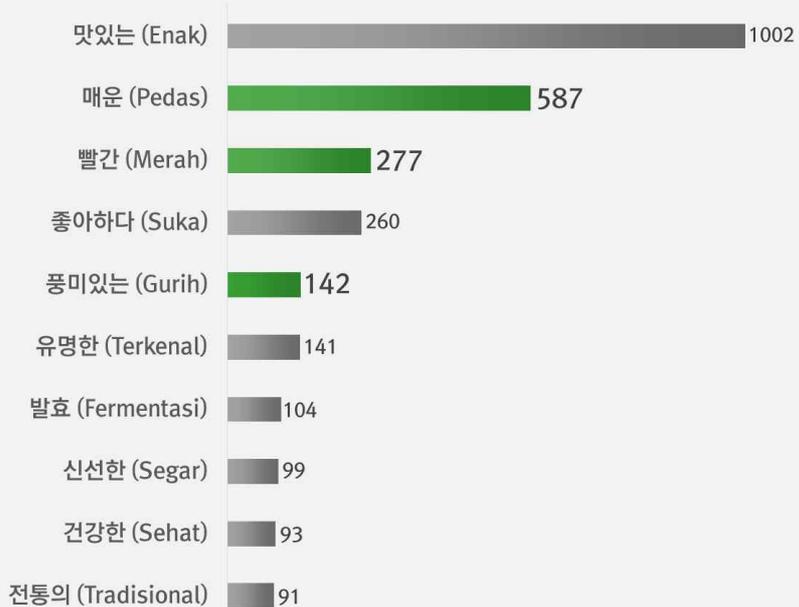
인도네시아에 한류 문화가 인기를 끌면서 현지 주요 농식품 매체들은 한국 드라마에서 나온 음식들을 소개함. 콤파란(Kumparan)은 K-Drama에서 자주 볼 수 있는 한식으로 라면, 자장면, 떡볶이, 부침개, 짬뽕 등을 소개하며 매운 맛과 특유의 식감을 홍보함.¹⁷⁾ 현지 유력 일간지 인도네시아 타임즈(Indonesia Times)에 따르면 반둥(Bandung), 자카르타(Jakarta) 등 대도시에는 한식 레스토랑이 밀집해 있으며 한류에 관심이 많은 현지인들의 방문이 이어진다고 함¹⁸⁾

▶ 한국 음식, '맛있고', '매운', '풍미가 있는' 음식으로 인식

인도네시아 소비자들은 한식에 대해 매운(Pedas) 음식으로 인지하고, '맛있는(Enak)', '좋아하다(Suka)', '풍미 있는(Gurih)' 등의 특징으로 평가하고 있음. 또한 '발효(Fermentasi)', '건강한(Sehat)', '신선한(Segar)' 등의 키워드가 부각되며 한식이 건강한 요리라고 인식하고 있음이 확인됨

▶ 한식, 맵지만 맛있고 건강한 요리로 인식

[표 2.4] 한식에 대한 인식 키워드 발생 빈도 - 빅데이터 분석



자료 : 인도네시아 소스 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 12,592건 분석 (18. 01 - 19. 05)

17) 자료: 콤파란(Kumparan), 「5 Makanan Khas Korea yang Sering Ditemukan di K-Drama」, 2018.11.14.

18) 자료: 인도네시아타임즈(Indonesia Times), 「10 Restoran Korea di Bandung Ini Sajikan Menu Ala KDrama」, 2019.05.18.

2. 한식 중 고추장이 들어간 비빔밥, 떡볶이 인지도 높음

한국과 유사한 인도네시아 음식

한국 음식	인도네시아 요리
 비빔밥	 나시 페첼
 떡볶이	 칠럭
 김치	 아씨난

자료 : 리푸탄식스(Liputan6) 홈페이지

▶ 인도네시아의 음식, 한식과의 유사성 때문에 거부감 적어

현지 매거진 리푸탄식스(Liputan6)는 쌀과 야채가 중심이 된다는 점에서 한식과 인도네시아 요리는 서로 밀접한 부분이 많으며 이는 한식의 인기 요인이라고 진단함.¹⁹⁾ 또한 나씨페첼(Nasi Pecel), 칠럭(Cilok), 아씨난(Asinan) 등의 요리가 한국의 비빔밥, 떡볶이, 김치와 유사한 점이 많다고 전함

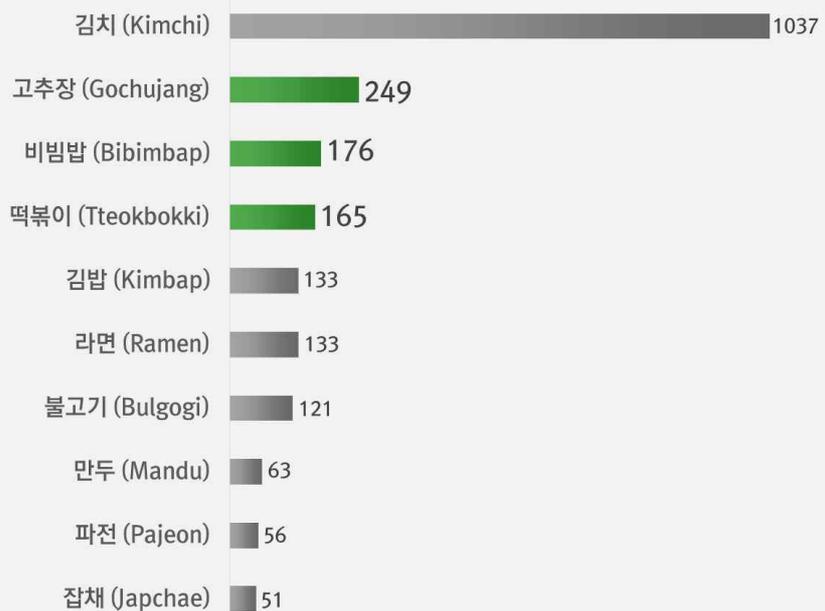
▶ 김치, 떡볶이 등 한국의 매운 요리 인지도 높아

▶ 인도네시아 맥도날드, 떡볶이맛 햄버거 출시

인도네시아 소비자들은 한식 종류 중 김치, 고추장, 비빔밥, 떡볶이 등의 순으로 한식에 대한 인지도가 높은 것으로 확인됨. 김치, 고추장, 떡볶이 등이 상위권에 있어 매운 요리의 인지도가 높은 편임. 특히 떡볶이의 경우 현지에서 젊은이들 대상으로 큰 인기를 얻고 있으며 이를 토대로 인도네시아 맥도날드는 떡볶이맛 치킨과 맥스파이스 블랙 떡볶이 햄버거를 출시하기도 함²⁰⁾

▶ 고추장 사용요리인 비빔밥, 떡볶이 인지도 높음

[표 2.5] 한식 종류별 키워드 발생 빈도 - 빅데이터 분석



자료 : 인도네시아 소스 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 12,592건 분석 (18. 01 - 19. 05)

19) 자료: 리푸탄식스(Liputan6), 「Patut Dicoba, 8 Kuliner Indonesia Ini Mirip Makanan Korea」, 2019.01.30.

20) 자료: 인도네시아타임즈(Indonesia Times), 「Sensasi Ayam Saus Pedas Ala Korea」, 2019.04.16.

3. 현지 매체, 삼발 소스의 과도한 나트륨 양 우려

글로벌 매운 맛 순위

순위	국가
01	인도
02	태국
03	멕시코
04	중국
05	인도네시아
06	스리랑카
07	방글라데시
08	한국
09	이탈리아
10	미국

자료 : 탑텐(top tens) 홈페이지

▶ 매운 맛 소스를 선호하는 인도네시아

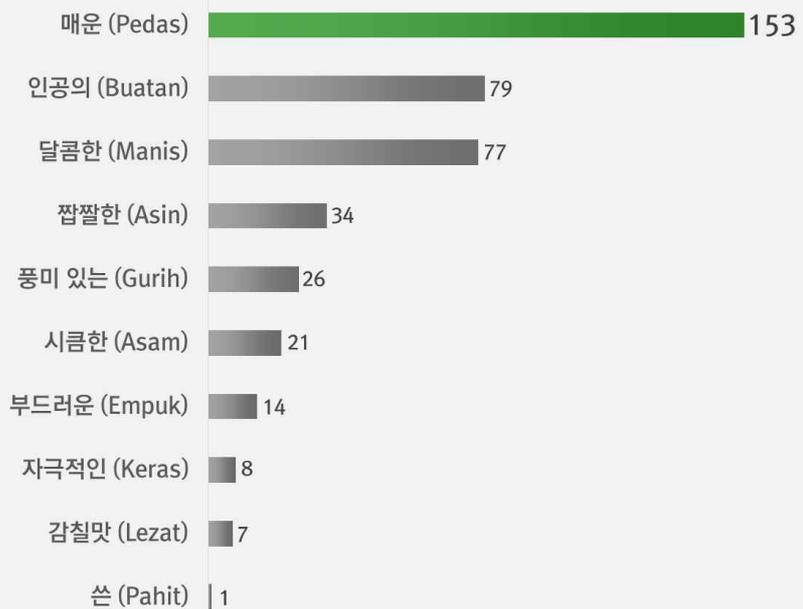
인도네시아는 아세안 국가 중 태국과 함께 비교적 매운 맛을 즐겨먹는 것으로 알려져 있음.²¹⁾ 특히, 인도네시아의 칠리소스로 알려진 삼발소스(Sambal Sauce)가 매우 유명함. 삼발 소스는 고추를 잘게 빻아 양파, 민트, 마늘, 피쉬 소스, 식초, 소금, 라임주스 등을 넣어 만든 혼합 소스로 고추장과 유사함. 삼발 소스는 고기 요리, 볶음밥, 꼬치구이 등 양념으로 널리 쓰이고 있음

▶ 현지 매체, 삼발 소스에 포함된 과도한 나트륨 양 우려

현지 매체에서는 현지인들에게 선호도가 높은 삼발 소스에 포함된 과도한 양의 나트륨이 건강에 미치는 부정적 영향을 우려함. 맛있고 건강에 좋은 음식에 대한 소비자들의 높은 선호에 따라, 관련 매체에서도 식품 선택 시 첨가물을 고려할 것을 권장함.²²⁾ 현지 매체 리푸탄식스(Liputan6)에 따르면, 시중의 삼발 소스 1 티스푼에는 80mg의 나트륨과 1g의 설탕이 들어가 있으며, 이는 전해질 불균형 및 고혈압 등을 유발할 수도 있어 적정선의 섭취가 필요함²³⁾

▶ 소스 중 매운 맛 언급 비중이 가장 높아

[표 2.6] 인도네시아 소스 맛 종류별 키워드 발생 빈도 - 빅데이터 분석



자료 : 인도네시아 소스 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 12,592건 분석 (18. 01 - 19. 05)

21) 자료: 탑텐(the Top Tens), 「Countries with the Spiciest Food」, 2019.06.21.

22) 자료: 베스트프리젠티비드(Best Present Guide), 「9 Makanan Sehat dan Lezat Ini Bakal Menjadi Tren dan Viral di Tahun 2019」, 2019.01.15.

23) 자료: 리푸탄6(Liputan6), 「Bahaya Terlalu Sering Makan Saus Sambal」, 2018.09.26.

4. 고추장과 유사한 소스에 대한 높은 선호도

●
삼발바작
(Sambal bajak)



●
삼발다부다부
(Sambal dabu-dabu)



●
삼발발라칸
(Sambal belacan)



▶ **땅콩 소스, 토마토 소스, 칠리 소스, 깨잡 소스 등을 선호**

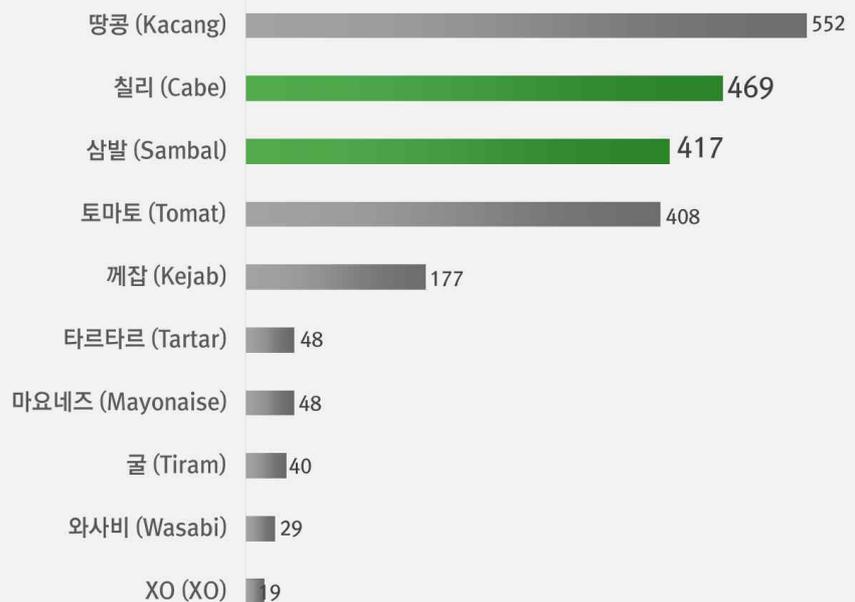
인도네시아에서는 소스 중 땅콩 소스에 대한 인지도가 가장 높게 나타났으며, 매운 맛의 칠리 소스(Cabe, Cabai)와 삼발 소스의 인지도도 높게 나타남. 특히, 고추장과 유사한 삼발 소스는 마늘, 새우 페이스트 등을 섞어 만든 삼발바작(Sambal bajak), 고추, 라임액 등이 들어간 삼발다부다부(Sambal dabu-dabu), 새우 또는 새우 페이스트가 들어간 삼발발라칸(Sambal belacan) 등 총 10개 이상의 종류가 인도네시아에 있는 것으로 알려져 있음.²⁴⁾ 다양한 삼발 소스는 전통 요리 뿐만이 아니라 두리안, 망고와 같은 과일 채소와 버무려 먹는 등²⁵⁾ 인도네시아에 있어 국민 소스로 자리매김함

▶ **한식을 위한 재료로써 고추장소스, 현지식과의 사용 비율은 아직 낮아**

인도네시아에서 고추장은 한식 소개 등에서만 언급되고 있으며, 현지식에 같이 사용을 해보았다는 기사, 포스팅, 댓글은 없는 것으로 나타나 고추장소스를 현지식과 함께 사용하는 비율은 낮은 것으로 확인됨

▶ **고추장 유사소스, 칠리·삼발 소스 언급 비중 높아**

[표 2.7] 인도네시아 소스 연관 키워드 발생 빈도 - 빅데이터 분석



자료 : 인도네시아 소스 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 12,592건 분석 (18. 01 - 19. 05)

24) 자료: 인도네시아타임즈(Indonesia Times), 「Untuk Kamu Pencinta Pedas, 10 Sambal NIndonesiaantara yang Mesti Kamu Tahu!」, 2019.04.23.

25) 자료: 인도네시아타임즈(Indonesia Times), 「7 Kreasi Sambal Campur Buah Khas Nusantara, Dijamin Bikin Ngiler!!」, 2018.11.20.

III. Distribution Channel

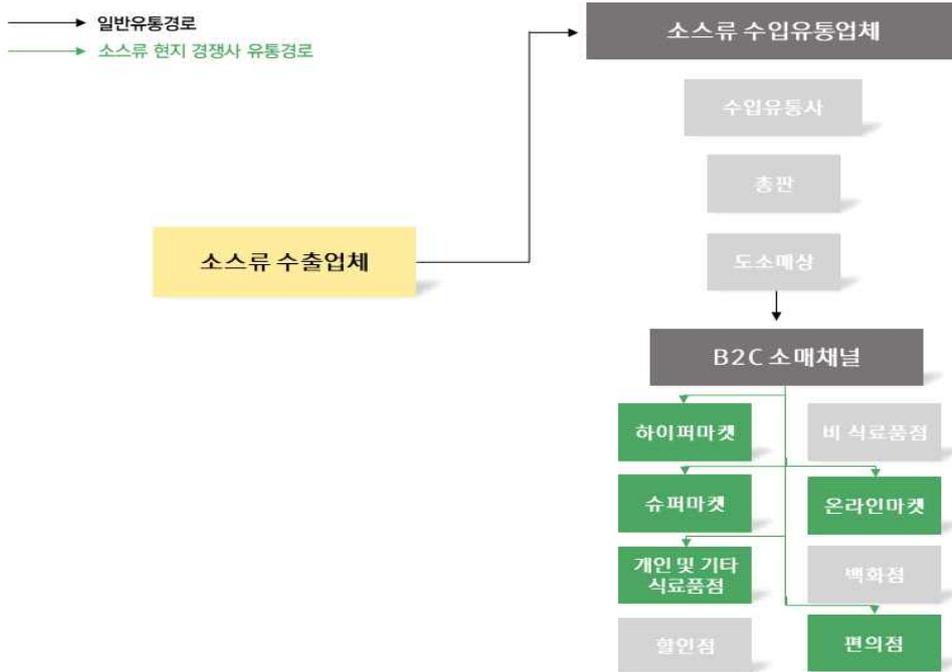
SUMMARY

1. 인도네시아 고추장소스 유통구조
2. 인도네시아 고추장소스 주요 유통업체
3. 인도네시아 고추장소스 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



인도네시아 (Indonesia)

소스, 드레싱 및 조미료²⁶⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁷⁾	주요 채널 ²⁸⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ²⁹⁾	72.5%	(-)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	20.2%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte mart), 히어로(Hero), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 랜치마켓(Ranch Market), 푸드마트(Foodmart)
	편의점	7.2%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 패밀리마트(Family Mart), 요마트(Yomart), 로션(Lawson)
	온라인마켓	0.1%	라자다(Lazada), 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia), 토크피디아(Tokopedia), 블랜자(Blanja)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보조사 결과

26) '고추장 소스'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauce, Dressing and Condiments)'의 정보를 확인함

27) 2018년 기준, 인도네시아 내 소스, 드레싱 및 조미료(Sauce, Dressings and Condiments) 유통채널의 점유율임

28) 채널 분류에 따른 인도네시아 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

29) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

1. 인도네시아 고추장소스 유통구조

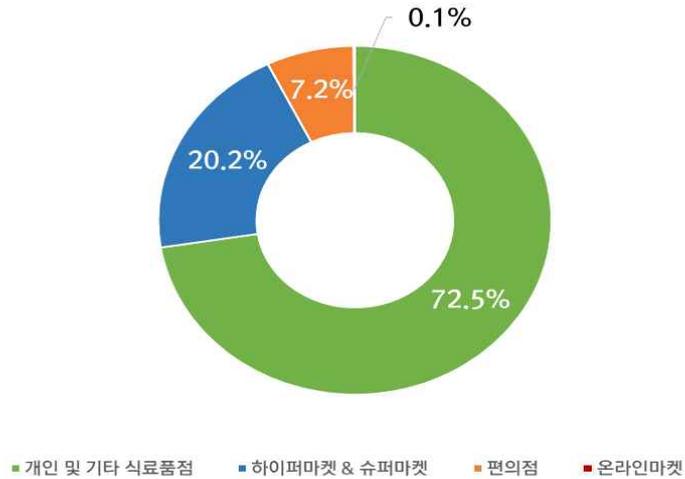
품목 구분 및 분류

품목	고추장소스
구분	요리용소스
범주	소스, 드레싱 및 조미료

▶ 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(72.5%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(20.2%), 편의점(7.2%)’

[표 3.1] 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료 유통채널 현황

채널 유형	고추장소스 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	72.5%	(-)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	20.2%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte mart), 히어로(Hero), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트익스프레스(Giant Ekspres), 랜치마켓(Ranch Market), 푸드마트(Foodmart)
	편의점	7.2%	알파마트(Alfamart), 인도마트(Indomaret), 씨클케이(Circle K), 패밀리마트(Family Mart), 요마트(Yomart), 로션(Lawson)
	온라인마켓	0.1%	라자다(Lazada), 블랜자(Blanja) 소피 인도네시아(Shopee Indonesia), 토크피디아(Tokopedia)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보조사 결과

2. 인도네시아 고추장소스 주요 유통업체

- ▶ 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료 취급 유통채널의 경우, 개인 및 기타 식료품점 이외 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적인 채널

[표 3.3] 인도네시아 소스, 드레싱 및 조미료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	매출액 ³⁰⁾	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 17조 2,003억 루피아 (약 1조 4,404억 원)	에이버씨(ABC), 사사(Sasa), 두아 벨리비스 (Dua Belibis), 틱탑(TipTop), 인도푸드(Indofood), 삼벨 캡 켄폴 (Sambel Cap Jempol)	0
2	하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 8조 2,260억 루피아 (약 6,794억 원)	에이버씨(ABC), 델몬트(Del monte), 마마스카(Mamasuka), 본카베(BonCabe), 인도푸드(Indofood), 두아 벨리비스 (Dua Belibis), 사사(Sasa), 삼벨 캡 켄폴 (Sambel Cap Jempol)	0
3	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 10조 3,410억 루피아 (약 8,541억 원)	인도푸드(Indofood), 두아 벨리비스 (Dua Belibis), 사사(Sasa), 자와라(Jawara)	0
4	알파마트 (Alfamart)	편의점	약 66조 8,173억 루피아 (약 5조 5,191억 원)	사사(Sasa), 인도푸드(Indofood), 델몬트(Del monte), 에이버씨(ABC), 피나(Finna), 자와라(Jawara), 본카베(BonCabe), 마마스카(Mamasuka), 자와라(Jawara), 인도푸드(Indofood), 에이버씨(ABC), 두아 벨리비스 (Dua Belibis), 피나(Finna),	0
5	인도마켓 (Indomaret)	편의점	약 63조 1,255억 루피아 (약 5조 2,141억 원)	에이버씨(ABC), 두아 벨리비스 (Dua Belibis), 피나(Finna),	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

30) 100루피아 = 8.26원 (2019.06.21., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 인도네시아 고추장소스 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(jakarta)	
	규모	매출액('18) ³¹⁾³²⁾	약 17조 2,003억 루피아 (약 1조 4,104억 원)
	기타 규모	매장 수('18): 107개 ³³⁾	
기업 기본 정보	- 인도네시아 까르푸는 2012년 CT Corp.에서 지분을 100% 인수하며, Transmart Carrefour로 재정비됨 - 1,200명 이상의 직원과 인도네시아 전역에 100개 이상의 복합형태 할인 매장이 있음		
기업 최근 이슈	기업 요약 ³⁴⁾   - 폐칼롱간에 최근 실내 테마파크가 결합된 새로운 할인 매장(outlets)을 오픈함 - 2019년 할랄 인증을 받은 첫 하이퍼마켓이 됨 (Padang, Jakarta 매장 2곳) - 까르푸는 Mosque Council(DMI)와 협력하여 인도네시아에 300개 이상의 편의점을 오픈할 예정임 - 최근 여러 소매점들이 문을 닫는 가운데 까르푸는 최신 매장을 오픈하여 다양한 프로그램과 프로모션을 진행할 예정임		
유사제품 정보		제품명	사사 삼발 (Sasa Sambal)
종류		소스	
용량		340ml	
원산지		인도네시아	

자료: 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)홈페이지
 사진 자료: 트랜스마트 까르푸(Carrefour)홈페이지 (www.carrefour.co.id),
 데티뉴스(detiknews) (www.news.detik.com), 윙스(Wings)홈페이지 (www.wingscorp.com)

31) 100루피아 = 8.20원 (2019.06.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

32) 자카르타포스트(TheJakartaPost)(www.thejakartapost.com), 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)의 매출 관련 정보 중 가장 최신 수치임

33) 하이퍼마켓(96개), 슈퍼마켓 (9개), 편의점 (2개) 포함

34) 자료: 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)홈페이지 (www.carrefour.co.id)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 라면, 과자, 음료, 소스, 김치, 냉동류 - 할랄 식품 입점 선호 - 돈육 첨가 제품은 반드시 Non-Halal 코너에 전시하고, 스티커로 돈육 제품임을 알려야 함 • 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야함 <ul style="list-style-type: none"> - 2개월 전 사전 신청 후 심사 및 승인 절차 진행 • 수입 제품은 반드시 수입식품 등록번호(ML)을 보유해야 함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법	온라인 품 작성 및 등록 (http://www.transmart.co.id → Business partner)	
	등록 절차	공급업체 위탁판매	유통업체 직매입
		① 신청	① 신청
		② 샘플링	② 심사
③ 심사	③ 계약		
④ 계약			
특이사항	· 온라인 품을 통해 직접 공급자 등록 가능 · Transmart Carrefour 홈페이지가 아닌, Transmart 홈페이지를 통해 입점 등록 가능		

자료: 트랜스마트(Transmart)홈페이지

35) 자료: 페트롤프라자(PetrolPlaza) (www.petrolplaza.com), 데티뉴스(detiknews) (www.news.detik.com)



② 하이퍼마트(Hypermart)

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)		
	홈페이지	www.shop.hypermart.co.id		
	위치	자카르타(jakarta)		
	규모 ³⁶⁾	매출액 ⁽¹⁸⁾ ³⁷⁾	약 8조 2,260억 루피아 (약 6,745억 원)	
기업 요약 ³⁸⁾	자본금	약 4조 8,090억 루피아 (약 3,972억 원)		
	기타 규모	매장 수 ⁽¹⁸⁾ : 107개 직원 수 ⁽¹⁸⁾ : 9,495명		
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 전역에 225개 아울렛 매장을 보유한 MPPA 리테일 그룹의 중심 유통 사업 - 2018년 MPPA 총 유통 매출의 77%를 차지함 - 경영 효율화를 위해 수익성이 낮은 매장을 정리함 - 새로운 매장 4개를 오픈하고, 기존 매장을 리모델링함 			
기업 ³⁹⁾ 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 엠피피에이그룹의 경영진은 2019년에 리테일 매출이 총 매출의 90% 기여할 것을 목표로 함 - 2018년 6개의 하이퍼마트 유통 매장을 정리하고, 2019년에 기존의 하이퍼마트보다 작은 크기의 미니 매장 5-7개를 오픈할 예정 			
유사제품 정보		제품명	델몬트 칠리 소스 (DEL MONTE CHILLI SAUCE)	
		종류	소스	
		용량	340ml	
		원산지	인도네시아	

사진 자료: 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지(www.shop.hypermart.co.id), 씨엔비씨(CNBC)(www.cnbcindonesia.com)

36) 자료: 엠피피에이 리테일 그룹(mppa retail group)홈페이지 (www.mppa.co.id)

37) 100루피아 = 8.20원 (2019.06.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

38) 자료: 엠피피에이 리테일 그룹(mppa retail group)홈페이지 (www.mppa.co.id)

39) 자료: 쏘탄(Kontan.co.id)온라인 뉴스 (www.industri.kontan.co.id), 씨엔비씨(CNBC) (www.cnbcindonesia.com)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 라면, 과자, 음료, 소스, 김치, 냉동류 - 할랄 식품 입점 선호 - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시하여야함 • 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급 • 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야함 <ul style="list-style-type: none"> - 3개월 전 사전 신청 후 심사 및 승인 절차 진행 • 수입 제품은 반드시 식품의약품 수입식품 등록번호(ML)을 보유해야 함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
등록 절차	공급업체 위탁판매	유통업체 직매입	
		① 신청 ② 샘플링 ③ 심사 ④ 계약	① 신청 ② 심사 ③ 계약



③ 자이언트(Giant)

기업 기본 정보	기업명	자이언트(Giant)		
	홈페이지	www.giant.co.id		
	위치	자카르타(jakarta)		
	규모	매출액('18) ⁴⁰⁾	약 10조 3,410억 루피아 (약 8,480억 원)	
기업 요약 ⁴¹⁾	기타 규모	매장 수('19): 134개		
	- Hero 그룹의 계열사로, Giant Extra(제품의 신선도와 품질을 중심으로 한 하이퍼마켓) 와 Giant Ekspres(빠르고 효율적인 슈퍼마켓) 두 가지의 컨셉을 가지고 있음 - 2002년에 인도네시아의 첫 매장을 오픈함 - 자이언트 엑스트라(Ekstra)는 50개 이상의 매장을 가지고 있고, 자이언트 익스프레스(Ekspres)는 100개 이상의 매장을 보유함			
기업 ⁴²⁾ 최근 이슈	- 자이언트 익스프레스와 엑스트라의 6개 매장을 7월 말까지 정리할 예정 - 매장 정리를 위해 최근 재고 제품 모두 5-50%까지 할인하여 판매함			
유사제품 정보		제품명	인도푸드 삼발 페다스 (Indofood Sambal Pedas)	
		종류	소스	
		용량	335ml	
		원산지	인도네시아	



사진 자료: 자이언트(giant) 온라인몰(www.giantonline.com.sg), 씨엔비씨(CNBC)(www.cnbcindonesia.com)

40) 100루피아 = 8.20원 (2019.06.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

41) 자료: 자이언트(giant) 홈페이지(www.giant.co.id), 히어로(Hero)그룹홈페이지(www.hero.co.id)

42) 자료: 씨엔비씨(CNBC)(www.cnbcindonesia.com), 「Close Giant Outlet, This Is How Sad the Staffs Are」, 2019.06.23

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 라면, 과자, 음료, 소스, 김치, 냉동류 - 할랄 식품 입점 선호 - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시하여야함 • 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급 • 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야함 <ul style="list-style-type: none"> - 3개월 전 사전 신청 후 심사 및 승인 절차 진행 • 수입 제품은 반드시 식품의약품 수입식품 등록번호(ML)을 보유해야 함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법	등록 품을 다운로드 받아 작성 후 메일로 송부	
	등록 절차	공급업체 위탁판매	유통업체 직매입
		① 신청	① 신청
		② 샘플링	② 심사
	③ 심사	③ 계약	
	④ 계약		
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지 내 온라인 등록 방식 없음. · 단, Hero 그룹의 Contact form을 통해 입점 방식 문의 가능 · 2014년 페이스북 계정을 통해 신선식품의 현지 공급자를 모집한 사례가 있음 		

자료: 자이언트(Giant) 홈페이지 및 페이스북 페이지

2) 편의점



① 알파마트(Alfamart)

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)		
	홈페이지	www.alfamartku.com		
	위치	탕에랑(Tangerang)		
	규모 ⁴³⁾	매출액('18)	약 66조 8,173억 루피아 (약 5조 5,191억 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 13,522개		
	- PT Sumber Alfaria Trijaya 유통사가 편의점 시장에 진출하기 위해 1999년 설립함 - 10,000개 이상의 매장을 보유하고 있음 - 현지 대기업 SM Group과 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장을 개설하였음			
기업 최근 이슈 ⁴⁴⁾	- 2019년 1/4분기 알파마트의 편의점 시장점유율은 30.3%으로, 전년 동기 대비 1%p감소함 - 2019년 2.2조 루피(한화 약 원)을 투자하여 매장을 확대할 계획			
유사제품 정보		제품명	에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (ABC Sambal Extra Pedas)	
		종류	소스	
		용량	335ml	
		원산지	인도네시아	



자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지
 사진 자료: 알파마트 온라인쇼핑 홈페이지 (www.alfacart.com),
 디지털뉴스아시아(digitalnewsasia) (www.digitalnewsasia.com)

43) 니케이 아시안 리뷰(Nikkei Asian Review) (www.asia.nikkei.com), 카타데이터(Katadata) (www.databoks.katadata.co.id)

44) 자카르타포스트(TheJakartaPost) (www.thejakartapost.com), 「Focusing on digital strategy, Alfamart's market share declines」, 2019.05.19

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 판매 제품의 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> - 위생검사에 통과한 제품 - 제품 포장 조건 <ul style="list-style-type: none"> ① 인도네시아 국가표준(SN, Indonesian National Standard)라벨 ② 깔끔하고, 위생적이고 모던해야함 ③ 제품 크기(그램/리터) 명시 ④ 인도네시아 보건부 등록 ⑤ 유통기한 기재 ⑥ 할랄(식료품일 경우) ⑦ 바코드 <p>• 공급자 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유 - 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함 - 혁신적이고 명확하며, 판매력을 갖춘 제품을 보유한 기업 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법</p>	<p>온라인 폼 작성 및 등록 (www.alfacart.com →Register to become a seller)</p>
	<p>등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기존 판매처 (판매처 이름, 양, 가격) ④ 홍보 활동 내용 (매거진, TV, 라디오, 신문, 그 외)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능

자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지



② 인도마켓(Indomaret)

	기업명	인도마켓(Indomaret)		
	홈페이지	www.indomaret.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모 ⁴⁵⁾	매출액('17)	약 63조 1,255억 루피아 (약 5조 2,141억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 16,736개	
기업 기본 정보	기업 요약 ⁴⁶⁾	<ul style="list-style-type: none"> - 1988년에 설립되어 연간 49조 루피아(한화 약 4조 131억원)의 매출을 내는 기업으로 성장 - '2003년 최고의 프랜차이즈 기업'으로 선정됨 - 1,600개 이상의 매장 중 40%가 프랜차이즈 형태이고, 60%가 기업 소유의 매장 		
				
기업 ⁴⁷⁾ 최근 이슈	- 2019년 내 인도네시아 전역에서 800-1,000개의 매장을 추가적으로 확대할 예정			
유사제품 정보		제품명	마마스카 델리사오스 핫 라바 (Mamasuka Delisaos Hot Lava)	
		종류	소스	
		용량	260g	
		원산지	인도네시아	

사진 자료: 인도마켓(Indomaret)홈페이지(www.indomaret.co.id)

45) 카타데이타(Katadata)(www.databoks.katadata.co.id),
인도리텔(Indoritel) 뉴스레터, 「4Q17 Newsletter-PT Indomarco Prismaatama」, 2018.05.18
46) 인도마켓(Indomaret) 홈페이지(www.indomaret.co.id)
47) 베리타사투(BERITASATU)(www.beritasatu.com)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 판매 제품 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 인도마켓(Indomaret)의 타겟 시장에 맞는 제품(식품/비식품) - 포장방식 (깔끔/위생적인/현대적인) • 판매 제품의 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 품질과 경쟁력있는 가격 - 소비자를 위한 안전성 확보 <ul style="list-style-type: none"> ① 제조자와 유통업자의 명시 ② 크기(그램/리터) ③ 인도네시아 보건부 등록 ④ 유통기한 ⑤ 할랄인증(식료품의 경우) ⑥ 바코드 • 공급자 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 주문 이행 - 제품 인도 일정 - 대금지급 - 제안된 홍보 방식 협력 - 판매 평가 의지 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	온라인 폼 작성 및 등록 (www.indomaret.co.id → Supplier)
	등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기존 판매처 (판매처 이름, 양, 가격) ④ 홍보 활동 내용 (매거진, TV, 라디오, 신문, 그 외)
	특이사항	· 제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 필요

자료: 인도마켓(Indomaret)홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 인도네시아 고추장소스 인증 취득
2. 인도네시아 고추장소스 사전 심사
3. 인도네시아 고추장소스 업체·제품 등록
4. 인도네시아 고추장소스 라벨 심의
5. 인도네시아 고추장소스 서류 준비
6. 인도네시아 고추장소스 세금 납부
7. 인도네시아 고추장소스 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 有 - 2024년까지 할랄 인증 필수 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 수입 허가(SKI) - 식품에 대한 사전 수입 허가 획득 필요 	(*) 인도네시아 식품의약품청 - SKI(사전 수입 허가) - 문의처 : www.pom.go.id
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 식품 등록 - 인도네시아로 유통되는 식품 대상 - 식품 안전, 라벨 등 평가 	(*) 인도네시아 식품의약품청 - 식품 등록 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 인도네시아 식품의약품청 규정 준수 	(*) 인도네시아 식품의약품청 - 식품 등록 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 수입식품 등록번호(ML) 등 필수 서류 	(*) 인도네시아 식품의약품청 - 문의처 : www.pom.go.id (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(PB), 상업송장 등 	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 - 수입 신고 후 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 0% 판매세 주별로 상이(최대 7.25%) 	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id - 참조처 : eservice.insw.go.id
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 - Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행 	(*) 인도네시아 식품의약품청 - 문의처 : www.pom.go.id (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id

1. 인도네시아 고추장소스 인증 취득

인증 취득

인도네시아로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

고추장소스

고추장소스 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 유’

인도네시아로 수출하고자 하는 고추장소스 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 수입을 위해 제품을 등록하는 과정에서 인도네시아 당국이 식품 생산의 안전과 관련된 HACCP, ISO 22000 또는 GMP 인증을 필수적으로 제출하도록 하고 있음. 인도네시아로 수출하고자 하는 식품 생산업체는 이를 위하여 해당 인증 중 1개를 획득하여 제품 등록 시에 인증서를 제출함

할랄 인증의 경우 2014년 개정된 법률이 오는 10월부터 효력을 발휘하게 됨에 따라 할랄 인증의 획득이 강제됨. 다만, 유예 기간을 두고 있어 향후 5년간은 획득하지 않아도 수출이 가능함. 2024년 10월부터는 유예 기간이 종료되고 할랄 인증이 강제 되는 만큼, 인도네시아로 식품 수출을 영위하기 위해서는 할랄 인증 획득 노력을 기울여야함

[표 4.1] 인도네시아 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증		지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수 (중 택1)	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증		정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	필수 (예정)	LPPOM MUI 또는 지정인증 기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 인도네시아 식품 인증 취득

		절차	기간
GMP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 평가>판정>결제	14일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	5만원
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

▶ 인도네시아 시장 진출 시 ‘할랄 인증 필수 적용 유예’

인도네시아정부가 2014년 발표한 법률(No. 33/2014)이 오는 10월 효력을 가짐에 따라 식품, 음료 등의 품목에 할랄 인증이 필수 인증으로 부과될 예정이다. 2019년부터 모든 회사들이 해당 법률에 적용을 받게 되며, 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)와 인도네시아 할랄인증보증기구(BPJPH)가 정하는 바에 따라 할랄 인증을 받아야 함. 다만, 식품에 대해서는 5년간의 유예 기간을 둘 예정이기 때문에, 오는 2024년 10월까지의 할랄 인증 획득을 완료해야함. 인도네시아로 식품을 수출하기 위한 국내 기업들 역시 해당 법률에 따라 2024년부터는 할랄 인증의 획득이 강제됨. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회는 인도네시아와 아시아, 유럽 등지에 위치한 45개의 할랄 인증기관을 인정하고 있으며 해당 기관을 통해 인증을 획득 할 수 있음

[표 4.3] 인도네시아 할랄 인증 정보

인증명	발급 기관	유효기간	인증 Mark
Halal	LPPOM MUI 또는 동 기관이 인정한 인증기관	2년	
절차			
a. 할랄 보증 시스템(HAS, Halal Assurance System) 서류 확인 b. 할랄 보증 시스템(HAS)에 따라 할랄 인증 획득 전 사전 준비사항 수행 c. 인증 획득에 요구되는 서류 준비 - 도축장 정보(필요한 경우), HAS 매뉴얼, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 할랄 교육에 대한 정보 d. 할랄 인증 신청서 및 서류 제출 e. 인증 수행 계약 체결 및 사전 모니터링 절차 f. 현장 조사 절차 진행 g. 현장 조사 결과 이후 추가 모니터링 절차 진행 h. 할랄 인증 결과에 따라 인증서 수취			
할랄 인증 요건			
a. 할랄에 따른 관리규정(할랄 인증 기준인 HAS 23000:1에 따름) b. 사업장에 대한 교육 규정(연간 1회 이상 수행 필요) c. 돼지고기 등 금지하는 원료를 사용하지 않을 것 d. 제품의 이름이 이슬람 율법의 어긋나지 않아야 하며, 하람(Haram)을 연상시키지 않을 것 e. 제조 과정에서 돼지고기를 사용한 시설과 교차로 사용하지 않을 것 f. 서류(할랄과 관련하여 치명적인 회사의 절차, 제품 원료의 할랄 적용 여부, 부적합 원료 및 제품에 대한 취급 방법, 내부 감사 절차) g. 할랄 기준에 대한 평가를 연간 1회 수행 할 것			

자료 : 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)

2. 인도네시아 고추장소스 사전 심사

사전 심사

인도네시아로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

고추장소스

고추장소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘필요’
- ▶ 인도네시아 식품 수입 전 식품의약청의 ‘사전 수입 허가(SKI) 필요’

인도네시아로 식품을 수입하기 위해서는 인도네시아 식품의약청을 통하여 사전 수입 허가(SKI, Entry permit)를 받아야함. 해당 절차는 수입업체에 의해 진행되며, 1번의 수입 허가를 통하여 5번의 통관 절차에 활용할 수 있음. 이를 위해 수출업체는 인도네시아 식품의약청이 요구하는 서류를 미리 준비하여 수입업체에게 전달하여야 함. 해당 절차는 사전 등록 절차에 해당하는 식품 등록 절차와 별도로 이루어는 점은 유의해야 함

[표 4.4] 인도네시아 수입 전 사전 심사

적용 규제	BPOM Regulation No. 30/2017, No. 29/2017
발행 기관	인도네시아 식품의약청(BPOM)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> a. 수입업체 정보(업체명, 주소) b. 브랜드명과 제품 종류 c. 패키지 타입/용량 d. 제품 수량 e. 원산지 f. 공급업체명 및 주소 g. 인보이스 날짜 및 수량 h. 선하증권(B/L) 또는 항공운송장(AWB)의 날짜와 수량 i. 유통기한(생산 날짜와 유통기한, 원본일 것, 2/3이상 남아있어야함) j. 로트(lot)번호/배치(batch) 번호/생산번호에 관한 서류 k. 목적항 l. 시험성적서(COA, Certificate of Analysis)의 원본 (유효기간이 12개월 남아 있을 것) m. 제품 등록 허가서류(등록 번호, 라벨, 허가받은 패키지) n. 수입자와 선사간의 협력 서류 o. 상업송장 p. 포장명세서 q. 기타 제품에 따라 요구되는 시험 성적서
절차	신청서 작성 및 신청 -> 서류 심사 -> 심사 내용 반영 -> 수입 허가

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

3. 인도네시아 고추장소스 업체·제품 등록

업체·제품 등록

인도네시아로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

고추장소스

고추장소스 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 식품 통관을 위해 사전 ‘식품 등록 필요’
- ▶ 인도네시아 식품의약청(BPOM)에 ‘온라인 또는 서면’으로 등록 가능

인도네시아에서 판매되는 모든 식품(패스트 푸드, 소비자에게 직접 판매되지 않는 원료로서의 식품, 개인 소비 식품 등 법률이 정하고 있는 식품 항목은 제외)은 수입인지 국내 제조품인지와 관계없이 모두 등록 절차를 거쳐야함. 인도네시아 정부는 해당 절차를 통해 식품의 안전성, 품질, 영양성분, 라벨에 대한 검토를 진행하며, 온라인 등록 페이지를 통하여 진행 가능함. 등록 절차를 통해 부여 받은 등록 번호는 수입 허가과 수입통관 절차에 활용됨. 해당 등록 절차는 수입 업체 또는 현지 에이전트를 통해 이루어 짐

[표 4.5] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

적용 규제	BPOM Regulation No. 27/2017 등
발행 기관	인도네시아 식품의약청(Badan POM) - 온라인 : e-reg.pom.id - 오프라인 : Jalan Percetakan Negara Nomor 23, Jakarta - 10560 - Indonesia - FAX : +62-21-4263333
절차	1. 특정 제품: 임산부 식품, 식이 조절 식품, 식품 첨가물, 색소, 특정 건강 기능 식품 등 특정 고위험 식품에 대한 절차 - 온라인 등록 전 실물 서류 송부 - 서류 검토 후 온라인 등록 절차 진행 - 등록 절차 수행 결과에 따라 수입식품 등록번호(ML) 획득 - 소요 기간: 6개월 2. 일반 식품: 고위험군 식품을 제외한 기타 일반 식품 - 온라인 등록 절차를 통해 진행 - 소요 기간: 4~6개월
필요 정보	a. 위임장(LoA) b. 자유판매증명서(FSC) 및 위생증명서 c. 시험결과 d. 제품 상세 정보(라벨, 보관 등) 및 원료 정보 e. 원산지국의 기관으로부터 받은 HACCP/GMP/ISO 22000 인증(중 1개) f. 인도네시아 국가 표준(SNI) 정보(필요한 경우) g. 유기농, 방사능조사, 할랄 등 로고가 있는 경우 그 인증에 대한 인증서

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

4. 인도네시아 고추장소스 라벨 심의

▶ 인도네시아 라벨 규정

[표 4.6] 인도네시아 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	Food Law 18/2018												
인도네시아로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	Chapter VIII, Articles 96 - 103. 및 식품의약청(BPOM) 규정												
고추장소스 고추장소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 성분 리스트 · 순중량 또는 순용량 · 제조사명 또는 수입자명 및 그 주소 · 제조일 그리고/또는 생산 번호 · 유통기한 · 등록 번호 · 원산지 · 할랄로그(필요한 경우) · 성분 분석표 · 유기농, GMO 함유 정보 등(필요한 경우) · 사용 및 보관 방법 · 주의 정보와 사용자 												
	세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">표기 언어</td> <td>인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기</td> </tr> <tr> <td>그림</td> <td>라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉 이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)</td> </tr> <tr> <td>라벨 표기사항 (가이드)</td> <td>원료 정보</td> </tr> <tr> <td></td> <td>성분 분석표</td> </tr> <tr> <td></td> <td>식품첨가물</td> </tr> </table>	표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기	그림	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지	유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉 이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)	라벨 표기사항 (가이드)	원료 정보		성분 분석표		식품첨가물
표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기													
그림	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지													
유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉 이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)													
라벨 표기사항 (가이드)	원료 정보													
	성분 분석표													
	식품첨가물													

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	식품첨가물	<p>식품 첨가물의 표기와 관련하여 “free”, “without”, “no content”와 그 외 기타 유사한 표현에 대해 금지하고 있음. 가능한 표기 방법은 “특정 식품 첨가물을 포함하고 있지 않음(without certain food additives)”, “인공 감미료를 포함하고 있지 않음 (do not contain artificial sweeteners)”로 한정하며, 감미료, 보존료, 착색료, 산화방지제, 조미료에만 사용가능</p> <p>식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 “PEWARNA PANGAN(food coloring)” 또는 “PEWARNA MAKANAN(food coloring)”을 표기할 것</p> <p>폴리올을 포함하는 경우 “과도한 섭취는 설사 증상 등의 영향을 가져올 수 있음” 표기 필요</p>
		할랄	<p>할랄 로고는 잘 보이는 곳에 부착되어야 하며, 쉽게 지워지거나 훼손되지 않아야 함</p>
		방사선에 노출된 식품의 경우 “IRADIASI (irradiated)”	<p>표기와 함께 로고 부착 필요. 시설의 주소, 연월, 국가 정보 및 조제 과정 정보를 포함할 것.</p> <p>방사선의 재조사가 일어나지 않는 경우 “TIDAK BOLEH DIRADIASI ULANG (not to be re-irradiated)”라고 표기</p>
		기타	<p>GMO 원료를 5%이상 포함하는 경우 PRODUK REKAYASA GENETIK(genetically engineered product)“라고 표기</p> <p>가공식품 및 즉석식품에 대해 설탕, 소금, 지방에 대한 함유 정보와 건강에 대한 문구 작성 필요(e.g. “1인이 하루에 50g 이상의 설탕, 2,000mg의 소금 또는 67g의 지방을 섭취할 경우 고혈압, 뇌졸중, 당뇨병, 심장병의 위험이 증가할 수 있음 (sodium 67g of fat per person per day increase the risk of hypertension, stroke, diabetes, and heart attack)”)</p>
		주의 정보	<p>알레르기 성분 표기 필요 (글로텐, 조개류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 우유, 락토스, 견과류, 야황산염)</p>

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 인도네시아 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)	앞면(국문)
① 제품명 : ABC SAMBAL ASLI ② 회사명 : PT. HEINZ ABC ③ 유통기한 : 2020.08.16 ④ 인증 : Halal Certification ⑤ 용량 : 275ml	① 제품명 : 에이비씨 삼발 아슬리 ② 회사명 : 피티 헤인츠 에이비씨 ③ 유통기한 : 2020.08.16 ④ 인증 : 할랄 인증 ⑤ 용량 : 275ml
뒷면(영어)	뒷면(국문)
① 원료정보 : cabai(36%), air, gula, garam, bawang putih(3%), pati termodifikasi, pengatur keasaman, pengawet(natrium benzoat dan natrium metabisulfit), penguatrasa, (mononatrium glutamat dan inosinat guanilat), pemantap nabati	① 원료정보 : 고추(36%), 물, 설탕, 소금, 마늘(3%), 유전자 변형 전분가루, 산화제, 보존제 (벤조산 나트륨, 메타중아화산나트륨), 풍미제, (글루탐산 나트륨, 구아닐산이 나트륨), 식물성 고형제

48) 사진 자료 : 해피프레쉬(HappyFresh)홈페이지 (www.happyfresh.com)

5. 인도네시아 고추장소스 서류 준비

서류 준비

인도네시아로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

고추장소스

고추장소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 인도네시아 수입 업무, 수입 업체를 통해 진행

인도네시아에서 수입 신고 시 인도네시아 관세청으로부터 부여받은 등록번호 (NIK, Nomor Induk Kepabeanan)가 필요하며, 수입업자 등록번호(API) 등의 등록 서류들이 요구됨. 현지에서 직접 수입 업무를 수행하기 위해서는 인도네시아에서 수입업을 영위하기 위해 필요한 서류를 구비해야 하며, 그렇지 않은 경우 이를 구비하고 있는 수입업자를 통하여 수입 절차를 진행할 수 있음

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하며, 다음 수출 시에도 동일하게 원산지증명서를 발급받아 첨부하여야함. 다만 인증수출자제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여 받을 수 있음

[표 4.7] 인도네시아 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서(PB)	(-)	
	선적	상업송장	(-)
		포장 명세서	(-)
		보험증권	(-)
		선하증권	(-)
		원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류	인도네시아 식품의약청(BPOM) 등 관계 기관	

자료 : 인도네시아 관세청(DJBC), 인도네시아 국가 단일창구(INSW)

6. 인도네시아 고추장소스 세금 납부

세금 납부

인도네시아로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

고추장소스

고추장소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 고추장소스 HS CODE 2103.90.13, 관세율 5% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 발효에 대한 협정세율 '미적용'

고추장소스의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 2103.90 (기타)의 2103.90.13 (기타 소스) 세번을 사용하여 수입됨.⁴⁹⁾ 인도네시아 수입 시 기본 세율은 5%를 적용받으며, 2007년 6월 1일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정에 따른 협정세율이 적용되지 않아 5% 세율을 부과 받음. 관세 외에도 VAT가 부과되며, 제품에 따라 사치품 판매세가 부과되기도 함

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 18만 원)⁵⁰⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 44만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

[표 4.8] 한국·인도네시아 HS CODE 비교 및 인도네시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	
	2103.90.10	장류	
	2103.90.1090	기타	
인도네시아	2103.90	기타	
		소스와 소스용 조제품	
	2103.90.13	기타 소스	
관세	기본관세율	5.0%	
	협정 세율	MFN ⁵¹⁾	
VAT		0 ~ 10%	
사치품 판매세		0 ~ 30%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 인도네시아 국가 단일창구(INSW)

49) 인도네시아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2103.90 중 고추장 소스에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 인도네시아 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 인도네시아의 HS CODE에 관하여 확인하기 위해서는 인도네시아 관세청(DJBC)으로 문의할 수 있음

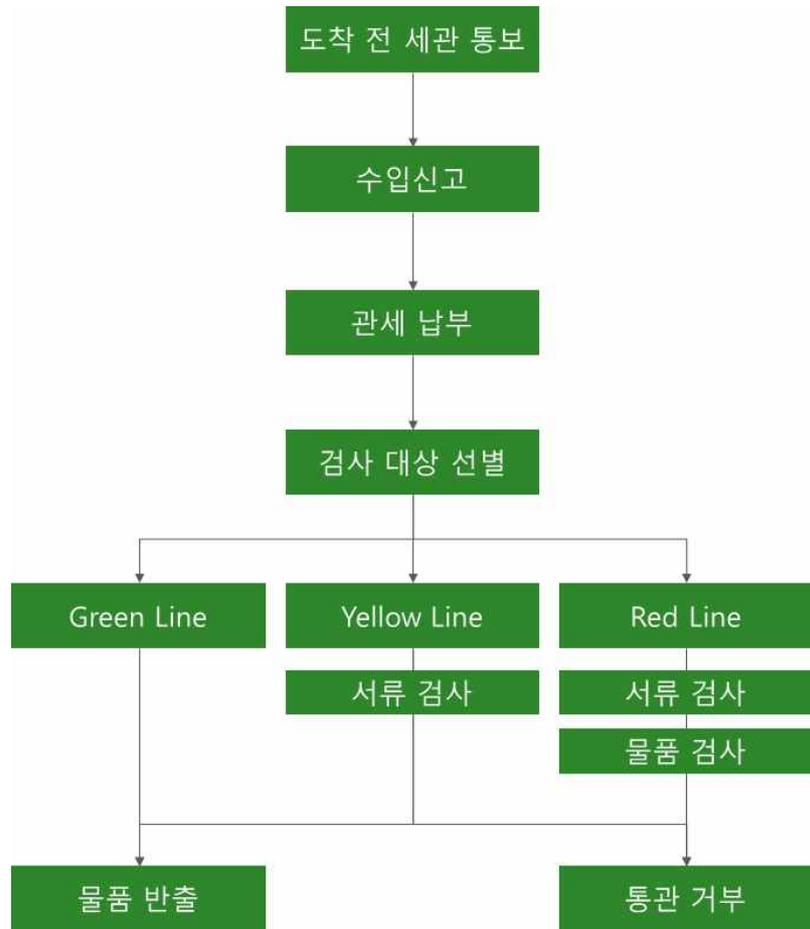
50) 1달러 = 1,169.70원 (2019.06.20., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

51) MFN(Most Favored Nation treatment) : 최혜국관세율을 의미함. 2017년까지 한-아세안 FTA의 발효에 따라 0%의 특혜 관세를 부여 받았으나, 2018년부터 다시 최혜국대우를 받게 됨에 따라 해당하는 5% 관세를 부과 받음. 해당 관세율 정보는 인도네시아 국가 단일창구(INSW)에서 제공하는 HS CODE에 따른 관세율 정보로 현재 세과 당국에서 적용하는 관세와 차이가 있을 수 있음

7. 인도네시아 고추장소스 검역 심사 절차

- ▶ 인도네시아 식품, 선별된 내용에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 도착전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.9] 인도네시아 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Butylated Hydroxy Anisole	100
		dibutyl hydroxy toluene	100
	유해물질	As	0.15

자료 : 인도네시아 국가 단일청구(INSW), 인도네시아 식품의약청(BPOM)

- ▶ 인도네시아 식품의약품의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

인도네시아로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

● 고추장소스

고추장소스 품목의
첨가물 규정은 인도네시아
식품 카테고리 분류 중
HS CODE 2103.90와
유사한 ‘매운 대두 소스
(분류 번호 12.9.2.3)’으로
분류하여 해당하는
정보를 제공함

[표 4.10] 인도네시아 고추장소스 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
보존료	소르브산	sorbic acid	1,000	
보존료	파라히드록시 벤조산메틸	methyl para- hydroxybenzoate	250	
보존료	이산화황	sulphur dioxide	300	
보존료	아황산나트륨	sodium sulfite	300	
착색료	카라멜색소 III형	caramel III ammonia process	GMP ⁵²⁾	
안정제	미결정 셀룰로오스	microcrystalline cellulose	GMP	
감미료	L-글루탐산	L-glutamic acid	GMP	
감미료	5'-이노신산	5'-Inosinic Acid	GMP	
감미료	5'-리보뉴클레오티드칼슘	Calcium 5'- ribonucleotide	GMP	

자료 : 인도네시아 식품의약품(BPOM)

52) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

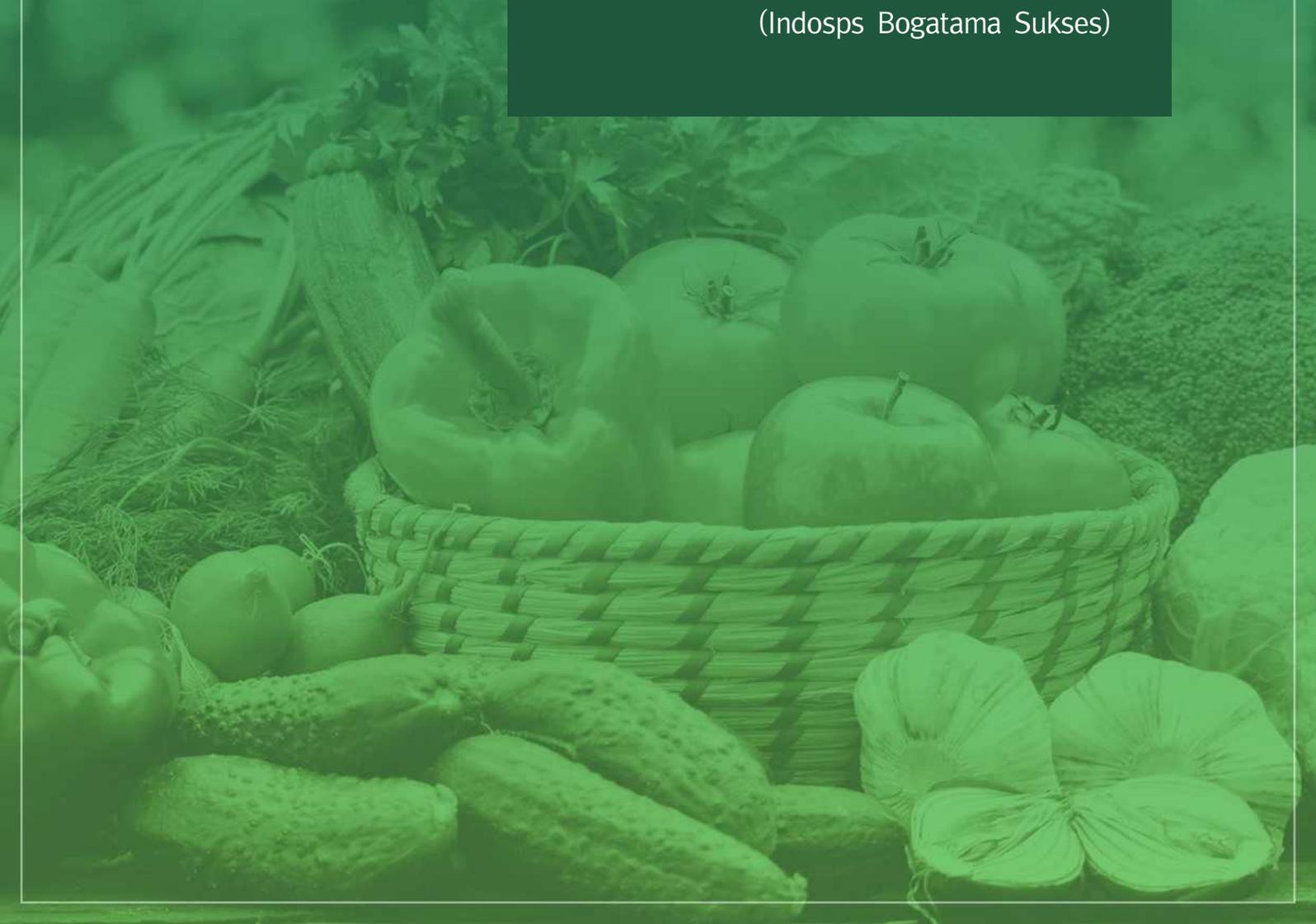
V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 삼원 샵 (Samwon Shop)

Interview ② 피티 코인 버미 (PT Koin Bumi)

Interview ③ 인도에스피에스 보가타마 슈세스
(Indosps Bogatama Sukses)



Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand & Distribution



- 인터뷰 기업 : Samwon Shop
(한국식품 온라인 유통업체)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Esther
(Manager)

인도네시아 내 고추장이 가장 인지도 높은 한국 소스

인도네시아에서 한국 소스 중 고추장이 가장 유명한 소스입니다. 왜냐하면 인도네시아 현지 한인식당에서 떡볶이나 비빔밥이 대표적인 메뉴이기 때문입니다. 이에 인도네시아 현지인들은 주로 고추장을 비빔밥 소스로 인식하고 있습니다.

아직까지 한국 식당을 통해 고추장을 접하는 편

인도네시아 현지인들의 경우 아직까지 한국음식을 즐겨 먹는 편은 아닙니다. 일부 한국문화에 관심이 높은 젊은 현지인들은 떡볶이, 비빔밥, 라면 등의 한국음식을 직접 조리해 먹기도 하나 대부분 한국식당을 통해 한식을 접합니다.

Market Distribution and Entry Barriers



- 인터뷰 기업 : PT Koin Bumi
(수입 유통 업체)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kevin
(Manager)

할랄 인증, 제품 수출 시 사실상 필수적인 인증에 속해

할랄 인증이 가장 중요한 인증일 것입니다. 할랄 인증이 아직까지 법적으로 필수는 아니지만, 구매하는 소비자들 뿐 아니라 유통업체들도 할랄 인증을 요구하기에 사실상 필수적인 인증에 속합니다.

인도네시아 현지인, 주로 비빔밥을 통해 고추장을 접하는 편

인도네시아에서 가장 유명한 한국 소스는 고추장과 된장입니다. 다만, 고추장과 된장 등 한국 소스류는 현지인들에게는 큰 수요가 있지 않습니다. 인도네시아 현지인들이 고추장을 접하는 요리는 주로 비빔밥 요리입니다.

Market Demand and Entry Barriers



- 인터뷰 기업 : Indosps Bogatama Sukses
(수입 유통 업체)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Winato
(Manager)

고추장에 대한 수요 증가하였으나, 아직까지 일본 소스류가 더욱 친숙

저희는 현재 된장과 간장도 취급하고 있으나 가장 많이 판매되는 한국 소스는 고추장입니다. 고추장의 주 고객층은 한식당 운영자들이나 최근 현지의 소매업체에도 유통하고 있습니다. 고추장소스에 대한 수요가 최근 몇 년간 증가하였으나, 아직까지 현지에서 대중적인 아시안 소스는 일본 소스류입니다.

대부분의 고추장 제품 할랄 인증 포함

고추장 제품 관련하여 할랄 인증이 필요합니다. 아직 법적으로 필수적인 인증은 아니지만 인도네시아에서 유통되는 대부분의 고추장 제품에는 할랄 인증이 포함되어 있습니다.

Interview ① 삼원 샵 (Samwon Shop)

삼원 샵
(Samwon Shop)

전문가 소속

삼원 샵

(Samwon Shop)

한국식품 온라인 유통업체

전문가 정보

Ms. Esther

(Purchasing Manager)



Samwon Shop

Ms. Esther (Purchasing Manager)

Q. 인도네시아 현지에서 한국 소스와 고추장에 대한 인지도는 어떠한가요?

인도네시아에서 한국 소스 중 고추장이 가장 유명한 소스입니다. 왜냐하면 인도네시아 현지 한인식당에서 떡볶이나 비빔밥이 대표적인 메뉴이기 때문입니다. 그래서 주로 인도네시아 현지인들은 고추장소스를 비빔밥 소스로 인식하고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 고추장의 주요 소비층은 어떻게 됩니까?

인도네시아 현지인들의 경우 아직까지 한국음식을 즐겨 먹는 편은 아닙니다. 일부 한국문화에 관심이 높은 젊은 현지인들은 떡볶이, 비빔밥, 라면 등의 한국음식을 직접 조리해 먹기도 하나 대부분 한국식당을 통해 한식을 접합니다. 그렇기 때문에 고추장 소스의 주요 소비층은 인도네시아 현지에 거주하는 한인들이 대부분이며, 현지 한인당이 고추장소스의 주요 구매처로 구매 시 대량으로 주문하는 편입니다.

Q. 인도네시아 소비자들은 고추장을 주로 어디에서 구매하는 편인가요?

고추장소스의 경우 대형 한인마트 뿐 아니라 현지의 대형 할인점, 온라인 쇼핑몰 등을 통해서 손쉽게 구매가 가능한 제품입니다. 앞서 말씀드린 것처럼 한인당은 현지 수입업체를 통해 대량으로 구매하며, 제품은 플라스틱 포장된 14kg 크기의 고추장 제품입니다. 다만, 종종 수입절차가 길어질 경우 인근 한인마트를 통해서 조달을 받기도 합니다. 또한 개인 소비자들의 경우 주로 500g짜리 작은 크기의 제품을 구매하기에 마트를 직접 방문하기보다 온라인 매장을 통해 구매하고 있습니다.

Q. 고추장 관련 인도네시아 필수 인증이 있으시나요?

인도네시아에 유통되는 모든 소스와 향신료 제품은 할랄 인증을 필수로 요구합니다. 실제로 고추장 제품을 대량으로 유통하는 현지 수입유통업체 D사가 취급하는 대용량 고추장 제품도 할랄 인증이 취득되어 유통되고 있습니다. 할랄 인증의 경우 일반 소비자들도 요구하는 사항입니다.

53) 사진 자료 : 삼원샵(Samwon Shop)홈페이지 (www.samwon-shop.com)

Interview ② 피티 코인 버미 (PT Koin Bumi)

● 피티 코인 버미 (PT Koin Bumi)

전문가 소속

피티 코인 버미
(PT Koin Bumi)

수입 유통 업체

전문가 정보

Mr. Kevin

(General Manager)



PT Koin Bumi

Mr. Kevin (General Manager)

Q. 인도네시아 현지에서 한국 소스와 고추장에 대한 인지도는 어떠한가요?

인도네시아에서 가장 유명한 한국 소스는 고추장과 된장입니다. 다만, 고추장과 된장 등 한국 소스류는 현지인들에게는 큰 수요가 있진 않습니다. 인도네시아 현지인들이 고추장을 접하는 요리는 주로 비빔밥 요리입니다.

Q. 인도네시아에서 고추장의 주요 소비층은 어떻게 됩니까?

저희의 주요 고객들은 주로 한국식품 매장 또는 한식당을 운영하시는 분들입니다. 그렇기에 고추장을 구매하시는 분들 또한 대부분 한인들이나, 종종 인도네시아 현지인들도 고추장을 구매합니다. 이들은 대부분 20대-40대로 한국 문화나 요리를 좋아하여 집에서 직접 한식을 요리하기 위해 고추장을 사갑니다.

Q. 인도네시아 소비자들은 고추장을 주로 어디에서 구매하는 편인가요?

저희는 현재 온라인 매장을 보유하고 있지 않습니다. 하지만 최근 온라인을 통한 소비자들의 구매율이 높아지고 있어 온라인 매장 오픈을 준비 중에 있습니다. 그렇기에 앞으로 고추장을 포함한 한국 식품들이 오프라인 뿐만 아니라 온라인을 통해서도 많이 유통될 것으로 예상하고 있습니다.

Q. 고추장 관련 인도네시아 필수 인증이 있으시나요?

할랄 인증이 가장 중요한 인증일 것입니다. 할랄 인증이 아직까지 법적으로 필수는 아니지만, 구매하는 소비자들 뿐 아니라 유통업체들도 할랄 인증을 요구하기에 사실상 필수적인 인증에 속합니다. 하지만 인도네시아에 거주하는 한국 소비자들은 이러한 할랄 인증에 대해 크게 신경 쓰지 않는 편입니다.

54) 사진 자료 : 피티 코인 버미(PT Koin Bumi)홈페이지 (www.mugunghwa.co.id)

Interview ③ 인도에스피에스 보가타마 슈세스 (Indosps Bogatama Sukses)

인도에스피에스 보가타마 슈세스
(Indosps Bogatama Sukses)

전문가 소속

인도에스피에스 보가타마 슈세스
(Indosps Bogatama Sukses)

수입 유통 업체

전문가 정보

Mr. Winato
(Sales Manager)



55)

Indosps Bogatama Sukses

Mr. Winato (Sales Manager)

Q. 인도네시아 현지에서 한국 소스와 고추장에 대한 인지도는 어떠한가요?

저희는 현재 된장과 간장도 취급하고 있으나 가장 많이 판매되는 한국 소스는 고추장입니다. 고추장의 주 고객층은 한식당 운영자들이나 최근 현지의 소매업체에도 유통하고 있습니다. 고추장소스에 대한 수요가 최근 몇 년간 증가하였습니다. 하지만 아직까지 현지에서 대중적인 아시안 소스는 일본 소스류로 인식되고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 고추장을 포함한 한국 소스의 수요는 어떻습니까?

지난 5년 간 인도네시아에서는 한식의 인기가 매우 높아졌습니다. 하지만 현지인들에게는 일식당이 조금 더 친숙한 편이며, 한식당을 방문하는 인도네시아 현지인들은 떡볶이나 비빔밥 등의 메뉴를 통해 고추장소스를 접하고 있습니다. 또한 젊은 인도네시아 현지인들은 고추장 구매 시 500g 짜리 작은 용량의 제품을 구매하며, 한식당에서는 주로 3kg 이상의 대용량 제품을 주문합니다.

Q. 고추장 관련 인도네시아 필수 인증이 있으시나요?

고추장 제품 관련하여 할랄 인증이 필요합니다. 아직 법적으로 필수적인 인증은 아니지만 인도네시아에서 유통되는 대부분의 고추장 제품에는 할랄 인증이 포함되어 있습니다.

55) 사진 자료 : 인도에스피에스 보가타마 슈세스(Indosps Bogatama Sukses) 홈페이지(www.indosps.co.id)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Sauces, Dressings and Condiments in Indonesia, Country Report」, 유로모니터, 2018.11
2. 「4Q17 Newsletter-PT Indomarco PrismaTama」인도리텔(Indoritel),2018.05.18

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. KATI (www.kati.net)
4. 외교부 (www.mofa.go.kr)
5. 카타데이터 (www.katadata.co.id)
6. 대한무역투자진흥공사 (www.news.kotra.or.kr)
7. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회 (www.e-lppommui.org)
8. 인도네시아 식품의약청 (www.e-bpom.pom.go.id)
9. 인도네시아 관세청 (www.beacukai.go.id)
10. 인도네시아 국가 단일창구 (www.eservice.insw.go.id)
11. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
12. 자카르타글로브 (www.jakartaglobe.id)
13. 월드포퐁레이션리뷰 (www.worldpopulationreview.com)
14. 더컨버세이션 (www.theconversation.com)
15. 세계은행 (www.worldbank.org)
16. 콤파란 (www.kumparan.com)
17. 인도네시아타임즈 (www.idntimes.com)
18. 탐텐 (www.thetoptens.com)
19. 리푸탄6 (www.liputan6.com)
20. 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)홈페이지(www.carrefour.co.id)
21. 트랜스마트(Transmart)홈페이지
22. 펠트롬프라자(PetrolPlaza) (www.petrolplaza.com)
23. 엠피피에이 리테일 그룹(mppa retail group)홈페이지(www.mppa.co.id)
24. 콘탄(Kontan.co.id)온라인 뉴스 (www.industri.kontan.co.id)
25. 씨엔비씨(CNBC)(www.cnbcindonesia.com)
26. 자이언트(giant) 홈페이지(www.giant.co.id)
27. 히어로(Hero)그룹홈페이지(www.hero.co.id)
28. 자카르타포스트(TheJakartaPost)(www.thejakartapost.com)
29. 인도마켓(Indomaret) 홈페이지(www.indomaret.co.id)
30. 베리타사투(BERITASATU)(www.beritasatu.com)
31. 니케이 아시안 리뷰(Nikkei Asian Review) (www.asia.nikkei.com)
32. 삼원샵 홈페이지 (www.samwon-shop.com)
33. 파티 코인 버미 홈페이지 (www.mugunghwa.co.id)
34. 인도에스피에스 보가타마 슈세스 홈페이지 (www.indosps.co.id)
35. 해피프레쉬 홈페이지 (www.happyfresh.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.06.28

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

