

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1805 - 01

품 목 : 견과류 조제품 (Processed Nuts)

국 가 : 인도네시아 (Indonesia)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	3
1. 수출환경 및 경제지표	5
2. 식품산업 현황	8
3. 수출입통계	12
II. 시장 트렌드	17
1. 통관정책 트렌드	19
2. 제품 및 소비 트렌드	20
3. 유통망 트렌드	23
III. 통관 및 제도	24
1. 통관 및 검역	26
2. 인증정보	31
3. 라벨링	35
4. 위생요건 정보	36
IV. 경쟁제품	38
1. 경쟁제품 선정 및 지표	40
2. 경쟁제품 분석	41
V. 경쟁사	48
1. 경쟁사 선정과정	49
2. 주요 경쟁사 개요	50
VI. 유통채널 현황	52
1. 주요 유통채널 개요 및 현황	53
2. 주요 현지유통업체별 개요	57



I. 국가 정보 및 시장통계

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

인도네시아 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)

2014년 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 자원 수입 비중이 높음.

주요 정보

- ▶ 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
- ▶ 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: aT 한국농수산물공사(2017), 인도네시아 통계청, 무역부(Kementerian Perdagangan Republik Indonesia), World Bank

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망)

	등급	등급 전망
	DB4 ²⁾	안정적

자료: Dun&Bradstreet(2018)

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 풍부한 자원으로 인해 세계적으로 성장 가능성이 높은 시장으로 꼽힘 - 인도네시아 정부는 많은 개혁을 단행하고 있으며, 인프라 개발 사업을 추진하고 있음
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 산업·경제 인프라 부족으로 인해 비즈니스 잠재성과 기회를 실현 시키지 못함 - 전반적인 사업 환경이 뚜렷하게 개선되고 있음에도 불구하고 여전히 환경적 문제가 남아 있음

자료: Dun&Bradstreet(2018)

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 경제성장을 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.

□ 주요지표 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)

- 인도네시아 경제성장률은 글로벌 경제위기로 2015년 4%대로 떨어져 주춤 한 듯 보였으나, 최근 3년은 5%대의 성장률을 유지하고 있음
- 인도네시아 정부는 2020년까지 6%대의 경제성장률을 유지하면서 꾸준히 성장할 것으로 낙관적 전망
- 내수시장의 증가, 중산층 및 젊은 층 인구 등이 인도네시아가 안정적 경제 성장세를 유지하는 요인으로 파악됨

□ 통상 및 교역환경

- 인도네시아 바이오 디젤 수출은 2018년 3월 중순, 유럽 법원의 결정에 따라 개선될 것으로 전망
 - 2018년 3월에 유럽 법원은 8.8-23.3%의 EU 반덤핑 관세철회를 촉구
 - EU 반덤핑 관세로 인도네시아 바이오디젤 선적량은 2013년 6억 4천 9백만 달러에서 2016년 1억 5천만 달러로 크게 감소한 바 있음
 - 2018년 1월, WTO의 분쟁처리소위원회가 바이오 디젤 문제에 관하여 인도네시아의 주장을 인용한 것에 힘입어 미국에 대해서도 EU와 유사하게 부과하고 있는 반덤핑 관세의 철회를 요구
 - 그러나 현 미국 행정부의 보호주의 입장을 감안했을 때, 비슷한 성공을 거둘 가능성은 희박할 것으로 예상

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험 이전	<p>대외채무상태는 안정적</p> <ul style="list-style-type: none"> - 올해 2월 19일에 발표된 인도네시아 은행의 대외부채조사에 따르면, 인도네시아 대외채무상태는 대체적으로 긍정적 • 2017년 12월 말에 책정된 인도네시아 대외부채(공적 및 사적)는 3억 5천 2백만 달러로 GDP의 35%를 차지했는데, 이는 2000년대 초반 외부부채가 GDP의 60%를 초과했던 것과 비교하면 매우 긍정적임 • 2017년 12월 말 연 채무상환비율(대외 채무원금의 납입 비율과 경상수지 이자)은 25.2%이며, 2018년 2월 말의 외환 보유액은 1280억 달러로 충분 • 2017년 12월 말 기준, 중장기적 만기일(1년 이상)의 대외부채가 전체의 86%로 대부분을 차지함 <ul style="list-style-type: none"> - 주요 국제신용평가기관 중 3곳이 인도네시아 국채를 ‘투자등급’으로 판단하면서 인도네시아의 안정된 대외부채는 신용등급의 지지 요인 • 2016년 이후 10년 만기 국채수익률이 2% 이상 하락함에 따라 국채 발행 규모 축소 • 그러나 국가부채의 토대가 견실함에도 불구하고 여전히 인도네시아는 투자심리에 악영향을 미칠만한 몇 가지 취약성이 존재함 • 특히, 미국의 채권금리가 예상보다 높아지면서 인도네시아 채무에 대한 투자의욕이 감소하고 채권수익이 상승할 수 있다는 점이 핵심 위험요소임 • 이는 현지 통화의 급격한 가치하락과 이로 인한 외채관리비용의 증가가 동시에 발생할 수 있음 • 정부(공적) 대외부채 개선이 신용등급에 긍정적인 반면, 2010년 840억 달러에서 2017년 12월 말 1,720억 달러로 두 배 이상 증가한 사적 대외부채는 기업에게 스트레스 요인이 될 수 있음
사업규제 환경	<p>은행 자본요건 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3월 27일, 인도네시아 금융 서비스국(OJK, Otoritas Jasa Keuangan)는 주요 은행들에게 위험 가중자산의 1.0-3.5%에 상응하는 추가 자본을 별도로 마련할 것을 지시 • 정확한 금액은 개별 은행의 규모와 위험성에 따라 상이하하며 이에 대해 OJK는 5가지 카테고리를 만든 뒤, 2019년 1월 1일까지 준수할 것을 기대한다고 밝힘 • 새로운 규정은 표면상으로 대출과 은행실패로 인해 발생할 미래 손실에 대한 은행의 부담 능력 강화를 목표로 하지만, 보유자본의 증가는 은행의 신용확대능력이 줄어든 것을 의미하여 경제성장의 관점에서는 도움이 되지 않을 수도 있음

자료: Dun&Bradstreet(2018)

2. 산업 현황

1) 가공식품 시장 개요

□ 가공식품 시장규모

- 2017년 가공식품 시장규모는 약 3,901억 루피아이며, 2022년까지 약 6,540억 루피아로 증가할 것으로 예상
 - 2012-2017년 가공식품 시장규모는 연평균 12%의 꾸준한 성장세 기록
 - 현대적 유통망과 인터넷 보급의 확대로 다양한 다국적 기업의 가공식품에 대한 현지 소비자의 접근이 용이해짐
 - 가공식품의 주 소비층인 중·상류층의 구매력 향상에 따라 가공식품의 판매량 증가
- 가공된 스낵류 시장은 2012-2017년 연평균 11%의 높은 성장률을 기록하였으며, 전망 또한 긍정적
 - 가공식품 시장의 성장에 따라 가공된 스낵류 시장 또한 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망

표 1.2 인도네시아 가공식품 시장규모 (2013-2017)

(단위: 10억 루피아³⁾)

분류	2012	2013	2014	2015	2016	2017
가공식품	222,899	251,869	288,632	317,804	352,904	390,141
가공된 스낵류	13,875	15,540	17,672	18,774	20,609	22,914

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
가공된 스낵류	24,477	26,583	28,961	31,588	34,486

자료: Euromonitor International

3) 2018년 7월 2일 KEB 하나은행 환율 고시 기준, 인도네시아 10,000 Rupiah = 781원

□ 가공된 스낵류 브랜드 시장점유율

- 2018년 인도네시아 5대 스낵식품 회사는 Garuda, Dua Kelinci, Taro, French Fries 2000, Ceetos 이며, 회사별 시장점유율은 각각 9.6%, 7.7%, 4.2%, 3.6%, 3.2%임
- 상위 3개는 모두 인도네시아 현지 브랜드로서 합산 점유율은 21.5%임.

표 1.4 2018년 인도네시아 스낵식품 브랜드별

순위	회사명칭	주요브랜드	시장점유율(%)
1	Garuda	Garudafood Group	9.6%
2	Dua Kelinci	Dua Kelinci PT	7.7%
3	Taro	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk PT	4.2%
4	French Fries 2000	Siantar Top Tbk PT	3.6%
5	Cheetos	PepsiCO Inc	3.2%
6	Chiki	PepsiCo Inc	2.9%
7	Kayaking	Orang Tua Group	2.8%
8	Mr P	Mitrasatrya Perkasautama PT	2.6%
9	Chitato	PepsiCO Inc	2.1%
10	Pilus	Garudafood Group	2.0%

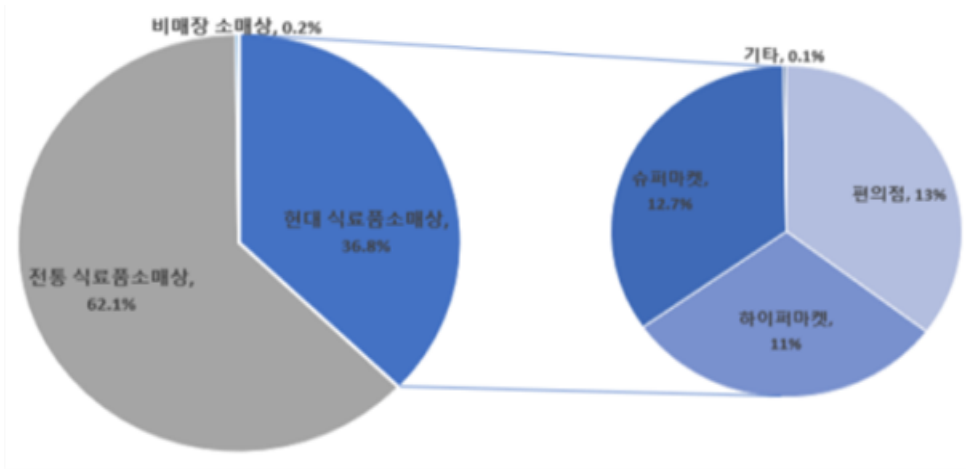
자료: Euromonitor International

2) 가공식품 유통현황

□ 인도네시아 가공식품 유통현황

- 전통 식료품 소매상이 인도네시아 가공식품의 가장 큰 유통채널로 시장점유율 62.1%를 차지하며, 현대적 유통망의 비중은 36.8% 수준임
- 현대적 유통망 내에서는 편의점과 슈퍼마켓이 각각 약 13%의 유사한 비중을 나타내며 하이퍼마켓이 11%로 그 뒤를 잇고 있음
- 현재까지 전통적 유통망이 높은 비중을 차지하고 있으나, 경제적 성장 및 도시화에 따라 점차 현대적 유통망의 비중이 확대될 것으로 전망

표 1.5 2017년 인도네시아 가공식품 유통망 비중



자료: Euromonitor International

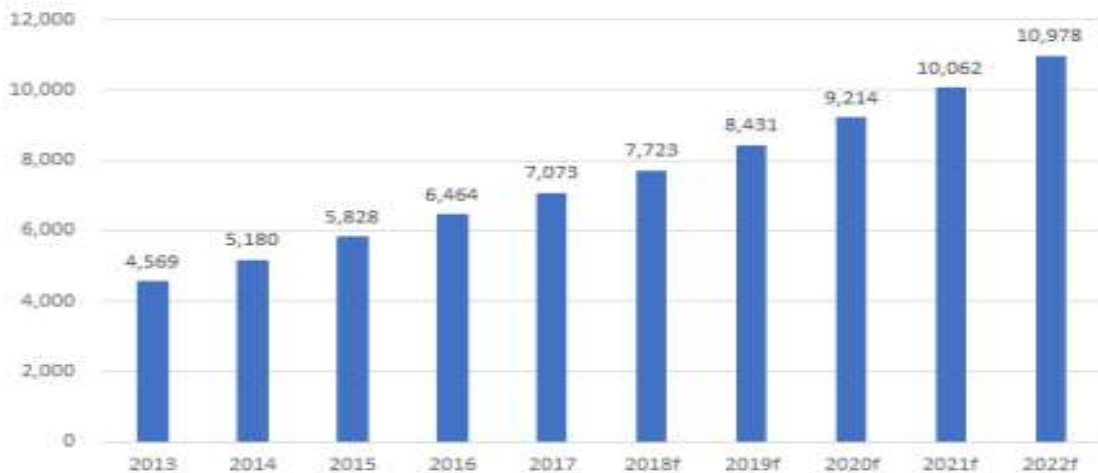
3) 견과류 조제품⁴⁾ 시장 동향

□ 견과류 조제품 시장규모 및 추이

- 2017년 견과류 조제품 시장규모는 약 71억 루피아이며, 2022년까지 약 110억 루피아 수준으로 성장할 전망
- 2013-2017년까지 견과류 조제품 시장은 연평균 12%의 높은 성장률을 기록하였으며 2022년까지 연평균 9%의 성장률을 나타낼 것으로 전망

표 1.6 인도네시아 견과류 조제품 연도별 규모 및 추이

(단위: 10억 루피아)



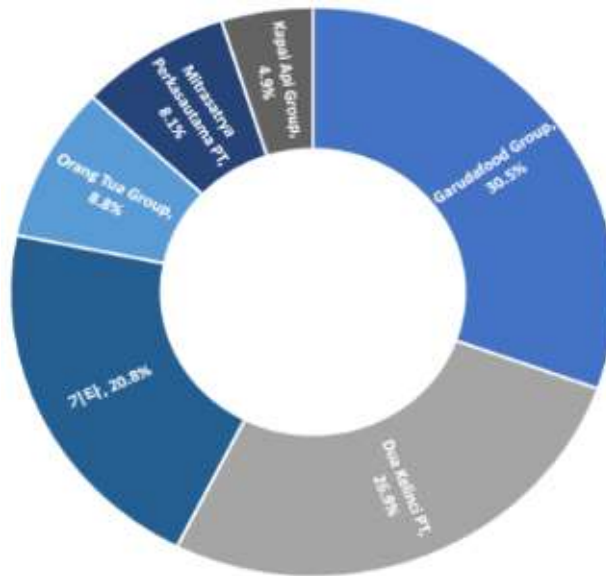
자료: Euromonitor International

4) 견과류(아몬드, 땅콩, 캐슈너트, 호두, 믹스너트 등)에 기타 혼합물을 섞어 말리거나 볶아 만든 제품

□ 견과류 조제품 업체 점유율

- 2018년 인도네시아의 견과류 조제품 상위 5개 회사는 Garudafood Group, Dua Kelinci PT, Orang Tua Group, Mitrasatrya Perkasautama PT, Kapal Api Group이며, 시장점유율은 각각 30.5%, 26.9%, 8.8%, 8.1%, 4.9%임
- Garudafood Group은 현지시장의 1위를 차지하고 있으며, 전통적·현대적 유통채널 모두에서 Garudafood Group의 상품을 쉽게 찾아볼 수 있음

표 1.7 인도네시아 견과류 조제품 상위 5업체 시장점유율



자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ '건과류 조제품' 관련 주요 수치

- 글로벌 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모 422만 달러 (2017년)
- 인도네시아 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모는 26만 달러, 세계 29위 (2017)
- 인도네시아 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 시장점유율 한국 9위 (0.4%), 압도적 1위 중국 (81.1%) (2017)
- 한국산 건과류 조제품 수출량 약 2,009톤, 약 2천 2백만 달러(2017)

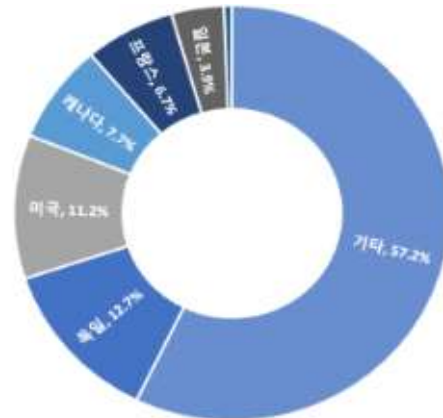
❖ '건과류 조제품' 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008.19.9000	건과류·땅콩 그 밖의 씨류 기타 (혼합물 포함)
인도네시아	2008.19.91	기타 볶은 것

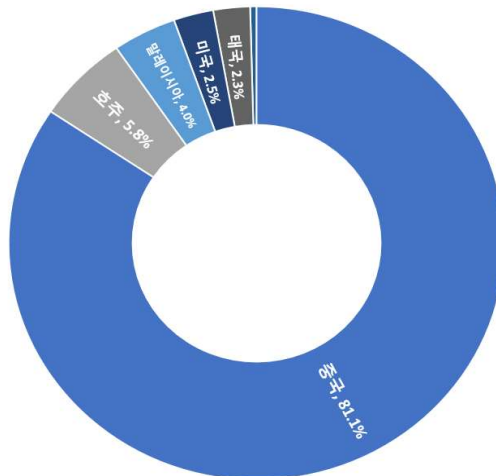
❖ 글로벌 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(US 천 달러)	
글로벌	36,766,000	
1	독일	2,306,000
2	미국	1,836,000
3	캐나다	1,811,000
4	프랑스	1,600,000
5	일본	1,491,000
6	인도네시아	259,000

❖ 글로벌 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 비중(2017)



❖ 인도네시아의 국가별 건과류·땅콩 그 밖의 씨류 시장점유율 (2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 견과류 조제품(가공식품) 통계 기준 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2008.19, 의뢰제품(견과류 조제품)의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.19.9000을 통계 기준으로 설정⁵⁾하고 ‘견과류 조제품’ 을 품목 키워드로 설정함

□ 견과류 조제품의 해당 HS CODE⁶⁾는 한국 2008.19.9000, 미얀마 2008.19.91

- 의뢰제품 ‘견과류 조제품’ 한국 HS CODE ‘2008.19.9000’ 을 통계 기준으로 설정

표 1.8 ‘견과류 조제품’ 한국 HS CODE 분류

품목번호			품명		기본세율	탄력·양허세율
			한글	영문		
2008	19		기타(혼합물 포함)	Other		
2008	19	1000	밤	Chestnuts	50%	C 90%
2008	19	2000	코코넛	Coconut	45%	C 45%
2008	19	9000	기타	Other	45%	C⁷⁾ 45%

자료: 관세법령정보 포털(2018)

- 의뢰제품 ‘견과류 조제품’ 인도네시아 HS CODE는 ‘2008.19.91’ 을 통계 기준으로 설정
 - 의뢰제품 품목에 캐슈너트가 포함되어 있으므로, 캐슈너트 수출 시 HS CODE 변경 필요

표 1.9 ‘견과류 조제품’ 인도네시아 HS CODE 분류

품목번호			품명	
			한글	인도네시아어
2008	19		기타 혼합물	Lain-lain, termasuk campuran
2008	19	10	캐슈너트	Kacang mede
2008	19	91	기타 볶은 것	Digongseng
2008	19	99	기타	Lain-lain

자료: 인도네시아 관세청(2018)

- 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 공통이며, 7-10번째 숫자는 나라별 다르게 구성되어 있음. 한국은 10자리 인도네시아는 8자리를 사용하고 있음
- 7) 2018년도 기준 WTO 협정세율

2) 글로벌 수입통계 [통계 기준: HS CODE 2008.19]

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 독일(12.7%)이며, 인도네시아는 29위(0.6%)

- 2017년도 글로벌 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모는 약 422만 달러로 2015-2017년 연평균성장률은 약 -1.7%임
 - 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 1위 국가는 독일로, 2017년 기준 약 54만 달러 (12.7%)를 수입하였으며, 2015-2017년 연평균성장률은 약 -13.6%임
- 2017년도 인도네시아의 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모는 약 26만 달러로 29위를 기록했으며, 2015-2017년 연평균 62.2%의 높은 성장률을 기록

표 1.10 글로벌 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모 추이(2015-2017년)

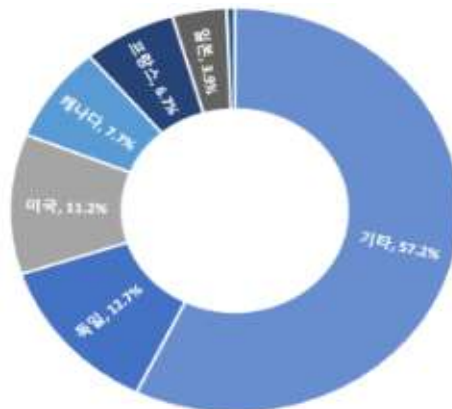
(단위: US 달러, %)

수입국	2015	2016	2017	2015-2017 연평균 성장률 ⁸⁾
	금액	금액	금액	
글로벌	4,367,000	4,023,000	4,220,000	-1.7
1 독일	717,000	533,000	535,000	-13.6
2 미국	413,000	406,000	474,000	7.1
3 캐나다	316,000	280,000	324,000	1.3
4 프랑스	258,000	279,000	281,000	4.4
5 일본	150,000	154,000	163,000	4.2
29 인도네시아	9,500	15,100	25,000	62.2

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

표 1.11 글로벌 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 비중(2017년)

(단위: %)



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

8) 연평균 성장률(CAGR) = (최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

3) 인도네시아 수입통계 [통계 기준: HS CODE 2008.19]

□ 2017년 인도네시아 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 시장점유율 1위는 중국으로 약 81% 차지

- 2017년 인도네시아의 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입액은 약 2천 5백만 달러로, 이는 2015년 9백 50만 달러 대비 약 62% 증가
- 2017년 기준 인도네시아의 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 1위 국가는 중국으로, 수입액 약 2백만 달러를 기록하여 인도네시아 내 시장점유율은 약 81% 수준
 - 그 뒤를 이어 호주가 약 140만 달러, 말레이시아가 약 백만 달러를 수입하여, 각각 5.8%, 4%의 시장점유율을 보임
- 2017년 한국은 인도네시아의 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입국 9위를 기록하였으며, 2015년 대비 약 216%의 높은 증가율을 나타냈으나, 수입액 및 시장점유율에 있어 미미한 수준

표 1.12 인도네시아 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 수입 규모 추이(2015-2017년)

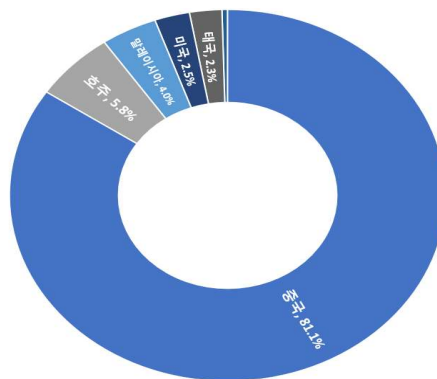
(단위: 천 US 달러, %)

수입상대국		2015	2016	2017	2017년 시장점유율
		금액	금액	금액	
글로벌		9,500	15,000	24,800	100
1	중국	5,700	11,500	20,100	81.1
2	호주	2,100	1,200	1,400	5.8
3	말레이시아	170	450	990	4
4	미국	500	660	610	2.5
5	태국	570	620	570	2.3
9	한국	9	0	90	0.4

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

표 1.13 국가별 견과류·땅콩 그 밖의 씨류 시장점유율(2016년)

(단위: %)



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

4) 한국산 수출통계 [통계 기준: HS CODE 2008.19.9000]

□ 한국산 견과류 조제품의 전 세계 수출량 및 수출액은 2016년 최고치를 기록하였으며, 2017년 모두 감소세로 전환

- 한국이 전 세계 시장에 수출한 견과류 조제품의 수출량 및 수출액 면에서 모두 2016년에 수출량 약 2,009톤과 수출액 약 2천 2백만 달러로 최고치를 기록하였으나, 2017년에는 수출량과 수출액 모두 평균 15%의 감소
- 특히 2016년의 전년 2015년 대비 수출량 증가율은 약 125%, 수출액 증가율은 128%로 2015-2017년 중 2016년에 매우 높은 성장세를 보임

□ 한국산 견과류 조제품의 인도네시아 수출액은 높은 증가 추세

- 2015년까지 한국산 견과류 조제품의 對 인도네시아 수출은 거의 이루어지지 않았으나, 2016년부터 수출이 본격화된 것으로 파악됨
- 2017년 수출량 측면에서는 전년과 유사한 수준이었으며, 수출액은 전년 대비 약 3배 수준으로 증가

표 1.14 한국 '견과류 조제품' 연간 수출통계 (수출대상국: 전 세계)

(단위: \$, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량 (전년 대비 증가율)	892,000 (-)	2,009,000 (125.3)	1,720,000 (△14.4)
금액 (전년 대비 증가율)	9,829,000 (-)	22,412,000 (128)	18,675,000 (△16.7)

자료: 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

표 1.15 한국 '견과류 조제품' 연간 수출통계 (수출대상국: 인도네시아)

(단위: \$, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량 (전년 대비 증가율)	1.1 (-)	20,100 (1,825,809)	20,200 (0.4)
금액 (전년 대비 증가율)	2.0 (-)	61,000 (3,053,200)	180,000 (194.7)

자료: 농수산물수출지원정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

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

II. 시장 트렌드

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 활성화 시킬 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 계기로 이어짐
- 한국제품 구매 시, 할랄인증 여부가 매우 중요한 구매 결정 요소가 됨
- 현지 소비자 및 유통업자 모두 높은 가격을 개선사항으로 꼽음
- 한국 '견과류 조제품'은 인지도가 낮은 편

❖ 온라인 및 모바일 플랫폼 시장의 성장

- 그린슈머 중산층의 성장에 따라 온라인 매출 증가
- 심각한 도시 교통난으로 인해 쇼핑에 많은 시간이 소모되는 현지인들에게 온라인 쇼핑은 시간적 효율성을 제공
- 인터넷 접근성의 개선 및 확대로 모바일 플랫폼 O2O 서비스 'Go-Jek'의 높은 인기

3. 유통망 트렌드

❖ 도시화 진행에 따라 현대적 유통채널 확대, 특히 미니마켓 및 편의점에서의 소비 증가

- 현대적 유통소매점의 매출이 꾸준히 상승하고 있으며 특히, 현대적 유통소매점 중 편의점·미니마켓이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 매출도 가장 높음

1. 할랄 및 전자상거래 정책 이슈

□ 2019년부터 적용되는 할랄 인증(MUI)⁹⁾ 의무화 법안

- 2014년에 통과된 할랄인증 법안의 5년 유예기간이 끝나는 2019년부터 할랄인증 의무화 예정. 다만, 할랄 의무 법안 시행 여부는 현재도 논의가 지속 중
 - 2019년부터 인도네시아로 유통되는 모든 식음료·화장품·화학제품·생물학 제품 등의 품목과 모든 수입제품이 할랄인증 필수
 - 새로 신설된 할랄 인증기관인 BPJPH¹⁰⁾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 표기 의무화로 미인증도 강제 표기해야 함

□ 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 각종 시스템과 수단에 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 거래행위 실시간 감시 예정

9) 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

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

2. 한국제품 및 식료품 소비 트렌드

□ 한국산 제품 트렌드

표 2.1 한국산 제품에 대한 현지 인터뷰(종합)

소비자 ¹¹⁾	현지 유통업자 ¹²⁾
<ul style="list-style-type: none"> • 한국제품 구매 라면류와 김, 스낵류를 주로 구매. 인터뷰대상자 모두 한국 견과류 제품 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 맛이라 선호 • 한국제품에 바라는 개선점 가격. 한국제품 가격이 굉장히 비싼 편 • 한국산 견과류 조제품 인지도 익숙하진 않으나, 가격이 적절하다면 구매해 볼 의사가 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 한국제품에 대한 소비자 반응 한국제품에 대한 소비자 호감도가 높아 소비자의 반응을 반영하여 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 가격. 가격이 로컬제품에 비해 2-5배 정도 비쌌. 전반적으로 제품의 품질은 좋으나 제품가격이 지나치게 비싸서 외국인들이 주로 구매할 뿐 현지인들은 구매하기에 부담스러움 • 한국제품 유통경로 인도네시아에 있는 Kaifa Food나 M사 유통 공급업체 등을 통해 한국제품 납품 받음 • 한국산 견과류 조제품 인지도 인지도가 낮아 자체 PB 상표 견과류 제품을 주로 판매 • 견과류 구매 고객층 특별한 연령층이 없고 전 세대에 걸쳐 즐기는 편이며, 아이가 있는 부모들이 주 고객임 • 특이점 Griya Cicalengka 지점에서는 견과류 판매가 한 달에 Rp. 15백 만-20백 만(Rp. 5,000-10,000 저가품 위주 구성) 내외이며 전체 매출에서 큰 비중을 차지하고 있지 않음

자료: 현지 조사원

11) 인터뷰대상자는 총 3명으로, ibu Dede(여성, 45살, 반둥거주, 공무원), ibu Reni(여성, 39살, Griya 근처 거주), ibu Mila(여성, 31살, PASAR Paramoout 근처 거주)를 대상으로 진행하였으며 인터뷰 진행 유통채널은 PSSAR Paramoout, Griya Setiabudhi 임

12) 인터뷰대상자는 총 3명으로, 유통업체별 견과류 판매 담당자인 Mr. Avip(남성, 30대 초반), ibu Rina(여성, 24살), ibu Erma(여성, 30살)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 빈도수 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
한류스타 홍보모델 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 슈퍼푸드 및 에코푸드에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 온라인 스토어 소비가 늘어나는 추세
- 교통난이 심한 도시 거주자들에게 온라인 쇼핑은 시간적 효율성 제공
- 온라인 판매가 편의점의 매출 상승에 기여
 - 온라인 노출빈도가 증가함에 따라 수입 가공식품에 대한 거부감이 줄어들면서 편의점도 동일, 유사 상품에 대한 소비로 이어짐

Setiabudhi, Carrefour, Giant, Griya 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 일컫음

표 2.2 인도네시아 식료품 온라인 리테일 시장 현황

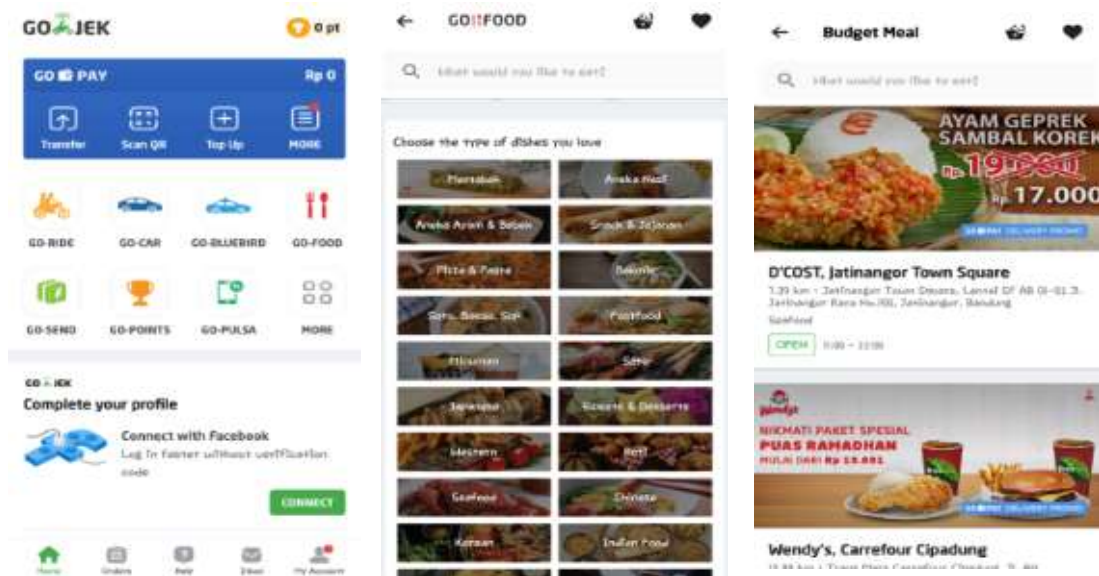
(단위: 백만 달러)

시장규모 및 전망						
2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
5,780	7,056	8,591	10,369	12,341	14,415	16,475

자료: Statista

- 인터넷 접근성의 개선 및 확대로 모바일 플랫폼 O2O 서비스¹⁵⁾ ‘Go-Jek’의 인기 상승
 - 온라인 서비스의 진입장벽이 낮아지고, 무료 와이파이 제공처가 확대하면서 최근 인도네시아의 인터넷 이용자의 수 매년 20% 수준으로 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

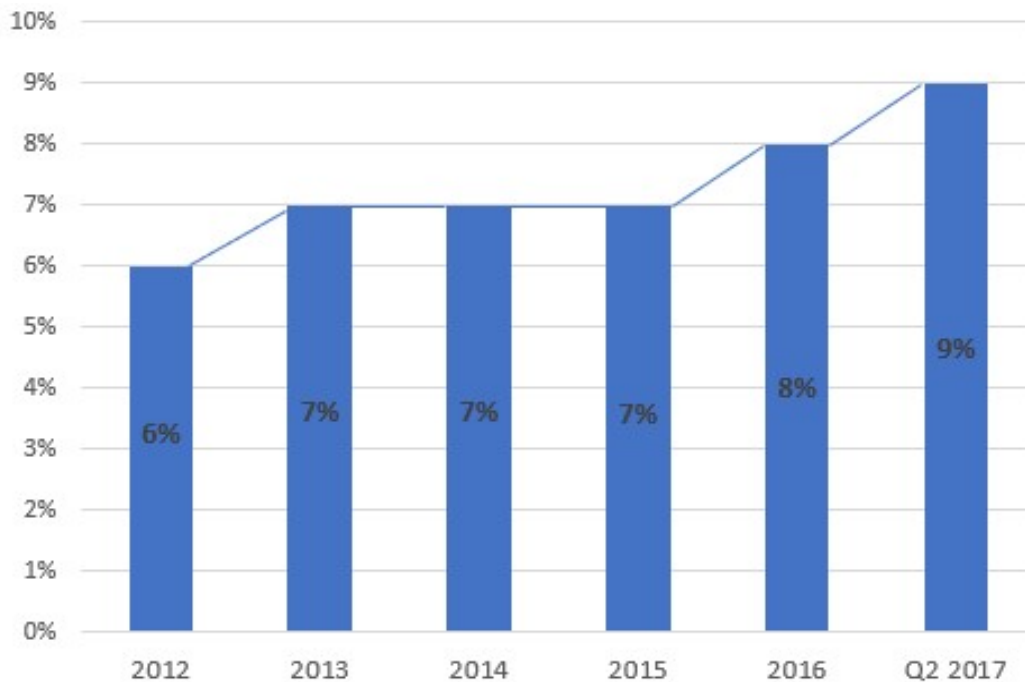
3. 유통망 트렌드

□ 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 식사코너를 운영, 영업시간 확대 등 소비자의 편의 제공
- 미니마켓 및 편의점의 판매 비중이 2017년 2분기까지 전체 유통시장의 9%까지 확대되었으며, 도시화, 가격경쟁력, 편의성, 입지확대 등에 따라 앞으로 더욱 증가할 것으로 전망
- 아직 소매유통 산업에서 미니마켓이 차지하는 비중이 상대적으로 작지만 가격경쟁력, 편리함, 전략적 위치 등의 미니마켓만이 지닌 차별화된 장점을 통해 안정적인 판매로 점유율을 늘려나가고 있음

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)	
	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 2008.19.91

HS CODE 품명	구분	세율	원산지 기준
2008.19.91 기타 견과류 볶은 것	인도네시아 관세율	0%	-
	한-ASEAN FTA	기본세율 5%	체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것
		협정세율 0%	

❖ 선적 전 검사제도

선적항에서 수출품을 검사하는 제도로, 인도네시아 확인 결과 견과류 품목 선적 전 검사제도에 '해당'하므로 LS(Surveyor Report)를 발행하여 통관 시 해당 LS 제출

❖ 인증정보

인증 명	발행/검사기관	성격	제출서류
SNI	인도네시아 국가 표준기구	필수	LSPro 관련 서류
ML	인도네시아 식약청	권장	견본, 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, 심사 받아야 함
- 수입제품 라벨링에 사용되는 언어는 인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 한정

❖ 위생요건

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

1. 통관 및 검역

1) 수입통관절차

① 수입신고 전 준비

표 3.1 사전 필수 기본구비서류 항목 및 발급기관

서류 명	상세구분 및 세부사항	발급기관
무역면허(SIUP)	무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan)	One Stop Sho Service
수입허가서 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
관세청등록증(NIK) ¹⁷⁾	관세청 등록증(Nomor Identitas Kepabeanan)	인도네시아 관세청

자료: 주인도네시아 대한민국대사관, 관세사 의뢰

- o 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
- o 지정 수입자 허가(IT) 구비
- o SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상품목¹⁹⁾의 경우 수출국에서 사전 준비 필요

16) API-P(Angka Pengenal Impotir-produsen)는 생산설비를 보유한 제조업체에 한하여 발급되는 수입허가서이며, 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 '건과류 조제품'은 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 건과류 조제품은 강제인증대상으로 파악되지 않음

□ 사전 필수 구비 서류의 상세사항 및 발급절차

- 무역면허 (SIUP, Surat Izin Usaha Perdagangan)
 - 인도네시아에서 무역활동을 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 IDR 400,000 - IDR 500,000, 중견기업의 경우 최소 IDR 600,000 - IDR 700,000, 대형기업의 경우 최소 IDR 750,000 - IDR 1,000,000에서 출발

- 수입업자 등록 번호 (API, Importer Identification Number)
 - 수입업자의 무역활동을 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 기업본사 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	IDR 6,000
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)

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 3.4 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

- 인도네시아 관세청에 따라 HS CODE는 2008.19.91이며, 기본세율은 5%, 한-아세안 FTA 세율은 0%임.

□ 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 확인 결과, 견과류 조제품 품목 HS 코드, 2008.19.91 선적 전 검사 대상 물품 해당
- 검사기관이 물품의 명세와 HS코드, 선적 시기, 선적항, 목적항 등을 기록한 Surveyor Report(LS)를 발행하며 수입업자는 통관 시 해당 LS 제출

표 3.5 HS CODE 2008.19.91 선적 전 검사 대상 확인

No.	허가 명	발행기관	법령	시행일
1	Surat Keterangan Impor	B POM	Peraturan Kepala B POM No. 29, No. 30 Tahun 2017	2018.01.10
2	Laporan Surveyor / API-P	B POM	Permendag Nomor 87/M-DAG/PER/10/2015 Jo. Permendag No 12 Tahun 2018	2018.01.10

표 3.6 선적 전 검사제도 절차

번호	절차
1	수입업자가 KSO에 수입신고 및 검사 신청하여 Verification Order를 발급
2	VO 발급과 동시에 바이어가 검사비를 지불하고 지불 후에 VO를 KSO KOREA로 전송
3	KSO KOREA는 수출업자에게 등록된 VO 내역을 메일로 전송하고, 수출자는 검사신청서 (RFI)와 인보이스, 패킹리스트 등 필수서류와 함께 최소 3일 이전에 접수하여 검사신청을 하면 스케줄 조정 후 선적 전 검사를 진행함
4	선적 전 검사 후 24시간 내로 KSO KOREA는 인도네시아로 리포트 전송하며 인도네시아에서 수령 후 48시간 안에 LS(최종 Certi)를 발행하여 수입업자에게 전달

3) 한-ASEAN FTA²¹⁾

○ 원산지 결정기준 (HS CODE: 2009.19.99)

- 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한정
- 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 제0802.31호, 제0802.32호, 제0802.40호 및 제0802.90호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정
- 40% 이상의 역 내부가치가 발생한 것. 다만, 제0802.31호, 제0802.40호 및 제0802.90호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정

○ 직접운송원칙

- FTA에 따른 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 △원산지 결정의 충족 △협정당사자 간의 직접운송원칙을 모두 충족해야 함
- 이에 대한민국에서 미얀마로 직접 운송된 경우에만 FTA 적용 가능함 (단, 지리적·운송상의 목적으로 단순 경유 경우는 제외)

○ FTA 원산지 증명서²²⁾

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 기본세율 5% 적용

수입국	FTA 협정	해당국 HS코드	기본세율	협정세율
인도네시아	한-ASEAN FTA	200819	5%	0%


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

21) 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 모든 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


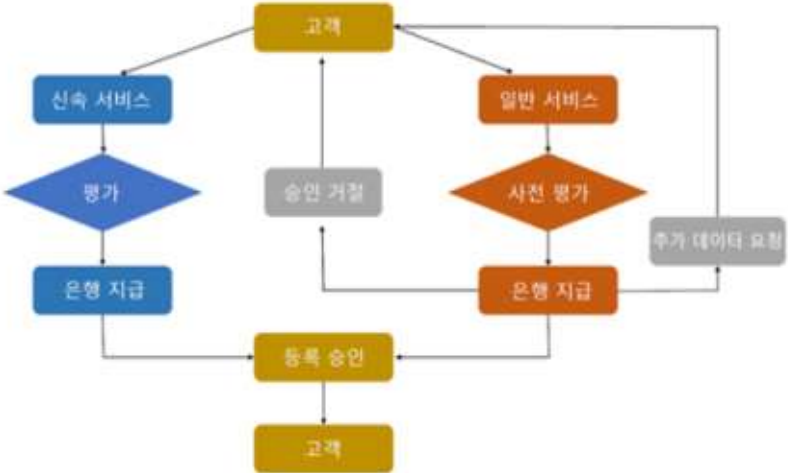
22) 수출 신고필증, 원산지소명서, 제조공정도 등 관련 서류를 구비 하여 전자적인 방법으로도 원산지 증명서 발행 신청이 가능

2. 인증정보

□ 국가표준인증제도(SNI: Standar Nasional Indonesia)


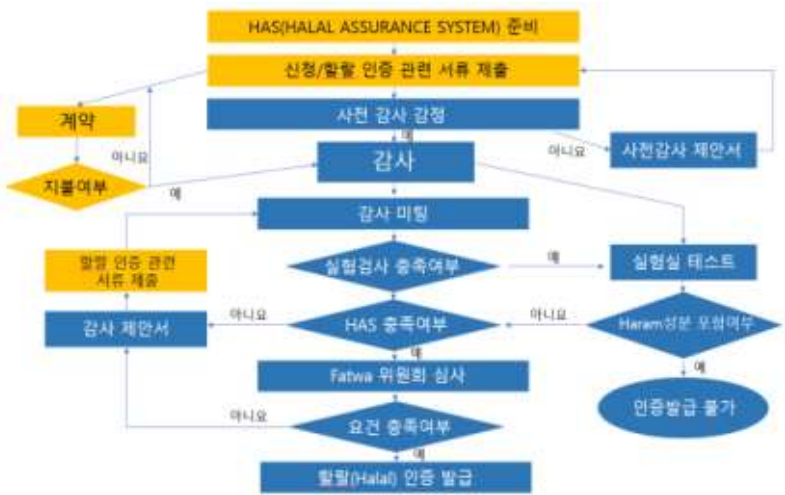
SNI	
인증/검사명	SNI
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 정부령 2000년 102호(PP. No. 102 Year 2000)에 따라 인도네시아에서 SNI 강제 인증리스트²³⁾ 내 품목 수입 및 생산 시 인증이 필요하며 품질 혁신을 도모하고 유해한 제품의 유통을 근절시키기 위해 최근 SNI 인증 의무화가 강화되는 추세 - 현 운영되는 SNI는 국가품질보증 ISO9000을 근간으로 제품의 규격과 생산과정에 관한 국가표준인증제도로 인정 - SNI는 △강제인증 품목과 △자발적 인증품목으로 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 인증품목
제출서류	LSPro (http://spro.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	<ol style="list-style-type: none"> 1) SNI 인증신청 <ul style="list-style-type: none"> - LSPro로 인증 신청서를 제출함 - 인도네시아 현지 법인이나 인도네시아 수입업체(현지 법인이 없는 경우, 기업에서 지정)만 SNI 인증신청이 가능하므로 주의 요망 2) 서류심사 <ul style="list-style-type: none"> - LSPro 에서 구비 서류를 검토 3) 기술심사 <ul style="list-style-type: none"> - 샘플 테스트와 공장 실사를 통해 심사함 - 샘플 테스트 검사관 1인과 공장 실사 담당관 2-3인을 통해 SNI 자격 요건 충족 여부를 결정²⁴⁾ - ISO9000 인증을 보유한 경우, 심사 기간을 단축할 수 있으므로 관련 기업은 국제표준인증을 우선적으로 취득한다면 유리함 4) 최종패널 심사 <ul style="list-style-type: none"> - 의장 1인과 7인의 패널이 서류심사와 기술심사를 바탕으로 SNI 인증 발급 여부를 최종적으로 검토함 5) SNI 인증 발급 <ul style="list-style-type: none"> - 유효기간은 3년이며 연장신청을 하더라도 재심사 필요

□ 수입식품 등록제도 : ML (Makanan Luas)

ML	
인증/검사명	ML
인증 설명	일부 예외품목 ²⁵⁾ 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	<ul style="list-style-type: none"> - 식품의 견본 - 인도네시아 사업면허 - 위생증명서 - 수입업자 정보 - 제품 성분 및 품질증명서 - 라벨 및 소개문 - 생산공장 추천서 - 제품등록서 - 식품 일반 정보 - 생산공정 설명서 등
비용	제품당 약 USD 70-700
소요기간	6개월
인증절차	<p>위 서류를 제출한 뒤, BPOM이 품질관리 및 최종검사를 진행하면 결과에 따라 제품등록이 승인/ 조건부 승인/ 거부로 구분되어 통보됨</p> 

- 23) 해당 의외품목(견과류 조제품)은 강제인증품목에 해당 사항 없음(2014년도 4월 SNI 강제인증품목 기준)
- 24) 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
- 25) 예외품목은 △상온에서 7일 이하의 유통기한을 가진 가공식품 △정부 또는 사회복지기관에서 기부되는 가공식품 △BPOM에 등록된 연구 또는 개인섭취 등 특수목적용을 위해 수입되는 소량의 가공식품


□ 할랄인증제도: MUI

MUI		
인증/검사명	Halal(MUI)	
취득 요건	<ul style="list-style-type: none"> - 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 ²⁶⁾ (MUI, 인도네시아 이슬람협회 산하기관)	
성격	<ul style="list-style-type: none"> - 2016년: 축산물 가공식품 및 유제품 의무 - 2019년 전 수입제품 의무(10월부터) 	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">- 기업/사업체 등록증 <li style="width: 50%;">- 공장 및 창고 설비 위치도 <li style="width: 50%;">- 주요 재료에 대한 상세정보 <li style="width: 50%;">- 공정도표 및 생산절차 <li style="width: 50%;">- 현지 당국의 생산허가증 <li style="width: 50%;">- 신분증, 여권사본 <li style="width: 50%;">- 제품 정보 <li style="width: 50%;">- 생산업체, 재료공급업체 정보 <li style="width: 50%;">- 포장 재료 정보 <li style="width: 50%;">- 제품 프로세스 흐름도 등 	
비용	제품당 약 USD 15,000	
유효기간 ²⁷⁾	2년	
인증절차	<p>[1단계: Pre-Audit] 신청한 업체의 서류 검토, Audit 일정 확정, 공장 방문으로 구성 [2단계: Process Audit] 2명의 심사위원이 제품/생산과정/공장을 Audit 하는 단계</p> 	
타국 인증서 교차인정 여부	불인정, 한국이슬람교 중앙회(KMF)에서 발행한 할랄인증도 교차인정 ²⁸⁾ 불가	

26) 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

27) 할랄 라벨이 발급되고 나면 사업주는 할랄 라벨을 잘 보이는 제품 표면에 반드시 부착해야 하며 발급 이후에도 6개월마다 LPPOM-MUI에 주기적으로 보고하고 제품재료 변경 시 변경사항에 대한 별도 허가를 받아야 함

□ HACCP (품질 안전인증)²⁹⁾

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	식품의약품안전처	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 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 유해요소를 파악하여 유해요소 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 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 	

28) 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

29) 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.co.kr), 한국인증정보원(www.kcis.co.kr)

3. 라벨링

□ 라벨링 주의사항

- 2017년 돼지 DNA 검출 사건 이후, 수입식품등록(ML) 심사과정에서 “돼지고기”가 재료로 직간접적으로 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 할랄인증 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 3.7 라벨링 표시사항 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - ML 등록번호 - 수입업체 정보 - 제조업체 정보 - 구성 성분 - 제조코드 - 유통기한 - 순 중량 	

자료: 현지조사원

4. 위생요건 정보

□ 식품첨가물 규정³⁰⁾

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

[인도네시아어] : “JUMLAH PER SAJIAN”

[한국어] : “1인분 당 함량”

- 표시 규정

표 3.8 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”

- 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
		<i>Coliform MPN</i>	<3/g or /ml
		<i>Salmonella sp.</i>	negative/25g or negative/25ml
		<i>Staphylococcus aureus</i>	negative/g or negative/ml

30) 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

○ 식품의 중금속 오염물 종류와 최대한도³¹⁾

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

○ 견과류 가공제품의 곰팡이 기준과 최대한도

No.	종류	최대 한도 (ppb or mcg/kg)	
1	Aflatoxin	B1	15
		Total	20
2	Ochratoxin A	3	

○ 식품첨가물 19개 금지물질 목록³²⁾

- Boric acid
- Salicylic acid and its salt
- Diethylpyrocarbonate (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

31) 식품 분류 목록 중 '견과류 조제품'에 가장 해당이 되는 식품을 기준으로 작성됨

32) 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)

	10g당 평균가격	수입제품: Rp. 45,280 (약 3520원) 현지제품: Rp. 8,412 (약 655원)
	원료(성분)	인공감미료, 설탕, 소금, 꿀, 식물성기름, 향신료 등
	유통기한	1년 반 - 2년
	포장형태	폴리에틸렌 재질 지퍼백 형태

대표 분석제품 상세

		
현지제품이 가장 많이 판매되고 인기 있으며 가격이 저렴	한국제품은 G사가 우위에 있으며, 견과류 중 '아몬드' 제품이 다양한 맛으로 출시되어 있음	현지제품은 견과류 중 '땅콩' 제품이 가장 많이 출시되어 있음

- 온라인상으로는 한국제품을 쉽게 찾아볼 수 있었으나, 현지 유통되고 있는 한국제품은 제한적임
- 현지제품과 한국제품의 평균가격 차이가 약 5배
- 현지에서 한국제품에 대한 인지도는 낮은 편이며 대부분 현지 소비자들은 한국제품에 있어서 가격에 부담감을 느껴 현지제품을 선호
- 한국제품 구매 경험이 있는 현지인들의 평가는 가격을 제외한 위생, 맛, 포장 등 모든 부분에서 긍정적




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	Qoo10	Blibli	Lazada
			
www.elevenia.co.id	www.qoo10.co.id	www.blibli.com	www.lazada.co.id

오프라인 ³³⁾			
Carrefour	Lotte Mart	Hyper Mart	Indomaret
			
Kota Bandung, Jawa Barat 40162	Kota Bandung, Jawa Barat 40233	Kota Bandung, Jawa Barat 40117	Bandung, Jawa Barat 40394




2 경쟁제품 분석

① 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	(주)길림	삼양
	제품명	허니 버터 아몬드	불닭 아몬드
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - Rp 500,000 이상 구매 시 신용카드 할부 무이자 - 5개 묶음 판매 - 이 외에 와사비 맛 아몬드, 요구르트 맛 아몬드, 허니 버터 캐슈넛 제품도 판매 	<ul style="list-style-type: none"> - Rp 500,000 이상 구매 시 신용카드 할부 무이자 - 불닭볶음면으로 유명한 S사의 제품을 아몬드 제품 확대
	용량(g)	30g	30g
	제품가격	Rp 20,000	Rp 25,000




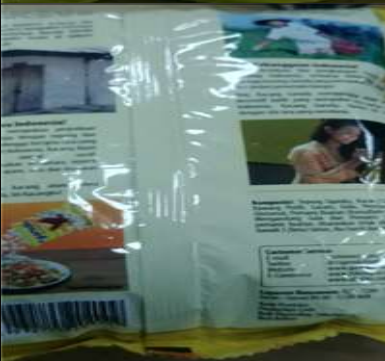
33) 다음의 오프라인 매장은 대표로 설정해 놓은 것이며, 방문매장은 전통시장 2곳, 현대적 유통채널 10곳으로 총 12곳을 방문하여 종합비교하여 선정한 대표 경쟁제품임

구분		제품 #4	제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	Sunnuts	You Yi Jia
	제품명	불닭 맛, 허니 버터, 달기밀크아몬드 (3개)	호두 품은 대추
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - Rp 500,000 이상 구매 시 신용카드 할부 무이자 - 원하는 맛을 선택하면 해당 제품을 보내주며 작성하지 않을시 랜덤 배송 	<ul style="list-style-type: none"> - 대추 속에 씨 대신 호두를 넣은 견과류 조제품 - 중국/홍콩의 인기 간식 제품 - 1팩에 날개 5개 - 대추에는 혈액순환 개선 및 소화를 돕고 호두는 항산화 물질이 풍부하다는 각 재료의 효과를 강조
	용량(g)	180g	-
	제품가격	Rp 99,000	Rp 277,500

구분		제 품 #6	제 품 #7
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (앞면)		
	제 품 이 미 지 (속)		
제 품 스펙	제 조 사	(주)청정원	맛있는 풍경
	제 품 명	Chew & Dessert	김 샌드
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 말린 과일과 견과류를 조합 - 웰빙 트렌드를 겨냥한 첨가물 없는 건강 간식 - 츄앤 시리즈로 8가지 종류가 있음 - 일레브니아에는 푸룬 호두와 무화과 호두 제품 2가지 제품 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> - 김과 아몬드를 재료로 만든 스낵 - Qoo10, elevenia, 11번가 총 3개의 온라인업체에서 판매 - 배송은 7-20일 소요 - 중국어, 영어, 인도네시아어 3개국어 지원
	용 량 (g)	49g	25g
	제 품 가 격	Rp 212,500	Rp 196,100





구분		제품 #8	제품 #9
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	ALA KACANG JEPANG	Blue Diamond
	제품명	Mayasi	Blue Diamond
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 코로 콩으로 만든 제품과 땅콩으로 만든 제품 2가지로 나뉨 - 향신료를 섞은 가공제품 - 칠리 맛, 갈릭 맛, 구운 옥수수 맛, 매운맛 판매 - 할랄(Jakim) 인증 	<ul style="list-style-type: none"> - 섬유, 비타민, 미네랄이 풍부한 스낵으로 홍보 - 다양한 맛의 아몬드 제품이 주를 이루나, 믹스너트 제품도 있음 - 구운 소금 맛, 허니 맛, 오리지널 맛, BBQ 맛
	용량(g)	65g	130g
	제품가격	Rp 8,160	Rp 60,800

② 오프라인³⁴⁾

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제조사	Heritage Snack & Food Co, Ltd	Garuda Food
	제품명	Blue Diamond (unsalted)	Garuda Kacang Atom
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 맛: 아몬드 로스트 소금 첨가/ 무첨가/ 허니 로스트/ 바비큐 맛 - 아몬드, 믹스너트, 피스타치오 - 태국 수입제품으로 현지에서 고가제품에 속함 - 편의점을 제외한 슈퍼마켓, 소규모 체인에서 손쉽게 구할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 오리지널, BBQ, 계란, 칠리맛 - 타 경쟁제품에 비해 굉장히 저렴함 - 현지에서 가장 인기 있는 제품 - 전 유통채널에서 구매 가능
	포장 용기	알루미늄 캔, 폴리 백	플라스틱 파우치
	성분	구운 아몬드(무첨가)	타피오카 녹말, 땅콩, 식물성기름, 마늘, 소금, 설탕, 글루타메이트, 모노나트륨, 풍미증강제, 인공감미료
	조사매장	Setiabudhi Supermarket(스티아부디), Carrefour(까르푸), HERO	Griya, Carrefour, Indo Maret, 롯데마트, 전통시장 등 전 유통업체에서 판매
	용량(g)	130g	130g
	제품가격	Rp 64,700	Rp 5,250

34) 오프라인 조사는 현지에 거주하고 있는 현지조사원 조사를 기반으로 한 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제조사	PT Mitrasatraya Perkasautama	PT Monohara Asri
	제품명	MR.P	Mayasi ala Kacang jepang
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 허니 로스트, 칠리 맛 - 땅콩, 믹스너트 제품 - 중간 가격대 제품 - 전 유통채널에서 판매 	<ul style="list-style-type: none"> - 옥수수, 치즈, 칠리, 프리미엄 로스트 마늘 맛 - 땅콩, 캐슈넛 제품
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	땅콩, 설탕, 꿀(0.5%), 타피오카녹말, 천연식재료색소(카라멜 및 베타카로틴), 안티옥시젠 토크오페놀	땅콩, 밀가루, 설탕, 전분, 야자수기름, 옥수수향 감식료, 모노나트륨, 글루타메이트
	조사매장	Indo Maret(인도마켓), Giant Supermarket, 롯데마트 등 기타 편의점 및 대형유통점	Griya Supermarket, Indo Maret, 기타 조사한 모든 유통업체에서 판매
	용량(g)	80g	65g
	제품가격	Rp 13,300	Rp 9,100

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제조사	Tong Garden Food	(주)길림양행 유통: PT kaifa food
	제품명	Tong Garden Peanuts Mixed Anchovy	Toms Honey Butter Almond
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 땅콩과 멸치 믹스제품, 껌질 까먹는 땅콩, 캐슈너트, 피스타치오, 땅콩 등 다양한 제품 - 온라인, 오프라인 모두 판매 - 허니로스트, 사테, 칠리 맛 	<ul style="list-style-type: none"> - 소형 슈퍼체인 위주로 판매 - 현지 온라인 쇼핑몰에서는 쉽게 구매 가능 - 대형 슈퍼체인은 미판매
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	땅콩, 멸치, 식물성기름, 튀긴 마늘, 말린 고추, 오렌지잎, 소금	아몬드(73.32%), 옥수수시럽, 설탕, 허니버터 감미료, 꿀(0.97%), 옥수수기름, 식물성기름, 식물성 유화제, 향신료
	조사매장	Carrefour, Papaya Supermarket	Setiabudhi Supermarket, PaPaya Supermarket
	용량(g)	35g	35g
	제품가격	Rp 6,250	Rp 21,600



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정과정**
- 2. 주요 경쟁사 개요**

1. 경쟁사 선정과정

○ 방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 견과류 조제품(Processed Nuts 등)
- 온라인 쇼핑몰 방문
 - 일레브니아 (elevenia)
 - 블리블리 (Bibli)
 - 큐텐 (Qoo10)
 - 라자다 (Lazada)

○ 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- 다양한 ‘견과류 조제품’ 의 현지조사원 조사 실행
- 현지유통채널 방문³⁵⁾
 - SETIABUDHI
 - Carrefour
 - Papaya
 - Giant
 - Indomaret
 - Griya
 - Lotte Mart
 - Hyper Mart
 - Hero Supermarket
 - Alfa Mart

○ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

한국		인도네시아	
(주)길림양행	Garudafood	Mr. P	Manohara Asri
			
온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매

35) 전통 유통채널은 2곳(Paramount, Kosambi)을 방문하였으나, 전통시장에서 수입제품은 판매하지 않고 견과류 제품은 가공하지 않은 일반적인 견과류 제품만 판매하여 경쟁사 선정과정에서 제외함

2. 주요 경쟁사 개요

□ (주) G사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 최초의 아몬드 수입업체로서 5년간 아몬드 수입 Quata 독점 - 세계 최대의 아몬드 공급업체인 미국 BLUE DIAMOND GROWERS사의 한국 독점 Agent 기업 - 원료 수입, 판매 단계에서 제조, 유통으로 사업영역 확장 - 전국 각지에 퍼져 있는 도소매 유통망과 아시아와 북미 등 해외시장에서 인정받고 있는 브랜드 		
	기업 유형	제조가공 및 판매	홈페이지
취급품목	견과류 조제품	이메일	-
소재지	경기 광주시 오포읍 봉골길 176 길림양행	설립연도	1988.07.25
직원 수	150명	매출액	1,245억 7천만 원
대표 제품			

자료: (주)길림양행(www.gilim.co.kr), JOBKOREA

□ Garudafood International

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Tudung Group의 계열사 - Central Java Pati에 처음으로 설립되었음 - 2014년 Top Brand Award를 수상 - 현지 모든 유통업체에서 가루다 제품을 쉽게 찾아볼 수 있을 정도로 견과류 품목의 상위 현지 기업 - 필리핀, 베트남, 중국, 호주 등 다양한 나라에 수출 		
	기업 유형	식료품	홈페이지
취급품목	스낵, 음료, 견과류 등	설립연도	1990.8.31
대표 제품			

자료: 가루다푸드(www.garudafood.com)

□ PT. Mitrasatrya Perkasa Utama

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Mr. P의 P는 땅콩(peanut)을 의미하여 브랜드와 제품을 직접 연관시킴으로써 소비자들이 브랜드를 쉽게 기억하도록 함 - 1989년 포장을 플라스틱 포장에서 알루미늄 호일로 변경함 - 삼발(인도네시아 전통 소스) 향과 양파 향 등 여러 종류의 향을 지닌 땅콩을 생산 및 개발하고 있음 - 이 외에 콩, 아몬드, 피스타치오 등 다양한 견과류 제품 생산 중임 		
	기업 유형	식품 가공업체	홈페이지
취급품목	견과류 조제품	직원 수	201- 500 명
소재지	Sindangsari, PassarKemis, Tangerang, Banten 15560	설립연도	1986.09.28
대표 제품			

자료: JOBSTREET(www.jobstreet.co.id)

□ PT. Manohara Asri

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Mahaghora Group의 계열사 - 소비재 산업에 집중 - IYES, Mayasi, Kenji 브랜드명의 견과류 제품을 판매 (대표 Mayasi) 		
	기업 유형	식품 제조 및 유통	홈페이지
취급품목	견과류	설립연도	1995년
대표 제품			

자료: JOBSTREET(www.jobstreet.co.id)



Ⅵ. 유통채널 현황

1. 주요 유통채널 개관 및 현황
2. 주요 현지유통업체별 개요

VI. 유통채널 현황

1. 주요 유통채널 개요 및 현황

□ 유통구조

- 인도네시아의 수입식품은 현지 법인으로 등록된 유통업자를 거쳐 소비자로 전달하는 채널이 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
 - 재래시장은 신선식품 및 공산품의 비중이 높고 수입 가공식품은 판매하지 않아, 견과류 조제품의 유통채널로는 적합하지 않을 것으로 보임

표 6.2 인도네시아 전통 재래시장의 모습



자료: 현지조사원

- 현대적인 유통망이 확대되는 추세
 - 급속한 도시화에 따라 향후 편의점, 슈퍼마켓 등 현대적 유통망 이용 소비자가 빠르게 증가할 것으로 예상
 - 인도네시아 중산층 증가³⁶⁾ 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

36) 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

○ 인도네시아 온라인 시장현황 및 전망

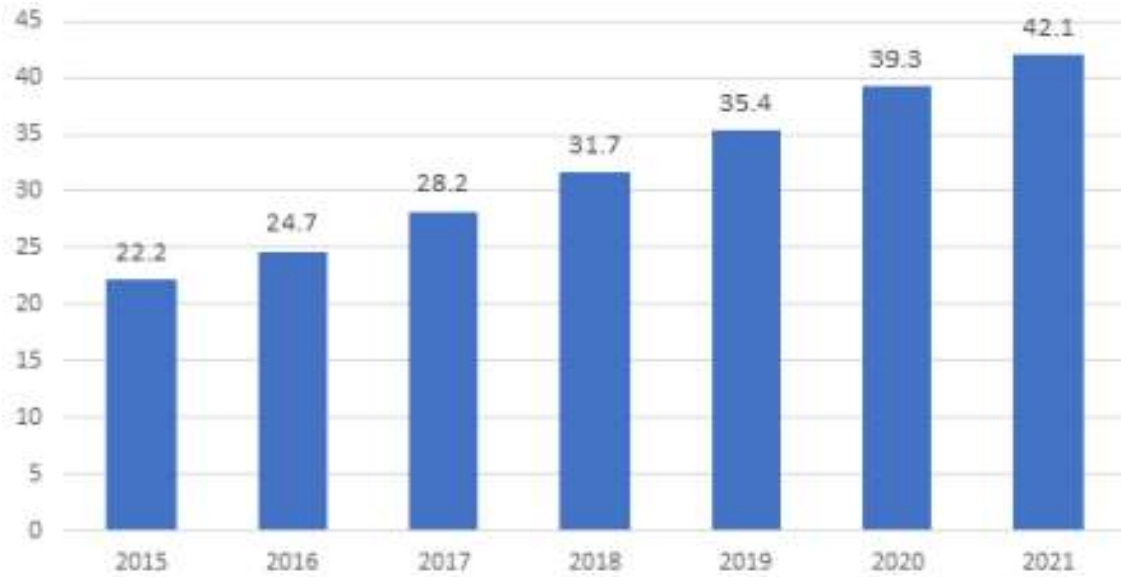
- 인터넷 월드 스탯(Internet World Stats)에 따르면, 인도네시아는 인터넷 사용자 수가 중국, 인도, 미국, 브라질에 이어 세계 5위
- 인도네시아의 인터넷 사용자는 2012년 6,300만 명에 불과했으나, 연간 20%에 달하는 인터넷 보급률에 따라 2016년 9월 기준 전체 인구의 약 50.4%인 1억 3,270만 명을 기록함
- 인도네시아 정부의 전자상거래 확대 정책에 따라 인터넷 보급은 전국에 걸쳐 지속적으로 증가할 것으로 전망
- 인도네시아 온라인 쇼핑 인구가 2015년 2,220만 명에서 2021년 4,210만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

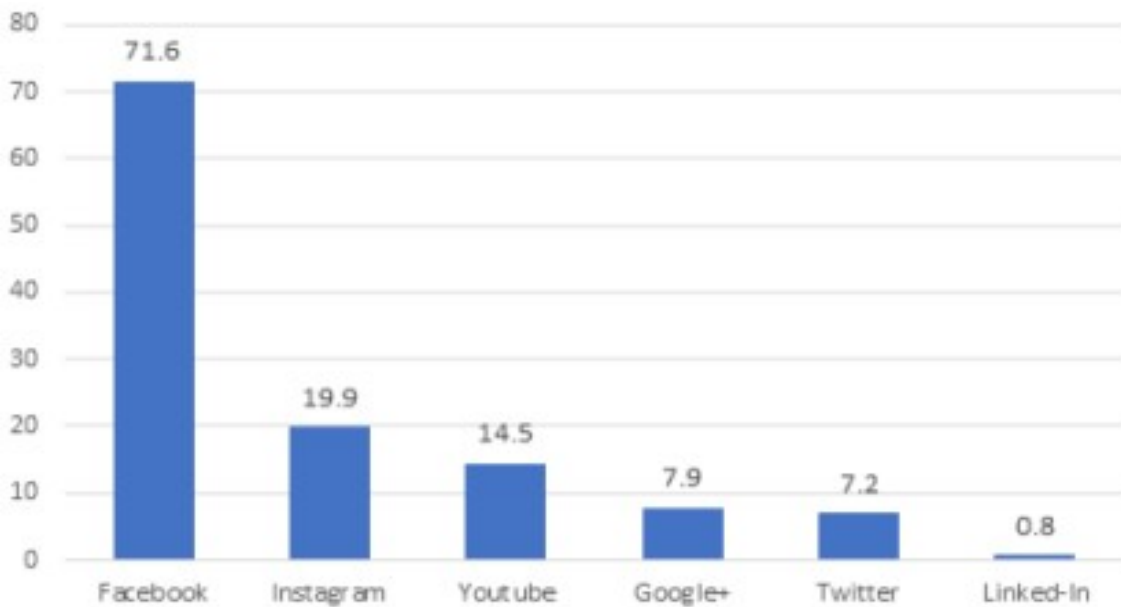
(단위: 백만 명)



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) 전통시장

① PASAR Paramoout

기업 개요	
	주소
	Jl. Parakan Muncang, Sindangpakuon, Cimanggung, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45364
	특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 재래시장 내 로컬제품이 대부분이며 수입 제품 미판매 - 주로 채소나 과일, 공산품 판매 - 주로 일반 저소득층이 이용 - 견과류 제품은 Garuda Food 제품만 판매하며, 과자 및 조미 견과류는 소량 패키지의 Rp 2,000-3,000 가격대가 주류를 이룸

자료: 현지조사원

② PASAR Kosambi

기업 개요	
	주소
	Jl. Ahmad Yani No. 221-223, Kebon Pisang, Sumur Bandung, Kb. Pisang, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112, Indonesia
	특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 지하 1층부터 지상 3층까지 식자재와 공산품을 취급하는 가게들이 가득함 - 조미가 되지 않은 견과류 제품을 판매하며 땅콩은 1kg에 Rp. 35,000-50,000 (\$2.5-3.5\$) - 견과류는 스낵이 아닌 요리 재료로 활용함

자료: 현지조사원

2) 현대유통망

① Carrefour (까르푸)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 (중소형매장: 3개)
입점 절차 ³⁷⁾	<ol style="list-style-type: none"> 1. 제품에 대한 제안서 송부 후, 유통업체 구매부서에서 해당 제품에 대한 정보에 관심을 가지면 따로 연락을 취함. 2. 제품에 대한 구체적인 자료들(할랄인증, 제품에 대한 성분 및 스펙) 자료를 업체측에 전달 3. 계약 여부 결정 단, 자세한 내용은 개별 업체상담을 통해서 가능하며, 품목 및 제품과 현지인의 제품 반응에 따라 유동적일 수 있음. <p>email: customer_service@transretail.co.id</p>		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

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

② Lotte Mart (롯데마트)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬 제품을 주로 판매하며 수입제품의 비중은 20% 정도 차지하며 수입제품 대부분이 한국제품으로 갖춰져 있음 - 중산층 타겟의 대형마트 체인 - 견과류 제품은 수입제품과 로컬제품이 구분되어 진열 - 타 슈퍼마켓 체인보다 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	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 Makro 19개점을 인수하면서 대한민국 유통업체 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 20개국 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			
	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입상품들을 비치해 두고 있으며, 미국, 태국, 한국 산 제품은 별도 코너에 마련 - 매장 디스플레이가 다른 유통채널보다 고급스럽고, 가격은 상대적으로 비쌌 - 판매제품 자체 종류가 다양하고 중저가 슈퍼체인에서는 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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			
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 ³⁸⁾	<ul style="list-style-type: none"> - 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

38) Jl. Dr. Setiabudi No. 42~46 Kel. Hegarmanah, Kc. Cidadak Jawa Barat, 담당자 Ibu Fany의 답변

⑤ Giant (자이언트)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 ³⁹⁾	<ol style="list-style-type: none"> 1. 판매를 원하는 공급업체는 의뢰서를 작성한 뒤에 해당 유통업체 구매부서로 제출해야 하며, 구매부서 담당자의 개별 연락이 왔을 경우 관련 서류를 추가로 제출 <ul style="list-style-type: none"> * 업체 송부 자료 <ul style="list-style-type: none"> • 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

39) 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			
	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 세대가 이용하는 편의점. 24시간 영업은 아님. - 인도마르코 프리스마따마(PT.INDOMARCO PRISMATAMA)의 브랜드 - 2014년 기준 인도마켓 점포 수는 9,238개로 자카르타, 반딧주 땅으랑, 보고르와 브카시 등에 위치 		
D-U-N-S® Number	72-888-7436	설립연도	1988년
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 ⁴⁰⁾	<p>* 업체 송부 자료</p> <ul style="list-style-type: none"> • 거래 제안서 • 가격 리스트 • 샘플 제품 • 회사 프로필 <p>후에, 미팅 일정을 잡은 후, 구체적인 논의</p> <ul style="list-style-type: none"> - phone: +62-021-6914478 - email: cs_pga@jkt.indomaret.co.id 		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

40) PT. Indomarco Prismatama , Jalan Ancol 1, No.9-10, Ancol Barat, Kota Jakarta Utara, DKI Jakarta
본사와 교신하여 얻은 답변

⑦ GRIYA (그리아)



기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 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
본사 위치	Bandung	종업원 수	약 100명
대표전화	+62-225423346	홈페이지	-
입점 절차 ⁴¹⁾	<ol style="list-style-type: none"> 1. 샘플 리스트와 가격 리스트, 회사 프로필 등을 업체로 먼저 송부 2. 구매부서와 직접 미팅 후 제품 선별 3. 최종 확정 후, 계약서류 작성 <p>- phone: +62-022-88884388</p>		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

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

3) 온라인시장

① elevenia [일레브니아]

기업 개요	
이미지	 
홈페이지	www.elevenia.co.id
메일	cs@elevenia.co.id
특성	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 인도네시아 정부의 전자상거래 확대 정책에 맞춰 일레브니아에서는 인도네시아 소비자들이 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 ⁴²⁾	<ul style="list-style-type: none"> - 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

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

② Qoo10 [큐텐]

기업 개요	
이미지	
홈페이지	www.qoo10.co.id
메일	-
특성	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품에서는 각종 가공식품 및 스낵류, 간식류, 음료 등을 판매 - 시장조사업체인 닐슨에 따르면 ‘2017년 최고 성장 사이트 및 애플리케이션’의 PC 웹 부문에서 Qoo10이 상위 10곳 중 전자상거래 부문 2위를 차지함⁴³⁾ - 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 오픈마켓인 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 되어있음 - 싱가포르, 말레이시아, 중국, 홍콩 등 아시아에 넓리 알려진 B2C 사이트

43) 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

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(관세사 백승래), 2014.05
7. 「Indonesian Approach to Enhance the SMEs Empowerment in Practicing Food Safety Stnadards」, APEC, 2013.04.10
8. 「Codex- General Principles of Food Hygiene」(www.fao.org)
9. 「Food Safety and Qualify Standard」(www.fao.org), 2016.06
10. 「Compliance Program Guidance Manual」, FDA, 2017.09
11. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사」, aT 한국농수산물유통공사·농림축산식품부, 2013

■ 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)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No.1805 - 01

품 목 : 견과류 조제품(Processed Nuts)

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 한국농수산물유통공사 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.