

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1811-13

품 목 : 참기름(Sesame Oil)

국 가 : 인도네시아(Indonesia)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	10
3. 수출입통계	15
II. 시장 트렌드	20
1. 정책 이슈	22
2. 제품 트렌드	23
3. 소비 트렌드	25
4. 유통 트렌드	28
III. 통관 및 제도	29
1. 통관 및 검역	32
2. 인증정보	39
3. 라벨링	43
4. 위생요건	46
IV. 경쟁제품	48
1. 경쟁제품 선정	50
2. 경쟁제품 분석	51



V. 경쟁사.....	61
1. 경쟁사 선정.....	62
2. 경쟁사 분석.....	63
V. 유통채널.....	68
1. 유통채널 개황.....	69
2. 주요 유통채널 분석.....	74



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

인도네시아는 동서 교통의 요지에 위치하고 있으며 북서쪽으로 말레이시아, 북동쪽으로 필리핀, 남쪽으로 동티모르와 국경을 접하고 있음. 세계에서 섬이 가장 많은 나라로, 17,500여 개의 섬으로 구성되어 있음. 약 300년간 네덜란드의 식민지였으나 1945년 독립하여 인도네시아 공화국을 건립함

인도네시아의 3대 주요 산업은 제조업(섬유, 자동차, 철강), 농업(고무, 팜유), 광업(석탄, 석유, 가스)임. 석탄, 천연가스, 석유, 주석, 니켈, 목재 등 광물자원과 산림자원이 풍부함. 연평균기온이 25~27°C에 달하는 열대성 기후로 다양한 열대작물 및 풍부한 관광자원을 보유하고 있음. 1998년 외환위기를 계기로 수하르토 체제가 실각한 이후 민주화가 진전되고 있음. 2004년 실시된 최초의 직선제 대선에서 유도요노 대통령이 평화적 정권교체에 성공하였으며 2014년 군부 권력층과 무관한 민주적, 개혁적 성향의 조코 위도도 대통령이 취임함. 이후 외교적으로는 중도 노선 및 다자주의적 원칙에 입각한 노선을 유지하고 있으며 국내 인프라 구축 활성화와 부패척결을 위해 많은 개혁을 시도하고 있음

주요 정보

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국명: 인도네시아 공화국(Republic of Indonesia) ▶ 수도: 자카르타(Jakarta) ▶ 대통령: 조코 위도도(Joko Widodo) ▶ 인구: 약 2억 6,199만 명(2017년) ▶ 면적: 190만km²(한반도의 약 9배) ▶ 공식어: 인도네시아어 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 주요 도시: 자카르타, 수라바야, 반둥(자바섬), 메단(수마트라섬), 폰티아낙(칼리만탄) ▶ GDP: 1조 109억 달러(2017년)¹⁾ ▶ 1인당 GDP: 3,859 달러(2017년) ▶ 경제성장률: 5.2%(2017) ▶ 화폐단위: 루피아(Rupiah, IDR)²⁾ ▶ 종교: 이슬람교(87.2%), 기독교(6.2%), 가톨릭(2.9%), 힌두교(1.7%), 기타(0.75%) ▶ 인터넷 보급률: 53.7%(2017) |
|---|---|



자료: 「Country Insight Snapshot Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30, 인도네시아 국가신용도 평가리포트, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.3, internetworldstats, 2017.12. 자료 종합

1) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함
 2) 100루피아(IDR) = 8.05원(KRW)(KEB하나은행 고시 기준, 2019.02.02)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망³⁾

	등급	등급전망
	DB4	부정적

자료: 「Country Insight Snapshot Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 천연자원, 저임금 노동력, 풍부한 인구 등에 힘입은 견조한 내수기반 보유 - 연료보조금 제도 개편을 통한 인프라 투자 예산 확보
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 계층 및 지역 간 빈부격차가 확대되고 있어 소득분배 불평등이 심화되고 있음 - 전력 등 열악한 인프라가 경제성장의 제약요인으로 작용 - 부정부패 만연으로 국고손실 등 비효율 발생

자료: 「Country Insight Snapshot Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30, 인도네시아 국가신용도 평가리포트, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.3 자료 종합

3) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보 상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역 규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업 환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

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

□ 주요 거시경제 지표

- 경상수지는 경제성장세 등에 힘입어 GDP가 증가하며 3년 연속 개선 중(2017년 기준 -1.7%)
 - 2016년 상품수지 흑자 증가 등으로 전년 대비 적자 규모가 축소된 이후, IMF는 2018년 2월 인도네시아 경상수지 적자 규모를 관리 가능한 수준으로 평가함
- 외채원리금상환비율은 2017년 기준 24.0%로 비교적 양호한 수준을 보임
 - 경상수지 적자가 지속되고 있으나 외환보유액 규모는 1,000억 달러를 상회하며 2017년 월평균 수입액 대비 약 7배 수준을 보이고 있어 대외지급능력에 큰 문제는 없을 것으로 분석됨
- 인프라 구축 등을 위한 재정지출 확대로 -2%대의 만성적 재정수지 적자 지속
 - 2017년에는 사회적 지출과 공공사업 등의 지출 증가로 재정수지 적자가 지속됨
 - 2018년에는 경제 성장률 상승과 함께 정부의 세수확대 노력으로 소폭 축소될 전망
- 물가상승률은 4% 내외 수준이며 중앙은행의 목표 범위 내에서 유지될 전망
 - 2017년에는 국제 원자재 가격 회복 등으로 수입 물가가 상승하여 물가상승률이 소폭 상승한 것으로 추정됨
 - 2018년에는 수입물가 상승 등으로 전년보다 소폭 상승할 것으로 전망됨
- 민간 소비 회복과 투자 증가 등으로 경제성장률은 완만한 상승세가 지속될 전망
 - 2017년 기준 경제성장률은 소비 및 투자 증가와 함께 천연가스 등 원자재 가격 회복에 따른 수출 증가로 5.1%를 기록
 - 2018년에는 정부 지출 확대 등 내수 증가로 성장폭이 더 커져 5.5%를 기록할 것으로 전망됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-2.0	-1.8	-1.7	-3.1	-2.7	-2.9	-2.2	-2.2
재정수지/GDP	-2.0	-1.9	-2.0	-1.5	-1.5	-1.2	-1.4	-1.5
외채원리금상환비율	30.7	35.3	24.0	24.0	24.3	25.0	26.0	26.5
물가상승률	6.4	3.5	3.8	4.2	4.2	4.0	4.1	4.2
경제성장률	4.9	5.0	5.1	5.5	5.5	5.6	5.7	5.7

자료: 「Country Insight Snapshot Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30

□ 무역통상 환경

- 아세안(ASEAN) 내에서 활발한 교역을 진행하며 중국과의 교역 확대를 위해 노력 중
 - 동남아시아 지역의 경제 대국으로서 RECP(Regional Comprehensive Economic Partnership)⁴⁾의 일원으로서 중심 역할을 수행하고 있으나 아세안 교역의 의존도가 높다는 단점이 있음
- 각종 규제 완화를 통해 적극적으로 외국인 투자 유치에 추진 중
 - 2016년 경제성장 둔화에 대한 대응방안으로 대대적인 외국인투자 규제 완화 방안을 확정하였고 이로 인해 일반 식음료 업종을 비롯한 10개 분야의 경우 외국인이 100% 출자할 수 있게 됨
 - 최근 10년간 단행된 외국인투자 규제 완화 조치 가운데 가장 규모가 큰 것으로 평가되며 향후 외국인직접투자 유입 증가에 기여할 것으로 전망됨
- 대내적으로 노동 규제가 강한 편이나 기업경영여건은 개선되는 추세임
 - 세계경제포럼의 2017~2018년 글로벌경쟁력지수(Global Competitiveness Index)에 의하면 인도네시아의 노동시장 효율성은 137개국 중 96위를, 유연성은 123위로 평가되며 하위권에 머무름
 - 한편 세계은행(World Bank)이 발표한 '2018년 기업환경평가 보고서'⁵⁾에 따르면, 인도네시아는 190개국 중 72위를 차지하며 전년 91위보다 개선된 모습을 보임
- 2019년 10월부터 인도네시아에서 유통되는 수입품을 포함한 모든 제품의 할랄인증이 의무화될 예정
 - 2014년 9월 개정된 할랄인증법은 2019년 10월 17일부로 유효기간이 종료되고 국가 기관인 BPJPH(할랄제품 인증실시기관)로 이관하게 됨
- 2017년 1월 미국이 환태평양경제동반자협정(TPP)⁶⁾을 탈퇴한 이후 TPP에 가입하지 않았던 인도네시아 산업계는 저렴한 인건비로 특수 효과를 누리고 있음
 - TPP 가입국인 베트남 소재의 제품 생산 거점이 인도네시아로 이전하는 추세이며 인도네시아는 베트남과의 경쟁에서 우위를 점할 수 있게 됨

4) 아세안 10개국과 한국, 중국, 일본, 호주, 인도, 뉴질랜드 총 16개국이 참가하는 역내 무역자유화를 위한 다자간 자유 무역협정(FTA)

5) 세계은행(World Bank)과 산하기관 국제금융공사(IFC)가 매년 세계 190개국을 대상으로 창업의 용이성 등을 평가하여 발표하고 있는 경제지표

6) 아시아-태평양 지역 경제의 통합을 목표로 공산품, 농업 제품을 포함한 모든 품목의 관세를 철폐하고, 정부 조달, 지적 재산권, 노동 규제, 금융, 의료 서비스 등의 모든 비관세 장벽을 철폐하고 자유화하는 협정

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험 요소	<p>사회적 위험 요소</p> <p>▶ 이슬람 극단주의 단체의 테러 등 불안요소 잠재</p> <ul style="list-style-type: none"> • 테러방지법 제정, 경찰·군병력 배치 등을 통한 경계 강화에도 불구하고, 2016년 1월 이슬람국가(IS)의 자폭 테러 및 동년 7월 IS 연계 조직원의 중부 자바주 자폭 테러가 발생하는 등 치안 불안 요소가 잠재되어 있음 • 이러한 인도네시아 내 극단주의자의 테러 증가로 인도네시아 정부는 2017년 12월 경찰 대테러부대를 대폭 증원함
기회 요소	<p>경제적 기회 요소</p> <p>▶ 아세안 시장에서 서비스산업 규모가 가장 빠르게 성장하고 있는 국가로 손꼽힘</p> <ul style="list-style-type: none"> • 고부가가치 지식서비스 업종의 비중은 아직 낮은 수준이며 향후 유통, ICT, 물류서비스 등이 유망 산업 <p>▶ 인도네시아 정부는 20개년 단위로 인도네시아 내수 산업을 진작시키기 위해 2015~2035년 인도네시아 국가산업개발 주요 계획(RIPIN)을 발표</p> <ul style="list-style-type: none"> • 중장기적인 내수 증가 전망과 개발 잠재력, 일자리 창출 기여도를 바탕으로 식량, 화장품 및 의약, 섬유, 교통, 전자 및 정보통신, 전력산업이 6대 핵심 산업군으로 선정됨 • 식량, 섬유, 의약 및 전력산업은 현재 수요 대비 공급이 부족한 실정이며, 향후에도 내수 충족을 위해 개발이 매우 절실한 산업군에 해당 <p>▶ 할랄 적용 대상 산업의 범위가 점차 넓어져 식품 분야가 약 81%로 가장 큰 비율을 차지</p> <ul style="list-style-type: none"> • 국민 소득 수준과 중산층이 증가함에 따라 동남아 최대 외식시장을 보유하고 있으며 웰빙에 대한 관심이 높아져 할랄 인증 제품을 선호하는 추세

자료: 「Country Insight Report Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.28

2. 식품산업 현황

1) 식용유 시장 동향

□ 기후 환경으로 인해 식용유 소비가 높은 식문화

- 더운 날씨 탓에 음식이 쉽게 변질되는 것을 방지하기 위해 풍미가 강한 양념류를 많이 사용하며, 절이거나 튀기고 굽는 음식 문화가 발달하여 식용유 소비가 높음
 - 식용유는 인도네시아의 7대 생필품 중 하나로 꼽힐 정도로 수요가 높으며 대표적으로 팜유, 코코넛유, 카놀라유 등이 튀김 요리나 샐러드 오일로 사용됨

그림 1.1 인도네시아에서 주로 사용되는 식용유



자료: resepkoki.id/aneka-jenis-minyak-goreng-untuk-memasak/

- 인도네시아에서 보편적으로 사용되는 팜유, 코코넛유 등을 제외한 참기름, 올리브유, 옥수수유 등은 요리에 풍미를 더하기 위한 특별한 용도로 사용됨
 - 참기름의 경우 아로마 향이 강하여 보편적으로 사용되지 못하고 중국, 한국 등 아시아식 볶음 요리에 주로 사용되며, 참깨의 건강 기능성이 알려져 요리 외에 미용 목적으로 사용되기도 함

□ 식용유 시장 규모

- 인도네시아 오일 시장 전문 잡지 Sawit Indonesia에 따르면, 2017년 식용유 및 지방 식품 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 소매용 대용량 식용유 시장임(59%)
 - 소매용 대용량 식용유 시장이 산업용 식용유(14%)나 포장 식용유(12%)보다 월등히 높은 비율을 차지하였으며, 마가린 쇼트닝(8%)과 스페셜티(특제) 지방(7%)이 그 뒤를 따름

표 1.2 식용유·지방 제품 종류별 시장 점유율(2017년)

(단위: %)

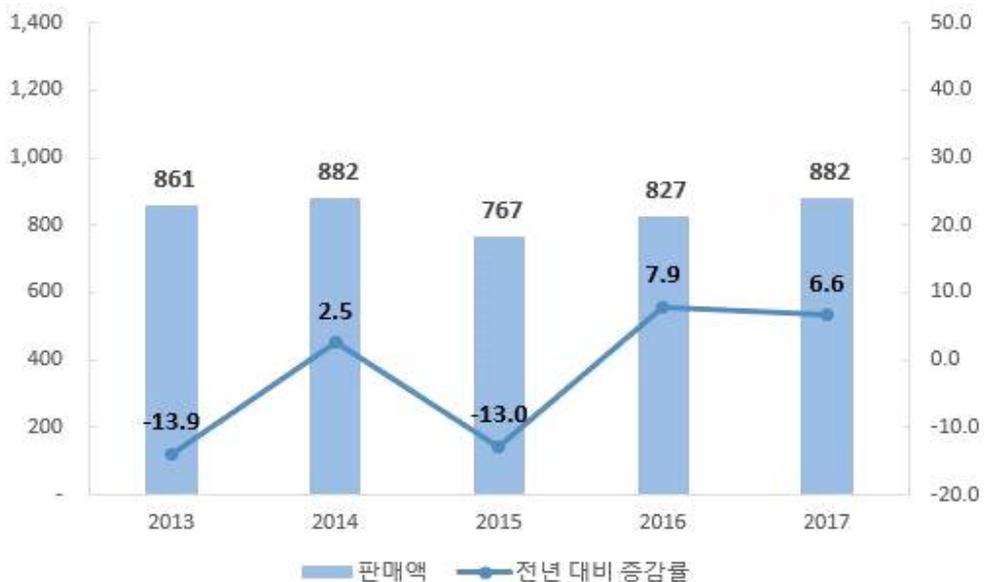


자료: Sawit Indonesia

- 인도네시아 식품 의약청에 따르면 2017년 기준 인도네시아 국민이 1인당 하루에 소비하는 '식물성 지방과 기름'의 양은 평균 20g으로, 이는 기타 동물성 지방(8g)이나 버터 등 유지방(5g)보다 높은 수치
- o 최근 5년간(2013-2017년) 식용유 소매시장 규모는 지속적으로 증가하는 추세를 보임
 - 식용유의 소매시장 규모는 2017년 기준 약 8억 8,200만 달러의 판매액을 기록하며 전년 대비 6.6%의 성장률을 기록함

표 1.3 식용유 판매액 추이 및 전망(2013-2017년)

(단위: 백만 달러, %)



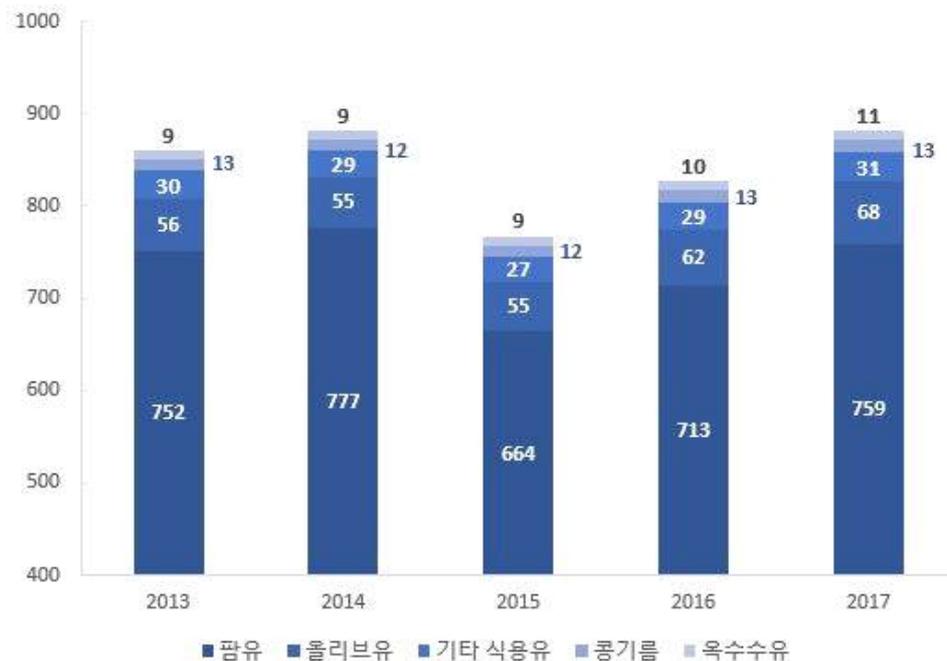
자료: Euromonitor International

□ 식용유 시장 품목별 현황

- 인도네시아 식용유 소매시장은 대략적으로 팜유(Palm Oil), 올리브유(Olive Oil), 콩기름(Soy Oil), 옥수수유(Corn Oil), 기타 식용유로 분류됨
 - 이 중 참기름은 참깨에서 추출한 식용유로, 식물 추출 기름을 포함하는 기타 식용유 분류에 속함
- 최근 5년간(2013-2017년) 식용유의 품목별 판매액 추이를 살펴보면, 팜유 소비량의 비중이 압도적으로 큼
 - 2017년 기준 팜유가 약 7억 5,900만 달러의 판매액으로 1위(86.0%)를 차지하였고, 참기름을 포함한 기타 식용유는 약 3,100만 달러로 3위(3.5%)를 차지
 - 전 세계 팜유 소비량은 1년에 평균 약 50억 톤인데, 이 중 약 85%가 인도네시아에서 생산되며 값도 저렴하고 쉽게 변질되지 않는 성질이 있어 공장이나 음식점에서 수요가 높음
- 이 중 올리브유의 판매가 가장 높은 연평균성장률(4.9%)을 보였는데, 이는 현대적 유통채널 및 프리미엄 슈퍼마켓 등에 많은 수의 올리브유 브랜드가 새로 진입한 것이 원인으로 분석됨

표 1.4 품목별 식용유 판매액 추이 및 전망(2013-2017년)

(단위: 백만 달러)



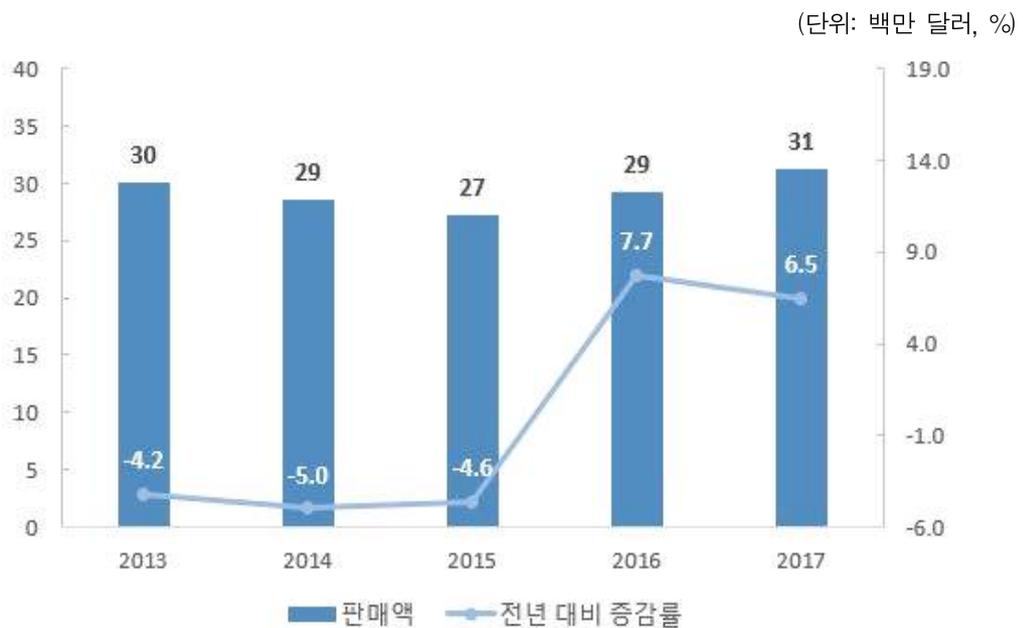
자료: Euromonitor International

2) 기타 식용유 시장 동향

□ 기타 식용유 소매시장 규모

- 기타 식용유는 참기름, 야자유, 포도씨유, 혼합유 등을 포함하며 이들은 주로 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 등 현대적 식품 소매점이나 유기농 식료품점 등에서 판매됨
- 기타 식용유 시장은 2017년 기준 전년 대비 6.5% 성장하며 약 3,100만 달러의 판매액을 기록
 - 2015년 이전까지 음의 성장률을 보이며 시장 규모가 감소하는 추세를 보였으나, 2016년부터 증가 추세로 돌아서 2017년에는 3천만 달러를 돌파함
 - 소비자들의 건강에 대한 관심이 증대되면서 올리브유를 비롯한 기타 식용유의 소비도 함께 증가
 - 기타 식용유의 연평균성장률은 1.0%로 미미한 수준이지만 올리브유(4.9%)와 옥수수유(4.2%) 다음으로 높은 성장세를 거두고 있음
 - 향후 더욱 다양한 제품군이 출시될 예정으로 기타 식용유 소매시장 규모는 지속적으로 성장할 전망

표 1.5 기타 식용유 판매액 추이 및 전망(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

3) 참기름 시장 동향

□ 전 세계 참기름 생산 및 소비 현황

- 전 세계 참기름 생산량은 2017년 기준 약 85만 5,000톤을 기록하며 최근 5년간(2013-2017년) 2.09%의 연평균성장률을 보임
 - 2014년 80만 톤을 돌파한 이후 전세계 참기름 소비도 잇따라 80만 톤을 돌파하게 됨
 - 2016년 생산이 소폭 감소함에 따라 소비도 주춤하였으나 이내 2017년 다시 회복세를 보이며 성장
- 인도네시아의 참기름 소비액은 0에 가까워 집계되지 않음

표 1.6 전세계 참기름 생산 및 소비(2013-2017년)

(단위: 천 톤)



자료: Oil World 2018, ISTA Mielke

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 참기름 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 1515.50 수입 규모 약 2억 5,900만 달러(2017년)
- 인도네시아 참기름 수입 규모 약 480만 달러, 세계 12위(2017년)
- 인도네시아 참기름 수입 시장점유율 1위 미국(32.4%), 싱가포르, 중국 순
- 한국산 참기름의 전 세계 수출량 약 481톤, 수출액 약 410만 달러(2017년)

❖ 참기름 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1515.50.0000	참기름과 그 분획물
인도네시아	1515.50.90	기타

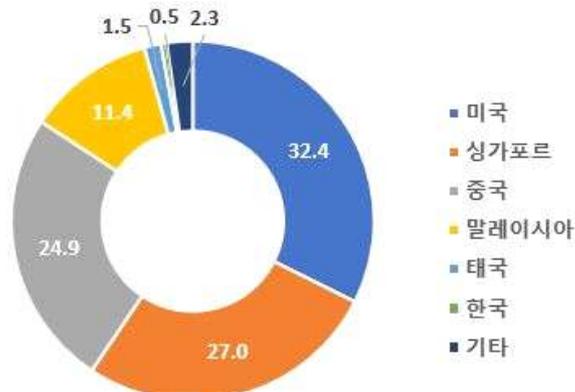
❖ 글로벌 참기름 수입액 규모(2017)

수입국		2017 금액(천 달러)
글로벌		258,736
1	미국	86,919
2	영국	14,540
3	캐나다	13,684
4	호주	10,047
5	독일	9,289
12	인도네시아	4,809

❖ 글로벌 참기름 수입액 비율(2017)



❖ 인도네시아 참기름 국가별 수입액 비율(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 참기름 통계 기준 설정

- 참기름의 전 세계 및 인도네시아 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁷⁾

□ 참기름의 HS CODE⁸⁾는 인도네시아 1515.50.90, 한국 1515.50.0000

- 글로벌 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1515.50, 인도네시아 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1515.50.90, 한국산 참기름의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1515.50.0000을 통계 기준으로 설정

표 1.7 참기름 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
글로벌	1515.50	참기름과 그 분획물
한국	1515	그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름[호호바유(jojoba oil)를 포함한다]과 그 분획물(정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)
	1515.50	참기름과 분획물
	1515.50.0000	참기름과 분획물
인도네시아	1515	그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름[호호바유(jojoba oil)를 포함한다]과 그 분획물(정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)
	1515.50	참기름과 분획물
	1515.50.90	기타

표 1.8 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	인도네시아 국립 무역정보 포털	eservice.insw.go.id

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

- 7) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음
- 8) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 인도네시아는 8자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1515.50)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위 국가는 미국이며, 인도네시아는 12위

- 2017년 전 세계 HS CODE 1515.50의 수입 규모는 약 2억 5,870만 달러로, 최근 5년간 (2013~2017년) 연평균성장률은 4.1%
 - 1위는 미국으로 2017년 기준 약 8,700만 달러(33.6%)를 수입하였으며, 최근 5년간 (2013~2017년)의 연평균성장률은 5.9%를 기록
- 2017년 기준 인도네시아의 HS CODE 1515.50 수입 규모는 약 480만 달러(1.9%)로 12위를 차지
 - 이는 2013년 약 155만 달러로 19위를 기록했던 것에 비해 7계단이나 상승한 수치

표 1.9 글로벌 HS CODE 1515.50 수입 규모 추이(2013-2017년)

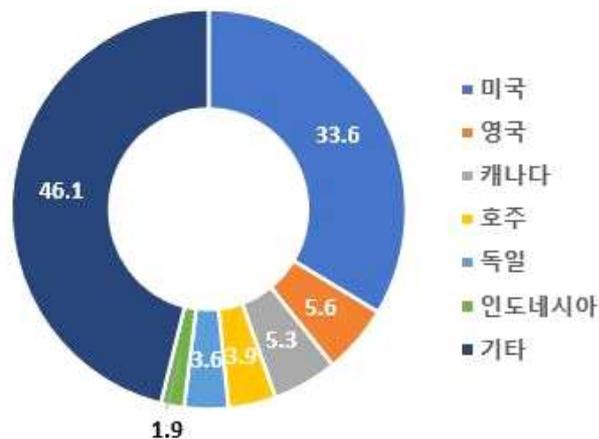
(단위: 천 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률 ⁹⁾
글로벌	220,673	243,185	242,747	242,510	258,736	4.1%
1 미국	69,217	75,047	84,066	83,634	86,919	5.9%
2 영국	12,810	13,440	13,743	14,111	14,540	3.2%
3 캐나다	9,914	12,772	11,099	11,994	13,684	8.4%
4 호주	8,276	9,917	8,948	10,434	10,047	5.0%
5 독일	7,980	9,189	10,349	9,661	9,289	3.9%
12 인도네시아	1,551	2,856	2,988	3,559	4,809	32.7%

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

표 1.10 국가별 HS CODE 1515.50 수입액 비율(2017년)

(단위: %)



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

9) 연평균성장률 = (최신/최초연도)^{1/n개년}-1

3) 인도네시아 수입 통계(통계기준: HS CODE 1515.50.90)

□ 2017년 인도네시아의 참기름 수입국 1위는 미국이며, 한국은 8위

- 인도네시아의 참기름 수입액은 2017년 기준 약 522만 달러로, 전년 대비 48.3% 증가
- 인도네시아의 1위 참기름 수입국은 미국으로 2017년 기준 수입액 약 170만 달러 (32.4%)를 기록하며 전년 대비 13.9% 감소
 - 중국산 참기름이 2017년 기준 전년 대비 114.2% 성장함에 따라 미국산 수입 규모가 상대적으로 감소한 것으로 보임
- 한국은 2017년 기준 수입액 약 2만 8,000달러를 기록하며 전년 대비 15.2% 감소

표 1.10 인도네시아 참기름 수입 규모 추이(2013-2017년)

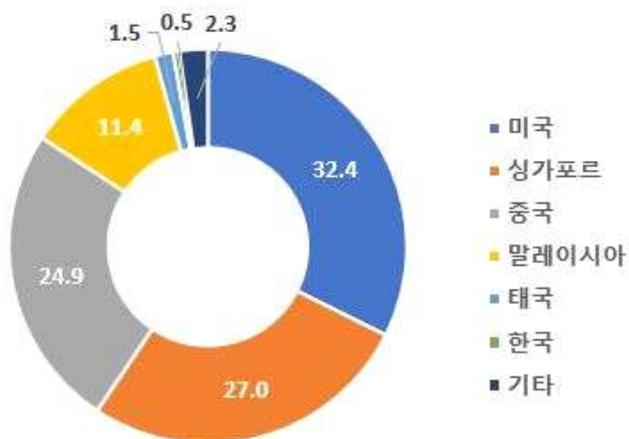
(단위: 천 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	1,484	2,828	2,948	3,523	5,226	37.0%
1 미국	6	1,653	1,951	1,966	1,693	309.9%
2 싱가포르	607	701	772	707	1,409	23.4%
3 중국	654	321	92	607	1,300	18.7%
4 말레이시아	123	85	47	124	597	48.4%
5 태국	0	3	0	38	81	-
8 한국	14	29	30	33	28	18.9%

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

표 1.11 인도네시아 참기름 국가별 수입액 비율(2017년)

(단위: %)



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

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 1515.50.0000)

□ 한국산 참기름의 글로벌 수출 규모

- 한국산 참기름의 글로벌 수출량은 2017년 기준 약 48만 1,000톤을 기록하며 전년 대비 약 13.5% 증가
- 글로벌 수출액은 2017년 기준 약 410만 달러를 기록하며 전년 대비 약 11.7% 증가

표 1.12 한국의 참기름 글로벌 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	144 (71.6%)	355 (146.7%)	301 (△15.1%)	424 (40.9%)	481 (13.5%)
금액 (연 증가율)	1450 (66.3%)	2,794 (92.6%)	2,799 (0.2%)	3,670 (31.1%)	4,101 (11.7%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 참기름의 對인도네시아 수출 규모

- 한국산 참기름의 對인도네시아 수출량은 2017년 기준 약 6톤을 기록하며 전년 대비 약 64.4% 증가하였으나 여전히 미미한 수준
- 최근 5년간(2013-2017년) 對인도네시아 수출 규모는 소폭 증가하는 추세

표 1.13 한국의 참기름 對인도네시아 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	3 (962.3%)	3 (△9.4%)	3 (9.5%)	3 (5.1%)	6 (64.4%)
금액 (연 증가율)	41 (1083.1%)	37 (△9.3%)	40 (6.8%)	46 (15.1%)	60 (30.5%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비 트렌드
4. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 인도네시아 무역부(Ministry of Trade), 2012년 6월 보급형 식용유 'Minyakita' 개발

2. 제품 트렌드

- ❖ 전통시장의 식용유는 브랜드 표기 및 포장이 미비한 상황
- ❖ 압착 방식 및 제조 공정에 따른 인도네시아 참기름 제품 종류

3. 소비 트렌드

- ❖ 중상류층 위주로 건강한 식용유를 선호하는 추세가 확산되고 있음
- ❖ 건강식의 재료뿐만 아니라 미용 목적으로도 사용됨
- ❖ 현지 소비자 인터뷰

4. 유통 트렌드

- ❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰

1. 정책 이슈

□ 인도네시아 무역부(Ministry of Trade), 2012년 6월 보급형 식용유 ‘Minyakita’ 개발

- 식용유 시장의 가격 안정화를 돕고자 정부 소유의 식용유인 Minyakita가 개발됨
 - 벌크형 식용유는 가격 변동이 잦아 날개 포장형 식용유 제품을 출시 및 보급함으로써 식용유 가격의 급격한 변동이 시장에 야기하는 피해를 최소화하고자 함
 - 안정적인 가격을 형성하여 벌크형 식용유 위주의 기존 소비 형태를 날개 포장형 식용유 소비로 대체하는 것이 목적
- 국민 건강을 위해 건강하고 위생적인 식용유를 보급하고자 무역부와 자국 식용유 생산업자와의 협업을 통해 제조됨
 - Minyakita 홍보의 주요 대상은 식용유 소비가 가장 높은 가정주부이며 튀김류 판매업자, 식당 및 벌크형 식용유 판매자 등을 포함한 중소 규모 사업자 등임
 - 제품의 형태는 비닐 파우치 재질로 베개와 같은 모양으로 포장되어 있으며 용량은 1L, 500g, 250g이 있음
- 2018년 9월 기준 무역부는 식용유 생산업자에 전체 식용유 생산량의 20%를 Minyakita로 대체 생산할 것을 요구하였으며 리터당 11,000루피아(약 886원)에 판매하고 있음¹⁰⁾
 - 이에 따라 무역부는 Minyakita 생산업자에 포장 및 제조 시설 인프라를 지원할 예정¹¹⁾

그림 2.1 보급형 식용유 Minyakita



자료: kaltim.tribunnews.com/2012/06/23/minyakita-minyak-goreng-kemasan-nasional

10) www.borneonews.co.id/berita/104313-pemerintah-tawarkan-merek-minyakita-untuk-minyak-goreng-kemasan

11) news.trubus.id/baca/21773/peralihan-minyak-goreng-curah-ke-kemasan-akan-dipercepat

2. 제품 트렌드

□ 전통시장의 식용유는 브랜드 표기 및 포장이 미비한 상황¹²⁾

- 현대적 유통채널이 점점 발달하며 보급화되는 추세이나 상당수의 소비자가 기존 전통시장에서 주로 소비를 이어가고 있음
 - 전통시장의 식용유는 저소득층에서 소비가 높으며 현지에서는 'Minyak Curah'로 일컬음
 - 인도네시아 정부는 식용유의 브랜드 부착 및 규격화된 포장 판매를 촉진하기 위해 2014년 무역부장관령 80/M-DAG/PER/10/2014를 발표하였으나 해당 규정의 효력은 거의 없음

그림 2.2 시중에 판매되는 Minyak Curah



자료: ekonomi.bisnis.com/read/20180719/99/818547/produsen-minyak-goreng-keberatan-jika-fortifikasi-vitamin-a-dawajibkan

□ 압착 방식 및 제조 공정에 따른 인도네시아 참기름 제품 종류¹³⁾

- 참기름은 참깨 압착 방식에 따라 두 가지로 분류됨
 - 첫 번째는 참깨에 포함된 기름을 녹여 제거하는 헥산이라는 물질을 사용한 처리 방법으로 참깨에서 기름을 추출한 후 가열하는 방식
 - 두 번째로 둥근 화강암 착유기로 천천히 기름을 짜내는 '공 압착' 방식을 사용한 참기름은 극소량만 생산하기 때문에 가격이 매우 비싸고 최고급 품질로 여겨짐

12) 인도네시아 미니마켓 시장현황, 농림축산식품부, 2017.12

13) my-best.id/57180/

- 참깨 공정 방식에 따라 구운 참깨 기름, 볶은 참깨 기름, 짠 참깨 기름으로 분류됨
 - 구운 참깨 기름은 고온에서 참깨를 구워 짙은 갈색을 띠고 향이 강한 특성을 지니며, 중국 요리나 한국 요리에 많이 사용되고 시중에서 판매되는 참기름 중 대부분을 차지하고 있음
 - 볶은 참깨 기름은 구운 참깨 기름보다 낮은 온도에서 참깨를 구워 투명한 색을 띠게 되며, 서양식 올리브 오일처럼 사용되고 구운 참깨 기름보다 공정 시간이 길어 가격이 더 비쌌
 - 짠 참깨 기름은 참깨를 압축하여 기름을 추출하는 과정을 거쳐 색상과 향, 맛이 가장 은은하며 세 가지 참기름 종류 중 건강한 기름으로 알려져 있어 식용 외에 마사지 혹은 양치용으로 사용되기도 함

그림 2.3 참깨 공정 방식에 따른 참기름 종류

		
구운 참깨 기름	볶은 참깨 기름	짠 참깨 기름

자료: my-best.id/57180/

3. 소비 트렌드

□ 중상류층 위주로 건강한 식용유를 선호하는 추세가 확산되고 있음¹⁴⁾

- 최근 중상류층 소비자들 사이에서 건강에 대한 관심이 증가함으로써 가격이 비싸더라도 건강에 좋은 참기름을 선호하는 경향을 보임
 - 다수의 소비자들은 가격이 상대적으로 저렴한 식물성 기름을 즐겨 사용하는 반면 1인당 소득이 높아질수록 참기름 소비량이 늘어나는 경향이 있는데, 이는 고소득층이 콜레스테롤이 낮은 식용유가 건강에 좋다고 여겨 선호하기 때문¹⁵⁾
 - 이로 인해 장기적으로 야자유(팜유)의 소비가 감소하고 식물성 오일과 씨앗 추출 오일이 우세를 보일 것으로 전망됨

□ 건강식의 재료뿐만 아니라 미용 목적으로도 사용됨

- 참기름은 요리에 보편적으로 사용하는 팜유나 야자유 등의 일반 식용유보다 건강상 더 많은 이점이 있음
- 독특한 향기로 인해 요리에 풍미를 더하기 위한 목적으로 주로 사용됨¹⁶⁾
 - 나시고랭 등의 볶음밥이나 중국 딤섬 등 아시아식 요리에 향미를 더하는 역할을 함
- 고혈압 감소, 당뇨병 예방, 장 건강 유지 등 각종 질병을 예방하는 데 도움이 된다는 건강 기능이 알려져 식용 외에 미용 목적으로 사용되기도 함

14) Consumption Expenditure of Population of Indonesia by Province, 인도네시아 통계청, 2017.12

15) apeptea.wordpress.com/2012/08/14/prospek-peluang-dan-potensi-wijen/

16) resepkoki.id/aneka-jenis-minyak-goreng-untuk-memasak/

현지 소비자 인터뷰

1. 20대 여성	
① 평소에 참기름을 얼마나 사용하십니까?	평소에 잘 먹지 않지만 샐러드에 곁들이기도 함. 1인 가정의 경우 집에 조리시설이 갖춰져 있지 않고 직접 요리할 일이 적어 참기름을 구매할 일이 거의 없음
② 참기름 제품을 고르는 기준은 무엇입니까? (가격, 용량, 성분, 원산지 등)	주로 용량이 작은 제품을 구입함
③ 제일 선호하는 참기름 제품은 무엇입니까?	특별히 선호하는 제품은 없으며 중국산보다 자국산 제품을 더 선호함
④ 참기름을 구입할 때 어떤 유통채널을 선호하십니까?	슈퍼마켓을 선호
⑤ 한국산 참기름을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있으십니까?	구매해 본 적 없음. 자주 방문하는 슈퍼마켓에 구비된 한국산 제품은 라면이나 음료수 위주 제품임
2. 40대 여성	
① 평소에 참기름을 얼마나 사용하십니까?	인도네시아 음식은 한국이나 중국과 풍미가 다르며 튀김이 많아 일반 식용유를 많이 사용
② 참기름 제품을 고르는 기준은 무엇입니까? (가격, 용량, 성분, 원산지 등)	가격이 저렴한 제품을 선호하며 중국산의 경우 안전성이 의심되어 선호하지 않음
③ 제일 선호하는 참기름 제품은 무엇입니까?	특별히 선호하는 제품은 없으며 용량이 작은 제품을 선호
④ 참기름을 구입할 때 어떤 유통채널을 선호하십니까?	슈퍼마켓을 선호
⑤ 한국산 참기름을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있으십니까?	구매해 본 적 없음. 한국마트의 경우 할랄인증제품이 적어 잘 방문하지 않음
3. 40대 여성	
① 평소에 참기름을 얼마나 사용하십니까?	가끔 사용하는 편임
② 참기름 제품을 고르는 기준은 무엇입니까? (가격, 용량, 성분, 원산지 등)	가격 대비 용량의 가성비와 안전성을 가장 중요하게 생각함
③ 제일 선호하는 참기름 제품은 무엇입니까?	일반적으로 Chee Seng Sesame Oil 제품을 사용
④ 참기름을 구입할 때 어떤 유통채널을 선호하십니까?	슈퍼마켓 혹은 중국계 마트를 선호
⑤ 한국산 참기름을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있으십니까?	구매해 본 적 없음. 스티아부디 마켓에서 본 적이 있으나 너무 비싸 선뜻 구매하기 어려움

4. 30대 여성	
① 평소에 참기름을 얼마나 사용하십니까?	요리할 때 무침류나 샐러드 드레싱으로 사용하긴 하지만 중국요리 조리 시 굴소스를 더 많이 사용
② 참기름 제품을 고르는 기준은 무엇입니까? (가격, 용량, 성분, 원산지 등)	안전성과 풍미를 가장 중요하게 생각함
③ 제일 선호하는 참기름 제품은 무엇입니까?	특별히 선호하는 제품은 없으며 중국산, 싱가포르산, 한국산을 선호
④ 참기름을 구입할 때 어떤 유통채널을 선호하십니까?	슈퍼마켓을 선호. 온라인은 제품의 안전성이 의심되어 선호하지 않음
⑤ 한국산 참기름을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있으십니까?	O사 제품을 구매해 본 적 있음. 소용량이었으며 풍미가 좋았으나 너무 무거운 느낌이었음
5. 50대 여성	
① 평소에 참기름을 얼마나 사용하십니까?	가끔 사용하는 편임
② 참기름 제품을 고르는 기준은 무엇입니까? (가격, 용량, 성분, 원산지 등)	가격과 용량
③ 제일 선호하는 참기름 제품은 무엇입니까?	특별히 선호하는 제품은 없음
④ 참기름을 구입할 때 어떤 유통채널을 선호하십니까?	일반적으로 슈퍼마켓에서 장을 볼 때 같이 구입하는 편이며 온라인은 잘 이용하지 않음. 인도네시아에서는 신용카드 보급률이 낮아 도시지역을 제외하면 온라인으로 식품을 구매하는 비율이 낮기 때문
⑤ 한국산 참기름을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있으십니까?	구매해 본 적 없음. 한국산 참기름을 판매하는 유통채널이 주변에 없음

4. 유통 트렌드

현지 유통채널 담당자 인터뷰

스티아부디 마켓 입점 담당자	
① 가장 인기 있는 식용유 종류	인도네시아 식문화는 튀김요리가 많기 때문에 옥수수유의 판매 비중이 가장 높음
② 참기름의 주 소비 계층	가정주부의 구매가 많으며, 중국계 인도네시아인과 한국인의 선호도가 높음
③ 현 매장에서 가장 인기 있는 참기름 제품	중국계 제품이 가장 인기가 많으며 한국 제품들도 많이 판매되지만 매출의 큰 비중을 차지하지 않음
④ 현지 제품과 수입 제품의 선호도	수입산 제품을 더 선호함
⑤ 한국산 참기름 판매 유무 및 판매 규모	O사 제품과 C사 제품을 취급 중이며 무궁화 유통에서 해당 제품을 공급받고 있음
무궁화마트 스나얀 본점 관계자	
① 가장 인기 있는 식용유 종류	올리브유 및 일반 식용유를 가장 선호
② 참기름의 주 소비 계층	가정주부 및 한국인이 대부분을 차지
③ 현 매장에서 가장 인기 있는 참기름 제품	한국 제품이 가장 인기가 많으며, 가격 상관없이 품질이 우수한 제품의 인기가 높음
④ 현지 제품과 수입 제품의 선호도	대부분의 고객이 한국인 및 중국계 인도네시아인이다 보니 수입산의 선호도가 높음
⑤ 한국산 참기름 판매 유무 및 판매 규모	자체 유통망을 갖추고 있기 때문에 다양한 한국 제품을 홍보하고 있지만 매출의 1~2% 수준이며 큰 비중을 차지하는 것은 아님
자이언트(Giant) 슈퍼마켓 관계자	
① 가장 인기 있는 식용유 종류	자국산(인도네시아산) 식용유를 선호
② 참기름의 주 소비 계층	현지 가정 주부
③ 현 매장에서 가장 인기 있는 참기름 제품	참기름은 소스로 인식하기 때문에 판매율이 높지 않고 매출이 미미한 수준
④ 현지 제품과 수입 제품의 선호도	본 매장을 방문하는 대부분의 인도네시아 소비자는 종교적인 이유로 자국산을 선호
⑤ 한국산 참기름 판매 유무 및 판매 규모	본 매장에서 한국산 제품은 일절 판매하지 않음. 대부분이 중국산이나 한국 제품의 품질에 대한 인식은 좋은 편



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 제도 개요

❖ 수입통관 절차

인도네시아에서 참기름을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	유의 사항
1	수입신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 무역면허(ISP) - 무역업/제조업 수입허가서(API) - 세적등록(NPWP) - 관세청 등록증(NIK) - 특정 제품 수입업자 	<ul style="list-style-type: none"> - 물품 도착 24시간 내 세관 통보 - 수출자는 수입업자에 제품과 관련된 서류 및 증명서 등 제공
2	관세 납부 및 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고서 작성 후 관세 및 조세 납부 - EDI 시스템을 통해 수입신고서 세관 전송 - 세관에 따라 EDI·종이서류·전자서류 등 신고방식이 상이 	관세액 산정기준: CIF (Cost, Insurance and Freight) 금액
3	물품검사 및 통관 심사	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고 완료 화물은 수입자의 신용과 통관을 진행하는 물품의 위험도에 따라 4가지 채널로 분류하여 심사 	Red Channel Green Channel Yellow Channel MITA Channel
4	심사 완료 및 물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> - 물품에 이상이 없을 시 통관 승인 완료, 화물출고동의서 발급 - 화물출고동의서를 참고에 제출 후 물품 반출이 가능 	최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시창고 등에 물품 보관

❖ 인도네시아 HS CODE 1515.50.90 관세율

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준
1515.50.90 (기타)	최혜국 (Most favored nation, MFN)	5%	-
	한-ASEAN 무역협정 (AKFTA)	0%	수출당사국의 영역에서 완전생산된 것

❖ 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 10% 부과

수입자가 관세와 부가가치세를 함께 납부해야 통관이 완료됨

❖ 인도네시아 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 인도네시아를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 인도네시아 관세청에서 직접 확인하려면 인도네시아 관세청 웹사이트(www.eservice.insw.go.id) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	인도네시아 국립 무역정보 포털	www.eservice.insw.go.id

❖ 인증정보

인증명	발행기관	성격	내용
할랄인증제도	LOPPOM MUI	필수	2019년 10월부터 전 수입제품에 의무적으로 적용됨
수입식품등록제도	인도네시아 식약청	필수	모든 수입 가공식품에 적용됨
국가표준인증제도	한국표준협회	권장	유해한 제품의 유통을 근절시키기 위함이 목적
HACCP	한국식품과학연구원 등	권장	식품의 미생물 오염 등 위험을 방지하고 식품의 안전을 확보하기 위함

❖ 라벨링

- 인도네시아 식약청은 2018년 10월 19일부터 적용되는 규정인 2018년 31호 발표
- 제품명, 제품의 중량 또는 용량, 제조자 정보, 등록번호, 성분, 유통기한, 생산일자 등을 명시해야 함

❖ 위생규정

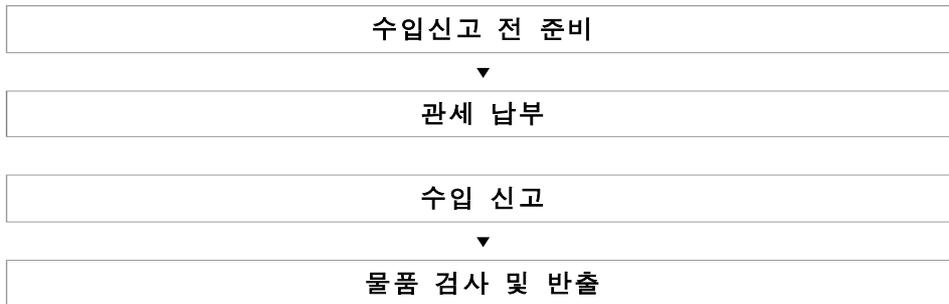
- 인도네시아 보건부 규정(Regulation MENKES No.033/2012)은 식품 내 사용금지물질 19개를 규정
- 참기름의 미생물 오염 허용기준은 2016년 인도네시아 식약청(BPOM)에서 발표한 가공식품의 미생물 오염 최대 한도 규정을 준수함

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관 절차

o 인도네시아에서 참기름을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

표 3.1 인도네시아 참기름 수입 절차



□ 수입신고 전 준비

표 3.2 사전 필수 기본구비서류 항목 및 발급기관

서류명	상세구분 및 세부사항	발급기관
무역면허(SIUP)	무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan)	One-Stop Service Center (PTST)
수입허가서 ¹⁷⁾	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) ¹⁸⁾	관세청 등록증 (Nomor Identitas Kepabeanan)	인도네시아 관세청
식약청(BPOM) 수입승인(SKI)	특정 수입물품 수입승인 (SKI, Surat Keterangan Impor)	인도네시아 식약청

17) 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

18) NIK(Nomor Induk Kepabeanan)는 관세청의 정보기술 및 입력시스템을 이용하기 위한 개인등록번호로, 인도네시아 관세청 홈페이지에 접속하여 양식을 다운로드한 후 관련 내역을 기재하여 자료를 제출하고, 관세청의 실사를 거쳐 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)

o 무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan, SIUP)

- 인도네시아에서 무역활동을 수행하려는 모든 사업자는 의무적으로 발급받아야 함
- SIUP는 인도네시아 산업자원부의 원스톱 통합 서비스 센터(PTSP)를 통해 신청할 수 있음

표 3.3 SIUP 발급 상세사항

필요서류	1. 기업 Articles of Association 2. 업체 주소 및 위치 확인서 3. 업체 대표자 혹은 이사의 신분증(사본) 4. 공증된 문서
소요기간	5-9 근무일
비용	- 소규모 기업: 최소 400,000-500,000루피아 - 중견 기업: 최소 600,000-700,000루피아 - 대형 기업: 최소 750,000-1,000,000루피아

o 수입업자 등록번호(API)

- 수입업자의 무역활동을 위해 NIK와 더불어 수입업자 등록 번호(API)는 필수적 취득 요건¹⁹⁾

표 3.4 API 발급 상세사항

필요서류	1. 공증된 기업 Memorandum of Association(설립취지서)(사본) 2. 소재 지역 관할청에서 발급한 기업본사 소재지증명서(사본) 3. 투자등록서(사본) 4. 투자 Approval in Principle(기본승인서)(사본) 5. BKPM에서 발급한 사업면허(사본) 6. 납세자 ID 번호(NDWP)(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 투자조정청(BKPM) 산하(PTSP)
소요기간	5 근무일
비용	6,000루피아
유효기간	5년

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

- 식약청(BPOM) 수입 승인(Surat Keterangan Import, SKI)
 - 식품과 의약품은 식약청(BPOM)의 유통허가증(Izin Edar)을 보유한 업체 혹은 위임을 받은 대리업자만이 수입할 수 있음
 - 수입업자는 수입하고자 하는 식품 및 의약품의 목록을 제출하여 식약청으로부터 수입 승인을 받아야 하며 신청 횟수는 수입 시 1회이며 자유무역지대, 자유항지대, 보세공단으로 들어오는 제품에 적용됨

표 3.5 SKI 발급 상세사항

필요서류	1. 수입업자 대표 위임장 원본 2. 수입업자 고유등록번호(API) 3. 납세자 ID 번호(NPWP) 4. 무역면허(SIUP) 5. 유통승인 공식 레터 6. 성분분석증명서 7. 송장
소요기간	7 근무일
수입승인 관련사항	1. 의약품 및 식품 수입에 대한 서류는 수입 승인을 신청하는 의약품 및 식품 유통 허가증 소지자가 향후 최소 3년간 제대로 구비하고 있어야 함 2. BPOM은 수입 승인이 완료된 제품에 대해 불시에 표본 조사가 가능

- 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
 - 검사기관이 물품의 명세와 HS Code, 선적 시기, 선적항, 목적항 등을 기록한 Surveyor Report(LS)를 발행하며 수입업자는 통관 시 해당 LS 제출

□ 관세 납부

- 수입신고서 작성 후 관세 납부가 이루어져야 하며, 관세 등 조세 납부 후 EDI(Electronic Data Interchange)를 통하여 수입신고서를 세관에 전송되고 관세액 산정기준은 CIF(Cost, Insurance and Flight) 금액 기준
- 참기름은 HS CODE 제1515.50.90의 관세율이 적용됨
 - 관세청 '관세법령정보포털'을 통해 관세율을 확인할 수 있으며, FTA 세율의 경우

한국무역협회 '통합무역정보서비스 TradeNAVI'의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 조회할 수 있음

- 인도네시아 유관기관에서 직접 확인하고자 하는 경우 인도네시아 국립 무역정보 포털을 통해 관세율 확인 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	인도네시아 국립 무역정보 포털	www.eservice.insw.go.id

- o 인도네시아에서 본 물품에 기본세율을 적용하는 경우 5%의 세율이 부과되지만 한-ASEAN FTA나 한-아세안 FTA 협정을 적용하는 경우 0%의 세율이 부과되므로 FTA 협정 세율을 적용하는 것이 유리함

- 다만, 원산지 결정기준과 직접운송기준을 충족하고 특혜원산지 증명서를 발급받아야 적용받을 수 있으므로 수입자가 세율이나 원산지 결정기준 등 유리한 협정 조건을 인지하여야 함

표 3.6 인도네시아 참기름 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명(국문)	품명(영문)	관세율
1515	그 밖의 비취발성인 식물성 지방과 기름[호호바유(jojoba oil)를 포함한다]과 그 분획물 (정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	Other fixed vegetable fats and oils (including jojoba oil) and their fractions, whether or not refined, but not chemically modified	- 기본세율: 5% - 한-아세안 FTA 협정세율: 0% - 부가가치세: 10%
1515.50	참기름과 그 분획물	Sesame oil and its fractions	
1515.50.90	기타	Other	

□ 수입신고

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

표 3.7 수입신고 시 제출서류 목록

구분	내용
1	수입신고서
2	수입허가증(수입 라이선스)
3	상업송장(Commercial Invoice)
4	포장명세서
5	선하증권 또는 항공화물운송장(Bill of Landing)
6	원산지증명서 등

□ 물품검사 및 반출

- 서류심사 및 물품검사 단계에서 수입신고된 화물은 위험도에 따라 4가지 채널로 분류됨

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

- 서류심사 및 물품검사 결과 이상이 없는 경우 통관이 승인되며 화물 출고동의서가 발급됨
 - 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시창고 등에 물품이 보관되므로 화물출고 동의서 창고제출 후 물품반출 가능

2) FTA 정보

□ 인도네시아 FTA 특이사항 및 한-ASEAN FTA 개요

- 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨
 - FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율(MFN)보다 낮은 FTA 협정세율을 우선으로 상호 적용할 수 있음
 - 한-ASEAN FTA에서는 양허대상 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문상의 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정세율을 적용받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음

□ FTA 원산지 기준²⁰⁾을 충족하는 FTA 협정세율 적용 요건

- FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 ①원산지 결정기준과 ②직접운송기준 조건을 충족해야 하며 ③FTA 특혜 원산지증명서를 발급받아야 함
 - 인도네시아 참가품 HS CODE의 원산지 결정 기준(PSR)은 다음과 같음

표 3.8 위험도에 따른 세관 분류와 통관 및 심사 절차

FTA 협정	HS 코드	원산지 결정 기준(PSR)
한-ASEAN FTA	1515.50	다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한정한다 1. 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 제12류에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다. 2. 40퍼센트 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제12류에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.

- 직접운송원칙에 따라 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

20) 교역제품의 국적을 판단하는 기준으로서, 어떤 물품이 한 나라에서 전적으로 생산되는 경우 당해 생산국을 원산지로 함은 기준인 완전생산기준과 품목별 기준으로 실질적으로 상이한 제품으로 만들어 세번(稅番)이 변경되면 원산지 물품으로 인정하는 세번변경기준(CTH : change of tariff heading), 생산국 내에서 일정 수준 이상의 부가가치가 발생해야 인정하는 부가가치기준(RVC : regional value contents), 특정한 생산공정이 수행돼야 인정하는 가공공정기준 등이 있음

표 3.9 직접운송원칙

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함 - 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로 직접 운송된 것으로 간주 <ul style="list-style-type: none"> • 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것 • 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아닐 것 - 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아닐 것 - 상품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관당국의 통제하에 머물러 있어야 하며 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

- FTA 특혜 원산지증명서는 수출품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서, 수입국에서 FTA특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출

표 3.10 원산지증명서 발급 방법

구분	내용
증명 방식	기관 증명
증명 주체	정부 기관 한국: 세관/상공회의소
증명서 유효기간	1년
사용 횟수	1회 사용원칙(분할 가능)
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> - A4용지에 컬러로 인쇄되어야 하며, 뒷장에는 반드시 Overleaf notes를 함께 출력 - 수출신고필증, 원산지소명서, 제조공정도 등 관련 서류를 구비하여 전자적인 방법으로도 원산지증명서 발행 신청이 가능

2. 인증정보

1) 필수 인증

□ 할랄인증제도(Majelis Ulama Indonesia, MUI)

인증 로고	
인증/검사명	Halal(MUI)
취득 요건	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 원재료, 양념, 첨가제, 도구는 하람 요소를 갖지 않아야 함 - 생산공정 시 사용되는 도구는 할랄 제품 생산에만 사용되어야 함 - 생산지는 생산공정, 저장, 운송 및 판매 시 교차오염 가능성을 배제해야 함
발행/검사기관	LOPPOM MUI ²¹⁾ (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"> - 기업/사업체 등록증 - 주요 재료에 대한 상세정보 - 현지 당국의 생산허가증 - 제품 정보 - 포장 재료 정보 - 공장 및 창고 설비 위치도 - 공정도표 및 생산절차 - 신분증, 여권사본 - 생산업체, 재료공급업체 정보 - 제품 프로세스 흐름도 등
비용	제품당 약 15,000달러(약 1,690만 원)
유효기간	2년 ²²⁾
인증 절차	<p>[1단계] Pre-Audit: 신청한 업체의 서류 검토, Audit 일정 확정, 공장 방문</p> <p>[2단계] Process Audit: 2명의 심사위원이 제품/생산공정/공장을 Audit</p>
타국 인증서 교차인증 여부	<ul style="list-style-type: none"> - 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

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

22) 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

□ 수입식품등록제도(Makanan Luar, ML)

인증 로고	
인증/검사명	ML
인증 설명	일부 예외품목 ²³⁾ 을 제외하고 인도네시아로 수입되는 모든 가공식품은 유통 이전에 인도네시아 식약청(BPOM)에 제품을 등록하고 등록번호를 발급받아야 함
발행/검사기관	인도네시아 식약청(Badan POM, BPOM)
성격	필수
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 정도 - 생산공정 설명서 등
비용	제품당 약 70~700달러
소요기간	6개월
인증 절차	위 서류를 제출한 뒤, BPOM이 품질관리 및 최종검사를 진행하면 결과에 따라 제품등록이 승인, 조건부 승인, 거부로 구분되어 통보됨

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

2) 권장 인증

□ 국가표준인증제도(Standar Nasional Indonesia)

인증 로고	
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 인증리스트 내 품목 수입 및 생산 시 인증이 필요하며 품질 혁신을 도모하고 유해한 제품의 유통을 근절시키기 위해 최근 SNI 인증 의무화가 강화되는 추세 - 현재 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 인증품목은 7,370개
발행/검사기관	Bureau of Standard Nasional(BSN, 인도네시아 국가표준기관)
성격	필수인증
제출서류	LSPro(http://lspro.depperin.go.id)에서 관련 서류를 다운로드 및 작성하여 제출하며 신청서는 영어로 작성해도 무방하나 인허가 관련 서류는 인도네시아어 번역본도 제출해야 함
비용	인도네시아 기업: 평균 1,500달러 외국기업: 평균 5,500 달러
소요기간	2개월 - 최대 1년
인증 절차	<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: LSPro에서 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 자격요건 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: 유효기간은 3년이며 연장신청을 하더라도 재심사 필요

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁵⁾

인증 로고	
인증/검사명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)
인증 설명	식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위해 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ²⁶⁾
성격	권장
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> 1. 영업허가(신고)증 사본 2. 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 3. 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 4. 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 5. 업종별 또는 품0목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요 기간	1년 전후
유효 기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청 필요)
인증 절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산 공정 흐름도를 작성 3. 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지의 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6. 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치

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) Hazard Analysis and Critical Control Point

26) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 다음 식약청 홈페이지 참고:
mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 가공식품 라벨링에 대한 인도네시아 식품의약청(BPOM) 규정 2017년 27호의 개정안 2018년 31호 발표(10월 19일 시행)
 - 라벨링 규정은 1999년 법령을 근거로 여러 차례의 개정안 발표가 이어졌으며, 2018년 개정 내용 중 주요 사항은 아래와 같음

표 3.11 라벨링 규정 주요 내용

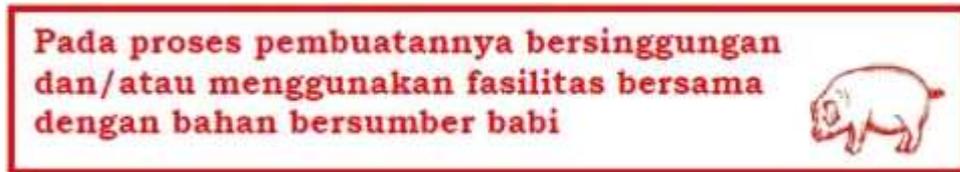
구분	세부 사항
라벨링 표기사항	1. 제품의 명칭 2. 미터법에 의한 순중량 또는 순용량 3. 제조자 혹은 수입업자의 상호 및 주소 4. 등록번호, 성분표 혹은 성분 목록 5. 제품의 유통기일 6. 생산일자 혹은 생산번호
표기 시 유의사항	1. 라벨링의 표기는 인도네시아어야 하며 아라비아 숫자 혹은 라틴어로 제한 2. 라벨링의 표기는 최소 1mm 이상으로 Arial 폰트 6 이상이어야 함 3. 제품의 명칭 표기사항으로 일반 가공식품은 제품의 유형(종류)를 우선 기재하고 브랜드를 표기할 수 있음. 제품명은 제품의 유형에 병행표기할 수 있음 4. SNI 의무인증 대상 제품은 SNI 인증을 받은 명칭과 동일하여야 함 5. 일반 가공식품은 특정 영양성분 및 효능에 대한 표기를 할 수 없음. 단 'Dari (로부터)-재료명, Dengan(함께)-재료명' 또는 재료 이미지로 표기할 수 있음 6. 첨가물인 가당류 사용 시 주의사항(연령, 임산부 등)에 대하여 의무 표기되어야 하며, 색소 첨가물 사용 시 'Pewarna Pangan(식품 색소)'라는 초록색 테이블이 표기되어야 함 7. 일반 가공식품 표기에 無색소, 無가당, 無첨가물, 無방부제, 無감미료 표기만 심사 허가 후 사용 가능

자료: 인도네시아 12월 수출현안수입제도 모니터링(정기), 한국농수산물유통공사, 2018.12

- 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)에 수입식품 등록 시, 심사 과정에서 제품의 포장에 있는 라벨 내용에 대한 적절성과 문구 내용에 대해 심사함
 - 인도네시아어 외의 언어로 작성되어 있다면 라벨에 기재되어 있는 모든 내용을 인도네시아어 번역본으로 제출한 뒤 심사를 받아야 하므로 주의해야 함

- 지난해 돼지 DNA 검출 사건 이후, 수입식품등록(ML) 심사과정에서 '돼지고기'가 재료로 직간접적으로 제품에 들어가 있는 경우 해당 사항을 표기하도록 함
- 가공식품 제조과정 중에 돼지 파생 원료를 사용하는 제조 설비나 시설을 이용하거나 접촉한 경우 빨간 글씨와 테이블로 '제조과정 중 돼지 파생 원료와 함께 제조 시설 및 장비를 이용하거나 접촉하였음'(인도네시아어)이라는 문구를 표기해야 함

그림 3.1 돼지 파생 원료 사용 시 표기방법



□ 할랄 라벨링 규정사항

- 무역부 규정 제품 라벨링 의무 관련(No.62/M-Dag/Per/12/2009)에 따라 인도네시아에 포장 식품을 수입하는 업체가 식품에 “halal”을 표기하고자 하면 해당 내용에 대한 별도의 라벨링을 해야 함
- 돼지고기를 제외한 수입 육류 제품의 경우, 원산지 국가의 인가된 할랄 인증기관이 발급한 인증서가 첨부되어야 함
- 한국에서 제조된 제품 중 할랄이 인증된 식품의 경우, 할랄 라벨링은 인도네시아 MUI 할랄 인증을 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

□ 참기름 라벨링 예시

항목	설명	
제품 이미지	외관	라벨링
		
제품명	Yeun Yick Sesame Oil	
제조사	PT Yuen Yick	
용량	110ml	
원산지	중국	
성분	참기름	
유통기한	2021.06.21	
사용방법	야채와 수프 등을 요리 시 첨가하여 사용	

자료: 현지조사원(2019.01.14)

4. 위생요건

□ 참기름의 식품 유형 분류

- 인도네시아의 식품 분류는 식품 분류 법령에 따라 16개로 분류되며, 이 중 참기름은 분류 번호 02.1.2. 지방과 식물성 기름으로 분류됨

표 3.12 참기름의 식품 유형 분류

분류 번호	식품 분류	관세 분류
02.1.2	지방과 식물성 기름	1515

자료: 인도네시아 식약청(jdh.pom.go.id)

□ 참기름의 식품첨가물 허용기준

- 인도네시아 식품첨가물 규정에 따르면 식품첨가물(Bahan Tambahan Pangan, BTP)이란 식품의 성질이나 형태에 영향을 주기 위해 식품에 첨가하는 성분으로 정의됨
- 식품첨가물에 대한 인도네시아 보건부 규정(Regulation MENKES No.033/2012)은 식품 첨가물의 정의 및 27개 첨가물 분류 등에 대해 규정하고 있으며, 26개의 식품첨가물 사용 기준에 대한 각 식약청 규정에서는 개별 식품첨가물의 사용 최대 한도를 규정하고 있음
- 식품첨가물 규정에서 사용을 금지하고 있는 19개 물질 목록은 다음과 같음

표 3.13 식품 내 사용금지물질

적용 범위	사용금지물질종류
모든 식품 공통	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
	Sassafras oil

자료: 인도네시아 식약청(jdh.pom.go.id)

- o 참기름의 미생물 오염 허용기준은 2016년 인도네시아 식품의약품 안전청(BPOM)에서 발표한 가공식품의 미생물 오염 최대 한도 규정을 따름

표 3.14 참기름의 미생물 오염 최대 한도 규정

분류 번호	식품 분류	식품 유형	물질명	제한기준	
				최소	최대
02.1.2	식물성 지방과 기름	Lemak Reroti (Shortening)	ALT	10 ² koloni/g	10 ³ koloni/g
			Enterobacteriaceae	10koloni/g	10 ² koloni/g
		Butter Oil Substitute (BOS)	ALT	5x10 ⁴ koloni/g	10 ⁵ koloni/g
			Enterobacteriaceae	10koloni/g	10 ² koloni/g
			Salmonella	negatif/25g	NA
			Staphylococcus aureus	10 ² koloni/g	NA
			Kapang dan Khamir	2x10koloni/g	10 ² koloni/g
		Serbuk lemak	ALT	5x10 ⁴ koloni/g	10 ⁵ koloni/g
			Enterobacteriaceae	10koloni/g	10 ² koloni/g
			Salmonella	negatif/25g	NA
			Staphylococcus aureus	10 ² koloni/g	NA
			Kapang dan Khamir	2x10koloni/g	10 ² koloni/g

자료: 인도네시아 식약청(jdh.pom.go.id)



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

경쟁제품 가격 개요

제품별 가격 비교

- 참기름은 다양한 용량으로 판매되고 있으며 가격 분석을 위해 1ml을 기준으로 설정
- 조사한 13개의 참기름 제품의 평균 가격은 오프라인과 온라인 소매점이 각각 1ml당 291.9 루피아(약 23.6원)과 663.3루피아(약 53.5원)으로, 오프라인 대비 온라인 소매점에서 프리미엄 고가 제품군의 판매가 많아 가격대가 높은 편임
- 오프라인 소매점 기준 최고가 브랜드는 1ml당 499.1루피아(약 40.2원)인 Yeun Yick Sesame Oil이며, 최저가 브랜드는 Lee Kum Kee Sesame Oil 제품으로 1ml당 172.5루피아(약 13.9원)임
- 온라인 소매점 기준 가장 고가 브랜드는 1ml당 1,552루피아(약 125.3원)인 Clear spring 제품이며, 가장 저가 제품은 'Lee Kum Kee' 제품으로 1ml당 302.2루피아(약 24.4원)임

❖ 오프라인 소매점

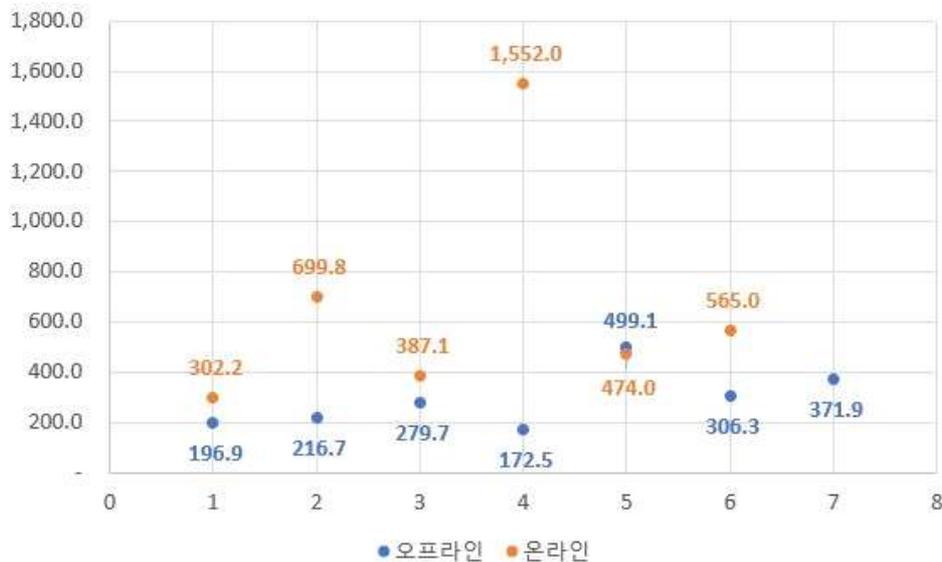
- 총 7개의 참기름 1ml당 평균 가격은 291.9루피아(약 23.6원)
- 38,400~301,900루피아(약 3,099~24,363원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 2개의 현지 제품은 1ml당 평균 206.79루피아(약 16.7원), 나머지 5개의 수입산 제품은 1ml당 평균 325.9루피아(약 26.3원)

❖ 온라인 소매점

- 총 6개의 참기름 1ml당 평균 가격은 663.3루피아(약 53.5원)이며 모두 수입산 제품
- 34,750~388,000루피아(약 2,804~31,312원)의 가격대가 형성되어 있음

제품별 1ml당 가격 분포도

(단위: 루피아)



1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 인도네시아 내 참기름 시장에서 판매되는 참기름 제품군을 조사 대상으로 선정
 - 현지 시장에서 판매율이 높은 일반 참기름 제품 및 고가의 프리미엄 참기름 제품을 조사 범위로 선정해 현지조사 결과 발견된 오프라인(7개), 온라인(6개) 제품을 조사 대상으로 선정
- 현지 생산 제품과 해외 수입 제품 간의 비교를 위해 현지 제품, 수입 제품, 한국산 제품을 고루 선정
 - 현지 제품(2개): ABC Sesame Oil, S 브랜드
 - 해외 제품(3개): Chee Seng Sesame Oil, Lee Kum Kee Sesame Oil, Yeun Yick Sesame Oil
 - 한국 제품(2개): O 브랜드, K 브랜드

□ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 원산지, 성분, 용량, 가격, 유통기한, 포장 형태 등을 분석 지표로 설정
- 인도네시아 현지 참기름 판매 현황 및 제품별 동향 분석을 위해 현지조사를 실시
 - 현지 조사원이 오프라인 및 온라인 유통채널을 방문·조사하여 참기름에 해당되는 제품군의 제품 속성을 조사

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인

구분		제품 1	
이 미 지	제품 이미지	<p>앞면</p> 	<p>뒷면</p> 
	매장 이미지	<p>제품 진열대</p> 	<p>매장 외관</p>  <p>롯데 마트</p>
제 품 속 성	제품명	ABC Sesame Oil	
	제조사	PT Heinz ABC Indonesia	
	원산지	인도네시아	
	성분	참기름	
	용량	195ml	
	가격	38,400루피아(약 3,095원)	
	유통기한	2020.04.16	
	포장 형태	플라스틱병	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 생산 후 5년이 경과했지만 현재까지도 꾸준한 판매가 이루어지고 있음 - 생산과 유통이 모두 현지에서 이루어지며 가격도 저렴한 편 	
조사 매장	롯데마트		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 2	
이 미 지	제품 이미지	앞면 	뒷면 N/A
	매장 이미지	제품 진열대 	매장 외관  파파야 마트
제 품 속 성	제품명	S 브랜드	
	제조사	S사	
	원산지	인도네시아	
	성분	참깨 100%	
	용량	360ml	
	가격	78,000루피아(약 6,287원)	
	유통기한	2020.12.31	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	- 인도네시아 현지 생산 제품 - 볶음밥, 야채 등을 조리하거나 생선 등을 구울 때 사용	
	조사 매장	파파야, 무궁화 슈퍼마켓, 뉴서울 슈퍼마켓, K-Mart	

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 3	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			 파파야 마트
제 품 속 성	제품명	Chee Seng Sesame Oil	
	제조사	Chee Seng Oil Factory	
	원산지	싱가포르	
	성분	참기름	
	용량	375ml	
	가격	104,900루피아(약 8,455원)	
	유통기한	2019.12.30	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	- 한인마트, 아시안마트, 로컬 프리미엄 슈퍼마켓 등에서 판매 - 전통적 문양과 현대적 병 모양을 결합한 패키징이 특징	
조사 매장	파파야, 무궁화 슈퍼마켓, 뉴서울 슈퍼마켓, 롯데마트, 까르푸, 랜치 마켓, 스티아부디		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 4	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			 랜치 마켓
제 품 속 성	제품명	Lee Kum Kee Sesame Oil	
	제조사	Lee Kum Kee Food Co., Ltd.	
	원산지	중국	
	성분	참기름	
	용량	1,750ml	
	가격	301,900루피아(약 24,333원)	
	유통기한	2019.10.17	
	포장 형태	플라스틱병	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 한인마트, 아시안마트, 하이퍼마켓 등에서 판매되고 있음 - 수입 제품군 중에서는 가장 저렴한 가격대를 형성하고 있음 	
조사 매장	랜치 마켓, 스티아부디, 뉴서울 슈퍼마켓, 롯데마트, 까르푸		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 5	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			 랜치 마켓
제 품 속 성	제품명	Yeun Yick Sesame Oil	
	제조사	PT Yeun Yick	
	원산지	중국	
	성분	참기름	
	용량	110ml	
	가격	54,900루피아(약 4,425원)	
	유통기한	2021.06.21	
	포장 형태	플라스틱병	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 중국계 제품으로, 한인마트에서는 판매되지 않음 - 저렴한 가격으로 인해 온라인 유통채널 중 특히 오픈마켓에서 판매율이 높음 	
조사 매장	랜치 마켓, 스티아부디, 파파야, 롯데마트, 까르푸, 랜치마켓		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 6	
이 미 지	제품 이미지	<p>앞면</p> 	<p>뒷면</p> 
	매장 이미지	<p>제품 진열대</p> 	<p>매장 외관</p>  <p>스티아부디 마트</p>
제 품 속 성	제품명	○ 브랜드	
	제조사	○사	
	원산지	한국	
	성분	참깨 100%	
	용량	320ml	
	가격	98,000루피아(약 7,899원)	
	유통기한	2020.04.15	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 한인마트, 아시안마트 등에서 판매되고 있음 - 다양한 용량(160~360ml)의 제품들이 출시되어 있음 	
조사 매장	스티아부디 마트, 파파야, 무궁화 슈퍼마켓, 롯데마트		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 7	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			 스타아부디 마트
제 품 속 성	제품명	B 브랜드	
	제조사	C사	
	원산지	한국	
	성분	참깨 100%	
	용량	320ml	
	가격	119,000루피아(약 9,591원)	
	유통기한	2020.02.20	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 롯데마트와 일부 한인마트에서 판매되고 있음 - 온라인 유통채널에서 '한국 참기름'을 키워드로 검색 시 가장 많이 조회되는 제품 	
조사 매장	스타아부디 마트, 파파야, 무궁화 슈퍼마켓		

자료: 현지조사원(2018.01.03)

2) 온라인

구분		제 품 1	제 품 2
이 미 지	제 품 이미지 (앞면)		
	제 품 명	순수 참기름 (Pure Sesame Oil Minyak Wijen)	그린 토스카 참기름 (Green Tosca Sesame Oil)
제 품 속 성	제 조 사	Lee Kum Kee	Green Tosca
	원 산 지	중국	싱가포르
	성 분	참깨, 콩기름	참깨 100%
	용 량	115ml	500ml
	가 격	34,750루피아 (약 2,800원)	349,900루피아 (약 28,202원)
	포 장 형 태	유리병	진공 파우치
	사 용 방 법	요리에 기름을 두를 때 사용	다양한 아시아 요리에 사용
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 요리에 필수적인 재료라고 제품을 소개 - 100% 참깨 기름이므로 채식 주의자에게 추천 	<ul style="list-style-type: none"> - 압착유(Extra Virgin Oil)로 강한 향과 맛이 남
	조 사 매 장	Tokopedia	Tokopedia

자료: 현지조사원(2018.01.03)

구분		제품 3	제품 4
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품명	유기농 볶은 참깨 기름 (Organic Toasted Sesame Oil)	유기농 볶은 참깨 기름 (Organic Toasted Sesame Oi)
제 품 속 성	제조사	Radiant	Clearspring
	원산지	미국	영국
	성분	참깨 100%	참깨 100%
	용량	310ml	250ml
	가격	120,000루피아 (약 9,672원)	388,000루피아 (약 31,273원)
	포장 형태	유리병	유리병
	사용방법	- 아시아 볶음 요리, 드레싱, 소스 등의 용도로 사용 - 180°C에서 사용하기를 권장	마리네이드(Marinade) 양념장, 비네그레트(Vinaigrette) 드레싱 ²⁷⁾ , 볶음 요리, 면 요리 등에 사용
	제품 특성	- 화학 물질, 방부제, 첨가제 미사용 제품 - OCIA ²⁸⁾ 인증 제품	저온 압착식 오일 추출 방식을 사용한 제품
	조사 매장	Tokopedia	Lazada

자료: 현지조사원(2018.01.03)

27) 식초에 갖가지 허브를 넣어 만든 샐러드용 드레싱

28) Organic Crop Improvement Association, 미국 농무부가 지정한 유기농 인증기관으로 100% 유기농 제품에 인증 부여

구분		제품 5	제품 6
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품명	유기농 참기름 (Organic Sesame Oil)	참기름 (Goma Abura)
제 품 속 성	제조사	Olitalia	Kadoya
	원산지	이탈리아	일본
	성분	참깨 100%	참깨 100%
	용량	250ml	200g
	가격	118,500루피아 (약 9,551원)	113,000루피아 (약 9,108원)
	포장 형태	유리병	유리병
	사용방법	찜, 생선구이, 샐러드 등의 풍미를 돋구어주는 소스로 사용	스프, 국수, 소스, 튀김 요리 등 다양한 요리에 사용
	제품 특성	- 다이어트를 돕는 건강한 제품 - 아시아 요리에 적합한 소스	- 아로마가 첨가되어 특유의 향이 남 - Lazada에서 해당 기업의 제품 2개가 판매됨
	조사 매장	Tokopedia	Lazada

자료: 현지조사원(2018.01.03)



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 인도네시아 내 참기름 시장에서 참기름을 제조·유통하는 기업을 조사 대상으로 선정
 - 앞서 오프라인(7개) 및 온라인(6개) 경쟁 제품으로 선정된 제품군의 제조유통업체 중 현지 시장에서 판매율이 높은 기업 및 경쟁사로 주목할 만한 기업을 대상으로 선정함
 - 시장 점유율이 미미한 수준이거나 판매율이 저조한 기업은 제외
- 대내외적 비교가 용이하도록 5개의 현지 기업, 해외 기업, 한국 기업을 선정
 - 현지 기업: PT Heinz ABC Indonesia
 - 해외 기업: Chee Seng Oil Factory(싱가포르), Lee Kum Kee(중국)
 - 한국 기업: O사, C사

□ 분석기준 및 지표설정

- 각 기업별 기본 기업 정보, 판매 현황, 대표 제품 등의 항목을 공통으로 분석
 - 기본 기업 정보 분석을 위해 기업 유형, 홈페이지, 취급품목, 연락처, 소재지, 설립 연도 등을 조사
- 인도네시아 현지 참기름 시장 현황 및 기업별 동향 분석을 위해 현지조사를 실시

2. 경쟁사 분석

□ PT Heinz ABC Indonesia

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아계 다국적 기업 H.J.Heinz Company의 계열사로, 소스, 조미료, 주스, 시럽 등을 취급하는 식품 제조업체 - 인도네시아 간장(Kecap Manis)인 크참 마니스 브랜드 Kecap ABC, 핫소스 브랜드 Sambal ABC, 과일 시럽 브랜드 Syrup ABC 3개의 대표적인 브랜드를 보유하고 있음 		
기업 유형	식료품 제조업체	홈페이지	www.heinzabc.co.id
취급품목	참기름 및 소스류, 주스류, 시럽류 등	연락처	+62 21 29959999
소재지	Intiland Tower, Jl. Jend. Sudirman No.32, RT.3/RW.2, Jakarta	설립연도	1975년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 참기름은 'Chef's Secret' 라인업 제품으로 한 가지 제품만 출시하여 판매되고 있음 		
대표 제품	 <p>인도네시아 간장 (Kecap Manis)</p>	 <p>Chef's Secret 참기름</p>	 <p>핫소스 (Hot Chili Sauce)</p>

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Chee Seng Oil Factory

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르의 첫 참기름 제조 전문 기업으로, 참기름 브랜드 Chee Seng, 100% 순수 참기름 및 기타 오일 브랜드 Double Pagoda, 혼합 참기름 브랜드 Gokden Ox의 3가지 브랜드를 보유 - 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 브루나이, 캄보디아, 미얀마 등 동남아시아 전역과 미국, 영국, 호주 등 여러 국가에서 생산되고 있음 		
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지
취급품목	참기름, 마늘유, 코코넛유 등	연락처	+65 6284 1062
소재지	Chee Seng Oil Factory (Pte) Ltd No. 1, Defu Lane 9, Defu Industrial Estate, Singapore 539243	설립연도	1956년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 참기름에 주력하는 브랜드는 Chee Seng이며, 소매용 160ml부터 도매용 2L 제품까지 다양한 용량으로 판매하고 있음 - 구운 참깨 가공제품도 2종류(하얀 참깨, 검은 참깨)로 출시되어 판매 중 		
대표 제품			
	100% 순수 참기름 375ml	100% 순수 향 참기름 2L	구운 참깨

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Lee Kum Kee

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 굴소스 개발에서 출발한 중국계 기업으로, 현재 220여 개의 소스와 양념류를 전 세계 100개 이상의 국가에 수출하고 있음 - 동남아시아 지역에는 말레이시아에 법인을 설립하였고, 소스 사업 외에도 중국 건강제품 시장을 개발하여 사업을 다각화하고 있음 		
기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	corporate.lkk.com
취급품목	참기름 및 소스류 등	연락처	+86 10 6583 6213
소재지	Room 910, Building A, Oriental Media Center, No. 4 Guang Hua Road, Chaoyang District, Beijing	설립연도	1888년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 내에서 판매되는 수입 참기름 브랜드 중 가장 다양한 참기름 제품군을 보유하고 있으며 판매율도 높음 		
대표 제품			
다양한 종류의 참기름 제품			

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ 0사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - 한국계 식품 제조 기업으로, 동남아시아 지역에서는 베트남에 2007년 법인을 설립 - 인도네시아에서 한류 식품의 인기 상승에 힘입어 진라면 등을 판매하며 인지도를 넓혀가고 있음 		
기업 유형	식료품 제조업체	홈페이지	www.ottogi.co.kr
취급품목	건조식품류, 양념소스류, 유지류, 면제품류 등	연락처	+82 2 2010 0723
소재지	경기도 안양시 동안구 흥안대로 405	설립연도	1969년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 8월 자카르타를 중심으로 롯데마트 4개점에서 개장된 'K-Foorand 특별존'에서 참기름을 포함한 보들보들 치즈라면, 진라면의 홍보·관측·시식행사를 진행함 - 인도네시아 현지 시장 내에서는 '고소한 참기름' 제품이 주로 판매됨 		
대표 제품			
	고소한 참기름	보들보들 치즈라면	진라면

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ C사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - CJ 그룹의 계열사로, 1996년 인도네시아에 진출하여 바이오, 가공 식품, 생물자원 생산거점을 4개 보유하고 있음 - 2016년 11월 미얀마에서 가정용 식용유 생산을 시작하였으며 점차 동남아시아 식용유 시장에서 점유율을 확대할 예정 		
기업 유형	식료품 제조업체	홈페이지	www.cj.co.kr
취급품목	조미료, 식용유, 장류, 육가공식품, 신선식품 등	연락처	+82 2 6740 1114
소재지	서울특별시 중구 동호로 330, CJ제일제당센터	설립연도	1953년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 현지 시장 내에서는 백설 브랜드의 '진한 참기름' 제품 110ml, 320ml, 500ml 용량이 주로 판매됨 - 110ml, 320ml 용량 제품은 유리병을 사용했으나 500ml 용량 제품은 알루미늄 강통 용기를 사용 		
대표 제품			
	110ml	320ml	500ml

자료: 현지조사원(2018.01.04)



VI. 유통채널

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

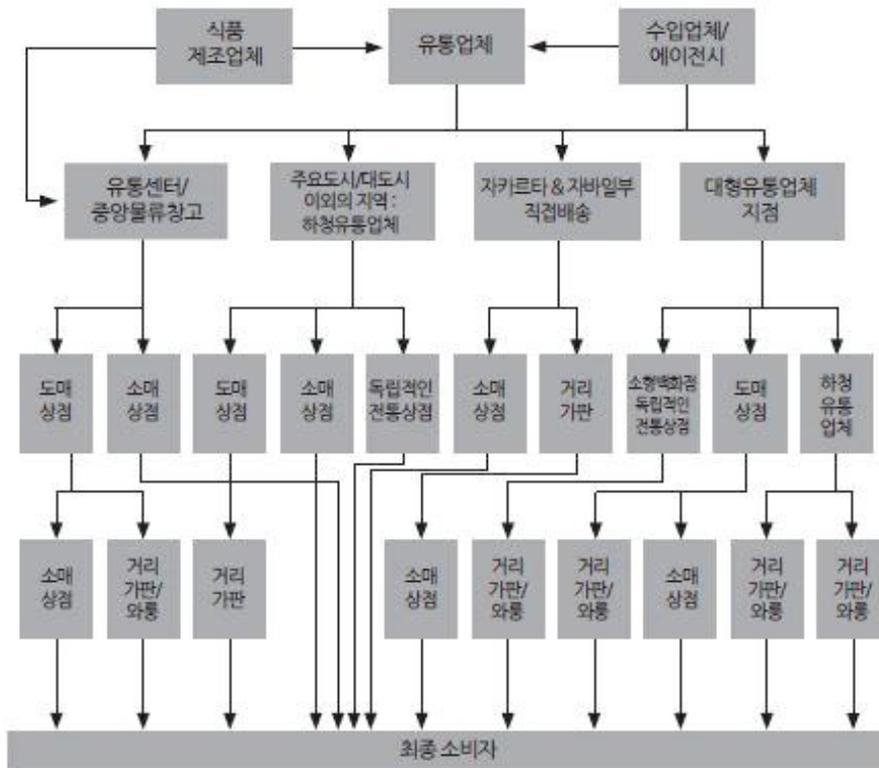
1. 유통채널 개황

1) 소매 유통업 현황

□ 소매 식료품 시장의 유통구조

- 제조 업체가 인도네시아에 유통망을 구축하기 위해서는 해외 지점(Representative Office) 또는 무역(Trading)의 방식을 따름
 - 해외 지점의 경우 자사 제품 수출에 필요한 모든 법적 요건과 절차를 충족하기 위한 업무를 수행해야 함
 - 무역의 경우 인도네시아 현지 파트너 수입업체가 대신 수행하게 되는데, 폭넓은 제품 유통을 보장하고 제품 인지도를 구축하는 데 필요한 마케팅을 대행하는 역할을 할 수 있는 수입업체를 선별할 필요가 있음

표 6.1 베트남 소매 식료품 시장의 유통구조



자료: 인도네시아 미니마켓 시장현황, 농림축산식품부, 2017.12

□ 식용유의 유통시장 현황 및 유통채널별 점유율

- 참기름이 속한 식용유 시장의 점포소매점 중 현대적 식품소매점의 비중이 미약하지만 점점 증가하는 추세
 - 최근 5년간(2014-2018년) 현대적 식품소매점은 0.3%의 연평균성장률을 보이며 2018년 기준 19.4%의 비중을 차지한 반면, 전통적 식품소매점은 -0.2%를 기록하며 점점 비중이 감소하는 추세
 - 2018년 기준 현대적 식품소매점 중 슈퍼마켓(7.7%)이 1위를 차지했고, 편의점(6.5%), 하이퍼마켓(5.2%)이 근소한 차이로 그 뒤를 따름
 - 전통적 식품소매점의 판매는 독립소형식품소매점이 유일하며 전체의 80%가 넘는 비중을 차지, 이는 현대적 식품소매점보다 4배 이상 높은 비율
- 무점포소매점의 경우 2017년과 2018년 전체의 0.5% 비중을 차지하고 있으며 온라인 판매로만 이루어짐
 - 식용유의 자판기판매, 홈쇼핑, 직접판매는 이루어지지 않고 있음

표 6.2 유통채널별 식용유 판매 비중 추이(2014-2018년)

(단위: %)

구 분	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 성장률
1. 점포소매점	100.0	100.0	100.0	99.5	99.5	-0.1%
1) 식품소매점	100.0	100.0	100.0	99.5	99.5	-0.1%
① 현대적 식품소매점	19.2	19.5	19.7	19.4	19.4	0.3%
- 편의점	6.2	6.4	6.5	6.4	6.5	1.2%
- 할인마트	-	-	-	-	-	-
- 포코트소매점	-	-	-	-	-	-
- 하이퍼마켓	5.5	5.4	5.4	5.3	5.2	-1.4%
- 슈퍼마켓	7.6	7.7	7.8	7.7	7.7	0.3%
② 전통적 식품소매점	80.8	80.5	80.3	80.1	80.1	-0.2%
- 식품/음료/담배 특판점	-	-	-	-	-	-
- 독립소형식품소매점	80.8	80.5	80.3	80.1	80.1	-0.2%
- 기타식품소매점	-	-	-	-	-	-
2) 혼합형소매점	-	-	-	-	-	-
3) 비식품소매점	-	-	-	-	-	-
2. 무점포소매점	-	0.0	0.0	0.5	0.5	-
1) 자판기판매	-	-	-	-	-	-
2) 홈쇼핑	-	-	-	-	-	-
3) 온라인판매	-	0.0	0.0	0.5	0.5	-
3) 직접판매	-	-	-	-	-	-
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

자료: Euromonitor International

2) 오프라인 유통채널 현황

□ 오프라인 식료품 유통채널 현황

- 식료품 소비의 유통 트렌드가 전통적 채널에서 현대적 채널로 변화하는 추세
 - 기존 인도네시아의 식음료 소비는 주로 전통시장에서 이루어졌지만 최근 현대적 유통채널의 점유율이 급격하게 성장하고 있으며 중앙 집중적인 물류 창고와 유통 센터가 전국적으로 확산되면서 장기적으로 더욱 발전할 것으로 전망됨
 - 미 상무부에 따르면, 2004년 7%에 불과했던 현대적 유통채널의 판매 점유율은 2017년 기준 25%까지 상승했는데 이는 편리한 쇼핑에 대한 소비자의 욕구가 증가하고 있기 때문인 것으로 분석됨
- 인도네시아 무역부장관령 No. 70/2013에 따르면 현대적 유통채널은 규모와 취급 제품에 따라 5가지 종류로 분류됨

표 6.3 현대적 유통채널 분류

유통채널	분류기준	
	매장 면적	취급 제품
미니마켓	400m ² 이상	- 다양한 소비재, 특히 식품과 가정용품 - 가정용품에는 건축 자재, 가구, 전자 제품 포함
슈퍼마켓	400m ² 이상	다양한 소비재, 특히 의류 및 액세서리
하이퍼마켓	5,000m ² 이상	
백화점	400m ² 이상	소비재의 다양한 도매 유형
도매점	5,000m ² 이상	-

3) 온라인 유통채널 현황

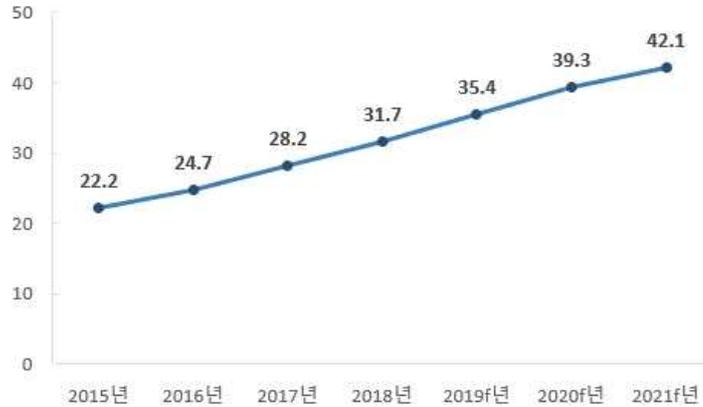
□ 온라인 유통시장 현황 및 소비 동향

- 인도네시아는 인터넷 사용자 수가 가장 많은 나라에 속하며 경제 활동과 인구가 집중되어 있는 자바(Java) 지역은 인도네시아 디지털화의 중심지
 - 인도네시아 정부는 1만 1,000km의 해저 광섬유 케이블을 구축하는 사업인 ‘팔라파 링(Palapa Ring) 프로젝트’로 인해 인터넷 사용자 수가 전국에 걸쳐 점진적으로 증가할 것으로 예측함

- 온라인 쇼핑 인구는 2015년 약 2,220만 명 대비 2021년 약 4,210만 명으로 두 배 가까이 증가하여 향후 전자상거래 부문에서 아시아 최대 시장으로 성장할 것으로 전망됨

그림 6.1 온라인 구매자 추이(2015~2021f년)

(단위: %)

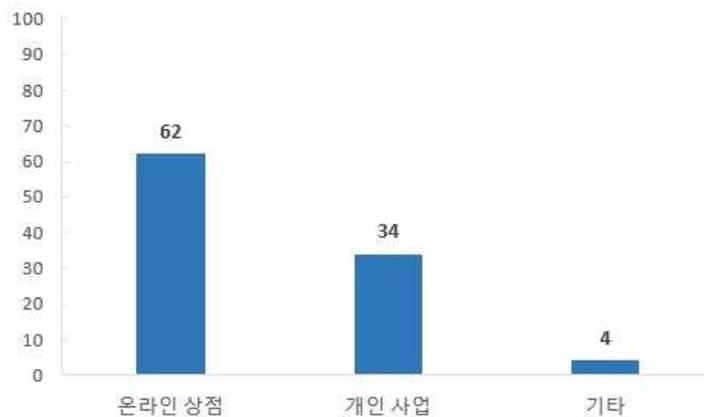


자료: Statista

- o 온라인 콘텐츠의 경우 소셜 미디어 웹사이트나 플랫폼 사용이 인터넷 트래픽의 가장 큰 비중을 차지하고 엔터테인먼트, 뉴스, 교육, 상거래 및 공공 서비스가 순서대로 그 뒤를 따름
- 인도네시아 인터넷서비스업체연합(APII)에 따르면 전체 인터넷 사용자 중 약 62%가 빈번하게 온라인 상점을 방문하고 있으며 대형 온라인 유통업체인 Lazada, Tokopedia, Elevenia, Bukalapak, Jd.ID 등이 시장 점유율을 확대해가고 있음

그림 6.2 온라인 전자상거래 서비스의 유형별 방문자 수 비중(2016년)

(단위: %)



자료: APII

29) 2019년까지 모든 군도의 지방 수도와 514개의 지역에 브로드밴드 서비스를 제공하는 정보 고속도로를 구축하려는 프로젝트

4) 홈쇼핑 유통채널 현황³⁰⁾

□ TV 홈쇼핑 유통채널 시장 현황

- TV 홈쇼핑을 주로 이용하는 고객은 도시 지역 거주 중산층 이상의 소비자이며 특히 주부가 주요 대상, 방영 시간은 약 30~60분
 - 주요 고객이 주부이므로 주요 품목으로는 보석, 시계, 화장품, 마사지기, 운동기기, 주방용품 등으로 구성됨
- 홈쇼핑 시장의 선두 주자는 The Fast World로, 다양한 채널에서 활동하고 있으며 후발 주자들은 저가 제품과 지역 방송(약 80개 채널) 유통전략을 활용
 - 후발업체들은 Top 5 방송국(RCTI, SCTV, Metro TV, TV One, Trans TV)의 방송 시간대의 광고비가 고가인 탓에 저가 지역 방송을 활용하는 상황
 - 한국인이 경영하는 Lejel Home Shopping은 벤더를 통한 직접구매 방식이 기본이지만 생산업체를 대신해 직접 제품을 판매하는 방식을 취하기도 함
 - MNC Shop을 운영하는 미디어 기업 PT. Global Mediacom은 자본력을 바탕으로 자체 방송과 1일 배달 전략인 'Next Day 배달' 서비스를 통해 시장공략 중이며, 한국의 GS 홈쇼핑과 합작하여 24시간 방송을 하고 있음

표 6.4 TV 홈쇼핑 주요 브랜드

브랜드명	기업명	설립연도
Innovation Store, DRTV, The Fast World	PT. Paramita Media Perkasa	1996년
Jaco Home Shopping	CV Jaco Indosehat	2003년
Lejel Home Shopping	Lejel Group	2007년
O-Shop	PT. Omni Intivision	2007년
Gogo Mall	PT. Gogomedia Visindo	2012년
MNC Shop	PT. Global Mediacom	2012년
Best Buy	PT. Best Buy Indonesia	2012년

- 향후에는 TV 네트워크를 보유한 TV 홈쇼핑 브랜드가 독보적으로 성장하게 될 전망
 - 주요 민영 방송의 방송 시간대가 고가이고 방송 채널 확보가 어려워 MNC 그룹처럼 TV 방송국을 보유한 TV 홈쇼핑 업체가 상대적 우위를 점할 것으로 예상됨

30) 업체의 의뢰에 따라 인도네시아로의 참기름 수출을 위한 홈쇼핑 유통채널 현황을 파악하기 위하여 작성

2. 주요 유통채널 분석

□ 유통채널 선정 기준

- 인도네시아 현지 시장에서 참기름을 유통하는 채널을 조사 대상으로 선정
 - 유통채널 형태를 오프라인, 온라인, 홈쇼핑 유통채널 3가지로 분류
- 홈쇼핑 유통채널의 경우 앞서 언급된 채널 중 시장 내 점유율이 높거나 한국 기업과 거래 경험이 있는 곳을 선정
 - MNC Shop, 레젤 홈쇼핑, Gogo Mall, O Shop
- 온라인 유통채널의 경우 시장 내 점유율이 높거나 식료품을 전문으로 취급하는 곳을 선정
 - Lazada, Tokopedia, Foodia
- 오프라인 유통채널의 경우 시장 내 점유율이 높거나 고가의 프리미엄 제품을 판매하는 곳을 선정
 - 랜치 마켓, 스티아부디 마트, 롯데마트

□ 분석기준 및 지표설정

- 각 유통채널별 기본 정보, 판매 현황 등의 항목을 공통으로 분석
- 인도네시아 현지 유통채널 현황 및 판매 동향 분석을 위해 현지조사를 실시

1) 오프라인 유통채널

□ 랜치 마켓(99 Ranch Market)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 대만계 미국 슈퍼마켓 체인으로, 2010년 인도네시아에 진출 - Forbes가 2017년 인도네시아 5대 쇼핑몰 중 하나인 그랜드 인도네시아 쇼핑타운(Grand Indonesia Shopping Town) 등 대형 백화점에 입점해 있음 - 다양한 수입제품과 우수한 퀄리티의 고가 제품을 취급하는 고급형 슈퍼마켓으로 주 고객층은 중산층 이상이며 외국인이 다수 		
	채널 형태	슈퍼마켓	설립년도
대표 전화	+62 21 5830 4842	홈페이지	www.ranchmarket.co.id
본사 위치	Jl. Pesanggrahan Raya No. 2, Kembangan - Jakarta Barat 11610	점포 수	14개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 매장(www.kesupermarket.com)의 식용유 카테고리에서 한국산 식초 등 다양한 수입제품 판매 - 한국농수산물유통공사가 한국 신선식품 업체의 해당 유통채널 수출을 지원하여 한국 포도, 청포도, 배 등이 판매되고 있음 		
관련 이미지			
	제품 진열대		매장 외관

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ 스티아부디 마트(Setiabudhi Supermarket)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 중국계 단독 슈퍼마켓 체인이며 고가 프리미엄 유통매장을 표방 - 중산층과 외국인이 주요 소비 계층으로, 수입 제품이 총 제품 중 20% 이상의 비중을 차지 		
채널 형태	슈퍼마켓	설립년도	N/A
대표 전화	+62 22 2035000	홈페이지	www.setiabudhi-supermarket.co.id
본사 위치	Jl. Setiabudhi no 42-46, Bandung, Jawa Barat	점포 수	1개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 여러 종류의 식료품과 함께 소스류 제품을 선물용 바구니 형태로 판매하기도 함 - 한국 식품 전용관을 마련하여 L사, S사, N사 제품 등 다양한 한국 식품 판매하고 있어 한국 제품의 진입이 용이할 것으로 보임 		
관련 이미지			
	한국 식품 전용관		매장 외관

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ L사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - 중산층이 주로 이용하는 유통채널로, 한국 제품 등 수입 제품의 비율이 15% 이상을 차지 - 인도네시아에서는 슈퍼마켓과 함께 창고형 매장도 운영하고 있으며 2020년까지 인도네시아 매장을 169개로 늘릴 예정 		
채널 형태	하이퍼마켓	설립년도	1998년
대표 전화	+62 21 8404080	홈페이지	www.lottemart.co.id
본사 위치	Lingkar Luar Selatan No. 6 Ciracas, Jakarta Timur.	점포 수	46개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품, 생활용품 위주로 묶음판매 및 할인판매 등 프로모션을 상시 실시하고 있음 - 수입제품과 로컬제품이 분리되어 진열되어 있으며 타 슈퍼마켓 체인보다 더 다양한 종류의 제품을 비치 		
관련 이미지			
	제품 진열대		

자료: 현지조사원(2018.12.28)

2) 온라인 유통채널

□ Lazada

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 알리바바 그룹이 운영하는 동남아시아 1위 온라인 쇼핑 및 판매 포털로, 동남아의 아마존으로 불리며 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 필리핀, 태국, 싱가포르 동남아 내 6개국에서 가장 큰 전자상거래 사이트 - 인도네시아 시장이 동남아 시장 점유율 중 가장 높으며, 전체 매출의 30% 이상을 차지하는 수준 			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립년도	2012년
대표 전화	+62 21 2949 0200	홈페이지	www.lazada.co.id	
본사 위치	Menara Bidakara 1 Lt.16, Ji.Jend.Gatot Subroto Kav. 71-73, Jakarta Selatan			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년 농림축산식품부 및 한국농수산물유통공사와 연계, 한국 농식품 홍보관을 개설하여 라면 등 인기제품과 프리미엄 건강식품에 대한 홍보로 한국 식품의 신수요를 창출할 계획 - '참기름'을 키워드로 검색한 결과, 식용보다 미용 목적 제품의 판매 비중이 높음 			

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ Tokopedia

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아계 오픈마켓으로 판매자와 구매자의 중개자 역할을 하며, 매 거래 시 거래액의 2%의 수수료를 부과하고 있음 - 건강 및 미용, 의류, 식료품 등 18개의 상품 카테고리를 운영 중 			
	채널 형태	오픈 마켓	설립년도	2009년
대표 전화	+62 21 5369 1015	홈페이지	www.tokopedia.com	
본사 위치	Graha Handaya Unit R,S,T. Ji. Raya Perjuangan No.12, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - '참기름'을 키워드로 검색한 결과, 현재 830여 개 제품이 판매 중 - 공식 판매점으로 등록할 경우 카테고리 상단에 노출될 수 있으며, 다음 주소에서 판매점을 대상으로 판매자 교육 및 판매자 커뮤니티를 운영하고 있음: seller.tokopedia.com/edu/ 			

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ Shopee(쇼피)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 동남아시아와 대만에서 인터넷 시장을 선도하는 싱가포르계 인터넷 기업인 Sea Group이 운영하는 오픈마켓 - 주문량의 98% 이상이 모바일에서 이루어지며, 현재 동남아시아에서 가장 빠르게 성장하는 온라인 플랫폼 - 2015년 동남아 및 대만에 진출하였고, 인도네시아에서는 한류의 인기에 힘입어 최근 한국 인기 연예인 ‘블랙핑크’를 홍보모델로 기용 		
채널 형태	오픈마켓	설립년도	2016년
대표 전화	+84 1900 1221	홈페이지	shopee.co.id
본사 위치	Tầng 15, Tòa nhà Petronas, số 235 Nguyễn Văn Cừ, Phường Nguyễn Cư Trinh, Quận 1, TP Hồ Chí Minh		
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 판매되는 참기름 제품 중 저렴한 중국산 Ghee Hiang 제품이 상당 수를 차지하고 있음 - 한국 제품의 경우 O 브랜드와 B 브랜드가 대부분을 차지함 		

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ Foodia

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아계 식료품 및 식자재 전문 온라인 상점으로 다양한 할인 프로모션을 상시 제공하고 있음 - 로컬 제품 및 수입 제품을 판매하며 식품 조미료, 가공 유제품, 육류, 음료, 냉동식품, 과일 및 채소 등을 취급 		
채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립년도	-
대표 전화	0812 1111 6101 (WhatsApp)	홈페이지	www.foodia.com
본사 위치	Satrio Tower Building Lt. 16, Jl. Prof. DR. Satrio No.5, RT.7/RW.2, Kuningan, Kuningan Tim., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950		
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - ‘참기름’을 키워드로 검색한 결과 Double Pagoda, Lee Kum Kee, Chee Seng 브랜드의 제품이 검색되며 총 7개 제품 판매 중 		

자료: 현지조사원(2018.12.28)

3) 홈쇼핑 유통채널

□ MNC Shop

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - Global Medicom Tbk와 GS 홈쇼핑이 합작 투자하여 설립한 한국계 홈쇼핑으로, 88 Indovision, Top TV, Okevision 등의 채널에서 방송됨 - 8개 도시에 걸쳐 자체 지역유통센터를 보유하고 있음(자카르타, 반둥, 스마랑, 족자카르타, 수라바야, 메단, 람땡, 마까사르) 			
	채널 형태	홈쇼핑	설립연도	2012년
대표 전화	+62 21 3192 2270	홈페이지	www.mncshop.com	
본사 위치	MNC Tower 20 th Floor, Jl.Kebon Sirih No.1-19 Jakarta Pusat, Jakarta 10340			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 취급 품목의 대부분이 한국, 일본 및 미국산 제품이며 대부분의 공급업체는 한국업체 - 판매 제품은 식료품, 주방 가구 및 설비, 가전제품, 스포츠용품, 디지털기기, 패션에 이르기까지 범위가 넓음 - 한국 기업과의 거래 경험(품목) 有 			

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ 레젤 홈쇼핑(Lejel Home Shopping)

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 전역에서 방송하는 한국계 홈쇼핑으로, Jak-TV, O'Channel, Elshinta, TV3, TV Bali, Makassar TV, JTV, SBO 등 23 개의 채널에서 방송됨 - 2008년 반둥, 수라바야 및 발리에 지사를 세워 사업영역을 확장하였고, 2010년 인도네시아 대도시, 중간 규모 도시에 약 21개 지사를 설립 			
	채널 형태	홈쇼핑	설립연도	2007년
대표 전화	+62 21 7071 8409	홈페이지	lejel.co.id	
본사 위치	The Bellezza Office Tower Fl.18, Jl.Letjend Soepeno No.34, Arteri Permata Hijau, Kebayoran Lama, Jakarta 12210			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 취급 품목은 대부분 한국산 제품이며, 식료품, 건강용품, 미용, 스포츠, 가정용품, 액세서리/패션에 이르기까지 다양함 - 한국 기업과의 거래 경험(품목) 有 			

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ Gogo Mall

기업 개요			
	- 인도네시아 전역의 35개 지사에서 직접판매, TV 홈쇼핑, 소매점을 관리하고 있음		
채널 형태	홈쇼핑	설립연도	2009년
대표 전화	+62 21 7071 8409	홈페이지	www.gogomall.co.id
본사 위치	Kompleks Ruko Roxy Mas Blok E2/20, Jl.K.H. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat 10150		
판매 현황	- 가전제품, 주방용품, 건강 및 미용 제품, 다이어트 제품, 패션 의류 등 많은 종류의 제품을 취급함 - 한국 기업과의 거래 경험(품목) 有		

자료: 현지조사원(2018.12.28)

□ O Shop

기업 개요			
	- MRA Group과 EMTEK Group(PT Elang Mahkota Teknologi)에 의해 관리 및 운영되며 2004년 8월부터 방송을 시작 - 2007년 9월부터 PT Omni Intivision의 브랜드인 O Channel의 이름으로 운영되기 시작함		
채널 형태	홈쇼핑	설립연도	2004년
대표 전화	+62 21 7278 2200	홈페이지	www.oshop.co.id/oshop-tv-homeshopping
본사 위치	SCTV Tower 16 th Floor, Jl.AsiaAfrikaLot19, Jakarta		
판매 현황	- 주로 주방 및 가전제품의 판매 비중이 가장 높으며, 그 외 식료품, 스포츠 장비, 의류 등을 판매하고 있음 - 한국 기업과의 거래 경험(품목) 有		

자료: 현지조사원(2018.12.28)

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 인도네시아 국가신용도 평가리포트, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.3
2. 「Country Insight Snapshot Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30
3. 「Country Insight Report Indonesia December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.28
4. 「인도네시아 미니마켓 시장현황」, 농림축산식품부, 2017.12
5. 「Consumption Expenditure of Population of Indonesia by Province」, 인도네시아 통계청, 2017.12
6. 「인도네시아 12월 수출현안·수입제도 모니터링(정기)」, 한국농수산물유통공사, 2018.12
7. 「주요 수출대상국(인도네시아) 식품첨가물 및 유해물질 조사」, 한국농수산물유통공사, 2013.09

■ 참고 사이트

1. Internet World Stats(www.internetworldstats.com)
2. Euromonitor International(www.portal.euromonitor.com)
3. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
4. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
5. International Trade Centre(www.trademap.org)
6. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
7. 인도네시아 국립 무역정보 포털(www.eservice.insw.go.id)
8. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
9. 통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)
10. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
11. Resepkoki(resepkoki.id)
12. Borneo News(www.borneonews.co.id)
13. Trubus(www.trubus.id)
14. Tribun Kaltim(kaltim.tribunnews.com)
15. Bisnis(ekonomi.bisnis.com)
16. Mybest(my-best.id)
17. Duniaku(apeptea.wordpress.com)
18. 인도네시아 식약청(jdih.pom.go.id)
19. Statista(www.statista.com)
20. APII(www.apii.com)
21. USDA(www.usda.gov)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1811-13

품 목 : 참기름(Sesame Oil)

국 가 : 인도네시아(Indonesia)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부

(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

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

자료문의 aT수출정보부

02-6300-1119

- o 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 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.