

2019년

해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-05
- 품목 : 견과류 가공품(Processed Nuts)
- 국가 : 인도네시아(INDONESIA)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
· 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 인도네시아 소비자, 주로 밥류로 아침식사	17
2. 온라인 쇼핑물 내 아침식사 관련해 시리얼 제품이 대부분	18
3. 온라인 쇼핑물 내 견과류 제품으로 혼합 견과 종류가 가장 많아	19
4. 어린이 스낵 관련해 건강과 가격이 주요 이슈	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 인도네시아 견과류 가공품 유통구조	23
2. 인도네시아 견과류 가공품 주요 유통업체	24
3. 인도네시아 견과류 가공품 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 인도네시아 견과류 가공품 인증 취득	48
2. 인도네시아 견과류 가공품 사전 심사	51
3. 인도네시아 견과류 가공품 업체·제품 등록	52
4. 인도네시아 견과류 가공품 라벨 심의	53
5. 인도네시아 견과류 가공품 서류 준비	56
6. 인도네시아 견과류 가공품 세금 납부	57
7. 인도네시아 견과류 가공품 검역 심사	58

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 레모닐로닷컴(Lemonilo.com)	63
Interview ② 프람바난 캔카나(Prambanan Kencana)	65
Interview ③ 피티 칼티카위라 아디수크세스(PT Kartikawira Adisukses)	67
Interview ④ 루마 카캉(Rumah Kacang)	69
Interview ⑤ 인터 부아나 만디리(Inter Buana Mandiri)	70

I . Market Size

SUMMARY

1. 인도네시아 견과류 가공품 시장규모
2. 인도네시아 견과류 가공품 수출입 시장규모
3. 인도네시아 견과류 가공품 소비자 규모



Market Size

(시장규모)

인도네시아 (INDONESIA)

견과류 가공품 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(견과류)

- 인도네시아 짭짤한 스낵¹⁾ 시장규모
..... 24조 1,100억 루피아('18)
- 인도네시아 견과류²⁾ 시장규모
..... **8조 5,200억 루피아('18)**

(*) Euromonitor International

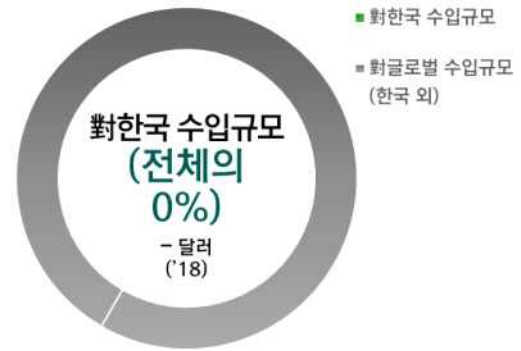


견과류 가공품 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(견과류)

- HS 0813.50³⁾
인도네시아 對 글로벌 '견과류나 건조한 과실의 혼합물' 수입규모
..... 43만 6천 달러('18)
- HS 0813.50
한국 對 인도네시아 '견과류나 건조한 과실의 혼합물' 수출규모
..... **-달러('18)**

(*) International Trade Centre



견과류 가공품 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 견과류 가공품은 귀여운 디자인으로 아동 및 청소년을 주요 타겟으로 함. 이에, '인도네시아 지역별 5-19세 인구 분포'를 확인하여 소비자 분포와 추후 마케팅 시 집중할 지역을 확인함. 또한, 구매력을 보유한 소비자 파악을 위해 '인도네시아 지역별 소득 수준'을 조사함. 추가로 인도네시아의 1인당 연간 견과류 소비량을 조사하여 제품 수요를 예측함

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|--------------------|---------|---------------------|------|-------------------|-------|-------------------|---|----|---------------|------|---------------|---------|---------------|------|-------------|
| <p>① 인도네시아 지역별 5-19세 인구 규모 ('19)</p> <table border="0"> <tr> <td>인도네시아 전체</td> <td>6,633만 4천 명 (100%)</td> </tr> <tr> <td>서자와주</td> <td>1,245만 9천 명 (18.8%)</td> </tr> <tr> <td>동자와주</td> <td>848만 2천 명 (12.8%)</td> </tr> <tr> <td>중앙자와주</td> <td>812만 7천 명 (12.3%)</td> </tr> </table> <p>※상위 세 개 지역의 5-19세 인구 규모를 기재함</p> | 인도네시아 전체 | 6,633만 4천 명 (100%) | 서자와주 | 1,245만 9천 명 (18.8%) | 동자와주 | 848만 2천 명 (12.8%) | 중앙자와주 | 812만 7천 명 (12.3%) | <p>② 인도네시아 지역별 월평균 수입금 ('19)</p> <table border="0"> <tr> <td>전체</td> <td>291만 3,897루피아</td> </tr> <tr> <td>자카르타</td> <td>446만 3,388루피아</td> </tr> <tr> <td>리아우 제도주</td> <td>427만 6,449루피아</td> </tr> <tr> <td>파푸아주</td> <td>400만 706루피아</td> </tr> </table> <p>※상위 세 개 지역의 월평균 수입금을 기재함</p> | 전체 | 291만 3,897루피아 | 자카르타 | 446만 3,388루피아 | 리아우 제도주 | 427만 6,449루피아 | 파푸아주 | 400만 706루피아 |
| 인도네시아 전체 | 6,633만 4천 명 (100%) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 서자와주 | 1,245만 9천 명 (18.8%) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 동자와주 | 848만 2천 명 (12.8%) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중앙자와주 | 812만 7천 명 (12.3%) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 전체 | 291만 3,897루피아 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 자카르타 | 446만 3,388루피아 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 리아우 제도주 | 427만 6,449루피아 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 파푸아주 | 400만 706루피아 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>③ 인도네시아 연간 1인당 견과류 소비량('18)</p> <table border="0"> <tr> <td>1인당 견과류 소비량</td> <td>0.522kg</td> </tr> </table> | | 1인당 견과류 소비량 | 0.522kg | | | | | | | | | | | | | | |
| 1인당 견과류 소비량 | 0.522kg | | | | | | | | | | | | | | | | |

(*) UNFPA, Statistics Indonesia, Euromonitor

1) 짭짤한 스낵(Savoury Snacks): 과일스낵, 칩/감자칩/압출스낵, 토르띠아/옥수수칩, 팝콘, 프레첼, 라이스 스낵(Rice Snacks), 기타 달거나 짭짤한 스낵류 모두 포함함
 2) 견과류(Nuts, Seeds and Trail Mixes): 땅콩, 캐슈넛, 혼합견과류, 아몬드, 피스타치오를 비롯하여 씨앗류와 견과일류도 포함함. 요리/베이킹에 사용되거나, 포장되지 않은 견과류는 제외함
 3) HS CODE 0813.50: 조사 제품 '견과류 가공품'은 구운 아몬드, 캐슈넛, 견포도, 건크랜베리를 혼합하여 포장한 견과류 조제품임. 이에, '견과류나 건조한 과실의 혼합물'에 해당하는 HS CODE 0813.50의 수출입 규모를 조사함

1. 인도네시아 견과류 가공품 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보⁷⁾

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

조사 시장: 조사 제품 '견과류 가공품'은 구운 아몬드, 캐쉬넛, 건포도, 건크랜베리를 혼합하여 포장한 견과류 조제품임. 이에 제품의 품목(견과류)을 기준으로 '짹짹한 스낵' 및 '견과류' 시장을 조사함

▶ 2014~2018년 인도네시아 '짹짹한 스낵' 시장, 연평균성장률(CAGR)⁴⁾ 8%

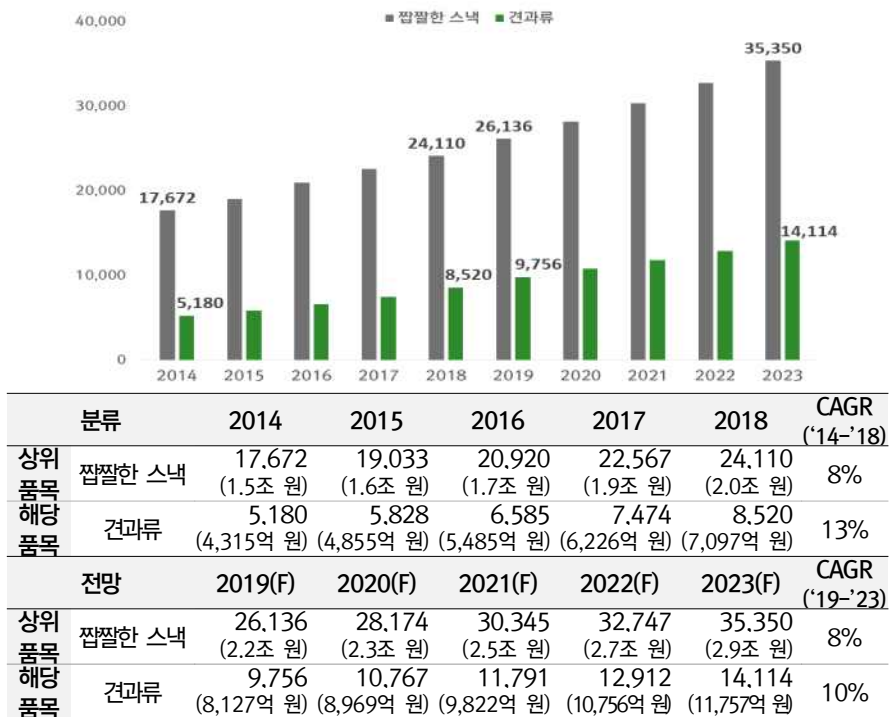
2018년 기준, 인도네시아 '짹짹한 스낵' 시장규모는 24조 1,100억 루피아로 과거 5년(2014-2018)간 평균 8% 증가함. 유로모니터에 따르면, 특히 2018년 다양한 맛과 저렴한 가격의 '짹짹한 스낵' 신제품이 다수 출시되었고, 이러한 현상이 '짹짹한 스낵' 제품의 수요 증가로 이어짐

▶ 2019~2023년 인도네시아 '견과류' 시장, 연평균성장률 10% 예측

인도네시아 내 '견과류' 제품은 프리미엄화 현상을 겪으면서 전체적으로 평균 단가가 증가함. 이러한 현상으로 2019년 '견과류' 시장규모는 9조 7,560억 루피아까지 확대될 것으로 예상됨. '견과류' 시장의 향후 5년(2019-2023)간 연평균성장률은 10%로 전망됨⁵⁾

[표 1.1] '짹짹한 스낵', '견과류' 시장규모⁶⁾

단위: 십억 루피아



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate

5) 유로모니터(Euromonitor, 「Savoury Snacks in Indonesia」, 2019.08

6) 100루피아=8,33원 (2020.01.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 인도네시아 견과류 가공품 수출입 시장규모

HS CODE 0813.50: 조사 제품 '견과류 가공품'은 구운 아몬드, 캐쉬넛, 건포도, 건크랜베리를 혼합하여 포장한 견과류 조제품임. 이에, '견과류나 건조한 과실의 혼합물'에 해당하는 HS CODE 0813.50의 수출입 규모를 조사함

HS CODE 2008.19 수출규모¹⁰⁾

단위: 천 달러

연도	인도네시아 對글로벌 수입액
2014	7,347 (85억 원)
2015	9,527 (110억 원)
2016	15,078 (174억 원)
2017	25,602 (296억 원)
2018	23,487 (272억 원)
CAGR ('14-'18)	34%

연도	인도네시아 對한국 수입액
2014	3 (347만 원)
2015	9 (1,041만 원)
2016	-
2017	93 (1억 759만 원)
2018	306 (3억 5,401만 원)
CAGR ('14-'18)	218%

자료: ITC, HS CODE 2208.19

▶ 2014-2018년, 인도네시아 對글로벌 수입 금액 연평균성장률 -4%

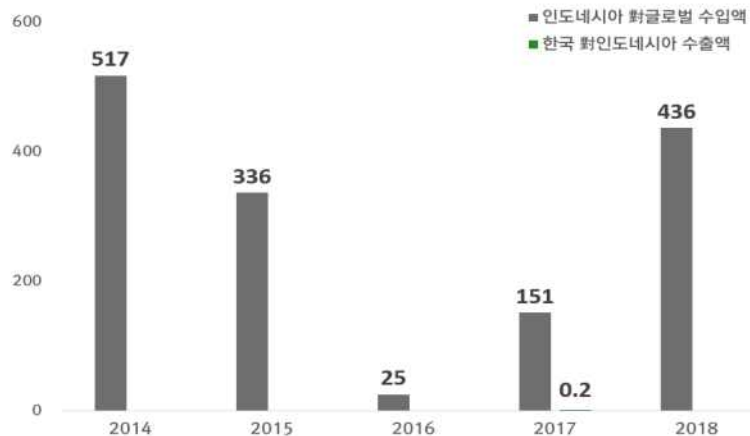
2018년 기준, 인도네시아 HS CODE 0813.50 품목의 對글로벌 수입 금액은 43만 6,000달러를 기록함. 2015-2016년 감소 동향을 보였으나, 2017년과 2018년 전년대비 각각 504%, 189% 증가하여 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 4%의 감소세를 기록함

▶ 2017년, 한국 對인도네시아 수출 금액 200달러

과거 5년(2014-2018년)간 HS CODE 0813.50 품목의 한국 對인도네시아 수출금액은 200달러를 기록한 2017년을 제외하고 0원으로 집계됨. 2018년 기준 HS CODE 0813.50 품목의 인도네시아 對글로벌 수입규모 기준 1위 국가는 이집트로, 13만 5,000달러를 기록함. 이는 전체 수입 금액의 31%에 해당하는 규모임

[표 1.2] HS CODE 0813.50 수입/수출규모⁸⁾⁹⁾

단위: 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
인도네시아 對글로벌 수입액	517 (6.0억 원)	336 (3.9억 원)	25 (0.3억 원)	151 (1.7억 원)	436 (5.0억 원)	-4%
한국 對인도네시아 수출액	(-)	(-)	(-)	0.2 (23만 원)	(-)	(-)

자료 : ITC(International Trade Centre), KATI HS CODE 0813.50 기준

8) 1달러=1,156.90원 (2020.01.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

10) HS CODE 0813.50의 한국 對인도네시아 수출액이 미미하여, 유사 품목인 HS CODE 2008.19(그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없이 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다))의 인도네시아 수입규모를 추가로 조사함

3. 인도네시아 견과류 가공품 소비 시장규모

1) 인도네시아 지역별 5-19세 인구 규모

조사 제품 견과류 가공품은 귀여운 디자인으로 아동 및 청소년을 주요 타겟으로 함. 이에, '인도네시아 지역별 5-19세 인구 분포'를 확인하여 소비자 분포와 추후 마케팅 시 집중할 지역을 확인함. 또한, 구매력을 보유한 소비층 파악을 위해 '인도네시아 지역별 소득 수준'을 조사함

▶ 2018년, 서자와주 5-19세 인구 규모 1,245만 9천 명으로 1위

2019년¹¹⁾ 인도네시아 5-19세 인구수는 6,633만 4천 명임. 6개의 제도 중 자와섬의 5-19세 인구 규모가 3,614만 1천 명(53.5%)으로 가장 큼. 주 기준으로는 자와섬의 서자와주가 1,245만 9천 명(18.8%)으로 가장 큰 인구 규모를 보임

[표 1.3] 2019년 인도네시아 지역별 5-19세 인구 분포¹²⁾

단위: 천 명

지역	5-19세 인구수	지역	5-19세 인구수
	15,815 (23.8%)		36,141 (53.5%)
수마트라섬	북수마트라주 4,124 (6.2%)	자와섬	서자와주 12,459 (18.8%)
	남수마트라주 2,238 (3.4%)		동자와주 8,482 (12.8%)
	람퐁주 2,153 (3.2%)		중앙자와주 8,127 (12.3%)
	리아우주 1,981 (3.0%)		반텐주 3,264 (4.9%)
	서수마트라주 1,499 (2.3%)		자카르타 2,376 (3.6%)
	아체주 1,496 (2.3%)		육야카르타 798 (1.2%)
	잠비주 899 (1.4%)		
	리아우 제도주 569 (0.9%)		
	붕쿨루주 492 (0.7%)		
	방카벨리통주 364 (0.5%)		
	3,876 (5.8%)	칼리만탄	서칼리만탄주 1,314 (2.0%)
발리섬 및 소순다열도	동누사틍가라주 1,532 (2.3%)		남칼리만탄주 1,083 (1.6%)
	서누사틍가라주 1,346 (2.0%)		동칼리만탄주 893 (1.3%)
발리주 998 (1.5%)			중앙칼리만탄주 667 (1.0%)
	839 (1.3%)		북칼리만탄주 184 (0.3%)
말루쿠 제도	말루쿠주 496 (0.7%)		
	북말루쿠주 343 (0.5%)	술라웨시섬	남술라웨시주 2,169 (3.3%)
			중앙술라웨시주 790 (1.2%)
	동남술라웨시주 763 (1.1%)		
서뉴기니	1,181 (1.8%)	북술라웨시주 583 (0.9%)	
	파푸아주 909 (1.4%)	서술라웨시주 375 (0.6%)	
	서파푸아주 272 (0.4%)	고론탈로주 296 (0.4%)	

자료: 인도네시아 유엔인구기금(UNFPA Indonesia: United Nations Population Fund), 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 2018.08

11) 해당 자료는 인도네시아 통계청에서 집계하는 5년, 10년 간격의 인구 조사 데이터(SP: Population Census, SUPAS: Intercensal Population Survey)를 바탕으로 인구 증가율, 출산율, 사망률을 고려하여 추정된 수치임

12) 인구수는 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수가 미달, 초과 될 수 있음

2) 인도네시아 지역별 소득 수준

▶ 2019년, 자카르타 지역 월평균 순임금 446만 3,388원으로 1위

2019년 기준 인도네시아 전역의 월평균 순임금은 291만 3,897루피아 (24만 2,728원)임. 인도네시아 평균 임금보다 높은 임금을 받는 지역은 총 13주이며, 수도인 자카르타의 월평균 임금이 446만 3,388루피아가로 1위를 차지함. 다음으로 리아우 제도주가 427만 6,449루피아가로 2위를 차지했으며, 파푸아주가 400만 706루피아가로 3위를 차지함

[표 1.4] 2019년 인도네시아 지역별 월평균 순임금

단위: 루피아

지역		월평균 소득	지역		월평균 소득
수마트라섬	리아우 제도주	4,276,449 (356,228원)	자와섬	자카르타 특별수도지역	4,463,388 (371,800원)
	방카벨리통주	2,937,123 (244,662원)		반텐주	3,842,833 (320,108원)
	리아우주	2,800,135 (233,251원)		서자와주	3,337,573 (278,020원)
	서수마트라주	2,681,766 (223,391원)		동자와주	2,479,910 (206,577원)
	붕쿨루주	2,495,742 (207,895원)		육야카르타 특별주	2,311,599 (192,556원)
	북수마트라주	2,474,775 (206,149원)		중앙자와주	2,190,251 (182,448원)
	아체주	2,362,295 (196,779원)	칼리만탄	동칼리만탄주	3,906,409 (325,404원)
	잠비주	2,321,392 (193,372원)		북칼리만탄주	3,374,378 (281,086원)
	남수마트라주	2,309,090 (192,347원)		중앙칼리만탄주	2,999,391 (249,849원)
	람퐁주	2,281,692 (190,065원)		남칼리만탄주	2,851,734 (237,549원)
발리섬 및 소순다열도	발리주	2,988,555 (248,947원)	서칼리만탄주	2,528,607 (210,633원)	
	서누사틍가라 주	2,339,860 (194,910원)	술라웨시섬	북술라웨시주	3,315,107 (276,148원)
	동누사틍가라 주	2,112,649 (175,984원)		남술라웨시주	2,855,170 (237,836원)
말루쿠 제도	말루쿠주	2,941,409 (245,019원)		동남술라웨시주	2,624,771 (218,643원)
	북말루쿠주	2,812,682 (234,296원)		중앙술라웨시주	2,456,459 (204,623원)
서뉴기니	파푸아주	4,000,706 (333,259원)		고론탈로주	2,403,484 (200,210원)
	서파푸아주	3,364,838 (280,291원)	서술라웨시주	2,161,381 (180,043원)	

자료: 인도네시아 통계청(Statistics Indonesia),

「Labor Force Situation in Indonesia August 2019」, 2019.08

3) 인도네시아 연간 1인당 견과류 소비량

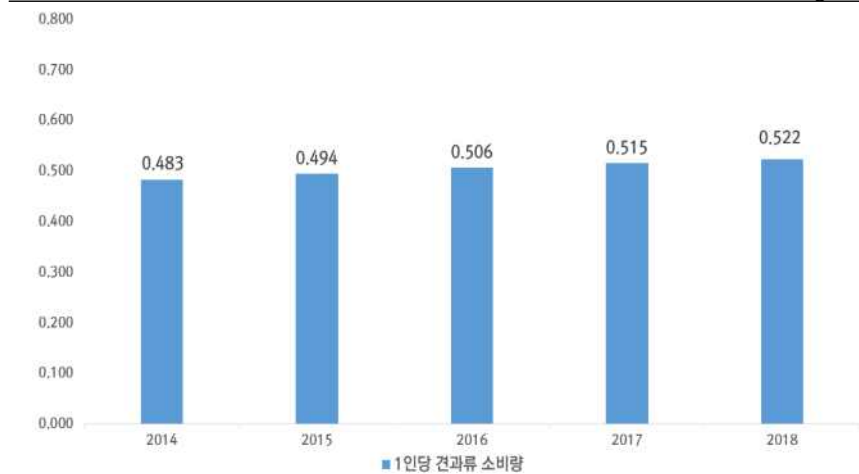
조사 제품 ‘견과류 가공품’은 구운 아몬드, 캐슈넛, 건포도, 건크랜베리를 혼합하여 포장한 견과류 조제품임. 이에, 인도네시아의 1인당 연간 견과류 소비량을 조사하여 제품 수요를 예측함

▶ 2014-2018년, 인도네시아 1인당 연간 견과류 소비량 연평균성장률 2%

인도네시아의 1인당 연간 견과류¹³⁾ 소비량은 2014년 0.483킬로그램(kg)에서 2018년 0.522킬로그램(kg)까지 연평균 2%의 성장률로 증가함. 유로모니터에 따르면, 인도네시아 견과류 시장은 높은 단가의 프리미엄 제품들이 출시되며 성장을 지속할 것으로 예상됨¹⁴⁾

[표 1.5] 연간 1인당 견과류 소비량

단위: kg/명



	단위	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
커피	kg/명	0.483	0.494	0.506	0.515	0.522	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

13) 견과류(Nuts, Seeds and Trail Mixes): 땅콩, 캐슈넛, 혼합견과류, 아몬드, 피스타치오를 비롯하여 씨앗류와 견과일류도 포함함. 요리/베이킹에 사용되거나, 포장되지 않은 견과류는 제외함

14) 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Indonesia」, 2019.08

II. Market Trend

SUMMARY

1. 인도네시아 소비자, 주로 밥류로 아침식사
2. 온라인 쇼핑몰 내 아침식사 관련해 시리얼 제품이 대부분
3. 온라인 쇼핑몰 내 견과류 제품으로 혼합 견과 종류가 가장 많아
4. 어린이 스낵 관련해 건강과 가격이 주요 이슈



Market Trend

(시장트렌드)

인도네시아 (INDONESIA)

견과류 가공품 시장트렌드



아침식사를 중요하게 생각하는 소비자가 많아
'나시고랭, 닭죽, 빵, 오믈렛 등 빈출'



아침식사 간편식 종류 다양하지 않아
'견과류 단독으로 아침식사 대체하는 경우 거의 없어'

■ INDONESIA Issue ①

인도네시아 소비자,
주로 밥류로 아침식사

'아침식사를 견과류로 대체하는 경우 많지 않아'

■ INDONESIA Issue ②

온라인 쇼핑몰 내 아침식사 관련해
시리얼 제품이 대부분

'아침식사 관련 제품 대체로 시리얼 또는 팬케이크 종류'



견과류 관련해 특별한 홍보 키워드 나타나지 않아
'아침식사용 및 건강 스낵으로 견과류 찾는 경우 적어'



견과류가 어린이 스낵으로서 시장성 있을 것으로 보여
'어린이 스낵 관련 영양 및 성분에 대한 고려가 높아'

■ INDONESIA Issue ③

온라인 쇼핑몰 내 견과류 제품으로
혼합 견과 종류가 가장 많아

'아몬드, 캐슈넛, 피스타치오 등 빈출'

■ INDONESIA Issue ④

어린이 스낵 관련해
건강과 가격이 주요 이슈

'건강, 영양, 가격이 구매 고려요소'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
 소스원

 (인도네시아 매체 13개)

●
데이터 분류
 키워드집
 (견과류 가공품 연관 키워드집)



●
데이터 분석
 - 연관어 분석
 - N-Gram 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.12
수집 데이터	3,800

데이터 정제

정제 키워드	견과류, 아침식사, 어린이 스낵 (Kacang, Sarapan pagi, Camilan anak-anak)
정제 데이터	2,155

○ 데이터 수집

- 인도네시아 견과류 가공품 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 인도네시아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Qoo10	www.qoo10.co.id	온라인 쇼핑몰
02	Bukalapak	www.bukalapak.com	온라인 쇼핑몰
03	Shopee	www.shopee.co.id	온라인 쇼핑몰
04	Kaskus	www.kaskus.co.id	SNS/커뮤니티
05	Liptan6	www.liptan6.com	뉴스매체
06	Nakita	nakita.grid.id	뉴스매체
07	The Peak Magazine	www.thepeakmagazine.co.id	뉴스매체
08	Food Detik	food.detik.com	뉴스매체
09	Bandungkita	bandungkita.id	뉴스매체
10	She	she.id	뉴스매체
11	The Asianparent Indonesia	id.theasianparent.com	뉴스매체
12	Tokopedia	www.tokopedia.com	뉴스매체
13	Kumparan	kumparan.com	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 견과류 가공품 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 인도네시아 견과류 가공품 관련 매체 리스트

					
<p>현지 커뮤니티, 견과류 관련 소비자 인식</p>		<p>현지 뉴스매체, 견과류 관련 이슈</p>		<p>현지 온라인 쇼핑몰, 견과류 가공품 인기 제품</p>	
키워드 ①	피스타치오	키워드 ①	간식	키워드 ①	캐슈넛
키워드 ②	바삭한	키워드 ②	땅콩	키워드 ②	아라비아콩
키워드 ③	빵	키워드 ③	피스타치오	키워드 ③	땅콩
키워드 ④	녹두	키워드 ④	마카다미아	키워드 ④	아몬드

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 견과류 가공품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 인도네시아 견과류 가공품 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(인도네시아어)	참여기업	경쟁기업	기타
아침식사	닭죽	Bubur ayam			0
	오믈렛	Telur dadar			0
	시리얼	Sereal sarapan		0	
	과일 뮤즐리	Fruit muesli		0	
	그레놀라	Granola		0	
견과류	혼합 견과	Mix nut	0		
	아몬드	Kacang almond	0		
	캐슈넛	Kacang mete	0		
	피스타치오	Kacang pistachio		0	0
	팥	Kacang merah			0
어린이 스낵	스틱누들	Mie lidi			0
	팝콘	Food popcorn		0	
	유기농 옥수수	Jagung organik			0
	건강 쿠키	Cookies sehat	0	0	
	버섯 칩	Keripik jamur			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 커뮤니티 및 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 커뮤니티의 경우 '아침식사'를 검색해서 나온 소비자 의견 추출
3. 온라인 쇼핑몰의 경우 '견과류', '아침식사', '어린이 스낵'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10page까지의 상품명을 수집함

(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 특정 키워드가 어떤 단어와 가장 많이 조합되는지 살펴보기 위해 N-Gram 실시
2. 필요한 단어 조합 수를 설정(일반적으로 2개로 설정, Bi-Gram 이용)한 후 R을 이용해 분석하였으며 빈도 순으로 나열해 특정 키워드의 전·후 단어를 파악함
3. 일반적으로 불용어(조사, 부사, 숫자, 관사, 기호 등)는 제외해서 분석함

※ N-Gram 개념

문서 1	키워드 조합	빈도
Green tea has an incredible color, thanks to its lack of oxidation. In order to prevent the oxidation, the leaves are heat processed.	Herbal + Tea	3
Oolong tea is a traditional Chinese tea. Rooibos is a naturally caffeine-free herbal tea	Green + Tea	1
flavor of the tea and turns the leaves from green to red. Herbal tea or tisane, is any drink made from the infusion of herbs and spices in hot water. Therefore the phrase herbal tea cannot be used. These beverages are therefore labeled as infusion or tisane.	Oolong + Tea	1
	Chinese + Tea	1
	Flavor + Tea	1
	Tea+ Incredible	1
	Tea+ Traditional	1
	Tea + Tisane	1
	Tea + Leaves	1

N-Gram 기법

[N-Gram 기준 데이터 분석 결과 요약]

키워드 조합			빈도	키워드 조합		빈도
1st	2nd	키워드 조합		빈도		
Cemilan (간식)	Sehat (건강한)	64	Cemilan sehat (건강한 간식)	64		
Diet (다이어트)	Snack (간식)	54	Diet snack (다이어트 간식)	54		
Bubur (죽)	Ayam (닭)	32	Bubur ayam (닭죽)	32		
Kacang (콩)	Merah (빨간)	29	Kacang merah (팥)	29		
Berbagai (다양한)	Rasa (맛)	23	Berbagai rasa (다양한 맛)	23		
Melewatka (건너뛰다)	Sarapan (아침)	19	Melewatkan sarapan (아침을 거르다)	19		
Teh (차)	Hijau (초록)	15	Teh hijau (녹차)	15		

의미에 맞게 한 단어로 통합

1. 인도네시아 소비자, 주로 밥류로 아침식사

● 아침식사로 언급된 나시고랭



쌀, 계란, 마늘, 양파, 소금, 간장, 소스 및 식용유로 간단히 만드는 볶음밥으로, 인도네시아 사람들이 아침식사로 즐기는 요리
출처: 카스쿠스(Kaxkus)

● 아침식사 권장 글

“성인의 경우 아침식사는 점심과 저녁에 비해 사소한 것으로 여겨 건너뛰는 경우가 많다. 그러나 국제 조식 연구 결과에 따르면, 아침식사를 하는 것이 최적의 영양 섭취에 도움이 된다.”
출처: 카스쿠스(Kaxkus)

▶ 아침식사를 견과류로 대체하는 경우 많지 않아

한국의 경우 바쁜 직장인을 위한 아침식사 대용 간식으로 판매되고 있는 견과류가 인도네시아에서도 아침식사 대용으로 섭취되는지 조사하기 위하여 현지 커뮤니티 사이트에서 인도네시아 소비자들이 아침식사로 주로 언급하는 메뉴를 확인함. 소비자 의견 92건을 분석한 결과, 볶음밥(나시고랭), 닭죽, 흰쌀밥, 빵, 오믈렛 등의 키워드가 다수 빈출함. 이에, 아침을 간단하게 먹기 보다는 주로 밥류로 식사하며, 견과류로 대체하는 경우는 많지 않은 것으로 나타남

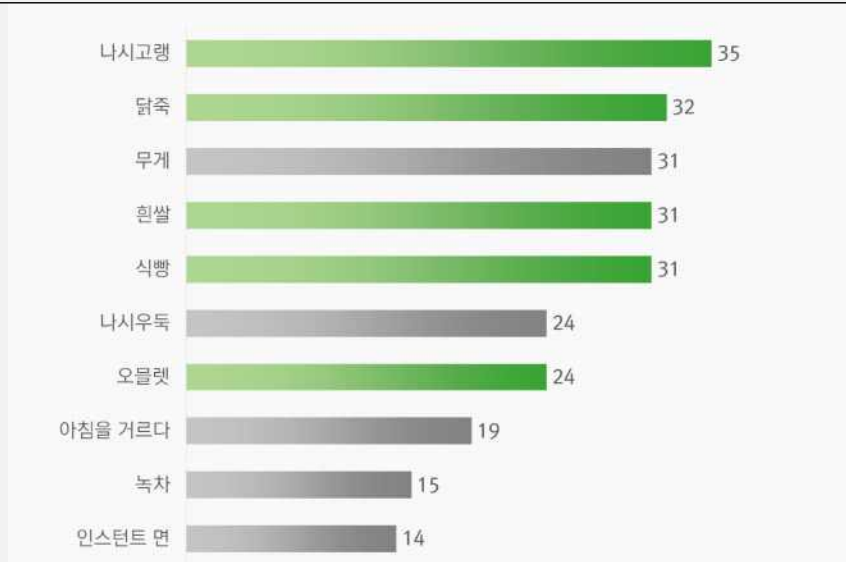
▶ 아침식사를 중요하게 생각하는 소비자가 많아

아침을 거른다는 표현도 확인되어 원문을 살펴본 결과, 이는 오히려 아침식사를 권장하는 내용임. 아침 식사로 인한 식곤증이나 체중이 증가를 우려하여 아침을 거르는 소비자들에게 이는 잘못된(menjadi salah, merupakan salah) 통념이란 점을 알리고 있음. 이를 통해 인도네시아에서 아침식사를 중요하게 생각한다는 점을 알 수 있음

▶ 인도네시아 커뮤니티 내 아침식사 관련 주요 이슈

- ① 나시고랭 ② 닭죽 ③흰쌀 ④식빵

[표 2.4] 인도네시아 커뮤니티 내 아침식사 관련 키워드



자료 : 인도네시아 커뮤니티 내 '아침식사' 관련 게시물 92건 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

2. 온라인 쇼핑몰 내 아침식사 관련해 시리얼 제품이 대부분

온라인 쇼핑몰 내
견과류 시리얼



브랜드 이스트 발리 캐슈
(East Bali Cashew)

제품명 그레놀라 코코넛 바나나
(Granola
Coconut Banana)

가격 103,000루피아¹⁵⁾
(한화 약 8,580원)

용량 400g

출처: 부카라팍(bukalapak)

▶ 아침식사 간편식 종류 다양하지 않아

인도네시아 소비자들은 밥이나 죽, 빵으로 아침식사를 한다는 점을 확인하였으나, 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 아침식사 관련 제품은 대체로 시리얼, 뮤즐리, 그레놀라 또는 팬케이크로 확인됨. 이는 밥이나 죽, 빵으로 된 다양한 즉석간편식(HMR, RTE(Ready To Eat))을 판매하고 있는 한국과 대조되는 모습임

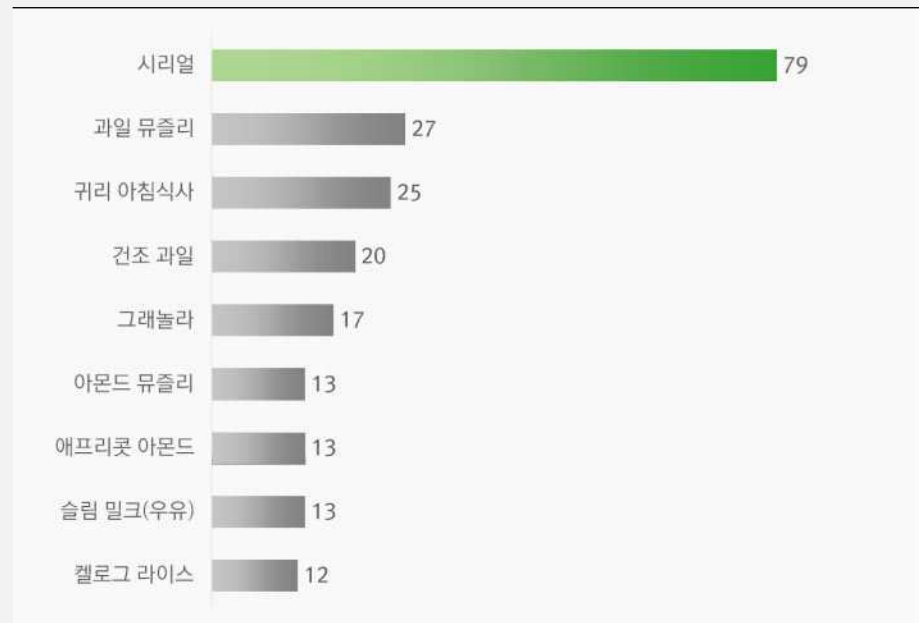
▶ 견과류 단독으로 아침식사 대체하는 경우 거의 없어

견과류는 주로 캐슈넛, 아몬드 등이 들어간 시리얼, 뮤즐리, 그레놀라 제품에서 확인할 수 있음. 아침식사 대응제품은 견과류 단독인 제품보다 견과류가 부가적으로 들어간 식사용 제품이 많으며 견과류를 아침식사 대응으로 단독으로 판매하지 않는 것으로 확인됨.

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 아침식사 관련 주요 이슈

① 시리얼 ② 아몬드 뮤즐리

[표 2.5] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 아침식사 관련 키워드



자료 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 '아침식사' 관련 게시물 323건 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

15) 100루피아=8.33원 (2020.01.03, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

3. 온라인 쇼핑몰 내 견과류 제품으로 혼합 견과 종류가 가장 많아

● 온라인 쇼핑몰 내 견과류 제품



브랜드	가루다식품 (Garuda Food)
제품명	껍질째 구운 땅콩 (Kacang Kulit)
가격	13,500루피아 (한화 약 1,125원)
용량	180g

출처: 부카라팍(bukalapak)

● 견과류가 구성품으로 포함되어 있는 기념품



대추야자, 견포도, 땅콩 등으로 구성된 선물용 기념품

출처: 쇼피(Shopee)

▶ 혼합 견과에 이어 아몬드, 캐슈넛, 피스타치오 빈출

인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 실제 판매하는 견과류 제품을 확인함. 데이터 분석 결과 ‘혼합 견과’ 키워드가 136건 빈출되며 가장 많은 것으로 나타남. 또한 아몬드, 캐슈넛, 땅콩, 피스타치오 등의 견과류 키워드가 각각 101건, 90건, 41건 빈출함

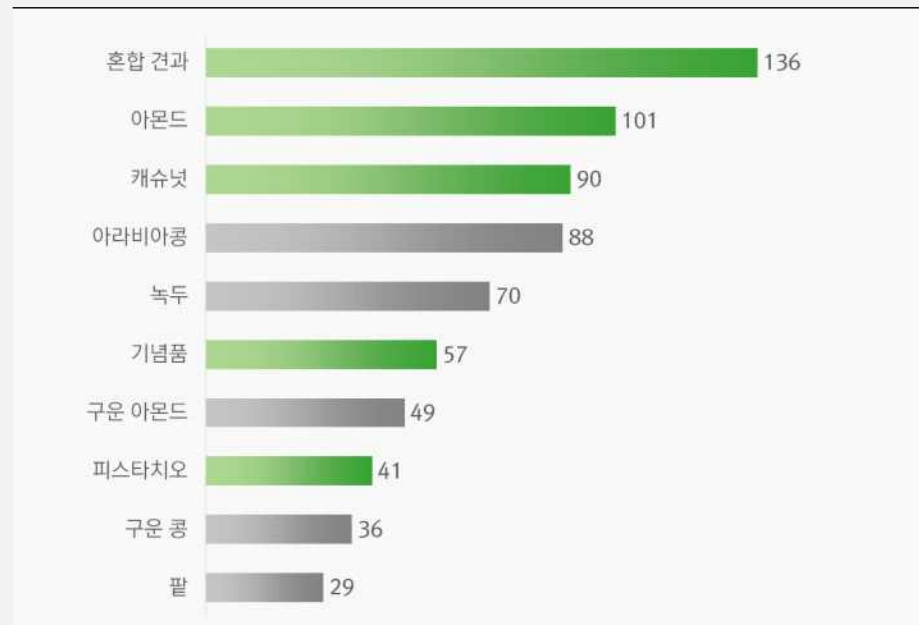
▶ 견과류 관련해 특별한 홍보 키워드 나타나지 않아

주목할 만한 점은 기념품(Souvenirs)이란 키워드가 견과류와 함께 도출되었다는 점임. 이는 견과류가 기념품 혹은 선물용으로 인도네시아에서 판매되고 있다는 점을 알 수 있으며 한국과 달리 견과류를 아침식사 대용으로 인식하지 않는 것으로 보임

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 견과류 관련 주요 이슈

- ① 혼합 견과 ② 아몬드 ③ 캐슈넛

[표 2.6] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 견과류 관련 키워드



자료 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 ‘견과류’ 관련 게시물 1,110건 분석 (18.01 - 19.12)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 어린이 스낵 관련해 건강과 가격이 주요 이슈

건강 쿠키 (Blackmond)



가격 56,000루피아
(한화 약 4,665원)

출처: 쇼피(Shopee)

스틱 누들 (Ngabret)



가격 4,000루피아
(한화 약 333원)

출처: 쇼피(Shopee)

어린이 팝콘 (Popcorn for Kids)



'가장 싼 가격'임을 홍보

가격 38,000루피아
(한화 약 3,165원)

출처: 쇼피(Shopee)

▶ 인도네시아 소비자, 가격이 중요 고려 요소

어린이를 대상으로 한 영양 간식으로서 견과류의 시장성을 조사함. 이를 위해 온라인 쇼핑몰에서 어린이 스낵의 인기 제품 630건을 분석하였고, 스틱누들, 팝콘 스낵, 칩 종류가 확인됨. 흥미로운 점은 '저렴하다'는 홍보 키워드가 빈출하여, 인도네시아에서는 가격이 중요한 구매 고려요소임을 유추할 수 있음

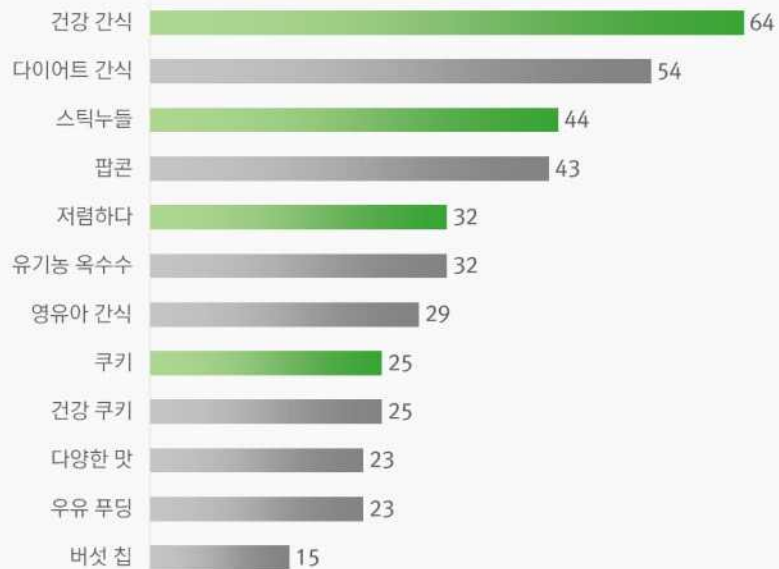
▶ 어린이 스낵 제품 건강과 영양이 중요

데이터 분석 결과 '건강 간식' 키워드가 64건 도출되었고 '유기농 옥수수', '건강 쿠키' 등의 키워드가 나타남. 이에 어린이 스낵은 영양 및 성분에 대하여 많은 고려를 하는 것으로 예측됨. 또한 '글루텐 프리' 키워드도 나타나, 견과류가 어린이를 대상으로 한 건강한 간식으로 경쟁력이 있을 것으로 보임

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 어린이 스낵 관련 주요 이슈

① 건강 간식 ② 저렴하다

[표 2.7] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 어린이 스낵 관련 키워드

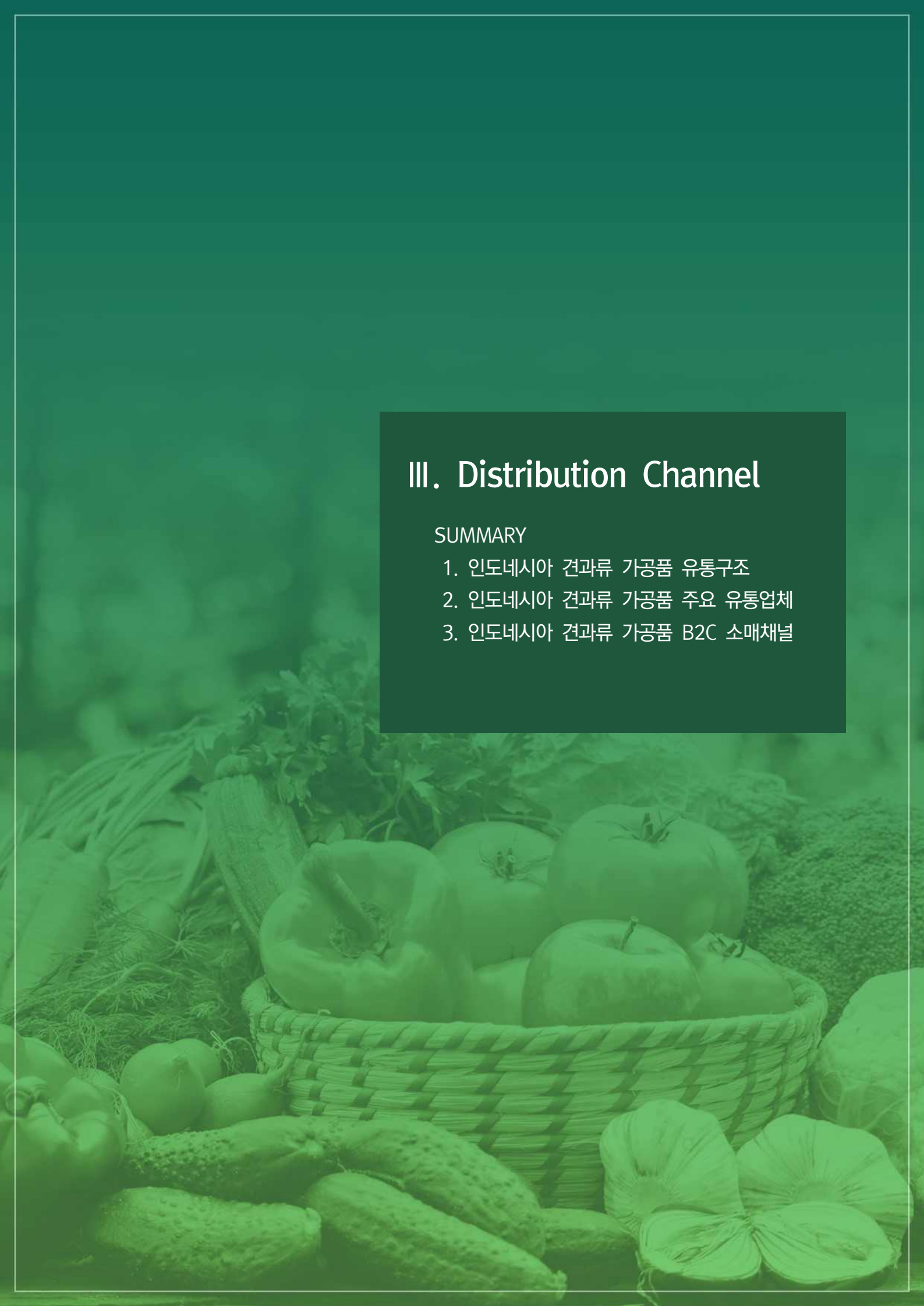


자료 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 '어린이 스낵' 관련 게시물 630건 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

III. Distribution Channel

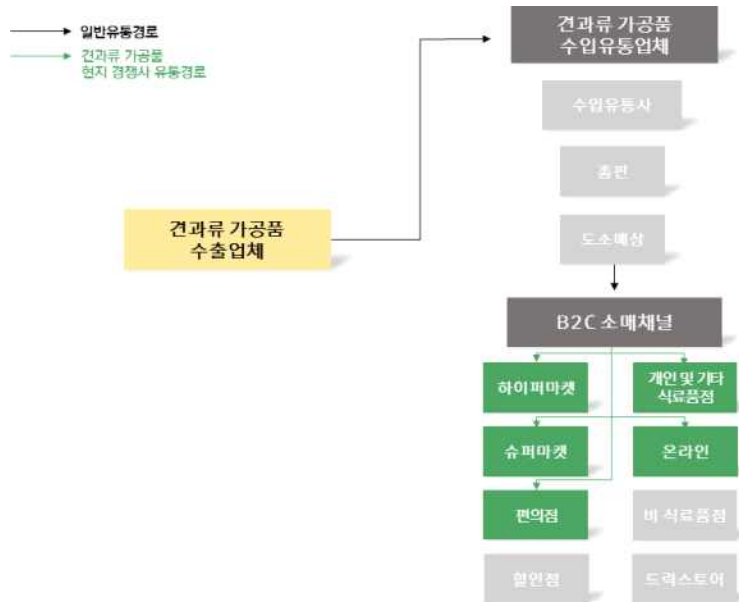
SUMMARY

1. 인도네시아 견과류 가공품 유통구조
2. 인도네시아 견과류 가공품 주요 유통업체
3. 인도네시아 견과류 가공품 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



인도네시아 (INDONESIA)

건과류 가공품¹⁶⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁷⁾	주요 채널 ¹⁸⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ¹⁹⁾ ²⁰⁾	74.2%	파파야 프레시 갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화 한인마트, 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	12.7%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte Mart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 랜치마켓(Ranch Market)
	편의점	11.5%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 요마트(Yomart), 로슨(Lawson)
	온라인	1.6%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 패밀리마트(Family Mart)

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

- 16) '건과류 가공품'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '짭짤한 스낵(Savoury Snacks)'의 정보를 확인함
- 17) 2019년 기준, 인도네시아 내 '짭짤한 스낵(Savoury Snacks)'의 유통채널 점유율임
- 18) 채널 분류에 따른 인도네시아 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨
- 19) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함
- 20) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

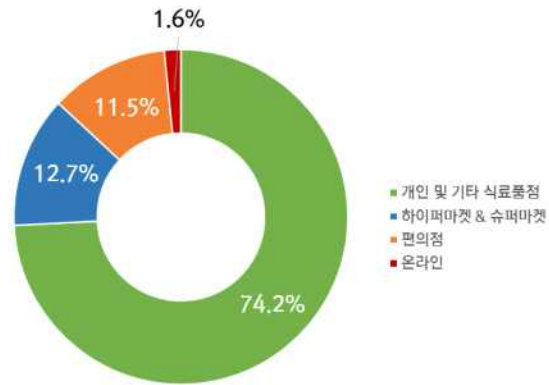
1. 인도네시아 견과류 가공품 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	견과류 가공품
구분	견과류 가공품
범주	짭짤한 스낵 (Savoury Snacks)

- ▶ 인도네시아 견과류 가공품 주요 채널
'개인 및 기타 식료품점(74.2%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(12.7%)'

[표 3.1] 인도네시아 견과류 가공품 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 인도네시아 견과류 가공품 유통채널 현황

채널 유형	견과류 가공품 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	74.2%	파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화 한인마트, 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	12.7%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte Mart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 랜치마켓(Ranch Market)
	편의점	11.5%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 씨클케이(Circle K), 요마트(Yomart), 로손(Lawson)
	온라인	1.6%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 패밀리마트(Family Mart)

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

2. 인도네시아 견과류 가공품 주요 유통업체

- ▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적
 추가로, 편의점과 백화점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 인도네시아 견과류 가공품 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²¹⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	파파야 프레스 갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	아시안마트	매장 수('18): 12개	문티구농 (Muntigunung), 미스터 피(Mr. P), 가루다(Garuda)	0
2	무궁화 한인마트	아시안마트	약 4,000만 달러 (약 463억 원)	넛츠넛츠 (Nuts Nuts), 미스터 피(Mr. P), 밸류 플러스 (Value Plus)	0
3	트랜스마트 까르푸 (Transmart Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 12억 3,839만 달러 (약 1조 4,327억 원)	가루다(Garuda), 미스터 피(Mr. P), 문티구농 (Muntigunung)	0
4	하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5억 9,227만 달러 (약 6,852억 원)	밸류 플러스 (Value Plus), 가루다(Garuda), 미스터 피(Mr. P)	0
5	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 7억 4,457만 달러 (약 8,614억 원)	자이언트(Giant), 가루다(Garuda), 미스터 피(Mr. P)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

21) 1달러=1,156.90원 (2020.01.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 9억 1,624만 달러 (약 1조 600억 원)	두아 켈린시 (Dua Kelinci), 미스터 피(Mr. P), 문티구농 (Muntigunung)	0
7	인도마켓 (Indomaret)	편의점	약 45억 4,516만 달러 (약 5조 2,583억 원)	인도마켓(Indomaret), 가루다(Garuda), 미스터 피(Mr. P)	0
8	알파마트 (Alfamart)	편의점	약 48억 1,096만 달러 (약 5조 5,658억 원)	알파마트(Alfamart), 가루다(Garuda), 미스터 피(Mr. P)	0
9	토세르바요그야 (Toserba Yogya)	백화점	약 4억 3,100만 달러 (약 4,986억 원)	나라야(Naraya), 미스터 피(Mr. P), 두아 켈린시 (Dua Kelinci)	0
10	센트로 백화점 (Centro Department Store)	백화점	매장 수('19): 12개	두아 켈린시 (Dua Kelinci), 나라야(Naraya), 미스터 피(Mr. P)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 인도네시아 견과류 가공품 B2C 소매채널

1) 아시안마트



① 파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)

기업 기본 정보	기업명	파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매장 수('18): 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년 인도네시아에 설립 - 과일, 채소, 어류, 고기, 간편 식품 부문에서 좋은 품질의 상품을 갖춘 글로벌 슈퍼마켓으로 인식 - 주로 일본과산 한국산 수입 제품 판매 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월, 식료품 및 음식 배달 회사인 '어니스트비(Honestbee)'와 협업해 인도네시아 내 배달 서비스 제공 - 2018년, 플라스틱 비닐 백을 친환경 에코 백으로 대체 	
유사제품 정보		제품명	캐슈넛츠 (Cashew Nuts)
		종류	캐슈넛
		용량	80g
		원산지	인도네시아

자료: 파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 스낵류, 냉동식품, 주류, 음료류, 육류, 어류 등 • 선호제품 - 간편식 제품, 신선제품 등 • 특이사항 - 대부분의 제품을 한국과 일본에서 수입해서 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	직접 등록 - 홈페이지 통해 등록 (papayabali.co.id) - 웹사이트 내 Contact Us를 클릭하여 입점 문의 제출	
	특이사항	- 문의 사항 연락처 이메일: customerbali@papaya.co.id 전화: +62-361-759222	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · CV Libra Food Service (식음료 브로커) - 홈페이지: www.libra-food.com - 이메일: wenny@libra-food.com - 전화: +62-21-6919292 - 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 파파야 프레스 갤러리(Papaya Fresh Gallery) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 무궁화 한인마트

기업 기본 정보	기업명	무궁화 한인마트		
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('18)	약 4,000만 달러 (약 463억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('16): 9개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1980년 음식점 코리아가든(Korean Gardern) 설립 - 1985년 회사명을 무궁화로 변경 - 인도네시아 내 슈퍼인도(Superindo), 까르푸(Carrefour), 소고(Sogo), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart) 등에 한국 식료품 유통 - 50개 이상의 한국 제조업체 제품 담당 		
기업 최근 이슈	 			
	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 9월 인도네시아 최대 일간지 자와포스(Jawa pos)가 꼭 방문해야하는 한인마트로 무궁화 한인마트를 선정하여 소개 - 2017년 6월 10일, 인도네시아 정부는 무궁화유통에서 판매하는 한국산 라면 4종류에 대해 판매금지를 명령²²⁾ 			
유사제품 정보		제품명	허니 로스티드 피넛츠 (Honey Roasted Peanuts)	
		종류	땅콩	
		용량	80g	
		원산지	인도네시아	

자료: 무궁화 한인마트 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 무궁화 한인마트 홈페이지

22) 돼지 유전자(DNA)가 발견됐다는 이유로 판매중단 조치를 내림

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 신선식품, 주류, 스낵류, 육류, 어류 등 - 일반: 의약품, 의류, 문구류, 가전제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 신선 식품 - 한국산 냉동식품 및 즉석 식품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록 (www.mugunghwa.co.id) - 웹사이트 내 Contact Us를 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의 사항 연락처 이메일: admin@mugunghwa.co.id 전화: +62 21-722-221 	
<p>벤더 리스트</p>	<p>무궁화유통 기업이 인도네시아 내 벤더로 역할 (농심, 롯데, 오뚜기, CJ, 삼양 등 한국의 50개 제조업체에서 수입해 판매)</p>		

자료: 무궁화 한인마트 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('18)	약 12억 3,839만 달러 (약 1조 4,327억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 107개 ²³⁾ - 직원 수('18): 약 12,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 인도네시아 진출 프랑스 기업 - 2012년 인도네시아 까르푸는 2012년 CT Corp에서 지분을 100% 인수해, Transmart Carrefour로 상호명 변경 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 Transpark Mall Bintaro에 Transmart Carrefour 133번째 아울렛 매장 오픈 - 2018년 Mosque Council(DMI)와 협력해 인도네시아 내 300개 이상의 편의점 오픈 - 2018년 기준 식료품 매출 점유율 3위(0.9%) 		
유사제품 정보		제품명	가루다 로스티드 피너츠 (Garuda Roasted Peanuts)
		종류	땅콩
		용량	200g
		원산지	인도네시아

자료: 페트롤플라자(PetrolPlaza), 데틱뉴스(Detiknews)
 사진자료: 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour) 홈페이지, 데틱뉴스(Detiknews), 사리아유(Sariayu) 홈페이지

23) 하이퍼마켓(96개), 슈퍼마켓(9개), 편의점(2개)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 의류, 생활용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 돈육 첨가 제품은 반드시 Non-Halal 코너에 전시하며, 돈육 스티커로 명시 필요 - 프로모션 진행 시 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	직접 등록 - 홈페이지 내 Business partner에서 등록 (www.transmart.co.id) - 신청서 작성 시 회사명, 연락처, 판매 제품 등의 세부 사항을 작성해야 함	
	등록 조건	수입 제품은 반드시 수입식품 등록번호(ML)를 보유해야 함	
	특이사항	- 온라인 품을 통해 직접 공급자 등록 가능 - Transmart Carrefour 홈페이지가 아닌, Transmart 홈페이지 를 통해 입점 등록 가능	
벤더 리스트	까르푸가 자체적으로 인도네시아 내 벤더 역할을 함		

자료: 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 하이퍼마트(Hypermart)

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	홈페이지	shop.hypermart.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('18)	약 5억 9,227만 달러 (약 6,852억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 107개 - 직원 수('18): 약 9,495명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 기업으로 2004년에 시장 진출 - 인도네시아 전역에 225개 아울렛 매장을 보유한 MPPA 리테일 그룹의 중심 유통 사업 - 대도시 지역에 까르푸(Carrefour)와의 경쟁을 피하기 위해 자카르타 외곽에서부터 점포를 개설해 시장을 확대하는 전략 사용 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 MPPA 경영진은 리테일 매출이 총 매출의 90% 달성을 목표 - 2019년에 기존 하이퍼마트보다 작은 크기의 미니 매장 5-7개 오픈 예정 - 2018년 6개 하이퍼마트 유통 매장을 정리 - 2018년 MPPA 총 유통 매출 중 77% 차지 - 2018년 마케팅 전략의 일환으로 인도네시아 주요 은행 중의 하나인 느가라 인도네시아 은행(Bank Negara Indonesia)과 공동으로 하이퍼마트(Hypermart) 전용 신용카드를 발급해 최대 35%까지 할인혜택 제공 		
	유사제품 정보		제품명
종류			땅콩
용량			500g
원산지			인도네시아

자료: 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지, 엠피피에이 리테일 그룹(MPPA Retail Group) 홈페이지, 쏬판(Kontan), 씨엔비씨(CNBC)
 사진자료: 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지, 씨엔비씨(CNBC)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 의류, 생활용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급 - 돈육 첨가 제품은 반드시 Non-Halal 코너에 전시 판매 - 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선연락 및 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개 등)
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CV Libra Food Service (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.libra-food.com - 이메일: wenny@libra-food.com - 전화: +62-21-6919292 - 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 자이언트(Giant)

기업 기본 정보	기업명	자이언트(Giant)		
	홈페이지	www.giant.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('18)	약 7억 4,457만 달러 (약 8,614억 원)	
기업 기본 정보	규모	기타 규모	- 매장 수('19): 약 134개 - 직원 수('19): 약 14,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 인도네시아 내 첫 매장 오픈 - Hero 그룹의 계열사 - Giant Extra(제품의 신선도와 품질을 중심으로 한 하이 퍼마켓)와 Giant Ekspres(빠르고 효율적인 슈퍼마켓)의 컨셉 존재 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 자이언트 익스프레스와 엑스트라의 총 6개 점포를 폐점해, 각각 약 80개, 50개의 매장을 보유 - 2019년 매장 정리를 위해 재고 제품을 50%까지 할인해 판매 		
유사제품 정보		제품명	케나리 너츠 자이언트 (Kenari Nuts giant)	
		종류	땅콩	
		용량	500g	
		원산지	인도네시아	



자료: 자이언트(Giant) 홈페이지, 히어로(Hero)그룹 홈페이지, 씨엔비씨(CNBC), 자카르타경제신문
 사진자료: 흐마트(Hemat), 씨엔비씨(CNBC)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 가전제품, 화장품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시 필요 - 농산물은 수출 시기인 연말연초에 장기연휴로 판매 애로 - 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급 - 프로모션 진행 시, 사전 신청 및 심사 절차 필요 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 KONTAK 클릭하여 입점 문의 제출 (www.giant.co.id) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)
	<p>등록 조건</p>	<p>수입제품은 반드시 식품의약품 수입등록증(ML)을 보유해야 함</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hero 그룹의 Contact form을 통해 입점 방식 문의가능 - 2014년 페이스북 계정을 통해 신선식품의 현지 공급자를 모집한 사례가 존재 - 문의 사항 연락처 이메일: contacts@giant.co.id 전화: 021-7451519
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CV Libra Food Service (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.libra-food.com - 이메일: wenny@libra-food.com - 전화: +62-21-6919292 - 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 	

자료: 자이언트(Giant) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 롯데마트(LotteMart)

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	www.lottemart.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액(*18)	약 9억 1,624만 달러 (약 1조 600억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*19): 약 50개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 인도네시아 Makro 19개점을 인수해 국내 유통업체 최초로 인도네시아 시장에 진출 - 도매전문 Lotte Grosir와 소매전문 Lotte Mart Hypermarket, Lotte Supermarket 형태로 운영 - 롯데쇼핑(주)의 롯데마트사업본부에서 운영하는 할인점 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2023년까지 인도네시아 전역에 100개 점포 오픈 예정 - 2019년 12월 인도네시아 테갈(Tegal)시에 50호점 오픈 - 2019년 HIV/에이즈 아동 환자를 위해 활동하는 사회봉사단체(MNC Peduli)에 차량 지원 - 2018년 롯데마트와 롯데쇼핑은 인도네시아의 한 단체와 협력하여 롬복(Lombok)섬 지진 피해자들에게 지원금과 구호물품 전달 		
	유사제품 정보		제품명
종류			땅콩
용량			800g
원산지			인도네시아

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 육류 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품 - 유기농 제품 - 할랄 식품 입점 시 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중상류층을 공략하기 위한 프리미엄 수입 상품을 대폭 강화 - 신선식품, 가공식품, 푸드코트 등을 운영하며, 기존 대형마트 매장 규모를 축소해 가전, 의류, 잡화, 스포츠용품 등을 제외한 생필품 중심의 상품 판매 - 다양한 한국 식품을 판매하며, 참치, 두부, 김치, 떡볶이, 된장, 고추장, 김 등 취급 - 신선농산품인 경우, 수출 시즌인 연말연초 대부분 장기간 휴가로 판매 애로 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 (www.lottemart.co.id/contact) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의 사항 연락처 이메일: customercare@lottemart.co.id 전화: +62-21-840-4080 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CV Libra Food Service (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.libra-food.com - 이메일: wenny@libra-food.com - 전화: +62-21-6919292 - 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 인도마켓(Indomaret)

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	홈페이지	www.indomaret.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('17)	약 45억 4,516만 달러 (약 5조 2,583억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 16,736개	
	- 1988년에 소매 편의점 체인 형태로 설립 - “2003년 최고의 프랜차이즈 기업”으로 선정 - 16,000개 이상의 매장 중 약 40%가 프랜차이즈 형태이며, 나머지는 기업 소유의 매장 - 브랜드 별 콘셉트 상이 ²⁴⁾		
기업 최근 이슈	- 2019년 내 인도네시아 전역에 800-1,000개의 매장을 추가적으로 확대 - 2018년 기준 식료품 매출 점유율 2위 차지(4.3%)		
유사제품 정보		제품명	믹스 너츠 아네카 카창 (Mix Nuts Aneka Kacang)
		종류	혼합 견과류
		용량	80g
		원산지	인도네시아

자료: 인도마켓(IndoMaret) 홈페이지, 카타데이타(Katadata), 베리타사투(Beritasatu)
 사진자료: 인도마켓(IndoMaret) 홈페이지

24) 인도마켓 포인트는 즉석식품과 음료에 특화되었으며, 인도마켓 플러스는 신선식품을 주력 사업으로 함

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 과일·채소류, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 고기류, 어류 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 가정용품, 의류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 시 선호 - 포장방식이 깔끔하고 위생적인 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 첫 발주 시 10% 할인 및 물량을 100% 채워야 납품 가능 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Supplier 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.indomaret.co.id) - 등록시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기존 판매처 (판매처 이름, 양, 가격) ④ 홍보 활동 내용 (매거진, TV, 라디오, 신문, 그 외)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품 안정성 <ul style="list-style-type: none"> ① 제조자와 유통업자\ 명시 ② 크기(그램/리터) ③ 인도네시아 보건부 등록 ④ 유통기한 ⑤ 할랄 인증(식료품의 경우) ⑥ 바코드 - 공급자 조건 <ul style="list-style-type: none"> ① 주문 이행 ② 제품 인도 일정 ③ 대금지급 ④ 제안된 홍보 방식 협력 ⑤ 판매 평가 의지
<p>특이사항</p>	<p>제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 필요</p>	

자료: 인도마켓(IndoMaret) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알파마트(Alfamart)

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	홈페이지	www.alfamartku.com	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('18)	약 48억 1,096만 달러 (약 5조 5,658억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 13,522개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 PT Sumber Alfaria Trijaya 유통사가 편의점 시장에 진출하기 위해 설립 - 10,000개 이상의 매장 보유 - 현지 대기업 SM Group과 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장 개설 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1분기 알파마트의 편의점 시장점유율은 30.3%로, 전년 동기 대비 1% 포인트 감소 - 2019년 한화 약 1,832억 원을 투자해 매장 확대 - 2018년 기준 식품품 매출 점유율 1위를 차지(4.3%) - 2018년 인도네시아 내 매장 1500곳 이상을 새로 개점 		
	유사제품 정보		제품명
종류			땅콩
용량			75g
원산지			인도네시아

자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지, 니케이 아시아안 리뷰(Nikkei Asian Review), 카타데이터(Katadata), 자카르타포스트(TheJakarta Post)
 사진자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지, 디지털뉴스아시아(Digitalnewsasia)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 주류, 음료류, 스낵류, 어류, 육류 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 생활용품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 			
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>- 홈페이지 내 Register to become a seller 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.alfacart.com)</p>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 조건</p>	<p>판매 제품의 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> - 위생검사에 통과한 제품 - 제품 포장 조건 <ul style="list-style-type: none"> ① 인도네시아 국가표준(SN, Indonesian National Standard) 라벨 ② 깔끔하고, 위생적이고 모던해야함 ③ 제품 크기(그램/리터) 명시 ④ 인도네시아 보건부 등록 ⑤ 유통기한 기재 ⑥ 할랄(식품일 경우) ⑦ 바코드 <p>공급자 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유 - 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함 - 혁신적이고 경쟁력을 갖춘 제품을 보유한 기업 		
	<p>특이사항</p>	<p>온라인 몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능</p>		

자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 백화점



① 토세르바요그야(Toserba Yogya)

기업 기본 정보	기업명	토세르바요그야(Toserba Yogya)	
	홈페이지	www.toserbayogya.com	
	위치	반둥(Bandung)	
	규모	매출액('18)	약 4억 3,100만 달러 (약 4,986억 원)
	기타 규모	직원 수('18): 약 100명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1982년 8명의 직원으로 사업 시작 - 인도네시아 서부 자바 지역에 주로 밀집 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 기준 총 27개의 자사 브랜드 및 협력업체 제휴 - 2017년 11월 만다리은행(Bank of Mandiri)과의 협업을 전자화폐 서비스 출시 - 2017년 10월 반자르 시 정부로부터 요구되는 주차장 시설을 갖추지 않아 지적 받음 		
유사제품 정보		제품명	로스티드 아몬드 (Roasted Almond)
		종류	아몬드
		용량	350g
		원산지	인도네시아

자료: 토세르바요그야(Toserba Yogya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 트리뷴뉴스(Tribun News)
 사진자료: 토세르바요그야(Toserba Yogya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 주류, 스낵류, 음료류, 어류, 육류 등 - 일반: 화장품, 아기용품, 전자제품, 의류, 가정용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 시 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시해야함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 (www.toserbayogya.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인으로 제품 등록 시, 해당 홈페이지 내 회사 계정을 만들어야 함 - 문의 사항 연락처 전화: +62-22-88884388 라인 아이디: @toserbayogya 	

자료: 토세르바요그야(Toserba Yogya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 센트로 백화점(Centro Department Store)

기업 기본 정보	기업명	센트로 백화점(Centro Department Stores)	
	홈페이지	www.centro.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매장 수('19): 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1987년 설립 - 인도네시아 내 Centro 백화점은 PARKSON Retail Asia Ltd 소유 - 2011년 3월 싱가포르 증권거래소에 PARKSON Retail Asia가 상장됨 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월, 인도네시아 드폭(Depok) 지역에 2번째 지점 오픈 - 2018년 12월, 온라인 시장의 성장에도 불구하고 지속적인 오프라인 사업 확장 발표 - 2018년 인도네시아 그레식(Gresik)과 드폭(Depok) 지역에 총 2개 지점 오픈 		
유사제품 정보		제품명	오븐 핫 너츠 (Oven Hot Nuts)
		종류	땅콩
		용량	70g
		원산지	인도네시아

자료: 센트로 백화점(Centro Department Store) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 센트로 백화점(Centro Department Store) 홈페이지

입점 및 협력 정보

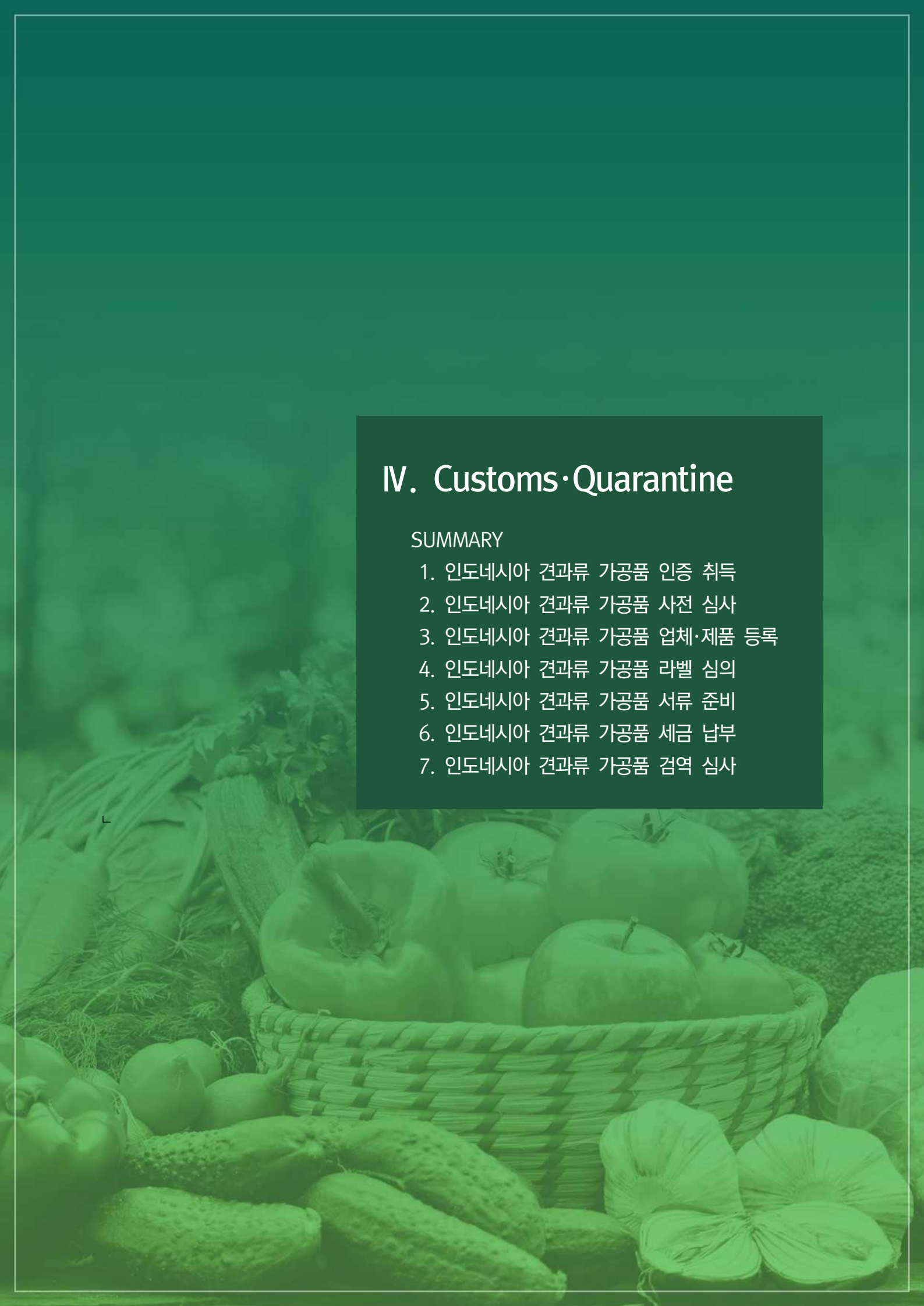
<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 과일·채소류, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 전자제품, 의류, 가정용품 등 - • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 시 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시해야함 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Contact Us에서 Partnership Section을 클릭하여 입점 문의 제출 (www.centro.co.id) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인으로 제품 등록 시, 해당 홈페이지 내 회사 계정을 만들어야 함 - 문의 사항 연락처 전화: +62-21-80828100 	

자료: 센트로 백화점(Centro Department Store) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

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

1. 인도네시아 견과류 가공품 인증 취득

인증 취득

인도네시아로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보를 제공함

견과류 가공품

견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 有’

견과류 가공품 제품을 인도네시아에 수출할 경우 반드시 취득해야하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 수입을 위해 제품을 등록하는 과정에서 인도네시아 당국이 식품 생산의 안전과 관련된 HACCP, ISO 22000 또는 GMP 인증을 필수적으로 제출하도록 하고 있음. 인도네시아로 수출하고자 하는 식품 생산업체는 이를 위하여 해당 인증 중 1개를 획득하여 제품 등록 시에 인증서를 제출함

할랄 인증의 경우 2014년 개정된 법률이 2019년 10월부터 효력을 발휘하게 됨에 따라 할랄 인증의 획득이 강제됨. 다만, 유예 기간을 두고 있어 향후 5년간은 획득하지 않아도 수출이 가능함. 2024년 10월부터는 유예 기간이 종료되고 할랄 인증이 강제 되는 만큼, 인도네시아로 식품 수출을 영위하기 위해서는 할랄 인증 획득 노력을 기울여야함

[표 4.1] 인도네시아 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 인도네시아 식품 인증 취득


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

자료 : 각 인증기관

▶ 인도네시아 시장 진출 시 ‘할랄 인증 필수 적용 유예’

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

[표 4.3] 인도네시아 할랄 인증 정보

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

자료 : 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)

2. 인도네시아 견과류 가공품 사전 심사

사전 심사

인도네시아로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보를 제공함

견과류 가공품

견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

[표 4.4] 인도네시아 수입 전 사전 심사

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

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

3. 인도네시아 견과류 가공품 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

견과류 가공품

견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

[표 4.5] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

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

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

4. 인도네시아 견과류 가공품 라벨 심의

▶ 인도네시아 라벨 규정

[표 4.6] 인도네시아 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	Food Law 18/2018												
인도네시아로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보를 제공함	세부 규정	Chapter VIII, Articles 96 - 103. 및 식품의약품(BPOM) 규정												
견과류 가공품 견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 성분 리스트 · 순중량 또는 순용량 · 제조사명 또는 수입자명 및 그 주소 · 제조일 그리고/또는 생산 번호 · 유통기한 · 등록 번호 · 원산지 · 할랄로그(필요한 경우) · 성분 분석표 · 유기농, GMO 함유 정보 등(필요한 경우) · 사용 및 보관 방법 · 주의 정보와 사용자 												
	세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">표기 언어</td> <td>인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기</td> </tr> <tr> <td>그림</td> <td>라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외</td> </tr> <tr> <td>라벨 표기사항 (가이드)</td> <td>원료 정보 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)</td> </tr> <tr> <td>성분 분석표</td> <td>하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보 표기 필요</td> </tr> <tr> <td>식품첨가물</td> <td>식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물명을 같이 표기할 것 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공 감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요 아스파탐을 포함하는 경우 “페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음” 그리고 “가열될 음식에는 적합하지 않음”이라고 표기 할 것</td> </tr> </table>	표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기	그림	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지	유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외	라벨 표기사항 (가이드)	원료 정보 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)	성분 분석표	하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보 표기 필요	식품첨가물	식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물명을 같이 표기할 것 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공 감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요 아스파탐을 포함하는 경우 “페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음” 그리고 “가열될 음식에는 적합하지 않음”이라고 표기 할 것
표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기													
그림	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지													
유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케익은 제외													
라벨 표기사항 (가이드)	원료 정보 돼지고기 및 그와 관련된 성분을 함유한 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. MENGADUNG BABI) 제조 과정에서 돼지와 연관된 식품과 접촉이 있는 경우 이에 대한 표기 필요 (e.g. Pada proses pembuatannya bersinggungan dan.atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi)													
성분 분석표	하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보 표기 필요													
식품첨가물	식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물명을 같이 표기할 것 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공 감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요 아스파탐을 포함하는 경우 “페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음” 그리고 “가열될 음식에는 적합하지 않음”이라고 표기 할 것													

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

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

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

▶ 인도네시아 견과류 가공품 라벨 샘플



[스티커 라벨링]

스티커면(인도네시아어)

- ① 제품명 : Makanan ringan kacang almond rasa susu pisang (Banana Milk Almond)
- ② 등록번호(BPOM RI ML) : 273809169347
- ③ 용량(Berat bersih) : 180gr
- ④ 수입업체(Importir Oleh) : Kaifa Indonesia, Jakarta 14250, Indonesia
- ⑤ 제조업체(Diproduksi Oleh) : S. M. AGRI & FISHERIES CO., LTD 72-11 Suseo-ro, Daeso-myeon, Suwon-gun, Chungcheongbuk-do, Korea
- ⑥ 원료(Komposisi) : Almond Panggang (75%), Gula Halus, Bumbu (M mengandung pisang 0.57%, susu 0.08%), Sirup Jagung, Perlsa Alaml
- ⑦ 이메일(Email) : sales@kaifafood.com
- ⑧ 유통기한(Expt Date&Kode Produksi) : Lihat kemasan
- ⑨ 알레르기정보 : Produk ini dikerjakan menggunakan peralatan yang juga digunakan memproduksi produk yang mengandung telur, kacang tanah, soba makarel, buah persik, tomat, sulfat, daging babi, daging ayam, daging sapi, kerang, kacang kenari, kepiting udang dan cumi

스티커면(국문)

- ① 제품명 : 바나나맛 우유 맛 아몬드 (Banana Milk Almond)
- ② 등록번호 : 273809169347
- ③ 용량 : 180g
- ④ 수입업체 : Kaifa Indonesia, 자카르타 14250, 인도네시아
- ⑤ 제조업체 : S. M. AGRI & FISHERIES CO., LTD 72-11 수서로, 대소면, 수원군, 충청북도, 한국
- ⑥ 원료 : 구운아몬드(75%), 정제 설탕, 시즈닝(바나나 함유 0.57%, 우유 0.08%), 옥수수 시럽, 천연 감미료
- ⑦ 이메일 : sales@kaifafood.com
- ⑧ 유통기한 : 패키지를 보시오.
- ⑨ 알레르기정보 : 이 제품은 계란, 땅콩, 고등어, 메밀, 복숭아, 토마토, 황산염, 돼지, 닭, 소고기, 조개류, 호두, 가재, 새우, 오징어를 생산하는 시설에서 같이 생산되었습니다.

5. 인도네시아 견과류 가공품 서류 준비

서류 준비

인도네시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

견과류 가공품

견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

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

[표 4.7] 인도네시아 통관 서류

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

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

6. 인도네시아 견과류 가공품 세금 납부

세금 납부

인도네시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

견과류 가공품

견과류 가공품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 견과류 가공품 HS CODE 0813.50.90, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 발효에 대한 협정세율 ‘미적용’

견과류 가공품의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 0813.50 (건조한 과실(제 0801호부터 제0806호까지에 해당하는 것은 제외한다), 이 류의 견과류나 건조한 과실의 혼합물)의 0813.50.90 (기타) 세번이 적용되어 수입됨.²⁵⁾ 인도네시아 수입 시 기본 세율은 5%가 적용되며 2007년 6월 01일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정에 따라 0%의 협정세율을 적용 받음. 관세 외에도 VAT가 부과되며, 제품에 따라 사치품 판매세가 부과되기도 함

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 18만 원)²⁶⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 44만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

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

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0813	건조한 과실(제0801호부터 제0806호까지에 해당하는 것은 제외한다), 이 류의 견과류나 건조한 과실의 혼합물	
	0813.50.0000	이 류의 견과류나 건조한 과실의 혼합물	
인도네시아	0813.50.90	기타	
관세	기본관세율	5%	
	협정 세율	0% ²⁷⁾	
VAT		0 ~ 10%	
사치품 판매세		0 ~ 30%	

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

25) 인도네시아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0813.50 중 견과류 가공품에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 인도네시아 세관당국의 판단과 차이가 있을 수 있음. 인도네시아의 HS CODE를 확인하기 위해 인도네시아 관세청(DJBC)으로 문의할 수 있음

26) 1달러=1,156.90달러 (2020.01.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 해당 품목은 민감 품목군에 속하고, 아세안 상대국 수입국이 해당물품을 일반 품목군으로 분류한 경우 상호대응세율에 의하여 수입 상대국은 우리나라 수출물품에 대하여 협정관세율을 적용하지 않을 수 있음. 따라서 해당 품목의 경우 인도네시아 세관당국의 사전 확인이 필요함

7. 인도네시아 견과류 가공품 검역 심사

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

[표 4.9] 인도네시아 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	sodium ascorbate	1,000
		calcium ascorbate	GMP ²⁸⁾
	유해물질	aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	10ppb

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

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

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

식품 첨가물 규정

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

견과류 가공품

견과류 가공품 품목의 첨가물 규정은 인도네시아 식품 카테고리 분류 중 HS Code 0813.50과 유사한 '가공된 채소, 해조류, 콩, 견과류 및 곡물류 (분류 번호 04.2.2)'으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 인도네시아 견과류 가공품 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산화방지제	아스코르빈칼륨	potassium ascorbate	1,000
산화방지제	d- α -토코페롤	d- α -tocopherol	GMP
산화방지제	부틸하이드록시아니솔	butylated hydroxy anisole	200
산화방지제	아스코르브산	ascorbic acid	GMP
보존료	중아황산칼륨	potassium bisulfite	300
보존료	소르브산	sorbic acid	1,000
보존료	소르브산나트륨	sodium sorbate	1,000
보존료	이산화황	sulfur dioxide	300
향미증진제	L-글루탐산	L-glutamic acid	GMP

자료 : 인도네시아 식품의약품(BPOM), KATI 농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 레모닐로닷컴(Lemonilo.com)

Interview ② 프람바난 캔카나
(Prambanan Kencana)

Interview ③ 피티 칼티카위라 아디수크세즈
(PT Kartikawira Adisukses)

Interview ④ 루마 카캉(Rumah Kacang)

Interview ⑤ 인터 부아나 만디리
(Inter Buana Mandiri)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 레모닐로닷컴
(Lemonilo.com)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Moni
(Sales Department)

현지 내 하루견과 형태의 소포장 믹스넛츠의 인지도는 낮음

인도네시아에서 견과류 스낵의 인지도는 매우 높으나, 하루견과 형태로 제작된 제품은 흔하지 않습니다. 저희가 판매하는 견과류 제품 중 가장 적은 중량은 30-40g이며, 현지 시장에서 20g씩 소분된 제품은 본 적이 없습니다.

믹스넛츠 제품, 케이터링 업체와 협력하여 판매하는 것이 유리

현재 인도네시아에서는 건강 식단을 구성하여 매일매일 제공해주는 케이터링 업체의 인기가 매우 높습니다. 이러한 업체들은 식단 구성 시 간식으로 견과류를 많이 사용합니다. 따라서 케이터링 업체를 통해 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 프람바난 캔카나
(Prambanan Kencana)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Gunadi
(Business Manager)

현지 시장에 판매되는 믹스넛츠의 종류는 많음

인도네시아에는 다양한 브랜드의 믹스넛츠 제품이 판매되고 있습니다. 인지도가 높은 현지 브랜드로는 듀아 켈린시(Dua Kellinci), 카캉 가루다(Kacang Garuda) 등이 있으며, 해외 브랜드로는 블루 다이아몬드(Blue Diamond)가 있습니다.

현지 내 견과류의 수요는 항상 많은 편

인도네시아인들은 견과류를 굉장히 즐겨먹기 때문에, 견과류의 수요는 항상 있습니다. 견과류 중 캐슈넛트와 아몬드 수요가 가장 많으며 최근 들어서는 피스타치오의 인기도 높아지고 있는 추세입니다.

Market Customers and Certification



- 인터뷰 기업 : 피티 칼타카위라 아디수크세스
(PT Kartikawira Adisukses)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lilia
(Import Manager)

믹스넛츠의 주 소비자층은 20-30대 여성

저희는 싱가포르 브랜드인 카멜(Camel)의 믹스넛츠 제품을 판매하고 있습니다. 해당 제품을 구매하는 소비자들 중 20-30대의 여성이 가장 많으며, 웰빙 식단이나 다이어트에 관심이 많은 직장인들이 주를 이룹니다.

제품 판매 시, 할랄인증을 선택적으로 취득하는 것이 좋음

현지 시장에서 제품을 판매할 경우, 할랄인증을 반드시 취득하는 것이 좋습니다. 할랄인증이 없어도 제품을 판매하는 데에는 문제가 없지만, 비할랄 코너에서 판매될 것이기 때문에 제품을 구매하는 소비자층이 한정될 것입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 루마 카랑
(Rumah Kacang)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Haswin
(Business Development)

현지 내 모든 종류의 견과류와 견과일의 수요는 전반적으로 많음

저희는 단일 견과류를 주로 판매하지만, 소비자들이 따로 믹스넛츠를 주문할 경우에는 요구사항에 맞춰 믹스넛츠를 제작해 판매합니다. 대부분의 인도네시아인들은 견과류를 즐겨 먹으며, 전반적으로 모든 견과류와 견과일의 수요는 많은 편입니다.

현지 내 소포장 믹스넛츠는 굉장히 생소함

아직까지 20g씩 소량으로 포장된 믹스넛츠는 본 적이 없으며, 인도네시아에서 판매되는 제품은 대부분 100-300g 단위로 포장되어 있습니다. 따라서 A사 제품의 용량은 다소 적게 느껴서 수요가 있을지 잘 모르겠습니다. 하지만 A사 제품의 대상 소비자층을 학생으로 한정하여 집중적인 마케팅을 펼친다면, 어느 정도 수요가 있을 것으로 예상됩니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 인터 부아나 만diri
(Inter Buana Mandiri)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Teguh
(Import Manager)

수입산 견과류는 비싸다는 인식이 있어 수요가 적음

인도네시아 내 견과류의 수요 및 인지도는 높으나, 아몬드, 피스타치오 등의 수입산 견과류는 비싸다는 인식이 있어서 구매하는 소비자들이 인도네시아산 견과류를 구매하는 소비자보다 상대적으로 적습니다.

믹스넛츠는 20-40대의 소비자들이 주로 구매

믹스넛츠는 20-40대의 소비자들이 주로 구매하며, 대부분 프리미엄 마트에서 판매하기 때문에 중산층 이상의 소비자들이 구매합니다. 어린 아이들은 견과류를 즐겨먹지 않으며, 성인들이 집에서 간식으로 자주 섭취합니다.

Interview ① 레모닐로닷컴(Lemonilo.com)

29)

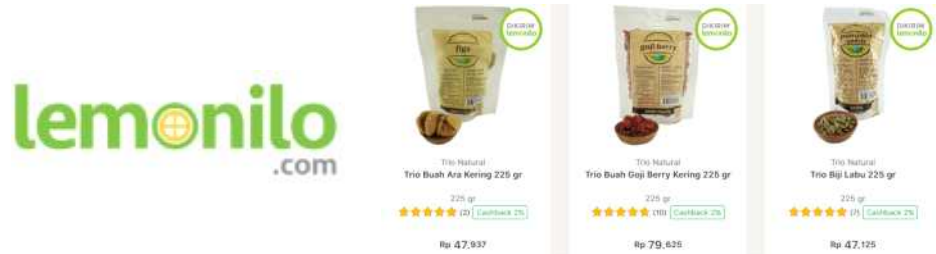
레모닐로닷컴
(Lemonilo.com)

전문가 소속

레모닐로닷컴
(Lemonilo.com)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Moni
(Sales Department)



레모닐로닷컴(Lemonilo.com)

Sales Department, Ms. Moni

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

레모닐로는 건강식품을 주로 취급하는 온라인 소매업체로, 아몬드, 피스타치오, 캐슈너트, 믹스넛츠 등 다양한 종류의 견과류를 취급하고 있습니다. 직수입은 하고 있지 않지만, 수입산과 인도네시아 현지산 제품을 모두 판매하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 견과류 스낵의 인지도가 어떻게 되나요?

인도네시아에서 견과류 스낵의 인지도는 매우 높으나, 하루견과 형태로 제작된 제품은 흔하지 않습니다. 저희가 판매하는 견과류 제품 중 가장 적은 중량은 30-40g이며, 현지 시장에서 20g씩 소분된 제품은 본 적이 없습니다.

Q. 견과류의 주 소비자층은 누구인가요?

견과류는 주로 20-50대의 여성 소비자들이 구매하며, 아몬드의 수요가 가장 많습니다. 하지만 이러한 소비자들은 대부분 대용량의 아몬드를 구매하여 매일 원하는 만큼 조금씩 섭취하는 것을 선호합니다. 아이들은 대체적으로 견과류를 즐겨 먹지 않으며, 그나마 견과류 중에서는 현지산 땅콩을 선호합니다.

Q. 소비자들이 선호하는 견과류의 종류는 무엇인가요?

현지 소비자들은 아몬드와 캐슈너트를 가장 선호하며, 인도네시아에서 판매하는 믹스넛츠는 대부분 견과류와 견과일로 구성되어 있습니다. 견과류로는 아몬드, 캐슈너트, 마카다미아, 피스타치오가 주로 사용되며, 견과일로는 건포도, 건크랜베리, 건블루베리가 사용됩니다.

29) 사진자료: 레모닐로닷컴(Lemonilo.com) 홈페이지 (www.lemonilo.com)

Q. 믹스넛츠는 어떻게 판매하는 것이 좋을까요?

인도네시아에서 믹스넛츠를 판매할 경우, 현지의 케이터링 업체와 협력하여 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 현재 인도네시아에서는 건강 식단을 구성하여 매일매일 제공해주는 케이터링 업체의 인기가 매우 높습니다. 이러한 업체들은 식단 구성 시 간식으로 견과류를 많이 사용합니다. 따라서 케이터링 업체를 통해 제품을 판매하면, 케이터링 서비스를 이용하는 소비자들을 통해 제품의 인지도를 쌓을 수 있으며 제품을 판매하기에도 용이합니다.

Q. 제품의 포장 형태 및 디자인에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

제품의 포장지에는 어떠한 내용물이 들어있는 지 알 수 있는 그림이나 디자인을 활용하는 것이 좋습니다. 그리고 A사 제품의 포장 형태는 휴대가 간편하고 1회분씩 소분되어 있어 섭취가 편리하기 때문에, 그 점을 이용하여 제품을 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 프람바난 캔카나(Prambanan Kencana)

30)

프람바난 캔카나
(Prambanan Kencana)

전문가 소속

프람바난 캔카나
(Prambanan Kencana)
소매업체

전문가 정보

Mr. Gunadi
(Business Manager)



Dried Fruits



Nuts

프람바난 캔카나(Prambanan Kencana) Business Manager, Mr. Gunadi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프람바난 캔카나는 1953년에 설립된 수입유통업체로, 음료, 통조림, 냉동식품, 유제품, 견과류 등을 취급하고 있습니다. 단일 견과류는 미국으로부터 직수입하고 있으나, 믹스넛츠의 경우 대용량 견과류를 현지의 생산업체로부터 공급받아 자체적으로 재포장하여 믹스넛츠 상품을 구성해 판매하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 믹스넛츠 제품의 판매 현황이 어떻게 되나요?

인도네시아에는 다양한 브랜드의 믹스넛츠 제품이 판매되고 있습니다. 인지도가 높은 현지 브랜드로는 듀아 켈린시(Dua Kellinci), 카강 가루다(Kacang Garuda) 등이 있으며, 해외 브랜드로는 블루 다이아몬드(Blue Diamond)가 있습니다. 하지만 인도네시아에서 판매하는 믹스넛츠는 대부분 A사 제품보다 큰 용량으로 포장되어 있으며, 소포장 하루견과 제품은 현지 시장에서 생소합니다.

Q. 믹스넛츠의 주 소비자층이 누구인가요?

믹스넛츠의 주 소비자층은 20-40대의 성인들입니다. 인도네시아 사람들은 믹스넛츠를 프리미엄 상품이라고 인식하는 경향이 있어서 대부분의 믹스넛츠 제품은 프리미엄 마트에서만 판매합니다. 최근 들어 인도네시아의 대형 제조업체에서 믹스넛츠 상품을 출시하면서 믹스넛츠를 취급하는 일반 마트의 수가 늘어나긴 했지만, 수입산 믹스넛츠는 프리미엄 마트에서만 취급하는 경우가 더 많습니다.

30) 사진자료: 프람바난 캔카나(Prambanan Kencana) 홈페이지 (www.prb.co.id)

Q. 현지 소비자들이 선호하는 견과류와 견과일의 종류는 무엇인가요?

인도네시아에서는 견과류 중 캐슈너트와 아몬드와 수요가 가장 많으며 최근 들어서는 피스타치오의 인기도 높아지고 있는 추세입니다. 하지만 견과일 중에서 크랜베리와 같이 신맛이 나는 과일은 호불호가 나뉩니다. 한국에서는 신 맛의 과일도 선호도가 높다고 들었지만, 인도네시아인들은 단 맛의 과일을 선호합니다.

Q. 소포장된 하루견과가 출시된다면 수요가 많을까요?

인도네시아인들은 견과류를 굉장히 즐겨먹기 때문에, 견과류의 수요는 항상 있습니다. 하지만 소포장된 하루견과는 인도네시아에서 생소한 제품입니다. A사 제품의 양은 현지 소비자들이 느끼기에 다소 적습니다. 인도네시아인들은 견과류 섭취 시 20g보다 많은 양을 섭취합니다. 따라서 제품의 용량은 최소 30-50g 정도가 적당할 것 같습니다.

Interview ③ 피티 칼티카위라 아디수크세즈 (PT Kartikawira Adisukses)

31)

피티 칼티카위라 아디수크세즈
(PT Kartikawira Adisukses)

전문가 소속

피티 칼티카위라 아디수크세즈
(PT Kartikawira Adisukses)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lilia
(Import Manager)



피티 칼티카위라 아디수크세즈(PT Kartikawira Adisukses) Import Manager, Ms Lilia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

피티 칼티카위라 아디수크세즈는 1975년에 설립된 수입유통업체로, 미국, 이탈리아, 중국, 베트남, 말레이시아 등의 여러 국가로부터 식료품을 수입하여 판매합니다. 취급 품목으로는 과자, 음료수, 통조림, 견과류 등이 있으며, 반동, 수라바야, 세마랑 등 인도네시아의 대도시를 위주로 제품을 유통하고 있습니다.

Q. 인도네시아인들의 견과류 소비량이 어느 정도인가요?

견과류 중 땅콩은 간식으로 많은 사람들이 즐겨 먹습니다. 아몬드, 피스타치오 등의 수입산 견과류의 인기가 높아지고 있으나, 비싼 견과류라는 인식이 있어 땅콩보다는 수요가 적습니다. 그래도 전반적으로 인도네시아인들은 견과류를 선호하며, 캐슈너트, 호두, 아몬드, 피스타치오, 마카다미아 등 다양한 제품이 현지 시장에서 판매되고 있습니다.

Q. 믹스넛츠의 주 소비자층이 누구인가요?

저희는 싱가포르 브랜드인 카멜(Camel)의 믹스넛츠 제품을 판매하고 있습니다. 해당 제품을 구매하는 소비자들 중 20-30대의 여성이 가장 많으며, 웰빙 식단이나 다이어트에 관심이 많은 직장인들이 주를 이룹니다.

Q. 제품의 용량은 어느 정도가 적당한가요?

20g은 양이 굉장히 적다고 생각합니다. 현지 시장에서 판매하는 믹스넛츠 제품은 적으면 40-50g, 많으면 150-350g씩 담겨 있습니다. 현지 시장에서는 더 많은 양의 믹스넛츠가 더 보편적입니다. 소비자들은 믹스넛츠를 여러명에서 나눠먹거나 여행갈 때 싸가기 때문에 제품의 양을 늘리는 것이 좋을 것 같습니다.

31) 사진자료: 엘프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com/biz/mirim-são-paulo-2)

Q. 그렇다면 제품 판매는 어떻게 하는 것이 효과적일까요?

아직 인도네시아에는 소포장된 매일견과 제품이 흔하지 않아 소비자들이 생소하다고 느껴 구매하지 않는 것일 수도 있습니다. 따라서 A사는 제품 판매 시 휴대가 간편하고 언제 어디서든 먹을 수 있음을 강조하여 바쁜 직장인과 학생들을 대상으로 제품을 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 제품 판매 시 취득해야 하는 인증이 있나요?

현지 시장에서 제품을 판매할 경우, 할랄인증을 반드시 취득하는 것이 좋습니다. 할랄인증이 없어도 제품을 판매하는 데에는 문제가 없지만, 비할랄 코너에서 판매될 것이기 때문에 제품을 구매하는 소비자층이 한정될 것입니다.

Interview ④ 루마 카강(Rumah Kacang)

32)

루마 카강
(Rumah Kacang)

전문가 소속

루마 카강
(Rumah Kacang)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Haswin
(Business Development)



루마 카강(Rumah Kacang) Business Development, Mr. Haswin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

루마 카강은 2008년에 설립된 수입유통업체로, 견과류와 견과일은 전문으로 취급하고 있습니다. 제품은 주로 카르타, 반둥, 수라바야, 메단 등 대도시의 소매업체, 제과점, 식당으로 제품을 납품하고 있으며, 자사 소유의 온·오프라인 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 대량 판매도 진행하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 믹스넛츠의 수요가 어느 정도인가요?

저희는 단일 견과류를 주로 판매하지만, 소비자들이 따로 믹스넛츠를 주문할 경우에는 요구사항에 맞춰 믹스넛츠를 제작해 판매합니다. 대부분의 인도네시아인들은 견과류를 즐겨 먹으며, 전반적으로 모든 견과류와 견과일의 수요는 많은 편입니다.

Q. 믹스넛츠 제조 시 가장 많이 사용하는 견과류와 견과일은 무엇인가요?

현지 소비자들은 캐슈넛츠를 굉장히 좋아하며, 지방 함량을 고려하는 소비자들은 캐슈넛츠 대신 아몬드를 구매합니다. 견과일의 경우, 건포도가 가장 많이 사용됩니다. 크랜베리와 블루베리는 신 맛이 강해 선호하지 않는 소비자들이 꽤 있습니다.

Q. 현지 시장에서 소포장된 하루견과가 판매되고 있나요?

아직까지 20g씩 소량으로 포장된 믹스넛츠는 본 적이 없으며, 대부분 100-300g 단위로 포장되어 있습니다. 따라서 A사 제품의 용량은 다소 적게 느껴서 수요가 있을지 잘 모르겠습니다. 하지만 A사 제품의 대상 소비자층을 학생으로 한정하여 집중적인 마케팅을 펼친다면, 어느 정도 수요가 있을 것으로 예상됩니다. 따라서 학교에 방문하여 수요 조사를 하거나 학교 행사에 참여하여 제품을 홍보하는 등의 마케팅을 진행해보는 것이 좋을 것 같습니다.

32) 사진자료: 루마 카강(Rumah Kacang) 홈페이지 (rumahkacang.com)

Interview ⑤ 인터 부아나 만다리 (Inter Buana Mandiri)

33)

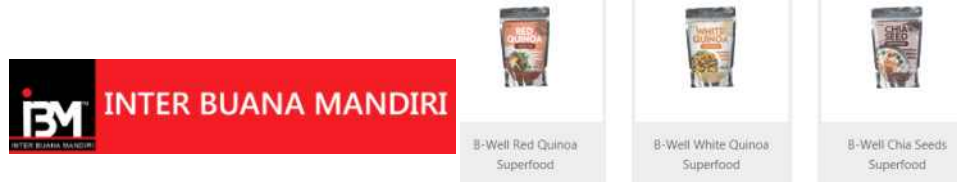
인터 부아나 만다리
(Inter Buana Mandiri)

전문가 소속

인터 부아나 만다리
(Inter Buana Mandiri)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Teguh
(Import Manager)



인터 부아나 만다리(Inter Buana Mandiri) Import Manager, Mr. Teguh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

인터 부아나 만다리는 2005년에 설립된 수입유통업체로, 초콜릿, 음료수, 향신료, 씨리얼 등 다양한 가공식품을 취급하고 있습니다. 제품은 주로 수라바야, 자카르타 등 대도시에 위치한 슈퍼마켓과 할인마트로 유통하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 믹스넛츠의 인지도 및 수요가 어떻게 되나요?

인도네시아 내 견과류로만 구성된 믹스넛츠의 인지도는 매우 높으나, 견과류와 견과일이 모두 들어있는 믹스넛츠 제품은 다소 생소합니다. 현지 소비자들은 아몬드, 피스타치오 등의 수입산 견과류의 가격대가 굉장히 높다고 인지하는 경향이 있어서 구매하는 소비자들이 많지 않습니다. A사 제품의 수요를 확실하게 파악하고자 한다면, 행사나 마트의 시식 코너를 활용하여 소비자들의 선호도 조사를 해보는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 인도네시아 내 믹스넛츠의 주 소비자층이 누구인가요?

믹스넛츠는 20-40대의 소비자들이 주로 구매하며, 대부분 프리미엄 마트에서 판매하기 때문에 중산층 이상의 소비자들이 구매합니다. 어린 아이들은 견과류를 즐겨먹지 않으며, 성인들이 집에서 간식으로 자주 섭취합니다.

Q. 제품의 용량 및 포장 형태는 어떠한가요?

A사 제품의 용량은 굉장히 적은 것 같습니다. 일반 마트나 편의점에서 견과류를 구매하는 소비자들은 저렴하고 양이 많은 제품을 선호하기 때문에 수요가 적을 것 같습니다. 따라서 현지에서 제품을 판매할 경우에는 반드시 프리미엄 마트에서 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 그리고 제품의 겉면에는 어떠한 견과류로 구성되어 있는지 사진이나 이미지로 분명히 나타낼 수 있으면 더욱 좋습니다.

33) 사진자료: 인터 부아나 만다리(Inter Buana Mandiri) 홈페이지 (www.ibmindonesia.com)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Savoury Snacks in Indonesia」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.08.
2. 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 인도네시아 유엔인구기금(UNFPA Indonesia: United Nations Population Fund), 2018.08.
3. 「Labor Force Situation in Indonesia August 2019」, 인도네시아 통계청(Statistics Indonesia), 2019.08.
4. PT Indomarco Prismatic, 카타데이터(Katadata), 2018.05.
「Indonesia - Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA FAS, 2019.03.18.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 인도네시아 유엔인구기금 (www.unfpa.org)
5. 인도네시아 통계청 (www.bps.go.id)
6. 카스쿠스(Kaskus) 홈페이지 (www.kaskus.co.id)
7. 부카라팍(bukalapak) 홈페이지 (www.bukalapak.com)
8. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.co.id)
9. 토코 인도네시아(Toko Indonesia) 홈페이지 (www.tokoindonesia.de)
10. 무궁화 한인마트 홈페이지 (Mugunghwa.co.id)
11. 트랜스마트 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (carrefour.co.id)
12. 데틱뉴스(Detiknews) 홈페이지 (inance.detik.com),
13. 사리아유(SARIAYU) 홈페이지 (sariayu.com)
14. 엠피피에이 리테일 그룹(Mppa Retail Group) 홈페이지 (mppa.co.id)
15. 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지 (cnbcindonesia.com)
16. 쏬탄(Kontan) 홈페이지 (industri.kontan.co.id)
17. 자이언트(Giant) 홈페이지 (giant.co.id)
18. 히어로(Hero) 홈페이지 (hero.co.id)
19. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lottomart.com.vn)
20. 인도마켓(IndoMaret) 홈페이지 (indomaret.co.id)
21. 알파마트(Alfamart) 홈페이지
22. 니케이 아시안 리뷰(Nikkei Asian Review) (www.asia.nikkei.com)
23. 카타데이터(Katadata) (www.databoks.katadata.co.id)
24. 자카르타포스트(TheJakartaPost) (www.thejakartapost.com)
25. 인도네시아 식품의약청 (BPOM) (www.pom.go.id)
26. 인도네시아 관세청 (DJBC) (www.beacukai.go.id)
27. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회 (LPPOM MUI) (www.halalmui.org)
28. 인도네시아 국가 단일창구 (INSW) (eservice.insw.go.id)
29. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
30. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
31. FTA 포털 (fta.go.kr)
32. 통합무역정보서비스 (TradeNAVI) (tradenavi.or.kr)
33. 미국 농무부 해외농업서비스 (USDA FAS) (www.fas.usda.gov)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.01.24.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

