



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202008-21

품목 | 라면(Instant Noodle)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 인도네시아 라면 시장규모	13
2. 인도네시아 라면 수출입 시장규모	15
3. 인도네시아 라면 소비 시장규모	16
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 인도네시아 라면 판매현황, 로컬 브랜드가 다수	24
2. 인도네시아 라면, ‘봉지라면’, ‘볶음면’, ‘매운맛’ 다수	25
3. 인도네시아 라면 원료, ‘닭고기’·‘곤약’ 인기	26
4. 인도네시아 비건 라면 시장 형성... 한국기업 일부 진출	27
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 인도네시아 라면 유통구조	29
2. 인도네시아 라면 주요 유통업체	30
3. 인도네시아 라면 B2C 소매채널	32

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 라면 인증 취득	53
2. 인도네시아 라면 사전 절차	56
3. 인도네시아 라면 라벨 심의	59
4. 인도네시아 라면 서류 준비	62
5. 인도네시아 라면 세금 납부	64
6. 인도네시아 라면 검역 심사 절차	65
7. 인도네시아 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 호키부아(Hokky Buah)	68
Interview ② 인도마켓(Indomaret)	70
Interview ③ 비네카(Bhinneka)	72
Interview ④ 마이푸드(My Food)	74
Interview ⑤ 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama)	76

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	81
--------	----

# I . 요약(Summary)



# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>컵라면 5% 봉지라면 95%</p>	<p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 62%)</p>	시장규모	컵라면 1,629억 원 봉지라면 3조 원	수입 브랜드보다 현지 브랜드 인기 - 수입산 제품 중에서는 A사, B사, C사 등 한국산 라면 인기 - 컵라면보다 봉지라면이 보편적
		수입규모	글로벌 443억 원 한국 277억 원	
소비 시장규모	식물성 식품 소비 연령대 16-24세 선도 제품 팝미, 인도미			

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>라면 원산지 및 브랜드: 인도미, 인도네시아, 레모니오, D사, 핏미</p> <p>라면 특징: 봉지, 볶음면, 매운맛, 국물, 스파이시</p> <p>라면 원료: 닭고기, 채소, 양파, 카레, 시라타키</p>	원산지 및 브랜드	인도네시아 1st / 3,743건 D사 4st / 283건	현지 라면, 치즈, 닭고기, 카레, 소고기맛 인기 - 한국 라면, 매운맛과 치즈맛 인기 - 비건 라면, 오프라인 매장에서는 아직 흔하지 않아
	특징	볶음면 1st / 3,061건 봉지 2nd / 1,083건	
	원료	닭고기 1st / 2,212건 시라타키 2nd / 768건	

## ▶ 유통 채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
<p>개인 및 기타 식료품점 80.1% 편의점 10.9% 하이퍼마켓/슈퍼마켓 8.6% 온라인 0.4%</p>	개인 및 기타 식료품점	80.1%	한국 라면, 현지 라면보다 5배 이상 비싸 프리미엄 수입 전문 슈퍼마켓으로의 유통 추천 - 10-30대 타겟 시 온라인 채널 효과적 - 라면 전문 판매점 無
	편의점	10.9%	
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	8.6%	
	온라인	0.4%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
<p>Step 01 인증 취득 (식품 생산 안전 인증 필수, HALAL 유예기간) Step 02 사전 절차 (사전 심사, 수입 허가, 식품 등록 필요) Step 03 기업 등록 Step 04 라벨 심의 Step 05 서류 준비 Step 06 선적/운송 Step 07 통관 신고 Step 08 세금 납부 (협정 세율 0%) Step 09 검역 심사</p>	인증취득	필수 HACCP, ISO 22000, GMP 中 택1 필수(예정) HALAL	A사 제품, HALAL 인증 전 제품이 유통되어 주의 필요 - 인도네시아 소비자, 한국산 제품 구매 시에도 HALAL 인증 여부 고려 - 칼로리 및 성분 관련 특별한 규제는 없음
	사전절차	필수 사전 수입 허가, 식품 등록 선택 AEO 등록	
	라벨 표기사항	BPOM 규정, 인도네시아어 표기	
	서류 준비사항	원산지 증명서 외 7개 항목	
	세금납부	협정 세율 0%	
		VAT 10%	
		수입세 7.5%	

- ▶Point 01. 인도네시아 내 수입 라면보다는 현지 라면 강세이며, 수입 라면 중 한국산 제품 점유율 매우 큰 편
- ▶Point 02. 저렴한 가격으로 인해 컵라면 보다는 봉지라면이 보편적, 국물라면보다 볶음라면 인기
- ▶Point 03. (한국산) 라면 전문 판매점은 확인되지 않았으며, 일반 슈퍼마켓이나 수입산 프리미엄 슈퍼마켓 유통 추천함

# Market Size

(시장규모)

## 인도네시아(Indonesia)

### 라면 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(라면), 포장형태(컵, 봉지)

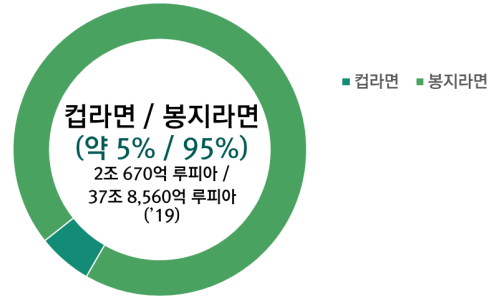
• 컵라면(Instant Noodle Cups)<sup>1)</sup> 시장규모

..... **2조 670억 루피아('19)**

• 봉지라면(Instant Noodle Pouches)<sup>2)</sup> 시장규모

..... **37조 8,560억 루피아('19)**

(\*) Euromonitor International



### 라면 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(면)

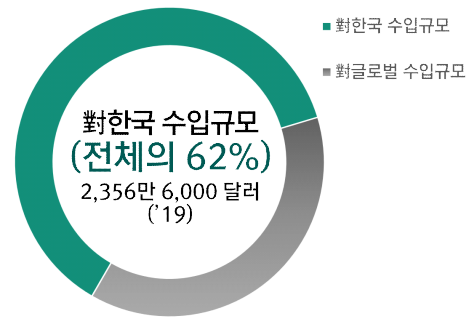
• HS 1902.30<sup>3)</sup> '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품' 인도네시아 對 글로벌 수입규모

..... 3,777만 8,000 달러('19)

• HS 1902.30 '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품' 인도네시아 對 한국 수입규모

..... **2,356만 6,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 라면 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '라면'은 채식주의자용 상품으로 가공하여 판매 가능한 상품임. 이에 인도네시아 내 비건 라면의 수요를 예상하고자 '인도네시아 연령대별 식물성 식품 소비 빈도'를 조사함. 또한 인도네시아 컵라면 및 봉지라면 시장의 경쟁사 파악을 위해 '인도네시아 컵라면 브랜드 점유율'과 '인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

#### ① 인도네시아 연령대별 식물성 식품 소비 빈도('19)

(식물성 식품만 섭취하는 연령대별 비율)

16-24세	8%
25-34세	7%
35-44세	6%
45-54세	6%
55세 이상	5%

#### ② 인도네시아 컵라면 브랜드 점유율('19)

팝미(Popmie)	73.5%
에이버씨(ABC)	9.7%
닛신(Nissin)	4.1%
미에세다프(Mie Sedaap)	3.8%
가가(Gaga)	3.3%
C사	2.5%

#### ③ 인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율('19)

인도미(Indomie)	46.9%
미에세다프(Mie Sedaap)	16.9%
사리미(Sarimi)	9.6%
수퍼미(Supermi)	8.8%
자카라나타마(Jakarana Tama)	1.7%
에이버씨(ABC)	1.1%

(\*) 스태티스타(Statista), 유로모니터(Euromonitor)

1) 컵라면(Instant Noodle Cups): 탈수된 면, 조미료, 야채를 컵에 담아 물에 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함  
 2) 봉지라면(Instant Noodle Pouches): 탈수된 면, 조미료, 야채를 봉지에 담아 냄비에 넣어 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함  
 3) HS CODE 1902.30 : 조사제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 인도네시아(Indonesia)

라면 소비 실태 분석 결과

### 인도네시아 '라면' 주요 연관어 분석



#### 인도네시아 '라면' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량	연관어	발생량
볶음면	3061	한국	425
인스턴트	2481	매운	424
닭고기	2213	할랄	354
인도미	2043	비건	339
레모닐로	1152	쌀	251
스파이시	928	고추	174
시라타키	768	퀘티아우	156
카레	691	자장면	141
국물	630	니신	123
양파	583	다이어트	121

인도네시아 온라인쇼핑몰 라면 10,650건 분석

라면 원산지

인도네시아 3,743건  
한국 177건



‘로컬 제품 80% 차지  
수입산 중 한국산 다수’

라면 특징

볶음면 3,061건  
봉지 1,083건  
스파이시 928건

‘봉지라면, 볶음면  
매운 라면 강세’



라면 원료

닭고기 2,212건  
시라타키 768건



‘닭고기 및  
곤약 성분 인기’

비건 라면 특징

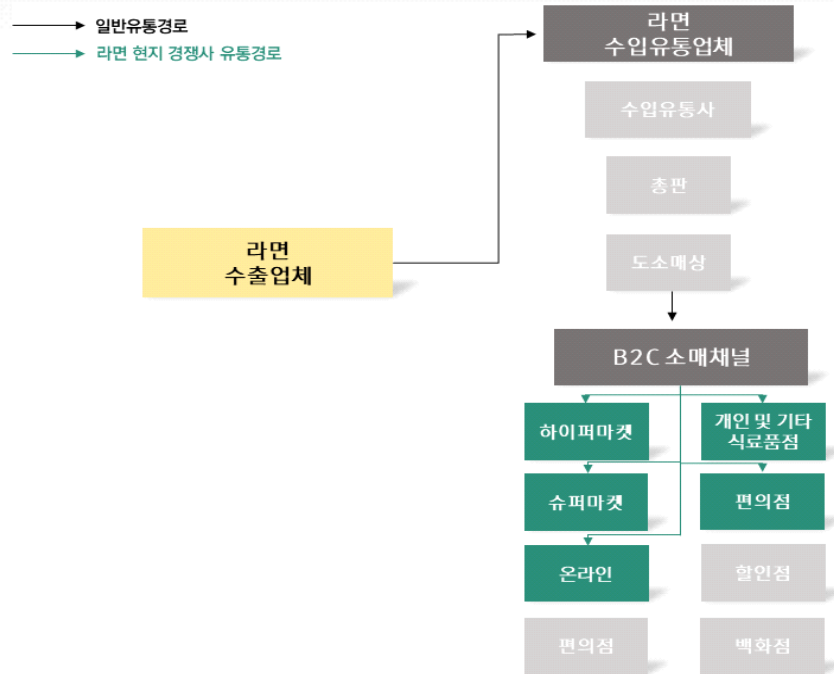
비건 339건  
한국 7건

‘비건 시장 형성  
한국 기업 일부 진출’



# Distribution Channel

(유통채널)



## 인도네시아(Indonesia)

### 라면 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매채널	개인 및 기타 식료품점 <sup>7)8)</sup>	80.1%	무궁화마트(Mugunghwa Mart), 케이마트(K Mart), 뉴서울(New Seoul), 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)
	편의점 <sup>9)</sup>	10.9%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 씨클케이(Circle K), 요마트(Yomart)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	8.6%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
	온라인	0.4%	부칼라팍(Bukalapak), 라자다(Lazada), 토크페디아(Tokopedia)

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

4) 2020년 기준, 인도네시아 내 '면류(Noodles)'의 유통채널 점유율임

5) '라면'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '면류(Noodles)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 인도네시아 유통채널로 외국계 기업도 포함됨

7) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크 등을 포함함

8) 본 보고서에서는 개인 및 기타 식료품점을 한인마트로 조사함

9) 편의점은 주유소 매점을 포함함

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>강제 인증 有</li> <li>2024년까지 할랄 인증 필수</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 수입 허가(SKI)</li> <li>식품에 대한 사전 수입 허가 획득 필요</li> <li>식품 등록</li> <li>인도네시아로 유통되는 식품 대상</li> <li>식품 안전, 라벨 등 평가</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - SKI(사전 수입 허가) - 식품 등록 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨 표기사항</li> <li>별도 심의 사항 없음</li> <li>인도네시아 식품의약청 규정 준수</li> <li>돼지고기 성분 함유 라벨 주의</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 식품 등록 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반 서류</li> <li>원산지 증명서</li> <li>수입식품 등록번호(ML) 등 필수 서류</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a> (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>포워딩 업체 섭외</li> </ul>	
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고</li> <li>서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청</li> <li>수입신고서(PB), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>HS CODE 1902.30-40 사용</li> <li>협정 세율 0%</li> <li>부가가치세 10%</li> <li>수입세 7.5%</li> </ul>	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a> - 참조처 : <a href="http://eservice.insw.go.id">eservice.insw.go.id</a>
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 심사</li> <li>제품 검사</li> <li>Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a> (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 호키부아  
(Hokky Buah)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Riza  
(Sales Department)

### 가장 인기 있는 현지 라면 브랜드는 인도미, 한국 라면은 B사의 불닭볶음면

인도네시아 내 가장 유명한 인스턴트 국수 브랜드는 인도미(IndoMie)이며 한국 라면 중 가장 인기 있는 제품은 B사의 불닭볶음면입니다. 몇 년 전 SNS에서 B사 매운맛 챌린지가 엄청난 인기를 끌면서 젊은 층의 선호도가 매우 높아졌습니다.

### 프리미엄 슈퍼마켓으로의 유통을 추천

한국 라면의 경우, 일반적인 하이퍼마켓과 슈퍼마켓으로도 유통할 수 있지만 한국 라면 제품의 가격이 현지 라면 제품보다 5배 정도 높기 때문에 프리미엄 슈퍼마켓으로 유통하는 것이 가장 효과적일 것으로 예상합니다.

## Market Price and Promotion



- 인터뷰 기업 : 인도마켓  
(Indomaret)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sari  
(Sales Department)

### 한국 라면, 현지 제품보다 5배 이상 높은 가격

인도네시아 내 한국 라면에 대한 인지도는 높은 편이지만 현지 제품보다 5배 정도로 가격이 높아 인도네시아 일반 식당의 메뉴 1개를 주문할 수 있는 정도의 가격이기 때문에 일부 소비자들은 구매를 꺼려합니다.

### 시식 행사, 1+1 행사, 다양한 플레이버 출시 등이 효과적

대형 하이퍼마켓이나 쇼핑몰에서는 제품 시식 행사를 주로 하며 슈퍼마켓과 편의점에서는 1+1 행사로 다른 플레이버의 라면 2가지를 고를 수 있는 프로모션을 진행합니다. 이 외에도 트렌디한 포장지와 다양한 플레이버를 출시하는 것이 가장 좋은 시장전략입니다.

## Market Awareness and Barrier



- 인터뷰 기업 : 비네카  
(Bhinneka)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Daniel  
(Marketing Department)

### A사의 인지도, 타사 한국 라면 브랜드에 비해 낮은 편

B사와 C사에 비해 A사의 제품은 아직 유명하지 않으며 인도네시아 내 한인마트, 수입제품 전문매장, 온라인 스토어에서만 판매되고 있습니다. A사는 현재 HALAL 인증을 취득하였지만 이미 예전에 비공식적으로 수입된 제품이 많이 유통되고 있습니다.

### HALAL 인증과 BPOM 수입허가 및 식품 등록 필수

인도네시아 소비자들은 HALAL을 매우 중요시하는 만큼 해당 인증을 취득하는 것이 매우 효과적입니다. 또한, 수입 전 인도네시아 식품의약품청(BPOM)의 수입허가를 받아야 하며 식품 등록 절차를 거쳐야 합니다.



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 마이푸드  
(My Food)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Ronald  
(Operation Manager)

### 현지 제품을 더 선호하며 주요 구매 요인은 HALAL 인증 취득 여부

인도네시아 내 인스턴트 국수의 선호도는 매우 높으며, 소비자들은 맛과 가격 측면에서 현지 제품을 더욱 선호합니다. 인도네시아 인구의 약 90%가 무슬림이기 때문에 HALAL 인증은 매우 중요한 구매요인이며 한국 제품을 구매할 때에도 역시 HALAL 인증 여부를 고려합니다.

### 인도네시아 내 라면 전문 식당의 단계별 매운맛 메뉴는 매우 인기

인도네시아 내 라면 전문 식당인 미아방아텍(Mie Abang Adek)에서는 단계별로 매운맛을 선택할 수 있는데, 인도네시아 소비자들은 독특한 것, 특히 매운 것을 선호하는 경향이 있기 때문에 매운맛 챌린지 식의 전략은 인도네시아에서 매우 효과적입니다.

## Market Preference and Consumer



- 인터뷰 기업 : 그라시아인도우타마  
(Gracia Indo Utama)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Harry  
(Product Manager)

### 카레, 치즈, 소고기, 닭, 매운맛 등의 라면 선호도 높음

수입 라면 중에서는 특히 카레맛 국물라면이나 크림미한 제품의 선호도가 높습니다. 또한, 대부분의 인도네시아 소비자들은 매운 음식을 즐겨 먹기 때문에 매운맛과 순한맛 모두 인기 있으며 가장 인기 있는 플레이버는 치즈, 소고기, 닭, 카레 맛입니다.

### 10대보다는 구매력이 있는 20-40대 소비자를 타겟으로 하는 것이 효과적

20-40대 소비자는 새로운 제품을 시도해보려는 경향이 강하므로 해당 연령층을 타겟 소비자로 설정하는 것이 적절합니다. 해당 소비층은 구매력이 있는 데 비해, 10대 소비자의 경우, 한국 문화에 대한 인지도는 높지만 현지 제품보다 가격이 높은 한국 라면을 구매할 수 있는 구매력이 떨어집니다.

## II. 시장규모(Market Size)

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

## 1. 인도네시아 라면 시장규모

### 인도네시아 국가 일반 정보<sup>12)</sup>

면적	24만km <sup>2</sup>
인구	2억 6,700만 명
GDP	1조 1,117억 달러
GDP (1인당)	4,164달러

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어있으며, 끓는 물을 추가하여 먹을 수 있는 컵에 담긴 제품을 포괄함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(컵)를 기준으로 '컵라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

#### ▶ 2015-2019년, 인도네시아 '라면' 시장규모, 연평균성장률 6%

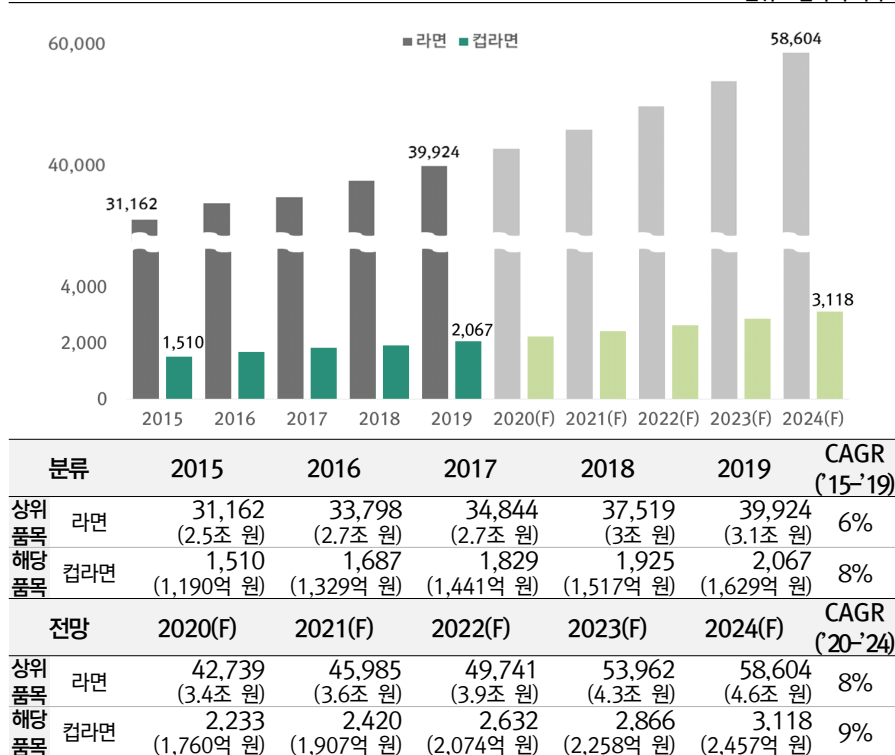
지난 5년(2015-2019년)간 인도네시아의 '라면' 시장규모는 연평균 6%의 성장률을 보이며 2019년 39조 9,240억 루피아를 기록함. 동기간 '컵라면' 시장규모는 연평균 8% 증가하여 2019년 2조 670억 루피아를 기록함

#### ▶ 2020-2024년, 인도네시아 '컵라면' 시장규모, 연평균성장률 9% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 인도네시아의 '라면' 시장규모는 연평균 8% 증가해 2024년 58조 6,040억 루피아를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 인도네시아 '컵라면' 시장규모는 연평균 9%의 성장률을 보이며 2024년에는 3조 1,180억 루피아를 기록할 것으로 예측되며, 쌀 및 파스타, 면류 제품 중 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 인도네시아 '라면', '컵라면' 시장규모<sup>10)11)</sup>

단위 : 십억 루피아



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

10) 100루피아=7.88원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 루피아, 원)는 모두 반올림됨

12) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포함함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(봉지)를 기준으로 '봉지라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

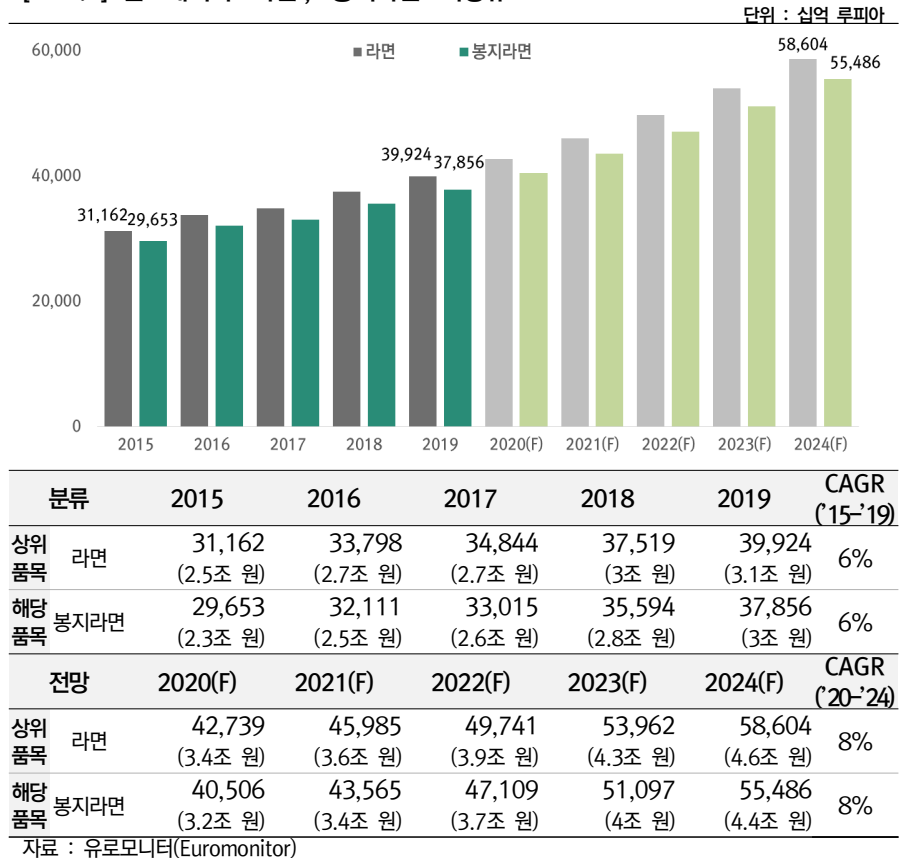
▶ 2015-2019년, 인도네시아 '라면' 시장규모, 연평균성장률 6%

지난 5년(2015-2019년)간 인도네시아의 '라면' 시장규모는 연평균 6%의 성장률을 보이며 2019년 39조 9,240억 루피아를 기록함. 동기간 '봉지라면' 시장규모는 연평균 6% 증가하여 2019년 37조 8,560억 루피아를 기록함

▶ 2020-2024년, 인도네시아 '봉지라면' 시장규모, 연평균성장률 8% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 인도네시아의 '라면' 시장규모는 연평균 8% 증가해 2024년 58조 6,040억 루피아를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 인도네시아 '봉지라면' 시장규모는 연평균 8%의 성장률을 보이며 2024년에는 55조 4,860억 루피아를 기록할 것으로 예측됨.

[표 2.2] 인도네시아 '라면', '봉지라면' 시장규모<sup>13)</sup>



13) 환산된 데이터(단위: 루피아, 원)는 모두 반올림됨

## 2. 인도네시아 라면 수출입 시장규모

HS CODE 1902.30: 조사제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

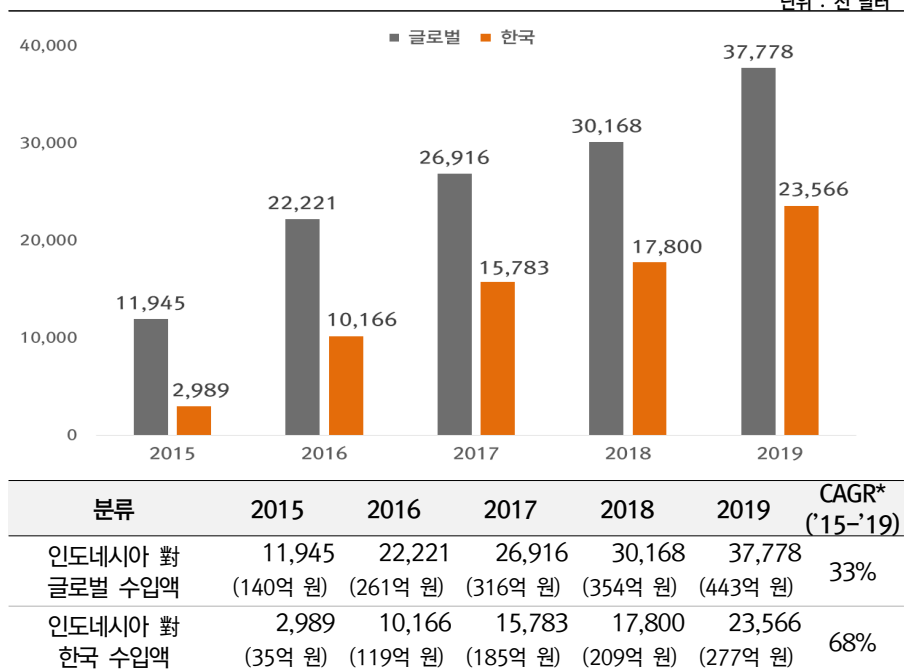
### ▶ 2015-2019년, 인도네시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 33%

인도네시아 HS CODE 1902.30 품목의 對글로벌 수입규모는 2015-2019년 동안 연평균 33%의 증가세를 보이며 2019년 3,777만 8,000달러를 기록함. 인도네시아 HS CODE 1902.30 품목 수입상대국 1위는 한국으로 확인되며, 2019년 기준 인도네시아 전체 수입액의 62%를 차지하는 2,356만 6,000달러를 기록함. 수입상대국 2위는 중국이며, 2019년 1,054만 7,000달러(약 124억 원)로 전체의 28%를 차지함<sup>14)</sup>

### ▶ 2015-2019년, 인도네시아 對한국 수입액 연평균성장률 68% 증가

인도네시아 HS CODE 1902.30 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 68%의 큰 증가세를 보이고 있음. 對한국 수입규모는 인도네시아 HS CODE 1902.30 품목 수입규모 증가와 함께 2015년 298만 9,000달러에서 2019년 1,016만 6,000달러로 대폭 상승한 후 3년 연속 증가함

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 1902.30 수입규모<sup>15)16)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1902.30 기준

14) 자료: ITC 홈페이지(www.trademap.org)

15) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 인도네시아 라면 소비 시장규모

#### 1) 인도네시아 연령대별 식물성 식품 소비 빈도

조사제품 '라면'은 채식주의자용 상품으로 가공하여 판매 가능한 상품임. 이에 인도네시아 내 비건 라면의 수요를 예상하고자 '인도네시아 연령대별 식물성 식품 소비 빈도'를 조사함

● 인도네시아 성별 식물성 식품 섭취 경험 소비자 비율<sup>20)</sup>  
단위 : %

남성	79.2%
여성	76.8%

자료 : 스태티스타(Statista)

● 인도네시아 식물성 식품 구매 요인<sup>21)</sup>  
단위 : %

건강	65%
채식주의 지향	29%
맛	26%
동물보호	23%
기타	16%
목축이 환경에 미치는 영향을 고려	16%
알레르기	13%

자료 : 스태티스타(Statista)

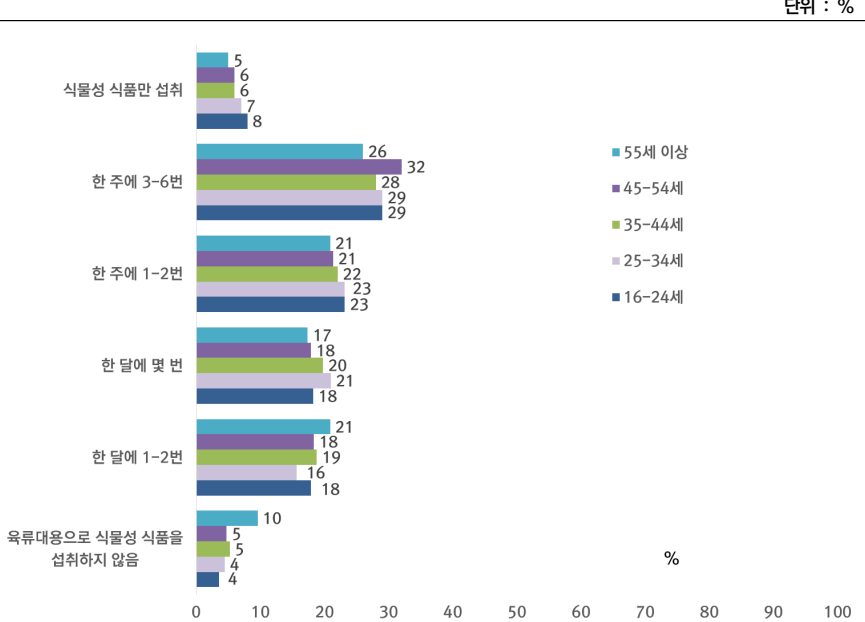
#### ▶ 인도네시아 내 식물성 식품만 소비하는 연령대 16-24세가 가장 많아

시장조사기관 스태티스타(Statista)의 설문조사 결과에 따르면, 2019년 인도네시아 16-24세의 8%, 25-34세의 7%, 35-44세의 6%, 45-54세의 6%, 55세 이상의 5%가 오직 식물성 식품만을 소비한다고 응답함. 또한 같은 설문조사에서 식물성 식품 섭취 경험의 경우 남성이 79.2%로 여성 보다 2.4%포인트(p) 높은 것으로 드러남

#### ▶ 건강을 위해 식물성 식품을 구매한다고 답한 응답률 65%

스태티스타의 설문조사 결과에 따르면, 설문조사 대상 중 건강을 위해 식물성 식품을 구매한다고 답한 비율이 65%로 다른 응답자에 비해 가장 높게 조사됨. 또한 자카르타포스트(Jakarta post)에 따르면, 건강을 고려하는 소비형태에 힘입어 인도네시아의 1인당 육류소비량은 11.6kg으로 태국의 25.8kg, 말레이시아의 52.3kg에 비해 적으며, 식물성 대체식품에 대한 선호도가 높은 것으로 확인됨<sup>17)</sup>

[표 2.4] 2019년 인도네시아 연령대별 식물성 식품 소비 빈도<sup>18)</sup>



자료: 스태티스타(Statista)

17) 자카르타포스트(Jakartapost), 「A sustainable solution for Indonesia's love of beef」, 2020

18) 스태티스타(Statista), 「Frequency of plant-based food consumption in Indonesia 2019, by age」, 2019

19) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

20) 스태티스타(Statista), 「Share of plant-based food consumers in Indonesia 2019, by gender」, 2019

21) 스태티스타(Statista), 「Factors for choosing plant-based food in Indonesia 2019」, 2019



## 2) 인도네시아 컵라면 브랜드 점유율

조사제품 '라면'의 인도네시아 시장규모는 2019년 3.1조원에 이르며, 시장 내에서 다양한 브랜드 및 상품이 경쟁 중임. 이에 현지에서 인기 있는 브랜드 및 업체를 파악하기 위해 인도네시아 '컵라면/봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

### ▶ 팝미, 인도네시아 컵라면 브랜드 점유율 73.5%로 1위

● 인도네시아  
컵라면 브랜드 점유율 ('17-'18)  
단위 : %

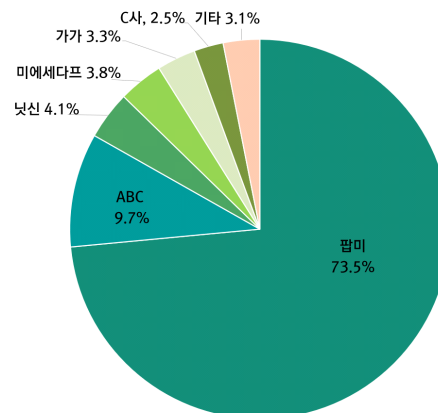
브랜드	2017	2018
팝미 (Popmie)	72.9	73.0
에이비씨 (ABC)	9.7	9.7
닛신 (Nissin)	4.2	4.2
미에세다프 (Mie Sedaap)	3.9	3.9
가가 (Gaga)	3.4	3.4
농심	2.7	2.6
기타	3.2	3.1

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

2019년 팝미 브랜드가 인도네시아 컵라면 시장의 73.5%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 팝미는 17-18년에도 70%이상의 점유율을 기록하며, 인도네시아 컵라면 시장에서 꾸준히 1위를 차지함. 자카르타포스트(Jakartapost)에 따르면, 최근 인도푸드수크스막무르는 기존 팝미 컵라면의 면을 인도네시아 소비자들에게 친숙한 쌀로 바꾼 제품을 출시하는 등 소비자의 기호에 맞춘 다양한 변화를 추구하고 있음.<sup>22)</sup> 호주곡물수출혁신센터(AEGIC)<sup>23)</sup>의 보고서에 따르면, 한국의 B사와 C사를 포함한 외국 브랜드들 역시 세계 2위의 라면 시장인 인도네시아에서 할랄(HALAL) 인증 취득과 같은 현지화 전략을 펼치며 시장점유율 확대를 위해 노력하고 있음

[표 2.5] 2019 인도네시아 컵라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	주요제품	2019
팝미 (Popmie)	인도푸드수크스막무르 (Indofood Sukses Makmur)	팝미 (Popmie)	73.5
에이비씨 (ABC)	에이비씨프레이저먼트인도네시아 (ABC President Indonesia)	미컵 (Mi Cup)	9.7
닛신 (Nissin)	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings)	닛신 (Nissin)	4.1
미에세다프 (Mie Sedaap)	윙스 (Wings Corp)	미에세다프컵 (Mie Sedaap Cup)	3.8
가가 (Gaga)	자카라나타마 (Jakarana Tama)	원헌드레드엑스트라페더즈 (100 Extra Pedas)	3.3
C사	C사	할랄신라면	2.5
	기타		3.1

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

22) 자카르타포스트(Jakartapost), 「As Indonesian as it gets: Pop Mie cup noodles with rice」, 2020

23) 호주곡물수출혁신센터(Australian Export Grains Innovation Center), 「The Indonesian noodle market」, 2019

3) 인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율

인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율 (17-18)

단위 : %

브랜드	2017	2018
인도미 (Indomie)	46.7	46.6
미에세다프 (Mie Sedapp)	17.7	17.1
사리미 (Sarimi)	9.5	9.5
수퍼미 (Supermi)	8.8	8.7
자카라나타마 (Jakarana Tama)	1.9	1.8
에이비씨 (ABC)	1.2	1.2
센트라푸드 (Sentra Food)	1.0	0.9
삼양라면	0.4	0.7
기타	12.8	13.6

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ 인도미, 인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율 46.9%로 1위

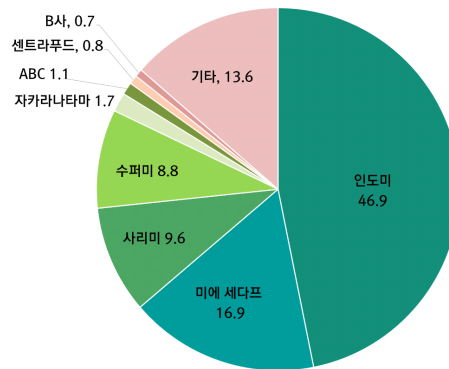
유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2019년 인도푸드수크스막무르의 브랜드 인도미가 2019년 인도네시아 봉지라면 시장의 46.9%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 이어서 wings사의 미에 세다프가 16.9%로 점유율 2위를 차지함

▶ 인도푸드수크스막무르, 인도네시아 라면 기업 점유율 1위

인도푸드수크스막무르는 인도미 브랜드를 포함하여 점유율 3위, 4위인 사리미와 수퍼미 브랜드의 제조사임. 인도푸드수크스막무르가 제조한 제품들이 2019년 봉지라면 시장 브랜드 점유율의 65.3%를 차지하며 1위를 기록함. 네이션타일랜드 (Nation Thailand) 따르면, 인도네시아 라면회사들은 소비자들의 선호도에 맞춰 저칼로리 라면, 닭고기와 버섯이 들어간 라면, 카레 라면 등 다양한 제품을 생산하고 있음.<sup>24)</sup> 또한 한정 수량 라면 출시, SNS 콘텐츠 등 다양한 마케팅 전략을 병행함<sup>25)</sup>

[표 2.6] 2019 인도네시아 봉지라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	주요제품	2019
인도미 (Indomie)	인도푸드수크스막무르 (Indofood Sukses Makmur)	인도미 (Indomie)	46.9
미에세다프 (Mie Sedapp)	윙스 (Wings Corp)	미에세다프 (Mie Sedapp)	16.9
사리미 (Sarimi)	인도푸드수크스막무르 (Indofood Sukses Makmur)	사리미 (Sarimi)	9.6
수퍼미 (Supermi)	인도푸드수크스막무르 (Indofood Sukses Makmur)	수퍼미 (Supermi)	8.8
자카라나타마 (Jakarana Tama)	자카라나타마 (Jakarana Tama)	원헌드레드엑스트라페더즈 (100 Extra Pedas)	1.7
에이비씨 (ABC)	에이비씨프리지던트인도네시아 (ABC President Indonesia)	셀레라페더즈 (Selera Pedas)	1.1
센트라푸드 (Sentra Food)	메드코 그룹 (Medco Group)	센트라푸드 (Sentra Food)	0.8
B사	B사	불닭볶음면	0.7
기타	기타		13.6

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

24) 네이션타일랜드(Nation Thailand), 「Indonesians & instant noodles: A love affair」, 2018

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Indonesia」, 2019

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 인도네시아 라면 판매현황, 로컬 비중이 80% 이상 차지
2. 인도네시아 라면, '붕지라면', '볶음면', '매운 맛' 인기
3. 인도네시아 라면 원료, '닭고기'·'곤약' 인기
4. 인도네시아 라면 비건 수요 높아... 한국기업 일부 진출

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집  
소스원**



(인도네시아 매체 12개)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집  
35,149건**

- ① 인도네시아 관련 기사 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : 인도네시아 언론 매체 및 온라인쇼핑몰
- ② 인도네시아 라면 관련 소비자 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : Lazada([www.lazada.com.id](http://www.lazada.com.id))
  - Shopee([www.shopee.id.com](http://www.shopee.id.com))
  - Liputan6([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com))

●

**데이터 분류  
키워드집**



(라면 연관 키워드집)

라면  
(검색어)



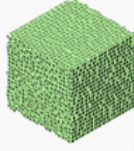
**데이터 정제  
10,650건**

- ① 수집 데이터 정의
  - 수집 키워드 : 라면(mie instan)
- ② 수집 데이터 정제
  - 정제 데이터 추출 : 라면 10,650건 수집

●

**데이터 분석**  
- 연관어 분석

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



**데이터 분석  
인도네시아 라면  
소비실태 분석**

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
  - 인도네시아 라면 소비실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
  - 키워드 분석
  - 라면 관련 키워드집 구축(\*\*)
  - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
  - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.09
수집 데이터	35,149건

데이터 정제

정제 키워드	라면(mie instan)
정제 데이터	10,650건

○ 데이터 수집

- 인도네시아 라면 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 인도네시아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.com.id	온라인쇼핑몰
02	Shopee	www.shopee.id.com	온라인쇼핑몰
03	Tokopedia	www.tokopedia.com	온라인쇼핑몰
04	Liputan6	www.liputan6.com	뉴스매체
05	Republika	republika.co.id	뉴스매체
06	Popbela	www.popbela.com	뉴스매체
07	Detik	wolipop.detik.com	뉴스매체
08	Highlight	highlight.id	뉴스매체
09	Suara	www.suara.com	뉴스매체
10	Media Indonesia	mediaindonesia.com	뉴스매체
11	Sindo News	sindonews.com	뉴스매체
12	Kaskus	www.kaskus.co.id	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 라면 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 인도네시아 라면 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰  
라면 원료

현지 온라인 쇼핑몰  
라면 원산지·특징

현지 뉴스매체  
라면 이슈

키워드 ①	키워드 ②	키워드 ③
할랄	채식 원료	닭고기
현지산 다수	한국 다수 진출	볶음라면 강세
저칼로리 라면	곤약면 인기	라면 소비 많아

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 라면 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 인도네시아 라면 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
			의미	인도네시아어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	라면 원산지	인도네시아	Indonesia		○
	기타		시장 사전 조사 결과 기반 수립	한국	Korea	○
일본			Jepang			
중국			Cina		○	
인도미			Indomie		○	
레모니요			Lemonilo		○	
라면 특징	시장 사전 조사 결과 기반 수립	볶음면	Goreng	○	○	
		국물	Sup	○	○	
		봉지	Paket	○	○	
		용기	Mangkuk	○	○	
		컵	Cup	○	○	
		매운맛	Pedas	○	○	
		부드러운	Rasanya	○	○	
라면 원료	시장 사전 조사 결과 기반 수립	치킨	Ayam		○	
		곤약	Konjak		○	
		카레	Kari		○	
		양파	Bawang		○	
		소고기	Daging Sapi		○	
		토마토	Tomat		○	
		버섯	Jamur		○	
비건 라면	시장 사전 조사 결과 기반 수립	비건	Vegan	○	○	
		베지테리언	Vegetarian	○	○	
		채소	Sayur-Mayur	○	○	
		유기농	Organik		○	



## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

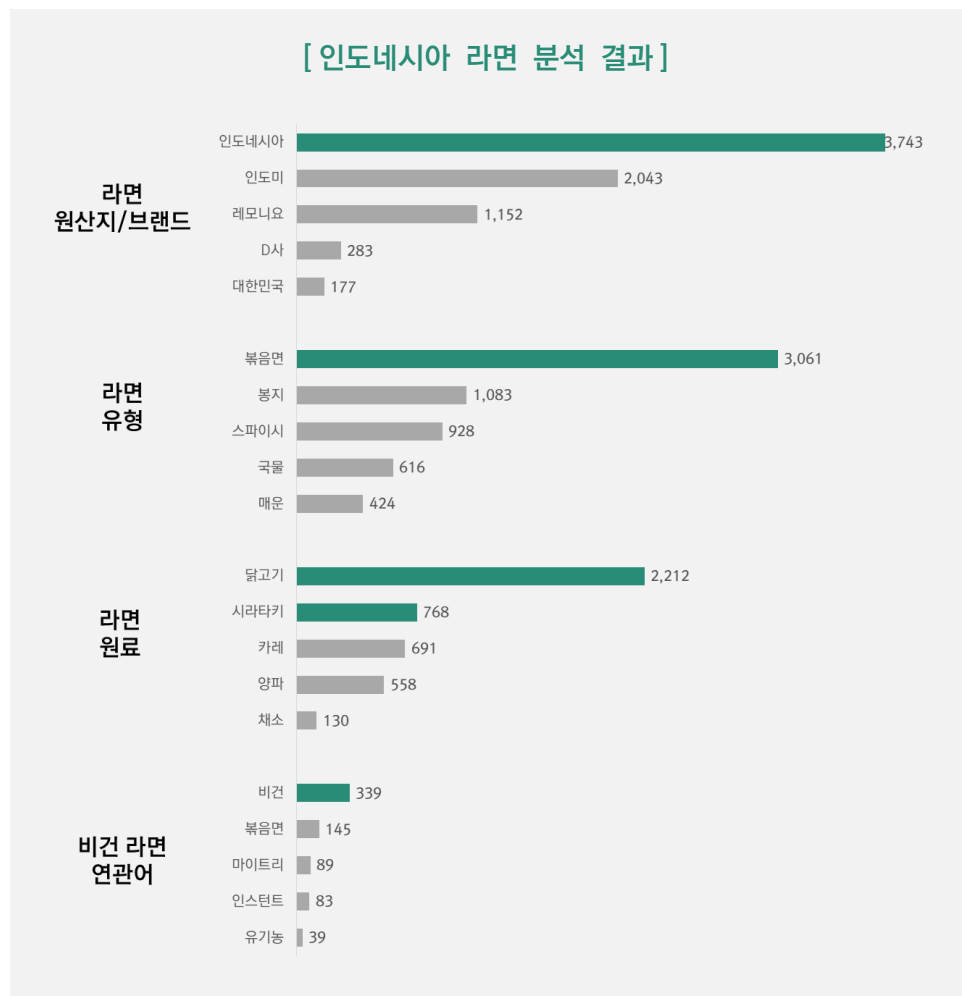
- 인도네시아 소비자의 라면 소비 실태 분석

- ① 인도네시아 현지라면·한국라면 비중 및 한국라면 판매 현황
- ② 인도네시아 인기 라면 유형
- ③ 인도네시아 인기 라면 원료
- ④ 인도네시아 비건 라면 수요

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 '라면' 브랜드 키워드 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 '라면' 유형 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 '라면' 원료 키워드 분석
- ④ 온라인 쇼핑몰·구매후기 '비건' 키워드 분석



## 1. 인도네시아 라면 판매현황, 로컬 브랜드가 다수

### 인도네시아 기진출 한국 브랜드



제품명 O社진 라면 순한맛

가격 13,800 루피아  
(1,087원)<sup>26)</sup>

용량 120g

자료 : Tokopedia  
(www.tokopedia.com)

- ▶ 인도네시아 라면 판매현황, 로컬 브랜드가 80% 이상 차지
- ▶ 인도네시아 라면 브랜드, 건강을 강조한 콘셉트 다수

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 내 판매되고 있는 라면 브랜드 현황을 분석한 결과 로컬 제품 판매 비중이 약 80% 정도를 차지하고 있음. 인도미(Indomi), 레모니오(Lemonilo), 핏미(Fitmee), 인터미(Intermi) 등 로컬 브랜드의 키워드 빈도가 높았음

레모니오는 튀기지 않은 건면을 강조하고, 핏미는 인도네시아 최초로 곤약면을 도입하는 등 인도네시아 로컬 브랜드들은 특히 건강 콘셉트를 내세움

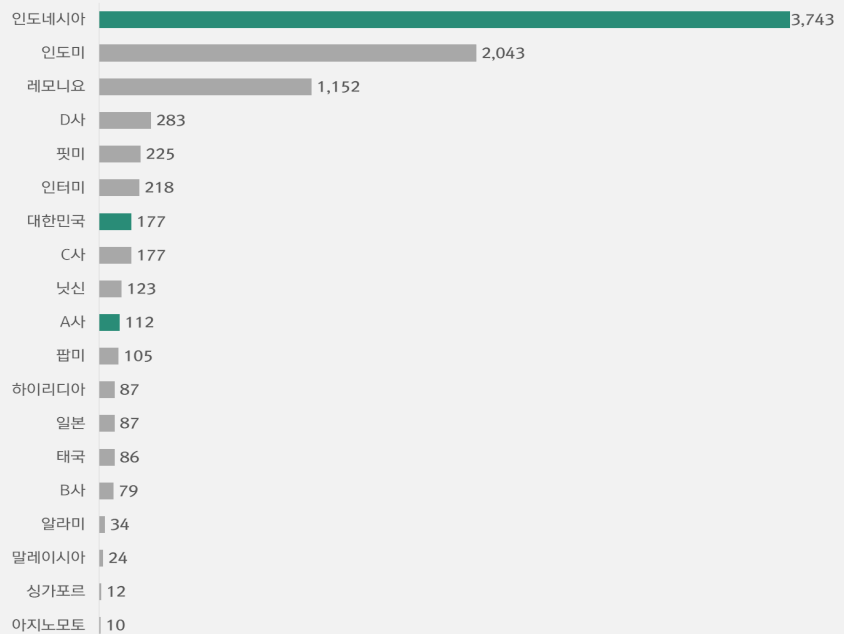
- ▶ 수입산 브랜드 중 한국산 라면 비중 가장 높아

수입산 라면 브랜드 중에는 한국 라면의 비중이 가장 높았으며 D사, C사, A사, B사 순으로 판매제품 수가 많았음. 참여기업의 제품 중 진라면, 치즈라면, 쇠고기면, 부대찌개면 등이 판매되고 있음. 한국 이 외의 국가 키워드로 일본, 태국, 말레이시아, 싱가포르가 출현함

- ▶ 인도네시아 라면 원산지 분석 결과

- ① 로컬 브랜드 다수 ② 수입산 중 한국 브랜드 다수 진출

[표 3.4] 인도네시아 온라인쇼핑몰, '라면' 분석 - 원산지 및 브랜드



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 '라면' 10,650건 분석

26) 100루피아=7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 라면, ‘봉지라면’, ‘볶음면’, ‘매운맛’ 다수

### ▶ 라면 포장 - 봉지라면

인도네시아 라면 포장 유형으로는 봉지 형태가 가장 일반적인 것으로 드러났으며 그 다음으로 컵 라면 키워드가 빈출됨

### ▶ 라면 종류 - 볶음면 강세

인도네시아는 나시고렝(Nasi Goreng), 퀘티아우(Kwetiau) 등 볶음면 문화가 발달해 있어 국물라면보다는 볶음라면이 강세를 띄고 있는 것으로 드러남. 인도네시아 로컬 선도 브랜드 인도미는 다수의 볶음라면을 판매하고 있음. 현지식 라면 이외에도 자장 볶음면, 스파게티 등 여러 볶음라면이 판매되고 있음

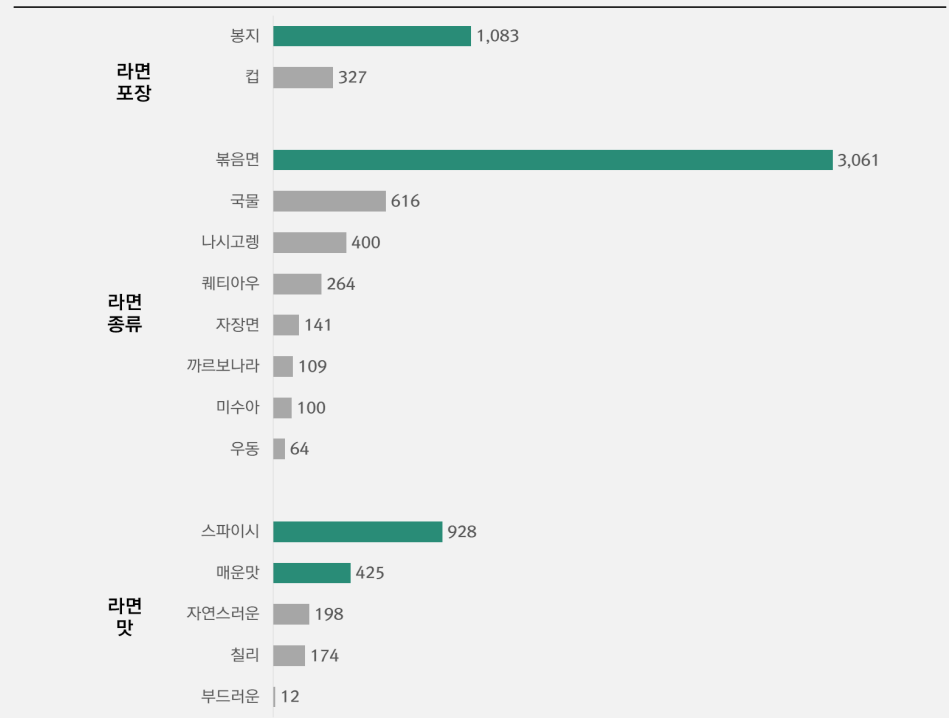
### ▶ 라면 맛 - 매운 맛

인도네시아 라면 맛으로는 부드러운 맛보다는 매운맛이 각광받고 있음. 매운맛 라면으로는 한국의 빨간 국물라면과 인도미의 스파이시 볶음면, 카레 기반의 매운맛 라면 등이 주로 판매되고 있음

### ▶ 인도네시아 라면 특징 분석 결과

① 봉지라면 ② 볶음라면 ③ 매운맛

[표 3.5] 인도네시아 온라인쇼핑몰, ‘라면’ 분석 - 특징



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 ‘라면’ 10,650건 분석

### 3. 인도네시아 라면 원료, ‘닭고기’·‘곤약’ 인기

#### ▶ 인도네시아 라면 보편적 재료로 닭고기 인기

인도네시아 라면 재료 중에 보편적으로 인기가 있는 재료는 닭고기로 인도미, 레모니요 등 현지 브랜드들이 많이 활용하고 있음. 닭고기 외로는 카레, 양파, 버섯, 감자 등 채소가 재료로 많이 사용됨. 할랄 인증이 보편적인 인도네시아 특성상 돼지고기, 소고기 등 육류의 비중은 그렇게 높지 않은 편임

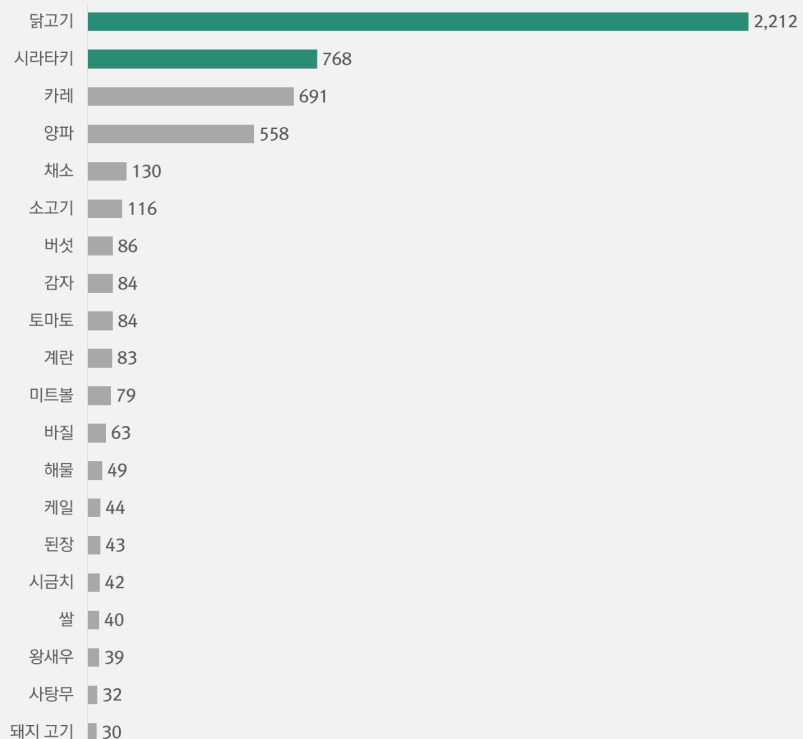
#### ▶ 건강 콘셉트 관련하여 시라타키(곤약면) 부상

인도네시아에 건강 및 다이어트 관련 라면 트렌드에 따라 시라타키(곤약면)의 판매 비중이 증가하고 있는 것으로 드러남. 구글 트렌드가 발표한 ‘2019년 인도네시아인이 가장 많이 찾은 키워드’로 시라타키가 선정되었으며 라면에서도 칼로리 함량과 임신부 섭취 여부에 대한 연관 검색이 많은 것으로 드러남<sup>27)</sup>

#### ▶ 인도네시아 라면 원료 특징

##### ① 보편화된 재료 - 닭고기 ② 급부상 - 시라타키(곤약면)

[표 3.6] 인도네시아 온라인쇼핑몰, ‘라면’ 분석 - 원료



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 ‘라면’ 10,650건 분석

27) 리푸탄6(Liputan6), 「Nasi Merah dan Shirataki Paling Tren Dicari Orang Indonesia pada 2019」, 2019.12.16

## 4. 인도네시아 비건 라면 시장 형성... 한국기업 일부 진출

● 인도네시아  
기 진출 한국 비건 라면



제품명 C사 순 라면

가격 20,000 루피아  
(1,576원)

용량 67g

자료 : Lazada.com  
(www.lazada.co.id)

### ▶ 인도네시아 내 비건 라면 시장 이미 형성 돼

인도네시아에서 온라인 라면 판매제품 10,650건 중 339건이 ‘채식주의자’ 또는 ‘비건’이라는 개념을 내세워 판매하고 있음. 채식주의자·비건 키워드 외에도 식물성 원료가 많이 활용되고 있음을 감안할 때 인도네시아 내 비건용 라면 시장이 이미 형성되었음을 알 수 있음. 인도네시아의 비건 라면 선도 브랜드는 마이트리(Mai Tri)로 토마토·버섯 등을 활용한 볶음면 제품들을 판매하고 있음

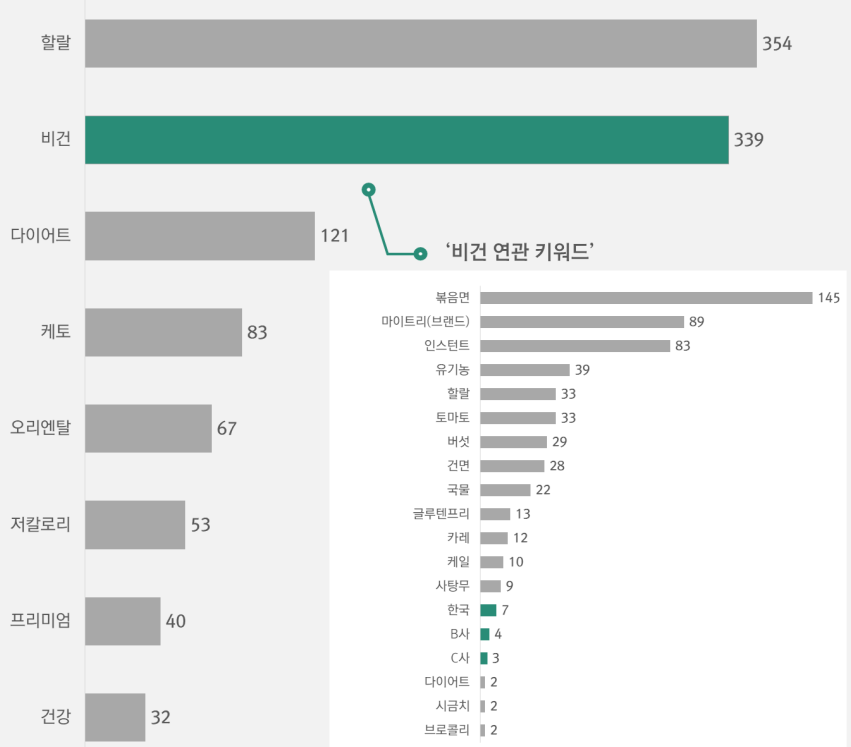
### ▶ 한국 브랜드 B사·C사, 비건 콘셉트로 진출

한국 브랜드들 중 B사와 C사가 비건 콘셉트로 진출해 있는 것으로 확인됨. C사는 동남아시아를 타깃으로 한 할랄 인증 기반의 ‘순 야채라면’을 판매하고 있으며, B사는 퐁얌퐁 콘셉트의 비건 라면 제품을 판매하고 있음

### ▶ 인도네시아 라면 이슈

#### ① 비건 수요 높아 ② 한국 B사·C사 비건 콘셉트 진출

[표 3.7] 인도네시아 온라인쇼핑몰, ‘라면’ 분석 - 콘셉트(비건)



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 ‘라면’ 10,650건 분석

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

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



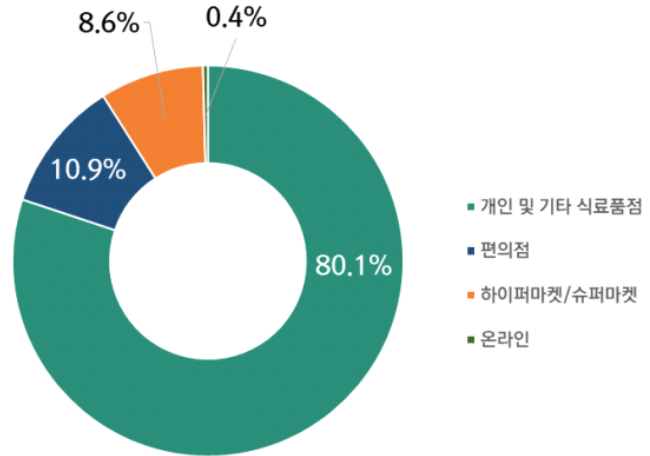
## 1. 인도네시아 라면 유통구조

### 품목 구분 및 분류

품목	라면
구분	라면
범주	면류 (Noodles)

- ▶ 인도네시아 라면 주요 채널  
'개인 및 기타 식료품점(80.1%), 편의점(10.9%)'

[표 4.1] 인도네시아 라면 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 인도네시아 라면 유통채널 현황

채널 유형	라면 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	80.1%	무궁화마트(Mugunghwa Mart), 케이마트(K Mart), 뉴서울(New Seoul), 파파야프레시갤러리 (Papaya Fresh Gallery)
	편의점	10.9%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 요마트(Yomart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	8.6%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
	온라인	0.4%	부갈라팍(Bukalapak), 라자다(Lazada), 토크오피디아(Tokopedia)

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

## 2. 인도네시아 라면 주요 유통업체

### ▶ 개인 및 기타 식료품점, 편의점이 대표적

[표 4.3] 인도네시아 인스턴트 누들 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>28)</sup> <sup>29</sup> <sup>30</sup> , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	무궁화마트 (Mugunghwa Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	약 4,000만 달러 (약 469억 원)	A사, B사, C사	0
2	케이마트 (K Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	B사, C사, D사	0
3	뉴서울 (New Seoul)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	E사	0
4	파파야프레시 갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	개인 및 기타 식료품점 (아시안 마트)	매장 수('20): 12개	코비(Kobe), 니신(Nissin), 마루첸(Maruchen), C사	0
5	알파마트 (Alfamart)	편의점	약 1조 1,000억 루피아 (약 867억 원)	인도미(Indomie), 염염(Yum Yum), 미세답 (Mie Sedaap), 삼양	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 100루피아=7.88원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 1유로=1,369.42원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	인도마켓 (Indomaret)	편의점	약 2,578억 루피아 (약 203억 원)	미세답 (Mie Sedaap), 가가(Gaga), 염염(Yum Yum), 니신(Nissin)	0
7	씨클케이 (Circle K)	편의점	매장 수('20): 약 500개	미에이비씨 (Mi ABC), 미에세답 (Mie Sedaap), 인도미(Indomie)	0
8	하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 8조 6,550 루피아 (약 6,820억 원)	미에이비씨 (Mi ABC), 미젤라스(Migelas), 윙스푸드 (Wings Food), 팝미(Pop Mie)	0
9	트랜스마트가르푸 (Transmart Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 110조 5,122억 원)	인도미(Indomie), 미세답 (Mie Sedaap)	0
10	부갈라팍 (Bukalapak)	온라인	약 1억 9,200만 달러 (약 2,253억 원)	레모닐로(Lemonilo), 인도미(Indomie), 사리미(Sarimi), 미젤라스(Migelas)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 인도네시아 라면 B2C 소매채널

#### 1) 개인 및 기타 식료품점 (한인마트)



##### ① 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

	기업명	무궁화마트(Mugunghwa Mart)	
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('18)	약 4,000만 달러 (약 469억 원)
기타 규모		매장 수('20): 9개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 음식점 코리안가든(Korean Gardern) 설립</li> <li>• 1985년 회사명을 무궁화로 변경</li> <li>• 인도네시아 내 소매 유통채널인 소고(Sogo), 까르푸(Carrefour), 패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven) 등에 한국 식료품 유통</li> <li>• 50개 이상의 한국 제조업체 제품 담당</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 5월 일간지 콤파스닷컴(Kompas.com) ‘한식 주재료 고추장 만들기’ 기사에 소개</li> <li>• 2019년 연말 라이프스타일 관련 일간지 데틱푸드(Detikfood)에 가장 유명한 한인마트로 소개</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	무파마
		종류	봉지라면
		용량	122g
		원산지	대한민국

자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 유로모니터(Euromonitor), 콤파스닷컴(Kompas.com), 데틱푸드(Detikfood)


사진 자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

## 입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 신선식품, 주류, 스낵류, 캔디류, 소스류, 육류, 해산물 등</li> <li>- 일반: 의약품, 의류, 문구류, 가전제품, 생활용품, 식기류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 신선식품</li> <li>- 한국산 냉동식품 및 즉석식품</li> </ul> </li> </ul>	
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일, 또는 유선 연락을 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의 사항 연락사항             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: admin@mugunghwa.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-722-2214</li> </ul> </li> </ul>
<b>벤더 리스트</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 무궁화유통 기업이 인도네시아 내 벤더로 역할 (농심, 롯데, 오뚜기, CJ, 삼양 등 한국의 50개 제조업체에서 수입하여 판매)</li> </ul>	

자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 케이마트(K Mart)

기업 기본 정보	기업명	케이마트(K Mart)	
	홈페이지	(-)	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국인보다 현지인들에게 인기 있는 한인마트</li> <li>• 매 월, 분기마다 새로운 제품을 발굴하여 입점</li> <li>• 다양한 한국식품 판매</li> <li>• 한국산 신선식품, 수산물 판매</li> <li>• 제품 표기를 한국어로만 표기</li> <li>• 마트 내 푸드코트가 있으며, 한국식 분식 판매</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 푸드코트 음식 테이크 아웃 서비스 제공</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	불닭볶음면
		종류	볶음 인스턴트 누들
		용량	140g
		원산지	대한민국

자료 : 오프라인 매장 조사  
사진 자료 : 오프라인 매장 조사




**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 해산물류, 육류, 라면류, 디저트류, 소스류, 베이커리류, 반찬류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 세탁용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다른 한인마트에 비해 인도네시아산 제품 많이 판매</li> <li>- 제품 설명서가 한국어로만 작성됨</li> </ul> </li> </ul>		
	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-22775526</li> </ul> </li> <li>• 영업시간: 8am-7pm</li> </ul>	

자료 : 오프라인 매장 조사

③ 뉴서울(New Seoul)

기업 기본 정보	기업명	뉴서울(New Seoul)	
	홈페이지	www.tokopedia.com/new-seoul	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한옥을 콘셉트로 한 한인마트</li> <li>• 뽕짜(Puncak)에서 재배한 다양한 야채 판매</li> <li>• 2층에 분식점과 카페, 회원 운영</li> <li>• 떡을 판매하며 인기가 많음</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019년 12월 산지 직송 상품 강화</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	불닭볶음누들
		종류	볶음면
		용량	490g
		원산지	대한민국

자료 : 오프라인 매장 조사

사진 자료 : 오프라인 매장 조사

**입점 및 협력 정보**




<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 쌀류, 면류, 해산물류, 떡류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 화훼류, 생활용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 야채류, 해산물류, 쌀류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 야채류, 해산물류가 인기가 많음</li> <li>- 떡류 판매</li> <li>- 화훼류 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-2277981</li> </ul> </li> <li>• 영업시간: 8am-7pm</li> </ul>

자료 : 오프라인 매장 조사

## 2) 개인 및 기타 식료품점 (아시안마트)



### ① 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

기업 기본 정보	기업명	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 12개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005년 인도네시아에 설립</li> <li>• 과일, 채소, 해산물, 육류, 간편 식품 부문에서 좋은 품질의 상품을 갖춘 글로벌 슈퍼마켓으로 인식</li> <li>• 주로 일본, 한국산 수입 제품 판매</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 10월 인도네시아 식품구조재단인 에스오에스인도네시아(SOS Indonesia)에 음식 기부</li> <li>• 2020년 7월 마스크 증정 사은 행사 실시</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	미본케이브 (Mi Bon Cabe)
		종류	볶음 인스턴트 누들
		용량	105g
		원산지	인도네시아

자료 : 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)  
 인스타그램, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료 : 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

### 입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 어류, 유제품, 스낵류, 베이커리류, 조리완제품, 주류, 냉동식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 제품, 신선제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대부분의 제품을 한국과 일본에서 수입해서 판매</li> </ul> </li> </ul>		
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 통해 등록 (papayabali.co.id)</li> <li>- 웹사이트 내 Contact를 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: customerbali@papaya.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-361-759222</li> </ul> </li> </ul>	
<b>벤더 리스트</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV Libra Food Service(식음료 브로커)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: www.libra-food.com</li> <li>- 이메일: cs.care@libra-food.com</li> <li>- 전화번호: +62-21-691-9292</li> <li>- 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료 : 파파야프레스갤러리(Papaya Fresh Gallery), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## 3) 편의점

## ① 알파마트(Alfamart)



기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	홈페이지	www.alfamartku.com	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('19)	약 1조 1,000억 루피아 (약 867억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 약 900개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1999년 PT Sumber Alfaria Trijaya 유통사가 편의점 시장에 진출하기 위해 설립</li> <li>10,000개 이상의 매장 보유</li> <li>현지 대기업 SM Group과 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장 개설</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 9월 쇼피페이(Shopee Pay)와 파트너십 계약, 고객들에게 비대면 결제 시스템 장려 중</li> <li>2020년 8월 900번째 지점 신규 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	소토미(Soto Mie)
		종류	인스턴트 누들
		용량	80g
		원산지	인도네시아

자료: 알파마트(Alfamart), 알파마트(Alfamart) 페이스북 페이지, 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review), 카타데이타(Katadata), 자카르타포스트(TheJakarta Post), 아이디엔파이낸셜(IDN Financials), 페트롤플라자(Petrol Plaza), 테크놀로그(Technologue)  
 사진자료: 알파마트(Alfamart), 디지털뉴스아시아(Digitalnewsasia)



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 유제품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 해산물류, 육류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 헤어용품, 전자제품, 주방용품, 생활용품, 유아용품, 의류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품</li> </ul> </li> </ul>	
<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"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 내 Register to become a seller 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.alfacart.com)</li> </ul> </li> </ul>
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매 제품의 조건                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 위생검사에 통과한 제품</li> <li>- 제품 포장 조건                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 인도네시아 국가표준(SN, Indonesian National Standard) 라벨</li> <li>② 깔끔하고, 위생적이어야 함</li> <li>③ 제품 크기(그램/리터) 명시</li> <li>④ 인도네시아 보건부 등록</li> <li>⑤ 유통기한 기재</li> <li>⑥ 할랄(식품일 경우)</li> <li>⑦ 바코드</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 공급자 조건                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유</li> <li>- 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함</li> <li>- 혁신적이고 경쟁력을 갖춘 제품을 보유한 기업</li> </ul> </li> </ul>
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능</li> <li>• 문의사항 연락처(본사)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-8082-1555</li> <li>- 팩스: +62-21-8082-1556</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 알파마트(Alfamart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 인도마켓(Indomaret)

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	홈페이지	www.indomaret.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 2,578억 루피아 <sup>31)</sup> (약 203억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 1만 6,736개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1988년에 소매 편의점 체인 형태로 설립</li> <li>• '2003년 최고의 프랜차이즈 기업'으로 선정</li> <li>• 16,000개 이상의 매장 중 약 40%가 프랜차이즈 형태이며, 나머지는 기업 소유의 매장</li> <li>• 브랜드 별 콘셉트 상이<sup>32)</sup></li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 22일까지 다용도 유리병 사은품 증정 행사 중</li> <li>• 2020년 9월 15일까지 스낵류, 음료류, 유아용품, 위생용품, 홈케어 용품에 대한 세일 진행 중</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	미고렝아슬리 (Mie Goreng Asli)
		종류	볶음 인스턴트 누들
		용량	90g
		원산지	인도네시아

자료 : 인도마켓(Indomaret), 인도리텔(Indoritel), 카타데이타(Katadata), 베리타사투(Beritasatu), 폰티아낙(Pontianak), 쿠팡(Coupang)  
사진 자료 : 인도마켓(Indomaret)

31) 모기업 인도리텔(Indoritel) 그룹 통합 매출액

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


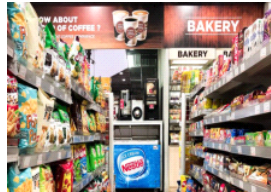

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 채소류, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 캔디류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 헤어용품, 위생용품, 유아용품, 주방용품, 전자제품, 가정용품, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 시 선호</li> <li>- 포장방식이 깔끔하고 위생적인 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 첫 발주 시 10% 할인 및 물량을 100% 채워야 납품 가능</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 Partners 클릭 후 Supplier 항목 클릭하여 온라인 양식 작성 및 제출</li> <li>- 다음 웹주소에서 온라인 양식 확인 가능 (indomaret.co.id/mitra/info-pemasok/syarat-pemasok)</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 안정성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조자와 유통업자 명시</li> <li>- 크기(그램/리터)</li> <li>- 인도네시아 보건부 등록</li> <li>- 유통기한</li> <li>- 할랄 인증(식료품의 경우)</li> </ul> </li> <li>- 바코드</li> <li>• 공급자 조건                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주문 이행</li> <li>- 제품 인도 일정</li> <li>- 대금지급</li> <li>- 제안된 홍보 방식 협력</li> <li>- 판매 평가 의지</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 필요</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-2955-9100</li> </ul> </li> </ul>	

자료 : 인도마렛(Indomaret), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 써클케이(Circle K)

	기업명	써클케이(Circle K)	
	홈페이지	circlekindo.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 500개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25년 이상 된 편의점 소매 채널</li> <li>• 인도네시아 전역 7개 도시(자카르타, 발리, 반둥, 요가카르타, 수라바야, 바카사르 및 바탐) 입점</li> <li>• 커피, 음료류, 스낵류, 신선식품 등을 판매</li> <li>• 일상에 바쁜 소비자들을 타깃층으로 함</li> <li>• Shell, Pertamina gas stations 등 다양한 주유소와 협업하여 매장 운영</li> <li>• 인도네시아 철도 운영회사, 우편회사와 협업하여 매장 운영</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 쇼피페이(Shopee Pay) 결제 시 30% 캐시백 행사 진행</li> <li>• 2020년 9월 미에세담(Mie Sedapp) 브랜드 라면 5개 구입 시 캐시백 행사 진행</li> <li>• 2020년 9월 배송 서비스 고우푸드(Go Food)를 통해 삼각김밥 배송 서비스 진행</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	셀레라페다스 (Selera Pedas)
		종류	카레 맛 인스턴트 컵누들
		용량	60g
		원산지	인도네시아

자료 : 써클케이(Circle K), 써클케이(Circle K) 페이스북 페이지  
사진 자료 : 써클케이(Circle K), 써클케이(Circle K) 페이스북 페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 통조림류, 라면류, 음료류, 디저트류, 소스류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 시 선호</li> <li>- 즉석식품, 음료류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국산 수입제품 입점함</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-021-8564454</li> <li>- 이메일: service@circlekindonesia.com</li> </ul> </li> </ul>

자료 : 씨클케이(Circle K)

4) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 하이퍼마트(Hypermart)

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)		
	홈페이지	shop.hypermart.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 8조 6,550 루피아 (약 6,820억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 107개</li> <li>직원 수('18): 약 9,495명</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 기업으로 2004년에 시장 진출</li> <li>인도네시아 전역에 225개 아울렛 매장을 보유한 엠피피에이(Mppa) 리테일 그룹의 중심 유통 사업</li> <li>자카르타 외곽에서부터 점포를 개설해 시장을 확대하는 전략 사용</li> </ul>		
기업 최근 이슈				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 4월 코로나 19에 대한 대응으로 이동제한 구역 주민들을 위해 판매 트럭 운행</li> <li>2020년 코로나 19에 대한 대응으로 비대면 쇼핑 시스템 실시, 매장 밖에 주차 되어 있는 고객에게 결제한 식료품 배달</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	라사아얌바왕 (Rasa Ayam Bawang)	
		종류	닭고기 맛 인스턴트 누들	
		용량	70g	
		원산지	인도네시아	

자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 엠피피에이리테일그룹(Mpea Retail Group), 콘판(Kontan), 씨엔비씨(Cnbc), 자카르타글로브(Jakartaglobe)  
사진 자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 씨엔비씨(Cnbc)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 의류, 잡화류, 주방용품, 세제류, 유아용품, 생활용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급</li> <li>- 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 전시 판매</li> <li>- 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함</li> </ul> </li> </ul>	
<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"> <li>• 유선연락 및 이메일을 통한 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV Libra Food Service(식음료 브로커)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: www.libra-food.com</li> <li>- 이메일: cs.care@libra-food.com</li> <li>- 전화번호: +62-21-691-9292</li> <li>- 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)		
	홈페이지	www.carrefour.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 807억 유로 <sup>33)</sup> (약 110조 5,122억 원)	
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 107개<sup>34)</sup></li> <li>직원 수('18): 약 1만 2,000명</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>1998년 인도네시아 진출 프랑스 기업</li> <li>2012년 인도네시아 까르푸는 2012년 CT Corp에서 지분을 100% 인수해, 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)로 상호명 변경</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 9월 11일부터 15일까지 전 품목 대규모 세일 진행</li> <li>2020년 8월 22일부터 2020년 9월 13일까지 기구 품목 특별세일 진행</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	아얌스페셜 (Ayam Spesial)	
		종류	치킨 맛 인스턴트 누들	
		용량	70g	
		원산지	인도네시아	

자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 펠트롤프라자(Petrol Plaza), 데티크뉴스(Detik News), 퍼스널파이낸스(Personal Finance), 포스쿠팡(Pos Cupang)  
사진 자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)

33) 까르푸(Carrefour) 그룹 글로벌 통합 매출액

34) 하이퍼마켓(96개), 슈퍼마켓(9개), 편의점(2개)



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 신선식품, 육류, 유제품, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 김치류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 약세서리류, 의류, 잡화류, 가구류, 식기류, 주방용품, 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 진열</li> <li>- 프로모션 진행 시 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화 또는 우편을 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사에 전화 또는 우편으로 직접 제안서 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 담당 부서 직원이 제안서 검토 후 샘플 미팅 진행</li> <li>- 제품의 수익성 등을 고려 후 입점</li> <li>- 다음 웹주소에서 상세 정보 확인 가능 (<a href="http://carrefour.co.id/shop/supplier/index.php">carrefour.co.id/shop/supplier/index.php</a>)</li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	수입 제품은 반드시 수입식품 등록번호(ML)를 보유해야 함
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사주소: Jl.Lebak Bulus Raya No 8. Jakarta 12310</li> <li>- 전화번호: +62-21-2758-5800</li> </ul> </li> </ul>
벤더 리스트	까르푸가 자체적으로 인도네시아 내 벤더 역할을 함	

자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 온라인



① 부갈라팍(Bukalapak)

	기업명	부갈라팍(Bukalapak)
	홈페이지	www.bukalapak.com
	위치	자카르타(Jakarta)
	규모	매출액('19) 약 1억 9,200만 달러 (약 2,253억 원) 기타 규모 직원 수('19): 2,600명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2010년 론칭</li> <li>• 자전거 및 자전거 부품 판매로 초기 사용자 확보</li> <li>• 2011년 바타비아 인큐베이터(Batavia Incubator)로부터 투자 유치</li> <li>• 2015년 인도네시아 IT 기업 엠텍(Emtek)이 지분 49% 보유</li> <li>• 2019년 미래에셋네이버펀딩그룹으로부터 투자 유치</li> </ul>	
기업 요약		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 중소규모 도시에서 신규 셀러 약 300만 명 등록</li> <li>• 2020년 9월 인도네시아 정부와 수출 관련 프로젝트 협업 계획 발표</li> </ul>	
유사제품 정보	제품명	미에쿠아라사임바왕 (Mie Kuah Instan Rasa Ayam Bawang)
	종류	치킨 양파 맛 인스턴트 누들
	용량	70g
	원산지	인도네시아
		

자료 : 부갈라팍(Bukalapak), 마케티어스(Marketeers), 줌인포(Zoominfo), 이코노미(Ekonomi)  
사진 자료 : 부갈라팍(Bukalapak)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 냉동식품, 건조식품, 주류, 음료류, 소스류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 악세서리류, 화장품, 헤어용품, 가전제품, 주방용품, 완구류, 스포츠용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품보다는 일반 품목 비중이 높은 편</li> <li>- 가전제품 및 의류 해외 유명 브랜드 다수 입점</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 Cara Berjualan 탭 클릭</li> <li>- 다음 웹주소에서 계정 생성 후 입점 절차 진행 가능 (<a href="http://seller.bukalapak.com/mulai-jualan">http://seller.bukalapak.com/mulai-jualan</a>)</li> <li>- 홈페이지 양식대로 공급자 정보 기입</li> <li>- 제품 사진 및 제품 설명 자유 기재</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부갈라팍 플랫폼 내 기능으로 등록된 상품에 대한 다양한 프로모션 진행 가능</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5081-3333</li> </ul> </li> </ul>

자료 : 부갈라팍(Bukalapak)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 라면 인증 취득
2. 인도네시아 라면 사전 절차
3. 인도네시아 라면 라벨 심의
4. 인도네시아 라면 서류 준비
5. 인도네시아 라면 세금 납부
6. 인도네시아 라면 검역 심사 절차
7. 인도네시아 관련 규제 정보

## 1. 인도네시아 라면 인증 취득

### 인증 취득

인도네시아로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 라면

라면은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 有’

인도네시아로 라면 제품 수출 시 필수 인증이 있는 것으로 확인됨. 인도네시아 식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)은 수입을 위해 제품을 등록하는 과정에서 HACCP, ISO 22000, GMP 인증 또는 이와 유사하게 정부 기관에서 발행한 식품 생산 안전에 관한 인증 중 1개를 획득하여 인증서를 제출하도록 하였음

HALAL 인증의 경우 2014년 개정된 법률이 2019년 10월부터 효력을 발휘하게 됨에 따라 획득이 의무화됨. 다만, 유효기간을 두고 있어 향후 5년간은 획득하지 않아도 수출이 가능함. 2024년 10월부터는 유효기간이 종료되고 인증이 강제되는 만큼, 인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 반드시 HALAL 인증을 받아야 함

[표 5.1] 인도네시아 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증		식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	필수 (택 1)	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증		식품의약품안전처	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	필수 (예정)	LPPOM MUI 또는 지정인증 기관	

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 인도네시아 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원


자료 : 각 인증기관

### ▶ 인도네시아 시장, 2024년 10월까지 HALAL 인증 적용 유예 기간

인도네시아 정부가 2014년 발표한 신HALAL인증법<sup>35)</sup>이 2019년 10월 효력을 가짐에 따라 식품, 음료 등의 품목에 HALAL 인증이 필수 인증으로 부과될 예정이다. 다만, 식품에 대해서는 5년간의 유예기간을 둘 예정이기 때문에, 2024년 10월까지 인증 획득을 완료해야 함

인도네시아로 식품을 수출하기 위한 국내 기업들 역시 해당 법률을 적용받게 됨. 인도네시아 이슬람 HALAL 위원회(LPPOM MUI<sup>36)</sup>)는 인도네시아와 아시아, 유럽 등지에 총 45개의 HALAL 인증기관을 공인하고 있으며 해당 기관을 통해 인증을 획득할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 HALAL 인증 정보

인증명	발급 기관	유효기간	인증 Mark
HALAL	LPPOM MUI 또는 동 기관이 인정한 인증기관	2년	
<b>절차</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HALAL 보증 시스템(HAS, Halal Assurance System) 서류 확인</li> <li>• HALAL 보증 시스템(HAS)에 따라 인증 획득 전 사전 준비사항 수행</li> <li>• 인증 획득에 요구되는 서류 준비               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도축장 정보(필요한 경우), HAS 매뉴얼, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 교육 정보</li> </ul> </li> <li>• HALAL 인증 신청서 및 서류 제출</li> <li>• HALAL 수행 계약 체결 및 사전 모니터링 절차</li> <li>• 현장 조사 절차 진행</li> <li>• 현장 조사 결과 이후 추가 모니터링 절차 진행</li> <li>• HALAL 인증 결과에 따라 인증서 수취</li> </ul>			
<b>인증 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HALAL에 따른 관리규정(할랄 인증 기준인 HAS 23000:1에 따름)</li> <li>• 사업장에 대한 교육 규정(연간 1회 이상 수행 필요)</li> <li>• 돼지고기 등 금지하는 원료를 사용하지 않을 것</li> <li>• 제품의 이름이 이슬람 율법의 어긋나지 않아야 하며, 하람(Haram)을 연상시키지 않을 것</li> <li>• 제조 과정에서 돼지고기를 사용한 시설과 교차로 사용하지 않을 것</li> <li>• 서류(HALAL과 관련하여 치명적인 회사의 절차, 제품 원료의 HALAL 적용 여부, 부적합 원료 및 제품에 대한 취급 방법, 내부 감사 절차)</li> <li>• HALAL 기준에 대한 평가를 연간 1회 수행할 것</li> </ul>			

자료 : 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)

35) 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014

36) Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia

## 2. 인도네시아 라면 사전 절차

### 사전 절차

인도네시아로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

### 라면

라면은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

인도네시아로 식품을 수입하기 위해서는 인도네시아 식품의약품청(BPOM)을 통해 사전 수입 허가(SKI)를 받아야 함. 해당 절차는 수입업체에 의해 진행되며, 1번의 수입 허가를 통하여 5번의 통관 절차에 활용할 수 있음. 이를 위해 수출업체는 인도네시아 식품의약품청(BPOM)이 요구하는 서류를 미리 준비하여 수입업체에게 전달하여야 함

승인은 신청일로부터 최대 10일 이내에 이루어지며, 신청 시 제품의 유통기한이 2/3 이상 남아 있어야 함. 해당 절차는 사전 등록 절차에 해당하는 식품 등록 절차와 별도로 이루어지는 점을 유의해야 함

[표 5.4] 인도네시아 수입 전 사전 심사

적용 규제	인도네시아 식품의약품청(BPOM), 「BPOM Regulation No. 30/2017, No. 29/2017」, 2017
발행 기관	인도네시아 식품의약품청(BPOM)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체 정보(업체명, 주소)</li> <li>• 브랜드명과 제품 종류</li> <li>• 패키지 타입/용량</li> <li>• 제품 수량</li> <li>• 원산지</li> <li>• 공급업체명 및 주소</li> <li>• 송장(Invoice) 기재 날짜 및 수량</li> <li>• 선하증권(B/L) 또는 항공운송장(AWB)의 날짜와 수량</li> <li>• 유통기한(생산 날짜와 유통기한, 2/3이상 남아있어야 함)</li> <li>• 로트(lot)번호/배치(batch) 번호/생산번호에 관한 서류</li> <li>• 목적항</li> <li>• 시험성적서(COA, Certificate of Analysis)의 원본 (유효기간이 12개월 남아 있을 것)</li> <li>• HALAL 인증서 (라벨에 ‘HALAL’ 표시를 한 경우)</li> <li>• 제품 등록 허가서류(등록번호, 라벨, 허가받은 패키지)</li> <li>• 수입자와 선사 간의 협력 서류</li> <li>• 상업송장</li> <li>• 포장명세서</li> <li>• 기타 제품에 따라 요구되는 시험 성적서</li> </ul>
절차	신청서 작성 및 신청 -> 서류 심사 -> 심사 내용 반영 -> 수입 허가

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



### ▶ 인도네시아 식품 통관을 위해 사전 ‘식품 등록 필요’

인도네시아에서 판매되는 식품은 국내 제조품, 수입 제품에 관계없이 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 함<sup>37)</sup>. 인도네시아 정부는 해당 절차를 통해 식품의 안전성, 품질, 영양성분, 라벨에 대한 검토를 진행함. 해당 등록 절차 시 돼지고기 성분이 포함될 경우 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 HALAL 식품 규정에 따라 라벨에 특수 표기를 해야 함. 수출 식품의 제조시설에서 돼지고기 성분이 포함된 제품을 제조한 경우에도 돼지 DNA 검출 가능성이 있으므로 주의하여야 함

해당 절차는 온라인 등록 페이지를 통하여 진행 가능하며 등록 절차를 통해 부여받은 등록번호는 수입 허가 및 수입통관 절차에 활용됨. 해당 등록 절차는 완제품 수입업자 등록번호(API-U) 또는 무역업 허가증(SIUP)을 소지한 수입업체 또는 현지 대리인을 통해 이루어져야 함

[표 5.5] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

적용 규제	인도네시아 식품의약청(BPOM), 「BPOM Regulation No. 27/2017」, 2017
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 식품의약청(BPOM)</li> <li>- 온라인 : e-reg.pom.id</li> <li>- 오프라인 : Jalan Percetakan Negara Nomor 23, Jakarta 10560</li> <li>- FAX : +62-21-4263333</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>특정 제품: 임산부 식품, 식이 조절 식품, 식품 첨가물, 색소, 특정 건강 기능 식품 등 특정 고위험 식품에 대한 절차</li> <li>- 온라인 등록 전 실물 서류 송부</li> <li>- 서류 검토 후 온라인 등록 절차 진행</li> <li>- 등록 절차 수행 결과에 따라 수입식품 등록번호(ML) 획득</li> <li>- 소요 기간: 6개월</li> <li>일반 식품: 고위험군 식품을 제외한 기타 일반 식품</li> <li>- 온라인 등록 절차를 통해 진행</li> <li>- 소요 기간: 4~6개월</li> </ul>
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>위임장(LoA)</li> <li>자유판매증명서(FSC) 및 위생증명서</li> <li>시험결과</li> <li>제품 상세 정보(라벨, 보관 등) 및 원료 정보</li> <li>원산지국의 기관으로부터 받은 HACCP/GMP/ISO 22000 인증 중 1개</li> <li>인도네시아 국가 표준(SNI) 정보(필요한 경우)</li> <li>유기농, 방사능조사, HALAL 등 로고가 있는 경우 그 인증에 대한 인증서</li> </ul>

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

37) 패스트푸드, 소비자에게 직접 판매되지 않는 원료로서의 식품, 개인 소비 식품 등 법률이 정하고 있는 식품 항목은 제외

### ▶ 인도네시아, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator)는 관세청이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전 등록 절차이며 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

AEO 제도를 실행하고 있는 인도네시아는 2020년 2월 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 수출입 안전관리 우수업체들이 인도네시아로 수출 시 통관 절차의 간소화 및 수입 물품 검사율 축소 등 통관 절차상 혜택을 받을 수 있음

[표 5.6] 한국 공인경제운영자(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정 (MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청



### 3. 인도네시아 라면 라벨 심의

#### ▶ 인도네시아 라벨 규정

[표 5.7] 인도네시아 라벨 관리 규정

● <b>라벨 심의</b>	인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「Food Law 18/2018」, 2018
● <b>라면</b>	Chapter VIII, Articles 96 - 103. 및 식품의약청(BPOM) 규정
● <b>라면</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 유통기한</li> <li>• BPOM 등록번호</li> <li>• 성분 분석표</li> <li>• 성분 리스트</li> <li>• HALAL 로고(필요한 경우)</li> <li>• 순중량 또는 순용량</li> <li>• 제조사명 또는 수입자명 및 그 주소</li> <li>• 제조일 그리고/또는 생산번호</li> <li>• 원산지</li> <li>• 유기농, GMO 함유 정보 등(필요한 경우)</li> <li>• 사용 및 보관방법</li> <li>• 주의 정보와 사용자</li> </ul>
● <b>라면</b>	<p>인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기해야 함</p> <p>라벨의 스티커 작업 후 부착을 허용함</p> <p>라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함</p> <p>‘일, 월, 년’ 순으로 작성해야 함</p> <p>와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 제외함</p> <p>수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함</p> <p>하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함</p> <p>식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: Ascorbic acid)</p> <p>인공감미료를 포함하는 경우 인공감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요함</p> <p>아스파탐을 포함하는 경우 ‘페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음’ 그리고 ‘가열될 음식에는 적합하지 않음’이라고 표기해야 함</p> <p>식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 ‘PEWARNA PANGAN(Food Coloring)’ 또는 ‘PEWARNA MAKANAN(Food Coloring)’을 표기해야 함</p>
● <b>라면</b>	<p>인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기해야 함</p> <p>라벨의 스티커 작업 후 부착을 허용함</p> <p>라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함</p> <p>‘일, 월, 년’ 순으로 작성해야 함</p> <p>와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 제외함</p> <p>수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함</p> <p>하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함</p> <p>식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: Ascorbic acid)</p> <p>인공감미료를 포함하는 경우 인공감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요함</p> <p>아스파탐을 포함하는 경우 ‘페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음’ 그리고 ‘가열될 음식에는 적합하지 않음’이라고 표기해야 함</p> <p>식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 ‘PEWARNA PANGAN(Food Coloring)’ 또는 ‘PEWARNA MAKANAN(Food Coloring)’을 표기해야 함</p>

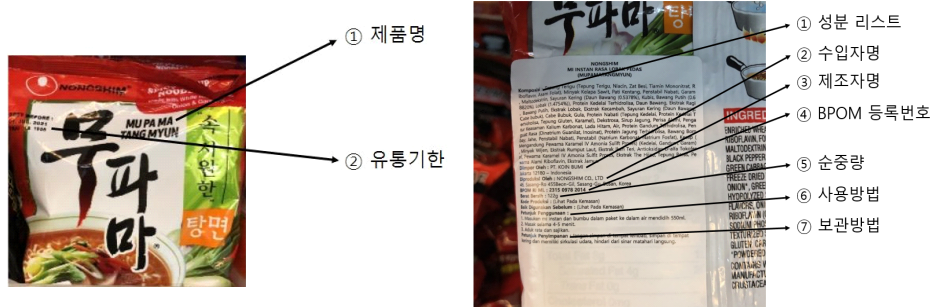
자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>성분 리스트</b>	식품 첨가물의 표기와 관련하여 ‘Free’, ‘Without’, ‘No Content’와 그 외 기타 유사한 표현에 대해 금지함  가능한 표기 방법(감미료, 보존료, 착색료, 산화방지제, 조미료에만 사용 가능함) - ‘특정 식품 첨가물을 포함하고 있지 않음 (Without certain food additives)’ - ‘인공 감미료를 포함하고 있지 않음 (Do not contain artificial sweeteners)’  폴리올을 포함하는 경우 ‘과도한 섭취는 설사 증상 등의 영향을 가져올 수 있음’을 표기해야 함
		<b>HALAL</b>	로고는 잘 보이는 곳에 부착되어야 하며, 쉽게 지워지거나 훼손되지 않아야 함 수입 제품의 경우 Foreign Halal Certifying Body(FHCB)의 인증을 받아야 함 신HALAL 인증법 유효기간이 끝나는 2024년 10월 17까지 할랄 인증을 받지 못한 식음료는 그림, 기호, 글자로 제품 내외부에 비HALAL 표기를 해야 함 돼지고기와 알코올을 제외한 비HALAL 성분이 포함된 경우, 별도의 색과 형태로 된 성분 분석표를 추가해야 함
		<b>기타</b>	방사선에 노출된 식품의 경우 ‘IRADIASI (Irradiated)’ 표기와 함께 로고 부착 필요. 시설의 주소, 연월, 국가 정보 및 조제 과정 정보를 포함해야 함 방사선의 재조사가 일어나지 않는 경우 ‘TIDAK BOLEH DIRADIASI ULANG(Not to be re-irradiated)’라고 표기해야 함 가공식품 및 즉석식품에 대해 설탕, 소금, 지방에 대한 함유 정보와 건강에 대한 문구의 표기가 필요함 <sup>38)</sup> GMO 원료를 5% 이상 포함하는 경우 ‘PRODUK REKAYASA GENETIK(Genetically engineered product)’라고 표기해야 함
		<b>돼지고기 관련</b>	돼지고기 함유 표시는 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지의 그림과 함께 표시해야 함  <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> <b>MENGANDUNG BABI</b>  </div>
		<b>주의 정보</b>	알레르기 성분을 표기해야 함 (글루텐, 조개류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 우유, 락토스, 견과류, 아황산염)
		<b>돼지고기 관련</b>	식제조 과정의 돼지와 연관된 식품 접촉은 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지 그림과 함께 표시해야 함  <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;">                     Pada proses pembuatannya bersinggungan dan/atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi  </div>

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

38) e.g. 1인이 하루에 50g 이상의 설탕, 2,000mg의 소금 또는 67g의 지방을 섭취할 경우 고혈압, 뇌졸중, 당뇨병, 심장병의 위험이 증가할 수 있음(Sodium 67g of fat per person per day increase the risk of hypertension, stroke, diabetes, and heart attack)

▶ 인도네시아 라면 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Nama Produk : Mu Pa Ma Tang Myun
- ② Kehidupan Rak : 01. JUL. 2021

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : 무파마 탕면
- ② 유통기한 : 2021년 07월 01일

[뒷면 - 인도네시아어]

- ① Komposisi : Tepung Terigu, Minyak Kelapa Sawit, Pati Kentang, Penstabil, Nabati, Garam, Sayuran Kering, Bawang Putih, Ekstrak Lobak, etc.
- ② Diimpor Oleh : PT. KOIN BUMI
- ③ Diproduksi Oleh : Nongshim Co., Ltd
- ④ BPOM RJ ML : 2135 0978 2014
- ⑤ Berat Bersih : 122g
- ⑥ Petunjuk Penggunaan : 1. Masukkan mie instan dan bumbu dalam paket ke dalam air mendidih 550ml  
2. Masak selama 4-5 menit  
3. Aduk rata dan sajikan
- ⑦ Petunjuk Penyimpanan : Jangan simpan di tempat lembab, simpan di tempat kering dan memiliki sirkulasi udara, hindari dari sinar matahari langsung

[뒷면 - 국문]

- ① 성분 리스트 : 밀가루, 팜 오일, 감자 스타, 식물성 안정제, 소금, 건조 야채, 양파, 무 추출물 등
- ② 수입자명 : PT. KOIN BUMI
- ③ 제조자명 : Nongshim Co., Ltd
- ④ BPOM 등록번호 : 2135 0978 2014
- ⑤ 순중량 : 122g
- ⑥ 사용방법 : 1. 끓는물 550 ml에 라면과 수프를 투하하십시오.  
2. 4-5분간 조리하십시오.  
3. 불을 끈 뒤 분말을 넣고 잘 저어 드십시오.
- ⑦ 보관방법 : 습한 곳을 피하여 건조하고 환기가 잘 되는 곳에 보관하시고, 직사광선을 피해주세요

## 4. 인도네시아 라면 서류 준비

### 서류 준비

인도네시아로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### 라면

라면은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

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

인도네시아에서 수입신고 시 인도네시아 투자지원처(BKPM<sup>39)</sup>)의 통합 온라인 시스템(OSS, Online Single Submission)에 로그인하여 사업자 등록번호(NIB<sup>40</sup>)를 부여받아야 함. 사업자 등록번호(NIB) 발급 시 수입업자 등록번호(API<sup>41</sup>)는 U형과 P형이 있으며, 일반가공식품 수입업자는 API-U형을 보유해야 함. 수입업자 등록번호(API)를 발급받은 회사는 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 온라인 등록 시스템에서 수입식품 등록번호(ML, Makanan Luar)를 발급받을 수 있음. 발급된 등록번호는 5년간 사용 가능하며, 만료 전 갱신이 가능함

사업자 등록번호(NIB)를 부여받은 후에는 인도네시아 관세청(DGCE, Directorate General of Customs & Exercise)에 전자로 세관 신고 및 통관서류를 제출할 수 있음. 그러나 외국인 소유의 수입업체는 사업자 등록번호(NIB)가 있어도 인도네시아 현지 제품의 유통이 불가하므로 현지 유통업체를 찾아야 함

[표 5.8] 인도네시아 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	세관신고서(PIB)	인도네시아 관세청(DGCE)	
	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(DGCE)  
인도네시아 국가 단일창구(INSW, Indonesia National Single Window)

39) Badan Koordinasi Penanaman Modal

40) Nomor Induk Berusaha

---

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

또한, 2020년 3월 1일부로 전자원산지정보 교환시스템(EODES, Electronic Origin Data Exchange System)을 통하여 수출 시 종이 원산지증명서 원본을 인도네시아 세관 당국에 제출할 필요가 없어졌으며 전자증명 방식으로 제출할 수 있게 됨. 이를 통해 원산지증명서 원본의 진위 확인을 위한 심사는 생략 가능해짐

## 5. 인도네시아 라면 세금 납부

### 세금 납부

인도네시아로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 라면

라면은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 라면 HS CODE 1902.30-40, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN 협정 세율 '적용'

라면의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 1902의 1902.30-40 세번을 사용하여 수입됨.<sup>42)</sup> 인도네시아 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으며, 2007년 6월 1일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로 협정 세율이 적용되어 0% 세율이 부과됨. 관세 외에도 10%의 부가가치세와 수입세가 부과되며, 수입세는 제품에 따라 2.5%, 7.5%, 10%가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 19만 원)<sup>43)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 45만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

[표 5.9] 한국·인도네시아 HS CODE 비교 및 인도네시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]	
	1902.30	그 밖의 파스타	
	1902.30-1010	라면	
인도네시아	1902.30-40	기타 즉석 국수	
관세	기본관세율	20%	
	협정 세율	0%	
VAT		10%	
수입세		7.5%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 인도네시아 관세청(DGCE)

42) 인도네시아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1902.30 중 라면에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 인도네시아 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 인도네시아 관세청의 확인이 필요함

43) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



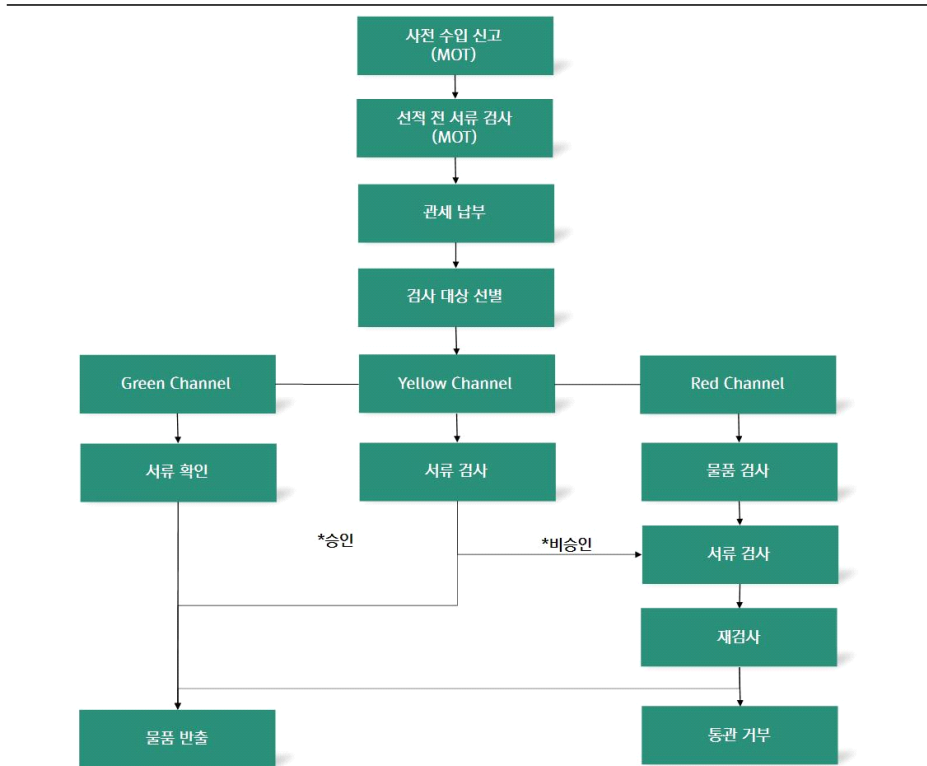
## 6. 인도네시아 라면 검역 심사 절차

### ▶ 인도네시아 식품, 선별된 내용에 따라 서류 및 물품 검사 실시

[표 5.10] 인도네시아 수입 물품 위험도 분류체계

구분	내용
Red	심각한 위험성이 있는 것으로 간주, 30-100% 선적품에 대해 물품 및 서류 검사 고위험 국가 원산지 제품, 인도네시아 정부가 지정한 특정 제품, 재수입 제품, 신규 수입업자의 수입 물품이 대상임
Yellow	선적품에 대한 물품 검사는 필요치 않은 것으로 간주, 서류 검사만 시행 고위험 수출업자의 제품이나 저위험으로 분류된 제품인 경우, 중위험 수출업자의 중위험 분류 제품인 경우가 대상
Green	수입 승인 후 별도의 물품 및 서류 검사가 불필요한 것으로 간주, 간단한 서류 확인 절차 인도네시아 정부와 전략적 파트너십(MITA)을 맺고 있는 거대 다국적 기업이 대상

[표 5.11] 인도네시아 통관 프로세스



### ▶ 인도네시아 라면 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.12] 인도네시아 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	인도네시아
식품유형	즉석식품류 > 즉석섭취 · 편의식품류

## 7. 인도네시아 관련 규제 정보

### ▶ 인도네시아, 돼지고기 성분 포함 제품 규제 강화

인도네시아는 식품의약품(BPOM)의 식품첨가물 규정<sup>44)</sup>에 의거하여 특정원료를 함유한 식품에 대한 정보 표시 및 라벨부착 의무를 시행 중임. 해당 원료 중 돼지고기가 함유된 제품은 ‘돼지고기 성분 함유(Mengandung Babi)’라는 표시를 제품에 부착해야 함

기존 규정에 따르면, 돼지고기를 사용한 제품과 같은 제조시설에서 제조된 식품의 경우 단순한 경고 문구 삽입만으로도 판매할 수 있었지만, 소비자 안전 문제가 발생하여 2017년 추가적인 규제가 가해짐. 돼지고기를 사용한 제품과 같은 제조시설에서 제조된 제품 또한 ‘제조 과정 중 돼지고기와 접촉되었거나 같은 제조시설을 이용하였음’이 적혀있는 라벨을 반드시 부착하여야 함

### ▶ 인도네시아 식품 첨가물 규정에 따른 라면 성분 확인 필요

[표 5.13] 인도네시아 라면 수출 시 주의 식품 첨가물 정보

물질명	영문	최대허용량 (mg/kg)	식품 유형
면류첨가알칼리제	Alkaline treated starch	GMP <sup>45)</sup>	조리된 파스타, 면, 동종제품
디스타치포스페이트	Distarch phosphate	GMP	조리된 파스타, 면, 동종제품
폴리인산칼륨	Potassium polyphosphate	2500	조리된 파스타, 면, 동종제품
구아 검	Guar gum	GMP	수프 및 육수
레시틴(유화유지)	Lecithin	GMP	수프 및 육수
탄산칼륨	Potassium carbonate	GMP	수프 및 육수
벤조산나트륨	Sodium benzoate	500	수프 및 육수
알긴산나트륨	Sodium alginate	GMP	수프 및 육수
탄산나트륨	Sodium carbonate	GMP	수프와 육수용 가루 및 혼합물

자료: KATI농식품수출정보

44) 인도네시아 식품의약품(BPOM), 「No.HK.03.1.23.06.10.5166」, 2010

45) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함, 출처 : KATI

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 호키부아(Hokky Buah)

Interview ② 인도마켓(Indomaret)

Interview ③ 비네카(Bhinneka)

Interview ④ 마이푸드(My Food)

Interview ⑤ 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama)



### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 효과적인 홍보방법은 무엇인가요?

제품 시식 이벤트는 잠재 소비자들에게 제품을 소개할 수 있는 가장 효과적인 홍보방법입니다. 저희 업체에서도 1-2개 제품의 시식 행사를 진행하고 있으며 규모가 더 큰 하이퍼마켓의 경우 코리안푸드위크(Korean Food Week) 프로모션 기간에 하루에 5개 업체씩 시식 행사를 진행하기도 합니다. 시식 행사는 쇼핑몰에서도 자주 진행할 정도로 인도네시아에서 일반적인 프로모션입니다.

### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 효과적인 유통채널은 어디인가요?

한국 라면의 경우, 2가지의 유통채널이 있습니다. 첫 번째는 일반적인 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이며 두 번째는 프리미엄 슈퍼마켓과 수입식품 전문매장입니다. 한국 라면의 가격은 현지 라면 제품보다 5배 정도 높기 때문에 프리미엄 슈퍼마켓으로 유통하는 것이 가장 효과적일 것으로 예상합니다.

### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 주의해야 할 점이 있나요?

인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 소비자들은 HALAL 인증을 매우 중요하게 생각하기 때문에 HALAL 인증 취득이 필수로 여겨지고 있습니다. B사 제품의 경우 인도네시아에서 인기 제품으로 떠오르기 시작하면서 공식적인 HALAL 인증을 받기 전부터 불법적으로 수입되어 온라인으로 판매되고 있었습니다. 그러다가 한때 시장에서 볼 수 없게 되었는데, HALAL 인증을 받고 난 후에야 다시 인기를 되찾았습니다.

## Interview ② 인도마켓(Indomaret)

48)

### 인도마켓 (Indomaret)

전문가 소속

인도마켓  
(Indomaret)  
편의점, 온라인  
유통업체

연락처  
+62-21-150-0280

전문가 정보

Ms. Sari  
(Sales Department)



### 인도마켓(Indomaret)

## Sales Department, Ms. Sari

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

인도마켓은 1988년에 설립된 인도네시아 편의점 체인으로, 인도네시아 내 17,000개 이상의 매장을 보유하고 있습니다. 자사 온라인 쇼핑몰인 클릭인도마켓(KLIK Indomaret)에서 신선식품, 가공식품, 음료, 뷰티/헬스 제품, 의류, 전자기기 등 다양한 제품을 판매하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 현지 라면과 한국 라면 중 각각 인기 있는 브랜드는 무엇인가요?**

저희 업체에서 가장 수요가 높은 제품은 인도미(IndoMie), 슈퍼미(SuperMie), 팝미(PopMie) 등의 현지 브랜드의 인스턴트 국수입니다. 한국 라면의 경우, HALAL 인증을 취득한 B사와 C사 제품을 취급하고 있는데 두 브랜드 중에서는 C사의 판매량이 더 많습니다. B사의 경우 매운맛 챌린지 덕분에 유명세를 탔지만, 일상생활에서 먹는 라면은 C사의 제품을 더 많이 구매합니다.

현지 인스턴트 국수 브랜드 인도미(IndoMie)는 최근 몇 년간 렌당, 미아체(Mie Aceh)<sup>49)</sup>맛 등 새로운 플레이버의 제품을 다양하게 출시하여 현지 소비자층을 단단하게 형성했습니다. 그러므로 인도네시아로 동종 제품 수출 시, 해당 브랜드가 가장 강력한 경쟁상대이자 장벽이 될 것입니다.

**Q. 인도네시아 내 한국 라면에 대한 인식은 어떠하며 주요 소비자는 누구인가요?**

인도네시아 내 한국 라면에 대한 인지도는 높은 편이지만 현지 제품보다 5배 정도로 가격이 높아 일부 소비자들은 구매를 꺼립니다. B사 제품 또한 매우 인기 있지만, 인도네시아 일반 식당의 메뉴 1개를 주문할 수 있는 정도의 가격이기 때문에 한국 라면을 도전해보고자 하는 소비자들이나 한국 드라마, 케이팝 팬들이 주로 구매합니다.

48) 사진 자료 : 인도마켓(Indomaret)

49) 인도네시아 아체 지역의 매운 카레 국수 요리

### Q. 인도네시아 내 인기 있는 라면 종류 및 맛은 무엇인가요?

가장 인기 있는 한국 라면인 C사의 매운 라면의 경우, 봉지라면과 컵라면 모두 수요가 높습니다. 봉지라면이 더 저렴하지만 컵라면은 먹기가 간편하기 때문에 각각의 장점이 있습니다. 그 다음으로 인기 있는 제품은 B사의 불닭볶음면과 치즈라면 제품으로, 특히 젊은 층에게 매우 인기 있습니다.

봉지라면과 컵라면 중에서 바쁜 학생과 직장인은 먹기에 간편한 컵라면을 더 선호합니다. 라면 플레이버 중에서는 현지 제품은 닭, 소고기, 카레맛, 한국 제품은 매운맛 제품이 가장 인기 있습니다. 비건 라면의 경우, 시장이 매우 좁아 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에는 1-2개 브랜드만이 판매되고 있습니다.

### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 효과적인 홍보방법은 무엇인가요?

대형 하이퍼마켓이나 쇼핑몰에서는 제품 시식 행사를 주로 하며 슈퍼마켓과 편의점에서는 1+1 행사로 다른 플레이버의 라면 2가지를 고를 수 있는 프로모션을 진행합니다. 예를 들어, B사도 불닭볶음면+치즈라면을 판매하여 소비자들에게 새로운 플레이버를 효과적으로 소개하고 있습니다. 이 외에도 트렌디한 포장지와 다양한 플레이버를 출시하는 것이 가장 좋은 시장전략입니다.

### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 효과적인 유통채널은 어디인가요?

몇 년 전 B사의 매운맛 챌린지가 트렌드로 떠올랐을 때까지만 해도 한국 라면은 한인마트에서만 구매할 수 있었습니다. 그러나 최근에는 인도네시아 내 거의 모든 슈퍼마켓 체인점과 하이퍼마켓에서 취급하고 있습니다.

그러므로 한국 라면 수출 시, 전통적인 유통채널인 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 추천합니다. 특히 하이퍼마켓의 경우, 인도네시아 소비자들은 제품을 하나하나 구경하면서 쇼핑하는 것을 즐기기에 때문에 주요 판매대에 진열하여 판매한다면 판매에 매우 효과적일 것으로 예상합니다.



## Interview ③ 비네카(Bhinneka)

50)

● 비네카  
(Bhinneka)

전문가 소속

비네카  
(Bhinneka)  
유통업체  
온라인 쇼핑몰

연락처  
+62-21-2929-2828

전문가 정보

Mr. Daniel  
(Marketing Department)



비네카(Bhinneka)

Marketing Department, Mr. Daniel

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

비네카는 1996년에 설립된 대형 온라인 쇼핑몰로, 전자기기 및 가전기기를 주로 취급하고 있지만, 간편식품, 음료, 차, 견과류, 초콜릿 등 다양한 식품도 판매하고 있습니다. 주로 도매를 진행하고 있으며 현지 제품과 함께 한국, 태국, 싱가포르, 말레이시아 제품도 취급하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 현지 라면과 한국 라면 중 각각 인기 있는 브랜드는 무엇인가요?**

인도네시아에서는 수입 라면보다 현지 라면 제품의 수요가 더 높습니다. 현지 라면 제품 중에서는, 봉지라면은 인도미(IndoMie), 컵라면은 팝미(PopMie) 브랜드의 제품이 가장 인기 있습니다. 두 브랜드는 모두 인도네시아에서 오랫동안 사랑받는 브랜드이며 라면 시장 점유율도 매우 높습니다. 한국 라면 중에서는 B사의 수요가 가장 높으며 국물라면 중에서는 C사의 매운 라면도 인기 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 인기 있는 라면 종류 및 맛은 무엇인가요?**

온라인 스토어에서는 A사, B사, C사의 제품 모두 유명한 편입니다. 봉지라면이 컵라면보다 수요가 높는데, 가격이 상대적으로 저렴하기 때문입니다. 한국 라면을 구매하고자 하는 소비자들은 봉지라면의 조리 과정을 경험하고 싶어 합니다.

한때 인도네시아에서 매운맛 챌린지가 인기를 끌며 매운맛 라면이 엄청나게 트렌드로 떠올랐지만, 일상생활에서 먹을 라면을 구매할 때는 맵지 않은 라면을 구매하기도 합니다. 그럼에도 매운 한국 라면은 인기가 높으며 한국 치즈 라면의 선호도도 높습니다.



### Q. 인도네시아 내 A사 제품의 인지도는 어떤가요?

B사와 C사에 비해 A사의 제품은 아직 유명하지 않으며 인도네시아 내 한인마트, 수입제품 전문매장, 온라인 스토어에서만 판매되고 있습니다. 현재 A사의 라면 제품은 HALAL 인증을 받은 상태이지만, 과거 HALAL 인증을 받지 않았을 때 인기를 끌게 되어 다수의 업체에서 판매하였습니다. 현재 인증을 취득하였더라도 이미 기존의 비공식적으로 수입된 제품이 많이 유통되고 있기 때문에 제품의 이미지를 고려하여 다수의 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 A사 제품의 취급을 고민하고 있는 상태입니다.

### Q. 인도네시아로 한국 라면 수출 시, 효과적인 유통채널 및 홍보방법은 무엇인가요?

한국 라면의 경우, 주요 소비자가 10-30대이므로 오프라인보다 온라인 스토어의 판매량이 더 높습니다. 인도네시아에서는 식품전용몰이 없기 때문에 온라인 유통채널의 종류 중 저희 업체를 포함해 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 토크피디아(Tokopedia) 같은 종합쇼핑몰로 유통하는 것을 더 추천합니다.

홍보방법의 경우, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)는 코리안위클리프로모션(Korean Weekly Promotion)을 통해 일정 기간 한국 제품을 주력으로 판매하기도 하며, 페이스북, 유튜브, 인스타그램 같은 SNS 홍보와 한국 유명스타를 이용한 홍보도 진행하는데 이는 매우 효과적입니다.

### Q. 인도네시아로 라면 수출 시, 수출규제사항은 어떤 것이 있나요?

인도네시아로 식품 수출 시 별다른 칼로리 및 포장 규제는 없습니다. 가장 중요한 것은 HALAL 인증 및 수입허가입니다. 법적으로는 2024년까지 HALAL 인증 의무화 유예기간이지만, 인도네시아 소비자들은 HALAL을 매우 중요시하는 만큼 취득하는 것이 매우 효과적입니다. 또한, 수입 전 인도네시아 식품의약청(BPOM<sup>51</sup>)의 수입허가를 받아야 하며 식품 등록 절차를 거쳐야 합니다.

51) Badan Pengawas Obat dan Makanan

## Interview ④ 마이푸드(My Food)

52)

●  
마이푸드  
(My Food)

전문가 소속

마이푸드  
(My Food)  
수입유통업체

연락처  
+62-81-1321-8121

전문가 정보

Mr. Ronald  
(Operation Manager)



마이푸드(My Food)

Operation Manager, Mr. Ronald

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

마이푸드는 2009년에 설립된 수입유통업체로, 현지 및 수입 식품을 취급하고 있으며 유제품, 음료류, 조미료, 간편식품, 스낵류, 라면, 김스낵 등을 판매하고 있습니다. 주로 자카르타에 위치한 수입업체에서 물건을 납품받아 인도네시아 동부 지역으로 유통하고 있습니다.

**Q. 현지 취급 중인 한국 라면 제품은 무엇이며 인도네시아 내 라면의 인식은 어떤가요?**

저희 업체에서는 한국 라면 브랜드 중 B사와 F사의 제품을 취급하고 있습니다. B사의 제품은 수입업체로부터 납품받고 있으며 F사의 경우, OEM 방식으로 인도네시아 제조업체와 계약을 맺어 현지에서 생산되고 있으며 HALAL 인증도 취득하였습니다.

인도네시아 내 인스턴트 국수의 선호도는 매우 높으며, 소비자들은 맛과 가격 측면에서 현지 제품을 더욱 선호합니다. 인도네시아 인구의 약 90%가 무슬림이기 때문에 HALAL 인증은 매우 중요한 구매요인이며 한국 제품을 구매할 때에도 역시 HALAL 인증 여부를 고려합니다.

**Q. 인도네시아 내 한국 라면의 주요 소비자는 누구인가요?**

A사에서 라면 제품의 타겟 소비자로 한국 식문화를 알고 있는 10-20대 현지 소비자로 설정한 것은 적합한 마케팅 방법입니다. 실제로 인도네시아 내 한국 라면의 주요 소비자는 한국 드라마나 케이팝 등 한류에 대해 알고 있는 10-30대 소비자층이며 30대 이상의 소비자들은 맛과 성분을 더욱 중요시합니다.

---

**Q. 인도네시아 내 인기 있는 라면의 종류는 무엇인가요?**

한국 라면 중, 가장 유명한 제품은 B사의 불닭볶음면입니다. 또한, 컵라면보다는 봉지라면의 수요가 더 높는데, 왜냐하면 가격이 더욱 저렴하기 때문입니다. 컵라면은 비교적 간단하게 먹을 수 있기 때문에 학생들의 수요가 높습니다.

**Q. 인도네시아 내 소매유통 이외에 추천하는 유통채널은 무엇인가요?**

인도네시아에는 라면은 주로 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 판매되고 있으며, 라면만을 전문적으로 판매하고 있는 업체는 없습니다. 다만, 라면 전문 식당은 있으며 가장 유명한 곳은 미아방아텍(Mie Abang Adek)입니다. 해당 업체에서는 주로 인도미(IndoMie) 제품을 사용하며, 단계별로 매운맛을 선택할 수 있습니다. 인도네시아 소비자들은 독특한 것, 특히 매운 것을 선호하는 경향이 있기 때문에 매운맛 챌린지 식의 전략은 인도네시아에서 매우 효과적입니다.

## Interview ⑤ 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama)

53)

● 그라시아인도우타마  
(Gracia Indo Utama)

전문가 소속

그라시아인도우타마  
(Gracia Indo Utama)  
수입유통업체

연락처  
+62-21-5366-3781

전문가 정보

Mr. Harry  
(Product Manager)



### 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama) Product Manager, Mr. Harry

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

그라시아인도우타마는 2007년에 설립된 식음료 전문 수입유통업체로 한국, 대만, 싱가포르, 미국, 유럽 등지에서 수입하고 있습니다. 라면, 커피, 밀크티, 과일주스, 스낵류, 아이스크림 등을 취급하고 있으며 인도네시아 내 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트 등으로 유통하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 한국 라면에 대한 인식은 어떤가요?**

인도네시아에서 한국 라면은 계속해서 인기가 상승하고 있습니다. 그러나 현지 라면의 가격이 더 저렴하기 때문에 아직 현지 제품의 판매량이 더 높습니다. 인도네시아에서는 한 브랜드의 모든 제품을 수입하는 수입업체는 거의 없으며 제품을 선택적으로 수입하고 있습니다. 저희 업체에서도 A사 치즈라면, B사의 불닭볶음면과 치즈커리컵, C사 매운 라면 제품만을 취급하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 종합적인 라면 트렌드는 무엇인가요?**

인도네시아 내 한국 라면 중에서는 B사, C사, A사 제품 순으로 인기 있습니다. 수입라면 중에서는 특히 카레맛 국물라면이나 크림미한 제품의 선호도가 높습니다. 또한, 대부분의 인도네시아 소비자들은 매운 음식을 즐겨 먹기 때문에 매운맛과 순한맛 모두 인기 있으며 가장 인기 있는 플레이버는 치즈, 소고기, 닭, 카레맛입니다.

한편, 비건 라면에 대한 수요는 낮습니다. 라면의 주요 소비자들은 라면이 몸에 좋지 않은 음식이라는 것을 알고 있습니다. 그러므로 소비자들은 라면에 비건이라는 라벨이 붙어도 여전히 몸에 좋지 않은 제품이라고 생각할 가능성이 높습니다.

53) 사진 자료 : 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama)

### Q. 인도네시아 내 A사 제품의 인지도는 어떤가요?

인도네시아에서 A사의 브랜드 인지도는 어느 정도 있는 편입니다. A사의 제품은 인도네시아 이슬람 HALAL 위원회(LPPOM MUI<sup>54</sup>)에서 공식적으로 HALAL 인증을 받았으나 아직까지 HALAL 인증을 받지 않은 A사의 제품이 인도네시아 시장 내 다수 유통되고 있습니다. A사의 비HALAL 제품은 대부분 수입 전문 슈퍼마켓이나 한인마트에 많이 판매되고 있으며 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서는 HALAL 인증을 받은 제품만이 판매되고 있습니다.

### Q. 인도네시아 내 한국 라면의 주요 소비자는 누구인가요?

20-40대 소비자는 새로운 제품을 시도해보려는 경향이 강하므로 해당 연령층을 타깃 소비자로 설정하는 것이 적절합니다. 해당 소비층은 구매력이 있는 데 반해, 10대 소비자의 경우, 한국 문화에 대한 인지도는 높지만 현지 제품보다 가격이 높은 한국 라면을 구매할 수 있는 구매력이 떨어집니다.

### Q. 인도네시아 내 소매업체 외에 한국 라면을 전문으로 취급하는 매장이 있나요?

인도네시아 내에서 라면 제품을 전문적으로 취급하는 업체는 없습니다. 그러나 대학교 근처의 소규모 상점이나 식당에서는 라면에 달걀 등의 고품을 올린 메뉴를 판매하기도 합니다. 또한, 일부 한인마트에서는 매장 내 작은 카페테리아에서 한국 라면을 끓여주는 경우도 있는데, 이 외의 한국 라면 전문점은 없습니다. 가장 일반적인 라면 유통채널은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이며, 수입제품을 전문으로 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓도 효과적인 유통채널입니다.

54) Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

라면 시장규모 3.1조 원  
컵라면 1,629억 원, 봉지라면 3조 원  
면류 수입규모 중 한국 점유율 62%



## 02 소비특징

로컬 브랜드가 대다수, 수입품 중 한국제품 다수  
컵라면보다 봉지라면이 보편적  
볶음라면 인기  
주 재료는 닭고기, 시라타키, 카레, 양파 등

## 03 유통채널

개인 및 기타 식료품점 80.1%  
편의점 10.9%  
하이퍼마켓/슈퍼마켓 8.6%  
온라인 0.4%



## 06 전문가인터뷰

현지-닭, 소고기, 카레맛, 한국-매운맛, 치즈맛 인기  
주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓  
국내 경쟁사 브랜드 선호도 높은 편



A사 라면



## 05 관세 및 추가 규제

인도네시아어로 라벨 표기  
한-ASEAN 협정 세율 0%  
돼지고기 성분 규제 주의 필요



## 04 통관/검역

식품 생산 안전 관련 인증 필수  
HALAL 인증, 2024년 10월부터 필수  
사전 수입 허가, 식품 등록 필요

인도네시아 라면 시장규모

컵라면 시장규모 1,629억 원  
봉지라면 시장규모 3조 원

한국, 對인도네시아 면류 수출액 규모 1위  
컵·봉지라면 시장 로컬 브랜드 점유율 높아



인도네시아 라면 시장은 추후 5년(2020-2024년)간 연평균 8%의 높은 성장률을 보일 것으로 예상됨. 또한 봉지라면 시장규모가 컵라면 시장규모의 약 19배인 것으로 확인됨. 브랜드 및 기업 점유율의 경우 인도미, 팜미 등의 현지 브랜드 점유율이 50% 이상으로 매우 높음

인도네시아 라면 소비특징

로컬브랜드 다수,  
봉지라면과 볶음면 인기

라면 원료, 닭고기와 곤약 빈출  
비건 라면 시장 이미 형성,  
한국 기업도 진출



인도네시아 라면 트렌드 조사 결과, 시장규모 파트와 마찬가지로 인도미, 레모니오, 팜미 등의 로컬브랜드가 빈출하여 현지 브랜드 점유율이 높음을 알 수 있음. 한편 국가 키워드는 한국, 일본, 태국 순으로 나타남. 이 외에 봉지라면이 컵라면보다 보편적이며 볶음면, 매운맛 제품이 온라인 내 다수인 것으로 나타남. 원료 키워드로는 닭고기, 시라타키(곤약면), 카레, 양파, 채소, 소고기 순으로 빈출함. 비건 콘셉트의 제품도 다수 확인되었으며 한국 브랜드도 진출해있음

인도네시아 라면 유통채널

개인 및 기타 식료품점  
80.1%

편의점 10.9%  
하이퍼마켓/슈퍼마켓 8.6%  
온라인 0.4%



인도네시아 면류의 유통채널 점유율 조사 결과 개인 및 기타 식료품점의 점유율이 압도적이었으며 이 외에 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인 순으로 확인됨. 한편 전문가 인터뷰 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인되었으며 한국 제품의 높은 가격을 반영하여 수입 프리미엄 슈퍼마켓으로의 유통을 추천함. 이 외에 10-30대 소비층 고려 시 종합 온라인 쇼핑몰로의 유통과 홍보를 추천함





# Export Insights

통관 및 검역

## 식품 생산 안전 관련 인증, 필수 취득 필요

2024년 10월부터 HALAL 인증 필수  
현재는 유예 기간  
사전 수입 허가 등의 사전 절차 필요



인도네시아 라면 수출 시 HACCP, ISO 22000, GMP 인증 또는 이와 유사한 수준의 식품 생산 안전 인증이 필수임. HALAL 인증은 현재 유예기간으로, 2024년 10월부터 유예기간이 종료되고 인증이 강제되어 주의가 필요함. 사전 절차로는 사전 수입 허가(SKI)와 사전 식품 등록이 필요함. 관세의 경우 한-ASEAN 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음. 이 외에 2017년부터 돼지고기 성분 포함 제품에 대한 규제가 강화되어 주의가 필요함

전문가 인터뷰

01. 현지 라면 점유율 高
02. 봉지라면 보편적
03. 주요 유통채널은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓  
젊은 층 고려하여 온라인 채널 추천



전문가 인터뷰 결과 현지 브랜드 점유율과 선호도가 높은 것으로 드러남. 한국산 라면의 경우 B사, C사가 다수 언급됨. A사 제품도 10-30대 한국 문화 소비자 중심으로 수요가 형성되었으나 B사, C사 제품에 비해 수요가 낮은 편인 것으로 확인됨. 현지 제품은 닭고기, 카레, 소고기맛 제품이, 한국산은 매운맛, 치즈맛 라면이 인기인 것으로 확인됨. 봉지라면이 보편적이나 바쁜 소비자들은 컵라면을 선호하며, 주요 유통채널로는 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인이 언급됨

## 진출제언



Point 01. 수입 라면보다 현지 라면이 강세이며, 현지 라면은 닭고기, 카레, 소고기맛, 한국 라면은 매운맛과 치즈맛이 인기임

Point 02. 저렴한 가격으로 인해 봉지라면이 보편적이나 바쁜 직장인과 학생들은 컵라면을 선호하는 경향을 보임

Point 03. 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓이나, 한국 라면은 현지 라면보다 5배 이상 비싸 수입 프리미엄 슈퍼마켓으로의 유통을 추천함. 10-30대 타깃 시 라자다, 쇼피와 같은 종합 온라인 쇼핑몰로의 유통과 홍보를 추천함

Point 04. 로컬 브랜드의 높은 점유율, 한국 경쟁사 제품에 대한 높은 선호도, A사의 비HALAL 제품이 현재도 유통되고 있는 상황을 주의해야 함





## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Frequency of plant-based food consumption in Indonesia 2019, by age」, 2019
2. 스태티스타(Statista), 「Share of plant-based food consumers in Vietnam in 2019, by gender」, 2019
3. 스태티스타(Statista), 「Factors for choosing plant-based food in Indonesia 2019」, 2019
4. 호주곡물수출혁신센터(Australian Export Grains Innovation Center), 「The Indonesian noodle market」, 2019
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Indonesia」, 2019
6. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014
7. 인도네시아 식품의약청(Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「BPOM Regulation No. 30/2017, No. 29/2017」, 2017
8. 인도네시아 식품의약청(Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「BPOM Regulation No. 27/2017」, 2017
9. 한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
10. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「Food Law 18/2018」, 2018
11. 인도네시아 식품의약청(Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「No.HK.03.1.23.06.10.5166」, 2010

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 자카르타포스트([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com))
5. 네이션타일랜드([www.nationthailand.com](http://www.nationthailand.com))
6. 토크opedia(Tokopedia), [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)
7. 리푸탄6(Liputan6), [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)
8. 라자다(Lazada), [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)
9. 유로모니터(Euromonitor) ([www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com))
10. 무궁화마트(Mugunghwa Mart) ([www.mugunghwa.co.id](http://www.mugunghwa.co.id))
11. 콤파스닷컴(Kompas.com) ([www.kompas.com](http://www.kompas.com))
12. 데틱푸드(Detikfood) ([food.detik.com](http://food.detik.com))
13. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) ([papayabali.co.id](http://papayabali.co.id))
14. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 인스타그램([www.instagram.com/papaya.bali](http://www.instagram.com/papaya.bali))
15. 알파마트(Alfamart) ([www.alfamartku.com](http://www.alfamartku.com))
16. 알파마트(Alfamart) 페이스북 페이지 ([www.facebook.com/alfamartku](http://www.facebook.com/alfamartku))
17. 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))
18. 카타데이터(Katadata) ([katadata.co.id](http://katadata.co.id))
19. 자카르타포스트(TheJakarta Post) ([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com))
20. 아이디엔파이낸셜(IDN Financials) ([www.idnfinancials.com](http://www.idnfinancials.com))
21. 페트롤플라자(Petrol Plaza) ([www.petrolplaza.com](http://www.petrolplaza.com))
22. 테크놀로그(Technologue) ([www.technologue.id](http://www.technologue.id))
23. 인도마켓(Indomaret) ([www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id))
24. 인도리텔(Indoritel) ([www.indoritel.co.id](http://www.indoritel.co.id))
25. 베리타사투(Beritasatu) ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com))
26. 폰티아낙(Pontianak) ([www.pontianak.tribunnews.com](http://www.pontianak.tribunnews.com))
27. 쿠팡(Cupang) ([www.coupang.com](http://www.coupang.com))
28. 씨클케이(Circle K) ([circlekindo.com](http://circlekindo.com))
29. 씨클케이(Circle K) 페이스북 페이지 ([www.facebook.com/CircleKIndonesia](http://www.facebook.com/CircleKIndonesia))
30. 하이퍼마트(Hypermart) ([shop.hypermart.co.id](http://shop.hypermart.co.id))
31. 엠피피에이리테일그룹(Mpea Retail Group) ([www.mepa.com](http://www.mepa.com))
32. 콘판(Kontan) ([www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

33. 쏬판(Kontan) ([www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id))
34. 씨엔비씨(Cnbc) ([www.cnbc.com](http://www.cnbc.com))
35. 자카르타글로브(Jakartaglobe) ([jakartaglobe.id](http://jakartaglobe.id))
36. 트랜스마트카르푸(Transmart Carrefour) ([www.carrefour.co.id](http://www.carrefour.co.id))
37. 퍼스널파이낸스(Personal Finance) ([www.personalfinance.kontan.co.id](http://www.personalfinance.kontan.co.id))
38. 포스쿠팡(Pos Cupang) ([kupang.tribunnews.com](http://kupang.tribunnews.com))
39. 부깰라팍(Bukalapak) ([www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com))
40. 마케티어스(Marketeers) ([www.marketeers.com](http://www.marketeers.com))
41. 줌인포(Zoominfo) ([www.zoominfo.com](http://www.zoominfo.com))
42. 이코노미(Ekonomi) ([www.ekonomi.bisnis.com](http://www.ekonomi.bisnis.com))
43. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia) ([indonesia.go.id](http://indonesia.go.id))
44. 인도네시아 식품의약품청(Badan Pengawas Obat dan Makanan) ([pom.go.id](http://pom.go.id))
45. 인도네시아 관세청(Directorate General of Customs & Exercise) ([beacukai.go.id](http://beacukai.go.id))
46. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI) ([halalmui.org](http://halalmui.org))  
미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agriculture Service)  
([fas.usda.gov](http://fas.usda.gov))
47. 인도네시아 국가 단일창구(Indonesia National Single Window) ([insw.go.id](http://insw.go.id))
48. 카티(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
49. 관세정보법령포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
50. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
51. 호키부아(Hokky Buah) ([hokkyfruit.com](http://hokkyfruit.com))
52. 인도마켓(Indomaret) ([indomaret.co.id](http://indomaret.co.id))
53. 비네카(Bhinneka) ([bhinneka.com](http://bhinneka.com))
54. 마이푸드(My Food) ([myfood.co.id](http://myfood.co.id))
55. 그라시아인도우타마(Gracia Indo Utama) ([graciaindoutama.com](http://graciaindoutama.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.20

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea