

## I. 농업 및 농식품 수출입현황 (요약)

### □ 농업현황

- 인도네시아에서 농경지로 이용되는 토지 면적은 약 623천km<sup>2</sup>이며 고온 다습한 열대 몬순 기후를 지니고 있으며 전체 인구의 43.4%가 농업 지역에 거주하고 있음
- 세계 최대 팜유 생산국이며 그 외 쌀, 코코아, 커피 등을 주력으로 수출함

### □ 경제환경분석 및 주요 이슈

- 2022년 경제성장률은 5.0%로 전망되며, 높은 생산 가능 인구비율(70.7%)을 보유함
- 한국과 2020년 CEPA 협상을 통해 對한국 수입품의 93%에 해당하는 품목의 관세를 철폐 하였으며, 정부에서 할랄 산업을 주도하고 있음
- 2021년 기준 전체 식품 시장 규모는 884억 350만 달러로 전년 대비 약 2.6% 증가하였으며 인구의 87%가 무슬림으로 할랄인증 식품을 주로 소비함

### □ 농식품 수출입현황

- 2021년 기준 전체 국가 대상 인도네시아의 농식품 수출액은 60,143,604천 달러, 수입액은 27,851,895천 달러를 기록하여 농식품 수출에 있어 무역 흑자를 달성함

## II. 품목 심층조사 (요약)

### □ 對 한국 수입 TOP 10 품목

- 한국으로부터 커피조제품, 음료, 라면, 김, 과자류, 소스류, 딸기, 소주, 배, 인삼류를 주로 수입하고 있으며 '21년 기준 전체 수입실적은 전년 대비 36% 증가한 285백만불

### □ 이슈 및 유망품목

- 팬데믹 상황에서 온라인 음식배달 빈도가 증가하였고 전자상거래 시장이 확대되었으며 간편식, 건강기능식품의 수요가 증가함

### Ⅲ. 진출전략 (요약)

#### □ 주요 이슈별·품목별 진출전략

- 한류붐으로 한류스타 마케팅, 한국 문화체험 마케팅, SNS 마케팅이 유효할 것으로 보이며 2024년부터 할랄인증이 의무화되는 만큼 사전 준비 필요
- 인도네시아는 소득수준이 양극화된 시장이며, 1인당 GDP도 지속 성장하고 있어 프리미엄 시장 타겟층 분석을 통한 투트랙 시장 진출전략 수립 필요

#### □ 인도네시아 SWOT 분석 및 전략도출

- 강점(Strength) : 한국산 농식품의 선호도가 높으며, 아세안 최대 국내총생산 규모 보유
- 약점(Weakness) : 농식품 유통 인프라가 대도시 이외엔 열악하며, 비관세장벽이 상존
- 기회(Opportunity) : 한국 문화와 식문화에 관심이 높은 소비자들이 늘고 있음
- 위협(Threat) : 평균 구매력이 낮으며, 다국적 현지 생산기업과 시장 경쟁이 불가피함

### Ⅳ. 수출 프로세스 및 유통현황 (요약)

#### □ 수출 프로세스

- 수입 전 준비 → 관세 납부 → 수입 신고 → 통관 및 검역 → 반출
- 인도네시아는 경상수지 적자와 국내 산업 보호를 위해 수입 규제를 지속적으로 강화하였으며 대표적인 진입장벽으로 수입식품등록제도(ML), 신선 농산물 항구 제한, 수입허가(쿼터), 할랄인증 및 선적 전 검사 등이 있음

#### □ 수입제도

- 인도네시아 통관제도는 식품법 “1996년 7호”를 따르며 관세청 통관 절차를 따름. 수입업자가 수입하기 위해 세관신고양식을 준비해야 함
- 인도네시아는 통상적인 ‘선 신고 후 심사’와는 대조적으로 수입신고 이전에 관세 및 제세를 납부해야 하는 점이 통관 절차상 특징임

#### □ 농식품 유통현황

- 전통적 유통채널과 현대적 유통채널로 구분할 수 있으며, 전통적 유통채널은 재래시장인 파사르 소규모 상점인 와룽, 길거리 상점인 까끼리마로 구분되며, 현대적 유통채널은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 미니마켓으로 구분됨
- 온라인 주요 유통채널로는 토코페디아, 쇼피, 라자다, 부칼라팍, 해피프레쉬가 있음