

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 유아용 쿠키 (Kids Cookies)

Country : 인도네시아 (Indonesia)



CONTENTS

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 인도네시아 수입통계	8
4. 인도네시아 쿠키 시장규모 및 성장률	9
II. 시장 트렌드	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	13
3. 제품 트렌드	14
4. 정책 트렌드	15
III. 경쟁사 분석	16
1. 경쟁사 선정	18
2. 경쟁사별 현황 파악	19
IV. 경쟁제품 현지조사	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	27
3. 포장용기&유통기한 정보	28
4. 선호 맛 비교 정보	29
5. 현지조사 데이터	30
V. 유통구조 현황	33
1. 현지 유통구조 map	34
2. 추천 진출 경로	35
3. 유통업체 담당자 인터뷰	36

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널 개관	39
2. 주요 유통채널 핫이슈	40
3. 유통업체별 개요	41
- Wal mart	41
- Costco	42
- Target	43
VII. 통관 및 검역 정보	44
1. 통관 및 검역 절차	47
2. HS 코드 및 관세율	49
3. FTA 정보	50
4. 통관 및 검역 주의사항	51
5. 제출서류	52
VIII. 인증 정보	55
1. 필수인증 정보	57
2. 권장인증 정보	59
3. 인도네시아 내 인증 취득제품	60
4. 제출서류	61
IX. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	66
X. 식품첨가물 정보	67
1. 식품첨가물 규정	69



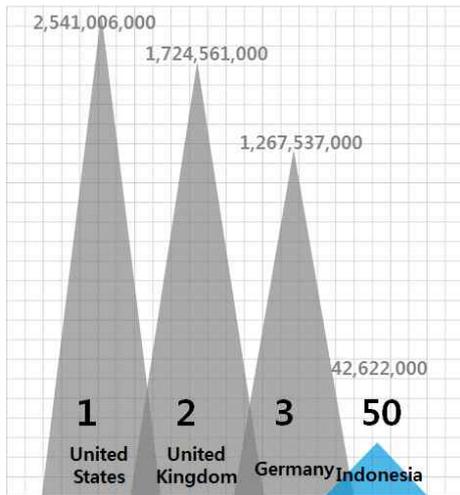
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 인도네시아 수입통계
4. 인도네시아 쿠키 시장 규모 및 성장률

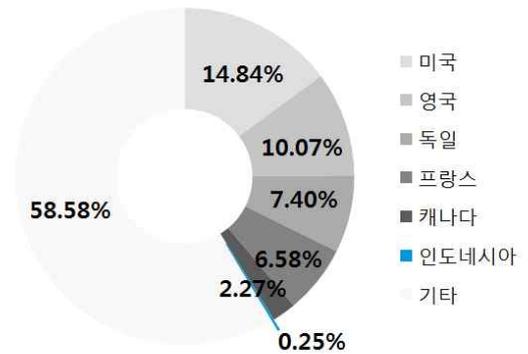
시장 통계 OVERVIEW



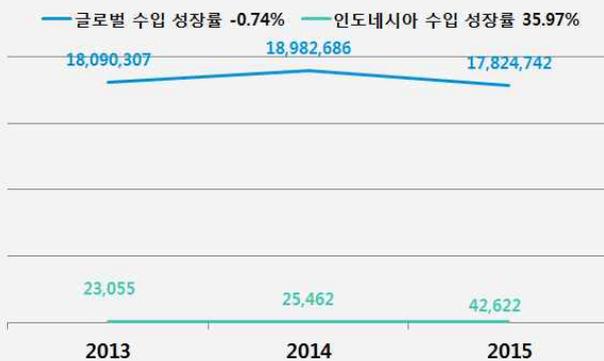
▶ 2015년 글로벌 수입액 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013 ~ 2015년 연평균 성장률, US 천 달러 기준



글로벌 수입액 규모 1위, 미국
인도네시아, 글로벌 수입 50위
인도네시아 수입상대국, 한국 7위
**2015년 인도네시아 쿠키 시장
규모 6억 5,199만 달러**

1. 통계분석 기준 설정

유아용 쿠키, HS CODE 1905.90.4000에 해당

글로벌 및 인도네시아 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색 혹은 관세청관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하여야 함

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE 1905.90
인도네시아 수입규모 및 성장률	HS CODE 1905.90.4000
인도네시아 품목 시장규모 및 성장률	Cookies(Sweet Biscuits)

표 1.2 인도네시아 내 유아용 쿠키 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨하스·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품
	1950.90	기타
	1905.90.1040	비스킷, 쿠키와 크래커
인도네시아	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨하스·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품
	1950.90	기타
	1905.90.4000	쿠키(Kue kering¹⁾)

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 인도네시아 무역정보포털 INTR(intr.insw.go.id)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	인도네시아 무역정보포털	intr.insw.go.id

1) 인도네시아어를 영어로 번역하였을 때는 'Pastries'로 표현되지만, 원어 'Kue kering'을 검증한 결과 해당 개념이 일반적인 쿠키에 해당한다고 판단되어 해당 HS CODE로 통계 자료를 분석함

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률²⁾ -0.74%

2015년 글로벌 기타 베이커리 수입액은 178억 2,474만 2,000달러로 2013년부터 3년간 연평균 0.74% 감소함. 각 국가의 글로벌 수입액 성장률이 마이너스 수치를 보이거나 작은 폭을 보이고 있는데 반해 1위 수입 국가인 미국의 성장률은 10.89%로 크게 증가하였음

2015년 기준 인도네시아의 기타 베이커리 수입액은 4,262만 2,000달러로 글로벌 순위 50위를 차지함. 인도네시아의 최근 3개년 연평균 성장률은 35.97%로 지난 2013년, 2014년에 비해 크게 성장한 모습을 보이고 있으며 10.89%를 보인 미국의 수입액 성장률보다도 3배 가량 큰 수치인 것으로 파악됨

인도네시아, 2015년 對글로벌 수입액 비중 0.25%

2015년 기준, 인도네시아의 기타 베이커리 수입액은 전체 중 0.25%를 차지하는 것으로 파악됨. 가장 큰 비중을 차지하는 미국은 14.84%로 나타남

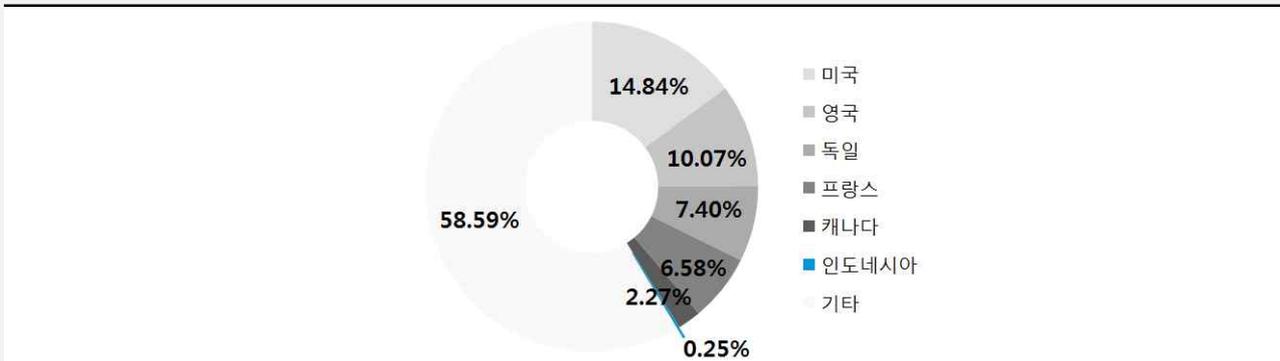
표 1.4 글로벌 기타 베이커리 수입

(단위: US 천 달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2013 ~2015 연평균성장률
글로벌	18,090,307	18,982,686	17,824,742	-0.74
1 미국	2,066,602	2,269,150	2,541,006	10.89
2 영국	1,750,271	1,851,292	1,724,561	-0.74
3 독일	1,343,577	1,397,326	1,267,537	-2.87
4 프랑스	1,198,446	1,256,676	1,126,278	-3.06
5 캐나다	1,049,870	1,112,169	1,094,864	2.12
50 인도네시아	23,055	25,462	42,622	35.97

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

표 1.5 국가별 기타 베이커리 수입액 비중(2015년)



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

2) 연평균 성장률 = 최신폭/최초연도^{(1/n-1개년)-1}

3. 인도네시아 수입통계

인도네시아의 1위 수입상대국 말레이시아

인도네시아의 2015년 기준 對말레이시아 기타 쿠키 수입액은 18만 2,000달러로 가장 많은 금액을 수입하고 있음. 이는 전체 수입액의 53.37%를 점유하는 양임. 인도네시아의 기타 쿠키 수입 시장은 2015년 기준 14만 1,000달러를 수입하여 2위를 차지한 프랑스 (41.35% 점유)와 말레이시아가 양분하고 있는 것으로 파악됨

인도네시아는 프랑스, 이탈리아 등에서 기타 쿠키를 많이 수입하고 있음. 2013년 말레이시아의 수입액은 1만 달러로 그 규모가 크지 않았으나, 2015년 연평균 326.61% 증가하여 인도네시아의 최대 수입 상대국이 됨

한국산 제품, 최근 3년간 수입 기록 無

인도네시아는 한국산 기타 쿠키 품목을 2012년에 2,000달러 수입한 것으로 확인되나 최근 3년간은 수입 기록이 없는 것³⁾으로 파악됨

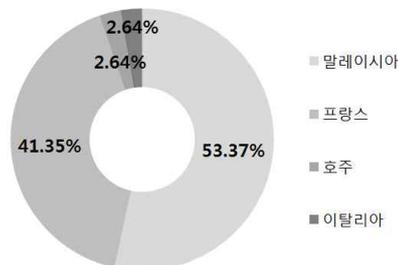
표 1.6 인도네시아 기타 쿠키 수입

(단위: US 천 달러, %)

수입 상대국	2013	2014	2015	2013 ~2015 연평균성장률
글로벌	171	331	341	41.21
1 말레이시아	10	3	182	326.61
2 프랑스	77	253	141	35.32
3 호주	11	15	9	-9.55
4 이탈리아	50	35	9	-57.57
5 일본	0	0	0	N/A
7 한국	0	0	0	N/A

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

표 1.7 국가별 기타 쿠키 수입액 비중(2015년)



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

3) International Trade Centre(www.trademap.org), Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)를 모두 검토한 결과임

4. 인도네시아 쿠키 시장규모 및 성장률

2013년 ~ 2015년까지 쿠키 시장 규모 하락세

시장 조사 전문 기관 Canadean Intelligence의 조사에 따르면 인도네시아의 쿠키 시장 규모는 2013년부터 점차 감소하여 2015년에는 6억 5,199만 달러를 기록하였음. 2013 ~ 2015년 3개년 연평균 성장률은 -3.21%로 하락세를 보이고 있음

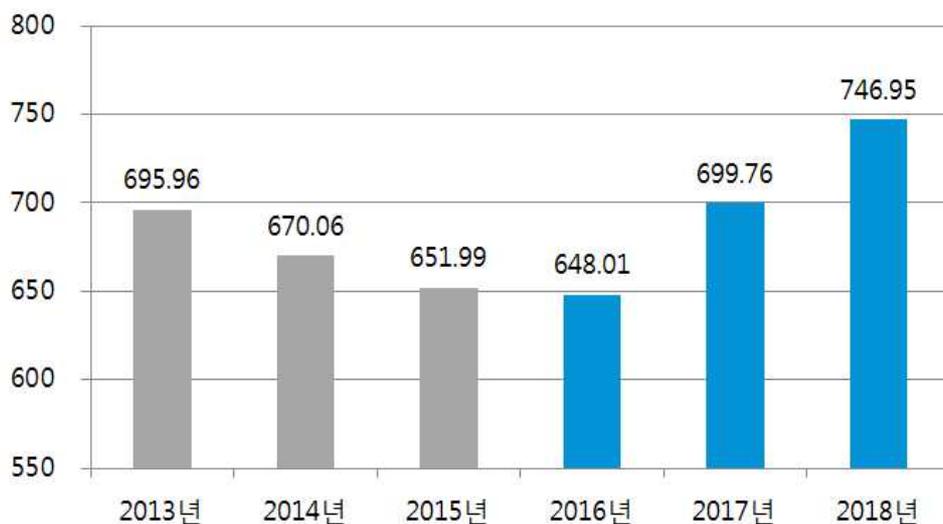
2017년부터 쿠키 시장 규모 성장 전망

Canadean Intelligence는 인도네시아의 쿠키 시장이 2017년부터는 다시 성장할 것으로 전망하였음. 2016년의 쿠키 시장 규모는 6억 4,801만 달러에 달할 것으로 전망되며, 2016년부터 2018년까지의 3개년 연평균 7.36%의 성장률을 보일 전망이다

아직까지 글로벌 기업의 진출이 많지 않은 인도네시아 제과 시장은 현지 기업에 의해 80% 가량 점유되어 있음. 현지에 성공적으로 진출한 글로벌 제과 기업은 ‘몬텔레즈’, ‘펍시’ 정도가 전부인 것으로 알려짐. 그러나 국내 기업인 오리온⁴⁾을 필두로 해외 기업의 진출이 확대될 것으로 보이며, 이러한 추세가 향후 성장세에 영향을 미칠 것으로 예상됨

표 1.8 인도네시아 쿠키(Cookies, Sweet Biscuits) 시장 규모

(단위 : 백만 달러)



출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

※ 2016 ~ 2018년은 전망치

4) 비즈니스 포스트, '5조원 규모 인도네시아 제과시장에 오리온 진출', 2016년 5월 12일



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“ 고가격 저항 낮아 ”

- 인도네시아의 유아식품 시장은 구매 빈도와 성숙도가 모두 낮음
- 가격이 높다면 품질이 높다는 일반적인 인식

“ 미디어를 통한 제품 정보 입수 ”

- 식음료 구매 시, 주로 TV와 같은 전통적인 미디어를 통한 정보 입수

소비 트렌드

“ 섭취 전 조리가 필요한 유아식-푸딩 ”

- 인도네시아에서 가장 인기 있는 유아 스낵 브랜드는 “Milna”로 확인됨

“ 섭취 전 조리가 필요한 유아식-푸딩 ”

- Milna 브랜드는 섭취 전 물을 첨가하여 열을 가하는 등의 조리가 필요한 제품군 보유

제품 트렌드

“ 바나나, 오리지널/통밀, 치즈맛 순의 인기 ”

- 인도네시아 현지에서 유통 중인 유아용 쿠키 제품의 맛을 조사한 결과, 1위는 바나나맛, 2위는 오리지널/통밀맛, 3위는 치즈맛으로 확인됨

“ 과일맛보다는 야채맛 선호 ”

- 딸기, 사과 등의 과일보다는 야채맛이 더 높은 점유율을 차지하고 있음

정책 트렌드

“ 할랄식품인증법 2019년 시행 ”

- 할랄의 필수 인증 대상 품목에 식품이 포함되어 필수 인증으로 변모
- 현지의 할랄 제품 선호로 인해 실질적인 필수 인증으로 작용 중

“ 비스킷 관련 SNI 기준 발표 ”

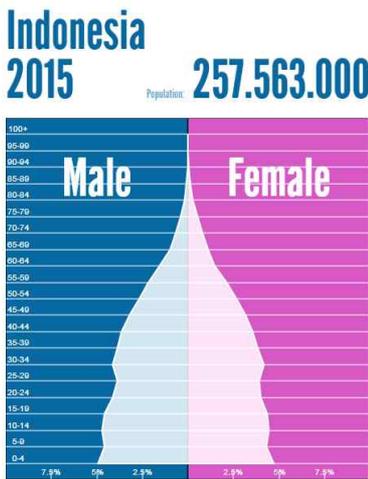
- HS CODE 1905에 해당하는 모든 제품이 적용 대상으로, 수입품 및 현지 제품 모두 SNI 2973:2011의 기준을 충족하여야 함

1. 시장 메가 트렌드

고가적 제품에 대한 저항이 낮은 인도네시아

2013년 글로벌 시장조사 기관 맥킨지(Mckinsey Global Institute)의 보고서에 따르면, 인도네시아의 유아식품 시장은 구매 빈도가 낮고 성숙도가 낮은 시장으로 설명됨. 해당 시장에는 유아식품 외에도 이온음료, 맥주 등이 포함되어 있으며 소비자의 구매 빈도와 시장 성숙도를 높이기 위해서는 ‘다양한 마케팅 프로모션’을 사용할 것을 추천함

동 기관의 설문조사 결과에 따르면, 36%의 인도네시아의 소비자는 고가의 제품은 더 좋은 질을 보장한다고 생각하고 있음. 같은 질문에 대한 중국의 응답률은 32%, 프랑스 17%, 대만이 9%로 나타나 타 국가에 비해 높은 가격에 대한 저항이 크지 않은 것으로 판단됨⁵⁾



출처 : Population Pyramid

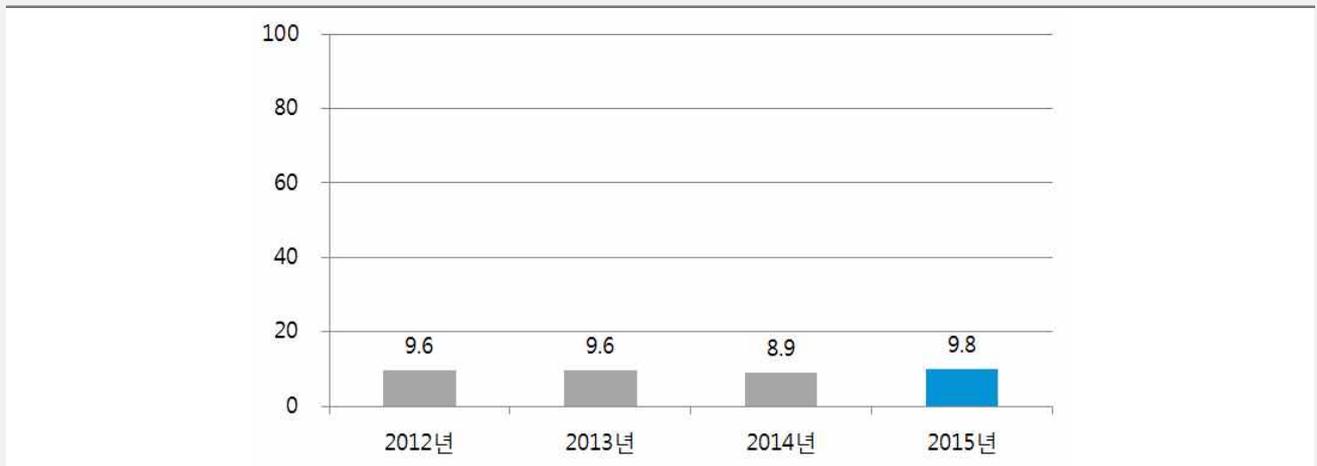
인도네시아의 출생률은 매년 450만 명에 이르고 있어 인구가 지속적으로 증가하는 추세임.⁶⁾ 2015년 기준 주변 국가인 말레이시아의 유아 인구 비중은 8.2%, 싱가포르는 4.8%⁷⁾로 타 국가 대비 인도네시아의 유아 인구 비중이 높은 수준임을 확인할 수 있음

식음료 구매 시 TV 등 미디어를 통해 정보 입수

인도네시아 소비자는 식음료 구매 시에 주로 미디어를 통해 정보를 접하고 있는 것으로 판단됨. 특히 TV등의 전통적인 매체를 통해 상품 정보를 입수하고 있어 뉴 미디어의 영향력은 적은 것으로 판단됨

표 2.1 인도네시아 유아 인구 비중 변화

(단위 : %)



출처 : Population Pyramid(www.populationpyramid.net)

5) 글로벌 시장조사 기관 맥킨지(Mckinsey Global Institute), 'Understanding the diversity if Indonesian customers', 2013

6) 인니허브(innihub), '인도네시아 신생아 출생률, 매년 4.5백만', 2015.10.03

7) Population Pyramid (www.populationpyramid.net)

2. 소비 트렌드

섭취 전 조리가 필요한 유아식·푸딩 제품

현지 원어민 검증 결과, 인도네시아에서 유아용 쿠키 중 가장 인기 있는 브랜드는 “Milna”로 확인됨. 따라서 해당 브랜드의 제품 유형을 분석하여 유아용 쿠키의 시장 트렌드를 파악하고자 함

“Milna”의 유아 식품 유형에는 크게 4가지가 있는데, 즉 형태의 이유식과 즉석 푸딩, 유아용과 영아용 비스킷이 있음

생후 12개월을 전후한 영유아를 겨냥한 제품이 대부분이며, 이유식과 푸딩의 경우 가루 형태의 제품으로서 섭취 전 직접 조리가 필요한 유형임

표 2.2 유아 스낵 대표 브랜드 Milna 제품군 비교

이유식	푸딩
	
<p>함유 성분</p> <ul style="list-style-type: none"> - DHA, 오메가 3&6 함유 - 9가지 아미노산 함유 - 고칼슘 - 12가지 비타민과 8가지 미네랄 함유 - 보존료 및 색소 무첨가 	<p>함유 성분</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고칼슘 - 프로바이오틱스(이눌린) - 비타민 A, C - 10가지 비타민과 미네랄 - 보존료 및 색소 무첨가
유아용 비스킷	영아용 비스킷
	
<p>함유 성분</p> <ul style="list-style-type: none"> - DHA 함유 - 우유 칼슘 & 비타민 D - 철 함유 - 비타민 C & E - 11가지 비타민과 6가지 미네랄 함유 	<p>함유 성분</p> <ul style="list-style-type: none"> - DHA 함유 - 프로바이오틱스(이눌린) - 우유 칼슘& 비타민 D - 철 함유 - 비타민 C & E - 11가지 비타민과 6가지 미네랄 함유

출처 : Kalbe 홈페이지(www.Kalbestore.com)

3. 제품 트렌드

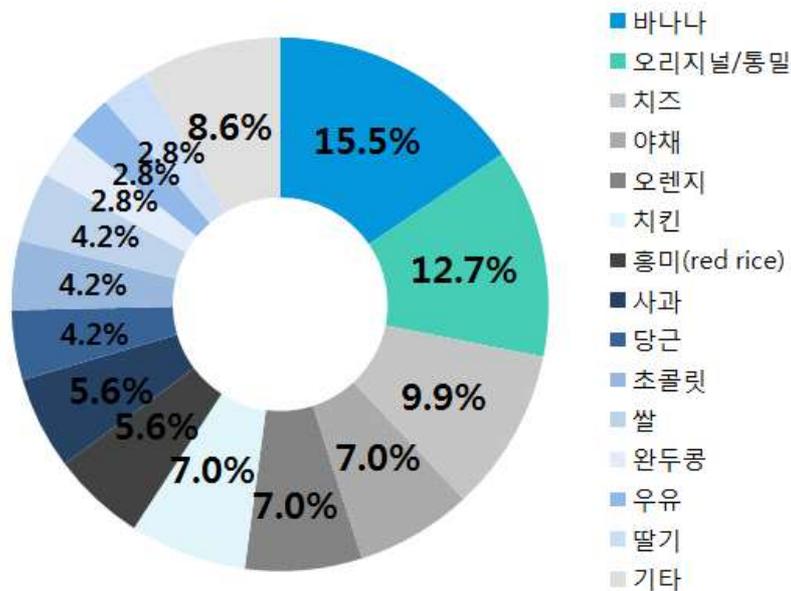
인도네시아 현지 제품의 점유율이 가장 높은 맛 바나나, 오리지널/통밀, 치즈 순

인도네시아의 온라인 쇼핑 사이트 ‘www.blibli.com’ 에서 유아용 쿠키(비스킷) 50개를 대상으로 맛을 조사한 결과, 바나나맛 쿠키가 가장 높은 점유율을 차지함

과일보다는 야채 맛 제품이 더 많이 나타났으며, 치킨, 치즈, 우유 등이 선호되고 있음을 파악할 수 있음

1가지 맛으로 구성된 제품이 다수인 가운데 딸기&비트 등 두 가지 맛의 혼합 제품도 다수 존재하였으며, 바나나&호박 등의 조합도 보였음

표 2.3 인도네시아 유아용 비스킷 맛 비중



출처 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 Blibli.com의 유아용 비스킷(Biskuit Bayi) 상위 50개 분석 결과

Interview info

유아용 쿠키로 치즈, 딸기, 사과 맛 선호

“인도네시아 내에서 식품을 판매하는 소매점이며, 전문 수입업체를 보유하고 있다. 유아용 스낵 시장은 긍정적이며, 소비자는 주로 식품 안전을 고려하여 제품을 구매한다. 때문에 유기농 제품에 대한 인기가 높다. 인기 있는 맛으로는 치즈, 딸기, 사과 맛이 있다.”

-유아용품 전문 소매점 Kiddo 판매 담당자 Putri와의 인터뷰 중

2016년 06월

4. 정책 트렌드

2019년부터 시행되는 할랄식품인증법

기존 할랄 인증의 필수 대상 품목은 축산품뿐이었지만, 2019년 10월부터는 할랄식품인증법에 의해 식품, 화장품, 의약품까지 필수 인증 대상이 됨. 이에 따라 인도네시아 진출을 앞두고 있는 한국 식품 기업은 할랄 인증에 대한 대비가 필요할 것으로 보임

현재까지는 축산품을 제외한 다른 식품에 할랄 인증을 필수적으로 받아야 하는 것은 아니지만, 현지 소비자의 선호로 인해 대부분의 식품은 할랄 인증을 필한 상태임. 할랄식품인증법을 통해 여러 가지 번거로운 절차가 축소 혹은 간소화될 전망도 보이고 있어 귀추가 주목됨

비스킷에 적용되는 SNI 기준 발표

2016년 4월, 인도네시아 정부는 비스킷 제품에 적용되는 SNI 기준을 개정하여 발표함. HS CODE 1905류에 해당하는 제품은 모두 포함이 되며, 대상 제품 모두 SNI 마크를 부착하여야 유통이 가능함

수입 제품과 현지 제품 모두 구분 없이 SNI 2973:2011와 동일한 기준을 준수하여야 함

표 2.4 할랄 인증 변경 주요 내용

	변경 전	변경 후
인증기관	민간기관 LPPOM MUI	정부기관 BPJPH
구분	획득 권고사항	획득 의무사항
라벨	할랄제품에 HALAL라벨 부착	비할랄제품의 경우에 Non-HALAL라벨 부착

출처 : 유럽연합(EU) 발표 자료, 'Indonesia: Law on Halal Product Guarantee ' 2014.11.04.



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

매대 점유율 1위 기업 Indofood
 매대 점유율 2위 기업 Kalbe
 매대 점유율 3위 기업 Peachy, Yummy Bites

#1. Indofood CBP Sukses Makmur

기업타입	제조업	설립년도	1982년	
취급 품목 유형	인스턴트 누들, 영양 식품	홈페이지	www.Indofoodcbp.com	
주요 제품			우유맛 유아용 쿠키	

#2. Kalbe

기업타입	제조업	설립년도	1967년	
취급 품목 유형	의약품, 영양제 등	홈페이지	www.Kalbe.co.id	
주요 제품			바나나맛, 치즈맛, 초코맛 유아용 쿠키	

#3. Peachy

기업타입	제조업	이메일	sawasdee@peachy.co.th	
취급 품목 유형	유아용 식품	홈페이지	www.peachy.co.th	
주요 제품			건포도, 믹스베리와 퀴노아, 사과 곡물 쿠키	

#4. Yummy Bites

기업타입	제조업	이메일	leonboga.s@gmail.com	
취급 품목 유형	유아용 쌀과자, 씨리얼	홈페이지	yummybites.com	
주요 제품			동결건조 파인애플, 청포도, 복숭아, 사과	

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

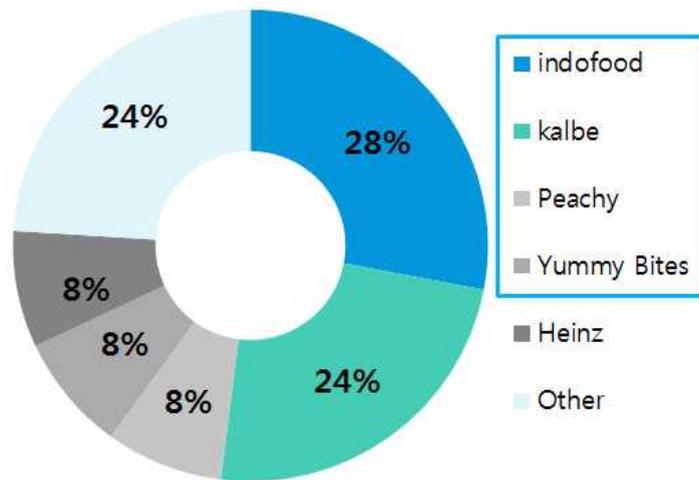
현지 조사 시, 의뢰사 제품과 동일한 제품군 중 매대에 가장 많이 진열된 제품을 분석 대상 제품군으로 선정함. 이렇게 선정한 제품들의 제조사 비중이 높은 기업을 분석 대상 경쟁사로 선정함

매대 점유율 1 ~ 3위 기업 유아용 쿠키 분석

현지 매장에 가장 많이 진열되어 있는 유아용 쿠키의 제조사를 분석한 결과, 가장 높은 비중을 차지한 기업은 28%를 차지한 Indofood社(인도네시아)로 확인됨. 2위는 24%를 차지한 Kalbe社(인도네시아), 3위는 각각 8%씩을 차지한 Peachy社(태국), Yummy Bites社(국적 확인 불가) 그리고 Heinz社(미국)로 확인됨

Heinz社의 경우 유아용 퍼프(Puff) 제품으로 의뢰사의 제품인 쿠키와는 다소 거리가 있다고 판단되어 분석 대상 경쟁사로 선정하지 않음

표 3.1 인도네시아 현지 상위 점유율 제품 제조사



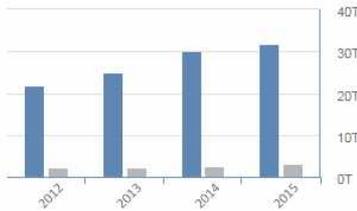
출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero 2016.06)

2. 경쟁사별 현황파악

Indofood CBP

<Indofood 매출액 현황>

(단위 : 백만 루피아)



출처 : Investing.com(www.investing.com)

Indofood CBP⁸⁾ Sukses Makmur

인도네시아의 대기업 Indofood의 소비자 제품 전문 브랜드로, 주로 인스턴트 식품이나 가공식품, 식재료 등을 판매하고 있음. 인도네시아에서는 주로 OEM 방식으로 제품을 납품받고 있는데, 현지의 주요 제조사로는 Makindo Perdana, Arnotts Indonesia, Agel Langgeng 등이 있음

Indofood CBP의 주요 영양&특별 식품(Nutrition&Special Foods) 라인으로는 Promina, SUN, GOVIT, Provita 등이 있음. 이 중 Promina와 SUN이 유아용 쿠키 브랜드에 해당함

표 3.2 기업 개요

기업 타입	제조업
취급 품목 유형	인스턴트 누들, 유제품, 과자, 조미료, 영양&특별 식품, 음료
설립년도	1982년(인스턴트 누들 사업으로 시작함)
대표전화	+62-21-5795-8822
2015년 매출액	11조 2,085억 7,896만 루피아(USD : 8억 4,121만 7,632달러 ⁹⁾)
주소	Indofood Tower, 23th Floor Jl. Jend. Sudirman Kav 76-78 Jakarta 12910
홈페이지	www.Indofoodcbp.com
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업 Indofood의 식품 관련 계열사이며, 소비자 만족 및 브랜드 대상 등 여러 수상 경력 보유 - 동명의 식품 패키징 제조업체도 존재함 - 최근 'Indomie'의 가짜 제품 논란이 있기도 하였음

출처 : Indofood CBP(www.Indofoodcbp.com), Investing.com(www.investing.com)

표 3.3 유아용 쿠키 브랜드 소개

Promina	
SUN	

출처 : Indofood CBP(www.Indofoodcbp.com)

8) Consumer Branded Products

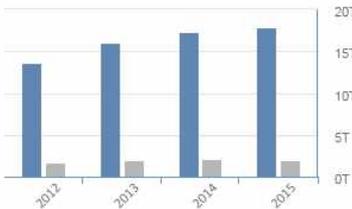
9) 2016년 6월 17일 기준

2. 경쟁사별 현황파악



<Kalbe 매출액 현황>

(단위 : 백만 루피아)



출처 : Investing.com(www.investing.com)

Kalbe

건강 및 영양 제품을 주로 취급하는 인도네시아의 헬스케어 기업으로 의약품을 비롯한 건강 관련 식품을 생산하고 있음. 제품을 납품받는 현지의 주요 제조사로는 Makindo Perdana, Agel Langgeng 등이 있음

Kalbe의 영양(Nutritional) 라인 중 유아 쿠키에 해당하는 브랜드 라인은 Milna이며, 실제로 인도네시아 내 가장 많은 소비자가 구매하고 있는 제품임. Milna는 유아의 성장기에 따른 다양한 제품을 제조 및 판매하고 있음

표 3.4 기업 개요

기업 타입	제조업
취급 품목 유형	의약품, 영양제, 진단 관련 제품, 동물용 제품
설립년도	1967년
대표전화	+62-21-4287-3888
2015년 매출액	17조 8,874억 6,422만 루피아(USD : 13억 4,316만 4,279달러 ¹⁰⁾)
주소	Gedung Kalbe Jl. Let. Jnd. Sprpto Kav. 4,Cmpk Putih P.O. Box 3105 JAK. Jakarta, 10510
홈페이지	www.Kalbe.co.id
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아의 가장 큰 제약 회사로 2015년 11월 한국 제넥(Genexine)사와의 조인트 벤처 회사를 설립함 - 2016년 1월 수입 의존도를 낮추기 위해 원재료 공장을 신설함

출처 : Kalbe(www.Kalbe.co.id), Investing.com(www.investing.com)

표 3.5 유아용 쿠키 브랜드 소개



출처 : Kalbe(www.Kalbe.co.id)

10) 2016년 6월 17일 기준

2. 경쟁사별 현황 파악



Peachy(태국)

유아용 식품을 전문적으로 생산하는 기업인 Peachy는 동남아 전역으로 제품을 공급하고 있음. 실제 태국의 한 부부가 아이를 얻게 되면서 안전한 식품을 공급하고자 하여 창립한 기업임. 현재는 동남아의 거대 유통망에 제품을 공급하고 있으며, 유아용 제품을 전문적으로 구매할 수 있는 온라인 매장에서도 판매하고 있음. 또한 태국, 인도네시아 등에서 페이스북을 통한 마케팅을 통해 소비자에게 좀 더 친근하게 다가가고 있음

유아용 스낵 제품은 크게 쿠키와 퍼프(Puff) 제품으로 나뉘는데, 모두 12개월 이상의 영아를 위한 제품이며 곡물로 제조하였음

표 3.6 기업개요

기업 타입	제조업
취급 품목 유형	유아 식품 전문
대표 전화	+66-2727-5527
이메일	sawasdee@peachy.co.th
홈페이지	www.peachy.co.th
기타 정보	- 대형 유통 매장과 계약을 통해 제품을 납품하고 있으며, 유아용 스낵인 Multigrain Cookies 제품은 Big C, Central Food Hall, Vila Market 등에서 구매할 수 있음

출처 : Peachy(www.peachy.co.th)

표 3.7 제품 소개

Healthy Snack			
	Organic raisins	Multigrain puffs with strawberry	Multigrain puffs with mixed veggies
			
	Multigrain cookies - mixed berries with quinoa and flaxseed	Multigrain cookies - apple with quinoa and flaxseed	

출처 : Peachy(www.peachy.co.th)

2. 경쟁사별 현황파악



Yummy Bites

유아용 쌀과자를 전문적으로 생산하는 기업으로, 동남아 등지에서 활동하고 있음. 간식을 처음 먹기 시작하는 월령인 6개월 이상의 영아부터 섭취할 수 있는 제품인 만큼 건강하고 안전한 제품 생산을 모티브로 하고 있음

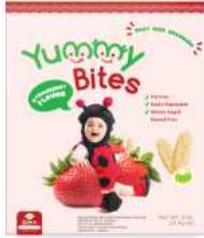
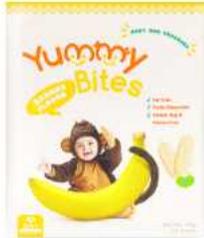
동남아 지역에서 유아용 식품을 수입하여 공급하는 기업인 Kusuma Foods를 통해 인도네시아에 수입되고 있음

표 3.8 기업 개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	유아용 쌀과자, 씨리얼
대표전화	+62-21-2903-2591
이메일	leonboga.s@gmail.com
홈페이지	yummybites.com
기타 정보	- 알러지를 유발하는 10가지 재료(옥수수, 우유, 땅콩, 밀, 콩, 나무 열매, 갑각류, 어류, 참깨, 계란)를 사용하지 않은 제품을 표방하고 있으며, 6개월 이상의 아이부터 섭취할 수 있음

출처 : Yummy bites(yummybites.com)

표 3.9 유아용 쿠키 제품 소개

			
Yummy Bites Organic Carrot Flavor	Yummy Bites Organic Original Flavor	Yummy Bites Strawberry Flavour	Yummy Bites Vegetable Flavor
			
Yummy Bites Original Flavor	Yummy Bites Carrot Flavour	Yummy Bites Banana Flavor	Yummy Bites Apple Flavour

출처 : Yummy bites(yummybites.com)



IV. 경쟁 제품 현지 조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장 용기&유통기한 정보
4. 선호 맛 비교 정보
5. 현지 조사 데이터

경쟁 제품 현지 조사 OVERVIEW

우유맛, 바나나맛 제품 多
 주로 우유맛, 바나나맛에 집중된 제품군을 보유하고 있으며 제조사에 따라 초콜릿 맛이나 치즈맛도 판매 중

패키지 : 종이 박스와 비닐 파우치
 많은 경쟁 제품이 종이 박스와 비닐 파우치 형태의 포장을 사용하고 있었으며, 쿠키의 모양에 따라 달라짐

유통기한 : 14.8개월
 일반적으로 11~20개월의 유통기한을 나타냄

가격 : 10g당 평균 2,227.02 루피아
 로컬 제품의 가격대는 1,000 루피아 안팎이나, 수입 제품의 가격이 8,000 루피아에 근접하여 높은 편임

중량 : 평균 104g
 유아용 쿠키 제품의 중량은 50g~130g으로 나타남

분석 제품 상세

PT. Agel Langgeng	PT. Makindo Perdana	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	PT. Makindo Perdana	F&M Holdings PTE LTD
Milna Biskuit Bayi	Milna Toddler	SUN Biskuit Marie Susu	Promina Biskuit Marie	Yummy Bites

분석 지표 : 가격, 용량, 포장 용기, 유통기한, 맛

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 대표제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



Milna Biskuit Bayi



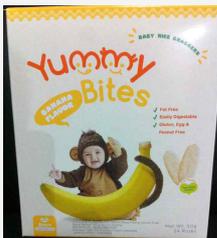
Milna Toddler



SUN Biskuit Marie Susu



Promina Biskuit Marie



Yummy Bites

경쟁 제품 선정

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Giant Ekstra	Poins Square, Jl. RS Kartini No.1, Lebak Bulus, South Jakarta	2016. 06
Hypermart	Lippo Mall Puri Indah, Jl. Puri Indah Raya Blok U1, Puri Indah, West Jakarta	2016. 06
LOTTE Mart	Gandaria City, Jl. Sultan Iskandar Muda, Kebayoran Lama Utara, South Jakarta	2016. 06
Hero	Puri Indah Mall, Jl. Puri Indah Raya, West Jakarta	2016. 06
Carrefour	Central Park Mall, Jl. Tanjung Duren Raya, West Jakarta	2016. 06

출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

1. 분석 제품 및 기준

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
Milna Biskuit Bayi	Kalbe(PT. Agel Langgeng)
Milna Toddler	Kalbe(PT. Makindo Perdana)
SUN Biskuit Marie Susu	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
Promina Biskuit Marie	Indofood(PT. Makindo Perdana)
Yummy Bites	Yummy Bites(F&M Holdings PTE LTD)

▶ **분석기준** : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 **용량, 10g당 가격(루피아), 포장 형태, 맛, 유통기한** 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

2. 가격 정보

인도네시아 내 유통되는 유아용 쿠키, 10g당 가격 평균 2,227.02루피아

경쟁 제품들의 평균 용량은 104g으로 나타났으며, 10g당 가격은 2,227.02루피아로 분석됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 ‘Promina Biskuit Marie’ 제품이었으며, 10g당 가장 높은 가격을 보인 것은 ‘Yummy Bites’ 제품임

현지에서 생산한 제품이 대부분을 차지하고 있는 인도네시아 유아용 쿠키 시장에서, g당 가격이 가장 높은 ‘Yummy Bites’ 제품은 싱가포르 수입 제품이었음. 이로 미루어 볼 때, 수입산 제품의 가격대는 평균 가격대보다 더 높게 형성되어 있으며, 한국 제품 수출 시에도 프리미엄 제품군으로의 진출이 가능할 것으로 예상됨

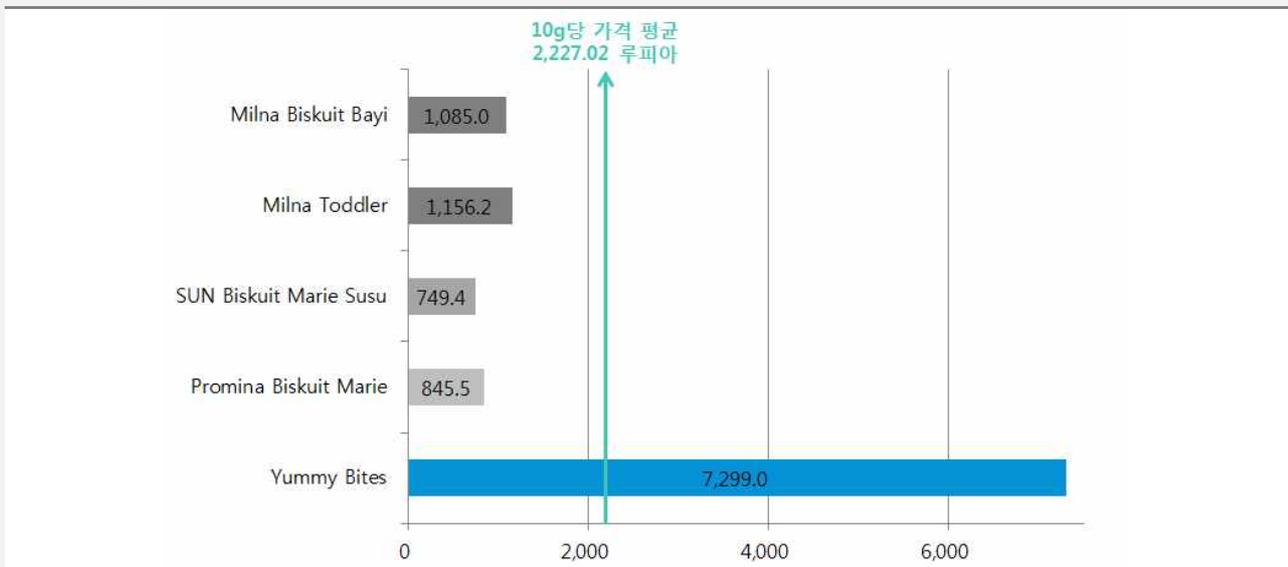
표 4.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(루피아)	10g당 가격(루피아)
Milna Biskuit Bayi	130	14,105.0	1,085.0
Milna Toddler	110	12,718.2	1,156.2
SUN Biskuit Marie Susu	80	5,995.2	749.4
Promina Biskuit Marie	150	12,682.5	845.5
Yummy Bites	50	36,495.0	7,299.0

출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

표 4.4 10g당 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위 : 루피아)



출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

3. 포장 용기&유통기한 정보

종이 박스 내지는 비닐 파우치 포장 사용

실제 판매 중인 경쟁 제품의 포장은 크게 2가지로 구분되는데, 불투명한 비닐 파우치와 종이 박스 포장이 있음. 주로 둥근 모양의 비스킷 제품은 비닐 파우치 포장을 사용하였고, 긴 타원형이나 여러 가지 모양의 제품은 종이 박스 포장을 사용함

유통기한 평균 14.8개월

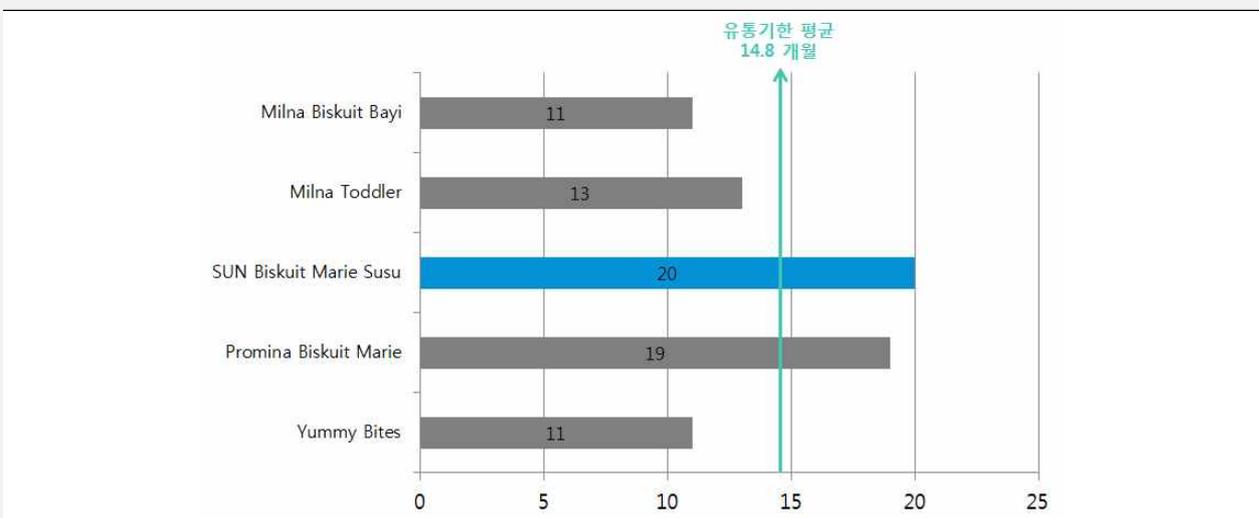
분석 대상 경쟁 제품 중 가장 짧은 유통기한은 11개월, 가장 긴 유통기한은 20개월로 확인됨. 이는 현지조사 시점에 진열된 제품의 유통기한을 추산한 결과임

표 4.5 패키지 샘플 (경쟁제품 분석)



출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

표 4.6 유통기한 비교



출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

4. 선호 맛 비교 정보

Buyer Interview info

“인도네시아의 유아용 쿠키 수요는 좋은 편이며, 선호되는 맛으로는 치즈, 딸기, 사과 맛이 있다.”

유아용품 전문 소매점 판매 담당자 Putri와의 인터뷰 中, 2016. 06

우유맛과 바나나맛이 多, 패키지에도 표기

분석 대상 경쟁 제품은 대부분이 바나나맛이나 우유맛이었으며, 이를 패키지에도 사진 또는 그림, 문자로 표기하여 직관적으로 받아들일 수 있도록 함

Milna Toddler 제품은 우유맛과 바나나맛과 더불어 초콜릿맛, 치즈맛 등 다양한 제품군을 보유하고 있었지만, 일반적으로 다른 제품군은 바나나맛과 우유맛으로 집중된 제품 라인을 보임

표 4.7 제품별 원료 비교

제품명	맛	패키지 이미지
Milna Biskuit Bayi	바나나맛	
Milna Toddler	초콜릿맛, 치즈맛	
SUN Biskuit Marie Susu	우유	
Promina Biskuit Marie	우유	
Yummy Bites	바나나	

출처 : 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

5. 현지 조사 데이터

제품 정보

인도네시아 현지 유통 매장 방문을 통해 조사된 제품 기본 스펙 및 판매 매장 정보

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Kalbe(P.T. Agel Langgeng)	Kalbe(P.T. Makindo Perdana)
	제품명	Milna Biskuit Bayi	Milna Toddler
	용량(g)	130	110
	10g당 가격(루피아)	1,085.0(3개 제품 평균)	1,156.2(5개 제품 평균)
	포장형태	종이 박스	종이 박스
	맛	바나나맛	초콜릿맛, 치즈맛
	유통기한 ¹¹⁾	11개월	13개월
취급처	판매 확인 매장 Giant Ekstra, Hypermart, Hero	Giant Ekstra, Hypermart, LOTTE Mart, Carrefour, Hero	

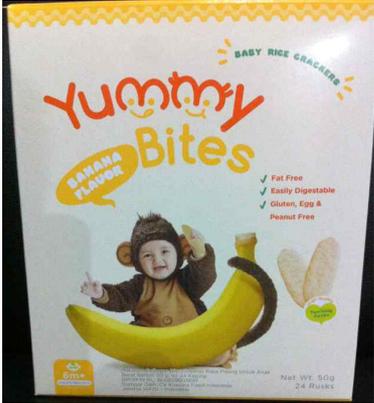
11) 현지 매장에 방문하여 조사한 월로부터 유통기한 만료 월까지의 기간을 뜻함

5. 현지 조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Indofood(PT. Makindo Perdana)
	제품명	SUN Biskuit Marie Susu	Promina Biskuit Marie
	용량(g)	80	150
	10g당 가격(루피아)	749.4(2개 값 평균)	845.5(2개 값 평균)
	포장형태	불투명한 비닐 파우치	불투명한 비닐 파우치
	맛	우유	우유
	유통기한 ¹²⁾	20개월	19개월
취급처	판매 확인 매장 Giant Ekstra, Carrefour	Giant Ekstra, Hypermart	

12) 현지 매장에 방문하여 조사한 월로부터 유통기한 만료 월까지의 기간을 뜻함

5. 현지 조사 데이터

구분		제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	Yummy Bites(F&M Holdings PTE LTD)
	제품명	Yummy Bites
	용량(g)	50
	10g당 가격(루피아)	7,299.0(2개 값 평균)
	포장형태	불투명한 종이 박스
	맛	바나나맛
	유통기한 ¹³⁾	11개월
취급처	판매 확인 매장	Carrefour, Hero

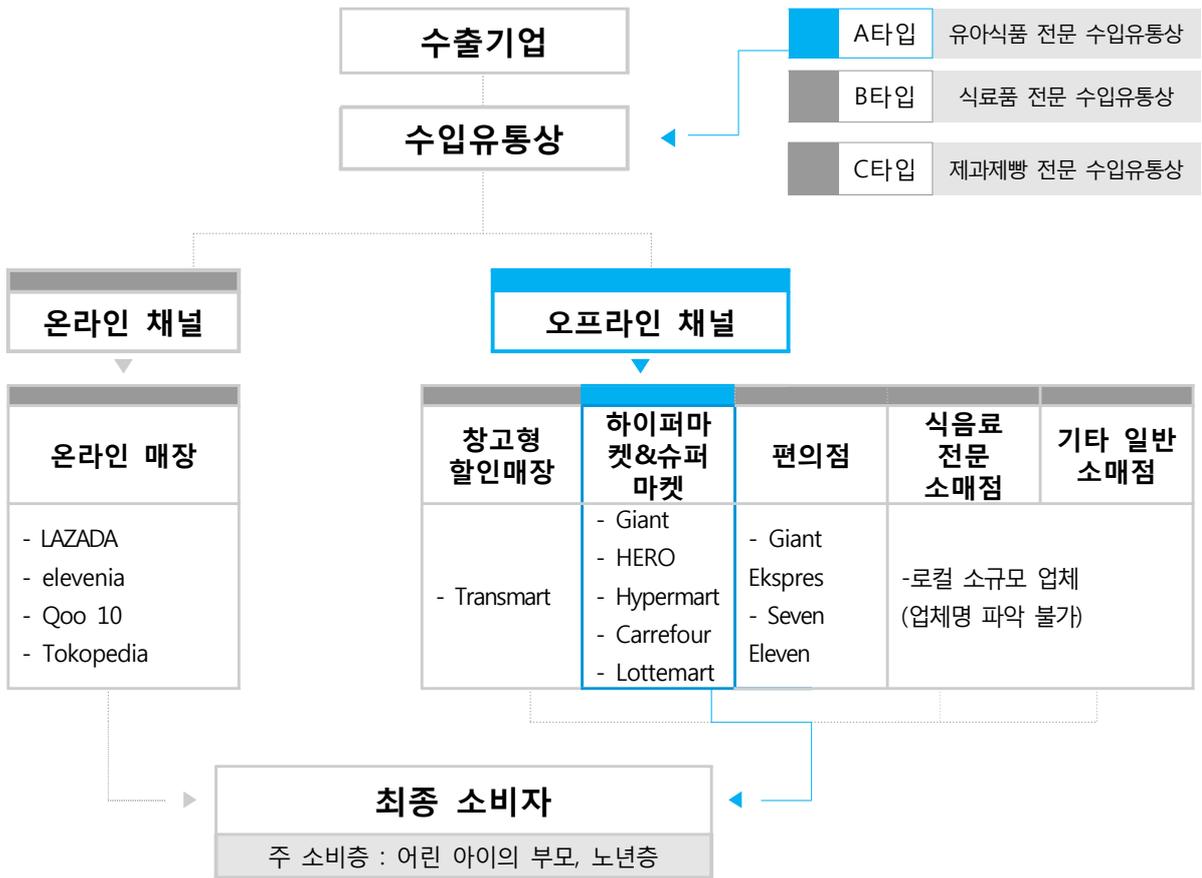
13) 현지 매장에 방문하여 조사한 월로부터 유통기한 만료 월까지의 기간을 뜻함



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 한국농수산물유통공사 '동남아 수출 가이드북 인도네시아', 2013, 현지방문조사(Giant, Hypermart, Lottemart, Carrefour, Hero, 2016.06)

유통구조	특징	유통 점유율
창고형 할인매장 ¹⁴⁾	식자재 도매 판매점(점포형 유통), 고객이 직접 점포로 와서 식당 운영에 필요한 식자재를 구매해 가는 형태	0.21%
편의점	현대적 유통 채널 중 가장 빠르게 성장하고 있음.	32.48%
식음료 전문 소매점	식품만을 취급하는 전문 소매 업체로, 전통적인 유통 채널 또한 포함하고 있음	35.69%
하이퍼마켓&슈퍼마켓	인도네시아 내 주요 식료품 구매 루트로, 한국 식품 전문 매대를 따로 운영하기도 함	26.35%
기타 일반 소매점	식품·비식품을 모두 취급하는 소매점으로, 지역의 영세 매장이 포함됨	4.88%
온라인 매장	인도네시아의 인터넷 발달 속도는 매우 빠르며, 유아용 식품의 경우 다른 식품과는 다르게 온라인을 통해 많이 구매되고 있음	0.39%

출처: Canadean Intelligence(canadean.intelligence.com), Bakery&Cereal 기준

14) 창고형 할인매장 Cash&Carries&Warehouse Clubs

C&C(Cash and Carry) : 식자재 도매 판매점(점포형 유통), 고객이 직접 점포로 와서 식당 운영에 필요한 식자재를 구매해 가는 형태

2. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

가장 일반적인 식료품 구매 경로

하이퍼마켓&슈퍼마켓 채널은 인도네시아의 대표적인 유통채널이며 꾸준히 성장세를 유지하고 있음. 점포 확장 추세를 유지하고 있다가 최근 들어 다소 감소하는 모습을 보임

수도인 자카르타에 집중되어 있었던 유통망을 전국으로 확대하려는 움직임이 있으며, 특히 마카사르, 마나도, 발리과판, 파푸아, 암본 등의 지역이 조명받고 있음

ROUTE #2. 온라인 매장

유아용 식품, 온라인 거래 활발

중국의 전자 상거래 GDP 비중은 10%에 육박하는데 비해 인도네시아는 아직 1%에 불과할 정도로 규모가 작음. 그러나 인터넷의 발달 속도가 매우 빠르고, 온라인 쇼핑에 대한 소비자의 수요가 점점 증가하는 추세를 보임. 식품은 아직까지는 온라인보다는 오프라인 채널에서 구매되고 있는데, 유아용 식품의 경우는 온라인을 통한 구매가 활발한 편임

인도네시아의 최대 유통사인 마타하리 백화점도 인터넷 쇼핑몰을 열고 운영하고 있음. 섬 국가인 인도네시아의 특성상 온라인 매장을 운영 시, 시 외곽 지역의 배달 문제가 중요한 사안으로 평가됨¹⁵⁾

ROUTE #3. 편의점

유아식품 전문 프리미엄 매장에 고가의 가격 포지셔닝으로 납품 가능

현대적 유통 채널 중 가장 성장 속도가 빠른 채널로 전통적인 소매 채널인 와룽(warung)¹⁶⁾을 빠르게 대체하고 있음. 인도네시아에서 미니마켓과 편의점은 구분되어 사용되는데, 미니마켓은 주로 식품관리코드(SKU: stock keeping unit)로 관리되는 생필품을 취급하는 반면 편의점은 즉석 음식과 신선품에 더 많은 비중을 두고 있으며 매장 안에 식사 및 휴식 공간을 제공하는 특징이 있음¹⁷⁾

인도네시아 전통 소매점
와룽의 모습



15) 전자신문, '인도네시아 최대 유통사 마타하리 백화점, 인터넷 쇼핑몰 연다... 관건은 '배달'', 2015.03.04

16) 인도네시아의 전통적인 소매점 형태로, 가족 단위의 운영이라는 특성을 보임

17) 서울대학교 아시아연구소, '인도네시아 소매산업과 소비문화 : 편의점을 중심으로', 2015.11

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

유아용 식품 및 스낵, 한국
식품 취급 바이어 대상
인터뷰 진행(2016년 6월)

- 유아용품 수입 · 유통상
- 한국식품 수입 · 유통상
- 스낵류 수입 · 유통상
- 일반 식품 수입 · 유통상

Q1. 최근 현지 유아 스낵의 인기는 어떠한가?

“전반적으로 인도네시아 내 유아 스낵의 인기와 수요는 괜찮은 편이다.”

Kiddo Baby

Sales Manager Putri와의 인터뷰 중, 2016.06

Q2. 일반적으로 인도네시아 소비자는 유아용 스낵을 어디서 구매하는가?

“오프라인 매장에서도 판매하고 있지만, 대부분 온라인 사이트를 통해 구매하고 있다.”

Kiddo Baby

Sales Manager Putri와의 인터뷰 중, 2016.06

“당사는 유아용 스낵을 수입하여 현지에 공급하고 있다. 유아 스낵은 일반적으로 슈퍼마켓에 납품된다.”

CV. Libra Food Service

Import Department Manager Rickey와의 인터뷰 중, 2016.06

Q3. 유아 스낵의 주요 구매 요인은 무엇인가?

“유아 스낵 구매 시 소비자들은 안전성을 고려하고 있다. 유기농 제품을 더 선호하는 편이다.”

Kiddo Baby

Sales Manager Putri와의 인터뷰 중, 2016.06

Q4. 유아 스낵에서 선호되는 맛이 있는가?

“있다. 선호되는 맛으로는 치즈맛, 딸기맛, 사과맛 등이 있다.”

Kiddo Baby

Sales Manager Putri와의 인터뷰 중, 2016.06

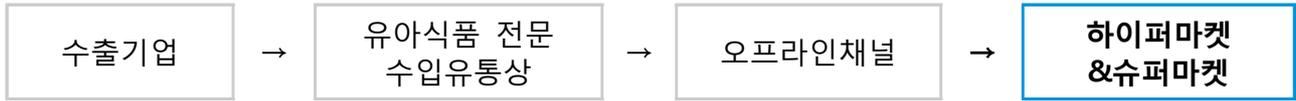


VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - Giant
 - Hero
 - Hypermart

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(하이퍼마켓&슈퍼마켓)

No.	유통업체	특징
1	Giant	인도네시아 내 최대 유통망을 보유하고 있으며, 중저가 제품에 주력하는 브랜드였으나 최근 중산층 이상, 부유층을 겨냥하고 있음
2	Hero	오랜 전통의 슈퍼마켓으로 현재는 Hero 그룹에서 Hero와 Giant를 함께 운영하고 있음. 최근 매장의 고급화 추세를 보이고 있음
3	Hypermart	중국계 리본 그룹이 운영하는 하이퍼마켓으로 한국 식품 전문 매대를 운영하기도 함

주요 유통업체 최신 이슈

유통업체	최신 이슈
HERO Group	 최근 인도네시아의 소비능력이 감소하여 전년 대비 307억 루피아의 순수실을 기록함. 실제 매출 악화로 작년 말에는 74개의 HERO 매장을 철수하기도 하였음
	 폭발적인 성장세를 보였던 인도네시아의 소매 유통업이 잠시 소강상태를 보이고 있음
Hypermart	 다른 경쟁업체와 같이 순이익이 감소함 고객 서비스 차원으로 마일리지 카드 제도인 'Hicard' 시행

1. 주요 유통채널 개관

하이퍼마켓&슈퍼마켓

유아용 쿠키 제품에 적합한 유통 채널로 선정

시장통계 기관 Canadean Intelligence Centre에 따르면, 인도네시아의 베이커리 시장의 유통 채널별 점유율은 2015년 35.69%를 차지한 식음료 전문 소매점이 가장 크게 나타남. 비중으로는 가장 크게 나타나지만, 의뢰사의 제품이 유아용 쿠키라는 특성에 비추어 보았을 때는 유효하지 않은 채널로 사료됨. 32.48%로 2위를 차지한 편의점 또한 구매 빈도가 낮은 유아용 식품이 유통되기에는 어려움이 있을 것으로 판단됨

하이퍼마켓&슈퍼마켓 채널은 인도네시아 내 보편적인 식료품 구매 루트이며, 대표적인 현대적 유통 채널임. 특히 식품의 경우, 재래 시장 등을 비롯한 전통적 유통 채널에서의 비중은 점차 감소하고 있으며 현대적 유통 채널에서의 비중이 증가하고 있는 추세임

동남아의 경우 현대적 유통 채널 중 하이퍼마켓&슈퍼마켓대형과 편의점, 미니마트 등의 개념이 혼재되어 사용되는 경우가 많으며, 대규모 유통 기업이 브랜드만 다른 여러 형태의 매장을 운영하는 일도 다반사임. 따라서 유아용 쿠키 제품에 가장 적합하다고 판단되는 인도네시아 내 주요 하이퍼마켓&슈퍼마켓 Giant, Hero, Hypermart의 업체 개요를 조사함

표 6.1 인도네시아 베이커리 시장 유통 채널별 점유율 추이

(단위 : 백만 달러)

구분	2013		2014		2015	
	매출	점유율	매출	점유율	매출	점유율
창고형 할인매장 ¹⁸⁾	9	0.20%	9	0.20%	8	0.21%
편의점	1,295	29.46%	1,300	30.99%	1,317	32.48%
식음료 전문 소매점	1,529	34.79%	1,477	35.20%	1,447	35.69%
하이퍼마켓&슈퍼마켓	1,123	25.56%	1,090	25.98%	1,069	26.35%
기타 일반 소매점	423	9.62%	303	7.23%	198	4.88%
온라인 매장	17	0.38%	16	0.39%	16	0.39%
합계	4,395	100%	4,195	100%	4,055	100%

출처: Canadean Intelligence Centre(canadean.intelligence.com), Bakery&Cereal 기준

18) 창고형 할인매장 Cash&Carries&Warehouse Clubs
C&C(Cash and Carry) : 식자재 도매 판매점(점포형 유통), 고객이 직접 점포로 와서 식당 운영에 필요한 식자재를 구매해 가는 형태

2. 주요 유통업체 핫이슈

Hero&Giant¹⁹⁾

소비능력 감소, 손실통감소로 이어져

2016년 3월 Giant Ekstra의 매니저는 자바(Java) 외 지역인 Manado, Lombok과 Palembang에 새로운 HERO 매장 3곳을 개점할 것이라 밝혔음²⁰⁾. 과거 활발한 매장 확장 추세를 보인 HERO에게는 다소 적은 수치인데, 2015년 감소한 인도네시아의 소비능력이 영향을 미친 것으로 판단됨. 실제 작년 말 HERO는 74개의 매장의 철수 계획을 발표한 바 있음²¹⁾

Giant와 Hero를 동시에 운영하고 있는 Hero사는 2015년 전년 대비 12%의 매출 상승을 보임. 매출 총이익은 전년과 비슷한 23%를 나타냈지만 매출원가가 13% 증가하여 총 307억 루피아의 손실통 기록함²²⁾

전반적인 경제 불황 여파에 더불어 폭발적인 성장세를 보였던 인도네시아의 소매 유통업이 잠시 소강상태를 보이고 있음

Hypermart

전년 대비 순이익이 감소한 Hypermart

마따하리 뿌뜨라 뿌리마(PT Matahari Putra Prima)의 매출은 4% 증가했지만 순이익은 31% 감소함. 이 역시 판매 관리비의 급증인 순이익 감소의 주요인으로 파악됨

모바일 버전 Hicard 출시

최근 Hypermart는 고객 마일리지 카드인 “Hicard” 를 시행을 기념하는 이벤트를 개최함. 카드 가입 고객은 Hicard를 이용해 항공이나 버스 운임 등을 할인받을 수 있음²³⁾

19) Hero와 Giant는 모두 Hero Group에서 운영하고 있어, 이슈가 함께 발생함

20) Industri, 'Grup Hero Siap Tambah Tiga Giant Ekstra Di Luar Jawa', 2016.03.03

21) The Jakarta Post, 'Hero shuts down 74 stores as purchasing power weakens', 2015.09.21

22) 자카르타 경제신문, '1~9월 소매 대기업 8개사 중 6개사 이익 감소', 2015.11.09

23) Hypermart 홈페이지(www.hypermart.co.id)

3. 유통업체별 개요 – Giant

인도네시아 최대 유통망, Giant

Dairy Farm International Holdings의 자회사인 Giant는 2002년 인도네시아에 진출하였음. 매장 형태는 하이퍼마켓인 Giant Esktra와 편의점 형태인 Giant Ekspres 두 가지가 있으며 인도네시아 내 Giant Esktra 점포는 44개, Giant Ekspres 점포는 96개가 있음

Giant는 인도네시아에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인으로, 최근부터는 경쟁업체인 HERO와는 반대로 중산층 이상, 부유층을 겨냥하고 있음

표 6.2 매장 정보

기업 정보	컨셉	중산층 이상을 겨냥하는 하이퍼마켓	
	주소	Poins Square, Jl. RS Kartini No.1, Lebak Bulus, South Jakarta	
	전화	+62-21-7592-1148	
주요 판매품목		과일, 생선류, 육류, 생필품 등	
한국산 취급여부		취급 중 (라면, 과자 등)	
매장전경			
유아용 스낵 판매현황	Milna Biskuit Bayi		Promina Biskuit Marie
			

출처 : Giant Indonesia(giant.co.id), 농수산식품유통공사 '동남아 수출 가이드북 인도네시아', 2013

3. 유통업체별 개요 – Hero

Hero, Dairy Farm Int. Holdings의 대주주

인도네시아 최대 유통망인 Giant를 함께 운영하고 있는 Dairy Farm International Holdings는 HERO의 대주주로 80.7%의 소유권을 보유하고 있음. 인도네시아에서는 1971년에 설립되어 역사가 김

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준, 11억 달러	
	직원 수	2014년 기준 16,000명	
	점포수	2014년 기준 36개	
	컨셉	오랜 전통의 슈퍼마켓으로 최근 매장 고급화 추세	
	주소	Puri Indah Mall, Jl. Puri Indah Raya, West Jakarta	
	전화	+62-21-500-120	
주요 판매품목		과일, 야채, 생선류, 육류, 과자류, 생활용품 등	
한국산 취급여부		취급 중 (라면, 과자류, 김, 소스류, 생수 등)	
매장전경			
유아용 스낵 판매현황	Yummy Bites		Milna Biskuit Bayi
			

출처 : HERO(www.hero.co.id), 기업정보 포털 Onesource(app.vention.com), 농수산식품유통공사 '동남아 수출 가이드북 인도네시아', 2013

3. 유통업체별 개요 – Hypermart

한국식품 전문 매대 운영

중국계 리뽀그룹의 마따하리 뿌뜨라 뿌리마(Matahari Putra Prima)로 소유 하이퍼마켓임

중상층 이상 소비자의 방문율이 높은 매장에서는 별도의 한국식품 매대를 운영하고 있으며 면류, 과자류, 소스류, 음료류를 중심으로 판매하고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	점포수	2014년 기준 98개	
	주소	Lippo Mall Puri Indah, Jl. Puri Indah Raya Blok U1, Puri Indah, West Jakarta	
	전화	+62-21-2911-1150	
	컨셉	중저가 상품을 위주로 운영함	
주요 판매품목		과일, 생선류, 육류, 신선농산물, 생필품, 전자제품 등	
한국산 취급여부		취급 중(라면, 김, 과자, 소스류 등 판매)	
매장전경			
유아용 스낵 판매 현황		Milna Toddler	Promina Biskuit Marie
			

출처 : Hypermart 홈페이지(www.hypermart.co.id)



VII. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS CODE 및 관세율
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 제출서류

※ 인도네시아는 통관 거부사례를 공개하지 않아 해당 정보는 제외하였음

통관 및 검역 정보 OVERVIEW



수출절차별 유의사항

수출절차	유의사항
수출 전 절차	- 기업 신용조사를 통해 믿을 수 있는 기업인지 확인함
선통관 후심사	- 물품 도착 전 24시간 내 세관에 통보한 후, 수입 신고와 함께 세금을 납부
수입 신고 및 세금 납부	- EDI 시스템(일부 세관) 내지는 외국환 은행, 세관에 관세를 납부해야 함
통관심사	- 4가지 채널별로 통관 심사가 이루어짐 - 수입자와 통관 물품에 따라 채널이 분류됨
물품반출 및 환급	- 물품에 이상이 없다면 통관이 승인됨 - 물품은 최장 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 보관함

출처 : 한국조세재정연구원 세법연구센터, '신흥국의 통관환경 연구-인도네시아', 2015.12

관세 및 세금 OVERVIEW

2016년 인도네시아 쿠키 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨하스·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품	
1905.90	기타	
1905.90.1000	달지 않은 비스킷(Biskuit gigit tidak manis)	AKFTA로 무관세 (0%)적용 기본세율:5%
1905.90.2000	기타 달지 않은 비스킷(Biskuit tidak manis lainnya)	
1905.90.3000	케이크(Kue)	
1905.90.4000	쿠키(Kue kering)	
1905.90.5000	밀가루를 제외한 제과제빵용 제품(Produk roti tanpa tepung)	
1905.90.6000	약제학적 용도에 적합한 비어있는 인장 및 이와 유사한 종류의 물품(Selongsong kosong dari jenis yang cocok untuk keperluan farmasi)	
1905.90.7000	영성체 웨이퍼, 실링 웨이퍼, 라이스 페이퍼 및 이와 유사한 물품(Wafer komuni, sealing wafer, rice paper dan produk semacam itu)	
1905.90.9000	기타 바삭바삭한 식품류(Produk makanan garing lainnya)	0% 기본세율:10%

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 관세법령정보포털을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 인도네시아 관세청에서도 세율 확인이 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	트레이드 내비	www.tradenavi.or.kr
	인도네시아 관세청	www.beacukai.go.id

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역 절차

STEP #1. 수입신고 및 지정지역 하역

인도네시아의 수입 통관은 ‘선통관 후심사’를 원칙으로 함. 운송수단이 인도네시아 관세 지역으로 진입하기 최소 24시간 전에 운송사는 세관의 운송수단의 도착예정을 통보해야 함. 운송수단이 관세 항구에 도착하면 수입업자는 세관신고서를 작성하여 제출함. 한·ASEAN FTA 관세 혜택을 위해서는 원산지 증명서도 이에 맞는 것으로 준비되어야 함

이 때 수입자는 인도네시아 식약청(BPOM)에 등록 절차를 거쳐야 하는데, 필요한 인증을 검토하게 됨. 세관은 통관 후 2년 이내에 사후 심사를 실시하여 수입 가액 혹은 관세율 적용수준이 부적절하다고 판단되는 경우 추가로 관세나 벌금을 부과하는 형식임

STEP #2. 세금 납부와 수입 신고

수입신고서를 제출한 후에는 외국환 은행 또는 세관을 통해 관세 및 부가가치세, 법인세 등을 납부하여야 함. 판중 프리옥(Tanjung Priok) 항구나 스카르노 하타(Soekarno Hatta) 공항과 같은 세관은 EDI 시스템이 잘 구축되어 있어 전자 시스템을 통한 세금 납부도 가능함. 수입자는 필요한 서류를 갖추어 관세사에게 제공하여야 함

표 7.1 수입 통관 시 제출해야 하는 서류

원어	번역
Surat Ijin Usaha Perusahaan(SIUP)	사업자 등록증
Nomur Identities Perusahaan(NIK)	관세청에 등록된 회사 등록번호
Nomor Pajak Wajib Pajak(NPWP)	카드 크기의 납세자 등록증
Angka Pengenal Importier(API)	수입자 등록증
-Angka Pengenal Importier-Produsen(API-P)	- 생산공장을 소유한 수입자 등록증
-Angka pengenalImportir-Umum(API-U)	- 일반 무역업자 수입자 등록증
Tanda Daftar Perusahaan(TDP)	시/군 사업자 소재지 등록증
Surat Kerangan Domisili(Domisili)	사업자 소재지 촌장 발행 확인서

출처 : 한국조세재정연구원 세법연구센터, ‘신흥국의 통관환경 연구-인도네시아’, 2015.12

1. 통관 및 검역 절차

STEP #3. 세관의 심사 및 통관

세관 직원은 제출된 서류의 내용 및 증거자료 등의 첨부문서를 검토하여 실물검사 여부를 결정함. 세관은 수입자와 수입 물품의 위험도에 따라 고위험(Red), 위험(Yellow), 우수(Green), 최우수(Mitra Utama, MITA) 4가지로 채널을 나누어 통관을 실시함

MITA Non-Priority
 최우수(MITA) 채널 지정 요건이 엄격한 관계로, Green 채널과의 중간 등급인 'MITA Non Priority' 채널을 신설함. 주요 차이는 관세 유예 여부임

STEP #4. 물품 검사 후 화물 출고

채널링 시스템에 의해 물품에 이상이 없다는 판정을 받으면, 통관이 승인되며 화물 출고 동의서를 발급함. 수입 물품은 하역일로부터 최장 2개월의 기간 동안 항구의 임시 창고 등에 보관될 수 있으나 지정기간 내 통관이 허가되지 못한 물품은 세관에 소유권이 넘어갈 수 있음. 그러나 판중 프리옥(Tanjung Priok) 항구의 경우는 최장 1개월까지만 임시 보관이 가능하므로 주의하여야 함

표 7.2 인도네시아의 Channeling System

통관 채널	통관 절차	위험 분석	지정 기준
Red (고위험)	<ul style="list-style-type: none"> - 물품 검사 및 서류 심사 - 수입통관품은 모든 납세 의무 (벌금 포함) - 검사 관련 비용 부담 - 관세 납부 후 통상 5 ~ 7일 내 통관 	<ul style="list-style-type: none"> - 수입품 자체(수량, 종류)에 위험성 상존 - 수입자의 비일관적인 비즈니스 형태로 인한 위험 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 신규 수입자 및 고위험 신용 보유자 - 고위험 품목 수입자
Yellow (위험)	<ul style="list-style-type: none"> - 물품 검사 생략, 서류 심사 - 수입통관품은 모든 납세 의무 (벌금 포함)를 다 한 후 반출 - 관세 납부 후 통상 3 ~ 4일 내 통관 	<ul style="list-style-type: none"> - 서류상 위험성 상존 - 재정적인 보증 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> - 통상 Red 채널 지정 후 1년간 관세 법규 위반 사실이 없음 - 우수 수입 실적 보유한 경우
Green (우수)	<ul style="list-style-type: none"> - 서류 심사(통관 후) - 수입통관품은 검사 후 즉시 반출 - 관세 납부 후 통상 12시간 내 통관 	<ul style="list-style-type: none"> - 서류상 위험성 상존 - 재정적인 보증 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> - Yellow 채널 지정 후 3개월간 관세 법규 위반 사실이 없는 우수업체 - 통상 제조업 무역업은 고신용도 업체
MITA (최우수)	<ul style="list-style-type: none"> - 검사 및 서류심사 면제 - 관세 사후납부 및 신속 통관 	<ul style="list-style-type: none"> - Track Record가 검증된 회사 수입 - 내부적인 통제가 가능 - 지속적이고 확실한 비즈니스 형태 	<ul style="list-style-type: none"> - 신용도와 재정력이 매우 우수한 성실업체 - 지명도가 높은 업체

출처 : 한국조세재정연구원 세법연구센터, '신흥국의 통관환경 연구-인도네시아', 2015.12

2. HS CODE 및 관세율

쿠키 제품, 무관세(0%) 적용

쿠키는 HS CODE 1905로 분류되며 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품을 포함하고 있음

수입 관세는 CIF Value×수입 관세율에 의해 결정됨. 인도네시아 무역정보포털(INTR)에 의하면, 해당 HS CODE에 해당하는 품목을 수입할 시 부과되는 관세 및 세금은 없는 것으로 확인됨

2015년 인도네시아는 식품, 주류, 소모품, 의류, 신발, 가전, 전기기기, 승용차, 오토바이 등 현지의 생산 기반이 갖춰진 품목들을 대상으로 수입 관세를 인상하였음. 그러나 우리나라와 인도네시아와의 교역 품목은 대부분 FTA에 무관세 내지는 저관세 혜택을 받고 있기 때문에 당장의 큰 영향은 없을 것으로 판단됨

표 7.3 인도네시아 쿠키 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨하스·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품	-
	1905.90	기타	
	1905.90.1040	기타	
인도네시아	1905.90.1000	달지 않은 비스킷(Biskuit gigit tidak manis)	AKFTA로 무관세 (0%)적용 기본세율:5%
	1905.90.2000	기타 달지 않은 비스킷(Biskuit tidak manis lainnya)	
	1905.90.3000	케이크(Kue)	
	1905.90.4000	쿠키(Kue kering)	
	1905.90.5000	밀가루를 제외한 제과제빵용 제품(Produk roti tanpa tepung)	
	1905.90.6000	약제학적 용도에 적합한 비어있는 인장 및 이와 유사한 종류의 물품(S elongsong kosong dari jenis yang cocok untuk keperluan farmasi)	
	1905.90.7000	영성체 웨이퍼, 실링 웨이퍼, 라이스 페이퍼 및 이와 유사한 물품(Wafer komuni, sealing wafer, rice paper dan produk semacam itu)	
1905.90.9000	기타 바삭바삭한 식품류(Produk makanan garing lainnya)	0% 기본세율:10%	

출처 : 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 인도네시아 무역정보포털 INTR(intr.insw.go.id)

3. FTA 정보

한·아세안 FTA로 무관세(0%) 적용

HS CODE 1905.90의 경우 기본세율 5~10%, 양허유형 “NT”에 해당하는 일반 품목이기 때문에 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행관세를 점진적으로 인하 또는 철폐하게 됨. 해당 품목은 2007년 6월 1일 발효된 한·아세안 FTA로 인해 현재는 0%의 무관세가 적용되고 있음

인도네시아 수출 시 기타 세금

인도네시아 수출 시 관세 외 부과되는 세금으로는 소비세(Excise), 부가가치세(Pajak Pertambahan Nilai, PPN), 수입법인세(소득세에 해당, Pajak Penghasilan, PPh)등이 있음.²⁴⁾ HS CODE 1905.90.4000 품목에 적용되는 기타 세금은 특별히 없는 것으로 파악됨²⁵⁾

표 7.4 한·아세안(ASEAN) 양허유형

양허유형	설명	양허유형	설명
NT	민감·초민감품목에 해당하지 아니하는 일반품목에 대하여는 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행관세를 점진적으로 인하 또는 철폐함		
SL	일반민감품목에 배치한 관세 품목에 대하여는 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행관세를 점진적으로 인하 또는 철폐함		
HSL/A	일정년도까지 50%의 관세율 상한을 적용하는 관세품목		
HSL/B	일정년도까지 20%만큼 관세를 인하하는 관세품목	HSL/B	일정년도까지 50%만큼 관세를 인하하는 관세품목
HSL/C	관세할당세율(Tariff Rate Quota)을 적용하는 관세품목	HSL/E	관세양허에서 제외되는 관세품목

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

※ 양허유형 10, 15, 20은 각각 FTA 이행 10년차, 15년차, 20년차에 관세율이 0%가 됨을 의미

표 7.5 한·아세안(ASEAN) FTA 관련 정보

의의		10개 회원국, 5억 인구 거대 경제권과의 협정
추진현황	협상개시	2003년 8월 30일
	서명	2005년 12월 13일
	발효	2007년 6월 1일
원산지 증명서	발급방식	기관발급
	발급자	한국(세관, 상공회의소) 인도네시아(통상부)
	증명서식	통일증명서식(AK)
	유효기간	1년

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

24) 한국조세재정연구원 세법연구센터, “신흥국의 통관환경 연구-인도네시아”, 2015년 12월

25) 인도네시아 무역정보포털 INTR(intr.insw.go.id)의 수입 시뮬레이션 조회 결과에 따름(조회일 : 2016년 6월 16일)

4. 통관 및 검역 주의사항

수입 신고 전 관세 및 제세금 납부 필요

통상적으로는 수입 신고 후 세금 등의 제세금을 납부하지만 인도네시아의 경우는 신고 전 세금 납부 후 사후심사를 원칙으로 하고 있음. 지역 세관에서 수입 통관 완료된 수입 신고서는 관할 본부 세관으로 이관되고 해당 내용에 대한 제반 사항이 2년 이내에 재검토될 가능성이 있음. 따라서 이런 감사 과정을 대비하여 수입 통관 이후에도 입증 자료로 활용될 수 있는 수입신고서, 선적 서류 및 수입가격 입증 자료 등을 보관하고 있어야 함

사전 준비 절차가 중요한 인도네시아 통관

국가품질표준(SNI) 인증은 국내에서 반드시 준비하여 수출되어야 하며, 심사관 초청 등으로 비용이 발생할 수 있음. 또한 라벨 부착 대상 제품에는 인도네시아어 라벨을 필수적으로 부착하여야 하며 은행 및 세관 등을 통해 세금을 먼저 납부한 후 수입신고를 하여야 함

전자신고방식(EDI)가 가능한 세관과 불가능한 세관이 있으므로 사전 확인이 필요함

일반 포장 식품, 검역 대상에 포함되지 않아

인도네시아로 수입되는 식품 중 검역 대상이 되는 품목은 수생종을 포함한 동식물임. 인도네시아는 신선 식품 통관이 가능한 항구를 8개에서 4개로 축소하는 등 검역 관련 통제를 강화하고 있는 추세임. 그러나 일반적인 포장 식품에 대한 검역 의무는 없음. 따라서 유아용 쿠키 제품에 대한 검역 절차 또한 없는 것으로 파악됨

표 7.6 식음료만 수입이 가능한 항구

항구명	수입 품목	항구명	수입 품목
Belawan(Medan)	제한 없음	Soekarno Hatta(Makassar)	제한 없음
Tanjung Priok(Jakarta)	제한 없음	Dumai(Dumai)	식음료만 가능
Tanjung Emas(Semarang)	제한 없음	Jayapura(Jayapura)	식음료만 가능
Tanjung Perak(Surabaya)	제한 없음	Tarakan(Tarakan)	식음료만 가능

출처 : 한국무역협회 국가정보, 2015

5. 제출서류

사업자 등록증(Surat Ijin Usaha Perusahaan(SIUP))

: 현지 업체의 사업자 등록증으로 수입 시 필요하며 사명, 연락처, 대표의 개인정보 등이 기입되어 있음

**PEMERINTAH KABUPATEN MALANG**
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) KECIL

Nomor : 180 / SIUP-K / 421.302 / 2013

1. Nama Perusahaan :
2. Merek (Milik sendiri / lisensi) :
3. Alamat Kantor Perusahaan :

4. Nama Pemilik / Penanggung Jawab :
5. Alamat Penanggung Jawab :

- No. Telp. / Fax :
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) :
7. Nilai Modal Kekayaan bersih perusahaan tidak termasuk Tanah dan Bangunan tempat usaha :
8. Kegiatan Usaha :
9. Kelembagaan :
10. Bidang Usaha :

11. Jenis Barang / Jasa Dagangan Utama :

SIUP ini diterbitkan dengan ketentuan :

PERTAMA : Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) Ini berlaku untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan diseluruh Wilayah Republik Indonesia selama perusahaan masih menjalankan kegiatan usaha perdagangan.

KEDUA : Pemilik / Penanggung Jawab wajib menyampaikan laporan kegiatan Usaha Perdagangannya dua kali dalam setahun dengan jadwal untuk semester pertama paling lambat tanggal 31 Juli dan untuk semester ke dua paling lambat tanggal 31 Januari tahun berikutnya bagi SIUP menengah dan Besar atau bagi SIUP kecil satu kali dalam setahun, selambat – lambatnya tanggal 31 Januari tahun berikutnya.

KETIGA : Tidak berlaku untuk kegiatan Perdagangan Berjangka Komoditi.

KEEMPAT : Tidak untuk melakukan kegiatan usaha selain yang tercantum dalam SIUP ini.

Dikeluarkan di : M A L A N G
Pada Tanggal : 03 September 2013

KEPALA
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KABUPATEN MALANG


Drs. R A Z A L I, M. Si
Pemimpin Utama Muda
NIP. 19580628 198503 1 018

CF. 00928

5. 제출서류

관세청 회사 등록번호(Nomur Identities Perusahaan(NIK))

: 관세청에 등록된 회사의 등록번호의 증명서임

		No 058772
KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA DIREKTORAT JENDERAL BEA DAN CUKAI		
NOMOR IDENTITAS KEPABEANAN (NIK) 03.045730		
Berdasarkan Pasal 9 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 63/PMK.04/2011 tanggal 30 Maret 2011 tentang Registrasi Kepabeanan, dengan ini diberikan NIK kepada :		
Nama Perusahaan	:	
NPWP Perusahaan	:	
Alamat Perusahaan	:	
Nomor Telepon/ Faksimili	:	
Pimpinan / Penanggung Jawab Perusahaan	:	
Status Pengguna Jasa	:	
Dokumen Perijinan :		
API	:	
NP PPJK	:	
SIUP	:	
SIUPAL	:	
Catatan :		
1. NIK ini digunakan untuk akses kepabeanan dan bersifat pribadi.		
2. Penggunaan NIK oleh pihak lain merupakan resiko dan tanggung jawab pemilik NIK.		
3. Dengan diterbitkan NIK ini maka NIK atas nama pengguna jasa tersebut di atas yang pernah diterbitkan sebelumnya dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.		
Jakarta, 24 Desember 2013		
Direktur Informasi Kepabeanan dan Cukai		
Pih. Subdit Registrasi Kepabeanan		
		
M. ZULFAN NURDIN NIK 196812061996031001		
Tembusan :		
Direktur Jenderal Bea dan Cukai		

5. 제출서류

수입자 등록증(Angka pengenal Importir-Umum(API-U))

: 일반 무역업자의 수입자 등록증으로, 기본적인 회사 정보 및 품목에 대한 정보가 포함됨

	DEPARTEMEN PERDAGANGAN Jalan M. J. Ridwan Rais No. 5 Gambir Jakarta 10110 Telp 021-3856191, 3856171	No. : U 02444
DEPARTEMEN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA	DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DAN PERDAGANGAN PROVINSI DKI JAKARTA	
ANGKA PENGENAL IMPORTIR - UMUM (API-U)		
Nomor : -P		
Berdasarkan Pasal 4 ayat (2) huruf a dan ayat (4), Pasal 15 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 45/M-DAG/PER/9/2009 tanggal 16 September 2009 serta memperhatikan Berita Acara Pemeriksaan (BAP) KASUDIN KOP, UMKM DAN PERDAGANGAN KOTA ADM JAK-SEL nomor 3.659/1.712.26 tanggal 27 Juli 2010 diberikan Angka Pengenal Importir Umum (API-U), kepada:		
Nama/Bentuk Perusahaan	:	_____
Alamat Kantor Pusat	:	_____ _____ _____
Nama Penanggung Jawab	:	_____
Telepon	:	_____
Faksimil	:	_____
Nomor Akte Notaris/Perubahan	:	_____
Nomor SIUP atau izin usaha lain yang sejenis dari instansi/dinas teknis	:	_____
Nomor TDP	:	_____
NPWP	:	_____
Nomor Surat Keterangan Domisili / Sewa Kontrak	:	_____
Jenis Barang / Jasa / Dagangan Utama	:	KASET, CD, VCD, DVD, VIDEO, ALAT MUSIK, ELEKTRONIK
API berlaku selama importir masih menjalankan kegiatan usahanya.		
JAKARTA, 03 September 2010 a.n MENTERI PERDAGANGAN KEPALA DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DAN PERDAGANGAN PROVINSI DKI JAKARTA		
_____ NIP.		
Tembusan 1. Direktur Impor, Ditjen Daglu; 2. Direktur Bank Indonesia/ULN; 3. Direktur Teknis Kepabeanan Bea dan Cukai, Depkeu 4. Ka. Dinas Perindag Kab/Kota.		



Ⅷ. 인증 정보

1. 필수인증 정보
2. 권장인증 정보
3. 인도네시아 내 인증 취득제품
4. 제출서류

인증정보 OVERVIEW

▶ 필수인증 : 인도네시아 국가 표준 인증 (SNI)

인증 설명	인도네시아에서 유통되는 모든 제품에 대해 필수적으로 필요한 품질 기준으로, 비스킷에 해당하는 기준이 존재함	
발행기관	LSPro SGS Indonesia	
성격	필수 인증	
제출서류	제조자 내지는 수입자의 신분 증명, 비스킷의 종류와 수량, 수입자를 위한 창고 주소, SNI의 규격 이행 증명 서류	
비용	5,500달러 (해외 기업 기준)	
소요기간	2개월 ~ 1년 이내	
갱신기간	4년	
발급절차	인증 신청 및 발급 기관의 심사 > 기술 심사 > 최종 검사 > SNI 인증서 발급	

▶ 권장인증 : 인도네시아 할랄 인증 (MUI)

인증 설명	이슬람 율법에 맞게 생산 및 가공된 식품만을 할랄 식품으로 선언함. 인도네시아 시장에 진출하기 위한 필수 조건은 아니지만, 인도네시아 인구 대부분이 무슬림인 관계로 취득을 권장함	
발행기관	LLPOM-MUI(2019년부터는 BPJHP로 변경)	
성격	선택 인증(추후 필수로 전환)	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54 ~ 453.97달러 가량	
소요기간	최소 2개월 ~ 최대 1년	
갱신기간	4년	
발급절차	HAS 교육 프로그램 이수 > Pre Audit > Pro Audit > Post Audit	

1. 필수인증 정보

인도네시아 국가 표준 인증(SNI)

HS CODE 1509.31, 1509.32, 1905.90에 해당하는 비스킷 품목(인도네시아 내에서 제조되거나 수입 유통 판매되는 모든 비스킷)은 인도네시아 국가 규격 ‘SNI(Standard National Indonesia)’ 에서 명시하는 요구사항을 충족하여야 함. SNI 마크 사용 제품 인증을 받은 후 제품에 부착하는 방식으로 이행하면 되며, 마크는 제품 인증기관이 발행하게 됨

2016년 개정되어 통보된 이 규격은 비스킷과 생산 시설이 기준 요건에 부합하는지를 주로 평가하고 있음. SNI의 기준은 ISO와 유사함

표 8.1 인도네시아 SNI 인증 정보

인증명	SNI(인도네시아 국가 표준)	
발행기관	LSPro SGS Indonesia(舊 KAN)	
성격	필수 인증	
제출서류	제조사 내지는 수입자의 신분 증명(출신지 포함), 비스킷의 종류와 수량, 수입자를 위한 창고 주소, SNI의 규격을 따랐다는 증명 서류	
비용	5,500달러(해외 기업 기준)	
소요기간	최소 2개월~최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : No. 96/M-IND/PER/11/2015, 한국조세재정연구원 세법연구센터, "신흥국의 통관환경 연구-인도네시아", 2015년 12월

표 8.2 인도네시아 SNI 인증 발급절차

STEP 01. SNI 인증 신청

- 규격 인증 신청서 제출(영어 작성도 가능하나 인허가 관련 서류는 인도네시아어로 번역이 필요함)
- 인도네시아 내에 법인을 두고 있는 기업만 신청 가능(수입 업체도 신청 가능함)

STEP 02. 인증 기관의 서류 심사

- 필요한 서류가 모두 제출되었는지, 정보가 유효한지 확인
- 등록 단계에 맞는 등록비가 청구됨

STEP 03. 기술 심사

- 샘플 테스트 검사관과 공장 실사 담당자가 지정되어 검사를 실시함
- 공장 실사 시 2~3명의 실사 담당자와 1명의 샘플 테스트 검사관이 파견되고, 실사에는 3일 가량이 소요됨(규모에 따라 상이)
- 수집된 샘플은 지정된 기관으로 이송되어 심사됨. ISO 인증을 보유한 경우 심사 기간이 단축됨

STEP 04. 최종 검사

- 샘플과 공장실사 검사에 따라 최종적으로 결정을 내리게 됨

STEP 05. SNI 인증서 발급

- 기준에 적합하다고 판단되면, SNI 인증서를 발급함

출처 : 한국조세재정연구원 세법연구센터, "신흥국의 통관환경 연구-인도네시아", 2015년 12월

1. 필수인증 정보

ML (Makanan Luar, 제품 등록)

2000년 7월부터 인도네시아 정부는 소비자보호법(1999) 시행으로 수입 식품의 등록을 요구하기 시작하였으며, 모든 수입 식품은 BPOM(Badan Pengawas Obat Makanan, 인도네시아 식약청)의 시험 절차를 거쳐야 함. 해당 제품 등록은 식품뿐만 아니라 화장품과 식품 가공기기, 치약 등의 개인 위생용품에도 시행하고 있음

표 8.3 인도네시아 수입 제품 등록(ML, Makanan Luar) 주요 정보

허가명	ML(Makanan Luar)
발행 기관	인도네시아 식약청 (BPOM, Badan Pengawas Obat Makanan)
성격	허가 등록
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> 1. 식품의 견본 2. 해당할 경우, 라벨(10매) 및 카탈로그 3. 재포장되는 제품의 경우, 재포장을 하는 인도네시아 사업체의 사업 면허 및 제품 생산 공장의 추천서 4. 라이선스 생산의 경우, 생산하는 인도네시아 사업체의 사업면허 및 라이선스를 보유한 해외 공장의 추천서 5. 수입제품의 경우, 생산 공장의 추천서, 위생증명서 및 법규에 따른 방사능 무오염 증명서 6. 완성된 제품등록 서류 7. 기타 서류 <ul style="list-style-type: none"> - 양식 A : 식품에 대한 일반정보, 신청자의 이름 및 주소, 공장 또는 수입업자의 상호 및 주소 - 양식 B : 제품의 성분 및 품질, 그리고 포장방법 - 양식 C : 내포장의 청결처리법 및 봉합방법 등을 포함한 생산 공정 - 양식 D : 품질관리 및 최종검사 절차 - 양식 E : 신청자가 제출하는 서류 및 견본의 내용
비용	3.77달러 ~ 753.50달러 ²⁶⁾ (50,000 ~ 10,000,000루피아, 품목별 상이)
소요 기간	6개월 이상
갱신 기간	5년

출처 : 한국농수산물유통공사, "주요국 수입제도 모니터링", 2013년

26) 2016년 6월 27일 기준

2. 권장인증 정보

할랄(HALAL) 인증

할랄 인증은 현시점(2016년 6월)까지는 필수 인증은 아니나, 실질적으로 무슬림 인구가 많은 인도네시아에 진출하기 위해서는 꼭 필요한 인증이며 2019년부터는 필수 인증으로 전환될 예정임. 또한 인도네시아 소비자의 92%가 할랄 식품을 선호하여 수입 식품 대부분이 취득하고 있음

할랄 인증은 여러 국가에서 취득이 가능하지만 MUI(인도네시아 할랄 인증)와의 교차 인증만 허용하고 있음. 따라서 말레이시아의 할랄 인증은 인도네시아에서 사용할 수 있지만 한국에서 취득한 인증은 인도네시아에서 통용이 불가함

표 8.4 인도네시아 할랄(MUI) 인증 정보

인증명	MUI(인도네시아 할랄 인증)	
발행기관	LPPOM-MUI(2019년부터는 BPJPH로 변경)	
성격	권장 인증(실질적인 필수 인증임)	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54달러 ~ 453.97달러 가량(485,000 ~ 535,000원) ²⁷⁾	
소요기간	최소 2개월~최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : 한국조세재정연구원 세법연구센터, "신흥국의 통관환경 연구-인도네시아", 2015년 12월

표 8.5 인도네시아 할랄 인증(MUI) 발급 절차

STEP 01. HAS 교육 프로그램 이수

- HAS(Halal Assurance System) 교육 프로그램에 참여하여야 함
- 온라인 및 오프라인 모두 가능

STEP 02. Pre Audit

- 각 제품별로 알맞은 등록 창구에서 등록을 진행함. 일반 소매 제품의 경우는 온라인 등록이 가능하며, www.halalmui.org에서 등록하면 됨
- 필요한 서류를 업데이트하고 사전 심사 모니터링을 이행함. 이 때, 비용을 함께 결제함

STEP 03. Process Audit

- 모든 필수등록 서류를 구비하고 인증 비용을 납부한 후에 감사를 시행하게 됨
- 감사 후 평가를 거쳐 할랄 제품으로 선언하게 됨
- 이 단계에서 분석을 진행하며, 상황에 따라 유예 기간이 주어지게 됨

STEP 04. Post Audit

- 인증 결과에 따라 할랄 마크를 부여함

출처 : 한국식품연구원, '인도네시아(LPPOM-MUI) 할랄 인증 절차, 2015.12

27) 2016년 6월 27일 기준

3. 인도네시아 내 인증 취득 제품

Buyer Interview info

“유아식품의 경우 할랄 인증을 받아야 한다.”

인도네시아 식품 수입유통회사
CV. Libra Food Service
수입부 담당자 Ricky와의
인터뷰 중, 2016. 06

유아용 제품은 대부분 할랄 인증 취득

할랄 인증의 경우 필수는 아니지만 모든 로컬 유아용 쿠키 제품은 인증을 취득하였으며 수입 제품의 경우도 대부분 취득함. 유아용 쿠키의 현지 소비자가 주로 인도네시아 현지인인 점을 감안할 때, 할랄 인증은 필수적인 인증으로 사료됨. 할랄 인증을 취득한 제품은 대부분이 GMP와 ISO등의 인증 또한 함께 취득하였는데, 이는 인도네시아의 품질 기준(SNI)이 생산 시설에 대한 검사를 주력으로 하는 ISO와 유사하기 때문인 것으로 판단됨

이외 식약청 등록 번호 등 명기

기타 패키지에 명시되는 주요 허가등록으로는 수입식품에 있어 필수인 ML과 인도네시아 식약청 등록인 BPOM이 있음

표 8.6 인도네시아 할랄 인증 취득 제품

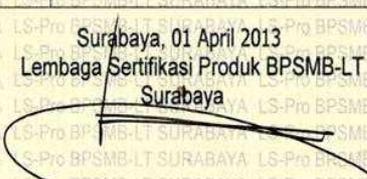
인증 취득제품 정보	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : SUN Biskuit Bayi (유아용 우유맛 쿠키, 6 ~ 24개월용) - 기업 : Indofood - 국가 : 인도네시아산 - 가격 / 용량 : 7,800루피아 / 75g 	  <p>[SUN Biskuit Bayi]</p>
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Milna Biskuit Bayi (유아용 바나나맛 쿠키, 6개월 이상) - 기업 : Kalbe - 국가 : 인도네시아산 - 가격 / 용량 : 14,290루피아 / 130g - 인도네시아 내 가장 점유율이 높은 제품임 	  <p>[Milna Biskuit Bayi]</p>
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Milna Toddler Biskuit (유아용 초코맛 쿠키, 6개월 이상) - 기업 : Kalbe - 국가 : 인도네시아산 - 가격 / 용량 : 11,520루피아 / 110g - 식약청 등록 번호(BPOM)를 기재한 제품 	 <p>[Milna Toddler Biskuit]</p>

출처 : 현지방문조사(Hypermart, 2016.06)

4. 제출서류

SNI 인증서

: 인도네시아 국가 표준 증명서로, 사명과 품목 그리고 해당하는 SNI 규정이 명시되어 있음

			
LAMPIRAN 1 SERTIFIKAT PRODUK NOMOR : 307/LS Pro/SNI/2013 PT. DAMAI AGRO MANDIRI Alamat : Jl. Raya Betyokauman KM. 12,7 Desa Betyokauman, Kecamatan Manyar, Gresik			
Masa Berlaku Hingga 31 Maret 2017			
NO	MERK	TIPE/JENIS	NOMOR SNI
1.		PUPUK N	SNI 02-28
2.			
Surabaya, 01 April 2013 Lembaga Sertifikasi Produk BPSMB-LT Surabaya  I. SAMSUL HUDRI, MM Eksekutif Senior			



IX. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

포장 식품 라벨링 필수 표기사항



- **제품명**
- **영양성분 표시**
: 에너지양(지방, 단백질, 탄수화물 등에서 발생하는 양에 기초)
- **영양 성분 기재 순서(총량 기재)**
: 에너지양, 소금, 지방, 포화 지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 섬유질, 설탕, 비타민 및 미네랄
- **식품첨가제 사용 시, 지정된 문구 삽입**
ex) 인공 감미료(artificial sweetener) 사용 시, “인공 감미료를 포함하고 있어 5세 이하의 어린이나 임신 또는 수유 중인 여성에게는 권하지 않음” 이라는 문구 삽입

출처 : 현지방문조사(Giant, 2016.06)

출처 : BPOM, '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999

포장 식품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어
육류 사용 시	돼지고기 이외의 육류 사용 시, 할랄 인증 마크 표기 필수 및 지정된 폰트, 색으로 라벨에 명시
영양 성분	정해진 순서에 맞게 영양 성분의 총량을 기재
순 중량 또는 순 용량	미터법을 기준으로 표기
제조업체, 수입 및 유통업체의 상호 및 주소	제조업체 또는 수입업체의 상호, 주소를 표기
유통기한	유통기한은 필수적으로 표기되어야 함
기타	광고 홍보 문구에 주의할 것

1. 라벨 표기사항

식품 첨가제 라벨링

인공감미료, 보존료, 색소, 조미료, 향산화제가 사용되었을 경우에는 해당 내용을 라벨에 명시하여야 하며, 각 제품별로 표기해야 하는 문구가 정해져 있음

예시) 인공감미료 사용 시
 “containing artificial sweetener, not recommended for consumption by children under 5 years old, pregnant and breastfeeding mothers”

식품 라벨링 조건에 근거한 영양소 표기 방법

2010년에 인도네시아 제품 라벨링을 관장하는 주요 기관인 BPOM은 관세청 회람 No.SE-19/BC/2010 - “수입 식품 및 음료 제품의 의무적 라벨링에 관한 확인“을 통하여 수입되는 식품 및 음료 제품에 초점을 맞춘 새로운 규정을 발표함

소매점에서 판매되는 대부분의 포장 식품은 제품의 영양소 내용을 표시하고 있음. 이러한 영양소 라벨링은 규정 No.62 (1999) “식품 라벨링 및 광고“의 적용을 받음

영양소 정보표시는 비타민, 미네랄, 기타 영양소 보충제 등의 내용들을 포함해야 하며 하기의 순서에 따름

건강 관련 홍보 문구, 증명 必

건강 증진에 대한 홍보 문구는 제품의 성분 및 일상적인 일일 섭취량에 근거해야 하며, 암시적인 내용은 허용되지 않음. 건강 홍보 문구는 적절한 연구에 의해 증명되어야 하며, 오해의 소지가 없는 주장만이 가능함

포장식품 라벨상 영양소 표기 순서

지방분, 단백질, 탄수화물 등에서 발생하는 에너지양에 기초한 전체 에너지양, 소금, 지방, 포화 지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 섬유질, 설탕, 비타민 및 미네랄 등의 총량

출처 : BPOM, '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999

표 9.1 인도네시아 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어
2	육류 사용 시	돼지고기 이외의 육류 사용 시, 할랄 인증 마크 표기 필수 및 지정된 폰트, 색으로 라벨에 명시
3	영양 성분	정해진 순서에 맞게 영양 성분의 총량을 기재
4	순 중량 또는 순 용량	미터법을 기준으로 표기
5	제조업체, 수입 및 유통업체의 상호 및 주소	제조업체 또는 수입업체의 상호, 주소를 표기
6	유통기한	유통기한은 필수적으로 표기되어야 함
7	기타	광고 홍보 문구에 주의할 것

출처 : BPOM, No.SE-19/BC/2010 '수입 식품 및 음료 제품의 의무적 라벨링에 관한 확인', 2010

표 9.2 영양 및 건강과 관련된 홍보 문구 기준

항목	설명
낮은 칼로리	유사제품과 비교하여 1회 섭취량의 칼로리량의 25% 이상 적을 경우
저 칼로리	제품의 1회 섭취 칼로리량이 40kcal 이하인 경우
단백질증강	제품의 칼로리량 중 20% 이상이 단백질이며, 1회 섭취량에 최소 10그램의 단백질이 포함될 경우
낮은 지방	제품의 1회 섭취량에 포함된 지방이 3 그램 이하이거나, 1회 섭취량이 50그램 이하일 때 총 50그램의 경우
무지방	제품의 1회 섭취량에 포함된 지방이 0.5그램 이하일 경우
낮은 포화지방	제품의 1회 섭취량에 포함된 포화지방이 1그램 이하 이며, 칼로리의 총량 중 포화지방의 칼로리가 15%미만일 경우, 또는, 스낵 혹은 음식제품의 100 그램당 포화지방이 1그램 이하이며, 칼로리의 총량 중 포화지방의 칼로리가 10%미만의 경우
적은 포화지방	유사제품과 비교하여 1회 섭취량의 포화지방 함량이 25% 이상 적을 경우
낮은 콜레스테롤	유사제품과 비교하여 1회 섭취량의 콜레스테롤 함량이 25% 이상 적고, 1회 섭취량의 포화지방 함량이 2그램 이하일 경우
저 콜레스테롤	제품의 1회 섭취량에 포함된 콜레스테롤량이 20밀리그램 이하 이고, 포화지방 함량이 2그램 이하이거나, 또는, 1회 섭취량이 50 그램 이하일 때 총 50그램의 경우

출처 : BPOM, '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999

2. 라벨링 예시

라벨상 영양소 표기 순서
지방분, 단백질, 탄수화물 등에서 발생하는 에너지 양에 기초한 전체 에너지량

기타 영양소 표기
비타민, 미네랄, 영양소 보충제 등

INFORMASI NILAI GIZI NUTRITION FACTS	
Takaran Saji/Serving Size 2 keping/2 pieces (21.8 g)	
Jumlah Sajian Per Kemasan/Serving Per Container : 6	
JUMLAH PER SAJIAN/AMOUNT PER SERVING	
Energi Total/Total Energy : 90 Kkal	
Lemak Total/Total Fat	9 1.5
Protein	9 2
Karbohidrat Total/Total Carbohydrate	9 17
Gula/Sugar	
Natrium/Sodium	mg %AKG/ %DV
Protein	9
Vitamin A	15
Vitamin C	20
Vitamin D3	15
Vitamin E	18
Vitamin B1	25
Vitamin B2	30
Niasin/Niacin (Vitamin B3)	25
Vitamin B6	15
Vitamin B12	25
Asam Folat/Folic Acid	25
Asam Pantotenat/Pantothenic Acid	10
Besi/Iron	
Fosfor/Phosphorus	20
Magnesium	65
Seng/Zinc	25
Per sajian mengandung/Per serving contains:	
NA	1.7 mg
DMG	2.8 mg
Inositol	3.3 mg
Salicylic Chloride	4.7 mg
Asam	0.6 mg

출처 : BPOM, '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999, 현지방문조사(Giant, 2016.06)

과학적으로 입증된 사실로 홍보
6~7개월 연령에는 저작 능력(씹는 능력)이 생기는 시기라는 MPASA의 발표 활용

영양 관련 홍보 문구
높은 단백질 함량, 비타민, 미네랄 함유 → 함유 영양 명시

5 PRO

출처 : BPOM, '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999, 현지방문조사(Hypermart, 2016.06)



X. 식품첨가물 정보

1. 식품첨가물 규정

1. 식품첨가물 규정

동물성 유래 첨가물 또한 할랄 인증 대상

인도네시아는 27개로 분류된 식품 첨가물 그룹이 있고, 사용이 가능한 첨가물과 불가능한 첨가물을 분류함

동물성 유래 식품 첨가제의 경우 예외 없이 할랄 인증을 취득하여야 하며, 등록되지 않은 새로운 성분일 경우는 허가 절차가 필요함. 의뢰사 제품의 경우 동물성 유래 원료인 우지(Beef Tallow) 및 우유 성분이 포함되기 때문에, 성분을 대체하거나 해당 성분에 대한 할랄 인증을 취득하여야 할 것으로 사료됨

엄격한 인도네시아의 감미료 사용 관련 규정

2014년 인도네시아 식약청(BPOM)은 감미료(Sweetener) 사용에 대한 새로운 기준치를 발표함. 자연 및 인공 유래 감미료에 대한 기준치가 각각 제시되어 있음. 인도네시아는 감미료 사용에 다소 엄격한 국가로, 관련 성분이 제품에 포함되었을 때에는 식품첨가물 규정을 면밀히 검토할 필요가 있음



[유아용 유아 쿠키]

베이커리 제품에 적용되는 식품첨가물 규정

의뢰사의 제품 라벨 기준, 유화제·팽창제·구연산의 허용 기준을 검토한 결과는 하기 표 10.1와 같음. 인도네시아의 식품 첨가물 규정은 종류에 따라 다양하고, 제품에 따라 적용되는 규정이 모두 다르므로 제품 라벨을 기준으로 ‘<http://www.usdaindonesia.org/?p=2264>’에서 검색해 볼 것을 추천함(인도네시아어 원어 자료로 제시됨)

표 10.1 베이커리 제품(Bakery Product) 수출시 주의해야 하는 성분

용도	성분	기준(mg/kg)
유화제	Glycerin Fatty Acid Esters	10,000
팽창제	Ammonium bicarbonate	생산에 필요한 양만 사용
	Sodium bicarbonate(베이킹 소다)	생산에 필요한 양만 사용
구연산	Citric Acid	제한 없음

출처 : 인도네시아 식약청 고시, 2013

1. 'Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 8/2013 on the Maximum Limit of Acidity Regulator as Food Additive'
2. 'Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 20/2013 on the Maximum Limit of Emulsifier as Food Additive'
3. 'Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 11/2013 on the Maximum Limit of Raising Agent as Food Additive'

※ 참고 문헌

1. 5조원 규모 인도네시아 제과시장에 오리온 진출	비즈니스 포스트	2016.05.12
2. Understanding the diversity of Indonesian customers	Mckinsey Global Institute	2013.
3. 인도네시아 신생아 출생률, 매년 4.5백만	인니허브(innihub)	2015.10.03
4. Indonesia: Law on Halal Product Guarantee	유럽연합(EU)	2014.11.04
5. 동남아 수출 가이드북 인도네시아	농수산물유통공사	2013.
6. Grup Hero Siap Tambah Tiga Giant Ekstra Di Luar Jawa	Industri	2016.03.03.
7. Hero shuts down 74 stores as purchasing power weakens	The Jakarta Post	2015.09.21.
8. 1~9월 소매 대기업 8개사 중 6개사 이익 감소	자카르타 경제신문	2015.11.09.
9. 신흥국의 통관환경 연구-인도네시아	한국조세재정연구원 세법연구센터	2015.12.
10. 국가정보-인도네시아	한국무역협회	2015.
11. No. 96/M-IND/PER/11/2015	인도네시아 식약청 BPOM	2015.04
12. 주요국 수입제도 모니터링	한국농수산물유통공사	2013.
13. 인도네시아(LPPOM-MUI) 할랄 인증 절차	한국식품연구원	2015.12
14. 식품 라벨링 및 광고 No.62	인도네시아 식약청 BPOM	1999.
15. 수입 식품 및 음료 제품의 의무적 라벨링에 관한 확인(No.SE-19/BC/2010)	인도네시아 식약청 BPOM	2010.
16. Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 8/2013 on the Maximum Limit of Acidity Regulator as Food Additive'	인도네시아 식약청 BPOM	2013.
17. Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 20/2013 on the Maximum Limit of Emulsifier as Food Additive	인도네시아 식약청 BPOM	2013.
18. Regulation of the Head of Indonesian National Agency for Drug and Food Control No. 11/2013 on the Maximum Limit of Raising Agent as Food Additive	인도네시아 식약청 BPOM	2013.

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 관세법령포털	unipass.customs.go.kr
3. 인도네시아 무역정보포털 INTR	intr.insw.go.id
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. Populationa Pyramid	www.populationpyramid.net
6. 온라인 쇼핑몰 Blibli.com	www.blibli.com
7. Investing.com	www.investing.com
8. 시장통계 기관 Canadean Intelligence	www.canadean.intelligence.com
9. 기업정보 포털 Onesource	app.vention.com
10. 한국 산업통상자원부-FTA	www.ftahub.go.kr
11. 한국무역협회 국가정보	www.kita.net