



No. 2022-136
품목 현미 누룽지(Brown Rice Chips)
HS CODE 1904.90.0000
국가 인도네시아(Indonesia)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	시장 현황 및 전망	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
II	트렌드	11
	1. 소비 트렌드 2. 빅데이터 분석	
III	유통	16
	1. 주요 유통채널 분석	
IV	통관 및 제도	28
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
V	시사점	46
	1. 수출 확대 방안	

I

시장 현황 및 전망



01 시장 규모

스낵 시장 규모

2021년 인도네시아 스낵 시장 규모는 전년 대비 3.2% 증가한 68억 5,160만 달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 4.8%를 기록함

- 인도네시아 스낵 시장은 2019년까지 지속적인 성장세를 유지해오다 2020년 코로나19의 영향으로 판매량이 줄어들면서 시장이 위축됨. 2020년 시장 규모는 전년 대비 0.1% 감소하였으나, 2021년 이후 다시 성장세로 돌아섬

향후 5년간(2023-2027년) 연평균 성장률 7.8%를 기록하며 지속 증가하여 2027년 시장 규모는 105억 5,240만 달러에 달할 것으로 전망됨



그림 1

인도네시아 스낵 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

짭짤한 스낵 시장 규모

지원 기업 품목이 포함된 2022년 인도네시아 짭짤한 스낵(Savory Snack) 시장 규모는 전년 대비 5.8% 증가한 20억 3,060만 달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 5.0%를 기록함

- 2019년까지 지속적인 성장세를 유지했으나, 2020년 코로나19의 영향으로 판매량이 줄어들면서 성장세가 다소 위축됨. 하지만 2023년부터 방역이 완화되어 다시 예년의 성장세를 회복할 것으로 전망됨

향후 5년간(2023-2027년) 연평균 성장률 9.4%를 기록하며 지속 증가하여 2027년 시장 규모는 31억 7,550만 달러에 달할 것으로 전망됨



그림 2

인도네시아 짭짤한 스낵 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 달러, %)

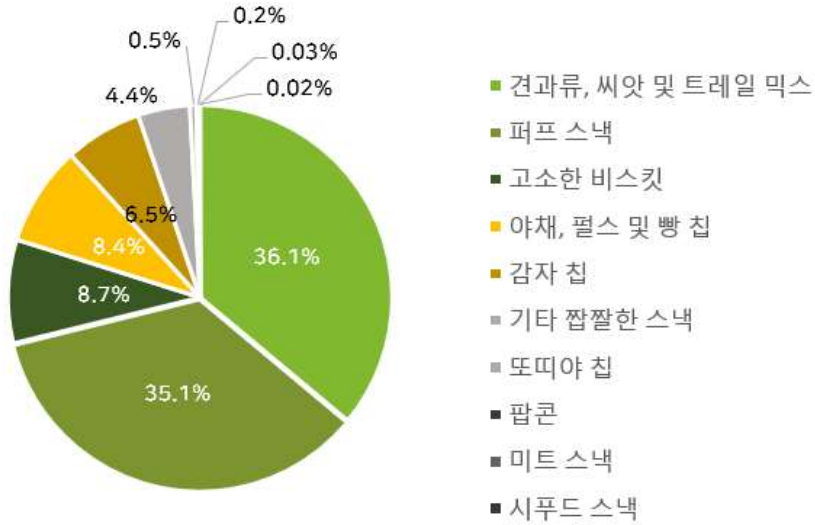


자료: Euromonitor International

2022년 가장 높은 비중을 차지한 부문은 견과류, 씨앗 및 트레일 믹스로 전체의 36.1%를 차지함

- 이어서 퍼프 스낵이 35.1%, 고소한 비스킷이 8.7%, 야채, 펄스 및 빵 칩이 8.4%, 감자칩이 6.5%를 차지하였으며, 지원 기업 품목이 포함된 기타 짭짤한 스낵은 4.4%를 차지함

그림 3 인도네시아 짹짹한 스낵 시장 품목별 비중(2022년)



자료: Euromonitor International

지원 기업 품목이 포함된 기타 짹짹한 스낵 시장 규모는 2022년 전년 대비 4.8% 성장하여 8,860만 달러를 기록함

- 2023년 9,300만 달러에서 2027년까지 연평균 4.9% 성장하여 1억 1,260만 달러를 기록할 것으로 전망됨

그림 4 인도네시아 기타 짹짹한 스낵 시장 규모 추이(2017-2027년)



자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 1904

- 곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양이나 그 밖의 가공한 곡물(옥수수는 제외하며 고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)

HS CODE 1904.90

- 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 1904.90
- 인도네시아: 1904.90
- 한국: 1904.90.0000

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 누룽지(HS CODE 1904.90) 수입 규모는 12억 7,996만 2,000달러를 기록함
- 2018년 전년 대비 4.3%, 2019년 1.2%, 2020년 9.9%, 2021년 9.2% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 6.1%를 기록함

수입국 1위는 미국으로, 2021년 2억 5,042만 2,000달러를 수입하여 전체의 19.6%를 차지함

인도네시아는 56위로, 2021년 329만 9,000달러를 수입하여 전체의 0.3%를 차지함



표 5 글로벌 누룽지 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

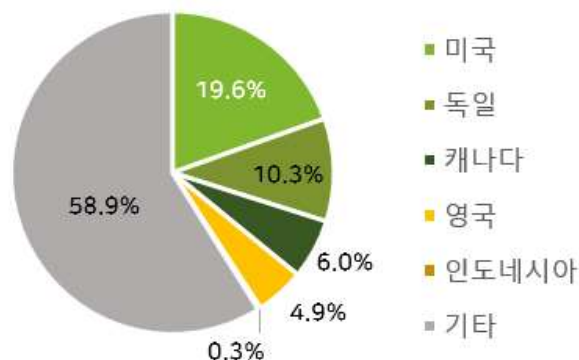
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	1,010,145	1,053,321	1,066,258	1,172,184	1,279,962	6.1
1 미국	138,374	171,561	187,223	234,386	250,422	16.0
2 독일	77,123	83,035	98,051	118,933	132,075	14.4
3 캐나다	80,924	70,753	60,885	80,135	76,756	-1.3
4 영국	53,640	75,238	61,962	56,786	63,301	4.2
56 인도네시아	7,356	5,955	3,166	2,968	3,299	-18.2
기타	652,728	646,779	654,971	678,976	754,109	3.7

자료: ITC World Trademap



그림 6 글로벌 누룽지 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

인도네시아 수입 규모

2021년 인도네시아 누룽지(HS CODE 1904.90) 수입 규모는 329만 9,000달러를 기록함
- 2018년 전년 대비 19.0%, 2019년 46.8%, 2020년 6.3% 감소하였지만, 2021년 11.2% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 -18.2%를 기록함

수입국 1위는 말레이시아로, 對말레이시아 수입액은 2021년 148만 9,000달러로 전체의 45.1%를 차지함

한국은 2위로, 對한국 수입액은 2021년 83만 1,000달러로 전체의 25.2%를 차지함



표 7

인도네시아 누룽지 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	7,356	5,955	3,166	2,968	3,299	-18.2
1 말레이시아	2,675	3,360	1,510	1,069	1,489	-13.6
2 한국	584	1,390	594	1,080	831	9.2
3 베트남	24	195	124	134	291	86.6
4 태국	0	130	135	229	156	6.3
5 미국	13	31	146	111	130	77.8
기타	4,060	849	657	345	402	-43.9

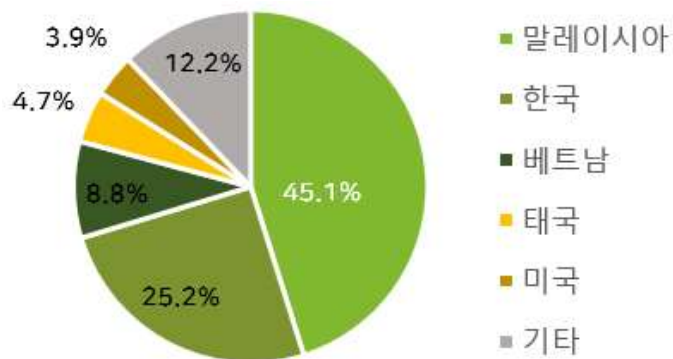
자료: ITC World Trademap



그림 8

인도네시아 누룽지 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

한국 수출 규모

- 2021년 한국의 누룽지(HS CODE 1904.90.0000) 수출 규모는 5,779만 7,000달러를 기록함
- 2018년 전년 대비 25.9%, 2019년 36.4%, 2020년 32.8%, 2021년 24.2% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 29.7%를 기록함
 - 수출국 1위는 미국으로, 對미국 수출액은 2021년 3,996만 5,000달러로 전체의 69.1%를 차지함

인도네시아는 16위로, 對인도네시아 수출액은 2021년 25만 4,000달러로 전체의 0.4%를 차지함



표 9

한국 누룽지 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

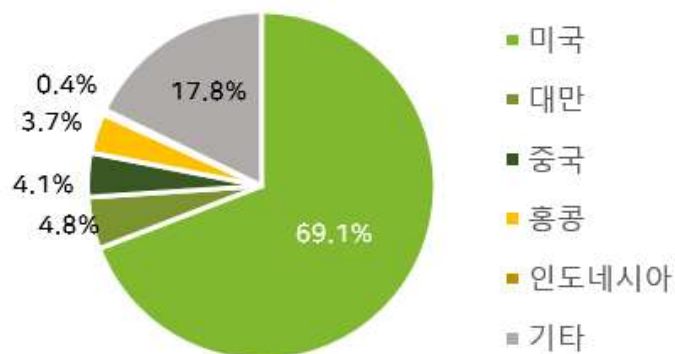
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	20,401	25,689	35,036	46,522	57,797	29.7
1 미국	9,273	13,052	18,642	31,267	39,965	44.1
2 대만	499	140	974	1,885	2,785	53.7
3 중국	1,408	1,575	2,027	2,581	2,359	13.8
4 홍콩	871	1,015	1,221	2,412	2,138	25.2
16 인도네시아	53	63	76	117	254	48.0
기타	8,297	9,844	12,096	8,260	10,296	5.5

자료: ITC World Trademap



그림 10

한국 누룽지 국가별 수출 비중 현황(2021년)



자료: ITC World Trademap

II

트렌드



01 소비 트렌드

스낵 트렌드

인도네시아 스낵 시장이 성장함에 따라 다양한 중소기업들이 신규 진출함. 신규 중소기업들은 각자 자신만의 독특한 제품 및 마케팅 전략을 토대로 소비자를 유인하여 시장 성장을 견인함
- 주요 제품은 과일 스낵, 야채, 펄스 및 빵 칩으로, 건강하고 친환경적인 제품이 주를 이룸

코로나19로 인해 건강에 관한 관심이 증가하면서 무설탕, 저염, 저지방 제품 등에 대한 수요가 증가함. 또한, 말린 과일 및 야채, 콩류 및 빵 칩과 같은 자연 친화적인 스낵 소비가 증가함
- 특히, 말린 과일은 가공이 덜 된 제품으로 인식되어 수요가 크게 증가하였으며, 견과류와 함께 신규 중소기업에 의한 공급이 확대됨
- 이들 신규 기업은 기존에 브랜드 없이 포장 판매되던 신규 과일 및 견과류 제품을 브랜드화하여 제공함으로써 품질 신뢰도를 제고하고 시장 규모를 확대하고 있음



그림 11

인도네시아 스낵 시장의 신규 기업인 Lemonilo의 스낵 제품



자료: 기업 홈페이지

쌀 스낵 제품 트렌드

인도네시아 최대 온라인 쇼핑몰 Lazada에서 판매 중인 쌀 스낵 제품을 살펴보면, 생쌀을 이용해 만든 크래커 형태의 제품이 다수 검색됨

- 이러한 제품은 쌀과 타피오카 전분을 섞어 만든 Gendar Goreng로 먹기 전에 기름에 튀기는 제품임
- 대부분의 제품이 브랜드 없이 소량 포장되어 판매되고 있음
- 생쌀을 베이스로 기름에 튀기기 때문에 한국식 누룽지보다는 중국식 누룽지에 조금 더 가깝지만, 현지에서는 한국 누룽지 제품과 매우 유사하게 받아들일 것으로 예상됨



표 12

인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 주요 Gendar Goreng 스낵 제품

브랜드	제품명	사진 및 특징
없음	생쌀 크래커	 <p>먹기 전 기름에 튀겨야 함</p>
없음	쌀과자	 <p>먹기 전 기름에 튀겨야 하며, 브랜드 없이 소량 포장되어 판매되고 있음</p>
없음	튀겨 먹는 쌀 크래커	 <p>3만 루피아 / 250ml</p>

자료: lazada.co.id


빅데이터 분석

인도네시아 내 웹트래픽 수가 높은 lazada에서 누룽지(nurungji)에 대한 분석을 진행함


- 분석 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 112건, 소비자 반응 3,130건임

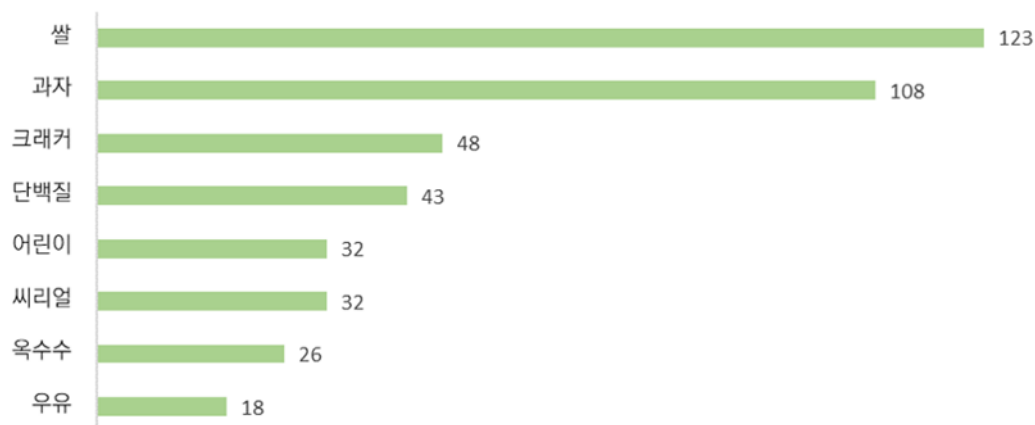
1. 제품 특성 주요키워드 추출

누룽지 제품 소개 출현 단어빈도는 제품과 직접적인 단어의 경우 제외함. 빈도는 쌀 123건, 과자 108건, 크래커 48건 3순으로 높았으며, 다른 주요 단어들은 단백질, 시리얼, 어린이, 옥수수, 우유 등이 출현함. 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 출시 중인 누룽지는 주로 간식으로 소비되며, 어린이를 주 소비층으로 소개되고 있음

 표 13 제품 특성 출현단어 빈도

순위	출현단어	출현빈도
1	쌀	123
2	과자	108
3	크래커	48
4	단백질	43
5	시리얼	32
6	어린이	32
7	옥수수	26
8	우유	18

 그림 14 제품 특성 출현단어 빈도



2. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같으며 누룽지 제품과 관련한 다양한 키워드가 도출됨. 우선 제품 소개 시 쌀을 이용하여 만든 크래커, 시리얼로 바삭한 식감의 후식과 같이 소개되고 있음. 또한 행사나 학교 점심식사에 간식으로 제공되는 것을 짐작해볼 수 있었고, 그 외 여러 가지 식재료도 검색됨



표 15 제품 특성 연관단어 출현 빈도

순위	연관단어	특징
1	쌀 크래커	20
2	쌀 바삭함	13
3	쌀 시리얼	11
4	과자 혼합	11
5	바다 소금	10
6	옥수수 시럽	9
7	신선함 맛	9
8	간식 행사	8
9	학교 점심식사	8
10	과일 채소	7

3. 리뷰 출현 단어 분석

누룽지 제품을 구매한 소비자들의 리뷰에서는 쌀을 이용한 후식(과자, 케이크 등)으로 소개되고 있으며, 소금과 함께 소비됨을 알 수 있었음. 옥수수, 콩 등 곡물류와 함께 리뷰되고, 계피 설탕과 함께 섭취하는 것을 찾아볼 수 있었음. 국내에서 소비되는 누룽지와는 다르게 다양한 식재료(버터, 딸기, 계피, 옥수수 등)와 함께 소비되는 경향이 보여짐



표 16 소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도순위
1	쌀 과자	88
2	쌀 바삭함	75
3	쌀 케이크	47
4	바다 소금	36
5	옥수수 콩	29
6	땅콩 버터	21
7	딸기 맛	16
8	계피 설탕	15

III

유통



01 주요 유통채널 분석

하이퍼마켓/슈퍼마켓


인도네시아 하이퍼마켓은 현지 제품 및 수입 제품을 판매하며 대도시에 집중되어 있음
 - 하이퍼마켓은 1999년 인도네시아 정부가 프랑스 까르푸(Carrefour) 점포 증설을 승인한 이후, 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart) 등 대형 유통점들이 시장에 진출하면서 시장 규모가 확대되고 있음

최근에는 고급형 슈퍼마켓이 증가하는 추세임. 고가의 수입 식품을 다수 취급하는 고급형 슈퍼마켓은 주로 대형 쇼핑몰이나 백화점에 입점해 있음

- 최근 도시화가 진행되면서 수도권인 자바(Java)뿐만 아니라 마카사르(Makassar), 마나도(Manado), 발릭파판(Balikpapan), 파푸아(Papua), 암본(Kota Ambon) 등 지방 도시에도 고급 슈퍼마켓 매장이 들어서고 있음

하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 중 가장 큰 시장 점유율을 차지하고 있는 기업은 Carrefour, Transmart 브랜드를 보유하고 있는 Trans Retail Indonesia로, 2021년 기준 시장 점유율 9.2%로 1위를 차지함

- 이어서 Hypermart, Foodmart, Hyfresh를 보유하고 있는 Matahari Putra Prima가 시장 점유율 8.2%로 2위를 차지함

 표 17 인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체별 시장 점유율(2021년) (단위: %)

기업명	시장 점유율	주요 브랜드
Trans Retail Indonesia	9.2	Carrefour, Transmart
Matahari Putra Prima	8.2	Hypermart, Food Mart, Hyfresh
Koninklijke Ahold Delhaize	6.0	Super Indo
Lotte Group	4.1	Lottemart
Supra Boga Lestari	2.6	Farmer's market

자료: Euromonitor International

편의점

인도네시아 편의점은 간편식, 신선식품, 식료품 등 식품을 주로 판매함

- 최근에는 커피나 음식을 섭취할 수 있는 휴식 및 식사 공간을 겸하는 새로운 형태의 편의점도 등장하고 있으며, 유동 인구가 많은 주거 및 사무실 지역에 위치해 있음
- 알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret)이 양강 구도를 이루고 있으며, 이 외에도 외국계 브랜드 로손(Lawson), 패밀리마트(Family Mart) 등이 시장에서 경쟁 중임

가장 큰 시장 점유율을 차지하고 있는 기업은 Sumber Alfaria Trijaya로, 2021년 편의점 전체 매출액의 49.3%를 차지함

- 시장 점유율 2위 기업은 Salim Group으로 48.2%를 차지함



표 18

인도네시아 주요 편의점 업체별 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

기업명	시장 점유율	주요 브랜드
Sumber Alfaria Trijaya	49.3	Alfamart, Alfamidi
Salim Group	48.2	Indomaret
Alimentation Couche-Tard	0.5	Cicle K
Family Mart	0.3	Family Mart
Akur Pratama	0.1	Yomart

자료: Euromonitor International

아시안/한인마트

주요 아시안마트 및 한인마트로는 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 파파야 프레시 갤러리(Papaya Fresh Gallery) 등이 있음

인도네시아는 한국 식품의 수요가 높은 지역 중 하나로, 롯데마트(Lotte Mart), 지에스리테일(GS Retail) 등 한국 유통업체들이 시장에 진출해 있음

- 지에스더프레시(GS The Fresh)는 2016년 인도네시아 진출 이후 지속 성장하여 현재 인도네시아 내 7개 매장을 운영 중임



표 19

인도네시아 주요 아시안/한인마트 현황(2021년)

(단위: 개)

기업명	매장 수
Mugunghwa Mart	8
GS The Fresh	7
K-Mart	1
New Seoul	1
Papaya Fresh Gallery	11

자료: 각사 홈페이지

온라인 유통채널

온라인 유통채널 중에서는 종합 쇼핑몰인 Tokopedia, Shopee가 시장을 주도하고 있음

- 2021년 1분기 기준, 인도네시아 내 클릭 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑몰은 Tokopedia로 클릭 수가 약 1억 3,510만 회에 달함
- 이어서 Shopee가 1억 2,740만 회, Bukalapak 3,410만 회, Lazada 3,050만 회, BliBli 1,860만 회 순임



표 20

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰별 클릭 수(2021년 4분기)

온라인 쇼핑몰 명	클릭 수
Tokopedia	1억 3,510만
Shopee	1억 2,740만
Bukalapak	3,410만
Lazada	3,050만
Blibli	1,860만
Bhinneka	670만
Orami	530만
Ralali	450만
JD.id	410만
Zalora	290만

자료: iPrice Group

주요 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓

1. 하이퍼마트(Hypermart)

		개요 <ul style="list-style-type: none"> - 1986년 인도네시아 탕에랑에서 설립되었으며, 2004년 첫 대형 할인매장을 오픈함 - 모기업 마타하리푸트라프리마 소매 부문 매출액의 약 85%를 차지함 - 총 3개의 물류 센터를 보유하고 있으며 효율적인 물류 관리, 배송을 위해 글로벌 물류 시스템 외 자체 물류 시스템을 운영 중 - 입점 가능 품목으로 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료, 스낵류 등이 있음
유통채널명	Hypermart	본사 소재지 Menara Matahari Lantai 17 & 20Jl. Boulevard Palembang Raya No. 7 Lippo Karawaci 1200 Tangerang, Kode Pos 15811 Banten
연락처	+62-21-546-9333	
홈페이지	www.hypermart.co.id	
		매출액 및 종업원 수 약 5조 6,320억 루피아 / 약 1만 명
입점 절차		
1) 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 'Korporasi'(Corporation) - 'Kerjasama'(Cooperation) 클릭		
2) 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보(이름 및 연락처) - 개인 또는 기업 선택 - 제안 카테고리(신선식품, 생활용품 등) - 정보 기입 완료 후 'Kirim(Send)' 클릭		
3) 문의사항 연락처 - 이메일: cs@hypermart.co.id - 전화: +62-21-546-9333		

2. 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour)

		개요	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 인도네시아에 진출한 프랑스 유통 기업 - 2012년 인도네시아 까르푸는 CT Corp에서 지분을 100% 인수해 Transmart Carrefour로 상호명을 변경함 - 즉석식품, 신선식품, 육류, 유제품, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 등 식품 입점 가능 - 할랄 식품 입점을 선호함
			유통채널명 Transmart Carrefour
홈페이지	www.transmartdelivery.com	홈페이지	Jl. Letjen S. Parman Kav.28 Lower Ground Floor Tanjung Duren Selatan 11470 Indonesia
입점 절차			
<ol style="list-style-type: none"> 1) 유선 전화 또는 우편을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 본사에 전화 또는 우편으로 직접 제안서 제출 - 담당 부서 직원이 제안서 검토 후 샘플 미팅 진행 - 제품의 수익성 등을 고려 후 입점 - 수입 제품은 반드시 수입식품 등록번호(ML)를 보유해야 함 2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보(공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) - 공급 제품 정보(제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) - 참고 자료(현지어 회사소개서, 카탈로그 등) 3) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 본사 주소: Jl.Lebak Bulus Raya No 8. Jakarta 12310 - 전화: +62-21-2758-5800 			

주요 아시안/한인마트

1. 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

		개요 <ul style="list-style-type: none"> - 1980년 무궁화 유통의 전신인 한국종합식품을 설립하였으며, 1986년 상호 변경과 함께 무궁화마트 1호점 개점 - 무궁화 유통은 현재 약 50개의 한국 제조업체의 식품을 수퍼인도, 헤로, 세븐일레븐, 패밀리마트 등 유통업체에 유통 중임 - 입점 가능한 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 베이커리류, 음료류, 문구류 등이 있음 	
유통채널명	Mugunghwa Mart		
연락처	+62-21-722-2214	본사 소재지	MGH Bldg. 3fl. Jl.Senayan No.43 Block. S Keb-Baru Jakarta
홈페이지	http://mugunghwa.co.id	매장 수	8개
입점 절차			
<p>1) 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의</p> <p>2) 등록 시 필요한 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) - 참고자료(카탈로그, 회사 소개서, 서비스 제공 범위) <p>3) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: admin@mugunghwa.co.id - 전화: +62-21-722-2214 - 페이스북: @bestmgh 			

2. 파파야 프레시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)



개요

- 자카르타, 발리, 반둥 등 지역별로 홈페이지 및 SNS 계정 운영 중
- 인도네시아 식품 배송 서비스인 해피 프레시, 고마트, 그랩마트 등과 협업하여 배송 서비스 제공
- 토코피디아, 부칼라팍 등 온라인 플랫폼에도 입점하여 온라인 판매 진행
- 스낵, 면류 제품, 액상 차 등의 한국 제품이 다수 입점되어 있음
- 아시아 제품, SNS 인기 제품을 선호함

유통채널명	Papaya Fresh Gallery	본사 소재지	Jl. Mertanadi, Abianbase - Kuta, Bali 80361
연락처	+62-0361-759-222		
홈페이지	papayabali.co.id		

입점 절차

- 1) 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의
- 2) 등록 시 필요한 정보
 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)
 - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
 - 참고자료(카탈로그, 회사 소개서, 서비스 제공 범위)
- 3) 문의사항 연락처
 - 이메일(발리): customerbali@papaya.co.id
 - 연락처(발리): +62-0361-759-222
 - 인스타그램(발리): @papaya.bali
 - 인스타그램(자카르타): @papaya_jakarta
 - 인스타그램(수라바야): @papayasurabaya

주요 편의점

1. 알파마트(Alfamart)

		개요	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 인도네시아에서 설립된 편의점 체인 - 2002년 알파미니마트를 인수하여 알파마트로 상호 변경 - 인도네시아 전역에 매장 약 16,000개를 보유하고 있음 - 식품 분야 매출액이 총 매출액의 70%를 차지함 - 입점 가능 품목으로는 신선식품, 즉석식품, 음료, 스낵, 유제품 등이 있음 - 할랄 식품, 위생검사를 통과한 제품을 선호함
			본사 소재지
유통채널명	Alfamart	매출액	약 84조 9,000억 루피아
연락처	+62-1-500-959	입점 절차	
홈페이지	https://alfamart.co.id	1) 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(e-procurement.alfamart.co.id) 내 기입 정보 및 제품 공급자 관련 규정 확인 가능 	
2) 등록 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 인증 진행 - 정보 기입 - 셀러 등록 완료 			
3) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: alfacare@sat.co.id / sahabat_alfamart@sat.co.id - 전화: +62-1-500-959 - 비고: 인도네시아 보건부 등록, 할랄 여부, 인도네시아 국가표준(SNI) 라벨 제품 겉면 표기 			

주요 온라인 쇼핑몰

1. 토코피디아(Tokopedia)

		개요	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년 설립된 인도네시아의 월 평균 방문자 수 1위 온라인 쇼핑몰 - 1,100만 명의 셀러들이 5억 5,000만 개 이상의 패션, 유아용품, 식품, 화장품, 전자기기 관련 제품을 판매 - 해외 판매자가 셀러로 등록하기 위해서는 인도네시아에 주소나 사업자 등록증이 있어야 함 - 2020년 총결산 당시 인기 품목 2위로 한국 식품이 선정된 바 있음
			본사 소재지
유통채널명	Tokopedia	매출액	약 10조 3,000억 루피아(2021년)
연락처	+62-21-8064-7333		
홈페이지	www.tokopedia.com	입점 절차	
<p>1) 애플리케이션 또는 홈페이지에서 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아 셀러 페이지(https://seller.tokopedia.com/edu)에 접속하여 계정 생성 후 셀러 등록 진행 - 토코피디아 애플리케이션 실행 후 직접 스토어를 개설하여 셀러 등록 진행 <p>2) 유의 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 셀러는 레귤러, 파워, 오피셜 스토어로 분류되며 실질적인 판매가 이뤄지기 위해서는 레귤러 셀러보다 상위 등급의 셀러가 되어야 함 - 파워 셀러가 되기 위해 인도네시아 주소와 신분증, 사업자등록증 필요 			

2. 쇼피(Shopee)

		개요	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르에서 시작한 동남아 지역 최대 이커머스 브랜드 - 1,200만 명의 셀러가 1,000만 개 이상의 화장품, 유아용품, 패션, 식품 제품을 판매 중임 - 실시간 채팅 서비스와 가격 흥정 기능으로 판매자와 구매자 간의 양방향 실시간 소통을 통해 판매를 촉진함 - 20, 30대 여성이 주 고객층임
			매출액
유통채널명	Shopee		
홈페이지	https://shopee.co.id		
입점 절차			
1) 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 코리아에서 셀러 신청 진행(www.shopee.kr) 			
2) 입점 절차 <ul style="list-style-type: none"> - 가입 신청서 제출(공급제품 소개, 해외 판매 활동 경험 등) - 제출된 정보를 바탕으로 쇼피 코리아로부터 1차 답장을 받으면 요청 받은 정보 및 사업자등록증 제출 - 입점이 확정된 셀러는 이메일로 전달받은 오픈 초대장에서 싱가포르 쇼피에 등록 진행 - 이후 원하는 국가를 선택하여 스토어를 오픈할 수 있음 			
3) 주의 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 식약처 규제 강화로 식음료는 인도네시아 쇼피를 통해 직접 판매 불가능 - 자세한 사항은 온라인 채널 및 관련 규정 확인 필요 			

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
 - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

인도네시아 통관 절차



서류명	상세구분 및 세부사항	발급기관
무역면허(SIUP)	무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan)	One-Stop Service Center (PTST)
수입허가서 ¹⁾	제조업 수입허가서(API-P)	무역부
	무역업 수입허가서(API-U)	단, 외자법인(PMA)은 투자조정청(BKPM)에서 발급대행
세적등록(NPWP)	세적등록(Nomor Pokok Wajib Pajak) : 납세자 식별번호	법인의 주소지 관할 세무서
관세청등록증(NIK) ²⁾	관세청 등록증 (Nomor Identitas Kepabeanan)	인도네시아 관세청
식약청(BPOM) 수입승인(SKI)	특정 수입물품 수입승인 (SKI, Surat Keterangan Impor)	인도네시아 식약청

1) API-P(Angka Pengenal Impotir-Produsen)는 생산설비를 보유한 제조업체에 한하여 발급되는 수입허가서이며, API-U(Angka Pengenal Impotir-Umum)는 생산설비가 없는 무역·유통·건설 업종에 발급되는 수입허가서로 수입업자는 하나의 API만 발급 가능

2) NIK(Nomor Induk Kepabeanan)는 관세청의 정보기술 및 입력시스템을 이용하기 위한 개인등록번호로, 인도네시아 관세청 홈페이지에 접속하여 양식을 다운로드한 후 관련 내역을 기재하여 자료를 제출하고, 관세청의 실사를 거쳐 승인을 받으면 됨. 수입자를 포함하여 인도네시아 관세청 통관 서비스를 제공받는 통관사(PPJK), 수출업자, 운송업체, 기타 업체들도 모두 NIK를 구비 해야 함('관세청 등록 관련 규정', 인도네시아 재무부 규정, No. 63/PMK/4/2011)

무역면허
(SIUP)

인도네시아에서 무역활동을 수행하려는 모든 사업자는 의무적으로 발급받아야 함

SIUP는 인도네시아 산업자원부의 원스톱 통합 서비스 센터(PTSP)를 통해 신청할 수 있음

필요 서류

- 기업 Articles of Association
- 업체 주소 및 위치 확인서
- 업체 대표자 혹은 이사의 신분증(사본)
- 공증된 문서

소요 기간: 5~9 근무일

비용

- 소규모 기업: 최소 400,000-500,000루피아
- 중견 기업: 최소 600,000-700,000루피아
- 대형 기업: 최소 750,000-1,000,000루피아

수입업자
등록번호
(API)

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

필요 서류

- 공증된 기업 Memorandum of Association(설립취지서)(사본)
- 소재 지역 관할청에서 발급한 기업본사 소재지증명서(사본)
- 투자등록서(사본)
- 투자 Approval in Principle(기본승인서)(사본)
- BKPM에서 발급한 사업면허(사본)
- 납세자 ID 번호(NDWP)(사본)
- 기업 등록 증명서(TDP)(사본)
- 이사회 임원의 주민 ID 또는 여권(사본)
- IMTA(사본)
- 이사회 전원의 붉은 바탕의 3x4 사진 2매

신청 기관: 인도네시아 투자조정청(BKPM) 산하(PTSP)

소요 기간: 5 근무일

비용: 6,000루피아

유효 기간: 5년

식약청
(BPOM)
수입 승인
(Surat
Keterangan
Import, SKI)

식품과 의약품은 식약청(BPOM)의 유통허가증(Izin Edar)을 보유한 업체 혹은 위임을 받은 대리업자만이 수입할 수 있음

수입업자는 수입하고자 하는 식품 및 의약품의 목록을 제출하여 식약청장으로부터 수입 승인을 받아야 하며 신청 횟수는 수입 시 1회이며 자유무역지대, 자유항지대, 보세공단으로 들어오는 제품에 적용됨

필요 서류

- 수입업자 대표 위임장 원본
- 수입업자 고유등록번호(API)
- 납세자 ID 번호(NPWP)
- 무역면허(SIUP)
- 유통승인 공식 레터
- 성분분석증명서
- 송장

소요 기간: 7 근무일

승인 관련 사항

- 의약품 및 식품 수입에 대한 서류는 수입 승인을 신청하는 의약품 및 식품 유통 허가증 소지자가 향후 최소 3년간 제대로 구비하고 있어야 함
- BPOM은 수입 승인이 완료된 제품에 대해 불시에 표본 조사가 가능

선적 전 검사

무역부 장관이 지정한 감독관이 선적항에서 수출품을 검사하는 제도로, 2009년부터 아동용 완구, 신발류, 식음료, 가전제품, 의류, 철강제 등과 같은 품목에 적용

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

관세 납부

수입신고서 작성 후 관세 납부가 이루어져야 하며, 관세 등 조세 납부 후 EDI(Electronic Data Interchange)를 통하여 수입신고서를 세관에 전송되고 관세액 산정기준은 CIF(Cost, Insurance and Flight) 금액 기준

검사 및 검역

(1) 개요

일반적으로 모든 식품은 검사 대상에 해당됨. 싱가포르 식품청은 품목별 수입 요건을 규정하고 있어 사전 파악이 중요함. 식품 화물은 검사 대상이며, SFA에서 실험실 분석을 위해 샘플을 채취할 수 있음

(2) 온라인 신청

예약 없이 수행된 즉석 검사(ad hoc inspection)에 대하여는 결과를 받아볼 수 없으므로, 수입되는 식품의 검사를 위해 SFA Inspection & Laboratory e-Services³⁾를 통해 온라인 신청하는 것을 권장함

(3) 제출 서류

- 화물통관허가증(CCP: Cargo Clearance Permit)
- 인보이스, 검역증명서 등 관련 문서
- 검사 대상 식품 화물

수입 신고

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

〈수입신고 시 제출 서류〉

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| · 수입신고서 | · 상업송장(Commercial Invoice) |
| · 수입허가증(수입 라이선스) | · 포장명세서(Packing list) |
| · 선하증권 또는 항공화물운송장(Bill of Lading) | · 원산지증명서 등 |

물품 검사 및 반출

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

서류심사 및 물품검사 결과 이상이 없는 경우 통관이 승인되며 화물 출고동의서가 발급됨

- 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시창고 등에 물품이 보관되므로 화물출고동의서 창고제출 후 물품반출 가능

3) ifast.sfa.gov.sg/eserviceweb

채널 종류	해당 기준	검사		소요기간
		서류검사	물품심사	
Red Channel (고위험)	신규 및 고위험 품목 수입자 또는 고위험국가 수입제품	O	O	관세 납부 후 5-7일 이내
Yellow Channel (위험)	Red Channel 지정 후 1년간 관세법규 위반 사실이 없는 경우	O	X	관세 납부 후 3-4일 이내
Green Channel (우수)	Yellow Channel 지정 후 3개월간 관세법규 위반 사실 없는 경우	O	X	관세 납부 후 12시간 이내
MITA (Non)Priority Channel(최우수)	신용 및 재정이 매우 우수한 수입업자	X	X	관세 사후 납부

02 인증

할랄인증(MUI, 필수)

1. 취득 요건

모든 원재료, 양념, 첨가제, 도구는 하람 요소를 갖지 않아야 함
 생산공정 시 사용되는 도구는 할랄 제품 생산에만 사용되어야 함
 생산지는 생산공정, 저장, 운송 및 판매 시 교차오염 가능성을 배제해야 함

2. 발행 및 검사 기관

LOPPOM MUI LOPPOM MUI(MUI, 인도네시아 이슬람협회 산하 기관)

3. 제출 서류

- 기업/사업체 등록증
- 주요 재료에 대한 상세정보
- 현지 당국의 생산허가증
- 제품 정보
- 포장 재료 정보
- 공장 및 창고 설비 위치도
- 공정도표 및 생산절차
- 신분증, 여권사본
- 생산업체, 재료공급업체 정보
- 제품 프로세스 흐름도 등

4. 비용

제품당 약 1만 5,000달러

5. 유효 기간

2년

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원⁴⁾에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조⁵⁾에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

1) 식품

- 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
- 즉석판매제조·가공업
- 식품첨가물제조업
- 건강기능식품제조업
- 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
- 식품냉동·냉장업 등

4) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

5) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

2) 축산품

- 식육포장처리업
- 축산물가공·보관·운반·판매업
- 가축사육업
- 사료제조업 등

3. 인증 절차⁶⁾

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성



2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성



3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가



4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악



5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록증 사본

6) 식품제조업체 HACCP 적용절차
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품

- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유당면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면
 - 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
 - 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

표 18 인도네시아 라벨링

<p>적용 규제</p>	<p>식품의 안전과 품질을 보장하기 위해 인도네시아 식품의약품안전청과 여러 관련 부처를 통해 수입사업자들이 관련 면허를 취득하고 라벨 부착 요건을 준수하도록 요구함</p>	
<p>세부 규정</p>	<p>‘무역 부문 운영에 관한 정부 규정’</p>	
<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (항목)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 성분목록 - 식품 첨가물 - 순중량 - 생산자/수입자 이름 및 주소 - 할랄 정보 - 생산 일자 및 코드 - 유통기한 - 유통허가번호 - 특정 식품 성분의 원산지 - 알레르기 - 2차원 바코드
	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>표시기준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 라벨은 인도네시아어로 작성하거나 인쇄해야 함(인도네시아어로 표기할 수 없거나 기술 또는 과학적 내용을 기재하는 경우 외국어로 작성 가능) - 라벨 표기는 1mm 크기의 Arial 글꼴 소문자 ‘o’ 이상이어야 함 - 라벨의 제품명 및 경고 문구는 2mm 크기의 Arial 글꼴 소문자 ‘o’ 이상이어야 함 - 라벨 면이 10cm² 이하인 경우 0.75mm 이상의 크기로 표기해야 함 - 그림, 색상 및 기타 디자인은 글씨를 가리지 않는 한 배경으로 사용 가능함
	<p>제품명</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품의 상품명은 식품의 종류명(필수)과 상품명(선택)을 포함함 - 식품 유형은 유제품·유지·과일 및 채소·제과 등 16가지 주요 카테고리 구성된 식품 범주에 따른 구체적인 특성을 표시해야 함 - SNI(Standar Nasional Indonesia) 대상 제품의 경우 식품 유형은 SNI 식품 유형과 일치해야 함 - 가공식품 유형이 식품 범주에 명시되어 있지 않은 경우, 사전에 인도네시아 식약청 국장의 승인을 받아야 함

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	성분목록	<ul style="list-style-type: none"> - 원료명은 약칭이 아닌 완전한 명칭을 사용해야 하며, 함량이 가장 높은 원료부터 내림차순으로 배열함 - 두 가지 이상의 성분이 포함된 제품은 주재료의 백분율을 포함해야 함
		순 중량	<ul style="list-style-type: none"> - 고체 가공식품은 mg, g 또는 kg를 사용하여 순 중량을 표시해야 하며, 액상 가공식품은 순 함량을 mL 또는 L로 표기해야 함 - 반고체 또는 점성 식품은 순 중량 또는 순 함량을 표기해야 함
		생산자/수입자 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 가공식품의 경우 생산자는 도시와 국가가 포함된 생산자 주소를, 수입자는 수입자의 이름과 주소를 표시하고 앞에 'Diimpor/didistribusikan oleh'(수입/유통업체)라는 문구를 표시해야 함 - 가공식품이 위탁 생산될 때는 이름과 주소 앞에 'Diproduksi oleh... untuk ...'(생산...for...), 'Dikemas oleh... untuk...' (...을 위해...에 의해 포장됨)를 표기해야 함 - 가공식품이 허가받아 생산되는 경우 이름과 주소 앞에 'Diproduksi oleh... dibawah lisensi:...'라는 단어가 포함되어야 함
		할랄 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아에서 거래하기 위해 소매로 포장되는 가공식품은 할랄 인증을 취득한 후 할랄 정보를 포함해야 함. 원산지 국가와 인도네시아 간에 할랄 인증에 대한 상호 인정이 있는 경우 원산지 국가의 할랄을 명시할 수 있음
		생산 일자 및 코드	<ul style="list-style-type: none"> - 생산 일자는 코드와 별도로 인쇄할 수 있지만, 생산 코드 위치에 대한 지침이 함께 있어야 함 - 코드는 배치 번호의 형태로 명시될 수 있음
		유통기한	<ul style="list-style-type: none"> - 유통기한은 연도, 월, 일이 명시되어야 함 - 식품 유통기한이 3개월 이하인 경우 연도, 월, 일이 포함되어야 함 - 식품 유통기한이 3개월 이상인 경우 날짜는 선택사항이나 월, 연도는 필수사항임
		유통허가번호	<ul style="list-style-type: none"> - 유통허가번호는 라벨에 명시되어야 함 - 'BPOM RI MD' 뒤에 국내 제품 번호가 표시되며, 'BPOM ML'뒤에 수입 제품의 번호가 표시됨
		특정 식품 성분의 원산지	<ul style="list-style-type: none"> - 특정 식품 성분 원산지 표기 대상은 동물성 또는 식물성 원료, 특수공정을 거쳐 생산된 식품(유전자조작식품 및 방사선 조사식품 포함)임 - 돼지고기 유래 성분을 함유한 가공식품은 다음과 같이 'MENGANDUNG BABI'(돼지고기 함유)라는 문구와 돼지 그림 표시가 의무 - 돼지고기 원료와 교차하는 공유시설을 통해 생산된 가공식품의 라벨에는 다음과 같이 특정 문구와 돼지 그림이 포함되어야 함. 문구의 의미는 '제조 과정에서 돼지고기 재료를 공유하는 시설을 공유합니다'임

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	알레르기	<ul style="list-style-type: none"> - 알레르겐에 대한 정보는 알레르겐이 포함된 식품 라벨에 표시되어야 함. 알레르겐이 함유된 식품을 생산하는 데 사용되는 공유시설을 사용하는 가공식품에는 알레르겐에 대한 정보가 포함되어야 함. 고도로 정제된 식품은 알레르겐 정보에서 면제될 수 있음 - 알레르겐에는 글루텐, 달걀, 수산물, 땅콩, 대두, 우유(유당 포함), 견과류가 포함된 시리얼, 아황산염 함량이 10mg/kg 이상인 제품이 포함됨 - 알레르겐 성분은 성분목록에 포함되어야 하며 라벨에 'Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal'(알레르겐 함유, 볼드체로 된 성분목록 참조) 문구와 함께 볼드체로 인쇄되어야 함
		2차원 바코드	<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아로 수입되거나 자국에서 유통되는 가공식품, 건강 기능식품, 의약품, 전통의약품, 화장품의 1차 포장재에는 2차원 바코드를 부착해야 함 - 바코드 형태는 QR 형태여야 함. 바코드에는 제품명, 식약청 등록번호, 식약청 등록번호 유효기간, 제품 취급 업체의 이름 및 주소, 포장 정보를 포함해야 함

자료: 농식품수출정보(KATI)

04 위생요건

식품 첨가물

KATI 농식품수출정보에서 제공하는 인도네시아 > 농산가공식품류 > 기타 농산가공품의 식품 첨가물 규제 관련 규정을 검색한 결과, 1,874건의 규정이 검색됨

- 전체 1,874건의 규정 중에서 쌀 가공식품에 해당하는 규정은 177개로 검색됨



표 21

쌀 가공식품 식품 첨가물 허용 기준 10개 예시

순번	물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	Gum arabic(Acacia gum)	쌀 가공식품	GMP(증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
2	acetic acid	쌀 가공식품	GMP(산도조절제로 사용에 한함)
3	acetylated distarch adipate	쌀 가공식품	GMP(증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
4	acetylated distarch phosphate	쌀 가공식품	GMP(증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
5	Acetic and fatty acid esters of glycerol	쌀 가공식품	GMP(유화제, 안정제로 사용에 한함)
6	Acid-Treated Starch	쌀 가공식품	GMP(증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
7	agar	쌀 가공식품	GMP(겔화제, 증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
8	alginic acid	쌀 가공식품	GMP(겔화제, 증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)
9	ammonium chloride	쌀 가공식품	GMP(밀가루개량제로 사용에 한함)
10	ammonium hydrogen carbonate	쌀 가공식품	GMP(산도조절제, 팽창제, 안정제로 사용에 한함)

자료: KATI농식품수출정보

유해물질

KATI 농식품수출정보에서 제공하는 인도네시아 > 농산가공식품류 > 기타 농산가공품의 유해물질 규제 관련 규정을 검색한 결과, 187건의 규정이 검색됨

- 전체 187의 규정 중에서 쌀 가공식품에 해당하는 규정은 5개로 검색됨



표 22

쌀 가공식품 유해물질 허용 기준

순번	물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	Bacillus cereus, B.cereus	쌀 가공식품	(1) Dodol(찹쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(찹쌀로 만든 과자), gelamai(찹쌀가루로 만든 과자)의 경우: n:5, c:1, m: 10 ² colony/g, M: 10 ³ colony/g (2) Dodol을 제외한 제품(찹쌀가루로 만든 wingko, yangko 및 wajik)의 경우: n:5, c:1, m: 10 ³ colony/g, M: 10 ⁴ colony/g
2	Mold and Yeast	쌀 가공식품	Dodol(찹쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(찹쌀로 만든 과자), gelamai(찹쌀가루로 만든 과자)의 경우에만 해당) n:5, c:2, m: 10 colony/g, M: 10 ³ colony/g
3	Staphylococcus aureus	쌀 가공식품	Dodol(찹쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(찹쌀로 만든 과자), gelamai(찹쌀가루로 만든 과자), Dodol을 제외한 제품(찹쌀가루로 만든 wingko, yangko 및 wajik)의 경우에만 해당 n:5, c:2, m: 10 colony/g, M: 10 ³ colony/g
4	Salmonella	쌀 가공식품	Dodol(찹쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(찹쌀로 만든 과자), gelamai(찹쌀가루로 만든 과자), Dodol을 제외한 제품(찹쌀가루로 만든 wingko, yangko 및 wajik)의 경우에만 해당 n:5, c:0, m: negative/25g, M: NA
5	TPC (30°C, 72hour)	쌀 가공식품	Dodol(찹쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(찹쌀로 만든 과자), gelamai(찹쌀가루로 만든 과자), Dodol을 제외한 제품(찹쌀가루로 만든 wingko, yangko 및 wajik)의 경우에만 해당 n:5, c:2, m: 10 ⁴ colony/g, M: 10 ⁵ colony/g

자료: KATI농식품수출정보

V

시사점



01 SWOT 분석

1) 강점(Strengths)

- **(아세안 최대 국내총생산 규모)** 인도네시아는 아세안 최대 국내총생산 규모를 가지고 있으며 연 5% 이상의 높은 경제성장률과 세계 4위의 인구수를 보유하고 있음
- **(높은 성장 잠재력)** 인도네시아에는 평균 나이가 29세인 젊은 청년층이 많은 국가로 잠재적인 시장 성장 규모가 큰 시장임
- **(한국 제품의 품질에 대한 높은 신뢰도)** 인도네시아 시장에서 한국 제품은 소비자들에게 제품의 품질에 대해 우호적인 인지도와 선호도를 지니고 있음

2) 약점(Weakness)

- **(낮은 가격 경쟁력)** 인도네시아 현지 상품과 비교해 한국산 제품은 높은 가격대를 형성하고 있으므로 자국산 제품 대비 가격 경쟁력이 떨어짐. 또한 현지 소비자들은 평균 구매력이 낮으며, 품질보다는 가격 경쟁력을 우선시하는 특성이 있음
- **(열악한 사업 여건)** 인도네시아 정책의 수시 변경 및 규제 강화로 사업 여건이 열악하며, 물류 및 유통을 비롯한 제반 인프라 또한 열악함

3) 기회(Opportunity)

- **(한국산 농산물 수입 증가)** 2021년 인도네시아 농산물 수입 규모는 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 -18.2% 감소한 반면, 전체 수입 비중의 25.2%를 차지하는 對한국 수입액은 최근 5년간 9.2% 증가함
- **(건강 간식에 대한 수요 증가)** 코로나19로 인해 건강에 관한 관심이 증가하면서 무설탕, 저염, 저지방 제품 등에 대한 수요가 증가함. 또한, 말린 과일 및 야채, 콩류 및 빵 칩과 같은 자연 친화적인 스낵 소비가 증가함
- **(프리미엄 쌀 스낵 시장 공략)** 온라인상에서 생쌀을 이용해 만든 크래커 형태의 제품이 다수 판매되고 있으며, 저가의 현지산이나 중국산 제품이 주를 이룸. 따라서, 프리미엄 쌀 스낵 시장은 한국 수출기업이 진출해볼 수 있는 유력 시장으로 분석됨

4) 위협(Threat)

- **(다국적 기업 및 현지 재벌그룹의 높은 시장 지배력)** 다국적 기업 및 재벌그룹이 인도네시아에 안정적으로 진출해 있어 높은 진입장벽을 형성하고 있음
- **(타국산 할랄 인증 제품의 진입)** 타국산 할랄 인증(MUI) 제품이 공격적으로 인도네시아 시장을 진입하고 있어, 이는 가격경쟁 및 국가 간의 무역 경쟁으로도 이어질 수 있음
- **(자국산 보호 정책 및 애국소비 풍조)** 정부 주도로 I love Indonesia 캠페인 등 국산 제품 애용 운동이 진행되고 있으며, 식품 이외 전 산업에 국산화를 확대를 추진하고 있고 자국민의 애국심을 유도하고 있음
- **(높은 수입 장벽)** 보호주의 정책으로 인해 수입 장벽이 높으며, 인도네시아 국가표준(SNI), 할랄(Halal), 쿼터, 선적전검사 등 수입 및 통관에 비관세장벽이 높음

02 수출 확대 방안

1) 한류열풍을 활용한 마케팅

- 인도네시아 소비자들은 한국 대중문화를 꾸준히 접하고 있으며, 라면, 고추장, 떡볶이 등의 한식에 관심이 높음. 또한, 한국 문화콘텐츠의 유행과 더불어 한국 드라마, K-POP에 노출된 한식을 경험해 보고 싶어 하는 소비자들이 지속적으로 증가하는 추세임
- 인도네시아에 인기가 높은 한국산 스낵으로는 빼빼로, 초코파이, 커스터드, 알 새 칩, 허니 버터 칩 등 있으며, 인도네시아 대형마트에서도 널리 판매되고 있음
- 인도네시아에 한국 과자는 현지에서 생산되는 과자보다 비싸 수입 규모가 높지는 않으나, 교민 및 한류 문화에 호기심을 가진 젊은 소비자들이 구입하면서 수입은 지속적으로 늘고 있음
- 인도네시아에서 인기가 높은 한류 스타를 내세운 마케팅을 진행하여 제품에 한류 스타의 사진을 부착하여 판매하거나, 한류스타의 드라마 혹은 영화 콘텐츠에 PPL을 진행하여 효과적으로 인지도를 제고하는 방안을 고려해볼 수 있음

2) 현지화 및 차별화된 패키지 사용

- 제품의 특징점을 효과적으로 소구하기 위해서는, 인도네시아 현지인들이 선호하는 포장 디자인 및 패키지 개발이 필요함
- 제품의 특징점을 키워드나 마크로 눈에 띄게 배치하고 현지 소비자가 이해할 수 있도록 현지어로 키워드를 넣거나, 이미지로 소비자들이 제품의 특징점을 한눈에 알아볼 수 있도록 패키징 디자인을 할 필요가 있음
- 또한 인도네시아 소비자들은 독창적인 포장과 신제품에 호기심을 가지고 충동 구매하는 경향이 있고, SNS를 통한 입소문과 군중심리가 지배하는 소비문화를 가지고 있으므로 제품 홍보 시 SNS 마케팅을 적극 사용하는 것을 권장함

3) 영유아용 웰빙 간식으로 포지셔닝

- 팬데믹 이후 인도네시아 소비자들의 건강에 관한 관심이 높아짐에 따라, 자녀들을 위한 웰빙 간식에 대한 관심이 젊은 어머니들을 중심으로 증가하고 있음
- 인도네시아 소비자들은 유아식품 선택 시 까다롭고 신중하며 유명 브랜드를 선호하는 경향이 있으며, 풍부한 영양성분이 함유된 고품질의 유아식품을 선호하는 경향이 점차 강해지는 추세임
- 한국 식품은 전반적으로 안전하고 품질이 좋다는 인식을 가지고 있어 쌀, 현미 등으로 만든 빵 튀기 과자 등 유아 스낵류를 중심으로 온라인 쇼핑몰 직구 및 SNS를 통한 구입이 증가하고 있음

- 빅데이터 분석에 따르면, 인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 출시 중인 누룽지는 주로 간식으로 소비되며, 어린이를 주 소비층으로 소개되고 있음
- 한국산 과자는 현지 제품보다 가격대가 높으므로, 프리미엄 제품 전략이 필요하며 가격보다 품질을 중시하는 유아용 간식 시장을 타겟으로 하여 판매를 확대해볼 수 있음
- 현재 인도네시아 유아식품 시장은 유명 브랜드들이 선점하고 있으므로 시장 진출 시 현지 유통 전문 기업과의 협력을 통해 유통망을 확보하는 것이 중요할 것으로 보임

4) 다양한 레시피 영상을 통한 홍보

- 다양한 레시피에 활용될 수 있는 건강 스낵이라는 점을 강조하기 위해, 카나페 샐러드, 시리얼 등 다양한 조리법을 소개하는 영상을 만들어 홍보해볼 수 있음
- 빅데이터 분석 결과, 인도네시아 시장에서 쌀 스낵은 옥수수, 콩 등 곡물류와 함께 리뷰되고, 계피 설탕과 함께 섭취되고 있는 것으로 조사됨. 따라서, 국내에서 소비되는 누룽지와는 다르게 다양한 식재료(버터, 딸기, 계피, 옥수수 등)와 함께 소비되는 경향이 있는 것으로 나타남
- 따라서, SNS 플랫폼을 중심으로 현지 혹은 한식 조리법을 소개하면서 다양한 레시피에 활용할 수 있는 온 가족 건강 영양 간식으로 홍보하는 방법을 고려해볼 수 있음

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC World Trademap
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Kompas
5. Tokopedia
6. iPrice Group

□ 참고 자료

1. aT 한국농수산물유통공사 자카르타지사, “2022년 인도네시아 심층조사”
2. aT 한국농수산물유통공사 자카르타지사, “인도네시아 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색”

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.