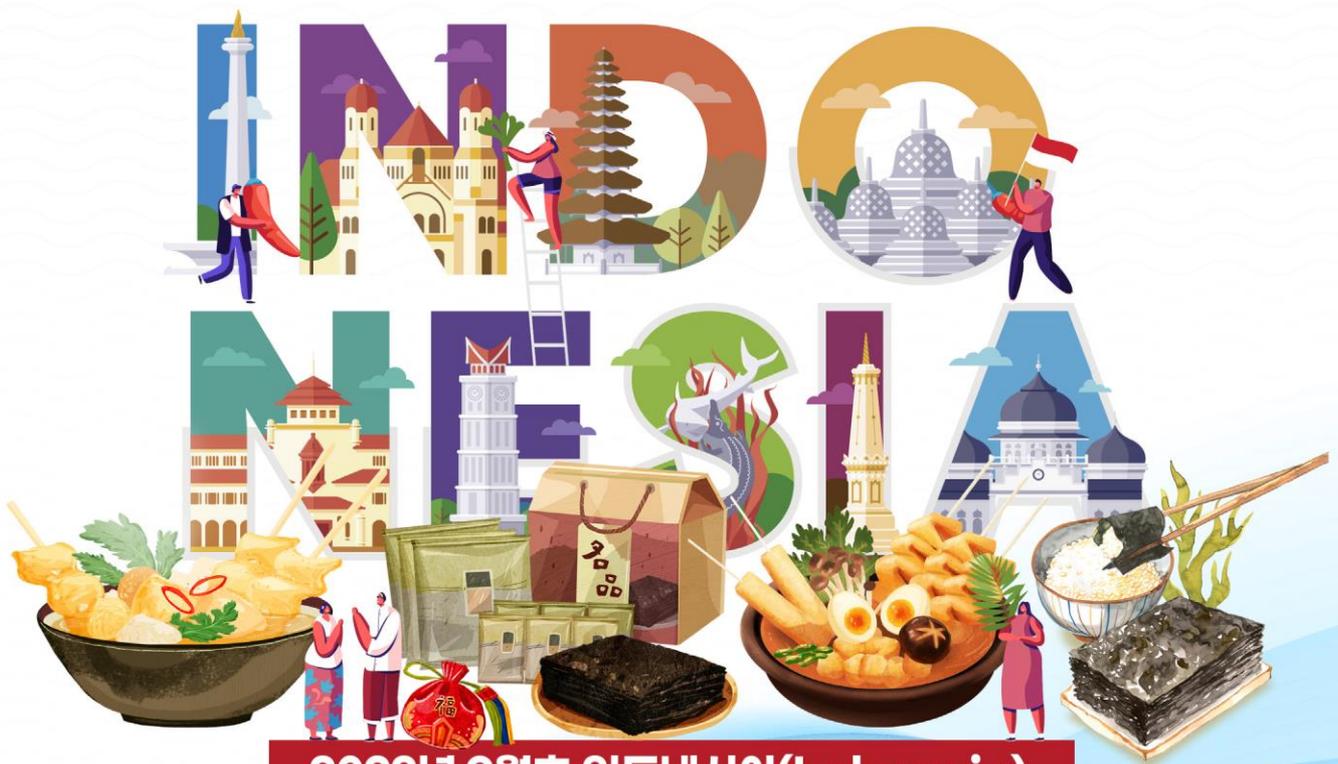




2023
수산물 수출기업 맞춤형 시장조사
월간 이슈 보고서

인도네시아 김·어묵



2023년 9월호 인도네시아(Indonesia)

CONTENTS

소비트렌드 CONSUMPTION TRENDS

- 03 인도네시아 수산물 시장 동향
- 05 인도네시아 수산물 소비 동향
- 07 인도네시아 수산가공품 수입 동향
- 09 인도네시아 온라인 몰 김 제품 분석
- 11 인도네시아 온라인 몰 어묵 제품 분석
- 13 수입·유통업체 인터뷰

제품트렌드 PRODUCT TRENDS

- 15 인도네시아 김 주요기업 분석
- 17 인도네시아 어묵 주요기업 분석
- 19 인도네시아 수산가공품 주요제품
- 23 수입·유통업체 인터뷰

유통트렌드 DISTRIBUTION TRENDS

- 25 인도네시아 수산물 유통구조
- 26 인도네시아 수산물 주요 유통채널

진입장벽 TRADE BARRIERS

- 30 인도네시아 수산물 통관검역 절차
- 31 인도네시아 수산물 비관세장벽 주요 이슈





Consumption Trends 인도네시아 수산물 소비트렌드

인도네시아 수산물 시장 동향

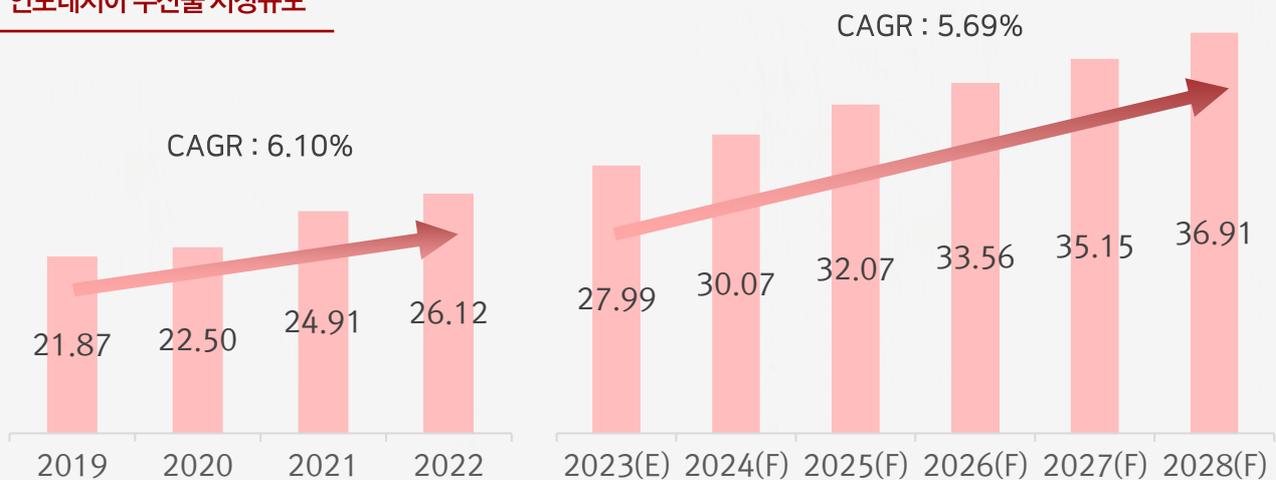
인도네시아 수산물 시장규모

스태티스타가 정의하는 수산물 시장은 크게 신선 어류, 신선 수산물, 수산가공품의 세 가지 하위 부문으로 나뉨. 신선 어류는 신선하거나 냉장·냉동된 모든 유형의 식용 어류를 말하며, 신선 수산물은 신선하거나 냉장·냉동된 모든 갑각류 및 연체동물을 가리킴. 수산가공품은 건조·염장·훈제되거나 통조림 처리된 모든 유형의 어류 및 수산물을 의미함. 세 가지 하위 부문의 시장규모는 자연산·양식, 해수·담수 여부에 관계없이 집계됨. 위 정의에 따른 2022년 기준 인도네시아의 수산물 총 시장규모는 약 26.12십억 달러에 달함

이러한 인도네시아 수산물 시장규모는 지난 4년간(2019-2022년) 연평균 6.10% 성장하였으며, 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 5.69%의 성장세를 유지하여 꾸준한 상승세를 보일 것으로 예측됨. 이에 따라, 2024년 처음으로 300억 달러를 돌파하여 2028년 36.91십억 달러까지 성장할 것으로 예측됨

단위 : 십억 달러

인도네시아 수산물 시장규모



출처 : 스태티스타(Statista)



인도네시아 수산물 시장 동향

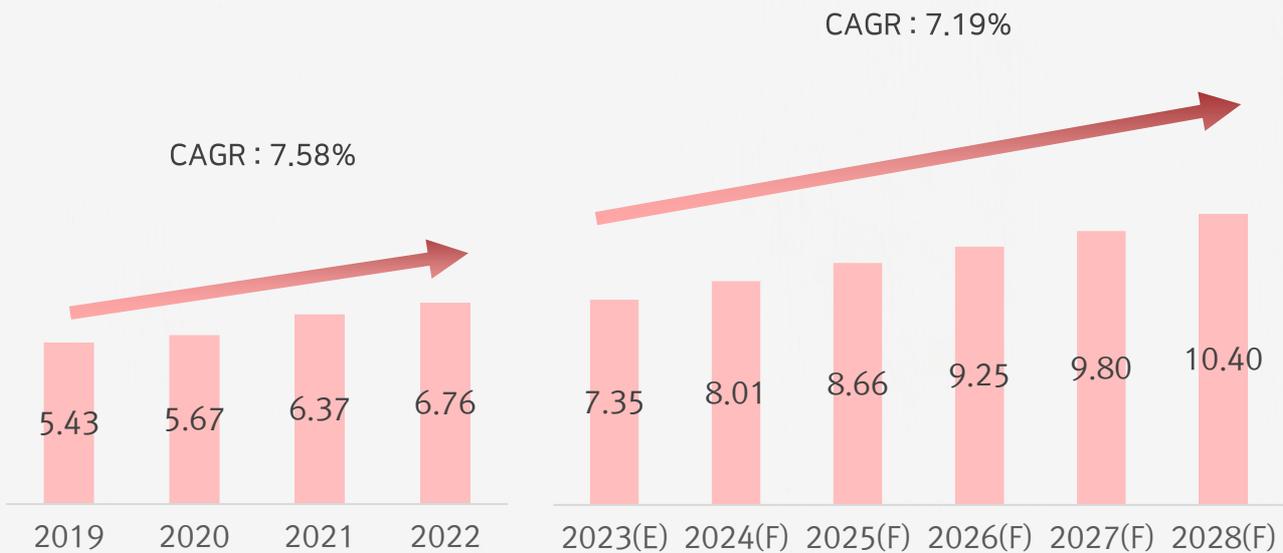
인도네시아 수산가공품 시장규모

인도네시아 수산가공품 시장규모는 2019년 약 5.43십억 달러로 집계되며 지난 4년간(2019-2022년) 연평균 7.58% 성장해 2022년에는 6.76십억 달러를 기록함. 이처럼 인도네시아 수산가공품 시장은 지난 4년간 전체 수산물 시장규모의 성장세보다 빠른 성장을 보임. 또한, 2022년 기준 수산가공품이 수산물 전체 시장규모 중 26%의 점유율을 보여, 수산가공품의 성장이 수산물 전체 시장규모 확대에도 긍정적인 영향을 준 것으로 판단됨

이러한 성장 흐름에 따라 금년 2023년 수산가공품 시장규모는 7.35십억 달러를 기록할 것으로 추정되며, 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 7.19%로 꾸준히 성장하는 추세를 보일 것으로 예측됨. 이에 2028년에는 처음으로 100억 달러 대를 돌파하여 104억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

인도네시아 수산가공품 시장규모

단위 : 십억 달러



출처 : 스탯티스타(Statista)



인도네시아 수산물 소비 동향

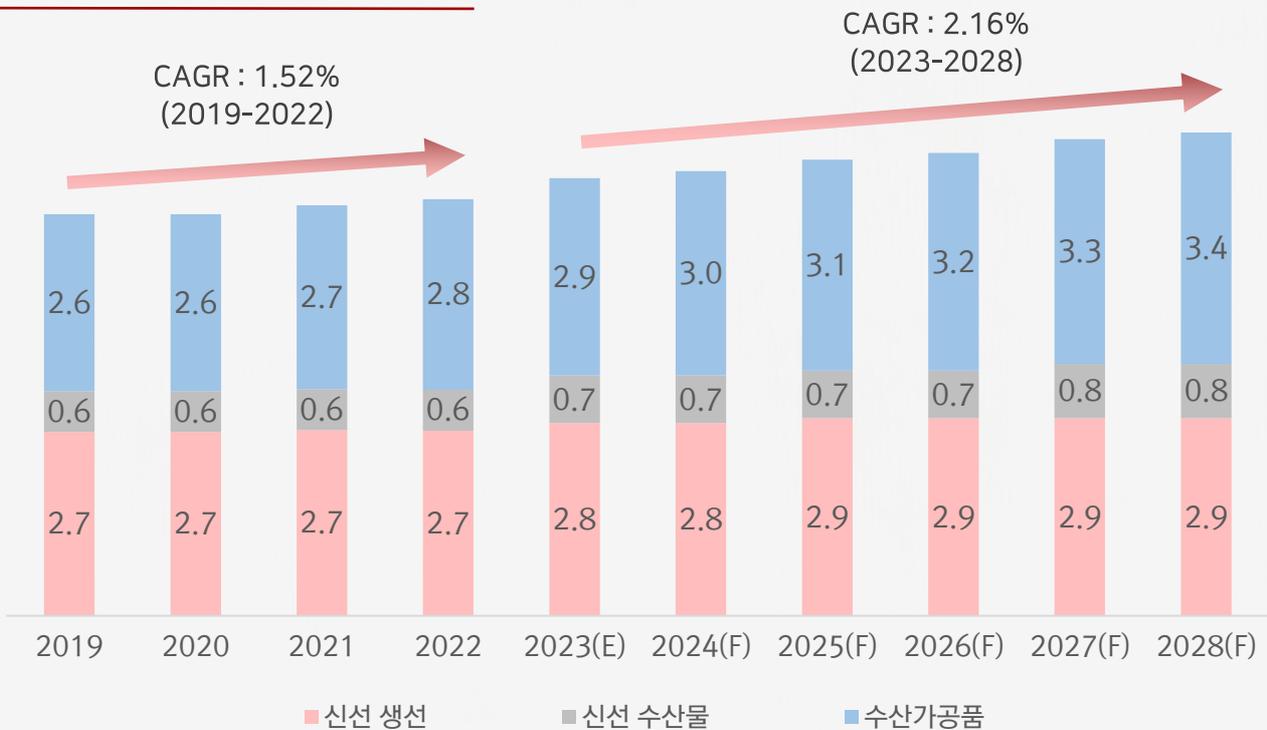
인도네시아 수산물 소비규모

2022년 기준 인도네시아의 전체 수산물의 1인당 소비규모는 6.1킬로그램으로 집계됨. 이는 2019년 5.8킬로그램에서 4년간(2019-2022년) 연평균 1.52%의 성장률로 성장한 결과임. 이러한 수산물의 1인당 소비규모는 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 성장률 2.16%로 예측되어 성장세가 이어질 것으로 보임

인도네시아 수산물 시장의 세 가지 하위 부문별로 살펴보면, 2022년 기준 1인당 소비규모는 신선 생선 2.7킬로그램, 신선 수산물 0.6킬로그램, 수산가공품 2.8킬로그램으로 나타남. 이에 따라 수산 가공품, 신선 생선(45%), 신선 수산물(10%) 순의 소비규모를 보이나, 2028년에는 수산 가공품이 더욱 빠른 성장을 보여 수산 가공품(48%), 신선 생선(41%), 신선 수산물(11%) 순의 규모를 보일 것으로 예측됨

인도네시아 수산물 1인당 소비규모

단위: 킬로그램



출처 : 스탯티스타(Statista)



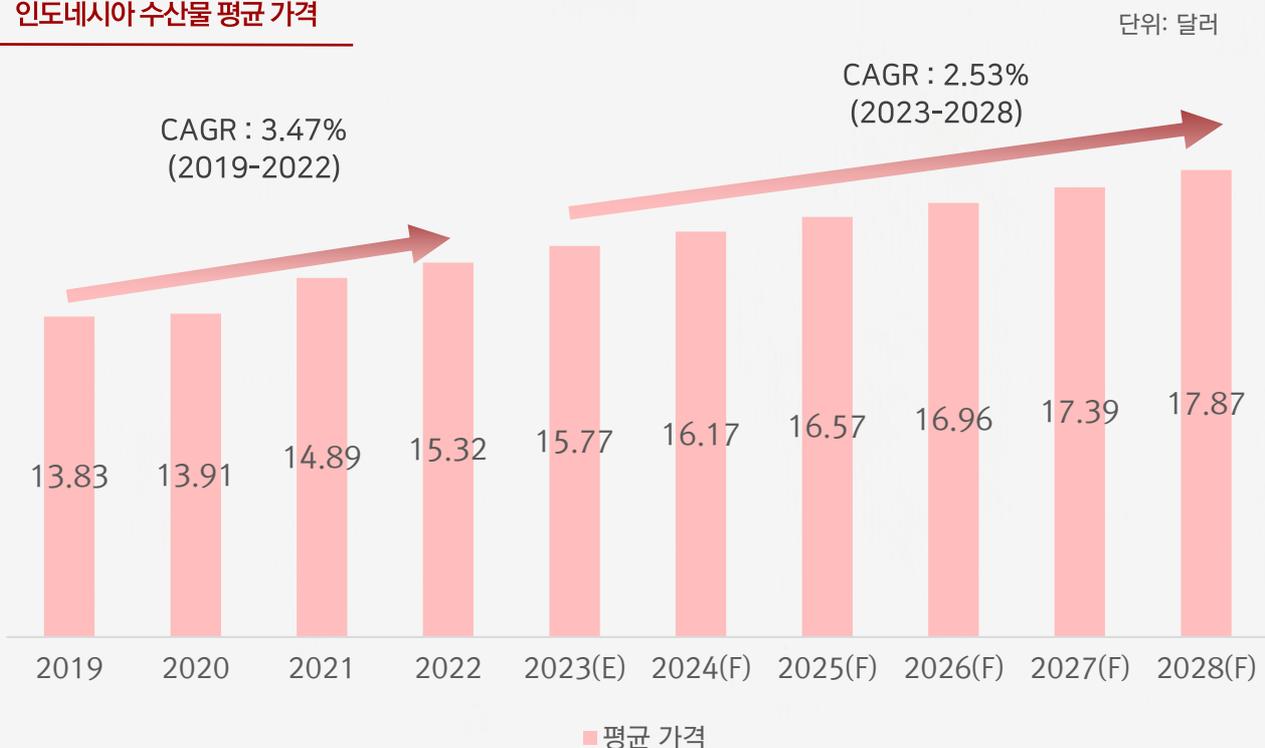
인도네시아 수산물 소비 동향

인도네시아 수산물 가격동향

인도네시아 수산물 평균 가격을 살펴보면 2019년 13.83달러에서 2022년 15.32달러까지 연평균 3.47%의 성장률을 보임. 2023년 수산물 평균 가격은 15.77 달러까지 상승할 것으로 추정되었으며, 이러한 가격 상승 흐름이 지속돼 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 2.53%의 성장률을 보여 2028년에는 17.87달러에 달할 것으로 전망됨

인도네시아의 연평균 수산물 평균 가격 상승률과 전체 수산물 시장규모는 지난 4년간의 성장률이 향후 6년간의 성장률보다 높다는 특징이 있음. 반대로 1인당 소비 규모는 지난 4년간의 성장률보다 향후 6년간의 성장률이 더 큰 것으로 조사되어 수산물의 가격 상승에도 불구하고 1인당 소비규모의 빠른 성장으로 인해 시장규모가 지속적으로 확대될 것으로 전망됨

인도네시아 수산물 평균 가격



출처 : 스태티스타(Statista)

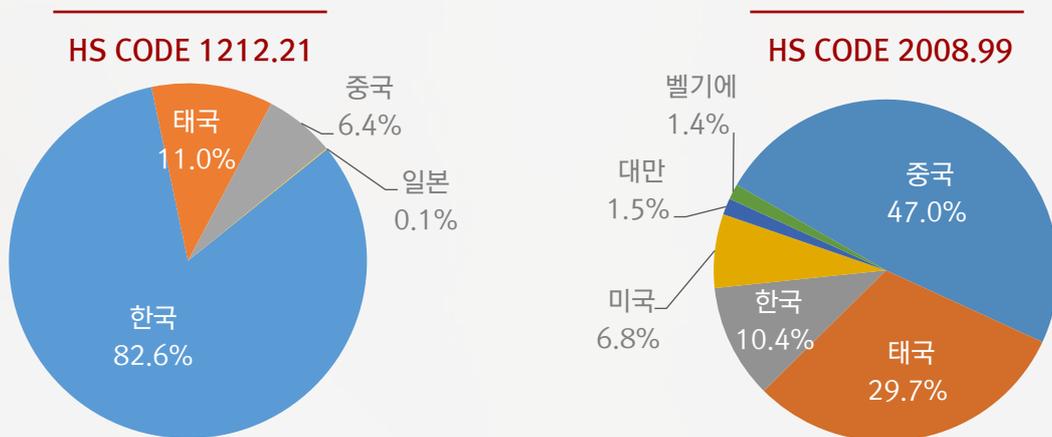
인도네시아 수산가공품 수입 동향

인도네시아 김 수입규모

인도네시아의 해조류 수입 시 적용되는 HS CODE 1212.21과 조미김 수입 시 적용되는 HS CODE 2008.99의 수입규모를 확인함

HS CODE 1212.21(해조류) 품목의 인도네시아 對글로벌 수입 규모는 2022년 기준 13,720천 달러로 집계되었으며, 2018년 2,883천 달러에서 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 47.7%를 보여 빠르게 성장함. 이 중 對한국 수입액은 13,720천 달러로 對글로벌 수입액의 82.6%를 점유하여 1위를 차지함. 인도네시아 對한국 수입액은 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 48.5%의 성장률을 보인 것으로 확인됨. 한국 다음으로 수입액이 큰 국가로는 태국(1,506천 달러, 11.0%), 중국(878천 달러, 6.4%), 일본(8천 달러, 0.1%)이 있음. 가장 큰 수입 규모를 차지한 국가는 한국이나, 지난 5년간 수입규모의 가장 큰 성장률을 보인 국가는 태국임

이어서 2022년 HS CODE 2008.99의 인도네시아 對글로벌 수입 규모는 20,530천 달러로 2018년 13,019천 달러에서 지난 5년(2018-2022년) 동안 연평균 12.1%의 성장세를 보임. 글로벌 수입액 1위를 차지한 국가는 중국이며 9,648천 달러로 47.0%의 점유율을 보임. 對한국 수입액은 전체 수입액의 10.4%인 2,145천 달러로 3위를 차지했으며 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 161.3%의 높은 성장률을 보임. 이외에는 태국이 6,090천 달러(29.7%)로 2위를 기록했으며, 미국(1,388천 달러, 6.8%), 대만(308천 달러, 1.5%), 벨기에(290천 달러, 1.4%) 순으로 각각 4, 5, 6위를 차지함



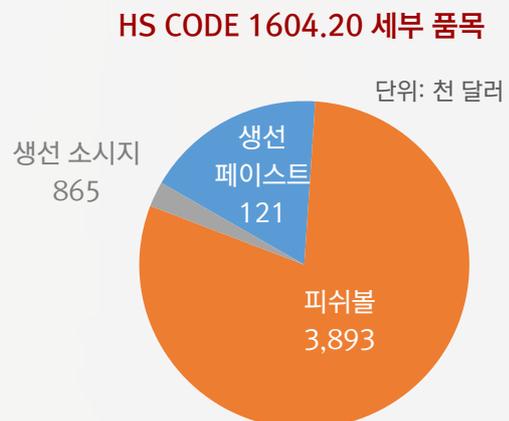
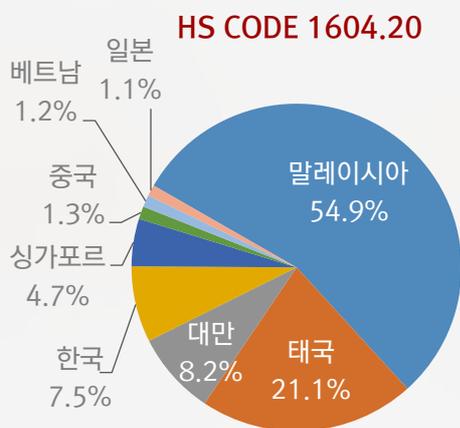
인도네시아 수산가공품 수입 동향

인도네시아 어묵 수입규모

인도네시아의 어묵 수입 시 적용되는 HS CODE 1604.20의 수입 규모를 확인함

1604.20(어묵) 품목의 인도네시아 對글로벌 수입 규모는 2022년 기준 17,459천 달러로 집계됨. 이는 2020년 11,838천 달러에서 지난 3년간(2020-2022년) 연평균 21.4%의 성장률 보임. 對한국 수입액은 전체의 7.5%를 점유했으며 1,310천 달러로 4위를 차지함. 對한국 수입액은 지난 3년간(2020-2022년) 연평균 65.0% 상승한 것으로 조사됨. 어묵 수입액 1위를 차지한 국가는 말레이시아이며 9,583천 달러의 규모로, 54.9%의 점유율을 보임. 그 뒤를 이어 태국(3,686천 달러, 21.1%), 대만(1,429천 달러, 8.2%) 순으로 수입 규모가 큼. 수입액 3위국인 대만은 지난 3년간 연평균 405.2%의 가장 높은 성장세를 보임

이어서 2022년 HS CODE 1604.20의 세부 품목으로 1604.20-20(생선소시지), 1604.20-30(피쉬볼), 1604.20-40(생선 페이스트) 각각의 수입규모를 확인함. 1604.20-20(생선소시지)의 경우, 인도네시아 對글로벌 수입액은 865천 달러로 최근 3년(2020-2022년) 동안 연평균 50.2% 성장함. 對한국 수입액은 862천 달러로 전체의 99.7%를 차지함. 1604.20-30(피쉬볼)의 對글로벌 수입액은 3,893천 달러이며, 말레이시아(3,492천 달러, 56.7%), 싱가포르(308천 달러, 7.9%), 베트남(77천 달러, 2.0%), 벨기에(15천 달러, 0.4%)의 순으로 수입 규모가 큼. 1604.20-40(생선 페이스트)의 對글로벌 수입액은 121천 달러로 집계됨. 한국이 68천 달러로 56.2%를 차지해 1위 수입국인 것으로 조사되었으며, 베트남이 53천 달러(43.8%)로 뒤를 이음



인도네시아 온라인 몰 김 제품 분석

제품 분석 프로세스

※ 인도네시아 온라인 몰 입점 김 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 해조류(rumput laut), 김(Nori) 등
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰

※ 인도네시아 온라인 몰 입점 김 제품 특징 분석

- 데이터 분석 카테고리
- ① 맛 ② 경쟁제품
- ③ 홍보문구 ④ 패키징

카테고리	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
맛	매운	pedas	110	양파	bawang	36
	참깨	wijen	76	치즈	keju	17
	소금	garam	72	새우	udang	8
	바베큐	bbq, barbekyu	49	와사비	wasabi	7
경쟁제품	해조류	rumput laut	536	김가루	bubuk, nori topping	20
	건미역	rumput laut kering	143	미역	wakame	17
	해조류스낵	snack rumput laut	49	조미용 김	berbumbu	9
홍보문구	할랄	halal	227	비타민	vitamin	41
	김밥용	sushi	144	미네랄	mineral	39
	안전하게	aman	108	간식	camilan	38
	건강	sehat	83	신선한	segar	26
	바삭한	renyah	71	천연의	alami	26
	섬유질	serat	44	보관	disimpan	15
패키징	50매	50 lembar	61	봉지	sachet	23
	10매	10 lembar	57	20매	20 lembar	19
	가족용	keluarga	31	파우치	kantong	15

자료 : Shopee

인도네시아 온라인 몰 김 제품 분석

판매 제품 특징

(* 순위는 온라인 몰 판매 제품 분석 결과, 카테고리 내 해당 키워드의 순위를 의미함

(**) 조사시점 : 2023년 7월 24일

맛 1위 매운		경쟁제품 2위 건미역	
			
브랜드	마마수카(Mama Suka)	브랜드	세가루(SEGARU)
분류	김	분류	건미역
중량	4.5g*2봉	중량	25g
가격	11,900루피아(1,042원)	가격	16,000루피아(1,402원)
홍보문구 2위 김밥용		패키징 1위 50매	
			
브랜드	자바(JAVA)	브랜드	만전김(Manjun)
분류	김	분류	김
중량	125g	중량	125g
가격	71,900루피아(6,298원)	가격	100,000루피아(8,760원)

자료 : Shopee

인도네시아 온라인 몰 어묵 제품 분석

제품 분석 프로세스

※ 인도네시아 온라인 몰 입점 어묵 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 생선(ikan), 할랄(halal) 등
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰

※ 인도네시아 온라인 몰 입점 어묵 특징 분석

- 데이터 분석 카테고리
① 맛 ② 경쟁제품
③ 홍보문구 ④ 패키징

카테고리	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
맛	생선	ikan	294	두부	tahu	50
	오리지널	asli	234	향신료	bumbu	36
	계란	telur	132	새우	udang	30
	매운	pedas	70	마늘	bawang putih	13
경쟁제품	소고기미트볼	bakso sapi	31	두부볼	tahu bakso	6
	치킨볼	bakso ayam	11	새우볼	bakso udang	5
	크랩볼	pempek kepiting	6	오징어볼	baso cumi	2
홍보문구	소스 동봉	cuko kuah	416	프리미엄	premium	87
	할랄	halal	256	홈메이드	home made	47
	보존제무첨가	pengawet	228	간식	cemilan	31
	신선한	fresh	218	위생적인	higienis	28
	품질 좋은	kualitas	192	바삭한	crispy	27
패키징	팩	paket	249	50개	50 pcs	36
	10개	10 pcs	93	진공 포장	kemasan vacuum	23
	병	botol	57	상자	karton	23

자료 : Shopee

인도네시아 온라인 몰 어묵 제품 분석

판매 제품 특징

(*) 순위는 온라인 몰 판매 제품 분석 결과, 카테고리 내 해당 키워드의 순위를 의미함

(**) 조사시점 : 2023년 7월 24일

맛 3위 계란		경쟁제품 1위 소고기미트볼	
			
브랜드	펨펙캔디 (PEMPEK CANDY)	브랜드	카라와치(Karawaci)
분류	어묵	분류	소고기미트볼
중량	정보 없음	중량	700g
가격	27,500루피아(2,409원)	가격	60,500루피아(5,300원)
홍보문구 1위 소스 동봉		패키징 1위 팩	
			
브랜드	펨펙 제린(Pempek Zerín)	브랜드	비초(VICO)
분류	어묵	분류	어묵
중량	1.15kg(소스 포함)	중량	정보 없음
가격	110,000루피아(9,636원)	가격	125,000루피아(10,950원)

자료 : Shopee

인도네시아 김 수입유통업체 인터뷰

인도네시아 김 수입유통업체 담당자

- Purchasing Manager
(PT. Arum Nirwana Global 소속)
- Purchasing Manager
(K-Mart Grand Wijaya 소속)
- Product Manager (Korinus 소속)

Q. 인도네시아에 김의 수요는 어떠한가요?

A. 인도네시아에서 김의 수요는 지속해서 증가하고 있으며 그 중 특히, 김 스낵과 요리용 김의 인기가 높아지고 있습니다. 인도네시아 소비자들은 그동안 김 스낵을 일본의 전통 과자로 여겨 왔습니다. 김 스낵 제품 중 가장 인기 있는 제품은 태국산 '타오 카이 노이(Tao Kai Noi)'인데 이 제품도 로고에 일본어를 사용하는 등 일본적인 느낌을 내고 있습니다.

최근 들어 한국 드라마와 관광 열풍이 불면서 한국을 방문하는 인도네시아인들이 늘어, 한국산 김 스낵의 인기도 상승하기 시작했습니다. 특히, 김밥용 김이 인기를 얻어, 이를 간식으로 먹는 사람들도 종종 있습니다. 이와 같은 수요 증가에 따라 과거 주로 식당이나 호텔에만 유통되던 한국산 김밥용 김은 최근 슈퍼마켓 체인에 대거 유통되는 모습을 볼 수 있습니다.

다만, 아직까지 인도네시아 소비자들은 한국, 일본, 중국산 김 사이 간 차이점을 인지하지 못하여, 원산지보다는 맛을 더 중요시합니다.

Q. 현지 소비자들을 사로잡는 방법이 있을까요?

A. 인도네시아에서는 구운 김과 조미 김이 잘 팔립니다. 특히, 요리용 구운 김은 요리에 김을 재료로 넣는 인도네시아 소비자들에게 인기가 좋지만, 친숙하기 때문에 시장 경쟁이 상당히 치열할 것입니다. 김자반은 아직 인도네시아 소비자에게 생소한 제품이기 때문에 매력적으로 보일 수 있습니다.

또한, 인도네시아 소비자들은 매운 음식을 좋아하기 때문에 매운 맛의 김 스낵이 있으면 좋을 것 같습니다. 이 외에도 인도네시아 쇠고기 요리인 렌당(Rendang) 맛 김 같은 현지 음식의 맛을 가미한 제품군을 추가한다면 소비자들의 입맛을 사로잡을 수 있을 것입니다.

홍보 방법의 경우, 한국산 김 제품을 유통하는 대형마트는 주로 게임, 댄스, 케이팝 등과 관련된 이벤트와 함께 시식 행사를 진행합니다. 한인 마트는 라이브 쿠킹이나 제품 시식 등 판촉 행사를 합니다. 이 외에 쇼피(Shopee), 토크피디아(Tokopedia)에서 개최하는 한식 프로모션 데이를 통한 홍보도 추천합니다.

출처: PT. Arum Nirwana Global



조미김
올리브유 맛

출처: Korinus



김스낵 치즈맛

인도네시아 어묵 수입유통업체 인터뷰

인도네시아 어묵 수입유통업체 담당자

- HRD Manager (PT. Koin Bumi 소속)
- Sales Marketing (CV libra Food Service 소속)
- Sales Operation Manager (PT. Sukanda Djaya 소속)

Q. 인도네시아에 어묵의 수요는 어떠한가요?

A. 인도네시아에서 어묵은 인기 있는 전통 음식이기에 수요가 매우 높고 일상적인 음식으로 자리잡고 있습니다. 특히, 인도네시아 전통 요리 중 가장 인기 있는 요리는 펌펙(Pempek) 어묵이기 때문에 어묵의 수요는 계속해서 커질 것으로 보입니다. 또한, 어묵은 현지 소비자들 사이에서 손꼽히는 길거리 간식이기도 합니다. 인도네시아에서 전통 어묵은 이렇다할 유행이 따로 없지만, 최근 들어 인도네시아 소비자 사이에서 한식 어묵이 인기가 높아졌습니다. 이에 많은 상인이 미트볼, 소시지, 김, 개살, 새우 등으로 속을 채운 한식 어묵을 길거리에서 판매하는 모습이 보이곤 합니다.

가장 인기 있는 어묵 제품은 인도네시아 남부 수마트라 팔렘방(Palembang) 지역의 생선과 타피오카로 만든 인도네시아 전통 어묵입니다. 가장 유명한 어묵 요리는 펌펙 카팔 셀람(Pempek Kapal Selam)과 오타오탁(Otak otak) 어묵이 있습니다.

펌펙 카팔 셀람은 달걀을 펌펙 반죽에 싸서 튀긴 요리입니다. 식초와 흑설탕으로 만든 쿠코(Cuko) 양념을 곁들여 먹습니다. 몇몇 음식점이나 길거리 시장에서는 쿠코 소스의 신맛을 용화시키기 위해서 면과 잘게 썬 오이를 곁들여 판매하기도 합니다. 오타오탁은 간 생선을 양념에 버무려 앞으로 감싼 어묵입니다.

Q. 현지 소비자들을 사로잡는 방법이 있을까요?

A. 한국산 어묵의 강점은 식이섬유, 미네랄, 비타민이 풍부하면서도 열량은 낮다는 점입니다. 최근 들어 인도네시아 소비자들 사이에서 건강한 식단에 관한 관심이 높아지고 있습니다. 건강상 이점이 많은 한국산 제품은 인도네시아 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있을 것으로 생각합니다. 현지 소비자들의 기호를 사로잡기 위해서 어묵과 곁들여 먹을만한 다양한 종류의 내용물이나 양념을 다양하게 개발해 보는 것을 추천합니다. 또한, 처음 구매해보는 소비자들이 작은 크기의 제품을 먼저 구매해서 먹어볼 수 있도록 다양한 크기로 포장해서 판매하는 것을 추천합니다.

출처: PT. Koin Bumi

출처: PT. Sukanda Djaya



부산 어묵



어묵

Product Trends

인도네시아 수산가공품 제품트렌드

인도네시아 김 주요기업 분석

주요기업	진양 푸드		타오 까에 노이		대상(마마수까)	
규모	직원 수	12명	직원 수	2,735명	직원 수	5,570명
	수산가공품 품목 수	3개	수산가공품 품목 수	12개	수산가공품 품목 수	10개
	설립연도	1979년	설립연도	2004년	설립연도	1973년
	매출	25억 9천만 원	매출	4,367백만바트	매출	3조 3천억 원
진출 채널	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아, 쇼피, 라자다 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마트 		<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아, 쇼피, 라자다 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마트, 알파마트, 보르네오 슈퍼마켓 		<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아, 쇼피, 라자다 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마트, 알파마트 	
홍보채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국) 		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(인도네시아/글로벌) SNS 플랫폼(글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(인도네시아/글로벌) SNS 플랫폼(인도네시아) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 틱톡 	
제품 홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> - 6+3개 무료증정 - Well Being을 먹으면, Well Being이 와르르 - 향긋하고 바삭한 		<ul style="list-style-type: none"> - 수산물 맛, 매운 맛 - 해초는 영양가가 높습니다. - 비타민A, C, E, B12와 오메가3의 공급원 - 식품 안전 인증, 공장 품질관리 시스템 		<ul style="list-style-type: none"> - 바로 먹을 수 있도록 포장된 건미역입니다. - 섬유질, 비타민, 미네랄이 풍부하고, 콜레스테롤이 낮습니다. - 해초의 효능 중 하나는 심장 건강을 개선하는 오메가3 지방산과 항산화제가 있습니다. 	

인도네시아 김 주요기업 현황

인도네시아의 수산물 주요기업인 진양푸드는 김 제조 전문기업으로, 수십년간의 연구 결과를 바탕으로 맛과 향, 건강까지 생각하는 김을 생산한다는 이념을 바탕으로 기업을 운영하고 있음. 식품 안전, 위생, 품질, 환경 인증을 획득하여 철저한 관리기준에 따라 김을 생산하고 유럽, 중국, 이스라엘 등 전 세계로 자사 제품을 수출하고 있음. 해당 기업의 조미김 등 수산가공품 제품은 온라인 매장 토코피디아, 쇼피, 라자다를 비롯해 오프라인 하이퍼마트에 입점하여 판매되고 있음. 자사 한국 홈페이지를 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있으며, 제품 홍보 시 '6+3', '향긋, 바삭' 등의 단어를 사용하여 맛을 갖춘 제품을 합리적으로 구매할 수 있는 점을 강조하는 것으로 확인됨

타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅은 태국 최대의 김 제품 제조업체로, 태국 김 시장점유율 70% 이상을 차지하고 있음. 2004년 설립한 이후 2005년부터 해외에 제품을 수출하기 시작함

소비자의 요구에 맞는 제품 생산과 브랜드 인지도 구축을 통한 소비자 관심 창출을 목표로 영업하고 있음. 해당 기업의 수산가공품 제품은 진양푸드와 마찬가지로 온라인 매장 토코피디아, 쇼피, 라자다에 입점해 있으며, 오프라인 매장은 하이퍼마트, 보르네오 슈퍼마켓, 알파마트에 입점하였음. 해당 기업은 '영양가', '비타민 A, 오메가3', '식품 안전 인증' 등의 키워드로 건강성과 안전성을 주로 홍보함

대상(마마수까)는 한국 대상 그룹이 1976년 인도네시아에 설립한 자회사로 자사 브랜드 제품, 인도네시아 및 수입 제품의 유통, 판매를 수행함. 또한, 현지 브랜드를 런칭하는 등 현지화 전략을 바탕으로 인도네시아 내 종합식품기업으로 자리 잡음. 인도네시아 내 다수의 지점과 유통센터, 제조 공장을 운영하고 있음. 온라인 채널 토코피디아, 쇼피, 라자다와 오프라인 하이퍼마트, 알파마트에 제품을 입점 및 판매 중임. '바로 먹을 수 있는' '심장 건강' 등의 키워드를 중점으로 간편성 및 효능을 강조함

진양푸드의
올리브유 재래김
(Seasoned Seaweed
Snack with Olive Oil)
69,690루피아/40.5g



(* 조사시점 : 2023년 7월 29일

타오 까에 노이의
따오 까에 노이 오리지널 플레이버
(Tao Kae Noi Original Flavor)
13,700루피아/32g



대상(마마수까)의
룸뽏 라웃
(Rumput Laut)
17,790루피아/9.0g



Product Trends

인도네시아 수산가공품 제품트렌드

인도네시아 어묵 주요기업 분석

주요기업	엘로다 미트라		큐엘 푸드스		치트라 디멘시 알탈리	
규모	직원 수	-	직원 수	30명	직원 수	104명
	수산가공품 품목 수	4개	수산가공품 품목 수	42개	수산가공품 품목 수	25개
	설립연도	1980년	설립연도	1994년	설립연도	1995년
	매출	-	매출	12.7백만달러	매출	-
진출 채널	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 토코피디아, 쇼피, 라자다 오프라인 매장 - 하이퍼마트 		<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 토코피디아, 쇼피, 라자다 오프라인 매장 - 하이퍼마트 		<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 토코피디아, 쇼피 오프라인 매장 - 하이퍼마트 	
홍보채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(인도네시아/글로벌) SNS 플랫폼(인도네시아) - 인스타그램 		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) SNS 플랫폼(인도네시아) - 유튜브, 인스타그램, 페이스북 	
제품 홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> 육류의 전통 풍부한 식감과 정통의 맛 현지 재료 세심한 제조 공정 		<ul style="list-style-type: none"> 연어맛 볼 식탁에 즐거움을 가져다 드립니다 바다의 즐거움을 경험해보세요 감미롭고 부드러운 식감 		<ul style="list-style-type: none"> 오징어로 만든 볼 어육을 다져 으갠습니다 영양이 있고 조리가 간편한 GMP, HACCP, HALAL 인증 	

인도네시아 어묵 주요기업 현황

인도네시아 식품 기업인 엘로다 미트라는 베르나르디(Bernardi)라는 버거 브랜드로 사업을 시작해, 현재는 육류 가공 분야, 베이커리 및 통조림 식품 등으로 사업을 확장함. 품질과 혁신을 기업의 주요 가치로 삼아 지속해서 제품을 연구 및 개발하고 있음. 해당 기업의 수산가공품 제품은 온라인 매장 토코피디아, 쇼피, 라자다와 오프라인 매장 하이퍼마트에 입점하여 판매되고 있으며, 자사 인도네시아/글로벌 홈페이지 및 인도네시아 인스타그램 등을 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 제품 홍보 시 '전통', '정통', '현지 재료' 등의 단어를 사용하여 원산지를 강조하는 것으로 확인됨

큐엘 푸드스는 농업 기반 회사로, 연육 기반 농식품의 말레이시아 최대 제조 및 유통업체임. 엄선된 신선한 바다 생선의 연육만을 사용하며, 중국, 인도네시아, 한국, 미국 등에 제품을 수출하고 있음

모든 제조 공정에 엄격한 HALAL 및 EU 표준을 적용하여 제품을 생산함. 큐엘 푸드스는 엘로다 미트라와 동일한 온·오프라인 매장에 입점해 있음. 또한, 글로벌 자사 홈페이지를 통해 '부드러운 식감', '연어맛' 등의 키워드로 원재료를 통한 맛과 식감을 주로 홍보함

치트라 디멘시 알탈리는 설립 초기에 소매점과 스타트업 호텔을 대상으로 고품질 수산물을 제조 및 유통하는 사업을 통해 성장함. 자체 공장을 설립하고 계속해서 확장하여 최신 기술로 대량 생산이 가능한 인도네시아 냉동 가공 수산물 업체의 선도 기업으로 올라섬. 또한, 온라인 채널 토코피디아, 쇼피와 오프라인 채널 하이퍼마트에 제품을 입점 및 판매 중임. 글로벌 자사 홈페이지를 비롯해 인도네시아 인스타그램, 유튜브, 페이스북 등 SNS 계정을 통해 제품을 홍보하고 있음. '영양가' 'GMP, HACCP, HALAL 인증' 등의 키워드를 중심으로 제품 안전성을 강조하고 있음

엘로다 미트라의
베르나르디 톰유름 (Bernardi Tom Yum)
58,700루피아/300g



큐엘 푸드스의
씨푸드킹 새먼 볼
(Seafoodking Salmon Ball)
43,000루피아/200g



치트라 디멘시 알탈리의
이칸 올라한 (Ikan Olahan)
32,850루피아/250g



(*) 조사시점 : 2023년 7월 29일



인도네시아 수산가공품 주요제품

인도네시아 김 온라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 7월 11일 / 2023년 7월 31일

토코피디아 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		올리브유 재래김 (Seasoned Seaweed Snack With Olive Oil)	청정원	한국	49.499루피아 /4.5g*9개
2		룸뽏 라웃 (Rumput Laut Kering Panggan)	마마수카	인도네시아	12.600루피아 /4.5g*2개
3		매운 하바네로 맛김 (Laverland Crunch Habanero Seaweed)	만전	한국	50루피아 /4.5g*9개
쇼피 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		룸뽏 라웃 (Rumput Laut Kering Panggan)	마마수카	인도네시아	5.850루피아 /4.5g
2		룸뽏 라웃 (Rumput Laut Kering Panggan)	마마수카	인도네시아	10.500루피아 /4.5g*2개
3		담백한 맛김 (Seasoned Laver)	타오 까에 노이	태국	12.950루피아 /4g*2개
라자다 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		올리브유 재래김 (Seasoned Seaweed Snack With Olive Oil)	청정원	한국	48루피아 /4.5g*9개
2		담백한 맛김 (Seasoned Laver)	타오 까에 노이	태국	7.990루피아 /4g
3		토종김 (Seaweed Seasoned Laver)	비비고	한국	42.490루피아 /4g*6개



인도네시아 수산가공품 주요제품

인도네시아 어묵 온라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 7월 11일 / 2023년 7월 31일

토코피디아 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		오뎅 피쉬 케이크 (Odeng Fish Cake)	고만나 (Gomanna)	인도네시아	25,000루피아 /500g
2		꾸에 이칸 고렝 (Kue Ikan Goreng)	세데아 (Cedeo)	인도네시아	28,000루피아 /500g
3		오딱오딱 이칸 (Otak-Otak Ikan)	세데아 (Cedeo)	인도네시아	57,200루피아 /1kg
쇼피 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		오뎅 핫바 (Odeng Hotbar)	오빠 코리아안 푸드 (Oppa Korean Food)	인도네시아	10,000루피아 /100g
2		나루토마키 (Narutomaki)	키분 (Kibun)	일본	29,500루피아 /160g
3		코리아 스타일 오뎅 (Korean Style Odeng)	세데아 (Cedeo)	인도네시아	28,900루피아 /480g
라자다 입점 제품 리스트					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/중량
1		오뎅 코딱 (Odeng Kotak)	스밀 코리아 (Cemil Korea)	(-)	31,630루피아 /500g
2		오딱오딱 이칸 (Otak Otak Ikan)	케다이 코리아 (Kedhai Korea)	인도네시아	61,900루피아 /500g
3		바나나 피쉬케이크 (Banana Fishcake)	설피쉬 (Sunfish)	(-)	27,500루피아 /500g



인도네시아 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 7월 29일

김 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/중량
1		올리브유 재래김 (Seasoned Seaweed Snack with Olive Oil)	대상	한국	69,690루피아 /40.5g*9개
2		타오 까에 노이 시푸드 플레이버 (Tao Kae Noe Seafood Flavor)	타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅 (Taokaenoi Food & Marketing)	태국	34,490루피아 /32g
3		룸뽏 라웃 (Rumput Laut)	마마수카 (MamaSuka)	인도네시아	17,490루피아 /9g*2개
4		타오 까에 노이 오리지널 플레이버 (Tao Kae Noe Original Flavor)	타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅 (Taokaenoi Food & Marketing)	태국	13,700루피아 /32g
5		타오 까에 노이 제패니즈 소스 플레이버 (Tao Kae Noe Japanese Sauce Flavor)	타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅 (Taokaenoi Food & Marketing)	태국	13,700루피아 /32g
6		타오 까에 노이 핫 스파이시 플레이버 (Tao Kae Noe Hot Spicy Flavor)	타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅 (Taokaenoi Food & Marketing)	태국	13,700루피아 /32g
7		알파 김 김 맛 (Roasted Seaweed)	인코 김 고렝 (Inko Gim Goreng)	인도네시아	13,900루피아 /9g
8		타오 까에 노이 담백한 맛 김 (Tao Kae Noe Seasoned Lavor)	타오 까에 노이 푸드 앤 마케팅 (Taokaenoi Food & Marketing)	태국	14,900루피아 /4g*2개
9		룸뽏 라웃 (Rumput Laut)	마마수카 (MamaSuka)	인도네시아	15,000루피아 /9g*2개



인도네시아 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 8월 21일

어묵 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/중량
1		오덴 (Oden)	원해 푸드 (Wonhae Food)	인도네시아	32,500루피아 /120g
2		베르나르디 톰웬 (Bernardi Tom Yum)	엘로다 미트라 (Eloda Mitra)	인도네시아	58,700루피아 /300g
3		박소 이칸 (Bakso Ikan)	치트라 디멘시 알탈리 (Citra Dimensi Arthali)	인도네시아	28,600루피아 /250g
4		씨푸드킹 새먼 볼 (Seafoodking Salmon Ball)	큐엘 푸드스 (QL Foods)	말레이시아	43,000루피아 /200g
5		커틀피쉬 볼 (Cuttlefish Ball)	치트라 디멘시 알탈리 (Citra Dimensi Arthali)	인도네시아	29,650루피아 /250g
6		이칸 올라한 (Ikan Olan)	치트라 디멘시 알탈리 (Citra Dimensi Arthali)	인도네시아	32,850루피아 /250g
7		박소 투나 (Bakso Tuna)	잘라 슴빌란 (Jala Sembilan)	인도네시아	22,500루피아 /500g
8		박소 우당 (Bakso Udang)	잘라 슴빌란 (Jala Sembilan)	인도네시아	22,500루피아 /500g

인도네시아 조미김 수입유통업체 인터뷰

인도네시아 김 수입유통업체 담당자

- Sales Marketing (Indofresh 소속)
- Head of Logistics (Arum Nirwana Global 소속)
- Head of Retail (Anugrah Indo Mandiri 소속)

Q. 유통업체의 조미김 신제품 수입 과정은 어떻게 되나요?

A. 신제품 수입의 첫 번째 단계는 시장조사를 통해 트렌드와 신제품을 분석하여 잠재적인 신제품을 발굴하는 것입니다. 좋은 무역 박람회와 전시회에 참가하는 것도 중요합니다. 이를 통해 협력하고 싶은 신규 벤더의 리스트를 작성한 후, 전화나 이메일을 통해 연락하여 온·오프라인 미팅을 요청합니다. 좋은 제품이나 해외 기업을 발견하면 제품의 사양, 가격, 거래 조건 및 기타 세부 사항을 문의하기 위해 컨택합니다. 이후, 샘플 요청, 제품 테스트, 계약 체결을 위한 협상을 시작합니다.

본격적으로 조미김 제품을 고르는 기준은 제품 품질과 신선도입니다. 좋은 품질의 제품을 제공하면 소비자와 신뢰를 쌓아 재구매를 유도할 수 있기 때문에 품질과 그것이 얼마나 오랫동안 잘 유지되는지를 가장 중요시합니다. 이에 소비자에게 품질이 좋은 제품을 선보이기 위해 프리미엄 제품 수입을 주로 고려합니다.

Q. 현지 소비자들이 조미김 제품 구매 시 가장 고려하는 요인과 제품 인기 요인은 무엇인가요?

A. 인도네시아 소비자들은 조미김을 구매할 때 맛과 식감을 가장 고려합니다. 그들은 맛있는 제품을 통해 즐거운 간식 시간을 갖기를 원합니다. 소비자들이 가장 선호하는 조미김은 오리지널 맛으로 베스트셀러입니다. 이 외에도 칠리 같이 매콤한 맛을 좋아해 허바네로 맛 조미김 선호하며 여러 제품과 곁들여 먹곤 합니다. 길쭉한 형태의 허바네로 맛 김(Seaweed Strip)은 아몬드를 곁들여 먹고, 칩 형태 김은 인도네시아 볶음면인 미고랭(Mie Goreng)이나 미트볼 요리인 박소(Bakso) 등 다른 음식과도 잘 어울립니다. 또한, 제품을 잘게 찢어 샐러드에 넣어 영양과 풍미를 더하기도 하고, 다양한 요리에 가니쉬로 사용해 시각적, 식감적인 요소를 더하기 좋아 인기가 높습니다.

또한, 인도네시아 소비자들은 가족이나 친구들과 함께 즐기고, 야외에서도 가볍게 먹는데 적합한 소포장 형태의 제품을 선호합니다. 이처럼 인도네시아 소비자들이 조미김을 다양한 방법과 상황에서 섭취한다는 점을 고려하여 제품을 개발하면 좋을 듯합니다.

출처: Indofresh



조미김
올리브 유 맛

출처: Anugrah Indo Mandiri



김스낵

인도네시아 어묵 수입유통업체 인터뷰

인도네시아 어묵 수입유통업체 담당자

- Operational Manager (Food Star Global 소속)
- Key Account Executive (STC Natural Indo 소속)
- Sales Area Manager (CJ Food Lestari 소속)

Q. 유통업체가 어묵 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

A. 어묵 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 비용입니다. 시장 수요, 트렌드, 어묵 제품의 품질, 가격 및 이윤, 제품 원가, 배송비, 관세, 세금, 유통 비용 등 어묵 제품 수입과 관련된 모든 비용을 계산합니다. 철저한 원가 분석을 통해 최종 제품의 수입 가격을 결정합니다. 환율 변동은 수입 제품의 가격에 영향을 미칠 수 있으므로 잠재적인 환율 변동까지 고려하는 것이 좋습니다.

또한, 고품질의 어묵 제품을 지속적으로 공급한 실적이 있는 공급업체인지 확인합니다. 해당 업체가 식품 안전과 품질에 대한 노력을 입증하는 HACCP, GMP, HALAL 등 관련 인증을 보유하고 있는지도 고려합니다.

출처: STC Natural Indo
어묵



Q. 현지 소비자들이 조미김 제품 구매 시 가장 고려하는 요인과 제품 인기 요인은 무엇인가요?

A. 인도네시아 국민의 대다수는 무슬림이며, 많은 소비자들이 식품을 구매할 때 필수적으로 할랄 인증을 확인합니다. 할랄 인증을 받은 어묵 제품이 이슬람 식생활 지침에 어긋나지 않는다는 것을 보장하기 때문입니다. 또한, 제품의 가격은 구매 결정에 중요한 역할을 합니다. 소비자는 좋은 품질을 위해서 기꺼이 비용을 지불하지만, 정기적으로 소비되는 제품의 경우 경제성을 더욱 중요하게 여깁니다. 이에 프로모션 행사, 할인, 묶음 판매는 가격에 민감한 소비자의 구매 결정에 영향을 미칠 수 있습니다.

또한, 건강에 관심이 많은 소비자들은 좋은 재료로 만든 어묵 제품을 찾으려 원재료를 확인합니다. 따라서, 인공 첨가물, 방부제, 과도한 양의 MSG가 없는 제품이 선호됩니다. 이 외에도 친구나 가족의 긍정적인 리뷰와 추천이 소비자의 선택에 영향을 줄 수 있으며, 품질과 신선도 또한 주요 고려사항입니다.

출처: CJ Food Lestari
어묵





Distribution Trends

인도네시아 수산물 유통트렌드

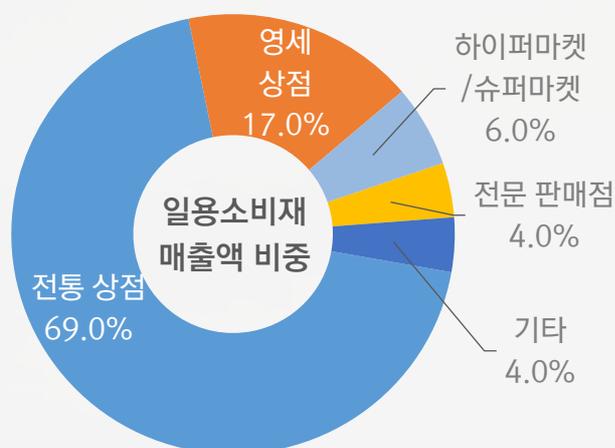
인도네시아 수산물 유통구조

인도네시아 수산가공식품 유통구조

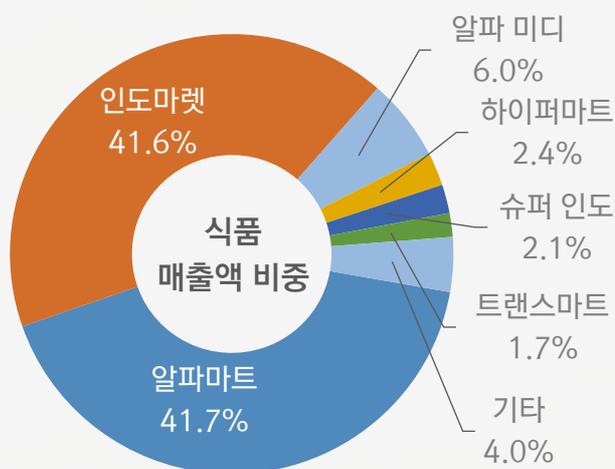
좌측 아래 도표와 관련하여 인도네시아의 매장 유형별 2022년 일용소비재 매출액을 기준으로 시장점유율을 살펴봄. 전통상점이 69.0%로 유일하게 과반을 차지하며 전체 일용소비재 매출액 점유율 1위를 기록함. 그 뒤를 이어 영세상점이 17.0%로 2위 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 6.0%로 3위, 전문 판매점이 4.0%로 4위를 차지함. 인도네시아는 아직까지 현대형 오프라인 채널보다는 전통적 유형의 오프라인 채널이 강세를 보이고 있음을 알 수 있음

이어서 인도네시아의 주요 소매업체별 2022년 식품 매출액 점유율을 조사함. 그 결과, '알파마트'와 '인도마켓'이 42.0%로 식품 품목의 소매 매출액 1위를 기록함. 이어서 '알파미디 (6.0%)', '하이퍼마트, 슈퍼인도, 트랜스마트 (2.0%)'가 각각 3, 4위를 차지함. 1위 소매업체와 나머지 업체 간의 큰 격차를 볼 수 있으며, 인도네시아 소비자들의 뚜렷한 채널 선호도가 나타남

2022년 인도네시아의 일용소비재
매장 유형별 매출액 비중



2022년 인도네시아의 식품
주요 소매업체별 매출액 비중



출처: 스태티스타

인도네시아 수산물 주요 유통채널

인도네시아 주요 유통채널 정보

기업명	기업구분	위치	기업 요약	입점가능품목	매장수
하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓	인도네시아 전역	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 전역에 약 200개 이상의 아울렛 매장과 98개의 하이퍼마트를 보유한 엠피피에이(MPPA) 리테일 그룹의 중심 유통 브랜드로 2004년에 설립됨 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 의류 생활용품 주방용품 가구 	100개
인도마켓 (Indomaret)	편의점	인도네시아 전역	<ul style="list-style-type: none"> 2020년과 2021년 총합 약 2,100여 개의 신규 매장 개점 모기업인 살림그룹은 인도네시아 내에서 KFC 등 기타 사업체를 보유한 기업이며, 산하에 인도마켓 브랜드의 운영체인 인도리텔을 보유함 인도마켓 산하 브랜드에 따라 매장 운영방식이 다소 상이함 	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품 즉석식품 간편식품 냉동식품 유제품 음료류 스낵류 등 	1만 9,276개
알파마트 (Alfamart)	편의점	인도네시아 전역	<ul style="list-style-type: none"> 2020년과 2021년 총합 약 2,600여 개의 신규 매장 개점 식품 분야의 매출액이 총 매출액의 약 70%를 차지함 1989년 유통업과 무역업으로 사업을 시작했으며, 1999년 소매유통업으로 사업 영역 확장 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 생활용품 주방용품 전자제품 신선식품 즉석식품 스낵류 등 	1만 7,000개

인도네시아 수산물 주요 유통채널

인도네시아 주요 유통채널 정보

	기업명	하이퍼마트(Hypermart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.hypermart.co.id		
	위치	반텐(Banten)		
기업 기본 정보	규모	매출액('23)	1조 7,900억 루피아(약 1,568억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 100개 직원 수('22): 11,089명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 모기업 매출액의 약 85% 차지 마타하리푸트라프리마는 인도네시아 70여 개의 도시에서 하이퍼마트 운영 총 세 개의 물류센터 보유하고 있으며, 효율적인 물류 관리 및 배송을 위해 오라클(Oracle)과 같은 글로벌 물류 시스템 외에도 자체 물류시스템 운영 		
매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 냉동식품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드 		
	매장 전경			

자료: 하이퍼마트(Hypermart), 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima)

인도네시아 수산물 주요 유통채널

인도네시아 주요 유통채널 정보

	기업명	인도마켓(Indomaret)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.indomaret.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
기업 기본 정보	규모	매출액('21)	76억 달러(약 9조 9,773억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 1만 9,276개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년과 2021년 총합 약 2,100여 개의 신규 매장 개점 • 모기업인 살림그룹은 인도네시아 내에서 KFC 등 기타 사업체를 보유한 기업이며, 산하에 인도마켓 브랜드의 운영체인 인도리텔을 보유함 • 인도마켓 산하 브랜드에 따라 매장 운영방식이 다소 상이함 • 인도마켓 포인트는 즉석식품과 음료를, 인도마켓 플러스는 신선식품을 주력으로 함 		
매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 냉동식품 등		
	선호제품	• 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드		
	매장 전경	 		

자료: 인도마켓(Indomaret)

인도네시아 수산물 주요 유통채널

인도네시아 주요 유통채널 정보

	기업명	알파마트(Alfamart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.alfamart.co.id		
	위치	반텐(Banten)		
기업 기본 정보	규모	매출액('22)	97조 루피아(약 8조 4,972억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 1만 7,000여 개 이상	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년과 2021년 총합 약 2,600여 개의 신규 매장 개점 • 식품 분야의 매출액이 총 매출액의 약 70%를 차지함 • 1989년 유통업과 무역업으로 사업을 시작했으며, 1999년 소매유통업으로 사업 영역 확장 • 기차 및 항공기 티켓 판매를 포함하여 택배 서비스 등 각종 서비스 제공 		
매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄 식품, 혁신적이고 판매력을 지닌 제품, 위생검사를 통과한 제품 • 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략을 보유해야 하며 알파마트의 마케팅 전략과 일치 혹은 유사해야 함 		
	매장 전경	 		

자료: 알파마트(Alfamart)

Trade Barriers

인도네시아 수산물 진입장벽

인도네시아 수산물 통관검역 절차

수출 전 사전준비

- 국립수산물품질원 생산·가공시설 등록 가능
- 무역부 수입승인, 식약청 등록, 사업자등록번호 발급 등 필수 취득 인허가 사항 有
- 할랄 인증 의무화 예정으로 취득 권장
- 가공식품 중금속 제한 규정 개정안 준수
- HS CODE : 1212.21(해조류), 1604.20(어묵)
- FTA 협정 세율 : 0.0%
- 원산지 증명서 발급(FTA 관세 적용)
- 라벨링 주의사항 : 인도네시아어로 표기, 라벨 및 광고 강조 표시 규정유의

국내 수산물 수출신고 및 통관

- 전자적 수출신고 및 수출신고필증 수령
- 서류심사 또는 물품검사 실시
- 신고 수리일로부터 30일 이내 적재
- 필요 서류 : 수출신고서, 선하증권, 상업송장, 포장 명세서

국내 수산물 수출검역 및 검사

- 국립수산물품질관리원에서 지정한 수산물이나 인도네시아의 요청에 따라 검사가 필요한 경우 실시
- 수출검역 : 서류/임상/정밀
- 수출검사 : 서류/관능/정밀

인도네시아 수산물 수입신고 및 통관

- 무역면허, 사업자 등록번호, 납세자 고유번호 발급
- 도착 시 정해진 기한 내 세관신고서 제출
- 전자세관시스템 통해 수입신고 및 서류 전송 가능
- '선 통관 사후 심사' 시스템
- 수입품 위험도에 따라 다른 통관 행정 서비스

인도네시아 수산물 수입검역 및 검사

- 수입검역 시 필요 서류는 수산물이 인도네시아 도착 전까지 도착항 검역관에 제출
 - 품목별 상이한 제출 기한 유의
- 서류검사 후 검역 대상으로 선정될 경우 제품 성질에 따라 격리 검역 또는 품질 검사 방식으로 진행

수산식품 반출 및 현지 유통

인도네시아 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ① 인도네시아의 한국산 수산물 수입승인 요구 품목

인도네시아 무역부(KPRI: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia)는 약 300여 개의 수산물 품목의 수입을 제한하며 수입승인 취득을 요구하고 있음. 모든 수입업체는 수입승인 신청서 및 필요 서류를 전자적으로 제출하여 수입승인을 취득할 수 있으며, 수입승인은 1년간 유효함. 가공식품 수입업체의 경우 사업자 고유번호와 수산물 수입 계획서, 산업부 장관 추천서를 제출해야 함. 한국산 수출 수산물 중 인도네시아 수입 시 수입승인을 요구하는 품목은 하기 표와 같음

인도네시아 무역부, 한국산 수산물 수입승인 요구 품목	
품목분류번호	품목명
1212.21	건조 미역, 김
0303.63-00	냉동 대구
0305.54-00	건조 멸치
0303.43-00	냉동 참치(가다랑어)
0303.54	냉동 고등어
0303.59	냉동 삼치

Issue ② 인도네시아 수입식품 BPOM 등록

인도네시아로 수산가공식품을 수출하는 경우, 수입업체는 유통 전 인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)에 등록하여 유통허가번호를 발급받아야 함. BPOM에서 고지한 식품 원료로 사용할 수 없는 품목 또는 성분이 함유된 경우, 등록이 불가함. 유통허가번호는 제품 라벨에 표시해야 하며, BPOM 가공식품관리국 홈페이지에서 제품정보 등록 시 유통허가를 받는 방법 시뮬레이션을 제공하고 있음. 제품 유형구분은 화장품(NA), 일반 가공식품(ML), 건강기능식품(SI), 전통의약품(TI), 의약외품(QI) 등이 있으며, 등록 시 약 300,000루피아 이상의 비용이 발생함

인도네시아 수산가공식품 수출 관련 BPOM 등록	
일반가공식품(ML) 신청 절차	
1단계	제출 서류 : 상품 및 성분 자료, 시험 검사서, 영양성분, 광고 표기 사항 : 온라인 접수
2단계	- 서류 심사비 납부 후 심사 진행 : 접수 및 평가 - 자료 부족 시 반려 및 추가 요구사항 안내
3단계	제출 서류 : 기술서류, 성분서류, 시험검사 결과, 포장 디자인, 광고 표기 사항 : 제품 심사
4단계	제품명칭, 광고 표기 사항, 포장 디자인, 등록증 : 등록증 QR코드 승인
일반가공식품(ML) 등록 시 수입자 구비 서류	
① 사업자 등록번호(NIB: Nomor Izin Berusaha)	
② 납세자 번호(NPWP: Nomor Pokok Wajib Pajak)	
③ 무역 면허(SIUP: Surat Izin Usaha Perdagangan)	

인도네시아 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ③ 수입 수산물 할랄 인증 의무화

인도네시아로 수산물 수출 시, 2024년 10월 17일부터 인도네시아 내에 진입·유통·거래되는 모든 제품은 할랄 인증 취득이 의무임. 인도네시아 할랄 인증규제 기관은 BPJPH(Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)이며, 할랄인증 신청서는 사업자가 BPJPH에 사업자 정보, 제품 이름 및 유형, 제품등록 및 사용된 재료, 제품 제조 공정 서류를 서면 형식으로 제출해야 함. 할랄 인증 취득 후 제품 외관에 인증 마크를 표시할 수 있음. 할랄 인증서는 재료 구성에 변경이 없는 한 BPJPH에서 발급한 후 4년 동안 유효하며, 만료일 3개월 전까지 사업자가 갱신신청을 하여 연장할 수 있음

인도네시아 수산물 BPJPH 할랄 인증	
인증 절차	
<ol style="list-style-type: none"> 인증 신청(제조 및 가공업체) - 서류 제출 수수료 납부(제조 및 가공업체) 서류 검토 및 현장실사(할랄검사소) 결과보고서 작성(할랄검사소) BPJPH 보고(MUI) 할랄 인증 심사(파트와 위원회) 	
신청 서류	
<ol style="list-style-type: none"> 비인증 원료에 한한 돼지 미사용 시설 증명서 에탄올 증명서 제조공정도 	<ol style="list-style-type: none"> 품목제조보고서 제품 스펙 및 시험성적서 수입신고필증 원산지증명서
유의 사항	
<ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 할랄 인증 로고만 사용가능 하며, 원 형태를 제거·변형하지 않는 한 로고색상 변경에 관한 규정은 없음 - 할랄 인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄 인증을 받지 않았음을 표기해야 함 	

Issue ④ 수입 수산물 SNI 인증 필수

인도네시아는 수산물 수입 시 수입 업체는 SNI 인증을 필수로 받아야 함. SNI 인증 관할 기관은 인도네시아 국가표준화기관(BSN, Badan Standardisasi Nasional)이며, 실제 인증은 시험인증기관인 LSPRO에서 수행함. 인증 소요기간은 최대 12개월 이상이며, 품목에 따라 차이가 발생할 수 있음. 인도네시아 외 국가에서 취득할 경우, 현지에서 진행하는 것보다 높은 비용이 발생하며, 샘플 평가원 등급에 따라 비용에 차이가 발생함

인도네시아 수산물 SNI 인증	
인증 절차	
<ol style="list-style-type: none"> 기 등록된 SNI 인증 품목 확인 (수입업체) 시험인증기관(LSPRO) 확인(수입업체) 서류 제출(수입업체) 서류 적합성, 완성도, 기업 검토(LSPRO) 제조공정 및 샘플 검사, 운영 시스템 평가 및 최종 검토(LSPRO) SNI 인증 발급 및 사후관리(LSPRO) 	
신청 서류	
<ol style="list-style-type: none"> 공인된 기업 정관 사본 영업 허가 사본 	<ol style="list-style-type: none"> 납세자 고유번호 브랜드 등록증명서 등
유의 사항	
<ul style="list-style-type: none"> - SNI 마크는 제품, 서비스, 시스템, 프로세스 또는 인력에 대한 일정 기준에 대해 품질 적합성 평가기관(LPK, Lembaga Penilaian Kesesuaian)이 주관하는 적합성 평가 과정을 통과해 규정의 요구 기준을 충족했다는 증거로 사용 - SNI 인증마크 사용승인서 발급 후 제품, 포장, 라벨 등에 인증마크를 부착할 수 있음 - SNI 인증마크 하단에 SNI 규격 번호 및 인증기관 번호를 기재해야 함 	

인도네시아 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ⑤ 가공식품 라벨링 규정

2022년 1월 BPOM은 가공식품 라벨 및 광고에 대한 표시 감독에 관한 규정 개정안을 발표함. 식품 라벨에 포함될 수 있는 강조 표시 범위는 하기 표와 같으며, 가공식품에 강조 표시를 하기 위해서는 품목별 특성 영양성분 요건을 먼저 충족해야 함. 또한, 다른 성분을 첨가하여 추가 가공이 필요한 중간 가공식품의 강조 표시는 가공식품 1회 제공량 당 함량 요건이 적용되지 않음

인도네시아 가공식품 라벨 및 광고 강조 표시 규정	
강조 표시 범위	1. 영양성분 및 비영양성분 강조 표시 - 영양성분 및 비영양성분 함량 강조 표시 - 영양성분 또는 비영양성분의 비교 표시 - 당류 무첨가 강조 표시 - 유당 강조 표시 - 글루텐 강조 표시 2. 건강 강조 표시 - 영양/비영양 기능 강조 - 질병 위험 감소 - 혈당 강조 3. 등장성(Isotonic) 강조 표시 4. 채식주의의 강조 표시 5. 미생물 관련 강조 표시
강조 표시 요건	1. 가공식품 1회 제공량 당 함량 요건 - 총 지방 18g 이하 - 포화지방 6g 이하 - 콜레스테롤 60mg 이하 - 나트륨 300mg 이하 2. 특정 영양성분 함량 요건
기타	1. 중간 가공식품의 강조 표시 요건 2. 사용 가능한 강조 표시 문구 및 사용 요건 등

Issue ⑥ 영양성분별 강조 표시 요건

인도네시아 가공식품 영양성분별 강조 표시 요건		
영양성분	강조표시	요건 (100g 당(고체)/100ml당(액체))
에너지 (열량)	Low	(고체) 40kcal 이하 (액체) 20kcal 이하
	Free	(고체) 4kcal 이하 (액체) 4kcal 이하
지방	Low	(고체) 3g 이하 (액체) 1.5g 이하
	Free	(고체) 0.5g 이하 (액체) 0.5g 이하
포화지방	Low	(고체) 1.5g 이하 (액체) 0.75g 이하
	Free	(고체) 0.1g 이하 (액체) 0.1g 이하
트랜스 지방	Low	(고체) 1.5g 이하 (액체) 0.75g 이하
	Free	(고체) 0.1g 이하 (액체) 0.1g 이하
콜레스테롤	Low	(고체) 20mg 이하 (액체) 10mg 이하
	Free	(고체) 5mg 이하 (액체) 5mg 이하
당류	Low	(고체) 5g 이하 (액체) 2.5g 이하
	Free	(고체) 0.5g 이하 (액체) 0.5g 이하
나트륨	Low	(고체) 120mg 이하
	Very Low	(고체) 40mg 이하
	Free	(고체) 5mg 이하
단백질	Source /contain	(고체) 영양표시 참조(ALG)의 20% 이하 (액체) 영양표시 참조(ALG)의 10% 이하
	High /Rich	(고체) ALG의 35% 이하 (액체) ALG의 17.5% 이하
비타민, 미네랄	Source /contain	(고체) ALG의 15% 이하 (액체) ALG의 7.5% 이하
	High /Rich	'Source' 기준 함량의 2배
식이섬유	Source /contain	(고체) 3g 이하 (액체) 100kcal당 1.5g 이하
	High /Rich	(고체) 6g 이하 (액체) 100kcal당 3g 이하