

2023 농식품 수출국가 정보조사 「인도네시아」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對인도네시아 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	279,476,346명, 전 세계 4위
민족구성 (2010년 추정치)	자바인 40.1%, 순다족 15.5%, 말레이인 3.7%, 바타족 3.6%, 마두라족 3%, 베타위족 2.9%, 미낭카바우족 2.7%, 부기스족 2.7%, 반텐족 2%, 반자르족 1.7%, 발리인 1.7%, 아체족 1.4%, 다약족 1.4%, 사삭족 1.3%, 중국어 1.2%, 기타 15%
언어	인도네시아어, 영어, 네덜란드어, 기타(자바어 포함 700개 이상의 언어)
종교 (2010년 추정치)	이슬람교 87.2%, 개신교 7%, 로마 가톨릭 2.9%, 힌두교 1.7%, 기타 0.9%, 불특정 0.4%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 24.22% (남성 34,627,270/여성 33,066,304) 15~64세: 68.1% (남성 95,267,122/여성 95,063,200) 65세 이상: 7.68% (남성 9,892,325/여성 11,560,125))
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 31.1세, 전 세계 117위 남성: 30.5세 여성: 31.8세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$3.246조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 7위 \$3.131조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$3.197조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	3.69% (2021년 추정치), 전 세계 129위 -2.07% (2020년 추정치) 5.02% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$11,900 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 130위 \$11,500 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$11,900 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	13.7% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	32% (2017년 추정치)
주요 생산품	기름야자 열매, 쌀, 옥수수, 사탕수수, 코코넛, 카사바, 바나나, 계란, 가금류, 고무		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<인도네시아의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
ASEAN 전체차원(한국, 중국, 일본, 호주·뉴질랜드, 인도), AFTA, 일본 (ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-인도네시아 CEPA 한-ASEAN FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

인도네시아 식품 시장은 2018년 1,868억 달러에서 연평균 6.9% 성장하여 2022년 2,439억 달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 365억 달러에서 연평균 6.3% 성장하여 2022년 466억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 19.1% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 250억 달러에서 연평균 8.9% 성장하여, 2022년 352억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 시장규모는 2018년 230억 달러에서 연평균 7.4% 성장하여, 2022년 306억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 12.5% 비중을 차지하고 있다.

<인도네시아 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	186.8	202.9	208.5	230.5	243.9	100.0	5.8	6.9
베이커리 및 곡물류	36.5	39.6	40.7	44.9	46.6	19.1	3.9	6.3
스낵류	25.0	27.8	29.2	32.8	35.2	14.4	7.4	8.9
채소류	23.0	24.9	25.7	28.4	30.6	12.5	7.5	7.4
수산물	20.1	21.9	22.5	24.9	26.1	10.7	4.9	6.7
낙농품	17.4	18.9	19.5	21.5	22.9	9.4	6.2	7.0
과일 및 견과류	16.3	17.8	18.3	20.2	21.8	8.9	7.9	7.5
편의식품	12.4	13.4	13.7	15.1	16.0	6.5	5.5	6.5
육류	12.5	13.6	13.7	15.1	15.9	6.5	5.3	6.3
스프레드 및 당류	10.4	10.7	10.4	11.0	11.3	4.6	2.1	2.1
소스 및 향신료	5.8	6.3	6.5	7.1	7.6	3.1	6.0	6.8
유지류	3.5	3.7	3.8	4.2	4.5	1.8	5.7	6.6
영유아식품	2.9	3.2	3.4	3.6	3.8	1.6	6.7	6.9
펫푸드	0.9	1.1	1.3	1.5	1.7	0.7	14.7	16.6

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

인도네시아의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 697달러에서 연평균 5.8% 성장하여 2022년 약 873달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 136달러에서 연평균 5.2% 성장하여 2022년 167달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 19.1% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 93달러에서 연평균 7.8% 성장하여 2022년 약 126달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비액은 2018년 약 85달러에서 연평균 6.3% 성장하여 2022년 약 109달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.5% 비중을 차지하고 있다.

<인도네시아 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	697.8	749.6	762.1	834.1	873.8	100.0	4.8	5.8
베이커리 및 곡물류	136.5	146.3	148.6	162.4	167.0	19.1	2.8	5.2
스낵류	93.5	102.7	106.6	118.6	126.2	14.4	6.4	7.8
채소류	85.7	92.2	93.9	102.9	109.5	12.5	6.4	6.3
수산물	75.2	80.8	82.3	90.1	93.6	10.7	3.8	5.6
낙농품	65.1	69.9	71.2	77.9	81.9	9.4	5.1	5.9
과일 및 견과류	61.0	65.6	66.8	73.2	78.1	8.9	6.8	6.4
편의식품	46.3	49.6	50.2	54.7	57.2	6.5	4.4	5.4
육류	46.7	50.4	50.0	54.8	57.1	6.5	4.2	5.2
스프레드 및 당류	38.7	39.3	38.1	39.9	40.4	4.6	1.1	1.1
소스 및 향신료	21.7	23.3	23.6	25.8	27.1	3.1	5.0	5.7
유지류	12.9	13.8	14.0	15.3	16.0	1.8	4.5	5.5
영유아식품	11.0	11.6	12.3	13.0	13.8	1.6	5.6	5.8
펫푸드	3.5	4.1	4.7	5.4	6.2	0.7	13.2	15.3

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

인도네시아의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 340kg에서 연평균 1.3% 성장하여 2022년 약 358kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 124kg에서 연평균 0.3% 성장하여 2022년 약 125kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 35.1% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 67kg에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 약 76kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 38kg에서 연평균 1.5% 성장하여 2022년 약 40kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.3% 비중을 차지하고 있다.

<인도네시아 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	340.3	341.8	344.8	353.8	358.2	100.0	1.2	1.3
베이커리 및 곡물류	124.2	123.3	123.7	126.1	125.9	35.1	-0.2	0.3
채소류	67.5	69.5	71.0	73.9	76.3	21.3	3.3	3.1
낙농품	38.1	38.3	38.7	39.7	40.4	11.3	2.0	1.5
과일 및 견과류	28.6	29.3	30.0	31.2	32.2	9.0	3.4	3.0
스프레드 및 당류	24.5	23.5	22.5	22.0	20.9	5.8	-4.9	-3.9
스낵류	15.3	15.7	16.3	17.0	17.6	4.9	3.4	3.5
편의식품	12.8	12.7	12.7	12.9	13.1	3.6	1.2	0.5
육류	9.1	9.3	9.4	9.8	9.9	2.8	1.3	2.0
소스 및 향신료	8.3	8.2	8.2	8.4	8.5	2.4	1.7	0.7
수산물	5.9	5.8	5.9	6.1	6.1	1.7	1.0	0.8
펫푸드	2.8	3.0	3.2	3.6	3.9	1.1	9.8	9.1
유지류	2.6	2.7	2.7	2.8	2.8	0.8	1.1	1.5
영유아식품	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.2	4.7	4.1

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

인도네시아 식품 시장은 2022년 이후 연평균 7.0% 성장하여 2026년 3,192억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.5% 성장하여 2026년 577억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.1% 성장하여 2026년 481억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

채소류

채소류 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.1% 성장하여 2026년 417억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<인도네시아 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	243.9	260.9	280.2	299.5	319.2	100.0	6.6	7.0
베이커리 및 곡물류	46.6	49.2	52.0	54.7	57.7	18.1	5.4	5.5
스낵류	35.2	37.9	41.4	44.8	48.1	15.1	7.2	8.1
채소류	30.6	33.0	35.9	38.7	41.7	13.1	7.8	8.1
수산물	26.1	28.0	30.1	32.1	33.6	10.5	4.6	6.5
과일 및 견과류	21.8	23.6	25.7	27.8	30.1	9.4	8.1	8.4
낙농품	22.9	24.5	26.1	27.6	29.2	9.2	5.9	6.3
육류	15.9	17.2	18.5	20.1	21.8	6.8	8.7	8.2
편의식품	16.0	16.9	18.1	19.2	20.6	6.4	6.9	6.5
스프레드 및 당류	11.3	11.8	12.3	12.9	13.6	4.2	5.0	4.7
소스 및 향신료	7.6	8.0	8.6	9.2	9.8	3.1	6.3	6.7
유지류	4.5	4.8	5.2	5.6	6.0	1.9	7.2	7.5
영유아식품	3.8	4.1	4.3	4.6	4.8	1.5	5.7	6.0
펫푸드	1.7	1.9	2.0	2.2	2.3	0.7	7.9	7.9

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 인도네시아의 식품 수출액은 약 514억 9,177만 달러로 2021년 대비 8.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 316억 7,966만 달러에서 연평균 12.9% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 1.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 8억 5,913만 달러로 2021년 대비 18.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.7% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 17.8%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 91억 4,379만 달러로 2021년 대비 6.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.0% 증가하는 추세를 보인다.

인도로의 식품 수출액은 11.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 59억 2,117만 달러로 2021년 대비 51.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(9.0%), 말레이시아(6.4%), 파키스탄(6.3%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<인도네시아 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	31,679,662	29,250,376	33,330,193	47,330,559	51,491,770	100.0	8.8	12.9
1 중국	4,122,053	4,735,681	5,093,905	8,565,373	9,143,790	17.8	6.8	22.0
2 인도	3,987,726	2,701,325	3,500,169	3,909,980	5,921,170	11.5	51.4	10.4
3 미국	2,538,710	2,402,440	2,667,729	4,184,411	4,654,718	9.0	11.2	16.4
4 말레이시아	1,853,428	1,735,468	1,913,824	2,713,632	3,305,476	6.4	21.8	15.6
5 파키스탄	1,527,014	1,230,545	1,737,096	2,883,702	3,223,512	6.3	11.8	20.5
6 필리핀	1,239,962	1,294,326	1,248,919	1,777,608	1,927,747	3.7	8.4	11.7
7 베트남	866,379	728,062	1,001,789	1,504,802	1,720,539	3.3	14.3	18.7
8 네덜란드	1,523,844	1,163,349	1,162,437	1,399,888	1,589,069	3.1	13.5	1.1
9 방글라데시	907,824	769,302	769,986	1,477,359	1,568,393	3.0	6.2	14.6
10 일본	812,380	815,458	957,278	1,126,130	1,165,141	2.3	3.5	9.4
:								
16 대한민국	571,096	484,827	475,388	723,419	859,131	1.7	18.8	10.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **팜유 기타, 팜유(조유), 팜핵유 기타, 마가린 기타, 식물성 지방 분획물** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

팜유 기타 수출액은 47.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 243억 5,570만 달러로 2021년 대비 1.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 17.1% 증가하는 추세를 보인다.

팜유(조유) 수출액은 6.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 34억 1,012만 달러로 2021년 대비 24.6% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 1.2% 감소하는 추세를 보인다.

팜핵유 기타 수출액은 3.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 18억 9,113만 달러로 2021년 대비 2.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.4% 증가하는 추세를 보인다.

마가린 기타 수출액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 18억 4,581만 달러로 2021년 대비 21.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 24.1% 증가하는 추세를 보인다.

식물성 지방 분획물 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 14억 1,880만 달러로 2021년 대비 69.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 49.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **볶지 않은 커피(2.2%), 유박 기타(2.2%), 팜너트 추출 유박(2.1%)** 등을 수출하였다.

<인도네시아 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	31,679,662	29,250,376	33,330,193	47,330,559	51,491,770	100.0	8.8	12.9
1 팜유 기타	12,951,023	11,074,588	12,621,245	24,017,213	24,355,703	47.3	1.4	17.1
2 팜유(조유)	3,576,825	3,641,687	4,743,567	2,737,923	3,410,127	6.6	24.6	-1.2
3 팜핵유 기타	1,368,561	868,916	1,087,297	1,850,889	1,891,130	3.7	2.2	8.4
4 마가린 기타	777,007	660,163	770,420	1,519,379	1,845,811	3.6	21.5	24.1
5 식물성 지방 분획물	283,343	254,412	288,508	837,884	1,418,807	2.8	69.3	49.6
6 볶지 않은 커피	808,735	872,355	809,164	849,373	1,136,296	2.2	33.8	8.9
7 유박 기타	3,091	29,514	49,416	126,191	1,110,600	2.2	780.1	335.4
8 팜너트 추출 유박	607,117	562,701	664,603	1,153,687	1,067,453	2.1	-7.5	15.2
9 조제 식료품	421,650	390,091	489,466	602,133	683,425	1.3	13.5	12.8
10 코코아 버터	824,048	785,448	790,990	668,247	636,336	1.2	-4.8	-6.3

*주: HS CODE(1511.90, 1511.10, 1513.29, 1517.90, 1516.20, 0901.11, 2306.90, 2306.60, 2106.90, 1804.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 인도네시아의 식품 수입액은 약 282억 5,169만 달러로, 2021년 대비 15.5% 증가하였다. 또한, 2018년 약 214억 5,955만 달러에서 연평균 7.1% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.8% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 2,262만 달러로 2021년 대비 15.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1억 6,677만 달러에서 연평균 7.5% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

호주에서의 식품 수입액은 13.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 38억 8,090만 달러로 2021년 대비 4.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 24억 2,792만 달러에서 연평균 12.4% 증가하는 추세를 보인다.

미국에서의 식품 수입액은 12.6% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 35억 6,542만 달러로 2021년 대비 9.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 33억 9,227만 달러에서 연평균 1.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 브라질(12.1%), 중국(11.1%), 인도(9.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<인도네시아 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	21,459,555	19,955,265	19,324,505	24,449,879	28,251,698	100.0	15.5	7.1
1 호주	2,427,923	1,917,894	1,828,412	3,711,712	3,880,905	13.7	4.6	12.4
2 미국	3,392,275	3,164,139	3,001,740	3,258,982	3,565,427	12.6	9.4	1.3
3 브라질	1,357,407	1,308,577	2,022,081	2,118,064	3,413,464	12.1	61.2	25.9
4 중국	2,575,951	2,651,277	2,547,740	2,812,851	3,126,118	11.1	11.1	5.0
5 인도	1,043,204	840,115	1,100,326	2,274,112	2,564,336	9.1	12.8	25.2
6 아르헨티나	1,397,080	1,768,396	1,707,695	1,962,189	2,320,021	8.2	18.2	13.5
7 태국	2,480,776	1,877,267	1,283,607	1,135,195	2,102,707	7.4	85.2	-4.0
8 뉴질랜드	544,756	545,693	606,600	741,601	1,126,164	4.0	51.9	19.9
9 캐나다	631,055	791,800	769,181	830,513	883,363	3.1	6.4	8.8
10 말레이시아	630,683	544,879	429,306	524,806	661,026	2.3	26.0	1.2
:								
15 대한민국	166,776	154,390	153,042	192,396	222,626	0.8	15.7	7.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 밀 기타, 대두유 추출 유박, 사탕수수 기타, 대두 기타, 고체우유 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

밀 기타 수입액은 13.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 38억 1,039만 달러로 2021년 대비 7.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.3% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 11.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 31억 9,378만 달러로 2021년 대비 19.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.8% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수입액은 10.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 28억 2,511만 달러로 2021년 대비 26.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.6% 증가하는 추세를 보인다.

대두 기타 수입액은 5.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 2,709만 달러로 2021년 대비 9.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.2% 증가하는 추세를 보인다.

고체 우유 수입액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 6,046만 달러로 2021년 대비 44.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 27.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 조제식료품(2.8%), 냉동 쇠고기(2.6%), 냉장 마늘(2.1%) 등을 수입하였다.

<인도네시아 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	21,459,555	19,955,265	19,324,505	24,449,879	28,251,698	100.0	15.5	7.1
1 밀 기타	2,570,951	2,799,260	2,616,036	3,548,356	3,810,393	13.5	7.4	10.3
2 대두유 추출 유박	2,045,261	1,658,749	1,938,225	2,679,429	3,193,789	11.3	19.2	11.8
3 사탕수수 기타	1,754,948	1,317,596	1,813,552	2,229,890	2,825,118	10.0	26.7	12.6
4 대두 기타	1,103,102	1,064,565	1,003,421	1,482,849	1,627,091	5.8	9.7	10.2
5 고체 우유	322,766	441,747	541,583	595,576	860,467	3.0	44.5	27.8
6 조제식료품	501,418	492,866	495,038	629,522	783,219	2.8	24.4	11.8
7 냉동 쇠고기	523,414	600,223	507,771	664,811	735,272	2.6	10.6	8.9
8 냉장 마늘	497,259	529,965	585,785	665,818	597,795	2.1	-10.2	4.7
9 코코아두	630,575	496,045	475,947	506,474	565,278	2.0	11.6	-2.7
10 탈각 땅콩	528,946	584,567	505,495	616,927	547,289	1.9	-11.3	0.9

*주: HS CODE(1001.99, 2304.00, 1701.14, 1201.90, 0402.10, 2106.90, 0202.30, 0703.20, 1801.00, 1202.42)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對인도네시아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 3억 1,831만 달러로 2018년 약 2억 2,718만 달러에서 연평균 8.8% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 65.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2억 894만 달러로 2021년 대비 5.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.6%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 22.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7,238만 달러로 2021년 대비 73.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 34.4%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 9.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,949만 달러로 2021년 대비 17.2% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 3.4%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 748만 달러로 2021년 대비 21.3% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 11.6%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對인도네시아 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	227,184	197,674	209,861	285,376	318,314	100.0	11.5	8.8
농산물	174,388	149,844	149,237	198,403	208,947	65.6	5.3	4.6
수산물	22,213	27,932	30,763	41,839	72,381	22.7	73.0	34.4
임산물	25,764	8,726	22,103	35,620	29,499	9.3	-17.2	3.4
축산물	4,819	11,171	7,757	9,514	7,487	2.4	-21.3	11.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 커피크리머, 기타 무알콜 음료, 라면, 건조 김, 조제식료품 기타 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '스위트 비스킷'과 '건조 김' 등이 있으며, 2022년 '스위트 비스킷'은 최근 5년간 연평균 성장률 100.4%를 기록했다. '건조 김' 역시 같은 기간 동안 연평균 52.0%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

커피크리머 수출액은 16.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 5,175만 달러로 2021년 대비 5.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.8% 증가하는 추세를 보인다.

기타 무알콜 음료 수출액은 4.6%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,459만 달러로 2021년 대비 5.6% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 6.8% 감소하는 추세를 보인다.

라면 수출액은 4.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,413만 달러로 2021년 대비 21.3% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 6.1% 감소하는 추세를 보인다.

건조 김 수출액은 3.6%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,138만 달러로 2021년 대비 127.7% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 2위를 차지하였다.

조제식료품 기타 수출액은 3.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,070만 달러로 2021년 대비 25.0% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 6.2% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對인도네시아 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	227,184	197,674	209,861	285,376	318,314	100.0	11.5	8.8
1 커피크리머	41,264	36,833	33,692	49,231	51,751	16.3	5.1	5.8
2 기타 무알콜 음료	19,337	8,163	7,914	13,816	14,590	4.6	5.6	-6.8
3 라면	18,157	21,894	11,998	11,646	14,132	4.4	21.3	-6.1
4 건조 김	2,134	1,833	4,701	5,000	11,381	3.6	127.7	52.0
5 조제식료품 기타	8,429	5,960	9,248	14,270	10,708	3.4	-25.0	6.2
6 조미 김	N/A	490	3,289	4,348	6,247	2.0	43.7	N/A
7 쌀가루 조제식료품	886	785	3,522	5,454	4,024	1.3	-26.2	46.0
8 색이 첨가된 음료	2,379	603	2,393	3,676	3,099	1.0	-15.7	6.8
9 신선 딸기	822	824	1,286	2,349	2,642	0.8	12.5	33.9
10 스위트 비스킷	130	122	746	1,747	2,093	0.7	19.8	100.4

*주: HS CODE(2106.90-9010, 2202.99-9000, 1902.30-1010, 1212.21-1010, 2106.90-9099, 2008.99-5010, 1901.90-9091, 2202.10-1000, 0810.10-0000, 1905.31-0000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 인도네시아 오프라인 유통채널 규모

개요

인도네시아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1,544조 7,800억 루피아에서 연평균 3.4% 감소하여 2022년 1,344조 6,820억 루피아로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 1,265조 3,840억 루피아에서 연평균 5.0% 감소하여 2022년 1,028조 6,850억 루피아로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 76.5% 비중을 차지하고 있다.

편의점

편의점의 규모는 2018년 150조 4,150억 루피아에서 연평균 10.0% 성장하여 2022년 219조 9,220억 루피아로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 16.4% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 78조 70억 루피아에서 연평균 4.3% 감소하여 2022년 65조 3,870억 루피아로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 4.9% 비중을 차지하고 있다.

<인도네시아 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 루피아, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,544,780	1,624,447	1,190,699	1,223,010	1,344,682	100.0	9.9	-3.4
소규모 식료품점	1,265,384	1,322,327	916,390	943,882	1,028,685	76.5	9.0	-5.0
편의점	150,415	169,764	177,184	192,086	219,922	16.4	14.5	10.0
슈퍼마켓	78,007	82,427	63,365	58,628	65,387	4.9	11.5	-4.3
하이퍼마켓	34,571	32,784	21,846	16,736	17,396	1.3	3.9	-15.8
전문 판매점	16,066	16,789	11,624	11,385	12,940	1.0	13.7	-5.3
포코트리테일러	337	357	289	293	352	0.0	20.2	1.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

인도네시아의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 458만 938개에서 연평균 3.4% 감소하여 2022년 398만 3,988개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 453만 9,995개에서 연평균 3.5% 감소하여 2022년 393만 5,238개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 98.8%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 3만 2,678개에서 연평균 6.0% 증가하여 2022년 4만 1,183개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 1.0%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 6,227개에서 연평균 3.3% 감소하여 2022년 5,455개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 0.1%를 차지하고 있다.

<인도네시아 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	4,580,938	4,549,774	4,100,389	4,021,798	3,983,988	100.0	-0.9	-3.4
소규모 식료품점	4,539,995	4,506,710	4,056,111	3,974,988	3,935,238	98.8	-1.0	-3.5
편의점	32,678	34,809	36,631	39,496	41,183	1.0	4.3	6.0
전문 판매점	6,227	6,181	5,583	5,334	5,455	0.1	2.3	-3.3
슈퍼마켓	1,402	1,427	1,452	1,468	1,544	0.0	5.2	2.4
하이퍼마켓	330	336	313	294	298	0.0	1.4	-2.5
포코트리테일러	306	311	299	218	270	0.0	23.9	-3.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①AlfaMart

Sumber Alfaria Trijaya Tbk PT 소속으로, 2022년 7.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.7% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 18.6% 증가하였다.

②Indomaret

Salim Group 소속으로, 2022년 7.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.4% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 14.5% 증가하였다.

③Alfa Midi

Sumber Alfaria Trijaya Tbk PT 소속으로, 2022년 1.1%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 16.3% 증가하였다.

④Hypermart

Matahari Putra Prima Tbk PT 소속으로, 2022년 0.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 20% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 7.2% 감소하였다.

⑤Super indo

Koninklijke Ahold Delhaize NV 소속으로, 2022년 0.4%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 10.1% 증가하였다.

<인도네시아 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Alfamart	4.5	6.4	6.9	7.5	8.7	18.6
2 Indomaret	5.0	7.2	7.4	7.5	1.4	14.5
3 Alfa Midi	0.7	1.1	1.1	1.1	0.0	16.3
4 Hypermart	0.5	0.5	0.5	0.4	-20.0	-7.2
5 Super Indo	0.3	0.4	0.4	0.4	0.0	10.1
6 Transmart Carrefour	0.4	0.3	0.3	0.3	0.0	-9.1
7 Carrefour	0.5	0.4	0.3	0.3	0.0	-15.7
8 Lotte Mart	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
9 Circle K	0.1	0.1	0.2	0.2	0.0	26.0
10 Farmer's Market	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Alfamart	창립연도	1999년
	점유율	7.5%	브랜드 국적	인도네시아
	웹사이트	alfamart.co.id	매장 수	17,394개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Sumber Alfaria Trijaya Tbk PT 산하 브랜드 - 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품 등의 식품군뿐만 아니라 각종 생활용품 및 잡화 또한, 판매 - 개인위생 페어, 홈케어 페어 등 각종 프로모션 통한 할인 혜택 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Alfamart 홈페이지(alfamart.co.id), Alfamart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Indomaret	창립연도	1988년
	점유율	7.5%	브랜드 국적	인도네시아
	웹사이트	www.indomaret.co.id	매장 수	19,996개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Salim Group 산하 브랜드 - 인도네시아 최초로 드라이브스루 매장을 오픈했으며, 코로나19 이후 사람들 간의 접촉을 꺼리는 경향에 따라 인기를 구가함 - 인도마렛 포인트는 즉석식품과 음료를, 인도마렛 플러스는 신선식품을 주력으로 함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Indomaret 홈페이지(www.indomaret.co.id), Indomaret 소셜미디어 계정

	브랜드명	Alfa Midi	창립연도	2007년
	점유율	1.1%	브랜드 국적	인도네시아
	웹사이트	alfamidiku.com	매장 수	2,273개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Sumber Alfaria Trijaya Tbk PT 산하 브랜드 - 다양한 식품 및 생필품 등의 비식품군까지 판매 - 포인트 적립, 생일 기념 선물 제공 등의 혜택이 제공되는 회원카드 제도 시행 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Alfa Midi 홈페이지(alfamidiku.com), Alfa Midi 소셜미디어 계정

	브랜드명	Hypermart	창립연도	1986년
	점유율	0.4%	브랜드 국적	인도네시아
	웹사이트	www.hypermart.co.id	매장 수	103개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Matahari Putra Prima Tbk PT 산하 브랜드 - 신선 및 냉동, 즉석, 스낵, 건강보조식품 등 다양한 종류의 식품뿐만 아니라 문구류, 각종 생활용품 판매 - 효율적인 물류 관리 및 배송을 위해 오라클(Oracle)과 같은 글로벌 물류 시스템 외에도 자체 물류시스템 운영 중 - 온라인 주문 사이트 함께 운영 중인 옴니채널형 방식 - 당일 특가 등 다양한 할인 프로모션 진행 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Hypermart 홈페이지(www.hypermart.co.id), Hypermart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Super Indo	창립연도	1997년
	점유율	0.4%	브랜드 국적	인도네시아
	웹사이트	www.superindo.co.id	매장 수	189개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Koninklijke Ahold Delhaize NV 산하 브랜드 - 식품, 음료 등의 다양한 식품군과 기타 생활 필수품을 함께 판매 - 비닐봉투 사용을 줄이고자 고객에게 인센티브를 제공하는 프로세스 추진 - 지역사회를 위한 현지 농민과의 협업, 다양한 가격 할인 등 다양한 프로모션 진행 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Super Indo 홈페이지(www.superindo.co.id) , Super Indo 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 인도네시아의 식품 온라인 시장 규모는 38조 3,970억 루피아 규모로 전년 대비 46.1% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 68.1% 성장했다.

<인도네시아 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 루피아, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
4,811	8,474	16,722	26,274	38,397	46.1	68.1

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Shopee Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 42.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 9.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 25.3% 증가하였다.

② Tokopedia Marketplace

GoTo Gojek Tokopedia PT에서 운영하는 사이트로, 2022년 34.8%의 점유율을 차지하였다.

③ Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 8.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.2% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 12.2% 감소하였다.

④ Bukalapak.com Marketplace

Bukalapak.com PT에서 운영하는 사이트로, 2022년 8.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.2% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 4.9% 증가하였다.

⑤ Blibli.com

Djarum Group에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.5%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 2.3% 증가하였다.

<인도네시아 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Shopee Marketplace	21.5	30.4	38.8	42.3	9.0	25.3
2 Tokopedia Marketplace	-	-	-	34.8	N/A	N/A
3 Lazada Marketplace	13.0	10.4	9.0	8.8	-2.2	-12.2
4 Bukalapak.com Marketplace	7.1	8.2	8.3	8.2	-1.2	4.9
5 Blibli.com	1.4	1.0	1.5	1.5	0.0	2.3
6 Lazada	1.1	0.8	0.6	0.6	0.0	-18.3
7 Qoo10 Marketplace	1.0	0.7	0.4	0.3	-25.0	-33.1
8 Blibli.com Marketplace	0.3	0.2	0.3	0.3	0.0	0.0
9 Elevenia Marketplace	0.4	0.2	0.1	0.1	0.0	-37.0
10 Tokopedia Marketplace	26.9	28.3	32.1	-	N/A	N/A

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	42.3%	웹사이트	shopee.co.id
	<ul style="list-style-type: none"> - Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 시간대별 특가 세일, 브랜드별 할인,페이백 이벤트, 라이브커머스, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행 - 실시간 채팅 서비스와 가격 흥정 기능으로 판매자와 구매자 간의 양방향 실시간 소통을 통해 판매를 촉진함 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Shopee 홈페이지(shopee.co.id)

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	GoTo Gojek Tokopedia PT
	점유율	34.8%	웹사이트	www.tokopedia.com
	<ul style="list-style-type: none"> - GoTo Gojek Tokopedia PT에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 1,100만 명의 셀러들이 5억 5,000만 개 이상의 패션, 유아용품, 식품, 화장품, 전자기기 관련 제품 판매하고 있으며 셀러가 되기 위해 인도네시아 주소와 신분증, 사업자 등록증 필요 - 식품의 경우, 종류가 많지 않으며 건조식품으로 한정되어 있음 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 건조식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Tokopedia 홈페이지(www.tokopedia.com)

	사이트명	Lazada Marketplace	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	8.8%	웹사이트	www.lazada.co.id
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 및 B2B 전자상거래 사이트 - 식음료, 펫푸드, 전자기기, 패션 및 약세사리, 영유아용품 등 다양한 제품 판매 - 매일 업데이트되는 할인 프로모션, 신규 고객 추가할인 바우처, 무료배송 등의 혜택 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in indonesia」(유로모니터), 인도네시아 Lazada 홈페이지(www.lazada.co.id)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

인도네시아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1,344조 6,820억 루피아에서 연평균 6.8% 성장하여 2026년 1,748조 7,500억 루피아 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 1,028조 6,850억 루피아에서 연평균 7.1% 성장하여 2026년 1,353조 9,470억 루피아 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 219조 9,220억 루피아에서 연평균 4.2% 성장하여 2026년 259조 3,830억 루피아 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 65조 3,870억 루피아에서 연평균 9.2% 성장하여 2026년 93조 1,450억 루피아 규모에 이를 것으로 전망된다.

<인도네시아 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 루피아, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	1,344,682	1,476,643	1,578,635	1,674,068	1,748,750	100.0	4.5	6.8
소규모 식료품점	1,028,685	1,129,496	1,211,949	1,292,180	1,353,947	77.4	4.8	7.1
편의점	219,922	234,657	245,686	253,057	259,383	14.8	2.5	4.2
슈퍼마켓	65,387	76,041	82,124	87,873	93,145	5.3	6.0	9.2
하이퍼마켓	17,396	21,986	23,525	24,701	25,195	1.4	2.0	9.7
전문 판매점	12,940	13,975	14,814	15,688	16,488	0.9	5.1	6.2
포코트리테일러	352	488	537	569	592	0.0	4.0	13.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

인도네시아의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 18.3%로 성장하여 2026년 75조 2,450억 루피아에 이를 것으로 전망된다.

<인도네시아 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 루피아, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
38,397	48,222	56,692	65,852	75,245	14.3	18.3

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Indonesia」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

인도네시아 식품 유통구조 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 유통 현황 및 특징 · 인도네시아 유통채널의 구분 - 온라인 유통시장 규모
인도네시아 오프라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 · 대형 유통채널: ①까르프 ②하이퍼마트 · 슈퍼마켓: ①Ranch Market ②Farmers Market · 미니마켓: ①Alfamart ②Indomarket ③Lawson, Family Mart
인도네시아 온라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 전자상거래 온라인 시장 · 주요 유통채널: ①Tokopedia ②shopee ③Lazada Indonesia ④Bukalapak ⑤Happy Fresh - 소셜커머스 등 기타 시장 · ①소셜미디어 활성화 ②인플루언서 마케팅 ③배달앱 소비 증가(고마트, 그랩마트)

2.4.2 품목보고서

인도네시아 가공식품 유통정보 (2023.09)	<p>[부각]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 유통채널 점유율 - 인도네시아 가공식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①마타하리 백화점 ②메트로백화점 ③무궁화마트 ④파파야프 레시갤러리 ⑤토코피디아 ⑥쇼피
인도네시아 건강기능식품 유통정보	
인도네시아 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

인도네시아 할랄인증 의무화와 한국식품 수출 관계 분석 (2023.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 할랄 및 비할랄 식품의 유통현황 - 현지 주요 할랄 수입식품 및 로컬식품 · 인니 현지에서 유통되는 주요 로컬 할랄식품 · 인니 현지에서 유통되는 주요 수입 할랄식품 - 한국 할랄 및 비할랄식품 유통현황 · 인니 현지에서 유통되는 한국 할랄식품 · 인니 현지에서 유통되는 한국 비할랄식품
--	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 인스턴트 커피(수출상위 품목)

시장현황

인도네시아의 커피 시장은 지난 5년간 지속적인 성장세를 보였다. 2021년 시장 규모는 약 29억 8,800만 달러로, 이는 전년 대비 약 1.4% 증가한 수치이다. 2022년부터 향후 6년간 연평균 2.0%로 안정적으로 성장할 것으로 전망되며, 2027년 33억 3,970만 달러에 이를 것으로 보인다.

커피 조제품 수입액은 약 6억 2,952만 달러로, 주로 미국, 싱가포르, 말레이시아, 중국, 한국 등에서 주로 수입하는 것으로 나타났다. 특히 미국산 수입액은 2021년 기준 약 1억 1,587만 달러를 기록하며 전년 대비 약 21.9% 증가한 것으로 집계되었다. 한국산 수입액은 약 5,928만 달러로 전년 대비 약 39.9% 증가하였다.

시사점

코로나19의 영향으로 가정에서 커피를 즐기는 소비자가 증가하고 한류의 영향으로 한국식 커피의 수요가 증가할 것으로 예상되므로 온라인 쇼핑물 판매 강화와 젊은 소비자들에게 어필할 수 있는 K-콘텐츠를 결합한 이벤트 등을 통한 적극적인 마케팅이 필요하다.

		
Kopi Luwak	Kapal Api	Torabika

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2023. 10. 10. 해외시장동향, 인도네시아 Z세대가 이끌고 있는 인도네시아 커피 트렌드, 한국농수산물유통공사
2023 지구촌 리포트 131호 인도네시아 커피 시장동향 및 카페트렌드, 한국농수산물유통공사
2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

② 딸기(수출상위 품목)

시장현황

인도네시아 딸기 수확량이 매년 감소하는 반면 수입규모는 꾸준히 증가하는 추세를 보인다. 주로 한국, 미국, 호주에서 딸기를 수입하고 있으며, 특히 한국은 매년 수입국 1위를 기록하고 있다. 한국산은 2007년부터 매항 품종이 수입되고 있다.

2021년 기준 수입산 딸기의 100g당 가격을 비교한 결과, 한국산은 약 7만 8,400루피아, 미국산은 5만 2,580루피아로 한국산 딸기가 다른 나라에 비해 가격대가 높지만 당도가 높고 부드러운 식감으로 현지 소비자 사이에서 큰 인기를 끌고 있다.

시사점

한국산 딸기는 높은 가격에도 불구하고 고품질 상품으로 인식되어 중상류층 소비자를 중심으로 인기를 끌고 있다. 향후 수출을 확대하기 위해서는 균등한 품질 및 신선도를 유지하고 우수한 품질을 지속적으로 홍보하는 전략이 필요할 것으로 보인다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2022년 인도네시아 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

③ 라면(수출상위 품목)

시장현황

인도네시아의 라면 시장은 세계적으로 주목할 만한 성장을 보이고 있다. 2021년 세계 인스턴트 라면협회(WINA) 발표에 따르면, 인도네시아는 전 세계 총 라면 소비량의 11%인 약 132억 인분을 소비하여 중국에 이어 세계 2위를 기록하였고 평균적으로 연간 49인분의 라면을 소비하는 것으로 나타났다.

봉지라면 시장에서는 인도미(Indomie)가 시장점유율 약 54.7%로 1위를 차지하였으며, 미스답(Mie Sedaap) 약 16.9%, 사리미(Sarimi) 약 9.7%의 점유율로 상위권을 차지하고 있다.

한국 브랜드인 삼양과 농심은 인도네시아 봉지라면 시장에서 각각 0.7%와 0.2%의 점유율로 8위와 13위를 차지하면서 점차 시장점유율을 확대해 나가고 있다.

시사점

인도네시아는 라면 소비량이 높은 만큼 경쟁이 치열한 시장으로, 시장점유율을 확대하기 위해서는 현지 입맛에 부합하는 제품 개발과 한국 콘텐츠와 연계한 활발한 홍보 및 마케팅 전략 등이 필요하다.

		
Samyang Hot Chicken Ramen Original	Ottogi Jin Ramen Mild	Nongshim Shin Ramyun Spicy

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2022년 해외 시장 맞춤 조사 인도네시아 라면, 한국농수산물유통공사

④ 소주(해외지사 추천품목)

시장현황

2021년 기준 인도네시아의 증류주 시장규모는 약 7,200만 달러로, 전년 대비 32.3% 증가하였다. 증류주 판매량 역시 매년 증가하는 추세를 보이는 가운데, 한국 증류주(소주) 브랜드가 인기 제품 상위를 차지한 것으로 나타났다.

인도네시아의 증류주 유통채널은 크게 외식업체를 중심으로 한 온-트레이드 채널과 슈퍼마켓 등 소매점을 중심으로 한 오프-트레이드 채널로 구분된다. 온-트레이드 채널 비중이 58.2%로, 오프-트레이드 채널(41.8%)보다 약간 더 큰 비중을 차지하고 있다.

최근 현지 주류 제조사에서 한국산 수입 소주를 대체하는 저렴한 가격대의 소주를 잇따라 출시하는 등 소비자 수요 증가에 따라 경쟁이 점차 치열해지는 양상을 보인다.

시사점

인도네시아는 무슬림 인구 비중이 높은 국가로, 주류 유통 및 소비 규제가 까다로운 편이므로 인도네시아 진출 시 정책 및 규제 동향을 면밀히 살필 필요가 있다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 해외 시장 맞춤 조사 인도네시아 증류주, 한국농수산물유통공사

2021년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 관광객 급증과 신제품 출시로 인한 주류 시장 회복세 진입

이슈배경

2020년에 인도네시아의 주요 주류 회사들은 매출 30% 이상의 급감과 수익 60% 이상의 감소를 경험하였다. 이는 전 세계적인 팬데믹 상황이 주류 산업에 미친 직접적인 영향이 반영된 것으로, 코로나19 종식 이후 외국인 관광객 증가, 신제품 출시 등의 주요 동력으로 회복세를 보이고 있다.

이슈내용

주류 시장이 회복세로 전환하면서 현지 주요 기업들의 성장세에 주목할 만하다. 와인 제조업체 핫튼 발리(PT Hatten Bali)는 매출이 두 배로 증가하였으며, 째 띠꾸스(Cap Tikus) 맥주 양조업체 조부부 자룸 미나하나(PT Jobubu Jarum Minahasa)는 동기간 5.4% 증가하는 등 눈에 띄는 매출 성장을 기록하고 있다.

현지 업계 관계자에 따르면, 신제품 출시 및 관광객 증가와 같은 긍정적인 요인들에 힘입어 매출이 증가하고 있으나 라마단 등 종교적인 요인으로 기간별 매출이 고르지 않기 때문에 대응책 마련을 고심하고 있다.

인도네시아 주류 기업은 외국인 관광객을 주 타겟으로 하여 계속해서 신제품을 시장에 선보이고 있으며, 한국 기업 또한, 인도네시아 진출 시 이 점에 주목할 필요가 있다.

▶ 출처

2023. 6. 6. 해외시장동향, 인도네시아, 관광객 급증과 신제품 출시로 인한 주류 시장 회복세 진입, 한국농수산물유통공사

② 채식주의 식문화 트렌드의 변화에 주목하라!

이슈배경

경제성장과 중산층의 증가로 인해 인도네시아 소비자들의 건강과 환경에 대한 관심이 높아지면서 채식주의 인구가 지속적으로 증가하고 있고 관련 산업이 커지고 있다. 또한, 사찰음식, 다양한 나물 종류의 반찬 문화 등 한국 드라마나 영화, K-POP을 통해 전해지면서 한국 음식 문화에 채식주의자들의 관심이 높아지고 있다.

이슈내용

인도네시아에서 채식주의와 비건 생활방식이 점차 인기를 얻고 있다. 인도네시아 채식주의자협회(IVS)에 따르면, 200만 명 이상이 채식 생활방식을 채택했으며, 약 2,000개의 식당이 채식 메뉴를 제공하고 있다. 인도네시아의 채식주의 확산은 건강한 삶의 지속이라는 관점에서 장기적인 식단을 채식주의로 변화하려는 소비자가 많아지는 것을 의미하기도 한다.

이러한 추세는 인도네시아 전역에서 비건 레스토랑의 증가와 많은 식당에서 채식 및 비건 옵션을 제공하면서 더욱 강화되고 있다. 채식주의는 음식뿐만 아니라 동물의 신체 부위를 사용하지 않는 뷰티 및 패션 제품에 이르기까지 확장되고 있으며 이러한 추세는 인도네시아에서 지속 가능하고 건강한 의식주 생활로의 광범위한 변화를 의미한다.

향후 인도네시아 채식은 할랄 인증을 통한 비건 전문 식당의 증가와 대형마트에서의 비건 전문 코너 설치, 온라인을 통한 비건 밀키트 판매 등 채식주의자를 위한 접근성을 높이기 위한 유통업계의 변화를 가져올 것으로 예상된다.

채식주의의 확산은 단순한 식단의 변화를 넘어 환경 보호, 동물복지, 그리고 개인 건강에 대한 새로운 인식을 반영하는 것으로, 인도네시아 사회 전반에 걸쳐 이러한 가치가 점점 더 중요해지고 있다는 것을 보여준다.

▶ 출처

Healthy Snack And Food Trends, ISLANDSUN

2022. 7. 13 해외 시장 동향 "인도네시아 채식주의로의 식문화 트렌드의 변화에 주목하라." 한국농수산물유통공사

③ 냉동식품 사업 인기

이슈배경

현대적인 생활 방식과 바쁜 일정 속에서 인도네시아 소비자들의 냉동식품 선호도가 증가하면서 치킨너겟부터 냉동 해산물에 이르기까지 선택의 폭이 넓어지면서, 실용성과 편의성을 중시하는 젊은 세대의 간편한 식사로 선택되고 있다.

이슈내용

젊은 세대는 간편함을 앞세운 냉동식품에 높은 선호를 보인다. 간단하게 데워 먹을 수 있는 냉동식품은 학업과 아르바이트로 바쁜 학생들에게 이상적이며 도시 지역의 직장인들에게도 빠르고 간편한 식사를 원하기 때문에 냉동식품을 자주 이용된다.

또한, 장기간 보관이 가능한 냉동식품은 신선 식품과 달리 부패 걱정이 줄어들어 일상생활에서 식품 낭비를 줄일 수 있어 경제적인 측면에서도 긍정적으로 인식되고 있다.

인도네시아에서 가장 인기 있는 냉동식품으로는 치킨 너겟, 냉동 해산물, 소시지, 냉동 소고기, 냉동 야채 등이며 간편식 수요도 증가하고 있다.

냉동식품 시장의 성장은 소비자들의 라이프스타일과 건강에 대한 인식 변화를 반영하며, 편리하고 건강한 식사 옵션을 찾는 소비자들에게 냉동식품은 이상적인 선택이며, 이러한 추세는 앞으로도 계속될 것으로 예상된다.

▶ 출처

Menilik Bisnis Frozen Food: Mengapa Bisnis Ini Jadi Pilihan Populer?, Tugu Malang
2022년 인도네시아 심층 조사 보고서, 한국농수산물유통공사
2023. 4. 20 지구촌 리포트 130호 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 인기 있는 한국식품

④ 영유아 식품의 거대 잠재 소비시장, 인도네시아

이슈배경

인도네시아는 세계에서 네 번째로 인구가 많은 국가로, 2021년 기준 약 2억 7,000만 명으로 집계되었다. 인구의 절반 이상이 1980년대 초반부터 2000년대 초반 사이에 태어난 MZ세대에 속하는 인구로, 생산가능인구(15~64세)가 전체의 70.72%를 차지할 정도로 시장 잠재력이 풍부하다.

이슈내용

인도네시아 사회에서는 매년 약 200만 쌍이 결혼하고, 400만 명 이상의 신생아가 태어나고 있다. 이러한 인구 동향은 다른 국가에 비해 노동으로 인한 소득 증가와 소비 증가로 이어져 결혼식부터 혼수, 태교, 출산에 이르는 시장이 확대될 것으로 보인다.

인도네시아 모자보건복지(KIA)에 관한 법은 산모의 출산 휴가를 최소 6개월로 규정하고 산모의 출산 휴가기간 동안 첫 3개월은 급여 전액을, 이후 3개월 동안은 임금의 70%를 지급하도록 규정하여 이유식과 간식에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 또한, 1인당 GDP의 상승으로 소비자의 가처분소득과 중산층 수가 증가하면서 점차 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가하는 방향으로 변화할 것으로 보인다.

인도네시아 영유아 식품시장의 주요 제품은 분말 및 죽 형태의 이유식, 비스킷류 간식, 분유 등으로 분류할 수 있으며, 이중 가장 큰 규모를 차지하는 제품군은 분유로 나타났다. SGM 분유는 인도네시아 영유아 식품시장에서 1위를 차지하는 제품으로, 인도네시아 중산층 부모 소비자 사이에서 인기가 높은 것으로 조사되었다.

▶ 출처

2022.12.06. 해외시장동향, 영유아식품 거대 잠재 소비시장, 인도네시아, 한국농수산물유통공사
2022년 인도네시아 심층 조사 보고서, 한국농수산물유통공사

⑤ 할랄 인증 의무화에 따른 또 다른 기회

이슈배경

2024년 10월부터 인도네시아로 수입되는 식품의 할랄 인증 취득이 의무화되었다. 인도네시아 정부는 할랄 담당 기관인 할랄보장청(BPJPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)을 통한 할랄 인증, 취득에 필요한 연구, 심사, 인증 기능을 수행할 할랄 전용 산업단지도 조성하고 있으므로 향후 식품의 할랄 인증은 식품 산업의 핫 이슈로 부상할 것으로 전망된다.

이슈내용

인도네시아 인구의 약 87%에 해당하는 2억 8,000만 명이 이슬람교 신자(무슬림)으로, 이들은 이슬람 율법에서 정하는 방식으로 생산된 할랄 식품을 소비하기 때문에 관련 시장이 크게 발달하였다. 인도네시아 할랄 식품 시장은 약 2,000억 달러에 달할 것으로 예상된다.

무슬림 소비자들은 제품 구입 시 할랄 인증 여부를 확인하며 비무슬림 소비자 또한, 할랄 인증 식품을 안전한 먹거리로 인식하고 있어, 할랄 식품 수요는 향후 더욱 높아질 것으로 보인다.

인도네시아 정부는 2019년과 2021년에 할랄 제품 보증에 대한 자세한 설명과 기관 간 협력, 할랄 인증 비용, 제품 유형에 따른 의무 단계를 명시하는 법률을 제정하였으며, 2024년 10월부터 식품의 할랄 인증을 의무화하였다. 이에 따라 인도네시아 진출을 위해서는 할랄 인증이 필수적으로 요구되므로 국내 기업은 이에 유의할 필요가 있다.

▶ 출처

2022년 인도네시아 심층 조사 보고서, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
할랄인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> · 2023년 11월 기준 할랄인증 취득은 권장사항이나, 2024년 10월부터 할랄인증 취득이 의무화될 예정 · 할랄인증 취득 시 인도네시아 할랄청과 상호인정협약을 체결한 (재)한국이슬람교, 한국할랄인증원에서 할랄인증을 취득하는 것을 권장 	국내 수출업체
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> · 수출 품목에 대한 인도네시아의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> · 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료 	국내 수출업체
식품등록 및 SNI 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> · (식품등록) 인도네시아 식품의약품청에 식품등록 신청 후 사업자식별번호 발급 필요 · (SNI 인증) 인스턴트커피, 비스킷 등 일부 품목은 인도네시아 국가표준화기구에서 발급하는 인도네시아 국가표준규격(SNI) 인증 취득 필요 	인도네시아 수입업체
사전통지 및 관세납부	<ul style="list-style-type: none"> · (사전통지) 인도네시아 관세지역 도착 최소 24시간 전에 현지 관세청에 제출 정보와 함께 도착예정 사실을 통지 · (관세납부) 수입신고서 제출 전 관세 및 기타 제세 납부 필요 	인도네시아 운송·수입업체
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> · 물품 하역 후 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 ②선하증권 등 운송서류 ③상업송장 ④포장명세서 ⑤원산지증명서 등 	인도네시아 수입업체
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 물품의 위험도에 따라 통관채널을 구분하며, 수입검사 내용 상이 <ul style="list-style-type: none"> - ①녹색채널: 저위험식품, 화물검사 면제, 즉시 반출 - ②황색채널: 중위험식품, 화물검사 면제, 서류검사 시행 - ③적색채널: 고위험식품, 화물검사 및 서류검사 시행 · 신선 농산물을 수입할 경우, 화물 도착 7일 전 '신선 농산물 수입계획'을 인도네시아 농림검역본부에 제출 필요 	인도네시아 수입업체
물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 상기 절차 완료 후 물품 반출 가능 	인도네시아 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

할랄인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아로 식품을 수출하는 국내 수출업체는 사전에 할랄인증을 취득을 권장 <ul style="list-style-type: none"> · 인도네시아는 무슬림 국가로, 현지 소비자를 대상으로 시장경쟁력을 확보하기 위해서는 할랄 식품임을 인증하는 '할랄인증'을 취득해야 함 · 2023년 11월 기준 식품의 할랄인증 취득은 권장사항이나 2024년 10월부터 식품의 할랄인증 취득이 의무화될 예정이며, 할랄이 아닌 성분 및 원료를 사용한 식품의 경우 '비할랄 라벨링 규정'을 준수한 식품에 한해 인도네시아로 수출 가능하도록 변경 예정 · 할랄 인증은 인도네시아 할랄청(BPJP)에서 취득 가능하며, 2023년 11월 인도네시아와 상호인정협약을 체결한 국내 (재)한국이슬람교, 한국할랄인증원에서 취득할 수 있음 · 국내에서 할랄인증을 취득할 경우, 인도네시아 할랄청에서 취득하는 것 대비 시간과 비용을 절약할 수 있어 국내에서 할랄인증을 취득하는 것이 권장됨
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 인도네시아 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아 수출 시 한-인니 CEPA, 한-아세안 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 <ul style="list-style-type: none"> · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 한-아세안 FTA 관세율 활용 시 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함 · 한-인니 CEPA 관세율 활용 시 선적일로부터 7영업일 이내 신청한 경우, 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 인정됨

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> </div> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						

	<p>자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함</p>				
<p>수출검역</p>	<p>● 인도네시아와의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인도네시아로 과실류 및 열매채소류 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 탄중프리옥항의 과부하를 해소하고 과실파리의 유입을 방지하기 위해 충청남도산 배를 제외하고 다른 한국산 농산물의 탄중프리옥항 반입을 금지하고 있음 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center; vertical-align: middle;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 <p>● 국내 수출업체는 인도네시아로 신선 농산물 수출 시 국립농산물품질관리원 관할 지원에 안전성 검사를 신청</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수출업체는 검정의뢰서를 작성하여 신청하며, 안전성 검사 담당자는 신청 시료를 수거하여 지원분석실에서 시료 분석을 실시함 · 수출에 적합한 신선 농산물은 검사 후 분석증명서를 발급받을 수 있으며, 분석 증명서는 인도네시아 수출업체가 수입검역 과정에서 제출함 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)				
<p>운송수단 선적</p>	<p>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 				

②인도네시아 수입통관 및 검역 절차

▶인도네시아 수입제도

<p>개요</p>	<p>● 인도네시아는 '선 통관 사후 심사'가 원칙으로, 수입신고 이전에 관세 및 제세 납부 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · '선 통관 사후 심사' 원칙으로 본격적인 심사는 통관 이후에 이루어지므로 통관 후 물품 인수까지 마쳤더라도 모든 절차를 완료한 것은 아님 · 지역 세관에서 수입통관이 완료된 제품의 수입 신고서는 관할 본부의 세관으로 이관되어 2년 내에 신고 내용이 재검토될 수 있음 · 재검토 결과 문제 발생 시, 수입업체에 대한 심사가 진행될 수 있으며 수입업체는 이러한 상황에 대비해 통관 당시의 수입신고서 및 기타 선적서류를 모두 보관해야 함
------------------	---

▶ 인도네시아 수입통관 및 검역 절차

<p style="text-align: center;">식품 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아 수입업체는 인도네시아 식품의약품청에 식품 등록 필요 · 인도네시아로 수입된 모든 가공 식품 및 건강기능식품은 인도네시아 수입업체를 통해 인도네시아 식품의약품청에 등록이 완료되어야 유통될 수 있음 · OSS(Online Single Submission)에 수입식품등록허가 신청 후 접수 승인 필요 · OSS 등록 완료 시 사업자식별번호(NIB)가 부여되며, 사업자식별번호는 기업등록증, 수입허가서, 관세청 등록번호를 대체하므로 사업자식별번호를 발급한 인도네시아 수입업체는 수입허가서 및 관세청 등록번호를 발급받을 필요가 없음 · 또한, 식품 등록이 완료된 수입업체 역시 OSS 신규 등록 사이트에서 갱신 절차를 진행해야 함
<p style="text-align: center;">인도네시아 국가표준규격 인증 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아에서 유통·판매되는 식품 및 식품 원료 중 일부 품목은 의무적으로 SNI(인도네시아 국가표준규격) 인증 취득 필요 · 생수(미네랄워터), 인스턴트커피(블랙), 비스킷, 소금, 밀가루, 고등어 통조림, 참치통조림 등은 인도네시아 국가표준규격 인증을 필수적으로 취득해야 함 · 인도네시아 국가표준규격 인증을 취득해야 하는 품목은 인도네시아 국가표준화기구에서 확인할 수 있음 →인도네시아 국가표준화기구 URL : sispk.bsn.go.id · 다음의 절차를 거쳐 인도네시아 국가표준규격 인증을 취득할 수 있음 <div style="text-align: center;"><인도네시아 국가표준규격 인증 취득 절차></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> ①인도네시아 국가표준규격 인증 대상 품목 확인 ②해당 분야 심사기관 조회 ③심사 인증 기관 상담 및 신청 ④서류 심사, 현장 실사, 시험검사를 통과 시 인증서 발급 ⑤인도네시아 국가표준화 기구에 인증서 등록 </div>
<p style="text-align: center;">사전통지</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아 수입업체 및 운송업체는 인도네시아 관세지역 도착 최소 24시간 전에 현지 관세청에 도착 예정임을 통보 필요 · 인도네시아 수입업체는 운송수단의 도착 예정과 함께 다음의 정보를 인도네시아 세관에 통지해야 함 <div style="text-align: center;"><인도네시아 사전통지 제출 정보 ></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> ①운송사 상호 ②선박편, 항공편 등 운송수단 식별번호 및 운송수단 명칭 ③출발항 및 인도네시아 관세지역 도착 직전의 최종 기착지 및 목적항 ④도착예정일 ⑤하역 예정의 포장, 컨테이너 및 벌크 제품의 개수 ⑥인도네시아 관세지역 내의 다음 목적항 </div>
<p style="text-align: center;">관세 납부</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아 수입업체는 수입신고서 제출 전 관세 및 기타 제세 납부 필요 · 인도네시아 수입업체는 외국환은행 및 세관을 통해 관세와 부가가치세, 법인세 등 각종 제세를 납부해야 함
<p style="text-align: center;">수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인도네시아 수입업체는 하역 후 세관에 수입신고서와 기타 서류 제출 필요

	<ul style="list-style-type: none"> · 통관을 진행하는 세관에 따라 수입신고서 제출방식이 상이함에 유의해야 함 · 주요 세관인 판중프리옥 세관과 수카르노하타 세관은 전자신고방식으로 수입신고서를 제출하지만, 그 외 세관은 저장매체(USB, CD)를 이용하여 수입신고서를 제출해야 함 · 또한, 수입신고서 외에도 선하증권 등 다음의 서류를 함께 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><인도네시아 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>①수입신고서</td> </tr> <tr> <td>②선하증권</td> </tr> <tr> <td>③상업송장</td> </tr> <tr> <td>④포장명세서</td> </tr> <tr> <td>⑤원산지증명서 등</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 세관은 내부 검토, 온라인 판매가격, 시장가격 등 다양한 경로를 통해 신고가격을 확인하며 통상가격과 5% 이상 차이가 나는 경우, 해당 신고가격을 불인정함 · 세관은 인도네시아 수입업체의 관세 및 기타 제세 납부 이력을 먼저 확인한 후 수입신고서를 접수함 	①수입신고서	②선하증권	③상업송장	④포장명세서	⑤원산지증명서 등									
①수입신고서															
②선하증권															
③상업송장															
④포장명세서															
⑤원산지증명서 등															
수입검사 및 검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 신선 농산물을 인도네시아로 수입할 경우, 인도네시아 농림검역본부(IAAQ)는 수입검역을 진행 · 인도네시아 수입업체는 수입화물 도착 7일 전에 신선 농산물에 대한 수입계획을 인도네시아 농림검역본부에 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><신선 농산물 수입계획 제출 내용></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>①전체 금액</td> <td>⑤목적지 및 경유지 항구명</td> </tr> <tr> <td>②제품 유형</td> <td>⑥포장재 종류</td> </tr> <tr> <td>③생산지역 및 상표</td> <td>⑦컨테이너 번호</td> </tr> <tr> <td>④운송수단</td> <td></td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 인도네시아 검역담당관은 신선 농산물에 대한 검역식물방해생명체의 오염여부 판단을 위해 의료검사 및 위험요인 분석을 실시함 · 한국산 신선 농산물의 경우, 호박류와 오이류에 대해 과실파리 유무를 검사함 · 검역 결과 이상이 없는 경우 세관의 수입검사가 진행됨 <ul style="list-style-type: none"> ● 수입 물품의 위험도에 따라 세관에서는 서류심사 및 물품검사 진행 · 인도네시아 세관은 과거 수입자의 통관거부 등 수입이력, 법규 준수도, 신용도와 수입물품의 위험도에 따른 등급을 구분함 · 물품 위험도에 따라 인도네시아 세관은 녹색채널, 황색채널, 적색채널로 통관채널을 구분해 서류심사 및 물품검사를 진행함 <p style="text-align: center;"><인도네시아 위험도별 통관채널 세관검사 내용></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">·녹색채널</td> <td>저위험식품 화물검사 면제, 통관 후 서류심사, 즉시 반출</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">·황색채널</td> <td>중위험식품 화물검사 면제, 서류검사 반출</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">·적색채널</td> <td>고위험식품 서류검사 및 화물검사 시행</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 서류 심사 및 물품 검사에 이상이 없는 경우, 세관은 화물출고 동의서를 발급함 	①전체 금액	⑤목적지 및 경유지 항구명	②제품 유형	⑥포장재 종류	③생산지역 및 상표	⑦컨테이너 번호	④운송수단		·녹색채널	저위험식품 화물검사 면제, 통관 후 서류심사, 즉시 반출	·황색채널	중위험식품 화물검사 면제, 서류검사 반출	·적색채널	고위험식품 서류검사 및 화물검사 시행
①전체 금액	⑤목적지 및 경유지 항구명														
②제품 유형	⑥포장재 종류														
③생산지역 및 상표	⑦컨테이너 번호														
④운송수단															
·녹색채널	저위험식품 화물검사 면제, 통관 후 서류심사, 즉시 반출														
·황색채널	중위험식품 화물검사 면제, 서류검사 반출														
·적색채널	고위험식품 서류검사 및 화물검사 시행														
물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> ● 물품 창고에 화물출고 동의서를 제출한 뒤 창고 비용 지불 후에 보세구역으로 물품 반출 가능 														

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 콩, 감자 - 과실류 : 감, 단감, 포도, 감귤, 참다래, 밤, 사과, 배, 복숭아, 자두, 유자 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 당근, 딸기, 멜론, 참외, 토마토, 가지, 고구마, 감자, 양파, 오이, 마늘쫑, 도라지, 호박 - 종자류: 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 가지, 파, 양파, 상추 - 버섯류 : 송이, 새송이, 느타리, 팽이, 표고 - 화훼류 : 선인장묘, 채송화묘, 다육식물, 스테비아 묘
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 과실류 : 블루베리, 망고 - 채소류 : 마늘, 수박 - 특작류: 인삼 - 종자류: 팥, 더덕, 딸기 - 묘목류 : 딸기묘, 알로카시아묘 <p>*상기 품목 외에는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계자료도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 목록 · 순중량·순부피 · 원료 정보	· 용량 및 규격 · 날짜 표시 · 보관방법 · 영양성분	· 식품 생산허가증 일련번호 · 알레르기 정보
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마 텍스트로 작성되어야 함 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음 라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨 특별한 보관 방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함 건강기능식품 및 전통의약품의 경우 라벨링 표기 시 스티커 사용이 제한되어 포장재에 직접 라벨이 인쇄되어야 함 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함 공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표 사용 불가함 	
	성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> 성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재후 성분을 표기해야 함 약어 형태로 표기할 수 없음 제품에 사용된 중량 내림차순으로 표기해야 함 비타민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨 성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함 	
	순중량·순부피	<ul style="list-style-type: none"> 미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기 	
	제조·수입업체	<ul style="list-style-type: none"> 제조 업체와 수입 업체의 이름과 주소를 표기해야 함 	
	할랄 인증	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 할랄 인증을 마크와 함께 표시해야 함 할랄 인증을 받지 않은 경우, 비인증임을 문구로 나타내야 함 	
	제조일자 혹은 제조 코드	<ul style="list-style-type: none"> 배치 번호 또는 제조시간으로 표기 제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함 유통기한 이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함 유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함 7% 이상의 알코올을 함유한 음료나 유통기한이 24시간 이내인 빵이나 케이크, 식초는 유통기한 표시의무에서 제외됨 	
	BPOM 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> 라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음 	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

조미김류

라벨링 사진




표기항목	표기내용	
제품명	Hitempura	
성분 목록	Komposisi: tepung terigu, rumput laut, pati modifikasi, lada putih, penguat rasa(dinatrium inosinat dan guanilat) bawang putih, minyak nabati (mengandung antioksidan BHT), bubuk putih telur, garam, gula	성분: 밀가루, 해조류, 변성전분, 백후추, 향미증진제(이노신산이나트륨, 구아닐산나트륨) 마늘, 식물성유지(항산화 BHT 함유), 계란흰자분말, 소금, 설탕, 가수분해대두단백, 분말
순중량·순부피	40g	
제조사	tao kae noi	
제조원	Diproduksi oleh: taokaenoi food & marketing PCL 12/1 moo 4 namai, ladlumkaew, pathumthani 12140 thailand	taokaenoi food & marketing PCL 12/1 moo 4 namai, ladlumkaew, pathumthani 12140 태국
유통업체	<p>HONG KONG: dksh hong kong limited 23rd floor, tower a, southmark 11 yip hing street, wong chuk hang, hong kong</p> <p>MACAU: vang kei hong trading company limited 1-andra ponte No, 27 macau (tel: 853-28552278)</p> <p>MALAYSIA: socma trading(m) sdn BHD. Lot 805, jalan subang 5, taman perindustrian subang, 47600 subang jaya, selangor darul ehsan, malaysia tel: 603-5623-3633</p>	<p>홍콩: dksh hong kong limited 23rd floor,, tower a, southmark 11 yip hing길, wong chuk hang, 홍콩</p> <p>마카오: vang kei hong trading company limited 1-andra ponte No, 27 마카오 (전화: 853-28552278)</p> <p>말레이시아: socma trading(m) sdn BHD. Lot 805, jalan subang 5, taman perindustrian subang, 47600 subang jaya, selangor darul ehsan, 말레이시아 전화: 603-5623-3633</p>

	<p>SINGAPORE: san sesan global pte. Ltd 12 ajalan ampas, #06-02, singapore 329516 tel: (65)6532-3839</p> <p>AUSTRALIA: oriental, merchant pty. Ltd. 10 westgate drive, laverton nth, vic 3026, australia free call: 1800-806-842 www.oriental.com.au</p>	<p>싱가포르: san sesan global pte. Ltd 12 ajalan ampas, #06-02, singapore 329516 전화: (65)6532-3839</p> <p>호주: oriental, merchant pty. Ltd. 10 westgate drive, laverton nth, vic 3026, australia 무료 전화: 1800-806-842 www.oriental.com.au</p>																																																																																							
유통기한	best before (dd mm yy): as shown on package 유통기한(일 월 년): 포장지에 표시된 대로																																																																																								
BPOM 코드	Kode produksi: lihat pada kemasan, 코드: 포장 참조																																																																																								
원산지	Product of Thailand (태국산)																																																																																								
보관방법	<p>Petunjuk penyimpanan: simpan ditempat sejuk dan dingin, hindari sinar matahari langsung dan suhu tinggi(인도네시아어) Storage method: keep in cool and dry place, avoid direct sunlight and high temperature(영문) 보관방법: 직사광선 및 고온을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오</p>																																																																																								
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">INFORMASI NILAI GIZI (인도네시아어)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3">Takaran saji 4g</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Jumlah sajian per kemasan: 10</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Energi Total 25kkal</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Energi dari lemak 15kkal</td> </tr> <tr> <td>Lemak Total</td> <td>1.5g</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Lemak jenuh</td> <td>1.5g</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Lemak trans</td> <td>0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Kolesterol</td> <td>0mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Karbohidrat</td> <td>2g</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Serat pangan</td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Gula</td> <td>0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Natrium</td> <td>30mg</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	INFORMASI NILAI GIZI (인도네시아어)			Takaran saji 4g			Jumlah sajian per kemasan: 10			Energi Total 25kkal			Energi dari lemak 15kkal			Lemak Total	1.5g	3%	Lemak jenuh	1.5g	7%	Lemak trans	0g		Kolesterol	0mg	0%	Protein	0g	0%	Karbohidrat	2g	1%	Total			Serat pangan	0g	0%	Gula	0g		Natrium	30mg	2%	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양성분표</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3">1회 제공량 4g</td> </tr> <tr> <td colspan="3">컨테이너 당 제공량: 10</td> </tr> <tr> <td colspan="3">칼로리 25</td> </tr> <tr> <td colspan="3">지방 칼로리 15</td> </tr> <tr> <td>총지방</td> <td>1.5g</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>포화지방</td> <td>1.5g</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>트랜스지방</td> <td>0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>콜레스테롤</td> <td>0mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>총탄수화물</td> <td>2g</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>식이섬유</td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>당</td> <td>0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>30mg</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	영양성분표			1회 제공량 4g			컨테이너 당 제공량: 10			칼로리 25			지방 칼로리 15			총지방	1.5g	3%	포화지방	1.5g	7%	트랜스지방	0g		콜레스테롤	0mg	0%	단백질	0g	0%	총탄수화물	2g	1%	식이섬유	0g	0%	당	0g		단백질	30mg	2%
INFORMASI NILAI GIZI (인도네시아어)																																																																																									
Takaran saji 4g																																																																																									
Jumlah sajian per kemasan: 10																																																																																									
Energi Total 25kkal																																																																																									
Energi dari lemak 15kkal																																																																																									
Lemak Total	1.5g	3%																																																																																							
Lemak jenuh	1.5g	7%																																																																																							
Lemak trans	0g																																																																																								
Kolesterol	0mg	0%																																																																																							
Protein	0g	0%																																																																																							
Karbohidrat	2g	1%																																																																																							
Total																																																																																									
Serat pangan	0g	0%																																																																																							
Gula	0g																																																																																								
Natrium	30mg	2%																																																																																							
영양성분표																																																																																									
1회 제공량 4g																																																																																									
컨테이너 당 제공량: 10																																																																																									
칼로리 25																																																																																									
지방 칼로리 15																																																																																									
총지방	1.5g	3%																																																																																							
포화지방	1.5g	7%																																																																																							
트랜스지방	0g																																																																																								
콜레스테롤	0mg	0%																																																																																							
단백질	0g	0%																																																																																							
총탄수화물	2g	1%																																																																																							
식이섬유	0g	0%																																																																																							
당	0g																																																																																								
단백질	30mg	2%																																																																																							

■ 5.2 | 인증제도

① 인도네시아 BPOM 등록

인도네시아 정부는 국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위한 목적으로 제품을 감지, 예방 및 제어할 수 있도록 하는 의약품 및 식품관리 인증 시스템을 도입함. 인도네시아 식약청이 해당 등록을 관리하고 있으며 수입식품에 대해 필수적으로 등록을 요구함. 수입업체 또는 현지법인을 통해서도 가능하나 현지법인이 없는 국내기업의 경우 등록이 제한됨

인증명	인도네시아 BPOM 등록	인증로고	
발행·검사기관	인도네시아 식약청(BPOM)	필수 여부	필수
목적	국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위한 목적		
취득절차	온라인 신청서 제출 → 수수료 지불 → 제품번호 통보 → 심사 → 인증 승인 및 등록번호 부여		
필요서류	등록신청서, 수입업자의 법률 문서, 보관시설에 대한 감사 결과, 제조업체 품질관리 인증서, 자유판매증명서, 건강증명서, 위촉장, 성분 구성정보, 제조공정, 제품 저장 정보, 생산 코드 정보, 레이블 디자인, 완제품 분석 인증서		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② SNI(Indonesian National Standard)


SNI는 인도네시아 국가표준임. 전자기기, 의료기기, 기타 공산품, 가공식품 등에 요구되는 인도네시아의 인증제도임. 강제대상품목에 해당하는 제품은 반드시 지정인증기관을 통해 SNI 인증서를 발급받고 제품에 마크를 표시해야만 인도네시아로 수입/판매가 가능하며, 인증서는 최대 4년간 유효함

인증명	SNI(Indonesian National Standard)	인증로고	
발행·검사기관	인도네시아 산업부(MIT)지정 시험소	필수 여부	필수
목적	제품의 품질, 규격, 안정성 제고를 위한 인증 제도		
취득절차	신청 접수 → 공장 심사 → 샘플 검사 → 승인 및 인증발급		
필요서류	인증 신청서, 상표등록증, 카탈로그 원본, 사용		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ HALAL


인도네시아 정부가 2014년 발표한 법률(No. 33/2014)이 지난 10월부로 발효됨에 따라 식품, 음료, 화장품 등의 품목에 할랄 인증이 필수 취득 사항으로 되었음. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)와 인도네시아 할랄인증보증기구 (BPJPH)가 정하는 바에 따라 할랄 인증을 받아야 함. 다만, 식품에 대해서는 5년간의 유예 기간을 둘 예정이기 때문에 오는 2024년 10월까지의 할랄 인증 획득을 완료해야 함. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회는 인도네시아와 아시아, 유럽 등에 위치한 45개의 할랄 인증기관을 인정하고 있으며 해당 기관을 통해 인증을 획득할 수 있음

인증명	HALAL	인증로고	
발행·검사기관	LPPOM MUI 또는 지정인증 기관	필수 여부	필수
목적	무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 도입		
취득절차	서류제출 → 인증수행계약 체결 → 사전 모니터링 → 현장조사 → 인증서 발급		
필요서류	도축장 정보(필요한 경우), HAS 매뉴얼, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 할랄 교육에 대한 정보, 할랄 인증 신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)pp

④ HACCP


HACCP 인증은 농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증제도임. 인도네시아로 식품을 수출할 경우 HACCP, ISO 22000, GMP 인증 3가지 중 1개 이상 취득이 필수임

인증명	HACCP(품질안전인증)	인증로고	
발행·검사기관	한국식품안전관리인증원	필수 여부	필수
목적	농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 심사 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	인증 신청서, 식품안전관리 인증계획서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑤ ISO 22000(Food Safety Management System)


ISO 22000 인증은 식품의 가공업체, 유통업체 모두에 적용되는 최종 제품의 안전을 보장하기 위한 프로세스 표준임. 해당 표준은 ISO 9001 품질경영 시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음

인증명	ISO 22000	인증로고	
발행·검사기관	ISO 등록 시험기관	필수 여부	권장
목적	최종 제품의 안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 인증계약 → 계획통보 → 서류심사 → 현장심사 → 시정조치 → 인증심의 → 인증취득 → 사후관리심사 → 갱신심사		
필요서류	인증심사 신청서		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑥ IFS Global Markets Food

IFS Global Markets Food 인증은 식품 유통업체를 위한 인증으로, 식품의 제조와 유통, 관리 등 최종 제품의 안전을 보장하기 위한 프로세스 평가 인증임. 유사 인증인 IFS Food 인증은 식품 가공업체를 위한 인증으로, 식품 가공 및 제조 과정과 완제품 최종 포장 과정까지의 안전을 평가하는 인증임

인증명	IFS	인증로고	
발행·검사기관	IFS 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품의 제조와 유통, 관리 등 최종 제품의 안전을 보장하기 위한 프로세스 평가 인증		
취득절차	인증 신청 → 사전 심사 → 현장 심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급		
필요서류	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

■ 5.3 | 통관거부사례

5.4 | 비관세장벽 이슈

[규정·제도]

건강보조식품에 대한 안전 및 품질 요구 규정 발표 (2023년 9월 18일 발효)

2023년 9월 18일, 인도네시아 식약청(BPOM)은 2019년 발표한 BPOM 규정 제17호 「건강보조식품 품질 요건」을 폐지하고 2023년 BPOM 규정 제24호 「건강보조식품의 안전 및 품질 요건」을 발표했다. 해당 규정은 발표일인 2023년 9월 18일 즉시 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98779

[규정·제도]

가공식품 사용 금지 원료 및 식품 첨가물 금지 성분 목록 개정(2023년 8월 15일 발효)

2023년 9월, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)은 가공식품에 사용이 금지된 원료 및 식품 첨가물 성분 목록 규정 「2018 NO.7」을 업데이트한 「2023 No.22」 발표했다. 이에 따라 인도네시아에서 생산되거나 수입된 모든 가공식품은 「2023 No.22」의 규정 목록에 있는 물질을 함유할 수 없으며, 업데이트된 규정은 2023년 8월 15일부터 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98690

[규정·제도]

건강보조식품의 유통을 감독하는 새로운 규정 발표(2023년 7월 21일부터 시행)

2023년 7월 21일, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM, 이하 식약청)은 안전 및 품질 요구 사항을 충족하지 않는 제품으로부터 대중을 보호하기 위해 식품의약품안전청 고시 2023년 제16호 「전통의약품, 의약외품 및 건강보조식품 유통관리 감독(PENGAWASAN PEREDARAN OBAT TRADISIONAL, OBAT KUASI, DAN SUPLEMEN KESEHATAN)」을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98314

[규정·제도]

식약청, 식품등록절차 개정 및 할랄 로고 사용법 등 안내

2023년 3월 1일부터 기존 ASROT 시스템(건강기능식품, 전통의약품, 의약외품 등록 관리 시스템)이 OSS(Online Single Submission)와 통합 적용되어 본 등록 유형의 제품들 또한, OSS 접수 후 심사를 개시 할 수 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97697&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**가공식품에 허용된 프로바이오틱스 목록 공개**

인도네시아 식약청은 《가공식품에 사용할 수 있는 미생물의 종류(JENIS MIKROORGANISME YANG DAPAT DIGUNAKAN)(2023년 제38호)》를 통해 가공식품에 허용된 프로바이오틱스(미생물) 목록을 공개했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97300

[위생·안전]**2022년 10월 31일부터 2-클로로에탄올과 에틸렌옥사이드 검출 기준 강화**

인도네시아 식품의약처는 2017년부터 2022년까지 유럽연합 국가로 수출된 인도네시아 식품 중 즉석 라면의 조미료, 즉석 라면, 고추(칠리페퍼), 자스민차, 아이스크림에서 지속해서 기준치 이상의 2-CE(클로로에탄올)와 ETO(에틸렌옥사이드)가 검출되는 문제사례가 발생하자, 인도네시아 《농업부 장관령 43호 규정》의 2-CE와 ETO 검출 기준을 국제 기준에 맞춰 강화했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96961

[규정·제도]**수입 유통 신고 시 EG 및 DEG 잔류시험 검사 성적서 의무 제출 규정(2022.11.22. 시행)**

인도네시아 식품의약처(BPOM)는 솔비톨(Sorbitol), 글리세롤(Glycerol), 프로필렌글리콜(Propylene Glycol) 첨가물을 사용한 식품의 수입 유통 신고(SKI) 승인 요건으로 에틸렌글리콜(EG)과 디에틸렌글리콜(DEG) 성분에 대한 시험 항목을 추가하고, 2022년 11월 21일부터 해당 식품 수입 시 공인 또는 정부 승인 실험실에서 발급받은 EG 및 DEG 잔류 시험 검사 성적서를 의무적으로 제출해야 한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96960

[규정·제도]**2022년 9월 12일부터 수입식품에 변경된 식품의약품청 등록 절차 공고**

인도네시아로 수입되는 식품은 2022년 9월 12일부터 OSS(Online Single Submission)를 통해 수입식품의 등록 허가 신청 후 접수 승인을 받아야, 변경된 식품의약품청 접수 사이트(www.ereg-rba.pom.go.id)에 식품을 등록할 수 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96436

6.1 | 보고서 소개

인도네시아 식품시장은 2022년 약 2,439억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.8% 증가했다.

인도네시아의 식품 수입액은 약 283억 달러로, 호주·미국·브라질 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 15위를 차지했다. 주요 수입품은 ①밀 기타 ②대두유 추출 유박 ③사탕수수 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 3억 달러로 전년 대비 11.5% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①커피크리머 ②기타 무알콜 음료 ③라면이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 97%, 온라인 유통채널은 3%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①AlfaMart ②Indomaret ③Alfa Midi, 온라인 유통채널의 경우 ①Shopee Marketplace ②Tokopedia Marketplace ③Lazada Marketplace로 나타났다.

그래프로 보는 인도네시아 식품시장

