

인도네시아 김 시장 동향

HS Code 및 상품명

HS Code	품목 설명
1212.21	식용 해조류 (김, 미역 등)

시장동향 및 규모

한국에서 국민 밥 반찬으로 널리 알려진 김은 한국에서와는 다르게 글로벌 시장에서 외국인 소비자들에게 짭짤한/조미된 간식(Savoury Snack)으로 더 유명하다. 글로벌 리서치기관 Zion Market에 따르면, 2022년 전 세계 김 시장 규모는 16억200만 달러로, 연평균 10.4%로 시장이 성장 중이며 2028년에는 전 세계 김 시장 규모가 28억 달러까지 커질 것으로 전망했다.

인도네시아에서도 최근 김이 웰빙 간식으로 많은 소비자들의 주목을 받고 있다. 특히, 혈압 감소, 골다공증 예방, 혈관 건강 증진 등 김 섭취가 가져다 주는 효능이 인도네시아인들에게도 널리 알려지면서, 김을 찾는 인도네시아 소비자들이 늘고 있다. 또한, 김이 김자칩, 쿠키, 튀김 등 인도네시아에서 전통적으로 인기 있는 다른 간식 제품들에 비해 칼로리가 낮고 당 함량이 적어 건강 대체 간식으로 많은 부모들이 찾고 있다.

이에 힘을 입어, 인도네시아 김 시장규모는 2023년 전년 대비 1.5% 성장하여 9억5000만 루피아를 달성했고, 팬데믹 이전 시장규모 수준을 회복했다. 나아가 글로벌 시장조사기관 Euromonitor의 전망에 따르면, 인도네시아 내 다시 부는 한류 열풍에 따라 인도네시아 사람 중 한식 소비층이 증가하고, 인도네시아 로컬제조사들이 현지인 입맛에 맞춘 김 브랜드를 출시함에 따라 2028년까지 인니 김 시장 규모가 연평균 6% 성장할 것으로 전망했다.

<인도네시아 김 시장 규모>

(단위: 십억 루피아)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
전체 Savoury Snack	25,921	27,541	26,286	29,157	31,194
- 김 등 해조 스낵류	9.5	8.6	6.9	9.2	9.5

[자료: Euromonitor]

수입동향 및 대한 수입규모

인도네시아로 김을 수출하는 국가는 많지 않으며, 그 중에서도 한국으로부터 수입되는 규모가 2022년 기준 1132만 달러로, 인도네시아의 연간 김 수입량의 약 82.5%를 차지한다. 그 뒤를 이어서는 2022년 인도네시아는 태국으로부터 150만 달러, 중국으로부터 87만 달러 등을 수입했다. 특히, 한국산 김이 인도네시아 소비자들에게 큰 인기를 얻으며, 인도네시아의 한국산 김 수입규모가 2019년 218만 달러에서 3년 사이 5.18배 증가하여 2022년에는 1132만 달러까지 성장했다. 이를 통해 인도네시아 김 시장 성장을 한국산 김이 주도했다고 볼 수 있다.

<인도네시아의 김 수입규모>

(단위: 달러)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년
전세계	2,726,549	5,611,268	6,337,938	13,719,803
한국	2,188,092	5,111,675	4,969,356	11,327,299
태국	173,840	198,795	874,726	1,505,969
중국	283,689	290,425	410,463	878,362
일본	2,286	1,088	2,335	8,133
싱가포르	-	3	64,984	29











[자료: UN Comtrade]

과거에 비해 다양한 종류의 김 제품들이 수입되고 있는 점도 주목해볼만 하다. 이전 인도네시아로 수입되던 김은 대부분이 개별 날개 포장된 조미 김이었으나 최근에는 새우맛, 파맛 등 다양한 현지 소비자 취향을 고려한 현지화된 조미 김들의 수입이 증가추세에 있으며 돌자반, 김부각 등 김 가공품에 대한 수입도 증가하고 있다.

경쟁동향

인도네시아 김 시장은 크게 2가지 키워드로 최근 시장동향을 정리할 수 있다. 첫째는 ‘웰빙’이다. 2023년 인도네시아는 5%가 넘는 성장률을 기록하고, 2024년에는 1인당 국민소득이 5000달러를 넘을 것으로 예상되는 등 국민 전반의 소득수준이 증가하고, 소비 여력이 높아짐에 따라 식료품에 대한 인식이 ‘배고픔 해소’에서 ‘건강웰빙’, ‘맛’ 등 다양하게 변화하고 있다. 특히, 인도네시아는 코로나19 델타변이 바이러스 초창기에 많은 사망자가 나왔던 만큼, 사람들이 건강을 중요하게 생각하는 경향이 강해지고, 건강한 식품 섭취에 대한 필요성이 부각되었다. 이로 인해, 과자, 튀김류, 초콜릿 등 스낵류 대안으로 건강하고 독특한 맛을 지닌 김에 대한 인기가 현지에서 높아지고 있다. 또한 많은 인도네시아인들은 전통차, 한약재, 허브 등 식품을 섭취하여 건강관리 하는 방식에 익숙해있기에 김을 단순한 간식이 아닌 건강을 관리해주고 증진시켜주는 식품으로 선호 및 소비하고 있다. 또한, 김이 인도네시아 전통 간식 꼬루뽕 우당(새우과자칩)과 맛이 유사하고, 주로 밥과 함께 먹는다는 점과 바삭한 식감 마저 비슷하기에 인도네시아 소비자들에게 거부감 없이 선호되고 있다.

◀인도네시아 주요 김 생산 및 유통기업>

브랜드	주요 제품	비고
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가: 한국(현지 생산) ○ 가격: IDR 10,000 ○ 특징 - 인도네시아 식품 대기업에서 생산하는 현지 조미김 브랜드
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가: 한국 ○ 가격: IDR 30,000 ○ 특징 - 현지에서 프리미엄 한국산 김으로 유명하며, 전통 한국 스타일의 김으로 화교를 중심으로 인기가 높음
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격: 태국 ○ 가격: IDR 25,000 ○ 특징 - 인도네시아에 가장 먼저 진출한 수입 김 제품으로 과자와 같이 바삭한 촉감으로 큰 인기를 얻음
Manjun 		<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가: 한국 ○ 가격: IDR 24,000 ○ 특징 - 재래 방식을 활용하고, 대나무염을 활용한 김으로 인기를 얻음
Triple M 		<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가: 태국 ○ 가격: IDR 24,000 ○ 특징 - 구운 오징어, 칠리, 와사비 등 인도네시아 소비자들이 좋아하는 다양한 맛의 김을 출시하며 현지에서 큰 인기몰이 중

[자료: KOTRA 수라바야무역관 조사]

두번째 키워드는 ‘현지화’이다. 인도네시아에서는 김이 반찬류 보다는 간식으로서 소비된다는 특성을 파악한 김 수출업체 및 현지 김 제조사들은 한국 전통방식의 맛을 가진 김을 고집하지 않고, 현지 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해 현지에서 유행하는 칠리, 아얌고랭(BBQ치킨), 모듬튀김 등의 맛을 가진 현지화 된 김을 생산하고 시장진출을 하는 추세이다. 나아가, 최근에는 인도네시아의 풍부한 미역 자원을 활용하기 위해 인도네시아 현지로

김 제조공장을 옮겨서 저렴한 원가로 생산비를 낮추고, 2억7000만의 소비자를 가진 인도네시아 메가 내수시장을 직접 공략하는 기업들도 늘고 있다.

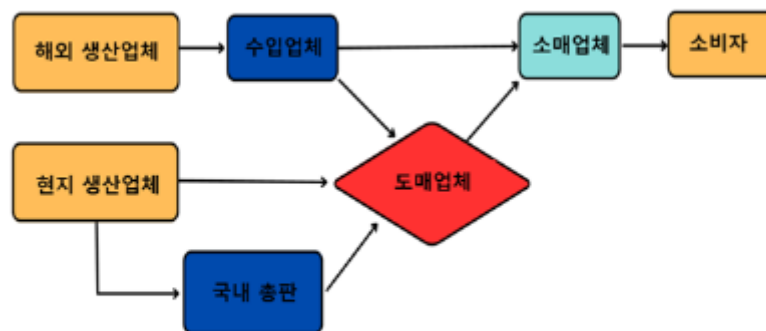
<현지화 전략을 사용하여 인도네시아에 판매되고 있는 김>

리픽히자우(칠리맛) [인도네시아]	부고크레이즈(아얌고랭맛) [인도네시아]	타오카오(모듬튀김맛) [태국]
		

[자료: KOTRA 수라바야무역관 조사]

유통구조

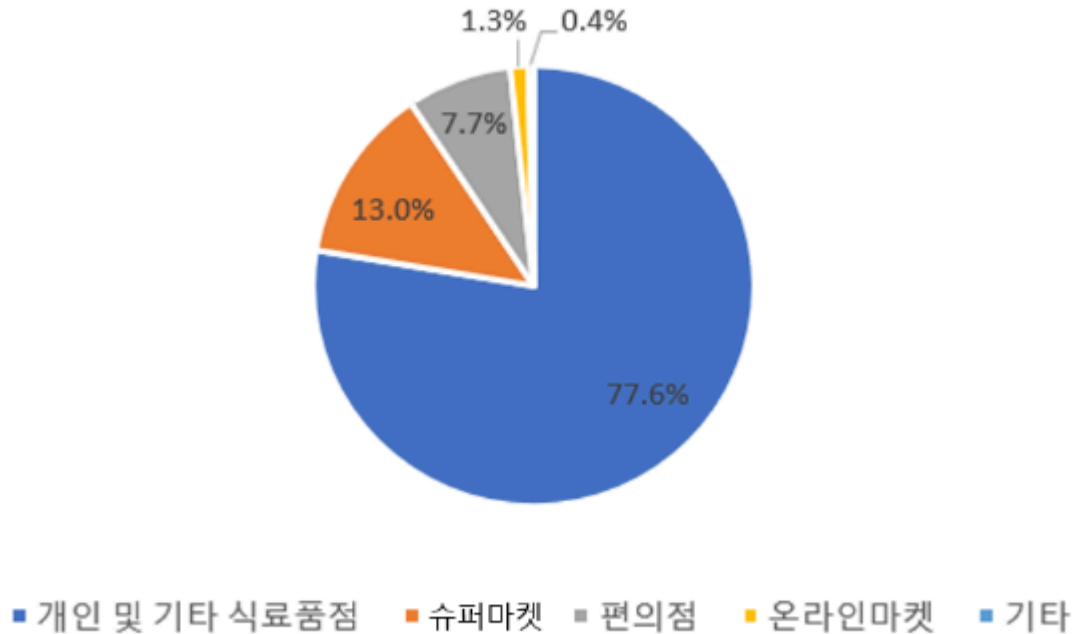
<인도네시아 김 유통구조>



[자료: KOTRA 수라바야무역관]

인도네시아로 수출되는 김의 경우, 독점 현지 파트너사를 통해 BPOM(현지 식약청 판매유통 허가권)을 등록 완료하고, 해당 기업을 통해 현지 여러 B2C 판매채널들로 유통이 된다. 한국 김을 포함한 여러 수입된 김의 경우, Grand Lucky, Papaya, Ranch Market 등 대부분의 고급 슈퍼마켓 또는 무궁화마트 등 한인슈퍼를 중심으로 유통된다. 또한, 스낵류 김의 경우에는 Alfamart, Indomaret, Circle K 등 전국 체인 단위 편의점과 Tokopedia, Shopee 등 온라인마켓을 통해서 전국 소비자에게 판매된다.

<인도네시아 김 주요 B2C 유통채널>



[자료: 한국농수산물유통공사, Euromonitor]

관세율, 인증 등 정보

한국산 김 제품의 경우, 한-아세안 FTA (AKFTA)에 의거, 인도네시아로 수입 시 무관세 혜택을 영위할 수 있다. 김 제품의 경우, 식품으로 분류되기에 수출되어 인도네시아에 판매되기 전 인니 식약청 인증(BPOM)을 사전에 획득해야 한다. 아울러 2024년 10월부터는 인도네시아 내 수입/판매되는 모든 식료품 제품에 대해 할랄 인증 획득여부를 제품 라벨에 의무적으로 표시해야 된다.

<인도네시아의 한국산 김에 대한 관세율>

HS Code	품목 설명	관세율
1212.21	식용 해조류(김, 미역 등)	0%

시사점

인도네시아 김 시장에서 한국제품이 차지하는 위상은 2022년 전체 수입규모에서 82.5% 이상 차지하는 만큼 한국산 김에 대한 현지 수요가 높은 편이며, 한국의 김이 전통적이고 프리미엄이라는 소비자 인식이 있기에 김 상품이 진출하기 유망한 해외시장이다. 특히, 최근 인도네시아에 불고 있는 제2의 한류 열풍으로 K-라이프스타일에 대한 소비자들의 반응이 뜨겁고, 드라마, 영화, 유튜브 영상 등 한국 콘텐츠 속 김을 활용한 음식들을 먹는 모습을 보며 김에 대한 인도네시아 사람들의 호기심이 높아지고 있는 추세이다. 또한, 인니 바이어들도

건강식품에 대한 소비를 늘리는 소비자들의 니즈를 반영하기 위해 김 상품 수입에 대한 문의가
늘고있는 만큼, 인도네시아를 김 수출을 위한 새로운 진출지역으로 고려해볼 필요가 있다.

자료: 인도네시아 통계청, 인도네시아 산업부, UN Comtrade, World Ocean Initiative,
한국농수산물유통공사, Passport, Detik, UN Comtrade, Euromonitor, KOTRA 수라바야무역관