

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000071-01



# 자카르타

## 한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Jakarta



자카르타 한식당 창업 · 운영 가이드북

KFF 한국식재단  
KOREAN FOOD FOUNDATION

KFF 한국식재단  
KOREAN FOOD FOUNDATION

**자카르타**

**한식당 창업 · 운영 가이드북**

Starting Korean Restaurant in Jakarta

# 발간사

## 「한식당 창업 및 운영 가이드 북」을 펴내며...

최근 '한류'라는 이름으로 시작하여 전 세계 인들을 뜨겁게 달군 한국 드라마와 대중가요에 대한 관심이 자연스럽게 우리문화로까지 확산되고 있습니다.

이러한 관심은 우리네 먹거리와 식문화로까지 옮겨져 왔으며 많은 내·외국인들에게 '한식'과 '한식문화'에 대한 가치가 재조명받고 있는 추세입니다. 일례로 뉴욕 데일리 뉴스에서 '12년 가장 주목받을 음식으로 '한식'을 꼽을 정도로 앞으로 한식은 세계인과의 소통에 활용하기 좋은 매개로 성장할 수 있을 것이라 확신합니다.

이에 농림축산식품부와 한식재단에서는 높아진 한식의 위상과 우리 식문화의 무한한 잠재성을 활용하여 세계 여러 시장에서 한식의 새로운 가치 창출을 이룰 수 있도록 2010년부터 해외 주요도시의 외식시장을 조사·분석하고 있습니다. 올해는 특히 한식당 유망시장으로 꼽히는 중국 청도와 동남아의 자카르타, 마닐라, 쿠알라룸푸르, 브라질 상파울로의 외식시장과 한식당 운영에 필요한 정보들을 조사하였습니다.

이번 조사는 세계적인 컨설팅 펌인 PwC Global의 Transformation™을 기반으로 현지 통계청과 국제 소비산업 조사업체인 Euromonitor International의 조사 자료 등을 참고하여 한식당을 운영하기 위한 거시 환경과 에스닉푸드 시장의 경쟁 강도 등을 분석하였으며 현지 외식 소비자를 대상으로 한 온라인 설문조사와 소비자 좌담회

등을 개최하여 외식 소비행태와 해당지역에서의 한식·한식당의 인지도와 마케팅 요소들을 파악해보았습니다.

또한 도시 내 한식당 운영에 유리하다고 판단되는 지역들을 직접 관찰하여 해당상권들의 특징을 분석해보고 현재 현지에서 활발히 운영 중인 한식당 경영주들께 한식당 창업과 운영 시 애로사항 및 장애요인, 해소방안 등을 들어보았습니다.

이 외에 각 도시별로 유력한 외식관련 SNS 및 커뮤니티에 빅데이터분석 기법을 활용하여 한식당에 대한 소비태도 등을 예상해 보았습니다.

이런 다양한 조사와 분석 결과물을 엮고 정리하여 일선에 계시는 많은 분들이 보다 쉽게 정보를 접하시고 한식당을 창업·운영하실 때 조금이나마 수고를 덜어드리고자 이렇게 '한식당 창업 및 운영 가이드북'을 발간하게 되었습니다. 아무쪼록 본 가이드북이 한식으로 창업 또는 운영을 하시는 모든 분들께 자그마한 등불이 될 수 있기를 기원합니다.

마지막으로 이 가이드 북을 펴낼 수 있도록 헌신적으로 수고해주신 삼일회계법인의 정준하 부장님 외 관계자분들과 바쁘신 중에도 기꺼이 조사에 응해주신 해외 현지 한식당 경영주 분들께 진심으로 감사 인사를 드리는 바입니다.

2013년 9월 한식재단 이사장 양일선

## CONTENTS

### I. 자카르타(Jakarta) 시장환경

1. 거시환경 분석
2. 외식시장 현황

### II. 자카르타(Jakarta) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해
4. 한식당 설립 실무정보

### III. 자카르타(Jakarta) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영 가이드

#### ■ 외식 소비자 설문조사 개요

조사 방법: 온라인 조사(Online Survey) 방식  
조사 대상: 자카르타 조사업체 패널 255명  
조사 기간: 2013. 1. 25 ~ 2. 11(15일)

“

# 자카르타 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Jakarta

”

## I. 자카르타(Jakarta) 시장환경

### 1. 거시환경 분석

1.1 정책적 환경	009
1.2 경제적 환경	012
1.3 사회문화적 환경	018
1.4 음식문화적 환경	022

### 2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해	024
2.2 고객에 대한 이해	028
2.3 경쟁자에 대한 이해	033
2.4 외식상권에 대한 이해	038
2.5 한식산업에 대한 이해	069



# 1. 거시환경 분석

자카르타(Jakarta)는 인도네시아의 수도로 자바(Java)섬 북서쪽에 위치해 있습니다.

도시 북쪽으로는 해안과 인접해 있으며 면적은 662km<sup>2</sup>(서울의 약 1.1배)로 국토의 약 0.03%를 차지하고 있습니다.

국가 전체 인구의 약 4.2% 정도인 1천만 명이 자카르타에 살고 있으며 언어는 인도네시아어를 사용하고 영어 사용 빈도는 낮은 편입니다.

인도네시아는 법적으로 이슬람교 국가가 아니지만 이슬람교를 믿는 인구가 약 2억 명에 육박하는 세계 최대의 무슬림(Muslim) 국가로 자카르타의 시민 80% 이상이 무슬림입니다.

전형적인 열대성 기후를 띄며 연 평균 기온이 25~33도 수준이며 연중 약 170일 간 비가 내려 덥고 습한 상태가 연중 지속됩니다.

7월부터 10월까지의 건기이며 11월부터 비 내리는 횟수가 증가하여 1, 2월에 가장 많은 비가 내립니다.



그림 1-1: 인도네시아 자카르타 지도

## 1.1 정책적 환경

### 1) 경제 활성화 정책

#### ① 안정적 경제정책

중장기 경제개발계획(IEDCs)을 바탕으로 안정적인 경제 정책을 추진하며 투자자들의 신뢰를 확보하고자 노력하고 있습니다.

투자환경 조성을 위해 산업 육성과 사회기반 시설 확충을 연계하는 지역단위 개발 정책을 제시하고 있습니다.

경제성장 기반마련을 위하여 도로, 철도, 항만과 같은 인프라 개선 사업 수요가 크게 증가할 것으로 기대됩니다.

#### 인도네시아 중장기 경제개발계획 - IEDCs (Indonesia Economic Development Corridors)

인도네시아 정부가 제조업 전략, 에너지 로드맵, 농업 발전, 경제특구 개발 전략 등을 통합하여 총체적인 지역개발을 추진함으로써 2025년까지 연 7%이상 경제성장을 통한 선진국 경제구조로 전환 및 GDP 4조 달러 내외, 1인당 GDP 13,000~16,000달러를 달성하고 2050년 GDP 약 26.7조 달러 및 세계 제6위 달성을 목표로 하는 경제발전 계획임

#### ② 한국과의 경제 협력 관계

장기간 우호적 관계를 유지하고 있는 한국과 인도네시아는 최근 인도네시아의 자원, 한국의 기술력 간의 상호 의존도가 더욱 높아짐에 따라 다양한 경제협력조약을 통해 보다 견고한 협력 관계를 구축하고 있습니다.

2005년 7월 ASEAN-한국 간 FTA 합의를, 2006년 12월부터는 '전략적 동반자 관계'를 체결하여 자유무역협정(FTA)의 활용과 기업 지원을 위해 상호 협력을 강화하고 향후 한국 기업의 인도네시아 진출에 있어 관세 철폐 및 비관세 장벽 제거 혜택을 누릴 수 있도록 지원하기로 합의했습니다.

### ③ 2013년 최저 임금 43.88% 인상 발표

한편 2013년 자카르타 내 최저임금이 전년 수준보다 671,000루피아(한화 약 75,800원) 오른 2,200,000루피아(한화 약 248,400원)로 확정됨에 따라 현지 및 해외 기업들의 운영에 어려움을 줄 것으로 예상됩니다.

무려 43.88% 인상으로 물가폭등에 이어 산업 채산성 악화를 불러 일으켜 기존 노동 집약적 산업에 다수 진출해 있는 한국 기업과 해외 다국적 기업에 직접적으로 영향을 미칠 것으로 전망됩니다.

### ④ 자카르타 인프라 확충

자카르타 행정당국은 2013년 총 625억 루피아(한화 약 70억 원)를 투자해 지하차도 7개와 고가도로 3개를 건설할 계획입니다.

교통정체가 심하고 교통사고가 자주 발생하는 철도 건널목, 도로와 버스 전용차선 교차로 등에 지하 또는 고가도로를 건설할 예정이며 2013년 착공해 3년 내에 완공할 계획입니다.

## 2) 투자 정책

인도네시아는 세계은행(World Bank)이 발표하는 각국의 기업경영환경 결과에서 전체 183개국 가운데 120위권의 순위를 몇 년째 벗어나지 못하고 있으며 이에 인도네시아 정부는 2004년부터 지속적으로 우호적인 투자환경 조성을 위해 노력하고 있습니다.

규제 개혁 및 신 투자법 마련 등 투자환경 개선 노력에 힘입어 2012년 외국인직접투자(FDI) 유입액은 전년대비 26% 증가한 246억 달러로 세계 9위, 아시아 지역 4위로 뛰어오르며 빠르게 성장하는 모습을 보였습니다.

신 투자법으로는 내외국인 동등 취급, 토지 이용기간 연장, 투자절차 진행기간 단축, 세투자 인센티브 마련, 외국인 투자자 체류허가 간소화 등이 있습니다.

## 3) 이민 정책

인도네시아는 동남아시아 다른 나라에 비해 외국인 이민조건이 까다로운 편입니다.

시민권 및 영주권 제도가 없으며 유효 기간 1년의 제한체류비자(KITAS)를 발급받아 매년 갱신을 해야 합니다.

제한체류비자(KITAS)로 5년 이상 체류한 경우 유효기간 10년의 장기비자인 영구체류허가증(KITAP)을 신청할 수 있으며 영구체류허가증(KITAP) 소지자에 한해 인도네시아 국적신청이 가능합니다.

또한 단일 국적주의 원칙을 기본으로 하여 출생, 국제결혼, 외국인 우수인재 국적 취득 등과 같이 극히 예외적인 경우에 한하여 이중(복수)국적을 인정합니다.

## 4) 식품 및 외식산업 정책

### ① 요식업종 외국인 투자 개정

식당, 여행사, 위락시설, 가라오케 등의 요식업종에 대한 외국인 지분은 과거 50% 이하로 제한되었으나 최근 49~51%로 개정되었습니다.

단 지역법과 충돌하지 않아야 하며 51% 지분 확보를 위해서는 현지 중소기업과 파트너십(Partnership)을 맺어야 합니다.

### ② 식품 수입 관련 규정

수입되는 가공식품, 식품 원재료, 식품 첨가물, 가공 시 사용하는 원료 등의 식품 성분은 인도네시아 식약청(BPOM)장의 승인을 요하며 등록은 당국 내 대리인 혹은 수입상에 의해 가능합니다.

할랄(Halal)<sup>(1)</sup> 인증이 된 식품 수입의 경우 정해진 인증기관의 절차를 통해 할랄인증(Halal Certificate)을 취득한 후 진행해야 합니다.

(1) 할랄(Halal)은 이슬람 율법(Shariah)에 따라 '허용되는 것'을 의미하며 모든 종류의 야채, 과일, 곡류 등 非육류성 식품과 해산물은 할랄 식품(Halal Food)에 해당합니다. 육류의 경우 할랄 방식으로 도축된 것만을 할랄 식품으로 인정합니다.

## 1.2 경제적 환경

### 1) 경제 규모

인도네시아의 국내총생산(2012 PPP기준)은 동남아시아 국가 중 가장 큰 규모인 1조 2,120억 달러(한화 약 1,337조 원) 규모입니다.

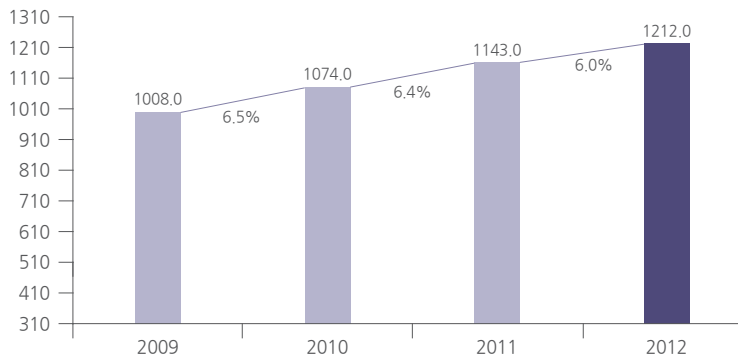
1인당 국내총생산(2011 PPP기준)은 4,700달러로 한화로 약 519만 원 수준입니다.

산업 섹터(Sector)별 국내총생산은 2차 산업(제조) 45%, 3차 산업(서비스) 38%, 1차 산업(농업) 17% 순으로 구성되며(2011년 기준), 이러한 추세는 5년 여간 유지되고 있습니다.

자카르타의 국내총생산(GDP) 규모는 인도네시아 전체의 약 8.3%이며 1인당 국내총생산 규모는 인도네시아 전체의 약 2배 수준인 7,597달러(한화 약 838만 원) 입니다.

그림 1-2: 인도네시아 연도별 국내총생산(GDP) 규모

단위: billion US\$



출처: CIA World Factbook

세부 산업 별 규모 및 성장률을 살펴보면 2012년 기준 제조업이 23.94%로 전체 GDP에서 가장 큰 비중을 차지한 것으로 나타났습니다.

제조업에 이어 무역·호텔·요식업(18.05%), 농업·낙농업·임업·어업(12.51%) 순으로 높은 비율을 차지했습니다.

표 1-1: 인도네시아 산업별 규모 및 성장률

구분	2000년 기준 (조 루피아)		성장률 (%)
	2010년	2011년	
GDP	2,464.7	2,618.1	6.23
GDP(오일/가스 제외)	2,322.8	2,481.0	6.81
농업·낙농업·임업·어업	315.0	327.6	3.97
광업	189.8	192.6	1.49
제조업	633.8	670.1	5.73
전기 가스 수도	18.9	20.1	6.40
건설업	160.0	172.0	7.50
무역 호텔 요식업	437.2	472.6	8.11
교통통신	241.3	265.4	9.98
금융부동산	236.2	253.0	7.15
서비스	232.5	244.7	5.24

출처: 인도네시아 통계청

2011년 인도네시아 정부 목표치인 6.5%에 근접한 6.23%의 경제 성장을 달성했습니다.

거대 내수소비시장과 국내외 투자 증가 등에 힘입어 세계 평균(5%)을 상회하는 경제성장률을 유지하고 있으며 2012년에는 교통통신, 무역·호텔·요식업, 건설업, 금융부동산 등 내수경기가 성장을 주도한 것으로 나타났습니다.

## 2) 외국인 투자 유치

인도네시아 투자조정청(BKPM)이 발표에 따르면 2012년도 인도네시아 외국인투자(FDI) 규모는 246억 달러로 2011년 195억 달러보다 26% 증가한 것으로 나타났습니다.

표 1-2: 인도네시아 산업별 외국인 투자 현황 (단위: 백만 달러)

구분	2010		2011		2012	
	투자건수	투자액수	투자건수	투자액수	투자건수	투자액수
1차산업	428	3,034	713	4,883	734	5,933
2차산업	1,091	3,337	1,643	6,790	1,714	11,770
3차산업	1,557	9,844	1,986	7,802	2,131	6,862
합계	3,076	16,215	4,342	19,475	4,579	24,565
전년대비 증가율	49.9%		20%		26%	

출처: BKPM (인도네시아 투자조정청)

세부 업종별로 투자가 가장 활발한 분야는 광업(43억 달러)으로 전체 외국인 투자의 17%를 차지하였으며 2위는 운송/창고/통신(28억 달러, 11%), 3위 화학/제약(28억 달러, 11%), 4위 금속/기계/전자(25억 달러, 10%), 5위는 자동차/운송장비(18억 달러, 8%)로 나타났습니다.

특히 2차 산업에 대한 외국인 투자가 전년대비 현저히 증가한 것으로 나타났는데 제지/인쇄업은 전년 대비 5배 가까운 투자 증가세를 보였으며 화학/제약은 전년 대비 2배, 자동차/운송장비는 전년 대비 약 3배 정도 투자가 증가했습니다.

국가별로는 49억 달러로 싱가포르가 1위, 일본은 25억 달러로 2위, 한국은 20억 달러로 3위를 차지했습니다.

싱가포르, 미국, 네덜란드 등 인도네시아의 주요 투자국들은 전년 대비 투자를 줄이고 있는데 반해 한국과 일본의 급격한 투자 증가 추세가 두드러지고 있습니다.

전년대비 급격한 최저임금 상승으로 내수시장의 활황이 예상되나 외국인 투자 중 노동집약 산업에 대한 투자가 줄어들 것으로 예상됩니다.

또한 인도네시아 정부는 2013년 루피아(Rp)화에 대한 화폐단위축소 (Redenomination)를 계획하고 있는데 화폐단위 축소 조치로 인플레이션 위험이 높아짐에 따라 외국인 투자 유입에 부정적 요소로 작용할 전망입니다.

## 3) 물가 상승률 변화

2008년 미국 발(發) 금융위기로 인하여 10% 수준까지 치솟았던 물가 상승률은 2009년부터 안정을 찾기 시작해 4~5% 내외 수준을 유지하고 있습니다.

그림 1-3: 인도네시아 연도별 물가 상승률



출처: Inflation.eu

## 4) 가처분 소득 및 식비 지출액 변화

인도네시아 국민의 연 가처분 소득은 매년 꾸준히 증가하고 있으며 이에 식비지출액도 늘어나는 추세입니다.

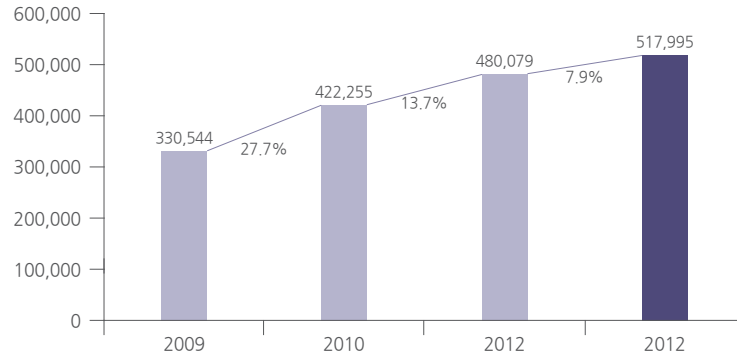
대형 할인점, 백화점 등 현대식 유통채널의 시장규모가 최근 5년 여간 약 5% 성장하였으며 고급 승용차 판매도 증가세를 보이고 있습니다.

연 가처분 소득 및 식비 지출액은 2009년에서 2012년까지 각 57%, 49% 증가했습니다.

다만 연 가처분소득은 증가율은 2009년부터 점차적으로 감소하고 있으며 이에 따라 연 식비지출액 증가율도 점차 둔화되는 추세입니다.

그림 1-4: 인도네시아 연도별 가처분 소득 규모

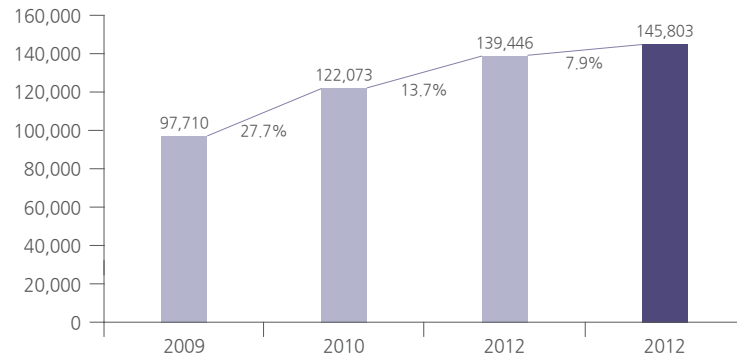
단위: million US\$



출처: Euromonitor

그림 1-5: 인도네시아 연도별 식비 지출액 규모

단위: million US\$



출처: Euromonitor

## 5) 경제 동향

인도네시아 재무부는 2013년 경제성장을 목표를 6.8%로 설정했으며 세계은행과 IMF는 6.3%로 전망하고 있습니다.

미국의 재정절벽 협상, 중국경제의 경착륙, 유로존 불확실성 등과 같은 위험요소가 2013년 경제성장률에 영향을 줄 것으로 전망됩니다.

또한 2014년 대통령 선거를 의식한 정부의 포퓰리즘적 정책이 인도네시아 경제의 버팀목인 투자에 부정적 영향을 줄 수 있는것으로 파악됩니다.

최근 신흥경제의 중요성이 확대되는 가운데 BRICs에 이어 인도네시아가 세계경제의 성장 동력으로 부상할 것으로 전망되는 국가 중 하나로서 주목되고 있습니다.

주요 투자은행 및 언론 등이 선정한 향후 주목해야 할 신흥국가 그룹인 'MIKT', 'MAVINS', 'CIVETS'와 최근 대두되고 있는 'MIP'에 모두 포함되는 국가는 인도네시아가 유일합니다.

주요 국제 금융 및 경제 기관은 인도네시아의 향후 경제 성장 가능성을 높게 평가하고 있습니다.

국제신용평가사 피치(Fitch)는 2012년 초 인도네시아 경제의 강한 성장세와 탄력성을 언급하며 장기 국제 등급을 투자등급인 BBB-로 한 단계 높여서 발표했습니다.

국제통화기금(IMF)은 인도네시아 2015년 국내 총생산 수치는 2009년 대비 2배 이상 성장할 것으로 전망하고 있습니다.

세계 은행(World Bank)과 골드만삭스(Goldman Sachs)는 인도네시아가 2030년이면 세계 10대, 2050년이면 세계 6대 경제 강국으로 부상할 것으로 전망하고 있습니다.

인도네시아는 풍부한 천연자원을 및 세계 4위 수준의 인구를 보유한 국가로서 성장 잠재력이 풍부합니다.

동남아 최대 산유국으로 석탄(4위), 주석(2위), 동(3위), 금(7위), 니켈(2위) 등의 천연자원이 풍부하여 세계경제의 자원공급 기지 역할을 하고 있으며 생산활동가능인구 비율은 2020년까지 68.5%에 이를것으로 예상됩니다.



### 1.3 사회문화적 환경

#### 1) 인종 구성 및 언어

##### ① 인종 구성

인도네시아는 세계에서 가장 많은 18,108개 섬으로 구성되어 있으며 지역 별로 약 480여 종족이 거주하고 있습니다.

주요 종족으로는 자바족, 순다족, 마드라족, 말레이족, 아체족, 마탁족, 발리족 등이 있습니다.

자바족은 인도네시아의 가장 큰 종족그룹으로 주로 중부 자바와 동부자바에 살고 있으며 다음으로 큰 종족인 순다족은 자바의 서부 끝 지역에 살고 있습니다.

전체 인구의 약 3.7%를 차지하는 중국계 인도네시아인이 국가 부(富)의 70~80%를 차지할 정도로 종족 간의 빈부격차가 매우 심한 편입니다.

##### ② 언어

인도네시아에는 583개의 방언이 있으며 30여 개 정도의 언어 및 각 지방 방언이 보편적으로 사용되고 있습니다.

현재는 바하사 인도네시아(Bahasa Indonesia)가 정식 국어로 통용되고 있고 학교 교과서나 교육도 지역을 분문하고 인도네시아어를 사용토록 하고 있습니다.

다수의 인도네시아 사람들은 일상생활 속에서 각 종족의 고유 언어를 인도네시아어와 함께 사용하기 때문에 두 개 혹은 그 이상의 언어를 구사합니다.

#### 2) 종교적 배경

인도네시아 헌법은 종교의 자유를 보장하고 있어 국교(國敎)가 없고 종교적 차별이 없으나 무종교의 자유는 보장되지 않아 모든 인도네시아 시민은 본인의 선택에 따라 종교를 가질 의무가 있습니다.

종교 간 비교나 우열을 논하지 않으며 어떠한 형태의 반종교 프로그램도 허용되지 않습니다.

인도네시아에서 공식적으로 인정되는 여섯 가지 종교는 이슬람교, 천주교, 기독교, 힌두교, 불교, 그리고 유교입니다.

그 밖에 종족 고유의 신앙이 있거나 문명의 교류가 적은 고립된 지역에서는 토속신앙을 믿기도 합니다.

다양한 종교의 포용에도 이슬람 인구가 절대적이며 단일 국가로는 세계최대의 이슬람 (Islam) 국가입니다.

인도네시아에는 14세기부터 이슬람교가 전파되기 시작하여 지금은 전 지역에 이슬람 사원이 널리 퍼져 있으며 88.4%에 육박하는 인구가 이슬람교를 믿고 있습니다.

힌두교와 전통적인 토착 신앙의 바탕 위에서 조화롭게 뿌리내려 종교적 포용성이 있는데 중동의 이슬람교에 비해 융통성이 있습니다.

표 1-3: 인도네시아 vs 자카르타 거주인구 종교구성

종교	구성비	
	인도네시아	자카르타
Muslim	88.4%	85.7%
Protestant	5.4%	6.0%
Catholic	2.6%	4.0%
Hindu	1.8%	3.8%
Buddhist	1.7%	0.3%
기타	0.1%	0.1%

▶ 출처: BPS, 2009-2010 Politic Statistics

#### 3) 사회·문화적 특성

##### ① 인구통계학적 특성

인도네시아는 약 2억 4,000만 인구를 가지고 있는 나라로 중국, 인도, 미국에 이어 세계 4위의 인구대국입니다.

정부의 가족계획 정책에도 불구하고 인구증가율(약1.4%)을 고려할 때 2050년에는 인구가 약 3억에 육박할 것으로 예상됩니다.

300여 민족으로 구성된 인도네시아는 국토 총 면적의 7%에 불과한 자바, 발리, 마두라 섬에 인구의 65%가 집중되어 있고 나머지 인구는 수마트라 섬, 술라웨시 섬, 칼리만탄 섬, 이리안자야 섬으로 인구가 분포되어 있습니다.

특히 수도인 자카르타에는 약 1,100만 명의 인구가 집중되어 있습니다.

이와 같은 인구과밀현상은 토지의 부족과 토지분배의 불균형, 토지를 갖지 못한 많은 농민의 불만과 생산성 저하, 노동지대의 잔존, 농업기술의 낙후, 낮은 생활수준의 고착화 등 많은 문제점을 야기하고 있으나 한편으로 풍부한 노동인구는 국가 경제가 성장함에 따라 산업역군으로 활용되고 있습니다.

2011년 기준, 인도네시아의 15세 이하 인구비율은 26.8%로 선진국(OECD 가입국)의 18.6%보다 꽤 높은 편이나 65세 이상 인구 비율은 5.6%로 선진국(OECD 가입국)의 14.9%의 절반에도 못 미치는 수치를 나타냈습니다.

고령 인구 비율이 상당히 낮은 편(5.6%)으로 이는 평균 수명 또한 높지 않다는 점을 의미합니다.

그 이유 중 하나는 건강에 대한 국민의 관심이 상대적으로 낮기 때문인데 월드뱅크(World Bank)의 통계에 따르면 1인당 국내총생산 대비 건강관리 비용 지출은 약 1.3% 수준에 그치고 있습니다.

## ② 사회적 특성

인도네시아는 다른 이슬람 사회와 달리 여성의 사회 참여가 비교적 개방되어 있습니다.

국가 경제 발전 및 사회 개방이 진전되면서 여성의 사회 진출은 더욱 활발해지고 있습니다.

중동 이슬람 국가들에 비해 종교적으로 온건하고 관용적이며 여성들도 중동 국가들과는 달리 히잡(Hijab)으로 얼굴을 가리고 다니는 사람이 적은 편입니다.

한편 이슬람 사회 관습상 남성우위의 사회 환경과 부인을 네 명까지 인정하는 풍습의 영향으로 이혼율이 높는데 근래에는 정부와 공무원사회를 중심으로 두 번째 처를 갖는 것을 금하고 있습니다.

## ③ 소셜 네트워크 & IT 트렌드

인터넷 이용률은 낮은 편이지만 꾸준히 증가하고 있으며 소셜미디어(SNS) 이용이 활발합니다.

세계은행(Worldbank)에 따르면 인도네시아의 인터넷 이용률은 2006년 4.8%에서 2010년 9.9%로 꾸준히 증가하고 있습니다.

소셜미디어(SNS) 전문 통계 업체인 소셜베이커스(Socialbakers)에 따르면 국가별 페이스북(Facebook) 이용자 수에서 인도네시아가 4위, 도시 별 페이스북 이용자 수에서 자카르타가 방콕에 이어 2위인 것으로 조사되었습니다.

또한 프랑스의 소셜미디어 조사기업인 세미오캐스트(SemioCast)의 조사에 따르면 2012년 6월 기준 자카르타의 트위터(Twitter) 게시물 수가 세계 1위인 것으로 나타났습니다.

글로벌 시장조사기관 IDC는 인도네시아 휴대폰 시장규모가 4,300만대(2011년 기준)로 전년대비 33% 증가하였다고 발표하였으며 전체 휴대폰 소비자의 78%가 스마트폰 등 인터넷 접속이 가능한 단말기를 보유하고 있는 것으로 나타났습니다.

SNS의 폭발적 인기로 인해 일반 핸드폰도 기본적인 인터넷 기능을 탑재하여 출시하고 있습니다.

인도네시아 현지 조사기관 서베이어(Surveyor)가 동남아 스마트폰 소비층을 대상으로 실시한 조사에 따르면 인도네시아 응답자들의 51%가 '1년 안에 스마트폰을 구매할 용의가 있다'고 밝혔으며 이는 동남아 조사대상국 중 최고 수치에 해당합니다.

## ④ 한류의 인기

한류에 편승하여 인도네시아에서 한국에 대한 관심이 빠르게 확산되고 있습니다.

인도네시아 검색엔진인 야후 인도네시아는 'K-Wave'의 항목을 따로 마련해 한국 엔터테인먼트에 대한 주요 소식을 전하고 있습니다.

한국방문 인도네시아 관광객 수는 2007년 3만 6천 명에 불과했으나 2011년에는 12만 5천 명에 이르는 등 관광분야에서 양적으로 비약적인 발전을 나타냈습니다.

대부분의 동남아 국가처럼 인도네시아의 한류도 '겨울연가', '대장금' 등 우리나라의 드라마 방영에서부터 시작되었고 K-POP의 급속한 전파와 온라인 게임 수출 등으로 확산되고 있습니다.

'대장금'을 시작으로 한국 드라마는 인도네시아 젊은 여성층을 중심으로 많은 사랑을 받았으며 한국 드라마는 2012년 기준 5개 방송국에서 약 16편이 방영되었습니다.

한국에 대한 관심에 따라 한국어를 배우고자 하는 사람이 크게 증가하고 있습니다.

2011년 인도네시아 자카르타 지역에 한국문화원이 설립되어 한국어 교육을 제공하고 있으며 또한 한국어 교육을 실시하는 국립 대학교 및 고등학교가 늘어나고 있습니다.

## 1.4 음식문화적 환경

### 1) 식단 및 식습관

인도네시아는 다양한 종족이 모여 이루어진 나라이기 때문에 음식의 전통과 맛 또한 다양합니다.

자바(Jawa)섬의 경우는 단 맛이 강한 음식이 많고 수마트라(Sumatra) 와 술라웨시(Sulawesi) 음식은 맵고 칼리만탄(Kalimantan) 음식은 신맛이 강한 편입니다.

예로부터 다양한 향신료가 생산되어 음식에 많이 사용되었고 기온이 높아 음식물의 변질을 막기 위해 볶음이나 튀김요리가 발달했습니다.

더운 날씨 때문에 뜨거운 음식을 싫어하여 음식을 조리하여 바로 먹지 않고 미리 준비해 놓았다가 식은 뒤 먹는 습관이 있습니다.

식사는 포크와 스푼 사용이 대중화되고 있으나 아직도 많은 사람이 오른손으로 밥과 반찬을 버무리며 먹으며 밥과 반찬을 한 접시에 담아 먹는 습관이 있습니다.

전통적으로 인도네시아 가정에서는 가족적 모든 가족들이 모여 식사를 합니다.

이슬람 교리에 따라 금식을 요하는 ‘라마단(Ramadan)’ 기간 동안에는 낮 시간 동안 취식이 금지되어 저녁을 푸짐하게 먹는 편입니다.



### 2) 주식 및 식품소비





인도네시아는 전체 국민의 약 88%가 이슬람교를 믿는 나라로 이슬람에서 금지하는 음식은 피하고 지역적 특성에 따라 열대과일 소비가 많은 국가입니다.

인도네시아 사람들이 즐겨 먹는 육류로는 염소고기, 닭고기, 쇠고기, 오리 고기 등이 있으며 그 중 닭고기 요리의 종류가 가장 많은 편입니다.

쌀 위주 음식이 발달했으며 야채와 해산물을 곁들인 요리가 많고 한식과 비교했을 때 좀더 달고 느끼한 맛이 강한 편입니다.

과일은 인도네시아 식문화의 중요한 역할을 담당하며 음료로 마시거나 요리로 만들어 먹기도 합니다.

표 1-4: 인도네시아 대표 전통 음식

구분	해당 내용
 <p>나시 고렝 (Nasi Goreng)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 볶음밥이라는 의미로 가장 기본적인 인도네시아 요리의 형태임</li> <li>• 구운 계란, 튀긴 닭, 각종 고치 등을 함께 곁들여먹기도 함</li> <li>• 우리나라의 볶음밥과 다르게 ‘크참 마니스’라는 단맛의 간장 소스를 이용해서 요리하는 것이 특징임</li> </ul>
 <p>미 고렝 (Mie Goreng)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아어로 ‘미’는 면, ‘고렝’은 튀김 또는 볶음으로 ‘미 고렝’은 인도네시아 식 볶은 면임</li> <li>• 대부분의 식당이 ‘미 고렝’을 요리할 때 살짝 매콤한 맛을 냄</li> <li>• ‘나시 고렝’처럼 계란구이, 오이, 양상추, 토마토, 튀김 과자 등과 함께 즐김</li> </ul>
 <p>이칸 바카르 (Ikan Bakar)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가 전체가 섬으로 이루어져 주변 바다로부터 어획량이 많음</li> <li>• 해산물 소비가 많고 음식의 종류도 다양함</li> <li>• 우리나라의 생선 구이와 비슷한 형태로 여러 종류의 생선 구이를 즐김</li> </ul>
 <p>사테 (Sate)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동남아 지역에서 즐겨먹는 구이 요리로 작게 자른 양고기나 닭고기를 각종 소스, 향신료에 재워다가 숯불로 굽는 요리임</li> <li>• 우리나라의 꼬치와 같은 형태로 열대과일을 곁들여 즐김</li> </ul>



## 2. 외식시장 현황

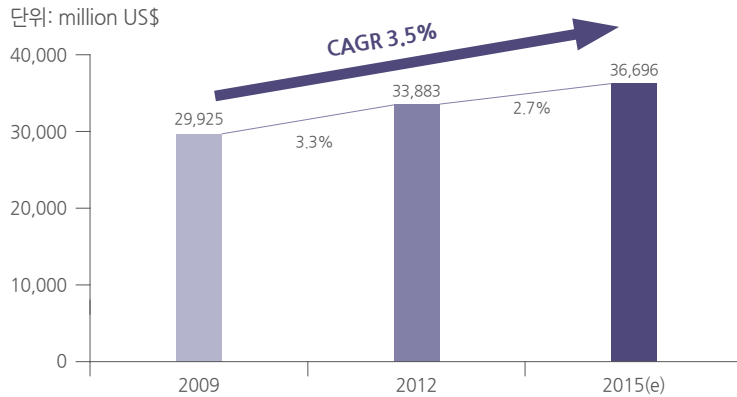
### 2.1 시장에 대한 이해

#### 1) 외식시장 규모

2012년 기준 인도네시아 외식시장 규모는 약 340억 달러(약 38조 2천억 원) 정도이며 향후 연 평균 2.7%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

유로모니터(Euromonitor) 분석에 따르면 '09~'12년 인도네시아 외식시장 규모는 연 평균 4.2%의 성장률을 기록하였으며 향후 '15년 까지 연 평균 2.7% 성장률을 기록하며 약 360억 달러(약 41.3조 원) 규모에 달할 것으로 전망됩니다.

그림 2-1: 자카르타 외식시장 규모 및 연 평균 성장률 (CAGR)



출처: Euromonitor, 2012

2012년 기준 인도네시아 외식시장의 세부 섹터별 규모를 살펴보면 'Full-Service'시장 점유율이 82.4%로 압도적으로 높게 나타났습니다.

'Cafes/Bars(9.6%)', 'Fast Food(4.2%)', 'Street Stalls/Kiosks(3.7%)' 섹터의 시장 점유율은 외식시장 전체의 10% 미만으로 나타나 인도네시아 외식시장은 아직까지 업태별 세분화가 이뤄지지 않았음을 파악할 수 있습니다.

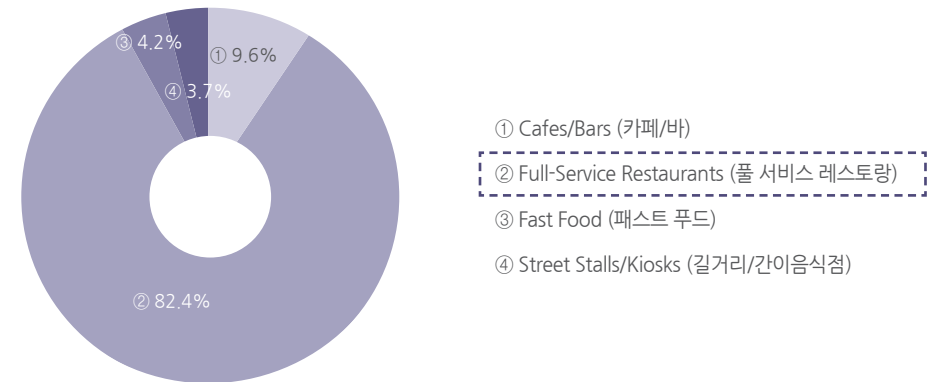
대도시권을 중심으로 간편식으로 식사를 해결하는 외식문화가 확산되면서 'Fast Food' 시장의 성장세가 두드러지고 있습니다.

'Fast Food'시장은 '09년에서 '12년까지 외식시장 전체 연평균 성장률(4.2%)을 웃도는 8.7%의 성장률을 기록하며 시장 점유율을 높여가고 있으며 향후 '15년까지 6.6%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

'Street Stalls/Kiosks' 시장은 인도네시아 전통 외식업태로 가장 낮은 연평균 성장률을 나타냈으며 이러한 하락세는 쇼핑물 중심의 외식소비 트렌드에 밀려 더욱 가중될 것으로 예측됩니다.

'09년~'12년까지 연평균 성장률 4.1%를 기록했던 'Cafes/Bars'와 'Full-Service Restaurants' 시장은 향후 '15년까지 절반 수준에 가까운 2.0%대의 연평균 성장률을 나타낼 것으로 전망됩니다.

그림 2-2: 자카르타 외식시장 섹터별 규모 (2012)



출처: Euromonitor, 2012

Categories	시장규모 (million \$)	비율 (%)	성장률 (%)	
			'09~'12	'12~'15
Consumer Food Service	33,882.8	100.0	4.2	2.7
Cafes/Bars (카페/바)	3,253.3	9.6	4.1	2.3
Full-Service Restaurants (풀 서비스 레스토랑)	27,933.6	82.4	4.1	2.6
Fast Food (패스트 푸드)	1,426.1	4.2	8.7	6.6
Street Stalls/Kiosks (길거리/간이음식점)	1,269.7	3.8	2.5	1.2

업태구분은 리서치 기관 Euromonitor의 구분에 의함

## 2) 외식시장 트렌드

### 인도네시아 외식시장 트렌드

인도네시아의 전체 식당 수는 약 19만 7천여 개로 추정되며 'Full-Service Restaurants' 매장이 전체의 50.1%를 차지하고 있습니다. 'Street Stalls/Kiosks' 매장도 9만 여개에 달해 전체의 약 45.9%를 차지하고 있습니다.

점유율은 낮지만 외식소비 트렌드의 변화로 'Fast Food' 매장은 향후 '15년 까지 연평균 성장률 6.6%를 기록하며 급증할 것으로 예상됩니다. 반면 인도네시아의 전통 외식소비 형태인 'Street Stalls/Kiosks'는 향후 '15년 까지 전체 연평균 성장률에 훨씬 못미치는 1.2%의 성장률을 보일 것으로 예측됩니다.

표 2-1: 인도네시아 식당 수 현황 (매장 수 기준)

Categories	매장 수 (개)	비율 (%)	'10~'15연평균 성장률 (%)
Total	197,385	100.0	3.2
Cafes/Bars	3,475	1.8	2.3
Full-Service Restaurants	98,836	50.1	2.6
Fast Food	4,467	2.3	6.6
Street Stalls/Kiosks	90,607	45.9	1.2

출처: Euromonitor, 2011

### 자카르타 외식시장 트렌드

자카르타의 경우 전체 식당 수 대비 'Full-Service Restaurants' 매장이 49.1%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 'Street Stalls/ Kiosks(17.9%)', 'Cafes/Bars(13.8%)', 'Food Court(10.6%)', 'Fast Food(8.7%)' 순으로 높은 비율을 보였습니다.

인도네시아 전체 식당 수 현황에서 'Street Stalls/Kiosks' 비율이 45.9%인 것에 반해 자카르타는 17.9% 수준에 그쳤습니다.

한편 'Fast Food'의 경우 인도네시아 전체 현황에서 2.3%인 것과 달리 자카르타에서는 8.7%의 높은 점유율로 보였습니다. 'Cafes/Bars'의 경우에도 인도네시아 전체 1.8%와 달리 13.8%의 높은 수준으로 나타났습니다. 뿐만 아니라 쇼핑몰 내에 입점해 있는 'Food Court' 식당 수도 10.6%의 높은 점유율을 보였습니다.

이는 대도시인 자카르타의 경우 현대적인 외식문화가 정착하면서 인도네시아의 전통적 업태 (길거리 음식)는 감소하고 현대적이고 서구적인 업태의 식당이 급격하게 증가하면서 나타나 는 현상으로 풀이됩니다. 최근 들어 대도시권을 중심으로 간편식을 선호하는 경향이 나타나 고 있으며 대형 쇼핑몰 푸드코트를 중심으로 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 증가하고 있는 현상과 일치합니다.

도심 외곽지역에서 출퇴근하는 직장인들이 증가하면서 간편식으로 식사를 해결하는 외식문 화가 확산되고 있습니다.

인도네시아인들은 전통적으로 와롱(Warung) 형태의 길거리 음식을 즐기지만 최근 들어 대 도시 지역에서는 이러한 업태가 줄어들고 있으며 대형 쇼핑몰 푸드코트를 중심으로 패스 트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 빠르게 증가하고 있습니다.

자카르타에는 약 100여 개의 쇼핑몰이 들어서 있으며 쇼핑몰 내에는 다수의 식당이 밀 집해 있는 전문 식당가가 형성되어 있거나 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 매장이 다수 입점해 있는 대형 푸드코트(Food Court)가 마련되어 있습니다. 인도네시아 최대 레스토랑 평가사이트인 오픈라이스(Openrice Indonesia) 데이터에 따르면 자카르타 전체 식당 중 에서 쇼핑몰 '푸드코트(Food Court)'에 입점해 있는 식당은 약 860여 개로 10.5%의 높은 점유율을 보였습니다.

### [참고정보] 인도네시아 음식점 업태

■ 인도네시아 음식점은 크게 레스토랑(Restoran), '루마 마칸(Rumah Makan)', '와롱(Warung)' 등으로 분류됩니다.

- 레스토랑(Restoran)은 호텔에 입점해 있는 고급 레스토랑이나 대형 매장을 갖 춘 규모가 큰 식당을 의미하며 '루마마칸(Rumah Makan)'은 '레스토랑'에 비해 규모가 그리 크지 않은 일반적인 식당을 가르킵니다. (구분이 모호하여 혼용되 어 사용됨)

- 와롱(Warung)은 소규모 점포형 식당이나 길거리 간이형 식당을 의미합니다.



▲ 레스토랑(Restoran)



▲ 루마마칸 (Rumah Makan)



▲ 와롱 (Warung)

## 2.2 고객에 대한 이해

### 1) 소비 특성

지속적인 경제성장에 따른 소비수준의 향상으로 대도시권에서는 대형 쇼핑센터 중심의 소비문화가 확산되고 있습니다.

소득 증가로 인한 생활방식의 변화로 소비자들이 재래시장보다는 쇼핑의 편리함과 다양한 서비스를 제공하는 대형 쇼핑센터, 마트 등 현대적인 유통채널을 선호하는 현상이 나타나고 있습니다. 과거 재래시장에서 주로 이루어지던 식품소비가 현재는 쇼핑센터에 입점해 있는 대형마트로 이동하고 있는 추세이며 외식시장 트렌드도 기존 전통적인 업체에서 쇼핑센터의 전문 식당가나 푸드코트로 빠르게 변화하고 있습니다.

인도네시아 쇼핑센터 관리협회에 따르면 '09년 90개에 불과하던 자카르타 소재 쇼핑센터가 '11년에는 44.5% 증가한 130여 개로 늘었으며 '12년에도 41개가 건설되어 총 171개로 늘어날 것으로 전망됩니다. 이에 따라 대형 쇼핑센터 중심의 소비가 증가할 것으로 예측됩니다.

표 2-2: 주요 쇼핑물 수준별 현황

수준	해당 쇼핑물
고급(High)	Grand Indonesia, Pacific Place, Senayan City
중고급(Medium to High)	Plaza Indonesia, Plaza Senayan, Pondok Indah Mall, Gandaria City
중급(Medium)	Taman Anggrek, Emporium Mall, Ciputra Mall



▲ 퍼시픽 플레이스 (Pacific Place)



▲ 뽀독인다 몰 (Pondok Indah Mall)

할랄 인증(Hala Certificate)을 받은 상품에 대한 수요가 증가하고 있으며 건강식에 대한 관심이 증대되면서 웰빙(Well-being) 외식 트렌드가 확산되고 있습니다.

글로벌 패스트 푸드 프랜차이즈 기업인 KFC는 이러한 추세를 반영하여 할랄 인증을 받은 식재료를 사용해 만든 'Halal Chicken' 메뉴를 출시하고 야채류로만 만든 웰빙 메뉴를 출시하였습니다.

그림 2-3: KFC의 '할랄 메뉴'와 '웰빙 메뉴'



▲ 할랄 치킨



▲ 야채(Veggie)로 만든 웰빙 메뉴

### [참고정보] 인도네시아 할랄 식품(Halal Food) 시장 현황

- 인도네시아는 전체 1억 명 인구의 약 90% 가량이 무슬림으로 세계 최대 이슬람 국가입니다. (무슬림 인구 기준)
- 인도네시아 할랄 식품 시장규모는 약 785억 달러로 전 세계 할랄 식품 시장의 약 12%를 차지하는 세계 최대 규모입니다.
  - 세계 할랄 식품 시장은 약 6,543억 달러(약 707조 원) 규모이며 무슬림 인구 증가에 따라 지속적으로 성장할 것으로 전망됩니다.
- 한국 식품기업 (주)대상의 '청정원 인도네시아'는 현지 브랜드 '마마스카 (Mamasuka)'를 중심으로 할랄 식품 시장 공략에 나섰습니다.
  - 할랄 인증을 받은 '김'과 '마요네즈'는 인증 취득 전과 비교해 20배 이상의 매출 신장을 기록하였습니다.

## 2) 외식소비 특성

### ① 외식빈도

자카르타의 외식소비자들은 주당 평균 4.0회 정도 외식을 하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 44.8%로 가장 높게 나타났으며 3~4회라고 응답한 비율은 29.6%, 5~10회라고 응답한 비율도 14.0%에 달합니다.

### ② 외식 지출비용 (기준환율: 100루피아 당 11원)

자카르타의 외식소비자들은 주당 평균 외식비용으로 342,927루피아(약 38,991원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비용으로 150,000~300,000루피아(약 17,000~34,100원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 34.0%로 가장 높게 나타났습니다.

150,000루피아(약 17,000원) 미만, 300,000~450,000루피아(약 34,100~51,000원)를 지출한다는 응답이 각각 23.2%, 16.8%에 이르러 외식빈도를 감안했을 때 외식비 지출액이 다소 낮은 것으로 파악됩니다.

### ③ 식당 선택 속성

자카르타의 외식소비자들은 식당을 선택할 때 '식당의 위생 및 청결'을 가장 중요한 요인으로 고려하는 것으로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 32.4%, '음식의 맛과 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 29.2%로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'을 최우선 고려사항으로 선택한 소비자 중 92.8%가 해당 세부 속성으로 '식당 내부의 위생 및 청결성'이 가장 중요하다고 응답하였으며 '식기의 청결성'이 중요하다고 응답한 소비자도 54.4%에 달했습니다.

'음식의 맛과 영양'을 최우선 고려사항으로 선택한 소비자 중 64%가 해당 세부 속성으로 '음식의 맛'이 가장 중요하다고 응답하였으며 '음식의 양'이나 '외관', '모양' 등은 상대적으로 미미한 영향을 미치는 것으로 나타났습니다.

그림 2-4: 주당 평균 외식 빈도

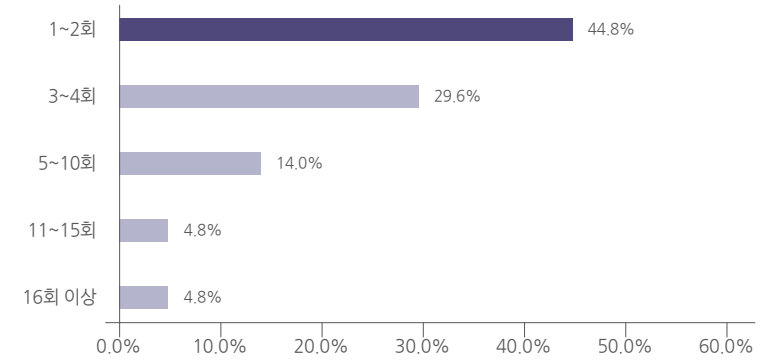


그림 2-5: 주당 평균 외식 지출비용

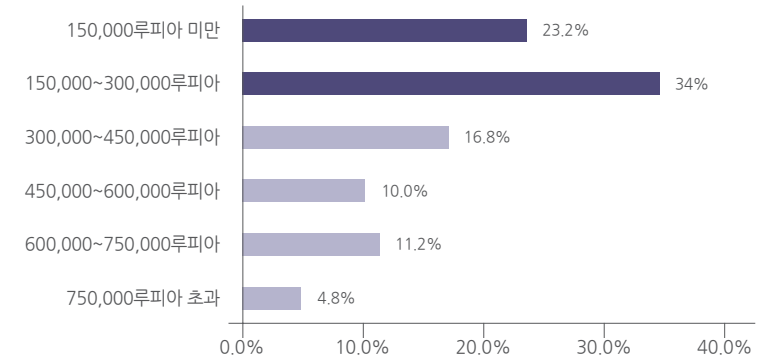
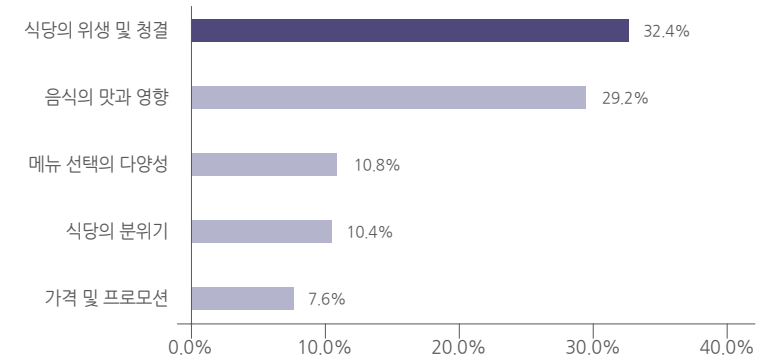


그림 2-6: 식당 선택 시 최우선 고려사항 상위 5개





#### ④ 선호 에스닉 식당 vs 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 비교

자카르타 외식소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 일식(Japanese)으로 나타났습니다.

일식을 선호하는 외식소비자 비율이 35.6%로 타 에스닉 대비 월등히 높은 것으로 나타났으며 중식과 미국식을 선호하는 외식 소비자도 약 29% 정도의 비율로 나타났습니다.

한편 가장 자주 방문하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형도 일식(Japanese)이 압도적으로 높게 나타났습니다.

일식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자는 약 38.4%로 고급스러운 분위기에서 건강식을 즐길 수 있는 일식당을 자주 방문한다는 소비자 좌담회 내용과 일치하는 결과입니다.

그림 2-7: 선호 에스닉 식당 상위 5개

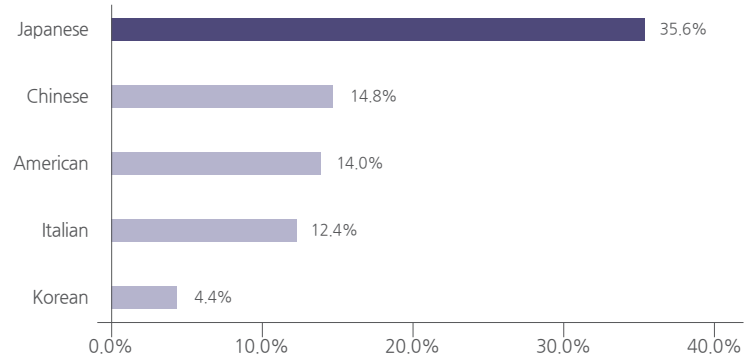
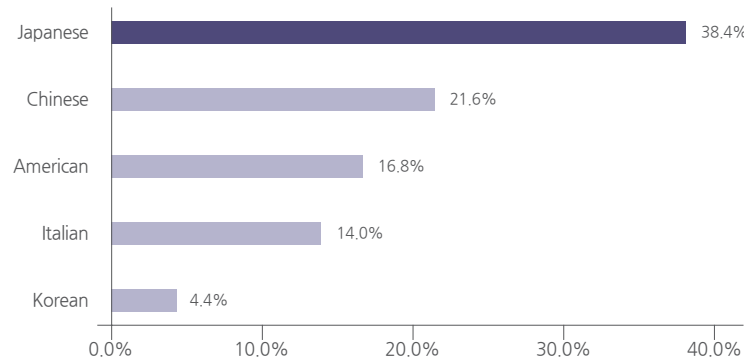


그림 2-8: 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 상위 5개



## 2.3 경쟁자에 대한 이해

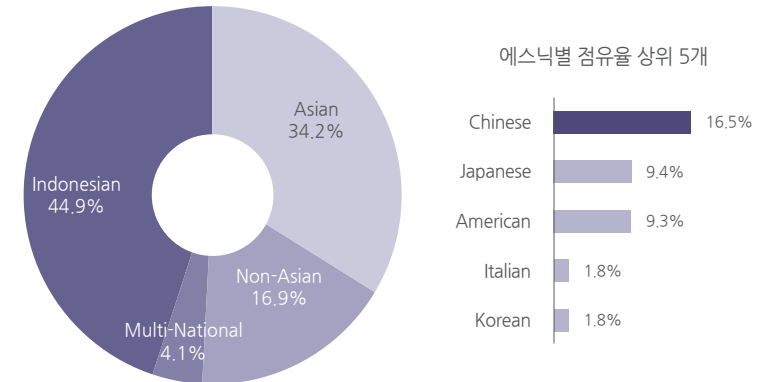
### 1) 에스닉별 점유율

매장 수 기준 자카르타 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 인도네시아 식당이 44.9%, 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당이 34.2%의 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

현지식을 제외한 에스닉 식당 중에서 중식당(Chinese) 점유율이 16.5%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 일식당(Japanese) 9.4%, 미국식당(American) 9.3% 순으로 높게 나타났습니다.

한식당(Korean) 점유율은 1.8%에 그쳐 중식과 일식에 비해 대중화 수준이 현저히 떨어지는 것으로 파악됩니다.

그림 2-9: 레스토랑별 점유율 (매장 수 기준)



출처: 레스토랑 평가사이트(Openrice Indonesia) 등록 식당 기준

### 2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

#### ① 중식(Chinese) 진출 현황

자카르타 전체 인구의 약 5%에 해당하는 화교인구는 자카르타 사회·문화에 많은 영향을 미치고 있습니다.

자카르타에 거주하는 화교인구는 막강한 자본력을 바탕으로 자카르타 정·채계에 커다란 영향력을 행사하고 있습니다. 뿐만 아니라 화교들의 오랜 이주 역사의 영향으로 중국음식은 인도네시아 식문화에 자연스럽게 녹아 들어 대중음식 중의 하나로 자리를 잡았습니다.

많은 화교 인구를 바탕으로 중식당은 자카르타 전역에서 다양한 형태로 발전하고 있습니다.

화교 자본이 대형 쇼핑센터, 백화점, 오피스 등 각종 상업용 부동산의 상당수를 보유하고 있어 중국인들이 외식창업에 하기에 우호적인 환경이 갖춰져 있습니다.

세계적인 중식 프랜차이즈인 '딘 타이 핑(Din Tai Fung)'이 주요 쇼핑센터 식당가에 입점해 있으며 패스트 캐주얼(Fast Casual) 형태의 중식 프랜차이즈 '시린 타이완(Shihlin Taiwan Street Snacks)'이 진출해 있습니다.

중식당은 자카르타 전체 식당의 16.5%을 차지하여 인도네시아 식당 다음으로 높은 점유율을 나타내고 있습니다.

중식당은 절반 이상(66.9%)이 '레스토랑' 형태로 운영되고 있으며 나머지는 '간이음식점'(13.1%)과 '푸드코트'(11.3%) 형태로 운영되고 있는 것으로 조사되었습니다.

### ② 일식 진출 현황 (Japanese)

일식은 고급 파인 다이닝(Fine Dining)에서 패스트 캐주얼(Fast Casual)까지 업태 세분화기 진행되어 다양한 고객층을 공략하고 있습니다.

'스시(Sushi)'를 패스트 푸드 형식으로 제공하는 식당까지 등장할 정도로 자카르타에서 '스시'는 대중적인 외식 메뉴로 자리잡고 있습니다. 뿐만 아니라 최근 들어 일식 샤브샤브(Shabu-Shabu)의 인기가 급증하면서 신규 창업하는 샤브샤브 식당이 늘어나고 있습니다. 스시 전문점인 '스시 테이(Sushi Tei)', 샤브샤브 전문점인 '하나마사(Hanamasa)' 등이 주요 쇼핑센터에 식당가에 입점해 있으며 줄을 서서 기다려야 할 정도로 성업 중입니다.

자카르타 전체 식당의 9.4% 정도가 일식당으로 필리핀 식당, 중국 식당에 이어 세 번째로 높은 점유율을 보였습니다.

일식당 대부분이 '레스토랑'(62.5%) 형태로 운영 중이며 '패스트 푸드'(14.2%) 형태도 비교적 많은 것으로 나타났습니다.

### ③ 미국식(American) 진출 현황

저소득층이 새로운 외식소비 계층으로 부상하면서 저렴한 가격대의 간편식에 대한 외식 수요가 급증하고 있습니다. 이러한 추세에 따라 KFC, McDonald's 등 미국 글로벌 패스트 푸드 업체들이 앞다퉀 인도네시아 시장에 진출하여 체인점 수를 확대해 나가고 있습니다.

오픈라이스(Openrice Indonesia) 데이터에 따르면 현재 자카르타 내에 위치한 KFC 매장은 109개, McDonald's 매장은 52개, Burger King 매장은 25개로 집계되었습니다.

향후 '15년까지 인도네시아 'Fast Food' 시장이 연평균 6.6% 성장할 것으로 전망됨에 따라 미국 글로벌 패스트 푸드 체인점 수는 더욱 증가할 것으로 예측됩니다.

## 3) 주요 식당 사례 소개

### ① 딘 타이 핑 (Din Tai Fung)

홈페이지: <http://www.dintaifung.co.id>

중국, 일본, 싱가포르, 미국 등 총 10개국에 72개 지점이 진출해 있는 세계적인 중식 프랜차이즈 식당으로 인도네시아에는 자카르타 지역에만 6개의 지점이 진출해 있습니다.

딘 타이 핑(Din Tai Fung)은 중화미식의 대표적인 식당으로 1958년 길거리 노점에서 중국식 만두 '샤오롱바오(Xiao Long Bao)'를 판매한 것을 시작으로 1970년 대만에서 첫 점포를 오픈한 이래 현재는 분위기 있는 고급 식당으로 해외 각국에 진출하고 있습니다.

1993년 뉴욕 타임즈(The New York Times)에서 세계 10대 레스토랑에 선정되었으며 2010년 세계적 레스토랑 평가 잡지 미슐랭 가이드(Michelin Guide)로부터 별 1개를 받았습니다. 뿐만 아니라 최근에는 인도네시아에서 10대 레스토랑에 선정되기도 했습니다.

대표 메뉴인 중국식 만두 '샤오롱바오(Xiao Long Bao)'는 최고급의 재료를 사용하고 전 공정이 100% 철저한 수제방식으로 이루어지는 것이 특징이자 인기 비결입니다.

대표적 메뉴인 샤오롱바오를 비롯해 탕류, 밥류, 면류 등 총 50여 개의 메뉴와 다양한 전체 요리를 제공하며 가격대는 50,000~100,000루피아(약 5,600~11,000원) 정도입니다.

나시고랭, 미고랭, 닭요리, 생선찜 등 다양한 인도네시아 전통 요리 30여 가지를 함께 즐길 수 있으며 메뉴 가격대는 30,000~50,000루피아(약 3,400~5,600원) 정도입니다.

그림 2-10: 딘 타이 핑 매장 전경



## ② 스시 테이 (Sushi Tei)

홈페이지: <http://www.sushitei.com>

싱가포르에 본사를 둔 스시 테이(Sushi Tei)는 1994년 처음 설립 되었으며 중국, 말레이시아, 인도네시아, 호주 등에 총 51개의 지점이 진출해 있습니다.

인도네시아에는 가장 많은 26개의 지점이 진출해 있으며 자카르타 지역에는 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 10개 지점과 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 6개 지점이 운영 중입니다.

캐주얼 다이닝 업태의 지점에서는 회전 초밥(Conveyor-Belt Sushi) 형태로 각종 스시(Sushi)를 바로 조리하여 제공하고 있습니다. 패스트 캐주얼 업태의 지점에서는 주로 일품 메뉴를 취급하고 있으며 포장과 배달 서비스를 제공하고 있습니다.

스시(Sushi), 사시미(Sashimi)와 같은 고가의 메뉴부터 저렴한 가격으로 간단하게 즐길 수 있는 우동, 라면, 튀김, 덮밥 등 다양한 메뉴를 제공하고 있습니다. 신선한 야채와 해산물을 사용하여 고객들의 만족도가 높으며 주요 외식 평가 사이트에서 호평을 받고 있습니다.

평균 객단가는 약 50,000~100,000루피아(약 5,600~11,200원) 정도로 다소 비싼 수준입니다.

그림 2-11: 스시 테이 매장 전경



## ③ KFC

홈페이지: <http://kfcindonesia.com>

미국의 대표적 패스트 푸드(Fast Food) 프랜차이즈 브랜드인 KFC는 115개국에 17,000여 개의 체인점을 운영하고 있으며 인도네시아에서는 겔라엘(Gelael) 그룹이 1978년 KFC 운영권을 획득하여 사업을 전개하고 있습니다.

1979년 자카르타 멜라와이(Melawai) 거리에 1호점을 개업한 이래 '반둥(Bandung)', '세마랑(Semarang)', '수라바야(Surabaya)', '메단(Medan)', '마카사르(Makassar)', '마나도(Manado)' 등 인도네시아 전역으로 확장해 나가고 있습니다.

McDonald's, Burger King, Subway 등 유수의 글로벌 프랜차이즈 업체들이 인도네시아 시장에서 사업 성과가 부진한 반면 KFC는 선전하고 있습니다.

이는 전체 국민의 90%를 차지하는 무슬림 인구의 외식소비 특성이 반영된 결과입니다. 무슬림은 이슬람 율법에 따라 돼지고기를 금기시하며 할랄(Halal) 방식으로 도축된 육류만 소비하는데 특히 닭고기와 소고기를 선호합니다. 이러한 외식소비 기호와 치킨을 주요 메뉴로 하는 KFC의 전략이 맞아 떨어지면서 성공적으로 시장에 진입하고 정착할 수 있었던 것으로 풀이됩니다.

KFC는 할랄 인증(Halal Certificate)을 취득한 '치킨 세트' 메뉴를 출시하여 무슬림 외식소비자들을 공략하고 있으며 최근에는 웰빙(Well-being) 외식 트렌드에 맞춰 야채를 주재료로 만든 'VEGGIE SELECTIONS' 메뉴를 출시하여 큰 호응을 얻고 있습니다.

현재 자카르타 내에만 109개의 매장을 운영하고 있으며 치킨, 버거, 도넛, 커피 등의 메뉴를 평균 30,000루피아(약 3,300원) 내외의 저렴한 가격으로 판매하고 있습니다.

그림 2-12: KFC 전경





## 2.4 외식상권에 대한 이해

### 1) 주요 상권 특성

분석 대상 상권은 정성적·정량적 평가 기준을 활용하여 6~7개 후보지를 선정하고 후보 지역 중에서 상가권 활성화 정도가 높은 상위 4개 지역을 우선 선정하였습니다.

자카르타 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 탐린(Thamrin), 스망기(Semanggi), 블록 엠(Blok M), 고망(Kemang) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

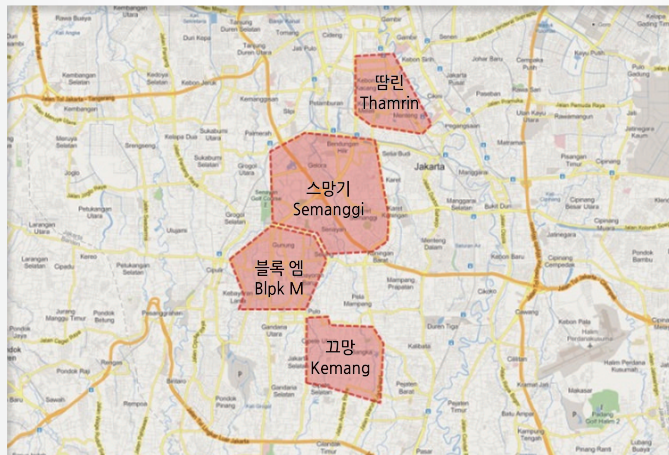


그림 2-13: 자카르타 주요 외식상권

상권명	현장조사 평가결과	상권 선호도	임차료 수준
탐린		26.4%	High
스망기		16.4%	High
블록 엠		36.4%	Low
고망		20.8%	Mid

● 매우우수 ○ 우수 ○ 보통 ○ 나쁨 ○ 매우나쁨

과거와 달리 상권의 수준이 임차료(건물가)에 모두 반영되어 있는 요즘 상권은 분석의 문제이기 보다는 오히려 선택과 극복의 대상으로 받아들여야 합니다. 따라서 본 가이드북에서는 창업자(창업기업)가 보유하고 있는 가용자원을 고려하여 여러 상권(입지) 중에서 최선의 안을 선택하고 상권의 단점을 극복하기 위한 전략을 구상할 수 있도록 주요 상권의 요소별 매력도를 측정하여 종합적인 정보를 제공합니다.

표 2-3: 상권분석 결과 요약

상권개요	종합평가 결과
<p><b>탐린(Thamrin) 상권</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>가장 변화한 지역으로 탐린 대로를 따라 주요 관공서(대사관), 대형 오피스 빌딩, 고급 쇼핑몰, 호텔 등이 들어서 있어 구매력이 높은 고소득층 유동인구의 유입이 많은 지역임</li> <li>대형 복합 쇼핑몰인 플라자 인도네시아와 그랜드 인도네시아를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음</li> </ul>	
<p><b>스망기(Semanggi) 상권</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>오피스 중심지로 수디르만 대로를 따라 주요 기업의 본사 오피스 빌딩, 증권사/은행 본점, 최급급 호텔 등이 위치하고 있으며 고급 쇼핑몰인 퍼시픽 플레이스, 플라자 스나안, 플라자 스망기가 들어서 있음</li> <li>세노파티(Senopati) 거리를 중심으로 분위기가 있는 고급 에스닉 식당과 카페에 밀집해 있어 외식을 목적으로 해당 거리를 찾는 유동인구가 많음</li> </ul>	
<p><b>블록 엠(Blok M) 상권</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>남부 자카르타의 상업 중심지이자 교통의 요충지로 유동인구 동행량이 가장 많은 지역임. 중저가 브랜드 매장이 입점해 있는 대형 쇼핑몰을 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있으며 인근에 클럽, 바 등 유흥주점이 밀집해 있어 젊은 층 유동인구의 유입이 많음</li> <li>상권 외곽지역에 위치한 몽인시디 거리에 다수의 한식당이 밀집해 있음</li> </ul>	
<p><b>고망(Kemang) 상권</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>남부 자카르타의 대표적인 외식 상가권으로 고망 거리를 따라 분위기가 있는 카페와 레스토랑이 밀집해 있으며 최근 대형 쇼핑몰인 리포 몰 고망이 오픈하면서 해당 지역을 찾는 유동인구의 유입이 크게 증가함</li> <li>배후지역에 외국인 밀집 거주지역이 형성되어 있어 구매력이 높은 외국인들을 대상으로 하는 상가권이 발달되어 있음</li> </ul>	



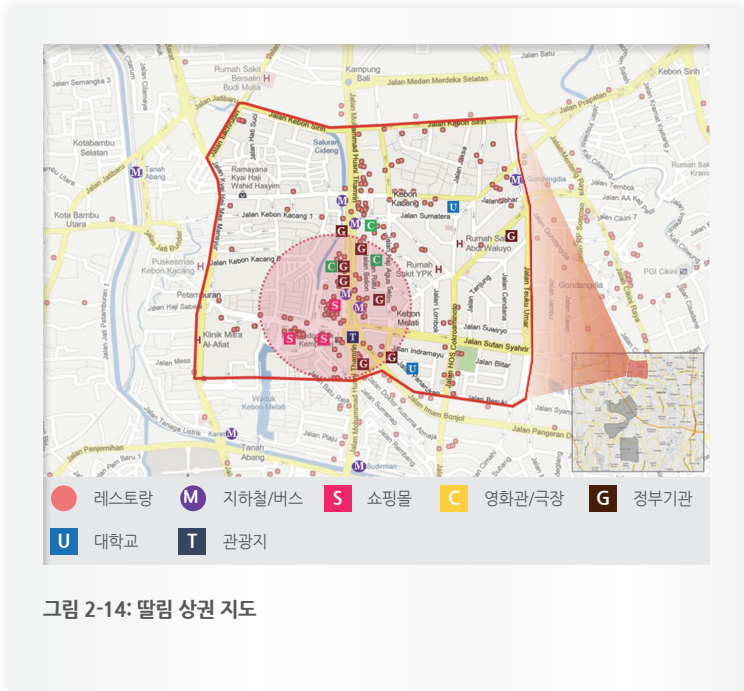
## 2) 상권 별 상세분석

### ① 탐린(Thamrin) 상권

행정구역상으로 따나아방(Tanah Abang)에 속하는 탐린(Thamrin) 상권은 자카르타에서 가장 변화한 지역으로 탐린(Thamrin) 대로를 따라 주요 관공서(대사관), 대형 오피스 빌딩, 고급 쇼핑몰, 호텔 등이 들어서 있어 구매력이 높은 고소득층 유동인구의 유입이 많은 지역입니다.

자카르타의 대표적인 랜드마크 중 하나인 'The Selamat Datang Statue'가 위치하고 있어 관광객들이 많이 찾는 곳입니다.

대형 복합 쇼핑몰센터인 플라자 인도네시아(Plaza Indonesia), 그랜드 인도네시아(Grand Indonesia)가 인접하여 대규모 쇼핑몰 중심 상가권을 형성하고 있습니다.



▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

### 거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

탐린상권이 속해 있는 따나아방(Tanah Abang)에는 총 144,459명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15~64세 거주인구 비율이 74.1%로 나타났습니다.

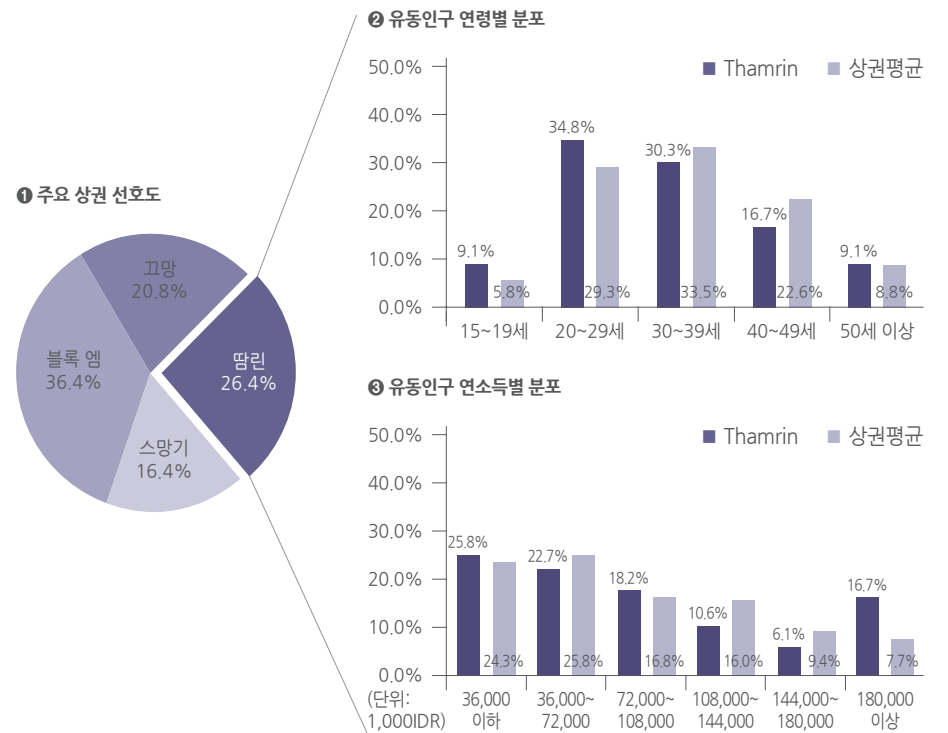
### 유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 26.4%의 응답자가 탐린 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 34.8%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 10~20대 청년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 3,600만 루피아(약 409만 원) 이하 인구비율이 25.8%로 다소 높게 나타났으나 타 상권에 비해 18,000만 루피아(약 2,046만 원) 이상의 고소득층 인구 비율이 압도적으로 높게 나타났습니다.

그림 2-15: 탐린 상권 유동인구 인구통계학적 특성



**유동인구 분석: 외식소비 특성**

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.9회로 주요 상권 평균 빈도(약 4.0회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

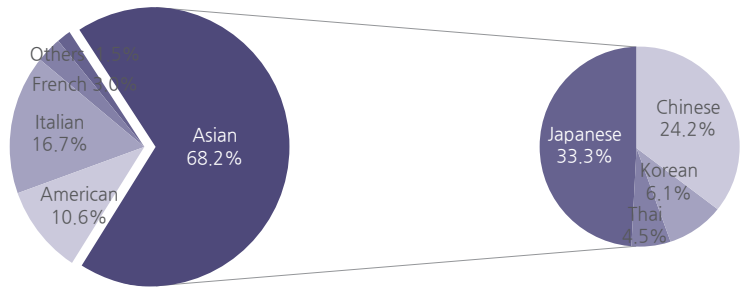
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.0회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 348,864루피아(약 39,600원)로 주요 상권 평균 지출액(약 342,927루피아) 보다 다소 높은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 68.2%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아(Italian)이 16.7%, 아메리칸(American)이 10.6%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asain) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 33.3%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 6.1%로 다소 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 24.2%)

그림 2-16: 탐린 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 62.1%, '분위기'가 18.2%, '가격'이 16.7% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '메뉴'와 '분위기'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

**입지분석(현장조사): 현장조사 의견**

자카르타 중심부를 지나는 탐린(Thamrin) 대로와 수디르만(Sudirman) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출·퇴근 시간에는 심한 교통체증으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다. 우천 시에도 심한 교통체증으로 평소보다 두 세배의 시간이 소요됩니다.<sup>(1)</sup>

인근에 주요 노선의 버스 정류장 3곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편이며 대형 쇼핑몰과 호텔 입구에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에 편리합니다.



그림 2-17: 탐린 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-4: 탐린 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●

● 매우우수    ● 우수    ● 보통    ● 나쁨    ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

(1) 일요일 오전 시간대 탐린 대로 일부 구간의 차량 통제

따린(Thamrin) 대로를 중심으로 좌우측에 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있어 30~40대 전문 직 종사자 유동인구가 많으며 여러 국가의 대사관 오피스<sup>(1)</sup>가 위치하고 있어 외국인 유동인구의 유입이 많습니다.

**대형 복합 쇼핑센터인 플라자 인도네시아(Plaza Indonesia)와 그랜드 인도네시아(Grand Indonesia)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 구매력이 높은 30~40대 고소득층 유동인구와 관광객 유입이 많습니다.**

■ 플라자 인도네시아 (Plaza Indonesia)

플라자 인도네시아(Plaza Indonesia)는 인도네시아 최초의 럭셔리 쇼핑센터로 5층 약 4만㎡(약 1만 2천 평) 규모입니다.

고소득층을 타겟으로 한 럭셔리 명품 브랜드관과 최고급 시설의 피트니스 센터가 들어서 있으며 젊은 층을 대상으로 한 워킹볼링장, 영화관 등 엔터테인먼트 시설도 갖추고 있습니다.

48층 규모의 오피스 타워(Office Tower)와 연결되어 있어 점심 시간대 외식을 목적으로 방문하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구 비율이 높은 편이며 최고급 시설을 갖춘 그랜드 하얏트 자카르타(Grand Hyatt Jakarta) 호텔과 연결되어 있어 구매력이 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

호텔 전문 식당가에는 일식 스시 전문점, 스테이크 전문점 등 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 식당들이 입점해 있으며 일식당 수미르(Sumire)가 성업 중입니다.

쇼핑센터 전문 식당가에 100여 개의 식당과 카페가 입점해 있으며 특히 일식(Japanese), 중식(Chinese), 이탈리아식(Italian) 식당이 다수 분포하고 있습니다. 특히 일식당 스시 테이(Sushi Tei)는 줄을 서서 대기해야 할 정도로 성업 중입니다.

지하 1층과 지상 1층에 위치한 전문 식당가에는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 50,000~90,000루피아(약 5,600~10,000원) 정도입니다.

지상 5층에 위치한 전문 식당가에는 파인 다이닝(Fine Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 120,000~250,000루피아(약 13,400~28,000원) 정도로 다소 비싼 편입니다.

그림 2-18: 따린 상권 - 플라자 인도네시아 전경



(1) 주 인도네시아 한국대사관, '아세안(ASEAN) 한국 대표부' 오피스가 플라자 인도네시아(Plaza Indonesia) 오피스 빌딩에 위치하고 있습니다.

■ 그랜드 인도네시아 (Grand Indonesia)

그랜드 인도네시아(Plaza Indonesia)는 쇼핑 몰, 오피스 타워, 호텔, 레지던스 시설을 갖춘 복합 건축물로 전체 임대 면적이 64만㎡(약 19만 3천 평) 규모에 달합니다.

그랜드 인도네시아 쇼핑 몰은 8층 13만㎡(약 3만 9천 평)로 동남아에서 가장 규모가 큰 고급 쇼핑센터 중 하나입니다. 동관, 서관 건물로 나뉘어져 있으며 두 건물은 5개 층으로 이루어진 중앙 연결통로로 이어져 있습니다.

쇼핑 몰은 크게 'The Specialty Zone', 'The Main Zone', 'Food Luover Zone' 세 구역으로 구성되어 있습니다.

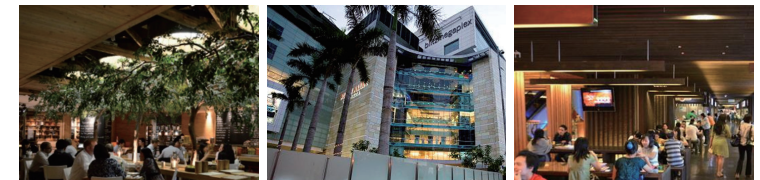
- The Specialty Zone: 쇼핑 몰 1~3층에 위치하고 있는 럭셔리 명품관으로 세계적인 브랜드 매장이 입점해 있음
- The Main Zone: 명품관의 분위기와 상반되는 친숙하고 대중적인 뷰티용품점과 캐주얼 브랜드 매장이 입점해 있음
- Food Louver Zone: 중앙 연결통로 3층에 위치한 700석 규모의 푸드코트로 저렴한 가격대의 다양한 에스닉 식당이 입점해 있음
- 이 외에도, 유기농 식품점점과 고급 식당가, 멀티플렉스 영화관 등의 시설을 갖추고 있음

오피스 타워와 연결되어 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 구매력이 높은 외국인 관광객들이 많습니다. 주말에는 고소득층의 가족 단위 방문객들이 많이 찾아옵니다.

'Food Luover Zone' 푸드코트에 입점해 있는 식당들은 패스트 캐주얼 (Fast Casual) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 30,000~50,000루피아(약 3,300~5,600원) 정도입니다.

고급 식당가에 입점해 있는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 50,000~100,000루피아(약 5,600~11,200원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 120,000~ 250,000루피아(약 13,400~28,000원) 정도입니다.<sup>(1)</sup>

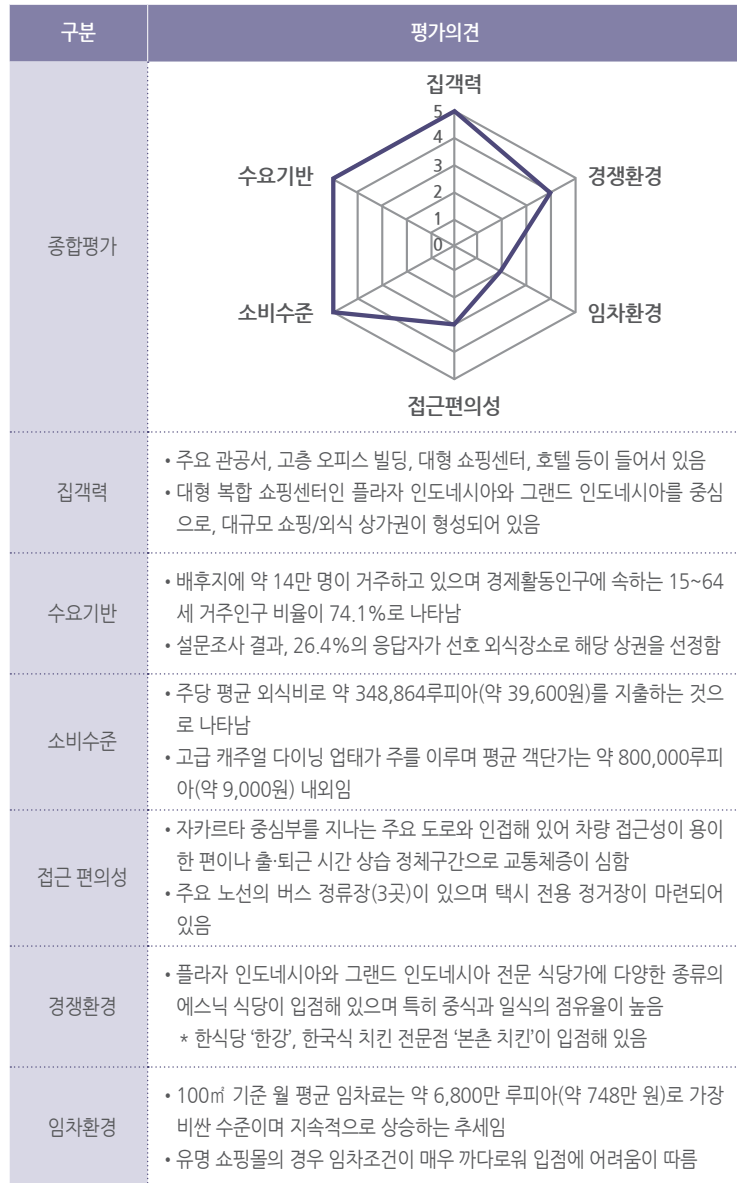
그림 2-19: 따린 상권 - 그랜드 인도네시아 전경



(1) 중앙 연결통로 3층에 한식당 '한강(Han Gang)'이 입점해 있으며 한국식 치킨 전문점인 '본촌치킨(BonChon Chicken)'이 성업 중입니다.



그림 2-20: 락린 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

② 스망기(Semanggi) 상권

행정구역상으로 꼬바요란 라마(Kebayoran Lama)에 속하는 스망기(Semanggi) 상권은 자카르타의 오피스 중심지로 수디르만(Sudirman) 대로를 따라 주요 기업의 본사 오피스 빌딩, 증권사/은행 본점, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터 등이 위치하고 있어 유입되는 유동인구가 많습니다.

고급 쇼핑센터인 퍼시픽 플레이스(Pacific Place), 플라자 스나얀(Plaza Senayan), 플라자 스망기(Plaza Semanggi)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

세노파티(Senopati) 거리를 중심으로 분위기 있는 고급 에스닉 식당과 카페에 밀집해 있어 외식을 목적으로 해당 거리를 찾는 유동인구가 많습니다.



그림 2-21: 스망기 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

**거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황**

스망기 상권이 속해 있는 꼬바요란 라마(Kebayoran Lama)에는 총 293,646명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15~64세 거주인구 비율이 73.6%로 타 상권 대비 다소 낮게 나타났습니다. (특히 14세 미만 인구의 비율이 23.0%로 다소 높게 나타남)

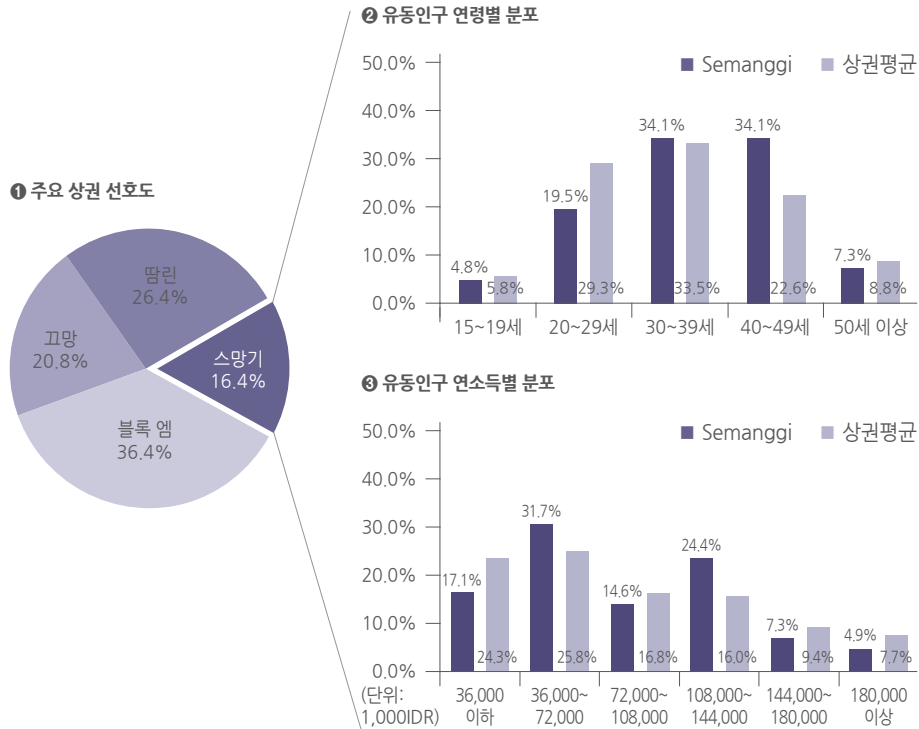
**유동인구 분석: 인구통계학적 특성**

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 16.4%의 응답자가 스망기 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세와 40~49세 인구비율이 각각 약 34.1%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 30~40대 중·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 3,600만~7,200만 루피아(약 409~818만 원) 인구비율이 31.7%, 10,800만~14,400만 루피아(약 1,227~1,637만 원) 인구비율이 24.4%로 타 상권에 비해 중산층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-22: 스망기 상권 유동인구 인구통계학적 특성



**유동인구 분석: 외식소비 특성**

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.1회로 주요 상권 평균 빈도(약 4.0회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

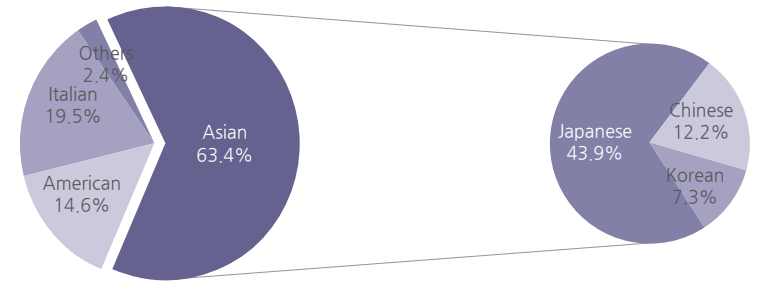
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 342,073루피아(약 39,600원)로 주요 상권 평균 지출액(약 342,927루피아)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 63.4%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아(Italian)이 19.5%, 아메리칸(American)이 14.6%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 43.9%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 7.3%로 다소 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 12.2%)

그림 2-23: 스망기 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 56.1%, '가격'과 '분위기'가 각각 17.1% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '분위기'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

**입지분석(현장조사): 현장조사 의견**

카르타 중심부를 지나는 수디르만(Sudirman) 대로와 도심 외곽지역까지 이어지는 코타(Tol Dalam Kota) 대로가 위치하고 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출퇴근 시간에는 심한 교통체증으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 주요 노선의 버스 정류장 5곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편이며 대형 쇼핑몰과 호텔 입구에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에 편리합니다.

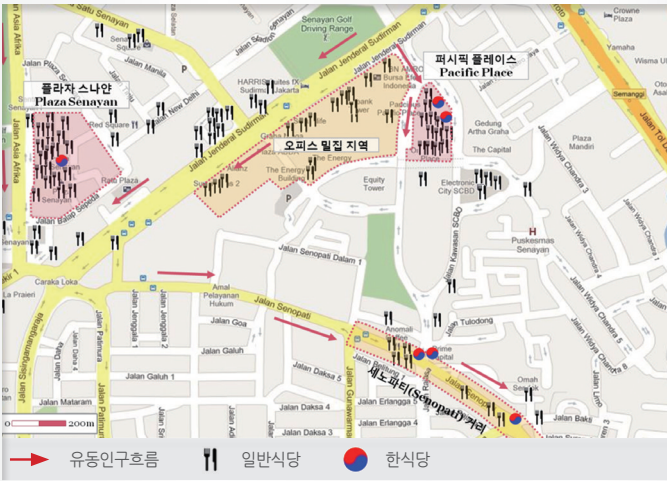


그림 2-24: 스마기 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-5: 스마기 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●

● 매우우수    ● 우수    ● 보통    ● 나쁨    ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

수디르만(Sudirman) 대로를 따라 대형 오피스 빌딩 밀집해 있으며 인근에 대형 스타디움과 체육공원, 골프장(골프연습장)이 위치하고 있습니다.

- 주중에는 인근 오피스에서 근무하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구가, 주말에는 쇼핑/외식을 목적으로 자녀와 함께 방문하는 가족단위 유동인구 유입이 많음
- 또한 인근에 고급 시설을 갖춘 골프장(Senayan Golf Course)과 대형 스타디움이 위치하고 있어 스포츠/레저 활동을 목적으로 주말에 해당 지역을 찾는 유동인구가 많음

고급 쇼핑몰인 퍼시픽 플레이스(Pacific Place)와 플라자 스나안(Plaza Senayan)을 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 인근 오피스 밀집 지역에서 근무하는 고소득층 전문직 종사자와 고급 호텔에서 체류 중인 관광객 유입이 많습니다.

- 상가권 인근에 최고급 시설을 갖춘 숄탄(Sultan) 호텔, 리츠-칼튼 퍼시픽 플레이스(Ritz-Carlton Pacific Place) 호텔, 무리아(Mulia) 호텔 등이 위치하고 있어 구매력이 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많음

■ 플라자 스나안 (Plaza Senayan)

플라자 스나안(Plaza Senayan)은 1996년에 오픈한 고급 쇼핑몰로 지하 1층 지하 3층 약 13만㎡(약 3만 9천 평) 규모입니다.

쇼핑센터 메인 건물을 중심으로 좌우측에 소고(Sogo)와 메트로(Metro) 백화점이 연결되어 있어 쇼핑을 목적으로 방문하는 유동인구가 많습니다.

럭셔리 브랜드 매장과 디자이너 상품관이 입점해 있어 구매력이 높은 30~40대 고소득층 유동인구와 외국인 관광객 유입이 많은 편입니다.

고급 브랜드 매장 외에도 인도네시아에서 두 번째로 큰 외국서점인 '북스 키노쿠니아(Book Kinokuniya)', 10개의 상영관을 갖춘 멀티플렉스 영화관, 대형 슈퍼마켓이 들어서 있어 청장년층과 영·유아를 동반한 가족단위 방문객이 많습니다.

전 층에 걸쳐 40여 개의 식당이 입점해 있으며 3층 푸드코트에는 패스트캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당 20여 개가 영업 중입니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 약 100,000루피아(약 11,200원) 정도이며 푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 30,000~50,000루피아(약 3,300~5,600원) 정도입니다.



싱가포르 대표 외식 브랜드인 '크리스탈 제이드 레스토랑(Crystal Jade Restaurant)'과 일본 식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 스테이크 전문점인 '페퍼 런치(Pepper Lunch)'가 성업 중이며 한식당 한강(Han Gang)이 유일하게 푸드코트에 입점해 있습니다

그림 2-25: 스망기 상권 - 플라자 스나얀 전경



■ 퍼시픽 플레이스 (Pacific Place)

퍼시픽 플레이스(Plaza Senayan)는 자카르타의 오피스 중심지인 '수디르만 상업 중심 지구(Sudirman Central Business District)'에 위치한 최고급 쇼핑센터로 오피스 타워(Office Tower)와 리츠-칼튼(Ritz Carton) 호텔과 연결되어 있어 인근 오피스에서 종사하는 30~40 대 전문직 유동인구와 구매력이 높은 외국인 관광객의 유입이 많습니다.

지하 2층 지상 6층의 시설을 갖추고 있으며 럭셔리 브랜드 매장과 고급 피트니스 센터, 분위기 있는 카페와 레스토랑, 고가의 전자제품 매장 등이 입점해 있습니다. 특히 지상 6층에는 어린이 직업체험 테마파크인 '키자니아(KidZania)'가 들어서 있어 주말 영·유아를 동반한 가족단위 방문객이 많습니다.

전 층에 걸쳐 100여 개의 카페와 레스토랑이 입점해 있으며 서양식(Western), 이탈리아식 (Italian), 일식(Japanese), 태국식(Thai) 등 다양한 종류의 에스닉 식당이 영업 중입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 50,000~90,000루피아 (약 5,600~10,000원) 정도입니다.

'브라스스 스테이크 하우스(Brasas Steak House)'와 같은 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑의 평균 객단가는 200,000루피아(약 22,500원) 내외입니다.

한식당 '한강(Han Gang)'이 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태로 영업 중이며 한식 비빔밥 전문 브랜드인 '비비고(bibigo)'가 2013년 입점할 예정입니다.

그림 2-26: 스망기 상권 - 퍼시픽 플레이스 전경



■ 세노파티(Senopati) 거리

세노파티(Senopati) 거리를 따라 분위기 있는 카페와 고급 레스토랑이 들어서 있어 평일 저녁 시간대와 주말에 외식을 목적으로 방문하는 유동인구가 많습니다.

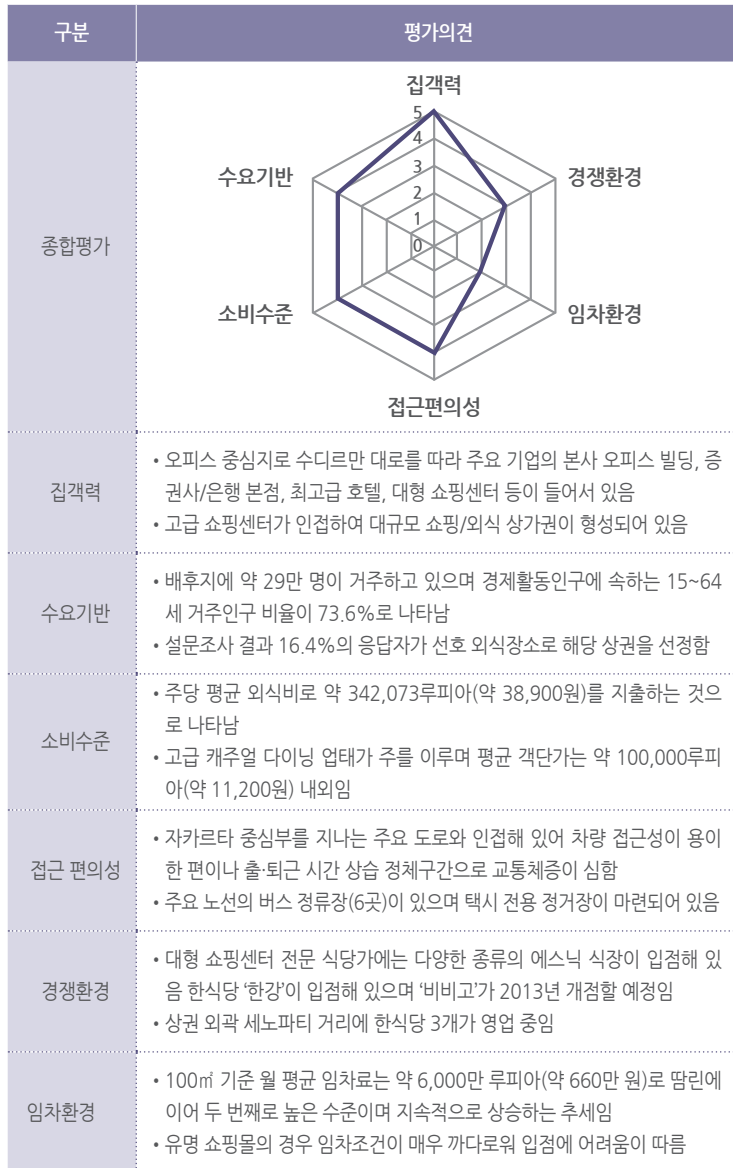
고급 프랑스식(French) 레스토랑 '에밀리에(Emilie)'가 성업 중이며 한식당 '한양가든 (Hanyang Garden)', '토담(Toh Dam)'이 영업 중입니다.

고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑인 '에밀리에(Emilie)'의 평균 객단가는 300,000루피아(약 33,700원) 내외이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태에 해당하는 한식당의 평균 객단가는 200,000루피아(약 22,500원) 정도로 다소 비싼 편입니다.

그림 2-27: 스망기 상권 - '에밀리에' 레스토랑 전경



그림 2-28: 스마기 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

③ 블록 엠(Blok M) 상권

행정구역상으로 고바요란 baru(Kebayoran Baru)에 속하는 블록 엠(Blok M)상권은 남부 자카르타의 상업 중심지이자 교통의 요충지로 유동인구 통행량이 가장 많은 지역입니다.

중·저가 브랜드 매장이 입점해 있는 대형 쇼핑몰을 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있으며 쇼핑몰 인근에 클럽(Club), 바(Bar) 등 유흥주점이 밀집해 있어 20~30대 젊은 층 유동인구가 많습니다. 뿐만 아니라 상가권 인근에 다수의 교육기관이 위치하고 있어 10~20대 청장년층 유동인구 유입이 많습니다.

상권 외곽지역에 위치한 몽인시디(Monginsidi) 거리에는 한식당 '한강(Han Gang)', '토박(Tobak)', '본가(Bornga)', '삼원집(Samwon House)' 등 다수의 한식당이 밀집해 있습니다.



▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함



거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

블록 엠 상권이 속해 있는 꼬바요란 바루(Kebayoran Baru)에는 총 141,714명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15~64세 거주인구 비율이 75.3%로 타 상권 대비 다소 높게 나타났습니다. (특히 65세 이상 인구의 비율이 4.3%로 다소 높게 나타남)

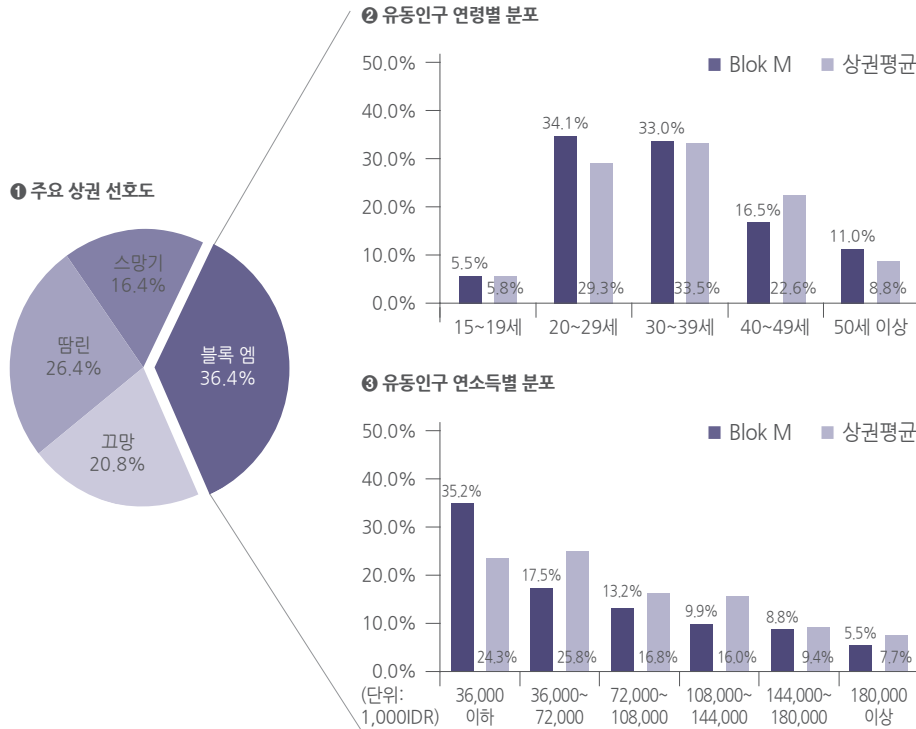
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 36.4%의 응답자가 블록 엠 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 34.1%로 가장 높게 나타났으며 특히 타 상권에 비해 50세 이상의 노년층 비율이 11.0%로 다소 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 3,600만 루피아(약 409만 원) 이하 인구비율이 35.2%, 3,600만~7,200만 루피아(약 409~818만 원) 인구비율이 17.5%로 타 상권에 비해 저소득층 인구 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-30: 블록 엠 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 4.0회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

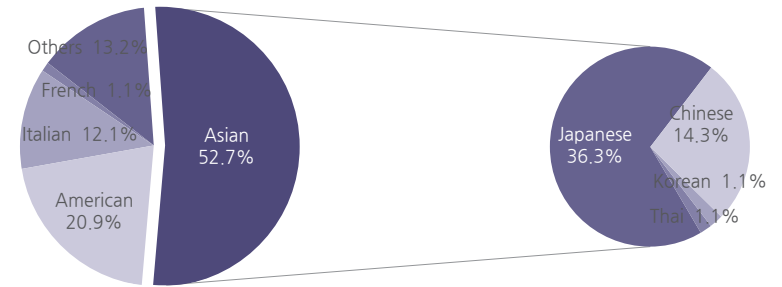
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.2회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회) 보다 다소 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 311,538루피아(약 35,400원)로 주요 상권 중에서 가장 낮은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 평균 지출액 약 342,927루피아)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 52.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 20.9%, 이탈리아인(Italian)이 12.1%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 36.93%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 1.1%로 가장 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 14.3%)

그림 2-31: 블록 엠 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 47.3%, '가격'이 22.0%, '분위기'가 13.2% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '가격'과 '위치'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

**입지분석(현장조사): 현장조사 의견**

자카르타 도심으로 연결된 시싱가망가라자(Sisingamangaraja) 대로, 외곽 순환 고속도로와 연결된 몽인시디(Monginsidi) 도로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 시내 중심가에서 다소 멀리 떨어져 있어 차량 정체 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 블록 엠 버스 터미널(Blok M Terminal)과 주요 노선의 버스 정류장 7곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이나 택시 전용 정거장이 따로 마련되어 있지 않아 택시 이용이 다소 불편합니다.

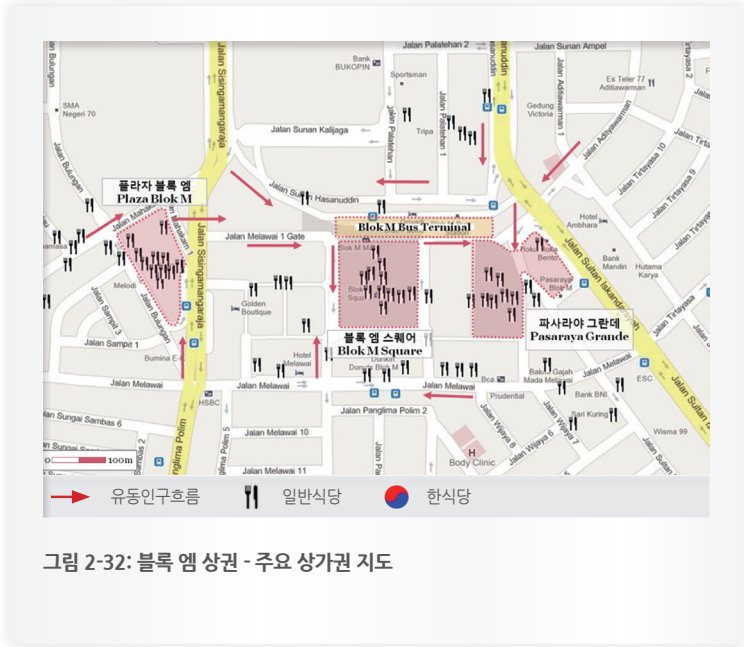


그림 2-32: 블록 엠 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-6: 블록 엠 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경

매우우수  
 우수  
 보통  
 나쁨  
 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

중-저가 브랜드 매장이 주를 이루는 블록 엠 스퀘어(Blok M Square), 블록 엠 플라자(Blok M Plaza), 파사라야 그란데(Pasaraya Grande)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 쇼핑을 목적으로 서민층 20~30대 유동인구 유입이 많습니다.

■ 블록 엠 스퀘어 (Blok M Square)

블록 엠 스퀘어(Blok M Square)는 현지 서민층을 주요 고객으로 중-저가 브랜드 상품을 판매하는 대중적인 분위기의 쇼핑센터로 우리나라 동대문 상가와 유사한 분위기를 느낄 수 있습니다.

화장품, 악세사리, 의류잡화 매장을 비롯하여 푸드코트와 대형 슈퍼마켓, 영화관 등의 복합 시설을 갖추고 있습니다.

푸드코트에는 인도네시아 현지식(Indonesian), 일식(Japanese), 중식(Chinese) 등 저가 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당이 주를 이루며 KFC와 같은 패스트푸드(Fast Food)점이 성업 중입니다. 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 50,000루피아(약 5,600원) 내외이며 인도네시아 현지식을 판매하는 간이형 식당의 주요 메뉴 가격은 30,000루피아(약 3,300원) 내외로 저렴한 편입니다. 쇼핑센터 주변에는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업체의 일식당 10여 개가 분포하고 있습니다.

블록 엠 버스 터미널(Blok M Terminal)과 바로 연결되어 있어 유동인구 통행량이 많으며 야외 공연이 열리는 주말에는 공연을 관람하기 위해 몰려든 사람들로 인산인해를 이룹니다. 인근에 클럽(Club), 바(Bar) 등 유흥주점이 밀집해 있어 저녁 시간대 20~30대 청장년층 유동인구 유입이 많습니다.

그림 2-33: 블록 엠 상권 - 블록 엠 스퀘어 전경



■ 파사라야 그란데 (Pasaraya Grande)

파사라야 그란데(Pasaraya Grande)는 1970년대에 세워진 인도네시아 초기 현대식 백화점으로 여러 차례의 리모델링과 증축 과정을 거쳐 현재 모습에 이르렀습니다.

인도네시아 전통 의상인 바틱(Batik)과 무슬림 전통 의상을 판매하는 매장을 비롯하여 다양한 브랜드의 의류 매장이 입점해 있으며 다양한 에스닉 음식을 저렴한 가격으로 즐길 수 있는 푸드코트와 어린이들을 위한 실내 놀이공간이 들어서 있습니다.

푸드코트에 입점해 있는 식당 대부분은 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태로 평균 객단가는 40,000루피아(약 4,500원) 내외로 저렴한 수준입니다. 인도네시아 전통 음식을 판매하는 전문 식당가 'DAPURAYA'가 마련되어 있으며 일반 푸드코트와 달리 고급스러운 분위기를 느낄 수 있습니다.

그림 2-34: 블록 엠 상권 - 파사라야 그란데 전경



■ 블록 엠 플라자 (Blok M Plaza)

블록 엠 플라자(Blok M Plaza)은 1990년대에 세워진 복합 쇼핑센터로 350여 개의 각종 매장이 입점해 있으며 전문 식당가와 멀티플렉스 영화관 시설을 갖추고 있습니다.

중-저가 브랜드 매장이 주를 이루며 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태와 패스트 푸드(Fast Food) 업태가 성업 중입니다. 특히 '피자 HUT', '도미노 피자(Donmino's Pizza)' 등 패스트 캐주얼 식당에 비해 다소 높은 가격임에도 불구하고 피자 전문점이 성업 중입니다. 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 35,000~50,000루피아(약 3,900~5,600원) 정도이며 패스트 푸드(Fast Food) 업태의 평균 객단가는 30,000루피아(약 3,300원) 정도입니다.

그림 2-35: 블록 엠 상권 - 블록 엠 플라자 전경



그림 2-36: 블록 엠 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> <li>남부 자카르타의 상업 중심지이자 교통의 요충지로 중-저가 브랜드 매장이 입점해 있는 대형 쇼핑센터를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있으며 쇼핑센터 인근에 클럽(Club), 바(Bar) 등 유흥주점이 밀집해 있음</li> </ul>
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> <li>배후지에 약 14만 명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15~64세 거주인구 비율이 75.3%로 타 상권 대비 다소 높게 나타남</li> <li>설문조사 결과 36.4%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함</li> </ul>
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>주당 평균 외식비로 약 311,538 루피아(약 35,400원)를 지출하는 것으로 나타남</li> <li>중-저가 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 40,000루피아(약 4,500원) 내외임</li> </ul>
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> <li>자카르타 도심으로 연결된 주요 대로가 입점해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 시내 중심가에서 다소 멀리 떨어져 있음</li> <li>인근에 블록 엠 버스 터미널과 주요 노선의 버스 정류장이 위치하고 있음</li> </ul>
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>블록 엠 스퀘어, 블록 엠 플라자 전문 식당가에 일식당, 중식당이 입점해 있으며 파사라야 그란데에는 인도네시아 전통 음식을 판매하는 전문 식당가가 갖춰져 있음</li> <li>상권 외곽 몽인시디 거리에는 한식당 7개 이상이 영업 중임</li> </ul>
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 4,000만 루피아(약 440만 원)로 타 상권에 비해 저렴한 수준이나 지속적으로 상승하는 추세임</li> <li>유명 쇼핑몰의 경우 임차조건이 매우 까다로워 입점에 어려움이 따름</li> </ul>

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임



#### ④ 꼬망(Kemang) 상권

행정구역상으로 맴팡(Mampang)에 속하는 꼬망(Kemang) 상권은 남부 자카르타의 대표적인 외식 상가권으로 꼬망(Kemang) 거리를 따라 분포되어 있는 카페와 레스토랑이 밀집해 있습니다.

최근에는 대형 복합 쇼핑센터인 리포 몰 꼬망(Lippo Mall Kemang)이 오픈하면서 해당 지역을 찾는 유동인구의 유입이 크게 증가하고 있습니다.

배후지역에는 외국인 밀집 거주지역이 형성되어 있어 구매력이 높은 외국인들을 대상으로 하는 쇼핑/외식 상가권이 발달되어 있습니다. 우리나라 이태원과 유사한 분위기를 느낄 수 있는 곳입니다.



▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

#### 거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

꼬망 상권이 속해 있는 맴팡(Mampang)에는 총 141,859명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15세~64세 거주인구 비율이 73.7%로 타 상권 대비 다소 낮게 나타났습니다. (특히 14세 미만 인구의 비율이 23.4%로 다소 높게 나타남)

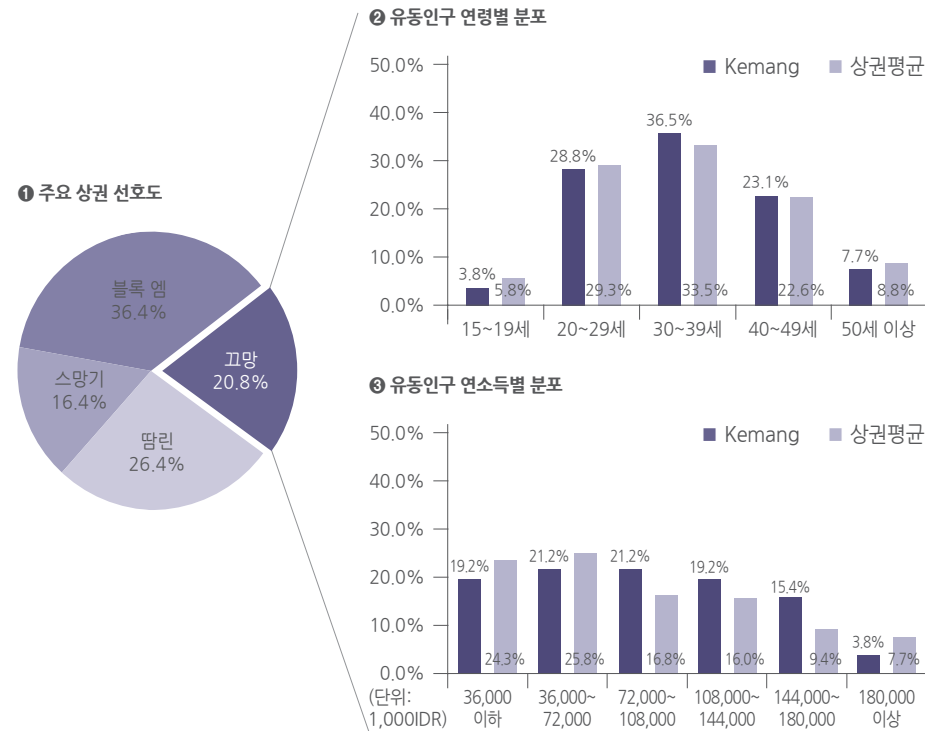
#### 유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 20.8%의 응답자가 꼬망 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 36.5%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 10,800만~14,400만 루피아(약 1,227~1,637만원) 인구비율이 19.2%로 타 상권에 비해 중산층 이상 인구 비율이 높은 것으로 나타났습니다. 고소득층에 해당하는 연소득 14,400만~18,000만 루피아(약 1,637~2,046만 원) 인구비율도 15.4%로 타 상권 대비 높게 나타났습니다.

그림 2-38: 꼬망 상권 유동인구 인구통계학적 특성



**유동인구 분석: 외식소비 특성**

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.4회로 주요 상권 평균 빈도(약 4.0회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

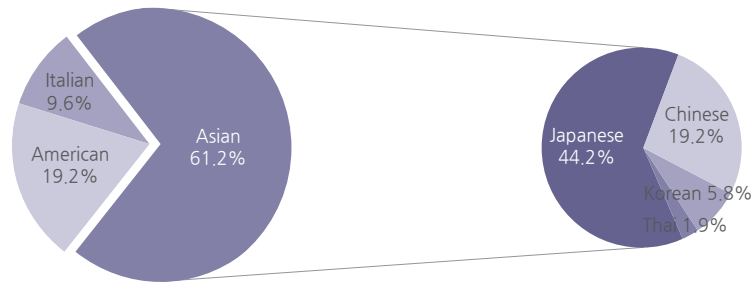
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.7회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회) 보다 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 369,231루피아(약 42,000원)로 주요 상권 중에서 가장 높은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 평균 지출액 약 342,927루피아)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 71.2%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 19.2%, 이탈리아인(Italian)이 9.6%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asain) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 44.2%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 5.8% 로 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 19.2%)

그림 2-39: 꼬망 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 71.2%로 압도적으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 다른 요인보다도 '메뉴'를 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

**입지분석(현장조사): 현장조사 의견**

남부 자카르타 교통 요충지인 블록 엠(Blok M) 지역과 연결된 프라판차(Prapanca) 도로가 인접해 있으나 도심에서 다소 멀리 떨어져 있어 접근성이 좋지 않은 편입니다. 도로 사정이 좋지 않아 교통정체가 빈번하게 발생하여 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 버스 정류장 5곳이 위치하고 있으나 도심지역까지 이동하기 위해서는 주요 노선으로 환승을 해야 하는 불편이 있습니다. 인근 대형 쇼핑센터에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시 이용이 편리합니다.



표 2-7: 꼬망 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●

● 매우우수    ● 우수    ● 보통    ● 나쁨    ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

**끄망(Kemang) 거리**를 따라 분위기 있는 카페와 레스토랑이 밀집해 있는 남부 자카르타 대표 외식 상가권이 형성되어 있으며 최근(2012년)에 영화관, 백화점, 전문 식당가 시설을 갖춘 복합 쇼핑센터 리포 몰 끄망(Lippo Mall Kemang)이 오픈하면서 유동인구 유입이 크게 증가하고 있습니다.

■ 끄망(Kemang) 거리

우리나라 이태원과 비슷한 분위기를 느낄 수 있는 지역으로 예술 공예품을 판매하는 상점과 분위기 있는 에스닉 레스토랑이 다수 위치하고 있어 구매력 높은 외국인 거주자들과 관광객들이 즐겨 찾고 있습니다.

뿐만 아니라 인근에 트렌디한 클럽(Club)과 바(Bar)가 다수 위치하고 있어 저녁 시간대 해당 지역을 찾는 20~30대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

다양한 에스닉 식당이 분포하고 있으며 특히 스테이크 전문 서양식(Western) 레스토랑과 피자&파스타(Pizza&Pasta) 전문 이탈리아식(Italian) 레스토랑이 주를 이루고 있습니다.

야외 푸드코트인 ‘끄망 푸드 페스트(Kemang Food Fest)’에는 중식(Chinese), 일식(Japanese) 등 아시안 에스닉 식당이 다수 입점해 있습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 50,000~100,000 루피아(약 5,600~11,200원) 정도입니다.

패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 35,000~50,000루피아(약 3,900~5,600원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 평균 객단가는 120,000~200,000루피아(약 13,400~22,400원) 정도입니다.

그림 2-41: 끄망 상권 - 끄망 거리 전경



■ 리포 몰 끄망 (Lippo Mall Kemang)

리포 몰 끄망(Lippo Mall Kemang)은 최근(2012년)에 오픈한 남부 자카르타 최고급 쇼핑센터로 200여 개의 유명 브랜드 매장과 영국 대표 브랜드인 데벤햄(Debenhams) 백화점이 입점해 있어 구매력이 높은 고소득층 유동인구의 유입이 증가하고 있습니다.<sup>(1)</sup>

전문 식당가와 푸드코트에는 40여 개의 카페와 식당이 입점해 있으며 에스닉 분포 비율을 보면 웨스턴(Western), 이탈리아식(Italian), 일식(Japanese), 중식(Chinese)이 주를 이룹니다.

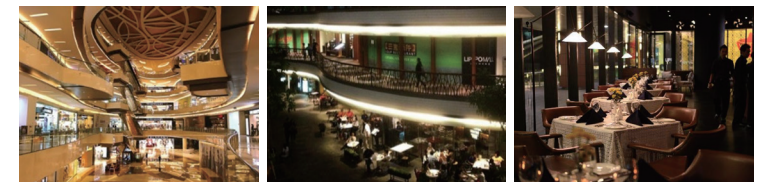
전문 식당가인 ‘Avenue of the Stars’에는 분위기 있는 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑이 다수 입점해 있습니다.

한국 대표 패스트 푸드(Fast Food) 브랜드 롯데리아(Lotteria)와 한국식 치킨 전문점 본촌 치킨(Bonchon Chicken)도 입점해 있습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 50,000~100,000루피아(약 5,600~11,200원) 정도입니다. 푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 40,000루피아(약 4,400원) 정도로 저렴한 편입니다.

평균 객단가가 150,000~300,000루피아(약 16,800~33,600원)에 이르는 최고급 태국식(Thai) 레스토랑 ‘화이트 엘리펀트(White Elephant)’와 프랑스식(French) 레스토랑 ‘콜로니얼(Colonial)’이 성업 중입니다.

그림 2-42: 끄망 상권 - 리포 몰 끄망 전경



(1) 백화점 외에도 최고급 시설을 갖춘 피트니스 센터와 대형 하이퍼마트가 들어서 있음



그림 2-43: 꼬망 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> <li>남부 자카르타의 대표적인 외식 상가권으로 꼬망 거리를 따라 분위기 있는 카페와 레스토랑이 밀집해 있으며 최근 대형 쇼핑센터인 리포 몰 꼬망이 오픈하면서 해당 지역을 찾는 유동인구의 유입이 크게 증가함</li> </ul>
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> <li>배후지에 약 14만 명이 거주하고 있으며 경제활동인구에 속하는 15~64 거주인구 비율이 73.7%로 타 상권 대비 다소 낮게 나타남</li> <li>설문조사 결과 36.4%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함</li> </ul>
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>주당 평균 외식비로 약 369,231 루피아(약 42,000원)를 지출하는 것으로 나타남</li> <li>캐주얼 다이닝 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 50,000~100,000루피아(약 5,600~11,200원) 정도임</li> </ul>
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> <li>남부 자카르타 교통 요충지인 블록 엠 지역과 연결된 주요 도로가 인접했으나 도심에서 다소 멀리 떨어져 있어 접근성이 좋지 않은 편임</li> <li>도심지역까지 이동하기 위해서는 주요 노선으로 환승을 해야 하는 불편이 있음</li> </ul>
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 에스닉 식당이 분포하고 있으며 특히 스테이크 전문 서양식 레스토랑과 피자&amp;파스타 전문 이탈리아식 레스토랑이 주를 이루고 있음</li> <li>대형 쇼핑몰에 '롯데리아(Lotteria)', '본촌 치킨(Bonchon Chicken)'이 입점해 있음</li> </ul>
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 4,400만 루피아(약 480만 원)로 타 상권에 비해 저렴한 편이나 프리미엄 입지는 약 6,000만 루피아(약 660만 원)에 달함</li> <li>유명 쇼핑몰의 경우 임차조건이 매우 까다로워 입점에 어려움이 따름</li> </ul>

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

## 2.5 한식산업에 대한 이해

### 1) 한인사회 현황

#### ① 한인 거주 현황

1973년 상주 대사관 설립 이후 한인교민 사회가 형성되기 시작하여 '90년대 이후 산업 분야 진출이 본격화되면서 많은 한인들이 이주해오기 시작했습니다.

상주 대사관 설치 이후 양국 간 경제교류·협력이 증가하면서 '80년대 한국 기업이 섬유산업과 신발산업 등 노동집약산업에 대거 진출하기 시작한 이래 '95년대 중반 이후로는 전자, 자동차, 플랜트 건설, SOC 기반확충 부문 진출이 활발하게 이어졌습니다.

2000년대 들어서는 IT·무선통신 분야, 최근에는 에너지·자원개발, 원자력, 산림, 바이오산업 등 다양한 분야의 투자가 다수 진행되고 있습니다.

경제교류 규모 확대에 비례하여 인도네시아 한인사회도 양적으로 크게 성장하여 현재 인도네시아의 한인사회는 화교사회에 이어 두 번째로 규모가 큰 외국인 커뮤니티를 형성하고 있습니다.

현재 거주 한인 수는 3만 5천명 정도로 추산됩니다. 단기 체류자까지 포함하면 그 숫자는 훨씬 많은 것으로 추측되며 진출 기업의 주재원으로 파견되었다가 정착하는 사람들과 신규 사업에 도전하는 사람들이 늘어나면서 거주 한인 수는 꾸준히 증가하고 있습니다.

인도네시아 재외동포 중 약 90%에 해당하는 3만 1천 여 명이 자카르타를 중심으로 한 수도권 지역에 거주하고 있으며 자카르타 남부 꼬바요란 baru(Kebayoran Baru) 위자야(Wijaya) 지역에 인도네시아 최대 한인타운이 형성되어 있습니다.

이외에도 다수의 한국 기업이 진출해 있는 땅그랑(Tangerang), 찌카랑(Cikarang) 지역에도 한인들이 밀집 거주하고 있습니다.

최근에는 고급 아파트와 대형 쇼핑센터가 들어서면서 거주 환경이 우수한 지역으로 꼽히는 뽀독인다(Pondok Indah)로 이주하는 한인들이 증가하고 있습니다.

## ② 한국 기업 진출 현황

양국 간 경제 협력과 문화교류가 더욱 증진됨에 따라 인도네시아 내에서 한국의 위상이 날로 높아져 가는 상황입니다. 양국 간 교역 규모는 2010년 말 기준 약 230억 달러(약 25조 원)에 이르렀습니다.

현재 인도네시아에 진출한 한국 기업은 1,300여 개에 달하며 섬유관련 업체가 250여 개, 전기·전자 업체가 160여 개로 주를 이룹니다. 이 밖에도 가발, 신발 등 노동집약적 산업 분야와 IT, 자원, 에너지, 건설 등 사회간접자본(SOC) 분야, 기타 서비스업 분야 등 다방면에서 투자 진출이 이루어지고 있습니다.

삼성전자, LG전자, SK에너지, 대상, CJ, 포스코, 롯데 등 국내 대기업들이 성공적으로 정착하여 약 50만 명 이상의 고용을 창출하면서 인도네시아 경제발전에 크게 이바지하고 있습니다.

자카르타 인근에 위치한 찌카랑(Cikarang)과 땅그랑(Tangerang)에 위치한 주요 공단에 다수의 한국 기업들이 입주해 있습니다. 찌카랑 자바베카(Jababeka) 공단은 타 지역에 비하여 도로, 급수, 전기 등의 기반시설이 상대적으로 잘 갖춰져 있어 다수의 한국 대기업들이 입주해 있습니다. 땅그랑 공단에는 의류·봉제 등 섬유 부문 업종의 한국 기업들이 밀집해 있습니다. 그러나 최근에는 인건비가 급격히 상승하면서 땅그랑 지역에 위치한 기업들이 폐업하거나 공장을 이전하는 사례가 증가하고 있습니다.

한편 중·소규모의 서비스업 분야에도 약 394개의 한국 업체가 진출해 있습니다. 업종별로는 음식·숙박업이 112개로 가장 많은 것으로 나타났습니다. 이 외에도 도·소매, 무역, 금융뿐만 아니라 학원, 미용실, 사우나, 렌트 등 다양한 업종에 진출해 있는 것으로 조사되었습니다.

표 2-8: 인도네시아 내 한국업체 부문별 진출 현황

산업 분류	진출업체 현황	진출 부문(진출업체 수)
기타 서비스업	394개	음식·숙박(112), 도·소매(84), 무역(51), 여행(33개), 학원(39), 컨설팅(36), 미용실·사우나(34) 등
제조업	952개	의류·봉제(217), 섬유(106), 금속·기계(81), 전기·전자(72), 석유·화학(57), 신발·완구(56), 건설·선박(45) 등

출처: 인도네시아 투자조정청(BKPM)

## 2) 한식당 진출 현황

자카르타에는 80여 개의 한식당이 영업 중이며 특히 한인 거주민구가 많은 위자야 지역에 한식당이 밀집해 있습니다. 한편 최근 들어 스망기 지역 세노파티 거리와 몽인시디 거리에 신규 창업하는 한식당이 증가하고 있습니다.

약 30년 전 한국인들이 최초로 정착하기 시작한 땅그랑(Tangerang) 지역을 중심 교민들을 대상으로 하는 소규모 한식당도 다수 위치하게 되었습니다. 또한 자카르타 시내 중심가인 탐린(Thamrin) 지역 주요 호텔(Hotel Indonesia) 주변에 한국인 출장자들을 대상으로 영업하는 한식당들이 많이 증가하였습니다.

최근에는 탐린(Thamrin)과 수디르만(Sudirman) 지역에 교통체증이 극심해져 고속도로가 인접해 있고 접근성도 좋은 곳으로 점포를 이동하는 추세인데 중앙비즈니스구역(CBD)으로 꼽히는 스망기(Semanggi)와 위자야(Wijaya)지역 사이 세노빠티(Senopati) 거리가 입지 여건이 좋아 많은 한식당이 생겨나고 있습니다.

뿐만 아니라 중국계 화교가 운영하는 한식당이 증가하고 있으며 특히 화교가 운영하는 한식당 '한강(Han Gang)'은 한식 패스트 캐주얼 모델을 개발하여 주요 쇼핑센터 푸드코트에 입점하고 있습니다.



그림 2-44: 자카르타 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이



### 3) 한식당 성공 사례

#### ① 한강 (Han Gang)

한강은 현지인(중국계 화교)이 운영하는 한식당으로 2006년 몽인시디(Monginsidi) 거리에 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 본점을 오픈한 이래 현재 7개의 지점을 운영하고 있습니다.

그랜드 인도네시아(Grand Indonesia), 퍼시픽 플레이스(Pacific Place) 등 주요 쇼핑센터에 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태로 진출해 있으며 최근에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 한식당 모델을 개발하여 주요 쇼핑센터 푸드코트에 본격적으로 진출하고 있습니다.

그림 2-45: 한식당 '한강'



#### ② 삼원집 (Samwon House)

호주 유학파 출신의 20대 현지인이 한식의 맛에 매료되어 창업한 한식당으로 식당 내부에 전통 한복과 민속화 등을 장식하여 한국인이 운영하는 한식당보다 더욱 한국적인 분위기를 연출하고 있습니다.

세띠아부티(Setiabudi) 본점을 성공적으로 운영하면서 지점을 확장해 나가고 있으며 최근에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 '삼원 익스프레스 (Samwon Express)' 모델을 개발하여 주요 쇼핑센터 스낵코너에 진출하고 있습니다.

그림 2-46: 한식당 '삼원집'



#### ③ 한양가든 (Hanyang Garden)

한양가든은 20년이 넘는 전통을 자랑하는 한식당으로 개업 초기 시내 중심가 탐린 (Thamrin) 지역에서 한국인 출장자들을 대상으로 영업을 해오다가 새로운 외식 중심지로 부상한 세노파티(Senopati) 거리에 성공적으로 정착하였습니다.

개업 초기 한인 고객들이 대부분이었던데 반해 현재는 40% 이상이 현지인 고객일 정도로 인지도가 높아졌습니다. 최근에는 생등심, 생갈비 등 구이류 메뉴의 인기가 높으며 한류 드라마의 영향으로 떡볶이, 김밥과 같은 분식류 메뉴를 찾는 젊은 층 고객이 증가하고 있습니다.

그림 2-47: 한식당 '한강'

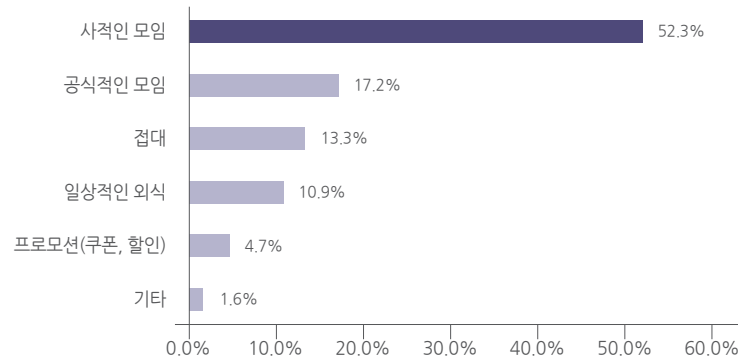


#### 4) 한식 소비 현황

한식당 방문 경험이 있는 자카르타의 외식소비자들은 주로 사적인 모임을 위해 한식당을 찾는다고 응답하였습니다.

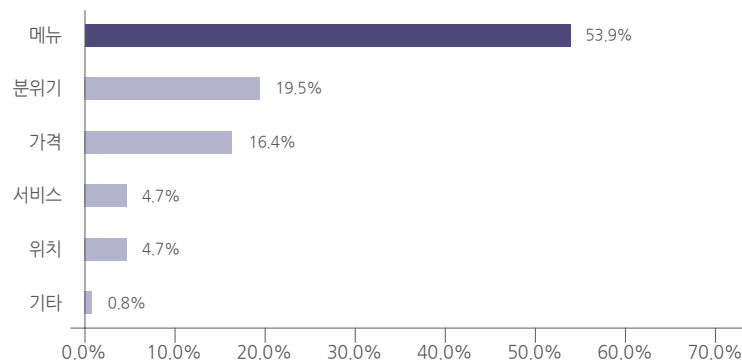
사적인 모임, 공식적인 모임, 접대를 위해 방문한다고 응답한 외식소비자들은 각각 52.3%, 17.2%, 13.3%로 나타나 자카르타 한식당의 대부분이 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 수준으로 운영되고 있으며 일부 고급 한식당이 존재하는 것으로 파악됩니다.

그림 2-48: 한식당 방문 목적



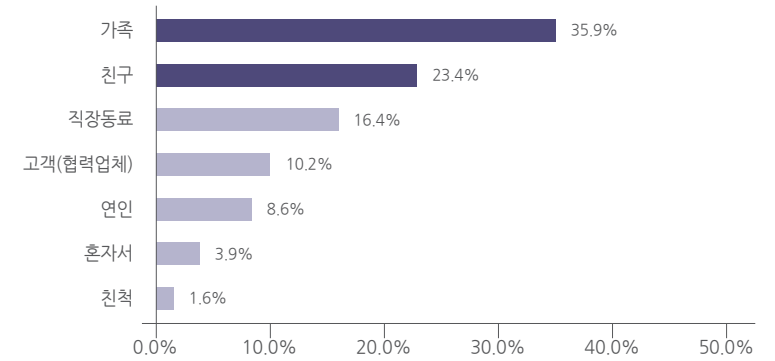
한식당 방문 경험이 있는 자카르타 외식소비자들의 53.9%가 한식당의 메뉴, 19.5%가 한식당의 분위기를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났습니다. 한편 서비스를 중요하게 생각한다고 응답한 소비자는 4.7에 그쳤습니다.

그림 2-49: 한식당 방문 시 고려사항



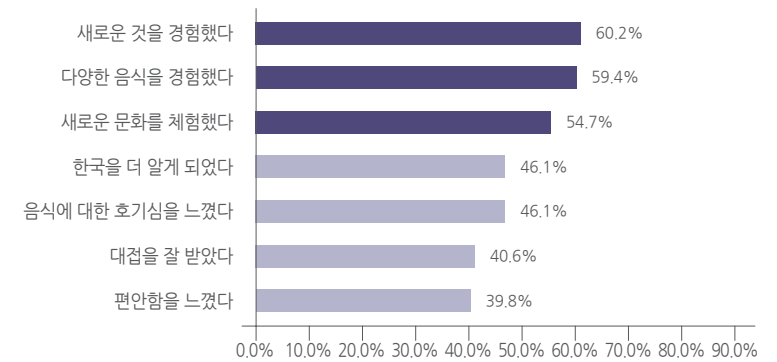
한식당 방문 경험이 있는 자카르타의 외식소비자들이 한식당 방문 시 가족과 동행하는 경우가 35.9%, 친구와 동행하는 경우가 23.4%, 직장동료와 동행하는 경우가 16.4%로 나타나 앞서 문항에서 대부분 사적인 모임을 위해 한식당에 방문한다고 응답한 결과와 일맥상통합니다.

그림 2-50: 한식당 방문 시 동행인



한식당 방문 경험이 있는 자카르타의 외식소비자들에게 한식당 방문 시 떠오르는 생각을 질문한 결과 '새로운 것을 경험했다', '다양한 음식을 경험했다', '새로운 문화를 체험했다' 등 새로운 경험과 호기심에 관련된 응답이 높게 나타났습니다.

그림 2-51: 한식당 방문 시 떠오르는 생각 (중복응답)



한식당 방문 경험이 있는 자카르타의 외식소비자들은 불고기와 비빔밥, 김치찌개를 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

한식당 방문 경험이 있는 자카르타 외식소비자들의 25.9%가 삼계탕의 취식 방법을 몰라 불편을 겪었다고 응답하였습니다.

삼계탕은 아직까지 자카르타 외식소비자들에게 생소한 한식 메뉴로 인식되고 있는 것으로 파악됩니다.

삼겹살, 갈비, 비빔밥, 불고기 등의 한식 인기 메뉴도 정확한 취식방법을 몰라 불편함을 겪고 있는 것으로 나타났습니다.

그림 2-52: 가장 많이 취식하는 한식 메뉴 상위 5개 (중복응답)

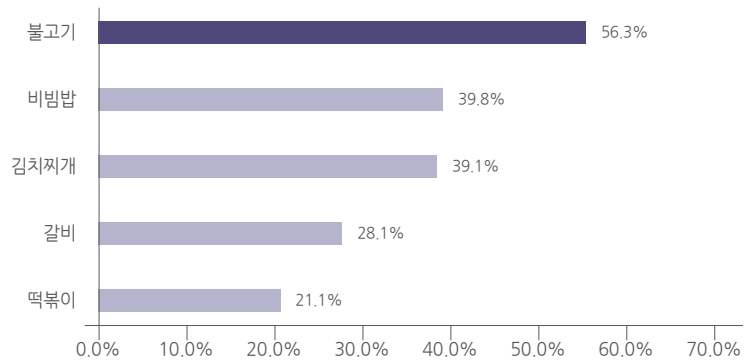
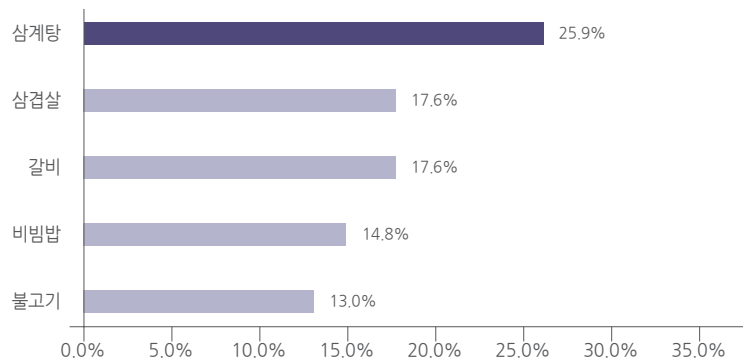


그림 2-53: 취식 방법을 몰라 불편했던 한식 메뉴 (중복응답)



## 5) 한식당 소비자 의견

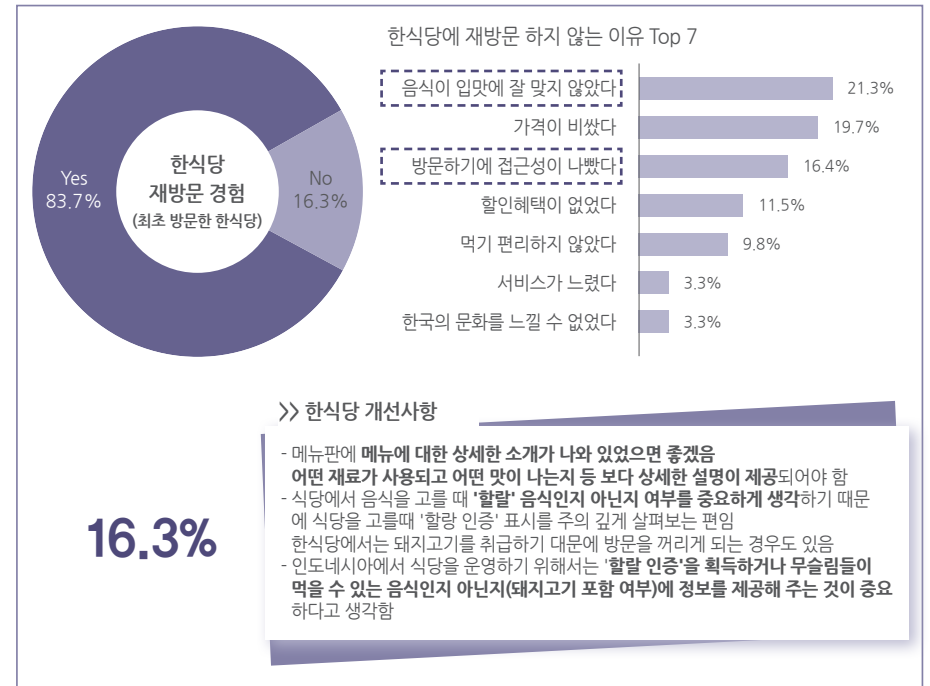
처음 방문한 한식당에 재방문하지 않은 비율이 16.3%로 다소 낮게 나타났으며 재방문 하지 않은 이유로는 '음식의 맛과 가격'이 가장 큰 요인으로 지적되었습니다.

소비자 좌담회 결과 한식당에 대한 개선사항으로 '메뉴에 대한 상세한 설명 제공'에 대한 요구사항이 많았습니다.

"메뉴판에 메뉴에 대한 상세한 소개가 나와 있었으면 좋겠음. 어떤 재료가 사용되고 어떤 맛이 나는지 등 보다 상세한 설명이 제공되어야 함"

"인도네시아에서 식당을 운영하기 위해서는 '할랄 인증'을 획득하거나 무슬림이 먹을 수 있는 음식인지 아닌지(돼지고기 포함 여부)에 정보를 상세하게 제공해 주는 것이 중요하다고 생각함" 등

그림 2-54: 한식당 개선 소비자 의견



“

# 자카르타 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Jakarta

”

## II. 자카르타(Jakarta) 한식당 설립 가이드

### 3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적인 외식창업을 위한 원칙 ----- 080

### 4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차 ----- 082

4.2 설립 주요 실무정보 ----- 086

4.3 기타정보 ----- 125



### 3. 외식창업에 대한 이해

#### 3.1 성공적 외식창업을 위한 원칙

##### 1) 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다

음식점의 고정비는 수익창출을 위해 최대 매출액의 9~15%를 넘지 않아야 합니다. 고정비는 임차료, 이자비용, 보험료, 감가상각비를 포함합니다. 음식점의 매출액과 영업이익은 다음과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다. 즉 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비 그리고 기타 원가 및 비용 등입니다.

##### 2) 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

음식점을 신규로 오픈하는 경영자는 오픈 마케팅, 직원 인건비, 원재료 구매 비용 그리고 오픈 후 6개월(인큐베이션 기간) 동안에 발생할 수 있는 손실을 커버할 수 있는 충분한 운영자금을 가지고 있어야만 합니다.

##### 3) 오픈팅 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 오픈하는 방법 중에는 성대한 오픈식 없이 조용한 오픈을 하는 ‘소프트 오픈팅’이 있습니다. ‘소프트 오픈팅’ 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취하고 손님들이 받은 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있도록 할 수 있는 일종의 기념품을 주도록 합니다. 이러한 방식의 오픈팅은 잠재 고객들이 신규 오픈하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회를 제공합니다. 반면 그랜드 오픈팅을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈팅을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 그것은 인위적으로 고객의 수를 부풀리는 것에 불과할 수 있습니다.

##### 4) 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

새로운 음식점의 콘셉트는 경쟁업소와 비교할 때 차별성과 우위성이 있어야 합니다. 너무 많은 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 이미 수익을 내는 것이 힘든 상황에서는 할인 경쟁은 불가피할 것이고 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 지경에 이르는 상황이 될 수도 있습니다. 따라서 음식점 예비창업자들은 성공적인 음식점들이 어떤 상황에서 운영되고 있는지를 알기 위하여 사전 조사를 수행해야 합니다.

##### 5) 품질과 양을 관리해야 합니다.

대부분의 좋은 음식점은 좋은 맛을 내는 음식을 만들 줄 아는 주방 안의 누군가를 필요로 합니다. 이 사람은 음식을 따뜻하고 빠르게 제공하면서도 수익성도 맞추는 방법을 알고 있는 사람입니다.

이 사람은 반드시 주방장일 필요는 없으며 단지 천부적인 직감이나 재능을 가지고 있어서 양이나 질에 있어 모두 높은 수준을 유지하는 방법을 아는 사람이어야 합니다. 새로운 음식점 창업자는 음식점에서 요리를 하는 것이 집에서 요리를 하는 것과 상이하다는 사실을 기억해야만 합니다.

##### 6) 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다. 음식점 비즈니스에서는 무엇보다도 청결이 우선되어야 합니다. 청결을 독려하는 방법은 고객들이 주방을 직접 볼 수 있도록 하는 것입니다. 이러한 방법은 청결의 원칙을 강화하는 데 큰 도움이 됩니다.

##### 7) 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다. 음식점도 기업처럼 경영해야 합니다. 경영자는 위험을 감수해야만 하고 고객의 의견에 따라서 변화를 추구해야만 합니다. 이를 위해서는 고객의 요구를 관찰하고 귀를 기울이며 욕구를 파악하기 위해 매장 프론트에서 많은 시간을 보내야 합니다.

음식점 경영자는 다음과 같은 질문을 자기 자신에게 끊임없이 되물어야 합니다. “나의 고객에게 얼마나 제공할 수 있으며 그러면서도 여전히 투자대비 적절한 수익을 창출할 수 있는가?”

##### 8) 원가(손실)을 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)을 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다. 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책은 손실을 줄여줄 수 있습니다.

- 원재료 손실이 발생하지 않도록 모든 박스는 배달 직후 오픈하여 수량과 중량 확인
- 값비싼 재료는 매일 재고 체크, 저렴한 품목은 매월 재고조사 실시

출처: 『외식창업론』, 2011, 김영갑 외, 교문사



## 4. 한식당 설립 실무정보

### 4.1 사업자 등록 절차

#### 1) 개인 사업자

개인 사업자 등록은 합자회사에 해당하는 'CV(Commanditaire Vennootschap)' 형태로 가능하나 외국인은 개인 사업자 등록이 불가능합니다. 개인사업자가 갖는 이점들을 누리기 위해서 현지인의 명의를 빌려 창업하는 경우도 빈번하게 이뤄지고 있습니다.

#### 2) 법인사업자

##### ① 법인설립 요건 및 절차

법인의 경우 'PT(Perseroan Terbatas)'라 불리는 주식회사로 설립이 가능하며 외국인 투자 설립의 경우에는 반드시 내국인과 합작을 통해 외자투자 법인(Penanaman Modal Asing) 형태로 설립해야 합니다. 외국인 소유 가능 자본 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문 의 경우 49~51%까지 가능합니다. 단 51% 이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십(Partnership)을 맺어야 합니다.

외국인 투자의 경우 외국인 투자조정청(BKPM)의 승인 및 허가가 필요합니다. 업종별로 취득해야 할 허가가 상이하므로 자신이 속한 업종에 적합한 허가 절차를 따라야 합니다.

#### 투자조정청 (BKPM)

- 내국인 및 외국인직접투자를 촉진시키기 위하여 투자진흥, 투자절차지원, 산업 개발, 사업평가 등 다양한 외국인 투자 업무를 관장함
- 외국인 투자 법인설립 시 반드시 투자조정청의 승인 및 최종 허가가 필요함
- 홈페이지 내에 한국어도 제공하고 있어 이용이 편리하며 한국의 중소기업진흥공단에서 파견한 '코리아 데스크'가 투자조정청 7층에 마련되어 있어 한국 기업의 현지 진출을 지원함
- 홈페이지: [www.bkpm.go.id](http://www.bkpm.go.id)
- 주소: Jl. Jend. Gatot Subroto No. 44, Jakarta 12190
- 연락처: +62 (0)21 5252 008
- 코리아데스크 이완희 소장
- 연락처: P +62 (0)21 5292 1302 / M +62 (0)8118 07 0884
- 이메일: [wanhee@sbc.or.kr](mailto:wanhee@sbc.or.kr)

내국인 파트너 명의로 국내투자법인 'PMDN(Penanaman Modal Dalam Negeri)'을 설립하는 것도 가능하나 이 경우 내국인의 사업적 혜택을 누릴 수 있다는 장점이 있는 반면 본인 소유가 아니기 때문에 발생하는 여러 위험을 안고 가야 한다는 단점이 상존합니다.

법인 설립 최소 자본금은 5천만 루피아(약 560만 원)으로 정해져 있으며 주요 절차는 다음과 같습니다.

표 4-1: 법인 설립 절차

단계	담당기관	세부 사항
1. 투자 금지/제한 업종 확인 (KBLI/NLI)	투자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투자하려는 업종이 인도네시아 내 투자 금지/제한 업종 (Negative List of Investment)인지 확인</li> <li>• 투자조정청 홈페이지(BKPM)에서 당일 확인 가능</li> </ul>
2. 회사상호 조회 (Cek Name PT)	법무부 (Mentari Kehakiman)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규법인 설립 전 회사 상호 사용가능 여부를 법무인 권부에 공증인(Notaris)을 통하여 확인</li> <li>• 근무일 기준 약 2~3일 소요</li> </ul>
3. 법인 투자등록 (Pendaftaran PMA)	투자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투자등록신청서를 작성 (신청인 인적사항, 자본금, 주주 및 지분, 총 투자액, 고용계획, 희망 상호, 업종, 제품, 소요 토지면적, 투자내역 등 기입)</li> <li>• 외국 법인의 경우 경관 및 등기부등본(인니어 또는 영문 공증)이, 외국 개인 투자자의 경우는 여권 사본 필요</li> <li>• 근무일 기준 약 2~3일 소요</li> </ul>
4. 회사 정관 작성 (AKTA)	공증사무소 (Notaris)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정관에 설립인 혹은 대리인이 공증인 앞에서 정관에 서명하는 방법으로 회사를 설립하고 정관을 작성함</li> <li>• 근무일 기준 약 2일 소요</li> </ul>
5. 회사 소재지 증명서 발급 (Surat Keterangan DOMISILI)	동사무소 (Kecamatan/ Kelurahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소정의 양식을 기재한 후 회사 소재지를 관할하는 동사무소에서 발급함</li> <li>• 근무일 기준 약 5일 소요</li> </ul>
6. 납세의무자 세적등록증 (NPWP, Nomor Pokok Wajib Pajak)	세무서 (KPP-Kantor Pelayanan Pajak)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외자투자 세무서 또는 회사소재지를 관할하는 지방 세무소에서 발급</li> <li>• 근무일 기준 약 2~3일 소요</li> <li>• 부가가치세 과징업체 지정서(NPPKP)의 경우 역시 세무서(KPP)에서 진행하며 소요기간은 근무일 기준 약 5~10일 정도임</li> </ul>
7. 자본금 납입 (Bukti Sector)	은행 (Bank)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 당일 발급 가능하며 자본금불입각서로 대체 가능함</li> </ul>

표 4-1: 법인 설립 절차 (계속)

단계	담당기관	세부 사항
8. 회사 정관 법무부 등재 (Surat Keterangan KEHAKIMAN)	법무부 (Mentari Kehakiman)	<ul style="list-style-type: none"> <li>인권 법무부에 회사 설립(정관작성)일로부터 60일 이내에 먼저 법정형식 요건을 갖춰 신청해야 하며, 법무부의 형식 요건 충족 확인 일자로부터 30일 이내에 실질요건인 관계 서류를 제출하면 접수일로부터 14일 이내에 발급 가능함</li> <li>상기한 60일 이내에 법인 자격 신청을 하지 않으면 회사가 해산 조치됨</li> </ul>
9. 투자원칙 승인서 발급 (SP.PMA, Surat Persetujuan PMA)	자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>소정 양식을 기재하고 구비서류를 갖춰 투자 조정청에서 수령</li> <li>근무일 기준 약 5~10일 소요</li> </ul>
10. 법인 등록 (TDP, Tanda Daftar Perusahaan)	상공부 <sup>(1)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사 소재지의 시/군 상업국에서 발급함</li> <li>근무일 기준 약 10~15일 소요</li> </ul>
11. 환경영향평가서 (AMDAL, Analisis mengenai Dampak lingkungan)	환경부 (Mentari Lingkungan Hidup)	<ul style="list-style-type: none"> <li>시/군 환경부(Mentari Lingkungan Hidup)에서 관할 소속하며 업종, 소재지에 따라 소요 기간이 상이함</li> <li>환경 관련 서류 준비 수준 역시 업종에 따라 상이함</li> </ul>
12. 영구 사업 허가서 (IUT, Izin Usaha Tetap)	관할수속처 - 투자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인의 자본(PMA)으로 설립된 회사에서 받는 고정 사업장 허가서로 투자 승인서(SP.PMA)를 받은 후에 최종적으로 진행하는 허가임</li> <li>업종에 따라 소요기간이 상이함</li> </ul>

② 법인사업자 등록 절차 및 구비 서류

무역부에서 사업자등록증(TDP)을 받는 단계까지는 업종에 상관없이 공통적으로 해당되거나 이후 업종에 따라 등록절차와 제출서류가 상이하므로 유의해야 합니다.

법인 사업자 등록 절차 및 필요 구비서류는 다음과 같습니다.

(1) 상공부: Dept. Perindustrian & Perdagangan

표 4-2: 법인 사업자 등록 절차 및 필요 서류

단계	담당기관	세부 사항
회사상호조회 (Pengecekan Nama Perusahaan)	법무부	<ul style="list-style-type: none"> <li>공증인에 의뢰하여 상호 사용 여부 확인</li> </ul>
투자등록 (Pendaftaran Penanaman Modal)	투자조정청	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자승인 청원서 PPM (Permohonan Pendaftaran Penanaman Modal)</li> </ul>
회사정관 작성 (Akta Pendirian Perusahaan)	공증인	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자승인 청원서 사본</li> <li>주주 및 이사회 구성원의 여권사본과 영문자택주소</li> </ul>
소재지 증명 (Domisili Perusahaan)	소재지 관할 동사무소	<ul style="list-style-type: none"> <li>공동: 투자승인 청원서 사본, 회사정관 사본, 소재지 증명 요청서(Surat Permohonan), 대표이사 여권 사본</li> <li>건물 소재지: 건물소재지 증명서(Surat Keterangan Domisili Gedung)</li> <li>건물 외 소재지: 임대차 계약서(Surat Perjanjian Sewa menyewa), 건축허가서(IMB)사본, 토지 건물세 납부 영수증 사본(Bukti Pembayaran Pajak Bumi &amp; Bangunan)</li> </ul>
세적 등록 (Nomor Pokok Wajib Pajak)	소재지 관할 지방 세무서	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자승인 청원서 사본, 회사정관 사본, 소재지 증명서 사본, 법인 납세번호(NPWP) 신청서, 요청서(Surat Permohonan) 사본, 영업 활동 내용서(Surat Pernyataan Tempat Kegiatan Usaha), 대표이사 여권 사본, 대표이사 개인 납세카드(NPWP Pribadi), 위임장(대표이사 및 신고자)</li> </ul>
부과세 과세업자 등록 (Pengusaha Kena Pajak)	소재지 관할 지방 세무서	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자승인 청원서 사본, 회사정관 사본, 소재지 증명서 사본, 법인 납세번호(NPWP)사본, 요청서(Surat Permohonan)사본, SKT (Surat Keterangan Terdaftar: 등록서) 사본, 신청서 양식 작성</li> <li>대표이사 여권 사본, 대표이사 개인 납세카드, 위임장 (대표이사 및 신고자), 사무실 약도 및 사진 (명패, 사무실 전체, 대표이사 집무실, 회의실)</li> </ul>
자본금납입 증명서 (Surat Pernyataan)	은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>자본금납입증명서</li> </ul>
관보공시(Berita Negara)를 위한 법무부 신고	법무부	<ul style="list-style-type: none"> <li>설립 정관 법무부 등재 시(Pengesahan) 공증인을 통하여 진행해야함</li> <li>소재지 증명서 사본, 설립 정관 확인 서명본(Minuta Akta) 주주의 주식 확인서(Pernyataan Saham), 국고 귀납 금액 납부 영수증(Bukti Pembayaran PNBPN)</li> </ul>
사업자 등록 (Tanda Daftar Perusahaan)	법인 소재지 시/군 상업국	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자승인 청원서 사본, 회사정관 사본, 소재지 증명서 사본, 법인 납세번호(NPWP) 사본, 요청서(Surat Permohonan), 등록서 SKT(Surat Keterangan Terdaftar : 등록서) 사본, 법무부 등재(Pengesahan) 사본, 신청서 양식 작성, 대표이사 여권 사본, 위임장 (대표이사 및 신고자)</li> </ul>

## 4.2 설립 주요 실무정보

### 1) 인허가 요건 및 관련 법규

#### ① 주류 취급 허가

주류를 취급하기 위해서는 반드시 주류 판매 허가를 받아야 하며 수입이 필요한 경우에는 별도로 수입허가도 진행을 하여야 합니다.

이슬람 영향으로 주류세가 700~800%로 매우 높은 편이라 소주 등 주류 취급이 필수적인 한국식당에 부담이 있습니다.<sup>(1)</sup>

특히 땅그랑(Tangerang) 지역은 이슬람 세력이 강하여 관광식당, 호텔 등을 제외한 일반식당에서 술을 취급하지 못하도록 되어있습니다.

#### ② 할랄 인증

인도네시아의 할랄 식품(Halal Food) 시장은 세계 최대 규모인 785억 달러 규모에 달합니다.

인도네시아 인구(약 2억 4천만 명)의 약 90% 가량이 무슬림으로 이는 전 세계 무슬림 인구의 약 12%를 차지하는 규모입니다.

인구의 절대 다수가 무슬림인 인도네시아 시장을 공략하기 위해서는 할랄 인증을 받는 것이 매우 중요합니다.

- 먹거리에 대해 매우 엄격한 관리가 이뤄지고 있으며 현지에서 유통되는 식품에는 반드시 할랄 인증 여부가 표기되어 있음
- 수입 식품에는 표기에 관한 강제규정은 없으나 인구의 대다수인 무슬림 소비자들은 할랄(Halal) 인증 표시가 없는 식품은 구입하지 않음
- 2009년도에 인도네시아 정부는 도축과정이 할랄 규정에 맞지 않는다는 이유로 뉴질랜드산 쇠고기를 수입금지 조치하기도 함
- 인도네시아의 할랄 인증 식품 수는 약 13,000여 개이며 인도네시아 할랄 시장 공략을 위해 세계 각국에서 인도네시아 할랄 인증 기준을 따르는 추세임

(1) 정식 주류 취급 허가 없이 영업하는 한식당이 다수 있으며 세관에서 불시 검문하여 벌금을 무는 경우도 많음

### [참고정보] 인도네시아 할랄 인증 절차

#### • 인도네시아 할랄 인증 절차는 크게 3단계로 구분됨

##### ■ 1단계: Pre-Audit

할랄(Halal) 인증을 신청한 업체의 서류를 검토함

##### ■ 2단계: Process Audit

2명의 심사위원이 제품/생산공정/공장을 직접 방문하여 검사(Audit)를 실시함

##### ■ 3단계: Post-Audit

인증을 받은 업체는 매 6개월마다 LPPOM-MUI(인도네시아 할랄 인증기관)에 변경 사항을 보고해야 함

검사관들이 사전 통보 없이 해당 업체를 방문하여 수시로 검사(Audit)를 하기도 함

#### • 인증기관 연락처

- 기관명: LLPOM-MUI (Secretariat Office)
- 주소: Indonesian Ulema Council Building Jl. Proclamation No.51 Menteng Jakarta Pusat
- 전화: +62 21 3918890
- 팩스: +62 21 3918915
- 홈페이지: www.halalmui.org

#### • 신청서 접수 시 구비서류

- 기업/사업체 등록증, 공장 및 창고 설비 위치도
- 주요 재료에 대한 할랄 인증서 및 제품 상세 정보
- 공정 도표 및 생산절차
- 현지 당국의 생산 허가증
- 화장품 및 의약품 관련 당국의 생산 허가증 (건강용품 및 화장품에 해당)
- HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM, VHM, LPV 등의 서류 (해당 경우)
- 신분증, 여권 사본
- 기타 사업 허가증 사본 (해당 경우)
- 사업명과 사업 유형 정보
- 기업 지사 위치 정보
- 제품명, 메뉴명 정보
- 생산업체, 재료공급업체 정보
- 포장 재료 정보
- 제품 프로세스 흐름도
- 사업 장소 위치 지도

## 2) 임대차 계약 절차 및 관행

### ① 쇼핑몰 입점

중소 규모 쇼핑몰의 경우 어느 정도의 인지도만 확보되면 좋은 조건으로 입점이 가능하나 시내 중심가에 위치한 고급 백화점과 쇼핑센터의 경우에는 입점 조건이 매우 까다로운 편입니다.

쇼핑몰에서 자체적으로 매출 분석을 실시해 자격 심사를 실시하고 있어 개인 사업자의 경우 쇼핑몰에서 제시하는 입점 요건을 맞추기가 어렵습니다.<sup>(1)</sup>

아울러 층마다 입점 조건이 다르므로 사전에 쇼핑몰 담당자에게 문의하여 세부 사항을 확인해야 합니다. 뿐만 아니라 주요 쇼핑몰의 경우 대기 수요자가 많아 원하는 매장을 얻기 위해서는 장기간 대기해야 하는 경우도 있으니 이를 감안하여 입점 계획을 수립해야 합니다.

임대차 계약은 기본으로 5년 단위로 이루어지며 5년치 임차료에 각종 부대경비를 포함하여 3년 내에 분할 완납할 것을 요청하는 경우도 있기 때문에 사전에 충분한 자금 계획을 마련해야 합니다.

한편 내부 인테리어 시공도 쇼핑몰에서 지정하는 특정 업체를 통해서만 진행해야 하는 경우가 있기 때문에 점포 확보비로 당초 예상보다 많은 비용이 소요될 수 있음을 유념해야 합니다.

일부 대형 쇼핑몰은 임대차 계약 시 매출의 일정 비율을 임차료로 납부하는 방식을 요구하기도 하며, 이런 경우 계약 당시에 확실한 매출액을 달성하지 못하면 2~3차례 경고 후에 강제 퇴출시키는 사례도 있습니다.

인도네시아 쇼핑센터협회(APPBI)에 따르면, 주요 쇼핑센터 매장의 월 평균 임차료는 서비스 비용을 포함하여 m<sup>2</sup>당 482,858루피아(약 54,000원) 정도입니다. (11년 3분기 기준)

- 평균 기본 임차료(m<sup>2</sup>): 월 415,484루피아(약 46,000원)
- 서비스 비용(m<sup>2</sup>): 월 67,374루피아(약 7,500원)

백화점의 경우 임차료 대신 매출액의 약 35%(메트로 백화점 기준)를 백화점에 납부하는 방식이 일반적이며 입점 초기 프로모션을 진행하여 매출성과에 따라 입점 여부를 최종 확정하는 것이 일반적입니다.

(1) 제출한 사업 제안서를 평가하여 쇼핑몰의 분위기와 수준에 맞지 않는다고 판단되는 업체에게는 미팅 기회도 주지 않음

## 3) 영업시설의 공통기준

### ① 외식업에 음식위생 규정

농산물과 축산물 경우 농업성에서 식품의 경우 보건성<sup>(1)</sup>에서 관리감독을 관장하고 있습니다.

인도네시아 보건성에 등록하는 절차는 다음과 같습니다.

- 보건성의 소정양식을 작성한 후 관련 부서에 제출함 (보건성: Directorate General of Food and Medicine Controller)
- 소정양식은 반드시 인도네시아어로 작성해야 함
- 첨부서류는 인도네시아어 또는 영어로 작성할 수 있음
- 신청자는 보건성으로부터 등록 접수증을 수령함
- 보건성은 제출 서류를 검토한 이후에 미흡한 부분이 있을 경우 신청자에게 개별 통보함
- 심사 결과 일정기준에 부합할 경우 접수 3개월 후 승인서를 발급함

수입업자들은 포장제품을 수입할 때 '소매' 목적으로 등록해야만 식약청(BPOM)의 수입등록번호(ML)를 받을 수 있습니다.

### ② 건축물 규정

식당의 위치 및 건물에 관한 규정은 다음과 같습니다.

#### 위치규정

음식점은 먼지, 연기, 해충 및 설치류 등 유해요소가 없는 곳에 위치해야 하며 또한 쓰레기매립지, 공공화장실 등 비 위생적인 장소와 인접해서는 안됨

#### 건물규정

- **일반규정:** 음식점 건물은 관련 건축 규정을 준수해야 하며 거주 목적의 건물에서는 영업할 수 없음
- **배치:** 주방, 창고, 식당, 화장실, 응접실, 직원전용 공간으로 구분되어 있어야 하며 각 공간은 벽으로 구분되고 출입문을 통해 이어져 있어야 함. 각 공간은 공간별 기능과 주요 사용자의 동선에 맞게 배치 및 구분되어야 함

(1) 인도네시아 보건성은 슈퍼마켓을 포함하여 다양한 유통채널을 통해 공급되는 모든 식품류를 관리하고 있으며 보건성에 등록되지 않거나 검사를 받지 않은 식품은 판매가 금지됨



**건축규정**

- 바닥은 방수 소재로 편평하고 미끄럽지 않아야 하며 청소가 용이해야 함
- 바닥과 벽이 만나는 부분은 정확한 각도여야 함
- 벽 표면은 편평하고 청소가 용이해야 함
- 물과 접촉하게 되는 벽면은 타일과 같은 방수 소재를 사용하거나 방수 처리를 해야 하며 바닥으로부터 2피트 이상의 높이여야 함
- 자연 통풍이 잘 되어야 하며 수증기, 연기, 냄새, 먼지 등의 제거가 용이해야 함
- 자연 통풍이 안 되는 경우 인공적인 환기 시설을 구비해야 함
- 영업장 내 모든 공간에는 조리, 서빙, 청소 등 일을 효과적으로 수행할 수 있는 정도의 채광/조명이 설치되어야 함
- 창고, 주방, 화장실, 손 세정 공간 등의 작업 공간은 조명의 밝기가 최소 10피트 촉광 이상이 되어야 함
- 조명은 흔들림이 없고 고르게 퍼져야 하며 눈에 띄게 어두운 부분이 없어야 함
- 누수가 없고 쥐 또는 기타 해충이 서식할 환경을 제공하면 안됨
- 표면이 매끄럽고 밝은 색이어야 하며 청소가 용이해야 함
- 바닥으로부터의 높이가 최소 2.4미터 이상이어야 함
- 견고한 소재로 청소가 용이해야 함
- 출입문은 올바르게 닫혀야 하며 바깥쪽을 향해서 열도록 설치되어야 함
- 출입문의 맨 밑 부분은 높이 36센티미터의 금속 소재로 덧대어줘야 함
- 바닥과 출입문 바닥의 간격은 1센티미터를 넘지 말아야 함

**③ 위생 설비 규정**

위생 설비 관련 규정은 다음과 같습니다.

**정수 공급**

- 보건국 관련 규정을 준수해야 함
- 영업장 내 활동에 필요한 충분한 양이 올바른 지점에서 원활하게 공급되어야 함

**폐수 처리**

- 폐수 처리 시설은 내수성이어야 하며 폐쇄 수로, 정화조, 하수도 등을 올바르게 설치하여 주변 물체가 오염되지 않도록 해야 함
- 복층 전물의 배관 계통은 배관공사기준 규정에 맞게 시공되어야 함
- 주방 폐수는 기름 필터 장치(grease trap)를 통해 걸러진 후 배출되어야 함

**화장실**

- 화장실 배치는 주방, 조리공간, 응접실 및 식료품 저장실과 직접적으로 연결되어 있지 않아야 함
- 변기와 세면대가 구비되어 있어야 함
- 남성과 여성 전용 화장실이 별도로 마련되어 있어야 함
- 손님과 종업원 전용 화장실이 별도로 마련되어 있어야 함
- 항상 깨끗하게 청소되어 있어야 하며 물기가 없이 건조되어 있어야 함
- 거울, 비누, 쓰레기통이 구비되어 있어야 함
- 바닥은 항상 청결한 상태를 유지해야 함
- 바닥은 내수성 재질이고 미끄럽지 않아야 하며 청소가 용이해야 함
- 환기가 잘 되어야 하며 적당한 밝기의 조명이 설치되어야 함
- 화장실에서 배출되는 폐수는 정화조 또는 배수관을 통해 처리되도록 하여 지하수를 오염시키지 않아야 함
- 하수구는 내수소재로 만들어진 것을 사용해야 함
- 올바른 손 세정 시설이 구비되어 있어야 함
- 변기는 거위목 타입(Goose Neck Type)의 수세식을 사용해야 하며 화장지가 구비되어 있어야 함
- 남성 및 여성 손님 전용 화장실의 변기 개수는 다음과 같음

표 4-3: 화장실 시설 설치 규정

식당 수용 규모 (내점 고객 수)	영업장 면적 (㎡)	여성		남성	
		변기	세면대	변기	세면대
150명 이하	250 이하	1	1	1	1
151~350명	251~500	2	2	2	-
351~950명	501~750	4	2	2	2
951~1,500명	751~1,000	4	2	3	3
1,000명 단위로 추가 설치	-	1	1	1	1

종업원		여성		남성	
여성	남성	변기	세면대	변기	세면대
20명 이하	25명 이하	1	1	1	2
21~40명	26~50명	2	2	2	3
41~70명	51~100명	3	3	3	5
71~100명	-	4	4	-	-
-	50~100명 단위로 추가설치	-	-	1	2
101~140명	-	5	5	-	-
141~180명	-	6	6	-	-
40~100명 단위로 추가설치	-	1	1	-	-

**쓰레기 처리**

- 쓰레기통은 내수성 재질이어야 하며 쉽게 녹이 슬지 않아야 함
- 쓰레기통은 음식물 쓰레기 전용 플라스틱 비닐 봉투를 씌워서 사용해야 함
- 영업장 공간별 작업 형태 및 쓰레기 배출량에 따라 적합한 크기 및 개수의 쓰레기통을 비치해야 함
- 쓰레기를 배출하게 되는 모든 장소 및 공간에 쓰레기통을 비치해야 함
- 쓰레기는 24시간 안에 처리/배출되어야 함
- 쓰레기를 배출하는 경우 쓰레기 수거가 용이한 장소에 두어야 하며 해충이나 동물의 접근을 막을 수 있는 곳에 두어야 함

**손 세정을 위한 세면대 설치**

세면대는 다음과 같은 기준에 따라 설치해야 합니다.

**표 4-4: 좌석에 따른 세면대 개수**

좌석 수	설치 세면대 수
1~60 석	1
61~120석	2
121~200석	3
150명 단위로 세면대 1개씩 추가 설치	

- 만약 위와 같이 세면대를 구비하지 못한 경우 다음과 같은 방법으로 대체 할 수 있음
  - 알콜이 70% 함유된 물티슈
  - 온도 43.3도 이상의 따뜻한 물수건
  - 온도 43.3도 이상의 따뜻한 물
- 손 세정시설은 손님 및 종업원의 사용이 용이한 곳에 위치해야 함
- 손 세정시설은 깨끗한 수돗물이 공급되어야 하며 청소가 용이해야 함

**세정시설**

- 견고하고 단단하며 녹슬지 않고 청소가 용이해야 함
- 세정에 사용되는 온수는 40~80도의 온도여야 하며 수압은 15psi(1.2kg/cm<sup>2</sup>)여야 함
- 세정시설은 하수도와 연결되어 있어야 함
- 세면대는 최소 세 개(3)의 공간으로 분리되어 있어야 함

**종업원 탈의실**

- 견고하고 안전하고 청소가 용이해야 함
- 탈의실 개인물품보관함은 종업원 수에 맞게 비치해야 함
- 탈의실은 주방이나 창고가 아닌 별도의 장소에 위치해야 함
- 남녀 전용 탈의실이 각각 구비되어 있어야 함

**④ 주방/매장/식품저장고 관련 규정**

**주방**

- 주방 규모는 식당 규모의 최소 40% 또는 영업장 규모의 최소 27% 이상이어야 함
- 바닥은 배수를 원활하게 하기 위해 하수구 쪽으로 약간 기울어져 있어야 함
- 천장은 지붕을 전부 가려야 하며 밝은 색상에 청소가 용이해야 함
- 가스레인지가 위치한 곳에는 가스 및 연기 배출구가 설치되어 있어야 함
- 출입문은 이중이어야 하며 바깥쪽 문은 외부로 향해서 열리도록 설치되어야 함
- 출입구 내부에는 해충의 유입을 막는 방충망이 설치되어 있어야 함
- 주방에는 다음과 같은 시설이 포함되어야 함
  - 세정시설
  - 식품저장고
  - 식품가공공간
  - 식품조리공간
  - 관리공간
- 자연 및 인공 채광을 통한 주방의 밝기는 최소 10피트 촉광 이상이어야 함
- 주방 환경과 연기 및 먼지 배출을 위해 1시간에 최소 15번 이상 환기를 시켜야 함
- 주방에는 곤충, 설치류 및 기타 해충이 없어야 함
- 주방 내 공기 중 세균 농도는 5백만/그램을 초과해서는 안됨
- 음식 조리 전 반드시 손을 씻어야 한다는 문구를 부착해야 함
- 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안됨

**매장**

- 각 좌석 공간은 최소 0.85㎡ 이상이어야 함
- 출입문은 이중이어야 하며 바깥쪽 문은 외부로 향해서 열리도록 설치되어야 함
- 식탁, 의자 및 식탁보는 깨끗해야 함
- 음식이 진열되어 있거나 일시적으로 보관되는 장소는 음식이 오염되지 않도록 별도의 조치를 취해야 함
- 벽이 없는 영업장의 경우 음식이 오염되지 않도록 각별히 주의 및 조치를 취해야 함
- 관련 규정에 따라 유해 가스가 있어서는 안됨
- 매장 내 공기 중 세균 농도는 5백만/그램을 초과해서는 안됨
- 매장은 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안됨
- 매장에는 곤충, 설치류 및 기타 해충이 없어야 함
- 매장의 바닥, 벽, 천장은 깨끗하고 밝은 색상이어야 함
- 매장 내 의자, 탁자 등 시설물에는 빈대나 기타 해충이 있어서는 안됨

**식품저장고**

- 저장고는 저장하는 식품 분량에 맞는 적절한 크기여야 함
- 식품저장고에는 식품 이외의 물건이 보관되어서는 안됨
- 저장고 내부 밝기는 무릎 높이 지점을 기준으로 최소 4피트 촉광 이상이어야 함
- 저장고에는 식품 보관을 위한 선반이 마련되어 있어야 함
- 저장고에는 환기를 위한 통풍구가 마련되어 있어야 함
- 저장고는 곤충이나 설치류 등의 해충으로부터 안전해야 함

## ⑤ 식품 조리(가공) 관련 규정

식품 조리(가공) 작업 시 식품과 몸이 직접적으로 접촉해서는 안됩니다. 식품과 직접적인 접촉을 막기 위해서 다음과 같은 도구를 반드시 착용해야 합니다.

- 비닐장갑
- 집게도구
- 수저, 포크 등 기타 도구

식품을 조리(가공)하는 사람은 다음 복장 및 행동 규정을 준수해야 합니다.

- 앞치마 착용
- 단정한 머리
- 주방 전용 신발 착용
- 금연
- 음식섭취 및 껌씹기 금지
- 장식이 없는 결혼반지를 제외한 모든 장신구 착용 금지
- 불필요한 도구 및 기기 사용 금지
- 화장실 사용 후 및 가공 작업 전 반드시 손 씻기
- 깨끗한 작업복 착용

식품 조리(가공) 기기는 관련 규정에 따라 소독 및 관리되어야 합니다.

## ⑥ 음식 및 식재료 보관 규정

### 음식 보관

- 식재료와 음식은 항상 청결한 곳에 보관되어야 함
- 음식 종류에 따라 구분해서 보관해야 함
- 음식 보관 시 다음 사항을 고려해야 함
  - 알맞은 온도를 유지해야 함
  - 단단한 음식의 두께는 10cm를 초과하지 않아야 함
  - 저장고 내부 습도는 80~90% 수준을 유지해야 함
- 음식이 실내에서 보관되는 경우 바닥, 벽, 천장과 접촉하지 않아야 함
  - 음식과 바닥의 거리는 15cm 이상
  - 음식과 벽의 거리는 5cm 이상
  - 음식과 천장의 거리는 660cm 이상
- 음식은 종류 및 특성에 따라 구분해서 보관해야 하며 보관 시일이 가장 오래된 것부터 순서대로 사용해야 함

### 음식 보관 기타

- 음식은 먼지, 유해물질, 곤충 및 동물로부터 안전해야 함
- 상하기 쉬운 음식은 음식 종류에 따라 65.5도씨 이상 또는 4도씨 이하에서 보관되어야 함
- 상하기 쉬운 음식 중 장기간(6시간 이상) 보관 되어야 하는 경우 -1에서 -5도씨의 저온 상태에서 보관해야 함

## ⑦ 음식 제공

음식 제공 과정에서 음식이 오염되어서는 안 되며 깨끗한 식기도구가 제공되어야 합니다.

완성된 음식은 위생적인 도구를 사용하여 식기에 옮겨 담겨져야 하며 깨끗한 식기에 제공되어야 합니다.

음식이 제공되기 전 식품 보존기에 보관되는 경우 보존기는 최소 60도 이상의 온도를 유지해야 합니다.

음식을 제공하는 사람은 깨끗한 차림새와 행동을 유지해야 합니다.

음식 제공 시 다음과 같은 사항을 준수해야 합니다.

- 제공 장소는 청결해야 함
- 음식이 놓이는 식탁은 식탁보가 깔려 있어야 함
- 부가적인 향신료, 후추, 식초, 토마토소스, 간장, 칠리소스 등은 청결하게 보관 및 관리되어야 함
- 재떨이는 식탁을 정리할 때마다 깨끗한 것으로 교체해야 함
- 사용된 식기구는 5분 안에 세척해야 함

## ⑧ 조리 도구

식품과 직접적으로 접촉하는 조리 도구는 건강을 위협할 수 있는 유해물질을 포함해서는 안 됩니다.

조리 도구는 결함, 갈라짐, 이빠짐이 없고 음식을 오염시켜서는 안 됩니다.

음식과 직접적으로 접촉하는 표면은 기울지 않고 편평하며 청소가 용이해야 합니다.

조리도구는 비누 또는 세정제를 사용하여 차갑거나 뜨거운 물로 세척해야 합니다.

조리 도구는 스테인리스 건조대에서 자연광 또는 인공조명을 통해 완전히 건조되어야 하며 천으로 물기를 닦아내서는 안 됩니다.

완성된 음식과 직접적으로 접촉하는 조리 도구는 깨끗한 상태를 유지해야 합니다.

조리 도구의 보관은 다음과 같은 사항을 준수해야 합니다.

- 음식과 접촉하는 모든 도구는 깨끗하게 건조하여 보관해야 함
- 컵, 그릇 등의 식기는 뒤집어서 보관해야 함
- 보관 선반은 스테인리스 재질로 편평하고 쉽게 마모되거나 망가지지 않아야 함
- 조리 도구를 보관하는 서랍은 항상 청결한 상태를 유지해야 함
- 보관 공간은 습하지 않고 해충이 없어야 함

## 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

### ① 인력 채용 관리 시 유의사항

#### (i) 비 인도네시아 국적인을 고용하는 경우

##### 외국인 고용관련 법규

회사형태는 법인이어야 하며 대학교 졸업 이상의 학력 소지 및 해당 분야에서 3년 이상의 근무 경력을 필요로 합니다.<sup>(1)</sup>

인력 이주 관련 부서에 외국인 근로자 고용계획서(RPTKA)를 제출하여 승인 받은 후 해당 근로자가 입국하면 기술교육 능력개발 기금 명목으로 매년 1,200달러를 지불한 후 외국인 근로허가(IMTA)를 받아야 합니다.

고용계획서에는 외국인 근로자 고용사유, 외국인 근로자의 직책 및 직위, 외국인 근로자 고용기간 등을 반드시 기입해야 합니다.

외국인 신분으로 단 1회라도 업무지시나 기술지도를 할 경우에는 단기 취업비자(VKU457)를 취득하여 입국해야 합니다.

특별한 이유(예: 회사규모)를 제외하고 기업은 최대 4명까지만 외국인근로자를 채용할 수 있으며 계약 기간은 최대 12개월로 제한됩니다.

근로허가서에 따라 근로기간 연장이 가능하며 중도에 고용계약을 해지할 시 근로허가는 만료됩니다.

이민법에 저촉되는 행위가 발생했을 시 최대 2년의 실형이 언도될 수 있습니다. 노동법에 저촉되는 행위가 발생했을 경우에는 산업법정에서 재판을 받게 되며 형사 재판에 회부될 수도 있습니다.<sup>(2)</sup>

##### 고용이 가능한 직종

고용이 가능한 직종은 다음과 같습니다.

- 기술자문
- 사장: 대부분 주주총회에서 결정되며 3년 단위로 임기를 연장할 수 있음
- 실무책임자(매너저급): 해당 직책을 감당할 수 있는 역량을 갖춘 인도네시아인이 없을 경우 한해 고용이 가능하며 임기는 1년에 한번씩 1년 단위로 연장할 수 있음
- 인사, 경리, 총무담당 임원의 직책은 맡을 수 없음

##### 고용 시 필요한 서류 (고용담당자)

외국인근로자 고용을 희망하는 기업은 외국인근로자 사용계획서(RPTKA)를 작성하여 고용허가를 신청해야 합니다. 고용허가 신청 시 필요한 서류는 다음과 같습니다.

- SIUP (사업승인서)
- NPWP (납세 번호증)
- TDP (사업자 등록증)
- 회사소개서
- 회사 조직도
- 인력 보고서
- 사업주 확인서

##### 고용 시 필요한 서류 (피고용자)

인도네시아에서 근무하길 희망하는 외국인 노동자는 도착일 기준 최소 2년간 체류 가능한 여권을 소지하고 있어야 하며 다음 같은 서류를 준비해야 합니다.

- TA01(인력이주부 사증허가)
- VITAS (임시거주비자)
- KITAS (임시거주허가서)
- POA (이민국 관리장)
- IMTA (근로허가서)
- SKLD (경찰자진신고서)
- STM (거주지 관할 경찰서 외국인 등록)
- SKPPS (구청발행 임시거주등록증)
- SKTT (노동/이민부 외국인 거주확인증)
- DPKK (외국인기술개발기금 영수증)
- Laporan Keberadaan (노동 이주부 외국인 업무개시 보고서)
- NPWP (납세 번호증)
- MERP/ERP (인도네시아 이외 지역 여행을 희망하는 외국인근로자의 경우 출국허가서)

(1) 개인 사업자는 외국인 근로자를 채용할 수 없음

(2) 이민법은 노동법에 우선하여 적용됨



**(2) 인도네시아 국적인을 고용하는 경우**

한국 노동인력과 비교했을 때 집중력이 떨어지고 비공식적으로 개인의 일 처리를 위해 조퇴하는 등 비교적 '여유롭게 일하려는(Santai) 분위기'가 지배적입니다.

또한 일거리가 많아질 경우 인력을 늘려 일감을 분산하여 개인의 노동량을 줄이려는 관행이 일반적입니다.

한 사람이 여러 가지 업무를 동시에 처리하는 것에 익숙하지 않으며 신속하면서도 정확한 일 처리라는 개념에 생소한 편입니다.<sup>(1)</sup>

적극성이 결여되어 있고 창의력이 낮은 편이며 일을 진행하는 속도가 매우 느리나 반복되는 일의 경우 한국인 이상으로 꼼꼼하게 해내며 손재주가 뛰어난 편이므로 이러한 특성을 적극 활용하는 것도 하나의 방법입니다.

감정변화를 드러내지 않고 일관된 모습과 예의 바른 모습을 유지하는 것을 높게 평가하여 직설적으로 거절을 하는 경우가 드물며 거절의 상황에서도 'No' 라고 하지 않는 것이 일반적입니다.

상급자 의존적 문화(Bapakism)로 하급자가 혼자서 결정하거나 일 처리를 하려 하지 않으며 적극적이고 주도적으로 자신의 행동에 책임지지 않습니다.<sup>(2)</sup>

더 많은 임금 지급으로 노사문제를 해결하려는 단일한 대처보다는 평소 종업원들의 관심사항과 요구사항에 많은 귀를 기울이고 끊임없이 대화를 통해 해결하는 자세가 필요합니다.

전체 인구의 약 90% 가량이 무슬림이기 때문에 대부분 아침 4시경에 아침기도와 함께 하루 일과를 시작하다 보니 오후 4~5시 경에는 체력이 급격히 떨어지는 경향이 있습니다. 때문에 중요한 일은 가급적 오전에 시키는 것이 좋으며 야간작업을 시킬 때는 작업능을 저하를 감안해서 일을 배분해야 합니다.

계약 문화와 문서화 성향이 강한 현지 특성에 따라 고용 관련 양식들을 꼼꼼하게 챙겨놓고 관리해야 합니다.

(1) 인도네시아인에게 '신속함'은 '정확하지 않음'을 의미함  
 (2) 상급자라 할지라도 겉으로 드러나는 상급자와 하급자 관계는 비교적 평등한 형태를 취하며 업무 지시 역시 명령보다는 부탁이나 청유의 형태를 취함

**② 고용 형태**

**(1) 무기한부 고용 (정규직: Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu)**

노동자가 법적 정년인 55세에 이를 때까지 유효한 고용계약으로 일단 고용하고 나면 고용인 필요에 의해 해고하는 것이 어렵습니다.

무기한부 계약 노동자는 처음 3개월간의 수습기간을 거쳐 정식 직원이 되며 수습기간 동안에는 관련 기관의 허가 없이 자유롭게 고용계약을 종결할 수 있습니다.

**(2) 기한부 고용계약 (계약직: Perjanjian Kerja Waktu Tertentu)**

2003년 노동법에서 새롭게 도입된 계약 형식으로 일정 기간이 지난 후 자동으로 계약이 종결됩니다.

노동자 보호를 위해 기한부 고용을 엄격하게 규정하고 있으며 같은 종류의 제품을 반복적으로 생산하는 사업장에서는 기한부 고용계약 노동자 고용이 불가능합니다.

기한부 고용계약은 최장 2년까지이며 1회에 한해 최장 1년까지 연장이 가능합니다.<sup>(1)</sup>

무기한부 고용과 달리 3개월 수습기간 설정을 금하며 계약 기간이 끝나기 전에 노사 한편에서 적법한 이유 없이 노동관계를 종결시킬 경우 노동관계를 종결시킨 측에서 계약 기간이 끝날 때까지의 임금에 상응하는 보상을 해야 합니다.

노동법에 따라 기한부 고용계약 노동자를 고용할 수 있는 사업장은 아래와 같습니다.

- 한 차례 행한 후 완결될 수 있거나 그 성격이 잠정적인 작업
- 최대 3년을 초과하지 않는 기간 내에 완료될 수 있다고 추산되는 작업
- 계절적 성격을 띠는 작업
- 신상품, 새로운 활동, 앞으로의 지속 여부를 예측할 수 없는 시제품 생산과 관련한 작업

**(3) 일용직 (Pekerja Harian Lepas)**

출근 상황에 따라 임금을 지불하는 고용 형태로 업무의 연속성이 없는 일을 수행할 경우 고용이 가능합니다.

(1) 기한부 고용계약의 갱신은 최초 고용기간이 끝난 뒤 30일 이후에 가능하며 갱신은 1회에 한해 최장 2년까지 허용됨

일용직 노동자에게 계약직과 같이 일상적이고 연속적인 업무를 시켜서는 안되며 일용직을 3개월 이상 연속해서 매월 20일 이상 고용했을 경우 정규직과 같은 대우를 해줘야 합니다. (퇴직금도 지불해야 함)

일용직 임금은 최저임금을 충족시켜야 하며, 일급은 아래와 같이 산출합니다.

- 1주당 6일간 근무하는 경우: 월 임금을 25로 나눔
- 1주당 5일간 근무하는 경우: 월 임금을 21로 나눔

**(4) 아웃소싱 (Pekerja/Buruh Dari Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh)**

사용자는 작업 중 일부를 타 회사 혹은 용역서비스 제공회사에 아웃소싱 할 수 있으며 용역의 대상이 되는 작업은 다음과 같은 조건을 충족해야 합니다.

- 회사의 주요 업무와 분리돼 행해지는 작업
- 아웃소싱을 이용하는 사용자의 직접적 지시에 따라 혹은 직접적 지시 없이 행해지는 작업
- 전체적으로 회사 업무를 보좌하는 작업
- 직접적으로 생산 과정에 연관되지 않는 작업

**③ 근로 계약서**

근로계약서는 인도네시아어로 2부를 작성하여 양측이 1부씩 보관하며 근로 조건에 명시해야 할 기본적인 내용들은 다음과 같습니다.

- 계약기간: 계약직의 경우 계약기간을 명시하며 만일 계약기간을 명시하지 않을 경우 계약직이 아닌 일반적인 종신 고용으로 취급됨
- 업무 트레이닝(Job Training): 작업소질의 증진, 개발은 사업주의 의무사항으로 별도 장관령으로 규정될 예정이기 때문에 정부관련 규정에 의거한다는 내용을 명시해야 됨
- 작업장/근무장소: 작업장의 변경여부를 명시해야 함 (작업장의 변경이 명시되어 있지 않고 작업장이 변경된 경우 해당 근로자는 퇴직을 요구할 수 있으며 해고수당을 받을 권리가 있음)
- 해고: 해고에 대한 명확한 협의사항을 명시해야 함
- 근무시간: 교대근무, 특정근무, 초과근무에 대한 회사의 규정 및 방침을 명시해야 하며 휴일근무가 필요한 경우 휴일근무 가능성에 대해서 명시해야 함
- 연가, 휴가: 연가에 대한 규정과 함께 생리휴가, 유급휴가, 병가 등의 사용 조건과 방법 등을 명시해야 함
- 이의 퇴직연금보험, 작업장 안전, 노조활동 등에 대해서도 계약서에 명시해야 함

**④ 인건비 및 복리후생**

**(1) 기본 급여**

인도네시아 노동법은 국가에서 정한 최저 임금을 준수할 것을 강조합니다. 최저임금보다 낮은 수준의 임금이 단체 협약을 통해 결정될 수 없으며 노사합의로 최저임금 이하의 임금에 합의하더라도 불법으로 규정됩니다.

임금은 현물 급여와 현금 급여로 나뉘며 현물급여의 비중은 줄어드는 추세입니다.

급여 지급 형태는 월급, 일급, 주급 등이 있으며 도시와 인근지역 대기업은 월급제가 대부분이며 중소기업이나 지방소재 기업의 경우 단순 노동에 한해서 주급을 적용하기도 합니다.

임금은 크게 기본급과 수당으로 구성되며 기본급은 전체의 75% 이상이 되어야 합니다.

**(2) 최저임금제도**

최저임금은 반드시 준수해야 한다는 인식이 자리 잡혀 있으며 봉제, 전자부품 조립 등 단순 반복 직종에서는 최저임금을 약간 상회하는 수준에서 임금을 지급하고 있습니다.

인도네시아는 영토가 매우 넓고 지역별 물가수준이 상이하기 때문에 전국적으로 동일한 최저임금을 고시하는 우리나라와는 달리 주, 시, 군 등 지역 단위로 최저임금이 다를 수 있습니다.

지역의 최저임금을 하한선으로 하여 각 업종별 특성을 감안한 최저임금이 결정됩니다.

인도네시아의 경우 2012년 최저임금이 169.9달러(약 18만 5천 원) 수준으로 2011년에 비해 18.53%의 인상을 보였습니다. 특별자치시인 자카르타의 경우 171.81달러(약 18만 6천 원) 수준으로 역시 18.50% 정도의 인상을 기록했습니다.

한편 2013년 자카르타 최저 임금은 2012년 대비 43.88%의 인상된 220만 루피아(약 26만 8천 원)로 공표됨에 따라 노동집약적 산업 분야에 부담이 가중될 전망입니다.

**표 4-5: 인도네시아 vs 자카르타 최저임금 현황**

지역	2010	2011	2012	'11~'12년 인상률(%)
인도네시아 (Indonesia)	\$125.33	\$143.33	\$169.90	18.53
자카르타 (DKI Jakarta)	\$125.62	\$144.94	\$171.81	18.50

**(3) 상여금 및 인센티브**

인도네시아 정부는 1994년부터 근로자들에게 종교경축일에 필요한 경비를 보조해 주기 위해 종교행사 경축일 상여(THR, Tunangan Hari Raya)를 지급하도록 규정하고 시행 중입니다.

근로자 상여금 지급에 관한 1994년 노동부 장관령에 따르면 종교행사일(르바란 등) 최소 1주 전에 1개월 분 급여(기본급+고정수당)의 100% 이상을 지급하도록 규정하고 있습니다.

회사에 따라서는 연말에 별도로 인센티브를 반영하여 연 100~150%를 지급하는 경우도 있습니다.

**(4) 무(無)노동 시 임금지급**

노동법에 따르면 근로자가 근로를 하지 않았을 경우에 사용자는 임금을 지불할 필요가 없습니다.

그러나 다음과 같은 이유로 작업을 할 수 없을 경우에는 임금을 지급해야 합니다. (노동법 제93조)

- 질병
- 여성 근로자의 생리일 (2일)
- 근로자 본인의 결혼, 자녀의 결혼, 할례, 세례, 부인의 출산이나 유산, 남편, 아내, 자녀, 부모, 처나 남편 부모의 사망, 같은 집에 살고 있는 가족의 사망
- 국가적 의무 이행
- 종교적 의무 수행
- 사용자의 귀책사유 또는 사용자가 당연히 예방할 수 있었던 장애요인 등으로 근로자가 근로를 하지 못할 경우
- 노동의 권리인 휴가 실시
- 사용자의 승인 하에 노동조합 업무 수행
- 회사가 지시한 교육활동 참여 등

또한 근로자가 질병으로 근로를 수행하지 못할 경우에 사용자는 아래와 같이 임금을 지급하여야 합니다. (노동법 제93조)

- 처음 4달간은 임금의 100% 지급
- 다음 4달간은 임금의 75% 지급
- 그 다음 4달간은 임금의 50% 지급
- 그 이후는 사용자가 해고하기 전까지 매월 25% 지급

**(5) 임금 체불 시 규정**

회사 사정에 의해 제 날짜에 임금을 지급하지 못한 경우에는 임금을 지급하기로 정해진 날로부터 4~8일까지는 하루 5%씩 증액한 급여, 8일 이후에는 하루 1%씩 증액한 급여를 지급해야 합니다.<sup>(1)</sup>

만약 1개월이 경과되어도 임금을 지급하지 않을 경우 사업주는 상기의 증액된 임금 이외에 해당 회사가 개설한 은행의 이자율만큼 추가하여 임금을 지급하여야 합니다

**(6) 근무시간**

인도네시아 노동법에서 규정한 근로 시간 관련 규정은 다음과 같습니다.

**표 4-6: 인도네시아 근로 시간 관련 규정**

기본 근로 시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주당 40 시간 (유해위험 작업시간: 매일 6시간, 1주 35시간)</li> <li>• 주 6일 근로 시 하루 7시간 (5일간 7시간, 1일 5시간)</li> <li>• 주 5일 근로 시 하루 8시간</li> </ul>
초과 근로 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 노동자의 동의를 필요함</li> <li>• 하루 최대 3시간, 한 주 최대 14시간까지 허용</li> <li>• 초과근로임금 지급 (초과 첫 시간 150%, 이후부터 200%)</li> <li>• 공휴일 초과근로임금: 처음 1~7시간은 200%, 8시간째 300%, 9시간째 400%</li> </ul>
휴식 시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4시간 근로 후 최소 30분 휴식 (휴식시간은 근로시간에 포함되지 않음)</li> </ul>
휴가 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12개월 계속 근무 시 12 근무일 휴가 제공</li> <li>• 6년 근속 시 7년째와 8년째에 각각 1개월간의 휴가 제공 (이 기간 동안 연차휴가에 대한 권리가 없으며 8년 차 이후 근속기간이 새로 계산됨)</li> </ul>
여성의 유급휴가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생리휴가 월 2일</li> <li>• 산전, 산후휴가 각각 1.5개월씩</li> <li>• 유산휴가 1.5개월</li> </ul>

▶ 출처: 국제노동협력원, 「인도네시아 진출기업 노무관리 안내서 (2010)」

(1) 1개월 초과 시 50%까지 증액된 급여를 지급해야 함

**(7) 근로자 사회보장제도**

1993년 7월부터 노동자 본인과 배우자 그리고 세 자녀에 대한 사회보장제도(Jaminan Social Tenaga Karja: JAMSOSTEK)에 의무적으로 가입해야 하며 이는 산업 재해, 사망, 노후, 건강 등의 문제로부터 노동자를 보호하기 위한 조치입니다.

10명 이상의 노동자를 고용하는 회사 또는 1개월에 최저 100만 루피아(약 11만 5천 원)의 임금을 지불하는 모든 조직 혹은 기관은 고용 노동자를 사회보장에 가입시킬 의무가 있습니다.

계약직, 일용직, 계약기간 3개월 미만 도급직은 산재 및 사망보험에 가입해야 하며 계약 기간 3개월 이상인 경우 산재, 노후, 사망, 건강보험에 모두 가입해야 합니다.

산재, 사망과 건강 보장을 위한 분담금은 회사 부담이며 노후 보장을 위한 분담금은 회사와 노동자가 모두 부담합니다.

**표 4-7: 사회보험 종류별 보험료 분담률**

구분	보험료 분담률
산재보험	고정급의 0.24~1.74% (회사)
사망보험	고정급의 0.3% (회사)
노후보험	고정급의 5.7% (회사가 3.7%, 개인이 2% 부담)
건강보험	미혼자: 고정급의 3%, 기혼자: 고정급의 6%

**노후 보장 연금**

노동자가 55세에 도달하거나 영구 장애로 인해 노동이 불가능할 경우 지급하는 연금입니다. 본인 사망 시 노후 보장 연금은 배우자나 자녀에게 지불되며 연금 수령 시기에 도달하지 않은 상태에서 본인 사망 시 연금 수령권은 배우자나 자녀에게 주어집니다.

다음의 규정을 따라 연금을 지급합니다.

- 보상금이 300만 루피아 미만인 경우: 일괄 지급
- 보상금이 300만 루피아 이상인 경우: 최장 5년 이내 정기 지급

정년 도달 이전에 중도 퇴직했거나 연금 가입 기간이 5년 이상일 경우에는 일괄 지급 받을 수 있습니다.

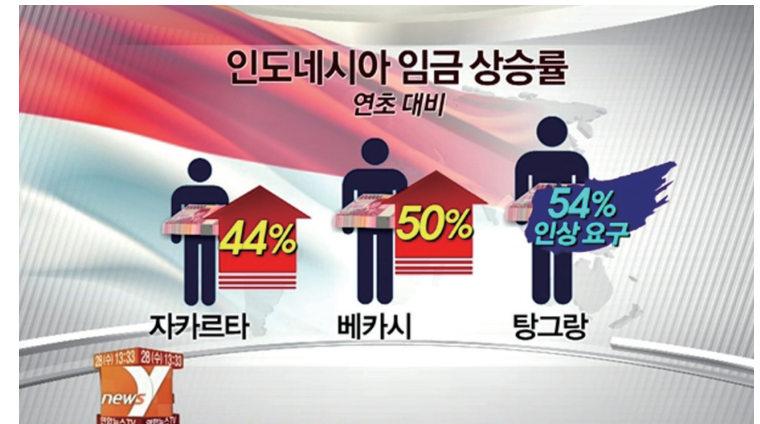
**건강보장**

노동자 본인과 배우자, 자녀(21세 이하로 미혼, 미취업자)는 건강보험 혜택을 받을 수 있으며 긴급 치료로 지정병원 외 기관이용 시 최고 7일 동안 보험금이 국영보험사(Pt. Jamsostek)에 의해 지급됩니다.

**사내 복지시설 운영**

회사는 기도실, 화장실 등을 구비해야 하며 이외에도 기타 사내 복지시설을 갖출 의무가 있습니다.

뿐만 아니라 근무복 지급, 스포츠 활동 지원, 저축 보조, 식료품비 지원 등의 복지혜택을 제공할 의무도 있습니다.



▶ 출처: 연합뉴스 화면 캡처



**(8) 해고**

근로계약, 사규, 단체협약 규정 위반에 대해 1~3차 경고장을 순차적으로 발급한 이후에 근로관계를 해지할 수 있습니다.<sup>(1)</sup>

해고할 경우 형사법상 범죄나 중대한 과실이 아닌 경우를 제외하고는 과다한 퇴직금을 지급해야 합니다.

중과실에 해당하는 사유는 아래와 같습니다.

- 회사 소유의 물건 또는 돈을 사기, 절도, 횡령했을 경우
- 허위 또는 거짓말을 하여 회사에 피해를 입힌 경우
- 사업장에서 음주, 주정, 마약 등의 약품을 사용 배포한 경우
- 미풍양속을 해치는 행위 또는 도박의 경우
- 직장동료를 폭행, 고문, 공갈, 협박한 경우
- 법률에 저촉되는 행위를 하도록 권유하는 경우
- 사업주 소유의 물품을 고의적으로 파괴하거나 위험한 상태로 방치해 두는 행위
- 회사기밀을 밝히거나 누설했을 경우
- 사업장 내에서 다른 행위로 5년 이상의 형사 처벌을 받은 경우

(1) 발급한 경고장은 각각 6개월간 유효함

**(9) 퇴직금**

퇴직금은 '퇴직위로금', '근속수당', '보상금', '해고수당'의 4종으로 구성되어 있습니다. 사안별로 퇴직금의 산출방법이 정해져 있어서 다소 복잡한 편입니다.

직원 해고 시 고용자는 퇴직금(해고수당), 근속수당, 보상금을 지급할 의무가 있습니다.

**표 4-8: 인도네시아 퇴직금 관련 규정**

해고 수당	근속수당	손해보상금
<b>노동법 156조 2항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 미만: 1개월 임금</li> <li>• 1년~2년: 2개월 임금</li> <li>• 2년~3년: 3개월 임금</li> <li>• 3년~4년: 4개월 임금</li> <li>• 4년~5년: 5개월 임금</li> <li>• 5년~6년: 6개월 임금</li> <li>• 6년~7년: 7개월 임금</li> <li>• 7년~8년: 8개월 임금</li> <li>• 8년 이상: 9개월 임금</li> </ul>	<b>노동법 156조 3항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3년~6년: 2개월 임금</li> <li>• 6년~9년: 3개월 임금</li> <li>• 9년~12년: 4개월 임금</li> <li>• 12년~15년: 5개월 임금</li> <li>• 15년~18년: 6개월 임금</li> <li>• 18년~21년: 7개월 임금</li> <li>• 21년~24년: 8개월 임금</li> <li>• 24년이상: 10개월 임금</li> </ul>	<b>노동법 156조 4항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 연차휴가 미 실시에 따른 보상금</li> <li>• 근로자(근로자 가족)이 새로운 직장으로 옮기는 데 따른 이전비</li> <li>• 근로자의 해고금 및 근속수당의 15% 상당의 보상비</li> <li>• 기타 고용계약 또는 사규, 단체 근로협약에 규정에 따른 사항</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자진퇴사 및 중과과실에 따른 퇴사: 손해보상금(156조 4항) 및 사규 단체협약에 따른 자진퇴사 보상금</li> <li>• 중과과실 이외의 이유로 해고: 해고수당, 근속수당, 손해보상금</li> <li>• 정년(별도 연금제도 없는 경우) 및 사망: 해고수당 2배, 근속수당, 손해보상금</li> </ul>		

▶ 출처: 국제노동협력원, 「인도네시아 진출기업 노무관리 안내서(2009)」

## 5) 세무관련 정보

### ① 법인세 (Corporation Tax)

납세의무자	과세대상 소득	세액계산	신고 및 납부
내국법인: 전세계 소득  외국법인(고정사업장): 인도네시아 원천소득	사업수입 등(-) 각종 손금항목 (사업비용, 감가상각비, 이자비용, 보험료, 임직원보수, 기타)	25% 단일 세율 (단 수권주식의 40% 이상을 기업 공개한 상장법인 20%)	결산 최종일로부터 4개월이 되는 달 말일 신고 납부

#### (1) 납세의무자

인도네시아 법무부에 등재된 현지 법인은 국내, 국외 원천소득에 대한 납세의무가 있습니다.

인도네시아 내에 고정사업장(Permanent Establishment)을 보유한 외국 법인은 인도네시아 국내 원천소득에 대해서 납세의무가 있습니다.

#### (2) 세율

2010년부터 법인세율은 25% 단일세율이 적용됩니다.

단 수권주식의 40% 이상을 기업공개(IPO)한 상장법인의 경우 20% 세율이 적용됩니다.

연 매출액 500억 루피아(약 56억 원) 미만 소기업은 대상 사업연도의 과세대상 소득금액에서 48억 루피아(한화 약 5억 원)까지 12.5%를 적용합니다.

과세기간은 1.1~12.31이나 신청에 따라 변경이 가능합니다.<sup>(1)</sup>

(1) 원칙적으로 세법상 수익 인식기준은 발생주의이나 소규모 사업자 및 개인사업자의 경우 현금주의에 의한 수익인식 기준을 선택할 수 있음

### (3) 신고 및 납부

법인세는 결산 최종일로부터 4개월이 되는 달 말일까지 신고 및 납부를 할 수 있습니다.

만약 기한 전까지 신고를 제대로 이행하지 못한 경우 세무당국은 납세의무 법인에 과세 예고 통지를 하게 되며 납세의무 법인은 법인세액의 50%에 상당하는 신고불이행 벌금을 부과 받을 수도 있습니다.<sup>(1)</sup>

전년도 법인세액의 1/12를 매월 분할하여 선납 가능합니다.<sup>(2)</sup>

결산 시 환급법인세가 발생하는 경우 법인세 환급지연으로 법인의 현금 흐름을 압박할 수 있으므로 유의해야 합니다.

### (4) 부동산 소득에 대한 과세

인도네시아 법인 또는 거주자는 건축권, 토지사용권, 토지개발권이 모두 인정되는 데 반하여 외국법인 또는 비거주자는 인도네시아 거주허가서(KITAP/5년 유효기간) 또는 기한부 거주허가서(KITAS/1~2년 유효기간)를 가지고 있는 사람에 한하여 토지사용권이 설정된 부동산의 수익적 처분 권리를 행사할 수 있습니다.

따라서 제조업을 영위할 목적으로 인도네시아에 투자하는 법인은 공장 건립 부지를 매입할 시 직접 부동산을 취득하기 보다는 인도네시아 외국인투자기업(PMA)을 설립한 후 현지 법인 명의로 부동산을 취득하여 간접적으로 관리하는 방법이 좋습니다.

취득한 토지 및 건물에 재산세가 부과되며 과세 대상 물건의 부동산과세적용가치(NJKP)를 활용하여 과세표준을 구하고 여기에 0.5%의 세율을 적용하여 납부할 세액을 구하게 됩니다.

(1) 일반적으로 1백만 루피아(약 11만 원)를 신고불이행 벌금으로 부과되며 신고를 제대로 한 경우에도 신고기한까지 법인세를 적시에 납부하지 못했을 때는 법인세액의 48% 상당액을 한도로 매달 2%의 증가산금을 부과 받게 됨  
(2) 납부기한은 익월 15일, 환급신고서는 익월 20일까지 제출해야 함. 신설법인, 금융회사, 은행 또는 국·공영회사, 복수점포를 가진 소매점(음식점 및 차량판매 제외)을 영위하는 개인사업자에게는 별도의 계산 방법 적용함

‘부동산과세적용가치’는 인도네시아 재무부를 대신하여 국세청(DGT)에 의해 1년~3년마다 고시되는 ‘부동산과세적용가액(NJOP)’에 10억 루피아(약 1억1천 만 원) 이하인 적용가액 대상 자산에 20%를 곱하고 10억 루피아 초과인 적용가액 대상 자산에 40%를 곱하여 계산됩니다.

부동산이 매매될 때 토지 및 건물을 양도하고자 하는 자에게 부동산거래세 명목으로 양도가액의 5% 상당액이 과세됩니다.

만약 실제 양도가액이 부동산과세적용가액(NJOP)보다 낮은 경우 부동산과세적용가액(NJOP)을 부동산거래세 부과목적 양도가액으로 간주하도록 되어 있으며 정부기관에 과세 물건을 양도하는 경우에는 정부기관이 발행한 서류상 금액으로 과세하도록 규정하고 있습니다.

## ② 개인소득세 (Income Tax)

### (1) 납세의무자

인도네시아에서 경제활동을 하는 개인의 거주 국적이 인도네시아인 경우 국내·외 모든 소득에 대해 납세의무를 지니며 거주 국적이 인도네시아가 아닌 경우에는 인도네시아 국내 원천소득에 대해서만 납세의무를 지닙니다.

현재 인도네시아 거주자로 판단하는 기준은 다음과 같습니다.

- 1년을 통틀어 연속성 여부와 관계없이 183일 이상 인도네시아 내 체류하고 있는 경우
- 인도네시아에 1년 이상 근무할 것을 인정되는 직업을 갖는 등 계속적으로 체류할 의도가 있는 경우 등

한편 인도네시아 세무당국은 일정 소득공제 금액을 초과하는 소득이 있는 인도네시아 거주자에게 개인납세번호(NPWP)를 부여하도록 법령을 정비하였고 확정 신고 시 해외 원천소득 등 국내·외 원천소득에 대해서 신고하도록 강제하고 있습니다.

### [참고정보] 한-인도네시아 조세협약 제 23조 이중과세의 방지

한-인도네시아 조세협약에 따라 인도네시아에 진출한 한국 거주자는 전체 과세소득에서 인도네시아 원천소득이 차지하는 비율에 따라 환산한 세액의 범위 내에서 인도네시아에서 납부한 세액을 한국에서 공제 받을 수 있음

## (2) 세율

개인소득세 세율은 4단계 누진세로 운영되며 개인 소득 세율은 다음과 같습니다.

표 4-9: 개인 소득 세율

과세 대상 소득금액	세율
Rp. 50,000,000(약 600만 원) 이하	5%
Rp. 50,000,000~200,000,000(약 2,200만 원) 이하	15%
Rp. 200,000,000~250,000,000(약 2,800만 원) 이하	25%
Rp. 250,000,000 초과	35%

한편 Regulation No.1/2007에 따라 정부 지정 22개 첨단산업분야에 대해 자바 및 발리지역(3년 소득세 면제)이나 그 외 정부에서 지정한 특별 지역에 투자하는 경우 5년간 소득세를 면제해주며 아래 열거한 조건을 충족하는 경우 추가 1년씩 면제하여 최대 8년 간 중업원에 대한 소득세를 면제받을 수 있습니다.

- 중업원 2천명 이상 고용하는 경우 추가 1년간 소득세 면제
- 인도네시아 투자에 인도네시아 중소기업이 20%이상 지분 확보하는 경우 추가 1년간 소득세 면제
- 투자금액(토지 및 건물 제외)이 2억 달러 이상인 경우 추가 1년간 소득세 면제



**(3) 과세대상 소득금액**

임금, 상여, 근로보상금, 상금, 사업수입, 이자, 특허권 사용료, 임대료 등이 개인소득세 과세 대상이며 업무와 관련하여 회사가 제공한 차량 이용, 주택(사택) 무상사용, 휴가, 업무 수행 목적 교통비, 근무복 등은 과세 대상 소득 금액을 구성하지 않습니다.

인도네시아에서 법인세를 부담하지 않는 외국법인의 연락사무소(Representative Office) 등이 제공하는 복리후생 성격의 대가는 개인소득세가 과세될 수 있습니다.

한편 과세대상 소득금액 계산 시 소득 공제되는 항목과 공제 금액은 다음과 같습니다.

**표 4-10: 개인 소득 공제**

구분	공제 금액
본인 공제	Rp 15,840,000(약 2백만 원)
배우자 공제	Rp 1,320,000(약 16만 원)
부양가족 공제 (최대 3인)	Rp 1,320,000(약 16만 원)
의무관련공제 (총 소득 5% 한도, 1개월 최고 50만 루피아)	Rp 6,000,000(약 72만 원)
사회보장보험 중업원 부담분 (총소득의 2%)	부담금 전액
연금기금의 적립금액 (총 소득 5% 한도, 1개월 최고 20만 루피아)	Rp 2,400,000(약 30만 원)

외국인 종업원에 대한 급여지급 사실이 불분명한 경우 현지 국세청이 정한 기준에 따라 업종별, 국가별, 직책별 급여 소득 인정 과표에 준하여 소득세를 부과합니다.

**(4) 신고 및 납부**

종업원에게 근로소득을 지급하는 법인은 근로소득세 원천징수 납부 의무가 있으며 원천징수 되지 않는 소득을 포함하여 개인소득세 대상 소득은 먼저 개인납세번호를 부여 받고 결산 최종일로부터 3개월이 되는 달 말일까지 신고 납부를 해야 합니다.

한편 사업소득이 있는 개인은 법인세 신고 납부에 준하여 개인소득세를 예납해야 합니다.

가족은 일반적으로 가계 주 소득자의 세무등록번호를 사용하여 단일 신고 대상으로 간주되며 통상 배우자 및 직계 가족의 소득(근로소득 제외)을 포함하여 개인소득세를 신고 납부하게 됩니다.

인도네시아는 개인소득세 대상 소득 중 근로소득만 개인별 과세이며 그 외 소득은 부부합산 과세제도를 적용하고 있습니다.

개인소득세 신고 시 납세의무자는 신고기한이 도래하기 전에 세무당국에 임시 산출액을 첨부하여 문서로 제출하고 연장신청 전에 임시 산출세액을 납부한다면 승인을 얻어 2개월까지 신고기한을 연장할 수 있습니다.

추후 최종 소득세 산출액이 임시 산출세액보다 높으면 과소 납부한 금액을 납부시점까지 차액기준으로 2% 지연이자를 가산하여 납부하여야 합니다.

기한 내 신고를 하지 못하면 국세청(DGT)은 납세의무자에게 30일 이내에 신고할 것을 요구하는 서한을 보내고 이후에도 신고하지 못할 경우 최종 산출세액의 50%에 해당하는 금액을 불이행 과태료로 부과 받게 됩니다.

한편 외국인에 대하여 인도네시아 세무당국은 이중과세 방지 목적으로 본국에서 과세된 소득은 인도네시아에서 비과세 하도록 하고 있으나 인도네시아 내에서 발생한 소득 파액을 강화하기 위해 주재원 급여 신고 등록(개인납세번호, NPWP)을 시행하고 있습니다.

**(5) 원천징수 제도**

원천징수 의무자는 소득자로부터 징수한 세금을 익월 10일까지 납부하고 환급이 발생한 경우에는 20일까지 원천징수 세금을 납부하는 대신 원천징수 이행서류를 제출해야 합니다.

외국법인 또는 비거주자가 원천징수 대상 소득 소유자인 경우에는 인도네시아와 해당 국가 간 조세조약에 따라 원천세율이 경감되거나 면제가 가능합니다.

만약 원천징수 대상자가 세무등록번호(Nomor Pokok Wajib Pajak, NPWP)가 없는 경우 기본세율에 100% 추가 부과되며 수입관세 및 부가세 면세 물품, 재수출 목적으로 일시적으로 반입된 물품, 그리고 재수입을 위한 물품인 경우에는 원천세 면세 증명서를 취득하여 처음부터 원천징수 하지 않을 수 있습니다.



종업원 원천징수 세액은 급여를 지급한 달의 익월 10일까지 납부해야 하고 또한 익월 20일까지 신고가 이루어져야 하며 이를 이행하지 못하는 경우 10만 루피아(약 1만 2천 원)의 과태료가 부과됩니다.

세무등록번호(NPWP)를 등록하지 않고 12개월 중 183일 이상 체류하거나 인도네시아에 계속 거주할 의사가 있는 개인에 해당된다면 원천징수 불이행에 대해 인도네시아 세무당국으로부터 개인 소득세(20%의 가산세)를 부과 받을 수 있습니다.

거주자, 단체 및 외국법인의 연락사무소가 비거주자에게 지불하는 각종 상여금은 기본적으로 20% 원천세율이 적용됩니다

표 4-11: 개인 소득 원천 징수 세율

구분	원천징수세율
재무부장관 인가된 연금금이 지급하는 연금소득	소득세 누진율
노동자퇴직금지급관리조직에 예납된 퇴직금에 대한 이자소득	지급자가 은행 : 20% 지급자가 은행 외 : 15%
일용근로자 급여 중 일 Rp 12,000를 제외한 금액	15%
변호사, 회계사, 건축사, 의사 등 전문직 용역대가	7.5%

표 4-12: 수입 및 특정 물품 거래 소득세율

구분	원천징수세율	과세표준
(1) 수입품(수입자인증번호 무함 Pengenal Import, API 보유시)	2.50%	수입액(CIF+수입관세)
(2) 수입품(수입자인증번호 미보유)	7.50%	수입액(CIF+수입관세)
(3) 정부국고 및 국영기업이 지불하는 상품 판매	1.50%	거래가격
(4) 철강제품 구매	0.30%	거래가격
(5) 자동차 구매	0.45%	거래가격
(6) 종이제품 구매	0.10%	거래가격
(7) 시멘트 구매	0.25%	거래가격
(8) 사치품 구매	5.00%	거래가격

### ③ 부가가치세 (VAT)

#### (1) 납세의무자

사업자 등록(SPPKP)을 한 사업자가 납세의무자가 되어 부가가치세를 신고 납부하며 과세 대상 재화를 인도한 경우에는 재화 또는 용역을 인도받은 자가 부가가치세 세금계산서를 교부하고 정기적으로 신고 납부합니다.

재화 수입의 경우에는 세관장이 세무서장을 대행하여 수입 부가가치세 세금계산서를 부과하고 수입자는 이를 부가가치세 신고 납부에 적절히 반영합니다.

연간 매출액이 6억 루피아(약 7천만 원) 이하 사업자는 부가가치세 신고 의무가 면제됩니다.

#### (2) 과세표준의 산정 및 매입세액 공제

재화·용역의 공급 가격이 부가가치세의 과세표준입니다.

수입업자, 제조업자에게 차등 적용되는 사치품 매출세는 부가가치세 과세표준에서 제외됩니다.

주사업장 총괄납부(3년마다 갱신) 허가를 받지 않은 사업장은 지점 간의 물품 출하도 부가가치세 과세 대상입니다.

재화의 공급으로 보지 않는 경우는 다음과 같습니다.

- 최종목적지 도달 전 중개인에게 공급하는 경우
- 재화를 담보로 제공하는 경우나 조세를 물납하는 경우매입세액 공제

사업 관련 지출에서 발생한 매입세액은 해당 제품과 직접 관련이 없다 하더라도 동 제품의 매출세액과 상계해야 합니다. 세관당국의 관세추징액에 따라 발생한 매입세액도 매출세액과 상계 가능하며 2001년 1월 부터 매입세액은 그 발생일자를 기준으로 당월 신고기한 종료 후 3개월 이내에 공제해야 합니다.

매입세액 비공제 대상은 다음과 같습니다.

- 사업무관 지출관련 매입세액, 사업자 등록 전 매입세액, 부가가치세
- 면세사업과 관련된 매입세액, 세무조사에서 밝혀진 신고하지 않은 매입
- 세금계산서 등 증빙이 불비된 매입세액, 간이 계산서에 의한 매입세액

**(3) 세율 및 납부세액**

과세 표준의 산정 기본 세율은 10%이나 관련 세법과 다르게 규정되는 경우 특례세율(5%)을 적용할 수 있습니다.<sup>(1)</sup>

일반적으로 부가가치세 납부세액은 세금계산서 기준 매출세액에서 공제 가능한 매입세액을 공제하여 납부세액을 산출합니다.

납부 시기는 매달 적용되며 공급가액을 초과하여 매입세액이 발생한 경우에는 환급이 되는 대신 다음 달 부가가치세 납부에서 공제되고 잔여 환급세액은 매 회계년도 말에 환급신청이 가능하여 국제청(DGT)은 환급 신청일로부터 12개월 이내에 환급여부를 결정하게 됩니다.

영업 개시 이전 준비단계에서 자본재 취득과 관련된 매입 부가가치세를 공제하거나 환급하여 주지만 3년이 지나도록 상업적 생산이 이루어지지 않는다면 가산세와 함께 환급된 부가가치세를 추징당합니다.

공급가액에 부가가치세가 포함된 거래인 경우 부가가치세율 대비로 공급대가를 나누어 공급가액을 구하게 됩니다.

환급이 있는 후 인도네시아 세무 당국이 부가가치세 환급의 적정성 여부에 대해 조사를 실시하기도 합니다.

**(4) 신고 및 납부**

일반소비세 성격을 지닌 부가가치세와 특별소비세는 매 거래가 발생하고 난 다음달 15일까지 신고 납부해야 합니다.

납세의무자가 신고 납부를 하는 다른 세목과 달리 부가가치세는 사업장 단위별 신고 납부를 하여야 하는데 인도네시아 전역에 사업장 또는 지사를 보유하고 있는 법인인 경우 세무당국(DGT)에 서면 신고함으로써 지정된 세무서에 모든 사업장에 대한 부가가치세를 통합하여 신고 납부할 수 있습니다.

만약 신고 기한까지 제대로 신고 납부를 이행하지 못할 경우 세무당국은 5십만 루피아(약 6만 원)를 벌금으로 부과하며 부가가치세 신고 납부 의무를 이행하도록 통지하게 됩니다.

일반 납세자는 매 회계연도 말에 환급신청이 가능하며 국제청은 환급신청일로부터 12개월 이내에 환급 여부를 결정해야 합니다.

만약 환급 여부 통지 없이 12개월이 경과된 경우라면 승인한 것으로 간주되며 환급 근거 서류는 신청일로부터 1개월 이내 제출해야 합니다.

세무 당국은 법에서 정한 신고기한을 준수하고 체납이나 범죄사실이 없는 등 일정 요건을 충족한 부가가치세 납세의무자를 성실납세자로 지정하여 부가가치세 환급세액을 조기에 환급 받도록 혜택을 제공해주기도 합니다.

아래 특정 납세자는 일정 요건을 충족하는 경우 매월(1개월) 부가가치세 환급이 가능합니다.

- 재화나 용역을 수출하는 자
- 부가가치세 대리납부 의무자로부터 징수된 자
- 상업적 생산 개시 이전 단계에 있는 법인
- 부가가치세 면세 재화나 용역의 공급자 등

수출업자 및 부가가치세 징수의무자로서 상기 1개월 이내 승인 대상 이외의 납세자는 2개월 내 환급 받을 수 있습니다.

다음의 경우 부가가치세 납세 의무 불이행으로 부가가치세 자진 납부할 세액의 2% 상당 가산세가 부과됩니다.

- 납세자가 부가가치세 납세의무자로 등록되어 있지 않은 경우
- 부가세 납세의무자로 등록하지 않은 상태에서 세금계산서를 발행한 경우
- 세금계산서를 발행하지 않거나 불완전하게 발행한 경우

이외에도 매입세액을 부정하게 공제하거나 0%의 세율을 적용한 경우 본래 납부할 세액의 100%를 불이행에 따른 가산세로 징수합니다.

인도네시아 부가가치세법상 세금계산서는 일반 세금계산서(Faktur Pajak Standard)와 간이 세금계산서(Faktur Pajak Sederhana)로 구분합니다.

세금계산서는 재화와 용역의 공급자와 공급받는 자 둘 다 세무번호를 가지고 공급자가 발행한 표준 세금계산서를 의미합니다.

간이 세금계산서는 공급받는 자가 세무등록번호가 없거나 공급받는 자가 기재되어 있지 않은 경우 공급자가 공급받는 자의 10%를 자진 신고하는 세금계산서를 의미합니다.

(1) 납부기한은 익월 15일, 환급신고서는 익월 20일까지 제출해야 함. 신설법인, 금융회사, 은행 또는 국공영회사, 복수점포를 가진 소매점(음식점 및 차량판매 제외)을 영위하는 개인사업자재화의 수출, 무형재화의 수출, 용역의 수출에 한해 인도네시아 부가가치세법에서는 5% 특례세율을 적용할 수 있다고 규정되어 있으나 실제 5%로 인화된 특례세율이 적용된 사례는 전무함. 단 인도네시아에서 생산되지 않는 자본재(기계장치)를 수입하는 경우 해당 자본재 수입에 대해 수입부가치세 전액을 감면해주거나 해당 자본재 소모품 수입의 경우에도 첫 1년간 전액을 감면 또는 부속품은 50% 감면을 계속 적용하도록 하고 있음에는 별도의 계산 방법 적용함

표 4-13: 세금계산서 기재사항 및 교부시기

세금계산서 필수 기재사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>과세대상 재화와 용역을 제공하는 공급자의 이름, 주소 및 사업자등록번호</li> <li>과세대상 재화와 용역을 공급받는 자의 이름, 주소 및 사업자등록번호</li> <li>재화와 용역의 내용, 공급 수량 그리고 공급가액과 할인액</li> <li>부가가치세 금액</li> <li>특별소비세 금액</li> <li>코드, 일련번호, 계산서 발행일자</li> <li>권한 있는 서명권자의 이름, 직급, 서명</li> </ul>
세금계산서 교부 시기	<ul style="list-style-type: none"> <li>과세대상 재화와 용역을 공급한 때</li> <li>과세대상 재화와 용역을 공급하기 이전에 지급 기일이 도래한 경우 그 지급을 받은 때</li> <li>단계별로 업무를 제공하는 경우 계약에 따라 대가를 받기로 한 때</li> <li>기타 인도네시아 세무당국이 정하는 때</li> </ul>

연차 신고 납부 의무는 다음과 같습니다.<sup>(1)</sup>

표 4-14: 연차 신고 납부 세금

구분	납부 기한	신고 기한
법인세	결산 최종일로 부터 4개월이 되는 달 말일 (신고 전)	결산 최종일로 부터 4개월이 되는 달 말일
개인소득세	결산 최종일로 부터 3개월이 되는 달 말일 (신고 전)	결산 최종일로 부터 3개월이 되는 달 말일
부동산 재산세	세무서로 부터 납세통보서 수령 이후 6개월 이내	해당 사항 없음

(1) 납세의무자가 신고한 법인세 과세표준은 신고기한으로부터 2년 이내 그리고 세무당국이 조사 착수 전까지는 수정 신고가 가능함

인도네시아 투자조정청(BKPM) 소개

인도네시아 투자조정청은 기업과 정부간의 1차 연결창구이며 내국인 및 외국인직접투자를 촉진시키는 업무를 관장하고 있습니다.

- 투자조정청은 2009 정부 부처의 조직으로 편성되어 인도네시아 대통령에게 직접 보고하고 있는 특별조직입니다.
- 국내·외 투자 규모를 증대시킬 뿐 아니라 사회적 격차를 개선하고 실업률을 감소시키는 우량 투자를 유치하는 데에 투자 촉진의 목표를 두고 투자 분야의 적극적 지원자로서 또한 투자자의 중개자로서의 역할을 담당하고 있습니다.



▶ 출처: 인도네시아 투자조정청(BKPM) 홈페이지 www.bkpm.go.id

## 6) 한식당 업태별 수익성 분석

한식당 업태별 수익분석을 통해 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 해당 도시 내에서의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로 활용합니다.

레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구하는 수익률 및 자금회수 기간 등을 사전에 추정해 볼 수 있으며 제한된 투자 예산 안에서 진출 가능한 도시 및 상권을 가능하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

한편 본 모델에 사용된 수익률 및 변수값(추정 손익계산서 계정별 금액)의 사례는 자카르타에 정착하여 운영되고 있는 일부 한식당을 인터뷰한 결과를 토대로 작성하였으므로 해당 도시의 전체 한식당을 대표한다고는 볼 수 없습니다.

또한 국내 외식 프랜차이즈 업계의 당기순이익률이 한 자리 수 미만인 점과 해외 진출 시에는 초기 정착에 필요한 인건비 및 제 비용 소요로 이익률이 이보다 더 낮은 점은 투자 타당성 분석 시에 고려되어야 합니다.

다만 본 가이드북에서는 투자 타당성 분석을 위한 모델을 제안하고 사례를 통해 그 활용방안을 제공하는 것에 목적이 있으며 실제 해외의 특정 도시에 진출하고자 하는 사업 주체는 추가적인 시장 조사를 통해 변수값에 대한 보다 정확한 추정치를 확보하여 본 분석 모델을 정교화 할 수 있습니다.

### ① 1단계: 변수(Variable) 식별

수익분석 모델에 필요한 변수 Data Set(식당 창업 및 운영 관련)을 식별합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수와 투자주체의 결정이 필요한 변수를 구분합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수 값의 제공형태는 [표 4-15]와 같습니다.

표 4-15: 한식당 수익성 분석 변수 Data Set

변수명	제공여부 (Y/N)	제공형태	비고
점포확보비 (권리금)	Y	사례	• 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
점포공사비	Y	투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
임차료	Y	사례/상권별 임대료	• 상권별 임차료 현황정보 및 업태별 한식당 사례 제공
홍보판촉비	Y	사례/투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
차입금	N	투자주체 의사결정	• 개업 또는 운영 시 투자주체의 의사결정 사항
이자비용	Y	자동계산	• 차입금 연동 (도시별 차입 이자율 참고)
매출액	Y	사례	• 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
식재료비	Y	사례	• 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
인건비	Y	사례	• 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
감가상각비	Y	자동계산	• 점포공사비 연동
설비 유지관리비	Y	사례	• 자카르타에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
법인세비용	Y	자동계산	• 법인세비용 차감전 순이익 연동
광고선전비	Y	투자주체 의사결정	• 운영 시 투자주체의 의사결정 사항

### ② 2단계: 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성

1단계에서 식별된 변수를 활용하여 사업의 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성합니다. [표 4-16] 추정 손익계산서는 인도네시아 자카르타에 위치한 한식당 경영주와의 인터뷰를 토대로 식별한 변수 데이터와 그 외 차입이자율/법인세율 등의 추가 조사된 변수 데이터를 기반으로 작성한 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 한식당의 예시입니다.

본 예시를 참고하여 한식당 운영 시 월별 추정 손익계산서를 작성할 수 있습니다.



추정손익계산서 작성 - Casual Dining

자카르타 인도네시아 자카르타 세노파티(Senopati) 거리에 위치한 150석 규모, 월 매출 8천만 원 정도의 캐주얼 다이닝 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 34.4% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 2억 5천만 원 정도를 투자함
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 35%와 20%를 지출함
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 4.5%를 지출함
- 홍보·판촉비로 월 매출액 대비 약 2.0%를 지출함
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 80만 원(월 매출액 대비 약 1.0%) 정도 발생함
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 20%가 적용되어 매월 510만 원(월 매출액 대비 약 6.5%) 정도를 납부함

표 4-16: 추정 손익계산서 - Casual Dining

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
<b>매출액</b>	<b>80,000</b>	<b>100.0%</b>	
<b>매출원가</b>	<b>(44,000)</b>	<b>-55.0%</b>	
식재료비	(28,000)	-35.0%	
인건비	(16,000)	-20.0%	
<b>매출총이익</b>	<b>36,000</b>	<b>45.0%</b>	
<b>판매비와 관리비</b>			
임차료	(3,600)	-4.5%	
감가상각비	(833)	-1.0%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(4,000)	-5.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(1,600)	-2.0%	
<b>비용합계</b>	<b>(10,033)</b>	<b>-12.6%</b>	
<b>영업이익</b>	<b>25,967</b>	<b>32.5%</b>	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
<b>법인세비용차감전 순이익</b>	<b>25,967</b>	<b>32.5%</b>	
법인세 비용	(5,193)	-6.5%	일반 법인세 20%
<b>당기순이익</b>	<b>27,540</b>	<b>34.4%</b>	

③ 3단계: 타당성 평가·투자안 선택

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분도 많습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 이해하는 것은 필수적이라 할 수 있습니다.

- 투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균 회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양함
- 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적임
- 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않음
- 월 투자수익률(%) = (월 매출액 - 월 지출액) / 총 투자금액 X 100

다양한 타당성 분석기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 예비창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다. [표 4-17]의 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는 데 참고가 될 수 있을 것입니다.

표 4-17: 사업타당성 판단 기준 사례

사업성 판단기준	월 투자수익률	투자비 회수기간
매우 우수	4% 이상	2년 이내
우수	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

▶ 출처: 김영갑 외, 「외식창업론」, 2011

### [참고정보] 음식점의 손익분기점 분석

손익분기점이란 매출액이 그 이하가 되면 손실이 나고 그 이상이 되면 이익이 나는 기점을 의미합니다. 따라서 손익분기점이란 이익이 제로(0)가 되는 매출액이나 매출수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

일반적으로 손익분기점 매출액이나 매출수량을 구하기 위한 공식이 제공되지만 여기서는 기본적인 손익계산 공식을 이용하여 손익분기점 매출수량을 먼저 구해보기로 하겠습니다.

$$\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$$

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

$$\text{매출액} = \text{총비용}$$

매출액은 매출수량과 단위당 가격을 곱하여 계산하면 되고 총비용은 변동비와 고정비를 합하여 구할 수 있습니다. 따라서 위 공식을 다음과 같이 구할 수 있습니다.

$$\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출수량을 곱하여 구할 수 있으므로

$$\text{매출수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출수량}) + \text{고정비}$$

위 식을 매출수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

$$\text{매출수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) = \text{고정비}$$

$$\text{매출수량} = \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비})$$

여기서 (단위당 가격 - 단위당 변동비)를 단위당 공헌이익이라고 합니다.

$$\text{따라서 '손익분기 매출수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}'$$

## 4.3 기타정보

### 1) 거주허가

#### ① 통과비자 (Transit Visa)

최소 6개월 유효한 여권 소지자로서 타국으로의 여행을 위해 인도네시아를 경유하는 여행자에게 발급합니다.

발급일로부터 90일간 유효하며 통과비자 소지자에 대한 입국허가는 체재기간 동안 통과비자로 유효합니다.

불가피한 상황 발생시 14~60일까지 지방 이민국에서 연장 가능합니다.

#### ② 방문비자 (Visit Visa)

발급대상은 다음과 같습니다.

- 공식적으로 인도네시아 정부와 관련된 방문 시: 정부 대 정부, 개인 대 정부 등
- 관광목적 방문: 관광사업 개발, 여행자 인솔 등
- 사회·문화적(socio-cultural)목적 방문: 친지방문, 교육, 예술, 스포츠 등 목적
- 사업비자: 무역거래, 상품검사, 회사 간 업무협의, 세미나, 국제전시회 참가, 공연, 취재 등

비자유효기간은 발급일로부터 90일입니다.

방문허가(visit permit) 유효기간은 인도네시아 입국일로부터 60일이며 연장 가능합니다.

방문비자는 비자취득이 면제된 국가의 국민에 한해 도착 시 공항에서 발급가능하며 이 경우 유효기간은 입국일로부터 30일 입니다. 방문비자 소지자에 대한 입국허가는 방문허가로 간주됩니다.

#### ③ 복수여행 비즈니스 비자 (Multiple-Journey Business Visa)

특별한 목적으로 인도네시아를 여러 번 방문할 필요가 있을 경우 해외공관에서 발급받을 수 있습니다. (1년 이상 유효한 여권소지 필요)

복수여행 비즈니스 허가(Multiple-Journey Business Permit)는 동(同)비자를 사용하여 최초 인도네시아에 입국한 시점부터 1년까지 유효하며 매 방문 때마다 60일 간 체류 가능합니다.<sup>(1)</sup>

복수여행 비즈니스 허가 발급 요건은 다음과 같습니다.

- 무역거래 상담, 수출입 관련 현장검사
- 인도네시아기업 또는 해외기업과 제품생산관련 상담
- 자본투자 가능성 조사
- 인도네시아에서 수출되는 상품검사
- 회사관련 회의 참가

#### ④ 제한 체류비자 (Limited Stay Visa)

발급대상자는 다음과 같습니다.

- 외국인 투자, 정부, 민간부문에 의해 전문가로 채용된 사람으로 교육, 훈련, 과학연구, 종교업무 종사자에 해당하는 경우
- 동(同)비자 또는 영구체류비자를 소지한 남편 또는 부모와 동거(18세 이하)목적인 경우
- 예전에 인도네시아 국민이었던 자가 귀국 거주하길 원하는 경우

이민청장 승인 하에 해외에서도 발급이 가능합니다.

해외에서 출생한 18세 이하의 미혼인자는 다음과 같은 요건을 충족할 시 제한 체류비자 발급이 가능합니다.

- 출산 당시 어머니가 제한 체류비자 또는 재 입국 허가를 소지하였고 현재 유효한 경우
- 해외에서 출생한 자녀의 부모가 인도네시아인인 자

제한 체류비자 발급 허가 요건 및 구비서류는 다음과 같습니다.

- 18개월 이상 유효한 여권소지자
- 해외 또는 인도네시아 거주 스폰서의 추천서
- 결혼증명서, 출생증명서 (인도네시아 국민 또는 KITAS 소지 외국인 남편, 부모와 동거하려는 자)
- 종교, 연구, 사회활동, 교육활동에 종사하려는 자는 관련기관으로부터 초청서신 원본 및 추천서 사본

(1) 체류기간 동안 복수여행 비즈니스 비자 소지자는 입국허가가 방문허가로 간주됨

제한 체류허가는 Limited Stay Permit Card(KITAS)형태로 발급(7x10cm, 황색)되며 유효기간은 90일입니다.

- 제한 체류비자를 소지한 자에게 발급되며 입국일로부터 1년간 유효
- 1년 유효기간으로 매년 연장을 통해서 최대 5년까지 사용 가능함
- 본인 포기 시 해외에서 재입국(Re-entry)허가에 대한 기간을 초과하여 체류 시 이민국의 조치에 따라 취소가 결정됨
- 접수 시 신청서 2부, 여권, 여권용 사진 2매, 이민국 'Cable' 복사본을 구비해야 함

제한 체류허가(KITAS) 발급요건은 다음과 같습니다.

- 인도네시아 도착 시 제한 체류비자 소지
- 외국인 당사자 또는 스폰서는 입국허가에 명시된 대로 도착사실 보고
- 입국일로부터 7일 이내 거주지 관할 이민국에 신청서 제출
- 부가 KITAS 소지자로서 인도네시아에서 출생한 자는 출생 후 60일 이내 신고 시 KITAS 발급
- 당사자의 이력서, 여권 및 여권사본, 비자발급 필요성을 입증하는 기타 서류 필요
- 신청자에 대한 스폰서의 guarantee letter, 스폰서 ID Card

그림 4-1: 체류허가증(KITAS) 예시



#### ⑤ 영구체류허가 (Permanent Stay Permits)

영구체류허가 규정은 다음과 같습니다.

- 거주지 관할 이민국에서 신청 가능 (영구체류허가를 소지한 부모의 자녀는 출생 90일 이내에 신청)
- 이민국의 체류자격 변경 승인을 득한 경우 연장 가능한 5년 유효 기간의 여권을 소지한 자에 한함
- 이민청장의 승인 하에 Permanent Stay Permit Card(KITAP) 형태로 영구체류허가 발급

영구체류허가 유효기간은 다음과 같습니다.

- 발급일로부터 5년 유효하며 매 5년 기간씩 연장 가능
- 해외에서 재입국 제한기간 초과 시 취소 가능 (이민국 조치에 따라 취소)

발급요건은 다음과 같습니다.

- KITAS 소지자가 체류자격을 변경 신청 (5년 간 계속하여 인도네시아 거주)
- 인도네시아에 출생한 인도네시아 국적자 또는 KITAP소지 외국인의 자녀

## ⑥ 재입국 허가 (Re-Entry Permit)

재입국 허가규정은 다음과 같습니다.

- KITAS 또는 KITAP 소지자에게 부여
- 재입국 허가는 체류허가 만료일이 1개월 이상 남아 있는 경우 발급
- KITAS 소지자는 해외체제기간 최대 6개월, KITAP 소지자는 12개월까지의 유효기간 부여 (유효기간은 체류 허가 만료기간 1개월 전까지임)

구비서류는 당사자나 스폰서가 작성한 신청서, 유효한 여권, 유효한 체제허가서를 준비하여야 합니다.

## [참고정보] 인도네시아 체류 시 유의사항

- 주재국의 법과 제도, 문화를 존중해야 함
- 직원, 이웃 등 주변인과 친숙한 관계를 형성해야 함
- 여권 및 신분증을 소지해야 함 (여권 보관자와 연락체계 구축)
- 스폰서 규정 준수 및 스폰서와의 신뢰를 구축해야 함
- 노동허가(IMTA) 취득 전까지 취업활동은 지양해야 함
- 체류허가 또는 국적취득을 위해 위장 결혼한 자는 5년 이하 징역 또는 5억 루피아 이하의 벌금이 부과되므로 이를 유의해야 함
- 노동허가 받은 직책에 따른 업무만 수행해야 함
- 동일 회사의 수개의 사업장을 관할한 경우 근무처 추가 허가를 취득해야 함
- 방문비자로 기계 설치 및 보수업무에 종사할 수 없음
- 방문비자로 회사명함 소지, 사무실 컴퓨터 사용, 작업 지시 등의 활동 불가함
  - 도착비자는 근본적으로 방문비자의 활동범위와 동일
- 에이전시의 횡포를 주의해야 함 (신뢰할 수 있는 에이전시 선정)
- 체류허가 시 재입국허가를 동시에 신청해야 함
- 근로계약 만료 시 원할한 합의를 도출해야 함 (고용주 여권 미 반납시 처벌)

참고: 주 인도네시아 대한민국 대사관, 「인도네시아 이민법 엿보기」



## ⑦ 재외국민 등록 안내

외국의 일정한 지역에 계속하여 90일 이상 거주 또는 체류할 의사를 가지고 체류하려는 대한민국 국민(외국 국적자는 제외)은 재외국민등록을 해야 합니다.

### (1) 온라인 등록

영사관 홈페이지의 재외국민등록란을 클릭하여 접수하고 여권사본(사진면, 최초입국스탬프면)을 대사관 팩스 또는 이메일로 송부합니다.

### (2) 방문접수

재외국민등록신청서, 여권사본(사진 면, 최초입국스탬프면)을 지참하고 대리인이 신청하는 경우 대리인의 신분증(여권)을 지참하여 방문합니다.

### (3) 우편 또는 팩스로 접수

재외국민등록신청서, 여권사본(사진면과 최초입국스탬프면), 체류허가서 사본(KITAS, KITAP, 비자사본)을 송부합니다.

### (4) 재외국민등록 변경 신고

재외국민등록자는 아래 등록사항이 변경되면 변경된 날부터 14일 이내에 변경신고를 하여야 합니다. (재외국민등록법 제8조)

- 성명
- 생년월일 및 주민등록번호 (주민등록 신고를 한 경우만 해당)
- 성별
- 등록기준지 (있는 자의 경우만 해당)
- 직업 및 소속기관
- 병역관계
- 체류목적 및 자격
- 거주국 내의 주소나 거소, 전화번호, 그 밖의 연락처

출생, 사망, 귀국 시에도 등록 또는 변경신고서를 제출하여야 합니다.

### (5) 공관주소 및 연락처

- 주소: The Plaza Office Tower 30thFloor JL.M.H Thamrin Kav.28-30, Jakarta Pusat 10350
- E-mail: Koremb\_in@mofat.go.kr
- 영사과 연락처: (62-21)2992-3030 / 팩스: (62-21)2992-1700

## 2) 금융서비스

인도네시아 중앙은행은 외국인에게 대출을 금하고 있으며 대출을 원할 경우 타 인도네시아 회사를 통해서 혹은 현지에 진출해 있는 한국계 은행 지점을 이용해야 합니다.

### ① 개인 대출

#### (1) 담보대출

현지주재원과 교포들을 대상으로 담보대출 상품을 제공하고 있습니다.

STB L/C, 본인 명의의 예금, 국내 부동산 등을 담보로 한 여신의 경우 1인당 20 만불 한도 내에서 대출지원이 가능합니다.

#### (2) 신용대출

무담보 신용대출은 신용이 양호한 차주로서 인도네시아 외환은행 내규에서 정한 자격요건을 충족한 보증인 2인 이상을 입보 시키는 경우에만 선별적으로 대출이 가능합니다.

#### (3) 제출서류

차주 및 보증인은 여권 등 본인을 확인할 수 있는 신분증을 지참하여야 합니다.

국내 부동산 및 예금을 담보로 제공하는 경우에는 한국소재 외환은행이 정한 담보 제공 관련 약정서와 외국환관리법에 의한 제신고서를 은행과 협의하여 지정된 은행의 국내지점에 제출하여야 합니다.

### ② 기업 대출

#### (1) 시설자금 대출

현지 생산설비 투자를 위한 중장기 대출로 대출기한은 공사기간 및 계획사업의 투자자금 회수기간 등을 감안하여 해당시설의 내용연수 범위 내에서 지원하며 최장 10년을 초과할 수 없고 거치기간은 총 대출기간의 1/3 범위 내에서만 허용됩니다.

**(2) 일반 운전자금대출**

초기 공장 설립 후 운영자금, 물품의 수출입과 관련된 원자재 수입금용(T/R)등 영업활동과 관련한 운전자금 대출이며 대출기간은 회사의 신용도와 회전기간 그리고 평균 수입결제 기간 등을 검토하여 결정합니다.

통상적으로 6~12개월 범위 내이나 원자재수입금용(T/R)은 원칙적으로 6개월을 초과할 수 없습니다.

**(3) 외상매출채권 담보대출 (ARC Loan: Account Receivable Collateral Loan)**

신용 등급이 우수한 구매 대기업에 외상매출채권이 있는 경우 이를 담보로 취급하는 단기 운전자금대출입니다. 대출한도는 매 월별 납품실적 범위 내이며 대출기간은 외상매출채권 확정일로부터 만기 결제일까지입니다.

**(4) 보증서 발급**

각종 공사의 수주와 관련한 입찰, 계약이행, 선수금환급, 하자보증서 등을 발급해줍니다.

인도네시아의 경우 대부분의 발주처가 인도네시아에 소재하는 은행이 발급한 보증서를 요구하므로 다른 국가(한국 포함)에서 발급된 보증서에 대한 재 보증이 필요한 경우가 많습니다.

**(5) 제출서류**

법인의 경우 다음과 같은 서류를 구비해야 합니다.

- 법인의 실체를 확인할 수 있는 서류: 경관, 납세자등록증, 영업허가증, 투자허가서 등
- 법인 대표이사의 권한을 확인할 수 있는 서류: 승인서, 위임장 등
- 대표이사의 신분증(여권사본, KITAS 사본), 회사의 차입결의서(주총결의서 또는 이사회 결의서), 은행 소정 양식의 대출거래 약정서 등
- 현지 담보를 제공하는 경우에는 HGB(토지사용권), Hakmilik(건물소유권), 기계류 명세서, 담보물보증서 등
- 국내 부동산 및 예금을 담보로 제공하는 경우에는 인도네시아의 국내 은행서식에 의한 담보제공 및 외국환관리법에 의한 제신고서를 은행과 협의하여 지정된 은행의 국내지점에 제출하여야 함

**③ 대출거래 참고 사항**

한국의 외국환관리규정상 해외차입과 관련하여 한국 내 기업이나 개인이 보증 또는 담보를 제공하고자 할 경우에는 하나의 거래외국환은행을 지정하여 담보 및 보증제공 신고를 해야 합니다.

**3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보**

표 4-18: 주요 지원기관 및 분야별 전문업체

구분	주요기관 및 업체	지원업무 및 제공 서비스 (사이트 주소)
	P.T. Global Consulting	법인설립, 비자발급, 지사설립, 무역, 부동산 투자 대행 <a href="http://blog.daum.net/ptgcc/">http://blog.daum.net/ptgcc/</a>
창업대행 컨설팅	LSW partners & Doowang Consulting	법률 상담, 비즈니스 창업 및 운영에 대한 전반적인 컨설팅 <a href="http://doowang.net/">http://doowang.net/</a>
	Survey Indonesia	시장조사(리서치), 비즈니스 창업 및 운영에 대한 컨설팅 <a href="http://blog.daum.net/satulagi">http://blog.daum.net/satulagi</a>
회사 설립 등록	BKPM 투자조정청	외국인 법인회사의 설립 허가 및 투자 관련 컨설팅 <a href="http://www.bkpm.go.id">http://www.bkpm.go.id</a>
국세청 등록	DIREKTORAT JENDERAL PAJAK (Tax Directorate) 국세청	세금 납부 관련 업무 총괄 <a href="http://www.pajak.go.id/">http://www.pajak.go.id/</a>
금융 서비스	PT. Bank KEB Indonesia	한국기업 및 교민을 위한 금융 서비스 제공 <a href="http://www.keb.co.kr/id/">http://www.keb.co.kr/id/</a>
부동산 정보	Real Estat Indonesia 인도네시아 부동산 협회	상업적 용도의 부동산 관련 정보 제공 <a href="http://www.rei.or.id">http://www.rei.or.id</a>
	엔젤 부동산 컨설팅	아파트, 일반주택, 상가 임대 매매 컨설팅 <a href="http://blog.daum.net/pmo-28">http://blog.daum.net/pmo-28</a>
인테리어 정보	PT Eljindo Design	롯데마트, 식당, 은행, 아파트 등 인테리어 공사 수행 업체 <a href="https://id-id.facebook.com/PtEljindoKonstruksiAbadi">https://id-id.facebook.com/PtEljindoKonstruksiAbadi</a> kacang57@hanmail.net

“

자카르타 한식당  
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Jakarta

”

### III. 자카르타(Jakarta) 한식당 운영 가이드

#### 5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙 ----- 136

5.2 한식당 운영 실무사례 ----- 139

5.3 한식당 운영 애로사항 ----- 144

## 5. 식당 운영관리에 대한 이해

### 5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙

#### 1) 고객의 취향과 이름을 기억합니다.

목표 고객을 정확히 알고 고객과의 상호관계를 형성하는 것이 중요합니다. 테이블을 돌아보며 고객의 만족도를 확인하고 적절한 서비스를 제공해야 하며 특히 단골고객의 경우 고객의 이름과 기호 등을 기억해 둬으로써 더욱 세심한 서비스를 제공하도록 노력해야 합니다.

#### 2) 고객이 자부심을 느끼도록 특별 서비스를 제공합니다.

특별한 방식으로 단골고객을 인식하는 방법을 도입합니다. 예를 들어 고객의 사진이나 메시지를 점포 내에 게시하거나 기념일 등의 축하 메시지나 특별 프로모션 등을 제공함으로써 친근감을 높이고 특별한 대우와 서비스를 제공하고 있음을 강조할 수 있습니다.

#### 3) 상권 내에서 최고의 가치를 제공합니다.

고객이 음식점을 나갈 때 그들이 지불한 금액 이상의 가치를 얻었다고 느낄 수 있어야 합니다. 값싼 요리일지라도 양도 많고 맛있게 접시를 채움으로써 고객의 만족도를 높일 수 있습니다.

#### 4) 고객에게 기대 이상의 놀라움을 제공합니다.

일반적으로 고객이 주문하지 않은 음료 또는 메뉴와 서비스를 제공하는 방법이 있습니다. 또한 제공되는 음식과 서비스에 고객의 의견을 구하고 적극적으로 반영함으로써 고객 만족도를 효과적으로 높일 수 있습니다.

#### 5) 입구에서 반갑게 인사하며 고객을 맞이합니다.

음식점에 대한 첫인상은 고객이 점포에 입장하는 순간에 결정됩니다. 입구에서 고객을 반갑게 맞이함으로써 음식점에 대해 긍정적인 인식을 줄 수 있습니다. 고객 서비스를 위한 표준 매뉴얼을 만들어서 점포 내 모든 직원이 일정 수준 이상의 서비스를 제공해야 합니다.

#### 6) 정겹고 활기찬 분위기를 제공합니다.

활기차고 즐거운 분위기를 위해서는 경영주 자신을 비롯한 모든 직원들이 긍정적인 마음가짐을 가지고 일하는 것이 중요합니다. 되도록이면 고객을 반갑게 맞이하고 열정적으로 응대할 수 있는 직원을 고용하고 고객 대응 매뉴얼을 바탕으로 적절한 직원 교육이 이루어져야 합니다.

#### 7) 단순하면서도 특징적인 메뉴를 제공합니다.

같은 메뉴더라도 경쟁 업체와 차별화 될 수 있는 특징적인 요소를 추가하여 경쟁력을 갖도록 합니다. 준비과정이 힘들거나 정교한 작업을 필요로 하지 않는 선에서 변화를 주어 해당 음식점만의 고유 메뉴를 만들어내는 것이 필요합니다.

#### 8) 즉시 조금씩 또는 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공합니다.

고객이 착석 후 2분 내에 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공하는 것이 좋습니다. 고객이 주문한 음식을 기다리는 동안 지루하거나 서비스가 조금 늦어지는 경우에도 불만을 줄일 수 있으며 일반적으로 식전 음료와 잘 어울리는 스낵류를 제공합니다.

#### 9) 음식점을 항상 바쁘고 새롭게 보이도록 유지합니다.

다른 많은 사람들이 자신이 선택한 음식점을 이용하고 있다는 '사회적 증거'는 음식점 이용 후 돈을 지불할 때 발생할 수 있는 '부조화(가치평가에 대한 오해)'를 감소시킬 수 있습니다. 따라서 한가한 시간대에는 내부 칸막이 등을 이용하여 빈 공간을 감추고 바쁜 시간대에는 모든 좌석이 보이도록 하는 것이 좋습니다.

#### 10) 매출액의 최소 3%를 내부판촉에 투자합니다.

가장 효과적인 광고 메시지는 음식점 직원들이 고객에게 직접 정보를 제공하는 것이며 가장 효과적인 광고 매체는 고객이 직접 다른 사람들에게 음식점을 추천하는 것입니다.

#### 11) 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 제공합니다.

경영주의 행동은 음식점 직원들의 표본이 됩니다. 직원들의 팀워크를 강화하기 위해 팀의 성과와 직원 봉급을 연결시키고 경쟁 업체보다 약간 많은 보상을 주는 방법을 고려할 수 있습니다. 또한 업무에 있어서 그 목적을 명확하게 제시하고 목표의식을 갖고 일할 수 있는 환경을 제공해야 합니다.

#### 12) 고객이 무엇을 원하는 “네(Yes)”라고 대답합니다.

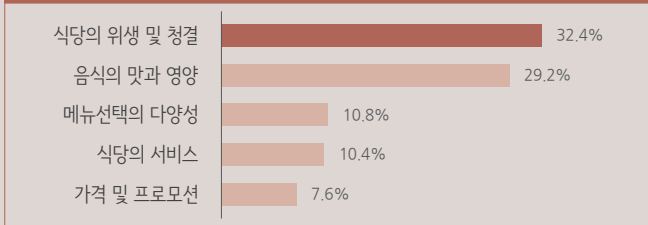
성공적인 음식점이 되기 위해서는 고객 중심의 서비스를 제공해야 하며 이러한 서비스 철학을 모든 직원들이 공유하고 실천에 옮길 수 있도록 노력해야 합니다.



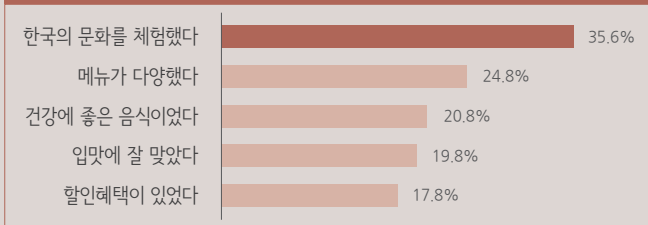
### 자카르타 고객에 대한 이해

■ 인구(경제활동인구)	1,018만 명 (686만 명)
■ 한인 거주인구	3.1만 명
■ 외식빈도	주당 평균 약 4.0회
■ 에스닉 외식빈도	주당 평균 약 1.9회
■ 평균 객단가	약 9,748원
■ 아시안 에스닉 선호도	61.7%

### 식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인



### 한식당 재방문 이유



### ● 소비자 좌담회 중

- 종교적 이유 때문에 식품(식재료) 구입 시 반드시 할랄 인증 마크를 확인하고 있음
- 한식은 다양한 재료와 향신료가 어우러져 맛을 내고 조화를 이루는 것이 인상적이었음
- 한식은 가격이 다소 비싼 편이지만 아주 고급스러운 음식이라는 생각은 들지 않음
- 외식당 선택 시 '가격'을 주로 고려하는 편이며 프로모션 혜택 제공 여부가 중요함

## 5.2 한식당 운영 실무사례

### 1) 한식당 '한강 (Han Gang)'

- 업태: Fine Dining(본점)
- 규모: 150석
- 대표메뉴: 구이류(갈비, 차돌박이), 돌솥 비빔밥 등
- 주소: Jl. Wolter Monginsidi No. 99, Kebayoran Baru, Jakarta
- 연락처: (62) 812 1802 7979

### ① 한식당 개요

현지인(중국계 화교)이 운영하는 한식당으로 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 본점 외 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 7개 지점이 주요 쇼핑센터에 입점해 있습니다.

최근에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 '한강 익스프레스' 모델을 개발하여 주요 쇼핑센터 푸드코트에 본격적으로 진출하고 있습니다.

인도네시아 전 대통령, 정부 고위 관료, 유명 배우들이 자주 방문할 정도로 인지도가 매우 높습니다.

그림 6-1: 한식당 '한강' 전경



## ② 한식당 메뉴 관리

현지인들이 즐겨 찾는 메뉴는 주물럭, 잡채 등 단맛이 강한 음식입니다.

한강은 전 지점에 걸쳐 표준화된 조리법을 고수하여 고유한 맛을 유지하고 있습니다.

메인 조리사가 20년 한식 조리경력을 바탕으로 신 메뉴 개발 등에 힘쓰고 있습니다.

한국인 고객들을 더 유치하고 한식 고유의 맛을 살리기 위해 한국인 주방장과 매니저를 다 시 채용하는 방안을 고려하고 있습니다.

## ③ 식재료 관리

개업 초기에는 대부분의 식재료를 한국에서 직수입하였으나 한국 식품 유통 채널이 생기면서 현지에서 조달하고 있습니다.

간장, 고추장, 된장 등 가공식품 대부분은 한국 식료품점에서 조달하고 있으며 채소류는 현지산을 사용하고 있습니다.

## ④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

조리사를 포함하여 종업원은 총 23명이며 매주 토요일마다 자체 매뉴얼을 활용하여 직원 서비스 교육을 실시하고 있습니다.

교육 내용은 한국 메뉴 읽는 법, 음식/음료 권하는 방법 등 고객 응대와 음식 서빙 등의 내용을 포함하고 있습니다.

## ⑤ 한식당 홍보/프로모션

KTV, KBS World 등 방송 채널 TV광고와 한국 교민 잡지 지면 광고를 통해 한강을 홍보하고 있습니다.

또한 카드사와 제휴 할인 행사를 기획하여 더 많은 사람들이 한식당을 방문하도록 유도하고 있습니다.

## 2) 한식당 '한양가든 (Hanyang Garden)'

- 업태: Casual Dining
- 규모: 170석 (2층)
- 대표메뉴: 구이류(생등심, 생갈비), 비빔밥, 잡채, 떡볶이 등
- 주소: Jl. Senopati No.43C, Kebayoran Baru, Jakarta
- 연락처: (62) 816 842 421

### ① 한식당 개요

한양가든은 20년이 넘는 전통을 자랑하는 한식당입니다. 개업 초기 시내 중심가에서 한인 출장자들을 대상으로 영업을 해오다가 세노파티(Senopati) 거리로 이전한 이후에는 현지인 고객들을 대상으로 영업을 확대해 나가고 있습니다.

현재는 방문 고객의 40% 이상이 현지인 고객일 정도로 인지도가 많이 높아진 상태입니다.

성공적인 운영을 기반으로 한식당 업태 다변화를 통해 고급 한식당을 오픈할 계획을 가지고 있습니다.

### ② 한식당 메뉴 관리

예전에는 단맛이 강한 불고기를 비롯하여 김치, 비빔밥, 잡채 주문이 많았다면 최근에는 생등심, 생갈비 등의 구이류 메뉴를 찾는 손님들도 크게 증가하였습니다. 아울러 한류 드라마의 인기로 떡볶이, 김밥 등의 분식류 메뉴의 인지도도 상승하고 있습니다.

이슬람 인구가 90%에 달하지만 돼지고기 섭취가 가장 문제 시 될 뿐 고추장, 된장 등 주정 이 들어있는 소스류를 활용한 메뉴에는 거부감이 없는 편입니다.

### ③ 한식당 식재료 관리 및 유통

식재료는 소스류(간장, 된장, 고추장)의 경우 (취대상 식품, 롯데마트 등으로 부터 공급되는 한국산을 구입하여 사용합니다.

채소류는 현지 재래시장을 이용하거나 한국인이 운영하는 농장에서 재배된 농산물을 공급 받기도 합니다.

최근 수입산 식재료에 대한 규제가 강화되면서 중국산 양파, 마늘, 당근 등 한식 메뉴에 주로 사용되는 식재료의 가격이 3배 이상 폭등하여 원가 부담이 가중되고 있습니다.

한국 식료품점 10여 개(외곽지역까지 포함하면 20여 개) 이상이 분포하고 있어 필요한 식 재료를 구입하는 것에는 큰 어려움은 없습니다.<sup>(1)</sup>

#### ④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

종업원 수는 60여 명이며 15년 이상 근무한 현지인 조리사가 있습니다.

- 식당 개업 후 초기 1~2년 간 한국인 조리사를 채용하여 한식 조리법을 전수한 후 현재는 15년 이상 한식 조리 경험이 있는 현지인 조리사가 주방 책임자로 근무하고 있음
- 인도네시아인 특성 상 한 사람이 여러 가지 일을 동시에 할 수 없기 때문에 많은 인력을 고용하고 있음

네덜란드 식민통치의 영향으로 노동법이 매우 엄격하여 직원들을 마음대로 해고할 수 없으며 해고 시에 퇴직금 부담이 큰 편입니다.<sup>(2)</sup>

한편 직원 이직률이 매우 높은 편이라 직원 교육과 관리에 많은 어려움이 따릅니다.

신문광고를 통해 채용 모집을 하고 있으나 구직자들 대부분이 고급 백화점이나 쇼핑몰에서 근무하는 것을 선호하여 인력이 많이 부족한 실정입니다.

직원 교육은 예절교육과 함께 한국어 교육을 정기적으로 반복하여 실시하고 있습니다.

그림 6-2: 한식당 '한양가든' 전경



(1) 특히 최근에는 대형 롯데마트가 입점하면서 한국 식품이 본격적으로 유통되고 있음  
(2) 정당한 사유에 따라 경고장을 3번 이상 발급해야 해고 가능함

### '한강'의 성공요인

#### 체계화된 직원 교육을 통해 최상의 서비스를 제공하고 있음

자체적으로 제작한 교육 매뉴얼을 활용해 매주 토요일마다 정기적으로 직원 서비스 교육을 실시하고 있음  
친절한 한국식 서비스를 제공하여 현지인들로부터 좋은 반응을 얻고 있으며 레스토랑 평가 사이트에서도 호평을 받고 있음

#### 다양한 업태 모델을 개발하여 여러 소비 계층을 동시에 공략하면서 성공적으로 확장을 해나가고 있음

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태 모델을 개발하여 주요 쇼핑몰 전문 식당가에 성공적으로 진출하였으며 최근에는 새로운 외식 트렌드에 맞춰 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 '한강 익스프레스(Han Gang Express)' 모델을 개발하여 푸드코트에 진출하고 있음  
저소득층이 새로운 외식 소비계층으로 부상함에 따라 저렴한 가격대의 간편 한식을 판매하는 '한강 익스프레스' 모델은 한식 대중화에 커다란 역할을 할 것으로 기대됨

### '삼원집'의 성공요인

#### 한국 고유의 분위기를 느낄 수 있는 고급스러운 실내 인테리어를 갖춘

전통 한복, 민속화, 태극 문양 등 한국을 대표하는 소품을 활용하여 한국 고유의 분위기를 연출함  
한류의 영향으로 한국문화를 체험하길 원하는 현지 젊은 층 고객들로부터 큰 호응을 얻고 있음  
뿐만 아니라 한식문화에 생소한 현지인 고객들을 위해 한국 문화와 한식 메뉴에 대한 설명을 메뉴판에 상세하게 소개하여 좋은 평가를 받고 있음

#### 현지인의 입맛을 반영하여 다양한 메뉴와 음료를 제공하고 있음

현지인의 입맛을 고려해 80여 개가 넘는 메뉴를 현지화하여 제공하고 있으며 음식과 함께 곁들일 수 있는 음료 메뉴 30여 개를 개발하여 제공함  
경영주가 직접 식재료 발굴과 신 메뉴 개발을 위해 한국에 정기적으로 방문하는 등 많은 노력을 기울이고 있음

#### 다양한 한식당 업태 모델을 개발하여 여러 고객층에 어필하고 있음

패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 '삼원 익스프레스(Samwon Express)' 모델을 개발하여 주요 쇼핑몰 푸드코트에 본격적으로 진출하고 있음

### 한양가든'의 성공요인

#### 주요 고객층의 접근성을 고려해 성공적으로 입지를 변경함

시내 중심가의 교통체증이 심해지고 한인 타운이 남부 자카르타 지역으로 이전하면서 입지 매력도가 떨어지자 접근성이 우수한 세노파티(Senopati) 거리로 이전함  
세노파티 거리는 시내 중심가와 한인 밀집 거주지 사이에 위치한 최적의 입지로 최근 들어 분위기 있는 카페와 레스토랑이 다수 생겨나면서 자카르타의 새로운 외식 중심 중심지로 부상하고 있음

#### 상류층 고객을 공략하기 위해 업태 다변화를 기획하고 있음

자카르타 상류층을 중심으로 한식에 대한 수요가 급격하게 증가하고 있어 이들을 공략할 수 있는 한식당 고급화가 절실한 상황임  
성공적인 본점 운영을 기반으로 변화가 상권인 술탄 호텔(Sultan Hotel) 인근에 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 한식 궁중요리 전문점을 오픈할 계획을 수립 중임

### 5.3 한식당 운영 애로사항

취업비자를 취득하여 1년마다 연장하는데 비자 발급 시 노동법에서 규정한 역할 이외에 다른 업무를 할 수 없기 때문에 식당 운영에 어려움을 겪고 있습니다.

자카르타는 기후의 영향으로 쇼핑물 중심의 상권이 발달하고 있는데 중식당, 일식당과 대비했을 때 주요 쇼핑물에 입점한 한식당은 턱없이 부족한 수준입니다. 이는 영세한 수준의 개인 사업자가 쇼핑물에 입점 가능한 한식당 비즈니스 모델을 개발하는 데에는 한계가 따르기 때문입니다.

- 물에 입점하는 식당들은 단품 메뉴 위주로 50,000루피아(약 5,000원) 정도이지만 한식 메뉴의 경우 100,000루피아(약 10,000원) 이상이기 때문에 단가가 맞지 않음
- 저렴한 가격대의 단품 메뉴로 입점을 고려할 수 있으나 이윤을 생각하면 큰 이점이 없음
- 또한 자카르타 주요 백화점과 쇼핑물의 70%는 화교 출신 현지인이 소유하고 있기 때문에 한국인 경영주들이 입점 권리를 얻기에 어려움이 있음



▶ 출처: 데일리 인도네시아

#### [참고정보] 한식당 운영 전망

- 자카르타를 비롯한 동남아시아 주요 도시들은 물 중심으로 상권이 형성되어 있기 때문에 이러한 외식 트렌드를 따라 쇼핑물에 입점하는 한식당이 증가할 것으로 예상됨
  - 한강, '삼원집' 등 현지인이 운영하는 한식당들이 업태 다변화를 통해 주요 쇼핑물 전문 식당가와 푸드코트에 입점하고 있음
- 최근 들어 국내 외식기업의 진출이 활성화 되고 있음
  - 국내 사브사브 전문점 '채선당'이 해외 1호점을 자카르타 간다리아 시티 물에 오픈하였으며 투레주르, 롯데리아 등도 주요 쇼핑 물에 진출하여 매장을 확대해 나가고 있음
  - CJ 비비고는 최고급 쇼핑몰인 퍼시픽 플레이스에 입점 예정임
- 상류층을 중심으로 한식에 대한 수요가 급증하고 있어 한식당 고급화가 절실한 상황임
  - VIP를 접대할 수 있는 수준의 고급 한식당이 부재한 상태임
  - 한식당 고급화를 위해서는 최소 100만 달러(한화 10억 원) 이상의 대규모 자본 투자가 필요하고 사업 초기에 많은 운영자금이 소요되기 때문에 개인 사업자에게는 어려움이 따름 (한양가든 경영주 고급 한식당 설립 계획 준비 중)



# 자카르타

## 한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Jakarta

초판 1쇄 발행\_ 2013년 9월 30일

지은이\_ 한식재단

펴낸곳\_ 한식재단

연구수행기관\_ 삼일회계법인

디자인\_ 지음디자인스튜디오

주소\_ 서울시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화\_ 02-6300-2050

팩스\_ 02-6300-2055

홈페이지\_ [www.hansik.org](http://www.hansik.org) / [www.koreanfood.net](http://www.koreanfood.net)

이메일\_ [hansik@hansik.org](mailto:hansik@hansik.org)

- ◆ 이 책의 판권은 한식재단에 있으며, 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재 및 복제를 금합니다.
- ◆ 이 책은 농림축산식품부의 한식세계화 정책 지원으로 발간되었습니다.



**농림축산식품부**  
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



**한식재단**  
KOREAN FOOD FOUNDATION